

DESCENTE



株主の皆様へ

第55期 株主通信

2011年4月1日～2012年3月31日



株式会社 **デサント**

証券コード:8114

デサントグループのプロフィール／目次

Profile and Contents

第55期 株主通信

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(ウェアやシューズ)を企画・製造・販売しています。一般の方からプロのアスリートまで、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

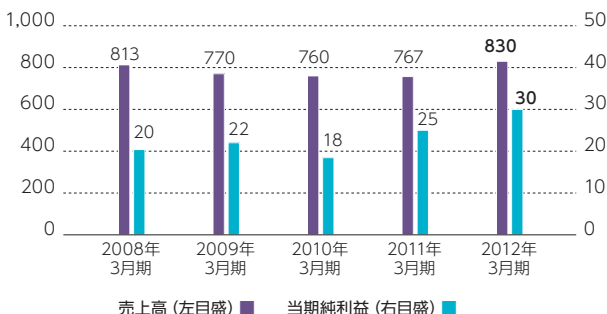
スポーツ本来の「体を動かす楽しさ」、「競い合う楽しさ」を提供することで 一人一人のいきいきとしたライフスタイルの創造に貢献します。

企業スローガン

Design for Sports

■売上高／当期純利益

(連結ベース 単位:億円)



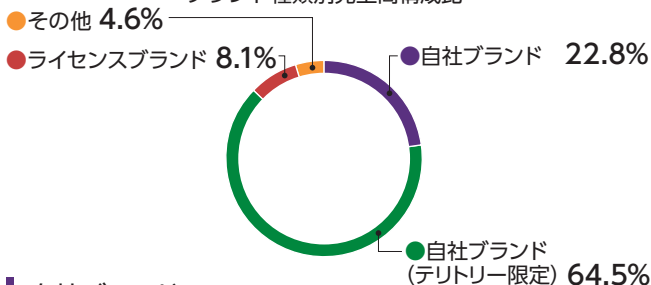
目次

■ デサントグループのプロフィール	1	■ トピックス	8
■ 社長インタビュー	2	■ 研究・開発	10
■ 中期経営計画	6	■ ブランド一覧	12

Design for Sports

■ブランド一覧

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。



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。



■ ブランド紹介	16	■ 財務情報	24
■ ブランド商品開発	18	■ 会社情報／株式情報	28
■ デサントグループのCSR	22	■ 株主メモ	30

社長インタビュー

Interview with President

第55期 株主通信



代表取締役社長 **中西 悦朗**

海外子会社の継続的な成長により、増収増益を確保。2013年3月期は、シューズビジネスの拡充や、新規ブランドによるコンプレッションウェア展開などで「Compass 2010」最終年度の事業数値目標の達成を目指します。

中期経営計画「Compass 2010」の2年目である2012年3月期の連結業績は、着実に成長を続ける海外子会社の貢献により、売上高83,029百万円(前年比8.2%増)、経常利益4,914百万円(同22.6%増)、当期純利益3,045百万円(同18.2%増)と、増収増益を確保。海外売上高比率も34%となりました。当期純利益および売上高経常利益率については、「Compass 2010」最終年度の事業数値目標を、1年前倒しで達成(P.6参照)しました。

Design for Sports

2012年3月期の概況をご説明ください。

国内では、サッカー競技者に加え一般消費者にも認知度が向上し競技用商品とライフスタイル商品が共に拡大した『アンブロ』や、登山ブームを背景に機能ウェアが人気を呼んだ『マーモット』が好調でした。海外では現地企画商品の成功や好立地への出店などにより、韓国で『デサント』『ルコックスポルティフ』が、中国で『マンシングウェア』『ルコックスポルティフ』が好調に推移しました。

中期経営計画「Compass 2010」の2年目である2012年3月期も引き続き数々の施策に取り組みました。海外ではアジアでの事業展開の拡大策として、韓国で『デサント』『ルコックスポルティフ』の旗艦店をソウル市内に同時出店したほか、香港で『デサント』の展開をスタート、シンガポールでも『マンシングウェア』の直営1号店をオープンしました。さらに、台湾では『マンシングウェア』『ルコックスポルティフ』を販売する長年のパートナーである満心企業股份有限公司への資本参加による業務提携の強化を実施しました。

また、2008年秋より展開中の、太陽光を効率よく活用し、光吸収性能を高めた蓄熱保温素材「ヒートナビ」を使用した商品を海外でも本格的に販売を開始するとともに、夏の重点素材として、日傘のように太陽の熱と紫外線を遮る太陽光遮蔽素材「サンスクリーン」を使用した商品を、全11ブランドにおける水平展開でスタート。さらに、新規ブランドとして『カルバン・クライン ゴルフ』を導入したほか、『デサント』ブランドのアウトドアコレクション「デュアリス」もスタートさせました。

2012年7～8月開催のロンドンオリンピックへの関わり方を教えてください。

オリンピックは、当社の高品質・高機能なスポーツウェアを出場するトップアスリートに提供することで、当社が取り扱う

各ブランドの認知度と信頼感をさらに高める大きなチャンスでもあります。当社では、オフィシャルスポーツウェアとして『デサント』ブランドのTシャツ・ハーフパンツを日本代表選手団に提供します。新開発した『アリーナ』ブランドの競泳用水着「アクアフォース インフィニティー」をはじめ、競技ウェアでも出場選手をサポートします。

2013年3月期に実施する主な施策と、業績見通しはいかがですか？

「Compass 2010」もいよいよ2013年3月期で最終年度を迎えます。国内および海外に向けた主な施策として、以下を推進します。

(1) 商標権を保有するブランドを中心にアジアでの商圏・販路の拡大をさらに進めていきます。特に『デサント』ブランドのグローバル化を一層、推進します。

(2) シューズビジネスの拡充策として、2012年3月に発売した『デサント』ブランドのランニングシューズをはじめとする日韓共同開発を韓国・プサン市で行い、本格的な競技用シューズの開発を推進していきます。

(3) オーストラリア生まれのコンプレッションウェアブランド『スキんズ』を2012年秋冬から韓国、2013年春夏から日本・香港で展開し、中国・台湾でも順次展開の予定です。ランニング・ゴルフ・アウトドア・野球・スキーなど様々なスポーツにおいて幅広いニーズが見込まれます。上記の5地域における5年後の売上は、小売上代ベースで100億円を目指します。

(4) 国内流通政策においては、多ブランド展開のセレクトショップ「D-Select」の活性化を推進するとともに、2012年3月に大阪駅構内にオープンした「マーモット アルビ大阪店」などの各ブランドにおける店舗展開も強化します。

(5) コスト削減を目指し、材料調達や、仕入先の集約促進、またポストチャイナとしての東南アジアへの生産シフト

Design for Sports

加速など、取り組みを強化します。

以上を踏まえた2013年3月期の連結業績の予想については、売上高900億円、経常利益53億円、当期純利益35億円となり、「Compass 2010」の最終年度における事業数値目標を達成する見込みです。



配当の考え方および株主の皆様へのメッセージをお願いします。

当社は、将来の新たな事業展開と財務体質の強化のために内部留保資金を確保しつつ、株主の皆様への安定的な配当の継続に努めています。2012年3月期は、株主の皆様への利益還元として1株当たり8円の期末配当とさせていただきます。

当社グループでは、自社ブランドの『デサント』をはじめとする各ブランドについて、アジアそして欧米での展開を一層強化し、さらにグローバルなスポーツウェアメーカーへの飛躍を図っていきます。株主の皆様のこれまで以上のご支援とご鞭撻を賜りたく、よろしくお願い申し上げます。

2012年6月

代表取締役社長 中西 悦朗

中期経営計画

Medium-term Management Plan

第55期 株主通信

■「Compass 2010」の2年目が終了

2011年3月期からスタートした3カ年の中期経営計画「Compass 2010」の達成に向け、グループ基本戦略に基づく施策に取り組んでいます。新たに設定した3つの重点事業領域(アスレチック・ゴルフ・アウトドア)について、2年目までの成果と最終年度の取り組みをご説明します。

以下に、2012年3月期の実績と、2013年3月期の連結業績予想、中期経営計画の目標数値を記載しました。当期純利益および売上高経常利益率については1年前倒しで目標数値を達成。連結業績予想では、売上高・経常利益・当期純利益ともに「Compass 2010」で掲げた目標数値を達成する見込みです。

	2012年3月期実績	2013年3月期	
		連結業績予想	中期経営計画
売上高(億円)	830	900	880
経常利益(億円)	49	53	50
当期純利益(億円)	30	35	30
売上高経常利益率	5.9%	5.9%	5.7%
ROA	7.4%	7.5%	7.5%

■3つの重点事業領域における 2年目までの成果と最終年度の取り組み

アスレチックでの目標:

開発力をさらに強化して、新規種目へ進出(ランニング事業・サイクリング事業)／積極的に新規事業分野を開拓(シューズ事業・健康関連事業)

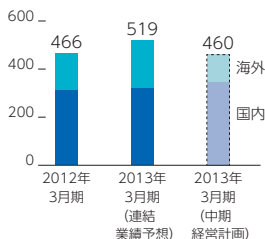
2年目までの主な成果

- ▶ 韓国での『デサント』の拡大
- ▶ 『スキinz』のアジア5カ国(日本・中国・韓国・台湾・香港)における商標権を取得

Design for Sports

アスレチックの売上高

(単位：億円)



2013年3月期の主な取り組み

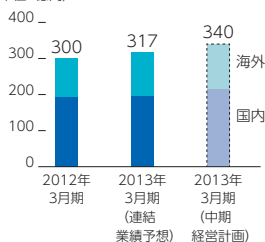
- ▶ 本格的なランニングシューズの開発 (韓国・プサン市にて日韓で共同開発をスタート)
- ▶ 香港エリアでの『デサント』ブランドの拡大
- ▶ 北米でサイクリングビジネスに再取り組み

ゴルフでの目標:

東南アジアでの展開強化／総合展開へのトライ／流通別での事業効率化の推進

ゴルフの売上高

(単位：億円)



2年目までの主な成果

- ▶ 『カルバン・クライン ゴルフ』を導入
- ▶ ブランドポートフォリオの見直し：『ミラ・ショーン スポーツ』の撤退と『ランバン スポール』へのシフトを加速

2013年3月期の主な取り組み

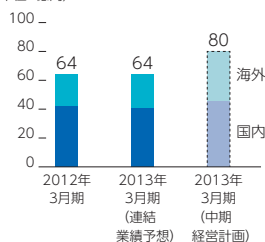
- ▶ 国内流通別の事業効率化のさらなる推進
- ▶ 中国エリア事業の再構築 (現地商品企画力のさらなる強化およびゴルフ専門店の流通展開)
- ▶ 東南アジアでの事業深耕

アウトドアでの目標:

グローバル市場での『デサント』の展開強化

アウトドアの売上高

(単位：億円)



2年目までの主な成果

- ▶ 『デサント』のアウトドアカテゴリーの展開
- ▶ ブランドポートフォリオの見直し：『ホールアース』の撤退と『マーマット』『デサント』へのシフトを加速

2013年3月期の主な取り組み

- ▶ 日本、ヨーロッパ、アジア各国での『デサント』のアウトドアカテゴリーの展開強化

トピックス

Topics

第55期 株主通信

■ ロンドンオリンピック出場選手をウェア提供・開発でサポート



東日本大震災からの復興への願いも込めたデザインを採用

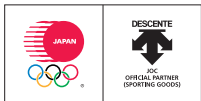
●左のTシャツ:

地球を背景にして、グリーンカラーを採用
ビーチバレー 浦田 聖子(うらた さとこ)選手
(所属:千の花)

●右のTシャツ:

日本の地形を表現した赤いラインを縦型に配置

陸上競技 塚原 直貴(つかはら なおき)選手
(所属:富士通陸上競技部)



北島 康介(きたじま こうすけ)選手
(所属:日本コカ・コーラ)

2012年7～8月に開催されるロンドンオリンピックでは、オフィシャルスポーツウェアとして、日本代表に選ばれた選手が最高のパフォーマンスを発揮することを願い、快適な機能を備えた『デサント』ブランドのTシャツ・ハーフパンツを日本代表選手団に提供します。さらに、新開発した『アリーナ』ブランドの競泳用水着「アクアフォース インフィニティー」など競技ウェアでのサポートも行います。

また、シドニー・アテネ・北京に続き、4大会連続でオリンピック出場となった北島康介選手と水着などに関するアドバイザリー契約を締結しました。期間は2012年4月から2年間です。当社は『アリーナ』ブランドの競泳水着をはじめとするスポーツウェアのサプライなどで同選手をサポートするほか、店頭プロモーションなどの宣伝活動に起用し、『アリーナ』ブランドをはじめとした当社ブランドのさらなる認知度向上を図ります。

Design for Sports

■韓国・ソウル市に『デサント』『ルコックスポルティフ』の旗艦店をオープン



韓国で好調な展開を続ける、『デサント』の店内(左)と『ルコックスポルティフ』の外観(右)

2011年12月、ソウル市の中心部を流れる漢江(ハンガン)の南側、江南(カンナム)地区の大通りに面した好立地に、『デサント』『ルコックスポルティフ』の旗艦店となる江南店を2店舗並んでオープンしました。江南地区はスポーツアパレルのショップも多く、いつも賑わいを見せています。店舗はそれぞれ約100㎡の敷地で、両ブランド共に、初年度の売上高15億ウォン(約1億円)を目指します。

■『マンシングウェア』ブランドで、宮里美香プロとウェア契約を締結



宮里 美香(みやざと みか)プロ
(所属:NTTぷらら)

2012年1月より、宮里美香プロとウェア着用に関する3年間の契約を締結しました。世界初のゴルフウェアとして1955年にアメリカで誕生し、機能性とファッション性に優れた『マンシングウェア』は、日本でもおよそ50年にわたって幅広いゴルファーの支持を得ています。

19歳で単身渡米し、現在もアメリカを拠点に活躍する宮里プロのチャレンジ精神に共感し、今回の契約の実現となりました。2012年春夏より、宮里プロを起用した店頭プロモーションなどで、ブランド認知度のさらなる向上を図ります。

スポーツウェアは、高機能な第二の皮膚になる。

モーション3D (MOTION 3D®)

当社では、これまで様々な“動き”を追求した開発を行ってきました。その脈々と受け継がれる開発思想を基にしたパターン技術を、2012年春夏シーズンより「モーション3D」と総称して全9ブランドで展開中です。関節の動きや皮膚の伸縮を妨げずに運動パフォーマンスを向上させる機能について、ご説明します。



■ モーション3Dの特長

モーション3Dとは、従来の立体裁断の概念に、動作解析を取り入れて発展させたパターン技術です。競技ごとに求められる動きの解析により、種目特有の動きに適したパターン設計を施し、関節の動きや皮膚の伸縮を妨げず、運動パフォーマンスを向上させる機能が最大の特長です。

■ 体の部位ごとに機能を特定



モーション3Dは、ゴルフやサイクリング・サッカーなど、様々なスポーツごとに、体の部位(肩・腕・脇・背中・膝・臀部・脚など)の動きを分析し、生み出されました。

Design for Sports

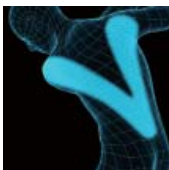
■ 採用例:ゴルフスウィング

一例として、スウィングなど、ゴルフの動作解析から導き出されたパターン設計をご紹介します。



肩・脇部:スウィングサポート構造

アーチ状サポートパーツで、余裕のある振り上げ感、パワーロスの少ないスムーズな振り抜きを実現。



背中部:ねじれ吸収複合カッティング

肩甲骨の動きに伴う皮膚の伸縮、骨盤を基点とした上半身のねじれ、脇下のねじれに伴う皮膚の伸縮に対応。



臀・腿・膝・腰部:ねじれ吸収複合カッティング

ヒップ部分のストレス解消、膝周りのひきつれ、前腰部分のだぶつきに対応。

■ 全9ブランド展開であらゆるスポーツシーンに対応



カッターアンドバック
半袖windブレーカー

2012年春夏シーズンより、ゴルフ・サイクリング・サッカーをはじめ全9ブランドのスポーツウェアで「モーション3D」を採用しています。詳しい情報は専用のウェブサイト(<http://www.motion3d.jp/>)をご覧ください。



Calvin Klein
golf



le coq sportif
GOLF COLLECTION



Marmot

Munsingwear



「モーション3D」を採用する9ブランド(『ルコックスポルティフ』はゴルフを含む)

ブランド一覧

Our Brands

第55期 株主通信

現在、デサントが取り扱うブランドを「アスレチック」「ゴルフ」「アウトドア」の3つの事業領域に分けて、ご紹介します。

●**アスレチック**：「競い合う楽しさ」がある野球・サッカー・スイム・テニスなどのカテゴリーでブランドを展開。

●**ゴルフ**：機能性とファッション性を併せ持つ特徴のある複数のブランドを展開。

●**アウトドア**：スキー・スノーボード・アウトドアなど、大自然という厳しい環境で高い信頼性を誇るブランドを展開。

アスレチック

DESCENTE



デサント

展開エリア：日本、米国、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリー：野球、バレーボール、バスケットボール、ランニング、トレーニング

ブランド紹介：スポーツを愛するすべての人に、トップアスリートとの共同開発に基づいて機能美を追求したスポーツモードを提案します。



アリーナ

展開エリア：日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリー：スイム、フィットネス

ブランド紹介：スイミングをコアとした、フランス生まれのスポーツブランドです。自己の可能性を信じて挑戦を続ける人々をサポートします。



ルコックスポルティフ

展開エリア：日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリー：フットボール、フットサル、サイクリング、ランニング、ライフスタイル

ブランド紹介：1882年、フランス生まれのスポーツブランドです。伝統と斬新さを融合し、高いファッション性と洗練されたデザインで新しいスポーツライフスタイルを創造します。



アンブロ

展開エリア：日本

展開カテゴリー：フットボール、フットサル

ブランド紹介：1924年にイングランドで誕生し、高品質・高機能な商品で世界中の強豪チーム・選手をサポートするフットボールブランドです。

Design for Sports

バボラ

展開エリア: 日本

展開カテゴリー: テニス、バドミントン



ブランド紹介: 1875年にフランスで生まれた、あらゆるテニスプレーヤーをサポートする高品質・高機能・高感性の本格的テニスブランドです。

クレージュスポーツフューチャー

展開エリア: 日本

展開カテゴリー: テニス、ライフスタイル



ブランド紹介: クレーージュが未来志向をコンセプトに、女性に向けて提案する上質なスポーツブランドです。

スポーツスタジオウィットム

展開エリア: 日本

展開カテゴリー: ウォーキング、フィットネス



ブランド紹介: フィットネススポーツを通じて、いつでも素敵な自分を楽しみ、人生を輝かせることに一生懸命な女性のライフスタイルをサポートします。

シセイスト

展開エリア: 日本

展開カテゴリー: インナーウェア



ブランド紹介: スポーツウェアの開発で培われた技術を活かし、「姿勢を意識する」という視点で日常生活から美と健康を応援するブランドです。

アヴィア

展開エリア: 日本

展開カテゴリー: フィットネス、ランニング



ブランド紹介: 高い機能性とデザイン性を提供するスポーツシューズブランドで、1979年にアメリカで誕生しました。

ライカ

展開エリア: 日本

展開カテゴリー: フィットネス、ランニング



ブランド紹介: 女性専用のパフォーマンスフットウェアブランドで、1988年のアメリカ生まれです。

ゴルフ

マンシングウェア

展開エリア: 日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

Munsingwear 

展開カテゴリ: ゴルフ

ブランド紹介: 世界で初めて登場した、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、快適なゴルフライフを求める大人のためのゴルフウェアを提案します。

ルコックスポルティフ

展開エリア: 日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

le coq sportif 
GOLF COLLECTION

展開カテゴリ: ゴルフ

ブランド紹介: フランス生まれのルコックスポルティフが、機能性とファッション性あふれる、お洒落なゴルフスタイルを創造します。

カッターアンドバック

展開エリア: 日本


CUTTER & BUCK

展開カテゴリ: ゴルフ

ブランド紹介: 挑戦し続けるシリアスゴルファーに向けた、機能性・快適性を併せ持つ、アメリカンスタイルのゴルフブランドです。

ランバン スポール

展開エリア: 日本


LANVIN
SPORT

展開カテゴリ: ゴルフ

ブランド紹介: パリ発のファッション性とスポーティーさを兼ね備え、プレイゴルフを核として、タウンやトラベルシーンなどでもエレガントなスポーツライフを提案するゴルフブランドです。

クレージュスポーツフューチャー

展開エリア: 日本


courrèges
sport futur

展開カテゴリ: ゴルフ

ブランド紹介: クレーージュスポーツフューチャーのゴルフラインとして、女性がゴルフシーンで望む機能性と上品さをトータルに提案します。

カルバン・クライン ゴルフ

展開エリア: 日本、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

Calvin Klein
golf

展開カテゴリ: ゴルフ

ブランド紹介: カルバンクラインゴルフは、シンプル、モダン、タイムレスをキーワードとした、クラシックなアメリカンスポーツウェアからインスパイアされたゴルフウェアです。

Design for Sports

アウトドア

DESCENTE

デサント

展開エリア: 日本、欧米、韓国、中国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリ: スキー、アウトドア

ブランド紹介: 機能美をテーマに、高機能、高品質、優れたデザイン性が世界中で支持されているスキーウェアと、都会的なセンスを備えた新しいアウトドアウェアを提案します。



AIRTO
GROUND
ASEVEN

エーセブン

展開エリア: 日本

展開カテゴリ: スノーボード

ブランド紹介: 従来のスノーボードの概念や常識にとられない、オリジナリティーあふれる日本生まれのスノーボードブランドです。

マーモット

展開エリア: 日本

展開カテゴリ: アウトドア



ブランド紹介: トップクライマーから絶対的な信頼を得る、高機能で高感度な、アメリカ生まれの本格的アウトドアブランドです。

ブランド紹介

Our Brands

第55期 株主通信

ブランド紹介 第4回 アリーナ

デサントが展開するブランドを取り上げ、様々なエピソードや最新トピックスをご紹介します。第4回は、スイムウェアに革新をもたらし続ける『アリーナ』です。

ブランド基礎情報

1973年、前年に開催されたミュンヘンオリンピックで7個の金メダルを獲得した伝説的スイマー、マーク・スピッツの名を冠したスイムウェアとともにフランスで誕生

日本展開の開始	1976年
展開カテゴリー	スイム、フィットネス
コンセプト	自分のスタイルを模索し創造する人々のためのコンテンツポラリーなスポーツライフスタイルブランドです。

■トップスイマーと共に、世界の競泳界をリード

1973年に、アスリートたちから“第二の肌”と絶賛された「スキンフィット」を発表、競泳水着の革新が始まりました。1976年のモントリオールオリンピックでは、着用選手が27個の金メダルを獲得する快挙を成し遂げ、翌1977年には、47個の金メダルと83の世界新記録という輝かしい戦歴を持つ12人のオリンピック選手によって「team arena」が結成されるなど、瞬く間に世界屈指のブランドへと成長したのです。



1977年、結成当時の「team arena」

Design for Sports



■『アリーナ』が変革するスイムウェアの歴史



金メダルを獲得した柴田亜衣選手は「エール・ブルー」を着用

デサントは1976年に『アリーナ』ブランドの展開を開始。1990年には日本およびアジアにおける商標権も取得し、先端技術を駆使したスイムウェアを次々と開発しています。ヨットの船底からヒントを得た「ストラッシュSR」(1992年)、世界水泳選手権で22の日本新記録を生み出した「スパイラル」(2001年)、そしてカワセミをヒントに流水抵抗を低減した「エール・ブルー」(2004年)は、アテネオリンピックの女子800m自由形で金メダルを獲得した柴田亜衣選手も着用しました。

このようにオリンピックや世界選手権など多くのメジャー大会で日本をはじめ、アジアの様々なナショナルチームに水着・ウェアをサプライしてきたデサントは、2012年4月に、2004年アテネオリンピックおよび2008年北京オリンピックの100・200m平泳ぎ金メダリストである北島康介選手と水着などのスポーツウェアに関するアドバイザリー契約を締結。今後もトップスイマーをはじめ、挑戦を続けるすべての人々をサポートしていきます。



2011年、スイマー自身の力を再利用する「エナジーリターン」機能を持つ「アクアフォースインフィニティ」を発表

ブランド商品開発 1

Brand Development 1

第55期 株主通信

ヒットを続ける「コウノエベルト」など、「パワーコンポ」シリーズにおける独自性の高い商品開発はどのように進められているのでしょうか？

■「バランス」と「パワー」を具現化したシリーズ



マーケティング部門
デサント
マーケティング部
アスレチックMD課
杉浦 剛
(すぎうら たけし)

「パワーコンポ」シリーズは、あらゆるスポーツに欠かせない2つのキーワード、「バランス」と「パワー」を具現化する商品ラインアップです。スポーツには、身に付けるだけで誰もがすぐに上達したり強くなったりする道具は練習をおいてほかにありません。しかし、体のバランスを整えれば、潜在能力をより発揮でき、パフォーマンス向上につながります。『デサント』では、この考え方を「Balance is Power」というコンセプトとして掲げ、次々と商品を開発しています。

2000年に最初の商品として野球用アンダーシャツを発売しました。これは、現在のコンプレッション製品の先駆けともいえるアイテムです。

■体のバランスを整える、3種類の「コウノエベルト」を開発

ウェア中心だった「パワーコンポ」シリーズに、「コウノエベルト」(骨盤用)が加わったのが2004年です。トップアスリートをサポートするスポーツトレーナーの鴻江寿治(こうのえ ひさお)氏の “骨盤のバランスを整え、肩や腰の開きを改善し本来のポテンシャルを引き出す” という理論に基づき、2年間の研究・開発期間を経て製品化しました。

2011年7月からは、肘・膝用も加わり、累計で20万本以上を出荷するヒット商品に育ちました。アスリートのみならず

Design for Sports

DESCENTE

**POWER COMPO**

一般の方からも「簡単に装着できて体のバランスを補正できる」「着用したまま自由に体を動かせる」など、好評です。



コウノエベルト[骨盤用]1500(レギュラータイプ)



上: コウノエベルト[肘用]
下: パワーフィンガー

また、足の親指の付け根(母趾球のある部分)を意識させて運動能力の向上を図る、足の親指に装着する樹脂製リング「パワーフィンガー」を発表しています(2005年発売)。

■「コウノエベルト」以降もシリーズ展開を拡充

2012年3月発売の最新アイテム「パワーコンポアクセル」は、ふくらはぎにベースサポーターと伸縮性のあるバンドを巻きつけ、強いコンプレッションをかけて羽状筋(うじょうきん)・腱をサポートし、瞬発力の向上を図るギア。鹿屋体育大学との2年間の共同研究による成果を活用した製品です。

今後も既成概念にとらわれず、斬新で効果の高いアイテムを開発・発表し続けていきます。



●左: 塚原 直貴選手
(所属: 富士通陸上競技部)
(財)日本陸上競技連盟承認済 2011年6月
●右: 栗原 恵(くりはら めぐみ)選手
(プロバレーボール選手)

ブランド商品開発 2

Brand Development 2

第55期 株主通信

スポーツに匹敵するほど、激しい運動量となる看護業務。スポーツウェアに求められる性能を基に生まれた、高機能のナースウェア開発の歴史を辿ります。

■知名度から『ルコックスポルティフ』を選択



ルコックスポルティフ
ナース開発者
川井 秋彦
(かわい あきひこ)

『ルコックスポルティフ』ブランドのナースウェアは、「ナースの運動量が、スポーツ選手のそれに近い」という調査結果からスポーツウェアの技術を活かせると判断、2003年に開発をスタートし、2004年9月に発売しました。

当時、約120万人のナースの95%以上が女性で、その6割は20～30代でした。その層の女性においては、当社ブランドの中で『ルコックスポルティフ』の知名度が高かったことから採用することに決まったのです。

ナースへの事前のヒアリングで様々な現場の声を吸い上げて開発に臨みましたが、これは、スポーツのひとつのフィールドを切り取って要求性能(スポーツウェアに求められる、運動機能性や耐久性など)を抽出し、技術を当て込むというスポーツウェアの開発手法と同じでした。

■「動きやすさ」を前面に押し出す

最大のセールスポイントは「動きやすさ」。そのため「素材とパターン」を重視して開発しました。素材面では、高ストレッチ性を重視するとともに、セラミック入りの異形断面糸を採用して吸水速乾性と防透け性を持たせました。パターンでは、最もよく動く肩の部位に立体裁断であるラグランス

Design for Sports



リーブを採用し、その結果、あらゆる動きへの対応が可能になりました。ナースのモニター調査では、「動きやすい」という評価を90%以上の方からいただいています。

一方で、静電気を抑える制電性や院内感染の防止までを含む制菌性、防汚性など、その当時のスポーツウェアには求められていなかった機能の追加には苦労しました。1年という短い開発期間でしたが、8年が経過した今でも先端を行く技術を開発できた点は成功だったと思います。



90%以上の方から「動きやすい」と評価をいただくナースウェア

■ 安心感・信頼感をさらに高め、時代の要請に応える

現在、ナースウェア・シューズに加え、薬剤師や理学療法士などのコメディカルおよびドクターウェアを展開しています。今後も、機能と品質への安心感・信頼感をより高める着実な製品開発を目指し、時代の要請に応えていきます。



脇下は汗をかきやすいため、快適な通気性を確保



ストレスフリーで動きやすい立体裁断仕上げ（ラグランスリーブ）

デサントグループのCSR

CSR Activities

第55期 株主通信

デサントグループの行動のコアとなる考え方は、「世界にも誇れる優れた機能商品を、優れたデザインでお客様に継続的にお届けする」※1ことです。その実現には、「品質安全」「顧客満足」「コンプライアンス」などCSRへの取り組みが必要です。デサントグループでは、事業を通じて果たすべき役割をCSRととらえ、その方向性を「デサントCSR方針」※2に明示しています。

●当社ウェブサイト、「CSRへの取り組み」ページの下記を参照

※1 トップメッセージ (<http://www.descente.co.jp/company/csr/csr-effort/top-message/>)

※2 デサントCSR方針 (<http://www.descente.co.jp/company/csr/csr-effort/csr-policy/>)

環境性能に優れた新しい大阪オフィスが完成

2012年2月、「人・情報・空気の活性化」をコンセプトとする新しい大阪オフィスが完成しました。社員同士の積極的なコミュニケーションを生み出し、風の通り道にもなる階段「コミュニケーションボイド」を設けたほか、昼間の照明の照度を抑える昼光センサーや屋上・壁面緑化などの省エネルギー設備を導入。環境への配慮により、大阪市の建築物総合環境評価制度(CASBEE:キャスビー)で最高のSランクを取得しました。



大阪オフィスの外観



コミュニケーションボイド

Design for Sports

■「すこやかキッズ スポーツ塾」を、群馬県みなかみ町や仙台市などで実施



みなかみ町(左)、仙台市(右)における学校訪問の様子

「すこやかキッズ スポーツ塾」は、トップアスリートが講師を務め、子どもたちにスポーツに親しむ機会を提供するイベントです。複数の種目を一堂に行う「1日スポーツ塾」と、小学校を出張訪問する「学校訪問」があり、共に2006年から開催しています。2011年度の「学校訪問」では、スポーツによる地域振興が目的の「みなかみデサントスポーツタウンプロジェクト」を当社と共同で推進中の群馬県みなかみ町や、東日本大震災の被災地である宮城県仙台市の小学校などを訪れました。

■キャリア教育支援活動「ドリカムスクール」2011を開催



最優秀賞を受賞したクラス

当社は子どもたちに対して働くことの面白さの体験・理解を促すため、NPOや企業活動の経験・アイデアを活用し、地域に密着したキャリア教育の支援を行っています。その一環として2011年10～11月に、NPO法人JAE(日本アントレプレナーシップアカデミー)が運営する「ドリカムスクール」を、大阪府高槻市立第一中学校1年生を対象に開催。「〇〇先生が喜ぶスポーツ用品をつくろう!!」をテーマに、当社の社員講師による授業を行いました。生徒たちはスポーツ用品の優れた特徴や、チームで協力し企画する力を学び、当社もスポーツの魅力を伝えることを通して社員の人材育成を実施しました。

財務情報

Financial Statements

第55期 株主通信

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	前連結会計年度 (2011年3月31日)	当連結会計年度 (2012年3月31日)
資産の部		
流動資産	48,247	51,536
固定資産	15,809	17,432
有形固定資産	9,249	10,291
無形固定資産	697	578
投資その他の資産	5,861	6,562
資産合計	64,056	68,969
負債の部		
流動負債	18,624	20,989
固定負債	3,858	4,078
負債合計	22,483	25,067
純資産の部		
株主資本	43,472	45,988
資本金	3,846	3,846
資本剰余金	25,184	25,184
利益剰余金	15,099	17,617
自己株式	△ 657	△ 659
その他の包括利益累計額	△ 1,898	△ 2,087
その他有価証券評価差額金	△ 369	△ 171
繰延ヘッジ損益	△ 2	△ 15
為替換算調整勘定	△ 1,525	△ 1,900
純資産合計	41,573	43,901
負債純資産合計	64,056	68,969

※会計方針の変更に伴う遡及適用（前年実績変更）の件について：

在外子会社等の収益及び費用は、従来、当該子会社等の決算日の為替レートにより円貨に換算していましたが、当期より期中平均レートにより換算する方法に変更しています。この変更は遡及適用され、表中の前年実績は同方法によるものに変更しています。

Design for Sports

連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	前連結会計年度 (自 2010年4月 1日 至 2011年3月31日)	当連結会計年度 (自 2011年4月 1日 至 2012年3月31日)
売上高	76,722	83,029
売上原価	40,305	42,603
売上総利益	36,417	40,426
返品調整引当金戻入額	65	12
差引売上総利益	36,482	40,439
販売費及び一般管理費	32,622	35,660
営業利益	3,860	4,779
営業外収益	329	300
営業外費用	179	164
経常利益	4,010	4,914
特別利益	196	—
特別損失	288	136
税金等調整前当期純利益	3,918	4,778
法人税、住民税及び事業税	1,322	1,850
法人税等調整額	14	△ 117
少数株主損益調整前当期純利益	2,581	3,045
少数株主利益	4	—
当期純利益	2,577	3,045

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科目	前連結会計年度 (自 2010年4月 1日 至 2011年3月31日)	当連結会計年度 (自 2011年4月 1日 至 2012年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,856	3,722
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,074	△ 2,833
財務活動によるキャッシュ・フロー	670	△ 643
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 260	△ 163
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	3,192	82
現金及び現金同等物の期首残高	14,783	17,975
現金及び現金同等物の期末残高	17,975	18,057

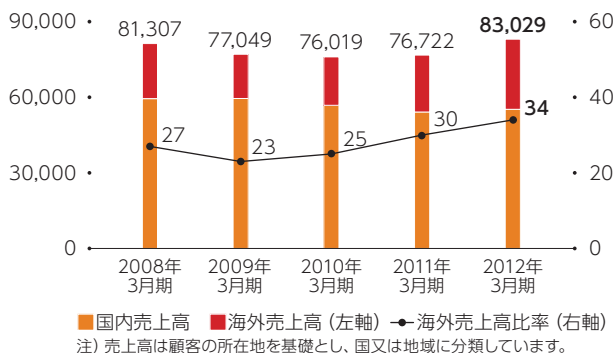
財務情報

Financial Statements

第55期 株主通信

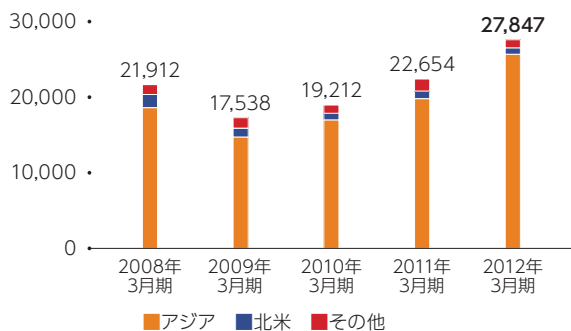
売上高推移および海外売上高比率

(単位：百万円／％)



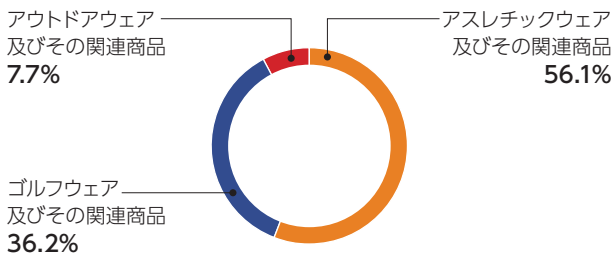
海外売上高推移

(単位：百万円)



品目別売上高構成比

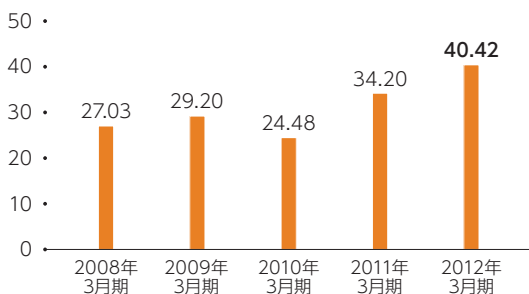
(単位：％)



Design for Sports

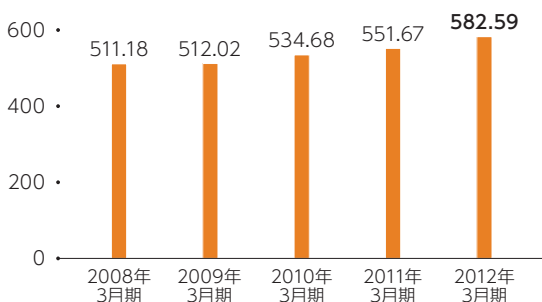
1株当たり当期純利益

(単位：円)



1株当たり純資産

(単位：円)



会社情報／株式情報

Corporate Information / Stock Information

第55期 株主通信

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	中西 悦朗
資本金	38億4,620万円
年商	830億円（連結、2012年3月期）
従業員数	1,550名（連結） 734名（単体）（2012年3月31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

代表取締役社長：	中西 悦朗	取締役：	辻本 謙一
常務取締役：	田中 嘉一	取締役：	諸藤 雅浩
常務取締役：	石本 雅敏	常勤監査役：	石本 和之
取締役：	三井 久	監査役：	八杉 昌利
取締役：	羽田 仁	監査役：	檜垣 誠次

グループ会社

連結子会社

デサントアパレル株式会社（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

ベンゼネラル株式会社（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

デサントコリア株式会社（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

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

Design for Sports

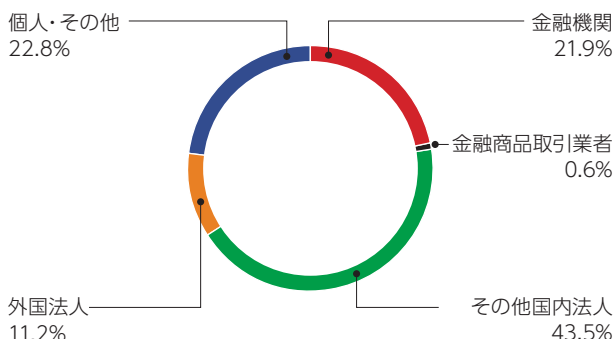
株式数および株主数

(2012年3月31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1,569,158株含む)
株主数	4,529名

株式分布状況

(2012年3月31日現在)



大株主および持株数

(千株) (2012年3月31日現在)

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	4,047
ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン エス エル オムニバス アカウント	3,367
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,224
株式会社三井住友銀行	2,110
デサント共栄会	1,876
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)	1,601
東洋紡スペシャルティズトレーディング株式会社	1,587
公益財団法人石本記念デサントスポーツ科学振興財団	1,552

上記のほか当社保有の自己株式1,569千株があります。

株主メモ

Shareholder's Memo

第55期 株主通信

株主メモ

(2012年3月31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: http://www.descente.co.jp/irs/
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

株式口座の開設先 手続の内容	証券会社	特別口座(※)
	口座開設先の証券会社	
住所変更、単元未満株式買取請求等の各種お手續	□座開設先の証券会社	三菱UFJ信託銀行株式会社 (口座管理機関) 大阪証券代行部 0120-094-777 (通話料無料)
特別口座から証券会社の口座への振替請求	—	

※2009年1月5日の株券電子化時に、株券をお手元に保管されていた株主様の株式(登録株含む。)につきましては、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につきましては、一般口座にお振替いただくことができます。三菱UFJ信託銀行大阪証券代行部までお問い合わせください。

DESCENTE



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。

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

