



2016年5月10日

各 位

会 社 名 株式会社デザート  
代 表 者 名 代表取締役社長 石本雅敏  
(コード番号：8114 東証第一部)  
問 合 せ 先 取締役 ロジスティクス管掌  
兼 スタッフ管掌 辻本謙一  
(TEL：06-6774-0365)

デザートグループ 「VISION 2020」ならびに中期3ヵ年経営計画「Compass 2018」について

当社はこのたび、2020年度に目指す姿「VISION 2020」と、そのVISION達成に向けた2016年度(2017年3月期)から2018年度(2019年3月期)までの3ヵ年を対象とする新しい中期経営計画「Compass 2018」を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

## 記

### I. 創業の精神「SPIRIT OF DESCENTE」

創業80年を過ぎ、今後の更なる事業拡大に向けた当社グループの原点を改めて定義すべく、創業当時の経営者の語録等から「SPIRIT OF DESCENTE (創業の精神)」を作成いたしました。改めて原点に立ち返り、本内容をグループ社員の行動指針とし、「VISION 2020」の達成に向けて取り組んでまいります。

#### 創造 / Creation

豊かな発想力は、いつの時代でも発展の原動力である。  
センスを磨き、日々の仕事に明確な判断を下せる力を養え。

#### 挑戦 / Challenge

変化の時にこそ、チャンスがある。  
新しいものを創り出す仕事なら失敗も覚悟のうちに入れよ。

#### 誠実 / Integrity

信頼するものには徹底して任せる。  
人の誠意に対しては、人の誠意で応えよ。

#### 調和 / Harmony

人間が人間を知って初めて商売は成り立つ。  
力を集めて前向きに“協走”せよ。

## II. 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。

## III. 「VISION 2020」 — 2020年に目指す姿 —

～ 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。

(2020年度/2021年3月期)

グループ数値目標	売上高	2,000億円
	経常利益	160億円

## IV. 中期経営計画「Compass 2018」について

### 1. 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
  - ・基幹ブランドのブランディングを整備・浸透させることで「One Global Brand」政策を推進する。
  - ・各ブランドの基本ブランド戦略に基づき、グローバルならびにエリアでの“伝わる”マーケティング活動を実施する。
- ② 当社の競争力の源泉である「モノを創る力」を向上
  - ・日本にアパレル、韓国にシューズのR&Dセンターを新たに設立し、グローバル市場に向けた高機能商材を開発する。
  - ・自社工場の能力増強による開発力強化と生産力拡大を実施する。
- ③ 直営店と自主管理店舗の出店を推進
  - ・「売場」をブランドと顧客の最も重要な接点と位置付け、商品企画力、接客販売力、VMDによる表現力など、「売場を創る力」を高める。
  - ・店頭売上主義へ、意識改革とオペレーション改革を行う。
  - ・エリアごとにECプラットフォームを構築し、売上拡大を図る。
- 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
  - ・グローバル本社を立ち上げ、求心力と遠心力のバランス経営を実践する。
  - ・サプライチェーンマネジメント改革を実行する。

⑤ 個の能力開発により組織力を向上

- ・グローバル人材の育成・採用と女性活躍を推進する。
- ・グローバル化に伴う人事制度の再構築を行う。
- ・グループ間での人事交流を推進する。

2. 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し、各国での事業拡大を図りながら、日本、韓国に次ぐ第3の柱を育成する。

① 日本

- ・「デサントジャパン株式会社」を設立し、「日本で稼ぐ」体制を再構築
- ・自主管理店売上比率向上により、収益率を向上（2020年50%超を目標）
- ・販売員正社員化により、店頭での販売力を強化

② 韓国

- ・既存ブランドの市場シェア拡大と新規ブランドの事業を拡大
- ・グローバルでの競争力を持つインフラを整備

③ 中国

- ・『デサント』ブランドの本格展開を開始
- ・主力ブランド（『ルコックスポルティフ』、『アリーナ』、『マンシングウェア』）の事業を拡大

④ 東南アジア

- ・現地企業とのパートナーシップにより展開を拡大

⑤ 北米

- ・スキー事業の黒字化と『デサント』ブランドの通年ビジネスの本格展開を開始

⑥ 欧州

- ・英国を中心とする『デサント』ブランドの事業を拡大
- ・『イノヴェイト』ブランドを積極展開

3. グループ数値目標（2018年度／2019年3月期）

売上高	1,700 億円
経常利益	140 億円
親会社株式に帰属する当期純利益	100 億円
ROE	12%以上

※想定為替レート USD 109.0、100KRW 9.50、CNY16.5、HKD14.0、SGD 80.0、GBP 155.0

以 上