元気とチャレンジ胸に

デサント社長　石本　雅敏

新入社員の皆さん、入社おめでとうございます。本日、こうして46人の新しい仲間をデサントグループに迎えられることを、嬉しく思っています。入社にあたり、皆さんには2つのお願いがあります。

1つ目は、1年間会社で1番元気な人でいてください、ということです。当社はスポーツの会社なので、スポーツを通じてお客様や周りの人を元気にしていくことが使命です。人を元気にするには、自分が元気でなければいけません。皆さんは1日も早く先輩に追いつき、1人前になりたいと希望で胸を膨らませていることでしょう。しかし、現実は1～2年で追いつけるほど簡単ではありません。先輩方はプロとして何年もかけて勉強し、努力や経験を重ねてキャリアを積んでいます。

新入社員として会社に一番貢献できることは、元気でいることです。大きな声で挨拶をする、きびきびと行動する、1年間は会社の中ではエレベーターではなく階段を使うなど、会社に元気を送り込んでください。

2つ目は、まずはやってみることです。考えることも大事ですが、考えてばかりで行動しなければ何も始まりません。やってみて初めて結果が分かります。当社には受け継がれている創造、「挑戦」、「誠実」、「調和」という4つの「創造の精神」があり、挑戦の精神でまずはやってみる、失敗を恐れずチャレンジすることが重要です。10年経って、考えてばかりの頭でっかちな社員になってしまうと成長に繋がりません。

私たちの企業理念は、「すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを」です。私たちが提供するスポーツに関する商品、サービスを通して、人々を元気にしていきましょう。

本日から、皆さんはデサントの仲間となり、一員となります。しかし、本当の意味でデサントの一員となるのは、皆さんが活動を通じてお客様に「スポーツを遊ぶ楽しさ」を届けられたと実感したときです。皆さんが1日でも早く、本当の意味でのデサント社員になれるよう頑張って下さい。入社おめでとう。

アシックスグループへの入社おめでとうございます。みなさんがアシックスグループの一員となったことを心から歓迎します。

中国の三国志演義に「男子、三日会わざれば、括目して見よ」という言葉があります。男子とありますが、昔の話なので、若者と置き換えて長するもの、三日を会わなければ全くの別人になっていると思って会いなさい」という意味です。

若者は成長しなくてはなりません。これから日験との出会いすべてを自身の成長につなげてください。そして、みなさんの力でアシックスグループを更に飛躍させてください。期待しています。

「変革の時代」幕開け

蝶理社長　先濱　一夫

入社おめでとうございます。皆さんを蝶理に迎えられたことを大変嬉しく思い、心から歓迎します。

今年は蝶理株式会社設立70周年の節目の年です。私は、この節目の年を「変革の時代」の幕開けとなる年にするつもりです。

「変革」といっても、急に何かを大きく変えるわけではありません。これまで積み重ねてきたものが大きな変化、大きな成果となって、変革が生まれます。

蝶理は2003年以降、「躍進」を合言葉に変化し続けてきました。その結果、現在は売上高3000億円、経常利益70億円台が常態化する会社になりつつあります。今後は、更に事業をグローバルに拡大し、経常利益三桁が常態化する会社をともに目指していきましょう。

その為に、意識してほしいことを二つ伝えます。

第一に、自己変革です。先ずは、社会人として基本となる力をしっかりと身に付けてください。そして、目標を見つけてください。目標が出来たら、後は情熱を持って努力し続ける、その姿勢こそが変革への道です。心が変われば行動が変わります。継続は力です。努力するその姿を、必ず周りは見ています。

第二に、心身の健康管理です。ビジネスは知力・体力両方必要です。心と体が健康でなければ知力が発揮できません。会社としても皆さんが健康であるようにサポートしますが、皆さんの自己管理が重要です。規則正しい生活を心がけ、心身の健康に気を付けてください。

今日から一緒に蝶理の変革の時代の幕開けに向けて、新しい航海に出発です。一緒にがんばっていきましょう。

〈17年スポーツシューズ市場〉

金額ベース成長率が鈍化

男性用の実店舗購入減で

ディー・エヌ・ジャパン

スポーツシューズ・アパレル市場情報サービス「Japan Sports Tracker」を提供するエヌピーディー・ジャパンはこのほど2017年スポーツシューズ市場に関する分析を公表した。それによると、17年は成長率が2%にとどまり、男性用は18～34歳がマイナス成長となった。

◇

17年のスポーツシューズ市場規模は5940億円で、成長率は金額ベースで+2%となった。15年の成長率は+10%、16年は+12%と好調だったが、17年の成長率は大幅なダウンとなる。

製品性別（男性用、女性用、子供用）に分けて過去3年間を比較すると、スポーツシューズ市場の半分以上のシェアを占める男性用（12歳以下着用者を除く）の金額ベース成長率が、16年の+16%から17年は+1%に15%ポイント下降したことが全体に大きな影響を及ぼしたことになる。

この下降は主に個数ベースでの成長率下降が要因。個数ベースでは、16年が+12%だったが、17年はマイナス1%であり13%ポイント下降したことになる。平均価格変動は16年+4%、17年+2%で2%ポイント下降した。男性用の個数ベースの成長率を着用者の年齢別に見ると、17年は18～24歳がマイナス13%、25～34歳はマイナス2%。この2つの年代の市場規模を合わせると男性用着用車市場の3分の1を占める。

半面、購入方法別に見てみると、17年のスポーツシューズ市場全体で2ケタ成長と好調だったオンライン購入では、男性用18～24歳、25～34歳ともにプラス成長だった。こうしたことから、男性用18～34歳の実店舗での購入減少が成長鈍化の原因だったことが分かる。

スポーツシューズ市場の鈍化に大きく影響を及ぼした男性用着用18～34歳は5年後、10年後も同市場にとって大きなシェアを占めるグループ。将来もスポーツを楽しみ続け、スポーツ庁が推進する"スニーカー通勤"の主役となる世代でもある。このグループのインサイトをつかみ、スポーツシューズ使用を推進していくことが、長期的視点からも成長の鍵となる。