

(ご参考)

マツダ株式会社
2020年3月期 第1四半期決算発表
主な質疑応答

1. グローバル販売台数および営業利益が対前年で大幅減となったが、2020年3月期第1四半期の実績を総括してほしい。

2020年3月期第1四半期の販売台数は、メキシコや、ロシアを除く欧州では、対前年で増加したものの、日本、米国、中国、オーストラリア、ASEAN等で減少し、グローバルで対前年12%減の35万3千台となりました。期初時点では、グローバルで量販車種であるMAZDA3が新旧モデルの切り替えタイミングであることや、台数規模の大きい中国の主要モデルが商品改良モデル導入前であることを考慮し、対前年で7%減の37万7千台の販売を計画していました。しかし、クロスオーバーSUVの競合環境が悪化したことに加えて、セダン系車種のさらなる需要の縮小影響などにより、日本、米国、中国などで想定を下回る結果となりました。

営業利益は対前年79%減の70億円となりました。販売費用の抑制などブランド価値向上に向けた取り組みによる改善効果はあったものの、出荷台数や中国向けのKD出荷の減少による悪化がありました。また、主にユーロやオーストラリアドルに対する円高影響や、パワーステアリング訴訟関連の一過性の品質費用の計上、償却費や米国新工場関連費用などの成長投資の影響により対前年で減益となりました。

2. 通期見通しを修正しなかった理由は。

通期見通しは、グローバル販売台数および財務指標ともに期初公表を据え置きます。

円高や競争激化など事業環境が想定より悪化していますが、今後、主要市場での販売モメンタム回復に向けた取り組み等を実施します。また、グローバルで新型MAZDA3の導入を梃子に、インセンティブの抑制や実売価格の向上など、中期経営方針で掲げた販売の質的改善に取り組んでいます。これを継続して取り組むと同時に、新世代商品の第二弾CX-30の導入準備を着実に進めていきます。

3. 販売モメンタムの回復に向けて、具体的にどのような取り組みを実施する計画ですか。

日本では、トレードサイクルマネジメントの取り組みを強化し、高い残価を活用した代替促進と拡販につなげていきます。また、CX-5やCX-8について、ディーゼルエンジンの魅力、質感の高さなど、マツダの独自価値を効果的に訴求し、トレンド改善を図ります。米国では、新型MAZDA3のモメンタム向上に向けて、価値伝達活動の強化を進めます。主力のCX-5についても効率的な販売促進施策を実施し、トレンドの改善を図ります。また、販売ネットワーク改革を引き続き推進します。中国では、今後も商品価値を訴求した販売を継続し、新型MAZDA3や商品改良モデルの導入による反転を目指します。

グローバルでも、インセンティブの抑制、高価格帯へのシフトなど販売の質的改善に向けた取り組みを継続、強化していきます。

4. 新型 MAZDA3 の導入状況を教えてください。

新世代商品の第一弾となる新型 MAZDA3 は、北米、日本、欧州、オーストラリアなどの主要市場にすでに導入しています。2019 年内には中国でも販売を開始する予定です。新型 MAZDA3 はすでに導入した各市場で、上位グレードへのアップシフトやインセンティブ抑制による売上単価の上昇を実現しています。今夏に欧州より導入予定の新世代商品第二弾となる CX-30 の導入準備も着実に進めています。引き続き、中期経営方針の施策の方向性に沿って、新世代商品群による台当たり売上・利益の向上を推進していきます。

以上