

2022 年度第 3 四半期決算説明会における主要な質疑応答

質問	回答
<p>Q1 : 2022 年度第 3 四半期の事業利益（808 億円）は、前回公表時点（22 年 11 月）の想定に対して、どの程度上振れ/下振れましたか。</p>	<p>A1 : 前回公表時の想定に対し、以下の要因等により、300 億円程度上振れました。</p> <ul style="list-style-type: none"> • パワースポーツ&エンジンにおいて物流混乱の収束に伴い卸売が大きく進捗したことや、コストアップに対する価格転嫁が好調だったこと • 航空エンジン事業の収益が一部第 4 四半期から前倒しされたこと • 為替が想定 of 1 ドル 140 円よりもやや円安で推移したこと
<p>Q2 : 2022 年度の事業利益計画について、第 3 四半期（3 か月）の実績が 500 億円となる一方で、第 4 四半期（3 か月）の予想は 52 億円に留まる理由を教えてください。</p>	<p>A2 : 主な理由は以下の通りです。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 全セグメントにおいて、好調な業績を反映した賞与引当金の集中的な計上を予定していること • 航空エンジン事業において、収益の一部が第 4 四半期から第 3 四半期に前倒しされたことや、第 4 四半期に一過性のもを含めた諸費用が発生する見込みであること • パワースポーツ&エンジンにおいて、販売促進費の増加を見込んでいること • 研究開発費や DX 費用等の期間費用負担が、四半期で最も大きくなること • 為替前提レートを 1 ドル 130 円に見直したこと（従来 140 円）
<p>Q3 : ボーイング社からエアラインへの納入が再開された 787 型機について、ボーイング社での在庫過多の影響により、生産レートが想定よりも回復していないという状況はありますか。 また、今後の生産レートをどのように想定しているか教えてください。</p>	<p>A3 : 当社はボーイング社の生産計画に従って生産・出荷を進めており、想定から外れているということはありません。なお、今後の生産レートについては、ボーイング社の在庫とエアラインへの出荷のバランスによって左右されると認識しています。</p>
<p>Q4 : エネルギーソリューション&マリンについて、2022 年度第 3 四半期（3 か月）の事業利益（93 億円）に対して、第 4 四半期（3 か月）の予想（▲38 億円）が大幅な減益となる理由を教えてください。</p>	<p>A4 : 主な理由は以下の通りです。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 第 4 四半期に賞与引当金が集中的に計上される見通しであること • 船舶海洋事業の中国合弁会社において、受注工事損失引当金の戻入益を計上していましたが、第 4 四半期には為替の影響により、再度受注工事損失引当金の繰入が発生する前提であること

2022 年度第 3 四半期決算説明会における主要な質疑応答

質問	回答
<p>Q5 :</p> <p>精密機械・ロボットについて、2022 年度第 3 四半期の事業利益が前年同期比で悪化した理由を教えてください。</p> <p>※21 年度 3Q : 117 億円 → 22 年度 3Q : 74 億円</p>	<p>A5 :</p> <p>ロボット事業は堅調に推移したものの、精密機械事業において、中国のロックダウン影響が長引いていることによる建設機械市場の低迷に加えて、排ガス規制対応前機種在庫が滞留していること等により、セグメント全体では減収減益となりました。</p>
<p>Q6 :</p> <p>精密機械・ロボットについて、2022 年度通期事業利益計画を下方修正した理由を教えてください。</p> <p>※前回公表 : 160 億円 → 今回公表 : 100 億円</p>	<p>A6 :</p> <p>精密機械事業では、中国建機市場におけるロックダウン影響の継続、資材価格の高騰、電力費の高止まり等が挙げられます。またロボット事業では、米国による半導体製造装置の対中輸出規制や中国におけるコロナ急拡大の影響が挙げられます。</p>
<p>Q7 :</p> <p>パワースポーツ&エンジンについて、需要環境の変化はありますか。第 4 四半期に販売促進費の発生を見込んでいるのは、需要が減退しているためでしょうか。</p>	<p>A7 :</p> <p>足元では、これまで需要が旺盛であった北米と欧州において、コロナ以前の平常レベルにまで落ち着きを見せており、在庫が徐々に充足されていることから、販売において販売促進費が必要となるモデルが出てきています。今後、需要は引き続き平常レベルで推移していくと見ており、販売促進費についても、ある程度の増加を想定しています。</p>