

# 2021年3月期 第2四半期決算説明資料

創業の精神「SPIRIT OF DESCENTE」

創造

挑戦

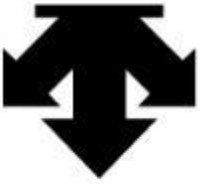
誠実

調和

2020年11月6日

株式会社 **デサント**

(東証第1部：8114)



当第1四半期連結会計期間より、「アジア」に含めておりました「韓国」及び「中国」について、重要性が増加したため、報告セグメントとして記載する方法に変更し、「アジア」を「韓国」「中国」及び「その他」の3区分に変更しております。

また、前連結会計年度において「欧米」に含まれておりました全ての欧米子会社について、清算決議等を行ったことに伴い「欧米」の重要性が低下したため、「その他」に含めて記載する方法に変更しております。

なお、前第2四半期連結累計期間のセグメント情報については、変更後の区分方法により作成したものを記載しております。



## 用語

**セグメント別**：会社の所在地を基礎とし、国または地域に分類。

→ 例：株式会社デサントから中国の合併会社への売上は  
日本セグメントにカウント。

**注**：FY2020より「日本・アジア・欧米」⇒「日本・韓国・中国・その他」へセグメント  
組み替え

**エリア別**：顧客の所在地を基礎とし、国または地域に分類。

→ 例：株式会社デサントから中国の合併会社への売上は  
中国エリアにカウント。

\*いずれも連結内部売上高は消去（カウントしない）

**事業年度**：〈日本〉4月～3月決算（例：1Q=4月～6月）

〈海外子会社・関連会社〉1～12月決算（例：1Q=1月～3月）

## 数字記載ルール

数字は全て切り捨て、パーセンテージは四捨五入。

# 1. 2021年3月期 第2四半期決算について

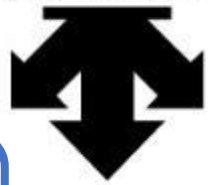
## ①概要

## ②ブランド別レビュー

## ③エリア別レビュー

## ④店舗数推移

# 2. 2021年3月期 通期計画について



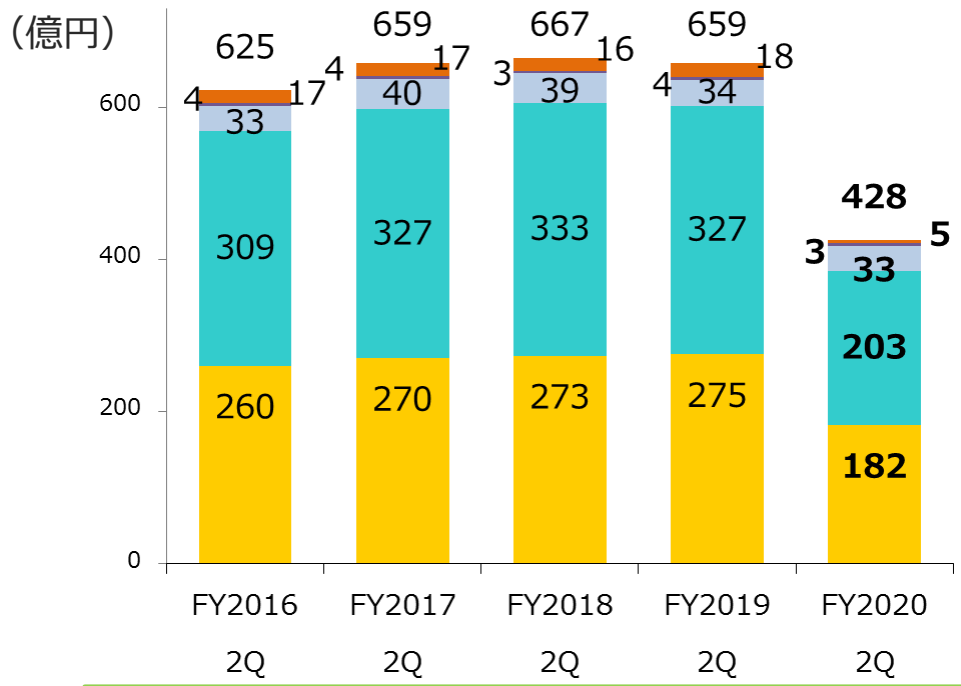
**第2四半期（日本：4～9月、海外：1～6月）は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により減収減益**

(百万円)	2021年3月期	2020年3月期		2021年3月期
	第2四半期実績	第2四半期実績	前年比	公表計画
売上高	42,897	65,926	65.1%	101,000
営業利益	▲ 2,449	2,638	-	500
(率)	▲ 5.7%	4.0%	-	0.5%
経常利益	▲ 2,077	2,906	-	550
(率)	▲ 4.8%	4.4%	-	0.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益・当期純利益	▲ 1,265	2,210	-	5,000
(率)	▲ 2.9%	3.4%	-	5.0%

# エリア別売上高の推移（連結）

1. 2021年3月期 第2四半期決算について ①概要

すべてのエリアで減収ながら、中国においては第2四半期以降は増収に転じる



海外売上比率	58%	59%	59%	58%	57%
--------	-----	-----	-----	-----	-----

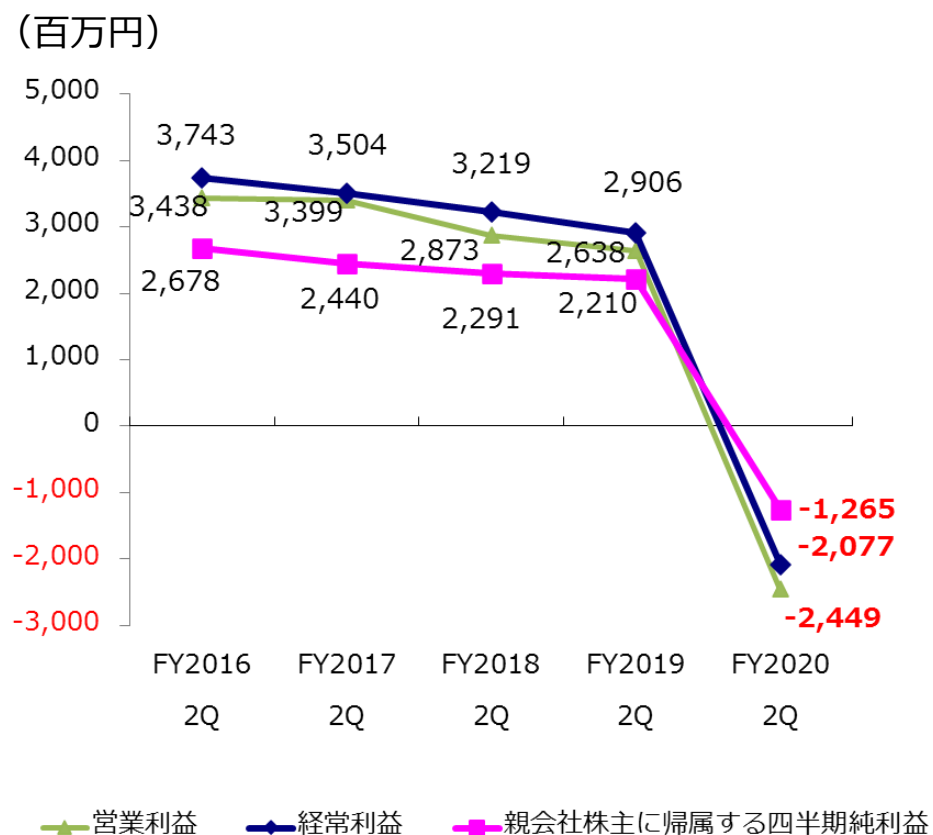
- 日本
- 韓国
- 中国（香港・台湾を含む）
- その他アジア
- 欧米

前年比 ▲230億円(65%)

- 日本 ▲92.2億円
- 韓国（内為替要因 ▲15億円） ▲123.7億円
- 中国（香港・台湾含む） ▲0.8億円
- その他アジア ▲0.7億円
- 欧米 ▲12.6億円

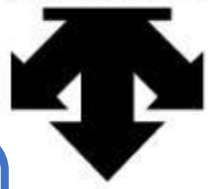
注： FY2020 = 2021年3月期

日本事業において特別利益（有価証券売却益+4億円）、繰延税金資産計上等による法人税額の減少（+4.7億円）が寄与するもいずれの利益項目も赤字



(百万円)	FY2020 2Q	FY2019 2Q	差額
<b>営業利益</b>	<b>▲ 2,449</b>	<b>2,638</b>	<b>▲ 5,087</b>
営業外収益	572	556	15
営業外費用	200	288	▲ 87
<b>経常利益</b>	<b>▲ 2,077</b>	<b>2,906</b>	<b>▲ 4,984</b>
特別利益	403	0	403
特別損失	65	0	65
法人税等	▲ 473	695	▲ 1,169
<b>親会社株主に帰属する 四半期純利益</b>	<b>▲ 1,265</b>	<b>2,210</b>	<b>▲ 3,476</b>

注： FY2020 = 2021年3月期



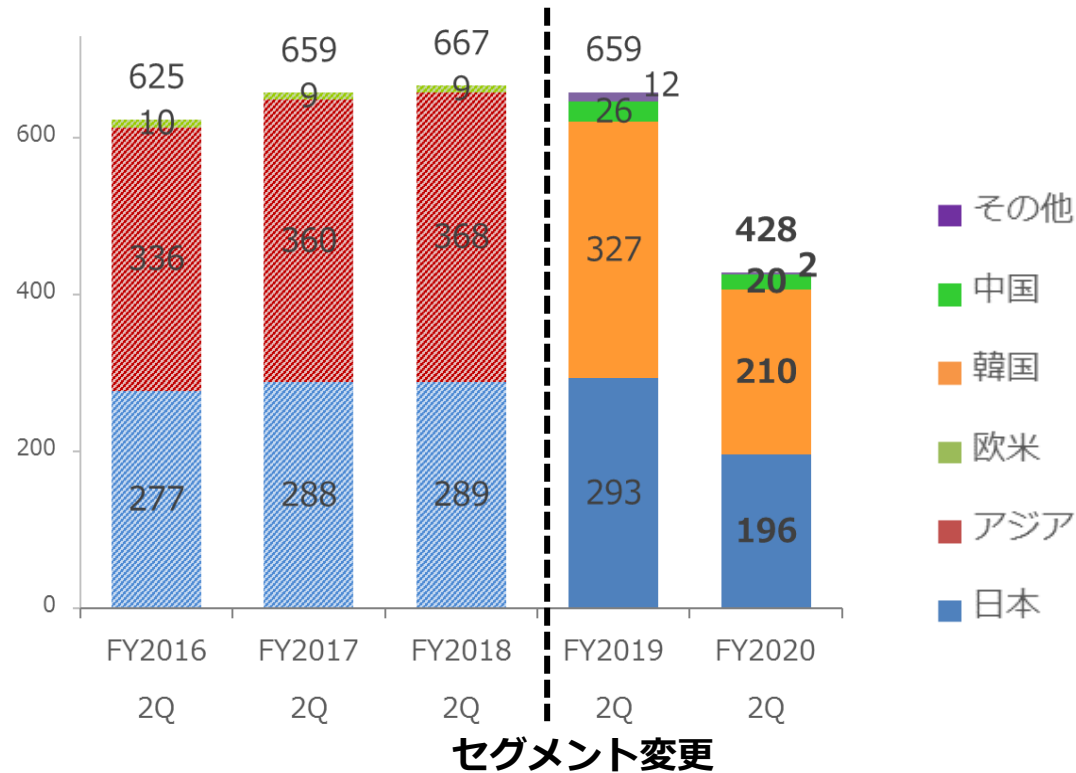
# セグメント別売上高および営業利益の推移（連結）

1. 2021年3月期 第2四半期決算について ①概要

- 2021年3月期第1四半期より、報告セグメントを変更
- 日本・韓国セグメントは減収減益
- 中国・（欧米を含む）その他セグメントは減収ながら損失は減少

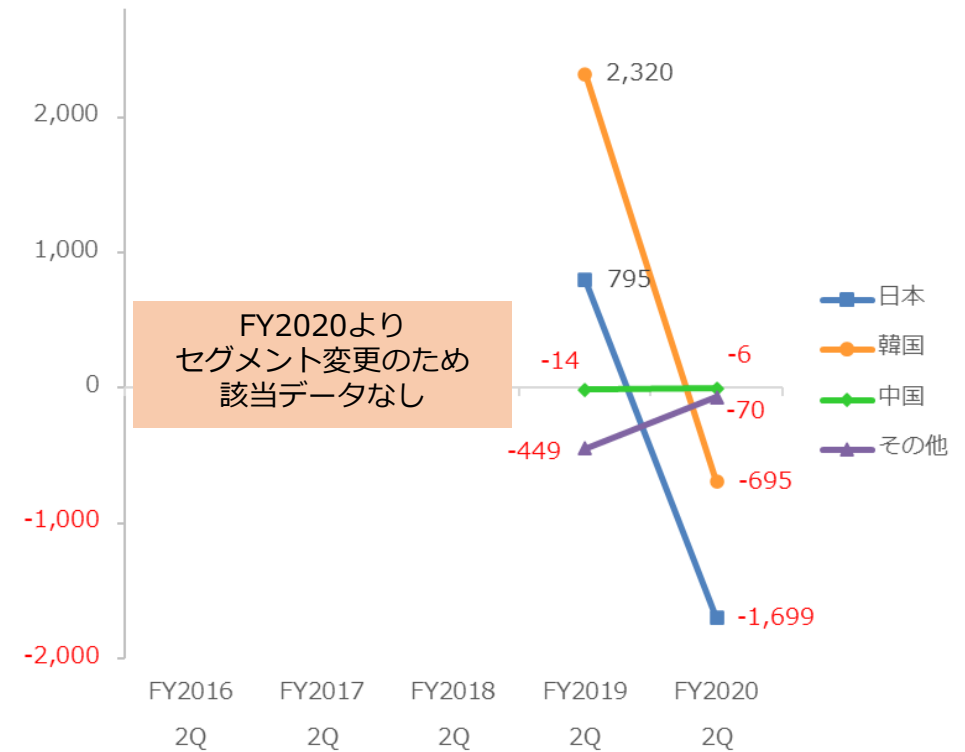
## 売上高

(億円)



## 営業利益

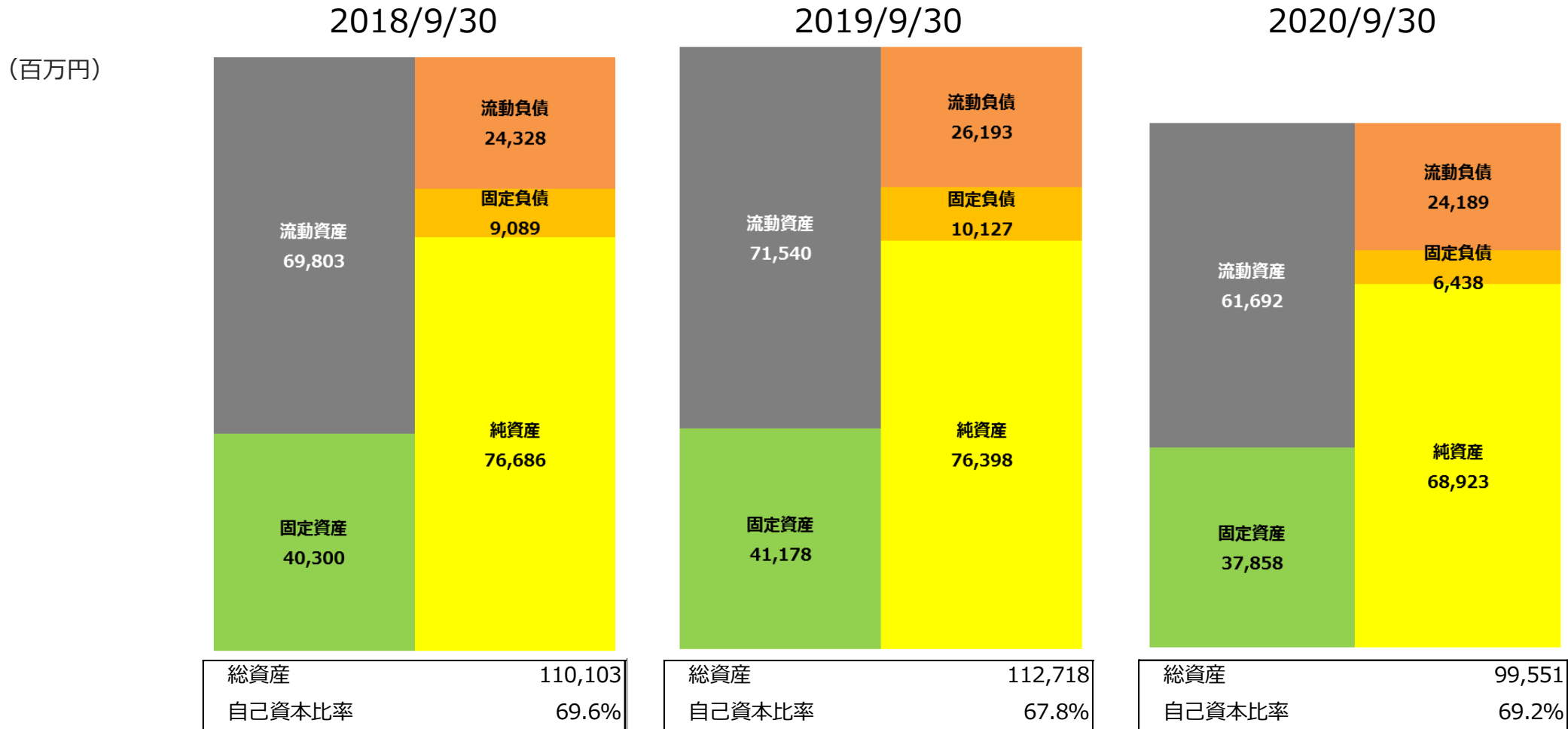
(百万円)



注： FY2020 = 2021年3月期

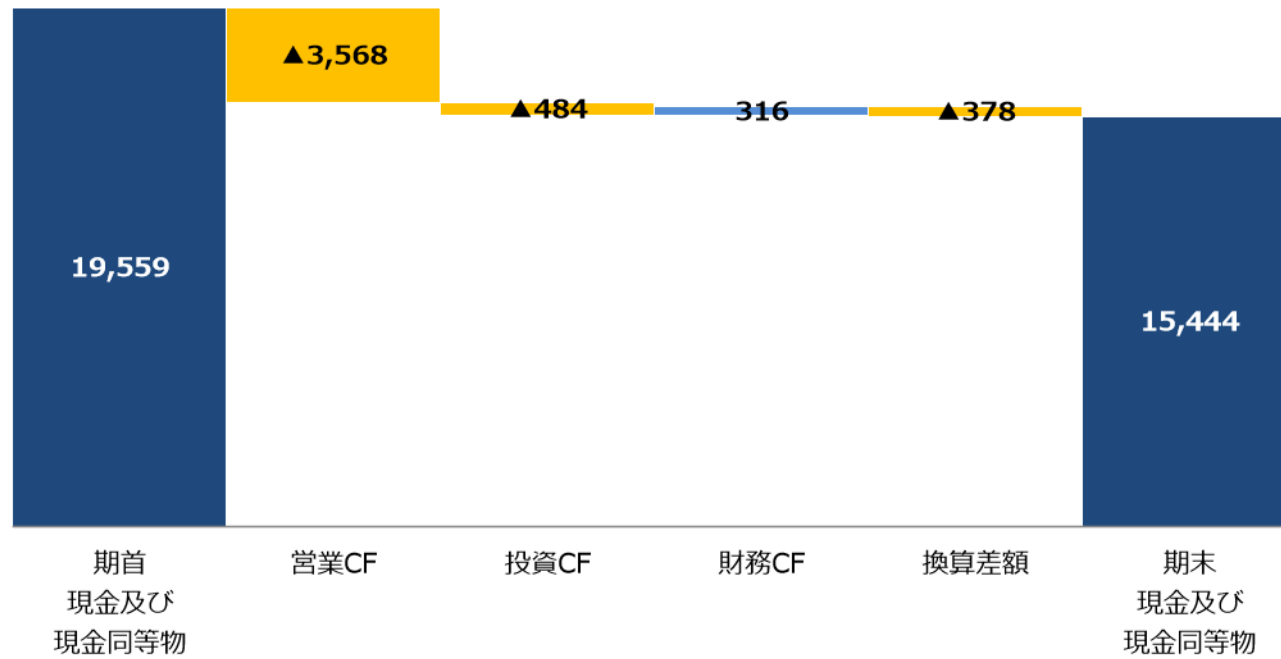


子会社であったInov-8の株式譲渡に加え、為替の影響（約▲17億円）および日本・韓国の減収により流動資産が減少し、総資産が減少



新型コロナウイルス感染拡大を受け営業CFは▲35億円、投資CFは▲4億円、財務CFは新規借入（30億円）をしたことにより+3億円

(百万円)



**期首比 ▲4,114 百万円**

**営業CF ▲3,568 百万円**

(前年同期 ▲7,042百万円)

EBITDA※1 +892 百万円

運転資本の増減※2 ▲4,059 百万円

**投資CF ▲484 百万円**

(前年同期 +750百万円)

有形資産の取得 ▲957 百万円

無形資産の取得 ▲228 百万円

**財務CF +316 百万円**

(前年同期 +3,974 百万円)

リース債務の返済 ▲1,223 百万円

借入金の借入/返済 +1,570 百万円

※1 EBITDA = 税引前純利益 + 減価償却費

※2 運転資本は売上債権、棚卸資産、仕入債務の増減

# 1. 2021年3月期 第2四半期決算について

①概要

②ブランド別レビュー

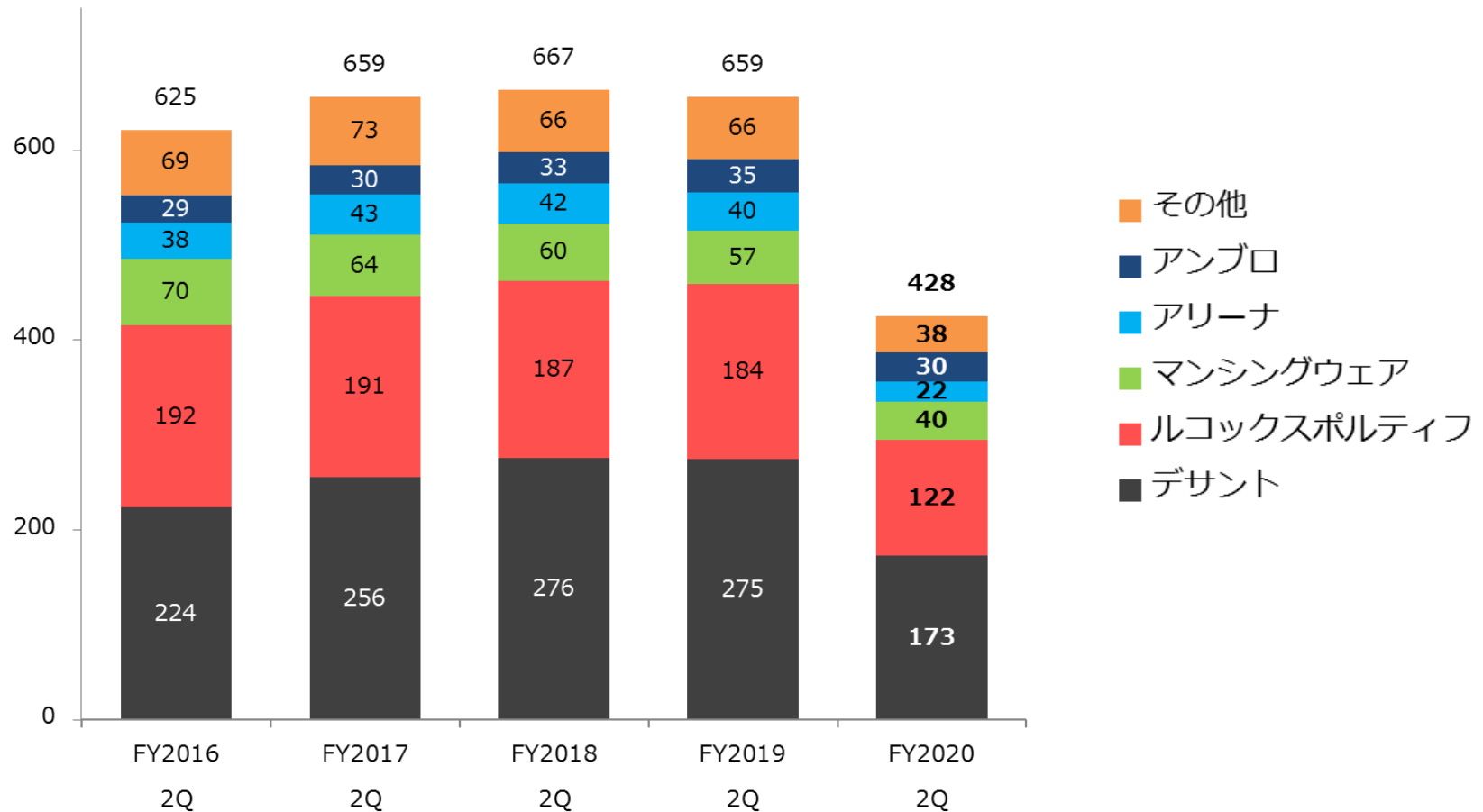
③エリア別レビュー

④店舗数推移

# 2. 2021年3月期 通期計画について

新型コロナウイルス感染拡大の影響により全ブランド減収も、韓国において『アンブロ』が前年同期比超え

(億円)



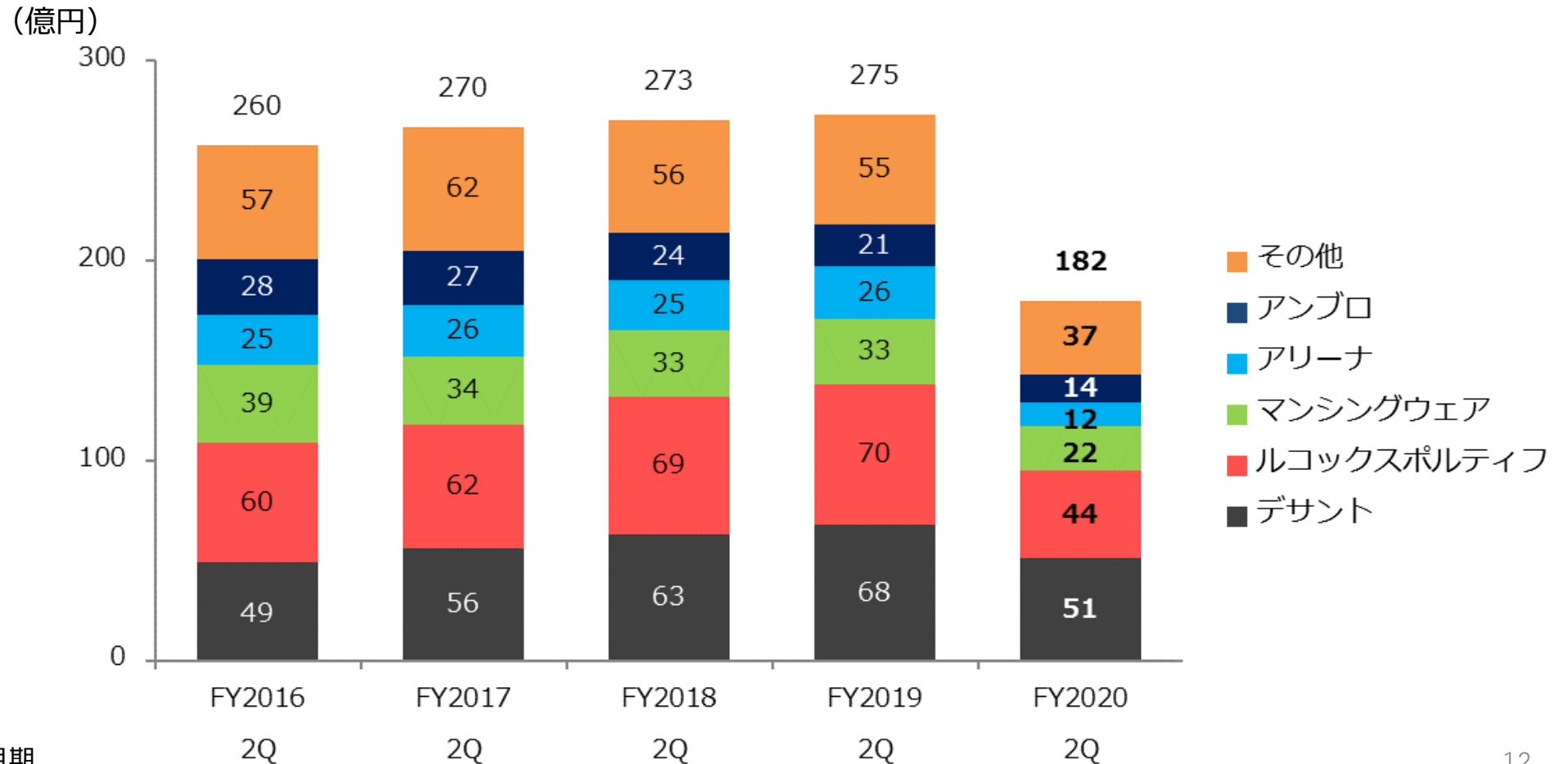
注： FY2020 = 2021年3月期

# 日本におけるブランド別売上高の推移



1. 2021年3月期 第2四半期決算について ②ブランド別レビュー

- 大幅減収ながら、7月以降下げ止まり、回復基調
- 『デサント』ブランドのゴルフカテゴリーは前年同期比127%と伸長

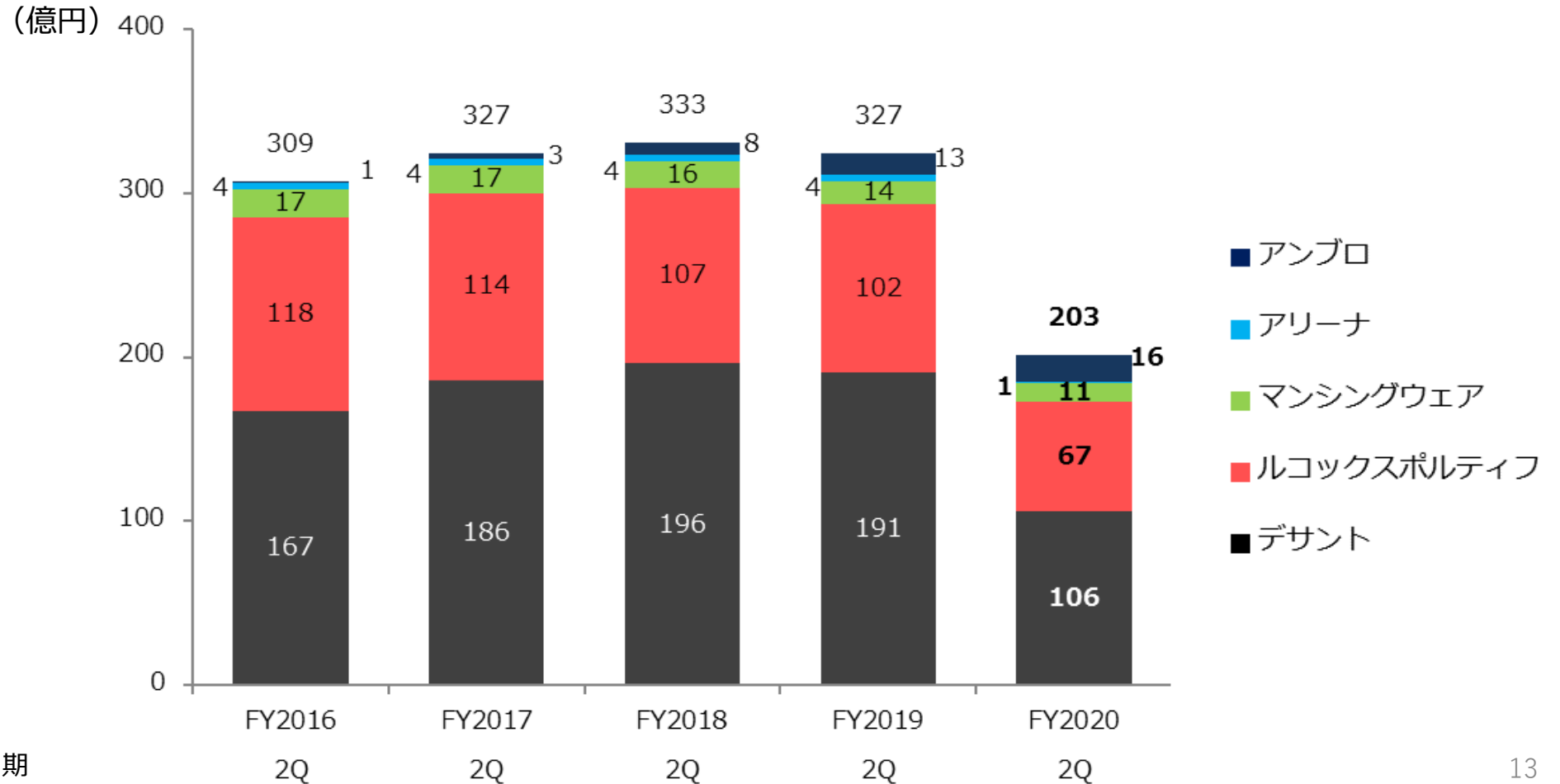


# 韓国におけるブランド別売上高の推移

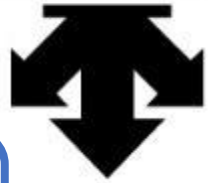


1. 2021年3月期 第2四半期決算について ②ブランド別レビュー

- 為替の影響（▲15億円）もあるものの、4月以降も新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け大幅減収
- 『アンブロ』は引き続き伸長



注： FY2020 = 2021年3月期

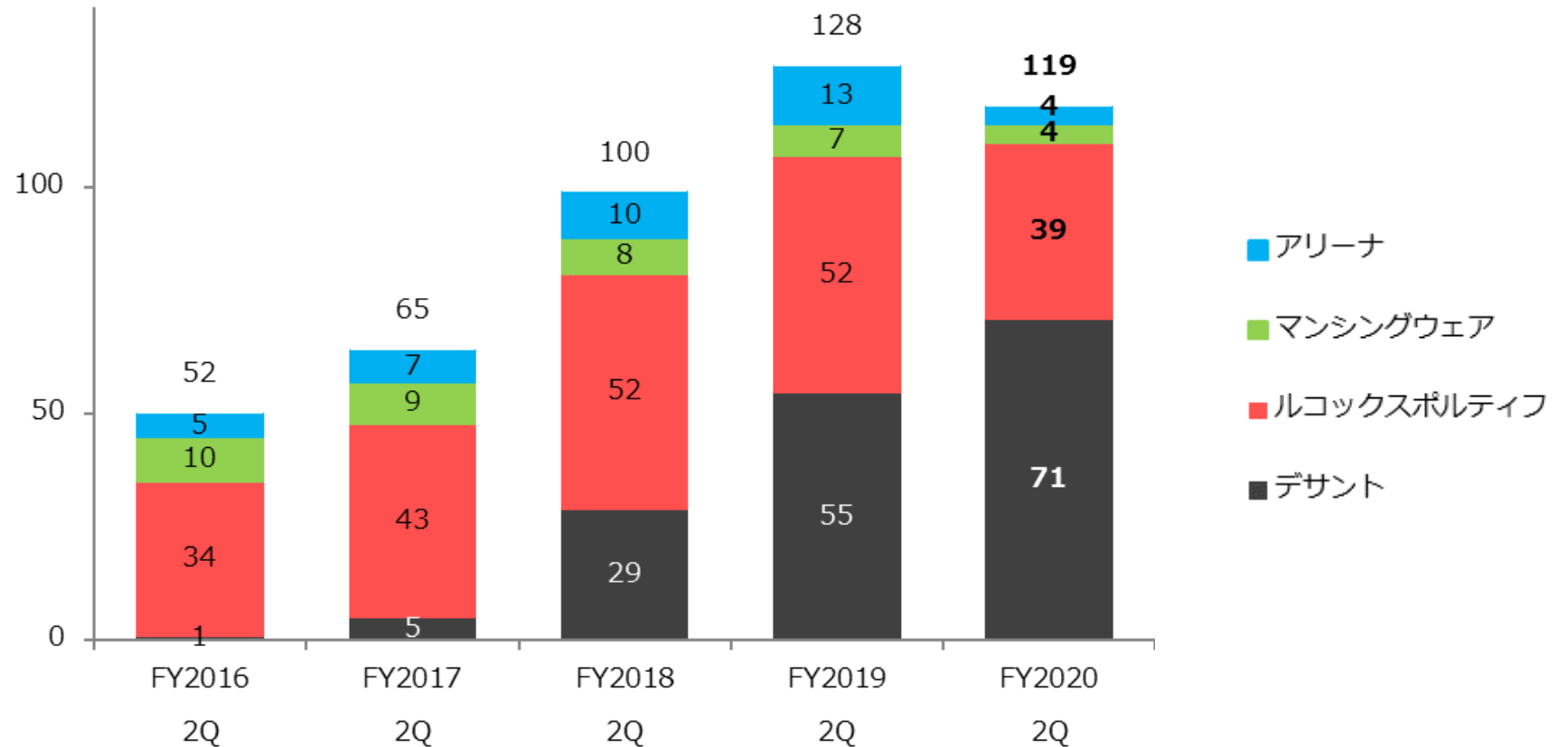


# 中国（台湾除く）における現地売上高\*の推移

1. 2021年3月期 第2四半期決算について ②ブランド別レビュー

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けるも、『デサント』ブランドは現地通貨ベースで前年同期比140%と引き続き拡大し、収益も大きく伸長

(億円)



現地売上高\*  
 = 現地子会社売上高  
 + 現地持分法適用関連会社売上高  
 - 現地子会社の現地持分法適用関連会社向け売  
 注： FY2020 = 2021年3月期

# 中国関係会社 概要



社名	上海デサント商業 有限公司	寧波ルコック服飾 有限公司	デサントチャイナ 有限公司	アリーナ上海実業 有限公司	香港デサント貿易 有限公司
本社所在地	中国 上海市	中国 寧波市	中国 上海市	中国 上海市	香港
設立	2005年8月	2004年2月	2016年7月	2016年12月	2003年11月
決算期	12月	12月	12月	12月	12月
株式会社デサントとの関係	連結子会社	持分法適用関連会社	持分法適用関連会社	持分法適用関連会社	連結子会社
グループ出資比率	100%	40%	30%	30%	100%
その他の出資者/出資比率		杉杉グループ 50% 伊藤忠グループ 10%	ANTAグループ 60% 伊藤忠グループ 10%	Symphony Holdings Limited 70%	
取扱いブランド					
事業内容	マンシングウェア：商品 企画、開発、生産、販売 アリーナ：商品企画、開発、 生産	商品企画、開発、生産および 販売	商品企画、開発、生産および 販売	販売	販売
ロイヤリティ	現地企画商品に関しては、 販売ロイヤリティを (株) デサントに支払	現地企画商品に関しては、 販売ロイヤリティを (株) デサントに支払	現地企画商品に関しては、 販売ロイヤリティをデサント グローバルリテール社 (株) デサントの100% 子会社に支払	販売商品は全量上海デサント 有限公司より仕入のため ロイヤリティ支払いなし	現地企画商品に関しては、 販売ロイヤリティを (株) デサントに支払
セグメント	中国	含まれない	含まれない	含まれない	中国
エリア	中国	含まれない	含まれない	含まれない	中国、その他アジア

海外子会社2Q終了時点  
(2020年6月末現在)



# 1. 2021年3月期 第2四半期決算について

①概要

②ブランド別レビュー

③エリア別レビュー

④店舗数推移

# 2. 2021年3月期 通期計画について

- ・ 自社ECは売上が昨年対比190%と伸長
- ・ 初のオウンドメディア「ウルマグ」をスタート
- ・ ブランドのSNSもフォロワー数を順調に伸ばし、ECへの流入数も増加



自社ECでお買い上げいただいたお客様に期間限定でオリジナルイラスト入りBOXで商品を発送などEC限定キャンペーンを実施



「ウルマグ」ではアイテム選びの提案などコンテンツを配信し、新しいお客様との接点も増やすことで直営店・ECの拡大を推進



- ・ 人気の「Bumpy」に続くヒットスニーカー「Toby」
- ・ 韓国内で最大級のセレクトショップ型EC「MUSINSA」での展開でEC拡大



インフルエンサーやSNSへの影響力が高い芸能人などを活用し、ファッションに関心の高い新規顧客の獲得



- MUSINSA内での『アンブロ』ヒット商品
- ①トレンドのルーズフィットで短い丈のショーツ
  - ②人気ファッションYoutuberとのコラボ商品

1. 2021年3月期 第2四半期決算について ③エリア別レビュー

- ・ 『デサント』 ゴルフカテゴリーの店舗も引き続き出店
- ・ 『デサント』、『ルコックスポルティフ』、『マンシングウェア』では、ECの売上高が伸長



5月にオープンした  
『デサント』ゴルフカテゴリーの店舗  
(北京SKP)



天猫で開催した『マンシングウェア』の618セール  
天猫、京東合わせて昨年対比170%の伸長





- 暑熱対策アイテムに注目が集まりメディアでの露出拡大
- 「デサント アスレティックマスク」を9月に発売し、自社流通では完売と好評



シャープ株式会社・ウィングート株式会社との共同開発  
手のひらを適温で冷やすコアクーラーと  
頬を冷やせるフェイスガード



ランニングなどの運動時でも呼吸が  
しやすいよう工夫した独自開発のマスク

## シューズの研究開発拠点「DISC BUSAN」のノウハウを活用したランニングシューズを発売



ENERZITE WING+  
DISC BUSANのノウハウを活かしメーカーと  
共同開発したランニングシューズ



DISC BUSANでは多くの韓国人の足型を測定し、  
金型を作成するなど新たなシューズの開発を進行中

- ・ 「持続可能なモノ創りへの挑戦」として「RE:DESCENTE」始動
- ・ 『デサント』を代表する商品「水沢ダウン」初のカスタマイズサービス実施



自然に分解される生分解性素材を使用したシリーズ、回収衣料品をリサイクルして作った再生ポリエステルを使用した商品の展開



自分だけの一着を長く大切に使っていただきたいという思いも込め、数量限定で「水沢ダウン」のカスタマイズサービスを実施



・ 全社横断で「Save the penguin」キャンペーンを継続的に実施



SNSを活用しランニングしながらゴミ拾い等「スポーツをしながら環境を保護する運動」を促進  
期間中に商品をお買い上げいただいたお客様には  
生地を有効利用し作成したポーチなどノベルティプレゼント



## 1. 2021年3月期 第2四半期決算について

①概要

②ブランド別レビュー

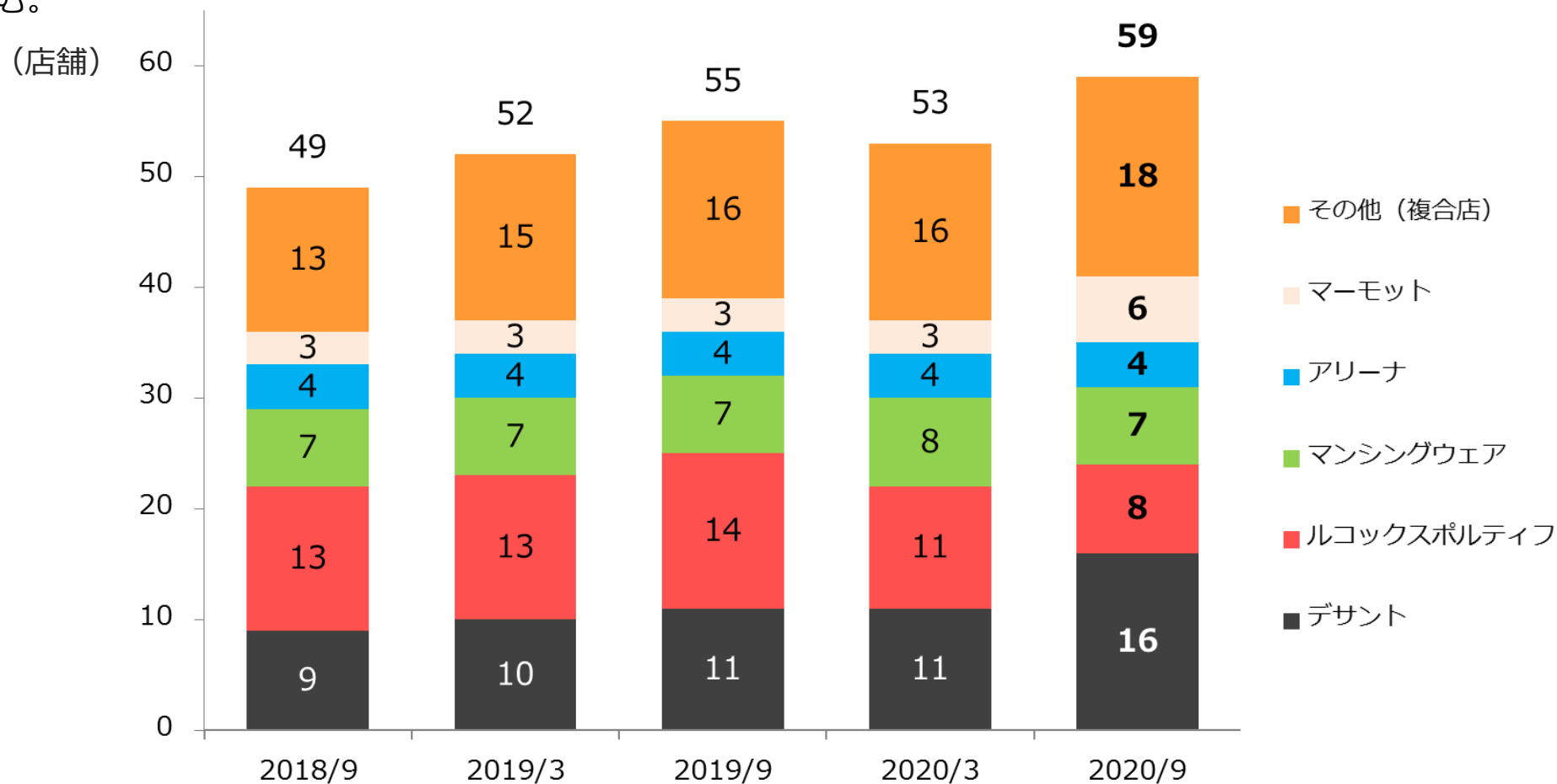
③エリア別レビュー

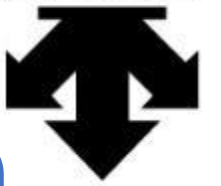
④店舗数推移

## 2. 2021年3月期 通期計画について

## 『デサント』ブランドを中心にプロパー、アウトレットともに出店

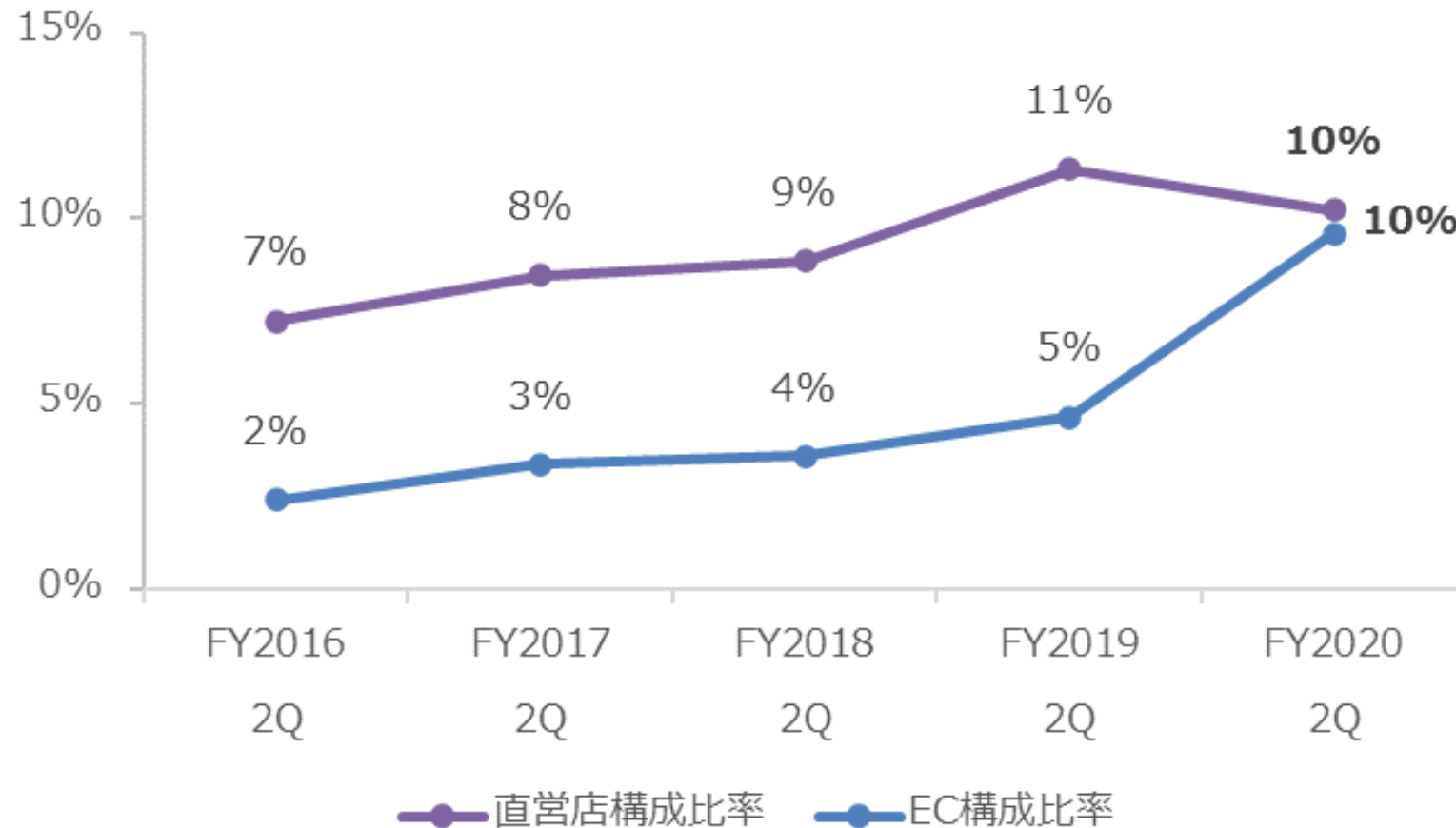
※アウトレット店舗を含む。





1. 2021年3月期 第2四半期決算について ④店舗数推移

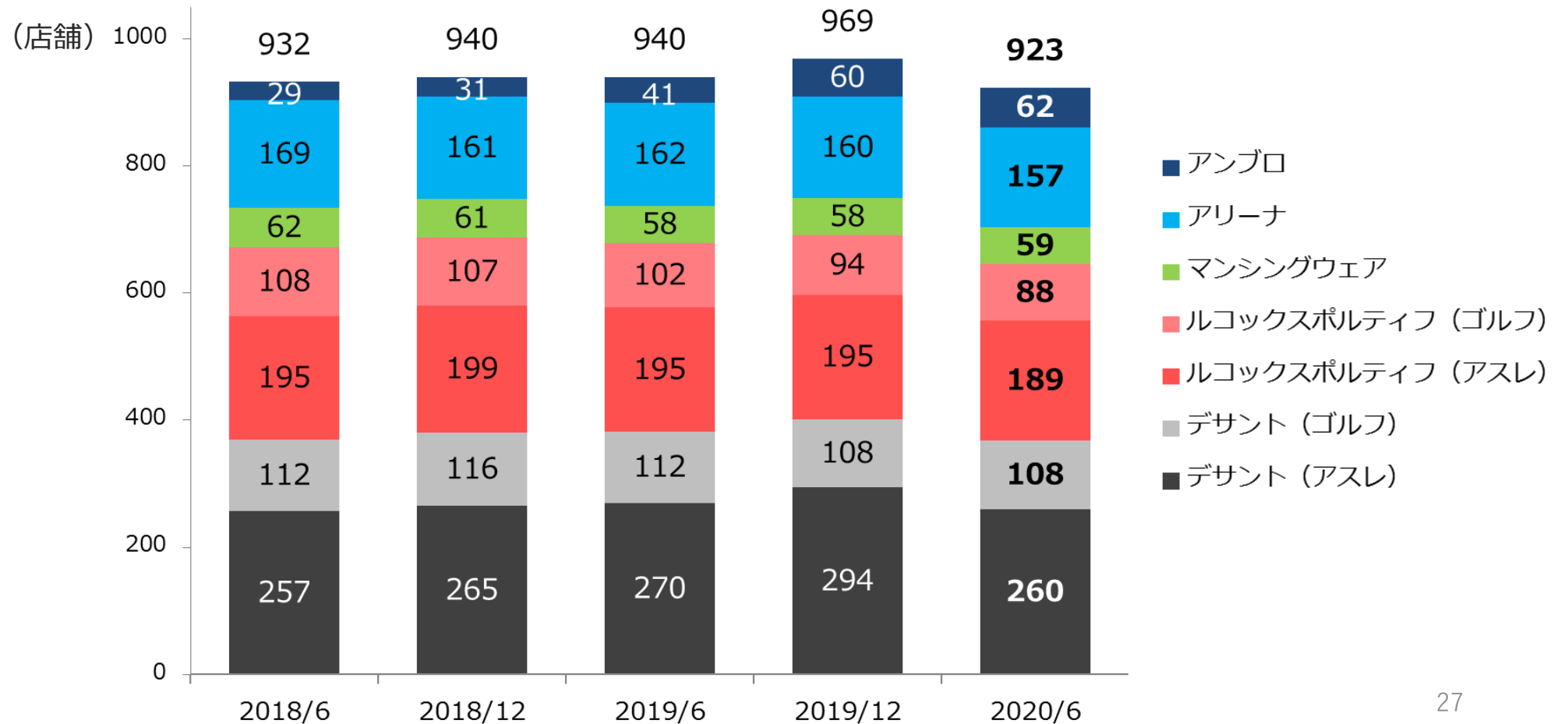
自社ECの売上はコロナ禍での実店舗での売上減少という要因もあるが、前年同期比 約2倍の伸長  
引き続き、直営店/ECの売上構成比拡大を目指す



注： FY2020 = 2021年3月期

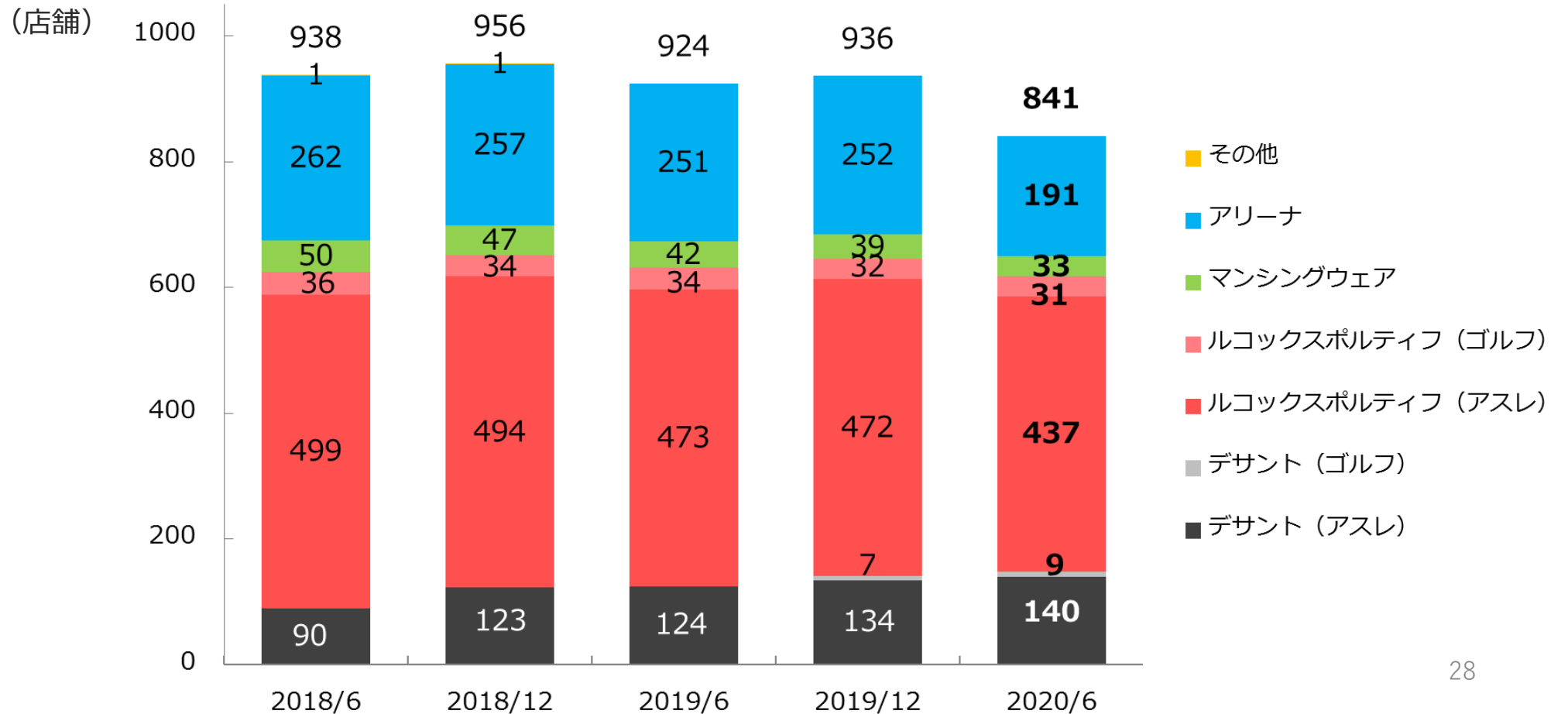
## 『デサント』 ヤングアスリート店舗の閉店などで合計店舗数は減少

※代理商、アウトレット店舗を含む。



『デサント』は出店を継続し、2020年12月末には約190店舗を予定

※代理商、アウトレット店舗を含む。2019/12時点よりデサント（アスレ）とデサント（ゴルフ）を区別。



## 1. 2021年3月期 第2四半期決算について

- ①概要
- ②ブランド別レビュー
- ③エリア別レビュー
- ④店舗数推移

## 2. 2021年3月期 通期計画について

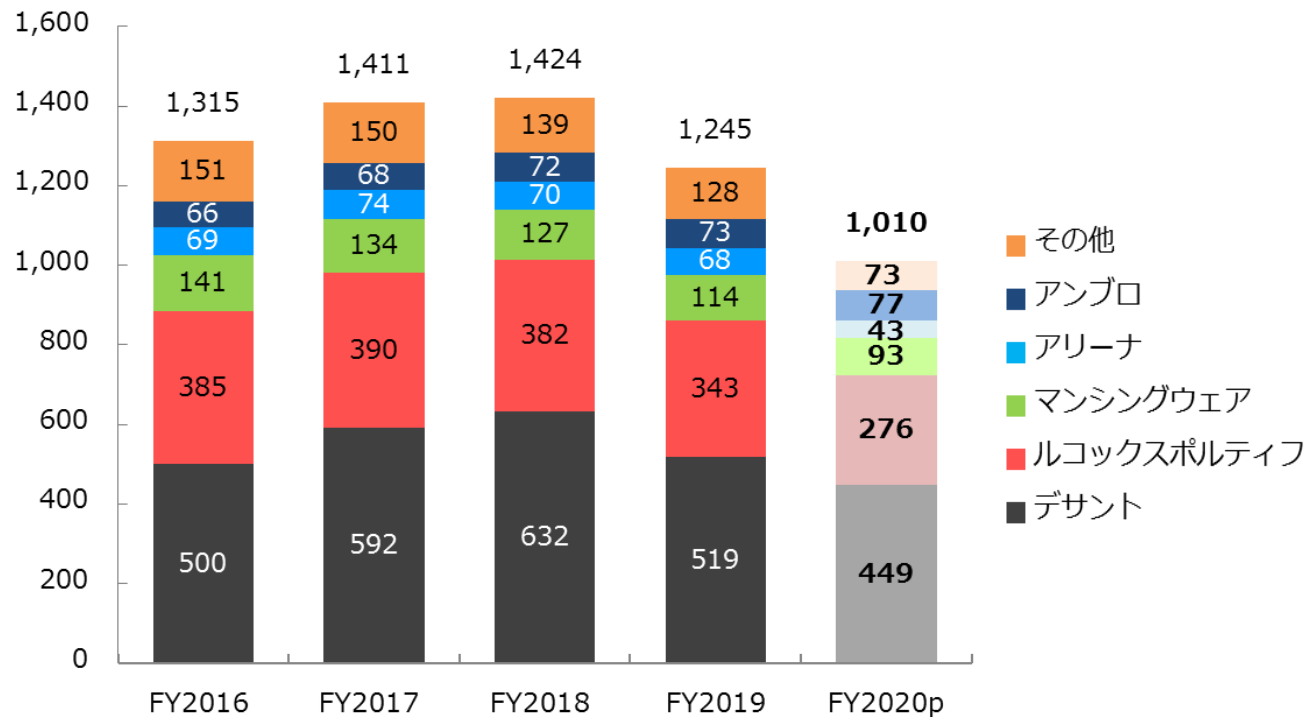
上半期の実績は当初見込みを上回ったものの、新型コロナウイルス感染拡大の事業への影響については依然として先行きが不透明であるため、通期計画は変更せず

(百万円)	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期 公表計画	
			通期	前年比
売上高	142,443	124,561	101,000	81%
営業利益	7,935	379	500	132%
(率)	5.6%	0.3%	0.5%	-
経常利益	8,458	456	550	121%
(率)	5.9%	0.4%	0.5%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	3,944	▲ 2,481	5,000	-
(率)	2.8%	▲ 2.0%	5.0%	-

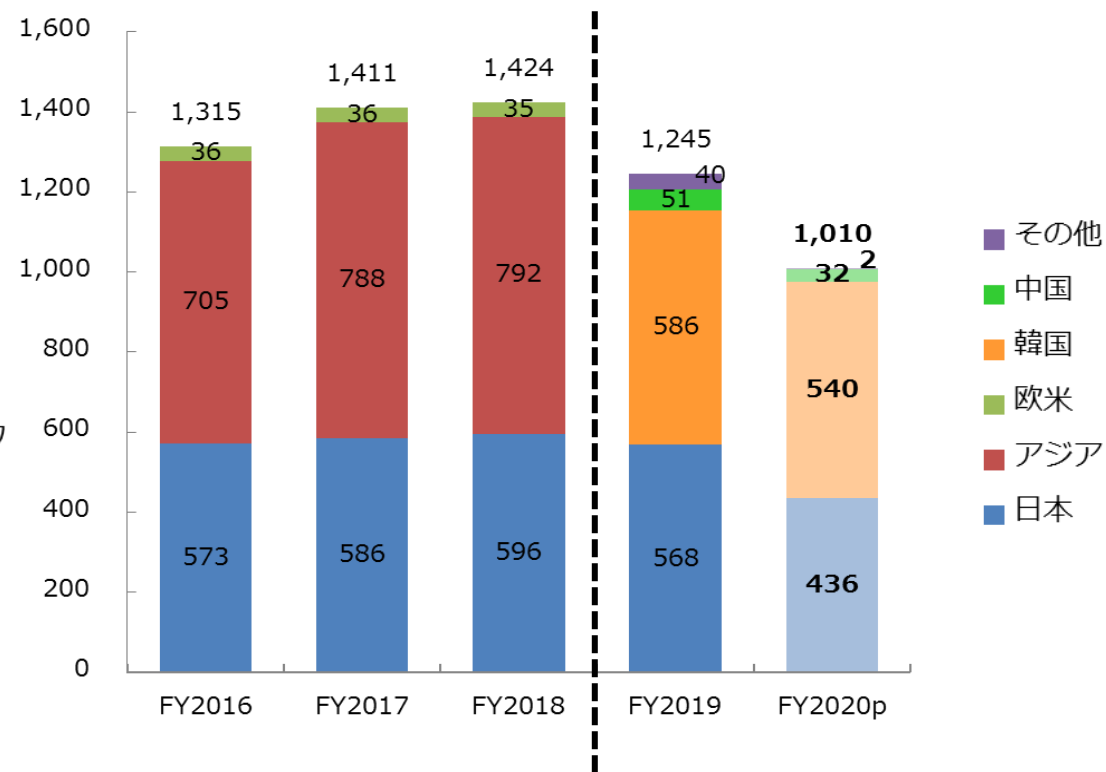
計画レート：USD107.71、100KRW8.79、CNY15.14、HKD13.91、SGD76.46

## 新型コロナウイルス感染拡大の影響により『アンブロ』以外のブランドおよび各セグメントで減収の計画

(億円)



(億円)



注： FY2020 = 2021年3月期

セグメント変更



新型コロナウイルス感染拡大の影響に伴い金融機関からの新規借入を実行している状況を鑑み、現時点では未定とし、決定後速やかに公表

(百万円)	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020予想
年間配当額	1,732	1,733	1,960	—	未定
1株当たり	23.0円	23.0円	26.0円	—	未定
親会社株主に帰属する当期純利益（連結）	5,650	5,771	3,944	▲ 2,481	5,000
配当性向	30.7%	30.0%	49.7%	—	未定

注： FY2020 = 2021年3月期

## 為替レート

		USD	100KRW	CNY	HKD	SGD	GBP
FY2020	4Q YTD plan	107.71	8.79	15.14	13.91	76.46	-
	2Q YTD	107.48	8.95	15.32	13.95	77.30	-
	1Q YTD	108.36	9.05	15.53	14.04	78.32	139.10
FY2019	4Q YTD	109.24	9.41	15.82	13.95	80.12	139.49
	3Q YTD	109.19	9.42	15.91	13.93	80.01	138.72
	2Q YTD	109.92	9.62	16.23	14.03	81.01	142.37
	1Q YTD	111.26	9.85	16.44	14.06	81.70	145.20
FY2018	4Q YTD	110.34	10.04	16.64	14.08	81.71	146.73
	3Q YTD	110.07	10.05	16.77	13.98	81.66	147.94
	2Q YTD	108.81	10.05	17.01	13.84	81.54	148.83
	1Q YTD	107.60	10.04	17.03	13.72	81.67	150.68
FY2017	4Q YTD	111.59	10.00	16.63	14.37	81.47	145.34
	3Q YTD	111.70	9.88	16.47	14.35	80.77	143.62
	2Q YTD	111.51	9.89	16.37	14.41	80.22	142.26
	1Q YTD	111.95	9.91	16.43	14.53	80.13	
FY2016	4Q YTD	108.82	9.41	16.38	14.10	79.04	147.28
	3Q YTD	107.02	9.39	16.46	14.01	79.29	150.70
	2Q YTD	109.02	9.46	16.98	14.39	81.14	158.89
	1Q YTD	112.00	9.63	17.57	14.89	82.83	164.26

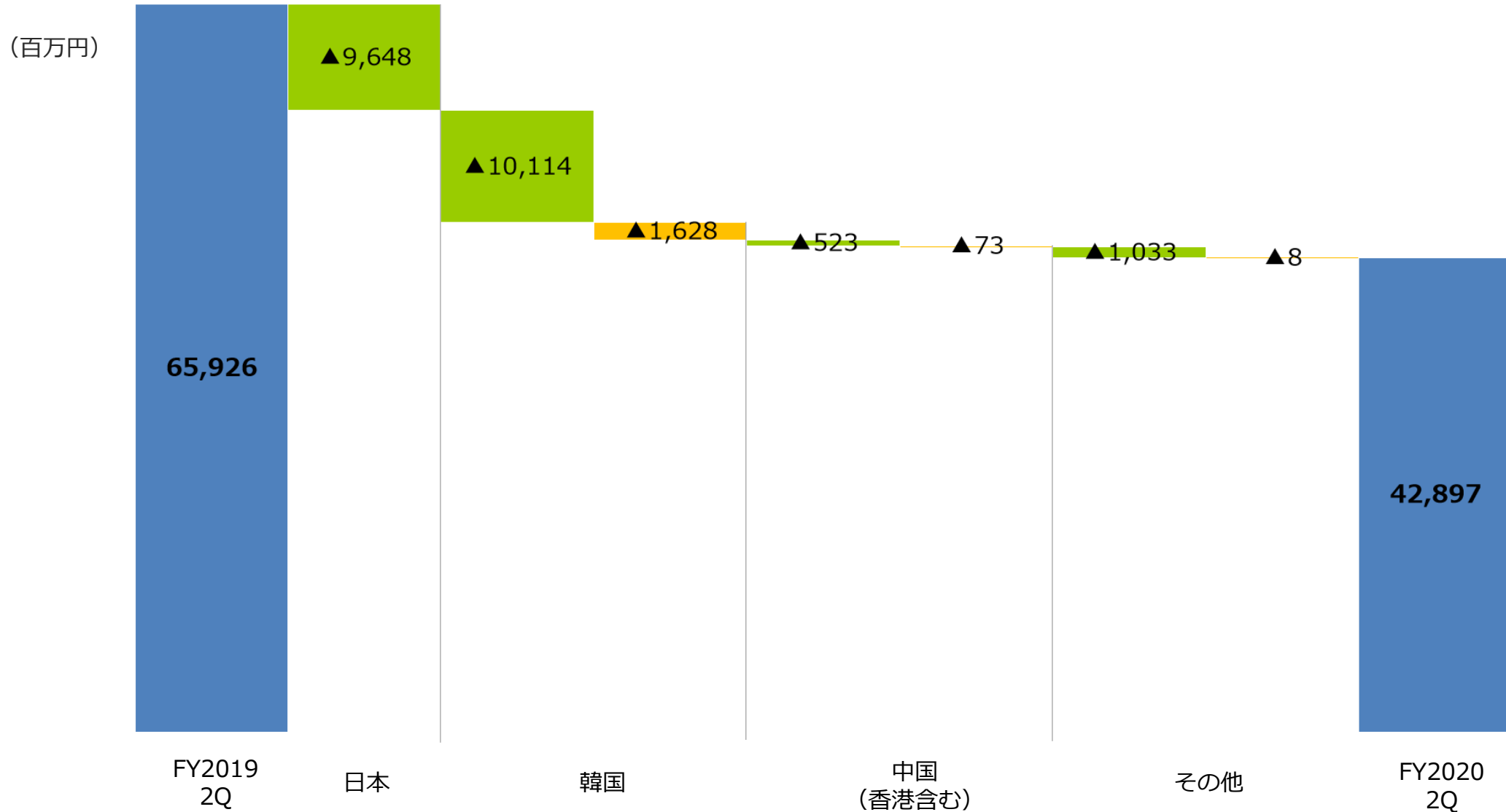
本資料で記述されている業績予想並びに将来予想は、現在における入手可能な情報に基づき当社が判断した内容であり、潜在的リスク及び不確実性が含まれます。従いまして、様々な要因の変化によって、実際の業績は記述されている内容と大きく乖離する結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

- ・「FY2020」は、2021年3月期を表しています。
- ・「1Q YTD」「2Q YTD」は、それぞれ第1四半期までの3カ月累計、第2四半期までの6カ月累計を表しています。

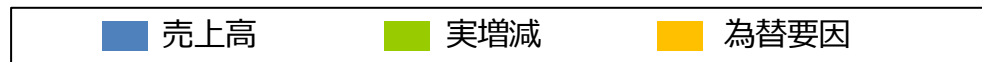
# 2021年3月期 第2四半期 参考資料

(セグメント別四半期ごとの売上高及び営業利益の推移等)

# セグメント別売上高の増減（前期比）



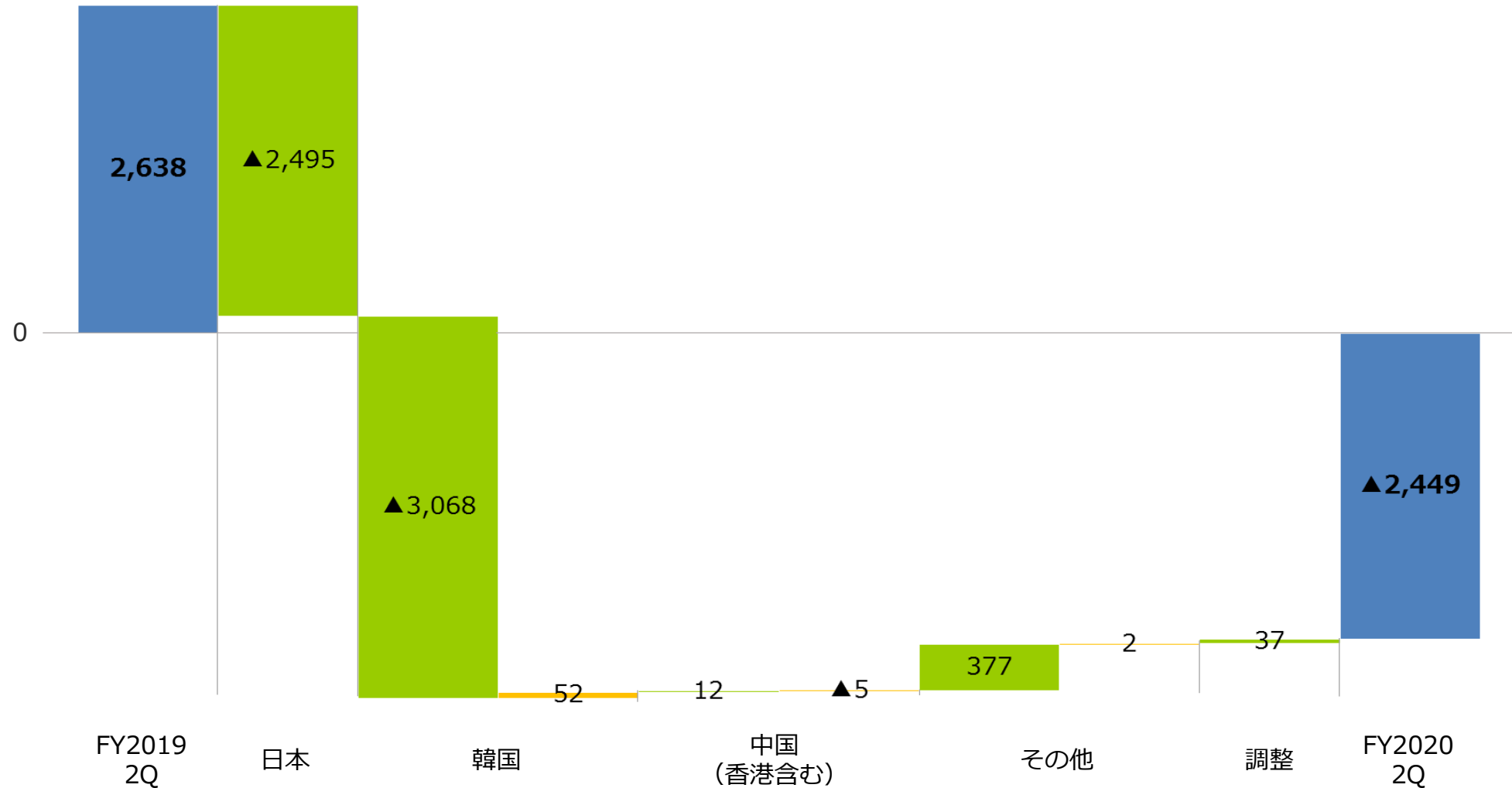
注： FY2020 = 2021年3月期



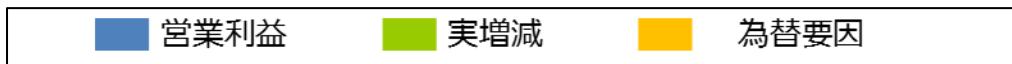
# セグメント別営業利益の増減（前期比）



(百万円)



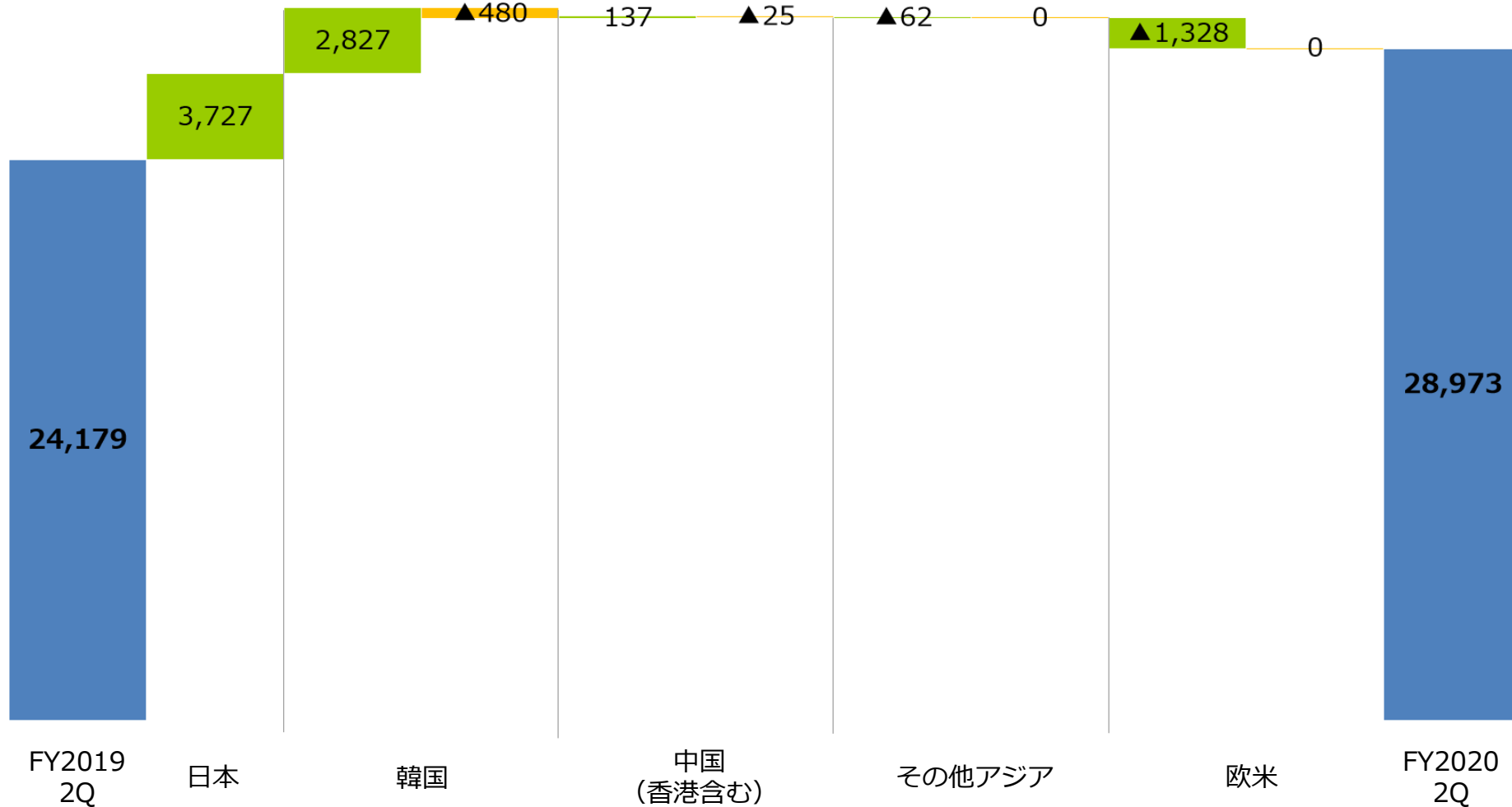
注： FY2020 = 2021年3月期



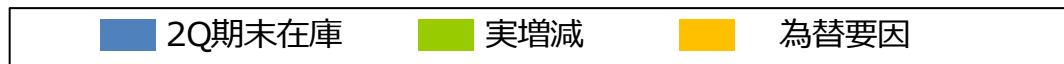
# セグメント別棚卸在庫の増減（前期比）



(百万円)



注： FY2020 = 2021年3月期

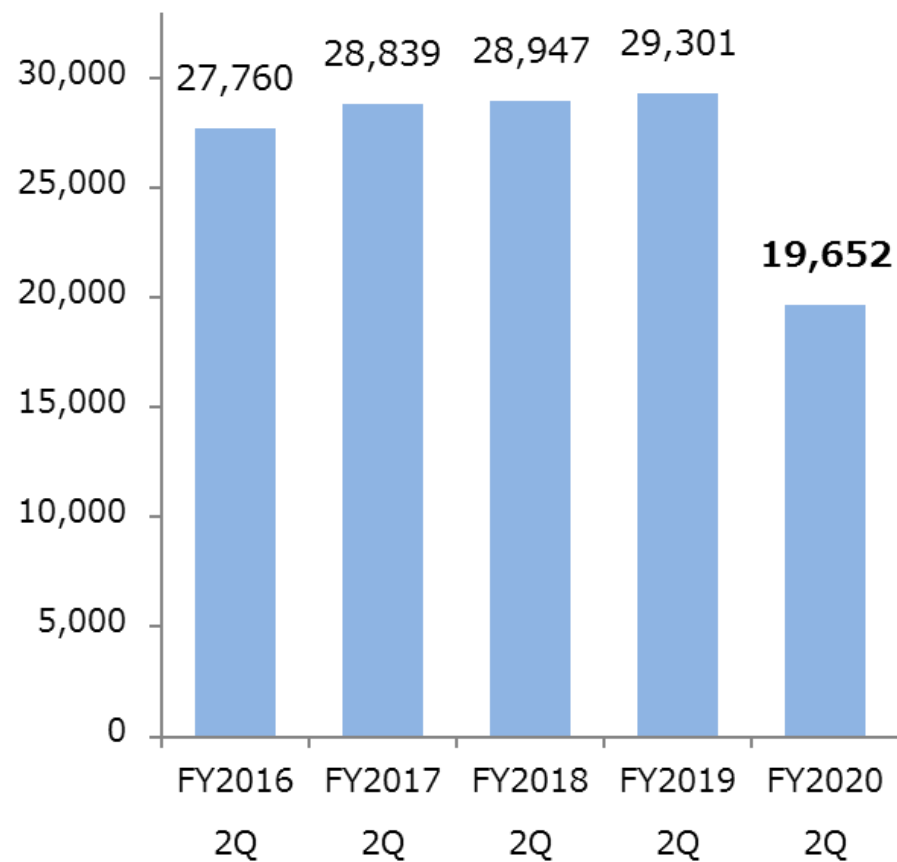


# セグメント別売上高・営業利益の推移（日本）



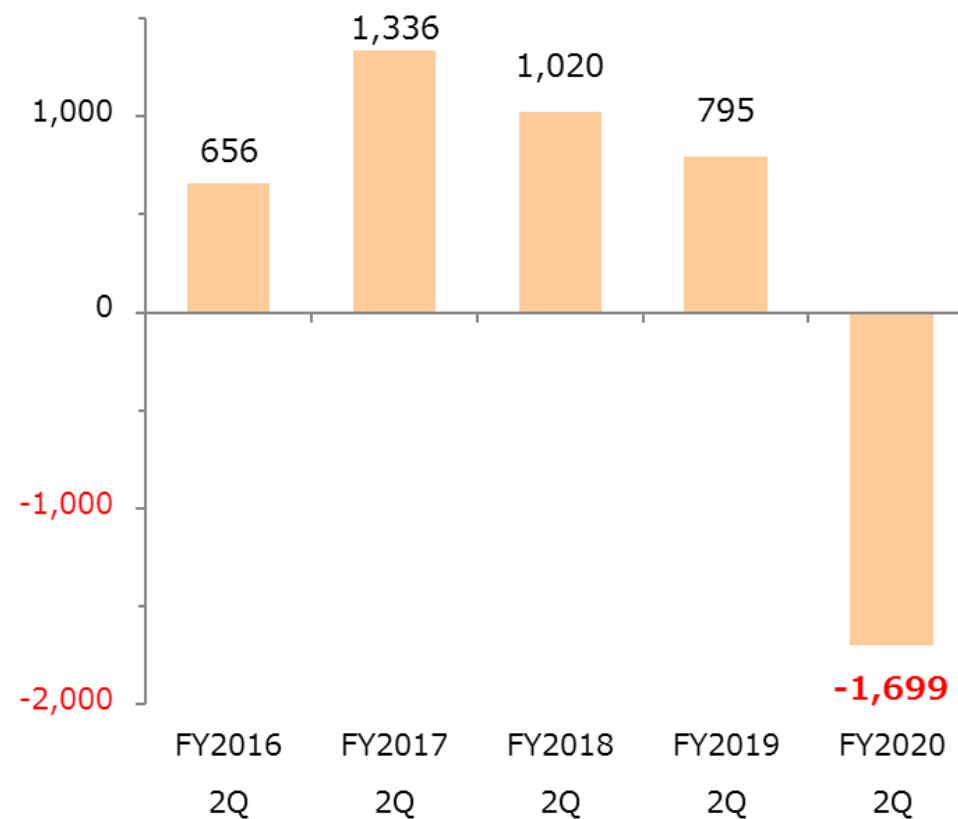
## 売上高

(百万円)



## 営業利益

(百万円)



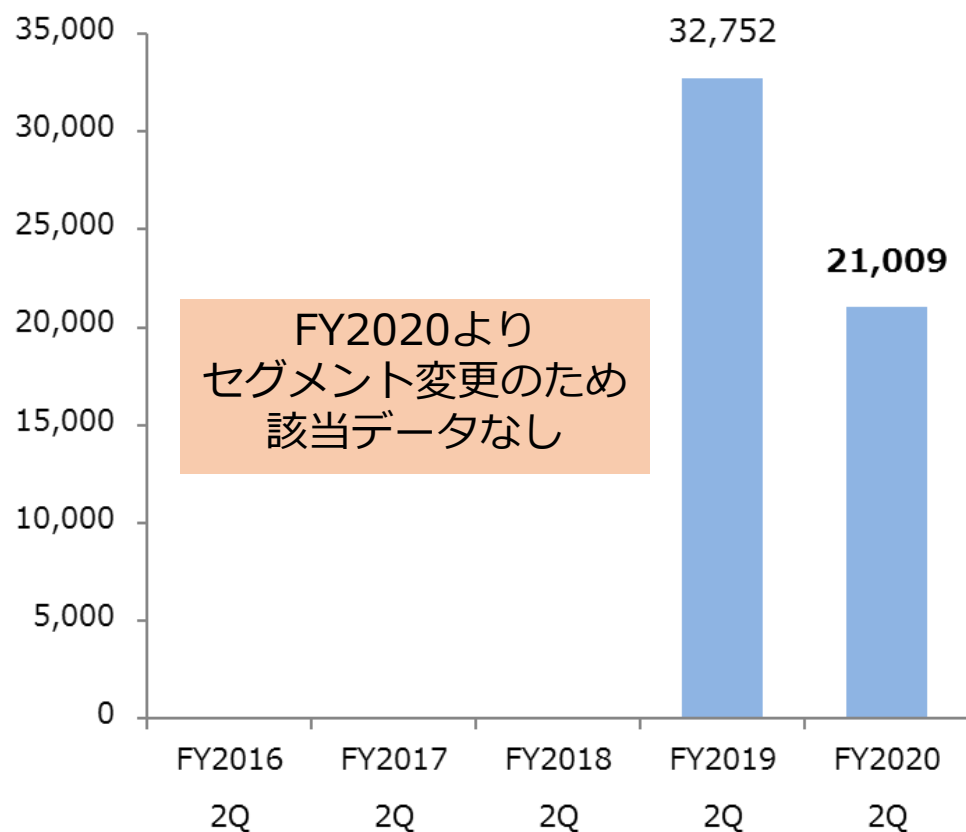
注： FY2020=2021年3月期

# セグメント別売上高・営業利益の推移（韓国）



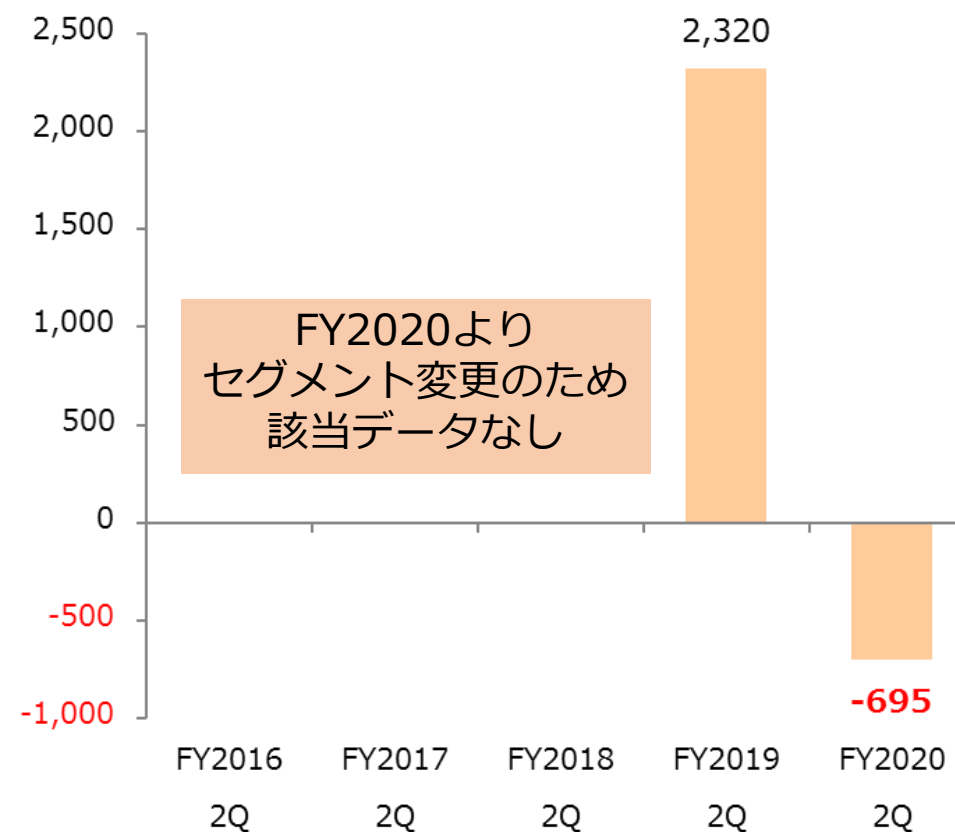
## 売上高

(百万円)



## 営業利益

(百万円)



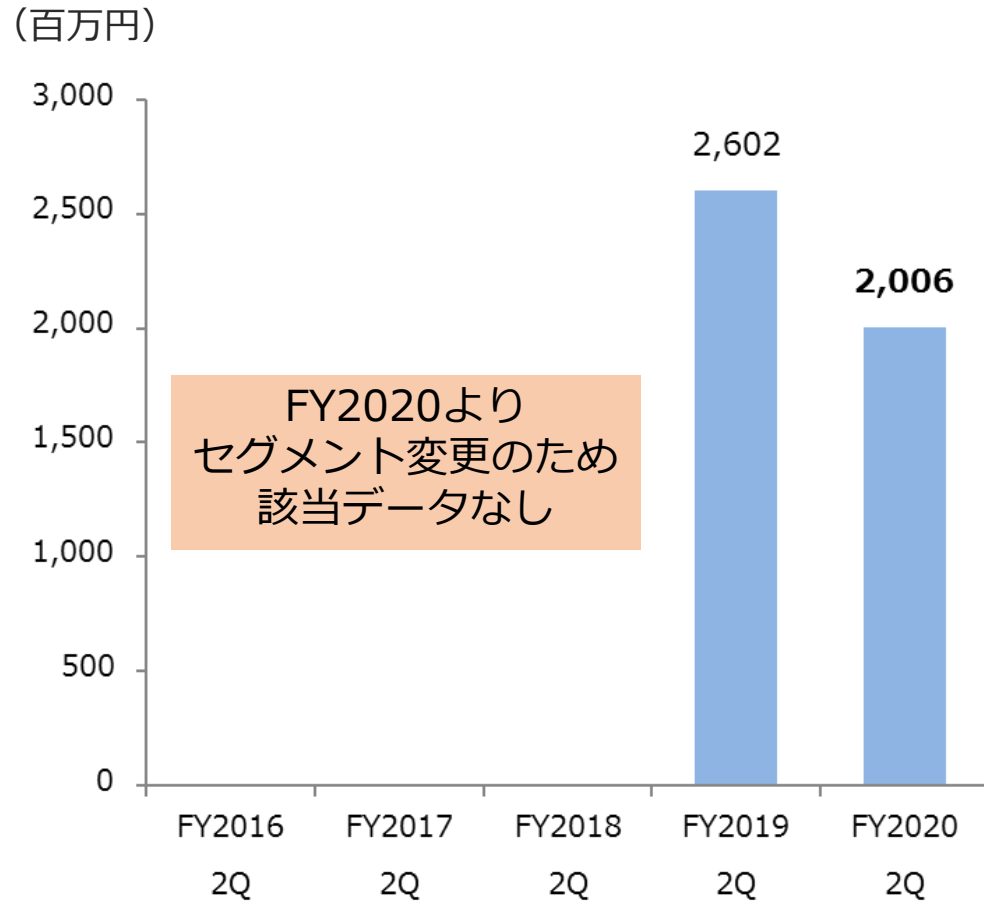
注： FY2020 = 2021年3月期



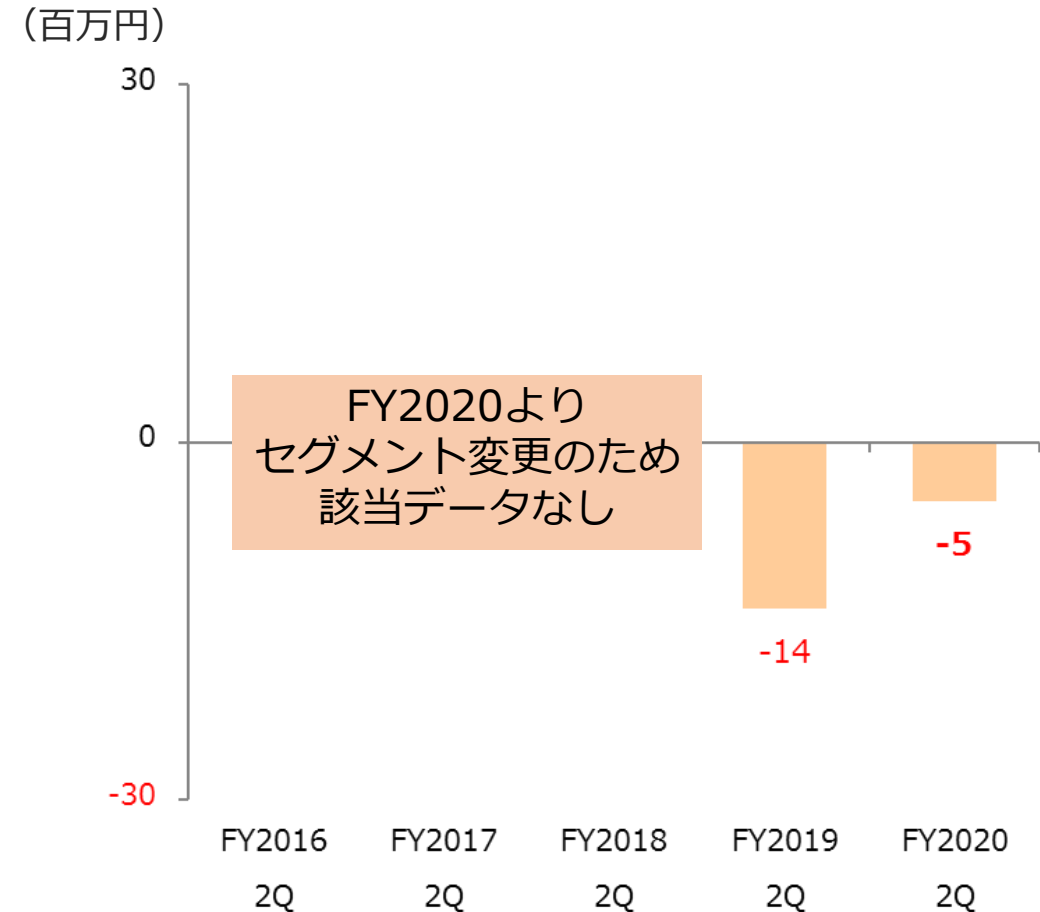
# セグメント別売上高・営業利益の推移（中国）



## 売上高

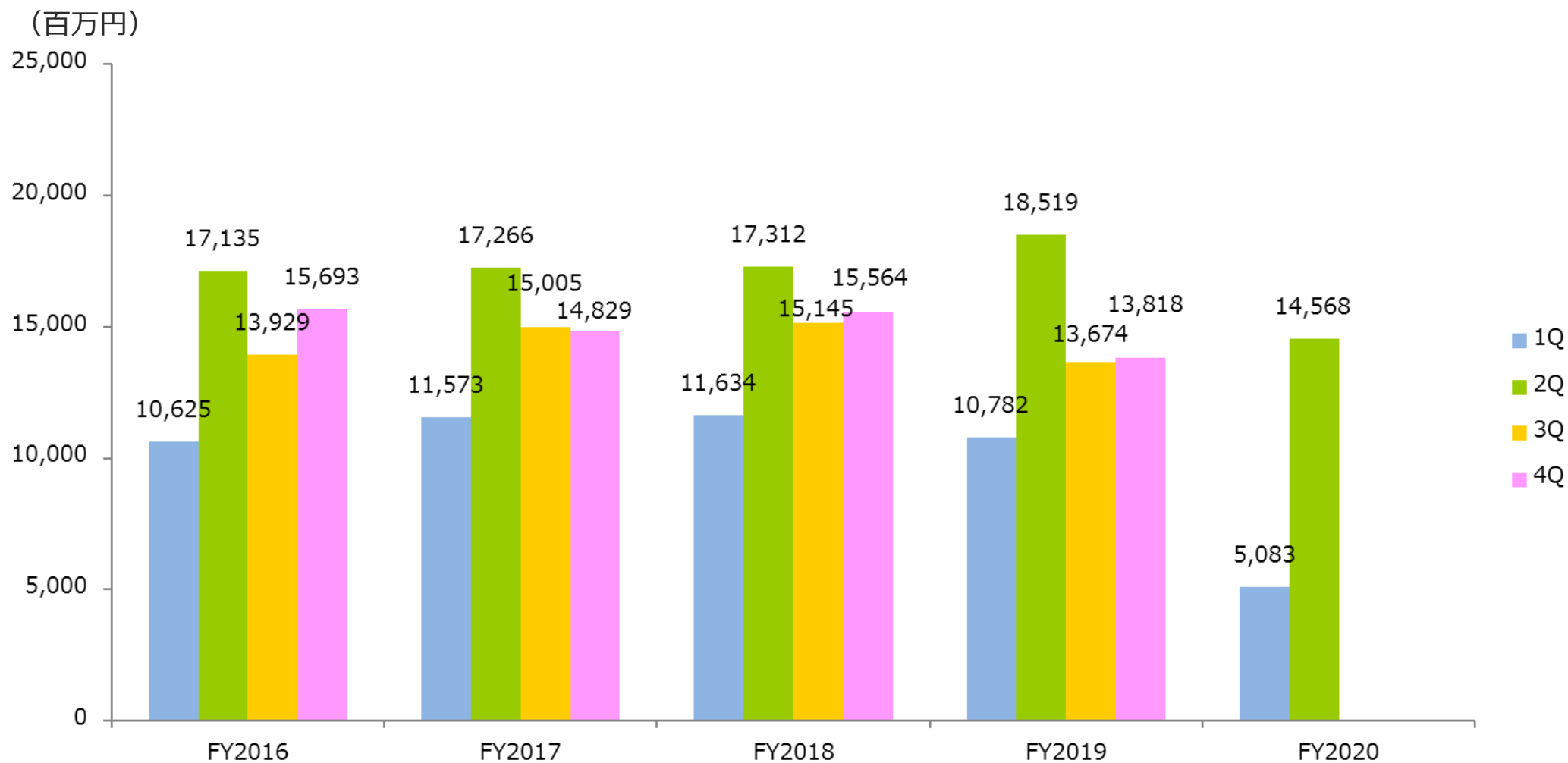


## 営業利益



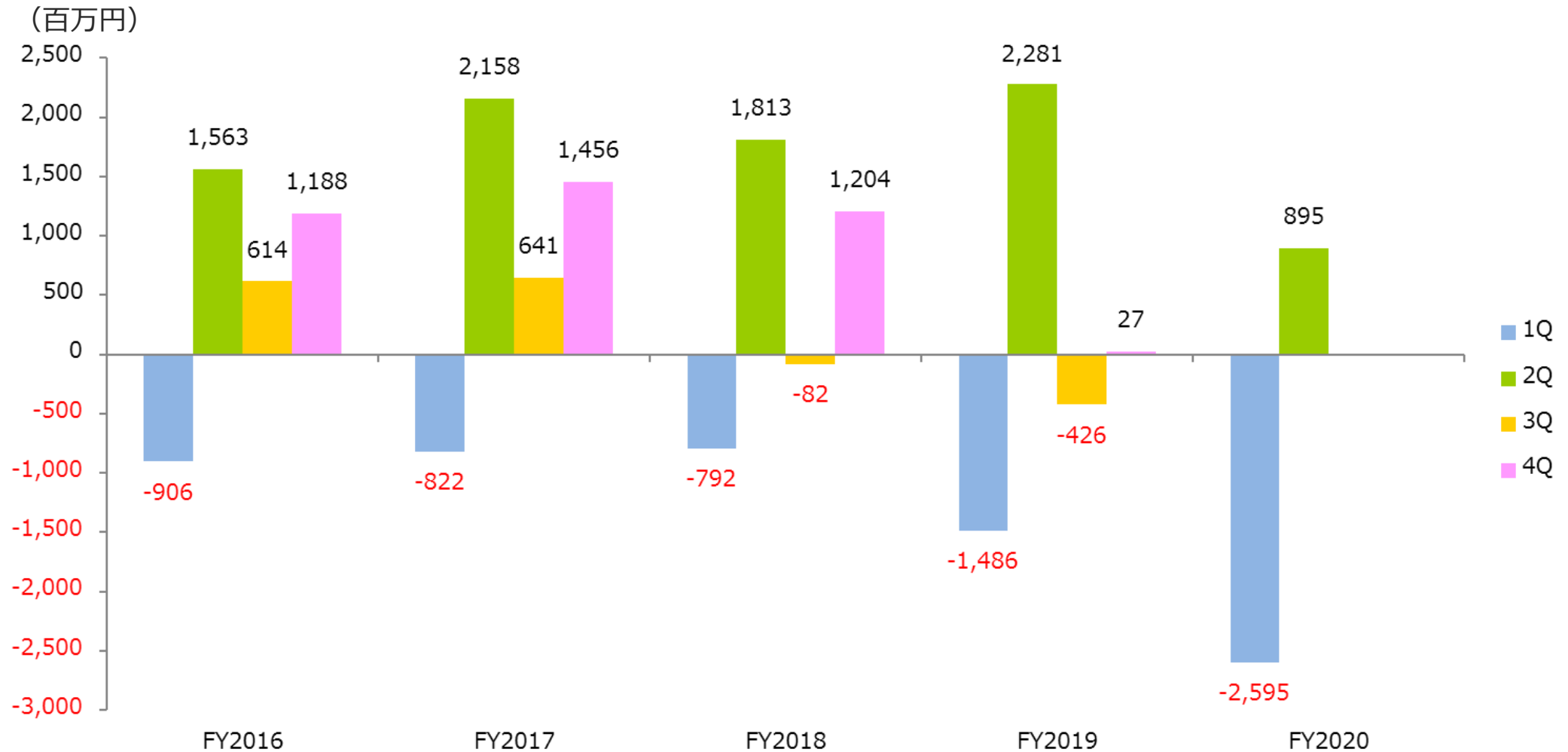
注： FY2020 = 2021年3月期

# セグメント別四半期ごとの売上高の推移（日本）



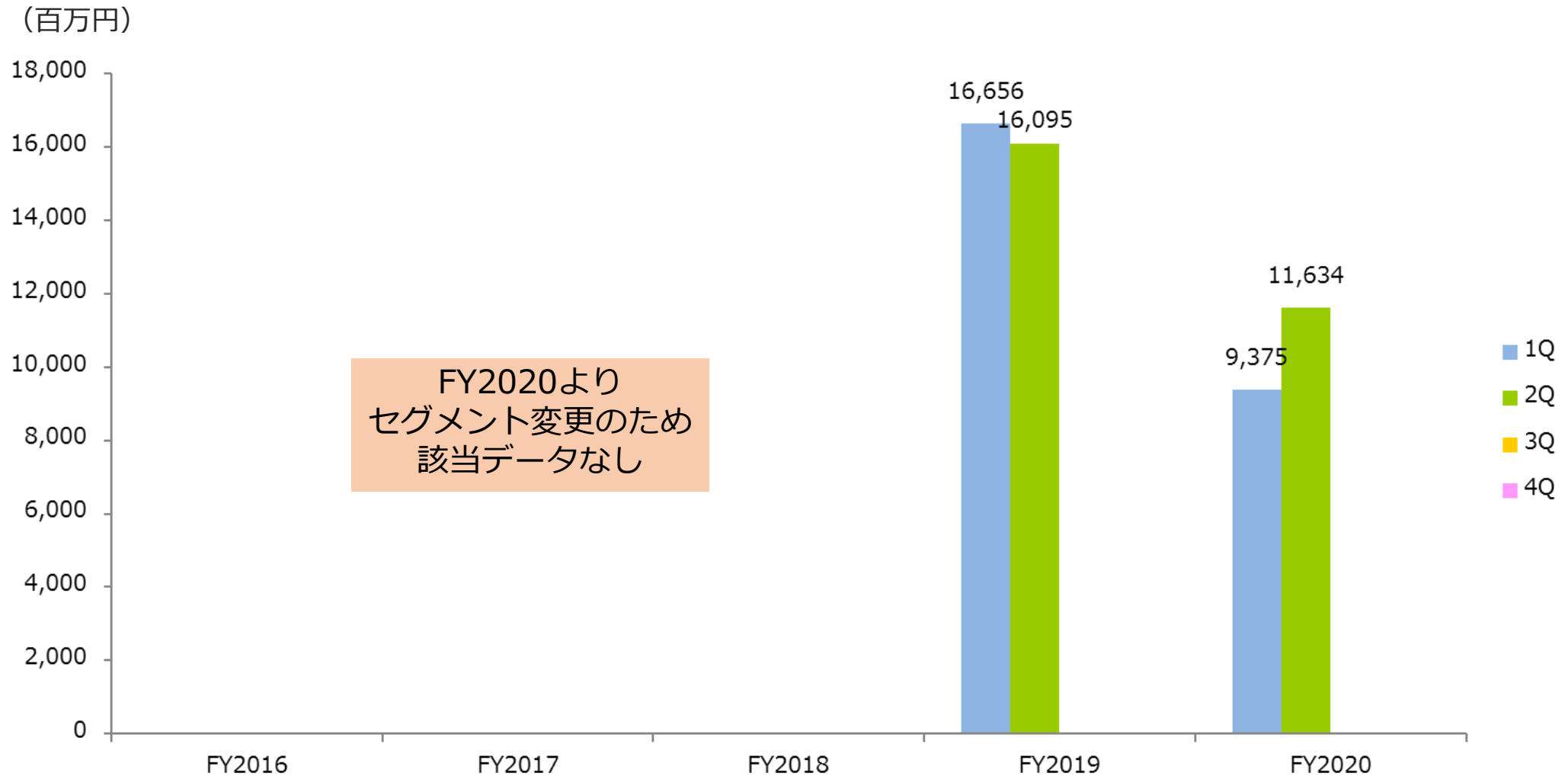
注： FY2020 = 2021年3月期

# セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（日本）



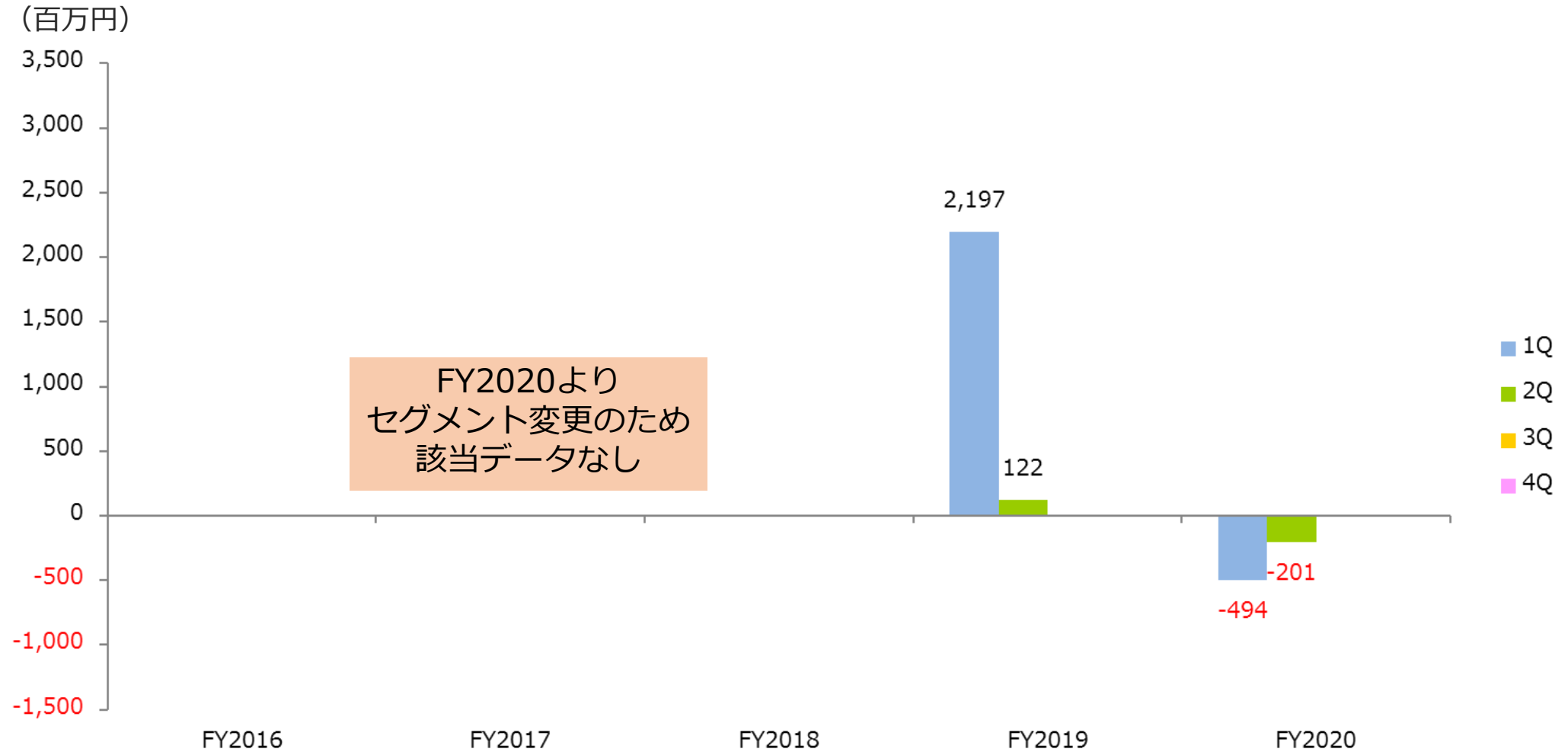
注： FY2020 = 2021年3月期

# セグメント別四半期ごとの売上高の推移（韓国）



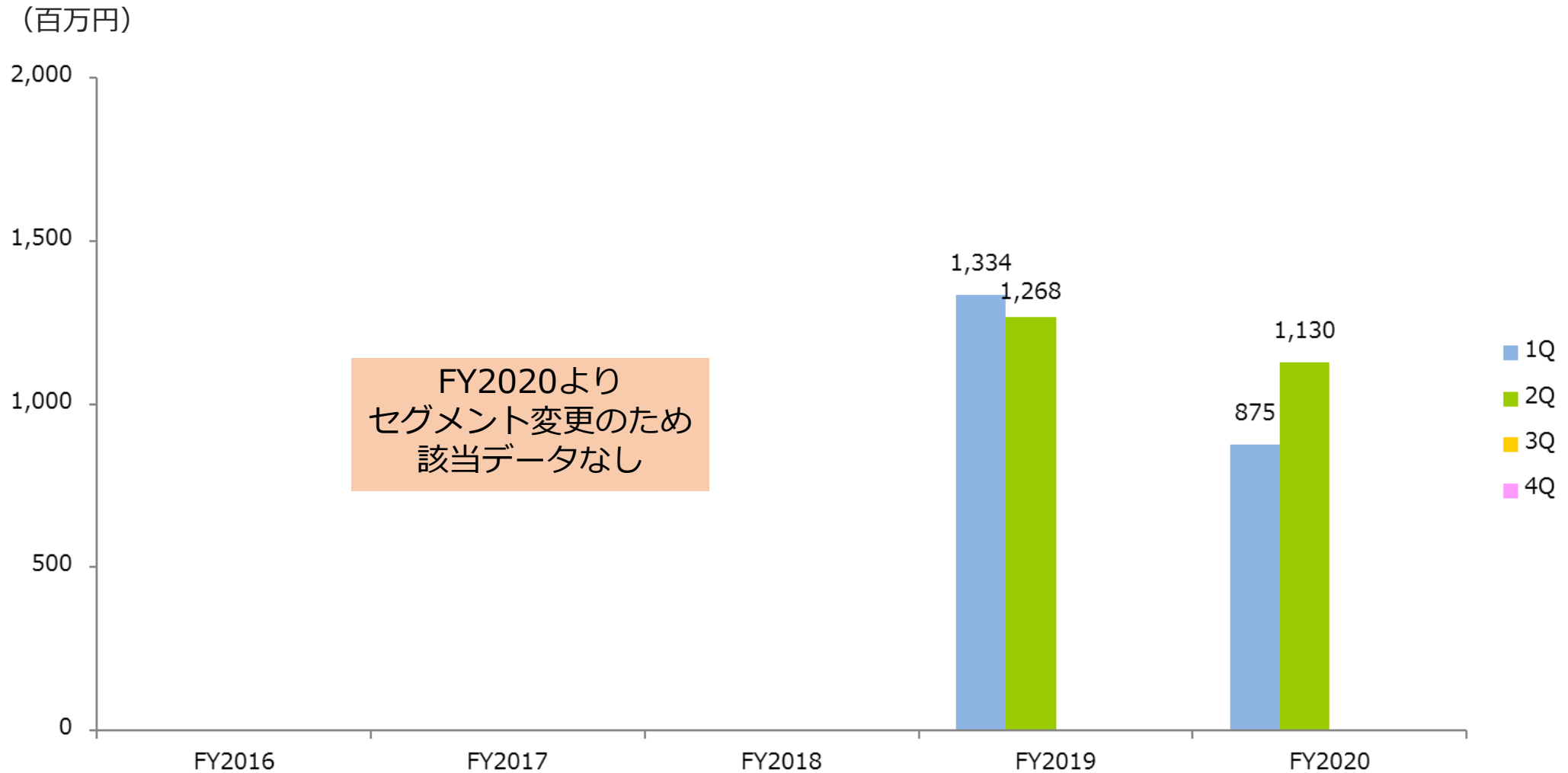
注： FY2020 = 2021年3月期

# セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（韓国）



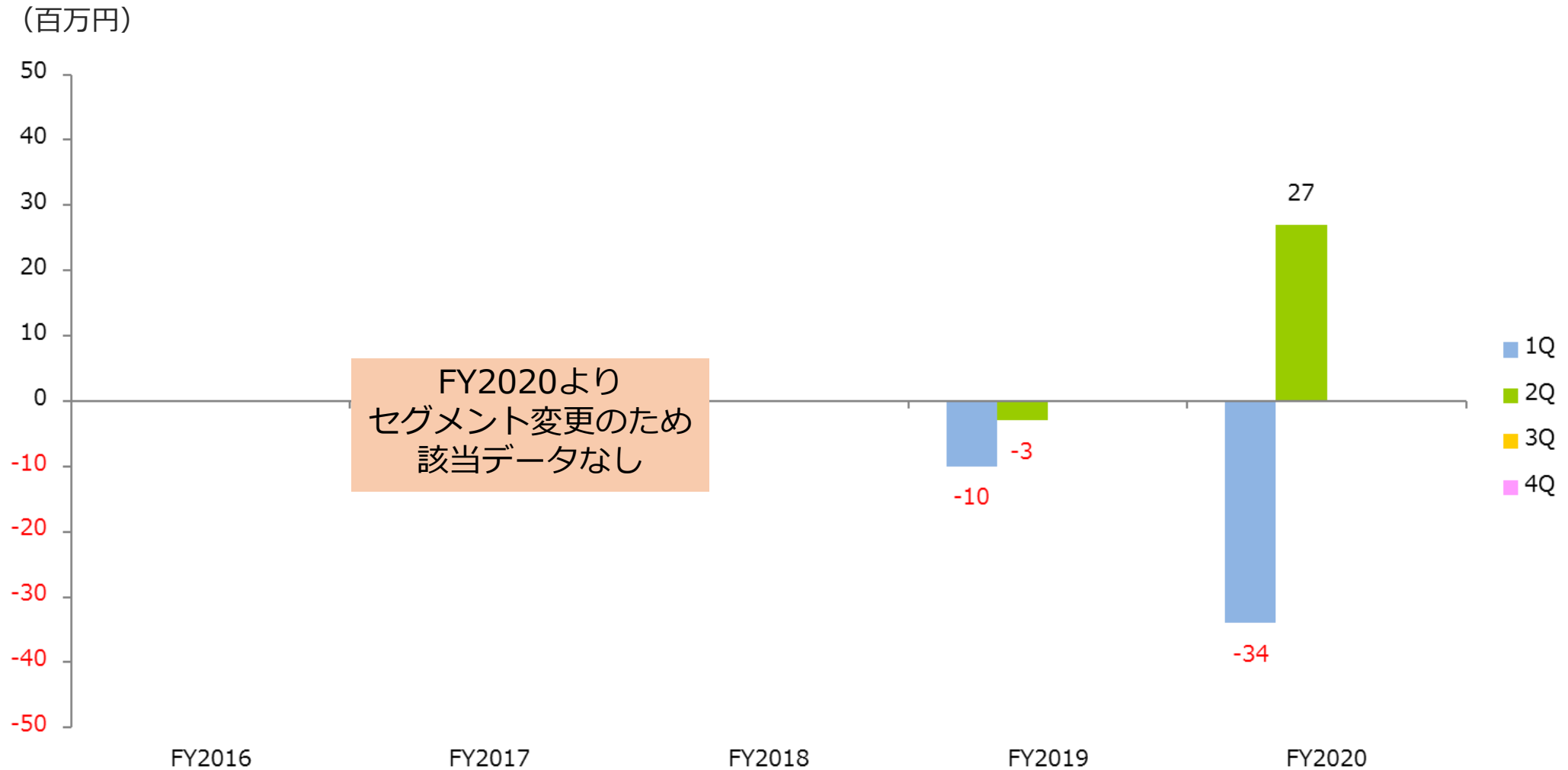
注： FY2020 = 2021年3月期

# セグメント別四半期ごとの売上高の推移（中国）



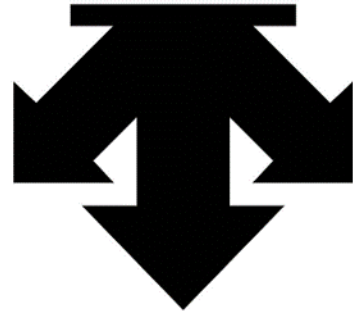
注： FY2020 = 2021年3月期

# セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（中国）



注： FY2020 = 2021年3月期

**DESCENTE**



Design for Sports