

## 2018年12月期 決算説明会 質疑応答の要旨

### Q1：利益率の設定と収益性の考え方を説明してほしい

A1：新製品開発時の利益率の設定は、全商品共通である。販売地域により異なるが、平均すると40%をターゲットにしている。昨年までは36%であったが、基幹システム導入と同時に、ZOOM HK LTD（以下 ZOOM HK。連結子会社）を通さずに工場から直接仕入れる商流変更を行ったこと、及び当社からの輸出価格（FOB 価格）の値上げにより、40%とした。2018年に発売した製品については、40%を達成した。

### Q2：2019年の減価償却方法等の変更は、昨年2月に発表された中期経営計画に織り込み済みか

A2：織り込んでいない。変更により当初計画よりも減価償却費は減少するが、開発費用が当初計画よりも増加するため、結果として営業利益は37百万円の増加を見込む。中期経営計画の進捗としては順調と考えている。

### Q3：ズーム製品に対するトランプ関税の影響はどのようなものか

A3：対象製品は、マルチエフェクター、ハンディオーディオレコーダー、オーディオインターフェース。マルチエフェクターは、2段階で賦課された。第1段階で10%、第2段階で25%の税率となった。ハンディオーディオレコーダー、オーディオインターフェースは、税率が10%となった。

ZOOM North America LLC（以下 ZOOM NA、持分法適用関連会社）の売上に占める対象製品の割合は、マルチエフェクターが6.7%、ハンディオーディオレコーダーとオーディオインターフェースが10.6%であり、2019年の業績に与える影響は限定的とみている。

競合他社も類似の状況だが、マルチエフェクターについては、アメリカで製造しているメーカーの方が有利である。

### Q4：トランプ関税が業績に影響するのは、2018年が第3四半期以降、2019年が年間を通じて、となるのか

A4：マルチエフェクターの北米向け売上が減少した理由は、最終消費者の需要が減少したというよりは、ZOOM NA が在庫の保有数量を抑制したためである。この問題はいずれ終息すると考えており、その時に仕入を再開する予定であるが、その時期を見込むことは難しい。今後、関税がどのように変化していくかは分からないが、状況の変化に即して対応していく。（参考 Q3）

**Q5：2018年第3四半期から年度末にかけて製品在庫が増えた理由**

A5：ズーム製品は、米国のサンクスギビングの時期から需要が増加するが、その予測は難しい。ZOOMNAは、欠品の機会ロスを防ぐために例年豊富な在庫を確保する。また、中国の春節時期に現地工場の生産がほぼ1カ月稼働しないことから、例年12月と1月に生産を倍増して一時的に在庫が増え、その後第1四半期で在庫が減少する。

**Q6：2019年から2020年は、大幅に売上が増加する。売上増加の方策は何か**

A6：新規事業を見込んでおり、M&A等も考慮に入れている。

**Q7：2018年は、アーティストからクリエイターへの程度市場が拡大したのか。また、クリエイターの比率はどの程度か**

A7：アーティストからクリエイターへという流れは、ハンディオーディオレコーダーを発売した当初から始まっている。その頃と現在でアーティスト市場とクリエイター市場の比率に変化はないように思うが、売上の伸長に応じて当社製品のシェアが拡大している。

**Q8：VR関連製品の2019年販売見通し、中長期の販売見通しをどのように見ているか**

A8：2018年10月に発売したH3-VRの2018年の販売実績は、計画比50%程度であった。2019年1月は計画を上回っている。市場におけるVRの認知度はまだ低いですが、今後非常に大きな市場になると予測している。