

2024 年度（2025 年 3 月期）第 2 四半期 決算説明会 主な質疑応答

日時：	2024 年 10 月 25 日（金）16:30～17:30	
質疑応答対応者：	執行役社長兼 COO	先崎 正文
	執行役常務兼 CFO	塩嶋 慶一郎
	執行役常務兼 CMO	松井 英彦
	執行役常務 マイニングビジネスユニット長	福西 栄治
	執行役 部品・サービスビジネスユニット長	細川 博史
	ブランド・コミュニケーション本部長	久保 達哉

※一部抜粋して掲載しております

1. 市場環境・業績

Q：業績予想を修正したが、ポイントは。

A：先崎：決算の全体感についてまず申し上げる。前回 7 月時点では、上期は厳しい需要環境だが下期は一定の回復があると考えていた。しかし、特に米州において、利下げの遅れや大型顧客であるレンタル会社などの状況から、需要回復は来期にずれ込むと判断し、下期の米国の業績見通しを下げた。ただし、市況が厳しい中でも独自展開分はプラス成長を見通しており、リテールシェアは着実に伸ばしている。

Q：損益変動要因の中の地域製品構成差他が上期はマイナスだったが、通期では取り戻す想定になっている。米州などがどのように効いているか伺いたい。

A：塩嶋：上期は想定以上に米州の落ち込みが大きく、北米ボリューム減が実績を押し下げ、通期でも米州のボリュームを下げた。ただし、下期の独自展開売上は前年度比で増収を織り込んでおり、下期の地域製品構成差他は独自展開分でプラスサイドに効くと見ている。また、地域製品構成差他に含まれる海上運賃について、この数年上昇基調だったが、今回は下落しプラスサイド（増益要因）に効く。これも加味し、下期は製品構成差が改善すると見通す。

Q：海上運賃についてプラスがどの程度織り込まれているか。

A：塩嶋：4 月時点では特に欧州航路での海上運賃の高止まりを想定し、減益要因として△24 億円を見込んでいた。今回の計画では+42 億円の増益要因に転じた。コンテナ船に加え、従来船も価格が下がっており、また、欧州向けの物量減により面積が減った影響もある。

Q：損益変動要因の売価変動は、通期計画を下方修正した。値上げの浸透具合はどうか。

A：塩嶋：売価変動は年間 134 億円の改善を予想している。上期は 90 億円近い数字だったが、下期はペースを抑えている。米州の厳しさから、特に独自展開で売価を弾力的に運用してボリュームを出していく。日本も同様で、この 2 地域で計画を下げたが、下期も相応の改善を織り込んでいる。

Q：マイニングの需要回復による業績貢献は、米州独自展開含めいつから期待できるか。

A：福西：足下では小型クラスで需要の減少が見られる。石炭を中心とした資源価格に連動している。ハードロック、大手資源メジャーは中長期的に投資計画を立てるので、大型クラスの需要は現時点でも堅調に推移しており、下がることもないと見ている。小型クラスの需要回復の時期については、直近では石炭価格も原料炭・燃料炭とも安定しており、顧客も投資を始め、そのタイミングで回復すると考えている。

Q：マイニングの需要見通しを変えていないが、来期の業績を予想する上で、マイニング本体の売上は増えていくことを期待してよいのか。

A：福西：前回7月時点から需要見通しは変わらない中、売上見通しは特にトラックで下方修正した。販売形態が直接販売からレンタル販売に変わった影響。ショベルもまた、販売の期ずれや機種構成差の影響で下方修正した。中国での小型マイニングショベルは堅調で、来期も堅調に推移すると考える。ハードロック向けなど堅調が期待できる米州では、特に南米でトラック、ショベルとも伸長を見込む。また、丸紅と合併でブラジルに販売・サービス代理店を設立した。ブラジル以外でもプレゼンスを高めるべく部品倉庫や再生拠点、トレーニングセンターなどを早急に立ち上げるよう計画している。

Q：インド市場の需要は不振だが、売上は小幅ながら増加を見込んでいる理由とは。

A：松井：連立政権での予算承認の遅れや高速道路などのプロジェクトの減少があり、需要は減少を見通す。上期の需要実績は想定以上だったが、モンスーンなどの影響もあり、現時点では堅めに見ている。当社は需要にキャッチアップして市場シェアを取っている。

A：先崎：シェアナンバーワンの重要市場であり、代理店との関係も良好。代理店と協議して物量を出せている。需要の見方は難しいが、代理店との関係の中で、この程度の売上は達成できるとの見通し。

2. 米州事業

Q：現地の稼働は悪くないが、代理店在庫は十分とのこと。この在庫滞留が下期で終わるのか、あるいは来年度上期くらいまで続くか。

A：松井：米州市況はもう少し早く回復すると見ていたが、利下げの遅れなどがあり、住宅の回復が鈍い。代理店在庫は、去年は注入時期だったが、足下では適正になっている。リテールシェアは前年比2%増の6%程度になっており、リテール販売分を卸売りする想定。レンタル会社の売上は落ちていないが、昨年比に比べ資産導入を控えている。金利の問題と考えるが、アセットの入れ替えは必要であり、来期以降の導入を期待している。

Q：北米の通期売上を下げたが、独自展開は増収の計画を維持。回復時期の遅れという表現があったが、期ずれという意味合いか、あるいは来期売上が増えるのか。

A：塩嶋：昨年度は代理店在庫充足の特需があったが、在庫が充足したのでその部分が剥落している。しかし、リテールシェアが増加しているのでボリュームは確実に出ている。昨年度の下期以降、代理店の在庫充足が一段落し、リテール販売分を計上してきた。昨年度下期との比較ではシェアアップ分だけ売上が伸びる。米州は利下げ遅れが顧客の購入マインドを下げてしていると認識。建設投資や工場誘致の投資が工事量として根強く残っており、利下げが段階的に進めば、顧客の購入マインドも復活すると考える。また広域レンタル会社の購入も復活すると期待している。

A：松井：これまで空白だったカリフォルニア州の一部、ワシントン州、オレゴン州で代理店契約ができ、カバー率が87%まで向上している。新たな出荷先として、販売を増やしていく。

Q：米州の独自展開について、上期は卸売りが現地通貨ベースで前年比 13%減ったと手計算しているが、リテールシェアは 2%増えたとのこと。この差は代理店の在庫減という理解で良いか。

A：松井：ご理解の通り。代理店在庫は適正化を図っているので、リテールで出た分は卸売りで充足される。金利キャンペーンなども展開しており、成果を出していきたい。

Q：9月末時点で代理店在庫は適正で今後の積み上げはなく、リテール分で伸長すると見るか。在庫が増えるリスクはないか。

A：先崎：概ねご理解のとおり。リテールは代理店の販売から発生するので、代理店が、当社が卸売りした分だけ販売していれば在庫は増えない。現在は適正水準であり、代理店が販売した分だけ卸売りで出ていく。リテールシェアが 4%から 6%になれば物量は 1.5 倍になる。その分、当社の売上が増えていく。加えて、スペシャライズド・パーツ・サービスビジネスなども下期に伸長を見込んでいる。

以上