

## 1. 当四半期決算に関する定性的情報

## (1) 経営成績に関する説明

当第2四半期連結累計期間における国内経済は、個人消費に力強さを欠く状況が続いているものの、景気は緩やかな回復基調を維持しました。また、米国経済は各国との貿易を巡る動向が懸念される中、設備投資と個人消費は堅調に推移しました。一方、欧州経済については、通商上の緊張感や政治の不確実性が高まり、景気回復ペースは緩慢なものとなりました。アジア経済は、中国市場の一部で弱い動きも見られましたが、全体的に底堅く推移し、回復傾向を維持しました。

このような状況の中、当第2四半期連結累計期間の連結経営成績は、売上高1,544億円(前年同期比0.7%増)、営業利益109億円(前年同期比6.8%減)と、増収減益となりました。また、経常利益は131億円(前年同期比4.0%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益は83億円(前年同期比1.9%増)とそれぞれ増益となりました。

## (時計事業)

ウォッチ販売の内、“CITIZEN”ブランドの国内市場は、「CAMPANOLA」や「Eco-Drive One」等の高額品が引き続き堅調に推移しました。また、5月28日に迎えた創業100周年を記念したイベントが好評を博し、限定商品も好調だったものの、国内時計市場全体の需要は低価格帯を中心に依然として弱い動きとなりました。

海外市場においては、中国・アジア地域を中心に好調を維持した一方で、北米・欧州市場が弱含みの推移となり、海外市場全体では減収となりました。北米市場は、デパートや宝飾チェーンが復調の兆しを見せている他、インターネット流通も拡大が継続しているものの、新製品の販売時期のずれ等により伸び悩みました。欧州市場は、政治不安の高まりが個人消費にも影を落としており、減収となりました。一方、アジア市場は、好調な経済環境の後押しもあり順調に販売を伸ばし、特に中国は、安定した経済成長と個人消費の拡大により売上を伸ばしました。

マルチブランドについては、“BULOVA”ブランドが北米市場で堅調に推移した一方で、“Frederique Constant”ブランドが厳しい市況感等から伸び悩み、マルチブランド全体では減収となりました。

ムーブメント販売は、市場の回復に力強さがなく高付加価値商品の需要が伸び悩む等、厳しい環境が続いており、減収となりました。

以上の結果、時計事業全体では、新製品の積極的な投入や広告宣伝費の投資を加速してまいりましたが、完成品の国内市場および、ムーブメント市場の需要回復が想定に届いておらず、売上高は749億円(前年同期比3.3%減)と、減収となりました。営業利益においては、重点施策の一つである高価格帯製品が伸長しましたが、ムーブメント販売の低迷等を補うには至らず、55億円(前年同期比35.8%減)と、減益となりました。

## (工作機械事業)

国内市場は、自動車関連の他、医療、建機、住宅設備関連など幅広い業種で設備投資が堅調に推移し、増収となりました。

米州市場は、医療関連を中心に旺盛な設備投資が継続し、増収となりました。

欧州市場は、ドイツで自動車関連等が堅調に推移した他、イタリアでも設備投資優遇税制の継続が確定となったことから市況は好調を維持し、増収となりました。

アジア市場は、中国で主要業種が全体的に堅調に推移した他、アセアン地域も自動車関連を中心に需要は底堅く、増収となりました。

以上の結果、工作機械事業全体では、国内外の好調な市況と当社グループの独自技術であるL F V(低周波振動切削)搭載機の販売増加が寄与し、売上高は353億円(前年同期比23.3%増)と、大幅な増収となりました。営業利益においても、好調な市況を背景とした大幅な売上増と高単価機種伸長を受け、68億円(前年同期比64.6%増)と、大幅な増益となりました。

## (デバイス事業)

精密加工部品の内、自動車部品は、ブレーキ部品が自動車市場の需要拡大を受け、国内向けを中心に堅調に推移した他、スイッチについても前年度大きく落ち込んだスマートフォン向けが回復し、精密加工部品全体で増収となりました。

オプトデバイスの内、チップLEDは、車載向けが引き続き好調に推移した一方で、照明向けは過熱する価格競争に追従せず、差別化製品の提案に注力したことから売上は伸び悩み、オプトデバイス全体で減収となりました。

その他部品は、水晶デバイスがスマートフォン市場の低迷等を受け伸び悩んだ他、強誘電性液晶マイクロディスプレイも、主要市場であるデジタルカメラ市場の停滞の影響を受け、その他部品全体で減収となりました。

以上の結果、デバイス事業全体では、精密加工部品が売上を伸ばしたもののその他の製品の落ち込みを補うには至らず、売上高は315億円(前年同期比7.4%減)と、減収となりました。営業利益においては、収益を重視した販売戦略に注力したことから、15億円(前年同期比2.3%増)と、増益となりました。

## (電子機器事業)

情報機器は、バーコードプリンターの新製品が好調に推移したものの、フォトプリンターがメディアおよび本体共に大きく落ち込んだこと等により、情報機器全体では減収となりました。

健康機器は、海外向けの内、アジアや米州、中国向けが伸長しましたが、国内向けの落ち込みを補うには至らず、減収となりました。

以上の結果、電子機器事業全体では、売上高は97億円(前年同期比4.9%減)と、減収となりました。営業利益においては、売上高は減収となりましたが収益改善に向けた取り組みが奏功し、1億円(前年同期比16.0%増)と、増益となりました。

## (その他の事業)

宝飾製品は、自社主催展示会やプロパー販売のうちパール製品が善戦したものの、ブライダル販売の落ち込みが大きく減収となりました。

以上の結果、その他の事業全体では、主に宝飾製品の伸び悩みにより、売上高は28億円(前年同期比1.6%減)、営業利益は0億円(前年同期比49.6%減)と、減収減益となりました。

## (2) 財政状態に関する説明

当第2四半期連結会計期間末の総資産は、前連結会計年度末に比べ263億円増加し、4,362億円となりました。資産の内、流動資産は、たな卸資産が126億円、現金及び預金が50億円増加したこと等により、211億円の増加となりました。固定資産につきましては、投資有価証券が28億円、機械装置及び運搬具が12億円、建設仮勘定が7億円増加したこと等により、52億円の増加となりました。

負債は、前連結会計年度末に比べ、社債が100億円、未払費用が19億円、電子記録債務が16億円増加したこと等により156億円増加し、1,618億円となりました。

純資産につきましては、前連結会計年度末に比べ、為替換算調整勘定が46億円、利益剰余金が40億円、その他有価証券評価差額金が16億円増加したこと等により106億円増加し、2,743億円となりました。

## (3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

連結業績予想につきましては、2018年8月9日の「2019年3月期第1四半期決算短信」で公表いたしました連結業績予想から変更はありません。