



2020年3月27日

各 位

会 社 名 セイコーホールディングス株式会社
 代表者名 代表取締役社長 中村 吉伸
 (コード番号 8050 東証第1部)
 問合せ先 常務取締役経営企画部長 瀧沢 観
 (TEL 03-3563-2111)

新型コロナウイルス感染症に関する影響について (3月25日現在)

新型コロナウイルス感染拡大に関して、3月25日時点における弊社グループの状況を以下のとおりお知らせいたします。

2020年3月期の連結業績への影響については、引き続き精査中であり現時点では未確定要素が多いことから、今後、合理的な見積もりが可能になった時点で速やかにお知らせいたします。また、今後も状況の把握に努め、適宜情報を更新してまいります。

◆ 主な国内事業所での対応

- ・ 時差出勤、在宅勤務制度の実施
- ・ 不急な国内および海外出張の延期（地域によって渡航禁止等）
- ・ 小学校等に通う子を養育する社員が小学校等の臨時休業などで子の世話をを行う必要がある場合は特別休暇（有給）を付与
- ・ マスクの着用、手指の消毒の励行
- ・ Web会議、電話会議等の推進
- ・ 大規模イベント・セミナーの開催・参加の見合わせ、他

◆ 主な拠点の稼働状況について

所在地	主な拠点	状況
中国	ウオッチの製造会社（1社） ウオッチ・電子デバイスの製造会社（1社） 電子デバイスの製造会社（1社） ウオッチの販売会社（1社） 電子デバイスの販売会社（1社） クロックの販売会社（1社）	各拠点とも中国政府等の指示に従い活動中 2/10以降順次稼働を再開し、概ね通常水準の稼働に戻っている
米国	ウオッチの販売会社（2社） 電子デバイスの販売会社（1社）	ロックダウン指令により最低必要人員を除き在宅勤務 直営ブティックは営業停止
英国	ウオッチの販売会社（1社）	ロックダウン指令により3月24日から事務所を閉鎖 直営ブティックは3月22日から営業停止

所在地	主な拠点	状況
フランス	ウオッチの販売会社（1社）	ロックダウン指令により最低必要 人員を除き在宅勤務 直営ブティック等は営業停止 GSブティックのオープンイベント 延期
イタリア	ウオッチの販売会社（1社）	ロックダウン指令により在宅勤務
オランダ	ウオッチの販売会社（1社）	最低必要人員を除き在宅勤務 直営ブティック等は営業停止
ドイツ	ウオッチの販売会社（1社） 電子デバイスの販売会社（1社）	最低必要人員を除き在宅勤務 直営ブティック等は営業停止
ロシア	ウオッチの販売会社（1社）	在宅勤務を開始 直営ブティックは営業継続中
インド	ウオッチの販売会社（1社）	3月18日から在宅勤務
タイ	ウオッチの販売会社（1社） 電子デバイスの製造会社（2社）	通常稼働 直営ブティック等は営業停止
マレーシア	ウオッチの製造会社（1社）	活動制限令に従い3月18日から 閉鎖中
シンガポール	ウオッチ・電子デバイスの製造 会社（1社） 電子デバイスの製造会社（1社）	勤務シフトの削減、変更等
香港	ウオッチの販売会社（1社） ウオッチ・電子デバイスの販売 会社（1社） クロックの販売会社（1社）	シフト制で在宅勤務等
台湾	ウオッチの販売会社（1社） 電子デバイスの販売会社（1社）	通常稼働
オーストラリア	ウオッチの販売会社（1社）	3月18日から一部在宅勤務
日本	小売（株）和光	4月5日まで営業時間短縮等

◆ 想定される影響

- ・ 物流面では航空運賃の値上げ等によるコストの増加が発生している。
- ・ 新型コロナウイルスの影響が長引いた場合、リーマンショックや東日本大震災後のように、消費志向が変わり流通を含め市場動向に変化をもたらす可能性もあると思われる。今後の動向を注視し見極めていくことが大切と考える。

<BtoB ビジネス>

- ・ 中国ではサプライヤー関係も概ね稼働を再開し、手もとの在庫を含め、生産に大きな影響は出ていない。客先の当社以外の部品等の供給状況は一部不明であり、電子デバイス事業や外販ムーブメントビジネスで一部出荷の後ろ倒しの要請等もあったが、大きなキャンセルはなく現時点では客先も復帰している。
- ・ 電話会議等の代替手段を使用しているが、展示会などのイベントや商談のための出張等を行うことが難しくなった結果、受注活動が思うように進まず、来期2021年3月期の売上高に影響が出る可能性がある。
- ・ マレーシア政府による活動制限令発令に従い、当社は3月18日から現地製造拠点を閉鎖している。また、一部電子デバイス事業の在マレーシアのサプライヤーも活動を停止しており、調達に支障をきたし始めている。

<BtoC ビジネス>

- ・ 日本を含むグローバル市場において、中国人観光客を中心とするインバウンド需要の落ち込みに加え、感染が拡大している国々ではその国の内需が低迷することでウォッチ、クロックの販売状況に影響が出ると想定している。
- ・ 日本国内市場においてはウォッチの買い替え需要は落ちる可能性が高いものの、入学、就職、結婚等などの需要はそれなりにあると思われる。
- ・ 中国市場でのウォッチの販売へもそれなりにインパクトはあると思うものの、中国市場についてはEコマースでの売上比率も高いことから極端に大きな落ち込みにはならない可能性もある。
- ・ 当第4四半期に計画していた一部の広告宣伝活動などで中止や延期が発生。ただし、投資を強化するという第7次中期経営計画の方針に変更はなく、ウォッチ事業では引き続きグローバルブランドの国内外での伸長とそのための広告宣伝、製造体制、アフターサービス体制の強化に取り組む。

参考情報

当社は中国における製造実績等は開示いたしておりません。

連結売上高に占める中国向け売上高は33,148百万円※（2019年3月期実績）です。

※ 顧客の所在地を基礎として分類した売上高。

以上