

2016年3月期 第2四半期 決算説明会



株式会社 オートバックスセブン

2015年11月2日

Part 1 はじめに

**代表取締役 社長執行役員
湧田 節夫**

1. 2016年3月期 上期業績の評価

2. 国内の事業環境

- ・カー用品市場は微減傾向、車検・中古車市場は安定的
- ・従来の垣根を越えた競争が激化
- ・お客様のニーズは「安心・安全」「利便性」「ローコスト」

3. 国内オートバックス事業の方向性

「クルマのことならオートバックス」

クルマに関わるトータルサービス業態の
さらに強いFCチェーンとして、より広いお客様層から支持を獲得

基本方針

「オートバックス事業の収益拡大と新たな事業の育成」

1. オートバックス事業を変化に対応した事業へと変革させる
2. 新たな収益の柱を育成する
3. 変化に即応できる組織(風土)に変革する

経営数値目標

連結営業利益: 150億円 (今回の修正点)
連結ROE: 8.0%
連結DOE: 3.0%以上

期間計画

2018年3月末まで

位置付け

方針

国内オートバックス事業

当社の収益の柱として最優先で取り組み、さらなる高収益事業として投資効率を高める

〔方針〕

「顧客価値の再構築による競争優位性の確立」
～お客様とつながり続ける関係の構築と
接点強化による利便性と安心の提供～

新規事業

次期の新たな成長の柱として育成するため、今中計において、必要なリソースを投下する

〔方針〕

オートバックス事業との相乗効果の有無にかかわらず、車関連分野を中心に、将来の新たな収益の柱となる事業を育成する

海外事業

〔方針〕

将来の重要な成長事業として、ASEANを中心に事業拡大を図る

Part 2 「上期の業績と下期の業績予想」

1. 上期の振り返り
2. 通期の業績予想および下期の考え方

取締役 副社長執行役員
森本 弘徳

1. 上期の振り返り

2016年3月期上期 連結損益計算書



(億円)

	2016年3月期 上期				2015年3月期 上期 実績
	予想	実績	前年比	予想比 増減額	
連結売上高	1,028	986	+0.7%	▲41	980
売上総利益	325	321	+5.0%	▲3	305
売上総利益率	31.6%	32.5%	+1.3pt	+0.9pt	31.2%
販管費	303	296	▲1.5%	▲6	300
営業利益	22	24	+391.5%	+2	5
営業利益率	2.1%	2.5%	+2.0pt	+0.4pt	0.5%
営業外収支	6	6	▲25.0%	0	8
経常利益	28	31	+131.6%	+3	13
特別損益	-	-	-	-	3
親会社株主帰属利益	13	16	+285.0%	+3	4

表示単位未満切り捨て
対売上比・前年比・計画比は、円単位で計算

1. 消費増税後の売上減少の反動があったものの、新車販売の低迷に伴い、カー用品需要は低調
2. 車検、車買取・販売の売上が増加
3. 店舗子会社、海外子会社の利益が、改革の効果により改善
4. 粗利率の改善、販管費の抑制により売上は計画未達も、利益は計画達成

(百万円)

		2016年3月期 上期	2015年3月期 上期	前年同期比	2016年3月期 上期計画	計画比
単体	売上高	75,144	78,662	▲4.5%	80,000	▲6.1%
	営業利益	3,515	2,990	+17.5%	4,000	▲12.1%
国内店舗子会社	売上高	32,315	30,501	+5.9%	32,600	▲0.9%
	営業利益	▲1,186	▲2,397	—	▲1,700	—
海外子会社	売上高	4,973	5,241	▲5.1%	5,000	▲0.5%
	営業利益	116	▲68	—	▲100	—
事業子会社	売上高	10,150	7,582	+33.9%	9,900	+2.5%
	営業利益	▲66	37	—	▲20	—
機能子会社	売上高	1,662	1,540	+8.0%	1,700	▲2.2%
	営業利益	217	237	▲8.8%	220	▲1.4%
単純合算	売上高	124,246	123,528	+0.6%	129,200	▲3.8%
	営業利益	2,596	800	+224.4%	2,400	+8.2%

表示単位未満切り捨て
対売上比・前年比・計画比は、円単位で計算

2016年3月期上期 連結営業利益の分析

国内オートバックスチェーン売上前年比

全店+2.0%/既存店+1.2%

		営業利益	前年比
セグメント	単体	35.1億円	+5.2億円 【要因】 売上高 ▲35.1億円(▲4.5%) 粗利額 ▲2.2億円(粗利率:21.0%←前年20.3%) ・タイヤ・ホイールなどの粗利率の改善による 販管費 ▲7.4億円 ・広告宣伝や販売促進の減少 ・前年度業績に対する業績連動報酬の減少など
	国内店舗子会社	▲11.8億円	+12.1億円 (売上高+18.1億円、+5.9%) 売上増加に加え、値引き率の見直しなどによる粗利率改善、 販管費のコントロールにより損失が縮小
	海外子会社	1.1億円	+1.8億円 フランス子会社の利益改善など
	事業子会社	▲0.6億円	▲1.0億円 カー用品販売の不調、費用の増加など
	機能子会社	2.1億円	▲0.2億円
単純合算		25.9億円	+17.9億円
連結調整		▲0.9億円	調整額の前年差額1.9億円(減少) 単体から店舗子会社に卸売した商品の未実現利益が 前年同期との比較で減少
連結		24.9億円	+19.8億円

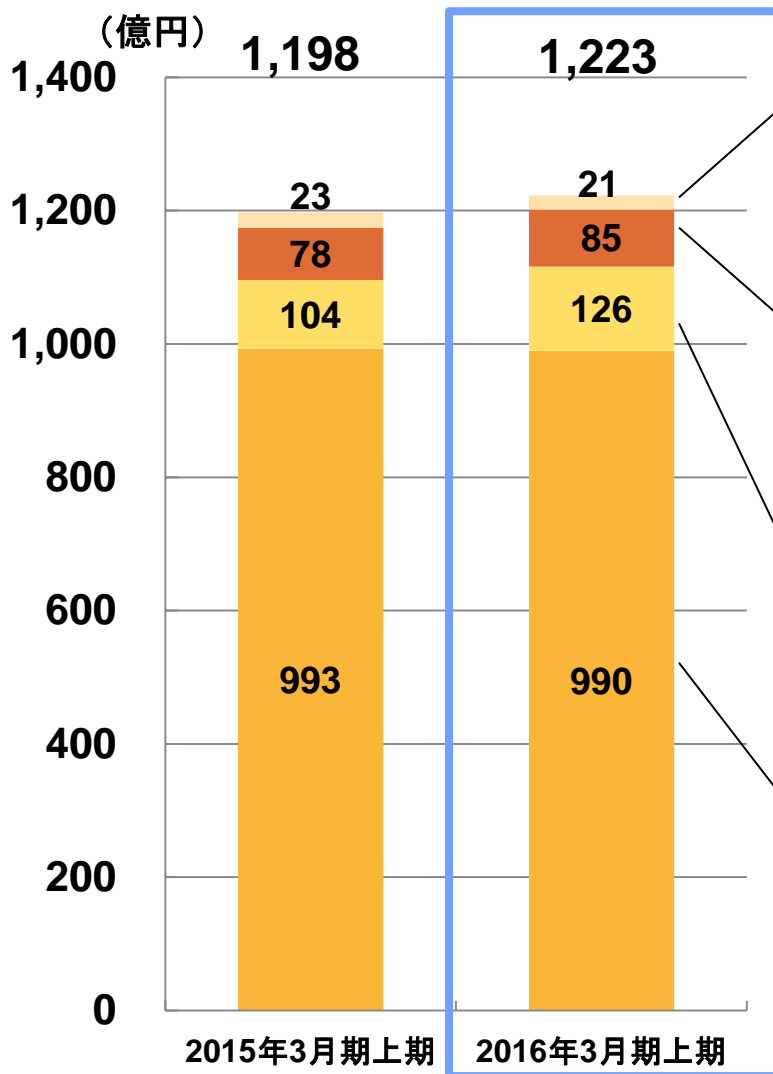
連結子会社の状況

	フランス		タイ		シンガポール		中国		マレーシア	
第2四半期末 店舗数	11		6		3		0		3	
期間	16/3 上期	15/3 上期	16/3 上期	15/3 上期	16/3 上期	15/3 上期	16/3 上期	15/3 上期	16/3 上期	15/3 上期
売上高 (億円)	39.0	41.2	1.9	2.4	6.7	6.8	1.9	1.9	0.0	-
販管費 (億円)	19.2	20.6	0.9	0.9	2.3	2.2	0.6	0.9	0.2	-
営業利益 (億円)	0.9	▲0.7	▲0.3	▲0.4	0.7	0.7	0.1	▲0.1	▲0.2	-
状況	高粗利率のサービスの売上比率が増加。昨年度の在庫の活性化、コスト削減の取組みにより、営業黒字化		昨年度不採算店を閉店し、売上高が減少したが、値引き販売の抑制などによる粗利率の改善やコスト削減により営業損失が縮小		売上横ばい。サービス売上比率が上昇し、粗利率が改善。経費は若干増加し、営業利益は横ばい		店舗は昨年度閉店。カー用品の貿易事業が堅調に推移。経費の削減効果により営業利益が改善		現地子会社によるメンテナンス、サービス中心の小型店を出店。認知度向上とモデル構築に努める	

表示単位未満切り捨て

2016年3月期上期 国内店舗売上高(全業態)

国内店舗売上高※ 1,223億円 前年比+2.0%



中古品・燃料

21億円(前年比 ▲9.1%)

車検・整備

85億円(前年比+9.2%)

29.5万台(前年比+10.7%)

指定認証拠点 392店(3月末 390店)

車買取・販売

126億円(前年比+21.7%)

12,799台(前年比+20.4%)

カーズ加盟店舗 472店(3月末 451店)

カー用品販売+サービス

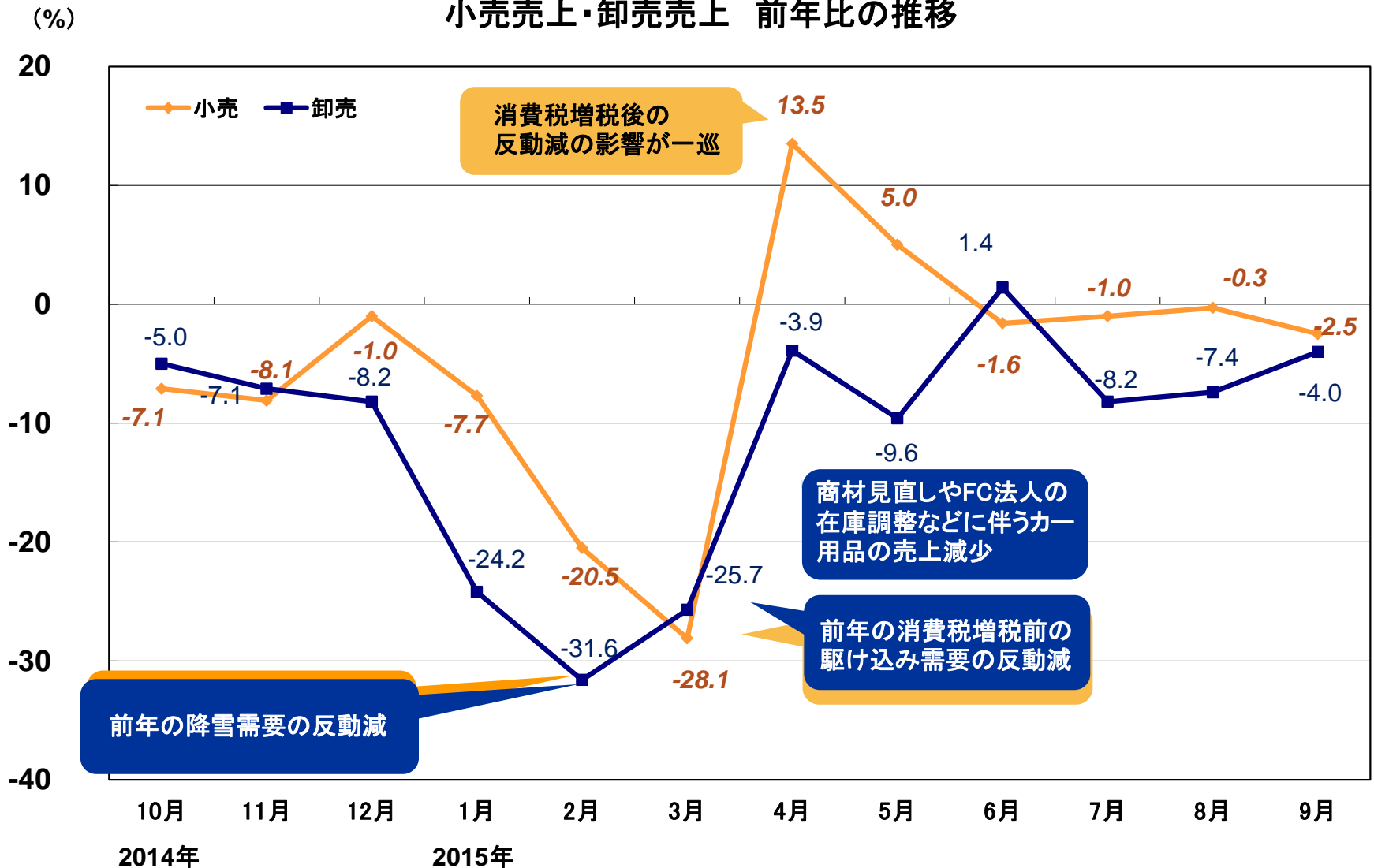
990億円(前年比▲0.3%)

対象:※国内全業態の売上高

表示単位未満は切り捨て表示

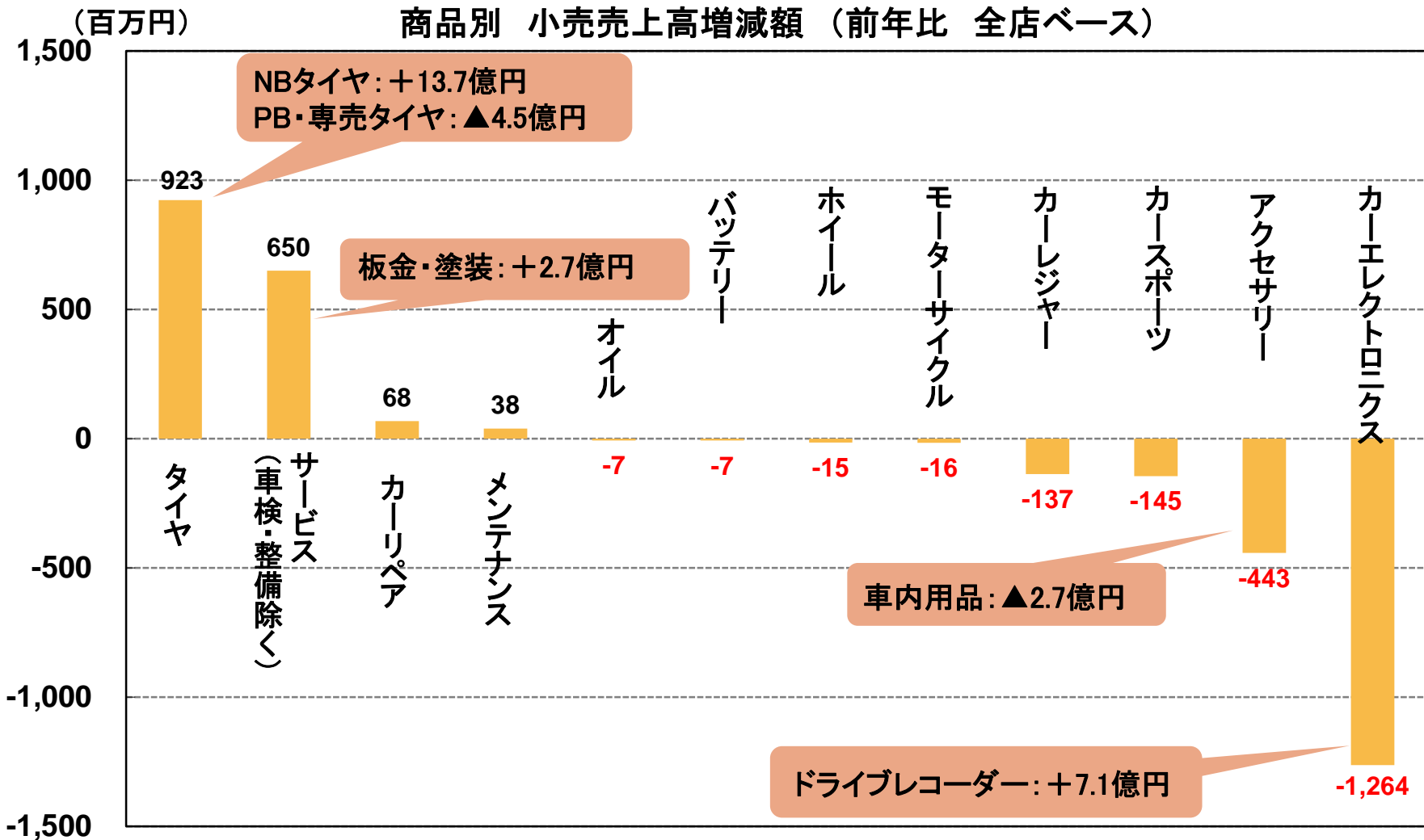
小売売上と卸売売上の月次トレンド

小売売上・卸売売上 前年比の推移



2016年3月期上期 商品別 カー用品売上増減額

既存店売上前年比 +1.2% 客数前年比 ▲3.0%

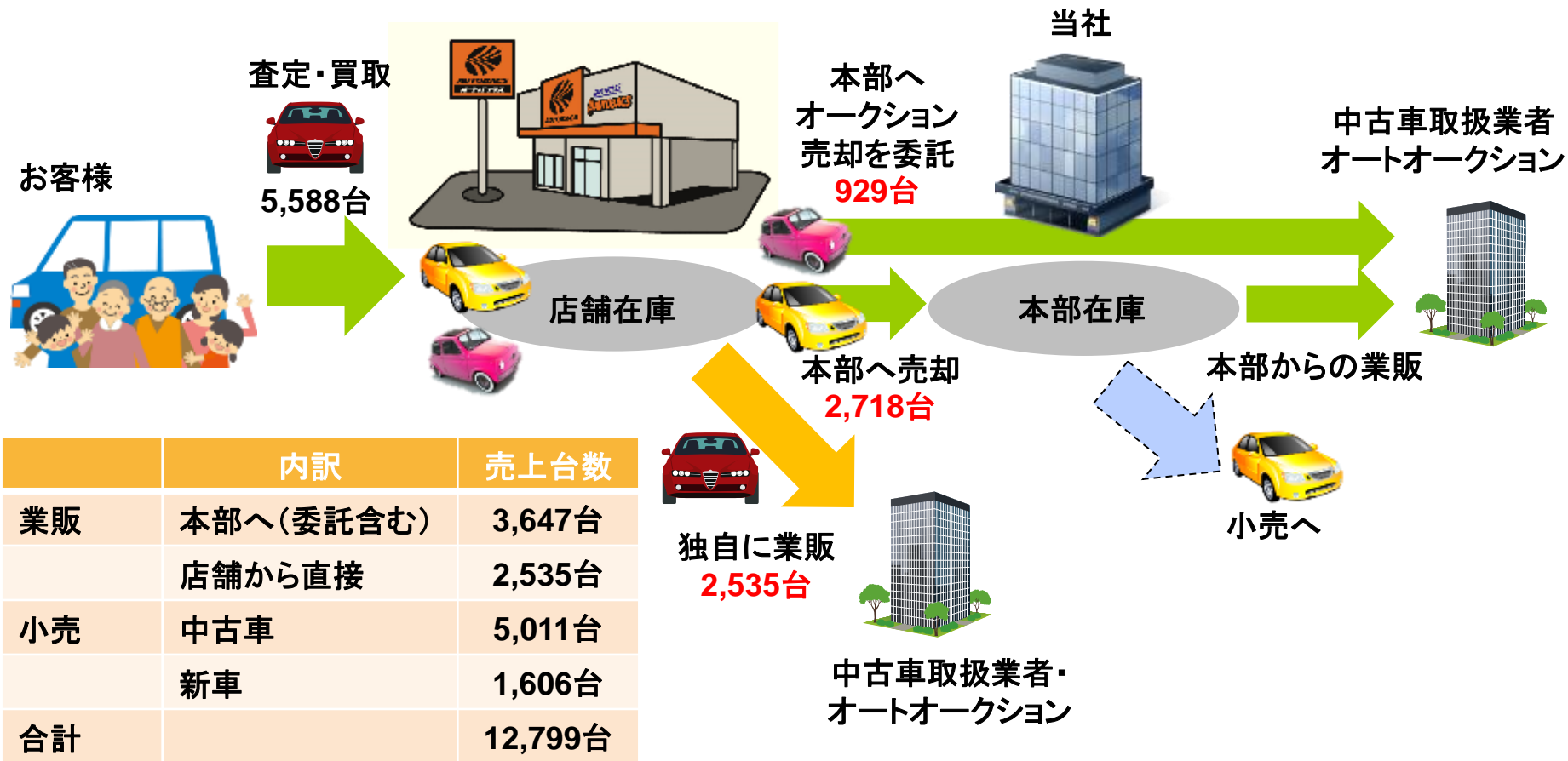


対象: 国内オートバックスチェーン全業態

車買取・販売のフロー その1

買取・業販の商流

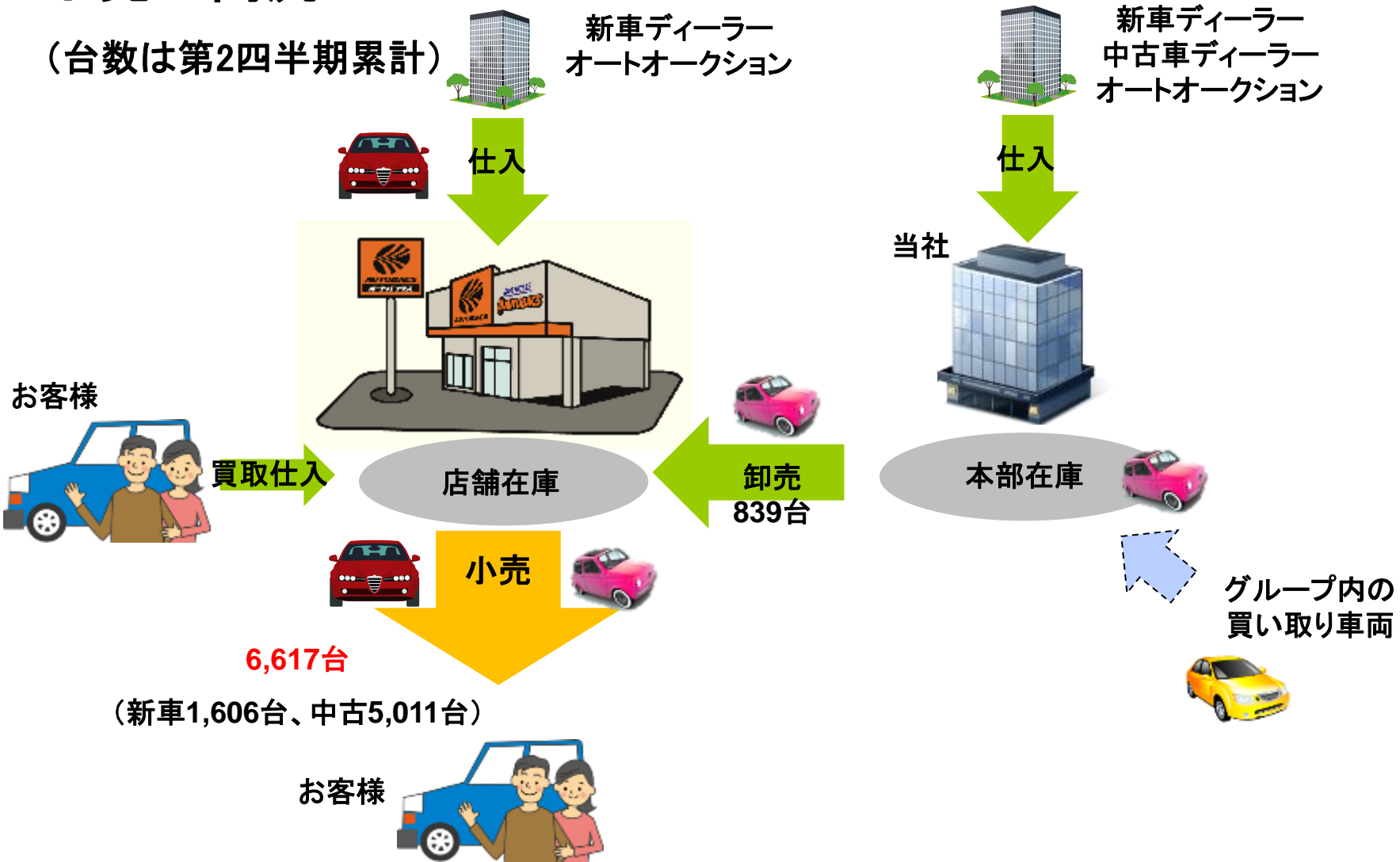
(台数は第2四半期累計)



車買取・販売のフロー その2

小売の商流

(台数は第2四半期累計)



2. 通期の業績予想および下期の考え方

下期の事業環境の想定

事業環境

- ・人気車種のニューモデルの発売
- ・ドライブレコーダー、ルーフBOXなど、レジャー関連の商品が好調
- ・スタッドレスタイヤを装着するドライバーが増加傾向

国内店舗売上高 前年比

上期実績		下期計画		通期計画(修正)	
既存店	全店	既存店	全店	既存店	全店
+1.2%	+2.0%	+4.1%	+4.5%	+2.1%	+2.6%

対象: ※国内全業態の売上高

2016年3月期 対外発表数値

通期の営業利益予想は変更せず。
 下期の売上高、売上総利益の期初予想は変更せず。
 販管費は一部、上期に未消化のものが下期に後ずれ

(億円)

	上期	下期		通期	
	実績	予想(修正)	前年比	予想(修正)	前年比
連結売上高	986	1,189	+6.7%	2,176	+3.9%
売上総利益	321	386	+6.5%	708	+5.8%
売上総利益率	32.5%	32.5%	▲0.1pt	32.5%	+0.6pt
販管費	296	311	+2.5%	608	+0.5%
営業利益	24	75	+27.3%	100	+56.2%
営業利益率	2.5%	6.3%	+1.0pt	4.6%	+1.5pt
経常利益	31	79	+15.5%	111	+34.5%
特別損益	—	—	—	—	—
親会社帰属株主純利益	16	51	23.6%	68	+47.5%

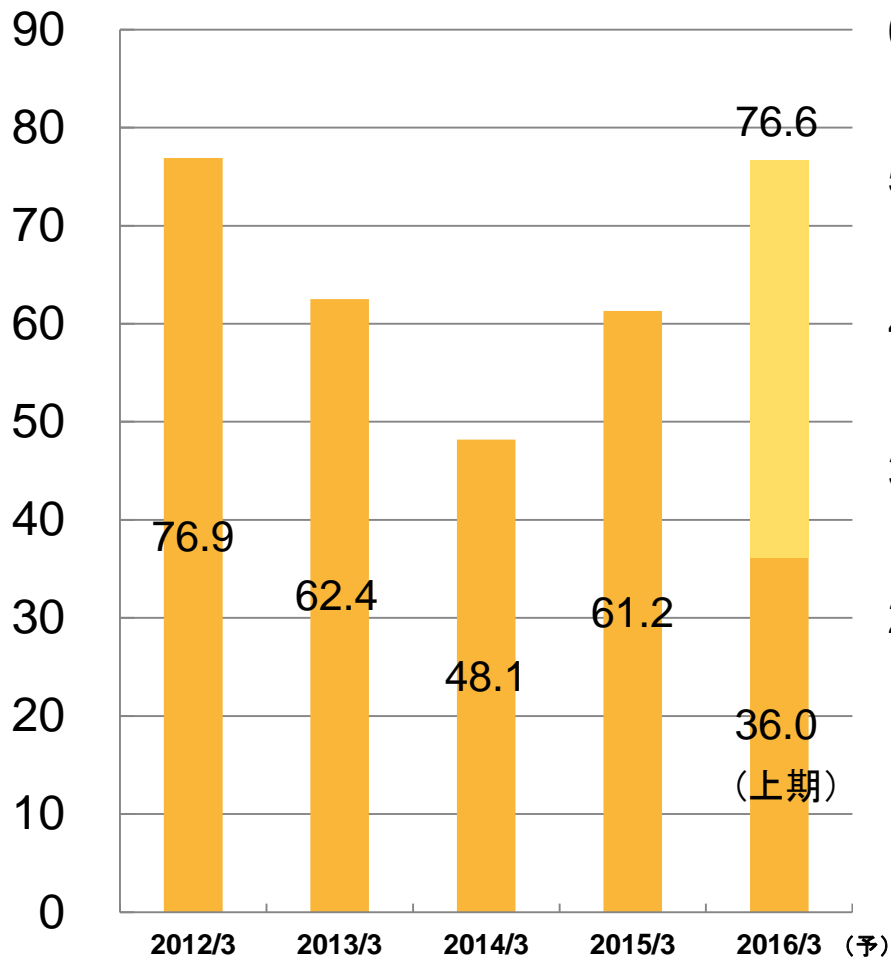
表示単位未満切り捨て
 対売上比・前年比・計画比は、円単位で計算

設備投資と減価償却費



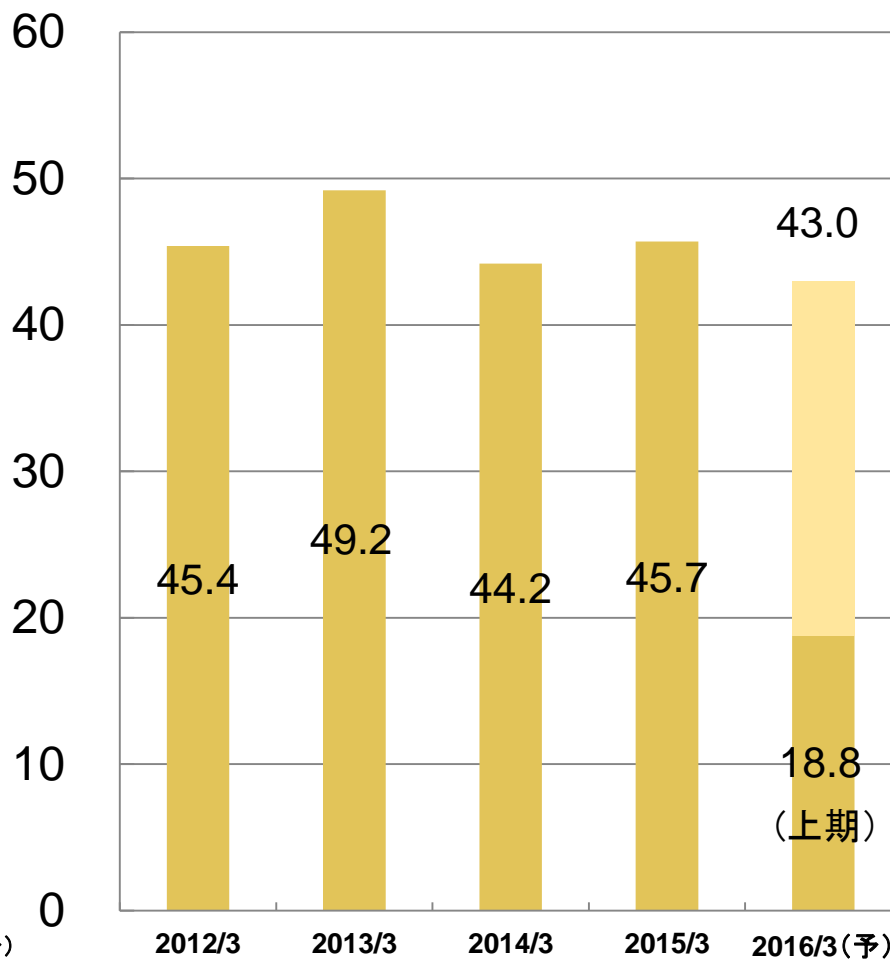
設備投資

(億円)



減価償却費

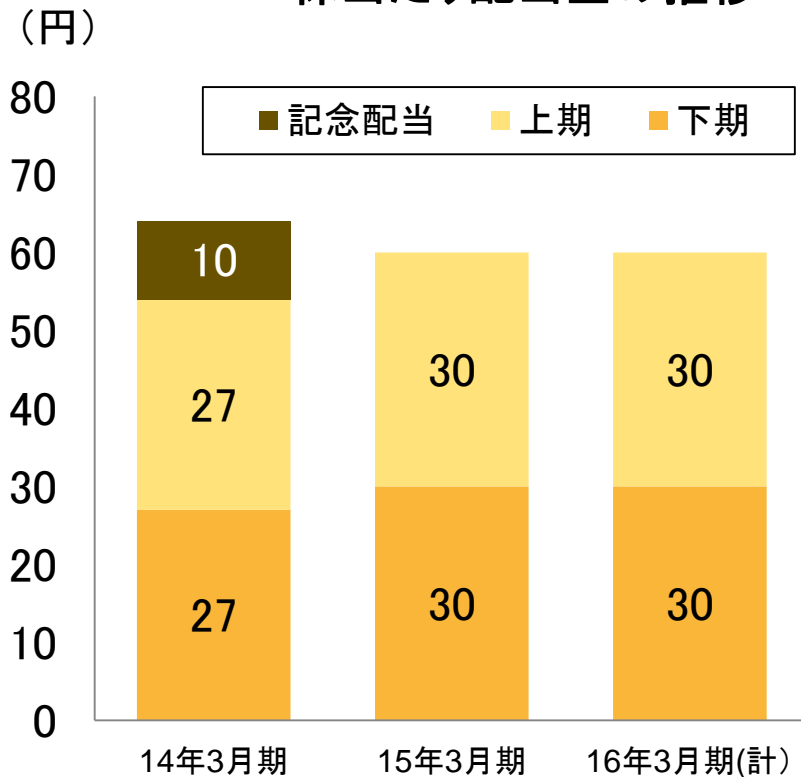
(億円)



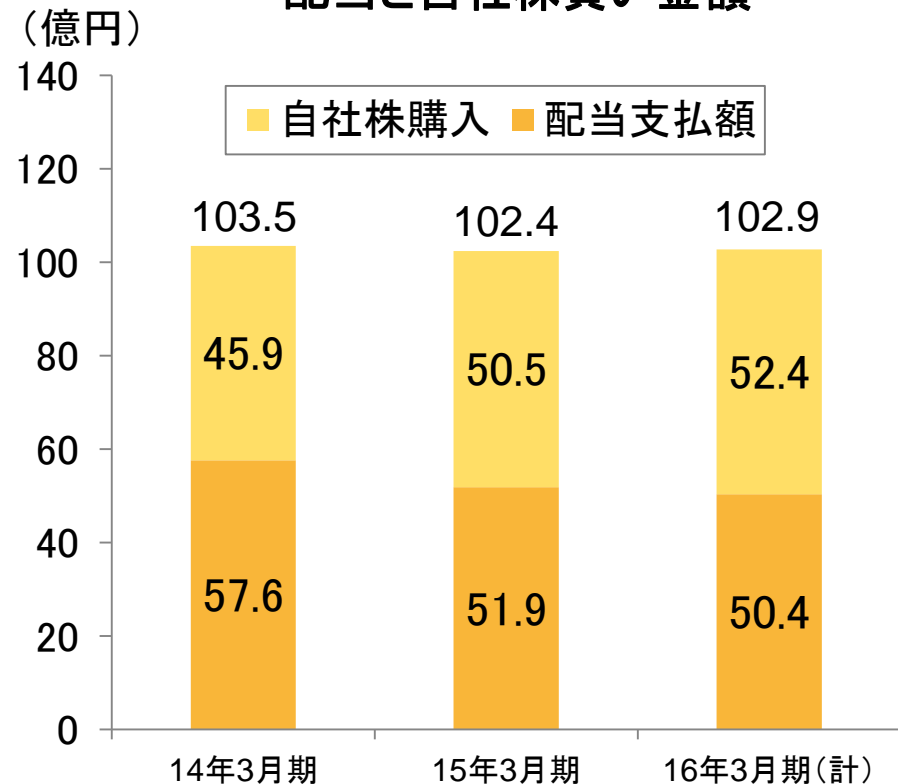
利益配当：方針(DOE3%以上)に沿って変更なし

自社株買い：5月発表したものについては実施済み

一株当たり配当金の推移



配当と自社株買い金額



表示単位未満切り捨て

Part 3 「上期に実施した施策と下期以降の取り組み」

- 1. 上期に実施した施策**
- 2. 下期以降の取り組み**

**取締役 副社長執行役員
小林 喜夫巳**

1. 上期に実施した施策

上期に実施した施策

カー用品

- ・プライベートブランド「AQ.」のラインアップを拡充
導入カテゴリー: エンジンオイル、スタッドレスタイヤ、クーラント液など
- ・オイル交換／車検 WEB・TEL予約の取組み強化を推進
- ・ドライブレコーダーの拡販
金額前年比 : + 114.0% (2016年3月期上期)
需要拡大が期待できる商品として、今後も取組み強化を継続

車検・整備

- ・レジでの声掛けによる車検見込み客作りを推進
アプローチ可能なお客様へ、後日TELコールなどのご案内を実施

車買取・販売

- ・買取・販売体制の強化に向けた本部からの店舗勤務の実施(約100名)
- ・認知度の向上に向けた全国テレビCMの実施
- ・車買取・販売専門店の展開

プライベートブランド商品の拡充



「AQ. (オートバックス クオリティ.)」



車内用品・洗車用品等
2014年7月発売



バッテリー
2014年10月発売



除菌・消臭剤
2015年3月発売



洗車用品
2015年4月発売



エンジンオイル
2015年6月発売



クーラント液
2015年8月発売



バックカメラ
2015年10月発売



ハンドルカバー
2015年4月発売



スタッドレスタイヤ
2015年9月発売

オイル交換／車検 WEB・TEL予約の取り組み

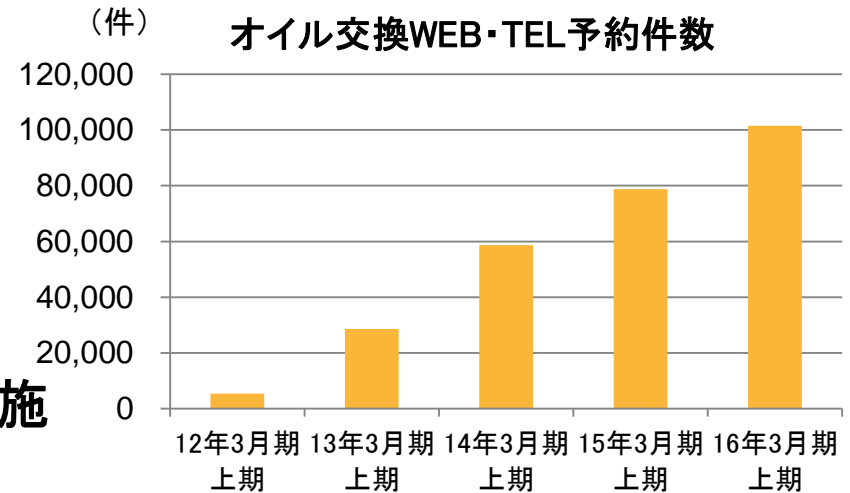
■オイル交換WEB・TEL予約実績(2016年3月期上期)

約101,000件(前年比 +29%)

※オイル販売数量における割合:4.3%

【今後の取り組み課題】

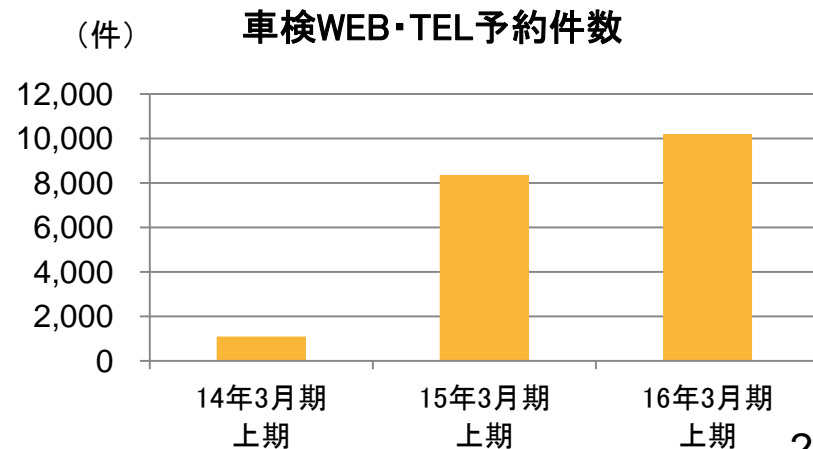
- ・当日予約の受入体制強化
- ・30分枠でのオイル交換予約の全店実施



■車検WEB・TEL予約実績(2016年3月期上期)

約10,000件(前年比 +22%)

※総車検台数における割合:3.5%



「インターネットで購入⇒店舗で受取・取付」が増加し、店舗への送客効果がより高まっている

■売上実績(2016年3月期上期)

14億円(前年比+142.4%)

【内訳】店舗受取(店舗売上として計上):8.2億円(前年比+139.2%)

宅配:5.8億円(前年比+135.8%)

・チャンネル別売上構成比
 自社サイト :約65%
 外部モール :約35%

■外部モールからの送客を強化

オートバックス楽天市場店での購入商品の店舗受取・取付(2015年10月より)



2. 下期以降の取り組み

事業方針

「顧客価値の再構築による競争優位性の確立」
～お客様とつながり続ける関係の構築と
接点強化による利便性と安心の提供～

数値目標

オートバックスチェーンにおける主な数値目標

- ・カー用品： 2,400億円
内、タイヤ 約730万本、約650億円
- ・車検・整備： 80万台、208億円
- ・車買取・販売： 5.2万台、500億円
- ・新規出店： 48店舗
(2016年3月期～2018年3月期で34店舗)

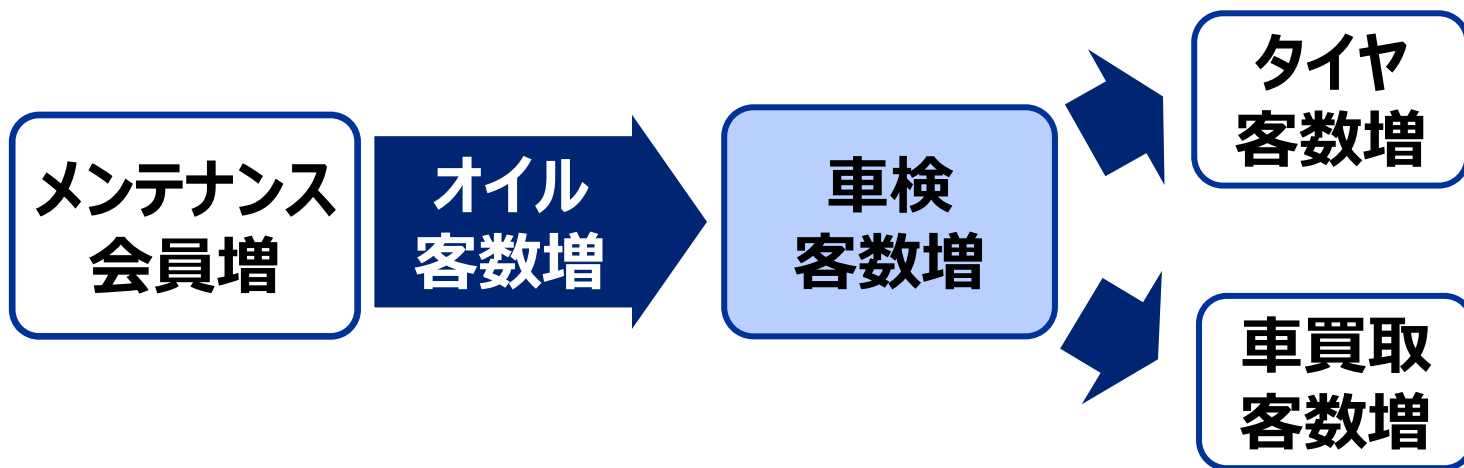
オートバックス事業の方針

オートバックスの競争優位

「お客様が快適にストレスなく利用できる」

(・分かってくれ ·何でも任せられる ·待たない ·いつでも ·代わりに)

車検・メンテナンスを軸としたお客様とつながり続ける施策連携



メンテナンス会員の情報に基づき、オムニチャネル等を利用してお客様に継続的な関係を構築し、豊富な商品・サービスをご提供
⇒ お客様から信頼いただき、快適にご利用いただける店舗に

オートバックス事業における具体策

■メンテナンス会員増



目標：メンテナンス会員 300万人

※2015年3月末時点：約200万人

下期の主な実行策

- 既存ポイント会員へのアプローチ
- DM・レシートクーポンなど販売促進による新規獲得・継続の促進
- 車・車検購入者のメンテナンス会員化を徹底
- 全店でのメンテナンスカード売場展開の実施

オートバックス事業における具体策

■オイル客数増



下期の主な実行策

- オイル交換予約の受入拡大
 - ・オイル交換当日予約の全店での取り組み
 - ・30分単位枠でのオイル交換予約の全店実施
- 交換作業と点検の時間短縮
 - ・新規オイル上抜きチェンジャーの導入
- 特価商品の導入

オートバックス事業における具体策

■車検客数増



目標：車検・整備 80万台 208億円（2018年3月期）

下期の主な実行策

- 指定店舗における後整備型車検オペレーションの導入推進
 - ※現状約75%の店舗が所要時間の長いフル整備型車検を実施
- 次回(2年後)車検予約獲得の推進
 - ①次回車検の予約特典(値引きなど)
 - ②FC法人向けインセンティブ企画の実施
- 整備人材の育成を継続

オートバックス事業における具体策

■タイヤ客数増



目標：タイヤ販売本数 約730万本（2018年3月期）

下期の主な実行策

- 新PBスタッドレスタイヤの導入（下限価格帯商品）
- タイヤ保管サービスの導入推進
 - ※現状では約6割の店舗が導入済み
- ECでのタイヤ拡販および店舗への送客強化

オートバックス事業における具体策

■車買取・販売客数増



目標：車買取・販売 5.2万台 500億円（2018年3月期）

下期の主な実行策

- > 車買取増に向けた人員スキル向上
 ⇒買取査定の資格者の増加と営業スキルの強化
- > リース商品の販売強化
- > カーズ単独店の展開
- > 広告宣伝など認知度向上施策の継続実施
- > (株)カービューとの業務提携による「持込み型査定仲介サービス」の取扱開始

オートバックス事業における下期実施項目

項目	実行施策
メンテナンス会員増	<ul style="list-style-type: none">・メンテナンス利用ポイント会員の会員化推進・販売促進による新規獲得・継続の推進・車・車検購入者のメンテナンス会員化・全店でのメンテナンスカード売場展開
オイル客数増	<ul style="list-style-type: none">・オイル交換予約の受入拡大・交換作業と点検の時間短縮・特価商品の導入
車検客数増	<ul style="list-style-type: none">・後整備型車検オペレーションの導入推進・次回車検予約の獲得推進
タイヤ客数増	<ul style="list-style-type: none">・新PBスタッドレスタイヤの導入・タイヤ保管サービス導入推進
車買取・販売	<ul style="list-style-type: none">・車買取増に向けた人員スキル向上・リース商品の販売強化・カーズ単独店の展開・広告宣伝など認知度向上施策の継続実施

国内店舗子会社：収益改善に向けた取り組み

各店舗子会社社長と具体的な数値目標や課題を共有し、営業利益改善と在庫効率向上に向けた取り組みを着実に実行

項目	実行施策
売上拡大	<ul style="list-style-type: none">・事業戦略に沿ったカー用品、車検・整備、車買取・販売の売上拡大・店舗オペレーション改革における顧客接点の強化
粗利率の向上	<ul style="list-style-type: none">・売価管理の徹底・仕入条件の詳細見直し、予実績管理の徹底・低粗利率店舗への個別改善指導
経費削減	<ul style="list-style-type: none">・労働時間の適正化・賃料、店舗システムコスト等の圧縮
在庫適正化	<ul style="list-style-type: none">・在庫鮮度管理を推進・在庫の効率化による回転率の向上

中期経営計画の項目と実行施策

海外事業：ASEANを中心とした事業拡大を推進

既存店の収益改善とメンテナンス商品中心の小型店の出店を推進

項目	実行施策
既存出店地域	<ul style="list-style-type: none"> ・不採算店舗の固定費削減およびリロケーション ・価格、仕入れ、在庫管理見直しによる粗利改善 ・タイにおける出店継続（上期：1店舗 下期：2店舗予定） ・B to B ビジネスの展開を模索
新規エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・マレーシア、インドネシアにおける出店を開始 マレーシア（上期：1店舗 下期：2店舗予定） インドネシア（上期：1店舗 下期：1店舗予定） ※現地企業と合併会社を設立
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・中国越境EC内「日本広場」に商品供給を開始 ・提携、M&Aの検討を継続

中期経営計画の項目と実行施策

新規事業：BMW／MINIのディーラーの運営を開始

運営開始以降、BMW／MINIともに販売台数が伸長（前年比150%以上）

項目	
株式を購入した企業名	・(株)アウトプラッツ、(株)アウトプラッツモータース
店舗名	・Ikebukuro BMWおよびMINI Ikebukuro（正規ディーラー）
運営開始	・2015年4月1日より
目的・狙い	<ul style="list-style-type: none"> ・新車ディーラーの事業開始 ・質を重視した車販売人材の育成 ・連結グループとしてより広い顧客層とのつながりを実現
現状の課題	<ul style="list-style-type: none"> ・スタッフの意識改革と人事制度の仕組み構築 ・会議体の整備 ・人員効率の向上

新規出店実績



	店舗名	都道府県	運営法人	オープン日	居抜き物件
1	オートバックス武雄店	佐賀県	子会社	2015年4月16日	
2	オートバックス大河原	宮城県	子会社	2015年6月11日	
3	オートバックス呉阿賀中央店	広島県	子会社	2015年6月25日	
4	オートバックス京都綾部	京都府	FC	2015年6月25日	○
5	オートバックスエクスプレス京都綾部	京都府	FC	2015年6月25日	○
6	オートバックス・大分春日浦	大分県	FC	2015年7月10日	
7	オートバックス・鳥栖店	佐賀県	FC	2015年7月17日	
8	オートバックス新栄店	鹿児島県	FC	2015年7月24日	
9	オートバックスエクスプレス・野田梅郷店	千葉県	FC	2015年9月11日	
10	オートバックス今津店	滋賀県	FC	2015年10月29日	○

上記の他に2016年3月までに4店舗の新規出店を予定

- 上期は、新車販売の低迷に伴うカー用品需要の減少が継続したが、車検と車買取・販売の取り組みが進んだこと、粗利率の改善、販管費の抑制により売上計画未達も利益は達成
- 下期は、歳末商戦・決算商戦を中心に、タイヤ、車買取、車検の強化による収益拡大を図る
- 中期経営計画の施策については、メンテナンス会員の獲得強化、車検台数の拡大と次回車検予約獲得の強化を中心に、着実に取り組みを推進

參考資料

四半期毎の連結損益計算書



(百万円)

	2016年3月期第1四半期		2016年3月期第2四半期		2016年3月期 上期	
	実績	前年比	実績	前年比	実績	前年比
売上高	49,095	+1.3%	49,599	+0.1%	98,695	+0.7%
売上総利益	15,703	+5.9%	16,404	+4.2%	32,107	+5.0%
売上比	32.0%	—	33.1%	—	32.5%	—
販管費	14,735	▲1.8%	14,875	▲1.2%	29,611	▲1.5%
営業利益	968	—	1,528	+120.4%	2,496	+391.5%
売上比	2.0%	—	3.1%	—	2.5%	—
経常利益	1,323	+229.1%	1,805	+90.3%	3,128	+131.6%
売上比	2.7%	—	3.6%	—	3.2%	—
親会社株主帰属利益	582	+272.1%	1,041	+292.7%	1,623	+285.0%
売上比	1.2%	—	2.1%	—	1.6%	—
既存店前年比	—	+5.0%	—	▲2.3%	—	+1.2%

表示単位未満切り捨て
対売上比・前年比・計画比は、円単位で計算

連結調整の内容について

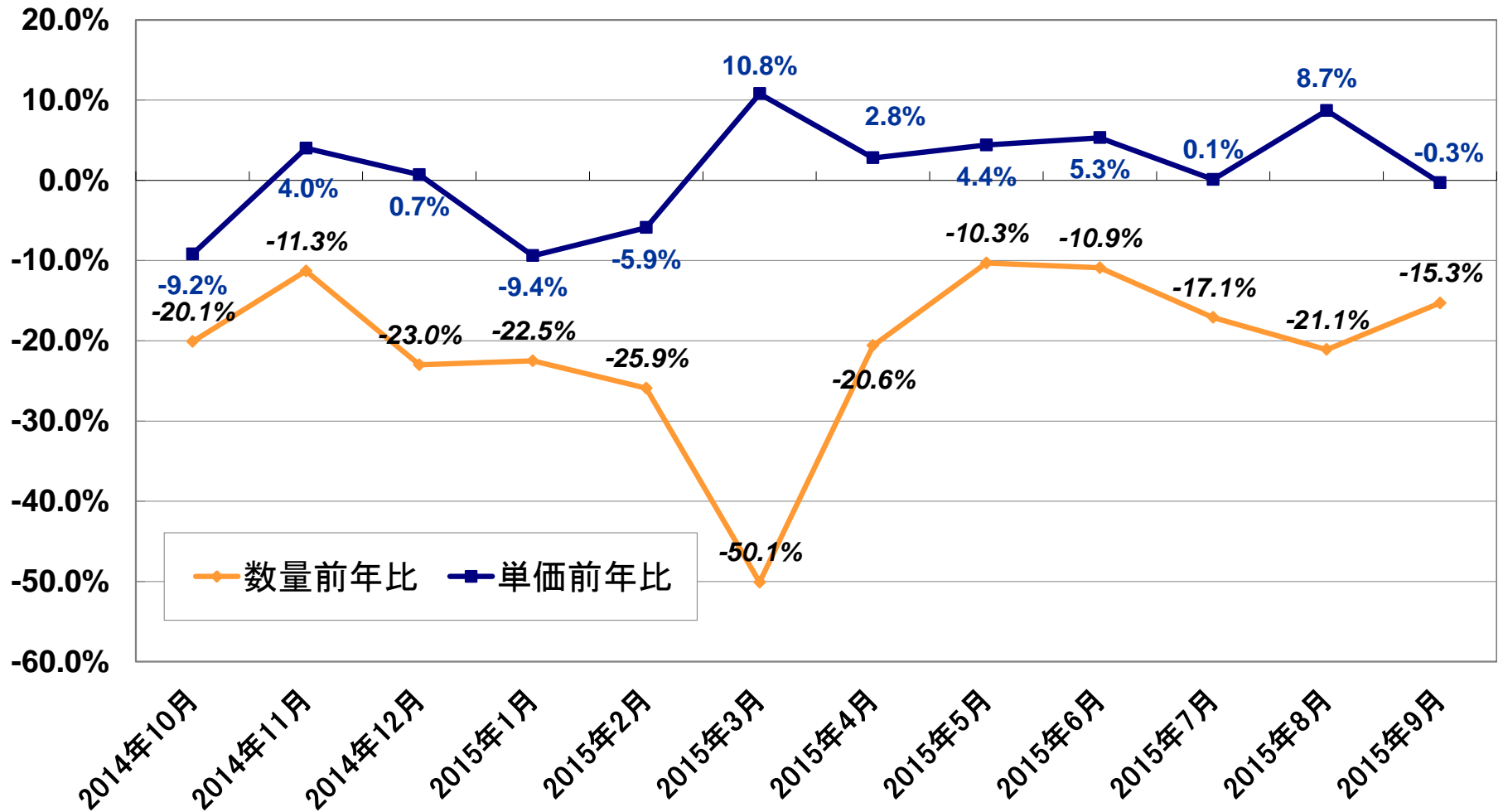
連結調整の状況

	(百万円)	
	2016年3月期 上期	2015年3月期 上期
セグメント単純合算 営業利益	2,596	800
セグメント間取引消去 (機能子会社の利益など)	▲355	▲215
棚卸資産の調整額 (子会社在庫の未実現利益など)	13	▲247
のれんの償却額	▲51	▲107
固定資産の調整額	254	205
ポイント引当金洗替額	▲0	60
その他	39	12
連結調整(消去)計	▲99	▲292
連結営業利益	2,496	507

表示単位未満は切り捨て表示

ナビゲーションの単価と売上数量

ナビゲーションの単価と売上数量の前年比



対象: ※FC店舗を含む 国内全業態
(オートバックス、スーパーオートバックス、カーズ、セコハン市場、エクスプレス)

単体・国内店舗子会社 上期業績のポイント

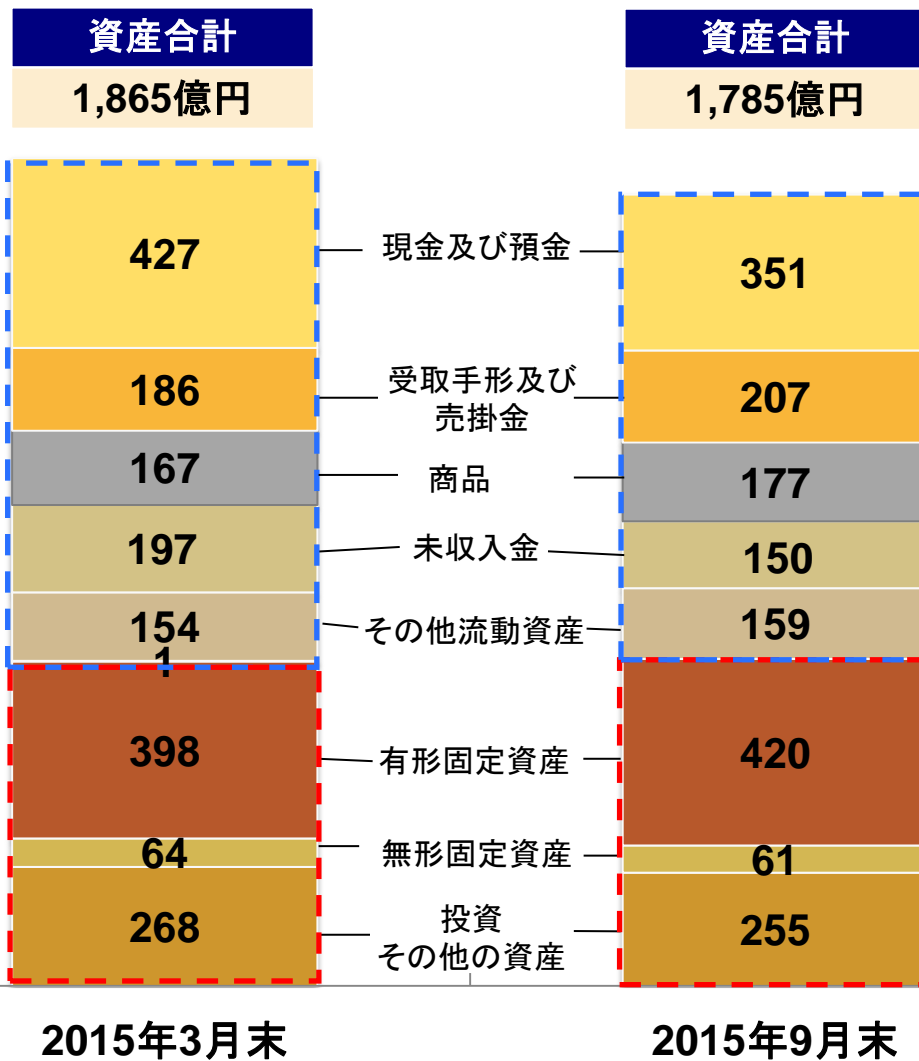
単体

売上高 751億円 (対前年:▲35.1億)	卸売部門 ▲38.3億円(▲5.2%)	増:サービス 減:カーエレクトロニクス、車内用品、タイヤ・ホイールなど
	小売部門 +4.5億円(+19.1%)	増:車販売、サービス、ネット販売、カーエレクトロニクスなど 減:車内用品、燃料など
売上総利益 157億円 (対前年:▲2.2億)	卸売部門 ▲2.6億円 (▲1.7%)	増:タイヤ・ホイール、サービス、車販売など 減:車内用品、オイル・バッテリー、カーエレクトロニクスなど
	小売部門 +0.6億円 (+9.7%)	増:カースポーツ、カーエレクトロニクスなど 減:特に大きな変動はなし
販管費 122億円 (対前年:▲7.4億)	人件費: 前会計年度業績に対する業績連動報酬などの費用が減少	
	販売費: テレビCMや新聞広告などの広告宣伝費や販売促進費用が減少	
	設備費: 新店舗システムの減価償却費の増加など	
	その他: 特に大きな変動はなし	

国内店舗子会社

売上高 323億円 (対前年:+18.1億円)	FC加盟法人への店舗譲渡や消費税増税後の売上減の反動により売上高が増加。売価の管理や在庫の削減などにより、粗利率が改善。販管費は販売促進の方法の効率化や人件費の効率化などにより、前年同期並み。
営業利益 ▲11.8億円 (対前年:+12.1億円)	

連結貸借対照表 資産の部



主な変動項目

- 自社株買い、配当支払いなど
- 新店取得による建物及び構築物の増加
- 投資有価証券の評価額減少

表示単位未満は切り捨て表示

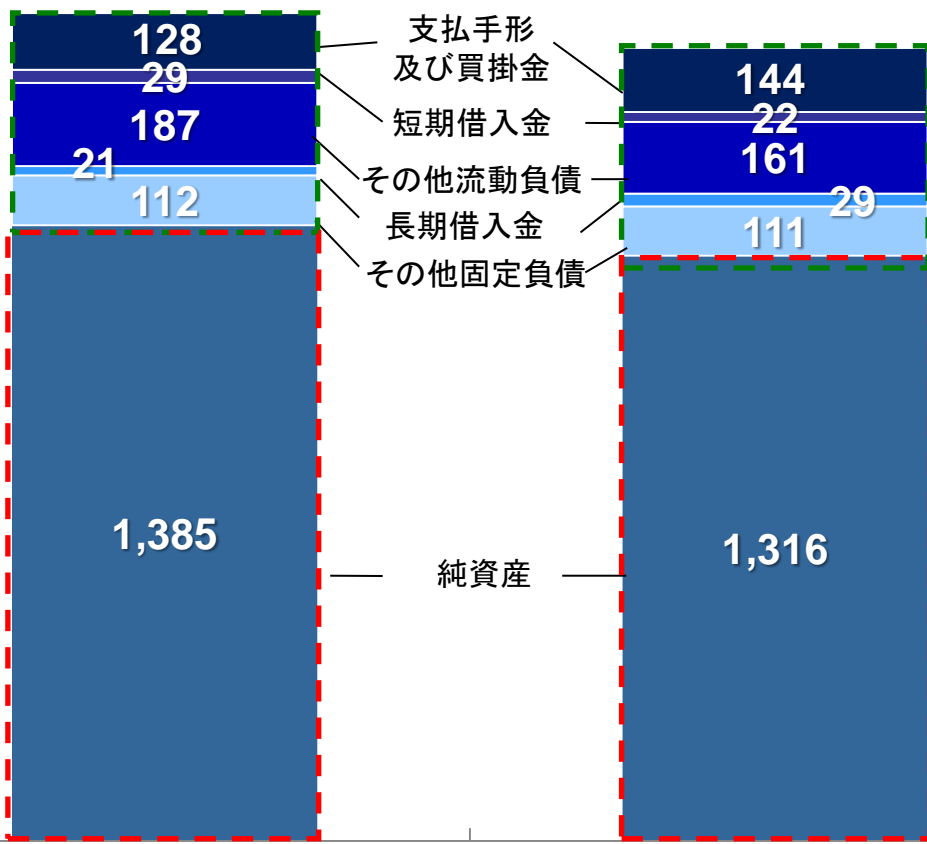
連結貸借対照表 負債・純資産の部

負債・純資産合計

1,865億円

負債・純資産合計

1,785億円



主な変動項目

利益剰余金: ▲59億円
 自己株式: ▲2億円
 (自己株式取得 ▲52億円、
 自己株式消却 +49億円)

2015年3月末

2015年9月末

表示単位未満は切り捨て表示

<ご参考>メンテナンス会員制度について



年会費:1,080円(税込) 継続料:540円(税込)

ポイント付与:お買い物100円につき1ポイント

特典:下記8つのメンテナンスメニューの作業工賃が無料となる

	特典内容	基本工賃 (税込)の例
1	エンジンオイル交換工賃無料	540円～
2	オイルエレメント交換工賃無料	540円～
3	エアフィルター交換工賃無料	540円～
4	バッテリー交換工賃無料	540円～
5	タイヤパンク修理無料	1,620円～
6	タイヤローテーション無料 ※1	2,160円～
7	ワイパー交換工賃無料	270円～
8	ワンコインメニュー無料 ※2	500円

※各基本工賃は一例であり、店舗により異なる

※タイヤローテーション、ワンコインメニューの特典は年1回の使用に限る

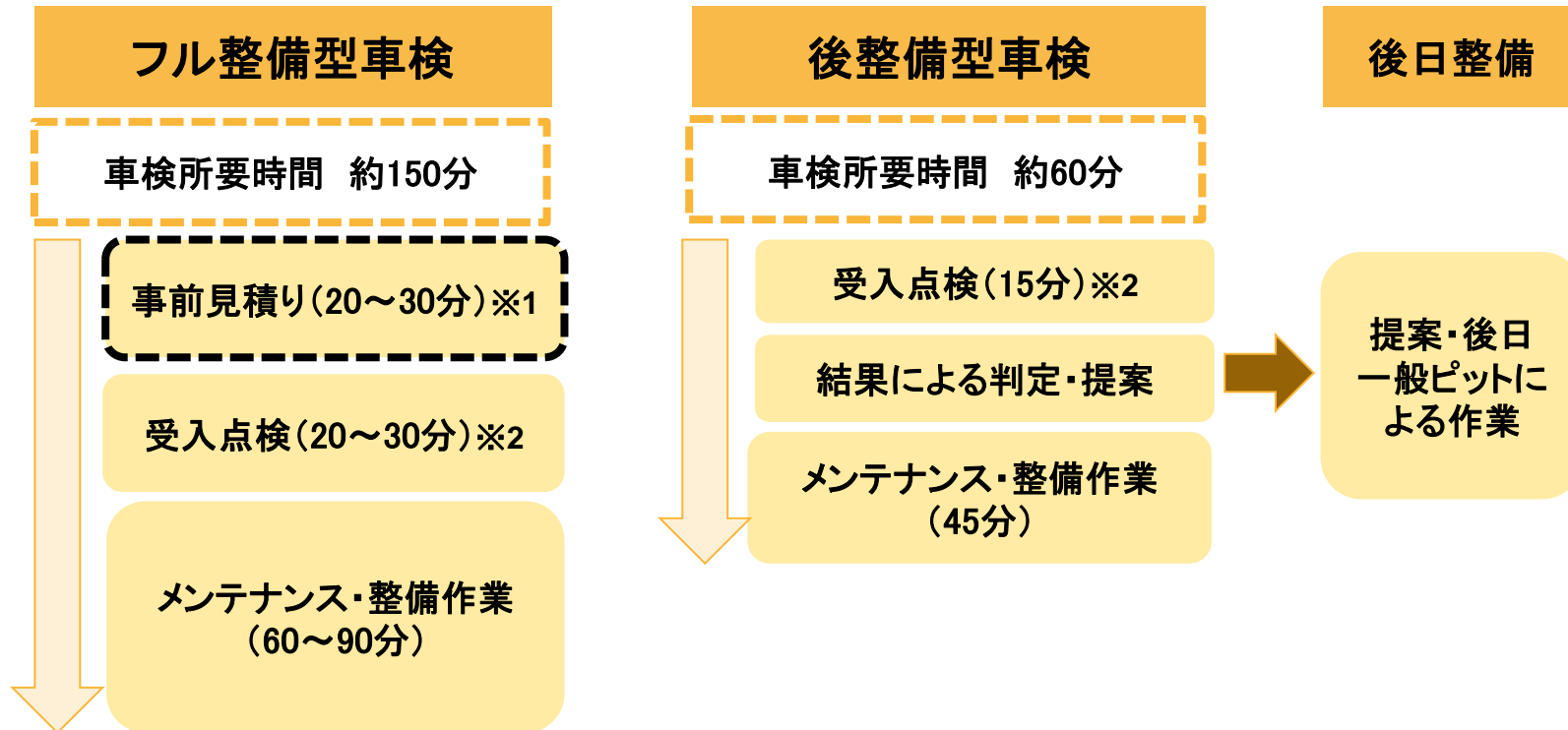
※1 夏・冬タイヤ付け替え、バランス工賃を除く

※2 スピードガラス撥水、車内除菌消臭、エンジンルーム艶出し、サイドガラス撥水のいずれか

すべてのメンテナンスメニュー無料特典を利用した場合、年間6,000円以上のユーザーメリットが発生

<ご参考> 後整備型車検について

■従来のフル整備型車検と後整備型車検の違い



※1: 事前見積りは車検実施日と別の日に行う場合が多い

※2: 受入点検とは法令で定められた56項目を点検すること

現状では約75%の店舗がフル整備型車検を実施。台数向上には後整備型車検オペレーション導入による生産性の向上が不可欠

<ご参考>タイヤ保管サービスの取り組み

■お客様のタイヤ保管場所の不安を解消し、固定客化とタイヤ販売につなげる



【目的・狙い】

- ①お客様のタイヤを保管することで、履き替えのための
再来店促進と固定客化、次回のタイヤ販売に結び付ける
- ②お客様のタイヤ保管場所確保と盗難などの不安を解消

【実施状況】

344店舗が実施(約6割) ※2015年9月末現在

早期の全店舗での展開により、さらに顧客の利便性向上を図る

海外における新規出店



タイ ナワミン店
(4月9日オープン)



マレーシア パリン店
(5月19日オープン)



インドネシア A.R.ハキム店
(7月8日オープン)



マレーシア セリオキッド店
(10月2日オープン)



タイ パラマサーム店
(10月5日リロケーションオープン)

国内出退店 実績と計画

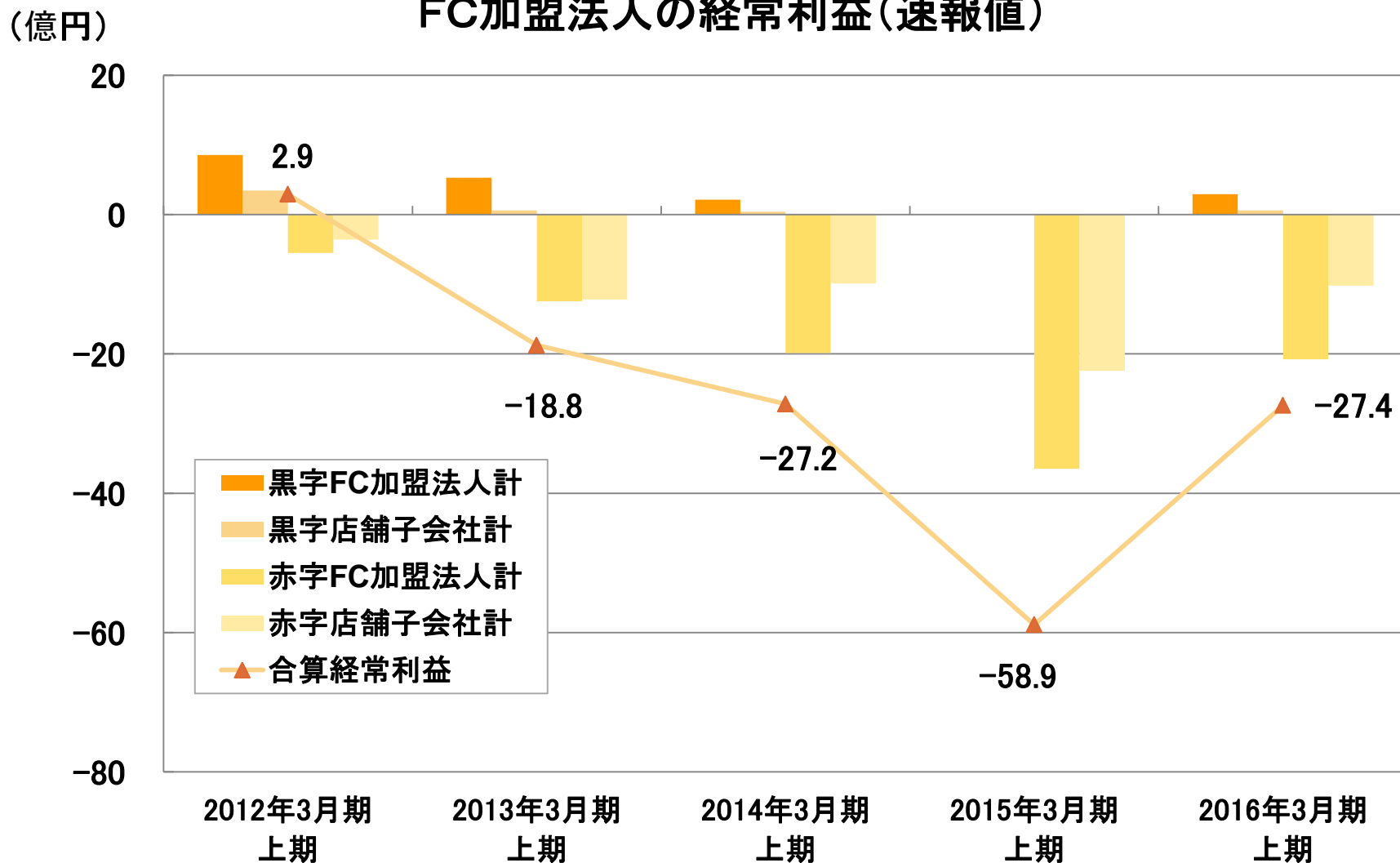
	15/3 末	2016年3月期							16/3 末
		上期(実績)			15/9 末	下期(計画)			
		新店	S/B R/L	退店		新店	S/B R/L	退店	
オートバックス	491	+7	+4/▲4	▲1	497	+4	+3/▲3	▲2	499
スーパーオートバックス	75				75				75
セコハン市場	10			▲1	9				9
オートバックス・エクスプレス	8	+2			10	+1			11
国内計	584	+9	+4/▲4	▲2	591	+5	+3/▲3	▲2	594

S/B=スクラップ&ビルド、R/L=リロケーション

海外出退店 実績と計画

	2015/3末	2016年3月期			2016/3末
		上期	15/9末	下期(計画)	
フランス	11		11		11
中国	0		0		0
タイ	5	+1	6	+2	8
シンガポール	3		3		3
台湾	6		6		6
マレーシア	2	+1	3	+2	5
インドネシア	-	+1	1	+1	2
海外計	27	+3	30	+5	35

FC加盟法人の経常利益(速報値)



注) 上場FC加盟法人3社除く
一部決算未確定法人は予測値



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。