

DESCENTE



株主の皆様へ

第56期 株主通信

2012年4月1日～2013年3月31日



株式会社 **DESCENTE**

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

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

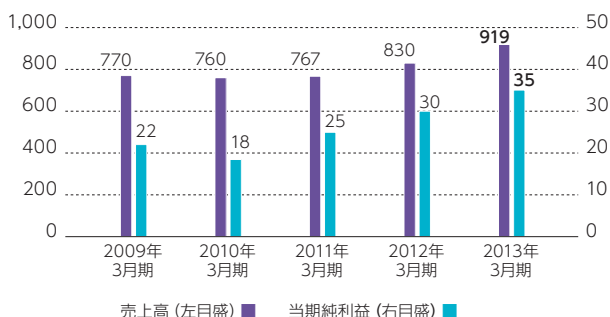
スポーツ本来の「体を動かす楽しさ」、「競い合う楽しさ」を提供することで一人一人のいきいきとしたライフスタイルの創造に貢献します。

企業スローガン

Design for Sports

売上高／当期純利益

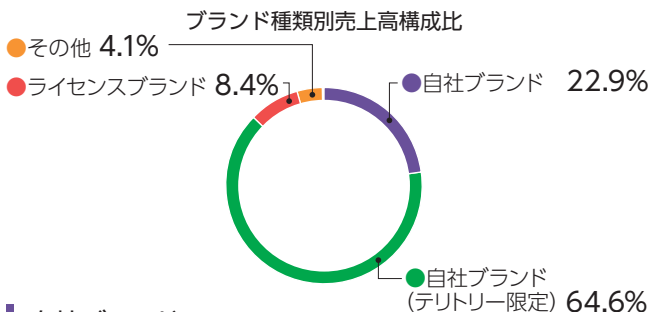
(連結ベース 単位:億円)



目次

■ デサントグループのプロフィール	1	■ トピックス	8
■ 代表取締役社長就任のごあいさつ	2	■ 研究・開発	10
■ 社長インタビュー	3	■ ブランド一覧	12
■ 新中期経営計画	6	■ ブランド紹介	16

ブランド一覧



自社ブランド

『DESCENTE』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)

DESCENTEが商標権を有するブランドです。



ライセンスブランド

DESCENTE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。



■ 新素材開発	18	■ 財務ハイライト/株主優待	26
■ ブランド商品開発	20	■ 会社情報/株式情報	28
■ DESCENTEグループのCSR	22	■ 株主メモ	30
■ 財務情報	24		

社長インタビュー

Interview with President

代表取締役社長 就任のごあいさつ



代表取締役社長
石本 雅敏

株主の皆様、初めまして。このたび代表取締役社長に就任いたしました、石本 雅敏(いしもと まさとし)と申します。今回の就任にあたり、私が常日頃より心に留めている「遠くを見据えて素早く動く」という言葉への想いを、より強く感じております。それは目先だけではなく、将来も常に見据えて当デサントグループのありたい姿の実現に向けて、今やるべきことは何かを判断し、迅速に行動することが重要である、ということです。

この考えに沿って2013年4月から、新中期経営計画「Compass 2015」をスタートするにあたり、大幅な組織改正を実施いたしました。新たな体制の下で、デサントグループ一丸となり、より高機能・高品質な商品の開発や、自社ブランド『デサント』のグローバル展開の強化を含む全取り扱いブランドのさらなる事業拡大を目指してまいります。新たなステージを歩むデサントグループに、どうぞご期待ください。

2013年6月
代表取締役社長 石本 雅敏

プロフィール：1962年3月30日生まれ。電通およびEli Lilly and Companyにて勤務後、1996年にデサント入社。コーポレート企画室長、スタッフ部門長などを経て、2013年6月より代表取締役社長。

国内と海外におけるアスレチック・アウトドア事業の好調で増収増益を確保し、「Compass 2010」最終年度の売上高・経常利益・ROAなどの事業数値目標を達成。海外売上高比率も39%と、前期比で5ポイント上昇しました。2014年3月期は、グループ全社で新中期経営計画「Compass 2015」を強力に推進していきます。

中期経営計画「Compass 2010」の最終年度となった、2013年3月期の振り返りをお願いします。

国内では、レディス用ランニングウェア・シューズの企画強化による『ルコックスポルティフ』、チーム商品とライフスタイル系ウェアが市場ニーズを捉えた『アンブロ』、アウトドアブランドとしての認知が高まった『マーモット』がそれぞれ好調でした。『アリーナ』は、ロンドンオリンピックの効果もあり競泳用水着の販売が伸びました。海外では、韓国で現地企画商品が好評となった『デサント』『ルコックスポルティフ』が、中国・東南アジアではレジャー水着の好調により『アリーナ』が、いずれも順調に推移しました。

昨今のランニング市場は、全国的に大規模な大会が開催されるなど活況を見せ、参加人口もなお増加傾向にあります。このような環境において、「Compass 2010」の最終年度である2013年3月期は、商品政策では、ランニング事業でコンプレッションウェア『スキンス』および『デサント』ブランドのランニングギア「ジェノーム」の販売を、またシューズ事業の拡充に向けて『イノヴェイト×デサント』のランニングシューズの販売を、それぞれ開始しました。流通政策では、「ルコックゴルフ広尾店」「アリーナショップノース天神店」「マーモットキャナルシティ博多店」をオープンし、海外でもシンガポールで『ルコックスポルティフ(ゴルフ)』の直営店をオープン、韓国・ソウルで『デサント』の直営店の出店を加速させるなど、各国での店舗展開を強化しています。

以上をふまえた連結業績は、売上高91,932百万円(前期比10.7%増)、経常利益5,639百万円(同14.8%増)、当期純利益

3,561百万円(同16.9%増)の増収増益となるとともに、以下の表に示すように、「Compass 2010」で掲げた売上高・経常利益・ROAなどの事業数値目標を達成いたしました。

	2013年3月期	
	実績	「Compass 2010」
売上高(億円)	919	880
経常利益(億円)	56	50
当期純利益(億円)	35	30
売上高経常利益率	6.1%	5.7%
ROA	7.8%	7.5%

新中期経営計画「Compass 2015」の概要と、初年度となる2014年3月期の連結業績の見通しを教えてください。

「Compass 2015」では、目指す姿として「スポーツウェアの分野において世界のリーディングカンパニーとして認められている。」を掲げ、引き続きアスレチック・ゴルフ・アウトドアを重点事業領域に設定し、一層のグローバル化の推進をテーマとして基本方針と重点戦略を策定しました(詳細はP.6-7)。主なポイントは次の通りです。

基本方針は「5つのグローバル化の推進」であり、「商品政策」「販売政策」「プロモーション政策」「リソース」「経営インフラ」の5つのグローバル化を掲げました。さらに、「『デサント』を最注力ブランドと設定し、グローバルでの展開を拡大する」「最注力エリアをアジアとし、各国の売上拡大を図る」「当社の強みであるウェアを重点アイテムとし、優れた機能デザインにより市場で独創的なポジションを確立する」などの重点戦略に取り組みます。

これらを基にした2014年3月期の連結業績は、売上高1,040億円、営業利益60億円、当期純利益40億円を見込んでいます。

なお、「Compass 2015」の達成に向けて、意思決定の迅速化と各部門の連携強化のため組織改正を実施し、従来の4部門を解消し8つの統括部を新設しました。

今後の『デサント』ブランドの方向性をどのように考えていますか？

現在、『デサント』ブランドは、海外では数多くの実績を誇るスキーウェアを中心としたウインタースポーツブランドというイメージがあります。今後、『デサント』のより一層の

グローバル展開に向けて、トライアスロン・トレイルランニング・サイクリングなどの「アクティブアウトドア」を注力カテゴリーに設定し、国内外ともに通年ブランドとしてのイメージ構築を図っていきます。すでにスイストライアスロンナショナルチームとのオフィシャルサプライヤー契約の締結、ランニングシューズブランドの『イノヴェイト×デサント』の新規展開、日韓共同による新たなランニングシューズの開発、北米でのサイクリング事業展開などを推進中です。



配当政策の説明および株主の皆様へメッセージをお願いします。

当社は、今後の新たな事業展開と経営体質の強化に必要な内部留保資金を確保しつつ、安定配当の継続を目指します。また、今回より株主優待制度を新設し、当社オンラインショップでの割引販売を実施します。デサントグループの商品のご購入を通じ、スポーツの楽しさや喜びをもっと実感していただければ幸いです。

企業理念にもある「スポーツを遊ぶ楽しさ」を、すべての人々にお届けするのがデサントグループの使命です。そのための努力は、今後も惜しみません。引き続き国内はもちろん、アジア・欧米での事業拡大に注力してまいります。株主の皆様の、さらなるご支援・ご鞭撻を、よろしくお願い申し上げます。

新中期経営計画「Compass 2015」

New Midium Term Management Plan "Compass 2015"

3カ年の新中期経営計画「Compass 2015」をスタート

1. 企業姿勢

「グループ一体となり、お客様にご満足いただける価値を創造し続ける企業を目指します。」

2. 目指す姿

「スポーツウェアの分野において世界のリーディングカンパニーとして認められている。」

私たちデサントグループは、商品企画力・開発力を競争の源泉に、それぞれのブランドが独自性のあるマーケティング活動により、スポーツウェア分野において世界トップレベルの高い評価を獲得することを目指します。

3. 基本方針 “5つのグローバル化の推進”

① 商品政策の グローバル化	<ol style="list-style-type: none"> 1. グループ内で最も競争力の高い開発拠点に経営資源を集中し、ブランドを牽引する機能戦略商品を、世界へ発信する。 2. 市場ニーズに適応したエリア対応型商品を、グループ各社の企画力強化によりタイムリーに提供する。
② 販売政策の グローバル化	<p>ブランド×カテゴリー×エリアに即した最適なビジネスモデルを構築し、販売強化および新規開拓を行う。</p>
③ プロモーション 政策の グローバル化	<ol style="list-style-type: none"> 1. トップアスリート、チームへのサプライを通じてブランドの露出を図るとともに、機能戦略商品の開発を行う。 2. グローバルプロモーションを実践し、各ブランドの統一されたイメージを創出する。
④ リソースの グローバル化	<ol style="list-style-type: none"> 1. グループ各社が保有する経営資源をグローバルリソースとして活用する。 2. 国内外のパートナー企業との連携を強化し、事業拡大を図る。
⑤ 経営インフラの グローバル化	<ol style="list-style-type: none"> 1. ビジネスのグローバル化に対応したIT基盤の構築とサプライチェーンマネジメントを推進する。 2. グローバルな人材を育成するための人事制度、教育プログラムの導入と採用を促進する。 3. グループ全体でコンプライアンス、リスク管理、CSR活動の取り組みを強化する。

4. 重点戦略

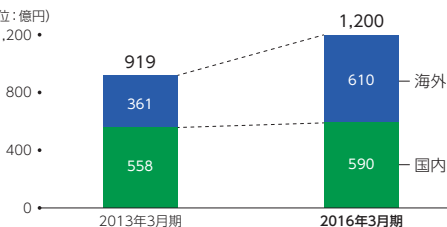
- ①多ブランド戦略の強みを活かし、最適ブランドで各種目市場をカバーする。なかでも『デザート』を最注力ブランドと設定し、グローバルでの展開を拡大する。
- ②最注力エリアをアジアとし、各国で売上を拡大する。
加えて、新規エリアへの展開を推進する。
- ③当社の強みであるウェアを重点アイテムとする。
優れた機能デザインにより、市場で独創的なポジションを確立する。
- ④リテール型オペレーションを強化することにより、総合的な販売力を向上する。
- ⑤事業領域の拡充により新たな強みを創出する。

5. グループ数値目標 (2015年度／2016年3月期)

売上高(億円)	1,200
営業利益(億円)	80
当期純利益(億円)	50

売上高の推移

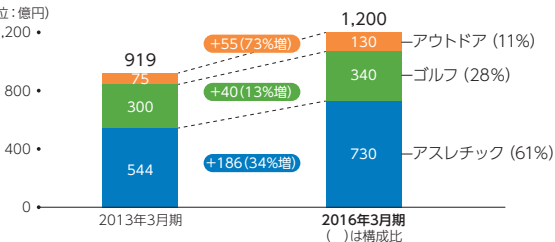
(単位：億円)
1,200・



6. 3つの重点事業領域別数値目標 (2015年度／2016年3月期)

引き続き、アスレチック・ゴルフ・アウトドアの3関連事業を重点事業領域と設定します。

(単位：億円)
1,200・



トピックス

Topics

ランニングシューズブランド『イノヴェイト×デサント』と コンプレッションウェアブランド『スキンス』の販売を開始

2013年2月より、新規2ブランドの展開を開始しました。『イノヴェイト×デサント』は「ナチュラルランニング＝裸足で走る」をコンセプトに、ランナーの走り方やレベルに応じて、4タイプから選択できます。『スキンス』は、身体の各位置に適したレベルで着圧を加える独自の段階的着圧が最大の特長で、トップモデル「A400シリーズ」などを展開しています。



オフロードランニング用
「X-TALON™212」

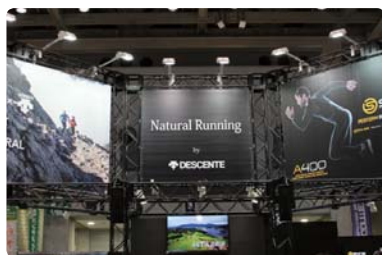


ロードランニング用
「ROAD-X™233」



トップモデル「A400シリーズ」

各種スポーツイベントに参加しランニング事業を強化



「東京マラソンEXPO 2013」でのデサントブース

2013年2月21～23日に東京ビッグサイトで開催された「東京マラソンEXPO 2013」にブースを初出展して『スキンス』『イノヴェイト×デサント』の展示および試着を実施、ステージでは、マラソンのオリン

ピック出場選手やインストラクターによるトークショーも行いました。このほかにも2012年10～12月には、『ルコックスポルティフ』ブランドで「全国スイーツマラソン」に、『デサント』ブランドで「白馬国際トレイルラン」などのスポーツイベントにも協賛し、ランニング事業の強化に努めています。

スイストライアスロンナショナルチームとオフィシャルサプライヤー契約を締結



競技ウェアやトレーニングウェアをサプライ

当社は、『デサント』ブランドで、スイストライアスロンナショナルチームと4年間のサプライヤー契約を締結しました。ITU(国際トライアスロン連合)の世界大会など、国際大会で2013年シーズンより着用されています。

新たなセレクト型ショップ「Studio-D」の展開をスタート

Studio-D

◆DESCENTE

セレクト型ショップ「Studio-D (スタジオ ディー)」を、百貨店スポーツ用品売場を中心に2013

年春より展開中です。「Studio-D」は、「大人の健康的なライフスタイルをサポートし、楽しく、いきいきとした日常生活を提供する」をコンセプトとし、様々なスポーツに取り組み、自分のライフスタイルに合わせたスタイリングを選ぶ大人の女性を主なターゲットに、複数のブランドを取り扱います。



ショップの展開イメージ

DESCENTE

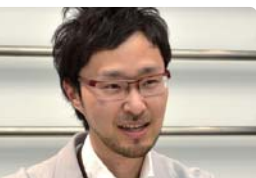


展開中の4ブランド

研究・開発

Research and Development

速く、美しく走るためのランニングギア ジェノーム(GENOME)



ロジスティクス統括部
開発部 基礎開発課 主事
戸床 文彦
(とどこ ぶみひこ)



延べ100名を超えるランナーの動作解析を基に開発した『デサント』のランニングギア「ジェノーム(GENOME)」が、2012年秋に登場しました。多くのランナーが望む「速く、美しく走る」を追究した機能の数々を、ご説明します。

開発の背景

2007年に始まった東京マラソンを機にマラソン人気が一気に拡大しましたが、それ以降も全国的に大規模なマラソン大会が開催され、ランニング人口は今もなお、増加傾向にあります。

そうした市場環境の中でニーズが高まっていた、ランニング用の機能性アンダーウェアにデサントは着目し、エビデンスに基づいた、確かな機能を持つ商品を目指して、研究・開発をスタートしたのです。

動作解析により股関節に着目



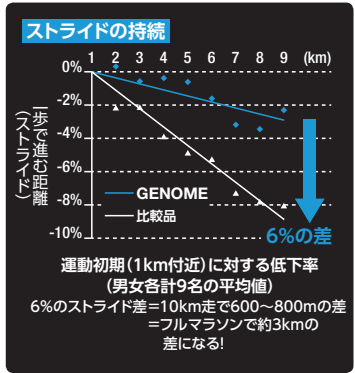
ランナーの腕・胴体・脚を線画(スティックピクチャー)で表し、動きを解析



引き伸ばされたジェノームラインの戻す力を次のキックに利用

延べ100名以上のランナーの動作解析の結果、パフォーマンスを向上させる鍵が股関節にあることがわかりました。そこで、腰から臀部、大腿部側面を経て膝に至る部分にジェノームラインを配置し、股関節の動きをサポートする構造を作り上げたのです。これにより、脚が前に振り出されたときに引き伸ばされたジェ

ノームラインの反動(リターン)を、次のキック力に変換します。この構造は、『アリーナ』ブランドの競泳用水着のトップモデルである「アクアフォース インフィニティー」にも採用したデサントの機能コンセプト「エナジーリターン機能」を活用したものです。



『シセイスト』の技術で姿勢をサポート

パフォーマンス向上のためには、股関節に加え膝と姿勢も重要です。そこで、膝をジェノムラインで覆い、着地時の衝撃を和らげる構造としました。また、「姿勢を意識する」をコンセプトにしたインナーウェア『シセイスト』の技術を活かし、上半身の正しい姿勢をキープし、自然な腕の振りを実現しました。

デサントのDNAを受け継ぐ

「ジェノム(GENOME)」とは、生物の遺伝情報全体を指す言葉で、日本では「ゲノム」と呼ばれます。ジェノムラインの形が、ゲノムを構成するDNAの二重らせん構造に似ていることから、「ジェノム」という商品名が生まれました。同時に、この名前にはデサントのDNAを受け継ぐ、という意味も込めています。「エナジーリターン機能」や『シセイスト』など、デサントが長年培ってきた高度な技術を組み込んでいることを、「ジェノム」という名が表しているのです。



ゲノムを構成するDNAの二重らせん構造をイメージさせる「ジェノム(GENOME)」

今後も、デサント独自の機能の応用や新技術の開発などで、「ジェノム」のさらなる進化を目指していきます。

ブランド一覧

Our Brands

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、ご紹介いたします。

●**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。



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：サイクリング、フットボール、トレーニング、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。



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。

スキズ



展開エリア: 日本、韓国、中国、香港、台湾

展開カテゴリー: コンプレッションウェア

ブランド紹介: スキズ独自の段階的着圧を特徴とし、パフォーマンスとリカバリーの機能が選べるコンプレッションウェアのブランドです。

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。

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。

イノヴェイト×デサント



展開エリア: 日本、韓国、香港、その他のアジア各国と地域

展開カテゴリー: アウトドア、ランニング・ウォーキング

ブランド紹介: 2003年にイギリスで誕生。オフロードをオリジンとし、ロード、クロス・フィットなど様々なシーンでナチュラル・ランニングを提案。「デサント」とダブルブランドで展開します。

アヴィア



展開エリア: 日本

展開カテゴリー: フィットネス

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: ダンスエクササイズ&スタジオ

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

Munsingwear 

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

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。

le coq sportif 
GOLF COLLECTION

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: 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。



ランバン スポール

展開エリア: 日本

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。



カッターアンドバック

展開エリア: 日本

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。

Calvin Klein
golf

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

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。

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。



AIR TO
GROUND
A SEVEN

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われない、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

ブランド紹介 第6回 マーモット

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6回は、「生命を守り、生還できるプロダクト」を作り続けるアルパイン・ブランド『マーモット』です。

ブランド基礎情報

1973年、エリック・レイノルズとデイヴ・ハントリーがダウンベスト・パーカなどを製作。同製品のプロダクト・テストを共に行ったトム・ボイスを含む計3人が、1974年にアメリカ・コロラド州で「マーモット・マウンテン・ワークス」を設立。新たな機能とクオリティをベースに商品開発を続け、クライマーに快適性と安心を与え、絶対的な信頼を得ている。

当社展開開始年:	2003年
展開カテゴリー:	アウトドア

Gore-Tex®の最初の顧客



8,000メートルから生還するためのウェア「8000M Suit」

設立した1974年の秋、ハリウッドから映画撮影用ダウンジャケット108着の製作依頼を受け、1週間という短納期をクリアしたうえ、その品質の高さが評判を呼びました。次いで1976年、画期的な防水・透湿機能を持つ素材「GORE-TEX®」を基にスリーピングバッグを製作し、過酷な防水・防寒テストののち、同素材を使用したアウトドアブランドとしては初の商品化をスタートしました。1982年には、他社に先駆けて女性用ダウンパーカを開発し、今日に至るまで女性アスリートのアウトドアへの進出を力強くサポートし続けています。高所登山用マウンテンダウンパーカの「8000M Suit」は1987年の登場以来、改良を重



ねながら、現在に至るまでクライマーたちから絶大な信頼を得ています。

拡大するアウトドア市場に対応

『マーモット』のデサントでの展開は2003年から開始し、デザイン性と機能性を融合させたパーカやダウンジャケットなどが高い評価を得ています。2010年頃から「山ガール」がブームとなり、女性の進出によるアウトドア市場の活性化が継続していますが、その前年より「山スカート」の第一人者である四角友里（よすみ ゆり）氏とのコラボによる新商品の開発を始めたほか、「タワーレコード」とコラボした夏の野外音楽イベント「夏フェス」の応援グッズ発売、「立山黒部アルペンフェスティバル」「Feel EARTH」といった様々なアウトドアイベントへの参加など、『マーモット』ブランドの展開を拡充しています。

2012年3月、大阪駅構内に「マーモット アルビ大阪店」を、同年11月に福岡市のショッピングモール「キャナルシティ」内に「マーモット キャナルシティ博多店」をオープンし、販売力を強化するとともにブランドが持つ世界観を発信しています。『マーモット』は、「合理性を追求したデザインと、究極の機能の融合」をテーマに、今後もアウトドアを愛する人々に大きな安心感を与え続けていきます。



多様なコーディネートを楽しめるウェアを展開



「都会の山小屋」をテーマにした、マーモット キャナルシティ博多店

新素材開発

Development of New Materials

「エアーフレクサ™」

中綿に穴を開ける、独創的なひらめきから生まれた「エアーフレクサ™」。スポーツウェアの可能性を広げる機能素材の特色を、開発担当者が語ります。



ロジスティクス統括部
規格制定部
規格制定1課 部長役
野田 尚浩
(のだ なおひろ)



ロジスティクス統括部
規格制定部
生産企画課 課長
佐野 茂樹
(さの しげき)

ひらめきから生まれた機能素材

「エアーフレクサ™」とは、中綿全体に穴を開けたデサントオリジナルの機能素材です。開発会議において、ウェア表地のストレッチ性を中綿が打ち消してしまうという問題の解消法を探っていたときに、中綿に複数の丸い穴を開けるというアイデアが生まれました。

実際に穴を開けた中綿が、ストレッチ性に優れていることは、すぐに検証できましたが、商品化に向けて大量の穴を開けるには想像以上の困難が伴いました。最終的には、通常は繊維製品の加工を行っていない町工場の知恵を借り、2012年11月、初めて「エアーフレクサ™」を使用した商品の発売にこぎ着けました。

ストレッチ性と保温性を兼ね備える

「エアーフレクサ™」の最大の特長はストレッチ性です。従来の中綿に比べ、縦方向・横方向を問わずよく伸びるため、あらゆる身体動作を妨げません。また、加工前の60g中綿との比較では、約20%の軽量化を実現しています。

一方、綿本来の機能である保温性について検証したところ、保温性の低下はわずかであり、防寒用のスポーツウェア素

材として十分な機能性を保っています。

2013年秋冬シーズンでは、『デサント』『アンブロ』『マンシングウェア』の3ブランドで、「エアーフレクサ™」を採用した商品を販売します。



「アンブロ」
エアーフレクサ™ サーモパテッド・トップ

「ヒートナビ」との相乗効果に期待

「エアーフレクサ™」はほかの機能素材と組み合わせると、より高い能力を発揮することが期待されます。例えば、デサントが開発した、太陽光を熱に変換する蓄熱保温素材「ヒートナビ」をウェア裏地に使用した場合、穴が開いた「エアーフレクサ™」は光をよく通すため、「ヒートナビ」の発熱効果を一層、高めるのです。

さらに、「エアーフレクサ™」はスポーツウェアの枠を超えて日用品にも活用できると考えられます。同素材の持つ可能性を十分に活かせるよう、今後もさらなる研究・開発に努めていきます。



丸い穴を開けた「エアーフレクサ™」



穴が動きに合わせて変形し、ストレッチ性を発揮

ブランド商品開発

Brand Development

DESCENTE



「ALLTERRAIN／ オルテライン」

『デサント』ブランドの新カテゴリーとして2011年にスタートした「ALLTERRAIN／オルテライン」。究極のスポーツウェアづくりを目指す商品コンセプトや、ISPOアワード受賞の要因を、開発担当者が語ります。



デサントブランド
統括部
グローバル
マーケティング部
MD課
チーフデザイナー
山田 満(やまだ みつる)

原点は「水沢ダウン」

「ALLTERRAIN／オルテライン」(以下、「オルテライン」)誕生のきっかけは、2010年開催のバンクーバーオリンピック日本代表選手団へのウェア提供でした。提供に向けて新たなダウンジャケットの開発に取りかかり、2008年に完成したのが「オルテライン」の原点となる「水沢ダウン」です。「水沢ダウン」は、生地を熱で接着する「熱圧着」技術でダウン抜けの防止と耐水性の向上を実現し、ご好評をいただいています。

ここで私は、市場の「ニーズ」ではなく、「水沢ダウン」開発のアイデアや技術を活用する「シーズ」の視点から究極のスポーツウェアづくりを目標に定め、『デサント』ブランドの新カテゴリーとして「オルテライン」の開発をスタートしました。

商品の長をを表す2つのコンセプト

「オルテライン」のコンセプトのひとつが「FORM FOLLOWS FUNCTION(形態は機能に従う)」です。ステッチやファスナーなど細部に至るまで、機能を基にしてデザインを施し、装飾を目的としたデザインはすべて排除しました。そのため、「オルテライン」は非常にシンプルな印象を与えますが、同時にそれが長でもあります。

また、商品名の「オルテライン」とは、「ALL」と、方位という意味の「TERRAIN」を組み合わせた「全方位」という意味の造語です。そこには、着用シーンを選ばない「シーンレス」、ウェアを着るターゲットをあえて提示しない「エイジレス」、流行やトレンドを意識しない「トレンドレス」という3つの意味を込めており、これがもうひとつのコンセプトです。

「ISPO」審査員に新鮮な驚きを与える

2013年2月、ドイツ・ミュンヘンで開催された世界最大のスポーツ用品見本市「ISPO」のISPOアワードパフォーマンス部門において、「オルテライン」の「トランスフォームジャケット」が金賞を受賞したほか、「水沢ダウン マウンテニア」[W-モーション フーデッドジャケット]も入賞しました。

高い評価を得られたのは、高機能とそれに基づくデザインが、審査員の方々に新鮮な「驚き」を与えたからだと思います。例えば「トランスフォームジャケット」は、フロント右側の裾から襟元、首の後ろを通り、再びフロント左側の裾に至る長いファスナーを開けるとベストに早変わりします。ファスナーの機能を最大限に活かしたシンプルなデザインが、14カ国から選ばれた審査員にとって、強く印象に残ったのでしょう。

今後も「オルテライン」開発の精神を継承しながら、20～30年後でも認められる「タイムレス」な商品づくりを目指していきます。



フロント部を一周するファスナーの開閉で、ベストを容易に着脱できるトランスフォームジャケット



ISPOアワードの授賞式。左から3人目が本人

デサントグループのCSR

CSR Activities

デサントグループでは「デサントCSR方針」を基に、CSRの具体的内容を「基礎的CSR:企業行動の基礎となる分野」「拡張的CSR:持続的な成長に欠かせない分野」「選択的CSR:自主的に社会貢献する分野」という3つのCSR活動体系に分類して取り組んでいます。このうち「選択的CSR」で、東日本大震災の被災地に対する支援活動を継続しており、その主な事例をご紹介します。

健康増進支援「東北元気アップ教室2012」を開催 (宮城県石巻市・名取市:2012年9月8日～10月28日)



プログラムのひとつ「笑う体操」

これは東日本大震災の被災者の方々を対象に、「体を動かす楽しさ」の提供を目的とする支援活動です。「デサントヘルスマネジメント研究所」が主管となり、両市役所およびNPO法人の協力のもと、

仮設住宅集会所など計6会場で、各3～4回の教室を開催しました。体バランス測定や笑う体操、栄養指導など、様々なプログラムに参加者の方々も楽しく取り組み、笑顔が絶えない教室になりました。当社は、今後も本教室を継続させ、被災地の方々の健康の維持と向上を図る支援活動を行っていきます。

「すこやかキッズ スポーツ塾」を石巻市で開催 (石巻市:2012年12月16日)

子どもたちがスポーツを楽しむ機会を提供する「1日スポーツ塾」を、ビーチバレーの浦田聖子選手、共にアトランタオリンピック日本代表の萩原美樹子さん(バスケットボール)・田中 光さん(体操)の3名を塾長に迎え、石巻市総合体育館で開催しました。津波による体育施設の減少や住環境の変化などで運動の機会

が減った子どもたちに、石巻市体育協会の支援のもと、スポーツをする楽しさを届けると同時に保護者の方々にもスポーツボランティアとして参加いただき、一緒に汗を流してもらいました。



一流アスリートと共に
スポーツの楽しさを体感

石巻・学校と社会との協働教育をめざす教育フォーラム 「げんき・ゆめ・まなびワークショップ」に出展 (石巻市：2013年1月19日)



当社を含む企業展示ブース

このフォーラムは、多種多様な企業の技術や製品に触れる体験的な学びを通じて、夢や希望をもって自らの将来について考える機会を子どもたちに提供するものです。当社はブース展示と講演により、Jリーグ・ガンバ大阪の協力で実施したキャリア教育活動「ドリカムスクール」の事例を紹介しました。これは、当社の社員が先生役として中学校に出向き、「わが町のスポーツチームを応援する商品を企画しよう!」のテーマの下、生徒にスポーツウェアの開発技術や機能性を知ってもらい、商品を企画・デザインするプログラムです。当社では本フォーラムがキャリア教育のきっかけになれば、と考えています。

財務情報

Financial Statements

連結貸借対照表

(単位:百万円)

科目	前連結会計年度 (2012年3月31日)	当連結会計年度 (2013年3月31日)
資産の部		
流動資産	51,536	56,573
固定資産	17,432	18,663
有形固定資産	10,291	11,626
無形固定資産	578	1,179
投資その他の資産	6,562	5,858
資産合計	68,969	75,237
負債の部		
流動負債	20,989	23,159
固定負債	4,078	3,102
負債合計	25,067	26,262
純資産の部		
株主資本	45,988	48,944
資本金	3,846	3,846
資本剰余金	25,184	25,184
利益剰余金	17,617	20,576
自己株式	△ 659	△ 661
その他の包括利益累計額	△ 2,087	30
その他有価証券評価差額金	△ 171	258
繰延ヘッジ損益	△ 15	△ 45
為替換算調整勘定	△ 1,900	△ 183
純資産合計	43,901	48,974
負債純資産合計	68,969	75,237

※会計上の見積りの変更と区別することが困難な会計方針の変更:

当社及び国内連結子会社は、法人税法の改正に伴い、当連結会計年度より、2012年4月1日以降に取得した有形固定資産については、改正後の法人税法に基づく減価償却の方法に変更しています。従来の方法による場合と比較して、この変更が当連結会計年度の営業利益、経常利益及び税金等調整前当期純利益に与える影響はそれぞれ軽微です。

連結損益計算書

(単位:百万円)

科目	前連結会計年度 (自 2011年4月 1日 至 2012年3月31日)	当連結会計年度 (自 2012年4月 1日 至 2013年3月31日)
売上高	83,029	91,932
売上原価	42,603	45,615
売上総利益	40,426	46,317
返品調整引当金戻入額	12	69
差引売上総利益	40,439	46,387
販売費及び一般管理費	35,660	40,967
営業利益	4,779	5,419
営業外収益	300	378
営業外費用	164	158
経常利益	4,914	5,639
特別利益	—	117
特別損失	136	184
税金等調整前当期純利益	4,778	5,572
法人税、住民税及び事業税	1,850	1,765
法人税等調整額	△ 117	245
少数株主損益調整前当期純利益	3,045	3,561
当期純利益	3,045	3,561

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

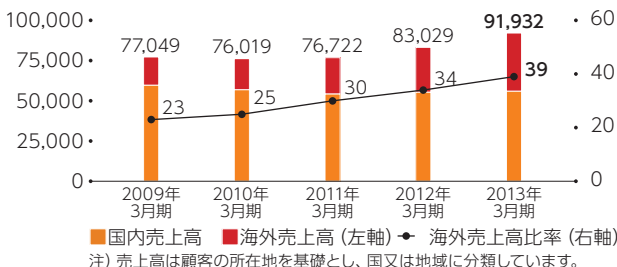
科目	前連結会計年度 (自 2011年4月 1日 至 2012年3月31日)	当連結会計年度 (自 2012年4月 1日 至 2013年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,722	1,528
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,833	△ 2,005
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 643	△ 725
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 163	531
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	82	△ 670
現金及び現金同等物の期首残高	17,975	18,057
現金及び現金同等物の期末残高	18,057	17,387

財務ハイライト

Financial Highlights

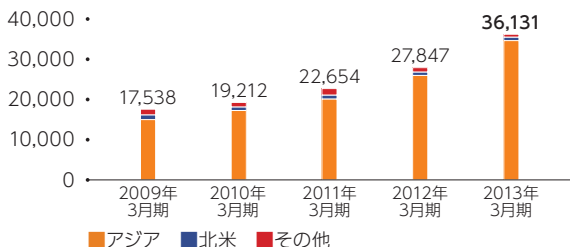
売上高推移および海外売上高比率

(単位：百万円/%)



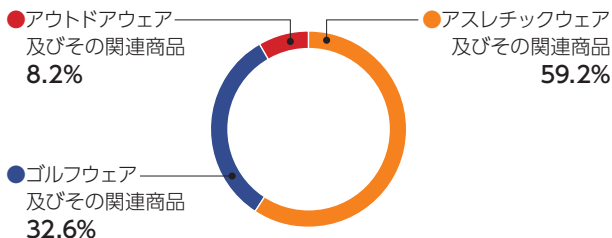
海外売上高推移

(単位：百万円)



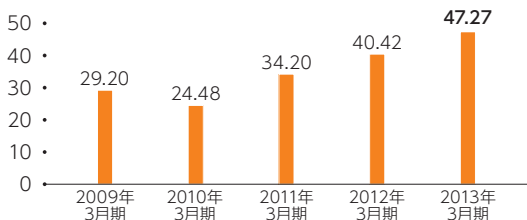
品目別売上高構成比

(単位：%)



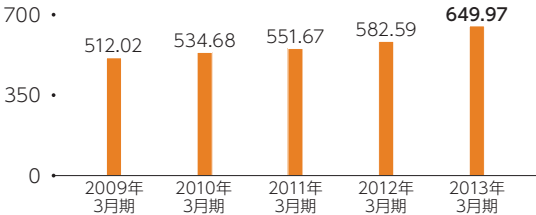
1株当たり当期純利益

(単位：円)



1株当たり純資産

(単位：円)



株主優待を始めました!

当社は、株主様の日頃のご支援に感謝申し上げ、新たに株主様ご優待制度を設けることになりました。当社が運営する「デサントオンラインショップ／DESCENTE Online Shop」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。引き続きのご支援を賜りますようお願い申し上げます。

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1,000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

「デサントオンラインショップ」の取扱商品を20%割引でご購入いただけるご優待制度です。



◆デサントオンラインショップ

『デサント』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。

<http://www.descente-onlineshop.jp/dct/>

会社情報 / 株式情報

Corporate Information / Stock Information

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	石本 雅敏
資本金	38億4,620万円
年商	919億円（連結、2013年3月期）
従業員数	1,586名（連結）747名（単体）（2013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

取締役会長：	桑山 信雄	取締役：	戸井田 朋之
代表取締役社長：	石本 雅敏	取締役：	中分 孝一
常務取締役：	田中 嘉一	取締役：	井伊 雅子
常務取締役：	三井 久	常勤監査役：	石本 和之
取締役：	羽田 仁	監査役：	八杉 昌利
取締役：	辻本 謙一	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
---------------------	----------------------------

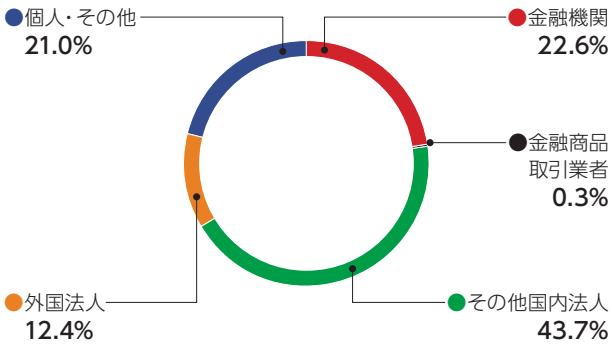
株式数および株主数

(2013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1,574,138株含む)
株主数	4,242名

株式分布状況

(2013年3月31日現在)



大株主および持株数

(千株) (2013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
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,706
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	2,171
株式会社三井住友銀行	2,110
石本和之	1,757
帝人フロンティア株式会社	1,654
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	1,611
デサント共栄会	1,598
東洋紡スペシャルティズトレーディング株式会社	1,587

上記のほか当社保有の自己株式1,574千株があります。

株主メモ

Shareholder's Memo

株主メモ

(2013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

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。

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>

