

株主の皆様へ

第59期 株主通信

2015年 4月1日 ~ 2016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

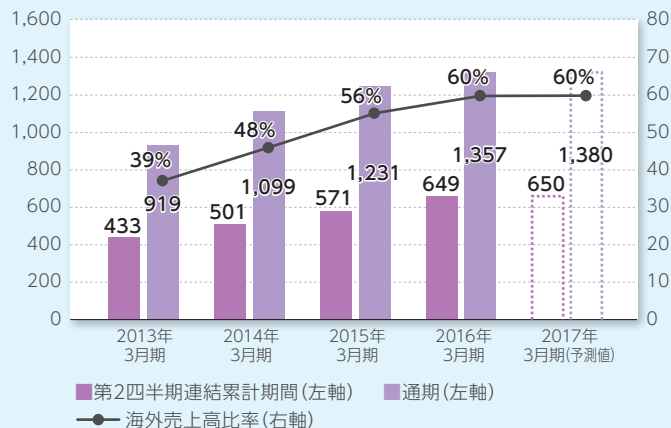


DESCENTEとは、フランス語で「滑降」の意味。スピリットマークは、スキーの基本技術である直滑降、斜滑降、横滑りを表現しています。つねに最もすぐれたものに目を向け、時代の要求を先取りし、積極的に製品化していく果敢なデサントスピリットのシンボルです。

「Compass 2015」最終年度の事 2017年3月期は、新中期3ヶ年計



◆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。

業数値目標を達成。5つのグローバル化も順調に推進いたしました。 画「Compass 2018」を強力に推進していきます。

初めて、2016年3月期の業績をお聞かせください

2016年3月期の連結業績は、国内事業の収益改善と韓国をはじめとするアジアでの事業拡大により、売上高135,778百万円(前年同期比10.3%増)、営業利益10,376百万円(同13.6%増)、経常利益11,053百万円(同15.8%増)、親会社株主に帰属する当期純利益7,870百万円(同19.9%増)の増収増益で、売上高、各利益項目とも過去最高値を更新しました。国内については、適時適品にこだわり、店頭での売上、消化を重視したことで収益力を改善できたのは大きな成果と感じています。また、海外においては、中国経済の減速やアジア圏全体が暖冬に見舞われたことにより、一部冬物は苦戦したものの、『デサント』や『ルコックスポルティフ』のアスレチックウエアが好調に推移し目標数値を達成することができました。

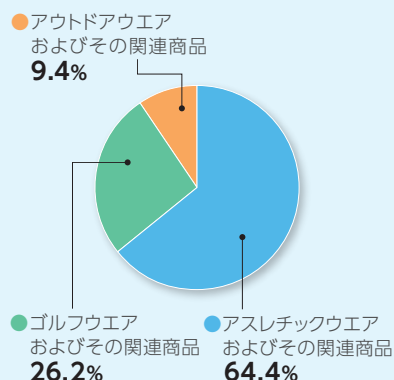
2016年3月期で特徴的な取り組みをお聞かせください

1つ目には、最注力ブランドと位置付けている『デサント』ブランドの事業拡大です。2015年9月から11月にかけて、日常シーンで着られるアイテムも揃えたライフスタイル提案型の新店舗「DESCENTE BLANC(デサントブランド)」を代官山、福岡、大阪にオープン。同じく11月に、

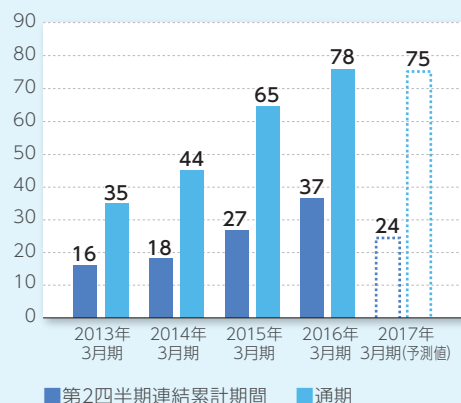


『デサント』のモノ創りのエッセンスを凝縮した「オルティン」のアイテムはファッションに敏感な若者からも支持代表アイテムである「水沢ダウン」はメディアで取り上げられることも多く、品薄に

◆ 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(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	2015年 3月期
売上高(億円)	1,380	1,357	1,231
営業利益(億円)	104	103	91
経常利益(億円)	105	110	95
親会社株主に 帰属する 当期純利益(億円)	75	78	65
1株当たり 当期純利益(円)	99.55	104.47	87.12

ブランド初となるグローバルフラッグシップショップ「デサントショップ ロンドン カーナビー ストリート」をイギリス・ロンドンにオープンしました。競技感やスキーのイメージが強かった「デサント」の商品を、より幅広い着用シーンで、より多くの年齢層やマーケットのお客様に打ち出すことができたと感じています。



【デサント】ブランドの直営新業態「デサント ブラン」11月にオープンした大阪の店舗



【デサント ショップ ロンドン カーナビー ストリート】様々な人種の集うロンドンで、ヨーロッパ全体への情報発信、ブランドイメージの波及効果も狙う

2つ目には、日本、韓国に続く第3の柱として注力する欧米・中華圏でのビジネスの強化です。欧米を中心に世界約60カ国でトレイルランニング用オフロードシューズ等を展開するイギリスのイノヴェイトグループを、8月に子会社化しました。『イノヴェイト』というユニークで開発力に長けたブランドの特徴をさらに強化し、あらゆる地形 (All-Terrain) を走れる「オールテライン



シューズ」のリーディングブランドを目指します。さらに、その開発力を当社の他のシューズブランドにも生かし、企業としての相乗効果も生み出していきたいと考えています。一方、中華圏については、2016年1月より海外でも人気が高い木村拓哉さん (SMAP) を『マンシングウェア』のブランドキャラクターに起用。中華圏全体 (中国、香港、マカオ、台湾、シンガポール) および韓国での統一プロモーションの展開を開始しました。その広告効果は大きく、中国の消費者が自国やアジア各国の旅行先で同一のプロモーションを目にすることで『マンシングウェア』というブランドの認知度が一気に高まり、実際の購買行動にも繋がっているようです。



オフロード (トレイルランニング) 市場での No.1を目指す『イノヴェイト』子会社化したことでグループとしてのシナジー効果を狙う

3つ目に、ゴルフカテゴリーでの新規ブランド展開です。15年春夏にスタートした「デサントゴルフ」に続き、16年春夏からダンロップスポーツ株式会社との業務提携による『スリクソン』ブランドのゴルフウェアの販売を日本で開始しました。これまでのデサントのポートフォリオには無かったギア系のブランドがラインナップに加わり、当社の強みであるゴルフウェア市場でのさらなるシェア拡大を目指します。



「スリクソン」を着用する松山英樹プロ
ウェイトマネジメントフェニックスオープン
の優勝をはじめ、PGAツアーでの松山プロの活躍が
ブランドPRIに大きく貢献

▶ 中期経営計画「Compass 2015」が終了しましたが、 手ごたえをお聞かせください

当期を最終年度とした中期3か年計画「Compass 2015」は、数値面での目標を売上高1,200億円、営業利益80億円、当期純利益50億円と掲げておりましたが、それらを1年前倒しの2015年3月期に達成でき、さらに業績を伸ばせたことは大きな成果です。定量的な目標の達成後も、「グローバル化の更なる推進」や「国内事業の再構築」など定性面での課題のクリアに注力してきました。

「Compass 2015」の成果で特筆すべきことは、日本と子会社間はもちろん、子会社同士の拠点間のコミュニケーション力があがったことです。この3年間で、海外子会社の現地化の推進と並行し、本社と各海外拠点が、ブランディングやシーズンごとの商品コンセプトなどを意識的に共有、意見交換することを強化しました。結果的に、各海外拠点のコミュニケーション力が向上し、拠点間の連携も強化することができました。実際に、今期中国で展開した商品の中には、デサント 코리아が主体で開発した商品もあり、組織全体のグローバル化が促進したと感じています。

▶ 2017年3月期の取り組みをお聞かせください

今年度は第31回オリンピック競技大会(2016/リオデジャネイ

ロ)・パラリンピック競技大会が開催されます。日本にとって、2020年を見据え、いつも以上に関心が注がれる大会になると思います。アスリートたちの活躍も楽しみですが、スポーツに携わるメーカーとして市場全体の活性化にもつなげていきたいと思っています。競泳は特に注目度の高い競技で『アリーナ』ブランドの水着やウエアのメディア露出の機会も多くなります。競泳用トップモデルはもちろん、ジュニアやフィットネススイマー向けモデルまで着実なプロモーションを行いマーケットシェアの拡大を図ります。

また、『デサント』ブランドの中国ビジネスがいよいよ動き始めます。中国に合弁会社を設立し、今期より展開をスタートさせます。

これらの取り組みを踏まえ、2017年3月期の連結業績の予想は売上高1,380億円、経常利益105億円、親会社株主に帰属する当期純利益75億円、海外売上高比率60%と見込んでいます。



『アリーナ』の競泳用トップモデル水着「アクアフォース ライトニング」を2015年11月に発表
第31回オリンピック競技大会(2016/リオデジャネイロ)日本代表に
『アリーナ』の契約選手5名が選考されている

▶ 最後に株主の皆様へメッセージをお願いします

当社の特性上、株主の皆様の多くは、デサント商品のユーザー様であると思います。株主としても、ユーザーとしても、皆様により満足していただける企業へとさらに向上していきたいと思っております。今後とも株主の皆様には、デサントのオーナーとして、企業のサポーターとしてご指導・ご声援をお願いいたします。

デサントが5年後に目指す姿「VISION 2020」と、VISION達成に向けた新しい中期経営計画「Compass 2018」を策定いたしました。

▶ 「VISION 2020」と「Compass 2018」の位置づけについてお聞かせください

5年後の2020年には第32回オリンピック競技大会(2020/東京)・パラリンピック競技大会が開催されるため、私たち日本に本拠地をおくスポーツ用品メーカーにとって直近の5年間は非常に重要で特別な期間となります。そこで今回、2020年に当社がどのような姿になっていたいか、目指す姿を「VISION 2020」に込めました。そして、その目指す姿の実現に向けどのような道筋を歩むのか、3年後の2018年はどういう通過点を通るのかというロードマップとして「Compass 2018」を策定しました。

▶ 「VISION 2020」の概要についてお聞かせください

当社の特徴である多ブランド展開戦略を生かし、取り扱うすべてのブランドそれぞれが、この5年の間に、エリアや商品、競技種目など特定セグメントを決め、そこで「No.1」になる。そうすることで一つひとつのブランドがより強くなり、2020年にデサントがグローバルスポーツブランドとは違った存在感のある企業になりたいと



思っています。その思いをスローガンにしたのが「First in the market」です。各ブランドが自身で決めた「No.1」の目標を達成するため、自身をしっかり分析し、商品開発、生産、販路開拓、プロモーション活動など地に足のついた経営計画を実行していきます。

▶ 「Compass 2018」についてポイントをお聞かせください

今回の「Compass 2018」は、グローバル・日本・韓国それぞれのエリアのマーケティング責任者が中心となって策定しました。それにより「Compass 2018」には重点戦略に加え、エリア別戦略を策定するにいたしました。

重点戦略としては全世界で一貫したブランド戦略、企画開発力の向上、直営店を含めた自主管理店舗の拡大等を掲げています。また、グローバルでの成長を支える経営基盤を整備すべく、現在の株式会社デサントをグローバル本社に据え、日本国内での事業は、今後設立するデサントジャパン株式会社に移管し、国内事業に特化した運営体制を取る予定です。これにより、各エリアでの事業会社の責任と権限を明確化し、意思決定の迅速化を図ることで、各エリアの事業環境の変化に柔軟に対応できる真のグローバルカンパニーを目指していきます。

▶ 新しい中期経営計画について株主の皆様へメッセージをお願いします

「VISION 2020」、「Compass 2018」いずれもグローバルでの成長を非常に意識したものになっていますが、当社は日本発祥のブランドです。日本企業であることに誇りを持ち、日本発のブランドとして培った強みを生かしていくことがグローバル化への成功のカギだと思っています。日本から世界に羽ばたこうとする当社を引き続き応援してください。そして2020年のデサントを楽しみにしててください。

VISION 2020

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

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

グループ数値目標 (2019年3月期) ・ 売上高 1,700億円 ・ 経常利益 140億円
 ・ 親会社株主に帰属する当期純利益 100億円
 ・ ROE 12%以上

エリア別目標売上高 (2019年3月期) ・ 日本 600億円 ・ 韓国 900億円 ・ 中国 (香港含む) 95億円

TOPICS

『アリーナ』の競泳用トップモデル水着 「AQUAFORCE LIGHTNING」デビュー

「アクアフォース ライトニング」の開発は、稲妻のように強く速いキックをサポートする水着を実現したいという思いからスタートしました。北島康介選手(日本コカ・コーラ)、入江陵介選手(イトマン東進)、瀬戸大也選手(JSS毛呂山/早稲田大学)などのトップ選手への聞き取りをはじめ、パフォーマンスに大きく影響するキックを、選手がより効果的に行うためのサポート機能として筑波大学と共同で“キックアシストシステム”を開発。この“キックアシストシステム”の核となるのは、キックの力を高めるため、新たに開発した伸長応力の高い「ライトニングバンド」です。ウエストから内股に配置することで、蹴り下ろしに重要な股関節内旋と内転の意識を高めることが可能となり、大腿部の中央から臀部にかけて配置することで、蹴り戻しの際に足を引っ張り上げ、次に行う蹴り下ろしも効果的に行うことが可能となります。

また、「アクアフォース ライトニング」のもう1つの特徴は、「パワータイプ」「フレックスタイプ」の2タイプの展開です。競泳用水着に対する選手のニーズは多様化していることから、大腿部の素材の伸縮性を変えることで、大腿部全体をホールドし、姿勢保持性を重視した「パワータイプ」と、大腿部の動かしやすさを重視した「フレックスタイプ」を展開し、選手がより幅広い選択を行うことを可能としました。

黒い身頃に「パワータイプ」はグリーン、「フレックスタイプ」はピンクの稲妻をイメージした「ライトニングバンド」を配置。デザイン面でも、稲妻の力強さとスピード感=速さを表現しています。

なお、「アクアフォース ライトニング」は、当社子会社であるデサントアパレル株式会社・西都工場(宮崎県西都市)での縫製をはじめ、糸・編み・染色など、生産工程のすべてを日本国内で行っています。長年培ってきた日本の高い技術で、選手の最高のパフォーマンスをサポートします。



「アクアフォース ライトニング」を着用する
入江陵介選手



アクアフォース ライトニング
「パワータイプ」(女性用)



アクアフォース ライトニング
「フレックスタイプ」(男性用)

TOPICS

『デザート』から大谷翔平選手(北海道日本ハムファイターズ)が認める
動きやすさとデザイン性を特徴とした「大谷コレクション」発売

当社とアドバイザー契約を結ぶ大谷翔平選手(北海道日本ハムファイターズ)の意見を取り入れた「大谷コレクション」がデビュー。大谷選手がこだわった「動きやすさ」と「デザイン性」を特徴とした野球用アンダーシャツやスライディングパンツなどを展開します。野球の「投げる・打つ・走る」など幅広いプレーシーンに対応する素材や設計を採用して「動きやすさ」を実現。また、大谷選手が「好きな柄で気分が高まる」という迷彩柄をデザインポイントとして各アイテムに大胆に採用。オーソドックスな紺と黒をベースとしたアイテムにアクセントを与えます。さらに、コレクションの象徴として大谷選手の特徴である「二刀流」を表現したロゴを配置しています。



大谷翔平選手
(北海道日本ハムファイターズ)

TOPICS

「身に纏う化粧品」を応用した日本初のスポーツアイテム
「UROUTE by shiseist(ウルウト バイ シセイスト)」を発売

「ウルウト」は、帝人フロンティア株式会社が開発した日本初の化粧品ウエア「ラフィナン®」を応用したスポーツアイテムです。健康な肌が弱酸性であるのに対し、汗や乾燥等の影響を受けてアルカリ性に傾いた状態が長く続くと肌のバリア機能が失われ、肌荒れなどの肌トラブルを引き起こすことがあります。「ウルウト」には、弱酸性成分のリンゴ酸が配合されているため、素肌に直接着用することで、肌を健やかに保ち、肌荒れを防ぎ、ハリ、ツヤ、潤いを与えます。この機能を活用し、健康や美容に関心の高い女性に向けて、汗をかくことの多いスポーツ時の肌荒れ対策に、ヨガアイテムなどを展開します。



TOPICS

新型背負い式樽生サーバー用バッグをアサヒビール株式会社と共同開発
「楽しようサーバー」ペナントレース球場でも活躍中!

野球場のスタンドなどで移動を伴いながら樽生ビールを提供する際に使用される背負い式樽生サーバー器具は、容量が10Lのものが主で、液量が満たされた状態では約20kgもの重量になります。しかし、背負うのは女性が多いことから以前より負担軽減を求める声が多く寄せられていました。そこで当社は、樽生ビール容器を背負うための「サーバーバッグ」を人間工学に基づき開発しました。バッグと身体の密着度や重心の工夫など、スポーツ用品の開発技術や健康管理に関する知識を活用した機能的なサーバーバッグは使用者の肩まわりの負担の軽減を実現。今シーズンより各球場で生ビール提供の際に使用されています。



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。

世界とのかかわり

Our relationship with the world



世界各国のサプライヤーと公正なパートナーシップを築き、人権や労働条件の改善、環境保全に協力しています。

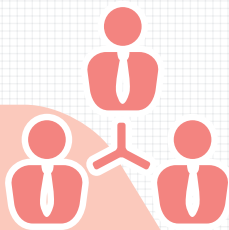


順調に稼働を続ける太陽光発電システム
(デサントアパレル株式会社 西部工場)

社会とのかかわり

Our relationship
with the community





人とのかかわり

Our relationship with personnel

さらなる顧客満足度の向上を目指し、専門知識やグローバルな感覚を見につけた人材の育成、また、ダイバーシティを考慮した人事制度や職場環境の整備を推進していきます。



販売スタッフのスキルアップを目指した「全国SCロールプレイング大会」

児童向けのスポーツ体験イベント等の活動により、地域住民の皆様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ています。



すこやかキッズスポーツ塾

国内 「すこやかキッズスポーツ塾 東北支援2015」

すこやかキッズスポーツ塾とは「こ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こどもたちに、スポーツ体験の機会を提供しています。

10周年となる昨年度は、東日本大震災で大きな被害のあった東北地方でも開催し、宮城県石巻市、岩手県宮古市、福島県いわき市の計9箇所の学校と施設を訪問しました。塾長にアトランタオリンピック出場の田中光氏やモントリオールオリンピック代表の野沢咲子氏を招き、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。

今後もこどもたちに「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。

海外 「スポーツ施設建設支援による韓国でのスポーツ振興貢献」

デサント코리아が2013年に設立した「デサントスポーツ財団」は、体育インフラを拡充してスポーツの裾野を拡大し、地域スポーツの発展に寄与する活動を行っています。韓国では学校での体育授業や運動する機会が減っているため、当社は、青少年の健康・体力増進のためのプログラム支援活動や、スポーツ施設の建設サポートなどの活動を行ってきました。

2014年のキョンギ道カピヨンの野球場建設に続き、2015年8月にチャムシル ムーブフットサルパーク、2016年1月にノドゥルナル ムーブフットサルパーク、ソンハク台 ムーブスポーツパークをそれぞれ建設しました。



今後も韓国国内でのスポーツの普及や体を動かす楽しさを伝える活動を続けてまいります。

ソンハク台 ムーブスポーツパーク

16 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16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ェ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



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。

展開エリア 日本

取扱ジャンル インナーウェア、ヨガウェア



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



ルッコクスポルティフ

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、フットボール、テニス、トレーニング、ライフスタイル、ゴルフ



マンシングウェア

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い、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。

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。

展開エリア 日本、アジア

取扱ジャンル フットボール、フットサル



エーセブン

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。

展開エリア 日本、アジア

取扱ジャンル スノーボード



スキズ

スキズ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ェアのブランドです。

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ェア



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



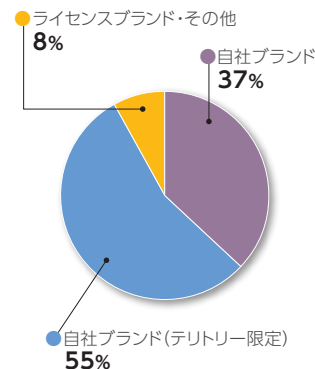
ライカ

女性専用のパフォーマンスフィ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
- アンブロ
- エーセブン
- スキズ

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 (2015年3月31日)	当連結会計年度 (2016年3月31日)
資産の部		
流動資産	68,212	74,941
固定資産	27,184	32,682
有形固定資産	16,094	15,730
無形固定資産	2,488	8,253
投資その他の資産	8,602	8,699
資産合計	95,396	107,624
負債の部		
流動負債	24,234	28,103
固定負債	5,883	9,772
負債合計	30,118	37,875
純資産の部		
株式資本	58,596	65,336
資本金	3,846	3,846
資本剰余金	25,184	25,184
利益剰余金	30,238	36,978
自己株式	△672	△672
その他の包括利益累計額	6,682	4,411
その他有価証券評価差額金	900	744
繰延ヘッジ損益	△22	13
為替換算調整勘定	5,568	4,001
退職給付に係る調整累計額	235	△346
純資産合計	65,278	69,748
負債純資産合計	95,396	107,624

連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (自2014年4月1日 至2015年3月31日)	当連結会計年度 (自2015年4月1日 至2016年3月31日)
売上高	123,128	135,778
売上原価	55,465	59,412
売上総利益	67,662	76,365
返品調整引当金繰入額	617	53
差引売上総利益	67,045	76,312
販売費及び一般管理費	57,908	65,935
営業利益	9,136	10,376
営業外収益	662	880
営業外費用	255	203
経常利益	9,543	11,053
特別利益	—	147
特別損失	298	—
税金等調整前当期純利益	9,245	11,201
法人税、住民税及び事業税	2,528	3,521
法人税等調整額	152	△190
当期純利益	6,563	7,870
親会社株主に帰属する当期純利益	6,563	7,870

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2014年4月1日 至2015年3月31日)	当連結会計年度 (自2015年4月1日 至2016年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,310	9,883
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,313	△5,245
財務活動によるキャッシュ・フロー	△961	△925
現金及び現金同等物に係る換算差額	769	△654
現金及び現金同等物の増減額	5,804	3,058
現金及び現金同等物の期首残高	16,266	22,070
現金及び現金同等物の期末残高	22,070	25,129

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	1,357億円(連結、2016年3月期)
従業員数	1,992名(連結) 839名(単体) (2016年3月31日現在)
業種	スポーツウエ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： 清水 源也
	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	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。

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)	スポーツウエアおよびこれらに関連するものの製造
ベンゼナール株式会社 (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)	スポーツウエ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)	スポーツウエ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)	スポーツウエ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)	スポーツウエ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)	スポーツウエ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

株主名	持株数(千株)
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)	2,965
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

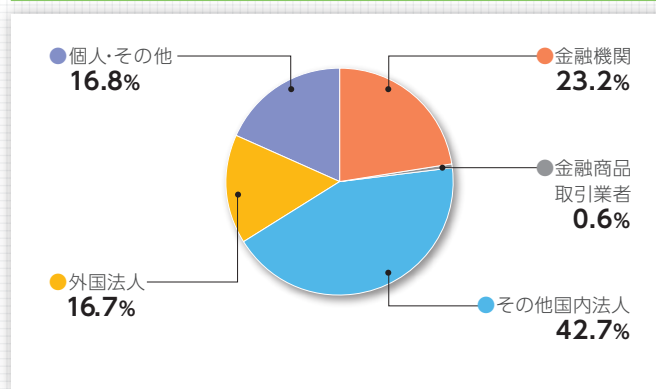
株式数および株主数

(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1,586,731株含む)
株主数	4,805名

株式分布状況

(2016年3月31日現在)



香港迪桑特貿易有限公司 (中国 香港)	スポーツウエ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)	スポーツウエアおよ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)	デサントコリアの物流業務
インヴェイト株式会社 (英国 ステイプリー)	シューズ、ウエア、エキップメントの製造および販売
インヴェイトINC. (米国 ボストン)	シューズ、ウエア、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)	スポーツウエアおよびこれらに関連するものの製造および販売
----------------------	------------------------------

(2016年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,951
石本和之	1,757
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	1,459

株主メモ

(2016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/
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
Online Shop

×

株主優待制度

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



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：ウエア着用契約の女子プロゴルファーが活躍
左) 賞金女王：イボミプロ 右) 渡邊彩香 プロ

「ルコックスポルティフ」着用のイボミプロは、圧倒的な強さを見せ、史上最高額で2015年度の賞金女王に輝きました。「デサント」着用の渡邊彩香プロもツアー2勝を挙げ賞金ランキングも6位につける活躍を見せました。

