

2018年10月31日

(ご参考)

マツダ株式会社
2019年3月期 第2四半期 決算説明会
(スピーチ要旨)

常務執行役員 企画領域統括補佐、財務担当
藤本 哲也

1. 総括

2019年3月期 第2四半期累計のグローバル販売台数は対前年2%増の79万6千台と過去最高の販売となりました。

モデル別ではクロスオーバー系車種の好調な販売モメンタムが継続しており、地域別では日本やASEAN地域などが台数成長を牽引しました。

また、CX-8を日本に引き続いてオーストラリア、ニュージーランドに新たに導入し、順調な滑り出しとなっています。

売上高は1兆7,291億円、営業利益は309億円、当期純利益は244億円となりました。

7月豪雨による販売影響は、在庫活用により最小化をはかりました。

2019年3月期 通期見通しは、グローバル販売台数を161万7千台、営業利益を700億円、当期純利益を500億円に見直しました。

豪雨影響などによる台数減少に加え、為替前提および品質関連費用の見直し等を反映し、通期見通しを修正しました。

2. 2019年3月期 第2四半期累計実績

グローバル販売台数は過去最高の79万6千台を達成しました。

これは、CX-5やCX-8などのクロスオーバー系車種の好調な販売モメンタムの継続および商品改良モデルによる競合力の強化によるものです。

地域別では、日本およびタイやベトナムなどのASEAN地域が台数成長に大きく貢献しました。

主要市場ごとの販売状況について説明します。

日本の販売実績は対前年7%増の10万3千台、登録車シェアは対前年0.4ポイント増の5.2%となりました。

CX-8は幅広いお客様からの支持を受け好調な販売を継続しています。CX-5は前年同水準の高い販売台数を維持しています。

CX-3、アテンザに続いてデミオに商品改良を実施しました。いずれのモデルも順調な立ち上がりとなっています。

北米では22万2千台を販売し、対前年で2%増となりました。うち、米国は前年同水準の15万1千台の販売です。

米国ではセダン系車種の需要が縮小する中で、商品改良を施したMazda6が販売台数維持に貢献しました。また、クロスオーバー系車種では、すべてのモデルが前年を上回る販売となりました。

そのほか、カナダが対前年3%増の4万3千台、メキシコでは、Mazda2の台数増加により対前年10%増の2万8千台となりました。

欧州では対前年2%増の13万5千台の販売でした。CX-5は、対前年20%増の4万6千台の販売と好調に推移しています。

ロシアを除く欧州では、対前年1%減の11万8千台を販売しました。

ドイツでは対前年4%減の3万3千台、英国では前年同水準の1万9千台、スペインでは対前年17%増の1万1千台の販売実績です。

ロシアでは需要の増加を上回る対前年30%増の1万6千台と好調な販売です。

中国では対前年11%減の13万3千台の販売となりました。

米中貿易摩擦などの影響から需要が減速し、販売環境が悪化しました。

相対的に価格競争力が低下したことにより、Mazda3をはじめとする主要モデルの販売が減少となりましたが、商品価値訴求にフォーカスしてブランド価値向上を進めています。

SKYACTIV-X、魂動デザインについての新技術説明会やデザインフォーラムを実施し、ブランド理解の促進を行っています。

また、CX-8を2018年末に導入します。導入準備は計画通り進捗しており、販売モメンタム改善への貢献が期待されます。

その他市場では対前年8%増の20万2千台の販売です。

オーストラリアでは、対前年5%減の5万6千台となりました。販売環境が悪化する中、CX-5が対前年3%増の1万4千台と販売モメンタムを継続しています。新しく導入したCX-8も徐々に認知度を上げ、順調な立ち上がりです。

ASEAN地域は、対前年28%増の6万6千台を販売しました。タイではディーラーネットワーク強化の取り組みが奏功し、対前年40%増の3万5千台、ベトナムは対前年25%増の1万4千台を販売し、ASEAN地域での台数成長を牽引しています。

そのほか、チリの販売台数が過去最高となりました。

第2四半期累計の財務指標について説明します。

売上高は対前年4%増の1兆7,291億円となりました。営業利益は対前年60%減の309億円、経常利益は545億円、当期純利益は対前年62%減の244億円となりました。

為替レートは、平均でドルが110円と前年に比べて1円の円高、ユーロは130円と3円の円安となりました。

次に前年からの営業利益変動 456億円の減益要因について説明します。

台数・構成は、豪雨影響による減少を含めても出荷台数は増加しましたが、米国の金利上昇や競合激化による販売費用の増加およびOEM供給車両の減少などにより、165億円の悪化となりました。為替はオーストラリアドルおよびロシアルーブルやタイヤパーツなどの新興国通貨の悪化をユーロの円安影響が一部相殺し、87億円の悪化となりました。

変動コスト領域では原材料価格の上昇をコスト改善活動の効果が上回り、117億円改善しました。

研究開発費は22億円の改善となりました。

その他固定費は米国の販売ネットワーク改革への投資、欧州での環境規制対応費用および品質関連費用などにより343億円の悪化となりました。

平成30年7月豪雨の影響について説明します。

すでに9月に適時開示している内容ですが、豪雨発生直後、宇品工場・防府工場のどちらも一時的に操業を休止しました。その後操業を再開しましたが、地域やお取引先さまに配慮し、生産量を抑えた操業としたため、当初計画より車両では4万4千台、海外生産用部品においては2万3千台の生産台数減少となりました。この生産減による業績への影響は概算で、約280億円の損失と報告しました。

上期では、グループ内在庫を最大限活用したことにより、連結出荷への影響を約2万2千台の減少にとどめました。上期業績への影響は、台数減少などによる営業損失150億円に加えて、生産ロスに伴う費用の特別損失37億円と合わせて約180億円となります。

通期見通しについては、引き続き、仕向地調整やリーンな在庫での販売対応に加え、生産面ではコソコソ能増などによる増産対応に取り組み、下期の出荷台数影響をオフセットしていきます。豪雨以外の販売影響もありますが、結果として通期の台数・業績への影響は、上期と同額レベルになると見込んでいます。引き続き、影響の最小化に向けて、リカバリーの最大化を図っていきます。

3. 2019年3月期 通期見通し

グローバル販売台数は期初公表から4万6千台減少の161万7千台です。

これは、豪雨による販売台数減少の影響に加えて、中国での競争環境悪化や米国など主要国での販売台数減少を折り込んだことによるものです。

営業利益は期初公表より350億円悪化の700億円、経常利益は1,000億円、当期純利益は500億円に見直しました。

期初公表からの変動350億円の要因ですが、台数・構成では、豪雨影響を含む出荷台数減少および販売環境の変化などを折込み236億円悪化します。

次に、為替では主にオーストラリアドルの円高影響により113億円の悪化となります。

変動コスト領域においては、原材料価格の値上げ影響はありますが、コスト改善活動の推進により相殺します。

開発費は50億の改善です。その他固定費領域では品質関連費用の増加などはあるものの、費用削減などの固定費圧縮により51億円悪化の見通しです。

期初公表からの変動を踏まえて、前年からの変動764億円の減益要因について説明します。
台数・構成は豪雨影響による減少を含めても出荷台数は増加しますが、米国の金利上昇と競合激化による販売費用の増加やOEM供給車両の減少などにより206億円の悪化となります。
為替は主要通貨のオーストラリアドル、およびロシアルーブルなど新興国通貨の円高影響により333億円悪化の見通しです。
変動コスト領域では原材料価格の上昇はあるものの、コスト改善活動により190億の改善です。
研究開発費は20億円の増加を計画しています。その他固定費では米国販売ネットワーク改革への投資、欧州の環境規制対応費用や品質関連費用などにより395億円悪化する見通しです。

4. 主要施策の進捗

商品領域では、新型車の導入および継続的な商品改良により競合力を強化しています。
デミオには既存のガソリンエンジン「SKYACTIV-G 1.3」から進化した「SKYACTIV-G 1.5」を新たに搭載し、ゆとりのあるスムーズな走りと実用燃費の向上を実現しました。
また、CX-5には「SKYACTIV-G 2.5T」を国内で初めて搭載し、上質な内装の特別仕様車を設定しました。加えて車両運動制御技術「G-ベクタリング コントロール プラス」を採用するなど、大幅に商品力を強化しています。
CX-8はオーストラリア、ニュージーランドに続いて2018年末に中国に導入予定です。
生産面では、計画通り防府第2工場を8月に2直化したことで、さらに効率的でフレキシブルな生産体制を構築しました。

次世代商品と新技術の開発は、順調に進捗しています。
年度末には、次世代モデルの第一弾を投入します。その次世代モデルには、マツダ独自の燃焼方式「SPCCI」を持つ次世代ガソリンエンジン「SKYACTIV-X」や人間中心の思想を突き詰めた次世代車両構造技術「スカイアクティブ・ビークル・アーキテクチャー」などに加え、魂動デザインを深化させた「魂動デザインフェーズ2」を採用していきます。既に9月末より生産を開始しており、11月下旬のロサンゼルスモーターショーにて公開する予定です。

次に米国の販売ネットワーク改革について説明します。
高いブランドスタンダードへの適合を報奨する販売店支援プログラムを7月より開始しました。これにより次世代ブランド店舗の拡大と質の向上を加速します。すでに約200店舗の販売店が次世代ブランド店舗への投資を表明し、300店舗の切り替えを目指す計画に対して順調な滑り出しとなっています。さらにトレードサイクルマネジメントや認定中古車販売の強化による販売店の収益基盤の強化および残価の維持管理によりビジネス品質の改善を行っています。

昨年、2030年を見据えた技術開発の長期ビジョンを公表しました。
その実現に向けた具体的アクションの一つとして、10月2日に電動化とコネクティビティの技術戦略について公表しました。地球温暖化抑制に向けたCO2削減について、マツダは企業平均CO2排出量を

2030年までに2010年対比で50%削減します。また、2030年時点で生産するすべての車両に電動化技術を搭載する予定です。通常のバッテリー電気自動車に加え、航続距離を長くするための弊社独自の技術であるロータリーエンジンを活用したレンジエクステンダー搭載モデルも同時に開発します。コネクティビティ領域では、他人とのつながりの希薄化などの社会的課題解決への貢献を目指します。そして、モデルベース開発と連携し製品開発に反映することで、品質とお客さま満足度をさらに向上させていきます。より精度の高い情報とつながるための通信プラットフォームの多くは協調領域ととらえ、トヨタ自動車とのアライアンスを最大限に活用しながら、開発を推進していきます。

最後に4月に公表しました今後の取組みの方向性について確認します。

今期の見通しは豪雨影響を含む販売台数の減少、為替影響、品質費用などにより下方修正しました。しかし、来期は次世代商品の導入、豪雨影響や品質費用のリカバリーに加えて、変動コストや固定費の徹底的な見直しなどにより、ROS3%レベルへの回復を目指していきます。

足場固めを確実にし、2022年3月期以降の本格的成長に向けて「今後の取組み方向性」の主要施策を着実に推進していきます。

以上