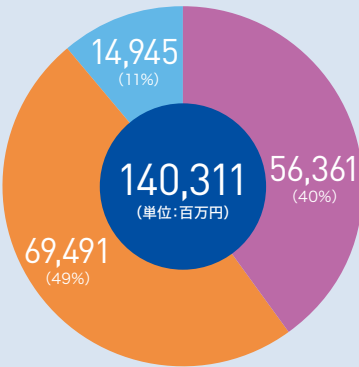
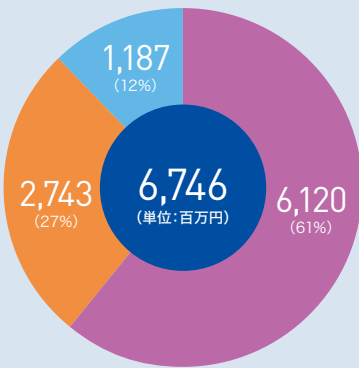


事業セグメント紹介

2019年度売上高



2019年度営業利益



- 機能ソリューション事業
- アパレル事業
- ライフクリエイト事業

セグメント合計は、セグメント間で発生した売上、利益を調整する前の数値です。

機能ソリューション事業

プラスチックフィルム分野



飲料、食料品、トイレタリー用品、もやし、きのご類などの生鮮食品の包装フィルムなど、生活に密着した商品の開発、製造、販売。

- シュリンクフィルム
- シュリンクチューブ
- ナイロンフィルム
- OPPフィルム
- 軟質多層シート

エンジニアリングプラスチック分野



複写機やプリンタなどのOA機器や、産業分野の製造工程で使われる機能部品の開発、製造、販売。

- 転写ベルト
- フッ素薄肉チューブ
- 一般産業用機能部品

電子部品分野



パソコンや車載機器、医療機器に至るまで、様々な分野で使われるタッチパネルや機能性を高めた各種フィルムの開発、製造、販売。

- 機能性フィルム
- タッチパネル
- 受託加工

メディカル分野



縫合糸から組織補強材、骨接合材、人工真皮、人工硬膜などの医療機器の開発、製造、販売。

- 吸収性組織補強材
- 吸収性骨接合材
- 医療用レーザー機器
- 人工真皮
- 人工硬膜

メカトロ分野



包装・印刷・乳業・飲料・食品加工・医薬関連の各業界へ省力機器などの機械設備を設計、製造、販売。

- 包装・パッケージ向け機器
- 印刷周辺機器

アパレル事業

インナーウェア分野



多様化するニーズに応え、さまざまなコンセプトに基づいたインナーウェアブランドを展開。

- メンズインナー
- レディースインナー
- キッズインナー

レッグウェア分野



女性の「美しくなりたい」という思いをかなえるために、ファッション性と機能性の両面からアプローチしたレッグウェアブランドを展開。

- レディースソックス
- スtocking
- メンズソックス
- ファッションボトム

ハウスカジュアル分野



素材や機能にこだわったナイトウェアやライフスタイルをより楽しむためのホームウェアなどを展開。

- ナイトウェア
- ホームウェア

繊維資材分野



新機能を備えた各種ミシン糸や、より高い安全性が求められる自動車エアバッグ縫製用ミシン糸など、衣料用から各種産業資材に至るまで幅広く展開。

- 縫製資材用ミシン糸
- 産業資材用ミシン糸
- 自動車資材用ミシン糸

リテール分野



直営店、アウトレット店、カジュアルウェア専門店などを展開。

- cocochi select by GUNZE
- GUNZE OUTLET
- ジーンズ・カジュアルダン
- Tuché GUNZE
- トライオン

ライフクリエイト事業

商業デベロッパー分野



工場や施設跡地に建設した商業施設は地域住民の皆さまに快適な空間を提供。

- ショッピングセンター
- 温浴施設の運営

エステイト開発分野



当社保有の土地活用をベースにエステイト（不動産）開発事業やショッピングセンター、住宅・オフィスビルなどの賃貸事業を展開。

- 不動産開発事業
- 賃貸事業

エンジニアリング分野



省エネ診断、PM診断などのノウハウを活用し、ビルや工場などの省エネ化に向け包括的なマネジメントを展開。

- ESCO事業・省エネ診断
- 太陽光発電

スポーツクラブ分野



地域に密着したスポーツクラブとして、質の高いサービスとメニューを提供。「スポーツを通じて豊かな心と身体を育み、人々の幸せを支援すること」を使命とし、全国でクラブ運営を展開。

- スポーツクラブの運営

環境緑化分野



緑あふれる街づくりの主役である樹木と苗木を供給する「樹木販売」、日々の生活に彩りをそえる「花卉販売」など、未来につながる環境づくりに貢献。

- 樹木販売
- 花卉販売

事業セグメント別戦略

機能ソリューション事業

高機能商品の開発やグローバル市場の拡大など、攻めの戦略で新たな顧客を獲得する。



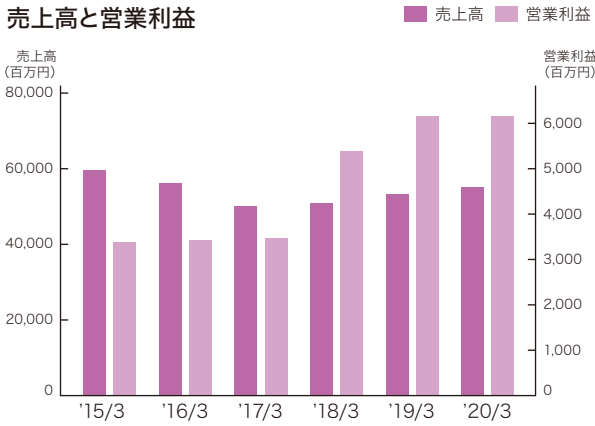
代表取締役兼専務執行役員
佐口 敏康

現状認識と課題

機能ソリューションセグメントは、プラスチックフィルム、エンジニアリングプラスチックス、電子部品、メディカル、メカトロの5分野からなります。2019年度経営概況は、半導体不況の影響を受け苦戦しましたが、M&Aによる効果もあり売上、利益共に堅調に推移しました。しかし各部門の進捗状況には格差が生じており、順調な部門の追加取り組みと目標未達部門の挽回により、不透明な環境下においても中期経営計画の達成に向けた活動が必要です。

基本方針と主な取り組み

プラスチックフィルム分野とエンジニアリングプラスチックス分野では、生産能力を強化し市場ニーズに合った生産体制の再構築やグローバル市場の拡大に取り組みます。特にプラスチックフィルム分野は環境対応型新商品の開発や、サーキュラーファクトリー(資源循環型工場)実現に向けたプロジェクトをスタートします。メディカル分野では国内販売体制の強化による新たな診療科への進出と中国他海外市場での拡販および次期大型新商品の承認取得を目指します。



アパレル事業

消費者ニーズの変化に基づく市場対応力強化と生産革新により、事業構造を変革する。



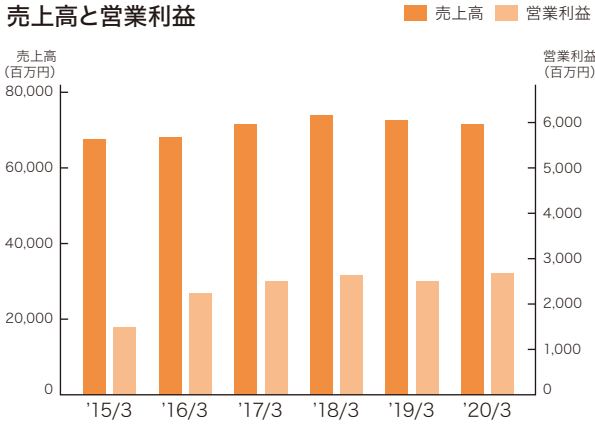
常務執行役員
アパレルカンパニー長
阿武 克也

現状認識と課題

2019年度は、インナーウェア分野はメンズインナーのBODY WILD「AIRZ」、レディスインナーのKIREILABO等の高付加価値商品が順調に推移し、レグウェア分野を含めた事業体質改善により、収益性が向上しました。繊維資材分野はグローバル展開を強化しました。新型コロナウイルスのアパレル事業への影響は大きく2020年度は厳しいスタートとなりましたが、消費構造・チャネル構造変化への対応強化および新しいライフスタイルに向けた対応商品の展開による新基軸で挽回を図ります。

基本方針と主な取り組み

主力のインナー・レグ分野では、レディスインナー・ソックス業種の重点強化に加え、消費トレンドに合わせたチャネルシフトを加速し、ECビジネスを拡大します。商品面では、主力商品の訴求力を強化すると共に、新ライフスタイルへの対応として、消費者の衛生・HOME(イエナカ)・健康意識の高まりに応える商品を開発・展開します。また、生産部門においては、海外シフトによるコスト競争力および国内生産は高付加価値化技術に特化し市場優位性の強化を図ります。



ライフクリエイト事業

より良いコミュニティ・社会づくりのサポートなど、QOL向上に貢献する。



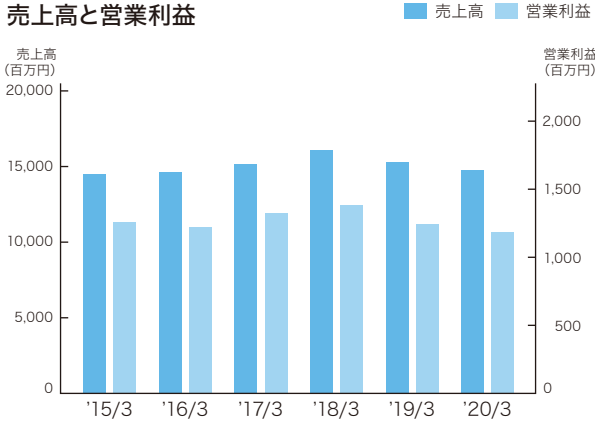
取締役兼執行役員
グンゼ開発(株)社長
赤瀬 康宏

現状認識と課題

2019年度経営概況は、商業デベロッパー分野において、ショッピングセンター事業は、地域に密着した運営により堅調に推移し、賃貸事業は、新規案件が貢献しました。環境緑化分野は、全体として苦戦しました。またスポーツクラブ分野では既存店の会員数に歯止めがかかりました。しかし年明けからの新型コロナウイルス感染は、特にスポーツクラブやショッピングセンター等のBtoC事業に大きな影響を与えており、先行き不透明な状況となっています。

基本方針と主な取り組み

ライフクリエイトセグメントでは、商業施設の収益力向上の推進や投資効率を重視した物件別管理を強化してまいります。またスポーツクラブ分野においては、当面新型コロナウイルス感染による影響が継続すると想定されますが、まずは会員の皆さまとスタッフの安全を第一に考え、事業運営に取り組んでまいります。



CSV経営に向けたマテリアリティ (CSR重要課題)の追加

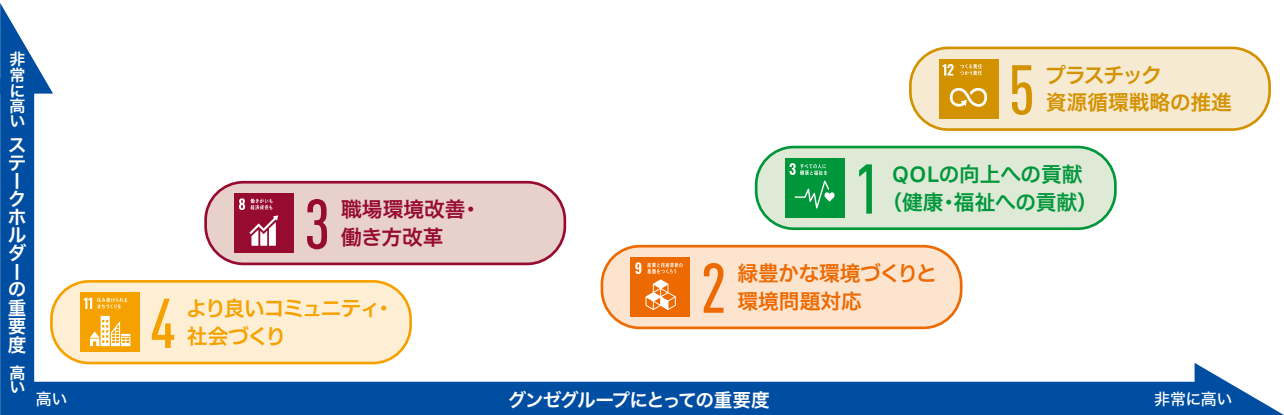
グンゼは、1997年に「グンゼ環境憲章」を制定し、会社としての環境に対する取り組み姿勢を社内外に明確にしました。この基本姿勢のもと、グンゼグループが取り組むべき環境課題や目指すべき到達点を定めたアクションプランを策定し、環境負荷削減活動に積極的に取り組んでいます。近年は海洋プラスチック問題に対する国民的な意識の高まり、新興国におけるゴミ問題の深刻さから使い捨てプラスチックに対する規制強化の流れが加速しています。その対応は2015年に国連で採択されたSDGs(持続可能な開発目標)においても求められており、私たちも2019年12月に、国際的な取り組みが加速している海洋プラスチック問題に対して、プラスチックフィルム包装材料等を製造販売している事業会社としての社会的責任を認識し、「プラスチック資源循環基本方針」を策定しました。



代表取締役兼専務執行役員
CSR担当 佐口 敏康

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

そして、この課題はプラスチック分野だけの問題ではありません。アパレルをはじめとして多くの分野がプラスチック材料を包装資材や梱包資材に使用しており、その削減活動はグンゼグループ全体の課題となっています。今後、全社一丸となって、持続可能な社会の実現に貢献していくために、グンゼの5つ目のマテリアリティとして、SDGsの12番目のゴール目標である「つくる責任 つかう責任」を「プラスチック資源循環戦略の推進」として追加、新たに制定しました。グンゼは、この5つのマテリアリティを中心に、構成員全員が事業活動、日常業務において社会課題を解決するための活動に取り組み、CSV経営を実現してまいります。



グンゼのマテリアリティ

CSV経営の実践に向けた2021年度の目標

マテリアリティ	ESG（ISO26000） 7つの中核課題	グンゼの主なCSV目標	2021年度のKPI
1. QOLの向上への貢献			
3 3			

●新型コロナウイルス感染拡大の影響で中期経営計画「CAN20」の最終年度を2021年度に期間延長したため、CSV経営のKPI目標も2021年度に延長します。