

カジュアルシューズでのチャレンジ

～ ケーススタディ：アシックス® ～

アシックスのシューズというと、ランニングなどのスポーツ用品をイメージしますが、「美ジョガー」という言葉が流行するなど女性がスポーツの場で活躍する機会が増えました。こうした新たなユーザーによって、アシックスはスポーツ市場でさらなる成長を遂げていますが、それに満足することなくカジュアルシューズの市場でも多くのユーザーを開拓したいアシックスは、高級ブランド COACH と共同企画したシューズを 2014 年 4 月 1 日に販売しました。



■コラボレーションシューズ

「Onitsuka Tiger for COACH」
は、バスケットボールシューズを
デザインベースとして開発



共同企画したカジュアルシューズは、「オニツカタイガー」の商品として、同ブランドの国内外の直営店やコーチの国内の主力店などで扱います。希望小売価格は、3万2,400円～3万7,800円で、1,700足の販売を計画しました。

シューズは日本製で、上部に天然皮革を使い、職人が1足ずつ手作業で染め加工を施しました。色は、コーチの発祥の地であるニューヨークの街並みに合うことを意識し、黄土色、茶色などを使用しました。



オニツカタイガーは、アシックスのカジュアルブランドです。これまで、スポーツをする人中心の認知度だったアシックスが、高級ブランドと組むことで、幅広い層での認知向上を狙っています。