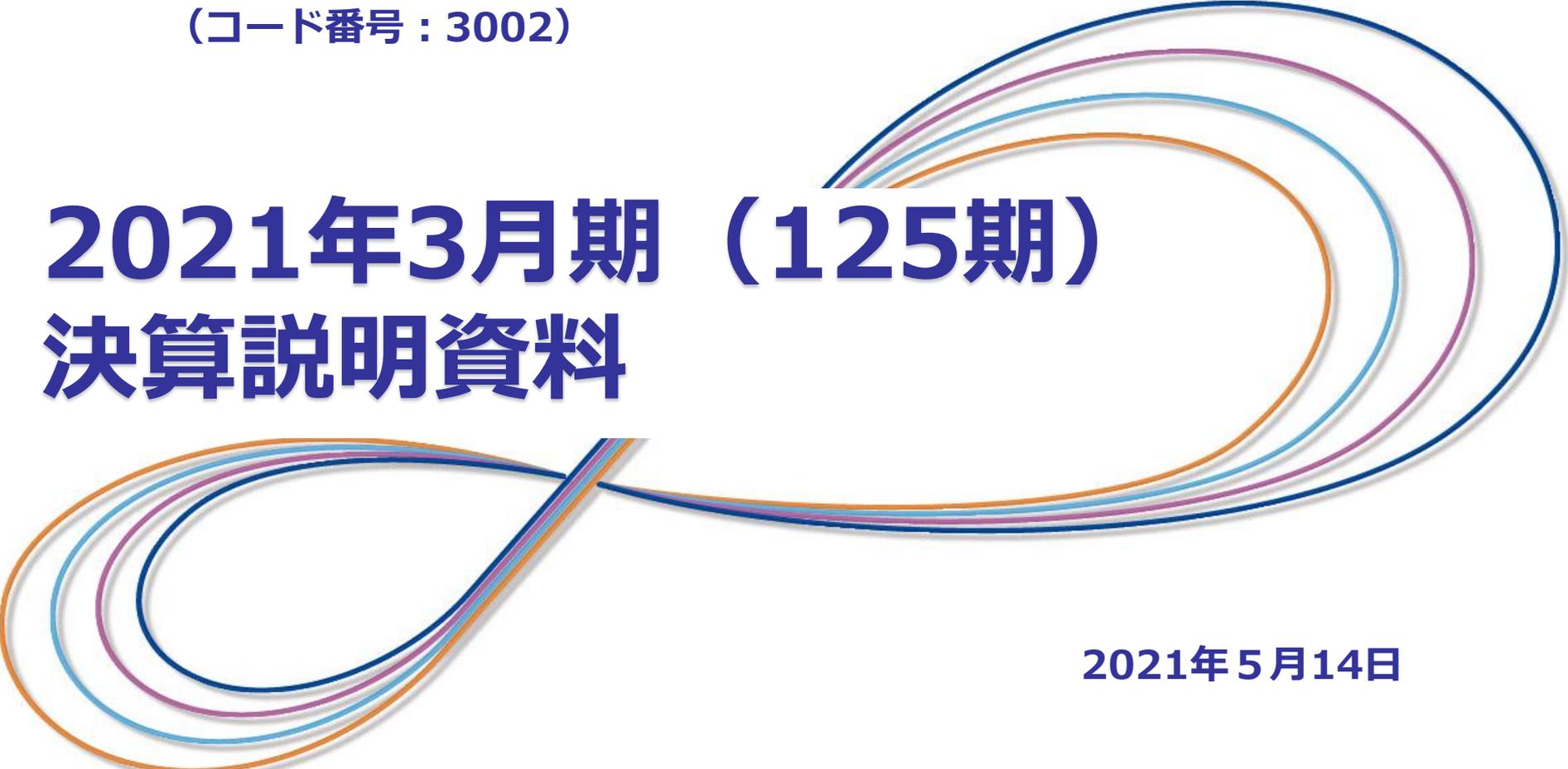


グンゼ株式会社

(コード番号 : 3002)

2021年3月期 (125期) 決算説明資料



2021年5月14日

1. 通期決算概要

I-1. 2021年3月期累計業績

連結業績

(単位：百万円，%)

	2021年 3月期 累計	2020年 3月期 累計	対前期		利益率(%)	
			増減額	増減率 (%)	2021年 3月期 累計	2020年 3月期 累計
売上高	123,649	140,311	△16,662	△11.9%	—	—
営業利益	4,673	6,746	△2,072	△30.7%	3.8%	4.8%
経常利益	5,094	6,868	△1,773	△25.8%	4.1%	4.9%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,147	4,387	△2,240	△51.1%	1.7%	3.1%

新型コロナウイルス感染症による損失 △963
固定資産減損 △402

I-2. 通期決算サマリー

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	△66	<ul style="list-style-type: none"> ●各分野で新型コロナウイルス感染症の影響を受ける ◆プラスチックフィルムは、収縮ラベル用フィルムが外出・イベント自粛により飲料向けで低迷も、包装用フィルムが内食需要で好調に推移
営業利益	△12	<ul style="list-style-type: none"> ◆エンジニアリングプラスチックスは、半導体市場向け製品が堅調に推移も、オフィス関連向けOA製品が低迷 ◆電子部品は、既存商品のリピート停滞と新商品の延期によりタッチパネルの販売が減少 ◆メディカルは、外科手術の減少や医療機関への立ち入り制限の影響はあるものの回復基調

アパレル事業

対前年 増減		主なポイント
売上高	△68	<ul style="list-style-type: none"> ●新型コロナウイルス感染症の拡大によって、成長販路であるECチャンネルでの大幅な販売拡大を進めるも、店頭販売の低迷をカバーできず ◆アパレル事業全体では回復基調となってきたものの、緊急事態宣言再発令などにより、店舗販売の不振が影響
営業利益	△4	<ul style="list-style-type: none"> ◆インナーウェアは、EC、ドラッグストアのチャンネルが好調に推移し、ベーシック商品や、レディス商品が伸長 ◆レッグウェアは、一部レギンス等は好調に推移も、外出・イベントの自粛によりストックの着用機会が大幅に減少

ライフクリエイト事業

対前年 増減		主なポイント
売上高	△29	<ul style="list-style-type: none"> ●新型コロナウイルス感染症の拡大によって、ショッピングセンターやスポーツクラブの臨時休業の影響を受ける ◆不動産関連は、新型コロナウイルス感染症の再拡大影響により、集客が伸び悩み苦戦も、新規物件が賃貸事業に寄与
営業利益	△7	<ul style="list-style-type: none"> ◆スポーツクラブは、新型コロナウイルス感染症拡大により会員数が大きく減少、再開後の会員の戻りも遅く影響を受ける

I-3. 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）		
	2021年 3月期 累計	2020年 3月期 累計	増減	2021年 3月期 累計	2020年 3月期 累計	増減
機能 ソリューション	49,673	56,361	△11.9% △6,687	4,852 9.8%	6,120 10.9%	△20.7% △1,267
アパレル	62,640	69,491	△9.9% △6,850	2,306 3.7%	2,743 3.9%	△15.9% △436
ライフ クリエイト	11,976	14,945	△19.9% △2,969	482 4.0%	1,187 7.9%	△59.4% △705
合計	123,649	140,311	△11.9% △16,662	4,673 3.8%	6,746 4.8%	△30.7% △2,072

I -4. 四半期別業績推移

(単位：百万円)

	1 Q			2 Q			3 Q			4 Q		
	2020年度 (21/3月期)	対前期		2020年度 (21/3月期)	対前期		2020年度 (21/3月期)	対前期		2020年度 (21/3月期)	対前期	
		増減額	増減率(%)		増減額	増減率(%)		増減額	増減率(%)		増減額	増減率(%)
売上高	25,689	△ 8,479	△ 24.8	32,378	△ 4,479	△ 12.2	34,562	△ 2,092	△ 5.7	31,018	△ 1,610	△ 4.9
機能ソリューション	11,472	△ 1,581	△ 12.1	12,150	△ 3,048	△ 20.1	12,831	△ 1,359	△ 9.6	13,218	△ 697	△ 5.0
アパレル	11,837	△ 5,606	△ 32.1	17,419	△ 825	△ 4.5	18,651	△ 212	△ 1.1	14,731	△ 207	△ 1.4
ライフクリエイト	2,517	△ 1,264	△ 33.4	2,972	△ 545	△ 15.5	3,251	△ 486	△ 13.0	3,234	△ 672	△ 17.2
営業利益	315	△ 1,269	△ 80.1	956	△ 750	△ 44.0	2,497	△ 301	△ 10.8	904	248	38.0
機能ソリューション	1,104	△ 93	△ 7.8	841	△ 750	△ 47.2	1,418	△ 388	△ 21.5	1,487	△ 35	△ 2.3
アパレル	-223	△ 1,198	-	857	211	32.9	1,706	289	20.5	-32	260	-
ライフクリエイト	143	△ 50	△ 25.9	27	△ 224	△ 89.2	134	△ 261	△ 66.1	177	△ 169	△ 48.8
経常利益	564	△ 1,176	△ 67.6	920	△ 694	△ 43.0	2,633	△ 397	△ 13.1	977	494	102.7
親会社株主に帰属 する当期純利益	-287	△ 1,286	△ 128.8	510	△ 649	△ 56.0	1,903	△ 443	△ 18.9	20	139	-

新型コロナ
感染症に
よる損失

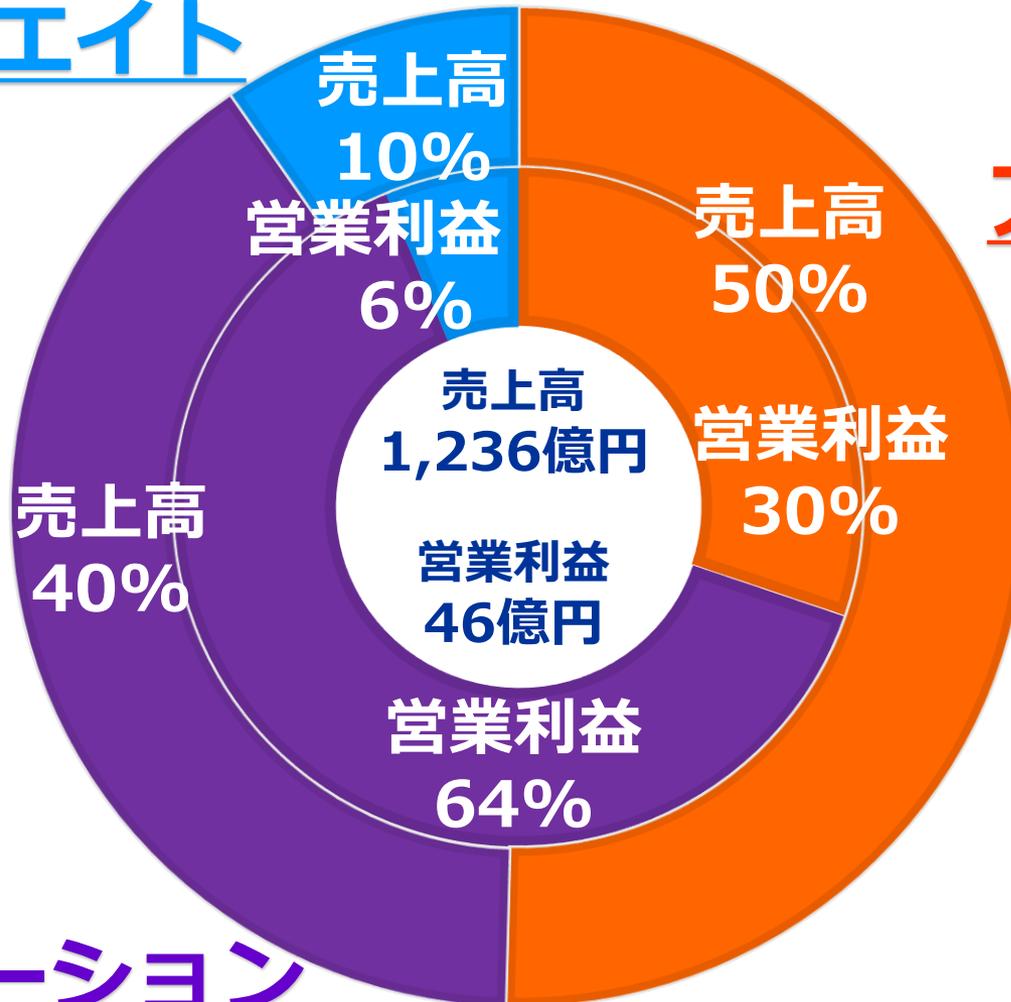
△ 837

△ 101

△ 23

△ 2

I-5. 通期累計 セグメント別構成比

ライフクリエイティブアパレル機能ソリューション

I -6. 特別損益

(単位：百万円)

	2021年 3月期	2020年 3月期	増減
固定資産処分他	-234	321	△555
減損損失	-402	-899	497
工場移転費用	-139	-391	252
新型コロナウイルス 感染症による損失	-963	0	△963
特別損益合計	-1,738	-969	△769

I-7. 主要財務・経営指標(連結)

	単位	2021年 3月期 3月末実績	2020年 3月期 3月末実績	増減
ROA:総資産営業利益率	%	2.9	4.0	△1.1
ROE:自己資本利益率	%	1.9	4.0	△2.1
総資産	百万円	159,629	166,633	△7,003
自己資本	百万円	113,554	107,566	5,988
自己資本比率	%	71.1	64.6	6.5
有利子負債額	百万円	17,613	25,030	△7,417
BPS : 1株当たり純資産	円	6,419.62	6,061.10	358.52

I-8. 資産の増減内容

(単位：億円)



I-9. キャッシュフロー

キャッシュフロー

(単位：百万円)

	2021年 3月期	2020年 3月期	増減
営業活動	8,595	13,688	△5,092
投資活動	1,169	△8,262	9,431
FCF	9,764	5,426	4,338
財務活動	△9,335	△4,886	△4,449
現金及び 現金同等物 期末残高	9,717	9,267	449

■ 主な営業CF

税金等調整前当期純利益	3,356
減価償却費	6,155
たな卸資産の減少	1,723
仕入債務の減少	△2,250
法人税等の支払	△1,306

■ 主な投資CF

投資有価証券の売却による収入	6,832
固定資産の取得による支出	△4,796

■ 主な財務CF

短期借入金及びCPの減少	△6,420
配当金の支払	△2,036

I-10. 設備投資と減価償却費

◆ 前年同期比

(単位：百万円)

	設備投資			減価償却		
	2021年 3月期	2020年 3月期	増減	2021年 3月期	2020年 3月期	増減
機能ソリューション	6,386	1,683	4,703	2,575	2,408	167
アパレル	814	1,046	△232	1,275	1,378	△103
ライフクリエイト	414	2,297	△1,883	1,962	2,152	△190
その他	230	352	△122	476	562	△86
合計	7,845	5,380	2,465	6,289	6,502	△213

■ 今期の主な投資実績

 エンジニアリングプラスチックス生産設備

 プラスチックフィルム生産設備

Ⅱ. 事業セグメント別の概況

Ⅱ-1. 通期累計事業概況

◆ 機能ソリューション事業 1

■ プラスチック

食品ロスの削減に寄与する環境対応型新商品を開発し市場への投入を目指すベトナム新工場の垂直立上げを実現し、守山工場での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

◆ 製品群

概況

平板収縮	・ 衛生商品等非飲料向けは堅調も、飲料向け不振の影響を受ける
ナイロン	・ 内食需要増により食品向けは堅調も、電池等輸出向けや業務用が低迷
工業用品	・ 下期にかけて、テレワーク需要等で半導体向けが急回復
OPP	・ 野菜価格安定で工場野菜向けは落ち着くも、一般防曇は好調
グローバル	・ 米国のトイレタリー向けハイブリッドタイプが好調に推移



■ ベトナム工場

■ エンジニアリングプラスチック

主力のOA市場向け製品に加え、産業機器向け製品の拡販を目指す

◆ 製品群

概況

OA向け機能商品	・ サプライチェーン停滞による出荷減、テレワーク常態化による消耗品市場の需要減影響を受ける
非OA分野	・ 半導体向けは、新規投資需要に加え、交換需要も旺盛に推移



■ 半導体製造用
フィルター材

Ⅱ-2. 通期累計事業概況

◆ 機能ソリューション事業 2

■ 電子部品

差異化技術力の向上と筋肉質経営により、黒字体質事業へ再構築

◆ 製品群	概況
タッチパネル	・ 新規案件の開発保留や、受注案件の後倒し等の影響を大きく受ける
フィルム販売	・ テレワーク向け需要増加によりOCAが好調、医療機器向けも拡大
その他	・ 受託加工は、取引先の研究開発・商品開発停滞の影響を受ける



■ OCAフィルム

■ メディカル

新型コロナウイルス感染症の影響を国内・海外で受ける中、
(株)メディカルユーアンドエイとのシナジーをさらに推進するとともに
中国他海外市場での拡販、次期大型新商品の承認取得を目指す

◆ 製品群	概況
組織補強材	・ 不要不急な手術延期の影響を受けるも回復傾向
骨接合材	・ 自社販売と代理店販売の複数ルートで販売促進
人工皮膚	・ 外出自粛による外傷、事故等症例減少の影響を受ける ・ 米国FDA認証取得、第3Qから販売開始
メディカルユーアンドエイ	・ 営業制限の中、医療用レーザーや人工乳房等新商品が好調も、既存品は手術減の影響を受ける。



■ 人工皮膚

Ⅱ-3. 通期累計事業概況

◆ アパレル事業

新型コロナウイルス感染拡大による影響により、店頭での販売不振が懸念される中、ECチャネルでの商品訴求力を強化

■ インナーウェア分野

消費者ニーズの天然素材回帰、カジュアル化に即した新素材・新商品をYG, BODYWILDブランドで投入

- 「衛生意識・イエナカ需要・健康志向の高まり」等、消費トレンドの変化に対応した商品の強化と消費行動の変化に対応し、EC、ドラッグストア、生協・通販などの好調チャネルで販売拡大

メンズ

- YG：天然素材トレンドに対応した機能綿素材やTシャツが好調。
- BODYWILD：新商品「3DBoxer」健闘も、ファッションカテゴリーが苦戦

レディース

- KIREILABO：リラックストrendに対応し、新商品「Fitte」等カップ付きインナーが好調。ECチャネルは5割増
- Tuché：ホームトレンド対応の「ナイトブラ」等ファンデーションが好調



YG



KIREILABO



Tuché

■ レッグウェア分野

消費者ニーズの変化に基づく市場対応力を強化し、若年層ターゲットにしたサブリーナの新商品、カジュアルトレンドに対応したTuchéのフルリニューアル等積極的に投入

- 外出自粛、イベント自粛の影響をストッキングで受ける

- ストッキング：着用機会の減少により各チャネルで苦戦
- ソックス：EC等成長販路では健闘も、百貨店などの既存販路で苦戦



SABRINA



BODYWILD

Ⅱ-4. 通期累計事業概況

◆ ライフクリエイイト事業

■ 不動産関連分野

● SC事業の現況

- ・つかしん：外出自粛の影響を受け、売上高、賃料収入ともに苦戦
- ・前橋：テナント再編計画の遅れ、空区画の解消進まず苦戦
- ・鴻巣：交通機関利用者減少による来街者数低迷の影響を受ける

● 不動産賃貸事業の現況

- ・商業施設：新規物件(京都府綾部市:ドラッグストア、外食店)が増収に寄与
- ・賃貸住宅：旧社宅(愛知県江南市、千葉県浦安市他)の賃貸、共同住宅化

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



■ マーレ浦安(千葉県浦安市)

■ スポーツクラブ分野

● 国内

- ・休館明け後の会員数の戻りは遅く、新型コロナウイルス感染症再拡大により再び減少
- ・スイミングスクール事業の販促を強化
- ・感染防止対策を万全に行ったうえで新規入会者の獲得を図る

● 海外(カンボジア)

- ・政府の休業要請解除により一時再開するも、再度の休業要請に伴い2月から再び休館

新型コロナウイルス感染拡大による影響が継続するも、会員の皆様とスタッフの安全を第一に「安心・安全なスポーツクラブ」運営に取り組む



■ シールド付きマシン(吹田健都店)

Ⅲ. 今後の見通し

Ⅲ-1. 今後の見通し

◆ 2021年度見通し

機能ソリューション事業

- ・ プラスチックフィルムは、環境対応型新商品の市場投入に加え、国内では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推進。また、デジタル技術導入・横展開により生産革新を進める一方、米国・中国を中心とした海外拡販を強化
- ・ エンジニアリングプラスチックは、主力のOA市場向け製品のシェア拡大に加え、健康・医療関連ならびに産業機器向け製品の拡販を目指す
- ・ メディカルは、米国・中国を海外事業重点拠点として販売を強化するとともに、国内では2019年度に子会社化した(株)メディカルユーアンドエイを活用した拡販と次期大型新商品の上市を目指す

アパレル事業

- ・ 消費行動変化に伴い伸長加速しているECチャネルで更なる拡販を強化するとともに、Withコロナに対応したデジタル営業改革を推進
- ・ インナーウェアは、消費者ニーズの天然素材回帰、カジュアル化、健康志向に即した新素材・新商品をYG、BODYWILDブランドで投入するとともに、差異化ファンデーションの展開強化を通じてレディスインナーの拡販を図る
- ・ レッグウェアは、消費者ニーズの変化に基づく市場対応力を強化し、レギンス・ボトムカテゴリーの新商品を積極的に展開するとともに、最適生産体制によるコスト構造改革を推進

ライフクリエイイト事業

- ・ 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
- ・ スポーツクラブは、新型コロナウイルス感染拡大による影響が当面継続すると想定されるが、感染防止対策を万全にした上で、地域・店舗特性に合わせた会員拡大策を講じる

Ⅲ-2. 2022年3月期連結業績予想

業績予想

(単位：百万円)

項目	2022年 3月期	2021年 3月期
	業績予想	実績
売上高	135,000	123,649
営業利益	8,000	4,673
経常利益	8,200	5,094
親会社株主に 帰属する 当期純利益	5,600	2,147

※2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用するため、上記の通期予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、対前年増減率は記載しておりません

Ⅲ-3. セグメント別業績予想

セグメント別の対前期比較

(単位：百万円)

	売 上 高		営業利益 (下段：利益率)	
	2022年 3月期 (2021年度)	2021年 3月期 (2020年度)	2022年 3月期 (2021年度)	2021年 3月期 (2020年度)
機能 ソリューション	56,100	49,673	7,200 12.8%	4,852 9.8%
アパレル	66,000	62,640	3,200 4.8%	2,306 3.7%
ライフ クリエイト	13,500	11,976	900 6.7%	482 4.0%
合計	135,000	123,649	8,000 5.9%	4,673 3.8%

※2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の通期予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、対前年増減率は記載していません

Ⅲ-4. 設備投資・減価償却計画

◆ 2021年度設備投資・減価償却計画

(単位：百万円)

	設備投資			減価償却		
	2022年 3月期計画	2021年 3月期実績	増減	2022年 3月期計画	2021年 3月期実績	増減
機能ソリューション	3,100	6,386	△3,286	2,700	2,575	125
アパレル	2,200	814	1,386	1,400	1,275	125
ライフクリエイト	900	414	486	1,900	1,961	△61
その他	1,100	230	870	400	477	△77
合計	7,300	7,845	△545	6,400	6,289	111

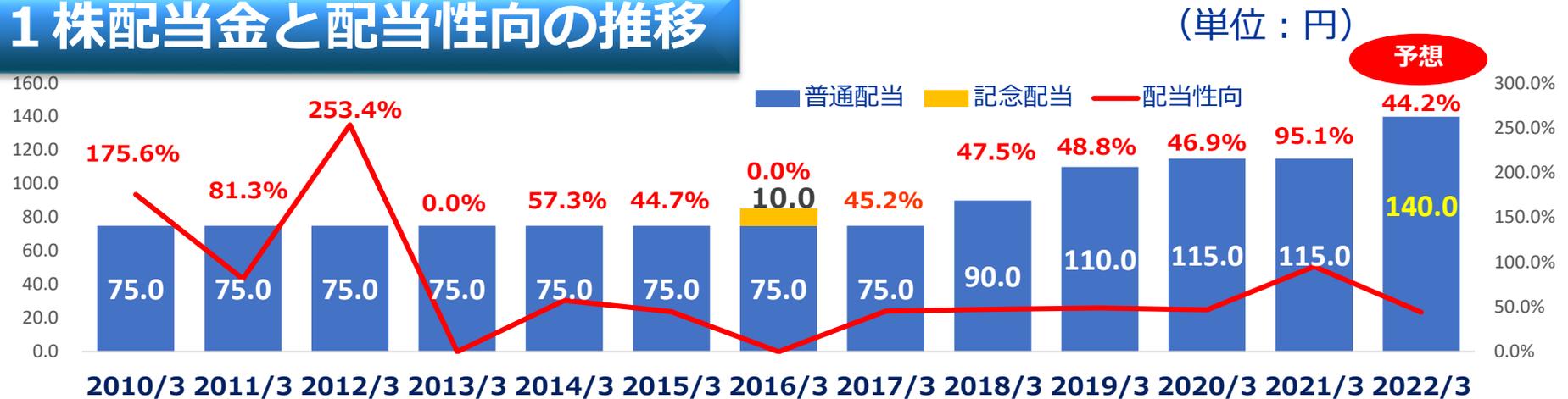


2021年度
主な
投資計画

インナーウェア生産設備	1,500
プラスチックフィルム生産設備	1,300

Ⅲ-5. 株主還元

1 株配当金と配当性向の推移



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



CAN 2 0 第 2 フェーズでは、連結配当性向 5 0 %、総還元性向 1 0 0 % を目途に利益還元を行う方針

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。