

## 2020年3月期 第3四半期決算説明会 主な質疑応答

2020年2月5日  
株式会社SUBARU

**Q : SIA（米国）の通期生産計画が前回計画に対しマイナスとなっている背景は何か。**

A : 一部の部品供給が不足した影響で、計画通りに生産が進まなかったため。但し、これ以上減るということではなく、今後挽回していく。

**Q : 通期計画のクレーム費が、前回計画に対し▲305億円となっている理由は何か。**

A : 前回発表（2019年11月6日）時に、リコール費やサービスキャンペーン費を含む市場措置費用は、上期実績約650億円、下期は売上収益の1%程度となる約160億円を前提としていると説明したが、第3四半期に約250億円の市場措置費用発生となってしまった。更に、米国の新車販売台数増を主因にリコール以外の通常ワランティ費が増加となった。品質については非常に大きな課題と認識しており、引き続き改善に取り組んで行く。

**Q : 昨年秋に販売開始となった新型レガシィ、アウトバックの販売状況はどうか。**

A : 毎年11月後半から年末までは“Share the LOVE Event\*”というキャンペーンを実施しているため、この期間はモデル訴求のTV CMを実施していない。新型レガシィ、アウトバックのTV CMは1月から徐々に開始したばかりであり、商品や販売状況を評価するには未だ早い段階。一方、カナダでは、先行してTV CMを投入しており、順調に立ち上がっている。米国でも、これから販売に伸びてくることを期待している。

\*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/台を寄付するキャンペーン。

**Q : 米国のインセンティブについて。第3四半期（3ヶ月）の実績は\$1,300/台と低かったが、今後の動向をどう見ているか。**

A : 第4四半期（3ヶ月）は、\$1,700/台を計画している。当社は既に2020年モデルへの切り替えが進んでいるが、多くの競合他社が2019年モデルの売り切りを促進しており、インセンティブによる価格競争が更に激化している。当社も既に一部モデルのプログラムを強化しているが、最も効果的な金利や対象期間（月）に限っての強化であり、従来通りインセンティブ管理は注意深く行っていく。

**Q : 従来から、営業利益3,000億円/年（前提：110円/\$、市場措置費用は売上高の1%程度）に戻し、且つサステナブルなレベルとしたいと言っているが、この考えに変化はないか。**

A : 営業利益3,000億円/年のベースとなる販売力はあると思っており、来期は生産をもう少し増やして、販売台数に繋げていきたいと考えている。一方で、原材料・市況の高騰、米国インセンティブ競争の激化などの懸念材料に加え、特に品質関連費用がどれくらい発生するかによって異なってくる。今年度の市場措置費用は売上収益の1%程度を前提としたが、残念ながら現時点で大幅に上回る見通し。引き続き、品質改善の取り組みを図り、品質関連費用を一定に抑えることで、早期に営業利益3,000億円/年レベルに戻って行きたい。

以上