

2018年3月期 第2四半期決算説明会 主な質疑応答

2017年11月6日
株式会社SUBARU

Q：「完成検査における不適切な取り扱い」に関する、今期業績や販売台数への影響について。

A：費用については、上期・下期でそれぞれ約50億円、年間で100億円を織り込んでいる。10月27日に実施した記者会見で、リコール関連費用として約50億円（対象台数約25.5万台×台あたり費用2万円）との見通しをお伝えしたが、具体的な実施方法が決まっていないうちで、費用ばかりが先行して社内的な制約となって対応策が決まってしまうことを懸念し、今回の通期見通しでは100億円を織り込んだ。よって、100億円というのは全ての使用用途が決まっている訳ではない柔軟な数字であることをご理解いただきたい。販売面での影響については、現段階では未だ見通せない状況。よって、下期計画の国内登録車販売については、完成検査の件の影響は織り込んでいない。
一日も早くお客様の不安を早く解消するために、出来ることをしっかり実施したいと考えている。

Q：米国販売計画について。前回発表の通期計画に対し、販売台数は約2万台落ちている。インセンティブを増やして販売を伸ばすという考え方もあるが、台あたりインセンティブ額に変更はない。収益を重視するSUBARUのビジネスモデルは理解しているが、収益と販売台数のバランスはどのように考えているのか。

A：これからもSUBARUのビジネスモデルを守っていききたいと考えている。他銘がセダンからSUV市場へと販売の軸をシフトし、SUVモデルに対するインセンティブ額を積み増してきた厳しい状況下ではあるが、当社は台数を伸ばすためにインセンティブを更に積み増すということは今後も考えていない。もっと販売をプッシュできるのではという見方もあるかもしれないが、適正な在庫で、出来る限り販売店の負担を増やさないようコントロールした上で成長を継続させるというのが当社の考え方。他社との競争環境や在庫レベルを注視しながら、トータルとしての成長を維持していきたいと考えている。

Q：中期経営ビジョンで発表した120万台+α販売の進捗について。

A：市場別にみると、北米市場は総じてオンライン。中国は昨年実績の約5万台から3万台へと下方修正しており、想定していた以上に厳しい。その他、欧州も状況は厳しい。米国では、来年アセントの導入と既存車種のフルモデルチェンジを予定しており、多少の振れ幅はあるかもしれないが、ほぼ計画通りに進むと考える。それ以降は、2021年にEVの発売を計画しているが、現在のEVシフトの潮流も含めて、2021年以降をどのようにたたかっていくのかということ、現在の計画を再度検証・検討し、皆様にしかりとご説明できるようにしたいと考えている。

Q：上期実績に対し下期計画は、台数計画は同水準であるのに、営業利益率が大きく悪化している。この要因はなにか。

A：固定費、試験研究費、販管費などの各費用が、少しずつ増えることが主な要因。米国のインセンティブについては、上期実績1,800ドル/台に対して、下期は約150ドル/台増える計画。試験研究費については、上期は出方が少なかったため、下期の方が大きく出る見通し。固定費

も100億レベルで下期に大きくなる見通し。

Q：今後の資金の持ち方や株主還元について、どのように考えているのか。

A：今期の配当計画はガイドラインである50%を超える見込みであるが、当初計画から変更せず同額を維持する。この先の還元のあり方については、今後の商品計画などとともに、もう一度良く考えて皆様にご案内できるようにしたい。

Q：株式市場が期待している数字からは、一段水準が下がっている。来期のプラスおよびマイナス要因は何か。来年度はどういう絵を描いているのか。

A：期待値との乖離要因として考えられるのは、利益単価の高いLEGACY、OUTBACKの台数が減り、インプレッサの台数が伸びてきているため、台数の増加に比例して利益が増えていないという点。次に、貴金属等の原材料の市況の見方。また、これまで試験研究費や設備投資費を増やしてきたことで固定費が上がってきている分は、今後も構造としては変わらないので、来年度もその前提で見て頂きたい。アセントは台数アドオンになるモデルであるが、値付けについては、お客様視点を踏まえこれから慎重に検討する必要があると考えている。来年度はインプレッサよりも利益単価の高いモデルのフルモデルチェンジが始まる。一方で、厳しい販売競争が今後も続けば、販管費が増えていくことも考えられる。

Q：フォレスターの販売台数が落ちて来ているが、米国市場におけるSUVモデルの価格競争環境についてどう考えているか。

A：従来はセダンモデルの販売がメインだったようなブランドも、販売の中心がSUVモデルに移行してきており、今後も競争は厳しくなっていくと思う。フォレスターの販売台数は対前年で比較をすると減ってきているが、去年はフルモデルチェンジから4年目でありながら月間販売記録を更新する月があった。従来のモデルの経年劣化に比べると、非常に高いレベルで販売を続けている。SUVセグメントの価格競争環境に過度に反応して、フォレスターの価値そのものを毀損するような売り方をするべきではないと考えている。他のモデルも含めて、SUBARUブランド全体で対前年プラスの着実な成長を続けて行きたい。

以上