

## 三菱自動車、2030年代に向けた新中長期ビジョンを発表 尖った商品・ブランドの強化によりお客様満足と企業価値をいっそう向上

三菱自動車工業株式会社（以下三菱自動車）は、2026年度から2030年代に向けた新中長期ビジョンを発表しました。

当社を取り巻く事業環境は、地政学リスクの拡大や環境規制対応の見直しなど、不確実性が継続的に高まっています。このような事業環境の中、従来の中期計画の延長線にとどまることなく、より中長期的な方向性として、「尖った商品・ブランドの強化でお客様満足と企業価値を向上」を掲げました。この方針のもと、ブランドを軸とした「成長戦略」と、収益体質強靱化を目的とした「構造転換」を同時に推進することで、不確実性の高い事業環境下においても本ビジョンの着実な実現を図ります。

成長戦略においては、当社のブランドを体現する商品および技術の強化に加え、ブランドの優位性のある市場への重点投資、当社の特長を活かしたバリューチェーン事業の拡大を通じて収益力の向上を図ります。また、構造転換では、コスト競争力の強化に加え、事業規模に応じた損益分岐点の最適化と、AI/DX活用による生産性向上を推し進め、より一層の柔軟性と強靱性を備えた収益体質の構築に取り組みます。

本ビジョンの主な取り組みは以下の通りです。

- 三菱自動車らしさを体現するパジェロを今年度中に投入するとともに、将来に向けたシリーズ展開を図る
- 商品戦略においては、当社の強みを最も発揮できるアセアン商品群とオフロード商品群に経営資源を集中、今後6年間で13車種を投入
- 価値訴求の更なる進化として「収益アップ戦略2.0」を推進
- 地域戦略は、成長が著しいフィリピン、ベトナム、日本を重点国と位置付け、成長投資を重点的に配分するとともに、市場ポテンシャルの高い中東・中南米については、当社のブランド力を活かして育成を図る
- 新車販売に加え、中古車販売、販売金融、アフターサービス、用品等のバリューチェーン事業を強化し、クルマ1台当たりの価値を最大化
- 部品・コンポーネントの共用最適化やグローバル調達戦略の推進によりコスト競争力を強化するとともに、生産能力や固定費構造の見直しを進め、損益分岐点を最適化
- 既存および新規のアライアンスや協業を活用、商品ラインナップを補完し成長を加速

これらの取り組みにより、2029年度に営業利益1,600億円、営業利益率4.5%、ROE10%の達成を目標とします。また、2030年度以降に営業利益2,000～2,500億円、営業利益率5.5%以上、ROE12%以上を目指します。そして、2029年度までの4年間で約1兆円の成長投資を行うと共に、総額1,000億円規模の株主還元を行います。

三菱自動車は、本ビジョンの着実な実行を通じて、ブランド価値の向上と収益基盤の強化を図り、持続的な企業価値の向上に取り組めます。

新中長期ビジョンの詳細については以下URLをご覧ください。

<https://www.mitsubishi-motors.com/jp/investors/corpmanage/plan.html>

### 三菱自動車について

三菱自動車は、ラリー活動で培った四輪制御技術と、長年にわたり蓄積してきた電動車開発の知見を有する自動車メーカーです。ルノー・日産アライアンスの一員として、日本およびアセアン諸国に生産拠点をもち、グローバルで約28,000名の従業員が働いています。プラグインハイブリッドEVの『アウトランダーPHEV』、ピックアップトラック『トライトン』、軽自動車『デリカミニ』など、あらゆる路面状況や使用環境に対応可能な商品ラインアップを通じて、お客様の冒険心を喚起し、心豊かなモビリティライフを提供することを目指しています。三菱自動車は、鍛え上げた四輪制御技術や電動化技術を活かした「三菱自動車らしい」個性的な商品を創出すべく、技術をさらに磨き上げ、真摯にクルマづくりに向き合い、引き続きお客様にワクワクするようなモビリティライフをお届けしてまいります。詳細については、当社ホームページをご覧ください。

<https://www.mitsubishi-motors.com/jp/company/information/index.html>

以 上