



2021年3月期 第2四半期 決算説明会



本日の説明内容

- 決算実績/見通し 総括
- 2021年3月期 第2四半期累計 実績
- 2021年3月期 通期見通し
- 中期経営計画見直し

決算実績/見通し 総括

【2021年3月期 第2四半期累計 実績】

- グローバル販売台数 57万8千台（対前年21%減）
連結出荷台数 36万8千台（対前年41%減）
- 売上高 1兆1,158億円（対前年35%減）
営業損失 529億円 当期純損失 930億円
- 中間配当は見送り

【2021年3月期 通期見通し】

- 通期見通しは7月公表から変更なし
グローバル販売台数の市場別内訳および為替前提を見直し

※当期純損失は、親会社株主に帰属する当期純損失を示す

決算実績/見通し 総括

【コロナ禍の学びを踏まえた今期の取り組み】

- 需要回復に合わせた在庫コントロール下の販売・生産の着実な回復
- 徹底した支出抑制・効率化による固定費削減
- 成長投資は効率化を織り込みながら継続



【上期時点での進捗】

- 業績は第1四半期から第2四半期にかけて回復傾向
- 第2四半期は、販売回復や固定費抑制が想定以上の進捗
- フリーキャッシュフローは第2四半期で951億円の黒字
- 設備投資の平準化・効率化が進捗、通期計画100億円修正

2021年3月期 第2四半期累計 実績

2021年3月期 グローバル販売台数

(千台)
グローバル販売台数

2021年3月期

第1四半期	第2四半期	上期
-------	-------	----

日本	26	48	74
北米	81	104	185
欧州	28	54	82
中国	61	56	117
その他市場	48	73	121
合計	244	334	578
※中国を除く	183	278	461
米国	61	74	136
オーストラリア	18	22	40
ASEAN	11	23	34

対前年 増減

第1四半期	第2四半期	上期
-------	-------	----

-13	-11	-25
-19	+1	-18
-39	-15	-54
+7	+1	+8
-44	-19	-63
-109	-44	-152
-31%	-12%	-21%
-116	-44	-160
-7	+5	-2
-9	-2	-11
-17	-4	-22

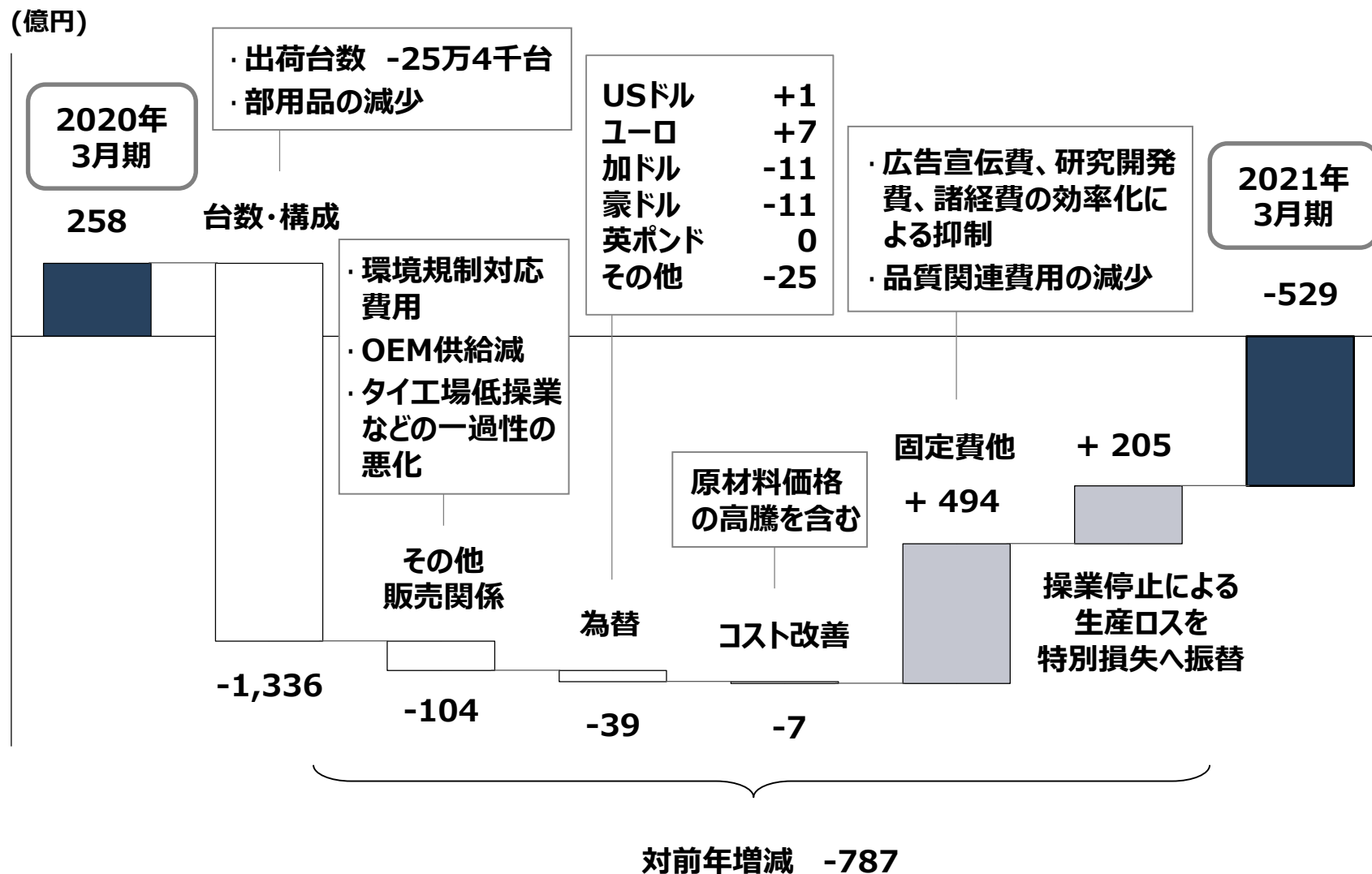
2021年3月期 財務指標

(億円)	2021年3月期			対前年 増減		
	第1四半期	第2四半期	上期	第1四半期	第2四半期	上期
売上高	3,767	7,391	11,158	-4,722	-1,186	-5,908
営業利益	-453	-76	-529	-523	-264	-787
経常利益	-418	-115	-533	-509	-364	-873
税引前利益	-628	-124	-752	-714	-365	-1,079
当期純利益	-667	-263	-930	-719	-377	-1,096
売上高営業利益率	-12.0%	-1.0%	-4.7%	-12.8pts	-3.2pts	-6.2pts
EPS (円)	-105.9	-41.8	-147.7	-114.2	-59.9	-174.1
為替レート (円)						
USドル	108	106	107	-2	-1	-2
ユーロ	119	124	121	-5	+5	0
連結出荷台数(千台)	114	255	368	-197	-57	-254
				-63%	-18%	-41%

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を示す

2021年3月期 営業利益変動要因

第2四半期累計 対前年比較



2021年3月期 通期見通し

2021年3月期 グローバル販売台数

(千台) グローバル販売台数	2021年3月期			対前年 増減			対7月公表 増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
日本	74	110	184	-25	+6	-18	0
北米	185	203	388	-18	+9	-9	+5
欧州	82	114	196	-54	-13	-68	0
中国	117	139	256	+8	+37	+44	-5
その他市場	121	155	276	-63	-6	-69	0
合計	578	721	1,300	-152	+32	-120	0
※中国を除く	461	582	1,044	-160	-4	-164	+5
米国	136	149	284	-2	+10	+9	+5
オーストラリア	40	42	82	-11	+3	-8	+2
ASEAN	34	46	80	-22	-1	-23	0

2021年3月期 財務指標

(億円)	2021年3月期			対前年 増減			対7月公表 増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
売上高	11,158	17,342	28,500	-5,908	+105	-5,803	0
営業利益	-529	129	-400	-787	-49	-836	0
経常利益	-533	193	-340	-873	+2	-871	0
税引前利益	-752	142	-610	-1,079	-24	-1,103	0
当期純利益	-930	30	-900	-1,096	+75	-1,021	0
売上高営業利益率	-4.7%	0.7%	-1.4%	-6.2 pts	-0.3 pts	-2.7 pts	0.0 pts
EPS (円)	-147.7	4.8	-142.9	-174.1	+11.9	-162.2	0.0
為替レート (円)							
USドル	107	105	106	-2	-4	-3	-1
ユーロ	121	124	123	0	+4	+2	+2
連結出荷台数(千台)	368	632	1,000	-254	+21	-233	0

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を示す

中期経営計画見直し

中期経営計画見直しの方向性 Recap

■ 中期経営方針の戦略を維持する必要性

企業存続には、「人と共に創る」マツダの独自価値が必須

① 独自価値を生み出す成長投資を効率化しながら維持

- ・商品技術開発領域
- ・グローバルIT領域
- ・米国ビジネス強化（米国新工場と販売ネットワーク）

② CASEへの対応

- ・CASE対応での協業を強化
- ・CASE領域での独自価値への投資は維持

中期経営計画見直しの位置づけ

- 「人と共に創る」独自価値を持ち続け、ブランド価値を高める
- マツダとの強いつながりを持ち続けていただける商品、顧客体験によるブランド価値経営へのシフト
- 次の100年に向けた1stステージ

2030-40年
ありたい姿

新型コロナパンデミック

構造改革プラン

事業構造の転換

構造改革ステージ2

質的成長と
ブランド価値向上

中期経営計画見直し

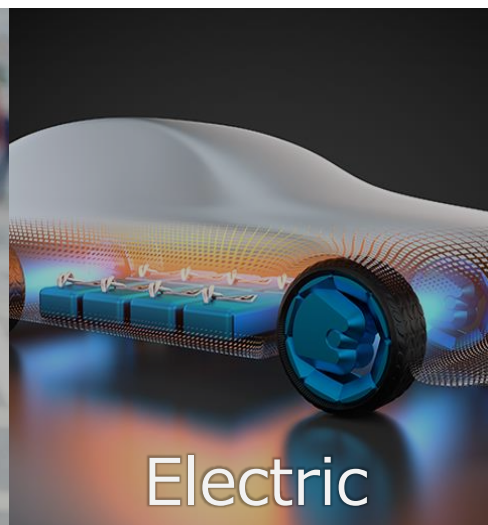
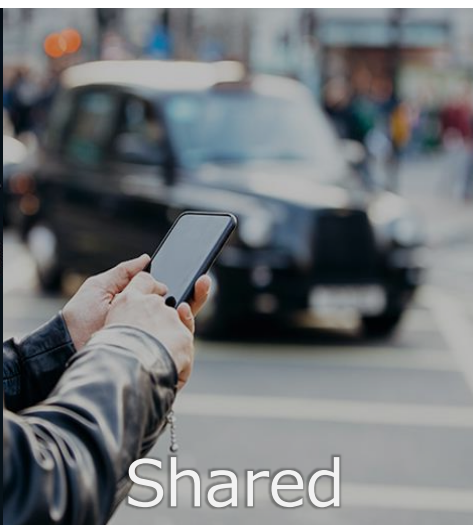
(2020年3月期
～2026年3月期)

現行世代商品群

新世代商品群

コロナ禍における外部環境想定の変化

- グローバルの環境規制強化と加速
- CASE時代の新しい価値創造競争
- 働き方の変化と効率化の両立
- 販売やサービスへの顧客要望・行動の変化



中期経営計画見直し 方針

1. ブランド価値向上への投資

-独自の商品・技術・生産・顧客体験への投資-

- 効率化と平準化による継続
- 段階的な新商品/派生車の導入
- 継続的な商品改良の実行

2. ブランド価値を低下させる支出の抑制

3. 固定費/原価低減を加速し損益分岐点台数を低減

4. 遅れている領域への投資、新たな領域への投資開始

5. 協業強化（CASE対応、新たな仲間作り）

中期経営計画見直し 主要施策

1. ブランド価値向上への投資

- 独自の商品・技術・生産・顧客体験への投資 -

ブランド価値向上への投資（技術/商品）

効率的開発と環境規制対応強化、新しい価値創造開発へ

これまで

- 低投資・高効率開発
- Small商品用ハードウェア

足場固め
(この先2年)

- 制御技術による継続的商品改良、ハードウェアUpdate
- Large商品用ハードウェア(高出力/低CO2)
- ロータリーエンジン技術を使ったマルチ電動化技術

2022年以降
の本格成長

- CASE時代の新しい価値競争

ブランド価値向上への投資（技術/商品）：これまで

■ 新世代Small商品群の多種多様なハードウェアの骨格開発終了

- ① 横置きアーキテクチャー
- ② パワートレイン 直列4気筒エンジン(ガソリン/ディーゼル/X) /AWD
- ③ 電動化 EV / マイルドハイブリッド
- ④ ADAS（先進運転支援システム）
- ⑤ コネクティビティ

MAZDA3



SKYACTIV-X



SKYACTIV-D 1.8



マイルドハイブリッド



CX-30



MX-30



SKYACTIV-G 2.0



EV技術



AWD

ブランド価値向上への投資（技術/商品）： 足場固め（この先2年）

■ ハードウェアUpdateや制御技術による継続的商品改良

① CASE技術進化とハードウェアのUpdate

- ・ マツダコネクテッド2へ入れ替え（CX-5/CX-8/CX-9）

② 制御技術によるハードウェアの価値の進化

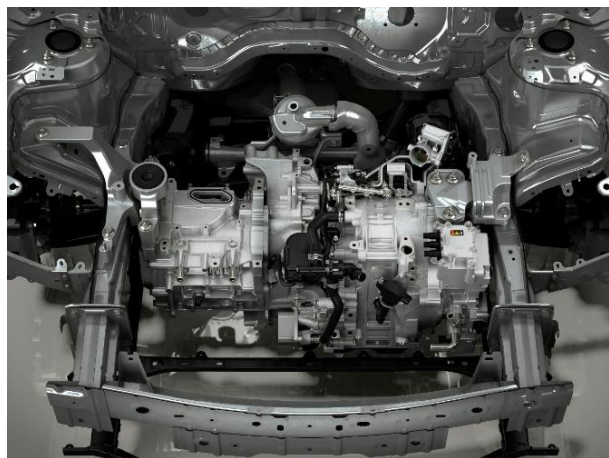
- ・ SKYACTIV-X、SKYACTIV-Dの制御Update
- ・ i-ACTIVSENSE（安全制御機能）の制御Update



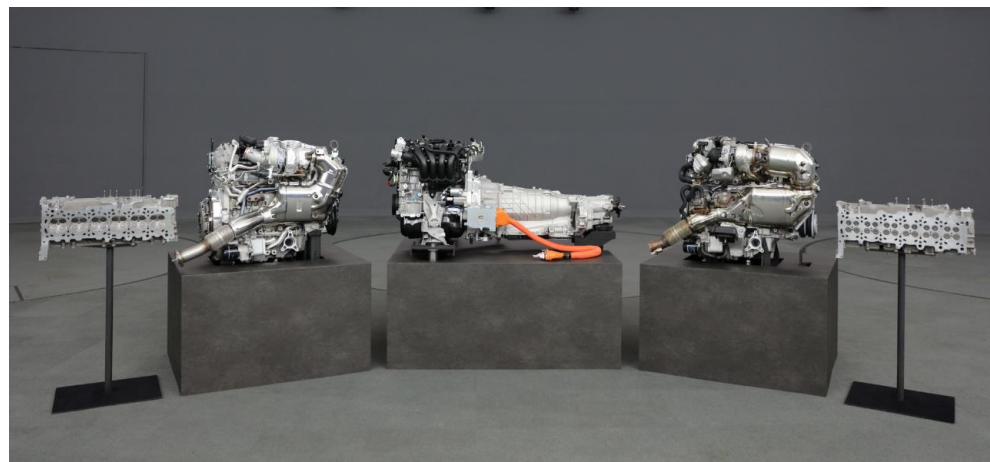
ブランド価値向上への投資（技術/商品）： 足場固め（この先2年）

■ 高出力/低CO2ハードウェア（Large商品群・マルチ電動化技術） 開発

- ① 縦置きアーキテクチャー
- ② パワートレイン 直列6気筒エンジン(ガソリン/ディーゼル/X)/AWD
- ③ 電動化 プラグインハイブリッド/48Vマイルドハイブリッド
- ④ ロータリーエンジン技術を活用したマルチ電動化技術



マルチ電動化技術

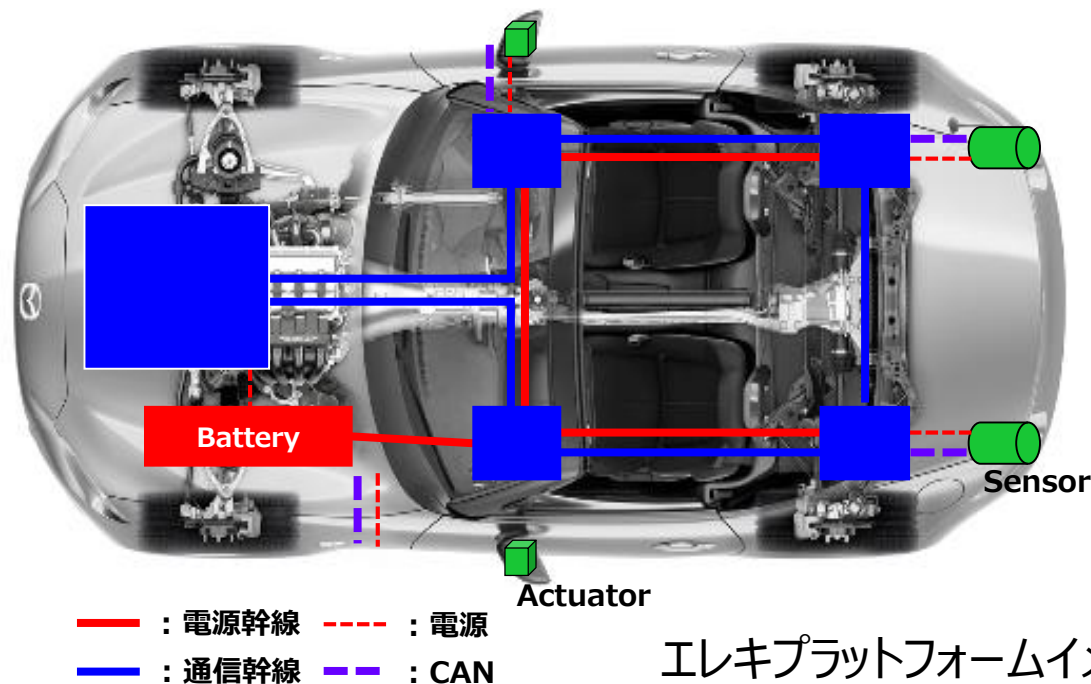


縦置き 6 気筒/
縦置き 4 気筒とプラグインハイブリッド

ブランド価値向上への投資（技術/商品）： 2022年以降の本格成長

■ CASE時代の新しい価値競争への対応

- ① ハードウェアの価値向上
- ② 価値を創造する統合制御開発
- ③ エレキプラットフォーム/人財/IT/仲間作り
- ④ 次世代EV専用プラットフォーム開発



エレキプラットフォームイメージ

ブランド価値向上への投資（生産）

全工場の効率的生産/脱炭素化/新しい価値創造

これまで

- 多種多様なユニット・商品を低投資で効率的に生産
- CASE対応技術

足場固め
(この先2年)

- 汎用化技術/混流化技術の更なる進化
- 電動化技術強化
- 米国新工場

2022年以降
の本格成長

- 製造過程CO2排出ゼロへ向け工場脱炭素化へ投資開始
- 新価値創造へ工場のIoT化、AI化による価値・品質向上
- 働く環境整備、働く人の“匠”人財の育成と“匠の技の技術化”

ブランド価値向上への投資（生産）：これまで

- 多種多様なユニット・商品を低投資で効率的に生産
汎用化技術/混流化技術の進化
 - ① Small商品群設備投資完了 直列4気筒エンジン/
FF用パワートレインのフレキシブル生産
 - ② 車体のサブアッセンブリーラインのフレキシブル化
- CASE対応技術
 - ① 電動化 EV/マイルドハイブリッド
 - ② コネクティビティ



ブランド価値向上への投資（生産）： 足場固め（この先2年）と2022年以降の本格成長

足場固め（この先2年）

■ 汎用化技術/混流化技術の更なる進化

- ① Large商品用パワートレイン群 直列6気筒エンジン/縦置き駆動系システム
- ② 車体のサブアッセンブリーラインのフレキシブル化の展開拡大

■ CASE対応：電動化技術強化

- ① Large商品用 プラグインハイブリッド/48Vマイルドハイブリッド
- ② Small商品用 ロータリーエンジン技術を活用したマルチ電動化技術

■ 米国新工場

2022年以降の本格成長

- 製造過程CO2排出ゼロへ向け工場・オフィスの脱炭素化へ投資開始
（将来のEV車への対応含む）
- 新価値創造へ工場のIoT化、AI化による価値・品質向上
- 働く環境整備、働く人の“匠”人財の育成と“匠の技の技術化”

ブランド価値向上への投資（日本）

量を維持し、質を改善しながら、
安定的なビジネス成長を目指す



これまで

- お客様のクルマの資産価値を大切にするブランド
- 高い残価を全モデルで実現し維持
- 新世代店舗を展開開始（進捗、20%）

足場固め
（この先2年）

- 店舗の多様化を踏まえた新世代店舗への投資を継続強化
- 店舗で働く人への投資と「お客様を大切にする」ブランド

2022年以降の
本格成長

- 新しい販売システムの拡充により成長維持
（販売金融の充実、中古車、オンライン販売など）
- 市場規模縮小下でも、新車20万台規模維持

ブランド価値向上への投資（米国）

最重要市場として、 強固な収益基盤の構築を目指す



これまで

足場固め
(この先2年)

2022年以降の
本格成長

- 新世代店舗300店舗化へ向け順調に進捗中
- トヨタ自動車との協業により販売金融強化
- 米国企業人としてブランド価値訴求（米国新工場稼働）
- サプライチェーンの効率化による在庫回転の向上
- 新世代店舗300店舗以上の完遂
- 販売・サービスのIT化による販売促進の効率化
- 米国企業人としてブランド価値訴求の強化
- 販売金融強化と中古車ビジネス向上による高残価の維持
- 顧客ロイヤリティの向上による 販売台数45万台の実現

ブランド価値向上への投資（欧州）

「独自性で選ばれ続ける」ブランド価値の 継続的強化と質的成長



これまで

足場固め
(この先2年)

2022年以降の
本格成長

- 規模は小さいながらエンゲージメントの高い販売店ネットワーク
- 高い残価：販売の質的向上による支出の抑制
- 汎欧州顧客データベース
- 各国に広がる販社ネットワークの効率化
- サプライチェーンの効率化
- 顧客情報の活用と新しい販売方法
- 販売店の支援強化と接遇・サービス体制の充実
- 量的な成長を目指すのではなく、20万台レベルの台数を維持

ブランド価値向上への投資（中国）

最重要市場への成長を目指す



これまで

足場固め
(この先2年)

2022年以降の
本格成長

- 製販一体・同一サイトでのオペレーションを確立
- 汎用化、混流化を織り込んだ車両・エンジン生産工場
- 現地企業2社との良好な関係
- 販売網の拡充（新世代店舗化：100店舗）
- 新しい販売方法の導入と販売網の効率化
- 販売網強化の継続
- 中古車ビジネス、販売金融の強化
- 新世代商品群（Large商品など）によるビジネス向上
- 顧客ロイヤリティの向上による 販売台数40万台の実現

2. ブランド価値を低下させる支出の抑制

ブランド価値を低下させる支出の抑制（変動販促費）

価値訴求販売を継続強化し、
顧客基盤の拡大を目指す



これまで

- 価値訴求販売・正価販売による高い残価の実現(日本・欧州)
- トヨタ自動車との協業により販売金融事業能力強化

足場固め
(この先2年)

- 残価維持向上策の継続
 - ・ 継続的な商品価値の向上
 - ・ 既販車へのOver-the-Airなどによるソフトウェアアップデートを通じた機能向上
 - ・ 正価販売、価値訴求販売、販売金融との連携の継続

2022年以降の
本格成長

- デジタル最大活用
 - 新しい顧客との接点拡大
 - ダイレクトなコミュニケーションと価値訴求の徹底

ブランド価値を低下させる支出の抑制（サプライチェーン）

在庫の量とスピードを改善し、 キャッシュフローと売上の向上を実現

これまで

- 受注先行生産を実現した業務基盤の構築（国内）
- すべてのパイプライン在庫の見える化

足場固め
（この先2年）

- 海外工場での受注先行生産の実現
- ポート、流通センターから販売店までの短納期・見える化
- サプライチェーン全体の情報インフラ・業務プロセス整備

2022年以降の
本格成長

- パイプライン全体の車両・部品の「量とスピード」の継続的改善

ブランド価値を低下させる支出の抑制（品質）

継続的な改善活動を基本とし、
複雑化・高度に統合制御される新型車の品質活動の加速

これまで

- 全海外工場の品質向上活動
- 継続的な開発・調達活動による品質向上活動
- コネクティビティを活用した不具合の予兆把握と早期解決

足場固め
(この先2年)

- コネクティビティの活用領域の拡大
- 商品機能と購入品・自社工場内の生産・検査データの連携によるクルマの品質・機能改善

2022年以降の
本格成長

- より高度化される制御技術の検証システム・プロセス
- より「お客さまを大切にする」ブランドへ

3. 固定費/原価低減を加速し 損益分岐点台数を低減

固定費/原価低減を加速し損益分岐点台数を低減

保有資産を最大限使い切り、
より柔軟性の高い生産体制を実現



これまで
足場固め
(この先2年)
2022年以降の
本格成長

- ASEAN、NAFTAなど経済圏を活用する工場展開
：対ドル為替耐性は大幅に改善
- 設備の汎用化技術により混流生産レベルを拡大
(メキシコ、中国へ展開)
- 米国新工場：トヨタ自動車との合併事業
- 海外の既存工場の役割を再定義し、構造改革の着手
(メキシコ、タイ)
- 地消地産の基本に戻り販売を含む拠点ビジネスの再構築
- 固定費構造の健全化
(メキシコ、タイ)

固定費/原価低減を加速し損益分岐点台数を低減

	工場の位置づけ
日本	■ マザー工場・中国地方経済のけん引役 ■ 80万～90万台の生産を維持
米国工場	■ 米国市場への主要供給元 ■ 商品競争力の強化を継続
メキシコ工場	■ 為替耐性向上によりコスト競争力を抜本的に改革 ■ メキシコ市場向けに生産能力の半数約10万台を活用 ■ 販売戦略見直しと共に収益と操業の安定化 ■ 米州輸出約10万台
タイ工場	■ 販売戦略の強化と共にタイ市場向けに能力50%活用 ■ パワートレイン工場含め競争力向上の加速 ■ ASEAN内外の輸出により能力フル活用 ■ 電動車要求への対応を含め製販一体で再構築

時代に即したマーケティングへ変革、 新しいお客さまへ地域に根差したアプローチ

これまで

- 20年間一貫したプライマリー・ブランド訴求
- マツダの提供する商品や価値のイメージが確立

足場固め
(この先2年)

- デジタル化推進と顧客情報の活用
- お客さまとの1:1コミュニケーション
- マツダブランドの認知とお客さまとの接点拡大
：クルマを通じた社会貢献活動など

2022年以降の
本格成長

- 巨額なマス広告の抑制
- より地域や社会に根差した貢献活動への投資
- ブランド価値の伝達と双方向のコミュニケーション

CASE技術の開発・調達プロセス変革と 海外工場におけるコスト競合力強化



これまで

- 既存技術のハードウェアの恒常的な改善活動プロセス

足場固め
(この先2年)

- CASE時代の開発・調達プロセス
 - ・ エレキプラットフォーム、制御ユニット、センシングデバイス、新ハードウェア
 - ・ 一括世代開発

- 電動化技術の開発・調達プロセスの刷新

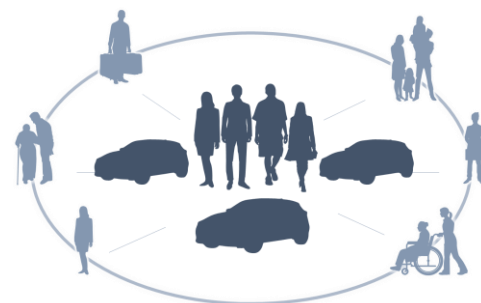
- 海外工場での調達変更を含む改善活動強化

2022年以降
の本格成長

- ハード中心から制御中心の開発・調達プロセス
- MBR（モデルベースリサーチ）/MBD（モデルベース開発）活用加速

4. 遅れている領域への投資、 新たな領域への投資開始

CASE時代に対応する IT投資・脱炭素化への投資



- IT投資（基幹システム、オープンシステム、スパコン）
- 業務プロセスの見直しとIT化（効率化）
- セキュリティ強化とブランド価値棄損の回避
- グローバルITシステム化（固定と変動化）
- IT投資
 - ①重要な資産(顧客データ・車載データ)の膨大化
 - ②データ保存、分析、活用へのシステム投資
 - ③既存システムの見直しと再構築による効率化
 - ④MBR/MBD加速とスパコンへの継続的投資
- 工場・オフィスの脱炭素化への投資着手

これまで
足場固め
(この先2年)
2022年以降の
本格成長

多様な働き方と効率化の両立、 働く環境・人・社会貢献への投資

これまで
足場固め
(この先2年)
2022年以降の
本格成長

- 働く環境整備
 - 新しい柔軟な働き方（リモート、サテライトオフィス化など）
 - 新しい働き方を支える全社オペレーションシステム刷新
 - 地域社会貢献
-
- 工場・オフィスの脱炭素化と働く環境整備両立への投資
 - 新しい働き方と働く環境の両立への投資
 - 積極的な地域社会への貢献とブランド価値向上の両立
 - 人財の能力の最大活用化

5. 協業強化 (CASE対応、新たな仲間作り)

「選択・集中」と「独自・協業」をバランス ブランド価値向上・ビジネス拡大



これまで

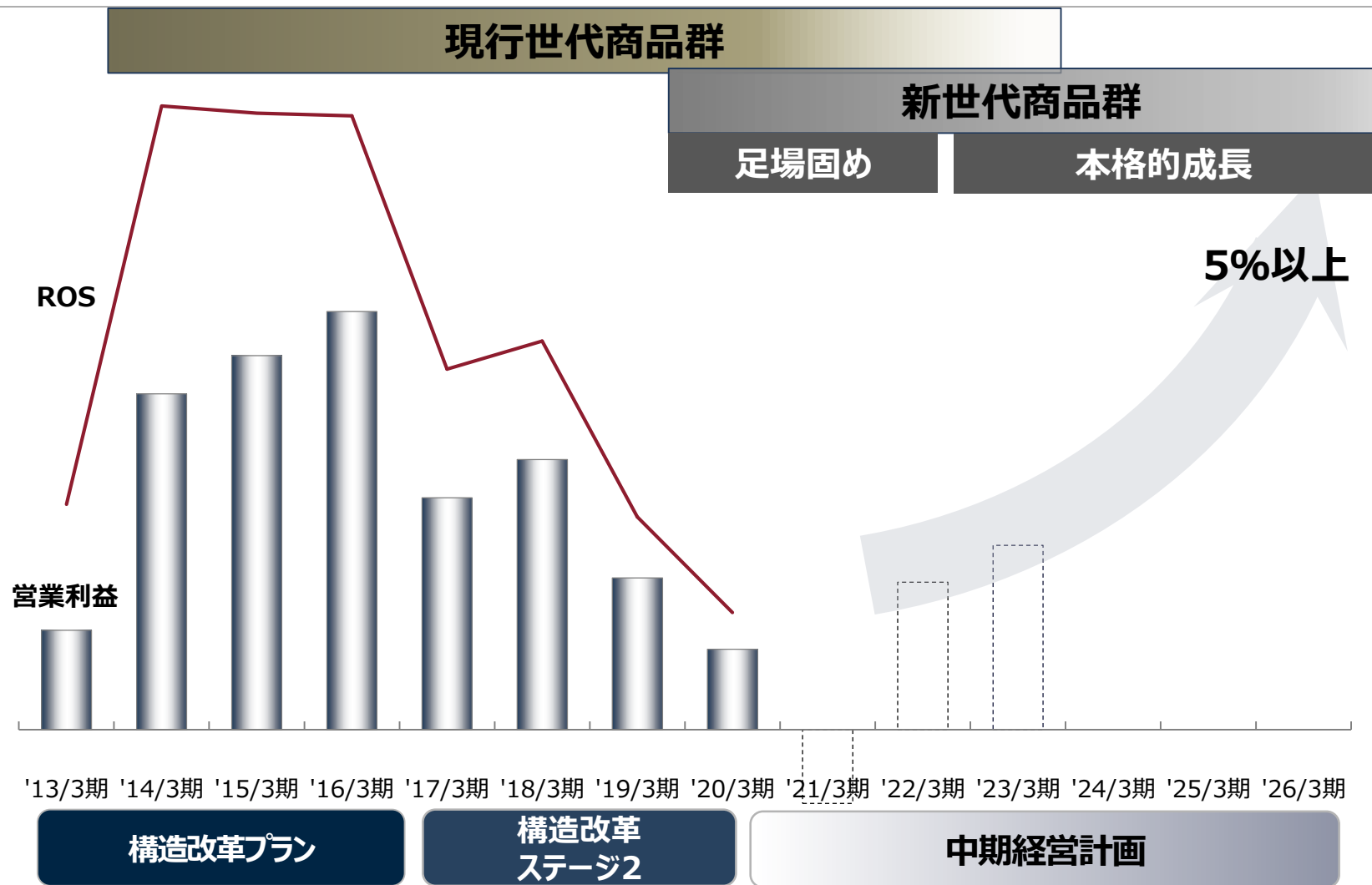
足場固め
(この先2年)

2022年以降
の本格成長

- トヨタ自動車と協業プログラム
(マツダコネク2 、EV C.A. Spirit、販売金融、商用車、自動運転、MONET など)
- いすゞ自動車からの新型ピックアップ BT-50のOEM受給
- トヨタ自動車との協業強化による規制強化への対応
 - ① 米国：米国新工場で生産する新型SUVに、THS(トヨタハイブリッドシステム)を搭載し販売予定
 - ② 欧州：ヤリスTHSをベースとしたモデルをOEM受給し販売予定
 - ③ 欧州：2020年もCO2 オープンプールを活用
 - ④ 中国：THSを搭載したモデルの販売を予定
- CASE時代の新しい価値競争に向け、仲間作りを継続

中期経営計画 財務指標

営業利益推移



- 足場固め期間は、販売回復を図りながら、固定費/原価低減を加速し収益を支える。CASEや新世代Large商品群への投資は効率化し、本格的成長でROS5%を目指す

将来投資イメージ

現行世代商品群

新世代商品群

足場固め

本格的成長

開発費

設備投資

メキシコ
工場

米国
新工場

'13/3期 '14/3期 '15/3期 '16/3期 '17/3期 '18/3期 '19/3期 '20/3期 '21/3期 '22/3期 '23/3期 '24/3期 '25/3期 '26/3期

構造改革プラン

構造改革
ステージ2

中期経営計画

- 成長投資は効率化し維持及び平準化
- 足場固め期間にラージ商品群と電動化の主要対応を完了
低投資で新商品を生み出す開発・生産体制を構築
- 本格的成長期では電動化、IT、脱炭素社会実現に向け、投資の質を転換

中期経営計画 2026年3月期指標

売上

約4.5兆円

収益性

ROS*5%以上/ROE10%以上

*売上高営業利益率

将来投資

- 設備投資+開発投資: 売上高比7-8%以下
- 電動化、IT、脱炭素社会実現に向けた対応

財務基盤

ネットキャッシュ維持

株主還元

配当性向30%以上

販売台数

約180万台

損益分岐点台数

約100万台（出荷台数）

おわりに

商品技術のみならず、全領域がビルディングブロック構想で準備完了/進捗中

新しい時代へ、成長へ向け活動開始

ビルディングブロック構想とネクストステージへ

～20年3月期

～22年3月期

～26年3月期

制御技術:統合制御技術
(エレキプラットフォーム化など)

CASE

サービス

→新しいクルマの持ち方へ
買い方・メンテナンスへ

導入開始

Updateを進捗中

コネクティビティ

→新しい楽しみを持つ
New Mobilityへ

導入完了

Updateを進捗中

先進安全技術

→事故ゼロへ向け自動運転
技術の普及フェーズへ

ADAS : 導入完了

Co-Pilot : 進捗中

新しい時代に
向け活動開始

電気自動車

→カーボンニュートラル化
& 普及フェーズへ

導入完了

Updateを進捗中

プラグインハイブリッド : 縦置き用プラグインハイ
ブリッド、マルチ電動化技術

-

進捗中

マイルドハイブリッド : 24/48V, マルチ電動化技術

24V: 導入完了

進捗中

制御技術による
Updateを
計画中

減速エネルギー回生 : i-ELOOP

導入完了

Updateを進捗中

アイドルストップ : i-stop

導入完了

Updateを進捗中

ベース技術 : 内燃機関 ガソリン、X、ディーゼル、直列4気筒/直列6気筒
ロータリーエンジン、ドライブトレイン、MT、AT、AWD
横置き・縦置きアーキテクチャー・ボディ構造

導入完了 :
ガソリン/X/ディーゼル
直列4気筒、
MT/AT、AWD
Small群横置き

進捗中
ガソリン/X/ディーゼル
直列6気筒、ロータリーエ
ンジン、MT/AT、AWD
Large群縦置き

進行中&計画中:
制御技術による
Update

生産設備・技術 : 汎用化&混流化技術、CASE対応

導入完了

Updateを進捗中

新しい時代に
向け活動開始

販売システム : ネットワーク、金融、中古車、デジタル化、CASE対応

導入開始

Updateを進捗中

基盤への投資 : 働き方、働く環境、IT→効率化と人財活用の最大化

**2020年1月30日。
おかげ様で、
マツダは創立100周年を迎えることができました。
100年という月日を積み重ねることができたのは、
これまでの長い道のりの中、
多くの方々に支えていただいたから。
心からの感謝の想いを胸に、新たな100年へ。**





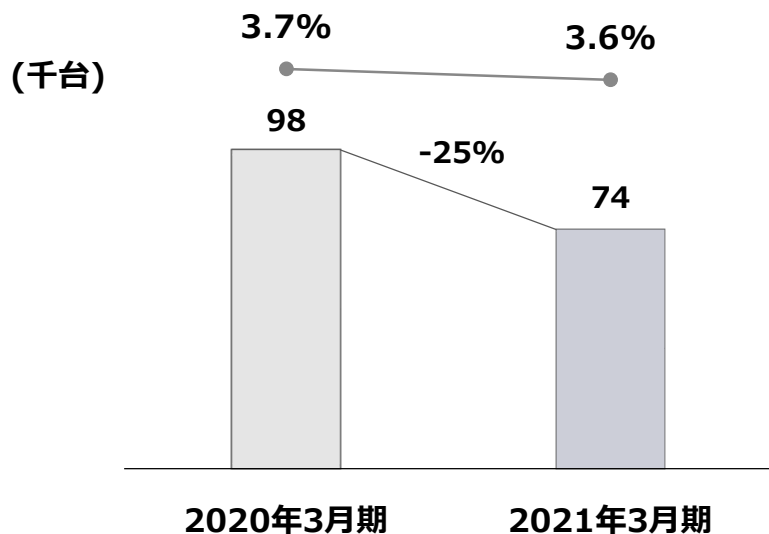
添付

キャッシュフロー及びネット・キャッシュ

(億円)	2021年3月期		対前期末 増減
	第1四半期	第2四半期	上期
キャッシュフロー			
- 営業	-1,247	1,109	-138
- 投資	-264	-158	-422
- フリーC/F	-1,511	951	-560
現金及び現金同等物	7,925	8,397	8,397
ネット・キャッシュ	-2,090	-1,191	-1,191
自己資本比率	38 %	36 %	36 %



第2四半期累計 販売台数・シェア

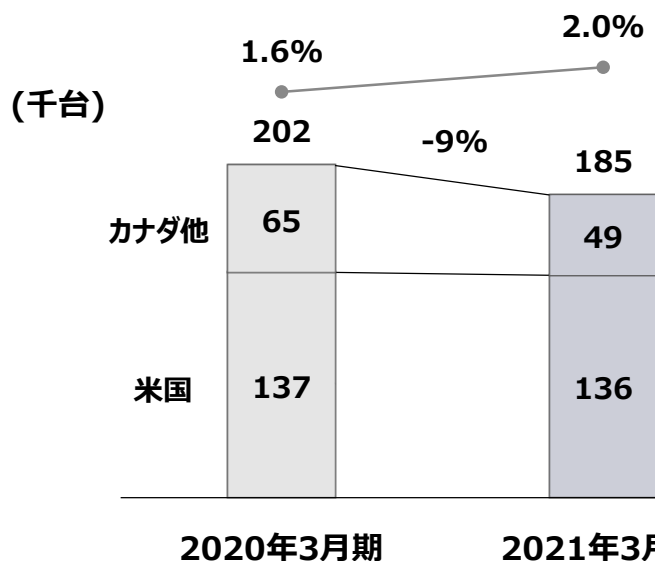


- 販売台数は、対前年25%減の7万4千台
- 総台数シェアは対前年0.1pts減の3.6%、登録車シェアは対前年0.2pts減の4.6%
- 100周年記念車の訴求とともに、特別仕様車とCX-3の1.5Lガソリンモデル追加により価格カバレッジを拡大
- 新世代商品第3弾 MX-30を発表 10月よりマイルドハイブリッドモデルを販売開始

北米



第2四半期累計 販売台数・米国シェア

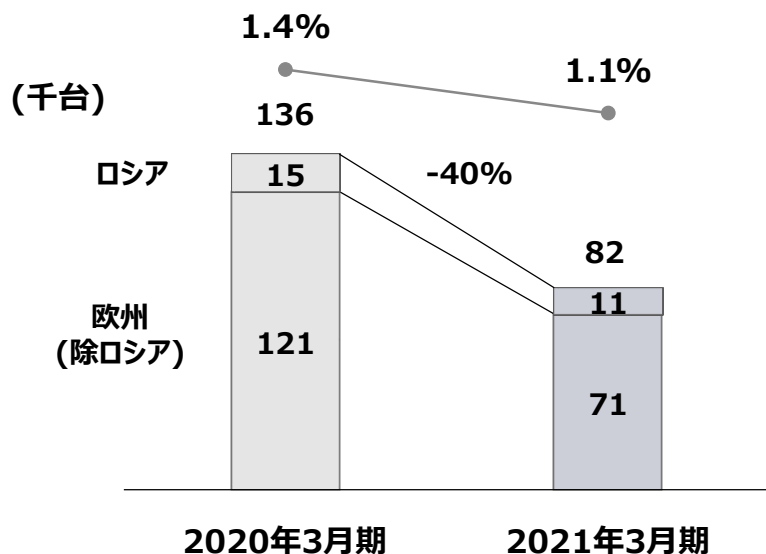


- 販売台数は、対前年9%減の18万5千台
- 米国:対前年1%減の13万6千台
 - 需要を上回る好調な販売によりシェアは対前年0.4pts増の2.0%
 - CX-30の新規投入が台数・シェア増加に貢献し、CX-5/CX-9も好調を継続
 - フリートを除く販売台数は対前年1%増
- カナダ:対前年19%減の3万台
- メキシコ:対前年33%減の1万8千台

欧州



第2四半期累計 販売台数・シェア



■ 販売台数は、対前年40%減の8万2千台

- ドイツ:対前年45%減の1万9千台
- 英国:対前年43%減の1万2千台
- ロシア:対前年31%減の1万1千台

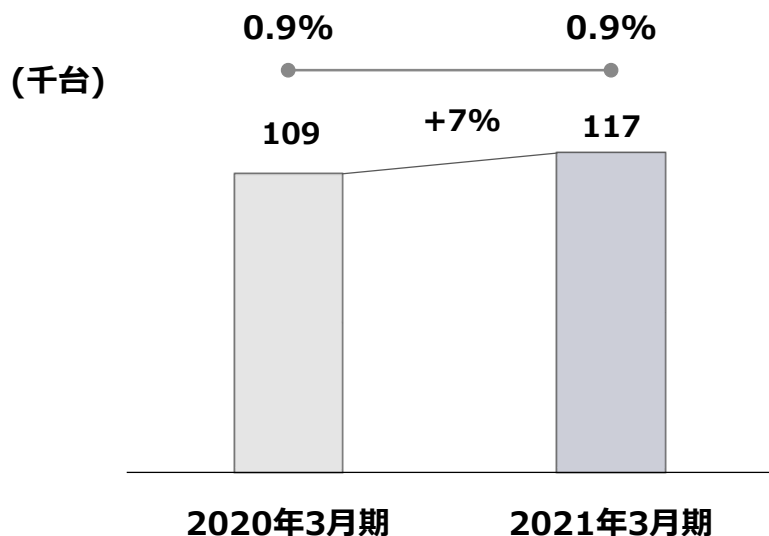
■ シェアは対前年0.2pts減の1.1%

■ 9月よりMX-30のEVモデルを発売
デザイン・クラフトマンシップ・ダイナミクス等に高い評価

中国



第2四半期累計 販売台数・シェア

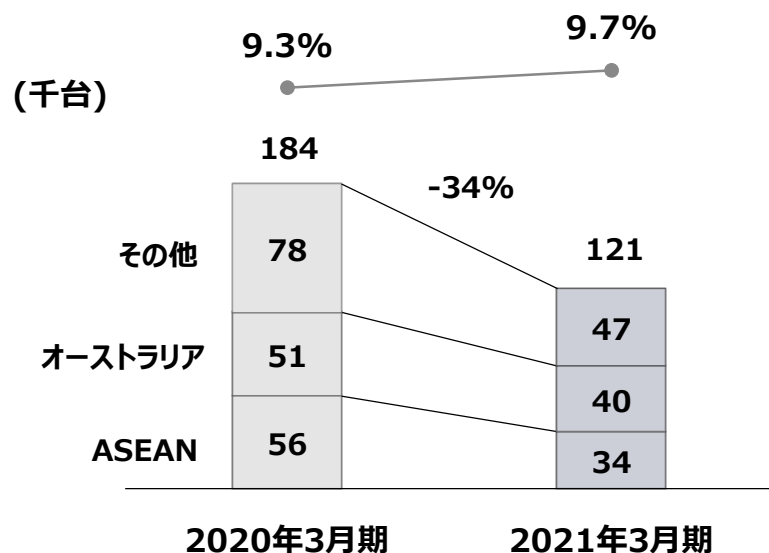


- 販売台数は、対前年7%増の11万7千台
- シェアは対年同水準の0.9%
- 5月に導入したCX-30が上乗せで台数増加に寄与
- 9月よりMAZDA3/CX-30にSKYACTIV-X搭載モデルを導入

その他市場



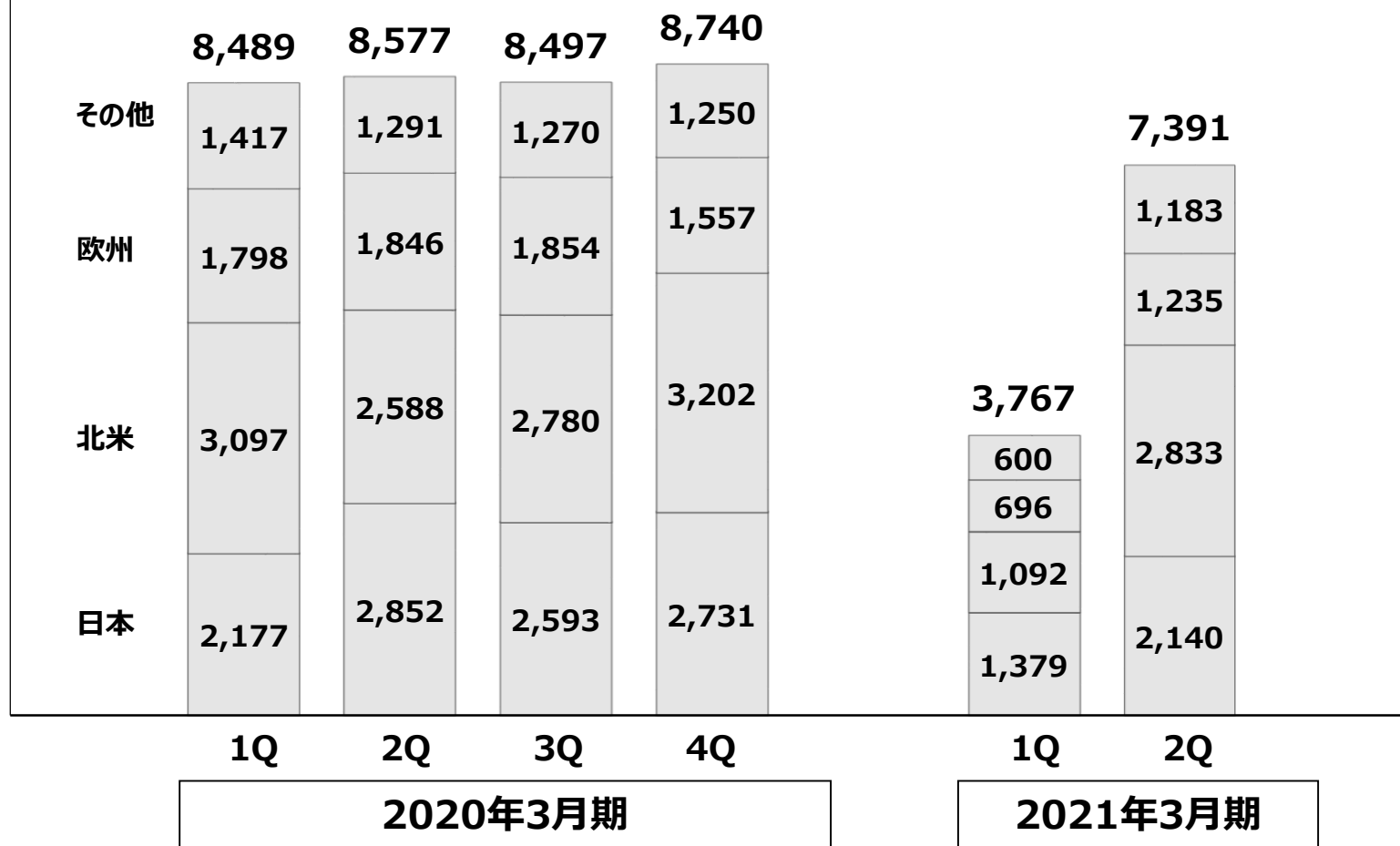
第2四半期累計 販売台数・豪州シェア



- 販売台数は、対前年34%減の12万1千台
- オーストラリア:対前年21%減の4万台
 - シェアは対前年0.3pts増の9.7%
 - 2.5Lガソリンモデルを追加したCX-8、新規導入のCX-30などを中心にシェア増加
- ASEAN:対前年39%減の3万4千台
 - タイ:対前年46%減の1万6千台
 - ベトナム:対前年28%減の1万台

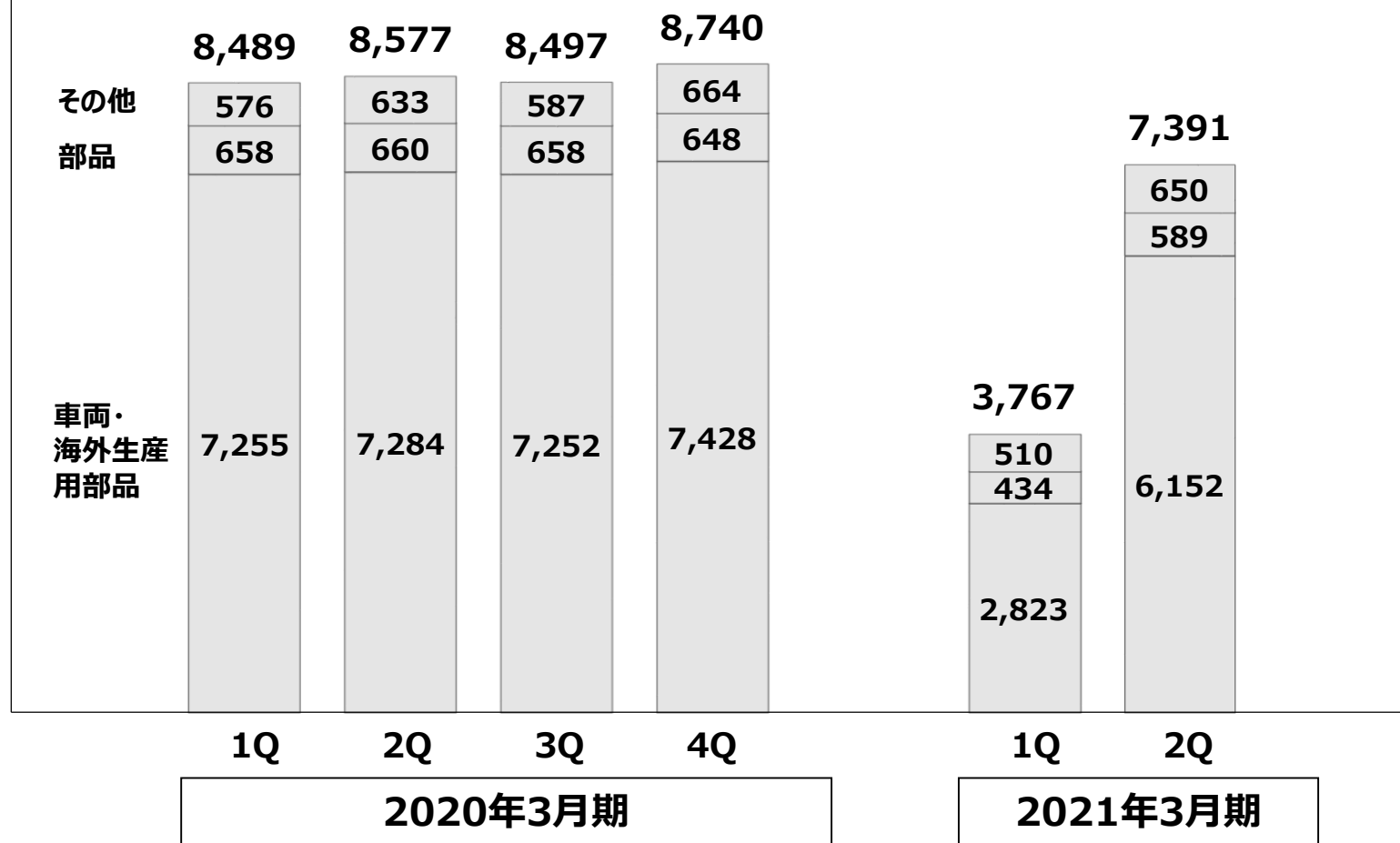
売上高 所在地別

(億円)



売上高 製品別

(億円)

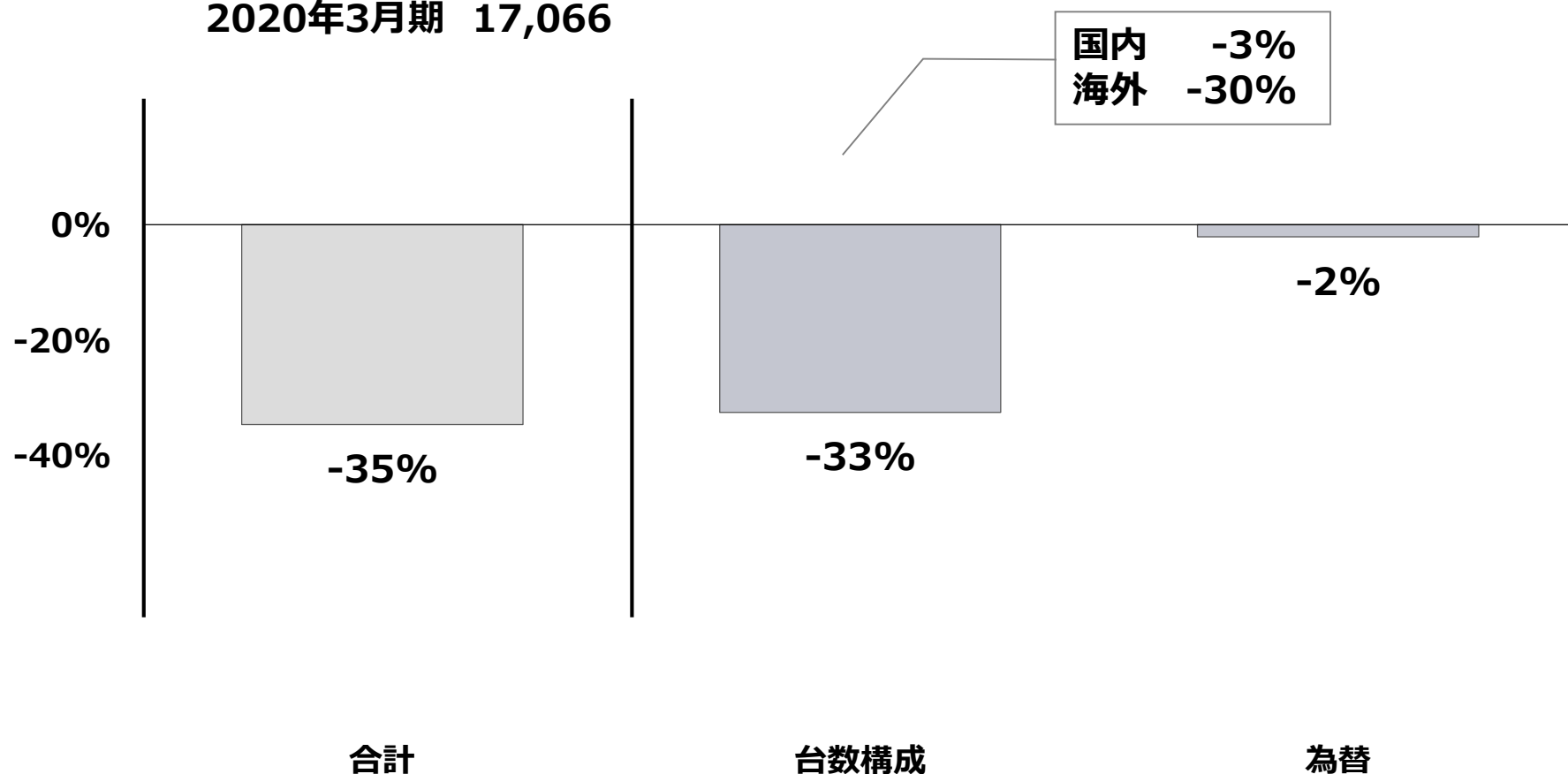


売上高変動内訳（6ヵ月累計）

2021年3月期 第2四半期累計 対前年比較

(億円)

2021年3月期 11,158
2020年3月期 17,066

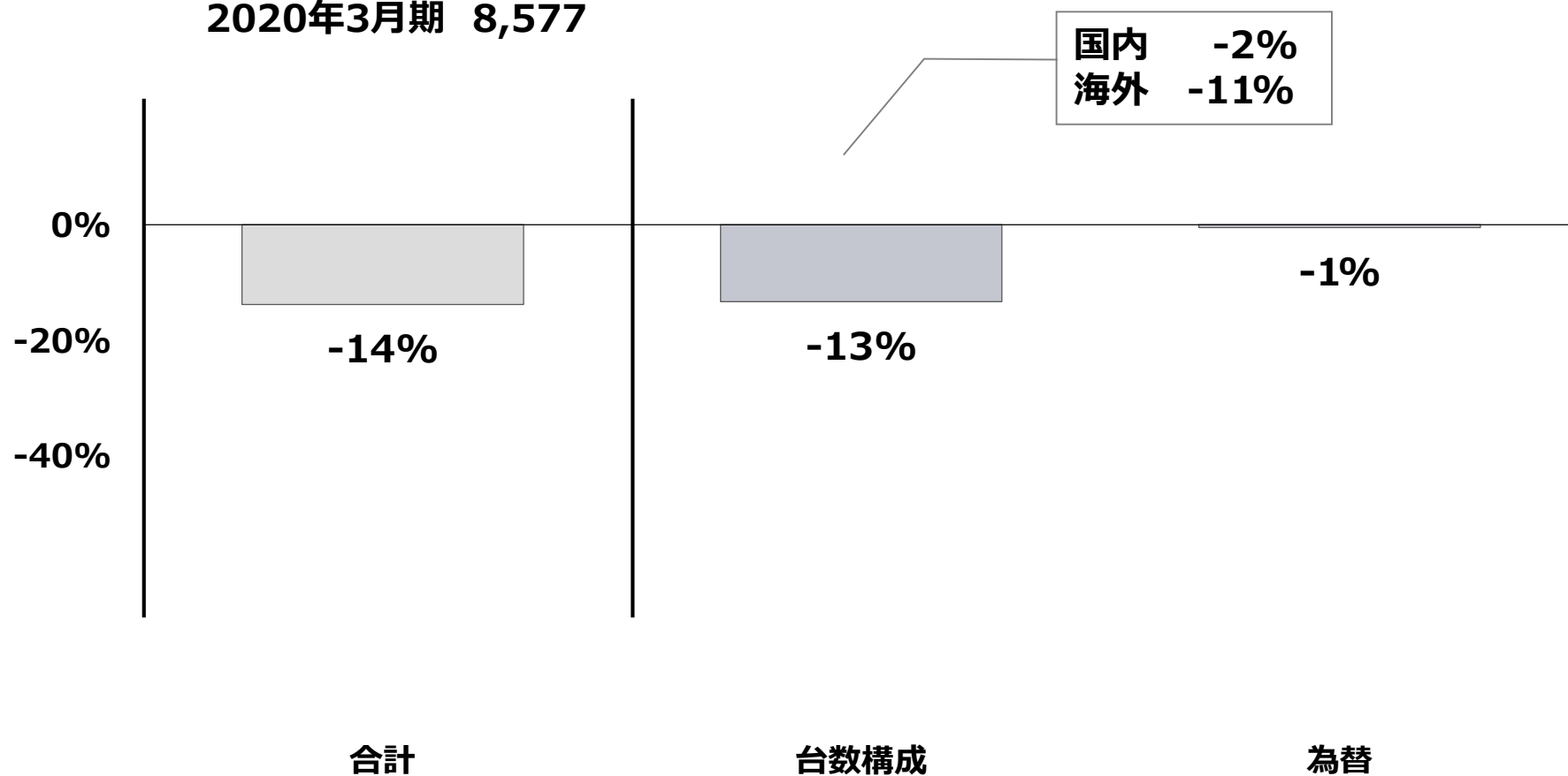


売上高変動内訳（3ヵ月）

2021年3月期 第2四半期 対前年比較

(億円)

2021年3月期 7,391
2020年3月期 8,577



グローバル販売台数及び連結出荷台数（3ヵ月）

(千台) グローバル販売台数	第2四半期		増減	
	2020年 3月期	2021年 3月期	対前年	
日本	59	48	-11	-19%
北米	103	104	+1	+1%
欧州	69	54	-15	-22%
中国	55	56	+1	+1%
その他市場	92	73	-19	-20%
合計	378	334	-44	-12%
※中国を除く	322	278	-44	-14%
連結出荷台数				
日本	55	48	-7	-13%
北米	92	101	+10	+11%
欧州	73	43	-30	-41%
その他市場	92	62	-30	-33%
合計	312	255	-57	-18%
米国	61	77	+15	+25%

グローバル販売台数及び連結出荷台数（上期・下期）

(千台)	2021年3月期			対前年 増減			対7月公表 増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
グローバル販売台数							
日本	74	110	184	-25	+6	-18	0
北米	185	203	388	-18	+9	-9	+5
欧州	82	114	196	-54	-13	-68	0
中国	117	139	256	+8	+37	+44	-5
その他市場	121	155	276	-63	-6	-69	0
合計	578	721	1,300	-152	+32	-120	0
※中国を除く	461	582	1,044	-160	-4	-164	+5
連結出荷台数							
日本	73	106	179	-21	+13	-8	0
北米	141	226	367	-61	+7	-54	+5
欧州	66	122	188	-77	-2	-79	-5
その他市場	87	178	265	-95	+3	-92	0
合計	368	632	1,000	-254	+21	-233	0
米国	107	162	269	-33	+4	-29	+5

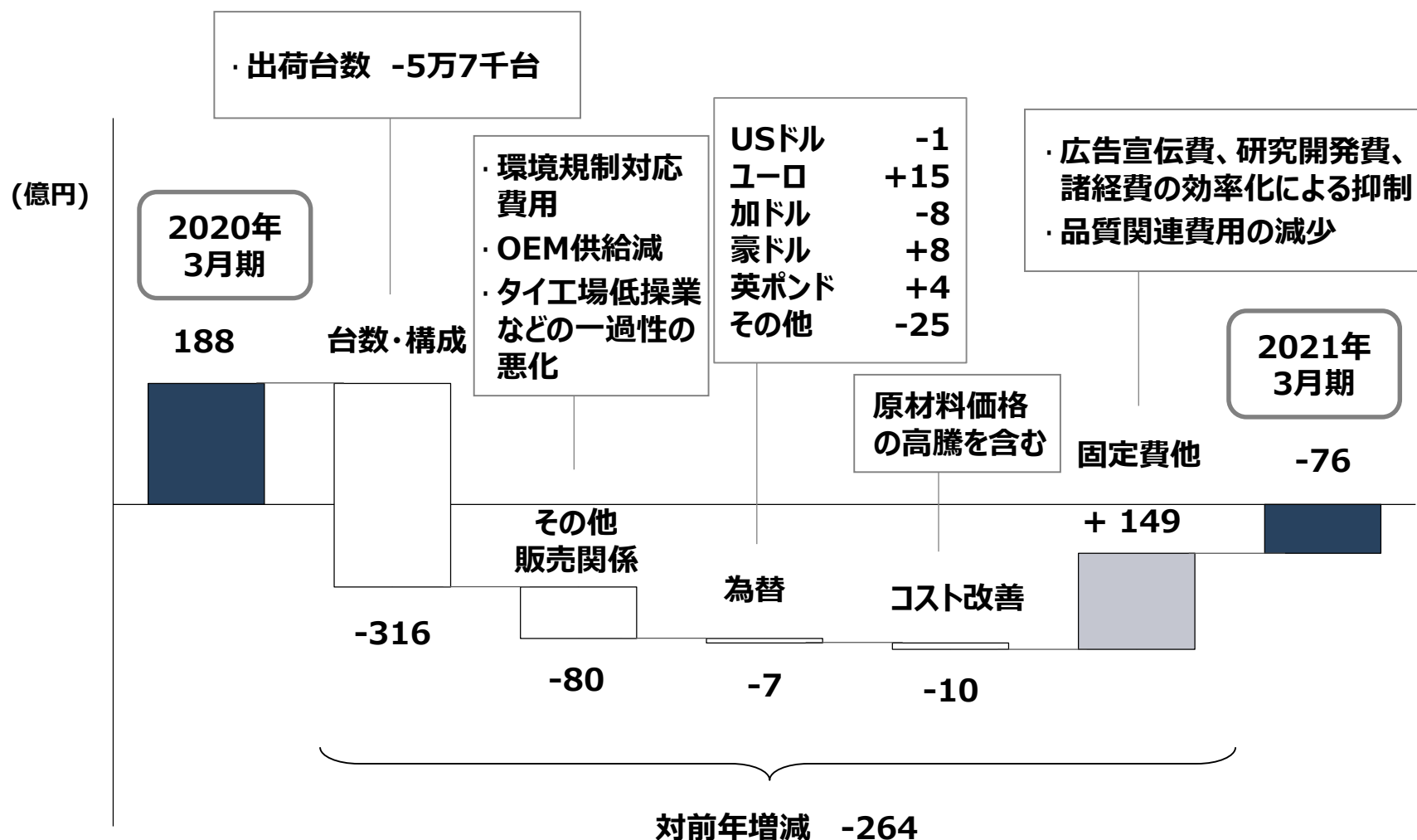
2021年3月期 財務指標（3ヵ月）

(億円)	第2四半期		増減	
	2020年 3月期	2021年 3月期	対前年	
売上高	8,577	7,391	-1,186	-14%
営業利益	188	-76	-264	-
経常利益	249	-115	-364	-
税引前利益	241	-124	-365	-
当期純利益	114	-263	-377	-
売上高営業利益率	2.2%	-1.0%	-3.2 pts	
EPS (円)	18.1	-41.8	-59.9	
為替レート (円)				
USドル	107	106	-1	
ユーロ	119	124	+5	

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を示す

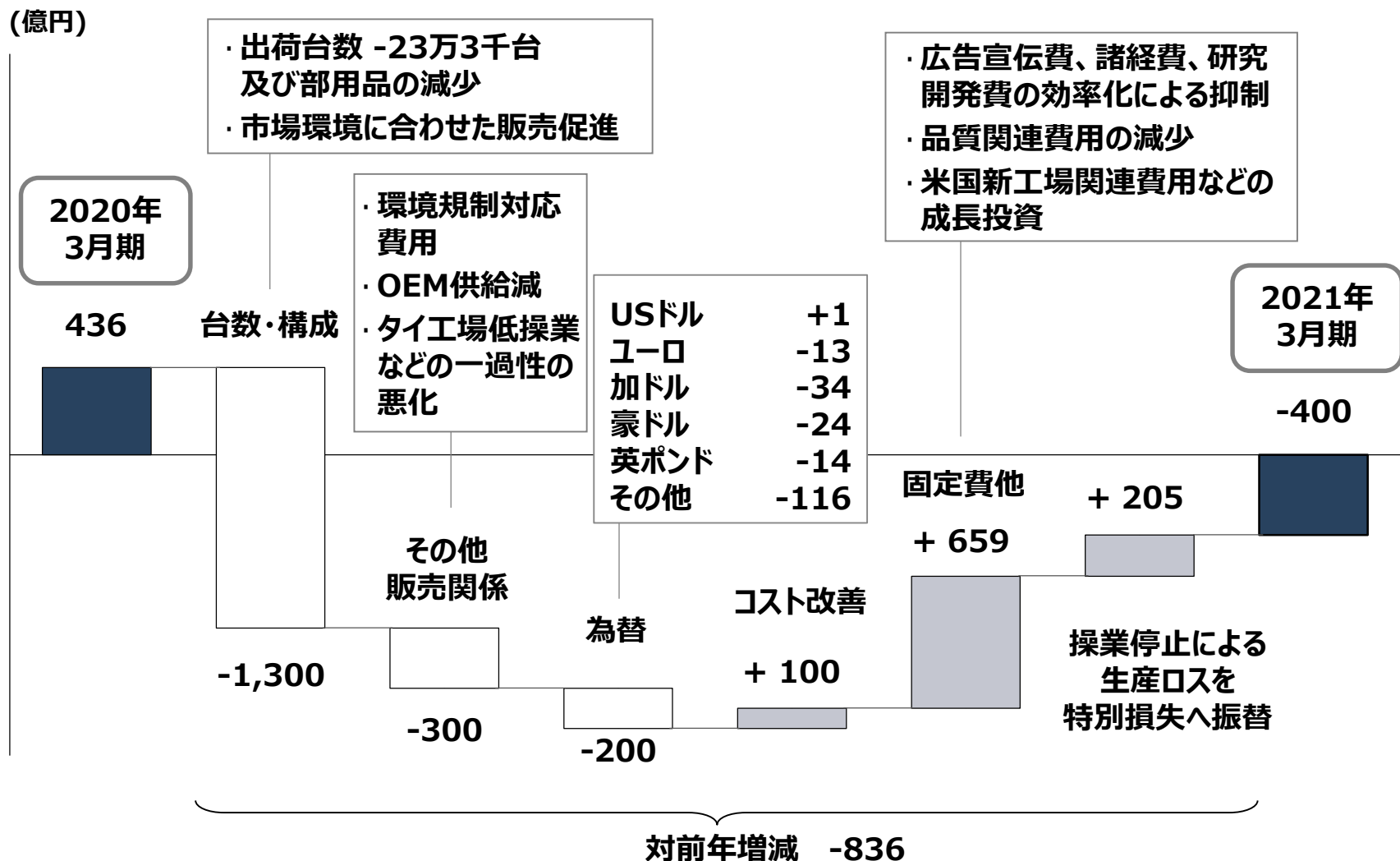
2021年3月期 営業利益変動要因（3ヵ月）

第2四半期 対前年比較



2021年3月期 営業利益変動要因

通期見通し 対前年比較

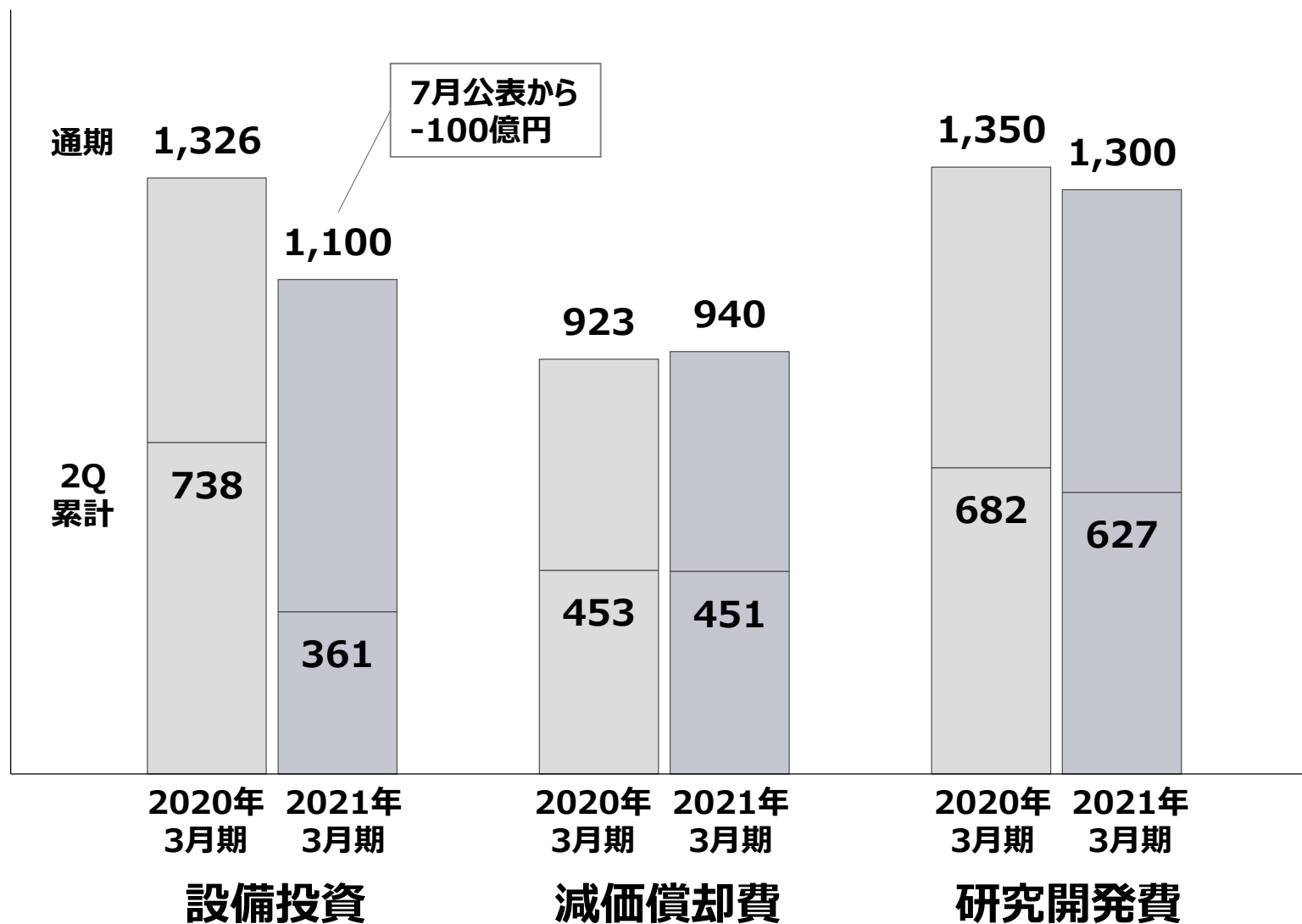


為替レート

(円)	2021年3月期			対前年 増減			対7月公表 増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
USドル	107	105	106	-2	-4	-3	-1
ユーロ	121	124	123	0	+4	+2	+2
カナダドル	79	80	79	-3	-2	-2	+1
オーストラリアドル	73	74	74	-2	+1	0	0
英ポンド	135	136	136	-1	-4	-2	+1

主要データ

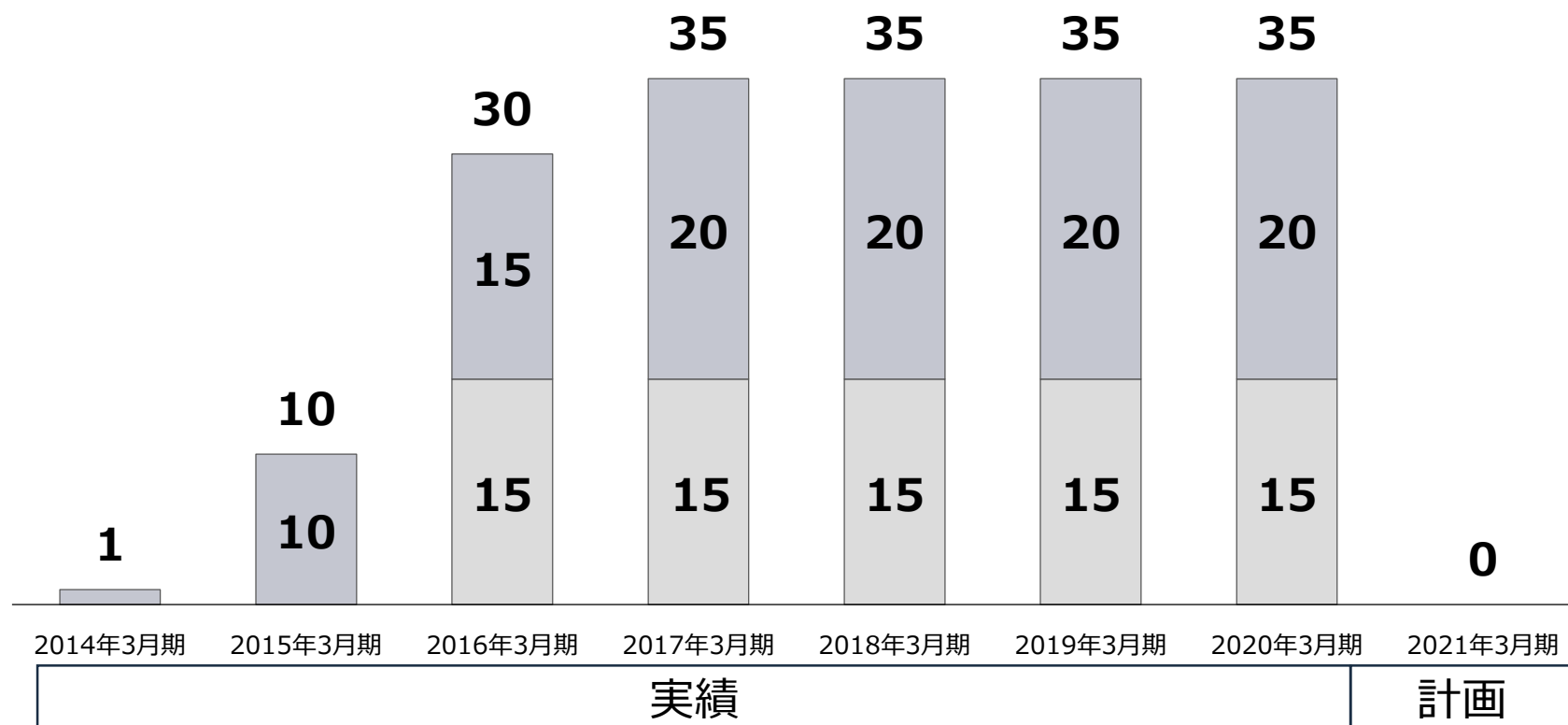
(億円)



配当について

一株当たり配当金の推移

■ 中間 ■ 期末



注) 2014年8月1日付で普通株式について5株を1株の割合で株式併合を行っております。
一株当たり配当金は各年度における実際の配当金額を表しています。

将来見通しに関する注意事項

このプレゼンテーション資料に記載されている、当社の見通し及び将来の戦略については、今後の世界経済情勢、業界の動向、為替変動のリスクなど様々な不確定要素が含まれております。従いまして、実際の当社業績は見通しと大きく異なる結果となる場合があることをあらかじめご了承ください承願います。

投資に関する最終決定は、上記の点を踏まえ、投資家の皆様ご自身の判断で行われるようお願いいたします。当プレゼンテーション資料に掲載された情報に基づいて投資された結果、万一何らかの損害を被られましても、当社および各情報の提供者は一切責任を負いかねますので、併せてご了承ください。