

2022年3月期 決算説明資料



株式会社オートバックスセブン

2022年5月11日

目次

2022年3月期 連結業績結果 および 2023年3月期 連結業績計画 P. 2

- 1. 全体概況 P. 3
- 2. 国内オートバックス事業 P. 8
- 3. 海外事業 P. 10
- 4. デイラー・BtoB・オンラインアライアンス事業 P. 12
- 5. 2023年3月期 連結業績計画 P. 14

2022年3月期 通期の取り組み P. 20

- 1. 2022年3月期の取り組み P. 23

2023年3月期および今後の取り組み P. 27

- 1. 今後の方向性 P. 28
- 2. 今後の取り組み P. 29
- 3. ESG・SDGsに関する取り組み P. 31
- 4. 2023年3月期の目標 P. 33

TOPICS P. 34

その他資料 P. 44

2022年3月期 連結業績結果 および 2023年3月期 連結業績計画

執行役員 経理・財務・広報・IR 担当

池田 知明

2022年3月期 連結損益計算書

感染急拡大の影響を受けるも、 戦略的な冬季需要の獲得などにより増収・営業増益

国内オートバックス事業は、上期は新型コロナウイルス感染急拡大による影響を受けるも、下期は販売促進の強化に加え、冬タイヤをはじめとした冬季用品などの需要を戦略的に獲得。販管費は、前期コロナ禍で抑制していた販売費や、連結グループ会社化した2社により増加したものの、連結営業利益は115億円（計画差+20億円）。

(単位：億円)	2022年3月期				2021年3月期 実績
	計画	実績	計画比	前期比	
連結売上高	2,265	2,285 (2,337)	+0.9%	+3.7% (+6.0%)	2,204
売上総利益	759	771 (775)	+1.6%	+5.3% (+5.9%)	732
売上総利益率	33.5%	33.8%	+0.3pt	+0.6pt	33.2%
販管費	664	655 (661)	▲ 1.2%	+4.6% (+5.4%)	627
営業利益	95	115 (114)	+21.6%	+9.2% (+8.3%)	105
営業利益率	4.2%	5.1%	+0.9pt	+0.3pt	4.8%
経常利益	100	112 (111)	+12.5%	+0.2% (▲0.6%)	112
親会社株主帰属利益	67	70	+4.6%	▲0.6%	70

※表示単位未満は切り捨て
※対売上比・前期比は円単位で計算

※上段は当期の実績値と前期の実績値を単純比較した場合の数値を記載
※下段（ ）は「収益認識に関する会計基準」等適用しなかった場合の数値を記載

2022年3月期 連結決算のポイント

【国内】

- ✓ 上期は感染急拡大による外出自粛などの影響を受け客数減少も、下期は感染者の減少にともない売上・客数ともに回復傾向
- ✓ 寒波や降雪による冬季用品（スタッドレスタイヤ、タイヤチェーンなど）の需要を戦略的に獲得
- ✓ 半導体不足の長期化による影響として、カーエレクトロニクスや新車販売が不調となった一方で、中古車は単価上昇や買取台数が増加

【海外】

- ✓ アジア地域は感染拡大の影響を受けるも、フランスは回復傾向、オーストラリアは新たな卸売先の開拓などが好調で増収増益

【総括】

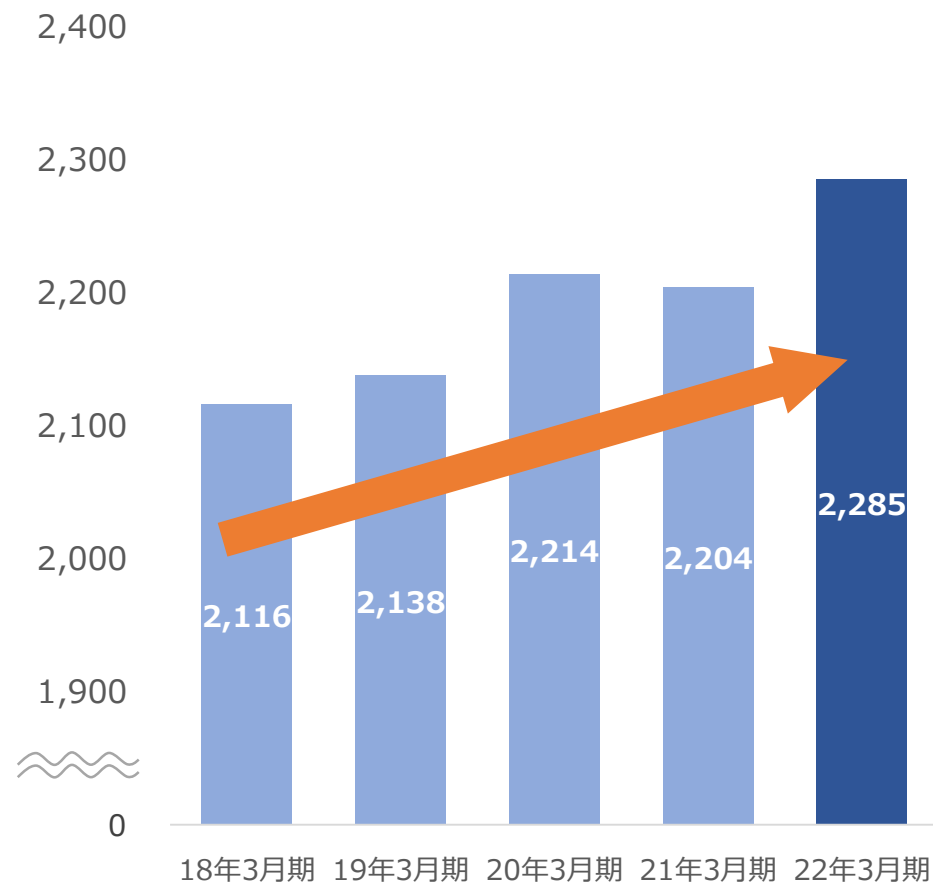
- ✓ 感染急拡大の影響を受けるも、戦略的な冬季需要の獲得が奏功したことに加え、コスト削減などにより増収・営業増益

2022年3月期 連結売上・営業利益 5カ年推移

2018年3月期より5期連続で増益

(単位：億円)

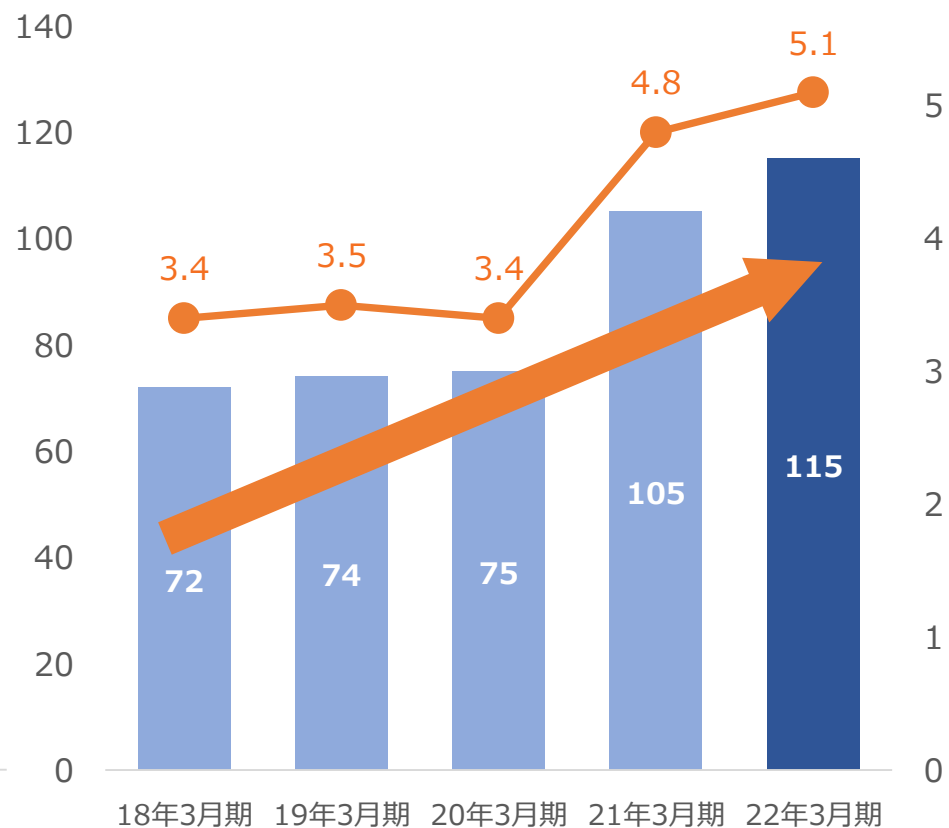
売上高の推移



(単位：億円)

営業利益・営業利益率の推移

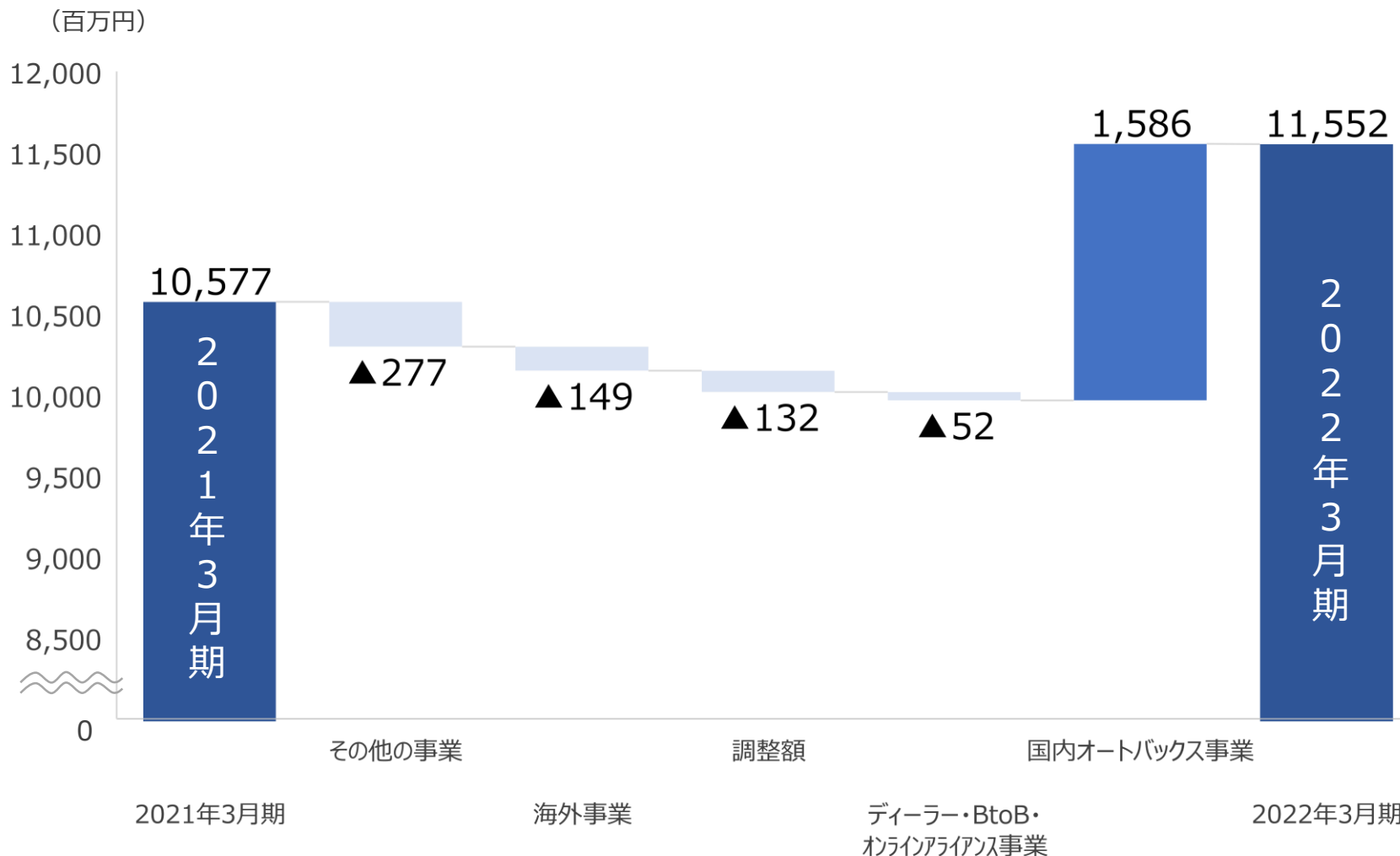
(単位：%)



※表示単位未満は切り捨て ※18年3月期の実績は、19年3月期に行った連結財務諸表の組替え前の実績です。

2022年3月期 連結営業利益（前年差異）

国内オートバックス事業が寄与し増益



※表示単位未満は切り捨て

2022年3月期 報告セグメント情報

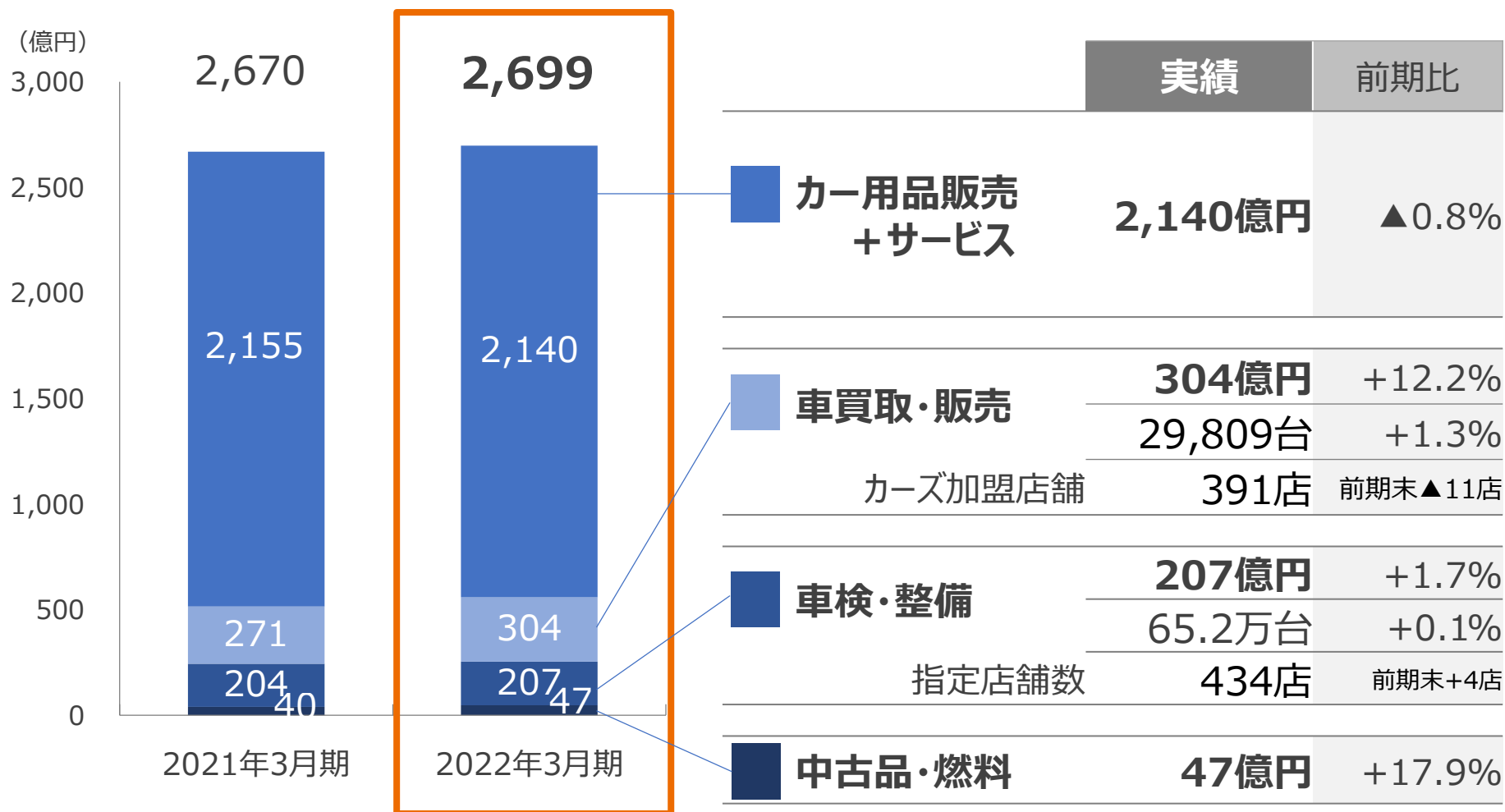
(単位：百万円)		2022年3月期	2021年3月期	参考前期比	総括
国内 オートバックス 事業	総売上高	178,274	177,937	+0.2%	上期は感染急拡大で客数減少も、下期は寒波・降雪による冬季用品などの需要を戦略的に獲得し、増収増益。カーエレは半導体不足の影響あり。
	売上総利益	60,343	58,891	+2.5%	
	販管費	40,000	40,134	▲0.3%	
	営業利益	20,343	18,756	+8.5%	
海外事業	総売上高	11,084	10,077	+10.0%	アジア地域は感染拡大の影響を受けるも、フランスの売上回復とオーストラリアの卸売好調により増収。販管費は、前期の反動で人件費・設備費が増加。
	売上総利益	4,815	4,592	+4.9%	
	販管費	5,137	4,764	+7.8%	
	営業利益	▲321	▲172	—	
ディーラー・ BtoB・ オンライン アライアンス事業	総売上高	48,527	41,408	+17.2%	ディーラー・BtoBは、既存事業が堅調に推移。4月にグループ会社化した2社も売上・粗利に寄与。事業拡大に向けた先行費用により販管費増加。
	売上総利益	10,263	8,551	+20.0%	
	販管費	10,603	8,838	+20.0%	
	営業利益	▲339	▲287	—	
その他の事業	総売上高	5,003	3,471	+44.1%	ライフスタイル事業の拡大などにともない、売上および販管費が増加。
	売上総利益	1,727	1,253	+37.9%	
	販管費	2,523	1,771	+42.4%	
	営業利益	▲795	▲518	—	
調整額	営業利益	▲7,333	▲7,201	—	

※表示単位未満は切り捨て
※前期比は円単位で計算

※前連結会計年度については、新たな表示方法（収益認識に関する会計基準）による組替えを行っておりません。
参考前期比は、当期の実績値と前期の実績値を単純比較した場合の数値を記載しています。

2022年3月期 国内店舗売上高

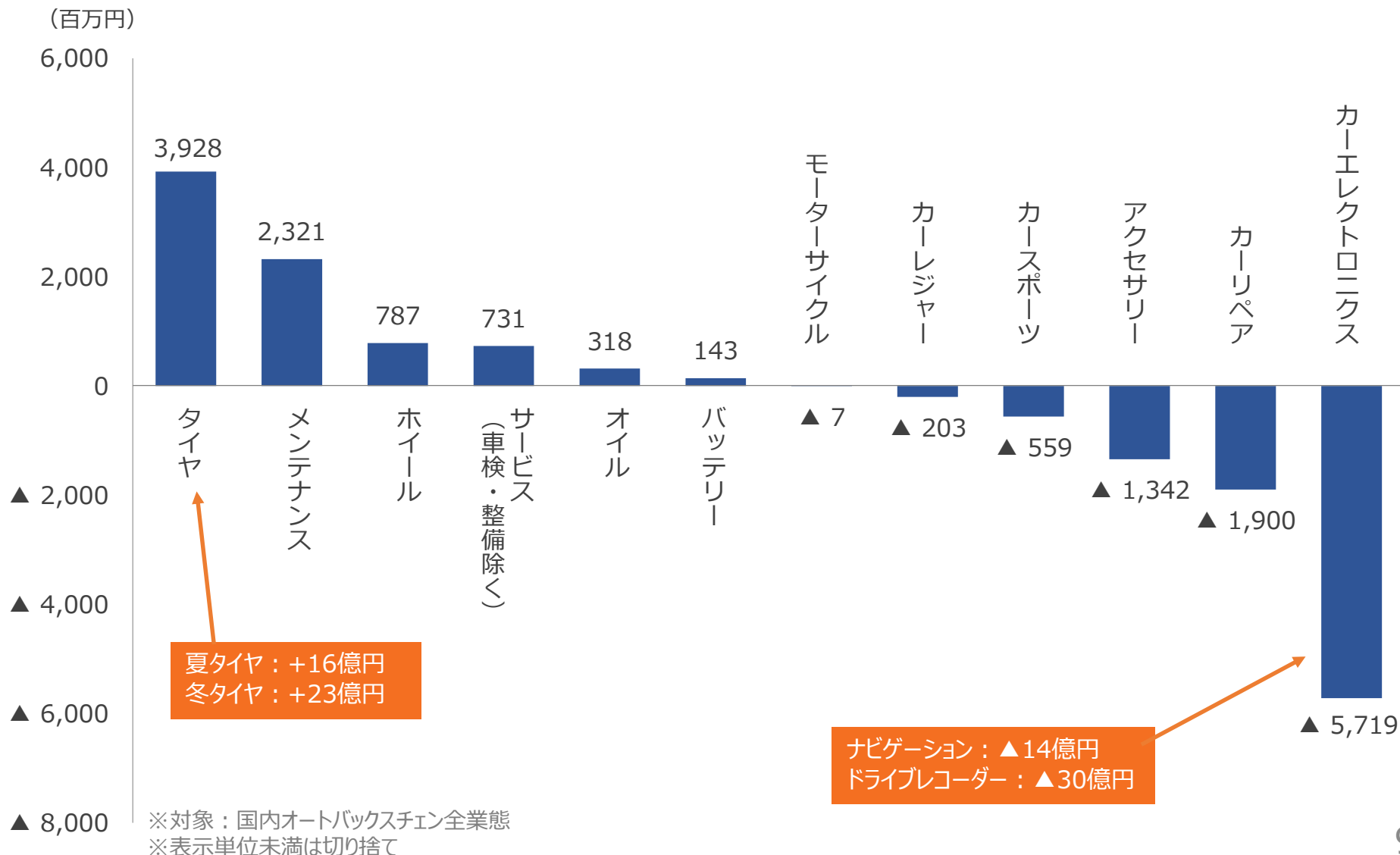
国内店舗売上高 2,699億円 前期比 +1.0%



※対象：国内オートバックスチェーン全業態、※表示単位未満切り捨て
 ※前期比は円単位で計算

2022年3月期 商品別 カー用品売上高増減額

商品別 カー用品小売上高増減額（前期差 全店ベース）



2022年3月期 海外事業 売上高・営業利益推移

フランスの売上回復と、オーストラリアの卸売強化により売上増
前期の反動により販管費増

売上高(億円)

150

100

50

0

■ 小売 ■ 卸売 ● 営業利益

2019年3月期

2020年3月期

2021年3月期

2022年3月期

主な営業損失の要因

前期のコロナによる販管費減少の反動により、今期の販管費が増加

営業利益(百万円)

0

▲ 500

▲ 1,000

▲ 783

▲ 360

▲ 172

▲ 321

2022年3月期 海外連結子会社の状況

(単位：
百万円)

	フランス		オーストラリア		シンガポール		中国		マレーシア		タイ	
店舗数	10		0		2		0		4		33	
累計期間	22/3 通期	21/3 通期	22/3 通期	21/3 通期	22/3 通期	21/3 通期	22/3 通期	21/3 通期	22/3 通期	21/3 通期	22/3 通期	21/3 通期
売上高	6,395	5,784	2,478	1,689	1,282	1,503	1,021	778	52	40	0	329
販管費	3,354	3,209	567	440	542	488	229	184	35	34	0	137
営業利益	▲30	▲183	130	74	▲31	189	▲49	5	▲14	▲17	0	▲33
状況	<p>コロナによる外出規制と解除を繰り返したものの、売上は徐々に回復。前期に家賃等の一部減額があり、その反動により販管費は増加も、営業損失は縮小。</p>		<p>一部地域ではロックダウンによる影響を受けるも、カーエレクトロニクス商品や無線機が堅調に推移したことに加え、新規取引先などへの営業活動により卸売が増加。2022年2月完全子会社化。</p>		<p>9月以降の感染拡大が著しく、ロックダウンの影響で売上が減少。板金整備中心の子会社SK AUTOMOBILE PTE. LTD.においても、外出自粛の影響で交通量が減少し、修理件数も減少。</p>		<p>新規卸売先の獲得に苦戦したものの、中国国外への卸売が増加。販管費は前期コロナ禍での活動抑制による反動で増加。</p>		<p>政府による断続的な活動制限令により一部業務停止指示があり厳しい営業状況が続く中、オーソライズドディーラーとしての認定店を増加させたことなどにより売上増加。</p>		<p>2020年10月にSAB社の一部株式の譲渡と取得を行い、連結子会社から持分法適用関連会社に異動、現地主導のオペレーションへ移行。</p>	

※表示単位未満切り捨て

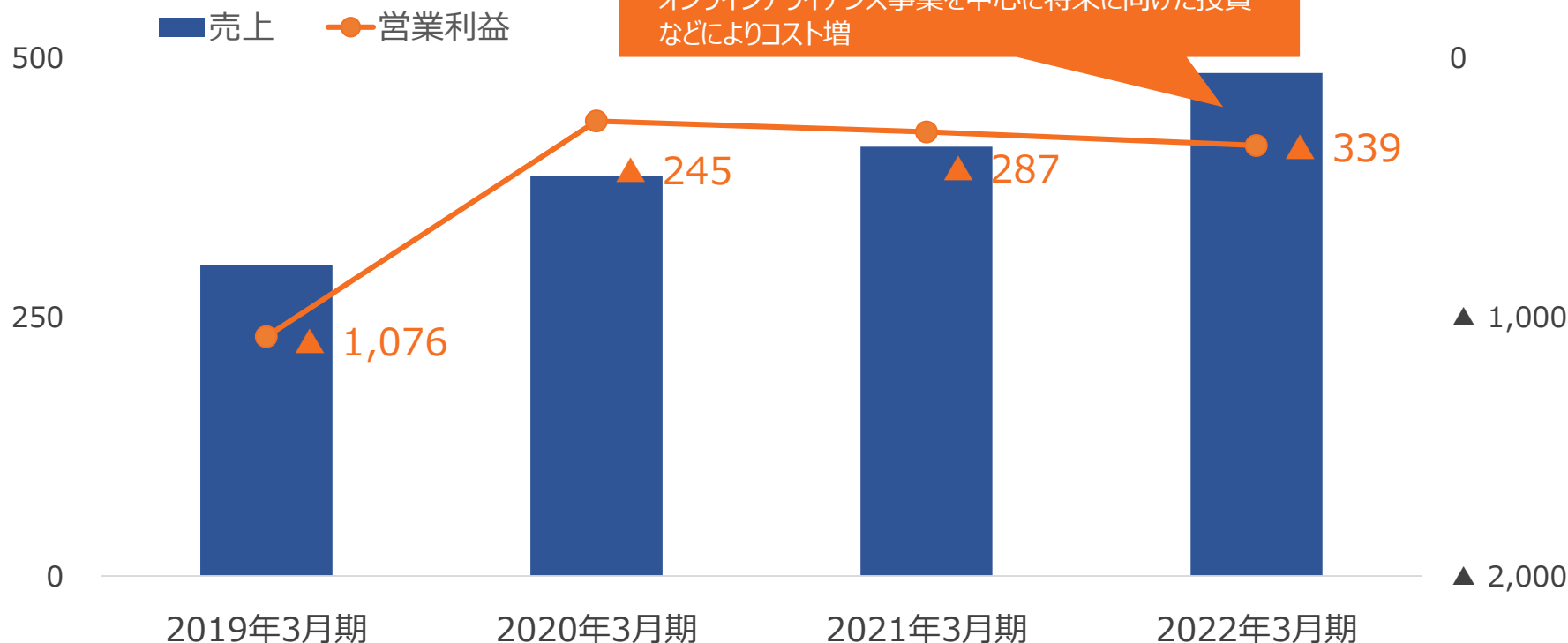
2022年3月期

ディーラー・BtoB・オンラインアライアンス事業 売上高・営業利益推移

ディーラー・BtoBは堅調に推移も、先行投資などのコスト増あり

総売上高(億円)

営業利益(百万円)



※ 2021年3月期より、「国内オートバックス事業」に所属していたICTプラットフォームを推進・管理する部門を「ディーラー・BtoB・オンラインアライアンス事業」に、ライフスタイル事業等を推進・管理する部門および一部の連結子会社を「その他の事業」に、それぞれ移管しています。2020年3月期は、組換え済の数字です。

※ 表示単位未満切り捨て

ディーラー・BtoB・オンラインアライアンス事業概況

ディーラー事業

- ✓ 2021年4月、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、(株)ボックス・アドバンスとして運営開始 (BMW、MINIに続く、3つ目のブランドの展開)
- ✓ 半導体不足による新車減産の影響を受けるも、営業活動の最適化などにより、収益は前年を上回る



BtoB事業

- ✓ 2021年4月、(株)ジョイフル車検・タイヤセンターの全株式を取得し、社名を(株)BACS Boots、屋号をAUTO IN車検・タイヤセンターとして運営開始
- ✓ 2021年4月、日産自動車(株)と業務提携
新車カタログにカー用品掲載、「キックス コロンビアエディション」のインテリアアイテムを企画・開発
- ✓ オートボックス法人会員制度を2021年11月より本格稼働



オンラインアライアンス事業

- ✓ 2021年10月、クラウド型の酒気帯びアルコールチェッカー「ALCクラウド」の法人向けサービス開始



2023年3月期 連結業績計画

2023年3月期 事業環境の想定

プラス要因

- ✓ 回復が見込まれる社会経済活動（新型コロナウイルス感染症）
- ✓ 車齢高齢化にともなう既存保有車両のメンテナンス需要拡大

マイナス要因

- ✓ 原油、原材料価格の高騰およびウクライナ情勢などに起因する経済状況の悪化
- ✓ 世界的な半導体不足によるカーエレクトロニクス商品販売への影響継続

国内店舗売上高 前期比

	上期計画	下期計画	通期計画
既存店	+0.6%	▲1.2%	▲0.4%
全店	+0.6%	▲1.2%	▲0.4%

2023年3月期 連結業績計画

(単位：億円)	2022年 3月期実績	2023年3月期（計画）						
		上期	前期比	下期	前期比	通期	前期増減	前期比
連結売上高	2,285	1,050	+1.4%	1,250	▲ 0.0%	2,300	+14	+0.6%
売上総利益	771	359	+3.0%	423	+0.1%	782	+11	+1.4%
売上総利益率	33.8%	34.2%		33.8%		34.0%	+0.2pt	—
販管費	655	334	+4.6%	348	+3.4%	682	+26	+4.0%
営業利益	115	25	▲ 14.2%	75	▲ 13.2%	100	▲ 16	▲ 13.4%
営業利益率	5.1%	2.4%		6.0%		4.3%	▲ 0.8pt	—
経常利益	112	26	▲ 15.7%	77	▲ 5.7%	103	▲ 9	▲ 8.4%
親会社株主 帰属利益	70	21	+11.2%	48	▲ 6.3%	69	▲ 1	▲ 1.6%
ROE	5.7%					5.6%	▲0.1pt	

※表示単位未満切り捨て

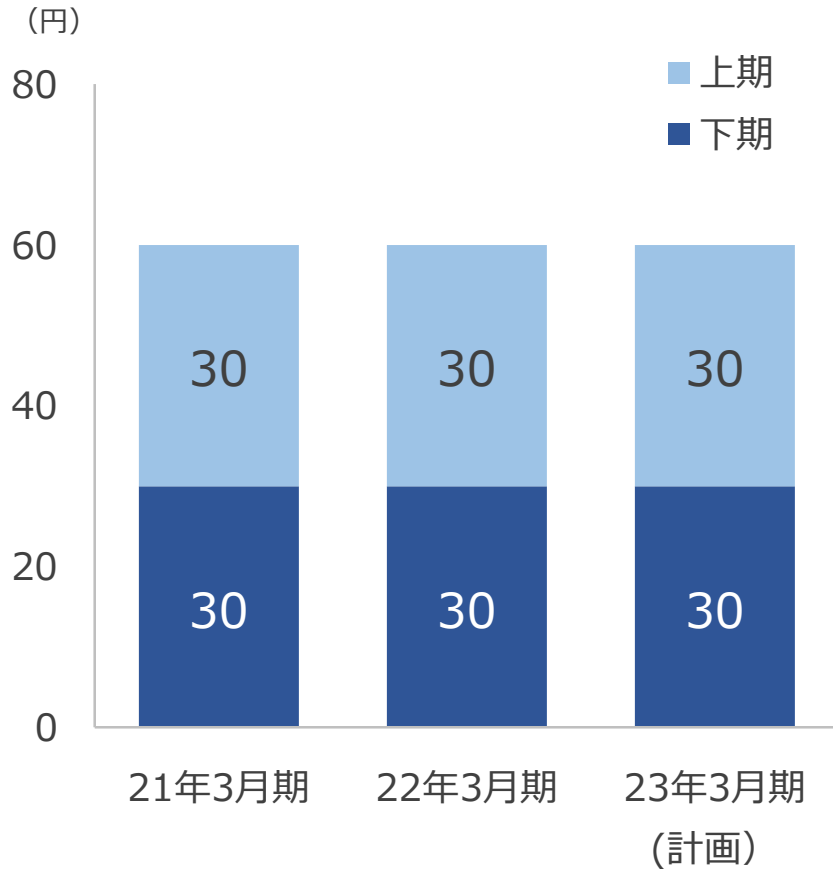
※対売上比・前期比・計画比は、円単位で計算

2023年3月期 セグメント別 通期計画

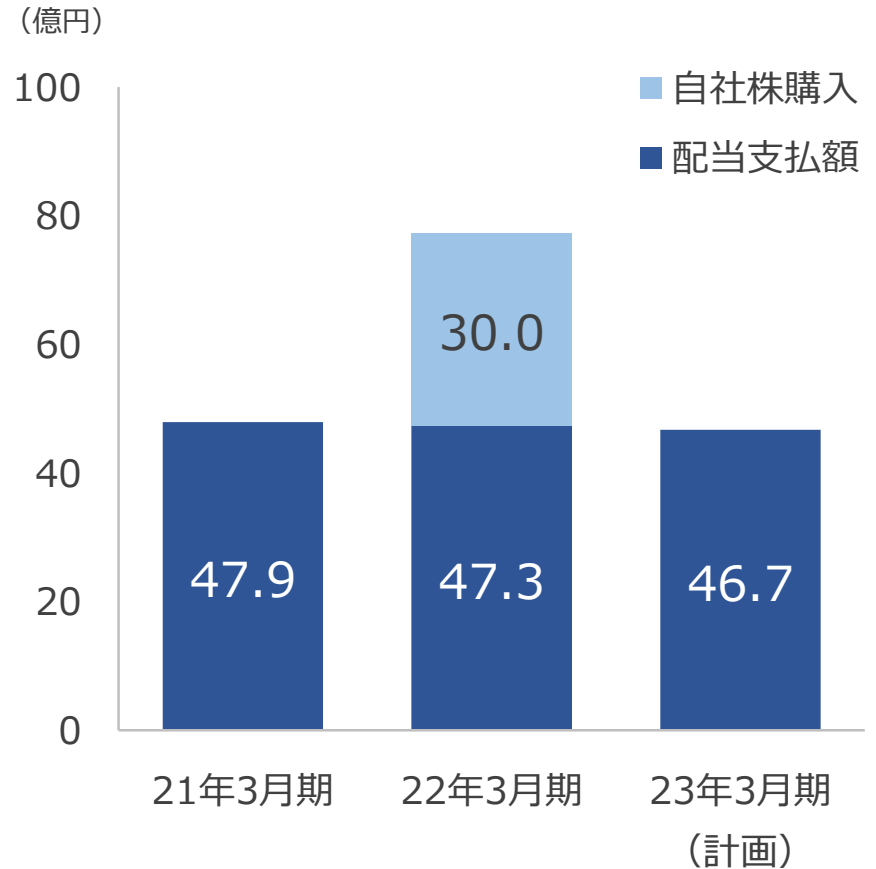
		2022年 3月期実績	2023年3月期（計画）			
			上期	下期	通期	前期比
（単位：百万円）						
国内オートバックス事業	総売上高	178,274	78,590	95,690	174,280	▲ 2.2%
	営業利益	20,343	6,810	11,690	18,500	▲ 9.1%
海外事業	総売上高	11,084	6,670	7,280	13,950	+25.8%
	営業利益	▲ 321	▲ 40	▲ 60	▲ 100	—
ディーラー・BtoB・ オンラインアライアンス事業	総売上高	48,527	23,220	26,590	49,810	+2.6%
	営業利益	▲ 339	10	190	200	—
その他の事業	総売上高	5,003	3,000	3,260	6,260	+25.1%
	営業利益	▲ 795	▲ 490	▲ 510	▲ 1,000	—
調整額	営業利益	▲ 7,333	▲ 3,790	▲ 3,810	▲ 7,600	—

2023年3月期 配当・自社株買い計画

一株当たり配当金の推移



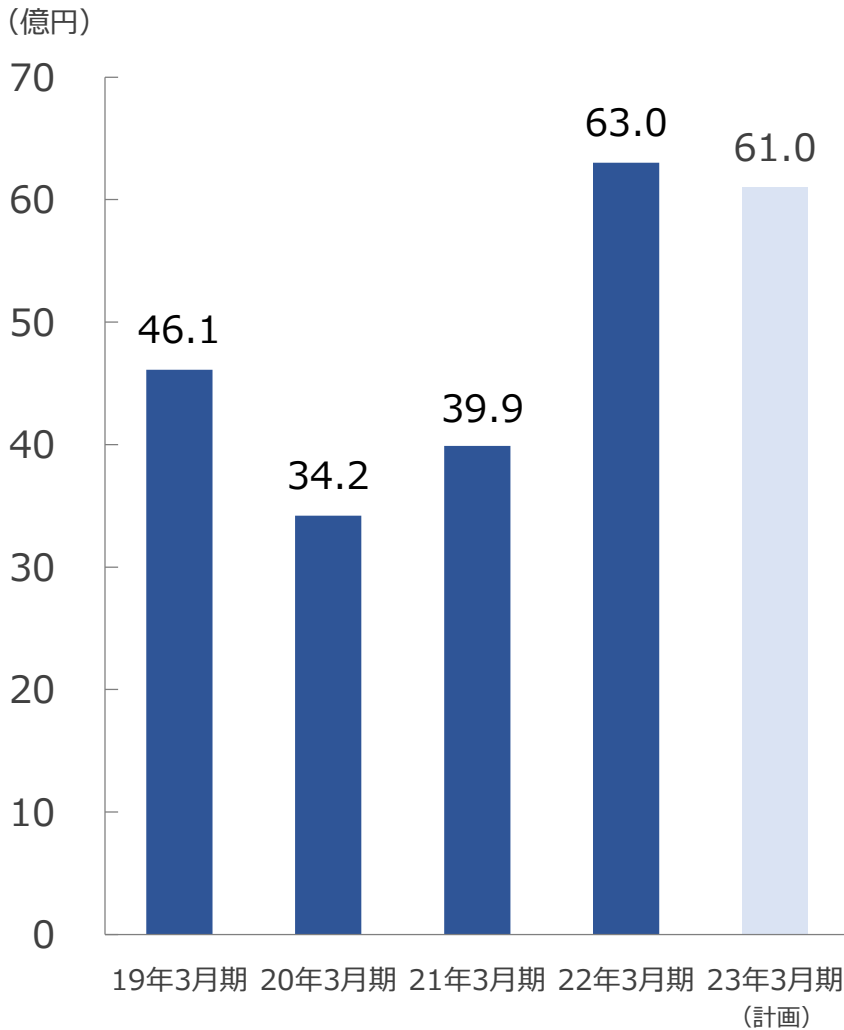
配当と自社株買い金額



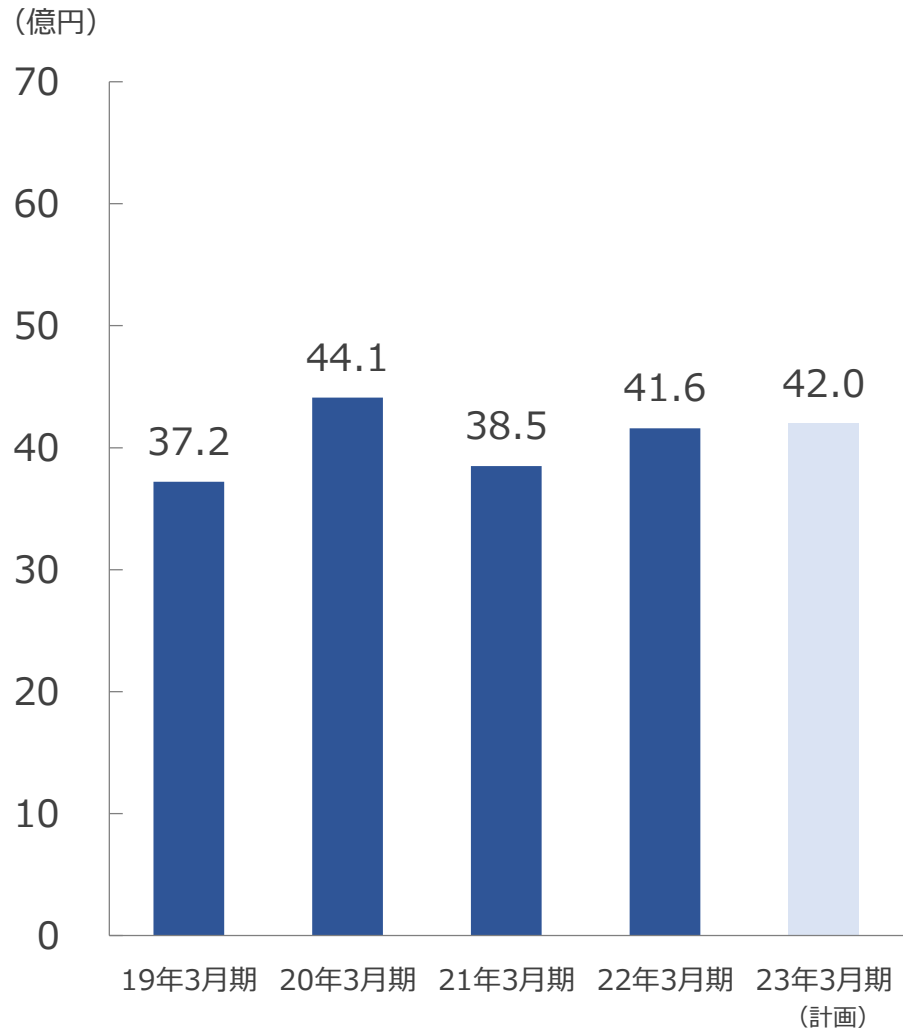
※計画：自己株式取得前の株式数で算出

2023年3月期 設備投資・減価償却費 計画

設備投資



減価償却費



※表示単位未満切り捨て

2022年3月期 通期の取り組み

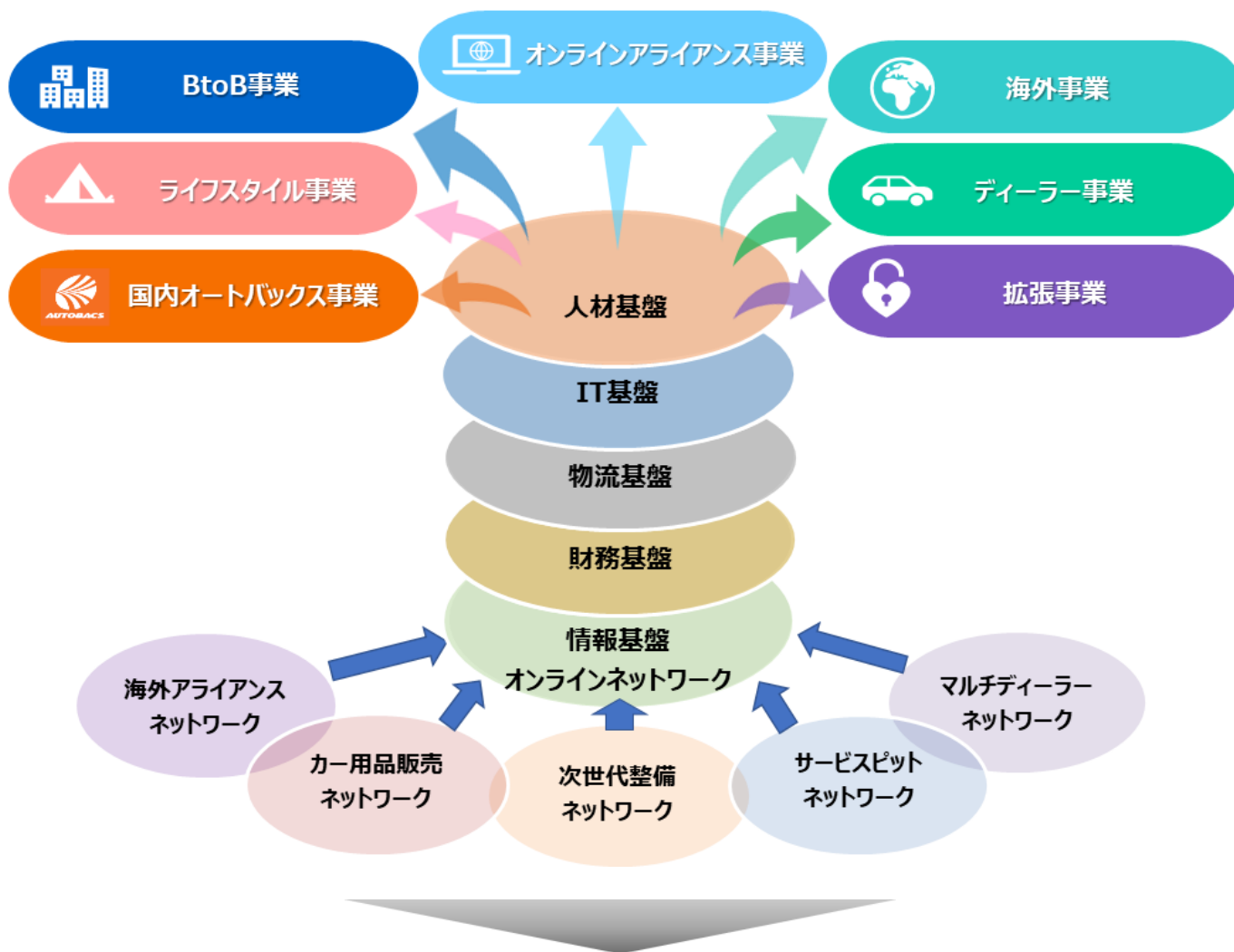
代表取締役 社長執行役員
小林 喜夫巳

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。



ローリングプランを通じて目指す姿



お客様の利便性向上のため、事業者の垣根を越えた連携を積極的に推進

1. 2022年3月期の取り組み

(1) 方針

- お客様との接点を増やす取り組み
- 環境変化への能動的な対応
- 人づくりのための取り組み

1. 2022年3月期の取り組み

(2) 重点的に取り組んだ事項

【お客様との接点を増やす取り組み】

- ・日産自動車(株)との業務提携による新車カタログへのカー用品掲載、コラボイベントの開催
- ・オートバックス公式アプリに機能追加 – 車のカルテを導入 – (2021年10月)
- ・専門スタッフによるオンライン接客の実証実験開始 (2021年10月)
- ・GORDON MILLER初店舗出店 (GORDON MILLER KURAMAE) (2021年11月)
- ・BMW、MINIに次ぎ、AUDI正規ディーラー3拠点の運営開始 (2021年4月)
- ・AUTO IN車検・タイヤセンターの運営開始 (2021年4月)
- ・モータースポーツ支援活動の推進強化 (スーパーGT、eモータースポーツ)
- ・オートバックス法人会員制度の本格稼働 (2021年11月)
- ・法人向けアルコールチェッカーの販売開始 (2021年10月)



1. 2022年3月期の取り組み

(2) 重点的に取り組んだ事項

【環境変化への能動的な対応を強化】

次世代整備対応向上

- ・車検指定店舗 全434店舗で特定整備認証取得（2022年3月）
- ・BSサミットとの包括提携による整備ネットワークの構築
- ・キャリブレーションエリアの設置（2021年7月）による地域ディーラーや整備工場との連携



EV普及の推進

- ・HW ELECTROへの出資、EV市場への参入（2021年10月）
- ・TESLA社との車検・点検に関わる純正部品供給契約締結（2021年12月）



ESG・SDGsの推進

- ・社長執行役員をリーダーとしたプロジェクトの開始（2021年1月）
- ・マテリアリティごとのタスクを組成し、全社として推進（2021年9月）



1. 2022年3月期の取り組み

(2) 重点的に取り組んだ事項

【人づくりのための取り組み】

働きがいのある職場づくり

- ・整備士人材の採用・育成・定着化に向けた取り組み（ピットの労働環境改善、整備士支援）
- ・人が働く環境の整備（働き方改革、職場改善、健康経営）
- ・新たな働き方の提案（オンライン接客、ピット遠隔支援、等）
- ・経営者人材の育成、若手人材のモチベーション向上（カンパニー制の導入）
- ・頑張る人を褒める活動の推進（オートボックスアワード、価値観表彰）



2023年3月期および今後の取り組み

代表取締役 専務執行役員
堀井 勇吾

1. 今後の方向性

2022年

2023年

2024年

2025年

2030年

社会環境

高齢化社会の進行

労働人口の高齢化



人口の減少

・ 高齢化社会の加速

国内人口65歳以上が
30%を超える
地方都市消滅の可能性

・ 労働人口の減少

▲640万人規模の労働人口不足

クルマ

乗用車の平均車齢の長期化

保有台数減少

EVの促進

安全運転支援機能の標準搭載

サポカー需要増



EV充電スポット需要増加

車両の自動運転化促進



政府による、2035年ガソリン車新車
販売の禁止の表明（2021.01）



整備の高度化

・ カーボンニュートラル

EVの普及
EV市場へ新興メーカー参入激化
EVのメンテナンス市場隆盛

・ 完全自動運転普及

自動運転レベル4以上車両流通

・ 根底から変わる整備

次世代整備が常態化

・ 不足する整備士

お客様

「オンライン」と「リアル」
それぞれの価値の再認識

カーシェアリングサービスを利用する消費者の増加



キャッシュレス化の進展

・ 車は所有からシェアに

・ 買物の主場の変化

（多くのお客様がオンラインへ移行）

・ 顧客体験の競争激化

2. 今後の取り組み

【方針】

- 実行性向上とスピードアップ
- 持続的成長に向けた取り組みの強化
- 人づくりのための取り組みの継続

2. 今後の取り組み

2023年3月期に重点的に取り組むこと

重点的な取り組み

実行性向上とスピードアップ

- 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
- 物流基盤、IT基盤への投資

持続的成長に向けた取り組みの強化

- ネットとリアルの融合とEV市場拡大への対応
- 店舗への値入れ改善

人づくりのための取り組みの継続

- 整備士の採用・育成・定着化
- 健康経営の推進と育成機会の拡充

3. ESG・SDGsに関する取り組み

取締役会での討議を経て、マテリアリティを特定

当社が実現したい社会像

人とクルマと環境が調和する
安心・安全でやさしい社会

当社が実現したい会社像

プロフェッショナルで
フレンドリーな存在

当社が積極的に解決すべき社会課題

- 1 循環型・共生型社会の実現

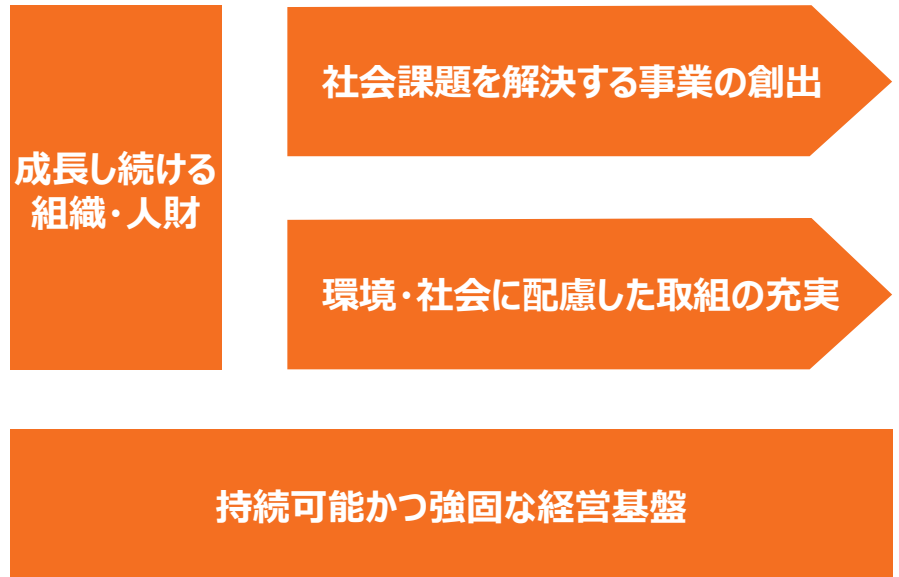
- 2 気候変動への対応

- 3 地域社会の活性化

- 4 多様な人財と多様な働き方の追求

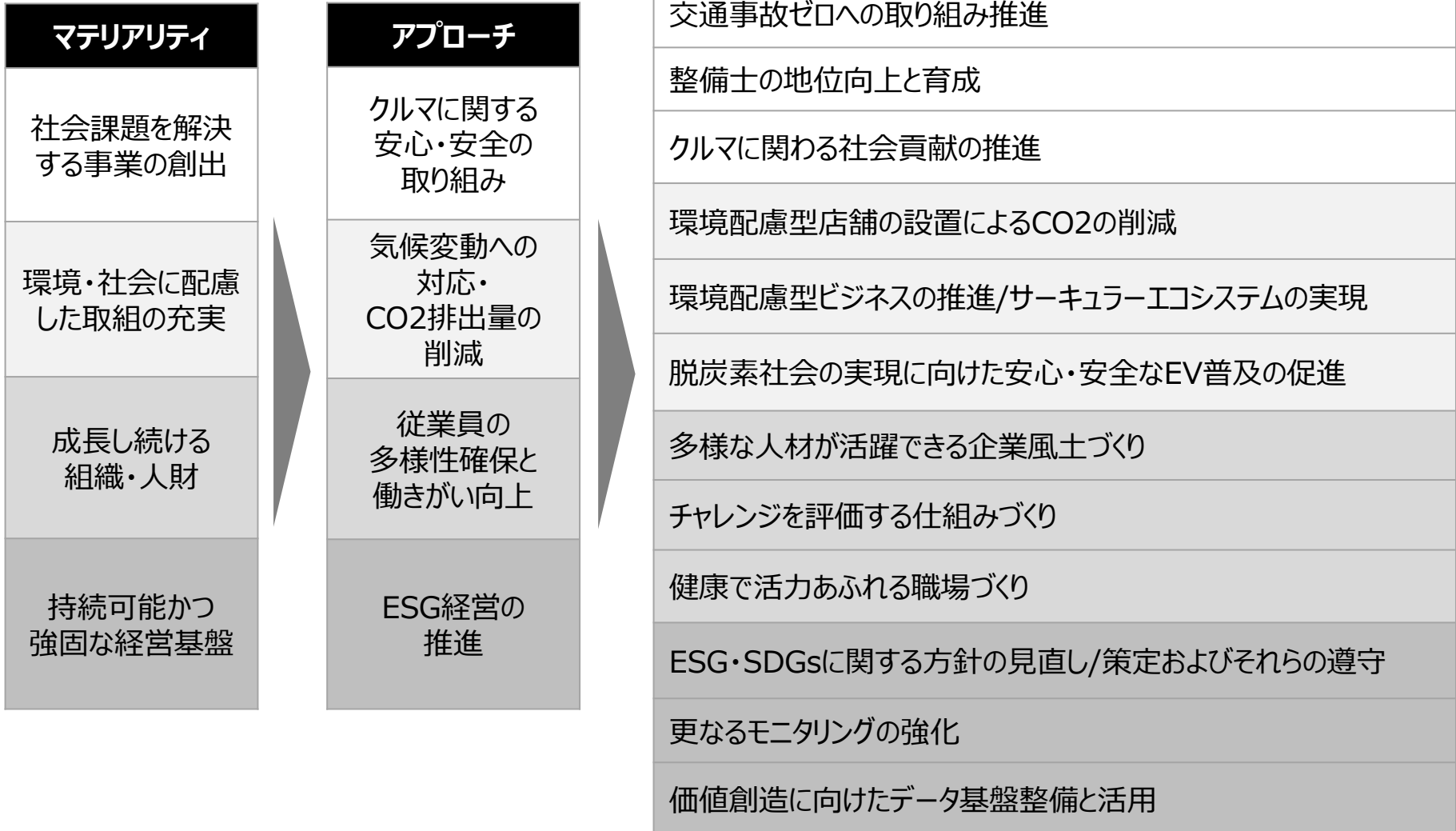
- 5 健康でやりがいがある仕事づくり


マテリアリティ



3. ESG・SDGsに関する取り組み

マテリアリティを達成するため、当社として取り組む非財務目標



4. 2023年3月期の目標

【数値目標（連結）】

売上高 2,300億円

営業利益 100億円

経常利益 103億円

親会社株主に帰属する
当期純利益 69億円

ROE 5.6%

5カ年ローリングプラン 参考資料

次世代整備
ネットワーク

■ Tesla Motors Japan(同)と車検・点検に係わる純正部品供給契約を締結

- A PIT AUTOBACS SHINONOME (東京都江東区)にて純正部品の交換をともなう車検および法定点検が可能に



ネットワーク構築の取り組み

■ EV市場への参入

- オートバックス店舗でEV車両 (ELEMO) の販売・メンテナンス、新規サービスの共同開発の分野で連携・協業していくことについて検討



EV普及の推進による環境負荷の低減を目指す

5年ローリングプラン 参考資料

カー用品販売
ネットワーク

ネットワーク構築の取り組み

■ 日産自動車(株)との協業状況

- お客様の利便性の向上および豊かなカーライフ文化の創造を目的に、業界の垣根を越え、日産自動車(株)と業務提携
- 新車カタログにカー用品（車内用品・洗車用品など）を掲載
- 日産ディーラー約2,100店舗で取り扱い
- 日産自動車(株)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・開発を検討
- 海外の日産ディーラー向け商品供給についても協議開始
- 特別仕様車「キックス コロンビアエディション」のインテリアアイテムを企画・開発



2021年4月 業務提携

右：当社 代表取締役社長執行役員：小林喜夫
左：日産自動車(株) 専務執行役員グローバル
アフターセールス担当：ケント オハラ氏
※発表当時



2021年11月



電子タバコホルダー



スマートフォンホルダー



USB電源



アンブレラケース

2021年8月

NISSAN AURAのカタログより

5年ローリングプラン 参考資料

■ Audi正規ディーラー3拠点の運営

マルチディーラー
ネットワーク

- BMW、MINIに続く、3つ目のブランドの展開
- 各社ディーラー共通のKPI設定により経営の見える化を推進



2021年4月 (株)ボックス・アドバンスとして運営開始

ネットワーク構築の取り組み

■ AUTO IN車検・タイヤセンター

次世代整備
ネットワーク

サービスピット
ネットワーク

カー用品販売
ネットワーク

- 店舗の屋号を「AUTO IN車検・タイヤセンター」へ新装し、運営開始
- ナショナルブランドタイヤをオートボックスの商流に変更
- 全店特定整備認証取得を目指す



2021年4月 (株)BACS Bootsとして運営開始

5年ローリングプラン 参考資料

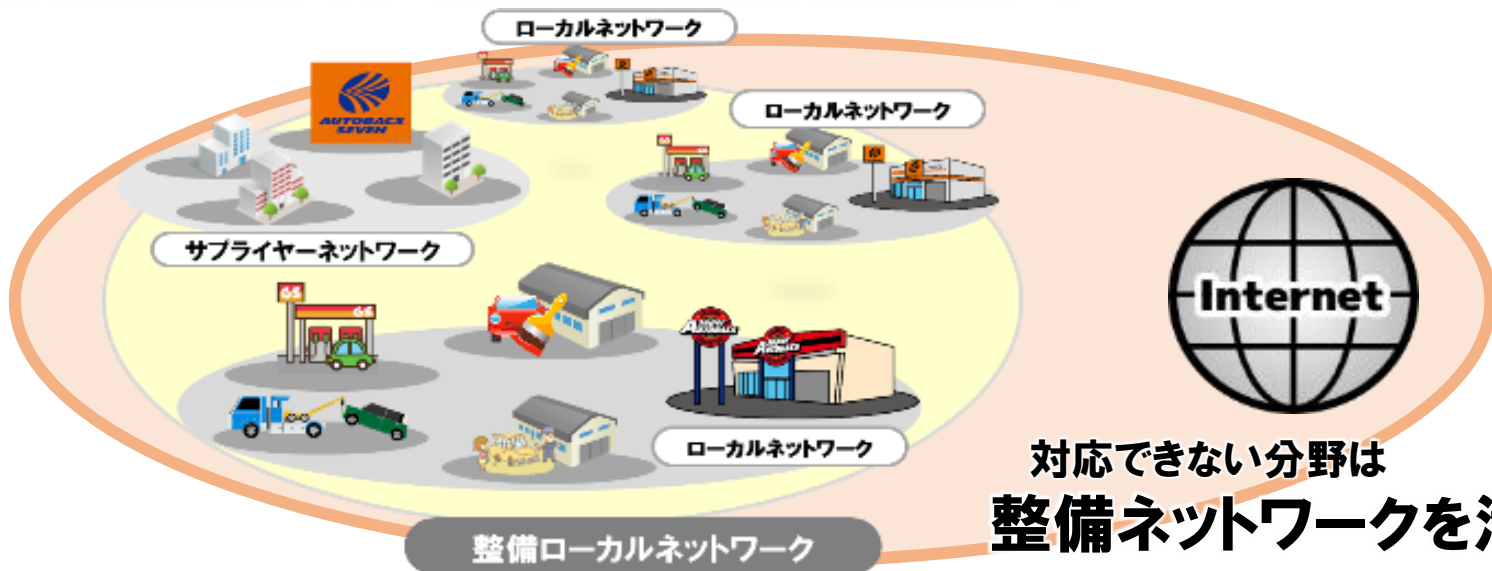
次世代整備
ネットワーク

サービスピット
ネットワーク

ネットワーク構築の取り組み

■ 整備ローカルネットワーク構築

- 整備業界を取り巻く環境の変化に素早く対応できる体制構築により、自動車ユーザーに質の高いサービスを提供する体制を構築
- オートバックスグループ店舗とBSサミット※の組合員工場が、双方の資源を用いて最適な地域連携を促進することで、整備におけるローカルネットワークを構築（全国50エリア中20エリアでネットワーク連携）
 - ※日本全国に自動車整備の拠点を持つ、ボディショップ全国ネットワークである事業協同組合
- オートバックス店舗をロードサービス事業者の拠点とする連携もスタート



対応できない分野は
整備ネットワークを活用

5年ローリングプラン 参考資料

次世代整備
ネットワーク

サービスピット
ネットワーク

ネットワーク構築の取り組み

■「キャリブレーションエリア※」の新設

※ 最近のクルマには、自動ブレーキなど安全運転をサポートする機能が多数搭載され、フロントガラスやバンパーにカメラやセンサーなどが取り付けられている。このため、高度な機能が正常に機能しているか、**校正（キャリブレーション）**が求められる。

- 2021年7月、スーパーオートバックス・熊本東バイパス店に、先進安全自動車のセンサー類のエーミングを行うための設備を設置、地域の共用工場として近隣の整備事業者も活用可能に
- オートアフターマーケット業界の垣根を超えた連携を推進することで、クルマの利用者にとって、利便性が高い「整備ネットワーク」を構築

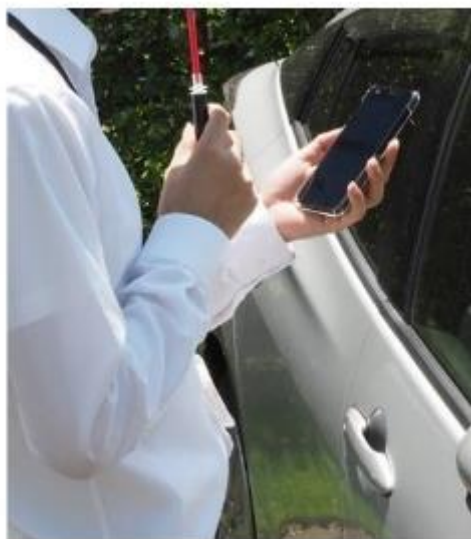


5年ローリングプラン 参考資料

■ クラウド型酒気帯びアルコール チェッカー法人向けサービス開始

オンライン
ネットワーク

- ・ 飲酒運転の撲滅を目指し、企業や官公庁・自治体などの社用車や、マイカーを業務活用するお客様に向け、クラウド型の酒気帯びアルコールチェッカー「ALCクラウド」のサービスを2021年10月開始



ネットワーク構築の取り組み

■ オートバックスアプリがバージョンアップ

カー用品販売
ネットワーク

- ・ 2021年10月、主要メンテナンス項目（エンジンオイル・オイルフィルター・タイヤ・バッテリー・ワイパー等）の作業履歴や次回交換お知らせ機能を追加
- ・ 点検結果をアプリで即時確認可能に

オイル交換WEB予約※

約45%増

※ 2021年4月~2022年3月累計前年比

アプリダウンロード累計数

約310万DL

※ 2022年4月末時点

アプリで
メンテナンス時期を
もう見逃さない



5カ年ローリングプラン 参考資料



ライフスタイル事業

ゴードン ミラー

各事業の取り組み

クラマエ

■ブランド初の店舗「GORDON MILLER KURAMAE」を出店

- ガレージライフスタイルブランド「GORDON MILLER」が初の店舗を出店
- 全国で唯一、GORDON MILLERブランド全アイテムを取り扱い
- オリジナルのカスタムカー「GORDON MILLER MOTORS」をラインアップ



5年ローリングプラン 参考資料

エーアールティーエー メカニクス
 ■「ARTA MECHANICS」より第一弾
 のカスタムカー「LEGAVELO」を発表
リガヴェロ



ライフスタイル事業

- レーシングスポーツブランド「ARTA」の新カスタマイズブランド「ARTA MECHANICS」より第一弾のカスタムカー「LEGAVELO」を東京オートサロン2022にて発表



2022年1月 東京オートサロン2022にて発表

各事業の取り組み

■ カスタムコンプリートカー市場へ本格参入



ライフスタイル事業

- カスタムコンプリートカーのデザイン設計・開発等を行う(有)ファトラスタイリングを子会社化し、BtoC 向けバンや、スーパーカー/スポーツカーの双方の市場において、オリジナルブランドの商品開発を推進



ライフスタイル事業で培ったデザインやブランディングなどのノウハウを生かし、ファトラスタイリング社のオリジナルブランド「ESQUELETO (エスケレート)」を強化

5カ年ローリングプラン 参考資料

物流基盤

事業基盤構築の取り組み

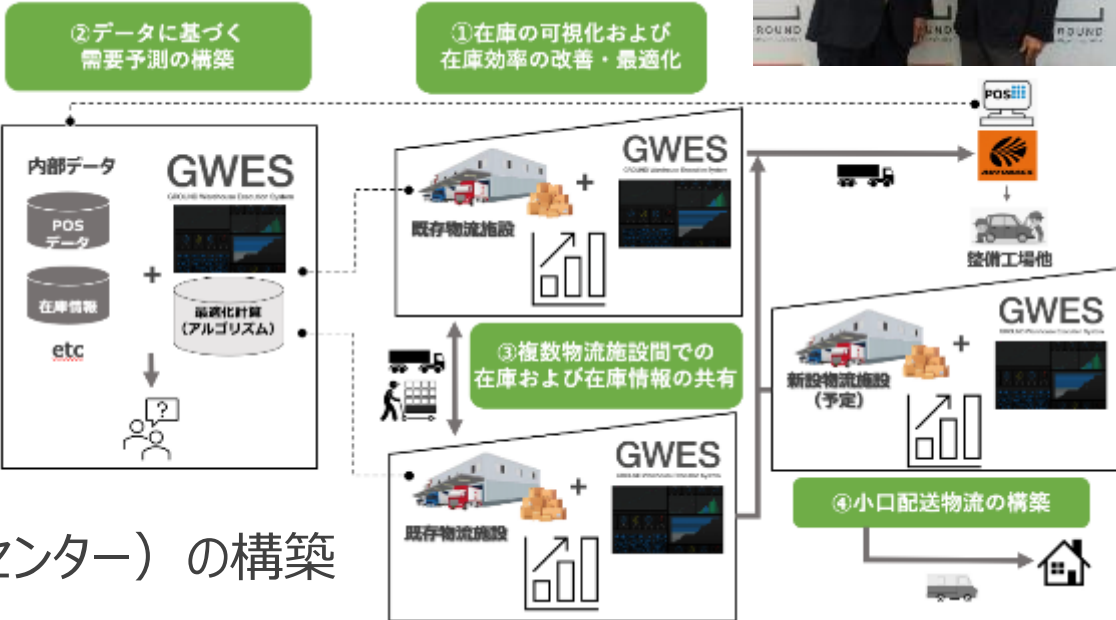
■ AIを活用した物流DXによる物流改革 (2022.01.26)
 ～物流ソリューションを提供するGROUND(株)へ資本参加し、業務提携契約を締結～

- 物流拠点の「在庫」を可視化・商品調達の最適化
- 2026年度までに現在の約20%の在庫を削減



<業務提携の取り組み>

- 1 在庫の可視化・効率化
- 2 AI活用による需要予測
- 3 物流施設間の在庫および在庫情報の共有
- 4 小口配送物流（EC物流センター）の構築



5年ローリングプラン 参考資料

■『健康経営優良法人2022』 ～ホワイト500～に認定

人材基盤

- 2017年、2019年の認定に続いて3度目の認定
- 共に働く仲間の「こころ」と「からだ」の健康が、明るく元気な未来を創っていくための土台となる
- 禁煙促進活動の推進／生活習慣病予防対策の推進／がん対策の推進／こころの健康づくりの推進／女性特有の健康関連課題への取り組み『健康経営』を推進する職場環境の整備という6つを重点課題に取り組む



事業基盤構築の取り組み

(2022.03.03)

■「DX 認定事業者」に選定

IT基盤

情報基盤

- 「5年ローリングプラン」で、各事業の成長を支えるインフラ整備などのテーマを掲げ、効率的かつ確実に推進していくための取り組みとしてDX推進を設定

【取り組み例】

- 社内横断プロジェクト「データマネジメントセンターPJ」を始動。情報の統合・有効活用開始
- 店舗の人手不足の解消やオートバックスECサイトで専門スタッフの接客をご希望されるお客様向けにオンライン接客を実験
- ピット遠隔支援、ピットナレッジの共有など、作業平準化、人材育成の効率化など環境に対応した実証実験を進める



DX認定

参考：収益認識に関する会計基準等の適用

2022年3月期より「収益認識に関する会計基準」を適用

返品権付き販売

返品されると見込まれる商品の売上高および売上原価相当額を認識しない方法に変更

代理人取引

当社の役割が代理人に該当する取引は、売上高と売上原価を相殺した純額で収益を認識

顧客に支払われる対価

販売費及び一般管理費へ計上していた、顧客に支払われる対価は、売上高から減額

一時点又は一定期間にわたり充足される履行義務

顧客がメンテナンスの便益を受ける一時点または一定の期間にわたり収益を認識

収益認識に関する会計基準等の適用における影響額

	2022年3月期
(単位：百万円)	
連結売上高	▲5,187
売上原価	▲4,756
販管費	▲525
営業利益	94
経常利益	94

2022年3月期 車買取・販売

台数合計 **29,809台** 前期比 **+1.3%**

業販	
内訳	売上台数
本部へ売却	1,003台
本部へ売却を委託	4,607台
店舗から直接	14,016台
業販 合計	19,626台

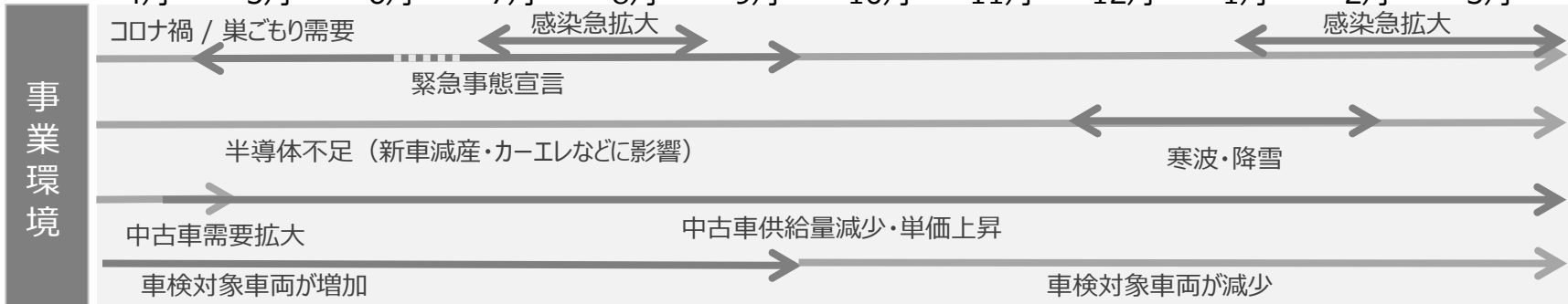
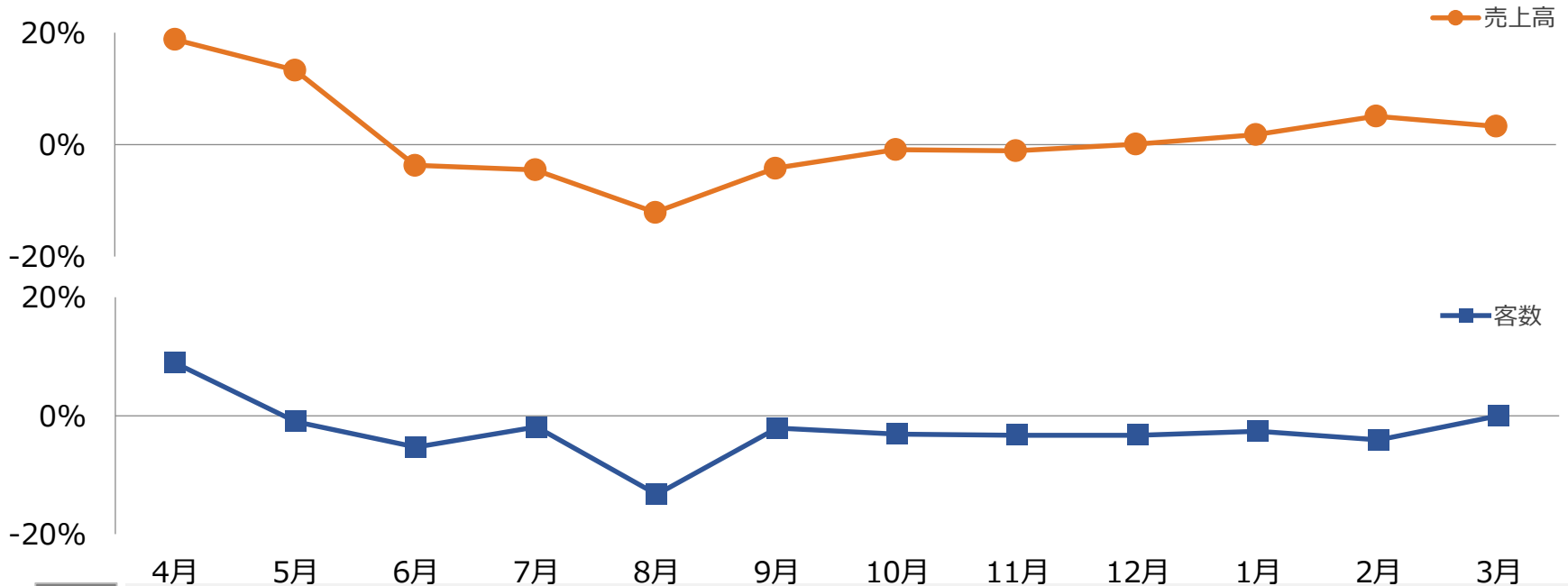
小売	
内訳	売上台数
中古車	6,808台
新車	3,375台
小売 合計	10,183台

※車買取専門店を含む全ての店舗における台数

国内店舗 売上・客数 既存店前年比推移

既存店売上前期比 **+0.8%** 客数前期比 **▲2.7%**

国内オートバックスチェーン売上高および客数（既存店前年比）



※対象：国内オートバックスチェーン全業態

出退店の実績

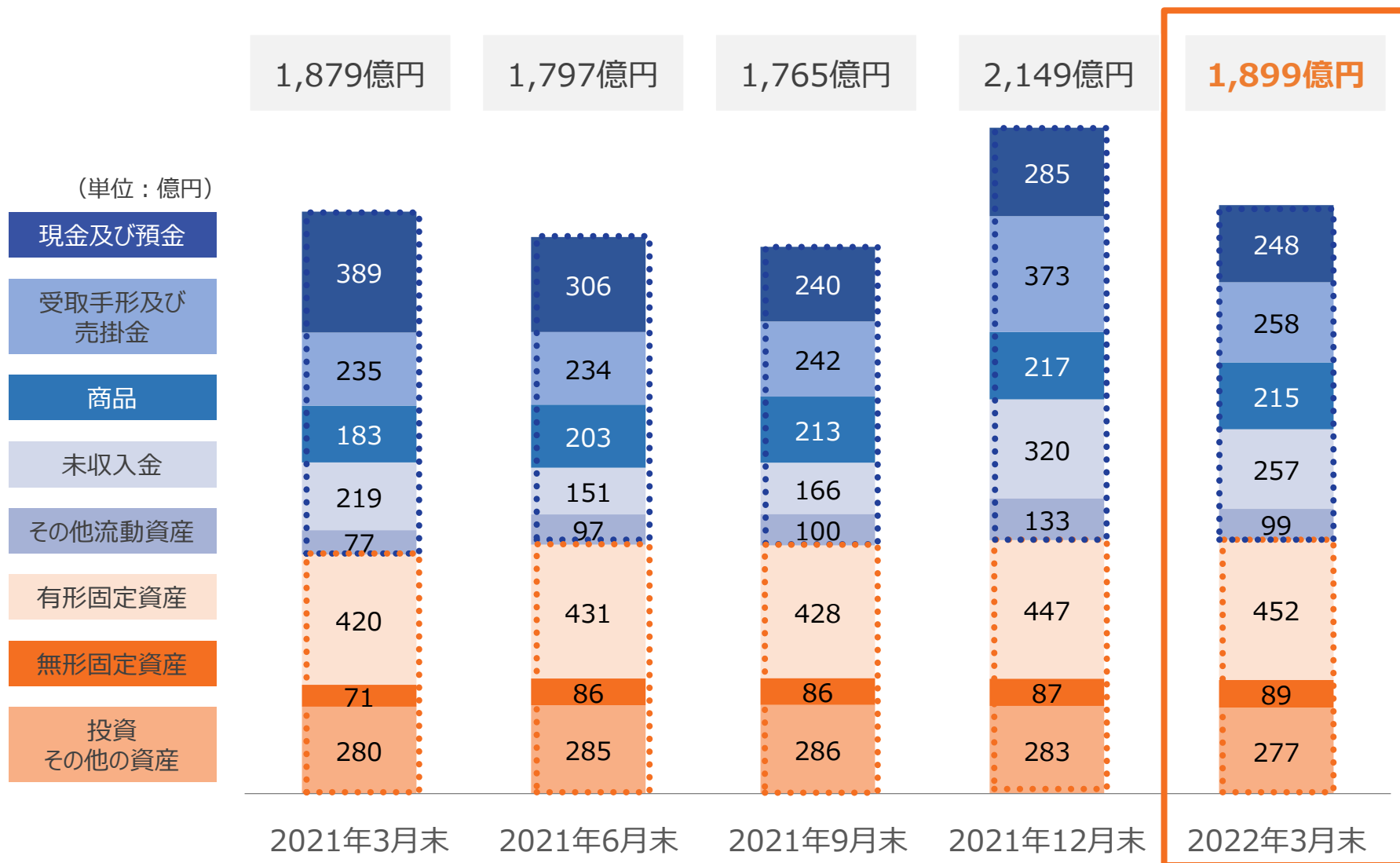
国内	21/3末	2022年3月期							22/3末
		上期			21/9末	下期			
		新店	S&B R/L	退店		新店	S&B R/L	退店	
オートバックス	490	+1	+2/▲2		491	+3		494	
スーパーオートバックス	74				74			74	
オートバックスセコハン市場	6				6			6	
オートバックスエクスプレス	11				11			11	
オートバックスカーズ	3				3			3	
国内計	584	+1	+2/▲2		585	+3		588	

海外	21/3末	2022年3月期			22/3末
		上期	21/9末	下期	
フランス	10		10		10
タイ	17	+5	22	+11	33
シンガポール	2		2		2
台湾	6	+1/▲1	6		6
マレーシア	4		4		4
インドネシア	3	+1	4		4
フィリピン	3		3		3
海外計	45	+6	51	+11	62

※S/B：スクラップ&ビルド

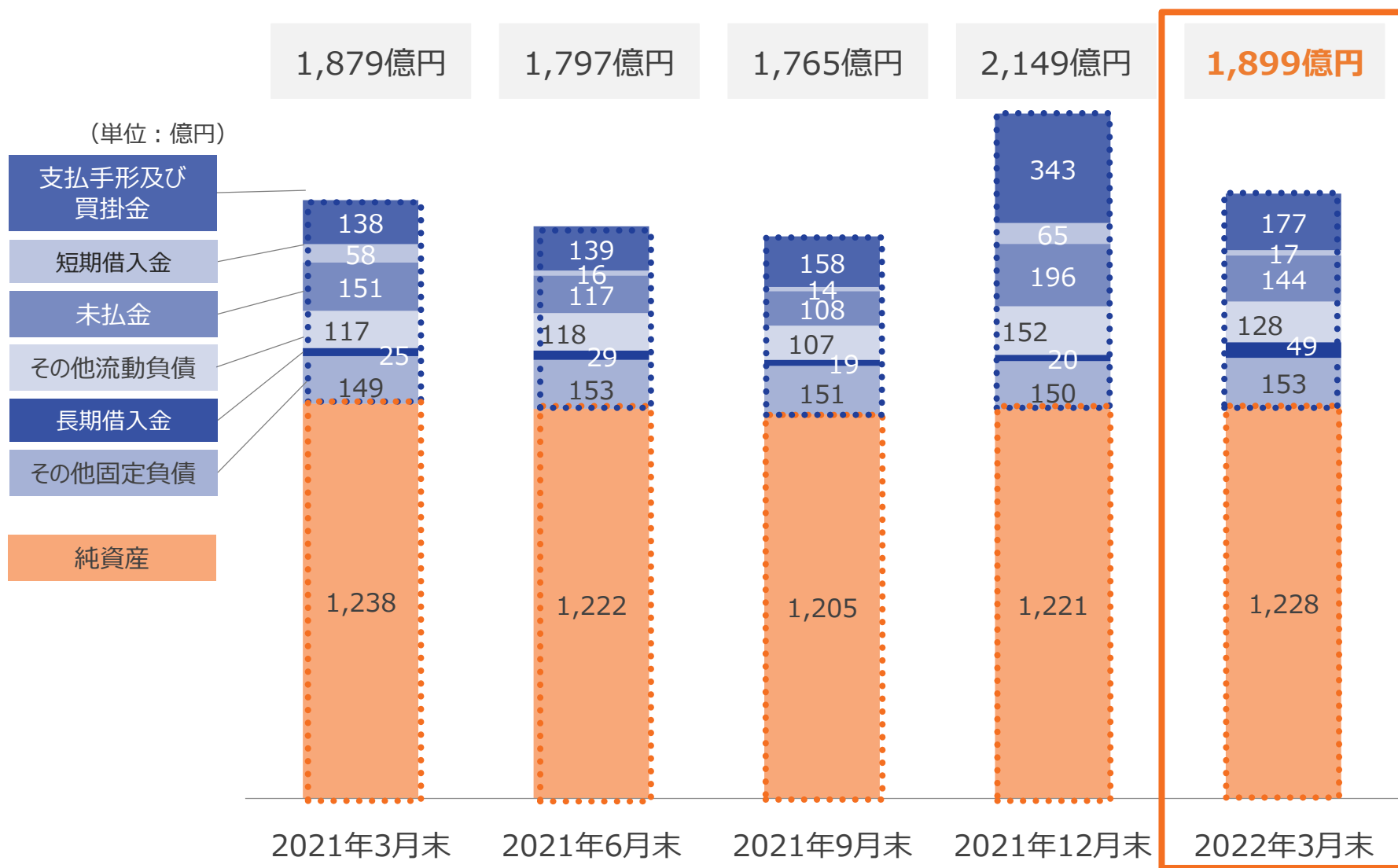
※R/L：リロケーション（業態転換含む）

連結貸借対照表 資産の部



※表示単位未満切り捨て ※前連結会計年度以前については、新たな表示方法（収益認識に関する会計基準）による組替えを行っておりません。

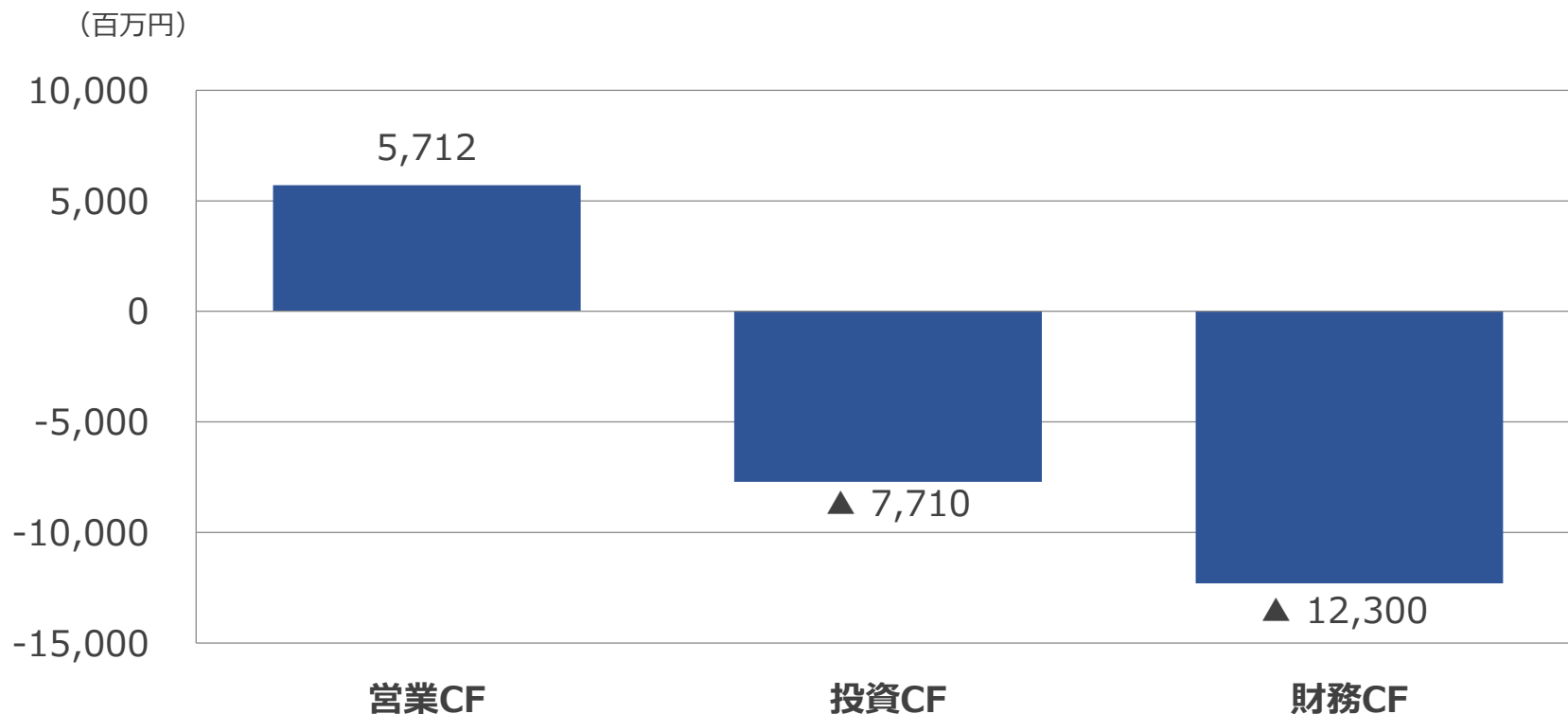
連結貸借対照表 負債・純資産の部



※表示単位未満切り捨て ※前連結会計年度以前については、新たな表示方法（収益認識に関する会計基準）による組替えを行っておりません。

キャッシュフロー

連結キャッシュフロー



主な投資の内訳

- ・情報投資関連
- ・土地の取得等

現金及び現金同等物

2022年3月末：247億円
2021年3月末：389億円



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。