

コア技術のさらなる深化と融合により、サステナブルな社会の実現に貢献



ウェルネス分野、メディカル分野、
環境対応分野—
お客さまのニーズに沿った
創意工夫の積み重ねが
新たなイノベーションを生み出します。

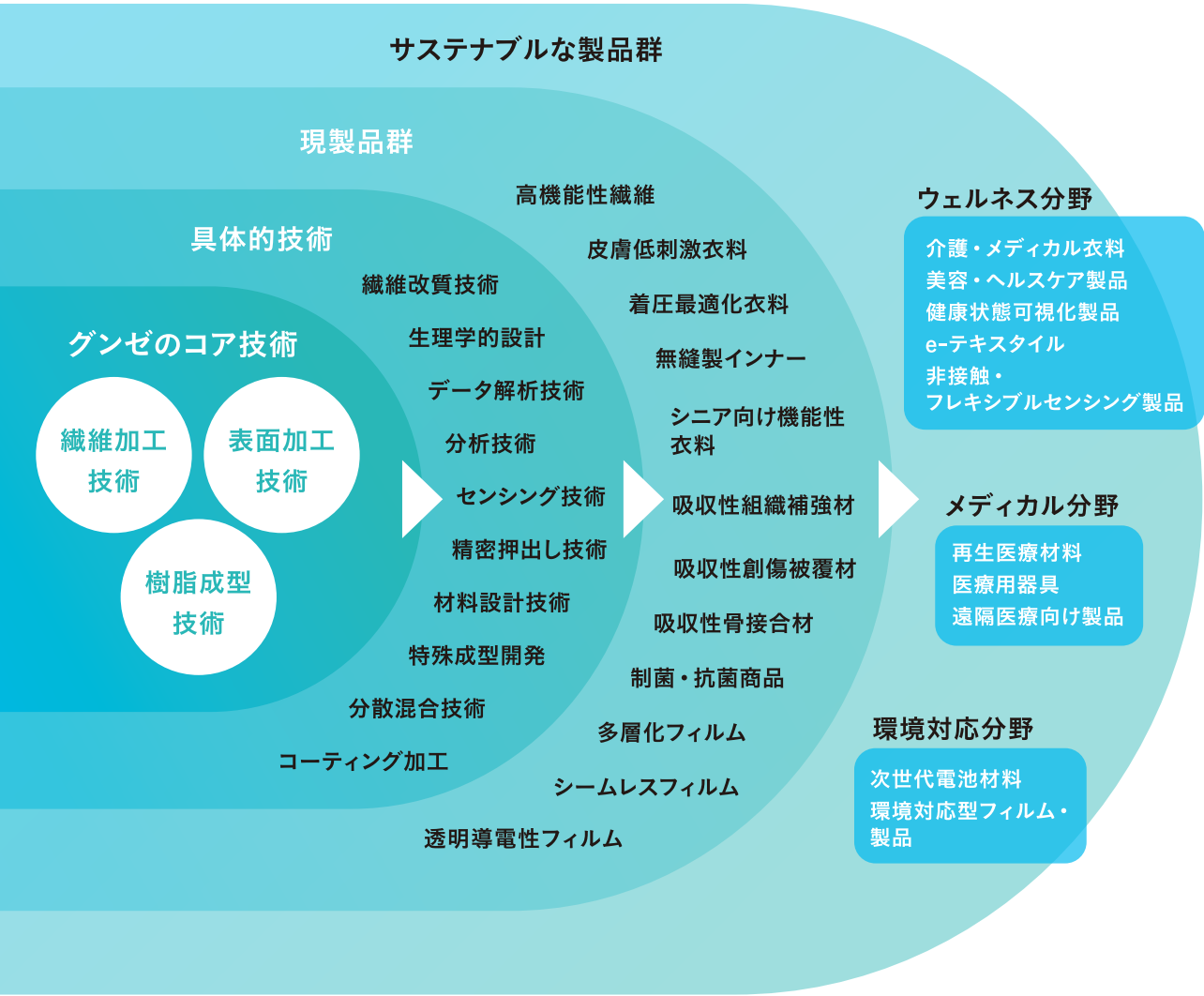
取締役 兼 執行役員 研究開発部長
及川 克彦

「グンゼしかやらない」

ある開発をしていた時に、社内の先輩から掛けられた言葉です。この「～しかやらない」という表現について、現在のように変化が激しく、企業にとってサステナブルな考えに基づく経営が必要な時代において、改めて深く考えさせられています。当社の研究開発は、養蚕家に優良な蚕種を提供する目的でスタートしました。それ以降、脈々とその時々が必要とされる優良品の提供のために、研究開発活動が受け継がれてきました。祖業である絹糸の時代から当社は基本的に原料を持たない加工メーカーであり、現在のアパレル、機能ソリューション分野ともに、創意工夫された加工技術によってお客さまのニーズに沿ったものを提供することを生業としてきました。原料を持たないことが、結果としていろいろな組み合わせに積極的にチャレンジすることになり、オリジナル性の高い製品を生みだしていると言えます。冒頭の「～しかやらない」には2つの意味があって、こんな試作品を作るような変わったやり方は、グンゼの研究部門でしかやらない。つまり否定的な意味合いを持っています。一方で、この製法はどこもまねのできないオリジナルな製品を生み出すための源泉であり、ドンドンやるべきだという肯定的な意味合いがあります。つまりこの言葉には相対する両面性があり、その言葉を投げかけた先輩は、両面ともに重要なことであると伝えなかったのだ、と理解しています。この二面性のバランスを取っていくことが、当社の研究開発の強みであり、事業部門での主力製品のいくつかはこの製法で作られた、と言えます。これらの

開発を実現するために、創業当時から材料系と機械・電気系の人財が交流を積極的に行う環境が培われており、他社にならぬ製造装置を構築することによって差異化商品の創出に役立っています。当社の製品は、多くの石油由来の原材料を使っています。特にプラスチックは、技術的に大きなイノベーションが何度も生み出され、広く生活に浸透している優れた材料である一方で、自然界で完全に分解されることなく中途半端に残ってしまう、という大きな問題があります。私たちは、便利さゆえに広範囲で使われることによって発生しているこの課題を解決することに、全力で取り組まなければなりません。ただ、この課題は当社だけで解決する問題ではありません。広く業界の垣根を超え、Common Good（共通善）の考えで取り組む方向も大切だと思います。共創すべき点と、競争すべき点を両立させながら、プラスチックがサステナブルな社会へ貢献する優れた製品であることを伝える積極的な発信が必要と考えています。当社は、リサイクル特性に優れ、CO₂削減につながる製品や、医療機器系向け部材など、QOL改善につながる製品開発を強化してまいります。現在、新たな取り組みとして全樹脂電池用の集電体の開発に注力しています。この製品は、樹脂、すなわちプラスチックの特性を利用することにより、安全かつエネルギー問題に大きく貢献し、新しい社会インフラを生み出すものと捉えています。当社はこれからもサステナビリティを強く意識した製品群を生み出してまいります。

加工技術を通じたイノベーションの創出



Pick Up! 全樹脂電池向け樹脂集電体の開発

全樹脂電池とは、三洋化成工業株式会社とAPB株式会社を中心となって当社など各材料メーカーが共同で開発を進めている新型のリチウムイオン電池です。一般的ナリチウムイオン電池では、集電体という電気を出し入れする端子に銅やアルミなどの金属箔が使用されますが、全樹脂電池では当社が開発した樹脂集電体を使用しています。再生可能エネルギーの主流である太陽光発電や風力発電は発電量が気象条件によって大きく左右されるため、需給バランスを整えるためにリチウムイオン電池などを用いた大容量蓄電設備を併設する必要があります。そのため現在のリチウムイオン電池の課題である安全性とコストを両立する蓄電池が必要とされています。全樹脂電池は、集電体に樹脂(フィルム)を用いることによる異常時の信頼性や形状の自由化に加えて、高エネルギー密度と製造コストの低減も見込めるなど、新たな再生可能エネルギーの蓄電用途として有望視されています。

グンゼグループは2021年10月に予定されている全樹脂電池の量産開始に向けて、滋賀研究所内に量産試作ラインの整備を進めています。これからも社会課題の解決を図るため、独自技術を応用したフィルムの用途開発に取り組み、サステナブルな社会の実現に貢献してまいります。



2021年3月9日合同記者会見の様子
APB株式会社代表取締役 堀江 英明氏(左)、当社代表取締役社長(当時) 廣地 厚(中)、三洋化成工業株式会社代表取締役社長(当時) 安藤 孝夫氏(右)

高機能製品、グローバル市場の拡大など、 攻めの戦略により新たな顧客を獲得する



代表取締役社長 兼 社長執行役員
機能ソリューションセグメント管掌

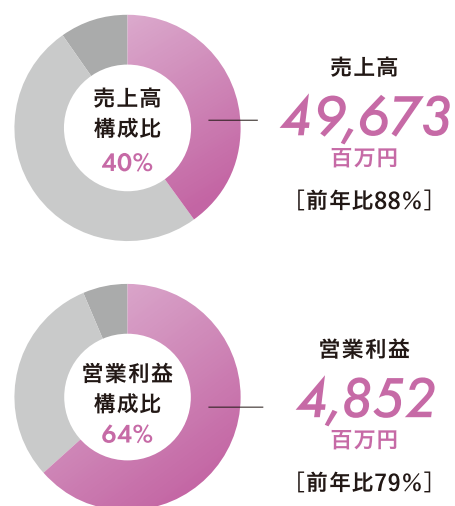
佐口 敏康

機能ソリューション事業は、1962年にプラスチックフィルム分野への進出以来、当社のコア技術である樹脂加工技術と表面加工技術の融合により、さまざまな用途開発を行い、付加価値製品を創造し続けています。

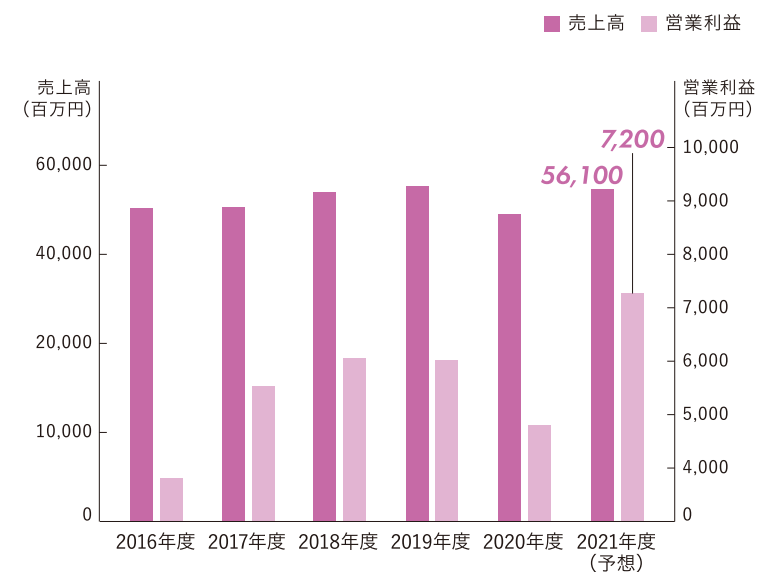
2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大によって、各分野で影響を受けました。厳しい市況においても挽回の兆しを見せた部門と終始苦戦を余儀なくされた部門が存在し、中期経営計画「CAN20」の最終年度である2021年度は、分野ごとにきめ細かな対策を実行してまいります。

このセグメントは、グローバルウエイトが約3割と比較的高い状況ですが、攻めの戦略により新たな顧客を獲得し、さらにウエイトを高めてまいります。また、私たちは、独自の差異化技術を生かして、ニッチな市場におけるオンリーワン商品の展開を得意としています。今後持続可能な事業拡大を実現するためには、常にお客さまの新たなニーズに合致した差異化商品を開発し、新たな価値を創造し続けることが必要です。これからも機能ソリューションの各分野が協働し、技術を結集することにより、グンゼグループのさらなる成長を目指します。

2020年度実績



売上高・営業利益 推移



2020年度の課題とサステナブルな事業の取り組み

🍶 プラスチックフィルム分野

シュリンクフィルムは健康志向商品・衛生商品用途で需要が増加しましたが、飲料用途は減少しました。ナイロンフィルムは肉食需要が増え、ハムやチルドピザ用途などが好調、OPPフィルムは野菜やパンなどの個包装の増加により規格袋が好調でした。半導体向け多層フィルムはテレワーク拡大によるPC・モバイル機器と通信設備増強需要を受け堅調に推移しました。海外では、米国はトイレタリーの除菌・殺菌商品用途で収縮ラベル需要が大幅に増加しました。2020年1月に稼働開始したベトナム工場は当初ロックダウンの影響を受けましたが、現在は回復

しています。2021年度は、ウィズコロナの状況が続きますが、高まるSDGsニーズに対応できる製品を投入してまいります。国内は、好調な肉食市場の取り込みとフードロス削減につながる耐ピンホールタイプや鮮度保持用フィルムの拡販を強化します。半導体向けフィルムは、5Gスマホなど需要拡大による増販を見込んでいます。海外は、トイレタリー需要への対応と脱塩ビ化訴求による拡販と生産能力の増強をはかります。これからもSDGsに貢献する製品の開発・販売を推進するとともに、守山工場の資源循環型工場化を進めてまいります。

🔧 エンジニアリングプラスチックス分野

主力のオフィス関連向けOA製品はテレワーク常態化による販売不振の影響で苦戦しましたが、半導体製造装置向け製品は世界的な通信量の増大やスマートフォンの5G化移行などにより堅調に推移しました。また医療機器分野ではコロナ禍の影響を受けましたが、国内外の顧客の拡大により増収となりました。

🏥 メディカル分野

コロナ禍の影響を大きく受けましたが、いち早く中国が回復、日本も医療機関の対応が進んだことで下期から回復基調となりました。2020年度、米国向け創傷被覆材の販売を開始しました。世界の医療機器市場において最も大きな米国での上市は今後の事業拡大への大きな一歩になります。また2021年度以降想定される米国当局からの査察に備えて、米国基準での工場整備も進めています。中国も順調に拡大しており、次の柱製品として期待している人工心膜の治験を完了、早急に新たな柱として育成していきます。2019年度にグループの一員となったメディカルユーアンドエイ (MUA) もコロナ禍で営業活動が大きく制限されましたが、新商品の美容整形分野の人工乳房や形成外科分野の「ウルトラキュレット®」が上市され、今後の拡大に大きな期待が持てます。また、MUAの基盤強化に向けた新製品の開発も進めていきます。

2020年度末にはQOL研究所で取り組んできた低刺激で肌にやさしい肌着「メディキュア」を皮膚科で販売開始しました。アパ

た。2021年度は、オフィス関連向けOA製品は回復の兆しが見られる中でテレワークやサテライトオフィス向け需要への対応を引き続き強化します。半導体製造装置向け製品は、引き続き需要増が見込まれるため、設備増設を含めた生産体制を強化してまいります。

レル分野の高品質の製品を医療分野で展開する第一歩となり、積極的な拡販に努めます。人工硬膜以来十数年ぶりの本格的な治験を行った癒着防止材は治験が無事終了し、国に対して製造承認申請書を提出、2022年度の上市計画を予定しています。今後新たな分野である消化器外科や産婦人科などに進出できる製品と考えています。



国内で初めて超音波の特性を生かしたデブリドマン（創面切除）装置「ウルトラキュレット®」



プラスチックフィルム分野の取り組み



① 資源循環戦略の推進とサーキュラーファクトリーについて

プラスチックフィルム分野では、2019年12月に制定した「プラスチック資源循環基本方針」を受け①「リサイクル原料、植物由来原料への転換」②「食品ロスの削減」③「資源循環型工場（サーキュラーファクトリー）の建設」の3つの方向性を打ち出しました。昨今、マーケットニーズも大きく変化してきており、これまで重要であった品質・コストに加えて環境負荷低減の優先度が大きく上昇しており、「目標数値の設定」から「具体的な取り組み」の段階に移行しています。事業戦略として新たな価値創造ができる低比重素材の「オレフィン」を中心に、石油由来原料削減の「バイオマス化」と合わせて環境負荷低減を推進してまいります。2021年1月には資源循環型工場の構築に向けて本格始動しました。最初のステップとして2022年6月竣工を目指して、新工場増築に着手します。新工場では屋上一面に太陽光発電設備を設置し、地下水（冷熱利用）などの再生可能エネルギーを積極的に活用してまいります。

さらに最新技術によって、生産工程から発生する廃プラの抑制や省人化・自動化を加速する計画です。当初は2026年に工場から一切の廃プラを排出しないゼロエミッション化を計画していましたが、これを2年前倒しすることとしました。ゼロエミッション達成のため、次のステップとしてリサイクルセンターを建設し、生産工程で発生する廃プラを再生原料として活用、再生不可のものは燃料化し生産工程で使用するエネルギーに活用します。さらに従来では困難であった異種積層フィルムの分離再生技術や、社外から回収した廃プラを原料に再生する技術を確認し、循環型社会の構築を目指してまいります。



守山新工場（完成イメージ）

② リモート営業開発課の発足、販売開始 — 「プッシュ型」から「プル型」へ —

コロナ禍の影響で非対面での営業活動を余儀なくされる中、ユーザー起点のソリューション活動にも変化が求められています。従来のプッシュ型営業だけではなく、リモートツールを活用して、お客さまが自発的に興味を持ち行動を起こしていただけるプル型営業で、新規ニーズや新規顧客を獲得する、2020年11月に「リモート営業開発課」を発足させました。特に、地球環境問題に積極的に取り組むグンゼの活動内容や商品事例をユーザーごとに興味を湧く内容にまとめ、SNSやメルマガなどで情報発信しています。ユーザーから引き合いが来るような魅力的なコンテンツを拡充してまいります。また、渡航が制限されている海外営業に関しても、リモートで当社品をPRできるよう、動画配信やWebセミナー開催などにより海外顧客の製品

理解度向上を推進します。リモートの活用を通じて、新たなビジネスチャンスを獲得するとともに、フレキシブルな勤務体制の実現による柔軟な働き方の実践により、多種多様な人材が活躍できる部署に進化してまいります。

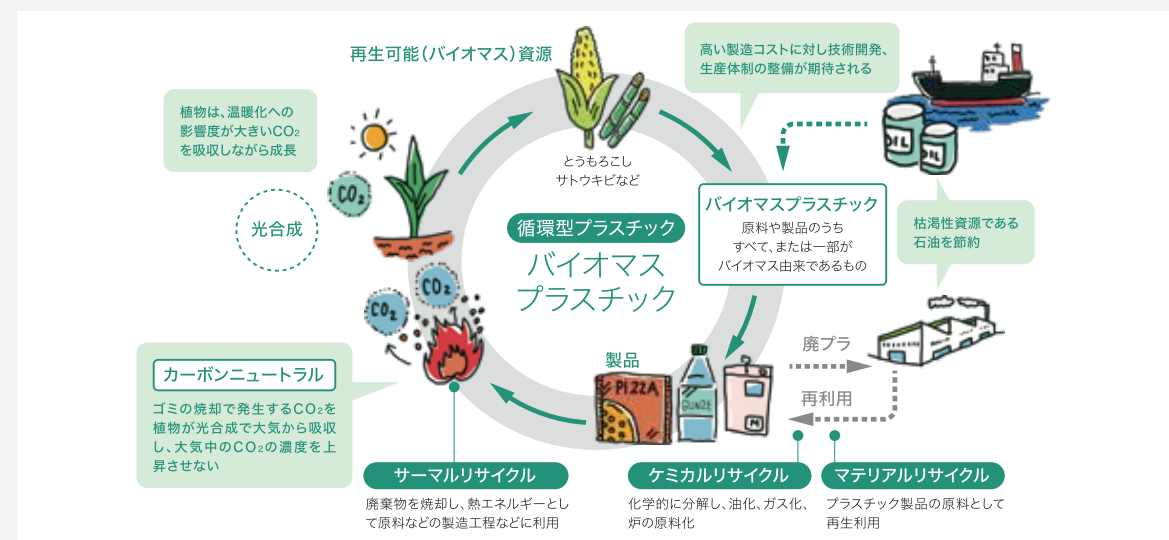


SNS (YouTube) を活用した商品説明

③ バイオマスプラスチックの取り組み

プラスチックフィルム分野では植物由来原料のシュリンクフィルムの開発に取り組んでまいりました。シュリンクフィルムはPETボトル飲料、食料品、日用品のラベルとして使用されており、消費者に内容物の魅力を伝える「商品の顔」としての役割を担っています。そのため、植物由来シュリンクフィルムの開発にあたっては、従来の石油由来原料の製品以上の美麗性を目指しました。開発当初は植物由来原料を使用することでフィルムが白濁した

り収縮後にシワが発生したりと美麗性を損なう多くの課題に直面しましたが、一年にわたり開発を続けた結果、美麗性と環境性能の両立にめどが立ってきました。この状況を踏まえ、バイオマス度50%のフィルムを2021年度に上市することを計画しています。環境対応の分野では技術革新が急速に進んでおり、今後も最新技術を取り入れながら、美麗性と環境性能の観点から最適な商品をお客さまにお届けしたいと考えております。



エンジニアリングプラスチックス分野の取り組み



新工場の増設

2020年5月、多種多様化する各産業の進展に対応した製品を提供し続けるため、クリーン度を高めた工場を増設いたしました。多くのフッ素樹脂からなる機能部材が使用されている半導体製造装置向け製品や、医療機器分野向け製品などを中心とした新商品創出の足掛かりとなる工場と位置付けています。



江南新工場

④ メディカル分野におけるQOLへの貢献



① 米国での販売展開

2020年度はメディカル分野にとって新たな一年となりました。2020年4月に創傷被覆材「セラジェネシス™」(米国以外での販売名:「ペルナック®」)の米国FDA認可を取得しました。その後米国医療機器大手Misonix社との独占販売契約を締結後2021年1月より販売を開始、メディカル分野として初となる自社製品の米国市場参入を実現いたしました。この製品は1993年に日本国内で製造販売承認を取得して以来、重度の熱傷や外傷などの皮膚欠損の治療に使用される医療機器として、国内の60%以上の大学病院で採用されており、販売当初から患者さまのQOL向上に貢献してきました。また、海外では、欧州、中東、南アフリカ、中国、韓国、ブラジルを中心に多くの国で採用されています。今後は、米国の患者さまや医療従事者の皆さまがより良い治療結果を得られるために、

米国市場でのニーズを拾い上げ、この分野での先端医療技術を生かしたさらなるソリューションを追求し続けます。



創傷被覆材「セラジェネシス™」



米国スタッフ

② 人工乳房の販売

これまで日本で保険適用されるアナトミカル型人工乳房を販売していたのは米国企業1社のみであり、新たに薬事承認を取得するメーカーは存在しませんでした。2019年に、安全性の問題からこの製品の販売が中止され、日本国内において流通していた唯一の製品が使用できない状況になり、医師、患者さま、乳がん患者関連団体などから新製品の販売が切望されていました。メディカルユーアンドエイでは関連医学会からの強い要望を受け、新しい人工乳房の薬事承認を取得し、2020年10月、米国シエンラ社製品の輸入販売を開始しました。今後は関連医学会と連携し、安心安全に使用できる人工乳房の輸入販売を目指します。また市販後調査を含む術後フォローに万全を期すとともに、乳がん患者関連団体とのさらなる協力体制も構築してまいります。



人工乳房(アナトミカル型)



さまざまな人工乳房

③ グンゼメディカルジャパン(GMJ)診療科の拡大

GMJは、吸収性組織補強材「ネオベール®」の国内販売を目的として2017年に設立された販売会社です。がんなどの手術後、患者さまが順調に回復し、早期に退院するためには術後合併症を起こさないことが重要です。「ネオベール®」は、手術で侵襲を受けた臓器が治癒するまでの間、組織を補強することで術後合併症を低減させる目的として使用されます。特に肺手術の際に縫合部からの空気漏れを防ぐシーリング材として、呼吸器外科の9割以上で使用されています。現在は「ネオベール®」のもう一つの特長である“組織が修復するための足場”としての機能に着目し、新たな診療科への展開を推進しています。高齢化社会に伴って術後合併症は増加傾向にあり、

その対策の重要性は増していくと考えられます。今後は新たな治療方法の創出を通して患者さまの術後QOLの向上に貢献したいと考えています。



ネオベール®

④ メディカルユーアンドエイ(MUA)での販売強化

MUAは1983年の創業以来、主に形成外科、脳神経外科などの領域で大きな変革をもたらす医療機器を提供してまいりました。主要な商品としては、チタン製および生体吸収性骨接合材、あざ治療用レーザー、漏斗胸手術用材料、医療用脱毛レーザー、ジェル充填人工乳房、超音波デブリードマン機器などがあり、いずれも医療技術の飛躍的な向上に貢献してまいりました。中でも生体吸収性骨接合材は上市後、3万症例を超える実績を誇り、多くの先生方に使用いただいています。また、2018年に医療用脱毛レーザーの医療機器としての薬事承認を取得し、販売を開始しました。今後この分野を一層強化していきます。MUAは2019年にグンゼグループの一員となりました。グンゼとMUAは同じ領域の製品を取り扱っており、今後はMUAの持つ強い販売チャネルとグンゼが持つ優れた医療機器開発力を融合することにより、これからも患者さまのQOLに貢献する製品の開発やサービスを追求し続けます。



医療用脱毛レーザー「メディオスター®モノリス」

消費者ニーズの変化に合わせた市場対応強化と 生産改革により、事業構造を変革

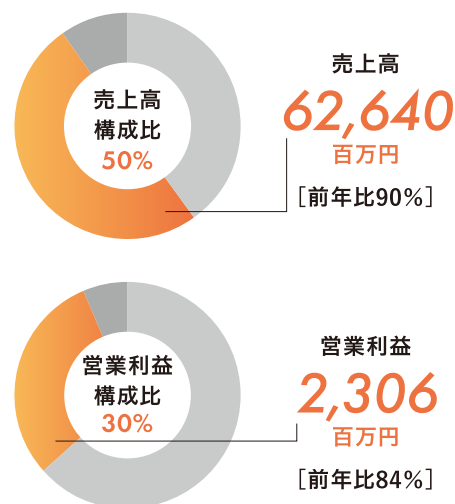


取締役 兼 執行役員
アパレルカンパニー長
アパレルセグメント管掌

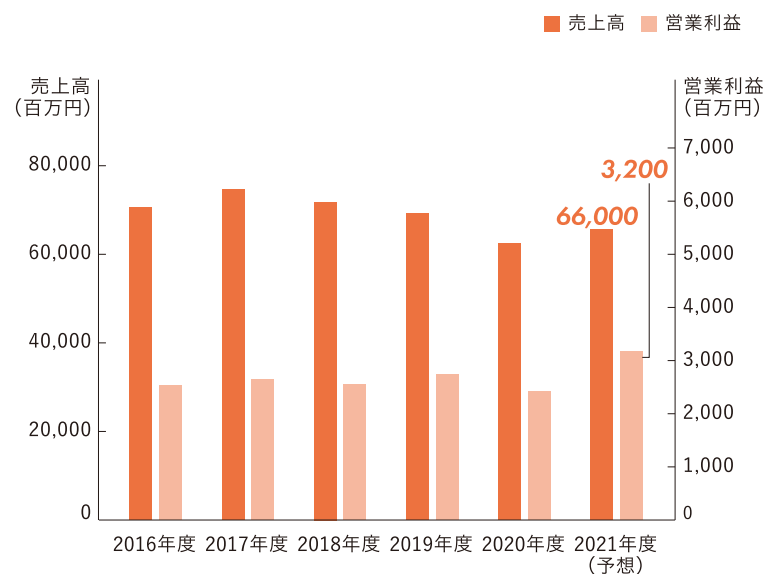
河西 亮二

アパレル事業は、1934年にストッキング、1946年に肌着の生産を開始、以来現在に至るまで、高い品質、革新的な機能性とファッション性により、多くのロイヤルユーザーに愛用されてまいりました。自社の差異化技術によって、常に新たな価値の創出を目指しながら、常にお客さまに寄り添い、QOLの向上に貢献できる商品開発に取り組んでおります。2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大によって、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ましたが、店頭販売の低迷をカバーできませんでした。2021年度は、消費行動の変化に伴い伸長加速しているECなどの成長ルートへのチャンネルシフト・レディース強化とともに、衛生・イエナカなど消費者ニーズの変化に対応した新商品展開・訴求力強化によりシェアを高め、成長軌道に戻してまいります。またアウターウェア分野を含むアパレル全体のバインド力を高め、商品や売場構築販売ノウハウの横展開などにも取り組み、売上拡大を追求してまいります。生産部門においては、生産革新による収益性改善実現のために、グローバルシフトなどの最適生産体制構築によるコスト構造改革の推進に加え、IoTやAI技術を活用した生産コア技術を変革し、市場変化に対応する生産構造改革を進めます。

2020年度実績



売上高・営業利益 推移



2020年度の課題とサステナブルな事業活動

インナーウェア分野

新型コロナウイルス感染症拡大の影響による消費者のライフスタイル変化に伴い、「家で快適に過ごしたい」というニーズの高まりを受け、ナイトブラやカップ付きインナーなど快適性を重視した商品が好調に推移、また外出自粛や在宅勤務により、EC販売やカタログ通販、ドラッグストアなど成長性の高い販売チャンネルにシフトを進めました。2021年度は、ニューノーマル下での消費者ニーズの多様化や温暖化などの着用環境変化への対応力をさらに強化。徹底した差異化戦略により、インナーウェア市場での発信力を高めてまいります。またカットオフ®や接着仕様など他社にない高い技術力を進化させ、さまざまなカテゴリーに対応した高性能商品を上市します。特にレディース商品の強化に取り組み、市場優位性の高い差異化ファンデーション

や気候変動に対応した高吸放湿インナーなどを強化します。さらに、大きく変化する市場へのチャンネルシフトを進め、引き続きEC販売を中心に戦略の重点化・集中化を進めます。生産革新による収益性改善の取り組みについては、海外拠点であるベトナムを核とした最適生産体制を構築し、コスト構造を変革してまいります。また、IoT、AIを活用した自動化、汎用化により、生産構造を大きく変える取り組みを実施してまいります。



Tuché ナイトブラ

レッグウェア分野

外出自粛などの生活スタイルの変化によって、ストッキング着用機会が大きく減少した半面、健康志向の高まりやおうち時間を楽しむスタイルが増加し、スタイリッシュボトムやレギンスなどのアイテムが健闘しました。レッグウェアを取り巻く市場環境は、ファッショントレンドの影響に左右されるところが大きく、ファッション変化への対応を意識したスピーディーで感度の高いモノづくりが重要となります。現在ではファッショントレンドのカジュアル化に加えて、ニューノーマルにおける在宅・リモートワークやイエナカ・イエチカ、健康・スポーツ、美容・瘦

身といった消費者ニーズの変化に基づいた市場対応型の商品開発に注力。スタイリッシュボトムなどのアウターアイテムは、ECチャンネルや自社SPAなど成長チャンネルへのシフトを進めています。一方、医療分野や高齢者向けなど新たな用途開発を推進し、新市場の創出に取り組めます。また環境に配慮した素材開発、包材の活用などサステナブルな取り組みを推進してまいります。



Tuché スタイリッシュボトム

リテール分野

新型コロナウイルス感染症拡大の影響による店舗休業などの影響を大きく受けましたが、お客さま単価のアップにつながるMD・販促の見直しを実施しました。店舗販売については、時間帯、曜日や客層別アプローチなど臨機応変な店舗運営により客数の回復に努めています。今後はEC事業の拡大を推進し、SNSを活用した発信強化に加えて、グループ内のアパレル他部門との結束力を強めてまいります。



アパレルショップkuranosuke

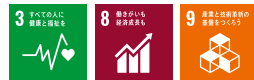
繊維資材分野

国内および海外主要縫製工場向けの受注が減少し、売上が総じて減少しました。今後は衣料縫製需要の回復に向けた販促と需要が増している市場用途の探索を強化し、新規開拓を行い体制の再構築に取り組んでまいります。



さまざまな用途に用いられるミシン糸

進化するアパレル分野の取り組み



変化するライフスタイルへの対応

外出自粛や在宅ワークの増加など、消費者のライフスタイルが大きく変化することで、着用環境も大きく変わり、カジュアルトレンドの商品や、家の中でのリラックス志向に対応した商品開発を強化しました。

■メンズインナー

コロナ禍でのトレンドとなったカジュアル化に対応したTシャツ専用インナー「in.T」やBODY WILDのアウターTシャツ、またストレスフリーのニーズが高まる中で、縫い目が少なく快適なはき心地の立体成型ボクサーパンツ「3D-Boxer」が売れ筋商品となりました。



カラダになじむ立体成型のBODY WILD「3D-Boxer」

■レッグウェア

働き方の変化に対応し「在宅ワークに最適」をコンセプトにした商品を拡充しました。BODY WILD、Tuchéでは、スタイリッシュボタムの展開を拡大。また、足のむくみ対応や寝ながら足をケアする着圧ソックスを強化しました。またおうちの快適グッズとしてルームシューズ、レッグウォーマーが好評でした。



快適なはき心地の「スタイリッシュボトム」と「おうちスリッポン」

■健康トレンド対応商品

コロナ禍でさらに消費者の健康ニーズが高まり、ウェルネスカテゴリー商品全般が好調に推移しました。スポーツカテゴリーでは、カットオフ®、接着などの独自差異化技術を活用した「AIRZ sports」がデビュー。また健康分野では、カロリー消費アップ機能を有し、健康と美をサポートするRIZAPをレッグ部門に続きインナー部門でも商品化しました。



ストレスフリーの新感覚スポーツレジャー「AIRZ sports」

■レディスインナー

肌に快適な着用感と優れた補整機能を両立させたファンデーションが好調に推移しました。特にアンダーパストの締め付け感が少ないキレイラボのカップ付きインナーや、一体型モールドカップで美しいバストラインをつくることのできる「Fitte」はデビュー時から好評を得ました。



オーガニックコットンを採用した「Fitte」

■ハウスカジュアル

変化する生活様式に対応した新たな視点の商品としてイェナカファッションを楽しむChampionや柔らか素材にこだわったTuchéのホームウェアを拡大し、パジャマではKAIMIN NAVIにおいて、調温素材や寝返りしやすい設計により快眠を追求した商品を開発。これらは比較データを用いて分かりやすくお客さまに訴求しました。



快眠を追求したKAIMIN NAVI

■インターネット販売の強化

コロナ禍での消費・購買行動変化に着目し、ニーズに合った商品構成と発信力を強化しました。まず、インナーウェアの技術力を生かし開発した布マスクを自社サイト（グンゼストア）で販売。SNSやクチコミを含めてアクセス数が倍増、新たなグンゼファンの拡大につながりました。またスタイリッシュボトムやホームウェア関連カテゴリーについては、特集記事化などイェナカ需要を喚起する商品訴求を行い、サイト発信力を高めました。さらに、お客さまに気づきを与え、見やすく選びやすく買いやすい基本機能の改善に取り組み、SNSでの動画訴求など、多様化する顧客接点に対応する販売促進手法を積極的に導入、会員（集客）数の増加につながりました。



グンゼストアへのアクセス

■グローバル生産体制の拡大・強化（ベトナム工場の取り組み）

インナーウェア分野では、「グンゼベトナム」を最適化生産戦略の拠点工場として能力の拡大、現場力強化を図る取り組みを進めています。

- ① 技術革新：最新編機の導入、および周辺機器の改良による高速化実現
- ② モノの流れ革新：新編立工場の設立による生産エリアの拡大に加え、全体レイアウト再編による動線の改善
- ③ 見せる工場：IoT技術活用によるリアルタイム管理と見学通路整備およびショールームの設立によるプレゼンテーション力強化
- ④ 構造改革：外注工場再編による品種対応力強化とQR体制の確立



新編立工場



高速編機

裁断稼働率モニター

グンゼベトナムは、品種対応力の拡大など市場優位性の高い生産技術とコスト優位性を両立させたインナーウェア分野最大の生産工場として、製造部門をけん引し、進化してまいります。

令和2年7月豪雨により被災された皆さまへの支援

緊急災害対応アライアンス「SEMA（シーマ）※1」および公益社団法人「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン※2」からの要請を受け、アパレルカンパニーとグンゼ物流㈱の迅速な協力のもと、肌着および靴下の支援を実施いたしました。

※1 「SEMA」日本国内での大規模自然災害発生時に、民間企業と市民団体（CSO）との連携により企業が持つ物資・サービスなどの支援をワンストップで提供する災害対応アライアンスで、民間企業および市民団体（CSO）が加盟

※2 「セーブ・ザ・チルドレン」世界約120カ国で子ども支援活動を行う民間・非営利の国際組織。約100年にわたり、生きる・育つ・守られる・参加する「子どもの権利」が実現された世界を目指し、緊急・人道支援、保健・栄養、教育、子どもの保護、防災などの分野で活動している団体。



被災地での運搬

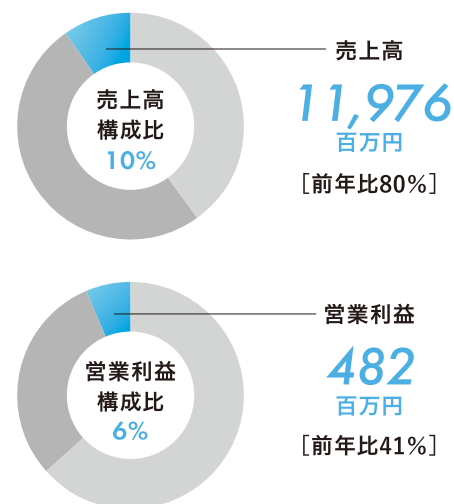
グンゼの持つ技術やノウハウを生かした シナジーでQOL向上に貢献



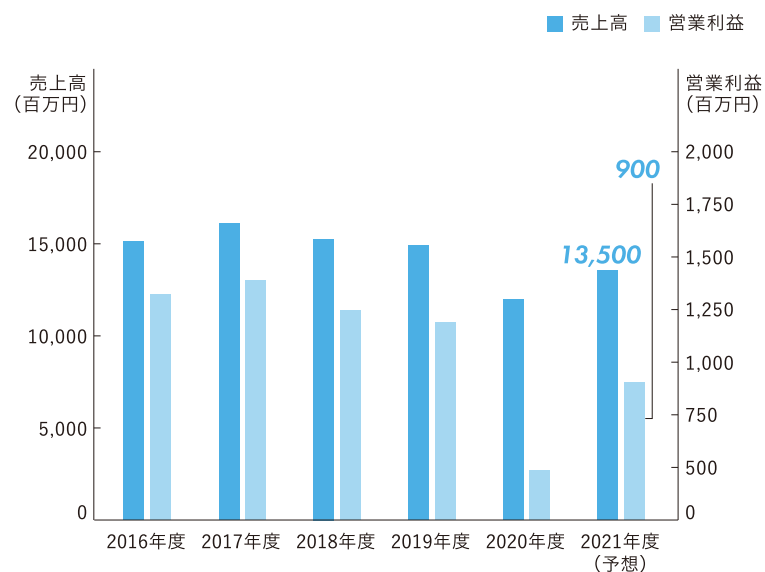
取締役 兼 執行役員
グンゼ開発㈱代表取締役社長
ライフクリエイトセグメント管掌
赤瀬 康宏

遊休地の有効活用としてスタートした不動産関連分野は、「つかしん」(兵庫県尼崎市) など計3店舗からなるショッピングセンター事業や賃貸事業が主な事業となります。また全国で22店舗を運営するスポーツクラブ分野は、新型コロナウイルス感染症の影響が継続する中で、会員の皆さまとスタッフの安全を第一に「安心・安全なスポーツクラブ」運営に取り組んでおります。環境緑化分野は、樹木販売、花卉販売を通じて豊かな生活環境づくりに貢献するとともに、温室効果ガスの削減につながる活動に取り組んでおります。2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大によって、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、集客が伸び悩み苦戦しました。スポーツクラブ分野は、会員数が大きく減少し、再開後の会員の戻りも遅く影響を受けました。2021年度の不動産関連分野は、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します。またスポーツクラブ分野は、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響が当面継続すると想定されますが、感染防止対策を万全にした上で、地域・店舗特性に合わせた会員拡大策を講じてまいります。

2020年度実績



売上高・営業利益 推移



2020年度の課題とサステナブルな事業の取り組み

スポーツクラブの取り組み

スイミングスクールの強化

この一年、スポーツクラブ分野はコロナ禍で大きく打撃を受けましたが、スクール部門は比較的順調に会員数が回復しています。私たちは自らの行動規範でもある「三つの豚」をスクールの教育理念としております。相手に対する思いやりや誠意を行動に表す習慣とスポーツを通じて得られる自己鍛錬の習慣により、お子さまの協調性や積極性の育成につながり、豊かな人間性とリーダーシップが培われることを目指しています。この理念を継続、発展させるために、コーチの人財育成に注力してお



り、デジタル研修による期間短縮、早期育成に取り組み、会員のお子さまに行き届いた指導を実践してまいります。



グンゼの強みを生かしたスイミングスクール

メディウエルネスの実践

「メディウエルネス」とは医療とスポーツを融合した新しい取り組みです。「膝痛」「腰痛」の予防・改善のための運動プログラムを自宅で実践いただき、AI (シセイカルテ) 解析による効果検証を行っています。私たちは、人生100年時代を迎え、健康で豊かなライフスタイルの実現に向けた新しいフィットネスビジネスの展開を目指します。



メディウエルネス実施の様子

グンゼグリーンの取り組み

樹木販売部門では、2013年より横浜赤レンガ倉庫にクリスマスツリーを提供していますが、イベント終了後には木を廃棄していました。2020年度から樹木リサイクルへの挑戦として、強い樹種に変更するなど樹木の再生利用技術を生かし、再利用可能な取り組みをスタートしました。花卉販売部門では、コロナ禍で話題になった妖怪「アマビエ」のモスビーを販売し、新たなニーズを取り込んでいます。またポット入り観葉植物「みずてまりん®」を販売。簡単に生活空間にグリーンを取り込み、おうち時間を楽しめる商品が好評です。



横浜赤レンガ倉庫のクリスマスツリー



観葉植物「アマビエモスビー」

温浴施設「湯の華廊」の取り組み

新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言により休業を余儀なくされましたが、2020年6月から営業を再開。徹底した感染予防対策を実践しながら、外出機会が減るお客さまに「プチぜいたく」を感じていただくさまざまな企画を実施しました。「桜皮風呂」「生バラ風呂」「日本酒風呂」など、季節やイベントにふさわしいお風呂で安らぎを感じていただく取り組みを継続しております。



生バラ風呂



日本酒風呂