

**2012年3月期(116期)  
決算説明資料**

**2012年5月  
グンゼ株式会社**

# 1-1. 連結業績 2011年度(2012年3月期)

## 連結業績

単位:百万円、%

	2010年度 (11/3期)	2011年度 (12/3期)	対前年		公表	公表 増減額	利益率	
			増減額	増減率			2010年度 (11/3期)	2011年度 (12/3期)
売上高	133,705	136,621	2,916	2.2	137,000	△379	-	-
営業利益	3,085	1,023	△2,061	△66.8	1,000	23	2.3	0.7
経常利益	3,285	975	△2,309	△70.3	800	175	2.5	0.7
当期純利益	1,796	571	△1,224	△68.2	500	71	1.3	0.4

税制改正に伴う影響額(繰延税金資産取崩額) △540百万円

※公表・・・2012年2月3日に公表した「2012年3月期 第3四半期決算短信」の数値

## 1-2. セグメント別 売上高・営業利益

(単位:百万円/%)	売上高				営業利益				営業利益率	
	2010年度 (11/3期) 年間実績	2011年度 (12/3期) 年間実績	対前年		2010年度 (11/3期) 年間実績	2011年度 (12/3期) 年間実績	対前年		2010 年度	2011 年度
			増減額	増減率			増減額	増減率		
機能ソリューション	47,013	51,500	4,487	9.5	4,114	3,587	△526	△12.8	8.8	7.0
アパレル	74,524	72,948	△1,575	△2.1	993	192	△800	△80.7	1.3	0.3
ライフクリエイト	13,396	13,424	27	0.2	1,497	920	△577	△38.5	11.2	6.9
セグメント計	134,934	137,873	2,939	2.2	6,604	4,700	△1,903	△28.8	4.9	3.4
全社・消去	-1,229	-1,252	△23	-	-3,519	-3,677	△157	-	-	-
合計	133,705	136,621	2,916	2.2	3,085	1,023	△2,061	△66.8	2.3	0.7

## 1-3. 特別損益

(単位:百万円)	2010年度 (11/3期) 年間実績	2011年度 (12/3期) 年間実績	増減
退職給付数理差異償却	-2,247	-2,492	△245
退職給付信託設定益	969	4,076	3,107
退職給付関連計	-1,278	1,583	2,862
投資有価証券評価損	-8	0	8
投資有価証券関連計	-8	0	8
固定資産売却益	484	81	△403
固定資産売却及び除却損	-133	-166	△33
固定資産処分関連計	350	-84	△434
事業構造改善損失	-287	0	287
前橋違約金収入	1,337	0	△1,337
災害に伴う損失	-223	0	223
資産除去債務 過年度償却費	-62	0	62
その他特別損益	-112	-158	△46
<b>特別損益合計</b>	<b>-268</b>	<b>1,339</b>	<b>1,607</b>

# 1-4. 貸借対照表

単位：百万円

	2010年度 (11/3期) 年間実績	2011年度 (12/3期) 年間実績	増減
<b>流動資産</b>	<b>67,722</b>	<b>75,392</b>	<b>7,669</b>
現金及び預金	6,905	6,078	△826
受取手形・売掛金	27,122	29,547	2,424
棚卸資産	29,532	35,562	6,027
<b>固定資産</b>	<b>96,194</b>	<b>93,125</b>	<b>△3,069</b>
有形固定資産	67,468	68,746	1,278
無形固定資産	2,190	1,916	△274
投資その他資産	26,536	22,462	△4,073
<b>資産合計</b>	<b>163,917</b>	<b>168,517</b>	<b>4,599</b>
<b>流動負債</b>	<b>35,257</b>	<b>43,344</b>	<b>8,086</b>
<b>固定負債</b>	<b>15,313</b>	<b>14,975</b>	<b>△338</b>
<b>負債合計</b>	<b>50,571</b>	<b>58,319</b>	<b>7,748</b>
<b>株主資本</b>	<b>112,900</b>	<b>111,752</b>	<b>△1,147</b>
資本金	26,071	26,071	-
資本剰余金	14,082	14,080	△2
利益剰余金	80,033	79,255	△777
自己株式	△7,286	△7,655	△368
<b>少数株主持分</b>	<b>697</b>	<b>964</b>	<b>267</b>
<b>純資産合計</b>	<b>113,345</b>	<b>110,197</b>	<b>△3,148</b>
<b>負債及び純資産合計</b>	<b>163,917</b>	<b>168,517</b>	<b>4,599</b>

## 資産合計

**168,517百万円** (対前期末 4,599百万円増加)

<棚卸資産>	2010年度	2011年度	増減
機能S	8,963	9,884	921
アパレル	20,255	25,337	5,082
<投資有価証券>	16,698	12,538	△4,160

## 負債合計

**58,319百万円** (対前期末 7,748百万円増加)

<株主還元>	2010年度	2011年度	増減
コマーシャルペーパー	12,800	19,600	6,800
長期借入金	5,175	7,678	2,502
退職給付引当金	4,623	2,147	△2,448

## 純資産合計

**110,197百万円** (対前期末 3,148百万円減少)

	2010年度	2011年度	増減
株主資本	112,900	111,752	△1,147
有価証券評価差額	2,592	430	△2,162

## 経営指標

	2010年度	2011年度	増減
自己資本比率(%)	68.6	64.7	△3.9
EPS(円)	9.23	2.96	△6.27
BPS(円)	582.39	568.89	△13.5

## 2-1. 2011年度・主要課題の進捗<成果と課題①>

### 成長事業への積極投資と新規分野の開発・拡販

成

成 果

#### ■機能ソリューション事業

<電子部品> 透過型静電容量タッチパネル(PCAP)の生産能力増強  
→ スパッタ機&コーティング機の増設と印刷・組立能力拡大

<プラスチック> 複合ナイロン2号機増設・稼動

#### ■アパレル事業

<インナー> 差異化技術(カスタイズ)の確立

<繊維資材> 自動車向けなど産業資材市場の開拓及び拡販

#### ■ライフクリエイト事業

<不動産> 「前橋SC」リニューアルオープン、「つかしん(にしまち)」再開発着手

長

確

保

課 題

#### ■機能ソリューション事業

<電子部品> フィルムを含む半製品販売拡大と細線技術の確立

<新規事業> 光学フィルムの早期事業化による経営貢献

#### ■アパレル事業

<インナー> NB商品の再強化  
新規チャネル(直販ビジネス)の早期事業拡大  
カスタイズ事業の拡大

## 2-2. 2011年度・主要課題の進捗<成果と課題②>

### グローバル販売の拡大

成

果

長

#### ■機能ソリューション事業

- <電子部品> 日本・中国・台湾の三国連携による生産・販売体制確立
- <メディカル> 中国での独自販売体制の確立及び東南アジアでの販売拡大

#### ■アパレル事業

- <インナー> 北京愛慕郡是公司設立などによる販売体制の確立
- <レッグ> 中国市場に向けた企画・生産・販売体制の整備
- <繊維資材> 中国・インドネシア工場を利用した自動車用資材の拡販

確

保

課 題

#### ■機能ソリューション事業

- <プラスチック> 海外関係会社(米国・中国・欧州)の経営改善
- <メディカル> 中国市場深耕のための体制作り(薬事認証・生産体制)

#### ■アパレル事業

- <インナー> } 中国市場でのゲンセブランドの認知度向上と東南アジア市場の開拓
- <レッグ> } 海外(現地)のニーズに合わせた商品開発

## 2-3. 2011年度・主要課題の進捗<成果と課題③>

### 事業構造改革と収益力強化

体  
質  
強  
化

#### 成 果

##### ■機能ソリューション事業

<ムトロ> 中国子会社(北京北人郡是)活用によるコスト削減

##### ■アパレル事業

<レディースインナー> 不採算ランファンコーナーからの撤退による収益改善  
インナー、ランファン一体化によるMD戦略の推進  
新ブランド「KIREILABO」のコーナー化推進

#### 課 題

##### ■機能ソリューション事業

<電子部品> 価格競争力及び生産性の向上(歩留り改善、稼働率アップ)

##### ■アパレル事業

<インナー> 市場の変化に即応した柔軟な生産・SCM体制の確立

<レグ> 中国・インドネシア工場の生産体制の整備と生産性向上



## 3-1. 2012年度 経営方針

『破殻成長』の信念で、顧客・市場の激変に迅速に対応した  
商品開発と仕組み改革を実行し、顧客満足と企業価値向上を実現する

### 成長確保

- (1) 顧客メリットを明確にした特長商品・サービスを開発する
- (2) グローバル販売を積極展開し収益力を強化する
- (3) 重点投資・新規事業の早期経営貢献を実現する

### 体質強化

- (1) 不連続コスト改革を含む1/2革新運動でコスト競争力を強化する
- (2) グローバル最適SCM体制と経営資源の有効活用を実現する
- (3) 商品特性・ユーザー要求に効率対応する仕組みを構築する

### 経営基盤強化

- (1) 品質・コスト・デリバリーとCSR力を強化しグンゼブランド価値を向上させる
- (2) 省エネ・省資源を徹底し環境経営を進化させる
- (3) 多様な人財の育成と技術の伝承・向上により市場対応力を強化する

## 3-2. 連結業績予想

(単位:百万円/%)

	2011年度 (12/3期) 実績	2012年度 (13/3期) 計画	対前年		利益率	
			増減額	増減率	2011 年度	2012 年度
売上高	136,621	141,500	4,879	3.6	-	-
営業利益	1,023	3,600	2,577	251.9	0.7	2.5
経常利益	975	3,400	2,425	248.7	0.7	2.4
当期純利益	571	1,600	1,029	180.2	0.4	1.1

### 3-3. セグメント別 売上高・営業利益

◇通期予想

(単位:百万円/%)

	売上高				営業利益				営業利益率	
	2011年度 (12/3期) 実績	2012年度 (13/3期) 計画	対前年		2011年度 (12/3期) 実績	2012年度 (13/3期) 計画	対前年		2011 年度	2012 年度
			増減額	増減率			増減額	増減率		
機能ソリューション	51,500	55,300	3,800	7.4	3,587	4,240	653	18.2	7.0	7.7
アパレル	72,948	73,700	752	1.0	192	2,060	1,868	972.9	0.3	2.8
ライフクリエイト	13,424	13,800	376	2.8	920	1,200	280	30.4	6.9	8.7
セグメント計	137,873	142,800	4,927	3.6	4,700	7,500	2,800	59.6	3.4	5.3
全社・消去	-1,252	-1,300	△48	-	-3,677	-3,900	△223	-	-	-
合計	136,621	141,500	4,879	3.6	1,023	3,600	2,577	251.9	0.7	2.5

## 3-4. 設備投資と減価償却及びコストダウン

### 設備投資

単位:百万円

	2010年度 (11/3期) 実績	2011年度 (12/3期) 実績	2012年度 (13/3期) 計画
機能ソリューション	2,325	9,097	5,800
アパレル	1,870	1,191	1,500
ライフクリエイト	311	1,423	2,000
本社他	1,489	356	500
合計	5,997	12,069	9,800

※固定資産編入ベース

### 減価償却費

単位:百万円

	2010年度 (11/3期) 実績	2011年度 (12/3期) 実績	2012年度 (13/3期) 計画
機能ソリューション	3,680	3,993	4,400
アパレル	2,011	1,966	1,400
ライフクリエイト	1,316	1,369	1,400
本社他	890	841	1,000
合計	7,898	8,171	8,200

# 4-1. 機能S事業<プラスチック・エンプラ>事業の経過と戦略

## プラスチック

原料樹脂価格の高騰

電力供給問題

国内平板市場の縮小

海外安価品の流入

価格競争の激化

### 重点戦略

- <国内事業>
- ・平板収縮フィルム → 国内市場の縮小に対し、ハイブリッド & 薄膜化で対応
  - ・OPPフィルム → 防曇市場での更なる深耕と差異化商品の開発
  - ・複合ナイロンフィルム → ハイブリッドナイロンの拡販と用途開発
  - ・多層シート → 新商品の拡販による事業基盤の強化
- <海外事業>
- ・米 国 → 平板ハイブリッド商品の拡販
  - ・欧 州 → 抜本的な経営改善の実施
  - ・中 国 → 平板フィルムを中心とした事業拡大



## エンプラ

欧米の景気低迷

海外メーカーの台頭

市場競争の激化

多品種少量化 & 短命化

低価格化の進行

販売単価の下落

### 重点戦略

- <カー機用中間転写ベルト>
- ・高画質(ハイエンド)対応弾性ベルトなど
  - ・量販市場(ミドル&ローエンド)対応転写ベルト
- <OA関連(含フッ素樹脂薄肉チューブ)>
- ・高付加価値化(無折目薄肉チューブ)とコストダウンによるシェアアップ
- <フッ素樹脂一般産業用途>
- ・既存技術の応用による新商品・新市場開拓
- 市場要望に対応した商品開発推進



## 4-2.機能S事業<電子部品・メディカル>事業の経過と戦略

### 電子部品

スマートフォン・タブレット市場の拡大

Windows8・ウルトラブックの発売

Appleの1人勝ち

低消費電力・薄型・軽量

ガラスPCAPの単価下落

細線技術・狭配線化対応

### 重点戦略

#### <販売戦略>

・薄型・軽量、ウルトラブック向けにフィルムPCAPの受注獲得

【中・大型PCAP】 → PC・タブレット市場向けにフィルムPCAPで拡販

【小型PCAP】 → 中国スマートフォン市場向けに半製品で拡販

#### <開発戦略>

・細線パターンの技術開発 (L/S 90 $\mu$  → L/S 60 $\mu$ へ)

※L/S・・・L(ライン) & S(スペース) 回路線の幅と回路線の間スペース幅

・ITOフィルム(薄型・低抵抗)、厚手粘着(OCA)の開発

#### <生産面での課題>

・生産性・歩留り及び工場稼働率の向上



### メディカル

医療市場の拡大

認証制度の変更

競争激化

治験費用の増大

### 重点戦略

・中国の研究・開発体制と新工場の円滑な立上げによる中国市場の深耕

・タイ・ベトナムなど東南アジアやトルコなど新市場開拓

・新商品(血糖値センサー)の拡販

・国内生産能力の増強 (人工皮膚、縫合補強材など)



血糖値センサー

## 4-3. アパレル事業<インナーウェア>事業の経過と戦略

### インナーウェア

海外労務費を含むコストアップ

市場競争の激化

PBの拡大・同質化/NBの取扱い減少

機能性インナーの供給過剰

綿製品への回帰傾向

新用途(スポーツ・ウェルネス等)市場拡大

### 重点戦略

#### <チャネル戦略>

- ・地域量販店でのNB商品の拡販
- ・直販ビジネスの拡大と早期経営貢献

#### <販売戦略>

- (紳士) ・BODY WILD → 2012SS 新キャラクター「桐谷 美玲」起用
- (紳士・婦人) ・シーズン商品(COOL MAGIC & HOT MAGIC) → 機能アップした新商品の投入
- ・綿回帰傾向による拡販(快適工房ほか)
- (婦人) ・KIREILABO(キレイラボ) → エイジング世代(40代~)市場での拡販

#### <海外戦略>

- ・中国との合併会社(北京愛慕郡是)によるコーナー化推進
- ・海外Web販売

#### <コストダウン>

- ・オンデマンド(小ロット、短納期)による効率生産体制作り



BODYWILD新キャラクター  
桐谷 美玲

# 4-4. アパレル事業<レグウェア>事業の経過と戦略

## レグウェア

デフレ継続・消費低迷

トレンド商品(レギンス・柄物)が一巡

ミニボトムトレンドの継続

節電対応

機能・実用商品 志向

PB商品の拡大

### 重点戦略

#### <チャンネル戦略>

- ・メディカル・ドラッグルート of 拡大
- ・大手流通との取り組み拡大・・・PB戦略推進

#### <販売戦略>

- ・新ブランド「Mirica」の育成 新キャラクター「武井 咲」起用
- ・新ドメイン(新機能・新用途)商品の開発

#### <海外戦略>

- ・郡是(上海)商貿と中国現地工場(山東ゲンゼ)の連携による中国販売の増強
- ・三国間貿易の強化などによるグローバル販売拡大
- ・PTGSI(ゲンゼ・ソックス・インドネシア)能力増強によるソックス事業の拡大



Mirica新キャラクター  
武井 咲

デフレ継続・消費低迷

PB商品の拡大

低価格志向

国内縫製市場縮小

自動車資材拡大

原材料価格高騰

### 重点戦略

#### ハウスカジュアル

- ・「快眠」をテーマとした商品の充実と新規販路の開拓
- ・中国を中心としたグローバル販売の推進
- ・ベトナム・インドネシアでの生産増強

#### 繊維資材

- ・縫製資材のグローバル生産体制による競争力向上  
→バングラデシュに生産・販売の新規拠点設立
- ・産業用資材(自動車用資材ほか)の生産体制強化とグローバル拡販



快眠パジャマ



# 4-5. ライフクリエイト事業<不動産・スポーツクラブ>

不動産関連分野

スポーツクラブ分野

競争激化

エネルギーコストの上昇

スポーツ・ウェルネスニーズ

少子高齢化

消費の低迷

電力供給問題

メニュー・プログラムの多様化

健康志向

重  
点  
戦  
略

## 不動産関連分野

### <資産の有効活用>

- ・つかしん「にしまち」再開発(2012年10月完成予定)とテナント再編
- ・前橋リカ(2011年12月リニューアルオープン)の集客強化
- ・遊休不動産の開発

### <環境ビジネス>

- ・省エネ需要を背景としたESCO事業の拡大



前橋リカ

## スポーツクラブ分野

- ・新メニュー&プログラム導入による新会員の獲得
- ・都市型店舗出店の加速
  - 京都店(2012年4月オープン)
  - 新店舗(2012年7月オープン予定)



グンゼスポーツクラブKyoto烏丸六角

五感が目覚めるスポーツクラブ

本資料のうち、業績見通し等に記載されている内容は、現在入手可能な情報による判断に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策を保証するものではありません。

本資料は、2012年5月14日に公表した「2012年3月期 決算短信」に基づくものです。