



本多灯選手(日本大学/アリーナつきみ野スポーツクラブ)

社長メッセージ

▶ 重点戦略として掲げている日本事業の構造改革の進捗について教えてください

日本事業の構造改革は、中期経営計画「D-Summit 2023」の重点戦略ですが、私が社長に就任した当初から継続的に取り組んでいます。先期はその成果が始め、予想以上の改善ができましたが、今期も改善は順調に進み、結果が顕著に数字に表れています。

特に、返品・値引きの是正に関して、返品は従来の約5分の1にまで削減でき、値引きも半減しました。また在庫も大幅に減らすことができましたので、いよいよ本当の改革に手をつけられる状況になったと考えています。

収益改善に向けて取り組んでいるDirect to Consumer事業(以下、DTC)においてはさらにレベルを上げる必要があると感じています。DTC事業のうち、最も難易度が高いプロパー直営店の展開に本格的に取り組み始めて1年半が経過しましたが、やはり収益に貢献するという姿になるまでは最低でも3年はかかると考えています。「D-Summit 2023」の半分の時間をかけ、問題点・改善点を整理してきましたので、至急それに対して対策を打っているところです。今期の後半でどこまで進められるか、来期にかけてどこまで店舗レベル・ECレベルを上げていけるかが日本事業の改革の本丸だと思っています。

DTCは、販売戦略だけではなくあらゆる点に手を打たなければなりません。基本的な方針は、意思と覚悟を持って作った商品売り切るといふものです。まず商品企画についてですが、当社は今まで卸中心のビジネスをしてきたため、私たちが企画する商品は、消費者としてのお客様目線の考え方が欠けていました。自社店舗やECに主眼を置くと、お客様に買っていただける商品群を揃える必要がありますので、従来の商品企画



代表取締役社長 小関 秀一

の考え方を変えていきます。ブランドの価値を伝えるブランディング、販売価格帯の設定、さらにどこで作るかという仕入れに至るまで改革をしています。特に現状、仕入改革に注力しており、我々が主体的に仕入をコントロールする、つまり売り切る覚悟を持って生産数量を決め、どの工場で作るかという判断をした上で生産発注をするように変えています。その結果、生産点数を絞りこむことが出来ており、さらには品番を減らして1品番当たりの生産点数を増やすということに手をつけています。

DTCで利益を上げるには、一定の売上規模が必要ですが、現状ではまだ正価で売れる割合は十分ではありません。安売りや処分をやめ、無駄なものをつくらなくなったので、アウトレットでも売上・利益は伸びていますが、今後は正価での売上をどれだけ上げられるかがポイントになってきます。売場としての店舗の改装も始めています。今期は店舗をさらに出店する時期ではないと考えていますが、売れる店舗にしていくために、モデル店舗をつくり、そこでTry & Errorを繰り返し、施策の効果を計りPDCAを回していきます。

▶ 寧波ルコック服飾有限公司とアリーナ上海実業有限公司の子会社化を発表された中国事業について状況をお聞かせください

中国での「デサント」ブランドの事業は、継続的に伸長しており、2022年3月末に始まった上海地区を中心としたロックダウンの影響はありましたが今期も前年対比で大幅に伸長しています。JVが運営していた「ルコックスポルティフ」はコロナ以降苦戦が続いています。中国市場で伸び悩むということは、シンプルに商品・経営に問題があったと思っています。一刻も早い経営改革が必要と判断し、寧波ルコック服飾有限公司(以下寧波ルコック)の出資比率を増加させ子会社化することに踏み切りました。「ルコックスポルティフ」は、2024年のパリオリンピック・パラリンピックのフランス代表の正式スポンサーであり、フランス発のブランドということで、中国での注目も高まっています。本気で経営を立て直しますので、経営幹部として優秀な中国人を任命し、我々が全面的に経営をバックアップしていきます。

アリーナ上海実業有限公司(以下、アリーナ上海)も同様で、JVでの事業運営に物足りなさを感じていました。中国は人口も多く、ビジネスは非常にシビアでレベルが高いですが、「アリーナ」は水泳のトップブランドですので事業拡大が出来るかと確信しており、増資し、自社での事業展開に切り替えました。こちらも経営陣を入れ替え再スタートし、順調に推移しています。

▶ 韓国での「アンブロ」の継続伸長についてどう見ておられますか?

韓国事業は、不買運動やコロナの影響もなくなり、順調に回復してきています。中でもこの数年で大きく伸びているのが「アンブロ」です。「アンブロ」は2013年に韓国での商標権を取得。2015年に事業を開始してから、7年をかけ売上を拡大することで利益が出るブランドに成長させました。デサント코리아LTD.が「デサント」ブランドで利益を伸ばしている間に新たなブランドとして「アンブロ」の展開を始め、当初は日本と同様にサッカーブランドとして打ち出していました。その後、サッカーをオリジンとしたストリートカジュアルブランドという戦略に変更しました。それが実り、10代・20代のお客様に買ってもらえるという特徴を持ったブランドになっています。ローカライズしたブランド・マーケティングでの成功例と言えます。



スターフィールド 高陽店

▶ 更なる成長の鍵は何だとお考えですか?

当社が取り扱うブランドには、「ブランド力」があることだと思います。「デサント」「ルコックスポルティフ」「アリーナ」「マンシングウェア」「アンブロ」「イノヴェイト」は、商標を保有していますから、それらのブランド価値を最大限に活用できればもっと収益を上げられると思っています。新規にブランドを立ち上げるとなると、知名度のないところから始めなければなりません。私たちのブランドには何十年も積み上げてきた価値と知名度があります。「ルコックスポルティフ」はフランス発信で150年の歴史があり、「マンシングウェア」もアメリカ発信で70年の歴史があります。「アリーナ」は水泳のブランドとしては世界一です。こんなにたくさんのいいブランドを持っているので、ブランドの価値をお客様にしっかりとお伝えすることでさらに事業レベルをあげ、エクセレントカンパニーになることを目指しています。

▶ 「アリーナ」が復調しています

強いブランドの代表とも言える「アリーナ」は、コロナ禍でのプールの閉鎖、競技会の中止を受け、数年苦戦していましたが、今年は、韓国・日本で順調に回復しています。元々日本では、トップスイマーの着用率が高いのですが、今年はさらに中学生・高校生の競泳全国大会での着用率が非常に上がっており、ブランドイメージもさらに高まっていると感じます。

中国ではコロナの影響が残っており、まだプールが閉まっているので少し苦戦が長引いていますが、世界のトップスイマーに選ばれた「アリーナ」のブランドイメージを大切に、競技水着の категорияに集中し展開していきます。

特に100分の1秒を争うトップ



アリーナショップ 東京

スイマー向けの水着については、徹底した機能性の研究と開発をDISC OSAKAが担っています。世界的ブランドの商品を日本で開発・生産し、アジアで露出し販売するという好循環をつくれています。

▶ 「ブランド力」に加えて、デサントの他社との差別化ポイントを教えてください

“スポーツのデサント”であることですので、この点をもっと強調していきたいと考えています。

韓国、中国で「デサント」ブランドが成功した背景にはやはり“スポーツブランド”としてのエビデンスがあったと思います。スポーツアパレルとしてのこだわりのある商品がお客様に受け入れられており、そのコンセプトを守ることは必須です。スポーツを抜いてしまうと、ただのファッションとなり、他社との差別化が曖昧になります。

日本のDTC事業拡大のために、スポーツシーンだけに着用を限らない“MoveWear”の打ち出しを強めていますが、店舗ではそれだけではなく、スポーツアパレルとしての世界観が一通り見られる店づくりをしていきたいと思っています。世界のトップアスリートに支持されているスポーツアパレルとしての機能性の高さや質の良さを、“MoveWear”としても展開しないと意味がありませんので、この差別化ポイントの打ち出しはもっと強めていきます。

▶ 株主の皆さまへメッセージをお願いします

上期は非常に順調でした。一方、原料高やエネルギー価格は上昇の一途をたどっており、また為替も大きく変動しているため、不確実性が高まっています。外的要因の影響は大きいですが、公表計画は確実に実行し、日本ではDTC事業の拡大に向けて、来期につながる布石を確実に打っていきます。中国の新たな子会社2社については、経営の関与を強め、決算も連結することになりますので売上・利益ともに連結業績への貢献を高めていきたいと思っています。

第3四半期の決算公表時には、通期見通しの確実性がより高まりますので、配当についてはその時点でお伝えします。

最後にお知らせとなりますが当社の価値創造プロセスやESGの取り組みをよりわかりやすくステークホルダーの皆さまに示したいとの考えから、今期初めて「統合報告書」を発行しました。ぜひお読みいただき、今後さらに私たちがどう成長していこうとしているのかそのエッセンスを受け取っていただければ幸いです。

▶ 統合報告書の詳細はこちら

URL: <https://www.descente.co.jp/jp/ir/library/integratedreport2022/>



▶ 決算関連情報の詳細はこちら

URL: <https://www.descente.co.jp/jp/ir/library/>



会社情報

会社概要

株式会社デサント

創業	1935年(昭和10年)2月
設立	1958年(昭和33年)2月
代表取締役社長	小関 秀一
資本金	38億4,620万円
年商	1,089億円(連結、2022年3月期)
従業員数	2,662名(連結) 24名(単体)(2022年9月30日現在)
業種	スポーツ用品およびこれらに関するものの製造と販売
東京オフィス	東京都豊島区目白1-4-8 〒171-8580 TEL. (03)5979-6006 (総務・秘書課)
大阪オフィス	大阪府大阪市浪速区湊町1丁目2番3号 マルイト難波ビル13階 〒556-0017 TEL. (06)6633-4201 (人事統括課)
役員	代表取締役社長：小関 秀一 取締役専務執行役員：清水 源也 取締役常務執行役員：小川 典利大 社外取締役：東 智徳* 社外取締役：佐藤 誠治* 社外取締役：笠原 安代* 常勤監査役：中島 幹夫 社外監査役：吉岡 浩一* 社外監査役：松本 章*

*株式会社東京証券取引所の定めに基く独立役員です。

ブランド一覧

(2022年9月30日現在)



株式情報

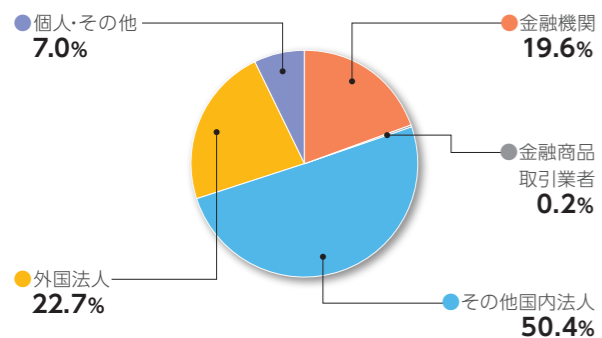
株式数および株主数

(2022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1,419,986株含む)
株主数	4,975名

株式分布状況

(2022年9月30日現在)



大株主および持株数

(2022年9月30日現在)

株主名	持株数(千株)
BSインベストメント株式会社	30,164
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	5,417
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT	3,471
日本生命保険相互会社	3,238
UBS AG HONG KONG	3,165
帝人フロンティア株式会社	2,465
MLI FOR CLIENT GENERAL OMNI NON COLLATERAL NON TREATY-PB	1,914
株式会社三井住友銀行	1,910
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
株式会社日本カस्टディ銀行(信託口)	1,350

株主メモ

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 https://www.descente.co.jp/
単元株式数	100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)

株主ご優待制度のご案内

株主の皆様の日頃のご支援に感謝申し上げます。

「DESCENTE STORE オンライン」のご利用を通して、当社製品をご愛用いただき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。末永くご支援賜りますようお願い申し上げます。

ご優待内容

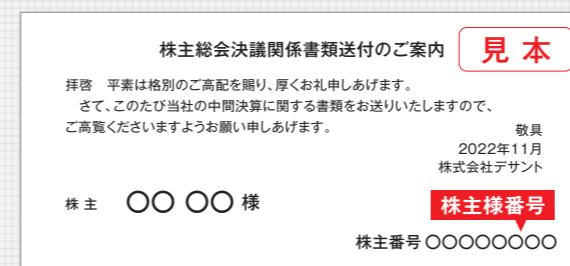
デサント公式通販サイト「DESCENTE STORE オンライン」取扱商品を**30%割引**でご購入いただけます。

※送料は550円。11,000円(税込)以上のお買い上げで送料は無料。 ※予約販売商品および一部商品は対象外となりますのでご了承下さい。
※デサント公式通販サイト「DESCENTE STORE オンライン」以外の店舗ではご利用できません。
※他のクーポンやキャンペーンとの併用ができない場合がございます。「ご注文を確定する」ボタンを押下する前に、必ずご注文内容をご確認下さい。
※優待割引のご利用は期間中6回まで、ご購入金額は1回あたり割引前価格で30万円(税抜)までとなります。

対象株主様およびご優待期間

毎年**9月30日**現在および**3月31日**現在の株式名簿に記載された当社株式**100株**以上ご所有の株主様
毎年9月30日現在株主様…12月1日～翌年6月20日 / 3月31日現在株主様…7月1日～11月20日

優待制度を利用するためにご用意いただくもの



- 同封の「株主総会決議関係書類送付のご案内」**株主様番号(8桁)**が記載されています。
- インターネットに接続できる環境(パソコン・スマートフォンなど)
- 株主様ご自身のメールアドレス
※ CLUB DESCENTEにご登録済みのメールアドレス

株主様ご優待制度全般に関するお問い合わせ先(受付時間平日9:00~16:00)
デサントジャパン株式会社 総務・秘書課 **03-5979-6006**

優待制度を利用するためにご用意いただくもの

※説明画面はすべてパソコンの画面となり、スマートフォンの画面とは異なります。

1 デサント公式通販サイト「DESCENTE STORE オンライン」にアクセスする (<https://store.descente.co.jp>)



こちらから新規会員登録またはログイン

2 新規会員登録または、既にCLUB DESCENTE会員の方はログインを行う

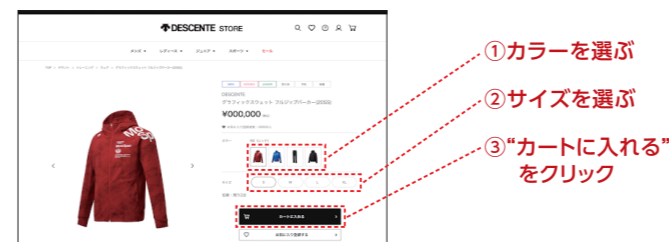
※サイトリニューアルに伴い、CLUB DESCENTEの登録が必須となります。

3 商品をお選びいただく

ブランド・性別・スポーツ・アイテムなどから検索いただき、商品をお選び下さい。

4 欲しい商品をカートへ入れる

右部でカラーとサイズを選択し、「カートに入れる」のボタンを押してカートへ。
※左部の商品写真ではなく、右部でカラーを選択していただかないとカートへ入れることができませんのでご注意ください。



- ①カラーを選ぶ
- ②サイズを選ぶ
- ③「カートに入れる」をクリック

5 クーポンコードの入力

購入手続きの際、「お支払い情報」ページ内の「クーポンコード入力枠」に以下のコードを入力下さい。
クーポンコードは **ご優待コード + 株主様番号 + 郵便番号** となります。スペースやハイフンなどで区切らず、19桁の数字を入力して下さい。

今回のご優待コード **2212**

クーポン利用

(4桁) (8桁) (7桁)

ご優待コード + 株主様番号 + 郵便番号

戻る 注文内容確認へ

[ご注意:クーポンコードの入力がないと、割引は適用されません]

6 注文を確定する

正しく入力されると「注文内容確認」ページ右側にてクーポン値引-¥●,●●●と記載され、株主様ご優待割引が適用されます。適用されていることをご確認いただき、「注文を確定する」ボタンを押して完了です。

商品合計(税込)	¥16,500
クーポン割引	-¥4,950
送料	¥0
代金引換料金	¥694
合計(税込)	¥12,244

注文を確定する