



2024年度 決算報告
2025年5月8日

1.2024年度 実績

2.2025年度 業績見通し

3.2025年度 重点取り組み

4.中期経営計画「Challenge 2025」進捗

2024年度 業績サマリー【前年度比】



(億円、千台)	年度実績				四半期別			
	FY2023	FY2024	増減		1Q	2Q	3Q	4Q
			差異	率				
売上高	27,896	27,882	-14	±0%	6,275	6,799	6,819	7,989
営業利益 (利益率)	1,910 (6.8%)	1,388 (5.0%)	-522 (-1.8pp)	-27%	355 (5.7%)	552 (8.1%)	139 (2.0%)	342 (4.3%)
経常利益	2,090	986	-1,104	-53%	424	268	93	201
当期純利益*	1,547	410	-1,137	-73%	295	85	-48	78
小売販売台数	815	842	+27	+3%	194	214	216	218

* 親会社株主に帰属する当期純利益

3

2024年度は、タイ・インドネシアの自動車需要回復の遅れや、世界的な車両供給制約緩和に伴う競争激化など、当社を取り巻く販売環境は厳しさを増しました。

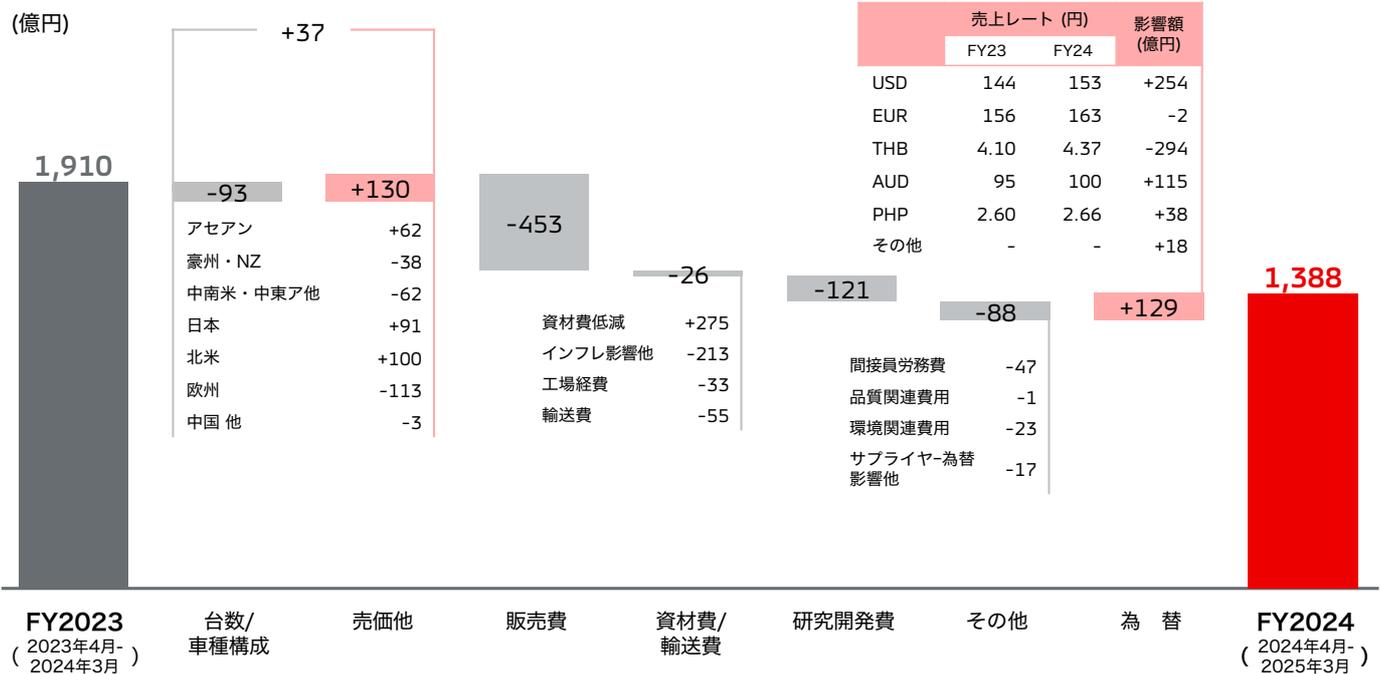
そのような環境下において、当社は上期までは、インフレ対応など固定費が増加する中でも、為替の追い風もありしっかりと収益を伸ばすことができましたが、下期入り後は、コスト通貨のタイパーツ独歩高もあり、為替もマイナス影響に転じました。厳しい状況下ではありましたが、新車種を主体とした台数増加を着実に収益に繋げると同時に、コスト・費用削減の徹底により、第3四半期に修正した通期営業利益見通しを上回っての着地となりました。

売上高は、前年度並みの、2兆7,882億円となりました。営業利益は、1,388億円、営業利益率は5.0%となりました。経常利益は、986億円、当期純利益は、410億円となりました。

小売販売台数は、修正後の見通しに若干届かなかったものの前年度比27千台増の84万2千台となりました。

年間配当金は期初予想の通り、前期より5円増配の1株あたり15円といたします

2024年度 営業利益変動要因分析【前年度比】



台数/車種構成・売価他は、前年度比37億円好転いたしました。そのうち台数/車種構成は、中東アフリカ、欧州、オセアニア等で、卸売台数が前年度比で減少した事などを主因とし、93億円の減益要因となりました。売価他は、主に日本や北米での継続的な売価改善やグレードミックス好転が奏功し、130億円の増益要因となりました。

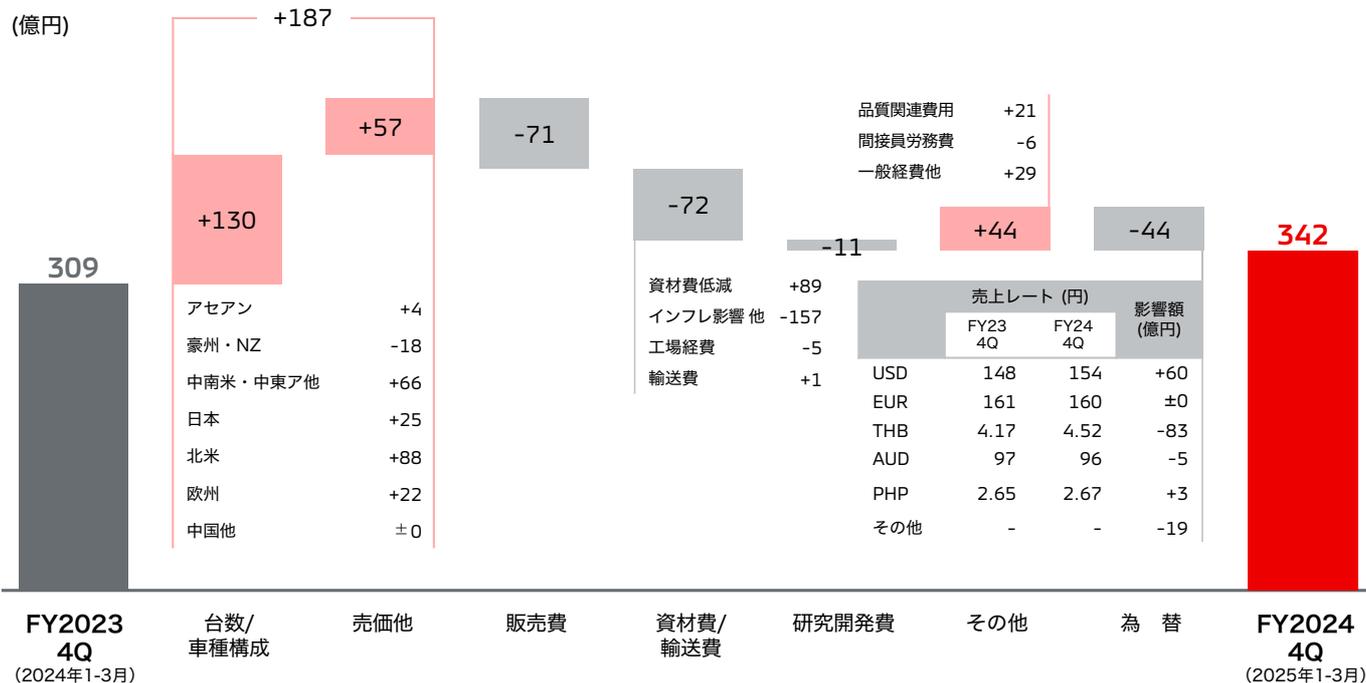
販売費は、競争激化により北米を中心に増加した対策金を、広告宣伝費の抑制で一部相殺しましたが、総計で453億円の減益要因となりました。

資材費/輸送費は、インフレ影響や、輸送費、工場経費増加を、コスト低減活動により相応に打ち返しましたが、総計では26億円の減益要因となりました。

研究開発費は、計画通りに積み増し、121億円の減益要因となりました。その他費用は、人件費、環境関連コスト、サプライヤー為替影響等の増加により、88億円の減益要因となりましたが、通期見通しからは70億円以上の圧縮となっています。

為替につきましては、コスト通貨であるタイバーツの悪化影響を、米ドル等その他主要通貨で打ち消し、129億円の好転となりました。

2024年度 第4四半期 営業利益変動要因分析【前年同期比】



第3四半期までの累計では150億円の減益要因だった台数/車種構成・売価他は、第4四半期に大きく傾向が変化しています。新規投入車種を中心に好採算車種の台数増などにより、前年同期比で総計187億円好転しました。

販売費は、主に北米・オセアニア等の販売競争環境の過熱に伴う対策金の増加を主因とし、総計で71億円の減益要因となりました。

資材費/輸送費は、インフレ影響等の清算が集中した事により、総計で72億円の減益要因となりました。

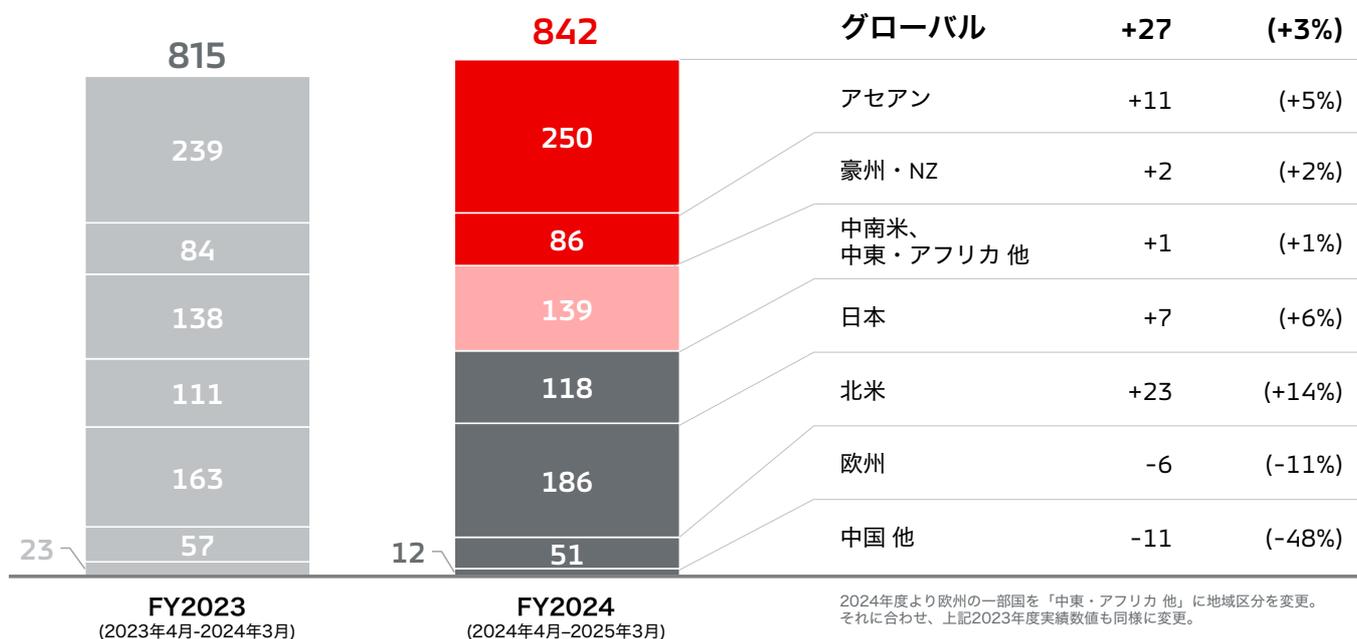
研究開発費は、11億円の減益要因となりました。その他は、コスト削減活動推進等の進捗もあり、44億円の増益要因となりました。

為替につきましては、タイパーツ高等による減益要因を、米ドル等で一部打ち返しましたが、総計で44億円の減益要因となりました。

2024年度 小売販売台数実績【前年度比】



小売台数（千台）



6

市場環境が厳しい中でも、モデルの刷新と電動化の促進に加えネットワーク強化を通じて、主要国のマーケットシェアを拡大することに注力したことで、修正後の見通しには若干の未達ではあったものの、前年度比ではアセアン、日本、北米などで増加となりました。

欧州地域は、欧州主要国での景況感の悪化や、政治不安による不透明感で総需要が低迷し台数が減少しています。

中国他については、2023年度に抜本的な構造改革を実施したことにより、前年度比で減少しております。

1.2024年度 実績

2.2025年度 業績見通し

3.2025年度 重点取り組み

4.中期経営計画「Challenge 2025」進捗

2025年度 業績見通し【前年度比】



(億円、千台)	FY2024 (2024年4月-2025年3月)	FY2025 見通し (2025年4月-2026年3月)	増減	
			差異	率
売上高	27,882	29,500	+1,618	+6%
営業利益 (利益率)	1,388 (5.0%)	1,000 (3.4%)	-388 (-1.6pp)	-28%
経常利益	986	900	-86	-9%
当期純利益*	410	400	-10	-2%
1株当たり配当 (円)	¥15	¥10		
小売販売台数	842	878	+36	+4%

* 親会社株主に帰属する当期純利益

8

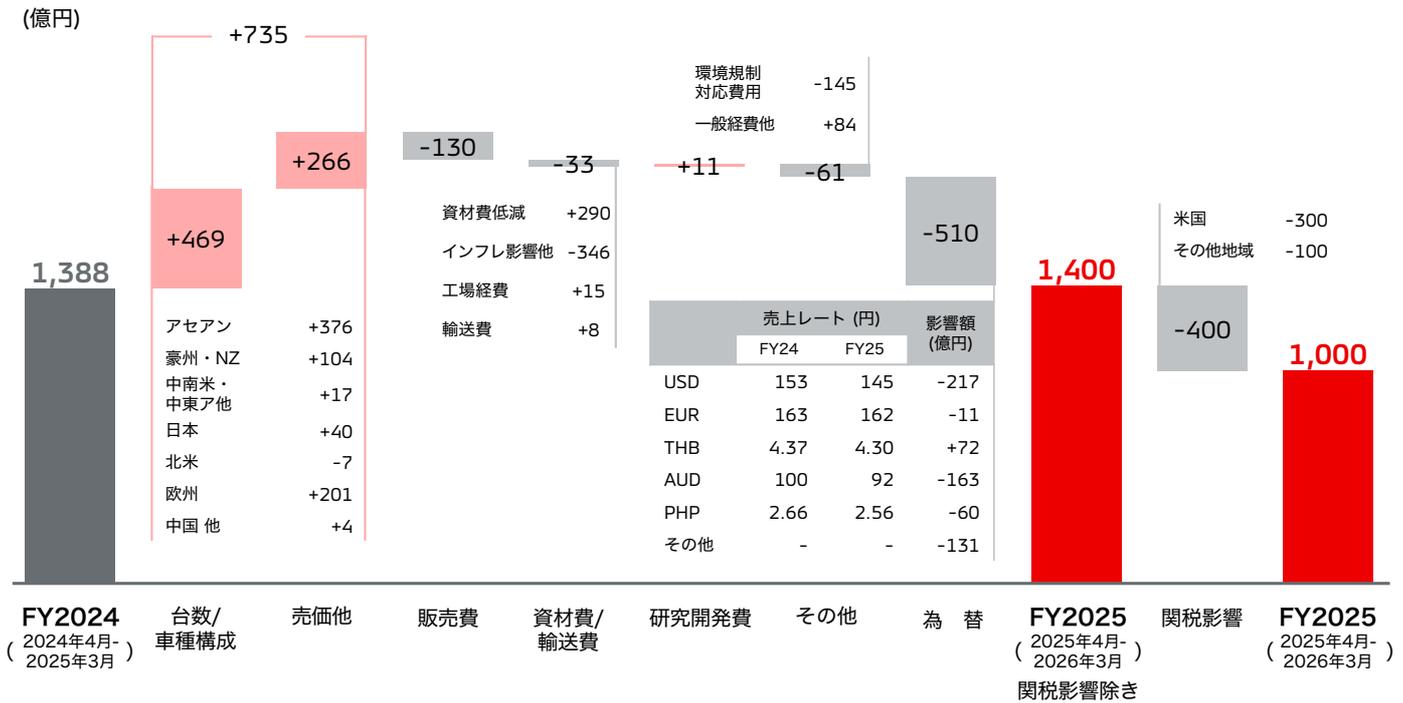
2025年度は、米国の関税政策に端を発した国際経済の混乱により、グローバル景気に不確実性が増しています。

2025年度の業績見通しは、売上高2兆9,500億円、営業利益1,000億円、経常利益900億円、当期純利益は400億円と致します。なお、このガイダンスは現時点での米国関税影響見通しを織り込んだものになります。本年は現状の不透明な国際経済の情勢に鑑み、四半期毎にこまめに業績見通しをアップデートして参ります。

なお、配当に関しては、期初時点では一株当たり10円の配当を予定しております。米国の関税影響の見極めは困難ですが、いかなる状況下においても、最低限年間10円の配当を維持することを目指し、引き続き将来の業績回復に向けた具体的な施策を実行して参ります。

株主の皆様におかれましては、何卒ご理解の上、引き続き、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2025年度 営業利益見通し変動要因分析【前年度比】



台数/車種構成、売価他については、前年度比735億円の増益効果を見込んでいます。全般的に経済環境は厳しいものの、昨年度末に投入した新型車の通年貢献と、今年度投入予定の新型車効果が、アセアン・オセアニアや欧州、日本において増益に寄与すると見込んでいます。

販売費は、競争激化に伴い上昇することが予測される対策金を、広告宣伝費の効率化・抑制により一部打ち返し、総計で130億円の減益要因を想定しています。

資材費/輸送費は、商品力向上に伴う資材費コスト上昇及び、インフレ対応の影響等を、資材費低減活動などで概ね相殺いたしますが、若干の減益要因が残る見込みです。

研究開発費は、前年度比で若干の好転。その他は、環境規制関連対応費用増加を、一般経費他コスト削減である程度相殺し、総計で61億円の減益要因を想定しています。

為替については、前年度比で穏やかな円高が進行すると予測し、510億円の減益要因を見込んでいます。

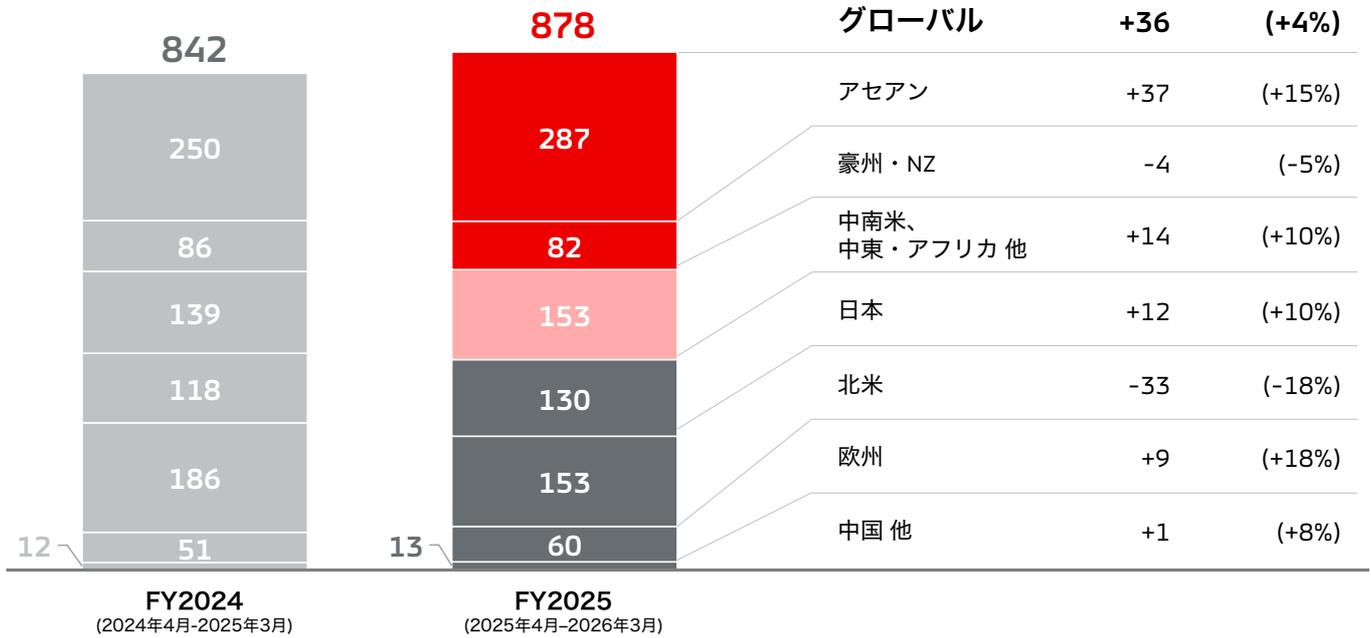
<次ページに続く>

関税の影響について、米国および米国への依存度が高い地域での景気後退を想定し、その影響額を試算しました。関税の追加及び、卸売台数が減少することに対して、コスト削減を中心とした施策を実行することで、一定程度吸収し、影響額を400億円と見積もります。

2025年度は景気の下振れリスクが非常に高いと判断し、コスト及び費用の徹底的な削減を図ることで、営業利益1,000億円の達成を目指します。

2025年度 小売販売台数見通し【前年度比】

小売台数（千台）



こちらのグラフは今年度の小売販売台数計画です。既存モデルの刷新や新型車を投入するアセアン、中南米・中東、日本、欧州で市場シェア及び台数の維持・拡大を図ります。

1.2024年度 実績

2.2025年度 業績見通し

3.2025年度 重点取り組み

4.中期経営計画「Challenge 2025」進捗

アセアン・オセアニア

小売販売台数・マーケットシェア (当社調べ)

	FY2024		FY2025(見通し)
アセアン	250千台	→	287千台
タイ	27千台 (4.8%)	→	35千台 (6.6%)
インドネシア	71千台 (8.2%)	→	80千台 (10.2%)
フィリピン	92千台 (19.5%)	→	97千台 (20.4%)
ベトナム	43千台 (13.3%)	→	51千台 (16.1%)
その他	17千台	→	24千台
オセアニア	86千台	→	82千台



エクスポース HEV

- アセアン：需要堅調なセグメントに集中。既存モデル刷新・新型車投入でシェア拡大
 - オセアニア：厳しい需要環境の中、投入した新型車販売強化によりシェア維持に集中
 - ネットワークの最適化・販売生産性向上し、教育プログラム拡充による販売員の質強化
- 市場環境の変化に迅速・柔軟に対応しつつ、DXを活用し生産性、販売マーケティング、販売ネットワークの強化・改善を推進することで、三菱ブランド基盤を確立

2025年度のアセアン各国の販売環境は全般的には厳しい状況が続くと予測されています。タイは、家計債務比率が依然として高水準であり、マクロ経済の回復が見込めません。インドネシアでは、増税や新政権の分配政策による景気停滞が懸念されています。ベトナムとマレーシアは、米国の相互関税の影響を受ける可能性がある一方、フィリピンは比較的好調な市場環境が続く事が予測されています。そのような中、新型車の投入を梃に、ネットワークの改善、現地金融機関との連携等を通じて、販売台数の拡大を目指すと共に、コスト・費用の削減を徹底し利益拡大を図ります。

2025年度のおセアニア地域は、政策金利高、主要製品の輸出先である中国経済の低迷を受けた豪州経済の冷え込みなど、引き続き当社を取り巻く市場環境は厳しいものと想定しています。そのような中、市場シェアの維持を最優先事項とし、全てのグレードが揃った新型『トライトン』、モデルを刷新した『アウトランダー』シリーズの販売を強化いたします。

中南米・中東アフリカ

	小売販売台数	
	FY2024	FY2025 (見通し)
中南米・中東ア 他	139千台	→ 153千台
中南米	59千台	→ 71千台
中東ア 他	80千台	→ 82千台



トライトン

- 中南米：高いブランド力を活用しハイエンドモデルのプライベート向け販売強化
 - 中東ア：コアモデルを軸としたブランド価値の向上を推進
- ➔ 市場環境変化に柔軟に対応しつつ、市場規模・伸びしろの大きい国に対しても注力

中南米市場において、主要国であるブラジルの自動車需要は、政策金利の高止まりにより成長が鈍化すると予測されています。しかし、当社はブラジルでの高いブランド力を活用し、新型車を継続的に投入すると同時に、新型『トライトン』の上級グレードのプライベート向け販売を強化することで、持続的な成長を目指します。

中東においては、2025年度も当社を取り巻く販売環境に大きな変化は見込まれず、概ね前年並みを想定しています。当社は、ブランドの柱である『アウトランダー』及び『モンテロスポーツ』を販売の中心に据えると共に、昨年度投入した『L200/Triton』の市場浸透を目指します。強力なモデルラインアップが揃ったことを受け、市場特性に合致する価格戦略と効果的な広告展開を通じて、ブランド及び販売の強化を図ります。

日本・北米・欧州

	小売販売台数	
	FY2024	FY2025 (見通し)
日本	118千台	→ 130千台
北米	186千台	→ 153千台
欧州	51千台	→ 60千台



アウトランダーPHEV

- 日本：堅調な販売モメンタムを維持し、台数・市場シェア拡大を目指す
 - 北米：厳しく変化の激しい環境の下コスト抑制を徹底し収益確保を優先
 - 欧州：新型『アウトランダー』PHEV拡販、投入予定の新型車の着実なローンチに注力
- 不確実性強まる中、パートナーとの協業を強化することで市場の変化に柔軟に対応

国内市場は、概ね前年度並みの自動車需要が見込まれています。当社は、「三菱自動車らしさ」を象徴する車種により、向上してきたブランド力を強化し、新型車を梃にしたさらなる販売拡大と、他の商品への波及効果の最大化へと結びつけます。販売の現場ではデジタル化を加速させ、販売効率向上を図ります。今後も続く新型モデル投入に向け、ネットワークの拡大、サービス体制の整備を通じ、中長期的な成長改善にも取り組みます。

北米市場では、関税リスク、金利高止まりの可能性、景気鈍化リスクなどにより非常に不透明な状況が続いています。また、市場競争の激化も予測されます。しかし、商品力を大幅に強化した『アウトランダー』シリーズをコアとし、販売モメンタムを維持しつつ、市場の変化に迅速に対応し、収益確保を優先します。

欧州の自動車需要は前年度比で若干の減速が見込まれ、米国関税の影響もあり不確実性が増しています。その中で当社は、昨年度末に投入した『アウトランダー』PHEVの拡販を推進し、予定されている新型車を着実に立ち上げることで、お客様のニーズに応じて参ります。

新規商品投入と商品の刷新



アウトランダー



エクスフォースHEV



3列SUV



軽乗用車

新型『アウトランダー』：日本・北米・欧州・オセアニアに続きグローバル展開へ
『エクスフォース』：当社2種類目のHEVモデル 好調な立ち上がり 他市場への展開も検討
3列SUV：『MITSUBISHI DST CONCEPT』量産モデル アセアン各国へ投入予定
軽乗用車：次世代軽乗用車 国内投入

2025年度は、既に昨年度末に投入を開始した『アウトランダー』シリーズ、2025年3月にタイで世界初披露した『エクスフォース』HEVの販売が本格化します。

また、昨年度フィリピンで世界初披露した『MITSUBISHI DST CONCEPT』の量産モデルをインドネシアを皮切りにアセアン各国に投入します。そして、国内市場向け軽自動車のフルモデルチェンジ、新しいセグメントへの挑戦、既存車種の刷新・強化、アライアンスの活用などを通じて、商品ラインナップの充実を図って参ります。

1.2024年度 実績

2.2025年度 業績見通し

3.2025年度 重点取り組み

4.中期経営計画「Challenge 2025」進捗

主要KPIの進捗



バランスシートは大きく改善したが台数・利益の達成は困難

		中計目標 (2025年度)	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 見通し	進捗評価
販売指標	台当たり売上高	2,500千円	2,711千円	2,901千円	2,927千円	○
	小売販売台数	1,100千台	815千台	842千台	878千台	×
財務指標	営業利益 (利益率)	2,200億円 (7%)	1,910億円 (6.8%)	1,388億円 (5.0%)	1,000億円 (3.4%)	×
	自己資本 (自己資本比率)	1.0兆円 (45%)	1.0兆円 (41%)	0.9兆円 (42%)	0.95兆円 (40%)	○
投資指標	研究開発費	1,500億円	1,146億円	1,267億円	1,260億円	△
	設備投資	1,300億円	936億円	1,006億円	1,000億円	△

17

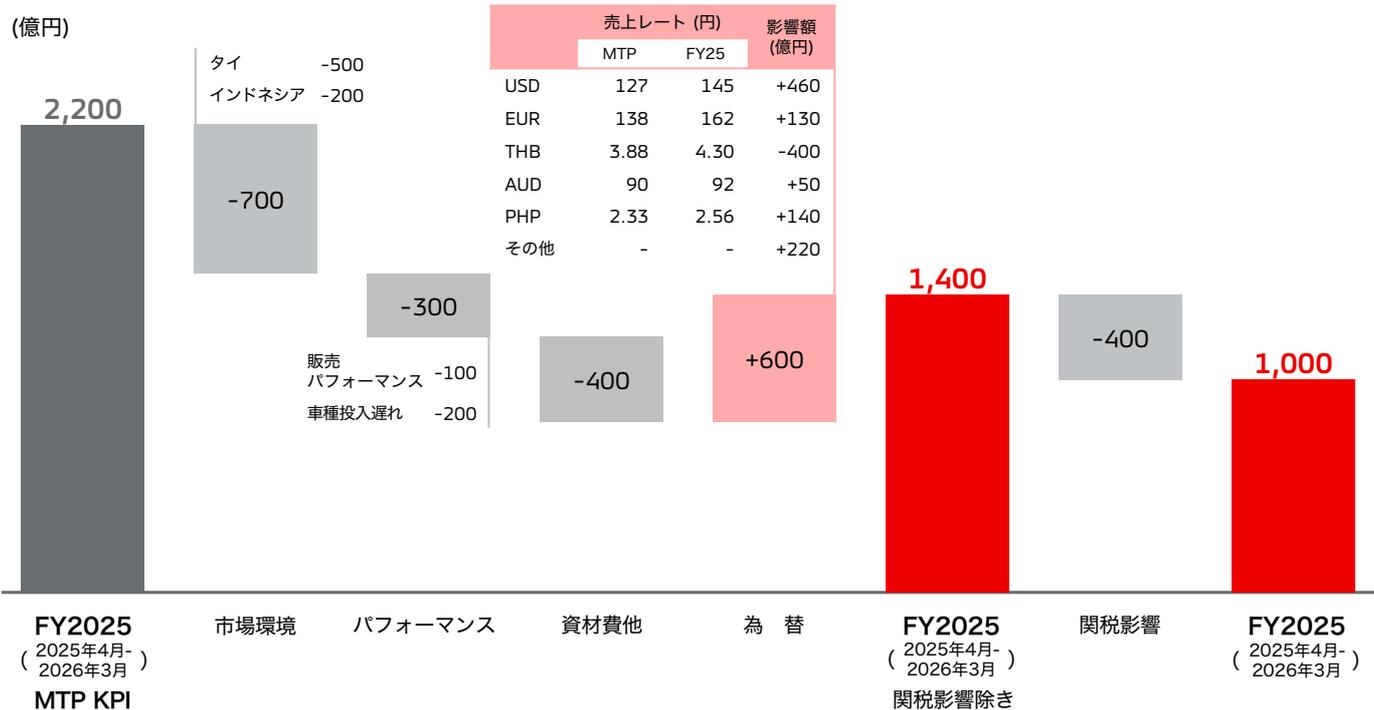
これまでの経営KPIの推移ですが、中計初年度の2023年度は、販売の質向上と手取り改善活動に注力することで、台当たり売上高を引き上げ、営業利益率は7%レベルを維持することができました。

一方で2024年度は、アセアン市場の回復遅れに加え、米国でのインセンティブ増加、インフレを反映した資材費増加等から、2023年度比で減益決算を余儀なくされました。

引き続き、タイ・インドネシア等では本格的な市場回復が見通せない中、他地域においても不透明感が高まり、2025年度の台数・損益目標は、達成時期に遅れが生じる見込みです。

自己資本は、中計策定時から順調に拡充しており、目標達成に向けて着実に進捗しています。

2025年度 営業利益見通し変動要因分析【対中期経営計画KPI】



市場環境については、タイとインドネシアの全需が中期計画の想定よりも、それぞれで50%、36%程度下回ったため、およそ700億円の減益要因を見込んでいます。

当社パフォーマンスは、タイ・インドネシアの市場シェア低下を、フィリピン・ベトナムでの台数・シェア大幅改善により相応に挽回しました。しかし、一部車種の市場投入が遅れた影響が残り、総計で300億円の減益要因。

コストサイドでは、資材費を主体にインフレ影響や原材料価格高騰の影響が大きく総計で400億円の減益要因と想定しています。

一方為替は、各主要通貨で円安が進行したことにより、600億円の増益要因となりました。

Challenge 2025 主要施策

中計発表後の変化

成果と対応

①

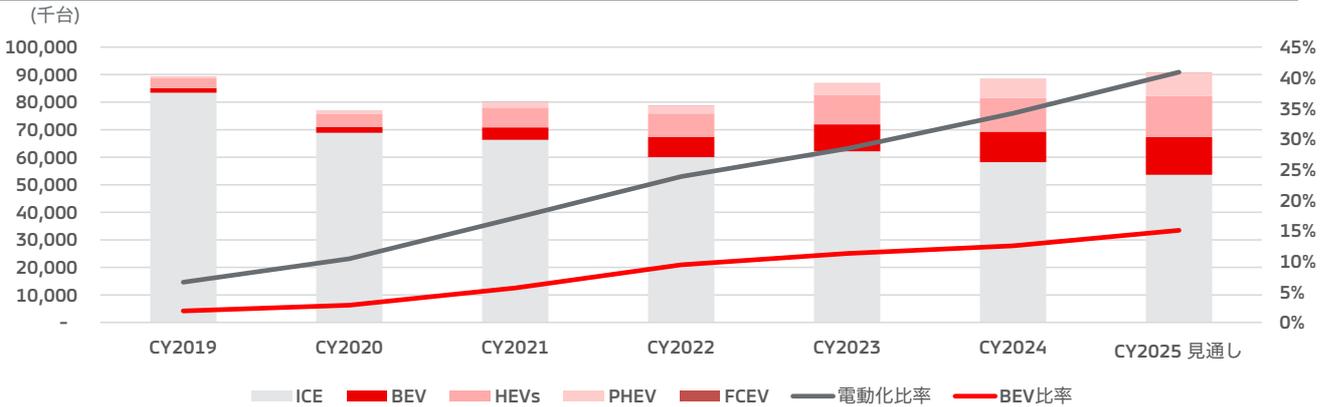
自社製BEVを含めた電動車開発の推進

- BEV成長は踊り場
- PHEV/HEVの再評価

- 自社ブランドのPHEV/HEVの開発に集中
- BEVのパートナー活用



グローバルパワートレイン別需要・電動車比率推移



出典：GlobalData社（マークライズ社提供）データを基に当社作成

①項目は自社製BEVを含めた電動車開発の推進です。中期計画では、5年間で自社製BEV2モデルを含む電動車を9モデル投入する計画でした。しかし、昨年来、全世界的にBEVの成長が踊り場に差し掛かり、より現実的な環境技術としてPHEVやハイブリッドが再評価されています。

この環境変化を踏まえ、当面の間、BEVが必要な市場への対応にはパートナーからのOEM受け商品を主に活用し、当社は優位性を持つPHEV/ハイブリッドの開発に専念することに致しました。

Challenge 2025 主要施策

中計発表後の変化

成果と対応

②

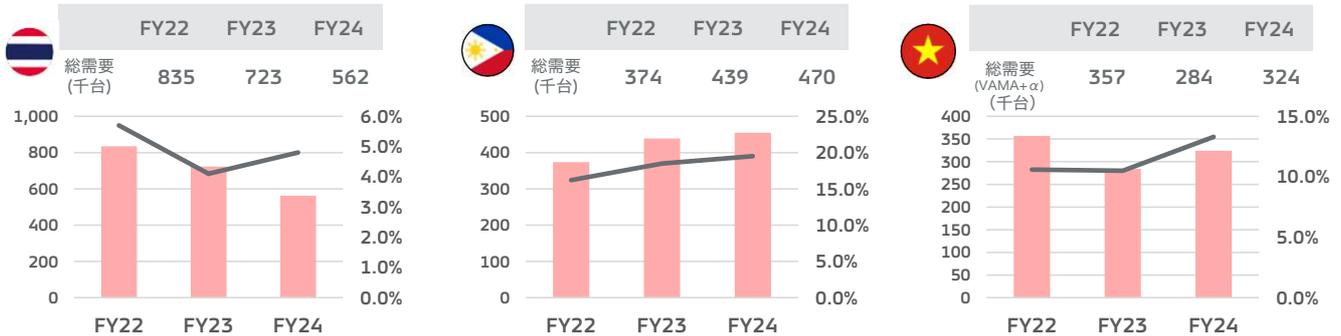
アセアン新商品の連続投入によるアセアン地域の収益力強化

- ・ アセアン市場の回復遅れ
- ・ タイでは中国勢BEV急増、乱売による市場混乱

- ・ ベトナム・フィリピンの伸展
- ・ HEVモデルの投入・展開



総需要・マーケットシェア推移 (当社調べ)



20

②項目は、アセアン地域での新商品連続投入による収益基盤の強化です。アセアン地域は当社の重点市場であり続けていますが、この2年中期計画で想定したほどの成長は見られませんでした。特にタイでは、市場が冷え込む中、BEVの税制恩典を利用した多くの新規ブランドの参入により、過剰供給と値引き競争の過熱が市場に混乱をもたらしており、市場低迷の長期化が懸念されます。

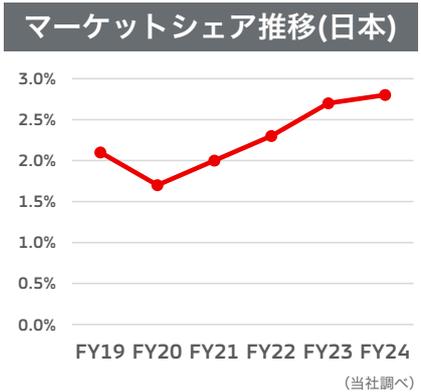
一方で、フィリピン・ベトナムは、市場が順調に成長する中、計画通り当社のシェアを大幅に拡大することにより、アセアン全体の収益強化に貢献しています。

またアセアン向けモデルについても、クルマに対する要望が高度化・知能化することで、開発工数が増加し、投入に遅れが生じています。その結果、商品の連続投入による台数拡大の時期についても想定より時間がかかっています。

尚、地域戦略の1つとして中計初年度に実施した中国市場からの撤退は、順調にその作業を完了し、アフターセールスのフェーズに移行しております。

大きな痛みを伴う経営判断でしたが、中国自動車市場の現状を踏まえれば当社にとって適切な方針変更であったのではないかと考えております。

Challenge 2025 主要施策	中計発表後の変化	成果と対応
③ 三菱自動車らしい車の投入によるブランド力強化	・ 中国勢を含む多くの新ブランド乱立	・ 『デリカミニ』/『トライトン』による日本での認知度向上・販売台数増加



③項目は、三菱自動車らしい車の投入によるブランド力強化です。近年、アセアンなどの新興市場を中心に、中国勢を含む多くの新ブランドが参入し、競争が激化しています。そのため、従来以上にブランド力の強化が求められています。

当社は、「三菱自動車らしさ」を具現化したモデルの投入を通じてブランド力を強化してきました。特にホームマーケットである日本では、『デリカミニ』や『トライトン』の認知度が向上し、ブランド力が高まっています。結果24年度は20年度比約1%のマーケットシェア向上を図る事ができました。日本市場へは今後も新商品を継続的に投入し、更なるシェア及び台数の拡大を図って参ります。またここまでの成功事例を他国にも展開し、グローバルにブランド力を磨いていきます。

新規事業開発の取り組み

三菱自動車ファイナンスフィリピン株式会社



セキュリティバンクと協業：25年春～営業開始

フリートパートナーズグループへの出資



オーストラリアでの法人向け事業拡大

Kaluza Japan株式会社との協業



スマート充電サービスの商用事業を開始

株式会社Yanekaraとの協業



EV充電制御可能な充電設備・充電サービスを倉敷市に販売・運用開始

当社は、「Challenge 2025」で掲げた通り、さまざまなパートナーシップを通じ、新事業形態へのチャレンジ及び収益化に向け、順次取り組みを加速致します。

まず、主力のアセアン地域では、フィリピンで、現地金融機関のセキュリティバンクと、三菱自動車を専門に取り扱う販売金融会社「三菱自動車ファイナンスフィリピン株式会社」を設立し、この春より営業を開始いたしました。

オーストラリアでは、自動車関連金融サービス会社大手、フリートパートナーズグループに出資し、豪州での法人向け事業の拡大等、更なる販売台数及び収益拡大を目指します。

国内では、Kaluza Japan株式会社、MCリテールエナジー株式会社、三菱商事株式会社と協業し、電動車のコネクティッド技術を活用したスマート充電サービスの商用事業を開始しました。

また、株式会社Yanekaraと連携し、電気自動車の充電制御が可能な充電設備および充電サービスを倉敷市に販売し、倉敷市役所本庁舎駐車場で公用車の充電制御の運用を開始しました。

<次ページに続く>

今後も、様々なパートナーと協力し、新規事業を模索しながら事業基盤を確立し、サステナブルな企業価値の創生を目指します。

商品展開フロー



23

「Challenge 2025」期間中に当社は、アセアン戦略車の投入・各国への展開及びHEV/PHEVを主体とした電動車の投入に注力してきましたが、2025年度以降もまずはアセアン戦略車の強化を継続いたします。これらの車は、アセアンに留まらず、中南米・中東やオセアニア、日本へも展開を拡大し、これら地域での収益力向上を図ります。

グローバルモデルについては、自社ブランドや様々なパートナーとの協業により、地域に応じたラインナップの強化・拡充を図ります。

これらにより、経済変動にも柔軟に対応できる強靱なグローバルポートフォリオを築いて参ります。



グローバルに車種ラインナップを構築する為には、パートナーとの協業が不可欠です。今後もさまざまなパートナーシップを通じ、商品ラインナップの拡充、各地域事業の強化及び収益化に向け、順次取り組みを加速致します。

欧州では、アライアンスパートナーであるルノーより、SUV、BEVのOEM供給を受けることにより、欧州においてのモデルラインナップを拡充します。

日産自動車とは、グローバルにおいて次世代ピックアップの共同開発や生産、電動車協業・事業拡大の検討を進めます。国内では軽自動車の共同開発や生産事業を推進します。

北米では、2025年にローグへのPHEV供給、2026年に次期型リーフ派生のBEVのOEM供給を受ける予定です。また、米国で日産の工場に共同で投資することにより、次世代SUVを両ブランドで生産、販売する検討を開始します。

オセアニアでは、2025年にピックアップのOEM供給を計画しています。さらに、フィリピンでは2025年にバンのOEM供給を受ける予定です。

鴻海精密工業とは、傘下のFoxtronが開発した電気自動車をOEM供給受けし、オセアニア地域で2026年後半に販売開始する予定です。

<次ページに続く>

また、今後については、日産自動車と本田技研工業と、自動車の
知能化・電動化時代に向けた戦略的パートナーシップの枠組みに
おいて連携しながら、継続して新たな価値の創造を目指していき
ます。



**MITSUBISHI
MOTORS**
Drive your Ambition



APPENDIX

2024年度 バランス・シート/フリーキャッシュフロー【前年度比】



(億円)	FY2023 (2024年3月末)	FY2024 (2025年3月末)	増減
資産合計	24,545	22,459	-2,086
うち現金及び預金	6,742	4,525	-2,217
負債合計	14,100	12,723	-1,377
うち有利子負債	4,924	3,148	-1,776
純資産合計	10,445	9,736	-709
自己資本 (自己資本比率)	10,102 (41.2%)	9,344 (41.6%)	-758
ネットキャッシュ 【自動車事業及び消去】	4,535	3,945	-590
(億円)	FY2023 (2023年4月-2024年3月)	FY2024 (2024年4月-2025年3月)	増減
フリーキャッシュフロー 【自動車事業及び消去】	310	450	+140

2024年度 設備投資・研究開発費・減価償却費



設備投資

1,006億円
+7% (YoY)

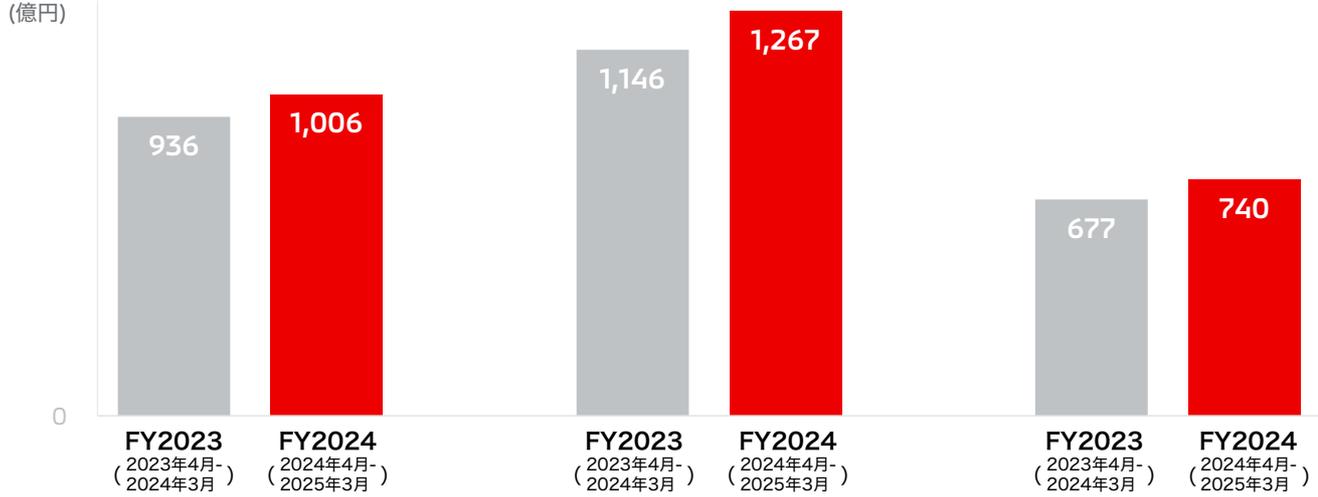
研究開発費

1,267億円
+11% (YoY)

減価償却費

740億円
+9% (YoY)

(億円)



2024年度 地域別業績【前年度比】

(億円)	売上高			営業利益		
	FY2023 (2023年4月-2024年3月)	FY2024 (2024年4月-2025年3月)	増減	FY2023 (2023年4月-2024年3月)	FY2024 (2024年4月-2025年3月)	増減
合計	27,896	27,882	-14	1,910	1,388	-522
- アセアン	5,310	5,664	+354	203	198	-5
- 豪州・NZ	3,190	3,211	+21	240	252	+12
- 中南米、 中東・アフリカ 他	4,016	4,043	+27	384	172	-212
- 日本	6,091	6,316	+225	-131	-74	+57
- 北米	7,111	7,342	+231	1,119	769	-350
- 欧州	2,118	1,271	-847	82	65	-17
- 中国 他	60	35	-25	13	6	-7

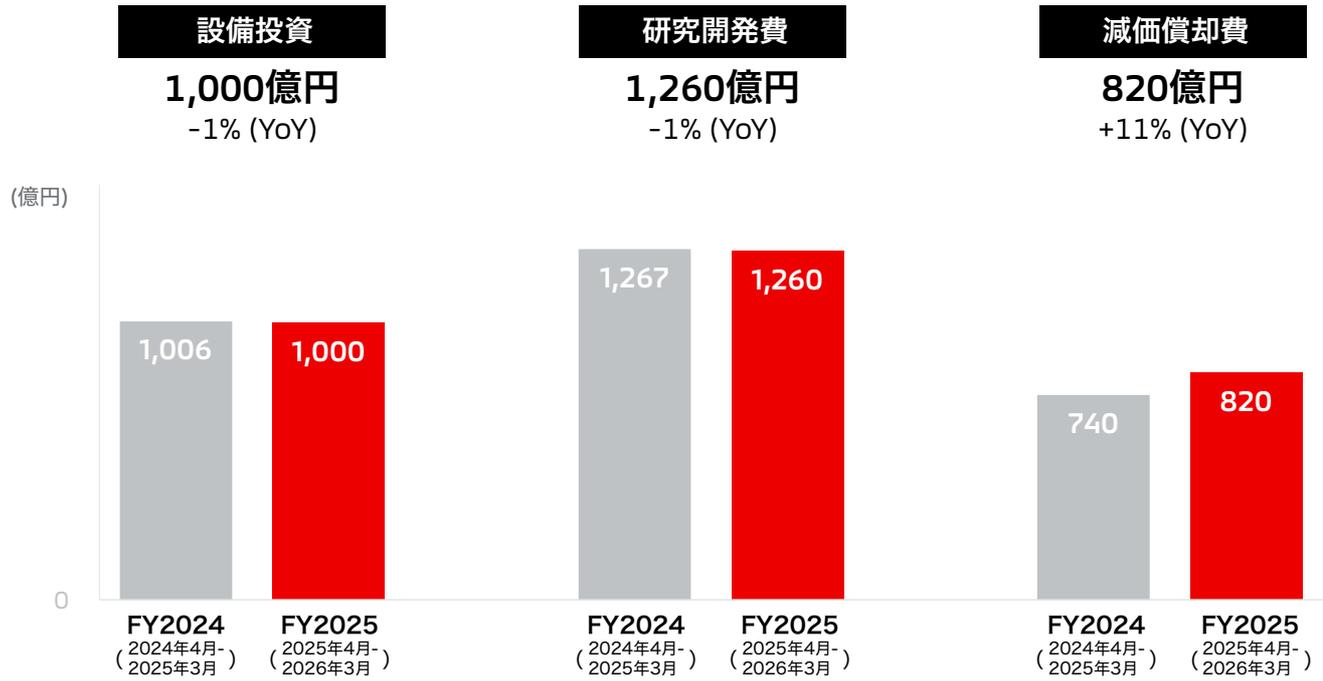
2024年度より欧州の一部国を「中東・アフリカ 他」に地域区分を変更。それに合わせ、上記2023年度実績数値も同様に変更。

2025年度 売上高見通し【前年度比】

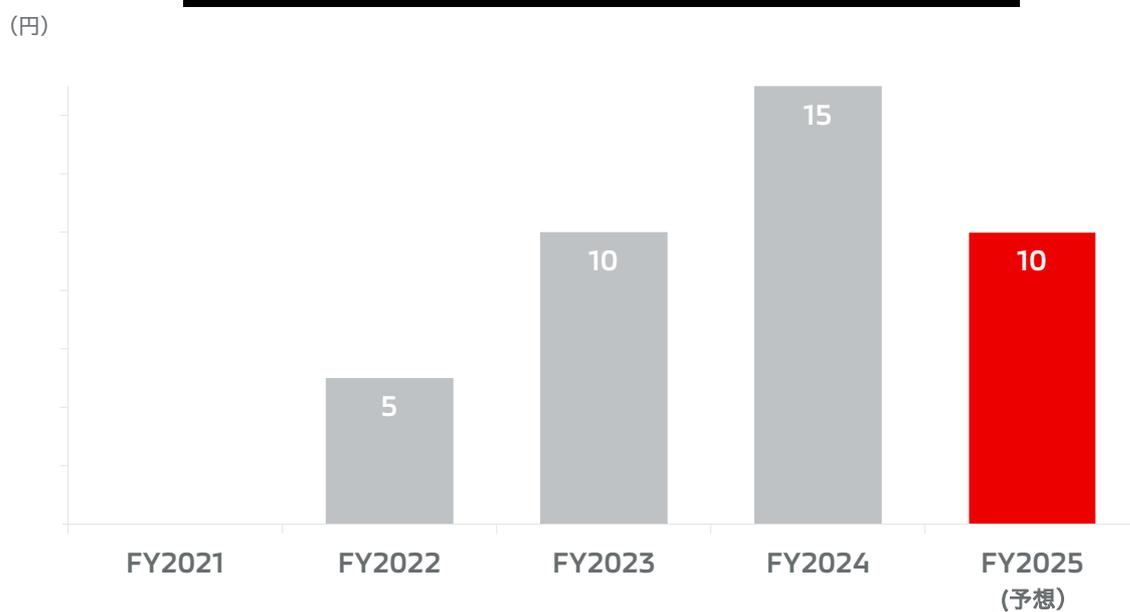


(億円)	FY2024 (2024年4月-2025年3月)	FY2025 見通し (2025年4月-2026年3月)	増減
合計	27,882	29,500	+1,618
- アセアン	5,664	6,650	+986
- 豪州・NZ	3,211	3,300	+89
- 中南米、 中東・アフリカ 他	4,043	4,200	+157
- 日本	6,316	6,600	+284
- 北米	7,342	6,450	-892
- 欧州	1,271	2,250	+979
- 中国 他	35	50	+15

2025年度 設備投資・研究開発費・減価償却費見通し



1株当たり配当金: 10円 (見通し)



本資料に記載されている将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づいており、リスクと不確実性を含んでおります。従いまして、今後の当社グループの事業領域を取り巻く経済情勢、市場の動向、金利・為替の変動、関係法令・規則の変更可能性等により、実際の業績がこれらの記述と大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

なお、潜在的风险や不確定要因はこれらに限られるものではありませんので、ご注意ください。また、当社は、将来生じた事象を反映するために、本資料に記載された情報を更新する義務を負っておりません。投資に関する最終的な決定は、投資家の皆様ご自身の責任をもってご判断ください。本資料に記載されている情報に基づき投資された結果、何らかの損害が発生した場合でも、当社は責任を負いかねますので、ご了承ください。