

2007年3月期 決算説明会



株式会社 オートバックスセブン

代表取締役CEO 住野 公一

2007年5月14日

2007年3月期 連結業績および国内チェーン売上高

中期経営計画の進捗と今期の取り組み

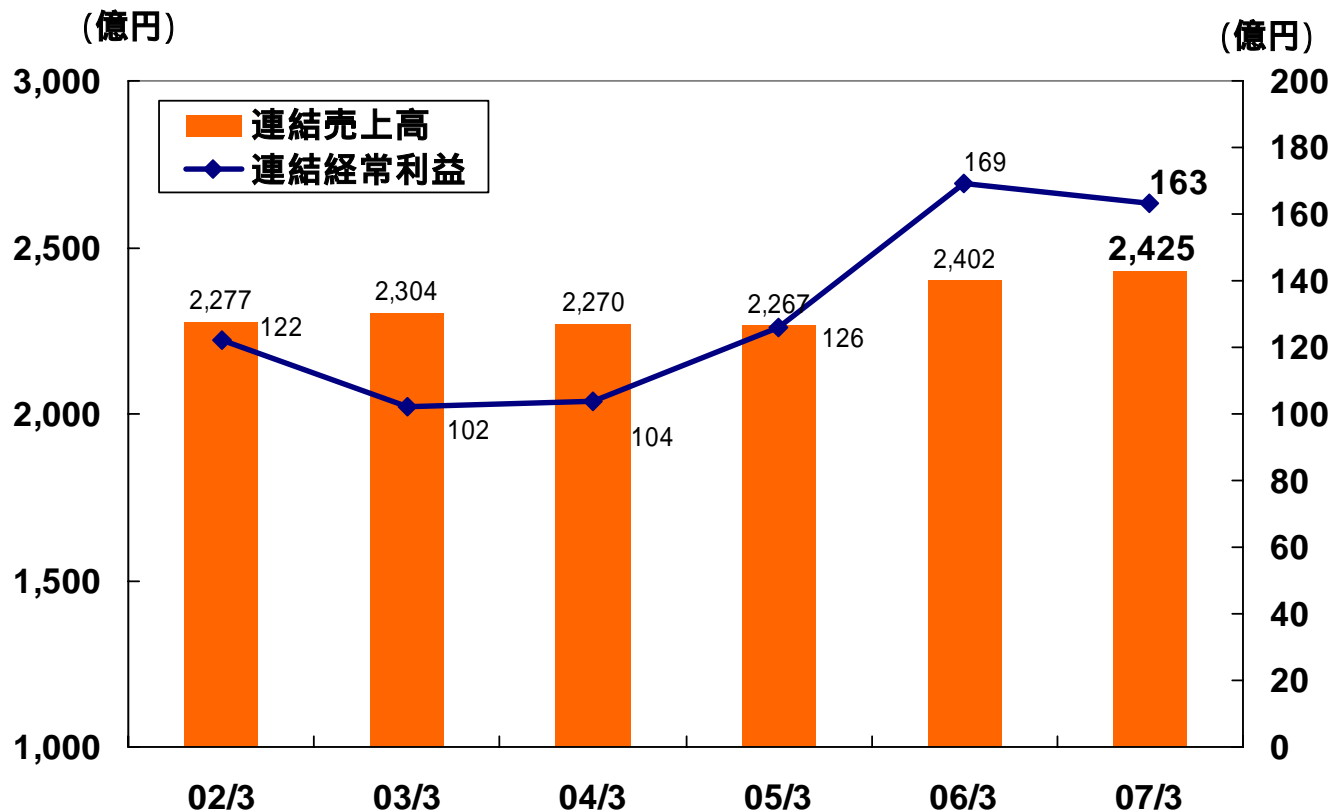
2008年3月期 業績計画

2007年3月期 連結業績および国内チェーン売上高

2007年3月期連結決算 総括



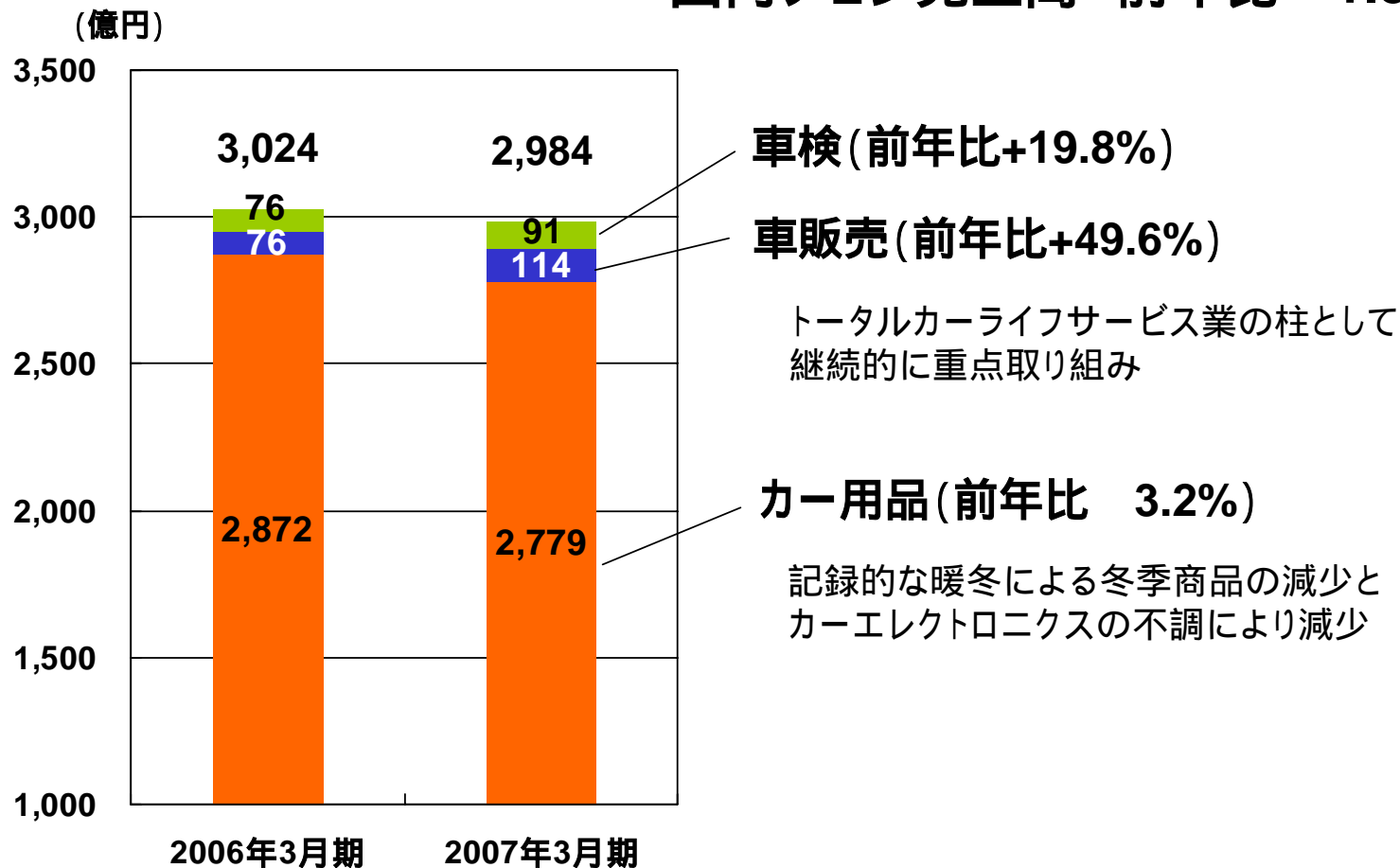
車販売、車検・整備売上は向上させるも
記録的な暖冬などによりカー用品小売売上が減少
さらに将来に向けた戦略的費用計上により経常利益が減少



2007年3月期 国内チェーン売上高の概要



国内チェーン売上高 前年比 1.3%



国内カー用品 商品別 売上増減額



主に天候要因

その他外的要因

商品別 小売売上高増減額 (前年比 全店ベース)



既存業態 (AB, SA, AH) における売上高

2007年3月期 連結損益計算書



(億円)

	2006年3月 期実績 (売上比)	2007年3月期			
		期初計画 (売上比)	実績 (売上比)	前年比増減 (比率)	期初計画比 増減(比率)
連結売上高	2,402	2,465	2,425	+23 +1.0%	40 1.6%
売上総利益	739 30.8%	763 30.9%	747 30.8%	+8 +1.1%	16 2.0%
販管費	603 25.1%	619 25.1%	625 25.8%	+22 +3.7%	+6 +1.0%
営業利益	136 5.7%	144 5.8%	122 5.0%	14 10.4%	22 15.1%
経常利益	169 7.0%	173 7.0%	163 6.7%	6 3.5%	10 5.6%
当期純利益	78 3.3%	94 3.8%	91 3.8%	+13 +18.4%	3 2.5%

億円未満は切捨て表示
対売上比・前年比は百万円単位で計算

売上高： 前年比 +23億円

売上総利益： 前年比 +8億円 (30.8% 30.8%)

- 小売部門： サービス、車内用品、車販売を中心に増加
卸売部門： 車外用品、カーボーツ、カーエレクトロニクスを中心に 減少

販管費： 前年比 +22億円

- 人件費： 単体人件費が減少するも、フランス法人・国内店舗人件費が増加
- 販売費： 国内店舗・フランス店舗の広告宣伝費および販促費が増加
- 設備費： 国内新店・フランス店舗の地代家賃等および減価償却費が増加
その他システム関連費用(単体)が増加
- 管理費： システム関連費用、コンサルティング費用などが増加

営業外損益： 前年比 +8億円

- 受取配当金、受取利息、為替差益が増加

カテゴリー別実績



(億円)

		2006年3月期 実績	2007年3月期			
			期初計画	実績	前年比	期初計画比
国内チェーン売上高	売上高	3,024	3,054	2,984	1.3%	2.3%
単体	売上高	2,030	2,035	2,032	+0.1%	0.1%
	経常利益	156.9	162.0	171.5	+9.3%	+5.9%
国内店舗子会社	売上高	776	787	770	0.9%	2.1%
	経常利益	19.1	16.0	6.5	65.8%	59.1%
海外店舗子会社	売上高	78	109	107	+37.2%	1.9%
	経常利益	13.0	9.0	10.9	-	-
機能子会社	売上高	143	126	150	+5.0%	+19.3%
	経常利益	8.1	5.0	7.5	7.2%	+51.0%
トータルカーライフ 事業子会社	売上高	75	92	97	+28.4%	+5.4%
	経常利益	0.9	1.0	1.0	-	+8.0%

売上高: 億円未満を切捨て表示
 経常利益: 千万円未満を切り捨て表示
 前年比は百万円単位で計算

カテゴリー別実績のポイント

単体

売上高： 前年比 +2億円

卸売部門(横ばい)：カー用品は車外用品、カーホーツ中心に減少、
自動車販売、二輪用品、燃料などの増加

小売部門(減少)：タイヤ・ホイール、タイヤチェーン、カーエレクトロニクスを中心に減少

その他(増加)：不動産賃貸収入の増加

売上総利益： 前年比 7億円

不動在庫の入れ替えによる商品廃棄損 約7.5億円

販管費： 前年比 8億円

人件費が減少

国内店舗子会社

カー用品の売上高減少、新規取組みに向けた経費増により利益減少

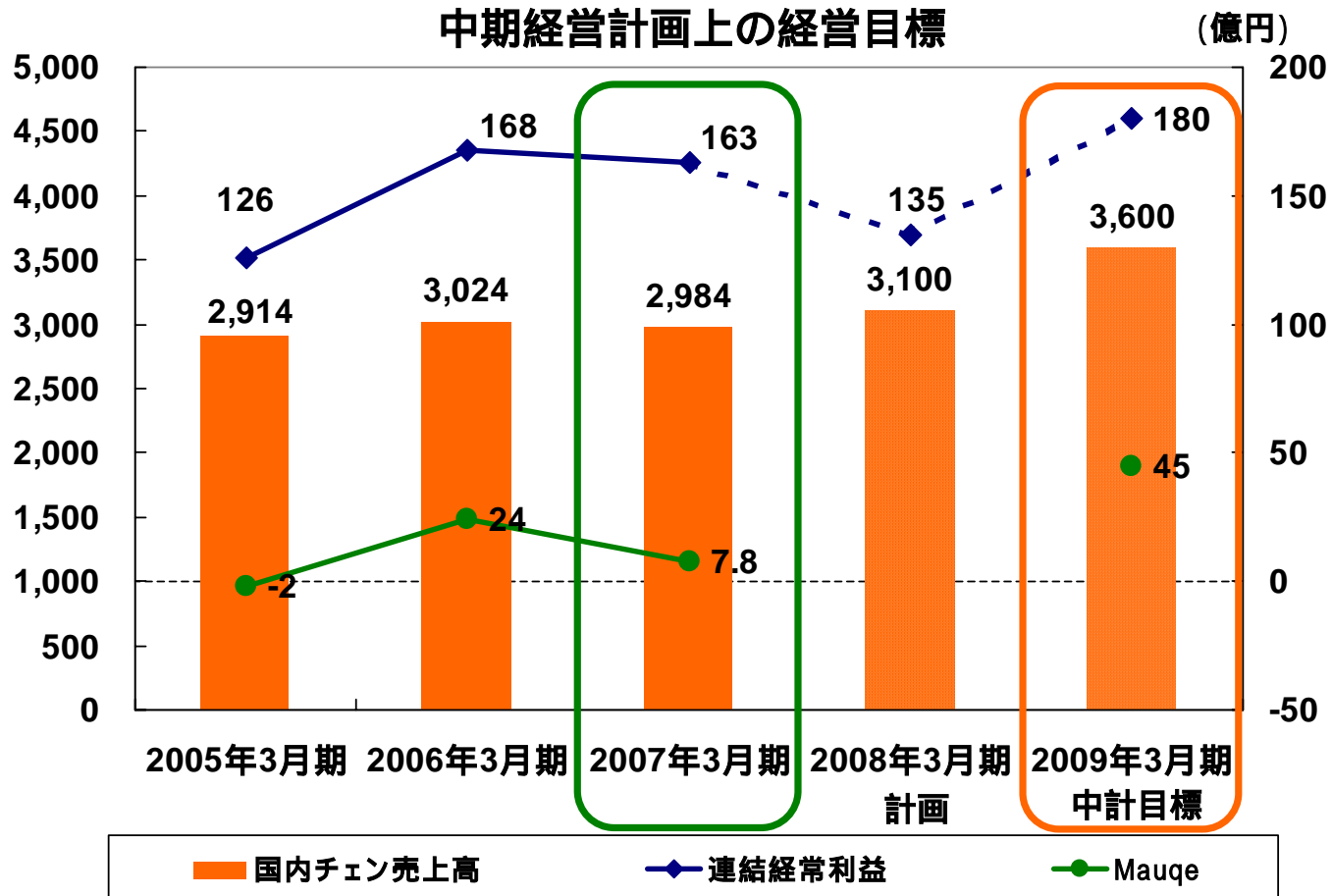
海外店舗子会社

米国・台湾・タイ・シンガポール法人は収益改善

中国・フランス法人は、出店に伴う費用増により増収減益

II 中期経営計画の進捗と今期の取り組み

経営目標



Mauqe (Measurement of Autobacs Universal Quality Earnings)

= 経常利益 - (事業資産 × ハードルレート 8.8%)

● エリアドミナント戦略

- <狙い> エリア特性に合わせた店舗最適配置と店舗間連携の強化
店舗最適配置は若干の遅れ
店舗間連携は一部地域で成功

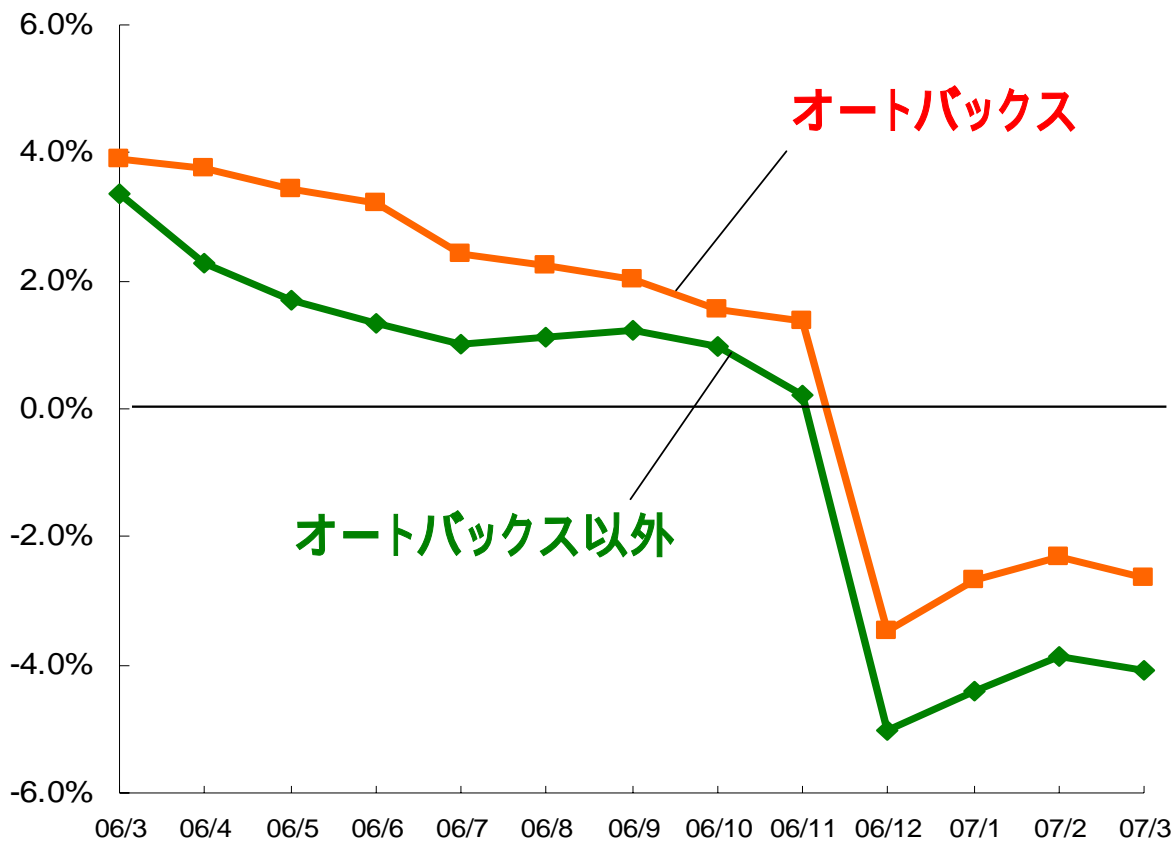
● トータルカーライフ事業戦略

- <狙い> 車検・車販売の強化による生涯顧客作り
車検、車販売の認知向上、カー用品とのシナジー売上増加

● 海外事業戦略

- <狙い> 海外市場にて当社ビジネスを展開
各地域毎のビジネスモデル確立、店舗収益改善

競合カー用品店と当社の月次売上 前年比



エリアドミナント戦略(1) 店舗最適配置



2007年3月期 出退店実績

	2006/3	2007/3 新店	2007/3 業態転換				S/B R/L		2007/3 退店	2007/3末
			AB	SA	AB	SH	AB	AB		
オートバックス(AB)	414	5	-5		0		+9/-10	0	413	
スーパーオートバックス(SA)	65	1	4		-		-	0	70	
セコハン市場(SH)	28	2	-		0		-	-3	27	
店舗合計	507	8	-1		0		-1	-3	510	
テクノキューブ(TC)	15	5	-		-		-	-	20	

オートハウスはオートバックスに含まれる。
ガソリンスタンド併設エクスプレスは含まず S/B=スクラップ&ビルド、R/L=リロケーション



エリア特性に応じた複数店舗・業態の組み合わせ成功事例

1. 中大阪/東部エリア (SA+複数店)

既存店のリロケーションにより中大阪東部と広域商圈カバー

2. 福井エリア (AB中核店 + 複数店の個店すみ分け)

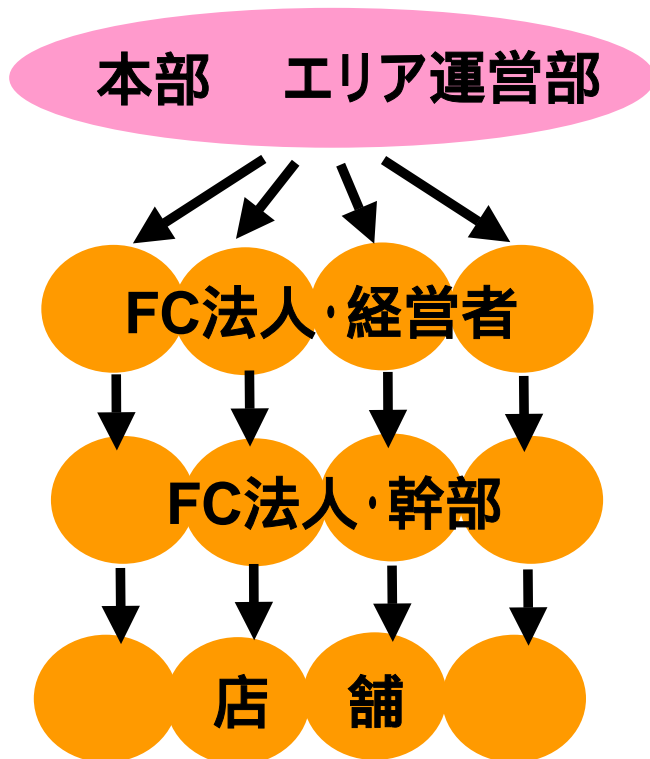
核となる大型店で地域一番店を確立、小型店は整備事業を柱とする店舗フォーマットですみ分けを実施

3. 滋賀エリア (SA + 複数店のエリア内一体化による経営資源の活性化)

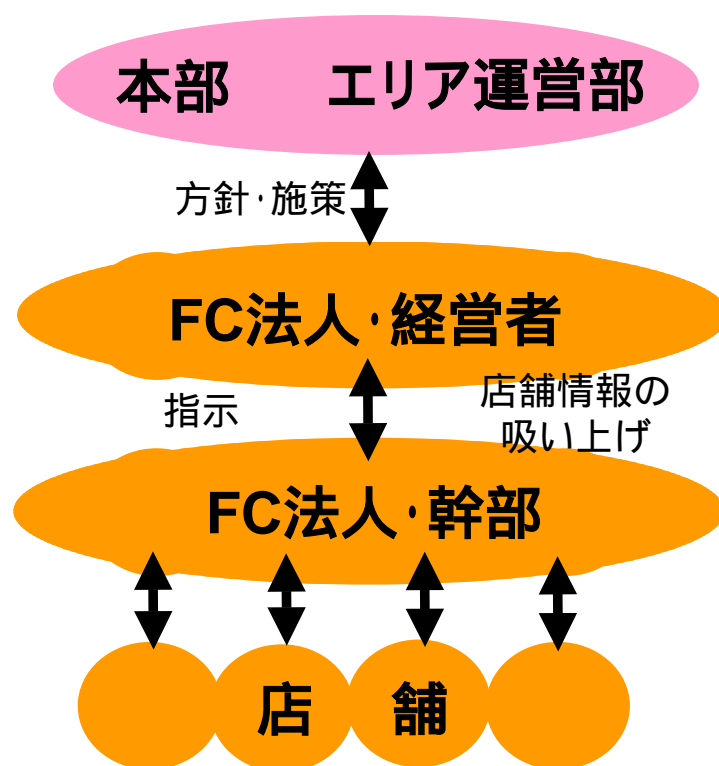
エリア方針の徹底による連携施策推進(人・売場・販促など)

FC法人の壁を越えたエリア施策・店舗間連携

< 従来 >



< 中部・愛知エリアの例 >



エリアドミナント戦略(2) 店舗間連携

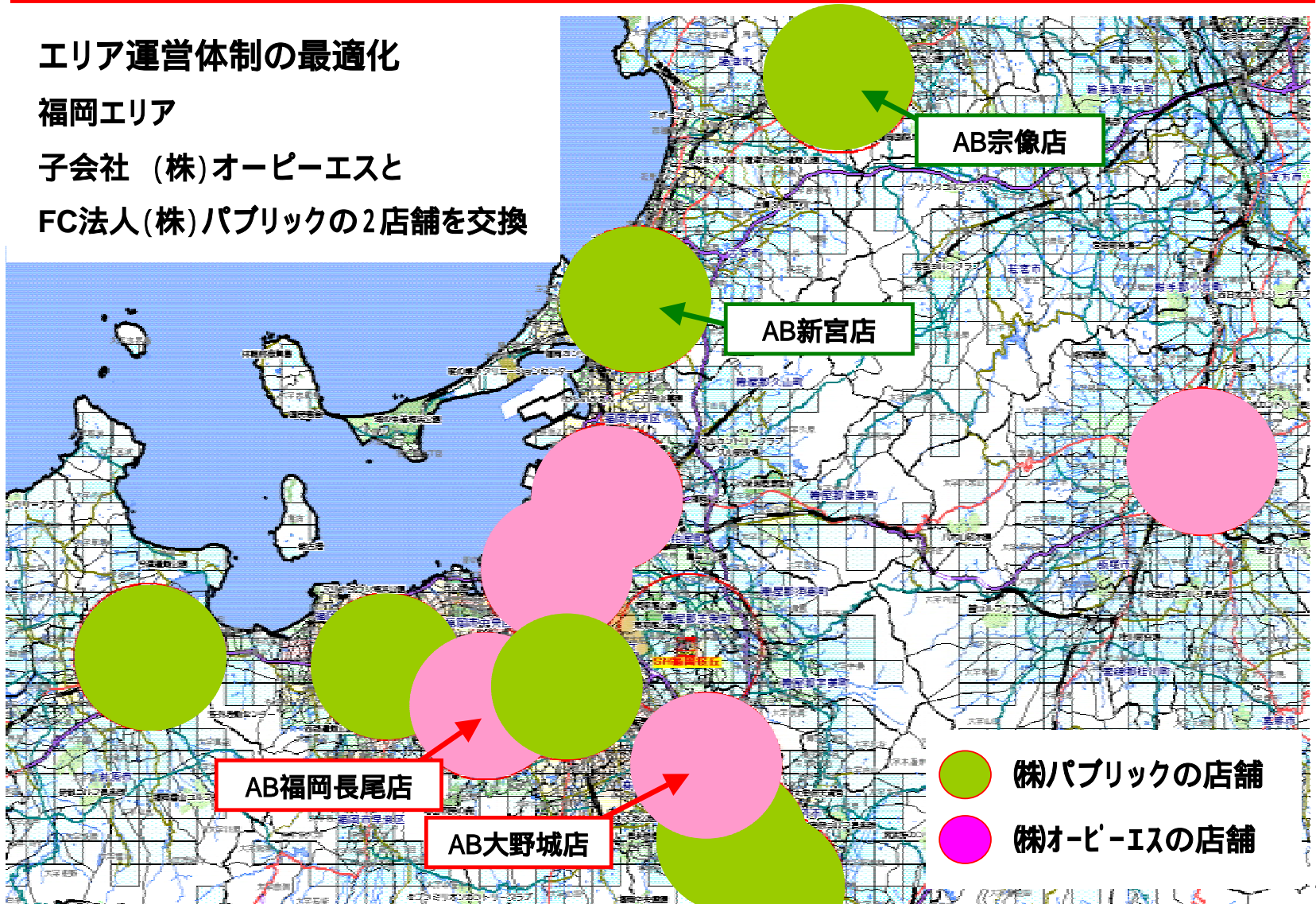


エリア運営体制の最適化

福岡エリア

子会社 (株)オーピーエスと

FC法人(株)パブリックの2店舗を交換

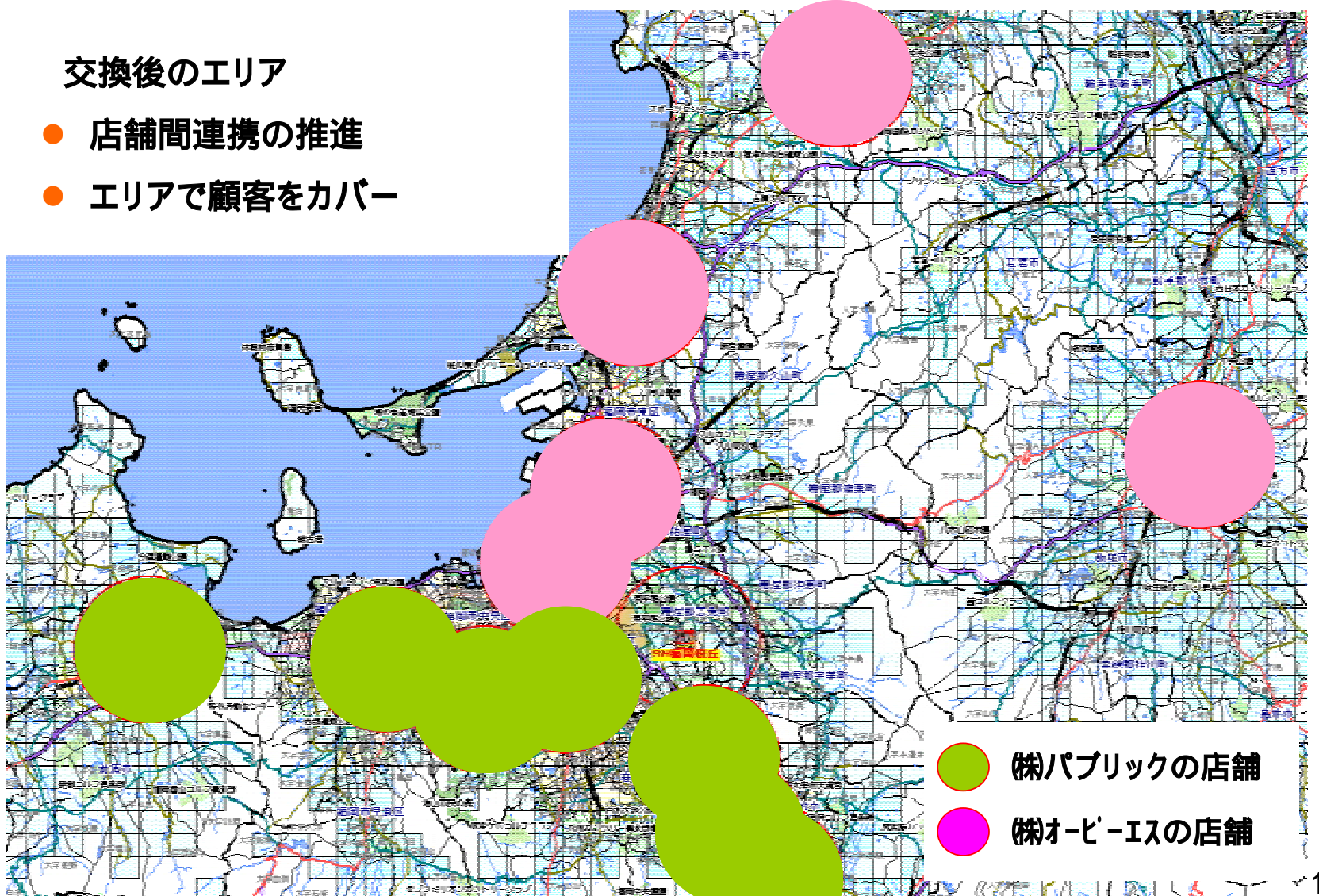


エリアドミナント戦略(2) 店舗間連携



交換後のエリア

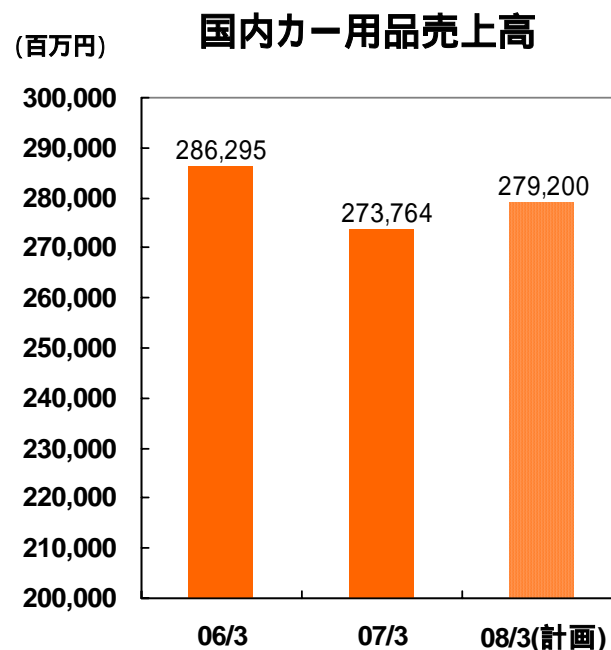
- 店舗間連携の推進
- エリアで顧客をカバー





2007年3月期

- **タイヤ・ホイール**:自動車のホ'タイプ'別販売、セ'ット販売
- **売れ筋商品の品揃え強化**(例:省燃費グッズ、地デジ'関連商品など)
- **低価格帯商品の充実による集客力強化**
- **SCMとカテゴリーマネジメントの対象商品拡大**
- **プライベートブランド商品のリニューアル(バッテリー)**
- **不動在庫の高回転商品への入れ替え**

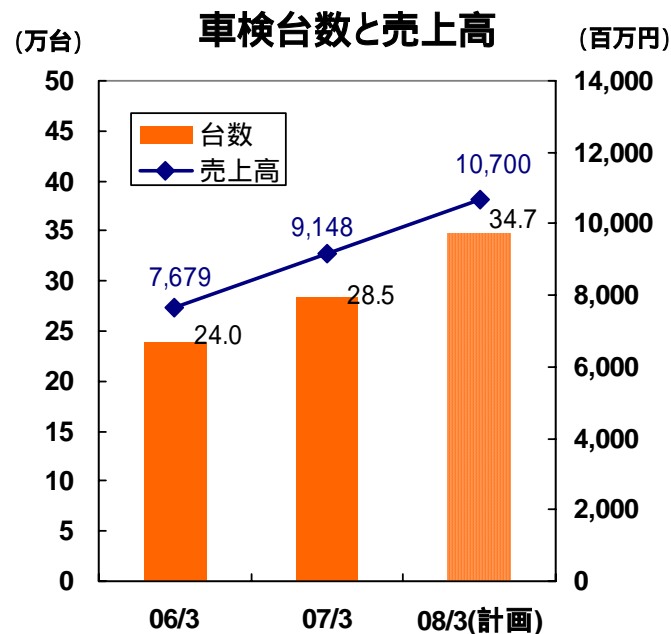


注) 既存業態 車検売上を除く



2007年3月期

- 100万台突破キャンペーンを通期で実施
- 指定認証店の増加(216店 237店)
- 検査員の増強(463名 521名)
- 車検時の付加売上強化
(13.9 千円 14.8千円)



指定店舗数

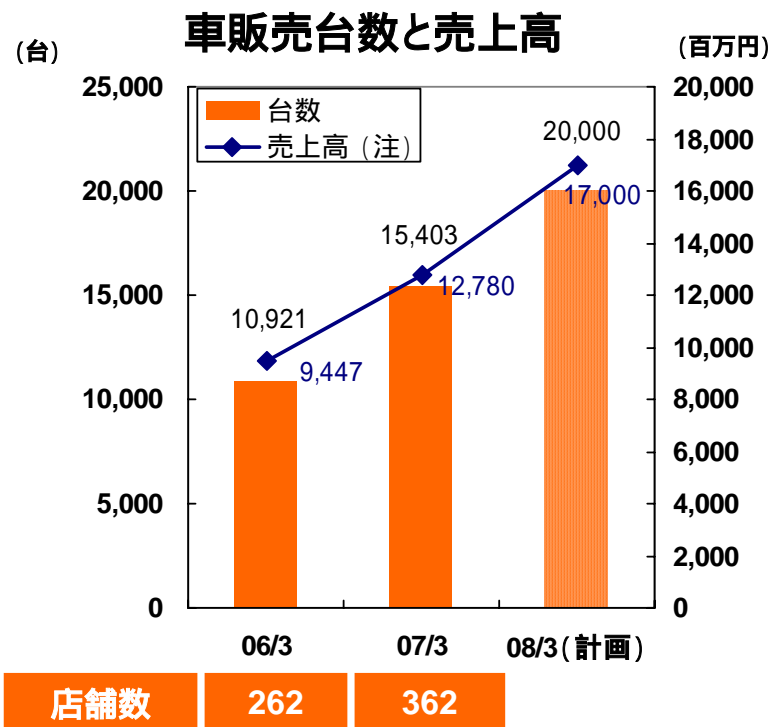
216

237

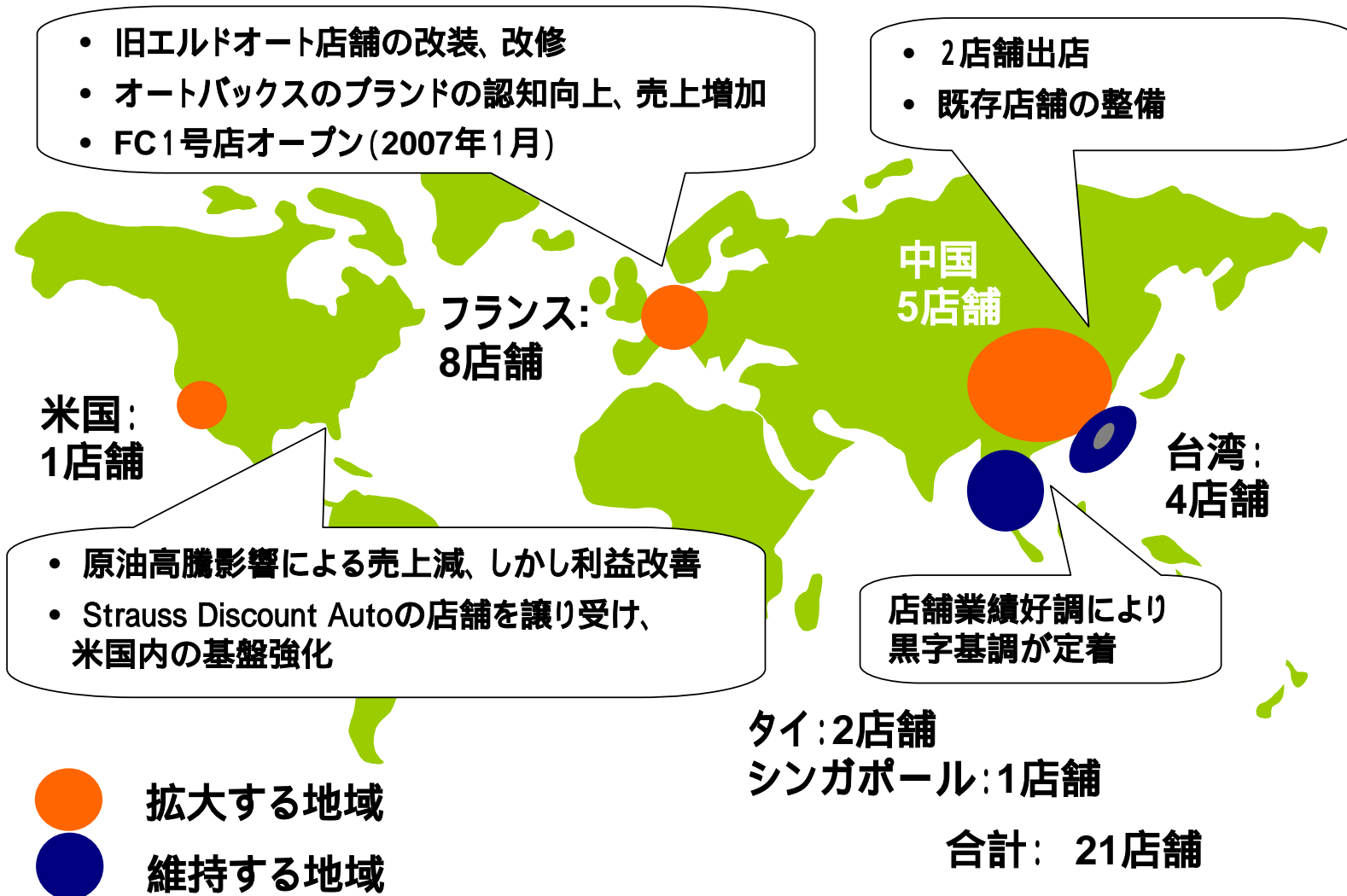


2007年3月期

- TVCMの実施による認知度向上
- 車販売取扱店の拡大
(262店 362店)
- 販売・買取スキルの向上
- 車販売時のカー用品販売強化
(66 千円 73千円)



注) チェン小売店以外の店舗(カース 札幌北郷店、里塚店、ポートアイランド神戸店)の売上も含む



2008年3月期 業績計画

2008年3月期業績計画



(億円)

	2007年3月期 実績	2008年3月期(計画)			
		上期	下期	通期	前年比増減 (比率)
連結売上高	2,425	1,284	1,436	2,720	+294 +12.2%
売上総利益	747 30.8%	398 31.0%	457 31.8%	855 31.4%	+107 +14.4%
販管費	625 25.8%	355 27.6%	398 27.7%	753 27.7%	+127 +20.4%
営業利益	122 5.0%	43 3.3%	59 4.1%	102 3.8%	20 16.5%
経常利益	163 6.7%	62 4.8%	73 5.0%	135 5.0%	28 17.3%
当期利益	91 3.8%	34 2.6%	39 2.7%	73 2.7%	20 20.3%

億円未満は切捨て表示
対売上比・前年比は百万円単位で計算

カテゴリー別計画



(億円)

		2007年3月期 実績	2008年3月期計画			
			上期	下期	通期	前年比
単体	売上高	2,032	1,010	1,095	2,105	+3.6%
	経常利益	171.5	65.0	65.0	130.0	24.2%
国内店舗子会社	売上高	770	390	422	812	+5.5%
	経常利益	6.5	1.0	12.0	13.0	+98.5%
海外店舗子会社	売上高	107	117	177	294	+166.2%
	経常利益	10.9	7.0	11.0	18.0	-
機能子会社	売上高	150	75	102	177	+17.7%
	経常利益	7.5	2.0	5.0	7.0	7.4%
トータルカーライフ 事業子会社	売上高	97	91	89	180	+85.5%
	経常利益	1.0	2.0	2.0	4.0	+270.4%

売上高: 億円未満を切捨て表示
 経常利益: 千万円未満を切り捨て表示
 前年比は百万円単位で計算

連結：増収減益

単体：増収減益

売上高：タイヤ・ホイール、車外用品を中心に増加

販管費：次期店舗システム、車販売関連、
人員増・教育充実に関わる人件費などにより約34億円増加

国内店舗子会社：増収増益

車検・車販売の強化など、施策の継続的实施

海外店舗子会社：増収減益

STRAUSS Discount Auto Inc.の買収により増収減益

機能子会社：増収減益

新規事業拡大のため経費増加



2008年3月期 出退店計画(国内)

	2007/3	2008/3 新店	2008/3 業態転換				S/B R/L		2008/3 退店	2008/3末
			AB	SA	AB	SH	AR	AB		
オートバックス(AB)	413	3	-5	0			+5/-5	-1	410	
スーパーオートバックス(SA)	70	1	5	-			-	0	76	
セコハン市場(SH)	27	4	-	0			-	0	31	
店舗合計	510	8	0	0			0	-1	517	

オートハローズはオートバックスに含まれる。
ガソリンスタンド併設エクスプレスは含まず S/B=スクラップ&ビルド、R/L=リロケーション

店舗間連携

愛知エリアの成功例を全国的に展開
法人間の壁を越えたエリア施策・店舗間連携をさらに推進



カー用品

- 商品の売れ筋変化に伴う売場構成の大幅な見直し
- ピット作業時、安全点検時の顧客接点の強化による販売促進
- 消耗品(バッテリー、オイル、ワイパー等)の販売強化
- SCMとカテゴリーマネジメントの拡大

車検

- 車検販促キャンペーンの実施(商戦期)
- リピート率向上
 - 会員への販売促進強化
 - 12ヶ月点検などにより顧客接点を増やす
- 指定認証店、テクノキューブの増強

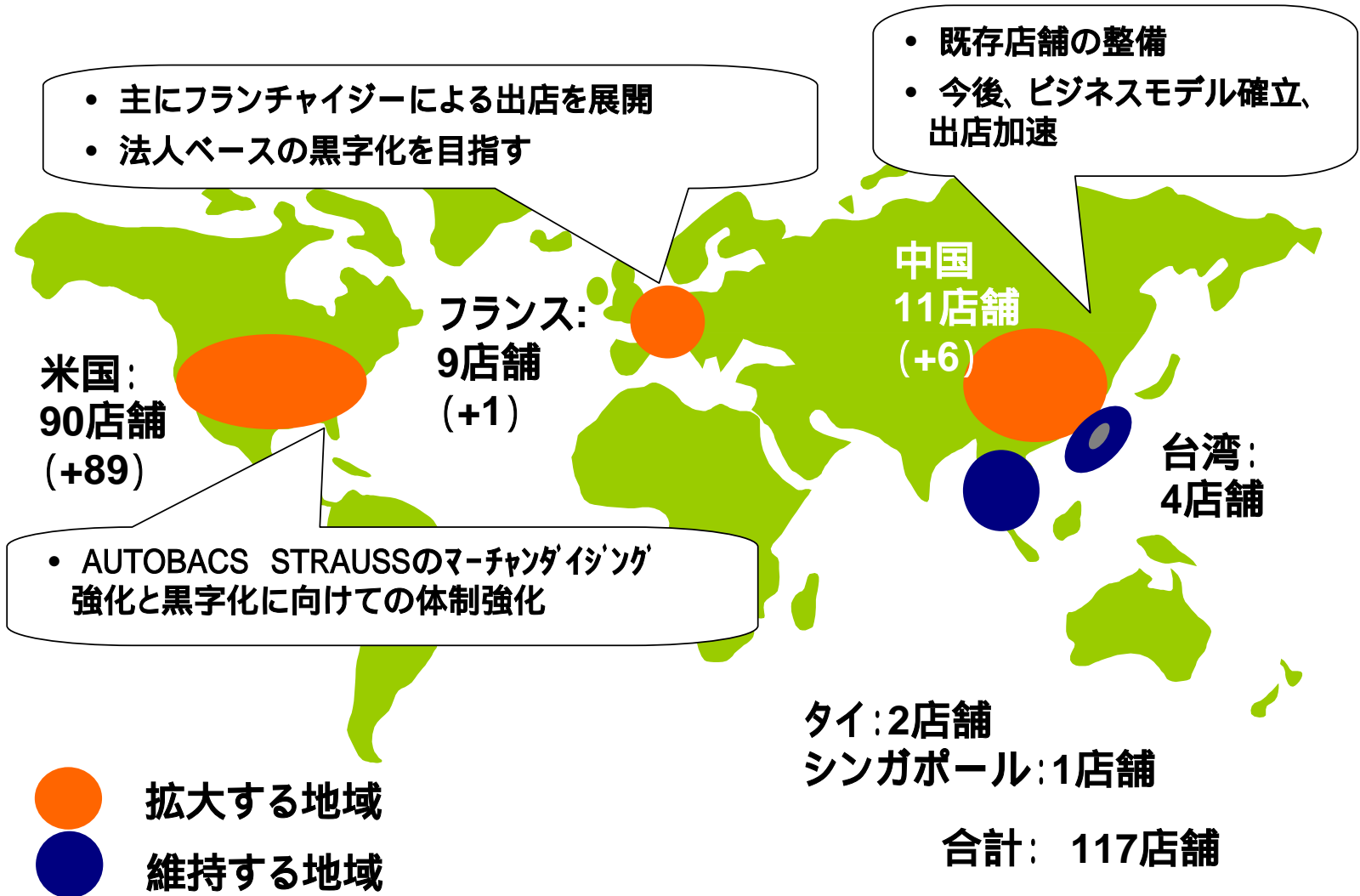
車販売

- 取扱店舗のさらなる拡大
- 車販売と査定のできる人材の教育
- 車販売・買取の新FCシステム開始

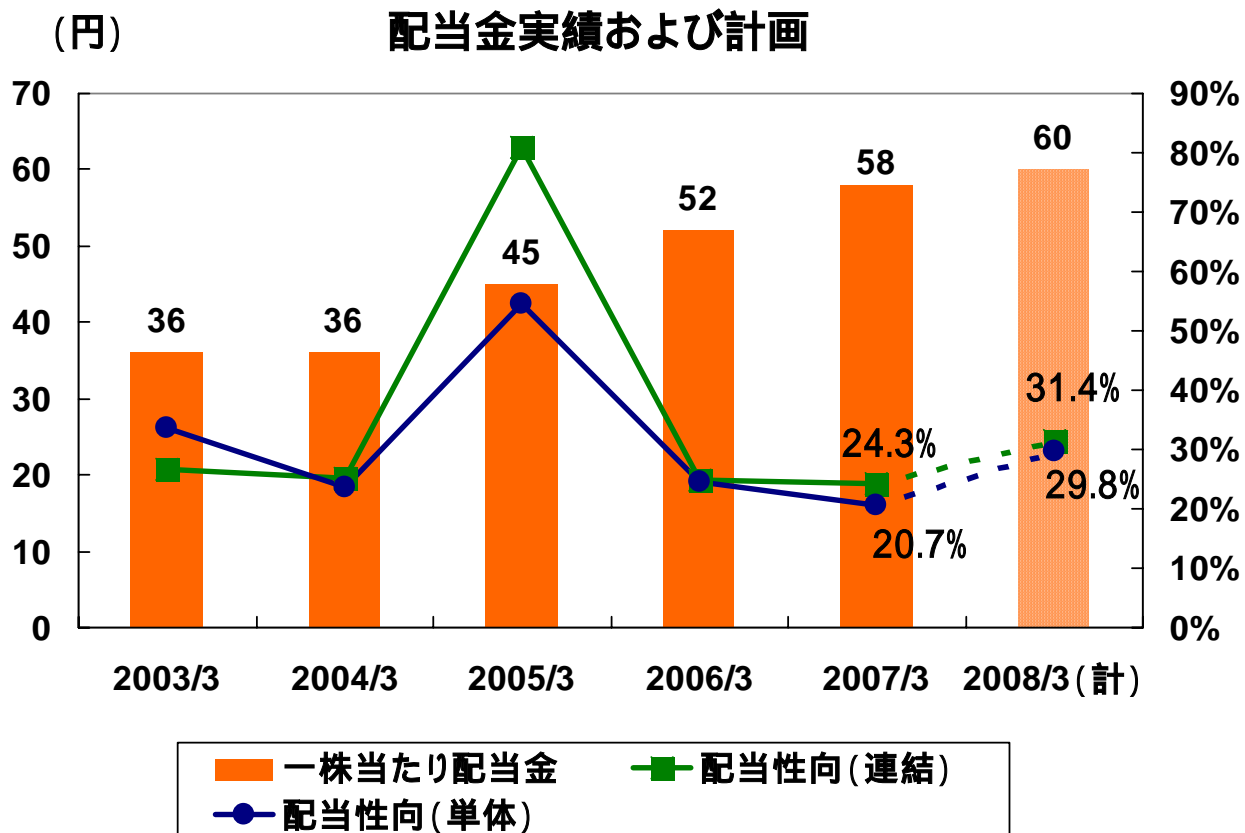


- 女性顧客来店促進プロジェクト
- カウンセラーの店舗指導力の強化
- 新ポイントアップカード制度、会員データの活用
- 店舗の訓練プログラム(Eラーニングなどを含む)強化

2008年3月期の取り組み 海外事業戦略



2008年3月期 配当計画





見通しに関する注意事項

当社の将来についての計画、戦略及び業績に関する予想と見通しの記述が含まれています。これらの情報は現在入手可能な情報による判断及び仮定に基づき算出しており、今後の事業内容等の変化により実際の業績等が予想と大きく異なる可能性がございます。