セイコーホールディングス株式会社

2018 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会　主な質疑応答

◆ 日時 ： 2017 年 8 月 3 日（木）10 時 30 分～

◆ 場所 ： セイコーホールディングス株式会社　本社

◆ 主な質疑応答 ：

Q1. 第 1 四半期の進捗が高かったにもかかわらず、通期見通しを変更しなかったのはなぜか。

A1. 第 1 四半期の進捗は円安の影響を除くと概ね計画どおりの進捗だった。電子デバイス事業について、為替影響以外でも想定を若干上回る進捗だったが、下期以降の環境は変動する可能性もあることからリスクを鑑み、通期見通しを据え置いた。

Q2. 完成品ウオッチの地域別の状況に期初と比べ変化があれば教えてほしい。

A2. 国内完成品市場の状況はそれほど変わっていないと感じている。
海外では他社も含め中国が順調なようだが、当社の中国ビジネスはそれほど大きくないため貢献度が低い。その他、欧州、中国以外のアジアも堅調。

Q3. 国内完成品ウオッチの足元の市況感と今後の見通しを教えてほしい。

A3. 「グランドセイコー」は独立ブランド化という話題と共に限定品など高価格帯商品も含め順調。アストロン、プレザージュ等の戦略ブランドについても比較的順調に推移しているが、中価格帯商品は若干厳しかった。

Q4. 国内で高価格帯商品が伸びているのはインバウンド需要によるものか。

A4. 当社の「グランドセイコー」が第 1 四半期順調なのは、主として日本人のお客様にお買いいただいている。

Q5. 国内完成品ウオッチビジネスに関して、今後さらに売上を伸ばすためにどのような取組みを行っていくのか。

A5. 今期は独立ブランド化した「グランドセイコー」を周知していただくための施策を確実に進めていく。また前期海外で好評だった「プロスペックス」などにも力を入れていく。

Q6. 完成品ウオッチのヨーロッパ市場、アジア市場の状況を教えてほしい。
A6. 前期欧州では 10 万円前後の商品を中心に順調に伸びた。以前よりも高価格帯商品を受け入れてもらえる環境になってきていると捉えている。
アジアはもともと日本ブランドに対する評価が高いことから、さらに高価格帯商品が受け入れられやすい状況にある。

Q7. 増収に転じた外販ムーブメントビジネスの回復力と流通在庫の現状をどのように見ているか。
A7. 想定どおり価格競争が継続しており、回復力はそれほど強いとは考えていない。ただし、流通在庫については着実に健全化してきていると捉えている。

Q8. 電子デバイス事業が好調だった要因は何か。
A8. 半導体だけでなく、高機能金属、サーマルプリンタやその他プリンタ関連事業などが前期第 4 四半期から引続き好調に推移した。

Q9. ソリューション事業で M&A を行ったことによる今期の利益貢献をどう見ているか。
A9. 初年度はのれんの償却に加え取得費用が発生することから、利益貢献は期待していない。ただし、来期以降はシナジー効果も含め利益を期待している。取得した事業は順調にスタートしたことから早めに利益に貢献すると考えている。

以上