

2020年5月14日

(ご参考)

マツダ株式会社
2020年3月期 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

このたびの新型コロナウイルスにより亡くなられた方々に、謹んでお悔やみを申し上げます。罹患された方々、不安で辛い日々を過ごしておられる皆さまに、心よりお見舞いを申し上げます。また、昼夜を問わず最前線に対応されている医療関係者、政府関係者、市民の皆さま方に心より感謝を申し上げます。当社におきましても関係者皆さまの感染拡大防止に努めていきます。

1. 総括

2020年3月期通期の決算実績を総括します。

グローバル販売台数は対前年9%減の141万9千台となりました。

売上高は対前年4%減の3兆4,303億円、営業利益は436億円、当期純利益は121億円となりました。

期末配当は1株当たり20円、年間配当は35円とさせていただきます。

2020年3月期の振り返りをします。

2020年3月期、弊社は中期経営計画を公表しました。

商品では、クルマとしての価値を飛躍的に高めた新世代商品MAZDA3、CX-30をグローバルに導入を開始しました。新世代商品は国内外で高い評価を受け、MAZDA3が「ワールド・カー・デザイン・オブ・ザ・イヤー」を受賞するなど、数々の賞を受賞しました。

販売面では、中期経営計画で掲げた方針のもと、販売費用の抑制や単価改善など販売の質的改善に優先的に取り組んできました。

グローバルでの需要減少、新型コロナウイルス感染拡大など経営環境が大きく変化している中、中期的に取り組む方針に変更はありませんが、戦術、すなわち規模やタイミングについては調整していきます。コロナ禍で一部実施した固定費構造の見直しや、回転率を考慮した在庫管理の強化等の実施については継続強化していきます。

そしてグループ全体でブランド価値の向上、稼ぐ力の強化に引き続き取り組んでいきます。

新型コロナウイルス感染拡大による影響及び対応について説明します。

1月下旬より中国で拡大した新型コロナウイルスはまず、主に生産・サプライチェーンへの影響を及ぼしました。3月以降は世界的に感染が拡大し、経済活動規制や外出禁止等の措置が取られるなどグローバルでの販売活動に大きな影響が出ています。

それに対しては適正な在庫水準に戻すための生産調整を実施、継続しています。今後の需要回復時

に備え、きめ細かく各国の状況を注視し、柔軟に販売・出荷・在庫・生産の計画を見直していきます。企業としての取り組みとしては、地域の方々、従業員の健康と安全を第一に考え、感染拡大防止に向けた取り組みを実施・強化してきました。加えて、行政や医療機関と連携し、我々にできる支援活動の検討を開始し、可能なものから実施しています。マツダとのビジネスの依存度が高い地元のお取引先様とは資金繰りや雇用維持の協議を進めています。そしてマツダに関わるステークホルダーの方々と共に、この難局を乗り越えていきたいと考えています。

2021年3月期の業績および配当の見通しですが、本日の公表は差し控えます。新型コロナウイルスの感染拡大により、先行き不透明な事業環境が継続する見通しであり、引き続き業績への影響を慎重に見極めていきたいと考えています。今後、業績予想の開示が可能となった時点で速やかに公表します。

2. 2020年3月期 実績

グローバル販売台数は、対前年9%減の141万9千台となりました。長期にわたる主要市場の需要減に加え、新型コロナウイルスの感染拡大により市場環境が急激に悪化した中国、経済の低迷が続くオーストラリア、ASEAN市場などで販売が前年から大きく減少しました。また、2月公表の150万台に対しては、計画を8万1千台下回る結果となりました。新型コロナウイルスによって2月以降の中国、3月以降は欧米やその他地域が影響を受けましたが、グローバルでは約6万台の影響があったとみています。

主要市場の販売状況です。

日本の販売実績は、対前年6%減の20万2千台、総台数シェアは前年より0.1ポイント減の4%、登録車シェアは前年同水準の5.2%となりました。

市場全体の需要縮小が継続し、競争が激化する中、新世代商品のMAZDA3、CX-30の好調な販売によって前年レベルのシェアを維持しました。

北米では39万7千台を販売し、対前年で6%減となりました。

米国は対前年4%減の27万5千台の販売実績です。競争が激化する中、前年同様のシェアを堅持しています。商品改良モデルを導入したCX-5、CX-9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。

カナダは対前年11%減の6万4千台、シェアは前年より0.2ポイント減の3.5%、メキシコは対前年7%減の5万7千台、シェアは前年同水準の4.3%となりました。

欧州は対前年2%減の26万4千台を販売しました。市場シェアは前年同水準の1.4%でした。

ロシアを除く欧州では対前年2%減の23万2千台の販売でした。

国別ではドイツで対前年5%減の6万4千台、英国で対前年11%減の3万4千台を販売しました。

ロシアでは対前年2%減の3万2千台の販売となりました。

中国では対前年14%減の21万2千台となりました。

新型コロナウイルスの影響による需要の急激な縮小により2月以降の販売台数が大幅に減少し、通期で前年を大きく下回る実績となりました。

販売活動の停止や外出規制などにより店頭での活動が制限される厳しい販売環境でしたが、オンラインでの商品紹介・販売イベントを行うなどの取り組みを実施しています。

現時点ではほぼ全地域の店舗で営業を再開しており、販売状況も改善傾向にあります。

その他市場では対前年16%減の34万5千台の販売でした。

オーストラリアは期初からの市場環境悪化による総需要の縮小が継続し、大規模な森林火災の影響等もあり、対前年18%減の9万台の販売、シェアは前年より0.9ポイント減の8.8%となりました。

ASEAN地域では対前年24%減の10万3千台を販売しました。

タイは金融引き締めによる自動車ローン審査厳格化の影響などにより、対前年27%減の5万2千台、シェアは前年より1.1ポイント減の5.5%となりました。ベトナムは対前年20%減の2万6千台、シェアは前年より1.9ポイント減の9.1%となりました。

財務指標について説明します。

売上高は対前年4%減の3兆4,303億円となりました。

営業利益は対前年47%減の436億円、経常利益は531億円、当期純利益は繰延税金資産の一部取崩し影響などにより、対前年81%減の121億円となりました。

為替レートについては平均でUSドルは前年から2円円高の109円、ユーロは前年から8円円高の121円でした。

また、連結出荷台数は対前年で7万9千台減の123万2千台となりました。

営業利益の対前年の変動要因を説明します。

台数・構成は、販売費用抑制や単価改善の取組による500億円レベルの改善および150億円レベルのミックス改善によって、出荷台数減少の影響を上回り、183億円の増益要因となりました。

為替については全通貨円高の影響により、683億円の悪化となりました。

変動コスト領域では原材料価格上昇の悪化影響がありましたが、コスト改善活動により260億円の増益要因です。

研究開発費は3億円の増加でした。

その他固定費については成長投資の増加に加え、パワステ訴訟関連の品質費用や、新型コロナウイルスに起因する費用など一過性の費用の発生がありました。そのほかの固定費の抑制・低減活動を推し進めたものの、結果として144億円の減益要因となりました。

2月公表からの変動要因を説明します。

台数・構成については連結出荷台数が2月公表から3万6千台減少したことにより165億円のマイナスとなりました。

為替については一部通貨が2月公表時よりも円高に推移したことにより、14億円の悪化となりました。
変動コスト領域は10億円改善しました。
開発費は業務効率化等により40億円の減少です。
その他の領域では新型コロナウイルスに起因する費用なども含め35億円の減益要因となりました。

以上