

【全体】

2023年のリスクとオポチュニティは。

リスクは需要。在庫が枯渇している地域・商品について、上期はフル操業で適正在庫に戻す。上期に需要減退かつ在庫充足となると、下期は厳しくなる可能性はあるが、現状は販売店の見通しは堅調。また、半導体不足が続いており、上期の生産計画は市場の要求台数に応えられていないが、半導体の調達が改善されれば増産できる。原材料価格、エネルギー費用、人件費高騰、為替前提は保守的に織り込んである。

増配と自社株買いを発表した。すでに財務指標が中期経営計画目標を上回っているが、設定した背景は。

業績、将来の成長に向けた投資を勘案しつつ、安定的かつ継続的に株主還元をしていく方針。2022年の業績は好調で、2023年についても、健全な財務体質を維持できると考えた。中期経営計画の総還元性向目標を前提に決定した。

2022年、2023年に販管費が増加しているのはなぜか。

2023年における販管費は保守的に見積もっており、過半は人件費である。一方、地域特性に合わせて、当社のプレゼンスを上げるための費用も織り込んでいる。例えば、欧州で販路拡大を目指すSPV事業は販促費を増やしている。

金利上昇と景気変動の事業への影響は。

金利影響による製品需要冷え込みは不透明。兆候は見えていないが、適宜状況を見て対応していく。金融サービス事業については、金利が上昇しスプレッドも圧迫を受けること、そして貸倒引当金もさらに繰入れすることを想定しており、リスクは織り込み済み。

【ランドモビリティ事業】

2023年の半導体調達状況の織り込み方は、3か月前と状況は変わっていないのか。

半導体不足は徐々に改善してきており、2022年に比べて生産は増えるが、市場要求に対しては足りない。プレミアムモデルについては、サプライヤーと確約した半導体調達量をもとに生産計画を策定している。年の後半にかけて市場要求に応えられるぐらい回復してくると見ている。

二輪車の需要そのものが上がっているのか。ペントアップ需要が残っているのか。

新興国において、インドネシア、インドの需要は2019年レベルに戻っておらず、ゆるやかに回復する想定。それ以外の市場はほぼ回復。プレミアム市場の需要は上位中間層の増加とともに伸びる想定が、半導体不足で供給ができていない。先進国の需要は、2021年をピークに落ち着き始めているが、アウトドアレジャーとして二輪車の価値が再認識され底堅い。また、若者の購入が増えており、需要をしっかりと取り込んでいく。

中国市場で目指す方向性は。

当社は、移動のための小排気量の二輪車を販売していたが、ここ数年で若者が趣味財としてのバイクに興味をもつようになってきた。プレミアム戦略で注力してきた中型のスクーターに加えて、スポーツタイプが人気のため、中排気量の需要も取り込んでいく。店づくりなども注力し市場を育てている段階で、拡大が期待できる。

RV事業の2023年増益幅が大きいですが、計画の確からしさは。

2022年は、サプライチェーンの混乱と、それに伴う工場の在庫管理の混乱により、米国の生産状況が悪化して赤字。日本から応援を出し、年末から年始にかけて改善されつつある。2023年は無理のないよう前年並みの生産計画をしており、工場の混乱が収まれば計画を達成でき、増益になる。

【マリン事業】

船外機市場について。2023年の出荷台数は前年比98%だが、大型と中小型のそれぞれの状況は。

中小型の需要はピークに達したが、大型船外機は供給不足の状態が続いている。今後も需要は伸びるので増産対応していく。

生産能力増強は大型船外機か。背景は、高い需要の継続か、シェアの巻き返しか。

150馬力以上の大型船外機に対する能力増強。背景はボートの大型化による需要増加と、ラインナップ充実による競争力の強化。また、船内機から船外機への換装需要は、コロナ禍以前より続いており、今後も大型船外機の強い需要は継続する。

生産能力増強について、規模感や実施時期は。来期以降の製造キャパシティはどうか。

2023年から能力増強を段階的に実施していき、2024年中にはプラス20%生産能力を増強する計画。さらに2025年中にはプラス15%能力増強し、需要に追いつく。

未実現利益影響の入り繰りが大きく出ている背景は。

未実現利益影響を一番大きく受けているのは船外機。米国国内配送の課題が影響している。本来は、売上、出荷、在庫がうまく連動していればあまり発生しないものである。正常化を進めてその影響が小さくなることを期待して、生産と出荷の準備をしている。

以上