

【全体】

第2四半期の営業利益は良い着地だった。通期は為替影響を除くと期初計画に対して減益なのか。新しい見通しに対するリスクとオポチュニティは。

先進国中心に起こっていたアウトドアレジャーの追い風と在庫補充が一巡した。下期からパンデミック前のシーズナリティに戻る見通しで、今回の業績予想は、先進国の二輪車事業やマリンスポーツ事業のリスクを保守的にみている。一方、半導体調達の改善により、新興国で在庫がタイトになっていたプレミアムスクーターを中心に供給を増やしていけることがオポチュニティ。また、原材料価格も当初想定ほど上昇せず、海上運賃は当初想定以上に下がっており、利益を下支えする。想定外の下振れ要因が多少あっても、通期営業利益2,500億円は達成できる自信がある。

上期の船外機や二輪車の在庫の積み増しによる利益影響について知りたい。2024年に積み増し需要がなくなった場合の収益ドライバーとなる市場についても教えてほしい。

上期の在庫積み増しによる影響は、ほぼ規模増加影響に表れている。在庫が十分でない新興国においては、今年中に適正まで在庫補充する。来期以降は実需に対する卸出荷となるため、規模増加の影響は小さくなる。インドネシア、インド、ブラジルを現時点で成長する市場とみているが、新興国市場は変化が予測できない。むしろ、当社が会社としてレジリエンスを強化することが必要で、変化に柔軟に対応できるようサプライチェーンの強化を行っていく。

コア事業以外の各事業で進めている在庫調整は今期中に終わるのか。来期も続くのか。

ロボティクス事業は中国の割合が圧倒的に大きいので今年度は厳しいが、来年には回復してくる見通し。需要が伸びているAI関係の引き合いも頂いているため、確実に受注に繋がって、中国市場の回復を待つ。SPV事業のe-Kitは2024年上期くらいまで、低調な生産が続くと想定している。

【ランドモビリティ事業】

新興国二輪車が堅調とのことだが、アジアでは販売が弱っていると聞く。ベトナム以外のASEAN地域の需要の見立てや受注残の状況は。

同じ新興国でも市場によって異なる。新興国はパンデミックで需要が大きく減少した後、徐々に戻っている状況が続いている。当社の場合、水冷スクーター、特に看板商品のMAXシリーズは半導体不足で市場からの要求に答えられていなかった。上期から徐々に改善しており、7月から市場要求値に足りる半導体を確保し生産できる状態になったので、枯渇した市場在庫補充も含め、小売に繋がっていく。

インドの二輪車市場の状況と中長期的な見立て、収益性は。

マクロ経済ではインドは今後堅調に伸びる市場で、パンデミック前の2,000万台規模に回復していくとみている。電動スクーターが増えており、政府の補助金が今までどおり続くかどうか見極めている。ただ、インドで台数を伸ばしている電動モデルは弊社が注力しているプレミアムセグメントではなくスタンダードセグメントが中心。当社はプレミアムセグメントのシェアを伸ばしながら、必要に応じて電動モデルを早い段階で市場投入できるよう開発を進めている。

【マリン事業】

200馬力以下の需要が落ちた場合、業績にどの程度影響があるのか。中小型が弱くなってきているのは、アメリカだけか。

中小型の船外機が厳しい状況は継続しているが、営業利益へのインパクトは大きくない。150馬力以上の船外機が営業利益の大半を占める。需要のピークは7-8月なので、ボートビルダーの造り貯めや小売の進捗を見ながら、在庫が増えすぎないようにコントロールしていく。欧州では、二輪車を含めパンデミック後の需要に陰りが見えている。大型船外機の需要も早めにブレーキがかかっている状況。

船外機の需要自体は堅調だが、流通在庫も充足してきたため、過去数年ほど下期の高いレベルの生産はない。先進国はパンデミック前の季節性に戻るという理解で良いか。

ご理解の通り。今年は上期で積み増すことが出来ており、下期で調整して来期の準備に入る。

【中期経営計画】

中期経営計画の折り返し地点における進捗の評価は、売上高・営業利益率などは過達、来期の見通しをどう見るか。

本中期経営計画では、売上高、ROS、ROIC等の目標値を安定的に達成することを目指しており、これまで達成してきた。これは、為替が想定以上に円安に振れて利益を出していることや、想定外の需要の盛り上がりによって支えられた結果である。2024年はアウトドアレジャー需要の追い風がなくなり、為替も不透明な状況の中、売上高2兆2,000億円以上、ROS・ROIC9%以上の水準を達成させなければいけない。

ポートフォリオ経営について。今まで実施しなかった不採算事業の撤退を矢継ぎ早に発表した背景は。他に検討している事業はあるか。

今回の中期経営計画が始まる前、ポートフォリオ経営にしっかり取り組んで企業価値を向上することについて、取締役会でも議論した。特に日本では人材確保が年々厳しくなっているので、内部でやりくりして成長領域へ集中的に経営資源を配分すべき、というのが取締役会の最終的な決断。中期経営計画で検討した事業構造改革の取り組みは進んでいる。現時点で他に構造改革が必要な事業はないが、今後もポートフォリオ経営の考えに基づいて、企業価値向上に資する資源シフトは必要である。

中期経営計画で掲げた新規事業の進捗は、2024年で売上高300億円を目標としているが、2023年の見通しはどうか。

現時点では、目標達成は厳しいと予想している。金額が大きいのはモビリティサービスビジネス。インドやナイジェリア等で行っているビジネスのポートフォリオが大きくなっている。もう一つはティアフォーと合併で行っているeve autonomy。公道ではなく、工場内などの閉鎖空間における自動運転車両のビジネスとして伸長を期待している。また、農業・医療分野にも取り組んでいるが、今中期経営計画期間中では具体的に数十億レベルの売上までは行かず、引き続き研究開発を中心に取り組む。

以上