

2019年度第3四半期決算説明会 主な質疑応答（要旨）

- ✓ 日時 :
2020年2月12日（水）17時30分～18時30分
- ✓ 当社出席者 :
常務取締役 竹内、取締役 古川

【全体】

Q) 今回の構造改革による 2020 年度以降の効果は？

A) デバイス事業を中心に、年間 20 億円の損益改善効果を見込んでいるが、競争環境も厳しくフルに効いてくるとは考えていない。2020 年度第 1 四半期まで構造改革の施策を実施していくため、効果発現は第 2 四半期以降になるが、来期の寄与は限定的になるだろう。

Q) デバイス事業、宝飾事業、レジャー・サービス事業に対する構造改革がアナウンスされたが、時計事業などこの他の事業でアクションは予定していないか。

A) 事業や製品の選択と集中については、全事業に対し常に検討している。
時計事業については、マルチブランド戦略など、これまでの戦略は維持していく。スマートウォッチ関連では、Fossil 社とのビジネスに遅れが生じており、想定を下回っているが、2020 年度以降の巻き返しを図る。注力してきた北米市場が弱含んでおり、アジア、中国市場へのシフトを考えている。

Q) 設備投資額は 2019 年度見通し 240 億円を維持、広告宣伝費については 195 億円と見通しを引き下げたが、来期以降の見通しは？

A) 製造革新を含む将来に向けた設備投資は継続するが、状況に応じて見直しを行っていく。
広告宣伝費は、今期は業績見通しが良くなかったため、北米を中心に引き下げた。2020 年度以降については、業績見通しに応じ、適切な投資を検討する。

Q) 新型コロナウイルス肺炎の影響は今回の下方修正に織り込んでいないのか。

A) 今回の下方修正には織り込んでいない。

【時計事業】

Q) 時計事業の2019年度第3四半期の状況は。

A) 完成品事業は、国内市場、北米市場が想定を下回った。

北米市場は、流通再編が進む中、デパート系は相対的に良かった。一方、宝飾チェーンの落ち込みが大きく、第2四半期まで前年並みを保っていたところから、クリスマス商戦が振るわなかった。EC販売やライセンス商品等、新製品の強化による挽回を図ったが難しかった。

当初、2019年度内に底打ちすると見ていたが、アナログクォーツを中心に苦しい状況が続いている。機械式ムーブメントに対する需要は堅調。

Q) 第3四半期に入り、急に減速感が増した印象だが、通期業績の下方修正の要因は。

A) 完成品事業が、主力の中価格帯市場が縮小傾向にあり、シェアアップにより拡大を図っているものの十分に補えていない。一方で、中期で伸ばしたい高価格帯については前年同期比プラスを確保しており、堅調。今回の下方修正は、売上高は完成品の下げ幅が大きいが、営業利益はムーブメントの減収の影響が大きい。

Q) Fossil社との業務提携について、業績への寄与が遅れているようだが、遅れが生じている背景は。

A) ハイブリッドスマートウォッチに対する需要が強まっていない。スマートウォッチ市場はフルデジタル系が席卷しており、さらに中国勢の低価格モデルが勢いを持っている。2019年度後半の売上を見込んでいたが、厳しい見通しであり、製品投入時期も遅れる。針式の美しさを持ったスマートウォッチの拡大を期待していたが、2020年度あるいは2021年度の成果発現を目指す。

進捗の遅れを受け、Fossil社と交わした契約内容について見直しを行った。当初、製造、販売ごとにロイヤリティを支払う契約だったが、事業の遅れからロイヤリティの支払いではなく、ライセンス費用として一括で支払う方式に変更し、無形固定資産として計上した。

【工作機械事業】

Q) 2019年度第3四半期の受注状況はどうだったか。今後の受注見通しは。

A) 前年同期比3割台半ば程度の減少。これまでよりも減少幅が広がっている。さらに下振れるとは見ていないが、弱含みが続いている。当面の間、市場の様子見姿勢は変わらないだろう。

Q) 下方修正をした背景は。

A) 第3四半期の受注減が大きく、下方修正を余儀なくされた。

以 上