

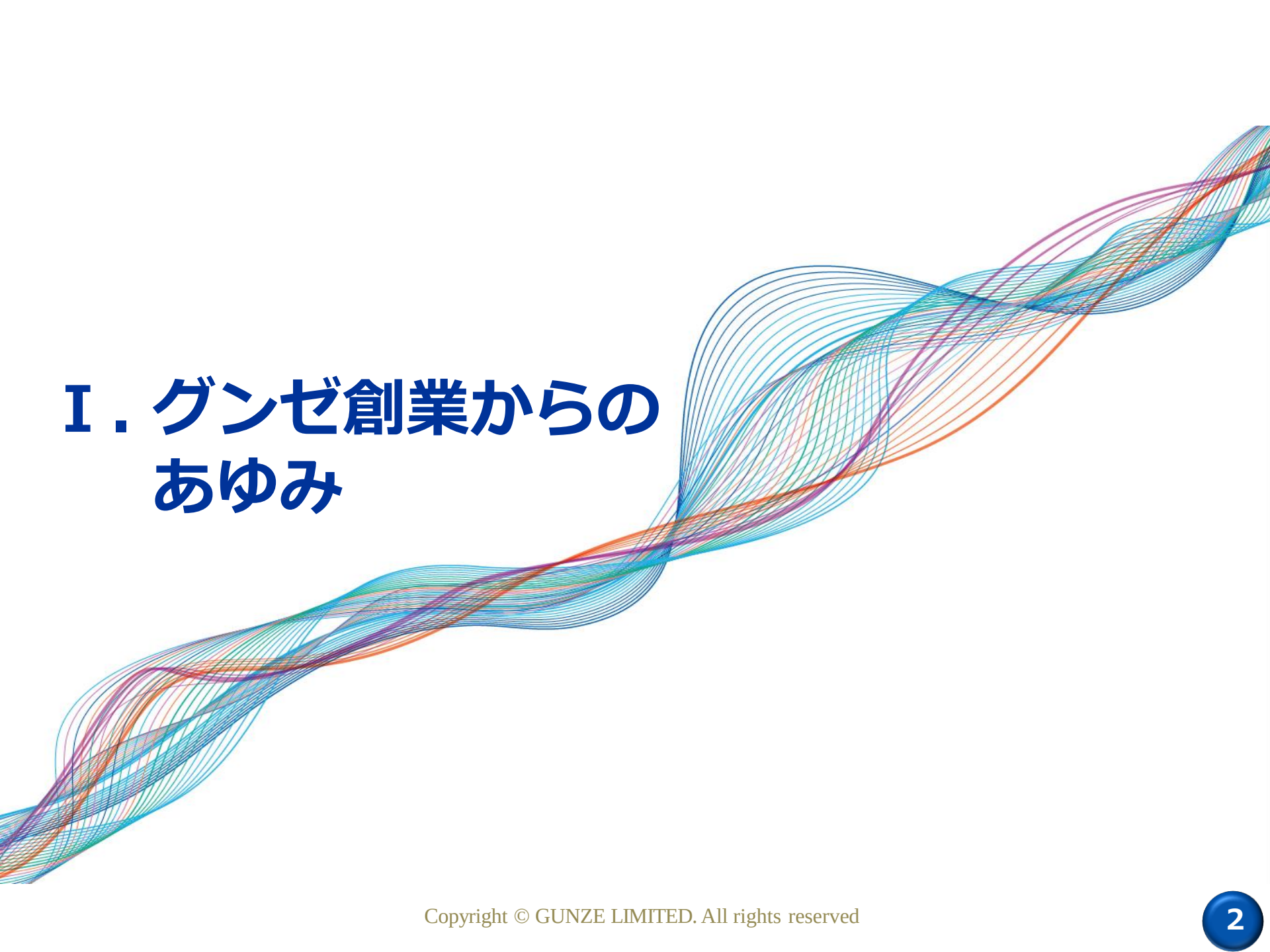


GUNZE

グンゼかんたん 丸わかりガイド

<2024年度版>

グンゼ株式会社
(東証プライム：証券番号 3002)



I. グンゼ創業からの あゆみ

I -1. 企業概要

設立 : **1896年（明治29年）8月（創業128年）**

資本金 : **26,071百万円**

会社数 : **関係会社57社（国内29社・海外28社）**

従業員数 : **1,449名（単体） 4,883名（連結）**

売上高 : **132,885百万円（2024年3月期連結）**

< 2024年3月31日現在 >

I-2. 経営理念

社名の由来

郡（グン） ・ ・ 京都府何鹿郡
是（ゼ） ・ ・ 正しい方針

いかるが

郡是
製絲株式会社

設立の目的

地域産業（蚕糸業）の振興

創業の精神

人間尊重

= 人を大切にする

優良品の生産

= 人々が求めるものをつくる

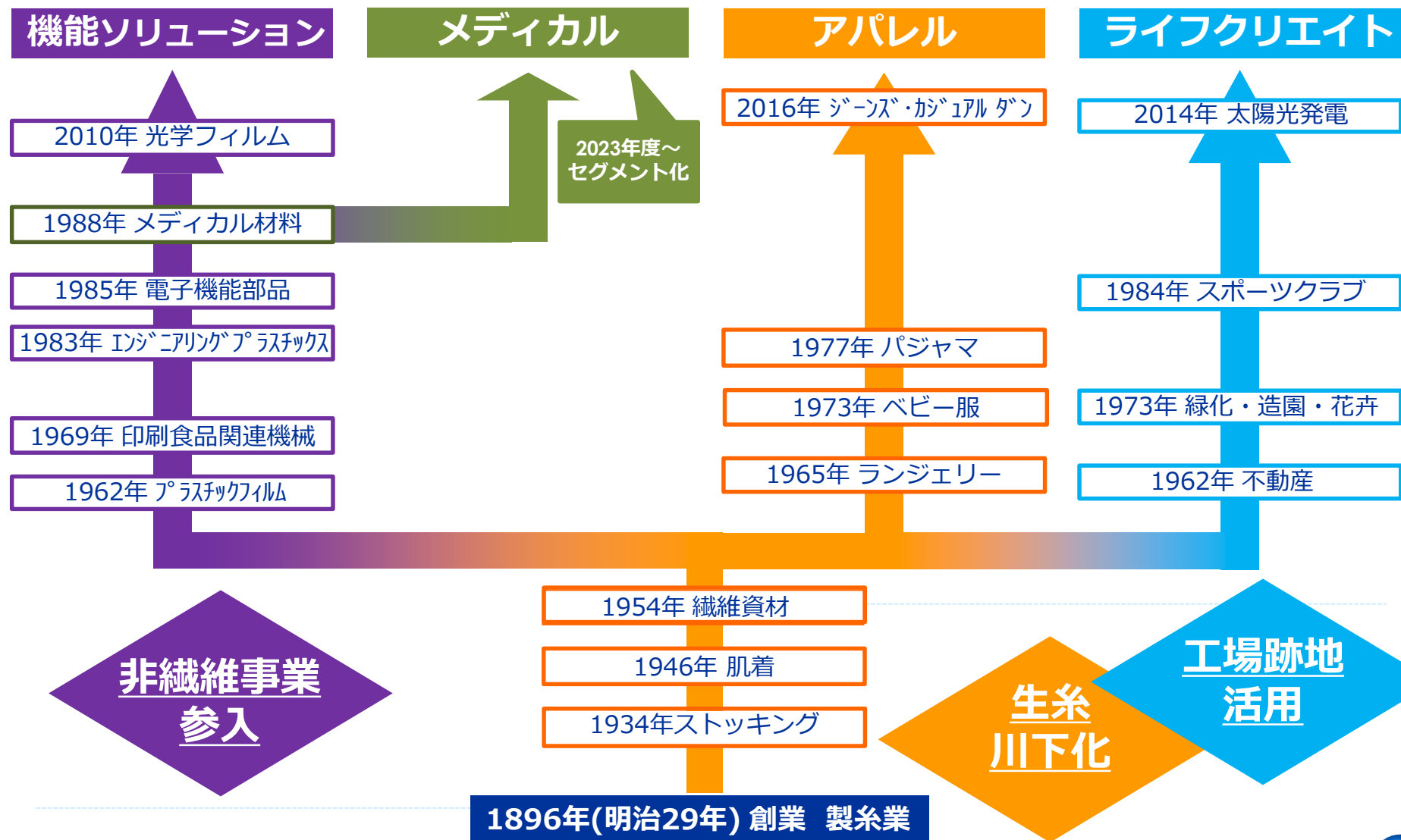
共存共栄

= 社会に貢献する



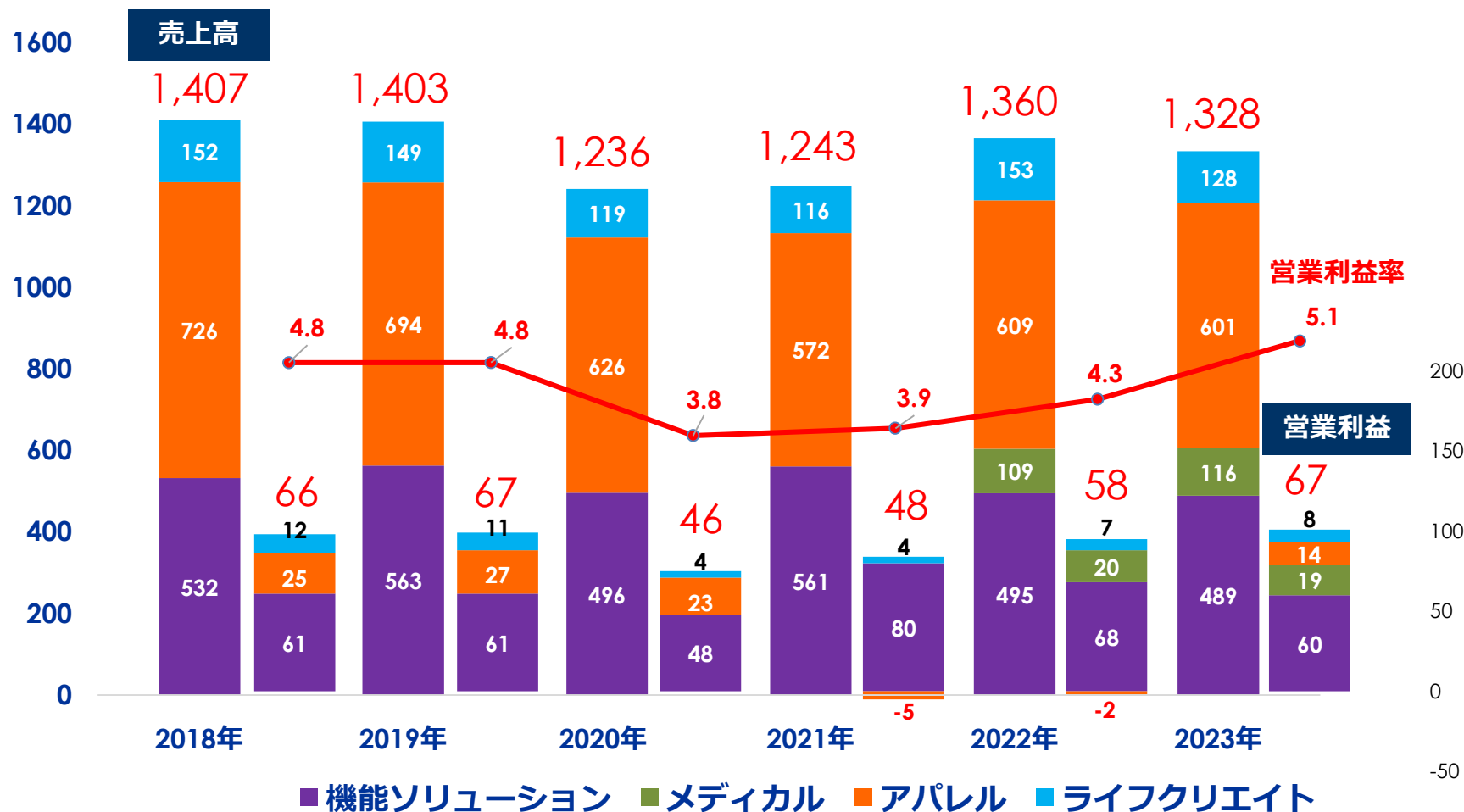
創業者：波多野鶴吉

I-3. 事業沿革



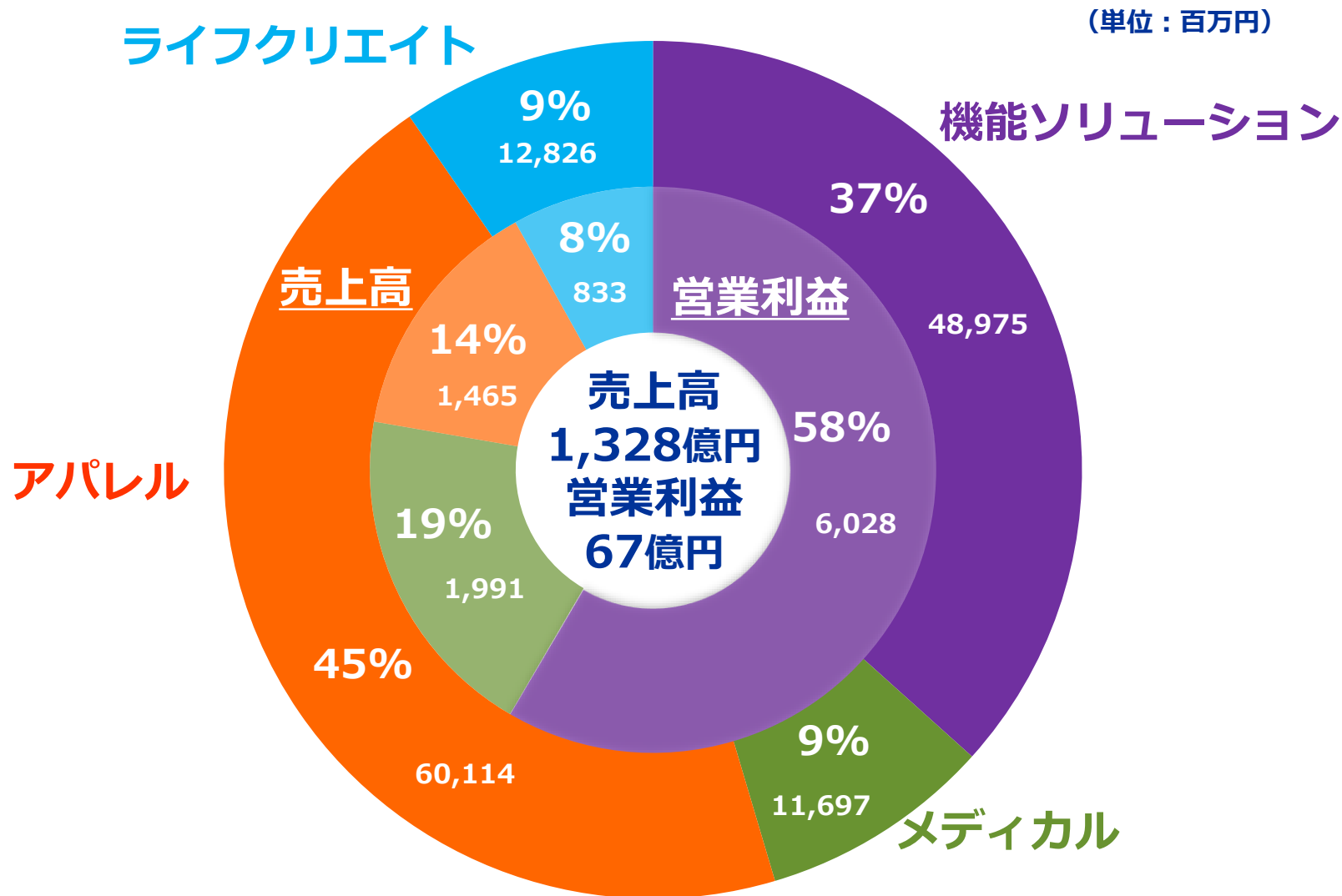
I -4. 直近の連結業績推移

■ 売上高・営業利益率の推移（単位：億円，％） 2018～21年度の機能ソリューションの業績にメディカルの実績を含む



Ⅱ. 事業セグメント別 概況

Ⅱ-1. セグメント別構成比（2024年3月期累計 業績）



総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

Ⅱ-2. 機能ソリューション事業の製品

プラスチック

➤ 食品系包装用途に加えてトイレタリー向け等拡大



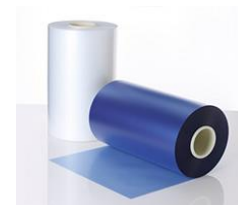
- 平板収縮フィルム
 - ✓ 飲料系
 - ✓ トイレタリー等



- 複合ナイロンフィルム
 - ✓ パウチ系
 - ✓ 耐冷凍・チルド用途



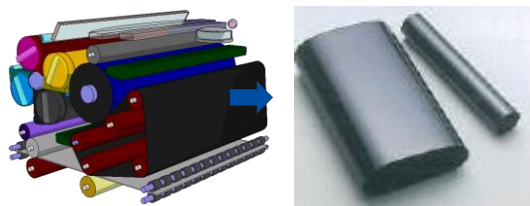
- OPPフィルム
 - ✓ カット野菜系
 - ✓ 防曇用途



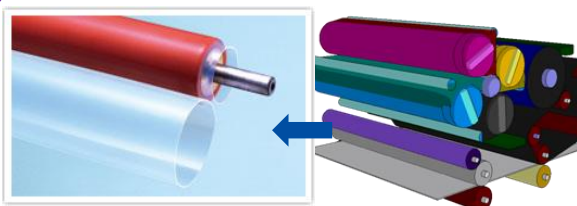
- 多層フィルム
 - ✓ 半導体製造用途
 - ✓ 壁紙用途 等

エンジニアリング プラスチック

➤ OA機器内の高機能部材用途に加え、半導体向け等非OA部門が伸長



- 高機能プラスチック
 - ✓ カラー機用中期転写ベルト (シームレス)



- フッ素樹脂素材
 - ✓ インク定着ローラーカバー 等



- その他、フッ素製品
 - ✓ 半導体製造用フィルター 資材等

Ⅱ-3. メディカル事業の製品

メディカル

➤ 生体吸収性医療機器が主力、新たに美容医療にも注力

●2023年度より事業セグメントとして独立



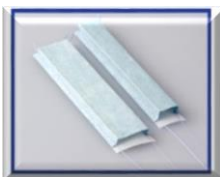
● PGA縫合糸



● 人工真皮

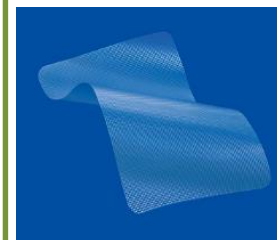


● 骨接合材



組織補強材を
組み合わせた
手術用自動縫合器

● 組織補強材



● 癒着防止材



● 医療用レーザー

◆補足：機能ソリューション・メディカルの主な海外拠点

プラスチック（カンザス州）



Gunze
Plastics&Engineering
Corporation of America
(1992)

プラスチック（ベトナム）



Gunze
Plastics&Engineering
of Vietnam Co.,Ltd.
(2018)

プラスチック（中国・上海）



上海郡是新包装
有限公司 (1997)



上海郡是新塑材
有限公司 (2002)

メディカル

郡是医療器材（深圳）有限公司
(2011)

エンプラ

郡是工程塑材（香港）有限公司
(2005)

Ⅱ-4. アパレル事業の製品

インナーウェア



KIREILABO®
キレイラボ



YG
Cotton Professional



レッグウェア



パジャマ, ハウスカジュアル



ジーンズ・カジュアル ダン



ミシン糸・繊維資材



◆補足：アパレル事業の主な海外拠点

繊維資材（バングラデシュ）



Gunze United Limited

繊維資材（ベトナム）



Gunze Hanoi Co.,Ltd.

インナー（ベトナム）



Gunze(Vietnam) Co.,Ltd.

インナー（タイ）



Thai Gunze Co.,Ltd.

インナー（北京）



北京愛慕都是服飾有限公司

インナー（大連）



大連坤姿時裝有限公司

繊維資材

常熟郡是輔料有限公司
太倉郡是新材料有限公司

インナー

済南冠世時裝有限公司

上海

インナー / ストッキング
／ 繊維資材

郡是（上海）商貿有限公司
郡是（上海）国際貿易有限公司
上海郡是通虹纖維有限公司

インドネシア

繊維資材



P.T.Gunze Indonesia



Ⅱ-5. ライフクリエイイトの事業概要(1)

スポーツクラブ

➤ フィットネスクラブ運営 , 21店舗 , 総会員数 : 4万人

GUNZE
SPORTS



スイミングスクール



グンゼスポーツ吹田健都店

商業施設運営

➤ 商業施設運営, 不動産賃貸, 温浴施設運営



つかしん（兵庫県尼崎市）



Ⅱ-6. ライフクリエイトの事業概要(2)

エンジニアリング

➤ 省エネ、省資材、PM診断のエンジニアリングサービス



省エネ支援事業



太陽光発電；福島県本宮市

- 太陽光発電事業
- 全国3ヶ所
(2013年～)

緑化分野

➤ 樹木・花卉園芸品の企画・販売



- 都市緑化



- 花卉園芸品の販売

胡蝶蘭

Ⅲ. 直近の業績関連

Ⅲ-1. 2024年3月期累計 業績 (1)

連結業績

(単位：百万円)

	2024年3月期 (下段：利益率)	2023年3月期 (下段:利益率)	対前期	
			増減額	増減率(%)
売上高	132,885	136,030	△3,144	△2.3
営業利益	6,777 5.1%	5,812 4.3%	965	16.6
経常利益	6,774 5.1%	6,021 4.4%	753	12.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,109 3.8%	4,501 3.3%	608	13.5

(主な特別損益)

有価証券売却益	2,009
事業構造改善（電子部品、スポーツクラブ他）	△2,801
取水量過少申告解決金	△534

(法人税等)

法人税等調整額	2,575
---------	-------

Ⅲ-2. 2024年3月期累計 業績 (2)

連結業績

(単位：百万円)

	2024年3月期	2023年3月期	増減額
総資産	161,971	165,927	△3,956
自己資本	118,642	115,757	2,885
自己資本比率	73.2%	69.8%	3.4%
有利子負債	9,004	15,426	△6,421
BPS 1株当たり純資産(円)	7,112.73	6,789.78	322.95

Ⅲ-3. 通期決算サマリー

(2023年4月1日～2024年3月31日)

**前期の電子部品フィルム事業譲渡および不動産開発プロジェクト要因により減収
アパレルの収益改善等により増益**

事業セグメント業績の主なポイント

機能 ソリューション	素材関係は、市況低迷とOA市場の需要減を受け、減収減益 ◆プラスチックフィルムは、米国の包装用フィルムが堅調に推移も、国内・アジアでは需要停滞の影響を受ける ◆エンジニアリングプラスチックは、OA機器向けが停滞も、半導体及び一般産業用向けが堅調に推移 ◆電子部品は、中国経済の停滞及びPC市場低迷の影響を受ける
メディカル	今後の成長に向けた人財投資コスト増等により、増収減益 ◆主力の国内医療用途市場の回復に伴い癒着防止材等の新製品の市場浸透が進む ◆中国では新たな代理店との取り組み強化により、生体吸収性製品が伸長 ◆コロナ後の美容医療機関の開院減少等により、医療用レーザーの受注が減少
アパレル	残暑や暖冬影響によりシーズン商品は苦戦も、差異化訴求した年間商品が好調に推移し、商品の高付加価値化を含めた価格改定及び事業構造改革により収益性が改善し、減収ながら大幅増益 ◆EC・直営店ルートが引き続き伸長、今後もDtoCシフトによる成長戦略に取り組む ◆インナーウェアは、顧客ニーズに対応した付加価値商品が好調に推移 ◆レッグウェアは、主力商品「サブリナ」のリニューアル効果により、ストッキング、タイツが好調に推移
ライフ クリエイト	◆不動産関連は、前期遊休地再開発プロジェクト売上影響により減収 ◆ショッピングセンター事業とスポーツクラブ分野は、ともに回復傾向にあり増益

Ⅲ-4. セグメント別業績

連結業績

(単位：百万円)

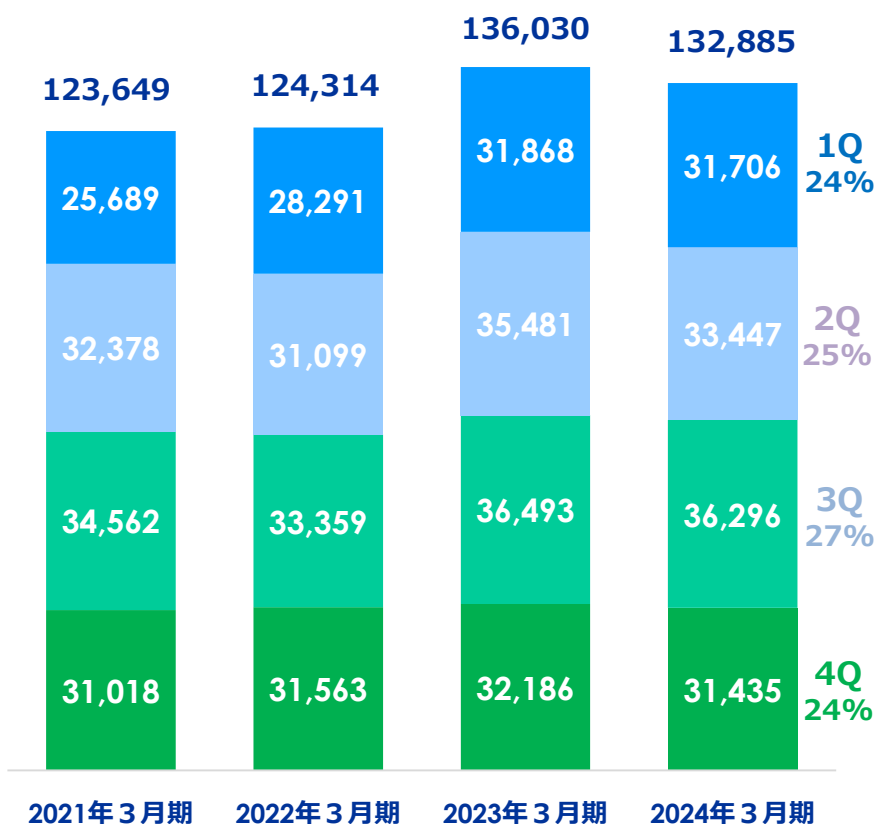
	売上高			営業利益（下段：利益率）		
	2024年 3月期	2023年 3月期	対前期 増減	2024年 3月期	2023年 3月期	対前期 増減
機能 ソリューション	48,975	49,555	△1.2% △580	6,028 12.3%	6,835 13.8%	△11.8% △807
メディカル	11,697	10,957	6.8% 740	1,991 17.0%	2,082 19.0%	△4.4% △90
アパレル	60,114	60,986	△1.4% △872	1,465 2.4%	-222 -0.4%	- 1,688
ライフ クリエイト	12,826	15,327	△16.3% △2,501	833 6.5%	705 4.6%	18.1% 127
合計	132,885	136,030	△2.3% △3,144	6,777 5.1%	5,812 4.3%	16.6% 965

Ⅲ-5. セグメント別業績

売上高 **132,885**百万円 前年同期比△2.3%

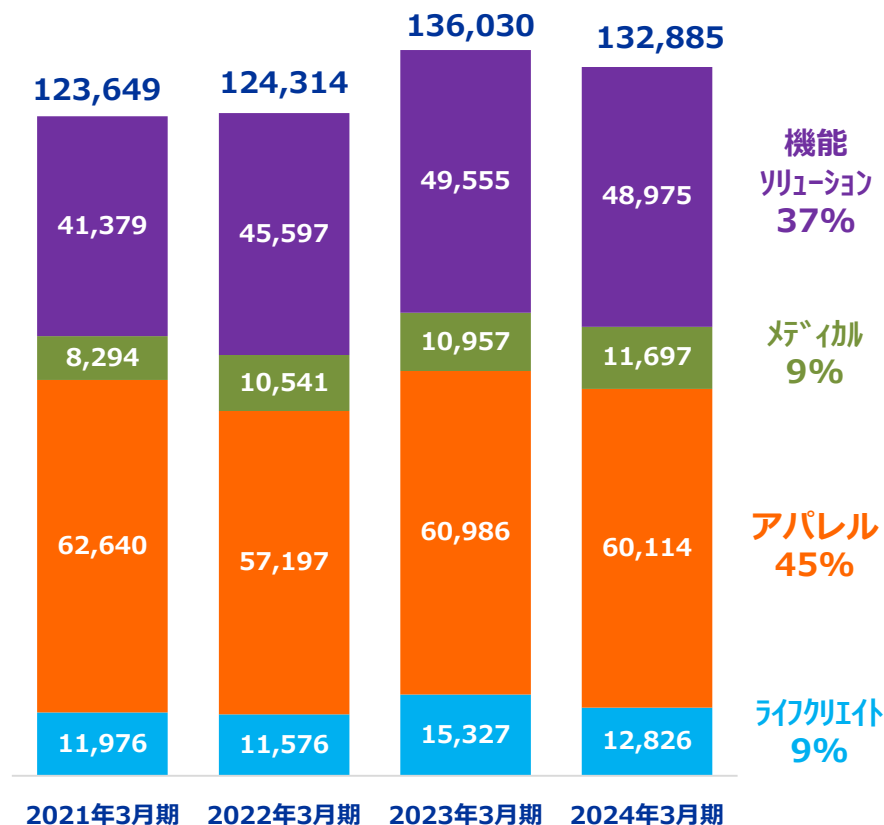
(単位：百万円)

<年度推移四半期別>



前期の電子部品フィルム事業譲渡、
不動産開発プロジェクト要因により減収

<事業セグメント推移>



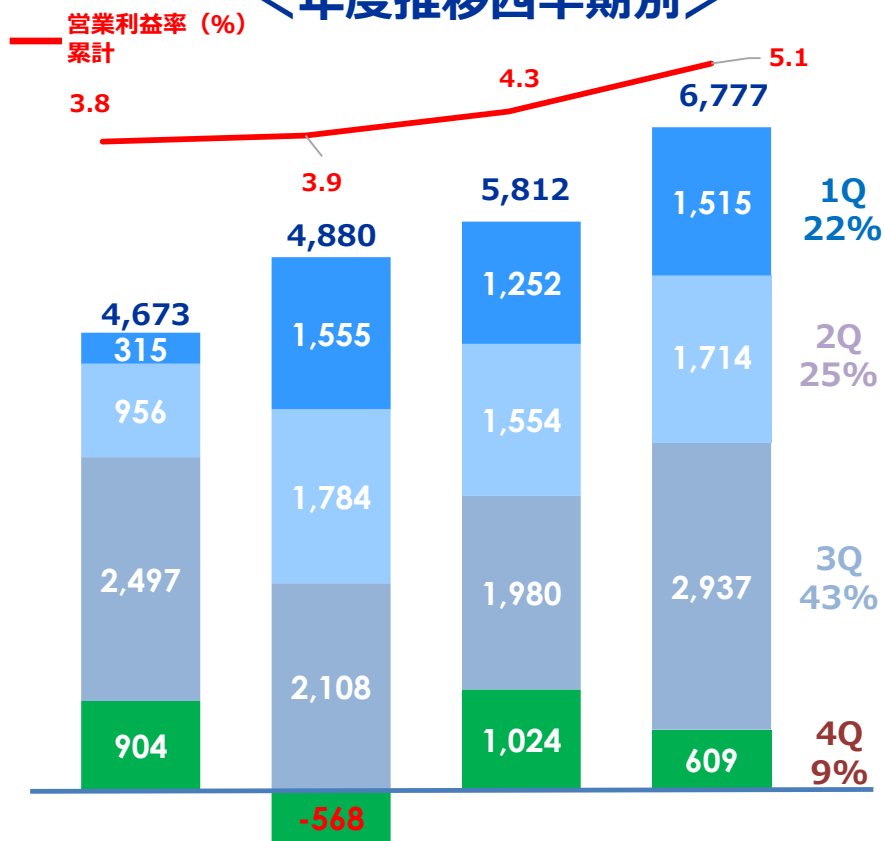
メディカルのみ増収

Ⅲ-6. セグメント別業績

営業利益 6,777百万円 前年同期比+16.6%

(単位：百万円)

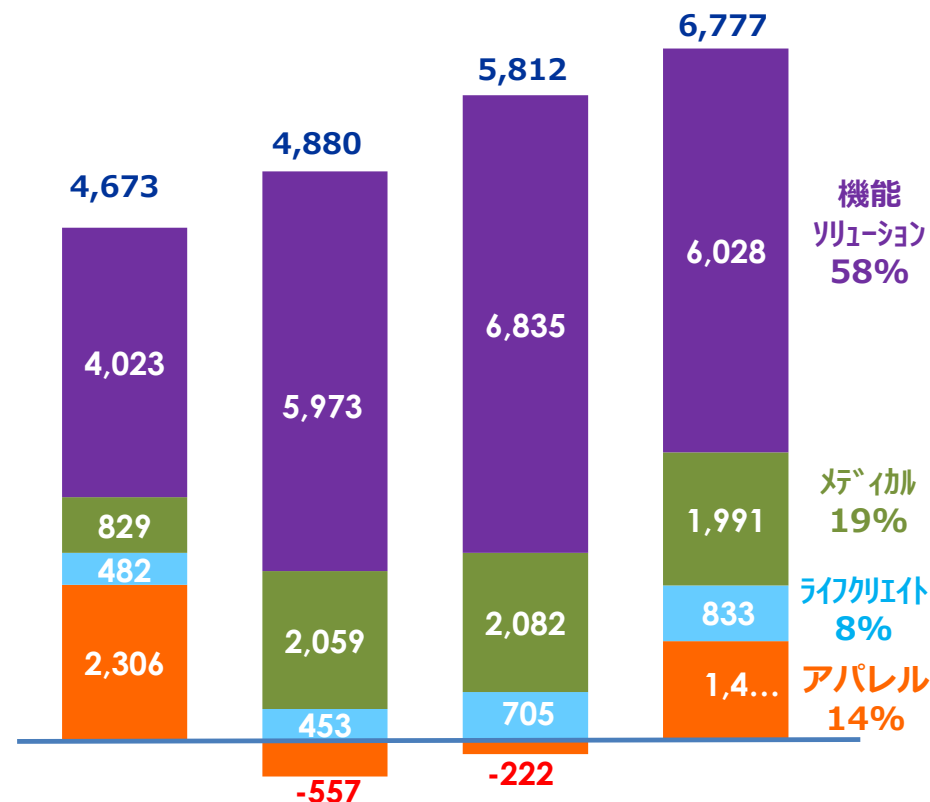
<年度推移四半期別>



2021年度 3月期 2022年度 3月期 2023年度 3月期 2024年度 3月期

アパレルの収益改善が貢献し、
全体では9.5億円の増益

<事業セグメント推移>



2021年度 3月期 2022年度 3月期 2023年度 3月期 2024年度 3月期

アパレルは構造改革により大幅増益
機能ソリューションは需要減速により減益

総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

Ⅲ-7. キャッシュフロー

(単位：百万円)

	2024年 3月期	2023年 3月期	増減
営業活動	10,409	1,794	8,614
投資活動	△190	△5,920	5,729
FCF	10,219	△4,126	14,343
財務活動	△11,347	1,007	△12,355
現金及び 現金同等物 期末残高	10,818	11,547	△728

■ 主な営業CF

税金等調整前当期純利益	4,504
減価償却費	6,149

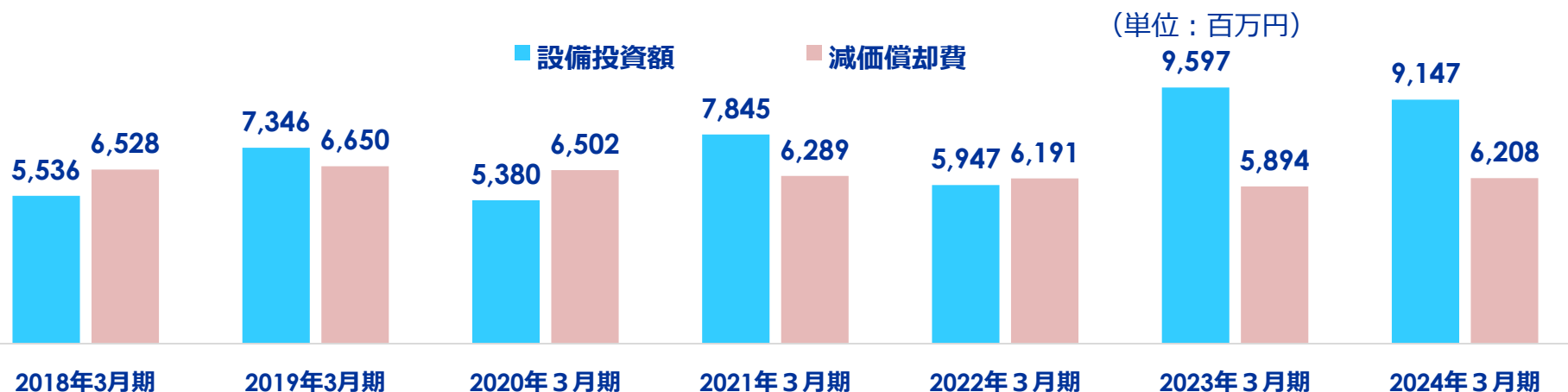
■ 主な投資CF

投資有価証券の売却	7,094
固定資産の取得	△7,166

■ 主な財務CF

長短借入金の減少	△6,697
配当金支払	△2,497
自己株式の取得	△2,006

Ⅲ-8. 設備投資額・減価償却費推移



	設備投資					減価償却				
	2023年 3月期	2024年 3月期	前期増減	2025年 3月期 計画	当期増減	2023年 3月期	2024年 3月期	前期増減	2025年 3月期 計画	当期増減
機能ソリューション	4,816	4,672	△144	2,200	△2,472	2,423	2,478	55	2,800	322
メディカル	553	403	△150	4,100	3,697	371	453	82	500	47
アパレル	1,493	1,888	395	2,100	212	1,250	1,346	96	1,500	154
ライフクリエイト	2,053	1,597	△456	1,100	△497	1,370	1,440	70	1,500	60
その他	680	584	△96	500	△84	478	488	10	500	12
合計	9,597	9,147	△450	10,000	853	5,894	6,208	314	6,800	592

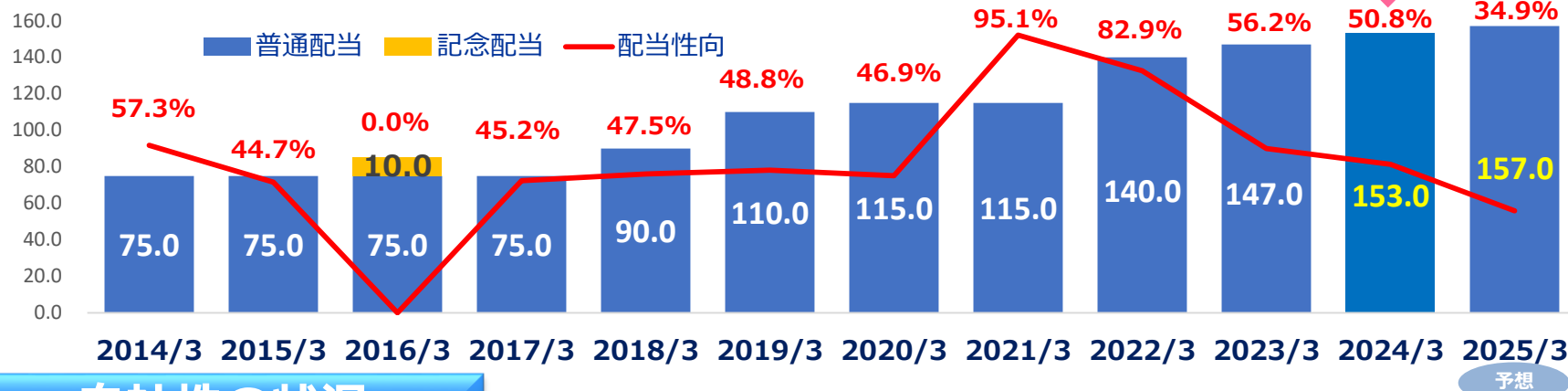
2025年3月期の主な投資計画

メディカル増産対応及び新工場建設	3,200
アパレルスマートファクトリー生産設備及びシステム改善	500
プラスチックフィルム資源循環設備	200

Ⅲ-9. 株主還元

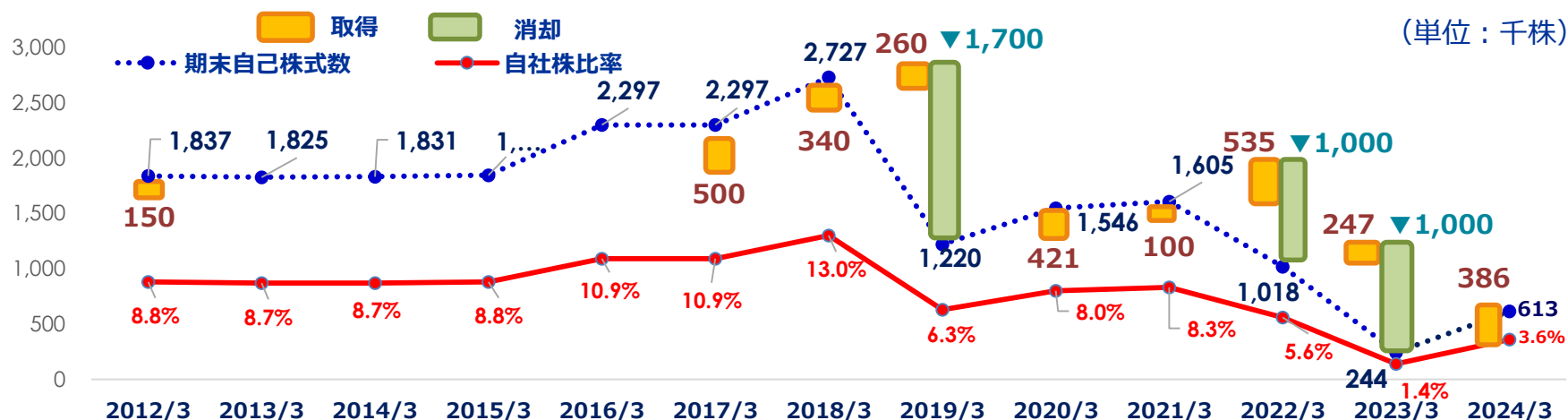
1 株配当金と配当性向の推移

(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) に合せて、2017年3月末以前の株数を換算しております



中期経営計画「VISION 2030 Stage 1」では、
総還元性向100%(ROEが株主資本コストを上回るまで)
株主資本配当率 DOE 2.2%以上を目途に利益還元を行う方針

IV. 今後の見通し

IV-1. 2025年3月期 見通し

素材関係の市況回復、新商品・新チャネルの拡販、生産性向上の取り組みや事業構造改革効果等により増収増益の見込み

◆ 2024年度戦略課題

機能ソリューション事業

- ・ プラスチックフィルムは、サーキュラーファクトリー（資源循環型工場）の本格稼働とサーキュラーメーカーへ変革するための基礎となるリサイクルセンター設置を進める
- ・ エンジニアリングプラスチックは、医療・半導体分野の需要増に対応するため、2025年3月完成を目標に主力である江南工場拡張を実施
- ・ 電子部品については連結子会社の株式（85.1%）及び日本と米国のタッチパネル事業の商権を2024年10月1日（予定）に譲渡、メカトロについても事業譲渡の交渉を行う

メディカル事業

- ・ 事業の成長を加速するため、2025年2月竣工を目標に京都府綾部工場敷地内に新工場（第三工場）建設と開発力強化のための研究開発施設増強を実施。新工場では、癒着防止材「テナリーフ」の増産体制を整備

アパレル事業

- ・ 競争力向上を目的とした業種横断型組織再編を通じて、消費行動変化に伴い伸長しているECチャネルや直営店舗のDtoCルートでの更なる拡販を目指す
- ・ 他社とのコラボレーションを積極的に推進、ライフスタイル分野への拡大、差異化新商品を通じたレディスインナーの拡販を図る
- ・ 生産拠点の集約など構造改革を実施、今後もオートメーション化とグローバル最適生産体制の構築によりコスト競争力の強化を推進

ライフクリエイイト事業

- ・ スポーツクラブは、不採算店舗の閉鎖等、課題店舗への対応を強化するとともに、スクール事業の拡大と店舗特性に合わせた特長のあるサービス提供や新業態の開発に取り組む

IV-2. 2025年3月期連結業績予想

業績予想

(単位：百万円)

項 目	2025年 3月期		2024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	140,000		132,885		7,115	5.4%
営業利益	9,000	6.4%	6,777	5.1%	2,223	32.8%
経常利益	9,000	6.4%	6,774	5.1%	2,226	32.9%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	7,500	5.4%	5,109	3.8%	2,391	46.8%

IV-3. セグメント別業績予想

セグメント別対前期比較

(単位：百万円)

	売 上 高			営業利益（下段：利益率）		
	2025年 3月期 (2024年度)	2024年 3月期 (2023年度)	増減	2025年 3月期 (2024年度)	2024年 3月期 (2023年度)	増減
機能 ソリューション	49,700	48,975	1.5% 725	7,200 14.5%	6,028 12.3%	19.4% 1,172
メディカル	13,000	11,697	11.1% 1,303	2,500 19.2%	1,991 17.0%	25.6% 509
アパレル	65,200	60,114	8.5% 5,086	1,900 2.9%	1,465 2.4%	29.7% 435
ライフ クリエイト	12,900	12,826	0.6% 74	1,100 8.5%	833 6.5%	32.1% 267
合計	140,000	132,885	5.4% 7,115	9,000 6.4%	6,777 5.1%	32.8% 2,223

V. 中期経営計画 「VISION2030 stage1」 進捗状況

V-1. 中期経営計画「VISION 2030 stage1」

(2022/5/13発表)

対象期間 2023年3月期～2025年3月期 (3カ年計画)

ビジョン 新しい価値を創造し「こちよさ」を提供することで
持続可能な社会の実現に貢献します

「経済的価値」と「社会的価値」を両立するサステナブル経営により
社会貢献とグループの持続的成長を実現

基本戦略 (マテリアリティ)	新たな価値の創出	・新規事業の創出と既存事業の成長 (M & A 含む) ・サステナビリティを追求した新商品、新サービスの提供
	企業体質の進化	・多様な人財が働きがいを持てる組織風土づくり ・働き方改革による意識・業務改革 ・デジタルの積極活用によるプロセス変革
	環境に配慮した経営	・事業活動における環境負荷の低減
	資本コスト重視の経営	・経営資源の戦略的配分 ・資本効率の追求によるGVA黒字化

V-2. 新中期経営計画「VISION 2030 stage1」

• 経営目標（非財務目標）

区分	目標指標		2024目標	2030目標
環境対応	CO2排出量 削減率（2013年度対比、Scope1+2）		28%以上	35%以上
	エネルギー原単位 削減率（対前年）		1%/年以上	
企業体質 の進化	女性活躍推進	女性管理職比率	6%以上	20%以上
		女性社員比率	35%	41%
		女性総合職採用比率	50%	50%
	子育て支援	男性育児休職取得率	50%	70%
	組織風土づくり	エンゲージメントスコア	70点想定	80点想定
	働き方改革	年休取得率	75%	100%
その他	生産性向上率（P値※） ※ 当社オリジナルの生産性対前年向上指標		103%	103%

V-3. 中期経営計画の進捗状況

(単位：百万円)

	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2025/3
	(実績)	(実績)	(実績)	(見込)	中計目標
売上高	124,314	136,030	132,885	140,000	140,000
営業利益	4,880	5,812	6,777	9,000	10,000
営業利益率	3.9%	4.3%	5.1%	6.4%	7.1%

<グループ経営指標>

ROE 6.3%以上 自己資本当期純利益率 <株主資本に対するリターン>	2022/3 実績 2.6%	2023/3 実績 3.9%	2024/3 実績 4.4%	2025/3 6.3% 目標	2025/3 中計目標 6.3%以上
GVA 全社計黒字化 「Gunze Value Added」 (税引後営業利益 + 配当金) - 投下資本 × WACC	2022/3 実績 △26億円	2023/3 実績 △23億円	2024/3 実績 △16億円	2025/3 全社計 黒字化目標	2025/3 中計目標 全社計黒字化
株主還元 総還元性向100% 配当性向 DOE <株主資本配当率> 2.2%以上	2024年3月期 1株配当 153円 自己株式取得 2,006百万円 配当性向 50.8%(DOE 2.2%) 総還元性向 100%			2025年3月期(予想) 1株配当 157円 配当性向34.9%(DOE2.2%以上) 総還元性向 100%	

V-4. 中計遂行における実施事項と状況の変化

<実施事項>

◆構造改革推進による事業ポートフォリオ変革

- ①電子部品分野フィルム部門の譲渡(2022年10月)
- ②電子部品分野タッチパネル部門の商権譲渡(2024年10月)
⇒電子部品事業からの撤退
- ③メカトロ分野の事業譲渡に向けた検討開始(2024年3月)
- ④レグウェア分野ストッキングの市場縮小に伴う中国工場の撤退(2022年度)
- ⑤インドネシアソックス工場(PTGSI)の終息(2023年度)

◆事業セグメント区分の見直し

- ①成長牽引の位置付けを明確化するため「メディカル」セグメントとして機能ソリューションセグメントから区分

<中計立案後の主な状況変化>

◆外部要因悪化による利益圧迫

営業損益影響：対2021年度(BM) △113億円

- ①原材料価格高騰(プラスチック、アパレル、エンブラ)
- ②為替変動(アパレル)
- ③エネルギーコスト高騰(プラスチック、アパレル、エンブラ)

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