



ホカ オネオネ

**HOKA ONE ONE が「“Time to” キャンペーン」をスタート！**

様々な人々のストーリーを描いたショートムービーを通じて、  
地球を駆け巡る喜びを伝えます。



(2019年12月26日) - TOKYO, Japan, 独自のテクノロジーによって極上の履き心地を実現する HOKA ONE ONE® ホカ オネオネ™ (a division of Deckers Brands/NYSE:DECK) は、世界で最も革新的なプレミアムランニングシューズブランドです。

このたび、ホカ オネオネは、2020年のブランドキャンペーンとして「“Time to” キャンペーン」をスタートいたします。キャンペーンでは、様々な人々のスポーツやアウトドアを通じた活動や信念などのストーリーをショートムービーにして、地球を駆け巡る喜びを伝えていきます。ショートムービーは12月27日より順次公開します。

第1弾のテーマは「“Time to Reimagine” (新たな想像をする時)」。10年前、ホカ オネオネはランニングシューズの新たな可能性を想像して、様々なユーザーの問題を解決するという発想のもと、独自の機能性とデザインを融合したシューズを開発してきました。

そして今、ホカ オネオネは、新たに何が出来るのかを想像しています。それは、製品の可能性だけでなく、人々にとっての可能性です。キャンペーンの第一弾では、5つのストーリーを通じて、それを伝えていきます。キャンペーンの詳細は次ページをご覧ください。

### About HOKA ONE ONE®

HOKA ONE ONE® (ホカ オネオネ™) は、スポーツを楽しむすべての人に向けた上質なパフォーマンスフットウェア製品を手掛けています。アウトドアフィールドで生まれたホカ オネオネ™ のシューズは誕生当初、特徴的な分厚いミッドソールでその名が知られました。現在は、ランニングを主としてウォーキング、フィットネス、アウトドアにおける様々なユーザーの問題を解決するという発想のもと、独自の機能性とデザインを融合したシューズを開発しています。

ホカ オネオネは、大胆で、時には想像を超えるような手段で、本格的なランナーからフィットネス愛好家まで、スポーツを楽しむ様々な人々に地球を駆け巡る喜びを伝えていきます。

詳しくは [www.hokaoneone.jp](http://www.hokaoneone.jp)、もしくは [#hokaoneone](https://twitter.com/hokaoneone) [#timetofly](https://twitter.com/hokaoneone) をご覧ください。

## 「“Time to” キャンペーン」概要

「“Time to” キャンペーン」は、HOKA ONE ONE(ホカ オネオネ)が2020年に展開するブランドキャンペーンです。キャンペーンでは、様々な人々のスポーツやアウトドアを通じた活動や信念などのストーリーをショートムービーで表現し、順次公開していきます。

「“Time to” キャンペーン」特設サイト <https://www.hokaoneone.jp/time-to-fly/>

## キャンペーン第一弾ショートムービー “Time to Reimagine”

12月27日から公開するキャンペーンの第一弾では、「“Time to Reimagine” (新たな想像をする時)」をテーマに、5篇のショートムービーを公開します。

### 《 Time to Change the Game / 未知の世界に挑む時 》

100マイルのトレイルランニングは、ほとんどのアスリートにとって未知の世界です。ジム・ウォームズレーは、ウルトラトレイルランニングで最速を目指すことによって人間のパフォーマンスの限界の常識を書き換えています。「私が陸上競技で培った経験を踏まえて、ウルトラトレイルという全く未知の世界に挑戦しました。そして、この競技における新たな可能性を追い求め、今までは不可能だと思われていたスピードでゴールすることを実現しました。自分の可能性を信じて、常に新たな目標や夢を掲げて、それを実現するためのトレーニングに励み続けます。」



### 《 Time to Reconnect / ふたたび繋がる時 》

「この土地に生まれ、ここで生きてきた人々は常に大地と繋がっています。大地は私たちが何者であるかを教えてくれて、私たちはいつも大地と繋がっています。」ジェイリン・イエネバ・ガフは、ネイティブ・ウィメンズ・ワイルダーネスの創設者兼エグゼクティブディレクターであり、その使命は、女性や少女たちを野外に連れて行き、ネイティブアメリカンである祖先の人々について正しい知識を伝えることです。



### 《 Time to Hear Me Roar / 心の叫びを聞く時 》

2018年にソフィー・パワーは、出場を夢見ていたアルプスの106マイルレースに生後3か月の赤ちゃんに授乳をしながら完走しました。「以前はこう思っていたの。女性は母親になったら、自分らしくあること、夢を追うことを諦めなくてはならないと。だけど、思い直したの。母親になっても、夢を追いかけることは出来る。前よりも大きな夢を見ることもできるし、子供たちをバギーに乗せて、夢を追い続けたって良いじゃないかと。」



### 《 Time to Represent / 表現する時 》

ブラック・ガールズ・トレッキングの創業者であるティファニーとミシェルは、アウトドア活動は誰でもが楽しめるものだというメッセージを広めています。「アウトドア活動によって固定概念を打ち破るの。多くの仲間たちとのきずなも深められる。日々、たくさんの問題に直面するけど、それに比べたら山を登ることは大変なことではない。」



### 《 Time to Break Barriers / 壁を打ち破る時 》

「国籍は私を定義するものじゃない。性別も服装も関係ない。私はひとりの人間。」私がトライアスロンでイラン代表になることを決意した時、みんなが私には「無理だ」と言ったの。私にとっては個人的な挑戦のつもりだった。同じように息をして、リズムを感じて、汗をかき、涙を流し、笑いあって、人間としての共通点を見つけたら、様々な人々と繋がることができるのではないかと。私は自分にとって何が大切なのかを見つけました。それはスポーツであり、他の人々と同じようにそれを追い求めています。」



#### 【About Deckers Brands】

Deckers Brandsは、イノベティブなフットウェア、アパレル、ファッション小物のデザイン、販売、卸売を行うグローバルリーダーとして、カジュアルなライフスタイルで日常的に使うアイテムと、ハイパフォーマンスな活動にふさわしい製品の両方を手掛けています。

ブランドポートフォリオには、UGG®、Koolaburra®、HOKA ONE ONE®、Teva®、Sanuk® があります。

Deckers Brandsの製品は、50を超える国と地域において、特定のデパートおよび専門店、当社が所有・運営する小売店、当社所有のウェブサイトを含む特定のオンラインストアで販売されています。Deckers Brandsは、フットウェアのニッチブランドを世界中から何百万人もの愛用者を引きつける市場屈指のライフスタイルへと成長させる、40年にわたる実績を持っています。

詳しくは [www.deckers.com](http://www.deckers.com) をご覧ください。

###