

## 2025年度 期末決算説明会 質疑応答要旨

### Q 1 : 2025年度の第4四半期(1~3月)に計上した一過性費用の内訳を教えてください

A 1 : 一過性費用の主な内訳として、品質関連費用として2026年3月に届出が行われたリコール対応に関する約160億円を計上している。また、北中南米地域での減損損失が約35億円、さらに関税影響について従来30億円としていた想定が50億円となり、第4四半期で20億円分を追加計上している。

### Q 2 : 来期の業績予想に織り込んでいるコストの前提について詳しく教えてください

A 2 : 原材料価格について中東情勢の影響により2026年4月分として15億円のコスト増を織り込んでいるが、5月以降については価格転嫁や支払条件が確定していないため、今回の業績予想には反映していない。賃上げ分の客先からの回収に関しては、今後客先と個別に交渉していく予定でまだ決まっていないため、業績予想の前提から外している。

### Q 3 : 来期の業績予想のシート台数の前提と、トヨタ以外の受注増加についてどのように見ているか教えてください

A 3 : シート台数については、中東情勢に関連した足元で報道されているトヨタの3万8,000台程度の減産や、日本地域での3月、4月の実際の減産状況など、最新の情報をすべて織り込んだうえで策定している。トヨタの台数としては1,000万台超を前提として置いている。

トヨタの世界生産台数の伸び以上にシート台数が増えて見えるが、これはトヨタ向け以外の受注が徐々に増加していることも影響していると考えている。2025年度の実績対比では、トヨタ以外向けのシート台数が来期約25%増加する前提となっており、アジアを中心に受注の裾野が広がってきている点が背景にある。

### Q 4 : 原材料価格や関税影響を含めた来期業績予想のダウンサイドリスクについて、どの程度意識すべきか教えてください

A 4 : 原材料価格については、価格転嫁できるかどうか今後の交渉次第ではあるが、織り込まれた4月分のコスト増15億円を年間換算すると追加で約165億円規模の減益要因になり得ると認識している。

関税影響については、2025年度は想定より20億円膨らんだが、その主因は第4四半期に仕入先から請求があったが、客先と交渉する時間が充分になく未回収となっているものなど、事務手続き的なものである。時間をかけて交渉を進めることで、今期と比較して来期プラス方向に寄与する可能性もあるとみている。

米国外から輸出している一部の部品について、経済合理性の観点で客先に説明しているが合意できていないケースもあり引き続き交渉が必要だが、それ以外については事務手続き上の支払と回収の時期差の問題として解消が進むと考えている。

**Q 5 : 品質関連費用の発生要因と、再発防止に向けた取り組みについて詳しく教えてほしい**

A 5 : 2025 年度に発生した品質関連費用のうち、シエナの溶接不良やボルト締結不良については製造サイドに起因するもので、米州地域で費用計上している。

一方で、2026 年 3 月に届出が行われたリコールに関する約 160 億円規模の費用は、日本で設計したリクライナー部品に起因しており、設計責任が大半であるため日本地域で費用計上している。安全性に直結する問題ではないが使い勝手の観点から非常にご迷惑をおかけしてしまっていることに関してリコールを実施している。現在は開発、評価、生産準備、量産の各プロセスを洗い出し、どこに問題があったかを精査している段階であり、設計自体はすでに改修を終えた部品に切り替わっている。今後はプロセス全体の見直しを進め、再発防止を図っていく。

**Q 6 : 北中南米、中国、アジア地域における来期業績予想の考え方について、教えてほしい**

A 6 : 北中南米地域については、2025 年度実績に含まれているリコール費用約 60 億円、減損損失 35 億円、関税影響 50 億円といった一過性要因を除くと、実力ベースで 40~50 億円程度の営業利益水準であったとみている。来期は関税影響を除いたベースで約 60 億円を見込んでおり、増産効果による実質的な増益を期待している。新型 RAV4 の効果については、立ち上がり直後であり、台数増の効果はあるものの単価面での寄与は現時点では保守的に見ている。生産効率の向上に伴い、徐々に効果が顕在化すると考えている。

中国地域では台数がやや減少する想定だが、リーンな生産体制により利益の落ち込みを抑える計画である。

アジア地域については、インド向けを中心とした先行投資が重なり、増収ながら利益は横ばいとなる見通しである。

**Q 7 : 先行投資や研究開発費について、厳しい外部環境の中でどのように考えているか教えてほしい**

A 7 : 2030 年中期経営計画に基づき、インテリアスペースクリエイターを目指す戦略を緩めることなくやっていきたい。そのために日本、インド、北米を中心に必要な投資を継続していく。

研究開発費についても、室内空間全体を提案できる技術力の強化や、中国における開発現地化への対応として、人材と工数を投入していく方針である。

以 上