

2010年10月29日

(ご参考)

**マツダ株式会社**  
**2011年3月期 第2四半期決算説明会**  
**(スピーチ要旨)**

代表取締役会長 社長兼 CEO

山内 孝

本日は、まず2011年3月期 第2四半期累計実績および通期見通しを総括した後、それぞれの詳細についてご説明し、最後にまとめをいたします。

**1. 総括**

2011年3月期 第2四半期累計の売上高は対前年17%増の1兆1,577億円、営業利益は122億円、当期利益は55億円の黒字となりました。売上高およびすべての利益レベルで期初見通しを過達いたしました。フリーキャッシュフローは238億円の黒字となりました。販売面では、主要地域での販売好調を反映し、グローバル販売台数は前年に対し8万2千台、14%増加の65万9千台と期初見通しを過達することができました。

商品面では、グローバルでMazda2/デミオ、Mazda3、Mazda6、CX-7などの好調な主力車種が販売を牽引し、日本、米国、中国、オーストラリアなど主要国でのシェアアップに貢献いたしました。中でも、米国、オーストラリアでは、上期で過去最高のシェアを達成しています。7月に、日本に導入した新型プレマシーの出足は好調です。発売1ヶ月で計画の4倍を受注するなど、日本のシェアアップ要因の一つとなっています。昨年AATで生産を開始したMazda2は、アセアン諸国などで高い評価を得ており、大幅な販売増に貢献しています。中国ではMazda3の生産を南京に移管いたしました。好調な販売をサポートする体制が整い、下期以降の販売増に貢献してくれる事を期待しています。主要国でブランド価値向上に焦点をあてた活動を継続・強化しています。

2011年3月期 通期見通しですが、売上高は対前年6%増の2兆3,000億円、営業利益は250億円、当期純利益は60億円の見通しです。主要通貨の円高により、期初見通しから400億円を超える悪化となりますが、販売増および車種構成、カントリーミックスの改善に加え、全領域でのコスト改善により、円高影響の最小化を図ってまいります。フリーキャッシュフローの黒字計画に変更はありません。下期も主力車種の販売好調を反映し、グローバル販売台数は前年に対し12万7千台、11%増加の132万台と、期初から5万台増加の見通しです。日本に引き続き、新型Mazda5を下期よりグローバルに導入いたします。この新型Mazda5が下期の販売を牽引してくれる事を期待しています。今後もアセアン諸国などでは、Mazda2の更なる販売増を見込んでいきます。これに対応するために、既にフルキャパ状態のAATから、オーストラリア向けMazda2を国内へ生産移管し、アセアン諸国などでの販売拡大につなげてまいります。

環境技術面では、世界一の圧縮比を持つエンジンなどの次世代技術 SKYACTIVの概要を10月

20日に発表いたしました。この次世代技術を搭載した商品を2011年から順次導入してまいります。

円高などの厳しい外部環境の中、将来に向けた仕込みを着実に実施し、反転攻勢に向けた活動を強化・継続してまいります。

執行役員

古賀 亮

## **2. 2011年3月期 第2四半期累計実績**

2011年3月期 第2四半期累計実績は売上高およびすべての利益レベルで前年を上回り、かつ期初見通しを過達いたしました。営業利益は122億円の黒字となり、前年に対して343億円の改善となりました。この改善の内訳については後ほど詳しくご説明いたしますが、販売好調による台数・構成の改善、およびすべての領域でのコスト改善が円高影響による悪化を上回ったことによるものです。経常利益は208億円、当期純利益は55億円となりました。

上半期のフリーキャッシュフローは238億円の黒字となりました。これは利益の改善および継続的な効率化で投資を減価償却の範囲内に抑えたことによるものです。

純有利子負債は3,591億円と、前期末に対し167億円減少しております。純有利子負債自己資本比率も2ポイント改善いたしました。

グローバル販売台数は、前年に対し14%増加の65万9千台と期初見通しを過達することができました。需要が大きく減少している欧州を除き、主要市場で前期を大きく上回る販売を達成いたしました。Mazda2/デミオ、Mazda3、Mazda6、CX-7など好調な主力車種が販売を牽引し、主要国でのシェアアップを達成しました。また、インセンティブを抑制し、ブランド価値を向上させる戦略も引き続き継続しています。

為替レートは平均で1ドル89円、1ユーロ114円となりました。

販売実績を主要市場ごとに、ご説明いたします。

まず日本ではエコカー減税および新車購入補助制度の追い風に加え、デミオ・新型プレマシーの好調により、販売は前年を19%上回る12万5千台となりました。7月に導入した新型プレマシーは、発売後1ヶ月で計画台数の4倍を受注するなど、好調な滑り出しです。シェアは0.1ポイントアップし、4.9%を獲得いたしました。

北米では、Mazda3に加えCX-7、CX-9の好調により、前年を12%上回る17万7千台を達成しています。引き続き、フリート比率およびインセンティブの抑制など、ブランド価値向上の方針に変更ありません。その結果、米国での残存価値は2010年モデルイヤーMazda3、Mazda6およびCX-9でセグメント中トップクラスを維持しています。また8月より、米国、カナダでMazda2を本格導入し、顧客層の拡大を図っています。米国のシェアは対前年0.1ポイントアップし、上期として過

去最高の 2.0%を獲得しました。メキシコでも過去最高の台数およびシェアを獲得しています。欧州では総需要減の影響により対前年 13%減の 10 万 8 千台となりました。奨励金抑制を維持し、かつ小売へフォーカスする販売施策の実施により、フリート比率を下げ、ブランド価値向上の方針を継続しています。ロシアでは需要の回復に加え、Mazda3、Mazda6 の特別仕様車の導入などにより、販売実績は、第 2 四半期から前年に対し増加に転じました。

中国では Mazda6 を始めとした主力車種の好調により、第 2 四半期累計として過去最高の販売となる対前年 31%増の 11 万 2 千台を達成しました。Mazda3 の生産を重慶から南京に移管し、今後の需要増に対応する体制が整いました。販売網も順調に拡大しており、店舗数は 287 店と、12 月末までに 300 店舗に拡大する計画は順調に進んでいます。シェアは 0.1 ポイントアップし、1.3%を獲得いたしました。

その他市場では全体で、対前年 31%増加の 13 万 7 千台を達成しました。オーストラリアでは強いブランド力に加え、主力車種の Mazda3、CX-7 などの販売好調により、過去最高の販売台数およびシェアを獲得しました。AAT 生産の Mazda2 の導入成功が、アセアン諸国などでの販売増に大きく貢献しました。タイ、ニュージーランド、インドネシア、マレーシアでも上期として過去最高となるシェアを獲得しました。

次に、第 2 四半期の累計連結営業利益の前年に対する改善額、343 億円の主な要因についてご説明いたします。まず台数構成ですが、主要市場での販売好調により 330 億円の改善となりました。次に為替ですが円高影響により、US ドルで 79 億円の悪化、ユーロで 94 億円の悪化、その他通貨の 22 億円の改善と合わせて 151 億円の悪化となりました。

変動コスト領域では、鋼材価格の値上げや市況品の高騰影響はありましたが、それをコスト改善活動により相殺し、更に 41 億円の改善となりました。販売費用は、主要市場でのブランド価値向上にフォーカスした広告宣伝活動を強化することにより、39 億円の費用増となりました。その他費用では、全社をあげたコスト改善活動により、162 億円の改善となりました。

### **3. 2011 年 3 月期 通期見通し**

2011 年 3 月期 の売上高は 2 兆 3,000 億円、営業利益は 250 億円、当期純利益は 60 億円の見通しです。営業利益は対前年で 155 億円 改善の見通しです。要因については後ほどご説明いたします。

2011 年 3 月期のグローバル販売台数は 132 万台と、前年に対し 11%増加の見通しです。

上半期の好調な実績を反映し、4 月公表に対して通期計画を 5 万台上方修正しています。

為替の見通しは、下期でドル 82 円、ユーロ 115 円とした結果、通期でドル 85 円、ユーロ 114 円となります。

今期のマーケットサマリーです。マツダは 2011 年 3 月期を反転攻勢の年と位置付け、各市場の状況に応じた、販売活動の強化を進めています。ブランド価値を向上する方針は堅持し、次世代商品の導入に合わせた、新しい販売施策「つながり革新」のグローバル展開をスタートさせました。

各マーケット毎にご説明いたします。

まず日本ですが、補助金終了後の販売を支えるための「オプション 10 万円分プレゼント」などの販促策を実施し、通期でのシェアアップを目指します。

北米では、8月に本格導入のMazda2に加え 新型Mazda5の投入により、優良な顧客層の拡大を図ってまいります。また引き続き、高い残存価値を武器に販売拡大につなげていきます。

欧州では、国ごとに状況を見極め、オポチュニティのある重点国に資源を投入していきます。販売面では、新型Mazda5の導入に加え 需要回復傾向のロシアでの販売拡大に注力いたします。

中国では、販売網の拡大を継続します。店舗数は、現在287店まで拡大し、今年末には300店まで拡大する予定です。また、好調な既存車種に加え、Mazda8を投入し更なる販売拡大につなげていきます。

オーストラリア、アセアン市場などでは、Mazda3などに加え、好調なMazda2の販売を更に強化していきます。

前年からの営業利益改善 155 億円の要因についてご説明します。

台数・構成では、先ほどご説明した取り組みによる 販売増および車種構成、カントリーミックスの改善により、466 億円改善の見通しです。

為替では、ドルで213 億円、ユーロで186 億円、その他通貨52 億円と、合わせて451 億円悪化の見通しです。

変動コスト領域では、鋼材、市況品の値上げを相殺し、更に91 億円の改善の見通しです。販売費用に関しては広告宣伝活動の強化により、68 億円の費用増の見通しです。

その他費用では、全社をあげたコスト改善活動により117 億円の改善となる見通しです。

次に、対4月公表からの営業利益変動 50 億円の要因についてご説明します。

4月公表以降、急激に進んだ主要通貨の円高により、為替影響は、411 億円 となる見通しです。期初の見通しに対する為替影響を最小化するために、台数・構成での改善、全領域でのコスト改善を実施いたします。内訳は、台数・構成で176 億円の改善、変動コスト領域では91 億円の改善、その他費用では102 億円の改善 となる見通しです。具体的な取り組みとして、台数・構成の領域では、販売増および車種構成、カントリーミックスの改善、コスト領域では、マツダグループをあげてのコスト改善に取り組んでまいります。この結果、通期営業利益は250 億円となる見通しです。

代表取締役会長 社長兼 CEO

山内 孝

#### **4. まとめ**

上期は売上高およびすべての利益レベルで期初見通しを過達いたしました。Mazda2/デミオ、Mazda3、Mazda6、CX-7などの主力車種は引き続き高い評価をいただき、主要国でシェアアップを達成するなど、好調な販売を牽引しています。

通期では、期初見通しからの円高による 400 億円を超える悪化を、台数・構成の改善、およびすべての領域でのコスト改善により最小化し、営業利益は 250 億円となる見込みです。

グローバル販売台数は対前年 11%増加の 132 万台と、期初見通しに対し 5 万台の上方修正をいたしました。主要市場において、ブランド価値を更に高めるマーケティング・販売活動を強化・継続してまいります。中国では Mazda3 の生産を南京へ移管しました。また、需要増に対応した更なる供給能力の拡大を検討しています。AAT 製 Mazda2 の導入成功など、タイ、インドネシアなど新興国への取り組みも順調です。

10 月 20 日に次世代技術 SKYACTIV を発表いたしました。SKYACTIV とは、「走る喜び」と「優れた環境・安全性能」の高次元での両立をイメージした、革新的な次世代技術の総称です。この SKYACTIV 技術の第一弾として、次世代直噴ガソリンエンジン「SKYACTIV-G」を搭載したデミオを来年前半に国内に導入いたします。このデミオは電気モーターなしで、燃費リッター30km を実現する予定です。また、価格は同クラスのハイブリッドより、低く設定し発売いたします。

今期は、台数・構成の改善、およびすべての領域でのコスト改善を実施し、急激な円高による 400 億円を超える悪化を最小化します。

4 月に公表いたしました中長期施策の枠組みは着実に進展しています。

まずブランド価値では、更なる向上を目指し、ブランドロイヤリティに焦点を当てた販売施策、「つながり革新」をグローバルに実施してまいります。

一括企画とフレキシブル生産構想に基づいた、モノ造り革新により、更なるコスト構造の改善も進めてまいります。

環境・技術では、世界一の高圧縮比を実現した「SKYACTIV-G」をまず既存車種へ搭載し、2012 年には、エンジンだけでなく、トランスミッション、プラットフォームなどあらゆる部分を一新した、本当の意味でのマツダの次世代商品をグローバルに展開する予定です。

AAT の最大活用とアセアン市場などでの販売網の強化、中国での生産・販売体制の拡大・強化など、新興国への取り組みも着実に進展しております。

最後に、今後も円高など厳しい外部環境が続く事と思いますが、マツダは、将来に向けた仕込みを着実に実施しつつ、反転攻勢に向けた活動を強化してまいります。今後のマツダに、引き続きご期待いただきたいと思います。

本日はお忙しい中ご参加いただき、誠にありがとうございました。