

<2020年3月期 決算説明会 主な質疑応答>

日時 : 2020年5月1日(金) 15:00~16:00

出席者 : 社長 CEO 貸谷 伊知郎

取締役 CSO/CDTO 富永 浩史

取締役 CFO 岩本 秀之

Q. コロナ収束後、自動車全体の需要の戻り方をどのように考えるか。

仮に市場回復に依拠しない場合、御社の今後の成長をどのように考えれば良いか。

A. 自動車の需要の戻り方については難しい。先進国については、ばらつきはあるが早めに回復してくると考える。一方南半球の新興国についてはまだコロナ禍が広がってくる危険性がある。

従って、今年1年くらいはコロナ影響を受ける可能性は否定できない。当期のコロナ影響は営業利益ベースで46億円であったが、4月~6月は工場のラインストップの影響もあり、1Qでの業績回復は難しいと見ている。生産工場の再稼働のタイミングは各国ごとに異なっており、そのタイミングを見ながら、サプライチェーンの復活を図っていきたい。

当社の中長期戦略は変える必要はないと考えている。当社のビジネスは、短期的な対応は必要であっても、中長期的には社会のニーズ、社会課題解決に必要なものと考えているので、そこはしっかりやっていきたい。投資計画については既に承認したものであっても、もう一度見直す。その中で、Go or No Go、あるいは時期を見直す、金額を見直すことがあっても、中長期的な成長に繋がれると考えている。また、今回あまり大きな影響を受けなかった事業もあるので、そういう分野も伸ばしてポートフォリオの面でしっかりと業績を担保していくことも重要と考える。

Q. アフリカマーケットは産油国中心に鈍化すると見ている。向こう5年のスパンで考えた時のGDPの伸び率等、アフリカの今後の成長性について教えて欲しい。

A. アフリカでは、コロナ影響前においても原油安で経済的に大きなダメージを受けた国がある。アフリカのGDPに占める公的債務比率は、2012年頃は37%程度だったが、2019年には59%程度と、GDPの6割の債務をアフリカの国は抱えている状況。

今回は、原油安とコロナ影響が加わったが、国によって今後の成長性は異なると見ている。原油生産国、それ以外の資源生産国、その他、と3つのカテゴリーに分け、見通す必要がある。

コロナ影響前は、原油生産国は0~2%、それ以外は5%以上の成長と見ていたが、コロナ影響後は、前者はマイナス、後者は半分以下になってくるのでは、と見ている。

Q. 配当に対する考え方を確認したい。当期の配当金については、当初 120 円の予定から 110 円になったが、新年度はどの程度と考えれば良いか。

A. 配当金については、前年 100 円に対し当期 110 円への増配を見込んでいる。これは 10 期連続の増配となる見込みである。また、配当性向については、当初 28.2%の見通しに対し、28.6%となる予定である。

方向性としては、業績の上下の変動にぶれることなく、安定的な配当を継続していきたいと考えている。今こそ真の安定的な株主への還元、真の長期投資の銘柄としての評価を受けるタイミングだと考える。新年度の配当金額は今は言えないが、お含みおきをいただきたい。

Q. 4～6 月の自動車の生産が止まる中、1Q の業績をどう見ているのか。

A. 当社は工場生産周りの固定資産も保有している。4 月は自動車の生産がストップする一方、固定費がかかっている。また販売に関しても同様の状況。食料、保険、電力、化学品の一部などは健闘しているが、この状況が続くとなると 1Q の業績は相当厳しいと考える。主力の自動車関連について、中国は戻りつつあり、欧米も 5 月～6 月に稼働が少しでも戻ってくると、今のような最悪の想定はなくなるが、どの程度のスピードで戻ってくるのか分からないのでガイダンスが出せない。各人各様の肌感覚を持っているので難しい。

Q. 中計資料の P9 についても一度教えて欲しい。地域別のコロナ回復スピードを見せてくれているが、中国・米国において、御社のコロナ影響をどのように考えているのか。

A. この資料を作った際、中国の生産は回復に非常に時間がかかると思っていたが、4 月でフル稼働の状況であり、既に回復基調に入っていると考える。

一方、米国の生産は、5 月でのフル稼働は難しいと予想している。また、その他の地域について、アフリカは下期まで、東南アジアは 2Q まで業績の回復に時間がかかると考える。

Q. ユニトランス買収前後での気づきはあるか。

A. 買収前から当社はユニトランスを優良な会社と認識し、トヨタからも高評価を得ているのは理解していた。実際に買収した後、想定以上に優良なディーラーが多く、販売力があることが分った。また、トヨタ・欧州メーカーなどブランドごとの個性も強く、それが今、当社の強みとなっている。しかし、モビリティから Maas への変革期においては、どのように横串を通していくかが重要であり、独立性の高い・個性の強いディーラーをどう束ねて行くのか、どのように新しいチャレンジに向かわせるのが課題。収益性は 1-3 月は想定通りで動いており、あとは南アのマーケットの回復次第。優秀なセールスマン、販売マーケティング力があるので、南アフリカを起点にした東・南部アフリカへの人材交流、マーケティング共通化が今後の伸びしろと考えている。