

2011年4月28日

(ご参考)

マツダ株式会社
2011年3月期 通期決算説明会
(スピーチ要旨)

代表取締役会長 社長兼CEO

山内 孝

最初に、この度の東日本大震災で、亡くなられた方々のご冥福をお祈りするとともに、被災された方々、関係の皆様にご心よりお見舞い申し上げます。

マツダでは、東北地方復興支援のため、震災直後に対策本部を立ち上げ、「対象地域支援チーム」を設置し、様々な被災者、被災地支援を実施しています。

また、原発事故に伴う風評被害のリスクに対しても、いち早く検討を開始し、対応策を実行しています。被災地をはじめ、全世界のお客様に一刻も早く、車両やサービスパーツをお届けするため、本格安定生産に向けてグループを挙げて取り組んでまいります。そしてそのことが、被災地のご支援にもなり、且つステークホルダーの皆様のご期待に応える道であると信じています。

1. 総括

2011年3月期の売上高は前年を上回る2兆3,257億円、営業利益は前年比2.5倍の238億円、経常利益は同8倍の369億円と増収増益を達成しました。震災影響がありながら、営業利益は、ほぼ2月公表どおり、経常利益では公表を上回る利益を達成いたしました。特別損失として、北米事業の事業損失への引当85億円および震災による国内販社の店舗の毀損や、国内工場の操業停止影響52億円を計上しました。また、繰延税金資産の一部取り崩しを行い、これらの影響により、当期純損失は600億円となりました。フリーキャッシュフローについては、16億円の黒字を達成しました。

なお、2011年3月期の期末配当については、当期の業績を鑑み、誠に遺憾ながら見送らせて頂く予定です。

販売面では、引き続き好調を維持しています。需要減の日本・欧州を除く主要地域で前年を大幅に上回り、8万台、7%増加の127万3千台を達成しました。車種別では、Mazda2、Mazda3、Mazda6などの主力車種が好調な販売を牽引しています。また、グローバルに導入した新型Mazda5も高い評価をいただき、販売の上乗せに貢献してくれています。SUVも好調な販売を続けています。CX-7、CX-9は導入以来、4年以上を経っていますが、当期で過去最高の販売台数を達成しました。CX-9は、「2008北米トラック・オブ・ザ・イヤー」を獲得するなど、北米で高い評価を得て安定した販売を続けています。CX-7はフェイスリフトを契機に、北米、オーストラリアで販売が拡大しています。さらに、欧州ではディーゼルエンジン車投入が高い評価を得て、ドイツなどでシェア拡大に貢献しています。地域別では、オーストラリアおよび新興国での販売が引き続き拡大しています。オーストラリア、タイ、メキシコでは過去最高となる販売台数及びシェアを獲得しました。また、中国、タイ、メキシコ、インドネシア、マレー

シア、チリで過去最高の販売台数を達成するなど、新興国での販売も順調です。

続いて、2012年3月期のハイライトを説明します。工場操業の現状は後ほどご説明しますが、本格安定生産に向けて、お取引先様と一体となった活動を総力挙げて取り組んでいます。今期も引き続き競合力ある商品と、我々の財産である販売網・顧客基盤により、主要地域での販売モメンタムを継続し、好調な販売を予想しています。また、主要国でのブランド価値も着実に向上しています。昨年来の急激な円高及び新興国に対する施策にも、着手しています。そして今期は、「SKYACTIV元年」としてSKYACTIV TECHNOLOGYの導入を実施いたします。その第一弾として、「SKYACTIV-G」を搭載し、燃費リッター30kmとZoom-Zoomな走りを実現するデミオを日本に市場導入いたします。また、将来に向けての環境対応も手をゆるめる事なく、実行してまいります。業績見通しは、今後の経営環境が不透明なため、本日の公表は差し控えさせていただき、後日、できるだけ早い段階での公表をお約束させていただきます。

震災影響および現時点の生産体制についてご説明いたします。

まず、震災後の生産状況は、3月14日の夜勤操業から操業を停止しましたが、3月22日から仕掛在庫部品を活用した車両、補修用部品及び海外生産用部品の生産を一時的に再開いたしました。この結果、3月の本社工場および防府工場における影響台数は4万6千台となり、当期の国内生産台数は、86万7千台となりました。その後、4月4日からは、納入可能な部品を使用し、本社および防府の2工場生産を再開しています。4月13日からは連続操業を開始し、4月13日以降の稼働率は、5割から7割まで回復することができました。

AAIを始め海外の生産工場では、定時操業を維持しています。本社、防府両工場において、3月22日から可能な範囲で海外生産用部品の生産を再開するなど、海外生産拠点の操業維持に向けて、鋭意努力しています。現時点、ただちに操業を停止する状況ではないと認識していますが、今後も状況を注視してまいります。

また、サービス部品に関しても、グローバルにその在庫状況を把握しながら、お客様にご不便をおかけすることなく供給できるよう対応しています。現在のところ、供給体制は平常時の水準に回復しつつあります。

今後の見通しとして、国内では5月、6月に稼働率7割から8割程度、さらに下期では、国内外の本格安定生産を見込んでいます。早期復旧を目指し、できるだけ早いタイミングでの稼働率の向上を図り、お客様のご要望にお応えして行く所存です。

代表取締役 副社長執行役員兼CFO

尾崎 清

2. 2011年3月期実績

2011年3月期は、震災の影響もありましたが、売上高は対前年で7%増加しました。また営業利益は対前年で152%増加、経常利益も694%増加となりました。また、営業利益、経常利益ともほぼ2月公表どおりの実績となりました。

営業利益の前年に対する143億円の改善は急激な円高や震災による減益影響はありましたが、主要地域での販売増、さらに、全ての領域でのコスト改善を推進することにより達成いたしました。

当期のフリーキャッシュフローは、16億円の黒字となりました。

また、現金及び現金同等物の期末残高は3,228億円と、十分な手元流動性を確保しています。

純有利子負債は、前期末に対し56億円減少の3,702億円となりました。

自己資本比率は、繰延税金資産の一部取り崩し等がありましたが、24%を維持しています。

グローバル販売台数は前年に対し7%増加の127万3千台、連結出荷台数は14%増加の110万台となりました。補助金終了後の需要減影響が大きかった日本や、需要が大きく減少している欧州を除き、主要市場で前期を上回る販売を達成いたしました。Mazda2、Mazda3、Mazda6、CX-7、CX-9など好調な主力車種が販売を牽引しました。

為替レートは平均で、1ドル 86円、1ユーロ 113円でした。

各主要市場の販売実績をご説明いたします。

まず日本ですが、新型プレマシーの導入成功やデミオの好調により、シェアは前年と同レベルの4.5%を維持しています。新型プレマシーは、7月の導入以降、目標を上回る販売台数を達成しています。

通期販売台数については、補助金の終了による下期の需要減や、3月の需要期における震災影響により、20万6千台となりました。

北米では、当期導入したMazda2の上乗せに加え、CX-7、CX-9の好調により、前年を12%上回る34万2千台を達成しています。米国では、前年を13%上回る販売を達成し、0.1ポイントアップの2%のシェアを獲得いたしました。また、CX-9は米国ALG社の2011年セグメント最高残存価値賞を受賞するなど商品への評価も高く、販売成長にも貢献しています。メキシコでは、好調なMazda3が販売を牽引し、過去最高の台数およびシェアを獲得いたしました。

欧州ではロシアを除く主要国での総需要減の影響により21万2千台の販売となりました。新型Mazda5は、先行導入したガソリン車に続き、1月よりディーゼル車を本格導入し、ドイツなどで前年を上回る販売台数およびセグメントシェアを獲得しています。ドイツではスクラップインセンティブ終了後 需要が低迷している中、好調なMazda5やCX-7が販売を牽引しました。ディーラーネットワークの改善もありシエ

アは1.5%と、前年より0.2ポイント改善しました。ロシアでは需要の回復に加え、商品供給力の改善、Mazda3、Mazda6の特別仕様車の導入などにより、前年を29%上回る販売を達成しています。

中国では、Mazda3およびMazda6など主力車種の好調により、対前年20%増加、過去最高の23万6千台を達成しました。シェアは1.3%を維持しています。販売網の強化も順調に進捗しています。店舗数は312店と前期末に対し48店増加しました。今後の販売網強化は、沿岸の大市場に於けるオープンエリアへの進出と共に、内陸地域での店舗開設も加速します。

その他市場では全体で、対前年20%増の27万7千台を達成しました。オーストラリアではMazda2、Mazda3、CX-7などの主力車種の好調、タイではMazda2の上乗せにより、過去最高の販売台数およびシェアを獲得しています。また、AAT製のMazda2がASEAN諸国で高い評価を得ており、インドネシア、マレーシアでは過去最高の販売台数を達成しました。また、チリでも需要増やMazda2セダンの導入などにより、過去最高の販売台数を達成しました。なお、イスラエルにつきましても、2010年暦年で15年連続シェアナンバーワンを獲得していますが、2011年3月期もシェアナンバーワンを獲得しました。これは通期としては4年連続となります。

連結営業利益の前年に対する改善額143億円の主な要因についてご説明します。

まず台数・構成では、主要市場での主力車種の販売好調により357億円の改善となりました。

次に為替ですが、円高影響によりUSDで207億円の悪化、ユーロでも207億円の悪化、その他通貨の23億円の悪化と合わせて437億円の悪化となりました。変動コスト領域では、112億円の改善となりました。鋼材価格の値上げや市況品の高騰影響がありましたが、それらを上回るコスト改善を実現しました。販売費用は、新型プレマシーや、北米でのMazda2導入などに伴う広告宣伝活動強化により、56億円の費用増となりました。その他費用では、全ての領域でのコスト改善活動を推進し、167億円の改善となりました。なお、台数・構成の変動には震災影響50億円が含まれており、円高影響の437億円に加え、鋼材の値上げ影響など大きな外部要因による悪化がありました。これに対応するため、ブランド価値向上の戦略を維持しながら販売の拡大を図り、同時に全領域でのコスト改善活動を行いました。こうした全社一丸となった経営努力の結果、前年業績を143億円上回る238億円の営業利益を達成することが出来ました。

営業外損益以下、当期純損益までの内訳をご説明いたします。

まず、営業外損益では、持分利益および為替予約の影響などにより131億円の黒字の収支尻となりました。次に、特別損益では北米事業の事業損失への引当および震災による国内版社の店舗の毀損や、国内工場の操業停止影響を計上し、税引前利益は161億円となりました。法人税等では、今回の東日本大震災による来期の業績への影響が不透明であるため、当期において一旦、繰延税金資産の一部567億円を取り崩す事とし、法人税等調整額に計上いたしました。その結果、当期純損失は600億円となりました。

代表取締役会長 社長兼CEO

山内 孝

3. まとめ

ご承知のとおり、このたびの東日本大震災は千年に一度とも言われる震災・津波、原発事故、またこれに起因する電力や放射能の問題など、まさに国家の危機とも言える未曾有の「大規模複合災害」となっていました。この為、自動車業界ではサプライチェーンが寸断されるなど現在でも本格的安定生産の見通しが立っておりません。当期の決算は、このようにかつて経験したことのない極めて不透明な事業環境に鑑み、より保守的な会計処理を行うことと致しました。当期の決算は、繰延税金資産を一部取り崩したことにより当期純損失とはなりましたが、これは震災に起因する「単体の税資産の回収性」の問題でありキャッシュアウトを伴わない一過性の処理となります。一方で、円高・震災の影響はありましたが、連結での事業のパフォーマンスそのものは 売上高・営業利益・経常利益の説明でご理解頂いたように、黒字かつ増収増益基調であり、また、ほぼ公表値どおりの実績となりました。

震災影響による出荷台数の減少がなければ、連結営業利益は前年比3倍の約280億円となります。このように販売面、コスト改善など事業としてのパフォーマンスそのものは変わるところはありません。CX-7、CX-9が過去最高の販売を達成するなど、主力車種の販売好調による成長を継続しています。また、オーストラリアおよび中国、タイ、メキシコなど新興国で、過去最高の販売台数を達成いたしました。従って、一日でも早く本格的安定生産を再開し、好調なモメンタムを維持することが重要だと考えています。

現時点の生産体制は、4月4日から本社および防府の2工場で生産を再開、4月13日からは連続操業を開始し、4月13日以降の稼働率は、5割から7割まで回復することができました。本格安定生産に向け、お取引先様と一体となった活動を最優先課題として取り組み、世界中のお客様の要求に一刻も早く応えていきたいと思っています。今期はSKYACTIV元年です。震災後という困難な状況ではありますが、群を抜く商品力と環境性能を併せ持つSKYACTIV TECHNOLOGY搭載車の導入を確実に進めます。今期の見通しですが、今後の経営環境が不透明なため、本日の公表は差し控えさせていただき、後日できるだけ早い段階での公表をお約束させていただきます。

最後に、今後の取り組みについてご説明いたします。まず、生産対応では、2つの対策を実施いたします。1つめは、お取引先様と連携をとりながら部品の調達状況を確認し、今後の稼働率向上に向けた対策を速やかに実施してまいります。本格安定生産までには時間を要すると思われませんが、考えられるあらゆる対策を講じて稼働率の向上を図り、お客様の要望に応じて行く所存です。

次に、仕向け地および車種構成の改善を図ってまいります。こういった活動を通じ、生産面におけるマイナスインパクトを最小化していきます。

続いて、将来に向けての取り組みです。

まず、2011年から投入する次世代商品群そしてSKYACTIV TECHNOLOGYの開発、生産を確実に実行し、市場導入の成功に向けて、注力します。同時に、従来から進めています「モノ造り革新」による、

機能・品質・コストの同時造りこみを行っていきます。販売面でも「つながり革新」を浸透させ、先進国市場でのブランド価値の更なる向上と新規参入を含む新興市場での販売拡大を加速することで、将来の成長を目指します。また、昨年来の急激な円高への対応として、2つの施策を実施いたします。1つは、開発・生産・調達が一括となった更なる効率化の追求および一括企画とフレキシブル生産の更なる進化による国内拠点のコスト競争力回復に取り組みます。次に、為替変動への柔軟性を確保するために、外貨建決済取引の拡大、海外調達範囲の拡大を推し進めます。新興国への対応も前進しています。まずタイのAATを中心に海外生産の強化・拡大を加速し、更には、成長市場への製販一体となった進出を検討します。

最後に、「本格的な安定生産への早期復旧」が目の前の喫緊の課題ですので、これは各種リスク対応を含め適切に対処いたします。

そして、その先には、今、申し上げたコスト・品質・性能を大きく変える「モノ造り革新」、「新興市場の戦略」、「つながり革新」に加え、SKYACTIV技術を核とする「ビルディングブロック戦略」、「次世代新商品の投入」などの諸施策の成果が、計画どおりブランドを強化し、確実に花開くと考えています。従って、従来からの「成長へのコミットメント」に何ら変更はありません。

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。