

グンゼ株式会社

(コード番号：3002)

2021年3月期（125期） 第2四半期決算説明資料

2020年11月5日



1. 第2四半期決算概要

I-1. 2021年3月期 第2四半期累計 業績

連結業績

(単位 ; 百万円, %)

	2021年 3月期 第2四半期	2020年 3月期 第2四半期	対前期		利益率(%)	
			増減額	増減率 (%)	2021年 3月期 第2四半期	2020年 3月期 第2四半期
売上高	58,067	71,027	△12,959	△18.2%	—	—
営業利益	1,271	3,290	△2,019	△61.4%	2.2%	4.6%
経常利益	1,484	3,355	△1,870	△55.8%	2.6%	4.7%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	222	2,159	△1,936	△89.7%	0.4%	3.0%

「新型コロナウイルス感染症による損失」

スポーツクラブ施設や商業施設等の休業期間中の固定費等（人件費・賃借料・減価償却費等）△938

I-2. 第2四半期決算サマリー

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	△46	新型コロナウイルス感染症の拡大によって、海外販売を中心に影響を受ける ◆プラスチックフィルムは、収縮ラベル用フィルムは外出・イベント自粛により飲料向けが低迷も、包装用フィルムが内食需要で好調に推移 ◆エンジニアリングプラスチックは、一般産業用は堅調に推移も、新型コロナウイルス感染症の影響によりオフィス関連向けOA製品が大きく低迷
営業利益	△8	◆電子部品は、中国でのサプライチェーン停滞によりタッチパネルの販売が減少 ◆メディカルは、新型コロナウイルス感染症の影響が継続しており、医療機関の立ち入り制限等により、国内及び海外販売が減少

アパレル事業

対前年 増減		主なポイント
売上高	△64	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、休業や店舗販売の低迷をカバーできず緊急事態宣言の解除後は回復基調
営業利益	△9	◆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 ◆レッグウェアは、外出自粛のなか、ストッキングの着用機会が減少も、一部レギンス等は好調に推移

ライフクリエイティブ事業

対前年 増減		主なポイント
売上高	△18	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 ◆不動産関連では、ショッピングセンター事業において、新型コロナウイルス感染症の影響が続いたことにより、集客が落ち込み苦戦も、賃貸事業は堅調に推移
営業利益	△2	◆スポーツクラブは、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う休業要請の解除後も、会員の戻りは遅く影響を受ける

I-3. 第2四半期累計セグメント別業績

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 第2Q累計	2020年 3月期 第2Q累計	増減	2021年 3月期 第2Q累計	2020年 3月期 第2Q累計	増減
機能ソリューション	23,623	28,253	△16.4% △4,630	1,946 8.2%	2,790 9.9%	△30.3% △844
アパレル	29,257	35,688	△18.0% △6,431	633 2.2%	1,619 4.5%	△60.9% △986
ライフクリエイト	5,490	7,300	△24.8% △1,810	170 3.1%	445 6.1%	△61.8% △274
合計	58,067	71,027	△18.2% △12,959	1,271 2.2%	3,290 4.6%	△61.4% △2,019

I -4. 四半期別業績推移

(単位：百万円)

	1 Q				2 Q			
	2020年度 (21/3月期)	2019年度 (20/3月期)	対前期		2020年度 (21/3月期)	2019年度 (20/3月期)	対前期	
			増減額	増減率(%)			増減額	増減率(%)
売上高	25,689	34,168	△ 8,479	△ 24.8	32,378	36,858	△ 4,479	△ 12.2
機能ソリューション	11,472	13,054	△ 1,581	△ 12.1	12,150	15,199	△ 3,048	△ 20.1
アパレル	11,837	17,444	△ 5,606	△ 32.1	17,419	18,244	△ 825	△ 4.5
ライフクリエイト	2,517	3,781	△ 1,264	△ 33.4	2,972	3,518	△ 545	△ 15.5
営業利益	315	1,584	△ 1,269	△ 80.1	956	1,706	△ 750	△ 44.0
機能ソリューション	1,104	1,197	△ 93	△ 7.8	841	1,592	△ 750	△ 47.2
アパレル	-223	974	△ 1,198	-	857	645	211	32.9
ライフクリエイト	143	193	△ 50	△ 25.9	27	251	△ 224	△ 89.2
経常利益	564	1,740	△ 1,176	△ 67.6	920	1,615	△ 694	△ 43.0
親会社株主に帰属 する当期純利益	-287	998	△ 1,286	△ 128.8	510	1,160	△ 649	△ 56.0

新型コロナウイルス
感染症による損失

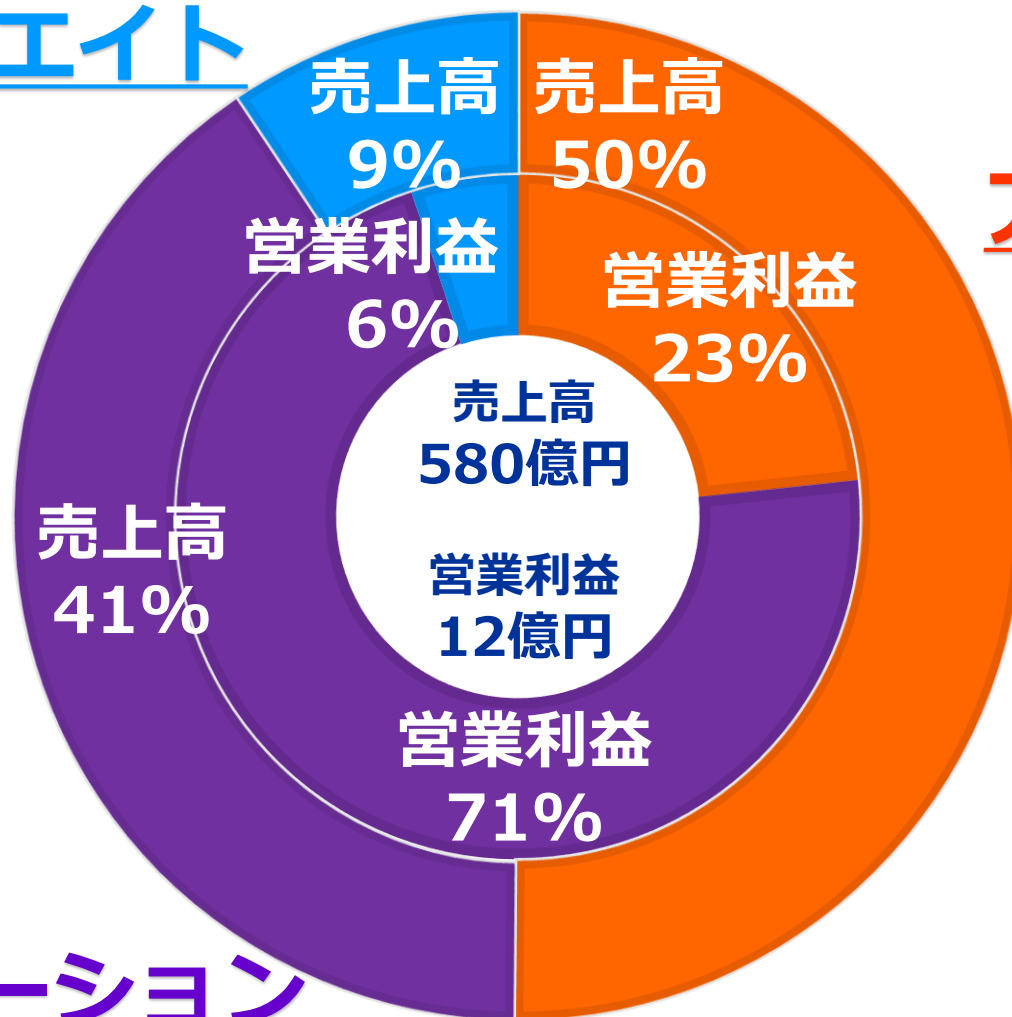
△837

△101

I-5. 第2四半期累計 セグメント別構成比

ライフクリエイイト

アパレル



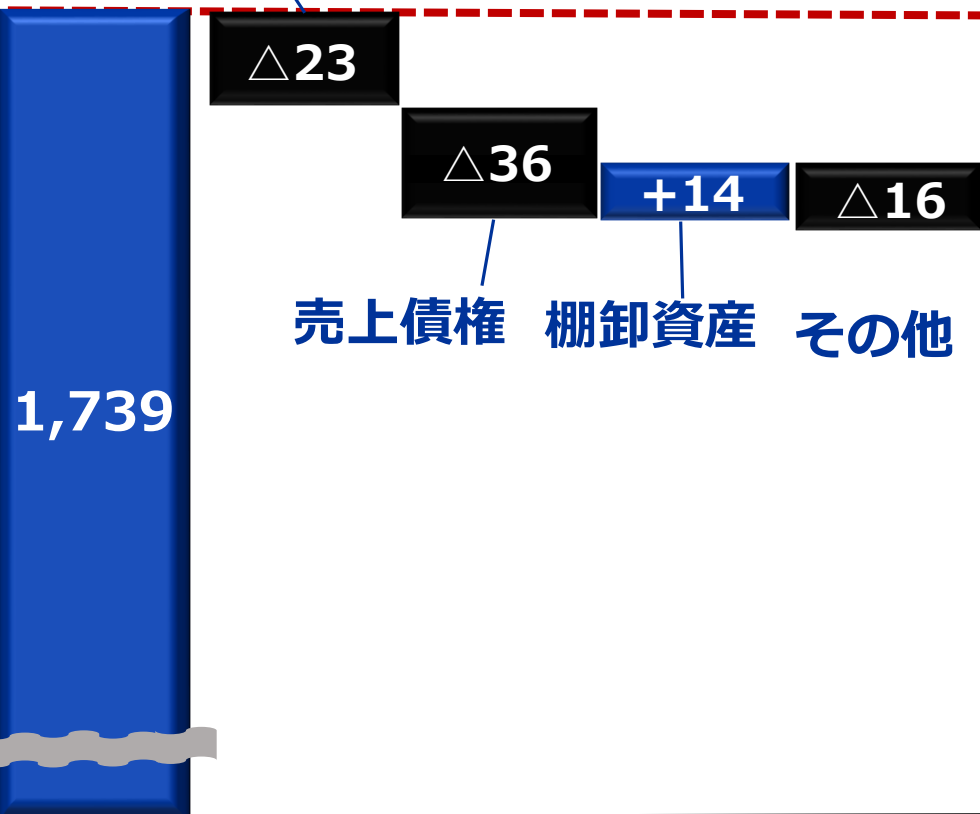
機能ソリューション

I-6. 資産の増減内容

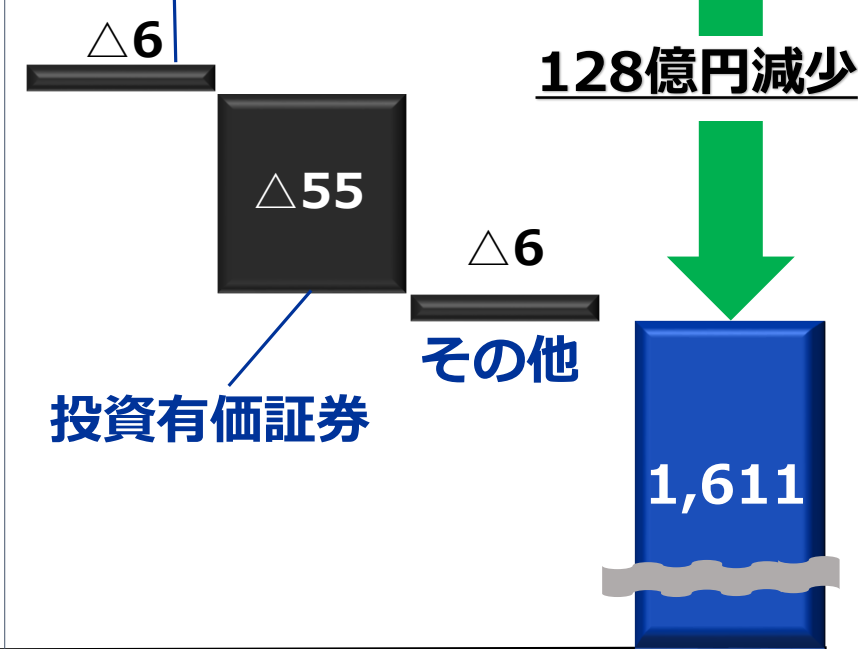
◆ 前年同期比（前第2四半期比較）

(単位：億円)

現金・預金



有形固定資産



'19/9末

< 流動資産 △61 >

< 固定資産 △67 >

'20/9末

I-7. 主要財務・経営指標(連結)

	単位	2021年 3月期 9月末実績	2020年 3月期 9月末実績	増減
総資産	百万円	161,113	173,999	△12,885
自己資本	百万円	108,277	107,983	294
自己資本比率	%	67.2	62.1	5.1
有利子負債額	百万円	23,351	31,351	△8,000
BPS : 1株当たり純資産	円	6,090.99	6,027.10	63.89

I-8. 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 9月末実績	2020年 3月期 9月末実績	増減
営業活動	145	4,890	△4,745
投資活動	2,220	△5,588	7,808
FCF	2,365	△698	3,063
財務活動	△3,499	2,374	△5,873
現金及び 現金同等物 の期末残高	8,101	10,417	△2,315

■ 主な営業CF

税金等調整前四半期純利益	462
減価償却費	3,120
売上債権の減少	1,684
仕入債務の減少	△2,629
棚卸資産の増加	△1,984

■ 主な投資CF

投資有価証券の売却による収入	5,561
固定資産の取得による支出	△2,800

■ 主な財務CF

配当金の支払	△2,034
コマーシャル・ペーパーの減少	△1,200

I-9. 設備投資と減価償却費

◆ 前年同期比（第2四半期累計）

（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
	修正計画	年初計画	2Q累計	2Q累計		修正計画	年初計画	2Q累計	2Q累計	
機能リユース	7,800	8,000	5,539	693	4,846	2,700	2,700	1,268	1,197	71
アパレル	1,700	1,900	329	265	64	1,400	1,400	627	656	△29
ライフワーク	700	800	213	862	△649	1,900	1,900	936	1,016	△80
その他	400	400	91	111	△20	500	500	355	383	△28
合計	10,600	11,100	6,174	1,932	4,242	6,500	6,500	3,187	3,253	△66

■ 今期の主な投資計画

プラスチックフィルム生産設備	4,200
エンジニアリングプラスチック生産設備	2,600
インナーウエア生産設備	1,100



Ⅱ. 事業セグメント別の概況

Ⅱ-1. 第2四半期累計事業概況

◆ 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	・ 食品・衛生商品等非飲料向けは好調も、飲料向けの不振をカバーできず
ナイロン	・ 肉食需要増による家庭用商品は好調も、バルーン、電池等海外が低迷
工業用品	・ 半導体向け需要は順調も、在庫調整の影響を受ける
OPP	・ 家庭での工場野菜の消費拡大や、個包装化が追い風となる
グローバル	・ 米国はトイレタリー向けハイブリッドタイプが好調も、東南アジアはベトナム新工場の垂直立ち上げが停滞



■ フレッシュバリュ-FVタイプ

■ 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に加え、テレワーク常態化による消耗品市場の需要減影響を大きく受ける
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・ホート材

Ⅱ-2. 第2四半期累計事業概況

◆ 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



■ 光学フィルム

■ メディカル

(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	・ 国内：外来患者の減少に加え、医療機関への営業活動が制限される ・ 海外：新型コロナによる手術件数減の影響を受ける
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 ・ ペルナックが米国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、医療用レーザーが回復も、既存品が苦戦



■ ペルナック

Ⅱ-3. 第2四半期累計事業概況

◆ 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

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

■ インナーウェア分野

- 「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

- BODYWILD : AIRZトップス、天竺Tシャツの展開強化により第2Q回復
- YG : Tシャツ専用インナー「in・T」等カジュアル対応し、好調

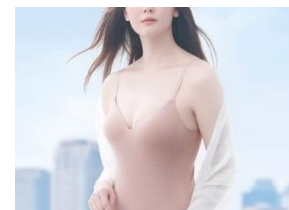
- シーズン : 気温変動に対応し、夏物は第2Q大幅に伸長

- KIREILABO : トレンド対応型商品の「ブラファンデ」「カップ付インナー」が全チャネルで好調

- Tuché : 新商品「ナイトブラ」等ファンデーションが好調



BODYWILD
「AIRZ SEAM OFF」



KIREILABO
「Fitte」

メンズ

レディース

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

■ レッグウェア分野

- 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全チャネルで苦戦

- 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



Tuché
スニーカー
タイツ



SABRINA
シェイプ
レギンス

Ⅱ-4. 第2四半累計事業概況

◆ 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：休業、時短営業によりテナント売上高、賃料収入ともに苦戦
- ・鴻巣前橋：新型コロナウイルス感染症関連により、テナント再編計画の遅れ、空区画の解消進まず苦戦

● 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

- ・休業明け後も、会員の戻りは遅い
- ・緊急事態宣言・休業要請に伴う臨時休館後、6月から、FIA（日本フィットネス産業協会）のガイドラインに基づき、感染防止対策を実施した上で、営業再開。「安心・安全なスポーツクラブ」運営に取り組む

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)

● 海外(カンボジア)

- ・政府の休業要請に伴い、4月より休館中

Ⅲ. 今後の見通し

Ⅲ-1. 2021年3月期連結業績予想

業績予想

※業績予想修正：無

(単位：百万円)

項目	2021年 3月期		2020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	131,000		140,311		△9,311	△6.6%
営業利益	4,500	3.4%	6,746	4.8%	△2,246	△33.3%
経常利益	4,500	3.4%	6,868	4.9%	△2,368	△34.5%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,100	1.6%	4,387	3.1%	△2,287	△52.1%

Ⅲ-2. セグメント別業績予想

セグメント別の対前期比較

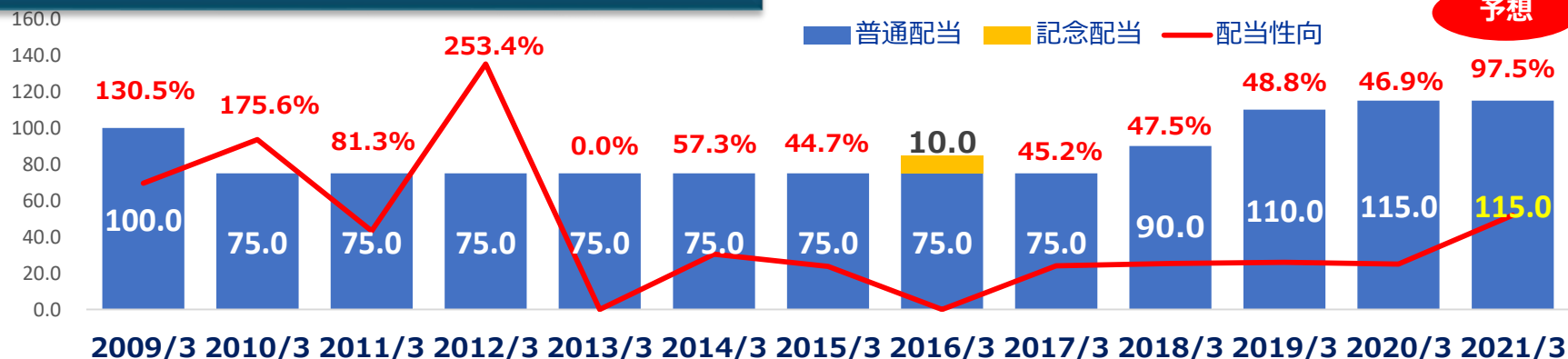
※業績予想修正：無 (単位：百万円)

	売上高			営業利益 (下段：利益率)		
	2021年 3月期 (2020年度)	2020年 3月期 (2019年度)	増減	2021年 3月期 (2020年度)	2020年 3月期 (2019年度)	増減
機能ソリューション	52,200	56,361	△7.4% △4,161	5,000 9.6%	6,120 10.9%	△18.3% △1,120
アパレル	67,000	69,491	△3.6% △2,491	2,400 3.6%	2,743 3.9%	△12.5% △343
ライフクリエイト	12,300	14,945	△17.7% △2,645	400 3.3%	1,187 7.9%	△66.3% △787
合計	131,000	140,311	△6.6% △9,311	4,500 3.4%	6,746 4.8%	△33.3% △2,246

Ⅲ-4. 株主還元

1 株配当金と配当性向の推移

(単位：円)

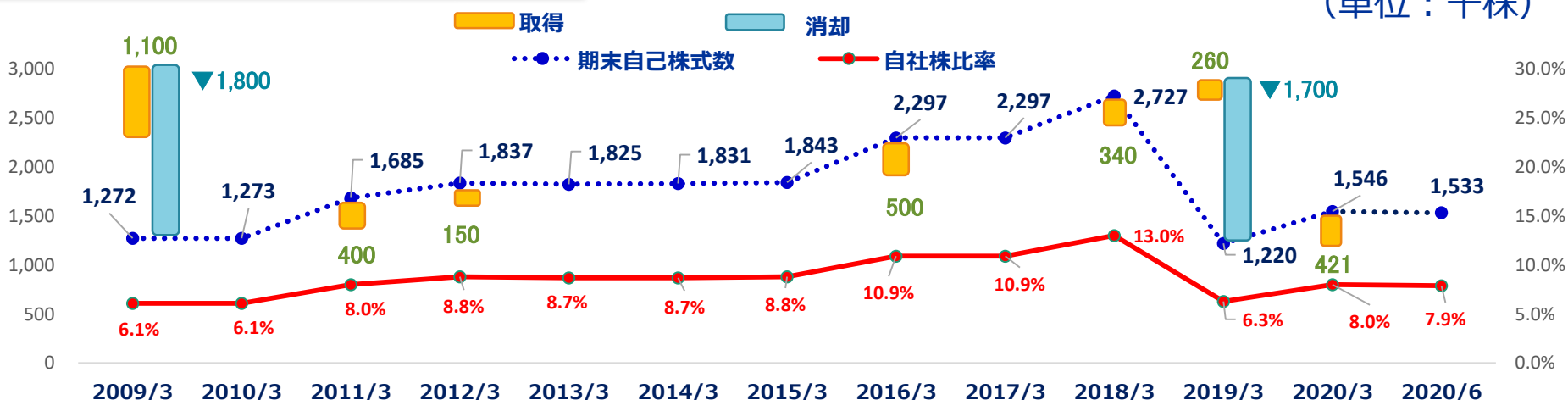


予想

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

(単位：千株)



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

明日をもっと、ここちよく

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。