

2025 年 2 月 6 日

スズキ株式会社

(日本四輪事業)

Q1：日本事業の収益向上のためのオポチュニティについて、生産能力やインドからの輸出を含めた戦略はどう考えるか？

A. スズキは日本国内の工場で軽自動車や一部の登録車を生産し、主に日本市場向けに出荷している。しかし、グローバルな視点から、世界中の生産拠点で生産される車が日本市場に適している場合、それらを日本に導入することも検討している。その例として、フロンクスやジムニー ノマドが挙げられるが、それ以外にもインドを中心に色々なモデルの開発を進め、日本のお客様に受け入れられる車があれば、新しい車を投入していきたい。そういう意味では、日本市場もまだまだ伸ばせる可能性があると考え、今後もしっかりと見ていきたい。

Q2：ジムニーノマドについて。

A. 我々の見込みが甘く、当初月間 1,200 台程度の販売を考えていたところが、実際は年換算で 3 倍以上のオーダーを頂いた。増産対応をどうやっていくかを含めて検討中であり、早い段階でお客様に受注再開の目途をご通知するべく準備しているので、もう少しお時間を頂きたい。

(インド四輪事業)

Q3：インド全体需要と御社の戦略は？

A. インド市場の全体需要は現在、卸販売が前年と比べて大きな増加が見られず、スローな状況が続いている。しかし、第 3 四半期の祭事シーズンや 12 月のセール期には末端販売が活発化し、マルチ・スズキは過去最高の末端販売を達成した。それにより在庫も適正化された。卸販売については大きな伸びは期待できない一方、末端販売は足元までの前年比+3%程度が年度末まで続くだろうと見ている。

また、インド政府は中間所得者への減税や中小企業への補助金を通じて経済活性化を図っている。これにより、実需の回復が期待される。さらに、カルコダ工場の稼働開始により SUV を中心とした供給体制を整え、実際の販売に結びつける活動をこれからしっかりやっていきたい。

Q4：第 3 四半期は地方需要が良かったということだが背景は？また、都市部と地方部の競争環境の違いは？

A. 以前は 7:3 や 6:4 だった都市部と地方部の販売比率が均衡しつつある。背景の一つは、地方に販売網の浸透が進んでいること。お客様にタッチする機会が増え、新たなお客様の発掘ができていることが数字につながってきている。また、政府が地方経済を支援するために

補助金などの経済対策を講じていることも、地方経済の堅調さに寄与している。これらの要因を背景に、今後も地方市場の発展性を見据え、販売ネットワークの強化を図りながら更なる市場拡大を目指す。

競争環境について、地方部ではお客様に直接接することが重要であり、店舗がない地域では営業担当者がお客様のところまで訪問するような体制を整えている。各社、地方部への販売拠点の配置を進めており、競争がますます激化すると見ている。ただし、マルチ・スズキは他社に比べ販売ネットワークが充実している。現在の4,000拠点近くを将来的に5,000、6,000、7,000 という形で強化し、2030 年に向けて販売台数を上げていきたい。

Q5： SUV について、現状のラインナップで網羅できているか、まだオポチュニティがあると考えているか？

A. インド市場における SUV の需要は非常に高く、全体市場の 5 割以上を占めており、各社から 60~70 モデルが投入されている状況。そうした中、我々は B セグメントと C セグメントを中心に 4 モデルを展開しているが、現場の意見としてはモデル数が不足していると感じている。そのため、SUV のラインナップをさらに充実させる必要があると考え、商品計画を進めている。これにより、SUV 市場でのシェアを拡大し、全体のシェアアップにつなげたい。

Q6： e VITARA について何かアップデートできることは？

A. EV については当社としても初めての商品であるため、マルチ・スズキでもお客様データベースからどういう方が興味を持っていたか等を徹底的に分析しながら、可能性のある方へのアプローチを始めていく。そういう中で、お客様にしっかりと満足頂けるような販売をやっていききたい。また、バッテリー充電システムや関連の設備も含め、これから最終調整を進めていききたい。

(業績関係)

Q7： 10-12 月期決算の社内評価や一過性要因は？また、来年度を見据えた上でのリスク、オポチュニティは？

A. 当期(4-12 月)の決算においては増収増益を達成したものの、四半期単位で見ると 10-12 月がやや厳しい状況。仕入先様の基盤強化としての価格交渉や輸出の減少が影響している。一方、国内販売は好調であり、値上げは前年比で一巡してきたが、モデルチェンジをしたスぺーシアや新型フロンクス、マイナーチェンジしたワゴン R スマイル、ソリオといった新車投入が奏功している。インド市場でも年末商戦が好調で、2024 年暦年で卸・末端ともに過去最高の販売台数を記録した。

利益面では、一過性と言えば為替円安の影響が大きいですが、12 月末時点で大きなマイナス要因は見られない。第 4 四半期は、今回上方修正した通期の営業利益予想から 12 月までの実績を差し引くと前期割れとなる数字だが、通期では前年を上回る予想を公表しているため、1-3 月も当然、前年を上回るよう努力をしていく。

Q8： 第3四半期の利益が上期に比べ弱かった理由として、仕入先基盤強化や輸出の減少の話があったが、これは一時的なものか？

A. 仕入先様の基盤強化については、どこの企業も賃金アップやエネルギーコストの上昇が続く中で、今後も仕入先様と適切な協議をし、しっかりした価格付けを行う必要がある。これにより、利益面ではマイナス影響が出る部分がある。

輸出に関しては、欧州でのイグニス終了が影響しているが、市場状況を注視しつつ対応を進めることで、大きなリスクが継続するとは考えていない。今後もしっかりと対応できる体制を整えていく。

Q9： 連結の営業利益率 10%の持続性は？カルコダ工場や EV の影響でマージンが下がる可能性はあるか？

A. これから多大な設備投資やカルコダ稼働開始による償却費の増加、すぐに EV シフトが進むとは思わないが、EV の収益性の厳しさ、仕入先様の基盤強化による影響などが懸念される。労務費の上昇も予測され、そういうコスト増は確実に継続して出てくるものと認識。

しかし、販売ボリュームの拡大や利益率の確保を目指し、できるところはコスト削減を図る。さらに、個の能力向上と組織力強化を通じて企業価値を高め、色んなコストアップの中でも利益率の維持・向上を目指す取り組みを引き続き進めていく。

Q10： 前回予想に対する営業利益増減要因の、「売上構成変化等+100 億円」の詳細とその持続性は？

A. 第3四半期までに、主に日本国内代理店とマルチ・スズキにおいてある程度収益性が改善している状況を踏まえて上方修正した。

国内代理店では、最近のモデルチェンジや新規投入車が好評で、さらにスズキ本体側の企画や開発、生産など全ての部門の想いをしっかり販売現場に伝え、お客様にご理解頂いた上で、適切な価格設定と販売条件を実現している。これらの丁寧な販売による効果が出始めている。

マルチ・スズキにおいても、第2四半期は出荷調整等があったものの第3四半期ではかなり数字が上がってきており、暦年の販売台数は過去最高レベルに達している。この辺は継続性があると考えており、まずは1-3月の予想値を目指して頑張り、来期以降も継続できるよう努力を重ねる。

Q11： 業績を上方修正したが配当予想を変えなかった背景は？

A. 利益を上方修正したので当然、配当案の見直しについても社内で議論をしたが、第3四半期ということもあり据え置きとさせていただき、しっかり数字が上がったところで株主様の期待に応えられるよう進めたい。また、今月は新中期経営計画の発表も控えており、そこでの取り組みも意識しつつ、今回の修正はなしとさせていただいた。

(アフリカ・中南米・中近東)

Q12： その他地域では特に南アフリカ、サウジアラビア、メキシコが伸びているが、御社の成長要因は？また、それらはインドからの輸出が多いと思うので、需給のバランスについても教えてほしい。

A. メキシコ市場においては、日本からの関税の影響もあり、インドからの輸出が増加している。特に SUV モデルが人気で、販売が順調に拡大しているが、メキシコ経済の動向を注視しつつ、適正在庫を維持することで収益性を保つ方針。中東や南アフリカ市場では、インド製の SUV やセダンが高評価を得ている。サウジアラビアではフリート販売が中心と聞いており、その辺がうまく市場のニーズに合致した。南アフリカでは直営の販売子会社を通じてこの5年間くらいでステータスを上げ、現在シェアは10%以上に拡大。今後もこの成長を継続したいと考えている。

Q13： 南アフリカの成功例を踏まえ、今後、直営店展開や販売拡大を計画する国はあるか？

A. アフリカ大陸には54カ国が存在し、そのうち半数は豊田通商の子会社であるフランスのCFAOを通じて販売が行われている。残りの国々では独立系の販売店が中心となっているが、直営店の展開も視野に入れている。独立系販売店においても、スズキの販売政策を理解し、適切に運営していただけたところはビジネスを拡大していく。そのように各国の状況や市場の特性に応じて柔軟に対応し、アフリカでの事業を進めていく考え。

以 上