

# 2022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

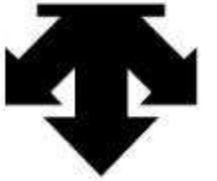
誠実

調和

2021年11月5日

株式会社 **デサント**

(東証第1部：8114)



## 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」セグメントへ組み替え

**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。

2021年3月期より、「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、2020年3月期の各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。

## 日本セグメント

### 売上

(株)デザートおよび国内連結子会社の売上

### 以下も含む

- ◆ 海外現地企画商品に対する販売ロイヤリティ
- ◆ 海外連結子会社・持分法適用関連会社への物販

## 韓国セグメント

### 売上

デザート코리아および  
デザートグローバルリーテールの売上  
以下も含む

- ◆ 韓国外の連結子会社・持分法適用関連会社への物販

### 営業外損益

韓国にある持分法適用関連会社1社の投資損益など

## 中国セグメント

### 売上

中国連結子会社の売上

### 営業外損益

中国にある持分法適用関連会社3社の投資損益など

# 1. 2022年3月期 第2四半期決算について

## ①概要

## ②エリア別・ブランド別レビュー

## ③店舗数推移

## ④トピックス

# 2. 2022年3月期 通期計画について

# 2022年3月期 第2四半期業績（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ①概要

- 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の影響が大きかった前年からは大きく回復し、増収増益

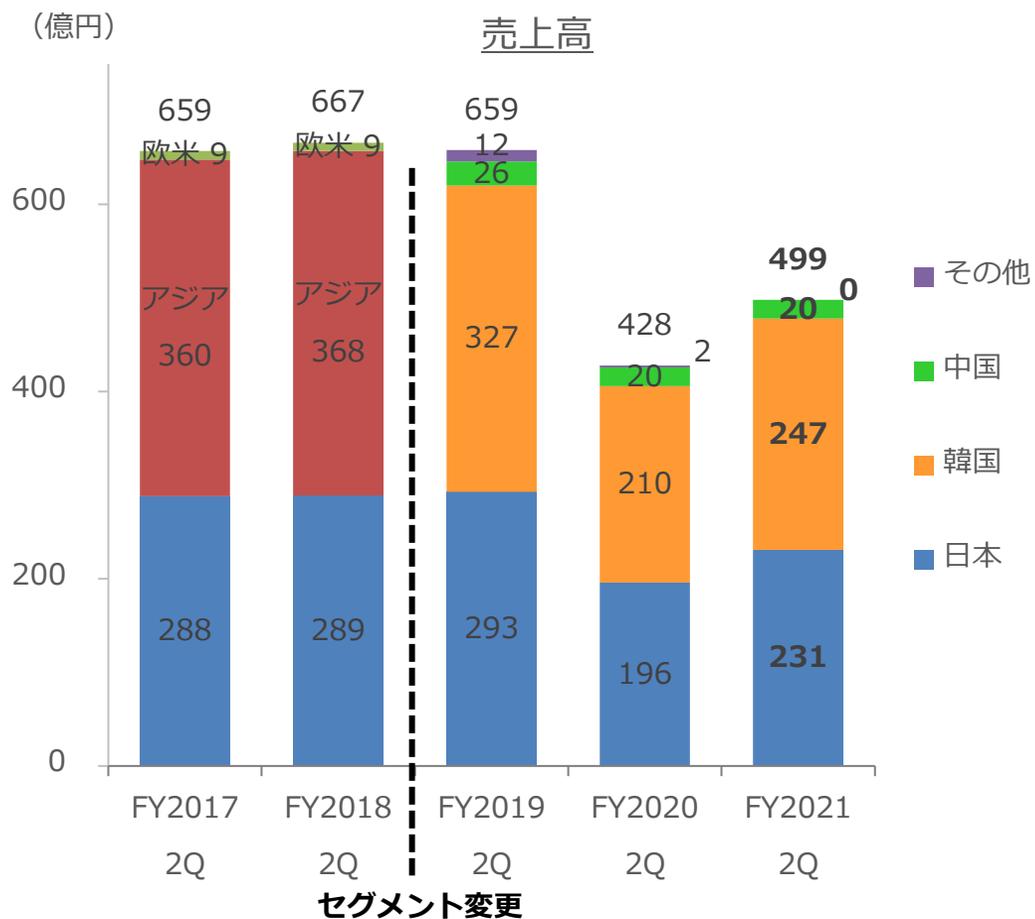
(百万円)	2022年3月期	2021年3月期		2022年3月期
	第2四半期実績	第2四半期実績	前年比	公表計画
売上高	49,926	42,897	116.4%	103,000
営業利益	2,714	▲ 2,449		4,250
(率)	5.4%	▲ 5.7%	-	4.1%
経常利益	4,005	▲ 2,077		6,800
(率)	8.0%	▲ 4.8%	-	6.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益・当期純利益	2,487	▲ 1,265		6,200
(率)	5.0%	▲ 2.9%	-	6.0%

# セグメント別（会社所在地ベース）売上高の推移（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ①概要

- 主要セグメントである日本・韓国・中国において前年同期比増収



前年比 +70億円(116%)

日本	+34.8億円
韓国（内為替要因 +6.3億円）	+37.2億円
中国（香港・台湾含む）	+0.5億円
その他	▲2.2億円

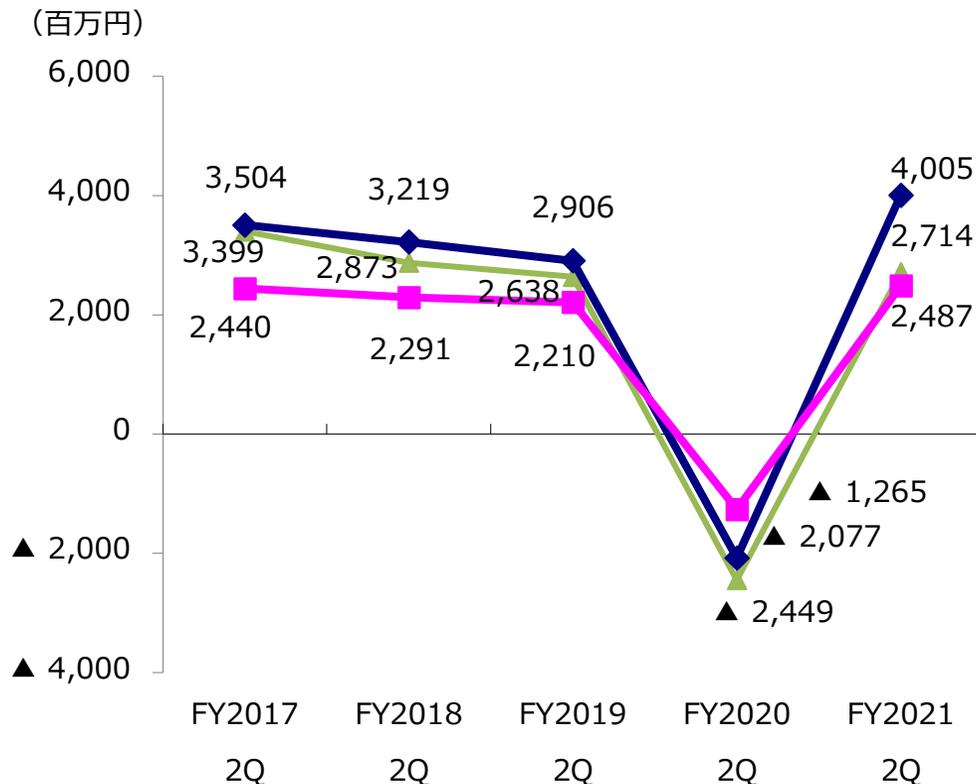
注： FY2021 = 2022年3月期

# 利益の推移（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ①概要

- 主に日本事業の収益改善による売上総利益の増加に伴い、営業利益は大幅増益
- 中国における持分法適用関連会社が展開する『アリーナ』事業がコロナ前の水準まで業績回復したこと及び『デザート』事業の継続的な伸長により営業外収益が増加し経常利益も大幅増益



営業利益 ● 経常利益 ■ 親会社株主に帰属する四半期純利益

注： FY2021 = 2022年3月期

(百万円)	FY2021	FY2020	損益の増減*
<b>営業利益</b>	<b>2,714</b>	<b>▲ 2,449</b>	<b>+ 5,163</b>
営業外収益	1,475	572	+ 903
営業外費用	183	200	+ 17
<b>経常利益</b>	<b>4,005</b>	<b>▲ 2,077</b>	<b>+ 6,082</b>
特別利益	50	403	▲ 353
特別損失	62	65	+ 3
法人税等	1,504	▲ 473	▲ 1,977
<b>親会社株主に帰属する 当期純利益</b>	<b>2,487</b>	<b>▲ 1,265</b>	<b>+ 3,752</b>

損益の増減\*

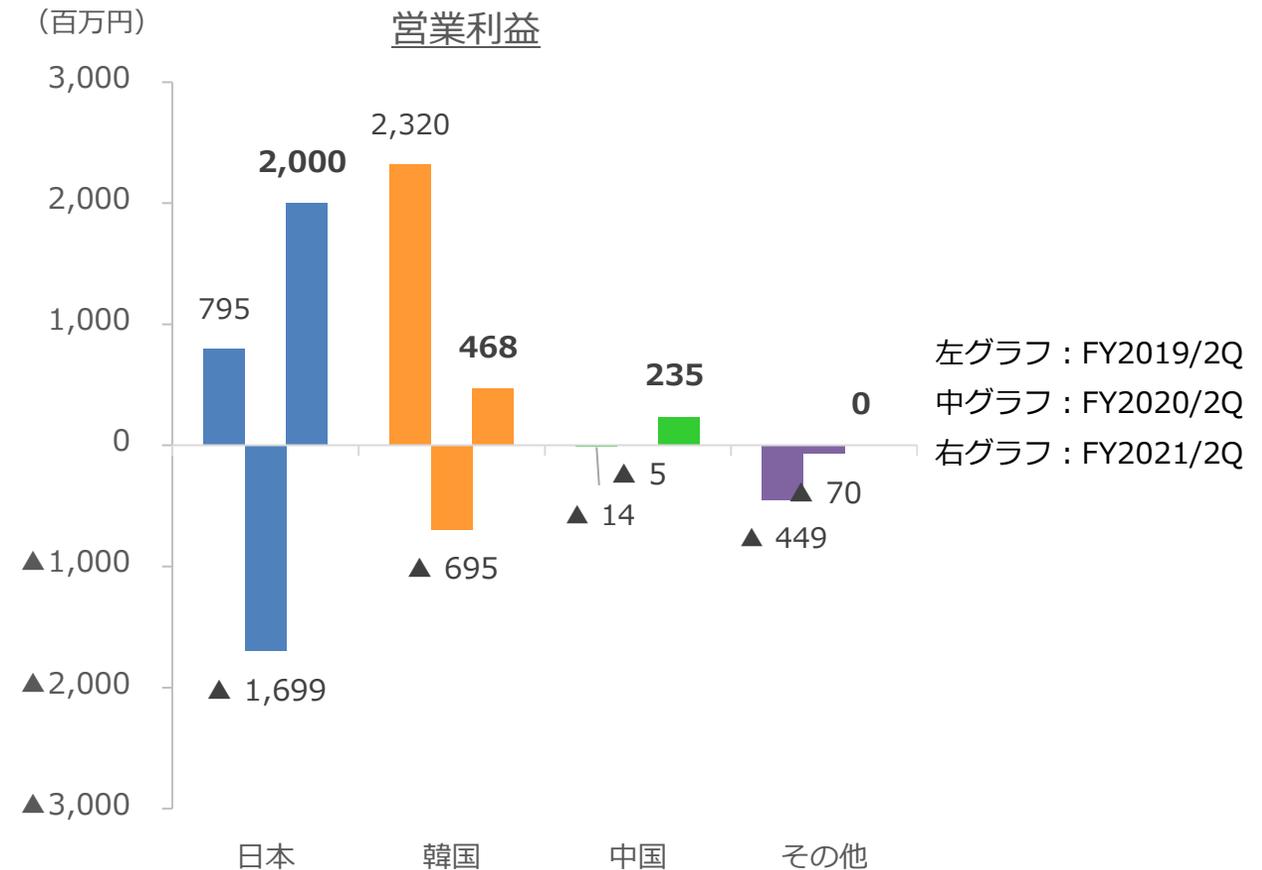
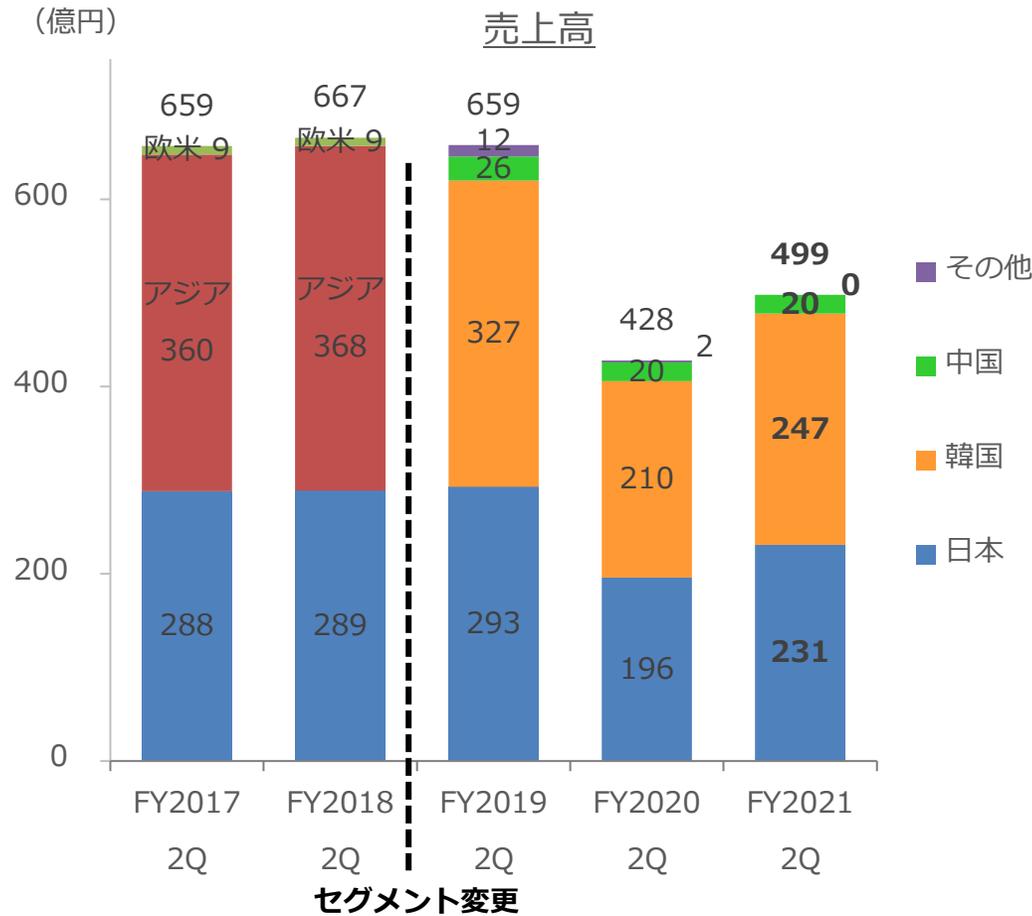
利益の増加に寄与するものは+、利益の減少に寄与するものは▲

# セグメント別売上高および営業利益の推移（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ①概要

- 全セグメントで増益
- 日本セグメントの営業利益が9年ぶりに韓国セグメントを上回る



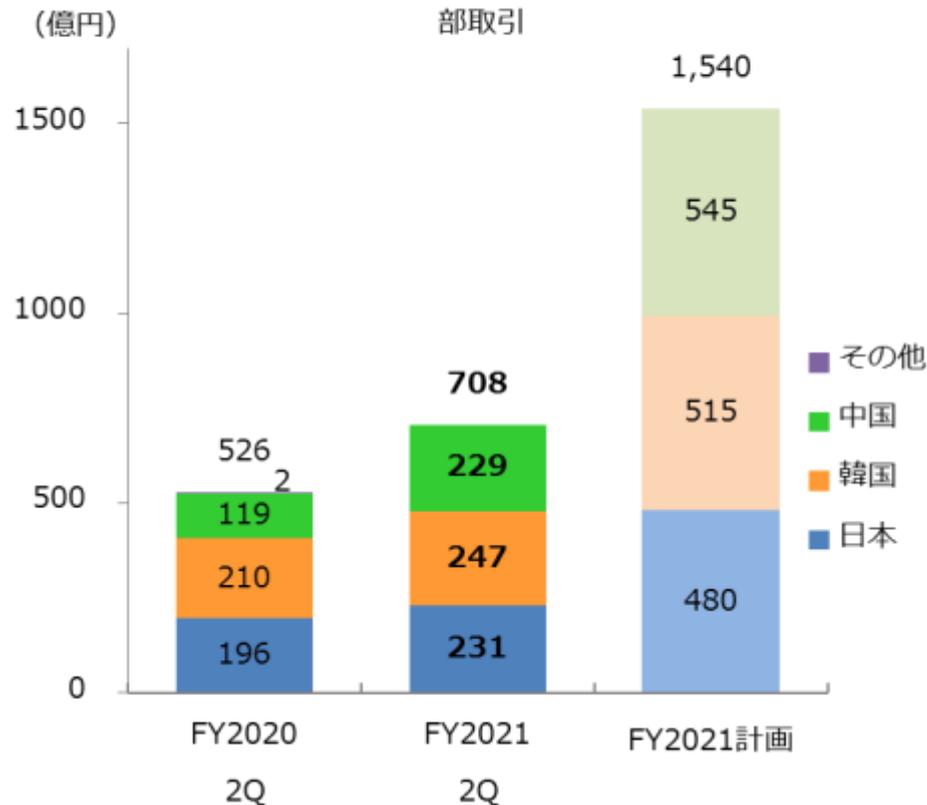
注： FY2021 = 2022年3月期



- 売上・利益ともに計画に向け順調に推移
- 特に日本セグメントの収益貢献が拡大

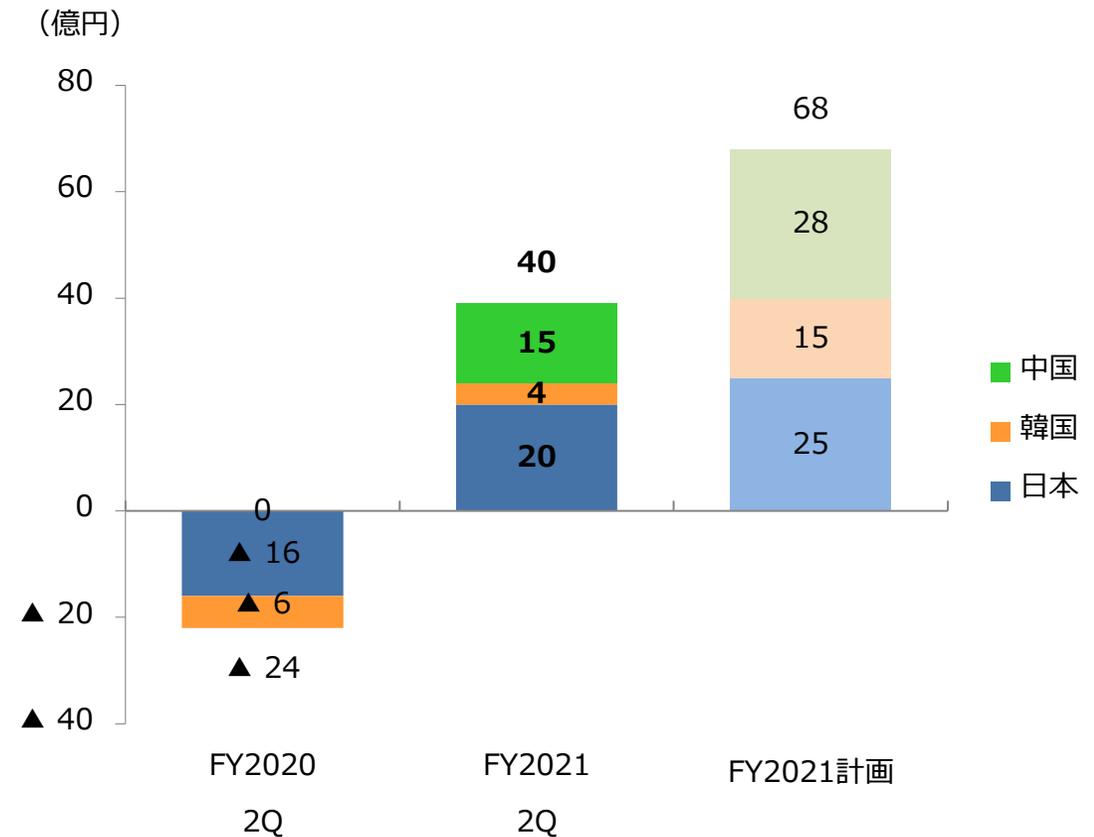
現地売上高

連結子会社売上 + 持分法適用関連会社売上（参考） ー内



経常利益

セグメント損益 + 持分法投資損益(注:金利収支等除いた簡易計算)



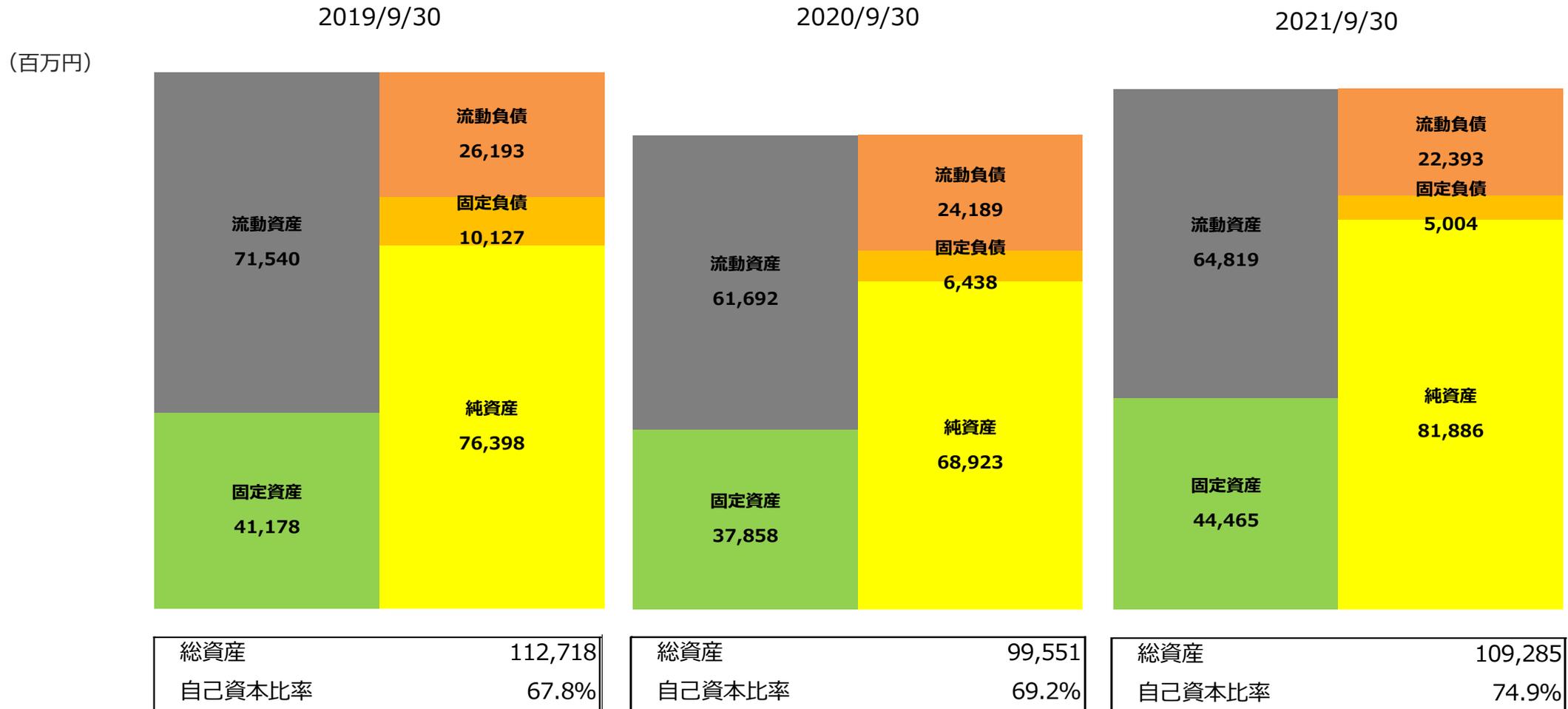
注： FY2021 = 2022年3月期

# バランスシートの推移（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ①概要

- 業績改善により棚卸資産は減少し、現預金が増加（流動資産）
- 前第3四半期以降の利益改善の結果、純資産の増加に伴い、自己資本比率が5.7%増加



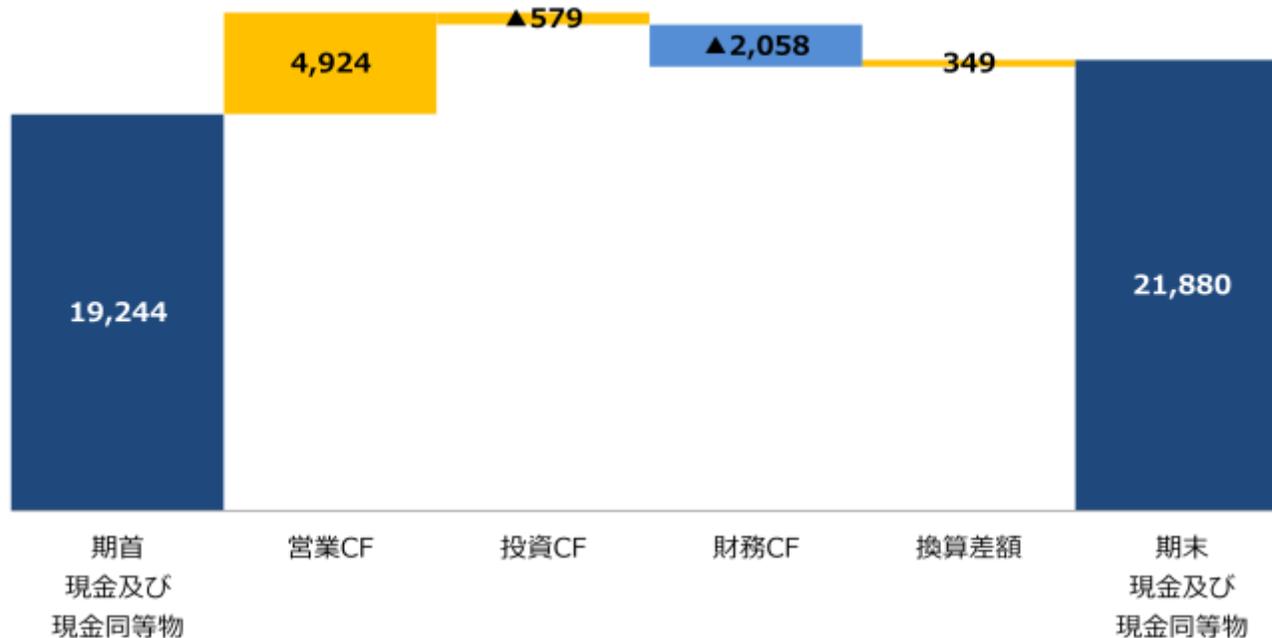
# キャッシュ・フローの推移（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ①概要

- 売上債権や棚卸資産の減少が寄与し、営業CFは+49億円、投資CFは▲5億円、財務CFは国内の借入金の返済（10億円）により▲20億円

(百万円)



## 期首比 +2,636百万円

### 営業CF 4,924 百万円

(前年同期 ▲3,568百万円)

EBITDA※1 +6,242 百万円

持分法投資損益 ▲1,289 百万円

法人税 ▲1,591 百万円

運転資本の増減※2 +2,191 百万円

### 投資CF ▲579 百万円

(前年同期 ▲484百万円)

有形・無形資産の取得 ▲774 百万円

### 財務CF ▲2,058 百万円

(前年同期 316百万円)

リース債務の返済 ▲1,057 百万円

借入金の借入/返済 ▲1,000 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. 2022年3月期 第2四半期決算について

①概要

②エリア別・ブランド別レビュー

③店舗数推移

④トピックス

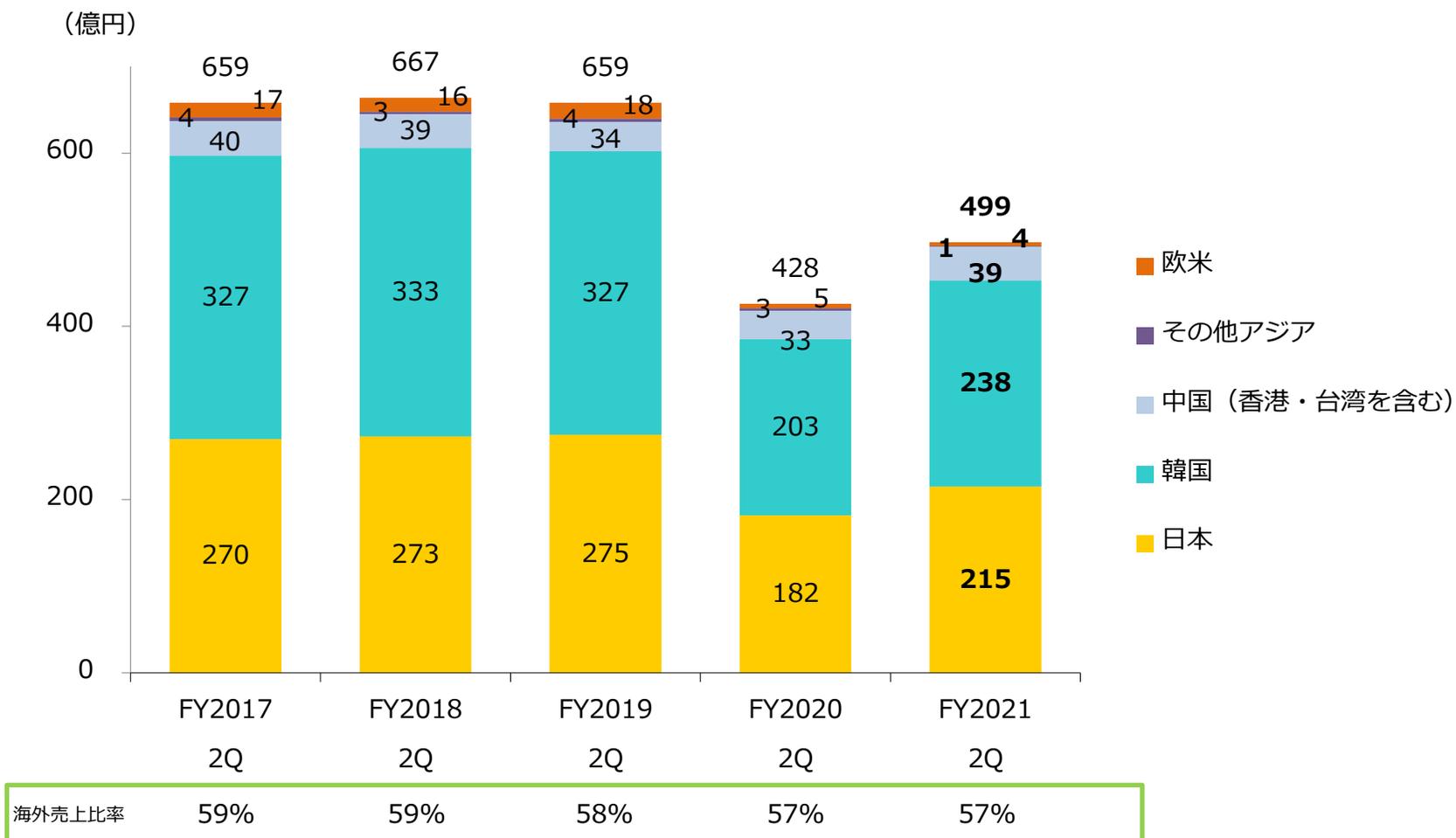
# 2. 2022年3月期 通期計画について

# エリア別（顧客所在地ベース）売上高の推移（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ②エリア別・ブランド別レビュー

- 主要エリアである日本・韓国・中国において前年同期比増収



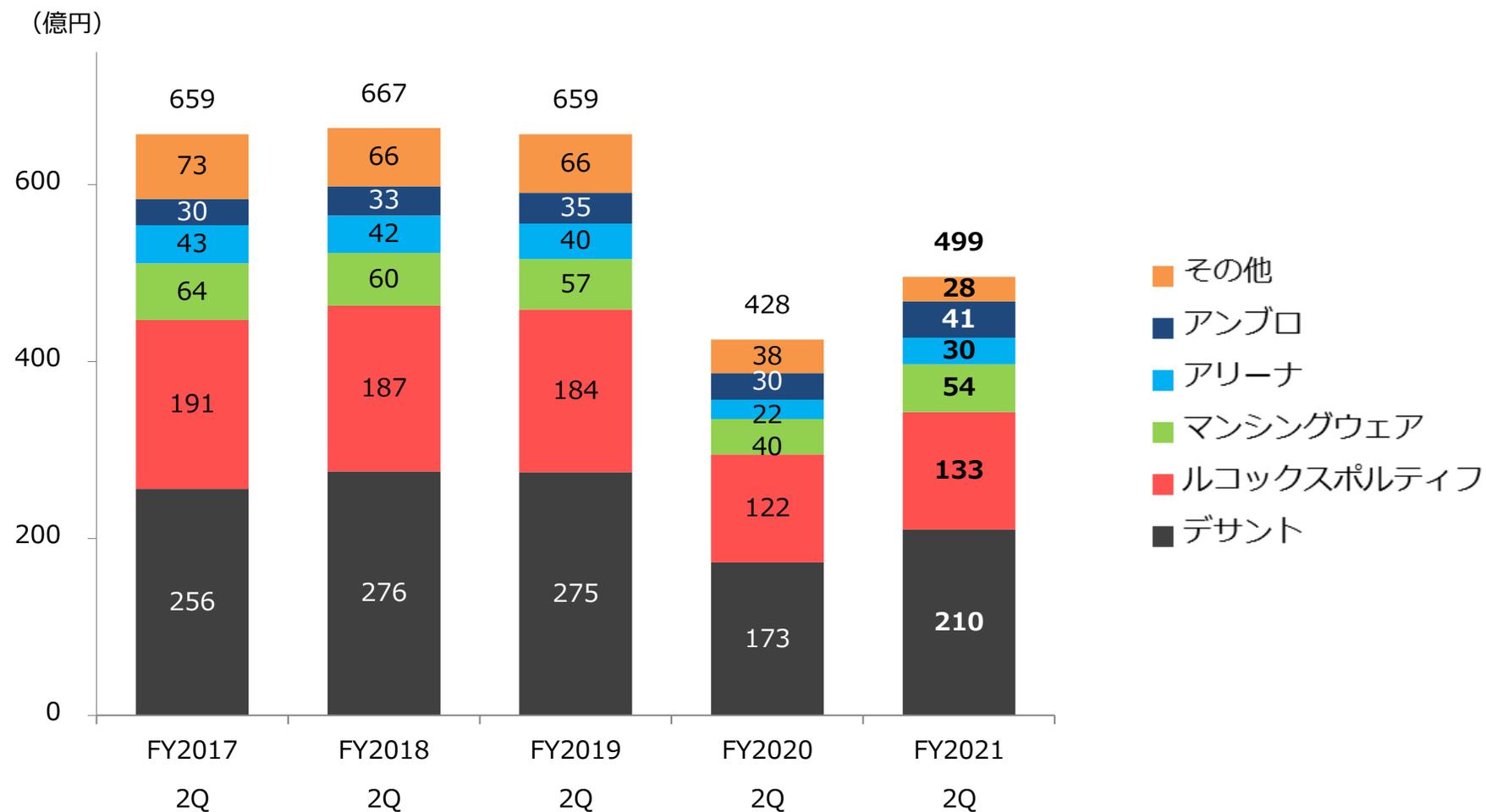
注： FY2021 = 2022年3月期

# ブランド別売上高の推移（連結）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ②エリア別・ブランド別レビュー

- 第1四半期の流れを継続し、主要5ブランドが増収
- コロナ禍で苦戦していた『アリーナ』は各エリアで回復し増収



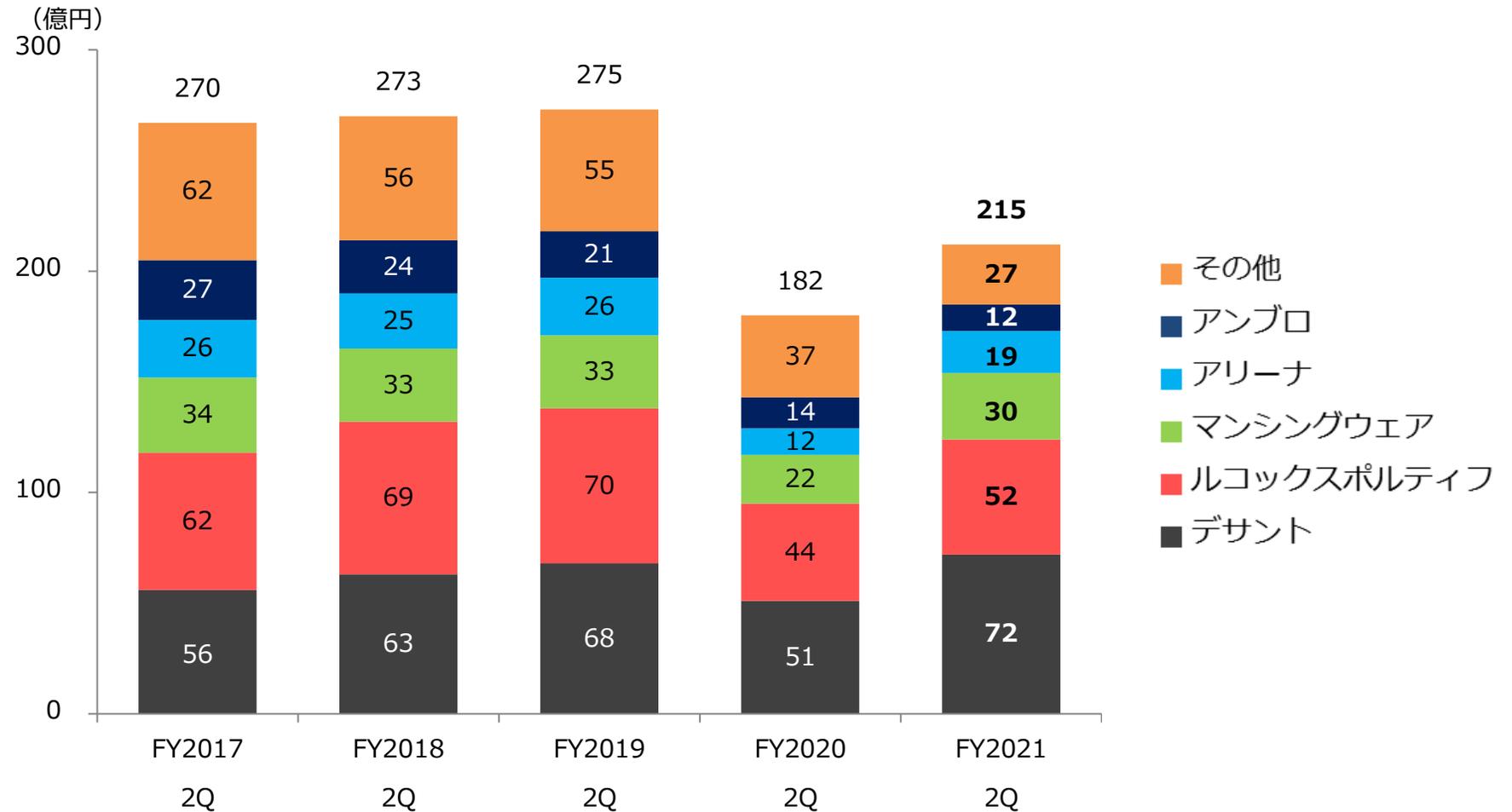
注： FY2021 = 2022年3月期

# 日本におけるブランド別売上高の推移



1.2022年3月期 第2四半期決算について ②エリア別・ブランド別レビュー

- 利益重視戦略への転換により、売上高は計画通り推移
- 8月下旬からはコロナの第5波の影響を受けつつも、ゴルフカテゴリーは前年同期比141%で伸長



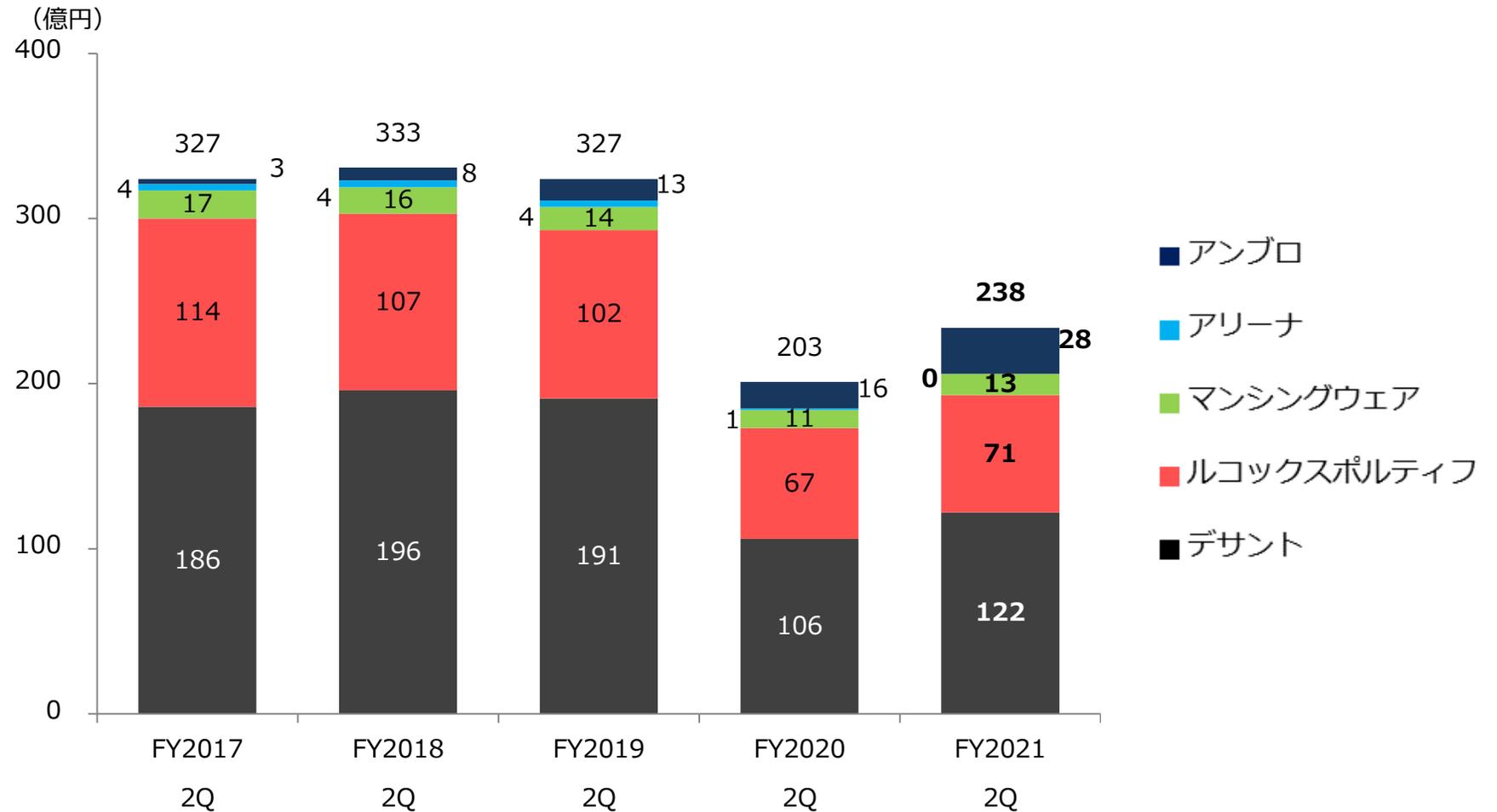
注： FY2021 = 2022年3月期

# 韓国におけるブランド別売上高の推移



1.2022年3月期 第2四半期決算について ②エリア別・ブランド別レビュー

- 第2四半期（4-6月）の低温長雨で苦戦も、前年同期比では増収

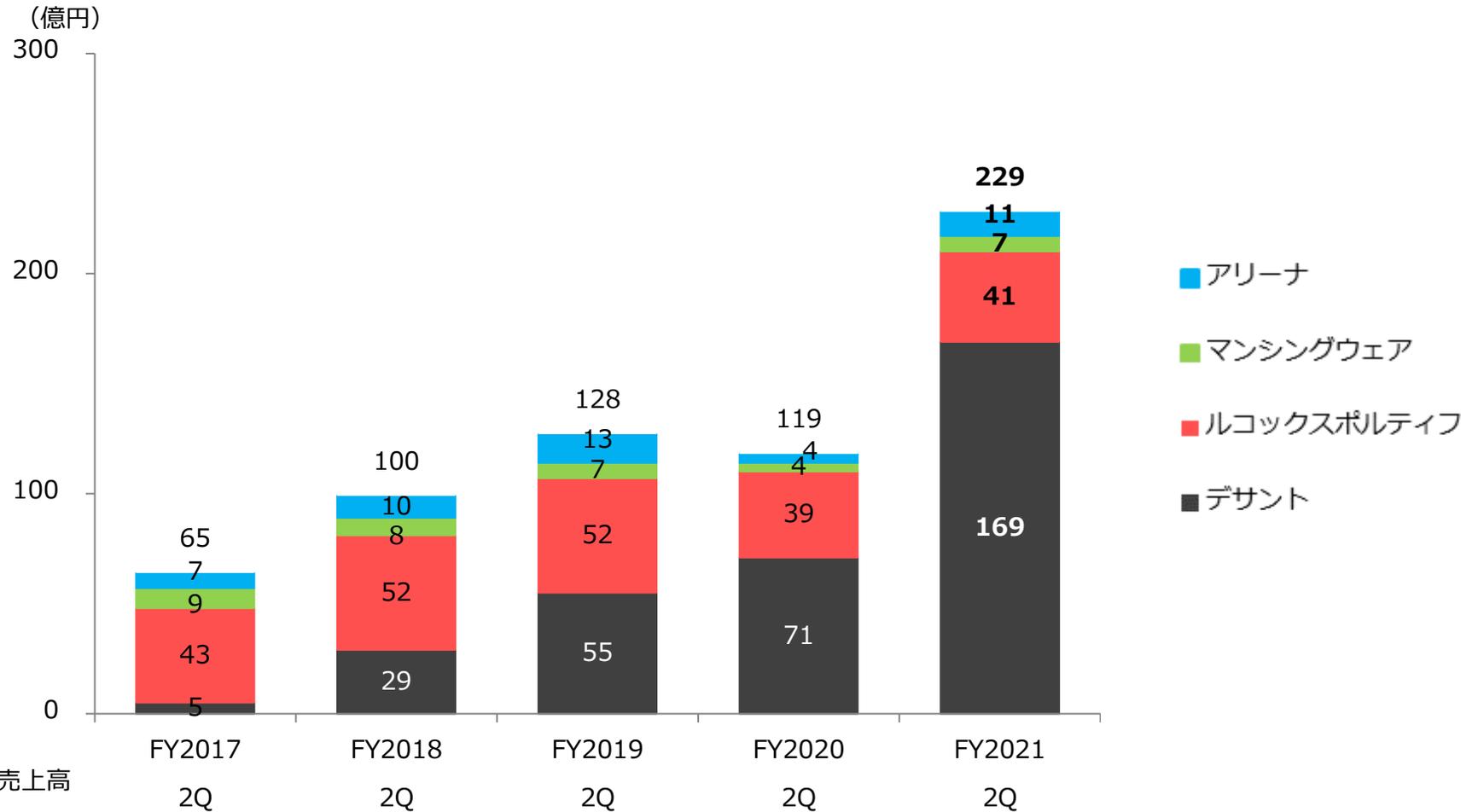


注： FY2021 = 2022年3月期

# 中国（香港含む）における現地売上高\*の推移

1.2022年3月期 第2四半期決算について ②エリア別・ブランド別レビュー

- 持分法適用関連会社が展開する『デサント』ブランドは引き続き大幅拡大
- イベント実施等により、直営店の来客数が好調に推移し『マンシングウェア』が増収
- 『アリーナ』はコロナ前の水準に迫る回復



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上高  
 注： FY2021 = 2022年3月期

# 1. 2022年3月期 第2四半期決算について

①概要

②エリア別・ブランド別レビュー

③店舗数推移

④トピックス

# 2. 2022年3月期 通期計画について

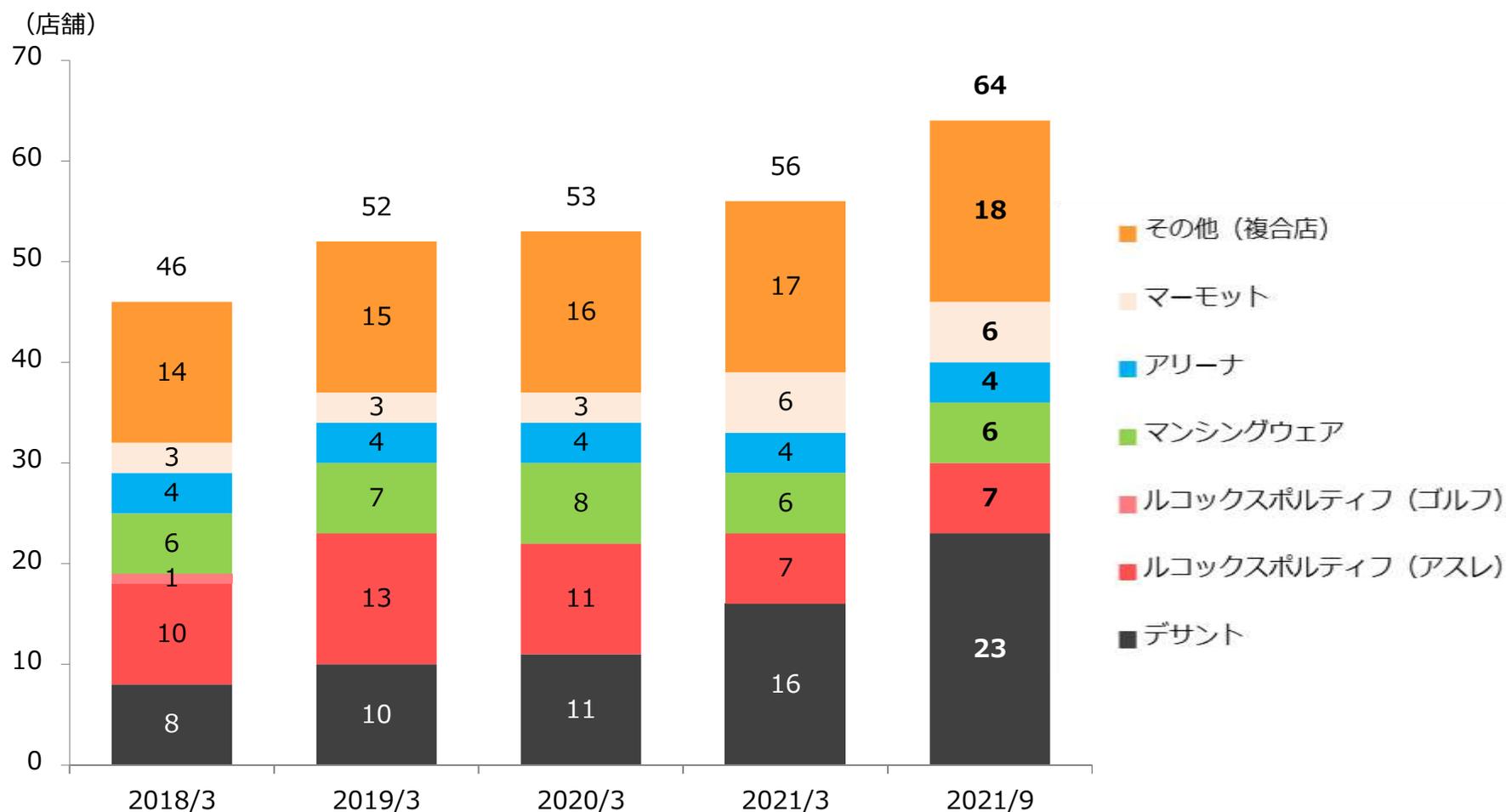
# 日本における店舗数推移（直営店）



1.2022年3月期 第2四半期決算について ③店舗数推移

- 上半期、『デザート』は7店舗オープン

※アウトレット店舗を含む。

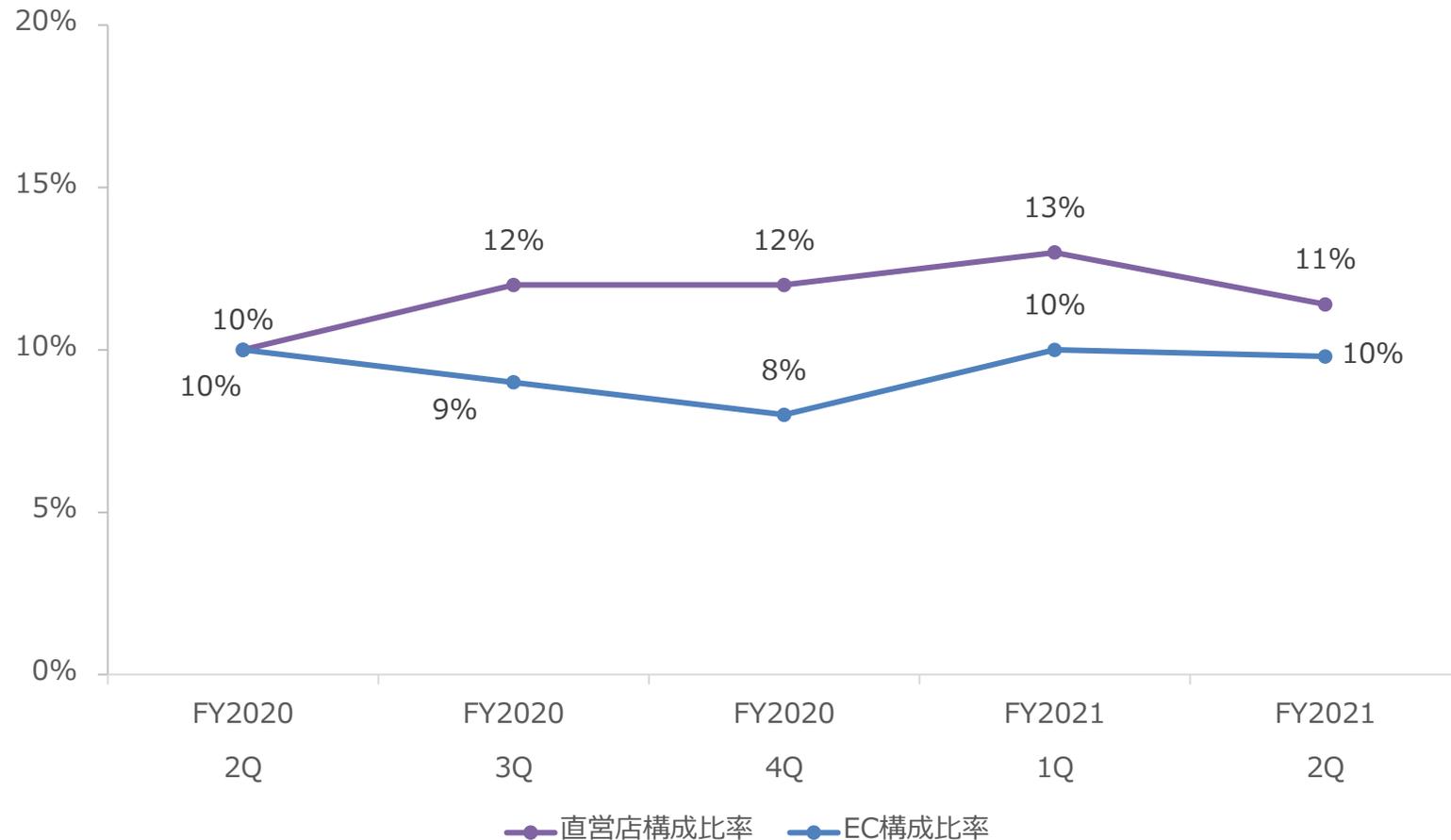


# 日本における直営店/EC売上構成比率



1.2022年3月期 第2四半期決算について ③店舗数推移

- 各流通が回復したことによりDTC比率は横ばいも、直営店・ECともに売上は前年同期比2ケタ以上伸長



注： FY2021 = 2022年3月期

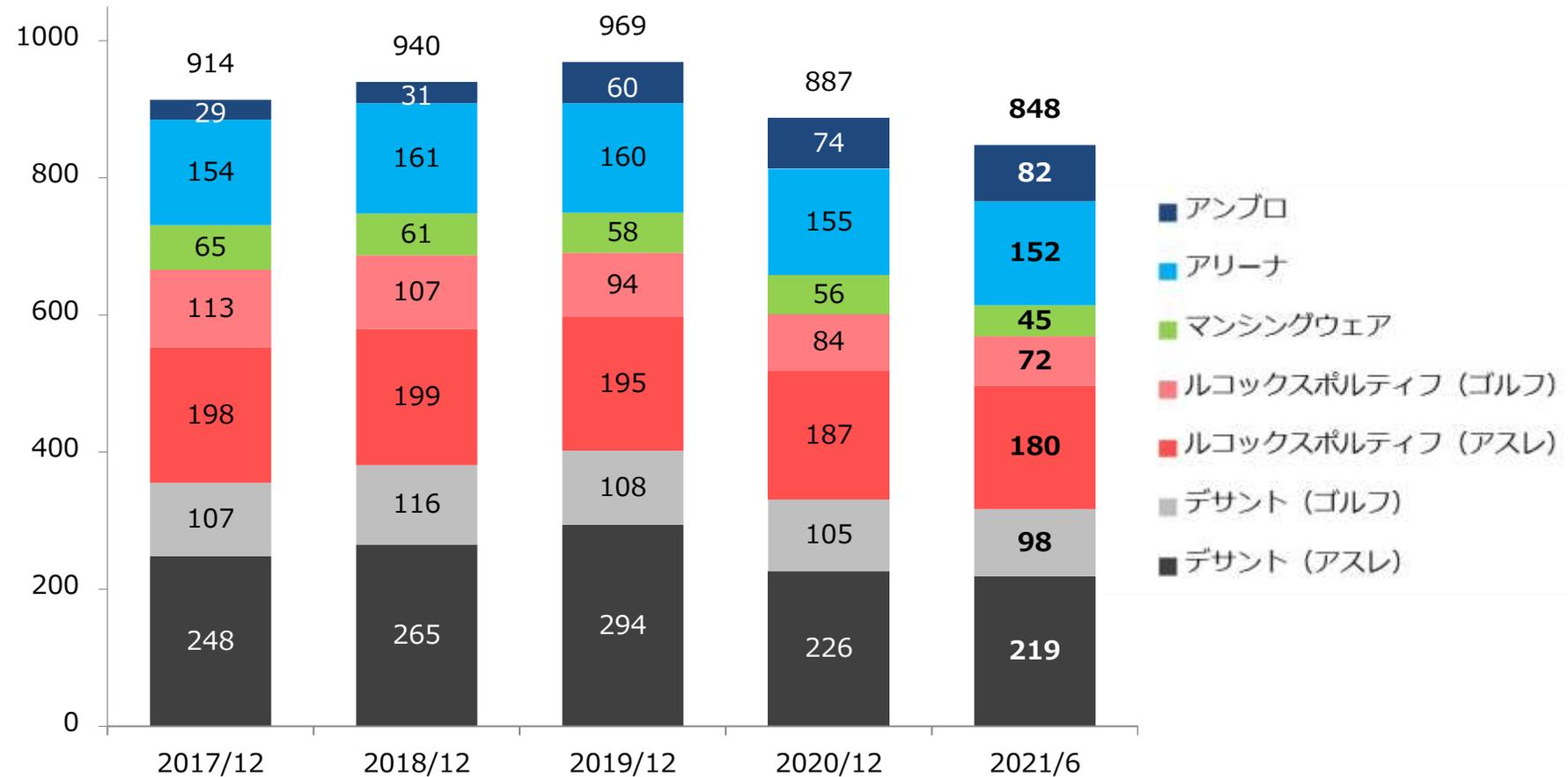
# 韓国における店舗数推移



1.2022年3月期 第2四半期決算について ③店舗数推移

- 前期末から合計店舗数は減少も、『アンブロ』は継続的に出店

※代理商、アウトレット店舗を含む。(店舗)

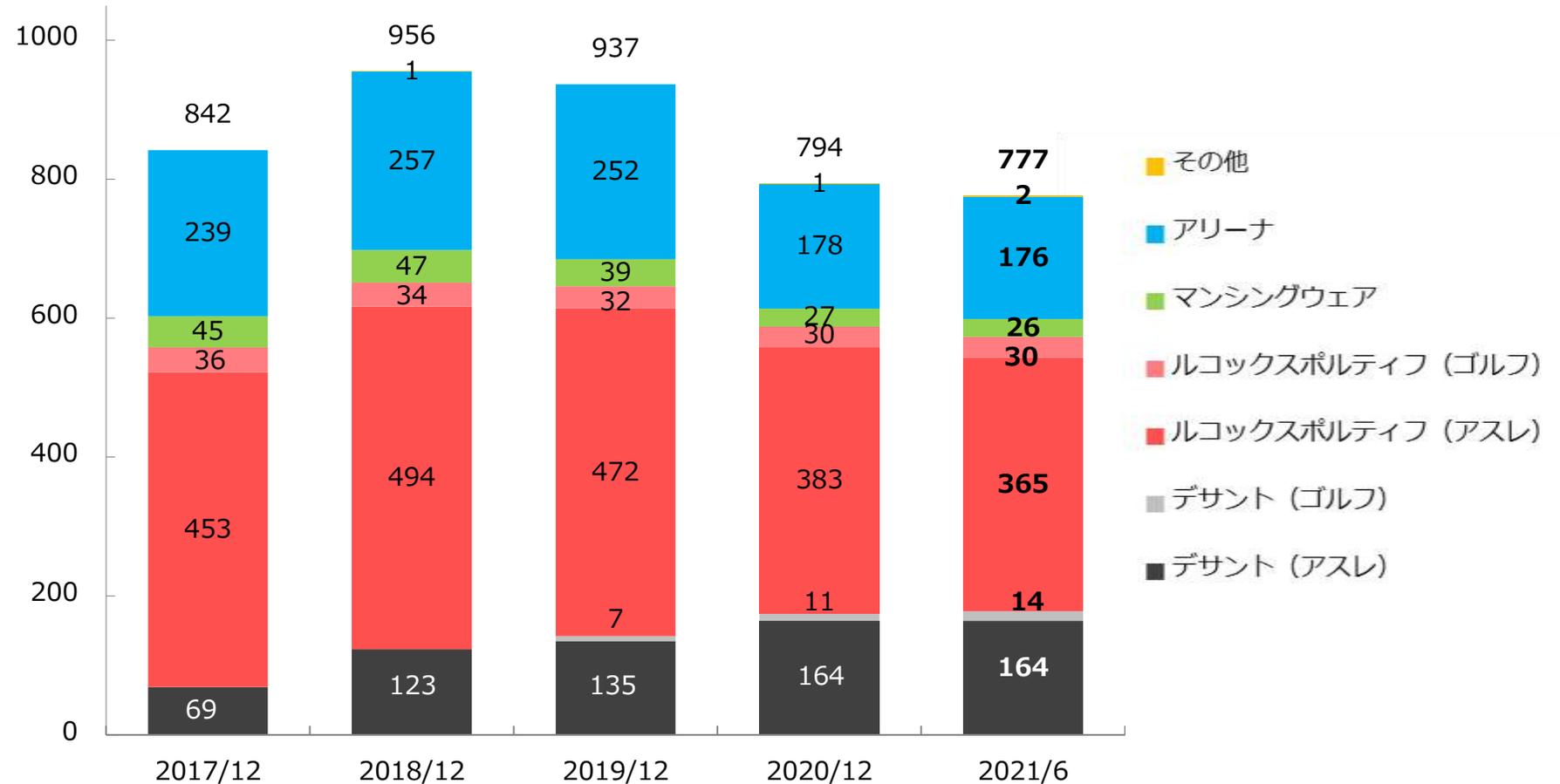


# 中国（香港含む）における店舗数推移

1.2022年3月期 第2四半期決算について ③店舗数推移

- 『デサント』は既存店のリニューアルや大規模店舗の出店などで1店舗当たりの売上拡大
- 『ルコックスポルティフ』はブランド立て直しの為、継続的に縮小

※代理商、アウトレット店舗を含む。(店舗)



# 1. 2022年3月期 第2四半期決算について

①概要

②エリア別・ブランド別レビュー

③店舗数推移

④トピックス

# 2. 2022年3月期 通期計画について



1.2022年3月期 第2四半期決算について ④トピックス

- 上半期に『デサント』ブランド中心に出店



埼玉、神奈川に続き千葉にも出店  
(ららぽーとTOKYO-BAY)



店頭には等身大パネルも設置



ホームラン数を予想し、  
当たったお客様へ  
二刀流ロゴ入りグッズなどを  
プレゼント

大谷翔平選手の活躍をお客様と一緒に応援する  
イベントを店頭やSNSで実施

- EC拡大に向け、ZOZOTOWNにて当社ブランドの公式ショップを続々オープン



4/21 オープン

Penguin by Munsingwear

<https://zozo.jp/shop/munsingwear/>



9/29 オープン

le coq sportif

<https://zozo.jp/shop/lecoqsportif/>



8/18 オープン

DESCENTE STORE GOLF

<https://zozo.jp/shop/descentestoregolf/>

- 「DISC BUSAN」にて開発した独自クッションシステム搭載のランニングシューズ「ENERZITE Z+」(エナザイト ゼットプラス)が好調
- 日本や中国においても販売



テレビCM、SNSコンテンツ、ランナーへのサプライ、ランニングクラスを通じたプロモーション活動も実施。

# 中国 注力市場として収益の拡大を目指す



1.2022年3月期 第2四半期決算について ④トピックス

- 『デサント』ブランドの大型旗艦店を上海に2店舗オープン
- 『マンシングウェア』ブランドにおいてアウトレットが好調、ECも引き続き伸長



5/18オープン 上海正大広場店  
(店舗面積：767㎡)

上海近郊にオープンした首位アウトレット(左)  
ECにおける「6.18商戦」の売上は約30%の伸長(右)

- スポーツウェアの機能性を落とし込んだ“カラダ動く。ココロ動く。MoveWear”の展開を拡大
- 社員による“MoverWear”に関する記事をオウンドメディアである“ULLR MAG.”で紹介



直営店で好評な『デサント』のMoveWear  
“ZERO STYLE”



“ULLR MAG.”においてエントリー層向けにシーンを問わず着用できるスポーツウェアを社員が紹介

[https://store.descente.co.jp/feature/entry\\_20210827/](https://store.descente.co.jp/feature/entry_20210827/)

- トップアスリート向けの各競技ウェアを開発・発表

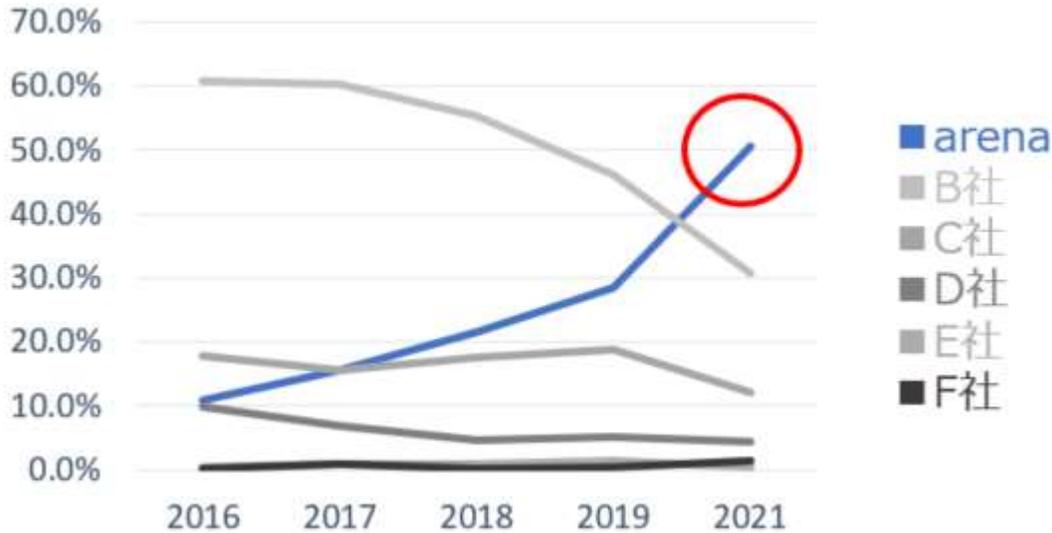


研究開発拠点「DISC OSAKA」において開発した  
自転車競技BMXレーシングの競技ウェアを  
日本代表にサプライ



ゴルフナショナルチームモデルを発表  
レプリカは自社ECで一部完売

- 『アリーナ』ブランドにおいて、トップアスリート向けに開発した競泳水着「ULTIMATE AQUAFORCE X」が評価され、国内主要大会における選手着用シェア率が大きく伸長。



インターハイ(8月開催)での着用シェア率推移  
日本選手権・学生選手権でもシェア率が伸長(当社調べ)



インターハイでは出場者8名全員が『アリーナ』水着を着用したレースも

- マテリアリティの1つである「持続可能なモノ・仕組みづくりへの挑戦」として長く着ていただけるモノづくりを実践

Before



After



2008年の発売以来、12年間で約1,500件の「水沢ダウン」をリペア対応



20年間同じシャツをご愛用いただいているお客様のエピソードを“ULLR MAG.”にて掲載

<https://www.descente.co.jp/media/brand/munsingwear/12738/>

## 1. 2022年3月期 第2四半期決算について

①概要

②エリア別・ブランド別レビュー

③店舗数推移

## 2. 2022年3月期 通期計画について

売上：韓国事業が下期計画未達見込みの一方、日本事業が計画以上の推移により据え置き  
 営業利益 / 経常利益：無形固定資産計上を予定していた基幹システムコストを費用計上する  
 一方で日本事業における収益改善が計画より進んでいるため、据え置き  
 当期純利益：本社事務所売却による特別利益計上（+12億円）により上方修正

(百万円)	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期 公表計画	
			通期	前年比増減 (前年比)
売上高	124,561	96,862	103,000	+ 6,138 (106.3%)
営業利益	379	▲ 1,806	4,250	+ 6,056 (-)
(率)	0.3%	▲ 1.9%	4.1%	-
経常利益	456	▲ 584	6,800	+ 7,384 (-)
(率)	0.4%	▲ 0.6%	6.6%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 2,481	5,039	6,200	+1,161 (123.0%)
(率)	▲ 2.0%	5.2%	6.0%	-

計画レート： 100KRW9.69、CNY16.76、HKD13.98

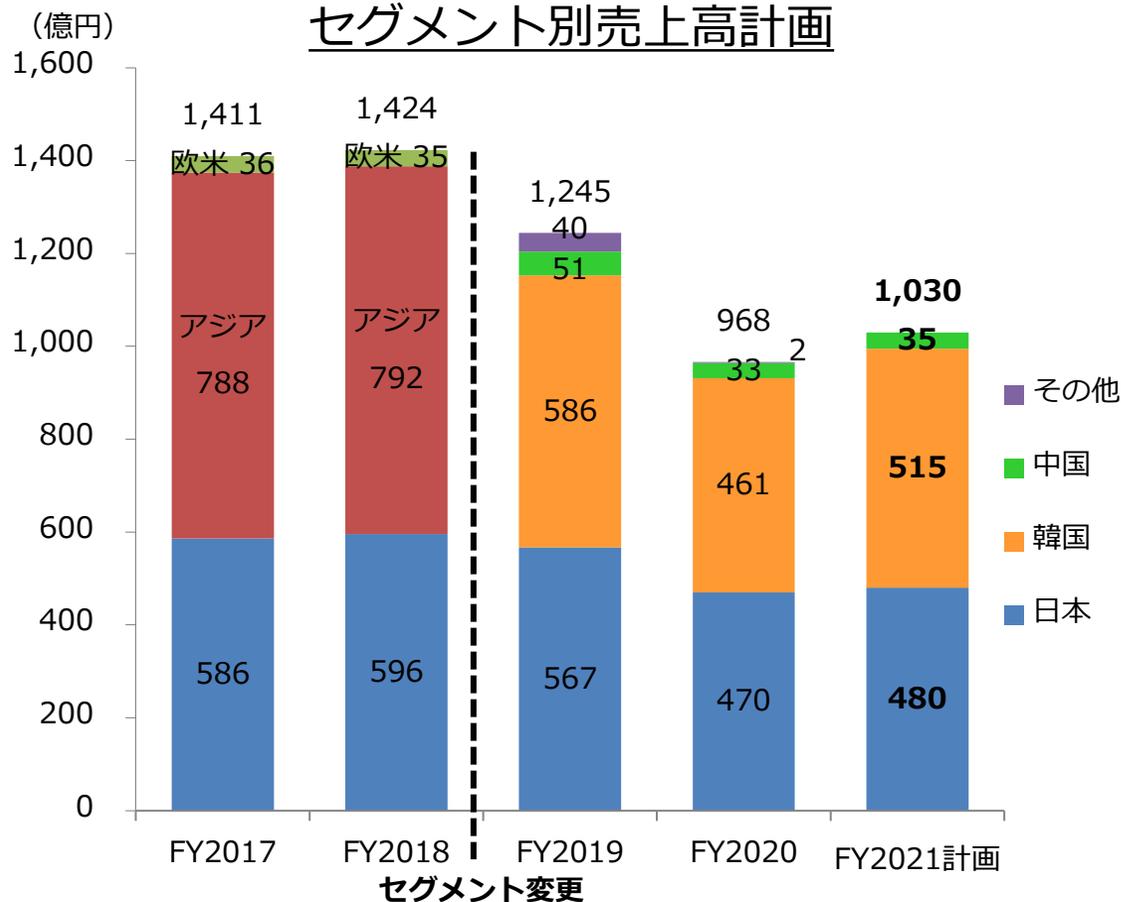
# 2022年3月期セグメント別・ブランド別売上高計画（連結）



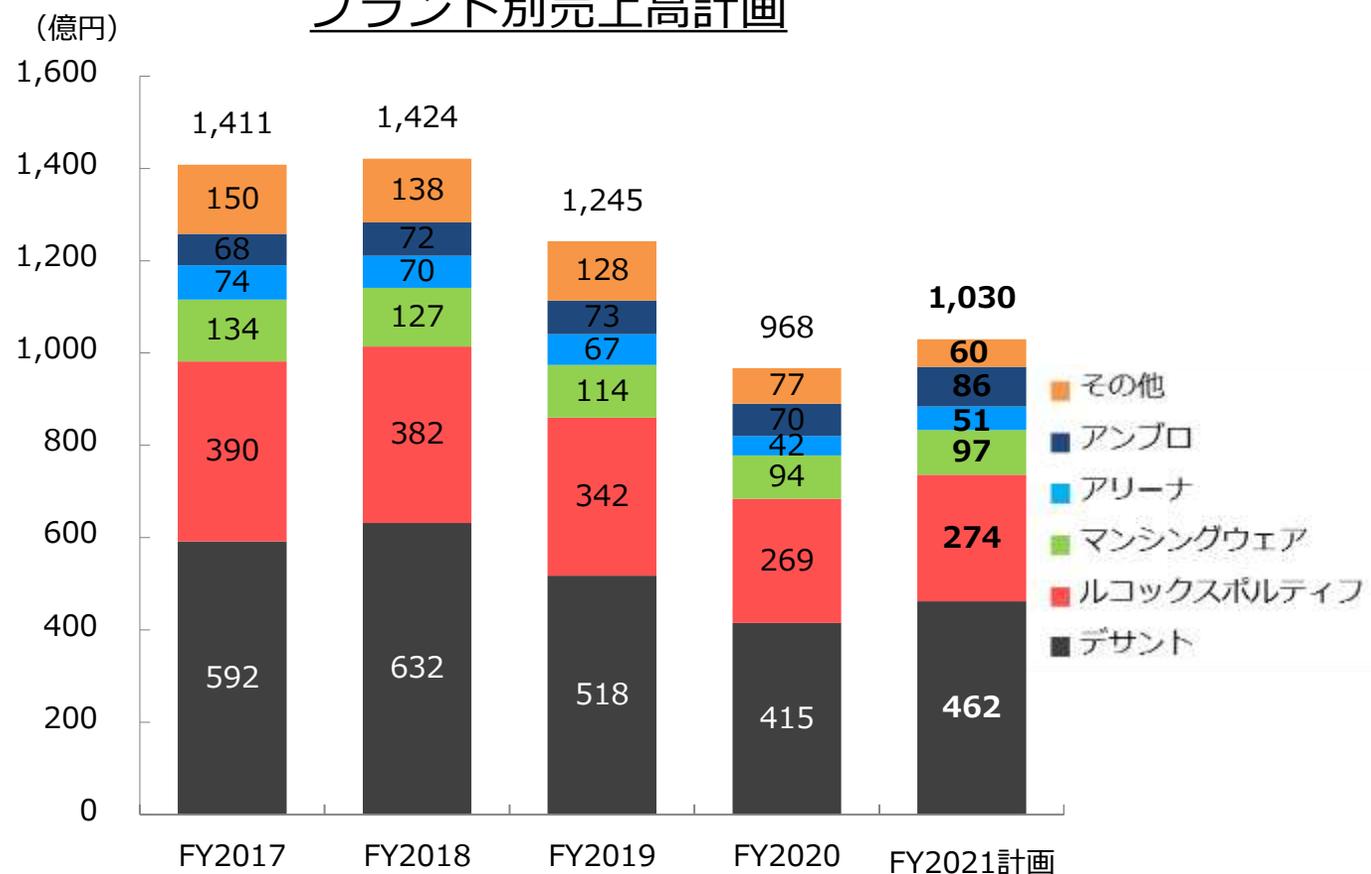
2.2022年3月期 通期計画について

セグメント別：各セグメントで増収を見込む  
 ブランド別：『デサント』を主軸に増収を見込む

## セグメント別売上高計画



## ブランド別売上高計画



注： FY2021 = 2022年3月期

前回発表(2021年8月6日開示)から変更なし

(百万円)	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021予想
<b>年間配当額</b>	1,733	1,960	-	-	1,509
<b>1株当たり</b>	23.0円	26.0円	-	-	20.0円
<b>親会社株主に帰属する当期純利益 (連結)</b>	5,771	3,944	▲ 2,481	5,039	6,200
<b>配当性向</b>	30.0%	49.7%	-	-	24.3%

# 中国関係会社 概要



海外子会社2Q終了時点（2021年6月末現在）

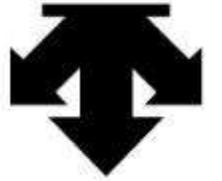
	連結子会社		持分法適用関連会社		
社名	上海デサント商業有限公司	香港デサント貿易有限公司	デサントチャイナ有限公司	寧波ルコック服飾有限公司	アリーナ上海実業有限公司
本社所在地	上海市	香港	上海市	寧波市	上海市
設立	2005年8月	2003年11月	2016年7月	2004年2月	2016年10月
決算期	12月				
出資比率	デサントグループ 100%	デサントグループ 100%	デサントグループ 40% ANTAグループ 54% 伊藤忠グループ 6%	デサントグループ 40% 杉杉グループ 50% 伊藤忠グループ 10%	デサントグループ 30% Symphony Holdings Limited 70%
取り扱いブランド					
現地企画商品に対する販売ロイヤリティ支払先	(株)デサント	(株)デサント	-	(株)デサント	販売商品は全量上海デサント有限公司より仕入れの為ロイヤリティ支払なし
セグメント (会社所在地ベース)	中国		含まれない		
エリア (顧客所在地ベース)	中国	中国、その他アジア	含まれない		

## 為替レート

		USD	100KRW	CNY	HKD	SGD	GBP
FY2021	4Q YTD plan	-	9.69	16.76	13.98	81.36	-
	2Q YTD	-	9.69	16.76	13.98	81.36	-
	1Q YTD	-	9.55	16.45	13.81	80.26	-
FY2020	4Q YTD	106.04	9.06	15.42	13.72	77.27	-
	3Q YTD	106.74	8.94	15.31	13.82	77.22	-
	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	-

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。

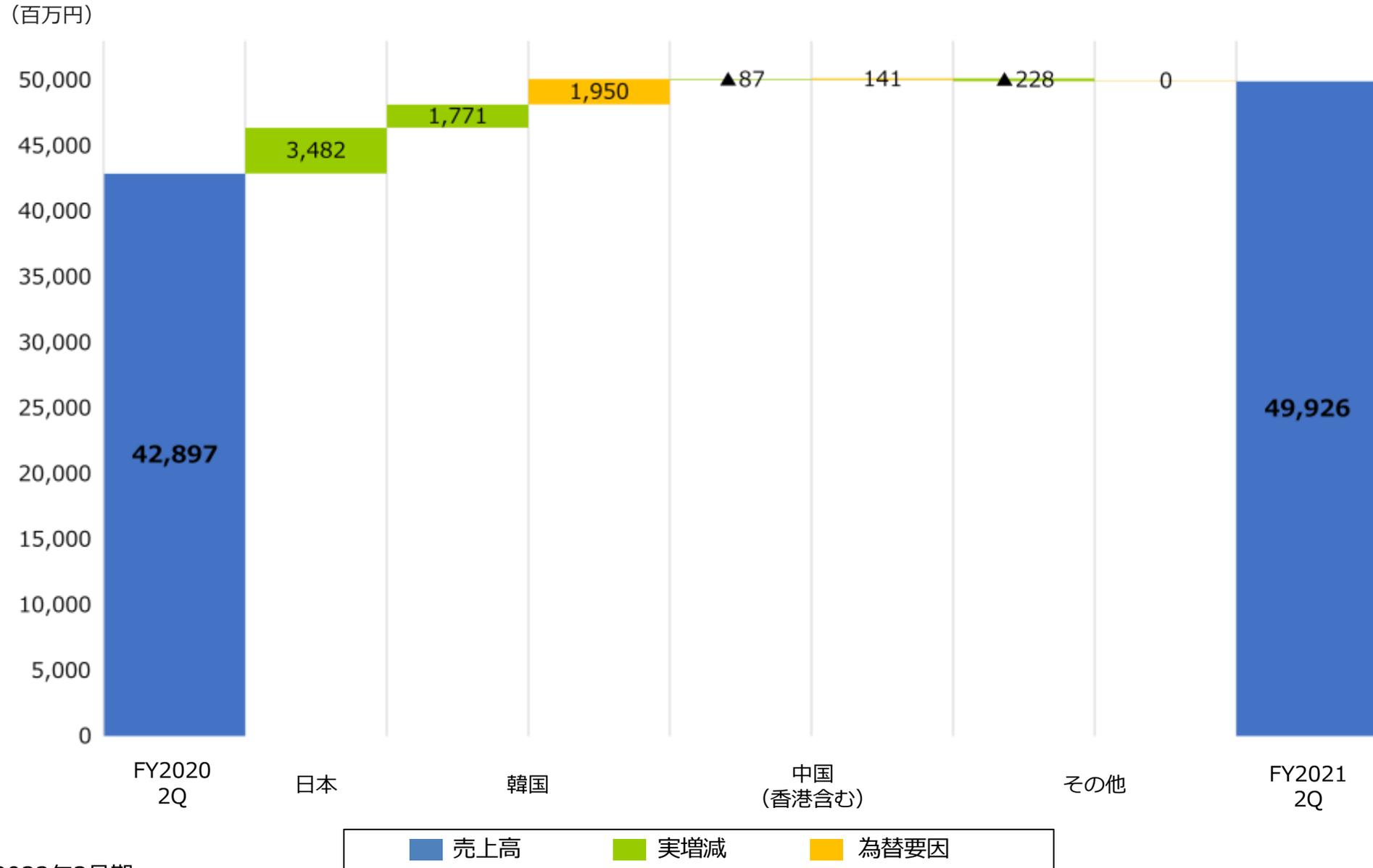
- ・「FY2021」は、2022年3月期を表しています。
- ・「1Q YTD」「2Q YTD」は、それぞれ第1四半期までの3カ月累計、第2四半期までの6カ月累計を表しています。



# 2022年3月期 第2四半期 参考資料

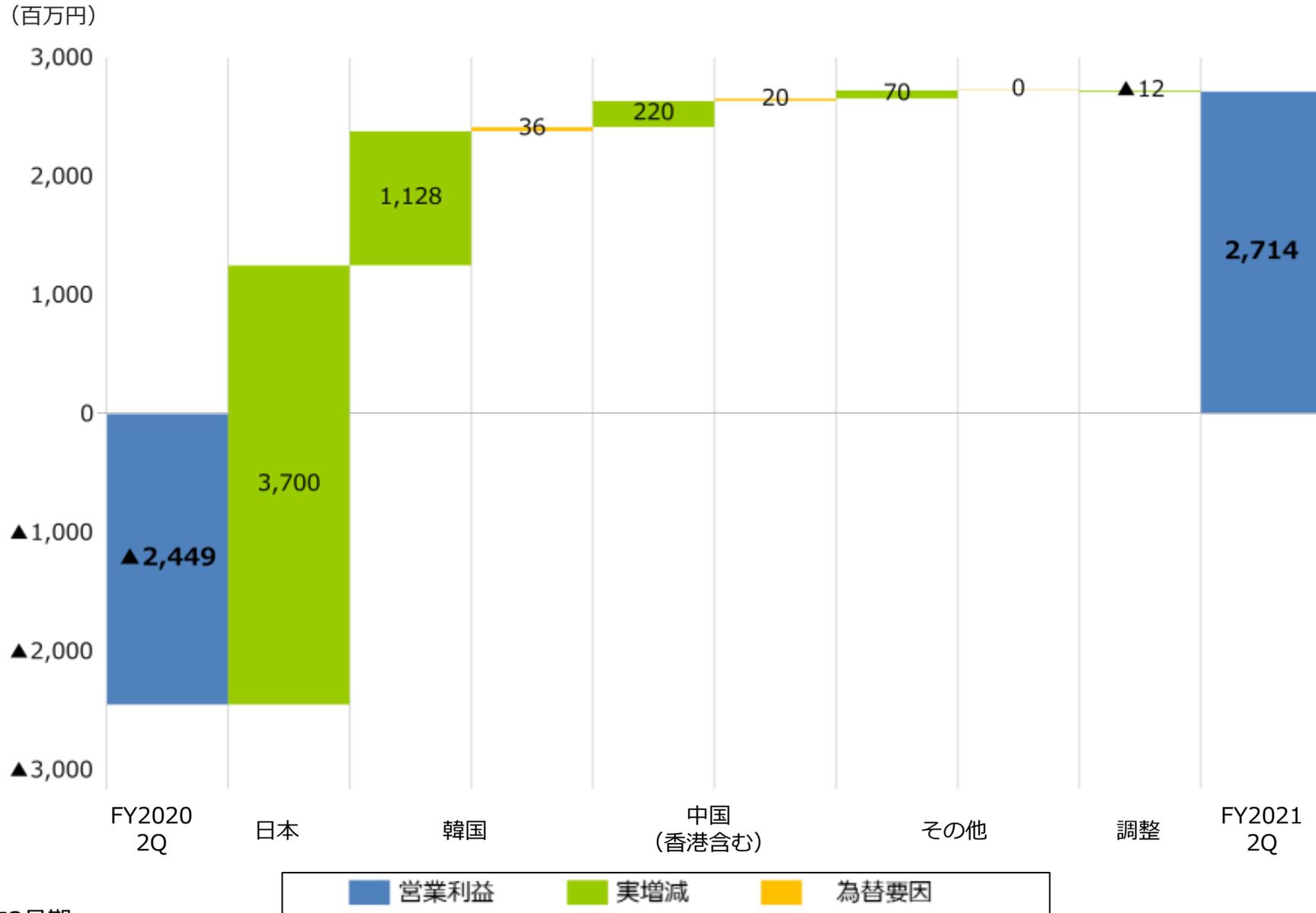
(セグメント別四半期ごとの売上高及び営業利益の推移等)

# セグメント別売上高の増減（前期比）



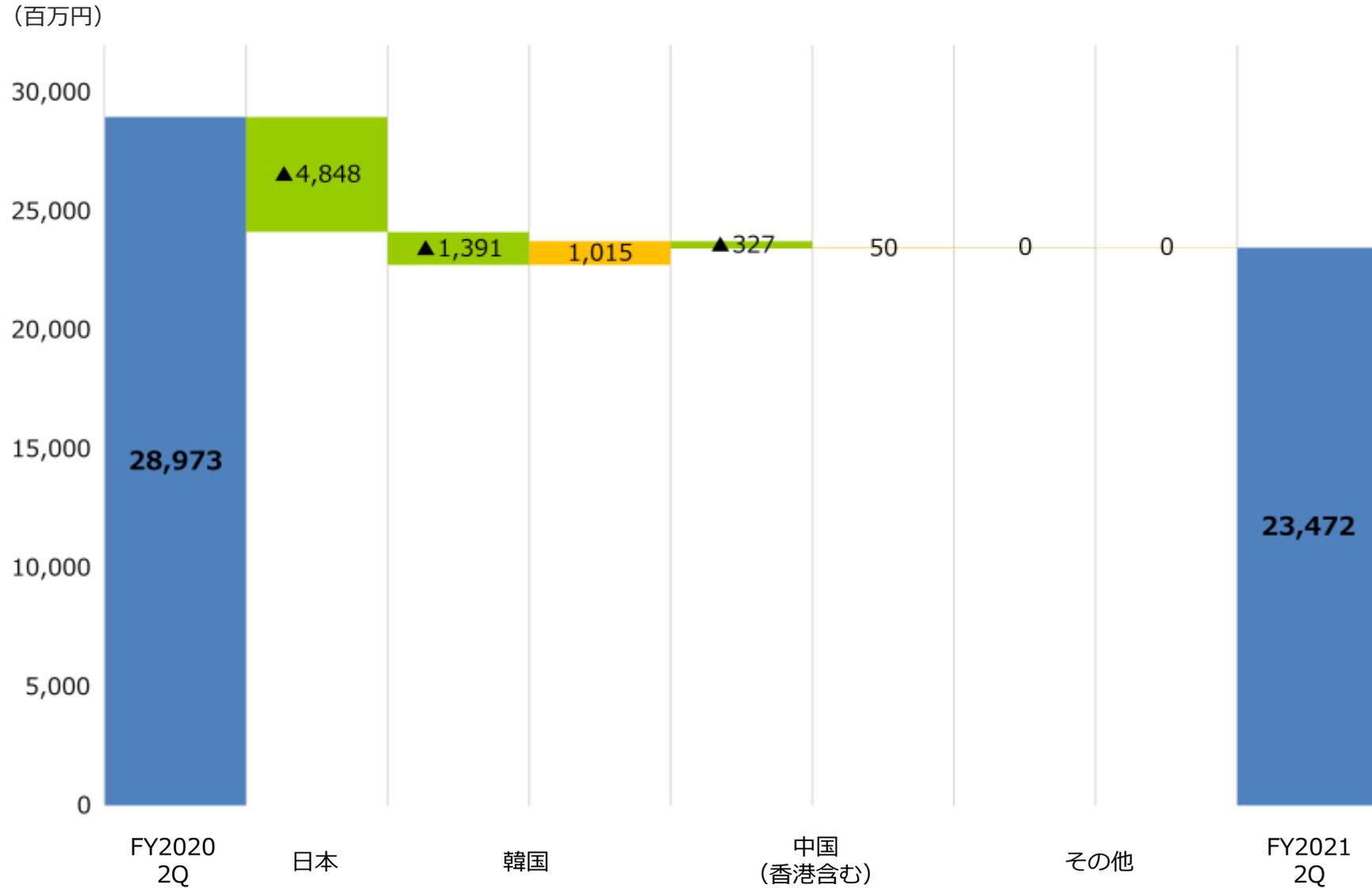
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別営業利益の増減（前期比）



注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別棚卸資産の増減（前期比）



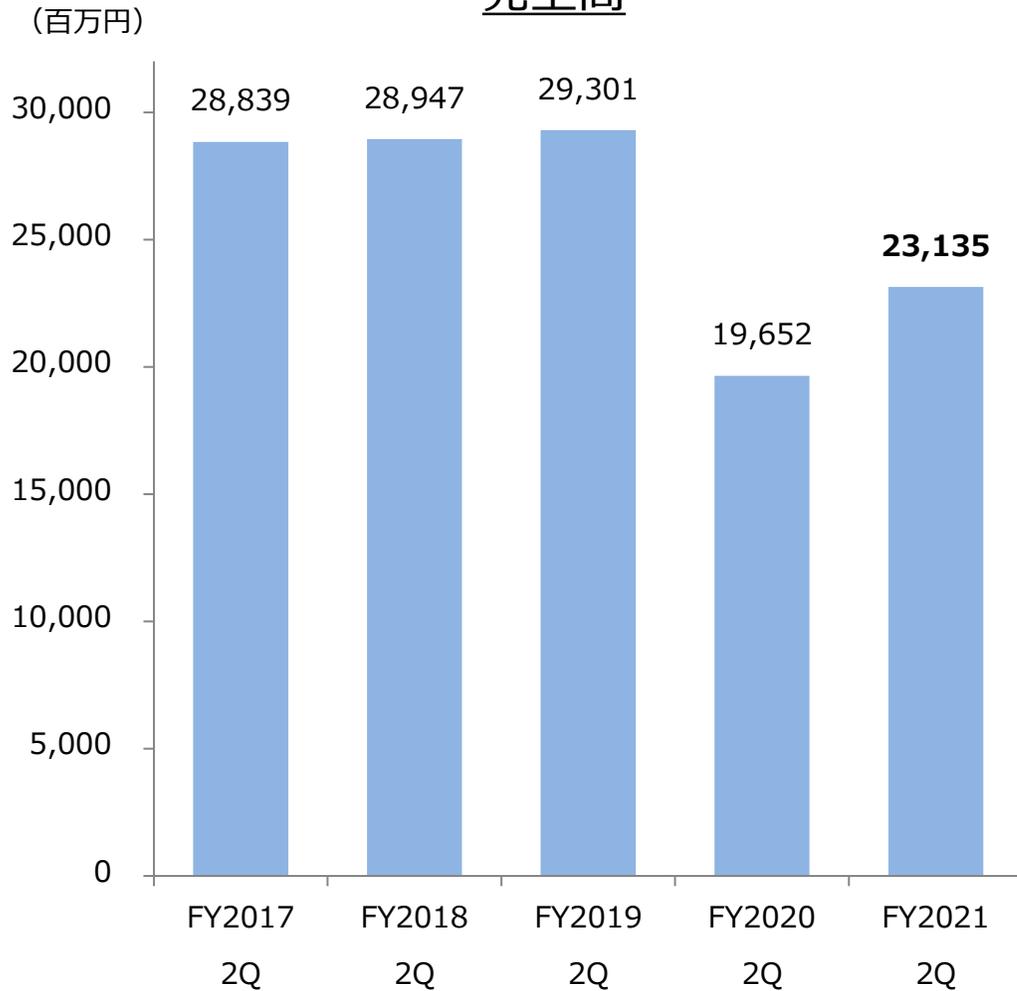
注： FY2021 = 2022年3月期

■ 2Q末在庫 ■ 実増減 ■ 為替要因

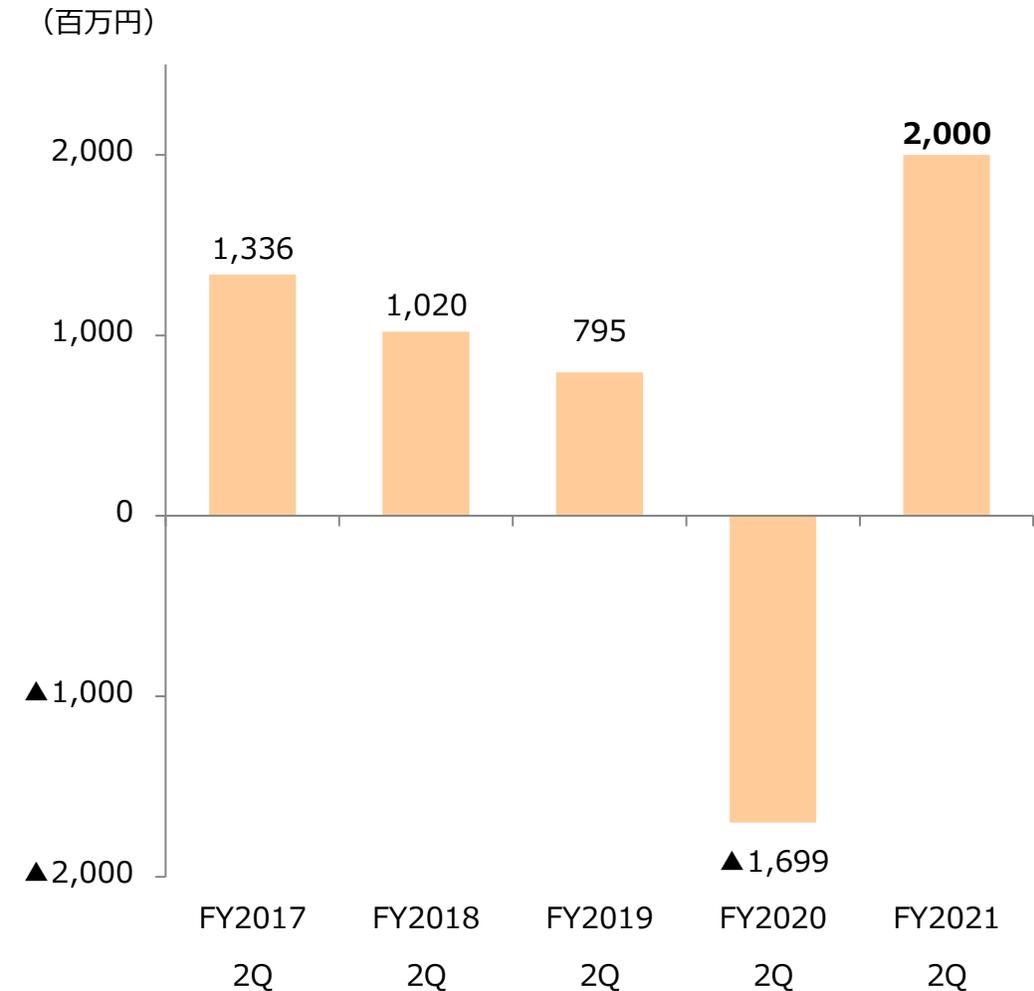
# セグメント別売上高・営業利益の推移（日本）



## 売上高

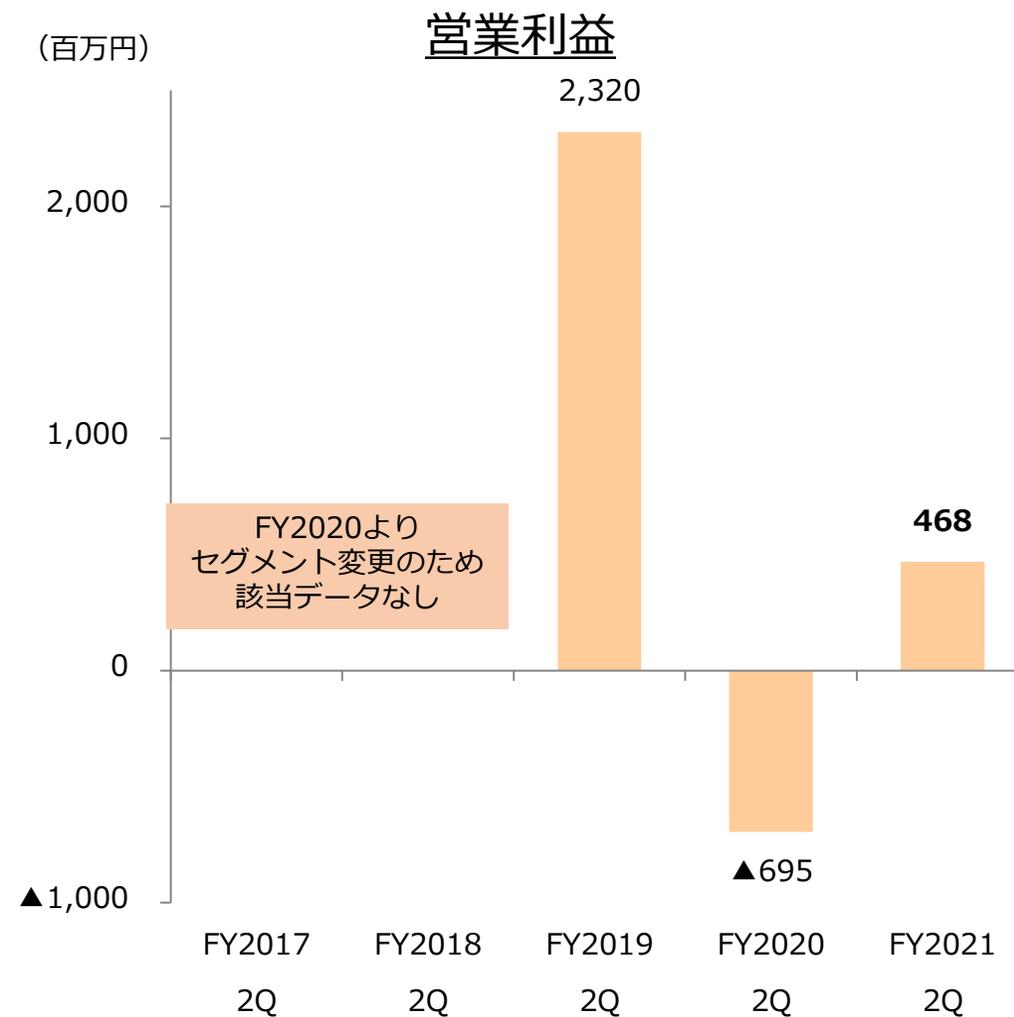
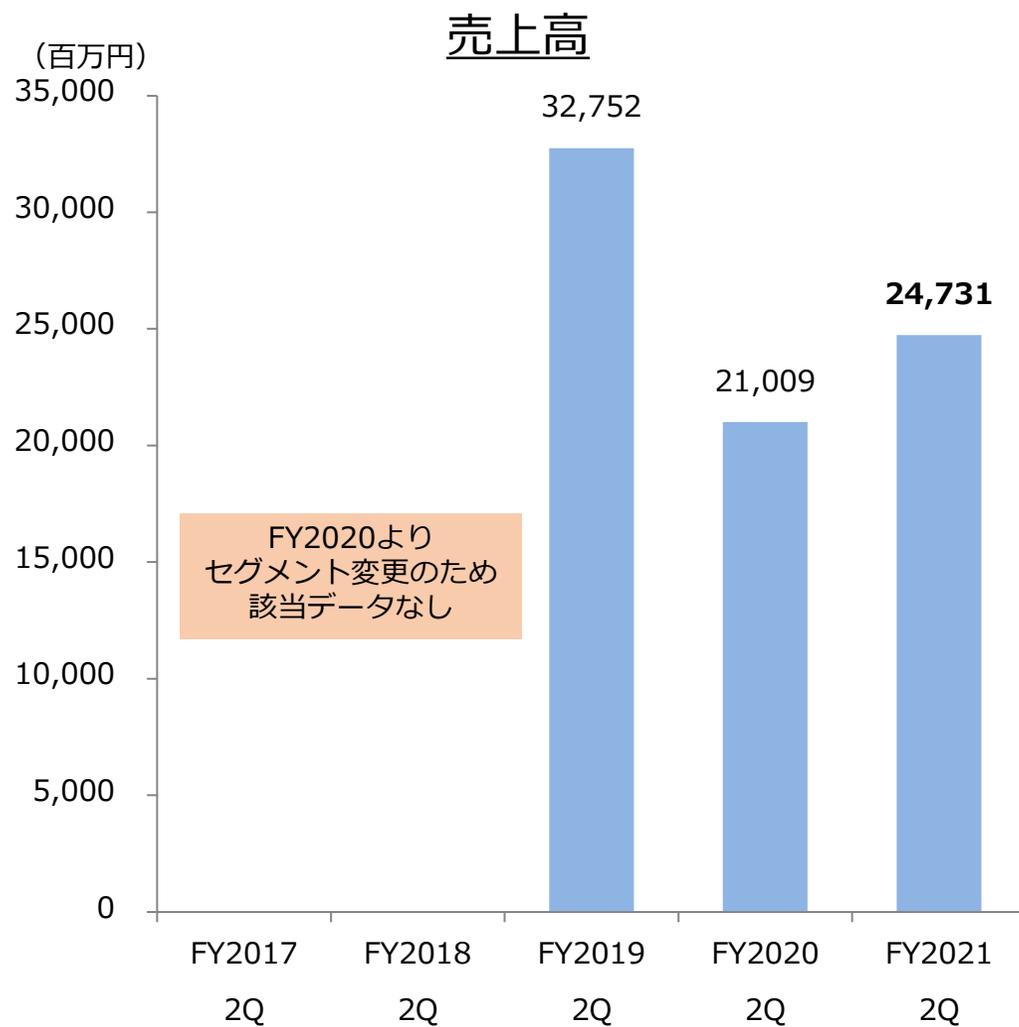


## 営業利益



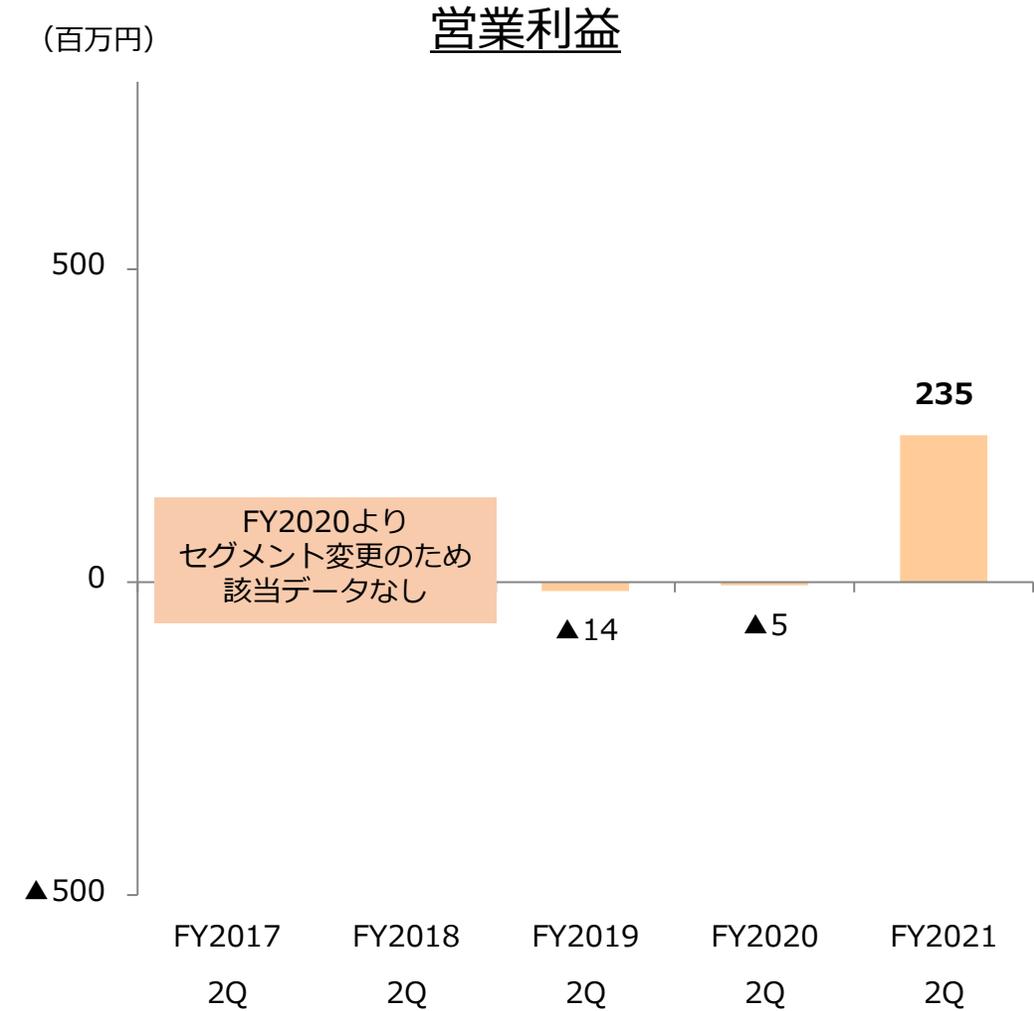
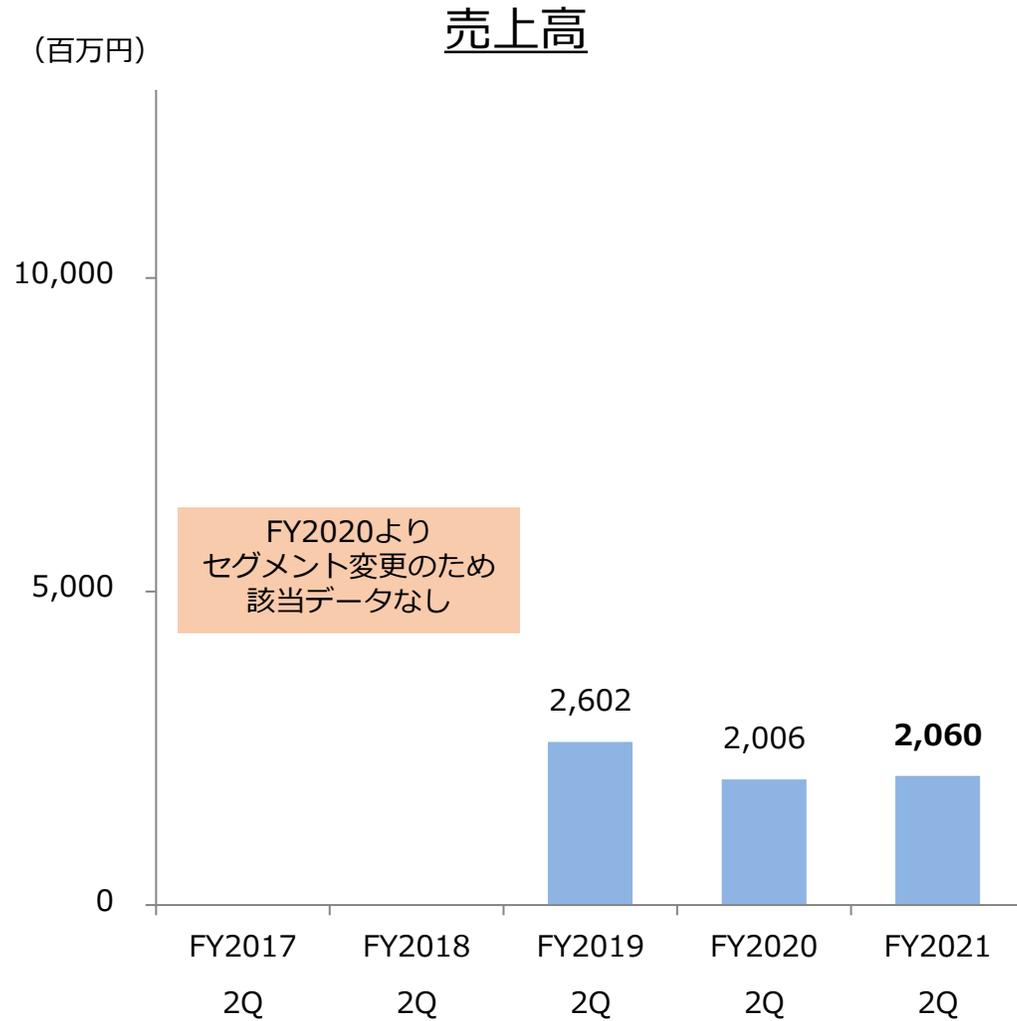
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別売上高・営業利益の推移（韓国）



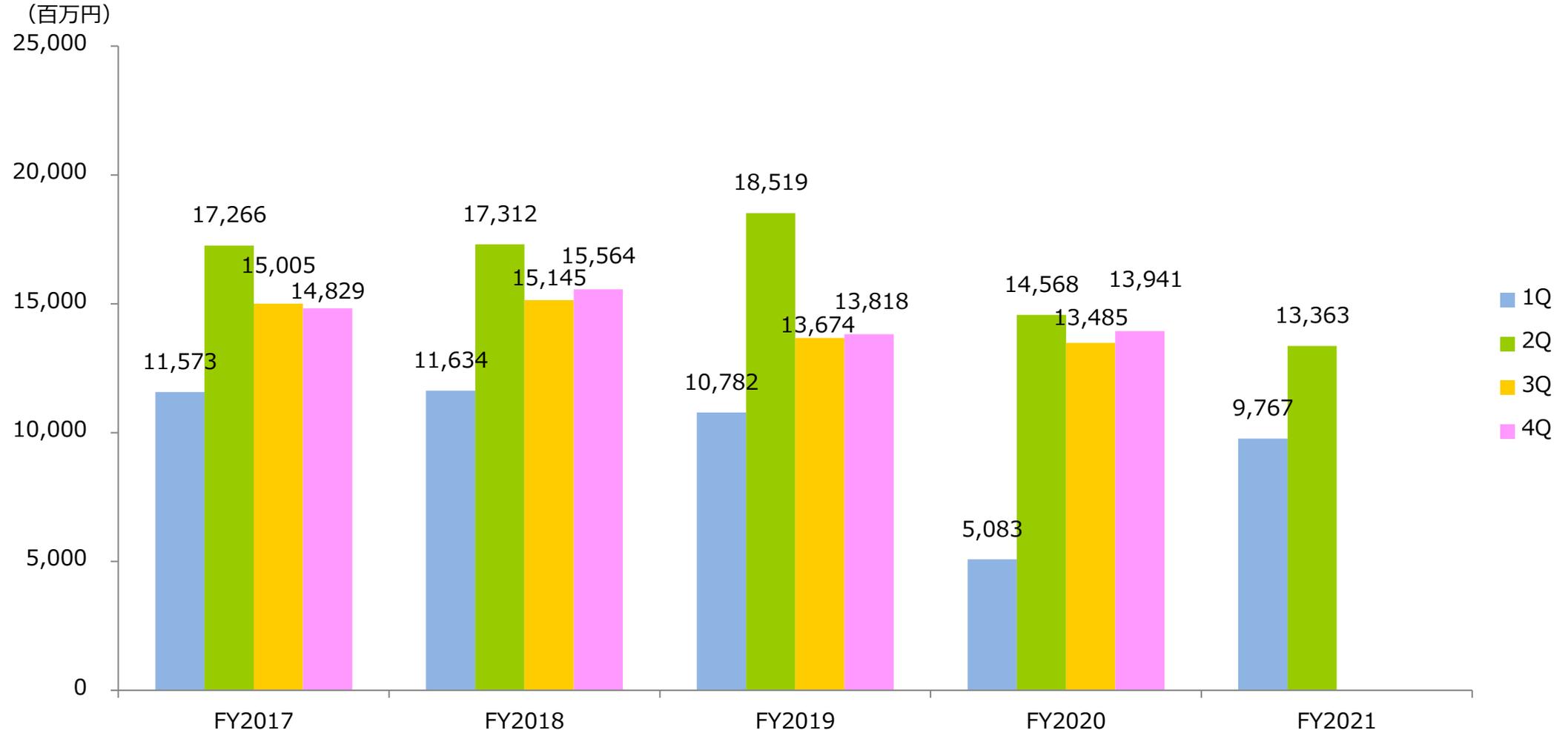
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別売上高・営業利益の推移（中国）



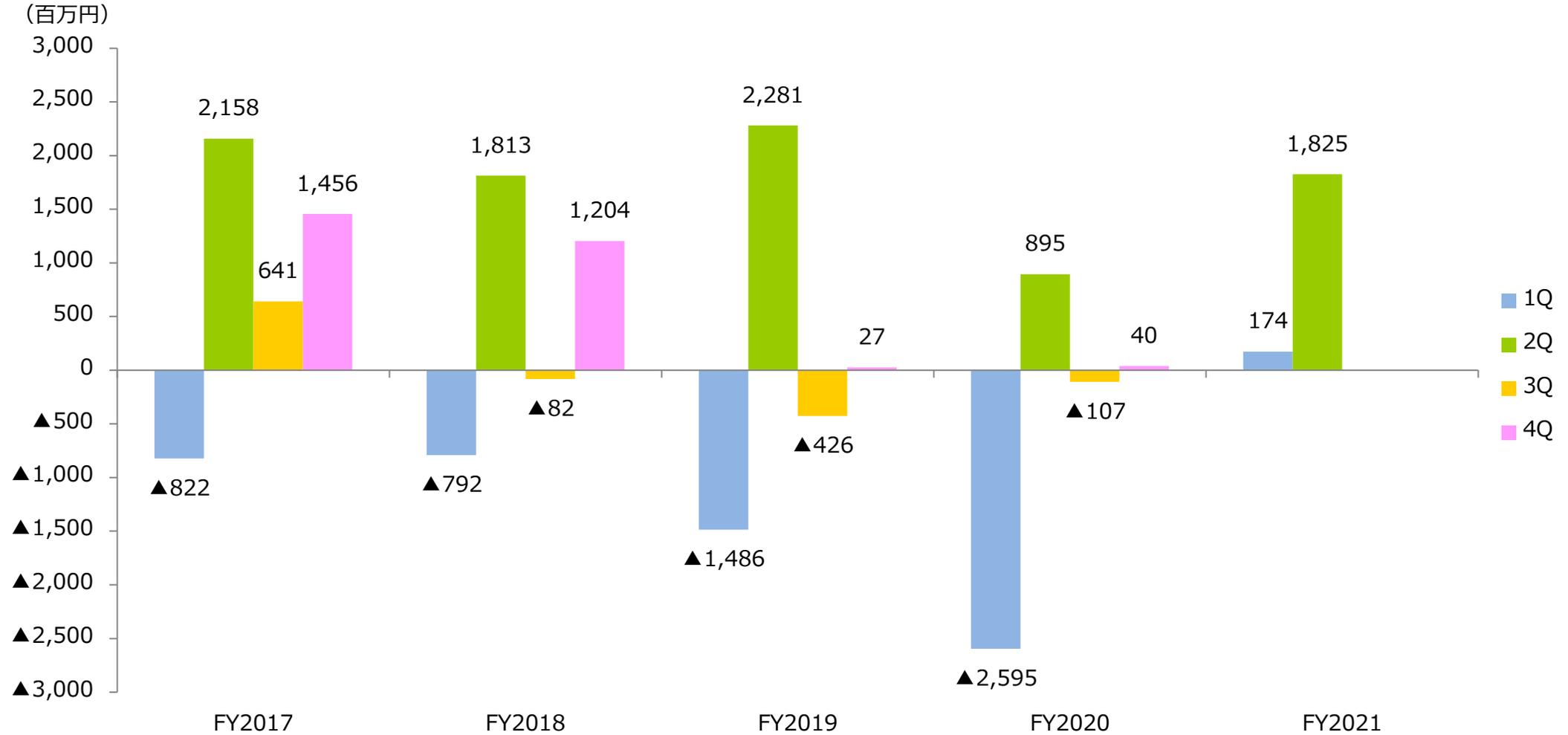
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別四半期ごとの売上高の推移（日本）



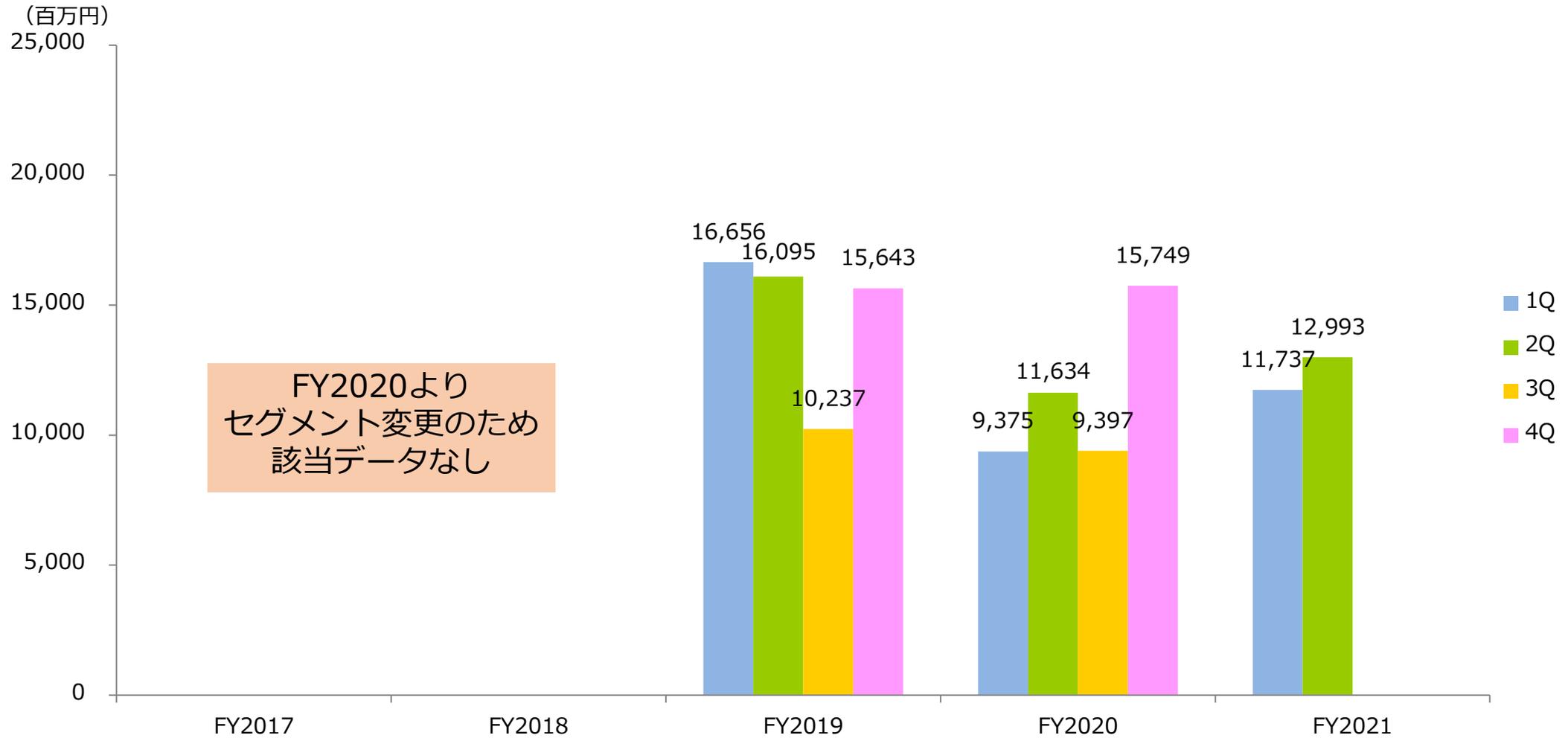
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（日本）



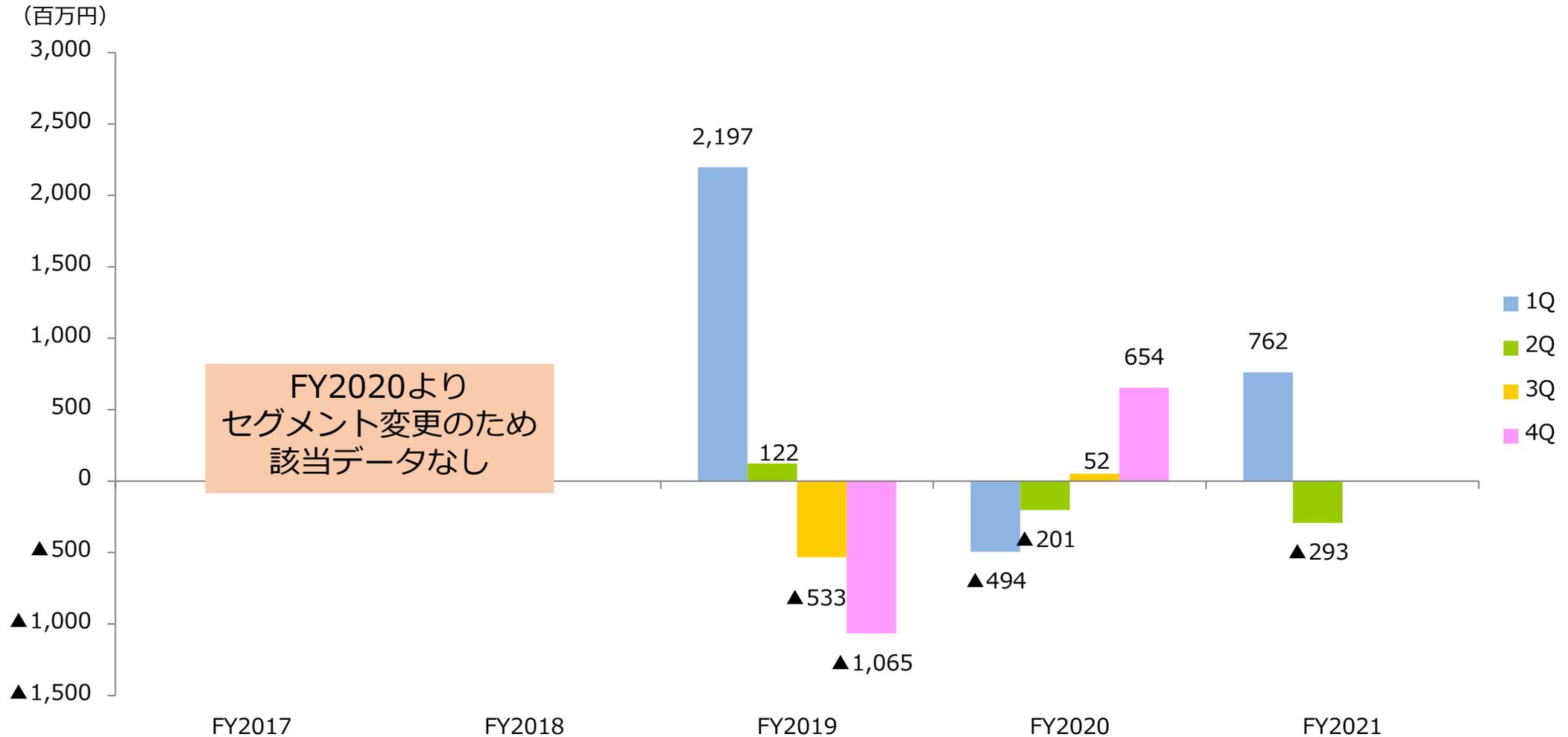
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別四半期ごとの売上高の推移（韓国）



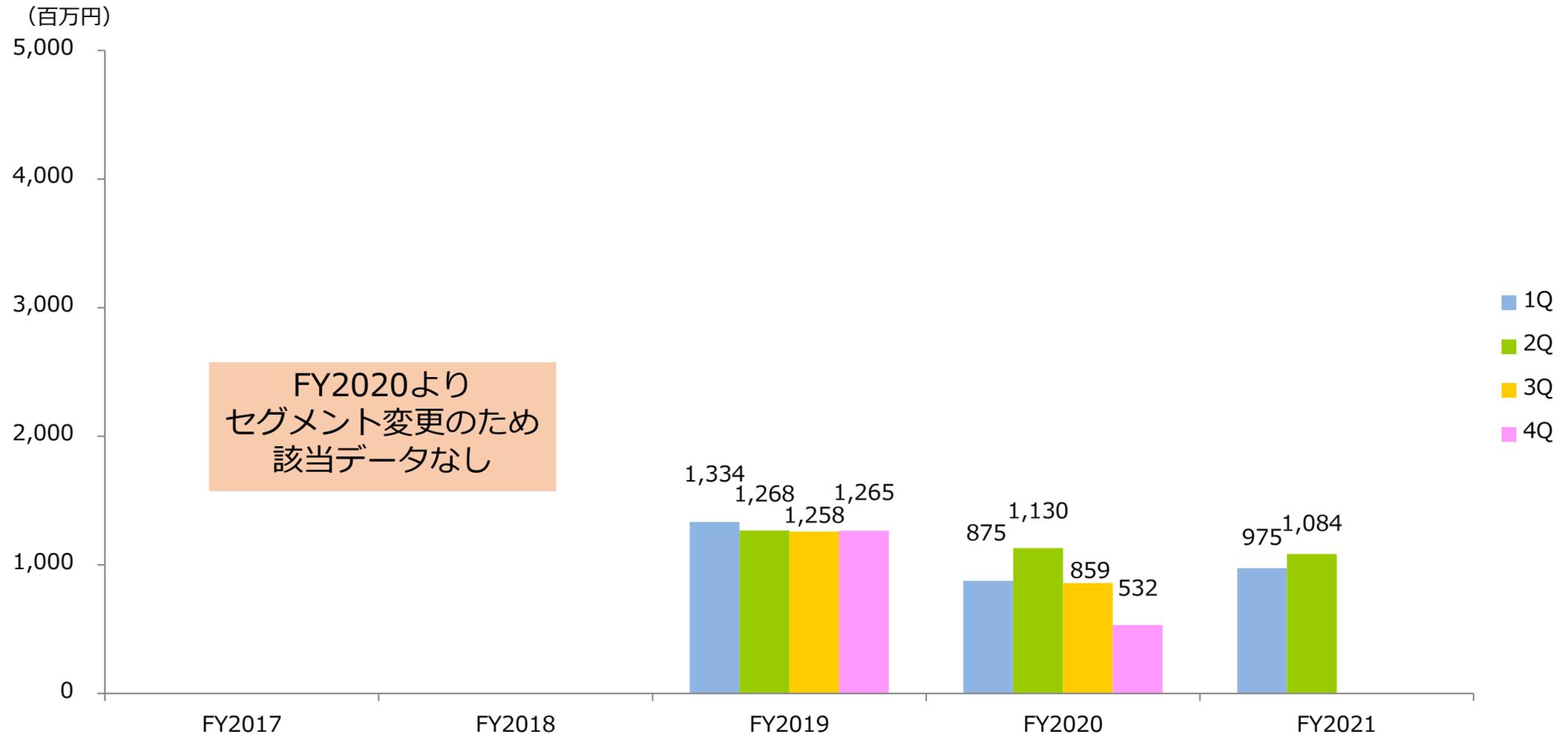
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（韓国）



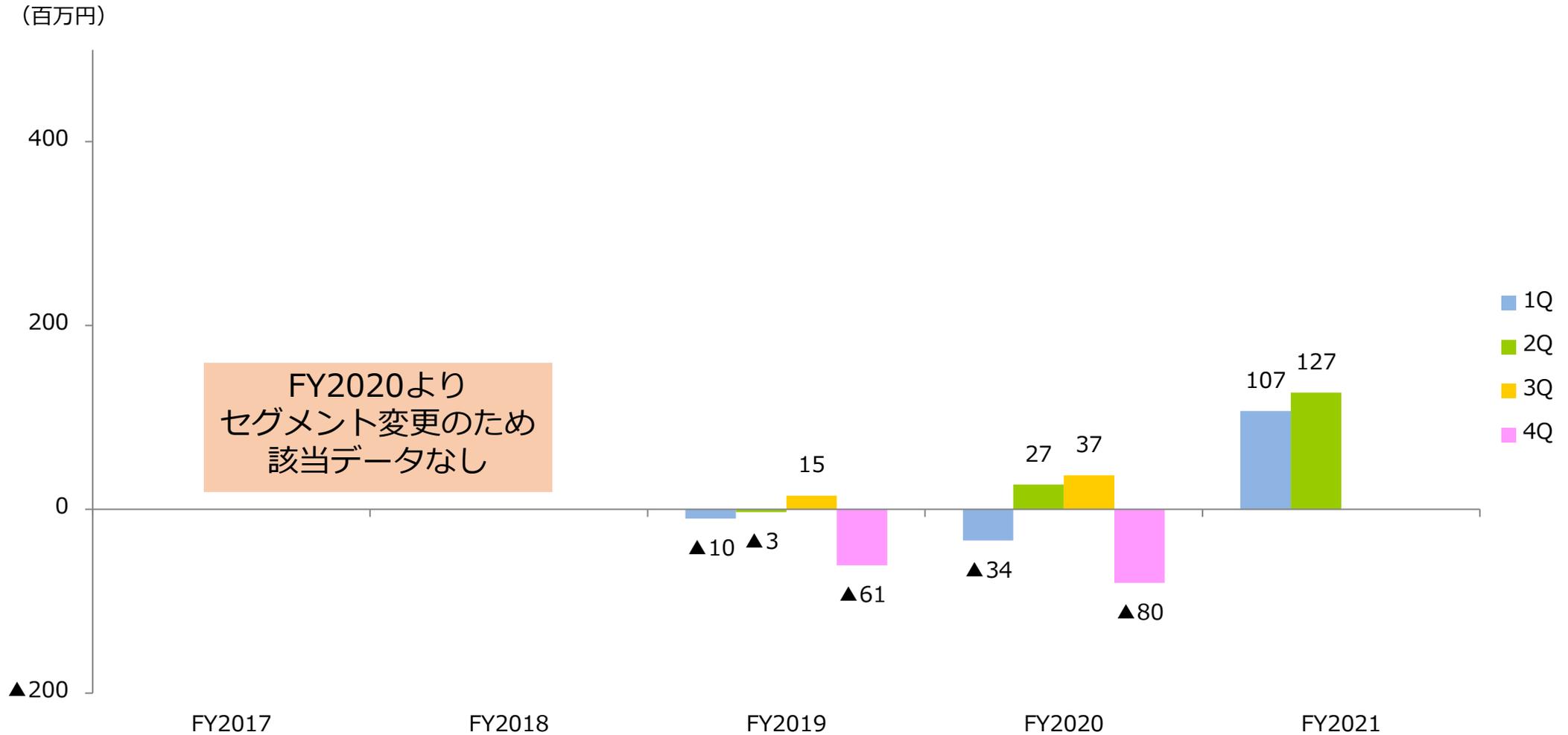
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別四半期ごとの売上高の推移（中国）



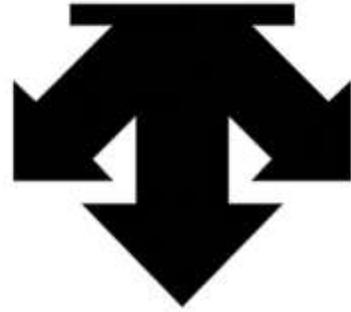
注： FY2021 = 2022年3月期

# セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（中国）



注： FY2021 = 2022年3月期

**DESCENTE**



Design for Sports