

## 2020年3月期 第1四半期決算説明会 主な質疑応答

2019年8月5日  
株式会社SUBARU

### Q：第1四半期実績についてどのように評価しているか。

A：2020年3月期通期の営業利益計画2,600億円に対し、第1四半期3カ月での営業利益は922億円。良かった点は、米国販売が7月実績を含めて92カ月連続で前年超えを記録しており、非常に好調だということ。また、レガシィ・アウトバックがこの秋にフルモデルチェンジを控えモデルサイクルの終盤であったものの、想定よりもインセンティブを使わずに販売することが出来たこと。これらは実力の部分だと認識している。一方、想定外に良かった点は、今期よりIFRSを導入し、研究開発費のうち一部は資産化しているが、その資産化した割合が昨年に対して相対的に多く、研究開発費が少なかったことや、第1四半期は大きなリコールがなく、クレーム費が少なかったこと。総合すると、この第1四半期は、本業である車の販売は非常に良かったが、その他に追い風となる部分もあったということ。

### Q：第1四半期実績の営業利益の前年差異分析をみると、売り上げ構成差等のうち海外で200億円近い増益要因となっている。米国での販売状況も含めて、ご解説いただきたい。

A：米国販売については、特にアセントとフォレスターの台数増加が収益面で貢献している。フォレスターに関しては、新型切り替えによって利益単価が減少方向にあるが、それも相殺してプラスに出ている。

### Q：秋以降に米国で販売される新型レガシィ・アウトバックの採算性についてご示唆をいただきたい。

A：昨年のフォレスターのフルモデルチェンジでも申し上げた通り、環境性能や安全性能向上のために高くなった原価に対して、販価が追い付き切れていないというのが実態。

### Q：国内・米国生産についてアップデートをいただきたい。

A：国内生産は、品質最優先での生産・検査を実施するためにラインスピードを落としている状況であるが、基本的にフル操業の状態。これまで下期以降に一部のラインでスピードを戻し始めると申し上げてきたが、設備の更新、従業員の増員、訓練等、準備は順調に進んでおり、場合によっては若干早く実施できる可能性も見えてきた。一方、当初より下期に台数が増えることは織り込んでいるため、それが実現した場合でも収益寄与は限定的だろう。米国生産は、新型レガシィ・アウトバックの生産がちょうど始まったところであるが、生産の立ち上げについては品質最優先で慎重に計画している。現行のレガシィ・アウトバックの販売は非常に順調。

### Q：米国販売における需要と供給のバランスはいつ頃になるとマッチすると見れば良いか。

A：米国の7月末のディーラー在庫は、フォレスターが14日商、アセントが30日商、アウトバックが33日商、クロストレックが35日商、全体では31日商と低い水準。国内生産は、落としているラインスピードの回復を織り込み、上期よりも下期の方が生産台数は増える計画では

あるが、フォレスター、クロストレックの供給はグローバルで不足しており、在庫不足がすぐに解消するということにはならないだろう。

**Q：第1四半期の台あたりインセンティブは対前年同期で750ドル減と大きく下がっているが、詳細をご説明いただきたい。通期の見通し2,200ドル/台 に対してオポチュニティはあるか。**

A：第1四半期のインセンティブを想定よりも抑えられた要因は主に次の2点。①モデルサイクル終盤となったレガシィ・アウトバックの販売が好調であり、想定よりもインセンティブを抑制できたこと、②場合によっては金利が上がることを想定していたが、それがなかったこと。通期の見通し2,200ドル/台は変えていないが、レガシィ・アウトバックが新型に切り替わる他、在庫水準が非常に低いことや今後の供給状況なども考慮すると、抑制できるオポチュニティはあると考えている。一方、去年は新導入であったアセントや、新型フォレスターも2年目に入るため、市場の状況によっては現在のインセンティブを見直さなくてはならない可能性もあると考えている。

**Q：通期の計画は足元の為替106円でも達成できるとお考えか。**

A：米国での販売が非常に好調でファンダメンタルは良いものの、それ以外の要素については現段階で不確定要素が多く、今回見通しを変更しなかった。オポチュニティはインセンティブの抑制。ネガティブな可能性があるのは、為替、原材料市況。品質関連費用の発生も予見できない。供給（生産台数）を大きく伸ばすことは難しいが、計画を達成したいと考えている。

**Q：通期の営業利益前年差異分析における販管費は170億円の減益要因となっているが、第1四半期では対前年-12億円ということで、進捗率としてはまだかなり低いですが、今後の見方について伺いたい。**

A：販管費は第1四半期の出方が少ないが、米国では新型レガシィ・アウトバックの導入を控えており、主要な販売促進費用が出てくるのは下期になる。現段階で通期の販管費見通しが変わるとは見ていない。

以上