

2022 年度上期決算 アナリスト向け説明会

質疑応答

日時：2022 年 11 月 9 日 18:15-19:15

登壇者：

代表執行役社長兼最高経営責任者 内田 誠

代表執行役最高執行責任者 Ashwani Gupta

執行役最高財務責任者 Stephen Ma

専務執行役員 Rakesh Kochhar

質疑応答

質問 1：

中国の販売台数見通しを下方修正した背景は。

回答 1：

Gupta： 現在中国の多くの地域で COVID-19 の感染が拡大し、ロックダウンが行われている。10 月は 29%のディーラーが閉鎖しており、11 月もその状況が続いているため、中国の台数見通しを修正した。

エクストレイルの販売は計画に対して苦戦しているが、他のモデル（アルティマ、シルフィ、キャシユカイ、キックスなど）の増加でエクストレイルの減少分を補っている。

質問 2：

ルノーが Geely と ICE の合併会社（“Horse”）を設立することによる、日産の ICE 車の開発やオペレーションへの影響は。

回答 2：

内田： 日産のマーケット・ポートフォリオにおいては ICE の需要が高く、ICE 車の販売を続ける必要がある。ICE に関しては日産内製の研究開発を行っている他、ルノー以外の企業との協業もある。今後も日産の利益につながることを、R&D の領域においても行っていく。

Horse についての詳細や将来に関してはまだ情報が限定的であり、どのように協業できるかについては引き続き検討していく。

Gupta： 当社は 2030 年までに ICE エンジンを 49 から 19 まで絞り込む予定だが、この 19 は米国、中国、日本が中心となる。そのため、当社の将来の ICE 戦略に対する Horse の影響は大きくない。

質問 3 : 日産がルノーの EV 新会社 (“Ampere”) に出資するか否かに関わらず、アライアンス事業は変わらないという理解でよいか。

回答 3 :

内田 : まだ何も決まっていないが、アライアンスの運営に大きな変化はない。当社の欧州における今後の展開や企業価値向上の観点から、どのように協業できるか議論し、当社にとってのメリットや、Ampere への出資がビジネスチャンスにつながるかどうかを検討している。当社が Ampere への出資の見返りとして、ルノーとの対等な資本関係を要求しているとの報道があるが、そのような事実はない。

質問 4 :

ルノーの Capital Market Day の発表内容で、日産にとって参考になりそうなことや使えそうなことはあったか。

回答 4 :

内田 : Nissan Ambition 2030 に基づく新たな事業計画を策定するにあたり、どのように成長を実現していくかを社内で議論している。過去の延長線上のビジネスには限界があり、真のトランスフォーメーションのためにはパートナーとの協力が不可欠である。

ルノーは大きな変革を行おうとしており、そのダイナミックさは参考になる点が多い。

質問 5 :

2022 年度の見直し修正について、前回見直しと比較して改善・悪化した点を教えて欲しい。Nissan NEXT の目標（2023 年度の中国合弁会社比例連結ベースの営業利益率 5%）に向けて、進捗は順調か。

回答 5 :

内田 : 2022 年度上期の中国合弁会社比例連結ベースの営業利益率は、台当たり売上高の改善により既に 4%レベルにあるが、台数を増やしていくという面ではまだ課題がある。今後も台数より価値を優先していくが、お客様が価値を認めてくださる製品を提供することで、台数は自ずと増えていくと考えているため、Nissan NEXT の目標に対する手応えは強く持っている。

Ma : 当社だけでなく、他社も含めて原材料価格が上昇しており、原材料・物流費の増加が前年比 3,270 億円の減益要因になると見込んでいる。原材料の影響は、下期も上期と同じような水準で推移する見込みだが。物流費については、海上運賃の契約により、下期は上期より増加すると考えている。

為替によるプラスの影響の他、パフォーマンスの改善が前年比 3,300 億円の増益要因になると見込んでおり、原材料や物流費による減益を相殺することができると考えている。前回見直しに対しては、台数減によるマイナス影響が 1,150 億円、台数減の影響を除くパフォーマンスの改善によるプラス影響が 1,450 億円あるが、これは主に価格改定や販売奨励金減少の効果である。

質問 6 :

第 2 四半期の自動車事業フリーキャッシュフローは好調だったが、その継続性について。また、自動車向けネットキャッシュの最適な水準はどの程度だと考えているか。

回答 6 :

内田 : 自動車事業のフリーキャッシュフローは、第 2 四半期は良かったが、上期ではまだマイナスだった。台数面で厳しい状況ではあるものの、今の良いモメンタムを維持し、さらに改善に向けて努力していく。

重要なのは、自動車事業の利益を改善すること。第 2 四半期でプラスに転じたが、これを今後も継続していけるような事業体にしていく。それが Nissan NEXT の目標達成にもつながる。

Ma : 当社の自動車ネットキャッシュは 1 兆円以上ある。強固なバランスシートは当社の大きな強みであり、CFO としてネットキャッシュのポジションを守っていきたいと考えている。

質問 7 :

半導体不足の状況は改善しているのか。

回答 7 :

Gupta : 3 ヶ月前に、「状況は改善しつつあるが、半導体供給不足の問題は 2023 年も続く」と申し上げたが、実際にそのとおりとなっている。デュアルソーシングの効果が始まっており、下期もその効果が期待できる。

上期の販売台数は 156 万台で、修正予想の 370 万台から逆算すると下期は約 220 万台となるが、世界的に見ても、お客さまの需要は依然として強い状況が続いているため、これが十分なレベルだとは考えていない。

質問 8 :

Nissan NEXT の一環として生産能力を 540 万台に調整されたが、世界経済が不透明な今、540 万台の生産能力を維持するのか。生産能力と実際の生産台数とのギャップについて、どのように考えているか。

回答 8 :

Gupta : グローバル全体需要 9,000 万台、シェア 6%を前提に、540 万台の生産能力目標を設定した。しかし、現在全体需要は 8,000 万台程度で推移しており、6%のシェアだと販売台数は 480 万台ということになる。これは、世界の需要を考えると、達成可能な水準だと考えている。

市場が正常化した後も持続的に成長するためには 540 万台の生産能力は必要最低限の水準であり、維持していきたい。米国で 6-7%、中国で 10-12%、日本で 10-12%、ヨーロッパで 2-3% のマーケットシェアが当社のあるべき姿だと考えている。

質問 9 :

販売金融事業が高収益を維持している理由は。またこの水準は 下期も継続するのか。

回答 9 :

Kochhar : 販売金融の利益は、前年度に引当金戻入などの一過性の利益があったため、前年度より減少しているが、高い利益率を維持しており、上期の ROA は 3.8%だった。引き続き優良顧客にフォーカスしており、貸倒率も過去に比べ低い水準で推移している。

下期も利益率は上期と大きくは変わらないと見ているが、資産の減少により利益の絶対額は減るだろう。

質問 10 :

2022 年度下期の自動車事業フリーキャッシュフローの見方について教えて欲しい。自動車事業フリーキャッシュフローは、生産台数の増加により改善が続くと見ているか。また自動車事業ネットキャッシュはさらに増加するのか。

回答 10 :

Kochhar : 下期は、台数の増加に伴い、運転資本のさらなる改善が見込まれ、自動車事業フリーキャッシュフローはプラスになると考えている。

質問 11 :

足元の需要の状況、どの市場の需要が強く、どの市場が弱いと見ているかを教えてほしい

。

回答 11 :

Gupta : 自動車は需要が積み上がっているため、自動車業界は不況の影響が顕在化するの最後だと考えている。米国では、需要が弱まったとしても、当社の製品はお客さまからしっかり受け入れられているため、パフォーマンスの改善が期待できる。販売奨励金も久しぶりに業界平均並みとなっている。欧州では、キャッシュカイ、キャッシュカイ e-POWER などは納車までお待ちいただく期間が長くなっている。日本においてはシェアを拡大している。唯一、中国が課題となっているが、これは主に外部環境に起因している。このような市場トレンドと当社の製品のパフォーマンスは、下期、そして 2023 年度も続くと考えている。

質問 12 :

栃木工場の生産台数が低迷しており、Nissan Intelligent Factory の他地域への展開を懸念している。課題とその対策について教えてほしい。

回答 12 :

Gupta : 栃木工場は、コロナ禍に輸入設備で設備更新を行ったため、サービスエンジニアが日本に入国できなかったこと等も影響し生産立ち上げに課題があったほか、半導体不足も影響した。しかし、現在は台数は増加傾向にあり、1 日あたり 160 台から 180 台を生産している。アリアの欧州への輸出も開始し、先月は 1,500 台を販売した他、米国への輸出も 11 月 1 日に開始した。

今後、英国のサンダーランドと米国のキャントンに同様の生産ラインを展開していく計画となっている。当社は、利益ある成長を実現するために、中長期的な生産戦略を見直している。

以上