

2015年3月期(119期) 決算説明会資料



2015年5月13日
グンゼ株式会社
(3002)

1. 2014年度決算内容

1-1. 連結業績

連結業績

単位：百万円、%

	2013年度 (14/3期) 実績	2014年度 (15/3期) 実績	対前年		2/5 修正業績 公表	対公表 増減額	利益率	
			増減額	増減率			2013 年度	2014 年度
売上高	142,425	141,172	△1,253	△0.9	140,000	1,172	-	-
営業利益	4,375	3,084	△1,290	△29.5	3,000	84	3.1	2.2
経常利益	5,058	4,933	△124	△2.5	4,300	633	3.6	3.5
当期純利益	2,508	3,215	707	28.2	2,100	1,115	1.8	2.3

1. 2014年度決算内容

1-2. 2014年度のポイント

機能ソリューション事業

(億円)	対前年	主な要因
売上高	15	<ul style="list-style-type: none"> ◆ プラスチック：天候不順や消費低迷等により、飲料向けフィルムが苦戦 ◆ エンプラ：OA機器向け製品の市況回復と一般産業向け製品が堅調
営業利益	△14	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 電子部品：タッチパネルや半製品・フィルムの単価下落で苦戦 ◆ メディカル：北米向けが伸長

アパレル事業

(億円)	対前年	主な要因
売上高	△28	消費増税と天候不順による売上減少と、円安や海外労務費高騰による輸入コスト増加
営業利益	1	<ul style="list-style-type: none"> ◆ インナー：事業構造改革の継続 ◆ レッグ：レギンスパンツが売上好調

ライフクリエイティブ事業

(億円)	対前年	主な要因
売上高	0	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 不動産関連：太陽光発電が利益貢献 「グンゼタウンセンターつかしん」は消費低迷により苦戦
営業利益	△1	<ul style="list-style-type: none"> ◆ スポーツクラブ：新規会員獲得堅調もスクール事業が苦戦

1. 2014年度決算内容

1-3. 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	
	2013年度 (14/3期) 実績	2014年度 (15/3期) 実績	対前年		2013年度 (14/3期) 実績	2014年度 (15/3期) 実績	対前年		2013 年度	2014 年度
			増減額	増減率			増減額	増減率		
機能ソリューション	58,235	59,689	1,454	2.5	4,745	3,393	△1,352	△28.5	8.1	5.7
アパレル	70,461	67,635	△2,825	△4.0	1,400	1,491	90	6.5	2.0	2.2
ライフクリエイト	14,497	14,537	40	0.3	1,367	1,257	△110	△8.0	9.4	8.6
合計	142,425	141,172	△1,253	△0.9	4,375	3,084	△1,290	△29.5	3.1	2.2

※合計は、全社・消去後を記載

1. 2014年度決算内容

1-4. 特別損益、財務状況

特別損益

(単位:百万円)

	2013年度 (14/3期) 年間実績	2014年度 (15/3期) 年間実績	増減
退職給付制度変更関連	-886	1,229	2,115
固定資産処分関連	1,195	-311	△1,506
事業構造改善費用	-697	-99	598
その他特別損益	-14	-148	△132
特別損益合計	-405	671	1,076

財務状況

(単位:百万円・%)

	2013年度 (14/3期) 実績	2014年度 (15/3期) 実績	増減
総資産	166,544	175,331	8,787
自己資本	112,357	115,642	3,285
自己資本比率	67.5%	66.0%	△1.5%
有利子負債	24,856	29,546	4,690
BPS(円)	586.35	603.87	17.52
ROE(%)	2.3%	2.8%	0.5%

退職給付制度の改定に伴う移行利益 : 1,229百万円

(退職給付の内、確定拠出年金のウェイトを27%から41%へ改定)

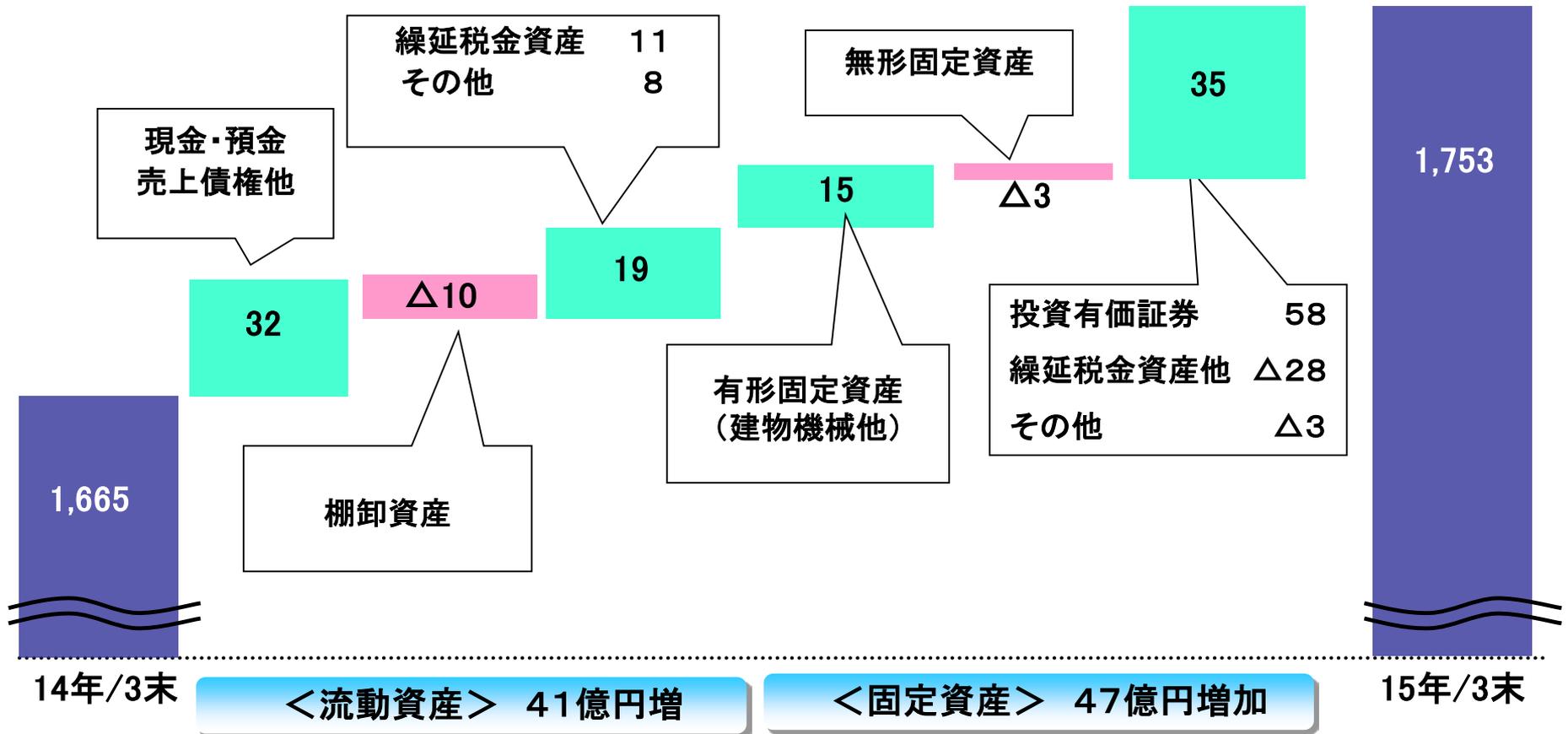
1. 2014年度決算内容

1-5. 資産の増減

資産増減内容

88億円増加

(単位:億円)



1. 2014年度決算内容

1-6. キャッシュフロー

キャッシュフロー

(単位:百万円)

(単位:百万円)

	2013年度 (14/3期) 実績	2014年度 (15/3期) 実績	増減
営業活動	13,753	9,512	△4,240
投資活動	△5,414	△9,240	△3,825
FCF	8,339	272	△8,067
財務活動	△8,303	1,726	10,029

■ 主な営業CF

税金等調整前当期純利益	5,605
減価償却	6,830
退職給付に関する負債減	△2,192
たな卸資産減	1,767
売上債権の増	△652
仕入債務の減	△941

■ 主な投資CF

固定資産取得	△8,786
--------	--------

■ 主な財務CF

借入金等	3,215
配当金支払	△1,430

1. 2014年度決算内容

1-7. 投資戦略と株主還元

中期経営計画(CAN20) (2014年5月13日発表)

- (1) 成長戦略に向けた積極的な設備投資 …… 273億円／3年間
- (2) 配当性向 …… 50%程度を目安 (一株配当金は7.5円以上)
- (3) 機動的な自己株式取得による資本効率の向上



2014年度の設備投資実績と株主還元

- (1) 成長戦略に向けた積極的な設備投資
⇒ 電子部品事業等への設備投資計画減額 (△15億円)
- (2) 当期配当 …… ⇒ 7.5円／株を予定
- (3) 機動的な自己株式取得による資本効率の向上
⇒ 500万株、1,750百万円を上限に自己株取得
(期間 2015年5月14日～8月13日)

2. 2015年度 計画

2- 1. 2015年度 経営方針

挑戦

持続的な成長

- (1) 知識・技術・ノウハウを「CFA活動」で融合し新規事業・新商品・新チャネルを創造する
- (2) 「+25運動」で業務を進化させ新たな取り組みに挑戦する

収益力の向上

経営基盤の強化

新生

結集

- (1) 既存事業、既存商品の提供価値を再検証し 収益基盤を強化する
- (2) 「NExT運動」で現場力を新生し品質とコスト競争力を再構築する

- (1) 自らの役割と責任を自覚し多様な価値観を許容するフェアな組織風土をつくる
- (2) 従業員満足度と商品・サービスの質の向上によりグンゼブランドを強化する

2. 2015年度 計画

2-2. CFA活動

ナイチンゲールプロ

医療用途のアパレル製品開発

メディカル衣料

- ・敏感肌インナー
 - ・術後インナー
- など



2015年秋
テストマーケティング予定

(14年9月展示会)

医療用デバイス開発中

機能ソリューション部門とCFA活動

エジソンプロ

繊維加工技術と非繊維基盤技術の融合

ウェアラブル素材

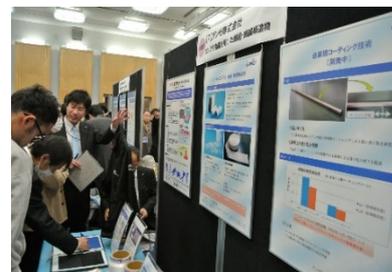
- ・スマートテキスタイル
- ・タッチセンサー



(15年1月展示会)

繊維加工技術

- ・ナノファイバー
 - ・ニット搬送ベルト
- など



(15年3月展示会)

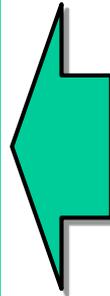
2. 2015年度 計画

2-3. + (プラス) 25運動

- ・25%をキーワードに成長確保のため新規取り組みに経営資源を再配分
- ・新たな取り組みに費やすマンパワーと時間を創出する運動

+ 25 新規取組活動

- 新規事業・新商品・新チャネルのコンセプトの構築と実行
- 新市場の探索、新規顧客訪問・開拓の強化
- 新たな業務やチーム活動・改善活動・ATG活動への積極的な取り組み



+ 25 リソース創出活動

- 業務を従来の考え方・進め方にとらわれることなく新しいやり方に変える
- 業務を優先順位に従って遂行する
- 会議数・会議時間・資料等を現状から25%削減する

※ATG活動 : 明るく、楽しく、元気よくをキーワードに従業員満足度を向上させる活動

2-4. 2016年度3月期 連結業績予想

単位：百万円

	2016/3期 通期					
	計画	対前年		2015/3期 連結		
		利益率	増減	率	実績	利益率
売上高	143,000	—	1,828	1.3	141,172	-
営業利益	3,500	2.4	416	13.5	3,084	2.2
経常利益	3,300	2.3	△1,633	△33.1	4,933	3.5
当期純利益	2,100	1.5	△1,115	△34.7	3,215	2.3

- ・売上高1.3%増収、営業利益13.5%の増益を計画
- ・為替差益(前期:17.2億円)の減少影響等により経常利益、当期純利益は減益
- ・次期配当は、創立120周年記念配当1円を加え、1株当たり8.5円を予定

2-5. 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	
	2015年度 計画	対前年		2015年度 計画	対前年		2014 年度	2015 年度
		増減	率(%)		増減	率(%)		
機能ソリューション	60,500	811	1.4	4,100	707	20.8	5.7	6.8
アパレル	68,000	365	0.5	1,700	209	14.0	2.2	2.5
ライフクリエイト	15,100	563	3.9	1,200	△57	△4.5	8.6	7.9
消去／本社 他	-600	91		-3,500	△443		-	-
総 合計	143,000	1,828	1.3	3,500	416	13.5	2.2	2.4

3. サブセクター別の概況と見通し

3-1. 機能ソリューション(1)

プラスチック

外部
環境

- ・消費増税の駆け込み需要反動及び消費低迷
- ・天候不順、原油価格変動

2014
年度
実績

- ・平板収縮フィルム : 飲料用フィルムは消費増税の駆け込み需要反動と消費低迷の影響で苦戦
- ・OPPフィルム : 消費増税の駆け込み需要反動と原油安による先安感で一部買い控え発生
- ・複合ナイロンフィルム : 食品分野向け新商品が堅調
- ・多層フィルム : 新型スマホ向け需要で上期順調も下期低迷

2015
年度
計画

- ・平板収縮フィルム : 欧米でのハイブリッドフィルム拡販(2015年4月竣工の米国2号機の本格稼働)
- ・OPPフィルム : もやしや菌茸類包装向けフィルムの拡販
- ・複合ナイロンフィルム : 食品分野向けバリアナイロンの拡販
- ・多層フィルム : 工業用途新商品の開発・拡販

3. サブセクター別の概況と見通し

3-1. 機能ソリューション(2)

エンプラ

外部
環境

- ・OA機器の海外市場での需要回復と円安の進行
- ・半導体製造メーカーの投資は堅調

2014
年度
実績

- ・カラー中間転写ベルト : 低価格機種向け商品が堅実に拡大
- ・フッ素樹脂チューブ : 円安を背景に海外ロールメーカーへの輸出が堅調
- ・一般産業用途 : 半導体用フィルターの需要変動に対応する生産体制構築

2015
年度
計画

- ・カラー中間転写ベルト : 高機能機種向け転写ベルトの拡販
- ・フッ素樹脂チューブ : 新機能、新商品、新規顧客開拓に注力
- ・一般産業用途 : エンプラ繊維関連製品の用途開拓と拡充

3. サブセクター別の概況と見通し

3-1. 機能ソリューション(3)

電子部品

外部
環境

- ・タッチパネル・製品値崩れ, パソコン需要は停滞

2014
年度
実績

- ・PCAP完成品 : 大幅な単価下落のため苦戦
- ・PCAP半製品 : 材料トラブルにより受注量出荷できず苦戦
- ・フィルム外販 : 販売先の開拓不足

2015
年度
計画

- ・PCAP完成品 : 車載、業務用機器市場の取り込みに注力
- ・PCAP半製品 : コストダウン推進とスマホ以外の分野開拓に注力
- ・フィルム外販 : OCA(光学用透明粘着材)製品群の拡販
タッチパネル以外の市場開拓

3. サブセクター別の概況と見通し

3- 1. 機能ソリューション(4)

メディカル

外部
環境

- ・高齢化社会対応を見込んだ異業種からの参入拡大

2014
年度
実績

- ・縫合補強材 : 北米向けの伸長により堅調に推移
- ・骨接合材 : 国内及び中国市場で堅調
- ・欧州・中東・南アでの拡販に向け販売会社を設立(2015年2月)

2015
年度
計画

- ・縫合補強材 : 北米向け輸出を更に強化(営業人員の増強)
新規診療科開拓による取り扱いの拡大(国内)
- ・骨接合材 : 国内での新領域代理店との取り組みによる拡販
- ・中国深圳工場の本格稼働(2015年1月竣工、出荷は下期より)

3. サブセクター別の概況と見通し

3-2. アパレル(1)

インナーウェア

外部環境

- ・消費増税と天候不順により国内消費低迷。
- ・急激な円安および海外労務費高騰により輸入品のコストアップ

2014年度実績

【商品別販売動向】

- ・ベーシック(シニア)は下げ止まらず。ミドルはYGリニューアルにより増加
- ・シーズンインナー、ファッションインナー苦戦
- ・ランファンは販売員付き売場から撤退完了
- ・「SEEK」(百貨店向け)やレディス「KIREILABO」「Tuche」など特長ある商品は好調

【事業構造改革】

- ・国内子会社1社閉鎖とアセアン(タイ・ベトナム)を中心とした海外生産シフト

2015年度計画

- ・成長チャネル(EC・直営・海外・ドラッグ)への経営資源重点投入(アウトレット直営4店)
- ・情報共有、連携強化のためインナーウェアとレッグウェアの営業組織統合(2015年4月)
- ・シニアターゲットの「快適工房」リニューアル(2015年秋)
- ・事業構造改革の継続 : 国内スリム化と更なる海外生産シフト

3. サブセクター別の概況と見通し

3-2. アパレル(2)

レグウェア

外部 環境

- ・消費増税と天候不順により国内需要低迷
- ・円安進行および海外労務費高騰により輸入品のコストアップ
- ・インバウンド需要増加

2014 年度 実績

- ・トレンド商品であるレギンスパンツは引き続き堅調
- ・主カブランド「SABRINA」のリニューアル
- ・生産効率改革とコスト削減

2015 年度 計画

■新価値を創造するMDの推進

- ・新規MD 3つの柱

ビューティ&ヘルス

ホーム

アウター

■生産効率改革の継続：労働生産性の向上

現場力向上による市場競争力の強化

■成長チャネルへの経営資源重点投入(インナーウェアと連携)

■「日本製」商品の訴求強化によるインバウンド需要獲得

3. サブセクター別の概況と見通し

3- 3. ライフクリエイト

不動産

スポーツクラブ

外部 環境

- ・オフィスの賃貸需要堅調
- ・フィットネスクラブは業界再編が進行、小型ジムや24時間営業等業態が多様化

2014 年度 実績

- 不動産関連分野
 - ・「グンゼタウンセンターつかしん」は消費低迷により苦戦
 - ・太陽光発電は堅調
- スポーツクラブ分野
 - ・スクール事業の伸び悩み
 - ・新規出店に伴う初期投資（14年9月岡山妹尾店）

2015 年度 計画

- 不動産関連分野
 - ・遊休資産を活用（賃貸マンション等）
- スポーツクラブ分野
 - ・国内外での新規出店 （2015年4月現在18店舗）

明日をもっと、 ここに よく

GUNZE

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。