

2017年度（平成30年3月期）通期決算説明会 主な質疑応答（要旨）

- ✓ 日時 : 2018年5月11日（金）17時～18時
- ✓ 当社出席者 : 代表取締役社長 戸倉、常務取締役 竹内
取締役 古川、取締役 中島

【全体】

Q) 次期中期経営計画に向けて攻めに転じるとの事だが、どの分野に注力するのか。

A) 次期中期経営計画の中でコメントすべきことであり、現在は策定中の段階である。

【時計事業】

Q) 中期経営計画との乖離について、完成品とムーブメントに分けた場合、どちらの要因が大きかったのか。

A) 明確なデータは出していないが、どちらの要因もある。

Q) 中期経営計画後期において、ファッションブランドの落ち込みがムーブメント販売に影響したとのことだが、ムーブメント事業の位置づけは今後どうしていくのか。

A) ムーブメント事業が当社の基幹事業であることに変わりはない。ムーブメント事業については3月以降、緩やかな回復基調も見られており、客先に魅力ある時計作りに訴えるようなムーブメントを提案できる力を付けていきたい。

Q) スマートウォッチの動向をどう見ているか。

A) スマートウォッチは数量を伸ばし、価格帯も競合する部分がある。影響がないとは言えない状況だが、直接的に当社の売上が落ちているわけではない。当社もシチズンブランドや Frederique Constant ブランドでコネクテッドウォッチを出しており、対応する力はある。

Q) 4Qの時計事業実績の減収要因は何か。

A) 地域差はあるものの、市場が想定以上にスローであり、中価格帯の販売は力強さを欠く状況だった。

Q) 4Qの時計事業実績について、減益要因は何か。

A) 前年同期比で為替が円高に振れたことにより、▲2億円程度影響した。最も大きな要因は、シチズンブランドのうち国内市場向け、ムーブメントの販売が弱含みだったこと。また、Frederique Constant 社で代理店販売から直販体制への切替を実施しており、商流変更に伴う未実現利益の計上等を行ったことも減益要因となった。

Q)北米市場の回復について、持続性はあるのか。

A)市場は回復傾向だが、時計市場については、店舗閉鎖の影響等もあり本格回復とは言えない。しかし、シチズンブランドと BULOVA ブランドのシナジー効果により、シェアを上げており、売上を伸ばしている。

Q)プロサー社のムーブメントを Frederique Constant に搭載する等、収益改善策はあるのか。

A)プロサー社を取得した目的は機械式ムーブメント技術にある。スイスブランドの落ち込みを受け業績は低迷しているが、重要な生産拠点の一つであり、シチズンブランドや Frederique Constant への展開も考えている。

Q)来期の時計市場の見通しについて、成長に寄与するのは数量と単価のどちらか。

A)単価の上昇が大きい。単価の高い高価格帯の比率が伸びることで収益にも寄与している。

Q)広告宣伝費は 2018 年度以降も高い水準で推移する見通しか。

A)2018 年度は、米ディズニー関連を中心に北米市場で積極的に投資する等、前年同期比で 30 億円の増額を予定している。2019 年度以降は市況環境に応じて変えていく。

Q)広告宣伝費の効率性をどう考えているのか。広告宣伝費の掛け方に変化はあるのか。

A)現在デジタル化が進んでおり、売上についてもネット販売が増えている。広告宣伝費についても消費者やメディアの変化に合わせ、積極的に行っていく必要がある。

Q)時計市場において、高価格帯の好調が中価格帯にまで降りてきていないとのことだが、どのような回復ストーリーを描いているのか。

A)中価格帯はクリスマス商戦も弱含みだった他、ギフト需要の低迷等もありセルスルーが伸びなかった。今後、5月28日に迎える創業100周年に向け、キャンペーンを積極的に行い、時計市場の活性化を目指す。

【工作機械事業】

Q) 工作機械事業の受注動向について。また、部材の調達状況はどうか。

A) 受注は昨年秋をピークに高水準を維持しているが、さらに上振れるとは見ていない。部材調達については、年明け頃からボールねじ等の入荷が遅れているような状況。

Q) 工作機械事業の 2018 年度営業利益の想定が保守的ではないか。

A) 設備投資を増やす。タイとベトナムの工場が完成し、稼働開始する他、フィリピン工場も着工しており、減価償却費負担が増える。また、東京や北米で行われる国際展示会への出展費用等もあり、利益を抑えた予想をしている。

以 上