

株式会社河合楽器製作所

2025年3月期（第98期）第2四半期決算説明会 質疑応答要旨

開催日：2024年11月13日(水)11:00～12:00

説明者：代表取締役社長 執行役員 河合 健太郎

注：本資料は決算説明会ご出席者からいただきました主な質問と回答をまとめたものですが、回答の意図をより分かりやすくするため、加筆修正を行っております。

<今後の業績見通しについて>

Q1. 下期の鍵盤楽器販売は上期より改善される計画となっているが、その背景は？

A1. 国内では10月から12月の年末が一番の商戦期であり上期より伸長が見込まれます。海外子会社は12月決算であり、期末の12月まである程度見通しが立っていますが、欧州では電子ピアノが好調で、グランドピアノの売上高も上期累計で前年を上回っています。北米はかなり厳しい状況ですが色々手を打ってきたので、ようやく10月には底を打った感触もあります。

Q2. 中国市場の今後について、在庫の正常化や楽器の需要についてどのようにお考えですか？

A2. ローカルメーカーの在庫がかなり市場に残っているので、正常化には2～3年かかると見ています。また、経済状況や双減政策によりこの2～3年は厳しい状況が続くと予想されます。ただし、中国における当社のプレゼンスは高く、引き続き学校関係に対しては当社の強みであるグランドピアノを、趣味で演奏される層向けには電子ピアノを、それぞれ伸ばしていきたいと考えています。

Q3. 北米市場での販売減少要因と今後の計画を教えてください。

A3. 市場全体が冷え込んでおり、上半期のアメリカの輸入統計では鍵盤楽器の輸入が前年比で3割ほど減少しています。新型コロナウイルス感染症拡大時の初期に港湾物流の混乱などもあり鍵盤楽器が品薄となった後、2021年に入り製品が北米に集まってきたため市場の在庫が過大となり、各社がその後処理に追われている状態にあります。今後については、来年1月に開催されるアメリカ最大の楽器見本市である「NAMM Show」にてブランド戦略を展開し、北米でのプロモーションを強化していきます。その後、欧州や豪州などグローバルに展開していく計画です。

Q4. 欧州での強みの理由は？

A4. 前回開催のショパンコンクールでファイナリスト 3 名に当社のピアノ Shigeru Kawai を選択していただいたこともあり、Shigeru Kawai の認知度が高まり、その影響もあって電子ピアノのシェア向上につながっています。ショパンコンクール開催地であるポーランドのワルシャワに開設したショールームを拠点として「マスタークラス」(著名な音楽家によるレッスン)などのイベントを開催しており、販売にもつながってきています。

Q5. 楽器減産の状況と今後の見通しを教えてください。

A5. 本年 5 月から減産を実施しており、その結果第 2 四半期末の鍵盤楽器の在庫台数は、前期末比で 10%ほど減少しています。アイテム別に見ますと、グランドピアノは前期は販売が好調で増産していた反動で在庫台数が約 30%増加しましたが、アップライトピアノは約 3%減少、電子ピアノは約 15%減少しています。アコースティックピアノは来年 3 月まで減産を継続する予定ですが、電子ピアノはすでに在庫が正常化しており、クリスマス商戦に向けて生産を増やしています。

Q6. インドネシアに電子ピアノの新工場を建設するとのことですが、なぜこのタイミングなのでしょう？また今後のスケジュールについて教えてください。

A6. 電子ピアノ市場は今後も拡大が見込まれます。当社は来年 4 月にスタートする次期中期経営計画の中で、ブランド認知度の拡大を進め、主要市場や新興国において電子ピアノのシェアアップによる販売台数増加を図っていきます。そのために生産能力を拡大する必要があり、新工場は 2026 年夏の稼働を予定しています。

Q7. 電子ピアノは他社との差別化をどのように図っていくのですか？

A7. これまで当社では扱ってこなかった低価格帯までレンジを広げ、高額機種からハイブリッドモデルなどかなり幅広いラインナップを展開していますが、低価格モデルにもピアノとしてのタッチ感を損なわないようにしています。アコースティックピアノメーカーとして、タッチとサウンドにはこだわっています。

Q8. 素材加工事業が好調な要因を教えてください。

A8. 上期の好調要因は、塗装事業の自動車内装パネルが伸長したことによります。金属事業も自動車生産の回復に伴い、我々の製品受注も回復しつつあります。

<次期中期経営計画について>

Q9. 次期中期経営計画に向け、認識している課題について教えてください。

A9. 海外で当社の認知度調査を行った結果、特に北米・欧州での認知度が思ったより低い結果であり、当社の立ち位置がわかりました。認知度を上げて、電子ピアノのシェアを向上させることが必要だと認識しています。そのため、ブランディング会社「Ogilvy」とともに、ワールドワイドでの認知度向上への取り組みを進めていますが、特に北米での電子ピアノシェアが低く、欧州もまだまだ高めていく必要があると考えています。「電子ピアノのシェア向上」と「グランドピアノの高付加価値化」、当社にはこの両輪が必要であり、そのためにインドネシアでの電子ピアノ新工場の建設を決めました。

<PBR1 倍割れについて>

Q10. PBR 1 倍割れの状態が続いていますが、いつまでに 1 倍割れを脱するおつもりでしょうか？

A10. 早期の達成が必要だと認識しています。損益面では、当期に在庫の正常化を終えて来期からは営業利益を回復させる計画です。また IR 活動のさらなる強化により株価を向上させていくことが責任だと感じています。

本資料に記述されている当社の業績予想、将来予測などは、当社が作成時点で入手可能な情報に基づいて判断したものであり、経済情勢、販売競争の激化、知的財産権に関するリスクなど、様々な外部要因・内部要因の変化により、実際の業績、成果はこれら見通しと大きく異なる結果となる可能性があります。