

## 2014年3月期 第3四半期決算 アナリスト向け説明会 質疑応答摘録

2014年2月4日  
富士重工業株式会社

**Q：米国の小売販売について、1月は降雪影響もあったと思うが、販売の感触を教えてください。**

A：1月の米国販売では、寒波が発生したことで、一部地域では配車遅延が発生し、来場客数にも停滞がありました。小売販売実績は33千台と、前年比で20%弱増加し、シェアも3%を超えました。引き続き、この好調な販売を継続していきたいと考えています。

**Q：通期計画について、国内を中心に販売台数を22千台、上方修正している。一方で営業利益増減要因の売上構成差では47億円しか上方修正していない。台数に比べ少ないように思うが、要因を教えてください。**

A：通期計画では国内販売台数計画を19千台増やしました。売上構成の増益幅が小さく見えるのは、車種構成の悪化によるものです。主力車種のレガシィが経年化し、一番収益性の高いターボ比率が下がっています。また、一部、特別仕様車も増えてくる予定です。これらの要因から、台数増加のわりに収益性が伸びていないようにみえるかもしれません。

**Q：新型レガシィがシカゴショーで発表されるが、その商品特長など教えてください。**

A：商品特長等については、まだお話できません※。北米向けレガシィを生産しているSIAでは、生産能力増強を今年の夏に計画しています。新型レガシィは、SIAの生産能力を増強した上でも、十分にビジネスが成り立つという前提で開発した商品です。現行のレガシィも、北米を中心にお客様に受け入れられています。現行モデル以上に受け入れられる新型モデルに仕上がったと認識しています。

※ 2月7日にシカゴオートショーにて概要を発表しました。

[http://www.fhi.co.jp/news/14\\_01\\_03/14\\_02\\_07\\_97783.html](http://www.fhi.co.jp/news/14_01_03/14_02_07_97783.html)

**Q：連結販売台数計画を見ると、特に国内での台数が大きく増える計画になっている。その要因を教えてください。また、足元のレヴォーグの受注状況も教えてください。**

A：販売台数計画を22千台上方修正したうち、国内では19千台の増と計画しています。国内の台数計画を大きく引き上げたのは、従来計画以上に国内向けの配車を増やしていくように調整したためです。国内でお待ちいただいているお客様に、少しでも早くお届けしたいという思いからです。足元での受注状況には、十分手応えを感じています。レヴォーグは5月以降の納車ということをご説明した上で、予約の受付を行っていますが、今日現在で4千台を超える受注をいただいております。

**Q：為替感応度について、現状、そして来期がどのくらいになるか教えてください。**

A：通期での見通しは、従来と変わらずUS\$が年間85億円で、ほとんど変わっていません。ユーロは2億円、カナダドルは5億円です。来期については、暦年での米国小売販売台数が、2013年実績は425千台でしたが、2014年は460千台になると計画しています。この台数計画に基づいてビジネスが展開されれば、来期の感応度は今期よりさらに上がる可能性があります。どのくらいのレベルになるかは、今後精査していきます。

**Q：直近では直噴エンジンなど新技術の開発に取り組んできたが、2～3年後を見据えて、今後の試験研究費についてどのように考えているか。エンジニアなどの人材確保が出来ているのかも含めて、教えて欲しい。**

A：現中期経営計画では、5年間で2,500億円の試験研究費を計画しており、今期は600億円を予定しています。次のステージでは、この水準は増えていくと考えています。大きな要因としては、2020年前後に世界各地で導入される環境規制、燃費規制をクリアしていくための技術開発に費用をかけていきます。環境規制をクリアするだけでなく、スバルらしい商品性を担保する必要もあります。また、スバルらしい安心と愉しさを実現していくためには、開発陣の充実も必要です。新卒や中途採用も含めて、エンジニアを増やしていきたいと考えています。優秀なエンジニアを確保しつつ、有効な試験研究を行っていきます。

**Q：原価低減活動について、現状に対する満足度や、来期に向けてどのように考えているか教えて欲しい。**

A：期初計画に比べ、四半期を追うごとにコストダウンの成果を刈り取れています。市況はその時々の影響なので当社だけでは対応できませんが、コストダウンについてはサプライヤーと協力するなど、一緒になってコストを下げていきます。こうした活動は来期以降も続けていきたいと考えています。

**Q：中国では第4四半期に向かって台数が増える計画となっているが、どのように取り組んでいくのか教えて欲しい。**

A：第3四半期累計の販売台数は前年比10,700台の減となっています。中国では販売子会社の決算期が暦年ですので、1～9月での台数比較になります。4月～12月の、富士重工からの出荷台数を見ると4千台強のプラスとなっています。台数増の要因としては、中国の販売体制を再構築したということがあります。現地資本と合弁で販売子会社をつくり、ダイレクトにディーラーとコミュニケーションをする体制に改めています。販売子会社のトップには、当社役員を派遣しており、米国での成功体験も参考に、中国市場におけるマーケティングを行っています。そのため、相応の販促費を使うということも織り込んでいます。少しずつ成果は出始めており、12月には初めて小売台数が6千台を超え、1月も6千台弱と成果が出てきています。

**Q：米国販売におけるインセンティブはどのくらいか。また、新型レガシィへの切替についてどのように考えているか。**

A：平均の台あたりインセンティブは約900ドルと低いレベルにあります。フォレスター、インプレッサが低く、レガシィ、アウトバックは1,000ドルを超えるレベルです。ディーラー在庫台数も、決して多くはなく、レガシィ・アウトバックも2月商レベルと低く、切替は順調に進むと考えています。

以上