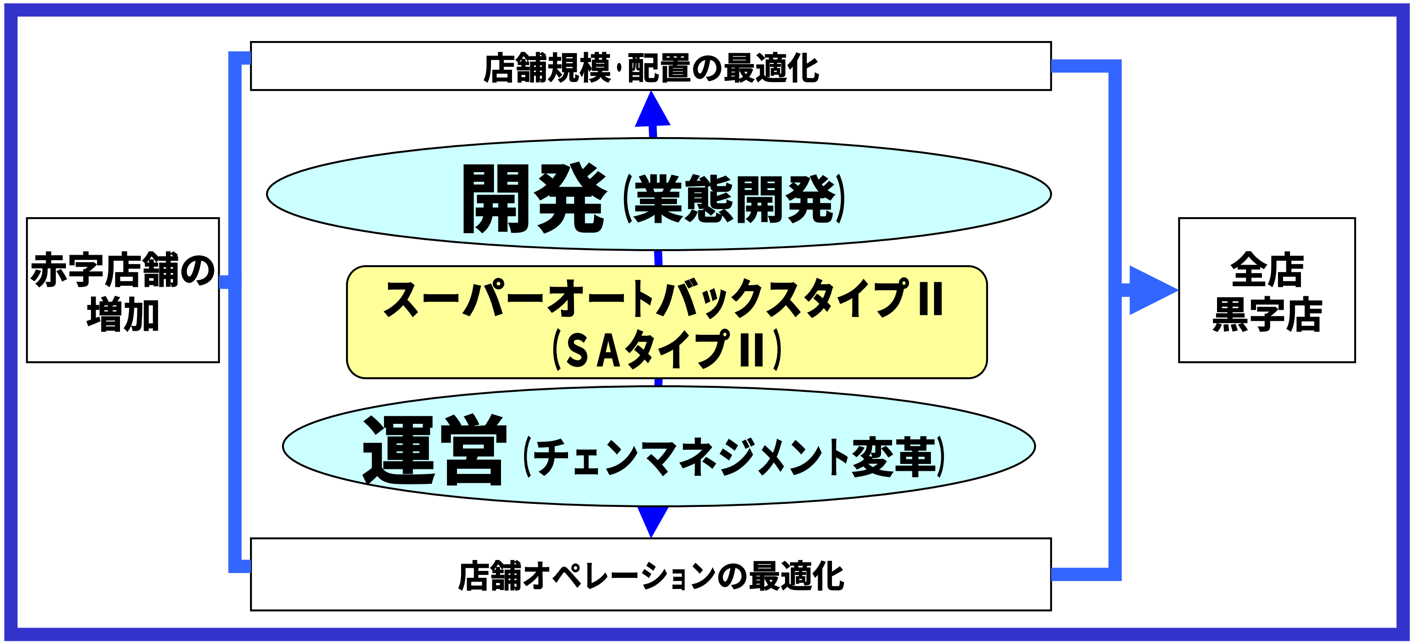
中期戦略に基づく
今期の取組み

株式会社オートバックスセブン
代表取締役社長　　住野　公一

中期戦略の全体像

中期戦略

Ⅰ．チェン基盤整備



Ⅱ．本部体制整備

【チェン価値】店舗数からエリア内収益へ
【本部機能】ｶｰ用品供給からﾄｰﾀﾙｶｰﾗｲﾌ事業支援へ

中期戦略に基づく今期の取組み

ー目次ー

Ⅰ. チェン基盤整備

1. SAタイプⅡの個店収益の実現
2. 新営業システムの展開
3. 法人所属リーグの更新とA3法人の再建

Ⅱ. 本部体制整備

戦略転換に伴う本部体制の整備
1. 店舗数からエリア内収益額へ
2. カー用品供給からトータルカーライフ事業支援へ

Ⅲ. 下期重点施策

冬商戦施策の展開

中期戦略に基づく今期の取組み

Ⅰ．チェン基盤整備

1. ＳＡタイプⅡの個店収益の実現 【開発面】
2. 新営業システムの展開 【運営面：店舗】
3. 法人所属リーグの更新とＡ３法人の再建 【運営面：法人】

中期戦略に基づく今期の取組み

Ⅰ. チェン基盤整備

1. ＳＡタイプⅡの個店収益の実現

⑴　出店の状況

⑵　収益性の状況

⑶　成長性の状況

⑷　本部の収益性

(参考) 3業態の基本フォーマット

		SAタイプⅠ	SAタイプⅡ	オートバックス
商圏	人口(注)	10km／140万人	5km／33万人	3～5km／12万人
想定シェア		10%	20%	30%
位置付け		SAブランド定着のための フラッグシップ店舗	次世代の主力フォーマット	商圏のドミナント化を実現する 地域密着型店舗
規模	敷地面積	3,000坪以上	1,500坪以上	700坪以上
	売場面積	500坪以上	300坪以上	150坪以上
	ピット台数	32台以上	10台以上	6台以上
	駐車場台数	300台以上	80台以上	50台以上
損益	売上指標値	2,300百万円	1,050百万円	600百万円

(注) 商圏人口＝損益分岐点必要商圏人口
※経常利益率は3%を想定

(1) ＳＡタイプⅡの出店の状況

	1999年3月期		2000年3月期		2001年3月期		2002年3月期（上期）	
出店店舗名	子	高槻 (98．11－S&B)	F	静岡中原 (99．7-S&B)	子	小倉西港 (00．4)	F	TODA (01．4-SA化)
	子	246江田 (98．11－S&B)	子	MITAKA (99．10-SA化)	F	宇都宮 (00．4)	直	SAPPORO (01．7)
	F	郡山南 (99．3－RL)	F	宮崎南 (99．11－RL)	F	岩出 (00．9－RL)	F	横浜ベイサイド (01．7)
	F	湖南 (99．3－S&B)	F	熊本東ﾊﾞｲﾊﾟｽ (99．12-S&B)	子	NISHIKOYA (00．10－SA化)		
			子	東福岡 (00．3-SA化)	F	KUKI (00．10)		
					F	大分21 (00．11－RL)		
					F	横浜みなとみらい (00．12)		
期中出店数	4店舗		5店舗		7店舗		3店舗★	
期末店舗数 (対国内店舗数比)	4店舗 0.8%		9店舗 1.8%		16店舗 3.2%		19店舗★ 3.8%	
売上高 (対総売上比)	1,346百万円 0.4%		7,219百万円 2.6%		15,551百万円 5.5%		10,437百万円★ 7.9%	
客数 (対総客数比)	148千人 0.3%		919千人 2.2%		1,912千人 4.6%		1,324千人★ 6.4%	

★ 2002年3月期上期の実績

（注）1．店舗名左側の表記　F：FC法人による運営(12店舗)　子：子会社による運営(6店舗)　直：直営(1店舗)

2．10月以降出店：SA 会津若松、SA KODAIRA、SA NAGAOKA、SA伊勢（11月予定）

⑵　ＳＡタイプⅡの収益性の状況

2000年3月期から2002年3月期上期までの経常利益の推移　○:黒字　●:赤字

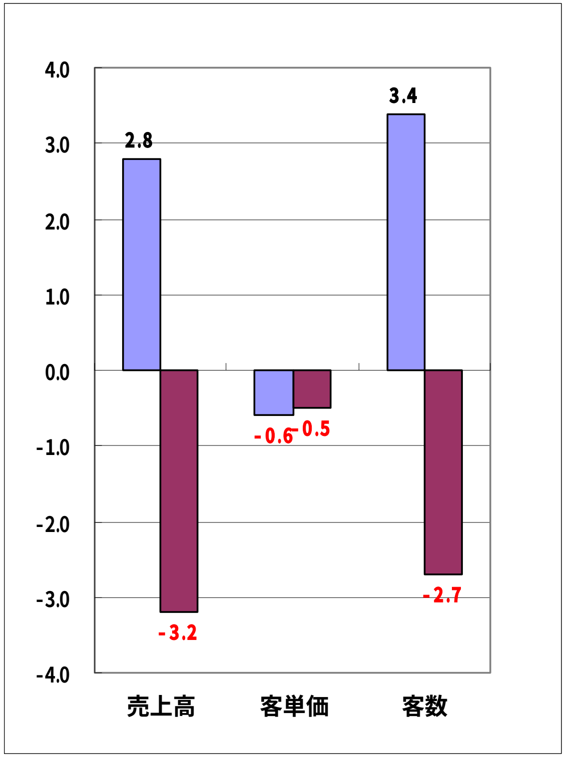
		2000年3月期		2001年3月期		2002年3月期
		上期	下期	上期	下期	上期
1999年3月期中出店店舗名	高槻	○	○	○	○	○
	246江田	○	○	○	○	○
	郡山南	○	○	○	○	○
	湖南	●	●	○	○	○
2000年3月期中出店店舗名	静岡中原	出店	○	○	○	○
	MITAKA		出店	○	○	○
	宮崎南		出店	●	●	○
	熊本東ﾊﾞｲﾊﾟｽ		出店	○	○	○
	東福岡		出店	○	○	○
2001年3月期中出店店舗名	小倉西港			出店	●	●
	宇都宮			出店	●	●
	岩出			出店	○	●
	NISHIKOYA				出店	○
	KUKI				出店	○
	大分21				出店	○
	みなとみらい				出店	○
2002年3月期中出店店舗名	TODA					出店
	SAPPORO					出店
	横浜ﾍﾞｲｻｲﾄﾞ					出店

⑶　ＳＡタイプⅡの成長性の状況

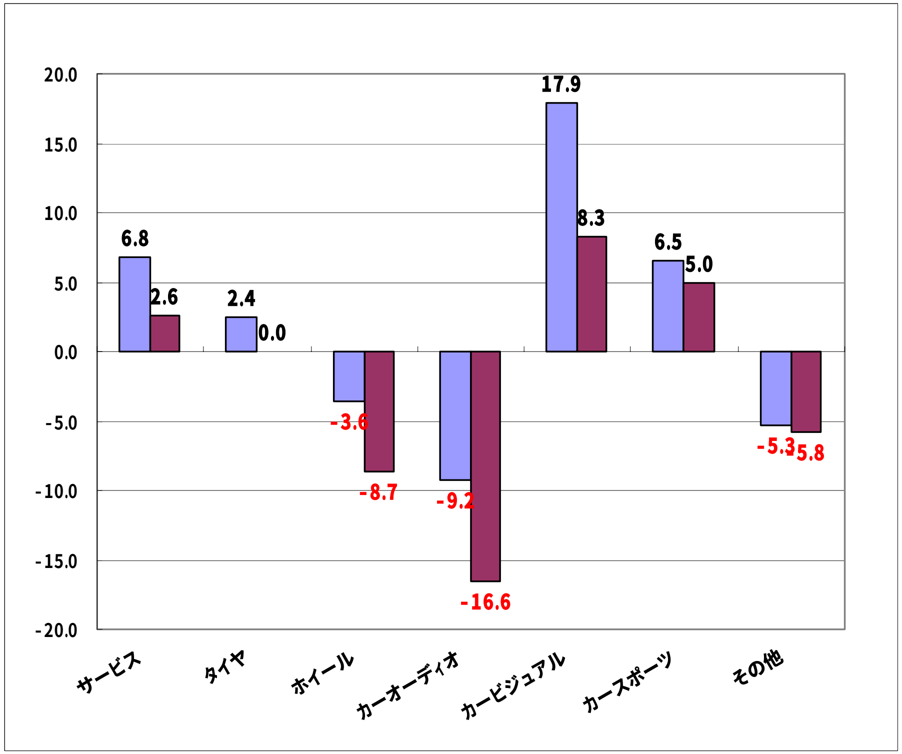
2002年3月期　上期の既存店 対前年同期比

(ＳＡタイプⅡ　オートバックス)

・売上高・客単価・客数　(単位：%)



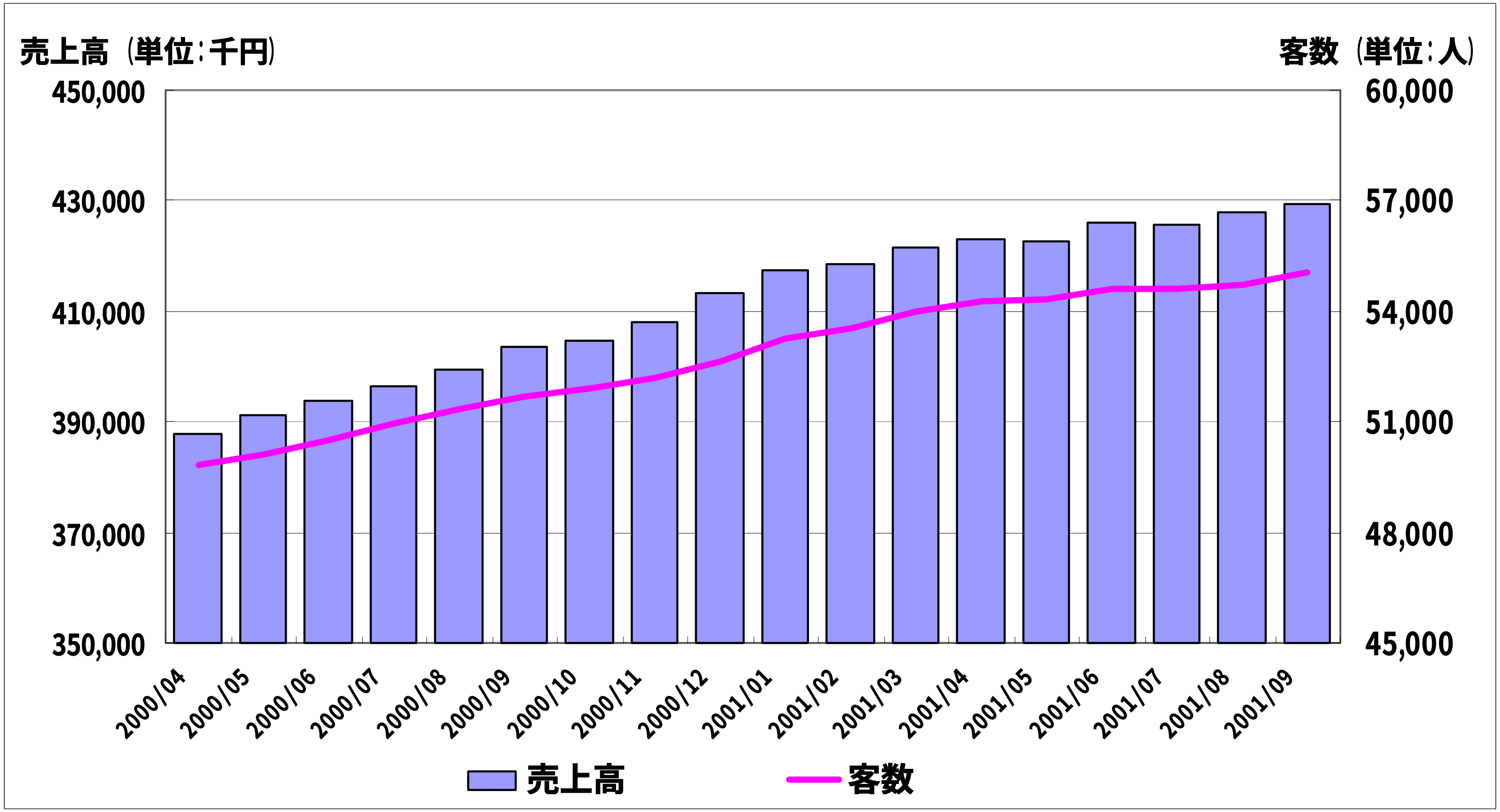
・商品別売上高　(単位：%)



オートバックスの既存店対象店舗数は、483店舗
ＳＡタイプⅡの実績は、高槻、246江田、郡山南、湖南、静岡中原、MITAKA、宮崎南、熊本東バイパス、東福岡の 9店舗で算出

⑶　ＳＡタイプⅡの成長性の状況

2000年4月 から 2001年9月 までの業績推移



(注) 売上高及び客数の実績は、高槻、246江田、郡山南、湖南（いずれも開店より2年半以上経過店舗）の4店舗合計の
１２ヶ月移動平均法にて算出。

(4) 本部の収益性の状況

●ＳＡタイプⅡの本部収益性の実態 (2002年 3月期 上期)

	店舗数	本部売上 (百万円)	(注) 1 本部収益 (率)	(注) 2 本部資産 (百万円)	(注) 3 投資収益率
子会社ＦＣ	5	2，426	535 (22.1%)	1，259	42%
ＦＣ転嫁方式 (注) 4	5	1，494	328 (21.9%)	600	55%
ＦＣ持込方式 (注) 5	6	2，142	402 (18.8%)	3	15，651%
ＳＡⅡ合計	16	6，062	1，265 (20.9%)	1，862	68%

(注) 1．本部収益 (6ヶ月分) ＝本部粗利＋ロイヤリティ＋受取家賃－支払家賃
2．本部資産＝固定資産＋保証金＋建築協力金 (上期末資産ベース×稼動月数換算 6/12)
3．投資収益率＝本部収益÷本部資産
4．FC転嫁方式：本部が自社物件として土地・建物を取得するか、借主として借り受けるかして、ＦＣ法人に貸し付ける方式
5．FC持込方式：ＦＣ法人が全て自力で土地・建物を調達する方式

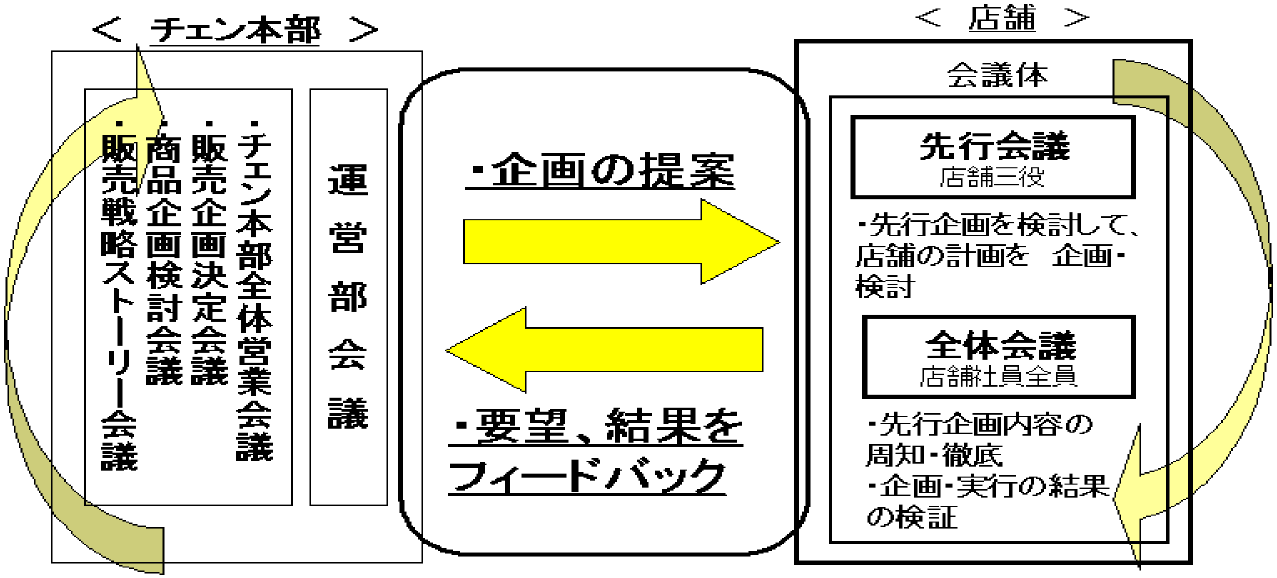
・今後の店舗展開はＦＣ法人の財務体力を考慮すると、ＦＣ転嫁方式が主流となる見通し

中期戦略に基づく今期の取組み

Ⅰ. チェン基盤整備

2. 新営業システムの展開

(参考) 新営業システムの概要



本部で立案した企画を店舗へ提案

それを受けた店舗は先行会議で計画・企画を検討、

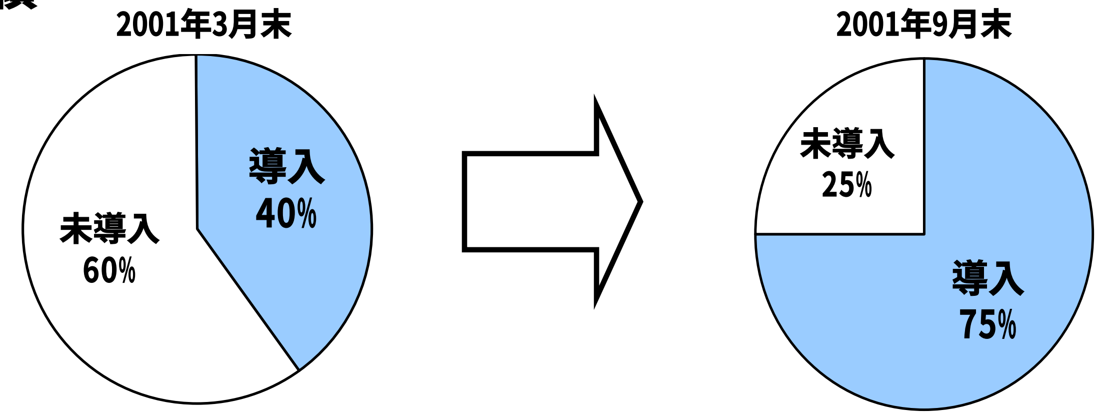
全体会議で先行企画の内容を全店舗社員に周知・徹底

また、実施した企画を検証、その企画に対する結果・今後の要望が本部にフィードバック

こうした、本部が提案する施策を実際に実施した店舗からフィードバックを受け、次回の企画につなげる一連の流れが新営業システム

・新営業システムの上期の実績と成果

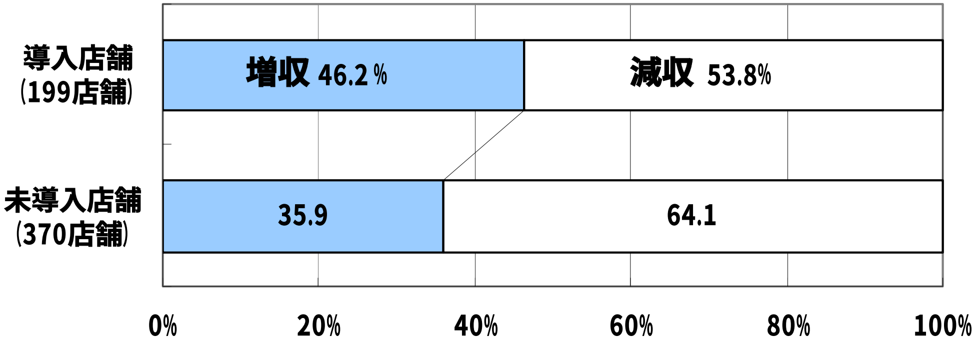
導入実績



(注) 数値は全店舗数に締める構成比

導入成果 (導入・未導入店舗の増収・減収構成比)

増収を実現した店舗の割合は，新営業システム導入店舗の方が未導入店舗よりも約10ポイント上回っている



(注) 2001年3月末導入店舗対象。2002年3月期第2四半期 (7～9月) における対前年同期比

・新営業システム導入店舗の事例

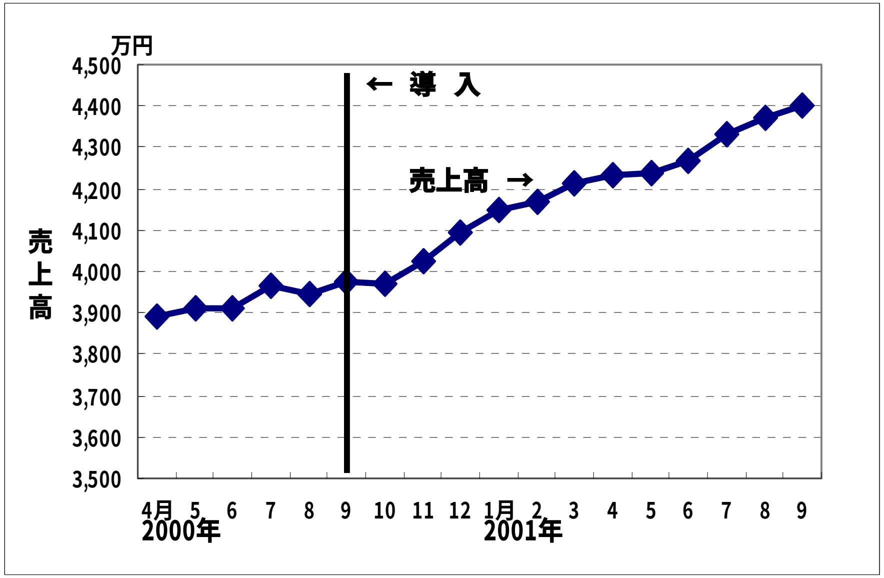
＜モデルケース＞

ザモール安城店

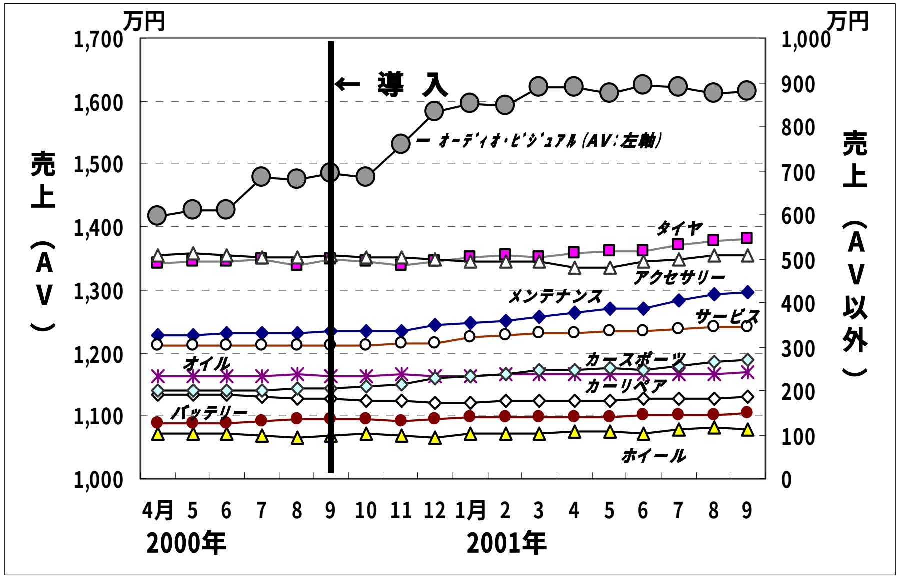
(開店：1996年 6月、新営業システムの導入開始：2000年 9月、年間売上約4.5億円)

業績の推移

売上の推移（12ヶ月移動平均）



商品別売上の推移（12ヶ月移動平均）



新営業システム導入による変化

・担当者の意識改革 → 目標数値への意識が高まった。

・各担当者自らが売場づくり、サービス品質、接客の能力を高めたことがお客様にも好評

中期戦略に基づく今期の取組み

Ⅰ．チェン基盤整備

3. 法人所属リーグの更新とＡ３法人の再建

⑴　リーグ別の実績

⑵　Ａ３リーグ所属法人の再建状況

（参考）法人の所属リーグ

・FC法人の所属リーグの基準

「収益基準」「財務基準」2つの指標で測り、所属を決定

A1 ： 収益基準 財務基準ともに基準値を満たす法人

A2 ： A1、A3いずれのリーグにも属さない法人

A3 ： 累積欠損を抱え、自力での業績回復が難しい法人

※上記基準に基づき毎期見直しを図る

・リーグ別施策・指導の徹底

・営業推進施策のリーグ別体制 ex）全国FC経営者会議 リーグ別開催

・A3リーグ法人の方向性の決定

（個別再建計画策定 未達成時：剪定策へ移行）

⑴　2002年3月期のリーグ別の実績

2002年3月期 上期末の実績

( )内は2001年3月期通期

	A1リーグ	A2リーグ	A3リーグ
法人数	45法人 (37法人)	75法人 (86法人)	20法人 (17法人)
店舗数	227店舗 (171店舗)	204店舗 (281店舗)	51店舗 (29店舗)
店舗売上シェア	47.6% (38.8%)	37.0% (55.9%)	9.5% (5.3%)
平均利益率	1.6% (注) 1 (3.0%)	-0.6% (注) 2 (-0.1%)	-2.4% (-4.7%)

(注) 1.　A1リーグの実績には、上場会社　2社の実績は含まず
(注) 2.　A2リーグの実績には、2社の実績は含まず

⑵　今期のＡ３リーグ更新と対策の状況

2000年3月期基準
17法人

→

2001年3月期基準
20法人

5法人
業績回復※により
Ａ２昇格
※ 経営者更迭、退店による経営資源の集中などの対策による

8法人
Ａ３残留

4法人
チェン契約解除

Ａ２より
降格

12法人

8法人

2法人：対策済
- 1法人：営業譲渡による経営資源の集中
- 1法人：商材支援による上期業績回復

10法人：対策中
- 2法人：SA化の方向
- 2法人：子会社化の方向
- 1法人：会社分割の方向
- 4法人：上期業績回復、検討中
- 1法人：検討中

4法人：対策済
- 1法人：本部人材の派遣による上期業績回復
- 1法人：商材支援による上期業績回復
- 2法人：退店・営業譲渡による経営資源集中

4法人：対策中
- 2法人：上期業績回復、検討中
- 1法人：子会社化の方向
- 1法人：チェン契約解除の方向

中期戦略に基づく今期の取組み

II．本部体制整備

戦略転換に伴う本部体制の整備

1.【チェン価値】店舗数からエリア内収益額へ

2.【本部機能】カー用品供給から
トータルカーライフ事業支援へ

1. 【チェン価値】店舗数からエリア内収益額へ

●店舗統廃合

	2001年3月末 時点での店舗数	2002年3月期 上期の実績 出店	退店	2001年9月末 時点での店舗数
SAタイプⅠ	5	0	0	5
SAタイプⅡ	16	3 (1)	0	19
オートバックス	472	0	7(1)	465
合計	493	3	7	489

(注) 店舗数の（　）は、内数で、リロケーションに伴う出・退店

●事業部毎の中期的エリア戦略を今期中に確立（SAタイプⅡを中心に）

上期の取組み：エリア毎の配置イメージが完成

下期の取組み：エリアの優先順位をつけ、事業部毎のエリア戦略を立案

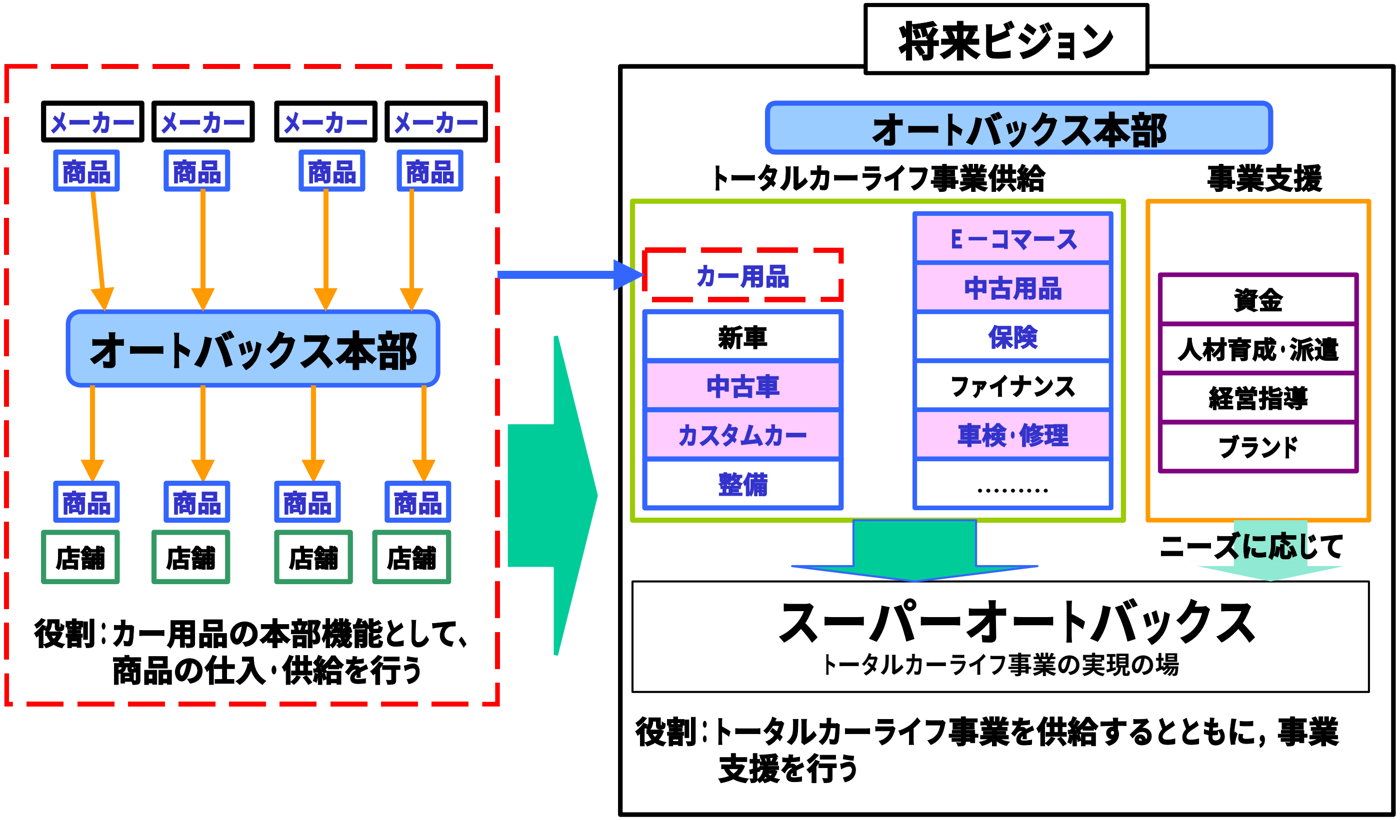
①不振法人対策

②人口密度、商圏人口を勘案、高投資収益性エリアへの投資を優先する

●SA出店の積極化

エリアの投資収益性を慎重に見極めながら、SA出店を積極的に推進

2. 【本部機能】カー用品供給からトータルカーライフ事業支援へ



中古車	・今後は相乗効果の高い中古車販売事業に注力 ・買取事業面のアップルとの提携解消（11月）
カスタムカー	・ｵｰﾄﾊﾞｯｸｽ・ｽﾎﾟｰﾂｶｰ研究所設立（4月） ・当社オリジナルカー発表（12月予定）
Eーコマース	・WEBサイト開設（1月） ・店舗売上との相乗効果実験中
中古用品	・「走り屋天国・セコハン市場」を東西で展開中 売上も堅調に推移
車検・修理	・車検認証取得店舗279店舗（9月末）

中期戦略に基づく今期の取組み

III. 下期重点施策

冬商戦施策の展開

“冬商戦“の展開

＜今期の冬商戦のポイント＞

●「新営業システム」のノウハウ

→「3ヶ月先行」の成功店舗ノウハウの普及

ex.)店内改装：顧客都合型（クロスセル）・提案型（アップセル）の売場革新

●業界No.1のバイイングパワー

→価格戦略と戦略商材の早期確保による競合からの顧客奪取

ex.)重点商品の圧倒的価格訴求と欠品の防止

●事業部経営の推進

→商戦予算の現場への重点配分

ex.)事業部予算、ＤＭクーポン、コンビニ・タイアップ・クーポンなど