

クルマのことなら



オートバックス

AUTOBACS SEVEN

アニュアルレポート 2015



「豊かなクルマ社会に貢献する」 グループを目指して

オートバックスセブンは、国内最大規模の店舗ネットワークを有する自動車関連総合専門店チェーン「オートバックス」を展開し、カー用品市場においてトップシェアの地位を確立してきました。将来にわたって社会に有益な企業であり続けるために、より豊かなクルマ社会の実現に貢献することを通じてグループ全体の企業価値を高め、持続的な成長を目指していきます。

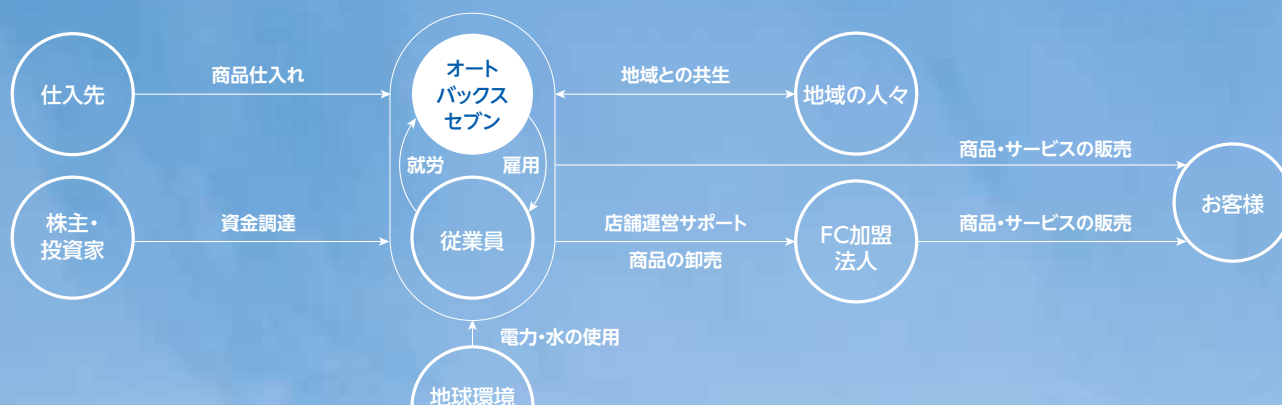
オートバックスチェーン経営理念

オートバックスは、常に、お客様に最適なカーライフを提案し、豊かで健全な車社会を創造することを、使命とします。

オートバックスチェーン経営ビジョン

オートバックスは、車に関する楽しみと問題解決を、ともに提供する存在として、「クルマのことならオートバックス」と、真に信頼される、総合専門チェーンになります。

オートバックスセブンと社会との関わり



事業を通じて創造する
社会的な価値



カーライフの利便性・ 安心・楽しさ

クルマおよび各種パーツの販売・整備をはじめとするサービスをお客様の多様なライフスタイルや価値観に合わせて提供。お客様一人ひとりにとって最適なカーライフの実現をサポートしています。



クルマ文化の健全な発展

「クルマとともにある生活」が、より快適で豊かなものとなるよう、またクルマを楽しむ文化が健全に発展していくよう、各種イベントなどさまざまな機会を通じて社会に積極的に提案しています。



地域コミュニティの 維持・活性化

クルマを取り巻く社会課題に自主的に取り組み、あらゆる人にとって配慮の行き届いた地域社会の創造を目指しています。また、地域のインフラとして人々を支えるため店舗の機能を拡充しています。



環境への貢献

事業活動が環境に与える影響を考慮し、廃棄物の適正な処理、物流や店舗における環境負荷の低減に努めるとともに、ボランティアによる清掃活動などを通じて持続可能な社会の発展に貢献します。

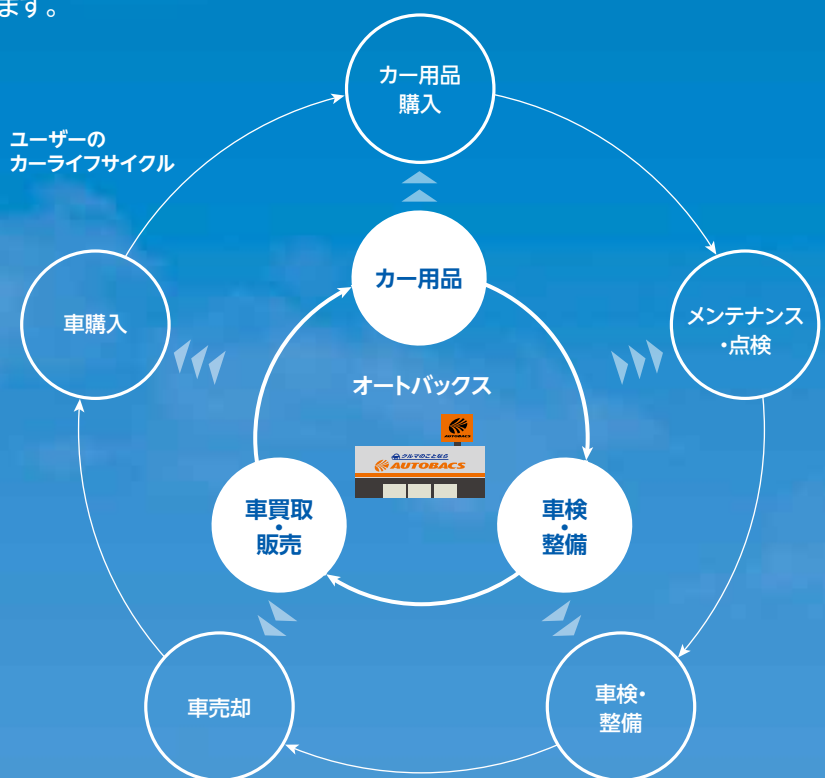


カーライフサイクルの トータル支援へ

オートバックスは、車の購入から、カー用品、メンテナンス、車検・整備、そして次の車への乗り換えに至るまで、お客様のカーライフに関わる“すべて”にワンストップでお応えすることでお客様に「利便性」と「安心」を提供し、地域の皆様から「クルマのことならオートバックス」と支持、信頼いただけるチェーンを目指しています。

「クルマのワンストップ・サービス」を提供

オートバックスでは、「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」を3つの柱とする「クルマのワンストップ・サービス」の実現を目指しています。たとえば車検をきっかけとしたタイヤ交換や車の乗り換えなど、お客様のカーライフを見据えて最適なタイミングで最適な商品・サービスを提案。それらを通じてさらにお客様との関係を深化させ、顧客満足度向上と収益拡大の両立を図っていきます。



経営環境と事業機会

カー用品の単価下落などによって国内カー用品市場の縮小傾向が続く一方、自動車登録台数は変わらず約6,000万台の水準にあり、平均使用年数も12年以上と長期化しています。このため、メンテナンスや車検・整備を含む市場全体では安定した需要が見込まれます。



プレゼンス

1974年、日本初のカー用品総合専門店として誕生して以来、オートバックスは、クルマ社会の発展を支えながら、充実の店舗ネットワークや豊富な品ぞろえ、プロフェッショナル人材といった独自の強みや価値を着実に育み、市場での圧倒的な地位を確立しています。

国内店舗数

584店舗

全都道府県を網羅する業界内トップクラスの店舗ネットワークを展開しています。

カー用品市場シェア

No.1

カー用品専門業態で50%超という圧倒的な市場シェアを確立しています。

稼働会員数*

858万名

さまざまなメンテナンスサービスを数多くのお客様に利用いただいています。

*過去1年間にお買い物をしていただいたお客様の数

店舗アイテム数

1~3万点

一流メーカーの商品やプライベートブランド商品など豊富に取りそろえています。

自動車整備士

約3,800名

自動車整備士や自動車検査員など、専門知識・技能を備えた人材の育成に注力しています。

カーライフアドバイザー

約2万名

商品知識や接客スキルを学ぶ社内資格の取得を通じてサービス品質を高めています。

INDEX

当社について

プロフィール	01
オートバックスが目指す姿	03

業績・戦略

財務ハイライト	05
トップメッセージ	07

特集「クルマのワンストップ・サービス」

業態の実現に向けて	12
商品・サービスの拡充	13
カー用品	13
車検・整備	15
車買取・販売	17
お客様との接点・関係の強化	19

経営基盤の強化に向けて

FC加盟法人の支援	21
人材の育成	22
環境負荷の低減	23
環境負荷の低減	25
地域社会への貢献	27

コーポレート・ガバナンス

考え方・体制	29
コーポレート・ガバナンス・コードへの対応	30
役員紹介	31
社外取締役メッセージ	32

企業データ

オートバックスチェーンの業態および店舗数	33
会社概要／株式情報	34

オンライン・アニュアルレポートのご案内

インターネット上の閲覧の利便性に配慮して、アニュアルレポートのHTML版を作成・公開しています。また「事業及び財務の状況」をPDF形式で掲載しています。



<http://www.autobacs.co.jp/ja/ir/ar2015/index.html>

見直しに関する注意事項

当レポートに記載している戦略や今後の事業展開など歴史的事実に基づいていない部分は、現在入手可能な情報から得られた経営者の判断に基づいたものであり、実際はさまざまなリスク要因の変化により異なる結果となることがあります。なお当社グループの直面する主要なリスクは、オンライン・アニュアルレポートの「事業及び財務の状況」をご覧ください。

名称の定義

当レポートに記載されている「オートバックスセブン」または「当社」は単体を、「オートバックス連結グループ」、「オートバックスセブングループ」または「当社グループ」は連結を示しています。

財務ハイライト

株式会社オートバックスセブン及び連結子会社
各表示年の3月31日に終了した会計年度

単位:百万円

単位:千米ドル^{*1}

会計年度:

	2012	2013	2014	2015	2015
売上高	¥237,343	¥230,168	¥231,697	¥209,455	\$1,745,458
卸売	135,571	131,859	132,733	124,279	14,913
小売	98,313	94,770	95,540	82,039	9,845
その他	3,459	3,539	3,422	3,136	376
営業利益	13,721	12,745	13,945	6,404	53,367
税金等調整前当期純利益	15,217	13,915	16,086	9,053	75,442
当期純利益	8,403	7,590	9,786	4,610	38,417
営業活動によるキャッシュ・フロー	20,844	10,741	12,072	11,829	98,575
投資活動によるキャッシュ・フロー	(10,155)	(4,522)	1,519	(2,403)	(20,025)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(11,573)	(14,861)	(11,166)	(12,618)	(105,142)
フリー・キャッシュ・フロー	10,689	6,219	13,591	9,426	78,550
設備投資額	7,691	6,249	4,820	6,127	51,058
減価償却費及びのれん償却額	4,644	5,194	4,551	4,805	40,042

会計年度末:

総資産	¥217,949	¥205,527	¥201,481	¥186,532	\$1,554,432
株主資本	145,626	142,862	143,979	138,338	1,152,817
有利子負債	10,452	8,342	6,771	6,860	57,167

1株当たりデータ (円/米ドル^{*1}):

当期純利益 ^{*2}	¥84.28	¥81.22	¥107.71	¥52.83	\$0.44
配当金 ^{*2}	48.33	52.00	64.00	60.00	0.5
配当性向(%)	57.3	64.0	59.4	113.6	—
株主資本配当率(DOE)(%)	3.3	3.4	4.1	3.7	—
総還元性向(%)	121.6	158.2	105.8	222.2	—

経営指標:

売上高営業利益率(%)	5.8	5.5	6.0	3.1	
株主資本当期純利益率(ROE)(%)	5.7	5.3	6.8	3.3	
総資産当期純利益率(ROA)(%)	3.9	3.6	4.8	2.5	
自己資本比率(%)	66.8	69.5	71.5	74.3	

非財務データ:

国内店舗数	530	552	571	584	
うちFC加盟店	381	396	415	423	
海外店舗数	25	27	27	27	
うちFC加盟店	9	9	10	10	
稼働会員数 ^{*3} (千名)	6,361	6,721	6,954	8,587	
従業員数	4,469	4,678	4,466	4,263	
自動車整備士数 ^{*4}	3,101	3,394	3,653	3,780	
取締役数(うち社外取締役)	8(3)	8(3)	8(3)	8(3)	
監査役数(うち社外監査役)	4(3)	4(3)	4(3)	4(3)	
電力使用量 ^{*5} (千kwh)	11,298	10,646	7,515	7,097	
CO ₂ 排出量 ^{*5} (t-CO ₂)	5,268	6,021	4,787	4,503	

^{*1} 記載されている米ドル金額は、2015年3月31日現在の換算為替相場である1米ドル=120円で計算しています。

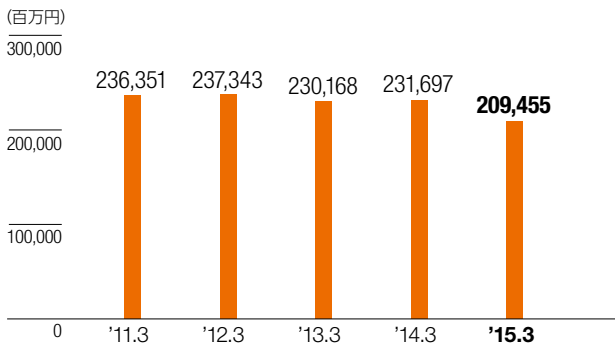
^{*2} 2013年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2013年3月期以前の数値は分割の影響を遡及換算しています。

^{*3} 2015年3月期から、稼働会員数の定義を「過去1年間にお買い物をいただいたお客様の数」としています。

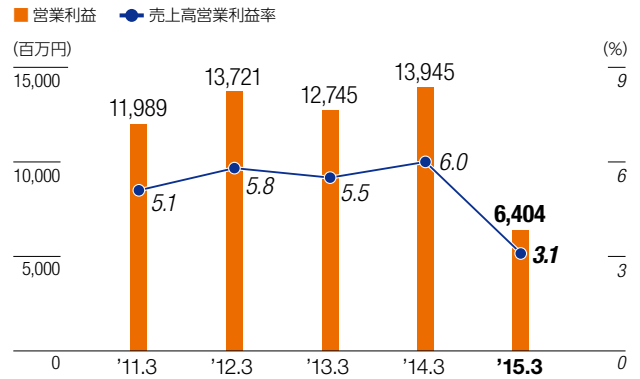
^{*4} チェン全体の自動車関連国家資格(自動車整備士1級・2級・3級)の延べ保有者数を表示しています。

^{*5} オートバックスセブン本社、地方事業所、直営店舗、ロジスティクスセンターの合計を表示。(連結子会社を含みません)

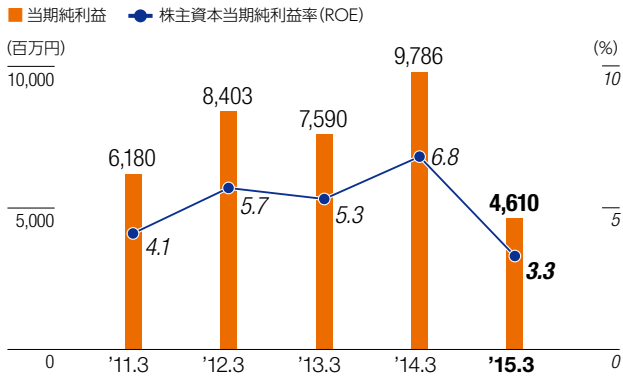
売上高



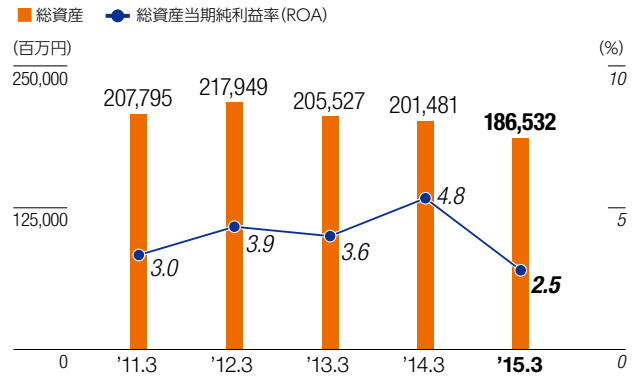
営業利益／売上高営業利益率



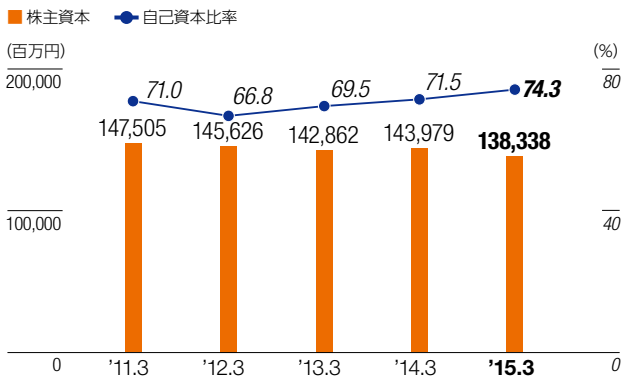
当期純利益／株主資本当期純利益率(ROE)



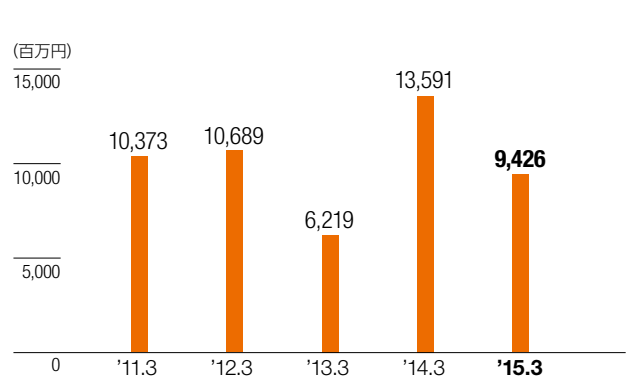
総資産／総資産当期純利益率(ROA)



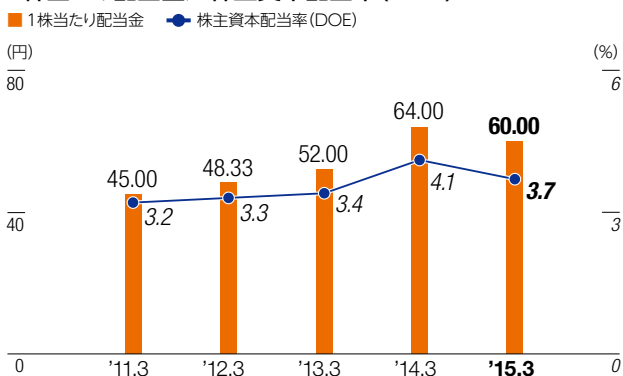
株主資本／自己資本比率




フリー・キャッシュ・フロー



1株当たり配当金／株主資本配当率(DOE)





「事業及び財務の状況」についてはオンライン・アニュアルレポートに掲載しています。

<http://www.autobacs.co.jp/ja/ir/ar2015/index.html>

中長期の成長に向けて、グループ一体で 新たな価値創造を追求していきます

当期(2015年3月期)は、「オートバックス事業の収益拡大と新たな事業の育成」を基本方針とする
4か年の「2014中期経営計画」をスタートしました。

業績においては遺憾ながら減収減益となったものの、

「クルマのワンストップ・サービス」業態への変革に向けた基盤整備を進めることができました。

「クルマのことならオートバックス」と支持・信頼いただけるチェーンを目指して

お客様の「安心」と「利便性」に貢献する新たな価値の創造に、

グループ一体となって挑戦してまいります。

Q1 当期は減収減益と
なりましたが
要因の分析を
お願いします。

消費増税前の駆け込み需要の反動とその後の消費低迷、新車販売台数の減少を主因に、「カー用品販売」が低調となったためです。

当期の当社グループの売上高は、前期比9.6%減少の2,094億円、営業利益は同54.1%減少の64億円、当期純利益は同52.9%減少の46億円となりました。

減収の主な要因は、2014年4月の消費税増税に伴う駆け込み需要の反動に加え、増税後の個人消費の冷え込みが想定以上に長引き、国内新車販売も前期比6.9%下落した結果、国内オートバックス店舗の「カー用品販売」の売上が前期比11.5%減少したことによります。カーナビゲーションの単価下落や大都市の降雪が前期と比較し少なかったことも影響しました。一方で、強化を進めている「車検・整備」「車買取・販売」は、厳しい環境のなか前期並みの売上水準を確保しました。

利益面では、販売促進策を強化したものの売上規模の減少から売上総利益率が前期比2.1ポイント低下した結果、特に下期において管理可能な経費の削減に努め、販管費を前期比25億円(3.9%)削減しましたが、大幅な減益となりました。

2015年3月期の業績

(単位:億円)

	2015年3月期	前期比
売上高	2,094	△9.6%
営業利益	64	△54.1%
当期純利益	46	△52.9%
ROE (%)	3.3	△3.5pt

国内オートバックスチェーン店舗売上高(全業態)[※]

(単位:億円)

	2015年3月期	前期比
カー用品販売	2,221	△11.5%
車検・整備	166	△0.8%
車買取・販売	230	△0.3%
その他	46	△0.8%
全店合計	2,663	△9.9%

※FC加盟法人店舗の売上を含む



代表取締役 社長執行役員
湧田 節夫

Q2 中期経営計画1年目の
成果と課題を
教えてください。

**「クルマのワンストップ・サービス」業態への変革に向け、基盤整備が進展しました。
この成果を収益拡大に結びつけていくことが今後の課題です。**

当期は4か年の「2014中期経営計画」のスタートの年として、中核事業である国内オートバックス事業において、カーライフを総合的に支援する「クルマのワンストップ・サービス」業態への変革に向け、「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」「Eコマース」の4つの重点課題に取り組み、基盤整備を進展させました。

カー用品では、タイヤ販売に注力し、タイヤ専門館をこれまで6店舗出店するとともに、国内有力メーカーとの協働でオートバックスグループ専売タイヤ「エスポルテ AB01」を新たにラインナップするなど、高機能タイヤを手ごろな価格で購入できる環境を整備しました。また、迷わず安心して買えるブランドとして、プライベートブランドを「AQ.(オートバックス クオリティ.)」として統一し、車内グッズからオイル・バッテリーなどへと展開を広げています。当期は本格的に収益の向上に寄与できませんでしたが、来期以降も継続した強化を図り、粗利率の改善を進める考えです。

また車検・整備は、リーマンショックから5年後にあたり2回目の車検対象車両が減少するなか、インターネット予約に加え、お客様に対する店舗でのご案内とコールセンターの本格稼働によるアウトバウンドの実施を通じて、車検実施台数を前期比1.4%増加の約58万9,000台へと伸ばし、1991年からの累計で500万台を突破しました。

車買取・販売では、カーズ加盟店舗を359店舗から451店舗に拡大し、全国規模での販売促進を行い、車両の買取・販売を強化した結果、総販売台数は前期比3.4%増加の約23,900台となりました。

Eコマースにおいても、自社オンラインショップ“AUTOBACS.COM”の拡充を進める一方で、オイル交換WEB予約に事前に商品選びができる機能の追加や、Amazon.co.jpで購入した商品の店舗取付サービスを開始するなど、店舗への送客を促進する取り組みを強化しました。

こうした基盤整備の成果を収益拡大に結びつけていくことが、今後の課題です。お客様のカーライフのお悩みやご要望に応え、的確に価値をお届けすることがオートバックスチェーンの成長の鍵を握ると考えています。

なお、事業環境といたしましては、個人消費は明るさが戻りつつあるものの、引き続き新車販売が低迷する見通しです。よって「2014中期経営計画」の目標の一部については、2015年3月期の業績と乖離が大きくなっていることなどにより「2014中期経営計画」の一部見直しを行い、最終年度の営業利益と重点課題における数値目標を修正しました。引き続き「オートバックス事業」「海外事業」「新規事業」の3つを柱に、中長期の成長に向けた施策を着実に実行し、計画の達成を図る考えです。

**「2014中期経営計画」(2015年3月期～2018年3月期)の数値目標の見直し
(2015年7月30日発表)**

	2018年3月期 (2014年5月 計画時)	2018年3月期 (2015年7月修正)	2014年3月期 (実績) (前計画終了時)	2015年3月期 (実績)	2016年3月期 (見直し)
経営数値目標					
営業利益(億円)	180	150	139	64	100
ROE(%)	8.0	8.0	6.8	3.3	5.0
DOE(%)	3.0以上	3.0以上	4.1	3.7	3.7
重点課題の目標					
車検実施 台数(万台)	100	80	58	58	-
車買取・販売 売上高(億円)	500	500	230	230	-

Q3 市場動向を踏まえた
今後の戦略を
お聞かせください。

車の平均保有年数が長期化するトレンドを捉え、「車検」を軸にお客様との関係の強化を通じて、カー用品、車の買取・販売へと展開するモデルを構築し、収益の最大化を図っていきます。

自動車の小型化、高性能化に伴い、カー用品の単価下落やライフサイクルの長期化が進み、国内カー用品市場は今後も縮小していくものと見ています。一方で、自動車保有台数は約6,000万台の水準にあり、平均使用年数も12年以上と長くなっており、メンテナンスや車検・整備は安定した需要が見込まれます。

こうしたなか、見直しを行った中期経営計画において当社グループでは、今後メンテナンスとりわけ「車検」を軸にお客様とのつながりを強化することを通じて、収益の最大化を図っていきます。

車検は、法令により定期的に需要が発生するとともに、多くのユーザーがこのタイミングでタイヤ交換を含む車の整備や車の乗り換えを検討します。そのため、車検の顧客獲得は、カー用品の販売や車の買取・販売にとっても重要なポイントになります。また、購買行動の分析から、オイル交換を実施したお客様への働きかけにより、車検につながるケースが多いことが明らかになっています。

こうした視点から、顧客基盤である約1,500万人のポイントアップカード会員を中心に、マーケティング施策を強化し、オイル交換から車検へ、車検からタイヤ交換、車の買取・販売へとつなげる成長モデルの構築を戦略的に推進する考えです。

関係を強化する施策として、当期において会員制度の見直しを行い、オイル交換やバッテリー交換など、8つのメンテナンスサービスを無料で行う「メンテナンス会員」をスタートしました。今後、ポイントアップカード会員からメンテナンス会員への移行を進めていきます。また、CRMシステムを刷新し、車種や購買データに基づき、きめ細かくアプローチする体制を整備しました。そして、店舗を中心に、インターネット、コールセンターが連携してお客様の利便性を高めるオムニチャネルに向けた取り組みを進め、「お客様とつながり続ける関係の構築と接点の強化」を通じて、オートバックス事業の中長期的な成長を目指していきます。

車検を軸とした成長モデルの構築



オムニチャネル構想の推進

- 車種、購買データを活用した個客マーケティングの推進
- インターネット、コールセンターの活用によるお客様の利便性向上

Q4 店舗子会社の 収益改善をどのように 進めていきますか。

当期、全体で赤字となった国内店舗子会社は、常務執行役員を収益改善の責任者とし抜本的な改革を進めていきます。

国内店舗子会社の当期の売上高は前期比16.6%減少の678億円、営業損失は19億円(前期は5億円の営業利益)となり、収益改善への取り組みが急務であると認識しています。

当期は店舗配置・運営体制の最適化に向け、FC加盟法人への株式譲渡や店舗の譲渡・譲受、子会社間の合併などの再編を実施するとともに、本部人員を子会社へ異動し営業強化を図りました。2016年3月期は、期初より常務執行役員を収益改善の責任者とし、抜本的な改革を進めていく方針です。基本的な考え方として、全体戦略に基づき「車検・整備」「車買取・販売」の売上拡大を進める一方で、19社の店舗子会社(2015年3月末現在)各社の売上、粗利、経費に関わる項目における基準値に対して劣る部分の原因を明らかにし、個社ごとに対策を講じ収益力の改善を図ります。具体的なテーマとしては、「売価管理の推進」「メーカーとの仕入条件交渉」「人員効率の改善」「IT関連システムコストの削減」などを軸に、取り組みを進めていきます。

Q5 海外事業の現状と 今後の展開を 教えてください。

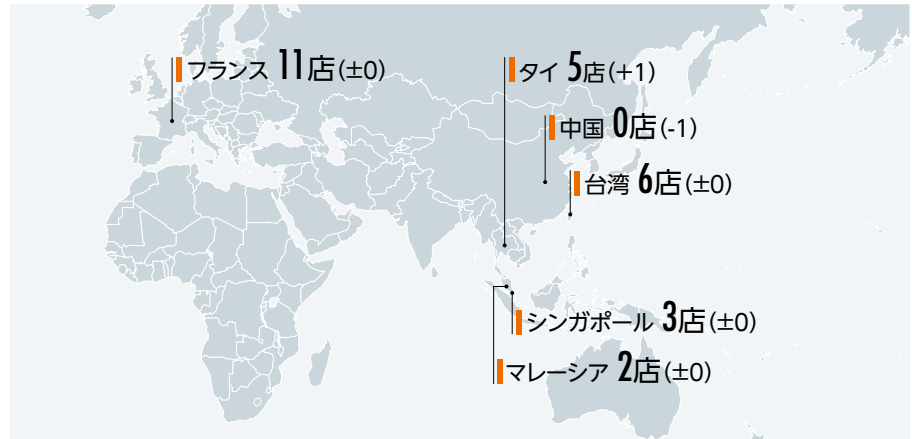
ASEAN地域を中心に中長期的収益実現に向け出店ペースを加速していきます。

海外事業は、中長期的に収益を実現していく事業と位置づけ、当期はその基礎固めを実行しました。既存出店地域で不採算店の閉店などの再構築を進める一方で、タイにおける新たな出店や、マレーシアの現地子会社設立、海外人員の増強など、経営基盤の強化を進めました。

2016年3月期以降は、成長が続くASEAN地域を中心に現地企業とのパートナーシップを最大限に活用し、出店ペースを加速していきます。2016年3月期においては、タイ6店舗、マレーシア4店舗、インドネシア2店舗の計12店舗の出店を計画しています。インドネシアの出店は現地インドモビルグループとの合併会社によるもので、これが初出店となります。

海外の新規出店にあたっては、国内の大型店とは異なり、ショッピングモールなどの商業集積地や人口密集地に小型店舗を複数展開することで、ブランド認知の向上を図っていきます。また、小売だけでなく卸売などの周辺事業においても、現地企業との提携やM&Aも視野に、スピードを重視した施策を展開していく考えです。

海外展開の状況(2015年3月末現在)



注:()の中は対前期末比

Q6 積極的な株主還元を続けていますが、今後の方針をお聞かせください。

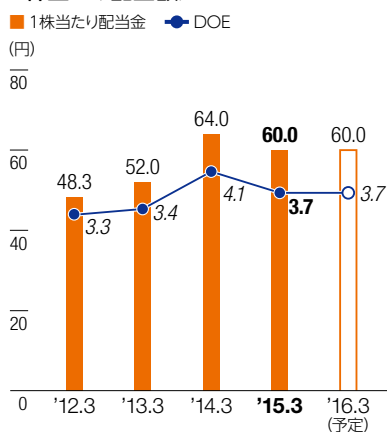
引き続きDOE(連結株主資本配当率)3%以上の安定配当を継続し、機動的な自社株買いを実施していく考えです。

当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題のひとつと位置づけており、当期においてもDOE3%以上の配当方針のもと、1株当たり配当を年間60円(DOE3.7%)としたのに加え、総額55億円の自社株買いを実施し、総還元性向は222.2%となりました。

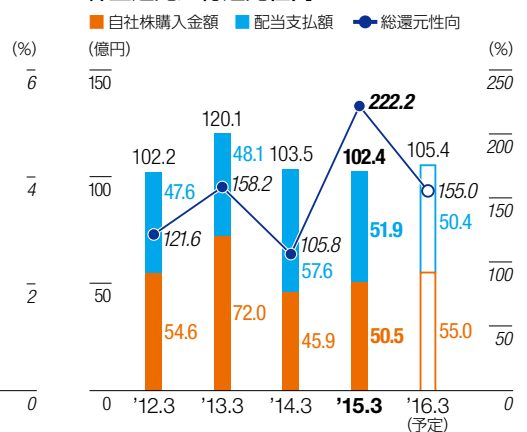
2016年3月期以降の株主還元についても、資本効率の向上を目指して、経営環境や財務の安定性を考慮しつつ、積極的な還元を行う方針に変更はありません。

配当方針はDOE3%以上を維持し、収益の状況に応じて安定的、継続的な配当を実施するとともに、自社株買いも含めた株主還元を機動的に実施していく考えです。

1株当たり配当額/DOE



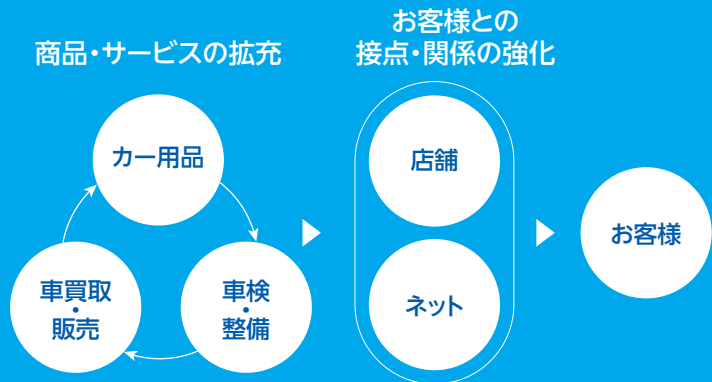
株主還元/総還元性向



注:1. 2013年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2013年3月期以前の数値は分割の影響を遡及換算しています。
2. 2014年3月期の配当額は、オートバックス誕生40周年記念配当10円を含みます。

三位一体の商品・サービスをお客様にあわせて提供する

オートバックスは、カーライフを総合的に支援するために、「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」を拡充するとともに、「お客様との接点・関係」を強化する施策を推進しています。お客様のカーライフにおけるお悩みやご要望に、適切なタイミングでお応えすることで、「クルマのことならオートバックス」と支持・信頼されるチェーンを目指していきます。



商品・サービスの拡充 カー用品

より安心、便利で、 選びやすい商品をお届けする

カー用品業界最大級のネットワークを駆使して、オートボックスでは1店舗1~3万アイテムの圧倒的な品ぞろえを実現。クルマに詳しくないお客様にも気軽にご利用いただけるよう、商品知識を備えたカーライフアドバイザーが最適な商品を提案するなど接客サービスを強化するとともに、プライベートブランド(PB)商品の再構築を進めています。

お客様の声

“オイルやタイヤの交換、メンテナンスに何かと手間がかかる”
 “同じような商品が多く何を買っていかが迷ってしまう”

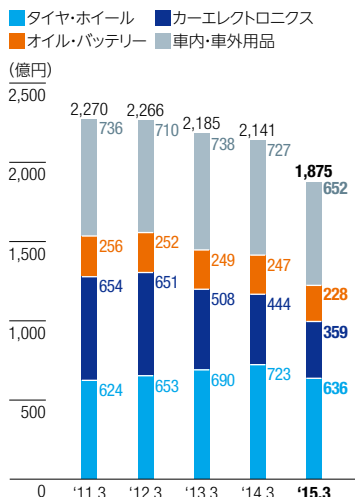
オートボックスの取り組み

適合する商品を専門スタッフが提案
 PB商品のブランドを統一し、「迷ったらコレ」という商品を提供

市場環境と営業動向

近年、カーナビゲーションなどの新車への標準装備化が進み、単価・販売数量が下落し、カーエレクトロニクス商品の売上が縮小する傾向にある一方で、車のライフサイクルの長期化により、オイルやタイヤなどメンテナンス関連商品は、比較的堅調に推移しています。オートボックスでは、メンテナンスに焦点をあてた販売体制の強化を進め、カー用品販売の収益改善を図る方針です。

オートボックスチェーン カー用品販売 商品別売上高の推移



タイヤ販売の強化

高性能タイヤのラインナップで高い支持を獲得

2015年3月期は国内有力メーカーとの連携により、ロングライフを実現した専売タイヤ「エスポルテ AB01」やプライベートブランド(PB)では初となる低燃費タイヤ「マックスラン エバーロード」などを新たにラインナップ。年間販売本数680万本の実績を背景とした充実した品ぞろえと価格を強みに、2014年「低燃費タイヤに関する調査※」では2年連続選択先店舗No.1となるなど、高い支持を獲得しています。



※株式会社日本能率協会研究所による調査

プライベートブランド(PB)の再構築

「迷ったらコレ」という商品をPBとしてラインナップ

従来のPB商品を「AQ. (オートボックスクオリティ.)」として統一し、2014年7月より順次刷新。車内グッズからオイル・バッテリーへとラインナップを拡充しています。近年、多様化するカー用品のなかで、商品選びの基準となる商品として位置づけることで、お客様が商品をより選びやすい環境を整えていきます。





価値創造を促進する非財務資本

商品開発の強化

当社グループのPB商品開発への取り組みは37年の歴史があり、タイヤ、ホイールから、オイル、バッテリー、アクセサリーなど、幅広い商品開発ノウハウを保有しています。今後ブランド統一の動きを加速し、現在約13%のPB商品販売比率を、長期的に20%にまで引き上げる方針です。



お手入れカンタン3Dマット フロントM

メーカーとの連携

当社グループのサプライヤーのネットワークは、国内外の有力メーカーなど約500社に及び、業界No.1のポジションを生かしたマーケティング情報の獲得や一括仕入れにより、幅広い品ぞろえと価格競争力を確保しています。

品質管理体制

当社は商品の品質を「品質管理規定」に沿って管理しています。PB商品のみならず、ナショナルブランド商品についても、メーカーや仕入先と連携し、商品本体または商品使用時の適法性や、PL法に基づく消費者保護の観点など、多面的な商品の管理を行っています。

カーライフアドバイザーの育成

オートバックスチェーン全店舗のスタッフを対象に、商品知識や接客に関する研修、資格試験を実施し、接客サービスの質を高めています。現在、約20,000名が資格を取得しています。



接客研修

VOICE PB商品開発担当者の声

オートバックスの独自性を追求した商品づくりで収益に貢献していきます

オートバックスは、従来からサプライヤーとの協力関係をベースに、お客様にとって利便性の高いPB商品をお手頃な価格で提供してきました。2015年3月期は、PB商品再構築の第一段階として「AQ. (オートバックス クオリティ)」という新しいブランドを立ち上げ、既存の商品を統一していくなかで、お客様視点でデザインや機能の改善に力を入れてきました。今後は、さらにオートバックスのPB商品としての独自性を追求し、お客様に自信を持って薦められる商品を開発することで、収益に貢献していきたいと考えています。



商品開発部
部長
重山 亮

商品・サービスの拡充 車検・整備

長く乗り続けたいという お客様の想いに応える

近年、車の平均保有年数が長期化し、車を利用するユーザー層も男性中心から女性、高齢者と幅が広がるなか、オートバックスは、利便性の高い車検サービスを提供するとともに、車の状態にあわせた整備や修理、定期的なメンテナンスまできめ細かくサポートし、長期にわたるお客様の安心にお応えしています。

お客様の声

“車検は予約や整備の検討、
手続きなど手間がかかる”
“車に詳しくないが、いまの車に
長く乗っていきたい”

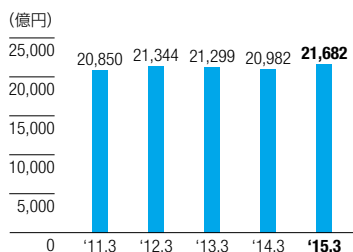
オートバックスの
取り組み

予約のご案内から車検の実施まで
利便性の高い車検サービスを提供
各種メンテナンスをパッケージ料金
で提供し必要な時期にご案内

市場環境と営業動向

車検・整備市場は、高水準な自動車保有台数と法令による車検義務を背景に安定した需要が見込まれます。オートバックスは「ブランド認知の高さ」「ピットのある全国の店舗」「専門の技術スタッフ」を強みに、カーディーラーや中小整備工場との差別化を図り、持続的な成長を目指します。

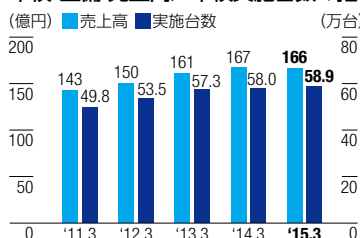
国内車検・整備市場の推移



出所:日本自動車整備振興会連合会

オートバックスチェーン

車検・整備 売上高 / 車検実施台数の推移



車検サービスの利便性向上

お客様の負担を削減し、満足度向上を追求

車検は、検査により車の安全性を確認する制度で、安全性確保のために点検・整備を行う必要もあるため、費用や時間などお客様の大きな負担となります。オートバックスは、見積りの際に、整備の優先順位やその対策について、自社保有の部品・カー用品



品を生かして多様な選択肢を提示し、お客様に納得いただけるサービスを提供しています。また、多くの店舗では部品の交換が不要な車両は車検を即日行うことでお客様の負担軽減を図っています。2015年3月期の車検実施台数は59万台に上り、1991年の取り扱い以来、累計で500万台を突破しました。

メンテナンス関連サービスの拡充

「いつも安心」のためのサービスをラインナップ

オートバックスでは、オイルやバッテリーの交換など定期的に必要となるメンテナンス商品と交換費用に加え、点検作業などをパッケージ化した「メンテナンスパック」をラインナップ。お手頃な価格と、定期的な交換や点検でお客様の安全・安心を高めています。さらに、板金・塗装、洗車など、幅広いサービスでお客様のカーライフをサポートしています。





価値創造を促進する非財務資本

指定工場の拡充

即日車検など対応力を高めるために、「指定工場」の拡充を進めています。指定工場となるには、検査ラインと国家資格者である自動車整備士（以下、整備士）、自動車検査員（以下、検査員）を備え、国より指定を受ける必要があります。2015年3月末現在、390店舗が指定工場となっています。



指定工場の検査ライン

利便性の高い予約サービス

オートバックスでは、車検の見積り、実施の日時をお客様の都合で選べるネット予約サービスに加え、DMや店舗でのお声かけ、コールセンターによるアウトバウンドを通じて、車検時期をあらかじめご案内し、お客様の利便性を高めるとともに、車検の成約率を高めています。



車検ネット予約画面

自動車整備士・自動車検査員の育成

車検・整備のためには、技術力を備えた専門スタッフの育成が不可欠です。オートバックスでは、各種ピットサービスをはじめ国家資格である整備士・検査員の育成まで、体系的な教育研修体系を構築・運用しています。整備士は2015年3月期末で、約3,780名となっており、今後もさらなる育成を計画しています。



研修風景

VOICE 車検推進担当者の声

サービスの価値をさらに高め 車検の実施台数増加を 図っていきます

オートバックスの車検は、これまで価格の透明性、カー用品・パーツをお客様が選べるなどの利便性で実施台数を伸ばしてきました。車検は定期的な来店が見込まれるため、オートバックスがお客様とのコミュニケーションを続けていく上で重要なポイントとなります。さらに高い価値を提供し、車検の実施台数を伸ばすために、店舗における受け入れ体制の整備やインターネット予約との連携、整備士や検査員の確保・育成、指定工場の増加などに取り組んでいます。

車検推進部
部長
細谷 賢一



商品・サービスの拡充 車買取・販売

クルマの乗り換えを適切にサポートする

オートバックスでは、「カー用品」「車検・整備」に続く事業の第3の柱として「車買取・販売」を強化しています。ライフスタイルの変化などにより、クルマの乗り換えを検討する際、気軽に相談できるサービスを提供することで、お客様のカーライフをサポートするとともに、カー用品の販売やその後のメンテナンス・車検とのシナジーを追求しています。

お客様の声

- “車検のときに、買い替えも検討したい”
- “中古車の購入はアフターフォローが不安”

オートバックスの取り組み

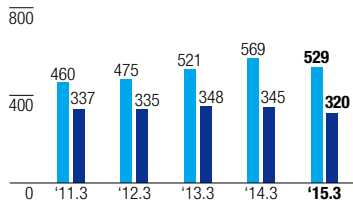
- お車の買取金額や乗り換え車両、車検・整備費用との比較などワンストップで提案
- 故障に対する保証サービスをはじめ、全国の店舗でメンテナンス・車検に対応

市場環境と営業動向

国内の中古車登録台数は年間500万台の水準にあり、新車販売台数と同等の水準で推移しています。オートバックスは「来店頻度の高さ」や「充実したアフターフォロー」を強みに、既存の買取専門店、中古車販売専門店との差別化を図り、全国展開のサービスで成長を加速していきます。

国内新車販売台数／中古車登録台数の推移

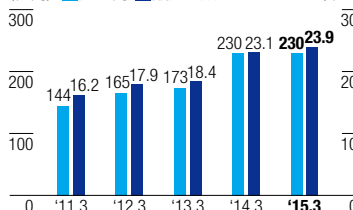
(万台) ■新車販売台数 ■中古車登録台数



出所:日本自動車販売協会連合会
全国軽自動車協会連合会

オートバックスチェーン 車買取・販売 売上高／販売台数の推移

(億円) ■売上高 ■販売台数 (千台)



買取サービスの強化

気軽さと納得感を高め、お客様の利用を促進



オートバックスの買取サービスは、店舗でお買い物の中に査定できる体制を整え、業界で唯一「5日間の査定価格」を保証しています。また、車検・整備の見積りや乗り換えの車の候補まで、検討に必要な情報をひとつの店舗で提案することで、買取サービスの利用を促進しています。年々着実に買取台数を伸ばし、2015年3月期では10,535台の買取を実行しています。

中古車販売の強化

中古車ならではの不安を解消する安心のサービス

オートバックスでは、中古車の納車前の整備点検・クリーニングはもちろん、万一の故障も3ヵ月または3,000kmの間、無償で修理する「安心保証」を無料サポート。この保証は有償で最大3年間延長できます。また、カー用品は同時購入で全商品が割引となりお好みの仕様にできるほか、カー用品を合わせた金額で設定できる独自のオートリースやオートローンを提供しています。さらに購入後3ヵ月以内のキズ・凹みなどの修理の費用補助などを設け、全国の店舗でお客様の「安心」をサポートしています。



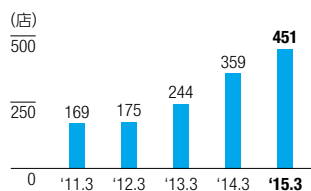


価値創造を促進する非財務資本

対応店舗の拡大

車買取・販売は「オートバックス・カーズ」のブランドで、オートバックスチェーン店舗内のインスタア業態として展開しています。近年、加盟店の拡大が加速し、2015年3月期末現在、451店舗が加盟しサービスを提供しています。

オートバックスチェーン
カーズ加盟店舗数の推移



全国統一基準の査定システム

査定精度の向上とリードタイムの短縮、店舗スタッフの業務負担の軽減を目的として、2014年3月期に査定システムを刷新しました。新システムは、全国統一基準で評価項目を定め、店舗側ではタブレットへの情報入力だけで、当社の担当部門が中古車市場の相場を踏まえた査定金額を短時間で提示します。これにより店舗の査定・買取を活性化し、優良車両の確保を図っています。また、買取車両はオートオークションなどへの業者販売も行うことで、安定的な収益となるとともに、良質な車両については、個人のお客様への販売も行っています。

人員体制の強化

当社は車買取・販売における基礎知識や査定検査技術、接客技術などの習得に向けた教育研修体系を整備・運用しています。特に買取査定の強化を図るべく査定システムを通じた買取査定に関する教育に注力しました。2015年3月末現在、約2,300名が査定システムを利用し査定できる資格を取得しています。



研修風景

VOICE 車買取・販売担当者の声

全国レベルでの販促活動を強化し、車買取・販売の売上拡大を目指します

車買取・販売事業は数年前から再強化し、FC本部として、店舗において買取や販売がしやすくなるシステムや仕組みの構築に努めてきました。その結果、フランチャイズ加盟法人のこのビジネスに対する理解が進み、また新しい商品に取り組みたいという意識が高まったこともあり、カーズ加盟店への参加もここ数年で加速しています。今後は全国規模での販促活動なども強化し、オートバックスでの車買取・販売事業の認知を進めることにより、売上の拡大を目指していきます。

C@RS推進部
部長

村越 信彦



お客様との接点・関係の強化 店舗・ネット

いつも安心して 頼れる存在を目指して

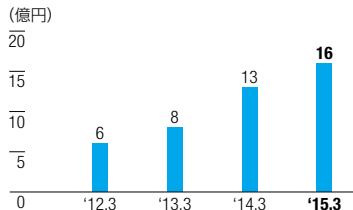
オートバックスは、商品・サービスの拡充と並行して、店舗とネット、コールセンターなどを有機的に連携したオムニチャネル化によりお客様との接点を強化しています。また、会員を中心としたお客様への継続的なアプローチを通じて関係性を深め、顧客満足度の向上と中長期の収益拡大を両立していきます。

<p>お客様の声</p> <p>“いつでも自由に 買い物を楽しみたい”</p> <p>“持っているクルマにあった商品や サービスを紹介してほしい”</p>	<p>オートバックスの 取り組み</p> <p>インターネットの店舗を複合的に展開し 店舗と連携した取付サービスを提供</p> <p>CRMシステムを刷新し、お客様の車種や 購買行動に応じたマーケティングを展開</p>
---	---

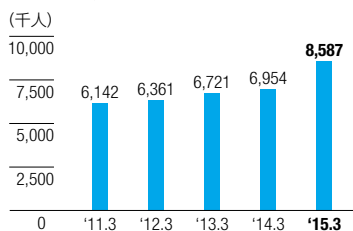
市場環境と営業動向

ネット販売は、カー用品専門店、EC専門会社のサイトをはじめ多数の競合があるなか、「ピットのある全国の店舗」と連携したサービス提供で差別化を図っています。ネット販売も重要な接点のひとつとして、会員を中心にお客様との関係の強化を進め、収益の拡大を図る考えです。

オートバックスチェーン ネット販売 売上高の推移



稼働会員数*の推移



*2015年3月期から、稼働会員数の定義を「過去1年間に買い物をいただいたお客様の数」としています。

お客様との接点強化

ネットと店舗の連携により、お客様の利便性を向上

自社運営のオンラインショップ“AUTOBACS.COM”をはじめ、インターネットショッピングモールなどへの出店を通じて、カー用品をネットで購入するユーザーとの接点を拡大しています。取付とのセット商品を提供し、ネットで購入した商品を店舗で取り付けることで、お客様の利便性を高めるとともに、店舗への送客による相乗効果を追求しています。2014年9月よりAmazon.co.jpで購入した商品の店舗における取付サービスも開始しました。また車検やオイル交換のネット予約で、お客様のご都合にあわせた店舗利用を促進しています。オイル交換では2014年10月よりオイル交換の予約に合わせてオイルの種類が選べるサービスを新たにスタートしました。会員カードとして使える「オートバックス公式アプリ」でも、こうした予約サービスが利用できます。



AUTOBACS.COM (2001年1月開設)	オートバックス楽天市場店 (2012年8月出店)	Amazon オートバックスストア (2013年6月出店)	オートバックスYahoo!ストア (2014年1月出店)

会員カードとしても使える オートバックス公式アプリ をご用意

(2012年10月運用開始
2013年10月リニューアル)



4つの機能

- ポイントアップカード機能を搭載
- 購入履歴や車両情報の確認・編集
- オイル交換・車検の予約機能
- アプリ限定のお得なクーポンを配信



お客様との関係強化

ご相談に適切に対応する店舗オペレーションの改善



メンテナンスカウンター

「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」を軸に、お客様のお悩みやご要望に適切に対応していくために、店舗業務の優先順位を見直し、スタッフの接客時間を増やす取り組みを進めています。

会員制度を刷新

2014年6月より、オイル・オイルエレメント・エアフィルターの交換の基本工賃が無料になる「オイル会員」の特典を改訂し、バッテリーやワイパー交換、タイヤローテーションなどを加えた8つのメンテナンス工賃が無料となる「メンテナンス会員」へとリニューアル。お客様の利便性を強化し、お客様の継続的な店舗利用を促進していきます。



メンテナンスカード

車種や購買行動に応じたマーケティングを強化

2015年3月期にCRMシステムを刷新し、お客様の車種や購買行動、その背景にある嗜好などを分析し、お客様一人ひとりにあわせた商品・サービスを、ダイレクトメールやメールマガジン、コールセンターを通じて提案する取り組みを開始しました。

VOICE 店長の声

お客様との接点を増やす
店舗オペレーションで

一つひとつの声にお応えします

当店では実験的に店舗オペレーションを変更しました。明確に効果が表れたのが売場入口に設けた「ご案内カウンター」での相談件数で、設置前は1日平均10件程度の問い合わせですが、設置後は50件になりました。最近のお客様は、ご自分のクルマに関してまず相談するというケースが増えており、店頭でいち早く対応することで、お客様の「聞きたい」というニーズに応えるとともに、担当者への素早い伝達で店舗での効率も向上させています。このオペレーションをさらに改善し、お客様との接点を多くすることで、お客様ごとに異なるニーズに的確にお応えしていきたいと考えています。

オートバックス
海浜幕張店
店長

根来 武史



あらゆるステークホルダーに 支持・信頼されるグループを目指して

当社グループは、お客様に最適なカーライフを提案し、豊かで健全なクルマ社会を創造する有益な企業であり続けたいと考えています。その実現に向けて、経営基盤を強化すべく、CSRポリシーとして「お客様」「地域社会」「クルマ文化」「環境・人権・多様性」「ステークホルダー」の5つを重点テーマに掲げ、事業活動を展開しています。

CSR(社会的責任)

当社は、お客様に最適なカーライフを提案し、豊かで健全な車社会を創造するため、社会に貢献するさまざまな活動を行っています。

CSRポリシー

クルマ社会のインフラ提供企業として、お客様のライフステージとライフスタイルに合った良質な商品とサービスを提供します。



パートナーの成長をサポートする

当社グループの継続と事業拡大のためには、FC加盟店舗の収益力強化は欠かせません。当社は、FC加盟法人およびFC加盟店舗に対して、販売促進はもちろんのこと、人材育成を重点的に支援しています。

個店力強化を支援

個店シェアの拡大に向けて、マネジメント改革を推進

FC加盟法人との連携強化

FC加盟法人は、当社グループの成長の一翼を担う重要なパートナーです。FC加盟法人との連携強化に向けて、FC経営者会議や方針徹底会議などを通じてチェーン方針や商品戦略などを共有しています。

FC加盟法人向け会議

会議名	内容	開催回数	参加者	開催拠点
FC経営者会議	チェーン方針の共有など	年2回	FC加盟法人：経営者 当社：営業統括部長、営業部長、部門長	東京
方針徹底会議	営業方針施策・商品政策の共有など	年3回	FC加盟法人：経営者・幹部 当社：営業統括部長、営業部長	全国2拠点(東・西)
店長会	各店舗における売場づくり、販促方針の共有など	年3回	FC加盟法人：店長 当社：営業部長、カウンセラー	全国12拠点
エリア会	各エリア代表のFC経営者との意見・情報交換	年4回	FC加盟法人：各エリアのFC代表オーナー 当社：営業統括部長、営業部長	全国2拠点(東・西)

店舗運営のノウハウ提供／サポート

お客様視点で店舗の魅力を高めるために、当社ではチェーン全体の売場改革を進める一方で、地域ごとに異なるお客様のニーズに的確に応えるための取り組みを推進しています。FC加盟法人と連携して各店舗の成功事例を検証し、標準化を進めるとともに、地域に合ったアレンジを図るために当社の「カウンセラー」が各店舗への展開や実施状況をフォローし、改善指導しています。それにより、個店シェアの拡大と収益力の強化を継続的に進めています。なお、カウンセラーは社内研修や外部のセミナーなどを通じて、スキルアップを図っています。

FC加盟店の人材育成

当社はFC加盟店のマネジメント改革をサポートする「チェーン人事部」を通じて、全店舗の店長、副店長を対象に「戦略力強化研修」を実施し、個店戦略の策定を支援するほか、PDCAサイクル構築により、実行力や成果を上げて組織をつくる力を養成しています。また、店舗スタッフを対象に接客研修や商品知識の向上を図る研修などを行い、お客様への提案力を高めています。今後も各種の研修を継続し、店舗幹部のマネジメント力強化や店舗スタッフのスキルアップを支援していきます。



戦略力強化研修

VOICE フランチャイズ加盟法人オーナーの声

FC加盟法人と本部が一体となって、オートバックスチェーンの成長を目指していきます

当社は富山県内でオートバックス、スーパーオートバックスなど合計14店舗を運営しています。FC経営者会議で徹底されるオートバックスチェーン方針に基づき、日々さまざまなサポートを受け、店舗運営を行っています。またFC加盟法人として積極的に現場の意見や要望、お客様の声などの情報を本部と共有するよう心がけています。事業環境もますます厳しくなりますが、今後も本部との一体感をさらに強め、理念共同体として地域のお客様から選ばれ続ける企業を目指していきます。



株式会社ピューマ 代表取締役 増川 智

クルマのプロフェッショナルを育む

当社グループでは、専門的な知識・技能を備えた人材の育成に力を入れています。また、働きやすい職場環境の整備と社員のキャリア開発を通じて、地域雇用を担う企業としての責任を果たしています。

人材力を高める教育研修

カーライフを支える知識・技能を高める、充実した階層別研修

当社は、主に店舗スタッフを対象にした30以上の階層別教育・研修体系を構築・運用しています。集合研修は、総実施回数619回(2015年3月期実績)に及び、eラーニングや店舗でのOJTなどと組み合わせ、高い効果を追求しています。また、社内資格を

評価に結びつけ、スタッフの知識と技能、意欲を高めることで、店舗におけるサービス品質の向上を図っています。さらに、自動車整備士などの公的資格の取得に向けた研修などにも注力し、着実に資格取得者数を伸ばしています。

主な資格の取得状況

資格	内容	資格取得者数*	前期比
社内資格			
カーライフアドバイザー	eラーニングで主要商品・サービス、接客に関する知識を習得(2級は10コース、1級は5コースを受講し、修了試験を実施)	19,148名	+879名
商品別スペシャリスト	最適な商品提案を行うための専門知識、接客技術を習得。カーライフアドバイザー資格取得者に強化研修、検定試験を実施。商品別に7コースを設定	6,346名	+1,089名
メカニック	ピット業務に必要な知識・作業手順などを習得。eラーニング、映像、実習指導、集合研修など複合的にを行い、検定試験を実施。キャリアに応じて4つのクラスを設定	13,962名	+321名
公的資格			
自動車整備士	実務経験などの要件を満たし、学科・実技検定試験の合格で得られる国家資格	3,780名	+127名
自動車検査員	地方運輸局長の行う教習を受講、修了試験に合格するなどの要件を満たし、届出・受理された者	1,454名	+189名

* 資格取得者数は、オートバックスチェーン全体の延べ取得人数(2015年3月末現在)

キャリア開発支援

「自らのキャリアは自らが創る」を基本に、さまざまな支援制度を整備

■ キャリアディベロップメントシステム

社員全員が知識や経験を重ね、さまざまな職場を知り、会社への理解を深めるため、当社では、数年ごとにジョブローテーションを実施しています。社員一人ひとりが志向性・適正を見出し、自発的にキャリアアップを図ることで、組織の活性化につながります。また、中堅社員向けのキャリアデザイン研修を実施し、従業員が自ら将来のキャリアを意識して、業務や自己啓発に取り組むように会社として後押ししています。

■ カフェテリアプラン

キャリア階層別の研修制度に加え、外部団体による通信教育や公開セミナーの受講、公的な資格取得など約160コースが利用可能な「カフェテリアプラン」を設け、社員の自発的なキャリア開発を支援しています。そして、能力開発支援として一人年間10万円までの補助を行っており、年間約350名の社員が利用しています。また、会社が指定する公的資格の取得者には報奨金を支給するなど、能力開発へのインセンティブを与えています。

VOICE 人事研修担当者の声

社員一人ひとりが自らキャリアを形成する支援に努めています

現在、当社では、入社3年目までの若手社員や30代以上の中堅社員など、階層ごとにロジカルシンキングや財務分析などの知識・スキルを身につけるための研修や自己啓発支援を行うとともに、将来のキャリアをどう形成していくかを自ら考える場を研修として提供しています。私はその研修の設計や実施に携わっていますが、従業員がライフデザインを意識することの結果として、高いレベルの業務を行うことや組織の活性化にもつながっていることを目の当たりにし、私自身としても、会社の持続的成長に貢献できているという喜びを実感しています。



人事部 課長 太田 康弘

一人ひとりが、安全で、健康的に働ける職場づくりを推進

労働安全衛生の取り組み

当社グループは、「健康は何にも勝る財産」という理念に基づき社員の健康増進に努めています。その取り組みのひとつとして「オートバックス大阪健康センター」を設置し、「健康マネジメント研修」を実施しています。定期健康診断で生活習慣病などの問題が発見された社員に対し、産業医の指示に従い、研修を義務づけています。こうした取り組みが評価され、日本政策投資銀行が融資条件の設定に用いる「DBJ健康経営（ヘルスマネジメント）格付」において、最高のAランクを取得しました。また、職場環境の維持・改善に向けては、店長研修を通じて店舗の安全維持や超過労働の防止などを指導しています。



DBJ健康格付



オートバックス大阪健康センター

メンタルヘルスケア

メンタル面のケアを目的として、「メンタルヘルスチェック」を外部の専門家に委託し、全従業員に実施するとともに、必要に応じて外部委託機関に相談できる体制を整えています。

高齢者雇用の推進

熟練者の技能や経験を次世代に継承していくために、当社グループでは、定年退職者の再雇用を含む高齢者雇用に積極的に進めています。当社は、当期において再雇用を含め60歳以上の方を10名採用し、総計54名となっています。

社内通報制度

役員および従業員の不正行為や倫理から外れた行動の未然防止・早期対処などを目的に、「オレンジホットライン」（オートバックスチェーン内通報制度）を導入し、社内および社外窓口を設置、運用しています。

女性活躍の推進

多様性を重視し、女性が活躍できる環境づくりを推進

支援制度の拡充

社員の育児をサポートするため、育児休暇の延長（子どもが1歳半を迎える年度末まで）、時短勤務期間の延長（子どもが10歳まで）、育児休暇明け社員へのオリエンテーションの実施、半日有給取得制度の導入など、制度の拡充を進めています。当社では育児休業後の復帰率は100%で、2015年3月期末現在、8名の社員が育児関連の制度を利用しています。今後は男性の育児休暇取得を推進し、女性がより働きやすい環境づくりに努めていきます。

女性社員の支援

女性社員が仕事と子育てを両立できるように、外部講師を招いたワークショップを本社で年間9回実施しました。今後は対象拠点を拡大するとともに、講義の動画を作成し、他の拠点でも閲覧できるようにする予定です。また、今後はさらなる女性のキャリア形成を促進・支援する活動にも取り組んでいきます。



ワークショップ風景

VOICE 女性活躍推進担当者の声

女性活躍には、従業員への意識づけと施策の両方が大切です

当社における女性の継続就業に関する制度（産休・育休・時短勤務制度等）は、他の日本企業と比較してもそんな色のないものと自負しています。これは育児休業後の復帰率100%が示すとおり、制度を活用する女性自身が評価していると言えます。会社としても多様性を重視し、女性活躍が課題となるなか、管理職候補の育成やキャリアプランの形成など施策を充実させるよう努めています。何よりも、女性だけでなく男性も含めた従業員に対する意識づけが重要で、施策と連動して社内へのアピールを実施していくことが大切だと認識しています。



人事部 鈴木 恭子

人とクルマと環境が調和した社会を創る

自動車に関わる事業に携わる企業として、事業活動における環境負荷低減を継続するとともに、商品・サービスを通じた環境への貢献を通じて、クルマ社会の持続的な発展に貢献していきます。

オートバックスセブン 環境方針

オートバックスセブンはカー用品、車検整備、車販売の事業活動を推進する上で、環境の保全に配慮した活動を目指します。

1. オートバックスセブンにおける事業活動の環境に与える影響を把握し、目的、目標、計画を定め、環境保全活動の継続的な改善を図ります。
2. 環境に係わる法規制及びその他の要求事項を順守します。
3. オートバックスセブンにおける事業活動が与える環境影響の中で、特に以下の項目について優先的に取り組みます。
 - (1) 省エネルギーの推進と温室効果ガス排出量の削減
 - (2) 廃棄物の排出量の削減と3Rの推進
 - (3) 環境に配慮した商品の購入
 - (4) 環境に配慮した商品、サービスメニューの開発および店舗での販売促進
4. 環境汚染の予防に努めます。
5. オートバックスセブン全ての人に、環境や社会問題に自発的に取り組むように教育と啓発を行い、人と車と環境が調和した持続可能な社会を目指します。

VOICE 環境管理責任者の声

環境保全活動や従業員の環境に対する意識向上に努めています

事業活動を通じて豊かなクルマ社会を創造する——それがオートバックスセブンの使命です。なかでも、車に関わる事業を行う企業であればこそ、環境保全への取り組みは不可欠であると考えています。当社では環境方針に則った環境保全活動を実践するとともに、全従業員に環境方針カードを配布し、カードに『私の環境への取り組み』を記入して意識向上に努めています。また当社グループでは、事業所周辺の近隣清掃活動やレジ袋使用量削減などの活動を実施しています。



総務部 部長 岩下 純次

環境保全活動の目標と実績

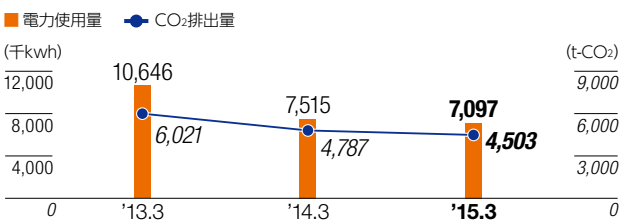
分野	当期の目標	当期の主な取り組み実績	来期の計画
環境マネジメントシステム導入拡大	西日本ロジスティクスセンターへの導入、ISO14001認証取得	2014年11月認証取得 認証拡大の計画完了	—
省エネルギー推進と温室効果ガスの削減	電力使用量の削減 (CO ₂ 排出量の削減)	2013年3月期比5%削減 (一部拠点除く)	2013年3月期比7.2%削減
	ガソリン使用量の削減	2013年3月期比燃費5%向上 (一部拠点除く)	2013年3月期比9%向上
省資源の取り組み	廃棄物の削減	全拠点埋立ゴミ発生量 2014年3月期比1%削減	2014年3月期比33%削減
	コピー用紙使用量の削減	2014年3月期比2%削減 (一部拠点除く)	2014年3月期比3.2%削減
	段ボール使用量の削減	西日本ロジスティクスセンター: 2012年3月期比29%削減	2012年3月期比70%削減
環境に配慮した商品の購入	事務用品のグリーン購入	グリーン購入比率75%以上	グリーン購入比率94.3%
環境コミュニケーション	従業員への環境教育、活動プログラム周知	取り組みの継続	年1回環境自覚一般教育実施および定期的な環境啓蒙情報発信実施
地域環境美化への貢献	近隣清掃活動実施	全拠点：全社員参加	全社員参加

省エネルギー対策を策定し、CO₂総排出量を削減

当社における取り組み

当期における当社の電力使用量*は前期比5.6%減の7,097千kwhとなり、CO₂総排出量*は、前期比5.9%減の4,503t-CO₂となりました。当社グループでは、今後2~3年で実施する省エネルギー対策を策定し、業務改善・効率化によるノー残業デー実施の徹底など各種活動プログラムを推進しています。

電力使用量／CO₂排出量の推移*



*オートバックスセブン本社、地方事業所、直営店舗、ロジスティクスセンターの合計

店舗における取り組み

当社では、CO₂総排出量を同一規模の既存店舗と比較し3割削減することを目標として、2011年3月期に2つの実験店舗で省エネ型空調・LED照明・太陽光発電・屋上緑化などの設備を導入しました。そのほか、出店に際しては、環境およびコスト面を意識した店づくりを行っています。



太陽光発電パネル
(オートバックス大和郡山)



LED照明
(オートバックス大和郡山)

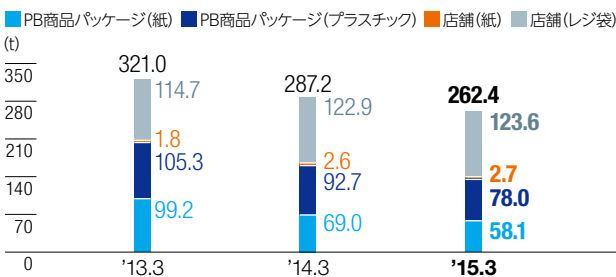
省資源の取り組み

限られた資源を有効利用するために3Rを推進

容器包装の削減

当期におけるオートバックスグループのレジ袋などの容器包装類使用量は、前期比8.6%減の262.4tとなりました。レジ袋の削減にあたっては、お客様への声掛けなどを通じて、お客様のご理解・ご協力を得ながら進めています。また、当社PB商品のパッケージについても、順次、軽量化や材質の見直しなどを図っています。

オートバックスチェーンおよび本部 容器包装利用量の推移



物流分野における取り組み

商品輸送では、急ぎの配送でないケースなどにおいて、トラック輸送ではなく、CO₂排出量が少ない鉄道コンテナ輸送も利用しています。また、店舗への商品の配送に再利用可能な折りたたみコンテナは、箱の大きさも数種類用意し、廃棄される段ボールの削減に努めています。



配送用コンテナ

廃棄物の削減・適正処理・リサイクル

店舗、オフィスで発生する紙類やプラスチック類などの一般ごみは、分別の周知を徹底し、継続的な削減を進めています。また、店舗ピットの交換作業に伴って発生する廃棄物は、遵法性が確保された産業廃棄物業者に委託し、適正に廃棄・リサイクル処理を行っています。さらに、それらの遵守状況を独自に確認することで、適正処理の確保に努めています。

廃棄物リサイクルの取り組み

- ① 廃タイヤ**
専門業者にて細かく裁断され、主にセメント工場、製紙工場にて熟料として利用(一部はセメント原料にも利用)
- ② 廃オイル**
専門業者にて精製され、再生油となり、主にボイラー燃料として利用
- ③ 廃バッテリー**
専門業者にて再生鉛、再生プラスチックにリサイクルされ、再びバッテリー製品として利用

事業を通じたリユースの推進

「オートバックスセコハン市場」ではお客様が利用した自動車・パーツを買い取り、中古車・中古部品として店舗を通じて販売することにより、リユースを推進しています。



中古部品買取・販売の
「オートバックスセコハン市場」

地域と共に歩む

店舗が地域の人々に必要とされるインフラとしての役割を果たせるよう、その機能を拡充しています。クルマの適切な利用を願う地域社会と共に歩む企業として、地域住民の安心と安全な暮らしに貢献します。

店舗などを利用した地域貢献

地域の人々の支えとなるインフラを目指して

電気自動車(EV)用充電スタンドの設置

走行時にCO₂を排出しない電気自動車(EV)は、地球温暖化対策のひとつとして期待されています。オートバックスチェーンでは、店舗駐車場にEV用充電スタンドの設置を進め、EVやプラグインハイブリッド車(PHV)でご来店されたお客様の利便性向上とともに、EVの普及促進に努めています。2015年6月末現在、102店舗に設置しています。



電気自動車(EV)用充電スタンド



災害時の帰宅困難者支援

オートバックスチェーンは一部店舗において、災害時の帰宅困難者への支援として水道水やトイレの提供、地図やラジオなどによる道路情報の提供などを行う協定を各自治体と締結しています。2015年3月期末現在、21都府県320店舗が支援可能となっています。



「災害時帰宅支援ステーション」ステッカー

メガソーラー発電所(兵庫県三木市)による売電

2013年より、当社西日本ロジスティクスセンター内の遊休土地部分と建物の屋根の一部に太陽光発電設備を導入し、売電事業を行っています。保有資産を有効活用し「再生可能エネルギー」の普及に努めています。



太陽光発電設備

地域社会貢献活動

地域に根差した活動を推進

2005年から本社周辺の清掃活動を実施しており、2010年3月期からは、店舗においても週1日を「オートバックスデー」として、開店前に店舗周辺の清掃を行っています。また、当社が取り組むモータースポーツ活動「ARTA Project」において、地域の小中学校の生徒を対象に「夢をかなえる」をテーマにした課外授業を実施するなど、地域とのコミュニケーションを図っています。



清掃活動



中学校での課外授業
©GTA

VOICE CSRプロジェクトメンバーの声

社内のCSRに関する理解を高めることにより、活動内容のレベルを上げていきます

当社のCSR活動は、店舗や部門が独自に行っていた状況から、組織横断のCSRプロジェクトメンバーにより取りまとめ、推進していくという形に移行しつつあります。現在のCSR活動の内容は、オートバックス事業に関わる分野および店舗や事業所周辺の地域に対する貢献活動を中心としたものですが、今後は外部団体への協賛や協働による活動を増やしていくことが課題です。また、社内に対してもCSRに関する理解を高め、一人でも多くの従業員に参画していただけるように働きかけていきたいと考えています。



総務部 大西 香奈恵

クルマ文化の発展に

子ども向けのイベントやモーターレースを通じて、
クルマに親しみを持つファンの育成に取り組んでいます

キッズニア出展と丸の内キッズジャンボリーに参画

当社は子ども向け職業体験テーマパーク「キッズニア東京」「キッズニア甲子園」に、パビリオン「カーライフサポートセンター」を出展しています。2014年には、より魅力的な体験ができるように、このパビリオンをリニューアルオープンしました。クルマに触れる楽しさを子どもたちに知ってもらうとともに、仕組みや安全に関する理解の促進と、今後の安全なクルマ社会の構築に寄与することを目的としています。

また、昨年に引き続き夏休みの子どもの向けイベント「丸の内キッズジャンボリー2014」(東京国際フォーラム主催)に参画し、親子で参加する「キッズカート体験会」で、クルマを運転する楽しさ、喜びを伝えました。



カート運転を体感



子ども向けにピットが再現され、タイヤ交換などの車両整備を体感



ARTA (AUTOBACS RACING TEAM AGURI)

モータースポーツ支援

モータースポーツ全体を活性化するために、当社は国内で最も人気のある自動車レース「SUPER GT」シリーズに協賛しています。また、1998年「ARTA Project (AUTOBACS RACING TEAM AGURI)」の設立以来、世界に通用する日本人ドライバーの発掘・育成から国内外のレースへの参戦など多方面の活動を展開し、レースの感動を通じたファンづくりを継続的に進めています。

環境・社会のために

子どもの環境教育や食糧を必要とする人々を支援しています

グリーンパワーフェスティバルへ協賛

再生可能エネルギーや環境について親子が楽しく学べる「第2回グリーンパワーフェスティバル」(経済産業省資源エネルギー庁主催)に協賛しました。メインイベントは「親と子のこどもエネルギークイズ選手権」で、全国7ヵ所の地区大会を勝ち上がってきた親子が、2015年1月の決勝大会で熱戦を繰り広げました。当社では、今後も再生可能エネルギーの普及促進を支援していきます。



フェスティバル風景

Green power



栄養調整食品
約1,200食を寄贈



SECOND HARVEST
セカンドハーベスト ジャパン



救缶鳥(パンの缶詰)

防災非常食の寄贈

当社では、フードバンク活動を行うNPO法人「セカンドハーベスト・ジャパン」に対し、賞味期限を迎える防災非常食の寄贈を始めました。寄贈品は、生活困窮者や児童擁護施設などへの支援として活用されます。また、パンの缶詰を非常食として備蓄し、賞味期限前に回収され義援物資として役立てられる「救缶鳥プロジェクト」への参加も開始しました。回収されたパンの缶詰は、世界の飢餓で苦しむ人々に届けられます。

基本的な考え方

会社は、株主から預託された資本をもとに公正な企業活動を通じて中長期的に企業価値の増大を求めるものであり、顧客、株主、社員、取引先、地域社会等のあらゆるステークホルダーに対する責任を考慮し、公器として企業活動を通じて社会に貢献することを期待されています。会社経営者はこのような社会の仕組みの中で優れた企業活動を行うことを求められており、会社を永続的に発展させ、説明責任を果たすことにより経営の透明性を高め、社会的責任を果たさなくてはなりません。

当社は、上記の考えに基づき、あらゆるステークホルダーから支持と信頼を獲得し続けるため、企業の社会的責任を果たしつつ、お客様に喜ばれる商品・サービスの提供に永続的に取り組むことにより、「オートボックス」ブランドの維持・向上に努めることが最も重要であるとの認識のもと、継続的なコーポレート・ガバナンスの強化、改善に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、取締役会による業務執行の監督と監査役による監査の、二重の経営のチェック機能を有する監査役会設置会社の形態を採用しています。また、以下により、コーポレート・ガバナンス体制の強化を図っています。

1. 執行役員制度の導入：執行と監督の分離、経営責任の明確化
2. 3割を超える社外取締役：監督機能の強化
3. 取締役会の諮問機関としての中心メンバーとする委員会の設置：透明性、客観性、適正性の確保、およびリスクマネジメント活動の推進
4. 独立性を有する社外取締役および社外監査役の選定：一般株主の利益保護
5. 経営会議および執行役員で構成する各種会議体の設置：適切、迅速な意思決定と合意形成

現在、取締役総数8名のうち社外取締役が3名を占めている

当社のガバナンス体制

形態		監査役会設置会社	
経営、業務執行体制	取締役会	議長	代表取締役
		構成	取締役：8名（社外3名（うち独立3名）、執行役員兼務5名） 監査役：4名（社外3名（うち独立3名））
		役割	法令または定款で定められた事項および会社の事業活動に関する重要事項の決定、報告
		2015年3月期開催数	16回（うち臨時4回）
経営会議	議長	社長執行役員	
	構成	役付執行役員（オブザーバー：社外取締役、監査役）	
	役割	●取締役会決議事項の事前審議 ●全社方針、計画の立案等	
取締役会の諮問機関	ガバナンス委員会	2015年3月期開催数	12回
		委員長	社外取締役（互選により社外取締役の中から選任）
		構成	全社外取締役および代表取締役（オブザーバー：社外監査役）
		役割	●役員および役付執行役員（社長・副社長・専務・常務・上席）候補者の検討 ●取締役および執行役員の報酬体系の検討 ●ガバナンスに関わるその他の事項の検討
	2015年3月期開催数	6回	
リスクマネジメント委員会	リスクマネジメント委員会	委員長	代表取締役
		構成	取締役兼務執行役員および内部統制担当執行役員（オブザーバー：社外取締役、監査役）
		役割	リスクマネジメントの円滑かつ適正な推進
		2015年3月期開催数	1回
監査役監査、内部監査体制	監査役監査	監査役	4名（社外3名（うち独立3名））
		監査役スタッフ	3名（専従）
		2015年3月期監査役会開催数	14回（うち臨時2回）
	内部監査	内部監査部門	内部統制評価：5名（社長執行役員直轄） 子会社業務監査：10名
		役割	●内部統制システムの評価 ●当社および子会社の業務監査 ●監査結果の監査役、代表取締役社長執行役員および執行役員などへの報告と該当部門への不備の是正指示
連携状況		監査役は、会計監査人と期初に年度監査計画について協議し、毎月財務諸表等監査およびレビューの経過報告を受け、情報および意見交換を実施。また、内部監査部門が期初に策定した年度監査計画について内容を確認。期中においては、四半期に一度の割合で内部監査部門より監査結果についての報告を受け、それに対する意見を述べ、お互いの情報交換を実施	

当社は、金融審議会分科会よりコーポレート・ガバナンスのモデルとして提示されている3類型のうち「社外取締役を中心とした取締役会」に該当しますが、社外取締役全員と代表取締役により構成されるガバナンス委員会を設置しており、監査役会設置会社をベースとしつつ委員会設置会社の機能をも併せ持つ、いわゆるハイブリッド型のコーポレート・ガバナンス体制です。また、社外役員6名(社外取締役3名、社外監査役3名)全員を独立役員とすることにより、社外取締役および社外監査役の独立性の向上を図るとともに、一般株主の利益保護に努めています。

コーポレート・ガバナンス・コードへの対応

当社は、株式会社東京証券取引所が2015年6月1日に適用を開始した「コーポレート・ガバナンス・コード」について、当社の経営の透明性・公正性を担保しつつ、迅速・果敢な経営判断を下すために取り組むべき重要な課題と認識しており、持続的な利益成長と適切な企業統治の両輪により、中長期的に企業価値を向上させることを目指し、引き続き検討していきます。

なお、コーポレート・ガバナンス・コードの各基本原則のうち、当社がすでに整備している主な項目は以下のとおりです。

基本原則1 株主の権利・平等性の確保

当社は、株主の皆様の平等性を確保するため、議決権電子行使プラットフォームへの参加や、当社ホームページへの英文の招集通知の掲載を行うなど、株主の利便性向上に努めるほか、招集通知の早期発送、株主総会集中日開催の回避など、株主の権利行使の環境整備にも努めています。

また、当社は、経営の最重要指標としてROEを掲げ、株主価値のさらなる向上に努めるとともに、その状況や取り組みについては、当社ホームページへの掲載やアナリスト・機関投資家向け決算説明会、個人投資家向け会社説明会などにより説明を行っています。

基本原則2 株主以外のステークホルダーとの適切な協働

当社は、当社の社会への関わりや、果たすべき役割と責任を示す指針として経営理念を策定し、中長期的な企業価値の向上を図るとともに、あらゆる企業活動の実践において、すべてのステークホルダーの方々や信頼関係を深めながら共に成長していくことを目指して、行動規範・行動指針を定め、当社ホームページにて開示しています。

また、当社グループでは、グループ内における相互監視機能、役員および従業員のコンプライアンスへの意識向上を図るとともに、行動規範・行動指針から外れた行動を早期発見するために、情報提供者の秘匿と不利益取り扱いの禁止に関する社内規程を整備した上で、グループ内通報制度を導入しています。

基本原則3 適切な情報開示と透明性の確保

当社は、経営の透明性を高め、株主、投資家の皆様に対し評価・理解していただくため、適時開示方針や情報開示に関する行動規範、情報開示に関するルールを定めるなど適時開示体制を整備し、正確な企業情報の適時・適切な開示に努めています。また、当社ホームページをはじめさまざまな媒体を通じて、決算だけでなく月次売上などの財務情報のほか、経営理念や経営計画、CSRやコーポレート・ガバナンスに関する情報、店舗や商品などの事業に関する情報など、株主の皆様にとって有用性の高い情報を幅広く積極的に開示するよう努めています。

また、外部会計監査人による適正な監査を確保するために、代表取締役や内部監査部門、監査役などとの間で定期的な情報交換、コミュニケーションを図っています。

基本原則4 取締役会等の責務

当社は、社外役員の選任にあたり独立性を有することを最も重要な要件としており、独自の独立性要件を定め、社外役員6名(社外取締役3名、社外監査役3名)全員を独立役員としています。2015年3月期においては、取締役会で定めた戦略的な方向づけに基づき全取締役による当社グループの中長期的な成長戦略に関する集中的な議論を実施しました。

また、当社のコーポレート・ガバナンス全般に関する取締役会の諮問機関であるガバナンス委員会において、役員報酬に関する方針を定め、中期業績とも連動した役員報酬の設計を行うほか、取締役候補者および役付執行役員候補者の指名に関して適切な検討を行っています。

監査役は独立した立場において、社内の重要会議にも積極的に出席し、取締役会において経営陣に対して客観的かつ適切な意見を述べています。

基本原則5 株主との対話

当社は、IRの専任部署およびIRの担当役員を設置し、積極的な株主、投資家の皆様との対話に努め、ホームページなどを通じた情報開示や決算説明会、アナリスト・機関投資家との個別面談、海外IRなど、株主、投資家の皆様との積極的な対話に関する活動を行っています。

IR活動については、代表取締役社長執行役員が中心となり実施するとともに、他の取締役、執行役員についても積極的に参加しています。また、それらのIR活動の結果については、取締役会において都度共有するだけでなく、専任部署からレポートを発信するなど、取締役、監査役をはじめ執行役員にも適時・適切なフィードバックを実施しています。

 コーポレート・ガバナンスの詳細はホームページをご覧ください
http://www.autobacs.co.jp/ja/csr/co_gove_menu.html

役員紹介

取締役



湧田 節夫
代表取締役 社長執行役員



森本 弘徳
取締役 副社長執行役員
経営管理統括



小林 喜夫巳
取締役 副社長執行役員
オートバックスチェーン本部長



松村 晃行
取締役 専務執行役員
海外・新規事業統括



住野 耕三
取締役 常務執行役員
商品統括 兼
車検・サービス担当 兼
商品開発担当



島崎 憲明
取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員



小田村 初男
取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員長



高山 与志子
取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員

監査役



経森 康弘
監査役(常勤)



池永 朝昭
監査役(社外・独立)



清原 敏樹
監査役(社外・独立)



坂倉 裕司
監査役(社外・独立)

社外取締役メッセージ



島崎 憲明
取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会
委員

既存ビジネスであるカー用品、車検・整備、車買取・販売の3事業については、中期経営計画の着実な実行による数値目標の達成が必須です。加えて、新たなビジネスの発掘・育成により収益基盤を拡充することも重要な経営課題です。私は社外取締役として、それらの実現に向けて社内に対して適切な助言を行います。さらに、当社の課題のひとつがROEの向上にあることを認識しつつ、株主資本の有効活用やコーポレート・ガバナンス体制の一層の充実などについて、今までの経験を生かし対応します。

PROFILE

1969年 4月	住友商事株式会社 入社	2011年 6月	公益財団法人財務会計基準機構 理事
1998年 6月	同社 取締役	2011年 6月	当社 社外取締役(現任)
2002年 4月	同社 代表取締役 常務取締役	2011年 6月	日本証券業協会 公益理事 自主規制会議議長(現任)
2003年 1月	金融庁 企業会計審議会委員	2013年 9月	IFRS財団 アジア・オセアニア オフィス アドバイザー(現任)
2004年 4月	住友商事株式会社 代表取締役 専務執行役員	2013年 9月	日本公認会計士協会 顧問(現任)
2005年 4月	同社 代表取締役 副社長執行役員	2014年 3月	SBIホールディングス株式会社 経営諮問委員会 委員(現任)
2008年 7月	社団法人日本経済団体連合会 企業会計部会長	2014年 6月	一般社団法人 XBRL Japan 会長(現任)
2009年 1月	国際財務報告基準財団(IFRS財団) 評議員	2015年 6月	株式会社UKCホールディングス社外取締役(現任)
2009年 7月	住友商事株式会社 特別顧問		
2010年 1月	BNPパリバ証券株式会社 経営諮問委員会 委員(現任)		



小田村 初男
取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会
委員長

昨年の消費増税の影響などで、国内の自動車販売が落ち込むなか、オートアフター市場も大変厳しい環境にあります。このような環境の下、会社の意思決定も難しくなることが予想されますが、私は社外取締役として、コーポレート・ガバナンス・コードの考え方にに基づき、取締役会における議論に参加し、透明・公正な意思決定をすることで、企業価値の向上に貢献していきたいと考えています。

PROFILE

1972年 4月	警察庁 入庁	2006年 1月	警察庁 退官
1982年 4月	在タイ日本国大使館一等書記官	2006年 2月	警察職員生活協同組合 参与
1992年 8月	佐賀県警察本部長	2006年 6月	財団法人都市防犯研究センター 専務理事
1998年 4月	長野県警察本部長	2008年12月	財団法人交通事故総合分析センター (現 公益財団法人交通事故総合分析センター) 理事長
1999年 8月	広島県警察本部長	2014年 6月	当社 社外取締役(現任)
2001年 9月	近畿管区警察局長	2014年11月	株式会社タイトー 顧問(現任)
2002年 4月	警察庁長官官房国際部長		
2004年 1月	皇宮警察本部長		



高山 与志子
取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会
委員

私は、コーポレート・ガバナンスおよびインベスター・リレーションズの分野において、国内外の活動・業務に長年にわたって携わってまいりました。これまでの経験や知識に基づき、コーポレート・ガバナンス・コードの精神を尊重しながら、取締役会での審議や経営陣などとの議論を通じて、当社がクルマ社会のインフラ企業として持続的な成長を実現し、株主の皆様との健全な対話を継続することに貢献したいと考えています。

PROFILE

1980年 4月	アメリカ銀行 東京支店 入社	2010年 6月	International Corporate Governance Network 理事
1987年 6月	メリルリンチ証券会社 ニューヨーク本社 入社	2010年10月	特定非営利活動法人 日本コーポレート・ガバナンス・ネットワーク 理事(現任)
1990年12月	同社 東京支店 ヴァイスプレジデント	2010年10月	地方公務員共済組合連合会 資金運用基本問題研究会 委員(現任)
1998年12月	トムソン・ファイナンシャル・インベスター・ リレーションズ 東京支店 アジア・パシフィック地域ディレクター	2015年 6月	当社 社外取締役(現任)
2001年 6月	ジェイ・ユーラス・アイアール株式会社 マネージング・ディレクター		
2003年 3月	同社 マネージング・ディレクター 取締役(現任)		

オートバックスチェーンの業態および店舗数

国内 (2015年3月31日現在)

オートバックス



位置づけ	標準型店舗
1店舗当たり年間売上	約4億円
売場面積	400m ² ～
商圏	5km前後

スーパーオートバックス Type I



位置づけ	大型店舗(フラッグシップ店)
1店舗当たり年間売上	約17億円
売場面積	1,650m ² ～
商圏	20km前後

スーパーオートバックス Type II



位置づけ	大型店舗
1店舗当たり年間売上	約8億円
売場面積	990m ² ～
商圏	10km前後

オートバックスセコハン市場



オートバックスチェーン店舗で下取りした中古カー用品やアウトレット商品の買取および販売の専門店

オートバックスエクスプレス



ガソリンスタンド型の店舗。ドライバーとの接点の多いガソリンスタンドを起点に近隣のオートバックス店舗へ送客するなど、新たな顧客層を開拓

オートバックス C@RS(カーズ)



中古車の買取・販売、新車の販売を行う業態。一部の店舗を除き、オートバックス・スーパーオートバックスなどの店舗内にカーズコーナーとして設置

海外 (2015年3月31日現在)

フランス



連結対象子会社店舗	9
フランチャイジー法人運営店舗	2

タイ



連結対象子会社店舗	5
-----------	---

シンガポール



連結対象子会社店舗	3
-----------	---

台湾



フランチャイジー法人運営店舗	6
----------------	---

マレーシア



フランチャイジー法人運営店舗	2
----------------	---

店舗数推移

	2011.3	2012.3	2013.3	2014.3	2015.3
国内	513	530	552	571	584
オートバックス	430	430	455	478	491
スーパーオートバックス TypeI	6	6	6	6	6
TypeII	70	70	70	69	69
オートハローズ*	5	1	-	-	-
オートバックスセコハン市場	21	18	14	10	10
オートバックスエクスプレス	7	5	7	8	8
海外	25	27	27	27	27
合計	538	557	579	598	611

*オートハローズは2013年3月期中にオートバックスとブランドを統合しました。

会社概要 / 株式情報

会社概要 (2015年3月31日現在)

社名 株式会社オートバックスセブン
 本社 東京都江東区豊洲五丁目6番52号
 創業 1947年2月
 資本金 339億9,800万円
 従業員数 4,263名

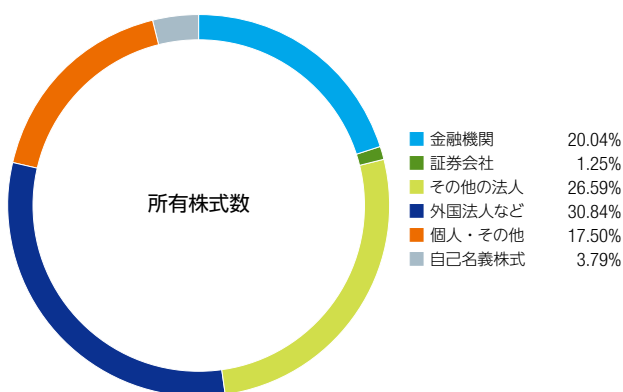
主な事業所 (2015年4月1日現在)
 東日本営業統括部(千葉県市川市)
 西日本営業統括部(大阪府大阪市)
 東日本ロジスティクスセンター
 (千葉県市川市)
 西日本ロジスティクスセンター
 (兵庫県三木市)

株式情報 (2015年3月31日現在)

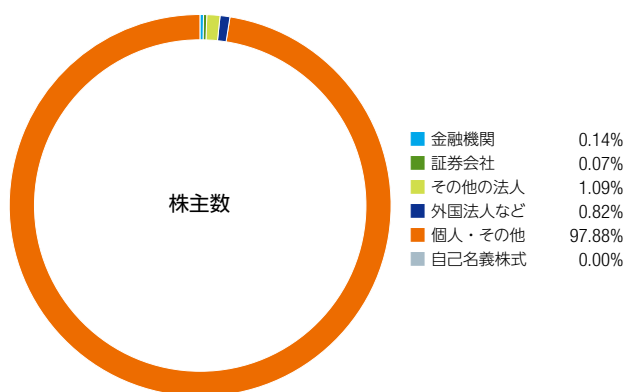
発行可能株式総数 328,206,900株
 発行済株式の総数 89,950,105株
 (自己株式3,404,570株含む)
 株主数 32,238名
 単元株式数 100株

上場証券取引所 東京証券取引所 市場1部
 監査法人 有限責任監査法人トーマツ
 株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 三井住友信託銀行株式会社

所有株式数別分布状況



所有者属性別分布状況

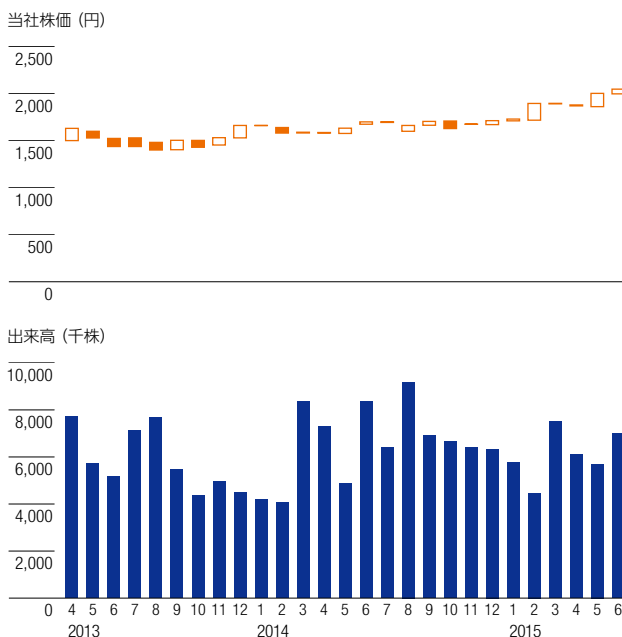


大株主の状況

株主名	所有株式数(千株)	持株比率(%)
ノーザン トラスト カンパニー(エイブイエフシー) リシルチェスター インターナショナル インベスターズ インターナショナル パリュール エクイティートラスト	6,934	8.01
有限会社スミノホールディングス	6,268	7.24
ノーザン トラスト カンパニー(エイブイエフシー) リユーエス タックス エグゼンプテド パンション ファンズ	4,065	4.69
公益財団法人在宅医療助成 勇美記念財団	3,990	4.61
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,442	3.97
株式会社Kホールディングス	2,800	3.23
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,573	2.97
株式会社スミシヨウホールディングス	2,400	2.77
ノーザン トラスト カンパニー(エイブイエフシー) アカウント ノントリーティー	2,385	2.75
株式会社リブフィールド	2,000	2.31

注:1.持株比率は、自己株式を控除して算出しております。
 2.持株数は千株未満を、また、持株比率は小数点第3位以下を、それぞれ切り捨てて表示しております。

株価推移



注:2013年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2013年3月期以前の数値は分割の影響を遡及換算しています。



AUTOBACS SEVEN CO., LTD.

株式会社オートバックスセブン(IR・広報部)

所在地 〒135-8717
東京都江東区豊洲5-6-52 NBF豊洲キャナルフロント

TEL 03-6219-8718

FAX 03-6219-8762

E-mail investors@autobacs.com

URL <http://www.autobacs.co.jp/>

Financial Section 2015

財務情報

目次

- 36 | 財務サマリー（6ヵ年）
- 37 | 事業及び財務の状況

財務サマリー (6ヵ年)

株式会社オートバックスセブンおよび連結子会社

単位：百万円（1株当たりデータを除く）

各表示年の3月31日に終了した会計年度	2015	2014	2013	2012	2011	2010
売上高：						
タイヤ・ホイール	53,713	¥58,243	¥56,351	¥55,348	¥51,416	¥47,954
カーエレクトロニクス	33,090	40,700	44,490	58,135	59,849	63,994
オイル・バッテリー	24,309	26,142	25,568	24,406	24,566	24,246
車外用品	22,442	24,669	24,054	23,000	23,868	22,350
車内用品	19,936	22,752	23,481	21,735	21,540	21,071
カースポーツ用品	12,894	13,775	14,040	13,516	14,451	15,377
サービス	17,573	20,061	19,249	18,462	17,506	16,856
その他	25,498	25,355	22,931	22,736	23,155	21,089
合計	209,455	231,697	230,168	237,343	236,351	232,937
営業利益	6,404	13,945	12,745	13,721	11,989	10,171
税金等調整前当期純利益（損失）	9,053	16,086	13,915	15,217	11,501	10,575
当期純利益（損失）	4,610	9,786	7,590	8,403	6,180	5,866
利益配当金の総額（自社株向けも含む）	¥5,910	¥5,763	¥4,762	¥4,706	¥4,555	¥4,023
連結配当性向	113.6%	59.4%	64.0%	57.3%	75.9%	77.2%
自社株買の実施額	¥5,054	4,593	7,196	5,464	5,233	5,374
総還元性向	222.2%	105.8%	158.2%	121.6%	159.5%	168.0%
売上高当期純利益（損失）率	2.2%	4.2%	3.3%	3.5%	2.6%	2.5%
自己資本当期純利益（損失）率（ROE）	3.3%	6.8%	5.3%	5.7%	4.1%	3.8%
総資産当期純利益（損失）率（ROA）	2.5%	4.8%	3.6%	3.9%	3.0%	2.7%
1株当たりデータ（円）：						
当期純利益（損失）*	¥52.8	¥107.71	¥81.22	¥84.28	¥59.32	¥53.99
配当金*	60.00	64.00	52.00	48.33	45.00	41.66
営業活動によるキャッシュ・フロー	11,829	12,072	10,741	¥20,845	¥15,375	¥18,949
投資活動によるキャッシュ・フロー	(2,403)	1,519	(4,523)	(10,156)	(5,002)	(4,694)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(12,618)	(11,166)	(14,862)	(11,574)	(11,790)	(12,187)
設備投資額	6,127	4,820	6,249	7,691	3,187	3,061
減価償却費及びのれん償却額	4,805	4,551	5,194	4,644	4,798	5,207
年度末						
現金及び現金同等物	42,218	45,385	42,833	51,402	¥52,317	¥53,786
流動資産	113,425	126,709	127,203	141,612	133,031	133,883
流動負債	34,531	44,034	45,021	55,650	40,649	41,521
流動比率	328.5%	287.8%	282.5%	254.5%	327.3%	322.4%
総資産	186,532	201,481	205,527	217,949	207,795	210,652
自己資本	138,338	143,979	142,862	145,626	147,505	151,397
自己資本比率	74.2%	71.5%	69.5%	66.8%	71.0%	71.9%
総店舗数（店）	611	598	579	557	538	537
うち海外	27	27	27	27	25	26
従業員数（人）	4,263	4,466	4,678	4,469	4,459	4,483

*当社は、2013年4月1日付で普通株式1株につき普通株式3株の割合で株式分割を行っています。1株当たり当期純利益については、当該株式分割後の発行済株式数（自己株式を除く）により算定しています。

事業及び財務の状況

事業レビュー

オートバックス連結グループ

オートバックス連結グループは株式会社オートバックスセブン(当社)と子会社33社および関連会社8社で構成され、カー用品などの国内外への卸売・小売販売を中心に、自動車の車検・整備や自動車の買取・販売およびローン・クレジット業務を行っています。さらに店舗を運営するフランチャイズ加盟法人(フランチャイジー)に対する金銭の貸付、店舗設備のリース、コンサルティング業、事務処理代行業、情報サービス業および損害保険代理店業を行っています。

カー用品販売における主要な店舗ブランド名は、「オートバックス」「スーパーオートバックス」「オートバックスセコハン市場」および「オートバックスエクスプレス」、自動車の買取・販売のブランドは「オートバックスO@RS(カーズ)」です。

部門別売上

連結グループの収益は、「卸売部門」「小売部門」および「その他」の3つに分類されます。

・卸売部門

フランチャイジーに対する商品を卸売した収益と、これらフランチャイジーからのロイヤリティ収入が主要なものです。

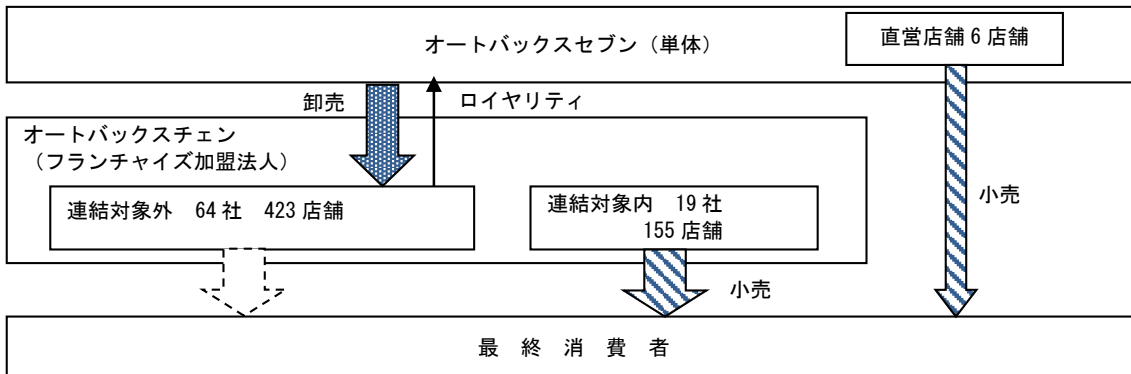
・小売部門

当社が運営する直営店舗と連結対象である店舗運営子会社によって運営される店舗における商品およびサービスの売上高が主要なものです。

・その他

フランチャイジーに対する不動産および店舗設備などリース物件の賃貸料が含まれます。

国内オートバックスチェーンにおける主な販売フロー (2015年3月末現在)



店舗数の内訳

	2015		2014	
	単位: 店			
〈連結対象店舗 (小売部門)〉				
直営店舗	6		6	
連結子会社運営店舗 (うち・海外店舗)	173	(18)	167	(17)
小計	179		173	
〈連結対象外店舗〉				
フランチャイジー運営店舗 (うち・海外店舗)	432	(9)	425	(10)
総店舗数 (うち・海外店舗)	611	(27)	598	(27)

フランチャイズシステム

・契約の内容

当社はフランチャイズ本部として、フランチャイジーに対して本部が使用している商号、経営ノウハウ、店舗運営に必要な諸インフラなどを提供し、当社と同一企業イメージで事業を行う権利を与えています。フランチャイジーはこれに対してロイヤリティなどの対価を支払い、本部の指導のもとに継続して営業を行い、相互の繁栄を図ることを目的としています。

・ロイヤリティ

フランチャイジーは、店舗小売売上高に対して、一定の料率に相当する金額を支払います。主な業態である「オートバックス」「スーパーオートバックス」における料率では1.0%です。

・店舗の土地および建物

当社グループの店舗の土地および建物の多くは当社が保有するものではなく、フランチャイジーもしくは地主が、その保有する土地に建物を建築し、賃貸借契約によりフランチャイジーもしくは当社が賃借しています。土地の地主が店舗の建物を建築する場合、その建物がオートバックス仕様であり、他の用途に転用しにくいことなどの理由で、当社は地主に対して差入保証金を提供しています(詳細は43ページの差入保証金を参照)。

国内オートボックスチェーンの各業態における売上高

		単位：百万円、店	
		2015	2014
オートボックス	売上高	171,868	192,377
	期末店舗数	491	478
スーパーオートボックス	売上高	65,855	74,208
	期末店舗数	75	75
オートボックスC@RS [※]	売上高	22,980	23,043
	期末加盟店舗数	451	359
オートボックスセコハン市場	売上高	1,449	1,736
	期末店舗数	10	10
オートボックスエクスプレス	売上高	4,136	4,017
	期末店舗数	8	8
合計	売上高	266,290	295,381
	期末店舗数（オートボックスC@RSは除く）	584	571

※オートボックスC@RSの売上は、オートボックスチェーンの店舗から販売された自動車（新車・中古車）の売上です。内訳としては、一般のお客様への小売、フランチャイズ本部（当社）への売却、中古車取扱い業者などへの販売（業販）です。

経営環境の分析

国内カー用品市場は、1997年3月期をピークに市場規模が縮小する傾向にあり、1997年3月期に3兆565億円あった推定小売販売金額^{※1}は、2015年3月期では1兆7,000億円弱まで縮小しています。これは主に下記のような要因があると考えております。

- ① 自動車メーカーが新車販売時に各種カー用品などの標準装備を充実させたこと
- ② カーナビゲーションなどのカーエレクトロニクス商品の単価が下落していること
- ③ 国内の自動車の小型化性能向上に伴うカー用品単価の下落、交換サイクルの長期化
- ④ スポーツカーの減少、若年層の趣味の多様化に伴うカースポーツ用品の市場縮小

このような市場の縮小傾向は、程度の差はあるものの、継続するものと推測しています。一方、2014年の車検・整備市場は、2兆1,682億円（前年比3.3%増加）^{※2}、中古車販売市場（普通自動車および軽自動車）は565万台（前年比0.2%減）^{※3}であり、市場規模もカー用品市場以上の規模であります。

※1（株）オートマート・ネットワーク『AM+NETWORK』2001/8号より 2015年3月期は当社推計。

※2 日本自動車整備振興会連合会

※3 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会

当期の概況と成果

業績の概況

当期のわが国の経済は、政府や日本銀行による経済・金融政策の効果もあり、緩やかな回復基調が継続しているものの、個人消費におきましては、消費税増税による駆け込み需要の反動に加え、長引く消費マインドの低迷と消費者の節約志向の高まりなどにより、依然として先行き不透明な状況が続いております。国内の自動車関連消費につきましても、消費税増税後の新車・中古車需要の低迷が継続し、全般的に厳しい状況となりました。

国内オートボックスチェーンの営業概況

当期における国内オートボックスチェーン（フランチャイズチェーン加盟店舗を含む）の全業態の売上高[※]は、前年同期比で既存店11.0%の減少、全店9.9%の減少となりました。

国内オートボックスチェーンでは、オートボックス誕生40周年記念キャンペーンなど販売促進施策の実施、プライベートブランド「A.Q.（オートボックス クオリティ）」の販売開始、新しい会員制度である「メンテナンス会員」の導入など、カー用品販売、車検・整備、車買取・販売を三本柱に、今まで以上に全てのドライバーに支持・信頼いただくための取り組みを行ってまいりました。

「カー用品販売」におきましては、消費税増税に伴う駆け込み需要の反動と新車販売の不振や個人消費の冷え込みに加え、カーナビゲーションの単価下落や大都市における降雪が前年度と比較して少なかったことなどにより、売上が減少いたしました。

「車検・整備」におきましては、リーマンショックから5年後にあたり、上期は2回目の車検対象の車両が減るといった厳しい環境もあったものの、店舗におけるお客様に対するご案内を強化した結果、車検・整備の実施台数は前年同期比1.4%増加の58万9千台となりました。

「車買取・販売」におきましては、カーズ加盟店舗を前年度末の359店舗から451店舗に拡大し、全国規模での販売促進を行い、車両の買取や販売を強化したことにより総販売台数は3.4%増加の2万3千9百台となりました。

なお、国内における出退店は新規出店が13店舗であり、2014年3月末の571店舗から13店舗増加の584店舗となりました。

※オートボックス、スーパーオートボックス、オートボックスカーズ、オートボックスセコハン市場、オートボックスエクスプレス

国内出退店実績

	単位：店						
	2015年3月期						
	2014年3月末	上期			下期		
新店		スクラップ & ビルド リロケーション	退店	新店	スクラップ & ビルド リロケーション	退店	
オートボックス	478	+7			+6		491
スーパーオートボックス	75						75
オートボックスセコハン市場	10						10
オートボックスエクスプレス	8						8
国内計	571	+7			+6		584

中期経営計画の進捗状況

当社グループは、当期から4年間にわたる「2014 中期経営計画」に沿って各施策を推進し、「クルマのことならオートボックス」の実現を目指し、新たな事業領域へも積極的に取り組んでまいりました。

(事業戦略)

当社グループは、「国内オートボックス事業の収益拡大と新たな事業の育成」を基本方針に掲げ、国内オートボックス事業を環境変化に対応させ、新たな収益の柱として、海外事業および新規事業を育成することに挑戦しております。国内オートボックス事業におきましては、お客様の利便性の向上と安心の提供を軸に、メンテナンス関連商品や車検・整備を推進するとともに、車の買取・販売を強化してまいりました。

「カー用品販売」におきましては、タイヤの販売に注力し、新たな販売拠点として「タイヤ専門館」を2015年3月末までに6店舗出店するとともに、高品質な商品をお求めやすい価格で提供したいとの思いから、国内有名メーカーとの協働により、オートボックス専売タイヤ「ESPORTE (エスポルテ) AB01」の販売を開始いたしました。

また、オートボックスのプライベートブランドを「あんしん、いちばん。」をコンセプトとした「A.Q. (オートボックス クオリティ。)」に統一いたしました。

「車検・整備」におきましては、オートボックスの成長分野のひとつである車検販売の拡大を目指し、その体制を強化するため専門部署を設置いたしました。さらに車検のインターネット予約の推進や車検コンタクトセンターの本格稼働、メンテナンスパックの導入促進に取り組み、お客様の利便性の向上に努めてまいりました。

これらの取り組みの結果、オートボックスグループの車検累積実施台数は500万台を突破いたしました。

「車買取・販売」におきましては、全店での取り扱いを目標として展開を進めており、2015年3月末現在451店舗が実施しております。

新たな取り組みといたしましては、2014年6月に株式会社スズキ自販兵庫の副代理店の認定を受け、スーパーオートボックス43道意店（兵庫県尼崎市）において、カーディーラーとして「スズキカーズ43道意店」を開業いたしました。これにより、今まで以上に新車販売時にオートボックスの強みであるカー用品やその取り付けを提供することが可能となり、お客様のニーズに幅広くお応えしております。

また、2014年10月には、全国のオートボックスグループ店舗でメンテナンスが受けられる「オートボックスカーリース『まる乗り』」を販売いたしました。

「CRM戦略の推進」におきましては、顧客データの整備、分析などの取り組みを推進し、お客様とオートボックスグループとのつながりをさらに強化してまいりました。お客様の購買履歴や趣味嗜好などに基づき、一人ひとりに適した商品やサービスの提案を行うための新たな顧客システムを構築いたしました。

「Eコマースの強化」におきましては、オートボックスグループの重要な販売チャネルのひとつとして位置づけ、引き続き自社通販サイトの充実を図っております。

全店で実施している「オイル交換WEB予約」において、事前に商品選びができる機能を追加し、さらに店舗での待ち時間を短縮することでお客様満足の向上に努めてまいりました。また、インターネットでの購入商品を店舗で取り付けることにより、店舗とインターネットとの融合を図っております。

「海外事業」におきましては、不採算店舗の閉鎖など経営体制の強化を進めつつ、今後成長が見込めるASEAN地域に注力してまいりました。マレーシアにおきましては、カー用品販売および自動車関連サービスを主な事業とする現地子会社を設立いたしました。

また、タイにおきましては、タイヤ、エンジンオイル、バッテリーなどのメンテナンス商品を中心とした店舗を新たに2店舗出店し、小型ながらも商業集積地内へ出店することにより、お客様の利便性を高めてまいりました。これによりタイ国内における店舗数は5店舗となりました。

(CSR・リスクマネジメント)

当社は、大規模災害時に店舗を災害時帰宅支援ステーションとして利用していただく協定を各自治体と締結し、2015年3月末現在で支援可能な店舗を320店舗に拡大いたしました。その他、本社近隣および富士山麓の清掃活動やISO14001認証に伴う環境保全活動などに引き続き取り組んでまいりました。

また、リスクマネジメントといたしましては、オートバックスグループにおけるリスクの洗い出し、優先順位づけを行い、その対応について執行役員間で共有し、リスク管理の向上を図ってまいりました。さらに、フランチャイズチェーン加盟法人のコンプライアンス体制の強化に取り組んでまいりました。

財務レビュー

1. 連結損益状況

売上高

当期における当社グループの連結売上高は前年同期比9.6%減少の2,094億55百万円となりました。

	2015		2014		増額(減額)
	金額	(構成比)	金額	(構成比)	
卸売部門	124,279	(59.3%)	132,734	(57.3%)	(8,454)
小売部門	82,039	(39.2%)	95,541	(41.2%)	(13,501)
その他	3,136	(1.5%)	3,422	(1.5%)	(287)
合計	209,455	(100.0%)	231,697	(100.0%)	(22,242)

・卸売部門

主にフランチャイジーに対する売上高で構成される卸売部門の売上高は、自動車販売などの売上が増加したものの、事業環境の影響を強く受け、カーエレクトロニクスなどのカー用品の売上が全般的に減少し、前期比6.4%減少の1,242億79百万円となりました。

・小売部門

当社および連結子会社が運営を行う店舗における小売部門の売上高は、卸売部門と同様、自動車販売などの売上が増加したものの、カー用品の売上が全般的に減少し、前期比14.1%減少の820億39百万円となりました。

・その他

国内のフランチャイズ加盟法人からの不動産賃貸収入が減少し、前期比8.4%減少の31億36百万円となりました。

売上総利益

売上総利益は、売上高の減少に伴い、特にオイル・バッテリーやカースポーツ用品の粗利率が減少し、前期比13.0%減少の669億3百万円となりました。売上総利益率は、前期の33.2%から31.9%に改善しました。

販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費は、販売促進の強化をしつつ管理可能な経費の削減に努めたことに加え、フランチャイズ加盟法人への店舗譲渡などにより、前年比3.9%減少の604億98百万円となりました。

	2015		2014		増額(減額)
	金額	(構成比)	金額	(構成比)	
人件費	28,599	(4.7%)	29,721	(12.8%)	(1,122)
うち・従業員給料手当	22,696	(4.4%)	23,717	(10.2%)	(1,012)
販売費	11,004	(5.3%)	11,200	(4.8%)	(196)
設備費	11,387	(5.4%)	12,404	(5.3%)	(1,017)
うち・地代家賃	5,160	(2.5%)	6,101	(2.6%)	(941)
うち・減価償却費	3,569	(1.7%)	3,727	(1.6%)	(158)
管理費等	9,509	(4.5%)	9,636	(4.2%)	(127)
うち・貸倒引当金繰入額	118	(0.1%)	6	(0.0%)	112
合計	60,499	(28.9%)	62,962	(27.2%)	(2,463)

内訳としては、人件費は前期比3.8%減少の285億99百万円でした。これは売上高の減少に伴う業績連動報酬の減少や、連結対象外であるフランチャイズ加盟法人への店舗譲渡に伴う人件費の減少によるものです。

販売費は前期比1.7%減少の110億4百万円でした。これは主に販売促進関連費用の減少によるものです。

設備費は、前期比8.2%減少の113億87百万円でした。これは主に店舗のフランチャイズ加盟法人に対する譲渡に伴う減少によるものです。

管理費等は、前期比1.3%減少の95億9百万円でした。これは主に支払手数料の減少によるものです。

以上の結果、営業利益は前期比54.1%減少の64億4百万円となりました。

セグメント別従業員の状況

	2015		2014		増額(減額)
	人数	(前年比)	人数	(前年比)	
当社	1,049	(27)	1,066	(28)	(17)
国内店舗子会社	2,446	(824)	2,525	(888)	(79)
海外子会社	539	(0)	659	(1)	(120)
事業子会社	156	(38)	146	(35)	10
機能子会社	73	(21)	70	(21)	3
合計	4,263	(910)	4,466	(978)	(203)

(注) 従業員数は就業人員であり、臨時雇用者数は()内に年間の平均人員を外数で記載しています。

その他の収益及び費用

当期のその他の収益（純額）は、前期の21億41百万円の収入から26億50百万円の収入となりました。主な要因は、国内外の店舗の土地や建物に関わる減損損失があったものの、株式会社オートバックス神奈川や株式会社ブロードリーフの株式などの投資有価証券売却益があったことによるものです。

法人税等

当期の法人税等は44億76百万円となりました。子会社の繰延税金資産の回収可能性の再評価に伴う法人税等の負担率が増加したことによりです。

当期純利益

当期純利益は、前期比47.1%減少の46億10百万円となりました。1株当たり当期純利益は、52.8円となりました。また、売上高当期純利益率は前期の4.2%から2.2%、総資産当期純利益率（ROA）は前期の4.8%から2.4%、自己資本当期純利益率（ROE）は前期の6.8%から3.3%へと、それぞれ悪化しました。

2. セグメント別の状況

セグメントの区分について

当社グループのセグメントは、次のとおりです。

当社：フランチャイジーに対してカー用品など（主要な商品はタイヤ・ホイールおよびカーエレクトロニクスなど）の卸売を行うほか、主に一般消費者に対してカー用品などの販売および取付サービス（主要な店舗ブランド名としては、オートバックス、スーパーオートバックス、オートバックスセコハン市場）を行っています。また、主にフランチャイジー向けに店舗不動産などのリース業を行っています。

国内店舗子会社：主に一般消費者に対してカー用品などの販売および取付サービスを行っています。

海外子会社：フランチャイジーに対してカー用品などの卸売を行うほか、主に一般消費者に対してカー用品などの販売および取付サービスを行っています。

事業子会社：主にカー用品およびエンジンオイルの卸売、自動車販売および車検を行っています。

機能子会社：主にフランチャイジー向けに金銭の貸付、店舗設備などのリース業を行うほか、ローン・クレジット事業、損害保険代理店業および事務処理代行業を行っています。

セグメントと部門別売上上の関係

当社グループの報告セグメントは、構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定および業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものです。

当社グループは、主に「カー用品販売」「車検・整備」および「車買取・販売」事業によるオートバックスフランチャイズチェーンを国内外で展開しており、これらの事業における卸売部門および小売部門を基礎とした企業群のセグメントから構成されています。

従って、「当社」「国内店舗子会社」「海外子会社」「事業子会社」および「機能子会社」の5つを報告セグメントとしています。

各セグメントの主な事業内容は、次のとおりです。

	当社	国内店舗子会社	海外子会社	事業子会社	機能子会社
カー用品販売	卸売・小売	小売	卸売・小売	卸売	—
車検・整備	卸売・小売	小売	小売	小売	—
車販売・買取	卸売・小売	小売	—	小売	—
その他	リース業	—	—	—	リース業・その他

（注）機能子会社のその他は、ローン・クレジット事業、損害保険代理店業および事務処理代行業です。

セグメントごとの2015年3月期の損益状況

当社（単体）

売上高は、前年同期比9.2%減少の1,668億28百万円となりました。消費税増税後の需要低迷に対して、店舗売上上の拡大を図るべく、販売促進施策の強化をしたものの、カー用品の卸売売上が減少いたしました。売上総利益は、タイヤ・ホイールなどの商品の売上総利益率が上昇したものの、全体的な売上高の減少に伴い、前年同期比11.1%減少の346億73百万円となりました。販売費及び一般管理費は、主に管理可能な経費の削減に努めつつ、マス媒体を通じた広告宣伝や販売促進を強化したことにより、前年同期比0.6%増加の258億37百万円となりました。これらの結果、営業利益は前年同期比33.7%減少の88億36百万円となりました。

国内店舗子会社

売上高は、前年同期比16.6%減少の678億83百万円、営業損失は19億25百万円（前年度は5億55百万円の営業利益）となりました。消費税増税後の反動と需要の低下の影響が大きく、カー用品および車検・整備の売上が減少いたしました。しかしながら、車買取・販売は取り組み強化により売上が前年同期比で増加いたしました。売上総利益は、タイヤ・ホイールなどの商品の売上総利益率が上昇したものの、全体的な売上高の減少に伴い、前年度より減少いたしました。販売費及び一般管理費は、販売促進を強化しつつ管理可能な経費の削減に努めたことに加え、フランチャイズチェーン加盟法人への店舗譲渡などにより減少いたしました。

海外子会社

売上高は、前年同期比3.7%減少の99億86百万円、営業損失は1億78百万円（前年度は12百万円の営業利益）となりました。現地通貨ベースによる各国の状況は、フランスは、景気の低迷などを受け、サービス売上などが低調となり売上高および売上総利益が減少し、営業損失が拡大いたしました。中国では、同国における小売ビジネスの再整備のために、上海の店舗を2014年9月に退店いたしました。このため売上高は減少したものの、営業損失は改善いたしました。タイは、下期に新店舗を2店舗開店いたしました。不採算店の閉店に伴い売上高が減少し、これに伴うコストの改善により営業損失は縮小いたしました。シンガポールは、自動車の新規登録台数の減少などの影響で売上高が減少し売上総利益率が低下したものの、経費の削減に努めたことにより、営業利益は増加いたしました。

海外における出退店実績は、以下のとおりです。

海外出退店実績

	単位：店			
	2014年3月末	2015年3月期		2015年3月末
		上期	下期	
フランス	11			11
中国	1	-1		0
台湾	6			6
タイ	4	-1	2	5
シンガポール	3			3
マレーシア	2			2
海外計	27	-2	2	27

事業子会社

売上高は、前年同期比1.5%増加の153億97百万円となり、営業利益は前年同期比79.2%減少の53百万円となりました。主にパルスター株式会社において新規取引先に対する売上が増加したものの、これに伴う経費も増加したことなどにより、営業利益が前年同期比で減少いたしました。

機能子会社

売上高は、フランチャイズチェーン加盟法人に対する店舗設備のリース売上などの減少により、前年同期比3.1%減少の30億51百万円、営業利益は前年同期比0.6%減少の4億30百万円と前年度並みとなりました。

セグメントごとの売上高、利益

	単位：百万円					合計
	当社	国内店舗 子会社	海外 子会社	事業 子会社	機能 子会社	
売上高						
外部顧客への売上高	124,333	66,098	9,695	8,446	883	209,455
セグメント間の内部売上高または振替高	42,496	1,785	291	6,950	2,168	53,690
計	166,828	67,883	9,986	15,397	3,051	263,145
セグメント利益または損失	8,836	(1,925)	(178)	53	430	7,217

営業利益における連結調整の内容

セグメントの営業利益の合算額から連結営業利益への調整額は、前年同期に比べ1億72百万円増加の8億12百万円でありました。前年度からの連結調整額の変化の主な項目といたしましては、当社から国内店舗子会社に販売した商品などにおける未実現利益が増加したことなどにより棚卸資産の調整額が増加したことや、フランチャイズチェーン加盟法人の子会社化に伴うのれん償却額が増加したことなどです。

セグメント合計額と連結財務諸表計上額との差額および当該差額の主な内容（差異調整に関する事項）

	単位：百万円	
	2015	2014
売上高		
セグメント計	263,145	293,845
セグメント間取引消去	(53,690)	(62,148)
連結財務諸表の売上高	209,455	231,697

営業利益	単位：百万円	
	2015	2014
セグメント計	7,217	14,585
セグメント間取引消去	(451)	(526)
棚卸資産の調整額	(346)	(253)
ポイント引当金洗替額	(24)	(18)
のれんの償却額	(191)	(105)
固定資産の調整額	358	256
その他	(159)	6
連結財務諸表の営業利益	6,404	13,945

財政状態

1. 貸借対照表の各項目の状況

流動資産

流動資産は、前期末に比べ132億84百万円減少し1,134億25百万円となりました。受取手形及び売掛金、未収入金の減少が主な要因です。

建物および設備、投資及びその他の資産

建物および設備は、前期末に比べ11億96百万円減少し398億6百万円となりました。主に連結対象外のフランチャイズ加盟法人への店舗の譲渡に伴い減少いたしました。

投資その他の資産は、前期末に比べ4億69百万円減少し333億1百万円となりました。次期店舗システム強化のためのソフトウェアが増加したものの、保有株式の売却に伴う投資有価証券の減少、長期差入保証金の減少に伴い、総額としては減少しました。

流動負債

流動負債は、前期末に比べ95億3百万円減少し345億31百万円となりました。長期借入金のうち的一年以内返済分、買掛金、事業再構築引当金などの減少などが主な要因です。

固定負債

固定負債は、前期末に比べ3億63百万円減少し134億48百万円となりました。長期借入金の減少が主な要因です。

純資産

少数株主持分を含めた純資産は、前連結会計年度末に比べ58億10百万円減少し、1,385億54百万円となりました。これは、前期と比べて利益剰余金が減少し、自己株式が増加したことなどによるものであります。

2. 当社の貸借対照表における特徴的な勘定項目

リース投資資産

当社は一部のフランチャイジーに対して、店舗の建物や機材を賃貸しており、借手に所有権が移転しないファイナンスリース取引については、リース投資資産として計上しています。当期末のリース投資資産は前期末から10億2百万円減少の109億99百万円となりました。

差入保証金

当社グループの店舗は、当社グループ仕様で建設され、15年から20年の間の解約不可能の条件でリースされています。当社は貸主にリース店舗の建設費用の一部または全部を差入保証金として提供しています。当期末の差入保証金は前期末から6億94百万円減少の170億16百万円となりました。

キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フロー

主に、仕入債務の減少47億32百万円および法人税等の支払額40億92百万円がありました一方で、売上債権の減少91億25百万円および税金等調整前当期純利益90億53百万円などがあり、118億29百万円の資金の獲得となりました。

投資活動によるキャッシュ・フロー

主に、投資有価証券の売却及び償還による収入20億44百万円および有形及び無形固定資産の売却による収入13億61百万円がありました一方で、有形及び無形固定資産の取得による支出61億27百万円および定期預金の預入による支出10億63百万円などがあり、24億3百万円の資金の支出となりました。営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローを合算したフリーキャッシュ・フローは94億26百万円となりました。

設備投資の状況

当期は、主に新規出店に係る建物および構築物の取得のほか、店舗管理システムの開発・改訂などの情報システム投資その他に対し、総額61億27百万円の設備投資を実施いたしました。なお、設備投資（無形固定資産含む）の内訳は次のとおりです。

設備投資の主な内訳

単位：百万円

新規出店	1,242
スクラップ&ビルド・リロケーション	247
店舗用地のための土地の購入	525
POSシステム開発など情報化投資	2,797
その他	1,315
合計	6,127

セグメント別設備投資額

単位：百万円

	2015	2014	増額（減額）
当社	5,166	4,072	1,094
国内店舗子会社	266	220	46
海外子会社	146	108	38
事業子会社	176	25	151
機能子会社	374	395	(21)
合計	6,127	4,820	1,307

(注) 表示金額には消費税等は含んでいません。

財務活動によるキャッシュ・フロー

主に、配当金の支払額59億9百万円、自己株式の取得による支出50億52百万円および長期借入金の返済による支出42億3百万円などがあり、長期借入金の借入20億30百万円があったものの、126億18百万円の資金の支出となりました。

以上の結果に、現金及び現金同等物に係る換算差額を加えた結果、当期末の現金及び現金同等物の期末残高は、営業活動による資金の獲得118億29百万円、投資活動による資金の支出24億3百万円、財務活動による資金の支出126億18百万円などにより前期末に比べ31億67百万円減少し、422億18百万円となりました。

利益配分に関する基本方針および当期・来期の配当

当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つと位置づけ、持続的な利益成長による企業価値の向上に努めています。当社の利益配分の考え方は、事業継続に必要な手元資金を確保しつつ、連結株主資本配当率（DOE）3%以上を維持し、経営環境、財務の安定性および収益の状況を総合的に勘案した利益還元を基本方針としています。

当期の期末配当については、1株当たり30円を実施しました。中間期の配当1株あたり30円と合わせて、年間配当は60円となりました。なお、連結株主資本配当率（DOE）は3.7%となりました。

2016年3月期についても引き続き、配当の基本方針のもと、株主還元の強化を図るため、中間・期末ともに1株当たり30円とし、年間60円の配当を実施する予定です。

事業等のリスク

当アニュアルレポートに記載したオートバックス連結グループの事業の状況、経理の状況などに関する事項のうち、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性のある事項には、次のようなものがあります。

(1) 競合など

フランチャイジー間や同業他社のみならず、自動車メーカーおよびディーラーの本格参入、タイヤ専門店や中古用品店およびアウトレット用品店など、カー用品市場の競合他社の状況によっては、当社グループの業績に影響をおよぼす可能性があります。

(2) 異常気象による影響について

オートバックスグループの販売する商品には、天候により販売個数を大きく左右される季節商品が一部含まれています。そのため、冷夏や暖冬などの異常気象が発生した場合、季節商品の需要低下や販売時期のずれによる売上高の増減が、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(3) 今後の海外展開

当社グループは、中国、欧州およびその他のアジアの国々などにおいて事業を行っています。これらの地域において、自動車および自動車関連用品に対する異なる文化姿勢、現地の既存小売業者との競合、経済状況、情報インフラの整備状況、知的財産保護の欠如、不安定な国際情勢および伝染病の流行など、様々な問題およびリスクに対応できない場合、当社グループの事業および業績に影響を与える可能性があります。

(4) 出店に関する規制

当社グループは、店舗の出店において「大規模小売店舗立地法」（以下「大店立地法」という。）により下記の規制を受けています。「大店立地法」は、売場面積1,000㎡超の新規出店や既存店舗の増床などについて、騒音、交通渋滞、ごみ処理問題など、出店地近隣住民に対し生活環境を守る立場から都道府県または政令指定都市が一定の審査をし、規制を行う目的で施行されたものです。当社グループは、1,000㎡超の大型店舗を新規出店する際には、出店計画段階から地域環境を十分考慮し、出店地近隣住民や自治体との調整を図りながら、出店していく方針ですが、上記の規制などにより計画通り出店ができない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(5) 法令遵守

当社グループは、法令遵守に係る問題につき内部統制の整備を図っており、より充実した内部管理体制の確立のため全社の内部統制を主管する部門で設置し、取締役・執行役員および従業員が高い倫理観に基づいて企業活動を行うよう行動規範と行動指針を制定しています。しかし、万が一従業員の故意または過失により法令に違反する行為が発生した場合、当社グループの業績に影響を与えるような損害賠償を求められる事案が発生する可能性があります。また、当社グループは大量の顧客情報を保有しており、その取り扱いについては、十分注意を払っていますが、不正行為などにより顧客情報が外部に漏洩した場合、社会的信用が失墜し、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(6) 販売商品、または仕入商品・原材料の価格変動

当社グループが販売している商品は、様々な要因によってその仕入商品、原材料の価格変動や市場環境変化の影響を受け、販売価格が見込みに反して高騰、もしくは暴落することがあります。これにより販売価格が仕入価格を下回る、もしくは価格高騰で需要が後退するなど、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(7) 自然災害

当社グループが店舗を展開する、また事業関連施設を所有する地域において、地震、台風その他の自然災害が発生し、当該施設が損傷、または従業員の死亡・負傷による欠員があった場合、売上高の減少、または現状復帰や人員の補充などにかかる費用によって、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(8) フランチャイジー

当社は、カー用品販売、車検・整備、車買取・販売を中心に取り扱う店舗のフランチャイズ本部であり、フランチャイズ契約を締結して店舗運営を行っているフランチャイジーによる契約条項違反や法令違反が、当該法人との資本関係の有無にかかわらず、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(9) 店舗営業

当社グループは、カー用品販売、車検・整備、車買取・販売を取り扱う小売店舗を営業していますが、店舗の営業に伴う廃棄物の処理、有害物質の取り扱い、ピット作業における事故発生、また店舗敷地内でのその他の事故発生などのリスクがあります。これらは直接的、もしくは顧客のグループ店舗に対する心証悪化に伴う客数減少などによって、間接的に当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(10) 為替レートの変動

当社グループは、海外子会社に対して実施する外貨建て貸付金などが存在することから、為替変動により、財務諸表作成のための換算において、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(11) 訴訟リスク

当社グループが国内外において事業活動を継続するにあたり、多種多様な訴訟のリスクが存在し、内部統制の整備により内部管理態勢を確立しても、これらを完全に排除することは不可能であり、当社グループを当事者とした訴訟の提起を受ける可能性があります。訴訟を提起された場合、その結果によっては当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。