

DESCENTE



株主の皆様へ

## 第61期 株主通信

2017年4月1日～2018年3月31日

株式会社デサント

証券コード：8114

<http://www.descente.co.jp/>



## Profile

デサントグループは、『デサント』をはじめ15のブランドを展開し、高品質と高機能を追求したスポーツ用品を企画・製造・販売しています。一般の方からトップアスリートまで、世界中の人々にスポーツを楽しんでいただけるよう、各ブランドで独自のマーケティングを実施し、ブランド価値のさらなる向上に挑戦中です。

### 企業理念

すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを

スポーツ本来の「体を動かす楽しさ」、「競い合う楽しさ」を提供することで一人一人のいきいきとしたライフスタイルの創造に貢献します。

### 企業スローガン

## Design for Sports

### コーポレートシンボルマークの由来



DESCENTEとは、フランス語で「滑降」の意味。スピリットマークは、スキーの基本技術である直滑降、斜滑降、横滑りを表現しています。つねに最もすぐれたものに目を向け、時代の要求を先取りし、積極的に製品化していく果敢なデサントスピリットのシンボルです。

## 国内外ともに分社化の効果を感じら 引き続きグループ一体となって企業



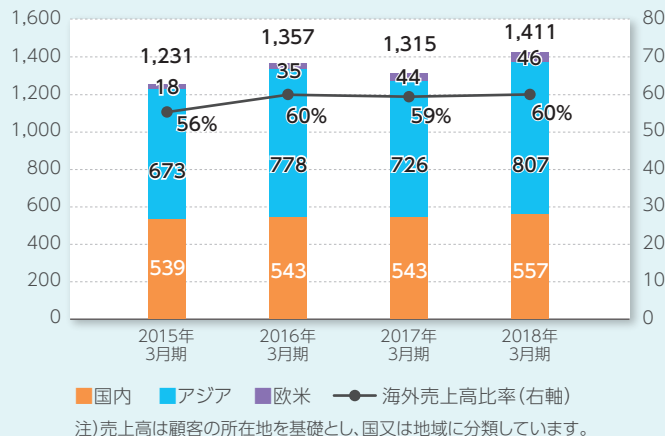
株式会社デサント  
代表取締役社長 石本雅敏

### 初めて、2018年3月期の業績をお聞かせください

2018年3月期の業績は、売上高141,124百万円(前年同期比7.3%増)、営業利益9,596百万円(同14.0%増)、経常利益9,698百万円(同12.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益5,771百万円(同2.1%増)の、増収増益となりました。

エリア別に見ると、国内事業においては、分社化の大きな目的のひとつである

### ◆売上高推移および海外売上高比率(単位:億円/%)



## れる好スタートを切ることができました。 価値の向上に取り組んでまいります。

収益性を着実に向上させ、国内需要をしっかりと捉えての増収という結果を出すことができました。

韓国は好調な『デサント』が牽引し、『アンプロ』は売上が倍増したことに加え、苦戦していた『ルコックスポルティフ』にも復調の兆しが見られるなど、好転の機運を感じています。

また、日本、韓国に続き第3の柱にするべく注力している中国においては、2016年に設立した現地法人が本格稼働し、『デサント』で58店、『アリーナ』で50店を新規オープンさせるなど、ビジネスを軌道にのせることができました。結果として中国で売上を日本円換算で約140億円、前年対比150%（現地通貨ベース）に増やし、重要な柱のひとつとなりつつあります。

国内外とも、分社化の効果を感じられる良いスタートを切ることができました。

### ▶ 2018年3月期の特徴的な 取り組みをお聞かせください

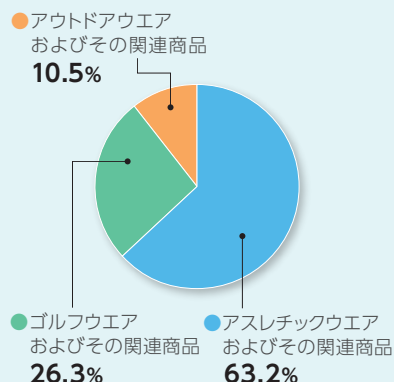
トップ選手との関わりや、技術力の評価など、当社らしさを発揮できた1年だったと思います。

まずは、世界最大規模のスポーツ用品の見本市ISPOにおいて『デサント』ブランドが7つ目となるISPOアワード金賞を受賞した点です。加えて、長年ISPOに出展している『デサント』のスキーカテゴリーにおいても、アワードを受賞を

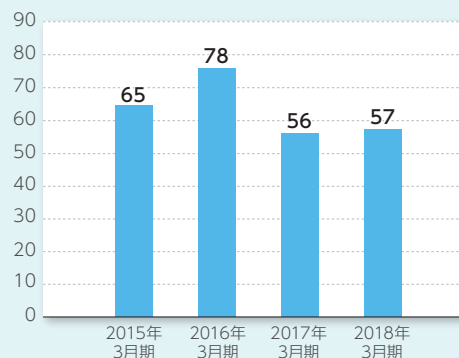
ISPO Award 2018で金賞を受賞した  
「デサント」の「フュージョンニット  
パラヘムジャケット フリック」



### ◆ 品目別売上高構成比 (単位：%) (当連結累計期間)



### ◆ 親会社株主に帰属する 当期純利益 (単位：億円)



### ◆ 通期連結業績予想

	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期 (計画)	2019年 3月期 Compass 2018
売上高(億円)	1,315	1,411	1,480	1,700
営業利益(億円)	84	95	96	—
経常利益(億円)	86	96	100	140
親会社株主に 帰属する 当期純利益(億円)	56	57	65	100
1株当たり 当期純利益(円)	75.00	76.59	86.24	—

目指してきましたが、今年はずいにスキーの2商品でも、アワードを受賞することができました。現中期経営計画で掲げている「モノを創る力の向上」という目標を着実に達成できていると感じています。

二つ目には、この冬、韓国・平昌の直営店「ピョンチャン デサントブランドステーション」において、商品の販売だけでなく様々な情報発信の場として、当社がサプライしたウィンター競技のワールドカップモデルの展示や、選手のウエアの修理や調整を受け付けるブースを設け対応したことです。これまでも大きなスポーツの国際大会において、修理対応はしているのですが、今回はあえてお客様の目に触れるところにブースを設け、様々な国からいらっしゃる一般のお客様に当社のモノ創りの姿勢や技術力を間近に感じていただけたと思います。

また、ブランドのアンバサダーとして大切な役割を担っていたくトップ選手とのサプライ契約にも、引き続き注力していきます。日本から米国に活躍の場を移した大谷翔平選手も『デサント』『スキんズ』ブランドを引き続き着用していただくことになりましたし、今後を見据え、これから活躍が期待される若手選手との契約も進めています。これら当社のブランドの商品を着用した選手の活躍により、当社の製品の素晴らしさを世界中のユーザーに伝えていきたいと思っています。



「ピョンチャン デサントブランドステーション」の内観



お客様に見える位置に設置した修理対応ブース

### 分社化して一年が経過しましたが、社内ではどのような変化がありましたか



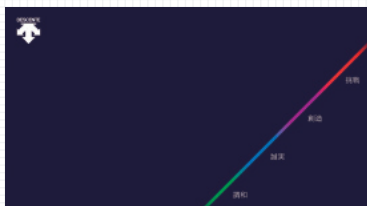
運動会には総勢約220名のグループ社員とその家族が参加



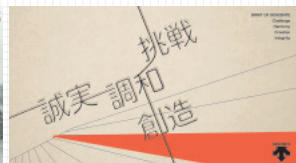
社内のプロジェクトとして企業アイデンティティの再浸透に取り組んでいます。私たちグループの「良いモノを創り、お客様に届ける」という使命はどの会社、どの部署にいても同じであるべきです。それを分社化した今だからこそ、再度社員一人ひとりが心に刻む必要があると考えています。まずは、企業理念や創業の精神の再浸透のきっかけになるよう、20年ぶりに社員参加の運動会を開催しました。チーム名を創業の精神である「創造」「挑戦」「誠実」「調和」にするなど随所に工夫を凝らし、スポーツカンパニーであることを存分に楽しみながら社員が企業アイデンティティを意識する機会となりました。

また、各ブランドのデザイナーを6つのグループに分け、創業の精神のキーワードをパソコンのデスクトップの画像にデザインする取り組み「D-TOPアワード」も開催しました。完成したデザインを数週間ごとに国内社員のパソコンのデスクトップに表示されるよう設定し、さらに投票でNo.1デザインを決めました。このようなイベン

トを通して、所属や職種の垣根を越え、全員でアイデンティティを共有することができたので、次のステップでは社員一人ひとりが企業アイデンティティを意識し、実践していける施策を計画しています。



「D-TOPアワード」デザイン画面  
すべてのデザインに創業の精神である  
「創造」「挑戦」「誠実」「調和」の  
キーワードが入っている



## ▶ 今期は中期経営計画 「Compass 2018」の最終年ですが、 2019年3月期に向けた施策をお聞かせください

「Compass 2018」は初年度の2017年3月期から韓国の市況停滞に見舞われ、最終年2019年3月期の定量目標の達成は困難と考下方修正をいたしました。一方「Compass 2018」で重点戦略に据えた定性目標は着実に取り組み、成果がでてきています。例えば「モノを創る力」の後押しとなる、アパレル、シューズの2つのR&Dセンターは2019年3月期中に本格稼働します。デサントアパレル吉野工場は移転・建て替えが完了し、水沢工場は設備の増強を終えるなど、ハード面は揃います。今後は生産能力の拡充と設計開発能力の強化に向け具体的な活動を開始していきます。

さらに『イノヴェイト』ブランドが、ノーベル物理学賞受賞対象素材である「グラフェン」を使用したシューズをマンチェスター大学と共同開発し、商品化に成功しました。ナノレベルの薄さでありながら高い強度を持ち、しなやかな素材である「グラフェン」を、高いグリップ力が求められるスポーツシューズに活用することで、アスリートの高い要望に応えることができると思います。今後「グラフェン」を利用したシューズ技術を、当社の他のブランドにも展開していくことで、シューズ開発力の向上につながると期待しています。

また「経営インフラ整備」の部分では、PLM(Product Lifecycle Management)システムを導入することで、各ブランドの仕入れから販売業務に関わる手間の大幅な効率化を進めることができるでしょう。今後ERP(基幹系情報システム)も導入する予定です。今後もグローバル企業としてさらなる成長のために様々なシステムのデジタル化に注力していきます。



2017年4月に  
建て替えが完了した  
デサントアパレル吉野工場



## ▶ 株主の皆さまへメッセージをお願いします

本誌の表紙は1978年から当社とパートナーシップを結ぶイスパルパインスキーナショナルチームです。40年という長い期間に渡り、トップチームへのサポートを続けられたことを喜ばしく感じています。同じく、当社の株主様は10年、20年、それ以上に長い期間当社の株を保有していただいている方が多く、長年のご愛顧に深く感謝しております。

今後、日本では注目の世界大会が次々に開催され、スポーツへの関心が高まっています。以前から当社のファンでいてくださっている方、新しくファンになっていただいた方、双方から愛され続けるよう、このスポーツが盛り上がる時期においても、当社らしく行動し、挑戦を続けていきたいと思っておりますので、今後とも当社への応援をお願いいたします。

## デサント 中国グループ会社トップに聞く

デサントグループにおいて売上拡大とさらなる事業展開が期待される中国の3社。それぞれのトップに2017年度の取り組みと今後の施策について聞きました。



### 寧波ルコック服飾有限公司

LE COQ SPORTIF (NINGBO) CO., LTD.

総経理 王可 Ke Wang

本社所在地：寧波市

設立：2004年2月

「ルコックスポルティフ」ブランドの商品企画、開発、製造および販売



### デサントチャイナ有限公司

DESCENTE (CHINA) CO., LTD.

総裁 梁夏準 John Yang

本社所在地：上海市

設立：2016年7月

「デサント」ブランドの商品企画、開発、製造および販売



### アリーナ上海実業有限公司

ARENA (SHANGHAI) INDUSTRIAL CO., LTD.

総経理 李华 Oriana Li

本社所在地：上海市

設立：2016年10月

「アリーナ」ブランド商品の販売



寧波ルコック服飾有限公司  
LE COQ SPORTIF (NINGBO) CO., LTD.

総経理 王可 Ke Wang



#### ● 新規店舗160店の出店を達成

2017年は、出店拡大を積極的に行いました。人口も多く、経済発展も目覚ましい中国南部を中心に約160店舗をオープンし、2017年末時点で480店舗となりました。展開店舗の拡大に伴い、商品力の強化、「上海クリテリウム」など自転車競技の大会や中国女子プロゴルフツアーの「ルコック北京女子クラシック」への協賛、さらにフランス大使館との共催音楽イベントなどを実施しました。



「上海クリテリウム」自転車競技大会

また、生産性をあげるための社内改革にも取り組み、売上在庫管理システムの導入やペーパーレス化などによる業務の効率化、スピード化を進めました。

#### ● ターゲットを絞った商品展開で売上増加を目指す

2018年は、2017年に拡大した店舗の定着、売上増加を目指します。具体的な施策のひとつとして、アパレルのコレクションを若者向けの「モダン」、高級ラインの「クラシック」、そして定番コレクションの「エッセンシャル」と3つのカテゴリーに分けました。ターゲットが明確になるので、例えば大学の近くやモール内の店舗など若者が集まりやすい店舗は「モダン」コレクションを中心に展開するなど、流通先の特性にあわせた商品構成にすることでさらなる売上につながる狙いです。また、コラボレート商品の展開や、シューズの開発体制の構築など、中国国内のニーズを捉え、新しい提案をしていくことで引き続きブランドファンの拡大を図っていきます。



「モダン」コレクション



デサントチャイナ有限公司  
DESCENTE (CHINA) CO., LTD.

総 裁 梁 夏 準 John Yang



アリーナ上海実業有限公司  
ARENA (SHANGHAI) INDUSTRIAL CO., LTD.

総 経 理 李 华 Oriana Li



## ● 機能的で高品質なスポーツウエアとして定着

2016年8月、長春に一号店をオープンして以来、着実に店舗数を増やし2017年12月までに64店舗をオープンさせました。商品の良さはもちろんのこと、出店先や店員のサービスレベルにもこだわったことで、中国でのプレミアムスポーツブランドとしての



上海の店舗

ブランドポジションを迅速に確立することができました。実際に「水沢ダウン」をはじめ、高級ラインである「オルテライン」のコレクションも売れ行きは好調です。

一方で、ブランドのファンになってくださった方のリピーター化を目的とした会員制度も開始し、2017年はスキー旅行への招待など購買額にあわせたサービスの構築に注力しました。

## ● 中国国内のニーズを捉える

展開初年度は日本や韓国からの輸入品が中心でしたが、2017年からは中国企画品も増やしています。トレーニングウエアなど現地のニーズを取り入れた方がよいアイテムは中国で企画し、「オルテライン」などグローバルで展開される高機能商品は引き続き輸入をし、それぞれの良さを生かした商品展開をしていきます。

また、中国では政府により2022年までにウィンタースポーツ参加者を3億人に増やす政策が掲げられています。急速な成長が期待される冬のスポーツ市場でもユーザーのニーズを満たすことにより、中国で最大級のスポーツウエアブランドのひとつになれると確信しています。



「デサント」スキーアイテム

## ● 急成長を遂げたオンラインビジネス

2017年度の成長要因は大きく3つあります。「Eコマースの自社運営化」、「効果的なマーケティング」そして「社内やグループ会社とのチームワーク」です。特にEコマースは急速に成長し、売上の70%を占めるほどになりました。中国の



天猫の旗艦店トップページ

2大Eコマースサイトである天猫と京東の旗艦店を自主運営化できたことが成長の大きな理由です。私たちが直接サイトを運営することで情報量を増やし、サービスレベルも向上し、お客様により満足していただけるショッピングの場を提供できるようになりました。

そしてお客様の声をもとにした商品開発やブランド価値向上につなげるマーケティングはEコマースの拡大と相乗効果を生みます。さらに、それらを効率的に進めるための部署間のコミュニケーション、より良い商品開発や販売促進策を打ち出すための上海デサントとのチームワーク、それらすべてがうまく組み合わせることが成功につながったと思います。

## ● ブランド、製品の認知度向上を目指す

2018年は、デジタルやリテールマーケティングとあわせてスポーツマーケティング活動に焦点を当てていきます。現在、中国水泳協会や浙江省チームと緊密に連携して「アリーナアカデミープログラム」を導入しています。これはトップ選手や次世代選手などにレース用水着や開発中の水着を着用してもらい、『アリーナ』の水着の機能性や着心地の良さを体感してもらうこと、そのメリットを生かして選手の自信を高めていくことを目的としています。さらに杭州での世界水泳短水路選手権など主要都市での水泳大会を主催することで、水泳カテゴリーでの確固たるブランドポジションを築いていきます。



「アリーナ」水着を着用する中国のトップ選手

TOPICS

## 新規流通として B to B 事業を開拓・拡大へ

### YMCAをはじめメルセデス・ベンツなどとの取り組みを開始

デサントジャパンでは、2017年4月よりB to B事業の開拓を進める事業涉外課を新たに設置し、新規流通の拡大に取り組んでいます。その結果、今期はYMCA、メルセデス・ベンツ日本株式会社やスバルテクニカインターナショナル株式会社などと取引を開始いたしました。

YMCAは日本国内35都道府県に約250ヶ所の拠点を設けており、プログラム総会員数は約14万人に及びます。2018年4月からはスイミングスクールや体操教室、保育園・幼稚園等をはじめとした約250施設にて、スタッフ、会員の皆様に当社が展開する『デサント』、『アリーナ』、『アンプロ』ブランドのウェアを着用いただきます。

今後も様々な業界、形態でのB to B事業の拡大に注力し、売上の拡大はもちろんのこと、多くの場面で当社製品を着用いただく機会を設けることで、企業価値のさらなる向上に努めてまいります。



体操スクールで着用される  
『デサント』ブランドのシャツ、パンツ

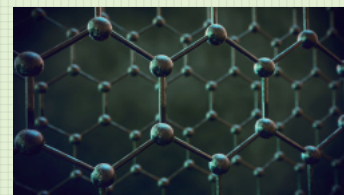
TOPICS

## 世界最薄・最高強度、ノーベル物理学賞受賞対象素材 「グラフェン」を使用したシューズを『イノヴェイト』が開発

当社の子会社であるINOVEIGHT LTD.は、マンチェスター大学との共同開発により、ノーベル物理学賞受賞の対象となった世界最薄・最高強度といわれている素材「グラフェン」※を使用した画期的なシューズを2018年7月より発売いたします。

「グラフェン」は地球上で最も薄い素材でありながら、鉄の200倍の強度を持つといわれており、しかも非常にしなやかで損傷することなく折り曲げたりひねったりすることが可能な素材です。その「グラフェン」をゴムに練り込むことで、グリップ力を高めると、摩耗が早くなるというゴムの弱点を克服し、従来品に比べより強く、より伸縮性に富み、より耐久性が高いアウトソールの開発に至りました。

※2004年にマンチェスター大学が初めてグラファイトから分離に成功した世界初の二次元素材です。2010年には研究チームが「二次元物質グラフェンに関する革新的実験」という内容で、ノーベル物理学賞を受賞しています。



「グラフェン」の構造模式図



ノーベル賞受賞対象素材「グラフェン」を使用したシューズを発売



## TOPICS

## 日本自転車競技連盟とオフィシャルサプライヤー契約 2017シーズンのウェアは“太陽”をイメージしたデザイン

『デサント』ブランドは、公益財団法人日本自転車競技連盟と2017年4月1日より4年間に渡るオフィシャルサプライヤー契約を新たに締結いたしました。2017年シーズンのレースウェアのデザインは、白地のウェアの腹部および背部に自転車の車輪の曲線を、腹部から胸部にかけては自転車の変速ギアをモチーフとした赤色のラインを配置した“太陽”のイメージで、自転車競技が持つ力強さや、目標に向かって全力で前進する選手の情熱を表現しています。トップ選手へのサプライで商品開発力を強化するとともに、国際大会での着用によるグローバルでのブランド認知拡大を目指します。



トラック競技のレースウェア

## TOPICS

## 『デサント』ブランドで「JALホノルルマラソン2017」に協賛

『デサント』ブランドは、ランニング事業強化の一環として、2017年から「JALホノルルマラソン」に協賛しています。同大会のバナー・横断幕へのロゴ掲出、マラソンエキスポ会場ブースにおけるホノルルマラソン限定デザインアイテムの販売や完走者に渡すフィニッシャーTシャツの配布などを行いました。ホノルルマラソンは、2017年で45回目の開催を迎えた歴史のあるロードレースです。また上級者からコースの景観を楽しむ人まで様々なペースのランナーが参加するのも特徴で、今回は26,000名を超えるエントリーがありました。近年では参加者のおよそ4割を日本人が占めることから、大会協賛を通じて海外のランナーだけでなく、日本のランナーに向けても効果的にブランドをPRしていきます。



大会ロゴとフィニッシャーTシャツ

## TOPICS

## 女子プロ5名とアドバイザリー契約締結

デサントジャパンは、『マンシングウェア』および『ルコックスポルティフ』ブランドにおいて、今シーズンよりプロとしての活動を開始する新人女子プロゴルファーと新たに契約を締結いたしました。既にプロツアーでも活躍している新垣比菜選手を筆頭に、三浦桃香選手、小祝さくら選手、田村亜矢選手、植竹希望選手の5名です。いずれも数々のジュニア大会やアマチュア大会で実績を残し、今後のプロツアーでも活躍が大いに期待できる若手選手です。私たちは、ゴルフウェアのサプライ等を通じて選手をサポートするとともに、プロを起用した店頭プロモーションや、ユーザーイベント等の宣伝活動を行い、ブランドの一層の認知度向上と事業の拡大を図ってまいります。

契約発表会の様子  
左から田村選手、小祝選手、新垣選手、三浦選手

様々な商品やサービスを提供することで、  
お客様にスポーツの楽しさを感じていただくことが  
デサントグループの事業活動の目的です。

私達の考えるCSRとは、変化する  
社会の要求に対して、事業を通じて  
果たすべき役割の事です。



製品の仕上げから梱包作業までを  
第三者機関が監査(ベトナムの縫製工場)

1

デサントグループは、企業理念に基づき、スポーツを通じて人々の身体と心を豊かにし、健全なライフスタイルの創造に貢献します。

2

デサントグループは、経済・社会および環境との関わりの中で求められる期待に、事業活動を通じて応えることによって、社会とともに持続的な相乗発展を目指します。

3

デサントグループは、「デサント倫理綱領」に基づき、国内外において人権を尊重し、関連法令および国際ルールを順守しつつ、高い倫理観と向上心を持って行動します。



健康経営優良法人～ホワイト500～  
2年連続で認定

人権の尊重

Respect for  
Human Rights

誠実な  
企業活動

Doing Business  
in Good Faith

従業員との  
かかわり

Our Relationship  
with  
Our Employees

環境との  
調和

One with the  
Environment

公正な  
事業慣行

Fair Business  
Practices

## CSR 活動概要

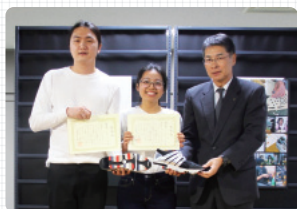
Overview of  
Activities

## 地域社会との かかわり

Our Relationship  
with  
the Community



すこやかキッズスポーツ塾 2017



産学協同プロジェクトの実施

## お客様との かかわり

Our Relationship  
with  
Our Customers



高校生に強豪チームと対戦する機会を提供する『アンブロ』主催の「GACHI-TR(ガチトレ)キャンプ」

## デサントコリア「SAVE THE PENGUIN」キャンペーン

「SAVE THE PENGUIN」は、気候変動によって破壊されていくペンギンの生息地を守るために、デサントコリアが2009年から展開するキャンペーンです。ペンギンがシンボルマークである「マンシングウェア」のブランドキャンペーンとしてスタートし、2013年には企業としてのキャンペーンに拡大しました。2017年のキャンペーンでは、「ディズニー・ピクサー」の映画「トイ・ストーリー」とタイアップし、5種類のキャンペーンTシャツを期間限定販売した収益を、南極でのペンギン生態学調査をはじめとした環境保護活動に寄付しました。



また韓国最大のポータルサイト「NAVER」が実施する寄付制度「NAVER Happy Bean」にも参加するなど、キャラクターの起用やSNSなど若者に親和性のあるサービスの利用で、多くの人々が環境保護を身近なものと感じてもらえるように努めています。今後も、「地球の環境を守ること」をスポーツ用品メーカーの社会的責任のひとつと捉え、世界中の人々がスポーツを楽しむことができる日常や環境が守られるよう、活動を続けてまいります。

## 国内デサントグループ運動会を約20年ぶりに開催

国内グループ会社の一体感を積極的に高めるため、世代や部署を越えたコミュニケーションの機会として、およそ20年ぶりに運動会を東京で開催しました。開催地に近い東京勤務の社員を中心に、大阪、札幌、仙台、名古屋、広島、福岡から、総勢約220名のグループ社員とその家族が参加しました。

2017年4月に株式会社デサントとデサントジャパン株式会社の2社に分社しましたが、社員はその所属に関係なく「創造」「挑戦」「誠実」「調和」の4チームに分かれて順位を競いました。チーム名は当グループが「創業の精神」として掲げている4つの言葉から名付けました。

大会の企画・運営も社員が行い、当社が展開するブランドのウエアを用いたコーディネートルレーなどのオリジナル競技の実施や、アドバイザー契約を結ぶトップ選手もゲスト参加するなど当グループらしい運動会を作り上げました。



今回のような活動の実施を通し、企業理念である「すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを」を社員が身をもって体現することや、社員同士のコミュニケーションを促進することでデサントグループの連携を円滑にし、グループ一体となって事業に取り組んでまいります。

# 15 Brands

コーポレートブランドである『デサント』をはじめ、野球、サッカー、水泳、ゴルフなど様々な競技に根ざした15のブランドを展開し、トップアスリートからスポーツを楽しむ人々まで、幅広いスポーツシーンをサポートしています。



デサント

トップアスリートとの共同開発に基づいて、常に斬新な発想で今までにない「モノ創り」を目指し、機能美を追求した高性能、高品質、デザイン性に優れたスポーツウエアを世界に提案します。

展開エリア 日本、アジア、欧州、米州

取扱ジャンル 野球、バレー、陸上競技、トレーニング、ランニング、ゴルフ、スキー



ルコックスポルティフ

1882年、フランス生まれのスポーツブランド。エスプリの効いたファッション性と、スポーツを楽しむための快適な機能性にこだわっています。

展開エリア 日本、アジア

取扱ジャンル サイクリング、テニス、トレーニング、ゴルフ、ライフスタイル



アリーナ

スイミングをコアとした、フランス生まれのスポーツブランドです。ウォータースポーツを愛する全ての人々をサポートします。

展開エリア 日本、アジア

取扱ジャンル スイム、フィットネス



Munsingwear

マンシングウェア

世界初のニットのゴルフウエアとしてアメリカで登場したペンギンマークをシンボルとしたブランド。ゴルフを愛し、洗練されたライフスタイルを求める大人の為のゴルフウエアを提案します。

展開エリア 日本、アジア

取扱ジャンル ゴルフ



アンブロ

1924年にイングランドで誕生し、高品質・高性能な商品で世界中の強豪チーム・選手をサポートするフットボールブランドです。

展開エリア 日本、韓国

取扱ジャンル フットボール、フットサル



イノヴェイト

2003年にイギリスで誕生。トレイルランニングをオリジンとし、ロード、オフロード、パフォーマンストレーニングなど様々なシーンであらゆる地形に対応できるグリップ性を持ったシューズを提案します。

展開エリア 日本、アジア、欧州、米州

取扱ジャンル トレイルランニング、ロードランニング、パフォーマンストレーニング



シセイスト

スポーツウエアの開発で培われた技術を活かし、日常生活から美と健康を応援するブランドです。

展開エリア 日本

取扱ジャンル ヨガウエア



スキンス

スキンス独自の動的段階的着圧を特徴とし、パフォーマンスとリカバリーの機能が選べるコンプレッションウエアのブランドです。

展開エリア 日本、アジア

取扱ジャンル コンプレッションウエア



マーモット

トップクライマーから絶対的な信頼を得る、高性能で高感度な、アメリカ生まれの本格的アウトドアブランドです。

展開エリア 日本

取扱ジャンル アウトドア



ランバン スポール

パリ発のファッション性とスポーティーさを兼ね備え、プレイゴルフを核として、タウンやトラベルシーンなどでもエレガントなスポーツライフを提案するゴルフブランドです。

展開エリア 日本

取扱ジャンル ゴルフ



カッターアンドバック

挑戦し続けるシリアスゴルファーに向けた、機能性・快適性を併せ持つ、アメリカンスタイルのゴルフブランドです。

展開エリア 日本

取扱ジャンル ゴルフ



バボラ

1875年にフランスで生まれた、あらゆるテニスプレーヤーをサポートする高品質・高性能・高感性の本格的テニスブランドです。

展開エリア 日本

取扱ジャンル テニス、バドミントン



スリクソン

卓越した独自技術を全てのゴルファーに惜しみなく捧げ、パフォーマンスを最大化するブランドです。

展開エリア 日本

取扱ジャンル ゴルフ



アヴィア

高い機能性とデザイン性を提供するスポーツシューズブランドで、1979年にアメリカで誕生しました。

展開エリア 日本

取扱ジャンル フィットネス



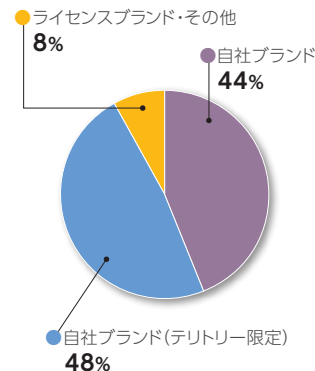
ライカ

女性専用のパフォーマンスフットウェアブランドで、1988年のアメリカ生まれです。

展開エリア 日本

取扱ジャンル ダンスエクササイズ、スタジオ

## 【ブランド種類別売上高構成比】



## 自社ブランド

『デサント』をはじめとする、オリジナルブランドです。

- デサント
- イノヴェイト
- シセイスト

## 自社ブランド(テリトリー限定)

デサントが展開テリトリー限定で商標権を有するブランドです。

- アリーナ
- ルコックスポルティフ
- マンシングウェア
- アンプロ
- スキンズ

## ライセンスブランド

デサントがライセンス契約にもとづき展開しているブランドです。

- マーモット
- ランバン スポール
- カッターアンドバック
- バボラ
- スリクソン
- アヴィア
- ライカ

## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (2017年3月31日)	当連結会計年度 (2018年3月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産	73,395	<b>80,463</b>
固定資産	33,580	<b>37,365</b>
有形固定資産	17,732	<b>22,156</b>
無形固定資産	6,624	<b>5,078</b>
投資その他の資産	9,223	<b>10,130</b>
<b>資産合計</b>	<b>106,976</b>	<b>117,828</b>
<b>負債の部</b>		
流動負債	26,975	<b>29,118</b>
固定負債	9,057	<b>9,834</b>
<b>負債合計</b>	<b>36,032</b>	<b>38,953</b>
<b>純資産の部</b>		
株式資本	69,706	<b>73,832</b>
資本金	3,846	<b>3,846</b>
資本剰余金	25,184	<b>25,223</b>
利益剰余金	41,348	<b>45,421</b>
自己株式	△672	<b>△658</b>
その他の包括利益累計額	1,237	<b>5,042</b>
その他有価証券評価差額金	895	<b>822</b>
繰延ヘッジ損益	△26	<b>13</b>
為替換算調整勘定	602	<b>4,301</b>
退職給付に係る調整累計額	△232	<b>△95</b>
<b>純資産合計</b>	<b>70,944</b>	<b>78,875</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>106,976</b>	<b>117,828</b>

## 連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (自2016年4月1日 至2017年3月31日)	当連結会計年度 (自2017年4月1日 至2018年3月31日)
売上高	131,543	<b>141,124</b>
売上原価	58,316	<b>62,803</b>
売上総利益	73,226	<b>78,321</b>
返品調整引当金戻入額	204	<b>100</b>
返品調整引当金繰入額	—	<b>—</b>
差引売上総利益	73,431	<b>78,421</b>
販売費及び一般管理費	65,013	<b>68,825</b>
営業利益	8,418	<b>9,596</b>
営業外収益	549	<b>542</b>
営業外費用	335	<b>439</b>
経常利益	8,631	<b>9,698</b>
特別利益	—	<b>566</b>
特別損失	98	<b>1,659</b>
税金等調整前当期純利益	8,533	<b>8,606</b>
法人税、住民税及び事業税	2,500	<b>2,469</b>
法人税等調整額	382	<b>364</b>
当期純利益	5,650	<b>5,771</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>5,650</b>	<b>5,771</b>

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (自2016年4月1日 至2017年3月31日)	当連結会計年度 (自2017年4月1日 至2018年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,520	<b>12,523</b>
投資活動によるキャッシュ・フロー	△6,165	<b>△6,361</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,643	<b>△1,560</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	△933	<b>1,032</b>
現金及び現金同等物の増減額	△3,221	<b>5,633</b>
現金及び現金同等物の期首残高	25,129	<b>21,907</b>
現金及び現金同等物の期末残高	21,907	<b>27,369</b>

## 会社概要

### 株式会社デサント

創業	1935年(昭和10年)2月
設立	1958年(昭和33年)2月
代表取締役社長	石本 雅敏
資本金	38億4,620万円
年商	1,411億円(連結、2018年3月期)
従業員数	3,469名(連結) 219名(単体) (2018年3月31日現在)
業種	スポーツ用品およびこれらに関するものの製造と販売
東京オフィス	東京都豊島区目白1-4-8 〒171-8580 TEL. (03)5979-6006 (東京人事総務課)
大阪オフィス	大阪市天王寺区堂ヶ芝1-11-3 〒543-8921 TEL. (06)6774-0365 (大阪人事総務課)
役員	取締役 会長：中村 一郎 代表取締役 社長：石本 雅敏 取締役専務執行役員：田中 嘉一 取締役常務執行役員：三井 久 取締役常務執行役員：羽田 仁 取締役常務執行役員：辻本 謙一 取締役常務執行役員：金 勳道 取締役 役 会長：清水 源也 社外取締役：井伊 雅子※1※2 社外取締役：朱 殷剛※1 常勤監査役：森光 正次 社外監査役：檜垣 誠次※1 社外監査役：太田 克実※1

※1 株式会社東京証券取引所の定めに基づく独立役員です。

※2 井伊雅子の戸籍上の氏名は、葛西雅子です。

## 主なグループ会社

### 連結子会社

デサントジャパン株式会社 (大阪市)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
デサントアパレル株式会社 (大阪市)	スポーツ用品およびこれらに関するものの製造
ベンゼナラル株式会社 (東大阪市)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
BEIJING DESCENTE CO., LTD. (中国 北京)	スポーツ用品およびこれらに関するものの製造
SHANGHAI DESCENTE COMMERCIAL CO., LTD. (中国 上海)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
HONG KONG DESCENTE TRADING, LTD. (中国 香港)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売

DESCENTE KOREA LTD. (韓国 ソウル)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
DESCENTE GLOBAL RETAIL LTD. (韓国 ソウル)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
SINGAPORE DESCENTE PTE. LTD. (シンガポール)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
DESCENTE NORTH AMERICA INC. (米国 ユタ州)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
DESCENTE ATHLETIC AMERICAS INC. (米国 ジョージア州)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
INOVEIGHT LTD. (英国 カンブリア州)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売

### 持分法適用関連会社

LE COQ SPORTIF (NINGBO) CO., LTD. (中国 寧波)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
DESCENTE (CHINA) CO., LTD. (中国 上海)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
ARENA (SHANGHAI) INDUSTRIAL CO., LTD. (中国 上海)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売

## 大株主および持株数

(2018年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)
伊藤忠商事株式会社	19,235
UBS AG HONG KONG	3,465
日本生命保険相互会社	3,238
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,539
株式会社三井住友銀行	2,110

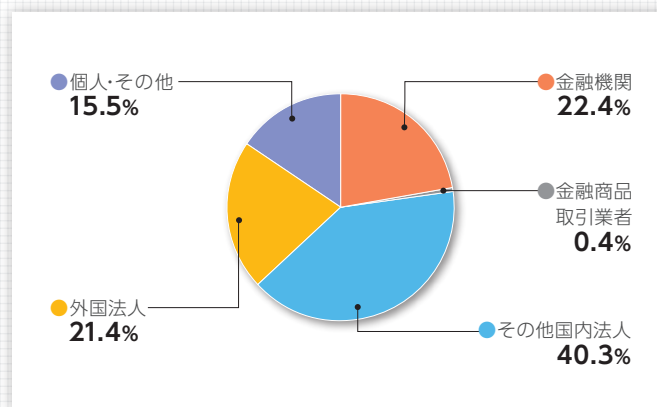
## 株式数および株主数

(2018年3月31日現在)

発行可能株式総数	160,000,000株
発行済株式の総数	76,924,176株 (自己株式1,551,380株含む)
株主数	4,848名

## 株式分布状況

(2018年3月31日現在)



## 株主メモ

(2018年3月31日現在)

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日までの1年
配当金受領株主確定日	3月31日 中間配当を実施するときの株主確定日は9月30日です。
定時株主総会開催時期	毎年6月
公告の方法	電子公告により行います。 (ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告ができない場合は日本経済新聞に公告致します。) 電子公告URL <a href="http://www.descente.co.jp/">http://www.descente.co.jp/</a>
単元株式数	100株
証券コード	8114
株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
同 連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号 0120-094-777(通話料無料)

## 株式手続に関するお問い合わせ先

ご住所、ご氏名の変更、配当金受取方法の変更等の各種手続  
口座開設先の証券会社までお問い合わせください。

特別口座※で株式を管理されている株主様の手続  
三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 まで  
お問い合わせください。

## 0120-094-777(通話料無料)

※株券電子化前に証券保管振替機構をご利用されなかった株主様の株式については、特別口座で管理されております。特別口座で管理されている株式を売却するには、あらかじめ証券会社に株主の皆様の取引口座を開設し、株式の残高をお振替いただく必要があります。

## 株主優待制度のご案内

DESCENTE  
STORE

×

公式通販サイト  
「DESCENTEストア」で  
**20%OFF**  
取扱商品を20%割引

=

送料無料



株主優待制度

当社は、株主様の日頃のご支援に感謝申し上げるため、株主様ご優待制度を設けております。当社の公式通販サイト「DESCENTEストア/DESCENTE STORE」のご利用を通じて、当社製品をご愛顧いただき、また、当社の事業に対するご理解を一層深めていただければ幸いです。

## 株主優待制度の概要

## ◆対象となる株主様

毎年、3月31日および9月30日現在の株主名簿に記載された当社株式100株(1単元)以上ご所有の株主様を対象といたします。

## ◆優待の内容

公式通販サイト「DESCENTEストア」での取扱商品を指定期間内に期間中6回まで、20%割引でご購入いただけます。1回のご購入金額は30万円までとさせていただきます。詳しくは当冊子同封の「株主優待制度のご案内」をご覧ください。

## ◆公式通販サイト「DESCENTEストア」

2018年4月に「DESCENTEオンラインショップ」が「DESCENTEストア」としてリニューアルいたしました。『DESCENTE』をはじめ当社が取り扱う多数のブランドの製品を展開しています。ゴルフやランニング、サイクリング、アウトドアなど、いろいろなスポーツシーンに合わせたお薦めアイテムを揃えています。

<https://store.descente.co.jp><http://www.descente.co.jp/>

## 表紙写真：スイススキー連盟とのサプライ契約40周年

世界トップクラスの強豪チームであるスイスアルパインスキーショナルチーム。当社は1978年にサプライ契約を結んでから40年という長い時をパートナーとして歩んできました。これからもより速く、より美しく、より快適なウエア創りを選択とともに進めていきます。

