



2019年3月期（123期） 第2四半期決算説明資料

2018年11月5日
グンゼ株式会社



I . 第 2 四半期決算概要

I-1. 2019年3月期第2四半期累計業績

連結業績

(単位：百万円)

	2019年 3月期 2Q累計	2018年 3月期 2Q累計	対前期		利益率	
			増減額	増減率 (%)	2019年 3月期 2Q累計	2018年 3月期 2Q累計
売上高	68,566	67,792	774	1.1	-	-
営業利益	3,256	3,370	△114	△3.4	4.7%	5.0%
経常利益	3,660	4,006	△346	△8.6	5.3%	5.9%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	2,546	2,537	8	0.4	3.7%	3.7%

特別損益

固定資産売却益	646
投資有価証券売却益	181
関係会社株式売却損	-450

I-2. 第2四半期決算サマリー

機能ソリューション事業

(単位：億円)

対前年 増減		主なポイント
売上高	17	<ul style="list-style-type: none"> ◆ プラスチックフィルムは、主力のシュリンクフィルムは猛暑影響により飲料用途中心に堅調、ナイロンフィルムも好調 ◆ エンジニアリングプラスチックスは、半導体、産業機器向けを中心に好調
営業利益	4	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 電子部品は、タッチパネル及びフィルム販売は堅調に推移も、中国工場の生産性悪化の影響を受ける ◆ メディカルは、縫合補強材の国内新販売体制が順調に立ち上がり、人工皮膚も堅調に推移も、治験費用等の増加影響を受ける

アパレル事業

対前年 増減		主なポイント
売上高	▲8	<ul style="list-style-type: none"> ◆ インナーウェアは、メンズインナーBODYWILD「AIRZ」の新規展開に加え、スポーツカテゴリー商品、完全無縫製・カットオフ商品が伸長もベーシックインナーの減少トレンドをカバーできず、また新規販路拡大に向けた販売コストや労務費の増加影響を受ける
営業利益	▲5	<ul style="list-style-type: none"> ◆ レッグウェアは、ファッションボトムトレンドの変化や猛暑等の影響もあり、店頭は苦戦し高収益商品を中心に全般に低調 ◆ 繊維資材は、海外事業環境変化による生産性悪化の影響を受ける

ライフクリエイト事業

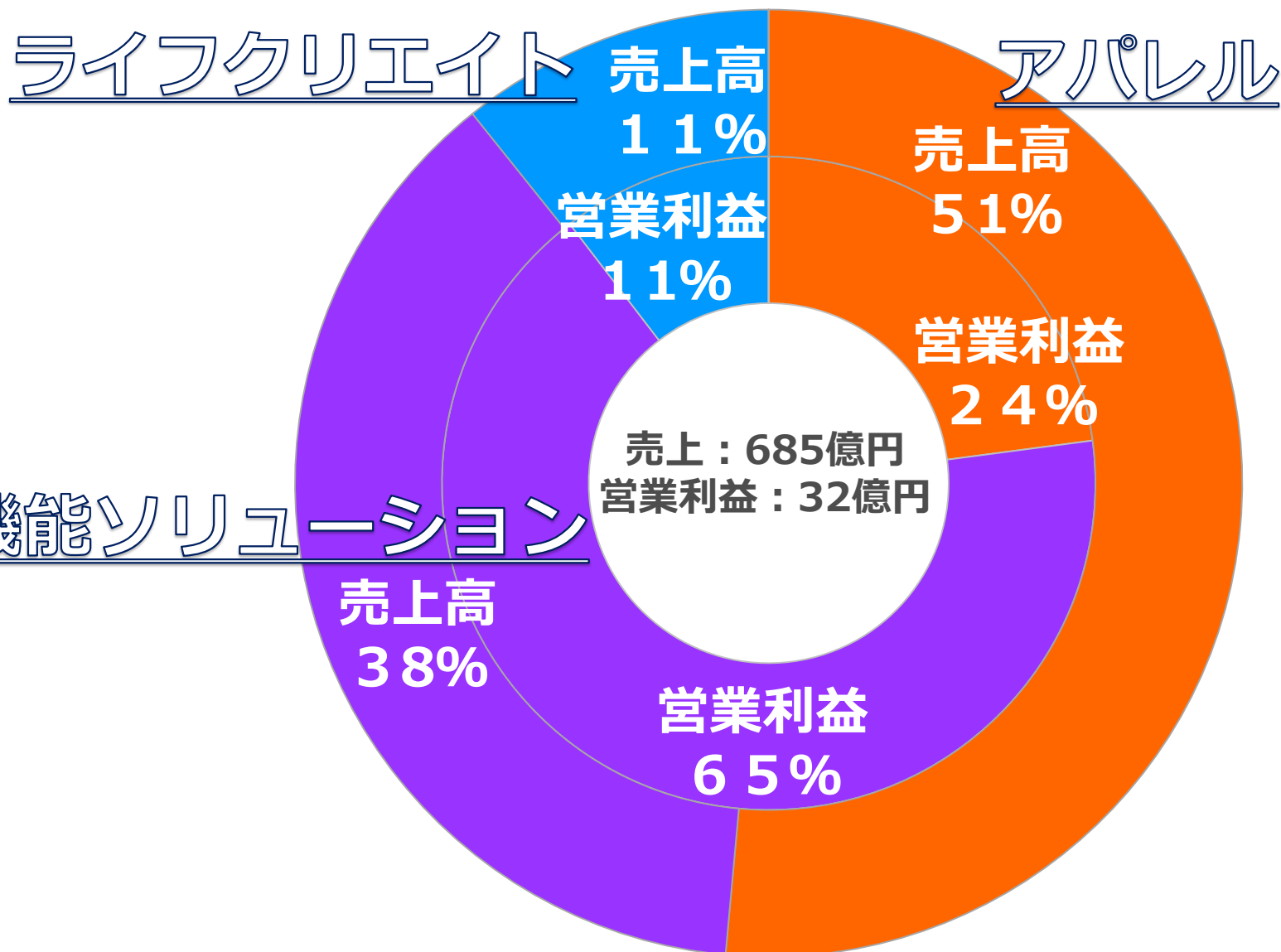
対前年 増減		主なポイント
売上高	0	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 不動産関連は、ショッピング事業が地域に密着した運営により堅調に推移、賃貸事業は新規物件が貢献
営業利益	0	<ul style="list-style-type: none"> ◆ スポーツクラブは、競争激化に加え自然災害の影響もあり低調に推移も、体質強化により吸収

I-3. 第2四半期累計セグメント別業績

(単位：百万円)

	売上高			営業利益 (下段：利益率)		
	2019年 3月期 (2018年度)	2018年 3月期 (2017年度)	増減	2019年 3月期 (2018年度)	2018年 3月期 (2017年度)	増減
機能 ソリューション	26,020	24,289	7.1% 1,730	3,161 12.1%	2,704 11.1%	16.9% 456
アパレル	35,409	36,291	△2.4% △882	1,142 3.2%	1,741 4.8%	△34.4% △598
ライフ クリエイト	7,327	7,408	△1.1% △81	539 7.4%	474 6.4%	13.7% 65
合計	68,566	67,792	1.1% 774	3,256 4.7%	3,370 5.0%	△3.4% △114

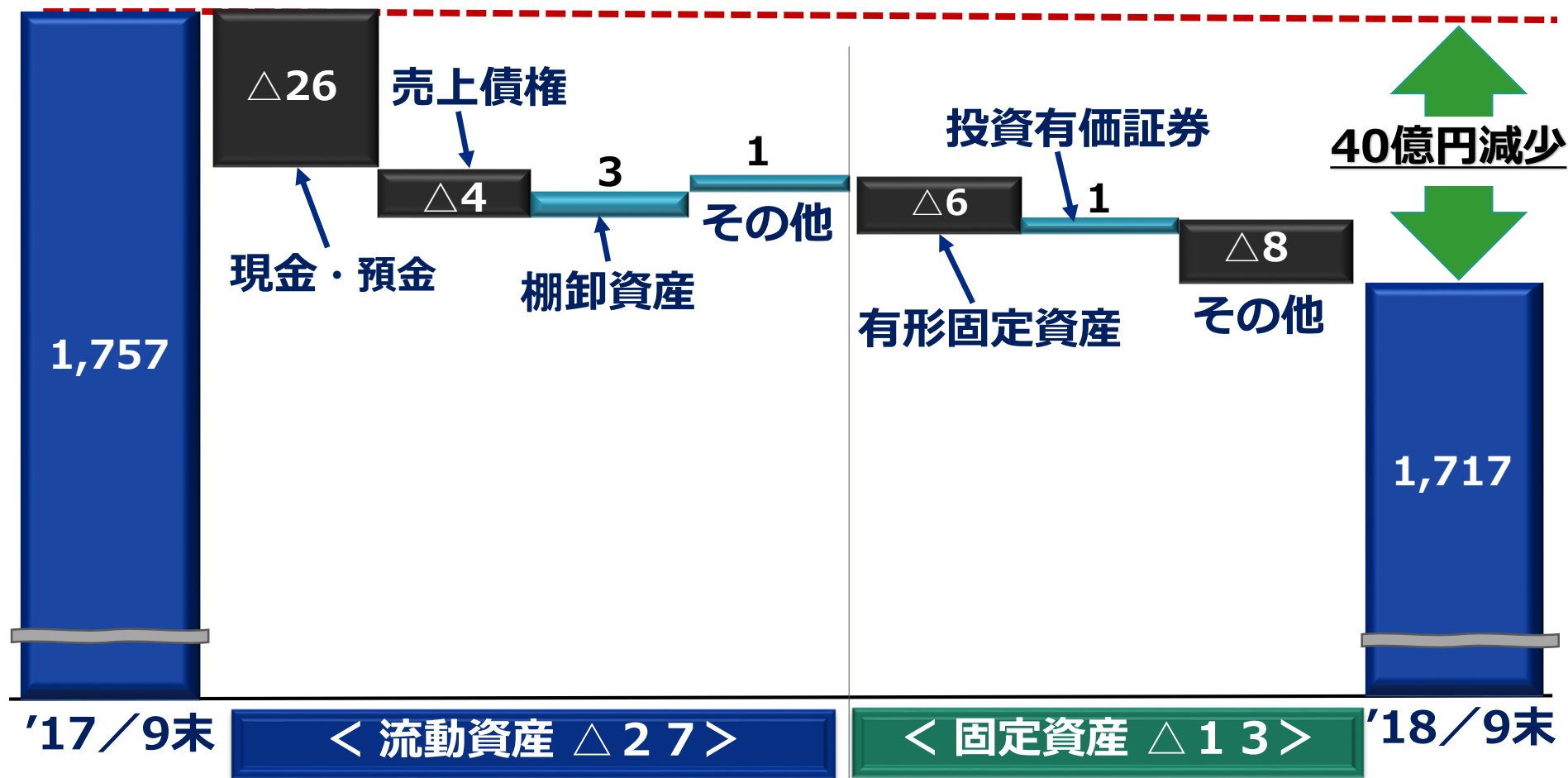
I-4. 第2四半期累計実績 セグメント別構成比



I-5. 資産の増減内容

(単位：億円)

◆ 前年同期比 (前2Q比較)



I -6. 主要財務・経営指標(連結)

	単位	2019年 3月期 2 Q累計	2018年 3月期 2 Q累計	増減
総資産	百万円	171,755	175,753	△3,998
自己資本	百万円	111,199	110,415	784
自己資本比率	%	64.7	62.8	1.9
有利子負債額	百万円	29,136	34,812	△5,676
BPS : 1株当たり純資産	円	6,164.63	6,010.90	153.73

I-7. キャッシュフロー

キャッシュフロー

(単位：百万円)

	2019年 3月期 2Q累計	2018年 3月期 2Q累計	増減
営業活動	3,614	△169	3,783
投資活動	△3,664	△4,598	934
FCF	△50	△4,767	4,717
財務活動	△2,483	5,499	△7,982
現金及び 現金同等物 の期末残高	7,001	9,696	△2,694

■ 主な営業CF

税金等調整前四半期純利益	3,959
減価償却費	3,243
たな卸資産の増加	△2,030
その他の流動負債の減少	△1,123

■ 主な投資CF

固定資産の取得による支出	△2,717
子会社出資金の取得による支出	△1,336

■ 主な財務CF

配当金の支払額	△1,645
自己株式の取得による支出	△1,510

I-8. 設備投資と減価償却費

◆ 前年同期比（第2四半期累計）

（単位：百万円）

	設備投資					減価償却				
	2019年 3月期			2018年 3月期	増減	2019年 3月期			2018年 3月期	増減
	修正計画	年初計画	2Q累計	2Q累計		修正計画	年初計画	2Q累計	2Q累計	
機能リユース	3,000	2,700	1,151	1,020	131	2,700	2,700	1,297	1,323	△26
アパレル	1,900	2,100	586	365	221	1,400	1,400	651	666	△15
ライフウェア	2,900	2,700	192	397	△205	1,800	1,600	957	893	64
その他	1,800	900	104	718	△614	800	800	387	348	39
合計	9,600	8,400	2,034	2,500	△466	6,700	6,500	3,294	3,232	62

■ 今期の主な投資計画

商業施設整備及び賃貸住宅新築	1,800
スポーツクラブ新規出店及び既存設備整備	1,000
プラスチックフィルム生産設備	1,000
インナー生産設備及びシステム開発	900



Ⅱ．事業セグメント別の概況

Ⅱ-1. 第2四半期累計事業概況

◆ 機能ソリューション事業 1

■ プラスチック

業績拡大のなか、新市場・新商品の開発とグローバル生産体制を更に強化

◆ 製品群	概況
平板収縮	・ 猛暑により飲料用途が堅調。非飲料用途も容器形状の複雑化で低温高収縮ハイブリッドを中心に好調。
ナイロン	・ 冷凍耐ピンホール用途が好調で、大型受注（冷凍ピザ用途）が売上を牽引。
工業用品	・ 高機能スマホ向け需要で一部拡販も、全体では横這い。
OPP	・ 野菜価格下落、猛暑により工場野菜向けは微減も秋需は堅調。
グローバル	・ 米国はハイブリッド好調。中国は差異化商品が拡大。



■ シュリンクフィルム

■ エンジニアリングプラスチック

主力OA市場向け商品及び半導体関連等繊維技術活用製品の拡大

◆ 製品群	概況
OA向け機能商品	・ マーケットの成長は停滞する中、機能部材の積極拡販により、堅調に推移。
非OA分野	・ 半導体市場の活況影響に加え、その他の工業分野向けも伸長し好調。



■ フッ素樹脂小口径収縮チューブ

Ⅱ-2. 第2四半期累計事業概況

◆ 機能ソリューション事業 2

■ 電子部品

社内のフィルム事業分野とのシナジー効果を追求し事業採算化

◆ 製品群	概況
フィルム販売	<ul style="list-style-type: none"> • OCA好調も、前年事業譲渡した台湾子会社実績分をカバーできず。
タッチパネル	<ul style="list-style-type: none"> • 業務用PCAPは、車載用途やアジア向けが堅調。
その他	<ul style="list-style-type: none"> • 受託加工は量産化計画に遅れも、売上は拡大。



■ ウエットコーティングシステム

■ メディカル

更なる成長に向け国内新販売体制をスタート
 新工場を含めたグローバルな事業運営体制の充実拡大

◆ 製品群	概況
組織補強材	<ul style="list-style-type: none"> • 国内直販が順調に立ち上がり、好調に推移。
骨接合材	<ul style="list-style-type: none"> • 国内は好調に推移するも、中国向けが苦戦。
人工皮膚	<ul style="list-style-type: none"> • 中東、欧州で拡大。来年上市予定新製品「ペルナックGプラス」のプレマーケティング実施。
縫合糸	<ul style="list-style-type: none"> • 国内、海外とも好調。欧州は美容整形向けが堅調



■ ペルナックGプラス

Ⅱ-3. 第2四半期累計事業概況

◆アパレル事業

■ インナーウェア分野

オリジナル差異化技術を強みに主カブランドの更なる拡販
 成長チャネルである直販ルートと海外販売を強化

● 差異化商品、成長チャネルが拡大

- | | |
|-------|--|
| メンズ | <ul style="list-style-type: none"> 「YG」は、カットオフ通年、シーズン商品が堅調。 「BODYWILD」は、7月発売新商品「AIRZ」が牽引。
 (第2Qは15万枚販売) |
| レディース | <ul style="list-style-type: none"> 「KIREILABO」は、完全無縫製インナーが引き続き好調。 「Tuché」は、新商品「LACY AIR」・完全無縫製
 ハーフトップ好調も、ショーツ等既存品が低迷。 |



■ BODYWILD「AIRZ」



■ Tuché「LACY AIR」

■ レッグウェア分野

市場トレンドと消費者潜在ニーズを先取りした
 新市場・新商品の開発

● ストッキング、ソックスとも低調に推移

- ストッキングは「SABRINA」リニューアル効果も、
 サマー商材等が天候影響により不振。
- ソックスは、ヒット商品不在で低迷。



■ SABRINA



Ⅱ-4. 第2四半期累計事業概況

◆ライフクリエイイト事業

■不動産関連分野

新規賃貸事業の推進及び商業施設運営体制の見直しによる収益力の向上

● SC事業の現況

- ・つかしん：地震、大型台風により休業も、テナント売上は前年をクリア。

● 不動産賃貸事業の現況

- ・賃貸住宅が新規物件により増収増益。
(鳥取県倉吉市、名古屋市等)



■つかしん（兵庫県尼崎市）

■スポーツクラブ分野

海外を含む多店舗展開による売上拡大と効率運営

● スポーツクラブの営業状況

- ・既存店は、猛暑、自然災害の影響もあり、新規会員獲得に苦戦。
- ・新規店は、11月オープンの吹田健都店が会員先行募集を開始、吹田ミリカ店とのシナジー効果を追求。
- ・海外（カンボジア）は、売上目標達成。



■グンゼスポーツ吹田健都店



Ⅲ. 今後の見通し

Ⅲ-1. 2019年3月期連結業績予想

業績予想

※業績予想修正：無

(単位：百万円)

項目	2019年 3月期		2018年 3月期		対前年	
	業績予想	利益率	実績	利益率	増減	増減率
売上高	145,000		140,521		4,479	3.2%
営業利益	7,000	4.8%	6,239	4.4%	761	12.2%
経常利益	7,000	4.8%	6,446	4.6%	554	8.6%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	4,000	2.8%	3,486	2.5%	514	14.7%

第123期（2019年3月期）配当は、100円／株を予定しております。

Ⅲ-2. セグメント別業績予想

セグメント別の対前期比較

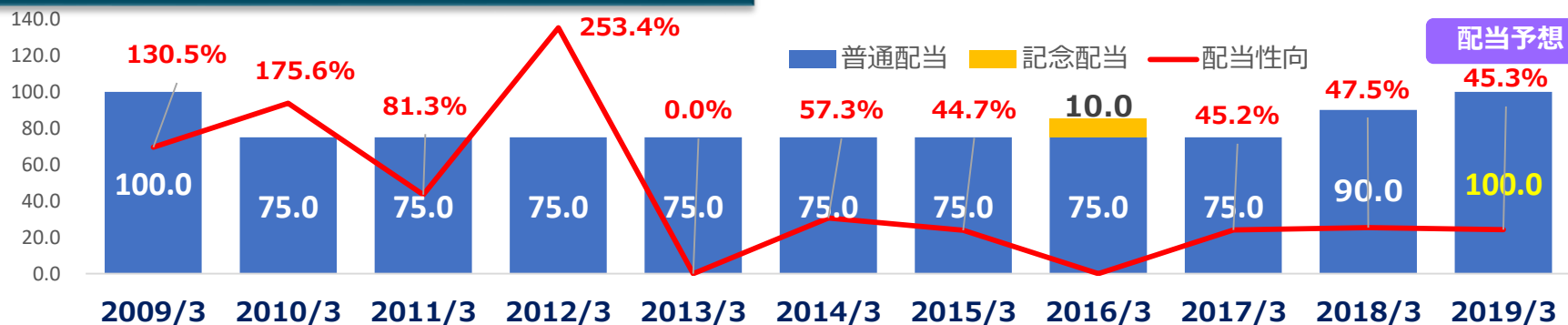
※業績予想修正：無 (単位：百万円)

	売上高			営業利益 (下段：利益率)		
	2019年3月期 (2018年度) 業績予想	2018年3月期 (2017年度) 実績	増減額 (率, %)	2019年3月期 (2018年度) 業績予想	2018年3月期 (2017年度) 実績	増減額 (率, %)
機能 ソリューション	53,000	50,828	2,172 4.3%	6,300 11.9%	5,381 10.6%	919 17.1%
アパレル	76,000	74,012	1,988 2.7%	2,800 3.7%	2,628 3.6%	172 6.5%
ライフ クリエイト	16,500	16,122	378 2.3%	1,500 9.1%	1,386 8.6%	114 8.2%
本社/消去	-500	-442	△58	-3,600	-3,157	△443
合計	145,000	140,521	4,479 3.2%	7,000 4.8%	6,239 4.4%	761 12.2%

Ⅲ-3. 株主還元

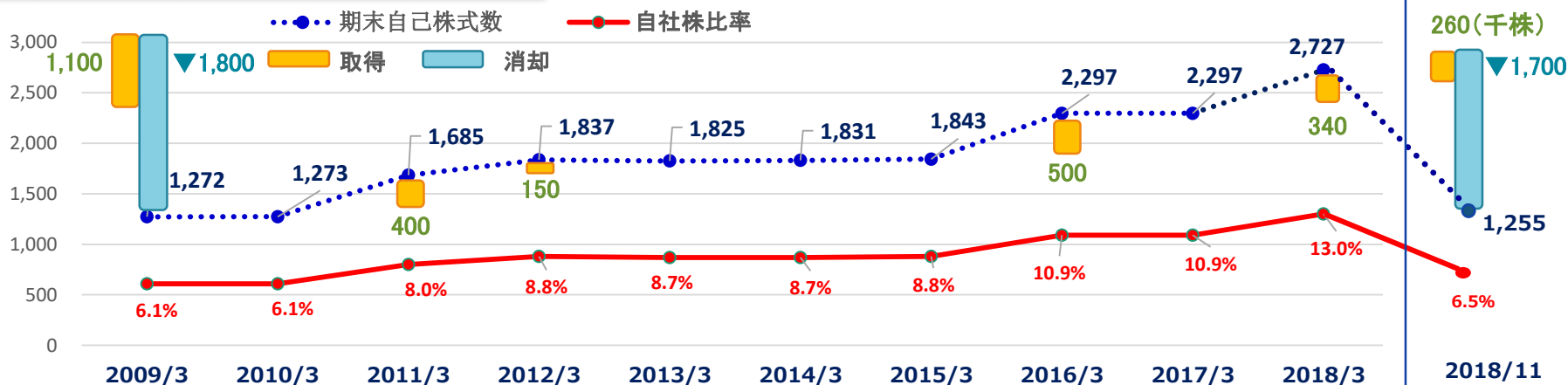
1 株配当金と配当性向の推移

(単位：円)



自社株の状況

* 2017年10月1日からの株式併合(10株を1株)に合わせて、2017年3月末以前の株数を換算しております。



2018年度は、取得株数260千株、取得額1,677百万円で自己株式取得を完了しました。
また11月26日をもって自己株式1,700千株（消却前発行済株式総数の8.10%）を消却する予定です。

CAN 20 第2フェーズでは、連結配当性向50%、総還元性向100%を目途に利益還元を行う方針です。

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。