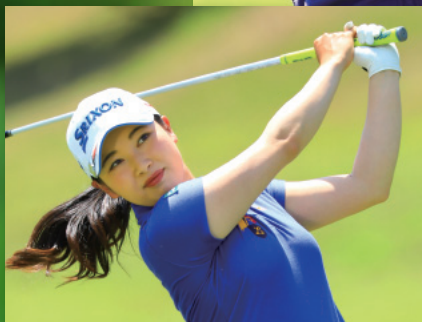


株主の皆様へ

# 第62期 中間株主通信

2018年 4月1日 ~ 9月30日

DESCENTE



株式会社デサント

証券コード：8114

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

# 「売場を創る力」、「モノを創る力」を強化、そして「共創」により、



2018年は自然災害が多く発生しました。  
「平成30年北海道胆振東部地震」「平成30年台風21号」  
「平成30年7月豪雨」など自然災害において  
亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、  
被害にあわれた全ての皆様に心よりお見舞い申し上げます。  
被災地の一日も早い復旧・復興をお祈りいたします。

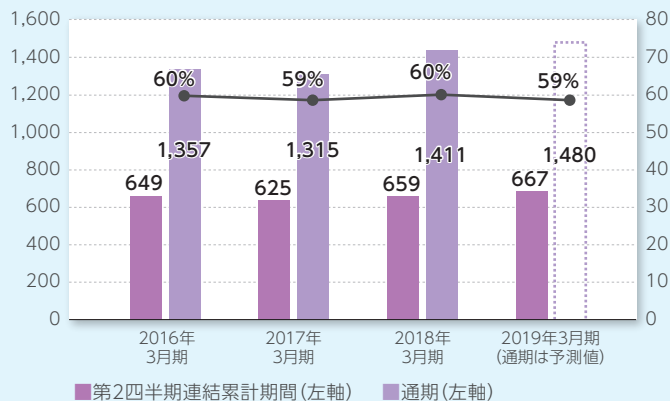
## ▶ 初めに、当第2四半期の業績をお聞かせください

2019年3月期第2四半期の業績は、売上高66,768百万円(前年同四半期1.2%増)、営業利益2,873百万円(同15.5%減)、経常利益3,219百万円(同8.1%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益2,291百万円(同6.1%減)となりました。売上については、当社の主要な柱となる日本・韓国・中国のいずれも前年を上回る結果を出すことができました。利益に関しては、北米におけるDESCENTE ATHLETIC AMERICAS INC.の設立など更なる事業の成長に向けた先行投資や韓国の在庫処理の影響で減益となりました。

## ▶ 各国の特徴的な取り組みについてお聞かせください

まず韓国ですが、昨年度から引き続き『デサント』の売上が好調

### ◆ 売上高推移および海外売上高比率 (単位：億円/%)



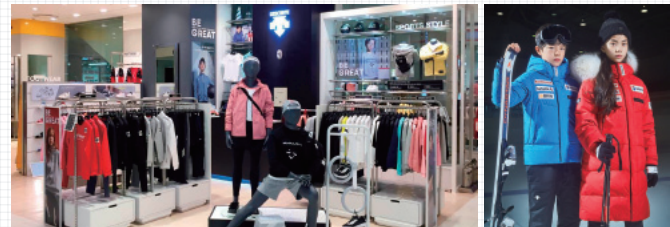
■ 第2四半期連結累計期間(左軸) ■ 通期(左軸)  
● 海外売上高比率(右軸)

注) 売上高は顧客の所在地を基礎とし、国又は地域に分類しています。

# 新しい価値を生み続けていきます。

です。トレンドに敏感な韓国で安定しているというのは他の地域での展開にも好影響です。2018年度の上期にはスポーツウエアを日常着に落とし込む「アスレジャー」というファッションスタイルの新業態店舗「DESCENTE DUAL(デサント デュアル)」の展開を始めました。また、「ヤングアスリート」と呼ばれるジュニアのカテゴリーの展開を拡大するなど新しい取り組みにも注力しています。

第3の柱として注力してきた中国については、3社の持分法適用関連会社(寧波ルコック服飾有限公司、デサントチャイナ有限公司、アリーナ上海実業有限公司)の売上高は連結には反映されませんが、計画通りの新店舗出店と既存店の順調な推移により、3社合計で前年同期比165%(現地通貨ベース)の売上を達成しています。『デサント』ブランドを展開するデサントチャイナ有限公司は、店舗出店のための先行投資により、未だ利益を出すには至っていない状況ですが、売上が好調なため、計画より少し前倒しでの黒字化を想定しています。今後は現地のニーズを捉えた商品企画が必要と感じているため、現地で企画するライセンス商品を

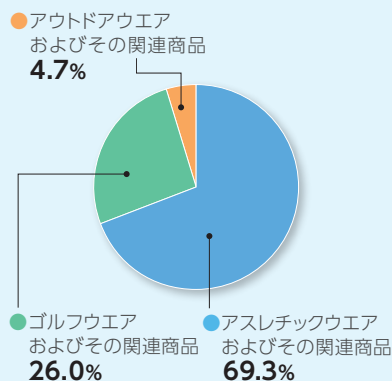


韓国で展開を拡大する「ヤングアスリート」の店舗と商品

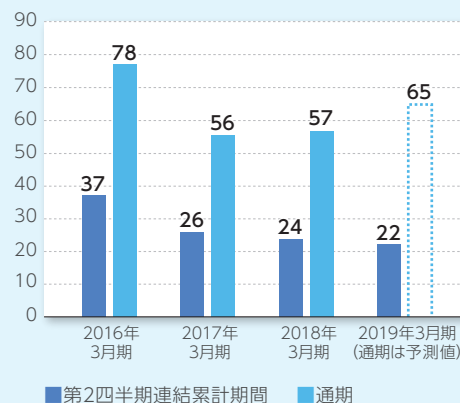
増やしていきます。

さらに、4本目の柱にするべく東南アジアや北米への取り組みも開始しています。上期には、ベトナムに『マンシングウエア』の店舗を2店舗開設しました。インドネシアには『ルコックスポルティブ』の店舗をオープンさせ、今期中にさらに3店舗出店予定です。他のアジア諸国同様、若い世代を中心にスポーツライフスタイルのカテゴリーが順調です。しかし、東南アジアの各国は、日・中・韓とは違い通年気温が高いため、現地の気候やニーズに合わせた商品企画を行っていく必要があります。

## ◆ 品目別売上高構成比 (単位：%) (当第2四半期連結累計期間)



## ◆ 親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益 (単位：億円)



## ◆ 通期連結業績予想

	2019年 3月期計画	2018年 3月期
売上高(億円)	1,480	1,411
営業利益(億円)	96	95
経常利益(億円)	100	96
親会社株主に帰属する 当期純利益(億円)	65	57
1株当たり 当期純利益(円)	86.24	76.59

北米については、2018年3月にDESCENTE ATHLETIC AMERICAS INC.を設立し、従来のスキーを中心とした商品展開に加え、アスレチック商品も展開することで通年型のビジネスに転換させようとしています。ECでの通年商品展開はすでにスタートさせました。

日本国内は、分社化2年目を迎えるデサントジャパンによる積極的なマーケティングが功を奏しています。4月には『マンシングウェア』の旗艦店(東京・銀座)をオープン、8月には「デサント ブラン」の新店舗(愛知・名古屋)、9月には「ルコックスポルティフ アヴァン」の新店舗(東京・日本橋)とブランド直営店の出店を続けています。また既存の流通チャンネルに関しても自主管理売場の増強や、売場をアイテム別からブランド単位で構築し、各ブランドが持つ世界観をしっかりとお客様に伝えるためのコーディネートを提案するなど「売場を創る力」を強化したことで、より多くのお客様に当社が提供したい商品価値が浸透しているように感じます。また、今期は外部デザイナーやアパレルメーカーなどの異業種とのコラボレーション事業にも積極的に取り組みました。その結果、今までになかった顧客層にアプローチすることができ、今までになかった新しい価値を提供できるようになったと思っています。



コラボレーション事例

- 左) 青山商事と共同開発した「デサントスーツ」
- 中) 外部デザイナーとのコラボレーション[le coq sportif + NAO OKAWA]
- 右) 柴崎岳選手(ハタフェCF)とのコラボレーション[U by GAKU]

### ▶ 8月末にワコールとの業務提携を発表されましたが、目的をお聞かせください



記者会見にて  
株式会社ワコールホールディングス  
代表取締役社長 安原弘展氏と

株式会社ワコールホールディングス(以下、ワコール)との包括的業務提携は、お互いの企業価値を上げるものだと確信しています。発表後まもなく、この業務提携で実現できることのアイディアを社員に募りました。1ヶ月ほどで400件を超える応募があり、どの案も両社の強みを活かしたアイディアや、弱みを覆すような興味深いものばかりで

した。この応募数からだけでも社員がこの提携に高い関心を示していることが分かります。そして、アイディアの内容からも提携が生む可能性がいかに高いかが実感できました。ビジネスにおける自社の弱みを、強みに転換するのは非常に困難です。しかし、ひとつの方法として自社の弱みの分野を逆に強みとしている相手を探し、組むことで、弱みを強みに変えることが可能と考えます。例えば、当社の顧客層は圧倒的に男性が多いですが、ワコールは女性客をメインターゲットにしてきました。この両社の違いを互いの強みに変えようとしています。社員からも女性をメインターゲットにしたモノ創りの提案が数多く提出されました。こういったアイディアは、スピード感をもって実践することが重要です。そのため、両社合同で提携推進委員会を組織し、さらにその下に案件ごとに7つの分科会を設置しました。各分科会には年内に実行できる企画を出すよう命じ、精力的な活動を始めています。まずは、10月中旬より、ワコールの人気商品であるコンディショニングウェア「CW-X」の販売をデサントの店舗で開始しました。

この度のワコールとの提携を通じ、私たちがすべきことは今までになかった新しいマーケットを創造することです。新たなマーケットを創り出し、ビジネス展開を加速させていきますので、どうぞ応援をお願いいたします。

## ▶ R&Dセンター「DISC(デサント・イノベーション・スタジオ・コンプレックス)」が完成しましたが、どのような成果を期待されていますか？

当社の市場における競争力の源泉は、商品の企画開発力です。この力をNo.1の状態に磨き続けなければ、市場で勝ち残ることはできません。私自身この危機感を強く持っているため、どうしても自社内で実験や開発ができるR&Dセンターをつくりたいという強い希望がありました。この「DISC(ディスク)」という開発拠点を整えたことで、まず開発のスピードアップを期待しています。また、「デサントにはDISCがある」ということを異業種や様々な業界に知っていただくことで、商品開発につながる多様なアイデアが「DISC」に持ち込まれることを期待しています。「DISC」の施設名に「共創」という意味で「コンプレックス」を入れましたが、自社でできることだけをしていても、成果は二重三重に大きくはなりません。「共創」により強いところはさらに強化し、弱点は克服しなければなりません。

アパレルの研究開発拠点を大阪に、シューズは韓国・釜山と、2つの「DISC」を設置しました。一ヶ所にまとめず、アパレルは繊維の街として発展してきた大阪に、シューズは靴製造の街として関連企業が集結する釜山に構えました。グループの中で一番シューズが売れているのは韓国ですので、商圏と開発拠点の近さを今後の当社のシューズ分野強化につなげる狙いがあります。



「DISC OSAKA」オープニングセレモニーでのテープカット  
写真右より 文化学園大学 田村名誉教授、原大智選手、北島康介氏

研究開発への投資を利益に換算するのは難しいことですが、当社が市場で勝ち残るためには不可欠な投資でした。「DISC」発の商品をいち早くお客様のお手元に届けたいと思っていますのでご期待ください。

## ▶ 中期経営計画が最終年度に入りませんが、進捗や課題をお聞かせください

今回の中期経営計画中に最も注力し、実現させたかった事は、日本・韓国に次ぐ第3の柱をつくることです。この点に関しては中国での事業展開が順調に推移していることから成果が見込めています。また課題となっていたシューズビジネスの強化も「DISC」の稼働により大幅に前進するでしょう。ここからさらにビジネスを拡大するには、これまでのスポーツを基軸にしたビジネススタイルから、ライフスタイルやアスレジャーといった分野など、事業領域を広げる必要を感じています。異業種とのコラボレーションや協業により新しい顧客やマーケットを創り出していくことも必要でしょう。

このような取り組みは、ブランドや国単位ではなく、グローバル本社が旗を振ることで、取り組み先にもスケールメリットを提供し、デサントとしても生まれたアイデアを広く活用するビジネスモデルの構築を考えています。常に相手に組みたいと思わせる魅力ある企業でいることも課題の一つです。

## ▶ 最後に株主の皆さまへメッセージをお願いいたします

弱みを強みに変えるために、当社は新しいことに挑戦しています。業務提携や協業など、他社との取り組みにも注力していますが、当社として軸をぶらさないためにも、自分たち自身でデサントの強みをしっかりと認識しておくことも重要です。2020年にかけて世界的なスポーツ大会が続きますが、このチャンスを逃さないよう、トップアスリートのニーズに応えるウエアやシューズの開発に日々、奮闘していく所存です。どうかこれまで以上に当社へのご声援をお願いいたします。

D//S C

DESCENTE  
INNOVATION  
STUDIO  
COMPLEX

## 「モノを創る力」の強化

## アパレル、シューズ2つの研究開発拠点が完成

トップアスリートのパフォーマンスを最大限に引き出す製品開発、そしてブランドの顔となるような特徴や強みを持つ戦略商品の開発は、グローバル本社の最も重要なミッションのひとつです。その核となる2つの新しい研究開発拠点において、「モノを創る力」の強化へ次なる挑戦を始めます。

2018年7月に大阪にオープンしたアパレルのR&Dセンター「DISC OSAKA」の坪内 敬治センター長、そして韓国・釜山に10月にオープンしたシューズのR&Dセンター「DISC BUSAN」のMario Lafortuneセンター長に、開発にかかる思いを聞きました。



(左)  
[DISC OSAKA]  
センター長  
坪内 敬治

(右)  
[DISC BUSAN]  
センター長  
Mario Lafortune

## ▶ アパレルの新R&amp;Dセンター「DISC OSAKA」

## 「DISC OSAKA」の特徴を教えてください

(坪内) 「DISC」が完成したことで、「人が着たらどう機能するのか」という点まで一貫して考え、開発できる体制が整いました。私たちは、素材メーカーではなくアパレルメーカーです。開発した素材や製品設計をパーツパーツで見るとはならず、最終製品にして人が着た状態での評価や検証を繰り返しながら開発することで、ユニークで差別化された商品が完成します。「DISC OSAKA」は、商品開発の全工程のスペシャリストが同じ屋根の下に集まり、また設備の充実により、これまで外部の施設を借りて行っていた測定実験や機能評価なども自前でできるようになりました。その結果、商品開発のスピード、ボリューム、質を飛躍的に高められたと感じています。



プロダクションスタジオ  
水着からダウンまで幅広いアイテムを対象に、  
型紙作成から縫製までサンプル作成の  
全工程を行えるスペース

## ▶ 期待のかかる「DISC BUSAN」でのシューズ開発

## 「DISC BUSAN」のミッションはどのようにお考えですか？

(Lafortune) 当社は他社に比べてシューズ部門の研究開発が後発ですが、それを逆手に取るような、最先端の解析装置や設備を導入し、世界中から優秀な人材も集めました。それらを最大限に活用し、世界中のユーザーをエキサイトさせるシューズをつくらせていきたいと思っています。具体的には「Innovate For Your Best」をコンセプトに、シューズ着用者自身も気づいていない潜在的なニーズを引き出すような専門的な分析・研究を行い、ユーザーが中心となる製品開発プロセスを進めていくのが私たちの最大の長です。



人体力学研究室  
ユーザーのシューズに関する  
ニーズの分析・研究と同時に  
3Dモーション分析システムなどを活用した  
人体工学・生体力学的な研究を行うスペース

## 2つの「DISC」の相乗効果

### アパレルとシューズそれぞれの「DISC」がグループ全体へ与える影響はどのような点だとお考えですか？

(坪内) 様々なスペシャリストとそれぞれが持つ知見が一ヶ所に集まったことで、個別の素材や機能、発想をコーディネートしたこれまでにない高機能商品をブランドの枠を超えて提供できると思います。

また、そのコーディネートは「DISC BUSAN」と連携することでアパレルにとどまらずシューズも含めた全身に展開することができるのです。例えば、速く走るために必要な動きを解析し、その結果に基づいてウェアとシューズをそれぞれの発想で開発するのでは、1+1=2で終わってしまいます。素材・機能・発想を共有し、協力して開発する相乗効果で、それを3にも4にもできると思っています。

(Lafortune) それぞれの発明や開発の情報は、結果を待つのではなく早期の段階で共有することで、新規ビジネスの展開や商品企画の幅を広げられると考えています。

また「DISC BUSAN」は、これから得ていく様々なユーザーのシューズに対する潜在的ニーズの専門的な分析・研究結果をベースに、シューズの専門的な知識やノウハウを蓄積していくで

しょう。これを「DISC OSAKA」の持つ素材や機能に関する豊富な知識と合わせて双方で共有し、デサントグループ全体として情報を活用し、「モノを創る力」の向上を図りたいと思っています。

## 「DISC」が提供するデサントの「モノを創る力」

### 意気込みをお聞かせください

(坪内) この「DISC」という施設ができたことで、ユニークなアイデアを素早く企画に起こし、製品化、そして設備を活用して有効なエビデンスをとり、商品にするサイクルスピードを格段に速めることができました。「モノを創る力」を最大限に発揮し、高機能、高品質、そして私たちにしか創り出せない新しい商品を、いち早く世に送り出し、企画開発力を磨き続けていきたいと思っています。

(Lafortune) 私たちは、シューズのフィット感と機能性を向上させて、スポーツのレベルに関係なく幅広い消費者の方々に喜んでいただきたいと思っています。ユーザーのニーズを積極的に取り込み、機能面でのニーズ、デザイン的な嗜好などトータルでユーザーを満足させることで、スポーツシューズの概念を再定義するような、今までに見たことのないデサント独自の商品を生み出したいと思っています。

### DISC OSAKA



所在地：大阪府茨木市彩都やまびき2丁目3番2号

敷地面積：22,220㎡ 延床面積：4,401㎡

主要設備：クライマート、人工降雨室、スポーツパフォーマンススタジオ、全天候型トラック、100m走路、機能・品質評価ラボ、プロダクションスタジオ など

### DISC BUSAN



所在地：大韓民国釜山市広域市江西区モンジ国際6-162

敷地面積：17,082㎡ 延床面積：15,995㎡

主要設備：400mトラック、傾斜トラック、フットサル場、3×3バスケットボール場、人体力学研究室、素材テスト室、製品開発室、消費者研究室、コンベンションホール など

## TOPICS

### 『アリーナ』ブランドにおいて、 スイミングゴーグルのリサイクル活動を開始

私たちは、循環型社会の実現にむけた活動の一環として『アリーナ』ブランドにおいて不要なスイミングゴーグルの回収を開始しました。回収されたゴーグルは、様々な廃棄物を新たな製品として再利用する活動を行う「テラサイクル」を通じてリサイクルするとともに、ゴーグルの個数に応じて開発途上国の清潔な水と衛生支援活動を行う特定非営利活動法人ウォーターエイドジャパンに寄付を行います。国内の水泳主要大会会場や『アリーナ』直営店に回収BOXを設置し、広くリサイクルへの協力を呼びかけていきます。



大会会場で回収を呼び掛ける北島康介氏(日本コカ・コーラ)

## TOPICS

### 『マンシングウェア』ブランドの旗艦店を 東京・銀座にオープン

『マンシングウェア』の旗艦店「マンシングウェア クラブハウス 銀座」を2018年4月7日に、東京・銀座並木通りにオープンしました。ブランドの核となるアイテムであるポロシャツの旗艦店限定商品や、ゴルフプレイ時以外の時間も『マンシングウェア』の商品で身を包んでいただけるよう、ホームウェアなどのライフスタイルウェアも販売しています。ゴルフ場の「クラブハウス」のように、ブランドを愛してくれる上質な大人の社交場となることを目指します。



マンシングウェア クラブハウス 銀座

## TOPICS

### 『アンブロ』、新開発パンツで クラウドファンディングサービスに初参画

『アンブロ』ブランドは、情報発信・収集と話題創出を目的に日本最大級のクラウドファンディングサービス「Makuake(マクアケ)」に参画し、新しく開発した「アンディショナルパンツ」の支援希望者を募りました。サッカーができるくらいの動きやすさと、ビジネスシーンでも違和感のない見た目を併せ持ったこのパンツは、多くのユーザーの支持を集め、1年間に同サービスを利用した約1,500件のプロジェクトの中から、調達金額、支援者数、話題性などをもとに選出された15プロジェクトに贈られる「Makuake賞」を受賞しました。



「アンブロ」の「アンディショナルパンツ」

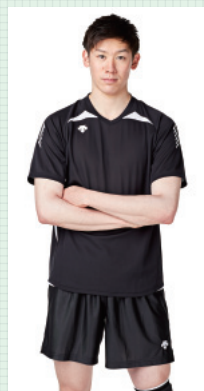
## TOPICS

### 『デザート』『スキんズ』ブランドで プロバレーボールプレイヤー石川祐希選手と契約

『デザート』および『スキんズ』ブランドにおいて、バレーボール世界最高峰リーグの一つであるイタリア・セリエAで活躍する石川祐希選手(エマ・ヴィラス・シエナ)とアドバイザー契約を締結しました。

石川選手は、日本を代表するバレーボール選手として活躍し、個人としてはセリエAで今季4シーズン目をプレーする、今後の更なる成長と活躍が期待される選手です。

私たちはスポーツウェアのサプライ等を通じて石川選手の世界への挑戦をサポートするとともに、同選手を起用した広告宣伝活動を行い、ブランドの一層の認知度向上と、バレーボール事業の拡大を図ってまいります。



石川祐希選手  
(エマ・ヴィラス・シエナ)



四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

科目	前連結会計年度 (2018年3月31日)	当第2四半期 連結会計期間 (2018年9月30日)
<b>資産の部</b>		
流動資産	78,068	<b>69,803</b>
固定資産	39,073	<b>40,300</b>
有形固定資産	22,156	<b>23,607</b>
無形固定資産	5,078	<b>4,826</b>
投資その他の資産	11,838	<b>11,866</b>
<b>資産合計</b>	<b>117,141</b>	<b>110,103</b>
<b>負債の部</b>		
流動負債	29,116	<b>24,328</b>
固定負債	9,149	<b>9,089</b>
<b>負債合計</b>	<b>38,266</b>	<b>33,417</b>
<b>純資産の部</b>		
株主資本	73,832	<b>74,463</b>
資本金	3,846	<b>3,846</b>
資本剰余金	25,223	<b>25,281</b>
利益剰余金	45,421	<b>45,979</b>
自己株式	△658	<b>△643</b>
その他の包括利益累計額	5,042	<b>2,222</b>
その他有価証券評価差額金	822	<b>812</b>
繰延ヘッジ損益	13	<b>△22</b>
為替換算調整勘定	4,301	<b>1,469</b>
退職給付に係る調整累計額	△95	<b>△36</b>
<b>純資産合計</b>	<b>78,875</b>	<b>76,686</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>117,141</b>	<b>110,103</b>

四半期連結損益計算書

(単位：百万円)

科目	前第2四半期連結 累計期間 (自 2017年4月 1日 至 2017年9月30日)	当第2四半期連結 累計期間 (自 2018年4月 1日 至 2018年9月30日)
売上高	65,959	<b>66,768</b>
売上原価	29,586	<b>29,342</b>
売上総利益	36,373	<b>37,426</b>
返品調整引当金繰入額	142	<b>93</b>
差引売上総利益	36,230	<b>37,332</b>
販売費及び一般管理費	32,831	<b>34,459</b>
営業利益	3,399	<b>2,873</b>
営業外収益	243	<b>518</b>
営業外費用	138	<b>171</b>
経常利益	3,504	<b>3,219</b>
税金等調整前四半期純利益	3,504	<b>3,219</b>
法人税、住民税及び事業税	883	<b>998</b>
法人税等調整額	180	<b>△70</b>
四半期純利益	2,440	<b>2,291</b>
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	<b>2,440</b>	<b>2,291</b>

四半期連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

科目	前第2四半期連結 累計期間 (自 2017年4月 1日 至 2017年9月30日)	当第2四半期連結 累計期間 (自 2018年4月 1日 至 2018年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,451	<b>2,324</b>
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,551	<b>△4,766</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,286	<b>△2,109</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	82	<b>△898</b>
現金及び現金同等物の増減額	△1,304	<b>△5,449</b>
現金及び現金同等物の期首残高	21,907	<b>27,369</b>
連結子会社の決算期変更による 現金及び現金同等物の増減額	△172	<b>—</b>
現金及び現金同等物の四半期末残高	20,430	<b>21,920</b>

デサントグループは、『デサント』をはじめ15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を企画・製造・販売しています。一般の方からトップアスリートまで、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

## コーポレートシンボルマークの由来

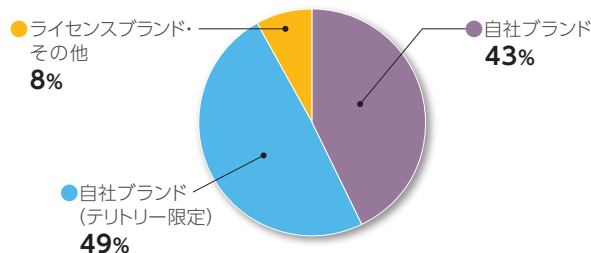


DESCENTEとは、フランス語で「滑降」の意味。スピリットマークは、スキーマの基本技術である直滑降、斜滑降、横滑りを表現しています。つねに最もすぐれたものに目を向け、時代の要求を先取りし、積極的に製品化していく果敢なデサントスピリットのシンボルです。

## ブランド一覧

(2018年9月30日現在)

### [ブランド種類別売上高構成比]



### 自社ブランド(テリトリー：全世界)

デサントグループが商標権を保有するブランドです



### 自社ブランド(テリトリー：国・地域限定)

デサントグループが国・地域限定で商標権を保有するブランドです



### ライセンスブランド・その他

デサントがライセンス契約等にもとづき展開しているブランドです



## 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	石本 雅敏
資本金	38億4,620万円
年商	1,411億円(連結、2018年3月期)
従業員数	3,541名(連結) 225名(単体) (2018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 (東京人事総務課)
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 (大阪人事総務課)

役員	取締役 会長：中村 一郎	取締役 清水 源也
	代表取締役 社長：石本 雅敏	社外取締役：井伊 雅子※1※2
	取締役専務執行役員：田中 嘉一	社外取締役：朱 殷卿※1
	取締役常務執行役員：三井 久	常勤監査役：森光 正次
	取締役常務執行役員：羽田 仁	社外監査役：檜垣 誠次※1
	取締役常務執行役員：辻本 謙一	社外監査役：太田 克実※1
	取締役常務執行役員：金 勳道	

※1 株式会社東京証券取引所の定めに基く独立役員です。  
 ※2 井伊雅子の戸籍上の氏名は、葛西雅子です。

## 主なグループ会社

### 連結子会社

デサントジャパン株式会社 (大阪市)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
デサントアパレル株式会社 (大阪市)	スポーツ用品およびこれらに関するものの製造
ベンゼナラル株式会社 (東大阪市)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
BEIJING DESCENTE CO., LTD. (中国 北京)	スポーツ用品およびこれらに関するものの製造
SHANGHAI DESCENTE COMMERCIAL CO., LTD. (中国 上海)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
HONG KONG DESCENTE TRADING, LTD. (中国 香港)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売

DESCENTE KOREA LTD. (韓国 ソウル)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
DESCENTE GLOBAL RETAIL LTD. (韓国 ソウル)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
SINGAPORE DESCENTE PTE. LTD. (シンガポール)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
DESCENTE MOUNTAIN AMERICAS (米国 ユタ州)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売 (登記上の名称は「DESCENTE NORTH AMERICA INC.」です)
DESCENTE ATHLETIC AMERICAS INC. (米国 ジョージア州)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売

INOVEIGHT LTD. (英国 カンブリア州)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
持分法適用関連会社	
LE COQ SPORTIF (NINGBO) CO., LTD. (中国 寧波)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
DESCENTE (CHINA) CO., LTD. (中国 上海)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
ARENA (SHANGHAI) INDUSTRIAL CO., LTD. (中国 上海)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売
ARENA KOREA LTD. (韓国 ソウル)	スポーツ用品およびこれらに関するものの販売

## 大株主および持株数

(2018年9月30日現在)

株主名	持株数(千株)
伊藤忠商事株式会社	21,304
UBS AG HONG KONG	3,465
日本生命保険相互会社	3,238
株式会社三井住友銀行	2,110
帝人フロンティア株式会社	2,034

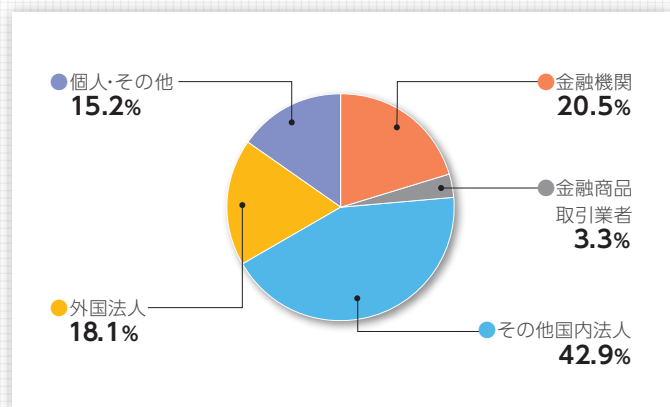
## 株式数および株主数

(2018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1,515,767株含む)
株主数	4,559名

## 株式分布状況

(2018年9月30日現在)



## 株主メモ

(2018年9月30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 <a href="http://www.descente.co.jp/">http://www.descente.co.jp/</a>
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)

## 株式手続に関するお問い合わせ先

ご住所、ご氏名の変更、配当金受取方法の変更等の各種手続  
口座開設先の証券会社までお問い合わせください。

特別口座※で株式を管理されている株主様の手続  
三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 まで  
お問い合わせください。

## 0120-094-777(通話料無料)

※株券電子化前に証券保管振替機構をご利用されなかった株主様の株式については、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を売却するには、あらかじめ証券会社に株主の皆様の取引口座を開設し、株式の残高をお振替いただく必要があります。

## 株主優待制度のご案内

DESCENTE  
STORE

×

=

株主優待制度

公式通販サイト  
「DESCENTEストア」で  
**20%OFF**  
取扱商品を20%割引**送料無料**  


当社は、株主様の日頃のご支援に感謝申し上げるため、株主様ご優待制度を設けております。当社の公式通販サイト「DESCENTEストア/DESCENTE STORE」のご利用を通じて、当社製品をご愛顧いただき、また、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。

## 株主優待制度の概要

## ◆対象となる株主様

毎年、3月31日および9月30日現在の株主名簿に記載された当社株式100株(1単元)以上ご所有の株主様を対象といたします。

## ◆優待の内容

公式通販サイト「DESCENTEストア」での取扱商品を指定期間内に期間中6回まで、20%割引でご購入いただけます。1回のご購入金額は30万円までとさせていただきます。詳しくは当冊子同封の「株主優待制度のご案内」をご覧ください。

## ◆公式通販サイト「DESCENTEストア」

2018年4月に「DESCENTEオンラインショップ」が「DESCENTEストア」としてリニューアルいたしました。『DESCENTE』をはじめ当社が取り扱う多数のブランドの製品を展開しています。ゴルフやランニング、サイクリング、アウトドアなど、いろいろなスポーツシーンに合わせたお薦めアイテムを揃えています。

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

表紙写真：  
今シーズンより契約した  
“黄金世代”の女子プロゴルファー

左から 新垣比菜(ダイキン工業)、三浦桃香(フリー)、  
田村亜矢(大東建託)、小祝さくら(ニトリ)

