



mazda

2011年3月期 第2四半期 決算説明会



マツダ 靱(SHINARI)

マツダ株式会社
2010年10月29日

1

本日の説明内容

- 総括
- 2011年3月期 第2四半期累計実績
- 2011年3月期 見通し
- まとめ



2



総括

3

第2四半期累計実績 ハイライト

- ➔ 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
- ➔ 売上高及び全ての利益レベルで期初見通しを過達
- ➔ フリーキャッシュフローは238億円の黒字
- ➔ グローバル販売台数は対前年 8万2千台、14%増加の65万9千台と、期初見通しを過達
- ➔ Mazda2/デミオ、Mazda3、Mazda6、CX-7など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シェアアップ
- ➔ 日本に7月導入の新型プレマシーは出足好調
- ➔ AAT製Mazda2は、アセアン諸国などで高い評価を得て大幅な販売増に貢献
- ➔ 中国ではMazda3の生産を移管し、好調な販売をサポートする体制を構築
- ➔ 主要国でブランド価値向上を継続・強化

4

通期見通し ハイライト

- ➔ 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
- ➔ 台数・構成の改善及び全ての領域でのコスト改善により、主要通貨の円高による400億円を超える悪化を最小化
- ➔ フリーキャッシュフローの黒字計画に変更無し
- ➔ グローバル販売台数は対前年 12万7千台、11%増加の132万台と、期初から5万台上方修正
- ➔ 日本に引き続き新型Mazda5を下期よりグローバルに導入。販売増に貢献
- ➔ アセアン諸国などでの更なる販売増に対応するため、オーストラリア向けMazda2をAATから国内へ生産移管
- ➔ 次世代技術SKYACTIVを発表
- ➔ 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

5



2011年3月期 第2四半期累計実績

6

2011年3月期 財務指標

(億円)	第2四半期累計		増/(減)	
	2011年3月期	2010年3月期	対前年	対4月公表
売上高	11,577	9,903	1,674	277
営業利益	122	(221)	343	22
経常利益	208	(296)	504	128
税引前利益	169	(316)	485	139
当期純利益	55	(208)	263	45
売上高営業利益率	1.1	(2.2) %	3.3	0.2 Pts
EPS(円/1株)	3.1	(15.9)	19.0	2.6

7

キャッシュフロー及び純有利子負債

(億円)	第2四半期累計		2010年 3月期 通期	改善/(悪化)	
	2011年 3月期	2010年 3月期		対前年 同期	対 前期末
フリーキャッシュフロー	238	102	674	-	-
純有利子負債	3,591	5,216	3,758	1,625	167
純有利子負債 自己資本比率	72 %	129 %	74 %	57 Pts	2 Pts

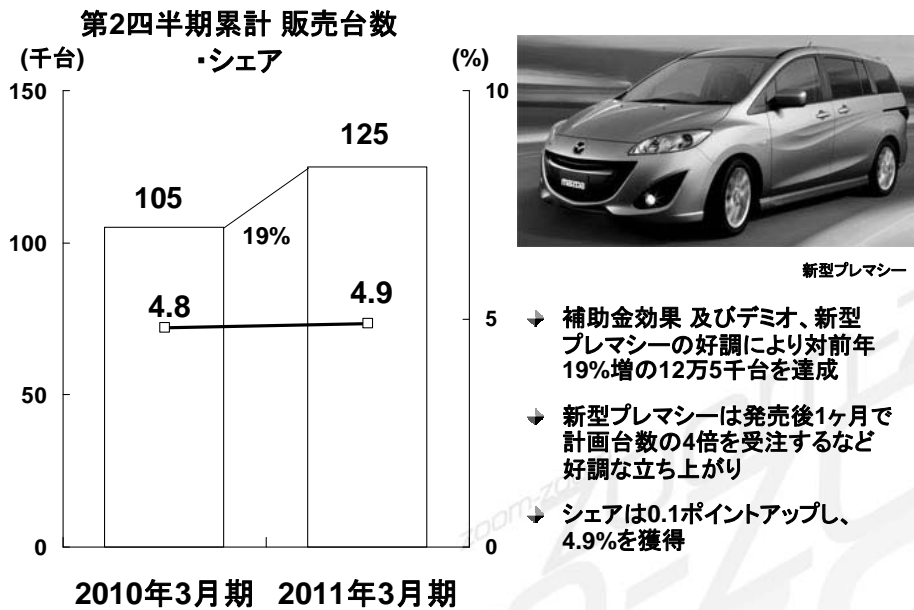
8

主要データ

	第2四半期累計		増/(減)	
	2011年 3月期	2010年 3月期	対前年	対4月公表 台数
グローバル販売台数 (千台)				
日本	125	105	19 %	(1)
北米	177	158	12	(4)
内 米国	119	106	12	(5)
欧州	108	123	(13)	(10)
中国	112	85	31	4
その他市場	137	106	31	12
合計	659	577	14 %	1
為替レート				
US\$ / 円	89	96	(7)	(1)
€ / 円	114	133	(19)	(11)

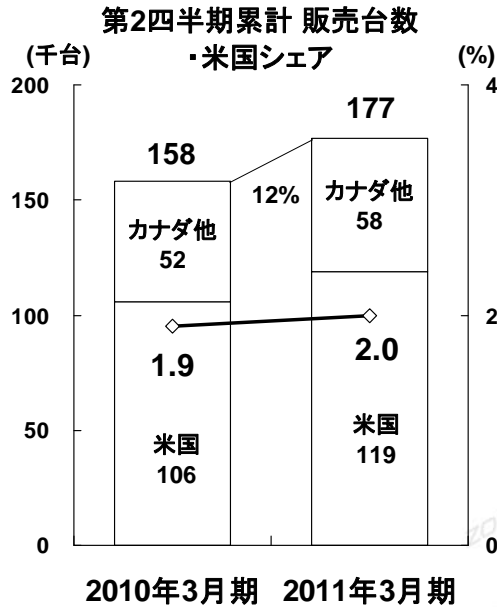
9

日本



10

北米

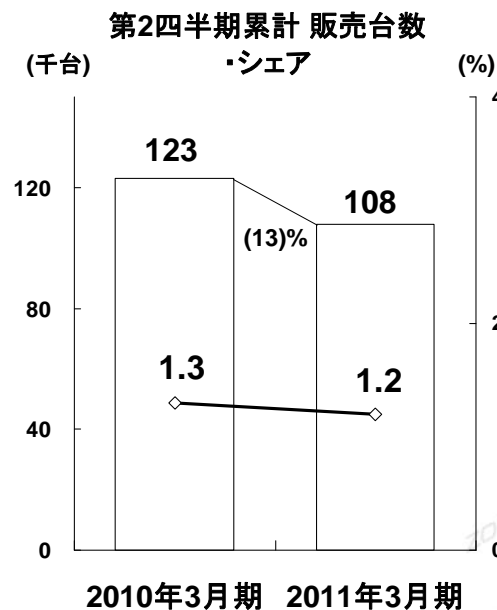


Mazda2

- ➔ Mazda3に加えCX-7、CX-9の好調により対前年12%増の17万7千台を達成
- ➔ フリート比率、インセンティブ抑制などブランド価値向上の方針は堅持、米国のMazda3、Mazda6、CX-9の残存価値はセグメントトップクラス
- ➔ 8月よりMazda2を米国、カナダに本格導入
- ➔ 米国でのシェアは対前年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、メキシコでも過去最高の台数及びシェアを獲得

11

欧州

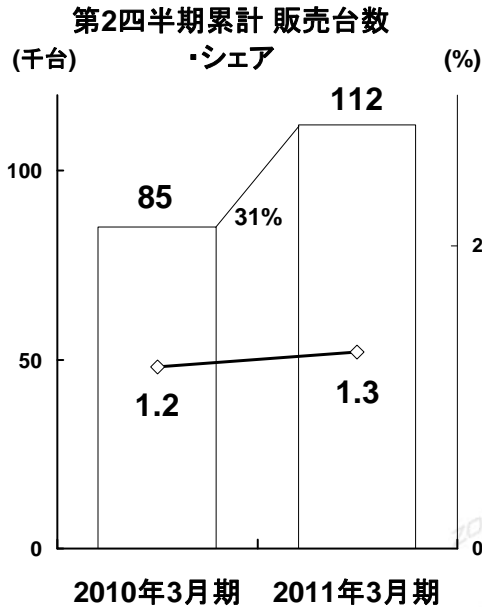


Mazda CX-7

- ➔ 販売台数は総需要減の影響により対前年13%減の10万8千台
- ➔ インセンティブの抑制、及び小売へのフォーカス(フリート比率の低下)により、ブランド価値向上を継続
- ➔ ロシアは需要回復に加え商品力強化により、第2四半期から前年を上回る販売を達成

12

中国

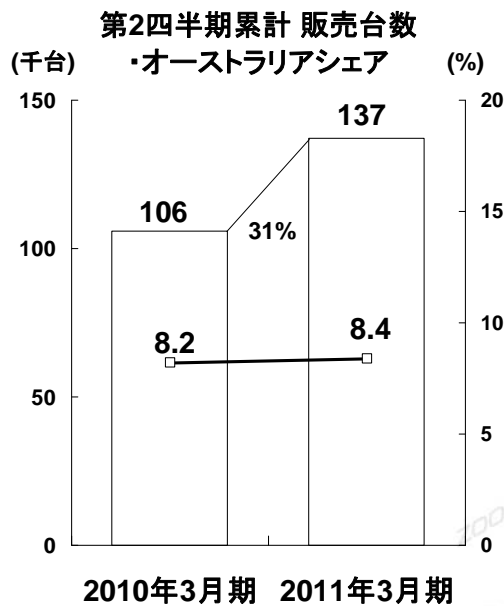


Mazda3

- ➔ Mazda6を始め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
- ➔ Mazda3の生産を重慶から南京に移管し、需要増に対応
- ➔ 販売網も300店舗の達成に向け順調に拡大
- ➔ シェアも対前年0.1ポイントアップの1.3%を獲得

13

その他市場



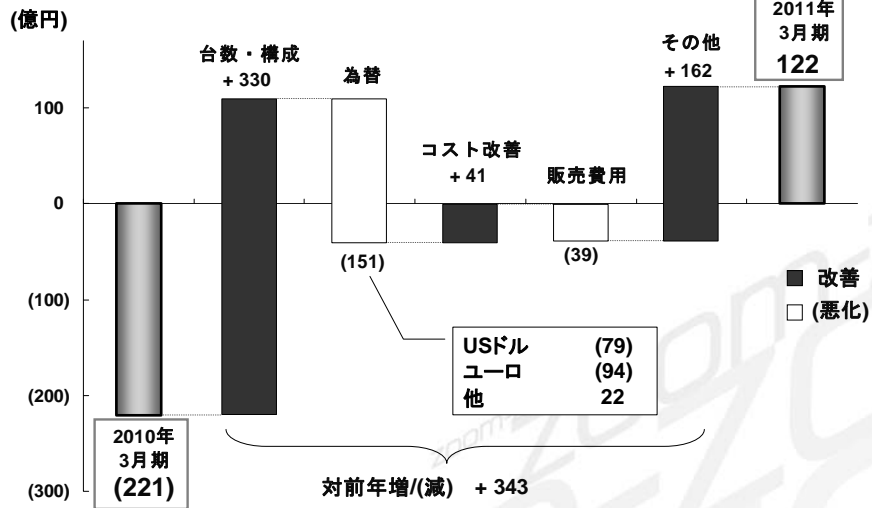
Mazda2 セダン AAT生産車両

- ➔ その他市場全体で31%増の13万7千台を達成
- ➔ オーストラリアでは、過去最高の販売台数及びシェアを獲得
- ➔ 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
- ➔ 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

14

営業利益変動

2011年3月期第2四半期累計 対前年比較



15



2011年3月期 見通し

16

2011年3月期 財務指標

(億円)	通期		増/(減)	
	2011年 3月期	2010年 3月期	対前年	対4月公表
売上高	23,000	21,639	1,361	300
営業利益	250	95	155	(50)
経常利益	360	46	314	70
税引前利益	270	(73)	343	60
当期純利益	60	(65)	125	10
売上高営業利益率	1.1	0.4 %	0.7	(0.2) pts
EPS(円/1株)	3.4	(4.3)	7.7	0.6

17

主要データ

	通期		増/(減)	
	2011年 3月期	2010年 3月期	対前年	対4月公表 台数
グローバル販売台数(千台)				
日本	215	221	(3) %	5
北米	358	307	17	0
内 米国	246	210	17	(4)
欧州	218	239	(9)	(8)
中国	252	196	29	22
その他	277	230	20	31
合計	1,320	1,193	11 %	50
為替レート				
US\$ / 円	85	93	(8)	(5)
€/ 円	114	131	(17)	(11)

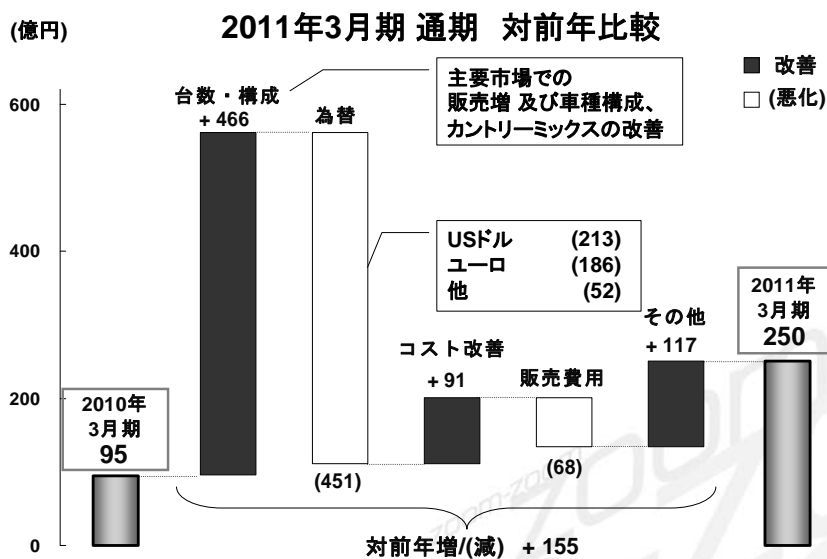
18

マーケットサマリー

- ➔ 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て販売活動を強化
- ➔ ブランド価値向上の方針は堅持し、「つながり革新」をグローバルに実施
- ➔ 各マーケット毎の取り組み：
 - ・ 日本: 補助金終了後の販売を支えるための販促策を実施
 - ・ 北米: Mazda2、新型Mazda5を投入し、顧客層を拡大
高い残存価値を武器に販売拡大
 - ・ 欧州: 重点国に資源を投入、新型Mazda5の導入に加え、
需要回復傾向のロシアでの販売強化
 - ・ 中国: 販売網の拡大、既存車種の好調、及び新型車の
投入により販売拡大
 - ・ その他市場: オーストラリア、アセアン市場などでMazda2
の販売を更に強化

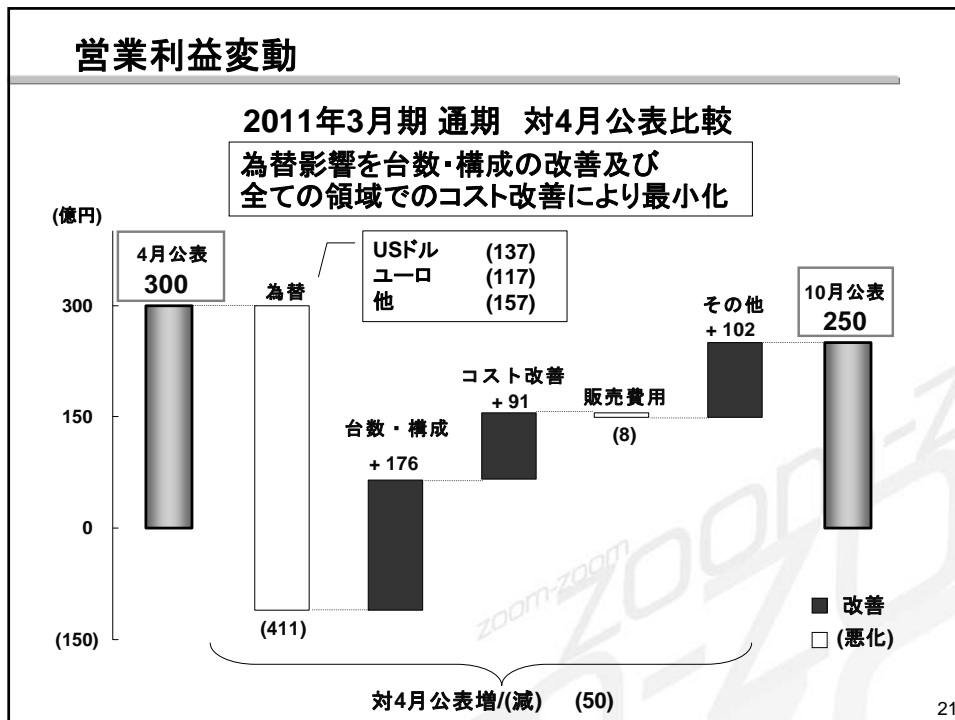
19

営業利益変動



20

営業利益変動



総括

- ➡ 上期は売上高及び全ての利益レベルで期初見通しを過達
- ➡ 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、主要国でシェアアップ
- ➡ 通期では台数・構成の改善、及び全ての領域でのコスト改善により、主要通貨の円高による400億円を超える悪化を最小化。営業利益は250億円の見込み
- ➡ 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
- ➡ ブランド価値向上を継続
- ➡ 中国ではMazda3の生産を移管。需要増に対応した、更なる供給能力拡大を検討
- ➡ AAT製Mazda2の導入成功など新興国への取り組みも順調
- ➡ 次世代技術SKYACTIVを発表
- ➡ 来年前半、次世代直噴ガソリンエンジンをデミオに搭載し、燃費30km/L (10・15モード) を実現予定

22

まとめ

- ➔ 今期は、急激な円高による400億円を超える悪化を最小化するため、台数・構成の改善、及び全ての領域でのコスト改善を実施
- ➔ 中長期施策の枠組みは着実に進展
 - ブランドロイヤリティ向上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
 - 一括企画とフレキシブル生産構想に基づいた、モノ造り革新の推進による、更なるコスト構造の改善
 - 世界一の高圧縮比を実現した「SKYACTIV-G」など次世代技術を搭載した、次世代商品を順次投入
 - 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順調
- ➔ 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

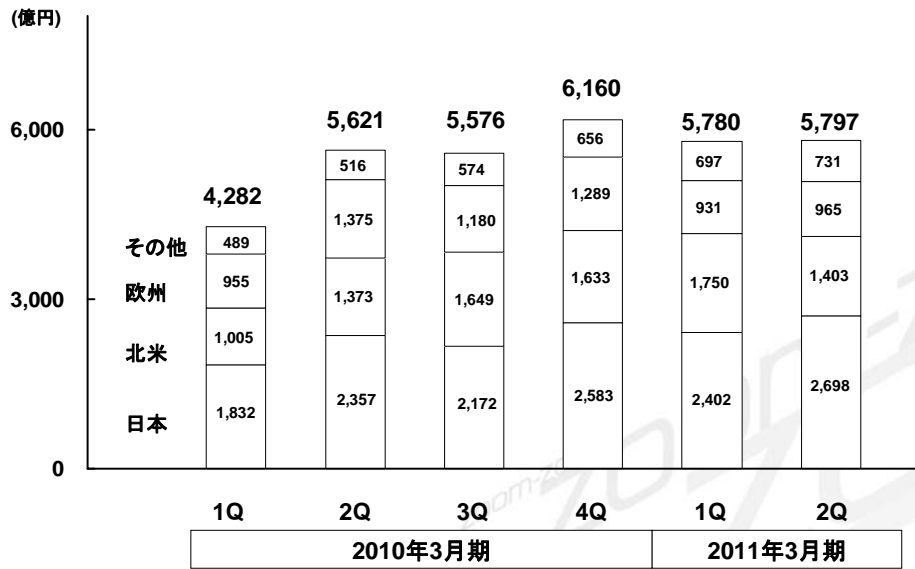
23



添付

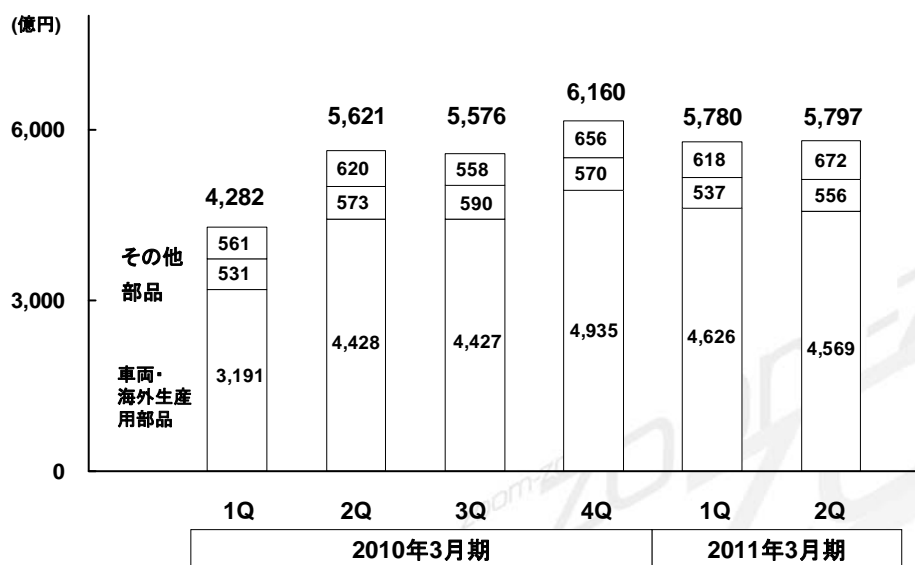
24

売上高 所在地別



25

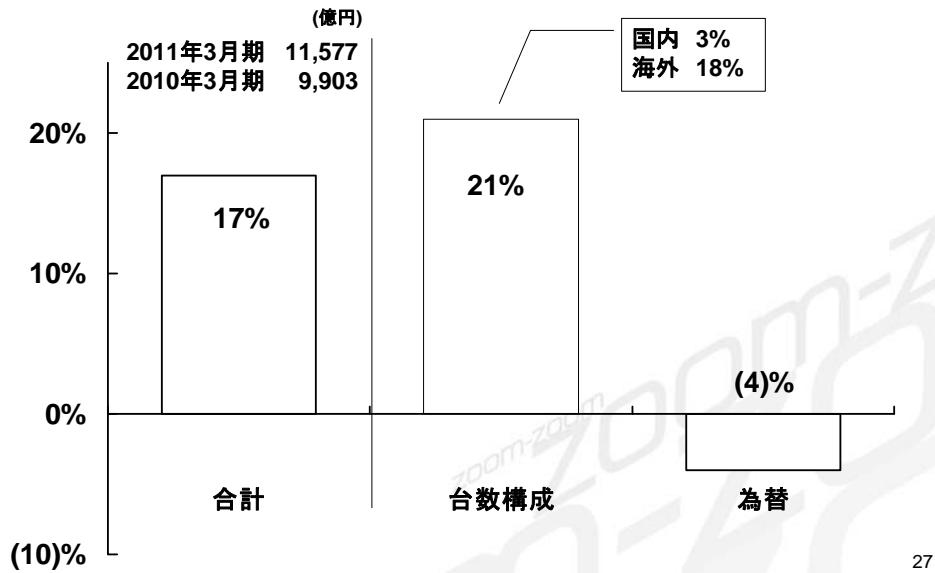
売上高 製品別



26

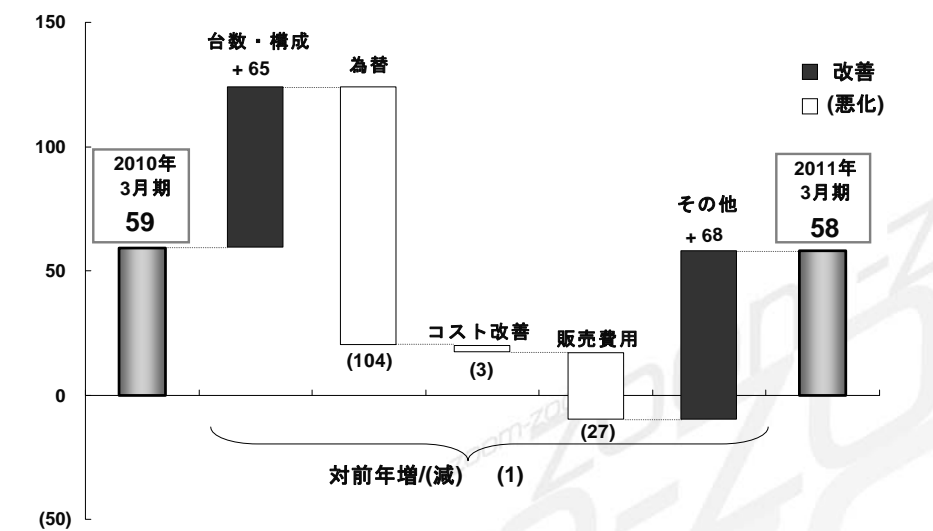
売上高変動内訳

2011年3月期 第2四半期累計 対前年比較



営業利益変動

2011年3月期 第2四半期 対前年比較



主要データ

	第2四半期		増/(減)	
	2011年 3月期	2010年 3月期	台数	YOY(%)
グローバル販売台数 (千台)				
日本	73	64	9	14 %
北米	87	84	3	4
欧州	54	64	(10)	(17)
中国	59	44	15	34
その他市場	69	58	11	22
合計	342	314	28	9 %
連結出荷台数 (千台)				
日本	71	63	8	15 %
北米	87	73	14	19
欧州	46	66	(20)	(30)
中国	6	3	3	126
その他市場	72	45	27	56
合計	282	250	32	13 %
為替レート				
US\$ / 円	86	94	(8)	
€ / 円	111	134	(23)	

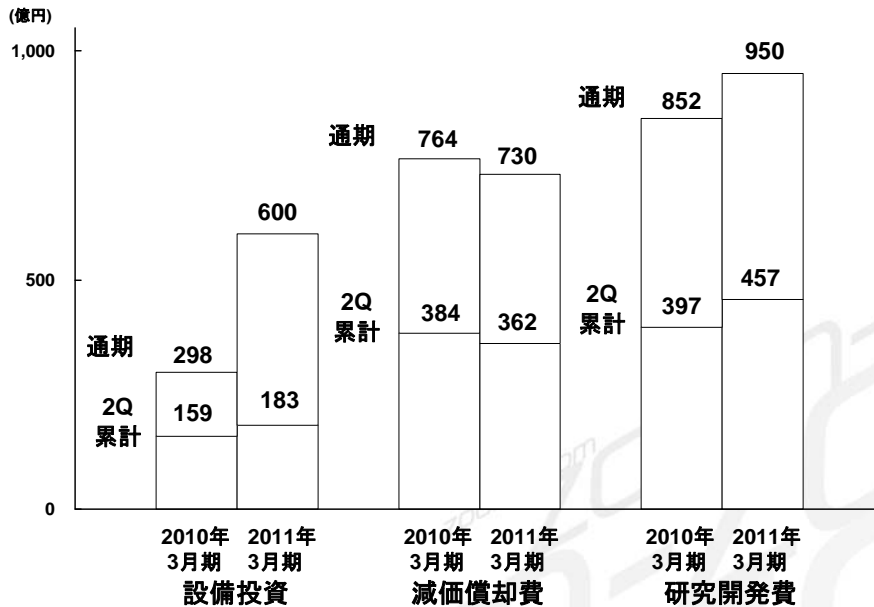
29

主要データ

	2011年3月期			増/(減)			対4月 公表
				対前年			
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
グローバル販売台数 (千台)							
日本	125	90	215	20	(26)	(6)	5
北米	177	181	358	19	32	51	0
欧州	108	110	218	(15)	(6)	(21)	(8)
中国	112	140	252	27	29	56	22
その他市場	137	140	277	31	16	47	31
合計	659	661	1,320	82	45	127	50
連結出荷台数 (千台)							
日本	125	91	216	20	(23)	(3)	5
北米	181	202	383	55	24	79	19
欧州	90	112	202	(19)	(6)	(25)	(18)
中国	12	10	22	7	0	7	2
その他市場	142	137	279	56	25	81	39
合計	550	552	1,102	119	20	139	47
為替レート							
US\$ / 円	89	82	85	(7)	(8)	(8)	(5)
€ / 円	114	115	114	(19)	(14)	(17)	(11)

30

主要データ



31

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。

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。

32