

2011年2月3日
マツダ株式会社

2011年3月期 第3四半期 決算発表
主な質疑応答

Q: 第3四半期(2010年4-12月)の主要市場別販売状況を教えてください。

A: 第3四半期のグローバル販売台数は、主要市場の販売増により対前年11%増(9万3千台増)の95万7千台を達成することができました。商品面ではMazda2/デミオ、Mazda3、Mazda6、CX-7などの好調な主力車種により主要市場で販売増を達成しました。日本に引き続き新型Mazda5(日本名:プレマシー)をグローバルに導入し、販売増に貢献しました。日本では、新型プレマシーの導入成功や、特別仕様車の投入など商品力向上施策が販売増に貢献しました。米国ではインセンティブを抑制しながら販売増を達成しました。ノンフリート販売では過去10年で最高のシェアを獲得。メキシコでは過去最高の販売台数およびシェアを獲得しました。欧州では西欧・南欧を中心とした総需要減の影響により販売減となりました。10月に導入した、新型Mazda5のガソリン車は好評を得ています。1月にはディーゼル車を本格導入しており、販売増に貢献してくれることを期待しています。中国ではMazda6、南京へ移管したMazda3の大幅増により、過去最高の販売台数を達成しました。12月よりMazda8/MPVを導入し商品ラインアップを強化しました。タイ、インドネシア、マレーシアなどの新興国ではAAT製Mazda2の高い評価により、過去10年で最高の販売台数およびシェアを獲得しました。オーストラリアでも過去10年で最高の販売台数およびシェアを獲得しました。また、主要国でブランド価値向上を継続・強化いたしました。

Q: 世界市場の今後の見通しを教えてください。

A: 第3四半期は予想以上に厳しかった日本では、減少幅は縮小傾向にあります。北米も回復基調と考えています。原油の値上がりや金融緩和策など懸念はありますが、CX-7やCX-9など伸びているセグメントで利益を確保していきます。欧州では、ロシアの需要は回復していますが、それ以外では厳しい状況が続く見込みです。アメリカを抜き最大のマーケットとなった中国では、マーケットでの存在感を示し、シェアを確保していきます。中国を除くアジアは、今後伸びる余地があり、販売戦略を確実に実行する必要があります。またアジアの通貨は、ドル及びユーロ程円高となっておらず、収益的にも非常に魅力のある大事なマーケットです。今後期待できる中南米では、現時点、マツダはコロンビア・エクアドル・ベネズエラ地域以外に参入しておらず、今後は需要のある市場への参入検討を進めます。

Q. 営業利益の変動要因の中で、為替のマイナス影響がある一方、コストやその他費用が改善している。それぞれの内訳を教えてください。

A. コスト改善の内訳は、基本的には原材料(鋼材、アルミなど)の値上げに対して、車両コストの改善に取り組んでいます。また、円高影響に対しては、購入品のコスト革新など、全てのお取引先様にあらゆる面でご協力いただいています。その他費用については、開発費が次世代技術の開発により91億円ほど増加しましたが、それを上回る固定費改善を行いました。

Q: 通期のキャッシュ・フロー黒字化の見通しは？

A: 第 3 四半期累計期間のフリー・キャッシュフローは、第 4 四半期の需要増に対応した在庫増加等の季節的要因があり、400 億円の赤字となりました。通期では台数増による利益増加や在庫の減少により黒字となる見通しです。一時的に増加している在庫も、期末に向け適正水準まで戻る見通しです。

###