

2021年3月期 第2四半期決算説明会 アナリスト・機関投資家向け質疑応答摘録

2020年11月4日
株式会社SUBARU

Q：第2四半期（3か月）実績の評価について。

A：当社の主要市場である北米市場が想定よりも早く回復したこと、市場措置費用を含む保証修理費の減少や販売奨励金の減少、広告宣伝費等の販管費の削減等により、営業利益463億円と黒字化することが出来た。また、第1四半期に数百億円レベルの増益要因となった連結会計上の扱い（在庫の未実現利益調整）において、第2四半期では9月末在庫が昨年度末の水準に戻ったことから減益方向に働いている。従って、第2四半期（3か月）の営業利益463億円に対し、実態はもう少し良い結果であったと見ている。

Q：通期計画では市場措置費用をどう見ているのか。

A：市場措置費用に関する基本的な考え方に変更はない。上期の費用発生が少なかったことに対して、品質改革に取り組んでいる成果が出てきていると見ている一方で、今後のリコール発生は予測不可能であることから、引き続き通常の年間売上収益の1.5%相当額を織り込んでいる。

Q：米国市場の需要回復が早い背景と今後の動きについて。

A：移動制限により、旅行や外食等で消費をしない分が家電や自動車の購入に流れてきていることや、自動車での移動が安全ということで、シェアリングから個人所有が再び見直されていると動きがあると見ている。

当社の小売販売が全需よりも若干良い動きをしている要因は、当社の顧客基盤に支えられていることだと考えている。また、リテラーを含めた強いチームワークが、危機下においてもある程度力を発揮しているのではないかと見ている。但し、やはりこの先はまだまだ不透明感があり、楽観は出来ないと考えている。

Q：米国インセンティブについて。上期実績に対し下期の台当たりインセンティブ額が高くなると見ている背景はなにか。

A：上期実績は、ローンやリース利用率の変化やモデルミックスの改善に加えて、コロナ禍における販売台数減少による一過性の要因も加わり、台当たりインセンティブ額を低く抑えることが出来た。下期計画については、現時点で大きなプログラム内容の変更は見込んでいないものの、各社の販売・在庫状況やインセンティブ動向、また「Share the LOVE Event*」や年末商戦等のキャンペーンを考慮した計画値となっている。販売の実態や市場の動向を注視し、費用と販売台数のバランスをしっかり管理していきたいと考えている。

*2008年以降、SOAが11月中旬頃から年末にかけて実施しているキャンペーン。お客様がクルマを購入される際に選択した慈善団体に対し、SOAが\$250/台を寄付。

Q：国内市場の販売状況について。

A：新型 LEVORG の受注は1万台弱まで来ている。加えて10・11月は、Impreza と SUBARU XV がマイナーチェンジをして新型に切り替わり、e-BOXER の展開を増やした。FORESTER もマイナーチェンジを経て、1.8L の新しい直噴ターボエンジンを搭載し、環境性能にも優れた仕様となった。国内はこれから商品が揃う状況になるので、販売基調を回復させていきたい。

Q：今後のアイサイト X の展開について。

A：新型 LEVORG に新しく搭載されたアイサイトは、現行から機能向上した新世代アイサイトと、ある一定の条件下でハンズオフ等の機能を付け加えたアイサイト X の2つがある。新世代アイサイトは、今後海外についても順次準備が整い次第、展開を増やしていく計画。アイサイト X については、各国の法規との兼ね合いもあるため、状況を見つつ、当面は国内を中心に進めていく。

以上