

authentic

AUTHENTIC BRANDS GROUP

報道関係者各位

2026年5月20日

オーセンティック・ブランズ・グループ

**オーセンティック・ブランズ・グループ、Reebokを年間売上高50億ドルへ！
日本市場へローカライズ戦略で小売売上高200億円を目指す！**

グローバルなスポーツ、メディア、エンターテインメント、ライフスタイルプラットフォームである「オーセンティック・ブランズ・グループ (Authentic Brands Group)」(以下、「オーセンティック」) が手掛ける Reebok は、年間売上高50億ドル規模へと急成長を遂げるビジネスモデルを推進していることをお知らせいたします。グローバルにおける「ブランド信頼性の向上」と、日本市場における「独自ローカライズ戦略」を両輪とし、スポーツ業界における成長モデルの確立を進めております。



authentic

AUTHENTIC BRANDS GROUP

36 億ドルからわずか 3 年で 50 億ドルに到達したグローバル市場

Reebok は 2021 年 8 月にオーセンティック・ブランドズ・グループ（オーセンティック）によって買収され、新たな成長軌道に乗りました。

買収当時、36 億ドルだった年間売上高は、世界各国の専門家（パートナー）と連携した柔軟な強力な運営モデルへの転換により、3 年以内に 50 億ドルに到達するまで急拡大しています。本モデルでは、「柔軟性」「規模性」「高水準のパートナーシップ」を最重要視し、カテゴリーおよび市場に精通した専門家からなるグローバルネットワークを活用しながら、ブランドの方向性を的確に定める強固な社内基盤との最適なバランスを実現しております。

オーセンティックが導く、Reebok のスポーツ界への再参入戦略

グローバル戦略の核心は、単なるファッションブランドではなく「スポーツ & カルチャーブランド」としての信頼性を高めることです。2023 年 10 月、Reebok はバスケットボール部門の本格再始動に向け、元プロ選手のシャキール・オニールを同部門の社長（President）に、アレン・アイバーソンを副社長（Vice President）に任命しました。

単なるアンバサダーではなく経営陣としての起用であり、オニールが戦略策定やパートナーシップの開拓、製品の方向性、ストーリーテリング、そして若い世代の消費者との繋がり方を積極的に形作っています。スポーツを基盤としつつ、文化と深く結びついた、集中力と規律のあるブランドを構築しています。

さらに、サッカー界ではヴラホヴィッチ選手らと契約しピッチへの復帰を宣言。ゴルフ界ではブライソン・デシャンボーとの提携でイノベーションを推進し、アンバサダーにはカール・G（音楽）など、スポーツと文化の境界にいる「真正性」を持つ人物を起用しています。

authentic

AUTHENTIC BRANDS GROUP



Reebok、グローバルパートナーネットワークを確立

オーセンティックのパートナーとなった Reebok は、オーセンティックモデルを採用することで、グローバル展開に必要な柔軟性と規模を確保しつつ、各地域で最高レベルのパートナーと連携することが可能になりました。北米、ヨーロッパ、そして新たにアジアにも、確立されたグローバルパートナーネットワークを構築しています。

今後は、アンバサダー戦略を通して、スポーツ&カルチャーブランドにおける信頼性を高めることができるアスリートへの投資を継続すると同時に、ブランドの認知度と影響力を拡大してくれる文化的な影響力を持つ人々とのパートナーシップも進めていきます。

authentic

AUTHENTIC BRANDS GROUP

日本市場におけるローカライズ戦略

日本市場においては、ローカライズされた独自のアプローチを展開しています。2022年5月、伊藤忠商事とオーセンティックが日本におけるライセンス契約をし、ファッションECサイトを運営するジェイドグループとの合弁会社「RBKJ（Reebok Japan）」を設立しました。

この新体制のもと、幅広い顧客層にリーチするために、適切な場所に拠点を確立する実店舗展開と、多様化するスポーツシューズのラインナップ拡大を支えるために、主要なスポーツ小売チャネルとのパートナーシップも重視しています。

また、グローバルに展開する製品に加え、日本の消費者ニーズを的確に反映した製品コンセプトの開発を推進し、日本市場に最適化されたラインナップを提供しております。また、日本発のブランドやコンテンツとのコラボレーションを通じて、国内市場におけるブランドプロモーションを効果的に展開しております。



authentic

AUTHENTIC BRANDS GROUP

日本発カルチャーとの共創によるブランド価値向上

ブランド価値向上に向けた取り組みの一環として、日本のブランドやデザイナーとのコラボレーションを継続的に実施しています。Everyone、White Mountaineering、N.HOOLYWOOD とのシューズコラボレーションに加え、UJOH や naoki tomizuka とのアパレルコラボレーションを展開。グローバルのブランドイメージを維持しながら、日本市場における独自の価値創出を推進しています。

2025 年には、結成 25 周年を迎えた人気音楽ユニット「Perfume」の SS26 アンバサダー起用や、人気アニメ「機動戦士 Gundam GQuuuuuuX」の世界観を取り入れたモデルの予約販売を開始、スヌーピーなどで知られる漫画「ピーナッツ (PEANUTS)」とのコラボも実施しました。

Reebok の今後の展望：日本市場で「200 億円」を目指す

リーボックの日本における成長戦略は、オーセンティック・ブランズ・グループが掲げるグローバル戦略と連動し、ブランドの中核である「クラシックセグメント」と「スポーツカテゴリー」への継続的な投資を軸に展開していきます。

さらに、日本の消費者ニーズや嗜好に合わせたローカライズ施策を推進していきます。グローバルで培われたブランド価値を基盤としながら、日本独自のカルチャーや市場特性に適応した取り組みを強化していくことで、小売ベースの売上高 200 億円を達成するという明確な事業目標を設定しています。

■オーセンティック・ブランズ・グループ（オーセンティック）について

オーセンティック・ブランズ・グループ（オーセンティック）は、スポーツ、メディア、エンターテインメント、ライフスタイルを網羅するリーディング・プラットフォームです。世界で最も象徴的で愛されている知的財産を保有するオーセンティックは、ブランド買収と投資を通じて、すべてのステークホルダーにとって長期的な価値を創造します。

デジタルファーストでアセットライトなプラットフォームであるオーセンティックは、文化、商取引、テクノロジーの交差点に位置しています。力強いストーリーテリング、プレミアムコンテンツ、そして記憶に残るライブ体験を通じて、ブランドに命を吹き込み、ファンダムを育みます。150 カ国に約 2,000 社の最高クラスのライセンスパートナーと広範な流通ネットワークを擁するオーセンティックのブランドは、世界中で年間 380 億ドル以上のシステム全体の売上高を生み出しています。

authentic

AUTHENTIC BRANDS GROUP

オーセンティックの多様なポートフォリオは50を超えるブランドを網羅し、ソーシャルメディアのフォロワー数は約10億人に上ります。取扱ブランドには、Reebok、チャンピオン、シャキール・オニール、デビッド・ベッカム、ケビン・ハート、スポーツ・イラストレイテッド、エルヴィス・プレスリー、モハメド・アリ、マリリン・モンロー、ゲス、ノーティカ、エディー・バウアー、ラッキーブランド、ナイン・ウエスト、ブルックス・ブラザーズ、ジュシークチュール、ヴィンス・カムート、アイゾッド、ヴァン・ヒューゼン、ドッカーズ、テッド・ベイカー、ハート・シャフナー・マルクス、ヴィンス、バーニーズ・ニューヨーク、ジュディス・リーバー、クイックシルバー、スパイダー、ピラボン、ボルコム、ロキシー、RVCA、DC シューズ、プリンス、スペリー、ハンターなどが含まれます。

■会社概要

会社名 : オーセンティック・ブランドズ・グループ

代表者 : ジェイミー・ソルター (創業者/会長兼 CEO)

ホームページ : <https://corporate.authentic.com/>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/weareauthentic/posts/?feedView=all>

Instagram : <https://www.instagram.com/authentic/>
