

2015年3月期 第1四半期決算 アナリスト向け説明会 質疑応答摘録

2014年7月31日
富士重工業株式会社

Q：レヴォーグについて、立ち上がりの受注状況などについて教えてほしい。

A：レヴォーグは1月から先行受注を始めました。本来であれば5月に発売予定でしたが、生産体制に万全を期すため、6月20日に発売を1ヶ月遅らせました。こうした変化点があったため、業績にも影響が出ています。3月末までに11千台の先行受注をいただき、今月7月末に累計で21千台の受注になる予定です。ここまでは、まずまず想定通りとみていますが、今後の販売を楽観視しているわけではありません。しっかりとした取り組みが必要と認識しています。

Q：中国の連結販売台数について、台数が想定以上に出ている印象だが、計画に対してどのような進捗か教えてほしい。

A：中国の連結販売台数については、現地のディストリビューターであるSOCが暦年決算となっていますので、第1四半期は1月～3月の実績となります。前年の5,700台は2013年1月～3月で、尖閣問題の影響が色濃く残っていた時期ですので、昨年の3ヶ月間が非常に厳しかったという評価も一つとしてあります。SOCは昨年10月からビジネス形態を変更しており、中国資本の販売グループと合弁化し、ディストリビューターとして動き出しており、ディーラー支援、販売促進策を直接SOCから出来るような体制になりました。車の供給が日本からタイムリーに出来るかどうか一つの鍵になりますが、販売は良い方向に向かっています。

Q：第1四半期の連結売上台数が194千台となり、上期計画は修正していないので、上期計画から第1四半期実績を差し引くと、第2四半期の販売台数は240千台くらいまで伸びる形になる。これは計画通りに進行しているという理解でよいか。

A：上期については、期初計画の439千台に近い台数になると考えていますが、仕向け地については多少入り繰りができるとみています。レヴォーグの発売が1ヶ月遅れたので、国内は期初計画に対してマイナス傾向にあり、そのマイナスと同等部分が北米の台数として増えてくるとみています。

Q：生産能力について、日米でこの夏に増強を行い、次の能増が2016年末と予定されている。この夏から2016年まで、他に能力増強の予定があるか教えてほしい。

A：今期は国内の本工場で2万台、米国SIAで3万台の生産能力増強が予定通りに行われます。その次に行われる大きな能力増強は、SIAで2016年に10万台で、予定通りに進みます。この間においては、大きくお金をかけてネック工程を変えるような投資は行いませんが、稼働率の向上を2016年まで取り組んでいきます。不働工数や段取り替えなど、1日8時間の中で、正味の生産工数に費やされていない部分を、今以上に知恵を絞りぬいて、実働時間を1分、1時間でも上げて、通年で100台、1,000台という単位的能力を積み足していこうと考えています。操業での対応はこれまでも行っており、かなりの残業、休日出勤になっているので、ここを更に伸ばすのは問題があります。中身を濃くする活動で、生産台数を国内で伸ばしていきたいと考えています。

Q：第1四半期実績に対しての評価を教えてください。営業利益の増減要因について、第1四半期実績が計画に比べて、どうだったか教えてください。

A：為替レートによる影響は別として、当初の計画に比べ若干ビハインドしていると評価しています。その要因としては、原価低減は当初計画よりも良く出ているという点がありますが、想定していなかったリコール費用の計上がありました。しかし、一番大きいのは、国内でのレヴォーグ発売遅延により、5月、6月の生産、販売について、仕向け地を国内向けから米国向けに振り替えた影響が出ています。群馬の工場はこの3ヵ月間、当初計画通りのフル生産を続けており、販売の裏づけがない生産ではないので、その点での問題はありません。しかし、国内向けに生産した車と、北米向けに作った車とでは、連結売上計上のタイミングにラグが出ます。国内は短期的に連結売上に結びつきますが、北米向けに振り向けた場合は、太平洋を渡ってからの連結売上計上となります。経営としては、この1Qの結果には満足していません。ビハインドしていると全社で認識しており、今後のレヴォーグ受注、既存車種の販売継続、これらをしっかりと危機感を持って取り組んでいきたいと考えています。

Q：営業利益増減要因の諸経費について、解説をしてほしい。上期計画に比べ、諸経費の進捗状況が遅い印象を受ける。

A：当初予定よりも諸経費の出方は遅くなっています。レヴォーグの発売が後ろ倒しになったことによる富士重工、国内ディーラーでの販売管理費、広告宣伝費が後ろにずれています。第2四半期以降にずれ出てきますが、期初計画の範囲内で効果的に使っていきます。年度を通じては、販売管理費に大きな変更はありません。

Q：期初計画達成に向けての考え方を教えてください。

A：上期全体で連結販売台数は44万台弱を計画しています。傾向としては収益性の高い国内が若干マイナスとなり、一方で北米がプラスとなることで、トータル台数は期初計画通りとなりますが、収益性は少しだけ下押しになるとみています。原価低減の上積みや費用の効率的な使い方によって、為替前提100円/US\$で上期、年度の計画を達成していきます。

Q：北米での新型レガシィ/アウトバックについて、ディーラーや顧客からの反応を教えてください。

A：ディーラーからの評価はきわめて高評価です。前モデルと同等以上に、お客様から評価をいただける手応えを得ています。旧モデルの売り切りはきわめて順調に進んでいます。7月の小売についても、レガシィ/アウトバックは前年に対し強い数字が出ています。旧型の売り切りについては、インセンティブを上げることなく進められており、非常にポジティブで、マネジメントされた結果となっています。来月あたりから新型の販売がメインとなりますが、十分に手応えを感じています。

Q：航空宇宙について、売上が伸びている割には利益の伸びが低い。今後、どのように見るべきか教えてください。

A：ボーイング787の売上が増えていることが要因です。ある一定期間は、初期の開発費用負担が大きくなります。しかし、これは一定期間こなさなければいけないもので、はやく機数が増えたほうが良いので、ポジティブに考えています。

Q：国内、海外でのアイサイト搭載比率はどのくらいか教えてほしい。

A：国内のアイサイト搭載比率は80%で従来と変わっていません。レヴォーグの搭載比率は99%です。国内ではこれからもアイサイトを訴求していきます。今までアイサイトを前面に訴求していなかった米国については、旧型レガシィの最終モデルイヤーから、アイサイトを前面に打ち出しています。2013年暦年では、レガシィ系の搭載比率は7.5%、フォレスターは6%でした。今年の1月～6月では、レガシィ系10%、フォレスター16%となっています。

Q：少数株主持分について、これまでより大きな数字が出ている。解説してほしい。

A：少数株主持分が19億円計上されています。SOCは昨年第1四半期のときは、100%子会社でしたが、昨年10月から中国現地資本と合弁しており、当社が60%、中国側が40%出資しています。ディストリビューター機能を持たせたことで、新車を仕入れ、広告宣伝費用を使ってディーラーを支援できる体制になり、収益的には以前よりもプラスになっています。経常利益の段階までは100%の利益が計上されていますが、最終的なところで、40%の中国側持分を少数株主持分としてマイナスしています。

以上