

2019年8月1日

(ご参考)

**マツダ株式会社**  
**2020年3月期 第1四半期 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**

2020年3月期 第1四半期のグローバル販売台数は対前年12%減の35万3千台となりました。売上高は8,489億円、営業利益は為替影響や品質費用の一時的な増加などにより70億円、当期純利益は52億円となりました。

2020年3月期 通期見通しはグローバル販売台数および財務指標ともに期初公表を据え置きます。為替の動向や第2四半期以降の取り組みの効果などを慎重に見極めていきます。円高や競争激化など事業環境が想定より悪化していますが、今後、主要市場での販売モメンタム回復に向けた取り組み等を実施していきます。またグローバルで新型MAZDA3の導入を梃に、インセンティブの抑制や実売価格の向上など中期経営方針で掲げた販売の質的改善に取り組んでいます。これに継続して取り組むと同時に、新世代商品の第二弾であるCX-30の導入準備を着実に進めていきます。

## **2. 2020年3月期 第1四半期実績**

グローバル販売台数は、期初時点の第1四半期の計画はグローバルで量販車種であるMAZDA3が新旧モデルの切り替えタイミングであることや、台数規模の大きい中国の主要モデルが商品改良モデル導入前であることを考慮し、対前年7%減の37万7千台の販売を計画していました。しかし、クロスオーバーSUVの競合環境が悪化したことに加えて、セダン系車種の更なる需要の縮小影響などにより、日本、米国、中国などで想定を下回る結果となり、対前年で5万台、12%減の35万3千台の販売となりました。

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20%減の3万9千台、登録車シェアは対前年1.3ポイント減の3.9%となりました。

期初時点ではMAZDA3が新旧切り替えタイミングであることや、CX-8の新型車効果の一巡などにより、第1四半期は対前年12%減の4万3千台の販売を計画していました。

結果は、新世代商品のMAZDA3は好評をいただき、計画を上回る受注・販売となりましたが、既存車種の販売が想定を下回り、期初公表時点の計画に対して4千台の未達となりました。

北米では10万台を販売し、対前年14%減となりました。

米国について、期初時点では、前年後半からのインセンティブ抑制を継続し、フリート販売を更に抑制しながらCX-5と新型MAZDA3を中心とした販売増で全体ではほぼ前年並みの計画としていました。結果としてCX-5とMAZDA3などの販売が想定を下回り、期初計画に対して1万2千台の未達となりました。

一方で、販売の質的改善に挑戦しており、CX-5についてはインセンティブを抑制し、台当たり収益は改善しています。

新型MAZDA3についても高価格帯の販売は計画を上回り、インセンティブも大幅に抑制したことで、実売価格はクラストップを実現しています。

そのほかカナダでは対前年17%減の1万9千台、メキシコでは対前年1%増の1万3千台となりました。

欧州では前年同水準の6万7千台と、ほぼ期初計画通りの販売となりました。

ロシアを除く欧州では対前年2%増の6万台の販売となりました。

ドイツでは対前年6%増の1万7千台、英国では対前年8%増の8千台を販売しました。

新型MAZDA3は堅調な販売となっており、インセンティブ抑制や上位グレードのミックス増加など販売の質改善も実現できています。

ロシアでは2019年1月の増税により総需要が縮小し、対前年16%減の7千台の販売となりました。

中国では対前年21%減の5万4千台となりました。

期初時点では、需要縮小とそれに伴う厳しい競合環境の継続、および主要モデルが商品改良モデル導入前であることを考慮して対前年15%減の5万8千台の計画としていました。

実績としてはCX-4およびMAZDA3の想定以上の落ち込みにより、全体では4千台の未達となりました。

今後の新商品導入に向けて商品価値訴求や販売店の在庫水準の適正化など販売の質向上施策を堅持していきます。

その他市場では対前年10%減の9万3千台の販売となりました。

オーストラリアではほぼ期初計画通りの対前年9%減の2万7千台の販売となりました。総需要が縮小し、競争が激化する中、シェアは前年同水準を維持しました。また新型MAZDA3の受注は堅調で、高価格帯ミックスが計画を上回っており、優良なカスタマーの獲得、単価改善に貢献しています。

ASEAN地域では対前年11%減の2万9千台を販売しました。タイでは対前年10%減の1万5千台、ベトナムでは対前年3%減の7千台となりました。

第1四半期の財務指標について説明します。

売上高は対前年3%減の8,489億円となりました。営業利益は対前年79%減の70億円、経常利益は91億円、当期純利益は対前年75%減の52億円となりました。

為替レートは平均でドルは110円と前年に比べて1円の円安、ユーロは124円と前年より7円の円高となりました。

前年からの営業利益の変動257億円の減益要因を説明します。

台数・構成については販売費用の抑制による改善効果が表れるなどブランド価値の改善に向けた取り組みを計画通り進めています。一方で出荷台数や中国向けKD出荷の減少などによる悪化もあり、台数・構成は60億円の悪化となりました。

為替影響は、ユーロやオーストラリアドルなどの悪化により、合計で108億円の減益要因となりました。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、40億円改善しました。研究開発費は4億円増加しました。その他固定費はパワステ訴訟関連の一過性の品質費用の計上に加えて、償却費や米国新工場関連費用などの成長投資により125億円の悪化となりました。

### **3. 2020年3月期 通期見通し**

2020年3月期の通期見通しは期初公表を据え置きます。

第1四半期では円高や競争激化など事業環境が想定より悪化しました。今後は主要市場での販売モメンタム回復に向けた取り組み等を実施していき、その効果や為替など事業環境の変化を慎重に見極めていきます。

### **4. 主要施策の進捗**

新型MAZDA3は導入済みの各市場でグレードミックスのアップシフト、売上単価の上昇を実現しています。

中期経営方針で述べたように、ブランド価値を下げる支出の1つであるインセンティブの抑制は計画通りグローバルに展開し、価値訴求販売を促進しています。

新世代商品第二弾のCX-30は本社工場にて4月より既に生産を開始しており、欧州への夏の導入にむけて、着実に準備を進めています。

また、米国合併新工場では基礎工事が完了し、鉄骨工事に移行しました。2021年の稼働開始に向けた準備は順調に進捗しています。

### **5. 第2四半期以降の取り組み**

主要市場での第2四半期以降に強化する取り組みについて説明します。

日本ではトレードサイクルマネジメントの取り組みを強化し、高い残価を活用した代替促進と拡販につなげていきます。CX-5、CX-8はディーゼルエンジンの魅力、質感の高さなどマツダの独自価値を効果的に訴求しトレンド改善を図ります。

米国では新型MAZDA3のモメンタム向上に向けて、新世代商品の魅力・価値を体感していただくために店舗での試乗機会を創出するなど価値伝達活動の強化を進めていきます。主力のCX-5については告知強化や地域ごとの特性に合わせた効率的な販売促進施策を実施し、トレンドの改善を図ります。また、販売ネットワーク改革を引き続き推進し、マツダにエンゲージしていただけるディーラーと共にビジネスモデルの転換を推進します。

中国では今後も商品価値を訴求した販売を継続し、新型MAZDA3や商品改良モデルの導入による反転を目指します。

グローバルでの取り組みとして、インセンティブの抑制、高価格帯へのシフトなど販売の質的改善に向けた取り組みを継続、強化していきます。

また、円高に対応した販売面での施策および更なるコスト改善活動や固定費の見直しなどを強化していきます。

これらの施策を推進するとともに、新世代商品第二弾であるCX-30の成功裏の導入へとつなげていきます。

なお、CX-30は本社工場に加えて、メキシコ工場での生産を年内に開始する予定です。

今後も厳しい事業環境の継続が想定されますが、中期経営方針で掲げた売り方の改善を継続し、新世代商品群による台当たり売上・利益の向上を推進するべく、全社一丸となって取り組んでいきます。

以上