

2016年3月期 第1四半期決算 アナリスト向け電話会議 質疑応答摘録

2015年7月31日
富士重工業株式会社

Q：2016年3月期第2四半期以降の連結台数の見通し、計画比の進捗について聞かせて欲しい。

A：生産能力の制約の中、第1四半期の連結販売はまずまずの結果だったと認識しており、第2四半期でもこの勢いを続けていけるよう努力していくが、大きな流れは変わらないという意味で、今回は通期の計画は修正していない。

Q：中国の足元の販売状況はどうか。引き続き、中国の落ち込みを北米でカバーするという構図を続けていくのか。

A：株価の乱高下など不安定な経済状況の中、乱売合戦が行われており、正直、中国ビジネスは苦戦している。そのような中、中国で減った分を米国に回せば良いというような楽観視はしていない。足元では北米で吸収余力はあるが、中国は将来に向けて大切な市場であり、今は腰を据えてしっかりと中国ビジネスを立て直そうとしているところである。市場では激しいインセンティブや値引き合戦が行われているが、同じ土俵に立つのではなく、安心とゆき、特に安全・安心ということをお客様に理解していただけるようなブランド・マーケティング戦略を実施し、中国ビジネスをしっかり立て直していけるよう、これからも色々な手を講じていく。

Q：今後の配当政策の考え方についてのアップデートをいただきたい。

A：期初発表をした5月にお話しした考え方に変わりはなく、それに対して順調に進捗していると認識している。自己資本比率は3月末の46.5%から6月末に48.8%まで改善してきたということで、第2四半期末には50%前後への到達が予想される。一里塚としてきた50%を確認したところで、株主還元について今までに対しどのレベルで変化を出していくのかを慎重に検討していきたい。

Q：今後供給を増やせる見込みはあるのか、生産の見通しを教えてください。

A：製造部門はものすごい努力をして台数を増やそうとしている。稼働率やピッチを上げるなど、涙ぐましい努力をして、数百台、数千台を何とか絞り出そうとしている。今回計画は変えていないが、少しでも生産を増やし、また流通在庫を圧縮するなどして販売を増やせるよう努力していく。

Q：クレーム費の70億円の考え方について教えてください。

A：今回の3ヶ月の前年対比では51億円悪化しているが、第1四半期の費用としては70億迫りになっており、本来であれば第1四半期の前年対比はプラスになるはずだったところが、マイナスとなった。

通期計画で見ると、諸経費増の401億の中で、クレーム費の増は22億。第1四半期で70億増やして通期で22億なので、もともとは年度では減るはずだったものが、第1四半期の結果によって費用増となった。

Q：ロシアの販売状況および北米への振り替え対応の有無についてお聞きしたい。

A：誤解の無いように申し上げますと、中国もロシアも大事なマーケットであり努力は続けるが、だからと言って不要な在庫を置くことは一切しない。そのような在庫は米国にまわしていくが、中国、ロシアのビジネスが衰退していくのを座視するということは無いということ。中国もロシアもそのビジネスを支える施策のため販売費は使用するし、できるだけ回復が早くなるような手立ては打っていくが、それによって全体の販売台数が無駄となるような事は一切しない。

Q：米国のインセンティブのレベルをどのように考えているか。

A：当初の計画よりも低めにコントロールで出来ているという実感を持っており、通期でも計画に対してインサイドで終わることを期待している。

Q：第2四半期の営業利益の考え方について教えていただきたい。上期の計画から第1四半期の実績を差し引くと第2四半期の営業利益は第1四半期に対して200億ほど下がることになる。

A：上期の見通しは変えていないので、上期の計画と第1四半期の実績から押し出すと確かに第2四半期の営業利益見込みは約1,100億となり、第2四半期に対して250億くらい低くなる。台数はそれほど変わらない、インセンティブも変わらない、為替も2円なのでご指摘の意図は理解しているが、足元の3ヶ月でなく、通年で俯瞰していただくと、為替前提118円/\$での営業利益目標5,030億に対してはオン・ザ・ラインで進捗しているとご理解いただきたい。

Q：不足している米国在庫に対応するための取り組みについてお聞きしたい。

A：米国の在庫は、絶対数は少しずつ増やしているが、販売も増えているので、月商で見ると0.7月商レベルと相変わらず大変厳しい。生産を頑張る、流通在庫をミニマムにする以外に手立てが無く、そこをやっていく。また、ディーラー同士で在庫情報を見せ合って、お互いに融通し合って機会損失を無くしていくような新しい取り組みも始めている。特効薬はないので、考え付くことはディーラーを巻き込んでやっていく。

Q：米国でのアイサイト販売の評価についてお聞きしたい。

A：アイサイトの搭載比率は全車種平均で30%くらいになっており、これはほぼ目論見通りの状態。米国の販売モメンタムを強くしている強力なファクターの一つになっていることは間違いなく、狙い通りの搭載率で進んでいると理解している。

Q：受注残は増えているか？

A：特にアウトバックで増えている。2016年末にSIAで能力増強をするまでは、厳しい状況は続くと考えているが、その際にはレガシィ/アウトバックの能増も入るので、そこで少し状況は好転すると思っている。

Q：SIA能増後に国内生産を落とさないための取り組みについてお聞きしたい。

A：2016年末にSIAを39.4万台に能増した時のSIA側の稼働率については心配していない。北米でその生産能力を吸収し得る販売モメンタムがあると考え。一番の懸念は、現在群馬で生産している北米向けインプレッサの生産を米国に移した後の穴埋めを、北米以外の地域でき

るかどうか。それが当社が次の成長をスムーズにできるかどうかの鍵であり、今余裕があるときにその土台を作っておきたい。

特に中国でのスバルのビジネスがどうあるべきかを一生懸命考えて、色々な施策を試行錯誤で打っている。スバルのブランド価値、安心と楽しさをお客様にご理解いただくには、どのような伝達手段、マーケティング、広告宣伝を取ればよいのか、単なる値引きではないところでビジネスが成り立つよう取り組んでいる。

その他の市場では、ロシアについては経済環境があまりに厳しく、我々のマーケティングだけで補える部分は限られているが、それ以外のオーストラリアや日本、東南アジア、ヨーロッパといったところも、少しでもより多くの台数が出せるように準備を進めているところである。

以上