



2022年5月10日

フォルクスワーゲン グループ ジャパン株式会社
アウディ ジャパン
プレスサイト <http://www.audi-press.jp/>

お客様問い合わせ 0120-598-106
アウディコミュニケーションセンター

アウディグループ、第1四半期に力強い業績を記録

- CFO リッテルスベルガー：「プレミアムブランドグループは、現在の課題に強い決意で対応する」
- 原材料ヘッジ取引のプラス影響も後押しとなり、過去最高の営業利益と営業利益率（24.3%）達成
- ランボルギーニ、ベントレー、ドゥカティの業績も好調
- 電気自動車の販売台数は66.2%増加

（ドイツ本国発表資料）2022年5月5日、インゴルシュタット/ネッカーズルム：2022年の第1四半期は、継続的な半導体不足、ウクライナでの戦争、中国における新たなロックダウンといった課題に直面しながらも、アウディグループは依然として堅調な業績を記録しました。その結果、アウディはeモビリティおよびデジタル化に向けた変革の財務基盤をさらに強化しました。今回、ベントレーブランドも初めてアウディグループに統合されました。売上高は2%増加しました。アウディグループは、力強い価格ポジション、固定費に対する統制のとれたアプローチに加え、原材料ヘッジ取引のプラスの影響も後押しとなり、2022年第1四半期に過去最高となる35億ユーロの営業利益を計上しました。ウクライナで進行中の戦争や、緊迫した供給状況から生じる地政学的な不確実性にもかかわらず、アウディグループは年次報告書に記載された2022会計年度の業績予測を維持しており、グループブランド全体で2022年度に180~190万台の車両販売と営業利益率は9~11%の範囲に入ることを予測しています。

AUDI AG 財務および法務担当取締役のユルゲン リッテルスベルガーは、次のように述べています。「アウディ、ランボルギーニ、ドゥカティ、ベントレーから構成されるアウディグループは、現在の課題に強い決意で対応しています。そのための鍵としては、グループ全体での相乗効果、固定費に対する厳格なアプローチ、力強いブランドポジショニングなどが挙げられます。第1四半期の主要な財務結果は、私たちが正しい方向に進んでいることを裏付けています」

電気自動車の販売が66.2%増加

アウディグループは、第1四半期に39万826台の車両を販売しました（前年同期：46万5,265台）。継続的な供給不足に加え、中国における新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する新たなロックダウンにより、アウディブランドに対する継続的な高い需要に完全に対応することができませんでした。そのため、アウディブランドは、平均を上回った前年の台数（46万2,828台）に対し、2022年第1四半期の販売台数は38万5,084台となりました。バッテリー式電気自動車（BEV）の販売は、前年比66.2%増となる2万4,236台となりました（前年同期：1万4,583台）。

4月に発表されたAudi urbansphereは、プレミアムなeモビリティの未来の姿を垣間見ることができません。このコンセプトカーは、完全なプライバシー空間と包括的なハイテク機能を備えたモバイルラウンジおよびオフィスとして、家庭と職場に次ぐ第3のプレミアムなリビングスペースを提供します。コンセプトモデルAudi skysphereおよびAudi grandsphereと同様、Audi urbansphereは、フォルクスワーゲングループのソフトウェア会社であるCARIADとともに、アウディが2020年代後半の導入に向けて取り組んでいるレベル4自動運転テクノロジーを実現するために設計されました。

2022年第1四半期に、ランボルギーニは前年同期比4.8%、ドゥカティは5.1%、それぞれ販売台数が増加しました。アウディブランドグループの最新メンバーであるベントレーは、3,203台の車両を販売しました。

安定した売上高と記録的な利益

アウディグループは、ベントレーブランドを初めて統合したことに加え、堅調な価格ポジションにより、売上高が142億8,200万ユーロ（前年同期：140億6,700万ユーロ）に増加しました。営業利益は34億6,800万ユーロで、第1四半期としては過去最高となりました（前年同期：14億400万ユーロ）。営業利益率は24.3%（前年同期：10.0%）でした。この営業利益は、グループの力強いブランドポジショニングと固定費に関する継続的な規律を反映しています。さらに、原材料ヘッジ取引、特にニッケルとアルミニウムのプラスの評価効果による12億ユーロという非常に高い利益も、重要な収益要因となりました。しかし、この影響がなかったとしても、2桁の範囲の営業利益を達成していました。

アウディグループは、Vorsprung 2030 戦略の一環として、ESG を戦略的分野として定義し、ESG 基準をすべての企業および製品の意思決定プロセスに組み込んでいます。アウディは、比較可能性と透明性を高めるために、新しい EU タクソノミー基準に従って自主的にレポートを発行しています。第1四半期に、EU タクソノミーに準拠した売上高は、アウディグループの総売上高の11.3%に達しました。

ランボルギーニ、ベントレー、ドゥカティの力強い業績

ランボルギーニブランドは、第1四半期としては過去最高となる、5億9,200万ユーロ（前年同期：5億2,300万ユーロ）の売上高、1億7,800万ユーロ（前年同期：1億4,200万ユーロ）の営業利益、30%の営業利益率（前年同期：27.2%）を達成しました。アウディグループの一部として初めて統合されたベントレーブランドは、8億1,300万ユーロ（前年同期：5億7,800万ユーロ）*の売上高、1億7,000万ユーロ（前年同期：6,500万ユーロ）*の営業利益を計上しました。営業利益率は20.9%（前年同期：11.2%）*でした。ドゥカティは、困難な環境の中で売上高を14%増加させました。営業利益は2,500万ユーロ（前年同期：2,100万ユーロ）、営業利益率は10.7%（前年同期：10.5%）でした。*アウディグループ前年度業績に、ベントレーブランドの結果は含まれていません。

中国の業績が改善

アウディグループの合計4億3,000万ユーロ（前年同期：2億8,500万ユーロ）の営業外収益には、業績が向上した中国の事業からの2億9,500万ユーロの利益（前年同期：2億5,400万ユーロ）が含まれています。

力強いネットキャッシュフロー

グループのネットキャッシュフローは16億3,800万ユーロ（前年同期：30億8,500万ユーロ）に達し、アウディグループが事業を行うための十分な自己資金を備えていることを再び証明しました。前年同期の非常に高い数値は、2020年第4四半期に好調だったセールスの入金が行われたことに起因していました。2022年第1四半期のネットキャッシュフローは、運転資本によるプラス効果の低下、フォルクスワーゲングループ内における国内販売会社の処分に伴う投資の引き揚げなどを反映しています。

2022年の業績予測を維持

ウクライナでの戦争および中国における新型コロナウイルス感染症に関するロックダウン等、予測可能な影響を考慮に入れた上で、アウディグループは2022会計年度の業績予測を維持しています。ブランドグループは、2022年に180~190万台の車両を販売し、売上高は620億から650億ユーロに達すると見込んでいます。営業利益率は9~11%になると予想しています。ネットキャッシュフローは、45~55億ユーロの範囲になると予測しています。

詳細につきましては、こちらをご覧ください。

[2022年第1四半期の業績](#)

アウディ グループの主な業績 (抜粋)

	2022 年第 1 四半期	2021 年第 1 四半期
アウディ ブランド販売台数	385,084	462,828
アウディ グループ売上高 (単位：百万ユーロ)	14,282	14,067
アウディ グループ営業利益 (単位：百万ユーロ)	3,468	1,404
アウディ グループ営業利益率 (単位：%)	24.3	10.0
アウディ グループ ネットキャッシュフロー (単位：百万ユーロ)	1,638	3,085

アウディ ブランド販売台数

	2022 年第 1 四半期	2021 年第 1 四半期	2021 年比増減
全世界	385,084	462,828	-16.8%
ヨーロッパ	153,408	155,325	-1.2%
- ドイツ	53,754	47,523	+13.1%
- 英国	27,201	29,422	-7.5%
- フランス	9,688	11,592	-16.4%
- イタリア	13,290	16,396	-18.9%
- スペイン	6,554	8,403	-22.0%
米国	35,505	54,840	-35.5%
メキシコ	2,477	2,816	-12.0%
ブラジル	1,042	1,585	-34.3%
中国 (香港を含む)	161,621	207,386	-22.1%

※本リリースは、AUDI AG 配信資料の翻訳版です。