

2022年3月期 決算説明資料

創業の精神「SPIRIT OF DESCENTE」

創造

挑戦

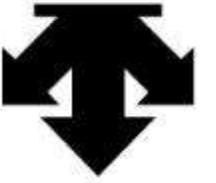
誠実

調和

2022年5月12日

株式会社 **デサント**

(東証プライム市場：
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 決算について

①概要

②ブランド別レビュー

③店舗数推移

④トピックス

2. 2023年3月期 通期計画について

- 前年対比、増収増益

| (百万円) | 2022年3月期 | 2021年3月期 | | 2022年3月期 |
|----------------------------|----------|----------|--------|----------|
| | 通期 実績 | 通期 実績 | 前年比 | 2月7日公表計画 |
| 売上高 | 108,892 | 96,862 | 112.4% | 105,000 |
| 営業利益 | 5,138 | ▲ 1,806 | | 4,600 |
| (率) | 4.7% | ▲ 1.9% | - | 4.4% |
| 経常利益 | 7,556 | ▲ 584 | | 6,800 |
| (率) | 6.9% | ▲ 0.6% | - | 6.5% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益・当期純利益 | 6,229 | 5,039 | 123.6% | 6,200 |
| (率) | 5.7% | 5.2% | - | 5.9% |

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 決算について ①概要

- 主要セグメントである日本・韓国・中国において増収



前年比 +120億円 (112%)

| | |
|-----------------|---------|
| 日本 | +40.5億円 |
| 韓国（内為替要因 +33億円） | +75.7億円 |
| 中国（香港・台湾含む） | +6.4億円 |
| その他 | ▲2.3億円 |

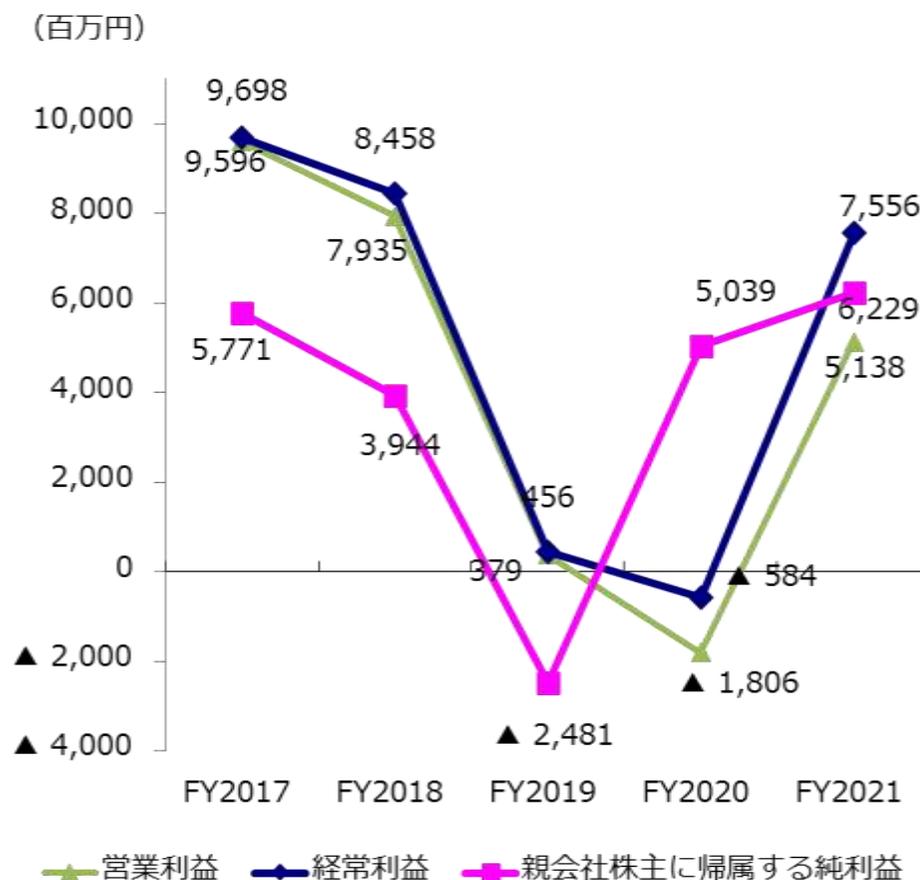
注： FY2021 = 2022年3月期

利益の推移（連結）



1.2022年3月期 決算について ①概要

- 持分法適用関連会社を含めたグループ各社の増収・収益性改善により増益
 ※特別損益は61億円（2021年3月期）から17億円（2022年3月期）と前年対比44億円減少



注： FY2021 = 2022年3月期

| (百万円) | FY2021 | FY2020 | 損益の増減* |
|-----------------------------|--------------|----------------|----------------|
| 営業利益 | 5,138 | ▲ 1,806 | + 6,944 |
| 営業外収益 | 2,723 | 1,720 | + 1,003 |
| 営業外費用 | 305 | 498 | + 193 |
| 経常利益 | 7,556 | ▲ 584 | + 8,140 |
| 特別利益 | 2,057 | 8,060 | ▲ 6,003 |
| 特別損失 | 312 | 1,910 | + 1,598 |
| 法人税等 | 3,071 | 525 | ▲ 2,546 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 6,229 | 5,039 | + 1,190 |

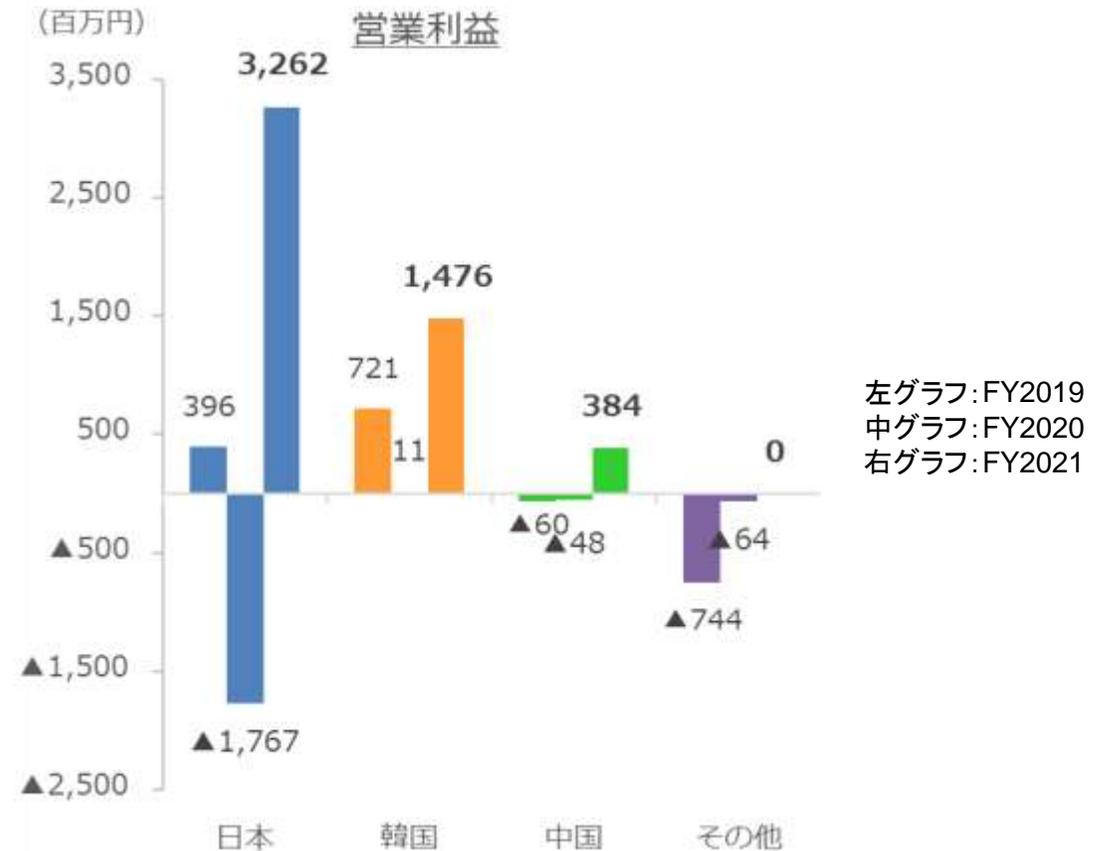
損益の増減*
 利益の増加に寄与するものは+、利益の減少に寄与するものは▲

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 決算について ①概要

- 値引・返品削減による販売ロスの低減により日本セグメントの収益性が大幅に改善
- 韓国は不買・コロナ影響から回復

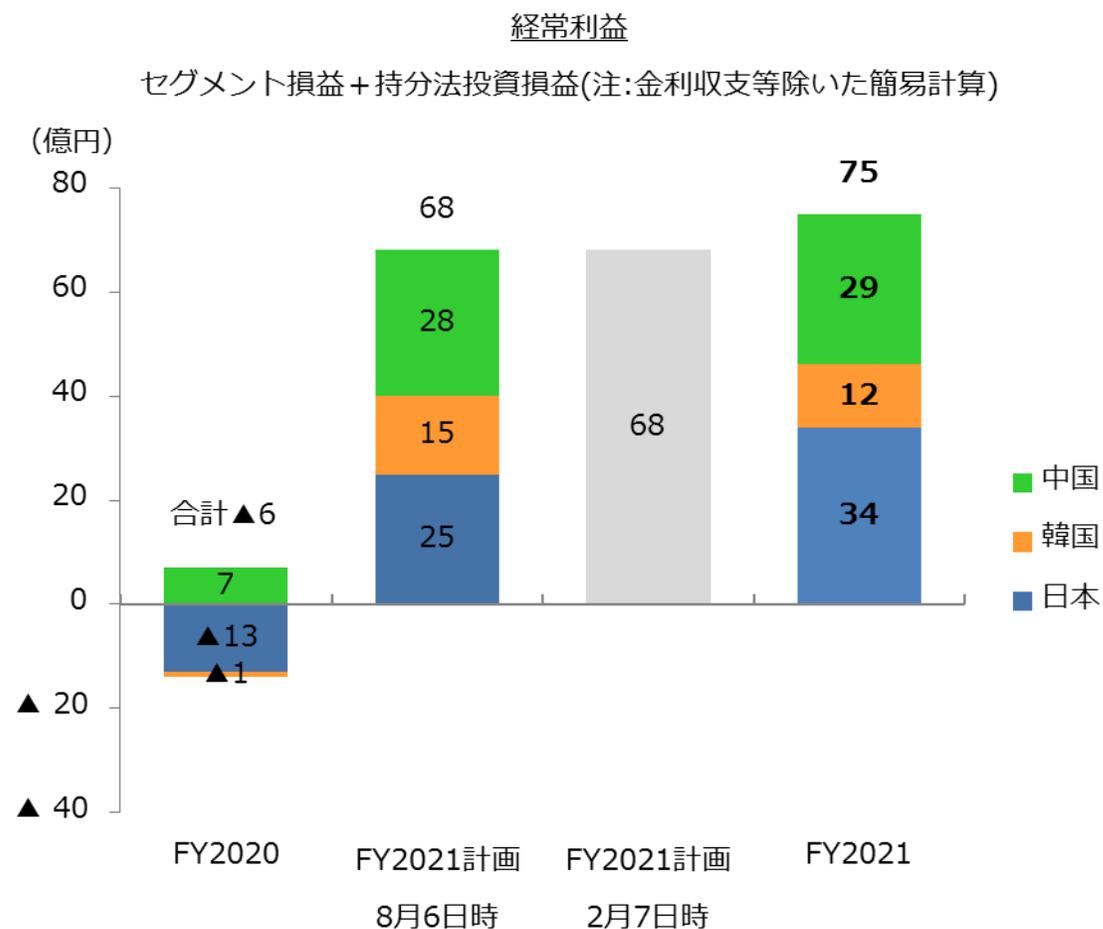
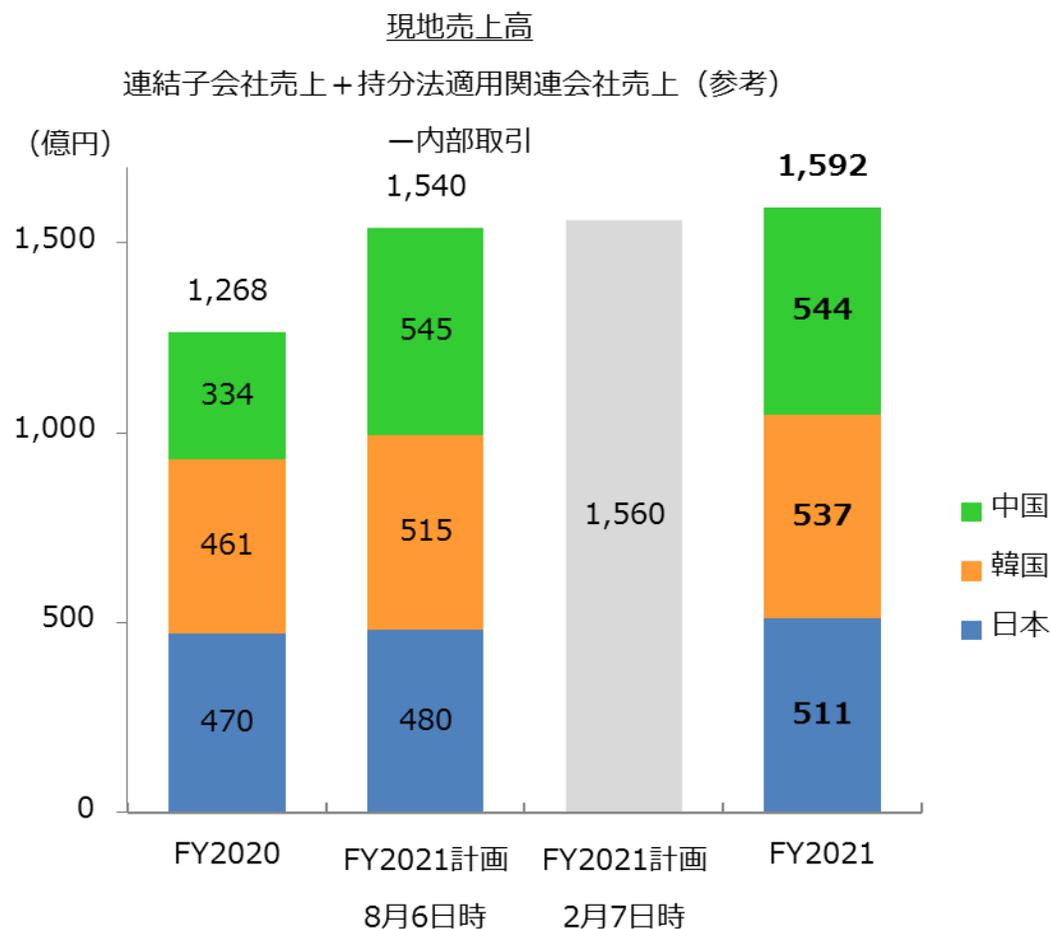


注： FY2021 = 2022年3月期



1.2022年3月期 決算について ①概要

- 中期経営計画に基づく戦略を着実に実行し、売上・利益ともに計画値を達成



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 決算について ①概要

- 業績改善により棚卸資産は▲53億円、現預金が+132億円となり、流動資産が増加
- 利益剰余金および為替調整（純資産）の増加に伴い、自己資本比率が2.3%増加し74.5%となる

2020/3/31

2021/3/31

2022/3/31

(百万円)



| | |
|--------|---------|
| 総資産 | 108,504 |
| 自己資本比率 | 66.5% |



| | |
|--------|---------|
| 総資産 | 107,987 |
| 自己資本比率 | 72.2% |



| | |
|--------|---------|
| 総資産 | 116,375 |
| 自己資本比率 | 74.5% |

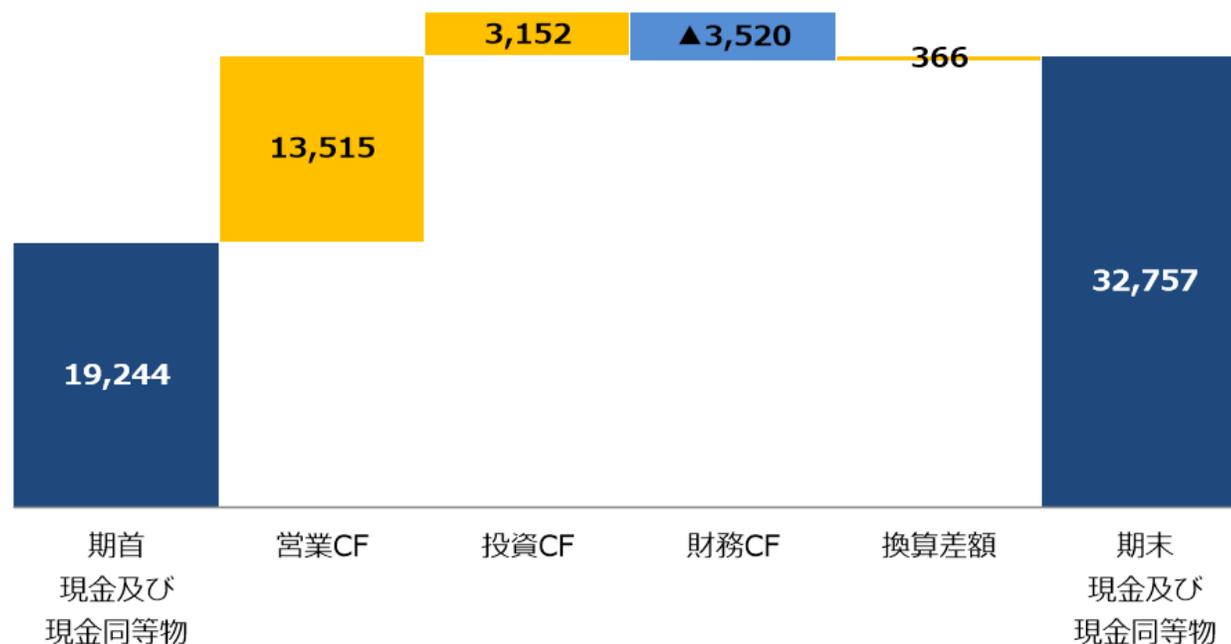
キャッシュ・フローの推移（連結）



1.2022年3月期 決算について ①概要

- 当期純利益の増加および棚卸資産の減少が寄与し、営業CFは135億円と大幅に改善（前年度23億円）
投資CFは31億円、財務CFは短期借入金の返済もあり▲35億円

(百万円)



期首比 +13,513百万円

営業CF 13,515百万円

(前年同期 2,393百万円)

EBITDA※1 +13,820 百万円

持分法投資損益 ▲2,155 百万円

法人税 ▲3,007 百万円

運転資本の増減※2 +6,566 百万円

投資CF 3,152 百万円

(前年同期 51百万円)

有形・無形資産の取得 ▲1,819 百万円

有形資産の売却 +3,867百万円

財務CF ▲3,520 百万円

(前年同期 ▲2,586百万円)

リース債務の返済 ▲2,021 百万円

借入金の借入/返済 ▲1,497 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 決算について

①概要

②ブランド別レビュー

③店舗数推移

④トピックス

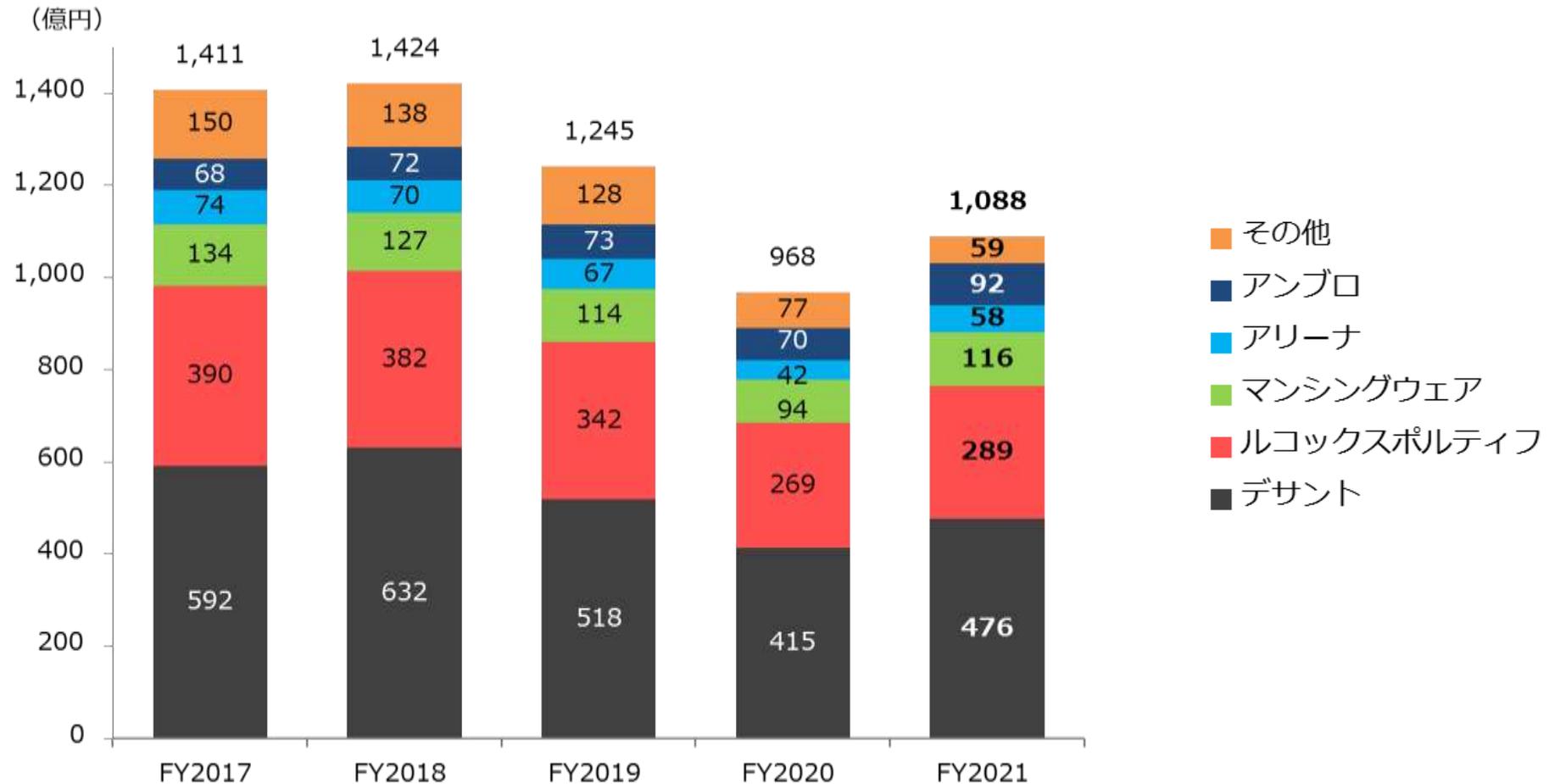
2. 2023年3月期 通期計画について

ブランド別売上高の推移（連結）



1.2022年3月期 決算について ②ブランド別レビュー

- 主要5ブランドが増収、『アンブロ』は直近5年間で売上高が最大に



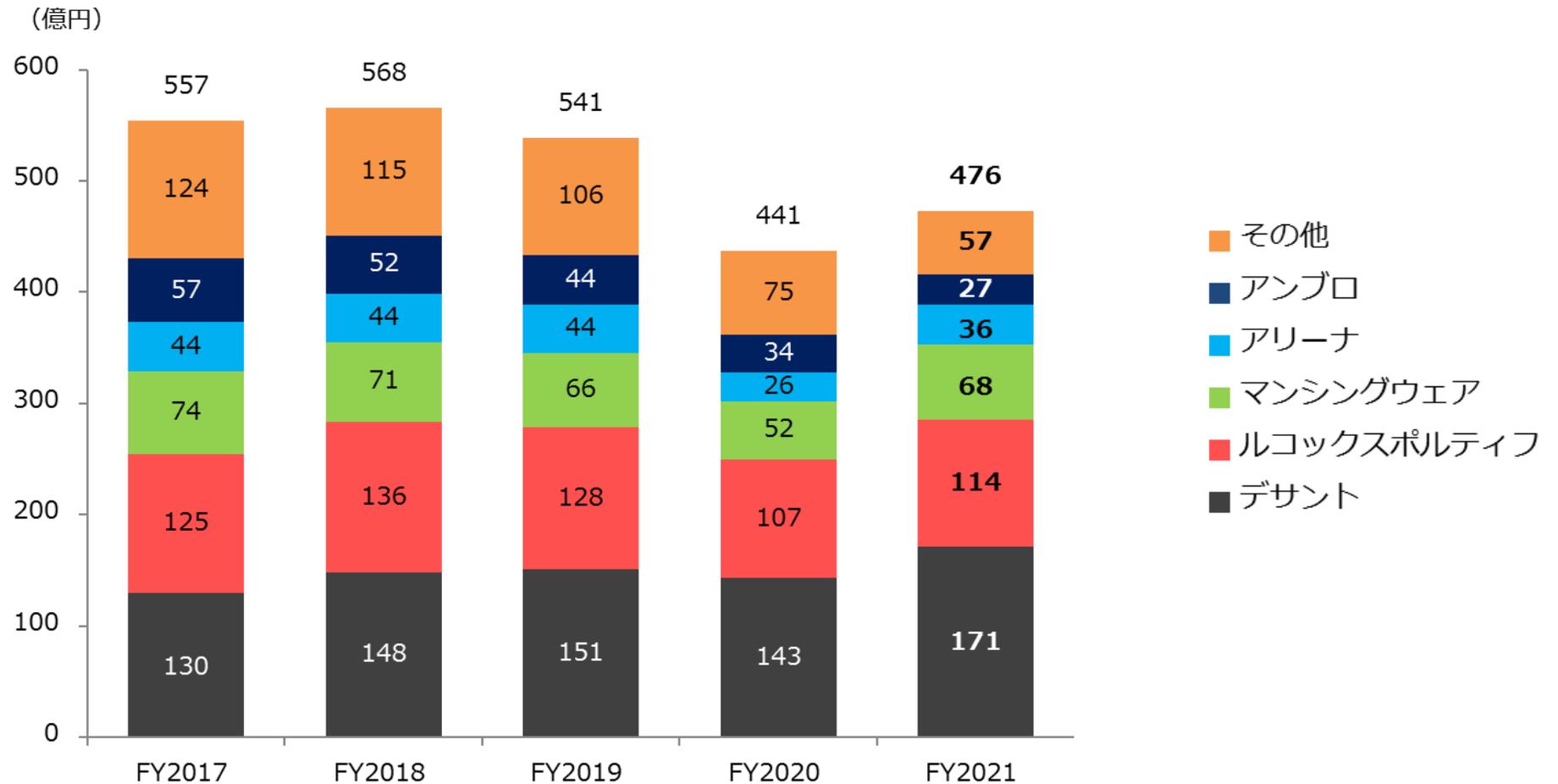
注： FY2021 = 2022年3月期

日本におけるブランド別売上高の推移



1.2022年3月期 決算について ②ブランド別レビュー

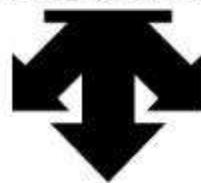
- 『デサント』が伸長し、コロナ禍前水準を超えて売上高が最大となる
- ゴルフカテゴリーが前年対比131%と伸長



注： FY2021 = 2022年3月期

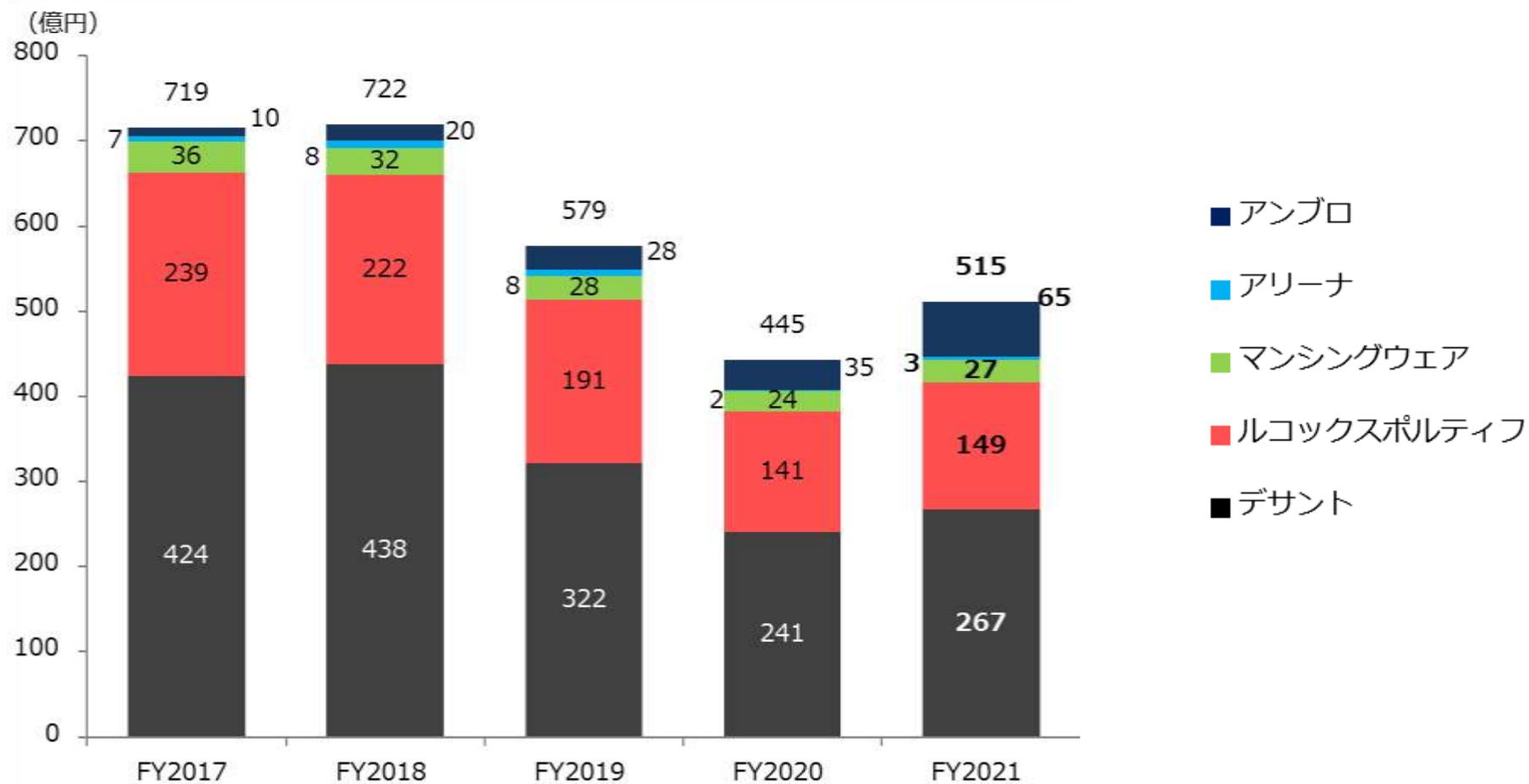
韓国におけるブランド別売上高の推移

DESCENTE



1.2022年3月期 決算について ②ブランド別レビュー

- 全ブランドが増収、『アンブロ』が前年対比185%と大きく伸長



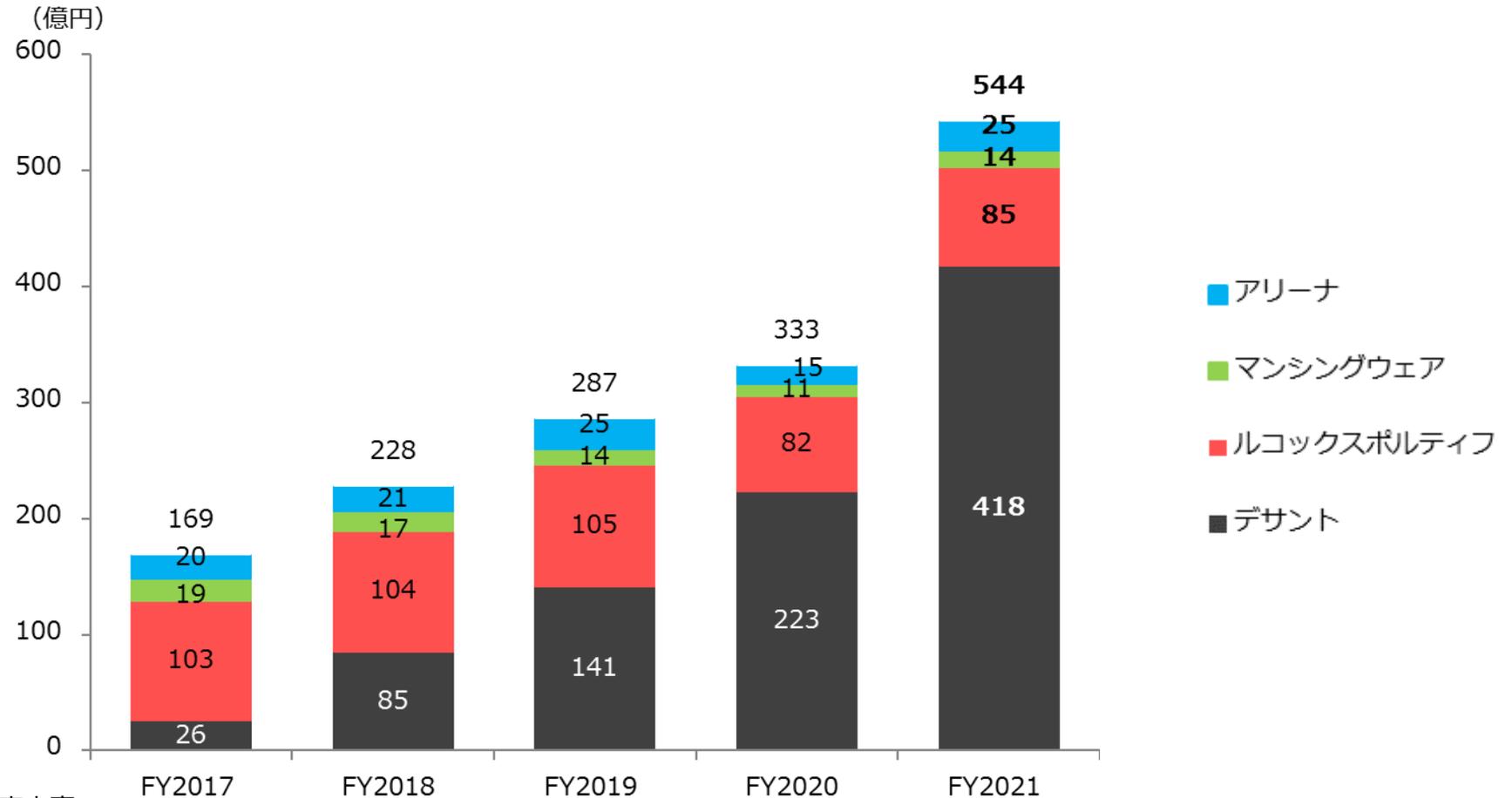
注： FY2021 = 2022年3月期



中国（香港含む）における現地売上高*の推移

1.2022年3月期 決算について ②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』ブランドは一店舗当たりの売上が増加し拡大
- 『アリーナ』はコロナ禍前水準に回復



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 決算について

①概要

②ブランド別レビュー

③店舗数推移

④トピックス

2. 2023年3月期 通期計画について

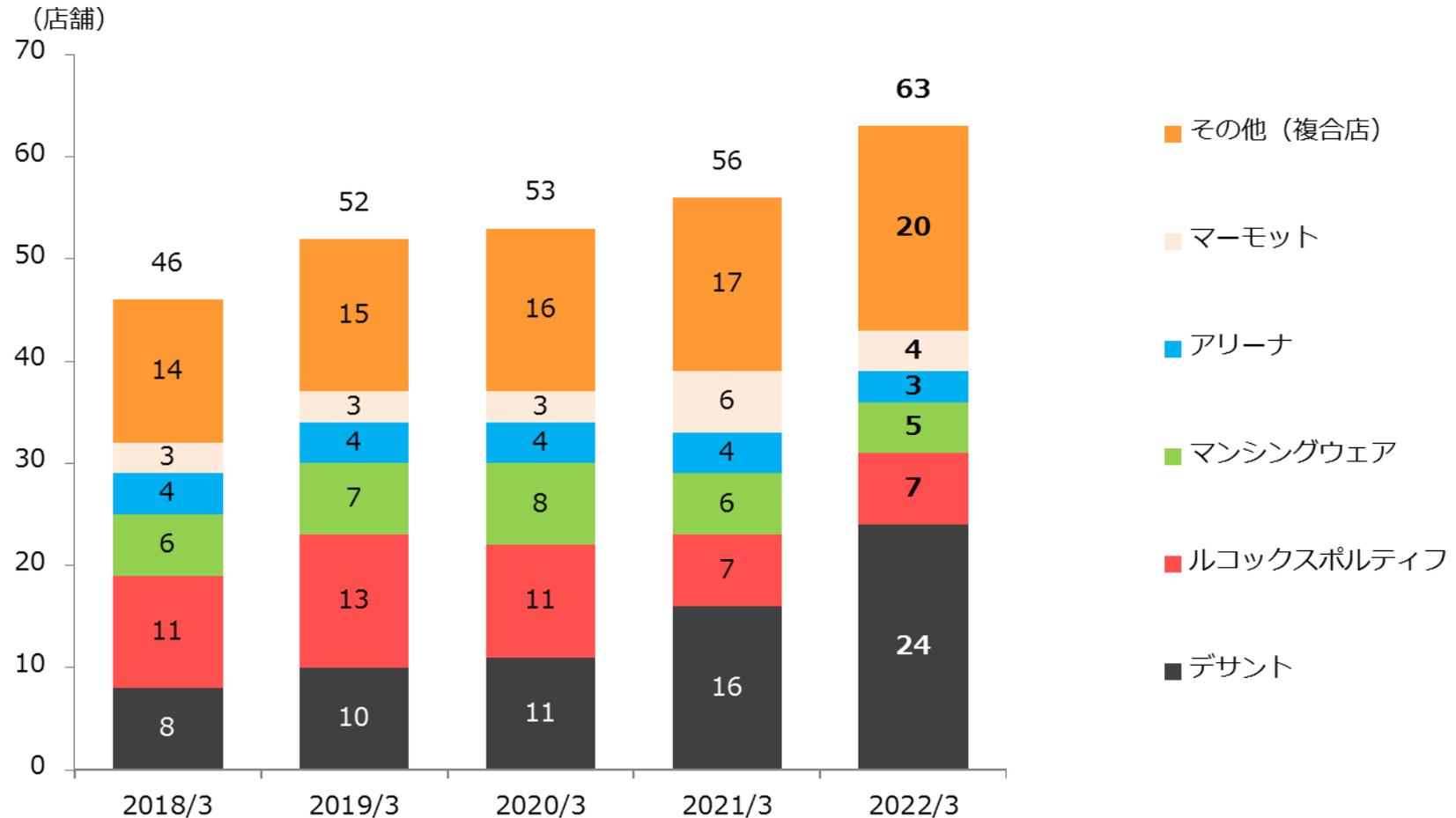
日本における店舗数推移（直営店）



1.2022年3月期 決算について ③店舗数推移

- 『デサント』での出店に加え、2022年3月には初のゴルフブランドの複合店である「DESCENTE GOLF COMPLEX GINZA（デサント ゴルフ コンプレックス ギンザ）」をオープン

※アウトレット店舗を含む。

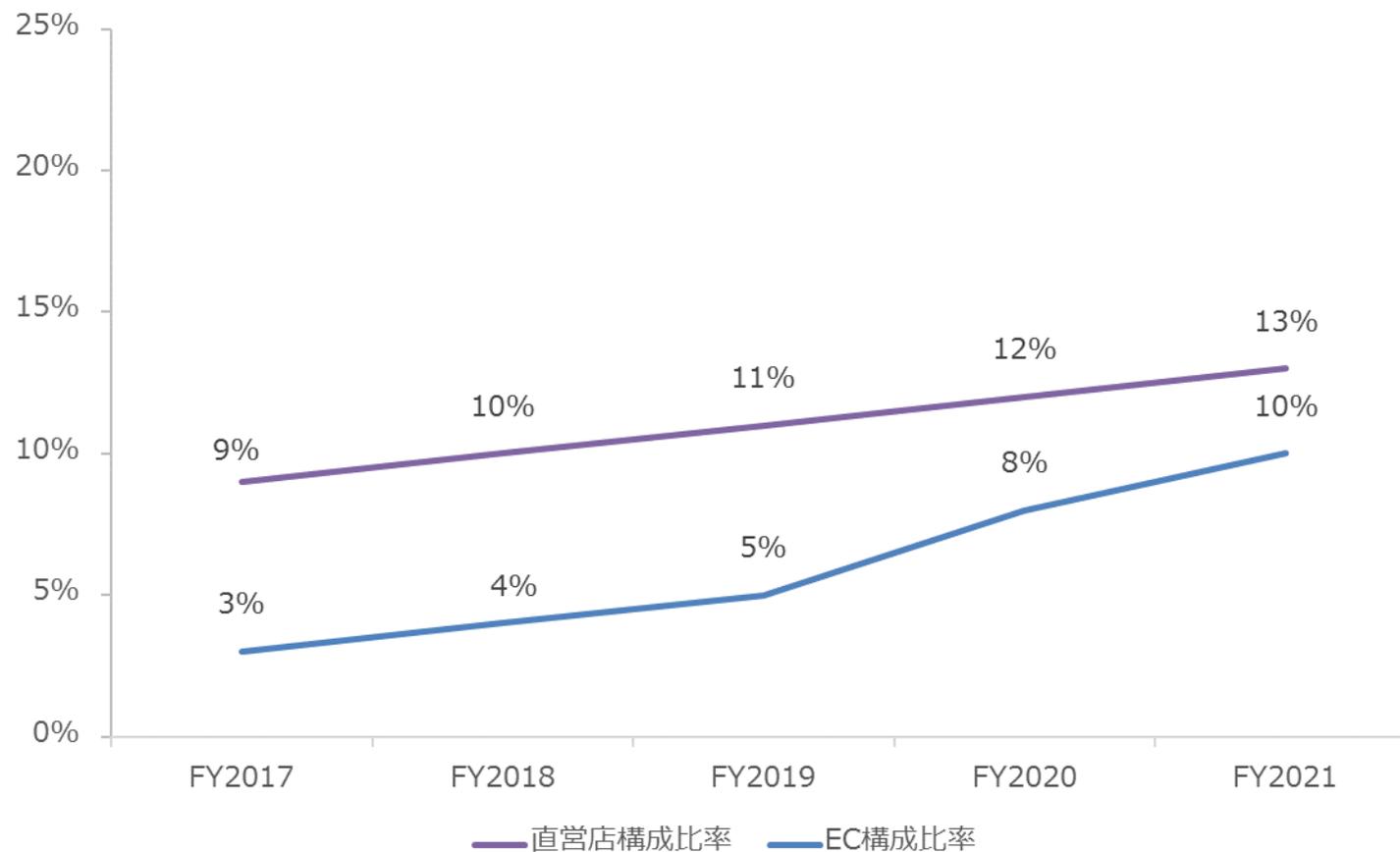


日本における直営店/EC売上構成比率



1.2022年3月期 決算について ③店舗数推移

- DTC事業の拡大に向けて、直近5カ年の直営店・EC構成比率はともに堅調に伸長



注： FY2021 = 2022年3月期

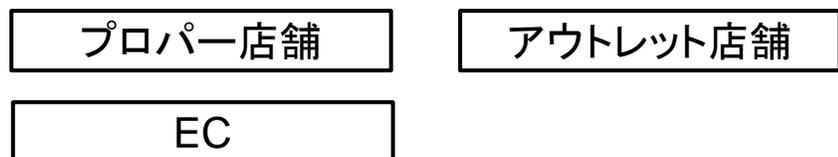
日本におけるDTC構成比率について - 定義変更



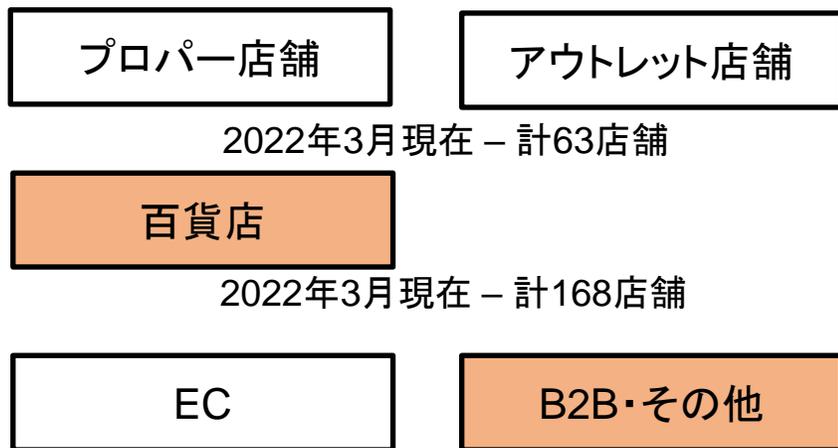
1.2022年3月期 決算について ③店舗数推移

- 構成比率計算のベースは国内物販売上のみに変更 (23%⇒26%)
- 顧客・在庫管理を内製化したことから一部流通をDTC流通に追加(26%⇒39%)
- 上記の変更により、FY2023におけるDTC構成比率の目標値を50%から55%に引き上げ

～FY2021 DTC構成



FY2022～ DTC構成



注： FY2021 = 2022年3月期
FY2023 = 2024年3月期

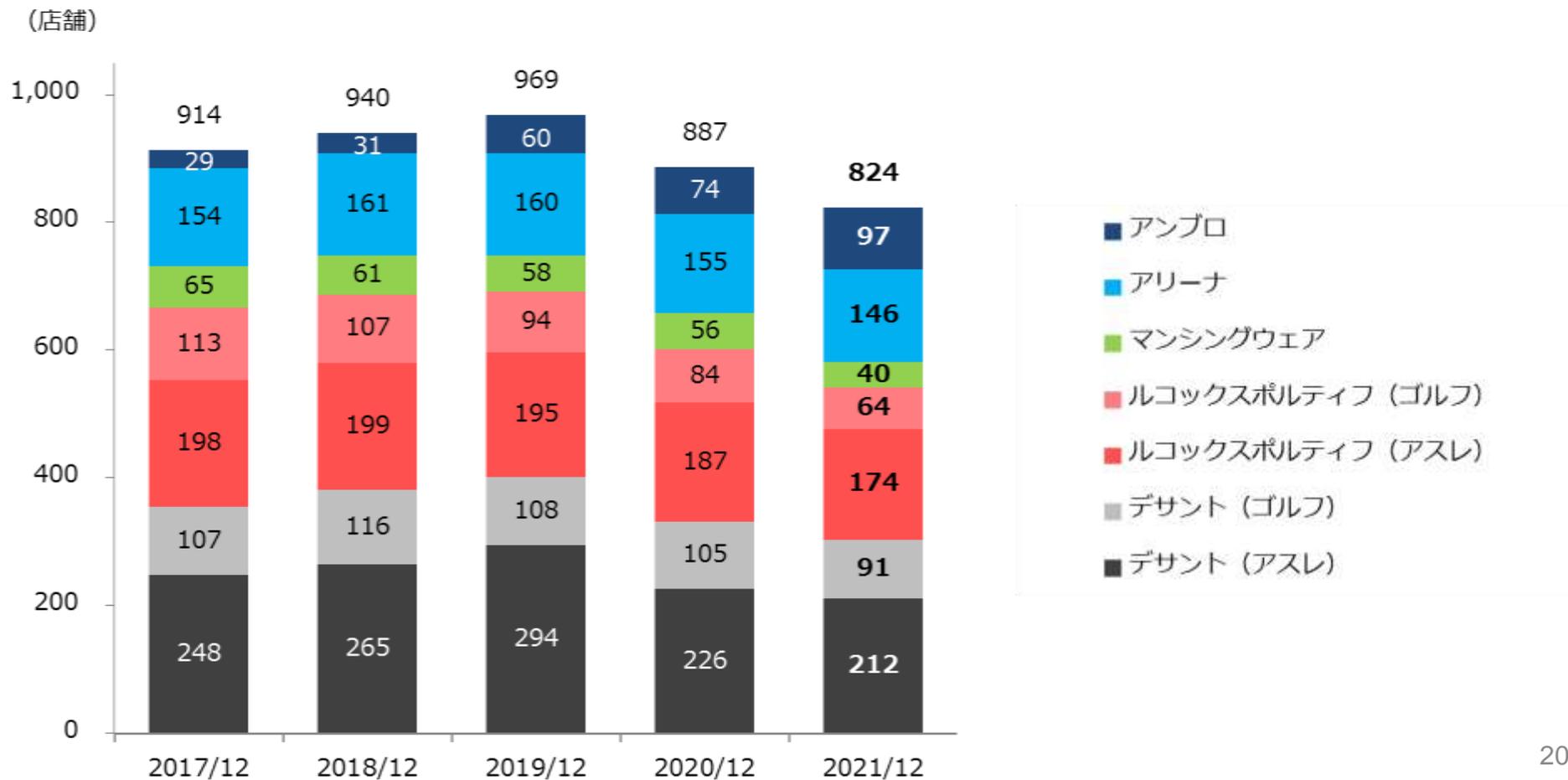
韓国における店舗数推移



1.2022年3月期 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。

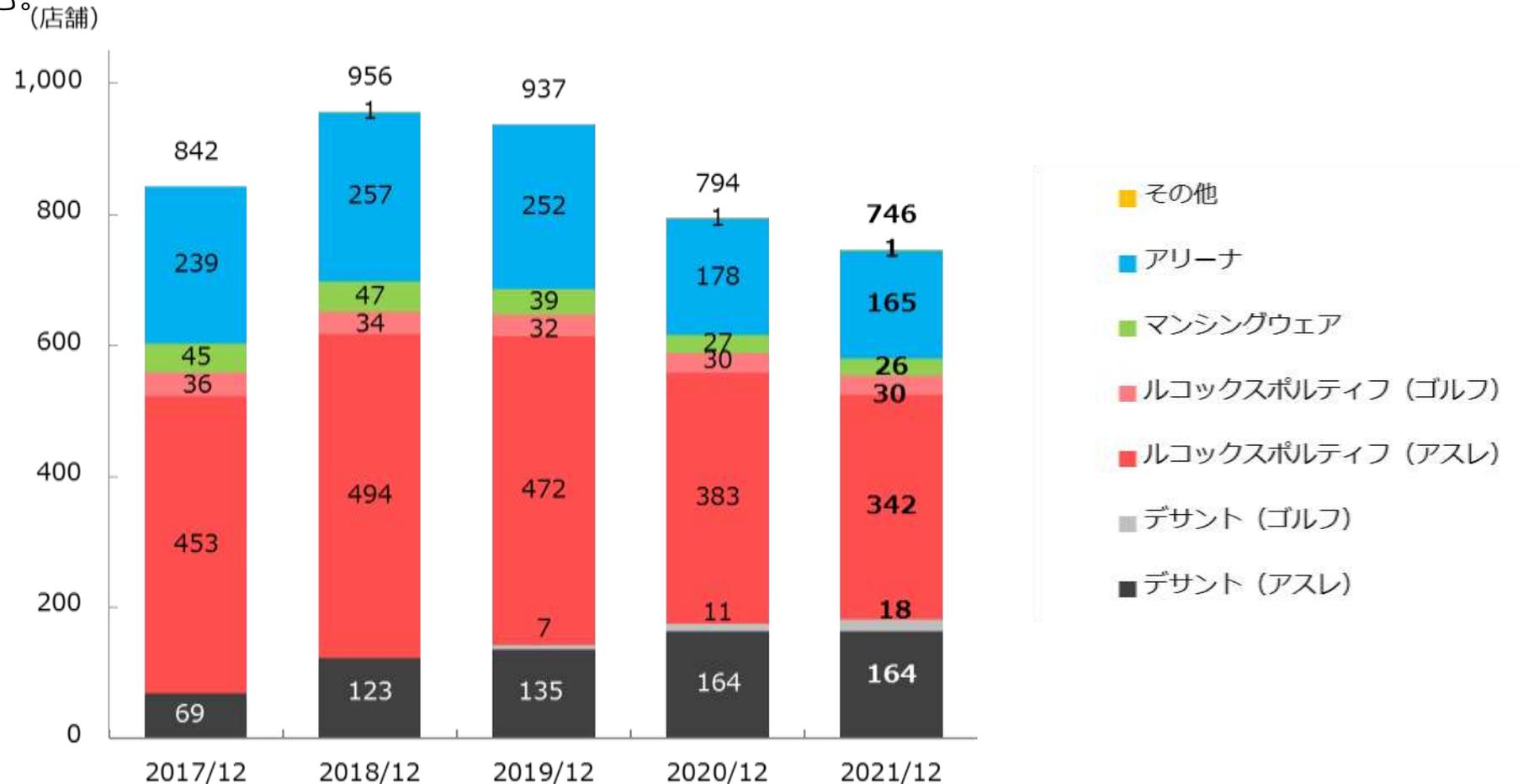


中国（香港含む）における店舗数推移

1.2022年3月期 決算について ③店舗数推移

- 『デサント』は既存店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

※代理商、アウトレット店舗を含む。



1. 2022年3月期 決算について

①概要

②ブランド別レビュー

③店舗数推移

④トピックス

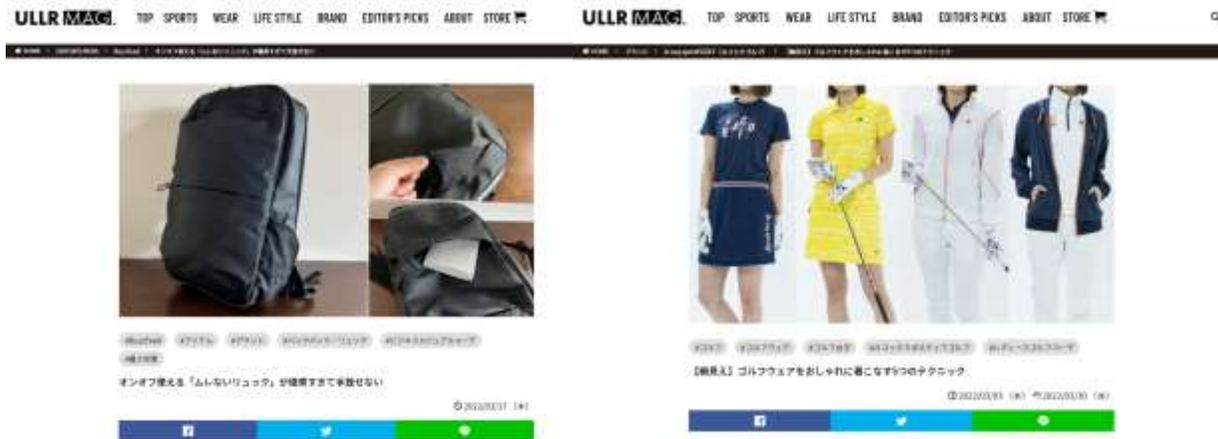
2. 2023年3月期 通期計画について



1.2022年3月期 決算について ④トピックス

- お客様との接点であるオウンドメディア「ウルマグ」が22年3月の単月で100万PVを達成
- 各ブランドにおいてインフルエンサー・一般消費者をアンバサダーに起用するなど、情報発信を拡大

ULLR MAG.



@asumi_naa



@a0456_i

「ウルマグ」が単月で100万PVを記録するメディアに成長

インフルエンサー・一般消費者を
ブランドアンバサダーに起用

1.2022年3月期 決算について ④トピックス

- ゴルフ複合店「DESCENTE GOLF COMPLEX GINZA」は女性向け商品の売上が好調
- 店頭と自社EC「DESCENTE STORE ONLINE」の在庫を共有し、オムニチャネル化を推進



店頭にてオンラインストアの商品を
ご自宅へお取り寄せできます



欲しい商品のサイズが
切れていた



店頭から
ECサイトの商品を注文



そのままご自宅へ
お届けします！

銀座並木通りに多様なニーズに応える店舗
「DESCENTE GOLF COMPLEX GINZA」をオープン

ECと店頭を連動させたサービスを拡充



1.2022年3月期 決算について ④トピックス

- 大谷翔平選手を起用したマーケティングを積極的に展開し、ブランド認知を拡大



大谷選手モデルの水沢ダウンは
46着の限定販売に対して50,000人以上の応募が殺到



新ブランドムービー「WE MOVE ON.」公開に
合わせて店頭連動キャンペーンを実施

韓国 ブランドの特徴を活かしたマーケティング実施

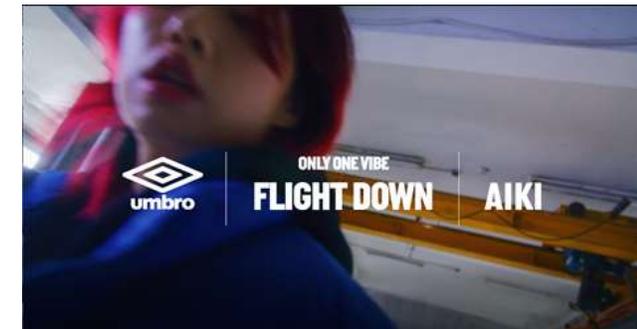


1.2022年3月期 決算について ④トピックス

- 『デサント』で契約しているスイスナショナルスキーチーム「Swiss-Ski」のレプリカ商品が好調
- 『アンブロ』において10代~20代の若年層をターゲットにインフルエンサーとコラボレーションを実施



MoveWearを意識したSwiss-Skiチームのレプリカを販売



10代~20代に人気のあるインフルエンサーのAIKIとコラボした商品を展開

中国 注力市場として収益の拡大を目指す



1.2022年3月期 決算について ④トピックス

- 『デサント』においてブランド最大面積の旗艦店を北京・三里屯にオープン
- 『アリーナ』商品の販売会社であるアリーナ上海有限公司を2023年3月期より100%子会社化



北京・三里屯にオープンした1,200平米の体験型店舗
DKL Global Experience Center



ブランド認知向上に向けて
アリーナ上海有限公司にてイベントを開催
契約選手による商品紹介やファッションショーを実施

- DISC OSAKA / 自社工場で開発したウィンタースポーツの競技ウェアを多くのナショナルチームが採用



2021年12月に発表した水沢ダウンの最上級モデル「アルパイン」（写真左）をはじめ、DISC OSAKAおよび自社工場で開発したウェアを日本代表および海外のナショナルチームにサプライ

- DISC BUSANで開発したゴルフシューズ「R-90」の売上が好調

2021 NEW R90 한국인의 발에 맞추다.

한국인의 발은 서양인과 달라요.
발의 굽과 모양도 사람도 다릅니다.
한국 골퍼들의 자신과 세운 목표를 위해 새로운 디스커 부산에서
한국인의 발을 분석하고 한국 사람의 걸음걸이를 연구하여
가장 한국인의 발에 맞는 최고의 아운솔을 개발한 R90을 개발했습니다.
이 훌륭한 발바닥 R90에 발을 신어주세요.



DISC BUSANで開発し、フィット感にこだわったゴルフシューズ「R-90」は韓国プロゴルファーからも好評

ESG・サステナビリティの取り組み（持続的なモノづくり）



1.2022年3月期 決算について ④トピックス

- ・国内自社工場で2021年度4月で8名、2022年度4月で12名の新入社員を採用
- ・自社工場の1つ、デサントアパレル西都工場（宮崎）でアップサイクルの取り組みを実施



国内自社工場4社では地元の人材を積極的に採用
地方創生にも繋がるモノづくりを推進



『デサント』が展開するRE:DESCENTE BUILD
デサントアパレル西都工場でアップサイクルした
製品を展開

1.2022年3月期 決算について ④トピックス

- ・韓国にて「Trash Busters」（リサイクル用品専門のレンタル事業会社）とコラボレーションし、リサイクル活動をテーマとしたユーザー参加型のSNSキャンペーンを実施
- ・北京三里屯の店舗で修理サービス窓口を設置



SNSキャンペーンに参加したユーザーにはリサイクル素材を利用したフリース“FLEECO”やコラボレーショングッズをプレゼント（韓国）



店頭での修理サービスを実施（中国）

- ・ 2013年より続けているDESCENTE SPORTS FOUNDATIONへの寄附を本年度も実施
- ・ 「多様な働き方」が出来る職場環境・仕組みづくりを推進



育児休職からの復帰率

100%

2013年に設立したスポーツ振興活動を目的とした財団
DESCENTE SPORTS FOUNDATIONに
一定割合の後援金寄附を継続（韓国）

統計を取り始めた2018年度以降、
育児休職から復帰する社員の比率は100%
男性の育児休職取得率も増加傾向（日本）

1. 2022年3月期 決算について

①概要

②ブランド別レビュー

③店舗数推移

2. 2023年3月期 通期計画について

- 「D-Summit 2023」に基づく戦略を着実に推進し、増収増益を計画

| (百万円) | 2021年3月期 | 2022年3月期 | 2023年3月期 | |
|---------------------|----------|----------|----------|---------------------|
| | | | 公表計画 | 前年比増減 (前年比) |
| 売上高 | 96,862 | 108,892 | 114,000 | + 5,108 (104.7%) |
| 営業利益 | ▲ 1,806 | 5,138 | 6,000 | + 862 (116.8%) |
| (率) | -1.9% | +4.7% | 5.3% | - |
| 経常利益 | ▲ 584 | 7,556 | 10,000 | + 2,444 (132.3%) |
| (率) | -0.6% | 0.1 | 8.8% | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 5,039 | 6,229 | 7,000 | +771 (112.4%) |
| (率) | 0.1 | 5.7% | 6.1% | - |

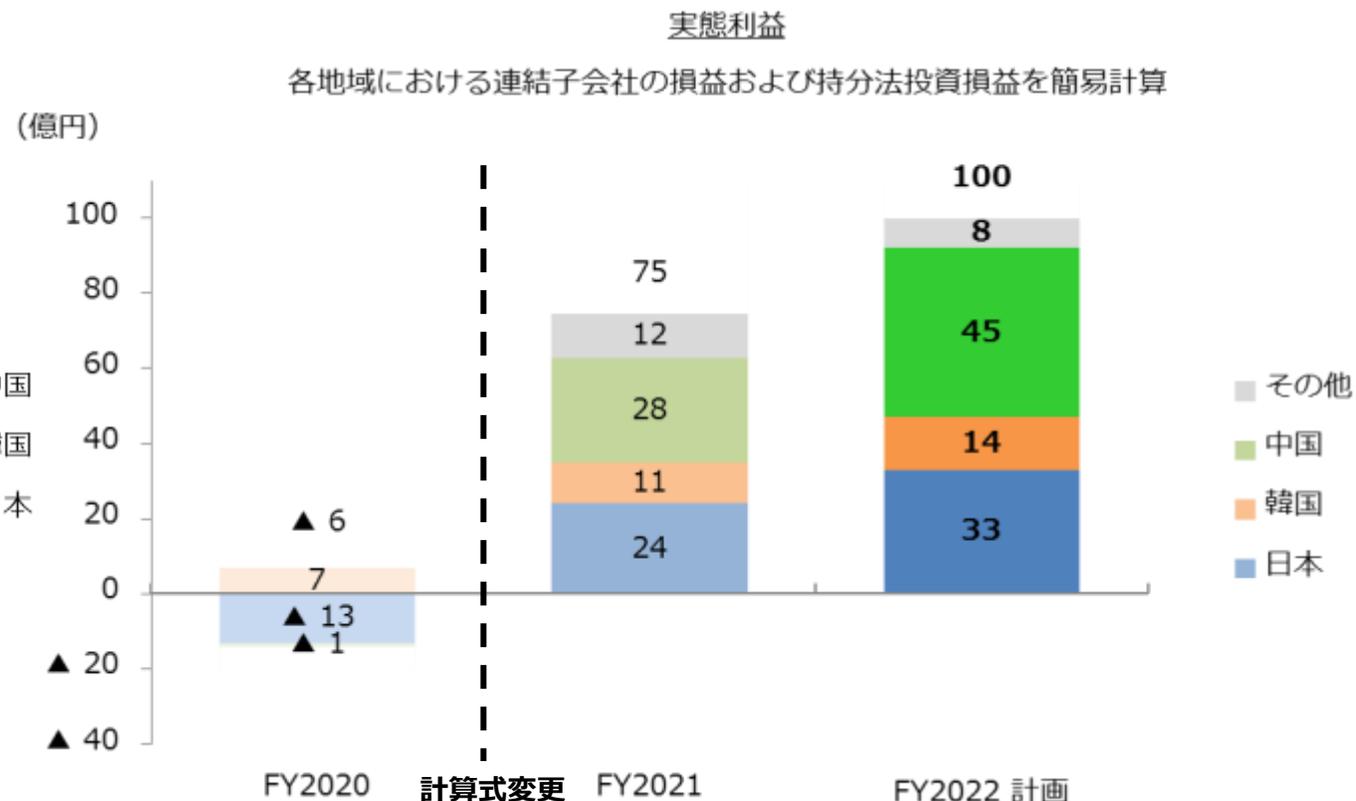
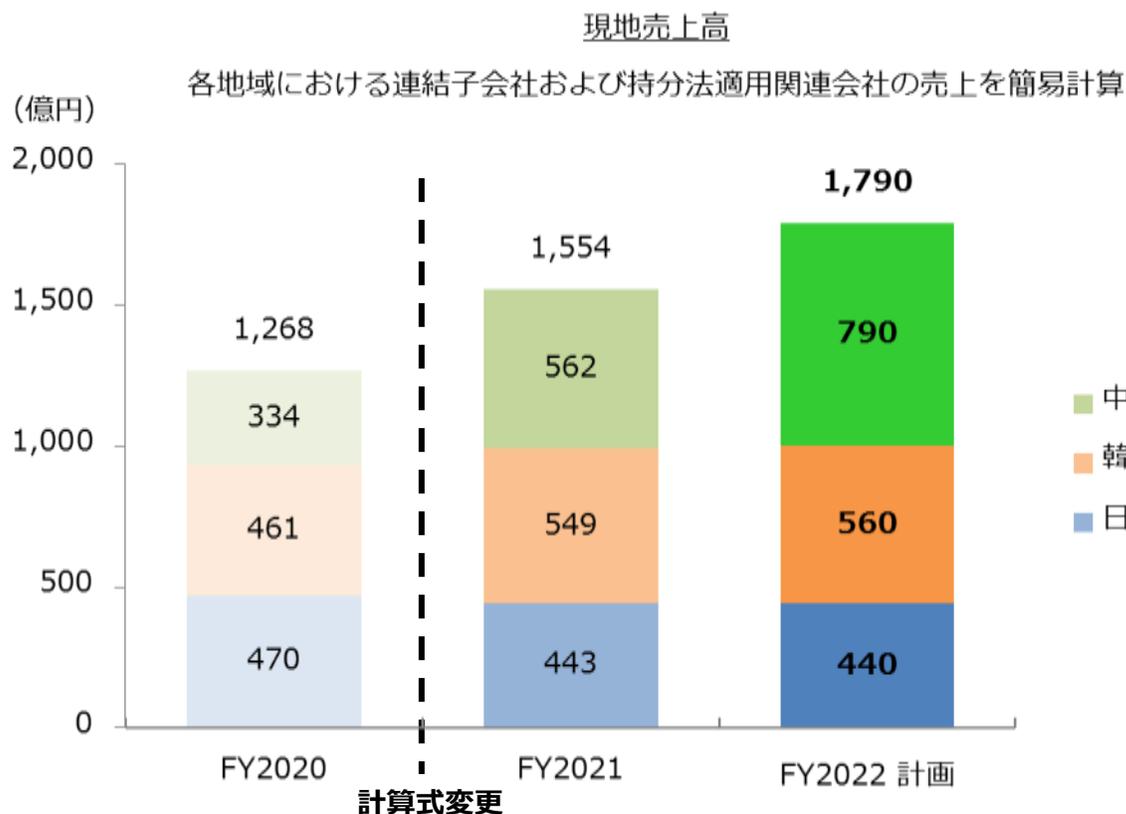
計画レート：100KRW9.50、CNY17.50、HKD14.50

2023年3月期 日本・韓国・中国 事業会社 実態利益計画 (≠連結PL)



2.2023年3月期 通期計画について

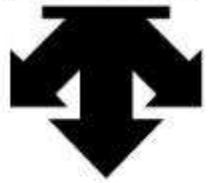
- 「D-Summit 2023」に基づく戦略を着実に推進し、増収増益を計画



注： FY2022 = 2023年3月期

2023年3月期配当予想

DESCENTE



2.2023年3月期 通期計画について

- ・ 配当性向30%の指針に基づく配当を計画

| (百万円) | FY2018 | FY2019 | FY2020 | FY2021 | FY2022予想 |
|----------------------------|---------|---------|--------|--------|----------|
| 年間配当額 | 1,960 - | - | - | 1,886 | 2,113 |
| 1株当たり | 26.0円 | - | - | 25.0円 | 28.0円 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益（連結） | 3,944 | ▲ 2,481 | 5,039 | 6,229 | 7,000 |
| 配当性向 | 49.7% - | - | - | 30.3% | 30.2% |

注： FY2022 = 2023年3月期

中国関係会社 概要



海外子会社4Q終了時点（2021年12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 | | |

※アリーナ上海実業有限公司は2023年3月期より連結子会社化

為替レート

| | | USD | 100KRW | CNY | HKD | SGD | GBP |
|--------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|
| FY2021 | 4Q YTD | - | 9.64 | 17.12 | 14.20 | 82.17 | - |
| | 3Q YTD | - | 9.62 | 16.86 | 14.05 | 81.46 | - |
| | 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 | - |

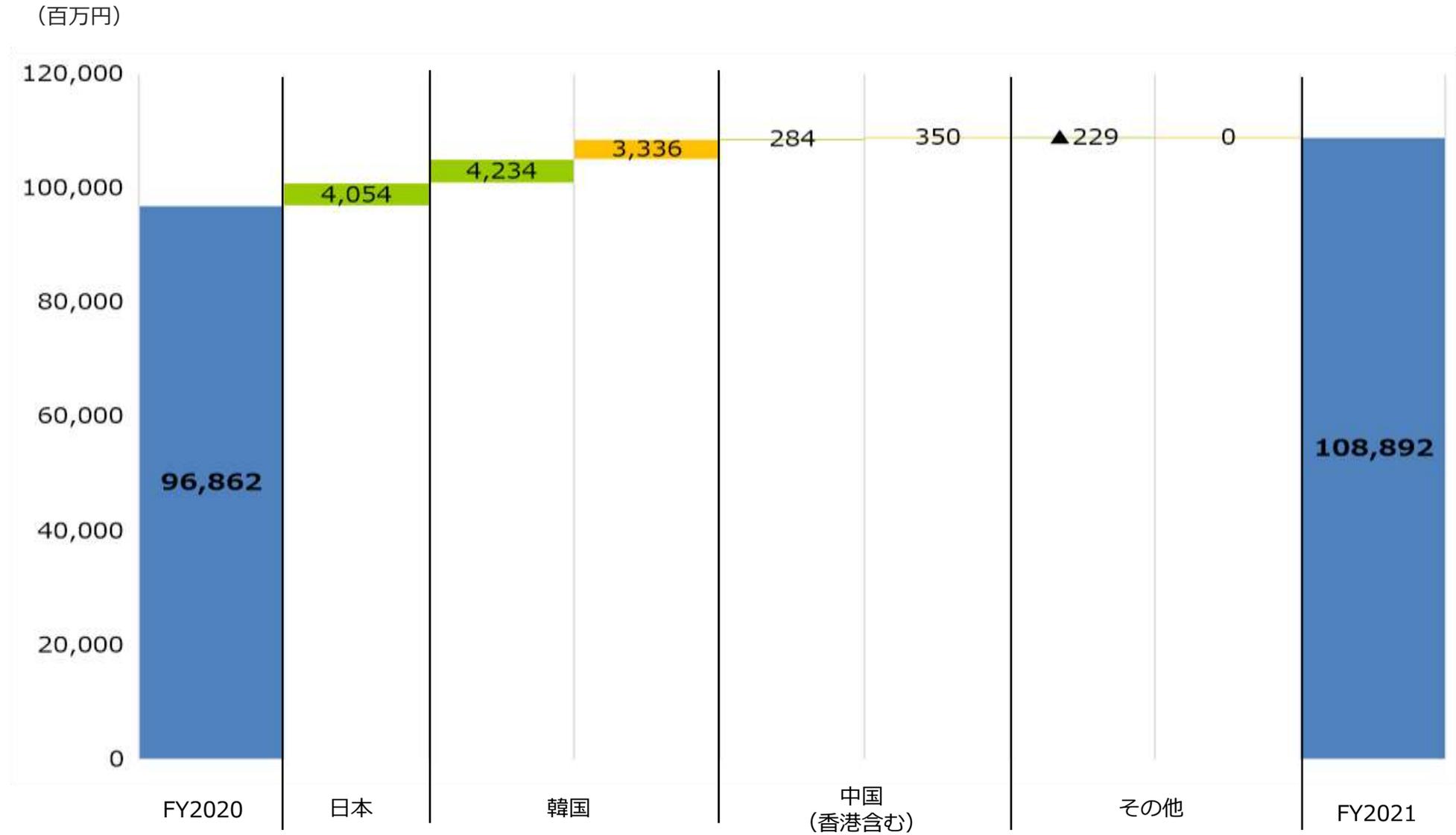
本資料で記述されている業績予想並びに将来予想は、現在における入手可能な情報に基づき当社が判断した内容であり、潜在的リスク及び不確実性が含まれます。従いまして、様々な要因の変化によって、実際の業績は記述されている内容と大きく乖離する結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

- ・「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 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)

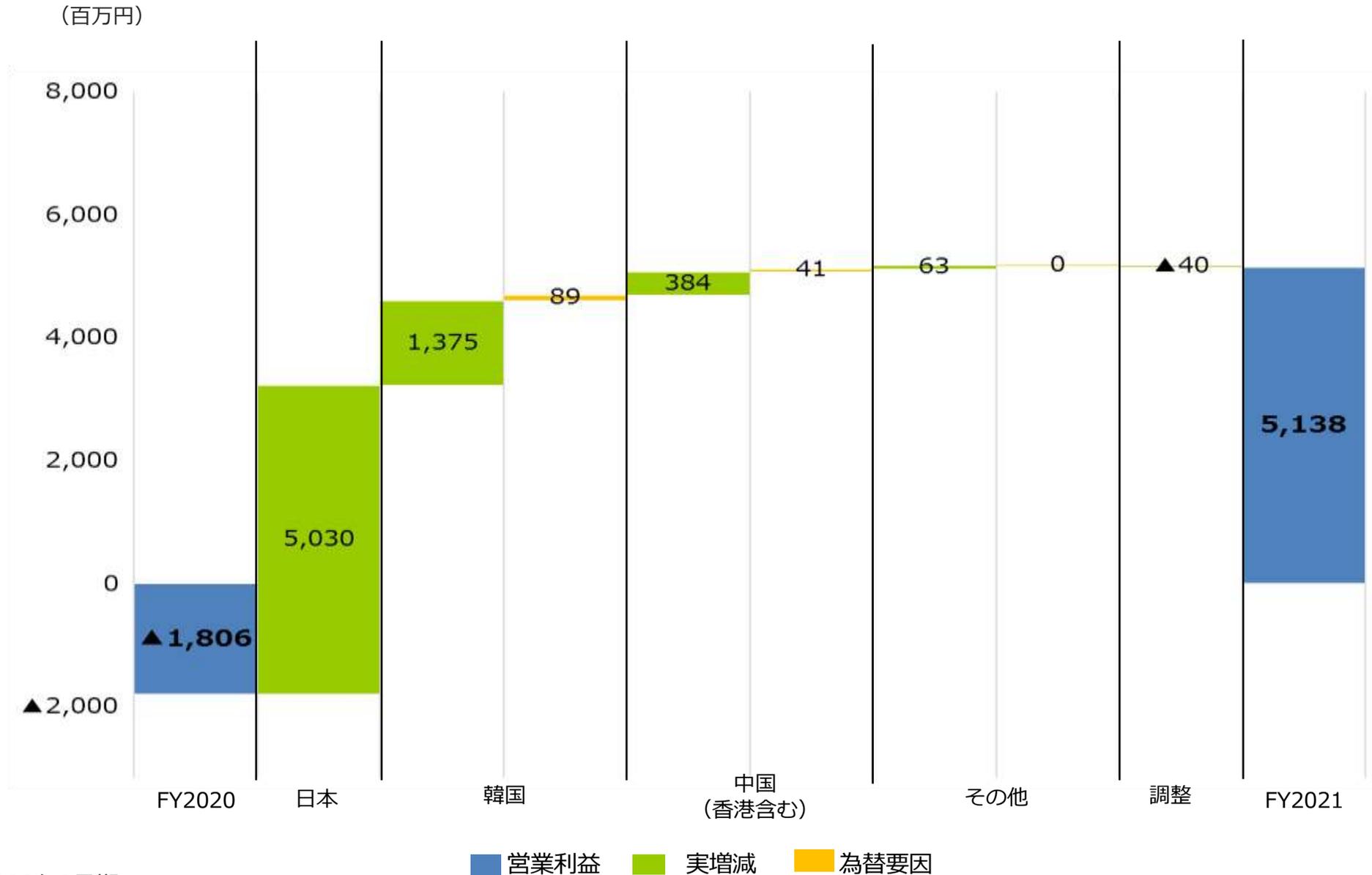
セグメント別売上高の増減（前期比）



注： FY2021 = 2022年3月期

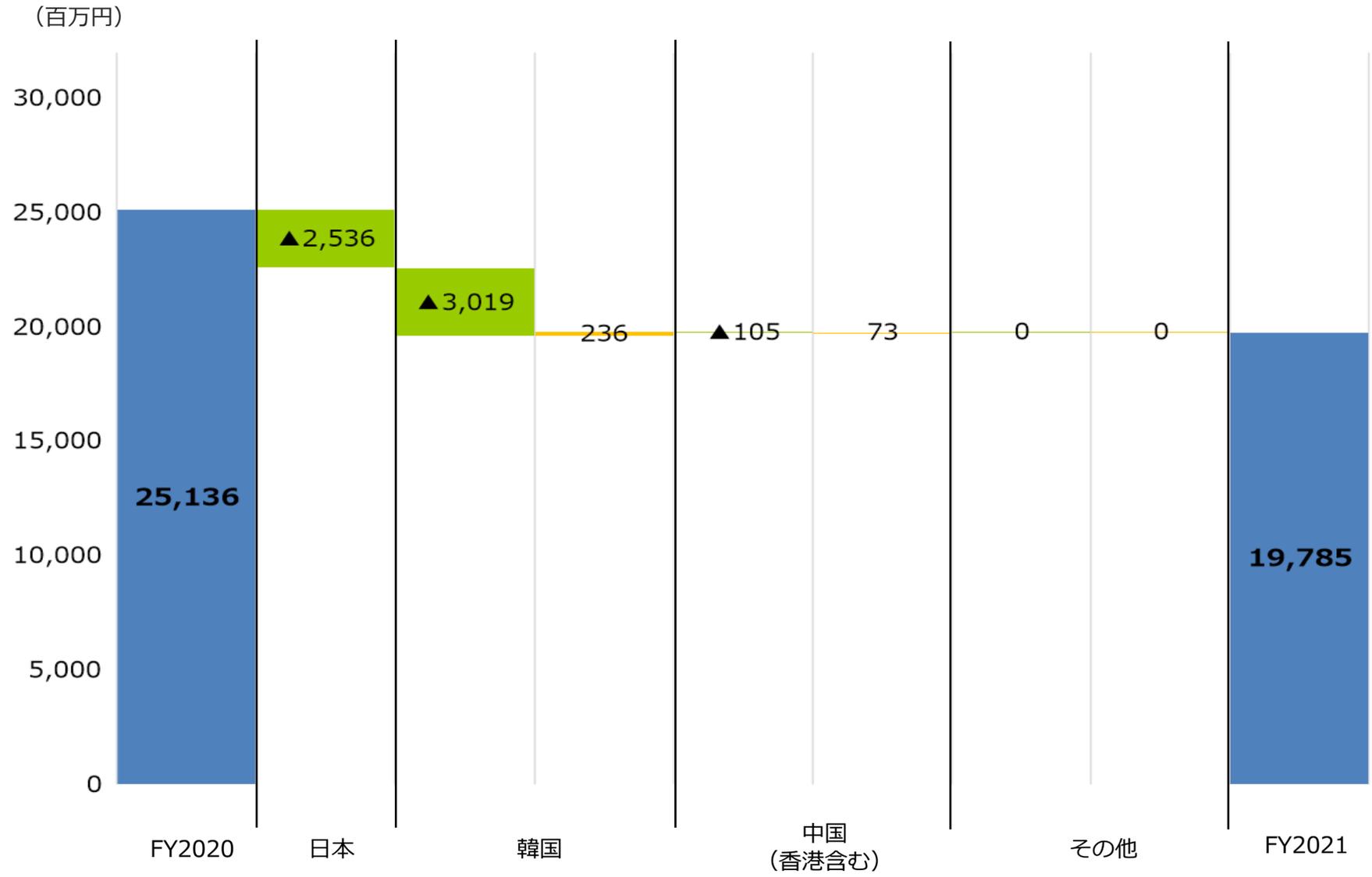
■ 売上高 ■ 実増減 ■ 為替要因

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）



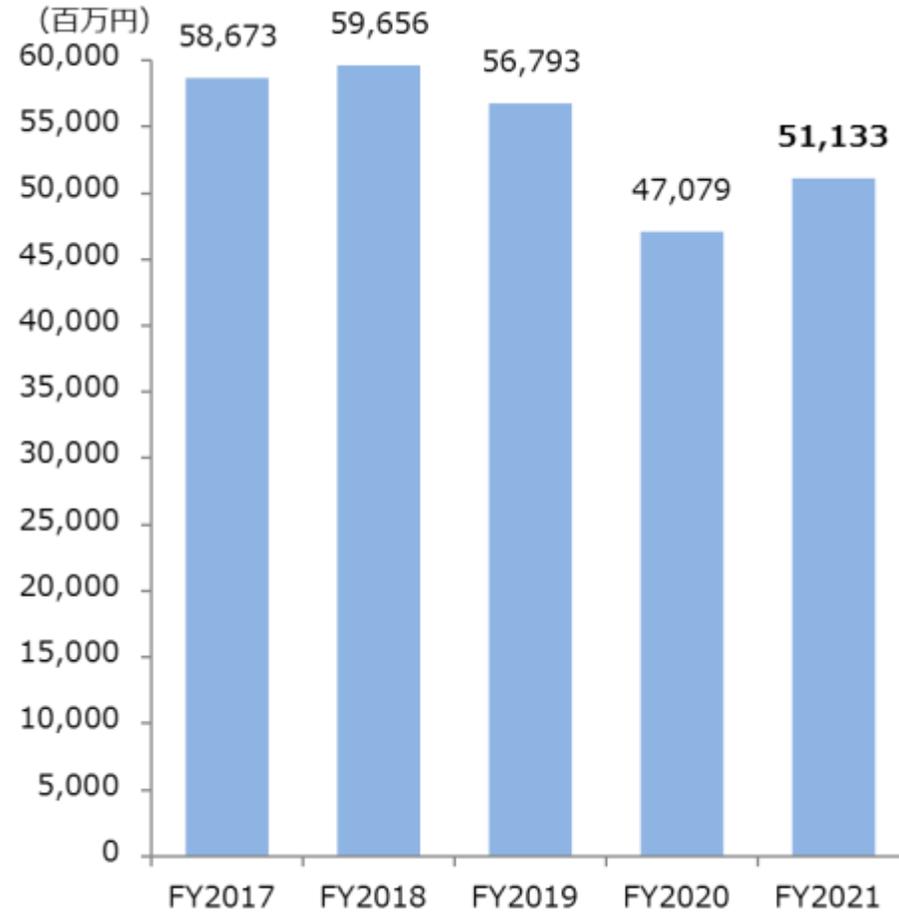
注： FY2021 = 2022年3月期

■ 期末在庫 ■ 実増減 ■ 為替要因

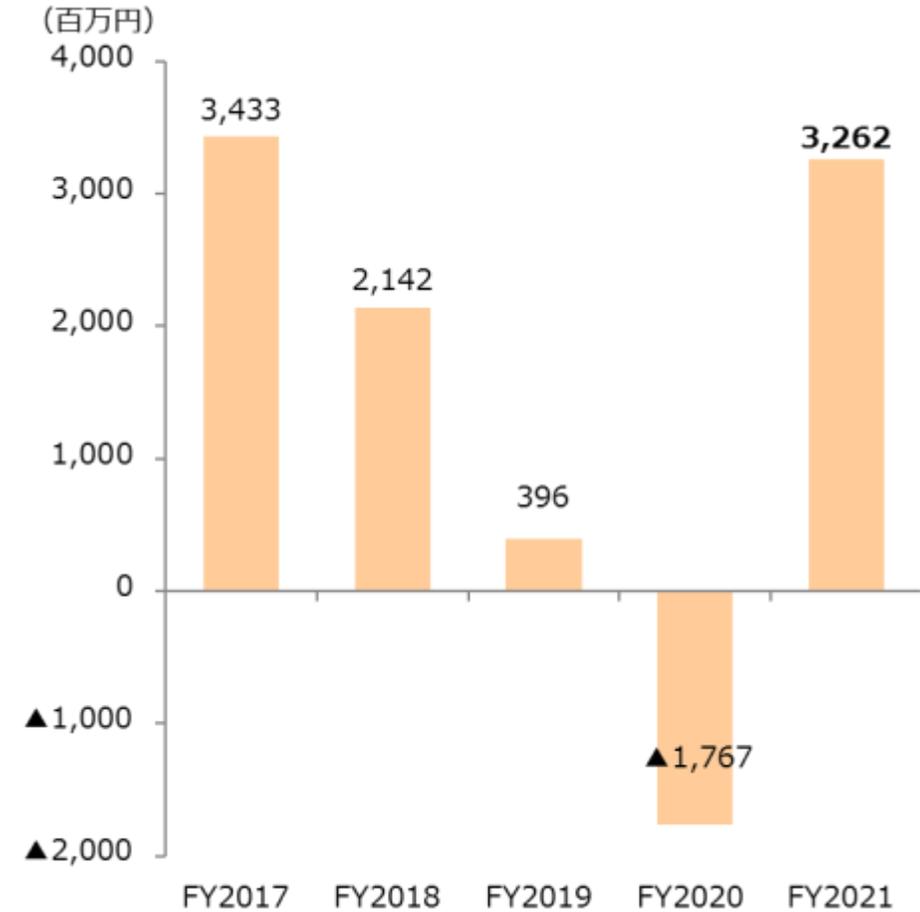
セグメント別売上高・営業利益の推移（日本）



売上高



営業利益

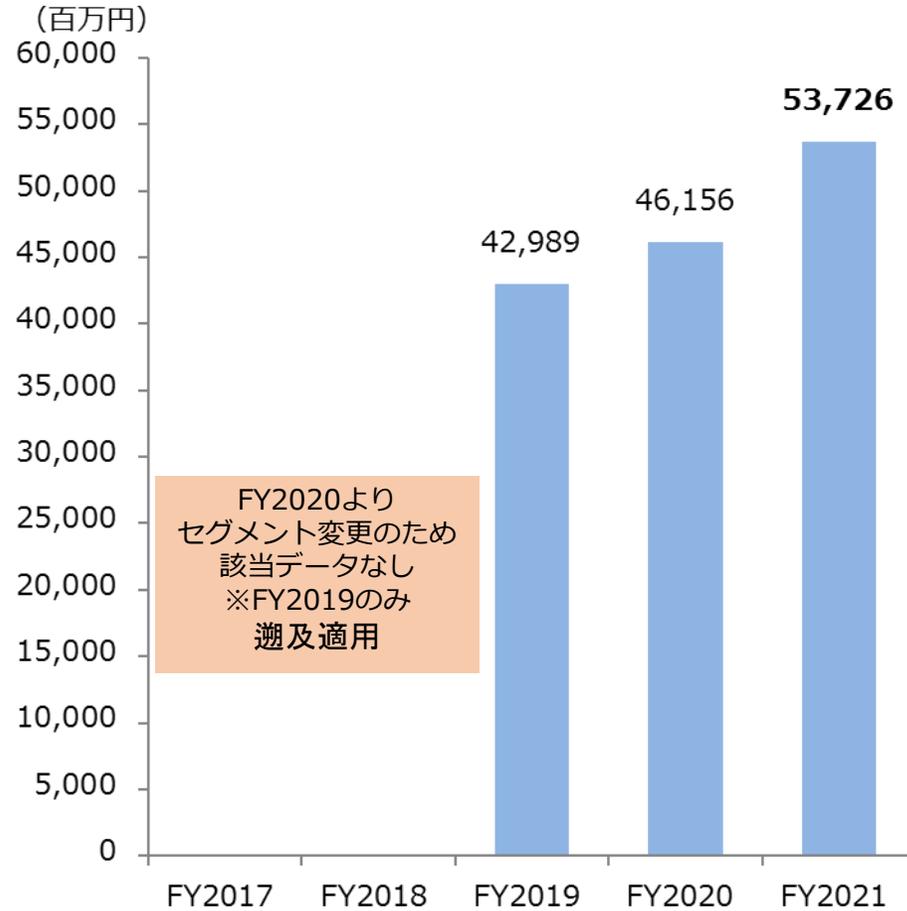


注： FY2021 = 2022年3月期

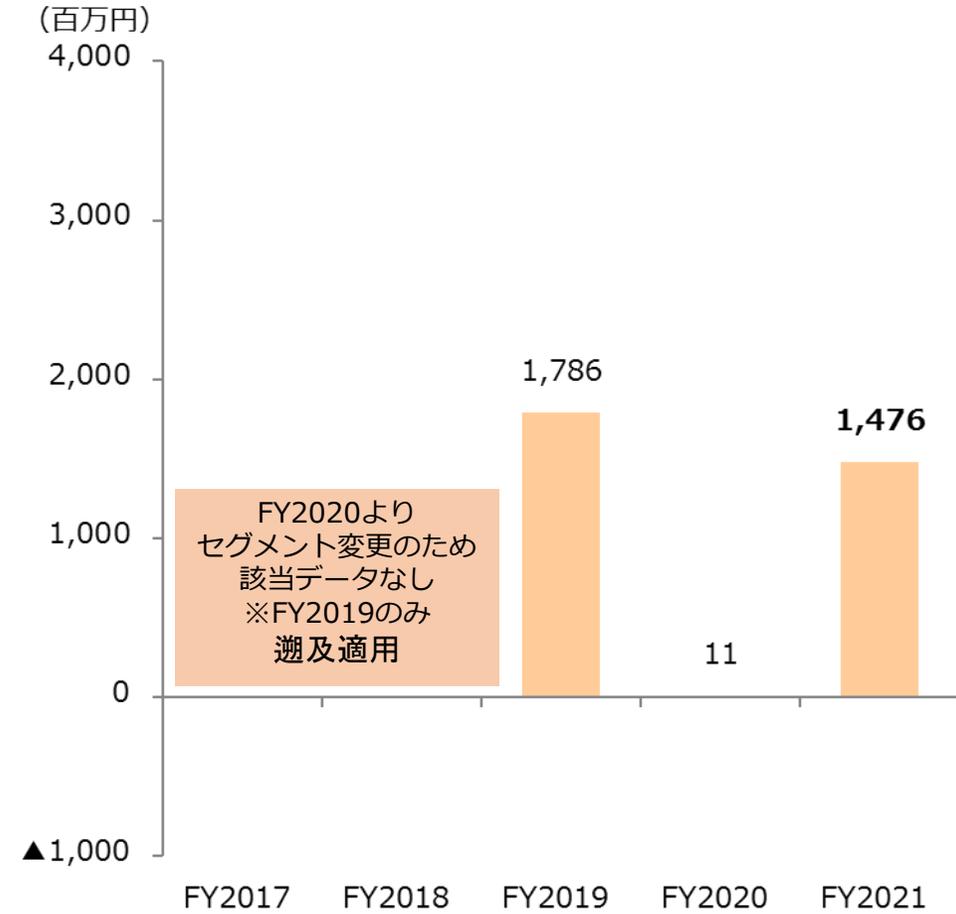
セグメント別売上高・営業利益の推移（韓国）



売上高

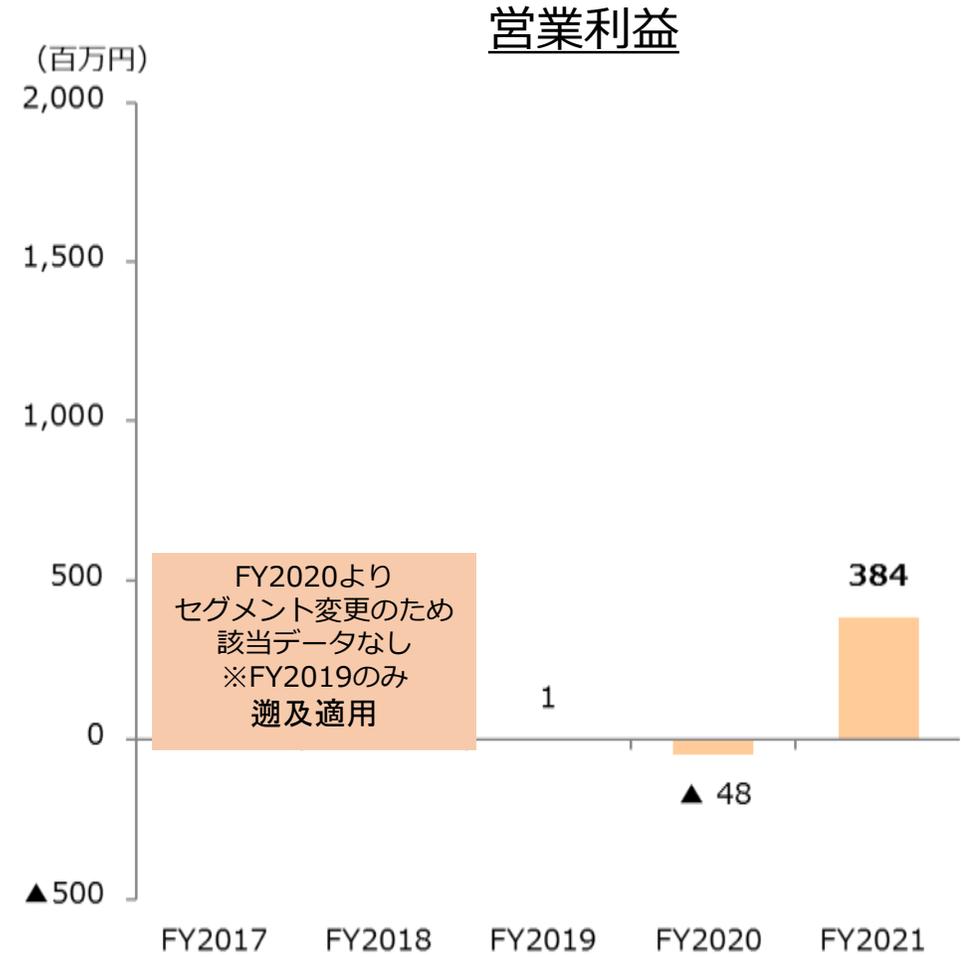
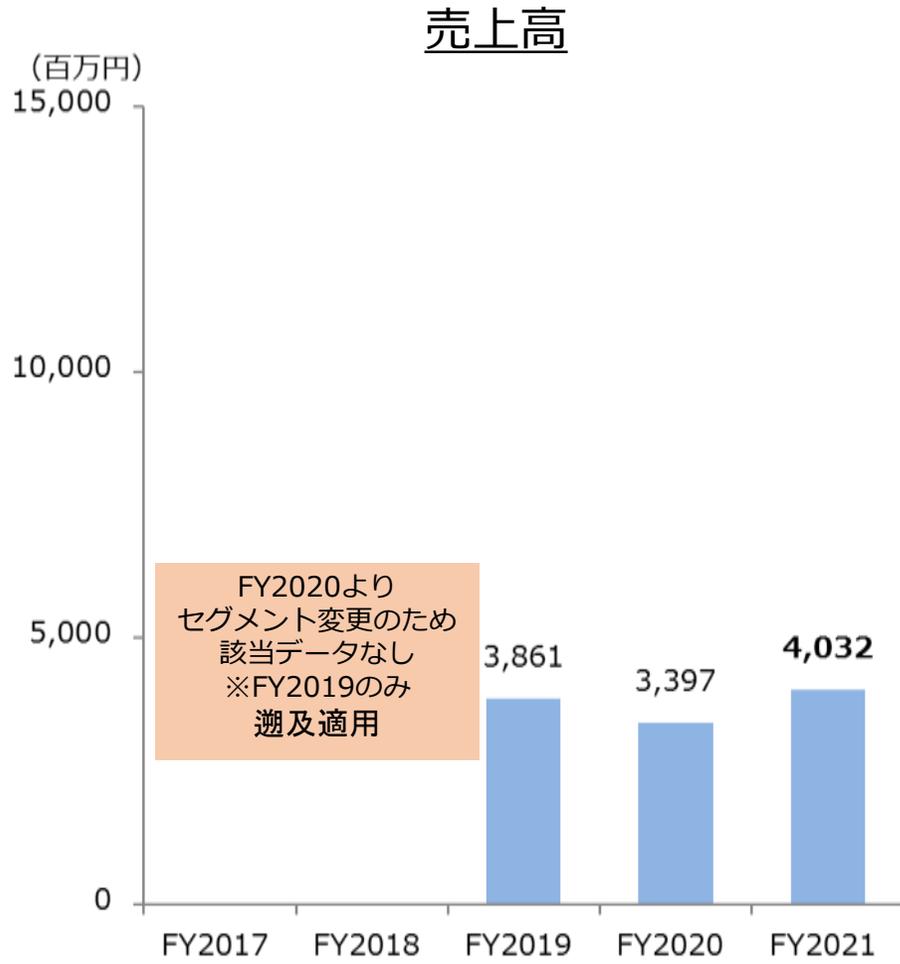


営業利益



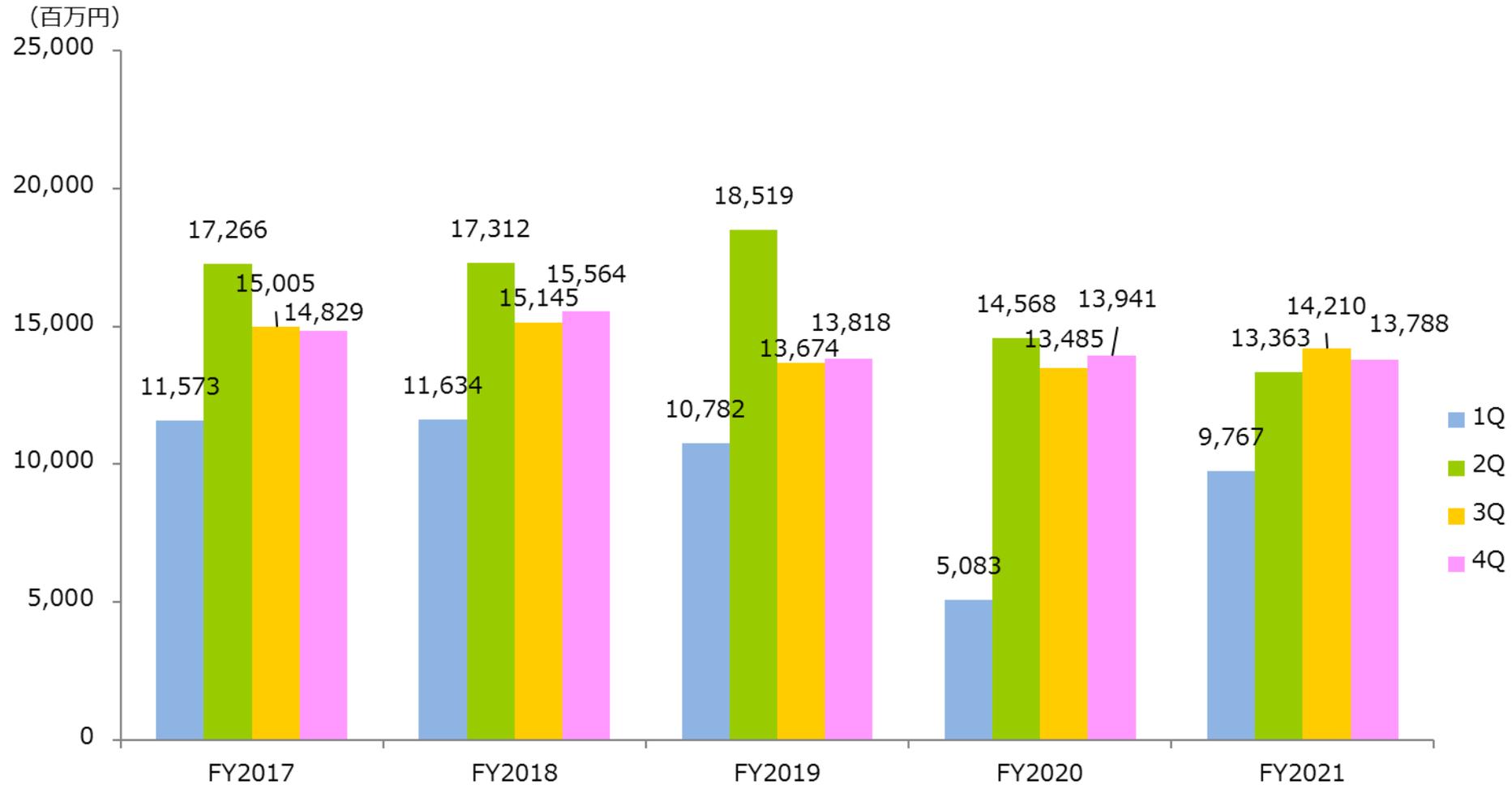
注： FY2021 = 2022年3月期

セグメント別売上高・営業利益の推移（中国）



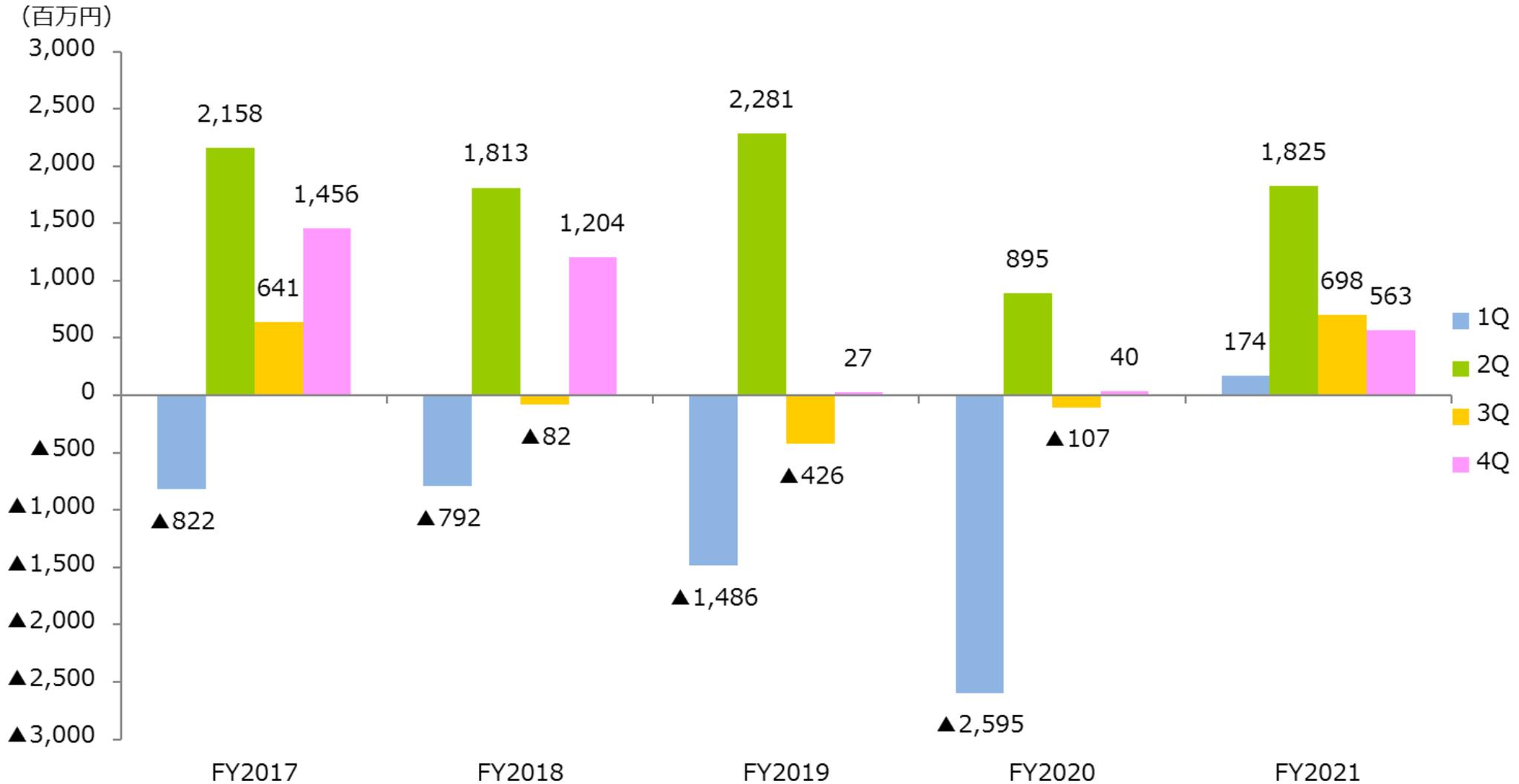
注： FY2021 = 2022年3月期

セグメント別四半期ごとの売上高の推移（日本）



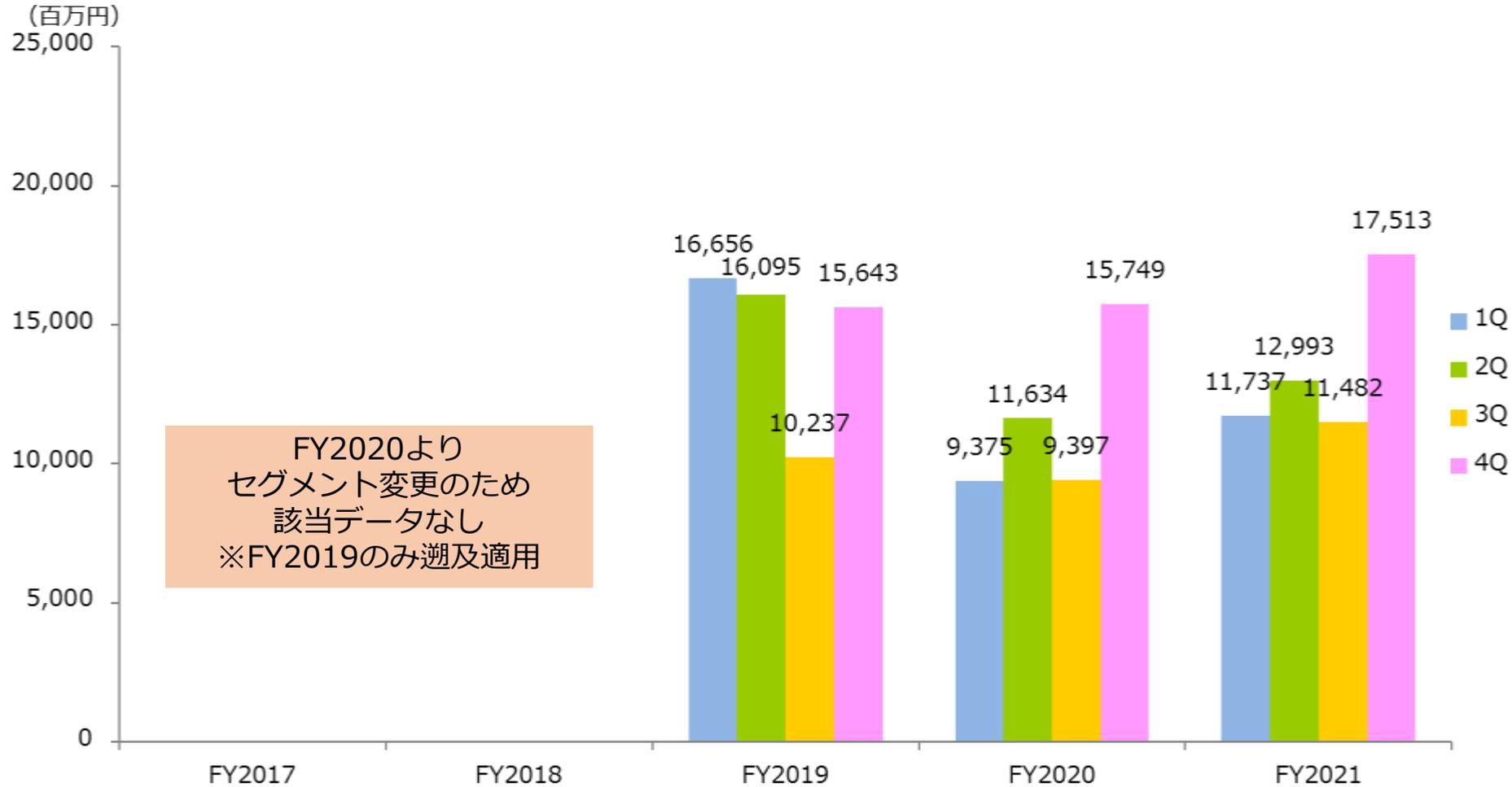
注： FY2021 = 2022年3月期

セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（日本）



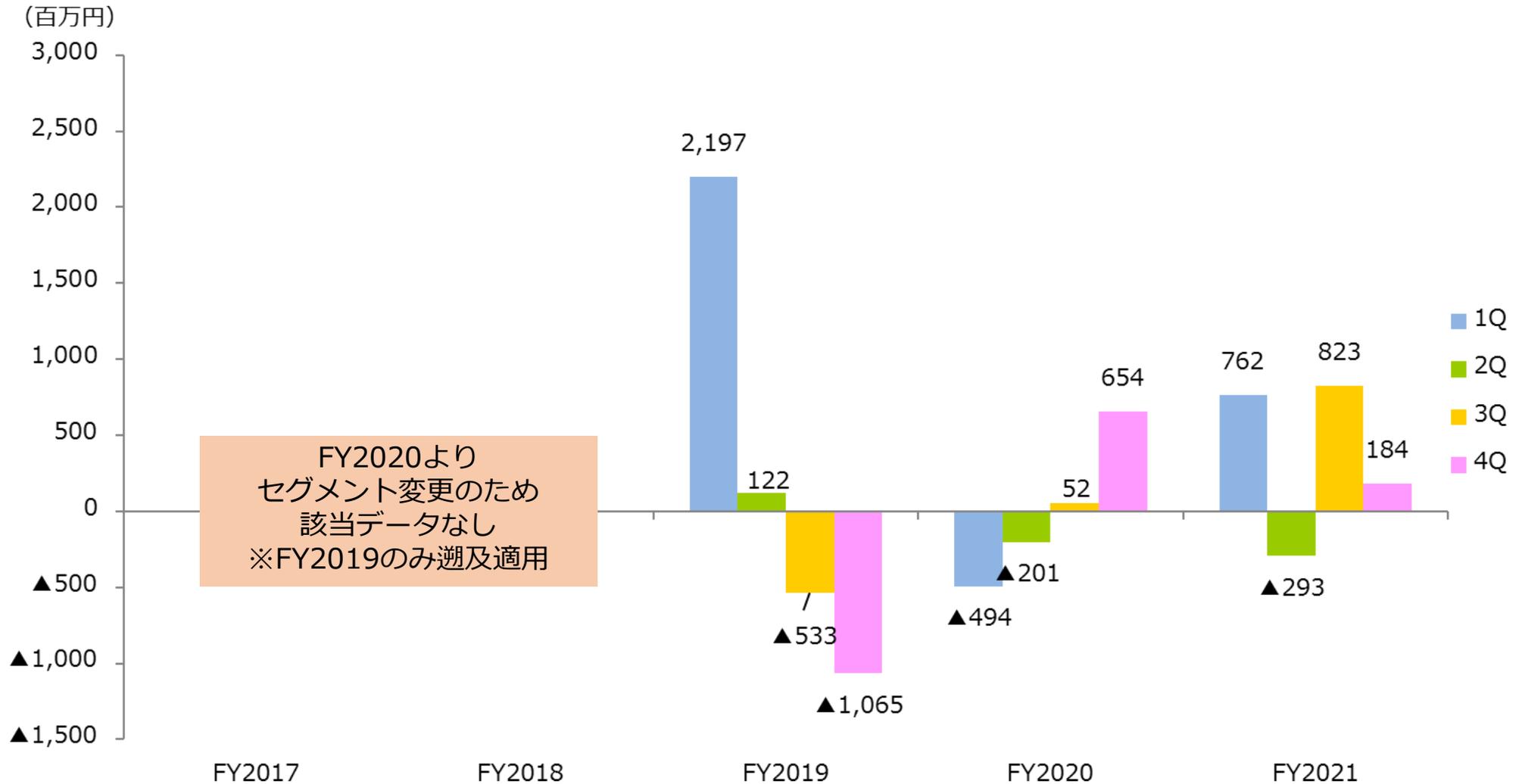
注： FY2021 = 2022年3月期

セグメント別四半期ごとの売上高の推移（韓国）



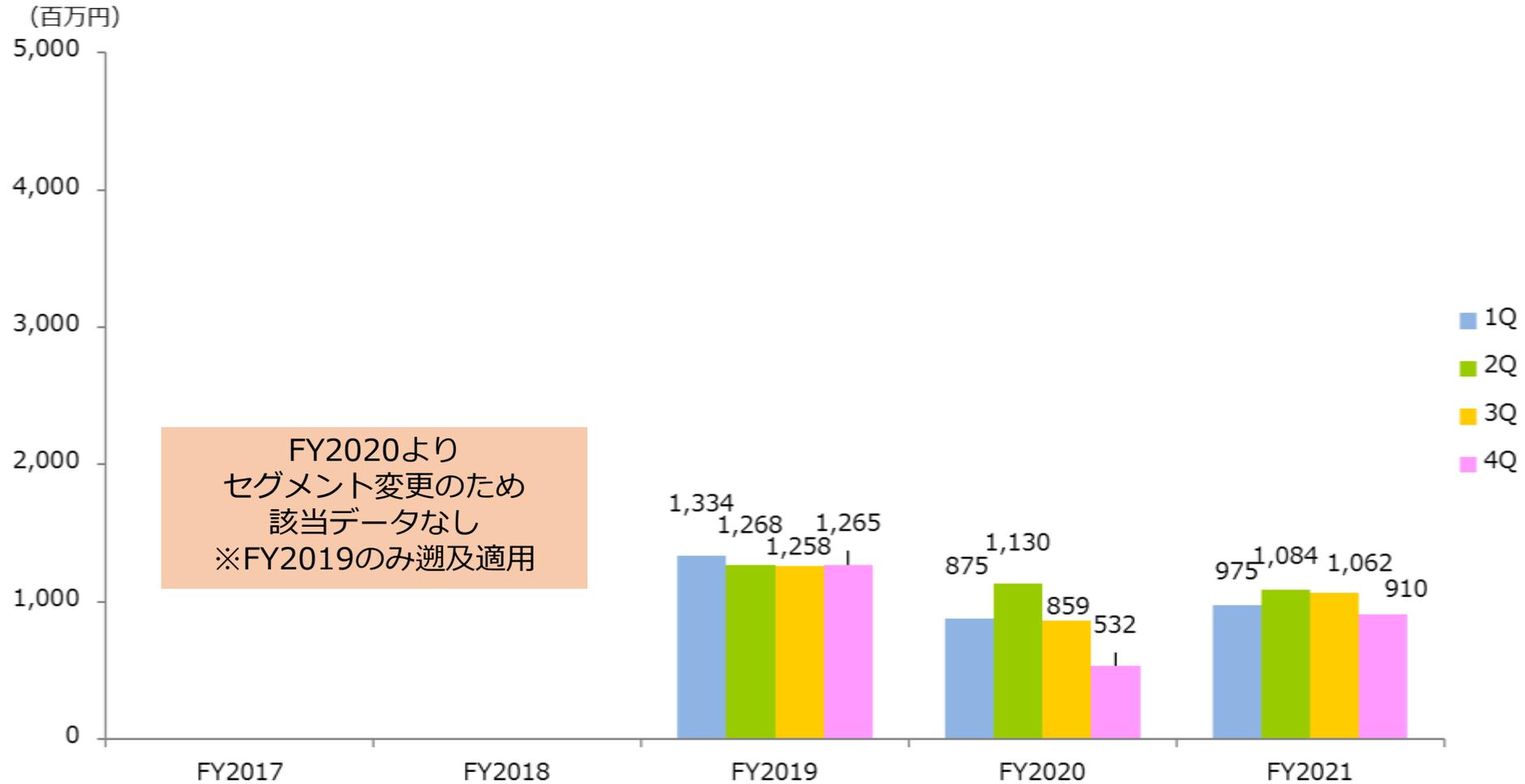
注： FY2021 = 2022年3月期

セグメント別四半期ごとの営業利益の推移（韓国）



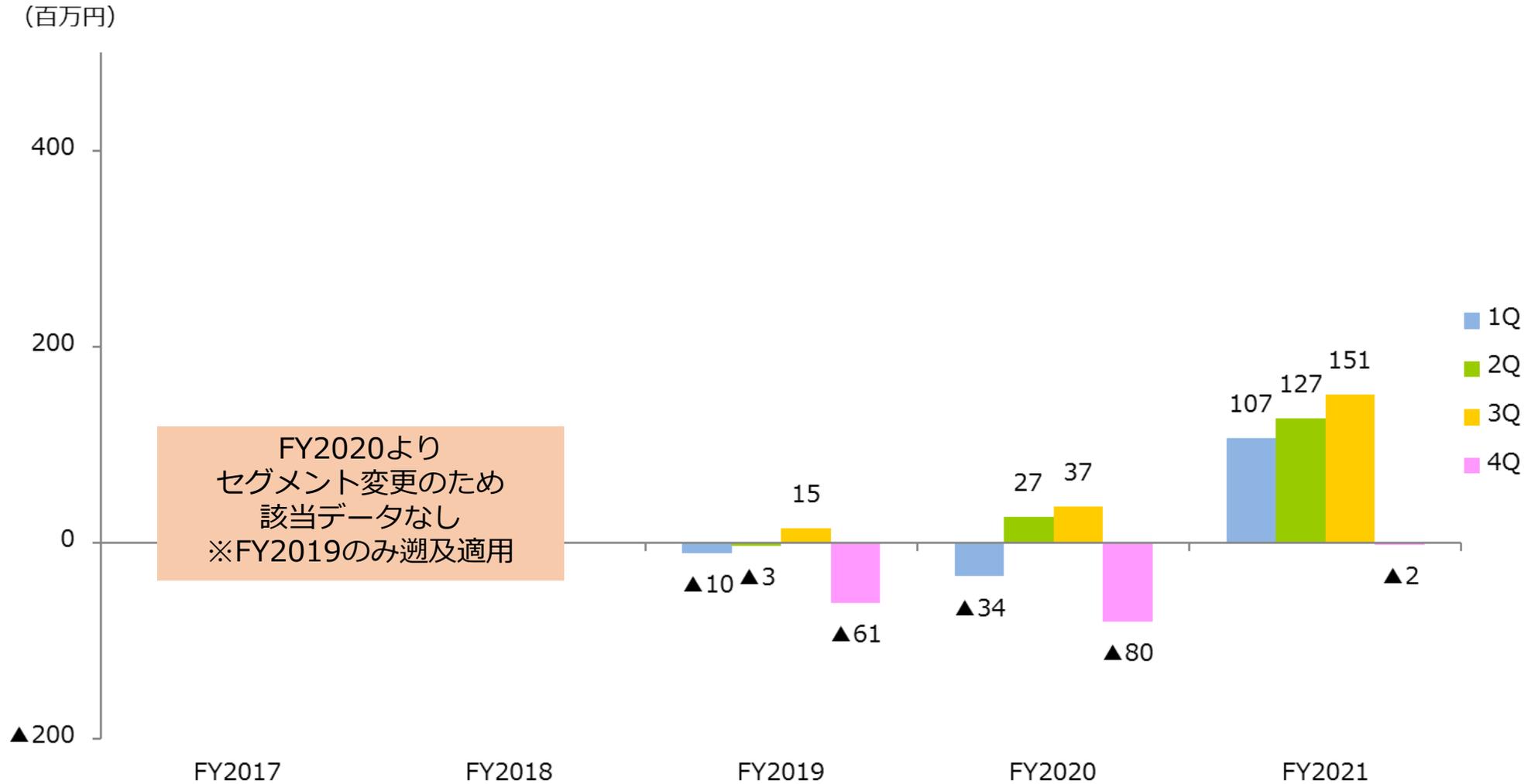
注： FY2021 = 2022年3月期

セグメント別四半期ごとの売上高の推移（中国）



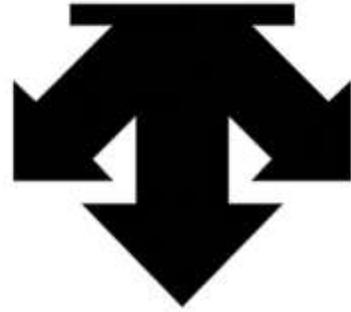
注： FY2021 = 2022年3月期

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