

オートバックスセブン統合報告書

INTEGRATED REPORT

2020

Profile

オートボックスセブンは、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「オートボックス」をチェーン展開し、カー用品の購入から日常のメンテナンス、車検・整備、車の購入に至るまで、お客様のカーライフに関わるすべてのニーズにワンストップで応えるサービスを提供しています。そして長年にわたり「クルマのことならオートボックス」と支持され、国内のカー用品市場においてトップシェアの地位を確立しています。また、国内オートボックス事業で獲得したノウハウや人材を強みに、ディーラー・BtoB・ネットなどの新規事業やグローバル展開なども推し進めています。

Contents

私たちの目指す姿

- 01 **Profile/Philosophy/Mission**
- 03 **Vision** 100年企業を目指して
- 04 **Value** お客様に提供する3つの価値
- 05 価値創造プロセス
- 07 挑戦と成長の軌跡
- 09 5カ年ローリングプラン
- 11 財務・非財務ハイライト



マネジメントメッセージ

- 13 トップメッセージ
- 19 財務担当執行役員インタビュー



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。

名称の定義

当レポートに記載されている「オートボックスセブン」または「当社」は単体を、「オートボックス連結グループ」「オートボ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。「チェーン」「オートボックスチェーン」は、オートボックス店舗を運営するフランチャイズチェーン全体を示しています。

Philosophy

私たちは、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。

Mission

新しいカーライフ文化を創造し続ける

価値創造戦略

- 21 セグメント別概要
- 23 国内オートボックス事業
- 27 海外事業
- 29 ディーラー・BtoB・ネット事業



価値創造を支える基盤

- | | |
|---|-----------------|
| 31 サステナビリティの考え方 | 43 ブランド管理 |
| 33 ESG:人材の育成、働き方の改革 | 44 コーポレート・ガバナンス |
| 37 ESG:環境保全 | 49 社外取締役メッセージ |
| 39 ESG:地域・社会 | 51 役員紹介 |
| 41 ESG(特集):新型コロナウイルス感染拡大の影響による事業継続の取り組み | |



データ集

- 53 国内の業態／主要連結子会社一覧
- 54 会社概要／株式情報

Vision

100年企業を目指して

オートバックスセブンは、日本のモータリゼーションの発展とともに45年以上にわたり、お客様に最適なカーライフを提案し、クルマに関わる生活の楽しみ方や利便性の向上に貢献してきました。これからもオートバックスグループは、社会・クルマ・人の暮らしと向き合い、豊かで健全なクルマ社会の創造を通じて、クルマを中心とした社会課題の解決に貢献し、社会にとってなくてはならない“100年企業”を目指します。

2050未来共創

社会・クルマ・人の暮らしと向き合い、明るく元気な未来をつくります。

私たちの元気の源泉はお客様の声。

一日一日を積み重ね、個人も企業も成長し、輝きつづけます。

新しいカーライフ文化を創造し続ける

昨今、地球環境問題や社会課題が複雑化し、技術革新、人々の価値観の多様化を背景に、クルマはもちろんのこと、社会や私たちの暮らしは大きく変わってきています。

特に新型コロナウイルス感染拡大においては、世界中の日常が一変しました。

当社においては、クルマは生活する上で重要なインフラであることから、お客様の安心・安全を守るために、感染拡大に最大限配慮し営業を続け、地域や社会に貢献していく、という存在意義を見つめ直す重要な機会となりました。

当社はこのような世の中での環境変化に向き合い、新たな成長機会とするべく「新しいカーライフ文化を創造し続ける」という使命のもと、「2050未来共創」ビジョンを掲げています。これによりすべてのステークホルダーと信頼関係をより深めながら、新たな価値を創出し続けることで、社会から求められ続ける“100年企業”を目指しています。

これからもクルマを楽しむ文化の発展に貢献する企業として、またクルマに関わるプロフェッショナルとして、創業以来70余年培ってきた知識・技術力・ノウハウをもとに、お客様のライフスタイルとライフステージに合った良質な商品とサービスを提供し、持続的な成長を実現していきます。

代表取締役 社長執行役員

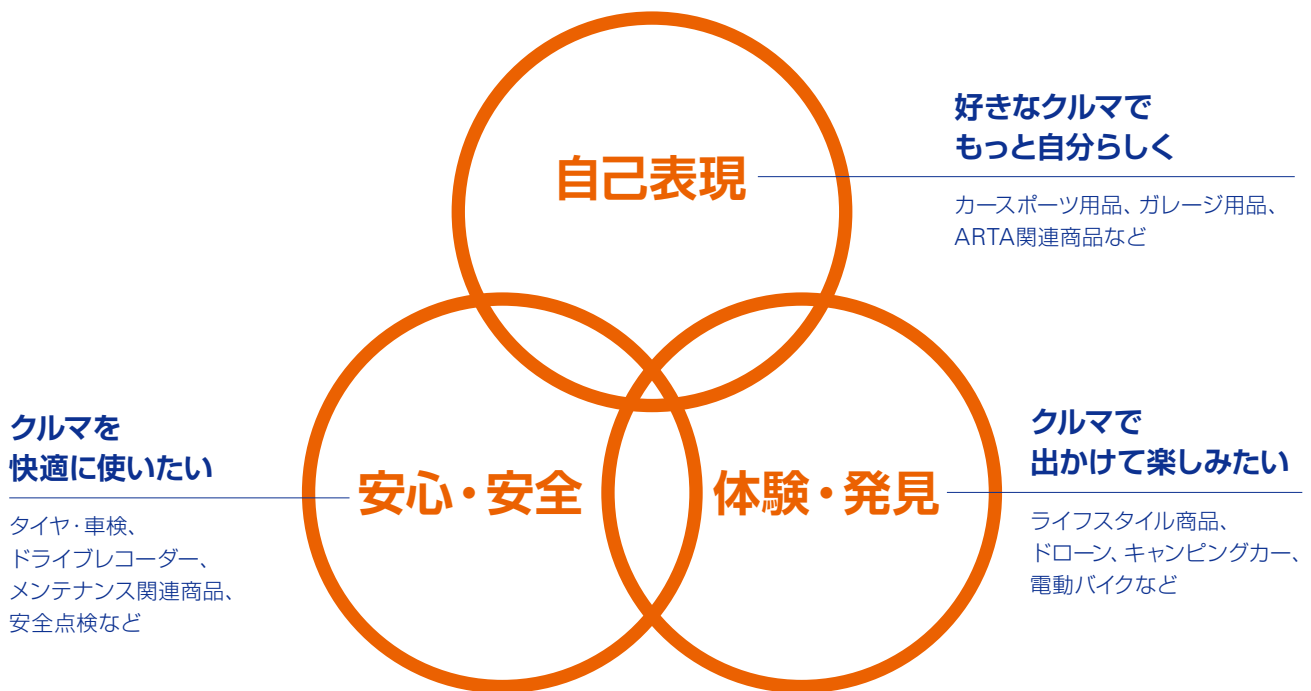
小林 喜夫巳



Value

お客様に提供する3つの価値

オートバックスグループは、「クルマを快適に使いたい」というニーズに対する安心・安全という価値の提供、「クルマで出かけて楽しみたい」というニーズに対する体験・発見という価値の提供、「好きなクルマでもっと自分らしく」というニーズに対するクルマを通じた自己表現や満足感に寄与する価値の提供、これら3つの領域を価値提供の中核に据え、革新的な商品・サービスの開発と業態開発を推進しています。



Professional & Friendly

お客様から「クルマのプロフェッショナル」として安心・信頼され、何でも気軽に相談できる「フレンドリー」な存在であり続けることで、お客様に何度も足を運んでいただける店舗づくりを目指しています。

価値創造プロセス

当社の主要な事業である国内オートボックス事業のビジネスモデルは、当社をフランチャイズチェーン（FC）本部とし、連結子会社17社を含むFC加盟法人78社が国内585店舗のチェーンを形成する「FCモデル」です。当社がお客様への価値提供の仕組みをつくり、FC加盟法人がお客様との接点において安心して豊かなカーライフを提供しています。それゆえ当社の強みは、国内オートボックス事業を支える全国のFC加盟法人やサプライヤーの皆様、そして店舗で働くスタッフ一人ひとりの力であり、これらが業界No.1を誇るブランド力の源となっています。

事業環境（機会とリスク）

国内

機会

- 技術進化に伴うカー用品市場・整備市場の変化
- 危険運転への対応と安全志向の高まり
- 安定した車検需要
- ネット販売市場の成長

リスク

- 少子高齢化、労働人口の減少
- カー用品小売市場の競争激化
- メーカー、ディーラーの顧客囲い込み
- 仕入価格、物流コストの上昇
- 自然災害、強毒性感染症
- 異常気象

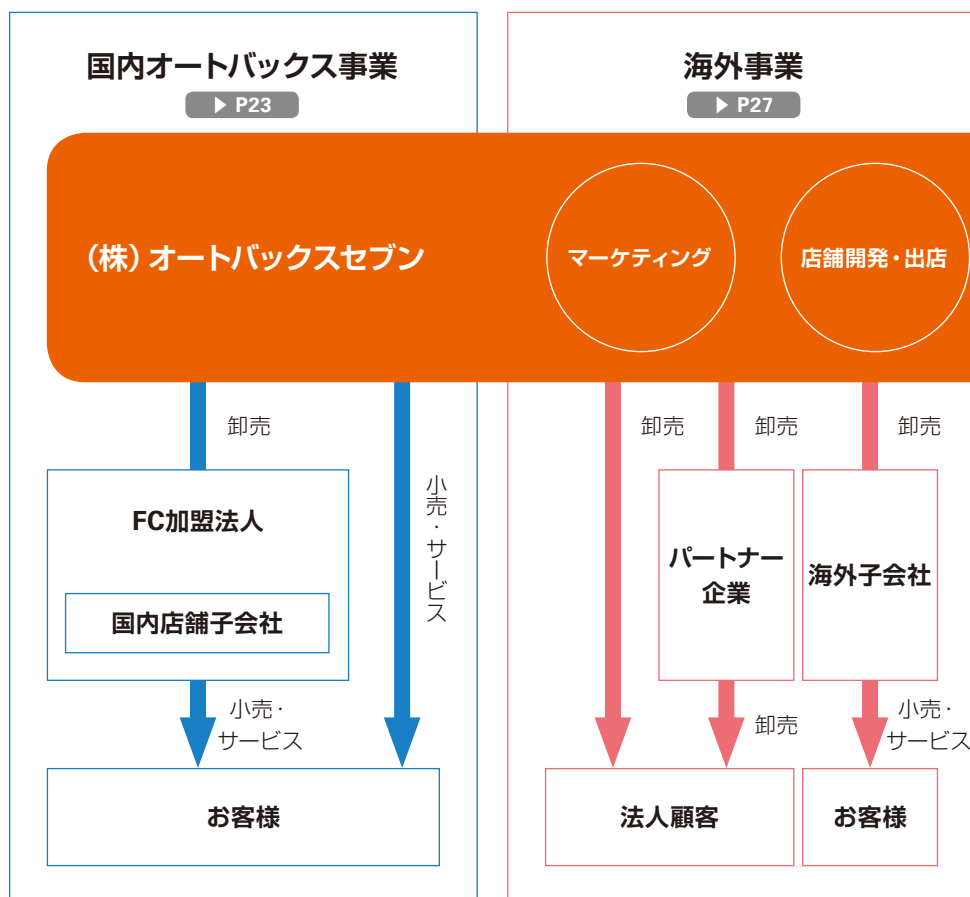
海外

機会

- 新興国の経済成長と人口増加
- ジャパンブランドへの信頼
- ネット販売市場の急成長

リスク

- 価格競争が激しい
- 現地の多様なニーズの把握
- 脱炭素化への動き



オートボックス
ブランドを支える
3つの強み

数値で示す
オートボックス
チェーン

1

地域密着型の FC・店舗ネットワーク

国内総店舗数	国内店舗売上高	店舗商品 アイテム数	プライベート ブランド比率
585 店舗	2,668 億円	1-3 万SKU	18.1%

2

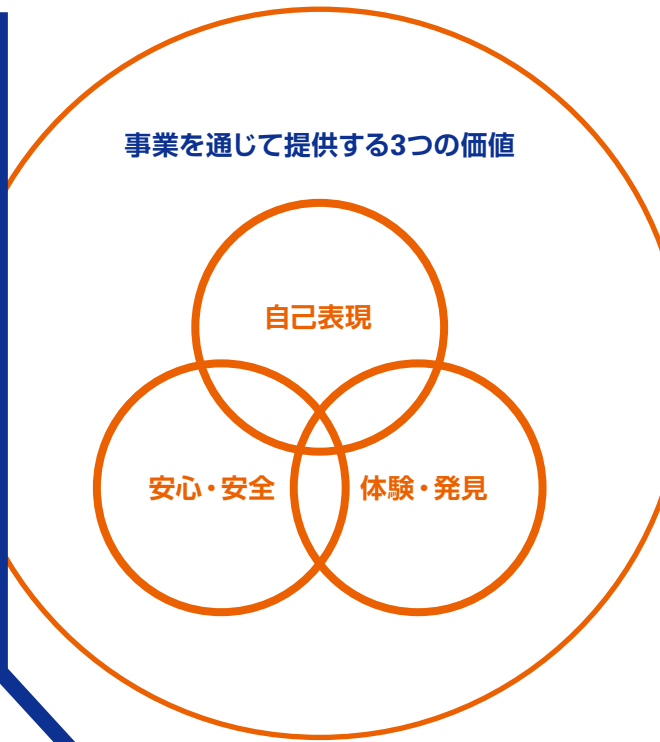
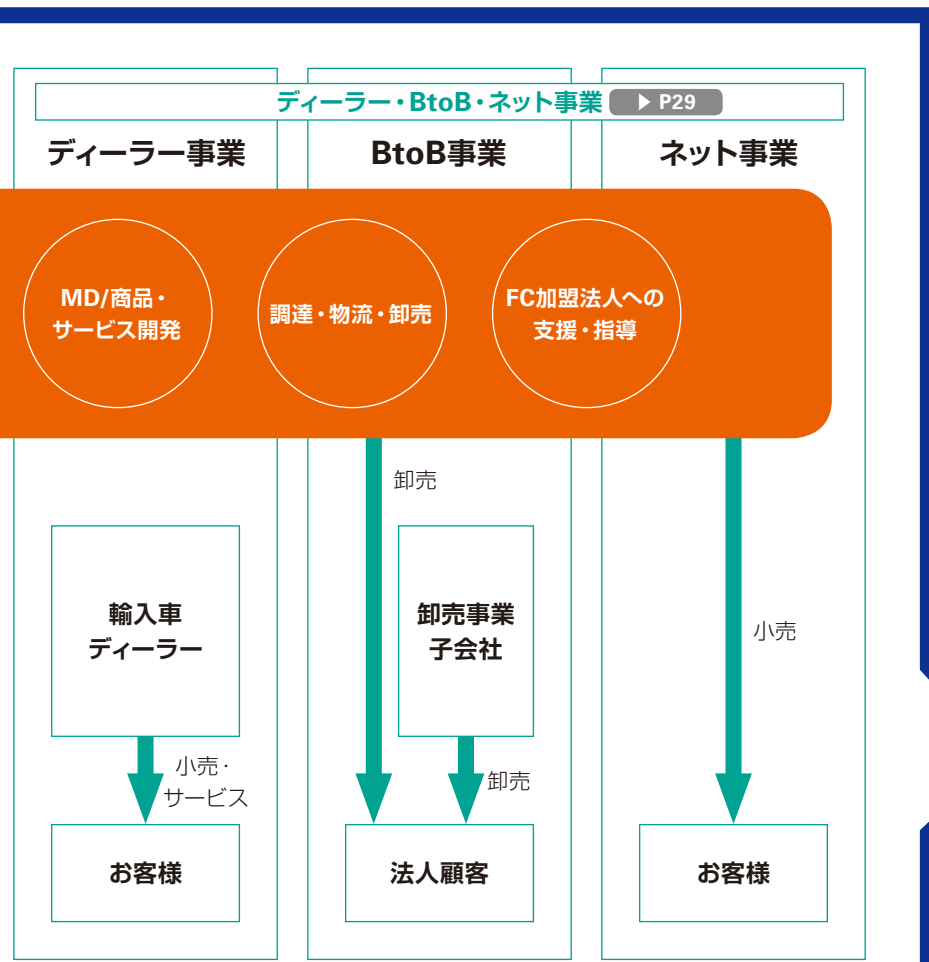
プロフェッショナル

自動車整備士
3,700 人

2020年3月末現在

これから先も、私たちは、新しいカーライフ文化を創造し続けるために、社会や自動車技術の発展、人びとの価値観の変化を捉え、人の暮らしに寄り添い時流に合わせた価値を提供し続けます。

2020年3月末現在



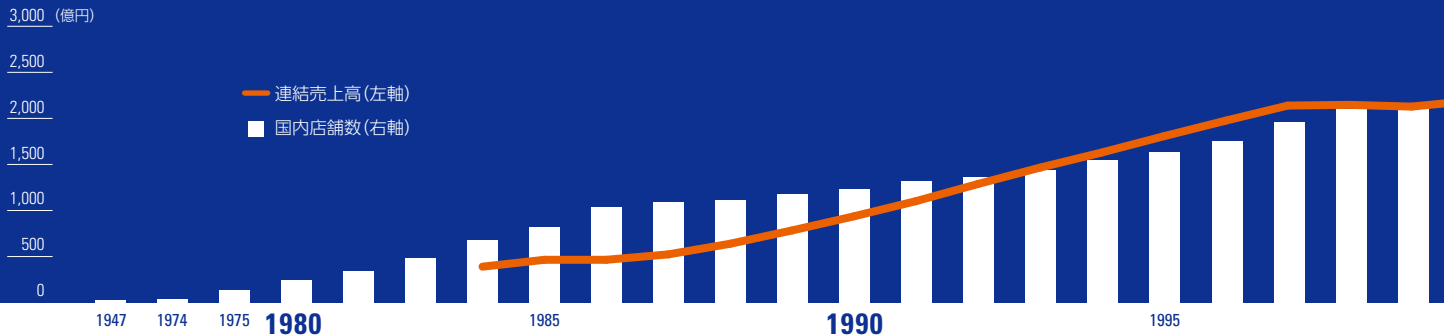
事業プロセスにおける社会的責任

- お客様**
 お客様のライフスタイルとライフステージに合った良質な商品とサービスを提供します。
 ▶ P25-26
- 地域社会**
 地域住民の安心と安全な暮らしに貢献します。
 ▶ P39-40
- クルマ文化**
 クルマとともにある豊かな生活を積極的に提案します。
 ▶ P39-40
- 環境・人権・多様性**
 より善く、美しく、持続可能な社会づくりのために貢献します。
 ▶ P33-38
- ステークホルダー**
 説明責任を果たし、経営の透明性をさらに高めます。
 ▶ P44-48

ヨナル集団	3			
	カー用品 No.1ブランドカ			
カーライフアドバイザー	稼働会員数	車検実施台数	車販売台数	国内カー用品専門店市場シェア
9,400 人	727 万人	63.4 万台	3.1 万台	No.1

挑戦と成長の軌跡

オートボックスは、日本初のカー用品総合専門店として1974年に誕生しました。そして1977年に販売を開始したプライベートブランドのタイヤ、オイルをはじめ、独自の品ぞろえとサービスでお客様の多様な嗜好やニーズに応え、国内においてカー用品市場シェアNo.1の地位を築きました。時代とともにクルマだけでなく社会のあり方も変化していくなか、オートボックスグループは、常に業態、商品・サービスの変革に挑戦しています。



国内オートボックス事業

1947

住野敏郎、大阪市福島区に自動車部品の卸売を目的とした個人商店「末廣商会」を開く

1977

PB商品「オートボックスオイル」「オートボックスタイヤ」「オートボックスバッテリー」発売

1980

(株)オートボックスセブンに社名変更

1989

大阪証券取引所市場第2部に上場

1993

・東京証券取引所市場第2部に上場
・東京・大阪両証券取引市場第1部に指定

海外事業

1991

台湾に海外1号店オープン

ディーラー・BtoB・ネット事業

国内店舗数

1974

直営1号店オートボックス東大阪店オープン

1979

国内100号店達成

1975

フランチャイズ第1号店オートボックス函館店オープン

1985

国内300号店達成

1996

国内500号店達成

→1974

カー用品のワンストップ業態を展開

高度経済成長期を経て人々のマイカー購入への関心が高まるなか、オートボックスは1974年に誕生しました。商品ごとに流通経路が異なっていた当時、カー用品一式の購入と取付ができるワンストップ業態が高い支持を獲得しました。



→1980

多様化する嗜好に応え、商品力・提案力を強化

マイカーの普及に伴い「クルマの個性」が求められるようになり、カー用品の領域も拡大していきました。オートボックスでは、商品構成を独自の視点で拡充し、ライフスタイル別の陳列・提案などを通じて、お客様の多様化する嗜好に的確に対応しました。

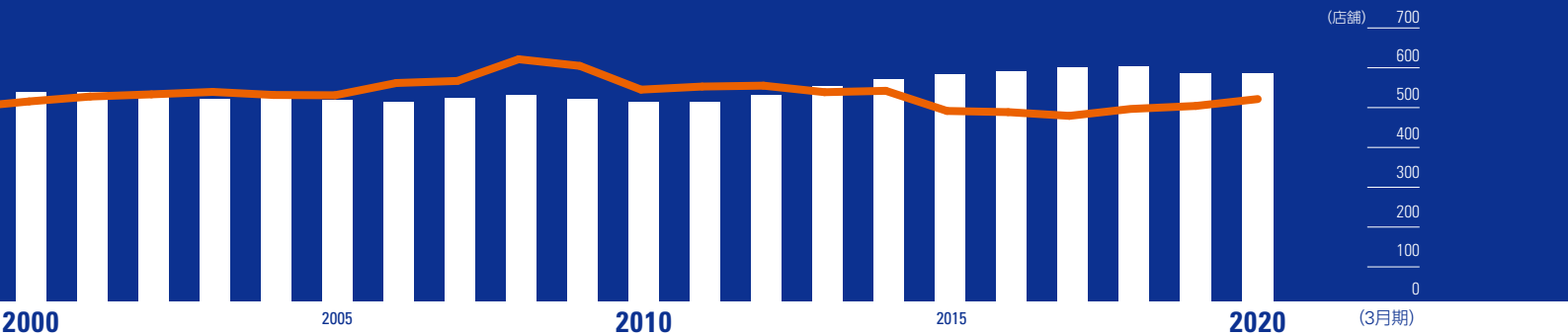


→1990

スーパーオートボックスを開発、車検事業に本格参入

小売店舗の大型化が進むなか、カーライフメガストア「スーパーオートボックス」を開発。広大な売場と取付・整備用ピットにCD販売や軽飲食のコーナーを併設した店舗で多彩なイベントを開催し、初心者やファミリー層から愛好家まですべての人にカーライフの魅力を提案しました。車検事業にも本格参入し、カーライフ支援の領域を拡大しました。





<p>2001 フランス第1号店オープン</p>	<p>2012 マレーシア (FC店) 第1号店オープン</p> <p>2017 タイヤの卸・小売を営む マレーシア企業と資本・業務提携</p> <p>2015 インドネシア第1号店オープン</p>	<p>2014 プライベートブランドを刷新「AQ.」ブランド展開開始</p> <p>2017 手洗い洗車などメンテナンスに特化した 新業態店舗「Smart+1」をオープン</p> <p>2018 日本初クルマに関わるライフスタイル ブランド「JACK & MARIE」誕生</p> <p>2019 A PIT AUTOBACS SHINONOMEリニューアル</p>	<p>2018 ガソリンスタンドでタイ国内2位の 「PTG Energy Public Limited」と資本・業務提携</p> <p>2019 オーストラリアAudioXtra社を連結子会社化 SK AUTOMOBILE社を連結子会社化</p>
<p>2002 カーズシステムを導入し 車販売ビジネスを開始</p>	<p>2015 BMW/MINI正規ディーラー事業 を開始</p>	<p>2018 「Nerima BMW/MINI練馬」の営業開始</p> <p>2019 卸売事業を行う (株)CAPスタイル設立 正和自動車販売 (株)を連結子会社化 連結子会社 (株)オートボックス・ディーラーグループ・ホールディングスを設立</p>	<p>2020 高森自動車整備工業 (株)を 連結子会社化</p>

2020年3月末現在
国内店舗585

2000 「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」を
3つの柱にカーライフのトータル支援へ

→2010 力強い成長に向けた
変革と創造

→2020

エコカーの普及やクルマの使用年数の長期化など、カーライフのあり方が変化しました。また、運転する方々の高齢化が進む中で、オートボックスでは、誰もが長く安全に運転できるよう「車検・整備」のサービスを拡充し、「車買取・販売」「カー用品」を含む3つの柱で、お客様のカーライフ全般を支援する業態へと変革を進めました。



中長期的な計画のもと、「将来の成長ドライバーの育成」に重点的に取り組みました。2019年4月より、めまぐるしく変化する環境に対応し、社会、クルマ、人のくらしの変化を捉え、適応することで市場競争力を高めるために「5ヵ年ローリングプラン」を策定しました。



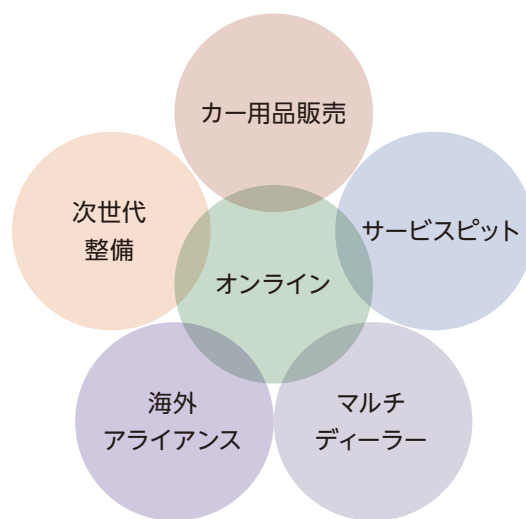
5カ年ローリングプラン

当社グループは、各事業が社会、クルマ、人のくらしの変化に適応し、市場競争力を高めるため、事業を横断する基盤整備に加え、業界の垣根を越えた6つのネットワークを確立・連携させます。同時に、カー用品サービスを中心とした企業から、カーライフ文化を創造する新たな経済圏に向け、6つのネットワークをつなぐプラットフォーマーへの進化を目指しています。

5カ年ローリングプランの目指す姿

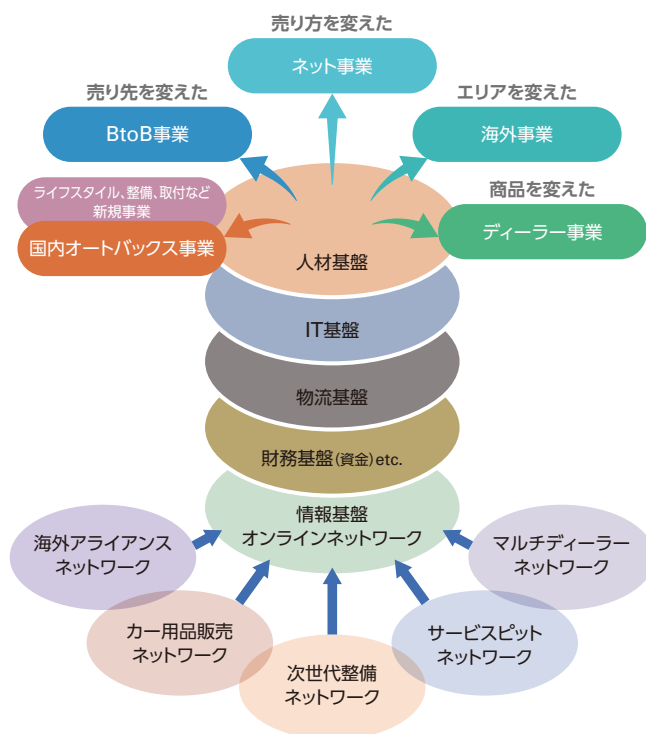
地球環境の変化やさらなる技術革新、人々の価値観の多様化を背景に、これから先、クルマや整備をはじめ、私たちの業界を取り巻くさまざまなものが変わってきます。このような変化の中で企業として持続的な成長のためには、変化を捉え素早く対応できる体制を整えておく必要があります。

社会、クルマ、人のくらしに寄り添い、お客様により良質で豊かなサービスを提供するために、「新しいカーライフ文化を創造し続ける」ことが当社の使命であり、そのために、5カ年ローリングプランにおいて6つのネットワークの確立と連携に向けて4つの目標を定め、1年毎に見直しを行いながら実現していきます。



お客様を中心とし、クルマの利用シーンを支えるインフラの役割を果たす

1. 業界の垣根を越えて、情報やノウハウ等を取り込み、それらを集約する仕組みとしてネットワークを構築し、それぞれのネットワークで保有する顧客情報などあらゆる情報をオンラインで統合する。
2. 自動車や整備に関する最新情報、お客様のご利用情報、メンテナンス履歴、クルマの売買に関する情報など、あらゆる情報を組み合わせることで、お客様に対して、よりの確な提案や、これまでにないサービスの提供を実現する。
3. カー用品の卸売、小売、サービスだけではなく、お客様を中心としたクルマのさまざまな利用シーンにおいて、不便を解消しあるいは楽しさを提供し、お客様に寄り添うインフラの役割を果たす企業になることを目指す。
4. 目標実現のためにデジタルトランスフォーメーションを成し遂げ、情報の統合に加え、事業者と人材、設備等の事業基盤の有効活用を図るなど、有機的に連携することで、社会の変化に適応していく。



6つのネットワークの取り組み

カー用品販売ネットワーク

オートバックスチェーンのさらなる強化に努めながら、ホームセンター、ガソリンスタンド、他のカー用品販売店を含め、カー用品を販売するあらゆる事業者と連携し、それぞれが有するリソースを相互に活用することにより、市場競争力を高めていきます。



最適なサービスを提供するピットみのネットワーク

カー用品のネット販売市場の拡大などにより高まる取り付け需要に対する受け皿として、市中の整備事業者、ガソリンスタンドなどの関連する事業者と連携を図っていきます。これにより、取り付けサービスの利便性を高めるとともに、オンラインネットワークを通じて他の情報を補うことで、その提供価値を高めていきます。



次世代技術に対応する整備ネットワーク

サポートカーなどの次世代技術を備えたクルマの整備に対応した整備事業者と連携することで、技術革新の変革期において、安定的な整備とサービスの提供に努めていきます。



具体的には、正和自動車販売株式会社、高森自動車整備工業株式会社の子会社化に加え、自動車整備の全国ネットワーク「BSサミット事業協同組合」と包括的業務提携を締結しています。

マルチディーラーネットワーク

カーライフの入り口である自動車の購入シーンの中で、お客様とつながるチャンネルとして、自らがディーラー事業に取り組むだけでなく、他のブランドを運営するディーラー事業者とも連携することで、メーカーから発信される業界全体の動向、車両やメンテナンス情報を収集し、各事業の競争力を高めていきます。現在、BMW、MINIのディーラー12拠点の展開とともに、テスラサービスセンターをA PIT AUTOBACS SHINONOMEに誘致しています。



海外におけるアライアンスネットワーク

国際市場において競争力を有する企業や、独自の革新技術を有する海外スタートアップ企業との連携により、新たなビジネスモデルを構築するとともに、国内外のサプライチェーンとも連携させることにより、収益の拡大を図ります。この取り組みの一環として、オーストラリアのAudioXtra社や、シンガポールのSK AUTOMOBILE社を子会社化するなど、ネットワーク構築を図っています。



お客様とのリレーションを高めるオンラインネットワーク

他の5つのネットワークを通じて、事業者間の垣根を越えて、車両やメンテナンス情報、お客様のニーズの変化、そして法令や環境といった社会の変化に関する情報を統合し、各事業の競争力強化の源泉となる情報を整備する「オンラインネットワーク」の構築を目指します。この取り組みの一環として、三菱商事グループの株式会社カーフロンティアとの戦略的提携のもと、タイヤ購入から取り付け予約までネット上で完結するECサイト「TIREHOOD」を展開する株式会社BEADに出資し共同運営しています。



財務・非財務ハイライト

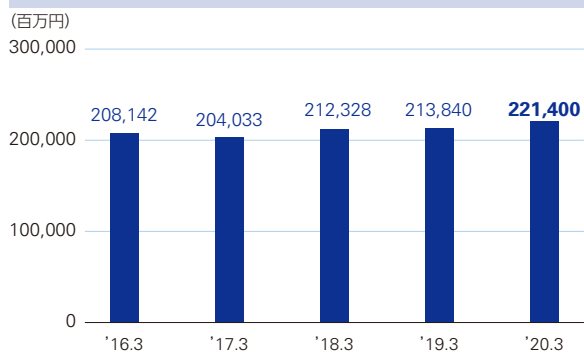
過去10年の業績(グラフ・データ)は当社ホームページをご覧ください
<https://www.autobacs.co.jp/ja/ir/finance/pl.html>

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

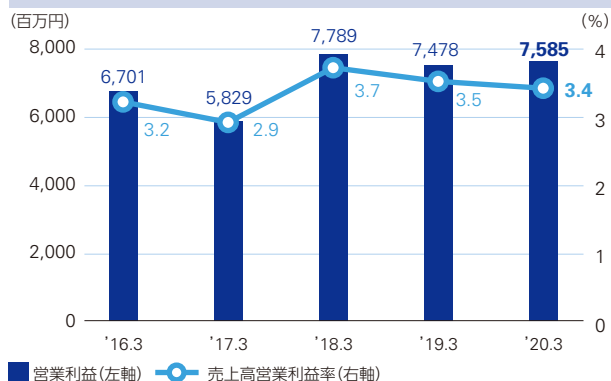
	2017	2018	2019	2020
会計年度(百万円)				
売上高	¥ 204,033	¥ 212,328	¥ 213,840	¥ 221,400
卸売	115,637	121,081	124,214	125,839
小売	85,566	87,357	86,018	92,004
その他	2,830	3,889	3,607	3,555
営業利益	5,829	7,789	7,478	7,585
経常利益	7,120	8,226	8,203	8,059
親会社株主に帰属する当期純利益	3,015	5,403	5,485	3,764
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,488	16,394	4,447	10,603
投資活動によるキャッシュ・フロー	(7,147)	(2,915)	(3,078)	(3,370)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(7,457)	(5,840)	(9,876)	(9,684)
フリー・キャッシュ・フロー	2,341	13,479	1,369	7,233
設備投資額	4,842	3,587	4,618	3,429
減価償却費及びのれん償却額	4,384	4,131	4,045	4,665
会計年度末(百万円)				
総資産	¥ 176,708	¥ 187,354	¥ 181,391	¥ 172,799
自己資本	127,079	126,866	123,582	119,251
有利子負債	8,282	6,896	4,991	7,303
1株当たりデータ(円)				
当期純利益	¥ 36.00	¥ 65.49	¥ 66.58	¥ 47.10
配当金	60.00	60.00	60.00	60.00
配当性向(%)	166.7	91.6	90.1	127.4
純資産配当率(DOE)(%)	3.9	3.9	3.9	4.0
総還元性向(%)	255.7	91.6	90.1	182.8
経営指標				
売上高営業利益率(%)	2.9	3.7	3.5	3.4
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	2.3	4.3	4.4	3.1
総資産経常利益率(ROA)(%)	4.0	4.5	4.4	4.6
自己資本比率(%)	71.9	67.7	68.1	69.0
非財務データ				
国内店舗数	601	603	593	585
うちFC加盟店	444	468	458	453
海外店舗数	38	41	46	45
うちFC加盟店	17	15	15	15
稼働会員数(千人)	8,301	7,637	7,169	7,272
自動車整備士数 ^{*1} (人)	3,788	3,745	3,739	3,768
従業員数(人)	4,200	4,009	4,171	4,385
取締役数(うち社外取締役)(人)	8(3)	8(3)	8(3)	7(3)
[うち監査等委員(人)]	—	—	—	3
電力使用量 ^{*2} (万kWh)	707	704	677	677
CO ₂ 排出量 ^{*2} (t-CO ₂)	4,489	4,106	3,365	3,439

※ 1. 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。
 2. 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



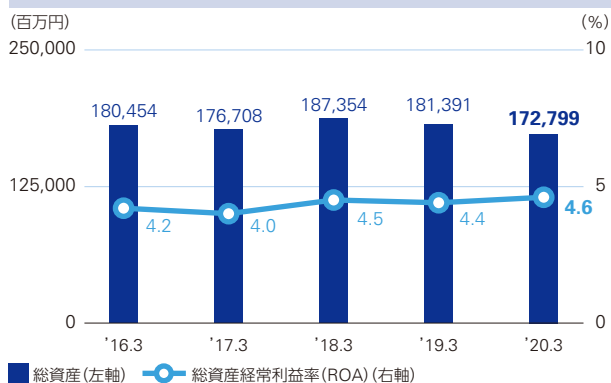
営業利益／売上高営業利益率



親会社株主に帰属する当期純利益／自己資本当期純利益率(ROE)



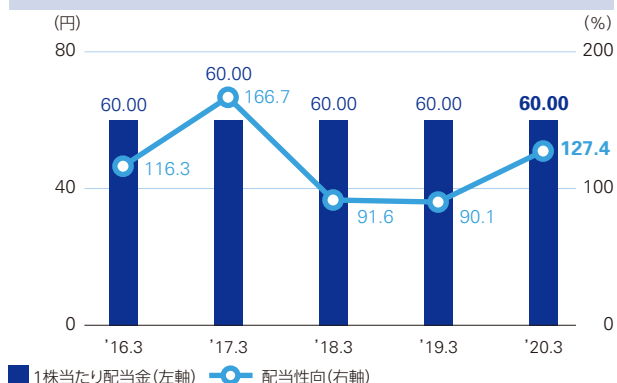
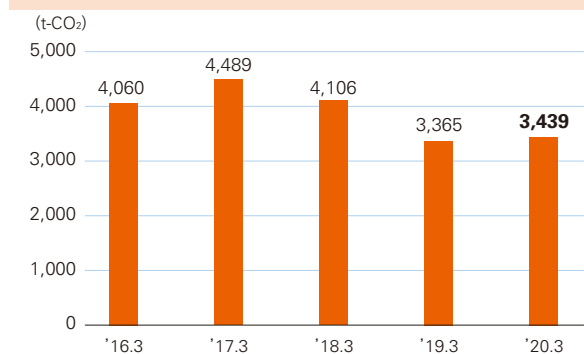
総資産／総資産経常利益率(ROA)



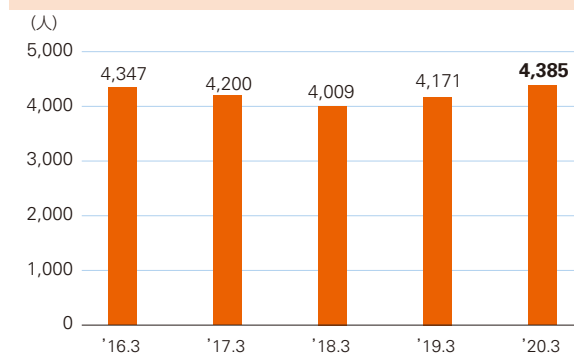
自己資本／自己資本比率



1株当たり配当金／配当性向

CO₂排出量

従業員数(オートバックス連結グループ)



トップメッセージ

「新しいカーライフ文化を創造し続ける」という使命のもと、
お客様に3つの価値を提供し、
持続的な成長と、企業価値向上を目指します。



代表取締役 社長執行役員

小林 喜夫巳

当社グループは、「クルマを快適に使いたい」（安心・安全）という価値の提供、「クルマで出かけて楽しみたい」（体験・発見）という価値の提供、「好きなクルマでもっと自分らしく」（自己表現）という価値の提供、これらのクルマに関する根源的な3つの価値を提供することで、「新しいカーライフ文化を創造し続ける」という使命の達成を目指しています。

この3つの価値を提供するために、新商品開発、新業態開発に取り組むとともに、お客様にご利用いただきやすい店舗への改装や運営オペレーションの改善、整備士をはじめとした人材育成に注力し、市場における競争力を高めています。

当社グループでは、これらの取り組みを進化させるため、5年間の当社グループの方向性を示す「5ヵ年ローリングプラン」を2019年に策定しました。本プランでは、将来の大きな変化の中でも、新たな成長機会を獲得できるようにし、さらには新しいカーライフ文化の創造につながることを目指して毎年見直しを行いながら進めていきます。

今後とも、皆様の一層のご支援とご愛顧を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

当社グループを取り巻く事業環境

目まぐるしい変化に対応するために「5ヵ年ローリングプラン」を推進

当社を取り巻く事業環境は大きな変化が起きています。自動車の運転支援機能や自動運転の技術開発、電気自動車の普及といった大きなトレンドと、それに伴い施行される自動車整備制度への対応が必須であり、シェアリングサービスやサブスクリプションなど、新たなサービスの急速な拡大とそれに伴うITプラットフォームの整備も求められます。また、同業他社やディーラー、ネット販売関連企業など異業種との競争が激化するだけでなく、個人間取引といった取引形態の領域も拡大しており、さらに、少子高齢化による顧客構成の変化、ニーズの多様化など、市場は今後も大きく急速に変化するものと予想されます。

当社グループはこのような事業環境の目まぐるしい変化に対応すべく、2019年に「5ヵ年ローリングプラン」を策定しました。

この「5ヵ年ローリングプラン」は6つのネットワークの確立と連携に向けて目標を定め、一年ごとに見直しを行いながら実施していきます。具体的には、お客様がクルマを利用するシーンに合ったサービスを提供するため、「カー用品販売ネットワーク」「最適なサービスを提供するピットのためのネットワーク」「次世代技術に対応する整備ネットワーク」「マルチディーラーネットワーク」「海外におけるアライアンスネットワーク」「お客様とのリレーションを高めるオンラインネットワーク」という6つのネットワークの確立と連携による中長期的な成長実現を目指しています。

2020年3月期の業績

安全運転意識の高まりなどから国内事業が好調

「5ヵ年ローリングプラン」の初年度となる2020年3月期は、安全運転意識の高まりや、2019年10月の消費税率引き上げ前の駆け込み需要などを背景に、国内オートバックス事業が好調に推移したことから、売上高が前期比3.5%増加の2,214億円、営業利益は同1.4%増加の75億円と増収増益となりました。固定資産の減損損失を計上したことなどから、親会社株主に帰属する当期純利益については同31.4%減少の37億円でした。

セグメント別に見ますと、国内オートバックス事業では、フランチャイズチェーン加盟法人の株式を取得し、連結子会社化したことなどにより、売上高は前期比0.2%の増加となりました。当期においては消費税率引き上げ前の駆け込み需要に加えて、タイヤメーカーからの仕入れ価格引き上げに伴うタイヤ価格の値上げにより駆け込み需要が発生しました。販売面では、記録的な暖冬によりタイヤは前年割れとなったものの、2019年8月以降のあおり運転報道などを受けて、ドライブレコーダーの販売が引き続き伸長しました。

海外事業の売上高は、不採算の小売事業を縮小し、収益性の高い卸売事業に注力しました。地域別に見ますと、タイでは新規出店に加えて、同国でガソリンスタンド拠点数第2位のPTGグループのガソリンスタンドモールへ小型店を出店し、伸長しました。また、シンガポールにおいて、板金・塗装および整備を行うSK AUTOMOBILE社の株式を取得し、連結対象子会社としています。一方で、フランスでは、店舗譲渡の影響に加え、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受け、売上が減少しています。

トップメッセージ

2020年3月期の連結業績

(単位:億円)

	2020年3月期	前期比
売上高	2,214	+3.5
営業利益	75	+1.4
親会社株主に帰属する当期純利益	37	▲31.4
ROE(%)	3.1%	▲1.3Pt

※2019年3月期より売上高にクレジット事業等による収入を含めています。

国内オートボックスチェーン店舗売上高(全業態)*

(単位:億円)

	2020年3月期	前期比
カー用品販売	2,147	+0.0%
車検・整備	197	+0.4%
車買取・販売	276	▲0.2%
その他	47	▲9.6%
全店合計	2,668	▲0.2%

※FC加盟法人店舗の売上を含む

セグメント別業績

(単位:億円)

		2020年3月期	前期比
国内オートボックス事業	総売上高*	1,793	+0.2
	営業利益	135	▲8.7
海外事業	総売上高*	117	+4.8
	営業利益	▲3	—
ディーラー・BtoB・ネット事業	総売上高*	384	+28.2
	営業利益	0	—
その他の事業	総売上高*	21	▲4.1
	営業利益	4	▲4.2

※総売上高はセグメント間取引を含む

新型コロナウイルス感染拡大の影響

安全対策を徹底。今年度の事業への影響は限定的

当社グループは、お客様のクルマという移動手段を支え、安心・安全を提供していくことを使命と考えております。このたびの新型コロナウイルス感染拡大に対し、お客様、お取引先様、従業員等の安全を最優先に考えた上で、店舗においては、衛生管理の強化を徹底し、必要に応じて対面接触などお客様との接点を減らす営業時間の短縮や提供メニューの限定など、営業継続の対策を講じました。

具体的な感染拡大防止に関する対策としては、危機対応本部を設置し、何よりもお客様への感染を予防するために、まずは店舗従業員が感染しないことを第一に検討を重ねました。店舗においては感染予防のため、従業員の衛生対策を徹底(手洗いうがい・手指消毒、体調チェックをはじめ、接客中はマスク・手袋の着用など)するとともに、お客様にも入店時の手指消毒にご協力をいただきました。本社・各事業所の従業員は、原則在宅勤務とし、やむを得ず出勤する場合は、出勤前の検温・消毒を徹底し時差出勤を行うなど、できる限りの感染予防を行いました。

事業における影響については、当社の中核事業が、人々の重要な交通インフラであるクルマに関する事業であることから、現時点においては国内事業に関する影響は限定的であると想定しております。

一方で、当社のフランチャイズ加盟法人に対する支援策を実施しました。具体的には、全国展開の販売促進企画の費用のうち加盟店の負担の一部を減免、2020年4月以降の商品代金請求の1ヵ月分を一定期間支払い猶予を設け、さらに、短期融資制度の制定などを行っています。

「5ヵ年ローリングプラン」の進捗状況

カーライフに関するあらゆるニーズに対応するネットワークを確立

「5ヵ年ローリングプラン」は、企業や業界の壁、国境など、さまざまな「垣根」を越えて情報やノウハウを集め、新たに生まれる市場とつながる6つのネットワークを広範囲に構築し、それらを連携させることで、クルマを利用するシーンすべてに合わせたサービスの提供を目指しています。この考えに基づき、6つのネットワーク確立・連携に向けた取り組みを加速させていきます。

カー用品販売ネットワーク

オートバックスチェーンのさらなる強化に努めながら、ホームセンター、ガソリンスタンド、他のカー用品販売店を含め、カー用品を販売するあらゆる事業者と連携し、それぞれが有するリソースを相互に活用することにより、市場競争力を高めています。具体的には、オートバックス店舗網を活用したフリート取引を拡大させる、異業種に対する直接取引を拡大するなどの取り組みを実施しています。フリート取引では、2020年3月期の取引企業数が、前年比2倍以上となり、異業種への取引も取り扱い店舗数、実績ともに増加しています。

次世代技術に対応する整備ネットワーク

CASEなどクルマに関する新たな技術やトレンドによって、整備の分野においても、次世代技術への対応は欠かせません。具体的には、先進安全技術に対するエーミング（機能調整）や車載式故障診断装置（OBD）を活用した車検といった次世代技術への対応が求められています。これに対して、当社グループは、次世代技術を備えたクルマの整備に対応した整備事業者と連携することで、技術革新の変革期において、次世代技術に対応可能な整備ネットワークの構築に努めています。その一環として、2019年6月正和自動車販売株式会社と、2020年5月高森自動車整備工業株式会社の子会社化に加え、自動車整備の全国ネットワーク「BSサミット事業協同組合」と包括的業務提携を締結しています。さらに、今後は、エーミングなど特定整備の実施できる指導体制を整備し、特定整備認証の拠点を増やしていきます。

マルチディーラーネットワーク

カーライフの入り口である自動車の購入シーンの中で、お客様とつながるチャンネルとして、自らがディーラー事業に取り組むだけでなく、他のブランドを運営するディーラー事業者とも連携することで、メーカーから発信される業界全体の動向、次世代自動車に関する技術を含む車両やメンテナンス情報を収集し、ひいては事業の競争力強化を目指しています。現在は、BMW、MINIのディーラーを都心で7拠点、地方で5拠点展開するとともに、テスラサービスセンターを当社のA PIT AUTOBACS SHINONOMEへ誘致を行いました。

海外におけるアライアンスネットワーク

卸売事業を中心に据えた海外での開発・販売・サービス提供のネットワーク構築を目指しています。国際市場において競争力を有する企業や、独自の革新技術を有する海外スタートアップ企業との連携により、新たなビジネスモデルを構築するとともに、国内外のサプライチェーンとも連携させることにより収益の拡大を図っていきます。仕入先や卸売先の開拓によって、国内のバリューチェーンへの貢献も目指しています。2019年11月にはこの取り組みの



トップメッセージ

一環として、シンガポールのSK AUTOMOBILE社を子会社化し、安定的な車両登録台数によって、継続的なメンテナンス需要が見込めるシンガポールにおいて板金・塗装、整備ビジネスを展開しています。

お客様とのリレーションを高めるオンラインネットワーク

事業者間の垣根を越えて、車両やメンテナンス情報、お客様のニーズの変化、そして法令や環境といった社会の変化に関する情報を統合し、各事業の競争力強化の源泉となる情報を整備するネットワーク構築を目指しています。

① 株式会社カーフロンティア（三菱商事グループ）のタイヤECサイトとの戦略的提携

三菱商事グループの株式会社カーフロンティアとの戦略的提携のもと、タイヤの購入から取り付け予約までをネット上で行うタイヤECサイト「TIREHOOD」を運営する株式会社BEADに出資しました。この出資により、TIREHOODのインターネットによる事業開発・サービス開発と、オートバックスチェーンの店舗網・技術力を融合させ、ドライバーに対するサービス向上と新たなサービス提供を目指していきます。また、TIREHOODの全国4,000以上の取付拠点とのネットワーク構築も図っていきます。

② オートバックス公式アプリの改良

さまざまなサービスがオンライン上で提供されるようになっている現在、お客様と常にデジタルを通じてつながる環境を構築することは不可欠です。当社では、簡単ログイン、起動速度の向上、操作性の向上などを図ったアプリを開発し、位置情報を用いたターゲティング配信や店舗ごとの配信などで、お客様の利便性を向上させていきます。

③ オートバックス公式ショッピングサイトのリニューアル

消費者の購買行動が多様化し、EC市場が拡大するとともに価格競争も激化しています。このような状況に対応し、当社でもサイトをリニューアルし、WEB上での事前決済を可能にし、商品売価の独自設定、WEB上でのTポイント付与などの機能拡充を図りました。お客様の利便性向上につなげることで、リアル店舗への送客とシェア拡大を図っていきます。

「5ヵ年ローリングプラン」を推進するための事業基盤

「5ヵ年ローリングプラン」を継続的に推進していくにあたり、6つのネットワークの確立およびネットワーク間の連携に注力する一方、「人材」「IT」「物流」「財務」「情報」の5つの事業基盤に対する整備も推進しています。

中でも人材に関しては、研修制度の整備を進めています。若手、経営幹部候補、女性幹部、課長などを対象とする選抜研修を継続実施し、さらに将来のグループを担う人材を対象とする将来経営幹部研修については、FCや営業部にもその選抜対象を広げて実施しています。また、従業員の働き方改革においては、すべての従業員がイキイキと働ける環境を整えるべく、時短勤務、半日有給取得制度、在宅勤務、サテライトオフィスにおける勤務、時差出勤、フレックス、これらの柔軟な働き方を実現するICTを活用したコミュニケーションツールの充実など、多様な働き方を選べるよう各種取り組みを行っています。



このほか、先進的なITサービスの提供やワーク・ライフ・バランス支援等を目的としたIT基盤の整備、オートバックス事業における物流の自動化・効率化や、ネット事業の物流能力拡大などの物流基盤の整備、データマネジメントセンタープロジェクトの推進や情報システム部門の満足度向上に向けた情報基盤の整備などに取り組んでいます。さらに、キャッシュ・フロー・マネジメントや投資収益管理の強化などによって、財務基盤の強化も図っています。

これらの基盤整備に加え、推進体制の整備とモニタリングの強化など、戦略推進の実効性とスピードを高める取り組みを行っています。

ガバナンス体制の変更

監査等委員会設置会社に移行

当社は、2020年3月期から監査等委員会設置会社に移行しました。これまでも、業務執行と監督を分離し、迅速かつ果敢な意思決定と適切なモニタリングを両輪とする、より実効的なコーポレート・ガバナンス体制強化を目指してきましたが、さらなる持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指すために、監査等委員会設置会社への移行を行いました。

移行のタイミングで、それまで取締役、監査役合わせて12名体制だったものを、取締役7名（監査等委員3名を含む）までスリム化しました。この人数は、当社の規模で考えると十分であり、取締役相互の意見交換の活発化や意思決定スピードの迅速化が実感できていることから、一定のガバナンス強化が図られていると評価しています。

2021年3月期の見通し

増収増益の見通し

当社グループの2021年3月期については、新型コロナウイルス感染拡大に伴う消費の減退により、4月・5月の国内売上高（既存店ベース）は苦戦しましたが、6月には前年並みに回復し、7月・8月は前年を上回る結果となりました。また、クルマの利用機会の増加によるカー用品需要の高まりや、車齢の長期化によるメンテナンス需要の増加に加え、前年度の暖冬による冬季商品の買い控えに伴う需要の増加が見込めるものとみています。

このような事業環境のもとで、2021年3月期の連結売上高は1.1%増加の2,238億円、営業利益は0.2%増加の76億円、親会社株主に帰属する当期純利益は46.1%増加の55億円を計画しています。

財務担当執行役員インタビュー



収益管理を徹底するとともに、
今後5年間累計で
100%の株主還元を目指します。

執行役員 経理・財務・IR・広報担当
池田 知明

Q1

2019年よりスタートした「5カ年ローリングプラン」における財務戦略について、改めて教えてください。

「5カ年ローリングプラン」における財務戦略では資本効率を高めることを大きな目標としています。

具体的には、株主還元において、安定的かつ継続的な配当とともに、自己株式の取得は、財務の健全性を確保した上で、機動的に実施することとしています。これらにより将来の資金需要を考慮しつつ、5年間累計の総還元性向を100%とすることを目標としています。

また、キャッシュ・フロー・マネジメントとして必要運転資金を上回る余剰資金を適切にコントロールすること、ならびに投資収益管理の強化による事業ポートフォリオの見直しを重点項目としております。成長のための積極投資を推進する一方で、投資収益性の低い事業は撤退を検討してまいります。

Q2

投資収益管理の強化について、もう少し具体的に教えてください。

当社グループの事業投資あるいはM&Aの意思決定プロセスとして、事業内容によって適切なハードルレートを設定し、投資判断をしています。また当社では取締役会におい

て、投資案件の定期的なモニタリング報告を実施しています。国内外の投資案件が当初計画していたFCF（フリー・キャッシュ・フロー）を創出できているかを確認し、創出できていない場合は撤退審議を経て、事業継続するか否かを社内外の取締役で議論するというプロセスです。

Q3

FC加盟法人の決算状況はどのようになっていますか。今後、FC加盟法人の財務状況にコロナ禍はどのように影響してくると見えていますか。

当社は2018年3月期の1年限定で、品ぞろえ・販売促進・人材教育などへの資金充当を目的として、FC向け卸売価格の引き下げを行いました。これによりFC加盟法人の利益は大幅に改善し、以降は好調に推移しています。2020年3月期も、記録的な暖冬や新型コロナウイルスの影響を受けましたがほぼ同水準を維持しました。

2021年3月期、コロナ禍において4月・5月と苦戦した国内売上高（既存店ベース）は、6月には前年並みに回復し、7月・8月は前年を上回る結果となりました。しかし予断を許さない状況であることは事実です。引き続きオートバックスチェーン丸となってこの難局を乗り越えていきたいと考えています。

Q4 コロナ禍におけるFC加盟法人支援のための財務政策（守りの財務政策）についてお聞かせください。

また、有事に備えた財務基盤、資金調達力についてもご説明ください。

緊急事態宣言発令下においても、クルマは生活する上で重要なインフラであることから、お客様の安心・安全なクルマ生活を守るため、お客様と従業員の接触機会を最小限にし、感染拡大防止に最大限配慮した上でメンテナンス中心の営業を継続しました。

このような状況下で、FC加盟法人が感染拡大防止策をとるために、必要な支援策を実施致しました。具体的には、1. ストアパーソナリティ*の減免 2. 支払猶予制度 3. 短期融資制度 の実施です。

一方で、最悪の事態も想定し、当社の手元流動性を厚くする措置も講じました。ご存知の通り当社の財務基盤は強固であります。売上が想定以上に大きく落ち込んだケースも含め、慎重に検討を重ねてまいりました。

私は未曾有の危機に陥った際の財務戦略を、1. 最悪の事態を想定して手元流動性を厚くする 2. 落ち込んだ売上を回復するために資金を投入する 3. 将来の成長への投資をする の三段階のフェーズで考えています。

*全国展開の販売促進企画の費用の半額を加盟店に負担いただいているもの

Q5 株主還元方針についてご説明いただくとともに、株主の皆様一言お願いします。

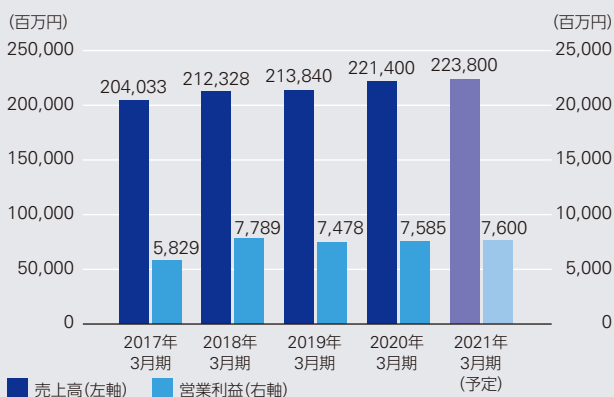
5カ年ローリングプランはご認識の通り、総還元性向を100%とする目標に変更はありません。同時に当社は、安定的かつ継続的な配当を目標としており、連結配当性向50～100%を目指しています。

2020年3月期も期初公表通り年間60円の配当を実施し、2021年3月期はコロナ禍においても同額の配当を維持する方針です。自社株買いは現下の状況から慎重に判断してまいります。

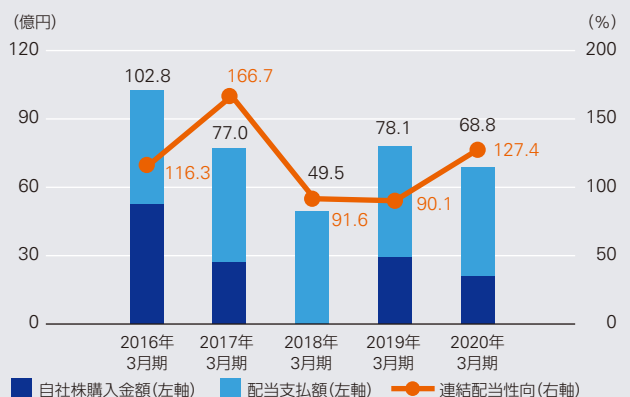
新型コロナウイルス感染症拡大の影響は未だ不透明ですが、この未曾有の危機をビジネスチャンスとして捉えています。新たな生活様式の中で、クルマの在り方も見直されてくると考えています。またコストを中心とする構造改革を実行する絶好の機会でもあります。この機会に大幅な収益性の向上に取り組むことにより、株主の皆様のご期待にお応えしたいと考えています。

株主の皆様におかれましては、引き続きご支援の程宜しくお願いいたします。

売上高・営業利益の推移

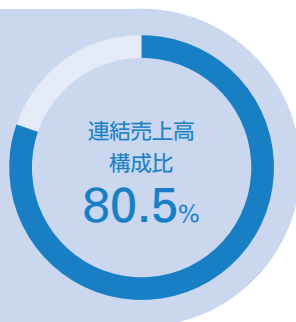


株主還元・連結配当性向の推移

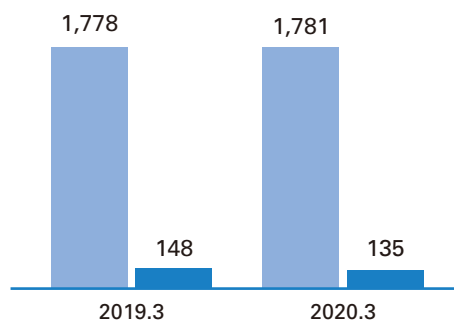


セグメント別概要

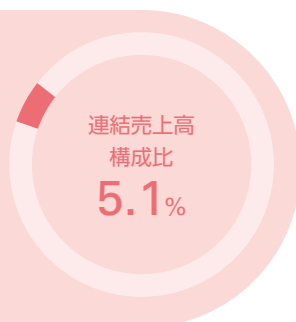
国内オートバックス事業



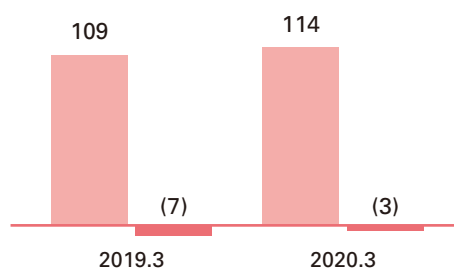
売上高※1 営業利益※2(億円)



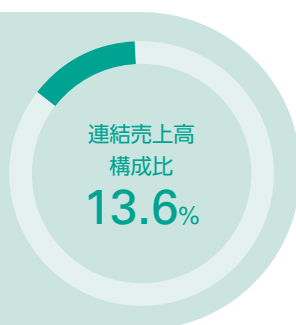
海外事業



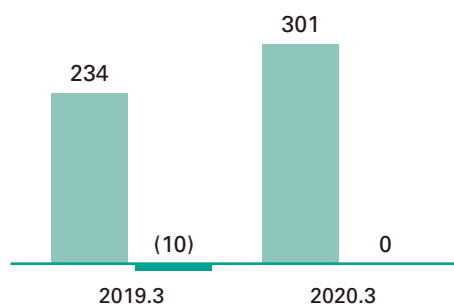
売上高※1 営業利益※2(億円)



ディーラー・BtoB・ネット事業



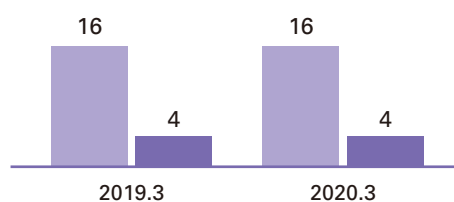
売上高※1 営業利益※2(億円)



その他事業



売上高※1 営業利益※2(億円)



2020年3月期の総括

国内オートバックス事業の売上高は、FC加盟法人を連結対象とした影響により前期比0.2%増加し、セグメント利益は8.7%減少となりました。国内のオートバックスチェーンの全業態の売上高は、前期比で既存店、全店ともに0.2%の減少となりました。販売面では、タイヤについては上期には消費増税の駆け込み需要で好調に推移しましたが、下期はその反動に加えて記録的な暖冬の影響で前年割れとなりました。一方、安全運転支援ニーズの増加を背景に、ドライブレコーダーは前年に引き続き好調に推移しました。

今後の主要な取り組み

- タイヤ販売の強化
- PB商品開発と販売強化
- 車検販売の拡大
- 車買取・販売ビジネスの利益改善
- 店舗オペレーションの改善
- 店舗のリノベーション
- 店舗子会社の収益改善
- 新業態における利益拡大

2020年3月期の総括

海外事業は、収益性の高い卸売の強化により営業損失が縮小。売上高は前期比4.8%増加、セグメント損失も減少しました。小売・サービス事業については、ガソリンスタンドモールへの小売店出店を積極化したタイでの売上が増加、フランスは、店舗譲渡の影響に加え、新型コロナウイルス感染拡大の影響により売上が減少。シンガポールは、同国で板金・塗装および整備を行うSK AUTOMOBILE社を連結対象とし、売上と営業利益が増加。卸売事業に関しては、中国国内向け卸売が大幅に伸長。また、同国国内での卸売事業の拡大とプライベートブランド商品の製造に関する連携強化を目的に「愛車小屋グループ」を持分法適用関連会社としました。オーストラリアは、連結対象子会社としたAudioXtra社により、海外事業における卸売収益拡大に努めました。

今後の主要な取り組み

- 卸売ビジネスの拡大
- 海外アライアンスネットワークの確立と連携
- 各マーケットに合わせた新サービスの提供

2020年3月期の総括

ディーラー・BtoB・ネット事業の売上高は前期比28.2%増加、セグメント損益は黒字に転換しました。輸入車ディーラー事業は、事業統括会社を設立し、営業体制とサービス強化を推進しました。BtoB事業は、事業集約効果により売上高・利益とも改善しました。また、車検・整備などのサービス事業拡大のため、正和自動車販売株式会社を子会社化しました。ネット事業は、AIを活用したデジタルマーケティングの強化を推進しました。

今後の主要な取り組み

ディーラー事業

- 既存店舗の改装・収益強化
- 拠点の拡大

BtoB事業

- 売れ筋商品、高粗利率商品への入れ替え
- 新規取引先の開拓

ネット事業

- プラットフォーム構築に先行投資
- 既存ネット販売サイトのリニューアル

2020年3月期の総括

その他事業における売上高は前期比4.1%減少し、セグメント利益は4.2%減少となりました。これは主に保険に関わる手数料収入の減少によるものです。

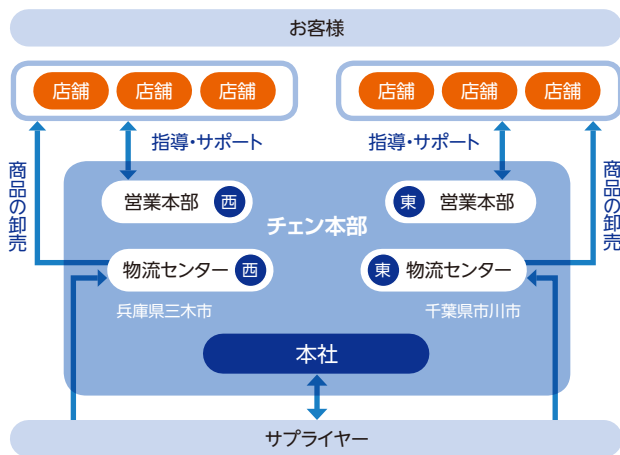
国内オートバックス事業

成熟化しているカー用品市場で競合との差別化、新たな顧客層を開拓するため「安心・安全」「体験・発見」「自己表現」という3つの価値提供を実施し、店舗運営の最適化と商品開発、業態開発を推進しています。

FCシステムを中核とする価値提供基盤

国内オートバックス事業では、当社がフランチャイズチェーン (FC) 本部として、商品・サービスの開発や店舗運営に関わるシステム・インフラの提供、営業施策の立案、

商品の卸売など多様な役割を担っています。2020年3月末現在、FC加盟法人78社 (子会社17社含む) が574店舗に加え、直営11店舗を日本全国に展開しています。



指導・サポート

①営業/マーケティング支援

全国12エリアの営業部に100名以上のカウンセラー (スーパーバイザー) を配し、店舗訪問を通じて、本部方針に基づく店舗改革の立案と実施をサポートしています。

②人材教育支援/整備士派遣

FC本部として、店舗におけるOJT計画・人材育成計画の支援に加えて、店舗幹部向け研修会などを開催しています。子会社の株式会社チェングロウスを通じて、整備士の育成やチェーン内への派遣を実施しています。

FCシステムにおける店舗サポート

カスタマー・ボイス・プログラム (CVP)

店舗をご利用のお客様の生の声をアンケート形式で収集し、店舗運営、商品開発、販売促進、設備等の改善につなげるプログラム。2017年3月期より本格稼働し2020年3月末現在約119万件の声を収集しています。

オペレーション改革/リノベーション支援

魅力ある店舗づくりを目指し、来店されたお客様の声を生かす「カスタマー・ボイス・プログラム (CVP)」を導入して、リノベーションやオペレーション改革を支援しています。2020年3月期は121店舗でリノベーションを実施し、各店舗で回遊性の改善やピット、トイレの美装などを進めました。

お買い上げレシートからアンケートサイトへ



集計レポート

店舗・本部の改善活動



リノベーション前

リノベーション後



タイヤ販売店ナンバーワン

当社では、地域や季節に応じて、お客様のさまざまなニーズにお応えする売場作りと接客を行っており、このような取り組みをした結果、株式会社日本能率協会総合研究所が実施する「タイヤに関する調査2020」において、オートバックスが4年連続でタイヤ購入先ナンバーワンとなりました。この調査は自宅に自家用自動車保有する全国18歳から69歳を対象に実施。当社はタイヤ購入チャネルとしてタイヤを購入されている方の25.9%の方に支持をいただきました。

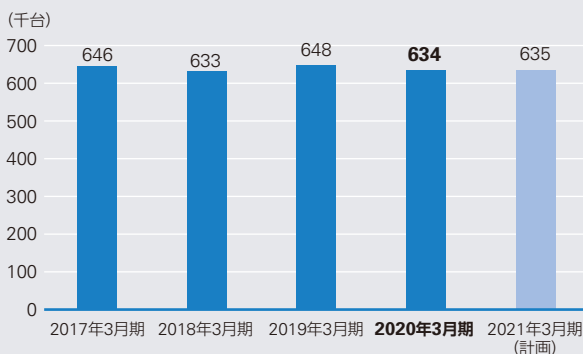


車検・整備

車検需要減および、 車検満了日延長措置による台数減

テレビCMや店頭における宣伝活動の強化や、15分受入点検など店舗での取り組みを強化しました。しかし、2019年10月より車検対象車両台数が減少に転じたこと、また新型コロナウイルスの影響により、車検満了日延長措置もあったことから、車検実施台数は前期比2.2%減少の約63.4万台でした。

車検実施台数の推移(全店舗ベース)

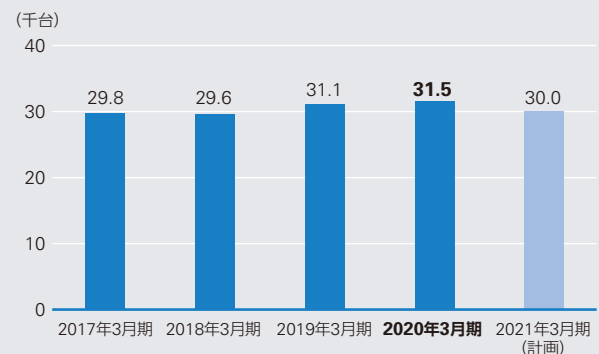


車買取・販売

営業活動を集中強化し、 車買取・販売台数が過去最高

中古車の買取強化とカーズ加盟店のコスト削減のため、収益性の低い車買取専門店5店舗を閉店し、営業活動を集中強化したことで、2020年3月期の車買取・販売台数は約3.1万台となりました。また、「2019年オリコン顧客満足度調査『車買取会社』」において、オートバックスカーズが顧客満足度第1位に選出されました。

車買取・販売台数の推移(車買取専門店含む全店舗ベース)



国内オートバックス事業

3つの提供価値に基づく戦略

カー用品

プライベートブランド (PB) 商品とタイヤの品ぞろえを強化

「安心・安全」というニーズに対し、定期的に交換が必要となるタイヤ、エンジンオイルといったメンテナンス商品群の拡充を、PB商品の開発を軸に図っています。また、昨今の安全運転への意識の高まりにより、急発進防止装置「ペダルの見張り番II」や、前後撮影可能なドライブレコーダーなどの安全運転支援商品の需要が増加しており、業界に先駆けてこの分野の商品を充実させています。主力商品のタイヤは、ホイールとの

セット販売や、オールシーズンタイプなどラインアップも強化しています。



ドライブレコーダー

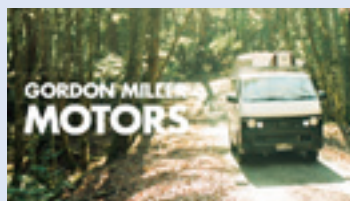


ペダルの見張り番II

安心・

アウトドアを楽しむキャンピングカーの販売

クルマで出かけて楽しみたいというニーズに対し、ドライブ中や、旅行先での楽しみを提案するドローンなどの商品の販売や、ライフスタイル商品の開発にも取り組んでいます。オリジナルカーレーベル「GORDON MILLER MOTORS」では、こだわりのガレージの世界観と連動したデザインと最新の車体設備を備えたキャンピングカーの制作を実現するなど、クルマを生活空間の一部とするVANライフの提案にも取り組んでいます。



GMLVAN V-01(ハイエースベース)



ドローン

体験・

「ARTA」の商品開発を推進

クルマを通じた自己表現のニーズに対し、「ARTA (AUTOBACS RACING TEAM AGURI)」では、新たにレーシングスポーツブランドと位置づけ、レーシンググッズのほかスポーツウェアなどの商品開発を推進しています。また、2020年1月にはスイスの高級機械式腕時計ブランド「CVSTOS (クストス)」と融合し、共にイメージするスポーティーでエレガントな世界観を持つハイエンドシリーズ「ARTA CVSTOS」を始動しました。



自己

業態戦略

「Smart+1」2店舗を大阪と栃木に展開

商品やサービスを絞り込みローコストで運営できる新業態の開発・出店を行っています。その一環として、手洗い洗車を中心にカーメンテナンスに特化した完全予約型の会員制店舗「Smart+1」を、大阪府茨木市と栃木県宇都宮市で2店舗を運営しています。お客様に必要な商品を厳選して提供し、作業が終了するまでの間は、店内のカフェラウンジでコーヒーとパン等をお召し上がりいただき、ゆったりとお過ごしいただけます。



Smart+1茨木店



宇都宮店のキッズスペース

「JACK & MARIE」を5店舗に拡大

2019年11月には、日本初のクルマを通じたライフスタイルショップ「JACK & MARIE」のリアル店舗を新たに東京都町田市のグランベリーパークにオープン。東京都内初、過去最大級の売場面積となり、横浜の2店舗、名古屋、福岡と合わせて、計5店舗に拡大し、ブランド価値向上に努めました。自然に囲まれたオーストラリアのおしゃれなライフスタイルをコンセプトに、クルマを通じた心躍るアウトドアライフを提案しています。



JACK & MARIEグランベリーパーク

リニューアルした「A PIT AUTOBACS SHINONOME」の売場を充実

オートバックスグループの旗艦店舗「A PIT AUTOBACS SHINONOME」では、クルマ好き、モータースポーツ好きの方に向けて、2つの新テナントを出店しました。1つ目は「Pole Position by Motorimoda」、2つ目は「HKS GATE TOKYO BAY」です。これにより今まで以上に、クルマと過ごすワクワクした時間の提案や、お客様のクルマに適したより詳しいカスタマイズの相談ができるようになりました。



Pole Position by Motorimoda



HKS GATE TOKYO BAY

安全

発見

表現

海外事業

成長を続けるASEAN地域を中心に、
現地の有力企業との資本・業務提携や合併会社を通じた運営により、
「卸売」と「小売・サービス」を展開しています。

卸売ビジネス

ジャパンブランドとしてオートバックス商品へのニーズが高まり、海外向け日本製エンジンオイルを中心に売上が大幅に伸長しました。また、中国国内向け卸売が大幅に伸長しました。さらに、2019年10月に同国国内での卸売事業の拡大とプライベートブランド商品の製造に関する連携強化を目的に「愛車小屋グループ」に追加出資し、同グループを持分法適用関連会社としました。シンガポールにおい



海外向けPBオイル

ては、コンビニエンスストアやハイパーマーケットを中心にワイパーなど、プライベートブランド商品の卸売導入を進め、BtoBやネット販売にも取り組んでいます。オーストラリアにおいては、2018年10月に連結対象子会社としたAudioXtra社により、海外事業における卸売収益拡大に努めました。今後も卸売りを海外事業の中心に据えて、さらに販路拡大に向けた取り組みを行っていきます。

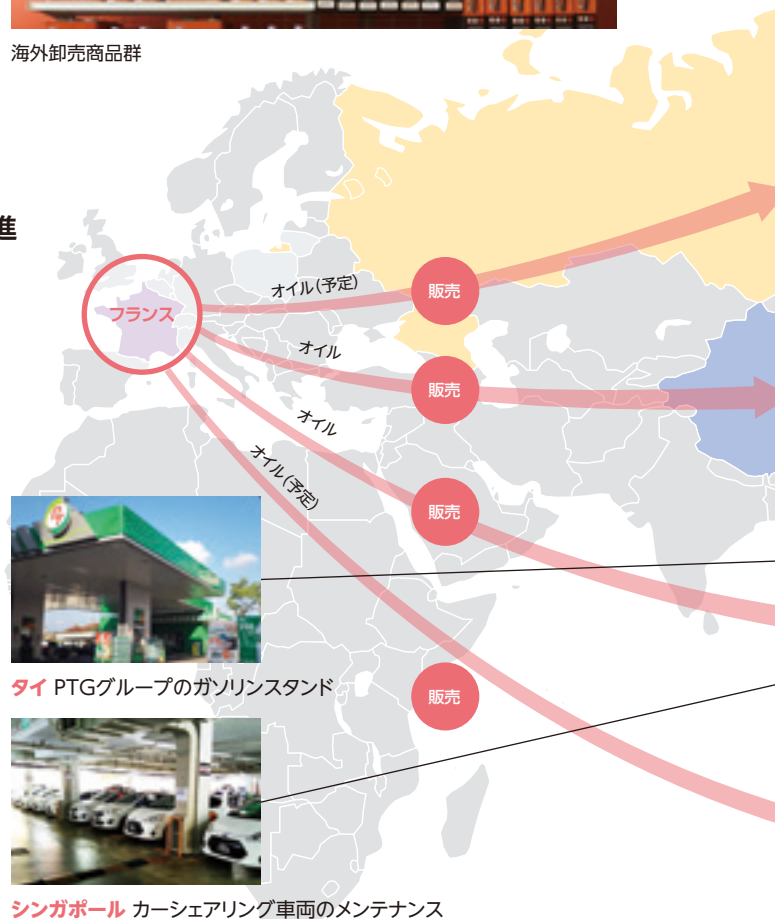
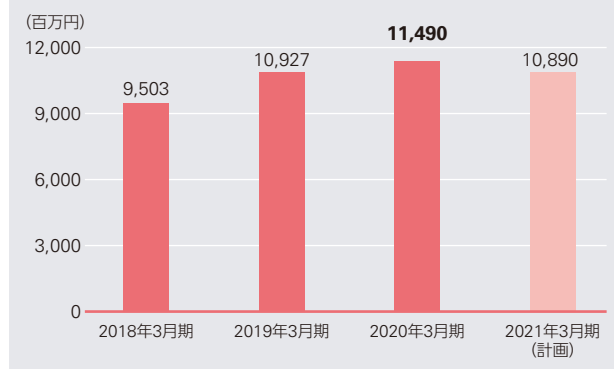


海外卸売商品群

海外卸売ビジネスの戦略ポイント

- ・ 地域特性とジャパंकオリティーを生かしたビジネス推進
- ・ ローカルパートナーとの提携強化
- ・ 低コスト低リスク、収益源多角化で収益力向上
- ・ バッテリービジネスの確立

海外事業売上高



タイ PTGグループのガソリンスタンド

シンガポール カーシェアリング車両のメンテナンス

小売・サービスビジネス

2020年3月末現在、日本を除く世界7カ国・地域45店舗において、各地域のクルマ文化に応じ、多様な店舗運営を行っています。

タイヤの販売が拡大しているフランスではピットサービスを強化しています。またタイではガソリンスタンド拠点数国内第2位のPTGグループと連携し、同社ガソリンスタンドモールへの小型店舗を展開しています。その中、タイにおい

ては、2019年4月と11月にPTGグループのガソリンスタンドモールへ小型店を新規出店しました。シンガポールでは、2019年11月に板金・塗装および整備ビジネスを展開するSK AUTOMOBILE社の株式を取得し、同社を連結対象子会社としたことで安定的な車両登録台数の推移を背景に、継続的なメンテナンス需要が見込まれる同国においてさらなる拡大を行ってまいります。

フランス

店舗数	11店舗(子会社11)
初出店	2001年
運営会社	AUTOBACS FRANCE S.A.S.
出資比率	当社100%
営業損失	102百万円(2020年3月期)



台湾

店舗数	7店舗(FC7)
初出店	1991年
運営会社	(FC加盟法人による)
出資比率	—



タイ

店舗数	15店舗(子会社15)
初出店	2000年
運営会社	SIAM AUTOBACS Co., Ltd.
出資比率	当社49.87%
営業損失	100百万円(2020年3月期)



インドネシア

店舗数	3店舗(FC3)
初出店	2015年
運営会社	PT. AUTOBACS INDOMOBIL INDONESIA
出資比率	当社49%



シンガポール

店舗数	3店舗(子会社3)
初出店	1995年
運営会社	AUTOBACS VENTURE SINGAPORE PTE, LTD.
出資比率	当社93.75%
営業利益	204百万円(2020年3月期)



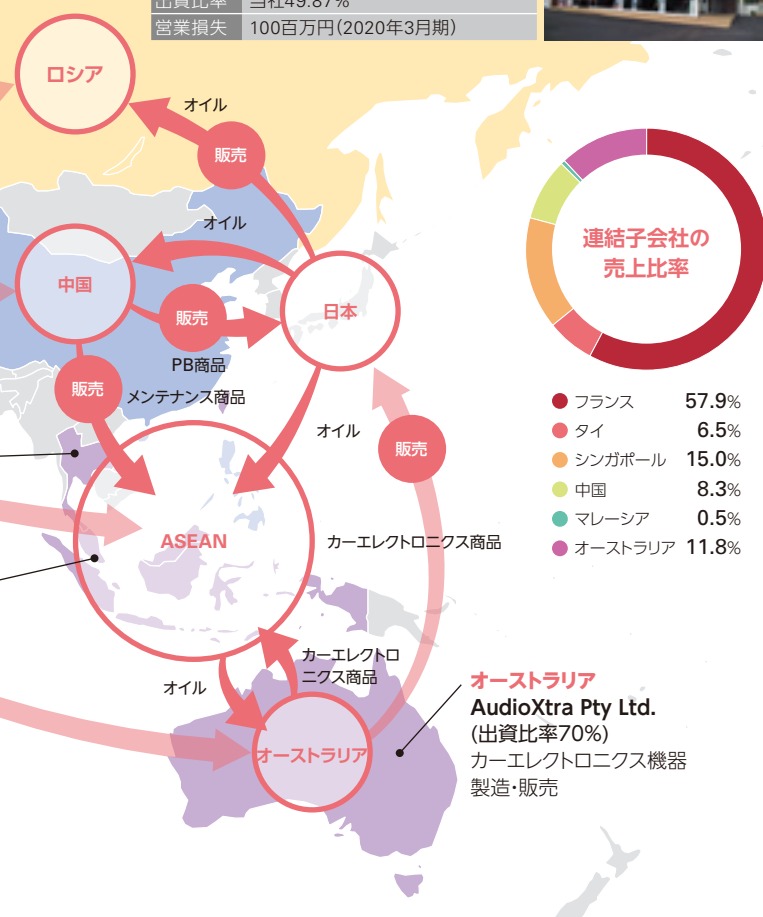
フィリピン

店舗数	3店舗(FC3)
初出店	2017年
運営会社	Magnificent 7 Automotive and Franchising Company, Inc.
出資比率	当社9.9%



マレーシア

店舗数	4店舗(子会社2・FC2)
初出店	2012年
運営会社	AUTOBACS MALAYSIA SDN. BHD.
出資比率	当社100%
営業損失	17百万円(2020年3月期)



ディーラー・BtoB・ネット事業

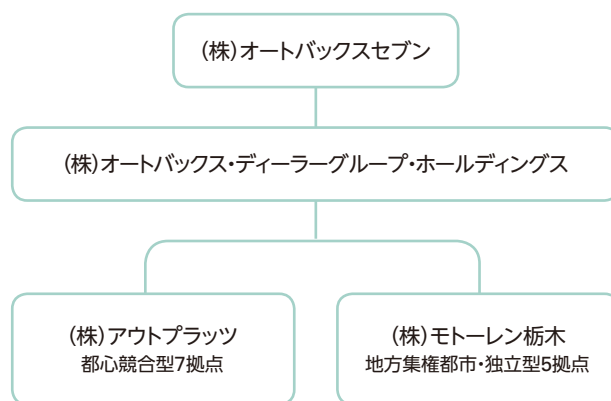
将来的に国内オートバックス事業とのシナジーが期待できる分野として、「輸入車ディーラー事業」「BtoB事業」「ネット事業」を新たな成長ドライバーとして育成・強化しています。

輸入車ディーラー事業

営業体制を強化し、サービスを改善

当社は東京7拠点、栃木5拠点の計12拠点において、BMW/MINIの正規ディーラーを運営しています。2019年4月に輸入車ディーラー事業を統括する「株式会社オートバックス・ディーラーグループ・ホールディングス」を設立し、収益拡大に向けた体制整備を行いました。また各拠点の営業体制を強化し、新車・中古車の販売だけでなく、サービスの強化に努めました。

組織図



ネット事業

自社サイトおよびオートバックスアプリの改良

ネット事業は、引き続き品ぞろえ、プロモーションなどの再構築に取り組むとともに、AIを活用したデジタルマーケティングにより売上の拡大を図りました。また、以前より自社サイトのリニューアルに向けた準備を進め、この8月にリニューアルしました。

また、今まで以上にお客様とのリレーションを高めるため、オートバックスアプリの改良を進めています。

- 操作しやすいデザイン
- 「店舗受取」もオンライン事前決済可能
- スマートフォンを使った電子スタンプの導入



オートバックスドットコム >



<https://www.autobacs.com/shop/c/c>

BtoB事業

新たな販路の拡大により、収益体質を改善

BtoB事業は、カー用品などの卸売を行う株式会社CAPスタイルにおいて、チェーン外の販売ルートを確認するとともに営業活動の最適化を進めたことなどにより、売上および利益が拡大しました。

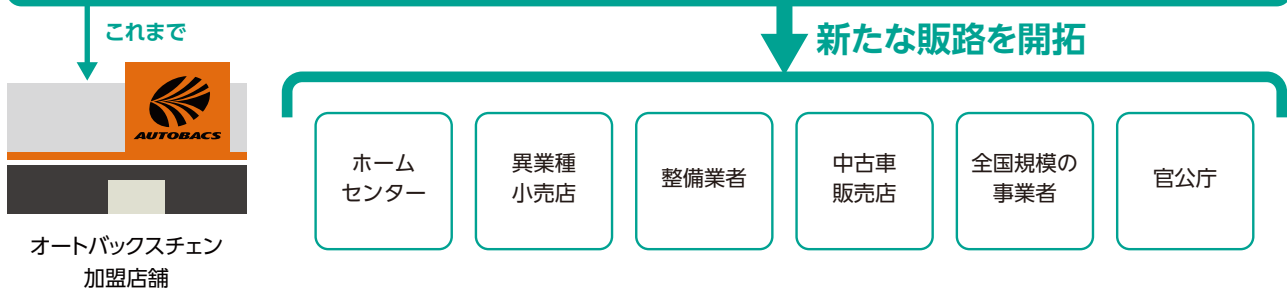
さらに、異業種に対し直接取引を行うホールセールビジネスも徐々に拡大。取扱店舗数、実績ともに増加しています。

また、当社において法人需要の取り込みを目的に強化しているフリートビジネスでは、全国規模の事業者との取

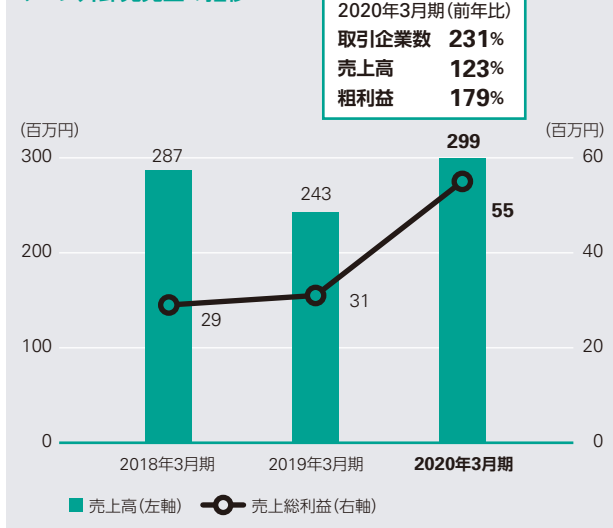
引が増加し、ドライブレコーダーなど安全支援商品を中心に販売が拡大しました。官公庁も含め、取引企業が前年比200%以上と大幅に伸長しています。

整備事業者とのネットワーク構築において、2019年6月に滋賀県に車検・整備、板金事業等を行う正和自動車販売株式会社、2020年5月に高森自動車整備工業株式会社を完全子会社化し、収益拡大を推進してきました。

商品(自社ブランド、仕入れ商品)



チェーン外卸売売上の推移



フリートビジネスにおける法人取引の特徴

全国規模の法人など、フランチャイズ加盟法人をまたいだ取引においても、専門のスタッフが全国にある社有車をサポートし、一括した取引が可能です。また、取付が必要なドライブレコーダーなどの商品は、全国のオートボックス店舗と連携した取付対応や、指定場所への出張取付などにも対応し、法人のお客様の利便性を図っています。法人ならではのお支払方法にもそれぞれ対応しています。

- ご要望に沿った商品と価格を提案
- 専門スタッフによる全国の社有車サポート
- 全国のオートボックス店舗で取付対応や、指定場所への出張取付も対応
- 代金後払いなど、支払方法も選択

サステナビリティの考え方

当社は、広く社会の課題に目を向け、事業活動が社会に与える影響を常に考慮し、より良い社会の実現に向かって行動します。また、絶えず変化するさまざまなESG（環境・社会・ガバナンス）に関する社会の期待や要請に応えるためには、事業の強みを生かし持続可能な社会へ貢献することが、当社の長期的な成長につながると理解し行動しています。

外部環境

- 気候変動、自然災害
- 国内の超高齢化
- 脱炭素化の流れ

強み

- 地域のお客様との接点
- 安心・安全につながる商品の取り扱い
- リサイクルの仕組み

機会

- 商品やサービスの環境性能向上と、事業機会の創出
- カー用品のネット市場の拡大
- 未開拓の法人向けカー用品販売市場

CSRポリシー

当社は、事業活動のプロセスにおいて、すべてのステークホルダーと信頼関係を深めながら、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。

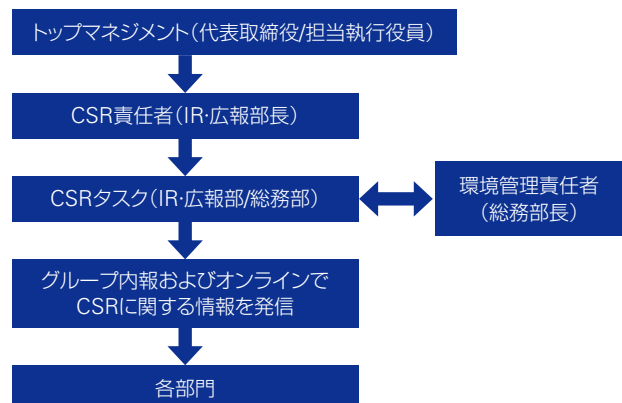


📄 CSRへの取り組み >

<https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/concept.html>

CSRマネジメント体制

さまざまな社会からの要請に対し、ESGの視点で参加者同士議論を行い、自社の事業と社会性を両立した取り組みに加え、トップとの対話により経営と一体化したCSRを推進。



*年1回コンプライアンス意識調査により、CSRの取り組みに関する意見を調査

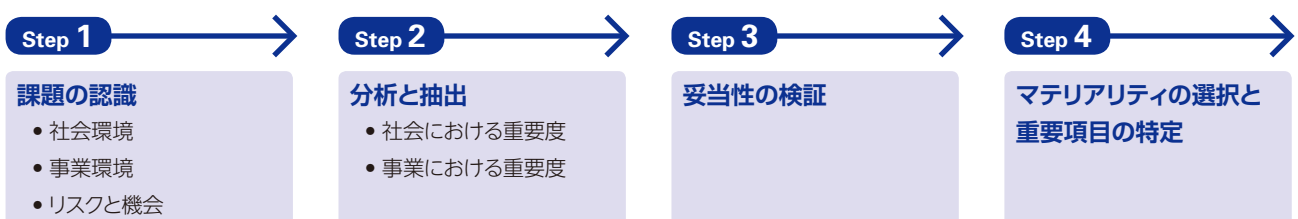


当社のCSR活動をオートバックス公式Facebookにて発信しています



<https://www.facebook.com/autobacs.seven/>

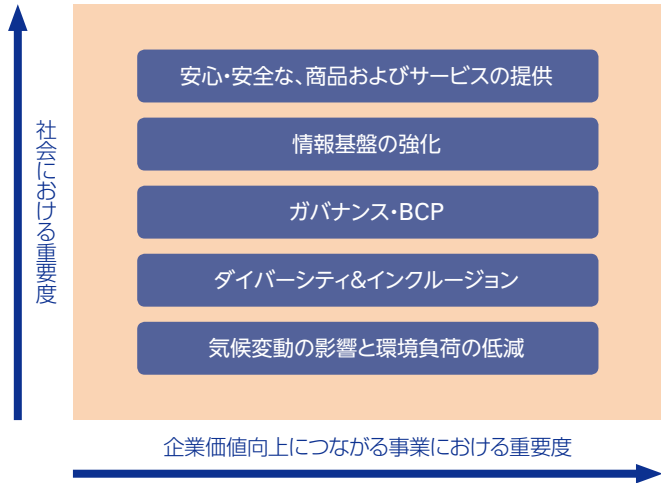
重要項目の選定プロセス



オートバックスグループの重要項目の選定

地球環境や事業環境の認識、それに対するリスクと機会、事業と社会性の両輪で持続可能な社会の構築における貢献、そしてその社会における重要度とオートバックスセブンの企業価値向上における重要度の観点からマテリアリティを選定しました。

これらの項目をもとに、戦略や施策を立てて強化していくとともに、SDGsとの関連性も鑑みながら、具体的な取り組み目標を含めて検討していきます。



主な重要項目

重要項目	関連するSDGs目標およびターゲット
安心・安全なクルマ社会に寄与する商品・サービスの提供	3-6 11-3 12-5
クルマの利用シーンやクルマ自体に関わる楽しさや豊かさを提供	4-4 4-7 12-5
気候変動への対応と事業活動に関わる環境負荷の低減	7-2 12-5 13-1
多様性の推進（働き方改革、女性活躍推進）	5-5 8-5
フランチャイズチェーン店舗周辺地域の活性化	3-6 11-3

SDGsと事業の関係

当社は、SDGsの目標達成に向けて、事業との関係性の高いSDGs目標からさらに、ターゲットを絞り込み、重点テーマとしてSDGsの達成に寄与していくことを目指しています。



SDGs (Sustainable Development Goals)

2015年を期限としたMDGs(ミレニアム開発目標)を継承・発展させたもので、2015年9月に「持続可能な開発のための2030アジェンダ」として国連サミットで採択された先進国、開発途上国に対する具体的行動指針。17の目標と169のターゲットから構成されています。

ESG：人材の育成、働き方の改革

目指す姿

当社は、事業を通じて地域社会の課題を解決する企業として、専門的な知識や技術を備えた人材の育成に注力しています。また、社会への価値提供の源泉は人材と認識し、従業員一人ひとりが健康的に安心して働ける職場環境の充実を目指し続けます。

重点テーマ

多様な人材が働きやすい職場風土の醸成

SDGs目標のターゲット



Target (5.5) 政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。



Target (8.5) 2030年までに、若者や障がい者を含むすべての男性及び女性の、完全かつ生産的な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、ならびに同一労働同一賃金を達成する。

大項目	小項目	評価指標(単位)	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	目標数値	目標年度	備考
人材育成	社内公募	人数(人)	—	3	6			合格異動人数
	フリーエージェント制度	人数(人)	15	9	8			成立異動人数
	推奨研修	人数(人)	458	215	72			カフェテリアプラン利用(修了)人数
働き方改革	残業時間	一人月平均時間数(時間)	4.7	8.3	7.6			
	有給休暇	取得率(%)	48.0	49.8	64.7	50.0	2022	
	テレワーク	延べ取得日数(日)	747	1,747	10,285			本部勤務社員(2017年11月導入)
ダイバーシティ	課長以上の女性役職者	比率(%)	2.3	1.4	2.9	5.0	2022	課長以上の全役職者のうち
	育児休業(女性)	取得率(%)	100	100	100			産前産後休暇取得者のうち
	育児休業(男性)	取得率(%)	—	—	61.5			子育て目的の休暇5日以上取得者
	育児短時間勤務	比率(%)	23.0	21.5	18.8			女性正社員のうち
	外国人雇用人数	比率(%)	1.3	1.2	1.4			正社員のうち
	障がい者雇用人数	障害者雇用率(%)	1.6	1.5	2.1	2.2	2019	法定雇用率2.2%⇒2021年度～2.3%
	60歳定年後再雇用社員人数	比率(%)	3.7	4.1	4.0			正社員と再雇用社員計のうち
健康経営	定期健康診断	受診率(%)	99.8	100.0	100.0			一次健診対象者のうち
	健康マネジメント研修	開催回数(回)	—	9	9			
		参加人数(人)	—	52	36			
	健康経営セミナー	開催回数(回)	26	17	11			臨床心理士等
参加人数(人)		254	276	52				
風土改革	社長対話会	開催回数(回)	21	10	6			(2016年度開始)2018年度必須参加から2019年度希望者に変更。
		参加人数(人)	192	112	38			
	価値観表彰	受賞人数(人)	—	104	165			(2018年度開始)重複受賞除く
基礎データ	正社員計	期末合計人数(人)	1,021	993	999			
		期末男性人数(人)	886	858	855			
		期末女性人数(人)	135	135	144			
		期末女性比率(%)	13.2	13.5	14.4	20.0	2022	

2020年3月期の実績

1 オートバックスチェーンの人材力を高める研修

当社は、オートバックスチェーンにおけるお客様への提供価値の向上のために、教育研修制度を充実させています。お客様に最も近い現場の店舗スタッフにおいては、階層別教育・研修体系を構築・運用しています。リーダーシップ研修・セールスアップ研修・商品知識研修などの集合研修のほか、eラーニングや店舗でのOJTなどと組み合わせながら、高い効果を追求しています。また、

カーライフアドバイザーやカーライフコンサルタントなどグループ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、今後サービス面での要になる自動車整備士や自動車検査員などを育成するために、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きます。

2 キャリア支援

当社では、「キャリア(未来)は、自らが選択し、自らが創り上げる」のポリシーのもと、社員一人ひとりが仕事を通じて自身のキャリアを明確にするとともに、それをバックアップするための教育プログラムを整備しています。

キャリアローテーションとスキルアップ

社員が幅広い知識や経験を得るために、若手を中心にジョブローテーションを意識した定期人事異動を行っています。また、一定の条件を満たした社員であれば、自分が行いたい業務を志望することができる社内公募・フリーエージェント制度も整備しています。さらにさまざまな経験を経て、志向性・適性が定まっている社員に対しては、スペシャリストとしての専門職

コースも設けています。社員一人ひとりの能力や適性、希望に合ったキャリア形成を支援しています。

能力開発プログラム

社内研修に加えて、外部団体による通信教育やeラーニング、公開セミナーの受講など約160コースが利用可能な「カフェテリアプラン」を設けています。これは社員の自発的なキャリア開発を支援することが目的です。“頑張る社員を応援する制度”として、このカフェテリアプランの利用にかかる費用は一人年間10万円まで会社が補助しています。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、自己啓発・能力開発に積極的な社員を後押しする制度が充実しています。

3 働き方改革

当社は、一人ひとりが、安全で健康的に働ける職場づくりを推進するとともに、仕事と生活が充実し、安心して働ける環境の整備に取り組んでいます。

さまざまな働くスタイルをサポート

少子高齢化、ワーク・ライフ・バランス、グローバル化への対応といった社会要請が高まる中、社員がイキイキと働ける環境を整えるべく、自宅やサテライトオフィスで働く

場所が自由になるテレワーク、通勤のピークを避ける時差出勤、半日有給休暇、育児や介護を目的とした短時間勤務、ICTを活用したコミュニケーションツールの充実など多様な働き方を選べるよう各種取り組みを行っています。今後は、さらに多様な働き方の推進や定着をさせるべく、フレックスタイム制度や単身赴任解除のトライアルを実施しています。

人事部長のコメント

当社では、これまでも社員の適性や能力に合ったキャリア形成の支援や働き方改革への取り組みを積極的に実施してきました。そのような中、コロナ禍において、原則出社禁止などこれまでに経験したことのない働き方を強いられました。

これをチャンスと捉え、今後は自分たちの意思で新たな働き方にチャレンジしていこうとしています。今年度は、「風土改革プロジェクト」を組成し、新たな働き方を実現するための業務の見直しや仕組みについて部門横断で検討を進めるほか、個々の多様性を受容しチームで成果を出し続け、変化を恐れず柔軟な発想で新しいマーケットの創造ができる組織となるため、採用の在り方や教育制度の再整備にも取り組んでいきます。

人事部長 佐古 由美子



ESG:人材の育成、働き方の改革

4 ダイバーシティ&インクルージョン

当社では多様性なくして、企業の成長はないという考え方のもと、男女関係なく働きやすい環境整備に努めています。

産休・育休取得後に会社で仕事を続けることができる職場

「女性が働きやすい会社は皆が働きやすい会社」という視点で、結婚、出産、育児など多様なライフイベントを経ても働きやすい環境を整備しています。その結果、当社における産休・育休後の復帰率は100%です。女性の

キャリア支援や各種人事制度の整備による成果です。

多様な働き方のひとつとして、男性の育休取得を推進

日本でも男性の育児休業取得者は上昇傾向にあるとはいえ、女性82.2%に対し、男性は6.16%(厚生労働省調査)です。

そのような中、当社の2020年3月期における男性社員の1ヵ月以上育児休業取得率は7.69%と平均よりも高く、1年以上の長期にわたり育児休業を取得する従業員も出てきました。

男性育児休業取得者のコメント 西垣 拓也 (A PIT AUTOBACS SHINONOME勤務) 2019年4月より育児休業取得

同じ会社に勤める妻は、商品開発の部署で仕事を継続したいという意思が強くあり、お互いの両親とも相談した上で、私が育児休業することになりました。

1年という長期の育児休業なので、上司には反対されるかも…と思いましたが、快諾・応援してもらえました。

最初は何もかもが初めてで子どもとのコミュニケーションがとれないということに戸惑いました。今では大分慣れて少し余裕もでてきて、今しかないかけがえのない時間を楽しんでいます。育児・仕事を両立することの大変さを身をもって経験できたことで、今後同じような環境の人を理解できる立場として、働きやすい環境づくりに貢献できるのではないかと思います。

日本においては、「男性」が育休を取得することが、まだ特別なことと捉えられがちですが、変化の大きい社会において、誰もが柔軟に働ける環境は、企業がより持続

的に成長していくためには不可欠です。近い将来には当たり前のこととして受け止められる企業となり、社会に広がっていくように、今後育休取得を考えている男性の後押しになればと思います。



男性従業員の子育て目的の休暇取得(2020年3月期実績)

対象者数	25人	
子育て目的の休暇5日取得者	16人	取得率61.5%
うち1ヵ月以上取得者	2人	取得率7.7%

多様な人材が活躍できる職場づくり

当社では、どのような立場の方でも平等に働く権利があるという方針のもと、国籍問わずに同じ採用基準で選考しています。そのため、新卒採用・キャリア採用ともに、外国人の方が一定数入社しています。

現在グローバル展開しているオートバックスグループの事業では、国内外問わず外国人従業員が活躍する場も広がっています。

障がい者雇用においては、柔軟な働き方を選択できる制度を整え、障がい者の方にとっても働きやすい環境づくりに取り組んでいます。



5 健康に対する取り組み

当社は、創業以来、経営の三本柱のひとつとして、「従業員の心と身体の健康」を掲げ、取り組んできました。未来に向けて掲げるビジョンを実現するためには、明るく元気で、活みなぎる組織でなければなりません。今後も、従業員の“こころ”と“からだ”の健康に対する意識を高め、力強く『健康経営』を推進することによって広く社会に貢献します。

 [オートバックスセブン健康経営 >](https://www.autobacs.co.jp/ja/company/healthycompany.html)

<https://www.autobacs.co.jp/ja/company/healthycompany.html>

外部評価

2019年度においては、「DBJ健康経営格付」「健康経営優良法人2020」に認定されるなど、従業員のこころとからだの健康に関する取り組みが評価されています。



健康経営推進委員会による健康管理サポート体制

当社は、健康経営を推進する組織として健康経営推進委員会を設置しています。健康経営推進委員会は、社内の健康経営推進組織に健康保険組合、労働組合、共済会で構成し、具体的な施策の推進を検討しています。社内の健康経営推進組織には、保健師が常駐して、産業医・臨床心理士とともにメンタルヘルスを含めた健康相談や生活習慣の改善支援を行っています。また、健康経営推進委員会では、健康で安全な職場環境を整備するために、健康経営の重点取組課題だけではなく、時間外労働の削減や労働災害リスクの軽減といった労働安全衛生面の課題も合わせて検討し、活動事項は安全衛生委員会を通じて社内に浸透を図っています。その結果として組織全体の活力を高め、企業価値の向上につながるものと考えています。

健康経営の取り組み項目は6つです。

社員一人ひとりの健康が企業価値につながるということ、オートバックスグループの社員全員で考える組織風土を共に創っていくために、また、その活動を通じて広く社会に貢献できるように、全社員一丸となって以下の課題に取り組んでいます。

1. 禁煙促進活動の推進:喫煙率32%を目標として、禁煙への取り組みと、受動喫煙による健康被害の対策を行っています。東京に本社や事業所を置く企業を中心に、公益社団法人東京都医師会や公益財団法人日本対がん協会が連携し設立した「禁煙推進企業コンソーシアム」にも参加しています。
2. 生活習慣病予防対策の推進:健康リスクの高い者の割合30%以下を目標として、生活習慣病発症予防、および重症化予防対策に取り組んでいます。
3. がん対策の推進:がん検診受診率向上による早期発見と早期治療を支援するとともに、罹患者に対して治療と就労の両立支援に取り組んでいます。
4. こころの健康づくりの推進:高ストレス者の割合を10%以下、また、メンタルヘルス不調による休業者1%以下を目標として、全社員がいきいきと健やかに最良のパフォーマンスを発揮できるよう、「セルフケア」や「ラインによるケア」「社内の産業保健スタッフ等によるケア」「社外のサービスを活用したケア」を推進しています。
5. 女性特有の健康関連課題への取り組み:女性が健康で明るく、充実した日々を自立して過ごせる職場環境の整備と、支援策に取り組んでいます。
6. 『健康経営』を推進する職場環境の整備:『健康経営』の取り組みを職場に浸透させるための環境や組織の整備に取り組んでいます。

具体的な取り組み

- 禁煙推進企業コンソーシアム
- 生活習慣改善のための、健康マネジメント研修
- 食事改善プログラム「オフィスおかん」「OFFICE DE YASAI」
- 産業医によるメンタルヘルスケア、健康相談
- 「運動不足を解消したい」「乳がんについて知りたい」など社員のニーズに合わせた各種健康関連セミナー



オフィスでできるストレッチボールセミナー



オフィスおかん OFFICE DE YASAI

ESG : 環境保全

目指す姿

当社は、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を実施し、持続可能な共進社会を目指します。

重点テーマ

事業プロセスにおけるCO₂排出量削減と、使用済み商品の再資源化

SDGs目標のターゲット



Target (7.2) 2030年までに、世界のエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大させる。



Target (13.1) すべての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靭性(レジリエンス)及び適応の能力を強化する。



Target (12.5) 2030年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。



Target (17.17) さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。

オートバックスセブン環境方針

当社では2011年9月に『オートバックスセブン環境方針』を制定し、フランチャイズチェーン本部として環境負荷の少ない事業運営を推進しています。

[オートバックスセブン環境方針 >](https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/environment.html)

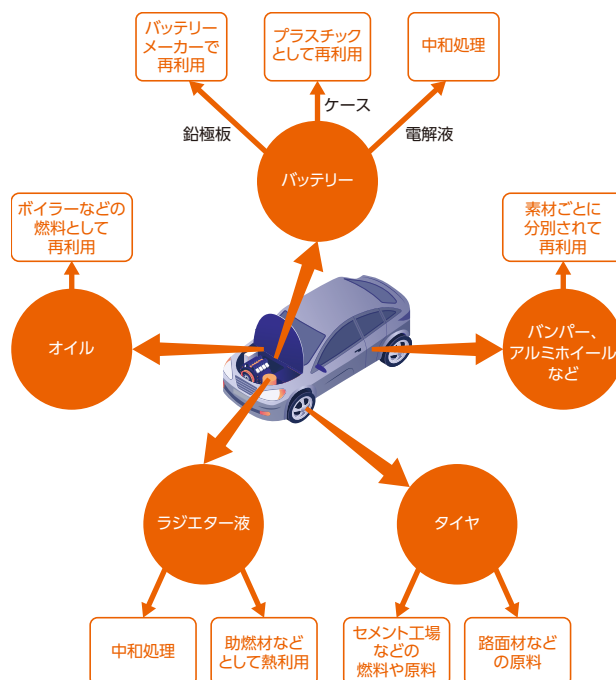
<https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/environment.html>

2020年3月期の活動実績

1 製品のリサイクルと適正廃棄

日本国内では、毎年約1億本、100万トンの廃タイヤが発生しています。オートバックスグループの店舗でお客様から回収している廃タイヤは、専門業者にて砕いてチップ状に裁断され、熱エネルギー源としてリサイクルされています。関東近郊のオートバックスグループの店舗の廃タイヤを回収している専門業者の事業場には、毎日100トンを超える量の廃タイヤが集まり、選定・破砕が行われ、再びエネルギー源として生まれ変わっています。また、廃オイルや廃バッテリー等も素材別に分別され、指定の業者を通じて正しく処理することで再資源化につなげています。

他にもラジエーター液やバンパー、アルミホイールなども素材ごとに分別されて再利用されています。このように、素材別にリサイクルされることで自動車全体のパーツの約90%がリサイクルされています。そのうち、別の材料に生まれ変わる部位、処理に手間のかかるエアバッグやフロンガスの処理にリサイクル料が活用されています。



2 CO₂排出量の削減

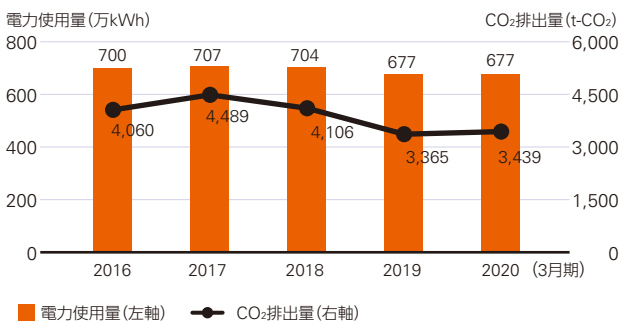
電気自動車充電スタンド

当社は、電気自動車充電スタンドをオートバックスグループ103店舗に設置しています（2020年3月末現在）。EVやPHVのお客様の利便性を高めるとともに、環境の保全に配慮した環境負荷低減活動をグループ一丸となって推進しています。

物流分野における取り組み

商品輸送の過程で、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。

電力使用量とCO₂排出量の推移



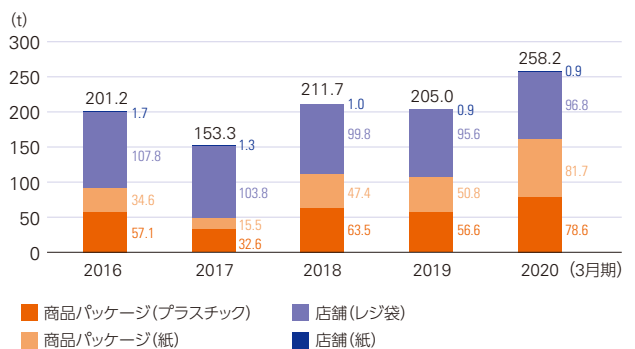
メガソーラーによるCO₂排出の抑制

当社の西日本ロジスティクスセンター（兵庫県三木市）内の遊休部分および同センター内建物の一部屋根を利用した太陽光発電を2013年より導入し、この事業を通じて、CO₂排出の抑制につなげています。2020年3月期の発電量は約140万kWhでした。

環境に配慮したPB商品の開発

当社プライベートブランド商品のパッケージについて、軽量化や材質の見直しなど省パッケージを順次行い、廃棄物発生量の削減を行っています。

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



3 使用済クルマ用芳香剤の再資源化

捨てるのではなく、集めることで資源につなげる

使用済みのプラスチック製クルマ用芳香剤を店頭で回収し、プラスチックをリサイクルにより、交通安全用の反射板へ再生する取り組みを2017年10月から2020年3月末まで行いました。

これは消臭・芳香剤「ファブリーズ」のメーカーであるプロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン（P&G）



と、企業のリサイクル活動をサポートするテラサイクルジャパンおよび当社が連携しそれぞれの強みを生かしたプロジェクトです。再生した反射板は、小学校や交通安全を推進する団体へ寄贈しました。

4 レジ袋使用量の削減

2020年7月からの、レジ袋有料化義務化に先立ち2019年10月よりお客様へのマイバッグ持参の呼びかけやポスター掲示などレジ袋の使用量を減らす取り組みを強化しました。

また、2020年4月より順次有料化を実施しました。また、リユースが可能なレジ袋によりプラスチックゴミ削減に貢献。ご希望のお客様には、耐久性を強化して使い捨てではなく使用いただけるリユース可能な袋としています。今後は、レジ袋以外に店舗で発生するビニール袋類も削減の検討対象とし、より環境に配慮したお店を目指します。



ESG：地域・社会

目指す姿

当社は、クルマを単なる移動手段ではなく、人々の豊かな暮らしを支え、心を満たすパートナーであると考え、クルマと共に歩む生活が、安心・安全で、楽しい場面をつくりだしていきます。

重点テーマ

安心・安全な社会基盤への貢献、次世代育成支援

SDGs目標のターゲット



Target (3.6) 2020年までに、世界の道路交通事故による死傷者を半減させる。



Target (4.7) 2030年までに、持続可能な開発のための教育及び持続可能なライフスタイル、人権、男女の平等、平和及び非暴力的文化の推進、グローバル・シチズンシップ、文化多様性と文化の持続可能な開発への貢献の理解の教育を通して、すべての学習者が、持続可能な開発を促進するために必要な知識及び技能を習得できるようにする。



Target (11.3) 2030年までに、包摂的かつ持続可能な都市化を促進し、すべての国々の参加型、包摂的かつ持続可能な人間居住計画・管理の能力を強化する。



Target (17.17) さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。

2020年3月期の活動実績

1 地域の安心・安全

商品を通じた安全運転支援

高齢者や運転の不慣れな方による、アクセルペダルとブレーキペダルの踏み間違いによる事故を未然に防ぐため、急発進防止装置の開発および販売を行っています。また地域によっては自治体や警察等と連携して交通安全講習等を行っています。



交通安全のリサイクル反射板を約7,000人の子どもたちに配布

2017年10月から2020年3月まで、オートバックス店舗で回収した使用済みの芳香剤を、交通安全用の反射板にリサイクルしました。その反射板を全国の店舗を通じて、約7,000人の小学生や保育園の子どもたちへ寄贈しました。



見守りAIロボットZUKKU (ズック)

AIを活用した自然な会話によって、高齢者を対象としたゆるやかな見守りを提供しています。対話機能や人感センサーを搭載したミニズク型ロボット“ZUKKU”は、大切な人の日々の生活を見守り、会話の頻度や一定のキーワードを分析し、遠く離れた家族のPCやスマートフォンなどへ体調の状況などを知らせてくれます。



濃霧の中でも安全に走行できる運転補助システム

日本初5Gを活用し濃霧の中でも安全に走行できる運転補助システムの確立に向けた実証実験を大分県にて実施しました。大分県は大分空港と大分市方面を結ぶ主要な移動手段が高速バスであり、中間点にある日出JCTにて濃霧が発生します。今後濃霧の高速道路でも安全に走行できる運転補助システムを確立します。



2 次世代を担う子どもの育成支援

子どもたちにモータースポーツの魅力や夢への挑戦を伝える夢教室

当社とARTA(AUTOBACS RACING TEAM AGURI)の協働により、2020年3月期はチームのドライバーとエンジニアが三重県鈴鹿市、栃木県芳賀郡の小学校を訪問し「夢を持つことの楽しさ・厳しさ・大切さ」について講演しました。この交流を通じて、子どもたちがモータースポーツやレーシングカーに興味を持つだけでなく、将来の夢の実現に一步踏み出すきっかけになればと願いを込めて活動しています。





クルマとふれあい、楽しく職業観を育むこどもばっくす

店舗のイベントとして行っている「こどもばっくす」は、オートボックスのつなぎを着てタイヤ交換をする「ピット作業体験」をはじめ、レーシングスーツを着て記念撮影、クルマにお絵かきなど多くの体験ができます。働く大人と接することで職業観を育むことにつながり、また、クルマという素敵なパートナーと共に歩む暮らしの魅力を感じてもらうことを目的としています。



大分県立高校の授業支援

2019年12月に大分県と「地域活性化に  ×  関する包括連携協定」を締結しました。この一環として、2020年5月から大分県立情報科学高等学校の校内にラボを開設し、従業員の常設体制により、産学官連携で地域課題の解決型授業を支援しています。

ラボでは当社が展開するIoTを活用した見守りロボットやクルマの運転見守りサービスを体験でき、生徒が最新の技術に触れる場を提供しています。

キッズニアへの出展

当社は、楽しみながら社会の仕組みを学ぶことができる子どもが主役の街「キッズニア東京」「キッズニア甲子園」に、オフィシャルスポンサーとして『カーライフサポートセンター』パビリオンを出展しています。



3 自然災害に関する地域支援 令和元年8月豪雨、台風第15号・第19号に対する支援の取り組み

シェアリングカーの無料貸し出し支援

被災された方や現地のボランティア団体に、移動手段である車両を無料で貸し出すため、一般社団法人日本カーシェアリング協会へ、17台の車両を寄贈しました。また、車両を安心してお使いいただけるよう、オートボックスの店舗で冬タイヤへの交換や整備を実施しました。



従業員のマッチング募金による寄付

被災直後から、現地の避難所で炊き出しを行い、支援の手が届きにくい高齢者福祉施設や特別支援学校等へ物資を提供しているNGO AAR Japanへ寄付を行いました。これは従業員から集められた募金に会社が賛同して上乗せを行うマッチング募金によるものです。

おクルマメンテナンス相談窓口の開設

自然災害に伴い、クルマのメンテナンスが必要になったお客様へのご相談窓口を開設し、広くお困りごとをお伺いしました。



ESG (特集): 新型コロナウイルス感染拡大の影響に

新型コロナウイルスの感染が世界中で拡大し、経済や社会へ大きな影響を及ぼしています。

今後は人々のライフスタイルが変わり、新しい価値が生まれていくことが予想されます。

この状況の中、当社は今まで積み上げてきたBCPをもとに事業継続に向けた対策と今後への検討を行いました。

(2020年6月末までの情報に基づき作成)

初動

危機対応本部の設置

- 社長指揮下の組織
- 週1回の定例会議を実施
- 政府や自治体の方針を踏まえた対策を検討

危機対応本部の構成

- **本部長** : 代表取締役 社長執行役員
- **副本部長** : 人事・総務・法務担当執行役員
- **メンバー** : オートバックス事業企画担当執行役員、IR・広報・経理・財務担当執行役員、総務部長、人事部長、IR・広報部長

感染拡大防止に向けた基本方針

- お客様・お取引先様・従業員を守る「感染しない、感染させない」活動の徹底
- 生活における重要な移動インフラであるクルマの安心・安全を守る

対策・実施内容

お客様と店舗従業員の安心・安全を確保

- メンテナンス中心の限定営業（緊急事態宣言時）
- 時短営業（緊急事態宣言時）
- 衛生管理の徹底
- ピット作業予約システムの利用促進

フランチャイズチェーン加盟法人支援策

1

ストアパーソナリティの減免

全国展開の販売促進企画の費用の半額を加盟店に負担いただいているもののうち、一部を減免

本部オフィス

1

出社禁止（在宅勤務）4月・5月

事業継続および店舗支援などでやむを得ず出勤する場合は、出勤前の検温・消毒を徹底し、感染拡大に最大限考慮し出勤
出社率: 4~5月で17%

オートバックスグループのコミュニケーション

店舗に対しては、グループ内報により、全国の店舗に対しトップマネジメントからの緊急コメントを配信しました。本部オフィスに対しては、トップおよび執行役員全員から今後の状況変化に対応する業務の進め方についてコメントを動画配信しました。

よる事業継続の取り組み

現状から今後



安心・安全の新たなニーズを追求

- 店舗スタッフおよびお客様への感染防止対策・安全対策の強化
- 感染症対策の新たな製品ニーズへの対応
- アプリやWEB、電話を活用したピット作業予約システムの利用促進
- 車両移動の増加による、メンテナンス需要に合わせたサービスへの対応

2 支払猶予制度の制定

2020年4月以降の商品代金請求を任意の1ヵ月分につき、一定期間支払いを猶予

3 短期融資制度の制定

支払猶予のさらなる受け皿として、短期融資制度を制定

業務環境整備による、柔軟な働き方の推進

- 本部オフィススペースの効率化を検討
- オンライン会議ツールの充実
- ペーパーレス化のさらなる促進

2 在宅勤務・テレワーク推奨

テレワークツールの環境整備を強化



リスクマネジメント

- BCPの改善
- 情報セキュリティおよび情報インフラの整備
- 中長期的な課題の取り組みへの影響について、リスクおよび機会の両面で整理

また、コロナ禍における働き方について従業員とトップとのオンライン対話会を実施しました。



ブランド管理

目指す姿（ポリシー）

オートバックスグループでは、創業以来積み重ねてきた企業ブランドを強みとして、社会への価値提供に努めています。一方、事業活動を通じてそのブランドを毀損する可能性のある重要なリスクに対して、未然に防ぐための仕組みを構築しています。

商品の品質管理

1 商品品質ガイドライン

当社は、お客様に提供する商品とサービスはお客様の安全に直結するものと認識し、「オートバックスグループ商品品質ガイドライン」を設け、品質の維持向上に努めています。

 [オートバックスグループ商品品質ガイドライン >](https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/society/quality.html)

<https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/society/quality.html>

2 商品品質基準

当社では、商品の品質を「品質管理規程」に沿って管理しています。当社が販売元であるプライベートブランド商品はもとより、ナショナルブランド商品についても製造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。

3 AQL基準

当社は多くのプライベートブランド商品の製造を海外工場に委託していますが、品質の安定化を目指し、製造現場での監査・助言を行っています。また、プライベートブランド商品は工場出荷の直前、またはロジスティクスセンターに入荷した時点で、世界的に広く採用されている合格品質基準（AQL=Acceptable Quality Level）に基づいて検査を行っています。

4 商品不具合ホットライン

ナショナルブランド商品の中にも、稀に不良品が含まれています。このような場合、当社では、取引先に対して対策書の提出を義務付け、品質管理体制や製造工程にまで踏み込んだ再発防止策の検討・提案を行っています。また、ネット環境を利用したグループ内掲示板「商品不具合ホットライン」を導入し、タイムリーな情報を各グループ店舗と共有しています。

サービスの品質管理

1 ピットサービスに対する品質管理

当社グループ店舗では、タイヤ交換などの作業に対して、ピットサービスマニュアルや脱輪防止マニュアルなどを整備し、常にお客様の安全を第一に作業を行うように徹底をしています。また、メカニック資格を設け、技術研修やeラーニングなどを通じて、作業員の技術向上に努めています。車検においては、グループ内で作業内容を統一し、品質の向上と作業効率を高めるために当社から各店舗を指導し、「15分受入点検」を進めています。

2 ハイブリッドカー作業取扱店認定制度

ハイブリッドカーのバッテリーなどを整備するには、「低圧電気取扱特別講習」を受けることが法令等で義務付けられています。当社グループでは、「ハイブリッド研修」をグループ従業員向けに実施するとともに、「低圧電気取扱特別講習」「絶縁工具」「診断機」「ハイブリッド研修」の4つを備えた店舗を「ハイブリッドカー作業取扱店」として認定し、店舗の入り口付近に看板などを設置しています。2020年3月末現在382店舗が認定されています。

3 個人情報に対するリスク

当社グループは、個人情報の保護に対して、情報セキュリティに最善の対策を取るとともにプライバシーポリシーとして公開し、社内外に周知しています。また万一、個人情報の漏えい等が発生した場合、個人情報の持ち主の被害を最小限に留め、当社グループの事業活動に影響を及ぼさないために社内の連絡体制を整備しています。

第三者検査機関テュフ ラインランド ジャパンの認証取得

当社は2017年7月より、自動車アフターマーケットに関する監査で強みを持つ、第三者機関であるテュフ ラインランド ジャパンと業務提携し、カー用品店におけるピットの設備・環境基準の再構築と、より質の高いピットサービスの提供に向けて取り組んできました。これにより、2018年7月に、日本で初めて「自動車用品量販店併設整備工場認証」をオートバックスグループの2店舗が取得し、2020年3月末現在9店舗が取得しています。

コーポレート・ガバナンス

ステークホルダーから支持と信頼を獲得し続けるために
継続的なコーポレート・ガバナンスの強化に努めています。



コーポレート・ガバナンス >

<https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/governance.html>

基本的な考え方

当社は、「オートバックスセブンビジョン」「オートバックスチェーン経営理念」および「オートバックスセブングループ行動規範・行動指針」等に基づき、すべてのステークホルダーに配慮した経営を行うとともに、社会の公器として、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現し、社会に貢献するた

め、継続的なコーポレート・ガバナンスの強化に努めます。

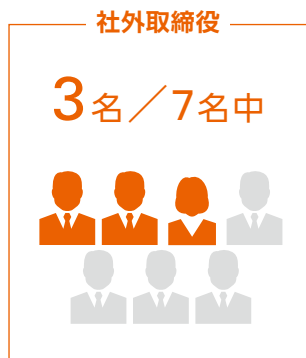
この基本的な考え方のもと、業務執行と監督の分離や、迅速かつ果断な意思決定と適切なモニタリングに取り組むなど、公正かつ透明性ある経営を実現する仕組みを構築し、それらを実質的かつ十分に機能させることに努めます。

ガバナンス体制の変更について

当社は、2019年6月21日開催の第72期定時株主総会の承認をもって、監査役会設置会社より監査等委員会設置会社へ移行いたしました。業務執行と監督を分離し、迅速かつ果断な意思決定と適切なモニタリングを両輪とする、より実効的なコーポレート・ガバナンス体制を実現し、さらなる持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指すため、監査等委員会設置会社の特徴を生かしつつ、以下によりコーポレート・ガバナンス体制のさらなる増強を行っております。

- (1) 3分の1以上の独立社外取締役の選任: 監督機能の強化、一般株主の利益保護
- (2) 取締役会の諮問機関である委員会の設置: 透明性、客観性および適正性の確保
- (3) 常勤監査等委員および選定監査等委員の選定: 監査等委員会活動の実効性確保、監査機能の強化
- (4) 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
- (5) 監査等委員による執行役員との個別ヒアリングの実施: モニタリングの強化

取締役の構成



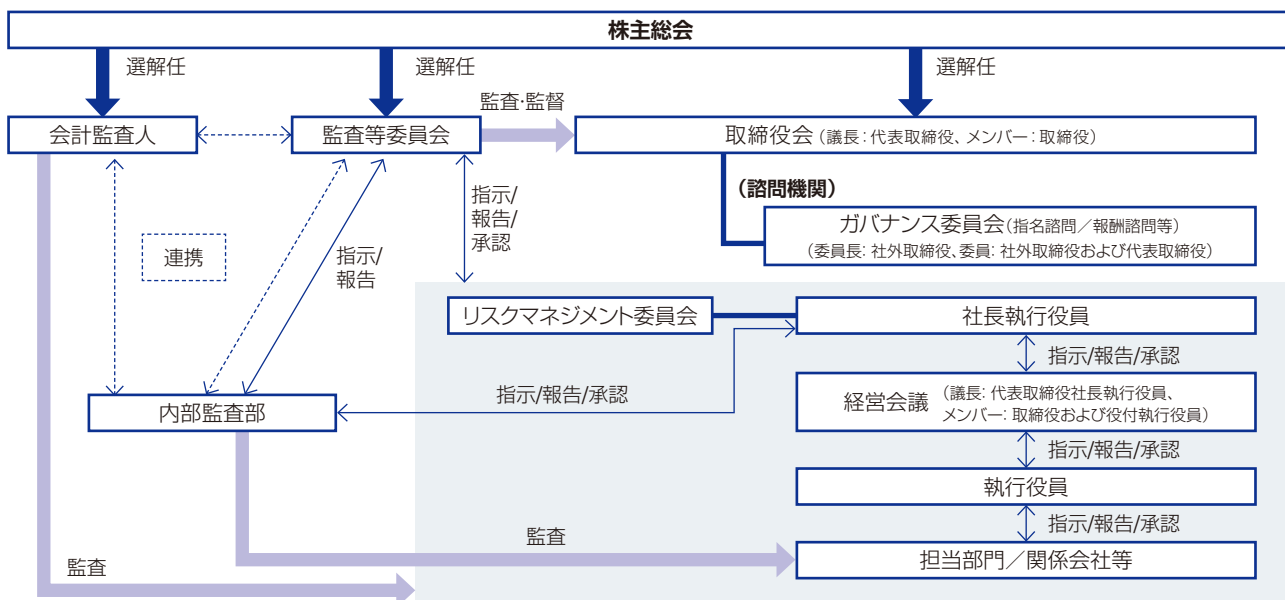
3名中全員が
独立社外取締役



3名中2名が
独立社外取締役

コーポレート・ガバナンス体制

ガバナンス体制図



名称	取締役会	監査等委員会	経営会議	リスクマネジメント委員会	ガバナンス委員会
定期開催	月1回	原則、月1回	月1回 2部制	原則、年に1回	原則、月1回
議長・委員長	代表取締役	委員の互選により 監査等委員より選任	社長執行役員	代表取締役	委員の互選により 社外取締役より選任
取締役 (監査等委員である 取締役を除く)	社内取締役 ● 社外取締役 ●	—	○	● ○	● (代表取締役のみ) ●
監査等委員である 取締役	社内取締役 ● 社外取締役 ●	● ●	○ ○	● ●	— ●
執行役員	役付執行役員 — ○(経理・財務担当) ○その他、取締役が指名し 議長が許可した者	—	●(社長・専務・常務) ○(経理・財務担当) ○(オートバックス事業企画担当) ○その他、議長が許可した者	—	—

●：参加対象 ○：オブザーバー参加 —：参加不要・対象外

取締役会

取締役会は、代表取締役が議長を務め、取締役7名（うち監査等委員である取締役3名）、うち独立社外取締役3名（うち監査等委員である取締役2名）で構成し、原則として月1回開催しています。

取締役会は、株主に対する受託者責任・説明責任を踏まえ、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指すため、中長期的な方向性および年度経営計画のほか、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を決定するとともに、取締役の職務執行の監督を行います。

監査等委員会

監査等委員会は、監査等委員である取締役3名、うち独立

社外取締役2名により構成し、株主に対する受託者責任を踏まえ、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に向けて、経営の健全性を確保するため、選定監査等委員を通じて、監査および内部統制システムによる監視・検証を通じて、取締役の職務執行を監査します。

また、常勤監査等委員は、監査環境の整備を行うほか、重要会議への出席等により社内情報を収集し、重要事項については他の監査等委員にも共有します。

ガバナンス委員会

ガバナンス委員会は、社外取締役を委員長とし社外取締役全員と代表取締役により構成し、原則として月1回開催しています。

ガバナンス委員会は、取締役会機能の独立性、客観性および説明責任の強化により取締役会の監督機能を高め、コー

ポレート・ガバナンスの一層の深化を図るため、取締役会に対し、取締役候補者の選解任、取締役および執行役員の報酬体系に関する答申または提言を行っています。

リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント委員会は、代表取締役社長執行役員を委員長とし業務執行取締役および内部統制機能を担当する執行役員により構成されます。原則として年に1回開催し、リスクマネジメント年度方針を策定し、リスクマネジメントの円

滑、適正な推進に努めています。

経営会議

経営会議は2部構成としており、社外取締役全員を含む非業務執行取締役が出席し、第一部においては、取締役会決議事項に内在するリスクおよびその対策等を事前に審議し、その過程および結果を取締役に提示しております。第二部においては、各事業における執行状況の確認や対策の検討など、業務執行の推進に向けた討議を行っております。

取締役の選解任

当社の取締役は、オートバックスフランチャイズチェーンにおける加盟店・取引先や従業員等との相互信頼関係の重要性を理解し、中長期の企業価値、株主共同利益を向上させる意思と能力を有する者としています。

社内取締役候補者は、当社の事業に精通している者とし、社外取締役候補者は、企業の経営経験や、法令、金融、ガバナンス、リスクマネジメント等、専門知識や経験を備え、かつ、(株)東京証券取引所の有価証券上場規程第436条の2の規定および当社が定める独立性の要件を満たす者としてい

ます。また、監査等委員である取締役のうち1名以上は、財務・会計に関する相当程度の知見を有する者とするよう努めています。

当社は、取締役会の諮問機関として、社外取締役を委員長とし社外取締役全員と代表取締役で構成するガバナンス委員会を設置しており、取締役候補者の選定および取締役の解任に関する株主総会議案の決定に際しては、同委員会に諮問・答申を経て、取締役会にて決定します。

社外取締役

選任の状況

当社の社外取締役は女性1名を含む多様な経歴を持つ人員によって構成しています。役員は、いずれも、(株)東京証券取引所が定める独立性の基準および当社の定める独立性要件を満たしています。多様な分野における経験・知識を有した各々の社外役員が、独立した客観的な立場から取締役会などの議論に積極的に貢献しています。

筆頭独立社外取締役の設置

当社は、株主・投資家との建設的な会話の促進や、社外取締役相互の情報共有・コミュニケーション強化を目的とし、筆頭独立社外取締役を設置しています。

独立社外役員連絡会の開催

当社は、独立社外取締役のみで構成し、筆頭独立社外取締役が議長を務める「独立社外役員連絡会」を開催しています。

同連絡会は社外取締役相互の情報共有とコミュニケーションを強化する目的で年数回開催し、当社のガバナンスをはじめとする経営課題について認識共有や情報交換を行っています。

社外取締役の独立性要件 ※抜粋

当社の独立取締役とは、会社法および会社法施行規則の定めによる社外取締役であるとともに、以下の独立性の要件を満たす者をいう。なお、以下の独立性要件に抵触する事態が発生した時点で、独立性を失うものとする。

1. 当社および当社の関係会社(以下、当社グループ)ならびに特定の企業等と、利害関係をもたないこと。
2. 当事業年度を含む最近5年間の、当社グループの業務執行取締役等の配偶者、2親等以内の親族、あるいは生計を一にしている者でないこと。
3. 第1項に該当する者の配偶者、2親等以内の親族、あるいは生計を一にしている者でないこと。
4. 独立役員としての職務を果たすことができないその他の事情を有していないこと。

 [全文 >](#)

https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/governance/co_control.html

役員報酬

取締役報酬

1) 基本方針

フランチャイズシステムからなるオートバックスグループの中長期的な企業価値の維持、増大を図るとともに、業務執行の監督機能を有効に機能させるための優秀な人材を、オートバックスセブンの取締役として確保することを、取締役報酬決定に関する基本方針とします。

2) 報酬水準

報酬水準は、第三者機関による役員報酬に関する調査データを参考とし、また、業界における当社のポジション、目標達成の難易度および役位ごとの役割等を勘案して設定します。

3) 報酬の構成と基本的な考え方

業務執行取締役および執行役員に対する報酬は、固定報酬である「基本報酬」、単年度の業績等の達成度に応じて決定する「年次インセンティブ」、中長期的なインセンティブを目的とした「中長期インセンティブ」により構成します。なお、社外取締役および監査等委員である取締役は、役割に応じて設定した固定報酬のみを支給します。

a. 基本報酬

管掌の範囲や責任、連結グループ経営への影響度のほか、前年度の功績を勘案し報酬テーブルより決定します。

b. 年次インセンティブ

全役員共通の評価指標である単年度の連結経常利益目標、担当分野に応じた評価指標といった財務的な業績数値のほか、財務的な業績数値だけでは測ることができない戦略目標の達成度を評価基準とした個人課題を設定し、目標に対する達成度に応じて、基準額の0～180%の幅で変動するよう設計しています。

c. 中長期インセンティブ

中長期的な業績と企業価値向上および株主の皆様との一層の価値共有を目的とし、報酬テーブルごとに設定した額に応じた譲渡制限付株式を事前交付します。

4) 報酬決定のプロセス

当社の取締役(監査等委員である取締役を除く。)および執行役員の報酬体系は、ガバナンス委員会の諮問を経ることで、客観性・透明性を確保します。また、監査等委員である取締役に対する報酬は、あらかじめ株主総会で決議された報酬限度額の範囲内で、監査等委員会にて決定します。

2020年3月期の報酬総額

	基本報酬		インセンティブ				報酬額の総額 (百万円)
	固定報酬		年次		中長期(株式報酬)		
	支給人員 (名)	支給額 (百万円)	支給人員 (名)	支給額 (百万円)	支給人員 (名)	支給額 (百万円)	
監査等委員でない取締役 (社外取締役を除く)	5	120	—	—	3	7	127
監査等委員でない取締役 (社外取締役)	3	18	—	—	—	—	18
監査等委員でない取締役 計	8	138	—	—	3	7	145
監査等委員である取締役 (社外取締役を除く)	1	18	—	—	—	—	18
監査等委員である取締役 (社外取締役)	2	25	—	—	—	—	25
監査等委員である取締役 計	3	44	—	—	—	—	44
監査役(社外監査役を除く)	1	6	—	—	—	—	6
社外監査役	3	11	—	—	—	—	11
監査役 計	4	17	—	—	—	—	17

- (注) 1. 当社は、2019年6月21日開催の第72期定時株主総会決議に基づき、同定時株主総会終結の時をもって監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行しています。
 2. 監査等委員でない取締役には、監査等委員会設置会社への移行前における取締役を含んでいます。
 3. 監査役に対する報酬額は監査等委員会設置会社移行前に係るものであり、監査等委員である取締役に対する報酬等は監査等委員会設置会社移行後に係るものです。
 4. 株式報酬は、当事業年度に費用計上した金額を記載しています。
 5. 監査等委員でない取締役の報酬限度額は、2019年6月21日開催の第72期定時株主総会決議に基づき年額480百万円以内(うち、社外取締役年額50百万円以内)と決議いただいています。
 6. 監査等委員である取締役の報酬限度額は、2019年6月21日開催の第72期定時株主総会決議に基づき年額120百万円以内と決議いただいています。
 7. 監査役の報酬限度額は、2006年6月28日開催の第59期定時株主総会決議に基づき年額120百万円以内と決議いただいています。

投資家との対話

当社は、株主総会や決算説明会等で株主との建設的な対話を図るとともに、当社コーポレートサイトにおいて適時・適切に情報を開示しています。機関投資家に対しては、証券会社による説明会への参加などを通じて対話に努めるほか、中間・通期の決算発表の際に説明会を開催しています。

 [当社のディスクロージャーポリシー >](https://www.autobacs.co.jp/ja/ir/policy/disclosure_policy.html)

https://www.autobacs.co.jp/ja/ir/policy/disclosure_policy.html

投資家との対話の状況

アナリスト・機関投資家向け

- 定期的説明会: 中間決算および期末決算開示後
- スモールミーティングおよび個別ミーティング:
基本的に四半期ごと ※代表者自身による説明あり

 [決算説明会 >](https://www.autobacs.co.jp/ja/ir/library/analystmeeting.html)

<https://www.autobacs.co.jp/ja/ir/library/analystmeeting.html>

海外投資家向け

- 米国でのミーティング: 2020年3月期2回
※代表者自身による説明あり

コンプライアンス

当社は、コンプライアンス体制の強化を進めるとともに、法令や倫理に適った事業活動の重要性を、本社をはじめ子会社、フランチャイズ店舗を含むオートバックスグループの全店に周知徹底しています。

法令や企業倫理の遵守は当然のことです。その大前提のもと、すべてのステークホルダーの正当な期待に応える「行動規範」と「行動指針」を明確に定義し、それらを基本原理と

して、当社内にとどまらずフランチャイズチェーン加盟法人に対しても、コンプライアンスの徹底と啓発活動を推進しています。コンプライアンス状況を点検する仕組みとして、関連部門で構成する「コンプライアンス事務局会議」を毎月実施し、「行動規範」「行動指針」から外れた行為の有無について確認しています。問題が認識された場合には迅速に対応する体制を構築しています。

リスクマネジメント

当社は、リスクの的確な把握・評価と適切なコントロールを行うリスクマネジメント体制に加え、重大事案が発生した場合に被害拡大防止や損害・損失の極小化を図る危機管理態勢を統合した、統合リスクマネジメント態勢を確立しています。

代表取締役社長執行役員を委員長とするリスクマネジメント委員会が、リスクマネジメント年度方針を策定し、当該方針およびリスクマネジメントに係る規程に基づき、リスクマネジメント活動を円滑、適正に推進しています。

リスクマネジメント委員会は年次でリスク課題を設定し、その実行状況をモニタリングしています。また、総務部、法務部、内部監査部、カーライフサポートセンターが連携することで、リスクマネジメント委員会によるモニタリング等を補佐しました。

このほか、総務担当執行役員は、「重大事案報告」に関するルールに基づき、取締役会に重大事案の発生状況や措置等について報告するとともに、監査役会その他関係部署とも情報を共有しています。

取締役会評価について

当社は、取締役会がその役割を適切に果たしていることを検証し、また、取締役会における課題を見出し、継続的に改善を行うことを目的として、取締役会の実効性に関する分析・評価を行っています。

当事業年度の実効性評価は、「取締役会の運営」「取締役会の議題」「取締役会の構成」「社外取締役に対する支援体制」「監査等委員会の期待役割」「ガバナンス委員会の運営等」「投資家・株主との関係」「昨年度の評価で指摘された課題への取り組み」等の評価項目に対し、すべての取締役が選択式および記述式で回答いたしました。ガバナンス委員会が回答の分析と課題整理を行い、その

結果を取締役会にて報告いたしました。

このような評価の結果、現状の取締役会およびガバナンス委員会は概ね適切に機能していることが確認されました。一方で、当社が監査等委員会設置会社に移行して初めての取締役会評価であったこともあり、監査等委員会設置会社への移行に伴うコメントが複数寄せられました。

そして、現在の当社の取締役会における課題としましては、監査等委員会設置会社として、当社が目指すべきモニタリング・モデルについての考え方の整理と、個別案件のモニタリング・検証についての方法を決定し、実行していくことであるということが確認されました。

社外取締役メッセージ



掛貝 幸男

取締役(常勤監査等委員)(社外・独立)

コーポレート・ガバナンス強化の 取り組みに関して

近年の最も大きな変化は、2019年度から「監査等委員会設置会社」に移行したことです。その結果、監査役各自の独任制にもとづく直接監査から、監査等委員会が内部監査部や監査等委員会室スタッフの報告などを受けて監査する組織監査となりました。ただし、この1年間は移行期で新制度での監査の準備が不十分だと考え、監査等委員の中でも、業務執行の取締役や、会社の状況に関する調査権を監査等委員単独で持つことができる常勤選定監査等委員に就きました。場合によっては、調査を行うケースもでてきますが、その際には社内のことに通じた社内の監査委員がいることは非常に役に立っています。

監査に限らず、ガバナンス全般に関する変化では、監査等委員会設置会社への移行とともに、取締役の人数も大幅に減りました。その結果、少数精鋭による議論で、その密度は上がったのではと感じています。一方で、限られた人数のために、一部で専門性を持つ人材が不足している点は工夫が必要と考えています。

社外取締役の資質について

私は社外取締役で監査等委員ですが、監査等委員であっても、そうでなくても、社外取締役はあくまで「社外」という視点を持つことが重要だと考えています。

すなわち、本当の意味のボスは株主であるという意識を持ち続けることです。

ボスである株主から求められるのは、経営の執行を監視・監査することであり、極論すれば執行に問題があったときに、経営トップを代えられる覚悟があるかどうかが最も大切な資質ではないでしょうか。

一方、監査等委員ということに限定した場合に必要な資質は、「見えないものを見る努力」「踏み込んで見る努力」を欠かさないことです。性善説に立って、報告をうのみにしては、見つけられるものも見つけられません。厳しい視点に立って、監視・監査していく姿勢が欠かせないと考えています。

リスクと機会に関して

近年当社は、海外を中心に急速にグループを拡大しています。このために、グローバルなリスクが発生しないように、今まで以上にグループ会社の隅々までチェックしていくことのできる仕組みや人材が必要になっていると考えています。

幸い、今回の移行によって、監査等委員会室スタッフによるグループ会社の監査が強化されました。また、グループ会社におけるガバナンスやコンプライアンスに対するグリッブを強化するために、内部監査部のスタッフを拡充するとともに、監査等委員会室スタッフには主要な関係会社などの監査役を兼務させ、監視の目をひかせています。

今後の課題について

監査等委員会設置会社に移行し、組織監査が中心になったことで、人が代わっても監査の質を維持、また向上させられるような仕組みづくりを確立していくことが今後の重要な課題です。

とはいえ、仕組みを強化しても結局は人が関わっていることなので、監査に関わる人材の質の担保も同等に重要です。監査に関わる人材には、どのような人材が望ましいのか。私は、本物のプロフェッショナルが必要だと考えています。プロフェッショナルは、漢字でいうと「玄人」です。この「玄人」は、東洋思想では暗闇でも物が見える人のことを指すそうです。まさに、監査においては、手がかりがない暗闇の状態でも何か気づくことができる人、そのような人材を育成していくことが重要だと考えています。

コーポレート・ガバナンス強化の 取り組みに関して

当社は、2019年度から「監査等委員会設置会社」に移行しました。この移行によって監査等委員の監査は、実査ではなく、書類での監査が中心となっています。世間一般では、監査等委員会設置会社では、監査が手薄になるのではないかと懸念されていますが、当社では監査等委員会室を充実させ、スタッフを増員し、監査に関する情報提供を充実させるなどしていることから、現時点では十分にカバーできていると考えています。

なお、コーポレート・ガバナンスにおいて重要なサクセッションプランやモニタリング方法については、会社の目指すところや具体的な経営戦略を踏まえた議論が進められており、現在進行形のテーマとなっています。

社外取締役の資質について

私は、当社以外に製薬企業などで社外取締役を務めています。これらの経験も合わせて考えると、社外取締役は、あくまで外部視点を導入するための役割が大切であり、このため客観性と透明性を持つことがなによりも不可欠と考えています。

とはいえ、独りよがりな外部視点では、企業価値向上に役立てることはできません。外部視点を維持する一方で、会社がこれまで積み上げてきた歴史や、そこから生み出された経営理念や社風といったものに対する理解を深め、これらに対する理解に立った上で、客観的な意見を提言していくことが社外取締役として必要であると考えています。

リスクと機会に関して

当社は、今回の新型コロナウイルス感染症拡大防止にあたっては、従業員の安全、お客様の安全を最優先するという当たり前を着実に実行しました。緊急事態宣言発令時には、店舗ではメンテナンス限定の時短営業を実施し、オフィスでは原則在宅勤務などの措置を取り、感染拡大を防止しました。迅速な対応で感染拡大を防いだことは、リスクに対する備えができていると評価しています。

現在では、次の段階にあたる会社としてやるべきことの検討に入っています。ウィズコロナ時代における新しい生活様式、中でもカーライフに関する新たな時代の到来に向けて、どのようなビジネスチャンスとリスクがあるのかをしっかりと検討していく時期にあると考えています。



三宅 峰三郎

取締役（監査等委員）（社外・独立）

一方で、日常的なリスクへの取り組みとしては、自分たちの仕事の本来の意味を従業員が自覚することが重要です。このため、経営理念、行動指針など普段から社員の血肉となっていないといけないと考えています。現在は研修制度の中や実務の中で、理念経営について語る機会が少ないことを未来への備えとして懸念しています。

社会的課題とオートボックスセブン

昨今、ESG投資をはじめ、SDGsなどの社会的課題に関して、企業の事業領域で強みを発揮しその解決とともに企業価値向上につなげる動きが強まっています。これらの課題に対しては、じっくり腰を据えた取り組みが必要であり、①10年先を見据えた視点を持つ、②狭くても深い得意分野（や地域）を持つ、③誇りを持って従業員が働くことができる環境を作るという3点が重要だと考えています。私は、この3点にかかわってくるのが、「オートボックス」というブランドだと考えており、このブランドをいままで以上に大切に育成・強化していくことは特に重要だと考えています。

そのためには、既存の事業および新規の事業に関して、より中長期的視点でブランド価値向上を意識して議論をおこない、取り組むことが必要です。そのためには、自分の今まで経験した食品メーカーや財団法人で得た知見が貢献できるのではと思っています。

役員紹介 (2020年6月末現在)

取締役



小林 喜夫巳

代表取締役 社長執行役員
オートボックスチェーン本部長

在任年数	10年
取締役会への出席状況	100% (15/15回)

実績または有する知見

お客様から支持されるグループとなるため、挑戦し続ける組織にこだわり、人材育成や風土作りに注力し、当社グループを牽引してきており、社長執行役員として、100年企業を目指すためのビジョン『2050未来共創』を策定しました。取締役会においては、十分かつ適切な説明を行ったうえで重要事項を決定し、業務執行の役割を十分に果たすとともに、他の取締役の職務執行を監督しています。



堀井 勇吾

取締役 専務執行役員
オートボックス事業企画・営業統括 兼 社長室・事業企画担当

在任年数	4年
取締役会への出席状況	100% (15/15回)

実績または有する知見

長年にわたり、経営管理基盤の構築および海外事業において現地企業とのパートナーシップを活用し、小売・サービス事業と卸売事業を展開する事業基盤を構築してきました。近年においては、全社の事業企画担当として事業ポートフォリオの構築に尽力するとともに、国内オートボックス事業企画の担当として事業戦略の推進に加え、物流などの事業基盤の整備にも尽力しています。



熊倉 栄一

取締役 専務執行役員
商品・サービス統括 兼 カー用品担当

在任年数	4年
取締役会への出席状況	100% (15/15回)

実績または有する知見

長年にわたり国内オートボックス事業における商品や営業の分野において多大な実績があり、フランチャイズチェーン加盟法人との関係構築に努めてきました。さらに取締役として、重要事項の決定や他の取締役の職務執行の監督の役割を担っています。



高山 与志子

取締役(社外・独立)

在任年数	5年
取締役会への出席状況	100% (15/15回)

実績または有する知見

ファイナンスやM&Aなどに関するアドバイスの経験に加え、IR、コーポレート・ガバナンスの分野にも精通しています。これらの豊富な経験と見識に基づき、社外取締役および独立役員として、一般株主保護の観点から積極的に発言を行うほか、コーポレート・ガバナンス・コードへの対応に対する助言を行うなど、当社のコーポレート・ガバナンスの強化にも貢献してきました。

取締役会への出席状況は2019年度の回数

取締役



住野 耕三

取締役(常勤監査等委員)

在任年数	1年
取締役会への出席状況	100%(12/12回)

※監査役としての出席回数

実績または有する知見

長年にわたり当社およびグループ会社の取締役として経営に参画し、オートバックス事業における営業や商品部門をはじめ経営管理、新規事業および海外事業などの広範な分野における知識と経験を有しています。



掛貝 幸男

取締役(常勤監査等委員)(社外・独立)

在任年数	1年
取締役会への出席状況	92%(11/12回)

※監査役としての出席回数

実績または有する知見

事業会社における資金調達および決算業務ならびに国内外グループ会社の内部監査および監査役監査の経験を有し、これらの豊富な経験や知見に基づき、社外常勤監査役および独立役員として、一般株主保護の観点から適宜発言を行うなど、監査機能の強化に貢献しています。



三宅 峰三郎

取締役(監査等委員)(社外・独立)

在任年数	2年
取締役会への出席状況	100%(12/12回)

実績または有する知見

事業会社における経営者として、グループ会社の統制機能の強化や、事業ポートフォリオを意識した積極投資により企業の成長を牽引するなど、企業経営に関する広範かつ豊富な経験と実績を有しています。

執行役員

専務執行役員

藤原 伸一

北日本事業部長 兼 関東事業部長

常務執行役員

佐々木 勝

関西事業部長

常務執行役員

吉山 弘樹

ディーラー事業担当

常務執行役員

倉林 真也

車検・サービス・C@RS担当 兼
A PIT BASE 推進プロジェクトマネジャー

執行役員

北條 和重

流通・品質管理・立地開発担当 兼
オートバックス事業管理担当 兼 立地開発部長

執行役員

平賀 則孝

人事・総務・法務担当 兼 人事企画部長

執行役員

小曾根 憲

マーケティング担当 兼 ライフスタイル事業担当 兼
ライフスタイル商品担当

執行役員

山添 龍太郎

A PIT AUTOBACS担当 兼
A PIT AUTOBACS SHINONOME推進
プロジェクトマネジャー

執行役員

北村 敏雄

海外事業担当

執行役員

北川 幸弘

BtoB事業担当

執行役員

則末 修男

IT戦略担当 兼 ネットワーク事業担当

執行役員

湊川 満也

中部事業部長

執行役員

西川 征宏

南日本事業部長

執行役員

池田 知明

経理・財務・IR・広報担当

執行役員

福原 年広

オートバックス事業企画担当 兼
オートバックス事業企画部長

国内の業態／主要連結子会社一覧

国内の業態 (2020年3月31日現在)

オートボックス



位置づけ	標準型店舗
1店舗当たり年間売上	約3.3億円
売場面積	400m ² ～
商圏	5km前後

スーパーオートボックス(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15.5億円
売場面積	1,650m ² ～
商圏	20km前後

スーパーオートボックス(Type II)



位置づけ	大型店舗
1店舗当たり年間売上	約7.6億円
売場面積	990m ² ～
商圏	10km前後

A PIT AUTOBACS SHINONOME



クルマに関するあらゆるコトが新たに発見・体験でき、BOOK&CAFÉスタイルを導入することで、同乗する家族や友人といった幅広い世代の方々が一緒に楽しめる店舗。

オートボックスセコハン市場



オートボ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。

オートボ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ボックス店舗へ送客するなど、新たな顧客層を開拓。

オートボックスカーズ



中古車の買取・販売、新車の販売を行う業態および来店・出張での車の査定・買取に特化した業態。車の買取に特化した店舗は都市部を中心に出道。

Smart+1



洗車を中心にカーメンテナンスに特化し、完全予約制でサービスを提供する店舗。快適に過ごせるカフェなども設置。

オートボックスガレージ



クルマを中心としたライフスタイル商品を提案するとともに、車に詳しくない方にも気軽に来店いただける店舗。

JACK & MARIE



「Café×Nature×Car Life」をキーワードに、アウトドアライフを楽しむ方へ、クルマを通じたライフスタイルを提案する日本初の専門店。

主要連結子会社一覧 (2020年6月末現在)

国内オートボックス事業

株式会社オートボックス関東販売
株式会社オートボックス京葉
株式会社武蔵野オートボックス
株式会社オートボックス山梨
株式会社オートボックス中部販売
株式会社オートボックス愛知
株式会社京都オートボックス
株式会社北摂オートボックス
株式会社オートボックス関西販売
株式会社オートボックス南日本販売
株式会社オートボックス福岡
株式会社オートボックス長崎
株式会社熊本オートボックス

海外事業

AUTOBACS VENTURE SINGAPORE PTE. LTD.
本社所在地:シンガポール
SK AUTOMOBILE PTE.LTD.
本社所在地:シンガポール
AUTOBACS FRANCE S.A.S.
本社所在地:フランス
AUTOBACS CAR SERVICE MALAYSIA SDN. BHD
本社所在地:マレーシア
澳德巴克斯(中国)汽車用品商業有限公司
本社所在地:中国
AudioXtra Pty Ltd.
本社所在地:オーストラリア

ディーラー・BtoB・ネット事業

正和自動車販売株式会社
高森自動車整備工業株式会社
株式会社オートボックス・ディーラーグループ・ホールディングス
株式会社CAPスタイル
株式会社エイチ・エス・シー企画
株式会社ホットスタッフコーポレーション
株式会社 車検・钣金デポ

その他子会社

株式会社オートボックスフィナンシャルサービス
株式会社オートボックス・マネジメントサービス
株式会社チェングロウス
ABT マーケティング株式会社

会社概要／株式情報

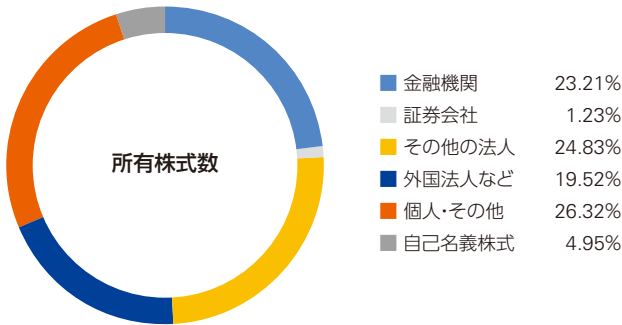
会社概要 (2020年3月31日現在)

社名	株式会社オートバックスセブン	主な事業所	東日本営業本部 (千葉県市川市) 西日本営業本部 (大阪市北区)
本社	東京都江東区豊洲五丁目6番52号		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)
設立	1948年8月		
資本金	339億9,800万円		
連結従業員数	4,385名		

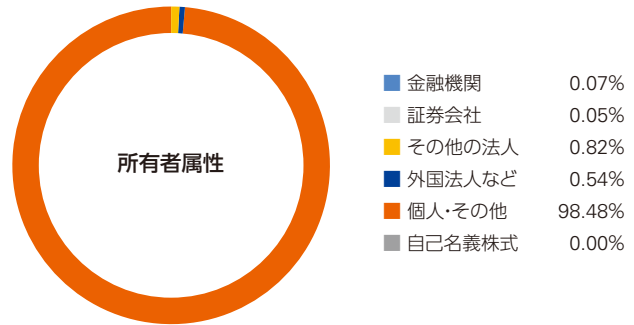
株式情報 (2020年3月31日現在)

発行可能株式総数	328,206,900株	上場証券取引所	東京証券取引所 市場1部
発行済株式の総数	84,050,105株 (自己株式4,163,050株含む)	監査法人	有限責任監査法人トーマツ
株主数	50,686名	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
単元株式数	100株		

所有株式数別分布状況



所有者属性別分布状況

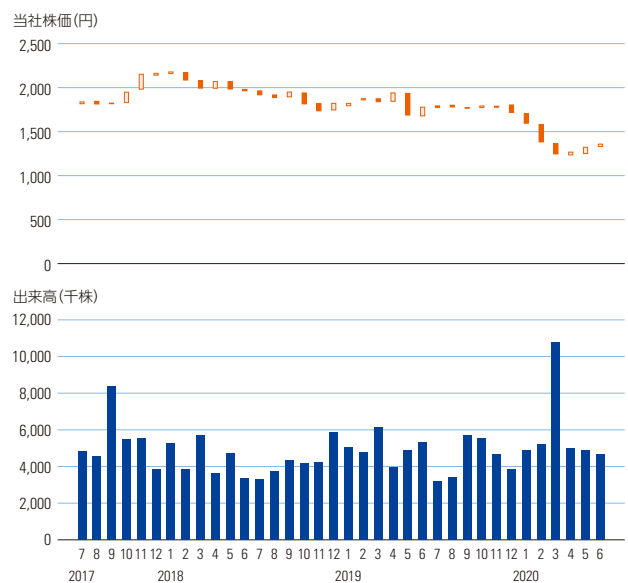


大株主の状況

株主名	所有株式数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	5,295	6.62
株式会社スミノホールディングス	4,243	5.31
公益財団法人在宅医療助成勇美記念財団	3,990	4.99
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	3,456	4.32
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・バリュー・エグジティートラスト	3,263	4.08
株式会社Kホールディングス	2,750	3.44
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (リテール信託口820079252)	1,800	2.25
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・エグゼンプテッド・ペンションファンズ	1,708	2.13
フォアマン協栄株式会社	1,560	1.95
株式会社リブフィールド	1,500	1.87

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。
3. シルチェスター・インターナショナル・インベスターズ・エルエルピーから、金融商品取引法第27条の25第1項に基づき、変更報告書が関東財務局長に提出されておりますが、当社としては、2020年3月31日現在における所有株式数の確認ができませんので、上記大株主の状況には含めておりません。

株価推移



外部評価

- MSCI日本株女性活躍指数(WIN)

報告対象期間

2020年3月期とし、必要に応じて当期間の前後についても掲載しています。

参考ガイドライン

- IIRC
- GRIスタンダード
- 経済産業省「価値協創ガイドランス」



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 <https://www.autobacs.co.jp/>