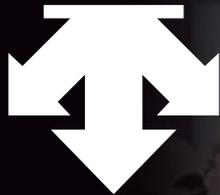


株主の皆様へ

# 第58期 中間株主通信

2014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/>

# 『デザート』の強みを活かした企画をさらに進め、消費

2015年3月期第2四半期は、韓国をはじめとするアジアでの事業拡大で増収増益を達成しました。

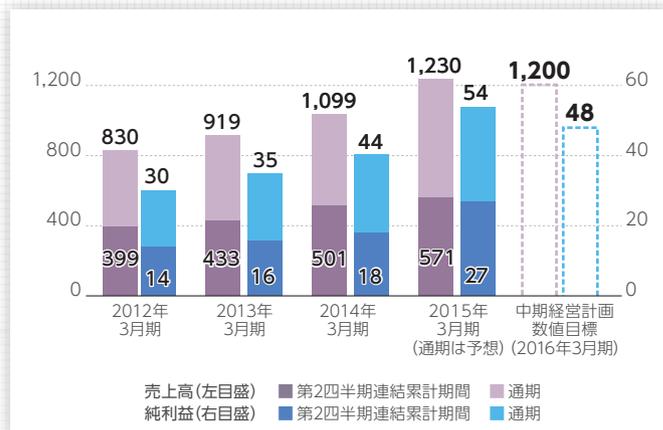
当社の強みである商品開発力、企画力を生かし、ブランド価値のさらなる向上に引き続き取り組んでまいります。

## ▶ 初めに、当第2四半期の業績をお聞かせください

2015年3月期第2四半期の業績は、韓国を中心としたアジア各国での事業展開が全体の業績を牽引するかたちとなり、売上高57,134百万円(前年同期比13.8%増)、営業利益3,670百万円(同47.5%増)、経常利益3,912百万円(同49.5%増)、四半期純利益2,775百万円(同53.1%増)の増収増益となりました。経常利益、四半期純利益は第2四半期において過去最高を達成しました。韓国では『デザート』、『ルコックスポルティフ』のウェア、シューズが好調で、為替の影響も手伝って前年比139%と大きく売上を伸ばしました。また、中国、香港等、他のアジア主要国でも順調に売上を拡大させることができ、海外のシェアが50%を超えました。国内においては、4月の消費税増税の影響もあり、第1四半期は苦戦しましたが、第2四半期からは回復基調にあり、特に秋冬物のスタートは順調に推移しています。

## ◆ 売上高／四半期(当期)純利益

(連結ベース 単位：億円)



代表取締役社長

石本雅敏

# 者ニーズに応える商品を展開します。

## ▶ 中期経営計画「Compass2015」の 進捗をお聞かせください

「Compass2015」では、商品政策、販売政策、プロモーション政策、リソース、経営インフラの5つのグローバル化の推進を基本方針に掲げ、その実践を多方面において継続的に取り組んでいます。今年4月には、『ルコックスポルティフ』、『アリーナ』のアジアでの事業強化を目的に、香港支店を開設し、アジアの顧客ニーズを捉えた競争力のある商品作りに取り組んでいます。また、7月には、スイス ローザンヌに「欧州リエゾンオフィス」を開設しました。『デザート』ブランドのグローバル化に向け、欧州での事業強化、通年型ビジネスの拡大を目的とし、専任者を配置して情報収集や事業の枠組みの検討を開始しています。



欧州リエゾンオフィス



香港支店

プロモーションにおける成果としては、『ルコックスポルティフ』がスポンサーを務める世界最大の自転車レース「ツール・ド・フランス」で、『デザート』ブランドが今シーズンよりサプライを開始した「AG2R」がチーム総合優勝したことが挙げられます。世界の注目を集める大会で当社が扱う2つのブランドの価値を同時に高めることができたのは大きな収穫です。

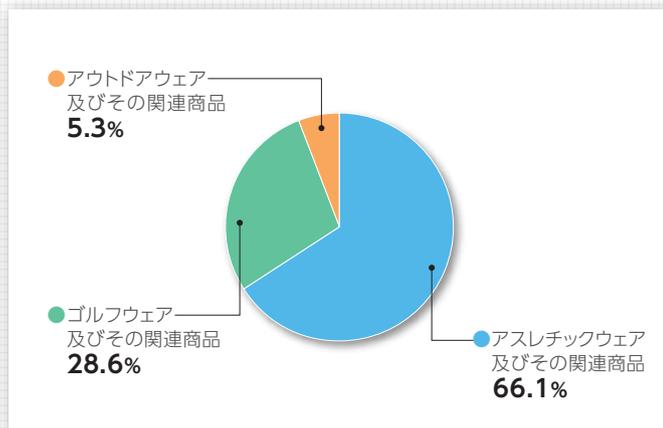


チーム総合優勝を果たした「AG2R」

### ◆ 売上高推移および海外売上高比率 (単位：百万円/%)



### ◆ 品目別売上高構成比 (当第2四半期連結累計期間) (単位：%)



また、各国やエリアのニーズに合わせたローカルアクティビティの強化にも注力しています。中国やシンガポールではプロゴルフ協会やプロトーナメントのスポンサーを務め、ゴルフブランドとしての『ルコックスポルティフ』のイメージ強化を図りました。韓国でも『マンシングウェア』でプロトーナメントを主催し、ブランド認知の向上に取り組みました。国内では、日本代表に選出された遠藤保仁選手に『アンブロ』のスパイクをサプライ。限定販売したレプリカモデルが、遠藤選手の出身地である九州を中心に好調な売れ行きを見せるなど、選手の活躍を通じて、サッカーマーケットへのアピールを行うことができました。

さらに、当社がアジアでの商標を保有する『ルコックスポルティフ』、『アリーナ』、『アンブロ』といったブランドの、欧米やその他の地域の商標を保有するパートナー企業との連携も深めています。

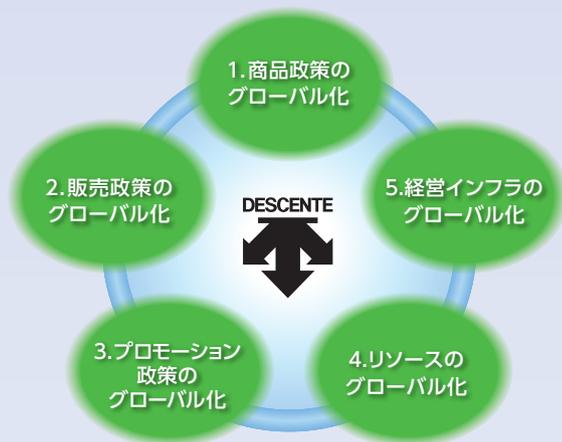
## 中期経営計画「Compass 2015」

2014年3月期～2016年3月期

### 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



『マンシングウェア』では中華圏での売上拡大を目指し、黄曉明氏をブランドキャラクターに起用

展開国や企業は異なりますが、ブランドのロゴだけでなく、コンセプトやカテゴリも共有し、相互に強化していく取り組みです。例えば『ルコックスポルティフ』では、世界でもトレンドになっている“レトロランニングシューズ”のカテゴリにおいて、パートナーの企画した商品を、当社が展開する日本をはじめとしたアジアでも販売。フランス発祥のブランドとしての質

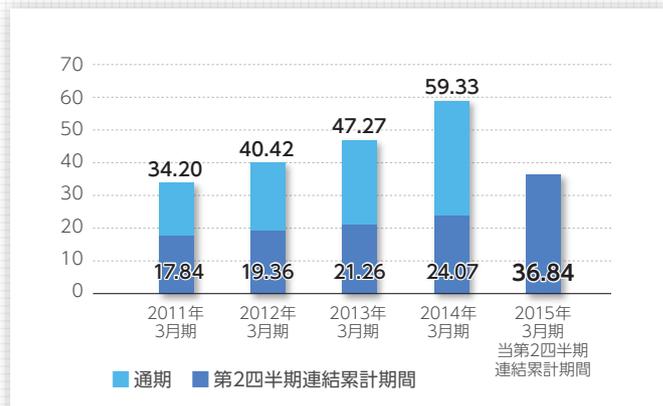
感や色合いなどフランスでしか出せない「味」が、人気を得ています。海外のパートナーと連携し、異なる国や地域で何が「お互いの強みを活かす商品」なのかを見極め、選ぶことができた結果だと考えています。



『ルコックスポルティフ』のレトロランニングシューズ「エウレカ」

### ◆ 1株当たり四半期(当期)純利益

(単位：円)



## ▶ 通期の見通しについてお聞かせください



世界アマチュアゴルフチーム選手権で活躍したチームジャパン

2015年春より『デザート』ブランドのゴルフウェアを日韓同時に展開を開始します。新たな試みとして、商品企画を日韓共同で行いました。それぞれの国で消費者のニーズ、嗜好は異なりますが、強みを活かし合った企画を進めています。

また、同じく2015年の春から、『アンプロ』の韓国での展開も開始します。日本での展開開始から15年余り。日本で大きく成長させたこのブランドを韓国でも大きく育てていきたいと思えます。

このように、グローバル、そしてローカルで、それぞれのユーザーに求められる商品の提供を引き続き行っていきます。

これらの取り組み、及び当第2四半期のアジアでの事業好調を踏まえて、通期計画を上方修正しました。通期の連結業績の予想

は売上高1,230億円、営業利益80億円、当期純利益54億円となる見込みです。売上高、当期純利益は過去最高を更新し、中期経営計画は1年前倒しで達成する見込みです。また、配当金においても当初計画より2円増配し、年間12円の配当をさせていただく予定です。

## ▶ デザントやスポーツ市場をとりまく環境や、今後の期待などについてお聞かせください

2020年に向けて、スポーツ全般への関心はますます高まることが予想されます。今まで注目されていなかった新たな種目への人気が高まり、マーケット全体の活性化につながると期待しています。また、マーケットカテゴリーのボーダレス化が進み、スポーツ関連への注目が高まっていることも実感しています。スポーツ、健康、ファッションが多くの人々のライフスタイルに組み込まれ、それぞれの垣根が無くなってきているということです。こうした新たなビジネスチャンスをつえ、その市場の中でデザントの強みを発揮することが必要だと感じています。

## ▶ 最後に株主の皆様へメッセージをお願いします

当社の強みである商品開発力、企画力を生かして、「すべての人々に、スポーツを遊ぶ楽しさを」という企業理念を実現するために、より多くの方に当社の商品を着て、使っていただきたい。そのためにスポーツの感動やワクワクをもっともっと感じられるものづくりやサービスの提供を行っていきたくと思っています。また、昨年には女性の取締役を、今年は外国人の取締役を起用したことで、より多くの視点を取り入れ、株主様の期待に応えられる経営体制ができたと感じています。

今後も株主の皆様への熱いご支援を頂戴したく、何卒よろしくお願ひ申し上げます。

## ◆ 1株当たり純資産

(単位：円)



# Munsingwear



マンシングウェアは1955年に世界で初めて誕生した、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、高い技術力と革新への情熱をルーツとする機能的かつ快適なゴルフウェアとして全米で爆発的な人気を得たのち、日本での販売が開始されました。日本でのゴルフ・ムーブメントを確固たるものに押し上げ、品質や機能性の高さが評価を受け、プロをはじめ多くのゴルファーに着用される、ゴルフウェアのリーディングブランドに成長しています。

## ▶ 50年を超える日本での展開

『マンシングウェア』は、1955年アメリカのミネソタ州で、世界で初めてのゴルフウェアブランドとして誕生しました。1,000人を超えるゴルファーにアンケート調査を行い、そのニーズを反映させたウェアは、伸縮性やカッティングに工夫を施し、プレー時の動きを妨げない「ゴルフ専用ウェア」として、すぐに全米のゴルファーの間で話題に。トッププロはもとより、大統領やハリウッドスターなどのアマチュアゴルファーにも愛用されるまでになりました。

当社が日本で『マンシングウェア』の販売を始めたのは、1964年。高級ゴルフウェアとして徐々に売上を伸ばし、60年代末から70年代のワンポイントブームにおいて、ペンギンマークのついたポロシャツは一躍有名ブランドの一つに数えられるようになりました。その後も、勝つための機能やデザインの追求、より快適なプレーのための素材の探求な

ゴルフ統括部  
ゴルフマーケティング1部  
部長  
三村 哲弘

ど、時代時代にまじめにゴルフのことを考え、新しい発信をし続けてきたことにより、日本のゴルフウェア市場には欠かせない存在となりました。現在では、日本のみならず、中国、韓国をはじめとしたアジア各国での展開も拡大を続け、多くの人にペンギンロゴが愛用されています。

## ▶ これからも情熱を持って、新しい発想を生み出していきます

『マンシングウェア』は、ゴルフウェアとしてのさらなる進化を求めながら、ライフスタイルウェアの提案や新規流通への展開など、新たなチャレンジにも取り組んでいます。2013年からは、30代から40代をターゲットにした「R-line」カテゴリーも展開をスタートさせ、新たな顧客層へのアプローチも積極的に図っています。アジアでの展開拡大に向けては、現地のお客様のニーズに応じた商品を現地に企画し、好評を得ています。

また、組織的なオペレーション改革にも取り組んでいます。生産から店頭の販売員まで、ブランドにかかわるすべてのスタッフの役割と権限を明確化することで、業務の効率化、ひいては経営のスピード化を目指しています。また、ブランドの方向性の共有を徹底し、立場が違うそれぞれがひとつの目標に向かっていくことで、ブランド価値をさらに高めていきたいと考えています。

「ブランドを維持し、活性化させていくブランディングの質は、構成する人の情熱の量で決まると 생각합니다。ブランドに対し、何より着用いた

1964年春夏コレクションの  
米国マンシングウェア社のカタログ



One Thing Men's Sweater  
XSG4300  
¥16,000(本体価格)+税



**One Thing**  
by Munsingwear

One Thing Ladies Sweater  
XSL4300  
¥16,000(本体価格)+税



だくユーザーに対し、熱い思いを持って、自分の役割を果たす、そんな組織風土を今後も大切にしていきたいです。」(三村)

## ▶ 日本のこだわりで創り上げた 「One Thing by Munsingwear」



熱い思いが形になったひとつが、2011年に展開が始まった「One Thing by Munsingwear(ワンシング バイマンシングウェア)」シリーズです。「マンシングウェアだからできるひとつのこと」という思いを込め、紡績、編み、縫製、加工等、そのすべてを日本のこだわりで創り上げた100% Japan Madeの商品です。

第一弾のポロシャツ、第二弾のチノパンツに続き、2014年秋冬から第三弾となるセーターの展開もスタートしました。

ポロシャツの展開から、4年間でまだ3種類しか発売していないのは、開発にこだわりを持ち、丁寧に進め、納得いく状態に出来上がった商品だけを展開しているからです。アジアの国々でも日本を上回る勢いがあり、新色や新作のリクエストも多くいただいています。「日本の開発力、アイデンティティを、もっともっとグローバルに発信し続けて

いきたいですね」(大石)

天然ウールを超えるセーターを創ろうというコンセプトで開発したこのセーターは、表側には上質なウール素材を使用。裏側には当社独自の蓄熱保温素材「ヒートナビ®」と、着脱しやすい丸断面ポリエステル長繊維を使用することで、暖かさや滑らかな着心地を実現。さらにゲージや編み構造の工夫で一般的な薄手セーターより25%程の軽量化(当社比)を実現しました。また、ウールはさまざまな色の原毛を紡いで作るトップ糸を使用。手間のかかる作業ですが、国内紡績の高い技術により色に深みを出すことができました。このウールトップ糸と高機能繊維、それを厳選した国内ニット工場で編み、仕上げることで実現した機能と品質です。ゴルフはもちろん、カジュアルシーンやオフィスシーンでも、愛用していただきたいと思います。

ゴルフ統括部  
ゴルフマーケティング1部  
MD2課 課長  
大石 晃三

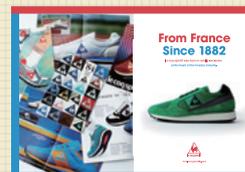


## TOPICS 1 『ルコックスポルティフ』シューズで新しいマーケットにアプローチ

漫画「ベルサイユのばら」とのコラボレーションや「宝塚歌劇100周年記念大運動会」への商品提供及び記念モデルシューズの発売などで話題性のある企画も功を奏し、レディースのカテゴリーである「フェミニン」を中心に、売上も好調に推移しました。他にもセレクトショップでの限定販売やアーティストを招いてのローンチイベントを実施するなど新しい顧客層へのアプローチに注力しました。



漫画「ベルサイユのばら」とのコラボレーション商品



「ルコックスポルティフ原宿店」でのイベント

## TOPICS 2 『マーモット』気候の変化に対応するフリースパーカがコンテストで受賞

『マーモット』ブランドより、気候の変化に対応する女性用パーカ「ホットグリッドパーカ」を発売しました。フリースの保温性に加え、肌面をグリッド(格子)状にすることで通気性も実現し、汗をかいても快適に過ごせるのが特徴です。また、着物の半襟をヒントに、首元に雪の結晶をモチーフにした刺繍を施し、山での女性の表情を華やかに見せる工夫をしています。この商品は、めまぐるしく変化する山の天気と気温を考慮した機能性、着物からのヒントを得た日本らしいデザイン性が認められ、ポーラテック社によるアウトドアコンテスト「APEX Awards(アペックスアワード)」を受賞しました。



アウトドアスタイル・クリエイター 四角友里氏とのコラボレーション

## TOPICS 3 WCBF世界少年野球大会に今年も協賛

WCBF(一般財団法人世界少年野球推進財団)が主催する「世界少年野球大会」は、日米のホームランキングである王貞治氏とハンク・アーロン氏が「正しい野球を全世界に普及・発展させると同時に、世界の少年・少女たちに友情と信頼の輪を広げよう」と世界中から一堂に少年少女を招き、野球教室や様々な交流事業を行っています。当社はWCBFの主旨に賛同し、「世界少年野球大会」のユニフォーム等の協賛を行っています。



参加した子供達

理事長の王貞治氏による指導

四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (2014年3月31日)	当第2四半期 連結会計期間 (2014年9月30日)
<b>資産の部</b>		
流動資産	60,418	<b>61,228</b>
固定資産	23,411	<b>24,724</b>
有形固定資産	14,336	<b>14,771</b>
無形固定資産	2,230	<b>2,527</b>
投資その他の資産	6,844	<b>7,425</b>
<b>資産合計</b>	<b>83,830</b>	<b>85,952</b>
<b>負債の部</b>		
流動負債	22,463	<b>22,269</b>
固定負債	5,057	<b>5,422</b>
<b>負債合計</b>	<b>27,520</b>	<b>27,692</b>
<b>純資産の部</b>		
株式資本	52,807	<b>54,812</b>
資本金	3,846	<b>3,846</b>
資本剰余金	25,184	<b>25,184</b>
利益剰余金	24,443	<b>26,450</b>
自己株式	△666	<b>△668</b>
その他の包括利益累計額	3501	<b>3,447</b>
その他有価証券評価差額金	407	<b>540</b>
繰延ヘッジ損益	△4	<b>△46</b>
為替換算調整勘定	3114	<b>2,948</b>
退職給付に係る調整累計額	△15	<b>6</b>
<b>純資産合計</b>	<b>56,309</b>	<b>58,259</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>83,830</b>	<b>85,952</b>

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 2013年4月 1日 至 2013年9月30日)	当第2四半期連結 累計期間 (自 2014年4月 1日 至 2014年9月30日)
売上高	50,187	<b>57,134</b>
売上原価	23,736	<b>25,471</b>
売上総利益	26,451	<b>31,663</b>
返品調整引当金繰入額	29	<b>560</b>
差引売上総利益	26,422	<b>31,103</b>
販売費及び一般管理費	23,934	<b>27,432</b>
営業利益	2,487	<b>3,670</b>
営業外収益	241	<b>322</b>
営業外費用	113	<b>81</b>
経常利益	2,615	<b>3,912</b>
税金等調整前四半期純利益	2,615	<b>3,912</b>
法人税、住民税及び事業税	892	<b>1,267</b>
法人税等調整額	△89	<b>△130</b>
少数株主損益調整前四半期純利益	1,813	<b>2,775</b>
<b>四半期純利益</b>	<b>1,813</b>	<b>2,775</b>

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 2013年4月 1日 至 2013年9月30日)	当第2四半期連結 累計期間 (自 2014年4月 1日 至 2014年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	△649	<b>5,427</b>
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,513	<b>△2,219</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー	△660	<b>△795</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	333	<b>△32</b>
現金及び現金同等物の増減額	△2,490	<b>2,381</b>
現金及び現金同等物の期首残高	17,387	<b>16,266</b>
現金及び現金同等物の四半期末残高	14,896	<b>18,647</b>

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

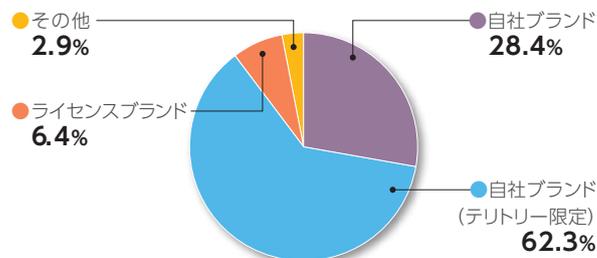


DESCENTEとは、フランス語で「滑降」の意味。スピリットマークは、スキーの基本技術である直滑降、斜滑降、横滑りを表現しています。つねに最もすぐれたものに目を向け、時代の要求を先取りし、積極的に製品化していく果敢なデサントスピリットのシンボルです。

## ブランド一覧

2014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

「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。



### 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)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	1,853名(連結) 851名(単体) (2014年9月30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	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
取締役:	羽田 仁	社外監査役:	八杉 昌利*
取締役:	辻本 謙一	社外監査役:	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
デサントゴリア株式会社 (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)	デサントゴリアの物流業務

### 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
----------------------	----------------------------

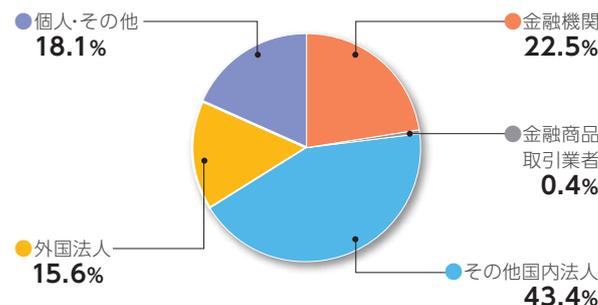
## 株式数および株主数

(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1,583,240株含む)
株主数	3,611名

## 株式分布状況

(2014年9月30日現在)



## 大株主および持株数

(2014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	3,489
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,963
株式会社三井住友銀行	2,110
帯人フロンティア株式会社	2,034
石本和之	1,757
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,730
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	1,649
ビーエヌワイエムエル ノントリーティー アカウント	1,637

## 株主メモ

(2014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: <a href="http://www.descente.co.jp/irs/">http://www.descente.co.jp/irs/</a>
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。

## 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/>

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


## 表紙写真：ツール・ド・フランス

「ルックスポルティフ」がオフィシャルサプライヤーを務める世界最大級の自転車レースです。今年は「デサント」ブランドがサプライする「AG2R」がチーム総合優勝し、当社が扱う2つのブランドの価値を同時に高めることができました。

個人総合優勝者に与えられる黄色のリーダージャージ▶

