

2021 年度決算 アナリスト向け説明会

質疑応答

日時：2022 年 5 月 12 日 18:00-19:00

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 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：

販売台数が 3%しか伸びない予想になっているが、どのような前提となっているか。

回答 1：

Gupta：販売台数の 3%増というのは供給制約の結果である。半導体の供給が確保できれば、より高い水準の販売を実現するポテンシャルはある。一方で、中国のロックダウンのリスクがあり、6 月まではその影響が出る。これらのリスクやオポチュニティを勘案すると、400 万台という販売台数は極めて現実的な見通し。

質問 2：

今後の株主還元の考え方について教えてほしい。

回答 2：

内田：2021 年度期末配当の 5 円というのは配当性向にすると 9%に相当するが、当社としてはこれを 30%レベルまで継続的に伸ばしていきたいと考えている。

2022 年度については、足元の厳しい状況と、それに基づく上期の自動車事業フリーキャッシュフローに対するリスクを勘案し、中間配当は未定とさせていただいた。通期では、5 円以上としたい。

なお、ルノーが保有する日産株式を放出するという報道が出ているが、そのような議論は行われていない。

質問 3：

原材料費や物流費の高騰の影響を、どの程度価格改定で相殺できる見通しになっているのか。

回答 3：

Ma : 当社は様々な手段を講じてコストを可能な限り圧縮する。22 年度は原材料の価格上昇が 2,120 億円の減益要因になると見ているが、その 7 割以上は鋼材とアルミ。鋼材については在庫積み増しによるフィジカルヘッジを行っている。また、一部の材種についてはファイナンスヘッジも行っている（当該材種のエクスポージャーの 10%程度）。

商品のプライシングについては、今年度の見通しでは上がる想定になっているが、それはコストの上昇分をカバーするためだけではなく、商品の価値や販売の質が向上した結果である。見通しの増減分析（プレゼンテーション資料 P12）でパフォーマンスによる増益があるが、これには台数、プライシング、ミックス等の様々な要素が入っており、それによって原材料費や物流費の上昇によるマイナス影響をカバーする。

質問 4 :

ロシア事業について、今後業績に影響を与え得る潜在的なリスクについて説明してほしい。

回答 4 :

内田 : 21 年度はロシア・ウクライナの販売台数は 5 万台程度あったが、22 年度についてはゼロで見ている。既存の投資や在庫については 21 年度に約 150 億円の費用計上しており、現時点で見えているリスクについては既に 21 年度の利益に反映済みである。

今後については、状況を注視しながら適切に対応していくが、Nissan NEXT 発表時に減損をやっているため、そこまで大きな費用計上が必要になるとは認識していない。

Ma : ルノーは約 20 億ユーロの費用を計上し、それによる当社への影響額は 374 億円だった。それに加え、当社のロシア事業で 150 億円の費用を計上したが、当社は 2 年前にグローバルな減損を行い、簿価が現実的な水準まで既に引き下がっていたため、影響額はそこまで大きくなかった。

質問 5 :

22 年度の見通しは、台数次第だが、コストインフレーションをオフセットして 2,500 億円からどこまで積み増せるか、がポイントになるということか。

回答 5 :

Gupta : 販売台数の 400 万台というのはあくまでも参考値であり、半導体供給の状況次第では上振れもありうるが、その一方で中国のロックダウンのようなダウンサイドリスクもある。

また、購買力でインフレを吸収できている市場もあれば、それができていない市場もある。例えば、アメリカではインフレに対応する値上げを行うことができるが、日本人の購買力はアメリカのようには上がっていないため日本では同じことはできないかもしれない。市場や商品にあわせた対応を行っていく。

質問 6 :

ルノーは CY22 の半導体影響は 20 万台で、下期は概ね正常化するとコメントしているが、日産とルノーで状況に違いはあるか。

回答 6 :

Gupta : ルノーとは地域や商品のラインナップが異なるため、一概には比較できない。

半導体供給不足の影響を数値化することは難しい。現時点で申し上げられるのは、現在見えている生産できる量をまず前提におき、そこにリスクとオポチュニティを加味して、400万台という販売台数前提を策定したということ。

質問 7 :

値上げが行いやすい地域とそうでない地域について教えてほしい。

回答 7 :

Gupta : 当社は、お客さまにご納得いただくことなく値上げをすることはない。米国では、まず新型車の価値を高め、その機会をとらえて販売奨励金の削減を行った。これは当社の質の向上の取り組みの結果である。

日本では、お客さまの購買力が米国ほど上がってないため、値上げは難しい。そのため日本においては、先進技術や新型車を最大限活用していく必要がある。軽EVやアリアなど、国内において競合がないところで、他社が提供していない価値をお客さまに提供していく。一方で米国では、Big3がピックアップの値上げを行っており、当社はそれに追従していく。

市場毎に、お客さまや競合の状況、商品力等を勘案し、価格を決定する。

質問 8 :

22年度は利益率が少し下がる予想になっているが、それを踏まえて、来年度の比例連結ベースで5%という営業利益率達成の自信の度合いは。今年度の台数の伸びが他社と比べても低いですが、来年度にむけてどのような想定になっているのか。

回答 8 :

内田 : 21年度は厳しい環境においても比例連結ベースで3.7%の営業利益率を達成しており、合理化は計画より進捗している。このモメンタムを踏襲していけば23年度に5%の営業利益率を達成できるという自信はある。

ただ一方で今後の中国の状況など、不確定な要素もあり、注視していく必要がある。また、ロシア・ウクライナの件も、想定していないようなことが起きた場合に大きなリスクになりうることから、経済に与える影響を注視していくことが重要だと認識している。

台数に関しては、この4、5月に中国のロックダウンの影響があり、他社も含め影響が出ていると考えている。この状況が長く続くとは考えておらず、もう少し先行きが明確になってくれば、より精度の高い台数予想を出せると思う。

質問 9 :

ルノーのEV事業分社化が報道されているが、それに対し日産としてどのように考えているか。

回答 9 :

内田 : まずはルノーの計画を理解したいと考えており、説明を受けてそれをダイジェストしているところ。現時点では日産としての見解を申し上げられる段階に至っていない。

1月に発表したアライアンスの取り組みの内容がこれによって変わるということではなく、協業は継続して行っている。

質問 10 :

21年度は自動車事業は赤字で、金融事業は一過性の益もあり大きな黒字だった。22年度は、金融事業が減益となり、自動車事業がそれを補うという考え方で良いか。販売台数が3%しか伸びない中で、自動車事業の利益が改善できると考える理由は。固定費についての考え方についても教えてほしい。

回答 10 :

Ma : 自動車事業は21年度は赤字だったが、20年度と比べると大きく改善した。22年度に関しては、黒字化できる可能性は十分あると考えている。

販売金融事業については新型車の投入に伴いお客さまのプロファイルやポートフォリオのクオリティは改善しているが、一過性の益の消滅やアセットの減少に伴い減益となる見通しである。

Gupta : 日産が日本、北米、中国、欧州の4つのコアマーケットで事業運営し、大きなプレゼンスを確保する上で、現在の固定費は必要最低限の水準になっている。従ってこれ以上固定費を削減する予定はないが、改善を継続していく。

質問 11 :

22年度の出荷台数は、売上高の増加率や為替の前提からすると15%程度で、生産もこれにリンクしていると推定できるが、この考え方は正しいか。また22年度はさらにインセンティブを削減できると考えているか。

回答 11 :

Ma : 方向としては正しいが、それにミックスの効果なども加わる。

インセンティブに関しては、当社はもともと高い水準であったことから、業界平均を上回る削減率となっている。まだ他社よりは高いかもしれないが、当社の過去の水準と比べるとはるかに低い。22年度も、21年度と同等の水準を維持したいと考えている。

以上