

**2012年3月期(116期)
第2四半期 決算説明会資料**

**2011年11月
ゲンゼ株式会社**

- 目 次 -

I

2011年度(2012年3月期)第2四半期 連結業績

I.-1 2011年度 第2四半期 連結業績 I.-2 事業セグメント別 連結業績

II

2011年度(2012年3月期)通期 連結業績予想

II.-1 2011年度 通期 連結業績予想 II.-2 事業セグメント別

III

事業セグメント別 概況

III.-1 機能ソリューション事業 III.-3 ライフクリエイイト事業

III.-2 アパレル事業



I-1 連結業績

連結業績

(単位:百万円、%)

項目	116期 (12/3期) 第2四半期 実績	115期 (11/3期) 第2四半期 実績	対前年		116期 (12/3期) 第2四半期 業績予想	対業績予想		利益率	
			増減額	増減率		増減額	増減率	116期 実績	115期 実績
売上高	67,059	67,228	△169	△0.3	67,000	59	0.1	—	—
営業利益	609	1,667	△1,058	△63.5	500	109	21.8	0.9	2.5
経常利益	635	1,808	△1,172	△64.9	500	135	27.0	0.9	2.7
当期純利益	329	719	△389	△54.2	400	△71	△17.8	0.5	1.1

※業績予想...2011年5月13日「2011年3月期 決算短信」の公表数値



I-2 連結業績(事業セグメント別)

◇ 上期計(4月～9月)

(単位:百万円, %)

	売上高					営業利益					営業利益率	
	116期 (12/3期) 実績	対前年		対業績予想		116期 (12/3期) 実績	対前年		対業績予想		116期 実績	115期 実績
		増減額	増減率	増減額	増減率		増減額	増減率	増減額	増減率		
機能ソリューション計	26,142	1,470	6.0	542	2.1	1,928	△231	△10.7	△22	△1.1	7.4	8.8
アパレル計	35,323	△1,359	△3.7	△277	△0.8	110	△394	△78.2	△70	△38.9	0.3	1.4
ライフクリエイティブ計	6,169	△328	△5.0	△231	△3.6	324	△340	△51.2	154	90.6	5.3	10.2
小計	67,634	△217	△0.3	34	0.1	2,364	△964	△29.0	64	2.8	3.5	4.9
全社・消去	-575	47	-	25	-	-1,754	△94	-	46	-	-	-
連結計	67,059	△169	△0.3	59	0.1	609	△1,058	△63.5	109	21.8	0.9	2.5



1 通期 連結業績予想

GUNZE

(単位:百万円, %)

通期 11/4-12/3	116期 (12/3期) 予想	115期 (11/3期) 実績	対前年	
			増減額	増減率
売上高	143,500	133,705	9,795	7.3
営業利益	3,500	3,085	415	13.5
経常利益	3,400	3,285	115	3.5
当期純利益	2,100	1,796	304	16.9

2011年5月13日「2011年3月期 決算短信」の業績予想数値を変更していません。

下期 11/10-12/3	116期 (12/3期) 予想	115期 (11/3期) 実績	対前年	
			増減額	増減率
売上高	76,441	66,477	9,964	15.0
営業利益	2,891	1,418	1,473	103.9
経常利益	2,765	1,477	1,288	87.2
当期純利益	1,771	1,077	694	64.4



2 通期 連結業績予想(セグメント別)

GUNZE

◇ 通期予想

(単位:百万円, %)

	売上高			営業利益			営業利益率	
	116期 (12/3期) 予想	対前年		116期 (12/3期) 予想	対前年		116期 予想	115期 実績
		増減額	増減率		増減額	増減率		
機能ソリューション計	56,700	9,687	20.6	4,600	486	11.8	8.1	8.8
アパレル計	74,800	276	0.4	1,600	607	61.1	2.1	1.3
ライフクリエイト計	13,400	4	0.0	900	△597	△39.9	6.7	11.2
小計	144,900	9,966	7.4	7,100	496	7.5	4.9	4.9
全社・消去	-1,400	△171	-	-3,600	△81	-	-	-
連結計	143,500	9,795	7.3	3,500	415	13.5	2.4	2.3

～ 前半は、震災による供給不足から需要増加、後半は増加した在庫の調整局面を迎え減速 ～

外部環境

震災影響による供給不足

電力制限

原材料高騰

急激な円高

欧米財政危機・景気減速

上期概況

- 平板収縮フィルム … 供給不足から前半飲料向け中心に大幅増、8月中旬以降反動から急減速
- OPPフィルム … 被災設備(福島)の早期復旧とクイックなデリバリー対応で震災影響を最小限に止める
- 複合ナイロンフィルム … 震災によるSCM混乱の中、新設2号機稼動による供給力アップで需要取込み伸長
- 多層シート … 前半は電力制限に備えた前倒し需要が増加、後半は反動から在庫調整局面に



ハイブリッド収縮フィルム

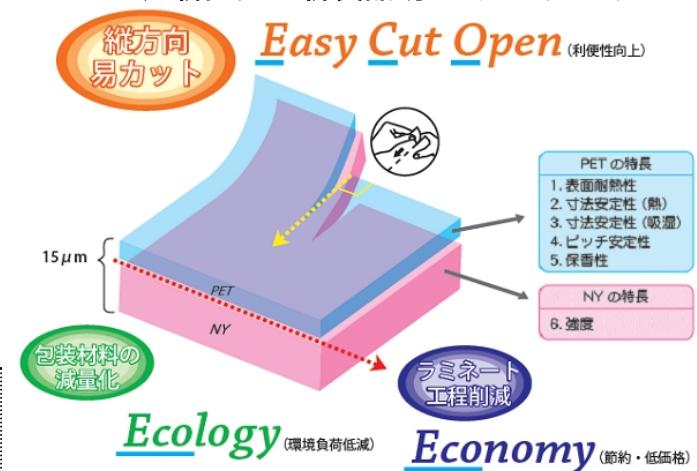


OPPフィルム(防曇)



ハイブリッドナイロンフィルム

9月新発売 新製品易カットタイプ(HBC)



3つのEcoを実現する
新型ハイブリッドナイロン

下期見通しと対策

- 需要減速感の拡大 ⇒ 競争激化、単価の下げ圧力発生
- 欧米景気の後退感 ⇒ 海外、半導体市場の市況悪化

薄膜・軽量化で低コストを実現したハイブリッド製品中心に拡販



III-1-2 機能ソリューション事業(電子部品分野)

～ 透過型静電容量方式(PCAP)タッチパネルの受注拡大も、量産化遅れと一部減産で経営寄与遅れる ～

外部環境

- スマートホン・タブレット市場の急拡大
- ガラスPCAP vs フィルムPCAP
- 細線技術の必要性増大
- Appleの独走:iPad
- 欧米景気の減速
- 用途・コンテンツ・機能差異化の模索

上期概況

- PCAP(透過型静電容量方式)
 - <600K/月 生産体制へのキャパ拡大中> (単位:K=1,000個)
 - ・ 量産対応に遅れ、歩留り悪化が生じ、生産効率、コストにも影響
 - ・ 設備拡大は計画通りながら、中国での人材の確保(組立工程他)に課題
 - ・ 8月以降、欧米景気の減速が表面化、スマートフォン&タブレット市場は拡大も期待値よりは伸びがやや鈍化
- フィルム外販
 - ・ 新規販路開拓に遅れ

下期見通しと対策

- ・ 一部顧客の増産要求への対応と、新規プロジェクトの短期立ち上げで上期量産遅れを挽回
- <実施事項>
 - ① PCAPの生産キャパアップと歩留りを改善し、収益を改善・拡大
 - ② 新技術を早期確立し、材料販売へ進出
 - ③ フィルム生産能力の増強

～ 震災影響一部残るも主力OA機器用の部材は全般的に堅調、但し後半やや減速感がみられる ～

エンプラ

外部環境

- サプライチェーンの一部寸断
- 電力制限
- 急激な円高・ユーロ安
- 欧米財政危機・景気減速

上期概況

- カラー機用中間転写ベルト …… 震災影響は軽微、電力制限対策の先行需要発生
- 定着ローラー用フッ素樹脂チューブ …… ローエンド品のサプライチェーン回復は秋以降
- フッ素樹脂・一般産業用途 …… モバイル市場好調を受け、半導体装置向けは好調

下期見通しと対策

- ・ 上期の前倒し需要の在庫調整局面 ⇒ 大手セットメーカーの計画下方修正の懸念
- ・ 欧米景気の後退感 ⇒ OA及び半導体関連の市況悪化
- ・ タイ洪水影響 ⇒ 得意先操業停止及びサプライチェーンの混乱

製品改良・新製品開発の加速と新規用途、販路開拓に注力

その他

■ モバイル関連分野

～ 上期は増収増益を達成、下期以降も更なる拡大を目指す ～

- ・ 海外展開の加速 …… 東南アジア・欧州の新市場の開拓

■ 新規開発分野

～ 光学フィルムの実用・量産化遅延 ～

- ・ 早期量産化 …… HDフィルム(高硬度)、Fフィルム(光学特性, 高耐熱)
- ・ 新規用途、実用化への研究推進

～ 原材料(綿花など)・資材高騰によりコストアップが損益に大きく影響、競争激化で売上も苦戦 ～

外部環境

原材料・資材価格高騰

市場競合の激化

機能性商品の拡大

上期概況

■ ベーシック

- ・ 「快適工房」はじめ綿製品は綿糸高騰などにより大幅コストアップ
- ・ 東日本大震災支援のドネーション実施 (8月21日から来年3月31日まで)

⇒ 対象商品: 東北グンゼ生産「快適工房」・「快適工房プレミアム」・「the GUNZE」


■ BODY WILD


- ・ 量販店ルート : 主力の成型ホクサーブリーフが廉価品との競争激化で苦戦
- ・ 直販 & WEB : 旬なコラボ企画、カスタマイズビジネス(BW-fit, BW-Design)が好調


■ シーズン

- ・ 機能インナー(MAGICグループ)は好調に推移したが、目標までは届かず






⇒ 市場は節電需要もあり、大きく伸長。







～ ファッショントレンドからベーシック・機能重視の実用志向への移行、全般的に消費の冷え込みが響く ～

外部環境	消費冷え込み	トレンド商品に減速感	機能・実用商品 志向
	原材料の高騰	人件費(海外)の高騰	パンツに復調兆し
上期概況	<p>■ ストッキング(PS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ファッション・トレンド志向の低下、一方でプレーンストッキングに一部回帰現象 ・ 医療用ストッキングの拡販 <p>■ セパレート(ソックス等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ クルー丈ソックスなどが好調に推移 ・ 機能性(ドライ機能など)シーズン商品も伸長 <p>■ レギンス・フットカバー 他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ レギンス・トレカ等のトレンド一巡により店頭回転が鈍化 <p>■ 販売チャネル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 厳しい市況中でもドラッグストア・CVSは好調 ⇒ 医療用ストッキングの技術を活用したドラッグストア向けの着圧商品が好評 		
		  	 <p>医療用ストッキング</p>  <p>ドラッグ向けストッキング</p>

外部環境

<予測>

- ・マーケットトレンドは上期の流れが継続、欧米の景気減速感が国内消費の冷え込みに波及することが懸念される
- ・節電のため例年以上に防寒ニーズが高まり、冬の機能性シーズン商品やうちエコ商品の需要拡大が期待される


メンズ & レディースインナー

<実施事項>

① 国内:主力NB(「BODY WILD」・「快適工房」・「HOT MAGIC」)の再構築

- ・ BODY WILD ⇒ 2012SS 新キャラクターを起用(2012年1月発表予定)
主力チャネル(NC/RC)に合わせた商品MDの再構築
オンデマンド商品(コラボ・カスタマイズほか)の拡販



※  様とのコラボ・・・「キクチタケオ」等のカスタマイズ商品の販売

- ・HOT MAGIC ⇒ 機能の差異化訴求とフェア(実演・映像・キャラバンなど)実施による拡販
- ・KIREI LABO ⇒ エイジング世代(50歳～)をターゲットに、「肌」に着目したインナーの展開



- ② 海外:北京愛慕郡是(JV)による中国内販を拡大
- ③ 新規ルート:付加価値商品(コンプレッションインナー)の展開拡大による取組拡大

レッグウェア

<実施事項>

- ① 2012年SS 新ブランドデビュー 新キャラクターを起用(2012年1月発表予定)
- ② 節電・うちエコ関連商品を重点化、特に”防寒”、“厚手”商品群の展開を拡大
- ③ 機能性シーズン商品:インナーと連動した「HOT MAGIC」の総合フェアを実施し需要喚起
- ④ 医療用ストッキングの生産設備増強とドラッグルート等への更なる拡販



～ 不動産は前橋リニューアルのずれ込みが影響、スポーツクラブは全般的に堅調 ～

■不動産関連分野

- ・前橋リカのリニューアルOPEN（2011年12月予定）
（2010年10月のマイカル撤退後の後継テナントを誘致しリニューアル）

※ 従来の一括賃貸から個別賃貸に変更
⇒ 地域密着型で安定集客、安定収益を目指す

- ・つかしん：「にしまち」の再開発計画の着工（2012年1月予定）

※ 阪神間の商業施設の競争激化
⇒「にしまち」再活性で 周辺競合施設との差異化、集客アップをはかる
（2012年10月グランドオープン予定）

- ・ESCO（エスコ）事業の拡大

⇒省エネ診断、リース会社との協業により環境ビジネスを拡大

■スポーツクラブ分野

- ・魅力的な新種会員制度や新メニューの展開
⇒ 初心者用お試し価格制度、個別ランニング・クリニックなど新規会員獲得
- ・新店舗（京都）・・・ビジネス層をターゲットにした都市型ビジネスモデル



前橋リカ リニューアルOPEN



つかしん「にしまち」完成イメージ



本年オープンした「橿原店(奈良)」

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、2011年11月2日に公表した「2012年3月期 第2四半期決算短信」に基づくものです。