

アシックスの知財戦略

Gemini Deep Research

はじめに

アシックスは、1949年の創業以来、「健全な身体に健全な精神があれかし」という創業哲学を体現するため、高機能なスポーツ用品を提供し、世界中の人々の健康に貢献してきました。¹ 近年、スポーツ用品業界では、技術革新やグローバル化が加速しており、² 企業の競争力を左右する重要な要素として知的財産戦略が注目されています。アシックスは、独自の知的財産戦略を展開することで、この競争の激しいスポーツ用品業界において確固たる地位を築き、「スポーツでつちかった知的技術により、質の高いライフスタイルを創造する」というビジョン³の達成に貢献しています。

このレポートでは、アシックスの知的財産戦略の特徴を明らかにし、今後の展望について考察します。具体的には、アシックスが保有する知的財産の全体像、注力している技術分野・製品分野における知財戦略、強みと弱み、主要な競合他社との比較、最近の動向、将来的な方向性について分析します。

アシックスが保有する知的財産の全体像

アシックスは、特許、実用新案、意匠、商標など、様々な知的財産権を保有しています。⁴ 長年にわたるランニングシューズ開発の成果として、シューズに関する特許・実用新案が多く、⁴ アシックスの技術力の高さを示しています。また、「アシックスストライプ」と呼ばれる独特のストライプデザインは、アシックスブランドの象徴であり、シューズの出所表示機能を支える重要な商標となっています。⁴ このアシックスストライプは、およそ190ヶ国で商標権を取得しており、⁴ グローバルブランドとしての地位を確立しています。

アシックスは、スポーツシューズ以外にも、アパレル、スポーツ用品など、幅広い分野で知的財産権を取得しています。⁴ 例えば、野球のバッティンググローブや水着、ゴルフクラブヘッドなど、様々な競技の商品において特許権、商標権、意匠権を取得しています。⁵ また、「トライアス（Tryus）」⁴ などの健康促進サービスにおいても、独自のプログラムやノウハウを保護するために知的財産権を活用しています。

特に注力している技術分野・製品分野における知財戦略

アシックスは、ランニングシューズを中心としたコアパフォーマンススポーツ分野において、特に注力した知財戦略を展開しています。⁶ 独自の足型研究に基づいたシューズ開発は、アシックスの強みの一つであり、⁷ 「アシックススポーツ工学研究所」⁴ において、人間の身体の動きや反応を科学的に分析することで、より高機能なシューズの開発に成功しています。⁸ 例えば、クッション性と軽量性を両立したスポンジ材「FLYTEFOAM（フライトフォーム）」⁵ や、スムーズな体重移動と安定性をもたらす「GUIDANCE LINE（ガイダンスライン）」⁵ など、独自の技術を開発し、特許権を取得することで、競合他社との差別化を図っています。近

年では、スポーツスタイル分野においても、2000年代モデルのアーカイブを揃える「ヴィンテージテック」ラインを中心に商品数を拡充し、⁶ ファッション性を重視した商品開発にも力を入れています。⁶ また、デジタル技術を活用した新たなサービスの提供にも注力しており、⁸ ランニングフォームを分析・評価するアプリ「ASICS RUNNING ANALYZER」⁸ や、個人の足形にフィットするシューズを推奨するサービスなどを展開しています。⁸ これらのデジタル技術は、顧客との接点を増やし、顧客一人ひとりにパーソナライズされたサービスを提供することで、顧客満足度向上に貢献しています。⁹

知財戦略における強みと弱み

強み

- **研究開発力:** アシックススポーツ工学研究所を中心とした研究開発体制により、独自の技術や素材を開発し、特許権を取得することで、競合他社との差別化を図っています。^{7 4}
- **ブランド力:** 「アシックスストライプ」など、世界的に認知されたブランドを保有しており、模倣品対策にも積極的に取り組むことで、ブランド価値を高めています。^{7 4}
- **グローバルな知財戦略:** 主要国において特許権、商標権、意匠権を取得し、海外市場における事業を保護しています。⁵
- **知財部門の専門性:** 知的財産の権利化、管理、ブランド保護、戦略立案など、専門性の高いチームで構成されており、各チームが連携することで、効果的な知財戦略を推進しています。⁵
- **経営への貢献:** 知的財産と経営を一体化させた「知財経営」を実践し、知財戦略委員会を通じて、中期経営計画に掲げるテーマに沿った知財戦略を議論・推進しています。³
- **人材育成:** 知的財産部は、スポーツ工学研究所に知財部員を配置し、企画段階から研究開発に携わることで、知財センスを育成しています。⁵ また、海外知財活動に積極的に取り組み、貢献できるグローバル人材の育成にも力を入れています。¹⁰

弱み

- **ブランド認知度の差:** ナイキ、アディダスと比較して、ブランド認知度が低い点が課題として挙げられます。⁷ 特に、若年層へのアプローチが不足しています。⁷
- **模倣品対策の難しさ:** 特に中国市場においては、巧妙な模倣品が出回っており、対策に苦慮しています。⁴ アシックスでは、模倣品を、部分模倣、全体模倣、改変商標模倣の3つの世代に分類し、それぞれに見合った対策を講じていますが、⁴ 悪意のある商標出願や、商標を武装した模倣品の販売など、手口が巧妙化しており、より高度な対策が求められています。⁴
- **デジタルマーケティング戦略の遅れ:** デジタルマーケティングにおいて、競合他社に遅れをとっている点が課題として挙げられます。⁷

主要な競合他社の知財戦略との比較分析

アシックスの主要な競合他社としては、ナイキ、アディダス、ミズノが挙げられます。

企業	特許出願件数	注力分野	ブランド戦略	最近の動向
ナイキ	世界トップクラス	ランニング、バスケットボール、フットボール	圧倒的なブランド力とマーケティング力	デジタル技術を活用したサービスに注力
アディダス	世界トップクラス	フットボール、ランニング、トレーニング	高いブランド力と革新的な製品開発力	サステナビリティに注力
ミズノ	国内トップクラス	野球、ゴルフ、ランニング	高機能性と日本製を重視	デジタル技術との融合
アシックス	国内トップクラス	ランニング、コアパフォーマンススポーツ	研究開発力とグローバルな知財戦略	デジタル化とサステナビリティに注力

- **ナイキ:** 世界最大のスポーツ用品メーカーであり、圧倒的なブランド力とマーケティング力を有しています。¹¹ 近年では、デジタル技術を活用したサービスにも注力しており、独自のプラットフォームを構築しています。知的財産権の保護にも積極的で、商標権侵害訴訟などを積極的に行っています。¹²
- **アディダス:** 欧州を代表するスポーツ用品メーカーであり、高いブランド力と革新的な製品開発力を有しています。¹³ 「スリーストライプス」と呼ばれる3本線のロゴマークは、世界的に認知されており、商標権の保護にも力を入れています。¹⁴
- **ミズノ:** 国内トップクラスのスポーツ用品メーカーであり、野球、ゴルフ、ランニングなど、幅広い分野で事業を展開しています。¹⁵ ミズノは、自社で創出した知的財産の保護を徹底するとともに、第三者の知的財産を尊重することを基本的な考え方としています。¹⁵ 特許、実用新案、意匠、商標などの知的財産権を積極的に取得し、模倣品の摘発にも力を入れています。¹⁵

アシックスは、ナイキ、アディダスと比較して、ブランド認知度やマーケティング力では劣っているものの、研究開発力や技術力においては、高い競争力を有しています。⁷ また、ミズノと同様に、日本発のグローバルブランドとして、高機能性と品質の良さを強みとしています。

今後は、デジタル技術の活用や新興国市場への進出など、新たな分野における知財戦略を強化することで、競争優位性を維持していくことが重要となります。

アシックスの知財戦略に関する最近の動向

アシックスは、近年、以下の様な知財戦略に関する動向が見られます。

- **オープンイノベーション:** 温室効果ガス排出量を削減したスニーカーを開発するために、外部企業と連携するなど、オープンイノベーションを推進しています。¹⁶
- **模倣品対策の強化:** 中国市場における模倣品対策として、行政当局と連携した摘発活動や、悪意のある商標出願への対策などを強化しています。¹⁷
- **サステナビリティへの取り組み:** 環境負荷の低い製品開発や、社会貢献活動など、サステナビリティへの取り組みを強化することで、企業としての責任を果たすとともに、ブランドイメージ向上を目指しています。¹⁸

将来的な知財戦略の方向性

アシックスは、今後、以下の様な方向性で知財戦略を展開していくと予想されます。

- **デジタル化の加速:** デジタル技術を活用した製品開発やサービス提供をさらに強化し、顧客体験の向上や新たなビジネスモデルの構築を目指していきます。¹⁹ デジタル技術は、顧客との接点を増やし、パーソナライズされたサービスを提供することで、顧客ロイヤリティの向上にも貢献します。²⁰ また、デジタル化は、製品開発、マーケティング、サプライチェーンなど、あらゆる事業活動において、効率化やコスト削減を実現する可能性を秘めています。²¹
- **グローバル展開の強化:** 新興国市場を中心に、グローバル展開を強化していく中で、各国・地域における知的財産権の取得・保護を強化していく必要があります。⁵ 特に、模倣品対策は、グローバル展開における重要な課題であり、各国・地域の法制度や商習慣に合わせた対策を講じる必要があります。
- **オープンイノベーションの推進:** さらなる技術革新を促進するために、外部企業や研究機関との連携を強化し、オープンイノベーションを推進していくことが重要となります。¹⁶ スポーツ用品業界は、技術革新が激しい分野であり、外部との連携を通じて、新たな技術やアイデアを獲得することで、競争力を強化することができます。
- **サステナビリティへの貢献:** 環境負荷の低減や人権の尊重など、サステナビリティへの取り組みを強化することで、企業としての社会的責任を果たしていくことが求められます。¹ スポーツ用品業界においても、サステナビリティへの関心が高まっており、環境に配慮した製品開発や、倫理的なサプライチェーンの構築などが重要となります。

結論

アシックスは、「健全な身体に健全な精神があれかし」という創業哲学のもと、高機能なスポーツ用品を提供することで、世界中の人々の健康に貢献してきました。²² その中で、アシックスは、独自の知的財産戦略を展開し、競争優位性を築いてきました。

アシックスの知財戦略は、研究開発力、ブランド力、グローバルな視点、知財部門の専門性、

経営への貢献、人材育成といった強みを有しています。一方で、ブランド認知度の向上、模倣品対策、デジタルマーケティング戦略の強化といった課題も抱えています。

スポーツ用品業界は、技術革新やグローバル化が加速しており、競争が激化しています。アシックスは、今後、デジタル化の加速、グローバル展開の強化、オープンイノベーションの推進、サステナビリティへの貢献といった方向性で知財戦略を展開していくことで、これらの課題を克服し、持続的な成長を遂げることが期待されます。アシックスの知財戦略は、スポーツ用品業界全体に、技術革新やサステナビリティといった新たな価値を創造する方向へ影響を与えていく可能性を秘めています。

引用文献

1. アシックスとサステナビリティ | 人と地球の健やかな未来のために - GREEN NOTE (グリーンノート) | SDGs がすぐわかるニュースメディア, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://green-note.life/7325/>
2. スポーツビジネスにおける知的財産権法の “Misdirection play”, 2月 26, 2025 にアクセス、
http://www.jipa.or.jp/kaiin/kikansi/honbun/2012_09_1217.pdf
3. アシックスの知財経営 - よろず知財戦略コンサルティング, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://yorozuipsc.com/blog/6008942>
4. スポーツを支える知財, 2月 26, 2025 にアクセス、 <https://jpa-patent.info/patent/viewPdf/3148>
5. アシックス アシックスブランド - 日本弁理士会 関西会 |, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://www.kjpa.jp/aboutus/case/asics>
6. 高価格帯路線でブランド価値向上を目指す アシックスが絶好調の「スポーツスタイル」の新戦略発表, 2月 26, 2025 にアクセス、 <https://www.fashionsnap.com/article/2024-11-20/asics-sportsstyle-2024/>
7. アシックスの 3C 分析と Who/What/How の詳細整理 - 勝手にマーケティング分析 -, 2月 26, 2025 にアクセス、 <https://marketing-analytics.site/asics/>
8. アシックスの DX 改革—走り可視化する - 神戸大学経済経営研究所, 2月 26, 2025 にアクセス、 <https://www.rieb.kobe-u.ac.jp/academic/ra/dp/Japanese/dp2021-J11.pdf>
9. アシックスのデジタル戦略について - ASICS, 2月 26, 2025 にアクセス、
https://assets.asics.com/system/libraries/766/2111Investment%20Day_publish%28Japanese%29.pdf?_ga=2.86434584.1662734827.1735016805-2011102300.1730873503
10. プロダクトの価値を知的財産という視点で支える 今後はよりグローバルな舞台で活躍したい - アシックス, 2月 26, 2025 にアクセス、 <https://corp.asics.com/jp/career/interview/people26>
11. Nike に学ぶ商標の権利行使とブランド力の維持 - Open Legal Community, 2月 26, 2025 にアクセス、 <https://openlegalcommunity.com/trademark-enforcement-brand-strength-nike-case-study/>
12. Nike がスニーカーカスタマイザー The Shoe Surgeon を知的財産権侵害で提訴 - Hypebeast, 2月 26, 2025 にアクセス、 <https://hypebeast.com/jp/2024/7/nike-the-shoe-surgeon-lawsuit-info>
13. 他社商標無効化の事例から見る 著名ブランド保護の戦略, 2月 26, 2025 にアクセス、
http://www.jipa.or.jp/kaiin/kikansi/honbun/2013_11_1825.pdf
14. 「アディダス 3 本線」事件のご紹介 | 大島・西村・宮永商標特許事務所, 2月 26, 2025 にアクセス、 <http://onm-tm.jp/news/%E3%80%8C%E3%82%A2%E3%83%87%E3%82%A3%E3%83%80%E3%82%B9-%EF%BC%93%E6%9C%AC%E7%B7%9A%E3%80%8D%E4%BA%8B%E4%BB%B6/>

15. 重要課題：知的財産の保護 | ミズノ株式会社, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://corp.mizuno.com/jp/sustainability/sustainability-report/governance/intellectual-property>
16. 温室効果ガス排出量最少スニーカー「GEL-LYTE III CM 1.95」が「第6回日本オープンイノベーション大賞スポーツ庁長官賞」を受賞 - 株式会社アシックス プレスリリース - ASICS, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://corp.asics.com/jp/press/article/2024-02-15>
17. 令和2年度知的財産権制度活用優良企業等表彰, 2月 26, 2025 にアクセス、
https://www.jpo.go.jp/news/koho/tizai_koro/document/2020_tizai_kourou/06.pdf
18. アシックスのサステナビリティ, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://corp.asics.com/jp/csr/our-approach>
19. アシックスが挑む DX ランニングエコシステムを起点に、プロダクトとサービスの両軸で提供価値の向上へ - MarkeZine (マーケジン) , 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://markezine.jp/article/detail/37940>
20. DX 乗り遅れからの V 字回復、アシックスの DX 成功の舞台裏を追う - Digital Shift Times, 2月 26, 2025 にアクセス、
https://digital-shift.jp/dx_strategy/220517
21. アシックスとオムニチャンネル 新時代のマーケティング戦略を解析 | FASTMAKE, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://fastmake.jp/blogs/omni-channel-asics>
22. アシックスが目指すサステナビリティ | 心身ともに健康な生活できる社会へ - SDGs CONNECT, 2月 26, 2025 にアクセス、
<https://sdgs-connect.com/archives/57528>