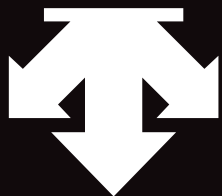


株主の皆様へ

第60期 中間株主通信

2016年 4月1日 ~ 9月30日

DESCENTE



株式会社デサント

証券コード：8114

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

新中期経営計画「Compass 2018」が始動しました。重点戦略・各ブランド一丸となって目標達成に向けて取り組んでまいります。

2017年3月期第2四半期は、為替の影響もあり減収減益となりましたが、各国の現地通貨ベースでは概ね売上を伸ばし、特にカンパニーブランドである『デサント』は国内外で好調に推移しました。また第31回オリンピック競技大会（2016/リオデジャネイロ）においては『デサント』『アリーナ』を中心に、ブランドのPRや価値向上に注力しました。

◆2020年に目指す姿「VISION 2020」 スローガン～First in the market～

- 新規性のある商品開発を通じ、各ブランドがフォーカスする特定セグメントでNo.1になる。
- 世界の人々の日常を彩る付加価値の高いブランドの複数展開により、アジアで事業を拡大し、グローバルスポーツカンパニーへと成長する。

グループ数値目標 売上高2,000億円 経常利益160億円

◆中期経営計画「Compass 2018」

重点戦略

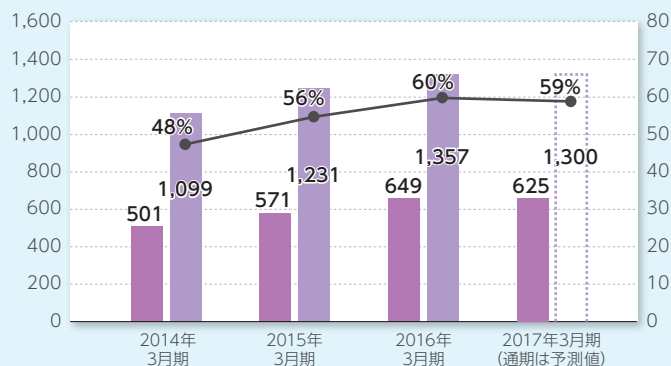
- 1 グローバルレベルでの一貫性のあるブランド戦略を構築
- 2 当社の競争力の源泉である「モノを創る力」を向上
- 3 直営店と自主管理店舗の出店を推進
- 4 グローバルでの成長を支える経営インフラとロジスティクス体制を整備
- 5 個の能力開発により組織力を向上

エリア別戦略

- グローバル本社が立案する戦略のもと、グローバル化と現地化を同時に推進
- 各国での事業拡大を図りながら、日本、韓国に次ぐ第3の柱を育成



◆売上高推移および海外売上高比率（単位：億円／％）



■ 第2四半期連結累計期間(左軸) ■ 通期(左軸)
● 海外売上高比率(右軸)

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。

エリア別戦略に基づき、

◆ 初めに、当第2四半期の業績をお聞かせください

2017年3月期第2四半期の業績は、売上高62,528百万円(前年同四半期比3.7%減)、営業利益3,438百万円(同32.4%減)、経常利益3,743百万円(同28.8%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益2,678百万円(同28.0%減)となりました。日本およびアジア、欧米においても現地通貨ベースでは売上を伸ばしたものの、販管費の増加や為替の変動が業績に大きく響いた結果となりました。

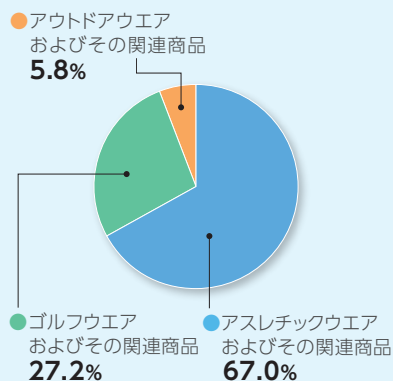
一方で、各ブランドが「VISION 2020」に基づき、No.1を目指して動き始めた中で、カンパニーブランドである『デサント』ブランドは、韓国で引き続き売上を牽引していることに加え、日本でも好調に推移しています。スポーツチェーン店を中心に売上を伸ばしたほか、9月には、ライフスタイル提案の新店舗「DESCENTE BLANC(デサントブラン)」の4店目を新丸の内ビルディングに



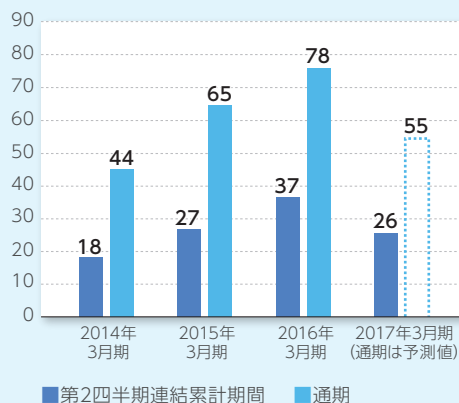
「DESCENTE BLANC(デサントブラン)」丸の内店

オープンしました。丸の内という場所柄、身に着けるものにこだわりを持つビジネスパーソンも多く、ビジネスシーンにも使えるステンカラーのアウターなどの売れ行きが好調です。10月末まで予算の倍近い売上を達成、順調なスタートを切っています。さらに、世界第2位の巨大市場である中国市場での事業拡大をめざし、

◆ 品目別売上高構成比 (単位：%) (当第2四半期連結累計期間)



◆ 親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益 (単位：億円)



◆ 通期連結業績予想

	2017年 3月期計画	2016年 3月期
売上高(億円)	1,300	1,357
営業利益(億円)	80	103
経常利益(億円)	81	110
親会社株主に帰属する 当期純利益(億円)	55	78
1株当たり 当期純利益(円)	73.00	104.47

2016年7月に合併会社「Descente (China) Co., Ltd」を設立しました。8月5日に中国・長春市に『デサント』ブランドの中国1号店をオープン。続けて9月に2号店、3号店をオープンし、いずれも予想を上回る好調なスタートを切ることができました。年内にはさらに数店舗の出店を予定しています。



「デサント」ブランド中国1号店のオープニングセレモニーの様子

▶ 第31回オリンピック競技大会 (2016/リオデジャネイロ)への 取組みについてお聞かせください

これまで当社におけるオリンピックへの取組みは、夏季は『アリーナ』が中心で『デサント』は冬季の展開がメインでした。しかし、今大会では、112年ぶりの開催で注目を集めたゴルフ競技の日本代表チームやメダリストを擁するトライアスロン・スイス代表チームへ公式ユニフォームのサプライを行い、『デサント』ブランドの通年化、グローバル化を進めました。通常、オリンピックへの取組みは直ちにビジネスに直結するわけではありませんが、自国開催となる2020年の東京オリンピックは特別

ゴルフ日本代表にサプライしたJapanモデル



と考えています。人気種目への参加者がさらに増えるとともに、様々なスポーツへの注目度も高まっていくはずですので、そうした国内の動きを捉え、ビジネスにつなげていく必要があります。スポーツ用品市場が活性化する2020年以降を見据え、今後さらに当社展開ブランドでのサプライを増やし、ブランドの露出機会の増加とブランド価値の向上を推し進めていきます。

▶ 「Compass 2018」の進捗状況 をお聞かせください

5月に発表した新中期経営計画「Compass 2018」では5つの重点戦略をにかけており、それぞれの項目において目標に向けた取組みがスタートしています。例えば、「直営店と自主管理店舗の出店」については、大型スポーツ店などでシャツ、パンツなどアイテムごとに他ブランドと一緒に並ぶ売られ方ではなく、ブランドの商品を集積して売る「ショッピング型」の売場を増やしています。そうすることで、コーディネート提案やプロモーションと店頭ディスプレイとの連動もできるようになり、セット購入率のアップや、ブランドの指名買いにつながっています。実際に『デサント』ブランドで新たにブランド集積型に変えた売場では、変える前に比べて平均して170%近く売上が伸びています。



「デサント」のブランド集積型売場

一方で「売場を創る力」の向上において、売場という器と両輪になるのが、販売員の接客力です。6月には国内の店舗に勤務する月給制契約社員約550名を販売職正社員としました。これにより帰属意識やモチベーションの向上につながるだけでなく、長く勤めてもらうことで、研修や教育を充実させることができ、能力を蓄積していくことも可能になります。さらに9月には販売



販売員研修紡績工場見学の様子



縫製工場でボタン付けの体験

職正社員による工場見学研修を実施しました。『マンシングウェア』ブランドの販売員から選抜された21名が参加し、2日間にわたり『マンシングウェア』ブランド商品の紡績、形態安定加工、縫製の各工程を行う提携先工場を訪問しました。ブランドや商品に関する知識を深めるとともに、工場で働く人のものづくりへの熱意やプロ意識に触れ、モチベーションアップや接客販売力の向上につながることを期待しています。

また、“[モノを創る力]の向上”については、2018年に稼働予定のアパレル、シューズそれぞれのR&Dセンターの開設や自社工場 の能力増強に向け、動き始めています。



2018年夏稼働のアパレルR&Dセンター(大阪府茨木市)

デサントアパレル株式会社
吉野工場を移転(移転先: 奈良県大淀町)

▶ 通期の見通しについてお聞かせください

第2四半期の業況を鑑みて当初予想を11月1日に下方修正いたしました。

中国でのビジネス拡大、主に韓国での『ルコックスポルティフ』のリブランディング、日本の収益構造改善が各エリアでの大きな課題となります。中国においては前述の通り、更に店舗を増やすとともに、2017年春夏からの本格展開に向けた準備を進めていきます。『ルコックスポルティフ』は、「VISION 2020」において「アジア主要3カ国でサイクルウェア売上高No.1」ブランドになることを目標に掲げています。韓国で同ブランドの販売開始から10年が経った今、カジュアル路線から「スポーツブランド」としての原点に立ち返り、目標を見据えて更なる拡大を目指します。日本においては、直営店の新規出店やリニューアルも含め自主管理売場を増やし、プロパー消化率を上げていきます。

▶ 最後に株主の皆さまへ メッセージをお願いいたします

今季、プロ野球では、当社がビジター用ユニフォームをサプライしている広島東洋カープが25年ぶりにセ・リーグで優勝し、地元広島を沸かせました。地元のサポーターと一体となって、チームが強く成長していく姿は非常に感動的で、私たちも、サプライヤーとしてその一員となれたことを大変うれしく思っています。

当社はいま、真のグローバル企業へと飛躍しようとしています。各国で事業拡大を図るには、グローバルレベルでのブランディングやエリアマーケティングの強化をめざすことはもとより、日本発祥のブランドというアイデンティティを再認識し、支柱である日本事業をより強く、たく育てていかなければなりません。株主の皆さまには、プロスポーツにおける地元のサポーターのように、温かく、時に厳しい目をもって当社の挑戦を見守っていただきたいと思っています。企業のサポーターとして、当社のブランドを愛し、共に企業を支えていただきますよう、今後ともご指導・ご声援をよろしく願いたします。

競泳用からフィットネススイム用まで幅広いタイプの水着開発を手掛けてきた『アリーナ』ブランドが、井村雅代ヘッドコーチ率いるシンクロナイズドスイミング日本代表の水着開発に携わりました。デサントとしては16年ぶり、今回携わった担当者にとっては初めてのシンクロ水着開発への挑戦。この夏、井村ヘッドコーチとともに「選手を一番輝かせる水着」の開発に奮闘した担当者二人の開発にかけた想いを聞きました。

▶ 期待に応える技術

開発にあたり、『アリーナ』に期待されたことは何だったのでしょうか。

初めに、井村ヘッドコーチから求められたのは、選手への負担を少なくするための“水着の軽量化”と、屋外会場の強い太陽光の下でも鮮やかに映える“発色”でした。

軽さへの要求に対しては、東レ株式会社と共同開発した防透性に優れた生地を使用し、従来何枚も重ねて縫合していた水着を一枚仕立てとすることで、軽量化に成功。色の表現には、着物を染める日本伝統の染色技術「手捺染」を採用することで、従来のプリントでは表現できない鮮やかな発色を実現しました。これまでの水着開発で培ってきた知見とノウハウを活かすことができたと感じています。



『アリーナ』ブランド
チーフデザイナー
秋田祐作

▶ 機能するデザインへの挑戦

シンクロ用水着ならではの難しさはありましたか。

初めてのことで戸惑いもあるなか、まずは“舞台衣装のような華やかさ”をイメージして、音楽、演技のテーマ、過去の演技の映像などをもとにデザインを起こしてみました。しかし、井村ヘッドコーチがこだわったのは、水着そのものの美しさではなく、選手が着て演技をしているときに一番美しく映えることでした。井村ヘッドコーチの戦略に基づいたシンクロ競技ならではのオーダーの数々は、自分達にとって新たな挑戦の機会となりました。例えば、日本人の体を大きく見せるためのモチーフの大きさや配置、足が高く上がっているように見えるラインの配色や線の太さなど、視覚効果を最大限に利用するものです。井村ヘッドコーチのアドバイスを受けては、また試作品を持っていくことを繰り返してミリ単位まで調整を行い、戦略をデザインに落とし込んでいきました。



『アリーナ』ブランド
企画担当 金子のぞみ

やりとりを重ねていくうちに、シンクロという競技では「デザインも機能のひとつだ」ということが分かってきて、それならば当社ならではの“ものづくりの力”を活かすことができる、と感じました。“選手を輝かせたい”という井村ヘッドコーチの願いが、自分達の想いによって、「どの国の選手よりも一番綺麗で華やかに見せる水着をつくらう」という気持ちで取り組むようになりました。

「選手を一番輝かせる水着」こだわりのポイント解説!

ポイント① 軽さ

軽くて動きやすい一枚仕立ての水着

『アリーナ』が東レ株式会社と共同開発した防透性にすぐれた特殊素材を使用して1枚仕立てとすることで、水着自体を軽量化。生地の吸水による重みも軽減され、水中でも動きやすい水着に。さらに、リフトなどで選手同士が掴んだり持ち上げたりする際に生じる生地同士の滑りも軽減された。

ポイント② 手捺染

鮮やかで力強い発色を実現した 伝統の染色方法

着物など複雑な柄を再現する際に用いられる日本の伝統的な染色方法。熟練の職人の手により、生地1枚1枚を手作業で染め上げていくため、従来の転写プリントでは表現できない鮮やかな発色で染色できる。「太陽光の下でも負けない発色を」という要望に応える方法として採用された。



「手捺染」で染色している様子

ポイント③ デザイン

視覚効果を利用した機能するデザイン

水の中から頭から出てくる場合と足から出てくる場合で異なる印象となるよう、水着の上下でイメージを変え、どちらも目立つカラーリングとデザインが施された。また、日本人選手の体が大きく見えるよう、背中にもモチーフを大きく配置するなど、井村ヘッドコーチの戦略とデサントの技術力が融合し、「選手を一番輝かせるための」デザインが完成した。

▶ トップアスリートに認められる水着をめざして

『アリーナ』として、こだわりをもって取り組んだポイントはどこですか。

井村ヘッドコーチは“選手は一流のものを着て一流の顔・演技になっていく”と仰っていて、そのためにはまず、水着が“一流のもの”でなければなりません。

選手に一流の水着とじてもらうために、こだわったのが着用感です。一人ひとり採寸し、背中やウエストなどの体のラインの違いや演技でのポジションまで考慮して調整したため、作成したサンプルは50着以上になり、ほぼオーダーメイドでの製作となりました。一方で、個々のサイズが違ってチームで並んだときの印象は統一しなければなりません。ポイントとなるモチーフの配置、余白のバランス、カーブのラインなど、細かい工夫を施すことで見た目を合わせることができたのも『アリーナ』ならではの技術力だったと思います。

また、色合わせやデザインチェックはモデルでなく選手本人の体に当てて行うことで、選手の雰囲気やオーラをも考慮し、発色のチェックは太陽の下で行うなど、全て“本番”を想定して進めることができたのは、トップアスリートをサポートしてきたノウハウがあったからだと思います。開発のスタート段階で、会社からも、1番良いものをつくるために、やれることは全てやるように、と伝えられていたので、あらゆる場面で迷うことなく最善を尽くすことができました。

▶ スポーツメーカーの使命

最後に、今回の経験から得られたことを教えてください。

今回の開発で得られたカットティングや色使い、視覚効果などのノウハウは、すぐにでも商品開発に活かせると思っています。また、一流の方々に関わる貴重な経験のなかで体得した“勝つために考えられることはすべてやる”というこだわり抜く姿勢はどんな仕事においても通じるものだと感じています。そして、私たちスポーツメーカーの存在意義は、アスリートがより“輝く”ためにサポートするものをつくることであり、そのために力を出し切ることが使命である、と再確認できたことは財産だと思っています。

チーム フリールーティーンで
着用された水着
モチーフは“天照大神が放つ太陽の光”

井村ヘッドコーチからのメッセージ

今回の水着には、機能性、体へのフィット感、軽さに加えて、屋外プールの太陽の下でも映え、プールの中の水の中でも浮き上がるような鮮やかな発色を求めています。スタッフのみなさまは精魂込めて妥協することなく、私たちの要求に応じてくださり、水着の出来栄は完璧！要求をすべて満たした素晴らしい水着になりました。選手たちが本番で演技しやすいように、選手たちが輝くように、と心を込めて水着を製作し、私たちと一緒に戦ってくださったことに、「感謝」以外の言葉は見つかりません。



風神の羽衣と雷神の太鼓をデザインのモチーフとした、デュエットフリーの水着

TOPICS 『ルコックスポルティフ』ブランドと『アリーナ』ブランドにおいて新たに5名のトップ選手と契約を締結いたしました

『ルコックスポルティフ』では、第31回オリンピック競技大会(2016/リオデジャネイロ)出場の日比野菜緒選手(LuLuLun)とITFジュニア世界ランキングで上位に入る綿貫陽介選手(HONDA ESTILO)の2名のテニス選手と、『アリーナ』では日本記録保持者でリオオリンピックでも活躍した清水咲子選手(ミキハウス)、同じく4位入賞を果たした藤森太将選手(ミキハウス)、4年後に期待がかかる山根優衣選手(セントラルスポーツ/日本大学)の競泳選手3名と、それぞれ契約いたしました。トップ選手からも選ばれるモノ創りと、各選手を起用した宣伝活動で、ブランド価値の更なる向上を目指して参ります。



全米オープンジュニア部門でベスト4に進出した綿貫陽介選手



個人メドレーで3つの日本記録をもつ清水咲子選手

TOPICS 『デザート』ブランド ゴルフカテゴリーの百貨店への展開を拡大しています

15年春夏シーズンよりスタートした『デザート』ブランドのゴルフカテゴリー。16年春夏より百貨店の展開を強化しました。小田急百貨店新宿店、西武池袋本店、松坂屋名古屋店の3店舗で、“プレミアムアスリートゴルフウェア”というブランドの世界観を表現する環境を整えました。さらに契約選手である渡邊彩香プロによるイベントなども実施することで、新しい顧客層へのアプローチを進めています。



小田急百貨店新宿店(ハルクスポーツ)の売り場



松坂屋名古屋店での渡邊彩香プロのトークショーイベント

TOPICS 「ダイバーシティ推進担当」を設置しました

4月より、当社のダイバーシティ推進を目的に、人事・総務室内に「ダイバーシティ推進担当」を設置しました。今後の当社のグローバル化、またスポーツや健康をとりまくライフスタイルの多様化に対応するため、様々な人材を積極的に活用していくことで新たな価値の創造の可能性を高めていきます。

今期は特に女性の活躍推進に注力し、研修をはじめとした社内啓蒙活動を実施しています。



ダイバーシティ推進担当



女性社員に向けた研修

四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (2016年3月31日)	当第2四半期 連結会計期間 (2016年9月30日)
資産の部		
流動資産	74,941	66,077
固定資産	32,682	32,101
有形固定資産	15,730	16,106
無形固定資産	8,253	6,749
投資その他の資産	8,699	9,245
資産合計	107,624	98,178
負債の部		
流動負債	28,103	23,995
固定負債	9,772	8,854
負債合計	37,875	32,850
純資産の部		
株主資本	65,336	66,734
資本金	3,846	3,846
資本剰余金	25,184	25,184
利益剰余金	36,978	38,376
自己株式	△672	△672
その他の包括利益累計額	4,411	△1,406
その他有価証券評価差額金	744	590
繰延ヘッジ損益	13	△51
為替換算調整勘定	4,001	△1,684
退職給付に係る調整累計額	△346	△261
純資産合計	69,748	65,328
負債純資産合計	107,624	98,178

四半期連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	前第2四半期連結 累計期間 (自 2015年4月 1日 至 2015年9月30日)	当第2四半期連結 累計期間 (自 2016年4月 1日 至 2016年9月30日)
売上高	64,940	62,528
売上原価	27,665	27,409
売上総利益	37,274	35,119
返品調整引当金繰入額	15	58
差引売上総利益	37,259	35,060
販売費及び一般管理費	32,176	31,621
営業利益	5,083	3,438
営業外収益	474	403
営業外費用	297	98
経常利益	5,261	3,743
税金等調整前四半期純利益	5,261	3,743
法人税、住民税及び事業税	1,483	943
法人税等調整額	56	121
四半期純利益	3,721	2,678
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,721	2,678

四半期連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

科目	前第2四半期連結 累計期間 (自 2015年4月 1日 至 2015年9月30日)	当第2四半期連結 累計期間 (自 2016年4月 1日 至 2016年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,154	1,673
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,974	△3,640
財務活動によるキャッシュ・フロー	484	△1,385
現金及び現金同等物に係る換算差額	4	△1,837
現金及び現金同等物の増減額	668	△5,189
現金及び現金同等物の期首残高	22,070	25,129
現金及び現金同等物の四半期末残高	22,739	19,940

デサントグループは、『デサント』をはじめ16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

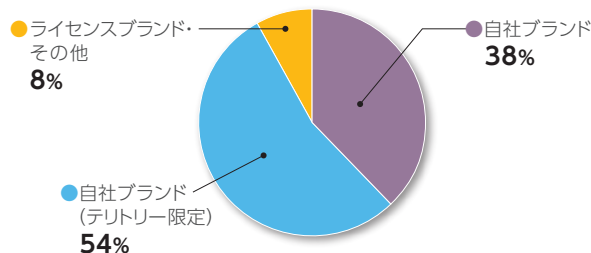


DESCENTEとは、フランス語で「滑降」の意味。スピリットマークは、スキーの基本技術である直滑降、斜滑降、横滑りを表現しています。つねに最もすぐれたものに目を向け、時代の要求を先取りし、積極的に製品化していく果敢なデサントスピリットのシンボルです。

ブランド一覧

(2016年9月30日現在)

[ブランド種類別売上高構成比]



自社ブランド(テリトリー：全世界)

デサントグループが商標権を保有するブランドです



自社ブランド(テリトリー：国・地域限定)

デサントグループが国・地域限定で商標権を保有するブランドです



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



会社概要

株式会社デサント

設立	1958年(昭和33年)9月
代表取締役社長	石本 雅敏
資本金	38億4,620万円
年商	1,357億円(連結、2016年3月期)
従業員数	2,096名(連結) 869名(単体) (2016年9月30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
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 (人事・総務室) FAX. (06)6774-0367 (人事・総務室)
東京オフィス	東京都豊島区目白1-4-8 〒171-8580 TEL. (03)5979-6006 (東京総務・管理室) FAX. (03)5979-6107 (東京総務・管理室)

役員	取締役会長： 中村 一郎	取締役： 金 勳道
	代表取締役社長： 石本 雅敏	取締役： 清水 源也
	専務取締役： 田中 嘉一	社外取締役： 井伊 雅子 [※]
	常務取締役： 三井 久	常勤監査役： 石本 和之
	常務取締役： 羽田 仁	社外監査役： 檜垣 誠次 [※]
	取締役： 辻本 謙一	社外監査役： 太田 克実 [※]

※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

デサントパレル株式会社 (大阪市)	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの製造
ベンゼネラル株式会社 (東大阪市)	スポーツ用品の卸売販売
デサントノースアメリカ INC. (カナダ バンクーバー)	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの販売
北京迪桑特有限公司 (中国 北京)	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの製造
デサントコリア株式会社 (韓国 ソウル)	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
デサントグローバルリテール株式会社 (韓国 ソウル)	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの販売
上海迪桑特商業有限公司 (中国 上海)	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの販売

大株主および持株数

(2016年9月30日現在/千株)

株主名	持株数
伊藤忠商事株式会社	19,235
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)	3,176
株式会社三井住友銀行	2,110
帝人フロンティア株式会社	2,034

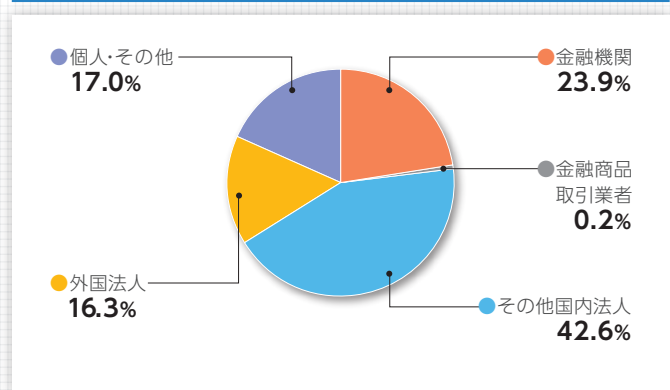
株式数および株主数

(2016年9月30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1,586,731株含む)
株主数	5,735名

株式分布状況

(2016年9月30日現在)



香港迪桑特貿易有限公司 (中国 香港)	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの販売
シンガポールデサント株式会社 (シンガポール)	スポーツウェアおよびこれらに関連するものの販売
イノヴェイト株式会社 (英国 スティブリー)	シューズ、ウェア、エキップメントの製造および販売
イノヴェイトINC. (米国 ボストン)	シューズ、ウェア、エキップメントの販売

持分法適用関連会社

寧波ルコック服飾有限公司 (中国 寧波)	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
デサントチャイナ株式会社 (中国 上海)	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

株主名	持株数
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,840
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	1,473

株主メモ

(2016年9月30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 http://www.descente.co.jp/
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



×

=

デサント
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「デサント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

デサント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。

◆デサントオンラインショップ

『デサント』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：

2016セントラル・リーグ優勝！ 広島東洋カープ

25年ぶり7回目のリーグ優勝を果たした広島東洋カープ。

この赤いビジターユニフォームは「デサント」がサプライしています

