



2014

アニュアルレポート



クルマのことなら  オートバックス

 **AUTOBACS SEVEN**

『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、常にお客様視点に立ち、価値ある商品・サービスを提供することで、

カー用品市場においてトップシェアの地位を確立してきました。

将来にわたって、お客様に豊かなカーライフの提案を行う、社会に有益な企業であり続けるために、

オートバックスセブンは、あらゆるステークホルダーとの関係を重視した企業活動を推進していきます。

そして、より豊かなクルマ社会の実現に貢献することを通じて、

グループ全体の企業価値を高め、持続的な成長を目指していきます。

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。

クルマのことならオートバックス



INDEX

オートバックスについて

オートバックスの歩み	03
オートバックスのこれから	05

業績・戦略

財務ハイライト	07
トップメッセージ	09

特集 クルマ社会のインフラを目指して

概要	15
----	----

1.お客様のカーライフを支えるために	17
2.クルマのプロフェッショナルを育む	19
3.環境への負荷を削減するために	21
4.地域の一員として社会に貢献	23

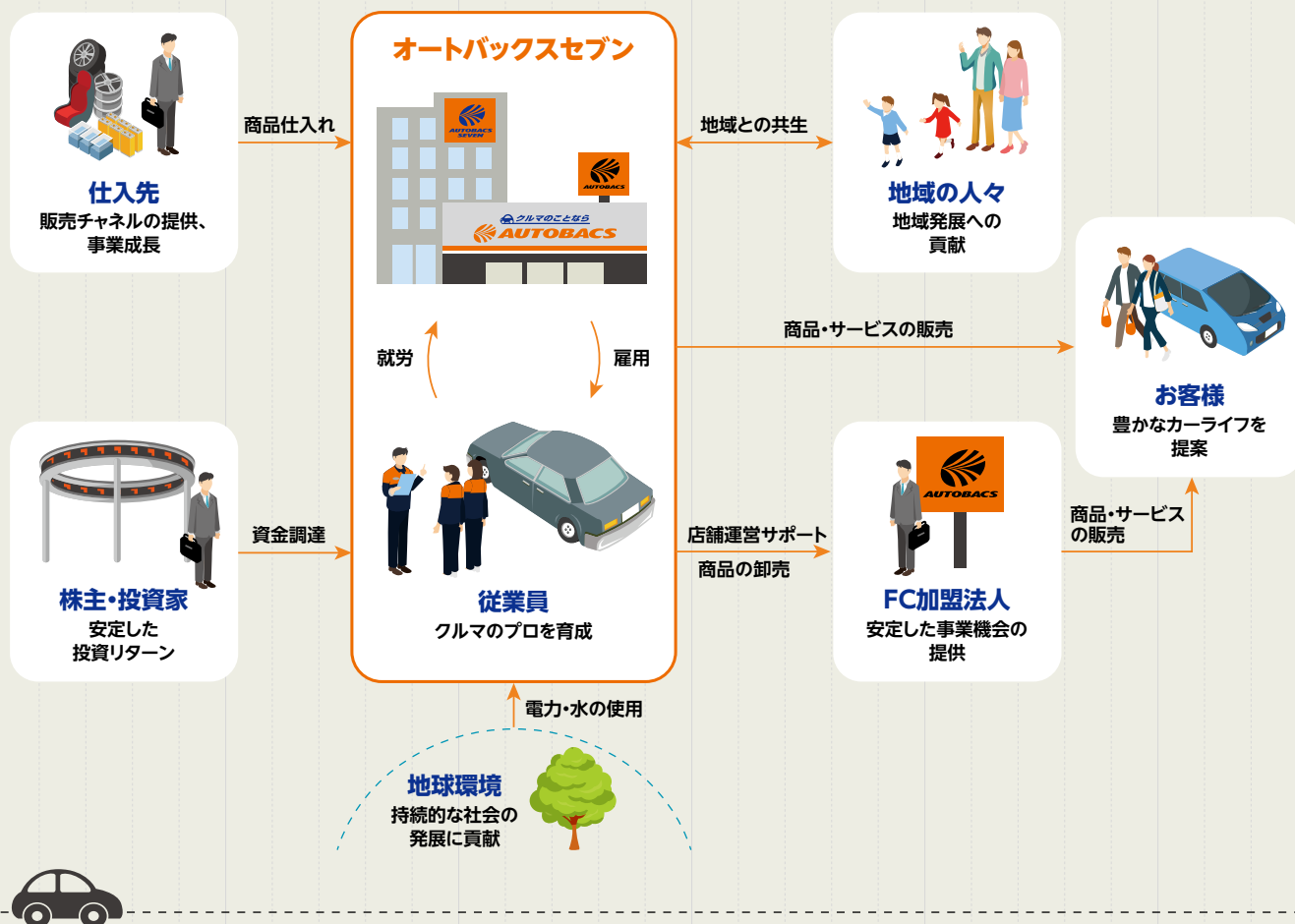
コーポレート・ガバナンス

考え方・体制・役員紹介	25
社外取締役インタビュー	27

企業データ

オートバックスチェーンの業態および店舗数	29
会社概要・株式情報	30

オートバックスセブンと社会との関わり



▶ オンライン・アニュアルレポートのご案内
<http://www.autobacs.co.jp/ja/ir/ar2014/index.html>

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。



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。

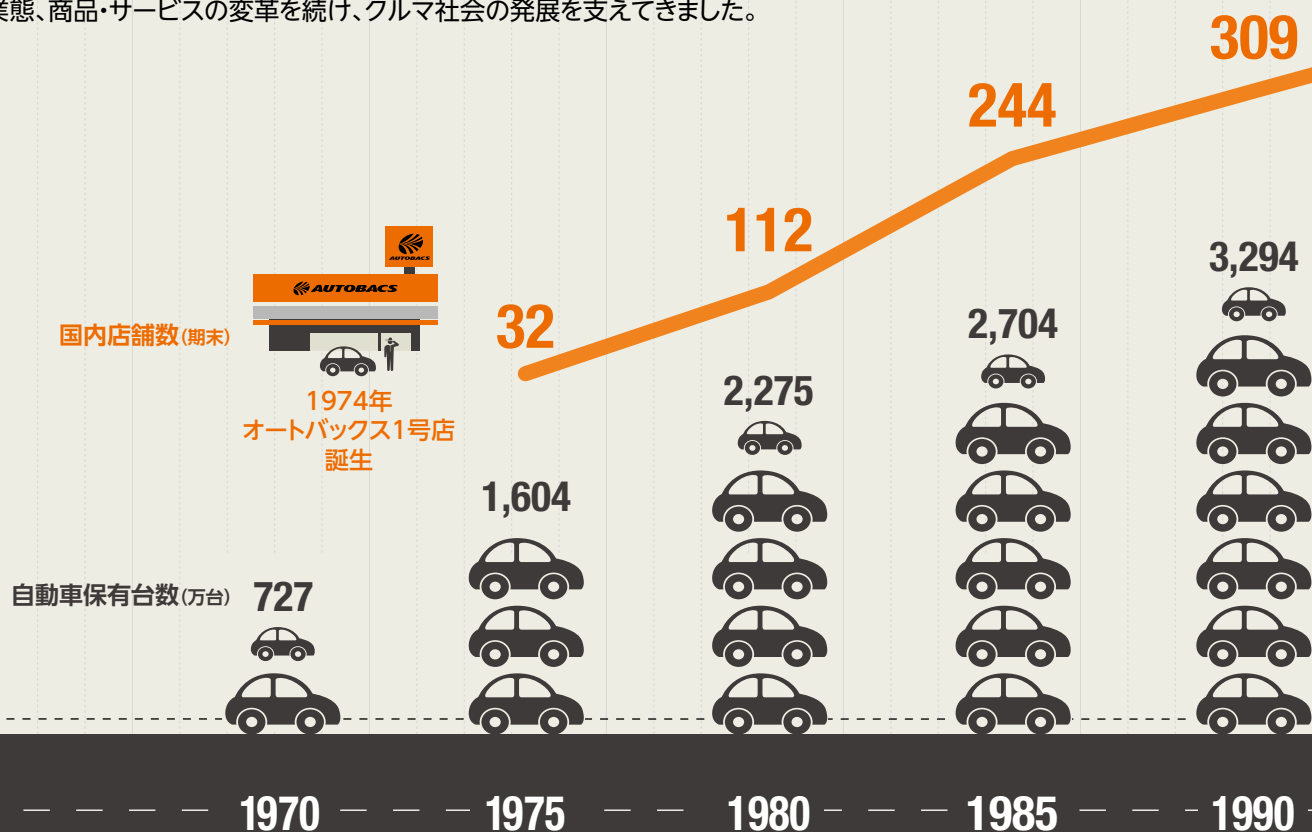
名称の定義

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。

40年を、クルマ社会の発展とともに

私たちは、いつもお客様の近くで最適なカーライフを提案してきました。

オートバックスは1974年、日本初のカー用品総合専門店として誕生して以来、時代とともにクルマとユーザー、社会との関係が変化するなかで、業態、商品・サービスの変革を続け、クルマ社会の発展を支えてきました。



クルマ社会のトピック



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



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

'74 → マイカー時代の幕開けとともに

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マイカー購入への人々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。すべてのカー用品が一カ所で購入でき、ピットで取付サービスを行うワンストップ業態は、商品ごとに流通経路が異なっていた当時、多くのお客様から支持を集め、フランチャイズ展開により全国へと拡大していきました。また、プライベートブランド(PB)商品の開発にもいち早く挑戦し、1977年に発売したタイヤ・オイルは、業界の常識を打ち破る画期的なものとなりました。



オートバックス1号店
(大阪府大東市)

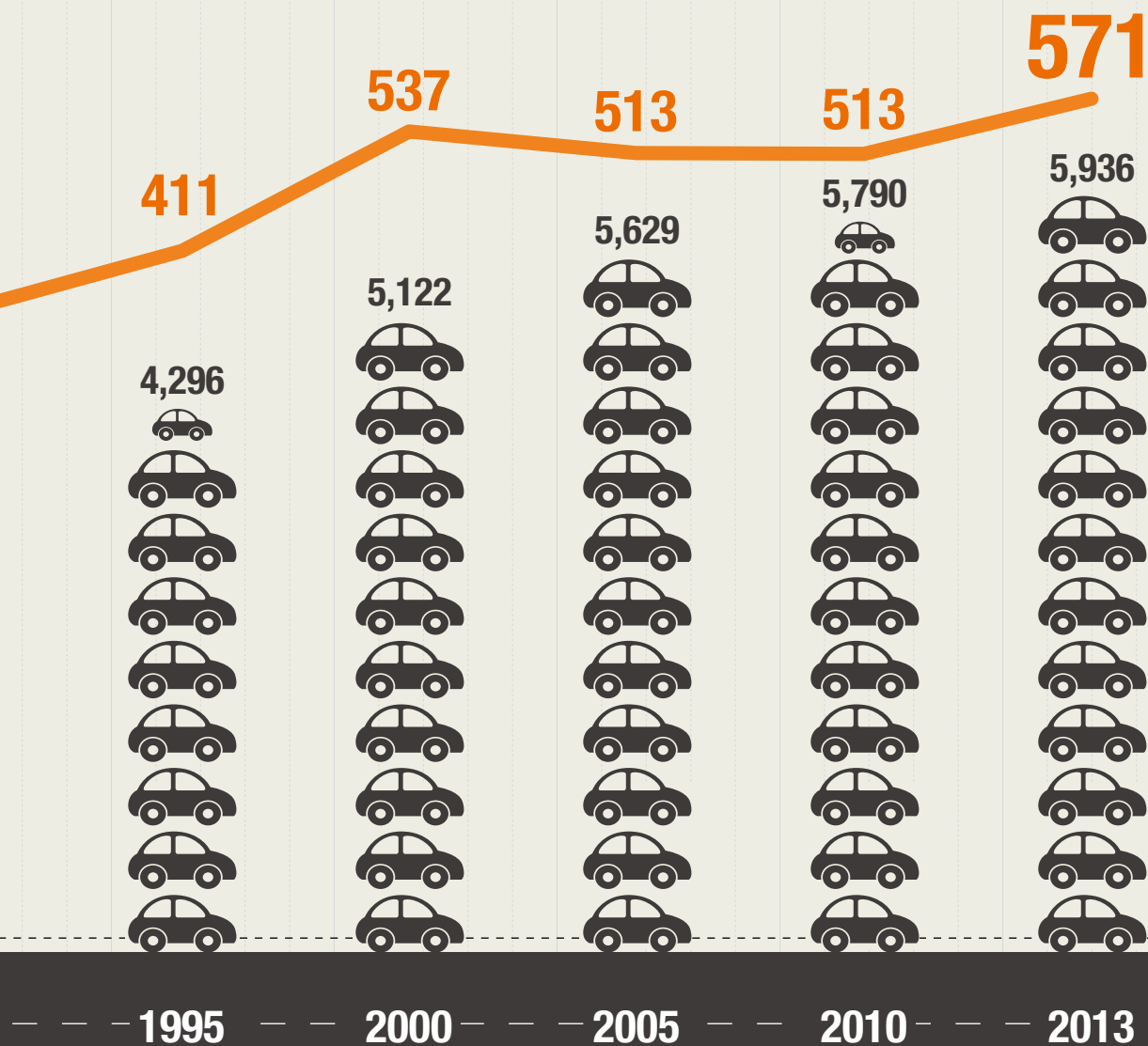
'89 → 日本のクルマ文化が深化するなかで

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」が求められる時代となり、ライフスタイルに合わせた車種の選定が一般化するなか、カーアクセサリやカーナビゲーションなど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や提案、ピットサービスの強化を通じて、ユーザーの多様化する嗜好に応えることで業容を順調に拡大しました。1989年にはチェーン全体の売上高が1,000億円を突破。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、クルマ文化の発信に貢献



おかげさまで**40**周年

2014年
オートバックス誕生
40周年



'97 → カー用品専門店からカーライフストアへ

スーパーオートバックスを開発・展開

小売業における大型化が進むなか、初心者やご家族から愛好家まで、すべての人々にカーライフの魅力を提案するカーライフメガストア「スーパーオートバックス」を開発。広大な売場とピットを備え、より豊富な品ぞろえに加え、CDコーナーや軽飲食コーナーなどを併設し、多彩なイベントが開催されるエンターテインメント性の高い店舗は、「カーライフを提案するオートバックス」の姿を多くの人々に印象付けました。また、この頃に車検事業に本格参入し、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)

'08 → クルマ社会を取り巻く変化を見据えて

「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」を3つの柱に

日本経済の成熟化が進み、環境や省エネへの意識が高まるなか、車の小型化やエコカーの普及、使用年数の長期化など、カーライフのあり方も変化し、ユーザー層も男性中心から女性、高齢者へと多様化しています。オートバックスでは、専門知識がなくても長く安心して運転できるように、「車検・整備」のサービスを拡充するとともに、「車買取・販売」まで手がけ、「カー用品」を含む3つの柱で、お客様のそばで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

カーライフサイクルのトータル支援へ

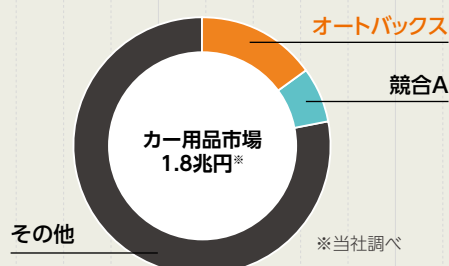
業界No.1として培った強みを生かし、
次なるクルマ社会のインフラを目指します。

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、そして次の車への乗換えまで、
お客様のカーライフに関わる“すべて”に
ワンストップでお応えすることにより、
お客様に「利便性」と「安心」を提供していきます。
オートバックスの強みであるブランド、
店舗ネットワーク、品ぞろえや人材を生かして、
地域の皆様から
「クルマのことならオートバックス」と
支持、信頼いただけるチェーンを目指します。



カーライフサイクルを
サポートする
オートバックス

カー用品市場シェア



カー用品市場の主な販売チャネルは、カー用品専門
店、カーディーラー、ガソリンスタンド、タイヤ
ショップ、ホームセンターなどがあります。近年
は、業界の垣根を越えたサービスや商品の販売
が増え、ガソリンスタンドの減少や中小の販売
チャネルの減少が進んでいます。

カー用品購入



車購入



3

豊富なクルマの
プロ人材



1

全国の店舗
ネットワーク



オートバックスの
強み

車売却



1

全国の店舗ネットワーク

国内571店舗で、いつも、
お客様の近くでサポート

オートバックスは、全国都道府県を網羅する店舗ネットワークを有し、お客様が必要なとき、すぐにアクセスできる利便性が強みとなっています。標準型店舗や大商圏を対象にしたメガストア「スーパーオートバックス」に加え、近年では、小商圏を対象にした小型店の出店を進め、相互が連携することで、お客様にきめ細かなサポートを提供しています。



2

多彩な品ぞろえとサービス

1～3万アイテムの商品とサービスで、
カーライフの楽しさと利便性を提案

「オートバックスに行けば何でもある」という圧倒的な品ぞろえを強みとしています。一流メーカー各社の商品はもちろんのこと、カーライフを満喫するためのアイデア商品、プライベートブランド(PB)商品も数多く提供。車検・整備などメンテナンス関連のサービスが充実しているのも大きな特長です。



3

豊富なクルマのプロ人材

約3,700人の国家資格整備士をはじめ、
クルマのプロが安心と安全を提供

整備士や自動車検査員などの国家公認資格を持つ社員がプロの視点からお客様にさまざまなアドバイスをしています。

また、カー用品の商品知識を習得するカーライフアドバイザーや基本的な自動車整備の知識を習得するメカニック資格などの制度が整備され、お客様の安心と満足度の向上に貢献しています。



メンテナンス・
点検



車検・整備



2

多彩な品ぞろえ
とサービス



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：

	2011	2012	2013	2014	2014
売上高	¥236,351	¥237,343	¥230,168	¥231,697	\$2,249,485
卸売	134,690	135,571	131,859	132,733	1,288,670
小売	98,162	98,313	94,770	95,540	927,572
その他	3,499	3,459	3,539	3,422	33,223
営業利益	11,989	13,721	12,745	13,945	135,388
税金等調整前当期純利益	11,501	15,217	13,915	16,086	156,175
当期純利益	6,180	8,403	7,590	9,786	95,010
営業活動によるキャッシュ・フロー	15,375	20,844	10,741	12,072	117,214
投資活動によるキャッシュ・フロー	(5,002)	(10,155)	(4,522)	1,519	14,748
財務活動によるキャッシュ・フロー	(11,790)	(11,573)	(14,861)	(11,166)	(108,408)
フリー・キャッシュ・フロー	10,373	10,689	6,219	13,591	131,951
設備投資額	3,187	7,691	6,249	4,820	46,796
減価償却費及びのれん償却額	4,798	4,644	5,194	4,551	44,184

会計年度末：

総資産	¥207,795	¥217,949	¥205,527	¥201,481	\$1,956,126
株主資本	147,505	145,626	142,862	143,979	1,397,854
有利子負債	11,920	10,452	8,342	6,771	65,737

1株当たりデータ (円／米ドル^{*1})：

当期純利益 ^{*2}	¥59.32	¥84.28	¥81.22	¥107.71	\$1.05
配当金 ^{*2}	45.00	48.33	52.00	64.00	0.62
配当性向(%)	75.9	57.3	64.0	59.4	—
株主資本配当率(DOE)(%)	3.2	3.3	3.4	4.1	—
総還元性向(%)	159.5	121.7	160.1	105.8	—

経営指標：

売上高営業利益率(%)	5.1	5.8	5.5	6.0	
株主資本当期純利益率(ROE)(%)	4.1	5.7	5.3	6.8	
総資産当期純利益率(ROA)(%)	3.0	3.9	3.6	4.8	
自己資本比率(%)	71.0	66.8	69.5	71.5	

非財務データ：

国内店舗数	513	530	552	571	
うちFC加盟店	367	381	396	415	
海外店舗数	26	25	27	27	
うちFC加盟店	9	9	9	10	
ポイントアップカード稼働会員数 ^{*3} (千人)	6,142	6,361	6,721	6,954	
従業員数	4,459	4,469	4,678	4,466	
自動車整備士数 ^{*4}	2,860	3,101	3,394	3,653	
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)	5(3)	4(3)	4(3)	4(3)	
電力使用量 ^{*5} (千kwh)	13,657	11,298	10,646	7,515	
CO ₂ 排出量 ^{*5} (t-CO ₂)	6,170	5,268	6,021	4,787	

注:1. 記載されている米ドル金額は、2014年3月31日現在の換算為替相場である1米ドル=103円で計算しています。

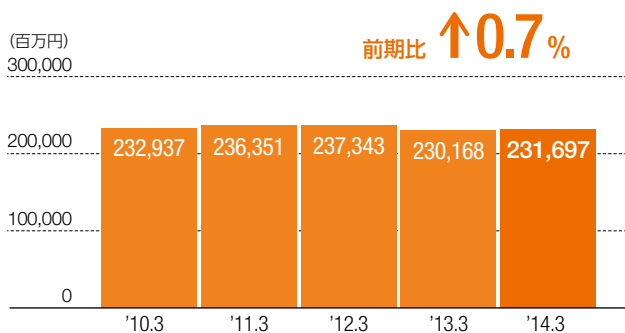
2. 2013年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2013年3月期以前の数値は分割の影響を遡及換算しています。

3. 年度末において過去2年以内に利用実績のある会員数を表示しています。

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。

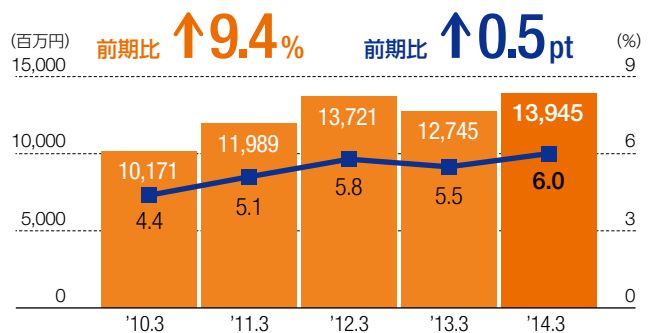
5. オートバックスセブン本社、地方事業所、直営店舗、ロジスティクスセンターの合計を表示。(連結子会社を含みません)

売上高



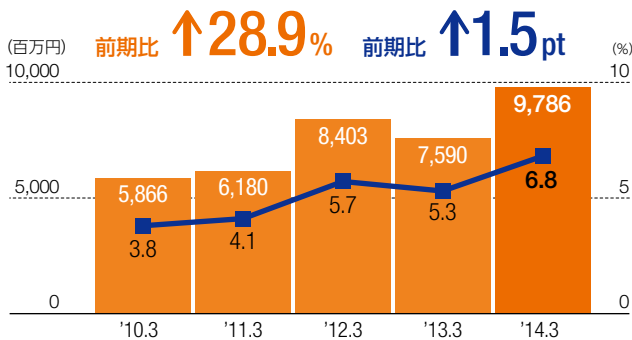
営業利益／売上高営業利益率

■ 営業利益 ■ 売上高営業利益率



当期純利益／株主資本当期純利益率(ROE)

■ 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)

■ 総資産 ■ 総資産当期純利益率(ROA)

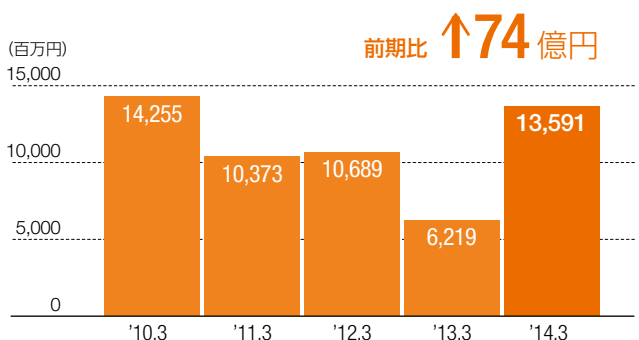


株主資本／自己資本比率

■ 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)

■ 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/ar2014/index.html>

市場・社会の変化を見据え、皆様から支持され、 信頼されるブランドの構築を目指します

Q1

当期業績の評価をお願いします。

A1

エコカー補助金の反動などの影響があったものの
店舗の収益力強化が功を奏し、増収増益を達成しました。

2014年3月期の経営環境は、上期は前年度のエコカー補助金制度に伴う新車販売の反動減により需要が全体的に落ち込みました。下期はこの影響が一巡したことに加え、2014年4月からの消費税増税を見越した駆け込み需要により新車・中古車およびカー用品全般の需要が高まりました。

国内のオートバックスチェーン全体における営業動向については、「カー用品販売」は販売促進施策と販売体制を強化したタイヤ・ホイールの売上は前年を上回りましたが、カーナビゲーションの単価下落などによりカー用品全体の売上は前期比1.3%減少しました。「車検・整備」は、店舗への指導強化やインターネットでの車検予約を開始したことなどにより、車検実施台数は前期比1.3%増加の約58万台となりました。また、「車買取・販売」については、加盟店舗が前期末の244店舗から359店舗に増加し、自動車買取査定システムの刷新や教育・販売体制の強化が進んだ結果、総販売台数は前期比25.5%増加の約23,100台と大きく伸長しました。

このような店舗段階での営業状況を反映して、当社グループの売上高は、前期比0.7%増加の2,317億円となりました。さらに粗利率の改善や販売費及び一般管理費の抑制、店舗子会社における効率的な運営の推進などにより、営業利益は前期比9.4%増加の139億円となりました。なお、当期純利益は前期比28.9%増加の98億円となりました。



代表取締役 社長執行役員

湧田 節夫

Q2 当期を最終年度とする中期経営計画の 成果と課題を教えてください。

A2 営業利益、ROEにおいて目標を下回る結果となりましたが、 安定的に収益をあげる体質ができたと考えています。

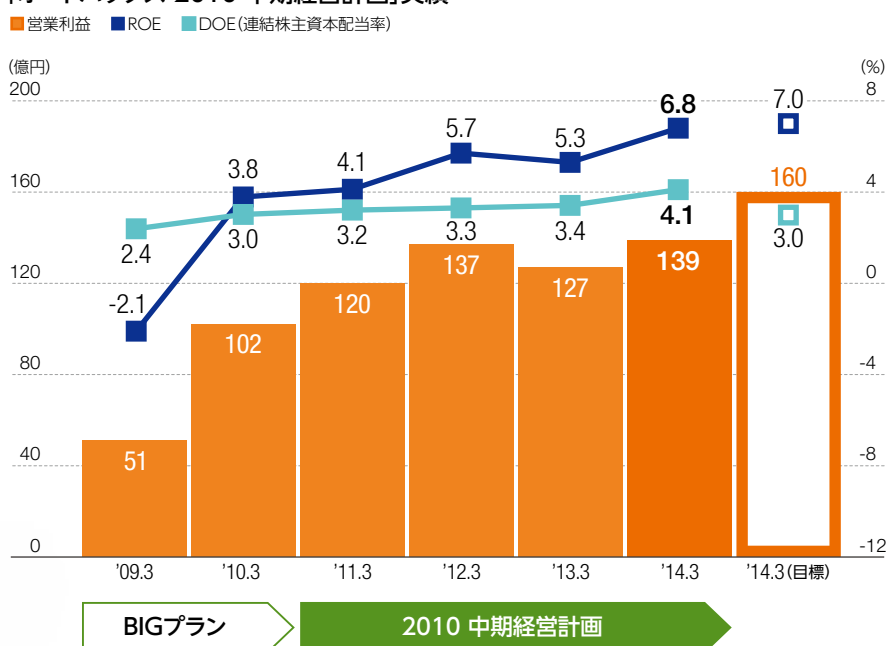
当社は「オートバックス 2010 中期経営計画」において、「国内FC事業」に軸足を置き、「店舗収益率と市場シェアの向上」を事業戦略の柱として抜本的な強化を進めてきました。遺憾ながら営業利益、ROEは計画を達成することはできませんでしたが、どのような環境にあっても安定的な収益を実現できる体質に転換できたと捉えています。

具体的な成果として、「店舗収益向上策」においては、オートバックス全店の改装による売場改革、仕入改善などによる粗利改革、人材とオペレーション改革の3つの軸で重点的に施策を講じた結果、店舗段階の営業利益率の改善やメンテナンス関連の商品・サービスの売上が伸長するなどの成果に結びついています。また、「車検・整備」「車買取・販売」が着実に拡大できたのも大きな成果のひとつです。

「市場シェア向上策」においては、これまで出店してこなかった小商圈を中心に新規出店を積極的に進め、4年間で82店舗を新たに開店しました。なかでも2012年3月期より実験を進めているタイヤ専門館を新たに3店舗開店し、今後の手応えを感じています。また、インターネット販売のチャネル強化も進め、新たな顧客の獲得に向けた取り組みを進めることができました。

しかしながら、オートアフター市場における当社のシェアは目標の水準に達しておらず、今後、さらなる収益拡大に軸足を置いた成長戦略を実行していくことが必要であると考えています。

「オートバックス 2010 中期経営計画」実績



「オートバックス 2010 中期経営計画」の実施状況・評価

項目	主な施策・目標	実施状況	評価
1 店舗収益向上策	既存オートバックス店舗営業利益率6.9% (2010年3月期5.2%)	既存オートバックス店舗営業利益率6.2% (対2010年3月期比+1.0pt)	△
売場改革	● 既存オートバックス店舗全店の売場改装 ● 店舗レイアウト、陳列・販促ソールの改善	● 既存オートバックス店舗全店の売場改装を完了 ● スーパーオートバックス店舗の売場改装を50店舗で実施	○
粗利改革	● 仕入改革による原価低減	● 多くの商品群で粗利率を向上	○
人材とオペレーション改革	● 店舗オペレーションを効率化し、接客対応時間を拡大 ● 接客・接遇を強化、店舗スタッフを多能化 ● ビット技術の向上	● 店舗運営の効率化（オペレーションの見直し、タブレット端末の導入など） ● 全スタッフへ接客研修を実施 ● 全店長へ店舗戦略力強化研修を実施 ● 店舗子会社店舗の従業員数の最適化 ● 新たな顧客システムの構築	○
車検拡充	● 指定認証店舗の拡大（2010年3月期299店舗） ● 車検台数65万台（2010年3月期44.7万台）	● 指定認証店舗379店舗 ● 車検台数58万台（対2010年3月期比+29.8%）	△
車販売拡充	● カーズFC加盟店舗の拡大（2010年3月期188店舗）	● カーズFC加盟店舗359店舗 ● 車販売台数2.31万台（対2010年3月期比+58.2%）	○
2 市場シェア向上策	オートアフター市場シェア18% (2010年3月期15.1%)	オートアフター市場シェア14.9% (対2010年3月期-0.2pt)	×
新規出店	● 4年間で120店を新規出店 ● 店舗フォーマットの開発力を向上（商品・サービスのフルライン提供にこだわらない出店）	● 新規店舗82店 ● 設備などのさらなるローコスト化 ● タイヤ専門館の出店（4年間4店舗） ● 少人数での店舗運営（4～5名）	△
サービス業態開発	● 車検整備、板金塗装業態を数種類開発	● 板金集中センター（浦安、戸田、福岡）を開設	△
マルチチャネル戦略	● ネットや店舗端末など複数チャネルをお客様が複合的に利用できる環境を提供	● 自社ショッピングサイト「AUTOBACS.COM」のアイテム数強化 ● 「楽天市場」「Amazon.co.jp」「Yahoo!ショッピング」への出店	○
3 海外事業	● 海外事業の黒字化 ● 中国事業の検証、方針決定	● 海外事業の黒字化を達成 ● 中国事業は複数の形態で実験店を出店 ● カー用品卸売事業の合併会社設立（インドネシア） ● 業務資本提携によりカー用品小売を中心に事業展開（マレーシア）	○
4 本部単体経費の効率化	● 本部コストの継続的削減・効率化	● 単体販管費286億円から257億円へ削減（2014年3月期）	○
5 財務戦略	● 積極投資による営業キャッシュ・フローの創出 ● 株主還元強化（DOE3%） ● ROE7%（2010年3月期3.8%）	● 高水準の株主還元を実施（DOE3%以上） ● 自己株式の取得（4年間累計約225億円） ● ROE6.8%（対2010年3月期比+3.0pt）	△
6 CSR/ガバナンス	● 環境、社会貢献への取り組み ● コンプライアンス、リスクマネジメントの推進	● 太陽光発電による売電事業を開始（2013年9月） ● 全国8拠点においてISO14001を取得 ● 清掃活動などの地域社会貢献活動の継続実施 ● 執行役員間でのリスク内容とその対応の共有 ● FC加盟法人のコンプライアンス体制の強化	○

Q3

今後の市場環境をどのように認識していますか。

A3

国内カー用品市場は中長期的に縮小傾向にあります、オートアフター市場全体では安定した需要が見込まれます。

国内カー用品市場は、カーナビゲーションの単価下落やカースポーツ需要の低下などの影響により、今後も年率2～3%の縮小も視野に入れる必要があると考えています。一方で、国内の自動車の保有台数は変わらず、平均使用年数の長期化するなか、メンテナンスや車検・整備などを含むオートアフター市場全体で見ると、安定した需要が見込まれます。

この市場は、これまでの担い手であったガソリンスタンドや中小整備工場などが減少する一方で、カーディーラーを中心とした競争激化やインターネット・通信関連企業などの異業種参入も予想されます。しかし、当社はオートバックスのブランドやお客様の来店頻度の高さなど、競合に対して差別化できる強みを持っています。今後もこうした強みを生かした事業展開で、市場における競争優位性を明確にしていく考えです。

Q4

新たに発表された「2014中期経営計画」の概要と目指す姿をお聞かせください。

A4

「オートバックス事業の収益拡大と新たな事業の育成」を基本方針に、中長期の成長に向け戦略を展開していきます。

昨年度までの中期経営計画の成果を踏まえ、「2014中期経営計画」は中長期の成長を実現する新たなステージのスタートと位置づけ、「オートバックス事業」の収益拡大に加え、将来の成長の柱として「新規事業」「海外事業」を育成し、3つの事業の柱を構築していきます。

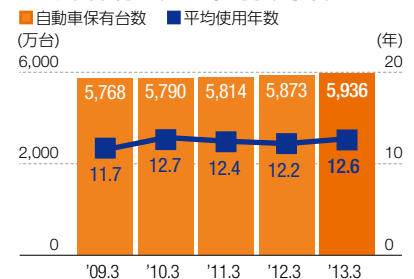
オートバックス事業では、オートアフター市場における競争優位性を確立するために、お客様への「利便性」と「安心」の提供価値を再構築し、従来のお客様に加え「車に詳しくないが、大切に乗り続けたいお客様」からのご支持を高めていきたいと考えています。そのために、車の販売からメンテナンス、そして車に乗る楽しさを提供する「クルマのワンストップ・サービス」業態への変革を実行していきます。

新規事業については、当社の強みを生かすことができる車関連分野を中心に新たな事業を育成します。M&Aや提携によるスピード感を重視した展開を図り、来期以降、積極的に経営資源を投下していきます。

海外事業では、成長期を迎えるASEAN地域を中心に、従来の店舗形態にこだわらず卸売販売などの周辺事業において、事業を拡大していく方針です。

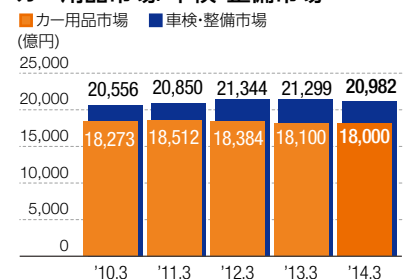
経営目標については、最終年度の2018年3月期に営業利益180億円、ROE8%、DOE（連結株主資本配当率）3%以上の実現を目指していきます。

自動車保有台数と平均使用年数



注：保有台数は乗用車の台数（トラック、バス、二輪車等含まない）
出典：一般社団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」

カー用品市場/車検・整備市場



「2014中期経営計画」の基本方針
(2015年3月期～2018年3月期)

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」

事業の柱

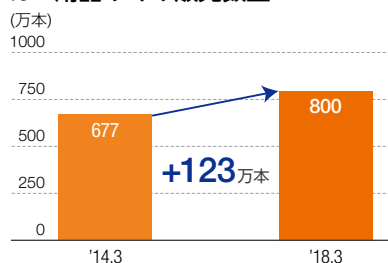
1. 国内オートバックス事業
2. 新規事業
3. 海外事業

経営数値目標 (2018年3月期)

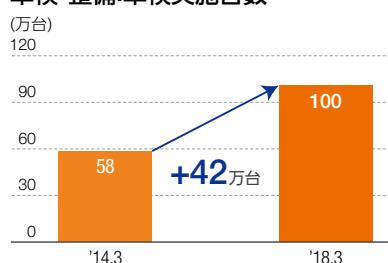


重点課題における数値目標※

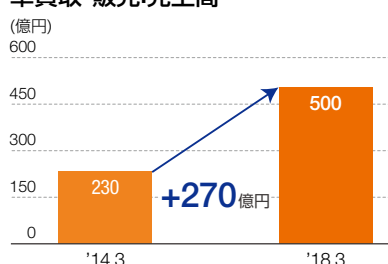
カー用品:タイヤ販売数量



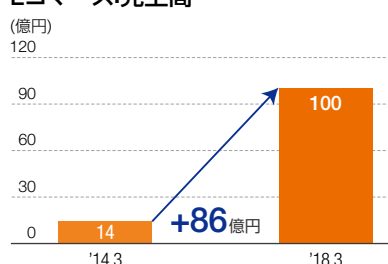
車検・整備:車検実施台数



車買取・販売:売上高



Eコマース:売上高



※国内オートバックスチェーン店舗における目標

Q5 オートバックス事業の収益拡大に向けた重点施策を教えてください。

A5 4つの重点課題を中心に施策を実行し、オートバックス事業のさらなる成長を目指します。

「2014中期経営計画」では、オートバックス事業のさらなる成長に向け、「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」「Eコマース」の4つの重点課題を設定し、施策を展開していく考えです。

カー用品では、新規出店による拠点の拡大とEコマースの活用によるタイヤ販売数量の拡大を図ります。また、さらなる商品力の強化に向け、PB商品戦略を再構築し、信頼の品質、安心の価格の商品・サービスを開発していきます。

車検・整備については、車検拠点の拡大とお客様の利便性向上により車検台数の拡大を図り、最終年度には実施台数100万台を目指します。現状、店舗ごとに車検の実施件数に差があり、実施件数少ない店舗への指導を継続するとともに、顧客データをより活用することでお客様へのアプローチを強化していきます。

車買取・販売では、店舗での展示車両の増加、買取査定システムの刷新、取扱い店舗の増加により、順調に販売台数が伸長しています。2015年3月までに全店規模で展開しマス媒体をはじめとした広告宣伝、販売促進を強化することで、お客様の認知度を高め、販売台数の拡大を図っていきます。

Eコマースにおいては、新たなお客様との接点の拡大に向け、商品の拡充とオンラインショップ“AUTOBACS.COM”の認知度を高めるとともに、ネットで購入した商品を店舗で取り付けるサービスの提供など、店舗網を持つ強みを生かした展開を進めます。

これらの施策の実行に加え、店舗オペレーション改革と人材育成を推進し、「カー用品」「車検・整備」「車買取・販売」それぞれの店舗内における連携を強化することで、お客様のお悩みやご要望に的確にお応えする「クルマのワンストップ・サービス」業態への変革を実現します。国内オートバックス事業においては、「クルマのことならオートバックス」と信頼され、支持されるブランドを確立し、競合他社との差別化を明確にすることで、中長期的な成長を目指していきます。

Q6 海外事業について、今後の展望をお聞かせください。

A6 成長期を迎えるASEAN地域で、現地企業との提携や卸売への参入など、スピードを重視した施策を展開します。

海外事業においては、現在、フランス、シンガポール、タイ、中国、台湾、マレーシア、インドネシアの7つの国と地域に展開しており、収益改善の取り組みを進めた結果、2014年3月期に黒字化を達成しました。

今後、ASEAN地域を中心に事業の拡大を図る上で、スピード感が重要だと考え

ています。現地企業とのパートナーシップによる事業基盤の整備を進めるとともに、店舗における小売・サービス事業の展開にとどまらず、商品の卸売事業など周辺事業へ参入し、積極的な事業拡大を図ります。2014年3月期にはその布石として、インドネシアで現地企業とカー用品卸売事業の合併会社を設立し、マレーシアにおいては、カー用品の卸売を同国で展開する日系企業と業務資本提携を締結し、小売を中心とした展開を加速しています。

Q7 CSRについて、どのように考えていますか。

A7 社会に有益な企業であり続けるために、ステークホルダーとの関係を重視した企業活動を推進していきます。

当社グループにとってのCSRとは、「経済、環境、社会に配慮した経営を行い、お客様に豊かなカーライフの提案を行う、社会に有益な企業であり続けること」です。そのために当社グループでは、お客様はもとより、お取引先様、株主・投資家の皆様、地域社会、従業員、行政機関など、あらゆるステークホルダーとの関係を重視した企業活動を推進しています。また、環境への対応も重要なテーマです。事業における環境負荷低減に加え、自動車・パーツのリユースや店舗への電気自動車の充電スタンドの設置、ハイブリッド車や電気自動車などのエコカーに対応した整備士の育成など、クルマ社会の環境対応に積極的に貢献していく考えです。

さらにこうしたCSRの基礎として、グループ全体のコンプライアンスの指導・啓発活動を継続するとともに、統合リスクマネジメントを実践し、リスクに適切に対応できる態勢の強化も進めていきます。

Q8 株主還元の方針を教えてください。

A8 DOE (連結株主資本配当率) 3%以上を維持し、収益の状況に応じて安定的、継続的に配当を実施します。

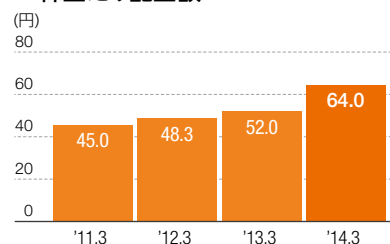
財務戦略については、積極的かつ投資収益性を重視した投資を行う計画で、4年間で総額500億円の事業投資を見込んでいます。株主還元については、資本効率の向上を目指して、経営環境や財務の安定性を考慮しつつ積極的な還元を行う方針です。

配当方針については、引き続きDOE3%以上を維持し、収益の状況に応じて安定的、継続的な配当を実施していきます。当社の最重要指標はROEです。ROE向上のために投資もしくは自社株買いも含めた株主還元の実施を機動的に判断していきたいと考えています。

中期経営計画の実行により中長期の成長を確かなものにし、当社グループの企業価値をさらに高めていく所存です。株主・投資家の皆様をはじめステークホルダーの皆様におかれましては、今後とも当社グループへのご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

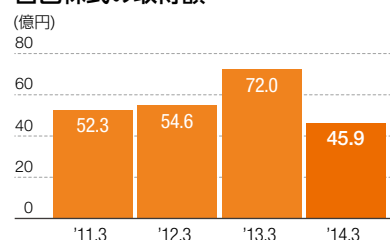


一株当たり配当額



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適及換算しています。
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。

自己株式の取得額



お客様により近く、楽しく、便利に。 クルマ社会の変化を見据え、 地域に根ざした存在へ

オートバックスは、変化するクルマ社会のなかで、いつもお客様の身近にあって、カーライフに関わる“すべて”にワンストップでお応えし、利便性と安心、楽しさを提供する店舗づくりを進めています。また、地域の雇用を担う存在として、人材の育成に力を入れるとともに、環境への配慮や地域社会に貢献する活動を通じて皆様から支持、信頼される「クルマ社会のインフラ」を目指していきます。

1 お客様のカーライフを支えるために

▶ 詳細はP17をご参照ください



選びやすさを追求した売場 タブレット端末による接客 車検・整備 車買取・販売 PB商品

● 売場改革

- わかりやすく、楽しい売場づくり
- タブレット端末による接客

● 商品・サービスの拡充

- メンテナンス関連サービスの拡充
- 車買取・販売の対応店舗を拡大

● PB商品の開発

● マルチチャネル展開

● 品質管理活動



2 クルマのプロフェッショナルを 育む

▶ 詳細はP19をご参照ください



実技演習



社員研修



オートバックス
大阪健康センター



戦略力強化研修

- 人材力を高める教育研修
- キャリア開発支援
- 働きやすい職場環境の実現
- フランチャイズ支援

3 環境への負荷を 削減するために

▶ 詳細はP21をご参照ください



太陽光発電パネル



LED照明



配送用コンテナの活用



中古部品買取・販売

- 省エネルギーと温室効果ガスの削減
- 省資源の取り組み

4 地域の一員として 社会に貢献

▶ 詳細はP23をご参照ください



電気自動車充電スタンド



メガソーラー発電所



清掃活動



小学校での課外授業
© GTA

- 店舗等を活用した地域貢献
- 地域社会貢献活動



1 お客様のカーライフを支えるために

「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。お客様の車に関するお悩みやご要望にワンストップでお応えできる店舗を目指して、「お客様視点」で魅力を高めるさまざまな取り組みを進めています。

売場改革



お客様に、わくわく、楽しさを提供できる店舗へ。

■ わかりやすく、楽しい売場づくり

お望みのカー用品が必ず見つかる豊富な品ぞろえを生かして、より快適に買い物が楽しめる店舗への改装を、4年間に概ね全店で実施しました。明るい店内、用途別の陳列や統一された店内表示など、買いやすさの追求で、お客様の利便性を高めるとともに、店舗の販売・在庫効率の向上にも寄与しています。



選びやすさを追求した売場



催事コーナー

■ タブレット端末による接客

車と商品の適合がわからないなど、カー用品は購入する上で特有の難しさがあります。オートバックス各店舗では、タブレット端末を導入し、お客様の疑問やご要望に迅速・的確に対応することで、接客力を高め、顧客満足度の向上を追求しています。



総合メンテナンスカウンター



タブレット端末による接客

商品・サービスの拡充



カーライフサイクルを支える商品・サービスを充実。

■ メンテナンス関連サービスの拡充

オイル交換、タイヤ交換をはじめ、安全点検から、板金・塗装、車検・整備まで、多彩なサービスメニューを用意。総合メンテナンスカウンターを設け、気軽にご相談できる環境を整えるとともに、DMの発送などを通じて時期に応じた提案を行うことで、お客様のご利用を促進しています。



車検受付



指定認証拠点では
自店舗で車検を実施

■ 車買取・販売の対応店舗を拡大

車検の際に乗り換えも検討したいというお客様のニーズに対応するため、オートバックスでは「車の査定・買取」、「新車・中古車の販売」の全店展開を進めています。2014年3月期末現在、全店舗の約6割にあたる359店舗に導入を終え、2015年3月までに全店規模へ拡大する計画です。



中古車の展示



豊富な在庫からご提案

voice お客様の声～お客様相談センターより～

先日、オートバックス(神奈川県所在)で12ヶ月点検をしていただきました。その際、「エンジンから異音があるので、あわせて調べて欲しい」とお願いしたところ、とても丁寧に調べてくださいました。閉店間際の入庫でしたが、閉店時間が過ぎても私が納得するまで調べてくださ

り、おかげで原因もわかり修理もしていただきました。快適に乗ることができるようになりました。毎日乗っていて不安でしたが、これで安心して乗ることが出来ます。大事な車なので直ったことがとても嬉しく、もう一度お礼がしたくてメールしました。ありがとうございました。

プライベートブランド商品の開発



高品質、高性能な商品をお手頃価格で提供。

オートバックスは国内シェアNo.1のポジション、今まで培ったノウハウ、サプライヤーとの関係を生かし、タイヤ、ホイールからオイル、バッテリー、アクセサリなど、価格と性能を両立した価値あるプライベートブランド(PB)・専売商品を提供。現在は約1,000アイテム(SKU)に及び、商品売上全体の12%強を占めるに至っています。今後、PB商品戦略の再構築を行い、今まで以上にお客様に価値の高い商品を提供していきます。



タイヤ



マイクロファイバークロス



カフェトレイ

マルチチャネル展開



インターネットの店舗を複合的に展開し、利便性を向上。

自社運営のオンラインショップ“AUTOBACS.COM”をはじめ、インターネットショッピングモールなどへの出店を通じて、カー用品をインターネットで購入するユーザーとの接点を拡大しています。また、取付とのセット商品を提供し、インターネットで購入した商品を店舗で取り付けすることで、お客様の利便性を高めるとともに、店舗への送客による相乗効果を追求しています。

AUTOBACS.COM
(2001年1月開設)オートバックス
楽天市場店
(2012年8月出店)Amazon
オートバックスストア
(2013年6月出店)オートバックス
Yahoo!ストア
(2014年1月出店)

品質管理活動



「安心」をお届けする商品・サービス品質を追求。

当社では、商品の品質を「品質管理規程」に沿って管理しています。当社が販売元であるプライベートブランド(PB)商品はもとより、ナショナルブランド(NB)商品についてもメーカーや仕入先と連携し、商品本体または商品使用時の適法性や、PL法に基づく消費者保護の観点など多面的な商品の管理を行っています。

PB商品の品質チェック

当社は多くのPB商品の製造を海外工場に委託していますが、品質の安定化を目指し、製造現場での監査・助言を行っています。また、PB商品は工場出荷の直前、またはロジスティクスセンターに入荷した時点で、世界的に広く採用されている合格品質基準(AQL=Acceptable Quality Level)に基づいて検査を行っています。

NB商品の安全性チェック

NB商品の中にも、まれに不良品が含まれています。このような場合、当社では、取引先に対して対策書の提出を義務づ

け、品質管理体制や製造工程にまで踏み込んだ再発防止策の検討・提案を行っています。また、ネット環境を利用したグループ内掲示板「商品不具合ホットライン」を導入し、タイムリーな情報を各グループ店舗と共有しています。

接客接客調査

お客様へのサービス品質の向上のために、当社は外部の調査会社を利用した覆面調査を年2回チェーン全店で実施しています。あいさつや接客、店頭の商品案内表示など、さまざまな視点でサービス提供の状況を検証し、その結果を各店舗にフィードバックして継続的なサービスの改善につなげています。

個人情報保護の取り組み

当社グループはお客様の個人情報を適切に管理するために、組織的・物理的・技術的・人的な安全対策を行っています。内部統制管理部を主管部署として他部門と連携し、個人情報保護対策の評価・改善を定期的に行うとともに、各部門長を情報管理責任者に任命し、各部署で対策を徹底しています。



2 フルマのプロフェッショナルを育む

当社グループは、お客様に最適なカーライフを提案するために、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。働きやすい職場環境を整え、従業員一人ひとりの可能性を開発することを通じて、地域の雇用を担う企業としての責任を果たしていきます。

人材力を高める教育研修



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、主に店舗で業務に従事するスタッフを対象にした階層別教育・研修体系を構築・運用しています。30以上のテーマで行われる集合研修は、総実施回数678回(2014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、試験により学習成果を社内資格として認定し、評価に結びつけることで、スタッフ

人ひとりの知識と技能、意欲を高め、店舗におけるサービス品質の向上を図っています。また、整備士や自動車検査員などの公的資格の取得に向けた研修・実技演習にも注力し、着実に資格取得者数を伸ばしています。



研修風景

主な資格の取得状況

資格	内容	資格取得者数*	前期比
社内資格			
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)	18,269名	+64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7コースを設定。	5,257名	+1,084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。	13,641名	+118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。	3,653名	+259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。	1,265名	+56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(2014年3月末現在)

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ことが、組織力の最大化に不可欠であるという考え方にに基づき、当社グループでは、数年後ごとにジョブローテーションを実施しています。上司を相談役に、社員一人ひとりが志向性・適正を見出すことで、自発的にキャリアの幅と深みを作ることを促し、社員の成長を組織の活性化につなげています。

■ カフェテリアプラン

キャリア階層別の研修制度に加え、外部教育団体が主催する通信教育や公開セミナーの受講、公的な資格取得を支援する「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。約160コースで一人年間10万円までの補助を行い、年間約350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試験に合格した社員には最大50万円の報奨金を支給しています。

voice 中堅社員の声

入社時の店舗配属をはじめ、営業部門や人事部門と、ジョブローテーションによって7年間で3種の業務を経験しました。その中で思いもなかった自身の適性を発見したり、多様な視点を獲得したりと、キャリアに幅と深みを作ることができました。また会社が推奨する

資格やセミナー、通信教育などの教育プログラムを自らの意志で受講することで、自分自身のレベルアップに繋げることができました。今後も、自分自身の目指すべき将来の姿を明確にし、次のステップに向けて日々業務を遂行していきます。



人事部
千明 直人

働きやすい職場環境の実現



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、グループの継続的な発展のために「健康は何にも勝る財産」という理念に基づき従業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従業員に対し、産業医の指示に従い、研修を義務づけています。また、店長研修を通じて店舗における安全の維持や超過労働の防止などを指導し、職場環境の維持・改善を図っています。



オートバックス大阪健康センター

■ 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社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。

■ 育児に励む社員の支援

社員の育児をサポートするために、育児休暇や時短勤務期間の延長など制度の拡充を進めています。2014年3月期末現在、当社では13名の社員が育児関連の制度を利用しています。

■ 高齢者雇用の推進

熟練者の技能や経験を次代に継承していくために、当社グループでは、定年退職者の再雇用を含む高齢者雇用に積極的に進めています。当社は、当期において再雇用を含め60歳以上の方を6名採用し、総計42名となっています。

■ 社内通報制度

当社グループは、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」(グループ内通報制度)を導入し、社内および社外窓口を設置、運用しています。

フランチャイズ支援



個店シェアの拡大に向けて、マネジメント改革を推進。

■ 店舗運営のノウハウ提供／サポート

お客様視点で、店舗の魅力を高めるために、オートバックスではチェーン全体の売場改革を進める一方で、店舗のある地域によって異なるお客様のニーズに的確に応えるべく改善を推進しています。パートナーであるFC加盟法人と連携して、各店舗の成功事例を検証、標準化を図り、当社の「カウンセラー」が各店舗への展開や実施状況をフォローし、改善指導しています。それにより個店ごとの魅力を高め、個店シェアの拡大と収益力の強化を継続的に進めています。

■ 店長への戦略力強化研修

当社はFC加盟店のマネジメント改革をサポートする「チェーン教育部」を通じて、全店舗の店長、副店長を対象に「戦略力強化研修」を実施し、個店戦略の策定支援に加え、PDCAサイクル構築による実行力、成果を上げて組織を作る力を養成しています。今後も継続的な研修を行い、店舗幹部のマネジメント力を強化していきます。



戦略力強化研修

voice カウンセラーの声

店舗におけるオートバックスブランドの維持・向上と、FC加盟法人の業績向上のために、日々チェーン方針を店舗ごとの課題に落とし込み、改善指導を行っています。また、現場の問題点や成功事例といった情報を収集し、関係部門と共有化することも重要な役

割です。大切なのは「店舗スタッフのよき相談役」になること。お客様に喜ばれる・感謝される店舗づくりをサポートするのももちろん、FC加盟法人にも喜ばれる・感謝されるカウンセラーでありたいと考えています。

関東営業本部 関東北運営部
磯村 俊也



3 環境への負荷を削減するために

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、持続的なフルマ社会の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。

voice 環境管理責任者の声

事業活動を通じて、豊かなフルマ社会を創造する——それがオートバックスセブンの使命です。なかでも、フルマに関わる事業を行う会社であればこそ、環境保全への取り組みは不可欠であると考えています。当社グループは、環境方針に則った環境保全活動に

取り組んでいます。さらに従業員で構成された環境推進委員会が環境に関わる改善活動をリードしたり、本社における電気使用量を月ごとに従業員が集まる全体朝礼で報告するなど、従業員一人ひとりの意識向上にも努めています。



総務部 部長
山田 義治

環境保全活動の目標と実績

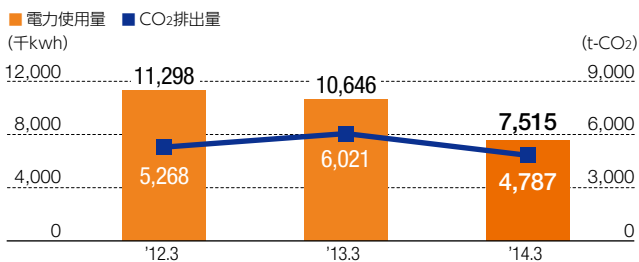
分野	当期の目標	当期の主な取り組み実績	来期の計画
環境マネジメントシステム導入拡大	全国の主要拠点でのISO14001認証取得	中部拠点認証取得により 全国8拠点で取得	西日本ロジスティクスセンターへの導入、 ISO14001認証取得
省エネルギー推進と 温室効果ガスの削減	電力使用量の削減 (CO ₂ 排出量の削減)	全拠点：前期比3%減	省エネルギーのための各種活動プログラムの徹底により、前期比5.6%削減
	ガソリン使用量の削減	全拠点：前期比3%燃費向上	エコカー導入、社有車毎の運行状況によるエコドライブ推進により、前期比6.0%向上
省資源の取り組み	廃棄物の削減	全拠点：埋立ゴミ発生量 前期比1%削減	種類毎の分別ルール徹底により、 前期比17.8%削減
	コピー用紙使用量の削減	全拠点：前期比5%削減	配布資料のデータ化、タブレット端末活用により、前期比9.8%削減
	段ボール使用量の削減	西日本ロジスティクスセンター： 2012年3月期比28%削減	配送時のオリコン利用、適正サイズでの段ボール利用により、2012年3月期比42%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	全拠点：グリーン購入比率 66.7%以上	当社規定ガイドラインに沿ったグリーン購入促進により、グリーン購入比率86.5%
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	—	教育資料回覧、各拠点・部門単位でのPRIにより周知を実施
地域環境美化への貢献	近隣清掃活動実施	全拠点：年間実施計画90%以上実施	年間実施計画を上回り達成

省エネルギー推進と温室効果ガスの削減

省エネルギー対策を策定し、CO₂総排出量を削減。

■ 当社における取り組み

当期における当社の電力使用量※は前期比29.4%減の7,515千kwhとなり、CO₂総排出量※は、前期比20.9%減の4,787t-CO₂となりました。当社グループでは、今後2～3年で実施する省エネルギー対策を策定し、業務改善・効率化によるノー残業デー実施の徹底などの各種活動プログラムを推進しています。

電力使用量と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

■ 店舗における取り組み

オートバックスでは、CO₂総排出量を同一規模の既存店舗と比較し3割削減することを目標として、2011年3月期に2つの実験店舗において、省エネ型空調・LED照明・太陽光発電・屋上緑化などの設備を導入しました。その結果の検証を踏まえ、新規店舗および既存店舗への導入検討を進めています。



太陽光発電パネル
(オートバックス大和郡山)



LED照明
(オートバックス大和郡山)

省資源の取り組み

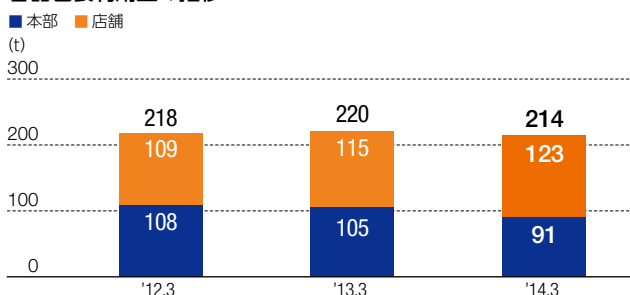


限られた資源を有効利用するために3Rを推進。

■ 容器包装の削減

当期における当社グループのレジ袋などの容器包装類の使用量は、前期比2.5%減の214tとなりました。レジ袋の削減では、積極的にお客様への声掛けなどを行い、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は、順次、軽量化や材質の見直しなどを図っています。

容器包装利用量の推移



■ 折りたたみコンテナ活用による配送資材削減

包装資源削減のために、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を活用して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

店舗、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。また、店舗ピットの交換作業によって発生する廃棄物は適法性が確保された産業廃棄物業者に委託して適正に廃棄・リサイクル処理を行っています。併せて独自システムによる遵守状況の確認も行い、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

■ 事業を通じたリユースの推進

お客様が利用した自動車・パーツを買い取り、中古車・中古部品として店舗を通じて販売することにより、リユースを推進しています。



中古部品買取・販売の
「オートバックスセコハン市場」



4 地域の一員として社会に貢献

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にその機能を拡充しています。フ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。

店舗等を活用した地域貢献



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。当社グループでは、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の普及促進に貢献します。2014年3月期末現在、72店舗に設置しています。



電気自動車(EV)用充電スタンド



店舗の入口に掲出している「災害時帰宅支援ステーション」ステッカー

■災害時の帰宅困難者支援

当社グループは、支援可能な店舗において、災害時の帰宅困難者に対して、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。2014年3月期末現在、8県78店舗が利用可能となっています。



■兵庫県三木市にメガソーラー発電所を開設

当期において、当社西日本ロジスティクスセンター内の遊休土地部分と建物の屋根の一部に太陽光発電設備を導入し、売電事業を開始しました。保有資産を有効活用し「再生可能エネルギー」の普及に貢献します。



西日本ロジスティクスセンター内に設置した太陽光発電設備



地域社会貢献活動



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、2010年3月期からは、店舗においても週1日を「オートボックスデー」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」ことをテーマにした課外授業を実施するなど、自社の独自性を生かした活動を進めています。



清掃活動



小学校での課外授業
©GTA

voice 担当執行役員の声

当社グループは、“フルマにかかわるインフラ企業”として、お客様や地域の皆様、そして社会から、より親しまれ、愛されるグループを目指しています。とくに中心事業である「オートボックス事業」では、オートボックスの店舗を通じて近隣の清掃活動や地域のイベントな

ども積極的に参加しています。今後も、地域の皆様の安心と安全な暮らしをお手伝いするために、災害対策や交通安全対策などに取り組む、オートボックスの店舗と地域社会の共生に努めていきたいと考えています。



執行役員 内部統制・法務担当
堀井 勇吾

社会貢献活動

クルマの本来の楽しさを多くの方々に伝え、ファンを育成していくことも私たちの使命です。

当社グループは、カーライフの楽しさや喜びを、次代を担う子どもをはじめ、幅広い人々に伝えるさまざまな活動を通じて、クルマに親しみを持つファンを育成し、クルマ文化の発展に貢献していきます。

モータースポーツ支援

レースの“ワクワク感”や感動を通じクルマ好きを増やしています。

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。



レース参戦時はチーム、お客様が一体となって感動を共有



キッズニアにパビリオンを出展

自動車に触れる楽しさを子どもたちに伝え次世代のクルマファンの育成に貢献します。

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。自動車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。



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

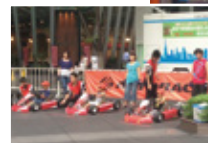


丸の内キッズジャンボリーに参画

未来を担う子どもたちにクルマに乗る喜びを伝えています。

東京国際フォーラムが主催し30万人を動員(2013年実績)した夏休みの子ども向けイベント「丸の内キッズジャンボリー」に参画し、レーシングカーの展示や親子で参加する「キッズカート体験会」で、クルマを運転する楽しさ、喜びを伝えました。

レーシングカーの展示



カート運転を体感

富士山清掃

廃タイヤなどの不法投棄が目立つ周辺地域のボランティア清掃を継続しています。

当社グループでは、2003年3月期から毎年秋に富士山麓の青木ヶ原樹海周辺の清掃活動をFC加盟法人も含めたボランティア活動として実施しています。不法投棄されたゴミの中には廃タイヤや廃バッテリーなども含まれ、それら廃棄物を回収することも重要な取り組みの一つと考えています。



富士山麓での清掃活動

基本的な考え方

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、社員、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中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・ガバナンス体制

当社は、取締役会による取締役の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。また、以下により、コーポレート・ガバナンス体制の強化を図っています。

- 1) 執行役員制度の導入：執行と監督の分離、経営責任の明確化
- 2) 3割を超える社外取締役：監督機能の強化
- 3) 社外取締役を中心メンバーとする委員会の設置：
透明性、客観性および適正性の確保
- 4) 独立性を有する社外取締役および社外監査役の選定：
一般株主の利益保護
- 5) 経営会議、執行役員で構成する各種会議体の設置：
適切、迅速な意思決定と合意形成

現在、取締役総数8名のうち社外取締役が3名を占めている当社は、金融審議会分科会よりコーポレート・ガバナンスのモデルとして提示されている3類型のうち「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・ガバナンス体制です。また、社外役員6名（社外取締役3名、社外監査役3名）全員を独立役員とすることにより、社外取締役および社外監査役の独立性の向上を図るとともに、一般株主の利益保護に努めています。

当社のガバナンス体制

形 態		監査役会設置会社	
経 営、業 務 執 行 体 制	取 締 役 会	議長	代表取締役
		構成	取締役：8名（社外3名（うち独立3名）、執行役員兼務5名） 監査役：4名（社外3名（うち独立3名））
		役割	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の決定、報告
		2014年3月期開催数	16回（うち臨時4回）
	経 営 会 議	議長	社長執行役員
		構成	役付執行役員（オブザーバー：社外取締役、監査役）
		役割	●取締役会決議事項の事前審議 ●全社方針、計画の立案等
		2014年3月期開催数	10回
	執行役員会議	議長	社長執行役員
		構成	役付執行役員（オブザーバー：社外取締役、監査役）
		役割	●事業戦略の進捗管理、分析、対策立案 ●全社方針、計画、事業戦略の徹底等
		2014年3月期開催数	12回
取 締 役 会 の 諮 問 機 関 等	ガ バ ナ ン ス 委 員 会	委員長	社外取締役（互選により社外取締役の中から選任）
		構成	全社外取締役および代表取締役（オブザーバー：社外監査役）
		役割	●役員および役付執行役員（社長・副社長・専務・常務・上席）候補者の検討 ●取締役および執行役員の報酬体系の検討 ●ガバナンスに関わるその他の事項の検討
		2014年3月期開催数	7回
	リスクマネジメント 委 員 会	委員長	代表取締役
		構成	取締役兼務執行役員および内部統制担当執行役員（オブザーバー：社外取締役、監査役）
		役割	リスクマネジメントの円滑かつ適正な推進
		2014年3月期開催数	1回
監 査 役 監 査、 内 部 監 査 体 制	監 査 役 監 査	監査役	4名（社外3名（うち独立3名））
		監査役スタッフ	1名（専従）
		2014年3月期 監査役会開催数	14回（うち臨時2回）
	内 部 監 査	内部監査部門	9名（社長執行役員直轄）
		役割	●内部統制システムの評価 ●当社および子会社の業務監査 ●監査結果の監査役、代表取締役社長執行役員および執行役員などへの報告と該当部門への不備の是正指示
	連 携 状 況	—	監査役は、会計監査人と期初に年度監査計画について協議し、毎月財務諸表等監査およびレビューの経過報告を受け、情報および意見交換を実施。また、内部監査部門が期初に策定した年度監査計画について内容を確認。期中においては、四半期に一度の割合で内部監査部門より監査結果についての報告を受け、それに対する意見を述べ、お互いの情報交換を実施。

役員紹介

取締役



手前左から、小林 喜夫巳、湧田 節夫、森本 弘徳。奥左から、島崎 憲明、住野 耕三、小田村 初男、松村 晃行、田村達也。

湧田 節夫

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

森本 弘徳

取締役 副社長執行役員
経営管理統括 兼
経理・財務担当

小林 喜夫巳

取締役 副社長執行役員
オートバックスチェーン副本部長 兼
チェーン企画統括 兼
店舗子会社戦略担当

松村 晃行

取締役 専務執行役員
商品統括 兼
商品企画・Eコマース担当

住野 耕三

取締役 常務執行役員
商品開発担当

田村 達也

取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員長

島崎 憲明

取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員

小田村 初男

取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員

監査役



経森 康弘
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)

左から、坂倉 裕司、経森 康弘、池永 朝昭、清原 敏樹。

社外取締役インタビュー



田村 達也

取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員長

Q1 田村取締役は数年にわたってオートバックスセブンの経営に携わってきましたが、就任当初と比べて取締役会の運営や議論などに変化を感じていますか。

就任して最初の2、3年は、取締役会やガバナンス委員会で業務執行の課題だけでなく、「企業統治のあり方はいかにあるべきか」ということを議論したのを覚えています。たとえば、役員の報酬・評価制度や取締役・上席執行役員の選任の仕組みなどは、当時集中的に議論しました。

昨今は、個別の国内戦略や海外戦略など、幅広い議論が展開されるようになってきています。フレームとしてのガバナンス体制が構築され、社外取締役も徐々に“中身の議論”に集中できるようになっていると思います。

Q2 日本企業のコーポレート・ガバナンスの現況を踏まえて、当社はガバナンス上の課題やさらに改善が望まれるような事項はありますか。

当社のガバナンス体制は、現在も社外取締役が株主や証券市場の立場で有意義な意見を交換するための仕組みと現場の雰囲気両方が備わっています。

課題をあげるとすれば、「多様性への対応」でしょうか。たとえば女性ドライバーが増えていることを考えれば、当社でも将来的には女性の経営幹部を登用するということを検討してもいいかもしれません。



島崎 憲明

取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員

Q1 社外取締役という立場から、「2014中期経営計画」を進めていく上で、当社の“課題”は何だと思えますか。

「2014中期経営計画」では、当社が持続的で安定的な成長によって企業価値の拡大を図るための意欲的な戦略が掲げられています。この実現に向けて、すでに既存事業の収益拡大と新規事業の育成のための投資計画を定めていますが、新規投資やプロジェクトの入口から出口まで「PDCAサイクルを確実に回していくこと」が重要です。

つまり、積極的な事業拡大に伴うリスクを適切に把握し、それに見合ったリターンを追求するという意識を持つこと、そしてそのリスクを徹底的に管理することなど、当社グループの業務品質をさらに向上させていくことが必要です。

Q2 島崎取締役は、その課題にどのように関与される意向ですか。

これまでの総合商社における取締役の経験を生かして、主に計画(P)とチェック(C)の段階において適正・妥当な判断ができるようにサポートしていきたいと考えています。その際、“一般株主の視点”も大事にしたいと考えています。



小田村 初男

取締役(社外・独立)
ガバナンス委員会 委員

Q1 当社は自動車に関わる企業として 社会とどのような関わりを築いていくべきでしょうか。

交通事故による死者数は、永年にわたる関係者の努力によって減少してきましたが、依然として年間4,000人を超える方々が交通事故によって亡くなっており、安全な交通社会の実現は、社会にとって大きな課題です。

そうしたなかで、オートバックスは日本のドライバーにとって最も親しみのあるブランドの一つです。当社グループが「交通安全」につながる活動を牽引すれば、さらにドライバーの方々の信頼を得て、ひいては企業価値の向上につながると思います。

Q2 新しく社外取締役になって、社内外から どのような役割を期待されていると思いますか。

私がこれまで警察庁などで携わってきた危機管理や公共の安全維持、そしてそのための組織の運営管理の経験を生かして、反社会的勢力排除を含むリスクマネジメントや適正な業務執行の監督に努めることが期待されていると思います。

また、もちろん一般株主の利益を保護して企業価値の向上やコーポレート・ガバナンスの充実に貢献することも重要な役割です。

社外取締役プロフィール

田村 達也 Tatsuya Tamura	島崎 憲明 Noriaki Shimazaki	小田村 初男 Hatsuo Odamura
1961年 4月 日本銀行 入行	1969年 4月 住友商事株式会社 入社	1972年 4月 警察庁 入庁
1986年 5月 同行 欧州代表	1998年 6月 同社 取締役	1982年 4月 在タイ日本国大使館一等書記官
1992年 2月 同行 理事	2002年 4月 同社 代表取締役 常務取締役	1992年 8月 佐賀県警察本部長
1996年 4月 A.T. カーニー株式会社 会長	2003年 1月 金融庁 企業会計審議会委員	1998年 4月 長野県警察本部長
1996年 6月 Foreign and Colonial Pacific Investment Fund, Adviser to the Board	2004年 4月 住友商事株式会社 代表取締役 専務執行役員	1999年 8月 広島県警察本部長
1999年 4月 社団法人経済同友会 幹事	2005年 4月 同社 代表取締役 副社長執行役員	2001年 9月 近畿管区警察局長
1999年 6月 オリックス株式会社 社外取締役	2008年 7月 社団法人日本経済団体連合会 企業会計部会長	2002年 4月 警察庁長官官房国際部長
2000年 6月 スルガ銀行株式会社 社外取締役	2009年 1月 国際財務報告基準財団(IFRS財団) 評議員	2004年 1月 皇宮警察本部長
2002年 5月 株式会社グローバル経営研究所 代表取締役(現任)	2009年 7月 住友商事株式会社 特別顧問	2006年 1月 警察庁退官
公益社団法人日本経済研究センター 監事(現任)	2010年 1月 BNPパリバ証券株式会社 経営諮問委員会 委員(現任)	2006年 2月 警察職員生活協同組合 参与
2002年 6月 日本テレコム株式会社 社外取締役	2011年 6月 公益財団法人財務会計基準機構 理事	2006年 6月 財団法人都市防犯研究センター 専務理事
2003年 3月 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 代表理事(現任)	2011年 6月 日本証券業協会 公益理事 自主規制会議議長(現任)	2008年12月 財団法人交通事故総合分析センター(現 公益財団法人交通事故総合分析センター) 理事長
2003年 6月 株式会社スカイパーフェクト・コミュニケーションズ 社外取締役	2013年 9月 IFRS財団 アジア・オセアニア オフィス アドバイザー(現任)	2014年 6月 当社 社外取締役(現任)
2004年10月 株式会社カネボウ化粧品 社外取締役	2013年 9月 日本公認会計士協会 顧問(現任)	
2006年 6月 サンデン株式会社 社外取締役	2014年 3月 SBIホールディングス株式会社 経営諮問委員会 委員(現任)	
2008年 6月 当社 社外取締役(現任)		
2009年 6月 日本興亜損害保険株式会社 社外取締役		
2010年 6月 株式会社新生銀行 社外監査役		

コーポレート・ガバナンスの詳細はホームページをご覧ください

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

オートバックスチェーンの業態および店舗数

国内 (2014年3月31日現在)

オートバックス



位置付け	標準型店舗
1店舗当たり年間売上	402百万円
売場面積	400m ² ～
商圏	5km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及び販売の専門店

スーパーオートバックス Type I



位置付け	大型店舗 (フラッグシップ店)
1店舗当たり年間売上	1,897百万円
売場面積	1,650m ² ～
商圏	20km前後

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

スーパーオートバックス Type II



位置付け	大型店舗
1店舗当たり年間売上	911百万円
売場面積	990m ² ～
商圏	10km前後

オートバックス C@RS (カーズ)



中古車の買取・販売、新車の販売を行う業態。一部の店舗を除き、オートバックス・スーパーオートバックスなどの店舗内にカーズコーナーとして設置

海外 (2014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

シンガポール



連結対象子会社店舗	3
-----------	---

タイ



連結対象子会社店舗	4
-----------	---

台湾



フランチャイジー法人運営店舗	6
----------------	---

中国



連結対象子会社店舗	1
-----------	---

マレーシア



フランチャイジー法人運営店舗	2
----------------	---

店舗数推移

	2010.3	2011.3	2012.3	2013.3	2014.3
国内	511	513	530	552	571
オートバックス	395	430	430	455	478
スーパーオートバックス TypeI	6	6	6	6	6
TypeII	71	70	70	70	69
オートハローズ*	8	5	1	-	-
オートバックスセコハン市場	25	21	18	14	10
オートバックスエクスプレス	6	7	5	7	8
海外	26	25	27	27	27
合計	537	538	557	579	598

※オートハローズは2013年3月期中にオートバックスとブランドを統合しました。

会社概要／株式情報

会社概要 (2014年3月31日現在)

社名 株式会社オートバックスセブン
 本社 東京都江東区豊洲五丁目6番52号
 創業 1947年2月
 資本金 339億9,800万円
 従業員数 4,466名

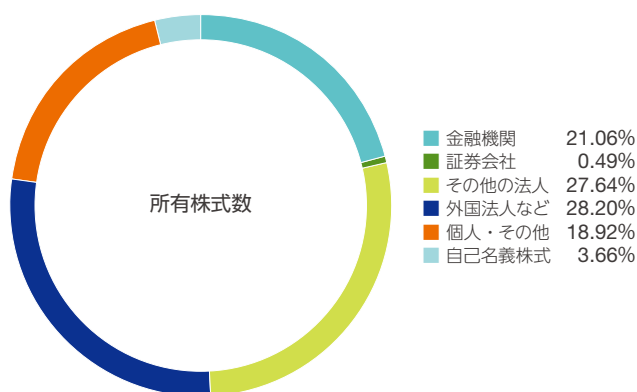
主な事業所 (2014年4月1日現在)
 北日本営業本部(宮城県仙台市)
 関東営業本部(千葉県市川市)
 中部営業本部(愛知県名古屋市)
 関西営業本部(大阪府大阪市)
 南日本営業本部(福岡県福岡市)

株式情報 (2014年3月31日現在)

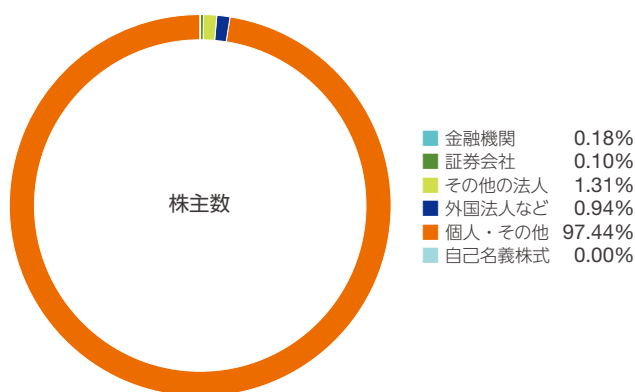
発行可能株式総数 328,206,900株
 発行済株式の総数 92,950,105株
 (自己株式3,403,912株含む)
 株主数 26,498名
 単元株式数 100株

上場証券取引所 東京証券取引所 市場1部
 監査法人 有限責任監査法人トーマツ
 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

所有株式数別分布状況



所有者属性別分布状況

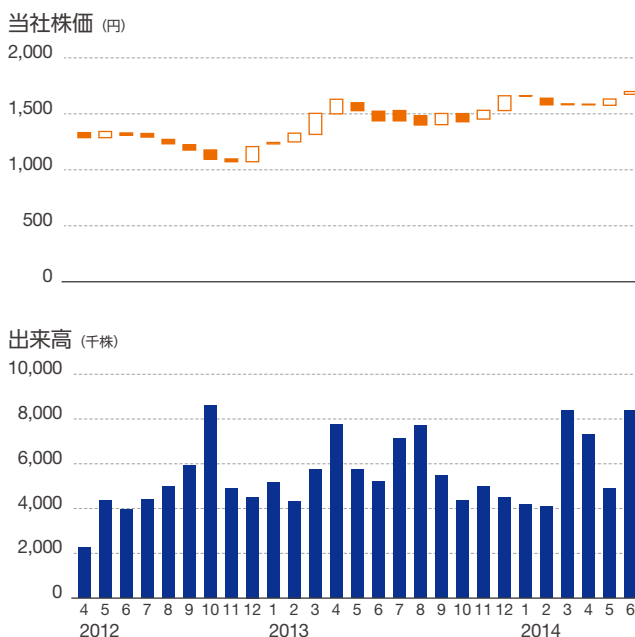


大株主の状況

株主名	所有株式数(千株)	持株比率(%)
有限会社スミノホールディングス	7,473	8.34
いちごトラスト	4,739	5.29
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	4,147	4.63
公益財団法人在宅医療助成 勇美記念財団	3,990	4.45
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,364	3.75
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,554	2.85
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	2,430	2.71
株式会社スミシウホールディングス	2,400	2.68
住野泰士	2,084	2.32
株式会社リブフィールド	2,000	2.23
株式会社Kホールディングス	2,000	2.23

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遡及換算しています。



AUTOBACS SEVEN CO., LTD.

株式会社オートバックスセブン(IR・広報部)
〒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 2014

財務情報

目次

32	財務サマリー（6ヵ年）
33	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	2014	2013	2012	2011	2010	2009
売上高：						
タイヤ・ホイール	¥58,243	¥56,351	¥55,348	¥51,416	¥47,954	¥52,587
カーエレクトロニクス	40,700	44,490	58,135	59,849	63,994	63,708
オイル・バッテリー	26,142	25,568	24,406	24,566	24,246	26,334
車外用品	24,669	24,054	23,000	23,868	22,350	28,458
車内用品	22,752	23,481	21,735	21,540	21,071	23,674
カースポーツ用品	13,775	14,040	13,516	14,451	15,377	17,383
サービス	20,061	19,249	18,462	17,506	16,856	18,472
その他	25,355	22,931	22,736	23,155	21,089	28,528
合計	231,697	230,168	237,343	236,351	232,937	259,144
営業利益	13,945	12,745	13,721	11,989	10,171	5,090
税金等調整前当期純利益（損失）	16,086	13,915	15,217	11,501	10,575	(3,938)
当期純利益（損失）	9,786	7,590	8,403	6,180	5,866	(3,398)
利益配当金の総額（自社株向けも含む）	¥5,763	¥4,762	¥4,706	¥4,555	¥4,023	¥4,547
連結配当性向	59.4	64.0	57.3	75.9	77.2%	-
自社株買の実施額	4,593	7,196	5,464	5,233	5,374	2,458
総還元性向	105.8%	158.2%	121.6%	159.5%	168.0%	-
売上高当期純利益（損失）率	4.2%	3.3%	3.5%	2.6%	2.5%	(1.3%)
自己資本当期純利益（損失）率（ROE）	6.8%	5.3%	5.7%	4.1%	3.8%	(2.1%)
総資産当期純利益（損失）率（ROA）	4.8%	3.6%	3.9%	3.0%	2.7%	(1.5%)
1株当たりデータ（円）：						
当期純利益（損失）＊	¥ 107.71	¥81.22	¥84.28	¥59.32	¥53.99	¥(30.10)
配当金 ＊	64.00	52.00	48.33	45.00	41.66	33.33
営業活動によるキャッシュ・フロー	12,072	10,741	¥20,845	¥15,375	¥18,949	¥7,028
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,519	(4,523)	(10,156)	(5,002)	(4,694)	4,543
財務活動によるキャッシュ・フロー	(11,166)	(14,862)	(11,574)	(11,790)	(12,187)	(9,259)
設備投資額	4,820	6,249	7,691	3,187	3,061	4,870
減価償却費及びのれん償却額	4,551	5,194	4,644	4,798	5,207	6,347
年度末						
現金及び現金同等物	45,384	42,833	51,402	¥52,317	¥53,786	¥51,749
流動資産	126,709	127,203	141,612	133,031	133,883	136,968
流動負債	44,034	45,021	55,650	40,649	41,521	44,842
流動比率	287.8%	282.5%	254.5%	327.3%	322.4%	305.4%
総資産	201,481	205,527	217,949	207,795	210,652	224,168
自己資本	143,979	142,862	145,626	147,505	151,397	154,763
自己資本比率	71.5%	69.5%	66.8%	71.0%	71.9%	69.0%
総店舗数（店）	598	579	557	538	537	634
うち海外	27	27	27	25	26	116
従業員数（人）	4,466	4,678	4,469	4,459	4,483	5,933

＊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・整備や自動車の販売・買取およびローン・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Q@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。

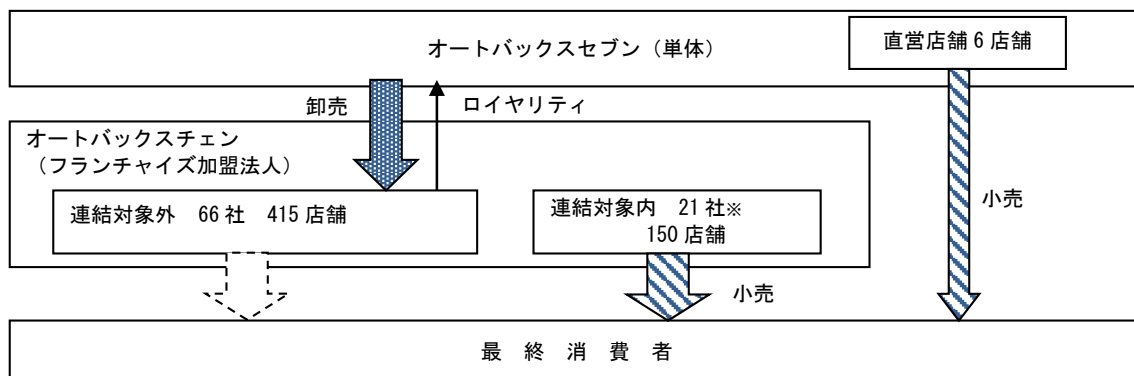
・小売部門

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（2014年3月末現在）



※非営業法人1社を除く

店舗数の内訳

	単位：店			
	2014		2013	
〈連結対象店舗（小売部門）〉				
直営店舗	6		10	
連結子会社運営店舗（うち・海外店舗）	167	(17)	164	(18)
小計	173		174	
〈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）	425	(10)	405	(9)
総店舗数（うち・海外店舗）	598	(27)	579	(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39ページの差入保証金を参照）。

国内の各業態における売上高

		単位：百万円、店	
		2014	2013
オートバックス	売上高	192,377	192,456
	期末店舗数	478	455
スーパーオートバックス	売上高	74,208	76,936
	期末店舗数	75	76
オートバックスC@RS※	売上高	23,043	17,276
	期末加盟店舗数	359	244
オートバックスセコハン市場	売上高	1,736	2,016
	期末店舗数	10	14
オートバックスエクスプレス	売上高	4,017	3,113
	期末店舗数	8	7
合計	売上高	295,381	291,797
	期末店舗数（オートバックスC@RSは除く）	571	552

※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1兆8,000億円程度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スポーツ用品の市場縮小

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、2013年の車検・整備市場は2兆982億円（前年比1.5%減少）※2、中古車販売市場（普通自動車および軽自動車）は566万台（前年比0.3%増）※3と比較的安定的であり、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号より 2014年3月期は当社推計。

※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

当期の事業環境は、わが国の経済においては、金融緩和や景気対策を背景に円安株高傾向が顕著になり、明るい兆しが見え始めているものの、個人所得の伸び悩みもあり、消費動向は依然として不透明な状況でした。自動車関連消費においては、上期は前年度のエコカー補助金制度に伴う新車販売の反動減により需要が全体的に落ち込みました。下期はこの影響が一巡したことに加え、2014年4月からの消費税増税を見越した駆け込み需要により新車・中古車およびカー用品全般の需要が高まりました。

このような事業環境のもと、当グループでは「店舗収益と市場シェアの向上」を事業戦略の柱とする「オートバックス 2010 中期経営計画」に沿った施策に注力してきました。

国内オートバックスチェーンの営業概況

当期における日本国内のオートバックスチェーン（フランチャイジー店舗を含む）の全業態の売上高※は、前年同期比で既存店0.6%の減少、全店1.2%の増加となりました。

「カー用品販売」は、売上が前年度と比較して減少しました。カーナビゲーションの単価下落が継続しており、これを補うべく期初からタイヤを中心にチェーン全体で売上の増加に努めてきました。しかしながら上期においては、タイヤ交換の需要が伸び悩んだこともあり、売上が低迷しました。これを受けて下期は、特に低燃費タイヤやスタッドレスタイヤにおいて、販売促進施策と販売体制をさらに強化しました。この結果、全国的な降雪や消費税増税前の駆け込み需要などの後押しもあり、タイヤおよびホイールの売上が前年度を上回り、当社およびチェーン全体の収益が向上しました。一方、カーナビゲーションに関しては、前年度並みの台数を販売したものの、単価下落の影響が大きく売上は減少しました。また、アクセサリ、カースポーツなどの商品群は、上期の新車販売減の影響が大きく、売上が減少しました。以上の結果、「カー用品販売（車検・整備を除くサービスを含む）」は前期比1.3%減少の2,510億円となりました。

「車検・整備」は、車検実施台数の少ない店舗への指導を重点的に実施したことに加え、従来の電話予約、さらに車検コンタクトセンターにおける予約受付を行った結果、上期の実施台数は好調に推移しました。しかし、下期は自動車販売台数が大幅に落ち込んだリーマンショックから5年後にあたり、2回目の車検の対象となる自動車台数が少ないことや、新車・中古車への買い替えが進んだことなどにより、車検実施台数が伸び悩みました。この結果、通期の車検実施台数は前年同期比1.3%増加の約58万台にとどまりました。

「車買取・販売」は、店舗における自動車の買取査定システムの刷新や教育などが進んだことにより買取台数が伸長し、オートオークションなど中古車取扱い業者向け販売台数が前年比32.5%増加しました。さらに、店舗における販売体制の強化や展示車両の台数を増加させたこと

などにより、小売の販売台数が前年比20.0%増加しました。この結果、総販売台数は前年同期比25.5%増加の約23,100台となりました。なお、3月末のカーズ加盟店舗は前年度末の244店舗から359店舗に増加しました。

国内における出退店は、新規出店が25店舗、業態変更を含むスクラップアンドビルドによる閉店および開店が5店舗、退店が6店舗であり、その結果、前期末の552店舗から19店舗増加の571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 2014年3月期						
	2013年3月末	上期			下期		
		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	退店
オートボックス	455	+14	+2/-1	-1	+9	+3/-3	
スーパーオートボックス	76			-1			
オートボックスセコハン市場	14			-2			-2
オートボックスエクスプレス	7		-1		+2		
国内計	552	+14	+2/-2	-4	+11	+3/-3	-2
							571

中期経営計画の進捗状況

当グループでは、2104年3月期に最終年度を迎えました「オートボックス 2010 中期経営計画」に沿って、事業戦略、財務戦略およびCSR・ガバナンスの各施策を実施しました。

国内事業強化のために重要な施策として位置づけた「既存店改革」では、この4年間でオートボックス店舗374店の売場改装を実施し、多くの店舗で売場改装の効果により業績が改善しています。

また、「新規出店」については、2010年4月から4年間の累計出店数は82店舗と、当初計画していた120店舗の出店は未達となりました。

(事業戦略)

事業戦略として、前期に引き続きオートボックス事業の強化に軸足を置き、オートボックス店舗の収益向上を目指した取り組みを推進しています。

「既存店改革」においては、2013年3月期に完了した売場改装の効果を最大限に発揮し、売場での提案力を向上するため、売れ筋商品の発信や売場の標準化などを推進しました。また、スタッフの配置の見直しおよびスタッフ間の連携強化や、一部店舗におけるタブレット端末の導入により、さらなる店舗運営の効率化に取り組みました。その結果、多くの店舗において当初の計画どおり、業績の改善や店舗の運営効率が向上しました。改善幅が小さい店舗については、個店ごとに要因を詳細に分析し、その要因に応じた対策を実行するとともに、業績が好調な店舗における成功事例を横展開することで、店舗の業績改善とお客様の利便性向上の両立を図ってきました。

さらに、オートボックス店舗の売場改装のノウハウを活用し、2012年3月期より「スーパーオートボックスの収益改善」として、スーパーオートボックス店舗の改装にも着手しました。競合店舗との差別化を図るため、スーパーオートボックスの強みを生かしつつ、個店別の顧客属性やエリア特性に合わせた改装を実施しています。2014年3月期までに50店舗で売場改装を実施し、改装後の店舗においてはオートボックス店舗と同様、業績が改善しています。

「人材改革」においては、店舗従業員への接遇研修に加え、新店の従業員および新入社員を対象にした研修にも引き続き取り組みました。さらに、店舗幹部のマネジメント力、リーダーシップ力の向上を目的とし、店長および副店長に対する研修を実施しました。

「新規出店」においては、お客様の利便性向上とより多くのお客様にご来店いただくことを目的に、2014年3月期は新たに25店舗を出店しました。従来オートボックスが積極的に出店していないエリアへの出店を推進するとともに、居抜き物件の活用により出店スピードを向上してきました。さらに、建築資材や店内什器、ピット機材などの見直しにより、出店コストのさらなる低減を実現しました。

また、2012年3月期より山口県山口市で実験を進めているタイヤ専門館を、新たに3店舗（千葉県流山市、東京都あきる野市、宮城県仙台市）出店しました。これは、新たなサービス業態としての板金集中センター3拠点（千葉県浦安市、埼玉県戸田市、福岡県福岡市）とともに、将来の成長に向けたチャレンジのひとつであり、オートボックスのブランド力を最大限に発揮し、今後の展開を進めていきます。

「CRM戦略の推進」においては、お客様の車に対する意識の変化と今後の市場環境の動向を見据え、お客様とオートボックスグループとのつながりをより強化するための取り組みを推進しています。お客様の購買履歴をもとに、お客様の趣味や嗜好などを分析し、個々のお客様に適した商品やサービスのご提案を行うための新たな顧客システムの構築に取り組んでいます。

「Eコマースの強化」においては、オートボックスグループの将来の成長を支える柱のひとつとして位置づけ、自社通販サイトの充実、機能強化および「楽天市場」への出店に加え、新たに「amazon.co.jp」、「Yahoo!ショッピング」に出店し、さらなる販路拡大に注力しました。インターネット通販では、これまで店舗をご利用いただいていたお客様のご利用が多く、その結果、新たなお客様の獲得に繋がっています。また、インターネットでご購入いただいた商品を店舗にて取り付けを行うことで店舗にお越しいただく機会にも繋がり、店舗とインターネットとの融合が図れています。

「海外事業」においては、今後成長が見込めるASEAN地域に注力しました。マレーシアおよび台湾においてフランチャイズチェーン加盟法人のグループ会社が各1店舗を出店しました。2013年7月にインドネシアにおいて同国有数の自動車関連企業群であるインドモビルグループのPT. Central Sole Agencyとのカー用品卸売事業を主力とする合併会社を設立しました。また、2013年9月にはマレーシアにおいて、JX日鉱日石トレーディング株式会社、MALAYSIAN HARVEST Sdn. Bhd. との業務資本提携により、カー用品小売事業を中心とした事業を開始しました。今後も長期的な視点で、将来のさらなる収益拡大に取り組んでいきます。

(財務戦略)

財務戦略では、営業キャッシュ・フローの増大を図るため、国内外において合計27店舗の新規出店、4店舗のスクラップアンドビルドおよびリノベーションを実施するなど、積極的に事業投資を行いました。

また、資本効率向上と株主還元強化の方針のもと、合計300万株、約46億円の自己株式取得を実施しました。期末配当については、1株当たり27円の普通配当に加え、オートバックス誕生40周年を記念して1株当たり10円の記念配当を実施しました。その結果、年間配当については64円となりました。

(CSR・ガバナンス)

当グループではCSR活動を重要な経営課題と位置づけており、2013年9月より、当社西日本ロジスティクスセンターの敷地内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による売電事業を開始したほか、全国の事業所内での電気使用量やコピー用紙、廃棄物の削減に継続して努めています。その結果、本社および全国7ヶ所の事業所においてISO14001の認証を取得するとともに、当社ホームページにおいて環境レポートを公表しました。また、地域社会への貢献活動として、本部・店舗周辺地域の清掃活動の継続的な実施や植樹活動に参加しました。今後も全社を挙げて環境に配慮した取り組みを推進していきます。

また、リスクマネジメントとしましては、オートバックスグループにおけるリスク管理精度の向上を目的に、執行役員間でリスク内容およびその対応の共有を図りました。さらに、フランチャイズチェーン加盟法人のコンプライアンス体制の強化に取り組んできました。

財務レビュー

1. 連結損益状況

売上高

当期における当グループの連結売上高は前年同期比0.7%増加の2,316億97百万円となりました。

	単位：百万円（構成比）				
	2014		2013		増額（減額）
卸売部門	132,734	(57.3%)	131,859	(57.3%)	874
小売部門	95,541	(41.2%)	94,770	(41.2%)	771
その他	3,422	(1.5%)	3,539	(1.5%)	(117)
合計	231,697	(100.0%)	230,168	(100.0%)	1,529

・卸売部門

主にフランチャイジーに対する売上高で構成される卸売部門の売上高は、カーエレクトロニクス、車内用品の売上が減少したものの、自動車販売、タイヤ・ホイール、オイル・バッテリーなどの売上が増加し、前期比0.7%増加の1,327億34百万円となりました。

・小売部門

当社および連結子会社が運営を行う店舗における小売部門の売上高は、カーナビゲーションの単価下落により売上が減少したものの、タイヤ・ホイール、自動車販売、車外用品などが好調に推移し、前期比0.8%増加の955億41百万円となりました。

・その他

国内のフランチャイジーへの店舗設備などのリース物件の賃貸料が減少し、前期比3.3%減少の34億23百万円となりました。

売上総利益

売上総利益は、主にタイヤ・ホイールの売上増による粗利額および粗利率の改善により前期比1.6%増加の769億7百万円となりました。売上総利益率は、前期の33.0%から33.2%に改善しました。

販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費は、販売促進の強化により広告宣伝費が増加したものの、減価償却費や支払手数料が減少したことなどもあり、前年並みの629億62百万円となりました。

	単位：百万円		
	2014	2013	増額（減額）
人件費	29,721	29,190	531
うち・従業員給料手当	23,717	23,415	302
販売費	11,200	10,762	438
設備費	12,404	12,888	(484)
うち・地代家賃	6,101	6,106	(5)
うち・減価償却費	3,727	4,359	(632)
管理費等	9,636	10,145	(509)
うち・貸倒引当金繰入額	6	83	(77)
合計	62,962	62,985	(23)

内訳としては、人件費は前期比1.8%増加の297億21百万円で、販売費に占める割合は47.2%となりました。これは為替レートの変動による海外店舗子会社の人件費の増加によるものです。

販売費は前期比4.1%増加の112億00百万円で、販管費に占める割合は17.8%となりました。これは下期以降の販売促進の強化に伴う広告宣伝費の増加によるものです。

設備費は、前期比3.8%減少の124億4百万円で、販管費に占める割合は19.7%となりました。これは情報システムの減価償却の減少などによるものです。

管理費等は、前期比5.0%減少の96億36百万円で、販管費に占める割合は15.3%となりました。これは主に弁護士費用などの支払手数料の減少によるものです。

以上の結果、営業利益は前期比9.4%増加の139億45百万円となりました。

セグメント別従業員の状況

	単位：人				
	2014		2013		増額（減額）
当社	1,066	(28)	1,177	(94)	(111)
国内店舗子会社	2,525	(888)	2,614	(920)	(89)
海外子会社	659	(1)	670	(-)	(11)
事業子会社	146	(35)	149	(13)	(3)
機能子会社	70	(21)	68	(21)	2
合計	4,466	(978)	4,678	(1,048)	(212)

（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11億70百万円の収入から21億41百万円の収入となりました。主な要因は、固定資産減損損失4億70百万円を計上したものの、投資有価証券売却益1億33百万円の収入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、62億73百万円となりました。米国訴訟の和解に伴う繰越税金資産の取崩しに伴い、法人税等の負担率は、前期の45.6%から38.9%になりました。

当期純利益

当期純利益は、前期比28.9%増加の97億86百万円となりました。1株当たり当期純利益は、107円71銭となりました。また、売上高当期純利益率は前期の3.3%から4.2%、総資産当期純利益率（ROA）は前期の3.6%から4.8%、自己資本当期純利益率（ROE）は前期の5.3%から6.8%へと、それぞれ改善しました。

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います。

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との関係

当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」事業によるオートボ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2014年3月期の損益状況

当社（単体）

売上高は、前年同期比1.9%減少の1,837億58百万円となりました。フランチャイズチェーン加盟法人に対する卸売部門では、カーエレクトロニクスの売上が減少したものの、タイヤ・ホイール、タイヤチェーンなどの車外用品、自動車販売、燃料などの売上が増加し、前年同期比0.1%減少とほぼ前年度並みの売上高となりました。小売部門では、主に直営店舗を国内店舗子会社に譲渡したことにより、前年同期比38.4%減少となりました。売上総利益は、タイヤ・ホイールにおいて売上の増加と粗利改革の効果などにより粗利率が改善したものの、カーエレクトロニクスや車内用品などの粗利率の低下に加え、直営店舗の譲渡に伴う粗利額の減少により、前年同期比4.7%減少の390億1百万円となりました。販売費及び一般管理費は、国内店舗子会社から人員を受け入れたことに伴う人件費の増加や下期におけるマス媒体を利用した広告宣伝や店舗での販売促進の強化に伴う販売費の増加などがあったものの、情報システムの減価償却費や支払手数料などが減少したこと並びに直営店の店舗子会社への譲渡に伴い店舗運営に関わる費用が減少したことなどにより、前年同期比5.6%減少の256億70百万円となりました。これらの結果、営業利益は前年同期比2.9%減少の133億30百万円となりました。

国内店舗子会社

売上高は、前年同期比4.3%増加の813億91百万円、営業利益は5億55百万円と、前年度の7億89百万円の営業損失から大幅に改善しました。売上高は、タイヤ・ホイールを中心に店舗における販売体制と販売促進を強化したことに加え、直営店舗の譲受けなどもあり増加しました。売上総利益は、タイヤやカーエレクトロニクス、車内用品などの商品群の粗利率改善などにより増加しました。販売費及び一般管理費は、直営店舗の譲受けや前連結会計年度のフランチャイズチェーン加盟法人の子会社化による経費増に加え、第3四半期に販売促進を強化したことなどにより、前期より増加したものの、店舗の効率的な運営と人員の適正化を進めたことにより、売上高に対する比率は前年同期比で減少しました。

海外子会社

売上高は、前年同期比18.1%増加の103億73百万円、営業利益は主に中国子会社の収益改善などにより12百万円（前年度は72百万円の営業損失）となりました。現地通貨ベースによる各国の状況は、フランスは欧州経済が低迷するなか、冬季商品の売上は順調であったものの、競合との価格競争も厳しくなっており、売上高は減少しました。しかしながら粗利率の改善と経費コントロールに努めたことなどにより、営業損失は前年度から縮小しました。中国では、2013年10月末に1店舗を退店しましたが、既存店（1店舗）においてホイールやオイルなどを中心に売上高が増加し、さらに退店に伴い経費が減少したことにより、営業損失が縮小しました。タイは2013年11月からの反政府デモの影響により一部店舗において店舗営業の停止や、営業時間の短縮を強いられたことなどにより売上高が減少し、営業損失が拡大しました。シンガポールは、競合との競争激化に伴い売上高が減少したことなどにより営業利益は前年度から若干減少したものの、営業利益率は11%台と安定した業績を維持しています。

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			
	2014年3月期			
	2013年3月末	上期	下期	2014年3月末
フランス	11			11
中国	2		-1	1
台湾	6			6
タイ	4			4
シンガポール	3			3
マレーシア	1	1		2
海外計	27	1	-1	27

事業子会社

売上高は、オイルなどの卸売を行っているパルスター株式会社の売上が好調に推移したことにより前年同期比5.7%増加の151億74百万円となりました。これに伴い営業利益は前年同期比56.7%増加の2億55百万円となりました。

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などの減少により、前年同期比6.7%減少の31億47百万円、営業利益は前年同期比3.8%増加の4億32百万円と前年度並みとなりました。

セグメントごとの売上高、利益

	単位：百万円					
	2014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	合計
売上高						
外部顧客への売上高	132,739	79,928	9,975	8,183	872	231,697
セグメント間の内部売上高または振替高	51,019	1,463	398	6,992	2,276	62,148
計	183,758	81,391	10,373	15,175	3,148	293,845
セグメント利益または損失	13,330	555	12	255	433	14,585

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、△6億40百万円になりました。前年度からの連結調整額の変化の主な項目としては、フランチャイズチェーン加盟法人の子会社化に伴うのれん償却額が減少したことなどです。

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		
売上高	2014	2013
セグメント計	293,845	291,868
セグメント間取引消去	(62,148)	(61,700)
連結財務諸表の売上高	231,697	230,168

単位：百万円		
営業利益	2014	2013
セグメント計	14,585	13,454
セグメント間取引消去	(526)	(383)
棚卸資産の調整額	(253)	(298)
ポイント引当金洗替額	(18)	(36)
のれんの償却額	(105)	(263)
固定資産の調整額	256	179
その他	6	92
連結財務諸表の営業利益	13,945	12,745

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、前期末に比べ4億92百万円減少し1,267億9百万円となりました。現金及び預金、受取手形及び売掛金の減少が主な要因です。

有形固定資産、投資及びその他の資産

有形固定資産は、前期末に比べ4億51百万円減少し410億2百万円となりました。新規出店により建物及び構築物が増加したものの、減価償却費の増加により、総額では前年より減少いたしました。

投資及びその他の資産は、前期末に比べ32億34百万円減少し281億77百万円となりました。米国訴訟の和解に伴う繰越税金資産の取崩しが要因です。

流動負債

流動負債は、前期末に比べ9億86百万円減少し440億33百万円となりました。買掛金、事業再構築引当金、未払法人税等の減少などが主な要因です。

固定負債

固定負債は、前期末に比べ41億20百万円減少し130億84百万円となりました。長期借入金の減少が主な要因です。

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0.7%、10億62百万円増加し、1,443億63百万円となりました。これは、前期と比べて自己株式が増加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3億59百万円減少の120億2百万円となりました。

差入保証金

当グループの店舗は、当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9億10百万円減少の177億9百万円となりました。

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

主に、法人税等の支払額49億39百万円および仕入債務の減少41億88百万円があった一方で、税金等調整前当期純利益160億86百万円および減価償却費の計上44億23百万円などがあり、120億72百万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、有形及び無形固定資産の取得による支出（設備投資額）48億20百万円および定期預金の預入による支出12億78百万円があった一方で、定期預金の払戻による収入64億8百万円および投資有価証券の売却及び償還による収入11億45百万円などがあり、15億19百万円の資金の獲得となりました。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135億91百万円となりました。

設備投資の状況

当期は、主に新店に関わる店舗用地および建物の取得および店舗の増改築、社内の情報システム投資など総額48億20百万円の設備投資を実施しました。なお、設備投資（無形固定資産を含む）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	2,064
スクラップ&ビルド・リロケーション	200
店舗用地のための土地の購入	0
POSシステム開発など情報化投資	1,229
その他	1,327
合計	4,820

セグメント別設備投資額

	単位：百万円		
	2014	2013	増額（減額）
当社	4,072	4,959	(887)
国内店舗子会社	220	258	(38)
海外子会社	108	153	(45)
事業子会社	25	52	(27)
機能子会社	395	825	(430)
合計	4,820	6,249	(1,429)

(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49億49百万円、自己株式の取得による支出45億93百万円および長期借入金の返済による支出15億88百万円などがあり、111億66百万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、営業活動による資金の獲得120億72百万円、投資活動による資金の獲得15億19百万円、財務活動による資金の支出111億66百万円などにより前期末に比べ25億51百万円増加し、453億84百万円となりました。

利益分配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27円の普通配当に加え、オートバックス誕生40周年を記念して1株当たり10円の記念配当を実施しました。その結果、年間配当は64円となりました。なお、連結株主資本配当率（DOE）は4.1%となりました。

2015年3月期についても引き続き、配当の基本方針のもと、株主還元の強化を図るため、中間・期末ともに当期比3円増加の1株当たり30円とし、年間60円の配当を実施する予定です。

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

オートバックスグループは、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

オートバックスグループは、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。オートバックスグループは、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

オートバックスグループは、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内部統制管理部を設置し、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、オートバックス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

オートバックス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ことで、当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

オートバックス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、または役職員の死亡・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

オートバックスグループは、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

オートバックス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グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。