

【全体】

第4四半期における懸念事項があればご解説いただきたい。

連結経営業績は、第3四半期まで順調に推移しており、我々の見通しからしても期待値以上の成果が出ている。ただし、新興国二輪車・先進国事業等の利益見通しについて精査をして、インドネシア・ベトナム・インド等の低価格モデルについて、ある程度費用をかけなければなかなか販売が進まないといった事情や、在庫調整のリスクを考慮している。先進国については季節変動が大きいことや、欧米を中心とした出荷調整等も変動要素としてあるため、これらをトータルで考えて予想を立てている。

【二輪車全体】

第4四半期は在庫調整があるとのことだが、新興国二輪車の低価格モデル、欧米二輪車でも減産するということか。

インドネシアの低価格モデルは第3四半期から第4四半期にかけて、減っていく可能性があると考えている。そこでディスカウントして売るという方策もあり得るが、そうではなく生産を調整するという対応を取っていく。先進国はニューモデルを投入しているが、来年度のモデルについては現在、一旦生産調整をかけているとご理解いただきたい。

【先進国二輪車】

ビジネスとして趣味性が強い分野ではあるが、現時点でこういったところに課題があるのか。

ご指摘のとおり、先進国二輪車は趣味性が強い構成となっている。我々としては「発」「悦」「信」というコンセプトに基づき、「ヤマハらしさ」を追求していく。その中で日本においては、50ccに対する施策で黒字化を目指し、アメリカにおいては、販促費を減らし、在庫の調整をしていく方向で進めている。

【新興国二輪車】

インドネシア二輪車の収益改善が第3四半期でもかなり進んでいる。今後の持続性について教えていただきたい。

第3四半期についても、上期に続き高価格モデル、PFモデルの売上が伸びており、収益改善が進んでいる。一方で総需要は未だ前年割れの状況が続いており、我々も低価格モデルの売上に課題を抱えている。第4四半期以降、引き続き収益改善を進めつつ、需要喚起に繋がるような仕掛けに取り組んでいきたい。

インド二輪車について、今後2~3年の市場環境をどのようにみているか。

需要は前年から伸張し、今期は年間1,850万台~1,870万台の見通し。チェンナイ工場を既に立ち上げており、生産規模アップを狙っている。コストも下げつつ、お客様の期待に答えるかたちで進めて行く。今年状況をみると、環境規制であるBS4の導入や、商品・サービス税のGSTの関係があり、他社はかなりのリベートを使ってマーケットを動かしてきているようだ。当社は価格戦略というよりも、マーケットにしっかりと商品を入れていくという戦略。今後、ボリュームはまだ伸ばしていくので期待していただきたい。

【マリン】

北米市場の第3四半期の状況についてご解説いただきたい。

北米の船外機需要は引き続き大型を中心に堅調に推移している。当初はハリケーンによる被害の影響を危惧していたが、大型船外機への影響は軽微に終わり、船内機艇からの切り替え需要が継続的に進んでいる。弊社の小売は大型で前年比115%、船外機全体でも前年比105%で推移している。

【特機】

ROVの生産調整について、在庫水準が適正化されてきているのか、来期は収益的にどの程度改善を見込んでいるのか、教えていただきたい。

在庫の適正化は計画通り進んでおり、米国のROVは昨年末約1万6千台だったものを、1万台程度にまで水準を下げている。今期新商品のWolverine X4を発売するが、このモデルを入れても1万台を切る水準で調整を進める。このモデルのオーダーは好調で、生産を増やしてある程度在庫を抱えるという考えもあるが、小売の状況を慎重に見ながら販売を進めていくため、一旦在庫水準を落とし、来年に向けた準備を進めていく。

【産業用機械・ロボット事業】

マウンター販売でのミックスの改善により好調であったとのことだが、詳しく伺いたい。

IM事業では、新工場が稼働して生産ボリュームが上がっている。今の状況としては全てのオーダーに応え切れておらず、生産があとからついてきている状況。サーフェスマウンターの生産台数は、前年比で160%となっている。これは特に中国のスマホ向けの需要、また国内のスマホ向けの需要、さらには国内の車載向けの需要が好調に推移していることによる。来年もこの生産レベルに応えられるよう更に効率性を上げていきたい。

【その他】

東京モーターショー2017で3種類目のコンセプトモデルの発表となったが、四輪事業について今一度アップデートいただきたい。

四輪車は、2013年に初めてMOTIVを、次の2015年にスポーツライドコンセプトを発表してきた。今回2017年はクロスオーバー系モデルの可能性を探索するという意味合いで発表した。かなり好評をいただいているものの、最適なエンジンのレイアウトや市場での成立可能性を見ていく。「ヤマハらしさ」を訴求できるモデルかどうかを含めて、事業化できるか、お客様の期待に応えられるかという検証をしている段階。商品投入の時期的なもの、モデルラインナップ等についてはまだ詳しくお話できることはない。