

中期経営計画 2027 説明会 主な質疑応答（要旨）

日時 : 2025年3月28日（金）14時00分～15時00分

当社出席者： 常務取締役 古川敏之、常務取締役 大治良高、取締役 伊奈秀雄

主な質疑応答：

【全体】

Q) 「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」について。ROEの目標9%は現中計に近い水準かつ成長投資も従来路線の印象。新中計でPBR向上につながるポイントは何か。

A) 成長・合理化投資は現中計より100億円以上増えている。全体の7割以上をコア事業としており、時計事業が5割増、現中計で集中投資した工作機械事業は3割減としている。時計事業は、機械式を中心とした投資や販促面の店舗周りの投資、北米のDtoC強化に向けた直販EC関連の投資など。ROEは、状況が変化しても資本コストを上回る状態を維持できるよう、9%以上を目標設定している。

Q) 株主還元方針について。3年間の合計350億円はほぼ配当のみで届くと思われる。自己株式取得についてはどのように考えているか。

A) 350億円は基本的には配当を前提としている。自己株式取得を検討する局面もありえるため「以上」としている。また、自己株式取得の方針は現中計と同じく、業績、資本構成、投資計画、株価を含む市場環境等を考慮し、状況に応じて機動的に判断する。

【時計】

Q) 現中計で販売単価の上昇に取り組んできたが、今後も販売単価上昇は可能か。

A) 販売単価上昇の傾向は大きくは変わらないと考えており、引き続き、既存品の値上げに加え、高付加価値製品導入などによる製品ミックスの改善を行っていく。

Q) 重点戦略「北米市場でのさらなる取り組みの強化」について。

A) 『シチズン』と『ブローバ』に『フレデリック・コンスタント』を加え、直販チャンネルの拡大を行う。特に直販ECサイトでブランド訴求と高収益性を両立させた拡大展開を進める。また、『アテッサ』や『ザ・シチズン』を新規投入することで、高価格帯の強化を行い、さらなる販売単価の上昇を図る。

- Q) 北米以外の地域の戦略は。
- A) 北米同様、日本と欧州は高付加価値製品の展開を図る。今後はグローバルでサブブランドを強化し『アテッサ』『プロマスター』『シリーズエイト』などを展開していく。足元で中国不振が続いているが、アジア地域はインドを中心に拡販を進めていく。

【工作機械事業】

- Q) 重点戦略にミヤノブランドの拡販をあげた背景は。
- A) ミヤノは国内販売比率が大きい商品。欧米では、やや複雑な製品加工が可能な大型機が求められており、国内で好評を得ているミヤノ機を欧米に展開することで売上全体の底上げを図ることができると考えている。また、今後の拡大市場であるインドにも展開していきたい。
- Q) 営業利益率の目標が今期見通しの倍近い数値となっている理由は。
- A) 現中計では、売上高 1,000 億円を見据え生産能力の増強を行ってきたが、調整局面である 2024 年度はこの製造基盤を十分に生かしきれておらず営業利益率約 8%という見通しとなっている。新中計で売上高 1,000 億円を達成すれば、営業利益率 15%は十分見込めると考えている。

以上