リスクと機会・マテリアリティ

グンゼグループは、持続的な企業価値の向上を実現するため、急速に変化する事業環境を踏まえてマテリアリティ（重要課題）を特定し、それぞれに対してKPIを設定の上、具体的な施策を推進しています。「stage1」で得られた成果や課題、気づきを基盤として、「stage2」では取り組みを深化させ、実効性を高めることで、持続可能な企業価値の創出を目指します。

社会の変化	• グンゼグループをめぐる市場環境の変化 • 事業展開国のカントリーリスク • 大規模な自然災害やパンデミック	• 法令など社会的ルールの厳格化 • 国内労働市場の縮小、人権意識の高まり • AIの飛躍的な成長／IT化の進展	• 地球環境問題の深刻化	• 海洋プラスチック問題に対する国際的意識の高まり • 市場環境の変化
リスク	• 不採算事業部門の発生による収益性の低下 • 競争力の低下による技術・サービスの陳腐化 • 人口減少による国内市場縮小 • 低ROIC事業の改革が遅延・未達 • 社会生活の変化による事業構造の行き詰まり • 政治・経済状況の激変による営業継続の困難 • 海外生産の収益性の悪化 • 自然災害による生産・物流拠点、商業施設の被災 • サプライチェーンの混乱による原料調達困難 • 感染症によるパンデミックが引き起こす事業の行き詰まり	• さまざまな訴訟提起によるブランド価値の損失 • 品質基準の変更による製品・サービスの見直し • 法令違反の発生による事業活動の停止 • 労働力人口の減少により人財確保が困難 • 人員構成の固定化による柔軟な発想力の不足 • さまざまなバックグラウンドを持った人財の不足 • 検証不足による人権侵害の可能性 • 誤った情報の認識、拡散 • サイバー攻撃などによる重要情報漏洩	• 原材料、エネルギーコストの上昇 • 炭素税の導入などの法律・規制の厳格化 • 気候変動の加速 • 保有不動産、排出水、化学物質による環境汚染	• 使い捨てプラスチックに対する規制強化 • プラスチック代替品の普及による売上減少 • 株価の下落による企業価値の低下 • 市場トレンドや消費者の嗜好変化 • 為替相場の変動

リスクと機会・マテリアリティ

機会	多様な事業展開が生み出す高い社会課題対応力	多岐にわたる事業認知機会の創出（「肌着の会社」という認識からの再定義）	QOLの向上に貢献する事業の拡大	人間尊重のDNAが生み出す人的資本経営	高齢化による医療の需要拡大 サーキュラーエコノミーを主導するビジネスモデルの拡大
マテリアリティ	新たな価値の創出	企業体質の進化	環境に配慮した経営	資本コスト重視の経営	
グンゼグループの目標	中期 ● 新規事業の創出と既存事業の成長（M&A含む） 短期 ● サステナビリティを追求した新商品・新サービスの提供	長期 ● 多様な人財が活躍する組織風土づくり 中期 ● 働き方改革による意識・業務改革の推進 中期 ● AIの積極活用によるプロセス変革（生産、販売、開発、物流、間接などすべて）	長期 ● 事業活動における環境負荷の低減	中期 ● 経営資源の戦略的配分 中期 ● 資本効率の追求によるGVA黒字化	
「stage2」初年度の取り組みと実績	● グローバルソリューションカンパニーへの挑戦 2025年度実績：海外売上高275億円（海外比率21%） ● 技術の専門集団によるイノベーションの創出 差異化技術の研鑽による新商品、新サービスの創出	● 女性管理職比率14%以上の実現（2027年度） 2025年度実績：13.1% ● 採用における女性比率50%の継続 2025年度実績：45% ● 育児・介護支援の拡充 2025年度男性育休実績：86% ● エンゲージメント改善による生産性向上・業績改善 エンゲージメント平均点数61点	● 資源循環技術の完成 守山工場ゴミゼロ達成（2025年度）、他生産拠点への水平展開の促進 ● Scope1＋Scope2：35%以上削減（2030年度） 2025年度削減率42.7%（対2013年度比）	● ROE10.0%以上、営業利益160億円の実現（2030年度） 「創りかえる」3年間の構造改革により2027年度、ROE8.0%以上、営業利益125億円を目指す ● PBRの高水準維持	

リスクと機会・マテリアリティ

「stage2」初年度の取り組みと実績

新たな価値の創出

- **M&Aによる事業領域の拡大（メディカル領域、資源循環領域）**
  連携先の模索中
- **エンプラ分野における新領域への拡大**
  環境エネルギー分野への参入
- **新技術によるアパレル製品の進化**
  アセドロンの機能強化
- **環境配慮型製品の拡大**
  環境対応フィルム上市
- **メディカル事業の海外展開加速**
- **産学・外部連携によるオープンイノベーションの推進**

企業体質の進化

- **戦略実現のための多様な人財の獲得**
  正規雇用労働者の中途採用比率33%
- **コーポレートブランド認知度の向上**
  2025年度実績：認知率70%
- **サプライヤーとの共存共栄**
- **人権や生物多様性を前提とした取引**
  人権DDの実施（▶P.35）
- **海外工場での生産性、品種対応力の拡大**
  タイ・ベトナムインナーウエア工場での高付加価値商品の生産拡大
- **現地特性、ニーズに合わせたカスタマイズ生産対応力**
  衣料・産業資材用ミシン糸の需要深耕による中国・ASEAN生産拡大
- **あらゆる国の人々が安心して働ける体制の整備**
  各種言語での就業規則等のマニュアル整備
  製造現場での動画を活用した作業マニュアル整備
- **自働化技術、デジタル・AI技術の追求による生産性向上**
  各工場の自働化ライン設置による生産性向上

環境に配慮した経営

- **Scope3のサプライチェーン全体での削減**
  2025年度実績：382,151t-CO_2
- **プラスチック全工場での廃プラ排出ゼロの実現**
  守山工場ゴミゼロ達成
- **エネルギー原単位削減**
  対前年比104.2%
- **水資源の保全と排水管理の強化**
- **CO_2排出量の第三者検証による開示信頼性の向上**
  第三者検証取得
- **生物多様性への対応（TNFD対応の推進）**
- **再生エネルギー比率の向上**
  太陽光パネル設置（江南工場 7号棟、メディカル事務所・第3工場）

資本コスト重視の経営

- **社内収益改善体質の確立**
  アパレル構造改革（▶P.55,56）
  ビルドアッププロジェクト（収益性向上に挑み続ける筋肉質な組織体質の定着、リバウンドしない体制の構築）
- **キャッシュ・フロー創出力の強化と成長投資への配分**
- **株主還元の充実**

創出する価値

社会的価値

- 製品・サービスを通じたここちよさの提供
- 人と地球に寄り添ったモノ作り
- グローバル展開を加速する人財の育成および確保
- 多様性を前提とした働き方の創出

環境的価値

- 資源循環型社会の実現（省資源・循環素材・環境負荷低減の推進）
- 環境負荷低減と事業成長の両立モデルの確立（環境対応＝コストではなく競争力へ）

経済的価値

- 安定的かつ継続的な株主還元
- グンゼグループ全体での企業価値の向上
- 資本効率と収益性の改善による成長投資の拡大