

DESCENTE



株主の皆様へ

第57期 株主通信

2013年4月1日～2014年3月31日

株式会社 **DESCENTE**

証券コード:8114

デサントグループのプロフィール／目次

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(ウェアやシューズ)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

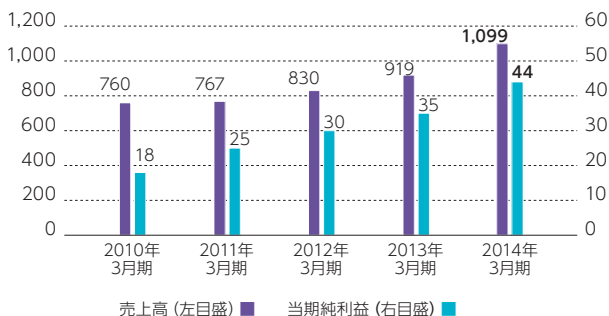
スポーツ本来の「体を動かす楽しさ」、「競い合う楽しさ」を提供することで 一人一人のいきいきとしたライフスタイルの創造に貢献します。

企業スローガン

Design for Sports

売上高／当期純利益

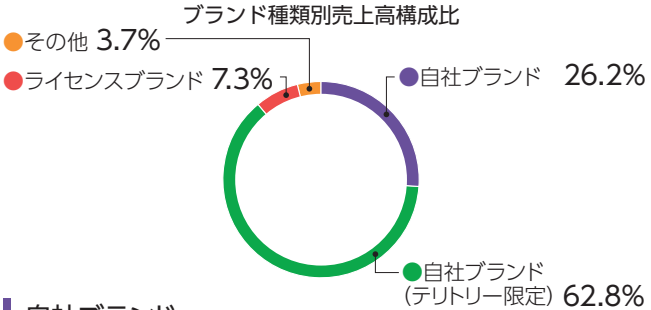
(連結ベース 単位:億円)



目次

■ デサントグループのプロフィール	1	■ 研究・開発	10
■ 社長インタビュー	2	■ ブランド一覧	12
■ 特集	6	■ ブランド紹介	16
■ トピックス	8	■ ブランド商品開発1	18

ブランド一覧



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。



shiseist

自社ブランド (テリトリー限定)

デサントが商標権を有するブランドです。



Munsingwear



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。



Calvin Klein
golf



RYKÄ

■ ブランド商品開発2	20	■ 会社情報／株式情報	28
■ デサントグループのCSR	22	■ 株主メモ	30
■ 財務情報	24		
■ 財務ハイライト／株主優待	26		

社長インタビュー



代表取締役社長
石本 雅敏

主要ブランドの 「グローバル化」の 基盤づくりを推進

2014年3月期の連結業績は、国内・海外ともにアスレチック・ゴルフ・アウトドアの全事業領域で売上を伸ばし、売上高109,944百万円(前年同期比19.6%増)、営業利益6,271百万円(同15.7%増)、経常利益6,643百万円(同17.8%増)、当期純利益4,470百万円(同25.5%増)の増収増益となりました。中期経営計画「Compass 2015」が2年目を迎えた2015年3月期は、基本方針の「5つのグローバル化の推進」をさらに加速していきます。

2014年3月期の振り返りをお願いします。

『デサント』『アリーナ』『ルコックスポルティフ』『マンシングウェア』といった主力ブランドが好調に推移し、アスレチック・ゴルフ・アウトドアの全事業領域で、それぞれ売上を伸ばすことができました。大きく牽引したのは、韓国の継続的な成長でしたが、収益性に課題のあった中国が黒字化できたこと、また、海外だけでなく国内においても、すべての事業領域で増収を果たせたことは、次につながる成果と捉えています。

中期経営計画「Compass 2015」の初年度の概況はいかがでしたか？

基本方針である「5つのグローバル化の推進」に沿った施策に注力し、アジアでの展開拡大、欧米事業の強化への足がかり、国内事業の建て直しの基盤づくりなど、1年目にやらなければならないことは完了したと認識しています。

グローバル化の推進に関しては、エリアごとのさらなる売上拡大を図る一方、取り扱いブランドのグローバルでの統一イメージ構築も推進しました。当社には『アリーナ』や『ルコックスポルティフ』『マンシングウェア』『アンブロ』などアジアを中心とした地域限定で商標権を保有するブランドがあります。これらのブランドには、当社が展開する地域以外で商標権を保有するパートナー企業が存在します。当社は、彼らと共に、世界で統一されたブランドイメージの構築を図り、統一プロモーションや商品の共同開発を行うことでブランド価値の向上を進めています。例えば『アリーナ』ではイタリアのアリーナ社と共に国際水泳連盟とオフィシャルパートナー契約を締結。世界水泳選手権大会などの運営サポートを通じて、水泳のトップブランドを目指します。また、2013年12月に、当社が韓国での商標権を獲得し、デサント코리아株式会社が2015年から展開を始める『アンブロ』では、当社が契約するトップチームや選手の活用だけでなく、日韓以外で商標権を持つ米国アイコニックス社が契約するトップチームを起用したプロモーションを展開し、グローバルなフットボールブランドとしての認知度向上を図っていきます。

同計画が2年目となる2015年3月期の主な取り組みと、連結業績の見通しを教えてください。

引き続き、グローバル化の推進に全力で取り組んでいきます。海外事業の強化策としては、『アリーナ』『ルコックスポルティフ』の東南アジアでの事業強化を担う香港支店を4月に設置しました。さらに欧州に「欧州リエゾンオフィス」を設置する予定で、ここを拠点に『デサント』を通年ブランドとして認知させる足がかりをつくっていきます。その第一歩として、新たにゴルフカテゴリーの展開をスタートします。ゴルフは、2016年からオリンピック競技として112年ぶりに復活することで、さらに注目を集めています。従来のゴルフウェアには飽き足らない40代の“大人ゴルファー”をターゲットに、まず、当社がトップシェアとしての強みを持つ日本と韓国で2015年春夏シーズンから展開し、その後はほかのアジア諸国・欧州・米国と、世界での展開を目指します。

また、国内事業については、企画・生産と販売の連携を強化し、ブランド事業のさらなる深耕を図るため、2014年4月に組織変更を行いました。課題である在庫の過多についても上期で目処をつけ、下期からは成長路線に入ります。

以上を含めた2015年3月期の連結業績の予想は、売上高1,200億円、営業利益70億円、経常利益72億円、当期純利益48億円の見込みです。

中期経営計画「Compass 2015」

目指す姿

スポーツウェアの分野において
世界のリーディングカンパニーとして認められている

基本方針= 5つのグローバル化の推進

- ▶商品政策のグローバル化
- ▶販売政策のグローバル化
- ▶プロモーション政策のグローバル化
- ▶リソースのグローバル化
- ▶経営インフラのグローバル化



配当政策と株主還元について説明してください。

さらなる事業展開の拡充と経営体質の強化に必要な内部留保を確保し、安定配当を目指すことを基本方針に据えています。この考え方に沿い、株主の皆様への利益還元として期末配当を1株当たり10円とさせていただきます。また、引き続き株主優待制度(P.27を参照)も実施中ですので、ぜひご利用ください。

株主の皆様へメッセージをお願いします。

私は、株主の皆様をはじめ、お客様・お得意先・お取引先・地域住民の方々・従業員・デサントのOBやOGなど、デサントグループと関わる人が、その関わりを常に誇りに思い、自慢できるような会社になりたいと考えています。2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催決定を受け、スポーツへの関心がより高まっています。『デサント』ブランドを中心に、一層の事業拡大とグローバル展開の推進を図りますので、株主の皆様のご指導・ご声援をよろしくお願い申し上げます。

2014年6月

代表取締役社長
石本 雅敏

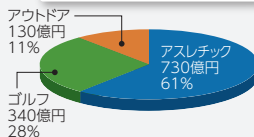
2014年3月期～2016年3月期

グループ数値目標

定量目標

(単位:億円)	2016年 3月期
売上高:	1,200
営業利益:	80
当期純利益:	50

事業領域別数値目標



地域別数値目標



特集

デサントグループの グローバル化推進の今

中期経営計画「Compass 2015」の基本方針である「5つのグローバル化の推進」に沿って、各種施策に注力しています。デサントグループのグローバル化の状況について具体的施策のご説明と、業績の拡大を続けるデサントコリアの代表取締役社長 金 勳道（キム フンド）へのインタビューによりご紹介します。

■ グローバル化の中での「統一」と「現地化」

当社グループは、商品・販売・プロモーション・リソース・経営インフラの「5つのグローバル化」に向け、国内外グループ会社間で経営資源の共有・活用を推進しています。最注力ブランドである『デサント』はアジア、欧米などでグローバルな拡大を進めていますが、『アリーナ』『ルコックスポルティフ』『アンブロ』など商標を共有するブランドでは、海外パートナー企業との連携を深め、統一したブランドイメージの浸透に注力しています。それと並行し、グループ各社が企画する現地ニーズに適したエリア商品をタイムリーに提供できる体制も強化しています。販売政策については、ブランド・カテゴリー・エリアに即した最適ビジネスモデルの構築により、販売強化や新規開拓につなげています。アジア戦略のさきがけであるデサントコリアは、こうした戦略で、すでに実績を上げています。

各ブランドのグローバル化に向けた取り組み

- 『**デサント**』：2013年4月に「デサントブランド統括部」を新設し、国内外で展開するブランドの全商品を「One Global DESCENTE」という考え方で統一したマネジメントを実施
- 『**アリーナ**』：国際水泳連盟(FINA)とのオフィシャルパートナー契約および商品の共同開発
- 『**ルコックスポルティフ**』：「ツール・ド・フランス」のオフィシャルパートナー契約および世界統一イメージでのプロモーションを実施
- 『**アンブロ**』：イングランドプレミアリーグ所属「エバートンFC」「ハル・シティAFC」とのサプライヤー契約などを活用した世界統一プロモーションを実施

金 勳道 新任取締役に聞く

従業員とのビジョンの共有が、 企業も人も成長させる

デサント코리아の売上高は、設立時(2000年)の25倍にもなる5,000億ウォンまで拡大し、韓国で知名度の高いスポーツファッション企業に成長を遂げました。このめざましい成長には、時代にマッチした



デサント코리아の現地企画商品

マーケティングプランや商品展開が大きく寄与しています。着実に「韓国現地化」を果たせたからこそ、成し得たことです。

成功の要因として、「従業員とのビジョンの共有」と「スピード感」を挙げたいと思います。私は日頃から従業員の意識を高めるべく、経営ビジョンや目標を明確に示してきました。従業員たちはそれを理解し、指示待ちではなく、自らの意思でスピーディーに仕事を進めています。こうして会社全体の能力が高まり、それが競争力を生み出し、個人も会社も共に成長していくという好循環につながっています。

“『デサント』ブランドを世界に”が使命

デサントの取締役役として求められているのは、グローバルビジネスへの貢献です。韓国で成功しているリテール事業をほかの地域でも活用するための「デサントグローバルビジネスチーム」の責任者として、私の持ち味である「スピード感」をもって、『デサント』ブランドを世界に広げていきます。



金 勳道(キム フンド)

1968年生まれ。2000年韓国デサント(現・デサント코리아)設立と同時に入社。2010年より同社代表取締役社長。2014年6月よりデサント取締役に就任。

トピックス

第22回オリンピック冬季競技大会(2014/ソチ)で、日本代表選手団など各国選手にウェアを提供

第22回オリンピック冬季競技大会(2014/ソチ)において、日本代表選手団に「トランスフォームジャケット」など計8アイテムのオフィシャルスポーツウェアを提供しました。また、ボブスレー・リュージュの日本代表や、スキー競技の各国代表に対し、競技ウェアでのサポートも実施しました。



日本代表選手団
オフィシャルスポーツウェア
(トランスフォームジャケット)



日本代表ボブスレーチームが
着用した競技ウェア



2014~2020年まで、日本ゴルフ協会と「チームジャパン」へのオフィシャルサプライヤー契約を締結



JGAとオフィシャルサプライヤー契約を締結。
JGA会長 安西 孝之氏(中央右)と
デサント代表取締役社長 石本 雅敏(中央左)

2014年4月、公益財団法人日本ゴルフ協会(JGA)と2014年から7年間のオフィシャルサプライヤー契約を締結しました。2016年に開催される第31回オリンピック競技大会(2016/リオデジャネイロ)で112年ぶりに実施競技として復活するゴルフは、今後の関心の高まり

とともに、選手の強化も求められます。当社では、JGAが選考する日本代表「チームジャパン」を含む男女ナショナルチームおよびスタッフのウェア・アクセサリを、『デサント』ブランドで提供します。同時に、選手たちの意見やアドバイスを活かした商品開発を推進し、同ブランドの認知度のさらなる向上を目指します。

『デサント』ブランドのグローバル化を加速する、 “大人ゴルファー”のための「デサントゴルフ」



“大人ゴルファー”に向けた
プレミアムアスリートゴルフウェア

2015年春夏シーズンより、『デサント』のゴルフカテゴリー「デサントゴルフ」をスタートします。既存のアスレチックとアウトドアカテゴリーに、これまで培ってきた企画力・技術力を活かせるゴルフカテゴリーの展開も加え、グローバルでのブランド認知度の拡大と価値向上を図ります。既存のゴルフウェアに飽き足らない“大人ゴルファー”に向けて、機能性とデザイン性を兼ね備えた「プレミアムアスリートゴルフウェア」を日韓協業で企画し、日本と韓国から展開を開始。

次いでアジア・欧州・米国をはじめ、展開地域をグローバルに拡大していきます。2017年の販売目標は80億円(店頭売上ベース)です。

浅田真央選手がプロデュースする、 『MaoMao』ブランドのフィットネスウェア 「MaoMao by arena」の展開をスタート



フィギュアスケートの浅田真央選手がプロデュースする『MaoMao』ブランドのフィットネスウェアコレクション「MaoMao by arena」が、2014年春夏シーズンより『アリーナ』ブランドでの展開をスタートさせ、アリーナショップやスポーツ専門店などで発売を開始しました。



“シンプルでも細部にこだわりを散りばめたフィットネス&ライフスタイルウェア”をコンセプトに、ファッション性はもちろん、トップアスリートが求める品質や機能性も併せ持った商品です。



「MaoMao by arena」
の商品を着用する浅田
真央選手と2014年春夏
シーズンモデル商品

研究・開発

スポーツのための消臭機能素材

DEODASH／デオダッシュ



スポーツウェアに対応した消臭素材「DEODASH／デオダッシュ」を開発し、2013年秋冬シーズンより『マンシングウェア』で、続く2014年春夏シーズンでは『デサント』を含む8ブランドで展開中です。その開発プロセスや優れた消臭性能を、ご紹介します。

開発の背景

近年は夏に猛暑日が続き、汗の臭いを気にする人々が増えて消臭市場は活況を呈しています。消臭衣料もセルローズ系の素材を中心に多数、開発されていますが、短時間に大量に発汗するスポーツに対応した消臭機能を持つものはありませんでした。このため、スポーツウェアに求められる消臭性能の実現に向けて、新しい素材の開発に取り組んだのです。

アンモニア臭を素早く消すことが重要

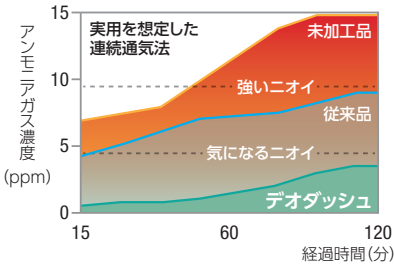
皮膚表面は、安静時は酸性ですが、運動で発汗するとアルカリ性に傾いて細菌が増殖し、汗に含まれる皮脂や老廃物が分解されてアンモニア臭が発生します。このため、大量に汗をかくスポーツシーンではアンモニア臭に特化した消臭が求められます。

また気温が高い時には、運動を始めると、ただちに汗が増え始め、20分もすると発汗のピークを迎えます。スポーツウェアの多くは、吸汗速乾機能を持ち、汗が速く乾きますが、この時に強いアンモニア臭が発生することから、汗の水分の乾きよりも素早く臭気を消す（高速消臭）こと、さらに、この臭いを消し続けることも重要な条件です。

以上を基に、実際のスポーツ時の消臭を想定した評価試験を実施し、「デオダッシュ」を開発しました。

●実用を想定した連続通気法で臭気成分の減少率を測定

消臭性の比較



試験結果をまとめた左記グラフでは、未加工品や従来品（セルローズ系消臭生地）と比較して「デオダッシュ」の消臭性能が、運動時のように継続的に発汗し続けても持続していることを示しています。

●アンモニア消臭の目視試験



「デオダッシュ」生地(左)はアンモニアが素早く消え、未加工生地(右)は着色したままの様子が見える。(スプレーした直後の様子)

アンモニア指示薬を「デオダッシュ」生地と未加工生地に同時にスプレーした目視試験において、「デオダッシュ」の高速消臭の様子が認められました。(写真参照)

また大量に汗をかき際に着用するスポーツウェアに求められる繰り返しの洗濯にも対応した耐久性も兼ね備えています。

また大量に汗をかき際に着用するスポーツ

機能素材との融合を図る

ゴルフやサッカー、アウトドアなど幅広いスポーツシーンで着用いただけるよう、「デオダッシュ」は現在、全8ブランドで水平展開しています。今後は太陽光遮蔽素材「サンスクリーン」や蓄熱保温素材

「ヒートナビ」など、当社が独自開発した機能素材とも組み合わせさせた新たな商品開発にも取り組み、スポーツウェアのさらなる快適性の向上に努めていきます。



「アンプロ」のアンダーシャツ



「ルッコクスポルティフ」のゴルフシャツ



「マーモット」のソックス

ブランド一覧

現在、デサントが取り扱うブランドを「アスレチック」「ゴルフ」「アウトドア」の3つの事業領域に分けて、ご紹介します。

アスレチック

「競い合う楽しさ」がある野球・サッカー・スイム・テニスなどのカテゴリでブランドを展開。

ゴルフ

機能性とファッション性を併せ持つ特徴のある複数のブランドを展開。

アウトドア

スキー・スノーボード・アウトドアなど、大自然という厳しい環境で高い信頼性を誇るブランドを展開。

アスレチック

DESCENTE



デサント

展開エリア: 日本、欧米、韓国、中国、香港、マカオ

展開カテゴリ: 野球、バレーボール、ランニング、トレーニング、サイクリング

ブランド紹介: スポーツを愛するすべての人に、トップアスリートとの共同開発に基づいて機能美を追求したスポーツモードを提案します。



ルコックスポルティフ

展開エリア: 日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリ: サイクリング、フットボール、トレーニング、ライフスタイル

ブランド紹介: 1882年、フランス生まれのスポーツブランドです。伝統と斬新さを融合し、高いファッション性と洗練されたデザインで新しいスポーツライフスタイルを創造します。



アリーナ

展開エリア: 日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリ: スイム、フィットネス

ブランド紹介: 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。自己の可能性を信じて挑戦を続ける人々をサポートします。



アンブロ

展開エリア: 日本、韓国(2015年～)

展開カテゴリ: フットボール、フットサル

ブランド紹介: 1924年にイングランドで誕生し、高品質・高機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。

スキズ



展開エリア: 日本、韓国、中国、香港、台湾

展開カテゴリ: コンプレッションウェア

ブランド紹介: スキズ独自の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ェアのブランドです。

シセイスト

展開エリア: 日本

展開カテゴリ: インナーウェア

ブランド紹介: スポーツウェ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。

バボラ



展開エリア: 日本

展開カテゴリ: テニス、バドミントン

ブランド紹介: 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・高機能・高感性の本格的テニスブランドです。

イノヴェイト×デサント



展開エリア: 日本、韓国、香港

展開カテゴリ: トレイルランニング、ロードランニング

ブランド紹介: 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、クロス・フィットなど様々なシーンでナチュラル・ランニングを提案。「デサント」とダブルブランドで展開します。

アヴィア



展開エリア: 日本

展開カテゴリ: フィットネス

ブランド紹介: 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。

ライカ



展開エリア: 日本

展開カテゴリ: ダンスエクササイズ、スタジオ

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

ゴルフ

DESCENTE



デサント

展開エリア：日本、韓国

展開カテゴリー：ゴルフ

ブランド紹介：磨き上げた機能性と格調高いデザイン性を両立させた、大人ゴルファーのためのプレミアムアスリートゴルフウェアを提案します。

※2015年春夏より展開開始

Munsingwear



マンシングウェア

展開エリア：日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリー：ゴルフ

ブランド紹介：世界で初めて登場した、アメリカ生まれのゴルフウェアブランドです。ペンギンをシンボルマークにあしらひ、快適なゴルフライフを求める大人のためのゴルフウェアを提案します。

le coq sportif
GOLF COLLECTION



ルコックスポルティフ

展開エリア：日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリー：ゴルフ

ブランド紹介：フランス生まれのルコックスポルティフが、機能性とファッション性あふれる、お洒落なゴルフスタイルを創造します。



ランバン スポール

展開エリア：日本

展開カテゴリー：ゴルフ

ブランド紹介：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。



カッターアンドバック

展開エリア：日本

展開カテゴリー：ゴルフ

ブランド紹介：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。

Calvin Klein
golf

カルバン・クライン ゴルフ

展開エリア：日本、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリー：ゴルフ

ブランド紹介：カルバン・クライン ゴルフは、シンプル、モダン、タイムレスをキーワードとした、クラシックなアメリカンファッションウェアからインスパイアされたゴルフウェアです。

アウトドア



デサント

展開エリア: 日本、欧米、韓国、中国、香港

展開カテゴリ: スキー、アウトドア

ブランド紹介: 機能美をテーマに、高機能、高品質、優れたデザイン性が世界中で支持されているスキーウェアと、アウトドアウェアを提案します。



AIRTO
GROUND
A SEVEN

エーセブン

展開エリア: 日本

展開カテゴリ: スノーボード

ブランド紹介: 従来のスノーボードの概念や常識にとらわれない、オリジナリティーあふれる日本生まれのスノーボードブランドです。



マーモット

展開エリア: 日本

展開カテゴリ: アウトドア

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

ブランド紹介

ブランド紹介 第8回 イノヴェイト

デサントが展開するブランドを取り上げ、様々なエピソードや最新トピックスをご紹介します。第8回は、「裸足の感覚で走れるシューズ」を意識したランニングシューズブランド『イノヴェイト』です。当社では2013年春より『デサント』とのダブルブランドで展開しています。

ブランド基礎情報

2003年にイギリスで、ウェイン・エディがオフロード用シューズ「mudroc 290™」を開発し、『イノヴェイト (inov-8)』ブランドをスタート。「ナチュラル・ランニング」をコンセプトに、ランナーのレベルに合わせてクッション性・サポート機能に幅を持たせたラインアップが特長で、トレイルやロードなど幅広いランニングシューズを展開中。



裸足の感覚で走れるシューズ

当社展開開始年:

「デサント」との
ダブルブランド

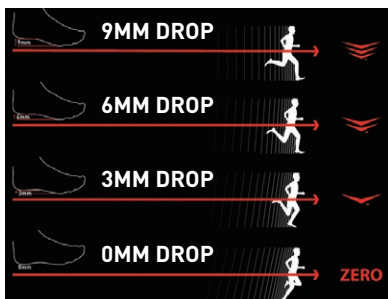
2013年：日本、韓国、香港

展開カテゴリー:

トレイルランニング、ロードランニング

「ナチュラル・ランニング」と正しいシューズ選び

爪先から土踏まずまでの前足部で地面を蹴る走り方が「ナチュラル・ランニング」です。身体の重心が前方に位置するため、走行リズムがヒール(踵)走行より速くなると同時に、地面からの衝撃を一気に受けることがなく、ケガのリスクが減るメリットもあります。この「ナチュラル・ランニング」に適したシューズ(フラットシューズ)は、クッションが



前足部と踵の高低差や、クッション性の違いを4段階に分けて提案。「ARROW (上図の赤い下向き三角形)」は、高低差やクッション性の違いを示す。上から9・6・3・0mmの高低差。



少ないフラットな形状で、まるで裸足で走っているかのように両足を機能させる役割があります。しかし、一般のランナーがいきなりフラットシューズで走ると、身体が新たなストレスを受けてケガしやすくなるため、「ナチュラル・ランニング」を目指すには、シューズを徐々にフラットなタイプに移行させる必要があります。『イノヴェイト』では、この移行をサポートするため、前足部と踵の高低差やクッション性の違いを4段階に分けて提案しているのだから、足の鍛えながら、自分の走り方の変化に応じたシューズを選ぶことが可能です。



ROAD-X 255(ロード)



TRAILROC 235(オフロード)

試し履きでブランド認知をさらに向上

当社では、こうした機能を持つシューズの特長、およびブランド認知の拡大を図るため、様々な活動を推進中です。2013年9月の「第3回 白馬国際トレイルラン」(長野県白馬村)や「第1回 白山・白川郷ウルトラマラソン」(石川県白山市～岐阜県白川村)、10月の「第6回 富士山麓トレイルラン」(山梨県富士河口湖町)、2014年2月の「東京マラソンEXPO2014」会場などで、ブースを設けてサンプルの試し履きを実施しました。実際にコースを走ってシューズの特長を体験してもらうなど、各地で「ナチュラル・ランニング」の魅力を伝えています。

国内では、ロードランニングはもちろん、トレイルランニングの人も徐々に高まりを見せています。今後も様々な大会において、ブランド認知度の向上に努めていきます。



「第3回 白馬国際トレイルラン」ロングコース(約50km)のスタート



「東京マラソン EXPO2014」ブースで試し履きを実施

ブランド商品開発 1

『アリーナ』 アンダー ザ サン



スイムウェアで世界のトップスイマーからの信頼が厚い『アリーナ』ブランド。その高度な開発技術を活かし、一般の人向けの「水まわりだけでなく行き帰りにも着用できる水陸両用ウェア」という新しいカテゴリーの確立を目指すのが「アンダー ザ サン」です。

水に強いスポーツブランドが提案した 「太陽の下で楽しむ」水着



アリーナマーケティング部
フィットネスMD課
主事

南木 健太郎
(なんぼくけんたろう)

室外プールや海・川など、“外で”着るときの水着が欲しいというニーズの高まりに応え、2011年に太陽の下で水を楽しむウェア「アンダー ザ サン」をデビューさせました。遊泳用水着とは違い、スポーツブランドならではの機能を備え、着たままで水に入れるレギンスやパーカーなどをラインナップしています。

ルーツは2006年に発表したTシャツ感覚のメンズ水着「T-body」です。「子どもとレジャープールや海に行くとき、気になるのが日焼け。でも、サーファーや若者が着るような体にピタッとしたものには抵抗がある」という市場の声や企画者の体験から、はっ水・速乾性があり、日焼けも防げる“お父さんのためのトップス水着”を開発しました。「アンダー ザ サン」ではこれにレディースも加えて、日焼け防止のため露出を最小限に抑え、かつ体のラインに配慮したファッション性のあるウェアを提案しています。



「アンダー ザ サン」
のルーツとなる
「T-body」

皆が探していた、水陸両用で 紫外線対策のあるウェア

従来、展開していた「紫外線対策を施した水着」という切り口に、2014年は「水陸両用」「汎用性」というキーワードを加え、パー

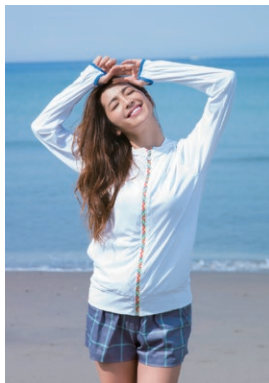
カーやTシャツ、ポロシャツなど、着心地も含め普段着感を意識したアイテムを展開します。水着の可能性をより広く捉えることで、釣り、川辺のバーベキュー、プールの行き帰り、リゾート地など、着用シーンの拡大を提案します。「探していたものがようやく見つかった」という反響を昨シーズン以上にいただけるよう、訴求していきます。

高いUVカット機能を維持しながら、耐久性や色落ちに影響するプールの塩素対策といった水着としての機能もクリアし、さらにスポーツシーンでも使えるという素材の選定には苦労しましたが、高い機能にファッションテイストを盛り込んだ商品開発を行えることが、『アリーナ』ブランドの強みと自負しています。



2014年の展開商品
モデルは入江陵介選手(右:イトマン東進)
立石諒選手(左:ミキハウス)

素材のさらなる研究開発で、着用シーンを広げる



2014年の展開商品
モデルは中村アンさん

『アリーナ』は、スイマーを中心としたユーザーにターゲットを絞り、グローバルでの展開を拡大しています。その中で、「アンダー ザ サン」というカテゴリーをしっかり確立させるには、「アリーナといえば水着」というブランドへの信頼を活かし、水に強いブランドとしていかに新しい切り口を提案できるかが大切です。「アンダー ザ サン」についても、今後も研究開発を進め、パイル地やコットンライクな素材のバリエーションを増やすなど、特長を活かせるシーンを広げていきます。

ブランド商品開発 2

『アンブロ』 アクセレーター ESE



日本代表として世界で戦う遠藤保仁選手を足元から応援。遠藤選手のためだけの特別なスパイク『アンブロ』「アクセレーター ESE (遠藤スペシャルエディション)」を開発しました。

私たちの手で作り上げたスパイクで、
世界と戦ってほしい



シューズマーケティング部
MD課

林 亮誠

(はやし りょうま)

開発に1年半を要し、現在、遠藤選手が着用している「アクセレーター プロ」をベースに、同選手と共同開発した専用モデルが「アクセレーター ESE」です。2014年5月から、日本代表としての活動時に着用していただいています。

2004年にアドバイザー契約を締結して以来、『アンブロ』のスパイクで世界を舞台に活躍を続ける遠藤選手は、『アンブロ』ブ

ランドにとって大切なプレーヤーです。今年の世界大会では、私たちの手で同選手のためだけに作ったスパイクと共に戦ってほしいと強く思い、開発に臨みました。



「アクセレーター ESE
(遠藤スペシャルエディション)」

故郷の桜島をイメージに、
4倍のグリップ力を実現

「アクセレーター ESE」の最大の特長は、同選手が本当に履きたい色や機能を突き詰めたことにあります。

デザイン面では、同選手の故郷である桜島の海・山・空、そこに射す夕日をイメージする4色のグラデーションを踵に配しました。4色には同時に、同選手をサポートする多くの人々の思いも込めていま



桜島の「夕日」「空」「山」「海」をイメージした4色を踵に配置

す。スパイクの内側には、同選手が好きな「オレンジ」をアクセントに入れ、内に秘めた闘争心をイメージしています。

機能面では、同選手の求める「足に密着して一体化し、全体はやさしく羽毛布団で包み込むような」微妙な履き心地を、内装材や足の特徴に配慮した設計で実現しています。試着と木型の細かい調整や修整を繰り返し、当社が誇る職人技

を駆使し、同選手が納得のいくフィット感をつくり上げました。

また、2013年6月にブラジルでのコンフェデレーションズカップを経験した同選手からの「スコールで芝がゆるく大変だった。濡れても滑りにくいグリップ力を」という要望に対応するため、凹凸感の出る特殊加工を採用して、グリップ力を通常の4倍まで高めました。そして、スパイクのあらゆる部分でボールを扱う同選手の特性を活かせるよう、その特殊加工をスパイク全面に施し、持ち味であるトラップやボールコントロールをサポートしています。

限定777足を発売

遠藤選手には日本代表として、「アクセレーター ESE」を履いたプレーで日本中を笑顔にしてほしいと、開発チーム全員が願っています。同選手の背番号7にちなみ、同仕様の商品をシリアルナンバー入り777足限定で2014年5月から発売しています。同選手のこだわりをユーザーの皆様にも、ぜひ共有していただき、一緒に応援したいですね。

今後も、世界に認められる品質で「あの靴、履いてみたいな」と子どもたちが思える、夢のある製品を世に送り出していきたいと思っています。



「アンプロ」契約の遠藤保仁選手(ガンバ大阪)

デサントグループのCSR

企業理念に掲げた通り、お客様にスポーツの楽しさを感じていただくため、様々な商品やサービスを提供するのが、デサントグループの事業活動の目的です。同時に、その活動をCSRの観点で捉え続けることが、社会の要求に対して果たすべき役割でもあります。デサントグループの役割であるCSRの取り組みから、最新の事例をご紹介します。

デサントアパレル株式会社 西都工場に 太陽光発電システムを導入

宮崎県西都市に位置する西都工場の敷地内に、全幅・全長が8×40mに及び総数200枚の太陽光パネルを設置し、2014年3月より発電を開始しました。発電量は年間およそ58,000kWh(予測



西都工場の敷地内に設置された太陽光パネル

値)で、約20トンのCO₂を削減します。

発電した電力は、経済産業省による「再生可能エネルギーの固定価格買取制度」を活用して九州電力株式会社へ売電を行っています。

廃棄した繊維を、植物栽培用の 軽量土壌に再生

デサントアパレル株式会社の各工場から出る裁断端切れや廃番の生地をリサイクルし、植物栽培用の軽量土壌に再生する取り組みに参加しています。この土壌は国内のベンチャー企業が開発したもので、(1)適度な保水・排水性がある、(2)半永久的に使用でき交換は不要、(3)軽量で手を汚さず取り扱いやすい、などが主な特長です。

生地は綿状に加工し補充材料を含有させた後、園芸用品や天然芝の栽培マットとして商品化されます。



サッカーシャツの生地を
栽培用マットに再生

「みなかみデサントスポーツタウンプロジェクト」が第2回スポーツ振興賞を受賞



2013年7月に、みなかみ町で開催した「デサント キッズスポーツ教室」

2011年より群馬県利根郡みなかみ町と共に「みなかみデサントスポーツタウンプロジェクト」を立ち上げ、「デサント藤原湖マラソン」「デサント キッズスポーツ教室」「すこやか

キッズ スポーツ塾」の開催など、子どもから大人まで楽しめる健康的なライフスタイルを提案し、スポーツによる町おこしを推進中です。

本プロジェクトは2014年2月に、公益社団法人 スポーツ健康産業団体連合会が主催する第2回スポーツ振興賞の「スポーツとまちづくり賞」を受賞しました。産官が一体となり、地域経済・社会の活性化を図っていることが評価されたものです。

デサントコリア株式会社がペンギン生息地の保護キャンペーンを展開

国連環境計画機関(United Nations Environment Programme: UNEP)韓国委員会とのパートナーシップで、地球温暖化で生息地が減少している南極のペンギン保護に向けたキャンペーン「SAVE THE PENGUINS」を2009年から展開中です。キャンペーンTシャツを販売した利益の一部をUNEPに寄付するなど、生息地の保護に貢献しています。



「SAVE THE PENGUINS」
キャンペーンTシャツ

財務情報

連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (2013年3月31日)	当連結会計年度 (2014年3月31日)
資産の部		
流動資産	56,573	60,418
固定資産	18,663	23,411
有形固定資産	11,626	14,336
無形固定資産	1,179	2,230
投資その他の資産	5,858	6,844
資産合計	75,237	83,830
負債の部		
流動負債	23,159	22,463
固定負債	3,102	5,057
負債合計	26,262	27,520
純資産の部		
株主資本	48,944	52,807
資本金	3,846	3,846
資本剰余金	25,184	25,184
利益剰余金	20,576	24,443
自己株式	△661	△666
その他の包括利益累計額	30	3,501
その他有価証券評価差額金	258	407
繰延ヘッジ損益	△45	△4
為替換算調整勘定	△183	3,114
退職給付に係る調整累計額	—	△15
純資産合計	48,974	56,309
負債純資産合計	75,237	83,830

連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (自 2012年4月 1日 至 2013年3月31日)	当連結会計年度 (自 2013年4月 1日 至 2014年3月31日)
売上高	91,932	109,944
売上原価	45,615	52,884
売上総利益	46,317	57,059
返品調整引当金戻入額	69	—
返品調整引当金繰入額	—	199
差引売上総利益	46,387	56,860
販売費及び一般管理費	40,967	50,589
営業利益	5,419	6,271
営業外収益	378	503
営業外費用	158	131
経常利益	5,639	6,643
特別利益	117	—
特別損失	184	—
税金等調整前当期純利益	5,572	6,643
法人税、住民税及び事業税	1,765	1,818
法人税等調整額	245	354
少数株主損益調整前当期純利益	3,561	4,470
当期純利益	3,561	4,470

連結キャッシュ・フロー計算書

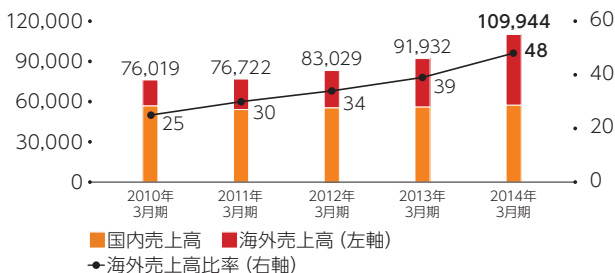
(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (自 2012年4月 1日 至 2013年3月31日)	当連結会計年度 (自 2013年4月 1日 至 2014年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,528	3,976
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,005	△ 4,767
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 725	△ 1,228
現金及び現金同等物に係る換算差額	531	899
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△ 670	△ 1,120
現金及び現金同等物の期首残高	18,057	17,387
現金及び現金同等物の期末残高	17,387	16,266

財務ハイライト／株主優待

売上高推移および海外売上高比率

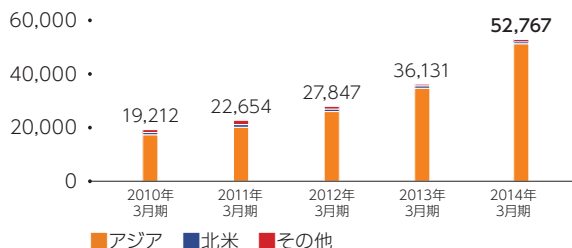
(単位：百万円／%)



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。

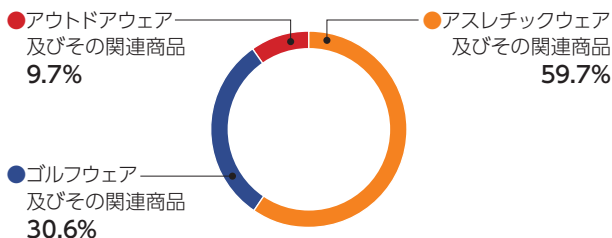
海外売上高推移

(単位：百万円)



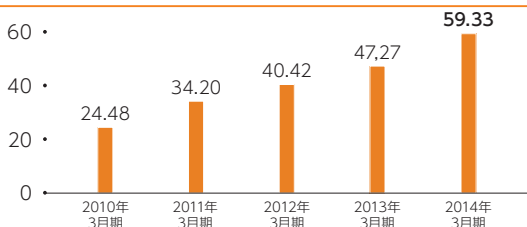
品目別売上高構成比

(単位：%)



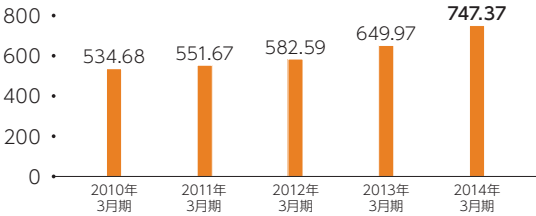
1株当たり当期純利益

(単位：円)



1株当たり純資産

(単位：円)



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1,000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/>

会社情報 / 株式情報

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	1,099億円（連結、2014年3月期）
従業員数	1,725名（連結）807名（単体）（2014年3月31日現在）
業種	スポーツウェア及びこれらに関連するものの製造及び販売
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：	桑山 信雄	取締役：	中分 孝一
代表取締役社長：	石本 雅敏	取締役：	金 勳道
専務取締役：	田中 嘉一	取締役（社外役員）：	井伊 雅子*
常務取締役：	三井 久	常勤監査役：	石本 和之
取締役：	羽田 仁	監査役（社外役員）：	八杉 昌利*
取締役：	辻本 謙一	監査役（社外役員）：	檜垣 誠次*

*株式会社東京証券取引所の定めに基づく独立役員です。

グループ会社

連結子会社

デサントアパレル株式会社（大阪市）	スポーツウェア及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）	スポーツウェア及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）	スポーツウェア及びこれらに関連するものの製造
デサント코리아株式会社（韓国 ソウル）	スポーツウェア及びこれらに関連するものの製造及び販売
上海迪桑特商業有限公司（中国 上海）	スポーツウェア及びこれらに関連するものの販売
香港迪桑特貿易有限公司（中国 香港）	スポーツウェア及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）	スポーツウェア及びこれらに関連するものの販売
株式会社ディーケーロジスティクス（韓国 安城）	デサント코리아の物流業務

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）	スポーツウェア及びこれらに関連するものの製造及び販売
---------------------	----------------------------

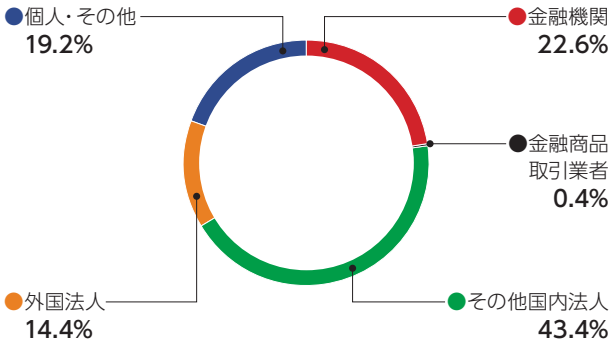
株式数および株主数

(2014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1,580,782株含む)
株主数	3,948名

株式分布状況

(2014年3月31日現在)



大株主および持株数

(千株) (2014年3月31日現在)

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	3,642
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,914
株式会社三井住友銀行	2,110
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,948
石本和之	1,757
帝人フロンティア株式会社	1,654
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
デサント共栄会	1,644
ビーエヌワイエムエル ノン トリーティー アカウト	1,637

株主メモ

株主メモ

(2014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: http://www.descente.co.jp/irs/
単元株式数	1,000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。

DESCENTE



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。

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

