

GUNZE

2024年3月期（128期）
決算説明資料

2024年5月14日

グンゼ株式会社

東証プライム（コード番号：3002）

ご説明の流れ

I. 2024年3月期 決算

II. 2025年3月期 連結業績見通し

**III. 中期経営計画「VISION2030 stage1」
進捗状況と、次期中計に向けた方向性**

I. 2024年3月期 決算

①当期決算概要

I - ①-1. 2024年3月期決算 業績

連結業績

(単位：百万円)

	2024年3月期 (下段：利益率)	2023年3月期 (下段：利益率)	対前期	
			増減額	増減率(%)
売上高	132,885	136,030	△3,144	△2.3
営業利益	6,777 5.1%	5,812 4.3%	965	16.6
経常利益	6,774 5.1%	6,021 4.4%	753	12.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,109 3.8%	4,501 3.3%	608	13.5

(主な特別損益)

有価証券売却益	2,009
事業構造改善（電子部品、スポーツクラブ他）	△2,801
取水量過少申告解決金	△534

(法人税等)

法人税等調整額	2,575
---------	-------

I - ①-2. 2024年3月期決算 業績

連結業績

(単位：百万円)

	2024年3月期	2023年3月期	増減額
総資産	161,971	165,927	△3,956
自己資本	118,642	115,757	2,885
自己資本比率	73.2%	69.8%	3.4%
有利子負債	9,004	15,426	△6,421
BPS 1株当たり純資産(円)	7,112.73	6,789.78	322.95

I-①-3. 当期決算サマリー

(2023年4月1日～2024年3月31日)

**前期の電子部品フィルム事業譲渡および不動産開発プロジェクト要因により減収
アパレルの収益改善等により増益**

事業セグメント業績の主なポイント

機能 ソリューション	素材関係は、市況低迷とOA市場の需要減を受け、減収減益 ◆プラスチックフィルムは、米国の包装用フィルムが堅調に推移も、国内・アジアでは需要停滞の影響を受ける ◆エンジニアリングプラスチックは、OA機器向けが停滞も、半導体及び一般産業用向けが堅調に推移 ◆電子部品は、中国経済の停滞及びPC市場低迷の影響を受ける
メディカル	今後の成長に向けた人財投資コスト増等により、増収減益 ◆主力の国内医療用途市場の回復に伴い癒着防止材等の新製品の市場浸透が進む ◆中国では新たな代理店との取り組み強化により、生体吸収性製品が伸長 ◆コロナ後の美容医療機関の開院減少等により、医療用レーザーの受注が減少
アパレル	残暑や暖冬影響によりシーズン商品は苦戦も、差異化訴求した年間商品が好調に推移し、商品の高付加価値化を含めた価格改定及び事業構造改革により収益性が改善し、減収ながら大幅増益 ◆EC・直営店ルートが引き続き伸長、今後もDtoCシフトによる成長戦略に取り組む ◆インナーウェアは、顧客ニーズに対応した付加価値商品が好調に推移 ◆レッグウェアは、主力商品「サブリナ」のリニューアル効果により、ストッキング、タイツが好調に推移
ライフ クリエイト	◆不動産関連は、前期遊休地再開発プロジェクト売上影響により減収 ◆ショッピングセンター事業とスポーツクラブ分野は、ともに回復傾向にあり増益

I-①-4. セグメント別業績

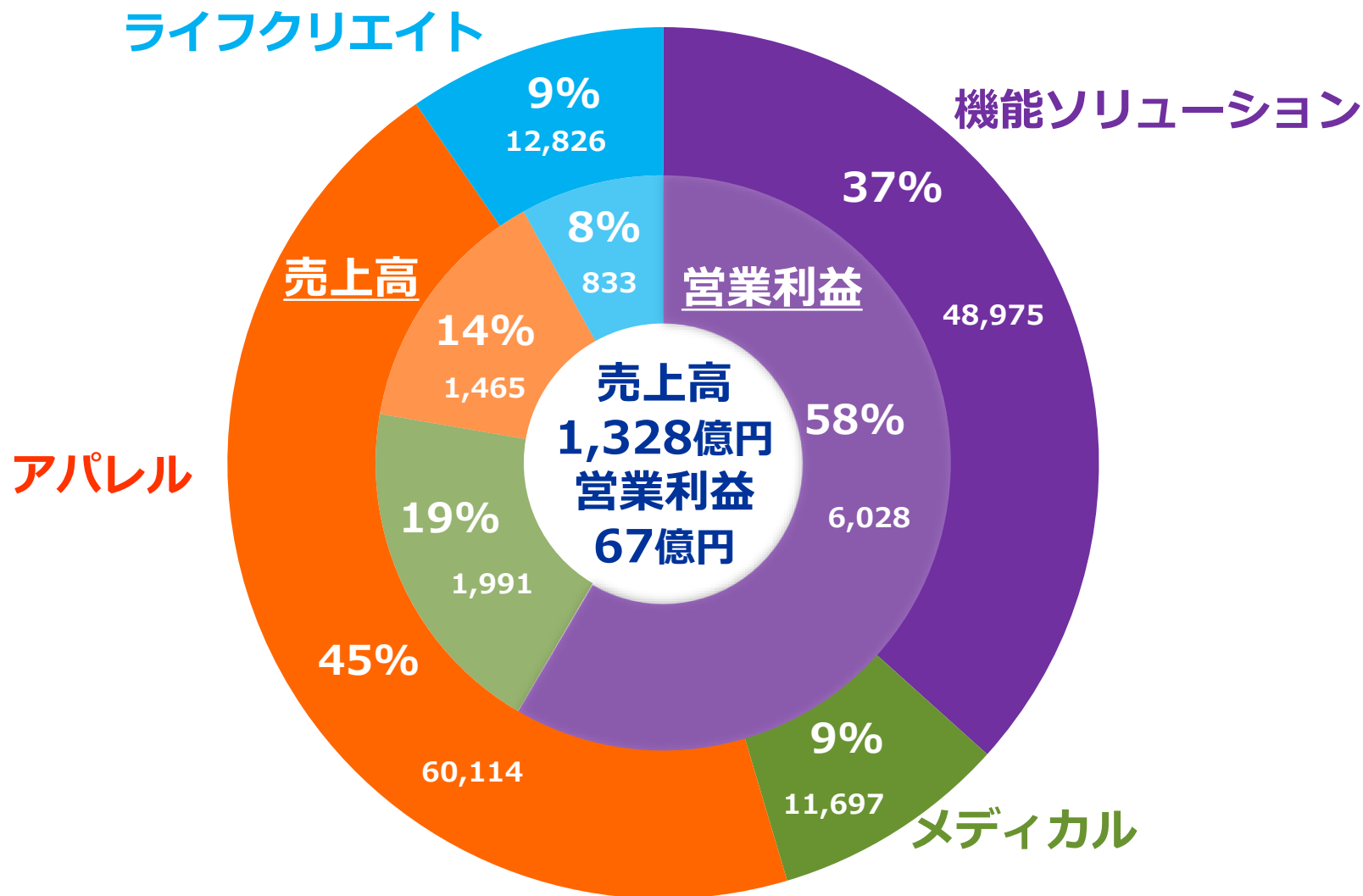
連結業績

(単位：百万円)

	売上高			営業利益（下段：利益率）		
	2024年 3月期	2023年 3月期	対前期 増減	2024年 3月期	2023年 3月期	対前期 増減
機能 ソリューション	48,975	49,555	△1.2% △580	6,028 12.3%	6,835 13.8%	△11.8% △807
メディカル	11,697	10,957	6.8% 740	1,991 17.0%	2,082 19.0%	△4.4% △90
アパレル	60,114	60,986	△1.4% △872	1,465 2.4%	-222 -0.4%	- 1,688
ライフ クリエイト	12,826	15,327	△16.3% △2,501	833 6.5%	705 4.6%	18.1% 127
合計	132,885	136,030	△2.3% △3,144	6,777 5.1%	5,812 4.3%	16.6% 965

I -①-5. セグメント別構成比

(単位：百万円)



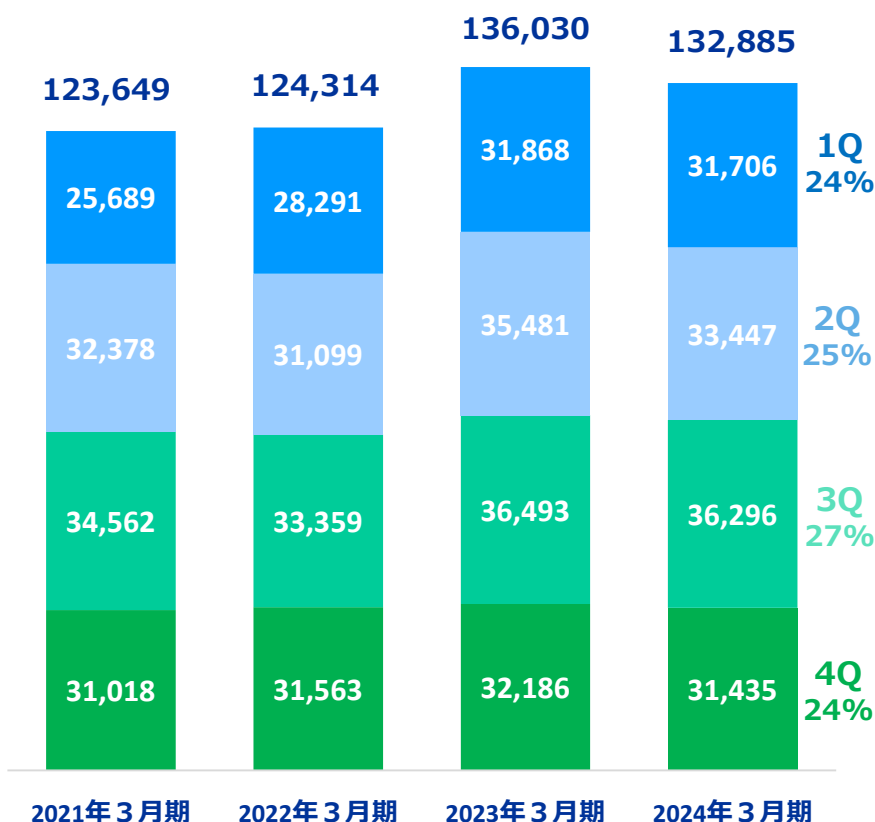
総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

I -①-6. 2024年3月期決算 売上高

売上高 **132,885**百万円 前年同期比△2.3%

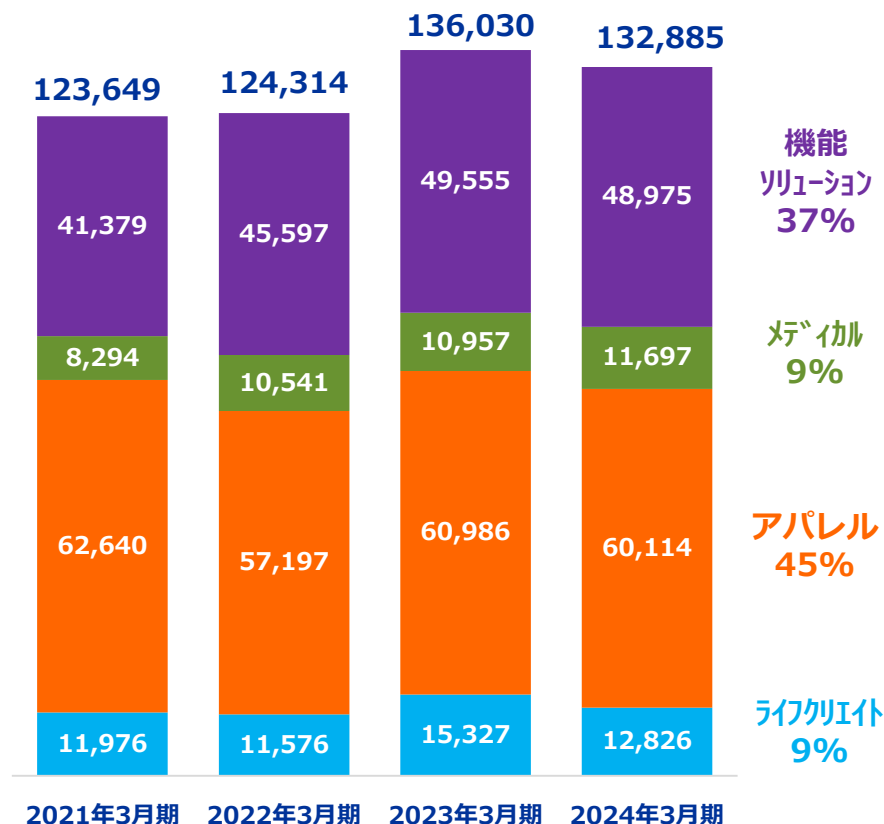
(単位：百万円)

<年度推移四半期別>



前期の電子部品フィルム事業譲渡、
不動産開発プロジェクト要因により減収

<事業セグメント推移>



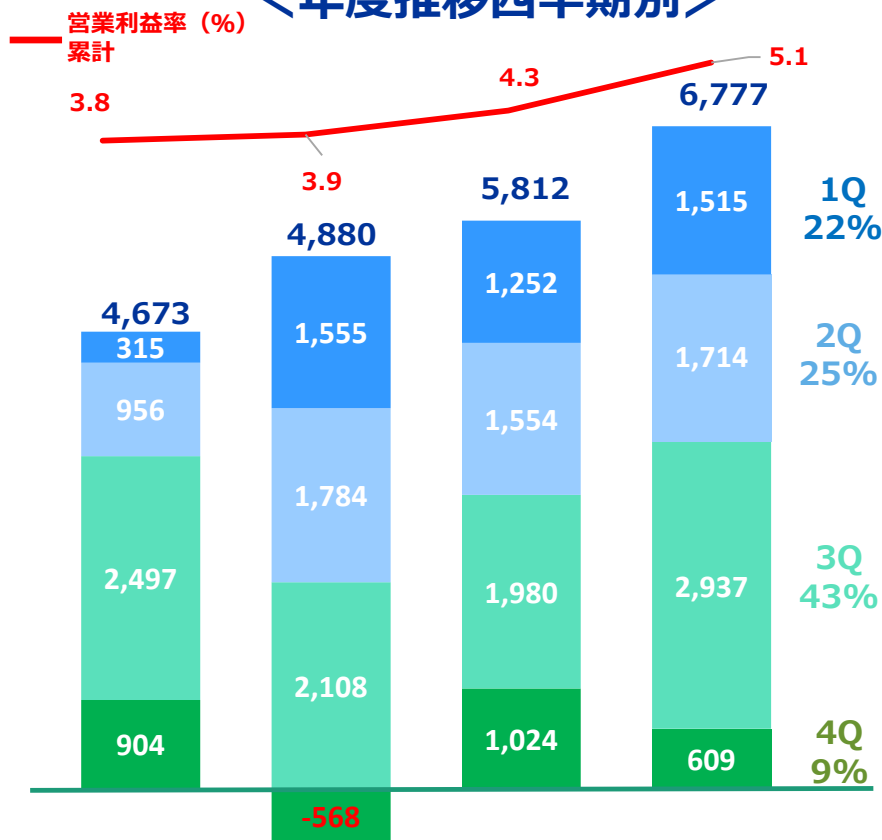
メディカルのみ増収

I-①-7. 2024年3月期決算 営業利益

営業利益 6,777百万円 前年同期比+16.6%

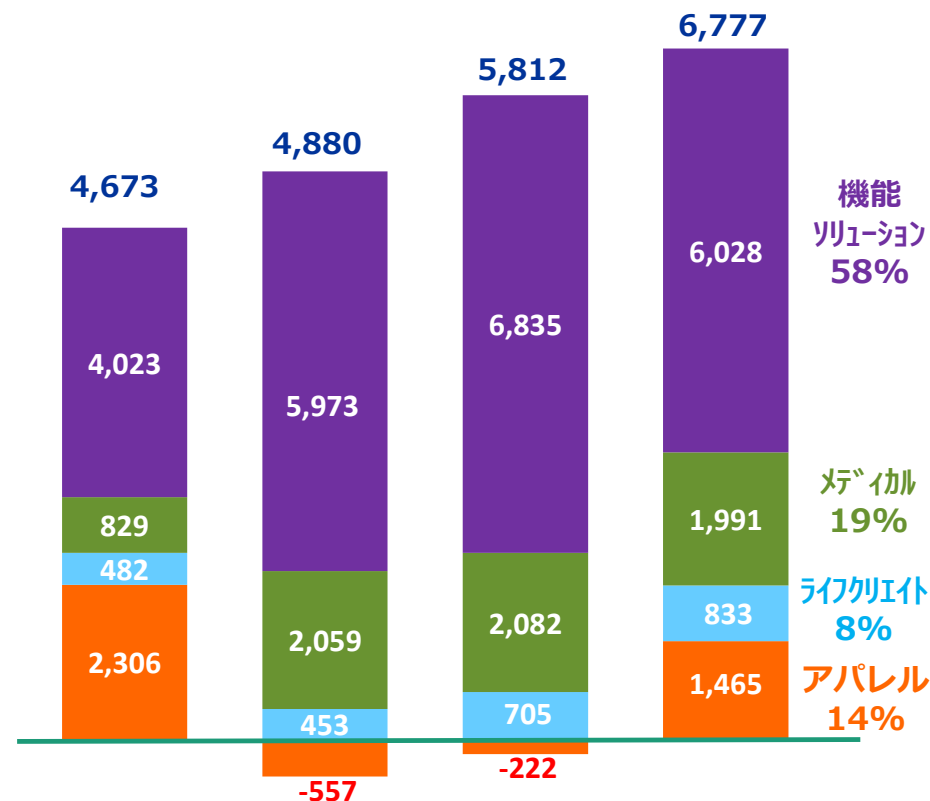
(単位：百万円)

<年度推移四半期別>



アパレルの収益改善が貢献し、
全体では9.5億円の増益

<事業セグメント推移>



アパレルは構造改革により大幅増益
機能ソリューションは需要減速により減益

総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

I -①-8. 四半期別業績推移

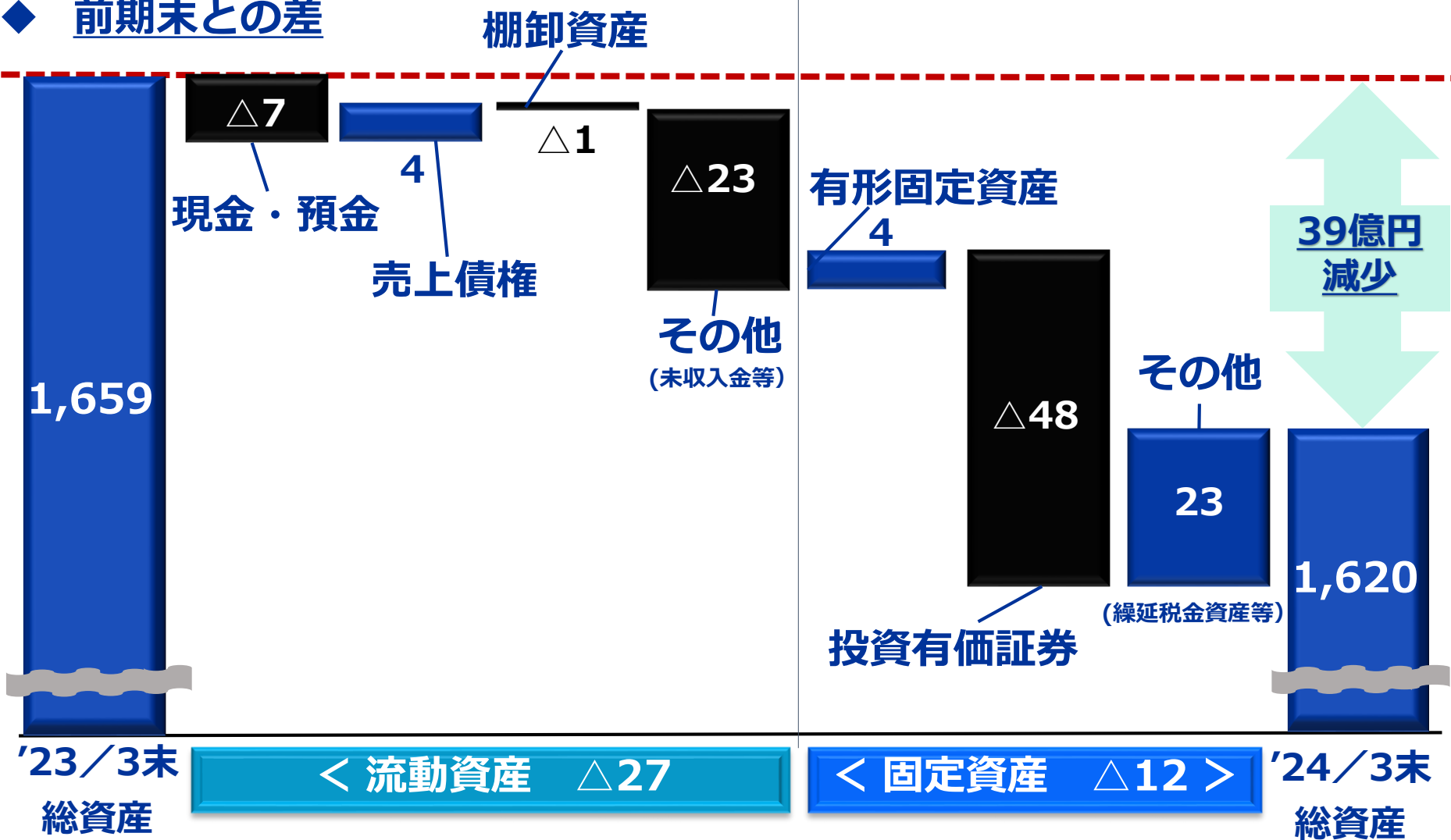
(単位：百万円)

	1Q			2Q			3Q			4Q		
	2023 年度	(対前期)		2023 年度	(対前期)		2023 年度	(対前期)		2023 年度	(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	31,706	△162	△0.5	33,447	△2,034	△5.7	36,296	△197	△0.5	31,435	△751	△2.3
機能ソリューション	11,326	△98	△0.9	12,925	△485	△3.6	13,096	△305	△2.3	11,627	310	2.7
メディカル	2,420	△355	△12.8	3,072	217	7.6	3,275	719	28.1	2,929	160	5.8
アパレル	14,583	520	3.7	14,789	△1,230	△7.7	17,071	123	0.7	13,669	△285	△2.0
ライフケア	3,557	△197	△5.3	2,871	△545	△16.0	3,025	△774	△20.4	3,371	△983	△22.6
営業利益	1,515	262	21.0	1,714	160	10.3	2,937	957	48.3	609	△415	△40.5
機能ソリューション	1,423	32	2.4	1,514	△209	△12.1	1,568	△455	△22.5	1,522	△175	△10.3
メディカル	463	△141	△23.3	444	△29	△6.1	719	246	52.0	363	△166	△31.4
アパレル	343	370	-	431	213	97.7	1,241	1,069	621.5	-551	34	-
ライフケア	172	46	36.5	124	51	72.2	255	38	17.5	280	△9	△3.1
経常利益	1,640	69	4.5	1,639	123	8.1	2,804	915	48.4	689	△355	△34.0
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1,586	415	35.4	1,071	36	3.5	1,327	△338	△20.3	1,124	495	78.7

I - ① - 9 . 資産の増減内容

(単位：億円)

◆ 前期末との差



I-①-10. キャッシュフロー

(単位：百万円)

	2024年 3月期	2023年 3月期	増減
営業活動	10,409	1,794	8,614
投資活動	△190	△5,920	5,729
FCF	10,219	△4,126	14,343
財務活動	△11,347	1,007	△12,355
現金及び 現金同等物 期末残高	10,818	11,547	△728

■ 主な営業CF

税金等調整前当期純利益	4,504
減価償却費	6,149

■ 主な投資CF

投資有価証券の売却	7,094
固定資産の取得	△7,166

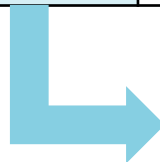
■ 主な財務CF

長短借入金の減少	△6,697
配当金支払	△2,497
自己株式の取得	△2,006

I -①-11. 設備投資額・減価償却費推移



	設備投資					減価償却				
	2023年 3月期	2024年 3月期	前期増減	2025年 3月期 計画	当期増減	2023年 3月期	2024年 3月期	前期増減	2025年 3月期 計画	当期増減
機能ソリューション	4,816	4,672	△144	2,200	△2,472	2,423	2,478	55	2,800	322
メディカル	553	403	△150	4,100	3,697	371	453	82	500	47
アパレル	1,493	1,888	395	2,100	212	1,250	1,346	96	1,500	154
ライフクリエイト	2,053	1,597	△456	1,100	△497	1,370	1,440	70	1,500	60
その他	680	584	△96	500	△84	478	488	10	500	12
合計	9,597	9,147	△450	10,000	853	5,894	6,208	314	6,800	592



2025年3月期の主な投資計画	
メディカル増産対応及び新工場建設	3,200
アパレルスマートファクトリー生産設備及びシステム改善	500
プラスチックフィルム資源循環設備	200

I. 2024年3月期 決算

②事業セグメント別の概況

I -②- 1. 2024年3月期事業概況

◆ 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

サーキュラーファクトリー(資源循環型工場)が2023年4月に完成、自動化された設備や再生可能エネルギー活用による生産革新を進めている。環境対応製品の市場投入に取り組むとともに、米国・中国・アセアン等における海外拡販を強化中

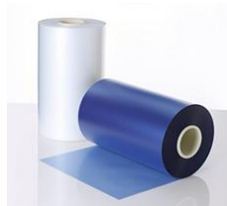
◆ 製品群	製品内容	概況
平板収縮	・PETとPSの積層構造のハイブリッドフィルムは収縮性に優れており美麗性が特徴 ・オレフィンラベルは、比重分離し易くリサイクルが容易	・飲料分野は、暖冬影響でホット飲料向けが低迷 ・食品・トイレタリー分野は、製品値上げによる消費者の買い控えが続く
ナイロン	・ガスバリア性や耐ピンホール（穴が開き難い）特性を持つ	・国内は、耐ピン対応の冷食用途や薄膜新製品が順調も、顧客の品目集約や包材面積減少の影響でカバーに至らず ・輸出は、米国向けが在庫過多となり、中国向けは資材の現地化が進み苦戦
工業用品	・半導体製造用、EV電池用等の工業材料や壁紙に使用	・半導体市場は、業界全体の回復基調もあり、特に下期は受注が回復傾向
OPP	・防曇フィルムを中心に差異化を訴求	・主力防曇タイプを含めて、下期受注量は回復傾向にある
グローバル	・米国、中国、ベトナムの3拠点で平板収縮フィルムを生産	・米国：機能性飲料が好調で、日用品向けも回復 ・ベトナム：高機能品が低迷する中、インド等のローカルブランドへの採用出荷を進める ・中国：景気の低迷を受けており、競合の低価格化に対抗するコストダウンを強化



■ シュリンク（平板収縮）



■ 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

I-②-2. 2024年3月期事業概況

◆ 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

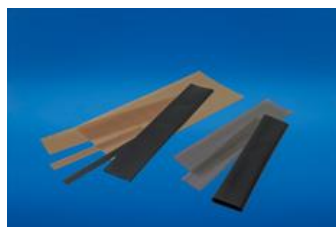
主力のOA市場向け製品の高シェア維持と共に、
新用途開発により健康・医療関連ならびに
産業機器向け製品のさらなる拡販を目指す

収益拡大

◆ 製品群	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	・プリンター市場の市況悪化影響を受ける ・オフィス複合機向けは回復基調
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	・半導体向け製品は、市況停滞の中でも安定的に出荷 ・新用途向け製品は、各産業ともに堅調に推移



■ シームレスベルト



■ フッ素薄膜チューブ



■ 半導体製造用
フィルターポータ材



■ フッ素樹脂フィルム
(引裂き性付与)



■ 電子部品

◆ 製品群	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	・ 中国経済悪化による景気低迷影響を受ける

I -②-3. 2024年3月期事業概況

◆ メディカル事業

事業の
方向性

■ メディカル

米国・中国の販売強化・継続的な新製品開発により、
事業拡大を加速

成長拡大

◆ 製品群

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

・中国：販売代理店との連携強化及び市況回復により
堅調に推移
・日本：手術件数が回復し堅調に推移

骨接合材

・生体吸収性の骨接合材

・日本：新製品投入により順調に拡大
・中国：初の中国産製品を出荷し、国産優遇策に対応

人工皮膚

・コラーゲン使用の吸収性人工皮膚

・日本：直販体制に移行し拡販を強化
・米国、中国：新たな代理店との協力関係強化に
より順調に拡大

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 消化器外科中心に新規獲得進む

・上市以来、優れた操作性で好評を得る
・さらなる販売増に対応するため、工場建設に着手

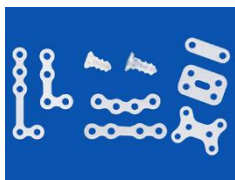
医療用レーザー等 仕入品

・美容・形成・創傷領域などの医療機器

・医療用レーザー：市況の回復は不十分。新規開拓
が厳しい中、既存顧客との関係を強化
・頭蓋形状誘導ヘルメットなど好調な新製品で
挽回を図る



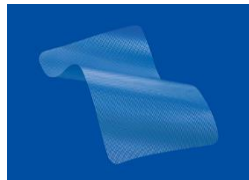
■ 組織補強材



■ 骨接合材



■ 人工皮膚



■ 癒着防止材



■ 医療用レーザー



■ 第三工場事務所棟イメージ

I -②-4. 2024年3月期事業概況

◆ アパレル事業 1

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

- コスト増に対して、組織改編と価格改定を実施し収益強化
- 「KIREILABO」など、差異化技術を活用した高付加価値商品が評価され、大幅に増益
- EC、直営店が好調に推移

メンズ

- BODYWILD : 24SSリブランドを実施、アウター展開を含むトータルアパレルブランドに変革
- YG : Tシャツ専用インナー「in・T」は、ECルート中心にデビュー以来堅調

レディス

- KIREILABO : 「Fitte」シリーズがモールドカップ付き商品を中心に伸長
- Tuché : ブラジャーのラインアップを拡充し、ノンワイヤー中心に堅調



BODYWILD



YG

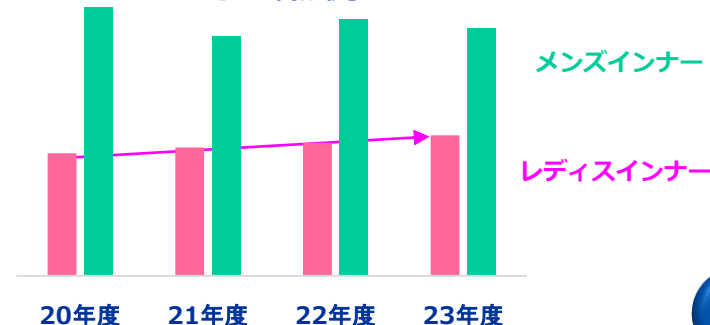


KIREILABO



Tuché

【売上高推移】



I -②-5. 2024年3月期事業概況

◆ アパレル事業 2

■ 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、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

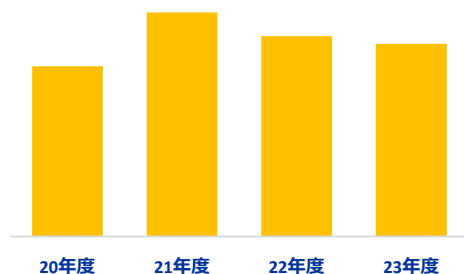
事業の
方向性

収益改善

● 構造改革を進め、収益性の改善に取り組む

- ・ ストッキング：主力商品「サブリナ」リニューアルにより増収
- ・ ボトム：Dto Cルートでアウターアイテムの展開拡大等ライフスタイルカテゴリー商品を拡販
低採算P Bの見直し実施
- ・ 生産構造改革に取り組み、ソックスインドネシア工場を終息

【売上高推移】



SABRINA
レギンス



BODYWILD
テーバードパンツ

I -②-6. 2024年3月期事業概況

◆ ライフクリエイイト事業

事業の
方向性

収益改善

■ 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

● SC事業の現況

- ・つかしん(兵庫県尼崎市)：リニューアルにより、来客数は回復傾向

● 不動産賃貸事業の現況

- ・前期の長井市駅前開発プロジェクト(山形県) 売上により減収



つかしん

■ スポーツクラブ分野

スクール事業の拡大およびフィットネス事業の差異化
及び構造改革に取り組む

- ・ジュニアスイミングスクール拡大：人的資源の有効活用、施設整備
- ・フィットネス事業差異化：スタジオプログラム等の充実
- ・新規取り組み：学校水泳授業、自治体向け健康支援事業の受託
- ・2024年中に5店舗閉店、15店舗体制に
23年度3月末特損（事業構造改善費用）計上



スクール事業

■ 緑化分野

CO2削減に向け環境事業に積極的に取り組む

- ・樹木販売は、大阪万博等大型案件の納品も始まり、順調に推移



緑化事業

Ⅱ. 2025年3月期 連結業績見通し

Ⅱ-1. 2025年3月期 見通し

素材関係の市況回復、新商品・新チャネルの拡販、生産性向上の取り組みや事業構造改革効果等により増収増益の見込み

◆ 2024年度戦略課題

機能ソリューション事業

- ・プラスチックフィルムは、サーキュラーファクトリー（資源循環型工場）の本格稼働とサーキュラーメーカーへ変革するための基礎となるリサイクルセンター設置を進める
- ・エンジニアリングプラスチックは、医療・半導体分野の需要増に対応するため、2025年3月完成を目標に主力である江南工場拡張を実施
- ・電子部品については連結子会社の株式（85.1%）及び日本と米国のタッチパネル事業の商権を2024年10月1日（予定）に譲渡、メカトロについても事業譲渡の交渉を行う

メディカル事業

- ・事業の成長を加速するため、2025年2月竣工を目標に京都府綾部工場敷地内に新工場（第三工場）建設と開発力強化のための研究開発施設増強を実施。新工場では、癒着防止材「テナリーフ」の増産体制を整備

アパレル事業

- ・競争力向上を目的とした業種横断型組織再編を通じて、消費行動変化に伴い伸長しているECチャネルや直営店舗のDtoCルートでの更なる拡販を目指す
- ・他社とのコラボレーションを積極的に推進、ライフスタイル分野への拡大、差異化新商品を通じたレディスインナーの拡販を図る
- ・生産拠点の集約など構造改革を実施、今後もオートメーション化とグローバル最適生産体制の構築によりコスト競争力の強化を推進

ライフクリエイイト事業

- ・スポーツクラブは、不採算店舗の閉鎖等、課題店舗への対応を強化するとともに、スクール事業の拡大と店舗特性に合わせた特長のあるサービス提供や新業態の開発に取り組む

Ⅱ-2. 2025年3月期連結業績予想

業績予想

(単位：百万円)

項 目	2025年 3月期		2024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	140,000		132,885		7,115	5.4%
営業利益	9,000	6.4%	6,777	5.1%	2,223	32.8%
経常利益	9,000	6.4%	6,774	5.1%	2,226	32.9%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	7,500	5.4%	5,109	3.8%	2,391	46.8%

Ⅱ-3. セグメント別業績予想

セグメント別対前期比較

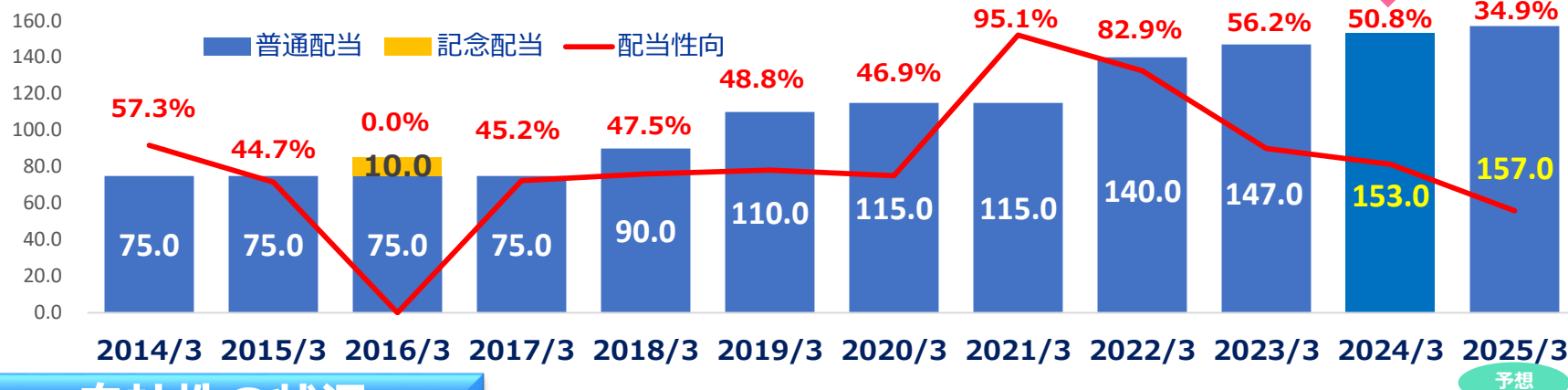
(単位：百万円)

	売 上 高			営業利益（下段：利益率）		
	2025年 3月期 (2024年度)	2024年 3月期 (2023年度)	増減	2025年 3月期 (2024年度)	2024年 3月期 (2023年度)	増減
機能 ソリューション	49,700	48,975	1.5% 725	7,200 14.5%	6,028 12.3%	19.4% 1,172
メディカル	13,000	11,697	11.1% 1,303	2,500 19.2%	1,991 17.0%	25.6% 509
アパレル	65,200	60,114	8.5% 5,086	1,900 2.9%	1,465 2.4%	29.7% 435
ライフ クリエイト	12,900	12,826	0.6% 74	1,100 8.5%	833 6.5%	32.1% 267
合計	140,000	132,885	5.4% 7,115	9,000 6.4%	6,777 5.1%	32.8% 2,223

Ⅱ-4. 株主還元

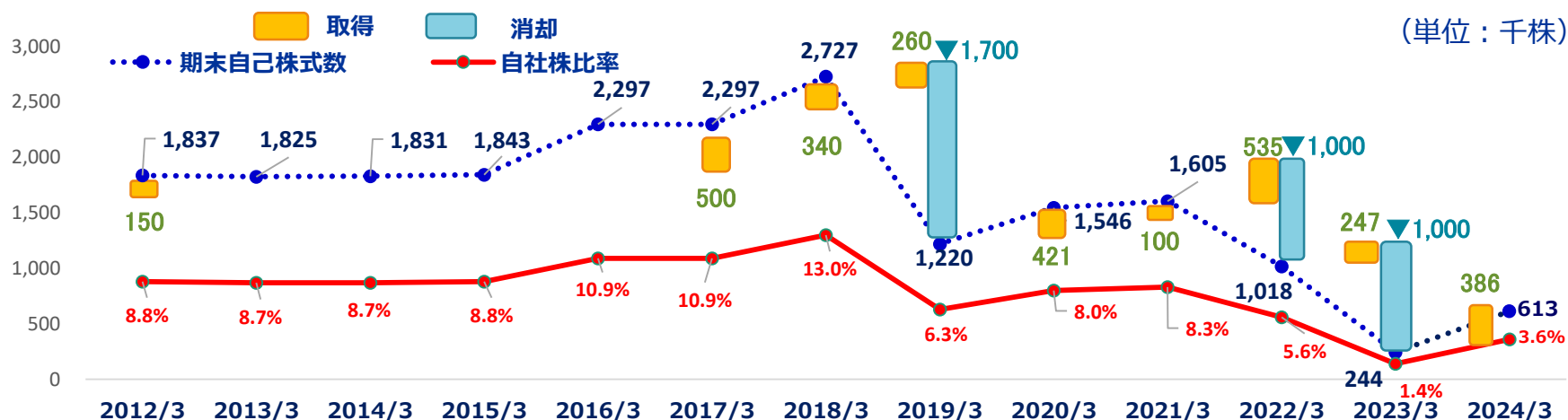
1 株配当金と配当性向の推移

(単位：円)



自社株の状況

* 2017年10月1日からの株式併合(10株を1株) に合せて、2017年3月末以前の株数を換算しております



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%以上を目途に利益還元を行う方針

Ⅲ. 中期経営計画

「VISION2030 stage1」進捗状況と 次期中計に向けた方向性

Ⅲ-1. 中期経営計画「VISION2030 stage1」

(2022/5/13発表)

対象期間 2023年3月期～2025年3月期 (3カ年計画)

ビジョン 新しい価値を創造し「こちよさ」を提供することで
持続可能な社会の実現に貢献します

「経済的価値」と「社会的価値」を両立するサステナブル経営により
社会貢献とグループの持続的成長を実現

基本戦略 (マテリアリティ)	新たな価値の創出	・新規事業の創出と既存事業の成長 (M & A 含む) ・サステナビリティを追求した新商品、新サービスの提供
	企業体質の進化	・多様な人財が働きがいを持てる組織風土づくり ・働き方改革による意識・業務改革 ・デジタルの積極活用によるプロセス変革
	環境に配慮した経営	・事業活動における環境負荷の低減
	資本コスト重視の経営	・経営資源の戦略的配分 ・資本効率の追求によるGVA黒字化

Ⅲ-2. 中期経営計画の進捗状況

(単位：百万円)

	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2025/3
	(実績)	(実績)	(実績)	(見込)	中計目標
売上高	124,314	136,030	132,885	140,000	140,000
営業利益	4,880	5,812	6,777	9,000	10,000
営業利益率	3.9%	4.3%	5.1%	6.4%	7.1%

<グループ経営指標>

ROE 6.3%以上 自己資本当期純利益率 <株主資本に対するリターン>	2022/3 実績 2.6%	2023/3 実績 3.9%	2024/3 実績 4.4%	2025/3 6.3% 目標	2025/3 中計目標 6.3%以上
GVA 全社計黒字化 「Gunze Value Added」 (税引後営業利益 + 配当金) - 投下資本 × WACC	2022/3 実績 △26億円	2023/3 実績 △23億円	2024/3 実績 △16億円	2025/3 全社計 黒字化目標	2025/3 中計目標 全社計黒字化
株主還元 総還元性向100% 配当性向 DOE <株主資本配当率> 2.2%以上	2024年3月期 1株配当 153円 自己株式取得 2,006百万円 配当性向 50.8%(DOE 2.2%) 総還元性向 100%			2025年3月期(予想) 1株配当 157円 配当性向34.9%(DOE2.2%以上) 総還元性向 100%	

Ⅲ-3. 中計遂行における実施事項と状況の変化

<実施事項>

◆構造改革推進による事業ポートフォリオ変革

- ①電子部品分野フィルム部門の譲渡(2022年10月)
- ②電子部品分野タッチパネル部門の商権譲渡(2024年10月)
⇒電子部品事業からの撤退
- ③メカトロ分野の事業譲渡に向けた検討開始(2024年3月)
- ④レグウェア分野ストッキングの市場縮小に伴う中国工場の撤退(2022年度)
- ⑤インドネシアソックス工場(PTGSI)の終息(2023年度)

◆事業セグメント区分の見直し

- ①成長牽引の位置付けを明確化するため「メディカル」セグメントとして機能ソリューションセグメントから区分

<中計立案後の主な状況変化>

◆外部要因悪化による利益圧迫

営業損益影響：対2021年度(BM) △113億円

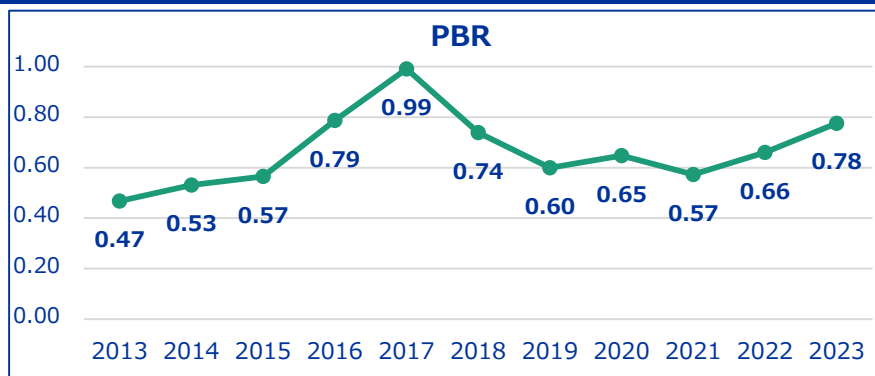
- ①原材料価格高騰(プラスチック、アパレル、エンブラ)
- ②為替変動(アパレル)
- ③エネルギーコスト高騰(プラスチック、アパレル、エンブラ)

Ⅲ-4. 次期中期経営計画での重点検討事項

2025年5月発表予定の次期中期経営計画（VISION 2030 stage2）策定に先立ち
重点検討事項と検討課題を整理

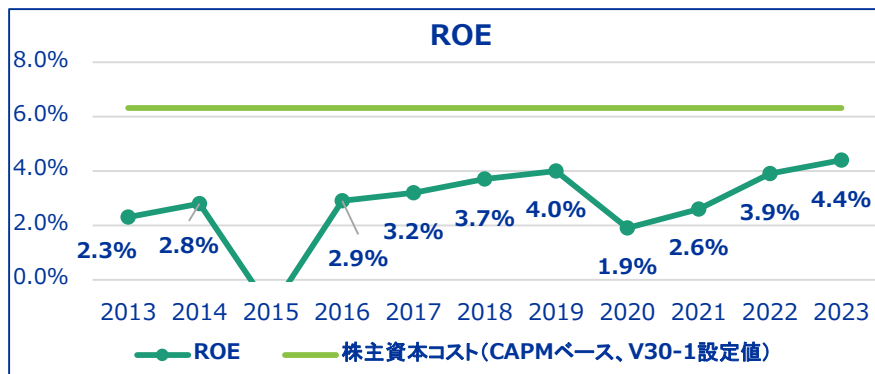
検討すべき事項	概要	今後の検討課題
企業価値最大化を 実現する最適な アセットアロケーション	・ 経営資源の戦略的配分 ・ 事業セグメントの役割・位置づけを明確にしたポートフォリオ戦略	・ 事業部門毎のグローバル成長戦略等の立案 ・ 事業ポートフォリオの最適化につながるアセット配分 ・ 課題事業の構造改革継続
資本効率改善、 収益性強化に よるROE改善	・ 利益水準・財務健全性・資本効率を考慮した最適資本構成の構築 ・ 資本効率追求によるGVA黒字化	・ ROEの段階的目標設定 ・ 最適自己資本比率の策定 ・ 事業部門別営業利益率目標の設定
成長投資と 株主還元の最適化実現	・ 総還元性向100%継続 ・ 安定配当 D O E 2.2%以上 ・ 成長事業への積極投資推進	・ 新規事業の早期立ち上げ ・ M & A 探索の継続 ・ 継続的な自社株買い

Ⅲ-5. 企業価値向上に向けた財務課題



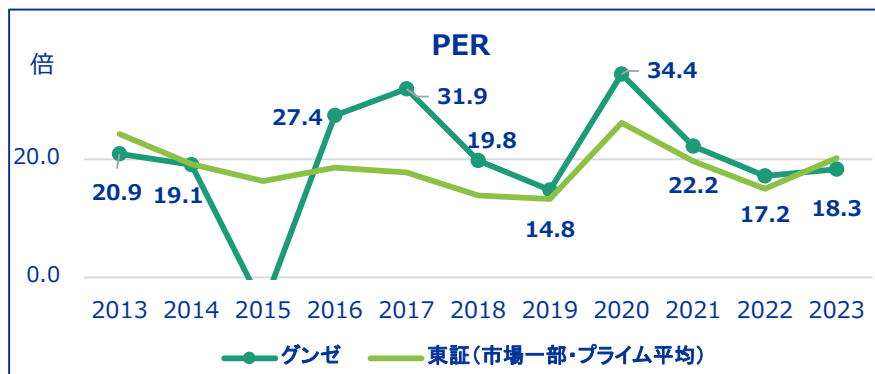
PBRは1倍割れが継続

(PBR : 期末株価÷1株あたり純資産)



ROEは株主資本コストを下回る水準で推移

(ROE : 純利益÷自己資本)



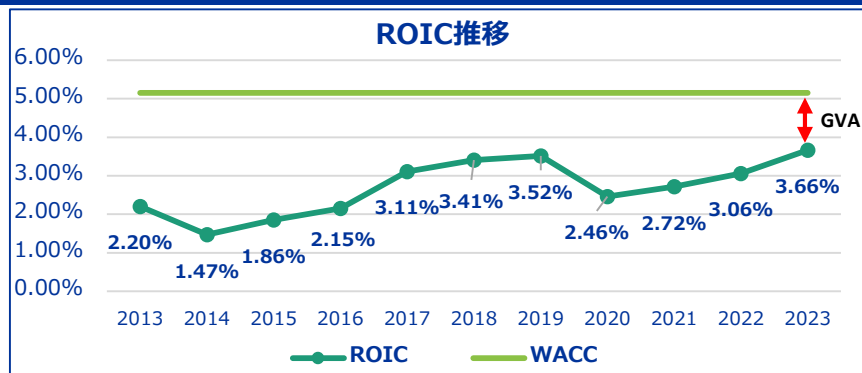
PERは概ね東証平均値よりも高い水準を維持

(PER : 期末株価÷1株あたり純利益)

**継続的な
エクイティスプレッド
(ROE-株主資本コスト)
のプラス化が課題**

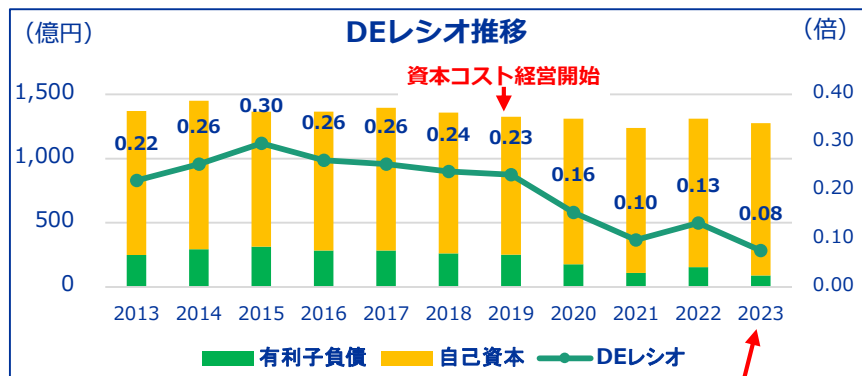
**資本コスト経営による
収益性向上を推進**

Ⅲ-6. 資本コスト経営推進の状況



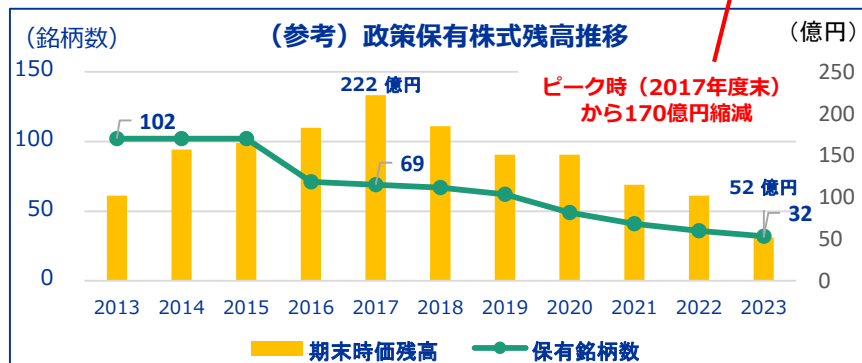
**ROIC（※1）は直近10年に
おける最高値まで上昇**
しかし、**GVA（※2）は
赤字が継続**

GVA黒字継続
(≡市場期待を超える
資本収益性の実現)
= 企業価値向上に寄与



営業CFを超える投資・株主
還元を実施しているものの、
構造改革・投下資本縮減を
積極的に進めてきた結果、
DEレシオは低下

直近のDEレシオ水準
に基づくWACCでは、
GVA黒字化までに
時間を要する

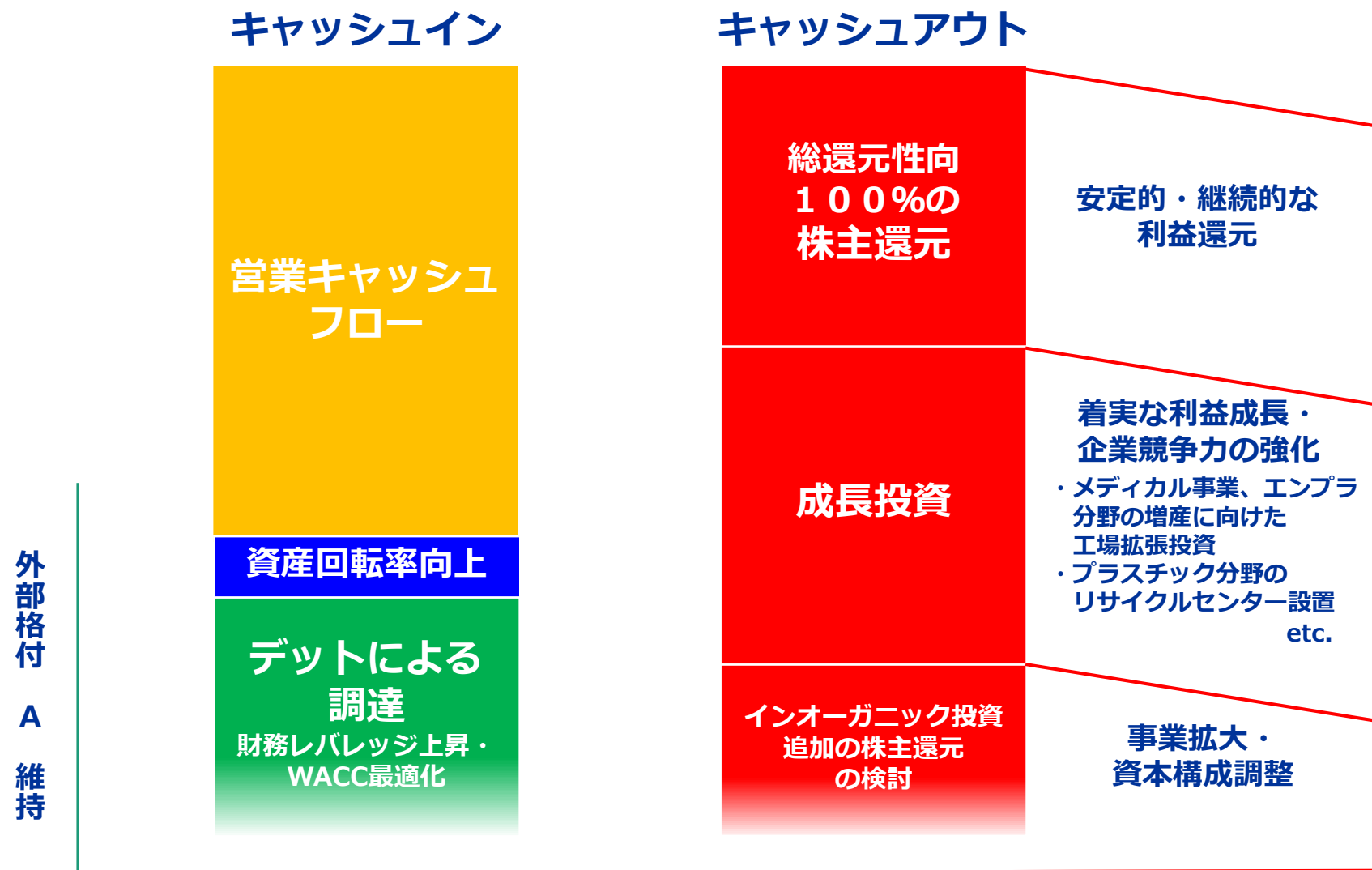


※1 ROIC
税引後営業利益÷投下資本

※2 GVA
税引後営業利益＋受取配当金
－投下資本×WACC

**利益水準
資本効率**
を考慮した**最適資本**
構成の構築が必要

Ⅲ-7. 最適資本構成の構築に向けて



最適資本構成に基づく継続的なエクイティスプレッドのプラス

Ⅲ-8. メディカル事業戦略

生体吸収性製品を中心とする革新的な医療機器の提供により、新たな企業価値を創造し、グンゼの成長戦略を牽引する

事業戦略	主な取り組み
持続的成長戦略の推進	・ 生体吸収性製品を中心とした自社製品比率の拡大 ・ 重点戦略地域（中国・米国）強化による海外比率の拡大 ・ 持続的成長を支える新製品比率の拡大
ポートフォリオ戦略の推進	・ 創傷領域（WOUND）の販売強化…人工皮膚他 ・ 胸腹部領域（Surgical）の販売強化 …癒着防止材（日本）、組織補強材（中国） ・ 頭蓋顎顔面領域（CMF）の販売強化…骨接合材（日本、中国）
新商品開発・新規領域挑戦	・ ポートフォリオの新商品拡充によるプレゼンス向上 ・ 日本・海外向けに並行開発、臨床試験の継続 ・ 自社開発品とパートナー開発品による成長の加速 ・ 生体吸収性材料に留まらない新規技術領域に挑戦

Ⅲ-9. エンブラ事業戦略

非OAを中心とした新規セグメント製品の拡大により、持続可能な社会課題の解決に貢献できる事業として進化する

	SBU	主な取り組み
非OA	健康医療関連	・ 医療関連製品のカテーテル分野での新規採用拡大 ・ 医療機器分野における新製品開拓の強化
	産業機器向け	・ 独自押出、延伸技術を活用した新たな用途開拓の推進
	繊維技術活用	・ 半導体関連フィルターサポート材の事業拡大 ・ グローバル市場での開拓活動の強化
OA機器向け		・ OA機器用高機能、高付加価値製品の開発によるシェア拡大

Ⅲ-10. プラスチック事業戦略

資源循環戦略を追求したサーキュラーファクトリーの活用と
サステナブル製品の提供により、新たな価値を創造する

事業戦略	主な取り組み
資源循環戦略の 推進	・サーキュラーファクトリーを通じた顧客との新たな取り組み ・リサイクルセンターの設置 ・グローバル市場への積極展開
サステナブル製品の 開発	・環境対応製品の開発と販売 平板収縮：最軽量&機能訴求、ナイロン：環境訴求&機能訴求
ごみゼロ推進・ 高効率生産の追求	・守山工場におけるごみゼロモデルの完成とグループ工場への展開 ・設備能力最大活用による生産性向上

Ⅲ-11. アパレル事業戦略

急激に変化する市場に対して、アパレルカンパニーの総合力を結集し課題に取り組む

事業戦略	主な取り組み
事業基盤の強化	・ 組織再編によるさらなる効率化 ・ インナーウェア増販対策 ・ 不採算事業の構造改革推進
市場規模縮小に対する 売上挽回	・ DtoCルートの成長加速： 総合ブランド化によるMD拡充、若年層中心に新規顧客獲得 ・ 差異化技術商品の強化： 新たなニーズに対応したカットオフ高付加価値化 ・ 実用衣料肌着商品の復活：成長流通との取り組み ・ 汗の不快を解消する新素材「アセドロン」の拡販
最適生産体制の構築	・ アセアンでの差異化商品生産基盤構築 ・ スマート生産体制（自動化・省力化）による国内工場の体質改善 ・ 「物流の2024年問題」等に対応する物流構造改革の実施

Ⅲ-12. アパレル事業戦略 注目商品

夏の不快感の正体、
“汗のベタつき”をついに根本解決！
グンゼ史上最高クラス 汗解消テクノロジーの集大成
「アセドロン」誕生！

- “汗”にフォーカスして夏の不快を解決する新ブランド
- もう汗の不快で悩まなくていい、グンゼの革新的技術
- 汗のベタつきを“サッ・シュッ・パッ”と瞬時に消し去る



“サッ・シュッ・パッ”をキーワードに、TV-CMも全国展開予定！

Ⅲ-13. 成長事業への投資

メディカル

事業の成長を加速させるため、2025年2月竣工を目標に綾部工場（京都府）敷地内に新工場（第三工場）建設と、開発力強化のための研究開発施設の増強を実施



エンプラ

需要増が見込める医療・半導体分野需要増に対応するため、2025年3月完成を目標に主力である江南工場（愛知県）を拡張



プラスチック

サーキュラーファクトリー(資源循環型工場)の本格稼働と、サーキュラーメーカーに変革するための基礎となるリサイクルセンター設置を進める



GUNZE

明日をもっと、ここちよく

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。