

トップコミットメント

CSV経営でさらなる顧客満足と 企業価値向上を目指す

新型コロナウイルスがもたらす 未曾有の危機と新たな社会

2019年度の日本経済は、10月の消費増税に伴う駆け込み需要の反動減、令和元年東日本台風(台風19号)など大規模自然災害の発生、米中貿易摩擦の長期化といったマイナス要因に加えて、2020年初めからの新型コロナウイルスの世界的感染拡大により、私たちを取り巻く環境はわずかな期間で一変し、先行きの不透明な経営環境が続いております。

未知の感染症により、既存の事業運営手法やサプライチェーンなども見直しを迫られ、東京オリンピックも史上初の延期が決定されるなど、あり得ないと考えられていたことが現実のこととなっております。

2019年度の振り返りと 2020年度の課題

私たちは2019年度において、中期経営計画「CAN 20」のキーコンセプトである『集中と結集』を旗印に、さらなる成長と利益重視の方向性のもと、当社差異化技術を活かした付加価値商品の市場拡大を図るとともに、将来に向けた前向きな投資、並びに資本コスト経営に取り組みました。

第3四半期まではプラスチック、アパレルの両カンパニーが当社グループ業績を牽引し、また(株)メディカルユーアンドエイの子会社化などにより、全体として好調

ゲンゼ株式会社 代表取締役社長

ひろち あつし
廣地 厚

に推移いたしました。新型コロナウイルスの感染拡大によって、各事業部門ともに大変難しい経営を強いられることとなりました。

2020年度は経営方針の柱として、新しく「CSV (Creating Shared Value: 共通価値の創造) 経営」という項目を加えました。CSV経営は、私たちの事業活動を通じて社会課題の解決に貢献していこうとするもので、2018年度より取り組みを進めております。

そして、新型コロナウイルスの影響を考慮し、さらにその先を見据えた事業運営の方向に舵を切る必要があると考えております。

例えば抗菌、除菌を打ち出す商品開発やフレキシブルな販売体制、生産面ではサプライチェーンの見直しを含めBCP (Business Continuity Plan: 事業継続計画) に配慮した安定供給体制の構築、在宅勤務などの働き方改革を推進し、より積極的にこの状況と向き合っていく方法を考え、少しでも社会に貢献できる事業運営を進めていきたいと考えております。

中長期的な 企業価値向上の取り組み

ゲンゼは1960年代、石油化学工業の急成長とプラスチック樹脂の消費拡大により、新規事業としてプラスチックフィルム分野に進出しました。環境負荷の少ない非塩ビ素材をいち早く発売し、その技術を活かした非塩ビのシュリンクフィルムによりプラスチックフィルム事業



は大きく成長しました。

常に環境に対する社会的責務を認識し環境問題に取り組んできた私たちは、2019年12月に「プラスチック資源循環基本方針」を制定。2020年1月には5つ目のゲンゼのマテリアリティとして、SDGs12番目のゴール目標である「つくる責任 つかう責任」に対応し「プラスチック資源循環戦略の推進」を追加しました。

そして2020年2月には国連が提唱する「国連グローバル・コンパクト」に署名し、参加企業として登録されました。併せて日本におけるローカルネットワークである「グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン」に加入し、「国連グローバル・コンパクト10原則」を支持、今後大きく変化する時代からの要請や期待に応え、2030年にむけた持続可能な社会の実現に貢献するため全社的な取り組みを進めてまいります。

2019年度から資本コスト経営として、自社の資本コストを的確に把握した上で、事業計画や資本政策の策定、事業ポートフォリオの見直しや経営資源の配分、政策保有株式への対応を進めております。①投下資本 ②投下資

本収益率(ROIC)③加重平均資本コスト(WACC)の視点を経営管理に加え、業績についても投下資本に対する資本コストを踏まえた評価など、全社的なマインドチェンジに取り組んでまいります。

私たちは「お客さまへ『ここちよい商品、ここちよいサービス』の提供に徹し社会に貢献する」という強い意志を持ち、「社会にとって必要とされる企業」「社会とともに持続的に発展する企業」として顧客満足と企業価値のより一層の向上を図ります。

そして、2020年度は、新型コロナウイルス感染の影響を最小限に抑えるべく対策を講じながらさらなる体質強化、積極的な成長戦略にチャレンジしてまいります。

皆さまのより一層のご理解とご支援を賜りますよう、よろしくごお願い申し上げます。



脈々と受け継がれる グンゼの経営理念

「人間尊重」「優良品の生産」「共存共栄」という創業の精神はグンゼのDNAとして経営理念の中に120年以上の長い間受け継がれてきました。

1896
創業

1963

三つの章句

【誠意】

一所懸命、これが誠意である。小事をおろそかにしない。表裏がない。遅怠がない。間断がない。約束を違えない。責任感も勇気も、これより出で、知恵もここから生まれる。成功の基礎である。

【愛情】

思いやりの心である。相手の身になって考える。非礼を行わない。よく忍待する。知恵はここから出で、人を生かし、事を生かし、物を生かす。

【謙虚】

己を空しうして、他から学ぼうとする精神である。進歩の母体である。競争は、きのうの我とする。

1969

三つの躰

三つの躰は、三つの章句を身につけるための行動

- あいさつをする
- はきものをそろえる
- そうじをする



1976

社是

第1項

優良品の提供に徹し
社会に貢献する

第2項

誠意をつくし
信頼の輪をひろげる

第3項

若さと創意をいかし
世界の一流をめざす

社 是

1. 優良品の提供に徹し
社会に貢献する
1. 誠意をつくし
信頼の輪をひろげる
1. 若さと創意をいかし
世界の一流をめざす

1997

環境憲章

地球・社会との健全な持続発展を促進するためにグンゼグループ環境憲章を制定

企業市民としての果たすべき活動と行動を行動規範に明記

1998

行動規範

【第1章】

グンゼが果たすべき役割

【第2章】

企業活動において守るべきルール

【第3章】

企業活動において個人が心がけるべき事項

2007

CSR基本方針

- 1 お客さまのために
- 2 お取引先さまのために
- 3 地域社会のために
- 4 従業員との関係において
- 5 地球環境のために
- 6 株主・投資家のために

企業としての
コミットメントを
社会に開示

2012

ブランド憲章

お客さまの
「こちよさ」の
ために

グンゼブランドの
社内外との約束として
ブランド憲章を制定

ブランド憲章

世界の より多くの人々に
‘こちよさ’をお届けしたい

そのために私たちは 人を想い 暮らしを見つめ
お客さま起点で‘こち品質’を追求します
そして‘毎日のこち満足’を高め お客さまとともに
‘こちよいライフスタイル’を 創造し続けます

2019

CSR調達 ガイドライン

- 1 公平な参入機会の提供
- 2 公正なサプライヤーの選定
- 3 最適な地域からの調達
- 4 地球環境保全と環境の負荷低減
- 5 法令・社会規範の順守
- 6 情報の適切な管理・保護

サプライチェーン
全体での
CSR調達の実現

2019

プラスチック 資源循環 基本方針

グンゼは、プラスチックの3R+Renewable[※]を積極的に推進し、廃棄量を削減することで、プラスチック資源が循環する社会の実現に貢献する。

1
プラスチックの減量化・
再利用を推進する。

2
分別・リサイクルし易い製品
設計と再生原料の積極的
使用により、効果的・効率的
なプラスチック資源循環に
貢献する。

3
植物由来原料による製品開
発を行い、石油化学原料の
使用量削減に貢献する。

4
廃棄物の適切な管理と環境
負荷を低減する生産活動に
より、つくる責任を果たす。

※3R+Renewable
3R=Reduce, Reuse, Recycle
(廃棄物の削減、再利用、有効利用)+
Renewable(再生利用)

創業の精神

人間尊重と
優良品の生産を基礎として
会社をめぐるすべての関係者との
共存共栄をはかる



創業者 波多野鶴吉が唱えた「至誠」「売って喜び 買って喜ぶ」「善い人が良い糸をつくる」との信念は、「人間尊重」「優良品の提供」「共存共栄」を柱とする「創業の精神」として継承されています。「創業の精神」には、「会社をめぐるすべての関係者との共存共栄をはかり、地域の人々の暮らしを豊かにしたい」という、創業者 波多野鶴吉の強い思いが込められています。

グンゼ、124年のあゆみ

グンゼは、これまで製品やサービスの提供を通じて時代求められる社会課題の解決に取り組んできました。これからも、それぞれの分野で業界オンリーワンを目指してまいります。

1896~

地場養蚕業の活性化により地域社会に貢献するため製糸会社を創業

グンゼの創業者 波多野鶴吉は、地場産業である養蚕農家の実態を目の当たりにし、蚕糸業の体質改善を決意。当時「粗の魁」とまで酷評された京都府の繭、生糸を優良品にすることが急務と考えました。「善い人が良い糸をつくる」との信念により、社員教育を徹底し、優良品の生産を実現しました。



- 1896 創業者 波多野鶴吉が京都府何鹿郡(現京都府綾部市)に都製絲株式会社を設立
- 1900 バリ万国博覧会で金牌受賞
- 1902 米国スキンナー商会と特約販売開始
- 1909 正量取引を開始
- 1917 都女学校設置

1930~

戦後急速に拡大したアパレル製品(靴下・肌着)で衣生活を改善

アメリカではレーヨン(人絹)が開発され、生糸価格は大きく下落。生糸の代わりとなる二次加工品としてフルファッション絹靴下の製造を開始しました。戦後は、ナイロン製靴下生産に舵を切り、価格低下による普及に貢献。また戦後間もなくメリヤス肌着の生産を開始。「金の品質、銀の価格」を標榜し、「なぜ」を深く掘り下げることを追求。その高品質により「国民肌着」と称されるまでになりました。

1933 ニューヨークにグンゼシルクコーポレーション設立



1934 フルファッションの靴下生産開始



- 1946 メリヤス肌着の生産開始
- 1954 ミシン糸事業開始

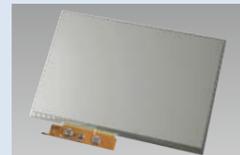
1960~

新素材の用途開発で「技術立社」グンゼの挑戦が始まる

石油化学工業の急成長とプラスチック樹脂の消費拡大により、新規事業としてプラスチック分野へ進出。まず自社靴下用包装フィルムを生産。1962年チューブ状収縮フィルムを開発し、その後、フッ素樹脂加工・高機能樹脂加工による新商品・新技術を開発。エンジニアリングプラスチック、電子部品など事業展開を拡大し、今や機能ソリューション事業は多様な用途に使用されるBtoBビジネスとして新たなソリューションに取り組んでいます。



- 1962 プラスチック事業開始
- 1965 ファンデーション(婦人下着)事業開始
- 1967 社名をグンゼ株式会社に変更
- 1968 パンティストッキングの生産開始
- 1973 緑化事業開始
- 1976 「社是」制定
- 1983 エンジニアリングプラスチック事業開始
- 1984 グンゼスポーツ(株)設立



1985 電子部品事業開始、メディカル開発室設置

1985~

多様化したアパレル事業と事業の多角化により、豊かな生活文化を総合提案

消費多様化の時代に入り、アパレル事業の製品ラインナップは拡大し、幅広い消費者ニーズに対応。革新的な機能性とファッション性で、多くのロイヤルユーザーを獲得しました。同時に工場跡地の再開発を進め、衣・住の両面で生活文化を創造しました。



- 1985 生活文化の発信地としてショッピングセンター「つかしん」オープン
- 1989 SOZ事業本部設置
- 1996 グンゼ博物苑オープン



- 1998 「BODY WILD」デビュー
- 1998 電子部品事業部設置



- 1998 エンブラ事業部設置
- 2003 (株)つかしんタウンクリエイト設立
- 2007 グンゼエンジニアリング(株)設立

2010~

拡大する機能ソリューション事業と、アパレル事業、ライフクリエイト事業を融合させ新しい価値を創造

高齢化や健康志向の高まりを背景に、アパレル、プラスチック、メディカル、スポーツクラブなどの事業において、新たな価値の創出を目指した製品開発を行い、人々のQOL向上に取り組んでいます。スポーツクラブ分野では、地域と連携した健康寿命延伸のため新しいクラブ運営を始めました。



- 2010 メディカル事業部設置
- 2014 QOL研究所設立
あやべグンゼスクエアオープン
- 2016 (株)ジーンズ・カジュアルダン子会社化
- 2017 グンゼメディカルジャパン(株)設立



- 2018 プラスチックカンパニーベトナム新会社設立
- 2019 (株)メディカルユアンドエイ子会社化



国土の緑化に貢献する緑化事業では、大阪御堂筋のイチョウも扱っています

2021

中期経営計画「CAN 20」

人々のクオリティ・オブ・ライフ(QOL)の向上に貢献する健康・医療関連分野を成長の核とするとともに、集中と結集によりそれぞれの分野で業界オンリーワンを目指してまいります。

コンセプト	集中と結集
推進期間	(第1フェーズ) 2014年度~2016年度 (第2フェーズ) 2017年度~2021年度

3つの基本戦略を強力推進

セグメント事業戦略

新規事業創出

経営基盤強化

シルク

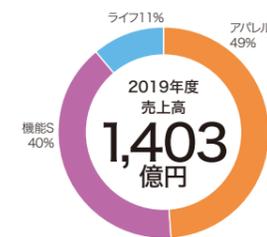
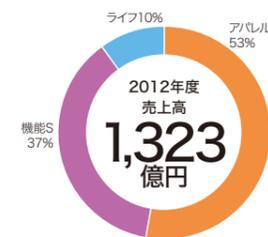
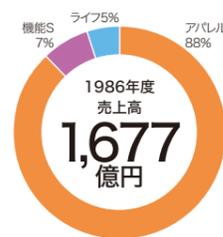
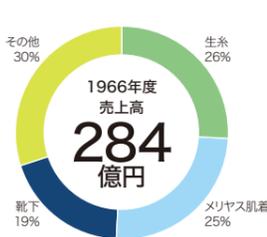
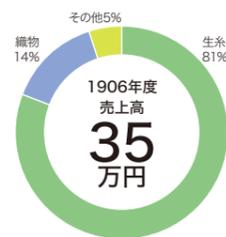
ストッキング・メリヤス肌着

アパレル事業

機能ソリューション事業

QOLに貢献する製品・サービス

ポートフォリオの変化



ROE 5%以上

時代背景

●バリ万国博覧会

●世界恐慌
●第二次世界大戦

●戦後復興と産業の近代化
●高度経済成長

●バブル景気

●バブル崩壊

●リーマンショック

●少子化・超高齢社会の到来
●ライフスタイルや価値観の多様化
●感染症の世界的拡大

グンゼグループの価値創造モデル

グンゼグループでは、さまざまな社会課題に取り組み、
お客さまとともに緑豊かな笑顔あふれる地域社会の中で、人々が明るく、楽しく、元気よく、
いきいきと健康に過ごせる未来を目指します。

