

クルマのことなら  オートバックス

 **AUTOBACS SEVEN**

アニュアルレポート
2009年3月期

2009



クルマのことならオートバックス

目次

- 1 連結財務ハイライト
- 2 オートバックスセブングループの事業概況(連結)
- 4 社長メッセージ
- 6 社長インタビュー
- 14 コーポレート・ガバナンス
- 16 役員の紹介及びごあいさつ
- 18 コンプライアンス体制
- 20 マーケット情報
- 22 事業データ
- 24 オートバックスチェーンの業態及び店舗数
- 26 主要な連結子会社及び
持分法適用関連会社一覧
- 28 組織図
- 29 会社概要
- 30 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ある戦略や今後の事業展開など歴史的事実に基づいていない部分は、現在入手可能な情報から得られた経営者の判断に基づいたものであり、実際はさまざまなリスク要因の変化により異なる結果となることがあります。なおオートバックスセブングループの直面する主要なリスクは、別冊子の財務情報9ページに記述しています。

名称の定義

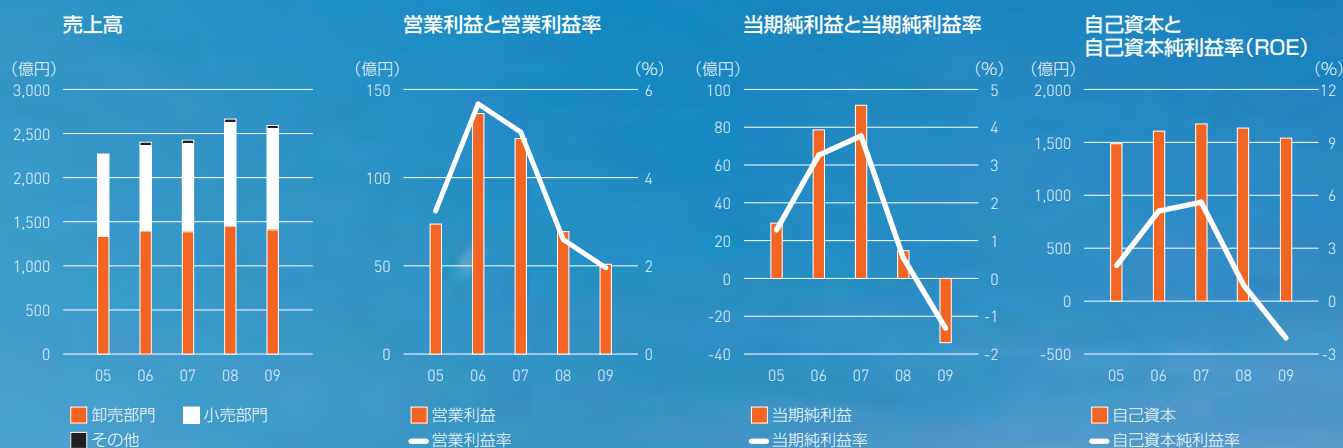
当レポートに記載されている「オートバックスセブン」または「当社」は単体を、「オートバックス連結グループ」、「オートバックスセブングループ」または「当グループ」は連結を示しています。

連結財務ハイライト

株式会社オートバックスセブン及び連結子会社

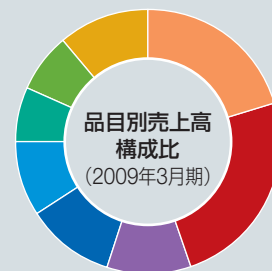
各表示年の3月31日に終了した会計年度	単位：百万円			単位：千米ドル
	2007	2008	2009	2009
売上高:				
卸売	¥ 138,586	¥ 145,072	¥ 140,741	\$ 1,436,133
小売	100,151	117,182	114,600	1,169,388
その他	3,793	4,174	3,802	38,796
合計	242,532	266,430	259,144	2,644,327
営業利益	12,220	6,937	5,090	51,939
税金等調整前当期純利益	16,549	4,972	(3,938)	(40,184)
当期純利益	9,165	1,467	(3,398)	(34,673)
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 17,216	¥ (646)	¥ 7,028	\$ 71,714
投資活動によるキャッシュ・フロー	(7,102)	(7,993)	4,543	46,357
フリーキャッシュ・フロー	10,113	(8,639)	11,571	118,071
財務活動によるキャッシュ・フロー	(4,698)	(729)	(9,259)	(94,480)
1株当たりデータ(円及び米ドル):				
当期純利益	¥ 239.01	¥ 38.37	¥ (90.29)	\$ (0.92)
配当金	58.00	100.00	100.00	1.02
配当性向 (%)	24.3	260.6	—	—
ROE (%)	5.6%	0.9%	(2.1%)	—
ROA (%)	3.9%	0.6%	(1.5%)	—
設備投資額	10,356	9,753	4,870	49,694
減価償却費及びのれん償却額	6,471	7,463	6,347	64,765
会計年度末				
現金及び現金同等物	¥ 59,227	¥ 49,637	¥ 51,749	\$ 528,051
流動資産	119,265	117,407	136,968	1,397,633
流動負債	48,882	43,571	44,842	457,571
総資産	240,628	234,126	224,168	2,287,429
自己資本	167,995	164,336	154,763	1,579,214
総店舗数	544	648	635	—
うち海外	21	117	116	—
従業員数	4,621	6,492	5,933	—

注: 記載されている米ドル金額は、2009年3月31日現在の換算為替相場である1米ドル=98円で計算しています。



オートバックスセブングループの事業概況（連結）

オートバックスセブングループはカー用品の販売、車検・整備、車販売・買取を行う小売店舗で構成するフランチャイズチェーンを運営しています。連結売上高は、主にフランチャイジーに対する卸売部門と、当社及び連結子会社が直接運営を行う店舗における小売部門の売上高から構成されます。当期の品目別の状況(連結ベース)は以下のとおりです。



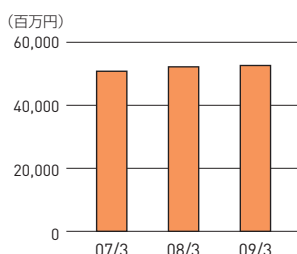
● タイヤ・ホイール	20.3%
● カーエレクトロニクス	24.6%
● オイル・バッテリー	10.2%
● 車外用品	11.0%
● 車内用品	9.1%
● カースポーツ用品	6.7%
● サービス	7.1%
● その他	11.0%

タイヤ・ホイール

国内外メーカーと当社プライベートブランドのタイヤ及びホイールを取り扱っています。当期は太平洋側の降雪減でスタッドレスタイヤが不振でしたが、プライベートブランドなど低価格商品の品揃え強化や、全国キャンペーン等の需要喚起により、売上は微増となりました。

主な商品・サービス

- プライベートブランドタイヤ (国産・外国産)
- ナショナルブランドタイヤ (国産・外国産)
- スタッドレスタイヤ
- プライベートブランドホイール
- ナショナルブランドホイール
- 各種車両向けホイール など

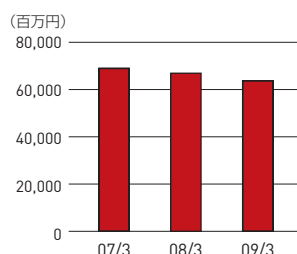


カーエレクトロニクス

国内外メーカーのカーナビゲーション、オーディオビジュアル商品などを取り扱っています。当期はポータブルナビゲーションのラインアップ強化や高速道路料金値下げに伴うETC車載器の積極販売で、これら商品の売上は伸びましたが、オーディオ類や据置き型ナビゲーションの需要減により売上は減少しました。

主な商品・サービス

- カーナビゲーション
- カーオーディオ機器
- カービジュアル機器
- 地上波デジタル関連商品
- ETC車載器 など

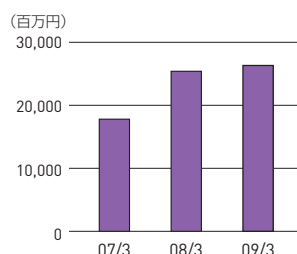


オイル・バッテリー

プライベートブランドのオイル「Vantage」シリーズ、バッテリー「DYNAGRID」シリーズや国内外メーカーのオイル・バッテリーを取り扱っています。消費者の節約志向が強まる中、オイル・バッテリーともに交換サイクルが伸びる傾向にありましたが、単価の上昇もあり、売上は微増となりました。

主な商品・サービス

- プライベートブランドエンジンオイル
- 純正エンジンオイル
- ハイパフォーマンスエンジンオイル
- ミッションデフオイル
- ATFオイル
- プライベートブランドバッテリー
- ハイパフォーマンスバッテリー
- 輸入車用バッテリー
- 二輪車用バッテリー など

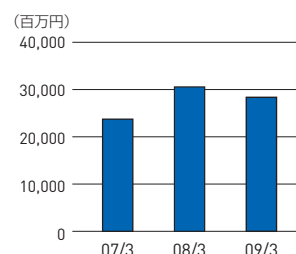


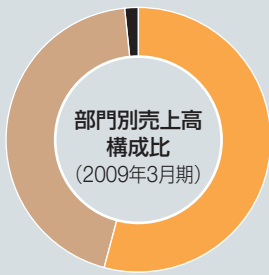
車外用品

ワイパー、タイヤチェーン、洗車用品、ワックス、コート剤、補修用品、工具など車外で使用する商品を取り扱っています。当期は、太平洋側の降雪が例年より少なかったことが影響し、タイヤチェーンが不振だったことから、売上は減少しました。

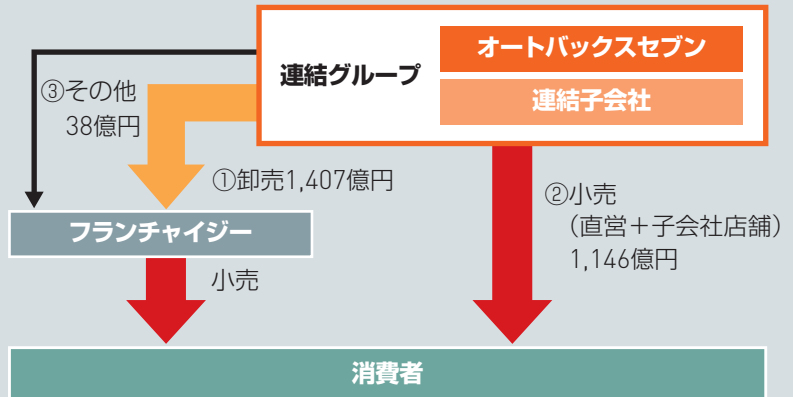
主な商品・サービス

- ワイパー
- タイヤチェーン
- 洗車用品
- ワックス、コート剤
- 補修用品
- 工具 など





連結売上高
2,591億円



連結売上高は、卸売売上高(①)、直営+子会社店舗の小売売上高(②)、その他売上高(③)の合計。

車内用品	カースポーツ用品	サービス	その他																								
<p>芳香・消臭剤、ダストボックスなどの車内小物やチャイルドシート等を取り扱っています。当期はチャイルドシートが法改正などの影響もあって一時的に売上が伸びましたが、国内の消費景気が著しく落ち込む中で、カーアクセサリなどの嗜好品の需要が減退し、売上は減少しました。</p> <p>主な商品・サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> ●レーダー探知機 ●芳香・消臭剤 ●ダストボックス ●シートカバー ●チャイルドシート ●など 	<p>ドレスアップ用のエアロパーツ、マフラー、ヘッドライトバルブ、盗難防止機など、嗜好性の高い商品を扱っています。当期は、消費者の節約志向が強まる中、嗜好性の強いドレスアップ用品を中心に売上は大きく減少しました。</p> <p>主な商品・サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> ●エアロパーツ ●マフラー ●ショックアブソーバー ●HIDライト ●バルブ ●盗難防止機 ●電気リックパーツ ●など 	<p>タイヤ・オイル・バッテリーなどの交換、カーエレクトロニクス用品の取り付け、車検・整備、板金加工、ウィンドウフィルム貼付作業代金などがこのカテゴリーに含まれます。当期は、自動車のメンテナンス需要が強まる中、車検・整備事業の拡大に伴う差別化を進めたこと、またETC助成制度の実施に伴う、取り付けの拡大などにより、サービス売上は増加しました。</p> <p>主な商品・サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> ●タイヤ・オイル・バッテリー交換 ●カーエレクトロニクス交換、取付 ●車検・整備作業 ●軽板金・塗装作業 ●ポリマーシーク加工 ●ウィンドウフィルム貼付 ●など 	<p>直営店舗や子会社店舗で販売している中古カー用品、自動車、二輪用品、燃料、フランチャイジーからのロイヤリティ収入、フランチャイジーに賃貸している店舗家賃収入が含まれます。当期は、自動車販売と什器リース料等が増加しました。</p>																								
<p>(百万円)</p> <table border="1"> <tr><th>07/3</th><th>08/3</th><th>09/3</th></tr> <tr><td>24,000</td><td>25,000</td><td>24,000</td></tr> </table>	07/3	08/3	09/3	24,000	25,000	24,000	<p>(百万円)</p> <table border="1"> <tr><th>07/3</th><th>08/3</th><th>09/3</th></tr> <tr><td>20,000</td><td>20,000</td><td>17,000</td></tr> </table>	07/3	08/3	09/3	20,000	20,000	17,000	<p>(百万円)</p> <table border="1"> <tr><th>07/3</th><th>08/3</th><th>09/3</th></tr> <tr><td>14,000</td><td>18,000</td><td>18,000</td></tr> </table>	07/3	08/3	09/3	14,000	18,000	18,000	<p>(百万円)</p> <table border="1"> <tr><th>07/3</th><th>08/3</th><th>09/3</th></tr> <tr><td>23,000</td><td>28,000</td><td>29,000</td></tr> </table>	07/3	08/3	09/3	23,000	28,000	29,000
07/3	08/3	09/3																									
24,000	25,000	24,000																									
07/3	08/3	09/3																									
20,000	20,000	17,000																									
07/3	08/3	09/3																									
14,000	18,000	18,000																									
07/3	08/3	09/3																									
23,000	28,000	29,000																									

社長メッセージ

中期経営計画の諸施策の実施により、今後の利益改善に道筋をつけました

2009年3月期は、天候不順による冬物需要の減少に加え、ガソリン高、景気後退による節約・生活防衛志向など予想外の要因が重なり、当グループを取り巻く事業環境は厳しいものとなりました。

こうしたなか、タイヤ販売では低価格のプライベートブランド商品の品揃えを増やし、カーナビゲーション販売では売れ筋の変化にいち早く対応して売場変更に取り組み、ETC車載器では高速道路料金の値下げを見込んだ販売強化を行うなど、あらゆる面でカー用品販売の商機獲得に努めました。また、カー用品販売との相乗効果が期待できる車検・整備では、テレビCMを活用した認知度向上に加え、ポイントアップカード会員に対する電話による販売促進を積極化し、FC店舗を含めたオートボックスチェーン全体の車検取扱台数を前年同期比で15.5%伸ばしました。しかし、外部環境の急変に伴う売上減少を補うには至らず、連結売上高は、前年同期比2.7%減少の2,591億円となりました。

営業利益につきましては、車検・整備を含むサービスの売上が上昇したものの、タイヤ、ホイールなどの粗利益率が低下したほか、国内外の店舗増加に伴う経費、POSシステム関連費用、広告宣伝費といった販管費が増加したことにより、前年同期比26.6%減少の51億円となりました。また、米国事業撤退などの事業再構築費用49億円、固定資産の減損損失52億円、投資有価証券の評価損・売却損39億円など、中期経営計画に基づき採算性の低い事業・資産の整理損を計上したことにより、最終的に34億円の当期純損失となりました。

このように残念ながら2009年3月期は減収減益、大幅な当期純損失を計上する結果となりましたが、今後の利益改善には道筋をつけたものと認識しています。

2010年3月期は減収ながら収益性は大きく改善する見込みです

2010年3月期は、中期経営計画の実施に伴う事業の整理による売上の減少に加え、景気の先行き不透明感から嗜好品や高額品の買い控えが続く見込みであることから、連結売上高は11.5%減少となる2,293億円を予想しています。しかし、新車販売台数の減少の一方で、現在注力している車検・整備需要は一段と高まるものと見ています。加えて、高速道路料金の値下げ効果やガソリン価格が昨年よりは低位で推移していることは、自動車の使用を刺激するものと期待できます。そこでタイヤ・オイル・バッテリーなど利益率の高いメンテナンス関連商品の販売を車検・整備とともに強化して売上・収益性の向上に努めます。こうした施策のほか、前年に行った事業の統廃合などの効果により、連結営業利益は、76.8%増の90億円を見込んでいます。また、当期純利益も57億円まで回復する見通しです。

なお、株主還元につきましては、連結自己資本配当率(DOE)3%を目指すという中期経営計画の方針にしたがい、2009年3月期の1株当たり年間配当金は前期同額の100円(DOE2.4%)とさせていただきます。さらに2009年3月末現在で保有している自己株式180万株を2009年5月に消却した上で、2009年7月末までに新たに160万株、56億円を上限に自社株買いを実施しています。

事業環境は厳しい状況となっておりますが、
当グループは不採算事業からの撤退をほぼ完了させ、
今後の利益改善に道筋をつけることができました。



撮影店舗：オートバックス・蔵王店

代表取締役 社長執行役員 湧田 節夫

オートバックス国内FC事業に注力することにより、収益性を改善します

当グループは、2008年5月に策定した中期経営計画「オートバックスBIGプラン」に基づき、不採算事業からの撤退及びグループ内機能子会社の整理をほぼ完了させました。そして現在は「クルマのことならオートバックス」というスローガンの下、国内FC事業の再強化にエネルギーを集中し、中期経営計画の目標を達成すべく着実に歩んでいます。確かに事業環境に関しましては、引き続き不透明な状況が続くものと予想しますが、引き続き「カー用品販売」「車検・整備」「車販売・買取」を3本柱とする事業展開を推し進めながら、貴重なチャンスを実にものにし、利益成長を目指してまいります。

株主・投資家の皆様におかれましては、今後とも当グループに対するご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2009年7月

代表取締役 社長執行役員

湧田 節夫

社長インタビュー

Q

事業環境についてどのような認識を持たれていますか？



A

新車販売台数の低迷が続く一方で、車齢の伸びに伴うメンテナンスニーズなど新たなビジネスチャンスも増えています。

少子高齢化、原油価格の乱高下、そして世界同時不況に襲われ、国内における自動車業界を取巻く環境は一段と厳しくなっています。こうしたマクロ環境以上に懸念しているのが、若年層のクルマ離れをはじめとした構造的な自動車関連市場の縮小です。

政府主導の下、エコカー需要や高速道路料金の値下げによる自動車利用機会の増加が期待されますが、当グループとしては、不透明な需要回復を待つ姿勢ではなく、自らクルマの楽しみ方を伝えながら、小売業の基本であるお客様満足度を高めていく必要があると考えています。つまり、生活防衛や省エネ化など外部環境の変化に柔軟に対応したマーケティング活動を強化し、お客様から最初に選ばれる存在、すなわち「クルマのことならオートバックス」という地位を確立することが、当グループにとっての中長期的な重要課題です。

一方、国内新車販売の低迷は、裏を返せばクルマを長く使いたいというニーズに直結します。オートバックスチェーンでは、数年前より車検などのメンテナンスサービスを強化しておりますが、お客様のニーズが変化してきている中で、今後はメンテナンス事業をさらに拡大し、オートバックスチェーンの新たな成長の糸口にしていきたいと考えています。

Q

オートバックスが今後も競争優位を発揮していくための強みはどこにあると思いますか？

A

お客様本位の店舗づくりと圧倒的なブランド力です。

オートバックスは、国内カー用品販売業界の中で圧倒的なブランド力、知名度を誇っています。また、長年にわたってお客様本位の店舗づくりを目指し、特に「オートバックスに行けば何でもある」という群を抜く品揃えを強みとしてきました。店舗ではスタッフがお客様の悩みに親身に対応し、確かなノウハウや技術を持ったピット作業員がきめ細かいサービスを提供しています。

こうしたお客様本位の店舗づくりを行うことで、オートバックスに対して全国のお客様から高い信頼や安心感をもっていただくことを目指しております。

しかし、異業種の相次ぐ参入など競争環境はますます激しくなっています。今後はお客様本位の考え方を基本としながら、店舗運営の効率を上げ、それをお客様にも還元し、店舗の収益性とお客様満足度の向上の両立を図っていくことが、競争力の維持には不可欠です。

Q

近年、ホームセンターやディーラーなどが台頭してきましたが、業界におけるポジショニングをどのようにお考えですか？

A

ブランド力の質を高めることが重要であり、クルマのことならどんなことにも精通し、プロフェッショナルとして全幅の信頼を寄せられる店舗を目指しています。

当グループは業界のリーダーとして、新車、中古車、メーカーを問わず、クルマに関するご要望には全方位で対応する戦略を基本としてきました。競合との比較では、まずホームセンターは、ワックスや芳香剤などのついで買いはあってもピットがないため、タイヤなどを購入することができません。その意味では修理工場を有するディーラーは脅威です。特に近年、新車の標準装備オプションの充実に加え、メンテナンスやカー用品販売で新車販売の低迷を少しでも補おうとするディーラーの動きは注意を要します。しかし、ディーラーの店舗は、それぞれの系列メーカーに所属し、あくまで新車販売がメインであり、品揃えは限られます。これに対してオートバックスチェーン店舗は、特定メーカーの商品に限定せず、常にお客様に最適な商品を素早く提供することができます。つまり、品揃え、そしてスピードや立ち寄りやすさなども強みとなっています。もちろん地域・属性問わず、あらゆるお客様を対象にしているため、ご来店されるお客様の数もディーラー店舗の比ではありません。

今後のディーラーとの競争という点では、さらなるブランド力の質の向上が重要であると考えています。質というのは、クルマに関するあらゆる面において、お客様からプロフェッショナルとして全幅の信頼を寄せられる店舗にしていかなければならないということです。

BUSINESS ENVIRONMENT

事業環境



撮影店舗：オートバックス東戸塚

Q

中期経営計画の最重要課題を教えてください。



A

**規模拡大路線を効率性の観点から見直し、
中核事業である国内FC事業の強化を進めています。**

ここ数年、国内事業においては、効率性よりも事業領域の拡大を過度に追求したがゆえに、収益を圧迫していました。また、国内基盤が揺らぐ中で、十分な競争力を確立していない海外市場に手を広げることもリスクが高いと判断しました。そこで、当面は、基盤である国内FC事業に軸足を置くとともに、収益性を見直し、スリムかつ強固な経営体質に戻すことを優先事項として取り組んでいます。

中期経営計画の骨子

事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> ●国内オートボックスFC事業の強化 ●海外事業の見直し ●本部機能／コストの効率化
財務戦略	<ul style="list-style-type: none"> ●資産／資本効率の向上
ガバナンス体制	<ul style="list-style-type: none"> ●経営体制再構築と リスクマネジメント強化

Q

収益性の改善に重点を置いた中期経営計画について、現在の進捗状況はどのようになっていますか？

A

不採算事業の撤退を中心とした事業ポートフォリオの再構築、機能子会社の整理、店舗の統廃合など、収益改善策は概ね計画通りに進捗しています。

中期経営計画でお約束した主な収益改善策は、「国内オートボックスFC事業の強化」「海外事業の見直し」「本部機能及びコストの効率化」です。

まず、「国内オートボックスFC事業の強化」として、車検・整備件数の増加に注力するとともに、タイヤやオイル、バッテリーを中心としたメンテナンス系の商品の販促を強化し、粗利率の向上策を推進しています。また、出店エリアでの競争力強化のため、店舗や子会社の統廃合にも取り組んでいます。さらに、国内FC事業への貢献度・成長性という観点から各事業の精査を行った結果、燃料事業を行う子会社「ダイヤボックス」の解散、そして二輪用品事業「ライコランド」のFC本部事業の譲渡を決断し、実施しました。

「海外事業の見直し」については、各エリアの成長性と競争優位性を精査した結果、米国子会社への融資を打ち切りました。結果として米国子会社が倒産手続きの適用申請を行いました。また、台湾子会社も全株式を譲渡しました。さらに、フランス、タイ、シンガポールの各事業も精査しましたが、これらのエリアについては、当面事業を継続し、業績向上に努める計画です。なお、中国においては、市場の成長性は高いと見ており、オートボックスのビジネスモデルの確立を目指していきます。

「本部機能及びコストの効率化」については、店舗・本部において徹底した経費削減に取り組むとともに、当社と機能子会社で分散・重複している機能を統合しました。

以上、中期経営計画がスタートして1年が経ちましたが、これまでのところ収益改善策は概ね順調に進捗しています。



撮影店舗:スーパーオートバックス市川

C O R P O R A T E S T R A T E G Y

オートバックスの経営戦略

Q

国内FC事業をどのように強化していきますか。また、出退店計画を教えてください。

A

**お客様の来店頻度を高める施策を強化し、売上向上を目指します。
出退店は当面、新規出店より既存店強化が中心になります。**

国内FC店舗の集客力を強化する策としては、ポイントアップカード会員に対し、車検やタイヤ・オイルの交換サイクルなどに合わせて様々な販売促進活動を行うことにより、来店頻度をこれまで以上に高め、店舗売上の拡大を目指します。また、オートバックスの店舗としてブランド力にばらつきが生じないように、リニューアルを図ります。さらに、店舗運営の効率を高める施策として、FC法人同士の連携も含め、エリア単位での効率的な店舗再編を促していきます。したがって、当面は新規出店よりも、既存店の強化が中心となります。

なお、2010年3月期の国内における出退店は、新店3店舗と、スクラップアンドビルド及びリロケーションによる4店舗の出店を計画する一方で、4店舗の退店を予定しています。



プライベートブランド・専売商品群

C O R P O R A T E S T R A T E G Y

オートバックスの経営戦略

Q

カー用品販売の収益性をどのようにして高めていくのか教えてください。

A

売場・品揃えの改善と、商品調達の工夫により、収益性を高めていきます。

ガソリン価格高騰の際など、お客様が本当にお悩みの時に、喜ばれる提案ができたか、節約志向を強めるお客様に、代替品やお値段でご満足いただけたかという点で、特に2009年3月期の前半は、施策が後手に回ってしまった感も否めません。こうした反省から、消費者に一番近い私たちが、各地域におけるお客様のニーズを高い精度で把握し、それをサプライヤーにきちんとフィードバックしていくことも今後は重要になってくると考えています。

また、品揃えを強みにする場合は、一方でお客様が選びやすい商品陳列にも配慮しなければなりません。例えば、類似商品を本部で選別し、機能別陳列をすることで、お客様の選びやすさを高めながら、必要な商品を従来よりも効率よく調達することが可能です。

また、商品群ごとにサプライヤーを絞ることによる仕入条件の変更や、サプライヤーと当社が互いにメリットを享受できるような取引条件を結ぶことにより、お客様に対して価値を提供し、最終的にはカー用品販売の収益性を高めることができると考えています。



Q

中古車市場も低迷していますが、今後の施策について教えてください。

A

**中古車販売事業は、
今後2年間を目処にビジネスモデルの確立に努めます。**

新車販売の低迷でクルマの買い替えが進まず、中古車の品揃えが困難な状況に直面しています。そのため、店舗によっては中古車販売(C@RS)契約の投資負担が重くなっておりました。これを受けて、同事業の見直しを行った上で、全店に中古車販売を拡大する戦略を見直しました。その結果、それまでは300店舗強あった加盟店数を2009年4月以降は191店舗に絞り込みました。

当グループは、中古車販売でも急速に事業領域を広げましたが、実際のところ、後発ゆえ仕入ノウハウなど規模拡大に追いついていない面がありました。そこで、いったん縮小して成功事例を積み上げながら、今後2年間を目処にFC法人と協力して立て直しを図ることにしました。具体的には、専門のC@RS担当者が店舗を回り、買取ノウハウを指導するなど人材育成を中心にした事業基盤の強化に取り組めます。そして、中古車の品揃えやお客ニーズに幅広く対応できる店員を育成し、成功モデルの確立に注力します。



Q

中期経営計画の目標として、2011年3月期には営業利益160億円、ROE7%を掲げていますが、環境は一段と厳しくなっています。達成のための今後の具体的施策を教えてください。

A

今後は、今まで以上にお客様との関係強化と仕入れや品揃えなど事業の各プロセスにおける収益性の向上に努めていきます。

雇用情勢の悪化などを考えますと、確かに中期経営計画策定時よりも2010年3月期以降の事業環境は一段と厳しくなると思われます。しかしながら、クルマを長く乗ろうというお客様は増加傾向にありますし、ガソリン価格が昨年よりは低位にあることや高速道路の値下げ効果によりクルマの利用機会も確実に増えることが期待できます。一方で、当グループ自身の課題であった不採算事業の整理はほぼ完了しましたので、比較的利益率の高いタイヤやオイル、バッテリーの販売強化と、現在注力している車検・整備などメンテナンスサービスの収益拡大、それらに伴う粗利率の改善、さらに販管費のコントロールにより、2010年3月期の連結営業利益は90億円を見込んでいます。

さらに、中期経営計画の目標を実現するためには、やはり、お客様との関係強化と事業の各プロセスにおける収益性向上の両面を通じて、店舗収益力を高めることが不可欠です。具体的には、ポイントアップカード会員の皆様への車検サービス、その後のタイヤ・オイル交換といったアプローチなど、地域密着型の生涯顧客づくりを徹底していきます。また、取引先の協力による仕入条件の改善、利益率の高い商品ミックス戦略、エリア戦略の見直し、そして店舗コストの削減努力も継続します。

中期経営計画の目標数値は、挑戦的な数字であることは間違いありませんが、現時点においては達成不可能ではないと考えています。しかし、経済情勢や自動車関連市場の動向も不確実性が強まっていますので、目標数値は環境変化に適応させたいと思います。



撮影店舗：スーパーオートバックス厚木

Q

事業戦略を推進する上で、バランスシートの管理はどのように考えていますか？

A

**財務の健全性を維持できる手元流動性を確保した上で
今後も総資産の圧縮を行っていきます。**

コア事業である国内カー用品販売の競争力を高めるために、2009年3月期は不採算事業の整理を急ピッチで進めてきました。そのため、一時的な資金ニーズが発生しましたが、もともと厚めに資金を確保していましたので、この不況下でも財務の健全性は維持することができました。2009年3月末時点で約531億円の現預金及び有価証券を保有していました。

当面は、新規店舗を積極的に増やしていく環境ではありません。一方で、採算性の低い資産の圧縮は計画通りに進捗しており、キャッシュ・フローの効率性改善にも余地があると見ています。そのため手元流動性を引き下げていくことは可能であると考えています。

具体的には、手元流動性(現預金及び有価証券)の中期的な目安は300億円程度としています。これは、さらなる厳しい環境への備えと、FC法人に対する支援準備金も含めて対応できることを考慮し、試算した水準です。なお、FC法人に対する支援準備金は、非常時に備えた資金を本部が持っていることでお客様・取引先からの信頼維持につながるの考えによるものです。

RETURN TO SHAREHOLDERS

株主還元

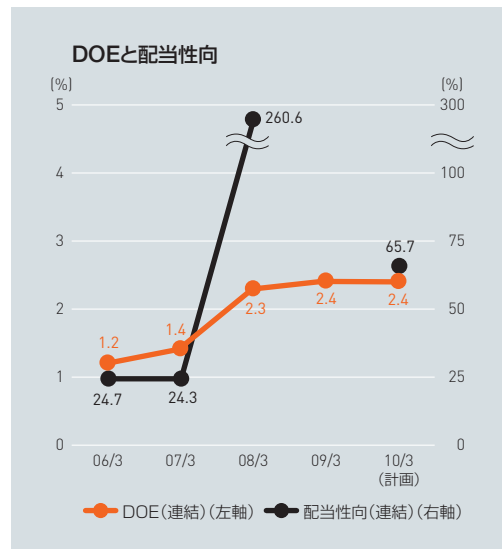
Q

株主還元に対する基本的な考え方についてお聞かせください。

A

DOE3%を目標に、安定的な配当と機動的な自社株買いを行っていきます。

当グループの2009年3月末の手元資金は潤沢であり、株主の皆様への利益還元を経営の最重要課題と考えています。そこで、事業環境は厳しさを増してはいますが、中期経営計画で発表したDOE3%という目標を目処に、今後も安定的な配当と機動的な自社株買いを行っていく方針です。もっとも、株主の皆様のご期待は、手元の潤沢な資金を単に取り崩して還元するというのではなく、なにより経営資源によって生み出されるキャッシュ・フローを増やしていくことであると認識しており、攻めに転じるタイミングを見計らいながら、キャッシュの還元と成長投資のバランスをとっていきたいと考えています。



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの考え方

カー用品販売事業、車検・整備事業、車販売・買取事業を中核とした事業領域において、フランチャイズシステムを通じ、様々な商品、サービスを数多くの顧客に対して提供している当社は、コーポレート・ガバナンスの改善を通じて、組織体制の整備による経営責任の明確化と意思決定の迅速化を図り、経営に対する監視機能の強化及び適時、適正な開示の充実により経営の透明性を高めることであらゆるステークホルダーから支持と信頼を獲得し、「オートバックス」ブランドの維持・向上に継続的に取り組み、企業の社会的責任を果たすことに努めています。

コーポレート・ガバナンス機構

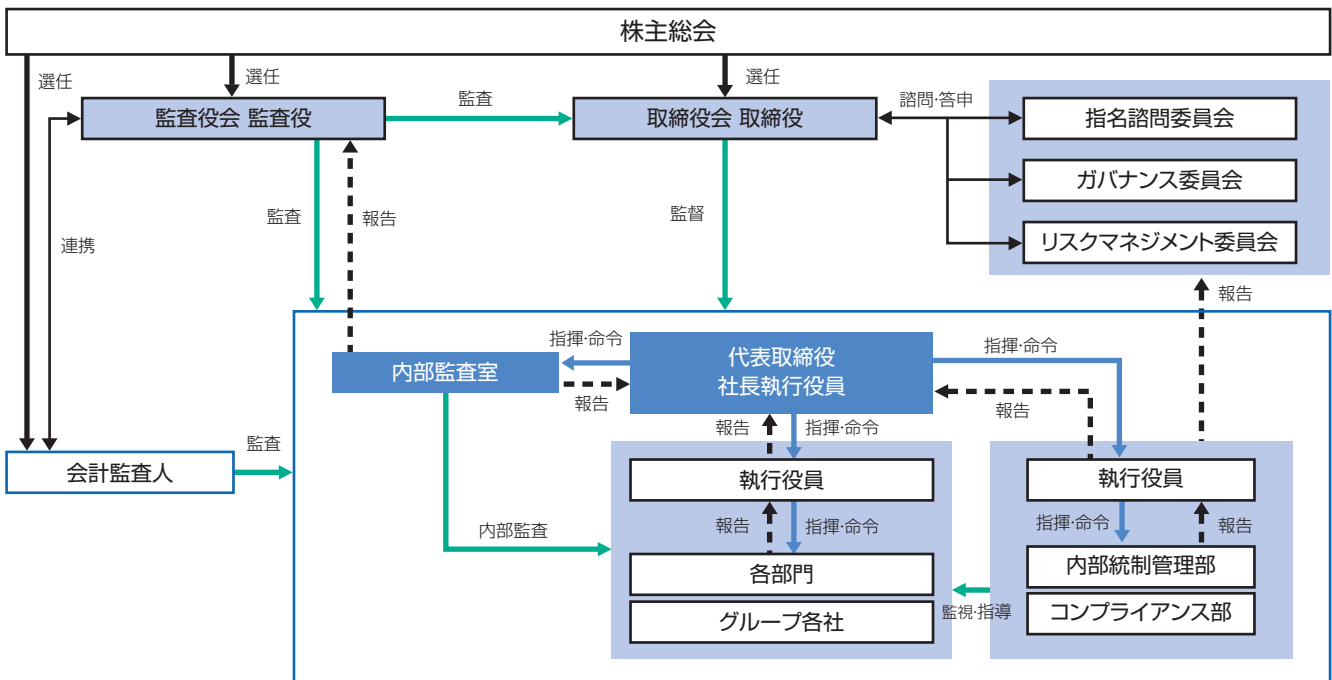
当社は、カー用品業界及びフランチャイズビジネスに精通した社内取締役と、多様な経歴を持つ社外取締役により適正な経営を行うとともに、監査役による経営チェック機能を活用するために、監査役会設置会社の形態を採用しています。

また、執行役員制度を導入することで経営の監督機能と執行機能を分離するとともに、社外取締役を招聘することで監督機能の強化を図り、さらに、代表取締役または取締役会の諮問機関として社外取締役を中心メンバーとする委員会を設置することにより、健全かつ透明性の高いコーポレート・ガバナンス機構としています。

コーポレート・ガバナンス強化の取組み

2002年6月	執行役員制(オフィサー制)導入
2004年4月	コンプライアンス推進担当部署の設置
2004年6月	社外取締役の招聘
2005年8月	「指名諮問委員会」の設置
2006年7月	内部統制システム構築プロジェクトの発足
2008年1月	内部統制管理担当部署の設置
2008年4月	経営会議、執行役員会議の分離
2008年5月	「リスクマネジメント委員会」の設置
2008年7月	「ガバナンス委員会」の設置
2009年3月	「コーポレート・ガバナンス方針」制定

コーポレート・ガバナンス機構



(2009年6月25日現在)

当社のコーポレート・ガバナンス体制 (2009年5月22日現在)

コーポレート・ガバナンス機構			
全般	組織形態	監査役会設置会社	
取締役及び 取締役会	取締役会議長	代表取締役	
	取締役人数	9名(社外取締役:4名 執行役員兼務:5名)	
	2008年度取締役会開催数	20回(臨時8回含む)	
監査役及び 監査役会	監査役人数	5名(社外監査役:3名)	
	監査役が出席する主な重要会議	取締役会、経営会議、執行役員会議ほか	
	2008年度監査役会開催数	21回(臨時7回含む)	
代表取締役 または 取締役会の 諮問機関等	指名諮問 委員会	委員長	社外取締役
		構成	社外取締役及び代表取締役
		役割	取締役及び役付執行役員の候補者選任に際し、取締役会に対する助言、提言の実施
		2008年度開催数	2回
	ガバナンス 委員会	委員長	社外取締役
		構成	社外取締役及び代表取締役
		役割	<ul style="list-style-type: none"> ●取締役会に対するコーポレート・ガバナンスの観点からの助言、提言の実施 ●取締役及び執行役員の報酬に関する検討
		2008年度開催数	11回
	リスク マネジメント 委員会	委員長	社長執行役員
		構成	役付執行役員及び社外取締役
		役割	リスクマネジメントの円滑、適正な推進
		2008年度開催数	4回
業務執行、監督機能の強化			
監督機能の強化	執行役員制の導入 社外取締役の招聘	2002年6月～ 2004年6月～(2004年 1/10名、2005年 2/10名、2006年 2/8名、2008年 4/9名)	
意思決定、業務執行	意思決定及び業務執行体制	<ul style="list-style-type: none"> ●取締役会—意思決定 ●経営会議—全社方針・計画の立案、取締役会決議事項の事前審議 ●執行役員会議—中期・年度経営計画の進捗管理、業績確認及び対策の検討 	
監査機能			
内部監査組織	内部監査部門	内部監査室	
	役割	<ul style="list-style-type: none"> ●内部統制システムのモニタリング ●社内各部門及び子会社の業務監査 ●監査結果の監査役、代表取締役社長執行役員及び執行役員等への報告 	
会計監査	会計監査人	監査法人トーマツ ^{※1}	
コーポレート・ガバナンス強化のための施策等			
コンプライアンス	コンプライアンスの原則	[オートバックスセパングループ行動規範と行動指針]制定(2004年6月) 当社ホームページに掲載 http://www.autobacs.co.jp/ja/csr/koudoukihan.html	
	行動規範遵守への取り組み	2008年4月より「行動規範確認誓約書」提出の運用開始	
	コンプライアンス教育等	コンプライアンスに関するeラーニングの実施	
	グループ内通報制度	[オレンジホットライン]設置(2004年7月)	
	個人情報の保護	<ul style="list-style-type: none"> ●「プライバシーポリシー」制定(2004年12月) ●当社ホームページに掲載 http://www.autobacs.co.jp/ja/privacy.html ●個人情報保護に関するeラーニングの実施 	
アカウントビリティ	アカウントビリティの原則	[「適時開示方針」]制定(2008年1月) 当社ホームページに掲載 http://www.autobacs.co.jp/ja/csr/tekijikajihoushin.html	
	投資者の理解、評価に資するための資料等	開示情報や重要な情報、決算説明会資料を、原則日本語と英語両方で当社ホームページに掲載	
統合リスクマネジメント ^{※2}	統合リスクマネジメントの原則	[「統合リスクマネジメント方針」]制定(2008年10月) 当社ホームページに掲載 http://www.autobacs.co.jp/ja/csr/riskmanagement.html	
	リスクマネジメント体制 (平時における体制)	<ul style="list-style-type: none"> ●リスクマネジメント規程、リスクマネジメントシステム活動マニュアルの制定 ●リスクマネジメント委員会を設置し、リスクマネジメント年度方針に基づき、リスクの管理、全社的なリスクマネジメントシステムを構築、推進 	
	危機管理態勢 (有事における態勢)	<ul style="list-style-type: none"> ●危機管理規程、重大事案報告マニュアルの制定 ●重要な影響を及ぼす不測事態の発生または発生する恐れが生じた場合は、リスクマネジメント委員長が「危機管理対策本部」を設置し、迅速かつ適切な対応と回復に努める 	
役員報酬	役員報酬の原則	[「役員報酬方針」]制定(2009年2月) 適切な報酬制度を構築するため、役員報酬の目的、報酬水準、報酬要素の組み合わせ、業績連動報酬の考え方、報酬決定のプロセスについての考え方について記述	
	役員報酬の客観性、透明性	取締役会は、報酬の体系、水準等をガバナンス委員会に諮問	
子会社の統治	子会社管理の基本原則	[「関係会社管理規程」]に子会社管理の基本原則を規定(2009年2月改訂)	
	統括部門	子会社管理の統括部門の設置	

※1 2009年7月より法人名を有限責任監査法人トーマツに変更しています。

※2 統合リスクマネジメントはリスクマネジメント体制と危機管理態勢の総称です。

役員 の 紹 介 及 び ご あ い さ つ

(2009年6月25日現在)

取締役



湧田 節夫 代表取締役

入社以来40年以上にわたり、店舗運営や物流の整備などオートバックスのビジネスの発展に努めてまいりました。会社が大きな変革期を迎える中、一店舗一店舗が「クルマのことならオートバックス」と、地域のお客様から支持していただけるようになることが何よりも重要です。このページでご紹介する経営陣と力を合わせて、現地・現場・現物優先主義を徹底し、今後のオートバックスの発展に力を注いでまいりますので、ステークホルダーの皆様には今後ともご指導を賜りたいと存じます。



経森 康弘 取締役

総務・人事業務統括執行責任者として、現場とのコミュニケーションを大切にしながら、当グループの財産である人材の育成システムの確立に努めております。そのためには、「お客様から信頼される質の高い商品・サービスとは何か」を現場といっしょに模索しながら、当グループの長期的な企業価値向上に貢献したいと考えています。また、時には国内外問わず自ら現場に向かい、決断は「慎重かつ大胆に、決めたことは素早く実行」というスタンスで着実に収益を生み出す店舗づくりにも情熱を注いでまいります。



井手 秀博 取締役

経理・財務担当として、信頼性のある正確でタイムリーな企業内容のディスクロースそして不透明な金融環境や経済環境下においても、各ステークホルダーに安心していただけるように、財務の安全性の確保に努めております。今後はさらに中長期的な企業価値の最大化を実現させるために、財務の視点を強化することにより、経営資産・資本効率の向上を目指し、ステークホルダーの皆様に対する責任を果たしてまいります。



中田 康雄 取締役(社外)

お客様はもちろん、従業員、FC法人、株主の皆様との満足と同時に実現することによって、当グループの持続的成長、そして真の企業価値最大化につなげていくべきであると考えます。この信念の下、オートバックスセブン及びFC法人の役員、従業員の方々が一丸となって経営改革を成功させることに、長年スナック食品メーカーの経営改革で培ってきたノウハウを生かし、貢献したいと考えています。



宮内 英樹 取締役(社外)

私は、長年日系の国際企業グループで国内外の経営に深くかかわってきました。これまでの経験を活用して、コーポレート・ガバナンスに関するグローバルな諸要請に適切に対処し、当グループの強みを生かしつつ、長期的な視点から企業価値を高めるべく努めていくことで、株主の方々をはじめ、広くステークホルダーの期待にこたえられるよう、経営を監督、指導してゆく所存です。



森本 弘徳 取締役

これまで店舗運営、チェーンオペレーション、FC法人の経営指導を中心にエリア戦略を推進してまいりました。今期は、お客様視点の店づくりに注力するとともに、在庫やオペレーション効率など店舗の生産性を向上させることに現場とともに取り組んでまいります。そして、「クルマのことならオートバックス」というブランド価値向上に主眼を置いた強固なチェーン展開により、中期経営計画の実現と企業価値の向上に努めてまいります。



田村 達也 取締役(社外)

企業たるもの顧客、取引先、従業員、地域社会など企業活動上欠かすことのできないすべてのステークホルダーの皆様との良好な関係を維持した上で、株主価値の向上を実現する責任があると考えています。取締役会は、経営執行陣がそうした経営を堅持できるよう経営の基本理念を確立するとともに、その執行状況をモニターする役割を果たします。こうしたコーポレート・ガバナンスの理念を大切にしつつ取締役会の一員として貢献していきたいと思っております。



服部 範雄 取締役(社外)

警察組織において30年余り、いろいろな立場で多くの職員の能力や志気高め、より国民から信頼される警察活動を目指して努力してまいりました。お客様の信頼が何よりも大切なオートバックスのような業態においては、こうした私の経験を生かせる部分が多々あります。これまでもコーポレート・ガバナンスの充実のもとより、組織自体がコンプライアンスを徹底し、職員が生き生きと活躍できるよう提言してきました。さらに、海外事業展開においても、私の知見を生かせるものと考えています。



松村 晃行 取締役

入社以来、店舗経験をベースにお客様に一番近い店舗運営一筋でやってまいりました。ドライバーのカーライフに関する要望が多様化する中、変化の兆しを素早く察知し、経営に取り入れ現場に反映させることが私の重要な使命と考え、オートバックスチェーン店舗がお客様に引き続き信頼され支持されるよう、現地・現場・現物優先主義で職務を遂行いたします。そして、オートバックスの原点である「人々のカーライフを豊かにする」思いを具現化したいと思っております。

監査役



野上 明 常勤監査役

監査役は株主の負託を受けた独立の機関として、企業の健全で持続的な成長を確保し、社会的信頼にこたえる良質な企業統治体制を確立する責務を負っていることを、常に胆識する必要があります。会社及び子会社の取締役の方々と積極的に意思疎通を図り、情報収集とコミュニケーション強化を行うことで、良質な監査環境を整えていきます。今期は特に「内部統制システム」の整備に重点を置いていることから、PDCA (plan, do, check, action) サイクルのC=チェックに重きを置き、予防監査に努めてまいります。



森野 孝太郎 常勤監査役(社外)

長年金融機関に勤務し、数多くの企業との出会いを通じて得られた広範かつ客観的な視点から、私は取締役会をはじめ諸会議において積極的に発言しています。他方、これまで常勤監査役として携わってきたこと、すなわち社外の人間でありながら当グループのことにも通暁しているということ「強み」とし、今後さらに重要性が増す内部統制システムの整備に関して有意義な助言を行い、株主の皆様のご期待におこたえしたいと思います。



住野 泰士 常勤監査役

長年当グループの一員として業務に携わっており、その強いところ、弱いところをよく理解した上で、取締役・執行役員の業務の監査をし、責任を果たしていきたいと考えております。ステークホルダーの皆様からの期待にこたえるべく、企業価値向上のために、財務諸表や社内文書の検証、内部統制システムの監視などの監査業務に努めてまいります。



田邊 健介 監査役(社外)

これまで日銀の首席検査役を皮切りに、市中金融機関の検査・監査担当役員の実験を重ねてきました。また日本電産がNY証券取引所に上場した直後、企画・知財法務担当役員として現在の金融商品取引法のお手本となった米国のSOX法対応責任者を務め、この経験を当社の内部統制対応に役立てました。さらにフランスでの駐在経験も当グループの在仏拠点への監査に生かすことができました。今後も取締役、執行役員に対し独立、公正な立場から率直な意見を具申ししていきます。



池永 朝昭 監査役(社外)

弁護士及び外資系証券会社役員としての知見・経験を生かして積極的に行動することにより、社内外の取締役が検討すべきリスクの見落としをすることなく、効率的・迅速な経営判断を行い、透明性の高い経営を実現するためのガバナンス体制の向上に貢献していくことを心がけております。特に、近時のガバナンスの議論には、独立取締役に期待される機能と同様なものを監査役に対しても期待する議論が高まっており、そのような理想的なモデルに近づくため、積極的に発言し活動しております。

執行役員

湧田 節夫

社長執行役員 チェン本部長

経森 康弘

副社長執行役員 システム・総務統括 兼 海外事業統括
兼 車販売事業統括

井手 秀博

常務執行役員 経理・財務統括 兼 経理・財務担当

森本 弘徳

常務執行役員 チェン戦略統括

松村 晃行

上席執行役員 関東エリア事業部長

住野 耕三

上席執行役員 商品統括

上西園 英司

上席執行役員 人事・総務担当

伊藤 浩明

執行役員 北日本エリア事業部長

戸出 譲

執行役員 中部エリア事業部長

小林 喜夫巳

執行役員 関西エリア事業部長

加藤 哲也

執行役員 南日本エリア事業部長

藤原 伸一

執行役員 チェン戦略担当 兼 チェン企画室長

熊倉 栄一

執行役員 カ一用品事業担当

角倉 正親

執行役員 車検整備事業担当

榎 宏介

執行役員 C@RS事業担当

江本 吉弘

執行役員 海外事業担当

小平 智志

執行役員 内部統制担当

吉山 弘樹

執行役員 経営企画担当 兼 経営企画室長

平田 功

執行役員 情報システム担当 兼 情報システム部長

コンプライアンス体制

ステークホルダーから支持と信頼を得るためのかわり方

当社は、フランチャイズシステムを基盤とした商品・サービスの提供を通じて、お客様にカーライフの提案を行い、自動車社会の発展に寄与する企業であり続けたいと考えています。また、そのような活動により、「オートボックス」ブランドの向上を図っています。そこで、お客様、株主、従業員、取引先、地域社会など、あらゆるステークホルダーとの関係を重視し、社会とともに成長していく企業を目指しています。

ステークホルダーとのかかわり



コンプライアンスの基本体制

皆様から支持と信頼を得るためには、法令や企業倫理の遵守は当然の前提です。オートボックスグループでは、全てのステークホルダーの正当な期待にこたえる「行動規範」と「行動指針」を定義し、これを基本原理としてコンプライアンスの徹底を図っています。

オレンジホットライン

オートボックスグループでは、法令違反やコンプライアンスに関する通報制度として「オレンジホットライン」(グループ内通報制度)を導入しています。これにより、グループ内における相互監視機能が働き、役員及び従業員のコンプライアンスへの意識向上が図れるだけでなく、倫理から外れた行動の早期発見が可能となります。

商品の品質管理活動

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PB^{*1}商品はもとより、NB^{*2}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。

※1:プライベートブランド

※2:ナショナルブランド

1. 低品質の商品を水際で防ぐ活動

当社は多くのPB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、PB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。さらに、PB商品、NB商品を問わず、全ての取引先に対し、適宜、商品の不具合情報を提供し低品質の商品を水際で防ぐ活動をしています。



AQL抜取基準に基づく検品作業の様子

2. 低品質商品によって引き起こされた諸案件への対処・対策

NB商品のなかにも、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、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。

3. 取扱商品に関連するコンプライアンス対応

オートボックスチェンでは、「オリジナリティ溢れるクルマにしたい」というお客様のカスタマイズニーズに対して優れた技術でおこたえるため、店舗で製作したカスタマイズ車両に対して技術コンテストを行うなどして、その技術力の向上に努めています。あわせて、お客様に安心してカーライフを楽しんでいただけるように、カスタマイズに際しては、道路運送車両法の保安基準の適合性チェックを行っています。

また、当社は業界のリーディングカンパニーの使命として、APARA（自動車用品小売業協会：小売業団体）やAAAL（オートアフターマーケット活性化連合：製造販売の連合団体）の活動に積極的に参画し、業界のコンプライアンス活動の推進にも注力しています。

環境貢献活動

近年、環境貢献は企業の社会的責任において重要な課題となっています。特に人とクルマと環境の調和は、長年にわたり社会のテーマとなっており、「カー用品販売」「車検・整備」「車販売・買取」をコア事業としている当グループは、積極的に環境貢献活動に取り組んでいます。

店舗から出る廃棄物の適正処理とリサイクル

店舗のピットでは、タイヤ交換をはじめ各種取付け作業を行っており、タイヤ、オイル、バッテリーなどの廃棄物が発生します。当社ではこうした廃棄物を適正に処理するため、廃棄物処理業者に委託して不法処理や不法投棄を防止しているほか、インターネットシステムを利用して、全店舗の委託処理業者の許可証情報や委託契約、マニフェスト運用などの委託状況及び適法性を管理しています。

また、廃タイヤ、廃オイル、廃バッテリーのリサイクル率は8割以上であり、各種燃料や原料としての再利用を推進しています。



廃バッテリー回収作業の様子

商品のライフサイクルを生かす

オートバックスチェンでは、お客様から不要となったカー用品を下取りし、中古カー用品店舗「走り屋天国セコハン市場」を通じてリユース品として販売しています。

包装資源の環境負荷低減

当社ロジスティクスセンターから、数多くの商品を店舗に配送していますが、その際に繰り返し使用できる折り畳みコンテナを活用することなどによって、廃材となるダンボールなどの使用を最低限にしていけるよう、努めています。

また、店舗スタッフを対象に、レジ袋削減の推進等に関するeラーニング教育を実施するとともに、各店舗で声かけやポスターにより、お客様にレジ袋削減へのご協力をお願いしています。



ロジスティクスセンターで使用される折りたたみコンテナ

清掃活動

2002年より、富士山において清掃活動を行っています。この活動は環境・社会への貢献のみならず、社員への環境啓発の一環として始めたもので、FC法人も含めたオートバックスチェン全体からボランティアを募り、毎年秋に行っています。残念ながら富士山麓には不法に投棄されたゴミが多く、しかもそのなかには廃タイヤや廃バッテリーなども含まれています。当グループにとっては、心ない人々が不法に捨てた廃棄物を回収することも事業を営むために必要な取組みの一つと認識しています。

また、企業市民として貢献するため、2005年以降毎週、社内ボランティアによって本社所在地周辺の清掃活動を実施し、環境美化に努めています。



富士山清掃活動での集合写真

CO₂削減への取組み

CO₂削減の取組みについては、現在は当社及び店舗において排出量の測定をし、把握している段階です。また直営・子会社店舗を中心に省エネタイプの蛍光灯を実験的に導入した上で効果を測定し、コスト削減と省エネ化の両面のニーズに合ったものをフランチャイズ店舗に推奨するなどしています。このように、現状はまだ本社や直営・子会社店舗単位での実験ではありますが、将来的には、オートバックスチェンとして省エネルギーの推進とCO₂排出量の削減に努めていきたいと考えています。

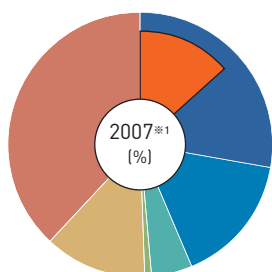


省エネタイプの蛍光灯が導入されているピット

マーケット情報

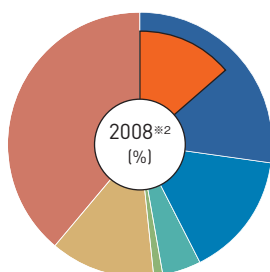
主要販売チャネル別小売販売金額とシェア一覧

主要販売チャネル別販売金額シェア（3月31日に終了した各年度）



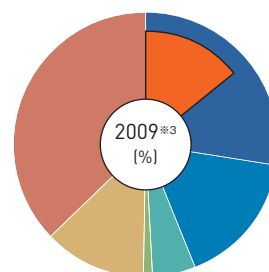
- 28.0 カーショップ
- 15.7 タイヤショップ
- 5.0 ホームセンター
- 1.0 ディスカウントストア&スーパーセンター
- 12.4 サービスステーション
- 37.9 カーディーラー

● 13.6 オートボックス*4



- 27.4 カーショップ
- 15.3 タイヤショップ
- 4.7 ホームセンター
- 1.1 ディスカウントストア&スーパーセンター
- 12.8 サービスステーション
- 38.8 カーディーラー

● 13.7 オートボックス*4



- 27.6 カーショップ
- 16.4 タイヤショップ
- 5.3 ホームセンター
- 1.1 ディスカウントストア&スーパーセンター
- 12.6 サービスステーション
- 37.0 カーディーラー

● 14.4 オートボックス*4

推計時期	カー用品取扱い推定店舗数			推定小売金額（百万円）						推定シェア（%）		
	2007*1	2008*2	2009*3	2007*1	[2007/2006]	2008*2	[2008/2007]	2009*3	[2009/2008]	2007*1	2008*2	2009*3
カーショップ*5：												
ナショナルチェーン	1,053	1,056	1,047	433,300	97.3%	431,300	99.5%	415,400	96.3%	20.79	20.84	21.72
ローカルチェーン	179	180	161	71,700	92.6	70,910	98.9	56,370	79.5	3.44	3.43	2.95
独立系ショップ	406	355	307	77,973	85.0	65,630	84.2	56,282	85.8	3.74	3.17	2.94
小計	1,638	1,591	1,515	582,973	94.9	567,840	97.4	528,052	93.0	27.97	27.44	27.61
タイヤショップ：												
メーカー系チェーン	2,217	2,251	2,286	242,660	105.3	242,070	99.8	244,580	101.0	11.64	11.70	12.79
独立系ショップ	554	521	498	84,184	92.8	74,125	88.1	69,128	93.3	4.04	3.58	3.61
小計	2,771	2,772	2,784	326,844	101.8	316,195	96.7	313,708	99.2	15.68	15.28	16.40
ホームセンター	3,540	3,643	3,721	105,545	99.3	97,539	92.4	101,925	104.5	5.06	4.71	5.33
ディスカウントストア&スーパーセンター	780	814	795	20,913	107.8	21,641	103.5	19,893	91.9	1.00	1.05	1.04
サービスステーション	35,843	34,127	31,836	258,070	98.8	263,799	102.2	241,634	91.6	12.38	12.75	12.64
カーディーラー	16,305	16,213	15,992	789,621	102.4	802,620	101.6	707,108	88.1	37.89	38.78	36.98
合計	60,877	59,160	56,643	2,083,966	99.5	2,069,634	99.3	1,912,320	92.4	100.00	100.00	100.00

出典：株式会社オートマート・ネットワーク「A・M NETWORK」2006/9号、2007/8号、2008/8号、2009/8号

※1 2006年4月～2007年3月末日の推定数値

※2 2007年4月～2008年3月末日の推定数値

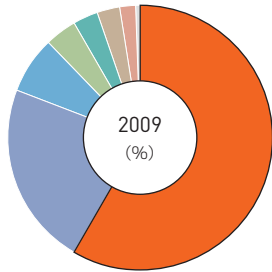
※3 2008年4月～2009年3月末日の推定数値

※4 「オートボックス」、「スーパーオートボックス」及び「オートハローズ」における売上高

※5 カーショップはナショナルチェーン（オートボックス、イエローハット、ジェームズ）、ローカルチェーン（カーショップを10店舗以上展開しているチェーンが対象）、独立系ショップの3つに分けられています。

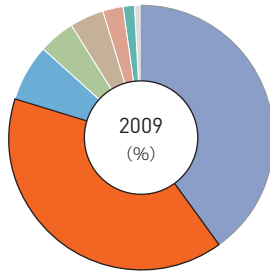
同業他社比較

売上高シェア



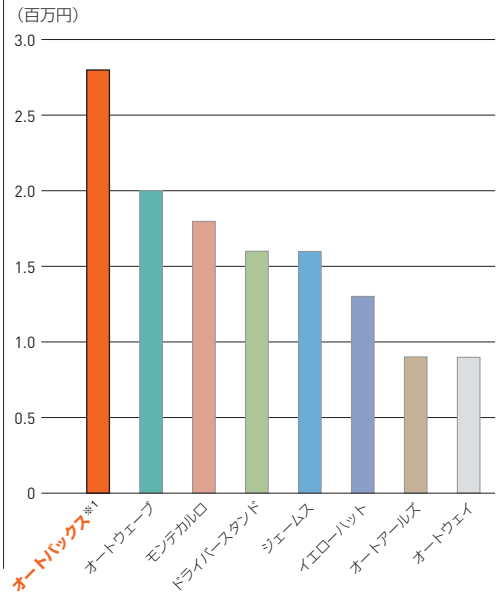
58.4	オトボックス*1
22.5	イエローハット
7.1	ジェームス
3.8	ドライバーズスタンド
3.2	オートウェーブ
2.6	オートアールズ
1.9	モンテカルロ
0.5	オートウェイ

店舗数シェア



40.0	イエローハット
39.9	オトボックス*1
6.8	ジェームス
4.6	ドライバーズスタンド
4.0	オートアールズ
2.7	モンテカルロ
1.2	オートウェーブ
0.8	オートウェイ

1坪当たり年間売上高



推計時期	小売ベース売上高 (億円)		総店舗数 (店)		総売場面積 (坪)		従業員数 (人)		1店舗当たり年間売上高 (百万円)		1店舗当たり売場面積 (坪)		1店舗当たり従業員数 (人)		1坪当たり年間売上高 (百万円)		従業員1人当たり年間売上高 (百万円)	
	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3	2008**2	2009**3
オトボックス*1	2,838	2,757	484	482	96,212	99,300	9,403	10,950	586	571	199	206	19	23	2.9	2.8	30.2	25.2
イエローハット	1,137	1,063	491	483	79,986	80,043	5,489	5,550	235	220	166	166	11	12	1.4	1.3	20.7	19.2
ジェームス	338	334	81	82	20,914	21,254	1,408	1,336	417	407	258	259	17	16	1.7	1.6	24.0	25.0
オートウェーブ*4	179	151	21	15**5	8,541	7,600	700	433	852	1,007	407	507	33	29	2.1	2.0	25.8	34.9
ドライバーズスタンド*6	198	181	58	55	12,214	11,279	853	797	341	329	211	205	15	15	1.6	1.6	23.2	22.7
オートテック*7	95	—	13	—	3,002	—	340	—	733	—	231	—	26	—	3.2	—	28.0	—
オートアールズ	126	122	45	48	12,436	13,168	641	663	280	254	276	274	14	14	1.0	0.9	19.7	18.4
モンテカルロ	87	88	33	33	4,930	4,930	308	294	265	266	149	149	9	9	1.8	1.8	28.4	29.9
オートウェイ	24	22	10	10	2,556	2,556	102	97	236	220	256	256	10	10	0.9	0.9	23.1	22.7
合計	5,022	4,718	1,236	1,208	240,791	240,130	19,244	20,120	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

出典：株式会社オートマート・ネットワーク「A・M NETWORK」2008/7号、2009/7号

※1 「オトボックス」、「スーパーオトボックス」及び「オートハローズ」における売上高

※2 小売ベース売上高は2007年4月～2008年3月末日の推定数値
店舗数、売場面積、従業員数などは2008年3月末の数値

※3 小売ベース売上高は2008年4月～2009年3月末日の推定数値
店舗数、売場面積、従業員数などは2009年3月末の数値

※4 オートウェーブは「オイルボーイ(FC1店舗除く)」を含む。

※5 オートウェーブチェーンの店舗数は期中に閉店した店舗を含む。

※6 ドライバースタンドは「COCOPIT(1店舗)」、「カルグ(1店舗)」を含む。

※7 オートテックは「ピット100(2店舗)」を含む。2009年度は、イエローハットによる店舗譲受及びイエローハットチェーンへの変更に伴い、イエローハットチェーンに実績を付加。

事業データ

売上高		08年4月	08年5月	08年6月	08年7月	08年8月	08年9月	08年10月
全店	額(百万円)	23,088	19,251	21,527	24,023	23,170	19,048	18,938
	前年比(%)	-6.9	-4.3	-0.3	-6.5	1.6	-8.1	-2.8
既存店	前年比(%)	-8.0	-5.0	-1.2	-7.4	0.5	-8.2	-2.3

部門別売上高	前年比(%)	08年4月	08年5月	08年6月	08年7月	08年8月	08年9月	08年10月
既存店	サービス	0.2	3.7	3.9	0.6	1.8	-2.9	3.8
	タイヤ	-0.5	-2.4	9.7	-6.4	15.4	-7.6	-5.5
	ホイール	-5.8	-4.6	-0.9	-7.3	1.9	-7.5	-14.5
	カーエレクトロニクス	-19.5	-14.7	-4.5	-13.2	-6.1	-9.3	0.8
	オイル	-1.8	-2.9	-5.4	-3.1	-5.4	-7.0	2.6
	バッテリー	14.7	18.4	16.1	24.2	18.9	-1.3	-3.2
	メンテナンス	-6.0	-0.2	-3.6	-11.5	0.7	-6.8	-1.7
	アクセサリ	-7.6	-2.6	-4.0	-6.9	-2.8	-13.2	-5.2
	カーリペア	-9.6	-7.3	-6.7	-9.8	-9.4	-7.5	0.9
	カースポーツ	-9.5	-9.0	-10.7	-11.8	-7.6	-14.5	-12.0
	カーレジャー	4.3	12.4	3.6	10.3	36.4	5.7	8.2
	モーターサイクル	-9.7	-6.3	-9.9	-1.9	-1.7	-1.7	-4.4

客数		08年4月	08年5月	08年6月	08年7月	08年8月	08年9月	08年10月
全店	人数(千人)	3,324	3,047	2,893	3,115	3,282	2,727	2,780
	前年比(%)	-3.8	-1.5	-1.6	-6.2	-2.4	-9.1	-2.5

注: オートバックスチェーン国内店舗(FC店舗含む)における月次小売売上高の推移。対象業態は「オートバックス」、「スーパーオートバックス」、「オートハローズ」。

第1四半期概況

ガソリン・食料品価格が高騰する中、嗜好品・高額品を中心に個人消費は一段と冷え込みました。そうした中、自動車の利用も控えられ、第1四半期は売上・客数ともに前年を下回りました。

カー用品では、ホイール、カーエレクトロニクス、アクセサリ、カースポーツなど、嗜好性の強いものや高額商品を中心に売上が落ち込みました。一方、車検・整備の需要は順調に増加しました。また、低価格を前面に打ち出したポータブルナビや期間限定で実施したタイヤの割引セールについては成果をあげることができました。さらに、高齢運転者標識の表示義務化や後部座席シートベルト着用義務化など法改正を背景に、シルバーマークやチャイルドシート(ジュニアシート)関連商品の販売は好調に推移しました。

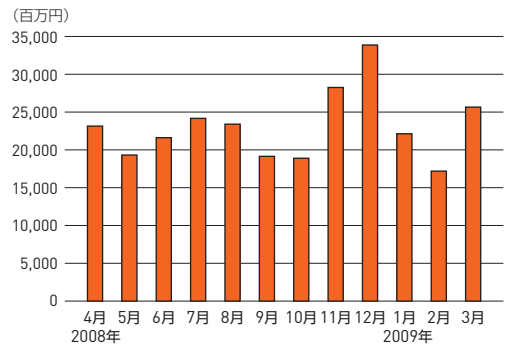
第2四半期概況

レギュラーガソリン価格が1リットル180円を超え、また食料品の値上げも進む中、家計の負担増によりレジャーを中心にクルマの利用を控える傾向が一層強まりました。

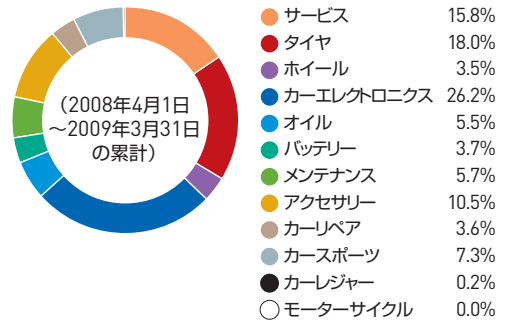
オイル・バッテリーについても、交換サイクルを伸ばす傾向が見受けられました。しかし、車検・整備需要は引き続き増加し、法改正に伴うチャイルドシート関連商品の販売も好調を維持しました。店舗においてはエコや省燃費を追求した商品ラインアップを強化しました。なお、8月は翌月からの値上げを見越したタイヤの駆け込み需要が発生したほか、各地の豪雨によりワイパー関連商品が一時的に寄与し、売上は伸長しました。

	08年11月	08年12月	09年1月	09年2月	09年3月	今期累計
	28,097	33,778	22,041	17,112	25,629	275,703
	3.5	-3.3	-2.8	-12.9	5.2	-2.9
	3.8	-3.2	-2.5	-13.1	4.1	-3.3
	7.1	1.9	8.8	6.9	15.6	4.4
	4.7	-0.9	-0.5	-30.9	-11.2	-2.2
	0.7	-8.1	-3.3	-39.9	-23.0	-8.6
	5.3	-3.2	-2.6	-0.7	27.6	-3.7
	8.4	3.6	3.2	1.7	0.0	-0.6
	5.4	5.1	-9.4	-20.4	-0.5	3.8
	3.2	-10.0	-7.3	-44.6	-5.0	-10.1
	-0.9	-8.7	-5.6	-7.4	-9.6	-6.3
	0.6	5.4	-4.1	-0.8	-8.9	-4.9
	-4.5	-13.6	-12.5	-12.1	-19.3	-11.4
	8.7	1.8	-15.9	-9.5	-8.6	4.3
	3.5	-18.1	-17.1	-23.4	-15.0	-8.5
	3,222	3,820	3,124	2,629	3,399	37,361
	3.5	0.1	-1.0	-4.2	2.4	-2.1

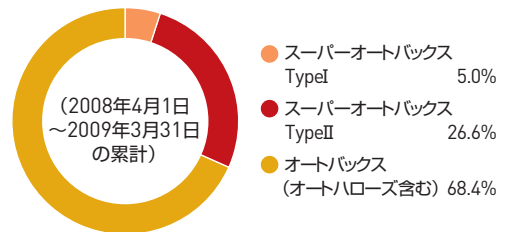
月別店舗小売売上



商品別店舗小売売上高構成比



業態別店舗小売売上高構成比



第3四半期概況

米国発金融危機で世界的な景気後退懸念が急速に強まる中、国内でも消費者の節約志向がますます強まりました。

このような状況下、当社は、安さを訴求したテレビCMやチラシの投下、商品ラインアップの強化などを行ってきました。タイヤについては、10月からの値上げにより、ナショナルブランドを中心に売上が減少しましたが、一方で低価格のプライベートブランドタイヤの売上が拡大しました。また、バッテリーは11月に値下げを行ったこともあり、先送りされていた交換需要が一気に顕在化し、11月、12月は数量・金額ともに前年同月を上回りました。なお、10月は、政府がETC利用者への高速道路料金の引き下げ案を盛り込んだ追加経済対策案を発表したことにより、ETC関連の売上が伸び始めました。

第4四半期概況

景気後退に伴う消費者の買い控えに加え、太平洋側を中心に降雪が少なかったことから、タイヤチェーンなど冬季商品の販売が伸びず、特に2月の売上は大幅な前年割れとなりました。

タイヤは、冬タイヤの売上は不調でしたが、一方でプライベートブランド・専売商品は好調を維持しました。3月は、12日からETC購入助成制度が開始されたことによるETCの売上が増加したこともあり、特にカーエレクトロニクスとサービスの売上が大きく伸びました。車検・整備は引き続き堅調に推移しましたが、車販売は全国的な中古車流通量の低下により、前年割れとなりました。

オートバックスチェーンの業態及び店舗数

オートバックス



日本初のカー用品のワンストップショッピングを実現したカーライフストア。売場面積150~300坪。カー用品販売とその取り付け、車販売、車検、整備などを実施。

オートハローズ



北海道で展開するカーライフストア。寒冷地のお客様のカーライフを多方面からサポート。

スーパーオートバックス Type I、Type II



従来のオートバックスを大幅に上回る規模の敷地・売場・駐車場・ピットを備え、幅広い品揃えと嗜好性の高い商品でカーライフの楽しさを提供する店舗。Type I(写真:左)は売場面積500坪以上のグループにおけるフラッグシップ店舗。Type II(写真:右)は売場面積300~500坪で、地域における中心店舗。

オートバックス走り屋天国セコハン市場



オートバックスチェーン店舗で下取りした中古カー用品やアウトレット商品の販売及び買取の専門店。

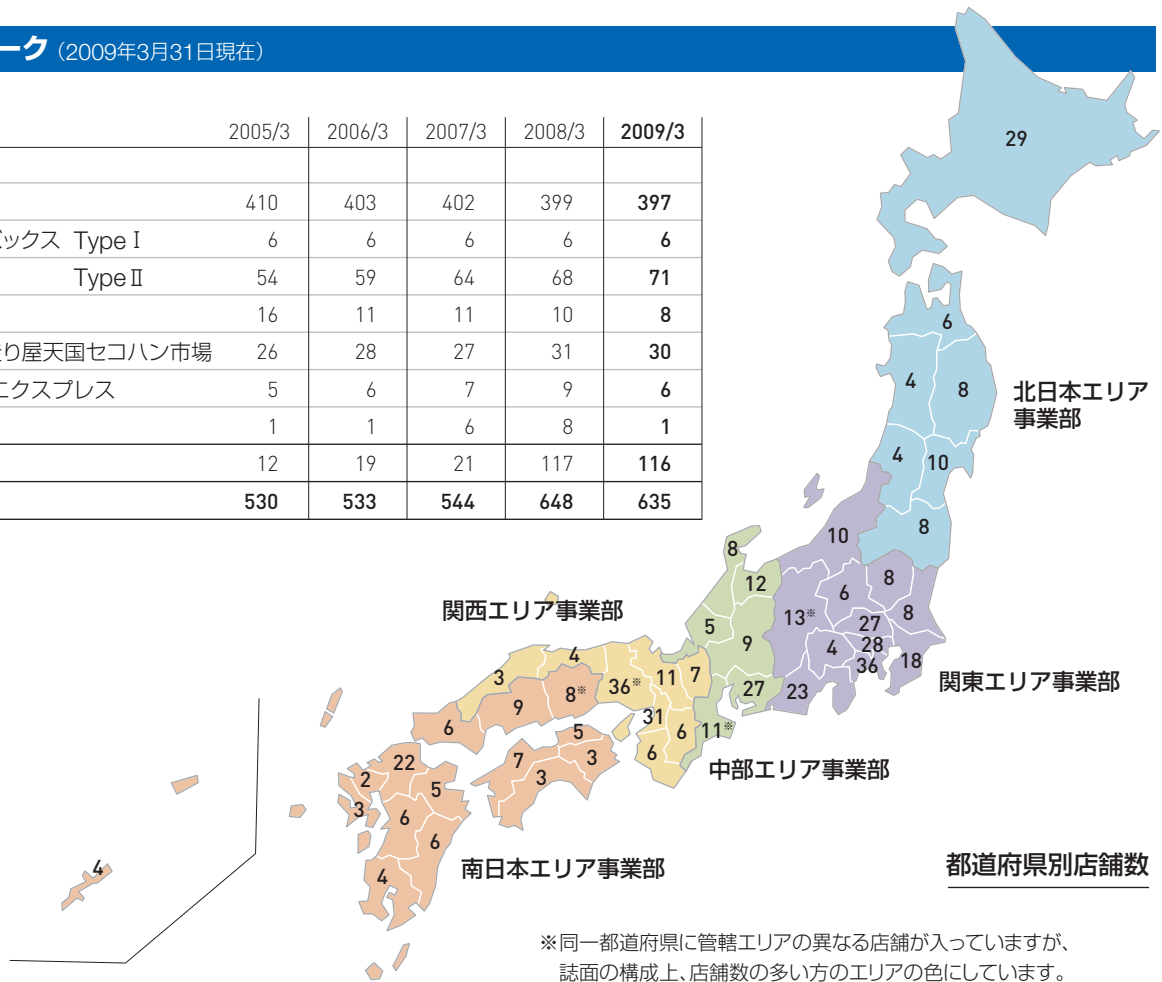
オートバックスC@RS (カーズ)



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

店舗ネットワーク (2009年3月31日現在)

	2005/3	2006/3	2007/3	2008/3	2009/3
国内					
オートバックス	410	403	402	399	397
スーパーオートバックス Type I	6	6	6	6	6
Type II	54	59	64	68	71
オートハローズ	16	11	11	10	8
オートバックス走り屋天国セコハン市場	26	28	27	31	30
オートバックスエクスプレス	5	6	7	9	6
ライコランド	1	1	6	8	1
海外	12	19	21	117	116
合計	530	533	544	648	635



海外店舗 (2009年3月31日現在)



フランス

連結対象子会社運営店舗 7
フランチャイジー法人運営店舗 5



タイ

連結対象子会社運営店舗 3



中国

連結対象子会社運営店舗 2
持分法適用関連会社運営店舗 4
フランチャイジー法人運営店舗 6



シンガポール

連結対象子会社運営店舗 2



台湾

フランチャイジー法人運営店舗 4

主要な連結子会社及び持分法適用関連会社一覧

(2009年3月31日現在)

卸売部門 フランチャイズチェーン加盟店に対してカー用品及び自動車などを卸売しています。

小売部門 主に一般消費者に対してカー用品、車検を含むサービス及び自動車などの販売を行っています。

全社(共通) 卸売・小売部門及びフランチャイズチェーン加盟店への業務支援並びに新業態開発部門です。

連結子会社

会社名	住所	資本金または出資金 (百万円)	議決権の所有割合 (%)
小売			
(株)エー・エム・シー	北海道札幌市	495	100.0
(株)エーディーアール	岩手県下閉伊郡	258	80.0
(株)カーライフ	宮城県仙台市	99	100.0
(株)オートボックスベネフィット	千葉県千葉市	150	100.0
(株)オートボックスアルファ ^{*7}	千葉県市川市	225	100.0
(株)江戸川サンオート ^{*7}	千葉県市川市	10	100.0
(株)オートボックス千葉	千葉県柏市	200	100.0
(株)オートボックス神奈川	神奈川県横浜市	95	90.6
(株)オートボックス山梨	山梨県甲府市	120	99.0
(株)スーパーオート名古屋	愛知県名古屋市	225	94.2
(株)北摂オートボックス	大阪府高槻市	96	100.0
(株)オートボックスサンエース	大阪府四條畷市	130	100.0
(株)オートボックス和泉	大阪府堺市	85	85.1
(株)オートボックス・スリーアロー	広島県広島市	95	100.0
(株)オーピーエス	福岡県福岡市	85	89.2
オートボックスU.S.A., INC. ^{*2, 6, 9}	アメリカ カリフォルニア州	49,200千米ドル	100.0
オートボックスストラウスINC. ^{*1, 2, 6, 9}	アメリカ デラウェア州	32,300千米ドル	100.0 (100.0)
上海百車司派安汽車服務有限公司	中国上海市	4,500千米ドル	65.0
サイアムオートボックスコーポレーションリミテッド ^{*3}	タイ バンコク市	39,900千バーツ	49.9
小売及び卸売			
オートボックスフランスS.A.S. ^{*8}	フランス ピエールレー市	21,340千ユーロ	100.0
オートボックスベンチャーシンガポール プライベートリミテッド	シンガポール シンガポール市	6,400千 シンガポールドル	93.8
卸売			
澳德巴克斯(上海)貿易有限公司 ^{*3}	中国上海市	1,000千米ドル	41.0
澳德巴克斯(中国)汽車用品商業有限公司	中国北京市	5,000千米ドル	100.0
パルスター(株)	神奈川県横浜市	200	51.0
オートリファイン(株)	神奈川県横浜市	52	97.4
コアーズインターナショナル(株)	大阪府堺市	145	81.4

会社名	住所	資本金または出資金 (百万円)	議決権の所有割合 (%)
全社(共通)			
(株)オートボックス・マネジメントサービス ^{※10}	東京都江東区	90	100.0
(株)ABコンサルティング ^{※10}	東京都江東区	10	100.0
(株)オートボックスシステムソリューション	東京都江東区	95	100.0
(株)プレーニング	東京都江東区	50	100.0
(株)アルフィ ^{※11}	東京都江東区	490	100.0
(株)エイ・アイ・ピー	東京都江東区	245	65.0
(株)オートボックス保険サービス ^{※11}	東京都江東区	15	100.0
(株)西武自動車学校	東京都小平市	15	100.0
(株)多摩ドライビングスクール	東京都日野市	160	100.0

上記のほか、20社の連結子会社があります。(計55社)

持分法適用関連会社

会社名	住所	資本金または出資金 (百万円)	議決権の所有割合 (%)
小売			
北映商事(株) ^{※4}	岩手県盛岡市	90	16.3
(株)ピューマ	富山県砺波市	33	30.5
(株)ブルー・オーシャン ^{※4}	埼玉県熊谷市	69	17.1
(株)バッファロー ^{※5}	埼玉県川口市	510	24.2
(株)ファナス	東京都港区	200	25.0
浙江元通汽車用品有限公司	中国杭州市	10,000千人民元	25.0
卸売			
(株)デイトナ ^{※5}	静岡県周智郡	412	21.4

※1 「議決権の所有割合」欄の()内は、間接所有割合を内数で記載しております。

※2 資本準備金を含んだ額で記載しております。

※3 議決権の所有割合は、100分の50以下ではありますが、実質的な支配力を持っているため子会社としております。

※4 議決権の所有割合は、100分の20未満ではありますが、実質的な影響力を持っているため関連会社としております。

※5 有価証券報告書を提出しております。

※6 特定子会社に該当しております。

※7 (株)江戸川サンオートは、2009年4月に(株)オートボックスアルファを吸収合併し、商号を(株)オートボックスNEXTに変更しております。

※8 オートボックスフランスS.A.S.は、2009年6月に増資を行い、資本金が21,340千ユーロから55,740千ユーロとなっております。これに伴い、特定子会社に該当しております。

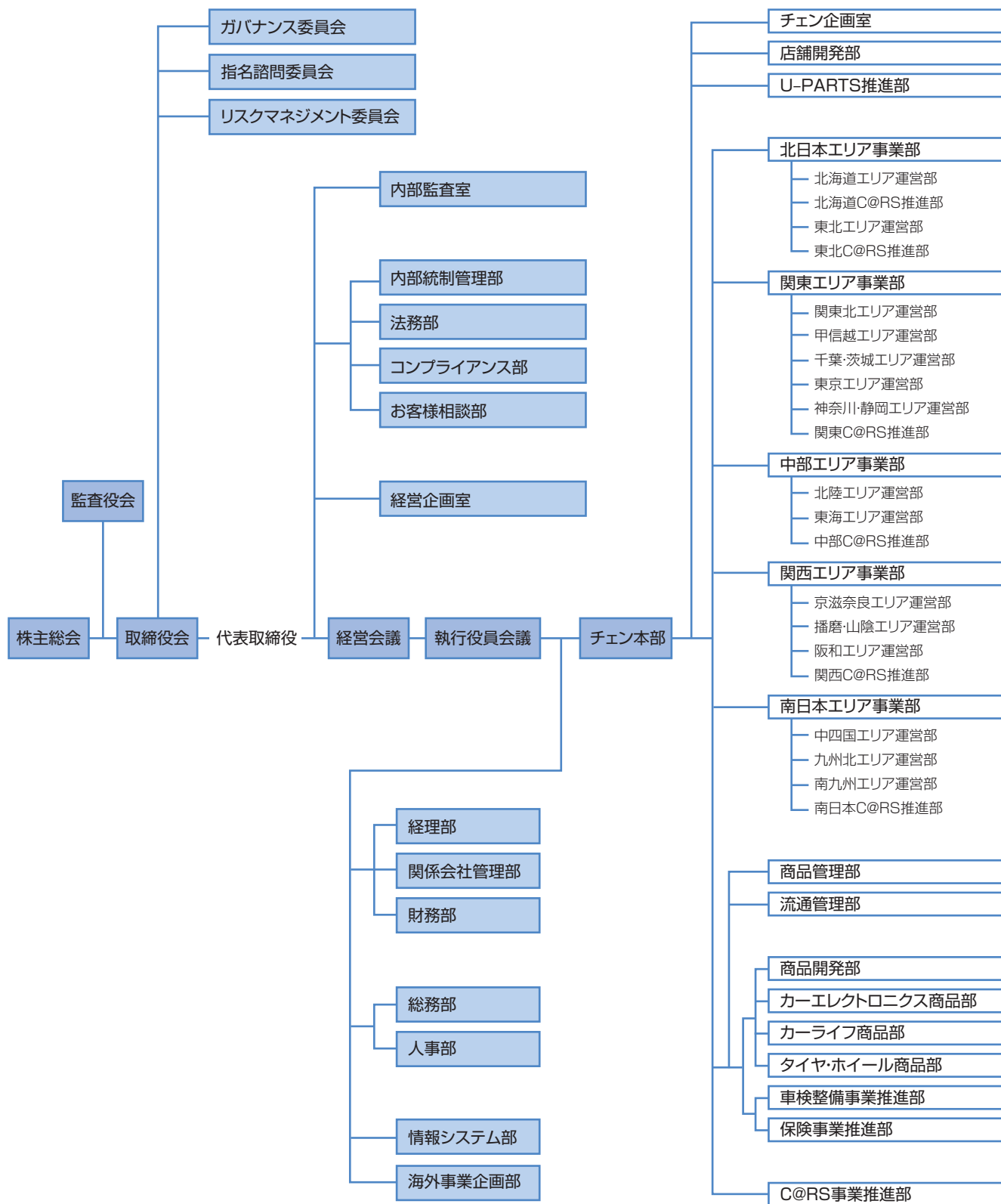
※9 オートボックスU.S.A., INC.及びオートボックストラウスINC.は、2009年2月に米国連邦倒産法第11章の申請を行い、倒産処理手続を開始しております。

※10 (株)オートボックス・マネジメントサービスは、2009年6月に(株)ABコンサルティングを吸収合併しております。

※11 (株)オートボックス保険サービスは、2009年4月に(株)アルフィを吸収合併し、商号を(株)オートボックスフィナンシャルサービスに変更しております。

組織図

(2009年4月1日現在)



会社概要

(2009年3月31日現在)

株式会社オートバックスセブン

本社	東京都江東区豊洲五丁目6番52号
創業	1947年2月
資本金	339億9千9百万円
従業員数	5,933名(連結)
主な事業所	北日本エリア事業部(宮城県仙台市) 関東エリア事業部(千葉県市川市) 中部エリア事業部(愛知県名古屋市) 関西エリア事業部(大阪府吹田市) 南日本エリア事業部(福岡県福岡市)

ウェブサイトのご案内

<http://www.autobacs.co.jp/>
株式会社オートバックスセブン

オートバックスセブンの企業情報サイトです。沿革、経営戦略など基礎的な情報を掲載した会社案内、ニュースリリース、IR情報などが閲覧いただけます。

<http://www.autobacs.co.jp/ja/ir/>
IR情報のページです。IR資料や株価情報、株主情報などを掲載しています。過去のIR刊行物もご覧いただけます。

<http://www.autobacs.com/>
『オートバックスドットコム』

オートバックスセブンのお客さま向けポータルサイトです。お客さまのカーライフに役立つクルマの基礎知識をはじめ、お得なセールやキャンペーンなどの情報が満載です。さらに店舗検索、インターネットでのショッピングなど、便利なサービスも提供しています。

会社沿革

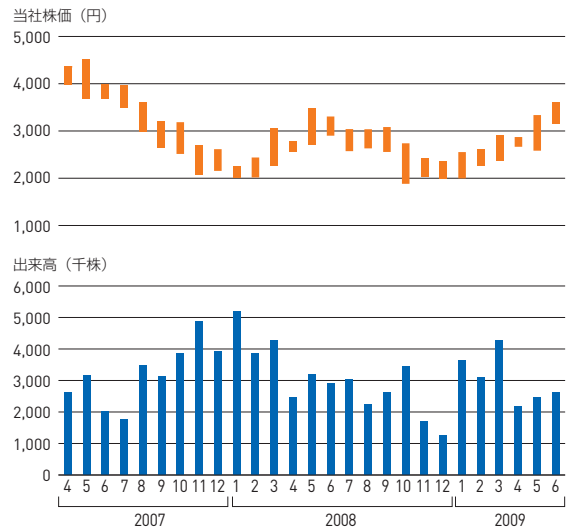
1947年 2月	創業者住野利男(故人)が中心となって大阪市福島区において自動車部品の卸売を目的として個人経営の末広商会を創業。
1948年 8月	末広商会を株式会社に改組し、大阪府大阪市に株式会社富士商会設立。自動車部品の卸売を開始。
1958年 1月	卸売部門を独立し、大豊産業株式会社(旧)を設立。
12月	ドライブショップ部門開発。
1974年 11月	カー用品総合専門店の直営第1号店として『オートバックス東大阪店』を開店。
1975年 4月	フランチャイズチェーン加盟店の第1号店として『オートバックス函館中道店』を開店。
1978年 2月	株式会社富士商会を株式会社オートバックスセブン(旧)に商号変更。
1979年 3月	当社が大豊産業株式会社(旧)と株式会社オートバックス・東大阪を吸収合併し、大豊産業株式会社(新)に商号変更。
1980年 3月	株式会社オートバックスセブン(新)に商号変更。
1981年 4月	東日本地域の直営第1号店として『オートバックス越谷店』を開店。
1984年 6月	大阪府吹田市に本店を移転。
1989年 3月	大阪証券取引所市場第二部に株式を上場。
1993年 6月	大阪府豊中市に本店を移転。
8月	東京証券取引所市場第二部に株式を上場。
9月	大阪証券取引所、東京証券取引所の市場第一部に指定。
1995年 3月	ロンドン証券取引所に株式を上場。
1997年 3月	大商圏を対象とした大型店の第1号店として、千葉市に『スーパーオートバックス千葉長沼店』を開店。
1998年 10月	株式会社オートハローズ(現:株式会社エー・エム・シー)と資本・業務提携。
1999年 8月	仏ルノー社と提携し、合併会社オートバックスセブンヨーロッパS.A.S.(現:オートバックスフランスS.A.S.)を設立。
2001年 1月	インターネットショッピング専用のWEBサイト「autobacs.com」開設。
6月	東京都港区に本店を移転。
2002年 10月	株式会社オートハローズ(現:株式会社エー・エム・シー)を株式交換により完全子会社とする。
2004年 10月	東京都江東区に本店を移転。
2006年 1月	フランスのカー用品専門店Eldorauto(エルドオート)6店舗を譲受。
2007年 3月	ロンドン証券取引所の上場廃止。
5月	オートバックスストラウスINC.による、米国カー用品店「STRAUSS Discount AUTO」89店舗の譲受。
2009年 2月	在米連結子会社のオートバックスストラウスINC.及びオートバックスU.S.A., INC.が米国連邦倒産法第11章に基づく倒産手続の適用を申請。
2月	台湾の連結子会社、台湾安托華汽車百貨股份有限公司の全株式を譲渡(フランチャイズ契約は継続)。
3月	連結対象店238店舗(海外97店舗、国内141店舗)、オートバックスフランチャイズチェーン加盟店397店舗(海外19店舗、国内378店舗)と合計で635店舗となる。

株式情報

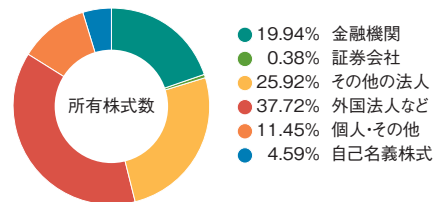
(2009年3月31日現在)

発行可能株式総数	109,402,300株
発行済株式の総数	39,255,175株
株主数	11,859名
事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月開催
基準日	定時株主総会 毎年3月31日 期末配当金 毎年3月31日 中間配当金 毎年9月30日 なお臨時に必要なときは、あらかじめ公告いたします。
単元株式数	100株
公告掲載新聞	日本経済新聞 ただし、決算公告に代えて貸借対照表及び損益計算書に係る情報は、 http://www.autobacs.co.jp/ において提供いたします。
上場証券取引所	大阪証券取引所 東京証券取引所
監査法人	監査法人トーマツ*
株主名簿管理人	大阪市中央区北浜四丁目5番33号 住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都中央区八重洲二丁目3番1号 住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵便物送付先	〒183-8701東京都府中市日綱町1番10 住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先	0120-176-417
インターネット	ホームページURL http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html
株主優待	当社では、株主の皆さまのご支援に感謝し、株主優待制度を実施しています。『オートボックス』『スーパーオートボックス』などで、お買い上げ金額1,000円(消費税を含む)につき1枚お使いいただける株主優待券(300円値引)を、6月と12月の年2回、株主名簿に記載されている株主の皆さまにお送りしています。配布枚数は、所有株式数100株から999株で25枚、1,000株以上で50枚です。

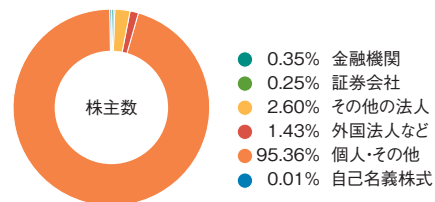
株価推移



所有株式数別分布状況



所有者属性別分布状況



*2009年7月より法人名を有限責任監査法人トーマツに変更しています。

大株主の状況

氏名又は名称	所有株式数(千株)	発行済株式総数に対する所有株式数の割合(%)
いちごアセットトラスト	5,300	13.50
有限会社スミノホールディングス	5,157	13.14
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,616	4.12
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	1,492	3.80
ノーザン トラスト カンパニー(エイブイエフシー) サブ アカウント アメリカン クライアント	1,453	3.70
シルチェスター インターナショナル インベスターズ インターナショナル パリュウ エクイティ トラスト	1,221	3.11
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,001	2.55
財団法人在宅医療助成勇美記念財団	1,000	2.55
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 イグザンプト ペンション ファンド	987	2.51
株式会社スミショウホールディングス	800	2.04
合計	20,031	51.02

注: 当社は自己株式1,800千株(所有割合4.59%)を保有していますが、当該自己株式は議決権の行使が制限されているため、上記の大株主から除いています(2009年3月31日現在)。また、2009年5月22日に、上記自己株式1,800千株を消却いたしました。それにより、発行済株式の総数は37,454,204株となりました。



株式会社オートバックスセブン(経営企画室 広報IRグループ)
〒135-8717 東京都江東区豊洲5-6-52 NBF豊洲キャナルフロント
TEL: 03-6219-8718 FAX: 03-6219-8762
E-mail: investors@autobacs.com
URL: <http://www.autobacs.co.jp/>



大豆インクを使用し、水なし印刷をしています。

Printed in Japan