

2021 年度第 1 四半期決算 アナリスト向け説明会
質疑応答

日時: 2021 年 7 月 28 日 18:45-19:45

登壇者:

取締役 代表執行役社長兼最高経営責任者

内田 誠

取締役 代表執行役最高執行責任者兼チーフパフォーマンスオフィサー

アシュワニ・グプタ

執行役最高財務責任者

スティーブン・マー

質疑応答

質問1:

半導体供給不足に関して、今後の生産への影響について教えてほしい。

また、通期の業績見通しに関して、第 2 四半期以降の営業利益の水準が、第 1 四半期並みにならない要因を解説してほしい。

回答 1:

内田: 第 1 四半期の業績が全体的に好調だった要因は 3 つある。1 つ目は、半導体供給不足に関して、在庫の活用や半導体を戦略的に利益に貢献するモデルに優先してアロケーションしたこと等によって、影響を最小限に抑えることができたこと。

2 つ目は、販売を量から質へ転換した結果、台当たりの売上高が 19 年度比で 16% 向上したこと。これは四半期毎に向上している。

また、3 つ目は良好な市場環境、特に米国における中古車価格の上昇や販売金融事業の収益向上、それに加えて為替影響が大きくなった。

半導体供給不足に関しては、影響を最小限に抑制する努力はしていくが、足元の在庫水準が低くなっていることから、第 2 四半期の販売により大きな影響が出ると見ている。

また、第 1 四半期に大きく出た米国の販売金融事業の利益や中古車価格の上昇影響は全てが一過性とは言わないが、今後も同じレベルで出るという見方はしていない。

さらに、第 1 四半期は原材料価格の高騰の影響が抑えられていたが、第 2 四半期以降はその影響が大きく出てくると見ている。

コロナ禍の状況もあり、半導体の供給に関しては、半導体供給国である ASEAN からの出荷懸念も見えており、過度に楽観的な通期の見通しが出せないという中で、今回の営業利益 1,500 億円レベルを設定している。

マー：第 1 四半期の営業利益は約 750 億円で、半導体供給不足による影響を在庫の活用や半導体を収益性の高い地域やモデルに戦略的に配分したこと等で最小限に抑えられたこともあり、健全な利益を確保することができた。

ただ、この 750 億円の営業利益には、米国での販売金融会社の収益や中古車価格上昇の影響が含まれている為、これらの一過性の増益要因を除いた持続可能な利益水準はその半分程度と考えている。

原材料価格の高騰については通期で 1,850 億円の減益要因と見込んでいるが、第 1 四半期ではそのうち約 140 億円しか影響が出ておらず、大半は第 2 四半期以降に発生すると見ている。

第 2 四半期以降の販売台数の回復と、新型車の効果を含む販売の質の改善で、原材料価格上昇の影響を一定程度打ち消すことができるのではないかと考えている。

質問 2:

期初の見通しよりも下期の生産挽回ができそうだという報道があったが、従来の見方と変わらないと考えておいた方がよいのか？

回答 2:

グプタ：不透明な状況が続く環境下では、柔軟性を持って生産調整を行う必要があるため、週次で生産計画を見直して稼働している。

当社は下期に挽回生産を行うための生産能力や体制を整えているが、どの程度生産できるかは、半導体の調達状況次第である。

半導体供給不足に対するリカバリーについての自信は、昨年度第 4 四半期で 50%のリカバリーを行った実績に基づいている。半導体供給に関し、ルネサス那珂工場の火災を含むボトルネックが 2-3 つほどあったが、那珂工場は復旧を果たし生産が再開した一方で、小規模な Tier N サプライヤーからの供給や東南アジアのパンデミックの影響など新しいリスクが台頭している。

そのため、第 2 四半期以降も、第 1 四半期と同様に、需給のバランスをしっかり管理し、販売動向に注意を払いながら、柔軟に生産面の対応を行っていく必要がある。

質問 3:

今期の営業利益率 2%(中国合弁会社比例連結ベース)の達成はかなり視野に入ってきたと思うが、23 年度の営業利益率 5%(中国合弁会社比例連結ベース)の目標達成は第 1 四半期の結果を踏まえて、コンビクション(確度)が高まってきたと考えているか。

回答 3:

内田: Nissan NEXT で掲げている財務基盤の強化と成長に向けた台当たり売上高の向上は、四半期毎に着実に結果を出している。

第 1 四半期では、中国合弁会社持分法適用ベースの営業利益率が 3.8%、中国合弁会社比例連結ベースでは 4.5%になっているが、足元では原材料価格の高騰や半導体供給不足で大きなインパクトを受けている。

これらを踏まえ、通期の見通しでは、持分法適用ベースでは営業利益率 1.5%、中国合弁会社比例連結ベースでは 2%以上という水準になっている。今後の新車投入等によって、台当たり売上高も上がり、着実に稼げる体質に変わっていくと思っている。Nissan NEXT で掲げた営業利益率 5%(中国合弁会社比例連結ベース)は視野に入ってきており、それを必ず断行し、さらに会社を成長させるために、全社一丸となって取り組んでいる。

質問 4:

Renault が 6 月の電動化説明会の中で、2025 年頃を目途にバッテリーEV と ICE のマージンパリティを達成したいという話をしていた。日産はもともと 2030 年頃にバッテリーEV と ICE のマージンパリティを目指したいと話していたが、目標達成の前倒しの見込みはあるか。バッテリーEV の収益性の考え方について教えていただきたい。

回答 4:

内田:これから電動車が ICE とのコストパリティを目指すには、アライアンスのマスマリットを活かしていかなければならない。そのため、バッテリー等の仕様を統一化し、開発費を相互に最適化していく等々を図りながら、電動車のコストを削減していく活動をスピーディーに進めている。

タイミングを今ここで断言するのは難しいが、今の電動化の流れを踏まえると、地域によっては Renault が言っているようなレベルに持っていかねばいけないと思っている。地域によって電動車に対するマーケットの受け入れ状況も異なるので、その辺を鑑みながら、比較的早期に ICE パリティを目指せるように継続して取り組んでいく。

質問 5:

配当の考え方について確認させてほしい。

回答 5:

内田: 当期純利益の黒字化だけでなく、自動車事業のフリーキャッシュフローの黒字化、ネットキャッシュの水準等を総合的に勘案して、配当を検討していくことに変わりはない。

昨年度から申し上げているとおり、自動車事業フリーキャッシュフローの黒字化は今年度の下期に見込んでいますが、昨今の半導体の供給不足やコロナウイルスの感染拡大等の不透明な要素も多い中、現時点では復配のタイミングを明確に示すことができる状況にない。

なるべく早いタイミングで復配できるように、引き続き、Nissan NEXT の着実な実行により、収益性やフリーキャッシュフローの改善を実現していきたい。フリーキャッシュフローを黒字化し健全な形にできれば、早期に復配したいという強い意思は持っている。

マー：株主の皆さまが復配を待たれていることを重々承知しており、四半期ごとにいつ復配できるか検討している。第1ステップとして、当期純利益を黒字化し、さらに自動車事業フリーキャッシュフローをプラスにして、ある一定レベルのネットキャッシュを維持できるようにしなければならない。半導体の供給不足や新型コロナウイルスの感染拡大等の不透明な状況が続いているので、現時点では、タイミングについては明示できない。

ただ、半導体供給不足やコロナウイルスの問題が悪化しないという前提だが、下期にフリーキャッシュフローをプラスにすることについては目途がついている。なるべく早いタイミングでの復配を目指し最善の努力をする。

質問 6:

中国事業について、需要の状況や販売のモメンタム等について教えてほしい。

回答 6:

内田：中国は、新型コロナウイルス感染症拡大からいち早く回復して、その後も継続的な成長を遂げている。

当社においては、2021 年度上期の販売の質、マーケットシェア、利益水準の面で健全な業績を達成している。中国事業の上半期の販売台数は、前年同期比 18.4%増の 70 万 6,350 台であり、引き続き、このモメンタムを加速させていきたい。

日産の乗用車の販売台数は前年同期比 17.8%増の 56 万 9,419 台、商用車は、同 30.1%増の 13 万 709 台という結果になっている。今後は、新型エクストレイルを予定どおり 7 月末までに投入し、さらには今年度後半には中国市場に初めて e-POWER を搭載したモデルを投入予定になっている。

今後、新型クロスオーバーのアリアの先行予約販売を開始していきたいと思っており、こういった新たな日産の価値を体現する車で、中国でのプレゼンスをさらに上げていきたい。

足元では中国においても半導体供給不足の影響があるが、日系競合他社と比べても取引価格を維持できており、健全な利益水準を実現できるオペレーションができていると自負している。

グプタ：当社のモデルラインナップは高齢化が進んでいるが、インセンティブでマーケットシェアを獲得するということは行っていない。その状況下で、シルフィは中国合弁会社ブランドのセダンの中で販売台数がナンバーワンでセグメントシェアは 18.2%に達している。今後、既存のシルフィの顧客ベースを挺に、e-POWER を投入することで、さらに価値や収益性を上げていくことができる。

中国においても、米国で行ったのと同様に、新車を投入し、技術の日産としてのブランドを確立していく。

質問 7:

ダイムラー株の売却益などもある中で、通期見通しの当期純利益が 600 億円にとどまってしまう背景について教えてほしい。

回答 7:

マー: 第 1 四半期は、ダイムラー株の売却益(761 億円)があり、高い水準だった。

地域セグメントで見ると、北米の利益が上がっており、その分の税負担が発生する。また、昨年の外債発行に伴う四半期あたりの支払金利が約 110 億円となっている。

新型コロナウイルス感染拡大の悪化や追加の構造改革等の不測の事態に備えて、下期に 100~200 億円程度の費用を見通しに織り込んでいる。

現状を鑑みると、この見通しは慎重だが、現実的なものであると考えている。

質問 8:

営業利益の見通しの水準は、今後半導体供給不足の影響も緩和し、数量がしっかりと出てくることが見込まれる中、原材料価格高騰影響を考慮しても保守的な数字だと思うが、どのようなリスクを見ているのか教えてほしい。

回答 8:

内田: コロナ禍の状況は非常に不透明だと思っており、今の ASEAN の状況や日本の状況を踏まえてもあまり楽観的にはなれない。Nissan NEXT 発表後、言ったことを必ずやり遂げ着実に成長していくことをモットーとしている。今回、5 月の時には想定できなかった米国市場の改善が効いて上方修正に至ったが、その一方で原材料価格の高騰については、インデックスの状況等を踏まえるとさらに影響が出るという声もある。今後、電動化に向け各国がスピーディーに動く中で、原材料の需給バランスが崩れることも想定され、そこにコロナの影響もあって、原材料価格の大きな高騰に繋がっていると思う。そういった状況下で作った数値だご理解いただければと思う。

質問 9:

アメリカの販売改革が上手くいっている背景について、業界要因と日産の内部要因に分けて説明してほしい。

回答 9:

グプタ: 米国では以下の取り組みを実施した。

第 1 はラインナップの刷新によるプロダクトパワーの改善であり、2023 年度までに米国の商品ラインナップの 8 割を刷新する。セントラから始まり、ローグ、フロンティア、パスファインダー、アリア、Z、等。

第 2 に、セールスパワーについて、ディーラーエンゲージメントを改善するための取り組みを行ってきた。台数を追うための総額インセンティブをベースとしたビジネスから、プライシングパワーをベースとした台当たりのイン

センチブをベースとしたビジネスにシフトした。その結果、セントラから始まり、新型ローグ、そして新型車ではないアルティマでもディーラーエンゲージメント改善の結果が出ている。

第3は包括的なフリート戦略であり、30~40%程度あったフリート構成比を、12%程度まで減少させた。その結果、残存価値が改善し、ローグについてはそれによって、実売価格は日系メーカー2社より高い3万2,000ドルから3万3,000ドルにまで上昇した。

さらに、1年前までは、CPO(Confirmed Purchase Order)と呼ばれるディーラーからの受注に基づく生産は、生産台数の40-50%程度しかなく、残りはインセンティブをかけてディーラーにプッシュする販売をしていたが、今はそれが90-100%を占めている。これによってディーラーエンゲージメントが改善している。

結果的にこれらの取り組みによって、残存価値、ディーラーの利益水準、出荷の確度、実売価格が改善している。

申し上げたとおり、ローグの実売価格は他の日系メーカー2社よりも良くなっているが、今後これを維持できることを示すことが、現在日産が直面している課題であり、結果を残せるよう決意を持って取り組んでいる。

内田:昨年度の第2四半期以降、着実に我々がやっていることが形になってきており、アメリカの回復に自信を持っている。さらに新車を通じて、日産や、パートナーである販社やサプライヤーの価値を高めていきたい。このようなオペレーションによって、当社は米国で収益を持続的に出していけると思っている。それができなければ、Nissan NEXTで掲げている中国合弁会社比例連結ベースでの営業利益率5%の達成は厳しくなる。今回示した北米事業の回復を、今後も継続して示していきたい。

質問 10:

今後投入予定の新型車が、半導体供給不足の状況下でスムーズにローンチできるか、可能な範囲で教えてください。

回答 10:

内田:半導体供給不足の影響はあるが、お客様に最高の品質、タイム・トゥ・マーケットで新車を投入していく。

グプタ:新車の投入はリカバリーのみならず、成長プランの中核であり、計画どおり進めているが、半導体の供給次第で投入の計画は調整する。

例えばキャッシュカイは欧州全土で同時期に投入する訳ではなく、国によってタイミングをずらし順次投入していく。

以上