

Integrated Report 2021

オートバックスセブン

統合報告書2021




 AUTOBACS

Contents

- 01 目次・編集方針
- 02 ビジョン・理念

TOP MESSAGE

- 03 トップメッセージ

VALUE CREATION

- 09 価値創造のあゆみ
- 11 価値創造プロセス

STRATEGY

- 13 5ヵ年ローリングプラン
- 17 財務担当執行役員メッセージ
- 21 Topic
新型コロナウイルス感染症に対する
事業継続の取り組み

BUSINESS ACTIVITY

- 23 国内オートバックス事業
- 27 海外事業

- 30 ディーラー・BtoB・オンラインアライアンス事業
- 33 その他事業

ESG

- 34 ESG

DATA

- 65 財務・非財務ハイライト
- 67 国内の業態／主要連結子会社一覧
- 68 会社概要／株式情報

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。「チェン」「オートバックスチェン」は、オートバックス店舗を運営するフランチャイズチェン全体を示しています。「オートバックスグループ」は、連結およびフランチャイズチェン全体を示しています。

オートバックスセブン ビジョン

2050 未来共創

社会・クルマ・人のくらしと向き合い、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。

2018年1月31日策定

理念

オートバックスセブン 経営理念

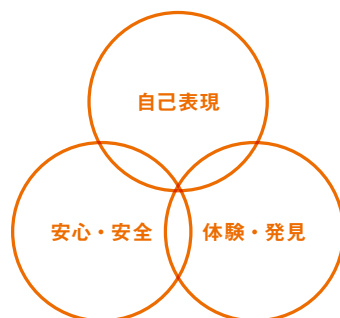
オートバックスは常にお客様に最適なカーライフを提案し
豊かで健全な車社会を創造することを使命とします。

私たちのありたい姿

Professional & Friendly

当社は、さまざまなステークホルダーから、
「プロフェッショナル」な存在として認められ、
「フレンドリー」で信頼される集団として、
地域・社会に貢献し続ける企業を目指します。

お客様に提供する3つの価値



行動規範・行動指針

オートバックスセブングループの役員および従業員は、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と信頼関係を深めながら、共に成長していくことを目指すとともに、「行動規範と行動指針」を遵守します。

WEB

行動規範・行動指針

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

トップメッセージ



代表取締役社長 執行役員
小林 喜夫巳

時代の変化を見据え、 カーライフの新しい価値を提供するために オートバックスグループは常にチャレンジし続けます

当社グループは、「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。今、クルマを取り巻く環境は、100年に一度とも言えるほどの大きな変革を迎えています。それに対して、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、クルマに関わるプロフェッショナルとして果敢にチャレンジし続けていかなければならないと、思いを新たにしています。

感染症拡大による急激な変化の中、 企業として大切にすべきことを見極めた1年

2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症の拡大に大きく影響された1年でした。私たちは、何よりもまずお客様・お取引先様・従業員の健康を守ることを最優先とし、「感染しない・感染させない」ための対策を継続してきました。また、クルマが生活における重要な移動インフラであることが再確認されたことから、このようなときこそクルマの安心・安全を徹底して守らなければならないと改めて強く感じました。

店舗やピットでは衛生管理を徹底するとともに、お客様との接触を最低限にとどめるよう取り組んできました。また、オフィスにおいては、緊急事態宣言発令時は原則として在宅勤務とし、それ以外の期間も在宅勤務・リモートワークを可能な限り実施しています。リモートワークについては従前より導入をしていましたが、感染症拡大を受けて想像以上にスピードが上がり、対策を一気に進める形となりました。

さらに、フランチャイズチェーン加盟法人の経営を守ることも重視してきました。法人のサポートとしてストアパーソナリティの減免や商品代支払猶予の実施、融資への切り替えなどによる支援を実施。

また店舗のサポートとして、オフィス勤務スタッフの応援派遣や、店舗に入るお問い合わせや予約等の電話応対をサポートするなどの支援策を講じ、店舗指導にはオンライン会議を活用しました。

感染症の拡大によって、お客様の非接触に対するニーズが増大したこともまた、大きな変化のひとつでした。そこで、2020年7月に公式サイト・オートバックスドットコム内のショッピングサイトのリニューアルを行い、操作性の向上を図るとともに、商品の店舗受取の場合もオンライン上で事前決済ができるようにしました。さらに、2020年10月にはオートバックスアプリのリニューアルを実施。起動速度の改善や操作性の向上により快適な予約体験を実現するとともに、ログイン方法の追加や、車検証二次元コードをスキャンするだけで車両情報の登録を可能にし、さらなる利便性向上を追求しました。

一方で、リアルな店舗が持つ価値も、改めて見直されています。ネットでは見つけられない商品を探したり、そもそも自分のクルマに必要なものが何かわからないとき、使い方がわからないときなどは、店舗で実物を手にとり、アドバイスを受けながら買い物をしたと感じることでしょう。また、タイヤをオンラインで購入したものの、取り付けはプロに任せたいというご要望も多く見られます。

現在、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進めています。今回の新型コロナウイルス感染症拡大を受け、時代によって変化するニーズに応じていくことの重要性を改めて見つめ直しました。

5ヵ年ローリングプランでは、その全体を木に例えた場合、業界の垣根を越えたネットワークを根、私たちの持つ基盤を幹とし、お客様へのタッチポイントとしての事業を花開かせることを目指しています。クルマの購入手段や利用の仕方が変化の中でお客様の利便性を向上させるためには、すべてを自前主義で賄ったり、投資を通じて優れた技術・サービスを開発するだけでは、スピード感が不足します。業界全体で大きな変革が起きているときだからこそ、多様なパートナーと連携し、お互いの得意なこと・優れていることを組み合わせて乗り越えていかなければならないのです。強いパートナーシップによる共創が実現すれば、新しいマーケットの創造も可能になるはずです。

2020年8月に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たのも、こうした考え方を反映した施策のひとつです。当社グループが有する約600の拠点とBSサミットの組合員工場の双方のリソースを活用し、整備のローカルネットワークを強化することで、クルマのユーザーに質の高いサービスを提供する体制を構築できるようになっています。

トップメッセージ

2021年3月期の連結業績

(単位: 億円)

	2021年3月期	前期比
売上高	2,204	▲0.4%
営業利益	105	+39.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	70	+87.3%
ROE (%)	5.8%	+2.7pt

セグメント別業績

(単位: 億円)

	2021年3月期	前期比
国内オートボックス事業	総売上高*	1,779 ▲0.7%
	営業利益	187 +28.3%
海外事業	総売上高*	100 ▲14.3%
	営業利益	▲1 -
ディーラー・BtoB・ オンラインアライアンス事業	総売上高*	414 +7.2%
	営業利益	▲2 -
その他事業	総売上高*	34 +24.0%
	営業利益	▲5 -

※総売上高はセグメント間取引を含む

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)

	2021年3月期	前期比
カー用品販売	2,155	+0.3%
車検・整備	204	+3.5%
車買取・販売	271	▲2.1%
その他	40	▲15.8%
全店合計	2,670	+0.0%

※FC加盟法人店舗の売上を含む

時代とともに変化する「クルマ」の価値を 商品・サービスを通じて支え、広げていく

今、クルマをめぐる環境は劇的に変化しています。自動運転は実用化に向けて着実に進化し、電気自動車の普及も進んでいます。海外では、従来の巨大な自動車メーカーのみならず、新興企業が安価な電気自動車を生み出し市場に投入する例も増えています。

また、Connected (コネクテッド)・Autonomous (自動運転)・Shared & Services (シェアリングとサービス)・Electric (電動化) = CASEや、移動することをサービスと捉えるMaaS (Mobility as a Service) など、乗り物の価値観を変

える新しい概念が浸透しつつあります。クルマを購入・所有せずにカーシェアやサブスクリプションで利用することも一般的になりました。こうした変化は、カーライフの在り方にも影響を及ぼします。

しかし、どんなに新しい価値観やサービスが広まったとしても、安心・安全を保つためにはクルマのメンテナンスが必要です。クルマに搭載される電子制御装置は増える傾向にあり、従来の整備技術だけでなく「電子のスパナ」と呼ぶべき新しい技術も必要になります。また、仮に事故が起きた場合に責任を明確化するためには、

整備や調整の履歴をエビデンスとして明確に残すことも必要です。グローバルな販売網を持たない新興企業は、ディーラーが有していた販路や機能を持たず、お客様に対する手厚いサポートを期待できないケースも多いため、アフターマーケットの重要性はこれまで以上に高まると見込まれます。当社グループは、これまで培ってきたサービスやディーラー事業の経験を生かし、こうしたニーズに応えていけるものと考えています。

また、クルマを取り巻く社会課題にも真摯に向き合っていかなければなりません。

例えば、高齢者をはじめ運転に不慣れな方によるアクセルとブレーキの踏み間違いによる事故を未然に防ぐ課題については、オートボックス専売商品である急発進防止装置「ペダルの見張り番II」を販売。対応車種は200車種以上に拡大し、さまざまなメーカーの車種に後付けが可能となっています。この装置は国土交通省から認定を受けてサポカー補助金制度の支給対象となりましたが、さらに「オートボックス追加補助金」を加えてお客様の負担額を軽減するキャンペーンを実施し、普及の後押しを行いました。

さらに、クルマの楽しみ方も時代ごとに変化しています。新型コロナウイルス感染症の拡大によって、安心して自由に移動できる「空間」としてクルマが見直され、オートキャンプやアウトドアが、密を避けて楽しめるレジャーとして関心が高まりました。当社の旗艦店「A PIT AUTOBACS SHINONOME」は、2018年のリニューアル時から「クルマ」と「文化」「旅」「スポーツ」「自然」「家族」などのライフスタイルに沿ったテーマを掲げて売り場を作ってきましたが、こうしたクルマとの新しい楽しみ方の提案を今後も継続していきます。「オートボックスのお店に行けば何かが見つけられそう」という体験・発見のワクワク感を与え続ける場として店舗が機能すればと考えています。

一方、従来から売場やサービスを提供しているモータースポーツやクルマのカスタマイズに興味を持つお客様向けにも、好きなクルマを自分らしく楽しみたいという自己実現をさらにサポートしていきます。

このように、多様化するお客様ニーズに応える価値提供を行うためには、私たちが「プロフェッショナル」としてお客様に信頼され、何でも気軽にご相談いただける「フレンドリーな存在」になることが求められます。お客様に最適なカーライフを提案できる存在となれるよう、私たち自身が常に研鑽を重ねなければならないと感じています。

私たちが長年にわたりクルマとのさまざまな関わりの中で培ってきた技術や知見は、クルマにとどまらない新市場やライフスタイルの創造にも役立てることができると考えています。例えばドローンを使用した配送サービスや物流への活用は、当社と大分県が2019年に締結した地域活性化に関する包括連携協定の取り組みのひとつとして力を入れています。

2021年2月には、ドローンによる医薬品配送に向けた実証実験を開始。ドローンによって必要な医薬品の即時配送が可能となれば、訪問医療時の突発的な医薬品不足にも対応できるようになり、慢性症例以外の症状への対処時間を短縮すること

ができます。地域医療の向上とともに、へき地医療への負担軽減にも貢献できるものと期待しています。

クルマを取り巻くさまざまな環境変化は、当社グループにとって必ずしも追い風となるものばかりではありません。従来のやり方が通用せず、困難に立ち向かわなければならないことも想定されます。新しい分野には正解と呼べるものがなく、挑戦し失敗を繰り返しながら、次の一手を見極めていくということも必要になるでしょう。私は、当社グループがこうした環境変化を新しい機会と捉え果敢にチャレンジをしていく文化を、今改めて築き上げたいと考えています。クルマの進化に合わせて自分たちの守備範囲を広げ、パートナーシップも活用しながら、お客様目線のフレンドリーな姿勢で次のマーケットを探していく。正解がないからこそ、共に取り組み一緒に未来を創っていく共創が可能だと考えています。

当社、フランチャイズ本部は、マーケットを創造することが仕事です。未来を見据え、加盟店に対して目指すべき方向性を提示することで、新たな道を切り開いていきます。加盟店は、示された方向性を具現化していくことによって、これまで以上に地域との強いつながりを築くことができるようになると考えています。



A PIT AUTOBACS SHINONOME

P26



ドローンによる医薬品配送

P48

トップメッセージ

100年企業として存続するために 組織や人材のあり方を自らに問い直す

当社グループは、「2050未来共創」ビジョンのもと、社会から求められ続ける「100年企業」を目指しています。その実現に向けて、ESG・SDGsに関する取り組みに向けて、ESG・SDGsに関する取り組みは不可欠であると考え、2021年1月に社長執行役員をリーダーとしたプロジェクトを発足しました。

プロジェクトの活動を通じて、社会課題の再認識とマテリアリティの再検討を行い、当社が実現したい社会像を「人とクルマと環境が調和する 安心・安全でやさしい社会」と定義しました。そして、当社が積極的に解決すべき社会課題を明確にするとともに、それらが当社にとってどのようなリスク・機会となるかを分析し、今後の経営戦略に落とし込んでいく考えです。また、今後は重要課題のKPI設定を行い、活動のモニタリングに役立てていきます。

社会課題の解決によって新たなビジネスの創出を目指すためには、オートバックスグループの約15,000人のスタッフが、それぞれの能力や個性を發揮することもまた不可欠です。そして、一人ひとりが仕事を通じてよさげな喜びや誇りを感じてほしいと願っています。そうした思いから、多様性に関する取り組みに力を入れています。例えば、当社社員の女性比率を向上させるためにさまざまな施策を導入していますが、そのひとつとして私が女性社員の思いや悩みを直接聞くための対話会を開催したこともあります。女性社員たちの中に一人で入っていくことで自分が少数派の立場に置かれたときの気持ちを知ることができ、参加してみて初めてわかったことがたくさんありました。そこで出た案件から制度などが変わったものもあります。

また、整備士の育成も重要なテーマです。前述のとおり、クルマに搭載される装置や技術は先鋭化しており、従来のスキルだけでは対応できなくなっています。これまで整備工は3K仕事に分類されることもありましたが、当社グループの事業と、安心・安全を支える重要なプロフェッショナルとして、またお客様に寄り添えるフレンドリーな存在として高いスキルを有した人材をより多く育てていかなければなりません。今後も、公的資格の取得に向けた研

修などに注力するとともに、整備士のロールモデルとなる「AUTOBACS GUYS」を毎年選出し、その活躍を広く社会に積極的に発信する取り組みを継続していきます。

さらに今後は、当社グループの経営を担う人材の育成にも力を入れていく考えです。国内外に数多くの子会社を抱えていることもあり、経営のプロフェッショナルとなる人材を数多く育て、活躍の機会を与えていくことも重視していきます。



ディーラー事業

P30



2020年度AUTOBACS GUYS

P16



たゆまぬ挑戦を続け ステークホルダーの皆様と共に未来を創っていききたい

創業以来70余年、クルマに求められるものは時代によって常に変わってきました。「かっこよく乗りたい」「友人や家族と過ごす空間」「コロナ禍で安心・安全な移動手段として活用したい」など、ニーズの方向性もさまざまです。

当社グループは小売・流通のトップランナーとして、時代の先にあるもの、変化の先に求められるものを常に探し続けること

を使命としています。商品・サービスや売場のあり方を常に模索し、新しい提案のために何をなすべきか考え、実行していかなければなりません。そのためには、チャレンジを恐れない企業風土や人材を育み、スピード感を持って臨むことが不可欠であると考えています。

そして、昨今の先が読めない社会環境の中では、その変化をいち早く察知して、

新たなリスクを機会に変えていく必要があります。事業を通じて持続可能な社会に貢献する企業として、安心・安全でやさしい社会の実現に向けたさまざまな価値を創造していきます。

ステークホルダーの皆様には、共に未来を創るパートナーとして、挑戦を続ける私たちの姿に今後ともご期待いただければと思います。

価値創造のあゆみ

オートバックスは、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。日本のモータリゼーションの発展とともに、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、国内カー用品市場シェアNo.1の地位を築きました。クルマを取り巻く事業環境が大きく変化し続ける中、これからも常に新しい価値提供に挑戦し続けます。

(億円)

3000
2500
2000
1500
1000
500
0



国内オートバックス事業

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「オートバックスオイル」「オートバックスタイヤ」「オートバックスバッテリー」発売

1989

大阪証券取引所市場第2部に上場

1980

(株) オートバックスセブンに社名変更

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・オンラインアライアンス事業

国内店舗数

1974

直営1号店オートバ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
オートバ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中、オートバックスは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。



オートバックス直営1号店

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。オートバックスでは、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。



プライベートブランド商品発売

1990

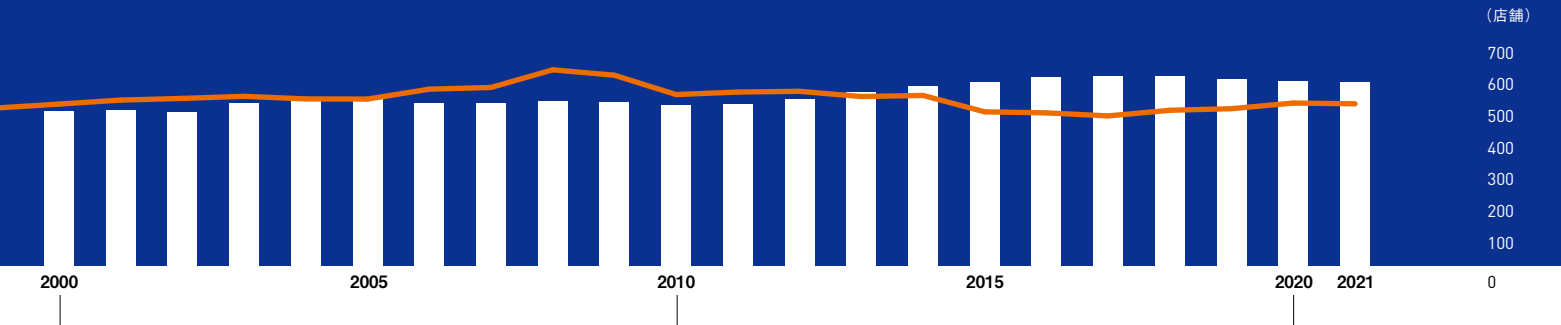
スーパーオートバックスを開発、
車検事業に本格参入

小売店舗の大型化が進む中、カーライフメガストア「スーパーオートバックス」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。



スーパーオートバックス1号店

— 連結売上高
■ 国内店舗数



<p>2001 フランス第1号店オープン</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>2012 マレーシア (FC 店) 第1号店オープン</p> <p>2015 インドネシア第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>2018 BMW/MINI 正規ディーラー事業を開始</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>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 自動車整備の全国ネットワーク「BS サミット」と包括的業務提携</p> <p>2020 タイ SIAM AUTOBACS CO., LTD. の一部株式を PTG 社に譲渡し、持分法適用関連会社に異動</p> <p>2020 ・高森自動車整備工業 (株) を連結子会社化 ・(株) カーフロンティアと戦略的提携 ・BS サミット事業協同組合との包括業務提携</p> <p>2021 ・Audi 正規ディーラー事業を開始 ・(株) ジョイフル車検・タイヤセンター全株式取得 ・日産自動車 (株) と業務提携</p>
-------------------------------------	--	---	--	--

2021年3月末現在
国内店舗 584

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 ~ 整備事業者とのネットワーク構築・次世代整備への対応強化

エコカーの普及やクルマの使用年数の長期化など、カーライフの在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。



電気自動車充電スタンド設置

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カ年ローリングプラン」を策定しました。



A PIT AUTOBACS SHINONOME

クルマの進化による整備業界を取り巻く環境の大きな変化に素早く対応するため、地域における整備ローカルネットワークを加速度的に構築し、ノウハウを共有することで、より高度で質の高い整備サービスをお客様に提供することを目指しています。



キャリブレーションエリア

価値創造プロセス

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、当社では、「人とクルマが調和する安心・安全でやさしい社会」をありたい姿として定めています。この実現に向けて、4つの重点分野を設定し、優先的に取り組むべき課題を検討し、実行、評価、見直しを継続することで、さまざまな変化の中でも持続的に成長し続けます。



私たちの目指す社会

人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会

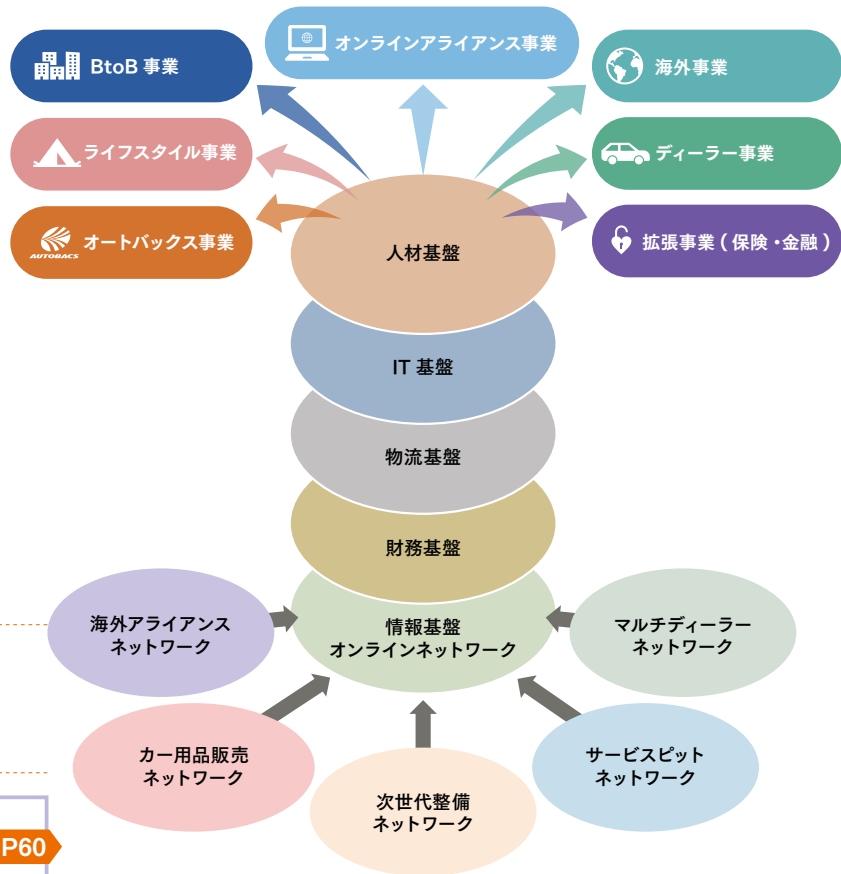
2050 未来共創

私たちのありたい姿

プロフェッショナルでフレンドリーな存在

5か年ローリングプラン P13

お客様がクルマを利用するシーンに合わせたさまざまなサービスをネットワークを通じて提供する



国内オートバックス事業 P23

海外事業 P27

ディーラー・BtoB・
オンラインアライアンス事業 P30

その他事業 P33

地域 P45

人材育成 P16

ガバナンス P49

コンプライアンス P60

プロフェッショナル集団

国内カー用品専門店市場シェア
No.1

稼働会員数
約**730**万人

自動車整備士
約**3,700**人

国内BtoB取引社数
約**180**社

タイヤ販売店
No.1

連結従業員数
4,279人

カーライフアドバイザー
約**9,700**人

海外取引国数
16カ国

2021年3月末現在

5ヵ年ローリングプラン

当社は、当該事業年度から向こう5年間の当社グループの方向性や戦略を示す「5ヵ年ローリングプラン」を策定しています。その背景には、外部環境の変化と、お客様のニーズの多様化がありました。CASE（ケース）という言葉に代表されるように自動運転車の開発や電気自動車の普及など、車業界は100年に1度の変革期を迎えています。当社は、こうした、外部環境の変化に加え、変化するお客様のニーズを捉えて、それらに素早く対応できる体制を整えるため、時流に合わせて継続的に5年後の方向性および戦略の見直しを実施します。また、数値目標は単年ごとに発表していきます。

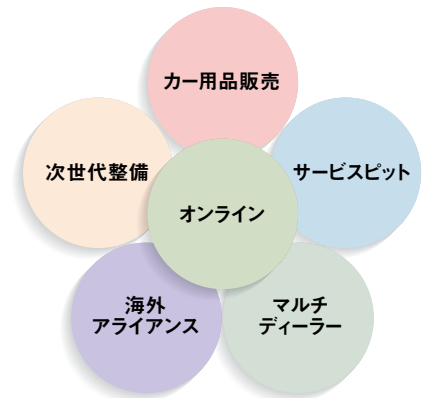
5ヵ年ローリングプランの目指す姿

当社グループの事業を取り巻く外部環境は絶えず変化し、お客様のニーズや価値観は多様化しています。そのような状況の中で持続的な成長を果たすためには、変化を捉え素早く対応できる体制の整備が必要です。

しかし、今すぐに当社グループだけで、クルマの利用シーンを支えるすべての商品・サービスを当社グループだけで提供することはできません。そこで、それぞれ

の領域で強みを持つ事業者と連携して「6つのネットワーク」を確立し、お客様目線で利便性を上げていくことが、ローリングプランの根幹となっています。

これにより、社会、クルマ、人の暮らしに寄り添い、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を目指しています。



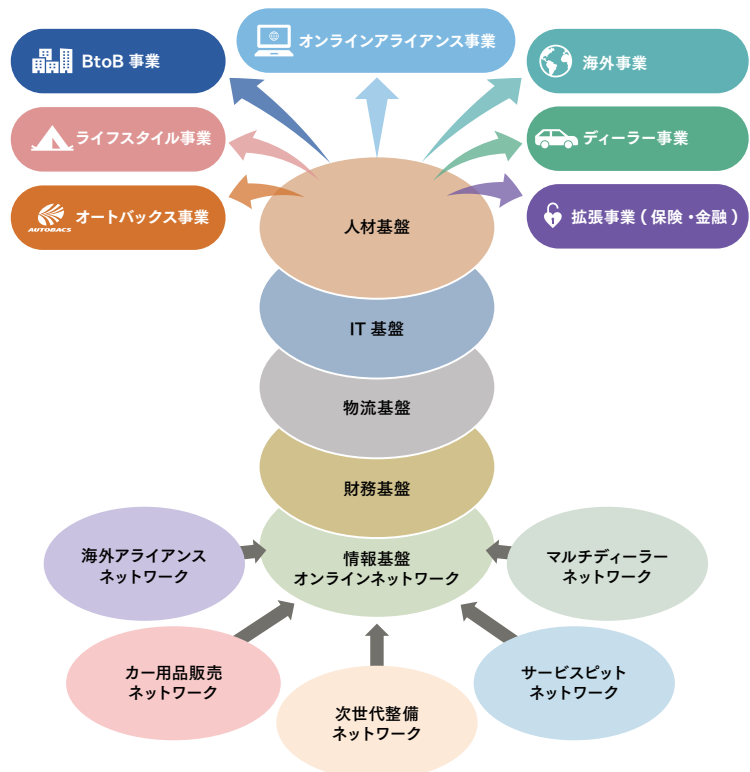
クルマを利用するシーンを支える、インフラの役割を果たす

5ヵ年ローリングプランにおける6つのネットワークは、お客様と事業者、または事業者同士をつなぐ仕組みです。ここから生み出される情報やノウハウを、6つのネットワークの中心に据えたオンラインネットワークで整理・統合していくことにより、情報基盤の強化を実現します。

7つの事業は、この情報基盤を活用し、様々な情報を事業に取り込むことによって、お客様に対して、よりの確な提案やサービスの提供を実現し、企業としての価値を高めていきます。

また、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仕組みの導入や体制の構築にも引き続き努めます。

6つのネットワーク、5つの基盤、7つの事業



6つのネットワークの主な取り組み

マルチディーラーネットワーク

ディーラーを運営するだけでなく、国内外を含む主要ブランドを獲得することで、ブランド横断的に車両やメンテナンス情報・ディーラー事業のノウハウを取得し、オートバックスチェーンの市場競争力の強化にもつなげます。

2021年4月に、Audi正規ディーラーを運営する(株)TAインポートの全株式を取得し(当社の孫会社化)、プレミアムカーユーザーとの接点創出を推進しています。



サービスピットネットワーク

インターネット販売市場の拡大によって高まるカー用品の取付需要に対する受け皿として、オートバックスチェーン外の自動車整備事業者、ガソリンスタンド事業者や、他のカー用品販売店とも連携を図ります。

2020年12月より、自社での整備に課題を抱えている中古車販売事業者や自動車リース事業者へ向けた外販向けメンテナンスパックの提供を開始しています。

WEB

メンテナンスパック

https://www.autobacs.com/static_html/shp/maintenance_pack/index.html



次世代整備ネットワーク

次世代技術を要するクルマの整備に対応できる整備事業者と連携し、整備や設備に関する情報、整備オペレーションのノウハウなどの集約を図り、安定的な整備とサービスの提供に努めます。

2020年8月にBSサミット事業協同組合との包括業務提携契約締結、2021年4月に(株)ジョイフル車検・タイヤセンター全株式を取得するなど、連携体制を構築。車検・整備分野の事業拡大や用品販売とのシナジー創出を進めています。



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、ガソリンスタンド等のカー用品販売店を含め、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、市場競争力を高めます。

2021年4月には日産自動車(株)と業務提携を行い、カー用品およびNISSAN/NISMOブランドグッズの共同開発の検討を進めるなど、より広く強固なネットワークの構築を進めています。



海外アライアンスネットワーク

各国・地域において競争力を有する企業や、独自の革新技术を有する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しています。また、国内外のサプライチェーンとも連携することにより収益の拡大を図ります。

シンガポールのSK AUTOMOBILE社や、オーストラリアのAudioXtra社を子会社に加え、オーストラリアでは、新たにJVCKENWOODの代理店を獲得するなど、ネットワークの構築を進めています。



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、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、法令や環境等の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・集約しています。

三菱商事グループの(株)カーフロンティアと戦略的提携のもと、タイヤに関するサイト「TIREHOOD」を展開する(株)BEADに出資し共同運営しています。



5ヵ年ローリングプラン

次世代整備対応・整備ローカルネットワーク

サービスビジット
ネットワーク次世代整備
ネットワーク

2020年4月1日より改正道路運送車両法の施行に伴い、従来の分解整備に加え、自動車に標準装備されるようになった衝突被害軽減ブレーキや、アクセルとブレーキの踏み間違い防止装置など、ADAS（先進運転支援システム）に対応した「電子制御装置整備」に範囲が拡大するとともに、「特定整備制度」がスタートしています。このような環境の中、5ヵ年ローリングプランにおいて、「次世代技術に対する整備ネットワーク」の構築の一環として、さまざまな施策を推進しています。

BSサミット事業協同組合と「包括的業務提携」を締結

当社は2020年8月20日に、BSサミット事業協同組合と「包括的業務提携」を締結しました。本提携により、全国に約600店舗あるオートバックス店舗が、近隣にあるBSサミット事業協同組合の組合員工場とリレーションを深め、地域における整備ローカルネットワークの構築を推進します。

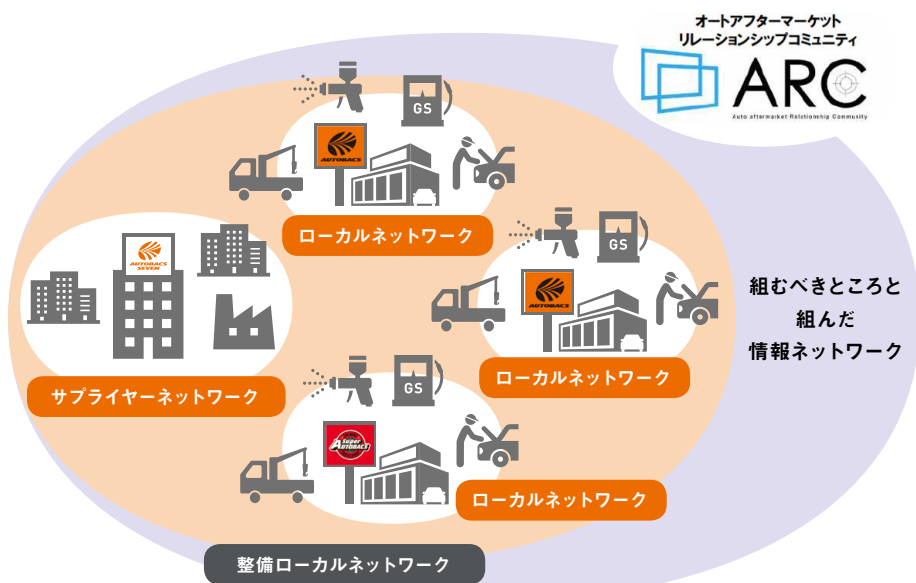
技術に優れた地域のパートナーとの連携

クルマの進化により整備業界を取り巻く環境は大きく変化しています。自動車整備事業者においては、整備するための場所と人、そして専用機器の導入が迫られており、電子制御系の整備に対するスキルの不足に加え、後継者不足などが課題となっています。

当社はこの変化に素早く対応するために業界の垣根を越えて新たなパートナーとネットワークを構築し、お客様に質の高いサービスを提供していきます。

キャリブレーションエリアの新設

オートバックスグループ初の「共有契約工場」として、熊本県のスーパーオートバックス・熊本東バイパス店に、地域のディーラーや整備工場から外注作業を請け負い、設備の共用も行う「キャリブレーションエリア」を新設しました。これは5ヵ年ローリングプランにおける6つの



※ BS サミット事業協同組合は、「お客様」と「損害保険会社・アシスタンス会社」、そして「組合員工場」の三社にとって、トリプルプロフィット（三者間利益）を追求する、車体整備におけるプロ集団の全国ネットワークです。

新たなパートナーとのネットワーク構築



AUTO IN タイヤ・車検センター



正和自動車販売



高森自動車整備工業

ネットワークである「次世代技術に対する整備ネットワーク」の一環で、地域のローカルネットワーク構築モデルとなる取り組みです。

このように人も含めた経営資源を持ち寄り、経営効率の向上だけでなく、お客様の利便性向上を目指しています。



ビジネスを支える人的資本・人づくり

人材基盤

当社は「ヒト」の成長が企業価値を最大化させると考えています。そして「ヒト」のパフォーマンスを最大化することで生産性を向上させ、地域の安心を支え、お客様とつながり続けるグループを目指していきます。

地域の安心・安全を支える現場力の強化

整備士の育成

オートバックスでは、車検・整備のために不可欠な技術力を備えた専門スタッフの育成を強化するため、教育研修体系の構築・運用により、各種ピットサービスをはじめ国家資格である整備士・検査員の育成を行っています。また、子会社の（株）チェングロウスを通じて、自動車整備士の資格取得を、バックアップしています。

オートバックスアワード

オートバックスグループでは、現場で頑張るスタッフに光を当てたいという思いで、全国の店舗の約15,000人の中から、

優れたスタッフを表彰する「オートバックスアワード」を開催しています。お客様からの評価や、お客様とのつながりなどの点から「ベストピット・オブ・ザ・イヤー」「カスタマーエクスペリエンス大賞」を表彰しています。

外国人技能実習生の育成

技術習得を目指す外国人人材の育成として、フィリピンの外国人技能実習生へ、日本の高度な自動車整備技術の継承を行っています。そして彼らがその技術を生かして、自国のモータリゼーションの発展と、地域の安心・安全に貢献していくことを目指しています。

AUTOBACS GUYS

自動車整備士の仕事は、お客様の安心と安全に直接関わる重要な仕事です。その仕事ぶりにスポットライトを当て、多くのお客様にオートバックスグループのプロフェッショナルでフレンドリーな一面を整備士を通じて伝えるため、全国の店舗から「AUTOBACS GUYS」というロールモデルを2017年から5回にわたり選出しています。



事業を支え、持続的に発展させる人づくり

若手経営人材の育成

当社ではカンパニー制を導入しており、戦略や人的資源の分配、投資に関する決定など、高度な判断を各カンパニーの責任者が行うことから、必然的に経営者の視点が求められます。経営視点を持った人材が育成されることによって、グループ全体としての組織力の向上につながると考えています。

価値観表彰

2050未来共創の実現に向けて、従業員の行動改革を褒賞する「価値観表彰」を2018年度から実施しています。ムードメーカーやコネクター、チャレンジャーなど、7

種類のカテゴリからなり、2020年度は226人が選ばれ、延べ391人の従業員が受賞しています。

オートバックスナレッジサークル

リモートでの働き方が進む中、従業員同士のコミュニケーション機会の創出、また従業員が持つ特技・知見・スキルを共有し学び合うサークルとして「オートバックスナレッジサークル」を実施しています。従業員が能動的に講師や参加者として対話することで、他部門への関心が高まり自律的な交流も活発化しています。

チャレンジ2050

2050未来共創のもと、次世代ビジネスの創出に向けて、豊富なチャレンジ精神や起業家精神を育むため、社内からビジネスプランを募集しています。従業員がアイデアやビジネスの種を気軽に提案できる場を提供しています。この取り組みから、プレミアムガレージハウスの提案や、クルマに詳しくない方への情報サイト「暮らしとくるま」など、具体的に新たなサービスも生まれています。



財務担当執行役員メッセージ



収益力の向上と、積極的な株主還元により、株主・投資家をはじめステークホルダーの皆様のご期待に添えてまいります

執行役員
経理・財務・広報・IR担当

池田 知明

Q 2021年3月期の業績について総括してください

新型コロナウイルス感染症拡大により、期初においては先行きが極めて不透明でしたが、結果としては、連結営業利益が2014年3月期以来7期ぶりに100億円を上回るなど、社会情勢を考えると良い結果だったと捉えています。

この背景には、新型コロナウイルス感染

症の影響を受けつつも、国内オートボックス事業が、特に第2四半期以降好調に推移したこと、海外事業もオーストラリアのAudioXtra社が好業績を収めるなど、緩やかながら回復基調にあったことなどが挙げられます。特に好調であった国内オートボックス事業では、冬場の降雪による冬

タイヤの需要増や、緊急事態宣言発出時に洗車用品やDIY用品の需要が増加したことなど、これらに的確に対応できたことが反映されています。また、この機会に改めて、全社をあげて販売費および一般管理費のさらなる削減に努めたことも奏功しました。

Q 新型コロナウイルス感染症の拡大は、2021年3月期の業績にどのような影響を及ぼしましたか

当社グループは感染症拡大の初期段階から、対策の大きな命題として、お客様、お取引先様、そして従業員に「感染しない・感染させない」ことを掲げてきました。2020年4月に1回目の緊急事態宣言が発出された際には、消費などの外部環境や経済全体についての悲観的な仮説に基づき、当社の資金繰りについての対策を慎重に検討しました。その際には、パートナー

であるフランチャイズ加盟法人に対しても最大限の支援ができるよう試算を行いました。結果として、公共交通機関の利用を避けるなど、クルマの利用方法が見直されたこともあり、厳しい環境の中、比較的恵まれた状況で1年を終えたという印象です。

しかしながら、2022年3月期においても新型コロナウイルス感染症拡大の終息は

見通せず、緊急事態宣言も断続的に発出されています。その都度クルマによる長距離の移動は自粛される傾向にある一方で、公共交通機関を避けて、クルマが近距離・高頻度に利用される傾向にあります。今後、タイヤの摩耗やバッテリーの消耗など、クルマのメンテナンスにどのような影響があるか、慎重に見極めて行く必要があると考えています。

Q 国内オートボックス事業において業績に影響を与える特別な要因はありましたか

2020年6月の改正道路交通法の施行を受けて、いわゆる「あおり運転」に対する罰則が創設されました。同時にドライブレコーダーの設置に伴う補助金・助成金などの影響もあり、カーエレクトロニクスの需要が急増しました。その後は一転、新車販売の不調などにより、カーナビゲーションやドライブレコーダーはダウントレンド

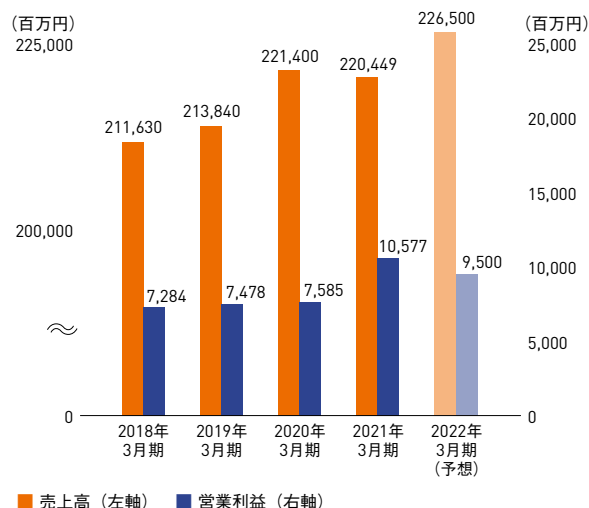
で推移しています。また、直近ではグローバルな半導体不足の影響で、新車およびカーエレクトロニクス製品の生産に影響が出ていることもあり、今後の業績への影響を注視しています。

Q 2019年よりスタートした「5ヵ年ローリングプラン」の進捗をお聞かせください

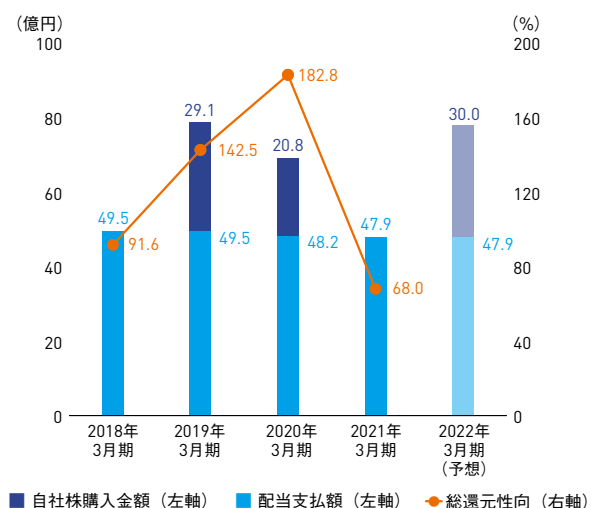
「5ヵ年ローリングプラン」では、お客様がクルマを利用されるシーンに合わせたサービスを提供するために、「6つのネットワーク」の確立と連携を目指していますが、確実に成果が上がってきています。例えば「次世代整備ネットワーク」においては、BSサミット事業協同組合との包括業務提携により、全国の当社グループ店舗約600店舗と、近隣のBSサミットの組合員工場約380店舗の地域連携により、特定整備認証への対応強化など、さまざまなサービ

スの連携を図っています。またマルチディーラーネットワークにおいては、BMW、MINIに加えて、2021年4月よりAudi正規ディーラーを孫会社化し事業をスタートしました。欧州の最先端のクルマに関するノウハウを確実に吸収すると同時に、収益も好調に推移しています。今後は実行のスピードをさらに上げ推進してまいります。

売上高・営業利益の推移



配当と自社株買い・総還元性向の推移



財務担当執行役員メッセージ

Q これからの財務戦略における課題をどのように捉えていますか

最大の課題は投資収益性・効率性の向上です。当社のROEは2021年3月期5.8%であり、これには満足していません。国内オートボックス事業を中心に稼ぐ力をさらに高めていくと同時に、全社的に経費構造を見直す努力が必要です。2021年3月期は新型コロナウイルス感染症拡大を受けて、旅費交通費、交際費、会議費などさまざまな経費の削減を社内ですべて徹底しまし

た。これは2022年3月期以降も継続します。継続し続けることが、社員一人ひとりの意識を変え、より筋肉質な会社となるために必要だと考えています。また、2022年3月期からはさらなる投資効率性の向上のため、執行役員の評価項目についても、ROA改善を重視した内容としています。現在進めているキャッシュ・フロー・マネジメントのさらなる推進も必要です。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や、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も強化してまいります。

将来の成長のための積極投資の一方で、投資収益性の低い事業は撤退を検討してまいります。

Q 投資戦略の方向性はどのように定めていますか

当社では投資について、取締役会、経営会議、投資検討会などで幅広く議論を行うとともに、投資後にもモニタリング会議でのレビューを定期的実施しています。PMI報告はもとより、PDCAのサイクルをしっかりと全社で確認し、部門任せではなく全社で課題を解決する体制を構築しています。

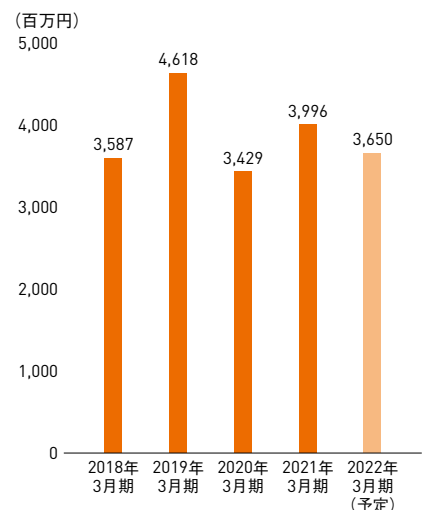
投資の領域としては、国内オートボックス事業にはまだまだチャンスが多いと捉え

ています。クルマを取り巻く環境が大きく変化する中、全国47都道府県に約600店舗のリアル店舗を持っていることは大きな強みであり、今後も収益性を重視しつつ出店を進めていく考えです。また、ネット時代に即した投資や、非接触型決済等のお客様のニーズ変化に伴う次世代店舗システムにも投資が必要だと考えています。

2022年3月期の事業ごとの取り組み施策

事業	取り組み施策
国内オートボックス事業	<ul style="list-style-type: none"> ●カンパニー制の推進継続と現場力（人材）の強化 ●出店、店舗改装、リノベーションの推進 ●出張査定拡充（クルマ買取） ●ネットでの作業予約促進（アプリによるオイル交換） ●次世代整備への早期対応など
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> ●卸売事業の拡大（商品開発、新規取引先の開拓）
ディーラー事業	<ul style="list-style-type: none"> ●ブランド力向上に向けた人材の確保と育成
ディーラー・BtoB・オンラインアライアンス事業	<ul style="list-style-type: none"> ●オリジナル商品の開発 ●タイヤ・ホイール組込サービスによる新たな需要取り込み
オンラインアライアンス事業	<ul style="list-style-type: none"> ●ECとリアル店舗の連携強化
ライフスタイル事業	<ul style="list-style-type: none"> ●ネット販売強化、GML MOTORSの販売強化
その他事業	<ul style="list-style-type: none"> ●C@RSとの連携による車販売の拡大（ローン・クレジット事業）

設備投資の推移



Q 株主還元の方針および配当性向の目標についてお聞かせください

株主還元については「5ヵ年ローリングプラン」における計画として5年間累計の総還元性向100%を掲げています。実績としても、「5ヵ年ローリングプラン」の初年度である2020年3月期、そして2021年3月期の2年間累計で108%となっています。配当については、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%

目指しています。自社株買いについては財務の健全性を確保した上で機動的に実施する考えです。これらの方針のもと、2021年5月~9月の期間において株数200万株・金額30億円を上限とする自社株買いを実施すると同時に、2021年5月に200万株の自己株式の消却（発行済み株式総数に対する割合2.4%）を実施しています。

Q 株主・投資家の皆様とのコミュニケーションについてどのようにお考えですか

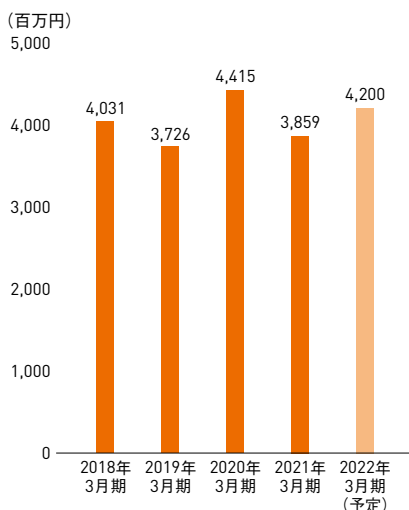
当社について深くご理解いただいているアナリスト・投資家の皆様とのミーティングを極めて重視しています。ミーティングなどでいただく多岐にわたるご質問やご意見は、参考になることが多く大変貴重だと考えています。これらのご質問やご意見は、定期的に取り締役会で報告することにより、経営に生かしています。

2021年3月期に行った機関投資家とのミーティングで、ESG専門家から当社のESGの考え方やSDGsへの取り組みなど

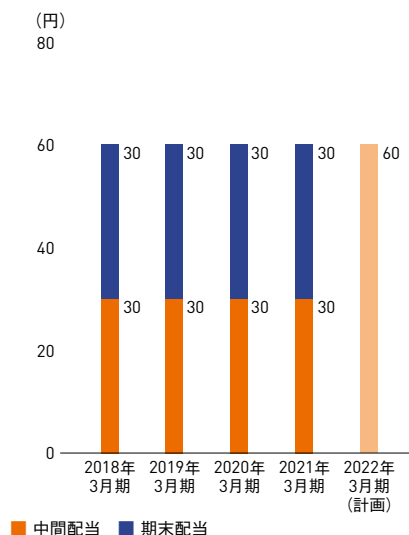
について、具体的かつ詳細なご質問やご意見をいただく機会がありました。これをきっかけに、これまで以上にESG・SDGsに本格的に取り組まなければならないと考え、2021年1月に社長をトップとするESG・SDGs推進プロジェクトを発足しました。2021年9月からこのプロジェクトを全社プロジェクトとし、さらに拡大・加速して推進してまいります。ESG・SDGsの取り組みが、結果として企業価値の向上につながっていくことを期待しています。

コミュニケーションの際は、常に正直かつ誠実、そして公正でありたいと思っています。厳しいご意見も真摯に受け止めてまいります。企業の業績や改革は一足飛びに結果が出るものではなく、日々の地道な活動に支えられています。そうしたこともご理解いただけるよう、これからも積極的にマーケットの皆様とのコミュニケーションを深めていきたいと考えています。

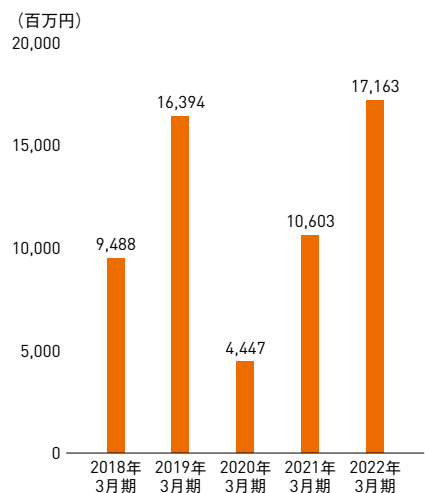
減価償却費の推移



一株当たり配当金の推移



営業活動によるキャッシュフロー



Topic

新型コロナウイルス感染症に対する事業継続の取り組み

新型コロナウイルス感染症の拡大に対し、当社グループではお客様・お取引先様・従業員の健康を守ることを最優先とし、「感染しない・感染させない」ための対策を2021年3月期より継続しています。

グループの対策・体制

新型コロナウイルス感染症への対応の基本方針

当社は今まで積み上げてきたBCPをもとに、危機対応本部を設置し、事業継続に向けた対策と今後の検討を行っています。クルマは生活における重要な移動インフラであることから、お客様の安心・安全な車生活を守るため、感染拡大防止に最大限配慮しながら営業を行っています。

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

客様との接触機会を最小限にするさまざまな取り組みを実施しました。

オフィスにおいては、緊急事態宣言中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。緊急事態宣言解除後も、オフィス勤務においては場所にとられない新しい働き方を定着するための工夫を行い、在宅・シェアオフィスでのテレワークを推進しています。

また、フランチャイズチェーン加盟法人の経営を守ることも重視し、法人のサポートと店舗のサポートの両面で支援策を実施しました。このほか、感染症の拡大によってお客様の非接触に対するニーズが増大したことを受け、2020年10月にはオートボックスアプリのリニューアルを実施、WEB予約等の利便性を向上しました。

今後も引き続き、新型コロナウイルス感染症の拡大防止に向け、感染防止策の徹底を図ってまいります。

フランチャイズチェーン加盟法人支援策（費用減免・支払猶予・融資・店舗サポート）

法人サポート

ストアパーソナリティの減免

- 加盟店負担の全国展開の販売促進費用を一部減免

商品代支払猶予の実施

- 商品代金を一定期間支払猶予

短期融資への切り替え

- 支払猶予を融資に切り替えて支援

店舗サポート

店舗への指導

- オンライン会議などの活用

オフィス勤務スタッフを応援派遣

- 店舗設備・車両の除菌、検温などをサポート

店舗の電話対応をサポート

- 問い合わせ・予約等の対応を支援

感染拡大防止への当社グループの対応

	店舗	本部オフィス
緊急事態宣言発令時 2020年4月7日～ 2020年5月25日	<ul style="list-style-type: none"> ● メンテナンス中心の限定営業 ● 営業時間の見直し（一部店舗除く） ● 営業情報をWEBで随時更新 ● 検温・手洗い・うがいの実施 ● 接触機会を最小限にする取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> ● 出社禁止（在宅勤務） <small>※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、感染拡大防止に最大限考慮し出勤（参考）出社率17%（4～5月）</small>
2021年9月末現在 継続中	<ul style="list-style-type: none"> ● 検温・手洗い・うがいの実施 ● 接触機会を最小限にする取り組み <small>※次ページ参照</small>	<ul style="list-style-type: none"> ● 在宅勤務・リモートワークを実施（参考）出社率31%（6～12月） ● 働き方改革（フレックスタイム制導入）2020年11月より順次

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
- 適時・適切な社内外への情報発信

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：オートボックス事業担当執行役員、経理・財務・広報・IR担当執行役員、総務部長、人事部長、広報・IR部長

現状および今後の取り組み

オートボックスでの店内・ピットの衛生管理（一例）

「感染しない・感染させない」ための対策として、店舗へマスクや手袋など衛生用品を配備するとともに、従業員の検温・手洗い・うがい、その他店舗内の衛生管理を徹底しました。



お客様にお並びいただく際にきちんと間隔をあけていただく



スタッフによる車両移動の際には、ハンドルカバー、フロアカバー、シートカバーの使用を徹底



作業終了後、触れた箇所を除菌

非接触での作業予約の利用を促進

お客様との接触機会を最小限にする取り組みとして、WEBでの事前予約やアプリの事前予約システムをリニューアルし、利便性を高めることで、店舗の滞留時間を減らし、非接触を推進しています。2020年10月にアプリをリニューアルした結果、2020年11月～12月のオイル交換WEB予約の60%以上は、アプリ経由での予約となり、前年を大きく上回りました。



リニューアルのポイント

- 起動速度の改善、操作性の向上により快適な予約体験を実現
- 車検証二次元コードをスキャンするだけで車両情報の登録が可能

本部オフィスの働き方の見直しによる出勤率の削減

数年前から働く環境の制度見直しやITインフラの整備に努めていたこともあり、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、迅速に対応することができました。そして、テレワークへの理解と活用が一気に加速し、フリーアドレスやフレックスなどの働き方の変化が進みました。これにより移動時間の削減、会議体の効率化が図れました。また「本部オフィススペースの効率化」「書類の電子決済」「オンライン集会」などを実施し、さらなる業務の効率化、働き方の改善につなげています。

改善後の本部オフィススペース

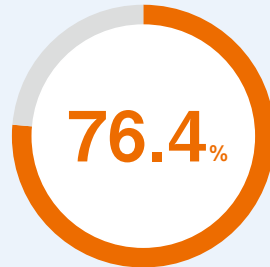


セグメント別事業概要

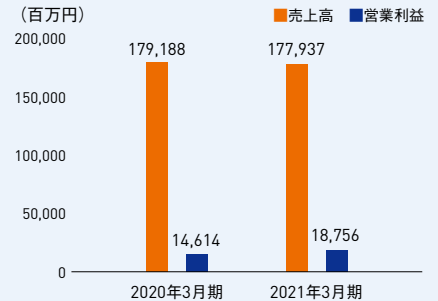
国内オートボックス事業



連結売上高構成比



連結売上高／営業利益



ビジネスモデル

国内オートボックス事業では、当社がフランチャイズチェーン (FC) 本部として国内最大規模の売上高を誇るカー用品総合専門店「オートボックス」をフランチャイズチェーン展開しています。

当社は、最新のトレンドを調査し、世界

各国からカー用品をはじめとする各種商品を買付ける「商品調達機能」、エンドユーザーへオートボックス店舗の認知や価値向上を行う「販促プロモーション機能」、約600店のフランチャイズ店舗に対して経営・店舗運営コンサルティング

や本部企画を伝達し販売をサポートする「コンサルティング機能」の3つの機能を発揮し、常にお客様視点に立った事業運営を目指しています。



2021年3月期の実績

国内オートボックス事業の売上高は、新型コロナウイルスの影響などにより、上期が前年同期間を下回ったものの、下期は寒波による冬季用品の需要拡大もあり堅調に推移しました。その結果、当連結会計年度においては、前年同期比0.7%減少の1,779億37百万円となりました。売上総利益は、利益率の高いバッテ

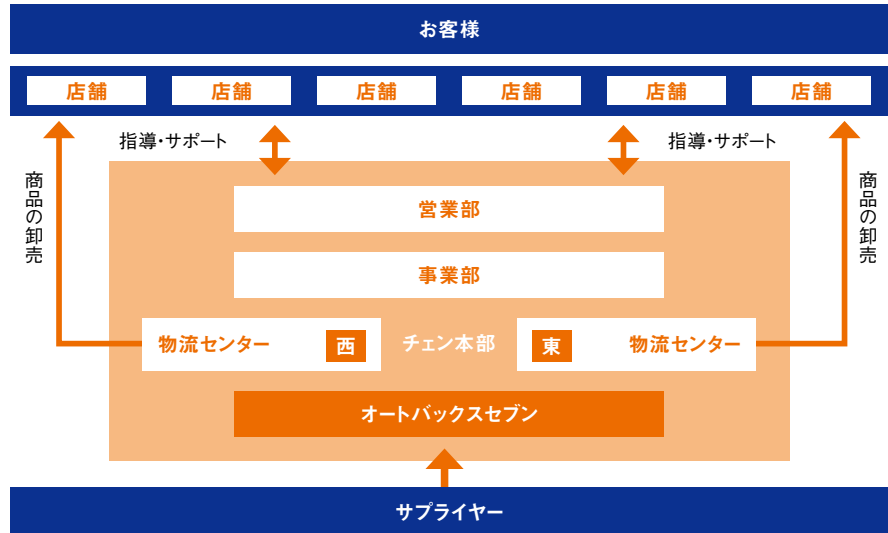
リーや洗車用品、車内小物の売上構成比が高くなったことなどにより、前年同期比4.7%増加の588億91百万円となりました。販売費および一般管理費は、販売促進などに関わる費用や、出張、通勤に伴う交通費などの減少により、前年同期比3.6%減少の401億34百万円となりました。この結果、セグメント利益は前年同

期比28.3%増加の187億56百万円となりました。

営業の状況としては、当連結会計年度における国内のオートボックスチェーン (フランチャイズチェーン加盟法人店舗を含む) の全業態の売上高は、前年同期比で既存店が0.2%の増加、全店が0.0%となりました。

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、5つの事業部と12の営業部により商品・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。2021年3月末現在、FC加盟法人78社（子会社17社含む）が573店舗に加え、直営11店舗の合計584店舗を日本全国に展開しています。



営業/マーケティング支援

全国12エリアの営業部に100人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。

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ー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

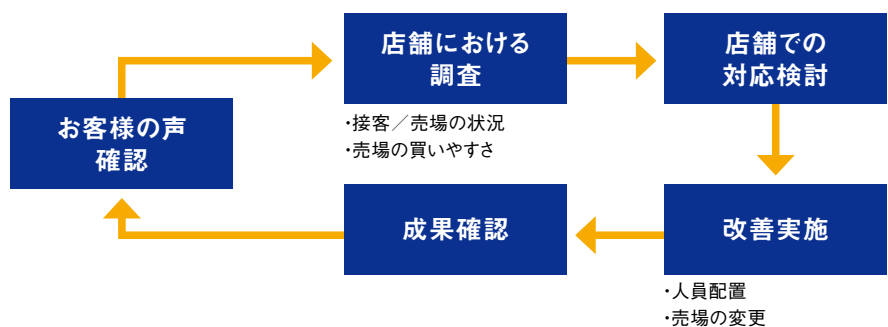
カスタマー・ボイス・プログラム(CVP)

店舗をご利用いただいたお客様の生の声をアンケート形式で収集し、各店舗の接客・品揃えやオペレーション、商品開発、販売促進、設備等の改善につなげるプログラムを2017年3月期より本格稼働し、2021年3月末現在約135,000件の声を収集しています。

オートバックスアワード

当社は、お客様対応に優れた店舗およびスタッフを表彰するグループ内表彰制度「オートバックスアワード」を実施しています。これは、CVPの結果から、正確な待ち時間のご案内、丁寧なお出迎え・お

カスタマーボイスプログラムとオペレーションマネジメント



見送りなど、全店に共通して顧客満足度との相関の高い項目を分析して評価基準とし、優れた店舗・スタッフを表彰する仕組みです。オートバックスブランドを支える現場・人を育むための取り組みのひとつとして、今後も継続していきます。



国内オートバックス事業

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

オートバックスのプライベートブランド(PB)商品は、1977年から40年以上にわたり販売しています。タイヤやホイール、エンジンオイルやバッテリーをはじめ、車内外のアクセサリーなど約1,000アイテムを超えるラインアップとなっています。良質な

商品を適正な価格で提供するための商品開発と販売環境づくりを推進しています。品ぞろえを強化しているタイヤにおいては、第三者機関による調査結果でタイヤ販売店ナンバーワンに選ばれています。

こうした優位性を生かし、国内有力メーカーとの連携によるPB・専売商品を拡充し、タイヤ販売を拡大しています。



日本能率協会総合研究所実施のタイヤに関する調査(2020年)において、4年連続でタイヤ購入先として選ばれました。



プライベートブランド商品「AQ. (オートバックス クオリティ)」

キレのある走りと静粛性にこだわった国産低燃費タイヤ

Maxrun
Efficia



プライベートブランドタイヤ「マックスラン エフィシア」

安全運転支援商品の提供

昨今の安全運転への意識の高まりにより、急発進防止装置やドライブレコーダーなどの安全運転支援商品へ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。



ドライブレコーダー



ペダルの見張り番II



居眠りウォッチャー「ひとみちゃん」mini

オペレーション改革/リノベーション支援

CVPで集めたお客様の声を参考にしながら、店舗のリノベーションやオペレーションの改善を支援しています。

2018年度からの累計で286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やトイレの美装、ウェイティングの改善等を進めています。



リノベーション前



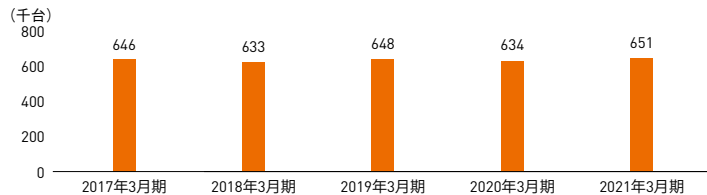
リノベーション後

車検・整備

2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるお客様との接触機会の減少を受け、お客様の利便性向上に対する取り組みとして、WEBや電話によるピット作業の予約を推進しました。

また、車の機能向上に伴い、特定整備の認証取得にも注力しました。これらの活動により、車検実施台数は前年同期比2.7%増加の約65万1千台となりました。

車検実施台数の推移(全店舗ベース)

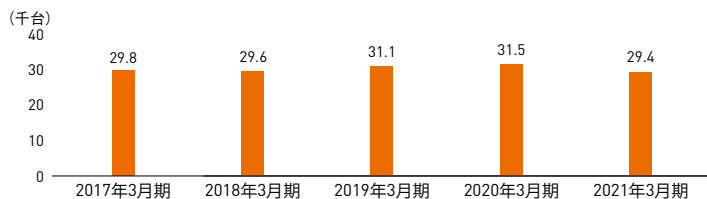


車買取・販売

車買取・販売は、新型コロナウイルス感染症拡大による影響により、上期は売上が大きく減少しましたが、10月以降は前年水準まで回復しました。これらにより、国内オートバックス事業における総販売台数は前年同期比6.7%減少の約2万9千台となりました。

2021年4月より、C to C(個人間取引)中古車売買フリマアプリ「クルマのえん」を通じた中古車の個人間売買をサポートするサービスを開始。クルマの売り手・買い手をつなぎ、一連のお取引をサポートすることで、安心して売買を行える環境を築きます。

車買取・販売台数の推移(車買取専門店含む全店舗ベース)



新しいオートバックスを体現する「A PIT AUTOBACS SHINONOME」

従来のオートバックスを進化させた、クルマに関わるすべてにワンストップで出会える“新しいオートバックス”を体現する店舗として、2018年にリニューアルしたオートバックスグループの旗艦店舗「A PIT AUTOBACS SHINONOME」。蔦屋書店等を運営するCCC社とのコラボレ

ション等により、普段クルマとの関わりが少ないお客様にも快適に楽しんでいただける売り場を提供しています。リニューアル後も多様なニーズに合わせてカーライフの提案をお届けするために、新たなテナントを出店するなど、充実した空間を提供しています。

整備士の育成

整備士の仕事は、お客様の安心と安全に直接関わる重要な仕事ですが、国内においては整備士不足が自動車業界全体の課題となっています。そうした情勢を受け、当社では高い整備技術を持つ人材を増やすことを目指し、さまざまな取り組みを進めています。

さらに国内では、「プロフェッショナル&フレンドリー」のロールモデル(模範となる人)として、オートバックス店舗で働く自動車整備士から「AUTOBACS GUYS(オートバックスガイズ)」を選出し、その仕事ぶりにスポットライトを当て、ホームページや店頭における宣伝活動を展開しています。

整備技術の移転

当社グループでは、外国人技能実習制度を活用して、FC加盟法人の有志10社がASIC(協同組合オートサービス・インターナショナル)を2006年7月に設立。当時の外国人技能実習制度においては自動車整備の職種が認められていなかったため、「金属塗装(板金塗装)」で外国人技能実習生を受け入れました。2016年4月に「自動車整備」が技能実習の職種が追加されたことを受け、技能実習生の受け入れも増加し、ASICに参加するFC法人も20社以上になりました。2019年4月には特定技能制度が開始され、同年9月に日本で初の「自動車整備」職種における特定技能1号資格者がオートバックスグループから誕生。その後も技能実習の修了生から特定技能1号資格者が続々と生まれ、オートバックス店舗でさらに高度な技術を磨き続けています。

また、フィリピンの提携先であるパーベチュアル・ヘルプ大学の工学部の生徒に向けて、整備士育成のコースを設立。日本語能力と高度な自動車整備技術を身につけた人材の育成を進めています。

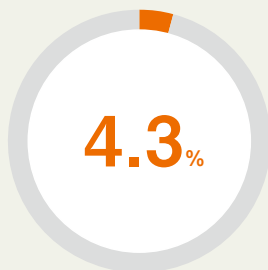


セグメント別事業概要

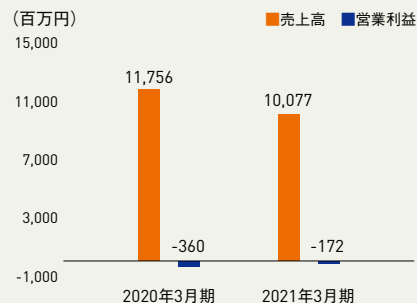
海外事業



連結売上高構成比



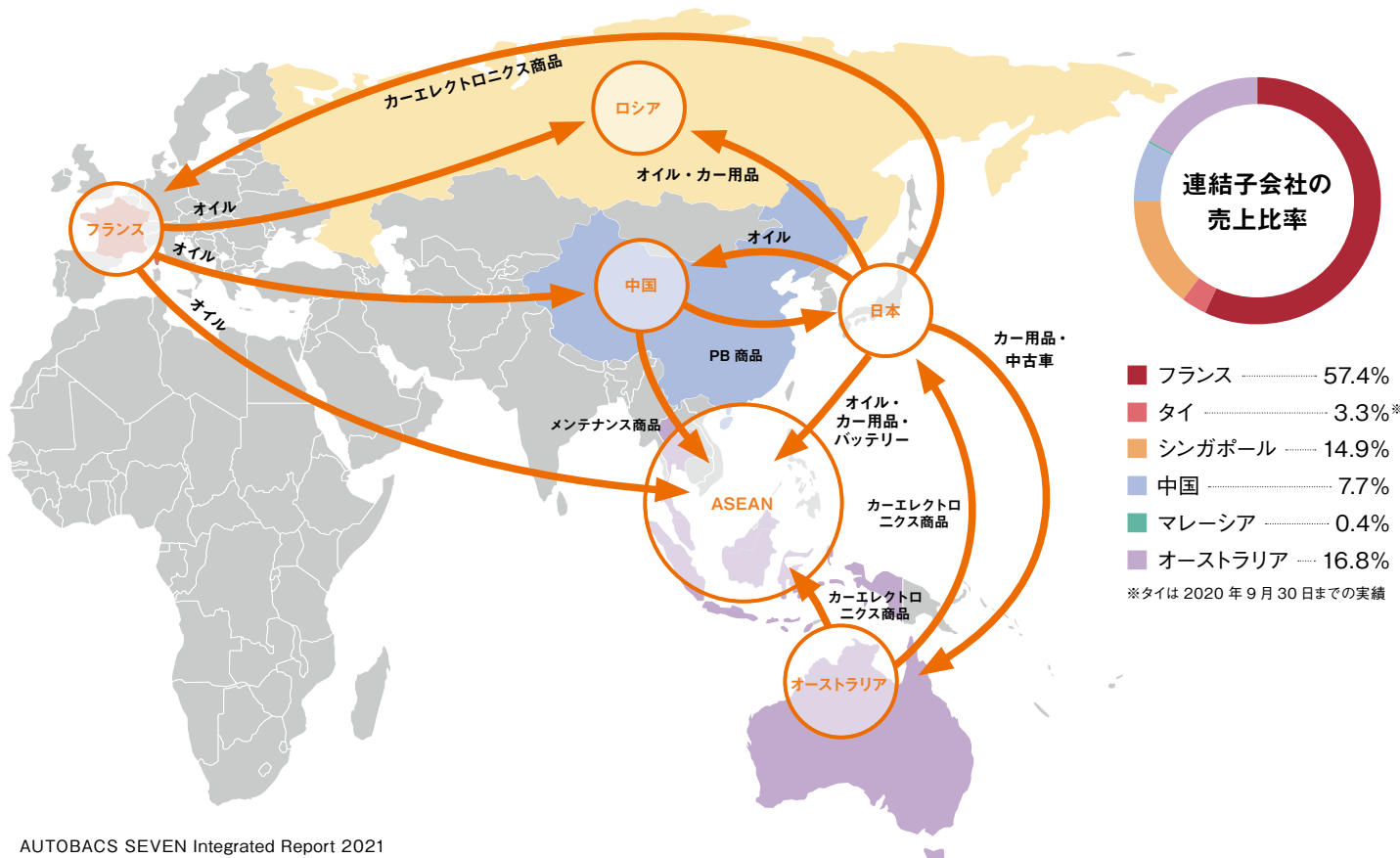
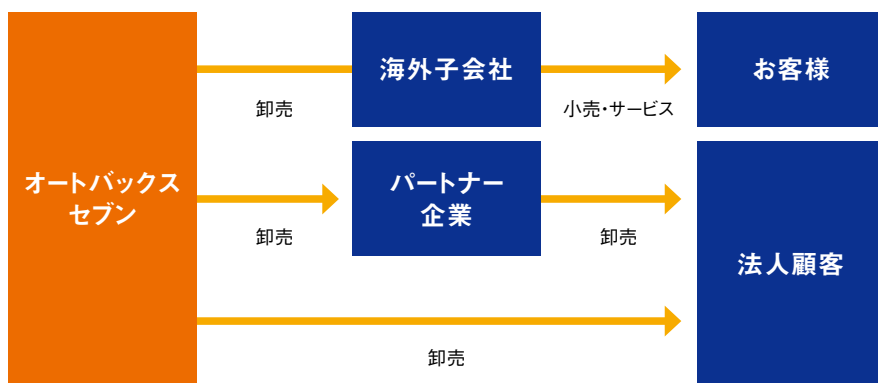
連結売上高／営業利益



ビジネスモデル

海外事業では、現地有力企業との資本・業務提携や合弁会社を通じて、卸売の拡大とともに、オートボックス店舗を運営し、カー用品等の販売、取付サービス、車の整備および板金・塗装を行っています。

市場に合わせて小売事業のビジネスモデルを精査し、収益性の高い卸売事業へ注力するとともに、現地企業とのパートナーシップを強化し、スピード感を持った事業展開により収益を拡大させていきます。



2021年3月期の実績

海外事業では、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う外出規制の影響による売上の減少がありました。一方で、新たなプライベートブランド商品の開発と販路の開拓による卸売事業の拡大に努めました。

フランスでは3～5月のロックダウンお

よび10月以降の断続的な外出規制により売上が減少しました。シンガポールでは国内経済活動の低迷を受け売上が減少するも、販管費の削減により利益を維持。中国では営業活動再開後、徐々に回復するとともに、10月にはオーソライズドディーラー中国1号店を上海にオープン

しました。マレーシアは、活動制限による外出規制が厳しく、消費意欲が低迷し売上不振が続いています。オーストラリアは7月以降、前年を上回る業績で、鉱山系重機向けのバックカメラや自社ブランドのAV機器・無線機が好調に推移しています。

卸売ビジネス

海外事業の卸売ビジネスでは、オートボックスブランドとしてオリジナル商品の開発・製造を進めています。まだ出店のない国や地域の方々にも“Japan Quality”の品質・サービスを体感していただけるよう、プライベートブランド商品の開発を進め、新規顧客の開拓を推進。世界16の国・地域に商品を供給しています。

また、各国・地域のお客様に合わせた棚単位での卸売「コンサルタントホールセール」も行っています。棚提案型の販売では、お客様がカー用品を選びやすく、また楽しく選べるよう、商品と売場作りを併せて提案しており、カー用品店にとどまらず、シンガポール・インドネシア・タイのコンビニエンスストア、スーパーマーケットやハイパーマーケットなどの店舗にも採用されています。

2021年3月期の取り組みとしては、他社が運営するカー用品店や整備事者に対し当社の正規代理店として商品を卸売するオーソライズドディーラーへの展開を、マレーシアや中国で進めています。オーストラリアでは、カーエレクトロニクス商品を卸しており、新たにJVCKENWOODの代理店獲得をしました。



プライベートブランド商品



JVCKENWOOD 代理店獲得



オーソライズドディーラー店舗



コンサルタントホールセール（棚提案型販売）

海外卸売ビジネスの戦略ポイント

- 地域特性と“Japan Quality”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

小売・サービスビジネス

当社グループは、2021年3月末現在、日本を除く世界7カ国・地域に45店舗を展開。各地域のクルマ文化を反映しながら、店舗運営を行っています。

各国・地域でカー用品やメンテナンスサービスに対する事情・ニーズは異なります。そこで、現地のお客様に合った商品・サービスを提供するとともに、各地域においてパートナー企業と連携し、収益

の確保に努めています。

タイヤの販売が拡大しているフランスでは日本同様、ピット予約サービスを展開しお客様利便性向上に努めています。タイでは、ガソリンスタンド拠点数第2位のPTGグループと共に出店を継続。また、2021年以降、タイ国内におけるエリアフランチャイズ契約を締結しているSIAM AUTOBACS CO., LTD. が積極

的な店舗展開を行っています。インドネシアでは、インドモーターグループと合弁で設立したPT. AUTOBACS INDOMOBIL INDONESIAが同国にて3店舗を展開しています。

さらに、フィリピンでは、現地でカー用品と整備店を展開するMotechグループに商品供給を行っています。



フランス



店舗数	10 店舗 (子会社 8、FC2)
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	183 百万円 (2021 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%



タイ



店舗数	17 店舗 (FC17)
初出店	2000 年
運営会社	SIAM AUTOBACS Co., Ltd.
出資比率	当社 23.4%



台湾



店舗数	6 店舗 (FC6)
初出店	1991 年
運営会社	台湾客喜達汽車百貨股份有限公司
出資比率	—



シンガポール



店舗数	2 店舗 (子会社 2)
初出店	1995 年
運営会社	AUTOBACS VENTURE SINGAPORE PTE, LTD.
出資比率	当社 93.8%
営業利益	189 百万円 (2021 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 49.0%



マレーシア



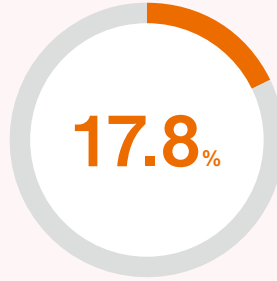
店舗数	4 店舗 (子会社 2、FC2)
初出店	2008 年
運営会社	① AUTOBACS CAR SERVICE MALAYSIA SDN. BHD. ② G7 RETAIL MALAYSIA SDN. BHD.
出資比率	① 当社 100% ② —
営業損失	17 百万円 (2021 年 3 月期)

セグメント別事業概要

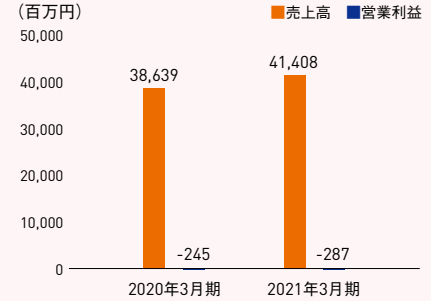
ディーラー・BtoB・オンラインアライアンス事業



連結売上高構成比



連結売上高／営業利益



ディーラー事業

ビジネスモデル／実績

ディーラー事業では、主に国内の一般消費者に対して新車の販売およびサービスを行っています。2021年3月期は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う外出自粛により、来店客数が減少しましたが、6月以降は客数の回復に伴い商談件数が増加し、売上も回復傾向となりました。



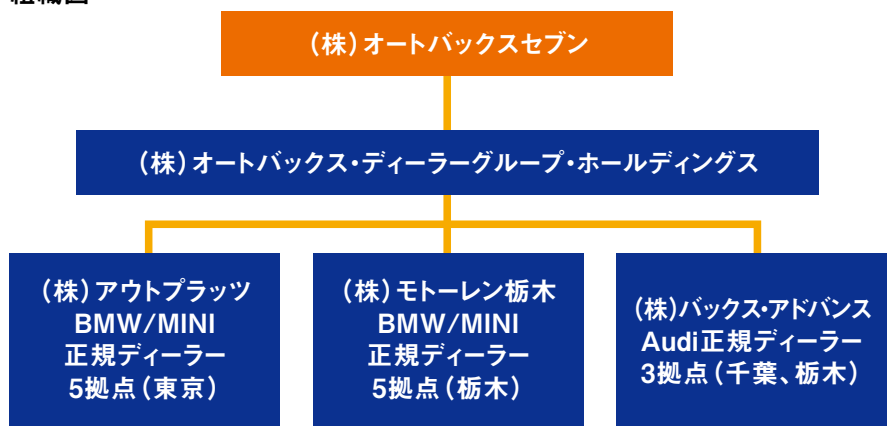
営業体制の強化

2019年4月にディーラー事業を統括する子会社の(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し、BMW、MINIディーラーを運営、収益拡大に向け取り組んできました。

2020年6月には、子会社である(株)モーターレン栃木の経営体制を刷新し、さらなる体制整備を行いました。また、2021年4月にはAudi正規ディーラーを3拠点運営する(株)TAインポートの全株式を取得し(当社の孫会社化)、社名を(株)ボックス・アドバンスに変更しました。これにより、BMW、MINIに続く3ブランド目の運営がスタートしています。

2021年5月末現在、13拠点を運営し、新車・中古車の販売だけでなく、サービスの強化に努めています。

組織図



池袋 BMW



栃木 BMW 宇都宮本店



Audi 柏の葉

※ 2021年5月末現在

ディーラー・BtoB・オンラインアライアンス事業

BtoB事業

ビジネスモデル／実績

BtoB事業は、子会社の(株)CAPスタイルや(株)ホットスタッフコーポレーションを通じて、ホームセンターや自動車整備事業者などへのカー用品の卸売販売、当社グループ外の法人顧客への卸売販売、法人顧客の保有する社用車に対しドライブレコーダーのような安全支援商品を中心に取付作業も含めた取引を推進しています。

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し、取扱店舗数、実績共に増加しています。また、法人需要の取り込みを目的としたフリートビジネス

の強化も推進。さらに、車検・整備・板金などを行う事業者の子会社化など次世代技術に対応した整備ネットワーク構築に向けた活動を強化しています。

2021年3月期は、年度当初の外出自粛

により取引先の事業活動が制限され売上が減少しましたが、卸売需要の回復、新規取引獲得に向けた営業活動の再開、およびオンラインでの用品卸が好調に推移したことを受け、回復傾向となりました。



ネットワークの構築の取り組み

整備事業者とのネットワーク構築として、正和自動車販売(株)に続き、2020年5月に三重県で車検・整備・板金事業等を行う高森自動車整備工業(株)を完全子会社化しました。

また2021年4月には、北関東を中心にホームセンター併設の車検サービス、タイヤ等の販売を6拠点にて展開する(株)ジョイフル車検・タイヤセンターを完全子会社化、(株)BACS Bootsに社名変

更しました。2021年9月には店舗の屋号を「AUTO IN車検・タイヤセンター」へ新装し、運営を開始しています。

さらに、2021年4月に日産自動車(株)との業務提携を発表。日産自動車向けの一部カー用品の供給やNISSAN/NISMOブランドグッズの共同企画・開発、さらには、お客様向けコラボレーションイベントの開催およびこれら商品の販売などを検討し、業界の垣根を越えた連携により、新しい価値創造を目指します。

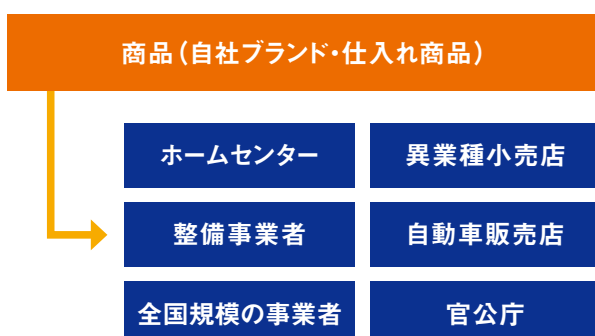


AUTO IN車検・タイヤセンター



日産自動車(株)との業務提携

新たな販路を開拓



フリートビジネスにおける法人取引の特徴

全国規模の法人との取引など、当グループ内においては、フランチャイズ加盟法人をまたぐ取引であっても、専門のスタッフが全国にある社用車をサポートし、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。法人ならではの支払方法にもそれぞれ対応しています。

オンラインアライアンス事業

ビジネスモデル／実績

オンラインアライアンス事業（旧ネットワーク事業）では、BtoCおよびBtoBの両事業の拡大につながるプラットフォームの構築を推進しています。自社サイトや公式アプリと実店舗が連携を行い、お客様へカー用品等を提供しています。また、グループ内外に関わらず、さまざまな企業や組織と連携し、拡大を増すインターネット市場への参入スピードを高めています。

ネットワークの構築の取り組み

2020年4月、三菱商事グループの（株）カーフロンティアとの戦略的提携のもと、タイヤECサイト「TIREFOOD」を運営する（株）BEADへの出資を行いました。これにより、「TIREHOOD」が有する全国4,800以上の取付拠点を基盤として、購入から取付予約までをネット上で完結できるとともに、オートボックスグループ店舗が取付店として選択できるようになりました。

TIREHOODを利用するお客様の約3割がオートボックスを取付先を選択しており、自社ECサイトからの送客と併せて、循環送客が実現しています。

これにより、オートボックス以外を利用されるお客様の情報も分析可能となり、さらなるお客様の利便性向上に向けて取り組みを進めています。

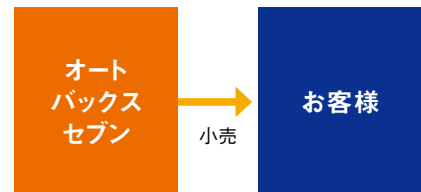


2021年3月期は、品ぞろえ、プロモーションなどの再構築を通じて既存のEC事業を強化しました。また、8月に自社ECサイトのリニューアルを実行したことで、利便性およびユーザビリティが向上しました。

オートボックスアプリ

オートボックス店舗では、アプリやWEBからのピット作業予約を利用されるお客様が年々増加しており、2020年度上期のオイル交換WEB予約は前年対比約150%と大幅伸長しました。これに比例して、作業予約ができるオートボックスアプリのユーザー数も増加を続け、2020年9月末時点でダウンロード数は140万を超えました。

さらに、より簡単に、より便利にご利用いただけるよう、2020年10月にオートボックスアプリを大幅リニューアルし、操作性の向上や、車検証二次元コードをスキャンするだけで車両情報の登録が可能になるなど、快適な予約体験を実現しています。



地域社会と連携した事業創出

当社は、IoTやAIの活用により地域社会が抱える課題を解決する解決する事業にも取り組んでいます。2019年3月には大分県と地域活性化に関する8つの分野において包括連携協定を締結しました。

2020年4月には、大分県立情報科学高等学校の校内にICTに関する研究室を開設し、1年を通じて高校生に地域課題解決型の授業を支援しています。また、大分県以外の地域に対しても「車載型IoT機能を用いた運転見守りサービス」、「対話型AIを搭載したロボットZUKKU」の提供を行っています。今後も、「安心・安全」を基軸とした、介護福祉や地域防災、農業支援、環境保全など、さまざまな分野に対応したサービスを展開していきます。



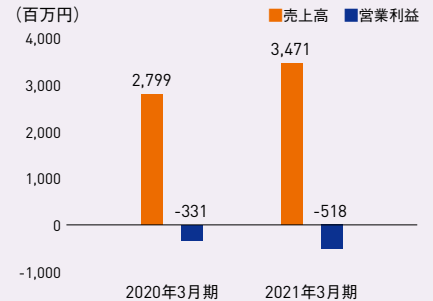
セグメント別事業概要 その他事業



連結売上高構成比



連結売上高／営業利益



ライフスタイル事業

ジャックアンドマリー JACK & MARIE

「JACK & MARIE」はカーライフ、アウトドア、スタイルを軸としたセレクトショップとして展開。オーストラリア、パイロンベイのSURFカルチャーを背景に、幅広いファッションをはじめ、アウトドア・インテリア・カー用品などのアイテムを通して、クルマと共にあるライフスタイルを提案しています。

2017年6月ZOZOTOWNへの出店を皮切りに、2021年9月末現在で東京、神奈川、愛知でのリアル店舗4店舗を展開しています。

クルマでの楽しみ方が多様化する中、ライフスタイル提案型のブランド「JACK & MARIE」「GORDON MILLER」により、これまでのオートボックスとは異なる、クルマを通じた新しい楽しみ方を提案することで、ブランド価値の向上に取り組んでいます。

店舗数 **4店舗**
(2021年9月末現在)
取扱商品数 約**9,300SKU**

ゴードンミラー GORDON MILLER

「GORDON MILLER」は、ガレージユースやカーライフを前提とした機能的なデザインのガレージウェアやファニチャー、アウトドアギア、ツール、カーインテリア、カーウォッシュなどのさまざまなプロダクトを通して、愛車のある“ガレージ”から拡張していくライフスタイルを提案しています。

また、2019年にはGORDON MILLERのエッセンスを凝縮したオリジナルカーレベル「GORDON MILLER MOTORS」を立ち上げました。GORDON MILLERの世界観をそのままに、機能性と車体設備を備えるクルマとしてトヨタ、日産の新車をベースに製作。ガレージライフの延長のようにロードトリップに出かけられる、バンライフを実現するクルマを提供しています。



拡張事業

拡張事業（保険・金融）では、事業子会社を通じ「保険」「ローン・クレジット」「リース」の金融事業を展開しています。「保険事業」ではスケールメリットを生かして、コスト構造の見直しを進めるほか、商品・サービスの延長保証を充実させるなど、事業拡大とグループ全体のさらなる収益化に向けた体制強化を進めています。「ローン・クレジット事業」では、オートボックスC@RSとのデータ連携に伴う

新たなサービスの開発に取り組むとともに、多様化する決済システムへの対応を進めることで、連結グループでの収益最大化に向けた取り組みを進めています。

「リース事業」では主にオートボックスグループ向けにサービスの提供を進めています。

このように、拡張事業（保険・金融）では、保険やローン・クレジット、リース事業を通して、オートボックスグループ全体

でのさらなる収益化を図るとともに、当該事業を通じて蓄積したノウハウを活用することで、グループ外の新規顧客の創造も目指しています。

今後は、金融・保険に限らず、クルマに関わる新たな事業も取り込みながら、業容を広げ、新たな取り組みで成長させていきたいという意味を込め「拡張事業」と表現しています。

ESG

お客様

加盟店

株主・投資家

従業員

地域・社会

お取引先様

35 オートバックスセブンのサステナビリティ

38 商品・サービスの安定供給

39 環境

41 人権・多様性

45 地域・社会、クルマ文化

49 ガバナンス

55 社外取締役メッセージ

60 コンプライアンス

61 リスクマネジメント

63 役員一覧

オートバックスセブンのサステナビリティ

プロフェッショナルでフレンドリーな存在として人の暮らしに寄り添い、人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会の実現に向け、さまざまな価値を提供し続けます。

マテリアリティの特定

世界的にサステナビリティの重要性が高まる中、当社は「人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会」を「プロフェッショナルでフレンドリーな存在」としてけん引できるよう、SDGsやISO26000、GRIスタンダード等の国際的な枠組みを考慮し、また外部有識者との意見交換等を行い、取締役会での承認を得て、当社が解決すべき4つの重要項目をマテリアリティとして特定しました。

私たちの目指す社会 人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会

私たちのありたい姿 プロフェッショナルでフレンドリーな存在

マテリアリティとその内容



1 社会課題を解決する事業の創出

当社が積極的に解決すべき社会課題を事業を通じて解決していくことを目的に、EVへの対応等SDGsに資する事業開発やその事業組成をオープンイノベーション型で作ってまいります。

2 環境・社会に配慮した取組の充実

当社が積極的に解決すべき社会課題を事業以外の手法で解決していく取組を充実させます。具体的には省エネ等のCO₂の削減や環境負荷軽減、地域社会との共生を図ってまいります。

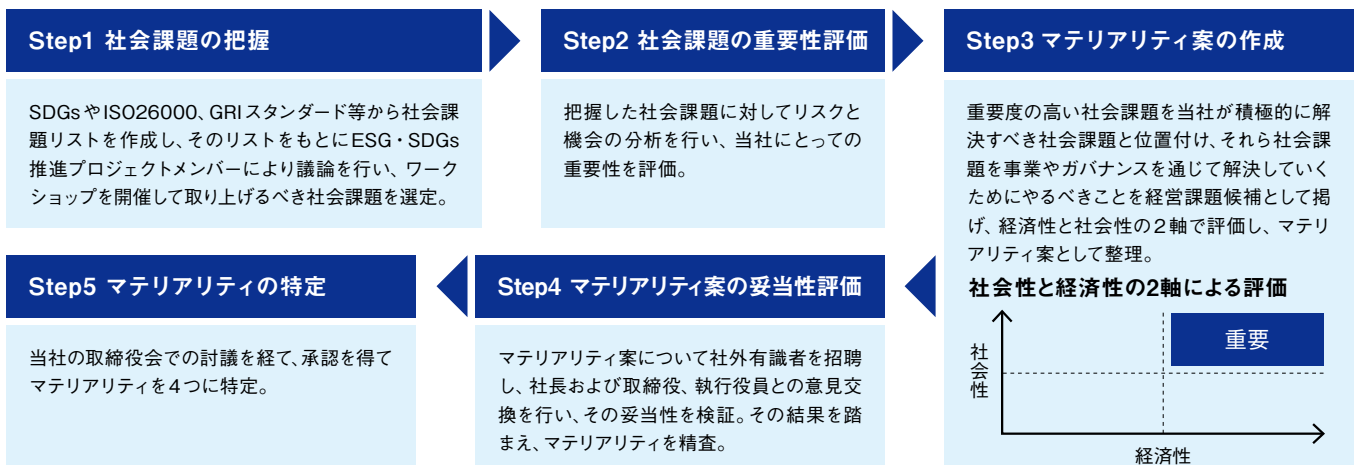
3 成長し続ける組織・人財

社会課題を企業経営を通じて解決していくためには、解決主体となる組織や人財が持続可能かつウェルビーイングな状態で業務に従事し、成長し続けることが重要です。そのため当社では、次世代人材や整備士の育成、働き方改革、健康経営、ダイバーシティ&インクルージョンを実現してまいります。

4 持続可能かつ強固な経営基盤

「人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会」を「プロフェッショナルでフレンドリーな存在」としてけん引するために、DXにより経営改革を推進するとともに、ESGを中心に置いた経営を実践することで強固な経営基盤を築いてまいります。

マテリアリティ特定のプロセスと重要性評価



重要な社会課題／リスクと機会の分析

当社が積極的に解決すべき重要な社会課題を明確にし、それら社会課題が当社にとってどのようなリスクや機会となるかを分析し、経営課題として検討しています。

Step2で議論したリスクと機会の一部

リスク	機会
<p>環境系</p> <ul style="list-style-type: none"> ●産業廃棄物による河川・土壌汚染等の環境破壊 ●地球温暖化による冬季用品の需要減 ●車の先進技術発達で加速する整備業界の淘汰 ●EVの増加に伴うエンジン関連部品の販売減少、EV整備に関する対応の遅れ ●カーシェア、サブスク増加に伴う個人所有車両の減少 ●気候変動の規制等による事業活動の制約やコストの上昇 <p>地域系</p> <ul style="list-style-type: none"> ●国内の超高齢化社会 ●若者の車離れ <p>人財系</p> <ul style="list-style-type: none"> ●自動車整備士不足 ●人権侵害 ●国内の少子高齢化 <p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ●サイバーリスク ●人口構成の変化に関するリスク（車を使用する人が減少） 	<p>環境系</p> <ul style="list-style-type: none"> ●新素材・リサイクル商品の開発 ●リサイクル需要の拡大による廃材の資源化 ●安心・安全な商品ニーズの高まり ●新興EVメーカー台頭による新車販売・整備機会の増加 ●車の先進技術発達で加速する整備業界の連携 ●カーシェア、サブスク増加に伴うBtoB事業の拡大 ●物流の見直しによる環境負荷低減およびコスト削減 <p>地域系</p> <ul style="list-style-type: none"> ●交通弱者への新サービスの提供 ●災害時の車を通じた地域支援 ●地域の社会課題を解決する事業の創出 ●新興国の経済成長による「クルマを楽しむ生活」を求める中間層の増加 <p>人財系</p> <ul style="list-style-type: none"> ●次世代人材の育成、優秀人材の獲得 ●多様な人材が活躍することによる企業力向上・新発想の創出 ●働き方改革推進による従業員の健康増進・障がい者雇用機会の創出 <p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ●DXの推進 ●eモータースポーツの創出

当社が積極的に解決すべき重要な社会課題

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、私たちの業界を取り巻く環境は変わっていきます。このような状況下、持続可能な社会をけん引し、企業としても持続的な成長を遂げるためには、当社の事業に関係する社会課題を明確に把握する必要があります。当社が積極的に解決すべき重要な5つの社会課題を定め、それら社会課題の事業への影響をリスクと機会の視点から分析し、経営課題として検討しています。

- 1. 循環型・共生型社会の実現**
地球にも人類にもより良い社会を実現するために、モノの循環化、地球環境との共生を目指す





- 2. 気候変動への対応**
CO₂排出量の削減は、すべての企業にとって必須課題であり、政府目標に沿ったカーボンニュートラルを目指す



- 3. 地域社会の活性化**
全国の店舗を通じ、地域との連携によりさまざまな課題を解決することで、地域経済へ貢献し続けることを目指す




- 4. 多様な人財と多様な働き方の追求**
サステナビリティ経営を実現するために、多様な人財が働きやすい環境を構築していく




- 5. 健康でやりがいがある仕事づくり**
多様な人財が健やかでいきいきと働き、やりがいを持って仕事を充実させることで、サステナビリティ経営の蓋然性を高めていく




オートバックスセブンのサステナビリティ

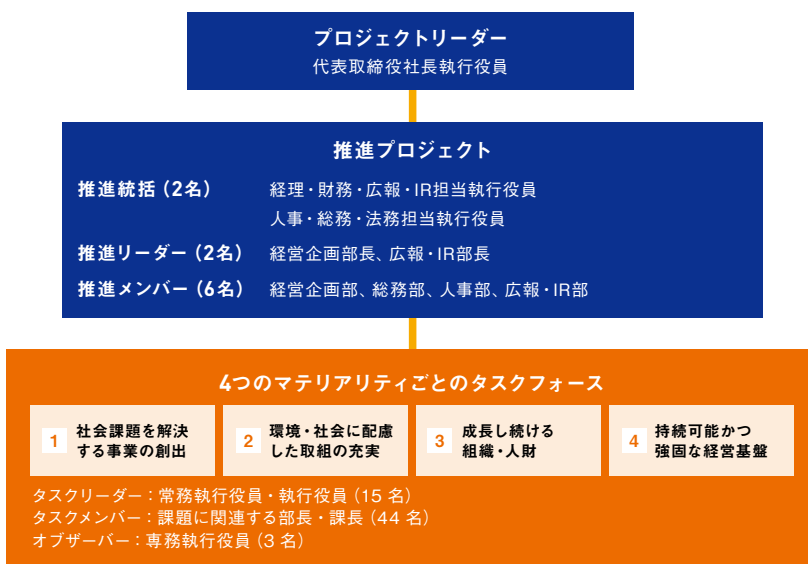
ESG・SDGs推進体制

当社は、これまで事業活動が社会に与える影響を常に考慮し、CSRマネジメントという形で取り組みを推進してきました。2020年度からは、絶えず変化するさまざまなESGに関する社会の期待にさら

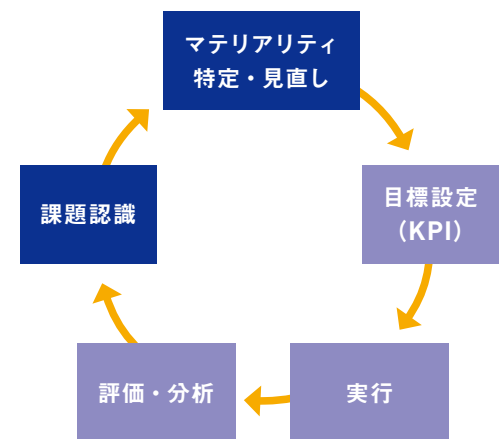
に答えるため、新たに「ESG・SDGs推進プロジェクト」を発足し、社外有識者と取締役との意見交換を行うなど、経営と一体化したESG・SDGsの取り組みを推進しています。

また、ESG・SDGs推進をより具体的な行動に移すために、2021年度からは関連部門が連携し、全社横断型のプロジェクトとして推進しており、2022年度中の非財務項目やKPI設定を目指して進めています。

ESG・SDGs推進プロジェクト体制図



ESG・SDGsの推進サイクル



社外有識者コメント



株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
サステナブル・ストラテジー&
オペレーショングループ
シニアマネージャー／
上席主任研究員

大森 充

2050未来共創で目指す、人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会

オートバックスセブンはこれまで新しいカーライフ文化を創造し続けるために、アフターマーケット市場を中心としたビジネスを展開してきました。他方、SDGsに代表される社会課題の顕在化が深刻化し、近年は新型コロナウイルス感染症拡大も相まって、経営環境は不確実で非常に未来を予測しにくい状況となっています。

係る状況下、同社は「人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会」を「プロフェッショナルでフレンドリーな存在」として実現していくというパーパス経営にシフトされようとしています。同社の事業領域にどのような社会課題が関係するかの認識から、会社として積極的に解決すべき社会課題を定め、その社会課題解決を、企業経営を通じて解決していくための4つのマテリアリティを特定し、5ヵ年ローリングプラン等、経営への落とし込みを進めています。加えて、2050未来共創という長期ビジョンを掲げ、社会から求められる100年続く企業となるべく、組織や人材のあり方の見直し、パートナーシップの拡充にも取り組んでいます。

SDGsは2015年に「Transforming Our World（世界を変革する）」という標語のもと、世界の約200ヵ国で約束された社会課題解決のゴールです。そこには「Change」ではなく「Transform」という変革を表す強い言葉が使われています。

気候変動が深刻化する中、「クルマが要らない」社会ではなく、「人や自然、環境と調和する安全・安心なものとして必要とされるクルマ」社会を実現する企業へ変革していくという強い意志が、同社のビジョンや価値創造ストーリーに表現されています。

同社がカーライフの新しい価値の創造に挑戦し続け、「人とクルマと環境が調和する安心・安全でやさしい社会」を実現されることに大いに期待したいと思います。

商品・サービスの安定供給

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、社会への提供価値に努めています。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

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。

WEB
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>

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。

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、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。

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、グループ内掲示板「商品不具合ホットライン」を導入し、タイムリーに各グループ店舗と情報の共有をしています。

バイヤー育成研修

安心・安全で質の高い商品をお客様に提供するため、毎年バイヤー研修を実施しています。バイヤーの役割や必要な知識・スキルを体系的に伝え、損益管理やコスト構造だけでなく、これからの時代の環境変化に対応できる柔軟かつ戦略的なバイヤーを育成し、オートバックスのブランド力を高め、品ぞろえと売場作りを行っています。

サービスの品質管理

ピットサービスに対する品質管理

オートバックスグループでは、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ことを徹底をしています。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ています。

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。オートバックスグループでは、「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、「電気自動車等の整備に係る特別教育」「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。2021年3月末現在363店舗が認定されています。

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。

第三者機関の認証取得

当社は2017年より、自動車アフターマーケットに関する監査で強みを持つ、テュフ ラインランド ジャパンと業務提携しました。2018年には日本で初めて「自動車用品量販店併設整備工場認証」を取得し、2021年3月末現在10店舗が取得しています。

カーライフサポートセンター

お客様からの商品の問い合わせや店舗対応に関するご意見、オイルやタイヤ交換の作業予約、店舗への問い合わせなど、さまざまな問い合わせに対応するため、豊洲本社内および山形にコールセンターを設置し、お客様のカーライフをサポートしています。

環境

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担の低減を実施し、持続可能な共進社会を目指します。

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、カー用品、車検整備、車販売の事業活動を推進する上で、環境に与える影響を把握し、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。

WEB

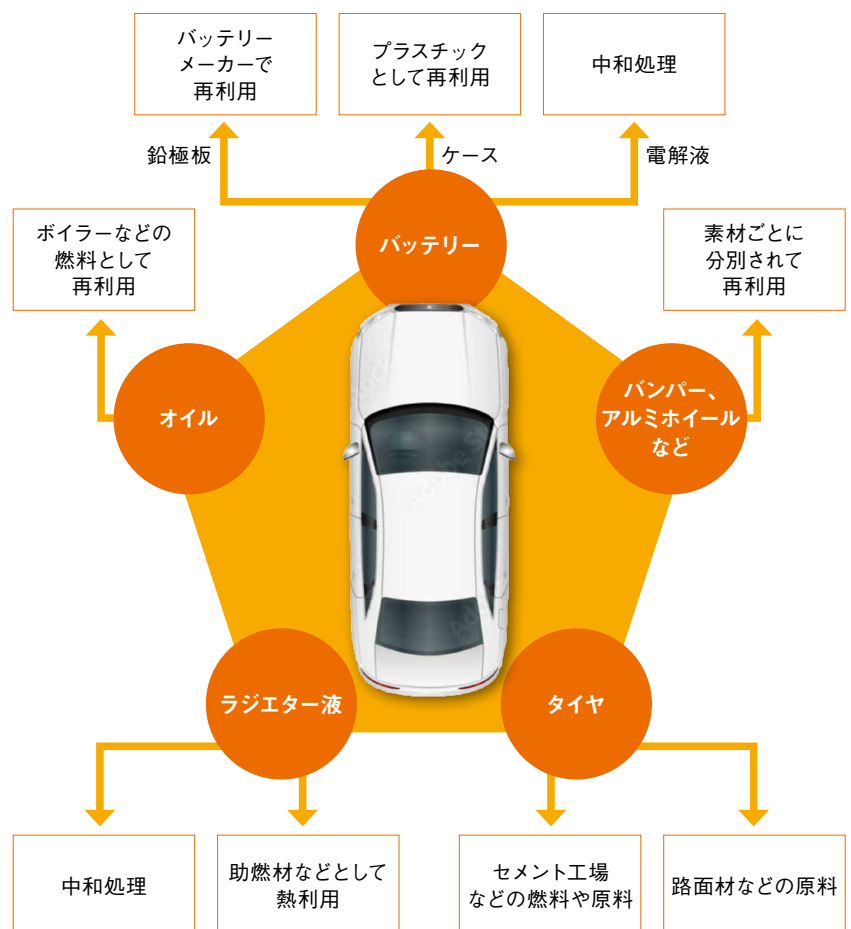
オートバックスセブン環境方針
<https://www.autobacs.co.jp/ja/sustainability/environment.html>

2021年3月期の活動実績

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・破碎が行われ、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がっています。

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お客様からいただくリサイクル料が活用されています。



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ボックスチェーン約100店舗に設置しています(2021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丸となって推進しています。

メガソーラーによるCO₂排出の抑制

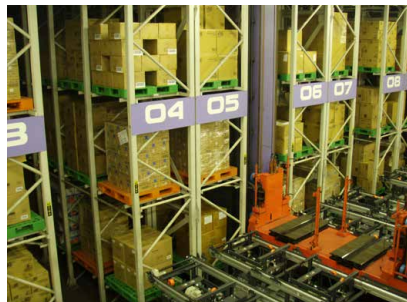
当社の西日本ロジスティクスセンター(兵庫県三木市)内の遊休部分および同センター内建物の一部屋根を利用した太陽光発電を2013年より導入し、この事業を通じて、CO₂排出の抑制につながっています。2021年3月期の発電量は約131万kWhでした。

使用済みクルマ用芳香剤の再資源化

2017年10月から2021年3月まで、オートボ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、2021年7月までに約7,300人の小学生や保育園の子どもたちへ寄贈しました。

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。



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。



簡易パッケージ例

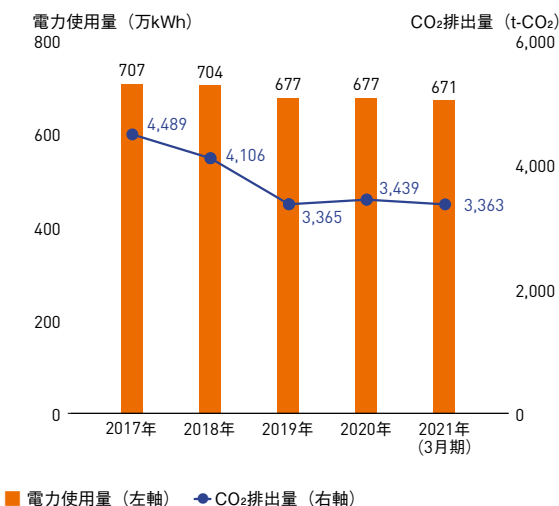


省パッケージ例

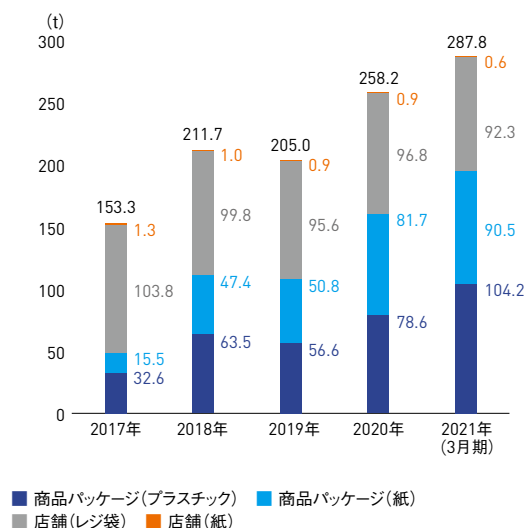


商品の素材に生分解性プラスチック、パッケージにFSC認証の素材を使用した例

電力使用量とCO₂排出量の推移



オートボックスチェーンおよび本部容器包装利用量の推移



人権・多様性

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に目指し続けます。

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%を維持しています。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率は上

昇傾向にあるとはいえ、女性83.0%に対し、男性は7.5%（厚生労働省調査）です。そのような中、子育て目的の休暇を5日以上取得した男性従業員は70%を超えており、1ヵ月以上の育児休業取得率は4.3%です。また、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ています。

ワーク・ライフ・バランス

労働時間の適正化

従業員が心身共に健康でいきいきと働けるよう、長時間労働の抑制や年次有給休暇の取得促進に取り組んでいます。

2021年3月期の平均残業時間は5.5時間と、2020年3月期と比較して減少しました。また、フレックスタイムやテレワークなど多様な働き方に対応できる制度の導入も行いました。その結果、2021年3月期の有給休暇については、目標数値として掲げている50.0%を超える62.2%となりました。

多様な人材が活躍できる職場づくり

当社では、どのような立場の人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・キャリア採用共に、外国人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、障がい者にとっても働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

有給休暇取得率	62.2%
外国人の雇用	16人
障がい者の雇用	22人
60歳定年後再雇用	30人

オートバックスセブン単体の数値 (2021年3月末現在)

女性活躍推進法に基づいた行動目標と現状

計画期間：2019年4月1日から2022年3月31日までの3年間

目標	2021年3月期
目標1：女性社員の割合を20.0%以上にする	15.2%
目標2：課長以上の役職者に占める女性割合5.0%以上にする（部長もしくはストアマネジャーで1名以上、課長6名以上を女性で任用する）	5.6%

オートバックスセブン単体の数値

大項目	小項目	評価指標	単位	2017年 3月期	2018年 3月期	2019年 3月期	2020年 3月期	2021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	4	12	3	6	6			合格異動人数
	フリーエージェント制度	人数	人	5	15	9	8	13			成立異動人数
	推奨研修	人数	人	280	458	215	72	107			マナブくん Navil! 受講 (修了) 延べ人数
働き方改革	残業時間	一人月平均 時間数	時間	4.6	4.7	8.4	7.6	5.5			
	有給休暇	取得率	%	-	48.0	49.8	64.7	62.2	50.0	2021	
	テレワーク	延べ取得日数	日	-	747	1,747	10,285	105,915			2017年11月導入
ダイバーシティ	女性管理職	期末人数	人	2	3	2	4	8	7	2021	課長以上
		比率	%	1.6	2.3	1.4	2.9	5.6	5.0	2021	課長以上のうち
	産休・育休	期末人数	人	11	6	9	12	8			
		取得率	%	100	100	100	100	100			産前産後休暇取得者のうち 育児休業取得者
	育児短時間勤務 (女性正社員のうち)	期末人数	人	26	31	29	27	27			
		比率	%	20.6	23.0	21.5	18.8	17.6			
	(正社員のうち)	期末人数	人	26	31	29	27	28			
		比率	%	2.6	3.0	2.9	2.7	2.8			
	外国人雇用人数	期末人数	人	13	13	12	14	16			
		比率	%	1.3	1.3	1.2	1.4	1.6			正社員のうち
	障がい者雇用人数	期末人数	人	16	15	14	19	22			
		障がい者雇用率	%	1.82	1.61	1.53	2.18	2.47	2.20	2018	法定雇用率 2.2% ⇒ 2021年度～2.3%
	60歳定年後 再雇用社員人数	期末人数	人	33	39	42	42	30			
比率		%	3.2	3.7	4.1	4.0	2.9			正社員と再雇用社員計のうち	
Another Step 制度*1	行使人数	人	-	8	24	20	17			(2017年度導入)	
Another Option 制度*2	行使人数	人	-	-	6	0	1			(2018年度導入)	
こども参観*3	参加人数	人	27	51	27	24	0			こどもの人数 2020年度は新型コロナ感染 予防のため開催中止	
健康経営	定期健康診断	受診人数	人	1,173	1,210	1,243	1,274	1,320			一次健診
		受診率	%	100.0	99.8	100.0	100.0	99.8			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	21	21	9	9	11			オンライン開催含む
		参加人数	人	194	152	52	36	75			
	健康経営セミナー	開催回数	回	2	5	17	11	3			オンライン開催含む
		参加人数	人	75	102	276	52	191			
健康経営に関する投資額	金額	百万円	-	8	26	19	32				
喫煙率	比率	%	-	36.8	36.8	34.0	29.9	20.0	未滿	2023	
風土改革	社長対話会	開催回数	回	17	21	10	6	3			(2016年度開始)
		参加人数	人	682	192	112	38	18			2020年度は新型コロナ感染 予防のためオンライン開催
	価値観表彰	受賞人数	人	-	-	104	165	391			受賞者延べ人数 (2018年度開始)
基礎データ	正社員計	期末合計人数	人	1,007	1,021	993	999	1,007			
		期末男性人数	人	881	886	858	855	854			
		期末女性人数	人	126	135	135	144	153			
		期末女性比率	%	12.5	13.2	13.5	14.4	15.2	20.0	2021	

*1 Another Step 制度：45歳以上で退職を希望する正社員に対し、一定の支援金を支払う制度

*2 Another Option 制度：一定の条件をクリアした正社員が、オートバックスグループ会社へ転籍した場合に、一定の支援金を支払う制度

*3 こども参観：従業員のこどもを対象とした職場参観

人権・多様性

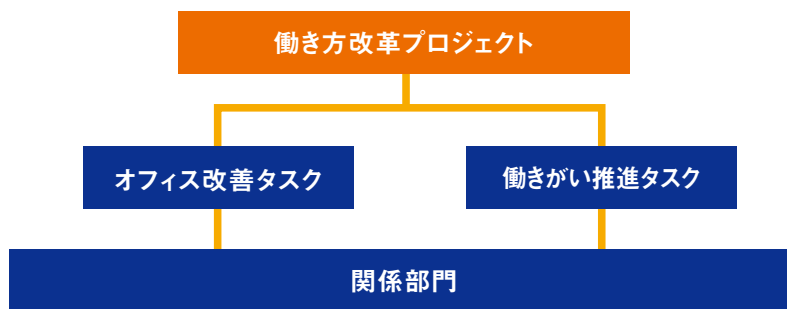
働き方改革

当社は、これまでも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、コロナ禍で原則出社禁止などこれまでに経験のない働き方を強いられました。これをチャンスと捉え新たな働き方にチャレンジしています。

2021年5月には、「働き方改革プロジェクト」を発足し、「オフィス改善タスク」と「働きがい推進タスク」の2つのタスクで業務の見直しや仕組みについて部門横断で検討を進めています。

新たな働き方に向けた具体的な取り組み

1. ペーパーレス化に向けた電子決裁の導入
2. 働く時間を柔軟にするフレックスタイム制の全社展開を検討
3. オンラインによる採用活動・教育の推進
4. ワーク・ライフ・バランスを充実させるための単身赴任解除の実施



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・フリーエージェンツ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。

価値観表彰

2050未来共創の実現に向けて、従業員の行動改革を褒める「価値観表彰」を2018年度から実施しています。ムードメーカーやコネクター、チャレンジャー、グッドリスナー、縁の下の力持ち、ヘルスプロモーター、チーム賞など、7種類のカテゴリからなり、2020年度は226人が選ばれ、延べ391人の従業員が受賞しています。



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、活力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。

WEB

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

外部評価

2020年3月期には、DBJ健康格付に選定され、2021年3月期においては、健康経営優良法人に認定されるなど、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併せて検討し、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を、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。

6つの健康経営の取り組み

- 1. 禁煙促進活動の推進：**喫煙率20%未満を目標として、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への参加
- 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



禁煙推進企業 コンソーシアム

地域・社会、クルマ文化

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、クルマと共に歩む安心・安全で、楽しい場面を作り出していきます。

交通事故防止への取り組み

商品を通じた安全運転支援

昨今、高齢者や運転に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が相次いで発生しています。公益財団法人交通事故総合分析センター（ITARDA）によると、ペダ



ルの踏み間違いによる事故は、1年間で4,000件以上発生しており、その事故における年齢別の割合は、24歳以下と65歳以上のドライバー、特に75歳以上の高齢ドライバーで高くなっており、運転技術の未熟さや加齢による運転能力の低下が要因と考えられています。このような事故を未然に防ぐため、急発進防止装置の開発や販売を行っています。

店舗を通じた交通安全啓発活動

店舗ではさまざまな交通安全に向け

た活動を行っています。地域の自治体の方々と一緒に交通安全啓発活動を実施し、地域の皆様に安全運転の呼びかけをしたり、地元警察署と連携して「ペダルの見張り番II」を使った交通安全勉強会を開催するなどの活動を行っています。



自然災害に関する地域支援

災害時帰宅支援ステーション

大規模災害が発生した場合、公共交通機関が不通となる可能性が高く、通勤・通学・買い物等で外出中の多くの人が徒歩で帰宅すると考えられます。当社では、外出先から帰宅が困難になる「帰宅困難者」に対して、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き、水道の提供、トイレの使用、地図等による道路情報、ラジオ等で知り得た情報提供などを行う協定を、各自治体と締結しています。



支援可能な店舗には「災害時帰宅支援ステーション・ステッカー」を入り口横に掲出しています。

モビリティ・レジリエンス・アライアンスへ参画

当社はこれまで、一般社団法人日本カーシェアリング協会と協働し、被災地域に車の寄贈や運搬・整備等の支援をしてきました。しかし昨今の自然災害の頻発や甚大化を受け、さらなる支援体制の強化が必要であるとの考えから、2021年7月に当該団体と災害時における車両支援協定を締結するとともに、当該団体を事務局として発足した「モビリティ・レジリエンス・アライアンス」に参画しました。



令和3年8月大雨災害支援

令和3年8月大雨災害における支援活動として、一般社団法人日本カーシェアリング協会と協働で、5台の車両を佐賀県武雄市に寄付するとともに、8台の車両を福岡県久留米市へ運搬し、クルマを被災された方への無料貸し出し等を2021年11月末まで行っています。また、全拠点のオートバックスセブン従業員から集められた募金に、さらに一定額を会社が上乗せするマッチング募金を実施し、被災地域で緊急支援活動を行っていた特定非営利活動法人難民を助ける会（AAR Japan）へ寄付しました。全国のオートバックス店舗においては、義援金募金を実施し、集められた募金は、義援金として日本赤十字社へ寄付をしました。

クルマ文化を創出

ARTA (AUTOBACS RACING TEAM AGURI)

当社は、「ARTA Project (AUTOBACS RACING TEAM AGURI)」を設立し、本格的にモータースポーツ活動に取り組んでいます。このプロジェクトは世界に通用する日本人ドライバーを育成するために、元F1ドライバーの鈴木亜久里氏と共に当



社がスタートさせたものです。レーシングドライバーとしての潜在能力を秘めた若者を発掘し、1998年より国内および海外でのさまざまなレースおよび多方面の活動を展開しています。

SUPER GTへの挑戦

国内の最高峰のレースであるSUPER GTへの挑戦も続けており、2003年度からGT選手権に、マシンの設計から携わった当社オリジナルスポーツカー「ガライヤ」をベースとしたマシンでGT300クラスに参戦しました。チームと応援スタッフ、そしてお客様が一体となりレースのワクワク・ドキドキ感や感動を分かち合うことで、「レース好き」「車好き」の創造を行っています。

eモータースポーツの発展を目指す

より多くの方にクルマを好きになってもらいたいという想いから、eモータースポーツ「JeGT GRAND PRIX」の大会スポンサーとして支援し、国内最大規模の賞金総額をかけた公式シリーズとして「AUTOBACS JeGT GRAND PRIX 2020 series」を開催しました。今後もさまざまな方がeモータースポーツの大会に出場できる機会を提供し、競技の裾野を広げていくことを目的としています。



次世代を担う子どもの育成支援

キッズニアへのパビリオン出展

当社はオフィシャルスポンサーとして、「キッズニア東京」「キッズニア甲子園」それぞれに「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。この活動を通じて、子どもたちに自動車に触れる楽しさを伝えるとともに、その仕組みや安全に関する理解の促進、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。

さらに、次世代のクルマ好きの育成、「大きくなったら自分で自動車を運転してみたい!」「自分で自動車を修理してみたい!」など子どもたちに将来の夢を持っていただくことを目指しています。



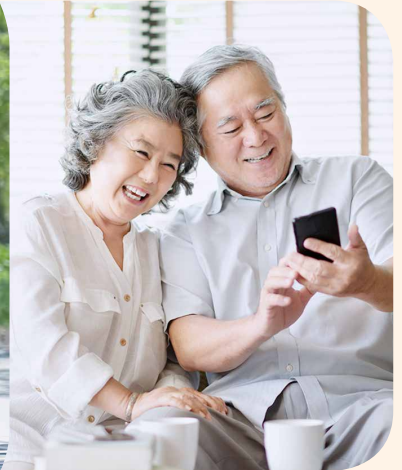
職業観を育む「こどもばっくす」

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の記念撮影、クルマにお絵かきなど多くの体験を提供しています。働く大人と接することで職業観を育むことにつなげ、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おうことを目的としています。



Topic

“安心・安全”を軸とした社会課題の解決 ～大分県との連携～



地方自治体と連携し、生活の豊かさを追求

当社では、「社会・クルマ・人のくらしと向き合い、明るく元気な未来をつくる」という考えのもと、クルマに関することだけに限らない、生活を豊かにするためのさまざまなサービスを展開しています。

2019年3月からは、大分県と地域活性化に関する包括連携協定を結び、「交通安全・地域交通」「介護福祉分野における移動支援・生活支援」「観光振興」「地域防災」「女性活躍推進・青少年の育成」など、8つの分野において県民のニーズに基づきサービスを提供しています。この包括連携協定は、“安心・安全”をテーマと

し、テクノロジーで笑顔をつなげるサービスを提供するブランド「WEAR+i（ウェアアイ）」で展開予定のサービスを検証しながら大分県と連携し、双方におけるサービス向上を図っています。

例えば、「交通安全・地域交通」では、大分空港と大分市方面を結ぶ道路上の濃霧による課題に対し、5Gを活用し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実施。また、「介護福祉分野における移動支援・生活支援」では、自家用車や携帯電話を所有していない高齢者に向けて、「IoTプッシュボタン」を押

すだけでタクシーの配車を依頼できるデバイスの実証実験を実施するなど、地域課題の解決に向けた取り組みが進んでいます。また、2021年度からは、DXの推進に向けた県庁職員の教育支援など新たな取り組みも始まりました。

今後も2050未来共創の考えに基づき、大分県との相互連携を強化しながら、地域が抱える問題や課題を解決し、地域社会へ安心と安全を提供していきます。

竹田市宮砥地区での医薬品ドローン配送実証の様子

(2020年2月)



大分市野津原地区で、ボタンひとつでタクシーが呼べる

デバイスの実証実験を実施(2020年2月)



大分県との包括連携協定によるこれまでの成果

連携・協働分野	概要
交通安全・地域交通	
濃霧実証実験 (2020年2月)	大分県で、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、運転中の周囲の車両やガードレールなどを画像認識し、5Gでリアルタイムに車内のディスプレイに表示する実証実験を日本で初めて実施。
介護福祉分野における移動支援・生活支援	
医薬品ドローン配送実証 (2020年2月)	竹田市宮砥地区にて処方薬のドローン配送実証実験を実施。医療過疎地における訪問医療の際の医薬品受け渡しを簡素化し地域医療の負担軽減を目指す。
IoTタクシー配車実証 (2020年2月)	大分市野津原地区で、ボタンひとつでタクシーが呼べるデバイスの実証実験を実施。高齢化が進む地域における最適な移動手段として、高齢者への外出機会の増加や地域での高齢者の見守りを支援。
農業支援	
両子山でのIoT罠設置 (2019年6月)	国東市で鳥獣捕獲のための罠を設置、鳥獣が罠に掛かったら管理者のスマートフォンに通知が届く仕組みで罠の管理における負担軽減を目指す。(鳥獣捕獲の見える化)
地域防災と防犯対策	
県公用車としてのシェアリング実証 (2019年11月)	うつくし作戦推進課と連携。県公用車としてシェアリング実証。
女性活躍推進・青少年の育成	
情報科学高校にラボ設置 (2020年4月)	情報科学高校にラボを設置しスタッフが常駐、授業支援実施。2021年度は久住高原農業高校でも授業支援を開始。
スポーツ振興・部活動支援・健康増進	
情報科学高校での部活動支援 (2020年5月)	情報科学高校での部活動支援(ドローンサッカー同好会)。現在部員9名で1回2時間の練習を週3回実施。
国内初ドローン競技場オープン (2020年7月)	別府市に国内初となる国際基準を満たしたドローンサッカー場を設置。新しいドローン競技のすそ野を広げる活動を実施。
その他、地域社会の活性化および県民サービス向上に関すること	
県内市町村との包括連携協定の締結 (2019年3月~2020年7月)	国東市、由布市、宇佐市、竹田市と地域一層の活性化および地域課題の解決による市民サービスの向上を図る。
県内における活動体制の強化 (2020年4月)	2021年度より大幅な人員増強(8名→16名。3名の県内採用を含む)。社員の常駐だけでなく地域の雇用創出にも貢献。
県庁職員のデザインシンキング定着に向けた支援 (2021年度~)	行政サービスや制度などを変革するDX人材育成の一環として、当社の顧客目線による商品開発で培ってきたノウハウを生かし、デザインシンキングを題材とした授業を実施。
データ利活用の推進 (2021年度~)	データ連携基盤などを活用し、新たなプロジェクトを創出するとともに、障がい者によるデータクレンジングを実施し、雇用を創出。

別府市にて、国内初ドローンサッカー競技場オープン (2020年7月)



2021年度より大幅な人員増強 社員の常駐だけでなく地域の雇用創出にも貢献

2020年度

8人

うち2人は大分県採用

2021年度

16人

うち3人は大分県採用

※情報科学高校から1人新卒採用

め、取締役8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回リモート形式等により開催しています。

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た監査、内部監査部による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、監査等委員は重要会議へ出席するとともに、常勤監査等委員は、監査環

境の整備を行うほか、重要書類の閲覧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、取締役会に対して以下の事項に関する答申および提言を行うことで、取締役会の機能の独立性、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っています。

- a. 取締役候補者（監査等委員である取締役候補者を含む。）の選任および解任
- b. 代表取締役の選定および解任、サクセッション・プラン
- c. 役付執行役員の選任
- d. 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

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回リモート形式等により開催し、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、代表取締役が議長を務め、取締役により構成し、原則として月1回リモート形式により開催しています。経営会議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います。

モニタリング会議

モニタリング会議は社長執行役員が議長を務め、役付執行役員により構成され、原則として月1回リモート形式等により開催しています。モニタリング会議は各事業および事業基盤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います。

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。

また、監査等委員会は、監査等委員である社外取締役が参加しているガバナン

ス委員会において、各候補者の資質、取締役としての適格性等を考慮した決定方針や指名手続の状況を踏まえ、また業務執行取締役候補者においては各事業年度における業務執行状況および業績貢献を踏まえ、検討をした結果、適任かどうかの意見表明を実施しています。

ガバナンス

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。社外取締役は、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取締役が、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と独立社外取締役連絡会の開催

当社は、筆頭独立社外取締役を設置しています。

また、独立社外取締役3名で構成し、筆頭独立社外取締役が主催する独立社外役員連絡会を年数回開催し、社外取締役の相互の情報共有とコミュニケーションを強化しています。2021年3月期は

年3回開催し、代表取締役に対して提言を行いました。

社外取締役のサポート体制

取締役会および経営会議に関しては、資料および議事録を電子メールまたは紙資料にて送付し、事務局または議案の工程部門は、必要な情報を適宜提供するほか、必要に応じて事前説明を行っています。

また、社外取締役が十分な情報に基づいて適切な判断をするため、取締役会決議事項に対する事前審議の場として、取締役で構成される経営会議を設け、決議事項についての事業収益性およびリスク等について事前審議を行っています。さらに、2021年3月期より、役付執行役員以上で構成されるモニタリング会議や全執行役員で構成される執行役員ミーティングにもオブザーバーとして参加し、各事業および事業基盤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

状況を把握できる仕組みを導入しています。社外取締役はこれらの会議に参加することにより、決議事項および自社の課題をより深く理解した上で、取締役会で十分に議論することが可能となっています。

監査等委員会のサポート業務については、執行から独立した監査等委員会室が子会社の監査役を担う等、監査業務を行っています。

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。

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

取締役会・各取締役における知見と経験（スキルマトリックス）

取締役会は、その責務を果たすため、適切な知見・経験を有する取締役から構成されることが重要と考えています。

当社グループにおいては、変化し続ける環境に対応し、既存事業に捉われな

い新たな価値を提供することにより、豊かで健全なクルマ社会を想像し続けるため、「経営経験」「グループ経営」「事業多角化」「人事、労務、組織」「資本コスト経営、財務戦略」などをはじめとする

下表の知見・経験が重要であると考えています。

取締役会全体、各取締役におけるそれらの知見・経験は以下のとおりです。

	監査等委員でない取締役					監査等委員である取締役		
	小林 喜夫巳	堀井 勇吾	熊倉 栄一	藤原 伸一	高山 与志子 社外	住野 耕三	小泉 正己 社外	三宅 峰三郎 社外
経営経験	●	●	●			●	●	●
グループ経営	●		●			●	●	●
事業多角化	●	●		●	●			●
人事、労務、組織			●	●		●		
資本コスト経営、 財務戦略		●			●		●	
当社の各事業の 知見・経験を持つ分野	卸・小売	流通・ グローバル	卸・小売	小売・ マーケ ティング	グローバル	卸・流通	卸・小売	卸・製造・ マーケ ティング
経理、財務、 会計、税務	●			●		●	●	
監査			●			●	●	●
法律		●						
ESG・サステナビリティ	●		●	●	●			●
ジェンダー、国際性等		●			●			

※上記は、各氏の知見や経験などを踏まえ、該当取締役がより顕著に取締役会に貢献できる領域を示したものであり、有するすべての知見・経験を表すものではありません。

※当社の取締役会全体、各取締役に必要な知見・経験の領域は、当社グループの経営計画における戦略および重点事項に応じて、見直しを行う場合があります。

ガバナンス

取締役会の評価

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、継続的な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。

評価の方法

2021年3月期に実施した実効性評価では、「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、その結果について取締役会にて報告しました。

このような評価の結果、現状の当社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。特に、取締役会の運営面については、仕組みの改善を評価する回答が多くみられました。一方、今後の課題としては、ESG、SDGsなど非財務の取り組み、ガバナンスの在り方についての継続的な議論、中長期視点でのビジョンや考え方に関する整理や議論について改善の余地があること等が確認されました。

課題に対する取り組み

上記課題事項については、主に以下の取り組みを実施することで、取締役会の実効性とコーポレート・ガバナンスを高め、企業価値の持続的向上を図りたいと考えています。

① ESG、SDGsなど非財務の取り組み

- ・ESG・SDGsは、取り組み主体の執行サイドで議論の上、優先課題と具体策を立案する。
- ・人事戦略や企業風土については、定期的

な報告と継続的な議論の場を設定する。

- ・統合報告書の充実やESGミーティング等を通じて投資家との対話機会の増加を図る。

② ガバナンスの在り方についての継続的な議論

- ・ガバナンス委員会や取締役会で継続的な議論を行い、持続的成長と中長期的な企業価値向上の実現に向けたガバナンス体制への変革を図る。

③ 中長期視点でのビジョンや考え方に関する整理や議論

- ・ネットワークのイメージをより明確にするとともに、各ネットワークが有機的なつながりを果たしたときの当社の可能性について、イメージの具体化を図る。
- ・5ヵ年ローリングプランと2050未来共創の長期プランを結ぶビジョンについての議論を深める。

モニタリング会議の機能

モニタリング会議は、社長執行役員が議長を務め、役付執行役員により構成し、毎月1回の頻度で開催しています。オブザーバーとして社外取締役、監査等委員である取締役が出席し、グループの方向性や戦略を示す「5ヵ年ローリングプラン」における7つの事業および5つの事業基盤の中から、毎月1つまたは2つを議題として取り上げ、報告や討議を行っています。具体的にはそれぞれの事業、事業基盤の進捗状況や課題、今後の取り組み等の報告を受け、個別の事業や事業基盤にかかる取り組みが「5ヵ年ローリングプラン」で目指す方向に沿ったものとなっているか、課題やリスクに対する認識と適切な対策がなされているか、他の事業や事業基盤との連携により新たな価値創造につなげることができないかどうか、などさまざまな角度から意見交換を行っています。

また、個別投資案件についても、国内と海外それぞれ年1〜2回ずつ、進捗状況を確認しています。そこでは、当初計画に対する事業の進捗状況を共有するだけでなく、投資目的を再

確認した上で、投資継続の意義について討議を行っています。またM&A案件については買収後の経営統合プロセスの進捗状況を定期的に確認し、価値創出に向けた取り組みや、リスクを軽減するための施策等について討議を行っています。

このように、モニタリング会議では、当社の主たる事業や事業基盤にとどまらず、M&Aを含む投資案件についても討議対象に含まれており、その取り組み目的や内容を丁寧に説明し、出席者の認識の共通化を図ることによって、その進捗状況や課題、リスク等に関して建設的な意見交換を行うことが可能となっています。社外取締役や監査等委員である取締役からも、専門分野の知見を生かした活発な発言がなされています。

なお、社外取締役や監査等委員である取締役は、月1回開催される全執行役員が出席する執行役員ミーティングにもオブザーバーとして参加しており、両会議への出席を通じて、当社の課題を十分に理解した上で、経営会議や取締役会での議論を深めることができる体制を整えています。

取締役報酬

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。

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割等を勘案して設定しています。

報酬の構成と基本的な考え方

当社の取締役（社外取締役および監査等委員である取締役を除く）、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。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。当社の取締役に対する「基本報酬」「年次インセンティブ」「中

長期インセンティブ」の割合は、最高経営責任者である代表取締役社長執行役員においては48%：47%：5%を目安とし、執行役員としての役位が高いほどインセンティブの割合を多角設定しています。

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

単年度の連結経常利益目標および連結ROE目標の達成を全役員共通の支給条件とし、全事業の経常利益目標および執行担当分野に応じ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、中長期的な視点に立った経営へのインセンティブと単年度の連結経常利益目標の達成に連動させることによるインセンティブとして、報酬テーブルごとに設定した

額に応じた譲渡期限付株式を自己株式の処分による方法で事前交付しています。

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・透明性を確保しています。当社の取締役（社外取締役および監査等委員である取締役を除く）および執行役員に対するインセンティブについては、ガバナンス委員会の諮問を経て取締役会にて決議した報酬制度に基づき算出しています。
- 当社の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ています。

当社の取締役報酬制度および報酬額は、社外取締役を委員長とし社外取締役全員と代表取締役で構成される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、監査等委員会から取締役が受ける報酬等について協議した結果、決定手続きは適切に行われており、報酬等は取締役それぞれの役割・職責および成果に応じた額であることから、報酬等の内容は妥当であるとの意見表明を受けました。

2021年3月期に係る報酬等の総額

区分	基本報酬		インセンティブ				報酬等の総額 (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)	3	117	3	111	3	12	240
監査等委員でない取締役 (社外取締役)	1	12	—	—	—	—	12
監査等委員でない 取締役 計	4	129	3	111	3	12	252
監査等委員である取締役 (社外取締役を除く)	1	25	—	—	—	—	25
監査等委員である取締役 (社外取締役)	2	34	—	—	—	—	34
監査等委員である 取締役 計	3	59	—	—	—	—	59

- 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。
- 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。
- 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7名以内、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。
- 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5名以内、年額120百万円以内と決議いただいています。
- 業務執行取締役に対する譲渡制限付株式の付与のための報酬限度額は、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100百万円以内、対象となる取締役の数7名以内と決議いただいています。

社外取締役メッセージ



独立社外取締役(監査等委員)

三宅 峰三郎

当社グループの強み・魅力

当社グループは、全国に600近くの店舗というインフラを持っていること、メーカーよりもお客様に近い存在としてお客様の声を拾うことで豊富な品ぞろえを実現できることが大きな強みです。直営店ばかりではなく多くのフランチャイズ店舗があるため、意思統一やブランド価値の向上について改善の余地はありますが、フランチャイジーと時間をかけて対話し、合意を得て一気に進むことができれば、オートバックスの良さをより発揮できると感じます。

また、おおらかで人柄がよく、オープンな社風だと感じています。その良さは取締役会でも生かされていて、社内・社外のバランスがとれた形で非常に活発な意見交換ができています。いろいろな会議に社外取締役が出席することで、会社の実態を理解しやすく、多くの情報を得て課題を抽出することができる点は評価しています。

監査等委員としての責務

監査等委員の社外取締役という立場になったことで、得られる社内の情報が増えたことは私にとってメリットでした。監査等委員は実査を行うわけではなく、内部監査部門の報告を受けるなどして監査を行います。とは言え新型コロナウ

イルス感染症の拡大がなければ、現場を訪問したり若手チームの活動に参画したりして会話をすることで、状況の確認、違和感はないかといったことが確認できたと思いますので、その点は残念ではありません。

また従来は、グループ内通報制度「オレンジホットライン」や「重大事案」について月次で件数の報告を受けていたのですが、件数の多寡で測れることばかりではありません。1件の事案は、関わった一人にとっては100%の扱いになります。安心・安全や品質管理の面からも意識レベルの向上が必要と考え、一定期間のトレンドを報告してもらい、増減の傾向も追いながら問題の本質を捉えようとしています。さらに今後は、事案の報告にとどまらず、原因追求を徹底し、その改善を全国に広げられるような仕組みの構築も必要になるだろうと考えています。

新型コロナウイルス感染症拡大への対応

新型コロナウイルス感染症に対する対策については、最前線の現場で働く一人ひとりが感染のリスクを負いながらも、最大限の対策を行い、店舗でお客様に対応していたことを頼もしく感じました。店舗に立つスタッフはライフラインを守るという意識で現場に出ているのだろうと思います。こうした経験は、今後自然災

害等で対応を求められたときにも、必ず生かせると考えています。

また、コロナ禍でクルマの価値が再認識されたことや、当初はお客様の来店が減ったものの、6月以降は徐々に盛り返して洗車用品や車内小物の売れ行きが好調だったことなど、改めて当社グループがお客様に提供できることを考え直す機会にもなりました。一方で、ネットでの販売力には課題が残ります。今回のような経験を踏まえて、実際に店舗を訪れなくても、家にいながら好きな時間にWEB上で買い物体験ができるバーチャル店舗のようなものも、今後に向けて検討する必要もあるのではないかと感じています。

当社グループの課題と将来像

SDGsに関するプロジェクトが現在進行しています。その中でESGに関しては従来から取り組んでいますが、お客様にも理解していただくという点で店舗における理想像を明示する段階に来ているのではないかと思います。フランチャイズという事業形態から、店舗のバリアフリー化などを一斉に行うのは困難ですが、社会に対する姿勢について、方向性を示す必要はあります。環境に配慮した商品コーナーを作ったり、タイヤの再利用を提案したり、店舗にクルマを持ち込んでオイル交換をする際にはタンクローリー車でオイルを運び、店舗のタンクに

給油するバルク方式でドラム缶の廃棄を減らすなど、新しい取り組みの可能性も考えていくべきでしょう。また、当社グループは強いブランドを有していますが、そこには店舗や商品だけでなく、人も含まれています。経営理念に基づいた人材育成を行うこと、それをフランチャイズ組織の隅々まで共有することは、簡単ではありませんが非常に大切です。

それから、海外やオンラインなど新しい事業に積極的に取り組んでいます。PDCAの回し方には精査が必要です。計画に対する収益など、事象のチェックはできていますが、なぜそうなっているか、どこを変えなければいけないのかの議論が少ないように感じます。コンセプトを大幅に見直したり、スクラップ・アンド・ビルドすることも時として必要ですから、今後は経営理念に照らして適切な評価と思切った判断ができるようになればと思います。

5ヵ年ローリングプランは、変化に対応できるやり方として非常に良いと思っています。しかし、このプランが行き着いた未来にどんな世界が待っているのかというイメージを社員と共有できているかという点には課題が残ります。既存のオートボックス事業の印象が強いということもあるので、実現可能性にこだわらず大きな夢を社員に見せるということにも力を入れていくべきでしょう。

社外取締役メッセージ



独立社外取締役

高山 与志子

当社グループの強み・魅力

当社グループの強みは、全国に展開する店舗ネットワーク力を生かして、クルマに関して総合的に商品・サービスを提供するというコンセプトが明確であること、カー用品に関する強いブランド力を持っていることだと思います。加えて、財務的に安定していることも、強みのひとつです。一方で、課題は、新しい成長ドライバーの確立です。現在、海外事業やオンラインアライアンス事業などにおいていろいろな試みを行っています。しかし、投資家はさらなるスピード感や収益性向上を期待していることから、今後数年間は成長への一層の努力が求められます。

現在、SDGsの要請に基づく対応、気候変動問題の重要性が高まる中でのTCFDへの対応など、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。それは、成長への機

会でもあります。今後は、電気自動車や自動運転などクルマに関わる潮流を捉え、中長期の視点で経営を進める必要があります。前期から進めている社会課題やマテリアリティの特定は長期的な成長に不可避のものです。それに対して社長をはじめ経営陣は明確にコミットしており、このことは非常に重要だと考えます。

コーポレートガバナンスの実効性

当社においては、取締役会の実効性を高める努力を長年継続しています。私が取締役に就任した2015年の時点で、3名の社外取締役がおり、取締役会の諮問機関であるガバナンス委員会では委員の過半数を社外取締役が占め、そこで指名・報酬の重要な方針を定めていました。その後、監査等委員会設置会社に移行し、現在は、8名中3名が社外取締役から構成されています。ガバナンス委員会の委員長も社

外取締役が務めており、同委員会においては社長および取締役（社外取締役も含む）の長期的なサクセッションプランについて、議論を重ねています。

現在、取締役会の議長は社長が務めています。筆頭独立社外取締役を設置し、社外取締役と議長・経営陣をつなぐリエゾンの役割を果たしています。筆頭独立社外取締役は、定期的に社外取締役だけのミーティングを開催し、そこで認識された問題を経営側に伝え対応を求めるという体制も整っています。

また、社外取締役は、取締役会に加えて、経営会議、モニタリング会議などにも出席します。社外取締役が、これらの会議での議論を通して、経営に関する重要な課題を見定め理解した上で、取締役会で議論し意思決定を行っていることは、当社の大きな特徴だと思います。

新型コロナウイルス感染症拡大への対応

新型コロナウイルス感染症の拡大の中、当初は未経験の事態に手探りの対応でしたが、お客様・社員・店舗スタッフの健康や安全・安心を絶対に守るという点を常に一番に考えた上で、店舗やオフィスでの施策を適切に打つことができたと感じています。また、フランチャイズ店に対しても、人的・経営的・金銭的な支援についてすぐに検討し早い時点から対応を始め、危機を乗り越える体制を構築できたと思います。

こうした想定外の危機に対応できたのは、社長がリーダーシップを発揮したこと、そして全社において、クルマを介して常に顧客のことを考え、顧客の側にあるとする姿勢があったからだと思います。

当社グループの課題と将来像

当社は、2050未来共創という長期ビジョンを掲げ、5ヵ年ローリングプランに取

り組んでいます。このような中長期の目標を実現するためには、どのように環境が変化してもクルマに関わる文化を創造し続けるために、現状にとどまらず新しい分野に挑戦し成長を目指す会社の文化を構築することが、必要であると考えます。それは難しい課題ですが、若い世代がより活躍し、会社全体として新しい変化を歓迎する方向に、徐々に向かっていると感じています。

一方で、女性の活躍についてはさらなる努力が必要です。変化の中で企業が成長するには、多様性、特にジェンダーの多様性の推進が必須です。当社においては、女性社員がライフスタイルの変化に関わらず長く勤めることができる体制は整っています。しかしながら、一定以上のポジションにおいて女性の数が少ないのが現状です。社内のロールモデルが少ない中、どのようにして女性社員が高い意欲を持ちキャリアを構築する後押しができるのか、重要な役職に就く女性社員を継続的に生み出す仕組みをどのように作るのか、多くの課題があります。課長以上の役職者に占める女性の割合の目標を定めるなど、少

しずつ対応は進んでいますが、現状はまだ十分とは言えず、さらに努力を重ね取り組む必要があります。

当社はこのようにさまざまな課題に取り組んでいますが、そのような中で社外取締役がなすべきことは、それらの進捗状況について取締役会で繰り返し検証し、実現に向けて執行側の後押しをし続けることだと考えます。また、グローバルな大きな動きに照らして企業が長期的に対応していかなければならないことや、中長期視点の投資家が重要視し求めていることが何であるかについては、独立した社外取締役の立場のほうがより明確に見えることがあります。そのような社外の主要なステークホルダーの視点を常に経営側にフィードバックし、当社が取り組んできたコーポレートガバナンスの改革を、企業価値の向上に実際に結びつけることに、これからも取り組んでいきます。



Topic

株主・投資家との対話

当社は、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様にも、適時・適切な情報発信による透明性の向上に努めるとともに、当社グループについてより深くご理解いただけるよう、さまざまな機会を通じたコミュニケーションを図っています。皆様からいただいたご意見は、定期的に経営陣への報告を行っています。

対話における方針

コーポレート・ガバナンス報告書 原則5-1. 株主との建設的な対話に関する方針

当社は、株主との対話の重要性を認識し建設的な対話を促進するため、株主総会や決算説明会等の対話の場において積極的な対話を図るとともに、公平でタイムリーな情報開示を積極的に行うためにディスクロージャー・ポリシーを定め、当社コーポレートサイトにおいて開示しております。

株主・投資家との対話は代表取締役社長執行役員を中心に実施しており、必要に応じて他の取締役・執行役員も参加しております。また、株主・投資家との対話の幅を広げるため、筆頭独立社外取締役を設置しております。

対話の機会と実績

株主総会

2021年6月に開催した第74定時株主総会においては、皆様の健康と安全を最優先に考え、新型コロナウイルス感染症拡大防止を徹底した上で実施しました。

具体的には、ご来場自粛の検討や、書面またはスマートフォン等のインターネット等による事前行使のお願いを行うとともに、総会当日の報告事項の内容については、総会翌日に当社コーポレートサイトに動画で公開しました。

決算説明会

2021年3月期第2四半期および、通期の決算説明会は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、前期に続きオンラインによる開催を行いました。

当日は、説明スライドを提示しながら、連結業績結果および次期計画について、新型コロナウイルス感染症への対応、および5ヵ年ローリングプランについて説明を行うとともに、質疑応答の時間を設け、ご参加の皆様からのご質問に直接お答えしました。

投資家ミーティング

当社では以前から、投資家ミーティングの際、皆様からのご意見・ご期待を直接お伺いする機会を積極的に設けてきました。

2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止の点から、対面だけでなく、電話会議やオンラインミーティングなど、従来より多様な選択肢を準備して臨みました。その結果、より多くの投資家の方々との対話の機会創出を実現することができました。

ご意見・ご要望を具体的な取り組みへと反映

ESGに関する投資家ミーティング

当社のESGに関する課題について、投資家の皆様からのご意見を伺うべく、ESGをテーマとして、国内機関投資家とのミーティングを実施しました。その際いただいたご意見は、統合報告書および決算説明資料の改善や、社内のESGの取り組みに対する体制強化につなげています。

ESG・SDGs推進プロジェクトの発足

ESGをテーマとした投資家とのミーティングのフィードバックを起点として、これまで以上にESGの課題認識をするとともに、代表取締役社長執行役員をプロジェクトリーダーとする、複数部門メンバーから成るESG・SDGs推進プロジェクトを発足しました。執行役員および取締役会における議論を踏まえて、社会課題の認識およびマテリアリティを再検討しました。また、従業員のサ

ステナビリティ意識を醸成するため、週1回程度の情報発信や、不定期に勉強会を実施しています。

役員へのフィードバック

投資家ミーティング等でいただいたご質問・ご意見をより建設的な対話とすべく、社内でIRレポートを作成しています。本レポートを経営戦略に生かすため、取締役および執行役員へのフィードバックを2020年度は2回実施しました。

コンプライアンス

コンプライアンス体制

当社グループは、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

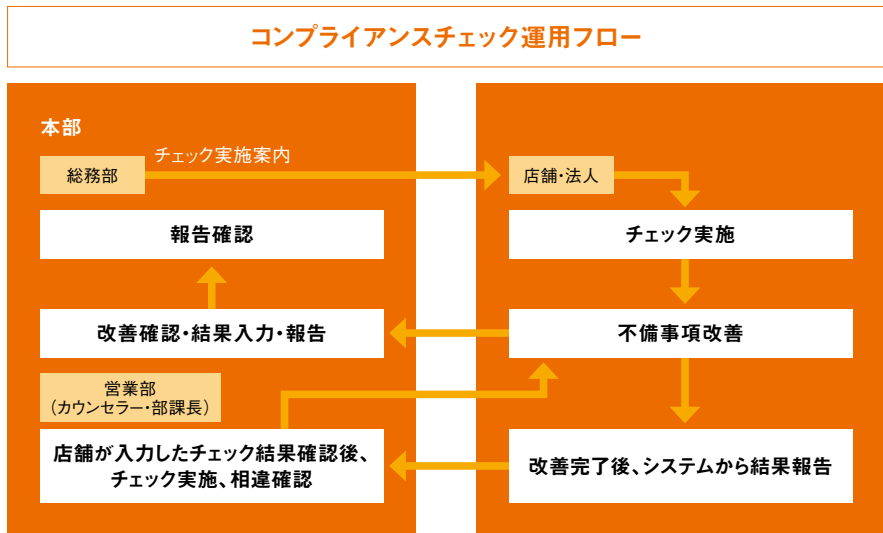
として、その前提のもと、すべてのステークホルダーの正当な期待に応える「行動規範」と「行動指針」を明確に定義し、それらを基本原則として、当社内に加え、フランチャイズチェーン加盟法人に対しても、コンプライアンスの徹底および啓蒙活動を推進しています。コンプライアンス状況

を点検する仕組みとして、関連部門で構成する「統合リスクマネジメント事務局会議」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、確認を行い、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。

店舗でのコンプライアンスチェック

全国のオートバックスグループ店舗では、年1回のコンプライアンスチェックを行い、継続的にリスクの確認と改善を行っています。

業務に関連する法規制等114項目の中から、2020年度は23項目の重点項目のチェックを実施。発見された不備事項に対して改善活動を実施し、本部へ報告しています。

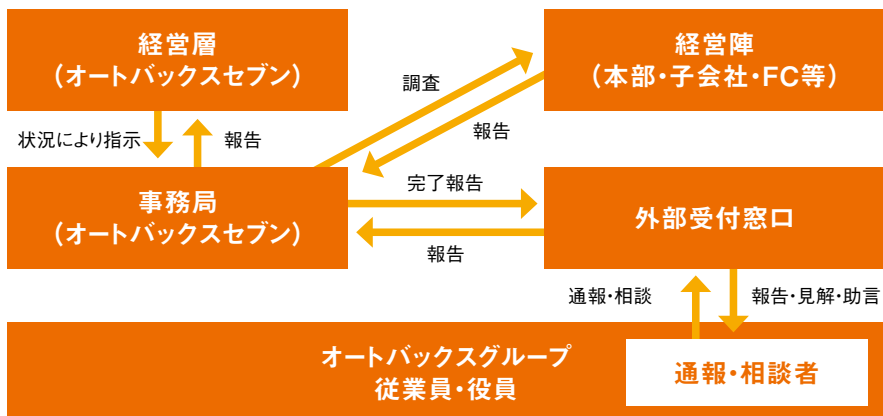


オレンジホットライン

「行動規範」に基づき、グループ内通報制度である「オレンジホットライン」窓口を運用しています。当社グループ内だけでなく加盟法人を含めたオートバックスフランチャイズチェーン全体を範囲とし、社外の通報窓口を通じて内部通報を受け付けています。

なお、通報案件については発生都度、監査等委員会室を通じて速やかに監査等委員に報告する態勢を構築しています。

※通報者の匿名希望があれば匿名での報告を実施



リスクマネジメント

統合リスクマネジメントの考え方

当社は、オートバックスフランチャイズシステムを通じさまざまな商品・サービスを数多くの顧客に対して提供しており、あらゆるステークホルダーからさらなる支持と信頼を獲得する「オートバックス」ブランドの維持・向上に継続的に取り組むことが経営の最重要課題と認識しています。

そのため、日々変化する当グループを取り巻く環境変化に対応するだけでなく、目標達成を阻害する可能性を有するさまざまなリスクの的確な把握・評価と適切なコントロールを行い、また重大事案が発生した場合における、被害拡大防止や損害・損失の極小化を可能とする態

勢を確立することで、企業の社会的責任を果たすことに努めています。

当社は、平時におけるリスクマネジメント体制および有事におけ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、統合リスクマネジメントに継続的に取り組むことが企業の社会的責任につながると考え、統合リスクマネジメントの原則を「統合リスクマネジメント方針」として定めています。当社グループをあげて「統合リスクマネジメント」に継続的に取り組み、ステークホルダーから信頼される企業グループを目指します。

統合リスクマネジメントの継続的な啓発活動

リスクマネジメント委員会は、平時および有事の両面において統合リスクマネジメント態勢が的確に機能するよう、取締役、執行役員および従業員に対して統合リスクマネジメントに関する啓発活動を継続的にを行っています。

統合リスクマネジメント態勢

さまざまなリスクの的確な把握・評価と適切なコントロールを行うため、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ています。

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、監査等委員会その他関係部署とも情報を共有しています。

重大な影響を及ぼす不測事態が発生した場合、または発生するおそれが生じた場合には、リスクマネジメント委員長である社長執行役員が「危機管理対策本部」を設置し、自ら指揮を執り、迅速かつ適切な対応と回復に努めることとしています。

BCP（事業継続計画）

大規模な災害等の重大な危機が発生した場合は「危機管理規程」および「BCP（事業継続計画）マニュアル」に基づき危機対応本部を立ち上げ、迅速な対応を執る体制を確保しています。2021年3月期において地震被害にかかる危機対応本部、新型コロナウイルス感染症にかかる危機対応本部をそれぞれ立ち上げました。

※ リスクマネジメント体制および危機管理態勢を含めて「統合リスクマネジメント態勢」としています。

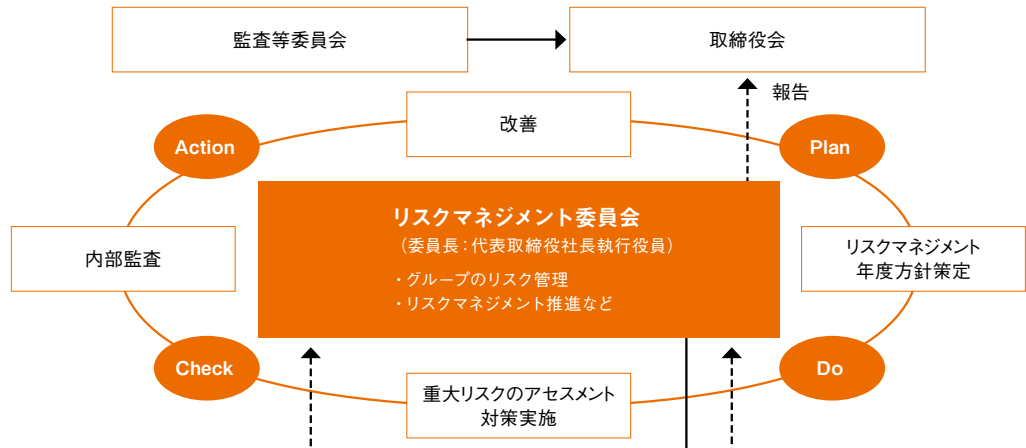
※ 「危機」とは、オートバックスセブングループの経営または事業継続に重大な影響を与えるおそれのある、または与えた事象を指します。

※ 組織を常設する「体制」に加え、身構えや心構えを含めて「態勢」としています。

統合リスクマネジメント体制図

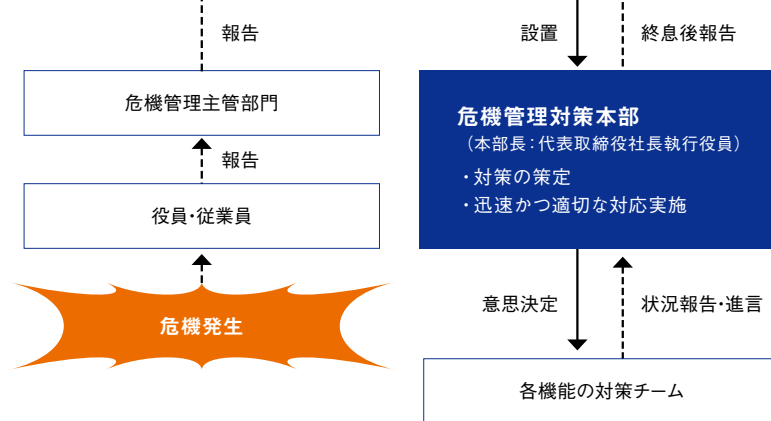
リスクマネジメント体制

- リスクマネジメント規程
- リスクマネジメント活動マニュアル



危機管理態勢

- 危機管理規程など
- 重大事案報告マニュアル



事業に影響を及ぼす可能性のあるリスク

競合など	フランチャイズチェーン加盟法人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業績に影響を及ぼす可能性
異常気象による影響	天候により販売個数を大きく左右される季節商品について、冷夏や暖冬などの異常気象の影響で需要低下や販売時期のずれによる売上高の増減が発生するリスク
海外展開	事業を行う中国、欧州およびその他のアジアの国々において、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が発生するリスク
出店に関する規制	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あるものの、「大規模小売店舗立地法」の規制等により、計画通り出店ができない場合のリスク
法令遵守	・役職員の故意または過失による法令違反行為が発生し、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リスク ・不正行為などにより顧客情報が外部に漏洩するリスク
販売商品または仕入商品・原材料の価格変動	さまざまな要因によって仕入商品や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リスク
自然災害	店舗展開を行う地域や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、または役職員の死亡・負傷による欠員が発生するリスク
フランチャイズチェーン加盟法人	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ズチェーン加盟法人による契約情報違反や法令違反のリスク
店舗営業	店舗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、店舗敷地内でのその他の事故発生などにおけるリスク
為替レートの変動	海外子会社に対する外貨建て貸付金等が存在するため、為替変動により業績に影響を及ぼす可能性

役員紹介

(2021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ン本部長

在任年数 11年
取締役会への出席状況 100% (15回 / 15回)

実績または有する知見

2016年より代表取締役社長執行役員を務め、新たなマーケット創造に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、オートボックスグループを牽引してきました。また、取締役会において、十分かつ適切な説明を行った上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 5年
取締役会への出席状況 100% (15回 / 15回)

実績または有する知見

当社の経営管理基盤の構築および海外事業の推進に貢献してきました。近年は、全社事業ポートフォリオを再構築し、5ヵ年ローリングプランを推進していく上でのハブとして尽力するとともに、国内オートボックス事業企画の担当としては事業戦略の推進や物流などの事業基盤の整備にも尽力しています。また、これらの経験に基づき、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十分に果たしています。



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 5年
取締役会への出席状況 100% (15回 / 15回)

実績または有する知見

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を残してきたほか、フランチャイズ加盟法人との関係構築に尽力してきました。これらの豊富な経験と実績に基づき、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十分に果たしています。



藤原 伸一

取締役 専務執行役員
関東事業部長

在任年数 —
取締役会への出席状況 —

実績または有する知見

国内オートボックス事業に精通しており、営業を主軸としながらも、マーケティング、エリア戦略においても多大な実績を残してきたほか、フランチャイズ加盟法人との関係構築にも尽力してきました。



高山 与志子

独立社外取締役

在任年数 6年
取締役会への出席状況 100% (15回 / 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ザー業務の経験に加え、IR、コーポレート・ガバナンスの分野にも精通しています。これらの豊富な知見に基づき助言を行うなど当社のコーポレート・ガバナンス強化に貢献するほか、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っています。

取締役



住野 耕三

取締役 常勤監査等委員

在任年数 2年
 取締役会への出席状況 100% (15回 / 15回)
 監査等委員会への出席状況 100% (14/14回)

実績または有する知見

長年にわたり当社および関係会社の取締役として経営に参画するほか、オートボックス事業をはじめ、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いて経験と実績を積んできました。また、2016年より、当社監査役として監査機能の向上に尽力しています。



小泉 正己

独立社外取締役 常勤監査等委員

在任年数 -
 取締役会への出席状況 -
 監査等委員会への出席状況 -

実績または有する知見

事業会社における管理実務の経験に基づき、経営管理・IR・ガバナンスに関する知見に加え、SPAに関する経験および知見を有しています。監査等委員である取締役としての立場から当社の経営に参画することで、監査の実効性の確保ならびに当社の意思決定の健全性、適正性の確保と透明性の向上など、監督機能の強化に尽力しています。



三宅 峰三郎

独立社外取締役 監査等委員

在任年数 3年
 取締役会への出席状況 100% (15回 / 15回)
 監査等委員会への出席状況 100% (14/14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、グループガバナンスの強化や事業ポートフォリオを意識した積極投資とモニタリング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。これらの経験と実績に基づき、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っています。

執行役員

社長執行役員
 オートボックスチェーン本部長

小林 喜夫巳

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

堀井 勇吾

専務執行役員
 商品・サービス統括 兼 カー用品担当

熊倉 栄一

専務執行役員
 関東事業部長

藤原 伸一

常務執行役員
 関西事業部長

佐々木 勝

常務執行役員
 ディーラー事業担当

吉山 弘樹

常務執行役員
 車検・サービス・C@RS担当

倉林 真也

常務執行役員
 南日本事業部長

西川 征宏

執行役員
 流通・品質管理・立地開発担当
 兼 オートボックス事業管理担当 兼 立地開発部長

北條 和重

執行役員
 人事・総務・法務担当 兼 人事企画部長

平賀 則孝

執行役員
 マーケティング担当
 兼 ライフスタイル事業担当

小曾根 憲

執行役員
 A PIT AUTOBACS担当

山添 龍太郎

執行役員
 海外事業担当

北村 敏雄

執行役員
 B to B事業担当 兼 ホールセール事業推進部長

北川 幸弘

執行役員
 IT戦略担当 兼 オンラインアライアンス事業担当

則末 修男

執行役員
 中部事業部長

湊川 満也

執行役員
 経理・財務・広報・IR担当

池田 知明

執行役員
 オートボックス事業企画担当
 兼 オートボックス事業企画部長

福原 年広

執行役員
 北日本事業部長

古田 寛之

財務・非財務ハイライト

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

	2018	2019	2020	2021
会計年度 (百万円)				
売上高	¥211,630	¥213,840	¥221,400	¥220,449
卸売	121,081	124,214	126,931	124,763
小売	87,357	86,018	90,762	90,971
その他	3,889	3,607	3,705	4,713
営業利益	7,284	7,478	7,585	10,577
経常利益	8,226	8,203	8,059	11,219
親会社株主に帰属する当期純利益	5,403	5,485	3,764	7,050
営業活動によるキャッシュ・フロー	16,394	4,447	10,603	17,163
投資活動によるキャッシュ・フロー	(2,915)	(3,078)	(3,370)	(6,085)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(5,840)	(9,876)	(9,684)	(309)
フリー・キャッシュ・フロー	13,479	1,369	7,233	11,078
設備投資額	3,587	4,618	3,429	3,996
減価償却費及びのれん償却額	4,131	4,045	4,665	4,154
会計年度末 (百万円)				
総資産	¥187,405	¥181,391	¥172,799	¥187,914
自己資本	126,866	123,582	119,251	123,833
有利子負債	6,896	4,991	7,303	12,667
1株当たりデータ (円)				
当期純利益	¥65.49	¥66.58	¥47.10	¥88.28
配当金	60	60	60	60
配当性向 (%)	91.6	90.1	127.4	68.0
純資産配当率 (DOE) (%)	3.9	3.9	4.0	4.0
総還元性向 (%)	91.6	142.5	182.8	68.0
経営指標				
売上高営業利益率 (%)	3.7	3.5	3.4	4.8
自己資本当期純利益率 (ROE) (%)	4.3	4.4	3.1	5.8
総資産経常利益率 (ROA) (%)	4.5	4.4	4.6	6.2
自己資本比率 (%)	67.7	68.1	69.0	65.6
非財務データ				
国内店舗数	603	593	585	584
うち FC 加盟店	468	458	453	451
海外店舗数	41	46	45	45
うち FC 加盟店	15	15	15	33
稼働会員数 (千人)	7,637	7,169	7,272	7,303
自動車整備士数 ^{*1} (人)	3,745	3,739	3,768	3,721
従業員数 (人)	4,009	4,171	4,385	4,279
取締役数 (うち社外取締役) (人)	8 (3)	8 (3)	7 (3)	7 (3)
[うち監査等委員 (人)]	—	—	3	3
電力使用量 ^{*2} (万 kWh)	704	677	677	671
CO ₂ 排出量 ^{*2} (t-CO ₂)	4,106	3,365	3,439	3,363

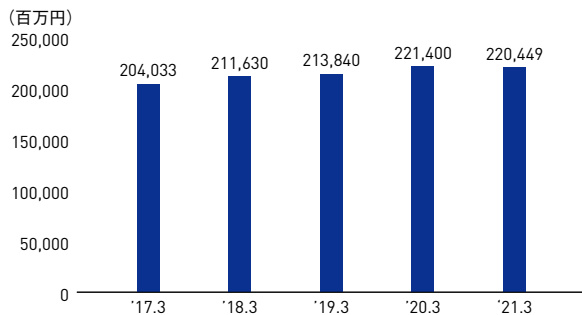
※ 1. チェン全体の自動車関連国家資格 (自動車整備士 1 級・2 級・3 級) の延べ保有者数を表示しています。

※ 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)。

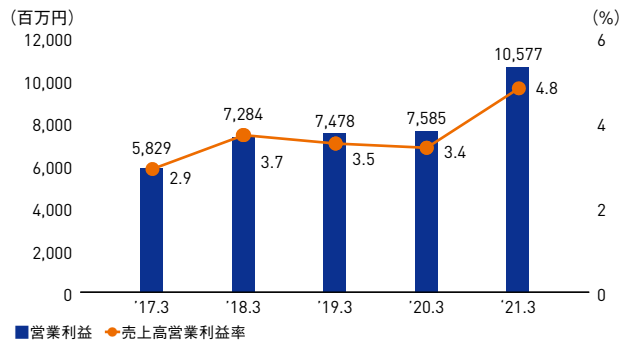
WEB 過去 10 年の業績 (グラフ・データ) は当社ホームページをご覧ください

<https://www.autobacs.co.jp/ja/ir/finance/pl.html>

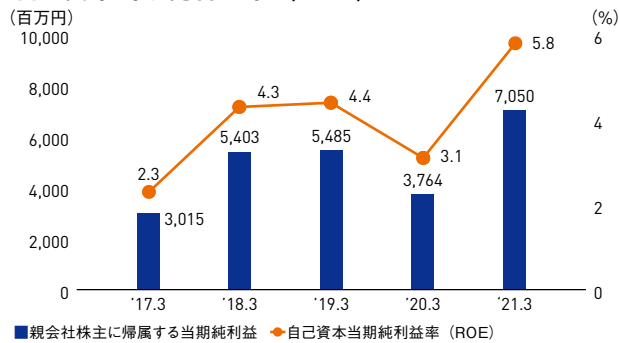
売上高



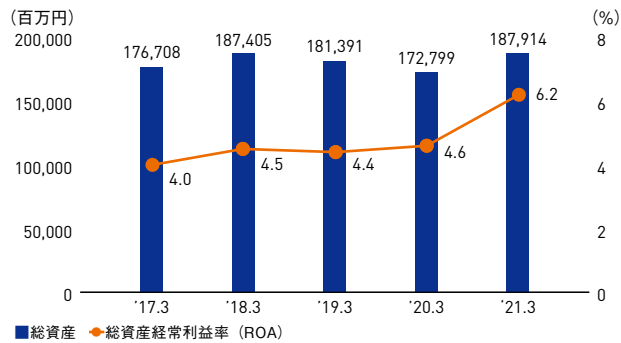
営業利益／売上高営業利益率



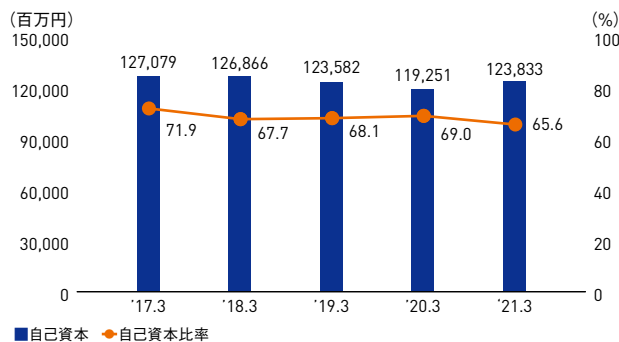
親会社株主に帰属する当期純利益／自己資本当期純利益率 (ROE)



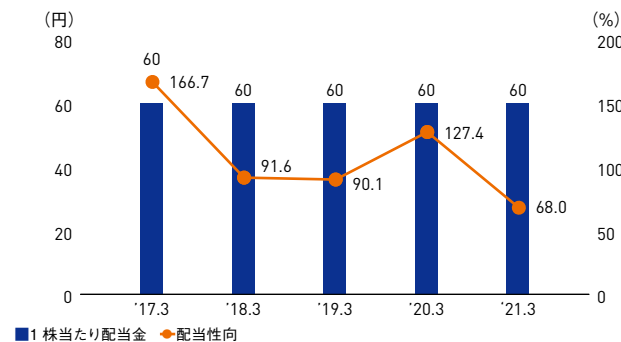
総資産／総資産経常利益率 (ROA)



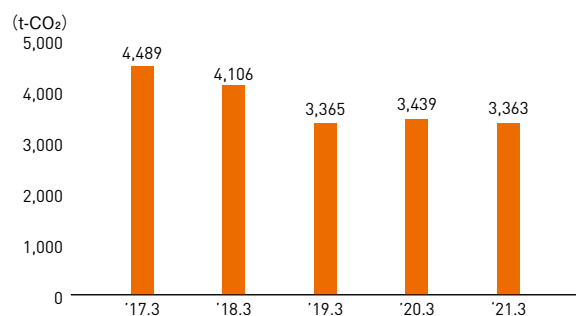
自己資本／自己資本比率



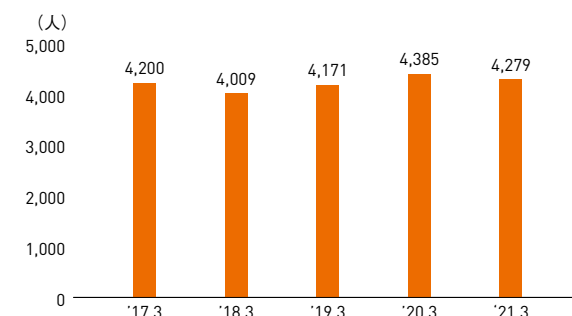
1株当たり配当金／配当性向



CO₂排出量



従業員数 (オートバックス連結グループ)



会社概要 / 株式情報

会社概要

(2021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
 設立 ————— 1948年8月
 資本金 ————— 339億9,800万円
 連結従業員数 ——— 4,279名

主な事業所 ————— 北日本事業部(宮城県仙台市)
 関東事業部(千葉県市川市)
 中部事業部(愛知県名古屋市)
 関西事業部(大阪府大阪市)
 南日本事業部(福岡県福岡市)
 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)

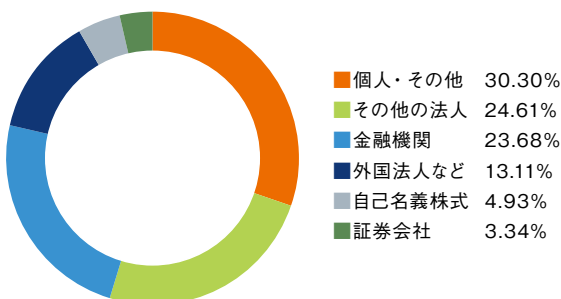
株式情報

(2021年3月31日現在)

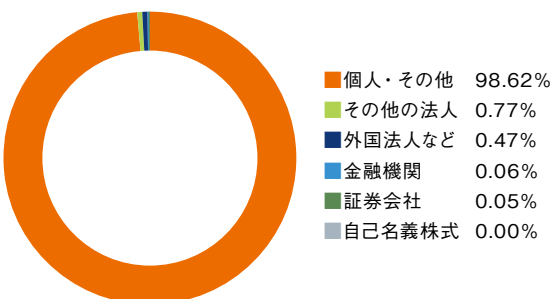
発行可能株式総数 — 328,206,900株
 発行済株式の総数 — 84,050,105株(自己株式4,149,069株含む)
 株主数 ————— 60,633名
 単元株式数 ————— 100株

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



※所有株式数別分布状況・所有者属性別分布状況の割合は、小数点第3位以下を、それぞれ切り捨てて表示しています。

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)	5,779	7.23
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
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,978	4.97
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
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
住野泰士	1,384	1.73
株式会社日本カストディ銀行(信託口 5)	1,127	1.41

外部評価

・MSCI日本株女性活躍指数(WIN)

参考ガイドライン

・IIRC「国際統合報告フレームワーク」
 ・GRIスタンダード
 ・経済産業省「価値協創ガイダンス」

報告対象期間

2021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。



AUTOBACS SEVEN CO., LTD.

株式会社オートバックスセブン(広報・IR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/>