

ウィズコロナでも収益を確保し、
アフターコロナに向けた成長戦略を展開します。

代表取締役 社長 CEO 榎尾 和宏

Q 2021年度上期の業績を教えてください。

世界のコロナ禍は依然として続き、企業の業績に影響を与えています。

そのような環境下、当社は前期、アフターコロナを見据えて事業ポートフォリオ改革や事業戦略の再構築を行いました。また、それらを支える機能本部の構造改革として、デジタルマーケティングの本格稼働や自社ECの強化、PLM(プロダク

■ 第2四半期連結累計期間の業績

売上高	1,259 億円	前年同期比 121%
営業利益	120 億円	前年同期比 286%
利益率	9.6 %	
経常利益	123 億円	前年同期比 269%
親会社株主に帰属する 当期純利益	88 億円	前年同期比 169%

ト・ライフサイクル・マネジメント)導入によるエンジニアリングチェーン強化、サプライチェーン改革、これらを束ねる全社DXの推進などに取り組みました。その結果、2021年度上期はコロナ禍の影響を低減することができました。

時計事業は、ASEAN地域での部材メーカーの稼働制限による生産への影響を受けながらも、“G-SHOCK”が好調で営業利益率19%を確保しました。教育事業は、対面授業が再開された地域で関数電卓の売上が回復し、一般電卓の売上也店舗の営業再開により回復しています。楽器事業はSlim&Smartモデルが好調で、売上が拡大しています。システム事業はコロナ禍による商談案件の一部延期や緊急事態宣言延長の影響を受けましたが、収益安定化の基盤ができました。

全社改革と各事業での施策により、今上期の業績は前年同期比で増収増益となり、営業利益率10%水準を確保いたしました。株主の皆さまへの中間配当額は、業績連動および、

安定配当を基本としており、今回、22円50銭の前年度と同額といたしました。

Q ウィズコロナ・アフターコロナに向けた今後の取り組みを教えてください。

全世界で、半導体不足が深刻化しています。またASEAN地域では人の移動や工場の稼働が制限されたことにより、サプライチェーンが寸断されて部材価格や物流費の高騰が起きています。

当社は、半導体などの電子部品や機構部品の不足に対しては、調達正常化に向けた調整や設計変更による代替品確保で対応しています。部材や物流費の高騰は、売価の最適化や経費の効率化で吸収を図ります。これらの対策でウィズコロナを乗り切り、アフターコロナの初年度と考える2023年度以降に営業利益率15%超を達成するため、価値創造の最大化に取り組んでまいります。

時計事業では“G-SHOCK”のロイヤルファンの拡大を図ります。ユーザーデータベースの構築や自社ECのグローバル展開などのデジタルマーケティングを強化することでユーザー一人一人に合わせて価値を提供し、ファンコミュニティの運用拡大やロイヤルファン向けサービスの拡充を行います。教育事業では、総合学習プラットフォームに進化した『ClassPad.net』で高校のGIGAスクール構想への対応を進めます。楽器事業は、Slim&Smartモデルのラインアップ拡充とライフスタイルの提案によりEnjoyment市場の顕

在化を進めるとともに、自社ECでの発信を強化し楽器専門流通との連携を強化します。システム事業はトータルソリューションビジネスへの転換により、収益の安定化を図ります。新規事業は当社の技術や強みを活かし、新市場を創造できる分野に投資を集中します。投資判断についてはKPIを明確化し、達成状況に応じて厳格な投資の意思決定を行います。

併せてサプライチェーンマネジメント改革や働き方改革を通じて生産性を高めます。社員が創造的に働くためのオフィスの再構築や組織づくりも進めます。また、脱炭素社会を実現するための温室効果ガス削減にも取り組み、SBTiの認定を取得した削減計画の下、使用電力の再生可能エネルギーへの転換やTCFDの提言に基づく情報開示などを行います。

これらの施策によって株主の皆さまのご期待に沿えるよう、全力を尽くしてまいります。

■ 配当金の推移

