



トヨタは引き続き国や地域に必要とされるクルマづくりに努めると同時に、環境対応車に対する取り組みも強化しています。当期は各地域で減収となる厳しい事業環境となりましたが、徹底した収益改善努力の結果、営業利益はすべての地域で改善しました。

市場環境と業績概要

当期の自動車事業は、中国やインドなどの新興国における市場拡大が続きましたが、先進国では各国の需要喚起策による市場の下支えがあったものの、小型車・低価格車化という市場構造の変化が進み、総じて厳しい状況で推移しました。

このような状況において、日本、海外を合わせたトヨタの連結販売台数(ダイハツ、日野を含む)は、723.7万台と前期比4.4%、33万台の減少となりました。連結生産台数についても、680.9万台と前期比3.4%、24.2万台の減少となりました。これら生産台数と販売台数の減少に加え為替変動による影響により、売上高は前期比7.4%減の17兆1,974億円となりました。営業利益は原価改善努力や固定費削減により、前期の営業損失3,948億から3,085億円改善し、863億円の損失となりました。

地域別のセグメントの動向については以下のとおりです。

日本

当期の日本における連結販売台数は、新商品の積極的な投入や全国販売店の努力により216.3万台と、前期比11.2%、21.8万台の増加となりました。軽自動車を除くトヨタ・レクサスブランドの販売シェアは48.2%、軽自動車を含むシェアは44.3%と、それぞれ過去最高を更新しました。なお、「レクサス」の販売台数は約3.7万台となっています。また連結生産台数は、前期比7.0%減の395.6万台となりました。

この結果、売上高は11兆2,203億円と、前期比7.9%、9,664億円の減収となり、営業損失は原価改善努力と固定費削減等により2,252億円と、前期の営業損失2,375億円から123億円改善しました。

北米

当期の北米における状況は、自動車事業においてはリコールの影響はありましたが、市場が回復基調にあることや金融事業収益の改善などから大幅な改善となりました。同地域におけるトヨタの連結販売

台数は、209.8万台と前期比5.2%、11.4万台の減少となりました。米国市場における販売シェア(暦年)は、17.0%となっています。なお、北米における「レクサス」の販売台数は約25万台となっています。連結生産台数については、前期比13.4%増の104.2万台となりました。

この結果、売上高は5兆6,705億円と、前期比8.9%、5,524億円の減収となりました。営業利益は販売金融子会社において貸倒関連費用及び残価損失関連費用が減少したこと、金利スワップ取引などの時価評価による評価益が計上されたこと、固定費の削減ならびに原価改善の努力などにより、前期比4,756億円増の854億円と大幅増益となりました。

欧州

当期の欧州におけるトヨタの連結販売台数は、85.8万台と前期比19.2%、20.4万台の減少となりました。欧州における販売シェア(25カ国)は、5.7%となっています。なお、欧州における「レクサス」の販売台数は約2.6万台となっています。

連結生産台数については、前期比10.2%減の43.3万台となりました。

この結果、売上高は2兆1,470億円と、前期比28.7%、8,661億円の減収となり、営業利益は原価改善努力や固定費削減等により、前期における営業損失1,433億円から1,103億円改善し、330億円の損失となりました。

アジア

当期のアジアにおけるトヨタの連結販売台数は、台湾やタイなどで販売が好調だったこともあり、97.9万台と前期比8.2%、7.4万台の増加に、連結生産台数については、前期比7.8%増の102.1万台となりました。

この結果、売上高は2兆6,554億円と、前期比2.4%、640億円の減収となりましたが、営業利益は生産および販売台数の増加により、15.6%、275億円増加し、2,036億円となりました。尚、引き続き高成長を遂げる中国における2009年(暦年)の販売台数*は、前年比21.2%増の70.9万台となりました。

*:中国の販売台数は、現地生産と日本からの輸出車両の台数です。

その他地域(中南米、オセアニア、アフリカ、中近東など)

当期のその他地域(中南米・オセアニア・アフリカ・中近東など)におけるトヨタの連結販売台数は、全地域において販売が伸び悩み、全体として113.9万台と前期比21.1%、30.4万台の減少となりました。連結生産台数(中南米・オセアニア・アフリカ)については、前期並の35.7万台と、前期比20.3%、9.1万台の減少となりました。

この結果、売上高は1兆6,738億円と、前期比11.1%、2,091億円の減収となり、営業利益は1,155億円と前期比31.8%、279億円の増益となりました。

この1年の課題を踏まえた今後の成長戦略について

この1年に直面した様々な課題を踏まえ、「現地現物」と「良品廉価」の実現を引き続きトヨタの成長戦略の核として真のお客さま第一主義を徹底します。具体的には「地域ニーズに見合う商品ラインアップの見直し」と「市場構造の変化に対応した生産体制の構築」に取り組み、「攻める分野」を明確にした上で経営資源の最適配分を行います。

● 成長の加速に向けて:「新興国」と「次世代環境車」への対応

成長を加速するために「新興国」と「次世代環境車」を「攻める分野」として重点的に取り組みます。

第一に「新興国」については、中国とインドを中心に商品ラインナップの拡充と生産体制の整備を進めます。成長著しい中国では、現地需要に対する生産能力のさらなる拡充を目的に長春新工場を建設し、2012年前半に稼働を開始する予定です。またプリウスに続き、カムリハイブリッドの現地生産を開始するなど、商品ラインナップの充実を図ります。さらにインド市場向けには、徹底したお客さま目線で現地のニーズを先取りした新開発小型車「エティオス」を今年の年末に投入する予定です。

第二の注力分野である「次世代環境車」については、ハイブリッド技術の一段の向上とモデルの拡充を図ります。さらにプラグインハイブリッド(PHV)車については、2012年の販売開始に向けた積極的な取り組みを開始しています。電気自動車(EV)については、本年5月に米国シリコンバレーのEVベンチャーであるテスラ・モーターズとの業務提携を発表し、次世代環境車の開発体制を強化しました。

● 利益体質の復活:生産体制の再構築

成長分野に積極的に投資を行うと同時に、外部環境に影響を受けにくい筋肉質な収益体質の実現を目指します。インドや中国などの新興国への積極的な対応を図る一方で、日米欧の先進国では、市場構造の変化に応じた生産車種の見直しや、為替変動に強く、柔軟な生産体制の再構築を推進し、地域ごとの戦略的位置付けを明確にしたうえで、最適な供給体制の構築を図ります。

地域	戦略的位置づけ	生産体制見直しの方向性
北米	販売台数や収益の点で重要な拠点	開発から生産準備、生産にいたるまで自立化を推進し、将来的にはハイブリッド車やコンパクト車など、現地の需要動向を踏まえた生産体制へと再構築を図る。
欧州	技術を磨く市場	魅力ある車づくりに取り組み、商品の需要動向を見極めながら生産体制を検討。
日本	開発・支援・輸出車の供給拠点	外部環境の影響を鑑み、現状の生産体制を抜本的に再構築。 ・国内生産モデルの抜本的見直し 輸出货量は需要ある地域での生産;国内は新技術、新概念、新工法への取り組みを中心としたモデルを生産 ・需要変動が吸収できる柔軟かつ効率的な生産体制の構築 混立生産ラインの設置など同一プラットフォームを中心とした生産体制の整備 ・国内生産設備の寄せ止め 現状の生産レベルを維持しつつ、効率性向上に向けて工場・ラインごとの繁閑差を是正