

株主メモ

(2019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が取引口座を開設し、株式の残高をお振替いただく必要があります。

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



株主優待制度のご案内

DESCENTE STORE × 公式通販サイト「デサントストア」で 20%OFF + 送料無料

株主優待制度 取扱商品を20%割引

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「デサントストア/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「デサントストア」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「デサントストア」

2018年4月に「デサントオンラインショップ」が「デサントストア」としてリニューアルいたしました。「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。

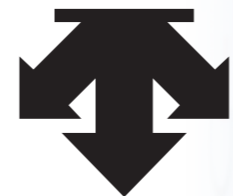
<https://store.descente.co.jp>

表紙写真：ボブスレー女子2人乗り(ドイツチーム)

「デサント」ブランドで競技用ウェアをサプライするドイツボブスレーリージュ・スケルトンナショナルチームは数々の国際大会で表彰台にあがる強豪チームです。表紙は3月にカナダで開催された世界選手権にてボブスレー女子2人乗りで優勝したJamanka Mariama選手とPracek Annika選手。着用している競技用のスーツは自社工場であるデサントアパレル吉野工場で縫製されています。



DESCENTE



株主の皆様へ

第62期 株主通信

2018年4月1日～2019年3月31日

株式会社デサント

証券コード：8114

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



2019年6月から当社は新体制となります。

2019年6月20日より新しい経営体制となりました。取締役は社外2名を含めた6名の体制とし、スピーディーな経営を推し進めながら、ガバナンスの強化にも努めてまいります。

「すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを」という企業理念のもと、企業価値の向上を最優先に掲げ、邁進していきます。
 私が最も重要視するのは経営の安定です。幸い、当社には「創業の精神」を体現し、「モノを創る力」を磨き続ける社員が集まっています。彼・彼女らの創造性を最大限に生かして、独創的な商品の開発に引き続き注力していきます。
 昨年立ち上げた大阪と韓国・釜山の研究開発拠点も大いに活用してまいります。

更なる強みとしては売上の90%が自社保有ブランドであることです。これらのブランドを長期的視野に立って育てていきたいと思っております。また、日本のみならずアジアを中心とする海外での売上が60%程度であることがあげられます。

市場としては日本・韓国・中国が3本柱であり、これから更に拡大できる可能性が十分にあると考えています。

日本は売場の改革を進めながら収益にこだわっていきます。

韓国は経営の安定をはかりつつ、商品のレベルアップを図っていきます。

中国は中国最大のスポーツ用品販売会社である安迪体育用品有限公司(ANTA社)と連携し、市場での『デサント』ブランドの認知度を高めていきたいと考えています。

中国でのビジネスは他ブランドを含め、近い将来に日本・韓国を超える売上となり、当社にとって最大のマーケットになると想定しています。

今後ともお客様に喜んでいただけるデサントらしいモノ創りに専念してまいります。

変わらぬご支援をよろしくお願い申し上げます。



株式会社デサント
代表取締役社長

小関 秀一

中期経営計画の最終年度を終え、 第3の柱として、中国市場が確立されました。

▶ 2019年3月期の業績について

2019年3月期の業績は、売上高142,443百万円(前年同期比0.9%増)、営業利益7,935百万円(同17.3%減)、経常利益8,458百万円(同12.8%減)、親会社株主に帰属する当期純利益3,944百万円(同31.7%減)の、増収減益となりました。

売上高は過去最高となりましたが、日本、韓国での売上計画未達による売上総利益の減少、国内でのゴールドスポートイヤーズに向けての先行投資、英国の子会社「イノヴェイト」の減損計上などにより、大きく最終利益を落とす結果となりました。

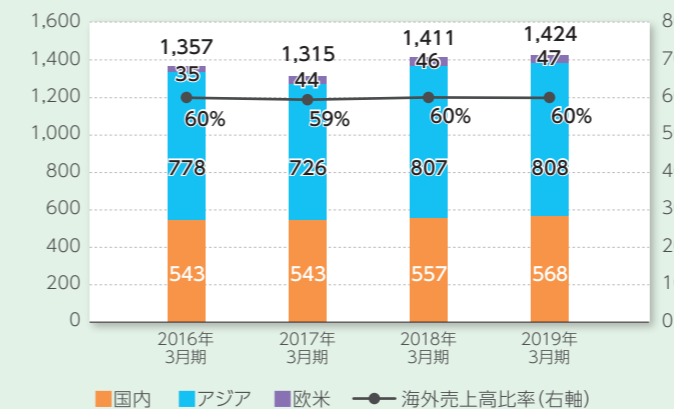
国内は、ゴールドスポートイヤーズを迎え、社会全体のスポーツへの期待が高まっていますが、スポーツ用品に対する実需はそれほど伸びておらず、お客様の購買の活発化にはまだ繋がっていない状態です。来年に向け日本人アスリートの活躍を目にする機会が

どんどん増えていきますので、それに伴い実需も伸びていくと考えられます。そういった中、昨年度は自社ブランドである『デサント』と『ルコックスポルティフ』が売上を伸ばし、2020年に繋げました。

韓国は、過去2年間在庫が膨らみ事業の停滞が続きましたが、これまでに当社が打ってきた様々な施策が功を奏し始め、厳しい時期を脱したと感じています。中でも特に『デサント』が好調でした。また、在庫を前年比で約10%削減することもでき、再び韓国市場で攻めに転じる足場固めができました。

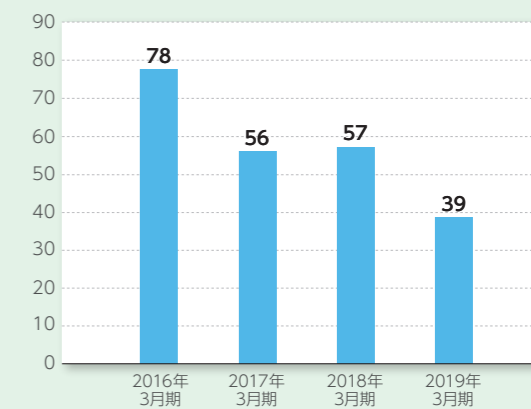
中国は、持分法適用関連会社を中心にハイペースで売上を伸ばし、現地売上高が前年比146%となりました。中国のグループ会社4社中3社は持分法適用関連会社のため財務諸表上の数字には表れませんが、現地の売上高は209億円と、連結売上高1,424億円の15%に相当する事業規模を占めるようになり、いよいよ第3の柱となりました。特に『デサント』ブランドは、展開を開始してから

◆ 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。

◆ 親会社株主に帰属する当期純利益 (単位: 億円)



2年余りで店舗数を118店舗まで拡大し、売上を大きく伸ばしています。

また日本・韓国・中国以外のエリアとして、東南アジアや北米でもブランドの展開を続けていきます。昨年度はインドネシア、ベトナムにそれぞれ「ルコックスポルティフ」、「マンシングウェア」の店舗を出店するとともに、北米ではインターネットによる販売も開始しました。

2019年3月期の特徴的な取り組みについて

大阪・茨木市と韓国・釜山に構えた2つの研究開発拠点「DISC (DESCENTE INNOVATION STUDIO COMPLEX)」が稼働を開始しました。シューズの開発は、基礎開発からスタートし、具体的な商品化までに一定の時間を必要としますが、「DISC BUSAN」には世界中から優秀な人材が集まっており、滑り出しは順調です。一方アパレルは、「DISC OSAKA」の第1号開発素材となる放熱機能に優れた「Coolist D-Tec(以下「クーリスト」)」を使用した商品を発売することができました。

2つの「DISC」の稼働により当社の企画開発のスピードが非常に

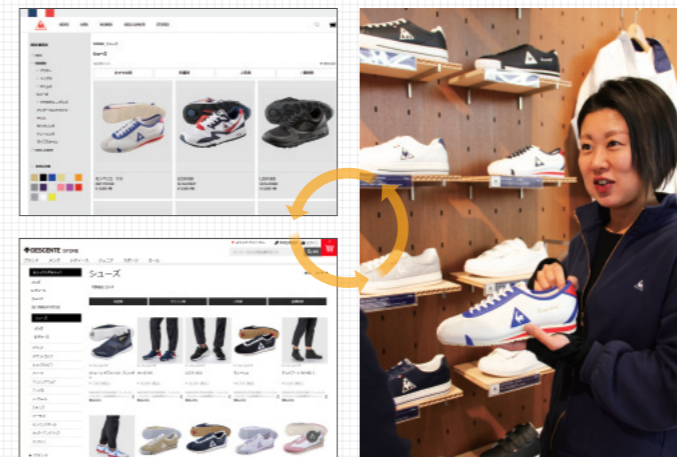
早くなりました。企画開発は仮説⇒検証の繰り返しが必要ですが、このプロセスを自社内でできるようになった結果、スピードだけでなく、開発対象の数も増え、今期は自転車・フェンシング・トライアスロン・水泳と複数の競技ウェアの開発を並行して行っています。



様々な研究・検証を進める「DISC OSAKA」

デジタル面での取り組みにも引き続き注力しています。当社は直営店や自主管理売場を構えており、お客様が実際に店頭で商品に触れ、専門知識を持つ販売員の説明を聞ける「売場」を持っています。その「売場」を持っているという強みをデジタルでサポートし、オムニチャネル化を加速させたいと思っています。当社の商品の多くは着心地や履き心地、質感や色など実際に手に取り、目で見ただけで購買に繋がることが多いですが、一方で、お客様は商品についてこれまで以上に情報を求めている場合も多く、店頭販売とeコマースのバランスが重要になります。そのため、これまで取り組んできたデジタルマーケティングだけでなくビジネス全体に渡りデジタル面を強化することを目的に、デサントおよびデサントジャパン両社に新たにデジタルビジネス関連の組織を設置しました。

さらに、グローバル本社が各国と連携を取り、各ブランドのオフィシャルサイトのデザインイメージを統一するなど、ブランドとしての世界観をグローバルで統一し、発信できる基盤を整備しています。



オムニチャネル化を促進

中期経営計画の振り返り

初年度(2017年3月期)に韓国の経済不況という外的要因もあり、主要市場である韓国と日本で計画していた利益を出すことが出来ず、最終年度(2019年3月期)の計画として当初に掲げていた経常利益140億円という定量目標は大幅に未達となったことは大いに反省すべき点であると認識しています。一方で将来の持続的な成長のための定性的な課題に対しては、一定の成果もありました。

まずは、中国を第3の柱にまで成長させることができた点です。合併会社を2社立ち上げ、前述の通り昨年度の中国の売上は前年を大きく上回りました。売上伸長だけでなく、各社の黒字化も見えてきましたので、今後は日本・韓国と並び中国も当社の収益に貢献していくでしょう。さらに、自社ブランドの「デサント」事業が着実に伸長している点も挙げられます。

そして、2つの研究開発拠点「DISC OSAKA」と「DISC BUSAN」の稼働です。自社の拠点で、開発することができるようになったことは、「モノ創りの力」を競争力の源泉とする当社の大きな力となるでしょう。

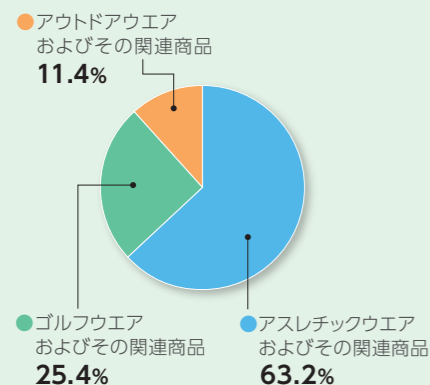


「デサント」の「水沢ダウンジャケット ヴァリアント」 [ISPO Award 2019]で「水沢ダウンジャケット」では3度目となる金賞を受賞

株主の皆さまへ

今年から始まるゴールドンスポーツイヤーズを迎え、今後国内のスポーツ熱はさらに高まり、また世界中のスポーツファンが日本に訪れる機会は大幅に増えていくでしょう。当社が軸足をおいて事業を展開しているスポーツ市場は確実に活性化すると予想されますので、日本から世界に向けて当社のブランドをアピールし、グローバルでの企業価値を向上させていきます。これまで以上のご声援をお願い致します。

品目別売上高構成比 (当連結累計期間)



通期連結業績予想

	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期 (計画)
売上高(億円)	1,411	1,424	1,440
営業利益(億円)	95	79	80
経常利益(億円)	96	84	82
親会社株主に帰属する当期純利益(億円)	57	39	53
1株当たり当期純利益(円)	76.59	52.31	70.29

各国の主力店舗が掲げるリアル店舗の存在意義

2019年2月、当社のコーポレートブランドである「デサント」の国内最大規模となる路面店舗「デサント トウキョウ」が東京・渋谷にオープンしました。eコマースでの購入など消費者の購買行動が多様化する中、日本・韓国・中国それぞれの主力店舗が打ち出すリアル店舗の存在意義を紹介します。



「デサント トウキョウ」外観

▶ 日本・東京 「デサント トウキョウ」



日本生まれのブランド「デサント」のショーケース

「デサント トウキョウ」は、日本発のブランドである「デサント」の世界観を、全世界に向けて発信する拠点となり、お客様だけではなく流通先やブランド展開国への“ショーケース”としての役割を担っています。「デサント」の独自性を品揃え、店舗デザイン、接客、PRや陳列の方法など店舗全体で表現し、他ブランドとの違いを効果的に、そして印象的にお客様やビジネスパートナーへ伝えることが求められています。

そのため、「デサント トウキョウ」では、日本で取り扱っている「デサント」ブランドのすべてのカテゴリーを総合的に展開※しています。また、世界的なスポーツイベントを控えた東京に店舗を構えることで、世界中からのお客様に対して「デサント」の誕生国である「日本」をアピールする意義も十分あると考え、日本茶のティースタンド「すすむ屋茶店」を併設しています。今後は、お客様と直接対話できるというリアル店舗ならではのメリットを活かし、お客様にブランドを体験していただきつつ、eコマースとの連動やCRM（顧客管理システム）の活用、SNS発信による顧客サービスの充実も目指します。



「デサント」のオリジンである野球のコーナーも設置

※一部カテゴリーは期間限定展開

▶ 韓国・ソウル 「デサント 明洞フラッグシップストア」



プレミアムスポーツブランドとしてのイメージを確立

「デサント 明洞フラッグシップストア」は、「デサント」が最高の品質と技術を合わせ持ったプレミアムスポーツブランドだということを表現し、ブランドの世界観を感じていただける店舗づくりをしています。「スイスアルペンスキーツーム」や「カナダスキークロスチーム」といったナショナルチーム、世界をまたにかけ二輪の最高峰レースに挑む「モンスターエナジー・ヤマハMotoGP」とのコラボレーションアイテムの展開をすることなどで、「デサント」の商品が世界中のアスリートが認める高い技術力に裏打ちされた高機能なものであることを打ち出しています。また、韓国国内最大の店舗であり、韓国で展開するすべてのカテゴリー（ゴルフを除く）の商品を取り扱う唯一の店舗としてブランドイメージの発信拠点となっています。



「モンスターエナジー・ヤマハMotoGP」とのコラボレーションアイテム

明洞は、世界中から感度の高いお客様が集まるエリアのため、この地で「デサント」のグローバルスポーツブランドとしての認知を獲得していくことが今後の目標です。

▶ 中国・上海 「デサントストア 上海iapm店」 アイイーピーエム



お客様を強く引き付ける店舗づくり

国土の広い中国では、eコマースでの買い物が主流ですが「デサント」のブランド価値を中国のハイエンドなお客様に実際に体験していただくために「上海iapm店」は重要な役割を果たしています。

同店は、中国最大の都市・上海の中心的繁華街である淮海路（ファイハイルー）にあるプレミアムショッピングモール内に大きく構えており、多種多様な商品を取り扱っています。内装や商品の見せ方にも



広々として商品が見やすい店内

こだわり、また専門的な知識を習得したスタッフを配置し、お客様一人ひとりに合わせた商品紹介やコーディネート提案など、サービスの提供もしています。VIP会員向けにヨガやフィットネスなど特別なイベントを開催し、この「上海iapm店」でしかできない限定感のあるプレミアムな消費体験を通じて、ブランドの世界観を発信し、お客様にも楽しんでいただいています。

TOPICS **新コンセプト「衣服内の熱を逃がす」で蒸し暑い日にピッタリ!
独自開発素材「Coolist D-Tec」デビュー**

当社は、独自開発のクーリング素材「Coolist D-Tec」(以下「クーリスト」)を使用した商品の展開を2019年春夏シーズンから始めました。

「クーリスト」は、2018年に稼働した研究開発拠点「DISC OSAKA」において、独自に開発した特殊な生地構造により、水分の吸収・拡散・蒸発、そして換気や通気という方法を利用し、衣服内からの熱を積極的に放熱させることでクーリング効果を発揮する素材です。ポイントは、汗など水分が蒸発する際に表面の熱を奪う「気化熱」。「クーリスト」は水分の吸収が早く、蒸発しやすいのが大きな特徴で、吸収から蒸発までのサイクルを早くすることで気化熱を継続的に生じさせ、衣服内温度を下げます。また、素材に換気や通気機能を持たせることでウェア内を涼しく爽やかな状態で維持するので、蒸し暑さを感じる日の運動や観戦など汗をかく環境での着用に適したウェアです。

当社は、放熱機能に優れた「クーリスト」、同じく当社が独自に開発した太陽光遮蔽素材「サンスクリーン」の両素材を活用し、深刻化する夏の暑さを和らげる商品を展開していきます。



発汗マネキンによる表面温度の放熱性比較
7つのブランドで「クーリスト」商品の販売をスタート

TOPICS **新規流通BtoB 事業を開拓・拡大へ
アスクルの配送ドライバーの新ユニフォームに採用**

通販会社アスクル株式会社のドライバーが、新しいユニフォームとして『デサント』のウェアと「ルコックスポルティフ」のシューズを着用しています。お届け時のお客様とのコミュニケーションに好印象を与えるデザイン性に加え、吸水速乾やはっ水といったスポーツウェア開発の知見を生かした機能性、ユニフォームとして重要な耐久性や動きやすさに配慮しました。当社は、今後もBtoB(企業間取引)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ご着用いただく機会を設けることで、お客様に価値を提供してまいります。



配送ドライバーが着用する「デサント」、「ルコックスポルティフ」ブランドの新ユニフォーム

TOPICS **『デサント』、『アリーナ』ブランドにて
トップ選手向けのウェアを発表**

『デサント』、『アリーナ』ブランド合同でトップ選手向けのウェア発表会を2018年12月3日に行いました。『デサント』ブランドは、オフィシャルサプライヤー契約を結ぶ6つの競技団体へ2019年シーズンよりサプライするウェアを披露しました。トレーニングジャケット、パンツなどのデレゲーションウェアは、各競技団体共通のデザイン及びカラーで、日本代表としての一体感を醸成しています。また、ウェアには当社が独自に開発した新素材「クーリスト」が採用されています。

『アリーナ』ブランドでは、瀬戸大也選手(ANA/JSS毛呂山)をはじめ契約選手と共同開発した競技用トップモデル水着「アルティメットアクアフォース」シリーズを発表しました。「サポート力」と「動かしやすさ」という大きく2つに分かれた選手のニーズに合わせるため、それぞれを重視した2種類の水着を2019年1月から発売しています。

発表会には、多くのメディアが集まり、各競技団体を代表する選手もモデルとして登場し、着心地の良さや動きやすさなどについてコメントしました。ゴールデンスポーツイヤーを迎え、製品のサプライを通じトップ選手をサポートするとともに、各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。



承認番号 JVA2018-12-005
6つの競技団体からトップ選手が参加した記者発表会

TOPICS **東南アジアでのビジネス展開**

東南アジアでも店舗の出店を進めています。2018年度、インドネシアでは「ルコックスポルティフ」の店舗を3店舗、ベトナムでは「マンシングウェア」の店舗を2店舗オープンさせることができました。2019年度には新たに2~3店舗の出店を計画しています。各国のディストリビューターと提携することで、現地の気候や好みなどお客様のニーズに合わせた商品展開を進めます。今後も、既存展開エリアでのシェア拡大とともに展開エリアの拡大にもチャレンジしてまいります。



ベトナムの「マンシングウェア」1号店(ハノイ)

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。



主な生産工場で第三者機関によるCSR監査を実施
(デサントアパレル株式会社 水沢工場)



「健康経営優良法人～ホワイト500～」に3年連続認定



Network Japan
WE SUPPORT

国際連合が提唱する「国連グローバル・コンパクト」への参加



「目白ロードレース」への協賛



「東京都スポーツ推進企業」に認定



香港デサントの社員による高齢者福祉施設への訪問

『マンシングウェア』ブランド
『SAVE the PENGUIN』キャンペーン

『マンシングウェア』は、ブランドの象徴でもあるペンギンを絶滅危機から守るため、地球温暖化や環境悪化を抑制することを目的に、19年春夏シーズンより日本およびアジア各国で『SAVE the PENGUIN (セーブ ザ ペンギン)』キャンペーンを実施しています。環境保全活動を行うNGO団体『WWF』とのコラボレーションアイテムを販売し、対象商品の売上金の一部は同団体が行う



©Mathieu Simon

地球環境保全活動に活用されるほか、契約プロなどが登場するオリジナルムービーの配信やSNSなどを活用し、環境保全活動のサポートを始めました。今後も企業として持続可能な社会の実現に向け、積極的な取り組みを行ってまいります。



中山間地域での遠隔授業の実施
(ICT×キャリア教育プロジェクト)

当社は、静岡県藤枝市教育委員会主催、静岡大学塩田研究室協力により、大人との触れ合いが少ない同市の中山間地域の子どもたちのキャリア教育を目的としたプロジェクトに参画しました。当社の研究開発拠点「DISC OSAKA (ディスク オオサカ)」と藤枝市の中学校をICT(テレビ電話システム)で繋ぎ、「スポーツの楽しみ方・関わり方を考えてみよう」というテーマのもと、生徒たちが事前の授業で作成した「たくさんの人がスポーツを楽しめるイベントとそれに合わせたウェアやグッズ」についてのアイデアを発表。当社社員がそれに対するコメントや感想を述べ、子どもたちにスポーツビジネスの魅力を伝えました。引き続き、このような地域社会課題の解決に繋がる活動を行ってまいります。



テレビ電話システムを用いた授業の様子

株式会社デサントは、「すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを」を企業理念とし、幅広いスポーツシーンを複数のブランドを展開することでサポートしています。競争力の源泉である「モノを創る力」により、トップ選手やチームへの商品開発やスポーツを楽しむお客様への快適な商品・サービスを提供するとともに、「売場を創る力」も高め、その価値をお客様にお伝えしています。そして、私たちのブランドの商品・サービスは、日本、韓国、中国などのアジア地域、欧米など海外でも認められ、展開を拡大しています。

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

<p>DESCENTE デサント</p> <p>トップアスリートとの共同開発に基づいて、つね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機能、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。</p> <p>展開エリア 日本、アジア、欧州、米州</p> <p>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</p>	<p>ルコックスポルティフ</p> <p>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。</p> <p>展開エリア 日本、アジア</p> <p>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</p>	<p>arena アリーナ</p> <p>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すべての人々をサポートします。</p> <p>展開エリア 日本、アジア</p> <p>取扱ジャンル スイム、フィットネス</p>	<p>Munsingwear マンシングウェア</p> <p>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ためのゴルフウエアを提案します。</p> <p>展開エリア 日本、アジア</p> <p>取扱ジャンル ゴルフ</p>	<p>umbro アンブロ</p> <p>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。</p> <p>展開エリア 日本、韓国</p> <p>取扱ジャンル フットボール、フットサル</p>	<p>【ブランド種類別売上高構成比】</p> <p>● ライセンスブランド・その他 7%</p> <p>● 自社ブランド 46%</p> <p>● 自社ブランド(テリトリー限定) 47%</p>
<p>inov-8 イノヴェイト</p> <p>2003年にイギリスで誕生。オフロードランニングをオリジンとし、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。</p> <p>展開エリア 日本、アジア、欧州、米州</p> <p>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</p>	<p>SKINS スキンズ</p> <p>スキン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エアのブランドです。</p> <p>展開エリア 日本、アジア</p> <p>取扱ジャンル コンプレッションウエア</p>	<p>Marmot マーモット</p> <p>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。</p> <p>展開エリア 日本</p> <p>取扱ジャンル アウトドア</p>	<p>LANVIN SPORT ランバン スポール</p> <p>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。</p> <p>展開エリア 日本</p> <p>取扱ジャンル ゴルフ</p>	<p>CUTTER & BUCK カッターアンドバック</p> <p>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。</p> <p>展開エリア 日本</p> <p>取扱ジャンル ゴルフ</p>	<p>自社ブランド</p> <p>「デサント」をはじめとする、オリジナルブランドです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● デサント ● イノヴェイト <p>自社ブランド(テリトリー限定)</p> <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 ● スキンズ
<p>Babolat バボラ</p> <p>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。</p> <p>展開エリア 日本</p> <p>取扱ジャンル テニス、バドミントン</p>	<p>SRIXON スリクソン</p> <p>卓越した独自技術をすべ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。</p> <p>展開エリア 日本</p> <p>取扱ジャンル ゴルフ</p>	<p>AVIA アヴィア</p> <p>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。</p> <p>展開エリア 日本</p> <p>取扱ジャンル フィットネス</p>	<p>rykō ライカ</p> <p>女性専用のパフォーマンスフットウエアブランドで、1988年のアメリカ生まれです。</p> <p>展開エリア 日本</p> <p>取扱ジャンル ダンスエクササイズ、スタジオ</p>	<p>14 Brands</p>	<p>ライセンスブランド・その他</p> <p>デサントがライセンス契約などにもとづき展開しているブランドです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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

注) 各エリア内での展開国はブランドにより異なります。

(2019年3月31日現在)

連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (2018年3月31日)	当連結会計年度 (2019年3月31日)
資産の部		
流動資産	78,068	78,051
固定資産	39,073	37,705
有形固定資産	22,156	24,910
無形固定資産	5,078	2,701
投資その他の資産	11,838	10,093
資産合計	117,141	115,756
負債の部		
流動負債	29,116	29,527
固定負債	9,149	7,783
負債合計	38,266	37,310
純資産の部		
株主資本	73,832	76,115
資本金	3,846	3,846
資本剰余金	25,223	25,281
利益剰余金	45,421	47,632
自己株式	△658	△643
その他の包括利益累計額	5,042	2,330
その他有価証券評価差額金	822	739
繰延ヘッジ損益	13	△4
為替換算調整勘定	4,301	1,607
退職給付に係る調整累計額	△95	△11
純資産合計	78,875	78,446
負債純資産合計	117,141	115,756

連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (自2017年4月1日 至2018年3月31日)	当連結会計年度 (自2018年4月1日 至2019年3月31日)
売上高	141,124	142,443
売上原価	62,803	62,915
売上総利益	78,321	79,527
返品調整引当金戻入額	100	—
返品調整引当金繰入額	—	33
差引売上総利益	78,421	79,494
販売費及び一般管理費	68,825	71,558
営業利益	9,596	7,935
営業外収益	542	799
営業外費用	439	276
経常利益	9,698	8,458
特別利益	566	—
特別損失	1,659	2,775
税金等調整前当期純利益	8,606	5,683
法人税、住民税及び事業税	2,469	2,386
法人税等還付税額	—	△1,268
法人税等調整額	364	620
当期純利益	5,771	3,944
親会社株主に帰属する当期純利益	5,771	3,944

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2017年4月1日 至2018年3月31日)	当連結会計年度 (自2018年4月1日 至2019年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	12,523	11,137
投資活動によるキャッシュ・フロー	△6,361	△8,267
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,560	△2,136
現金及び現金同等物に係る換算差額	1,032	△873
現金及び現金同等物の増減額	5,633	△140
現金及び現金同等物の期首残高	21,907	27,369
現金及び現金同等物の期末残高	27,369	27,229

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	小関 秀一
資本金	38億4,620万円
年商	1,424億円(連結、2019年3月期)
従業員数	3,527名(連結) 232名(単体)(2019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 (大阪総務・秘書課)
役員	代表取締役社長：小関 秀一 取締役専務執行役員：金 勳道 取締役常務執行役員：土橋 晃 取締役常務執行役員：小川 典利大 社外取締役：佐山 展生* 社外取締役：高岡 浩三* 常勤監査役：森光 正次 社外監査役：太田 克実* 社外監査役：吉岡 浩一*

*株式会社東京証券取引所の定めに基づく独立役員です。

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(東京)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
デサントパレル株式会社(大阪)	スポーツ用品およびこれらに関するものの製造
ベンゼネラル株式会社(大阪)	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 MOUNTAIN AMERICAS(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 (登記上の名称は「DESCENTE NORTH AMERICA INC.」です)

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
ARENA 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

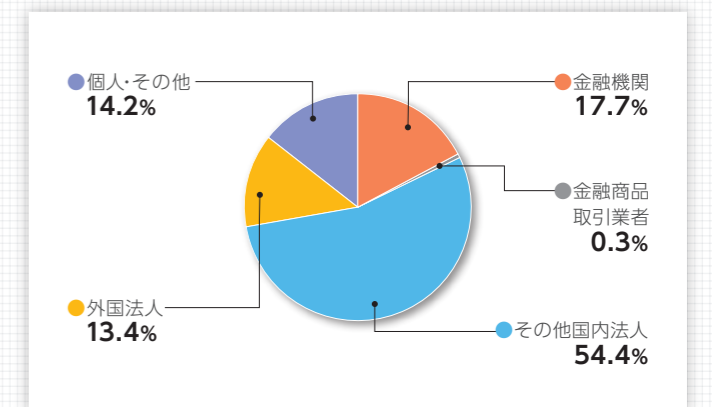
株式数および株主数

(2019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1,516,109株含む)
株主数	4,252名

株式分布状況

(2019年3月31日現在)



大株主および持株数

(2019年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)	株主名	持株数(千株)
伊藤忠商事株式会社	22,954	株式会社三井住友銀行	2,110
BSインベストメント株式会社	7,210	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
UBS AG HONG KONG	3,465	石本 和之	1,600
日本生命保険相互会社	3,238	東洋紡STC株式会社	1,594
帝人フロンティア株式会社	2,465	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,476