

2019年度第2四半期決算説明会 主な質疑応答（要旨）

- ✓ 日時 :  
2019年11月8日（金）17時00分～18時00分
- ✓ 当社出席者 :  
代表取締役社長 佐藤、常務取締役 竹内、取締役 古川

**【全体】**

Q) 通期想定を据え置いたが、上期想定が未達となる中でどのようにして挽回を図るのか。

A) 上期業績は時計事業、工作機械事業共に未達となったが、時計事業はムーブメントの落ち込みによる影響が大きかった。完成品は増収増益であった上、下期には商戦期を迎えるため、未達部分をカバーしたい。工作機械事業についても、挽回可能な範囲と捉えている。

Q) 棚卸資産の増加について、内訳は。

A) 売上未達分が各事業で増えている。時計事業は、北米市場向けで増収想定分として在庫を増やしていた。ムーブメントは生産調整を行っていることから、全体としては減少しているが機種によって在庫の過剰過少が出ている。工作機械事業も減収となった分、在庫が重くなった。在庫増に占める割合としては時計事業が半分以上、工作機械事業が2割程度のイメージ。

**【時計事業】**

Q) 時計事業の足元の状況と下期以降の見通しについて。

A) 地域別では、北米市場は、宝飾チェーンは低迷しているものの、デパートは伸びており消費動向も悪くない。また、インターネット流通が伸長している。2Q実績は想定ほどの伸びは得られなかったものの、上期は前年同期並だった。国内市場は、若干の消費増税の駆け込み需要と反動減があったが、9月10月とならしてみると、ややプラス程度のイメージで悪くなかった印象。中国市場は2Qに前年同期比3割増を達成し、オンライン、オフライン共に好調。直営店を増やし店頭を整える等の対応が奏功した他、アンバサダーとして迎えた羽生結弦選手の店頭演出も寄与した。

下期以降の見通しについては、北米市場は最大商戦期に向け期待している。国内市場についても Disney 社とのコラボ製品等が好評であり商戦を盛り上げてくれると期待している。中国市場もネガティブな想定はしていないが、下期は大きな伸びは見込んでいない。また、2Q以降、ムーブメントの採算性改善が進んでおり、生産の合理化等を進め、想定通りの着地を目指す。

Q) 高価格帯の販売拡大戦略について、プレミアムドアーズは今後も増やすのか。

A) The CITIZEN、CAMPANOLA、Eco-Drive One といった高価格帯ブランドに特化した売り場、プレミアムドアーズは現在 20 店舗程度を展開している。2019 年度中に 30 店舗、2021 年度までに 50 店舗まで増やす予定だ。過大に増やすことは高価格帯にとって良くない側面もあるので、数値はあくまで目安と捉えている。

Q) ムーブメントの生産調整について、2Q はどのような状況だったのか。

A) 減産が続いており、前年同期並みとなる 1 割減程度の生産調整を行っている。1Q は 2 割程度の減産を行っていたため、稼働は改善した。保有在庫は健全化したが、流通在庫はまだ健全な状況ではない。下期には前年並みの減産率に戻す計画だが、市場環境を注視したい。

### **【工作機械事業】**

Q) 工作機械事業について、底打ち感を感じられている地域や産業はあるか。

A) 2Q は落ち込みが大きかったが、下期は 1Q 並みに戻る想定。もう一段の落ち込みがあるとは考えていないが、反転したという見通しはまだ立っていない。本格回復は来期以降になると見ている。半導体の一部に上向きの兆しが見られるようだが、下期に恩恵を受けるという見通しはまだない。

Q) 工作機械事業の 2Q 実績が、1Q に対し大きく営業利益率を下げた要因は何か。

A) 先進国が落ち込み、アジア市場が健闘したことによるミックスの変化が主な要因。

Q) LFV (低周波振動切削) 技術は今後、先進国からアジア地域への展開も図るのか。

A) 営業利益率向上に寄与する LFV 技術は、L シリーズへの搭載が進んでいる。今後、アジア・中国市場をターゲットに普及価格帯の製品についても LFV 技術の搭載を進め、売上高・営業利益共に拡大を目指す。

以 上