



2023年11月20日

井関農機株式会社

2023年12月期 第3四半期 決算説明会
質疑応答要旨

(問1) 通期業績予想の修正では、営業利益率 1.5%と大変厳しいものである。当社の営業利益率が低い要因をどのように考えているのか。構造改革プロジェクトにおいて、開発・生産・販売の構造改革をどのように進めていくのか、方向性について教えてほしい。

(回答)

・足許の厳しい状況等を踏まえ、通期業績予想の修正を行った。2023年11月14日付で設置した「プロジェクトZ」において、次の100年に向けて、開発・生産・販売の抜本的な構造改革を行っていく必要があると考えている。開発・生産・販売のやり方・体制の見直しについては従前より申し上げていたが、環境の激変に対しスピードが遅く変革しきれていないと猛省している。当取り組みを不退転としたいと考えている。

・農業従事者減少や稲作を中心とした農機需要が低迷する国内市場環境から原価率の高騰をカバーできる販売ができていない。こうした状況を踏まえて、今まで以上にしっかり対応していかななくてはならない。

生産体制について、海外向け製品は低コストで生産できるPT.井関インドネシアへの生産移管を進めており、国内製造所では国内向け製品をメインに生産しているが、農機需要低迷により稼働率が下がっている。

このあたりが営業利益率の低迷の主要因と考えている。このため、生産体制の見直しが急務である。開発においても、市場環境にあわせて選択と集中を加速させていかななくてはならない。販売体制については、現在の広域販売会社6社まで統合を進めるなど、段階的に見直しを行い、収支構造改革を進めてきた。加えて、大型営業拠点を中心とした営業拠点の見直しに取り組んでいる。これらを更に進め、大規模、先端技術、有機農業分野への対応に注力していきたいと考えている。



(問2) 構造改革プロジェクトにおいて、開発・生産・販売の構造改革の説明があったが、農機分野以外での展開についてどのように考えているのか。「大地」「食」の分野においてもビジネスチャンスがあるのではないか。

(回答)

- ・当社は長期ビジョンとして「『食と農と大地』のソリューションカンパニー」を掲げている。先述したプロジェクト Z 以外でも新規事業等の検討が必要だと考えている。例えば、「大地」に関しては、欧州向け景観整備用機械の他地域への展開の可能性を模索している。「食」に関しては、炊飯事業など食に関する事業を行っている販売会社が一部である。その技術やノウハウの活用なども検討の余地があると考えている。

(問3) 北米コンパクトトラクタ市場の来期見通しと現地小売状況は。

(回答)

- ・来期見通しとして、パートナーであるAGCO社は、当該市場規模を 17 万台レベルを見込んでいるが、足許では若干弱含みで推移していることから、17 万台を少し切る可能性もある。AGCO社では、長期無金利ローンの月数を 60 か月から 72 か月まで増やす等積極的な販促策を実施し対応している。現地小売状況として、競合他社においても同様にローン期間延長や購入時のディスカウント等の販促策がとられている。
- ・なお、市場動向の影響を受け、北米向け製品を生産するPT.井関インドネシアでは上期より生産調整を行っている。在庫水準は6月対比では減少してきていることから、PT.井関インドネシアの来期生産は改善を見込んでいる。

(問4) 「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」について、今後どのように進めていくのか。

(回答)

- ・現在、現状分析と検討を進めており、2024 年 2 月の 2023 年度末決算時に開示を予定している。当社のPBRは0.4倍と低い水準にとどまっている。PBR改善に向けては、①収益性の改善、②資産・資本効率化、③株主還元、④成長戦略の発信強化などの適切なIRの実施がポイントだと考えている。特に収益性と成長戦略発信強化を軸に、外部コンサルの意見を踏まえながら検討を進めている。

(問5) 各市場特性とターゲット、セグメント情報を教えてほしい。

(回答)

- ・売上構成比率は、国内 2/3、海外 1/3 程で、国内がメインとなっている。
- ・国内:北海道、東北、関東甲信越、関西中部、中四国、九州エリアに 100%子会社の販売会社を有する。大規模化が進む北海道では大型機を中心に販売している。東北や関東甲信越は着実に売上高を伸ばしてきている。一方、中四国は中山間地域での農業がメインであることから、稲作向け中小型機を中心に販売を行っている。
- ・海外:欧州では、プロ向け景観整備用機械として乗用モータや道路清掃や除雪等に使われる中小型トラクタを中心に販売を行っている。50 年以上のビジネス歴史があり、高いブランド認知度を誇る。海外の中で採算性が高い地域である。コロナ禍におけるライフスタイルの変化により新たに掘り起こされたコンシューマー需要を獲得でき、欧州ビジネス基盤の構築・強化につながった。さらなる事業拡大に向け、ISEKIフランス社、ISEKIドイツ社を軸とした販売網強化を進めている。北米では、グローバルメジャーメーカーであるAGCO社へプライベートユーザー向け中小型トラクタをOEM供給している。成長分野として期待しているのがアジアである。韓国・台湾・中国では、日本同様、主に稲作向け機械を市場投入している。アセアンにおいては、タイ・IST社を核としてタイ・インドネシアを中心に農業用機械を展開している。

以上

将来予測に関する免責事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、2023 年 12 月期第 3 四半期決算説明会開催日(2023 年 11 月 14 日)時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。