

商品ラインアップの刷新と 重要市場での成長、コスト最適化を図るとともに、 積極的な投資を行い持続的成長への基盤を固めます。

三菱自動車は、2019年度を最終年度とする3カ年の中期経営計画「DRIVE FOR GROWTH」のもと、利益ある持続的成長への基盤づくりに向け、効率化を進めながら商品ラインアップの刷新と重要市場での成長を図ります。

「DRIVE FOR GROWTH」では、4つの目標指標（KPI）を設定しています。具体的には、2019年度までに販売台数（小売）は2016年度比40%増の130万台、売上高は2016年度比30%増の2兆5,000億円、営業利益率6%以上、そして本計画の3年間、毎年、フリーキャッシュフローの黒字化を目指します。

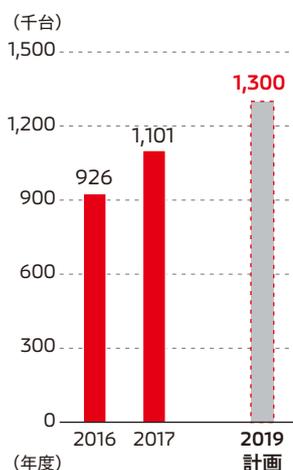
その実現に向けた戦略的施策として「商品の刷新」「中核市場への注力」「コスト最適化」を実施します。戦略的施策

を通じて、SUV・4WD車やピックアップトラックのラインアップをさらに強化し、新型『エクスペンダー』と新型『エクリプス クロス』など11モデルを投入します。また、この商品ラインアップの刷新は、アセアン地域、オセアニア、米国、中国、そして日本での販売拡大と並行して進めます。同時に、引き続きコスト管理の徹底を図り、効率的で規律ある業務体系を構築します。

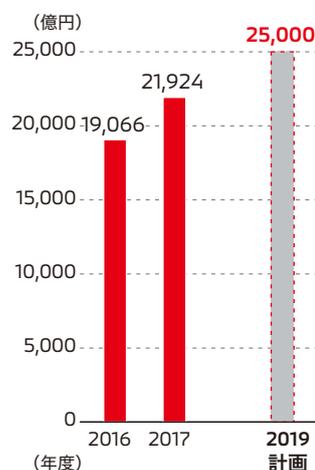
さらに、設備投資や新型車開発への積極的な投資を行い、持続的成長への基盤を固めます。「DRIVE FOR GROWTH」の最終年度である2019年度には設備投資を年間1,370億円、売上高比5.5%に引き上げます。また、研究開発費も年間1,330億円とする計画です。

4つの目標指標（KPI）

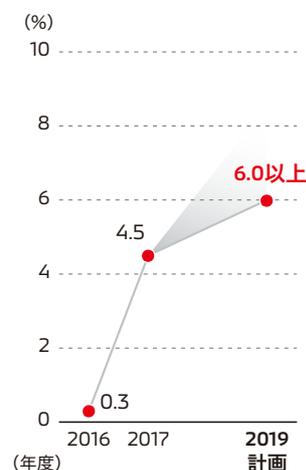
販売台数(小売)



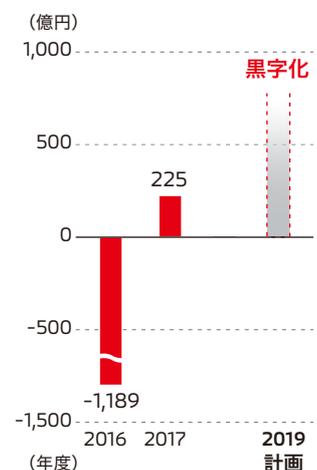
売上高



営業利益率



フリーキャッシュフロー





『エクリプス クロス』



『エクスパンダー』

戦略的施策

商品の刷新	中核市場への注力により、 売上成長を実現	コスト最適化
<p>「DRIVE FOR GROWTH」の期間中に、三菱自動車は11車種を投入します。このうち6車種は新規モデルまたは現行モデルのフルモデルチェンジとなり、毎年2車種の投入が予定されています。三菱自動車の強みであるSUV・4WD車およびプラグインハイブリッド車からなる主力の5車種でグローバル販売台数の70%を占める予定です。さらに、低排出ガス車へのシフトが進む中、2020年以降、軽自動車EVを含め主力モデルに電動化パワートレインを用意する計画です。</p>	<p>三菱自動車の最大かつ高収益市場であるアセアン地域では、2017年に操業を開始したインドネシアの新工場で生産する新型『エクスパンダー』が成長を主導します。アセアン地域での年間販売台数は206千台から2019年度には310千台まで増加する予定です。日本では、軽自動車の新型車を投入します。米国では、販売事業の強化を進め、2019年度に30%増となる年間130千台の販売を目指します。中国では、ディーラー網を倍増し、2019年度までには販売台数を倍以上の220千台に引き上げます。</p>	<p>三菱自動車はコスト管理を徹底するとともに、研究開発費を大幅に増額しながらも、開発費や生産・物流コストも含めた「ものづくり総コスト」の年率1.3%低減を目指します。これらのコスト管理を行いながら、三菱自動車はアライアンスのメンバーとして、共同購買や研究開発でのコスト回避などのシナジー効果で本計画期間中に1,000億円以上の効果を生み出します。</p>

基盤整備

設備投資、研究開発費の大幅増額

将来成長を支える基盤づくりのため、積極的な成長投資を加速させていきます。具体的には、本中計の最終年度である2019年度には設備投資を1,370億円(売上高比5.5%)、研究開発費を1,330億円(売上高比5.3%)まで増額させ

ます。積極的な投資により、設備投資および研究開発費の総額は3年間で6,000億円以上となる見込みです。これにより、規模の成長を支える開発・生産の体制を整備していきます。