

GUNZE

2023年3月期（127期） 第2四半期決算説明資料

グンゼ株式会社

東証プライム（コード番号：3002）

2022年11月2日

1. 第2四半期決算概要

I-1. 2023年3月期第2四半期累計業績

連結業績

(単位：百万円，%)

	2023年 3月期 第2四半期	2022年 3月期 第2四半期	対前期		利益率(%)	
			増減額	増減率 (%)	2023年 3月期 第2四半期	2022年 3月期 第2四半期
売上高	67,350	59,391	7,958	13.4	-	-
営業利益	2,806	3,340	△533	△16.0	4.2%	5.6%
経常利益	3,087	3,771	△684	△18.1	4.6%	6.3%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	2,206	5,002	△2,795	△55.9	3.3%	8.4%

前年 固定資産売却益(東京支社等) 4,505
減損損失(商業施設売却) △881

I-1. 2023年3月期 第2四半期累計業績（補足）

適時開示(11/2)

自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ

1. 自己株式の取得を行う理由

経済環境の変化に対応した機動的な資本政策を遂行するため

2. 取得の内容

- | | | |
|-----|------------|-----------------------------------|
| (1) | 取得する株式の種類 | 当社普通株式 |
| (2) | 取得する株式の総数 | 25万株（上限）
（発行済株式総数に対する割合 1.37%） |
| (3) | 株式の取得価額の総額 | 1,000百万円（上限） |
| (4) | 取得期間 | 2022年11月4日から2023年2月28日まで |

- (ご参考) 2022年9月30日時点の自己株式の保有状況
- | | |
|------------------|-------------|
| 発行済株式総数（自己株式を除く） | 17,293,798株 |
| 自己株式数 | 999,718株 |

I-2. 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)				
	2023年 3月期 第2四半期		2022年 3月期 第2四半期		対前期 増減	2023年 3月期 第2四半期		2022年 3月期 第2四半期		対前期 増減
	ウェイト		ウェイト			ウェイト		ウェイト		
機能 ソリューション	30,389	45	26,630	45	14.1% 3,759	4,193 13.8%	92	3,833 14.4%	81	9.4% 359
アパレル	30,082	44	27,445	46	9.6% 2,637	190 0.6%	4	763 2.8%	16	△75.1% △572
ライフ クリエイト	7,172	11	5,597	9	28.1% 1,574	198 2.8%	4	149 2.7%	3	32.9% 49
合計	67,350	100	59,391	100	13.4% 7,958	2,806 4.2%	100	3,340 5.6%	100	△16.0% △533

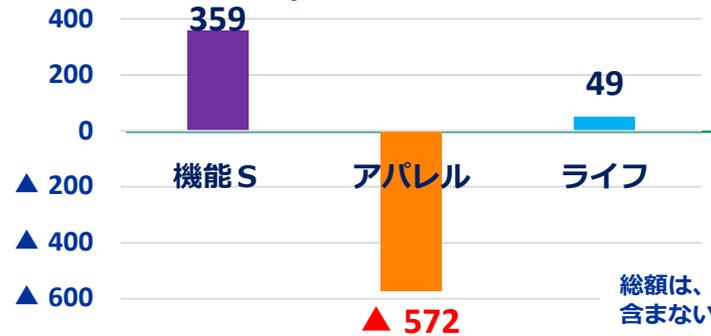
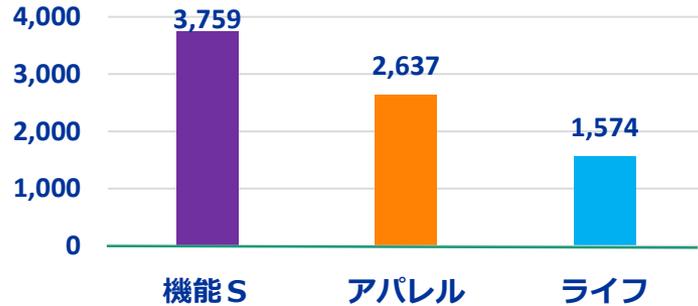
I-3. 第2四半期累計決算サマリー

(単位：百万円)

売上高 67,350 (前年差 +7,958)

営業利益 2,806 (前年差 Δ 533)

前年度
増減



総額は、セグメント利益に含まれない全社費用を含む

主なポイント

機能
ソリューション

- 原燃料価格高騰の影響を受けるも、概ね堅調に推移し増収増益
- ◆ プラスチックフィルムは、包装用フィルムが堅調に推移も、原燃料価格高騰の影響を受ける
- ◆ エンジニアリングプラスチックは、半導体市場向け製品の需要増や、オフィス回帰に伴うOA市場向け製品の回復により堅調に推移
- ◆ 電子部品は、中国向けタッチパネルが堅調に推移
- ◆ メディカルは、新製品の市場展開に加えて中国向けが堅調に推移

アパレル

- 販売回復の傾向にある中で、急激な円安や原料価格の高騰により、収益性が悪化し増収減益
アパレル事業全体では、緊急事態宣言等の行動制限解除による市況回復や、EC、SPAルートが好調に推移し売上は拡大も、原料高騰と急速な円安影響を受け、収益性が悪化しており価格改定を進める
- ◆ インナーウェアは、差異化ファンデーション群や、フェムテック関連商品が好調に推移
- ◆ レッグウェアは、前年に比べて増販も、収益性の改善が課題

ライフ
クリエイティブ

- 遊休地の再開発等により増収増益
- ◆ 行動制限の解除により、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

【通期予想】 当第2四半期連結累計期間の業績が概ね想定の範囲内で推移していることから、既公表の業績予想から変更なし

I - 4 . 四半期別業績推移

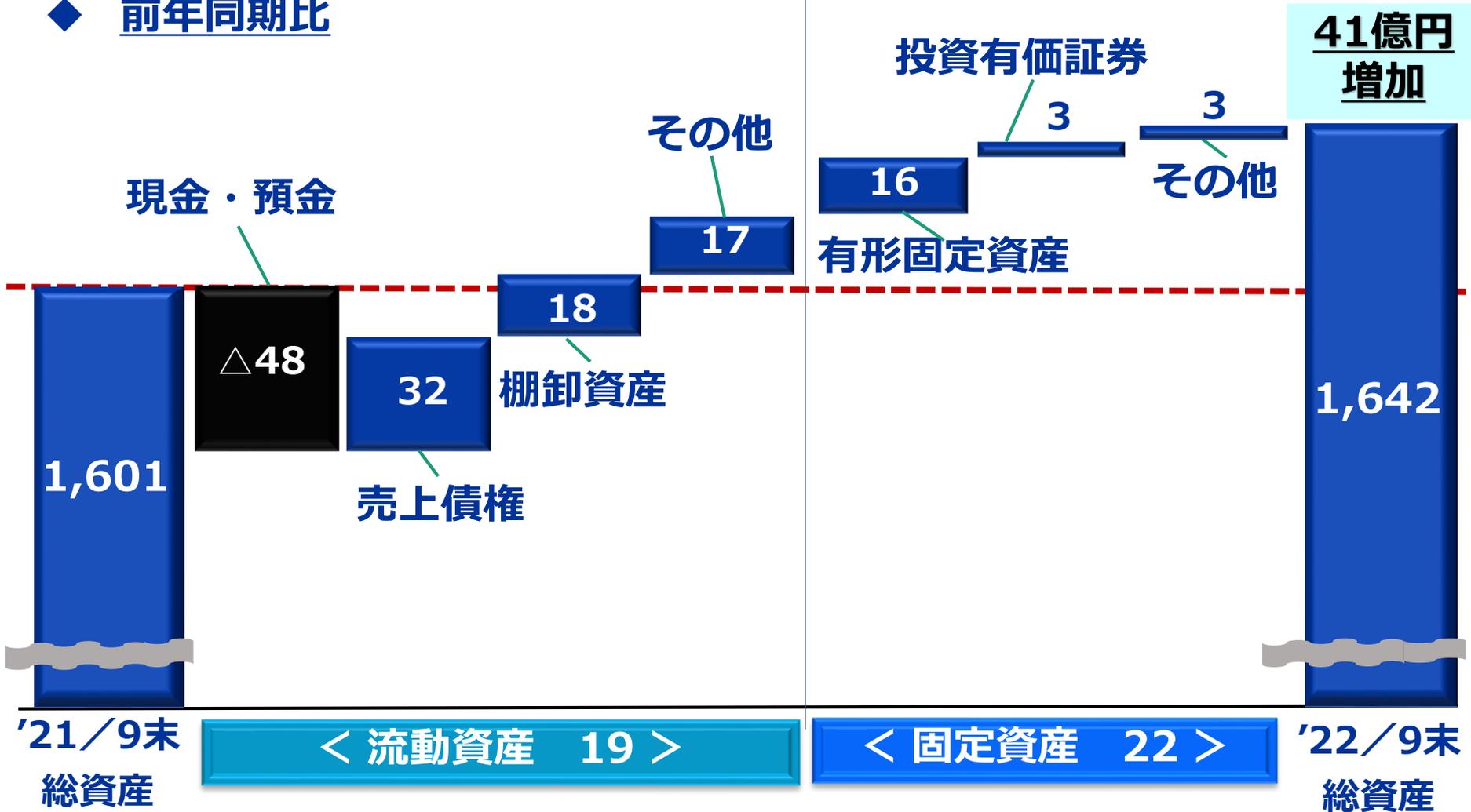
(単位：百万円)

	1 Q				2 Q			
	2022年度 (23/3月期)	2021年度 (22/3月期)	(対前期)		2022年度 (23/3月期)	2021年度 (22/3月期)	(対前期)	
			増減額	増減率(%)			増減額	増減率(%)
売上高	31,868	28,291	3,577	12.6	35,481	31,099	4,381	14.1
機能ソリューション	14,163	12,755	1,408	11.0	16,225	13,875	2,350	16.9
アパレル	14,062	12,879	1,183	9.2	16,019	14,566	1,453	10.0
ライフクリエイト	3,755	2,793	961	34.4	3,417	2,804	612	21.9
営業利益	1,252	1,555	△ 303	△ 19.5	1,554	1,784	△ 230	△ 12.9
機能ソリューション	1,995	1,747	247	14.2	2,197	2,085	111	5.4
アパレル	-26	407	△ 434	-	217	355	△ 137	△ 38.9
ライフクリエイト	126	102	23	23.5	72	46	25	56.5
経常利益	1,570	1,722	△ 152	△ 8.8	1,516	2,048	△ 532	△ 26.0
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,171	23	1,147	4991.3	1,035	4,978	△ 3,943	△ 79.2

I - 5. 資産の増減内容

◆ 前年同期比

(単位：億円)



I - 6 . 主要財務・経営指標(連結)

(単位：百万円)

	単位	2023年 3月期 第2四半期	2022年 3月期 第2四半期	増減
総資産	百万円	164,217	160,100	4,116
自己資本	百万円	115,073	114,679	394
自己資本比率	%	70.1	71.6	△1.5
有利子負債額	百万円	14,396	14,889	△493
BPS：1株当たり純資産	円	6,654.01	6,612.62	41.39

I-7. キャッシュフロー

キャッシュフロー

(単位：百万円)

	2023年 3月期 9月末実績	2022年 3月期 9月末実績	増減
営業活動	△2,048	3,444	△5,492
投資活動	△2,676	7,423	△10,099
FCF	△4,724	10,867	△15,591
財務活動	△360	△6,800	6,440
現金及び 現金同等物 の期末残高	9,828	14,643	△4,814

■ 主な営業CF

税金等調整前四半期純利益	3,145
減価償却費	2,895
たな卸資産の増加	△2,124
法人税等の支払	△1,998
売上債権等の増加	△1,683
仕入債務の減少	△799

■ 主な投資CF

固定資産の取得	△2,311
投資有価証券の取得	△1,525

■ 主な財務CF

短期借入金及びCPの増加	2,489
配当金の支払い	△2,406

I-8. 設備投資と減価償却費

◆ 前年同期比（第2四半期累計）

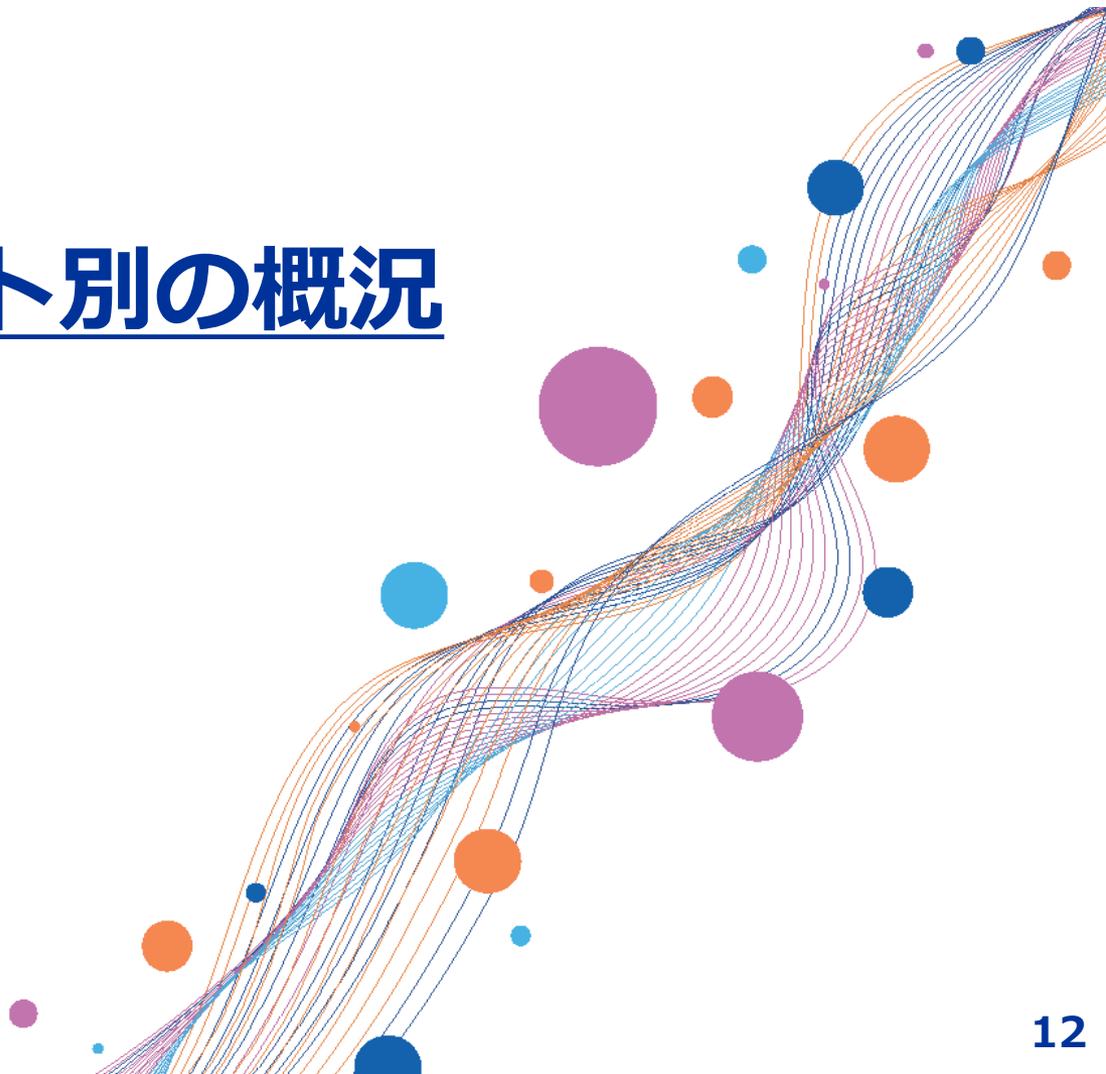
（単位：百万円）

	設備投資				減価償却			
	2023年 3月期		2022年 3月期	対前期 増減	2023年 3月期		2022年 3月期	対前期 増減
	当期計画	2Q累計	通期実績		当期計画	2Q累計	通期実績	
機能リユース	6,400	2,588	1,721	4,679	3,000	1,395	2,653	347
アパレル	2,200	303	2,244	△44	1,400	608	1,367	33
ライフワーク	2,000	138	867	1,133	1,500	630	1,698	△198
その他	800	297	1,114	△314	400	328	472	△72
合計	11,400	3,326	5,947	5,453	6,300	2,962	6,191	109

■ 当期の
主な投資計画

プラスチックフィルム資源循環型工場・生産設備	3,500
インナーウェア生産設備	1,400
エンジニアリングプラスチックス事務所建屋・生産設備	1,200

Ⅱ. 事業セグメント別の概況



機能ソリューション事業ポートフォリオ

マテリアルとデバイス両面で、多様な用途に使用される
オンリーワン商品の展開によって柱事業として拡大

単位：億円、（ ）は機能ソリューション事業内ウエイト

サブセクター	事業の特徴・強み	主な取組み・施策	売上規模	事業の方向性
プラスチック	<ul style="list-style-type: none"> ・ 共押出・延伸技術に強み ・ シュリンクフィルムにおける業界トップシェア ・ 日本、米国、中国、ベトナムの4拠点により、グローバル拡販 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 循環型消費社会の需要に対応 ・ 廃プラのリサイクル技術確立 ・ 再生プラスチック製品の提供 ・ 4極グローバル拡販体制強化 	320 (55%)	収益拡大
エンジニアリングプラスチック	<ul style="list-style-type: none"> ・ フッ素樹脂を中心としたエンブラ素材を活用し、市場ニーズに応えカスタマイズした製品を提供 ・ OA向け中間転写ベルトはグローバルトップシェア ・ 半導体向けフィルターサポート材が拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ OA向けの差異化・優位性追求 ・ 半導体関連向けの超クリーン化追求 ・ 健康医療関連製品の拡大 	120 (20%)	
メディカル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 患者さまの負担が少ない手術用部材を提供、QOLの向上に貢献 ・ 生体吸収性医療機器を核とする ・ 美容医療を新たに注力 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本、中国に加えて、米国を第三の柱として拡販 ・ メディカル事業の組織再編を検討開始 ・ M&Aを含めた領域拡大 	110 (20%)	成長拡大

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

事業の
方向性

収益拡大

■ プラスチック

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）計画を継続推進。またデジタル技術の横展開による生産革新を進める一方、米国・中国・アセアン等海外拡販を強化

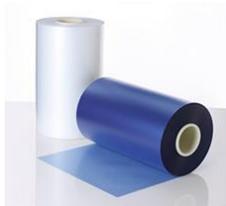
◆ 製品群	主な製品内容	概況
平板収縮	<ul style="list-style-type: none"> ハイブリッドストレッチフィルムは、PETとPSを積層、収縮性、美麗性両方の特長を兼ね備える 新製品オレフィンシュリンクは、低比重のため比重分離してリサイクル可能 	<ul style="list-style-type: none"> 飲料分野での巻きラベル採用や、HOT飲料の立ち上げ遅れの影響を受ける
ナイロン	<ul style="list-style-type: none"> ガスバリア性・耐ピンホール（穴が開きにくい）特性 	<ul style="list-style-type: none"> 耐ピンタイプの拡販が進み、輸出も順調
工業用品	<ul style="list-style-type: none"> 半導体製造用、EV電池用等の工業材料や壁紙に使用 	<ul style="list-style-type: none"> 中国ロックダウン影響によるユーザーの工場稼働率低下や、半導体市況悪化の影響を受ける
OPP	<ul style="list-style-type: none"> 防曇フィルムで差別化訴求 	<ul style="list-style-type: none"> 1Qは先高感からの駆け込み需要旺盛も、2Qは一巡
グローバル	<ul style="list-style-type: none"> 米国、中国、ベトナムの3拠点で生産。平板収縮が中心 	<ul style="list-style-type: none"> ベトナム：新市場拡大に取り組み、順調 米国：サプライチェーン混乱の影響を受ける 中国：2Qよりロックダウン影響を受ける



■ シュリンクフィルム



■ ナイロン



■ 工業用品



■ OPP



- 平板収縮
- ナイロン
- 工業用品
- OPP
- グローバル

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

事業の
方向性

■ エンジニアリングプラスチック

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

収益拡大

◆ 製品群	主な製品内容	概況
OA向け 機能商品	・定着ベルト/ロール用フッ素薄膜チューブ ・中間転写ベルトは、グローバルトップシェア	・オフィス出勤率の回復により、堅調に推移
非OA向け	・産業分野の製造工程で使われる機能部品の製造・販売	・半導体関連向け、健康医療向け需要は引き続き好調



■ シームレスベルト



■ フッ素薄膜チューブ



■ 半導体製造用
フィルターポット材



■ フッ素樹脂チューブ
(引裂き性付与)



■ 電子部品

差異化技術力の向上と筋肉質経営により、損益改善に取り組む

事業の
方向性

収益改善

◆ 製品群	主な商品内容	概況
タッチパネル	・ 静電容量タッチパネルの組立・販売	・ 中国国内販売が堅調に推移

※9/30 亀岡工場は、ダイセルビヨンド株式会社に譲渡完了

Ⅱ-3. 第2四半期累計事業概況

◆ 機能ソリューション事業 3

事業の
方向性

■ メディカル

米国・中国の販売強化と次期大型新商品の上市とともに、競争力向上を目的に組織再編を検討

成長拡大

◆ 製品群

主な製品内容

概況

組織補強材

- ・手術中における縫合部の補強や空気漏れ防止に適応
- ・生体組織再生の足場材料として有効

- ・ 日本：2Qのコロナ急拡大では医療従事者の感染影響を受けるも、段階的に回復の見通し
- ・ 中国：主要エリアでロックダウンの影響を受けるも、地方等で拡販

骨接合材

- ・特殊加工で強度を高めた生体吸収性の骨接合材

- ・ 日本：顎顔面領域が順調に推移
- ・ 中国：日本の術式を啓蒙し、拡大

人工皮膚

- ・コラーゲン使用の吸収性人工皮膚

- ・ 中国：熱傷、外傷症例を中心に順調

Gデバイス (旧デバイス・アット・エイ)

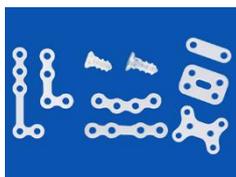
- ・医療機器の国内販売会社
- ・形成外科・脳神経外科・美容外科に強み

- ・ 医療用レーザー：受注は順調も、供給元からの入荷遅れと、輸入製品による円安影響を受ける

(新商品) 癒着防止材：凹凸形状を付与したフィルム状のゼラチンからなる吸収性癒着防止材。
国内で消化器外科をターゲットに、好調に新規獲得進む



■ 組織補強材



■ 骨接合材



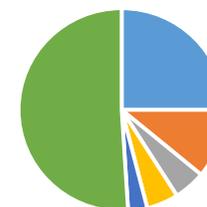
■ 人工皮膚



■ 癒着防止材



■ 医療用レーザー



- 組織補強材
- 骨接合材
- 人工皮膚
- 縫合糸
- 人工硬膜
- Gデバイス(IBMUA)

Ⅱ-4. 第2四半期累計事業概況

◆ アパレル事業

消費行動変化に伴い伸長加速しているECチャネルや直営店舗のDtoCルートでの更なる拡販と他社とのコラボレーションを推進

■ インナーウェア分野

消費者の天然素材回帰、カジュアル化、健康志向、環境意識の高まりに即したヘルス&ウェルネス商品やエシカル商品を拡充するとともに、フェムテック商品や差異化ファンデーション等レディスインナーの拡販を強化

事業の方向性

収益拡大

- 差異化ファンデーション群や、フェムテック関連商品が好調に推移
- EC、SPAを中心に各チャネルで好調に推移

- BODYWILD：成型「3DBoxer」及びカットワ「EZX」ボクサーが好調
- YG：in.Tシリーズ、カットオフ中心に増販

- KIREILABO：接着のカップ付きインナーやオーガニックコットンを使用した「Fitte」が好調
- Tuché：商品バリエーションを強化したブラジャー、及び3DB成型ショーツが伸長



BODYWILD



フェムテック関連商品

フェムテック関連商品：当社の差異化技術を活かして、KIREILABO「マタニティ」Tuche「サニタリー」セルフケア「尿漏れ」等ライフステージに沿った商品を展開

メンズ



- 快適工房
- YG
- BODYWILD
- スポーツ
- シーズン
- 他

レディス



- 快適工房
- KIREILABO
- TUCHE
- スポーツ
- ランファン
- 他

Ⅱ-5. 第2四半期累計事業概況

◆ アパレル事業

■ 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、健康関連含むレギンスや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、生産拠点の再編等による構造改革を推進

事業の
方向性

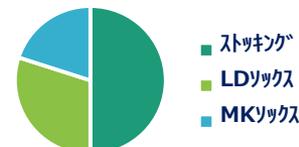
収益改善

● 前年に比べて増販も、収益性の改善が課題

- ・ストッキング : EC中心に各チャネルとも回復傾向
 - ・ボトム・レギンス : 着用用途、シーン別商品拡大によりボトム順調。
市場変化に対応しレギンスMD再構築
- 今後は、価格改定、固定費削減、生産拠点の再編など、収益性の改善を急ぐ



ライトテックストレッチパンツ



◆ ライフクリエイイト事業

■ 不動産関連分野

商業施設の収益力向上や投資効率を重視した物件別管理を強化

事業の
方向性

収益改善

● SC事業の現況

- ・つかしん(兵庫県尼崎市) : 売上、来街者数とも前年を上回る

● 不動産賃貸事業の現況

- ・長井市駅前開発プロジェクト(山形県) の売上を工事進行基準により計上

■ スポーツクラブ分野

Withコロナへの対応強化、地域・店舗特性に合わせた会員拡大およびスクール事業拡大を図る

- ・スクール事業強化、及び価格改定実施により売上増
- ・店舗特性を活かした新たな会員獲得策を実施

■ 緑化分野

- ・樹木販売は、上期不振も、下期にかけて挽回の見通し

CO2削減に向け固定量増加に積極的に取り組む

Ⅲ. 今後の見通し



Ⅲ-1. 2023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	2023年 3月期		2022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	136,000		124,314		11,686	9.4%
営業利益	6,000	4.4%	4,880	3.9%	1,120	23.0%
経常利益	6,000	4.4%	5,399	4.3%	601	11.1%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	3,700	2.7%	2,939	2.4%	761	25.9%

Ⅲ-2. セグメント別業績予想

セグメント別対前期比較

※業績予想修正：無 (単位：百万円)

	売上高			営業利益 (下段：利益率)		
	2023年 3月期 (2022年度)	2022年 3月期 (2021年度)	増減	2023年 3月期 (2022年度)	2022年 3月期 (2021年度)	増減
機能 ソリューション	59,300	56,138	5.6% 3,162	9,000 15.2%	8,032 14.3%	12.1% 968
アパレル	61,400	57,197	7.3% 4,203	-300 -0.5%	-557 -1.0%	- 257
ライフ クリエイト	16,000	11,576	38.2% 4,424	1,000 6.3%	453 3.9%	120.8% 547
合計	136,000	124,314	9.4% 11,686	6,000 4.4%	4,880 3.9%	23.0% 1,120

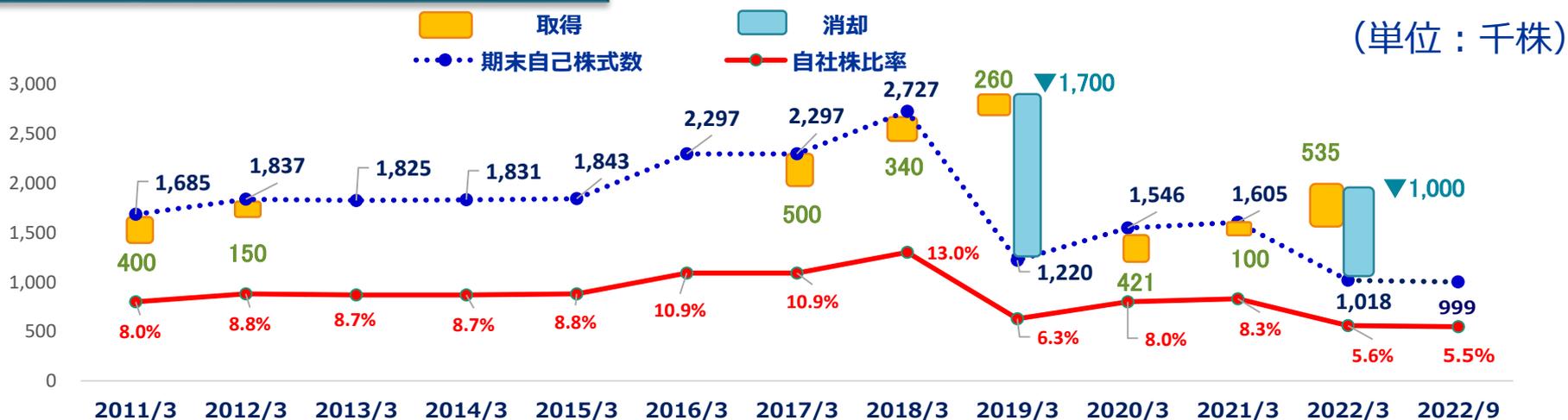
Ⅲ-3. 株主還元

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



新・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%以上を目標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。