

2024年3月期 第3四半期決算 アナリスト説明会 主な質疑応答内容

2024年2月7日

スズキ株式会社

(国内四輪事業)

Q1：国内顧客が生活防衛的になり、需要も弱含むなか、値上げによる販売への影響は？

他方、値上げによる国内セグメントの車種構成へのインパクトは？

A. 年末にかけてスペーシアとスイフトのフルモデルチェンジをし、おかげさまで受注も好調に推移している。ただ、車種によるアップダウンがあり、どちらかというと上級車種の方が受注が好調。その反面、廉価車は前年割れしているところがあり、より小さい車になると価格に敏感に反応され、やや生活防衛的になっている。アルトのような車種でも値上げせざるを得なかったが、適正な販価にしていくためのやむを得ない値上げのため、営業の現場でもしっかりとご理解を頂きながら、いい商品はそれなりの値段でしっかりと売っていく。

今後については、基本的には値上げというより資源価格やエネルギー価格、サプライヤーさんの状況を踏まえて適正価格の調整という考え方でお客様に訴求し、商品の価格をご理解いただきながら販売を拡大していく方針。

Q2：ライバルが出荷できないなか、現場の状況は？

A. 我々としては、しっかりと自信ある商品を販売していくことに尽きると考えている。

(インド四輪事業)

Q3：足元のシェア低下についての見方はどうか？

A. 12月の乗用車全体シェアが落ちているが、12月は季節性としてイヤーモデルの関係があり、出荷調整を行う月。今年は小型車の在庫もあったので、生産調整や出荷調整を2023年モデルについて行った。それによりシェアも若干落ちてしまった。一方、おかげさまで末端販売は過去最高。結果的にかなり市場在庫を減らすことができ、1月は前年以上の出荷ができたとの報告を受けている。

また、昨年度は部品不足の問題等で作れなかった部分があり、そこについては今年度伸びが期待できる一方、実は足元、Tier2 サプライヤーのところでCNG車関係の部品不足の問題が出ている。ただしこの1-3月で何とか解消でき、来期以降は特にマイナス影響はないのではと見ている。

Q4：現状のSUVシェアが2割ほどでは伸びている市場に対し相対的に低いと思うが、どのようにシェアを維持、向上させていく？

A. インド市場は全モデルの50%近くがSUVと、明らかにSUVが中心になってきている。我々も継続的にSUVを投入してきたので、それに基づきながら販売拡大を続けたい。

中長期的には生産能力も調整しながら、現状プラスアルファのシェアを目指して戦っていくことになる。その準備も既に始めているが、短期的には、次の生産能力拡大は2025年の

初めなので、それまでは大きな能力拡大がなく、1年ぐらいの時間がかかりそう。また、新商品の投入に加え、SUVのモデル展開がNEXAチャンネルだけでいいのかということも当然検討を進めている。キャパの問題も含めて、2-3年のスパンでその辺を対応したいと考えている。

Q5：今期の市場成長率が前年比+7~8%の見込みに対し、来期は+2%程度になるとのインド自動車工業会の予測があるが、御社としてはどう見ているか？

A. 来期について、低めの成長予測が出ているのは承知している。加えて4~5月頃には総選挙もあり、2月に発表されたインドの年度予算も暫定ということになるため、暫くは様子見需要が続くのではないかと見込んでいる。他方、選挙後の正式予算については、財務大臣のコメント等からかなり積極的な予算が組まれる期待もあるため、そこで需要喚起されることを我々も期待している。そういう意味で、来期の前半は少しスローになり、後半に伸びていくような期待感を持てるのではないかと見込んでいる。

Q6：マルチ・スズキの3Q（10-12月期）の営業利益率は、在庫調整などにもかかわらず9.5%と高いが、来期もSUVの構成や価格戦略等でさらなる収益向上は可能か？

A. できる限り収益率を上げていくのが理想だが、インドはこれから生産投資を含めた対応が必要。その中で、利益率だけでなく利益額そのものも増やしていくためにどうしていくかが非常に重要と考えている。当然、新商品の開発、投入にも注力していく。

（欧州事業）

Q7：スエズ運河の問題が欧州事業の物流等に与える影響は？

A. すでに起こった問題として、ある程度の対応をしていくしかない。1月にマジヤール・スズキの工場が止まったのは、その状態が突然起こったことで対応が間に合わなかったため。今後については、これが既に織り込み済みなので、輸送に2週間程度のプラスアルファ期間が必要という割り切りで色々なアレンジをしていく。従って、この問題によるネガティブな影響はあまりないと今のところは考えている。

（業績関係）

Q8：来期に向けて下がっていく費用はあるか？売上構成変化等には、増加傾向にある発送費も含まれると思うが、来期はどのように見ている？また、固定費の来期の水準感は？

A. 基本的にいろんなものがコストアップしているため、なかなか下がるものはないと見ているが、例えば原材料価格については、鋼材や貴金属類など落ち着きを見せてきている部分があるため、そういう意味では少し下がる面もあるかもしれない。

発送費影響は、当第3四半期までの累計の売上構成変化の中で▲304億円ほど入っている。そのうち日本だけでも▲160億円ほど入っていて、さらにその内訳では自動車専用船の運賃がかなり上がっている。これもある程度長い契約をとっているため、急に下がることはない。

また、国内の物流コストについても上がる傾向が出ている。2024年問題への対応等で労務費やエネルギーコストが上がっており、トラックを押さえるのも大変な状況のため、単価も上がってくる。このように色々なコストを精査し情報をしっかり取りながら、内部のコストダウンで対応できる場所も含め、しっかりと注視していきたい。

Q9：通期の売上構成変化等を前回予想から▲150億円下方修正したが、この中身は？

A. 主に在庫増加部分の未実現利益の影響。なかなか精緻な在庫は読みにくいが、第3四半期でも在庫が少し増えている傾向があり、一部地域で販売減速の影響も台数見通しの中で出てきているので、期末時点の在庫台数増と、台あたりの利益率が上がっていること、さらに為替円安の継続などもあわせて見込み、▲150億円のマイナスを見ている。

(研究開発)

Q10：期初から研究開発費や固定費を大きく増やしてきたが、成果や手応えはどうか？

また、来期に向けても加速していくのか？

A. 成長戦略の最優先課題は、やはり電動化関係の進捗を急ぐこと。EVを含め我々は後発ではあるが、技術陣が必死になって開発を加速しているところ。電動化以外にも自動運転やコネクテッドなど、どんどん環境が変わってきているので、立ち遅れないようこの辺もあわせて対応していく。この9ヶ月の進捗はだいたい想定線で来ているので、残りの四半期もしっかりと成果を出し、成長戦略を実行していく。

来期においても成長戦略で打ち出した研究開発費4.5兆円(2030年度までの8年間)の内数としてしっかり計上し、使い切るだけでなくきちんと成果に結びつけていく。例えばインドでの牛糞バイオガスプロジェクト等も含めて、加速できるものについて種をまくだけでなく、しっかりと回収し成果を出すよう取り組んでいく。

(株主還元)

Q11：年間配当は、前回の「未定」から今回「10円増配」の予想を発表したが、配当性向は22%と、従来比や中計目標30%よりも低い。今回のガイダンスの意味やメッセージは？

A. この第3四半期までの実績を踏まえ、足元の精度を上げたうえで110円の予想を出させていただいた。当社の株主還元における基本方針はまず累進配当で、たとえ減益予想になっても減配はしない。この基本線は取締役会の議論においても維持していく方針。

また、資本政策や資本コストなどについても、成長戦略をやり切らなければならないステージにある中でも、成長投資との合わせ技での議論をしながら再整理していく方向。株式市場の皆様とのエンゲージメントや対話についても、しっかりとその検討の中に反映していきたいと考えるが、現段階ではこのような予想となっていることをご理解頂きたい。

以上