

クルマのことなら  オートバックス

 **AUTOBACS SEVEN**



Annual Report
2016

「豊かなクルマ社会に貢献する」 グループを目指して

オートバックスセブンは、国内最大規模の店舗ネットワークを有する自動車関連総合専門店チェーン「オートバックス」を展開し、カー用品市場においてトップシェアの地位を確立しています。
より豊かなクルマ社会の実現に貢献することで企業価値を高め、持続的に成長していきます。

オートバックスチェーン経営理念

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。

オートバックスチェーン経営ビジョン

オートバックスは、車に関する楽しみと問題解決をともに提供する存在として、
「クルマのことならオートバックス」と、真に信頼される、総合専門チェーンになります。

事業を通じて創造する社会的な価値

カーライフの利便性・安心・楽しさ

クルマに関わる多彩なサービスを提供し、お客様の最適なカーライフを強力にサポートします。

地域コミュニティとの関係維持・活性化

各地域で、クルマの適切な利用を促します。
また、インフラとしての店舗機能を拡充します。

クルマ文化の健全な発展

快適で豊かなカーライフとクルマ文化の健全な発展について、さまざまな方法で提案します。

環境への貢献

事業活動にともなう環境負荷の低減を図るとともに、地域の環境美化・保全に努めます。

オートバックスについて

オートバックスは、車およびカー用品の購入から日常のメンテナンス、車検・整備、買い換えに至るまで、お客様のカーライフに関わるすべてのニーズにワンストップで応えるサービスを提供しています。「クルマのことならオートバックス」と支持される、お客様にとって便利で安心な総合専門チェーンを目指しています。

数字で見るオートバックス

国内店舗数

599 店舗

チェーン全店売上高(国内)

2,624 億円

カー用品市場シェア(国内)

No.1

稼働会員数

854 万名

店舗アイテム数

1-3 万点

車検実施台数

60.4 万台

車販売台数

2.7 万台

自動車整備士

約3,800 名

カーライフアドバイザー※

約2 万名

海外展開

6 地域 33 店舗

※1級・2級取得者数の合計

INDEX

プロフィール	1
グループの歩み	3
企業価値創造プロセス	5
財務ハイライト	7
オートバックスセブンの1年	9
トップメッセージ	11
特集:成長へのアクション	17
国内オートバックス事業	18
新規事業	22
海外事業	23
経営基盤の強化に向けて	25
FC加盟法人の支援	26
人材の育成	27
環境経営	29
社会貢献	31
コーポレート・ガバナンス	33
オートバックスチェーンの 業態および店舗数	39
会社概要／株式情報	40

オンライン・アニュアルレポートのご案内

インターネット上の閲覧の利便性に配慮して、アニュアルレポートのHTML版を作成・公開しています。また「事業及び財務の状況」をPDF形式で掲載しています。



<http://www.autobacs.co.jp/ja/ir/ar2016/index.html>

見通しに関する注意事項

当レポートに記載してい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。なお当社グループの直面する主要なリスクは、オンライン・アニュアルレポートの「事業及び財務の状況」をご覧ください。

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「当社グループ」は連結を示しています。

“カー用品のオートバックス”から “クルマのことならオートバックス”へ

1974-

マイカー時代の到来

- 高速道路網の整備
 - 日本初のF1レース開催
- 日本の自動車生産台数世界一に

1989-

日本のクルマ文化が深化

- モータースポーツブームの到来
 - カーナビゲーションの市販開始
 - ミニバン・RVカーブームの到来

オートバックスの動き

カー用品のワンストップ業態を
全国に展開

高度経済成長期を経て人々のマイカー購入への関心が高まるなか、オートバックスは1974年に誕生しました。商品ごとに流通経路が異なっていた当時、カー用品一式の購入と取付ができるワンストップ業態が高い支持を獲得。フランチャイズ展開で全国へ事業を拡大し、また、プライベートブランド(PB)商品の開発にもいち早く着手しました。



オートバックス1号店(大阪府大東市)

多様化する嗜好に応え、
商品力・提案力を強化

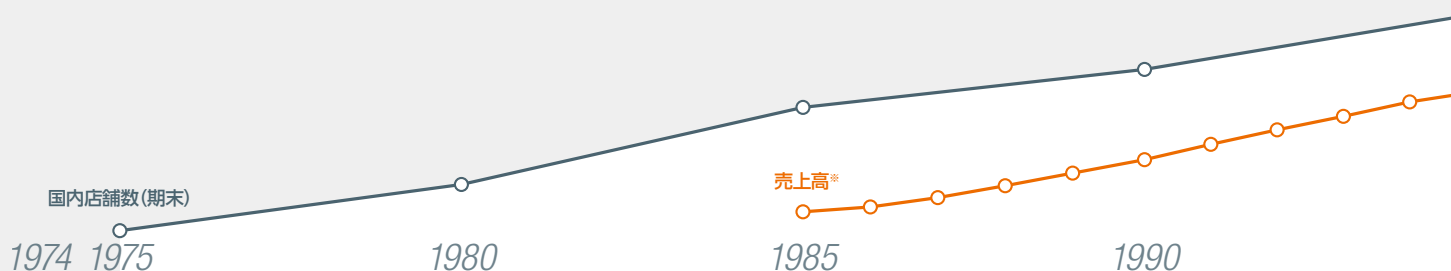
マイカーの普及にともない「車の個性」が求められるようになり、カー用品の領域も拡大していきました。オートバックスでは、商品構成を独自の視点で拡充し、ライフスタイル別の陳列・提案などを通じて、お客様の多様化する嗜好に的確に対応。1989年にはチェーン全体の売上高が1,000億円を超え、業界初の株式公開も果たしました。



モータースポーツのスポンサーとなり、クルマ文化の情報発信に貢献

グループの動き

- 1974 ●カー用品のワンストップショップ「オートバックス」を開発・出店(直営第1号店)
- 1975 ●フランチャイズチェーン加盟店第1号店を出店
- 1979 ●「オートバックス」100号店を出店
- 1985 ●「オートバックス」300号店を出店
- 1989 ●大阪証券取引所市場第二部に株式を上場
- 1991 ●台湾に海外店舗第1号店をオープン
- 1993 ●東京証券取引所市場第二部に株式を上場
- 大阪証券取引所、東京証券取引所の市場第一部に指定



日本初のカー用品総合専門店として1974年に誕生したオートバックス。クルマ社会が発展し、そのあり方が時代とともに変化していくなかで、業態、商品・サービスの変革を続け、順調に業容を拡大してきました。1977年に販売を開始したプライベートブランド(PB)のタイヤ、オイルをはじめ、独自

の品ぞろえとサービスでお客様の多様な嗜好やニーズに応え、今日の地位を確立しています。

オートバックスは、これからも常にお客様と社会に視点を据えて、時代に即した最適なカーライフを提案することで成長を続けていきます。

1997-

小売業の大型化の進展

●ハイブリッドカーの誕生

●ETCの一般利用開始

2008-

日本経済の成熟化、環境意識の高まり

●電気自動車(EV)の誕生

●プラグインハイブリッドカー(PHV)の誕生

スーパーオートバックスを開発、 車検事業に本格参入

小売店舗の大型化が進むなか、カーライフメガストア「スーパーオートバックス」を開発。広大な売場と取付・整備用ピットにCD販売や軽飲食のコーナーを併設した店舗で多彩なイベントを開催し、初心者やファミリー層から愛好家まですべての人にカーライフの魅力を提案しました。車検事業にも本格参入し、カーライフ支援の領域を拡大しました。



スーパーオートバックス1号店(千葉市稲毛区)

「カー用品」「車検・整備」 「車買取・販売」を3つの柱に カーライフのトータル支援へ

エコカーの普及や使用年数の長期化など、カーライフのあり方が変化し、運転する方々の年齢層も高齢者へと拡大しています。オートバックスでは、誰もが長く安全に運転できるよう「車検・整備」のサービスを拡充し、「車買取・販売」「カー用品」を含む3つの柱で、お客様のカーライフ全般を支援する業態へと変革を進めています。



電気自動車(EV)向け充電スタンドの設置を推進

1997 ●「スーパーオートバックス」第1号店を出店

2000 ●中古カー用品の買取・販売を行う
「オートバックスセコハン市場」第1号店を出店

2001 ●フランス第1号店を出店

2002 ●ガソリンスタンドとカー用品店を融合した
「オートバックスエクスプレス」第1号店を出店
●中古車販売システムの導入開始

2012 ●豊洲本社でISO14001認証取得

2014 ●プライベートブランドを刷新し、
「AQ」ブランド展開を開始
●車検累計実施台数が
500万台を突破

2015 ●車買取査定システム
「査定Dr.」で特許を取得

2016年3月期
599店舗

2016年3月期
2,081億円

※ 売上高は1985年度から開示。1993年度までは単体、1997年度から連結のデータを掲載しています。

1995

2000

2005

2010

2015

お客様の利便性と安心感をさらに高め 持続的な企業価値の向上を追求します

Input

投入資本

財務資本

- 事業推進に用いる資金

製造資本

- 全国の店舗ネットワーク
- 物流インフラ

知的資本

- オートバックスブランド
- 店舗・商品・サービス開発
- 店舗運営のノウハウ
- 情報資産

人的資本

- 社員およびFC加盟法人のスキル・能力・資格

社会・関係資本

- 取引先、FC加盟法人との信頼関係
- 地域社会、クルマ文化の担い手とのつながり

自然資本

- 自然から獲得する資源

ビジネスモデル

オートバックスチェーン

当社とFC加盟法人が一体で価値を創出

当社 (FC本部)

マーケティング

店舗開発・出店

MD/
商品・サービス開発

調達・物流・卸売

FC加盟法人への
支援・指導

FC加盟法人 (オートバックス店舗)

商品・サービス提供

店舗運営

資本を循環・活用し持続的な

オートバックスセブンのビジネスモデルの特徴は？

FC加盟法人と連携してお客様満足を実現

当社のビジネスモデルは、当社をFC本部とし、連結子会社19社を含むFC加盟法人83社が国内599店舗のチェーンを形成する「FCモデル」です。当社がお客様への価値提供の仕組みをつくり、FC加盟法人が個々のお客様との接点において価値を生み出します。両者が強固なパートナーシップのもと、理念や課題、成功事例を共有し、お客様満足の実現に向けて改善・改革を実践する風土と仕組みがチェーンの強みです。

当社 (FC本部)

- ブランド
- 店舗運営のための諸インフラ
- 店舗経営の支援
- 商品の供給
- 人材の採用・育成の支援

FC加盟法人

- お客様接点における価値創造
- 個店の魅力向上
- 人材の採用・育成
- 店舗オペレーションの改革

連携

対等的パートナーシップ

当社グループの価値創造の根幹は、時代とともに変化するクルマと人、社会の関係のなかで、カーライフにおけるお客様の利便性と安心、豊かさを実現する商品・サービスを具現化し、提供し続けることにあります。財務資本をはじめ財務諸表に

記載する「見える資本」のみならず、事業を通じて培ってきたブランドや知見、人材などの「見えない資本」を最大限に活用し、新たな価値を創造することを通じて、持続的な企業価値の向上を追求していきます。



Outcome

価値創造の成果＝広義の企業価値

財務資本

- 成長投資へのキャッシュ・フローの創出
- ROEの向上
- 強固な財務基盤の確立

製造資本

- 顧客満足と生産性を両立する店舗とサプライチェーンの構築

知的資本

- ブランドへの支持・信頼の向上
- 開発ノウハウの高度化
- 情報資産の蓄積と活用の高度化

人的資本

- 次世代・リーダーの育成
- 多彩な専門性をもつ人材の育成
- FC加盟法人の成長
- 多様性を活用する組織風土の醸成

社会・関係資本

- 取引先、FC加盟法人との協業の深化
- 地域社会、クルマ文化の担い手の信頼向上

自然資本

- 環境負荷の低減
- 循環型社会の構築

企業価値の向上を追求

オートバックスがお客様に提供する価値とは？

カーライフサイクルをトータルに支援

オートバックスは、車の購入から、カー用品、メンテナンス、車検・整備、車の買い換えに至るまで、お客様のカーライフに関わるすべてのご要望・ご相談にワンストップで応えることで、利便性と安心、クルマのある生活の豊かさを提供します。

お客様にとっての価値

利便性

- 豊富な品ぞろえ
- クルマに対するさまざまなニーズを満たしてくれる
- 全国で同一レベルのサービスが期待できる

安心

- いつでも相談できる
- 安全・快適に運転できる
- 価格がリーズナブルである

豊かさ

- 選べる楽しさがある
- クルマを自分の好みに変えることができる
- クルマは任せておいて、他のことに時間などを費やせる

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^{※1}

会計年度：

	2013	2014	2015	2016	2016
売上高	¥230,168	¥231,697	¥209,455	¥208,142	\$1,841,965
卸売	131,859	132,733	124,279	117,848	1,042,903
小売	94,770	95,540	82,039	87,310	772,655
その他	3,539	3,422	3,136	2,984	26,407
営業利益	12,745	13,945	6,404	6,701	59,301
税金等調整前当期純利益	13,915	16,086	9,053	7,558	66,885
親会社株主に帰属する当期純利益	7,590	9,786	4,610	4,371	38,681
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,741	12,072	11,829	10,564	93,487
投資活動によるキャッシュ・フロー	(4,522)	1,519	(2,403)	(4,984)	(44,106)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(14,861)	(11,166)	(12,618)	(11,154)	(98,708)
フリー・キャッシュ・フロー	6,219	13,591	9,426	5,580	49,381
設備投資額	6,249	4,820	6,127	5,895	52,168
減価償却費及びのれん償却額	5,194	4,551	4,805	4,012	35,504

会計年度末：

総資産	¥205,527	¥201,481	¥186,532	¥180,454	\$1,596,938
株主資本	142,862	143,979	138,338	131,455	1,163,319
有利子負債	8,342	6,771	6,860	6,296	55,717

1株当たりデータ (円／米ドル^{※1})：

当期純利益 ^{※2}	¥81.22	¥107.71	¥52.83	¥51.60	\$0.46
配当金 ^{※2}	52.00	64.00	60.00	60.00	0.53
配当性向(%)	64.0	59.4	113.6	116.3	—
株主資本配当率(DOE)(%)	3.4	4.1	3.7	3.8	—
総還元性向(%)	158.2	105.8	222.2	235.4	—

経営指標：

売上高営業利益率(%)	5.5	6.0	3.1	3.2	
株主資本当期純利益率(ROE)(%)	5.3	6.8	3.3	3.2	
総資産当期純利益率(ROA)(%)	3.6	4.8	2.5	2.4	
自己資本比率(%)	69.5	71.5	74.3	72.8	

非財務データ：

国内店舗数	552	571	584	599	
うちFC加盟店	396	415	423	433	
海外店舗数	27	27	27	33	
うちFC加盟店	9	10	10	12	
稼働会員数 ^{※3} (千名)	6,721	6,954	8,587	8,541	
従業員数	4,678	4,466	4,263	4,347	
自動車整備士数 ^{※4}	3,394	3,653	3,780	3,781	
取締役数(うち社外取締役)	8(3)	8(3)	8(3)	8(3)	
監査役数(うち社外監査役)	4(3)	4(3)	4(3)	4(3)	
電力使用量 ^{※5} (千kwh)	10,646	7,515	7,097	6,810	
CO ₂ 排出量 ^{※5} (t-CO ₂)	6,021	4,787	4,503	4,060	

※1. 記載されている米ドル金額は、2016年3月31日現在の換算為替相場である1米ドル=113円で計算しています。

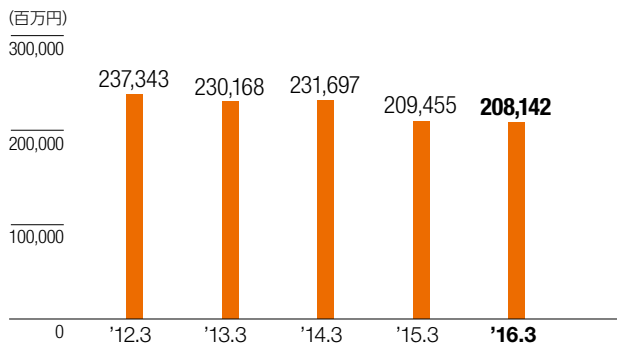
2. 2013年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2013年3月期以前の数値は分割の影響を遡及換算しています。

3. 2015年3月期から、稼働会員数の定義を「過去1年間にお買い物をいただいたお客様の数」としています。

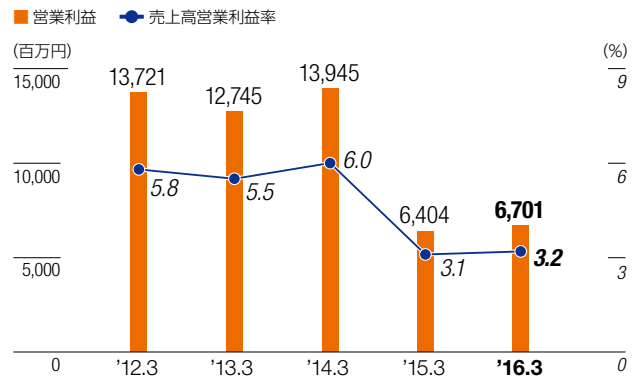
4. チェン全体の自動車関連国家資格(自動車整備士1級・2級・3級)の延べ保有者数を表示しています。

5. オートバックスセブン本社、地方事業所、直営店舗、ロジスティクスセンターの合計を表示。(連結子会社を含みません)

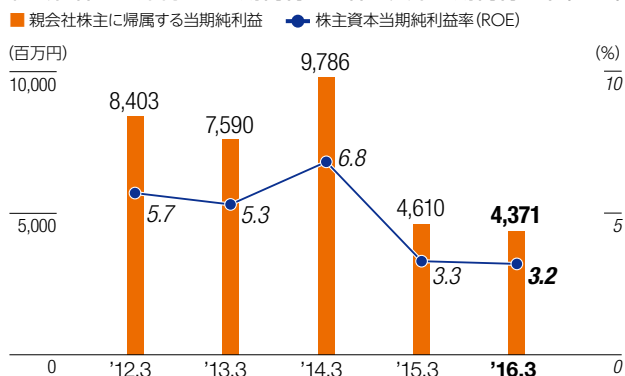
売上高



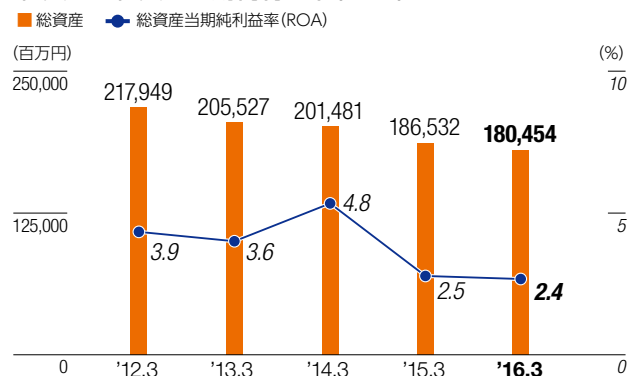
営業利益／売上高営業利益率



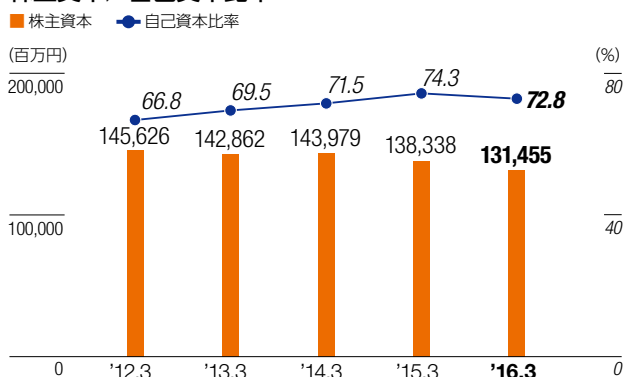
親会社株主に帰属する当期純利益／株主資本当期純利益率(ROE)



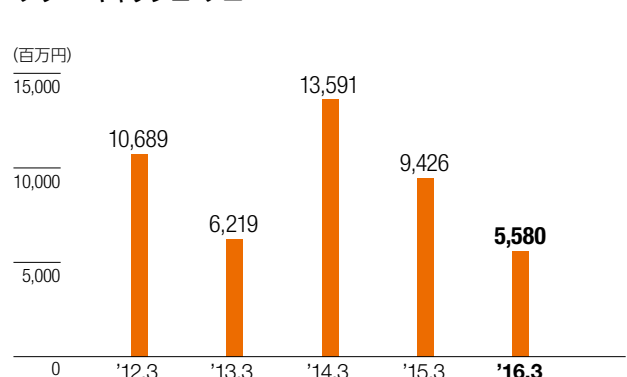
総資産／総資産当期純利益率(ROA)



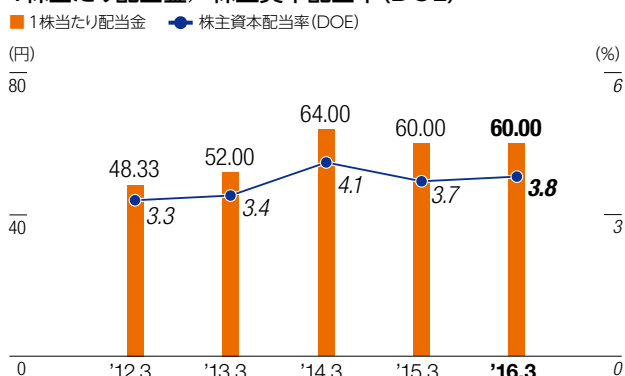
株主資本／自己資本比率



フリー・キャッシュ・フロー



1株当たり配当金／株主資本配当率(DOE)





「事業及び財務の状況」についてはオンライン・アニュアルレポートに掲載しています。

<http://www.autobacs.co.jp/ja/ir/ar2016/index.html>

オートバックスセブンの1年

4月 新規事業

BMWおよびMINIディーラーの運営開始

(株)アウトプラッツおよび(株)アウトプラッツモータースの全株式を譲り受け、東京都豊島区で「Ikebukuro BMW」「MINI 池袋」の運営を開始。グループとして初めてのBMW/MINIの正規ディーラー事業となる。



関連ページ ▶ P22

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/04/01/jvNY5.pdf>

4月 ESG

日本政策投資銀行の「DBJ健康経営(ヘルスマネジメント)格付」でAランクを取得

企業による従業員への健康配慮の取り組みを評価する、日本政策投資銀行「DBJ健康経営(ヘルスマネジメント)格付」で最高位のAランクを取得。

関連ページ ▶ P28

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/04/30/Evvnpn.pdf>

5月 国内オートバックス事業

低燃費タイヤ購入先として2年連続No.1



関連ページ ▶ P21

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/05/27/BVtUo0.pdf>

6月 国内オートバックス事業

新たなオリジナルエンジンオイル「AQ.シリーズ」販売開始

プライベートブランドエンジンオイルを23年ぶりに刷新し、新たな「AQ.シリーズ」(オートバックス クオリティ.シリーズ)として販売開始。



関連ページ ▶ P21

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/06/09/C9f0cZ.pdf>

9月 国内オートバックス事業

スタッドレスタイヤ購入先でNo.1の支持を獲得



関連ページ ▶ P21

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/09/15/q31GcL.pdf>

7月 海外事業

インドネシアに初出店

日本車のシェアが高いインドネシアで第1号店となる「オートバックスA.R.ハキム店」が東ジャワ州の州都スラバヤ市に新規オープン。ASEAN地域におけるグループ店舗は13店舗となる。



関連ページ ▶ P23-24

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/07/09/gQ5LEu.pdf>

5月~9月 その他

自己株式の消却(5月、300万株)

自己株式の取得(250万株、約52.4億円)を実行

2015-

4月

5月

6月

7月

8月

9月

第1四半期

新規出店

国内5店舗 海外2店舗

(累計 国内590店舗 海外29店舗)



オートバックス
武雄店



オートバックス
呉阿賀中央店



オートバックス
パリン店(マレーシア)

第2四半期

新規出店

国内5店舗 海外1店舗

(累計 国内594店舗 海外30店舗)



オートバックス
・大分春日浦



オートバックス
・鳥栖店



オートバックス
新栄店

11月 国内オートバックス事業

車買取査定システム 「査定Dr.」で特許取得

車買取・販売の「オートバックスカーズ」が使用する車買取査定システム「査定Dr.」によって特許を取得。車両の修理履歴を判別することで、お客様の車の状態を適正に把握し、どのスタッフが査定を行っても同じ査定金額が算出される。



関連ページ ▶ P22

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/11/18/BgtFcX.pdf>

11月 ESG

健康保険組合が厚生労働省 「健康寿命をのばそう!アワード」で優良賞受賞

厚生労働省が主催する「第4回健康寿命をのばそう!アワード」生活習慣予防分野において、オートバックス健康保険組合が保険局長優良賞を受賞。

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/11/18/2zyppy.pdf>



1月 国内オートバックス事業

EVスポーツカー 「Tommykaira ZZ」取扱開始

GLM(株)が開発・販売する電気自動車「Tommykaira ZZ」をスーパーオートバックス東京ベイ東雲で独占販売開始。超軽量の車体に強力な専用設計モーターを搭載し、鋭い加速感とキレのある軽快な走りを実現。また、CO2を排出せず、環境への配慮もなされている。



リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2015/12/17/mi0clj.pdf>

1月 海外事業

自動車整備事業を営む フィリピン企業と資本・業務提携

自動車市場の拡大が目覚ましいフィリピンで、自動車整備事業を営むMotechグループとの資本・業務提携に合意。カー用品の卸小売および整備事業に参入し、ASEAN地域での事業展開を拡大させる。

関連ページ ▶ P23-24

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2016/01/13/Z0Z0TQ.pdf>

3月 国内オートバックス事業

オートバックス初! 車の買取に特化した 「車買取専門店」を出店

グループ初となる車買取特化型の店舗「オートバックス車買取専門店」を、新たに東京都世田谷区と福岡県福岡市に2店舗オープン。



関連ページ ▶ P22

リリース <http://www.autobacs.co.jp/images/data/news/2016/03/23/kmMhz4.pdf>

2016-

10月

11月

12月

1月

2月

3月

第3四半期

新規出店

国内4店舗 海外1店舗

(累計 国内597店舗 海外31店舗)



オートバックス
今津店



オートバックス
わかやま布引



オートバックス
パラマサーム店(タイ)

第4四半期

新規出店

国内4店舗 海外2店舗

(累計 国内599店舗 海外33店舗)



オートバックス
・NEW土山店



オートバックス
札幌白石



オートバックス
プラインダ店(インドネシア)

お客様の变化に向き合った改革を グループ全体で推進し、 カーライフの未来をデザインしていきます



2016年6月に開催された第69期株主総会の承認をもって、社長に就任しました小林です。この場を借りまして、まずはご挨拶を申し上げます。

私が当社に入社したのは、日本初のカー用品のワンストップショップとして大阪にオートバックス1号店を出店して4年目のこと。会社組織としてもFCチェーンとしても草創期にあたります。以来、ビジネス基盤の確立と拡大、国内外への展開、そして前社長による店舗改革の推進と、当社グループがクルマ社会の発展とともに進化・成長を続けるなかで、私自身も幅広い経験を積み重ねてきました。

そうした経験を通じて体感し、自らもその構築の一端を担ってきたオートバックスブランドを支える独自の強みを、お客様のクルマに対する価値観の変化に合わせて最大限に発揮させ、お客様のカーライフの未来をデザインしていくことが私の使命だと認識しています。また、激しい事業環境の変化に対応するために、成功体験やしがらみに捉われない思い切った決断が何よりも必要と考えています。新しい視点、大胆な発想で当社グループの改革を進めていきますので、株主・投資家の皆様には引き続きご支援を賜りますようお願いいたします。

代表取締役 社長執行役員

小林 喜夫巳

PROFILE

1978年入社。2008年執行役員 関西エリア事業部長、2010年に取締役 上席執行役員に就任。以降、取締役 常務執行役員、取締役 副社長執行役員を歴任し、営業統括、エリア戦略担当、店舗子会社戦略担当、オートバックスチェーン本部長として、国内オートバックス事業の改革に従事。2016年6月、代表取締役 社長執行役員に就任。

Q1 2016年3月期の業績 に対する評価を聞かせて ください。

**外的要因の影響で減収となるも、
利益率などを改善し営業利益は前年を上回りました。**

当期の当社グループの売上高は、前期比0.6%減少の2,081億円、営業利益は同4.6%増加の67億円、親会社株主に帰属する当期純利益は同5.2%減少の43億円となりました。

減収の主な要因は、国内の新車販売台数が前期比6.8%減少と低迷したことに加え、記録的な暖冬の影響でスタッドレスタイヤをはじめとした冬季商品の売上が減少し、国内店舗の「カー用品販売」の売上が前期比で5.6%減少したことです。暖冬は見込まれていたわけですから、他商品の販売に注力するなどの対策を実施できなかったことが大きな反省点です。今後は気象の変化に柔軟に対応できる売場づくりやオペレーションの確立など、当期の反省を改善につなげていきたいと考えています。

一方で、店舗でのお声掛けやネット・電話予約を強化した「車検・整備」は車検実施台数が前期比で2.7%増加、査定強化による中古車の買取の拡大を図った「車買取・販売」は総販売台数が同じく13.4%増加するなど、着実な成長を果たしました。

利益面では、カー用品の粗利率改善などにより、売上総利益率が0.4ポイント改善し、売上総利益は前期並みの水準を確保しました。販管費については、店舗システムや物流拠点の改修に関わる費用が増加したものの、減価償却費の計算方法を定率法から定額法に変更した影響や、広告宣伝方法の見直しなどにより、前期比で2億円(0.4%)削減しました。また、課題としてきた国内店舗子会社の収益改善についても、売価管理の強化や在庫の適正化などの施策が進展し、営業損失を半減させました。これらによって営業利益は増加しましたが、国内店舗子会社の店舗の減損などによる特別損失を5.8億円計上した結果、純利益では減益となりました。

2016年3月期の当社連結業績

(単位:億円)

	2016年3月期	前期比
売上高	2,081	△0.6%
営業利益	67	+4.6%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	43	△5.2%
ROE(%)	3.2	△0.1pt

国内オートバックスチェーン店舗売上高(全業態)*

(単位:億円)

	2016年3月期	前期比
カー用品販売	2,142	△5.6%
車検・整備	173	+4.5%
車買取・販売	266	+16.0%
その他	42	△7.9%
全店合計	2,624	△1.5%

※FC加盟法人店舗の売上を含む

Q2 中期経営計画4カ年の 半分を終え、どのよう な成果がありますか。

**「国内オートバックス事業」でお客様との接点を強化、
「新規事業」「海外事業」の基盤整備を進展させました。**

2015年3月期からスタートした「2014中期経営計画」では、中核事業である「国内オートバックス事業」の収益拡大に加えて、将来の成長の柱として「新規事業」「海外事業」を育成し、3つの柱を構築していくことを基本方針としています。

トップメッセージ

国内オートバックス事業では、お客様のカーライフを総合的に支援する「クルマのワンストップ・サービス」業態への変革に向けて、メンテナンスと車検を軸にお客様とつながり続ける関係づくりを推進しました。その結果、メンテナンス会員は期初から約40万名増えて240万名となり、車検についても実施台数・予約台数ともに伸びています。

また、カー用品、車検・整備に続く柱として強化している「車買取・販売」については、加盟店舗数が増えて全国でサービスを提供する体制が整うとともに、買取専門店の出店、特許を取得した短時間で査定可能な査定システムの稼働、スタッフの育成など、成長に向けた基盤整備が進展しました。

こうした成果があった一方で、課題として「お客様視点」と「提供価値の訴求」がまだまだ不足しています。たとえばメンテナンス会員については、トータルでは増加しているものの、1年間の有効期限を迎えて更新されない方も少なくありません。会員特典の強化や、そのメリットをわかりやすく伝えることはもちろん、使うたびにそのよさを実感していただけるような施策が必要です。車検・整備についても、実施効率を高める短時間オペレーションの浸透が進んでいません。短時間で対応がお客様の満足度向上につながるということをFC本部が指導し、現場の意識を改革していく必要があります。

新規事業については、M&Aによって2015年4月に参入したBMWディーラー事業、MINIディーラー事業ともに売上が拡大し、黒字化を果たすとともに、ディーラービジネスのノウハウ蓄積にもつながりました。

海外事業については、フランス、タイなど既存エリアで収益が改善し、またモータリゼーションの進展が著しいASEAN地域を中心に積極的な事業展開を進めました。

このように、各事業ともに一定の成果を上げつつあります。しかし、現下の市場環境や業績の進捗から「2014中期経営計画」に掲げた目標の達成は困難と判断し、中期の経営目標、戦略、施策を見直すこととしました。新たな計画は、2017年3月期秋頃に改めて公表する予定です。

「2014中期経営計画」の進捗状況

	2014年3月期 (前計画終了時)	2015年3月期 (実績)	2016年3月期 (実績)	2017年3月期 (見通し)	2018年3月期 (目標)
経営数値目標					
営業利益(億円)	139	64	67	80	150
ROE(%)	6.8	3.3	3.2	4.4	8.0
DOE(%)	4.1	3.7	3.8	3.8	3.0以上
重点課題の目標					
車検実施 台数(千台)	580	589	604	640	800
車買取・販売 台数(千台)	23.1	23.9	27.1	30.0	52.0

Q3 国内オートバックス事業の成長機会とリスクをどのように捉えていますか？

「車検・整備」や「中古車買取・販売」を成長機会と捉え、強みを生かした事業を展開します。

車両の高性能化や少子高齢化などに伴って、国内カー用品市場の縮小傾向は今後も続くものと見ており、対処すべき最大のリスクと捉えています。

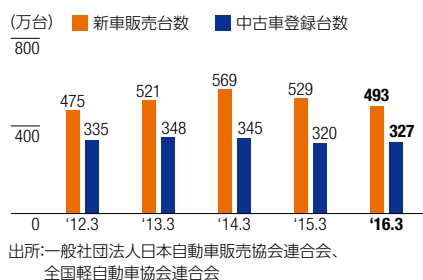
一方で、自動車保有台数は約6,000万台に達し、平均使用年数も12年以上と長くなっていることから、メンテナンスや車検・整備は安定した需要が見込まれます。当社グループは、カー用品市場ではトップシェアですが、車検市場でのシェアは2%程度であり、大きな成長余地があります。車両の電子化の進展や電気自動車、ハイブリッド車の普及拡大などに伴って車検・整備の技術レベルも急速に高まっており、中小整備工場の淘汰も見込まれ、組織的な対応ができる当社グループにとっては追い風だと捉えています。

また、国内の登録台数が年間300万台以上で推移している中古車市場も成長機会のひとつです。当社グループは、この分野では後発ですが、カー用品、車検・整備とあわせて事業展開しているのは他社にない強みであり、「来店頻度の高さ」や「充実したアフターフォロー」を生かしてシェア拡大を図っていきます。

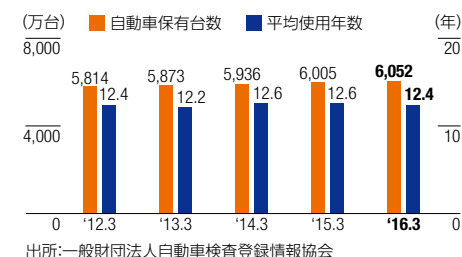
加えて、新たな販路と期待しているのがネット販売です。当期は売上高30億円、前期比でプラス80%以上と大きく伸びています。今後はネットと店舗の連携を強化することで相乗効果を追求していきます。

このような機会を積極的に捉え、ネットを含めた営業強化によってお客様との接点を強化し、車検を機にカー用品の販売や車の買取・販売へとつなげることが、国内オートバックス事業の成長モデルです。幅広い商品・サービスを相互に連携させ、単独のサービスを提供する事業者にはない「利便性」や「安心感」で差別化を図るという戦略の方向性を、今後も継続すべきと考えています。

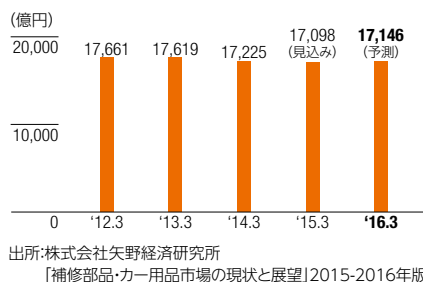
国内新車販売台数／中古車登録台数の推移



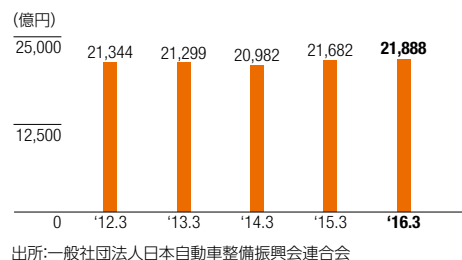
自動車保有台数／平均使用年数の推移



カー用品市場規模の推移



車検市場規模の推移



Q4 国内オートバックス事業をどのように変革していきますか。

**これまでの方向性と戦略を継続しつつ、
時代に応じた店舗の魅力向上とブランド再構築を進めます。**

これまで述べてきましたように、お客様のカーライフを総合的に支援するという方向性や、車検・メンテナンスを軸にお客様とのつながりを強化するという成長戦略を変えることはありません。ただし、こうした戦略を強力に推進していくためには、商品・サービスの魅力をさらに高め、新しいオートバックスへと生まれ変わる必要があります。

先人たちが長きにわたって築いてきたビジネスモデルは、「オートバックス」というブランドとともに、広く社会に認知されてきました。しかし、時代とともにクルマ社会のあり方が変化し、クルマに対する消費者の価値観が多様化するなか、これまで培ってきたブランドイメージが、お客様や社会からどう受け止められているかを問い直し、ブランドを再構築していく必要があります。これまで獲得してきた多くのお客様の声を分析・活用し、より魅力ある商品・サービスや店舗の創出とともに、10年、20年先を見据えたビジネスモデルを検討していきます。

そこで重要なのは、日々、お客様と接する従業員の意識と行動です。私が入社した当時に感じていた「会社とともに成長していく喜び」を、次代を担う従業員一人ひとりに感じてもらうことで、その意識や行動は自ずと変わっていくでしょう。私たち経営陣が時代に応じた変革を推し進め、FC加盟法人店舗を含めたすべての従業員が会社の変化と働きがいを実感できる環境を築くことで、全員で新しいオートバックスをつくり上げていきます。

Q5 「新規事業」「海外事業」の方向性を聞かせてください。

**新規参入した輸入車ディーラー事業と
ASEAN地域を中心に業容拡大を図ります。**

現在、当社グループの売上は中核事業である「国内オートバックス事業」が9割近くを占めています。国内では少子高齢化を背景としてカー用品市場の縮小がさらに進むことを考えれば、「新規事業」と「海外事業」を国内オートバックス事業に続く柱に育て、事業ポートフォリオの最適化を図っていく必要があります。

新規事業については、当期に黒字化したディーラー事業をさらに強化し、業績への貢献度を高めていく一方で、国内オートバックス事業とのシナジーも発揮できる周辺領域で新たな事業を立ち上げ、グループ全体で事業の付加価値拡大につなげていきます。

海外事業については、引き続きASEAN地域を中心に、拡大する市場を取り込むことで成長を加速させていきます。そこで重視すべきなのが、国内での成功体験にとらわれず、現地社会との調和を重視していく姿勢です。各市場にそれぞれ独自のクルマ文化や商習慣がありますので、現地をよく知るパートナーとの連携を基本に、地域の特性を踏まえたビジネスを展開していく考えです。

Q6 株主還元の方針を聞かせてください。

今後の投資戦略などを踏まえつつ、株主の皆様にご満足いただける還元を目指していきます。

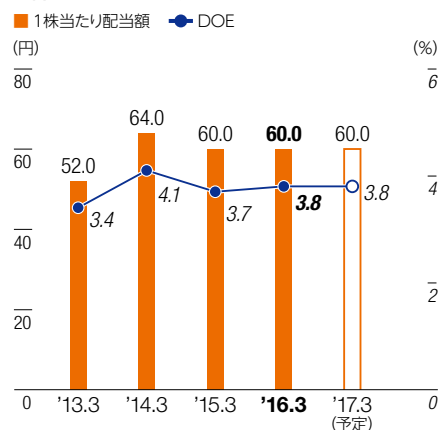
当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題のひとつと位置づけています。当期も「DOE3%以上」という配当方針に基づき、1株当たり配当を年間60円(DOE3.8%)としました。来期も前年度の配当水準を維持し、年間60円(DOE3.8%)を計画しています。

ここ数年、バランスシートの効率化とROEの向上に向けて自社株買いを実施してきましたが、新しい中期計画のもとに成長を実現していくために、店舗改革や新規事業の育成、海外事業の加速などを目的とした投資を実行していく考えです。運転資金を含め手元資金は現在の水準を維持しつつ、投資と株主還元のバランスを取っていきたいと考えており、2016年5月の段階では、自社株買いについては発表していません。

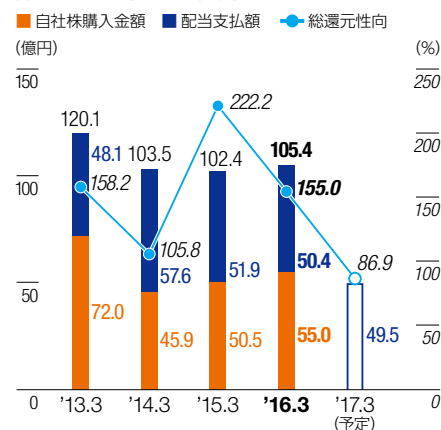
2018年3月期以降については、事業の拡大と株主の皆様にご満足いただける還元を目指していく方針です。具体的な水準は、新たな計画とともに公表します。

株主・投資家の皆様におかれましては、引き続きご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

1株当たり配当額／DOE



株主還元／総還元性向



注:1. 2013年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2013年3月期以前の数値は分割の影響を遡及換算しています。

2. 2014年3月期の配当額は、オートバックス誕生40周年記念配当10円を含みます。

持続的な成長に向けた 施策の展開を加速していきます

中核事業である「国内オートバックス事業」のさらなる収益拡大と、将来の成長に向けた「新規事業」「海外事業」の育成を進めています。「2014中期経営計画」における2年間の進捗と今後の展望について報告します。

連結売上高 (2016年3月期) **2,081** 億円

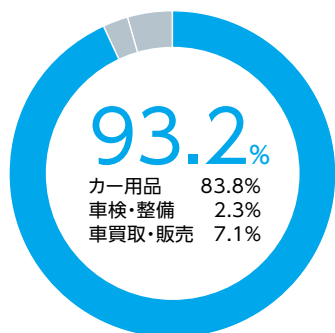
国内オートバックス事業

▶ 詳細 p18-22

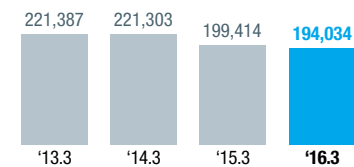
「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」を柱に、さらに便利で安心なワンストップサービスへの変革を進めています。

売上高
(2016年3月期) **1,940** 億円

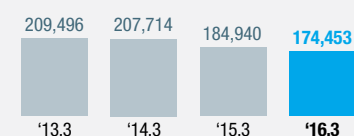
売上高構成比



売上高の推移(百万円)



カー用品 売上高の推移(百万円)



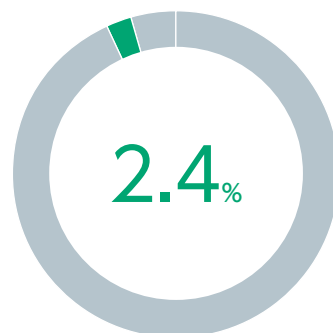
新規事業

▶ 詳細 p22

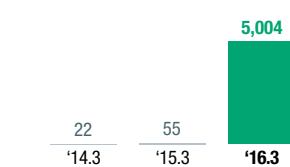
当社の強みを活かせる車関連分野(輸入車ディーラーなど)を中心に、将来の成長の柱となる新たな事業の育成に取り組んでいます。

売上高
(2016年3月期) **50** 億円

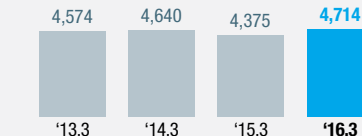
売上高構成比



売上高の推移(百万円)



車検・整備 売上高の推移(百万円)



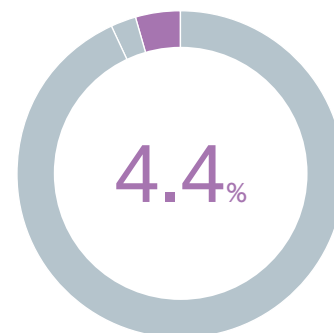
海外事業

▶ 詳細 p23-24

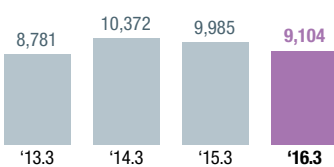
国内のオートバックスチェーンの運営で培ったノウハウを生かし、ASEAN地域を中心に开店を加速しています。

売上高
(2016年3月期) **91** 億円

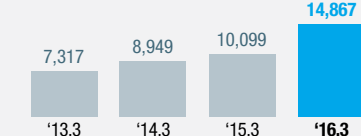
売上高構成比



売上高の推移(百万円)



車買取・販売 売上高の推移(百万円)



国内オートバックス事業

お客様とつながり続ける関係を構築し さらなる収益の拡大を目指します

車検・メンテナンスを軸にした 成長モデルの確立へ

現在、日本の自動車保有台数は約6,000万台、平均使用年数は12年以上*といわれ、今後もメンテナンスや車検・整備の安定した需要が見込まれます。とりわけ、車の安全性を維持するため定期的な実施が法で義務づけられている車検は、お客様が車の整備や乗り換えを検討する大きな機会です。したがって、車検の実施台数の拡大が、オートバックスとお客様の接点として重要といえます。

こうした視点から、車検・メンテナンスを軸にお客様とのつながりを強化する施策を展開しています。オイル交換などのメンテナンスから車検へ、車検からタイヤ交換、車の買取・販売へと、カーライフ全般のサービスをワンストップで支援することで、収益を最大化する成長モデルを確立していきます。

※出所：自動車検査登録情報協会

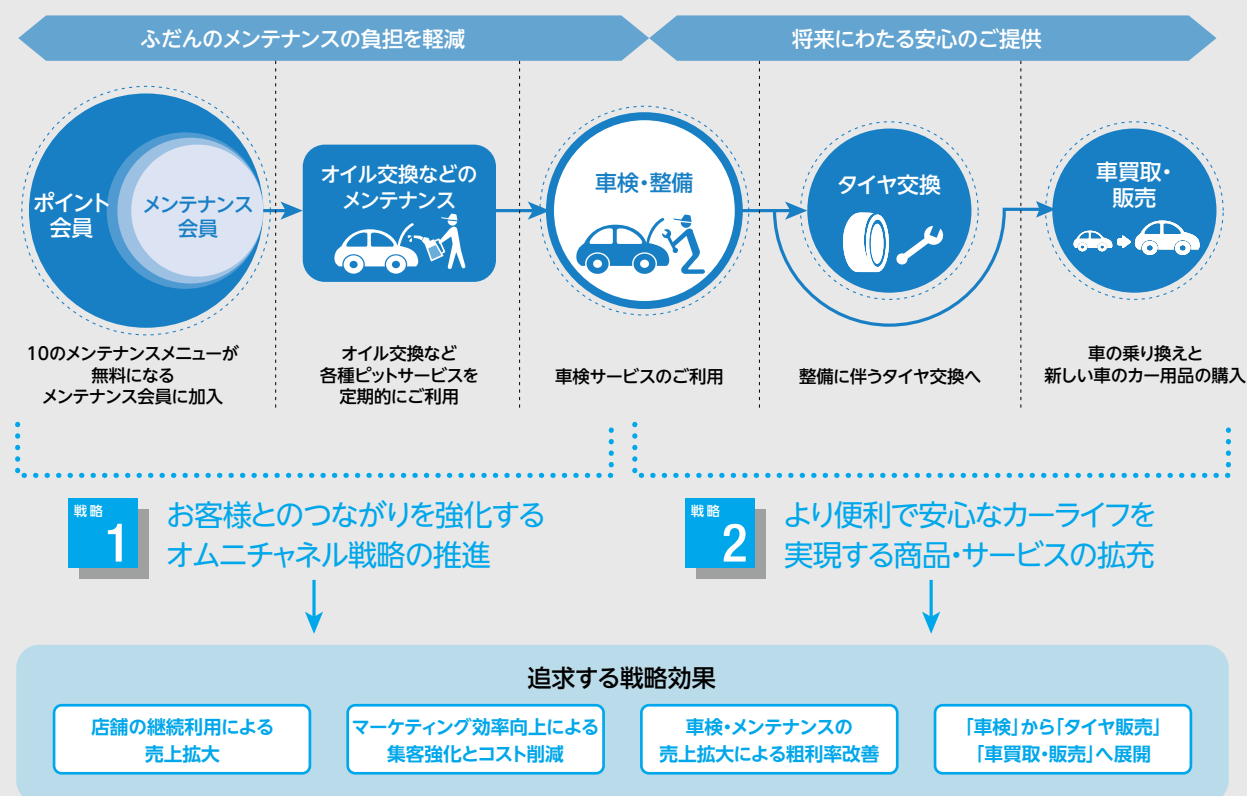
ポイント会員約1,500万名の顧客基盤を 最大限に活用して

オートバックスには、現在約1,500万名のお客様が有効会員としてポイント会員に加入しています。この顧客基盤を中心とした営業・サービス強化策を展開しています。10のメンテナンスメニューが無料になる「メンテナンス会員」への切り替えや新規入会を促進し、オイル交換などのメンテナンスにオートバックスを継続的にご利用いただくことで、その後の車検獲得やタイヤ交換、車の乗り換えのご相談へとつなげています。また、ネット・電話での予約の拡充や会員情報を生かした個客マーケティングの展開などの「オムニチャネル戦略」で、来店頻度の向上を図っています。

これらとあわせ、「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」の拡充を通じて、お客様の利便性を高めています。

成長戦略

車検・メンテナンスを軸にカーライフ全般をワンストップで支援し収益を最大化

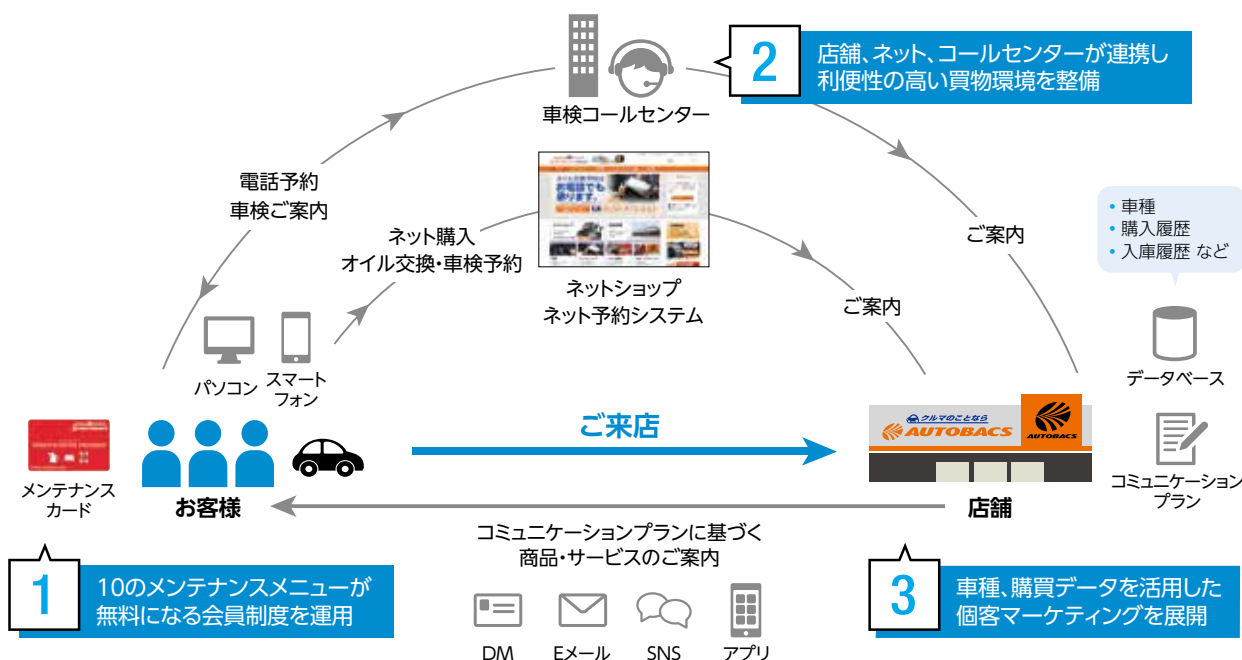


戦略

1

お客様とのつながりを強化するオムニチャネル戦略の推進

独自のメンテナンス会員制度と店舗・ネット・コールセンターを有機的に連携させたオムニチャネル戦略を推進。お客様が簡単・便利にクルマのメンテナンスや買物を楽しめる環境を整えることで、継続的な店舗利用を促進しています。



1 10のメンテナンスメニューが無料になる会員制度を運用

定期メンテナンスの工賃を無料化し、お客様の安心を継続的にサポート

オートバックスでは顧客数拡大を目的に、2014年6月から「メンテナンス会員」制度を運用しています。会員は、エンジンオイルやバッテリーの交換、タイヤのパンク修理など10のメンテナンスメニューを無料で利用できます。工賃の負担を減らして定期的なメンテナンスをしやすくすることで、お客様の店舗利用を促進しています。



メンテナンス会員 工賃無料化のメニュー



◆印は年1回。その他のメニューは回数無制限。
※メンテナンス会員は有効期限が1年で、入会金1,080円(税込)、継続料540円(税込)が必要です。
※2016年4月以降、メニューを2項目追加しました。

メンテナンス会員数

2015年3月期末	2016年3月期末
約200万名	約240万名

1会員当たり年間平均来店回数(2016年3月期)

稼働会員*全体	メンテナンス会員
3.0回	3.5回

※稼働会員：過去1年間にお買物されたお客様

メンテナンス会員の拡大策

- 既存会員向けDM、レシートクーポンなどによるメンテナンス会員への切り替えを促進
- メンテナンスカード売場を全店に設置
- オイルなど会員限定商材を充実

2 店舗、ネット、コールセンターが連携し利便性の高い買物環境を整備

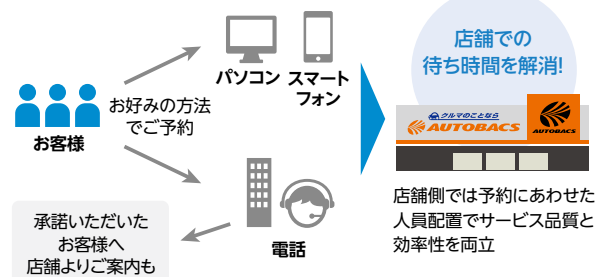
お客様の待ち時間を解消し 来店を促進するネット・電話予約を拡充

当社が運営するオンラインショップ「AUTOBACS.COM」やアプリ、電話で、車検・オイル交換の予約を受け付けることで、店舗での待ち時間を解消しています。今後、予約できる対象を、タイヤ交換などへと順次拡大していく方針です。

ネット・電話予約の強化策

- オイル交換** 当日予約の全店舗での取り組み
- 車検** 店舗でのお声掛けからの電話でのフォロー
- タイヤ交換** ネット・電話予約の試行

予約体制:車検のケース



ネット・電話予約の実績(2016年3月期)

オイル交換	車検
約 23.2 万件 (2014年3月期比 +88.6%)	約 2.2 万件 (2014年3月期比 +23.0%)

ネット店舗の多面展開と 店舗の取付サービスの連携で新規顧客を獲得

「AUTOBACS.COM」に加えて、外部のネット店舗に出店し、オンラインショッピングユーザーとの接点を拡大しています。ネット店舗のうち、「AUTOBACS.COM」「楽天市場」「Amazon.co.jp」では、購入されたカー用品を実店舗で取り付けるサービスを提供しています。これにより、お客様の利便性を高めると同時に、来店機会を増やすことで実店舗の売上拡大などの相乗効果も追求しています。

ネット販売の強化策

- 商品・サービスのラインアップ強化
- 車種適合情報の充実化

ネット店舗の出店状況



ネット販売の進捗(2016年3月期)

売上高	送客効果 (店舗受取 売上の成長率)
30 億円 (2014年3月期比 +121.3%)	+102.5% (2014年3月期比)

3 車種、購買データを活用した個客マーケティングを展開

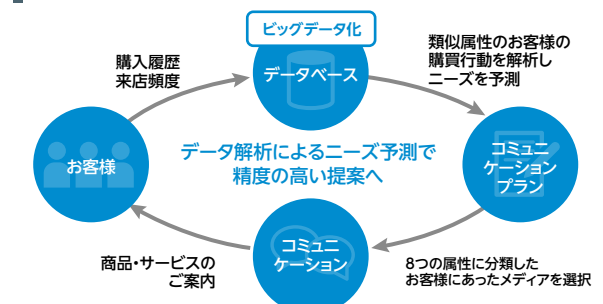
車種やメンテナンス時期にあわせた 個々のお客様への最適な提案で販促効率を向上

2015年3月期に刷新したCRMシステムによって、お客様の車種、購買履歴、来店頻度などのデータを蓄積。そこから導き出した「コミュニケーションプラン」に基づいて、メンテナンス時期や趣味・嗜好にあった商品・サービスを提案することで、継続的な店舗利用の促進と販促効率の向上を図っています。

個客マーケティングの強化策

- 6つの顧客層に基づくダイレクトメールの実施
- コミュニケーションプラン実施店舗数の拡大

データ解析によるマーケティング精度の向上



モデルケース:
2015年3月期冬期キャンペーン(2013年3月期との比較)

ダイレクトメール回収率	ダイレクトメール発送費
7.9% > 15.2%	約 4,200 万円削減

戦略

2

より便利で安心なカーライフを実現する 商品・サービスの拡充

時間的・経済的な負担の少ない車検サービスや、強みをもつプライベートブランド(PB)商品のラインアップ強化に注力。カーライフに関するお客様のさまざまなお悩みやご要望に的確に応えています。

車検・整備

短時間で車検を実施するオペレーションで 満足度向上と件数拡大の両立を追求

車検は、時間と費用の面でお客様の負担になっています。そこでオートバックスでは、必要な整備を特定して短時間で車検を実施し、車検後の整備計画を提案するスタイルを増やしつづけます。お客様の負担軽減と再来店の促進を図るとともに、オペレーションの効率化により車検実施台数を拡大しています。

車検・整備の強化策

- 車検が短時間でできるオペレーションの効率化
- 次回車検予約の獲得 ●整備士の育成 ●指定工場の拡大

車検実施台数

2014年3月期 58.0万台 ➤ 2016年3月期 60.4万台

次回車検予約の獲得件数

2016年3月期 約23万件

自動車整備士数

2016年3月期 約3,800名
(2014年3月期比 +3.5%)

指定工場店舗数

2016年3月期 403店舗
(2014年3月期比 +24店舗)

自動車検査員数

2016年3月期 約1,500名
(2014年3月期比 +20.5%)

カー用品

タイヤ販売の強化とともに プライベートブランド(PB)商品のラインアップを拡充

オートバックスは、第三者機関による調査結果で低燃費タイヤ・スタッドレスタイヤの購入店舗第1位※に選ばれているほか、販売本数で業界トップクラスのポジションを確立しています。こうした優位性を生かし、国内有力メーカーとの連携によるPB・専売商品を拡充し、タイヤ販売を拡大しています。また、2014年7月に「まよったらコレ」をコンセプトにPB商品を刷新し、車内グッズからタイヤ、オイル、バッテリーへとラインアップを広げています。良質な商品を妥当な価格で提供するための商品開発と販売環境づくりを推進。バッテリーにおいてはお客様の8割以上がPB商品を選択するなどの成果も出ています。

※出所：(株)日本能率協会総合研究所「低燃費タイヤに関する調査」(2015年5月)、「スタッドレスタイヤに関する調査」(2015年8月)

カー用品の強化策

- タイヤ販売の強化
- お客様のタイヤをお預かりする「タイヤ保管サービス」の強化
- 「まよったらコレ」をコンセプトにしたPB商品のラインナップ拡充



タイヤ販売本数

2016年3月期 564.9万本

タイヤ保管サービス対応店舗数

2016年3月期 約400店



プライベートブランド商品「AQ.(オートバックス クオリティ.)」
(左:オイル 右:バックカメラ)



物販に占めるPB商品比率

2016年3月期 12.2%

車買取・販売

加盟店舗の拡大と人員体制の強化で 車の買取を中心に事業を拡大

「オートバックス・カーズ」のブランドで、車買取・販売事業を主にチェーン店舗のインストア業態として展開。2016年3月期末現在、加盟店舗数が全国480店舗まで広がりました。お客様の来店頻度が高く、短時間で全国統一基準の査定ができるという独自の強みを生かし、優良車両の確保と拡販を進めます。

車買取・販売の強化策

- 加盟店舗の拡大
- 査定有資格者の増員
- 本部から店舗に約100名を人員シフト(2016年3月期)
- 全国テレビCMを開始(2016年3月期)
- 車買取専門店を出店(2016年3月期 2店舗)



短時間で査定ができる独自システム
「査定Dr. (ドクター)」
(2015年10月特許取得)



都市部を中心に車買取専門店の出店を強化

車販売台数

2014年3月期 23,100台 ➤ 2016年3月期 27,135台

加盟店舗数

2016年3月期 480店舗
(2014年3月期比 +121店舗)

社内査定資格保有者数

2016年3月期 約2,500名
(2014年3月期比 +約1,000名)

店舗オペレーションの改善

接客の品質向上と効率化の両立に向けて、店舗オペレーションの改善を進めています。実験店舗で、店長などがメンテナンスカウンターでお客様のご相談を承り、柔軟にスタッフを配置することで、接客時間と売上がともに伸びました。こうしたオペレーションを各店舗で実行していきます。



お客様のご相談をまとめて承る
「メンテナンスカウンター」



毎年実施する店舗スタッフの
「接遇フォーラム」

新規事業

強みを生かせる車関連分野で 新たな成長の柱を育成します

2015年4月に株式会社アウトプラッツ、株式会社アウトプラッツモータースの株式を取得し、BMW/MINIの正規販売店として輸入車ディーラー事業に参入しました。運営する2店舗ともに堅調で、当期に黒字化を果たしています。同事業で顧客層のさらなる拡大と車販売ノウハウの高度化を図ります。2013年9月に稼働した西日本ロジスティクスセンターの太陽光発電事業も、売電によって収益に貢献しています。

今後、輸入車ディーラーの事業を引き続き強化します。また、当社グループの強みを生かせ、国内オートバックス事業とのシナジーが発揮できる車関連分野を中心に新規事業を育成し、新たな成長の柱を築いていく方針です。



BMW販売店「Ikebukuro BMW」



西日本ロジスティクスセンターの屋根スペースと
遊休部を活用した太陽光発電

海外事業

ASEAN地域を中心に、出店を加速していきます

当社グループは海外事業を中長期的に収益に貢献する事業と位置づけ、成長が続くASEAN地域を中心に事業基盤の構築を進めています。中期経営計画における2015年3月期・2016年3月期(当期)の2年間で、タイ、マレーシア、インドネシアに合計8店舗を出店し、2016年3月期末現在、6地域、33店舗を展開しています。また、当期においては既存エリアの事業再構築、人員増強、マレーシアでの現地子会社設立

などを進め、海外事業全体で黒字化を達成しました。

今後もASEAN地域を中心に出店を推進するとともに、スピードを重視して現地企業との提携やM&Aも検討していきます。現在展開しているカー用品の小売に加えて、卸売やブランドのライセンス契約、店舗開発支援など、各地域の特性に適したビジネスを構築し、投資収益性を追求していきます。



1 フランス

店舗数	11店舗(子会社9 FC2)
初出店	2001年
運営会社	AUTOBACS FRANCE S.A.S.
出資比率	当社100%
営業利益	9百万円(2016年3月期)



現状と今後の方針

現地企業との合併事業で出店を開始。現在は子会社が、パリを中心に整備された環状線の外側に、大型店舗によるエリアドミナントを形成しています。当期、売上総利益の改善や在庫活性化により営業黒字化しました。引き続き、既存店の収益力強化を進めます。



2 台湾

店舗数	6店舗(FC6)
初出店	1991年
運営会社	(FC加盟法人による)
出資比率	—



現状と今後の方針

日本のオートバックスと同様の店舗形態で、FC加盟法人がオートバックスを運営しています。今後も日本から商品供給・店舗運営についてサポートしながら、既存店を中心としたビジネスを展開していきます。



3 タイ

店舗数	6店舗(子会社6)
初出店	2000年
運営会社	SIAM AUTOBACS Co., Ltd.
出資比率	当社49.87%
営業損失	70百万円(2016年3月期)



現状と今後の方針

首都バンコクを中心に、新興住宅街やショッピングモールに隣接するエリアに小規模小商圏型の店舗を展開し、ブランド認知を高めています。今後は店舗数を拡大し、エリア内におけるシェア拡大と利益向上を目指します。



4 シンガポール

店舗数	3店舗(子会社3)
初出店	1995年
運営会社	AUTOBACS VENTURE SINGAPORE PTE. LTD.
出資比率	当社93.75%
営業利益	135百万円(2016年3月期)



現状と今後の方針

自動車の保有に多額の費用がかかるシンガポールでは、アップパーミドル層を対象に、日本と近い業態でオートバックス店舗を展開。当期は減益ながらも収益は比較的安定しています。今後の出店余地は1~2店舗と見込んでいます。



5

マレーシア

店舗数	5店舗(子会社3 FC2)
初出店	2012年*
運営会社	AUTOBACS MALAYSIA SDN. BHD.
出資比率	当社100%
営業損失	47百万円(2016年3月期)



現状と今後の方針

子会社直営の店舗と国内のFC加盟法人が運営する店舗で展開。当期はメンテナンス商品、サービスを中心とする子会社直営の小規模小商圏型店舗3店舗を出店しました。2018年3月期までに、ジョホール州を中心に10店舗程度の出店を計画しています。

※FC加盟法人による出店



6

インドネシア

店舗数	2店舗(サブライセンス出店2)
初出店	2015年
運営会社	PT. AUTOBACS INDOMOBIL INDONESIA
出資比率	当社49%



現状と今後の方針

当期、インドモービルグループ*との合併会社が、現地企業とのサブライセンス方式で2店舗を出店しました。アッパーミドル層を対象とした、日本のオートバックスとは違う小型で高級感のある店舗が特徴です。今後、数店舗の出店を目指します。

※2013年8月に当社が提携した現地有数の自動車関連企業グループ

7

2

3

8

4

6

小売ビジネスの展開エリア
小売以外のビジネスの展開エリア



7

中国

現状と今後の方針

2004年に参入した中国では、小売ビジネスの再整備に向けて2015年3月期までに店舗を閉鎖。一方でカー用品の貿易事業は継続し、当期は営業利益4百万円と黒字化しました。引き続き貿易事業を推進するとともに、将来の出店拡大に向け提携先の開拓を検討しています。



8

フィリピン

現状と今後の方針

2016年1月、自動車整備事業を展開する現地企業Motechグループと資本・業務提携。フィリピンでは法規制によって当社グループによる出店ができないことから、同社店舗へのブランド貸与、一部商品の卸売、多店舗化支援で事業を拡大する方針です。

企業価値向上を支える力を 拡充していきます

持続的な企業価値向上に向けて、当社グループは経営基盤の強化を継続的に進めています。当社グループが重点的に進める「FC加盟法人の支援」「人材の育成」「環境経営」「社会貢献」の4つの取り組みを紹介します。



FC加盟法人の 支援

▶ 詳細 p26

パートナーの成長を サポートする

- 個店力強化の支援
- FC加盟法人の人材育成支援



人材の育成

▶ 詳細 p27-28

クルマの プロフェッショナルを育む

- 店舗スタッフの教育研修
- キャリア開発支援
- 働きやすい職場環境の実現
- 女性活躍の推進



環境経営

▶ 詳細 p29-30

人とクルマと環境が 調和した社会を創る

- 省エネルギーの推進と温室効果ガスの削減
- 省資源の取り組み



社会貢献

▶ 詳細 p31-32

地域と共に歩む

- 地域社会への貢献
- クルマ文化への貢献
- その他の貢献

重点テーマ

当社グループのCSR活動の詳細は、ホームページをご覧ください。 <http://www.autobacs.co.jp/ja/csr/torikumi.html>



パートナーの成長をサポートする

対等的パートナーシップのもと、FC加盟法人との連携をいっそう強化し、個店力の強化と人材育成の支援を通じて、店舗の収益力を継続的に高めていきます。

個店力強化の支援

個店シェアの拡大に向けて、FC加盟法人との連携を強化

FC加盟法人の支援体制

当社はFC本部として、国内FC加盟法人83社、全国599店舗（2016年3月期末現在）を支援し、個店力の強化を進めています。東西2つの営業統括部のもと、全国12エリアの営業部に109名の「カウンセラー」を配し、週1～2回の店舗訪問を通じて、本部方針に基づく年間計画の立案と実施をサポートしています。

FC加盟法人の支援体制



カウンセラーは地域のお客ニーズの変化や競合環境に即した売場づくり・品ぞろえの指導を行い、個店ごとのシェア拡大と収益力の強化を進めています。また、各店舗の成功事例を検証・標準化し、カウンセラーがエリア毎の特性を踏まえ展開するサイクルを継続することで、個店力をさらに高めています。

方針・戦略を共有する会議体

FC加盟法人との連携強化に向けて、FC加盟法人の経営者や幹部、店長などが参加する会議を定期的に行い、チェン方針や年度課題、商品政策などを共有しています。

FC加盟法人向け会議

会議名	内容	開催回数	開催拠点
FC経営者会議	チェン方針の徹底、年度課題の共有など	年2回	東京
方針徹底会議	営業方針施策の共有、商品政策の徹底など	年3回	全国2拠点（東・西）
店長会	営業方針の共有、年度・商戦毎の課題・施策の徹底など	年3回	全国12拠点
エリア会	各エリア代表のFC経営者との意見・情報交換	年4回	全国2拠点（東・西）

FC加盟法人の人材育成支援

店舗スタッフから店舗幹部まで、能力開発を通じて実行力を向上

「人材戦力マップ」の活用

FC加盟店舗のお客対応力向上を図るために、店舗スタッフが習得すべきスキル要件を、タイヤ・オイルなどの基本5商品群、重点販売商品、ピット作業技術のカテゴリで定義し、個人単位で習得状況が「見える化」する「人材戦力マップ」を各店舗で運用しています。これにより個人と店舗全体の両面で販売力レベルを把握し、店舗におけるOJT計画、人材育成計画の立案に活用しています。各店舗の状況は、FC加盟法人の採用・人材育成の支援を主管する「チェン人事部」が把握し、運用をサポートしています。

店舗幹部への教育研修

顧客接点の強化と店舗業務効率化を実現する「オペレーションセミナー」や個店戦略の立案や継続的な業績向上へのマネジメントを学ぶ「店舗戦略力強化研修会」など、店長をはじめとする店舗幹部の実行力を強化するレベル別の研修を、全国各地で開催しています。



店舗戦略力強化研修会



クルマのプロフェッショナルを育む

当社グループでは、専門的な知識・技能を備えた人材の育成に力を入れています。また、働きやすい職場環境の整備と社員のキャリア開発を通じて、地域雇用を担う企業としての責任を果たしています。

店舗スタッフの教育研修

カーライフを支える知識・技能を高める、充実した階層別研修

当社は、主に店舗スタッフを対象にした30以上の階層別教育・研修体系を構築・運用しています。集合研修は、総実施回数337回(2016年3月期実績)に及び、eラーニングや店舗でのOJTなどと組み合わせ、高い効果を追求しています。また、グループ内

資格を評価に結びつけ、スタッフの知識と技能、意欲を高めることで、店舗におけるサービス品質の向上を図っています。さらに、自動車整備士などの公的資格の取得に向けた研修などにも注力し、着実に資格取得者数を伸ばしています。

主な資格の取得状況

資格	内容	資格取得者数	前期比
グループ内資格			
カーライフアドバイザー	eラーニングで主要商品・サービス、接客に関する知識を習得(2級は10コース、1級は5コースを受講し、修了試験を実施)	18,574名*	-574名
商品別スペシャリスト	最適な商品提案を行うための専門知識、接客技術を習得。カーライフアドバイザー資格取得者に強化研修、検定試験を実施。商品別に6コースを設定	6,038名*	-159名
メカニック	ピット業務に必要な知識・作業手順などを習得。eラーニング、映像、実習指導、集合研修など複合的にを行い、検定試験を実施。キャリアに応じて4つのクラスを設定	13,469名*	-493名
公的資格			
自動車整備士	実務経験などの要件を満たし、学科・実技検定試験の合格で得られる国家資格	3,781名	+1名
自動車検査員	地方運輸局長の行う教習を受講、修了試験に合格するなどの要件を満たし、届出・受理された者	1,524名	+70名

*資格取得者数は、オートバックスチェーン全体の延べ取得人数(2016年3月末現在)

主なグループ内研修の状況

研修	内容	受講者数
店舗戦略力強化研修会	店長を中心に、継続的な業績向上を実現するための店舗マネジメントの原則を学び、個店戦略力の強化を図る	1,207名
店舗マネジメントサイクル研修会	業績向上に向けたマネジメントサイクル(PDCA)を体感し、PDCAサイクルを回すコツをつかむ	448名
オペレーションセミナー	カウンターオペレーションを導入することにより、顧客接点の更なる強化と店舗業務効率化を図る	551名
接客研修	全スタッフを対象に、お客様来店シーンに応じた接客の基本を「わかる」から「できる」までにする	8,998名
C@RS基礎研修	C@RS担当スタッフを対象に、車業界とオートバックス・カーズの基礎理解。車売買の商品知識の理解と習得	3,428名
買取オペレーション研修	C@RSシステムや、査定Dr. の理解と操作方法の習得。修復歴車の瑕疵を判断する為の基礎知識の習得	2,852名
車検基礎研修会	車検フロント担当など、車検受付・引渡等の基本的な業務を習得	172名

キャリア開発支援

「自らのキャリアは自らが創る」を基本に、さまざまな支援制度を整備

キャリアディベロップメントシステム

社員全員が知識や経験を重ね、さまざまな職場を知り、会社への理解を深めるため、当社では、数年ごとにジョブローテーションを実施しています。社員一人ひとりが志向性・適性を見出し、自発的にキャリアアップを図ることで、組織の活性化につなげていきます。また、中堅社員向けのキャリアデザイン研修を実施し、従業員が自ら将来のキャリアを意識して、業務や自己啓発に取り組むように会社として後押ししています。

カフェテリアプラン

キャリア階層別の研修制度に加え、外部団体による通信教育や公開セミナーの受講、公的な資格取得など約160コースが利用可能な「カフェテリアプラン」を設け、社員の自発的なキャリア開発を支援しています。そして、能力開発支援として一人年間10万円までの補助を行っており、これまでのべ1,679名の社員が利用しています。また、会社が指定する公的資格の取得者には報奨金を支給するなど、能力開発へのインセンティブを与えています。

一人ひとりが、安全で、健康的に働ける職場づくりを推進

労働安全衛生の取り組み

当社グループは、「健康は何にも勝る財産」という理念に基づき社員の健康増進に努めています。その取り組みのひとつとして「オートバックス大阪健康センター」を設置し、「健康マネジメント研修」を実施しています。定期健康診断で生活習慣病などの問題が発見された社員に対し、産業医の指示に従い、研修を義務づけています。こうした取り組みが評価され、日本政策投資銀行が融資条件の設定に用いる「DBJ健康経営（ヘルスマネジメント）格付」において、最高のAランクを取得しました。また、職場環境の維持・改善に向けては、店長研修を通じて店舗の安全維持や超過労働の防止などを指導しています。



DBJ健康格付



研修の風景

メンタルヘルスケア

メンタル面のケアを目的として、「メンタルヘルスチェック」を外部の専門家に委託し、全従業員に実施するとともに、必要に応じて外部委託機関に相談できる体制を整えています。

子ども参観の実施

従業員の子もたちを対象に、家庭では見られない職場で働く親の姿を見てもらうことで、親への理解を深め、職業観を育むことを目的に実施しました。子育て中の従業員もその能力を発揮し、仕事と生活の調和を図り働きやすい環境の整備を行っています。

社内通報制度

役員および従業員の不正行為や倫理から外れた行動の未然防止・早期対処などを目的に、「オレンジホットライン」（オートバックスチェーン内通報制度）を導入し、社内および社外窓口を設置、運用しています。

女性活躍の推進

多様性を重視し、女性が活躍できる環境づくりを推進

支援制度の拡充

社員の育児をサポートするため、育児休暇の延長（子どもが1歳半を迎える年度末まで）、時短勤務期間の延長（子どもが12歳になる年度末まで）、育児休暇明け社員へのオリエンテーションの実施、半日有給取得制度の導入など、制度の拡充を進めています。当社では2016年3月期末現在、8名の社員が育児関連の制度を利用しています。今後は男性従業員の子育てを目的とする休暇取得を推進し、女性がより働きやすい環境づくりに努めていきます。

女性社員の支援

女性社員が活躍できる環境をつくるべく、社員から直接声を聴くことを目的に、「女性視点で働きがいを考えるワークショップ」を開催しました。21名の女性社員が参加し、女性社員の働きやすさや、働きがいに関する意見交換、女性が活躍するためにはどうすればよいかについて話し合い、発表を行いました。



ワークショップ風景

VOICE 女性活躍推進担当者の声

「女性が働きやすい会社は皆が働きやすい会社」をモットーに

当社では、女性が活躍できるように、時短勤務の適用を子どもが12歳になる年度末までと長めに設定し、女性のキャリア支援プロジェクト「女性タスク」などの取り組みを進めています。また、昨今の保育園事情も考慮し、「ならし保育休暇」も導入しました。その結果、当社の産前産後休暇、育児休業からの復帰率は2006年7月以降、100%となっています。「女性が働きやすい会社は皆が働きやすい会社」と考え、結婚や出産、育児など多様なライフイベントを経ても女性が働きやすい仕組みを設けることで、社員一人ひとりのキャリアの継続を支え、職場の活性化を図っていきます。



人事部 人事・戦略グループ 坂田 久美子



人とクルマと環境が調和した社会を創る

自動車に関わる事業に携わる企業として、事業活動における環境負荷低減を継続するとともに、商品・サービスを通じた環境への貢献を通じて、クルマ社会の持続的な発展に貢献していきます。

オートバックスセブン 環境方針

オートバックスセブンはカー用品、車検整備、車販売の事業活動を推進する上で、環境の保全に配慮した活動を目指します。

1. オートバックスセブンにおける事業活動の環境に与える影響を把握し、目的、目標、計画を定め、環境保全活動の継続的な改善を図ります。
2. 環境に係わる法規制及びその他の要求事項を順守します。
3. オートバックスセブンにおける事業活動が与える環境影響の中で、特に以下の項目について優先的に取り組みます。
 - (1) 省エネルギーの推進と温室効果ガス排出量の削減
 - (2) 廃棄物の排出量の削減と3Rの推進
 - (3) 環境に配慮した商品の購入
 - (4) 環境に配慮した商品、サービスメニューの開発および店舗での販売促進
4. 環境汚染の予防に努めます。
5. オートバックスセブン全ての人に、環境や社会問題に自発的に取り組むように教育と啓発を行い、人と車と環境が調和した持続可能な社会を目指します。

環境保全活動の目標と実績

分野		当期の目標	当期の主な取り組み実績	来期の計画
省エネルギー推進と温室効果ガスの削減	電力使用量の削減 (CO ₂ 排出量の削減)	2015年3月期比2%程度の削減	2015年3月期比2.9%削減	2016年3月期使用量維持
	ガソリン使用量の削減	2015年3月期比3%程度の向上 低燃費車への切り替え	2015年3月期比5%向上	2016年3月期燃費水準の維持
省資源の取り組み	廃棄物の削減	2015年3月期比1%程度の削減	2015年3月期比3.9%削減	2016年3月期比2%の削減
	コピー用紙使用量の削減	2015年3月期比2%程度の削減	2015年3月期比6.7%削減	2016年3月期比2%の削減
	段ボール使用量の削減	取り組みの継続	2012年3月期比51%削減	
環境に配慮した商品の購入	事務用品のグリーン購入	取り組みの継続	グリーン購入比率86.2%	グリーン購入比率80%以上
環境コミュニケーション	従業員への環境教育、活動プログラム周知	取り組みの継続	年1回環境自覚一般教育実施および定期的な環境啓蒙情報発信実施	年1回環境自覚一般教育実施および定期的な環境啓蒙情報発信実施
地域環境美化への貢献	近隣清掃活動実施	全社員参加	全社員参加	全社員1回以上参加

当社は、環境活動を推進するため、環境ISOで定められた実施事項を理解し、部門に活動を展開させることを目的に、2016年3月期は、部門から1名参加を必須とし3回の「環境推進委員会」を実施しました。

これに取り組むことにより、環境貢献だけではなく、環境上の事故等の緊急事態対応や製品の改善、省資源による利益の向上など、企業が抱かえている多様な課題を改善することにつながります。

TOPICS メガソーラー発電所(兵庫県三木市)による売電

西日本ロジスティクスセンター(兵庫県三木市)内の遊休部分および同センター内建物の一部屋根を利用した太陽光発電を導入し、売電事業を行っています。保有資産の有効活用を図るとともに、自然環境にやさしい「再生可能エネルギー」の普及促進に努めています。企業の社会的責任としての環境負荷低減などを通じて、社会に貢献し、環境に配慮した取り組みを積極的に行っていきます。

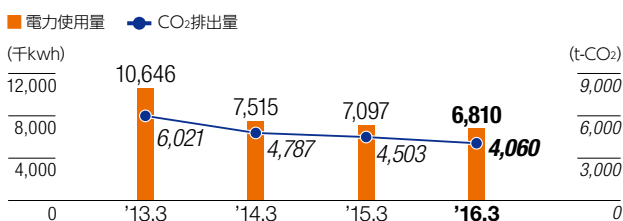


太陽光発電設備

省エネルギー対策を策定し、CO₂総排出量を削減

■ 当社および店舗における取り組み

当社は本社、地方事業所、直営店舗、ロジスティクスセンターなどにおいて、環境方針に則って、従業員一人ひとりが省エネルギーに対する意識を高く持ち事業活動を行っています。当期における当社の電力使用量*は前期比4.0%減の6,810kwhとなり、CO₂総排出量*は、前期比4.0%減の4,060t-CO₂となりました。

電力使用量／CO₂排出量の推移*

※オートバックスセブン本社、地方事業所、直営店舗、ロジスティクスセンターの合計

当社グループでは、今後も業務改善、効率化によるノー残業デーの実施など、各種活動プログラムを推進していきます。

また、店舗における取り組みとしては、店舗ごとに調光式のLED照明などの導入を進める一方、夏季における店舗内の温度上昇を抑える方法の一つとして、店舗の屋根に遮熱塗装を施すなど、環境とコスト面を意識した店舗づくりを行っています。



LED照明
(オートバックス大和郡山)



太陽光発電パネル
(オートバックス大和郡山)

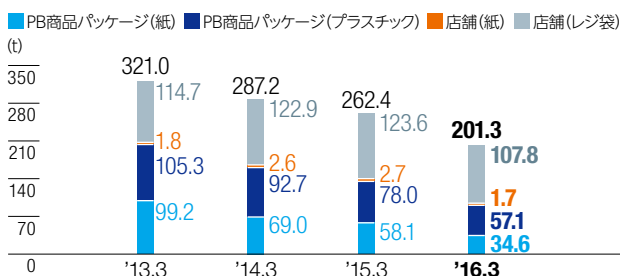
省資源の取り組み

限られた資源を有効利用するために3Rを推進

■ 容器包装の削減

当期におけるオートバックスグループのレジ袋などの容器包装類使用量は、前期比23.3%減の201.3tとなりました。レジ袋の削減にあたっては、お客様への声掛けなどを通じて、お客様のご理解・ご協力を得ながら進めています。また、当社PB商品のパッケージについても、順次、軽量化や材質の見直しなどを図っています。

オートバックスチェーンおよび本部 容器包装利用量の推移



■ 物流分野における取り組み

商品輸送では、急ぎの配送でないケースなどにおいて、トラック輸送ではなく、CO₂排出量が少ない鉄道コンテナ輸送も利用しています。また、店舗への商品の配送に再利用可能な折りたたみコンテナは、箱の大きさも数種類用意し、廃棄される段ボールの削減に努めています。

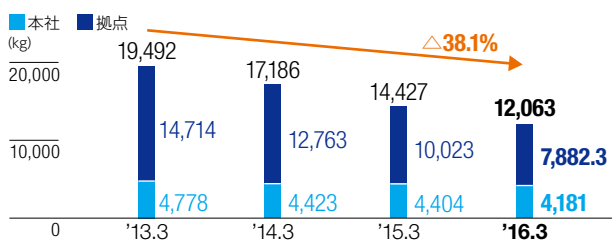


配送用コンテナ

■ 廃棄物の削減・適正処理・リサイクル

オフィスで発生する紙類やプラスチック類などの一般ごみは、分別の周知を徹底し、継続的な削減を進めています。

オフィスにおける一般ごみの発生量の推移



また、店舗ピットの交換作業に伴って発生する廃棄物は、合法性が確保された産業廃棄物業者に委託し、適正に廃棄・リサイクル処理を行っています。さらに、それらの遵守状況を独自に確認することで、適正処理の確保に努めています。

廃棄物リサイクルの取り組み

- ① 廃タイヤ
専門業者にて細かく裁断され、主にセメント工場、製紙工場にて熱源として利用（一部はセメント原料にも利用）
- ② 廃オイル
専門業者にて精製され、再生油となり、主にボイラー燃料として利用
- ③ 廃バッテリー
専門業者にて再生鉛、再生プラスチックにリサイクルされ、再びバッテリー製品として利用



社会貢献

地域と共に歩む

店舗が地域の人々に必要とされるインフラとしての役割を果たせるよう、その機能を拡充しています。クルマの適切な利用を願う地域社会と共に歩む企業として、地域住民の安心と安全な暮らしに貢献します。

地域社会への貢献

地域の人々の支えとなるインフラを目指して

電気自動車(EV)用充電スタンドの設置

走行時にCO₂を排出しない電気自動車(EV)は、地球温暖化対策のひとつとして期待されています。オートバックスチェンでは、店舗駐車場にEV用充電スタンドの設置を進め、EVやプラグインハイブリッド車(PHV)でご来店されたお客様の利便性向上とともに、EVの普及促進に努めています。2016年6月末現在、104店舗に設置しています。



電気自動車(EV)用充電スタンド



地域に根差した活動を推進

2005年から本社周辺の清掃活動を実施しており、2010年3月期からは、店舗においても週1日を「オートバックスデー」として、開店前に店舗周辺の清掃を行っています。また、当社が取り組むモータースポーツ活動「ARTA Project」において、地域の小中学校の生徒を対象に「夢をかなえる」をテーマにした課外授業を実施するなど、地域とのコミュニケーションを図っています。



清掃活動



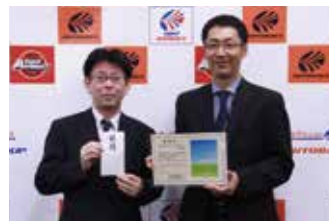
中学校での課外授業
©GTA

企業見学の受け入れ～東日本ロジスティクスセンター～

東日本ロジスティクスセンターでは、2007年1月から毎年近隣中学校からの職場体験の受け入れを実施しています。2007年以降、累計130名が職場を体験しました。ロジスティクスセンターでの経験を通して感じたことや、働くことの厳しさや楽しさ、やりがいなどを学べるよう、今後も積極的に職場体験の受け入れを実施していく予定です。

平成28年熊本地震の支援

2016年4月14日の地震発生後、自治体からの要請を受け、翌日、緊急支援物資として、水、非常食、非常用トイレを熊本県益城町役場にお届けしました。また、全国のオートバックス店舗では4月19日から5月31日の期間で募金活動を行いました。集められた約280万円の募金は、日本赤十字を通じて義援金として被災者の方に届けられます。さらに当社内において、従業員からの募金に対し、当社が一定額を上乗せする形で、100万円を特定非営利活動法人 難民を助ける会(AAR Japan)に寄付を行いました。加えて現地で復旧活動に従事する団体への貸し出しや、被災地域での共同利用を目的に、一般社団法人日本カーシェアリング協会に対し、軽トラック5台を寄贈しました。



従業員の募金に当社が一定額を上乗せし100万円を寄付

災害時の帰宅困難者支援

オートバックスチェンは一部店舗において、災害時の帰宅困難者への支援として水道水やトイレの提供、地図やラジオなどによる道路情報の提供などを行う協定を各自治体と締結しています。2016年3月期末現在、22都府県345店舗が支援可能となっています。



「災害時帰宅支援ステーション」ステッカー

災害時の緊急対応を強化

店舗の災害時や、出張販売も活用できるタイヤサービスカーを全国7拠点に配置しています。災害時に店舗が稼働できなくなった場合、緊急対応として出動し、地域のお客様にご不便をかけない運営を行っています。



タイヤサービスカー



搭載機材

クルマに親しみを持つファンを育成

■ キッズニア出展と学生のものでづくり支援

当社は子ども向け職業体験テーマパーク「キッズニア東京」「キッズニア甲子園」に、パビリオン「カーライフサポートセンター」を出展しています。2014年には、より魅力的な体験ができるように、このパビリオンをリニューアルオープンしました。クルマに触れる楽しさを子どもたちに知ってもらうとともに、仕組みや安全に関する理解の促進と、今後の安全なクルマ社会の構築に寄与することを目的としています。また、学生のものでづくりの総合力を競う全日本学生フォーミュラ大会（公益社団法人自動車技術会主催）に出場の2チームを支援し、クルマに向き合う学生の自ら構想・設計・制作する活動を応援しています。



子ども向けに
ピットが再現され、
タイヤ交換などの
車両整備を体感



学生のものでづくりを支援
車両の制作風景

■ モータースポーツ支援

モータースポーツ全体を活性化するために、当社は国内で最も人気のある自動車レース「SUPER GT」シリーズに協賛しています。また、1998年「ARTA Project (AUTOBACS RACING TEAM AGURI)」の設立以来、世界に通用する日本人ドライバーの発掘・育成から国内外のレースへの参戦など多方面の活動を展開し、レースの感動を通じたファンづくりを継続的に進めています。



ARTA (AUTOBACS RACING TEAM AGURI)

子どもの環境教育や食糧を必要とする人々を支援

■ グリーンパワーフェスティバルへ協賛

再生可能エネルギーや環境について親子が楽しく学べる「第3回グリーンパワーフェスティバル」（経済産業省資源エネルギー庁主催）に協賛しました。メインイベントは「親と子のこどもエネルギークイズ選手権」で、全国7カ所の地区大会を勝ち上がってきた親子が、2016年1月の決勝大会で熱戦を繰り広げました。当社では、今後も再生可能エネルギーの普及促進を支援していきます。



フェスティバル風景

Green
power



■ 防災非常食の寄贈

当社では、フードバンク活動を行うNPO法人「セカンドハーベスト・ジャパン」に対し、賞味期限を迎える防災非常食の寄贈をしています。寄贈品は、生活困窮者や児童擁護施設などへの支援として活用されています。また、パンの缶詰を非常食として備蓄し、賞味期限前に回収され義援物資として役立てられる「救缶鳥プロジェクト」へも参加し、回収したパンの缶詰を、世界の飢餓で苦しむ人々に届けています。



栄養調整食品
約1,200食を寄贈

SECOND
HARVEST
セカンドハーベスト ジャパン



救缶鳥（パンの缶詰）

持続的な企業価値向上のために ガバナンスの強化を進めています

会社は、株主から預託された資本をもとに公正な企業活動を通じて中長期的に企業価値の増大を求めるものであり、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会等のあらゆるステークホルダーに対する責任を考慮し、公器として企業活動を通じて社会に貢献することを期待されています。会社経営者はこのような社会の仕組みのなかで優れた企業活動を行うことを求められており、会社を永続的に発展させ、説明責任を果たすことにより経営の透明性を高め、社会的責任を果たさなく

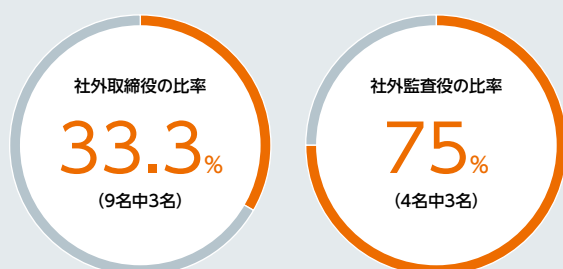
てはなりません。

当社は、上記の考えに基づき、あらゆるステークホルダーから支持と信頼を獲得し続けるため、企業の社会的責任を果たしつつ、お客様に喜ばれる商品・サービスの提供に永続的に取り組むことにより、「オートバックス」ブランドの維持・向上に努めることが最も重要であるとの認識のもと、継続的なコーポレート・ガバナンスの強化、改善に努めています。

コーポレート・ガバナンスの特徴 (2016年6月21日現在)

監督機能の強化

社外役員を積極的に登用

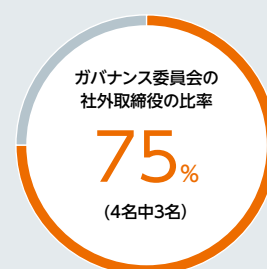


社外取締役の比率を3割超にすることで、監督機能の強化、意思決定プロセスの透明性・客観性を確保しています。

指名・報酬の透明性・客観性の確保

取締役会諮問機関としてガバナンス委員会を設置

全社外取締役と
代表取締役で構成。
委員長は社外取締役が就任。



ガバナンス委員会が取締役、役付執行役員の指名および報酬などの事項を諮問することで、経営の透明性と客観性を高めます。

執行と監督の分離

執行役員制度を採用し経営責任を明確化

取締役による業務執行監督機能を維持・向上するため、執行役員制度を採用して業務執行機能と監督機能を分離しています。

一般株主の利益保護

独立役員のみを社外役員に選任

社外役員6名全員を独立役員とすることで、社外取締役および社外監査役の独立性を確保するとともに、一般株主の利益保護に努めています。

適切・迅速な意思決定と合意形成

取締役・執行役員の適切な情報共有と議論

取締役会が議論と意思決定を適切・迅速にできるよう、執行役員で構成する各種会議体から経営課題や業績に関する適切な情報を提供しています。

近年のコーポレート・ガバナンス強化の変遷

- 2006年3月期
 - 社外取締役 10名中2名
 - 「指名諮問委員会」設置 (2010年4月ガバナンス委員会に統合)
- 2009年3月期
 - 社外取締役 9名中4名
 - 社外監査役 5名中3名
 - 「ガバナンス委員会」設置
 - 「リスクマネジメント委員会」設置
 - 業務執行体制の強化を目的に「経営会議」、その他の各種会議体を設置
- 2010年3月期
 - 「コーポレート・ガバナンス方針」制定

- 2011年3月期
 - 社外取締役 8名中3名
 - 「経営理念」改定
 - 「社外役員の独立性要件」制定
- 2012年3月期
 - 社外監査役 4名中3名
- 2016年3月期
 - 「筆頭独立社外取締役」設置
 - 「独立役員連絡会」設置
 - 「取締役評議会」実施

コーポレート・ガバナンス体制

当社は、取締役会による業務執行の監督と、監査役による監査の二重の経営のチェック機能を有する監査役会設置会社の形態を採用しています。

2016年6月21日現在、取締役総数9名のうち社外取締役が3名を占めている当社は「社外取締役を中心とした取締役会」に該当しますが、社外取締役全員と代表取締役により構成されるガバナンス委員会を設置しており、監査役会設置会社をベースとしつつ委員会設置会社の機能をも併せ持つ、いわゆるハイブリッド型のコーポレート・ガバナンス体制を整えています。

経営、業務執行体制

1) 取締役会

代表取締役が議長を務め、取締役総数9名（執行役員兼務6名、社外取締役3名）で構成し、原則として月1回開催しています。取締役会は、法令または定款で定められた事項および会社の事業活動に関する重要事項について意思決定し、また必要に応じて報告を受けています。監督機能の強化を図るため、社外取締役数は、在任取締役総数の3割を超えるように努めるとともに、一般株主の利益保護のため独立性を重視して選定し、中長期的な企業価値の増大を図るための最善の意思決定を行うよう努めています。

2) 経営会議

社長執行役員が議長を務め、役付執行役員により構成し、原則として月1回開催しています。取締役会決議事項に内在するリスクおよびその対策等を事前に審議し、その過程および結果を取締役に報告するほか、全社方針・計画の立案を行っています。経営会議には、オブザーバーとして社外取締役および監査役が出席し、議案の審議等につき必要な発言を適宜行っています。

3) その他の各種会議体

全社に係る方針や経営課題の討議および業績や中期経営計画の進捗確認、ならびに個別事業に係る戦略の進捗確認、分析、対策立案等を行うため、執行役員が中心となり開催す

る会議体を設置。原則として月1回から2回、開催しています。

諮問機関等

1) ガバナンス委員会

ガバナンス委員会は、社外取締役を委員長とし、社外取締役全員と代表取締役により構成しています。原則として月1回開催し、取締役会に対して、社内取締役および役付執行役員の候補者選任、取締役および執行役員の報酬体系、ガバナンスに関わるその他の事項に関する答申と提言を行います。

2) リスクマネジメント委員会

代表取締役社長執行役員を委員長とし取締役兼務執行役員および内部統制を担当する執行役員により構成しています。原則として年1回開催し、リスクマネジメント年度方針を策定。リスクマネジメントの円滑、適正な推進に努めています。

監査体制

1) 内部監査

スタッフ9名の体制で、内部統制システムの評価を行うとともに、当社および子会社の業務が、法令、規程およびマニュアル等に基づき適正に運用されているかを、継続的に監査しています。評価および監査結果は、代表取締役、監査役および執行役員等に適宜報告し、該当部門に不備の是正、改善を指示しています。

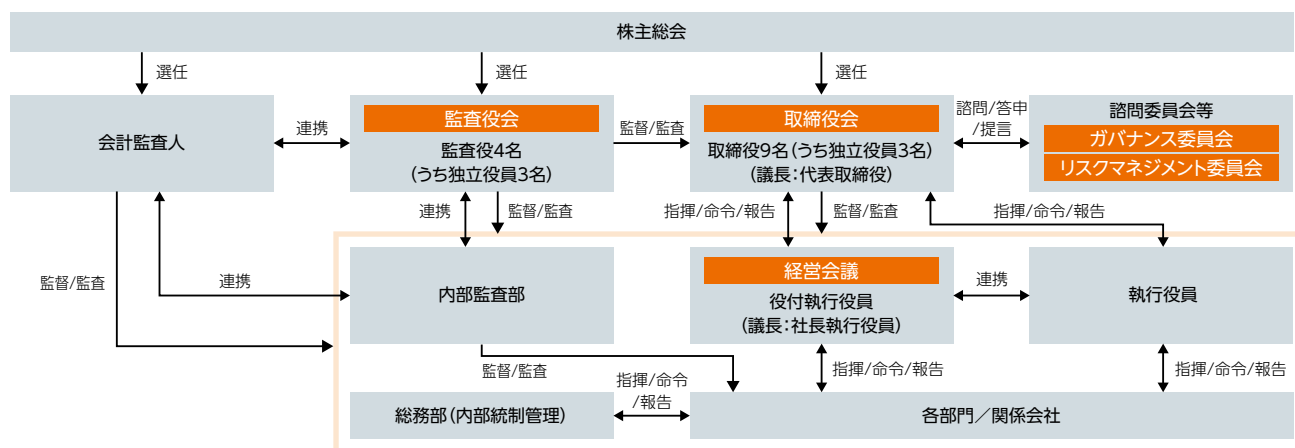
2) 監査役監査

監査役会は監査役4名（うち社外監査役3名）で構成され、監査の方針、職務の分担等を定め、各監査役から監査の実施状況および結果について、取締役会および会計監査人からその職務の遂行状況について報告を受け、必要に応じて説明を求めます。また各監査役は、重要会議に出席し、取締役の職務遂行および執行役員の業務執行の監査を行っています。

3) 会計監査

当社は、有限責任監査法人トーマツとの間で監査契約を締結し、会計監査を受けています。

コーポレート・ガバナンス体制



社内取締役・経営幹部の選任

基本方針

当社の取締役は、オートバックスフランチャイズチェーンにおける加盟店・取引先や従業員等との相互信頼関係の重要性を理解し、中長期の企業価値、株主共同利益を向上させる意思と能力を有する者としています。

選任プロセス

取締役候補者は、ガバナンス委員会に諮問し、その答申を受けた上で、取締役会で選定しています。なお、社内取締役および役付執行役員の候補者選任に関しては、ガバナンス委員会による面談を実施し、候補者としての適性を審査しています。

社内取締役の選任理由

氏名	役職	選任理由
小林 喜夫巳 再任	代表取締役 社長執行役員 オートバックスチェーン本部長	オートバックス事業において、新規出店やマーケティング活動の強化、海外事業の基盤構築など長年にわたり当社の発展に尽力し、フランチャイズチェーン加盟法人も含めた当社の経営に携わるための経験と実績を有しています。
松村 晃行 再任	取締役 専務執行役員 東日本営業統括部長	長年、オートバックス事業における車買取・販売や車検の拡大、インターネットビジネスの強化に従事。また、新規事業・海外事業の担当としてその事業基盤の構築に従事し、新しい事業展開のための経験と実績を有しています。
平田 功 新任	取締役 専務執行役員 経営企画・IR・広報・IT戦略担当	事業のシステム基盤の構築や経営計画の策定と実行においてリーダーシップを発揮してきました。事業戦略とIR戦略を融合させた事業展開のための経験と知識を有しています。
小山 直行 新任	取締役 専務執行役員 オートバックスチェーン副本部長 兼 マーケティング担当	コンサルティング会社における実績に加え、当社入社以後、海外事業の基盤再構築や改革を推進しました。当社出身でない新鮮な思考と大胆な発想で、今後の事業改革をスピードをもって推進するための経験と実績を有しています。
熊倉 栄一 新任	取締役 常務執行役員 西日本営業統括部長	オートバックス事業の商品、営業の分野で貢献し、フランチャイズ加盟法人との関係構築にも尽力しました。当社の改革に必要な経験とコミュニケーション能力を有しています。
堀井 勇吾 新任	取締役 常務執行役員 海外事業担当	法務や内部統制など経営管理の分野に加え、コンプライアンスやグループ統制の分野でも貢献。また、お客様に対する新たなサービスの開始などにも尽力し、バランスのとれた能力と実績を有しています。

社外取締役・社外監査役の選任理由

氏名	主な兼職の状況	選任理由	出席状況
島崎 憲明 社外取締役 独立役員	IFRS財団 アジア・オセアニア オフィス アドバイザー／日本公認会計士協会 顧問 ／一般社団法人 XBRL Japan 会長／株式会社UKCホールディングス 社外取締役	事業会社における経理・財務、人材開発、リスクマネジメントおよび経営戦略などに関する広範かつ豊富な経験・見識と、長年にわたる企業経営者や会計等に関する公的職務における監視・監督の経験を有しています。	17回/17回
小田村 初男 社外取締役 独立役員	株式会社タイター 顧問	長年、警察の業務に携わり、反社会的勢力排除を含む危機管理や組織運営に関する豊富な知識・経験および道路交通関連の職務を通じ、交通社会に関する高い見識を有しています。	17回/17回
高山 与志子 社外取締役 独立役員	ジェイ・コウラス・アイアール株式会社 マネージング・ディレクター 取締役／特定非営利活動法人日本コーポレート・ガバナンス・ネットワーク 理事／地方公務員共済組合連合会 資金運用基本問題研究会 委員／金融庁・株式会社東京証券取引所 スチュワードシップ・コードおよびコーポレートガバナンス・コードのフォローアップ会議 委員／ボードルーム・レビュー・ジャパン株式会社 代表取締役	ファイナンスやM&Aなどに関するアドバイスの経験に加え、IR、コーポレート・ガバナンスの分野における取締役会評価の支援やIR活動の支援など企業へのコンサルティングの経験と実績を有しています。	13回/13回
清原 敏樹 社外監査役 独立役員	－	事業会社の取締役としての経験を有しており、これらを当社の監査に生かしていただき監査機能を強化していただきます。	17回/17回
池永 朝昭 社外監査役 独立役員	アンダーソン・毛利・友常法律事務所 パートナー弁護士／ムーディーズ・ジャパン株式会社 独立監督委員／ムーディーズSFジャパン株式会社 独立監督委員	弁護士としての豊富な経験・知識を有しており、内部統制およびコンプライアンスなどに関する専門的な知見を当社の監査に反映していただきます。	17回/17回
坂倉 裕司 社外監査役 独立役員	リレーションズJAPAN株式会社 代表取締役	総合商社において国際金融や資本市場を中心とした財務業務における長年の経験から、財務・会計・資本市場に関する幅広い見識を有しています。	17回/17回

社外取締役・社外監査役

選任の状況

社外役員に関しては、第三者機関が挙げた候補者のなかから選任することを基本とし、現在は女性1名を含む多様な経歴を持つ社外役員を選任しています。社外取締役は、いずれも、法令および当社の定める独立性要件を満たしています。多様な分野における経験・知識を有した各々の社外取締役が、独立した客観的な立場から取締役会の議論に積極的に貢献しています。

筆頭独立社外取締役の設置

当社では、株主・投資家との対話の幅を広げることを目的に、筆頭独立社外取締役を設置しています。株主・投資家との対

話には代表取締役社長執行役員が中心となって対応し、筆頭独立社外取締役の設置により、株主・投資家との建設的な対話を進めていきます。

独立社外役員連絡会の設置

当社は、独立社外役員のみで構成し、筆頭独立社外取締役が議長を務める「独立社外役員連絡会」を設置しています。同連絡会は社外取締役と社外監査役の相互の情報共有とコミュニケーションを強化する目的で、当社のガバナンスをはじめとする経営課題について意見交換や提言を行います。年2回の開催を原則とし、2015年12月に第1回目を開催しました。

社外役員の独立性要件 ※抜粋

当社の独立役員とは、会社法および会社法施行規則の定めによる社外取締役あるいは社外監査役であるとともに、以下の独立性の要件を満たす者をいう。なお、以下の独立性要件に抵触する事態が発生した時点で、独立性を失うものとする。

1. 当社および当社の関係会社（以下当社グループ）ならびに特定の企業等と、利害関係をもたないこと。
2. 当事業年度を含む最近5年間の、当社グループの業務執行取締役等の配偶者、2親等以内の親族、あるいは生計を一にしている者でないこと。
3. 第1項に該当する者の配偶者、2親等以内の親族、あるいは生計を一にしている者でないこと。
4. 独立役員としての職務を果たすことができないその他の事情を有していないこと。

全文

http://www.autobacs.co.jp/ja/csr/co_gove_taisei.html

役員報酬

取締役・執行役員報酬

1) 基本方針

a. 取締役報酬の方針

フランチャイズシステムからなるオートバックスグループの企業価値の維持、増大を図るとともに、業務執行の監督機能を有効に機能させるための優秀な人材を、オートバックスセブンの取締役として確保することを、取締役報酬決定に関する基本方針とします。

b. 執行役員報酬の方針

フランチャイズシステムからなるオートバックスグループの業務執行の中核を担い、短期および中長期の業績の向上、企業価値の維持とさらなる増大を図るため、インセンティブとして有効に機能させるとともに、優秀な人材を確保することを、

執行役員報酬決定に関する基本方針とします。

2) 報酬水準

報酬水準は、第三者機関による役員報酬に関する調査データを参考とし、また、業界における当社のポジション、目標達成の難易度および役位ごとの役割等を勘案して設定します。

3) 報酬の構成と基本的な考え方

当社の取締役、執行役員に対する報酬は、基本報酬である「固定報酬」と、数値目標に対する達成度や株価の変動など複数の評価指標によって変動する「業績連動報酬」により構成します。

また、「固定報酬」は「取締役固定報酬」と「執行役員固定報酬」とに分け、「業績連動報酬」は単年度計画に対する結果に応じて支払う「単年度業績連動報酬」と中期経営計画に対する結果に応じて支払う「中期業績連動報酬」から構成し、総報酬に占める業績連動報酬の割合は、執行役員としての役位が上位のものほど高くなるよう設計します。ただし、業績連動報酬の性質上、業務執行から独立した立場である社外取締役は、業績連動報酬の支給対象とせず、固定報酬のみとします。

4) 報酬決定のプロセス

当社の取締役・執行役員報酬制度および報酬額は、社外取締役を委員長とし社外取締役を中心とした委員で構成するガバナンス委員会の諮問を経ることで、客観性・透明性を確保します。

監査役報酬

当社の監査役に対する報酬は、株主総会で決議された報酬総額の範囲内で、監査役の協議により決定しています。なお、監査役報酬は、取締役の職務の執行を監査する権限を有する独立した立場であることを考慮し、固定報酬のみとしています。

2016年3月期の報酬総額

区分	報酬等の総額 (百万円)	固定報酬		業績連動報酬	
		支給人員 (名)	支給額 (百万円)	支給人員 (名)	支給額 (百万円)
取締役	取締役計	256	9	256	—
	うち社外取締役	36	4	36	—
監査役	監査役計	58	4	58	—
	うち社外監査役	33	3	33	—
合計		314	13	314	—

(注) 1. 取締役報酬限度額: 年額480百万円 (2006年6月28日定時株主総会決議)

2. 監査役報酬限度額: 年額120百万円 (2006年6月28日定時株主総会決議)

3. 上記には、2015年6月24日開催の第68期定時株主総会終結の時をもって退任した社外取締役1名を含んでいます。

議決権行使の円滑化

当社は、多くの株主様に参加していただけるよう、株主総会開催日を集中日を避けて設定しています。第69期定時株主総会は、2016年6月21日(火)に開催しました。

株主総会の招集通知は、開催日の3週間前を目安とする早期発送に努め、第69期定時株主総会では21日前に発送しました。加えて、当社ウェブサイト、TDNETおよび議決権行使プラットフォームに、主に国内外の機関投資家の利便性向上を目的に、招集通知を5月31日に開示しました。

なお、2009年6月開催の第62期定時株主総会から、電磁的方式(PCおよび一部の機種等を除く携帯電話)による議決権の行使を可能にしています。また、招集通知英訳版を作成し、日本語版と同じタイミングで「議決権行使プラットフォーム」および当社ウェブサイトに掲載するとともに、決議結果についても、英訳版を当社ウェブサイトに掲載しています。

投資家との対話

当社は、株主総会や決算説明会等で株主との建設的な対話を図るとともに、当社コーポレートサイトにおいて適時・適切に情報を開示しています。機関投資家に対しては、証券会社による説明会への参加などを通じて対話に努めるほか、中間・通期の決算発表の際に説明会を開催しています。

投資家との対話の状況

個人投資家向け

■会社説明会：2016年3月期 計4回

アナリスト・機関投資家向け

■定期的説明会：中間決算および期末決算開示後

■スモールミーティングおよび個別ミーティング：

基本的に四半期ごと

※代表者自身による説明あり

海外投資家向け

■定期的説明会

北米、欧州などでのミーティング：2016年3月期 計2回

※代表者自身による説明あり

コンプライアンス

当社は、コンプライアンス体制の強化を進めるとともに、法令や倫理に適った事業活動の重要性を、本社をはじめ子会社、フランチャイズ店舗を含むオートバックスグループの全店に周知徹底しています。

法令や企業倫理の遵守は当然のことです。その大前提のもと、すべてのステークホルダーの正当な期待に応える「行動規範」と「行動指針」を明確に定義し、それらを基本原理として、当社内にとどまらずフランチャイズチェーン加盟法人に対しても、コンプライアンスの徹底と啓発活動を推進しています。コンプライアンス状況を点検する仕組みとして、関連部門で構成する「コンプライアンス事務局会議」を毎月実施し、「行動規範」「行動指針」から外れた行為の有無について確認しています。問題が認識された場合には迅速に対応する体制を構築しています。

リスクマネジメント

当社は、リスクの的確な把握・評価と適切なコントロールを行うリスクマネジメント体制に加え、重大事案が発生した場合に被害拡大防止や損害・損失の極小化を図る危機管理態勢を統合した、統合リスクマネジメント態勢を確立しています。代表取締役社長執行役員を委員長とするリスクマネジメント委員会が、リスクマネジメント年度方針を策定し、当該方針およびリスクマネジメントに係る規程に基づき、リスクマネジメント活動を円滑、適正に推進しています。

2016年3月期は、リスクマネジメント委員会がリスク課題を設定し、その実行状況をモニタリングしました。また、内部統制・法務・監査・お客様対応を担当する各部門が「統合リスクマネジメント事務局協議会」を月次で開催し、リスクマネジメント委員会によるモニタリング等を補佐しました。このほか同協議会は、「重大事案報告」に関するルールに基づき、取締役会に重大事案の発生状況や措置等について報告するとともに、監査役会その他関係部署とも情報を共有しました。

取締役会評価について

当社は、取締役会がその監督機能を適切に果たしているかを検証し、また、取締役会における課題を見出し、継続的に改善し続けることを目的として、取締役会の実効性の評価を実施しました。

この結果、現状の当社取締役会は、適切な構成のもと活発な議論が行われ、その監督機能を十分に発揮していることを確認しました。一方で、取締役会の議案の設定、社外取締役と監査役との情報共有、取締役会におけるガバナンス委員会の活動状況の共有などについて、課題があることを確認しました。

評価プロセス

全取締役・監査役が
各評価項目について書面回答

ガバナンス委員会による分析・評価

課題確認後、取締役会で対策を協議

役員紹介

取締役



小林 喜夫巳

代表取締役 社長執行役員
オートバックスチェーン本部長



松村 晃行

取締役 専務執行役員
東日本営業統括部長



平田 功

取締役 専務執行役員
経営企画・IR・広報・
IT戦略担当



小山 直行

取締役 専務執行役員
オートバックスチェーン副本部長
兼 マーケティング担当



熊倉 栄一

取締役 常務執行役員
西日本営業統括部長



堀井 勇吾

取締役 常務執行役員
海外事業担当



島崎 憲明

取締役(社外・独立)



小田村 初男

取締役(社外・独立)



高山 与志子

取締役(社外・独立)

監査役



住野 耕三

監査役(常勤)



清原 敏樹

監査役(常勤・社外・独立)



池永 朝昭

監査役(社外・独立)



坂倉 裕司

監査役(社外・独立)

オートバックスチェーンの業態および店舗数

国内

(2016年3月31日現在)

オートバックス



位置づけ	標準型店舗
1店舗当たり年間売上	約4億円
売場面積	400m ² ～
商圏	5km前後

スーパーオートバックス(Type I)



位置づけ	大型店舗 (フラッグシップ店)
1店舗当たり年間売上	約17億円
売場面積	1,650m ² ～
商圏	20km前後

スーパーオートバックス(Type II)



位置づけ	大型店舗
1店舗当たり年間売上	約8億円
売場面積	990m ² ～
商圏	10km前後

オートバックスセコハン市場



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買取および販売の専門店

オートバックスエクスプレス



ガソリンスタンド型の店舗。ドライバーとの接点の多いガソリンスタンドを起点に近隣のオートバックス店舗へ送客するなど、新たな顧客層を開拓

オートバックスカーズ独立店



車の買取と新車・中古車販売に特化した店舗。車両を展示販売するほか、出張での査定・買取を実施。近隣のオートバックス店舗と連携したサービスも提供

オートバックス車買取専門店



車の買取に特化した車買取専門店。従来のオートバックス店舗に比べ小規模・少人数で運営し、都市部を中心に、オートバックスが出店していなかったエリアに出店

海外

(2016年3月31日現在)

フランス



連結対象子会社店舗	9
フランチャイジー法人運営店舗	2

タイ



連結対象子会社店舗	6
-----------	---

シンガポール



連結対象子会社店舗	3
-----------	---

台湾



フランチャイジー法人運営店舗	6
----------------	---

マレーシア



連結対象子会社店舗	3
フランチャイジー法人運営店舗	2

インドネシア



フランチャイジー法人運営店舗	2
----------------	---

店舗数推移

	2012.3	2013.3	2014.3	2015.3	2016.3
国内	530	552	571	586	599
オートバックス	431*	455	478	492	498
スーパーオートバックス(TypeI)	6	6	6	6	6
スーパーオートバックス(TypeII)	70	70	69	69	69
オートバックスセコハン市場	18	14	10	10	9
オートバックスエクスプレス	5	7	8	8	12
オートバックスカーズ独立店	-	-	-	1	3
オートバックス車買取専門店	-	-	-	-	2
海外	27	27	27	27	33
合計	557	579	598	613	632

※オートハローズ1店舗を含みます。

会社概要／株式情報

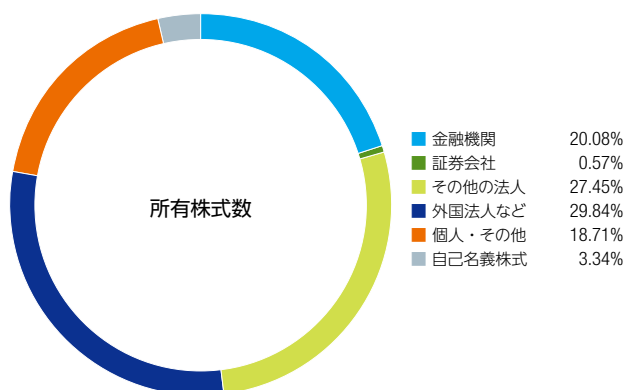
会社概要 (2016年3月31日現在)

社名	株式会社オートバックスセブン	主な事業所	東日本営業統括部(千葉県市川市)
本社	東京都江東区豊洲五丁目6番52号		西日本営業統括部(大阪市北区)
設立	1948年8月		東日本ロジスティクスセンター (千葉県市川市)
資本金	339億9,800万円		西日本ロジスティクスセンター (兵庫県三木市)
連結従業員数	4,347名		

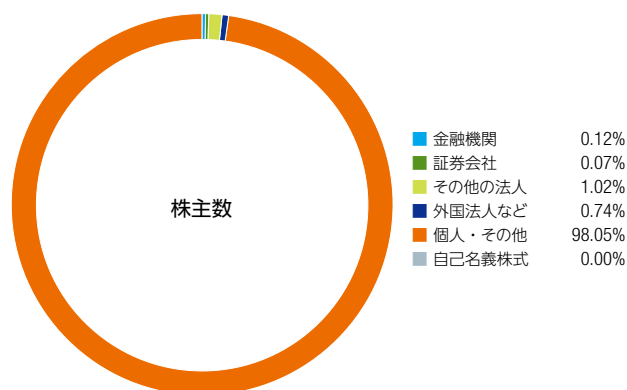
株式情報 (2016年3月31日現在)

発行可能株式総数	328,206,900株	上場証券取引所	東京証券取引所 市場1部
発行済株式の総数	86,950,105株	監査法人	有限責任監査法人トーマツ
	(自己株式2,905,496株含む)	株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主数	37,013名		
単元株式数	100株		

所有株式数別分布状況



所有者属性別分布状況

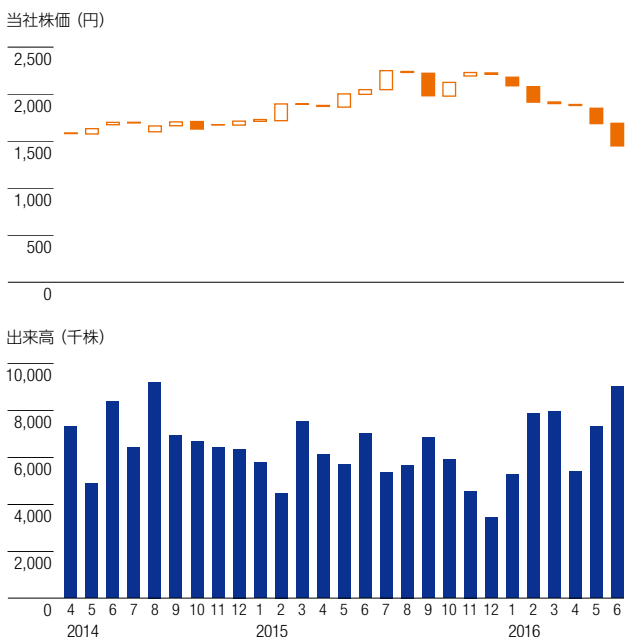


大株主の状況

株主名	所有株式数(千株)	持株比率(%)
ノーザン トラスト カンパニー (エイブイエフシー) リ 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 パリユー エクイティートラスト	6,471	7.69
株式会社スミノホールディングス	6,268	7.45
公益財団法人在宅医療助成 勇美記念財団	3,990	4.74
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 エグゼンプテッド ペンション ファンズ	3,786	4.50
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,578	4.25
株式会社Kホールディングス	2,800	3.33
ノーザン トラスト カンパニー (エイブイエフシー) アカウント ノントリーティー	2,277	2.70
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,233	2.65
株式会社リブフィールド	2,000	2.37
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (リテール信託口820079252)	1,800	2.14

注1.持株比率は、自己株式を控除して算出しております。
 2.持株数は千株未満を、また、持株比率は小数点第3位以下を、それぞれ切り捨てて表示しております。

株価推移



注: 2013年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2013年3月期以前の数値は分割の影響を避及換算しています。



AUTOBACS SEVEN CO., LTD.

株式会社オートバックスセブン(IR・広報部)

所在地 〒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/>

Financial Section 2016

財務情報

目次

42	財務サマリー（6ヵ年）
43	事業及び財務の状況

財務サマリー（6ヵ年）

株式会社オートバックスセブンおよび連結子会社

単位：百万円（1株当たりデータを除く）

各表示年の3月31日に終了した会計年度	2016	2015	2014	2013	2012	2011
売上高：						
タイヤ・ホイール	49,295	53,713	¥58,243	¥56,351	¥55,348	¥51,416
カーエレクトロニクス	33,938	33,090	40,700	44,490	58,135	59,849
オイル・バッテリー	24,550	24,309	26,142	25,568	24,406	24,566
車外用品	22,145	22,442	24,669	24,054	23,000	23,868
車内用品	15,979	19,936	22,752	23,481	21,735	21,540
カースポーツ用品	12,324	12,894	13,775	14,040	13,516	14,451
サービス	20,143	17,573	20,061	19,249	18,462	17,506
その他	29,769	25,498	25,355	22,931	22,736	23,155
合計	208,143	209,455	231,697	230,168	237,343	236,351
営業利益	6,702	6,404	13,945	12,745	13,721	11,989
税金等調整前当期純利益	7,559	9,053	16,086	13,915	15,217	11,501
親会社株主に帰属する当期純利益	4,372	4,610	9,786	7,590	8,403	6,180
利益配当金の総額（自社株向けも含む）	¥5,117	¥5,910	¥4,949	¥4,762	¥4,707	¥4,557
連結配当性向	117.6%	113.6%	59.4%	64.0%	57.3%	75.9%
自社株買の実施額	¥5,249	¥5,054	4,593	7,196	5,464	5,233
総還元性向	238.3%	222.2%	105.8%	158.2%	121.6%	159.5%
売上高当期純利益率	2.1%	2.2%	4.2%	3.3%	3.5%	2.6%
自己資本当期純利益率（ROE）	3.2%	3.3%	6.8%	5.3%	5.7%	4.1%
総資産当期純利益率（ROA）	2.4%	2.5%	4.8%	3.6%	3.9%	3.0%
1株当たりデータ（円）：						
当期純利益＊	¥51.6	¥52.8	¥107.71	¥81.22	¥84.28	¥59.32
配当金＊	60.00	60.00	64.00	52.00	48.33	45.00
営業活動によるキャッシュ・フロー	10,565	11,829	12,072	10,741	¥20,845	¥15,375
投資活動によるキャッシュ・フロー	(4,985)	(2,403)	1,519	(4,523)	(10,156)	(5,002)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(11,154)	(12,618)	(11,166)	(14,862)	(11,574)	(11,790)
設備投資額	5,896	6,127	4,820	6,249	7,691	3,187
減価償却費及びのれん償却額	4,013	4,805	4,551	5,194	4,644	4,798
年度末						
現金及び現金同等物	36,759	42,218	45,384	42,833	51,402	¥52,317
流動資産	107,655	113,425	126,709	127,203	141,612	133,031
流動負債	35,482	34,530	44,034	45,021	55,650	40,649
流動比率	303.4%	328.5%	287.8%	282.5%	254.5%	327.3%
総資産	180,455	186,532	201,481	205,527	217,949	207,795
自己資本	131,456	138,338	143,979	142,862	145,626	147,505
自己資本比率	72.8%	74.2%	71.5%	69.5%	66.8%	71.0%
総店舗数（店）	632	611	598	579	557	538
うち海外	33	27	27	27	27	25
従業員数（人）	4,347	4,263	4,466	4,678	4,469	4,459

＊当社は、2013年4月1日付で普通株式1株につき普通株式3株の割合で株式分割を行っています。1株当たり当期純利益については、当該株式分割後の発行済株式数（自己株式を除く）により算定しています。

事業および財務の状況

事業レビュー

オートバックス連結グループ

オートバックス連結グループは株式会社オートバックスセブン（当社）と子会社33社および関連会社8社で構成され、カー用品などの国内外への卸売・小売販売を中心に、自動車の車検・整備や自動車の買取・販売およびローン・クレジット業務を行っています。さらに店舗を運営するフランチャイズ加盟法人（フランチャイジー）に対する金銭の貸付、店舗設備のリース、コンサルティング業、事務処理代行業、情報サービス業および損害保険代理店業を行っています。

カー用品販売における主要な店舗ブランド名は、「オートバックス」「スーパーオートバックス」「オートバックスセコハン市場」および「オートバックスエクスプレス」、自動車の買取・販売のブランドは「オートバックスC@RS（カーズ）」です。

部門別売上

連結グループの収益は、「卸売部門」「小売部門」および「その他」の3つに分類されます。

・卸売部門

フランチャイジーに対する商品を卸売した収益と、これらフランチャイジーからのロイヤリティ収入が主要なものです。

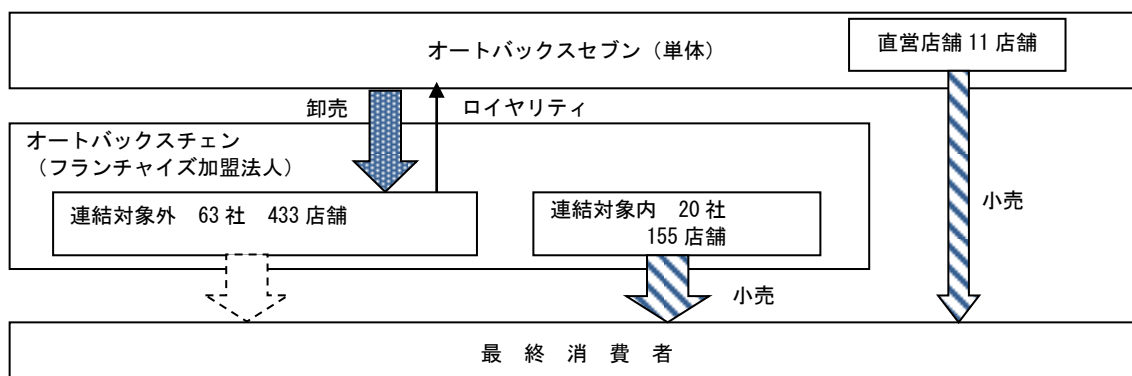
・小売部門

当社が運営する直営店舗と連結対象である店舗運営子会社によって運営される店舗における商品およびサービスの売上高が主要なものです。

・その他

フランチャイジーに対する不動産および店舗設備などリース物件の賃貸料が含まれます。

国内オートバックスチェーンにおける主な販売フロー（2016年3月末現在）



店舗数の内訳

	単位：店			
	2016		2015	
〈連結対象店舗（小売部門）〉				
直営店舗	11		6	
連結子会社運営店舗（うち・海外店舗）	179	(24)	173	(18)
小計	190	(24)	179	(18)
〈連結対象外店舗〉				
フランチャイジー運営店舗（うち・海外店舗）	442	(9)	432	(9)
総店舗数（うち・海外店舗）	632	(33)	611	(27)

フランチャイズシステム

・契約の内容

当社はフランチャイズ本部として、フランチャイジーに対して本部が使用している商号、経営ノウハウ、店舗運営に必要な諸インフラなどを提供し、当社と同一企業イメージで事業を行う権利を与えています。フランチャイジーはこれに対してロイヤリティなどの対価を支払い、本部の指導のもとに継続して営業を行い、相互の繁栄を図ることを目的としています。

・ロイヤリティ

フランチャイジーは、店舗小売売上高に対して、一定の料率に相当する金額を支払います。主な業態である「オートバックス」「スーパーオートバックス」における料率では1.0%です。

・店舗の土地および建物

当社グループの店舗の土地および建物の多くは当社が保有するものではなく、フランチャイジーもしくは地主が、その保有する土地に建物を建築し、賃貸借契約によりフランチャイジーもしくは当社が賃借しています。土地の地主が店舗の建物を建築する場合、その建物がオートバックス仕様であり、他の用途に転用しにくいことなどの理由で、当社は地主に対して差入保証金を提供しています（詳細は49ページの差入保証金を参照）。

国内オートバックスチェーンの各業態における売上高

		単位：百万円、店	
		2016	2015
オートバックス	売上高	166,849	171,868
	期末店舗数	498	491
スーパーオートバックス	売上高	63,708	65,855
	期末店舗数	75	75
オートバックスC@RS※	売上高	26,673	22,980
	期末加盟店舗数	480	451
オートバックスセコハン市場	売上高	1,414	1,449
	期末店舗数	9	10
オートバックスエクスプレス	売上高	3,804	4,136
	期末店舗数	12	8
合計	売上高	262,450	266,290
	期末店舗数（オートバックスC@RSは除く）	594	584

※オートバックスC@RSの売上は、オートバックスチェーンの店舗から販売された自動車（新車・中古車）の売上です。内訳としては、一般のお客様への小売、フランチャイズ本部（当社）への売却、中古車取扱い業者などへの販売（業販）です。

経営環境の分析

国内カー用品市場は、1997年3月期をピークに市場規模が縮小する傾向にあり、1997年3月期に3兆565億円あった推定小売販売金額※1は、2014年3月期では、約1兆7,670億円まで縮小しています。これは主に下記のような要因があると考えております。

- ① 自動車メーカーが新車販売時に各種カー用品などの標準装備を充実させたこと
- ② カーナビゲーションなどのカーエレクトロニクス商品の単価が下落していること
- ③ 国内の自動車の小型化性能向上に伴うカー用品単価の下落、交換サイクルの長期化
- ④ スポーツカーの減少、若年層の趣味の多様化に伴うカー用品の市場縮小

このような市場の縮小傾向は、程度の差はあるものの、継続するものと推測しています。一方、2015年の車検・整備市場は、2兆1,888億円（前年比1.0%増加）※2、中古車登録台数（普通自動車および軽自動車）は562万台（前年比0.4%減）※3であり、市場規模もカー用品市場以上の規模であります。

※1（株）オートマート・ネットワーク『AM+NETWORK』2001/8号、2016年3月期は矢野経済研究所

※2 日本自動車整備振興会連合会

※3 日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会

当期の概況と成果

業績の概況

当連結会計年度におけるわが国の経済は、政府の景気対策の効果もあり企業収益が改善傾向にあったものの、年度後半より世界的に景気減速感が強まり、不透明な状況が続いております。国内の自動車関連消費につきましては、年度初めより新車・中古車販売の不振が続いていることや記録的な暖冬の影響により全般的には需要が低迷し、厳しい状況となりました。

国内オートバックスチェーンの営業概況

当連結会計年度における国内オートバックスチェーン（フランチャイズチェーン加盟法人店舗を含む）の全業態の売上高は、前年同期比で既存店2.3%の減少、全店1.5%の減少となりました。

国内オートバックスチェーンでは、昨年度に販売を開始したプライベートブランド「A.Q.（オートバックス クオリティ.）」の商品ラインアップをオイル、タイヤ、車内用品、カーエレクトロニクス商品などにおいて拡大し、利便性の高い商品の提供に努めました。また、8種類のサービス工賃を無料にしたメンテナンス会員のメリットを全国的に告知し、「カー用品販売」、「車検・整備」、「車買取・販売」のご案内を行うなど、全てのドライバーと店舗がつながり続けるための取り組みに注力いたしました。

「カー用品販売」は、ドライブレコーダーなどの注目商品の拡販に努めたものの、国内の自動車販売の低迷に伴い、カーナビゲーションや車内アクセサリなどの需要が減少いたしました。また、1月中旬以降に都市部で降雪があったものの、第3四半期における記録的な暖冬の影響によりスタッドレスタイヤ、ホイール、チェーンなどの冬季商品の売上が減少いたしました。

「車検・整備」は、店舗にご来店いただいたお客様に対するお声掛けや、電話・インターネット予約の推進などにより、車検実施台数は前年同期比2.7%増加の60万4千台となりました。

「車買取・販売」は、カーズ加盟店舗数の増加に合わせ全国規模でのテレビコマーシャルを実施し、特許を取得したシステム「査定Dr.（ドクター）」を利用した査定を強化したことにより、買取台数が増加し、オートオークションなど中古車販売業者向け販売が伸びました。また個人向けの新車・中古車販売も前年実績を上回り、総販売台数は前年同期比13.4%増加の約2万7千台となりました。さらに中古車の買

取を強化するため、3月にオートボックス車買取専門点を2店舗出店いたしました。なお、3月末のカーズ加盟店舗は平成27年3月末の451店舗から480店舗に増加いたしました。

なお、国内における出退店は、新規出店が18店舗、スクラップ&ビルドやリロケーションが7店舗、退店が5店舗であり、平成28年3月末は599店舗となりました。

※オートボックス、スーパーオートボックス、オートボックスカーズ、オートボックスセコハン市場、オートボックスエクスプレス

国内出退店実績

	単位：店						
	2016年3月期						
	上期			下期			2016年3月末
	2015年3月末	新店	スクラップ & ビルド リロケーション	退店	新店	スクラップ & ビルド リロケーション	
オートボックス	492	+7	+4/-4	-1	+3	+3/-3	498
スーパーオートボックス	75						75
オートボックスセコハン市場	10			-1			9
オートボックスエクスプレス	8	+2			+2		12
オートボックスカーズ独立店	1	+1			+1		3
オートボックス 車買取専門店	-				+2		2
国内計	584	+7	+4/-4	-2	+8	+3/-3	599

中期経営計画の進捗状況

当社グループは、お客様とつながり続ける関係の構築を目指し、「メンテナンス会員の拡大」および「車検台数の拡大」を最重点施策と位置づけ取り組んでまいりました。

「メンテナンス会員の拡大」におきましては、会員数300万人を目指し、既存のポイントアップカード会員に対してダイレクトメールやレシートクーポンなどによりメンテナンス会員への切り替えを訴求いたしました。また、メンテナンス会員にご入会いただく会員カード売場の全店展開やオイルを中心とした会員向けの特価商材の充実を図り、新規会員を増やしてまいりました。その結果、期限切れによる減少はありましたが、会員数は期初より約40万人増加し、平成28年3月末時点の会員数は約240万人となりました。

「車検台数の拡大」におきましては、平成29年度における車検実施台数80万台を目指し、オートボックスで車検を実施していただいたお客様のリピート率向上に向けた施策を強化いたしました結果、平成28年3月末時点における次回車検の予約台数は約23万台となりました。また、整備資格者の確保や車検オペレーションの効率化など、店舗の車検対応能力の強化を図ってまいりました。

お客様の利便性を高めるオムニチャネル化推進の一環としましては、タイヤ交換予約の実験やオイル交換予約の充実、Eコマースでは取付作業予約ができる商品を拡大するなど、予約を切り口とした店舗、WEB、アプリ、電話窓口といったチャネル間の連携を強化してまいりました。こうした取り組みによりオイル交換の予約件数は前年同期比27%増加し、一定の成果が見られました。

「車買取・販売」におきましては、既存のカーズ加盟店舗において車の買取に重点を置くとともに、平成28年3月に車買取専門点を出店するなど、買取分野の強化を図ってまいりました。また、一部の本部人員を店舗に再配置し、買取・販売力の強化を図る一方、ノウハウの蓄積にも努めてまいりました。

「国内店舗子会社の収益改革」におきましては、タイヤを中心に売価管理を強化するとともに、一部の店舗において在庫の適正化に向けた在庫管理の実験を実施し、翌期において他店舗に展開できる成果がありました。こうした施策につきましては、平成27年度上期における粗利率の向上に大きく寄与しましたが、下期における冬季商品の不振もあり、通期の粗利率は前年度並みとなりました。

「海外事業」におきましては、ASEAN地域を中心に新たな事業展開を積極的に進めました。マレーシアにおきましては、現地子会社により地域密着型の小型店を中心に3店舗を出店し、オートボックスブランドに対する認知度の向上と店舗モデルの構築に努めました。インドネシアにおきましては、現地企業とのサブライセンス契約により2店舗を出店いたしました。フィリピンにおきましては平成28年1月に現地企業と資本・業務提携を行い、多店舗展開や、カー用品の卸売などを実施してまいります。

「国内の新規事業」におきましては、平成27年4月に全株式を取得した株式会社アウトプラッツによるBMWディーラー事業および株式会社アウトプラッツモータースによるMINIディーラー事業の販売台数およびサービス売上が拡大したことで、収益が向上いたしました。

なお、「2014中期経営計画」におきまして、連結営業利益150億円、連結ROE8%を目標に掲げ、主に国内オートボックス事業において「カー用品販売」、「車検・整備」、「車買取・販売」の各施策に取り組んでまいりましたが、平成30年3月期における目標達成は困難であると判断し、中期的な経営目標および戦略、具体的な施策につきましては見直すことといたしました。

財務レビュー

1. 連結損益状況

売上高・売上総利益

当期における当社グループの連結売上高は、前年同期比0.6%減少の2,081億43百万円となりました。売上総利益は、売上高の減少に伴い、特にオイル・バッテリーやカースポーツ用品の粗利率が減少し、前期比13.0%減少の669億68百万円となりました。売上総利益率は、前期の31.9%から32.2%に改善しました（詳細は下に記載のセグメントごとの状況をご参照ください）。

販売費及び一般管理費・営業利益

販売費及び一般管理費は、前年比0.4%減少の602億66百万円となりました。以上により、営業利益は前期比4.6%増加の64億4百万円となりました。

	単位：百万円		
	2016	2015	増額（減額）
人件費	28,551	28,599	(48)
うち・従業員給料手当	22,734	22,696	38
販売費	10,930	11,004	(74)
設備費	11,244	11,387	(143)
うち・地代家賃	5,350	5,160	190
うち・減価償却費	3,367	3,725	(358)
管理費等	9,539	9,509	30
うち・貸倒引当金繰入額	32	118	(86)
合計	60,266	60,499	(233)

販売費及び一般管理費の内訳としては、人件費は前期比0.2%減少の285億51百万円でした。連結対象外であるフランチャイズ加盟法人からの店舗譲受に伴う給与手当の増加があったものの、退職給付費用の減少により全体としては減少いたしました。

販売費は前期比0.7%減少の109億30百万円でした。これは広告宣伝の方法の見直しなどによる減少によるものです。

設備費は、前期比1.3%減少の112億44百万円でした。これは主に固定資産の減価償却の方法を定率法から定額法に変更したことによります。

管理費等は、前期比0.3%増加の95億39百万円でした。特に言及すべき主要な要因はありません。

セグメント別従業員の状況

	単位：人				
	2016		2015		増額（減額）
当社	935	(35)	1,049	(27)	(114)
国内店舗子会社	2,565	(824)	2,446	(824)	119
海外子会社	545	(1)	539	(0)	6
事業子会社	229	(44)	156	(38)	73
機能子会社	73	(21)	73	(21)	0
合計	4,347	(928)	4,263	(910)	84

（注）従業員数は就業人員であり、臨時雇用者数は（ ）内に年間の平均人員を外数で記載しています。

その他の収益及び費用

当期のその他の収益（純額）は、前期の26億49百万円の収入から8億57百万円の収入となりました。主な要因は、国内店舗の建物に関わる減損損失、投資有価証券売却益があったことによるものです。

法人税等

当期の法人税等は32億7百万円となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益

親会社株主に帰属する当期純利益は、前期比5.2%減少の43億72百万円となりました。1株当たり当期純利益は、51.6円となりました。また、売上高当期純利益率は前期の2.2%から2.1%、総資産当期純利益率（ROA）は前期の2.5%から2.4%、自己資本当期純利益率（ROE）は前期の3.3%から3.2%へと、それぞれ悪化しました。

2. セグメント別の状況

セグメントの区分について

当社グループのセグメントは、次のとおりです。

当社：フランチャイジーに対してカー用品など（主要な商品はタイヤ・ホイールおよびカーエレクトロニクスなど）の卸売を行うほか、主に一般消費者に対してカー用品などの販売および取付サービス（主要な店舗ブランド名としては、オートボックス、スーパーオートボックス、オートボックスセコハン市場）を行っています。また、主にフランチャイジー向けに店舗不動産などのリース業を行っています。

国内店舗子会社：主に一般消費者に対してカー用品などの販売および取付サービスを行っています。

海外子会社：フランチャイジーに対してカー用品などの卸売を行うほか、主に一般消費者に対してカー用品などの販売および取付サービスを行って

ます。

事業子会社：主にカー用品およびエンジンオイルの卸売、自動車販売および車検を行っています。

機能子会社：主にフランチャイジー向けに金銭の貸付、店舗設備などのリース業を行うほか、ローン・クレジット事業、損害保険代理店業および事務処理代行業を行っています。

セグメントと部門別売上上の関係

当社グループの報告セグメントは、構成単位のうち分離された財務情報が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定および業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものです。

当社グループは、主に「カー用品販売」「車検・整備」および「車買取・販売」事業によるオートバックスフランチャイズチェーンを国内外で展開しており、これらの事業における卸売部門および小売部門を基礎とした企業群のセグメントから構成されています。

従って、「当社」「国内店舗子会社」「海外子会社」「事業子会社」および「機能子会社」の5つを報告セグメントとしています。

各セグメントの主な事業内容は、次のとおりです。

	当社	国内店舗 子会社	海外 子会社	事業 子会社	機能 子会社
カー用品販売	卸売・小売	小売	卸売・小売	卸売	—
車検・整備	卸売・小売	小売	小売	小売	—
車販売・買取	卸売・小売	小売	—	小売	—
その他	リース業	—	—	—	リース業・その他

（注）機能子会社のその他は、ローン・クレジット事業、損害保険代理店業および事務処理代行業です。

セグメントごとの2016年3月期の損益状況

当社（単体）

売上高は、前年同期比 5.1%減少の 1,582 億 88 百万円となりました。特に第3四半期において国内店舗における冬季商品の売上が減少したことにより卸売売上が減少いたしました。売上総利益は、売上高の減少に伴い前年同期比 6.1%減少の 325 億 70 百万円となりましたが、カー用品の粗利改善の取り組みなどにより、売上総利益率は前年同期並みとなりました。販売費及び一般管理費は、店舗システムや西日本ロジスティクスセンターの改修に関わる費用が増加したものの、減価償却費の計算方法を定率法から定額法に変えたことによる影響や広告宣伝の方法の見直しなど経費の削減に努めたことにより、前年同期比 1.3%減少の 254 億 96 百万円となりました。これらの結果、営業利益は前年同期比 19.9%減少の 70 億 75 百万円となりました。

国内店舗子会社

売上高は、前年同期比 1.0%増加の 685 億 50 百万円、営業損失は前年同期から 9 億 50 百万円改善し、9 億 75 百万円となりました。フランチャイズチェーン加盟法人店舗の譲り受けによる売上の増加に加え、第4四半期の降雪に伴う売上の増加があったものの、第3四半期は記録的な暖冬によりタイヤをはじめとするカー用品の売上の減少が大きく影響しました。売上総利益は、商品の売上構成の変化や粗利率改善の取り組み等により前年同期に比べ増加いたしました。販売費及び一般管理費は、フランチャイズチェーン加盟法人店舗の譲り受けによる増加があったものの、販売促進費などの削減に努めたことなどにより減少いたしました。

海外子会社

売上高は、前年同期比 8.8%減少の 91 億 4 百万円、営業利益は 31 百万円と前年同期と比べ改善いたしました（前年同期は 1 億 78 百万円の営業損失）。現地通貨ベースによる各国の状況は、フランスは 11 月のパリにおけるテロ事件以降、客数が減少したものの、第4四半期累計では、収益性の高いオイルやサービス売上の強化や商品価格の見直しなどによる粗利改善、在庫活性化などの取り組みにより売上総利益率が改善し、営業利益において黒字となっております。タイは 1 店舗出店し、また 1 店舗リロケーションを実施したものの、新車販売台数の低迷や昨年度の不採算店の閉店の影響により売上高が減少いたしました。しかし、売上総利益率の改善と経費のコントロールにより営業損失は前年同期と比べて改善いたしました。シンガポールはサービス売上の比率が増加したことにより売上総利益率が改善したものの、売上高の減少と経費の増加により営業利益は減少いたしました。中国はカー用品の貿易事業が堅調で、経費の削減効果もあり、営業利益が改善し黒字となりました。マレーシアは現地子会社が 3 店舗出店し、オートバックスブランドの認知度向上に努めております。

海外における出退店実績は、以下のとおりです。

海外出退店実績

	単位：店			
	2016年3月期			
	2015年3月末	上期	下期	2016年3月末
フランス	11			11
台湾	6			6
タイ	5	1	0	6
シンガポール	3			3
マレーシア	2	1	2	5
インドネシア	0	1	1	2
海外計	27	-2	2	33

事業子会社

売上高は、前年同期比 38.1%増加の 212 億 63 百万円となり、営業利益は前年同期比 65.3%減少の 18 百万円となりました。これは 4 月より子会社化した BMW 正規ディーラーである株式会社アウトブラッツと MINI 正規ディーラーである株式会社アウトブラッツモータースの売上高が増加したものの、既存のカー用品の卸売が減少したことに加え、経費が増加したことなどによります。

機能子会社

売上高は、フランチャイズチェーン加盟法人に対する店舗設備のリース売上の増加などにより、前年同期比 5.0%増加の 32 億 5 百万円となり、営業利益は前年同期比 6.8%減少の 4 億 1 百万円となりました。

セグメントごとの売上高、利益

	単位：百万円					合計
	2016年3月期					
	当社	国内店舗 子会社	海外 子会社	事業 子会社	機能 子会社	
売上高						
外部顧客への売上高	117,095	67,339	8,785	13,974	950	208,143
セグメント間の内部売上高または振替高	41,193	1,211	319	7,289	2,255	52,267
計	158,288	68,550	9,104	21,263	3,205	260,410
セグメント利益または損失	7,075	(975)	31	18	401	6,550

営業利益における連結調整の内容

セグメントの営業利益の合算額から連結営業利益への調整額は、プラス 1 億 52 百万円となりました。これは主に当社が国内店舗子会社に卸売りした商品在庫が減少し、未実現利益が実現したことによるものであります。

セグメント合計額と連結財務諸表計上額との差額および当該差額の主な内容（差異調整に関する事項）

	単位：百万円	
	2016	2015
売上高		
セグメント計	260,410	263,145
セグメント間取引消去	(52,267)	(53,690)
連結財務諸表の売上高	208,143	209,455

	単位：百万円	
	2016	2015
営業利益		
セグメント計	6,549	7,217
のれんの償却額	(133)	(191)
棚卸資産の調整額	206	(346)
固定資産の調整額	507	358
ポイント引当金洗替額	(16)	(24)
セグメント間取引消去	(480)	(451)
その他	67	(159)
連結財務諸表の営業利益	6,702	6,404

財政状態

1. 貸借対照表の各項目の状況

流動資産

流動資産は、前連結会計年度末に比べ57億70百万円減少し1,076億55百万円となりました。現金及び預金、またリース投資資産の減少が主な要因です。

建物および設備、投資及びその他の資産

建物および設備は、前連結会計年度末に比べ24億60百万円増加し422億66百万円となりました。主に新規出店に伴う建物、機械および施設が増加したことによります。

投資その他の資産は、前期末に比べ27億67百万円減少し305億34百万円となりました。前期と比較して次期店舗システム強化のためのソフトウェアに対する投資が減少した一方、西日本ロジスティクスセンターの機械・設備等の入れ替えを行いました。総額としては減少しました。

流動負債

流動負債は、前連結会計年度末に比べ95億2百万円増加し354億82百万円となりました。短期借入金および買掛金が増加した一方、長期借入金のうちの一年以内返済分の減少などが主な要因です。

固定負債

固定負債は、前連結会計年度末に比べ2億23百万円減少し、132億25百万円となりました。前期からの変動が少なく、特筆すべき要因はありません。

純資産

少数株主持分を含めた純資産は、前連結会計年度末に比べ68億6百万円減少し、1,317億48百万円となりました。これは、前期末と比べてその他有価証券評価差額金が減少したことなどによるものであります。

2. 当社の貸借対照表における特徴的な勘定項目

リース投資資産

当社は一部のフランチャイジーに対して、店舗の建物や機材を賃貸しており、借手に所有権が移転しないファイナンスリース取引については、リース投資資産として計上しています。当期末のリース投資資産は前期末から12億69百万円減少の97億30百万円となりました。

差入保証金

当社グループの店舗は、当社グループ仕様で建設され、15年から20年の間の解約不可能の条件でリースされています。当社は貸主にリース店舗の建設費用の一部または全部を差入保証金として提供しています。当期末の差入保証金は前期末から8億39百万円減少の164億9百万円となりました。

キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フロー

税金等調整前当期純利益75億59百万円および減価償却費とのれん代償却40億13百万円などによる資金の増加があった一方、法人税の支払い34億51百万円などにより、合計105億65百万円の資金の獲得となりました。

投資活動によるキャッシュ・フロー

主に、投資有価証券の売却による収入8億86百万円があった一方で、有形及び無形固定資産の取得による支出（設備投資）58億96百万円および定期預金の預入による支出8億20百万円などがあり、49億85百万円の資金の支出となりました。営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローを合算したフリーキャッシュ・フローは55億80百万円となりました。

設備投資の状況

当期は、主に新規出店に係る建物および構築物の取得のほか、西日本ロジスティクスセンターの機械・設備等の入れ替えなど、総額58億96百万円の設備投資を実施いたしました。なお、設備投資（無形固定資産含む）の内訳は次のとおりです。

設備投資の主な内訳

	単位：百万円
新規出店	1,103
スクラップ&ビルド・リロケーション	319
店舗用地のための土地の購入	376
POSシステム開発など情報化投資	1,164
その他	2,932
合計	5,895

セグメント別設備投資額

	単位：百万円		
	2016	2015	増額（減額）
当社	4,414	5,166	(752)
国内店舗子会社	230	266	(36)
海外子会社	242	146	96
事業子会社	257	176	81
機能子会社	750	374	376
合計	5,896	6,127	(231)

(注) 表示金額には消費税等は含んでいません。

財務活動によるキャッシュ・フロー

主に、配当金の支払額51億19百万円、自己株式の取得による支出52億49百万円および長期借入金の返済による支出26億26百万円などにより、111億54百万円の資金の支出となりました。

以上の結果に、現金及び現金同等物に係る換算差額を加えた結果、当期末の現金及び現金同等物の期末残高は、前期末に比べ56億39百万円減少し、365億79百万円となりました。

利益配分に関する基本方針および当期・来期の配当

当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つと位置づけ、持続的な利益成長による企業価値の向上に努めています。当社の利益配分の考え方は、事業継続に必要な手元資金を確保しつつ、連結株主資本配当率（DOE）3%以上を維持し、経営環境、財務の安定性および収益の状況を総合的に勘案した利益還元を基本方針としています。

当期の期末配当については、1株当たり30円を実施しました。中間期の配当1株あたり30円と合わせて、年間配当は60円となりました。なお、連結株主資本配当率（DOE）は3.7%となりました。

2016年3月期の利益配当に関しましては、従来通りの方針に則って、中間・期末ともに1株当たり30円とし、年間60円の配当を実施する計画です。なお、2016年7月現在、2014中期経営計画の見直しを行っており、株主還元の方針についても検討中であります。

事業等のリスク

当アニュアルレポートに記載したオートバックス連結グループの事業の状況、経理の状況などに関する事項のうち、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性のある事項には、次のようなものがあります。

(1) 競合など

フランチャイジー間や同業他社のみならず、自動車メーカーおよびディーラーの本格参入、タイヤ専門店や中古用品店およびアウトレット用品店など、カー用品市場の競合他社の状況によっては、当社グループの業績に影響をおよぼす可能性があります。

(2) 異常気象による影響について

オートバックスグループの販売する商品には、天候により販売個数を大きく左右される季節商品が一部含まれています。そのため、冷夏や暖冬などの異常気象が発生した場合、季節商品の需要低下や販売時期のずれによる売上高の増減が、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(3) 今後の海外展開

当社グループは、中国、欧州およびその他のアジアの国々などにおいて事業を行っています。これらの地域において、自動車および自動車関連用品に対する異なる文化姿勢、現地の既存小売業者との競合、経済状況、情報インフラの整備状況、知的財産保護の欠如、不安定な国際情勢および伝染病の流行など、様々な問題およびリスクに対応できない場合、当社グループの事業および業績に影響を与える可能性があります。

(4) 出店に関する規制

当社グループは、店舗の出店において「大規模小売店舗立地法」（以下「大店立地法」という。）により下記の規制を受けています。「大店立地法」は、売場面積1,000㎡超の新規出店や既存店舗の増床などについて、騒音、交通渋滞、ごみ処理問題など、出店地近隣住民に対し生活環境を守る立場から都道府県または政令指定都市が一定の審査をし、規制を行う目的で施行されたものです。当社グループは、1,000㎡超の大型店舗を新規出店する際には、出店計画段階から地域環境を十分考慮し、出店地近隣住民や自治体との調整を図りながら、出店していく方針ですが、上記の規制などにより計画通り出店ができない場合には、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(5) 法令遵守

当社グループは、法令遵守に係る問題につき内部統制の整備を図っており、より充実した内部管理体制の確立のため全社の内部統制を主管する部門で定め設置し、取締役・執行役員および従業員が高い倫理観に基づいて企業活動を行うよう行動規範と行動指針を制定しています。しかし、万が一役職員の故意または過失により法令に違反する行為が発生した場合、当社グループの業績に影響を与えるような損害賠償を求められる事案が発生する可能性があります。また、当社グループは大量の顧客情報を保有しており、その取り扱いについては、十分注意を払っていますが、不正行為などにより顧客情報が外部に漏洩した場合、社会的信用が失墜し、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(6) 販売商品、または仕入商品・原材料の価格変動

当社グループが販売している商品は、様々な要因によってその仕入商品、原材料の価格変動や市場環境変化の影響を受け、販売価格が見込みに反して高騰、もしくは暴落することがあります。これにより販売価格が仕入価格を下回る、もしくは価格高騰で需要が後退するなど、当社グループの業績

に影響を及ぼす可能性があります。

(7) 自然災害

当社グループが店舗を展開する、また事業関連施設を所有する地域において、地震、台風その他の自然災害が発生し、当該施設が損傷、または従業員の死亡・負傷による欠員があった場合、売上高の減少、または現状復帰や人員の補充などにかかる費用によって、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(8) フランチャイジー

当社は、カー用品販売、車検・整備、車買取・販売を中心に取り扱う店舗のフランチャイズ本部であり、フランチャイズ契約を締結して店舗運営を行っているフランチャイジーによる契約条項違反や法令違反が、当該法人との資本関係の有無にかかわらず、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(9) 店舗営業

当社グループは、カー用品販売、車検・整備、車買取・販売を取り扱う小売店舗を営業していますが、店舗の営業に伴う廃棄物の処理、有害物質の取り扱い、ピット作業における事故発生、また店舗敷地内でのその他の事故発生などのリスクがあります。これらは直接的、もしくは顧客のグループ店舗に対する心証悪化に伴う客数減少などによって、間接的に当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(10) 為替レートの変動

当社グループは、海外子会社に対して実施する外貨建て貸付金などが存在することから、為替変動により、財務諸表作成のための換算において、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

(11) 訴訟リスク

当社グループが国内外において事業活動を継続するにあたり、多種多様な訴訟のリスクが存在し、内部統制の整備により内部管理態勢を確立しても、これらを完全に排除することは不可能であり、当社グループを当事者とした訴訟の提起を受ける可能性があります。訴訟を提起された場合、その結果によっては当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。