



足元の革命：シューズ業界 2030年への戦略ロードマップ

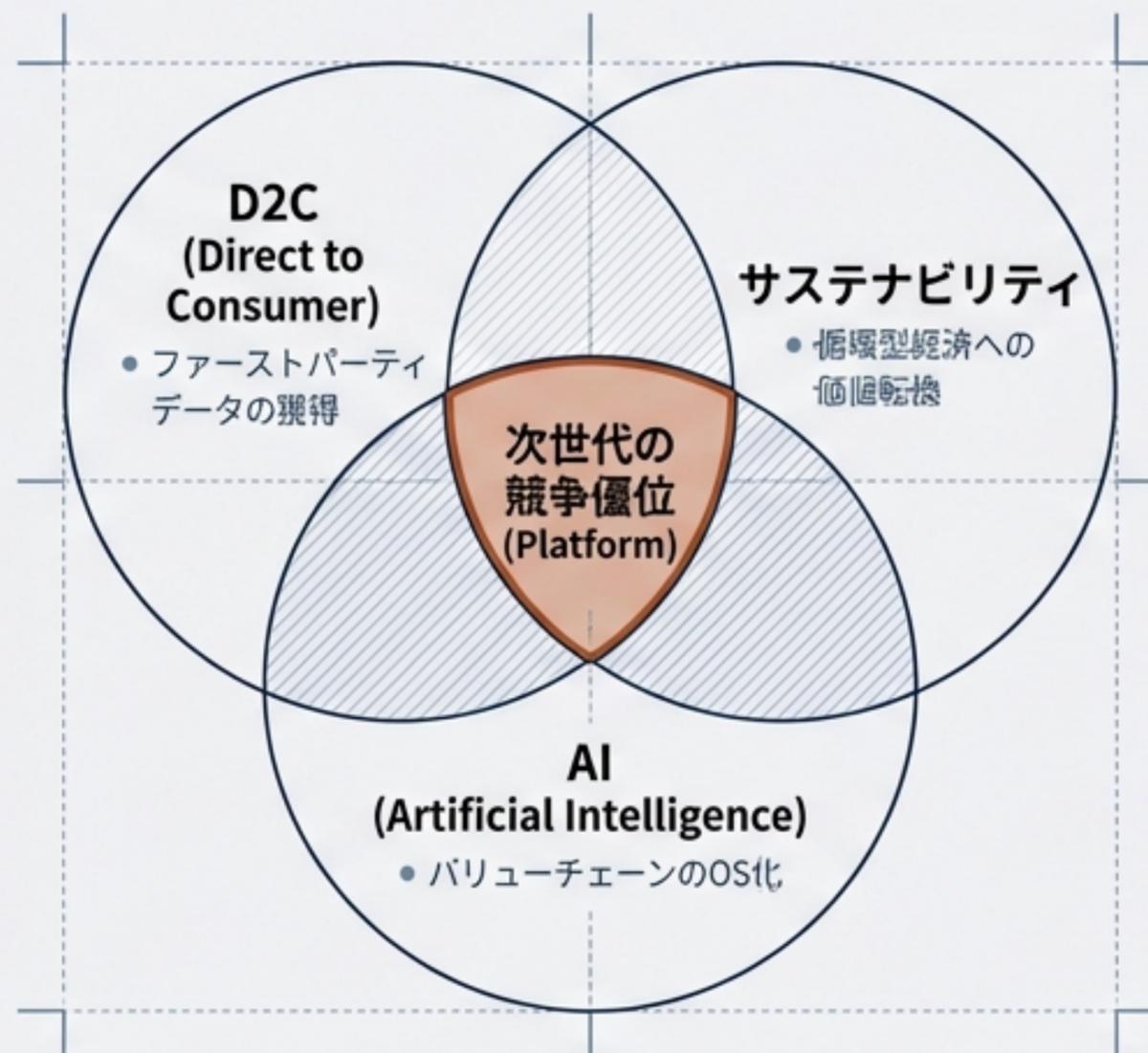
D2C、サステナビリティ、AIが駆動する次世代ビジネスモデルへの転換

Noto Serif JP Regular

CONFIDENTIAL STRATEGIC REPORT
TIMEFRAME: 2025-2030

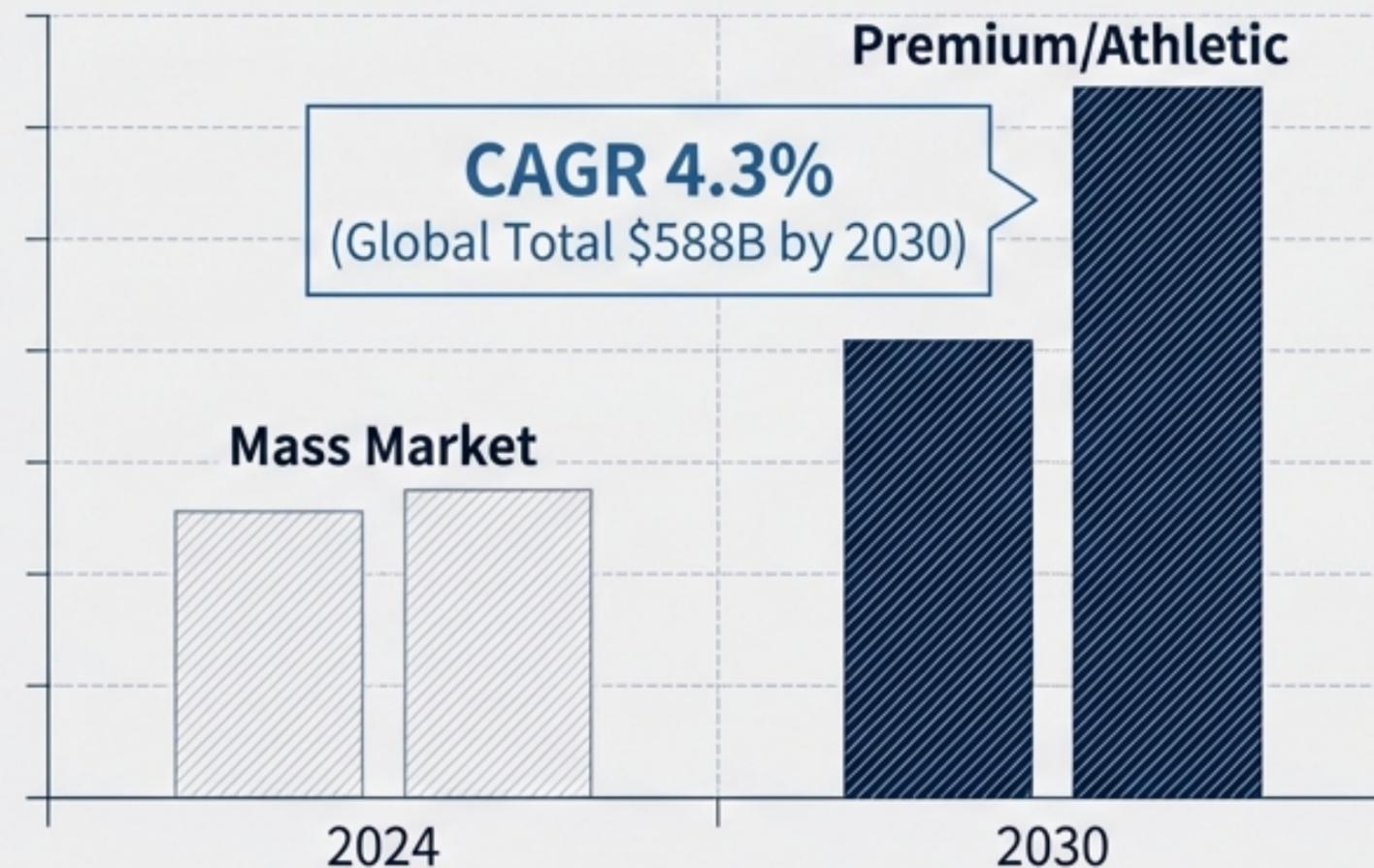
単なる「履物」の販売から「関係性」の構築へ：ビジネスモデルの不可逆的な転換

業界は地殻変動的な構造変化に直面している。伝統的な「大量生産・卸売モデル」は崩壊しつつあり、未来は「データと体験を核とする顧客との直接的な関係性ビジネス」にある。



結論：これらを統合し、顧客のライフスタイルに寄り添う「プラットフォーム」へ変革した企業のみが生き残る。

グローバル市場は拡大基調にあるが、成長の源泉は「マス」から「プレミアム・アスレチック」へ移動している



セグメント格差

ノンアスレチックより「アスレチック」が高成長。健康志向とアスレジャーの定着。

価格帯の二極化

プレミアム市場がCAGR 4.76%と高成長。機能と物語への対価。

戦略的示唆

シェア拡大のみを狙う旧来戦略は無効。高付加価値セグメントが必須。

消費者のハイブリッド化：「機能性」と「倫理的価値」を同時に求める 新たな購買行動

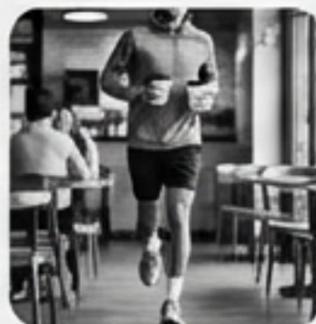
Gen Z / Ethical Native



KBF: トレンド × 価格 × 透明性

- Insight: 68%が購入前にサステナビリティ認証を確認。

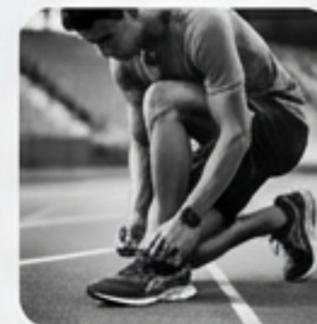
The Performance Hybrid



KBF: 快適性 × 汎用性

- Insight: 平日はデザイン、週末はランニング (On/Hoka層)。

Serious Athlete / Sneakerhead



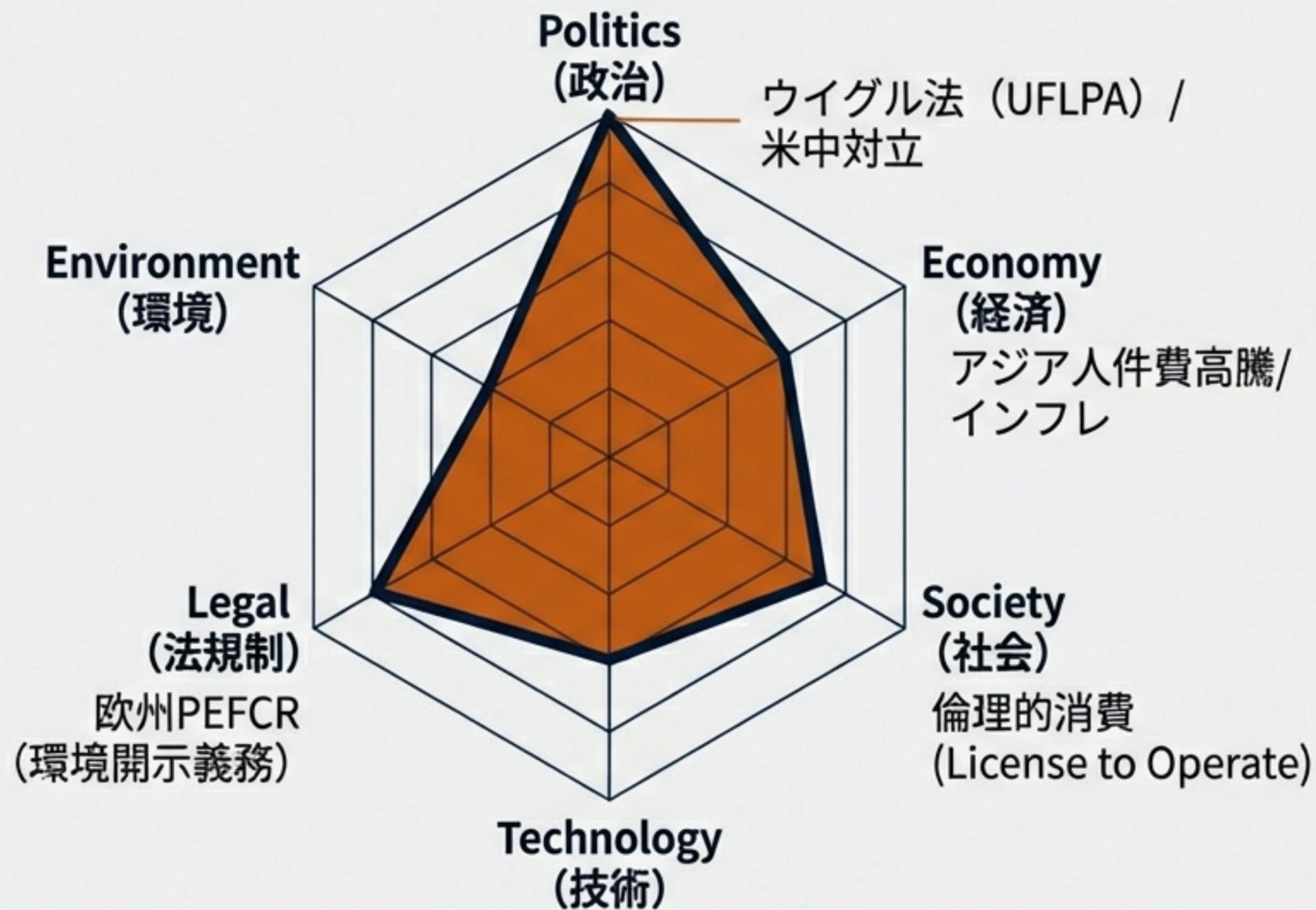
KBF: 圧倒的機能性 or 希少性

- Insight: 300億ドル規模のリセール市場を牽引。



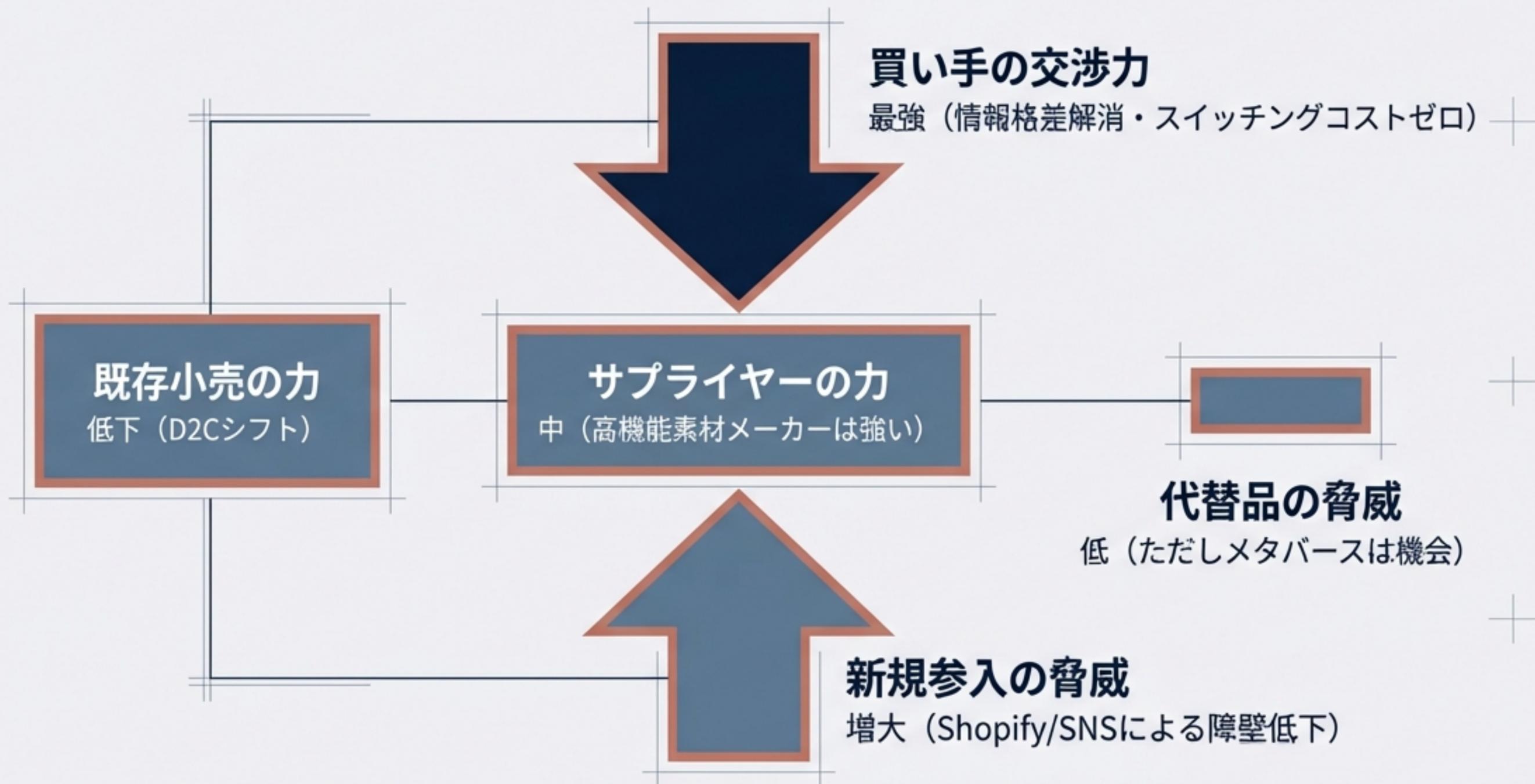
Bottom Line: 購買決定要因は「ブランド名」から「透明性・機能・デジタル体験」へシフトしている。

外部環境の圧力（PESTLE）：地政学リスクと規制強化がサプライチェーンの再考を強制している



Critical Insight:
コスト効率一辺倒の
アジア集中型モデル
は、
今や最大の経営リス
クである。

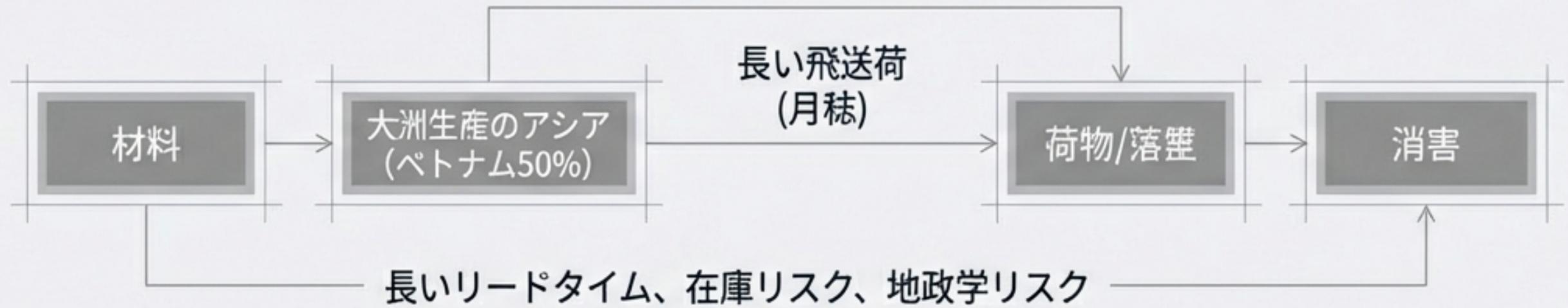
競争のルール変更 (Five Forces) : 巨大資本の優位性が薄れ、ニッチな「D2Cチャレンジャー」が台頭



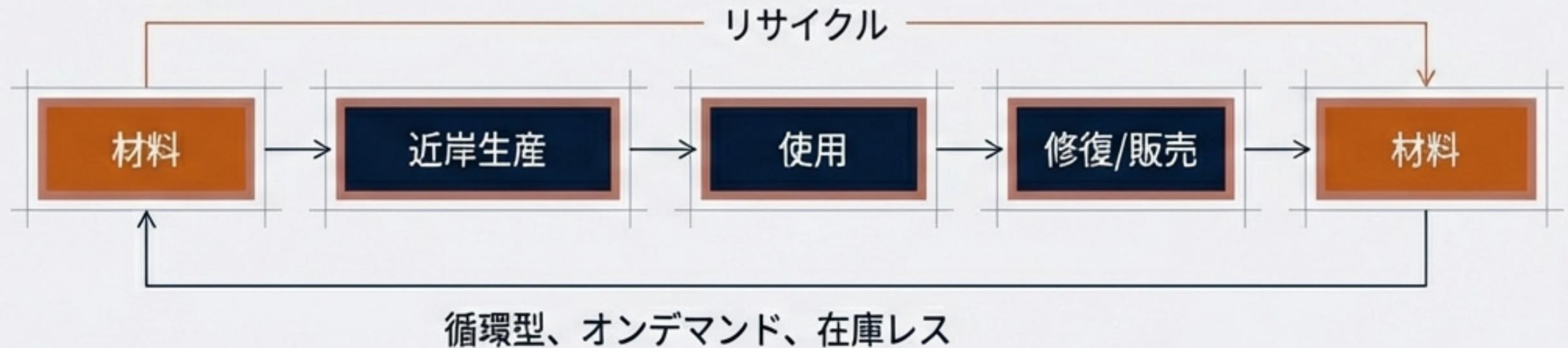
「規模の経済」から「アジリティとコミュニティ」へ。D2Cネイティブが巨人を脅かす多極化市場。

サプライチェーンの変革：直線的な「コスト効率」から、循環的な「アジリティ」へ

OLD MODEL
(Efficiency)



NEW MODEL
(Agility)



Nike生産の50%はベトナム依存。分散化が急務。

AIはツールではない。バリューチェーン全体を再定義する「OS」である

R&D:
ジェネレーティブデザイン
(構造最適化・軽量化)



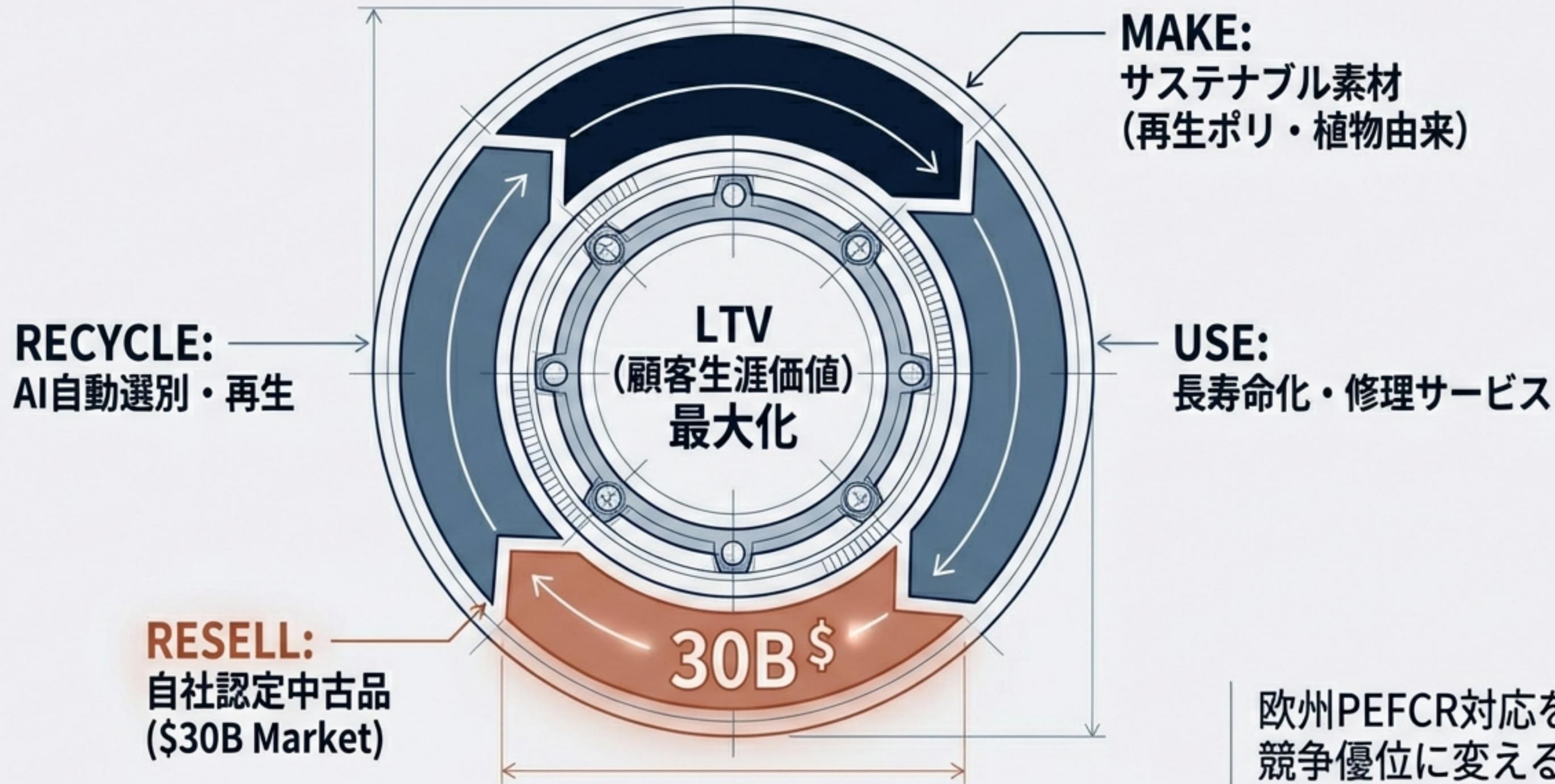
Supply: AI需要予測
(在庫・廃棄ロス削減)

CX:
ハイパーパーソナライゼーション
(個人の嗜好・サイズ適合)

Sales:
バーチャル試着 (AR)
で返品率低下

予測型 (Push) から適応型 (Pull) ビジネスへの転換装置としてのAI。

サステナビリティの事業化：「規制対応」から「循環型収益モデル」への昇華



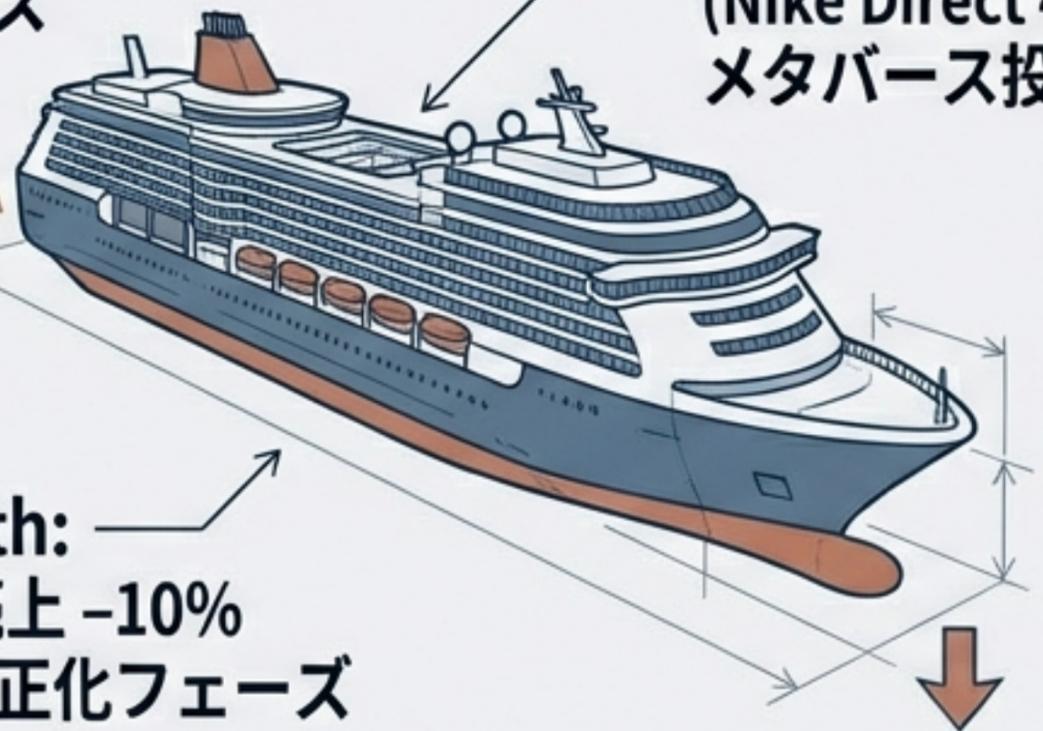
競争環境：再編を進める「巨人」と、急成長する「スペシャリスト」

The Giants (Nike, Adidas)

Status:
事業再編・在庫適正化
フェーズ

Strategy:
D2Cシフト
(Nike Direct 40%)、
メタバース投資

Growth:
Nike売上 -10%
在庫適正化フェーズ



The Challengers (On, Hoka)

Status:
驚異的な急成長

Strategy:
明確な機能性、
ニッチコミュニティ、
高いD2C比率

Growth:
On +33%
Hoka +28%



「全方位」ではなく「鋭利な強み」を持つブランドが勝っている。

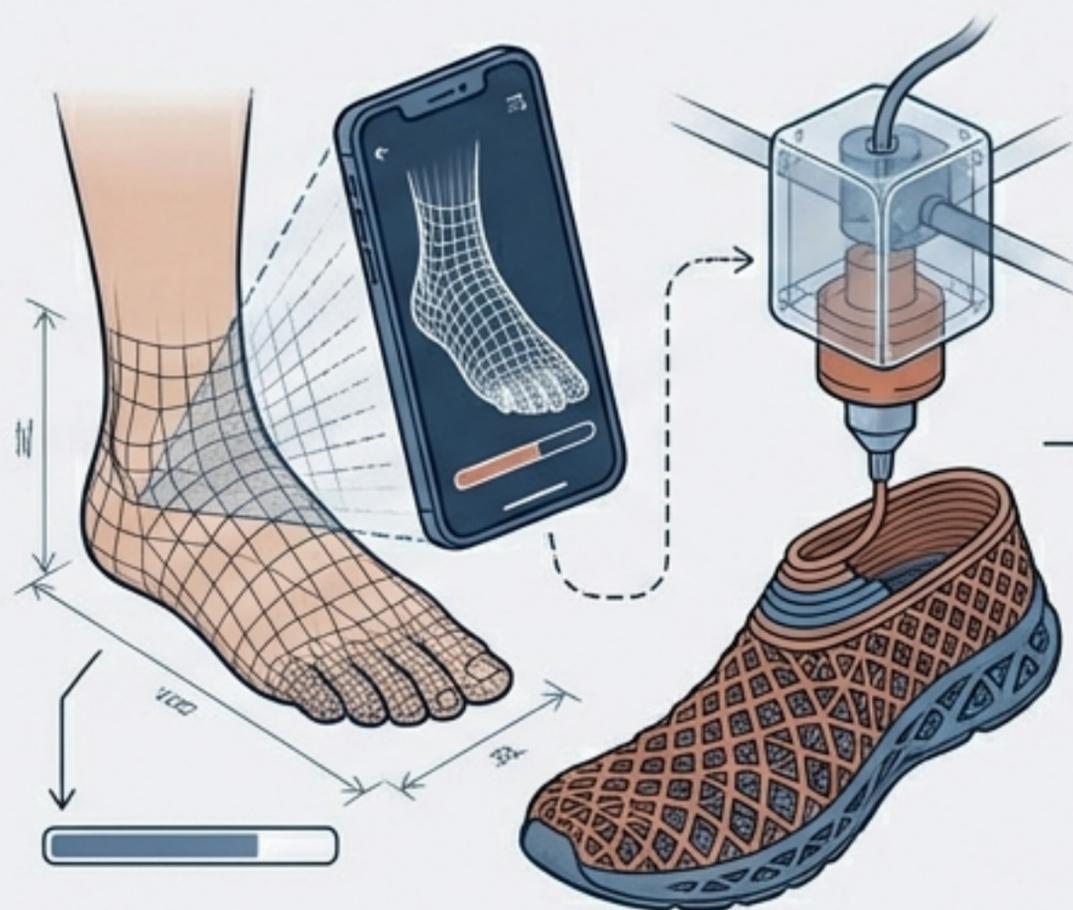
競争優位の源泉（VRIO分析）：製造規模から「データ資産」と「組織アジリティ」へ

Resources	Value (経済的価値)	Rarity (希少性)	Imitability (模倣困難性)	Organization (組織)	Implication (意味合い)
Manufacturing Scale (製造規模)	✓	✗	✗	✗	Parity (差がつかない)
Brand Loyalty (ブランド力)	✓	✓	✗	✗	Sustainable (持続可能)
D2C Customer Data (D2C顧客データ)	✓	✓	✓	✓	The New Gold Mine (勝負の分かれ目)
Agile Execution (アジャイル実行力)	✓	✓	✓	✓	Key Capability (On/Hokaの強み)

ファーストパーティデータの「保有」だけでなく、それを「実装」する組織能力が問われている。

2030年のプロダクト体験：フィジカルとデジタルの融合（Phygital）

Hyper-Personalization



完全適合オンデマンドシューズ

Smart Footwear



ウェルネス・医療デバイス化
(年率15%成長) ↑

Metaverse/NFT

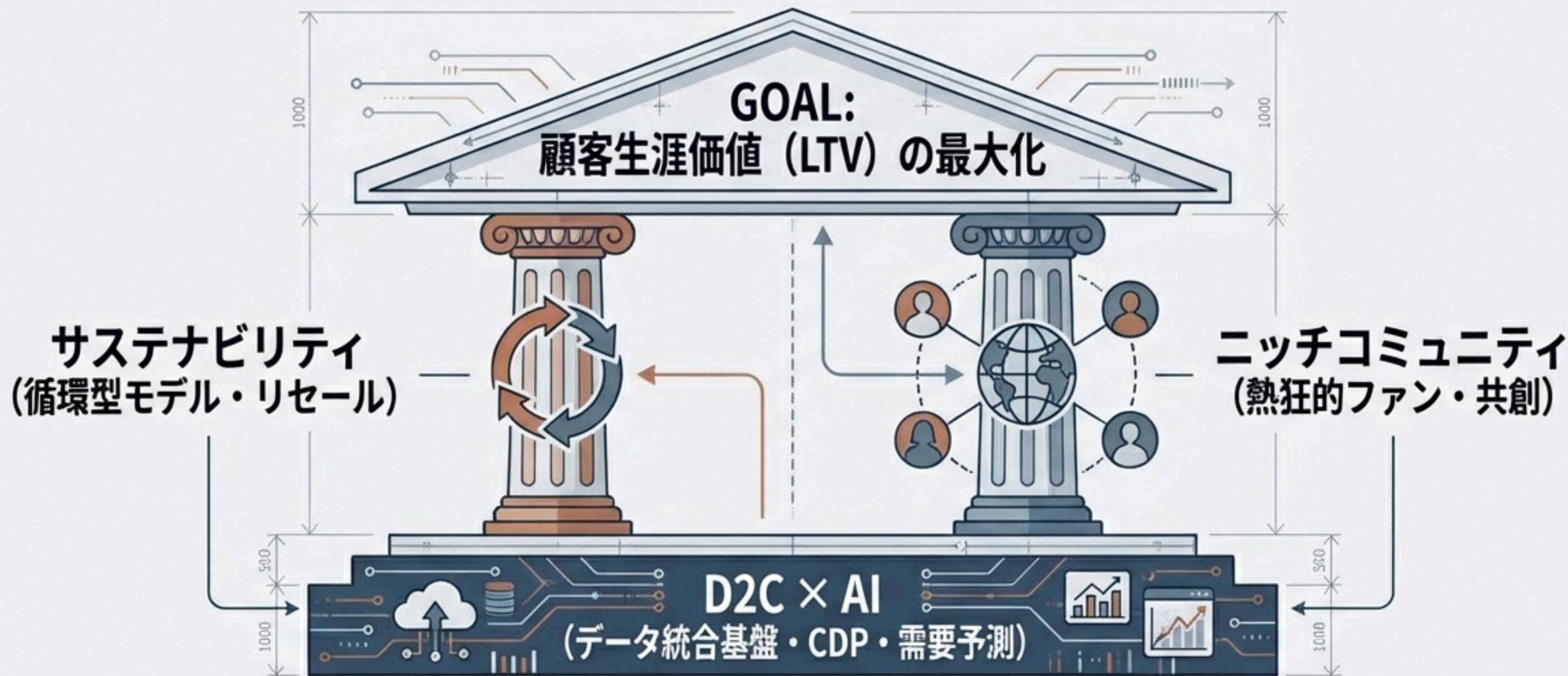


デジタル資産による
体験拡張

戦略的オプションの評価：我々が取るべき道はどこか



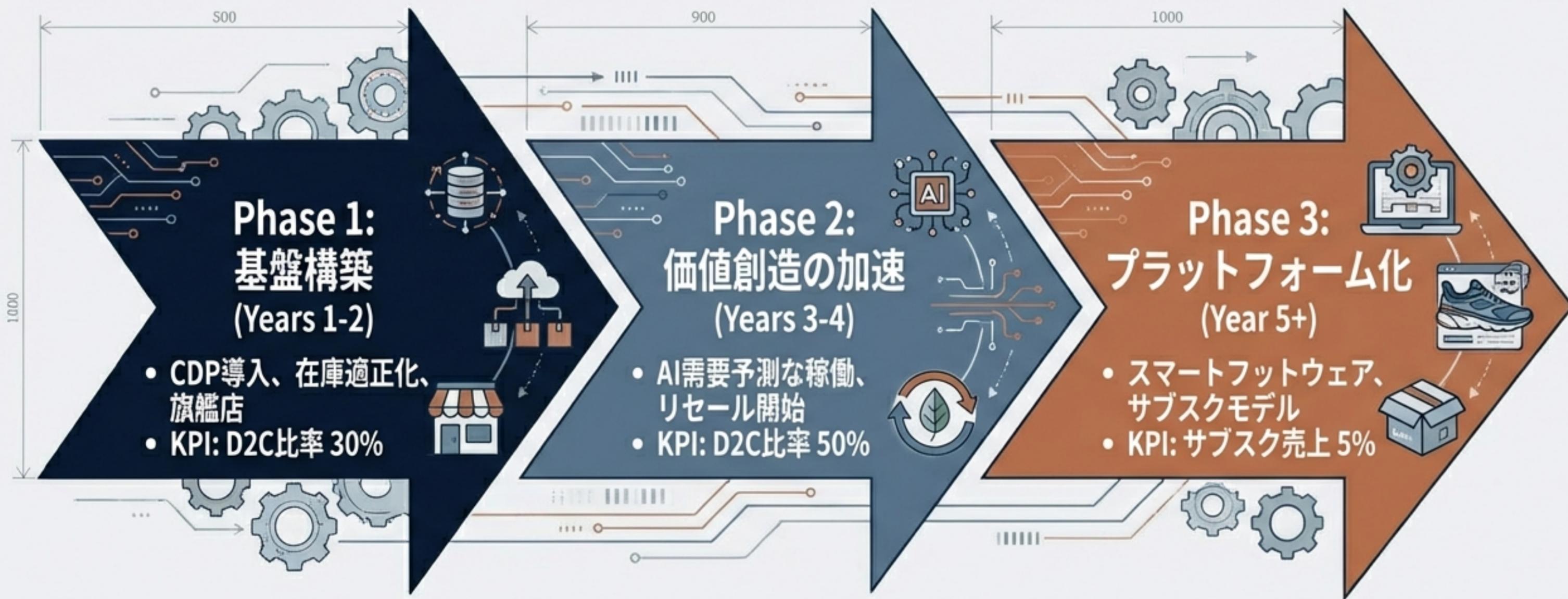
提言：「データ駆動型コミュニティ・プラットフォーム」への進化



D2Cでデータを得て、AIで最適化し、サステナビリティとコミュニティでロイヤルティを高めるフライホイール。



実行ロードマップ：2030年に向けた3段階の変革フェーズ



「靴を売る」企業から、「ウェルネスと自己表現を支えるパートナー」へ。

