

株主の皆様へ

# 第60期 株主通信

2016年4月1日～2017年3月31日

DESCENTE



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。

## 中期経営計画「VISION 2020」が事業展開をいたします。株式会社デサ

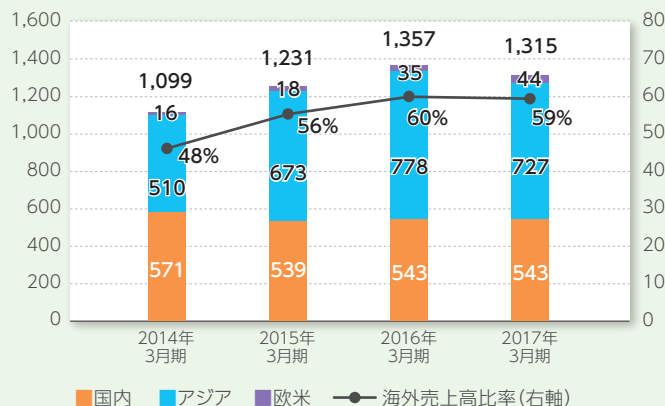


株式会社デサント  
代表取締役社長 石本雅敏

### 初めて、2017年3月期の業績をお聞かせください

2017年3月期の連結業績は、アジア各国、特に韓国の経済不況・政情不安の煽りをうけ想定どおりには伸ばすことができず、また、為替の変動影響を受け、売上高131,543百万円（前年同期比3.1%減）、営業利益8,418百万円（同18.9%減）、経常利益8,631百万円（同21.9%減）の減収減益となりました。一方国内は、構造改革の成果が現れ計画を上回る結果を出

### ◆売上高推移および海外売上高比率（単位：億円/％）

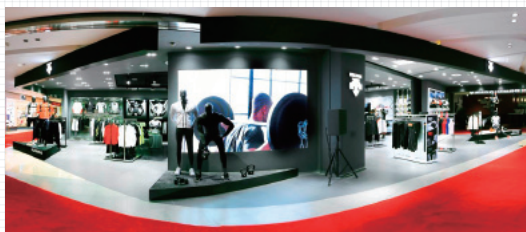


注) 売上高は顧客の所在地を基礎とし、国又は地域に分類しています。

## タート。日本・韓国に次ぐ第三の柱として、中国においてスピード感のある ントは、グローバル本社として、さらにグローバル化を推進していきます。

すことができ増収増益とすることができました。

アジア全般で厳しい市場環境が続きましたが、重点マーケットである韓国・中国は現地通貨ベースでは増収となりました。中でも『デサント』ブランドが健闘し、ブランドの持ち味であるシンプルで力強いデザインが、“クール”なブランドイメージとして定着し、消費活動が鈍い当期の韓国市場においても売上を堅調に維持するこ



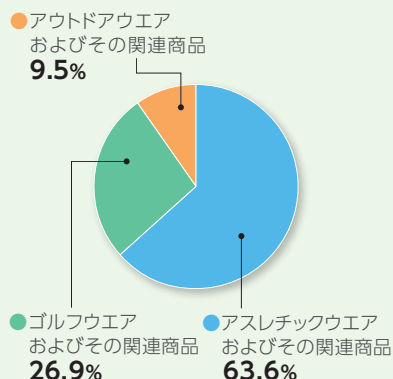
2016年8月にオープンした中国一号店の「DESCENTE Shop Changchun Charter Shopping Center」(中国 長春)

とができています。また、中国においては2016年7月に合併会社「DESCENTE (CHINA) CO., LTD.」を設立し、2016年中に中国国内に『デサント』ブランドの店舗を6店舗オープンすることができ、予想を上回る好調なスタートを切りました。

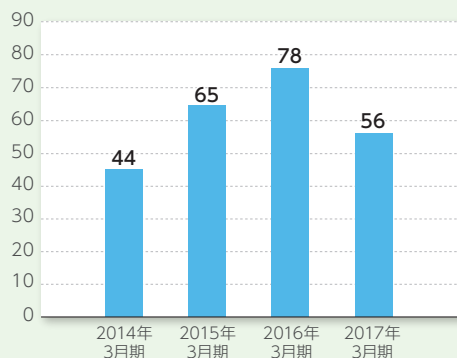
### ▶ 2017年3月期、海外での特徴的な取り組みをお聞かせください

前述した「DESCENTE (CHINA) CO., LTD.」を含む2つの合併会社設立があげられます。『デサント』ブランドの展開のために中国トップのスポーツカンパニーである安踏体育用品有限公司 (ANTA) という良いパートナーと「DESCENTE (CHINA) CO., LTD.」を設立、現地のエンドユーザーの嗜好にあわせた商品展開や、良い売り場の確保など、我々単独では超えることが難しい

### ◆ 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

	2016年 3月期	2017年 3月期	2018年 3月期 (計画)
売上高(億円)	1,357	1,315	1,390
営業利益(億円)	103	84	84
経常利益(億円)	110	86	86
親会社株主に 帰属する 当期純利益(億円)	78	56	57
1株当たり 当期純利益(円)	104.47	75.00	75.66

ハードルをクリアすることができました。また、合併会社の現地のスタッフが非常に前向きに『デサント』ブランドの歴史や特長を勉強してくれ、ともに『デサント』ブランドの価値向上に努めてくれていることはうれしい限りです。もう一つ、『アリーナ』ブランドの展開のために「SYMPHONY HOLDINGS LTD.」と「ARENA (SHANGHAI) INDUSTRIAL CO., LTD.」を設立し、スピード感のある出店をします。店舗数は2016年末の189店から、2017年末には270店まで拡大する計画です。

サプライ契約にも特徴的なものがありました。いずれもブランドは『デサント』で、1つは強豪チームで知られるドイツボブスレー・リュージュ・スケルトン連盟へのオフィシャルウェアのサプライです。我々の商品開発力を高く評価されての契約となりブランド価値を高める良い機会になると感じています。2つ目はスイストリアスロンナショナルチームに続き、英国トリアスロン連盟とのサプライ契約を結んだことです。これにより2016年のリオデジャネイロオリンピックの男女メダリスト6人中4名が我々のウェアを着用することになります。



オリンピック・世界選手権で合わせて105個の金メダルを獲得している強豪ドイツボブスレー・リュージュ・スケルトンチーム

### 国内で注力している取り組みをお聞かせください

国内では売場を創る力の向上を目指し、『デサント』ブランドで1店舗、『ルコックスポルティフ』ブランドで3店舗、『アリーナ』ブランドで1店舗の合計5店舗の直営店をリニューアルおよび新規オープンしました。『ルコックスポルティフ』、『アリーナ』のリニューアルオープンした店舗では来店客数が倍増するなど、いずれもスタート



2016年9月のオープン以来好調な「DESCENTE BLANC 丸の内」

から好調です。『デサント』ブランドの新業態店舗「DESCENTE BLANC」は4店舗のうち3店舗がオープンから約1年が経過し、もともと売れ行きが好調であった水沢ダウンに代表されるアウター系商品に加え、シャツ、スウェットなど薄手の商品も売上を伸ばすことができ、年間を通して戦える業態に成長してきました。直営店戦略はブランドとエリアのマッチングの見極めが非常に重要ですので、今後も様々な角度から分析し比較的短いスパンで戦略の立て直しを繰り返し行っていくと考えています。また、もう一つの売場を創る力である販売員の接客力強化にも力を注いでいます。我々は2005年から販売員を新卒採用してきましたが、生え抜きの販売員が中堅社員となり“売場を創る力”の中心となってきました。我々は商品開発力が強みですが、商品がもっている本来の力をお客様にしっかりと伝えるのは売場にいる販売員です。自社商品を生産している工場の見学や接客スキルアップ大会の開催も引き続き行い、我々の強みを体で感じ、伝えられる販売員となることを期待しています。



「マンシングウェア」の販売員を対象にした工場見学会

## ▶ 2018年3月期に向けての施策をお聞かせください

今後の更なる発展に向け、株式会社デサントを、世界市場でブランドを管理するグローバル本社機能を果たす株式会社デサントと、日本市場に特化し、安定した収益を上げることを目的としたデサントジャパン株式会社に分社し、新体制での事業展開を今年4月からスタートしました。

グローバル本社となった株式会社デサントには、基幹ブランドのうちの4ブランド『デサント』『ルコックスポルティフ』『アリーナ』『マンシングウェア』の世界市場でのブランド価値を高めるというミッションがあります。そのため、“This is DESCENTE.” “This is Munsingwear.” …と捉えられるような、各ブランドを代表するグローバル商品の開発を進めています。各国で企画するローカル商品を維持しながら、どこの国でも「ブランドらしさ」を発揮する商品を開発し、ゆくゆくは各ブランドの商品の約2割をグローバル商品にしていきます。

また、株式会社デサントには、「R&Dセンター」と「デジタルマーケティング戦略室」を設置しました。「R&Dセンター」の建物はまもなく着工ですが、研究開発活動は既に始まっています。アパレルの「R&Dセンター」は大阪府茨木市に建設します。トップアスリートのパフォーマンス発揮に貢献するウェアや衣服内環境を整え快適性を高めるウェアを生み出すための基礎開発を担当する「スポーツパフォーマンス研究開発課」、研究結果を活用しトップアスリートから一般の方まで、多くの方が快適にスポーツを楽しめるウェアを商品化する「みらい開発課」、世界基準でデサント商品の品位・品質のスタンダードを制定し管理する「品質開発課」の3部門が連携しています。シューズの「R&Dセンター」は来年夏～秋頃に韓国釜山で稼働する予定で、各競技において選手の最高のパフォーマンス発揮につながるシューズの研究開発に取り組みます。2つの「R&Dセンター」で“モノを創る力”をより一層強化します。

「デジタルマーケティング戦略室」では、各国のブランドサイトのトーン&マナーを揃えることに加え、国内でのインターネット通信販売売上を5年で5倍にするという目標のもと、商品番号の統一化、在庫管理方法の効率化、ショッピングサイトのアクセシブルの整備

など細かい点から堅実に改善活動を始めています。これまでに培った店舗で売る力とうまく連携しオムニチャネルでの成功を目指していきます。



アスリートのパフォーマンス発揮、快適性を高めるアイテムを生み出す「R&Dセンター」  
上：アパレルの「R&Dセンター」(大阪府 茨木市)  
下：シューズの「R&Dセンター」(韓国 釜山)

## ▶ 株主の皆さまにメッセージをお願いします

我々は、2017年3月期で第60期を迎えることができました。これもひとえに、株主の皆さまをはじめ、関係各位のご支援の賜物と心より深く御礼申し上げます。

つきましては、株主の皆さまへの感謝の意を表すため、第60期期末配当において、1株当たり6円の記念配当を実施することにいたしました。これにより、1株当たりの配当金は普通配当17円に第60期記念配当6円を加えた23円となります。

2020年に向け「VISION 2020」で定めたブランドごとの“First in the Market”を達成していきたいと考えています。スポーツ市場はますます活性化することが予想され、我々も注目される機会が増えるはずで、注目に値するブランド、商品、組織であるよう事業を拡大していきますので今後ともご指導・ご声援をお願いいたします。

## 2017年4月よりデサントジャパン株式会社が本格始動。 「VISION 2020」達成に向けた全社事業運営方針と 第一部門・第二部門の事業戦略を発表しました。

### ▶ デサントジャパン株式会社が本格始動しました。 数値目標と事業運営方針をお聞かせください

**三井)** 2017年4月からデサントジャパン株式会社が始動しました。お取引先様など社外の方から我々の経営方針について聞かれることも多く、皆様の期待の高さをひしひしと感じています。数値目標としては2019年3月期に売上高550億円、2021年3月期には売上高640億円、営業利益率5%を設定しています。デサントグループの中核企業として、この目標を着実に達成するため、「変革:部分最適から全体最適へ」という全社事業運営方針を掲げました。いま我々は15ブランドを取り扱っています。市場の変化や社会のトレンドにより、ブランドごとに好不調が生じることもありますが、そのばらつきに左右されず安定的に収益を確保できる体制の確立を目指したものです。組織はこれまでの統括部制からアスレチック事業・アウトドア事業を担当する第一部門、ゴルフ事業を担当する第二部門の2部門制へと改めました。両部門長への権限移譲も進めており、市場・社会の変化に敏感に対応できる体制にしています。



デサントジャパン株式会社  
代表取締役社長  
三井 久

### ▶ 第一部門(アスレチック事業・アウトドア事業)の 事業戦略をお聞かせください

**小川)** 第一部門は三井社長が話した通り、市場・社会の変化に対応した行動を起こすこと、先を見据えたマインドセットをするこ

とを社員に話しています。この意識を根底に据えて、本部門では「シェア奪取」と「マーケット創造」を進め、目標数値達成に向けて事業を拡大していきます。

1つ目の「シェア奪取」においては、エンドユーザーやお取引先様などのお客様とのコミュニケーションを強化することを重視します。いまの時代、商品が良いだけでは勝負に勝てません。商品の良さやブランドの魅力をしっかり伝え、お客様との関係を深めることが必要です。そうすることにより、様々な流通との取引も拡大できると考えています。2つ目の「マーケット創造」においては、スポーツマーケットの内外両面でビジネス機会やヒントを探していきます。ファッションマーケットで売上を伸ばしている「デサント」のオルテラインカテゴリーのような成功例を今後も生み出していきます。合わせて2018年夏～秋には韓国でシューズのR&Dセンターを開設する予定です。2020年にはシューズ事業の基盤をしっかりと固め、販売を拡大することにより、デサントジャパンがこれからシューズ事業を重視していく姿勢を広めていきます。「継続・進化・改革」を常に意識し、中長期の視点に立って各ブランドがどうありたいかを考え、戦略を構築しつつ、事業を進めていきます。



デサントジャパン株式会社  
取締役 第一部門 部門長  
小川 典利大

### ▶ 第二部門(ゴルフ事業)の事業戦略を お聞かせください

**高畑)** 第二部門は全体最適を目指し「シェア拡大」と「利益最大化」を事業運営方針としています。ゴルフ愛好家の中心層である団

塊世代がゴルフからリタイアするといわれた「2015年問題」を機に、ウェアやクラブの購買力が下がりがつあります。よってエンドユーザーが減少傾向にあるマーケットにおいて「シェア拡大」していくために、ゴルフ場でのプレイだけでなく、日常のトレーニングや練習というシーンへと商品ドメインを拡げていきます。ゴルフウェアを着ただけ機会に加え、デイリーウェア(ライフスタイル)として我々のブランドを選んでいただくことで、シェアの拡大を図ります。また、第二部門は、ブランドごとにブランド統合マネジメント会議を毎週実施し、企画・生産から営業・販売までブランド事業に関わる全ての部署が関与し、店頭で最大の効果が現れるよう、企画段階の仮説を販売の実績で検証し対策を打つPDCAを徹底しています。店頭でのエンドユーザーの皆様へのレスポンスをこのバリューチェーン各所の社員それぞれが理解することで、より良い商品を生み出していく。社員一人ひとりが自分の業務にとどまらず全体をみることで、事業のプラットフォームは強くなっていきます。ブランド事業の精度を高めていくことが、エンドユーザーの皆様からの支持をより一層集め、シェアを拡大することにつながると考えています。

「利益最大化」においては、競争力の高い商品の開発と原価低減が欠かせません。競争力のある商品の当該シーズンでの販売量を増やすことが重要で、PDCAを廻し、これを推進します。ゴルフウェアには体の動きに追従する伸縮性や雨や汗に対する快適性など高い機能性が求められます。我々は素材メーカーとの協業によりゴルフに特化した優れた素材を生み出し、ブランドを超えて共通化することで「利益最大化」を図ります。

## ▶ エンドユーザーの皆様へどのようにアプローチしていきますか？

**三井)** 我々は、現在「店頭売上至上主義」を実践しています。店頭での当該シーズン商品の販売を増やし、値引き販売を出来るだ



デサントジャパン株式会社  
執行役員 第二部門 部門長  
高畑 泰宏

け少量に抑えます。いつも店頭の見え方を変え、フレッシュな店頭でエンドユーザーの皆様をお迎えします。また、百貨店やチェーン店のショッピング、直営店などでどの商品がどれだけ売れたかを正確に把握し、商品の生産量を調整します。さらにいま45店舗ほどの直営店を含む自主管理売場の売上構成比を今後一層増やしていくとともに、自社ECサイトを充実させ、今まで以上にエンドユーザーの皆様と直接コンタクトできる環境を整えていきます。

**小川)** 我々第一部門では、店頭においてブランドの世界観を表現するために主要なお取引先様とのコミュニケーションを強化し、各ブランドでショッピングの展開や売り場のコーナー化を進めてきました。おかげさまで『デサント』ブランドを中心に、エンドユーザーの皆様から評価していただける成功事例が出てきています。お取引先様からも拡大したいという声があるほどで、この成功事例を他ブランドにも展開していく予定です。日本各地の店舗で様々なブランドを販売し、そこで得られる情報を水平展開することは、複数ブランドをもつ我々だからこそできる施策です。

**高畑)** 第二部門では、ゴルフ業界全体の課題がかもしれませんが、若い世代や女性などゴルフが浸透していない層へのアプローチもしていきます。我々のゴルフ6ブランドが共同で行った「ゴルフ大好き!キャンペーン」のようなブランド横断プロモーションで、エンドユーザーの皆様にごゴルフをする機会を提供し、市場の活性化を進めます。合わせて、売場という「リアルな場」、SNSなどの「バーチャルな場」両面で、我々の存在感を高めるブランドごとのプロモーション施策などを打ち出し、エンドユーザーの皆様によりご満足いただける商品やサービスをお届けしていきます。

## ▶ 今後の抱負をお願いします

**三井)** 我々は2020年に、各ステークホルダーの皆様から「スポーツ企業のデサントジャパン」として支持され、継続した企業価値・ブランド価値向上により存在感を発揮することを目指しています。そのためにも、日本事業全体での効率性、生産性を意識し、全社コントロール項目を徹底することによる事業効率の改善を行い、デサントグループへの利益貢献と日本での社会貢献を進めてまいります。

## TOPICS

### 「オリックス・バファローズ」とのサプライヤー契約締結

当社の野球ユニフォームの開発の歴史は、1953年にクリーム色の野球ユニフォームの開発に成功したことから始まりました。1980年代には、日本のプロ野球球団12球団のうち、11球団にユニフォームをサプライしていましたが、その時期に当社がユニフォームをサプライしていなかった唯一の球団が阪急ブレーブスでした。その阪急ブレーブスと近鉄バファローズを前身とする「オリックス・バファローズ」とのサプライヤー契約を締結したことにより、2017年、当社の野球ビジネスの歴史に新たな1ページが追加されました。



ホーム用ユニフォーム



ビジター用ユニフォーム

『デサント』ブランドが開発した「オリックス・バファローズ」ユニフォームの最大の特徴は、軽量性です。軽さを実現するために、単純に生地を薄くすると、スライディングやクロスプレーなどハードなプレーシーンにおいて、ウェアの耐久性を保つことが難しくなります。軽量性と耐久性という、相反する機能性を発揮するために、『デサント』が独自に開発した素材が、凹凸のある表面感が特徴の「リブメッシュ」。生地全体を薄くすることで軽量化を実現しながらも、凸部分を作ることで厚みをもたせ、耐久性も保持しています。

もう一つの特徴は、動きやすさ。それを実現しているのが、

選手一人ひとりの体型や好みのシルエットに合わせたオーダーメイドのパターン(型紙)とそれを立体に作りあげる縫製技術です。選手からは、「腕を上げやすくしてほしい」、「足を動かしやすくしてほしい」など様々なリクエストがあります。要望に応える



フード付きフリース

ために、当社が長年培ってきた独自の採寸方法で、選手一人ひとり採寸。採寸データに加えて、選手からのリクエストを盛り込み、パタンナーが型紙を一枚一枚調整します。それぞれ少しずつ異なる型紙に合わせて裁断された生地を、自社工場であるデサントアパレル株式会社村岡工場(兵庫県美方郡)の職人の技によ

り、一枚一枚丁寧に縫製し、仕上げています。

その様にして生み出された「オリックス・バファローズ」のユニフォームは、まさに選手が着用する「戦闘服」。ユニフォームをギアのの一つとして捉え、「選手のパフォーマンスを最大化するものを選びたい」という球団の思いに応えています。



京セラドーム大阪 DESCENTE Bs SHOP



## TOPICS

## 『デザート』ブランドの2商品がISPO アワード金賞を受賞

2017年2月にドイツ・ミュンヘンで開催された世界最大規模のスポーツ用品の見本市「ISPOミュンヘン2017」において、『デザート』ブランドの2商品がISPOアワード金賞を受賞しました。全5部門に合計500以上の商品エントリーがあった中から、商品のコンセプト、デザイン、技術、環境への配慮などの項目の厳正な審査のもと選ばれた優れた商品にアワードが贈られ、さらに各部門の各カテゴリー最優秀商品に金賞が贈られます。『デザート』ブランドは「オルテライン」コレクションで2商品がISPOアワード金賞を、1商品がISPOアワードを受賞しました。



ISPO AWARD  
GOLD WINNER  
2017/2018

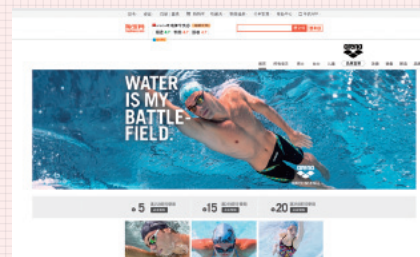


金賞を受賞した  
「水沢ダウンジャケット スキーマテック」

## TOPICS

## 『アリーナ』事業を中国で展開する合弁会社を設立

2016年12月に、中国におけるスイム用品の販売に強みをもつ“SYMPHONY HOLDINGS LTD. (以下「SHL」)”の中国子会社と、2017年2月より、中国で『アリーナ』ブランドを販売および現地での販促活動を含むマーケティング活動を実施する合弁会社“ARENA (SHANGHAI) INDUSTRIAL CO., LTD.”を設立しました。当社グループの強みである商品の開発・企画・生産力とSHLグループの強みであるマーケティング・オンライン販売・直営店運営・代理店開拓などのノウハウを活かし、中国において『アリーナ』ブランドの更なる拡販を進めます。



アリーナ 中国ECサイト

## TOPICS

## 「売場を創る力」の向上に向けて、日韓で『ルコックスポルティフ』ブランドの新業態店舗を展開

『ルコックスポルティフ』ブランドは、2016年5月に発表した中期経営計画「VISION 2020」において、アジア主要3カ国でサイクルウエア売上高No.1となることを目指しています。その達成に向けた取り組みの一つとして、“サイクリング”をキーワードにした新業態店舗を日韓で開店しました。日本においては、スポーツに留まらず、ファッションシーンにも日常にもつながっていくという店舗を目指し、2017年3月に“le coq sportif avant”を立ち上げ、韓国では2016年5月にサイクリストのコミュニティスペースを目指す“Boundary”をオープン。新たなブランドの魅力を発信しています。



ルコックスポルティフ アヴァン 原宿店

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。

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。



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)



西都工場に太陽光発電システムを導入  
(デサントアパレル株式会社)

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 2016

## 「すこやかキッズスポーツ塾 2016」

すこやかキッズスポーツ塾とは「子どもたちにスポーツの楽しさを知ってもらい、スポーツを好きになってもらうこと」を目指して活動している児童向け体験型プログラムで、2006年より実施しています。元オリンピック選手などのトップアスリートを塾長に迎え、スポーツをする機会が減り体力・運動能力の低下傾向が指摘される子どもたちに、スポーツ体験の機会を提供しています。

2016年度は岩手県・宮城県・福島県の10校、大阪府と東京都で8校、計18校で実施しました。アトランタオリンピック出場の田中光氏が訪問した学校では、田中氏が考案した「リズム体操」などを行い、児童たちに身体を動か



す楽しさと諦めないで努力する大切さを伝えました。

今後も子どもたちに「スポーツを遊ぶ楽しさ」を伝えることを通して少しでも夢や希望が与えられるよう、こうした活動を続けてまいります。

## 「健康経営優良法人～ホワイト500～」に認定

「健康経営優良法人～ ホワイト500 ～」とは、健康経営に取り組む優良な法人を「見える化」し、従業員や求職者、関係企業や金融機関などから「従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人」として社会的に評価を受けることを目的とした、経済産業省の取り組みです。上場企業に限らず、健保組合と連携して優良な健康経営を実践している大規模法人を、2020年までに500社顕彰するために開始され、株式会社デザートは、制度開始初年度に認定を受けました。

「すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを」という企業理念に基づき、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する企業として、従業員の健康こそが会社の原動力であるとの信念を持って経営を行っています。引続き、スポーツを通じて多くの人々の身体と心を豊かにする活動を続けてまいります。



2017  
健康経営優良法人  
Health and productivity  
ホワイト500

## 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『アンプロ』主催の「GACHI-TR(ガチトレ)キャンプ」

# 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



マンシングウェア

世界初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。オフロードをオリジンとし、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、「姿勢を意識する」という視点で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 インナーウエア、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

**Marmot** 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

**Babolat** 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

**SRIXON** 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

**AVIA** 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

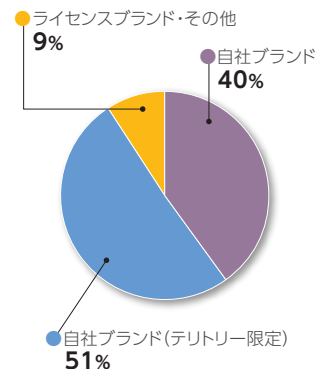
**rykå** ライカ

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 (2016年3月31日)	当連結会計年度 (2017年3月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産	74,941	<b>73,395</b>
固定資産	32,682	<b>33,580</b>
有形固定資産	15,730	<b>17,732</b>
無形固定資産	8,253	<b>6,624</b>
投資その他の資産	8,699	<b>9,223</b>
<b>資産合計</b>	<b>107,624</b>	<b>106,976</b>
<b>負債の部</b>		
流動負債	28,103	<b>26,975</b>
固定負債	9,772	<b>9,057</b>
<b>負債合計</b>	<b>37,875</b>	<b>36,032</b>
<b>純資産の部</b>		
株式資本	65,336	<b>69,706</b>
資本金	3,846	<b>3,846</b>
資本剰余金	25,184	<b>25,184</b>
利益剰余金	36,978	<b>41,348</b>
自己株式	△672	<b>△672</b>
その他の包括利益累計額	4,411	<b>1,237</b>
その他有価証券評価差額金	744	<b>895</b>
繰延ヘッジ損益	13	<b>△26</b>
為替換算調整勘定	4,001	<b>602</b>
退職給付に係る調整累計額	△346	<b>△232</b>
<b>純資産合計</b>	<b>69,748</b>	<b>70,944</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>107,624</b>	<b>106,976</b>

## 連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (自2015年4月1日 至2016年3月31日)	当連結会計年度 (自2016年4月1日 至2017年3月31日)
売上高	135,778	<b>131,543</b>
売上原価	59,412	<b>58,316</b>
売上総利益	76,365	<b>73,226</b>
返品調整引当金戻入額	—	<b>204</b>
返品調整引当金繰入額	53	<b>—</b>
差引売上総利益	76,312	<b>73,431</b>
販売費及び一般管理費	65,935	<b>65,013</b>
営業利益	10,376	<b>8,418</b>
営業外収益	880	<b>549</b>
営業外費用	203	<b>335</b>
経常利益	11,053	<b>8,631</b>
特別利益	147	<b>—</b>
特別損失	—	<b>98</b>
税金等調整前当期純利益	11,201	<b>8,533</b>
法人税、住民税及び事業税	3,521	<b>2,500</b>
法人税等調整額	△190	<b>382</b>
当期純利益	7,870	<b>5,650</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>7,870</b>	<b>5,650</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2015年4月1日 至2016年3月31日)	当連結会計年度 (自2016年4月1日 至2017年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,883	<b>5,520</b>
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,245	<b>△6,165</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー	△925	<b>△1,643</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	△654	<b>△933</b>
現金及び現金同等物の増減額	3,058	<b>△3,221</b>
現金及び現金同等物の期首残高	22,070	<b>25,129</b>
現金及び現金同等物の期末残高	25,129	<b>21,907</b>

## 会社概要

### 株式会社デサント

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	1,315億円(連結、2017年3月期)
従業員数	2,108名(連結) 852名(単体) (2017年3月31日現在)
業種	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの製造および販売
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) FAX. (03)5979-6107 (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) FAX. (06)6774-0367 (大阪人事総務課)

役員	取締役 会長：中村 一郎	取締役 清水 源也
	代表取締役 社長：石本 雅敏	社外取締役：井伊 雅子 <sup>※</sup>
	取締役専務執行役員：田中 嘉一	社外取締役：朱 殷 <sup>※</sup>
	取締役常務執行役員：三井 久	常勤監査役：森光 正次
	取締役常務執行役員：羽田 仁	社外監査役：檜垣 誠次 <sup>※</sup>
	取締役常務執行役員：辻本 謙一	社外監査役：太田 克美 <sup>※</sup>
	取締役常務執行役員：金 勳道	

※株式会社東京証券取引所の定めに基く独立役員です。

## 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) スポーツウェアの製造と販売	DESCENTE KOREA LTD. (韓国 ソウル) スポーツウェアの販売
デサントアパレル株式会社 (大阪市) スポーツウェアの製造	DESCENTE GLOBAL RETAIL LTD. (韓国 ソウル) スポーツウェアの販売
ベンゼナラル株式会社 (東大阪市) スポーツ用品の販売	SINGAPORE DESCENTE PTE. LTD. (シンガポール) スポーツウェアの販売
BEIJING DESCENTE CO., LTD. (中国 北京) スポーツウェアの製造	DESCENTE NORTH AMERICA INC. (米国 ユタ州) スポーツウェアの販売
SHANGHAI DESCENTE COMMERCIAL CO., LTD. (中国 上海) スポーツウェアの販売	INOVEIGHT LTD. (英国 カンブリア州) スポーツ用品の販売
HONG KONG DESCENTE TRADING, LTD. (中国 香港) スポーツウェアの販売	

## 大株主および持株数

株主名	持株数(千株)
伊藤忠商事株式会社	19,235
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,335
日本生命保険相互会社	3,238
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,302
株式会社三井住友銀行	2,110

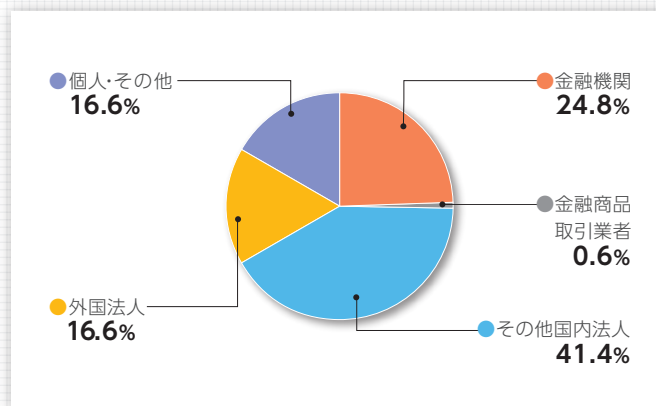
## 株式数および株主数

(2017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1,586,804株含む)
株主数	5,415名

## 株式分布状況

(2017年3月31日現在)



### 持分法適用関連会社

LE COQ SPORTIF (NINGBO) CO., LTD. (中国 寧波) スポーツウェアの販売
DESCENTE (CHINA) CO., LTD. (中国 上海) スポーツウェアの販売
ARENA (SHANGHAI) INDUSTRIAL CO., LTD. (中国 上海) スポーツウェアの販売

株主名	持株数(千株)
帝人フロンティア株式会社	2,034
石本和之	1,682
公益財団法人石本記念デサントスポーツ科学振興財団	1,652
東洋紡STC株式会社	1,594
デサント共栄会	1,434

## 株主メモ

(2017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  
オンラインショップでの  
**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。当社が運営する「DESCENTE オンラインショップ/DESCENTE ONLINE SHOP」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

DESCENTE オンラインショップ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。

## ◆DESCENTE オンラインショップ

『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。 <http://www.descente-onlineshop.jp/>

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



表紙写真：当社が展開する『スリクソン』ブランドウェアを着用する松山英樹プロ(ダンロップスポーツ株式会社契約)

『スリクソン』ブランドのウェアを着用し、世界で闘う松山英樹プロ。日本を代表するトッププロゴルファーとして、2016年は、海外ツアー3勝、国内ツアー2勝という活躍を見せました。

