

2021年度第1四半期決算説明会 主な質疑応答（要旨）

日時 : 2021年8月13日（木）16時00分～17時00分  
当社出席者： 取締役 古川敏之、取締役 大治良高

主な質疑応答：

【全体】

Q) 広告宣伝費の考え方について。

A) 売上高に見合った割合で時計事業を中心に、宣伝投資を行っている。2021年度第1四半期では計画通りに実施しており広告宣伝費は前年同期比8割増となったが、売上高はそれ以上に伸びており売上高に占める広告宣伝費比率は低下している。

Q) 時計事業と工作機械事業の在庫状況はどうだったか。

A) 在庫は減少方向にあるが、主な要因は時計事業。2020年度まで大幅に在庫が積み上がっていたが、減産を進めてきた効果が出ている。一方、工作機械事業は受注増加局面にあり、増加方向。

【時計事業】

Q) 時計事業のうち、北米市場の回復が特に強かった背景は何か。また、前年同期は新型コロナウイルスの感染拡大が進んでいたことから反動増もあったと思うが、今後、流通側の在庫が過大となるリスクはないか。

A) 北米の販売状況はこの1年間かなり低迷しており、在庫の適正化を進めてきた。現在はセルスルーがそのままセルインにつながっている。当社は、北米市場では販売力という強みを持っており、実店舗の販売拡大局面においてその強みが発揮された。近年、特にデパート、ジュエリーチェーンでは店舗削減が進んでおり、セルスルーに見合ったセルインにつながっていなかった。市場全体が回復する中、特に当社の主要流通であるジュエリーチェーンの復活が大幅増収に寄与した。2021年6月末の段階で過剰在庫に陥っていることはない。

Q) ムーブメントの稼働状況について。

A) 2020年度に構造改革を実施し、需要に見合った生産体制を構築したことから、工場側の稼働は通常通り。今後も通常の稼働状況が継続する見通し。

【工作機械事業】

Q) 工作機械事業が好調だったが、前回ピーク時の 2018 年度と比べて営業利益率の伸びが弱い背景は。

A) 製品ミックスの変化により、営業利益率の伸びが緩やかになっている。2020 年度下期に受注した中国向けの売り上げ構成比が高まっていることが影響しているが、足元は欧州向けの受注が伸びており、今後、営業利益率も改善していく見通し。

Q) 工作機械メーカーの中には、現在が受注のピークと認識しているところもあるが、どのような認識か。

A) リードタイムの長期化により、一部で注文を早めている顧客もあるようだ。欧州の夏季休暇という季節要因もあり、2021 年度第 2 四半期の受注が 2021 年度第 1 四半期を上回ることは考えていない。一方、国内の受注は回復途上であり、そこはプラス要因。

以 上