

2019年2月6日

(ご参考)

マツダ株式会社
2019年3月期 第3四半期 決算説明会
(スピーチ要旨)

常務執行役員 企画領域統括補佐、財務担当
藤本 哲也

1. 総括

2019年3月期 第3四半期累計のグローバル販売台数は対前年1%減の117万台となりました。日本やASEAN地域などでの台数成長が継続しているものの、中国での大幅な台数減少により前年を下回りました。

車種別では、日本にCX-5、CX-8の商品改良モデルを導入したことなどによりクロスオーバー系車種は好調な販売モメンタムを継続しています。

また、昨年11月のロサンゼルスモーターショーにて新型Mazda3を公開しました。売上高は2兆6,226億円、営業利益は596億円、当期純利益は370億円となりました。

2019年3月期 通期見通しは販売台数と為替の前提に実勢を反映し、見直しを行いました。10月公表よりグローバル販売台数は156万9千台に引き下げましたが、営業利益は増産による出荷台数増によって100億円増の800億円、当期純利益は550億円とします。

2. 2019年3月期 第3四半期累計実績

グローバル販売台数は対前年1%減の117万台です。

日本およびタイやベトナムなどのASEAN地域での販売増加はあるものの、中国での販売減少によりグローバル販売台数は減少しました。

クロスオーバー系車種ではCX-5やCX-8などの商品改良モデルの投入により、好調な販売モメンタムを継続しています。

主要市場ごとの販売状況について説明します。

日本の販売実績は対前年7%増の15万台、登録車シェアは対前年0.4ポイント増の5.1%となりました。11月よりCX-5およびCX-8の商品改良モデルを発売しました。

CX-5には国内初導入であるガソリンターボエンジン「SKYACTIV-G 2.5T」モデルを追加し、CX-8にはSKYACTIV-G 2.5およびターボ搭載の2.5Tの2種類のガソリンエンジンモデルを追加しました。両モデルは、国内での販売を牽引しました。また、CX-8は2018-2019日本自動車殿堂カーオブザイヤーを受賞しました。

北米では前年同水準の32万台を販売し、うち米国では対前年2%減の21万6千台を販売しました。

米国ではセダン系車種の需要縮小により、厳しい販売環境が継続する一方で、CX-5やCX-9の商品改良モデルの販売が前年を上回るなどクロスオーバー系車種は好調な販売となりました。そのほかカナダでは対前年1%減の5万8千台、メキシコでは、Mazda2の台数増加により対前年8%増の4万5千台となりました。

欧州では対前年2%増の19万6千台を販売しました。Mazda2が対前年8%増の2万4千台、CX-5が対前年15%増の7万台と好調に推移しています。ロシアを除く欧州では対前年1%減の17万1千台を販売しました。ドイツでは対前年2%減の4万9千台、英国では対前年6%増の2万5千台、スペインでは対前年10%増の1万6千台の販売実績です。ロシアでは需要の増加を上回る対前年24%増の2万6千台と好調な販売です。

中国では対前年20%減の19万5千台の販売となりました。景気減速による販売環境の悪化が継続しており、Mazda3をはじめとする主要モデルで販売台数が減少しました。商品価値訴求にフォーカスした販売や、販売店の在庫を適正水準に維持するなど、販売の質的向上に向けた施策を継続しています。

その他市場では対前年7%増の30万9千台を販売しました。オーストラリアでは対前年5%減の8万2千台となりました。総需要が前年を下回る中、シェアは前年同水準を維持しています。競合激化の中、クロスオーバー系車種ではCX-5、CX-9の商品改良モデルによりネットレベニューが改善しています。ASEAN地域では対前年26%増の10万4千台を販売しました。タイでは対前年35%増の5万4千台、ベトナムでは対前年24%増の2万4千台を販売し、ASEAN地域での台数成長を牽引しています。

第3四半期累計の財務指標について説明します。売上高は対前年3%増の2兆6,226億円となりました。営業利益は対前年44%減の596億円、経常利益は854億円、当期純利益は対前年56%減の370億円となりました。為替レートは平均でドルが111円と前年に比べて1円の円高、ユーロは129円と前年より1円の円安です。

前年からの営業利益変動475億円の減益要因について説明します。台数・構成は、出荷台数は増加するものの、米国の金利上昇や競合激化による販売費用の増加、OEM供給車両の減少に加えて中国向けのKD出荷の減少などにより220億円の悪化となりました。為替はオーストラリアドルおよびロシアルーブルやタイバーツなどの新興国通貨の悪化を、ユーロの円安影響が一部相殺し212億円の悪化となりました。変動コスト領域では原材料価格の上昇をコスト改善活動の効果が上回り、183億円改善しました。

研究開発費は15億円増加しました。その他固定費は米国の販売ネットワーク改革への投資、欧州での環境規制対応費用や品質関連費用の増加などにより211億円の悪化となりました。

3. 2019年3月期 通期見通し

グローバル販売台数は10月公表から4万7千台減少の156万9千台に見直しました。

中国については販売実勢と景気減速による販売環境の悪化を鑑みて販売計画を見直しました。適切な在庫の維持と商品価値訴求にフォーカスした販売を目指します。

第4四半期の生産能力を最大限活用した増産および連結出荷台数の増加に伴い、売上高を200億円増の3兆5,500億円に修正しました。

利益見通しについては、営業利益を800億円、経常利益を1,100億円、税引き前利益を970億円に、10月公表よりそれぞれ100億円上方修正しました。当期純利益は550億円の計画です。為替レート的前提は第4四半期を実勢レベルに見直しました。

10月公表からの営業利益変動100億円の増益要因について説明します。

台数・構成では出荷台数は増加しますが、中国向けのKD出荷減少などの影響により、60億円の改善にとどまる見通しです。

為替ではユーロをはじめ実勢の円高影響を反映し、41億円の悪化となります。

変動コスト領域では原材料価格の影響を反映したことにより、8億円の悪化です。

その他固定費領域では広告宣伝費の改善などにより89億円改善の見通しです。

10月公表からの変動を踏まえて前年からの変動664億円の減益要因について説明します。

台数・構成では出荷台数の増加による改善を販売費用の増加、OEM供給車両の減少、中国向けのKD出荷減少などの影響が上回り、146億円の悪化となりました。

為替は主要通貨のオーストラリアドルおよびロシアルーブルなど新興国通貨の円高影響により374億円悪化の見通しです。

変動コスト領域では原材料価格の上昇はあるものの、コスト改善活動により182億円改善の見通しです。

研究開発費は20億円の増加を計画しています。

その他固定費では米国販売ネットワーク改革への投資、欧州の環境規制対応費用や品質関連費用などにより306億円悪化する見通しです。

4. 主要施策の進捗

新世代商品の導入では新型Mazda3をロサンゼルスモーターショーにて公開しました。セダンとハッチバックでまったく異なる個性のデザインを作り上げ、非常に高い評価をいただいています。新型Mazda3はクルマに求められるすべての領域の「質」を飛躍的に高めた「走る歓び」を実現しました。市場のニーズに合わせ、SKYACTIV-Xを含むバリエーション豊かなエンジンラインナップを用意します。2019年から北米市場より販売を開始します。

米国の販売ネットワーク改革は順調に進捗しています。次世代ブランド店舗は2021年を目途に、全体の半数以上の300店舗へと拡大を目指しています。現時点で約250店舗の販売店が次世代ブランド店舗への投資を決定しており、計画に対して想定を上回る進捗です。

また、次世代ブランド店舗を中心にリテンション率および認定中古車ビジネスやサービス在庫率などの向上によりオペレーション品質は着実に改善しており、米国市場での成長を確実なものにしていきます。

新世代商品の開発・導入やネットワーク改革に加えて、米国合弁新工場でも建屋の建設を開始するなど主要施策は着実に進捗しています。

2019年は新世代商品元年、新型Mazda3の導入に続いて新世代商品の第2弾となるクロスオーバー系車種をジュネーブモーターショーにて公開します。

クルマを所有する価値を飛躍的に高めたこの新世代商品を通じてブランド価値をさらに引き上げていくとともに、今後も成長に向けた基盤固めを確実なものとし、お客さまと世界一固い絆で結ばれたブランドを目指していきます。

以上