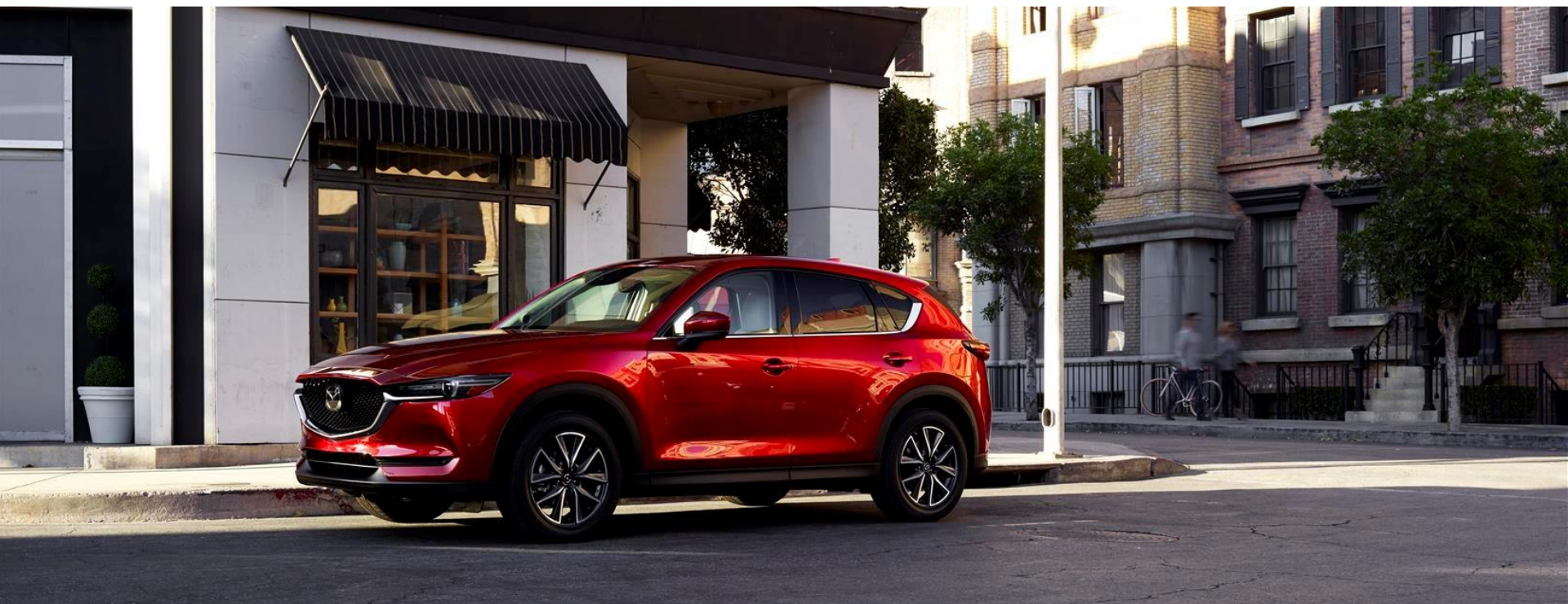




2022年3月期 第2四半期 決算説明会



本日の説明内容

- 2022年3月期 上期 実績
- 2022年3月期 通期見通し
- 中期経営計画の進捗

2022年3月期 上期 実績

2022年3月期 上期 グローバル販売台数

(千台) グローバル 販売台数	2022年3月期			対前年 増減	対20/3期 増減
	第1四半期	第2四半期	上期	上期	上期
日本	28	32	60	-14 -19%	-39 -39%
北米	138	111	249	+64 +35%	+46 +23%
欧州	55	51	106	+25 +30%	-30 -22%
中国	47	42	89	-28 -24%	-20 -18%
その他市場	86	71	156	+35 +29%	-28 -15%
合計	353	307	660	+82 +14%	-70 -10%
米国	106	84	190	+54 +40%	+53 +38%
オーストラリア	33	23	56	+16 +40%	+5 +10%
ASEAN	19	13	32	-3 -8%	-24 -44%

半導体供給不足による生産制約に対し、米国など販売好調な市場への優先供給、リーンな在庫での効率的なオペレーションを実行

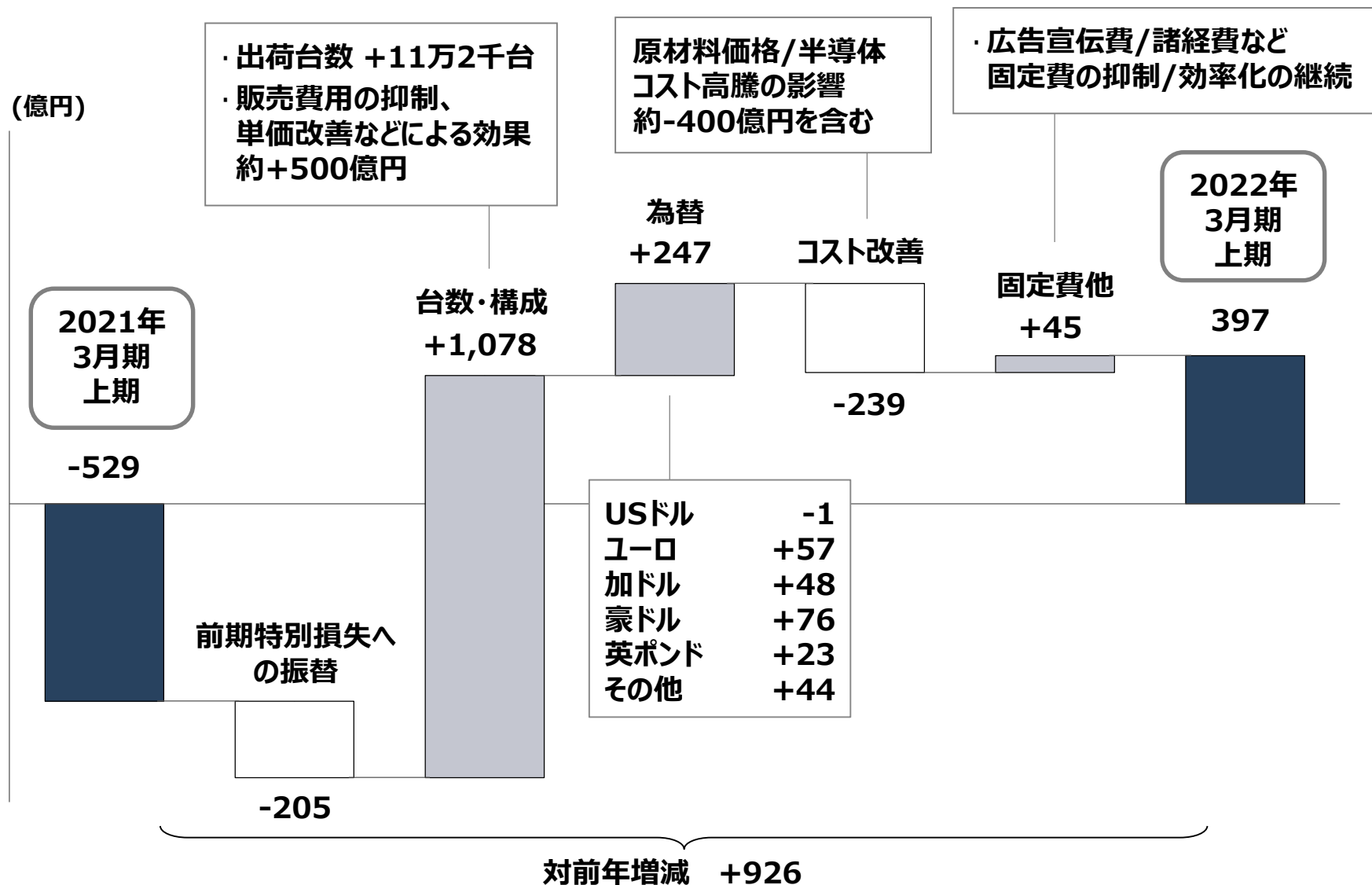
2022年3月期 上期 財務指標

(億円)	2022年3月期			対前年 増減		対20/3期 増減	
	第1四半期	第2四半期	上期	上期		上期	
売上高	8,034	6,925	14,959	+3,801	+34%	-2,107	-12%
営業利益	261	136	397	+926	-	+139	+54%
経常利益	265	74	339	+872	-	-1	0%
税引前利益	254	105	359	+1,111	-	+32	+10%
当期純利益	114	125	239	+1,169	-	+73	+44%
売上高営業利益率	3.2%	2.0%	2.7%	+7.4pts		+1.2pts	
EPS (円)	18.1	19.8	37.9	+185.6		+11.5	
為替レート (円)							
USドル	110	110	110	+3		+1	
ユーロ	132	130	131	+10		+9	
連結出荷台数(千台)	261	220	481	+112	+31%	-141	-23%

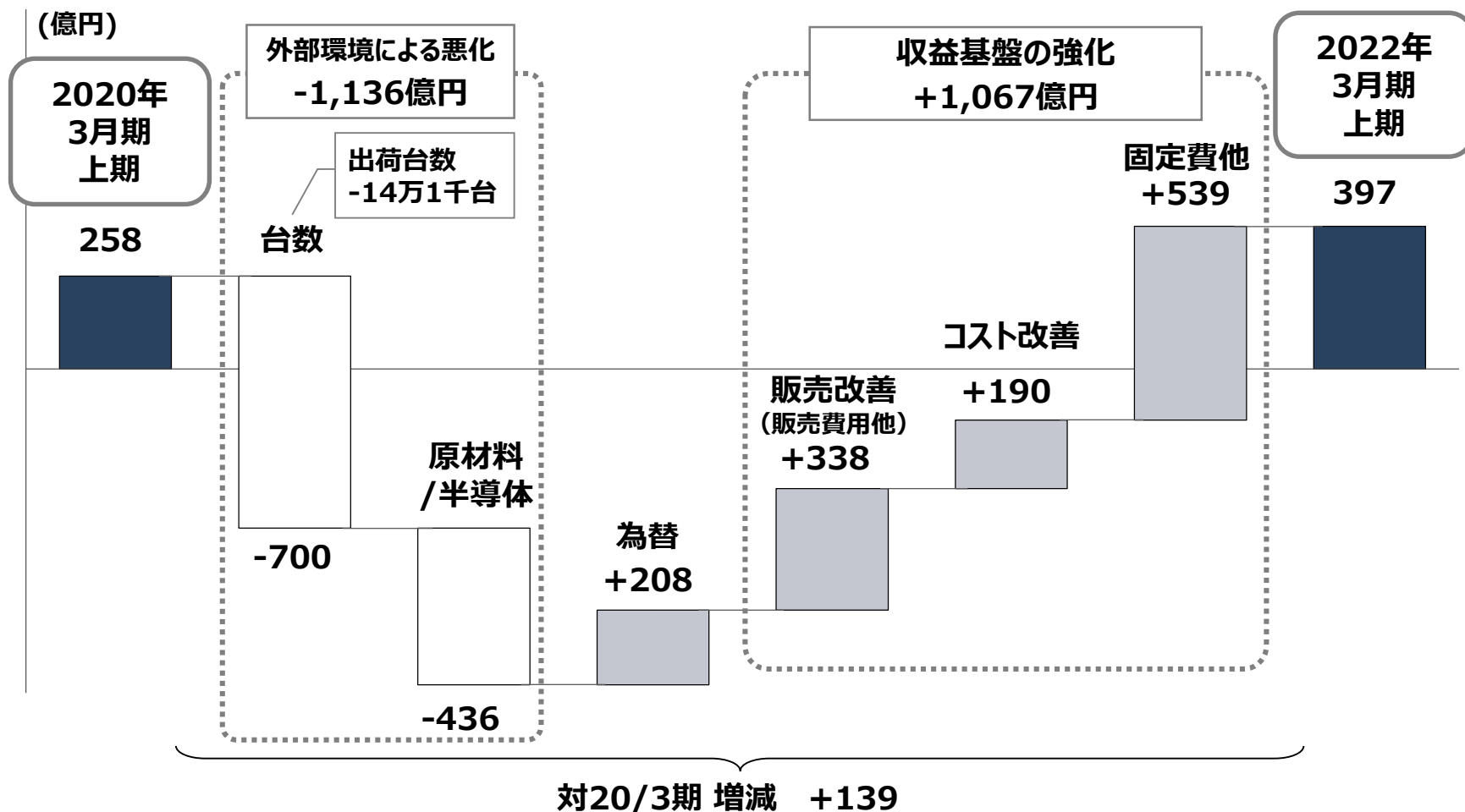
※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を示す

対20/3期では、減産に伴う出荷減などにより減収となったものの、
変動利益改善/固定費効率化などの取り組みを継続し増益を達成

2022年3月期 上期 営業利益変動要因（対前年比較）



2022年3月期 上期 対20/3期比較 悪化要因と改善要因



- ・ 減産に伴う台数減/原材料価格や半導体コストの高騰などの減益影響があったものの、販売の質的改善/コスト改善/固定費の効率化などにより増益を達成

2022年3月期 通期見通し

2022年3月期 グローバル販売台数

(千台) グローバル販売台数	2022年3月期			対前年 増減	対20/3期 増減	対期初公表 増減
	上期	下期	通期	通期	通期	通期
日本	60	109	168	-8	-34	-26
北米	249	189	438	+35	+41	+24
欧州	106	87	193	+15	-70	-31
中国	89	131	220	-8	+8	-40
その他市場	156	136	292	-9	-53	-24
合計	660	651	1,311	+24 +2%	-108 -8%	-98 -7%
米国	190	142	332	+37	+57	+33
オーストラリア	56	45	101	+9	+11	+7
ASEAN	32	38	70	-17	-33	-29

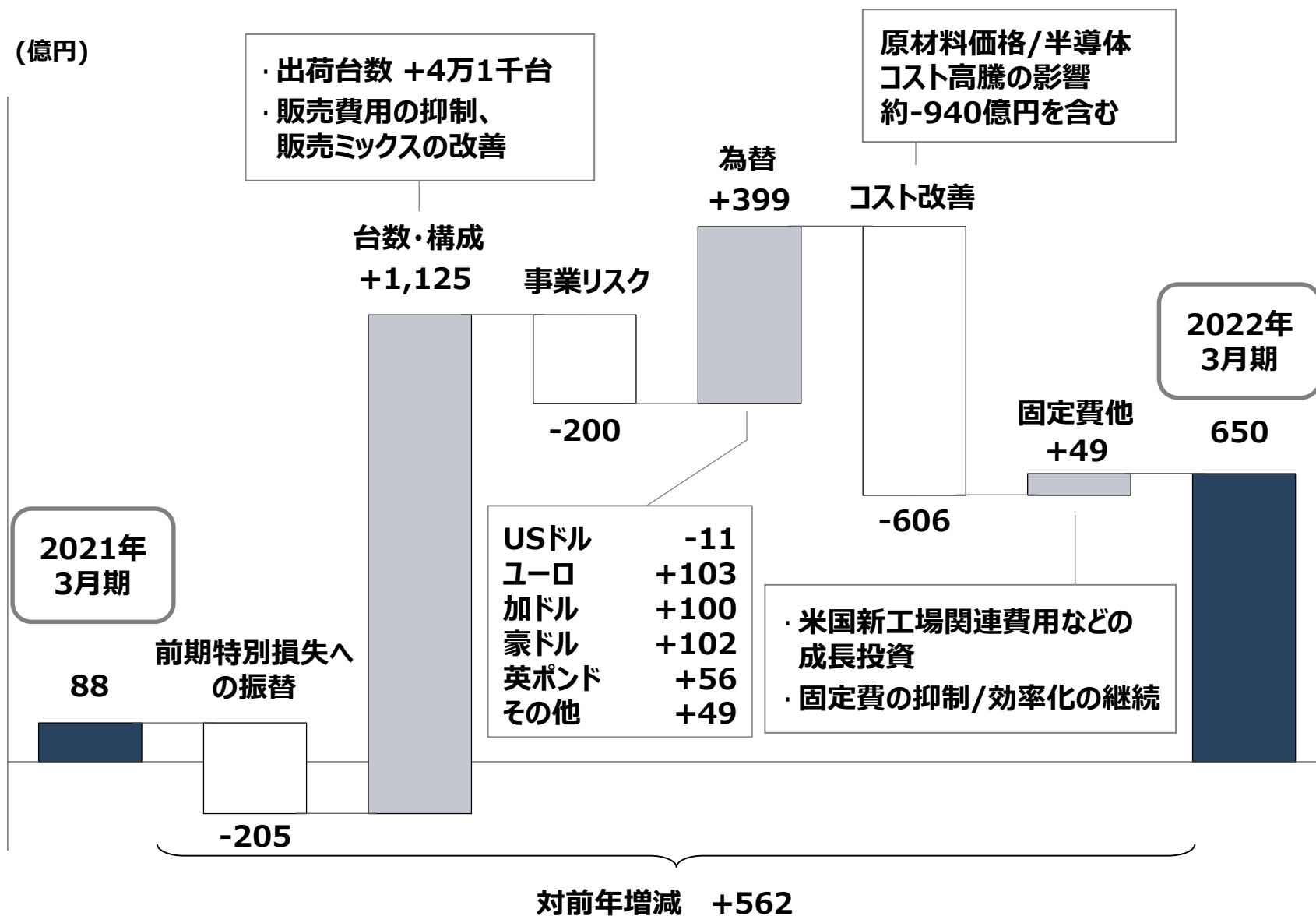
2022年3月期 財務指標

	2022年3月期			対前年 増減	対20/3期 増減	対期初公表 増減
(億円)	上期	下期	通期	通期	通期	通期
売上高	14,959	17,041	32,000	+3,179	-2,303	-2,000
営業利益	397	253	650	+562	+214	0
経常利益	339	271	610	+327	+79	+60
税引前利益	359	231	590	+568	+97	+100
当期純利益	239	171	410	+727	+289	+60
売上高営業利益率	2.7%	1.5%	2.0%	+1.7pts	+0.7pts	+0.1pts
EPS (円)	37.9	27.2	65.1	+115.4	+45.8	+9.5
為替レート (円)						
USドル	110	112	111	+5	+2	+2
ユーロ	131	131	131	+7	+10	+2
(千台)						
連結出荷台数	481	550	1,030	+41 +4%	-202 -16%	-105 -9%

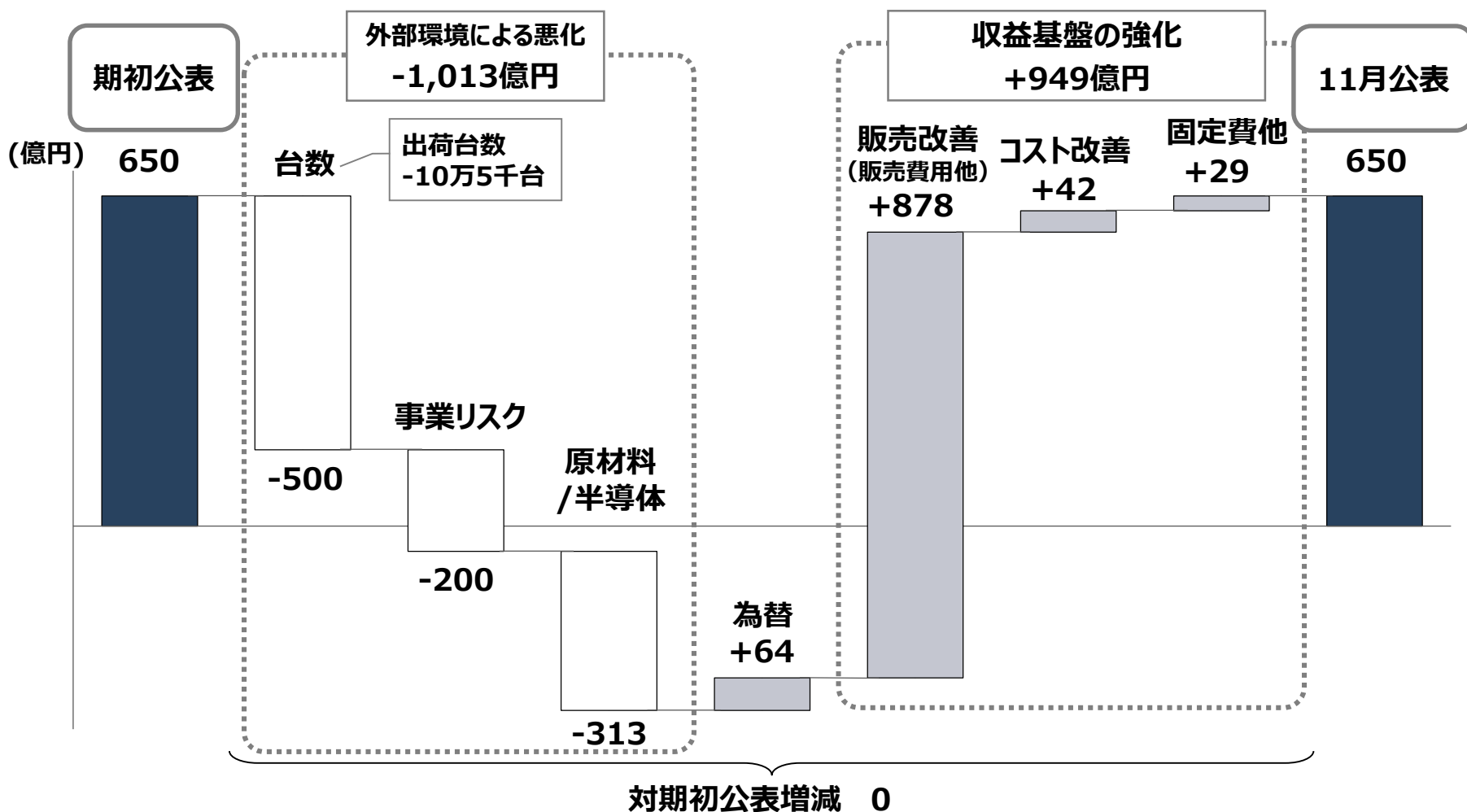
※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を示す

2022年3月期 通期 営業利益変動要因（対前年比較）

（億円）

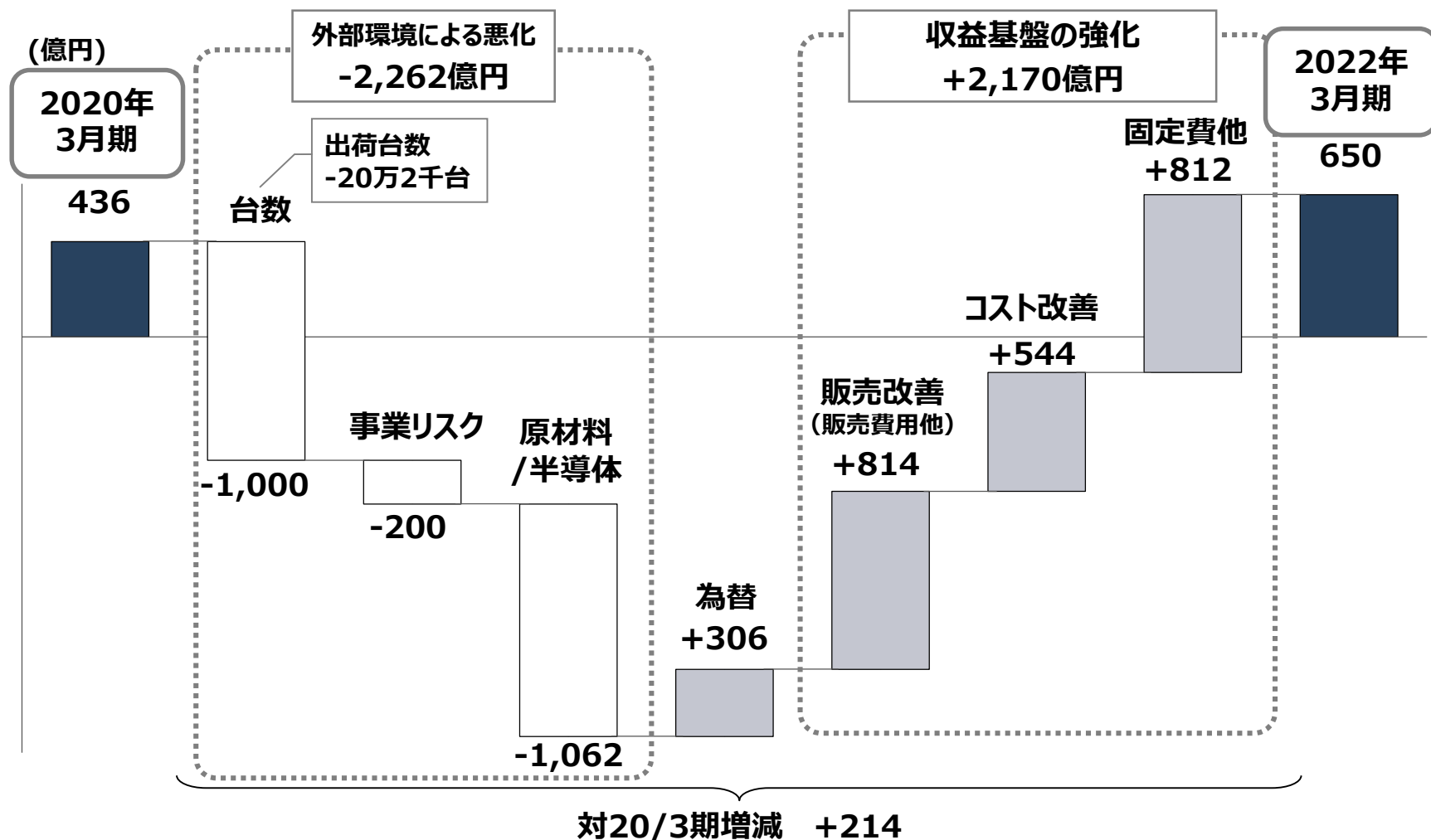


2022年3月期 通期 対期初公表比較 悪化要因と改善要因



- ・ 減産に伴う台数減/原材料価格や半導体コストの高騰など、外部環境による悪化が拡大
- ・ 販売の質的改善/固定費の効率化など、収益基盤強化の取り組みを推進

2022年3月期 通期 対20/3期比較 悪化要因と改善要因

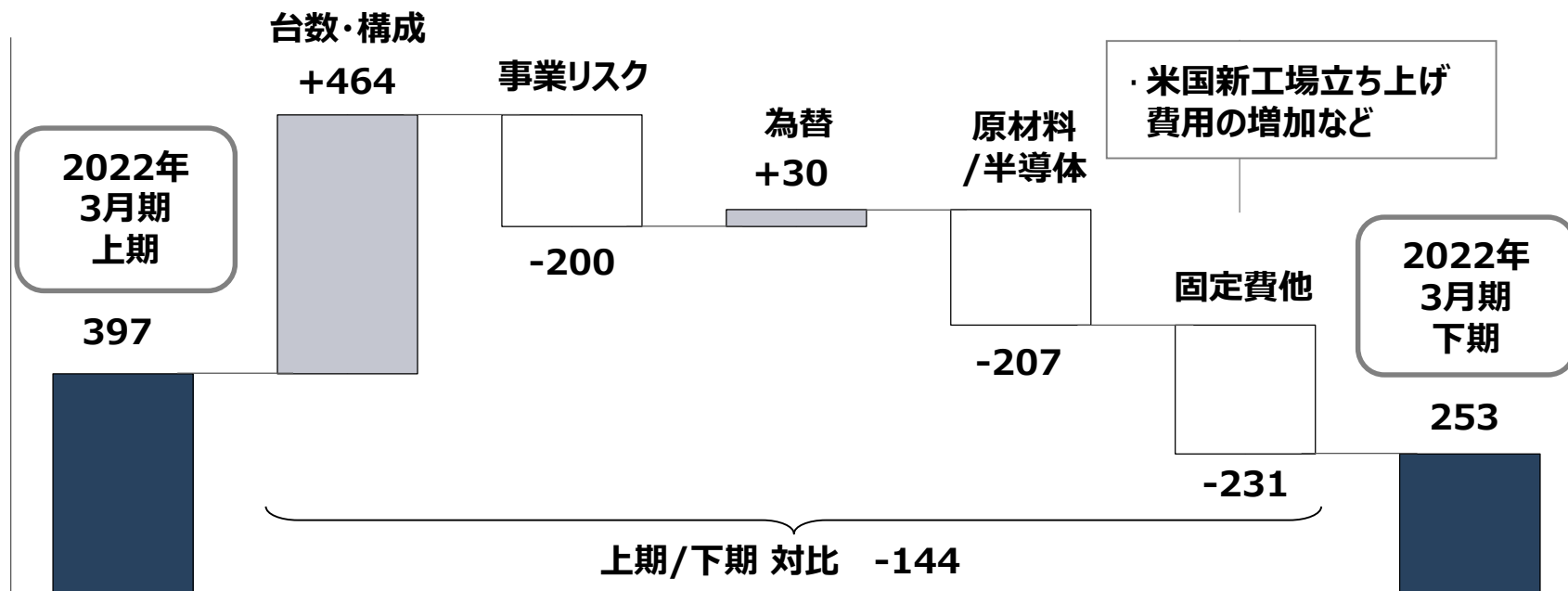


- ・ 2年前と比較して、出荷台数の減少や原材料価格/半導体コストの高騰などの減益影響に対して、販売の質的改善や固定費の効率化など、構造改革が着実に進捗

2022年3月期 営業利益 上期/下期比較

(億円)

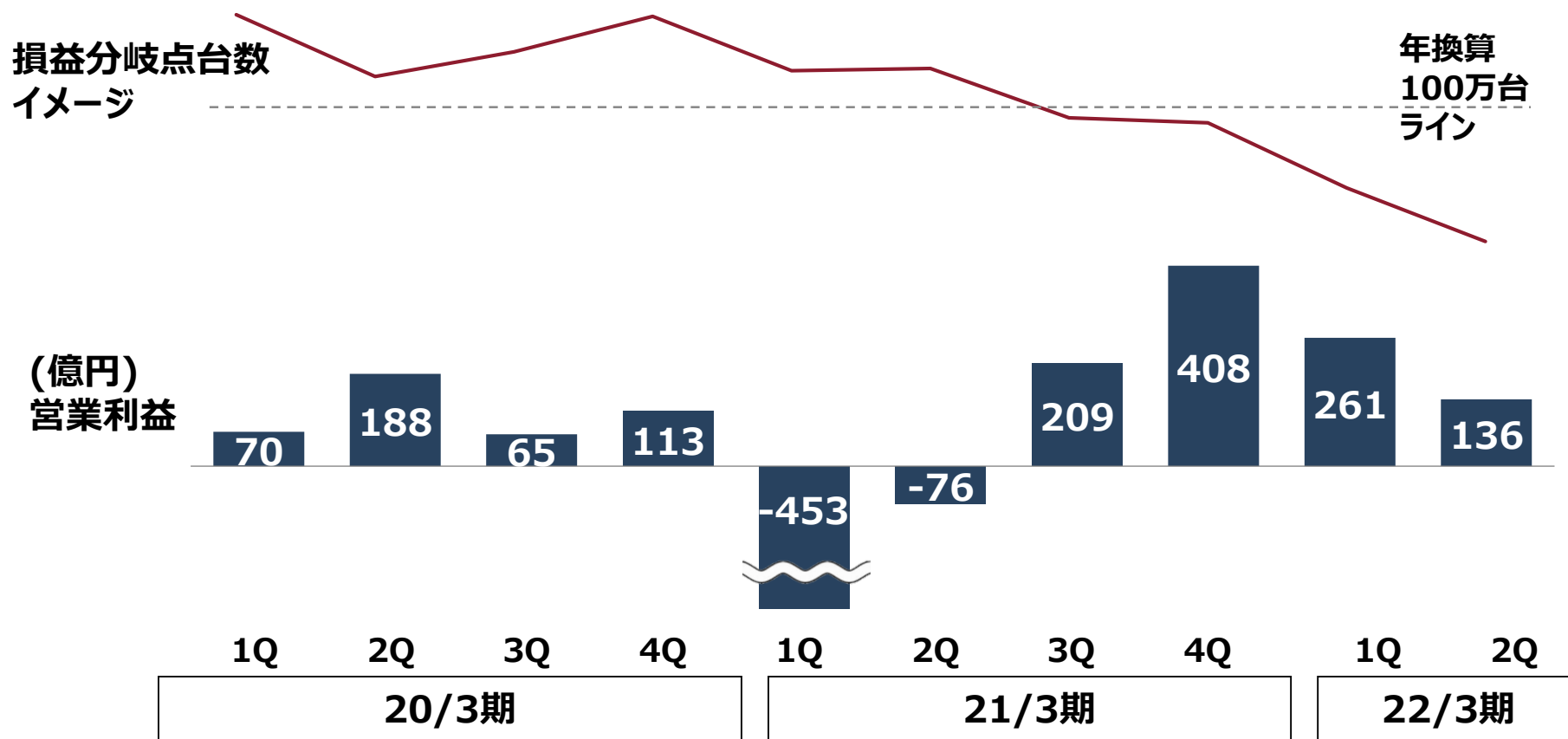
- ・出荷台数 約+6万9千台
- ・販売ミックスの改善等



- ・ 下期は、減産などの不透明な経営環境に対する事業リスクに加えて、原材料価格/半導体コストの高騰や米国工場などの費用が増加

減産状況下での収益構造強化

- 変動利益改善/固定費効率化の取り組みを継続強化
- 収益構造の強化を進捗させ、損益分岐点台数は年換算100万台(出荷ベース)を下回るレベルを継続

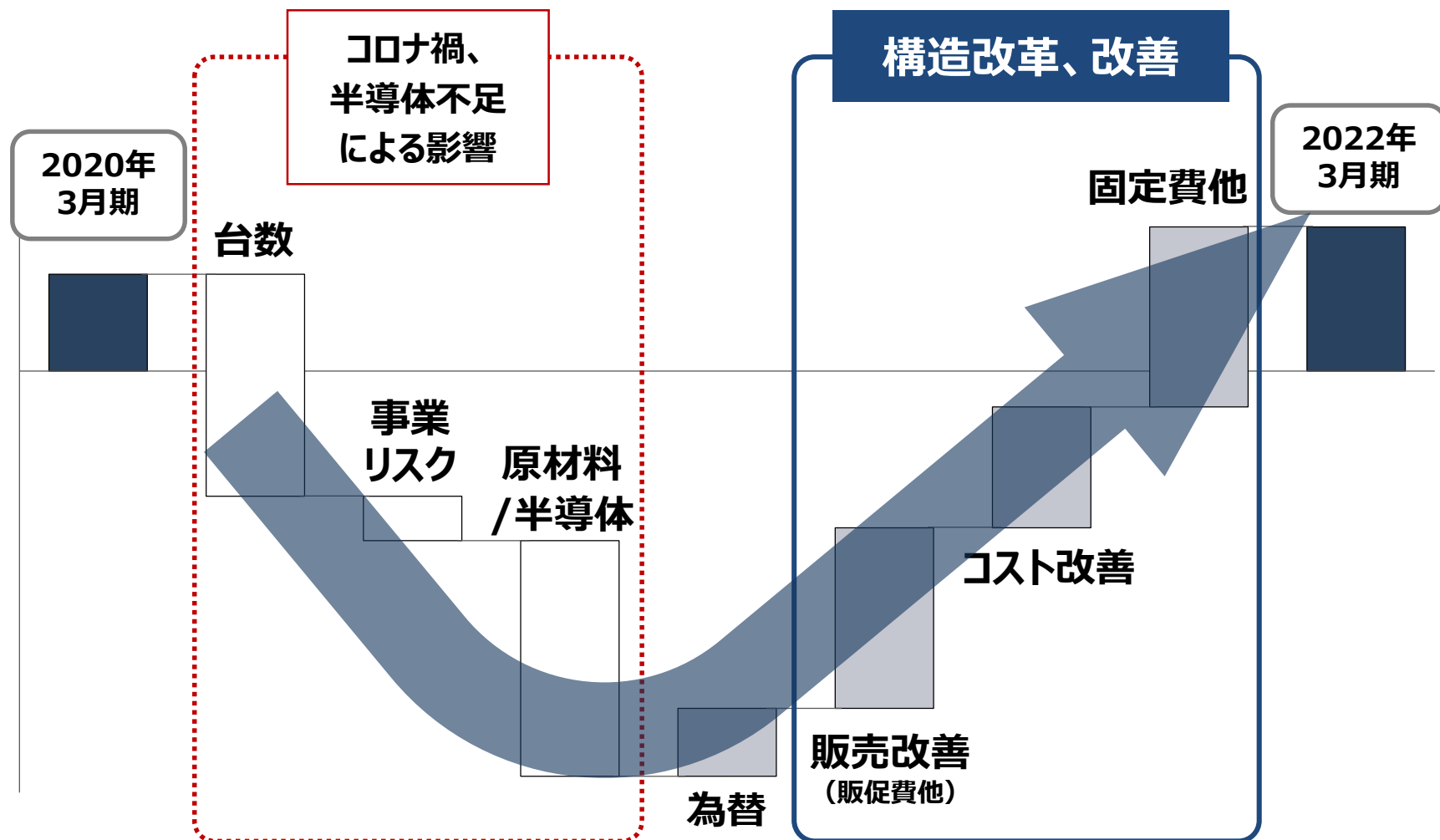


中期経営計画の進捗



今期の振り返りと見通し

コロナ禍・半導体不足 ↔ 構造改革・改善



中期経営計画の進捗 … 5つの重点領域

1. ブランド価値向上への投資

- モノ造り領域
 - ①商品・技術の進捗
 - ②モノ造り革新の進化
- 顧客体験
 - ①米国
 - ②中国

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）

商品・技術の進捗（1）

ビルディングブロック構想 = 技術資産の積上げ

PHASE 2

LARGE 群

直列6気筒



PHEV



MHEV 48V



SMALL 群

SKYACTIV-X



BEV



REマルチ電動化



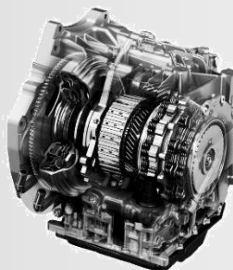
マルチソリューションアーキテクチャー

PHASE 1

SKYACTIV-G/D



SKYACTIV-DRIVE/MT



SKYACTIV-BODY/CHASSIS

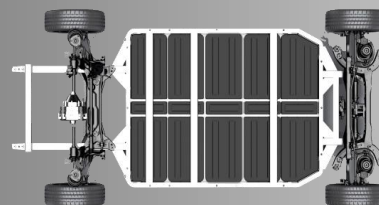


内燃機関専用アーキテクチャー（ベース技術）

商品・技術の進捗（2）

EV専用アーキテクチャー = 次なる技術資産への投資

PHASE 3



EV 専用アーキテクチャー

PHASE 2

LARGE 群

直列6気筒



PHEV



MHEV 48V



SMALL 群

SKYACTIV-X



BEV



REマルチ電動化



マルチソリューションアーキテクチャー

PHASE 1

内燃機関専用アーキテクチャー（ベース技術）

モノ造り革新の進捗（1）

モノ造り革新 = 開発・生産の効率化共創

コモンアーキテクチャー構想



フレキシブル生産構想

多車種を効率的に混流生産

モノ造り革新の進捗（2）

生産プロセス資産の進化 = DX活用

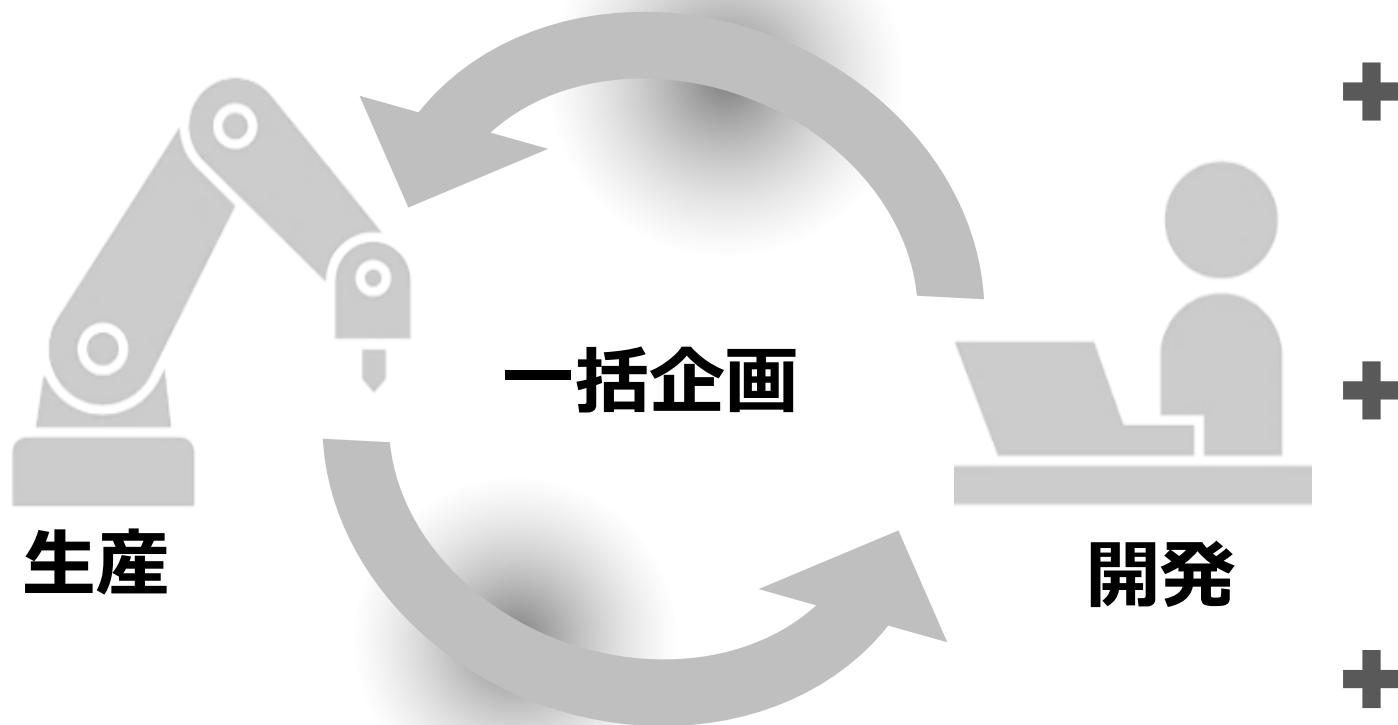


デジタルツインを活用した車体ラインの垂直立上げ

モノ造り革新の進捗（3）

プロセス資産の積上げ = MBD拡充・AI・DX

コモンアーキテクチャー構想



一括企画

生産

開発

+

MBD

+

AI

+

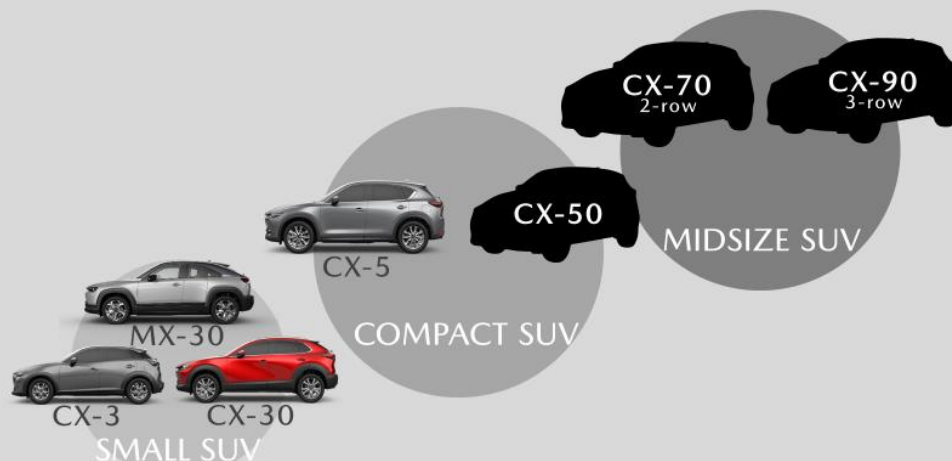
DX

フレキシブル生産構想

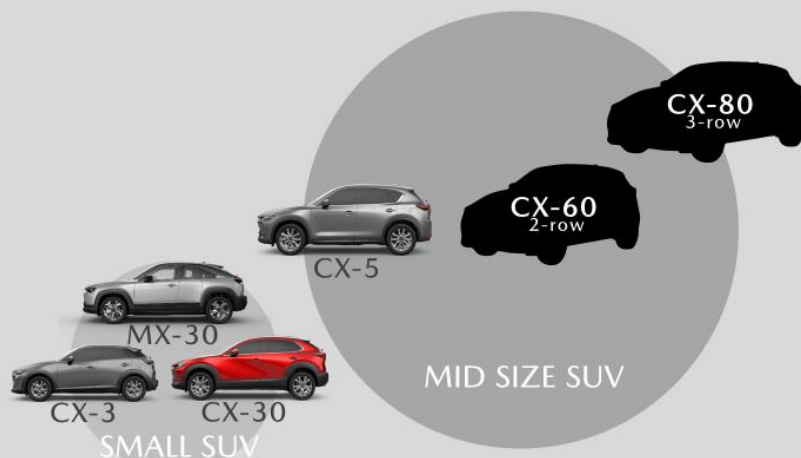
今後のSUV商品群

クロスオーバーSUV商品群拡充

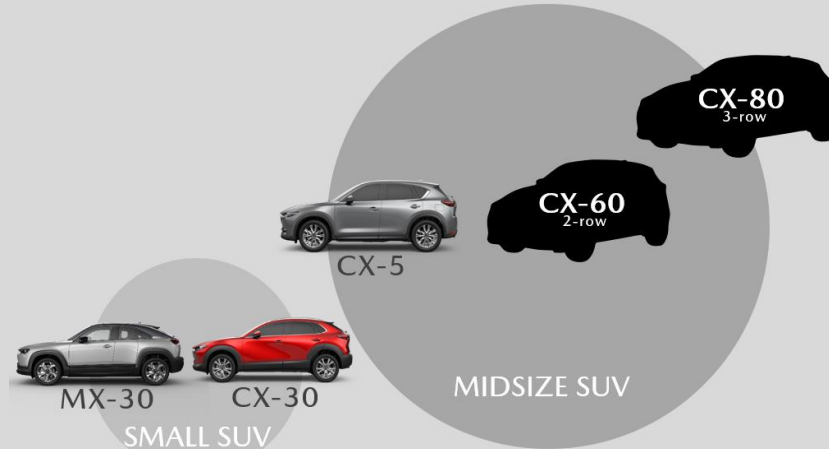
NORTH AMERICAN MARKET



JAPANESE MARKET

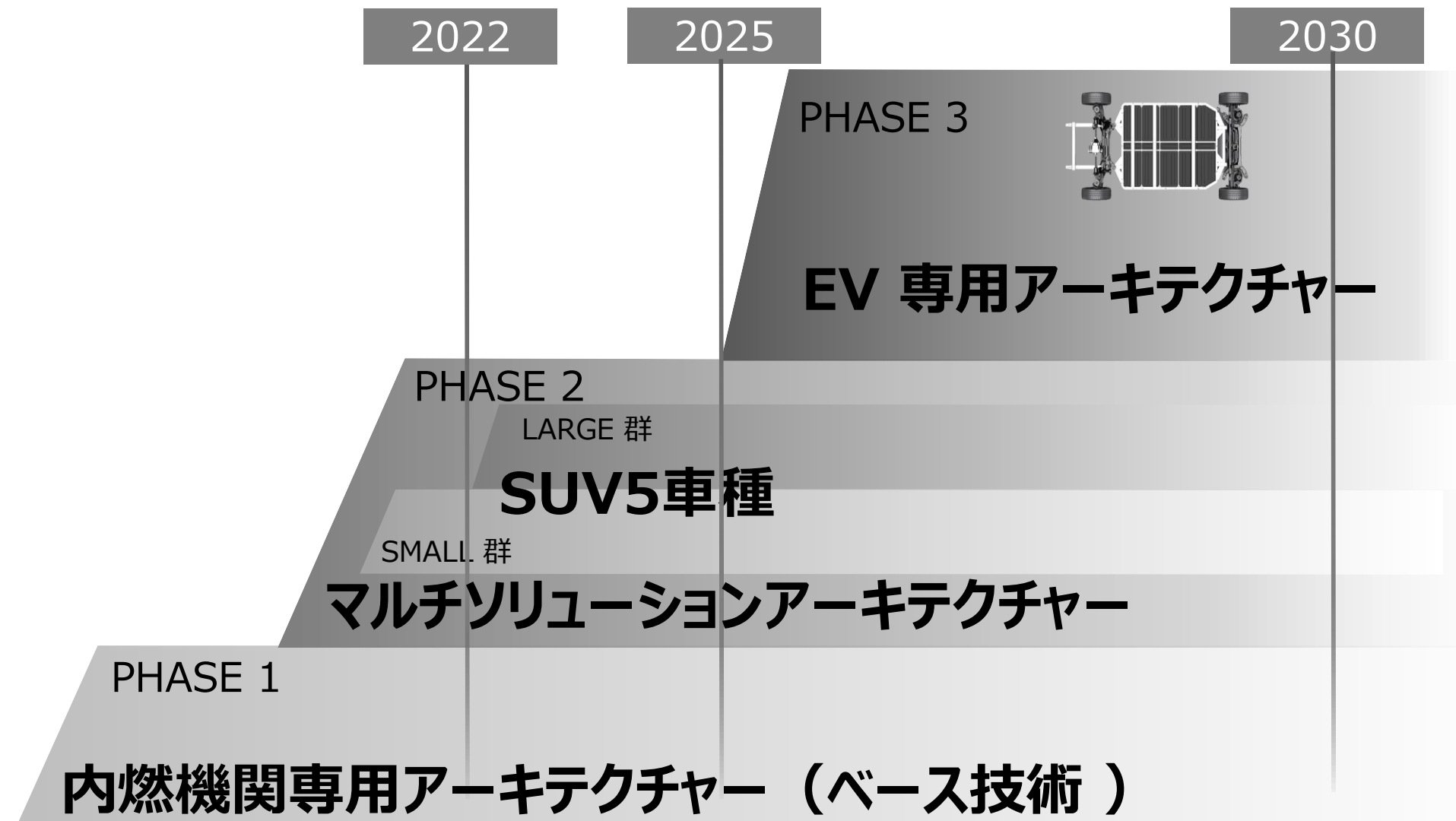


EUROPEAN MARKET



マルチソリューションの重要性

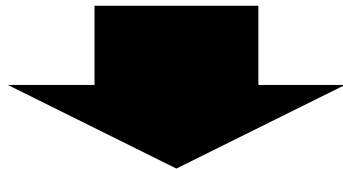
マルチソリューションアーキテクチャー = 利益の源泉



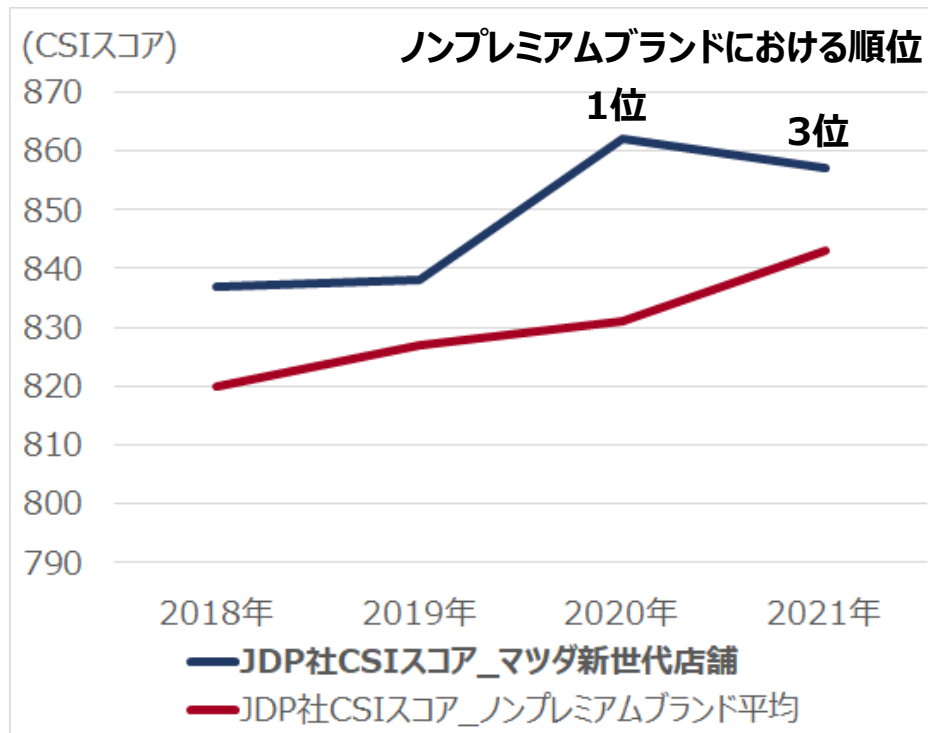
顧客体験の進捗 … 米国（1）

成長基盤投資完了

- ネットワーク改革
- 販売金融
- マーケティング改革



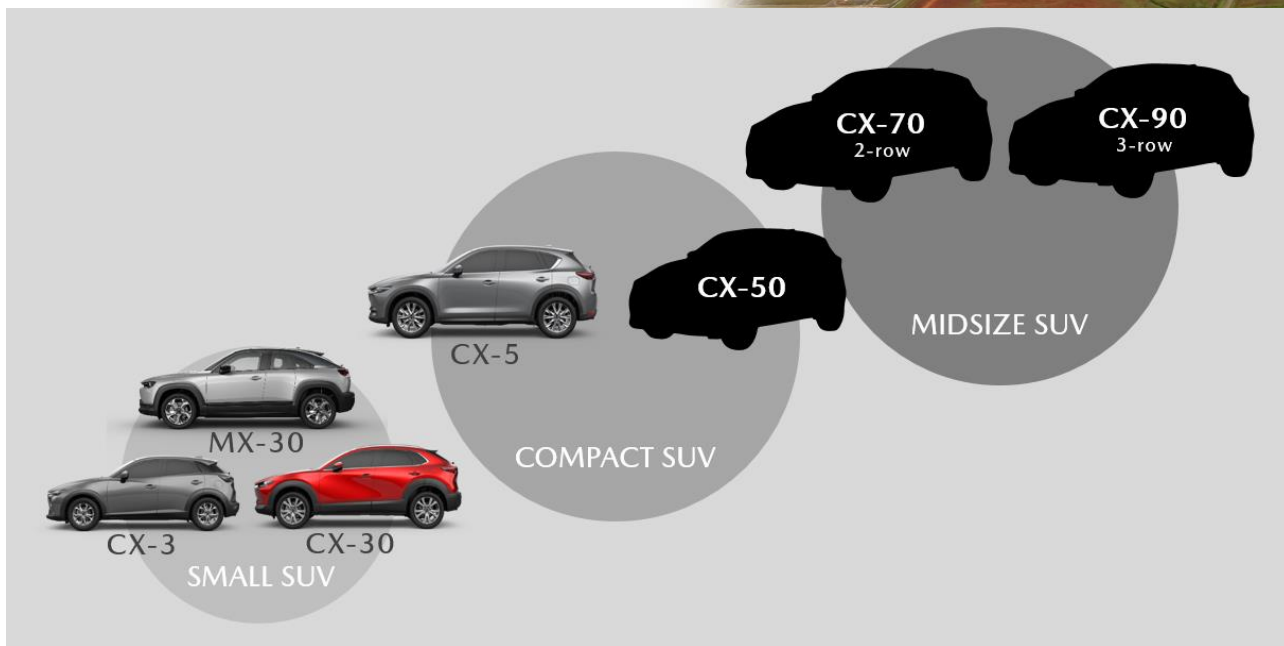
- お客様との絆
- ディーラーとの信頼関係



※JDパワー社の調査結果を弊社にて編集

顧客体験の進捗 … 米国（2）

商品群拡充 = CX-50 CX-70 CX-90



顧客体験の進捗 ... 中国

合併会社統合 = 顧客体験向上と成長の基盤

長安マツダ

一汽マツダ

新生 長安マツダ



MAZDA3

MAZDA6

CX-30

CX-30 EV

CX-4

CX-5

CX-8

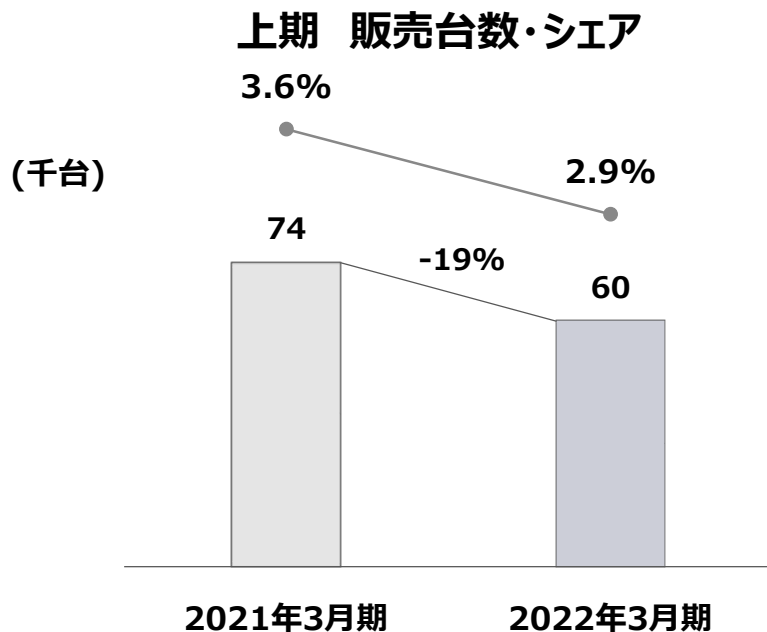


添付

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 通期	2022年3月期 上期	対前期末 増減
キャッシュフロー			
- 営業	1,201	370	-
- 投資	-789	-620	-
- フリーC/F	412	-250	-
現金及び現金同等物	7,388	8,139	+751
有利子負債	7,559	8,598	+1,039
ネット・キャッシュ	-171	-459	-288
総資産	29,174	28,763	-411
自己資本	11,817	12,040	+223
自己資本比率	41 %	42 %	+1 pts

日本

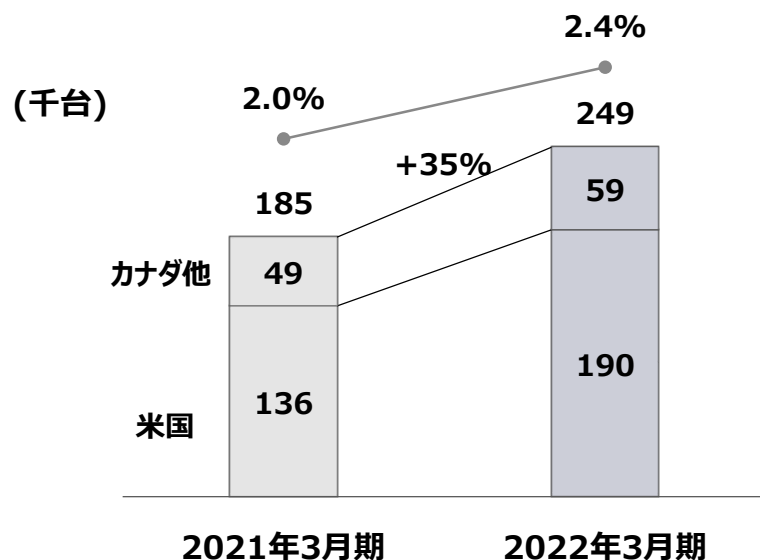


- 販売台数は、対前年19%減の6万台
- シェアは対前年0.7pts減の2.9%、登録車シェアは同1.1pts減の3.5%
- 生産減による供給不足の影響もあり販売台数が減少
- ディーゼルエンジン制御プログラムの最新化サービスを提供開始、力強く伸びやかな加速が好評価
- 無料web会員サービス「CLUB MAZDA」の提供を開始

北米



上期 販売台数・米国シェア

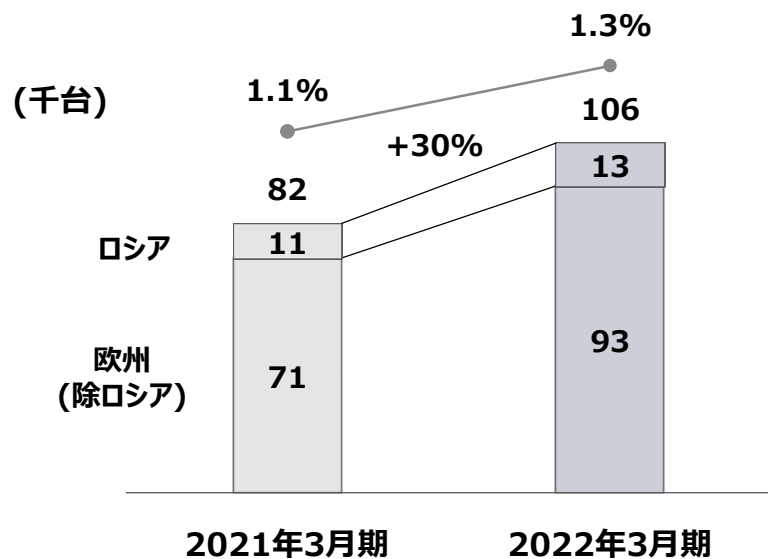


- 販売台数は、対前年35%増の24万9千台
- 米国:対前年40%増の19万台
 - 上期として'95年以来最高の販売台数、シェアは対前年0.5pts増の2.4%
 - 高収益且つ好調なモデルを優先して生産、高い回転率での効率的な販売を継続
 - 市場動向・供給状況に応じて販売費用を抑制、台当たり収益を継続的に改善
- カナダ:対前年23%増の3万7千台
- メキシコ:対前年11%増の2万台

欧州

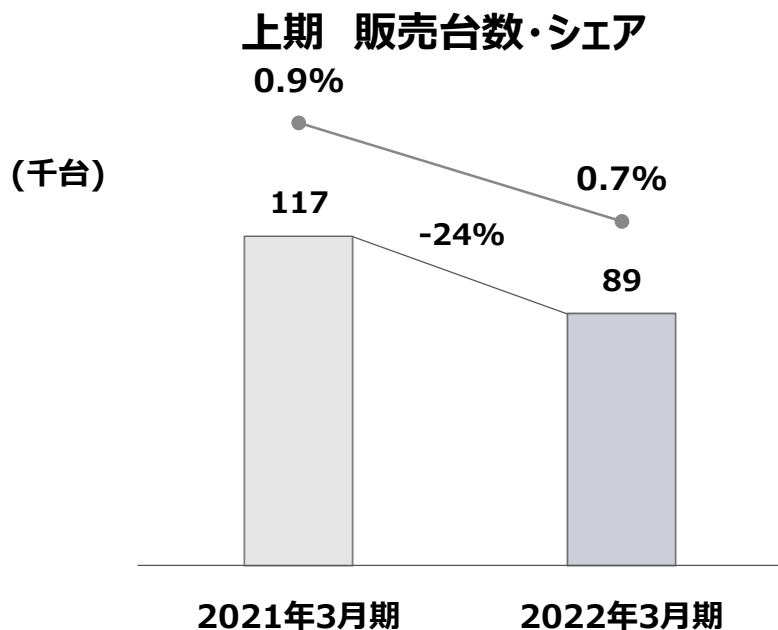


上期 販売台数・シェア



- 販売台数は、対前年30%増の10万6千台
- シェアは対前年0.2pts増の1.3%
- 前年からの需要回復に伴い、販売台数が増加
- ドイツ:対前年27%増の2万4千台
- 英国:対前年43%増の1万7千台
- ロシア:対前年23%増の1万3千台

中国

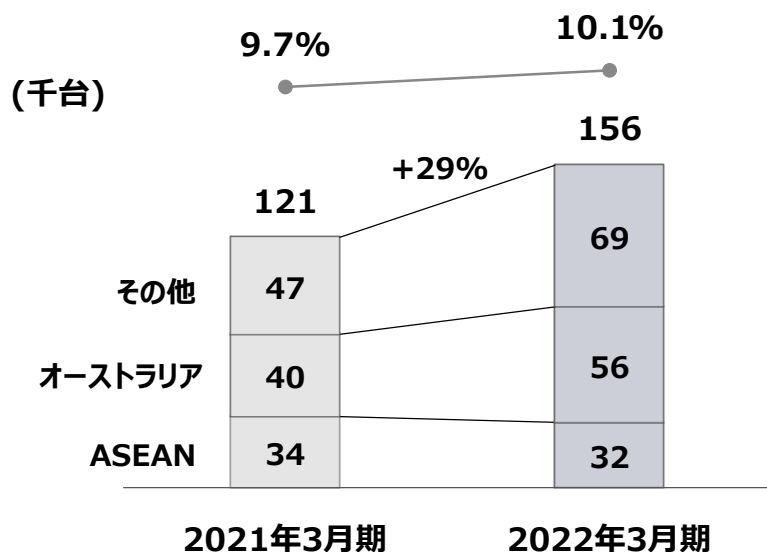


- 販売台数は、対前年24%減の8万9千台
- シェアは対前年0.1pts減の0.7%
- CX-4/CX-5など主要モデルが対前年で台数減少
- 最量販車種のMAZDA3は堅調な販売を継続
- 現地パートナーと協働で開発したCX-30 EVを9月より発売

その他市場



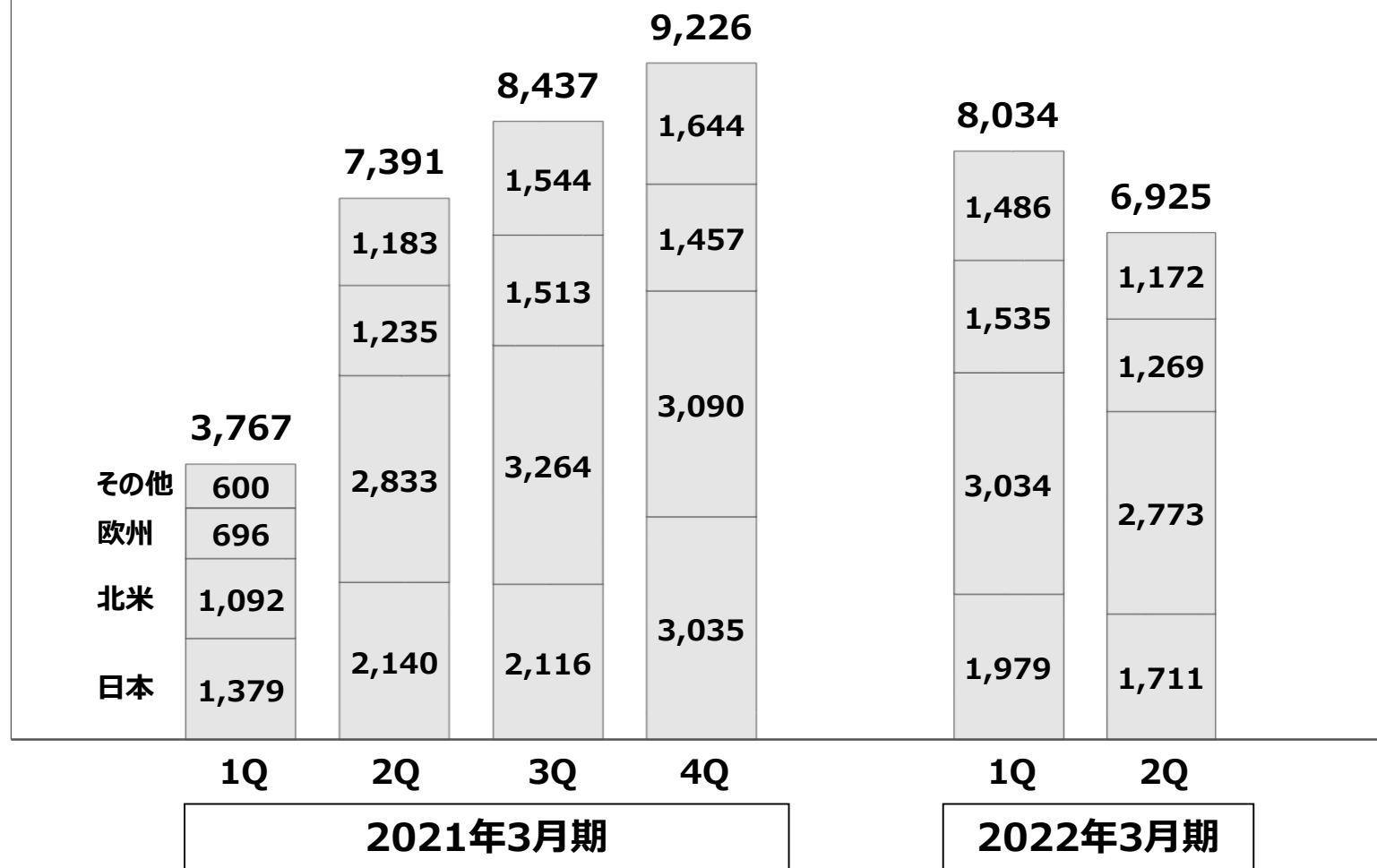
上期 販売台数・豪州シェア



- 販売台数は、対前年29%増の15万6千台
- オーストラリア:対前年40%増の5万6千台
 - シェアは対前年0.4pts増の10.1%
 - CX-5/CX-8/CX-30などクロスオーバーSUVとBT-50を中心に台数増加、シェアアップを達成
- ASEAN:対前年8%減の3万2千台
 - ロックダウンなどにより7-9月の販売台数が急減
 - タイ:対前年6%減の1万5千台
 - ベトナム:対前年27%減の7千台

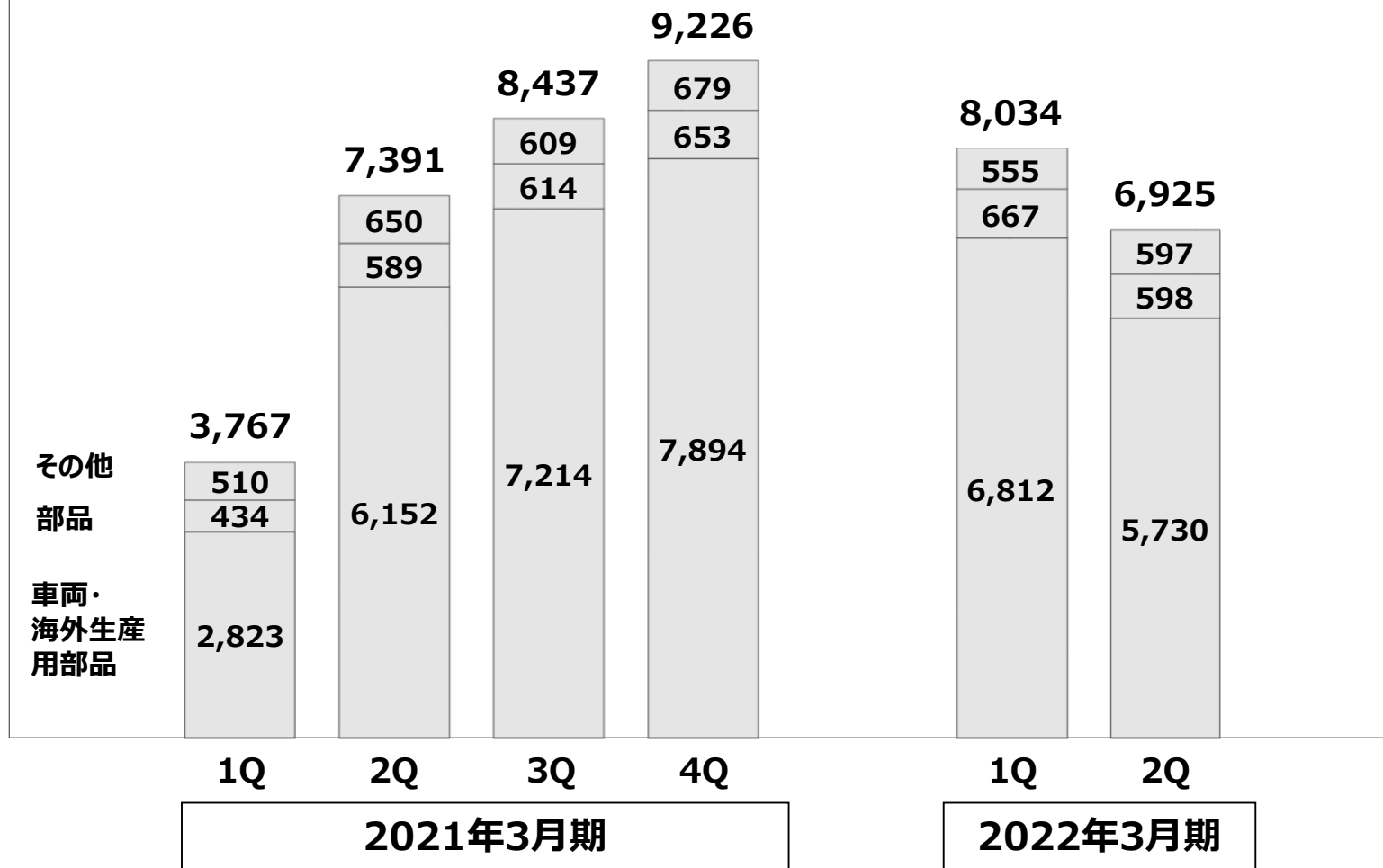
売上高 所在地別

(億円)



売上高 製品別

(億円)



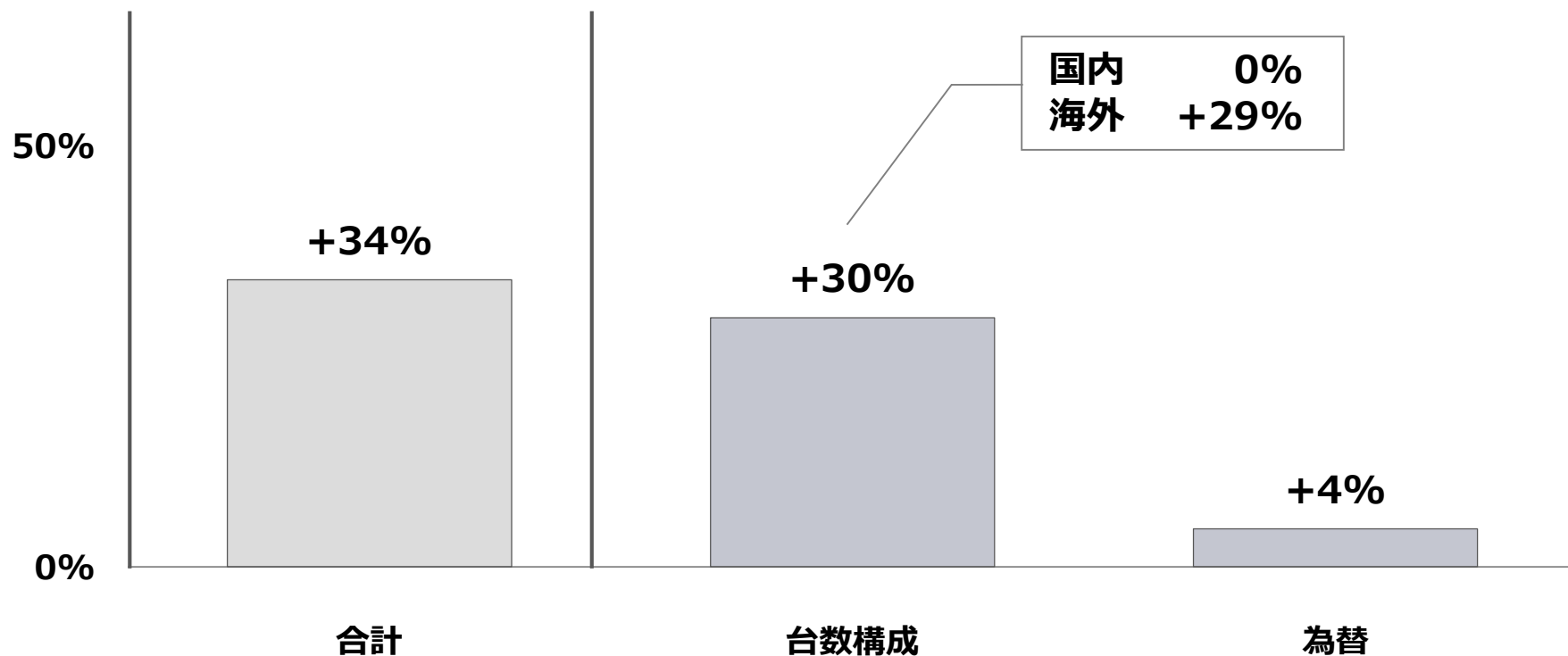
売上高変動内訳（6ヵ月累計）

2022年3月期 上期 対前年比較

(億円)

2022年3月期 14,959

2021年3月期 11,158

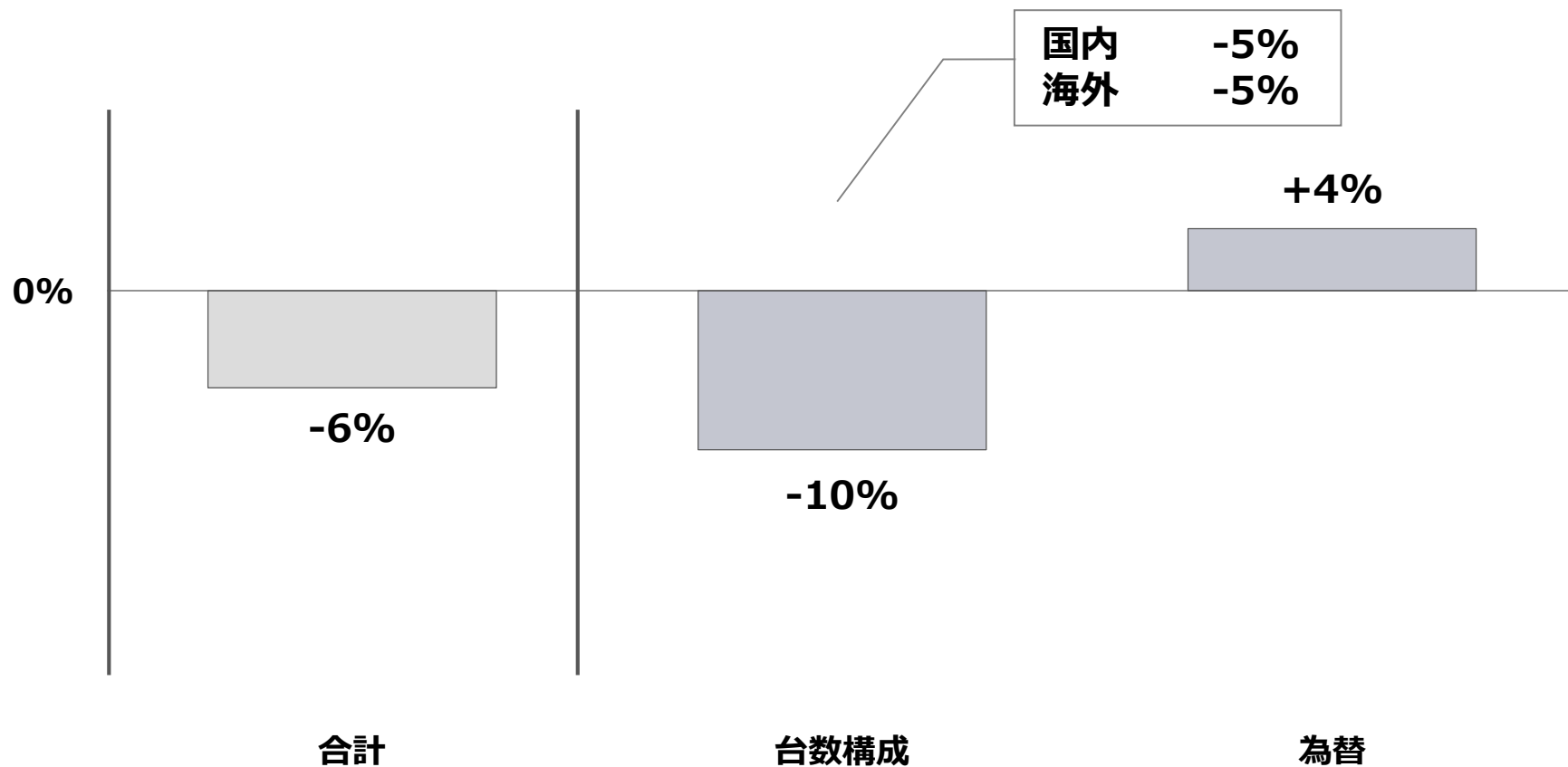


売上高変動内訳（3ヵ月）

2022年3月期 第2四半期 対前年比較

(億円)

2022年3月期 6,925
2021年3月期 7,391

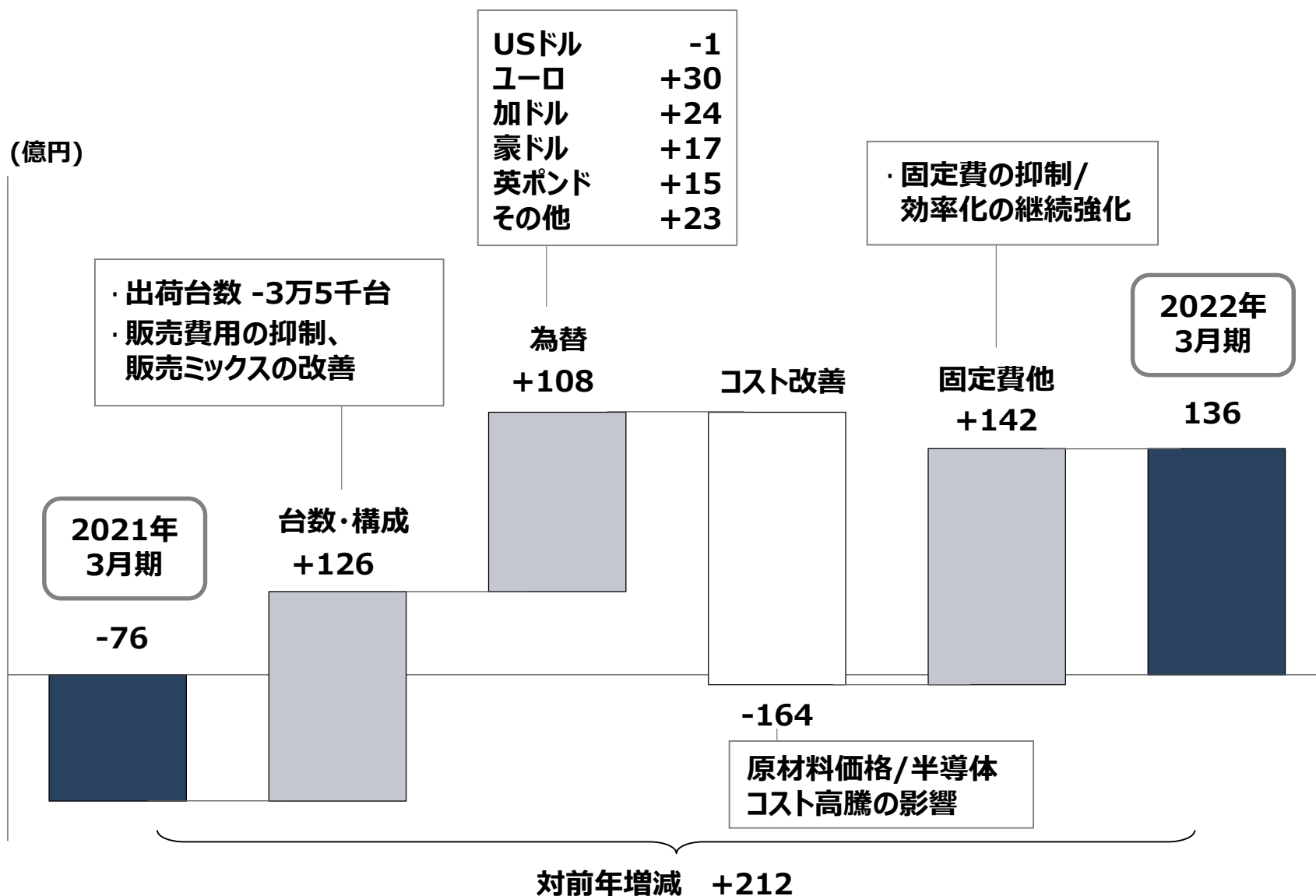


2022年3月期 財務指標（3ヵ月）

(億円)	第2四半期		増減	
	2021年 3月期	2022年 3月期	対前年	
売上高	7,391	6,925	-466	-6%
営業利益	-76	136	+212	-
経常利益	-115	74	+189	-
税引前利益	-124	105	+229	-
当期純利益	-263	125	+388	-
売上高営業利益率	-1.0%	2.0%	+3.0 pts	
EPS (円)	-41.8	19.8	+61.6	
為替レート (円)				
USドル	106	110	+4	
ユーロ	124	130	+6	
連結出荷台数 (千台)	255	220	-35	-14%

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を示す

2022年3月期 第2四半期 営業利益変動要因（対前年比較）



2022年3月期 連結出荷台数

(千台) 連結出荷台数	2022年3月期					対前年 増減			対期初公表 増減
	第1四半期	第2四半期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
日本	38	31	69	93	162	-4	0	-4	-23
北米	101	88	190	209	399	+48	-23	+25	-12
欧州	50	41	90	83	173	+24	-23	+1	-48
その他市場	72	60	132	165	296	+44	-26	+18	-22
合計	261	220	481	550	1,030	+112 +31%	-72 -12%	+41 +4%	-105 -9%
米国	77	72	149	154	303	+42	-11	+31	+3

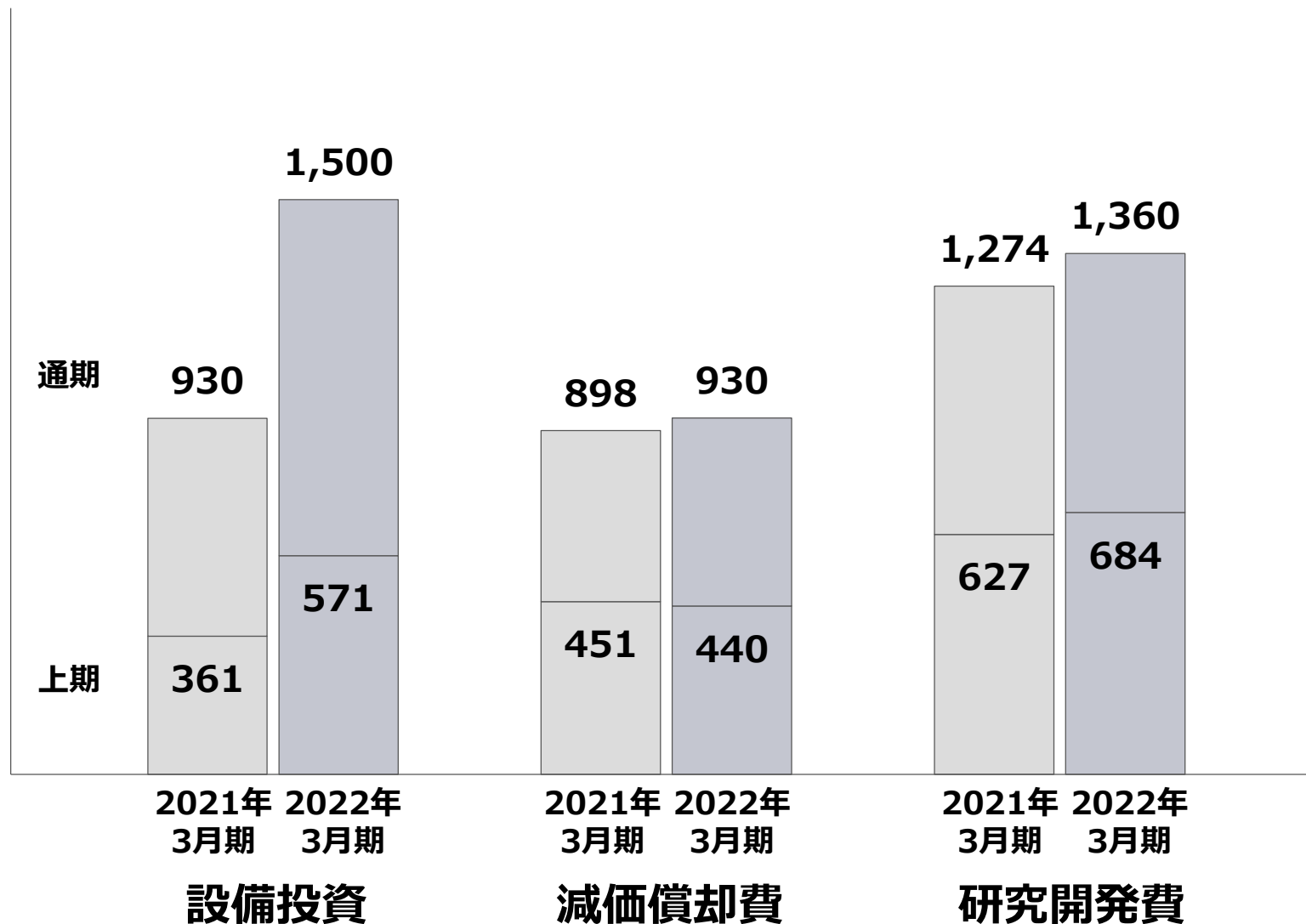
*連結出荷台数については、当第1四半期連結会計期間より、収益認識基準等の適用に併せて、国内販売子会社の収益認識時点を納車時点に変更しております。

為替レート

(円)	2022年3月期			対前年 増減			対期初公表 増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
USドル	110	112	111	+3	+7	+5	+2
ユーロ	131	131	131	+10	+5	+7	+2
カナダドル	88	89	89	+10	+7	+8	+3
オーストラリアドル	83	82	82	+9	+3	+6	-2
英ポンド	152	153	153	+17	+11	+14	+2

主要データ

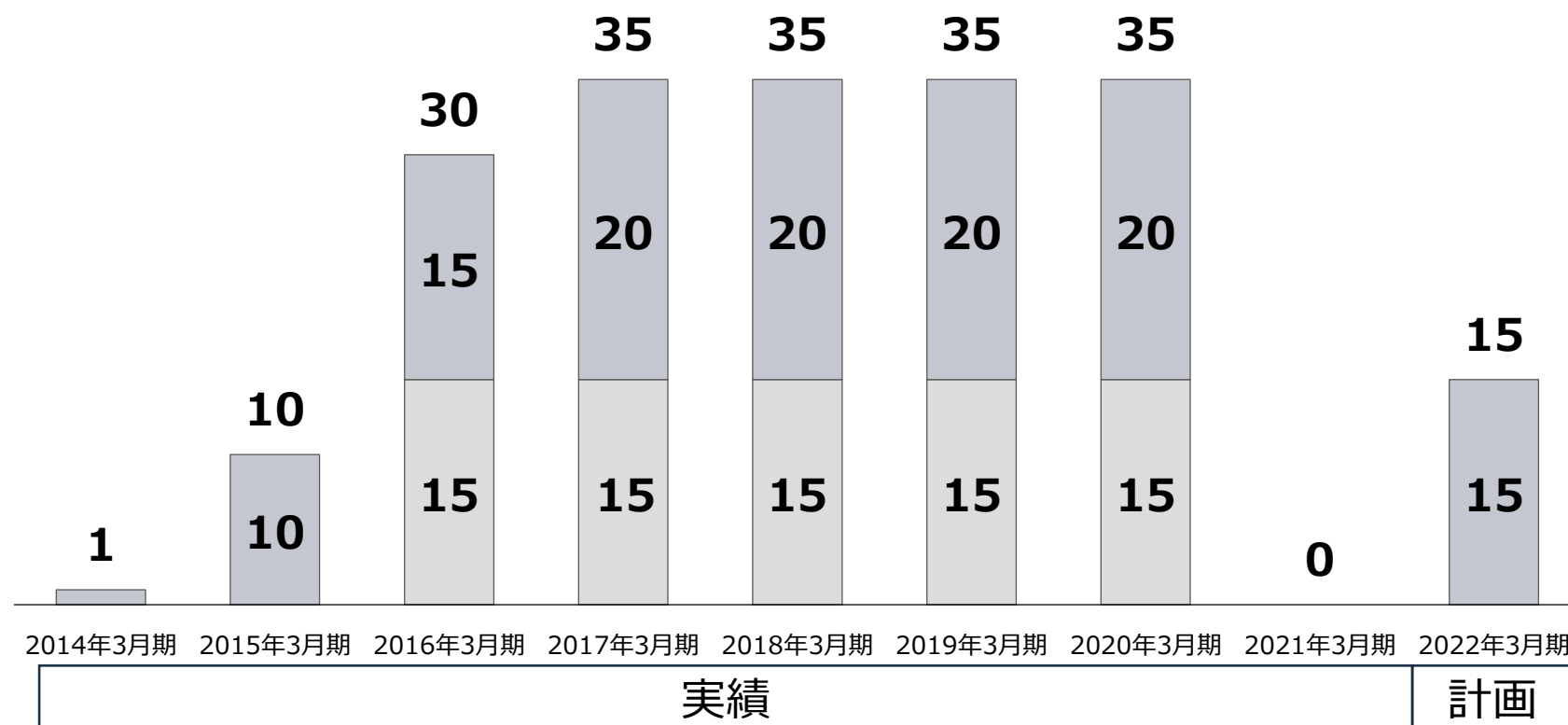
(億円)



配当について

一株当たり配当金 (円)

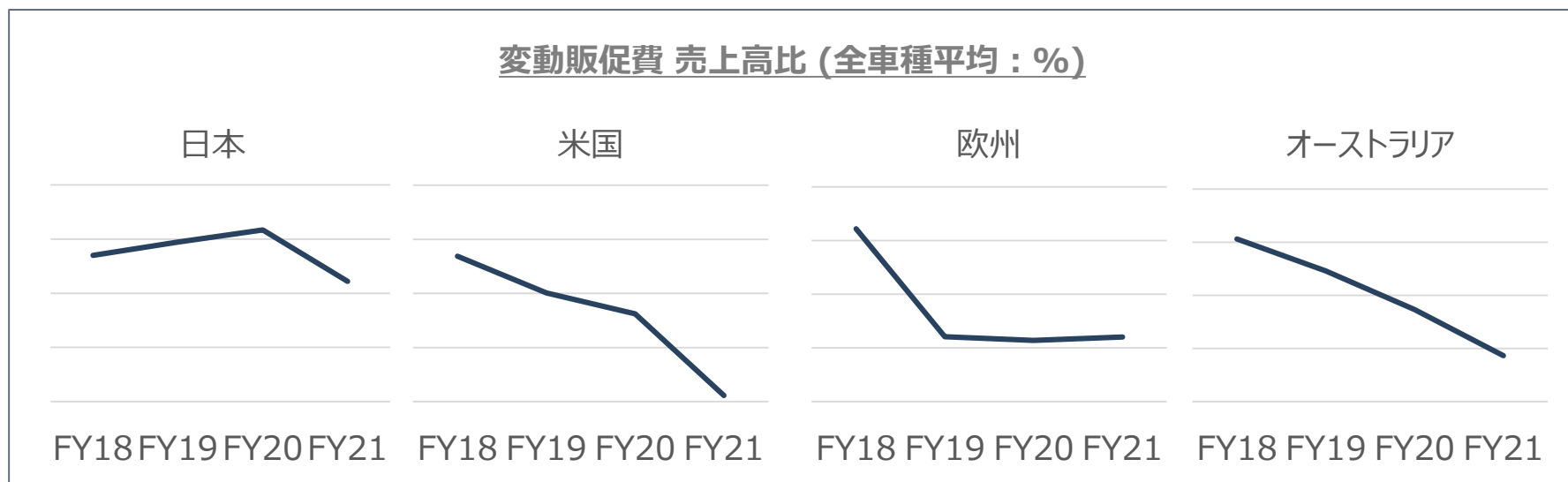
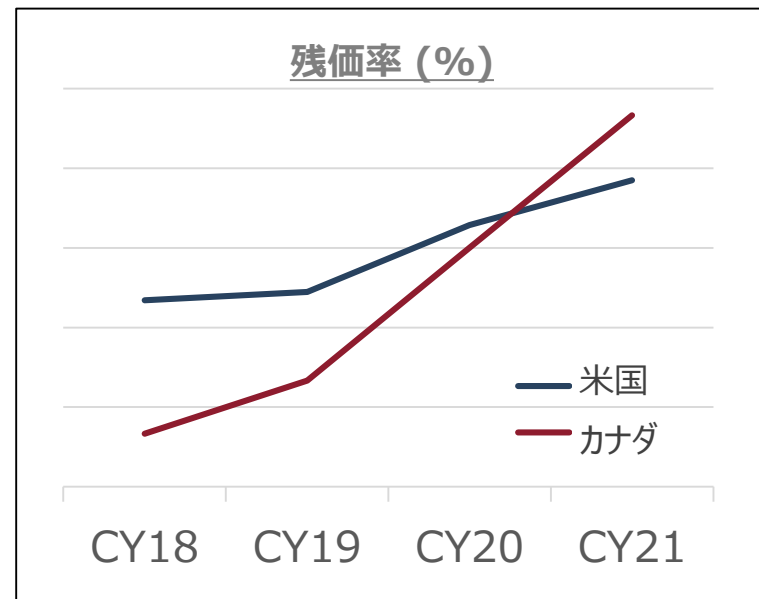
■ 中間 ■ 期末



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。

変動販促費の改善

- 残価改善とトレードサイクル強化
- ネットワーク改編とマージン政策
- ディーラー教育の徹底
- リーンな在庫マネジメント

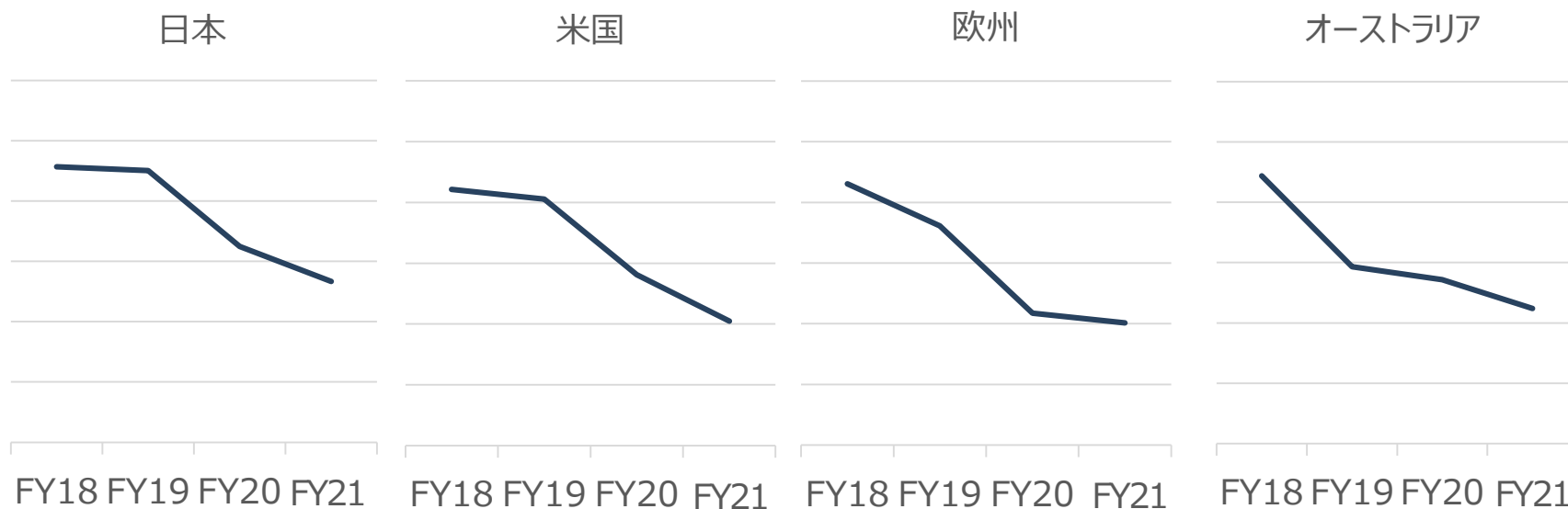


固定販促費の削減

■ パーソナルコミュニケーション手法とデジタル化を加速

■ トレードサイクルマネジメントを通じたロイヤリティ向上

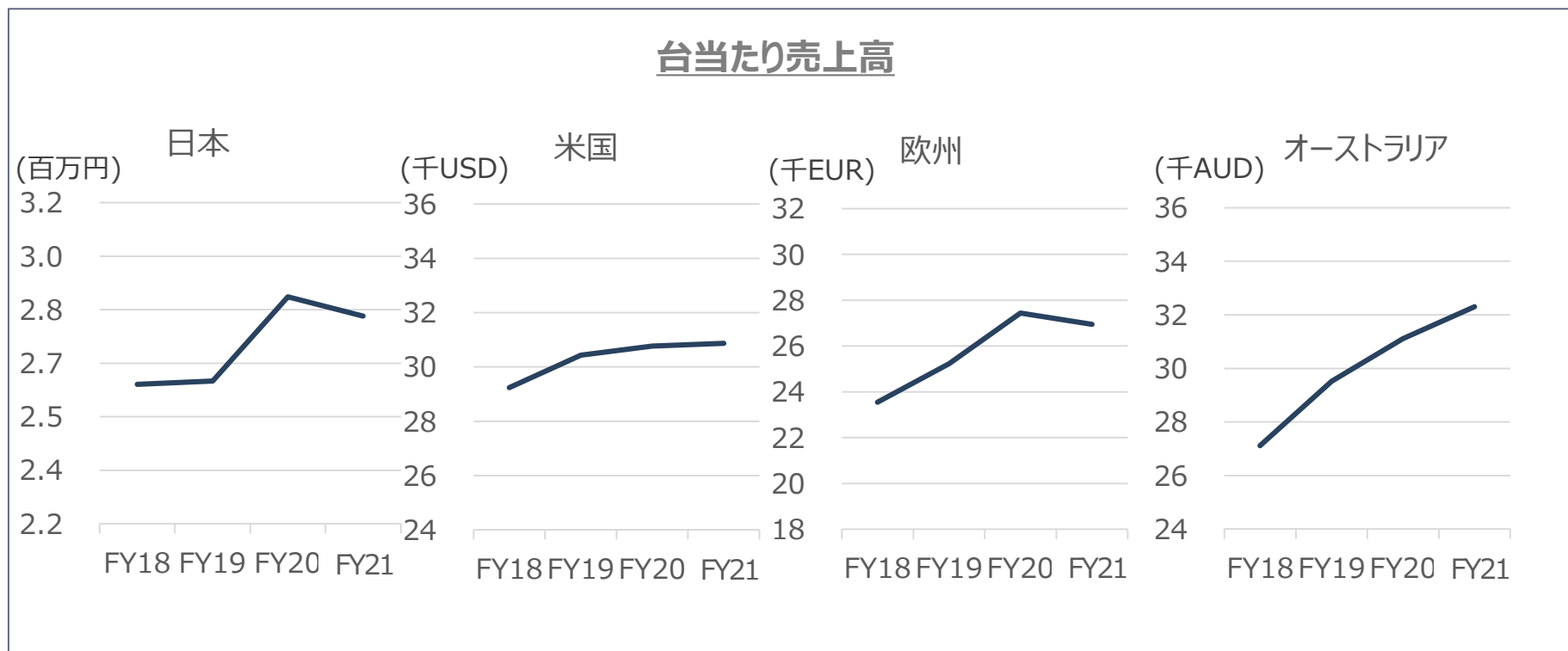
固定販促費 売上高比 (全車種平均 : %)



台当たり売上高の改善

■ クロスオーバーモデルの販売比率および上級機種のミックスの改善

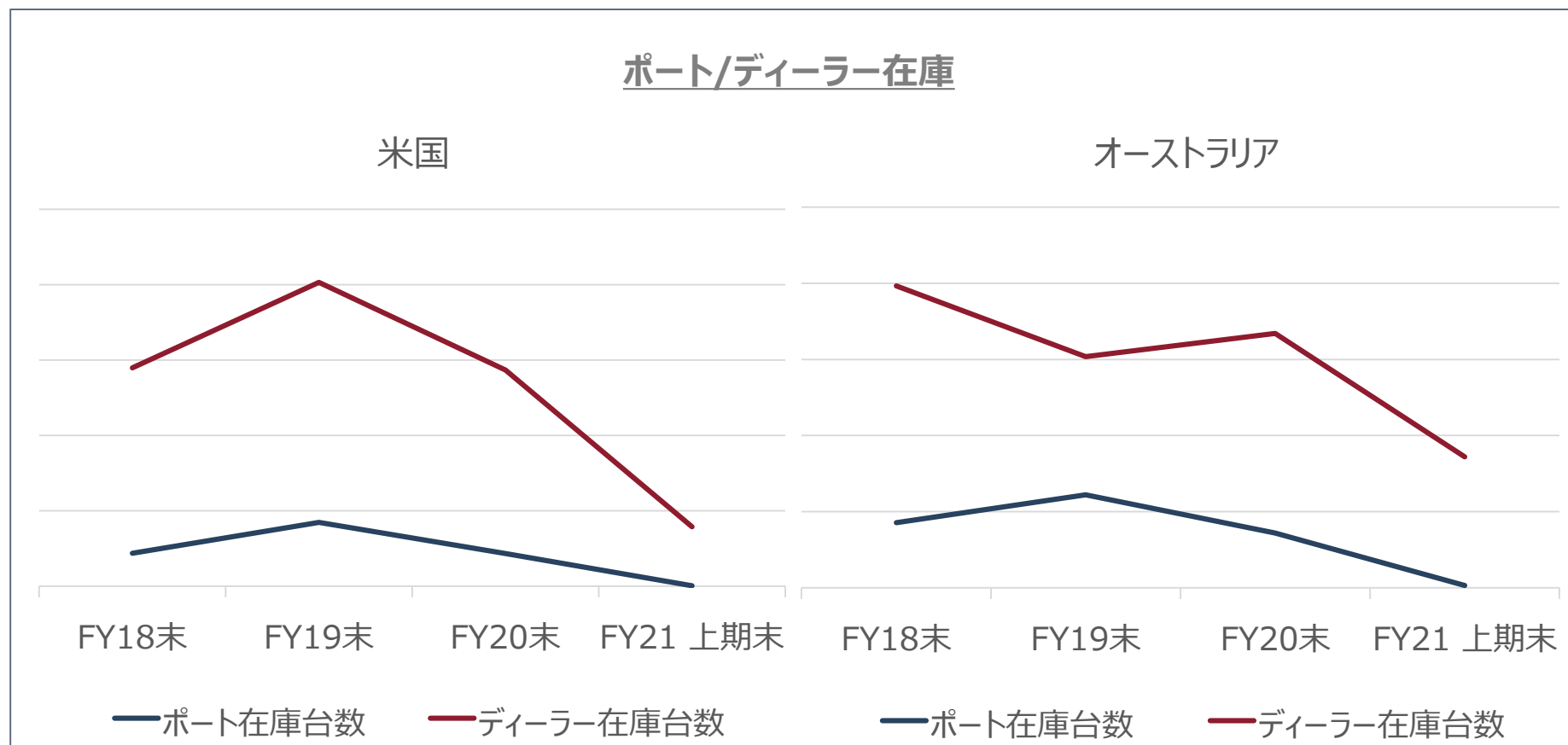
■ 個別車種ごとの販売価格の段階的な引き上げ



在庫回転率の向上

■ 生産/販売/在庫の見える化

■ 米国ではディーラー在庫状況に応じた適正配分を実施



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。