

2026年3月期（130期）
決算説明資料

2026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. 2026年3月期 決算概要
- II. 事業セグメント別の概況
- III. 2027年3月期連結業績見通し
- IV. 重点事業の方向性



I. 2026年3月期 決算概要

I - 1 .2026年3月期決算 業績

連結業績

(単位：百万円)

	2026年3月期 (下段:利益率)	2025年3月期 (下段:利益率)	対前期	
			増減額	増減率(%)
売上高	130,918	137,117	△6,199	△4.5
※営業利益	4,882 3.7%	7,921 5.8%	△3,038	△38.4
経常利益	4,920 3.8%	8,180 6.0%	△3,260	△39.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	509 0.4%	6,279 4.6%	△5,769	△91.9

→ (主な特別損益)

アパレル事業構造改善費用 △3,311

※営業利益：アパレル構造改革に伴う在庫評価減を約19億円計上しました

I - 2. 2026年3月期決算 業績

決算概要

売上高 : 前期末に事業終息した電子部品の売上影響や、プラスチックフィルム^①の海外での売上減少、アパレルの量販店など既存ルートでの販売減少などにより、6,199百万円の減収

営業利益、経常利益 : 構造改革中のアパレル事業の在庫適正化に向けた棚卸資産の評価損影響、およびメディカル事業の中国販売の停滞や固定費等の増加により、

営業利益は3,038百万円、経常利益は3,260百万円の減益

親会社株主に帰属する当期純利益 :

第1四半期に計上したアパレル事業における事業構造改革費用の影響などにより5,769百万円の減益

I -3.2026年3月期決算 報告事項

適時開示

(単位：百万円)

◆2026年3月期通期連結業績予想(2026年2月5日)と実績値の差異

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益※ (円 銭)
前回発表予想 (A)	133,000	6,400	6,300	1,600	49.51
実績値 (B)	130,918	4,882	4,920	509	15.83
増減額 (B-A)	△2,082	△1,518	△1,380	△1,091	—
増減率 (%)	△1.6	△23.7	△21.9	△68.2	—
(参考) 前期実績 (2025年3月期)	137,117	7,921	8,180	6,279	189.70

◆差異の理由

- ・ 事業構造改革を推進中のアパレル事業は、集中特化戦略として大幅なブランド集約・SKU削減を進める⇒非継続品となる在庫を特定し、その実現可能価格を厳しく見積もる
- ・ 結果、アパレル事業の棚卸資産評価損が19億円増加したため、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前回予想数値を下回る
- ・ 2026年3月期の期末配当は、1株当たり216円(2025年5月14日に公表の通り)

I-4.2026年3月期 決算サマリー

(2025年4月1日～2026年3月31日)

事業セグメント業績の主なポイント

<p>機能 ソリューション</p>	<p>減収増益</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆プラスチックフィルムは、国内が環境対応新製品の展開などにより増益も海外市場における消費停滞や低価格化の影響を受ける ◆エンジニアリングプラスチックは、半導体市場での在庫調整局面の長期化影響を受ける ◆電子部品の終息により、売上高は約29億円減少も、営業利益は約3億円改善
<p>メディカル</p>	<p>増収減益</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆国内は、価格競争の影響はあるものの癒着防止材など吸収性製品の拡販が進む ◆中国販売は、高額医療規制や、日中関係悪化にともなう日本製品の購入抑制影響を受ける ◆医療用レーザーは、事業縮小に伴う在庫評価損を計上 ◆事業拡大に向けた設備投資や人員増などの固定費増加影響を受ける
<p>アパレル</p>	<p>減収減益・赤字</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆生産・物流拠点の集約化や間接部門合理化等の事業構造改革は計画通りに進捗 また、期末には集中特化戦略の中で非継続品となる在庫の評価損を計上 ◆衣料品関連のDtoCルートは、アセドロンやレディスインナーの差異化商品を中心に拡販が進むも、量販店などの既存ルートは、売り場の縮小、消費者の買い控え影響を受ける
<p>ライフ クリエイト</p>	<p>増収増益</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆不動産関連は、商業施設のリニューアル効果により来館者が増加するなど、好調に推移 ◆スポーツクラブは、既存店の売上回復と不採算店舗削減により損益が大幅に改善

I-5.セグメント別業績

連結業績

(単位：百万円)

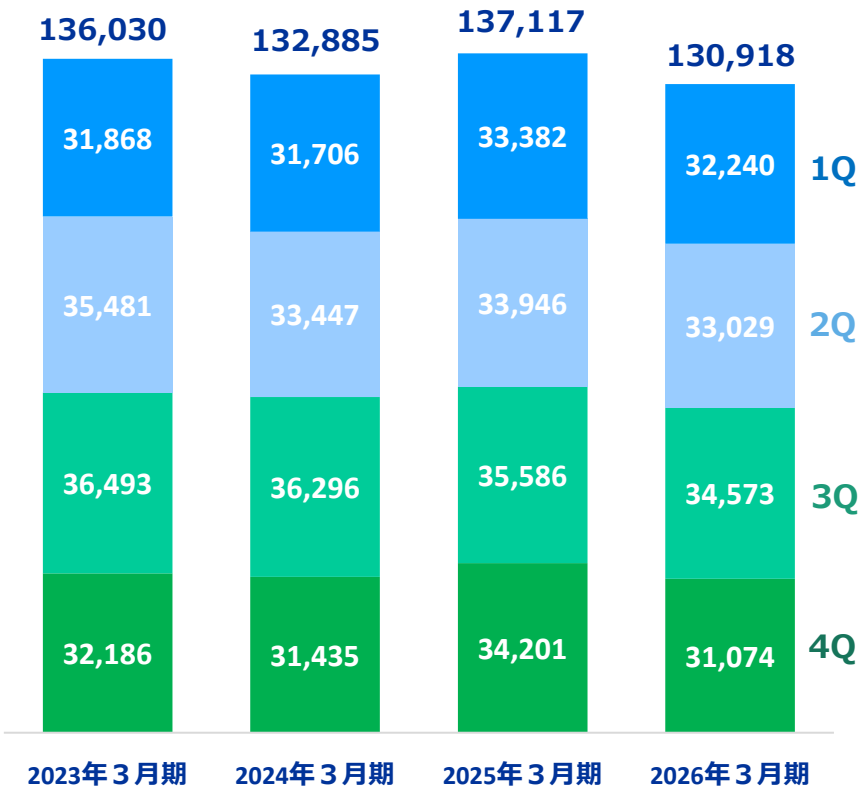
	売上高			営業利益又は損失（下段：利益率）		
	2026年 3月期	2025年 3月期	対前期 増減	2026年 3月期	2025年 3月期	対前期 増減
機能 ソリューション	47,543	52,204	△8.9% △4,660	7,234 15.2%	7,205 13.8%	0.4% 28
メディカル	13,197	12,949	1.9% 248	1,474 11.2%	2,430 18.8%	△39.3% △956
アパレル	58,597	60,782	△3.6% △2,185	△1,334 △2.3%	753 1.2%	- △2,087
ライフ クリエイト	12,530	12,005	4.4% 524	1,232 9.8%	988 8.3%	24.7% 243
合計	130,918	137,117	△4.5% △6,199	4,882 3.7%	7,921 5.8%	△38.4% △3,038

I -6.2026年3月期 売上高 推移

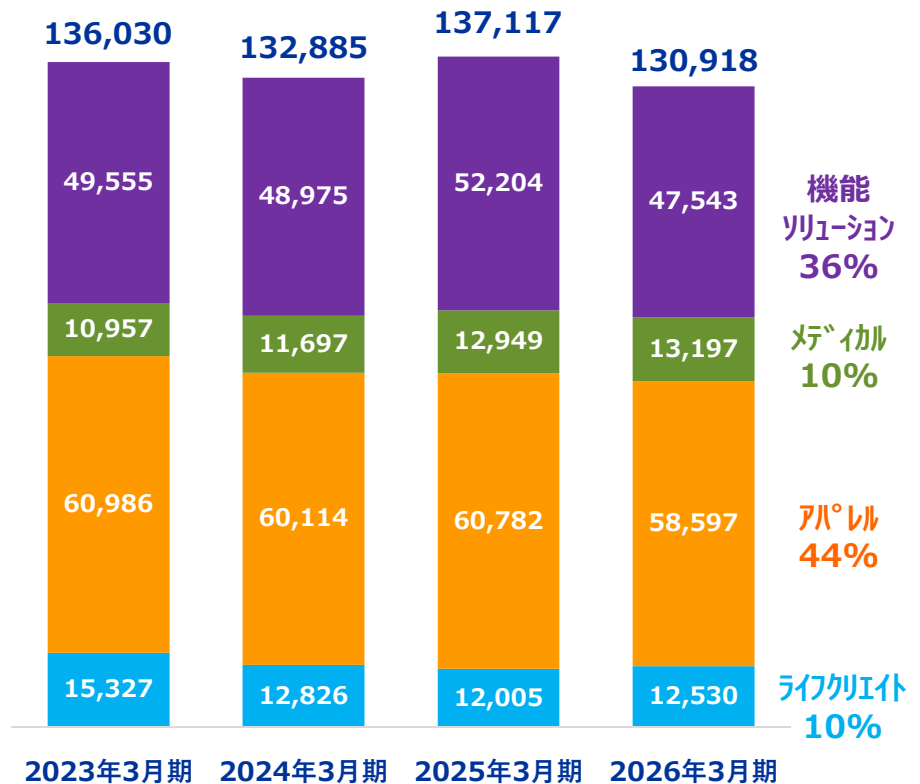
売上高 **130,918**百万円 前年同期比 Δ 4.5%

(単位：百万円)

<四半期別売上高推移>



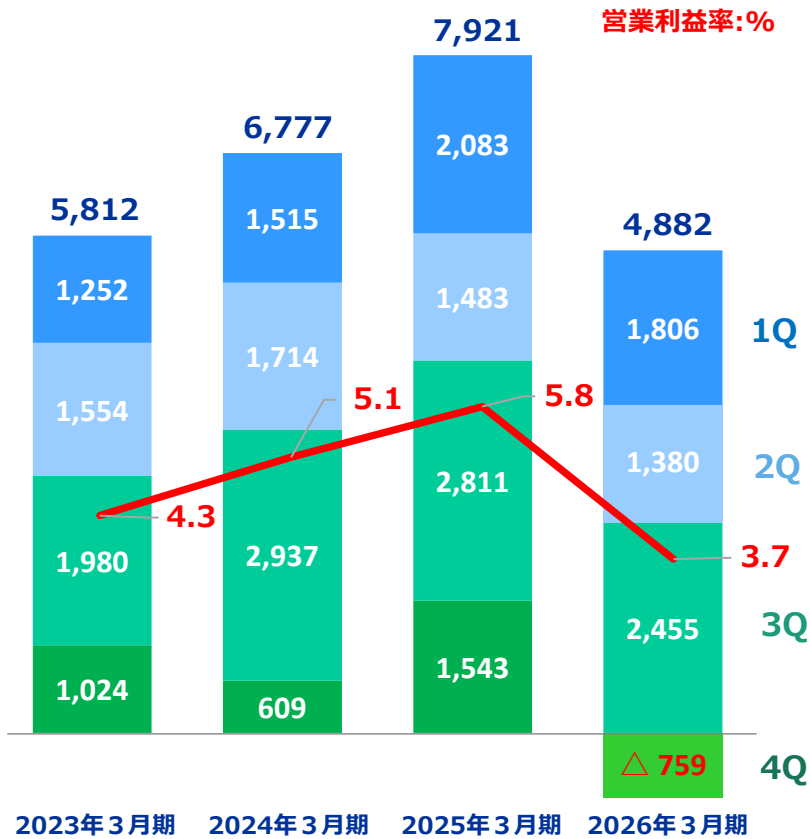
<事業セグメント別累計売上高推移>



I-7.2026年3月期 営業利益 推移

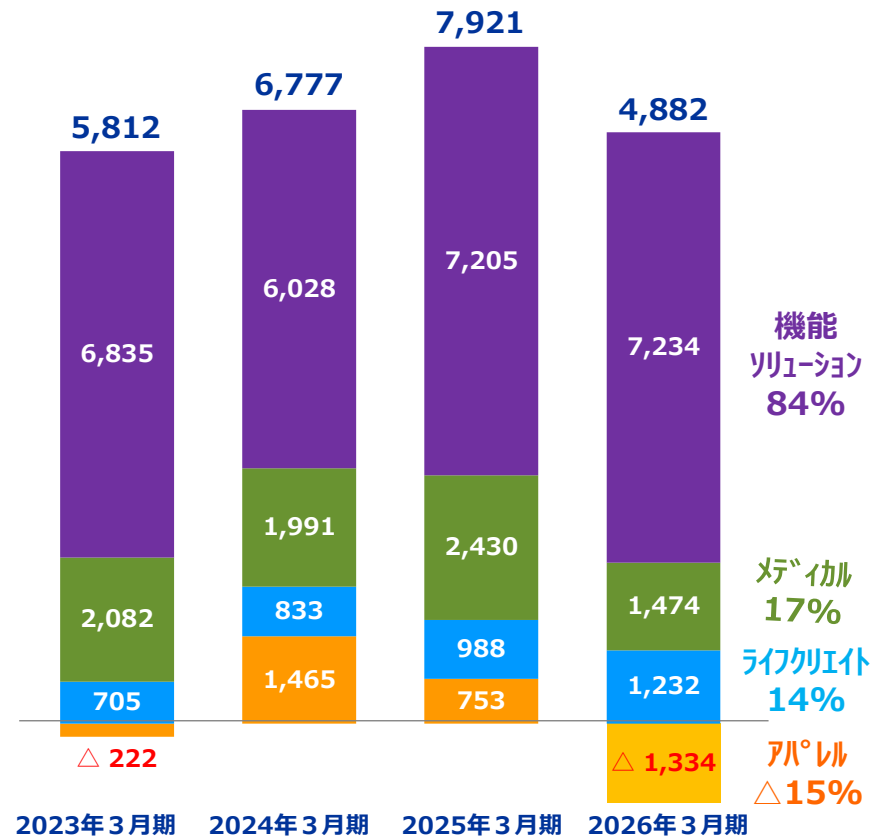
営業利益 4,882 百万円 前年同期比 △38.4% (単位：百万円)

＜四半期別営業利益又は損失推移＞



総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

＜事業セグメント別累計営業利益又は損失推移＞



総額は、セグメント利益に含まない全社費用を含む

I -8. 四半期別業績推移

(単位：百万円)

	第1四半期				第2四半期				第3四半期				第4四半期			
	2025年度 (26/3月期)	2024年度 (25/3月期)	(対前期)		2025年度 (26/3月期)	2024年度 (25/3月期)	(対前期)		2025年度 (26/3月期)	2024年度 (25/3月期)	(対前期)		2025年度 (26/3月期)	2024年度 (25/3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	32,240	33,382	△1,142	△3.4	33,029	33,946	△917	△2.7	34,573	35,586	△1,013	△2.8	31,074	34,201	△3,127	△9.1
機能ソリューション	11,515	12,650	△1,135	△9.0	12,152	12,984	△832	△6.4	12,444	12,968	△524	△4.0	11,431	13,600	△2,168	△15.9
メディカル	3,145	3,109	35	1.1	3,335	3,358	△22	△0.7	3,353	3,157	195	6.2	3,363	3,323	40	1.2
アパレル	14,763	14,795	△31	△0.2	15,021	15,074	△52	△0.3	15,966	16,680	△713	△4.3	12,845	14,232	△1,387	△9.7
ライフクリエイト	3,018	3,024	△5	△0.2	2,819	2,712	107	3.9	3,156	3,028	127	4.2	3,535	3,239	295	9.1
営業利益又は損失	1,806	2,083	△277	△13.3	1,380	1,483	△103	△6.9	2,455	2,811	△356	△12.7	△759	1,543	△2,302	-
機能ソリューション	1,582	1,665	△83	△5.0	1,764	1,585	178	11.2	1,908	1,928	△19	△1.0	1,978	2,025	△47	△2.3
メディカル	540	594	△53	△8.9	407	685	△277	△40.4	549	505	43	8.7	△23	645	△669	-
アパレル	363	563	△200	△35.6	△113	△146	32	-	682	903	△220	△24.5	△2,265	△567	△1,698	-
ライフクリエイト	246	150	96	64.0	228	152	76	50.0	305	331	△26	△7.9	451	353	98	27.8
経常利益又は損失	1,838	2,272	△434	△19.1	1,366	1,394	△28	△2.0	2,434	2,840	△406	△14.3	△719	1,672	△2,391	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益又は損失	△1,473	1,600	△3,074	-	814	1,356	△542	△40.0	1,982	1,484	498	33.6	△814	1,837	△2,651	-

I -9.2026年3月期決算 業績

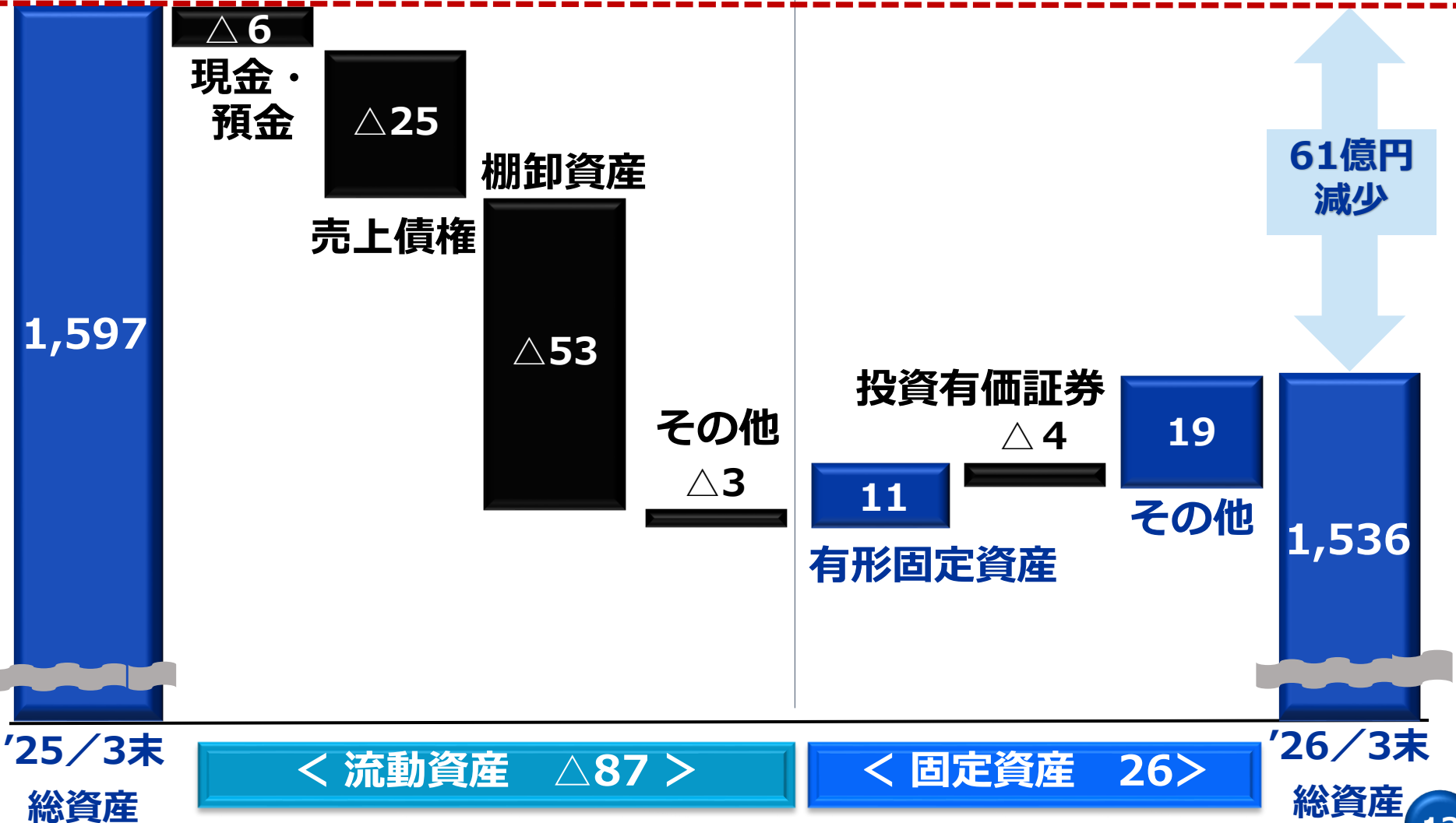
(単位：百万円)

	2026年3月期	2025年3月期	増減額
総資産	153,612	159,677	△6,064
自己資本	111,756	119,074	△7,318
自己資本比率	72.8%	74.6%	△1.8%
有利子負債	13,964	8,960	5,004
BPS 1株当たり純資産(円)	3,565.39	3,667.20	△101.81

I-10. 資産の増減内容

◆前期末との差

(単位：億円)



I-11. キャッシュフロー

(単位：百万円)

	2026年 3月期	2025年 3月期	増減
営業活動	17,271	11,572	5,698
投資活動	△11,585	△7,485	△4,100
FCF	5,686	4,087	1,598
財務活動	△6,320	△5,184	△1,135
現金及び 現金同等物 期末残高	9,936	10,541	△604

■ 主な営業CF

営業利益	4,882
減価償却費	7,260
棚卸資産の減少	5,359

■ 主な投資CF

固定資産の取得	△12,149
---------	---------

■ 主な財務CF

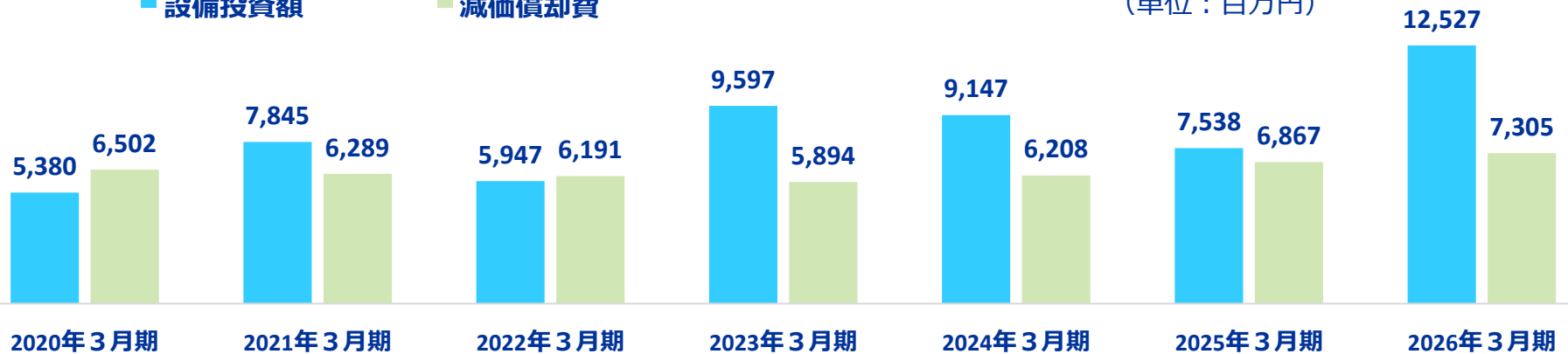
長期借入れによる収入	5,304
配当金支払	△6,307
自己株式の取得	△5,007

I -12.設備投資額・減価償却費推移

■ 設備投資額

■ 減価償却費

(単位：百万円)



	設備投資					減価償却				
	2025年 3月期	2026年 3月期	前期増減	2027年 3月期 計画	当期増減	2025年 3月期	2026年 3月期	前期増減	2027年 3月期 計画	当期増減
機能ソリューション	1,784	5,866	4,082	3,900	△1,966	2,803	2,933	130	3,100	167
メディカル	2,315	2,492	177	1,500	△992	575	723	148	800	77
アパレル	1,961	2,762	801	1,700	△1,062	1,432	1,479	47	1,600	121
ライフクリエイト	842	1,034	192	1,500	466	1,516	1,560	44	1,600	40
その他	634	372	△262	400	28	539	607	68	600	△7
合計	7,538	12,527	4,989	9,000	△3,527	6,867	7,305	438	7,700	395



2027年3月期の主な投資計画	
エンジニアプラスチックス増産対応及び新棟建設	2,000
プラスチックフィルム製造装置増設及び設備更新	1,800
メディカル増産拡販投資等	1,400
アパレル国内設備集約及び繊維資材海外生産設備	1,200



Ⅱ. 事業セグメント別の概況

Ⅱ - 1 .2026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

強化・拡大

■ プラスチック

中東情勢による市場環境変化に対応し、安定供給を果たすとともに、サーキュラーファクトリー（資源循環型工場）を中核に資源循環モデル確立を推進する

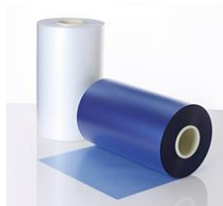
◆ 製品群	製品内容	概況
平板収縮	<ul style="list-style-type: none"> ・PETとPSの積層構造のハイブリッドフィルムは収縮性に優れており美麗性が特徴 ・オレフィンラベルは、比重分離し易くリサイクルが容易 	<ul style="list-style-type: none"> ・飲料向けは、自販機向けなどの市況低迷を受けて苦戦するも新たな環境対応新製品の展開にてカバー
ナイロン	<ul style="list-style-type: none"> ・ガスバリア性や耐ピンホール（穴が開き難い）特性を持つ 	<ul style="list-style-type: none"> ・一般ナイロンは競争力強化で拡大も、バリア製品が食品値上げの影響を受ける。バルーン向け輸出も先方の在庫調整を受け苦戦
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"> ・半導体市場の好調を背景に、製造工程で使われる粘着テープ向け基材の堅調などにより、過去最高の販売量となる
OPP	<ul style="list-style-type: none"> ・防曇フィルムを中心に差異化を訴求 	<ul style="list-style-type: none"> ・製品ラインナップを縮小し、防曇タイプなどの高付加価値品に特化することで収益重視を進める
グローバル	<ul style="list-style-type: none"> ・米国、ベトナム、中国の3拠点で平板収縮フィルムを生産 	<ul style="list-style-type: none"> ・米国：ハイブリッドは堅調な中、次期主力製品の拡販を進める ・ベトナム：中国品の攻勢で苦戦も、原価低減策に取り組み挽回を図る ・中国：コスト削減を強化し、差異化製品の競争優位性を構築



■ シュリンク（平板収縮）



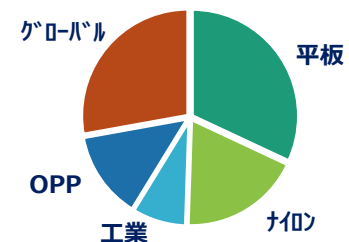
■ ナイロン



■ 工業用品



■ OPP



Ⅱ - 2. 2026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

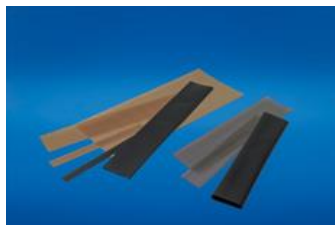
OA市場向け製品のシェア拡大を図るとともに
半導体・医療・エネルギー分野など、非OA向け
カテゴリーの強化に努め、事業成長を図る

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	・米国関税影響等を受けプリンター向け製品は低迷も、 オフィス複合機向けや商業印刷向け製品は安定
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	・半導体向けは市場の在庫調整影響を受けるも、 4Q以降は需要回復 ・医療、半導体向け製品の新生産ライン稼働による 拡販に取り組む



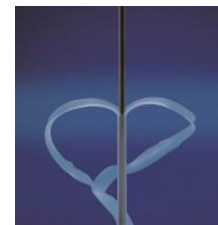
■ シームレスベルト



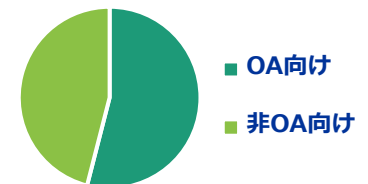
■ フッ素薄肉チューブ



■ 半導体製造用
フィルターポット材



■ フッ素樹脂繊維
(引裂き性付与)



Ⅱ - 3 .2026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

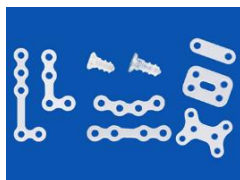
自社開発製品の提供を通じて着実な売上拡大を図るとともに、グローバルに展開する医療機器企業への成長を目指す

強化・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	<ul style="list-style-type: none"> ・日本：競合参入も、新タイプの展開などにより順調 ・中国：医療費削減政策の影響に加え、日中関係の悪化により、日本製品の販売不安は継続する見通し 中国国産化対応を進める
骨接合材	・生体吸収性の骨接合材	<ul style="list-style-type: none"> ・日本：口腔外科の症例需要増により安定して拡大
人工皮膚	・コラーゲン使用の吸収性人工皮膚	<ul style="list-style-type: none"> ・日本：熱傷症例の獲得に注力し、挽回を図る ・米国、中国：外傷領域中心に開拓を継続
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	<ul style="list-style-type: none"> ・競合と競争激化も、付加価値訴求を軸とした差異化戦略を継続し、重点施設での使用量拡大を進める
仕入品	・美容・形成・創傷領域などの医療機器	<ul style="list-style-type: none"> ・医療用レーザー：事業縮小に伴う在庫評価減実施



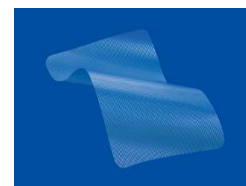
■ 組織補強材



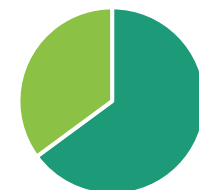
■ 骨接合材



■ 人工皮膚



■ 癒着防止材



■ 国内
■ 海外

II - 4 .2026年3月期事業概況

◆ アパレル事業

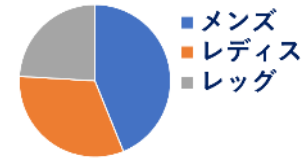
創益カテゴリーに集中特化し、生産物流再編、間接部門効率化などの取り組み強化により資本効率を高め、持続可能な事業に再生する

事業の
方向性

構造改革

■ インナーウェア分野

- 重点ブランドに集中特化し、SKU削減と価格改定を進める
- ECを中心に、DtoCルートへの販路シフトを加速
 - ・ アセドロン：年間を通じ汗対策に特化する切り口で好調
 - ・ KIREILABO：量販店など既存ルート苦戦の影響を受ける



アセドロン

■ レッグウェア分野

- ブランド集約、SKU削減による効率化を進める
- 価格改定及び低収益カテゴリーからの撤退による収益改善
- 専用商材開発含めDtoCシフト加速
 - ・ ストッキング：「SABRINA」価格改定影響を含め苦戦も、収益性は改善
 - ・ ソックス：生産基地の適正化・不採算カテゴリー撤退に取り組む



KIREILABO
インナーウェア



BODYWILD



SABRINA
ストッキング

Ⅱ -5.2026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

構造改革

■ 不動産関連分野

投資効率を重視した物件別管理を強化し、低収益アセットの改善を進める

● SC事業の現況

- ・つかしん(兵庫県尼崎市) : リニューアル後の新店・改装効果により、来館者数が増加し堅調



つかしん

● 不動産賃貸事業の現況

- ・売上、利益とも順調に推移

■ スポーツクラブ分野

スクール事業の会員拡大、フィットネス事業の魅力度向上への取り組みにより業績回復

- ・既存店の価格改定と不採算店舗の閉店により収益性改善
- ・スクール事業は、需要の取り込みにより会員増
- ・フィットネス事業は、プログラム料金体系の見直し等により会費単価が向上
- ・学校、自治体など受託案件の拡大が進む



スクール事業

■ 緑化分野

緑化需要の取り込みと、CO2固定化に積極的に取り組む

- ・樹木販売事業は、前期の万博需要など大型物件の反動減に加え、工事延期などの影響を受ける



都市緑化(御堂筋イチョウ並木)



Ⅲ. 2027年3月期連結業績見通し

Ⅲ-1.2027年3月期連結業績予想

業績予想

(単位：百万円)

- ・売上高は、アパレル以外の事業は順調に拡販が進み、増収
営業利益、経常利益は、アパレル事業の構造改革による収益改善、プラスチックフィルムのグローバル収益改善、エンジニアリングプラスチックスにおける半導体関連製品の在庫調整局面からの回復により増益
- ・親会社株主に帰属する当期純利益は、大幅に改善
- ・次期配当は1株あたり216円を予定(普通配当147円、特別配当69円)

項目	2027年3月期		2026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	132,000		130,918		1,082	0.8%
営業利益	8,800	6.7%	4,882	3.7%	3,918	80.3%
経常利益	8,400	6.4%	4,920	3.8%	3,480	70.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	5,200	3.9%	509	0.4%	4,691	921.6%

Ⅲ-2.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)

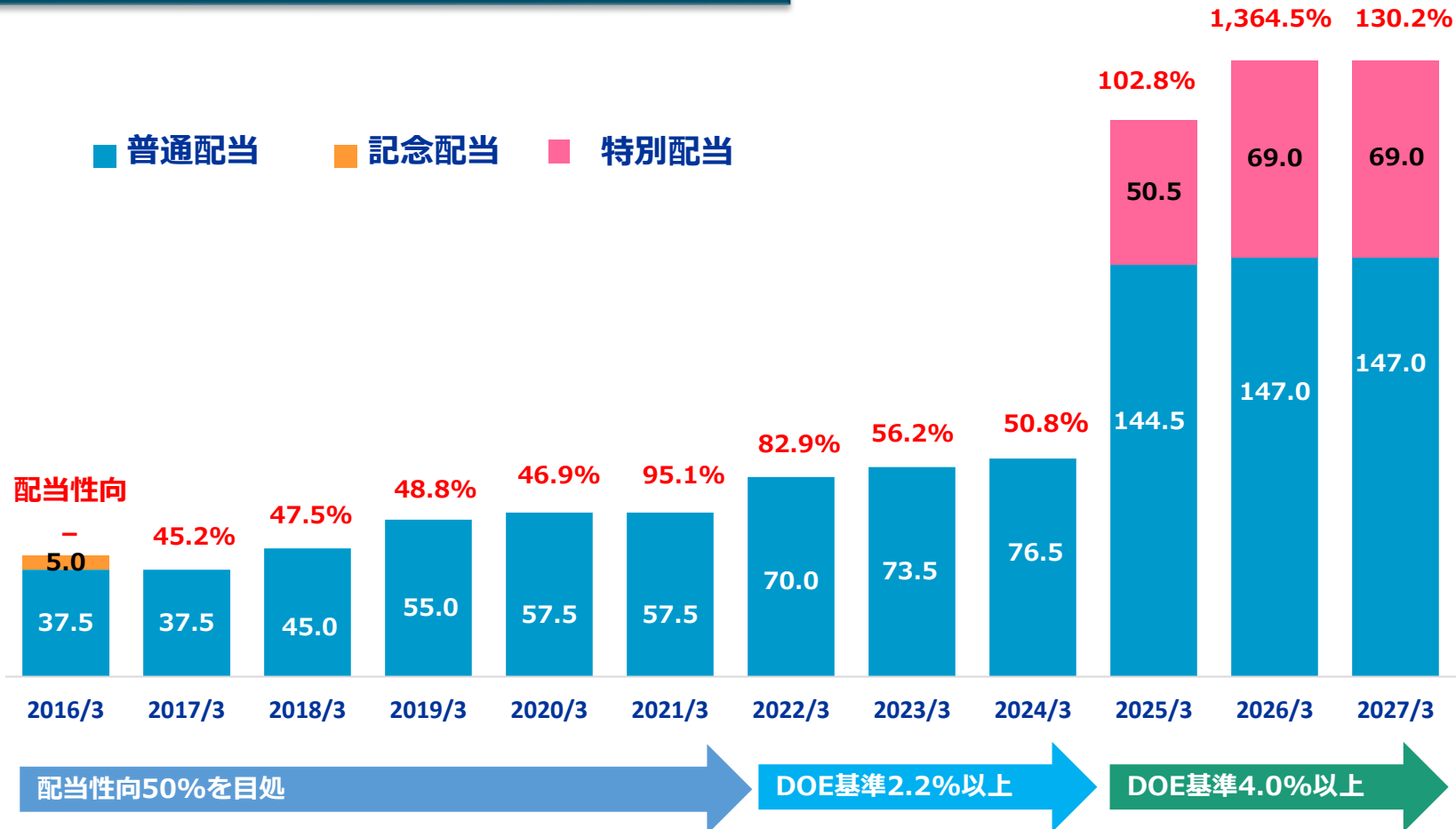
	売上高			営業利益又は損失（下段：利益率）		
	2027年 3月期 (2026年度)	2026年 3月期 (2025年度)	増減	2027年 3月期 (2026年度)	2026年 3月期 (2025年度)	増減
機能 ソリューション	49,300	47,543	3.7% 1,757	8,300 16.8%	7,234 15.2%	14.7% 1,066
メディカル	14,400	13,197	9.1% 1,203	1,800 12.5%	1,474 11.2%	22.1% 326
アパレル	56,600	58,597	△3.4% △1,997	1,300 2.3%	△1,334 △2.3%	- 2,634
ライフ クリエイト	13,000	12,530	3.8% 470	1,300 10.0%	1,232 9.8%	5.5% 68
合計	132,000	130,918	0.8% 1,082	8,800 6.7%	4,882 3.7%	80.3% 3,918

Ⅲ-3.株主還元

1株配当金と配当性向の推移

(単位：円)

予想

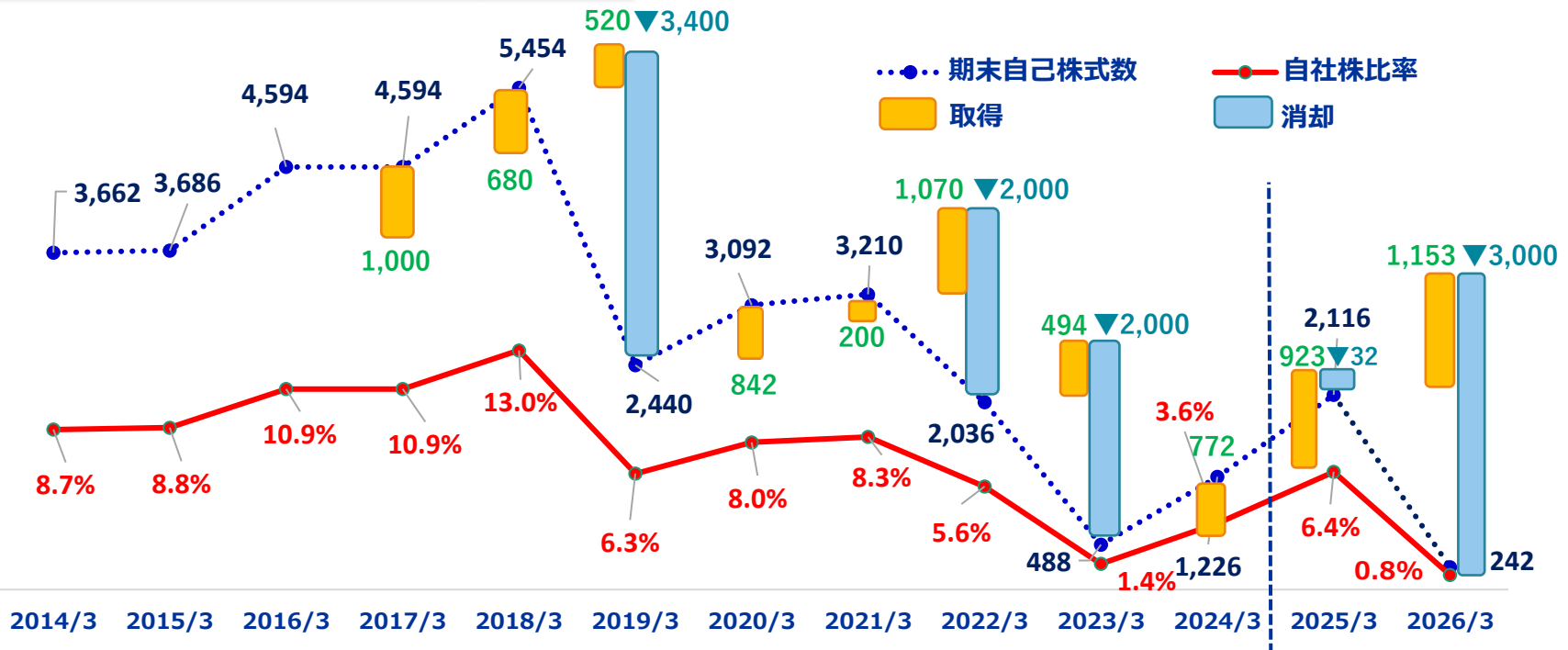


※ 2025年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施 過年度分も当該株式分割後ベースで記載

Ⅲ-4.株主還元

自社株の状況

(単位：千株)



2025年度自己株取得状況

2026年3月12日終了：1,153,400株、4,999,956千円

※2025年11月5日開催の取締役会における決議内容：

当社普通株式 140万株（上限）（発行済株式総数に対する割合 4.05%）、50億円（上限）

取得期間 2025年11月6日から2026年3月24日まで

2025年度自己株消却 2026年3月31日消却：普通株式 3,000,000株

（消却前発行株式総数に対する割合 8.67%）



IV. 重点事業の方向性

IV-1.重点事業の方向性

メディカル事業の利益成長に向けた重点施策

□ 中国事業の成長停滞への対応

- ・ 高額医療規制等の影響は継続し、代理店在庫調整で上期は落ち込みを見込む
- ・ 組織補強材等の中国国産化を推進し、販売製品群を再構築する

□ 美容医療事業の縮小

- ・ 市場環境変化を踏まえ、需要変動の大きい美容医療領域での事業縮小
- ・ 医療用レーザーは在庫評価減を実施し早期消化を図る

■ 利益成長に向けた今後の方向性

- ・ 安定収益が見込める自社製品中心の事業構成へ転換
- ・ 海外事業は、欧州、米州、APAC等、中国以外の販売拡大を進め、中国依存度を計画的に軽減
- ・ 医療用レーザー等、低収益な外部仕入品の縮小を計画的に実施

 営業利益率20% への早期回復を目指す

IV-2.重点事業の方向性

アパレル事業の構造改革進捗

営業損益改善目標 33億円(24年度⇒27年度)に対し、**26年度で93%達成を計画**

実施事項	2025年度	2026年度	2027年度
集中特化戦略	創益カテゴリーに集中し、収益性を高める		
目標額 17億円 25-26年計	目標達成率90% (27年度で目標達成見込み)		
プライシング最適化	●25年8月～ ストッキング価格改定、26年2月～ インナー・ハウス価格改定		
ブランドポートフォリオ見直し	●25～26年度 累計SKU削減率 25%減		
バリューチェーン改革	生産物流拠点集約と海外生産シフトによるコスト競争力の強化		
目標額 9億円 25-26年計	目標達成率101%		
国内生産・物流拠点集約	●25年12月末 綾部(物流)、26年3月末梁瀬(工場) 終息 ●26年12月末 東北(工場)及び福知山(物流) 終息予定		
その他改革	集中特化によるビジネスモデルの変革に向けた間接人員の適正化		
目標額 7億円 25-26年計	目標達成率89% (27年度で目標達成見込み)		
間接人員適正化	●希望退職、その他		



為替変動、エネルギー費等、外部環境の変化に対しては追加施策（コストダウン、間接人員削減、不採算部門の撤退、等）により、営業利益目標達成を目指す

IV-3.重点事業の方向性

アパレル事業 2030年のあるべき姿

◆ 価値創造と収益化を実現するビジネスモデル (2030年 KPI指標)

営業利益率
10%

年間在庫回転率
4回転

リードタイム短縮
50%

GVA
黒字化

顧客価値提供

ターゲット顧客の切実な課題に対し、他社には真似できない独自のソリューションを、最適なタイミングで確実に提供

利益モデル

- ・ 独自価値による最適値付け
- ・ 高鮮度な在庫運用(年間4回転)
- ・ 限利率向上(低ロス運営)
- ・ 為替リスク低減

プロセス改革

部門連携による顧客価値の最大化と高効率体制の両立

- ① 顧客体験起点の価値創出
- ② 無駄を排した生産・ロジスティクス
- ③ 組織トータル・マネジメント
- ④ グローバル地産地消モデル

経営資源

- ・ 高信頼ブランド資産
- ・ 高度な生産加工技術と独自素材
- ・ 科学的評価技術(エビデンス)
- ・ 生販一体の垂直統合
- ・ 直販体制(自社EC&SPA)
- ・ 全国複合販路セールス網

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。