

2016年3月期（120期） 第2四半期決算説明資料

2015年11月5日

グンゼ株式会社
（証券番号 3002）



1. 第2四半期 決算概要

I-1. 2016年3月期 第2四半期 連結業績

連結業績

(単位:百万円)

	2016年 3月期 第2四半期	2015年 3月期 第2四半期	対前期		利益率(%)	
			増減額	増減率 (%)	2016年 3月期 第2四半期	2015年 3月期 第2四半期
売上高	69,410	66,010	3,399	5.2	—	—
営業利益	1,568	1,382	185	13.5	2.3%	2.1%
経常利益	988	2,143	△1,155	△53.9	1.4%	3.2%
親会社株主に 帰属する四半期 純利益	404	1,249	△844	△67.7	0.6%	1.9%

為替差損益：-732百万円含む（対前期：△1,351百万円）

I-2. 第2四半期の決算サマリー

(単位：億円)

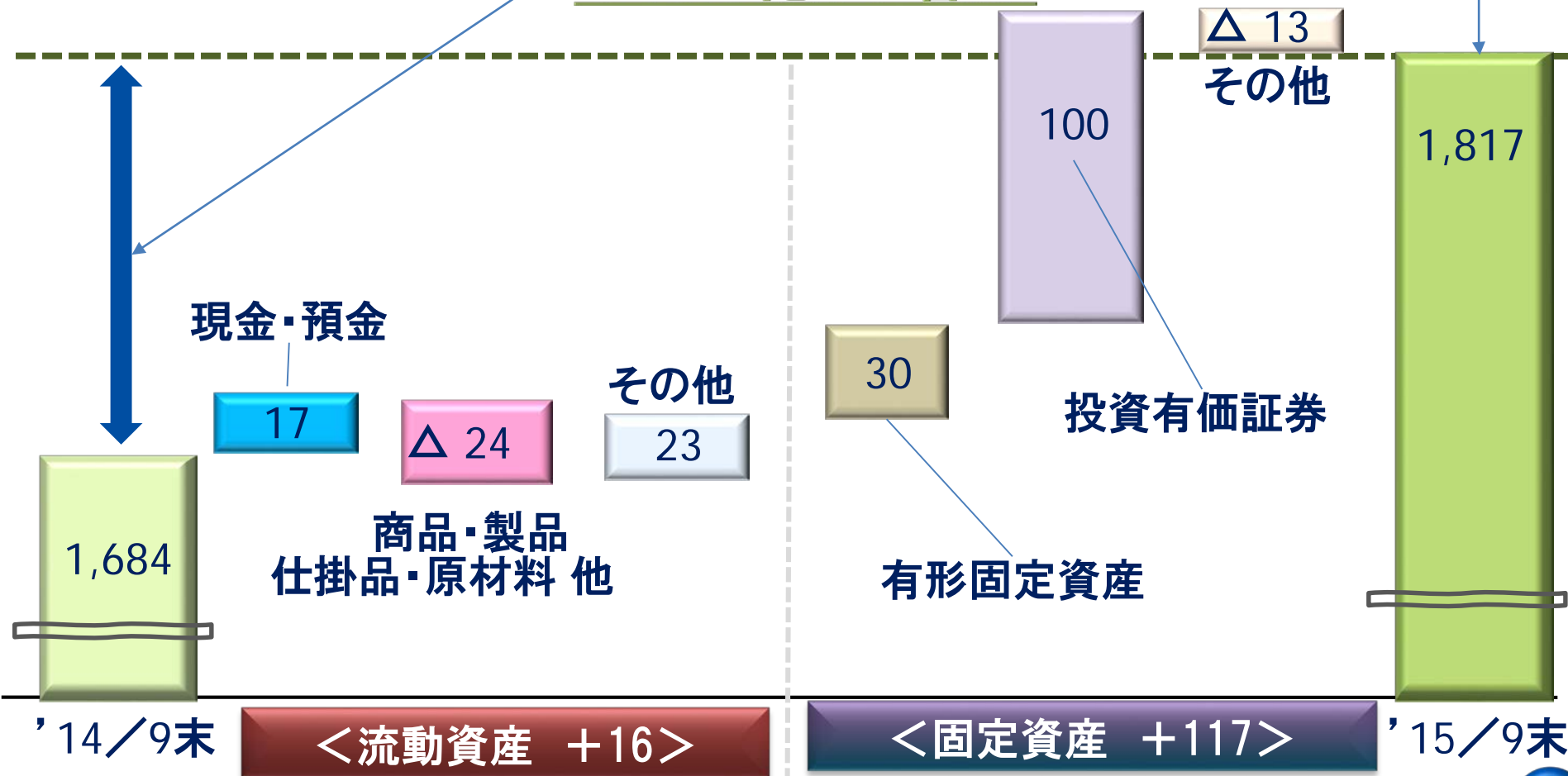
対前年	増減	機能ソリューション事業	主なポイント
売上高	21	<ul style="list-style-type: none"> ◆プラスチックフィルム分野の飲料用途が競争激化で苦戦 ◆エンジニアリングプラスチック分野はO A用途、産業用フッ素樹脂製品共に堅調 	
営業利益	2		
対前年	増減	アパレル事業	主なポイント
売上高	11	<ul style="list-style-type: none"> ◆インナーウェアは主力ブランドのリニューアルと成長販路への売上拡大が順調 ◆レッグウェアはプレーンパンストが堅調、レギンスパンツやフットカバーが好調 	
営業利益	1		
対前年	増減	ライフクリエイイト事業	主なポイント
売上高	2	<ul style="list-style-type: none"> ◆商業施設「グンゼタウンセンターつかしん」がテナント再編リニューアル効果により売上高は好調に推移 ◆スポーツクラブ分野は新店効果で売上伸長したが、水道光熱費の上昇がマイナス影響 	
営業利益	0		

I-3. 資産の増減内容

前年同期比（前第2四半期比較）

（単位：億円）

+133億円増加



I-4. 主要財務・経営指標(連結)

	単位	2016年 3月期 第2四半期	2015年 3月期 第2四半期	増減
売上高営業利益率	%	2.3	2.1	0.2
総資産	百万円	181,657	168,366	13,290
自己資本	百万円	113,016	111,771	1,245
自己資本比率	%	62.2	66.4	△4.2
有利子負債額	百万円	38,890	31,188	7,702
B P S : 1株当たり純資産	円	605.04	583.33	21.71

I -5. 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)

	2015年度 (16/3期) 第2Q	2014年度 (15/3期) 第2Q	増減
営業活動	3,086	476	2,610
投資活動	△9,661	△5,324	△4,336
FCF	△6,575	△4,848	△1,727
財務活動	5,795	5,043	752

■ 主な営業CF

減価償却費	3,424
売上債権の減	1,022
税金等調整前四半期純利益	1,015
法人税等の支払	△561
その他負債の減	△1,528

■ 主な投資CF

投資有価証券の取得	△5,881
固定資産の取得	△4,064

■ 主な財務CF

短期借入金及びC Pの増加	8,415
自己株式取得	△1,651
配当金支払	△1,430

I -6.設備投資と減価償却費

前年同期比較（2Q累計）

単位：百万円

	設備投資				減価償却			
	2016年 3月期		2015年 3月期	増減	2016年 3月期		2015年 3月期	増減
	年間計画	第2Q	第2Q		年間計画	第2Q	第2Q	
機能リユージョン	5,800	2,800	1,166	1,634	3,500	1,594	1,432	162
アパレル	1,100	270	195	75	1,200	639	618	21
ライフサイト	2,100	369	1,014	△645	1,400	845	781	64
その他	1,500	787	210	577	900	345	415	△70
合計	10,500	4,228	2,586	1,642	7,000	3,424	3,246	178



■ 今期の主な投資計画

プラスチック生産設備	3,500
エンブラ&メディカル生産設備	1,300
遊休地開発、スポーツクラブ新規出店	2,100

※固定資産編入ベース

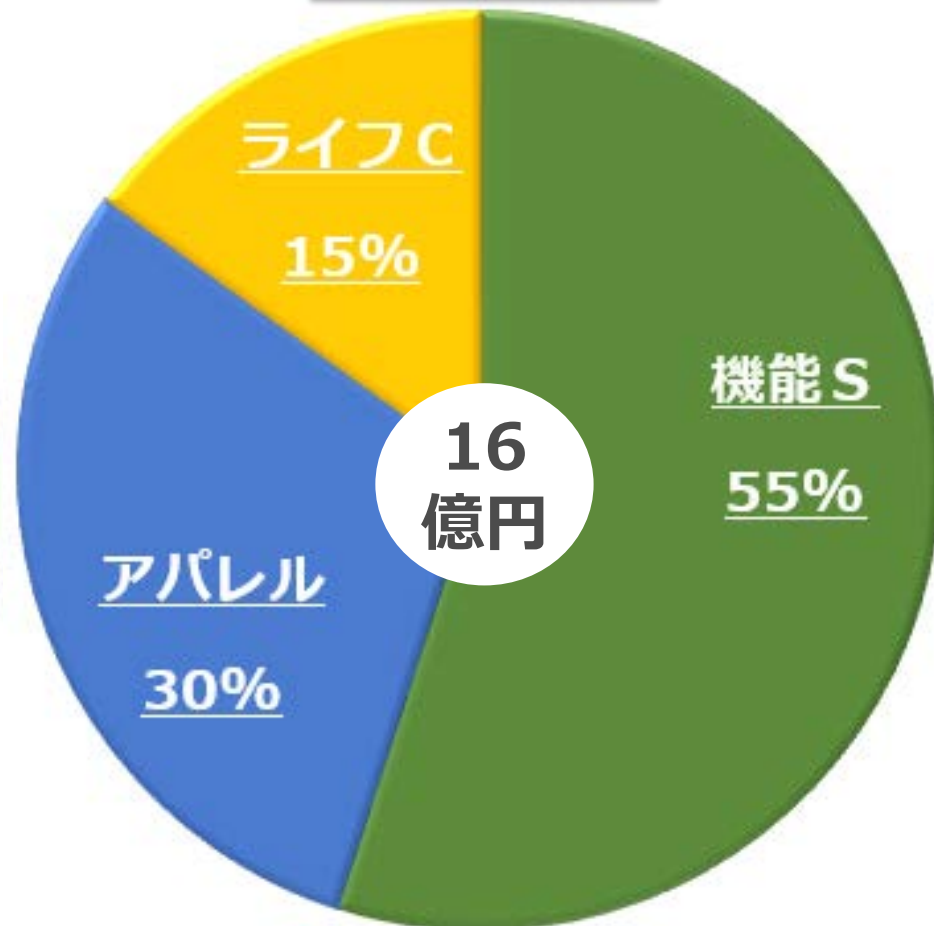
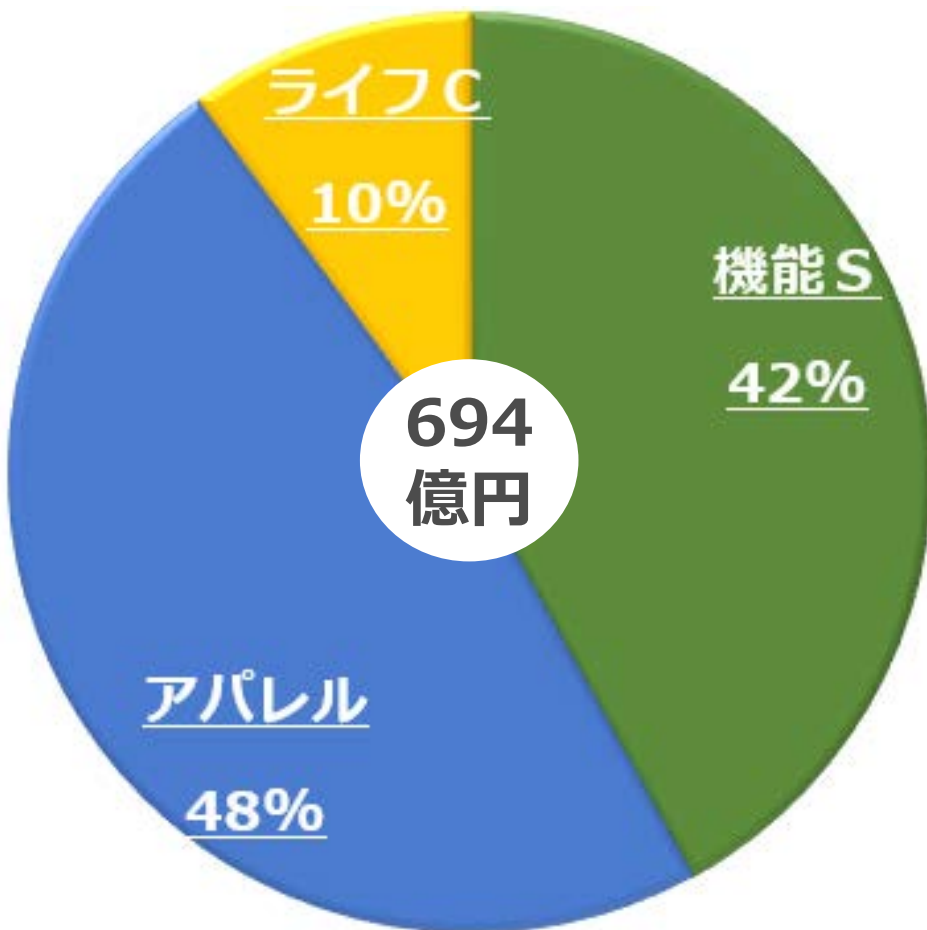


Ⅱ．事業セグメント別の概況

Ⅱ-1. 第2四半期 セグメント別構成比

売上高

営業利益



Ⅱ-2. 第2四半期セグメント別業績

(単位:百万円)

	売上高			営業利益(下段:利益率)		
	2016年 3月期 (2015年度)	2015年 3月期 (2014年度)	増減	2016年 3月期 (2015年度)	2015年 3月期 (2014年度)	増減
機能 ソリューション	29,304	27,205	2,099	1,785 6.1%	1,583 5.8%	202
アパレル	33,475	32,350	1,125	952 2.8%	812 2.5%	140
ライフクリエイト	6,962	6,791	171	483 6.9%	480 7.1%	2
合計	69,410	66,010	3,399	1,568 2.3%	1,382 2.1%	185

Ⅱ-3. 第2四半期の事業概況

◆ 機能ソリューション事業 1

■ プラスチック

平版収縮の海外強化、複合ナイロンの収益改善

主な製品別概況

◆ 製品群

概況

平版収縮

- 国内飲料市場は8月以降の気温低下と低コストの巻きラベルの伸長で苦戦
- 増設した米国収縮フィルムラインは6月から稼働を開始し、欧米を中心に拡販を進めた



OPP

- 食品包装用途では天候不順による野菜高騰の影響で、もやし・菌茸類の好調に加え、カット野菜用途が伸長
- 円安影響で、海外品の日本への流入は減少した。

■ OPP



複合ナイロン

- 国内加工食品向けの新規採用に加え、輸出好調により伸長

多層

- 前半好調も後半はユーザーの在庫調整により低迷

■ 複合ナイロン

Ⅱ-3. 第2四半期の事業概況

◆ 機能ソリューション事業 2

■ エンジニアリングプラスチック

半導体関連など繊維技術活用製品の拡大

主な製品別概況

◆ 製品群

概況

カラー中間
転写ベルト

- 円安を背景に海外市場向けが堅調
- セットメーカー間の競争激化で、品質・コストの要求が強まる



フッ素
樹脂チューブ

- 新興国向けが伸長、カラー機転換などが貢献
- 高付加価値品による単価アップと価格戦略品でシェア拡大



一般産業用途

- モバイル向け半導体用途が引き続き堅調

■ 半導体製造用フィルター資材

Ⅱ-3. 第2四半期の事業概況

◆ 機能ソリューション事業 3

■ 電子部品

フィルム販売事業の早急な事業基盤構築と拡大

主な製品別概況

◆ 製品群	概況
抵抗膜 タッチパネル	<ul style="list-style-type: none"> 残存者メリットで安定受注獲得も、今後徐々にPCAP方式に移行のため市場縮小
PCAP タッチパネル	<ul style="list-style-type: none"> ハイエンド商品向けに、計画以上の数量増も、単価下落後の厳しいコスト条件により、損益面は厳しい状況 小ロットであるが単価維持しやすい業務用機器に注力
半製品	<ul style="list-style-type: none"> 中国市場のITO単価下落影響と低価格スマホの需要鈍化で市場環境が急速に悪化
材料販売	<ul style="list-style-type: none"> UVカット機能付OCAの大型受注に手応え スマホ用カバーフィルム用途向けハードコートフィルム（9H対応）に期待



■ 抵抗膜
タッチパネル



■ UVカット機能付OCA
(光学式粘着シート)

Ⅱ-3. 第2四半期の事業概況

◆ 機能ソリューション事業 4

■ メディカル

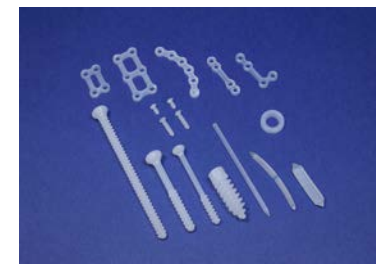
縫合補強材の米国進出，中国生産基盤の確立

主な製品別概況

◆ 製品群	概況
縫合補強材	<ul style="list-style-type: none"> • 米国市場で、肥満症治療手術への使用により拡大
骨接合材	<ul style="list-style-type: none"> • 整形外科向け新販売会社ルートがプラス寄与 • 中国市場では、胸部向けが伸長
人工皮膚	<ul style="list-style-type: none"> • 台湾向け等の熱傷症例用途が増加
縫合糸	<ul style="list-style-type: none"> • ドイツを拠点に欧州全体、ロシア、中東、インドに向け販売活動を実施



■ 縫合補強材



■ 骨接合材

II-3. 第2四半期の事業概況

◆ アパレル事業1

■ インナーウェア分野

成長ブランド・成長チャネルへの経営資源重点投入

概況

メンズ

- 主カブランドのリニューアル実施
 - ・ ベーシックインナー **【快適工房】** のリニューアルとアイテム拡充
- 2015年グッドデザイン賞を **【SEEK】** **【YG】** ブランドが受賞



レディース

- 顧客の“悩み”を解消する新コンセプト商品の拡大
 - ・ 肌が喜ぶスキンウェア **【KIREILABO】**
完全無縫製品の市場定着、肌側綿100%ブラのアイテム拡充
 - ・ 背筋を意識するインナー **【Tuche ACTIBALANCE】** を市場投入



全体

- 成長チャネルの売上拡大
 - ・ 「GUNZE OUTLET」の出店強化（現状6店舗）とネット販売の拡大
- 12年に一度の需要喚起 **【申年縁起肌着】** を投入

Ⅱ-3. 第2四半期の事業概況

◆ アパレル事業2

■ レッグウェア分野

新価値を創造するMD（マーチャンダイジング）の推進

- 戦略カテゴリーの「ビューティー&ヘルス」の拡販を推進
- タイツ等秋冬商材の販売も好スタート



「ビューティー&ヘルス」の
戦略ブランド【COSMEDICAL】



ファッション“玉城ティナ”さんを起用した
【Tuche】Chic Beaute
(シック・ボーテ) シリーズ

- 海外生産コスト上昇を吸収する生産、販売のコストダウン推進
- 基幹ブランドへの集中化
 - プレーンストッキングの販売堅調、レギパン・フットカバーは好調継続
 - タイツの定番が拡大し、秋冬シーズン商材の立ち上がりは順調
- 新ブランド・新商品の投入
 - 日本品質のプレミアムタイツ【SABRINA極上のはき心地】
 - 新たな感性とトレンドを意識した【Tuche】新コーディネートタイツ

Ⅱ-3. 第2四半期の事業概況

◆ ライフクリエイト事業

■ 不動産関連分野

- SC事業はテナント再編リニューアル効果で堅調
- 遊休地の再開発（8月工事着工）
 - 寮・社宅跡賃貸マンション開発（兵庫県西宮市）
 - 社宅跡賃貸住宅、社宅再開発（京都府綾部市）



■ 社宅跡賃貸住宅開発イメージ

■ スポーツクラブ分野

- 新店効果により売上伸長（2014年9月オープン：岡山妹尾店）
- 新規会員獲得策(SNSの活用)でWebサイトへのアクセスが大幅増加 → 若年層の会員獲得と定着率アップ推進
- 新規出店計画
 - 広島初出店：イオンモール広島祇園に2016年春オープン
 - カンボジア・プノンペンに2018年海外進出



■ 広島祇園店イメージ

Ⅱ-3. 第2四半期の事業概況

◆ 研究・新規事業関連のトピックス

■ 研究・新規事業関連

- B to B用「技術ポータルサイト」を新規開設
→ 当社の固有技術紹介、各種技術展示会への出展情報等を掲載
- 「第2回 ウェアラブル EXPO装着型デバイス技術展」に出展計画
(2016年1/13~15・東京ビックサイト)
 - 導電性ニット(伸縮性のあるニット素材)・導電繊維への期待
(当社独自の繊維加工技術と高分子技術の融合)
- メディカル衣料の取り組み
 - メディカル用途のアパレル製品を開発・販売
(特定の疾患や悩みを持つ顧客のQOLを改善)



■ 柔軟で緻密な導電ニット配線

■ CSR活動 (各種社会貢献)

- 台湾音楽イベント会場爆発事故に対する「人工皮膚」寄贈 (7月初旬)
- ピンクリボンかながわ in 鎌倉2015協賛 (9月)
- 台風18号による鬼怒川流域氾濫被害に対する衣料支援



■ 赤十字を通じ爆発事故へ寄付



Ⅲ. 今後の見通し

Ⅲ-1. 2016年3月期連結業績予想

★期首計画からの修正なし

(単位:百万円)

項目	2016年3月期 (120期)連結		2015年3月期 (119期)連結		対前年	
	計画	利益率 (%)	実績	利益率 (%)	増減	増減率 (%)
売上高	143,000		141,172		1,828	1.3
営業利益	3,500	2.4	3,084	2.2	416	13.5
経常利益	3,300	2.3	4,933	3.5	△1,633	△33.1
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,100	1.5	3,215	2.3	△1,115	△34.7

第120期(2016年3月期)配当は、創立120周年記念配当1円を加え
1株当たり**8円50銭**を予定しております。

Ⅲ-2. 2016年3月期セグメント別業績予想

セグメント別の対前期比較

(単位:百万円)

★期首計画からセグメント間の修正あり

	売上高				営業利益 (下段: 利益率)			
	2016年 3月期	期首計画 (下段: 修正額)	2015年 3月期	前年 増減	2016年 3月期	期首計画 (下段: 修正額)	2015年 3月期	前年 増減
機能 ソリューション	59,600	60,500 △900	59,689	△89	3,800 6.4%	4,100 △300	3,393 5.7%	407
アパレル	68,900	68,000 900	67,635	1,265	2,000 2.9%	1,700 300	1,491 2.2%	509
ライフ クリエイト	15,100	15,100	14,537	563	1,200 7.9%	1,200 7.9%	1,257 8.6%	△57
合計	143,000	143,000	141,172	1,828	3,500 2.4%	3,500 2.4%	3,084 2.2%	416

明日をもっと、こちよく

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。