

2025年3月期（129期） 第3四半期決算説明資料

2025年2月6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. 2025年3月期 第3四半期
決算概要**

II. 事業セグメント別の概況

III. 2025年3月期連結業績見通し

I. 2025年3月期 第3四半期決算概要

I-1. 2025年3月期第3四半期累計業績

連結業績

(単位：百万円)

	2025年3月期 第3四半期 (下段：利益率)	2024年3月期 第3四半期 (下段：利益率)	対前期	
			増減額	増減率(%)
売上高	102,916	101,450	1,466	1.4
営業利益	6,377 6.2%	6,168 6.1%	209	3.4
経常利益	6,508 6.3%	6,085 6.0%	422	7.0
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,441 4.3%	3,985 3.9%	456	11.4

(主な特別損益)

有価証券売却益	1,072
事業構造改善費用	△1,154

I-2. 2025年3月期第3四半期決算 業績

連結業績

(単位：百万円)

	2025年3月期 第3四半期	2024年3月期	増減額
総資産	168,857	161,971	6,886
自己資本	118,562	118,642	△80
自己資本比率	70.2%	73.2%	△3.0%
有利子負債	16,481	9,004	7,476
BPS 1株当たり純資産(円)	7,223.19	7,112.73	110.46

I-3. 第3四半期決算サマリー

(2024年4月1日~2024年12月31日)

- ・売上高は、素材関連が回復傾向にある機能ソリューション事業、新製品及び中国向けが拡大したメディカル事業が堅調に推移し増収
- ・営業利益、経常利益は、アパレル事業がコスト増加と販売数量減少の影響などを受けて減益となるも、機能ソリューション事業、メディカル事業の利益拡大、及びスポーツクラブの構造改革などにより全体では増益
- ・親会社株主に帰属する四半期純利益は、電子部品の終息・子会社譲渡に伴う追加損失などによる事業構造改善費用を計上も、政策保有株式の売却による投資有価証券売却益の計上などにより増益

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	<p>増収増益</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆プラスチックフィルムは、海外では需要停滞の影響を受けるも、国内は堅調に推移 ◆エンジニアリングプラスチックは、OA機器向けの市況回復に加えて、半導体向けが堅調に推移
メディカル	<p>増収増益</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆国内は、癒着防止材、骨接合材など吸収性製品の拡販が進む ◆美容医療市場は徐々に回復傾向も、競争激化により苦戦 ◆中国販売は、高額医療規制の影響はあるものの、組織補強材を中心に伸長
アパレル	<p>微増収減益</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆アパレル事業全体ではECルートは拡販が進むも、低価格志向に伴う量販店のPB化や、残暑による秋冬物の不振影響を受け、メンズインナーが低迷 ◆年初来の円安影響に加え、減産による原価高や人件費のコスト上昇影響を受け減益
ライフクリエイト	<p>減収増益</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆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 ◆スポーツクラブは、不採算店舗の見直しにより減収も、損益は改善

I-4. セグメント別業績

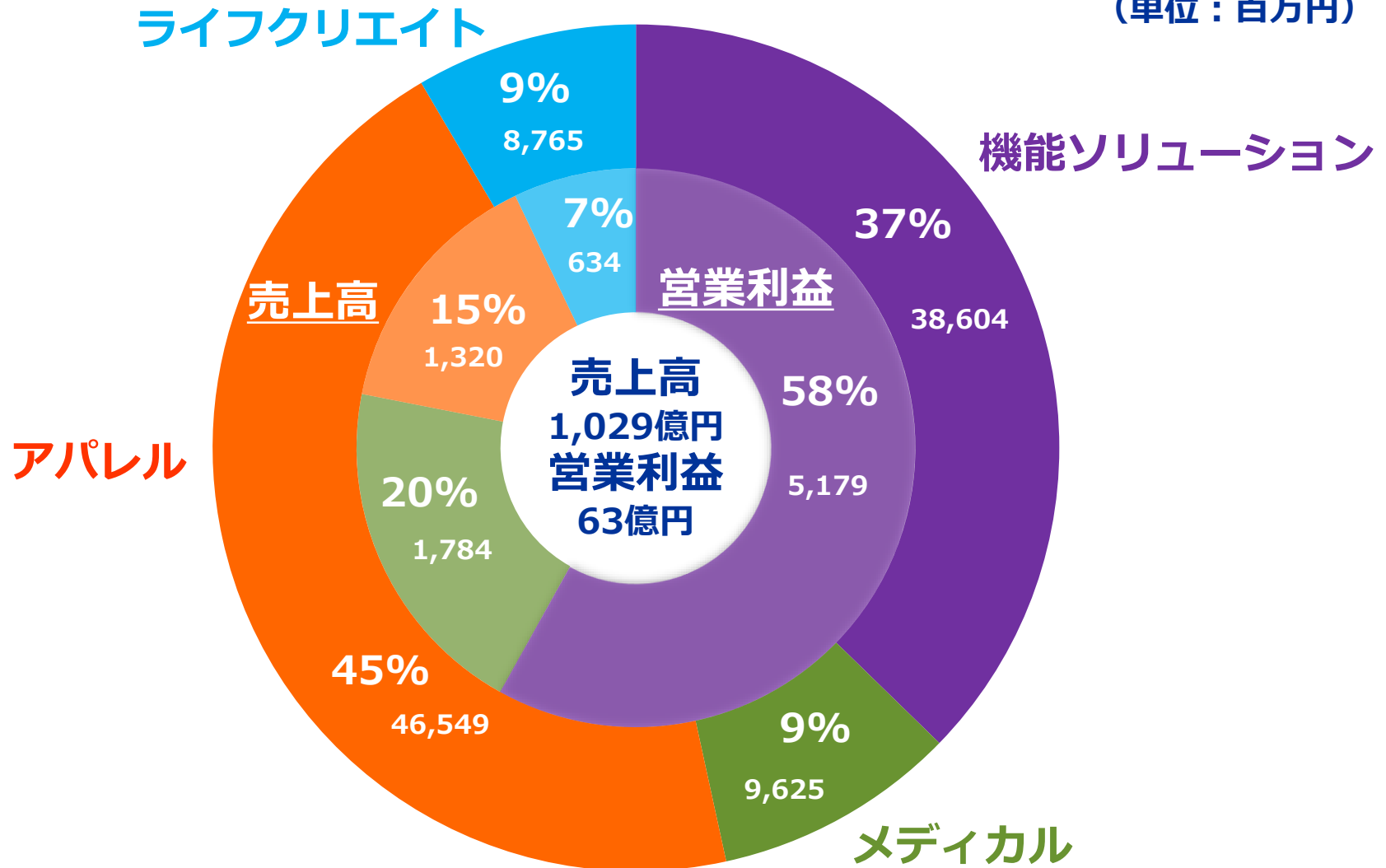
連結業績

(単位：百万円)

	売上高			営業利益（下段：利益率）		
	2025年 3月期 第3四半期	2024年 3月期 第3四半期	対前期 増減	2025年 3月期 第3四半期	2024年 3月期 第3四半期	対前期 増減
機能 ソリューション	38,604	37,348	3.4% 1,255	5,179 13.4%	4,506 12.1%	14.9% 673
メディカル	9,625	8,768	9.8% 857	1,784 18.5%	1,627 18.6%	9.6% 156
アパレル	46,549	46,444	0.2% 104	1,320 2.8%	2,017 4.3%	△34.5% △696
ライフ クリエイト	8,765	9,454	△7.3% △688	634 7.2%	552 5.8%	14.8% 81
合計	102,916	101,450	1.4% 1,466	6,377 6.2%	6,168 6.1%	3.4% 209

I-5. セグメント別構成比

(単位：百万円)

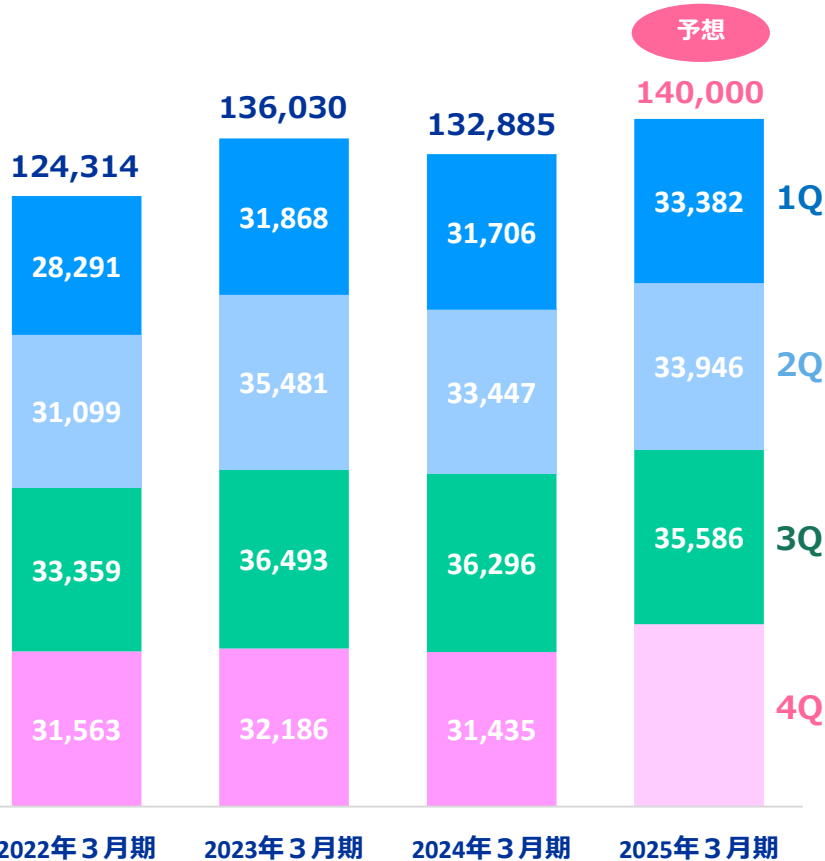


総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

I-6. 第3四半期累計売上高推移

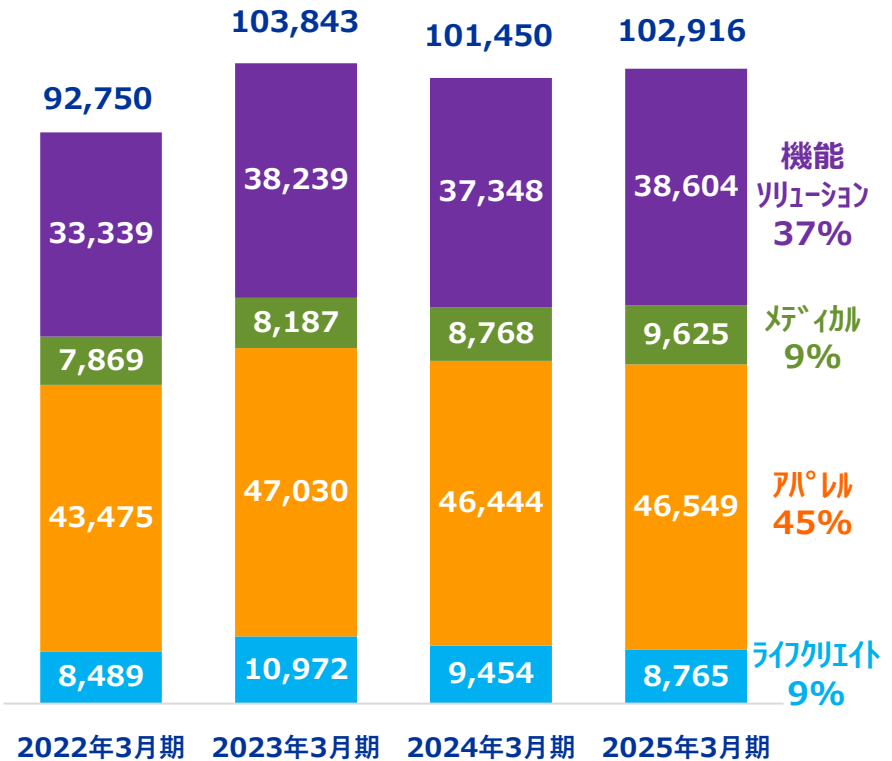
売上高 102,916百万円 前年同期比 +1.4% (単位：百万円)

＜四半期別売上高推移＞



3 Q累計では1,466百万円の増収

＜事業セグメント別3Q累計売上高推移＞

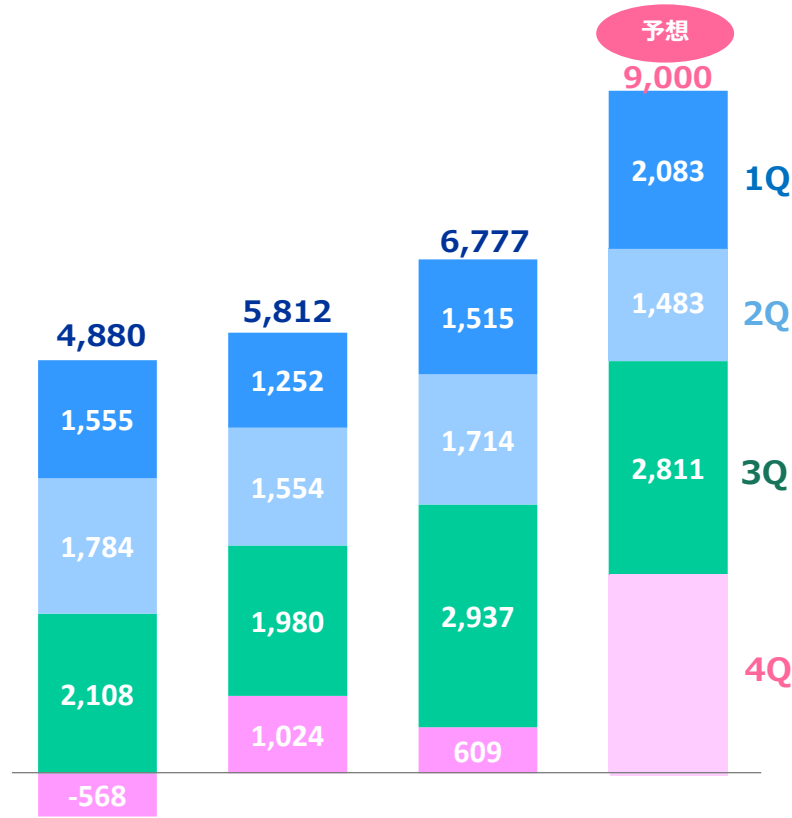


機能ソリューション、メディカルが継続伸長

I-7. 第3四半期累計 営業利益 推移

営業利益 6,377百万円 前年同期比 +3.4% (単位：百万円)

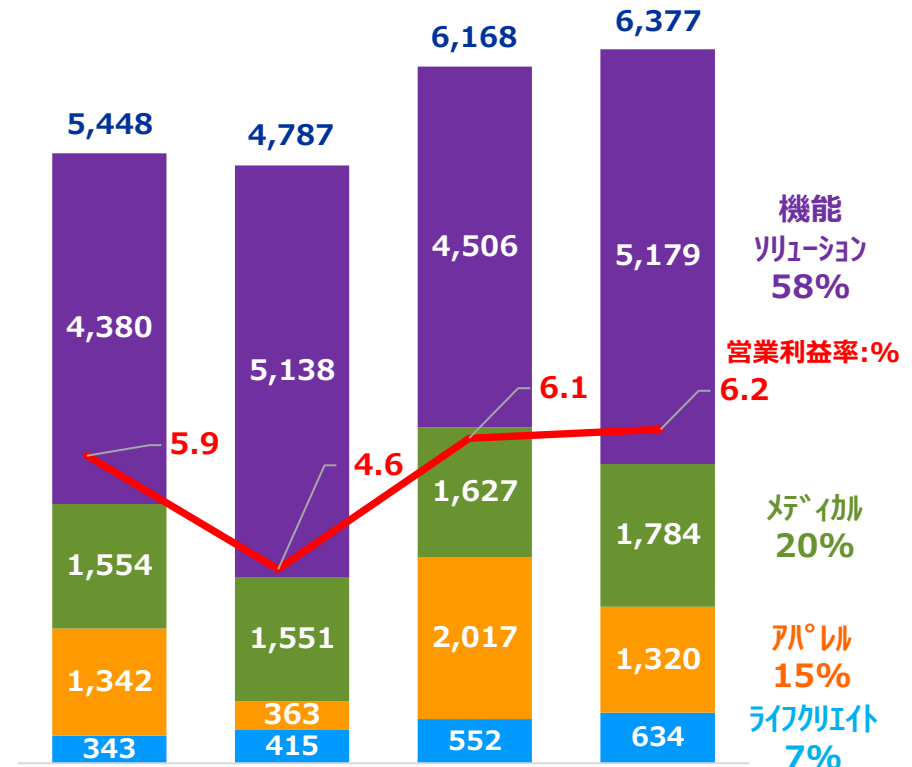
＜四半期別営業利益推移＞



2022年度3月期 2023年度3月期 2024年度3月期 2025年度3月期
総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

3 Q累計では209百万円の増益

＜事業セグメント別3Q累計営業利益推移＞



2022年3月期 2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期
総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

アパレルが為替影響等により減益

I -8. 四半期別業績推移

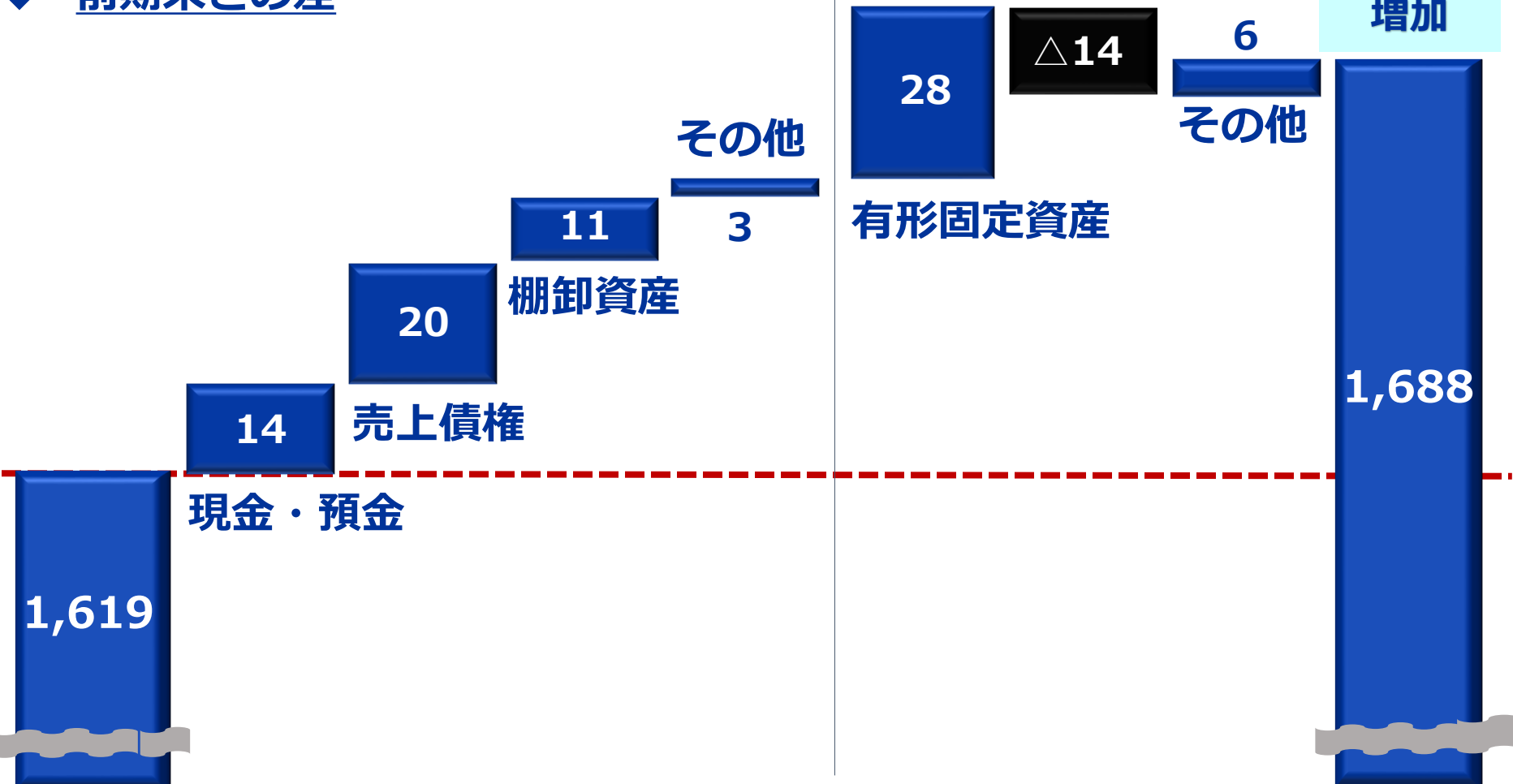
(単位：百万円)

	1Q				2Q				3Q			
	2024年度 (25/3月期)	2023年度 (24/3月期)	(対前期)		2024年度 (25/3月期)	2023年度 (24/3月期)	(対前期)		2024年度 (25/3月期)	2023年度 (24/3月期)	(対前期)	
			増減額	増減率(%)			増減額	増減率(%)			増減額	増減率(%)
売上高	33,382	31,706	1,676	5.3	33,946	33,447	499	1.5	35,586	36,296	△ 710	△ 2.0
機能ソリューション	12,650	11,326	1,323	11.7	12,984	12,925	59	0.5	12,968	13,096	△ 127	△ 1.0
メディカル	3,109	2,420	689	28.5	3,358	3,072	285	9.3	3,157	3,275	△ 118	△ 3.6
アパレル	14,795	14,583	211	1.5	15,074	14,789	284	1.9	16,680	17,071	△ 391	△ 2.3
ライフクリエイト	3,024	3,557	△ 532	△ 15.0	2,712	2,871	△ 158	△ 5.5	3,028	3,025	2	0.1
営業利益	2,083	1,515	568	37.5	1,483	1,714	△ 231	△ 13.5	2,811	2,937	△ 126	△ 4.3
機能ソリューション	1,665	1,423	242	17.0	1,585	1,514	71	4.7	1,928	1,568	359	23.0
メディカル	594	463	130	28.2	685	444	241	54.3	505	719	△ 214	△ 29.8
アパレル	563	343	219	64.0	-146	431	△ 577	-	903	1,241	△ 338	△ 27.2
ライフクリエイト	150	172	△ 22	△ 13.0	152	124	28	22.6	331	255	75	29.8
経常利益	2,272	1,640	631	38.5	1,394	1,639	△ 245	△ 14.9	2,840	2,804	36	1.3
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,600	1,586	14	0.9	1,536	1,071	285	26.6	1,484	1,327	157	11.8

I-9. 資産の増減内容

◆ 前期末との差

(単位：億円)



'24/3末
総資産

< 流動資産 48 >

< 固定資産 20 >

'24/12末
総資産

Ⅱ. 事業セグメント別の概況

Ⅱ-1. 2025年3月期第3四半期事業概況

◆ 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

消費低迷による在庫過多も一巡し、需要回復傾向
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、リサイクルセンター設置を進める

◆ 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10月からの値上げによる消費意欲減退の影響を受けたが、HOT飲料向けで他社品からの取り込みもあり前年を維持
- ・新製品の薄膜・軽量フィルム「ジオプラス」採用拡大を目指す

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、冷凍食品向けバリアタイプが好調
- ・輸出は、バルーン向け需要が回復し伸長

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

- ・PC、スマホ市場の回復が進み、受注量が増加

OPP

- ・防曇フィルムを中心に差異化を訴求

- ・もやし・カット野菜等、袋物野菜向けが好調
- ・高付加価値商品シフトで収益改善を図る

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

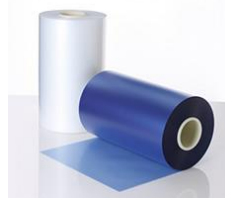
- ・米国：飲料大型商品の終売により減収
環境対応フィルムへのニーズが高まる中、リサイクル可能素材の提案を進める
- ・ベトナム：市場の低価格化対応に加え、飲料、食品分野への提案を目指す
- ・中国：景気低迷影響を受ける中、コスト対応で数量確保



■ シュリンク（平板収縮）



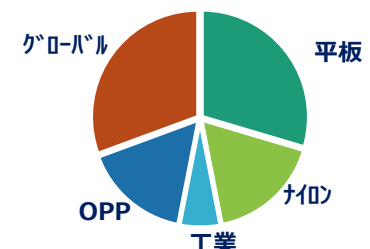
■ ナイロン



■ 工業用品



■ OPP



Ⅱ-2. 2025年3月期第3四半期事業概況

◆ 機能ソリューション事業 2

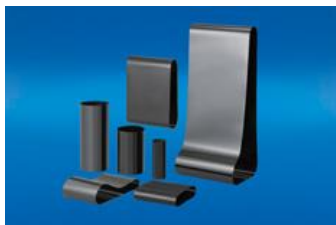
事業の
方向性

■ エンジニアリングプラスチック

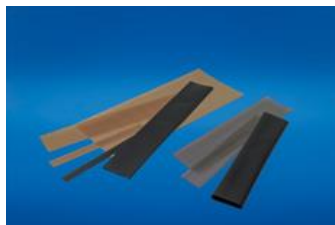
OA市場向け製品を基盤としながら、
半導体・医療分野など、非OA向け
カテゴリーの強化に努め、事業成長を図る

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	<ul style="list-style-type: none"> ・ポリウムゾーンであるプリンター向けは、市場の回復により順調 ・複合機向けは、新規機種への搭載とオフィス需要の安定により好調
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	<ul style="list-style-type: none"> ・健康医療向けでは中国の市況停滞影響を受けるも、一部に留まる ・半導体向けは、市況回復が待たれるも、受注は安定



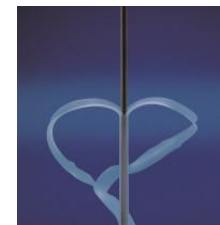
■ シームレスベルト



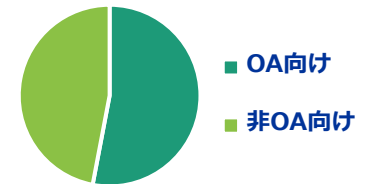
■ フッ素薄肉チューブ



■ 半導体製造用
フィルター材



■ フッ素樹脂チューブ
(引裂き性付与)



Ⅱ-3. 2025年3月期第3四半期事業概況

◆ メディカル事業

事業の
方向性

■ メディカル

革新的な“バイオマテリアル × デバイス”の提供を目指す。
自社製品海外売上比率・国内自社製品比率・
国内新製品売上比率の拡大を推進

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

・日本：競合品の参入影響は少なく、順調に推移
・中国：販売代理店との連携強化及び医療施設での使用増加が進み、好調に推移

骨接合材

・生体吸収性の骨接合材

・日本：早期分解タイプの新製品投入により市場での占有率が拡大し、成長継続
・中国：高額医療規制による購入調整影響を受ける

人工皮膚

・コラーゲン使用の吸収性人工皮膚

・米国：新規獲得件数増により、堅調に推移

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

・営業人員強化による新規獲得を進める
・既存施設への深耕を強化し、使用数増加に繋げる

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：市場は前年より若干回復したものの依然として低調



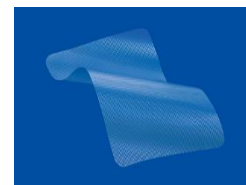
■ 組織補強材



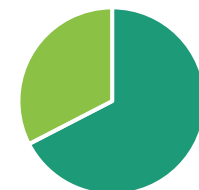
■ 骨接合材



■ 人工皮膚



■ 癒着防止材



■ 国内
■ 海外

Ⅱ-4. 2025年3月期第3四半期事業概況

◆ アパレル事業 1

競争力向上を目的とした業種横断型の組織再編により、総合ブランド戦略を推進、DtoCビジネスシフトに加え顧客ニーズに踏み込んだ商品による新規顧客の獲得を図る。差異化技術の成長を支える生産体制を強化し、自動化への取り組みを拡大する

事業の
方向性

収益拡大

■ インナーウェア分野

- 円安によるコスト上昇に加え、減産等による収益悪化で減益
- EC、直営店は好調も、量販店PBシフトや、残暑による秋冬物不振などメンズインナーが低迷
- アセドロン：汗特化の機能ブランドとして販促を強化

メンズ

- YG：Tシャツ専用インナー「in・T」は残暑で好調維持
- BODYWILD：総合ブランド戦略での売場構築を推進し回復傾向も前年未達
- ベーシックは、長袖等秋冬アイテムが不振、単価ダウン要因となる

レディース

- KIREILABO：無縫製シーズンインナーやカップ付インナーなど差異化商品が好調
- Tuché：ECルートで差異化ファンデーションが好調も、量販店が不振



アセドロン



YG

KIREILABO

Tuché

■ レッグウェア分野

- 構造改革効果が一巡した中、温暖化などの影響を受ける

- ストッキングは前年割れも、レディスソックス、メンズボトムが堅調
- 主力商品「サブリーナ」：レッグトータルブランドとして拡販強化



SABRINA
フットカバー



コラボレギンス
(Ballelite)

Ⅱ-5. 2025年3月期第3 四半期事業概況

◆ ライフクリエイイト事業

事業の
方向性

■ 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資産管理を強化

収益改善

● SC事業の現況

- ・つかしん(兵庫県尼崎市) : 人流回復やリニューアル効果により来客数は回復傾向



つかしん

● 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

■ スポーツクラブ分野

スクール事業の拡大、フィットネス事業の差異化に加え、課題店舗への対応強化により、収益の回復を図る

- ・不採算店舗の統廃合により売上は減少するも、収益改善が進む
- ・スクール事業は、販促強化によりスイミングが伸長。会員数拡大により増収
- ・フィットネス事業は、会員数は横這いも、単価アップにより売上上昇



スクール事業

■ 緑化分野

大阪万博等への緑化需要の取り込みとCO2削減に向け固定量増加に積極的に取り組む

- ・樹木販売は、大阪万博、うめきた(大阪駅周辺再開発) 向け等の大型納品が進む



御堂筋のイチヨウ並木

Ⅲ. 2025年3月期連結業績見通し

Ⅲ - 1 . 2025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	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%

Ⅲ-2. セグメント別業績予想

セグメント別対前期比較

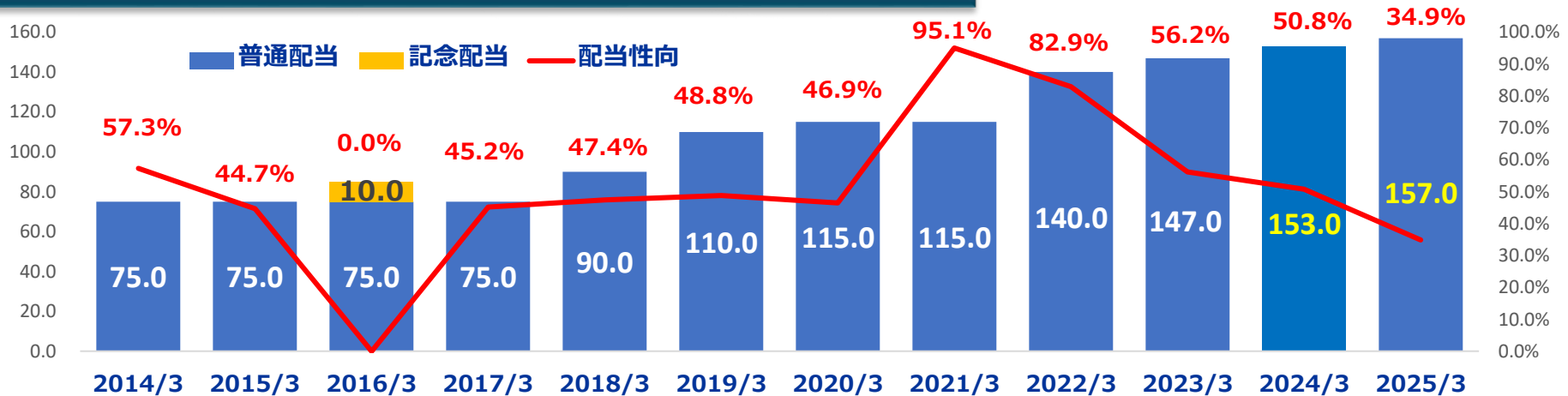
※業績予想修正：無 (単位：百万円)

	売上高			営業利益 (下段：利益率)		
	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

Ⅲ-3. 株主還元

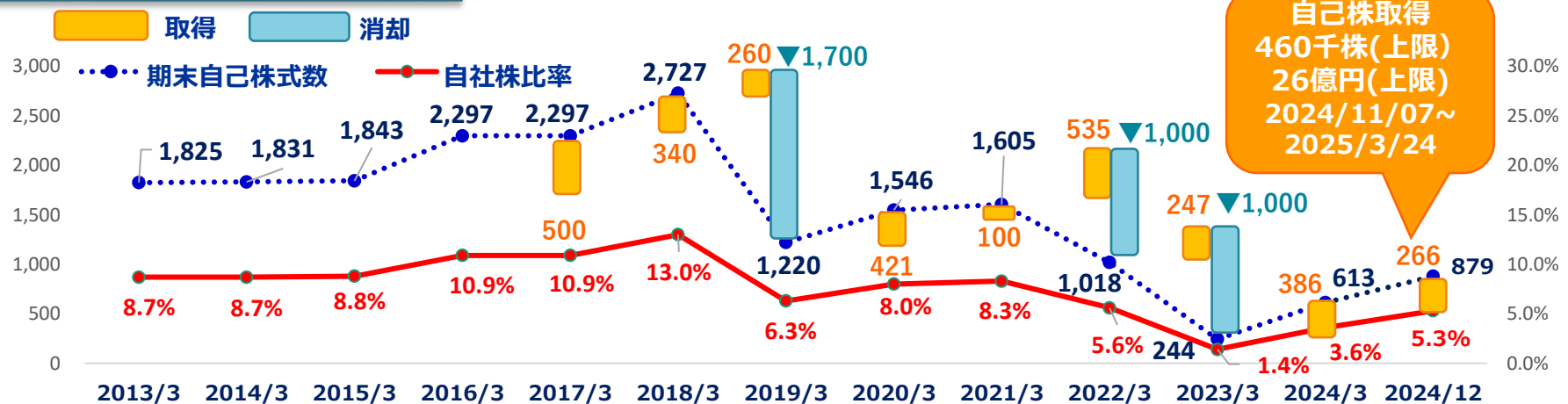
1 株配当金と配当性向の推移

(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)に合わせて、2017年3月末以前の株数を換算しております



自己株取得
460千株(上限)
26億円(上限)
2024/11/07~
2025/3/24

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

Ⅲ-4 . 株式分割による投資金額の引き下げ

(2025年2月6日発表)

中長期的な企業価値向上のため、より多くの投資家の皆さまが投資しやすい環境を整えることを目的に、株式分割を実施

2025年3月31日(月)の最終株主名簿に記載または記録された株主の所有普通株式を、1株につき2株の割合をもって分割

基準日 : 2025年3月31日(月)

効力発生日 : 2025年4月1日(火)



投資家層の拡大
株式の流動性の向上

を目指す

【追加資料】

1. 次期中期経営計画の重点検討事項
2. 主力セクターの取り組み

1. 次期中期経営計画の重点検討事項

次期中期経営計画の方向性

基本戦略	主要取り組み	取り組み概要・推進方法など
成長拡大	成長事業への重点投資	<ul style="list-style-type: none"> ・メディカル、エンプラの新分野・新領域への拡大
	自社技術による商品・サービス提供	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティ課題解決につながる新たな技術、製品、サービスの開発 ・競争優位性や課題解決内容を明確化した商品開発
	グローバル戦略強化	<ul style="list-style-type: none"> ・国内、海外別の差異化事業戦略推進
	新規事業創出	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット領域へのM&A調査、探索 ・社内起業推進
収益改善	経営資源の戦略的配分	<ul style="list-style-type: none"> ・全事業セグメントのGVA黒字化 ・事業構造改革の推進・全事業の体質強化
PBR改革	最適資本構成と株主還元	<ul style="list-style-type: none"> ・株主期待に応えるROE目標の設定とエクイティスプレッドの最大化 ・配当方針の再検討など、株主対応の強化 ・企業価値の向上 PBR 1倍超の早期実現

2-① 主力セクターの取り組み

機能ソリューション事業

プラスチック分野

実施事項

平板収縮：
環境対応商品「ジオプラス®」HCX1で
飲料向けの新規獲得

ナイロン：
汎用タイプの販路拡大を進め、
差異化製品のバリアタイプを浸透

グローバル：
価格提案力を強化し、改めて成長拡大
路線に軌道修正を図る
グローバルメーカー向けに、薄膜
ハイブリッドフィルムの市場展開を目指す

環境対応グレード
GEOPLAS®
ジオプラス

Hybrid Film
HCX1



厚み23μの新製品

社会性：循環原料、易リサイクル性

経済性：薄膜化、印刷端材を直接投入



シュリンクフィルムは
GEOPLAS® HCXシリーズを基盤に発展

エンプラ分野

実施事項

OA向け：
プリンター市場回復を受け増産体制を継続
オフィス複合機向けは新機種への搭載を進める

半導体向け：
市況は回復途上も、今後の拡大に向けた
対応力を強化



江南工場新棟完成イメージ

2-② 主力セクターの取り組み

メディカル事業

工場投資による体制強化

第三工場・インタラクティブセンター建設（2025年2月竣工）

- ・癒着防止材：連続加工ライン導入による増産
- ・研究開発施設増強：次世代製品の開発力強化
- ・インタラクティブセンター：技術系人財交流

高効率空調および太陽光発電の採用により
CO2排出量削減に努め、
CASBEE（建築環境総合性能評価システム）
認証B+以上の環境性能を目指す



新工場（建設中）外観と、事務所イメージ

アパレル事業

実施事項

販売チャネルの構造変化への対応に取り組む

- ・ DtoCへの取り組み強化による更なる成長の加速
- ・ アパレル総合ブランドによるNB拡大(BODYWILD、Tuche)
- ・ 販促強化ブランド「アセドロン」の機能強化など、
シーズン商品のシェア拡大

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。