



# 2012年3月期 第3四半期 決算説明会



新型 マツダ CX-5

マツダ株式会社  
2012年2月2日

# 本日の説明内容

---

- 総括
- 2012年3月期 第3四半期累計実績
- 2012年3月期 見通し
- 中長期施策の枠組みを強化する構造改革プラン
- まとめ

zoom-zoom



# 総括

# 第3四半期累計実績 ハイライト

## 第3四半期累計実績

- 歴史的円高、震災影響、欧州危機、タイの洪水影響などにより、営業損失は543億円、繰延税金資産の取り崩しもあり、当期純損失は1,128億円

- グローバル販売台数は、89万1千台

- 第3四半期では28万7千台。日本、米国、オーストラリアの主要市場では前年を上回る実績

- メキシコ、オーストラリア、タイ、インドネシア、マレーシア、チリで過去最高の販売台数またはシェアを獲得するなど、アセアンを中心に販売好調を継続

- SKYACTIV-Gを搭載した新型デミオに続いて、新型Mazda3を日本、米国、オーストラリアなど主要市場に導入し、高い評価を獲得

- SKYACTIVは、グローバルで高い評価、既に24もの賞を受賞

# 通期見通し ハイライト

---

- ▶ 通期営業損失は400億円、当期純損失は1,000億円の見通し
- ▶ 第3四半期をボトムとして、第4四半期は全ての利益レベルで黒字の見通し
- ▶ グローバル販売台数は、125万台
- ▶ フルSKYACTIV搭載車両の第一弾として新型CX-5をグローバルに導入
- ▶ SKYACTIVによる主要市場での反転攻勢に向け、販売体制を強化

ZOOM-ZOOM



# 2012年3月期 第3四半期累計実績

# 2012年3月期 財務指標

(億円)	第3四半期累計		増/(減)	
	2012年3月期	2011年3月期	金額	YOY(%)
売上高	14,183	17,179	(2,996)	(17)
営業利益	(543)	132	(675)	-
経常利益	(581)	231	(812)	-
税引前利益	(665)	187	(852)	-
当期純利益	(1,128)	28	(1,156)	-
売上高営業利益率	(3.8) %	0.8 %	(4.6) pts	-

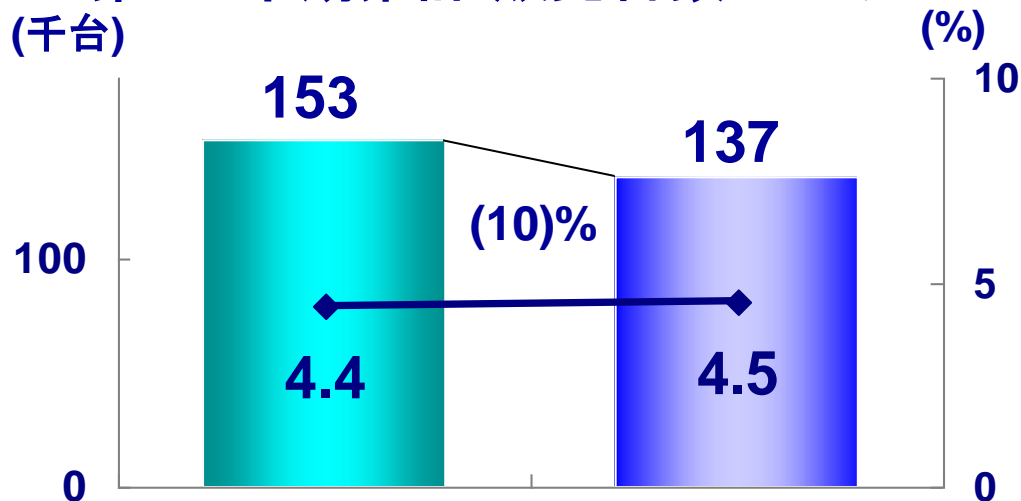
# 主要データ

	第3四半期累計		増/(減)	
	2012年 3月期	2011年 3月期	台数	YOY(%)
グローバル販売台数 (千台)				
日本	137	153	(16)	(10)
北米	266	257	9	4
内 米国	186	174	12	7
欧州	129	155	(26)	(17)
中国	165	186	(21)	(11)
その他市場	194	206	(12)	(6)
合計	891	957	(66)	(7)
為替レート				
US\$ / 円	79	87	(8)	
€ / 円	111	113	(2)	



# 日本

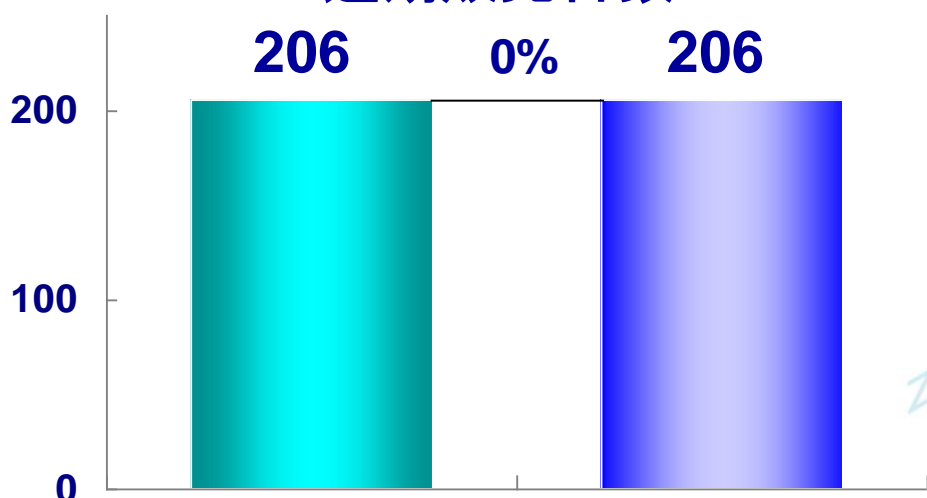
## 第3四半期累計 販売台数・シェア



新型 マツダ デミオ「1.3-SKYACTIV」

- 第3四半期累計は13万7千台。需要減ながらシェアは0.1ポイント増の4.5%
- 第3四半期はSKYACTIV技術搭載の新型デミオ、新型アクセラが牽引し、対前年51%増の4万2千台
- 新型マツダ デミオに搭載する「SKYACTIV-G 1.3」が「2012年次RJCテクノロジーオブザイヤー」を受賞するなど、SKYACTIV技術に対する高評価を獲得

## 通期販売台数

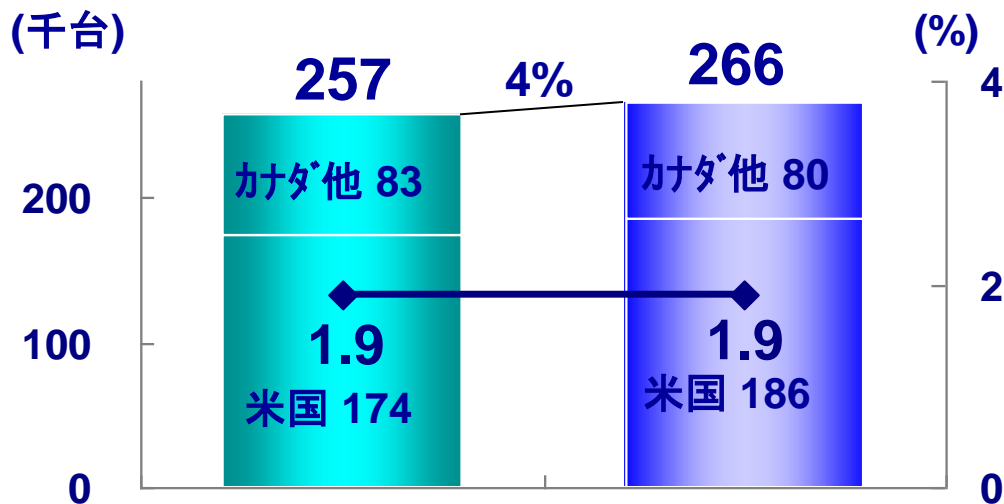


2011年3月期

2012年3月期

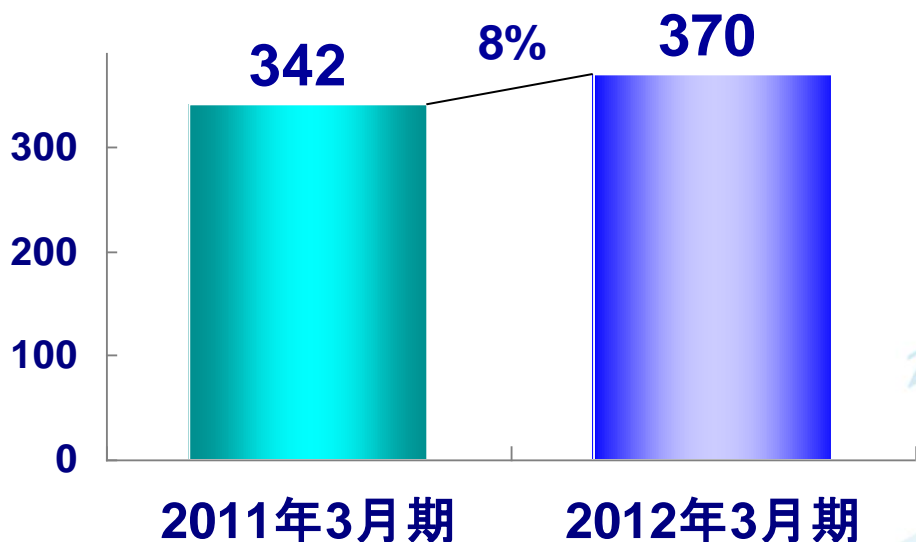
# 北米

## 第3四半期累計 販売台数・米国シェア



新型 Mazda3

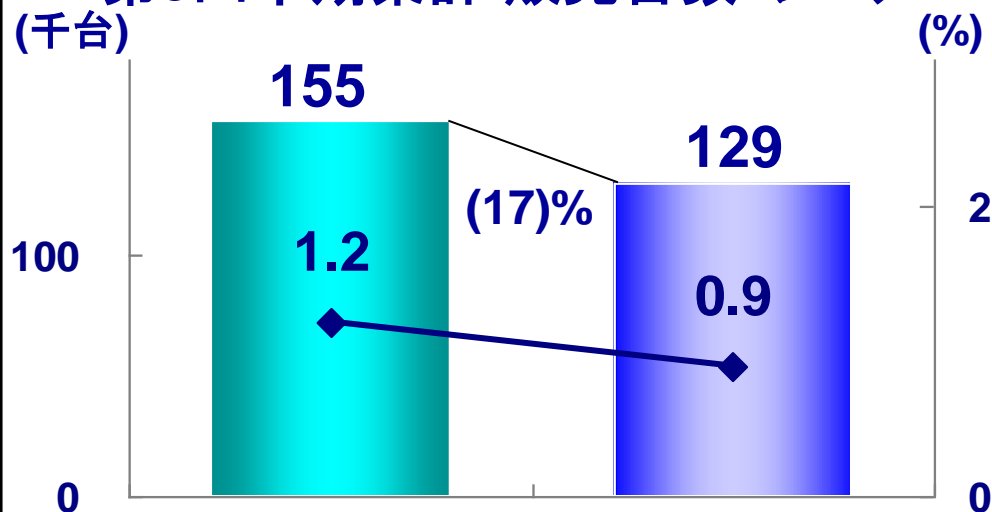
## 通期販売台数



- ▶ 第3四半期累計はCX-7、CX-9の好調に加えMazda2の上乗せで対前年4%増の26万6千台を達成
- ▶ 第3四半期からSKYACTIV技術を搭載した新型Mazda3の販売を開始
- ▶ 3年連続で米国オートモーティブ・リース・ガイド社のセグメント最高残存価値賞を受賞  
(2010年 Mazda3、2011年 CX-9、2012年 Mazdaspeed3)
- ▶ メキシコは、第3四半期累計、2011暦年ともに過去最高となる販売台数及びシェアを獲得し、好調を維持

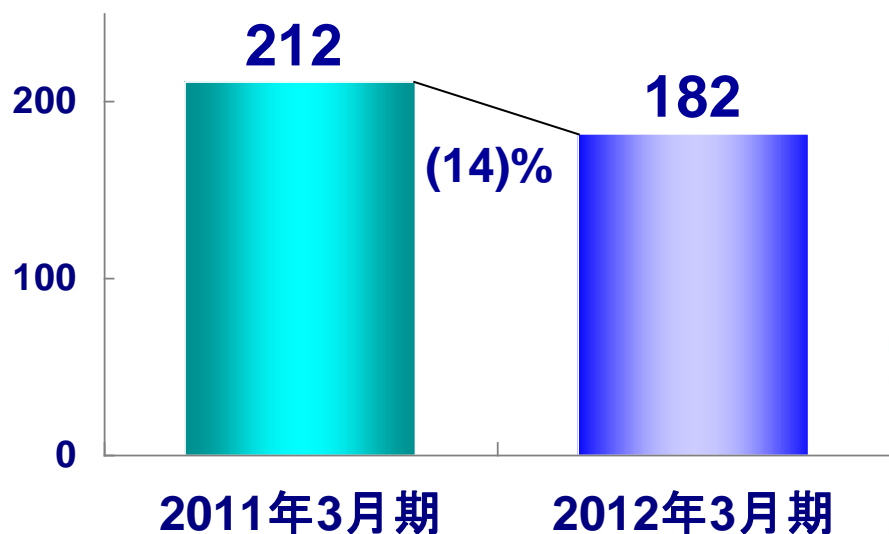
# 欧州

## 第3四半期累計 販売台数・シェア



Mazda CX-7

## 通期販売台数



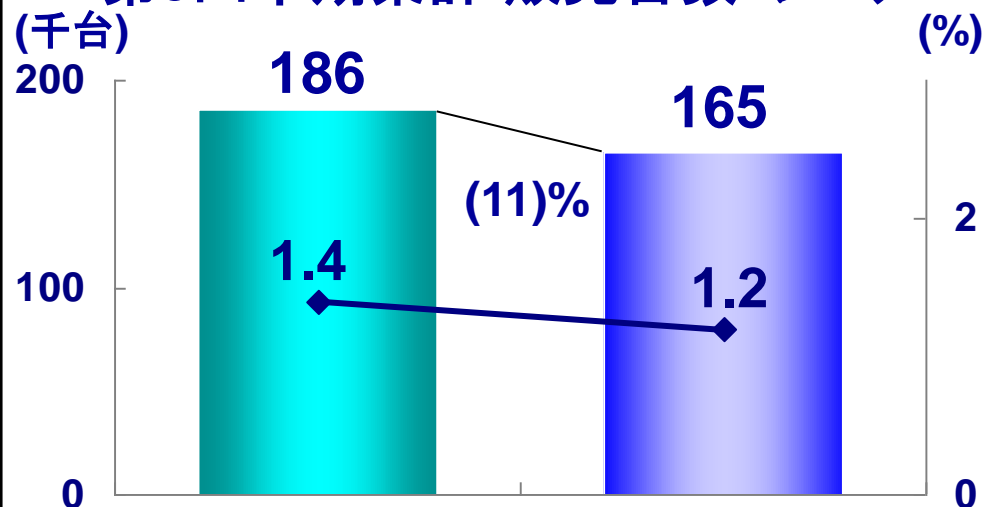
➤ 第3四半期累計は経済危機の影響及び主要国の競争激化により、12万9千台。シェアは0.9%

➤ ロシアでは需要回復に加えMazda3、Mazda6、CX-7などの販売が前年を上回り、合計では前年を1万1千台上回る3万1千台を販売。シェアは0.2ポイント増の1.4%

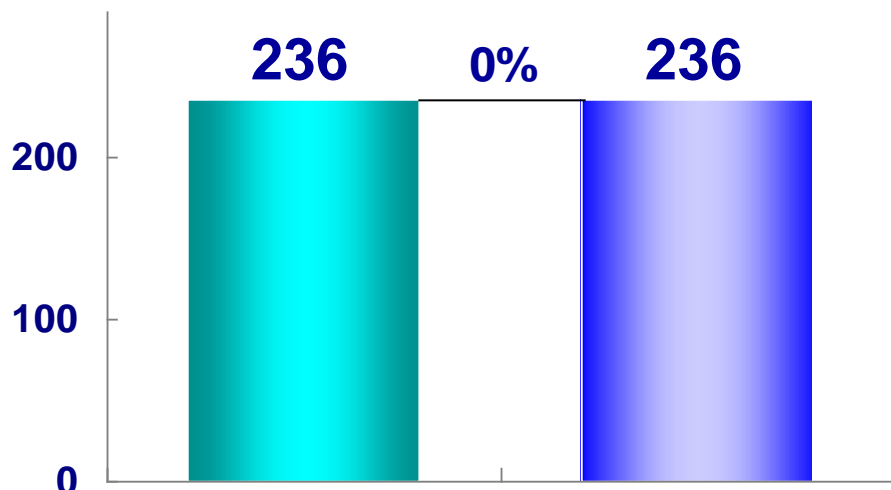
➤ 主要販売国のドイツでは、販売網の再構築に着手

# 中国

## 第3四半期累計 販売台数・シェア



## 通期販売台数



2011年3月期

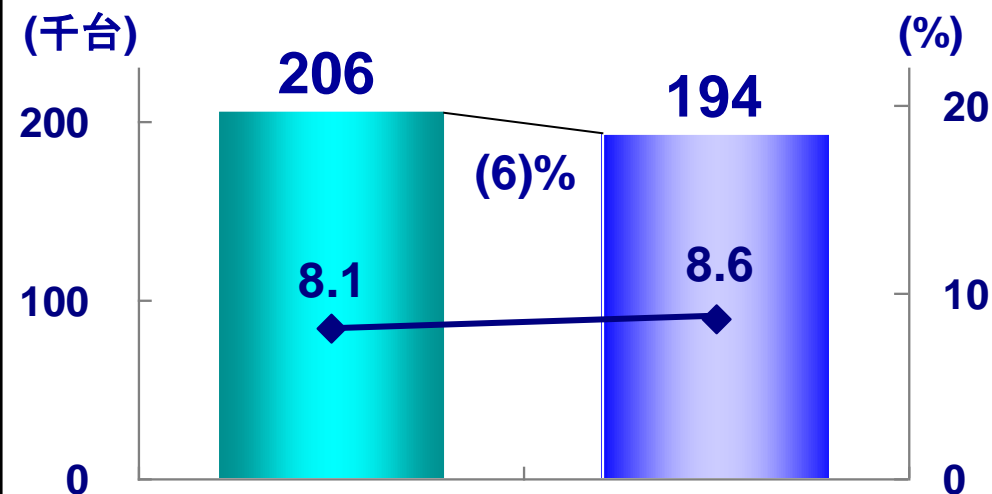
2012年3月期



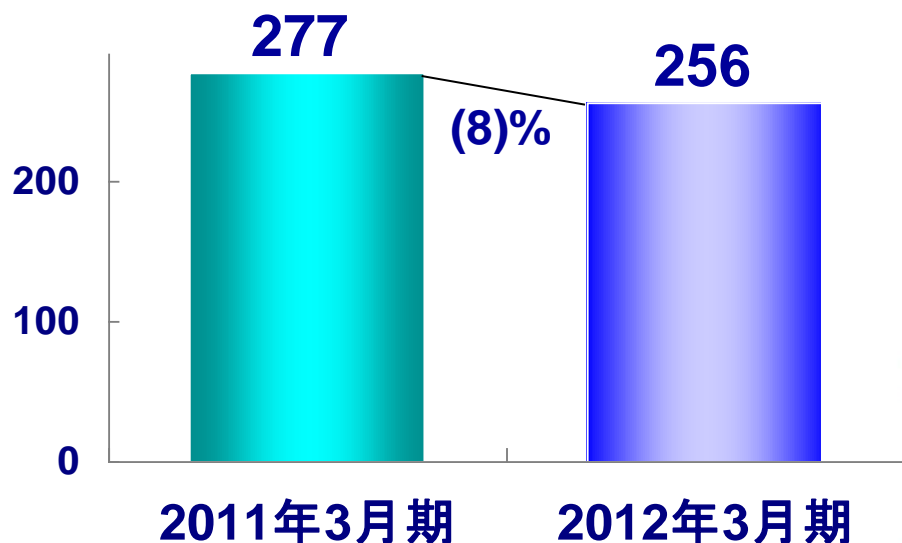
- 第3四半期累計は競争激化の影響及び小型車需要の減により、16万5千台。シェアは1.2%
- 新型Mazda3セダンの導入に続き、5ドアハッチバックの現地生産を開始し、商品ラインアップを拡充
- 販売網は前期末の312店舗から53店舗増の、12月末で365店舗を達成

# その他市場

## 第3四半期累計 販売台数・オーストラリアシェア



## 通期販売台数

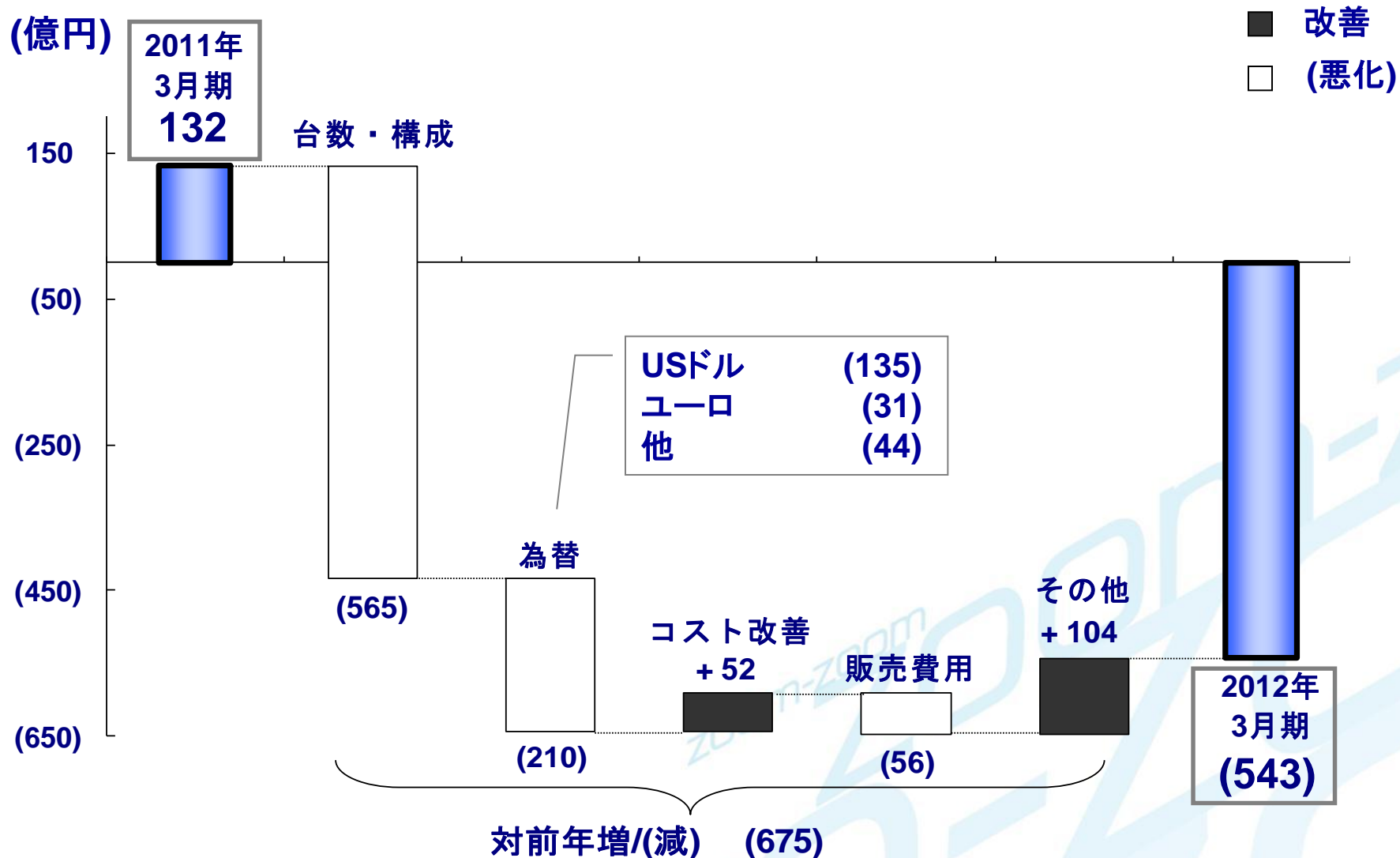


新型 BT-50

- 第3四半期累計はタイの洪水影響や円高による輸出減により、19万4千台
- オーストラリア、タイ、インドネシア、マレーシア、チリでは第3四半期累計、2011暦年ともに、過去最高の販売台数またはシェアを獲得
- オーストラリアでは、Mazda3が全カーライン中 2011暦年で販売首位を達成
- オーストラリアに10月より新型BT-50を導入

# 営業利益変動

## 2012年3月期 第3四半期累計 対前年比較



# 営業外損益、特別損益等内訳

(億円)	2012年3月期 第3四半期累計	
営業利益	(543)	<b>主な内訳</b> 為替差損益(含む外貨建債権の評価損) (57) 持分利益 81 金利収支 (69)
営業外損益	(38)	
経常利益	(581)	<b>主な内訳</b> 災害損失 (37)
特別損益	(84)	
税引前利益	(665)	<b>主な内訳</b> 繰延税金資産取崩 (360)
法人税等	(463)	
当期純利益	(1,128)	



# 2012年3月期 見通し



# 2012年3月期 財務指標

(億円)	2012年3月期				通期 増/(減)	
	上期	第3四半期	第4四半期	通期	対前年	対11月公表
売上高	9,592	4,591	6,317	20,500	(2,757)	(1,100)
営業利益	(216)	(327)	143	(400)	(638)	(400)
経常利益	(306)	(275)	151	(430)	(799)	(410)
税引前利益	(367)	(298)	145	(520)	(681)	(440)
当期純利益	(399)	(729)	128	(1,000)	(400)	(810)
売上高営業利益率	(2.3) %	(7.1) %	2.3 %	(2.0) %	(3.0) pts	(2.0) pts

ZOOM-ZOOM

# 主要データ

	2012年3月期				通期 増/(減)	
	上期	第3四半期	第4四半期	通期	対前年	対11月公表
<b>グローバル販売台数 (千台)</b>						
日本	95	42	69	206	0	(3)
北米	182	84	104	370	28	(6)
欧州	91	38	53	182	(30)	(22)
中国	107	58	71	236	0	(24)
その他市場	129	65	62	256	(21)	(5)
合計	604	287	359	1,250	(23)	(60)
<b>連結出荷台数 (千台)</b>						
日本	109	46	70	225	19	(7)
北米	152	92	118	362	(5)	(4)
欧州	74	37	62	173	(35)	(24)
中国	8	1	1	10	(10)	(3)
その他市場	127	55	68	250	(49) *	(2)
合計	470	231	319	1,020	(80)	(40)

\* 2011年3月期の連結出荷台数は、決算期を変更した海外子会社の15ヶ月決算の影響分 1万6千台を含む

# 第4四半期の地域別取組 (1)

## ▼ 日本

- SKYACTIV搭載の新型デミオ、新型アクセラなど、エコカーを軸にした販売取組を強化
- 新型CX-5導入による集客増を図るとともに、SKYACTIV搭載車を軸とした拡販活動を展開

## ▼ 北米

- SKYACTIVを搭載した新型Mazda3の認知度向上による販売拡大
- 販売好調なCX-7、CX-9の更なる拡販を図るとともに、新型クロスオーバーSUVである新型CX-5を導入

## ▼ 欧州

- 売れ筋モデルなどの地域特性を考慮した施策や特別仕様車導入による販売促進
- 欧州初のSKYACTIV搭載モデルとなる新型CX-5 及びSKYACTIV技術の導入キャンペーン実施
- 販売好調なロシアへ先行して新型CX-5を導入

## 第4四半期の地域別取組 (2)

### ▶ 中国

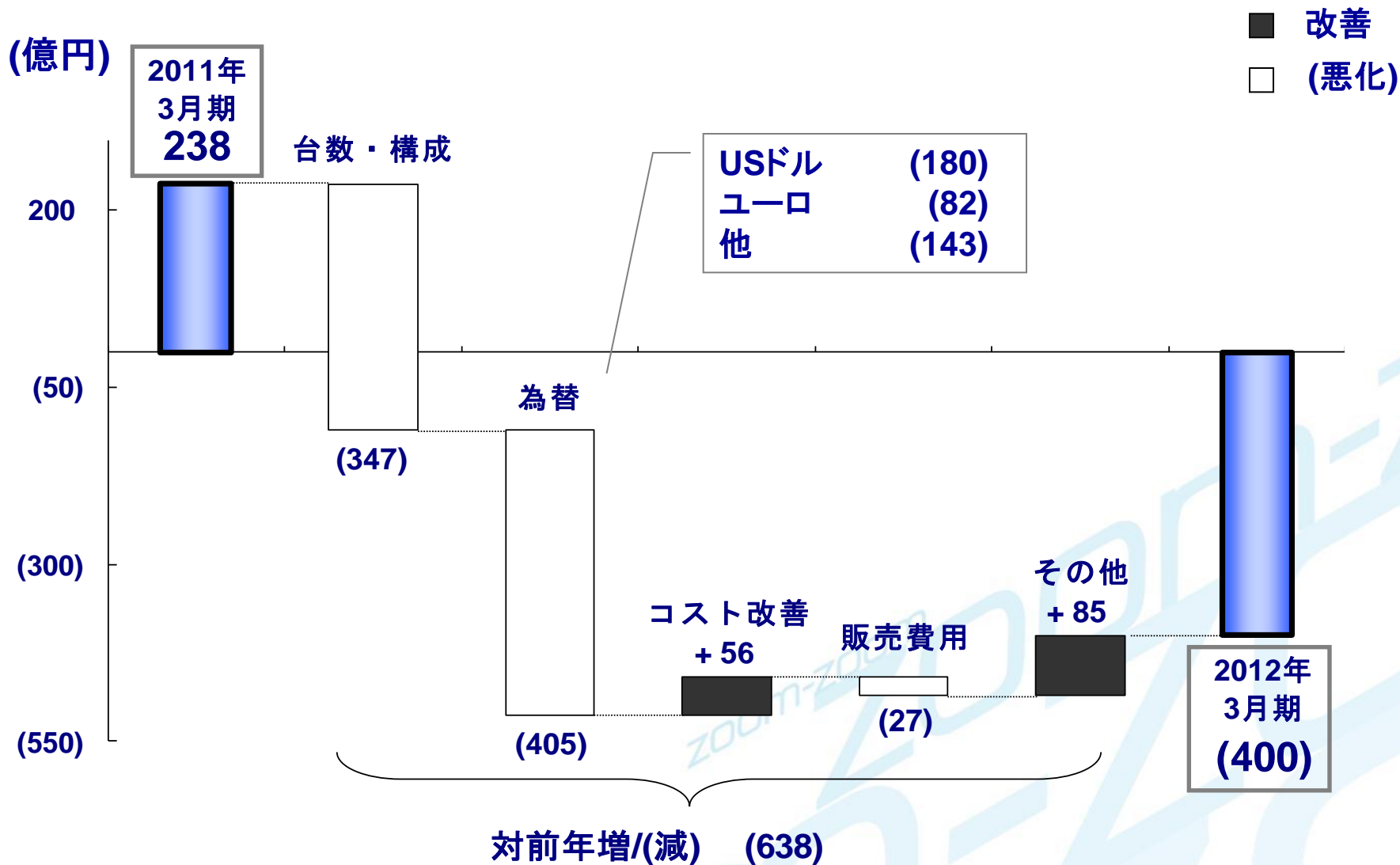
- 昨年に導入した新型Mazda3セダン 及び新型Mazda3ハッチバックによる台数上乘せ
- Mazda6の商品対策と販売施策強化による拡販
- 販売網の更なる拡大(今期末までに387店舗へ増加予定)

### ▶ その他地域

- 販売好調なオーストラリアでは、新型BT-50及び新型CX-5の導入を梃子に更なる拡販
- AATでの生産回復とマレーシア／ベトナムのKD生産を最大限に活用し、アセアンでの台数上乘せ
- その他市場での新型CX-5導入に向けた準備を開始

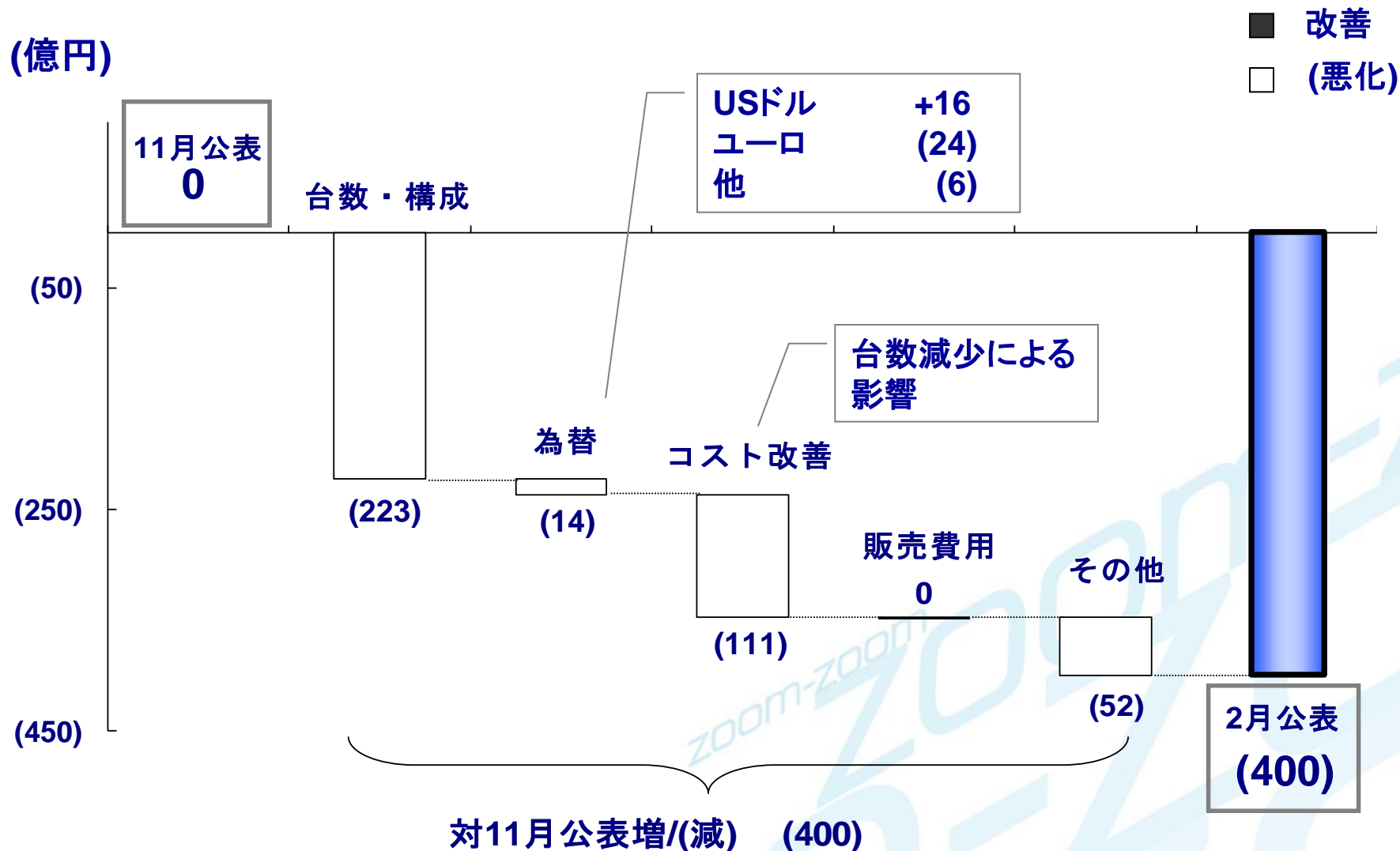
# 営業利益変動

## 2012年3月期 通期 対前年比較



# 営業利益変動

## 2012年3月期 通期 対11月公表比較





# 中長期施策の枠組みを強化する 構造改革プラン

# 背景及び構造改革プラン

- ・ 歴史的な円高の定着
- ・ 欧州危機など主要国での経済不安、大震災、タイ洪水など外部環境の悪化
- ・ グローバル自動車需要の変化



- ➡ ゲームチェンジャーであるSKYACTIVの導入成功、主要市場の販売も堅調
- ➡ 事業環境の急激な変化に対応し、中長期施策の枠組みを強化するため、SKYACTIVを梃子とした構造改革を実施
  - ① SKYACTIVによるビジネス革新
  - ② モノ造り革新による更なるコスト改善の加速
  - ③ 新興国事業強化とグローバル生産体制の再構築
  - ④ グローバルアライアンスの推進





# 中長期見直し

▶ 2013年3月期 - 全ての利益レベルで黒字を確保

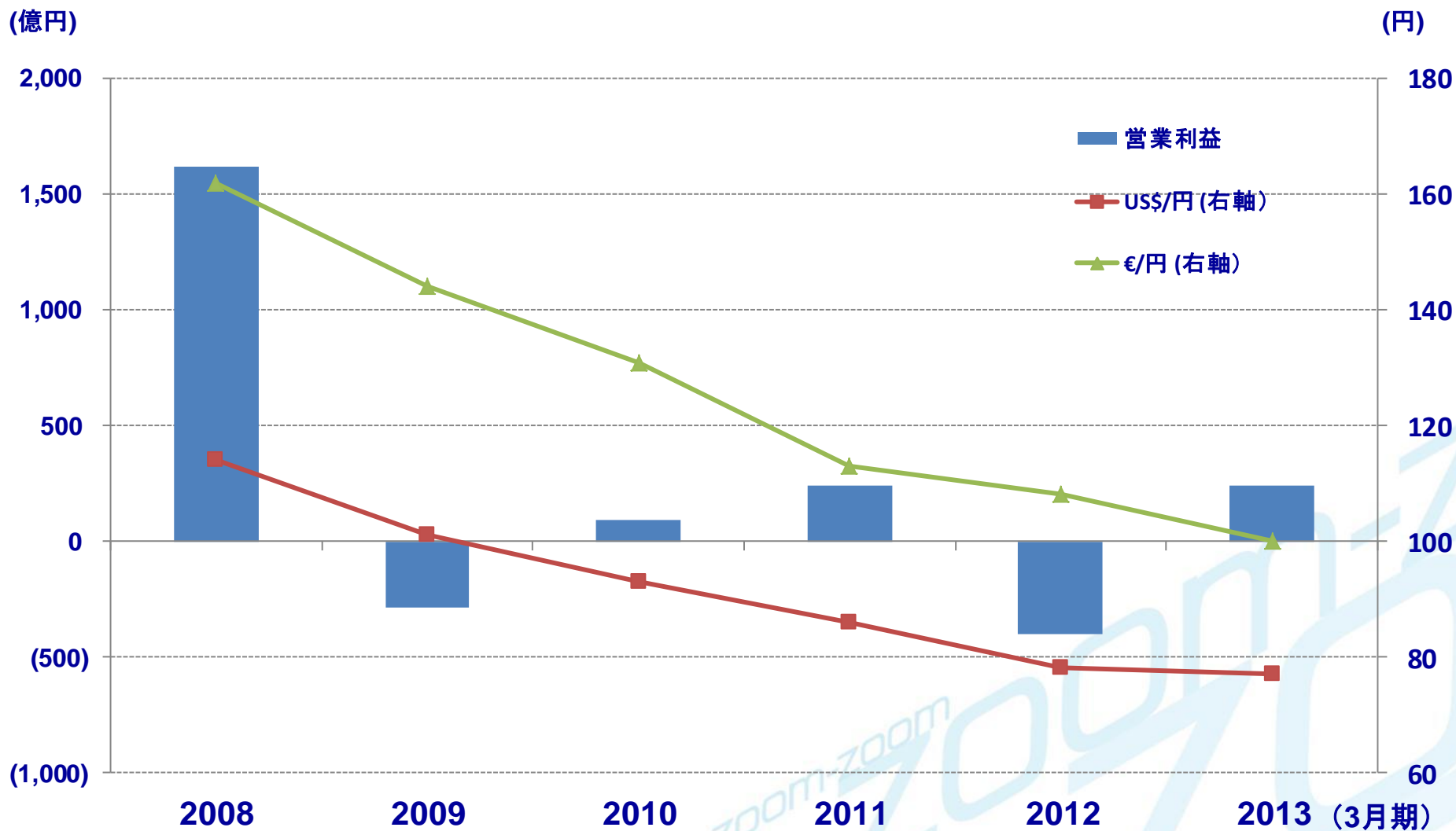
▶ 中長期見直し(2016年3月期)の見直し

旧		新
営業利益	1,700億円	→ 1,500億円
営業利益率	5%以上	→ 6%以上
グローバル販売台数	170万台	→ 170万台

\* 為替前提

ドル:90円 ユーロ:125円 → ドル:77円 ユーロ:100円

# 営業利益推移



US\$/円  
€/円

2008

2009

2010

2011

2012

2013 (3月期)

114

101

93

86

78

77

162

144

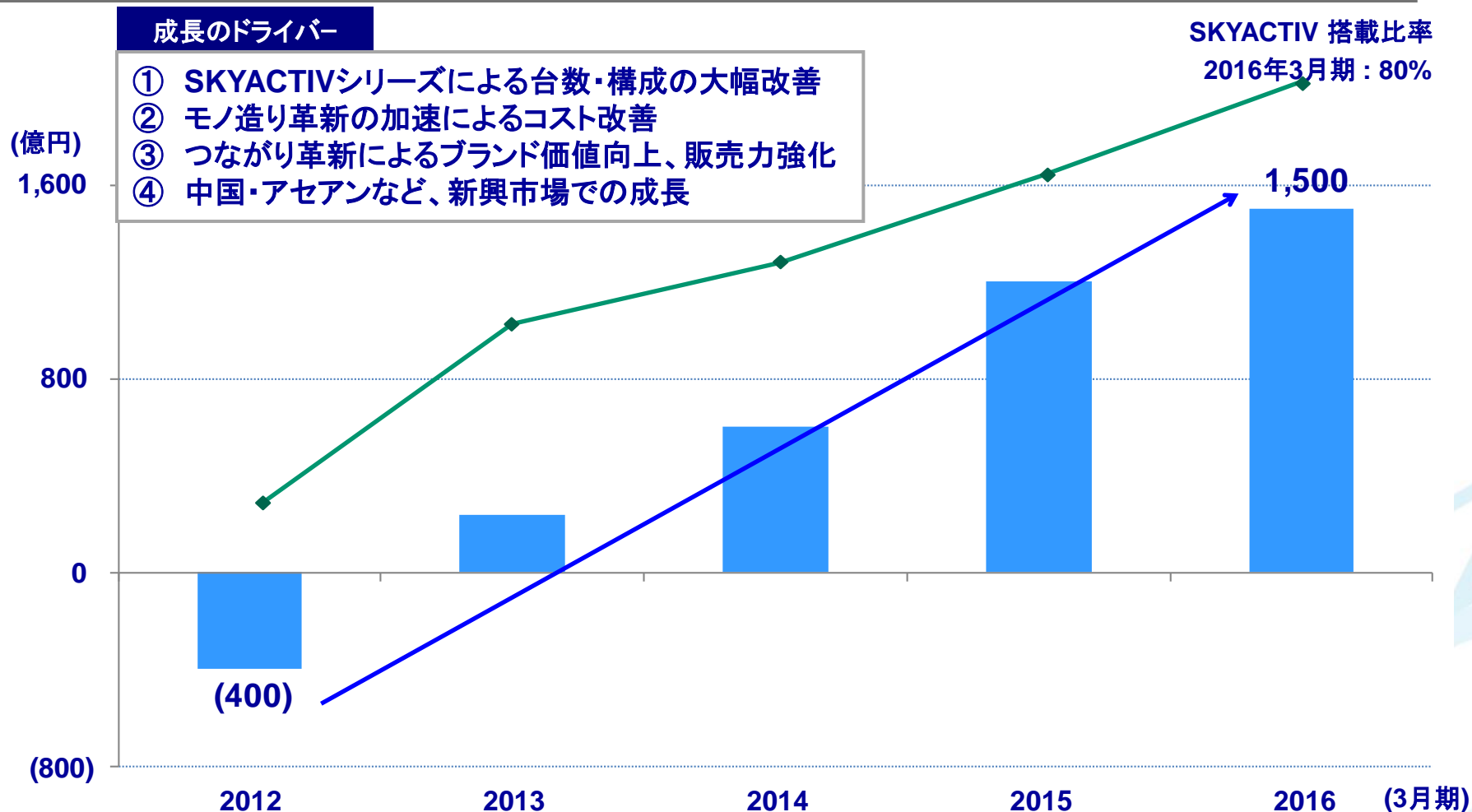
131

113

108

100

# 利益成長のイメージ



**改善要因 (1,900億円)**

① 台数・構成／売り方革新	+1,000億円	④ 開発費	(100)億円
② 海外生産含むコスト構造改革	+1,200億円	⑤ 為替	(300)億円
③ 固定費改善	+300億円	⑥ 更なる円高リスク他	(200)億円



## — 構造改革プラン —

- ① SKYACTIVによるビジネス革新
- ② モノ造り革新による更なるコスト改善の加速
- ③ 新興国事業強化とグローバル生産体制の再構築
- ④ グローバルアライアンスの推進

# ① SKYACTIVの技術優位性

Zoom-Zoomな走りの進化を実現する環境対応車を幅広いお客様に提供

## SKYACTIV（～2015年）

### エンジンによる燃費改善（10・15モード）

新世代ガソリンエンジン	SKYACTIV-G	+15%
新世代ディーゼルエンジン	SKYACTIV-D	+20%

### トランスミッションによる燃費改善

新世代オートマチック トランスミッション	SKYACTIV- DRIVE	+4~7%
-------------------------	--------------------	-------

### 軽量化による燃費改善

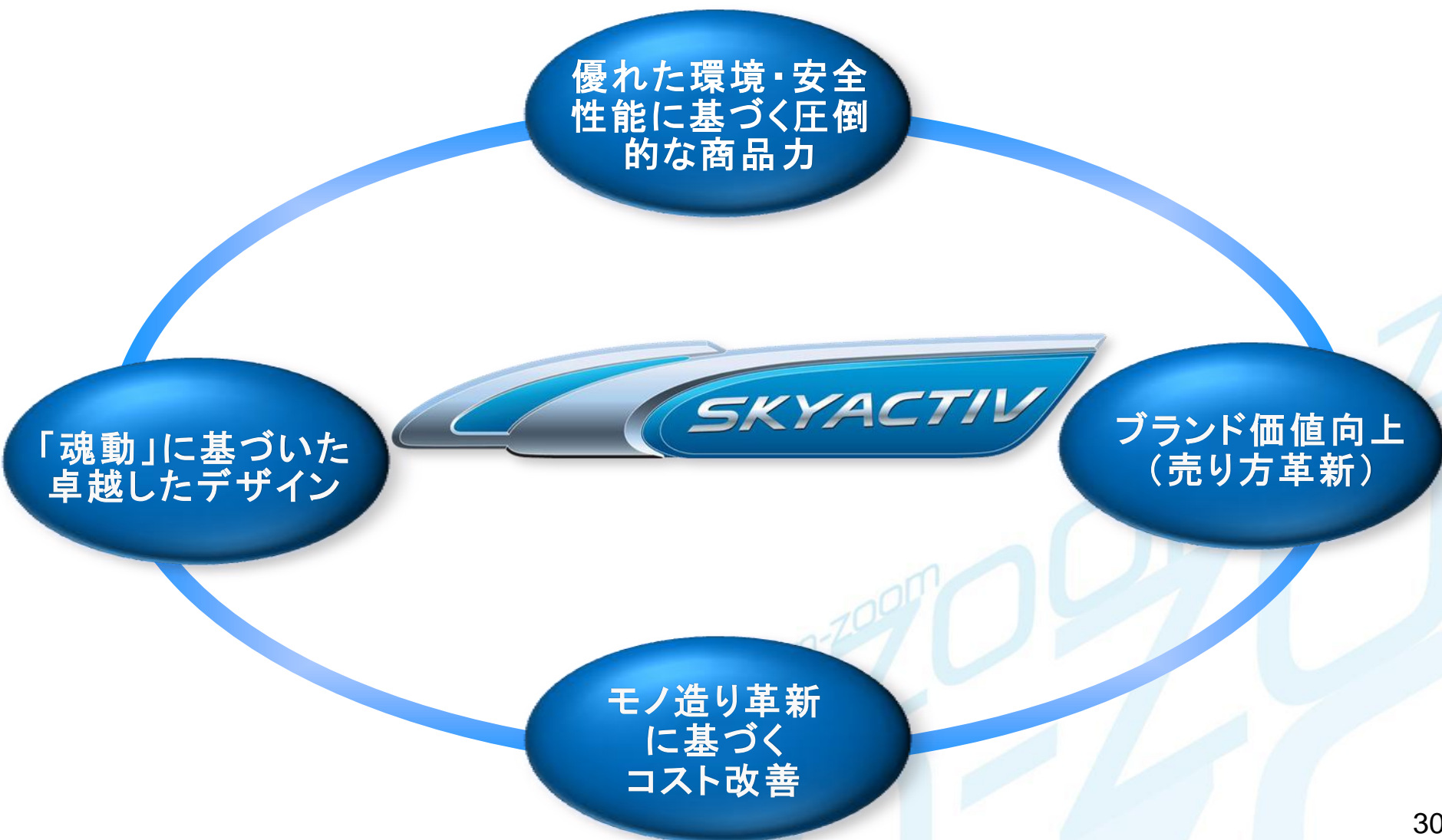
従来モデルより100Kg以上の軽量化		+3~5%
その他		+α%

合計 +20~30%

“Zoom-Zoom”な走りの進化と優れた環境性能を高いレベルで両立

# ① SKYACTIVによるビジネス革新

- 商品力、ブランド、デザインと、円高環境でも対応できるコスト構造を両立し構造改革を牽引



# ① SKYACTIVによるブランド価値の更なる向上

## ➡ SKYACTIVの導入直後から主要市場で高い評価

### 主要市場における評価

- ・ 主要市場でブランド価値・残存価値は向上

米  
国

ALG最高残存価値賞:

Mazda3(2010 MY)

CX-9(2011 MY)

Mazda3 MPS(2012 MY)

J.D.P IQS: ブランド 第5位(前年18位)

J.D.P APEAL: Mazda2 第2位

欧  
州

J.D.P VOSS(ドイツ):

Mazda2 第1位

Mazda3 第1位(2年連続)

中  
国

J.D.P IQS:

Mazda6 第1位(2年連続)

J.D.P: J.D. Power and Associates

IQS: Initial Quality Study

APEAL: Automotive Performance, Execution and Layout

VOSS: Vehicle Ownership Satisfaction Study

ALG: Automotive Lease Guide Inc.

### SKYACTIVに対する市場評価

- ・ グローバルに24の賞<sup>1</sup>を受賞

日  
本

デミオ 13-SKYACTIV

2011~2012

日本自動車殿堂カー  
テクノロジーオブザイヤー



SKYACTIV

RJCテクノロジーオブザイヤー



など 合計15件

北  
米

SKYACTIV-G

Ward's 10 Best Engines

WARDSAUTO  
COM



など 合計5件

欧  
州

SKYACTIV  
TECHNOLOGY

Fleet World Honours 2011  
-the Innovation Award



など 合計4件

出所: 各賞ホームページ

<sup>1</sup> 2012年1月現在

# ① SKYACTIVの販売開始

- ▶ フルSKYACTIV搭載車両の第一弾として、新型CX-5をグローバルに導入

SKYACTIV技術を全面的に採用したCX-5



- ▶ 新デザインテーマ「魂動(こどう)-Soul of Motion」
- ▶ 新世代高効率ディーゼルエンジン搭載車種の燃費18.6km/L(JC08モード)はあらゆるSUVの中でトップ。  
米国では、26/35 (city/highway) mpg(SKYACTIV-G FWD MTモデル)
- ▶ 発売スケジュール(日本): 2月16日(木) CX-5新車発表会
- ▶ グローバル販売目標: 16万台
  - ・ グローバル400万台市場の4%シェア獲得を目指す



# ① マツダ 雄 (TAKERI)

新世代セダンコンセプト 雄 (TAKERI)



TAKERI 雄

- マツダの新世代セダンの理想形を示唆
- 新世代クリーンディーゼルエンジンSKYACTIV-D、マツダ独自の減速エネルギー回生システム“i-ELOOP” (アイ・イーラープ) などが実現する、走りと環境性能の飛躍的な向上

# ① SKYACTIVによる売り方革新

## 高いブランド価値を活かした正価販売の実現

### SKYACTIV搭載商品から始まる新マーケティング戦略「売り方革新」

#### (1) 試乗体験

- ・ メーカー主導で、主要地域毎の試乗イベントをグローバルに推進
- ・ 世界のお客様をSKYACTIV感動体験で繋ぐ

#### (2) 広告宣伝

- ・ デジタルメディア、ソーシャルメディアの活用により、情報伝達・拡大を促進

#### (3) インサイド／アウト戦略

- ・ 試乗体験・研修で確信を持ったディストリビューター・ディーラー関係者が、インフルエンサーの役割を果たす

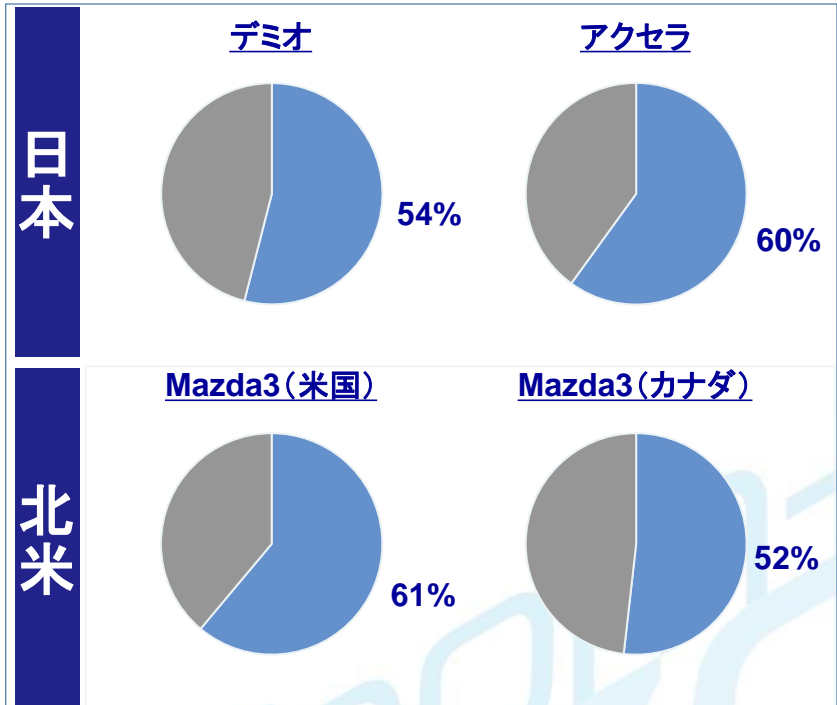
#### (4) 価格戦略

- ・ 正価販売により表示価格と取引価格の差を減少
- ・ 残存価値を高いレベルで維持

#### (5) グレード・装備戦略

- ・ シンプルなグレード体系
- ・ ブランドを際立たせる戦略装備、差別化装備

### SKYACTIV搭載比率

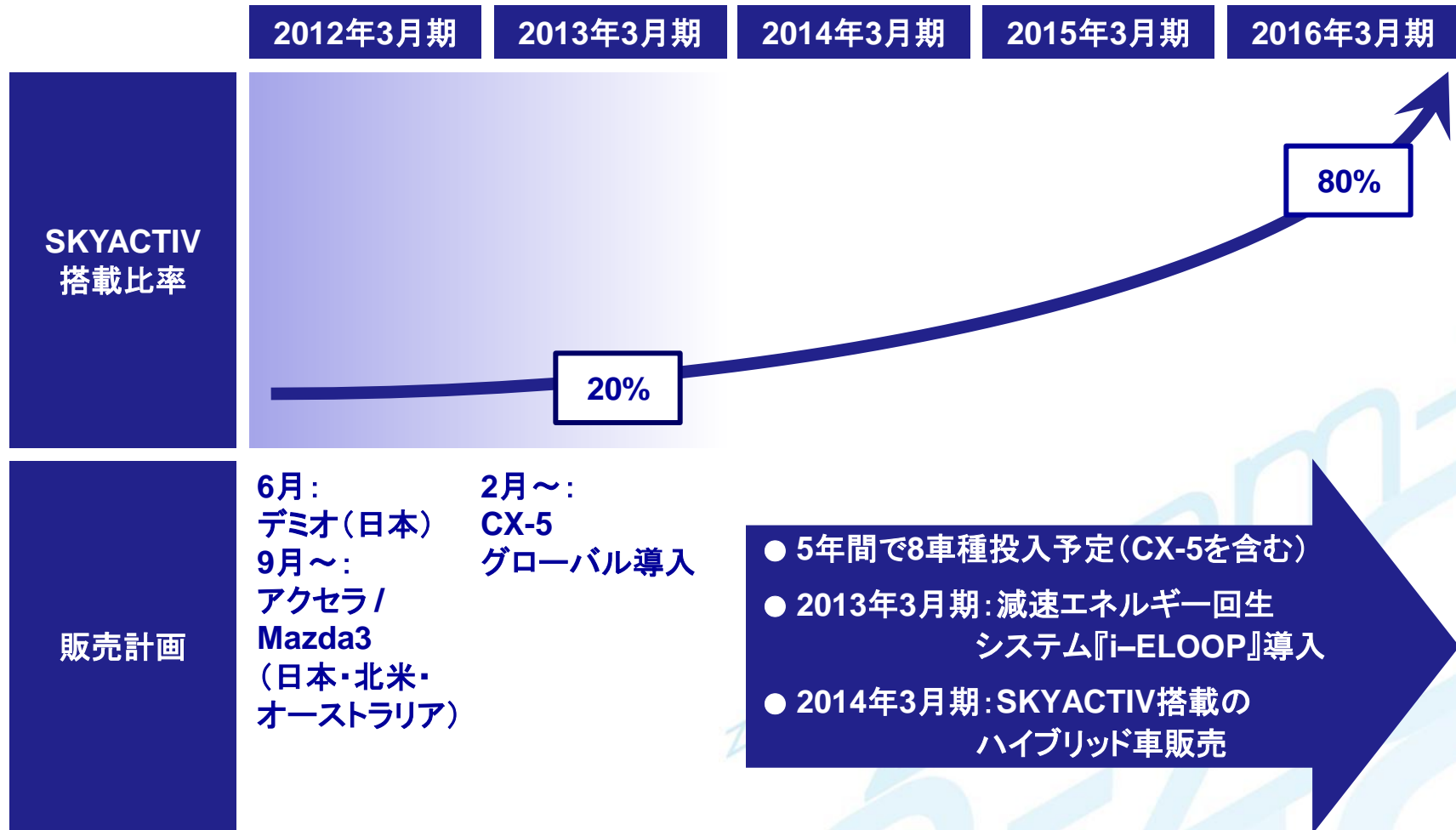


- ・ SKYACTIV技術は、顧客、販売店、さらにはメディアからも大きな反響
- ・ 正価販売の実現により、メーカー／販売店の収益改善に期待

注：日本：デミオ及びアクセラは発売からの累計（速報）  
北米：2012MYの1月単月（速報）

# ① SKYACTIVの販売戦略

➡ 高い評価を獲得したSKYACTIV搭載車をグローバルに展開



## ② モノ造り革新によるコスト改善

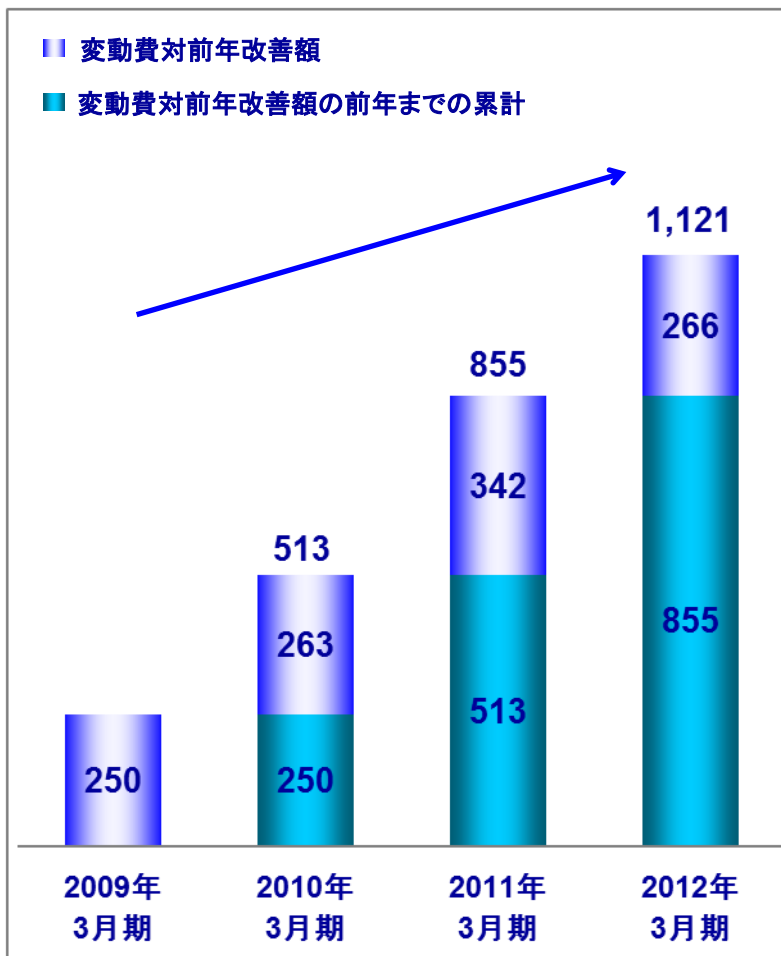
- 当初目標達成見込み。更に車両のコスト改善は30%を目指す
- CX-5は、ドル77円、ユーロ100円でも利益を創出し、且つCX-7比15万円の  
変動利益の改善

		性能	コスト改善／効率化
開発効率化			30%以上
			60%以上
生産設備投資	SKYACTIV-G		60%以上
	車両		20%以上
コスト改善	車両(除く、追加装備)	100kg以上軽量化 (燃費改善5%相当)	20%以上→30%(目標)
	SKYACTIV-D	燃費改善20%/Euro6 適合	現行よりも改善
	SKYACTIV-G	燃費・トルク改善15% Euro6適合可能	現行直噴よりも改善
	SKYACTIV-DRIVE	燃費改善 4-7% ダイレクトフィーリング向上	現行レベル

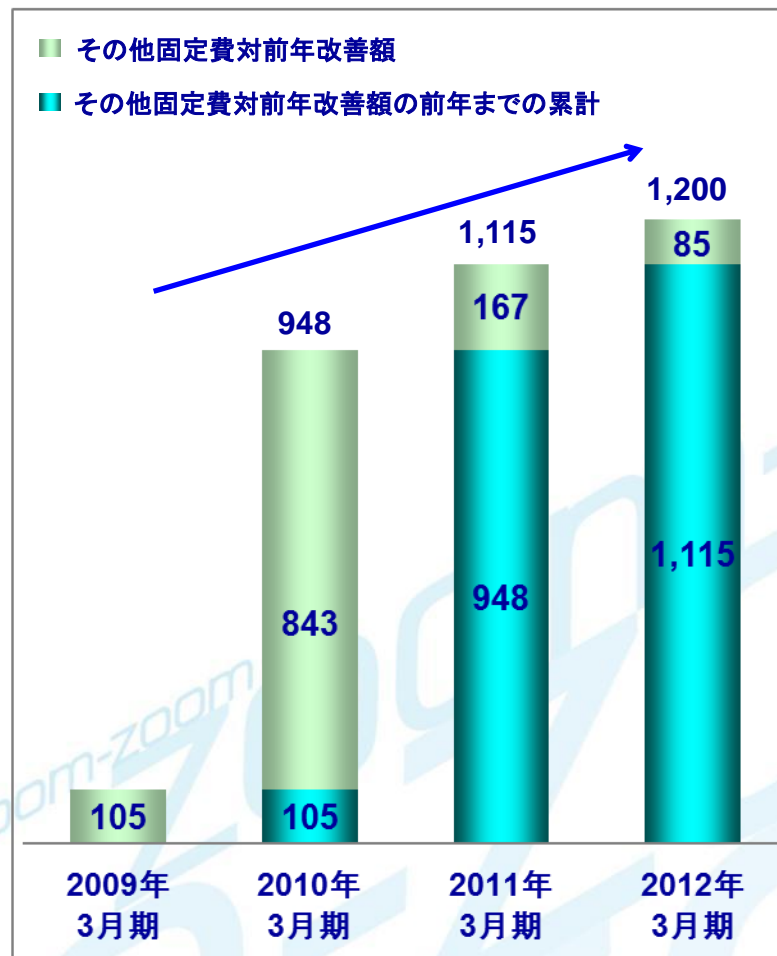
## ② モノ造り革新によるコスト改善 -コスト改善の推移

直近4年間で合計約2,300億円のコスト改善を達成の見込み

変動費改善額の推移(億円)



その他固定費改善額の推移(億円)



注: 原材料価格高騰影響を除く改善額

## ② 円高に対応した追加施策

- ➡ これまでのコスト改善に加え、円高でも利益が出るコスト構造に向け対応施策を推進

### 追加施策

#### 変動費の改善

- ➡ モノ作り革新を強化し、更なるコスト改善
  - ・車両のコスト改善目標を20%から30%へ
- ➡ 為替に左右されないコスト構造を目指した調達戦略の推進
  - ・国内工場の海外調達率 及び外貨建て決済を現状20%から2013年に25%、2014年に30%以上へ
  - ・海外生産拠点における徹底的な現地調達率アップ

#### その他固定費の改善

- ➡ 固定費構造の改革
  - ・本社間接部門の10%効率化（業務管理系スタッフ30%）
  - ・間接社員の海外&第一線シフトによる、海外販売力及び現場力のアップ
  - ・転進支援制度
  - ・採用抑制（2013年3月期～）
- ➡ 海外販売ネットワークの徹底的な効率化

# ③ 新興国事業の成果及び今後の施策

## ➡ 更なる施策を通じて新興国事業を強化

	成果	今後の施策
中国	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ 販売網の拡大を通じた販売台数の拡大               <ul style="list-style-type: none"> <li>・販売台数(2008年3月期) (2012年3月期) 10万1千台→ 23万6千台(計画)</li> <li>・販売店数(2007年末) (2011年末) 156店舗→ 365店舗</li> </ul> </li> <li>➡ Mazda6がJ.D. パワー アジア・パシフィックの中国初期品質調査(IQS)で2年連続第1位を受賞</li> <li>➡ 南京工場生産能力増強(16万台→24万台)</li> <li>➡ 現地生産モデル(2007年) (現在) 3車種→ 6車種</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ 一貫した生産・販売体制の確立 (CFMAの持分見直し)</li> <li>➡ SKYACTIVの現地生産開始</li> <li>➡ 40万台販売体制に向けた更なる販売網の拡大(内陸部、沿岸部空白地域への出店加速)               <ul style="list-style-type: none"> <li>販売店数(2011年末) (2015年末) 365店舗→ 600店舗</li> </ul> </li> <li>➡ 商品ラインアップ拡充 現地生産車種 6 → 10車種</li> </ul>
ロシア	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ リーマンショック後の大幅な台数減から着実に回復</li> <li>➡ 2011年3月期: 2万9千台販売               <ul style="list-style-type: none"> <li>・前年同期比約+29%</li> </ul> </li> <li>➡ 需要回復に加え商品力強化によりMazda3及びCX-7が好調</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ 現地生産体制の確立               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ソラーズ(Sollers)社と合弁生産拠点の設立に向け協議中(現地生産車種 2車種)</li> <li>・販売台数: 5万台以上(2016年3月期までに達成)</li> </ul> </li> </ul>

### ③ 新興国事業の成果及び今後の施策(続き)

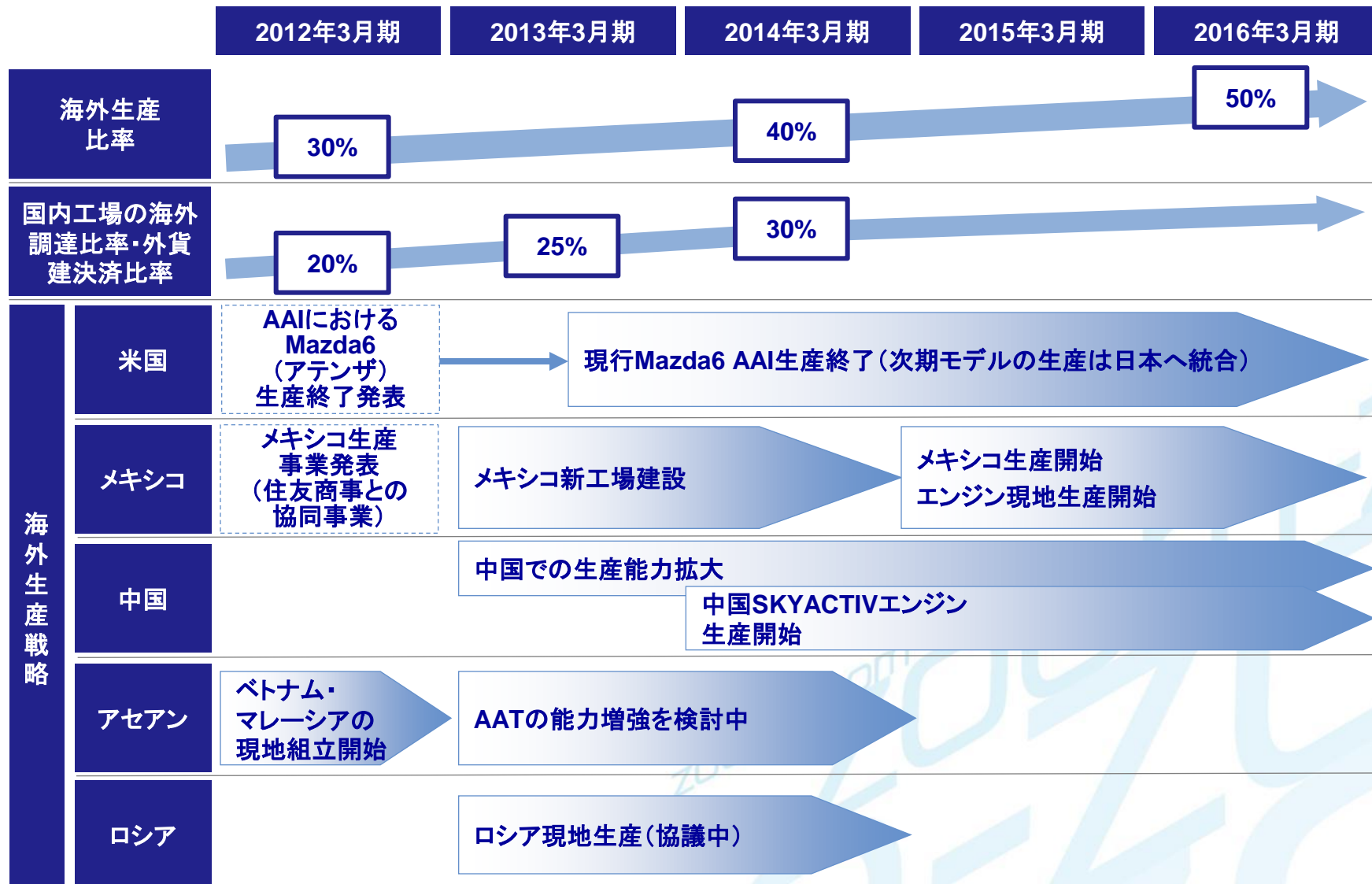
#### ➡ 更なる施策を通じて新興国事業を強化

	成果	今後の施策
アセアン	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ 更なるAATの活用及び、アセアン市場での販売体制強化               <ul style="list-style-type: none"> <li>・タイ: AATでMazda2及びMazda3の現地組立開始。CY2011で過去最高の販売台数及びシェアを獲得</li> <li>・マレーシア: Mazda3の現地組立開始</li> <li>・ベトナム: Mazda2の生産開始(2011年10月)</li> <li>・インドネシア: CY2011で過去最高の販売台数及びシェアを獲得</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ タイ: AATの能力拡大を検討中</li> <li>➡ アセアン全体               <ul style="list-style-type: none"> <li>・現地生産車種 (2012年3月期) (2016年3月期) 3 → 6 車種</li> <li>・販売台数 (2011年3月期) (2016年3月期) 5万5千台 → 15万台</li> <li>・シェア (CY2011) (CY2015) 2.4 → 4.7%</li> <li>・販売店舗数 (CY2011) (CY2015) 236 → 330店舗</li> </ul> </li> </ul>
中南米	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ メキシコ:               <ul style="list-style-type: none"> <li>・Mazda3(2009年)、Mazda2の導入やCX-7の好調(2011年)により、CY2010のシェアは3.1%、CY2011に過去最高のシェア3.3%を獲得</li> </ul> </li> <li>➡ その他中南米:               <ul style="list-style-type: none"> <li>・CY2011には、チリで過去最高の販売台数を達成</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➡ メキシコで車両組立及びエンジン組立工場を建設(2014年3月期稼動)               <ul style="list-style-type: none"> <li>・FTAなどを活用し、メキシコ生産車の北米及び中南米への販売取り組みを強化</li> </ul> </li> <li>➡ ブラジルへの参入を検討中</li> </ul>



# ③ グローバル生産体制の再構築

為替抵抗力の高い生産体制の構築を加速



### ③ 欧米事業における利益構造改革

- ➡ 北米、欧州ともに円高下で利益の出せる体質へ変革
- ➡ SKYACTIV商品導入による反転攻勢

#### 北米事業の再構築

1. Mazda6の生産を日本へ移管することによるAAIの固定費削減効果は、約150億円
2. メキシコ新工場を最大限有効活用
  - ・ 北米向けMazda2、Mazda3の生産を日本から移管し、NAFTAを活用して北米へ出荷

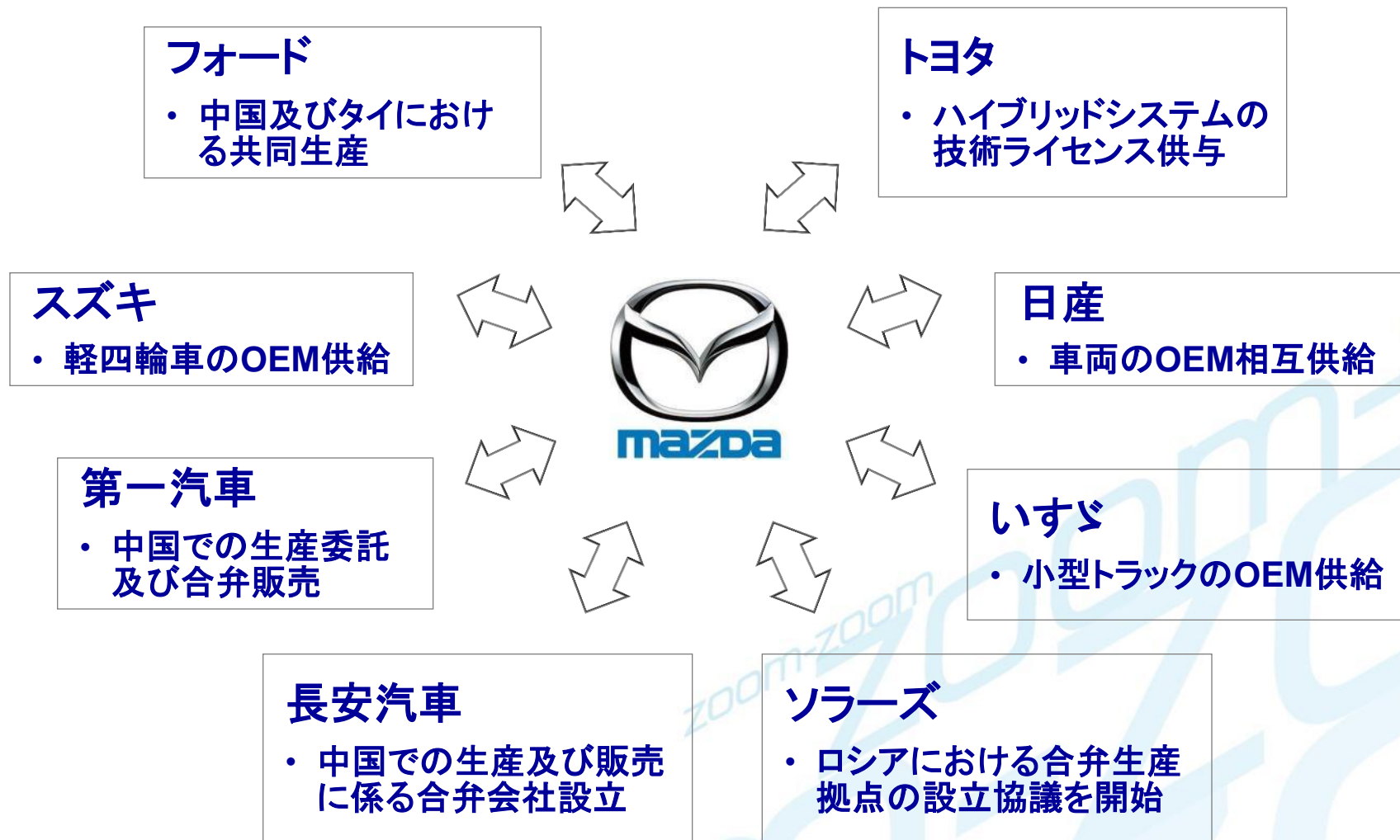
#### 欧州事業の再構築

1. SKYACTIV商品導入による販売モメンタムの大幅な向上。特にSKYACTIV-Dにより台数・MIXの改善を図る
2. 重点市場へ注力
3. 販売ネットワークの徹底的な効率化（例）ドイツでの販売網再編
4. ロシアにおけるKD生産・出荷に伴う台数拡大
  - ・ 関税を軽減
  - ・ シベリア鉄道の活用による在庫期間の短縮

## ④ グローバルアライアンスの推進

### ▶ 現在も多様な提携先と個別事業を推進中

#### 多様な提携先



## ④ グローバルアライアンスの推進(続き)

---

▶ マツダブランドを強化するため、今後、事業・技術提携を強かに推進

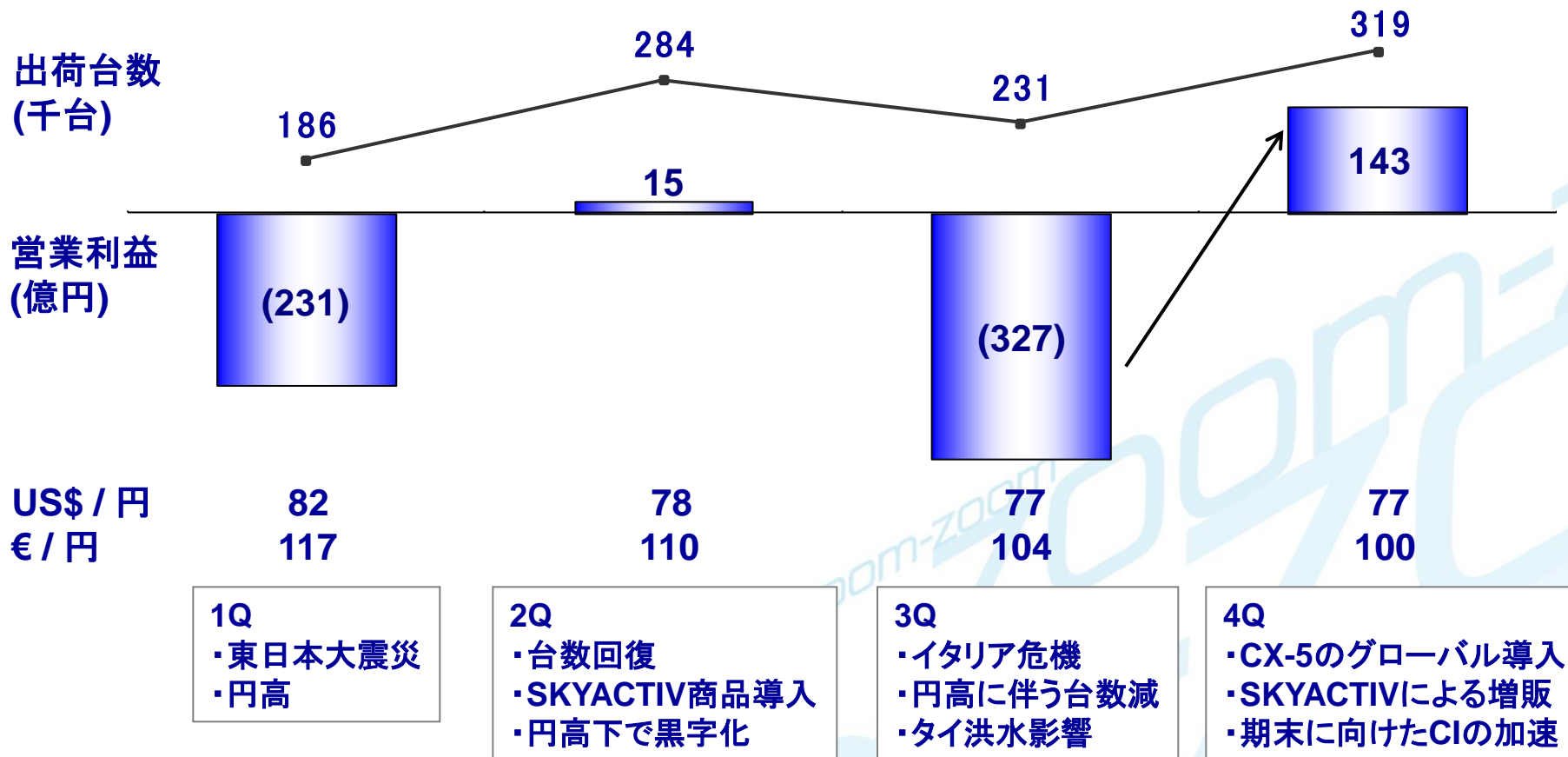
1. 商品／技術／地域ごとに最適な補完を行う提携戦略を積極的に推進
2. SKYACTIV パワートレインを含めた他社への商品・技術の供与

zoom-zoom

# まとめ (1)

<2012年3月期>

- ▶ 第3四半期をボトムとして、台数増も貢献し、第4四半期は全ての利益レベルで黒字の見通し
- ▶ 通期見通しは、営業損失400億円



## まとめ (2)

- ▶ 2013年3月期 - SKYACTIVによる反転攻勢で、全ての利益レベルで黒字を確保
- ▶ 中長期見通し(2016年3月期)

営業利益	1,500億円
売上高営業利益率	6%以上
グローバル販売台数	170万台
- ▶ 構造改革プラン
  - ①SKYACTIVによるビジネス革新
  - ②モノ造り革新による更なるコスト改善の加速
  - ③ 新興国事業強化とグローバル生産体制の再構築
  - ④グローバルアライアンスの推進



**mazda**

zoom-zoom

zoom-zoom

zoom-zoom



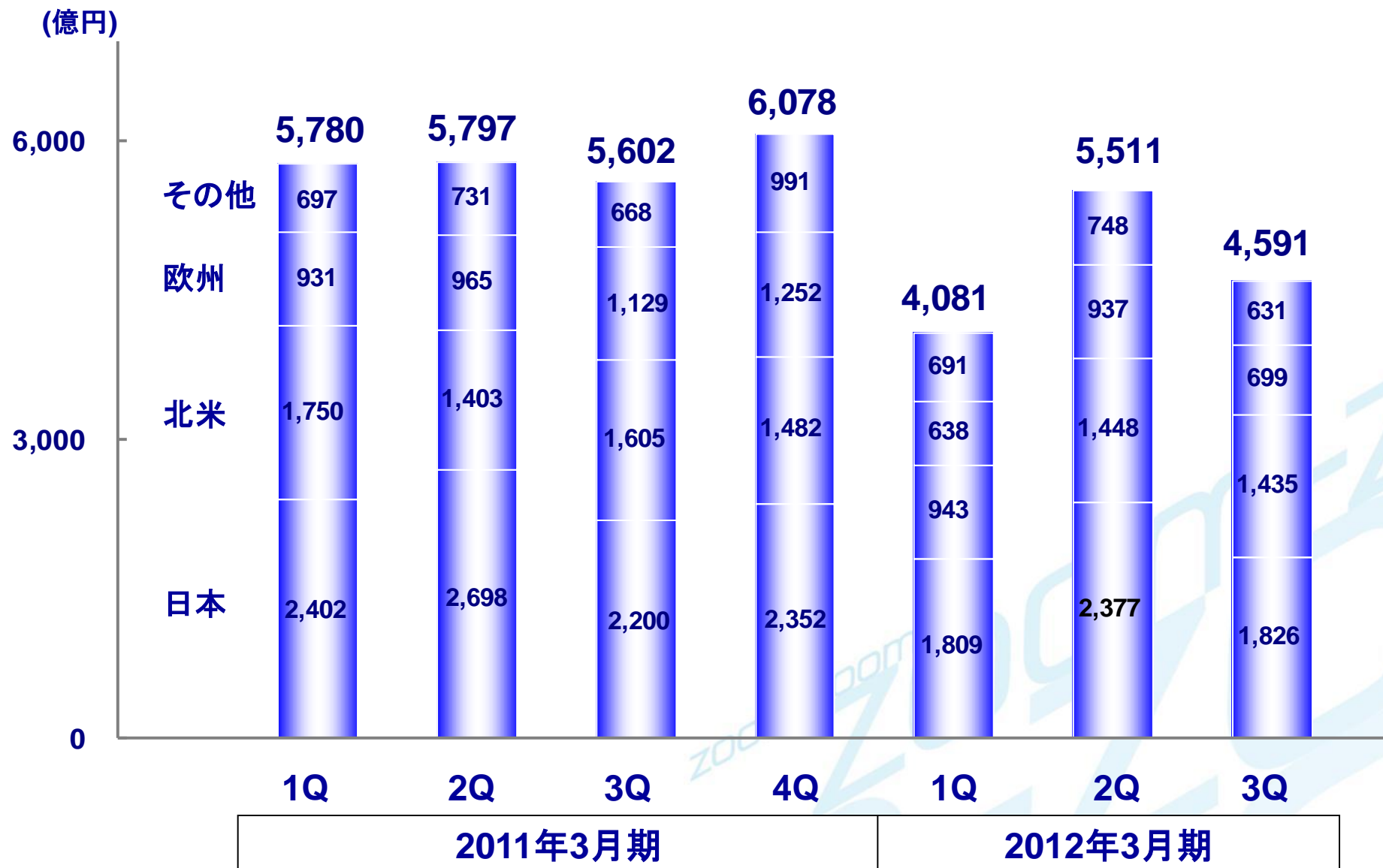
添付



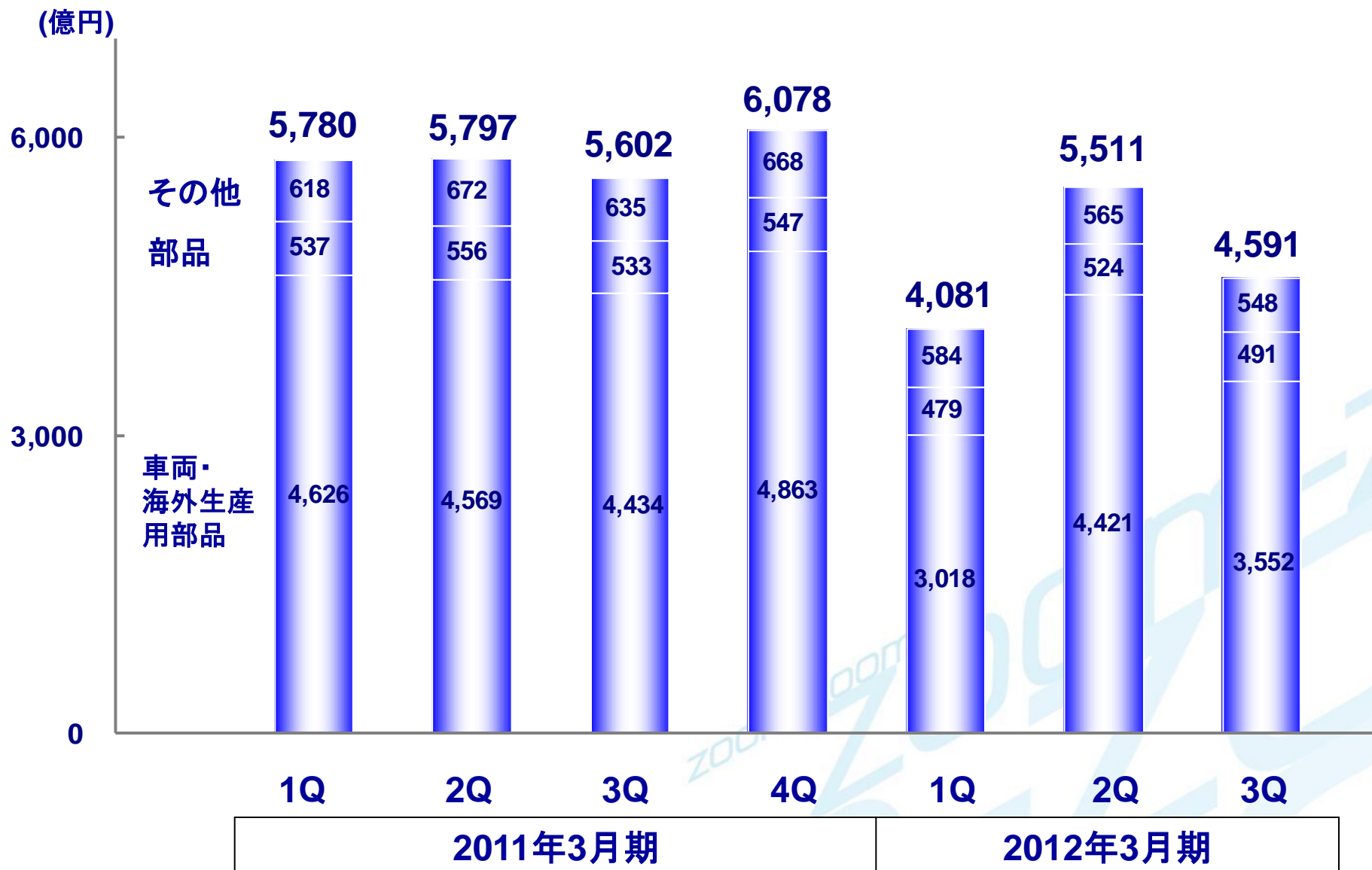
# キャッシュフロー及び純有利子負債

(億円)	2012年3月期 第3四半期累計	2011年3月期 通期	対前期末 増/(減)
フリーキャッシュフロー	(1,287)	16	-
現金及び現金同等物	2,369	3,228	(859)
純有利子負債	5,015	3,702	1,313
純有利子負債 自己資本比率	155 %	86 %	69 pts
自己資本比率	19 %	24 %	(5) pts

# 売上高 所在地別



# 売上高 製品別

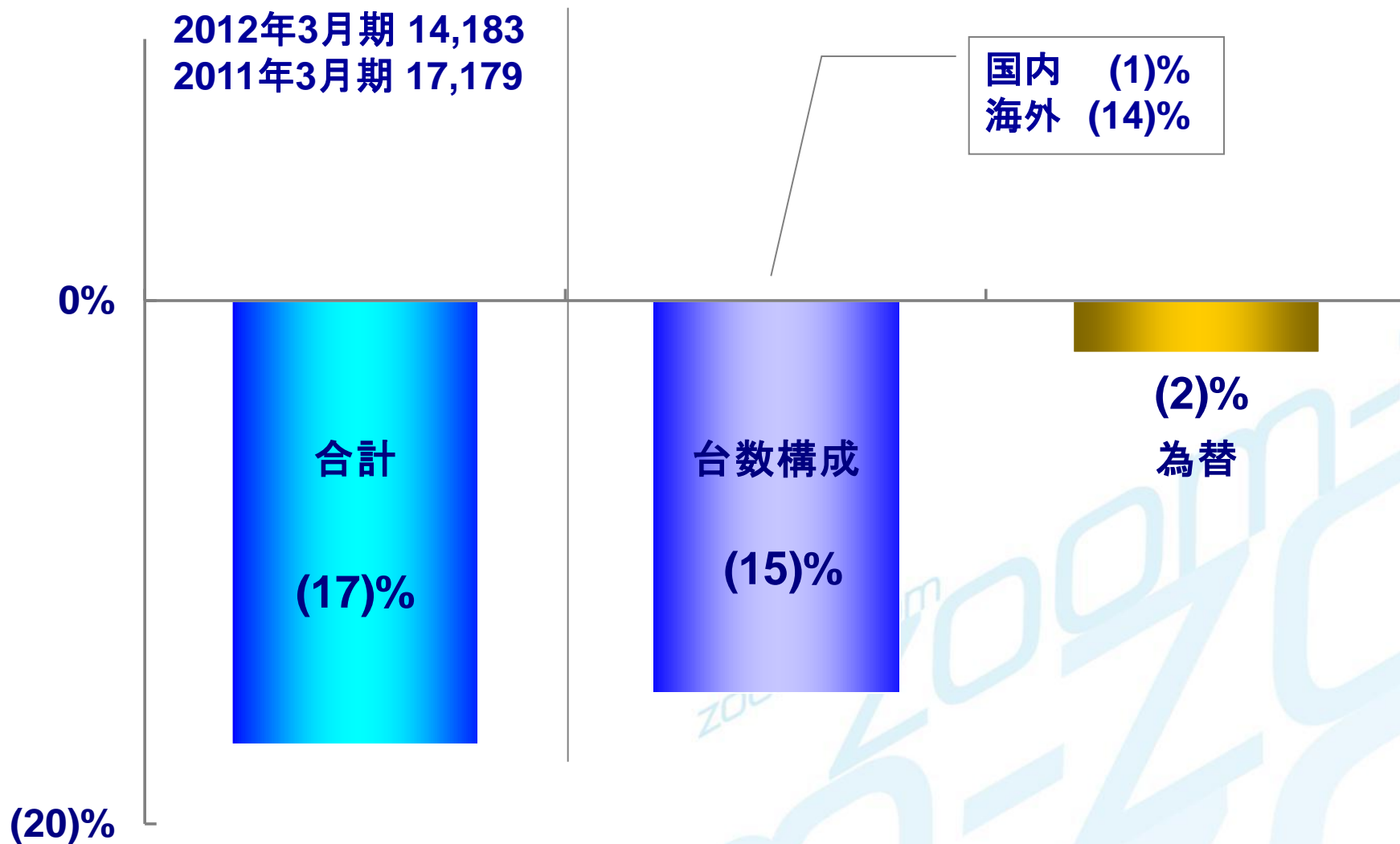


# 売上高変動内訳

## 2012年3月期 第3四半期累計 対前年比較

(億円)

2012年3月期 14,183  
2011年3月期 17,179



# 売上高変動内訳

## 2012年3月期 第3四半期 対前年比較

(億円)

2012年3月期 4,591

2011年3月期 5,602

国内 5%  
海外 (20)%

0%

合計

(18)%

台数構成

(15)%

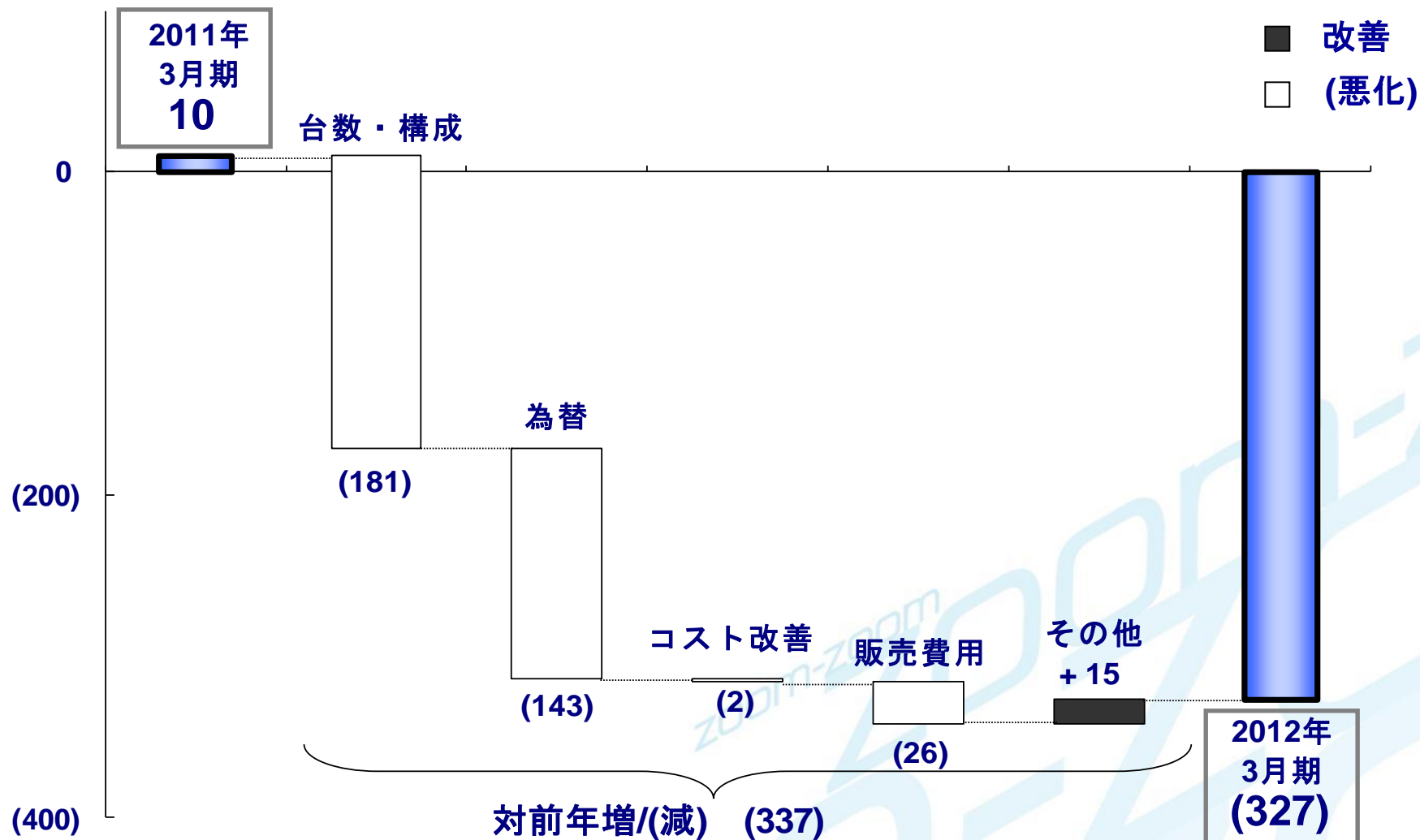
(3)%  
為替

(20)%

# 営業利益変動

## 2012年3月期 第3四半期 対前年比較

(億円)



# 主要データ

	2012年3月期		対前年 増/(減)	
	第3四半期	第3四半期 累計	第3四半期	第3四半期 累計
<b>グローバル販売台数 (千台)</b>				
日本	42	137	14	(16)
北米	84	266	4	9
欧州	38	129	(9)	(26)
中国	58	165	(16)	(21)
その他市場	65	194	(4)	(12)
合計	<u>287</u>	<u>891</u>	<u>(11)</u>	<u>(66)</u>
<b>連結出荷台数 (千台)</b>				
日本	46	155	16	0
北米	92	244	(5)	(34)
欧州	37	111	(19)	(35)
中国	1	9	(3)	(7)
その他市場	55	182	(18)	(33)
合計	<u>231</u>	<u>701</u>	<u>(29)</u>	<u>(109)</u>
<b>為替レート</b>				
US\$ / 円	77	79	(6)	(8)
€ / 円	104	111	(8)	(2)

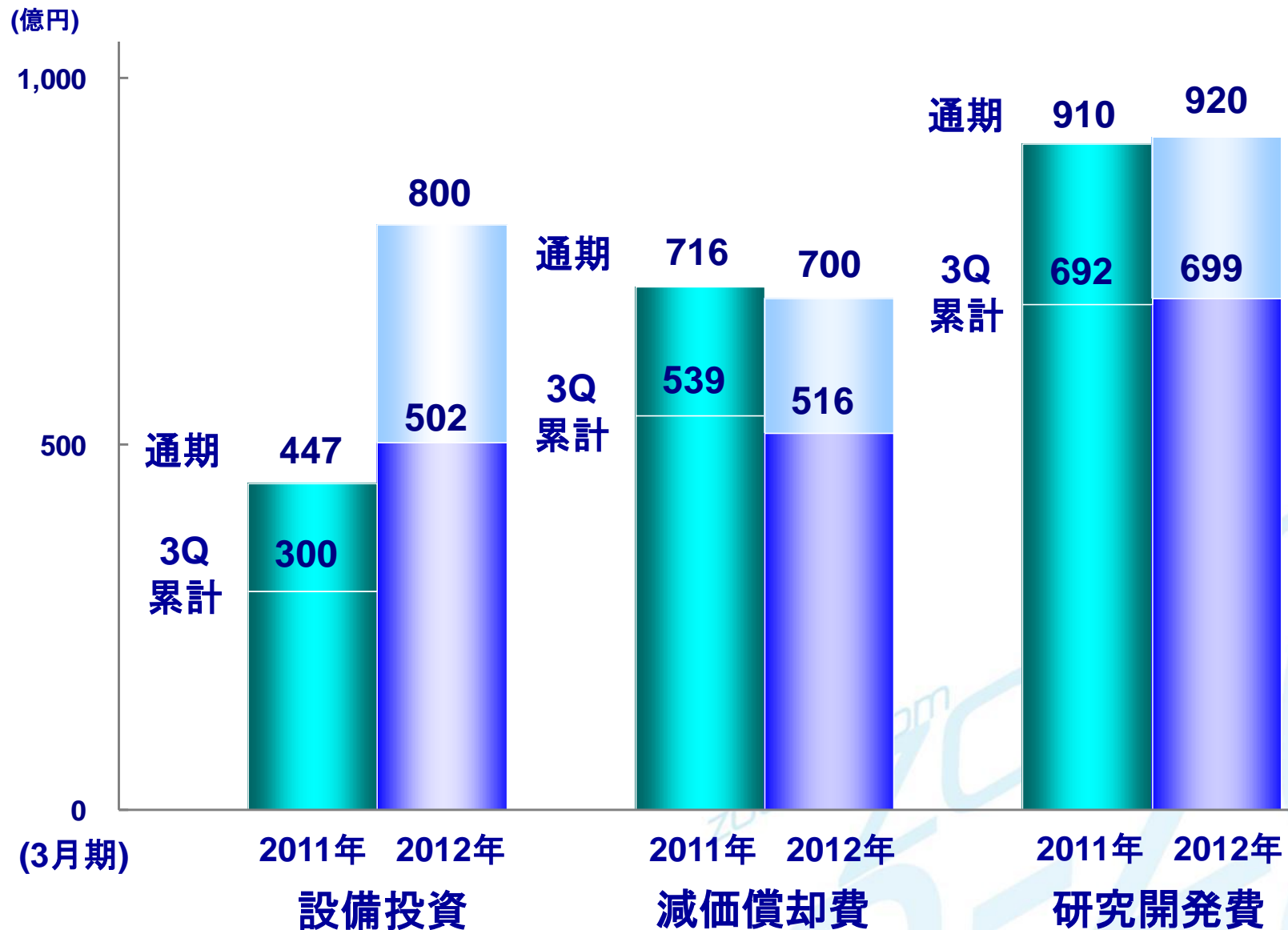
# 主要データ

	2012年3月期			対前年 増/(減)			対11月 公表 増/(減)
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
<b>グローバル販売台数 (千台)</b>							
日本	95	111	206	(30)	30	0	(3)
北米	182	188	370	5	23	28	(6)
欧州	91	91	182	(17)	(13)	(30)	(22)
中国	107	129	236	(5)	5	0	(24)
その他市場	129	127	256	(8)	(13)	(21)	(5)
合計	<u>604</u>	<u>646</u>	<u>1,250</u>	<u>(55)</u>	<u>32</u>	<u>(23)</u>	<u>(60)</u>
<b>連結出荷台数 (千台)</b>							
日本	109	116	225	(16)	35	19	(7)
北米	152	210	362	(29)	24	(5)	(4)
欧州	74	99	173	(16)	(19)	(35)	(24)
中国	8	2	10	(4)	(6)	(10)	(3)
その他市場	127	123	250	(15)	(34)	(49) *	(2)
合計	<u>470</u>	<u>550</u>	<u>1,020</u>	<u>(80)</u>	<u>0</u>	<u>(80)</u>	<u>(40)</u>
<b>為替レート</b>							
US\$ / 円	80	77	78	(9)	(5)	(8)	0
€ / 円	114	102	108	0	(10)	(5)	(2)

\* 2011年3月期の連結出荷台数は、決算期を変更した海外子会社の15ヶ月決算の影響分 1万6千台を含む 56

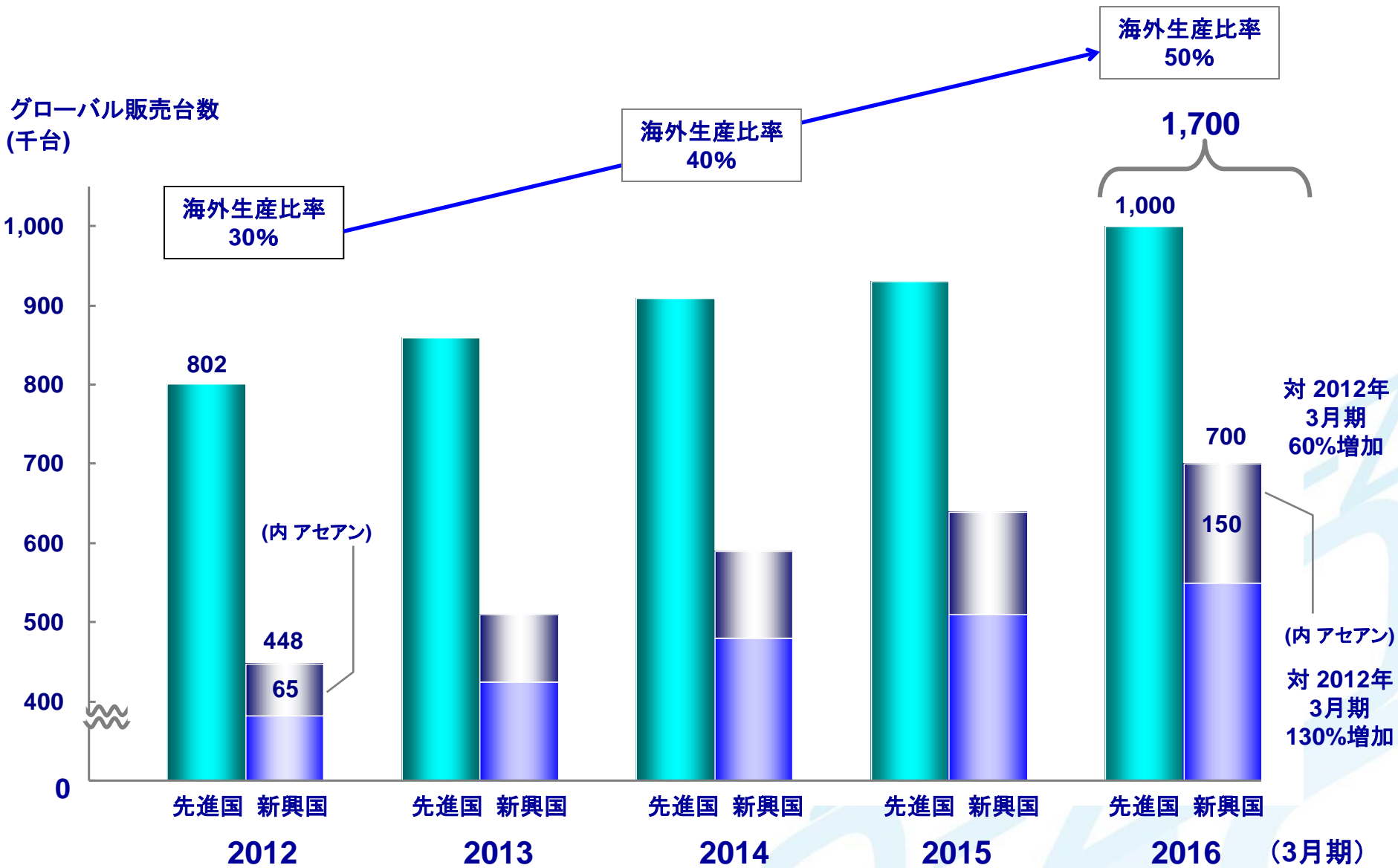


# 主要データ



# 台数成長

グローバル販売台数  
(千台)



## 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。