



新型コロナウイルス感染症の 影響に関する開示例（その5）

株式会社東京証券取引所 上場部

2020年9月11日

「連結業績予想および配当予想の修正に関するお知らせ」
（2020年7月30日開示）※抜粋

「2020年度 第1四半期 決算説明会資料」
（2020年7月30日開示）※抜粋

修正の理由

2020年5月18日に公表しました「2020年3月期決算短信〔米国基準〕（連結）」において未定としておりました2021年3月期の連結業績予想について、現時点で入手可能な情報や予測などに基づき算出した結果、以下のとおり減収減益を見込んでおります。

建設機械・車両部門では、新型コロナウイルス感染拡大の影響による需要減少もあり、減収の見通しです。伝統市場※は第3四半期より、戦略市場※は第4四半期より、需要は回復基調に入ると想定しています。一方、中国では、本年2月の春節（旧正月）後の販売シーズンの後ろ倒しやインフラ投資などの景気下支え策により、需要は堅調に推移すると想定しています。また、機械稼働管理システム「KOMTRAX」から得られる車両稼働状況は回復基調であり、部品・サービスの需要については本体需要よりも早く回復すると見込んでいます。

利益については、販売量減少および地域構成差、円高の影響により減益となる見通しです。

※コマツにおける「市場」の位置づけ

伝統市場：日本、北米、欧州

戦略市場：中国、中南米、アジア、オセアニア、アフリカ、中近東、CIS

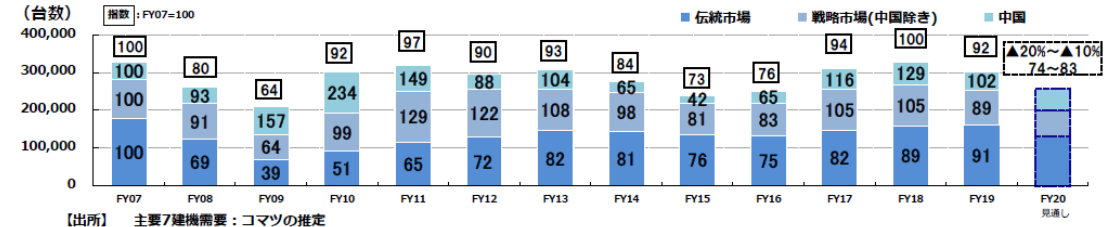
KOMATSU

新型コロナウイルスに関する影響について

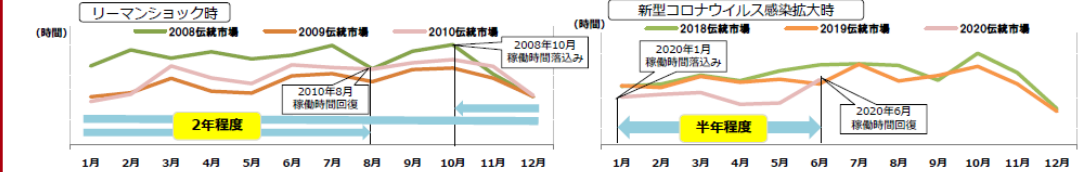
6

(2) 2020年度業績予想について（需要の見通し）

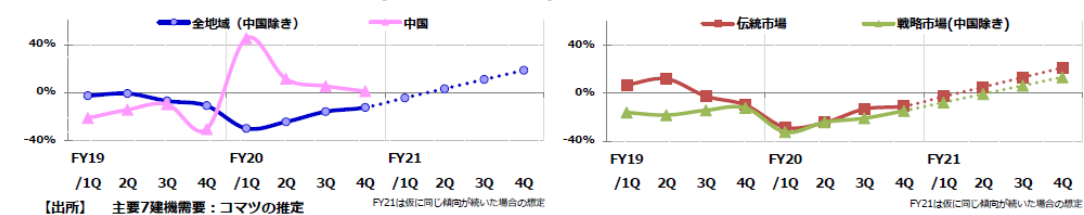
<主要7建機 年度別需要推移>



<KOMTRAX月平均稼働時間推移>



<主要7建機 対前年同期伸び率 (FY19~FY21)>



- ▶ 「未定」としていた業績予想を公表し、前提条件として、想定している地域別の需要回復時期に言及
- ▶ 需要回復を見込む背景として、具体的なデータに基づき顧客動向を説明

「2020年度 1Q決算 投資家様向け説明資料」（2020年7月28日開示）※抜粋

2020年度1Q実績

2020年度計画

アフターコロナへのチャレンジ

セグメント別 2Q以降 事業環境認識

事業環境は極めて不透明。厳しい事業環境が継続する。

制御機器事業 (IAB)	自動車： コロナ影響による自動車販売台数の減少を受け、設備投資は引き続き停滞を見込む。 デジタル： 中国・韓国を中心に好調だった1Qから反動減となるが、4Q以降は緩やかな回復を見込む。 食品・日用品： 経済減速の影響は続くが、感染防止/社会生活維持関連需要が下支えし、横ばいを見込む。 社会インフラ： コロナ影響で停滞するが政府の景気刺激策の効果等もあり全体としては横ばいを見込む。
電子部品事業 (EMC)	民生： 中国は国内市場が回復基調の一方、前年水準まで戻らず、欧米は緩やかな回復を見込む。 車載： 自動車販売台数減少に伴って大幅な需要減少を見込む。
社会システム事業 (SSB)	鉄道： 投資抑制の動きが拡大しており、需要低調を見込む。 交通： 堅調な更新需要を見込む。 エネルギー： 販売店の活動再開により、蓄電システムの緩やかな回復を見込む。
ヘルスケア事業 (HCB)	国内： 体温計を中心に堅調。外出規制緩和による店頭販売の緩やかな回復を見込む。 海外： オンライン販売・血圧計を中心に堅調。国内同様店頭販売も緩やかな回復を見込む。

Copyright: 2020 OMRON Corporation. All Rights Reserved.

11

2020年度1Q実績

2020年度計画

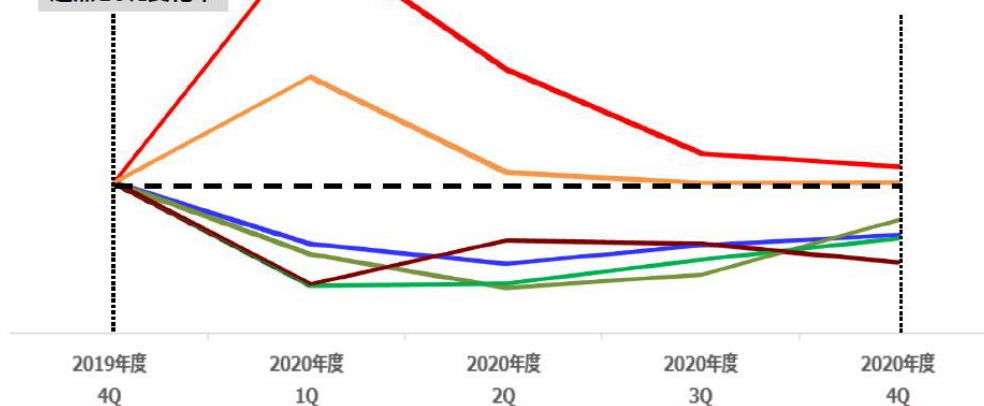
アフターコロナへのチャレンジ

制御機器事業 エリアごとの四半期別売上高推移イメージ

2020年度は1Qが好調だった中華圏と韓国においても2Q以降は厳しい状況が続く。

—日本 —米州 —欧州 —中華圏 —韓国 —韓国除く東南アジア

2019年度4Qを
起点とした変化率



Copyright: 2020 OMRON Corporation. All Rights Reserved.

15

- 「未定」としていた業績予想を公表し、セグメント・分野別に前提とする事業環境について説明
- 地域別の見通しについて、感染症影響が生じる前の売上高を基準とした推移グラフにより説明

「2021年3月期 第1四半期決算説明会資料」（2020年8月4日開示）※抜粋

2020年度 通期 デバイス市場別コメント



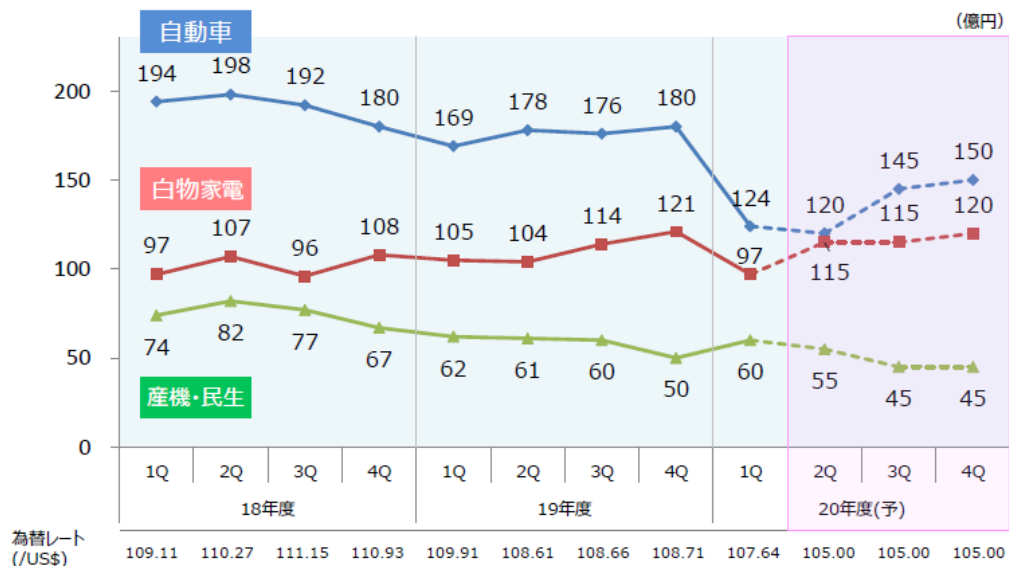
自動車市場

- 5月ガイダンス以降、世界販売予測は、6～7月が約65M台水準。当社の前提は、世界生産見通しを65M台に置く。
- 2021年以降もサプライチェーンの調整など影響が長引く要素を伴いながら、徐々に回復すると想定。
- 中国は経済再開とともに、自動車販売が前年を上回っている。4月で欧米は下げ止まり、5月から回復基調。南米・インド等は感染拡大傾向が続き、自動車販売も依然低調。
- 5月には1Qをボトムと想定したが、部品の在庫消化が長期化し、2Qがボトムになると前提を変更した。
- 下期はOEMの前同減少幅も少なくなり、回復基調にあるものの、大幅な回復は見込めず、前同を10%以上下回るとみている。

デバイス 市場別 連結売上高 通期予想



- 自動車は、2Qまでの在庫調整局面を経て、3Q以降ゆるやかに回復を見込む。
- 白物は、中国中心にインバータ化シフトを受け、下期前同並みに回復を想定。
- 産機・民生は、OA向けで一過性の需要増あったが、産機市場の低迷は続く。



Sanken Electric Co., Ltd.

8

Sanken Electric Co., Ltd.

13

- 「未定」としていた通期予想を公表するとともに、足元の動向を踏まえ公表済の2Q予想を修正
- 市場別に業績予想の背景や前提条件の変更内容を説明しつつ、売上高の推移グラフにより四半期ごとの見通しを開示

「2021年3月期第1四半期 決算説明資料」
(2020年7月29日開示) ※抜粋

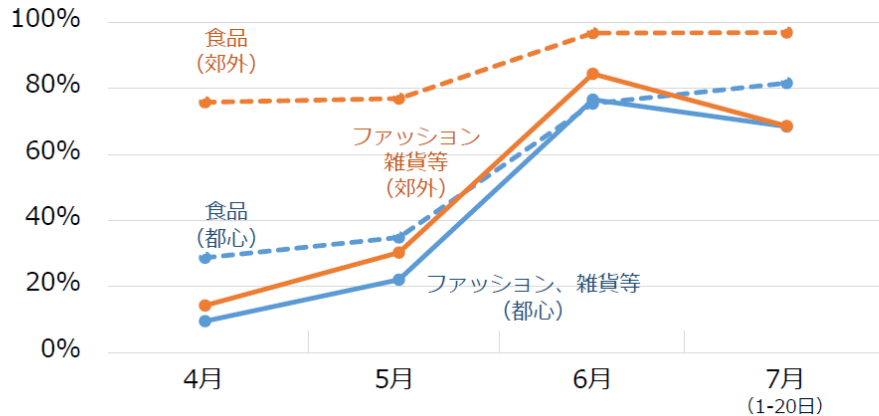
「2020年8月度売上速報」
(2020年9月1日開示) ※抜粋

3. 百貨店事業



- ▶ 広域集客の都心店は休業期間中、客数減少により食品売上も低調
営業再開後の6月は外出自粛の反動需要やクリアランス前倒し開催により国内売上前年比84% (免税売上10%)
- ▶ 近隣集客の郊外店は都心店よりも落ち込み幅は小さい
- ▶ 7月はクリアランス前倒しおよび新型コロナウイルス感染症再拡大の影響で減速

店舗立地・アイテム別の既存店売上高前年比の推移



7

- ▶ 業績予想は引き続き「未定」としつつ、足元の動向について、店舗立地・アイテム別の売上高前年比の推移等により説明
- ▶ 月次速報値の開示において、感染症の影響を踏まえた顧客動向や店舗の状況について継続的に情報提供

2020年8月度 売上速報

■ 百貨店事業

阪急阪神百貨店	売上高前年比(%)
阪急本店	70.5
阪神梅田本店	63.1
支店計	116.8
全店計	85.0

※神戸阪急、高槻阪急は本年実績のみ。

○ 全店の概況

- 7月下旬からの新型コロナウイルス感染者の急激な増加に伴う外出自粛ムードや、酷暑の影響により、夏休みに入っても都心店を中心に入店客数の大幅減が継続。特に両本店では前年比5割を下回る水準で推移。年配層やファミリー層を中心に都心を避ける傾向が再び強まる。また、お盆期間中の広域からの帰省客も例年に比べ少ない傾向。結果、都心店の売上高前年比は69%、郊外店は89%(既存店対比)と格差がやや拡大。郊外店は生鮮食品・惣菜などが堅調で、食品売場が前年比95%と売上を下支え。
- EC売上は前年比193%と高水準の伸び。限定商品やポイント強化、送料無料といった化粧品の取り組みや手土産の配送コースを想定した和菓子などの品揃えの強化、各種オンライン催事の取り組みなどが奏功。
- インバウンド売上は前年比▲87%と状況は変わらず。

○ 阪急本店の概況

- 7月下旬から両本店において出入口の制限とお客様の検温を再開。入店客数は依然低水準ながら、インバウンドを除く国内売上高は前年の約8割を確保。ただし、夏休みやお盆の3世代ファミリー層の来店による賑わいは見られず。
- カテゴリ別では、ラグジュアリーが売上高前年比92%と健闘。特に、3月に改装し品揃えを強化した時計売場では、人気の定番商品や新作の動きが良く、売上高前年比141%と好調継続。一方、帰省や旅行の自粛により、例年需要が高まる婦人服飾品の夏のコーディネートアイテムや、食品の手土産・ご馳走アイテム(菓子・惣菜)が苦戦。
- OMOの取り組みにおいては、WEB決済サービスが、対象売場の拡大とともに売上を順調に伸ばす。外商でのZoomを活用した販売も、子ども服や家具など対象カテゴリを拡大した結果、広域顧客のニーズも取り込み、リピーターも多く好調な動き。いずれも、店頭への来店を控えたいお客様のお買物のご要望にお応えする取り組みとして好評。

※過去1年間の売上高推移

	2019年度								2020年度				前年比(%)
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	
阪急本店	106.7	129.5	84.2	94.1	94.5	98.6	81.9	58.7	14.1	25.6	78.1	75.4	70.5
阪神梅田本店	96.4	121.7	84.9	93.4	94.2	97.5	80.1	57.5	19.1	27.3	63.9	68.1	63.1
支店計	97.8	107.2	124.7	133.7	136.1	132.1	135.8	99.4	41.8	56.1	115.4	112.6	116.8
全社計	102.5	121.3	97.5	107.4	108.0	110.2	98.2	72.0	23.6	35.9	89.1	86.8	85.0
既存店計※			85.5	94.6	95.4	98.2	85.7	62.0	19.5	30.5	77.5	76.1	73.1

※神戸・高槻阪急を除く

「2021年3月期第1四半期決算説明会資料」(2020年8月3日開示) ※抜粋

2. 新型コロナウイルス感染症による影響への対応

(費用削減)

- ・営業費用については減便による運航費用の削減や、人件費や広告宣伝費、IT経費などの固定費の削減により、前年対比で1,250億円減少しています。
- ・燃油費などの収入・供給連動費用(変動費)については、対前年減収額2,724億円の約40%にあたる1,084億円を削減しました。
- ・人件費や広告宣伝費、IT経費などの固定費については、前年対比では166億円減少しています。一方、国際線の事業規模の拡大などに伴う費用増を見込んでいた当初想定対比では290億円の削減となり、緊急対応策として定めた年間600億円の固定費削減目標は、第1四半期ですでに約半分を達成しています。

(投資抑制)

- ・投資計画については、当初想定比で年間500億円の抑制を目標としていましたが、航空機投資をさらに300億円抑制し、年間で計800億円の抑制を目指してまいります。

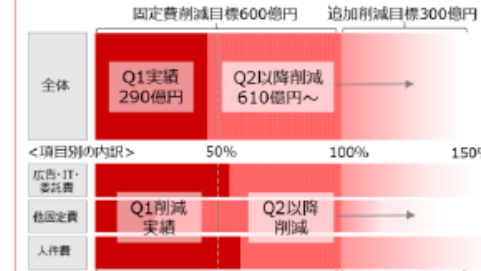
コスト削減

収入・供給連動費用は減収規模の40%を着実に削減(4月～6月実績:1,084億円削減⁽¹⁾)、固定費は年間900億円の削減⁽²⁾を目指す

固定費

- 前回見通し(当初想定比600億円減)から300億円追加削減し、計900億円の削減を目指す

【固定費削減の進捗イメージ】



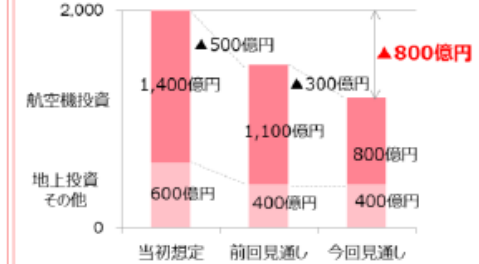
収入・供給連動費用

- 継続して減収額の40%の費用削減を目指す

投資抑制の取り組み

前回見通し(当初想定比500億円減)から300億円追加抑制し、計800億円の抑制を目指す

[FY20投資額]



航空機投資

- ・メーカー側との支払い時期交渉
- 地上投資その他
- ・実施要否、実施時期の更なる精査

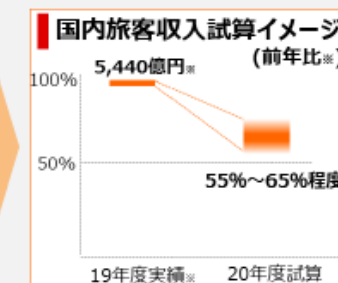
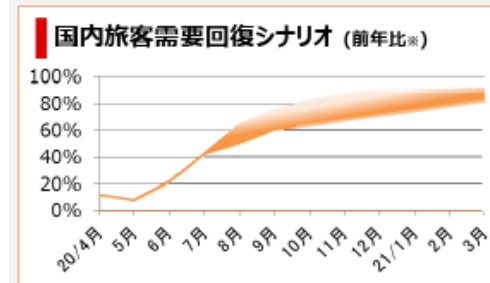
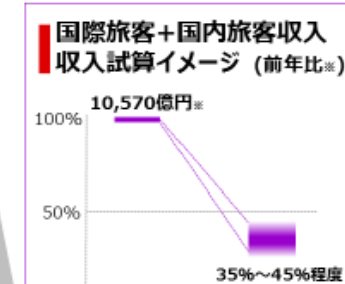
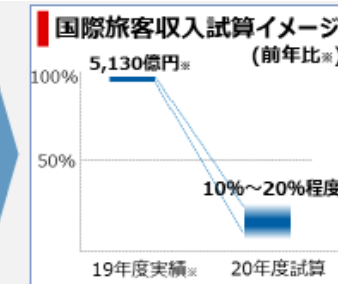
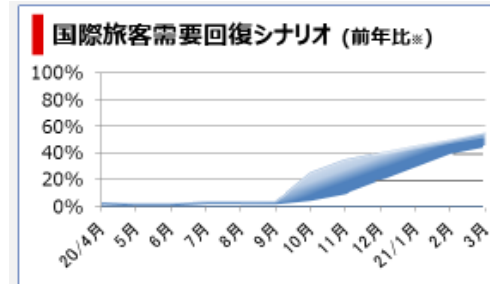
3. JALグループ連結業績予想について

(一定の旅客需要回復シナリオに基づく旅客収入の状況とそれらに伴う利益変動の見込み)

- ・需要回復の見通しは不透明であり、見解を示せる状況ではないものの、下図に記載した需要回復シナリオにもとづけば、今期の国際および国内旅客収入の合計は、前年対比で35%～45%程度にとどまるものと見込まれます。
- ・この減収に、他の収入の状況と固定費を含む費用削減を勘案した場合、EBITベースで、連結売上収益の減収額の概ね5割程度の利益悪化となることが見込まれます。

➤ 業績予想は引き続き「未定」としながらも、一定のシナリオに基づく収益影響見込みを開示

➤ 感染症による影響への対応として、費用削減の実績や、今後の更なるコスト削減・投資抑制に向けた取組みについて説明



国際・国内旅客収入含む連結売上収益の減収額の概ね5割程度の利益悪化