

2023年5月10日

アウディ、2023年第1四半期。印象的な業績でスタート： 電気自動車に対する高い需要および販売台数の増加

- CEO ドゥスマン：「電気自動車の販売台数43%増加は、アウディの電動ポートフォリオがいかに魅力的であるかを示している」
- CFO リッテルスベルガー：「アウディは持続可能性に対して包括的なアプローチを採用しており、ESG格付けによって、さらなる改善の余地を特定することが可能」
- 2023年第1四半期の売上高は169億ユーロに増加、営業利益は18億ユーロに増加、ネットキャッシュフローは前年をわずかに上回る17億ユーロ

(ドイツ本国発表資料) 2023年5月5日、インゴルシュタット/ネッカーズルム：アウディグループは、2023年の第1四半期に、ほぼすべての主要な地域で力強い販売台数を記録し、好調なスタートを切りました。ブランドグループは、第1四半期に、前年同期比約8%増となる、約42万2,000台のアウディ、ベントレー、ランボルギーニを販売しました。半導体の供給状況が改善されたことで、特にヨーロッパと米国におけるアウディに対する高い需要に対応することが可能になりました。売上高は169億ユーロに増加、営業利益は18億ユーロに増加し、営業利益率は戦略的目標範囲の上限となる10.8%に達しました。電気自動車の販売台数が43%増加したことは、ブランドグループが正しい方向に進んでいることを明確に示しています。アウディは電動化への移行を急ピッチで進めています。2023年下半年から2025年下半年には、アウディ史上最大の電動化攻勢を展開し、約20のニューモデルを導入することを発表しました。

ブランドグループ全体が、2023年第1四半期に力強い業績を記録しました。アウディ、ベントレー、ランボルギーニの各ブランドは、前年同期比7.9%増となる、合計42万1,824台の車両を販売しました(2022年第1四半期：39万826台)。半導体の供給状況が改善したことにより、アウディは世界中のお客様に41万5,684台(2022年第1四半期：38万5,084台)の車両を販売しました。

電気自動車の販売が増加

2023年第1四半期に、ブランドグループはeロードマップを加速し、前年同期比約43%増となる、3万4,584台(2022年第1四半期：2万4,236台)の電気自動車を販売。これにより、電気自動車のシェアは、6.2%から8.2%に大幅に増加しました。

AUDI AG 最高経営責任者 (CEO) マルクス ドゥスマンは、次のように述べています。「ブランドグループの電気自動車の販売台数は43%増加しました。これは、私たちの電動ポートフォリオがいかに魅力的であるかを示しています。さらに、今年の下半期からは、Q6 e-tron を皮切りに、[アウディ史上最大のニューモデル攻勢](#)を展開し、加速するeモビリティへのトレンドに対応します」。

アウディブランド、ヨーロッパと米国で大幅に販売台数を増加

ヨーロッパでは、成長路線を継続しています。アウディは、第1四半期に、前年同期比18%増となる18万1,001台(2022年第1四半期：15万3,408台)の車両を販売しました。本拠地のドイツでは、13.1%増の約6万1,000台のアウディモデルを販売し、この好調な業績に貢献しました。

米国では、前年同期比48.6%の大幅な増加となる5万2,763台(2022年第1四半期：3万5,505台)の車両を販売しました。アウディは、3四半期連続で米国における販売台数を増やしました。

中国では、第1四半期に13万6,416台の車両を販売しました（2022年第1四半期：16万1,621台）。新型コロナウイルス感染症のパンデミックと1月の旧正月の影響を受けましたが、3月には販売台数を前年比19%増加させました。その結果、減少率は前年同期比15.6%に留まっています。

力強い売上高

良好な販売実績により、第1四半期の売上高も大幅に増加しました。売上高は18.2%増加して168億8,300万ユーロ（2022年第1四半期：142億8,200万ユーロ）になりました。この増加に大きく貢献したのは、電気自動車のAudi Q4 e-tronとAudi e-tron GT quattro、そしてAudi Q5、Audi Q7でした。EUタクソミーに準拠した売上高の割合は再び上昇、14.5%（2022年第1四半期：11.3%）に達しました。

独立機関によるESG格付けで透明性を確保

アウディがESG（環境・社会・コーポレートガバナンス）の持続可能性基準に高い優先順位を置いていることを実証し、ESGに関するより高い可視性と透明性を確保するため、[アウディは独立機関のISS ESGからESG格付けを取得しています](#)*。この活動により、アウディはより持続可能な未来への道の上における独自のポジショニングを構築することが可能になります。アウディの現在の格付けは、A+からDまでの格付け範囲のC+で、自動車メーカーでは最高の評価を獲得していますが、さらに改善の余地があることを示しています。AUDIAG最高財務責任者（CFO）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。「最初の評価では確かな格付けを得ることができましたが、これは同時に次のステップに進むためのモチベーションにもなっています」。

* 評価は、2023年3月31日に提供されたデータに基づくものです。

アウディは、現在の格付けを改善への一歩と見なし、バリューチェーン全体に沿ってさらなる対策を実施するための出発点としています。リッテルスベルガーは、次のように強調しています。「私たちは持続可能性を総合的に理解しています。「私たちは、製品そのものの枠を超えて、バリューチェーン全体と車両のライフサイクル全体に注目しています。ESG格付けは、さらなる改善の余地を特定し、体系的に活用するために役立ちます」。

人権の尊重は、アウディの持続可能性戦略の基本的な要素の1つです。今年の初めから、人権責任者にダニエル パトナイクが就任し、アウディ グループ内およびサプライチェーンにおける人権の遵守を調整および監視しています。この新しい役職は、ESG基準に対するアウディの企業コミットメントを体現したものです。パトナイクの組織は、取締役会の直属部門です。CEO ドゥスマンは、次のように強調しています。「アウディでは、人権の尊重と環境保護を最優先事項として掲げています。私たちは、サプライチェーンを含め、経済的、環境的、社会的責任を認識しています」。

目標範囲内の営業利益率

アウディ グループの営業利益は18億1,600万ユーロ（2022年第1四半期：34億6,800万ユーロ）に達しました。前年同期に対する減少は、主に16億ユーロに上る原材料ヘッジ取引によるマイナスの影響によるものです。この取り組みは、2022年第1四半期に12億ユーロのプラスの効果をもたらしましたが、2023年第1四半期の営業利益にマイナス4億ユーロの影響を与えました。一方、引き続き良好な価格設定と、ブランド グループの好調な業績が、営業利益にプラスの貢献をしました。その結果、アウディ グループは、戦略的目標範囲の上限値となる10.8%という力強い2桁営業利益率（2022年第1四半期：24.3%）を達成しました。

ブランド グループ傘下のベントレー、ランボルギーニ、ドゥカティは、2023 年の好調なスタートに大きく貢献しました。ベントレーは、前年同期比約 10%増となる 3,517 台（2022 年第 1 四半期：3,203 台）の車両を販売しました。さらに、売上高も前年同期比 8.5%増の 8 億 8,200 万ユーロ（2022 年第 1 四半期：8 億 1,300 万）に伸ばしました。営業利益は 2 億 1,600 万ユーロに増加し（2022 年第 1 四半期：1 億 7,000 万ユーロ）、営業利益率は 3.5%上昇して 24.4%（2022 年第 1 四半期：20.9%）になりました。

ランボルギーニは、前年同期比 3.3%増の 2,623 台（2022 年第 1 四半期：2,539 台）の車両を販売し、記録を更新しました。売上高は 22.8%増加して 7 億 2,800 万ユーロ（2022 年第 1 四半期：5 億 9,200 万ユーロ）となり、営業利益は 46.1%の大幅な増加となる 2 億 6,000 万ユーロ（2022 年第 1 四半期：1 億 7,800 万ユーロ）となりました。ラグジュアリーブランドのランボルギーニは、前年も非常に高いレベルにあった営業利益率（30.0%）をさらに押し上げ、2023 年第 1 四半期には 35.7%を達成しました（2022 年第 1 四半期：30.0%）。

ドゥカティは、前年同期比 9.1%増となる 1 万 4,725 台（2022 年第 1 四半期：1 万 3,492 台）のモーターサイクルを販売しました。力強い市場環境とニューモデルの発売により、売上高は 40.3%増の 3 億 2,300 万ユーロ（2022 年第 1 四半期：2 億 3,000 万ユーロ）に達しました。営業利益は、前年同期比 134.2%と大幅に増加し、5,800 万ユーロとなりました（2022 年第 1 四半期：2,500 万ユーロ）。営業利益率は 17.8%で、前年同期より 7.1%上昇しました（2022 年第 1 四半期：10.7%）。

前年を上回る営業外収益

アウディ グループの営業外収益は、5 億 4,400 万ユーロ（2022 年第 1 四半期：4 億 3,000 万ユーロ）に増加しました。これは金利の上昇が一因となっています。さらに、中国の合併事業からの 2 億 2,600 万ユーロ（2022 年第 1 四半期：2 億 9,500 万ユーロ）の収益も含まれています。第 1 四半期の税引後利益は 17 億 6,700 万ユーロ（2022 年：29 億 3,900 万ユーロ）でした。

ネットキャッシュフローは前年よりわずかに上昇

アウディ グループのネットキャッシュフローは、良好な業績を反映し、前年同期比 4.4%増加して 17 億 1,000 万ユーロ（2022 年第 1 四半期：16 億 3,800 万ユーロ）となりました。これは、アウディ グループに完全に連結されている Audi FAW NEV Company Ltd.に対する継続的な投資や、[Formula 1](#) 参戦に関連する活動を含む投資の増加によって相殺されました。

CFO リッテルスベルガーは、次のように述べています。「第 1 四半期は好調なスタートを切り、野心的な e ロードマップの実施を継続する財務力があることを再び証明しました。また、コネクテッド機能を備えたプレミアム e モビリティのリーディングプロバイダーになるための道を体系的に歩み続けています。私たちは、2023 年もこの目標に向かって前進します」。

2023 年の予測を確認

アウディ グループは引き続き、2023 会計年度に 180 万台から 190 万台の車両の販売、690 億ユーロから 720 億ユーロの売上高を見込んでいます。営業利益率はこれまで通り 9~11%の範囲になると予測しています。ネットキャッシュフローは、45 億ユーロから 55 億ユーロの範囲になると予想しています。

詳細につきましては、[こちらをご覧ください](#)：[四半期ごとの更新情報と第 1 四半期の概要](#)

アウディ グループの主な業績 (抜粋)

	2023年 第1四半期	2022年 第1四半期
ブランド グループ販売台数	421,824	390,826
アウディ グループ売上高 (単位: 百万ユーロ)	16,883	14,282
アウディ グループ営業利益 (単位: 百万ユーロ)	1,816	3,468
アウディ グループ営業利益率 (単位: %)	10.8	24.3
営業外収益 (単位: 百万ユーロ)	544	430
税引後利益 (単位: 百万ユーロ)	1,767	2,939
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)	1,710	1,638

アウディブランド販売台数

	2023年 第1四半期	2022年 第1四半期	2022年比増減
全世界	415,684	385,084	+7.9 %
ヨーロッパ	181,001	153,408	+18.0 %
- ドイツ	60,811	53,754	+13.1 %
- 英国	32,636	27,201	+20.0 %
- フランス	11,859	9,688	+22.4 %
- イタリア	16,915	13,290	+27.3 %
- スペイン	9,836	6,554	+50.1 %
米国	52,763	35,505	+48.6 %
メキシコ	3,204	2,477	+29.4 %
ブラジル	1,363	1,042	+30.8 %
中国 (香港を含む)	136,416	161,621	-15.6 %

※本リリースは、AUDI AG 配信資料の翻訳版です。

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 広報部

アウディ ジャパン プレスサイト
<http://www.audi-press.jp/>

報道関係者お問い合わせ：
<https://audi-press.jp/contact/>

お客様問い合わせ：
 アウディ コミュニケーション センター
 0120 - 598106





アウディ グループは、プレミアムおよびラグジュアリーセグメントの自動車およびオートバイのメーカーです。グループに属するアウディ、ベントレー、ランボルギーニ、ドゥカティのブランドは、13 カ国 22 か所で生産されています。アウディとそのビジネスパートナーは、世界 100 以上の市場に存在しています。2022 年、アウディ グループは、161 万台のアウディ、15,174 台のベントレー、9,233 台のランボルギーニ、および 61,562 台のドゥカティを販売しました。2022 会計年度において、アウディ グループは総収益 61.8 億ユーロ、営業利益 7.6 億ユーロを達成しました。世界中で、アウディ グループでは 2022 年に 87,000 人以上が働き、そのうち 54,000 人以上がドイツの AUDI AG で働いていました。魅力的なブランド、新しいモデル、革新的なモビリティサービスにより、グループは持続可能で個性的なプレミアムモビリティプロバイダーへの道を着実に歩んでいます。
