

オートバックス事業

2025年3月期のポイント

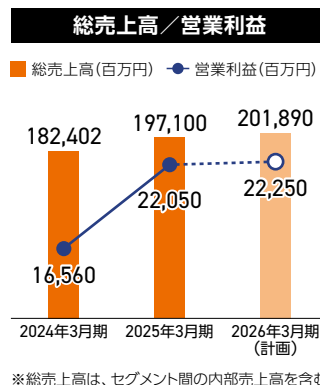
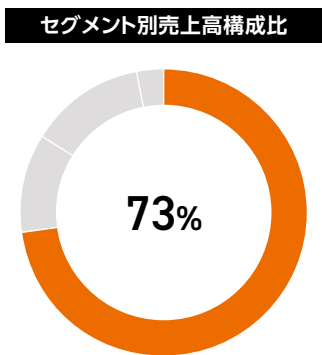
降雪や車両メンテナンス需要により国内小売が好調で増収増益

国内オートバックス

- ⌚ タイヤ・オイル・バッテリーなどの消耗品やタイヤチェーンなどの冬季用品が好調
- ⌚ 中古車の単価上昇により車買取・販売が伸長

海外小売

- ⌚ フランスにおいて前期に2店舗を閉店した影響で売上が減少



「モビリティライフのインフラ」として社会に不可欠な存在へ

事業概要	市場環境と強み	成長戦略
<ul style="list-style-type: none"> ● カー用品総合専門店「オートバックス」をはじめとする店舗をフランチャイズ展開 ● 国内外の店舗でのカー用品等の販売、取り付けサービス、車の整備、車検および車の買取販売 ● FC本部として国内のFC加盟法人に対するカー用品等の卸売 	<p>強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 国内1,020店舗、海外148店舗の店舗網 ▶ タイヤ販売店No.1※1、中古車買取・販売店顧客満足度No.1※2のブランド力・販売力 ▶ 整備・車検から用品販売までの一貫サービス ▶ グループ連携によって強化された商品開発・調達力 ▶ ピットサービスの高い技術力と品質 <p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 車齢の長期化によるメンテナンス需要の増加 ▶ 新車価格の上昇に伴う中古車需要の拡大 ▶ DXの活用や異業種との連携による新たな顧客接点の創出 ▶ 高度整備技術への早期対応による優位性確立 ▶ M&Aによる事業シナジー創出 <p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 自動車保有台数の減少による市場縮小 ▶ 整備士人材の確保難・高齢化 ▶ 原材料高騰・円安によるコスト増加 ▶ ディーラーやECサイトへの顧客流出 ▶ 暖冬による冬季商品の需要減 	<p>「モビリティライフのインフラ」として社会に不可欠な存在となることを目指し、トップラインの拡大を軸とした成長戦略を推進しています。本部とFC加盟店が一体となり、小売力を強化する体制のもと、収益性と顧客満足度の向上に取り組むとともに、ピットサービスの強化を通じて、車検・整備を中心とした来店動機の創出と、継続的な顧客接点の確保に注力しています。</p> <p>また、ネットとリアル融合によるOMO (Online Merges with Offline) 戦略を強化することで、利便性の高いサービス提供を実現しています。商品面では、価格競争力の向上および品揃えの充実に加え、プライベートブランド商品の拡充を通じて、ブランド認知度と収益構造のさらなる強化を図っています。</p> <p>海外展開においては、現地企業とのパートナーシップに基づくオペレーションを展開し、日本品質を生かした商品戦略と店舗運営により、現地市場でのブランド認知向上と競争力強化を進めています。</p> <p>今後も市場環境の変化に柔軟に対応し、成熟市場においても着実にシェア拡大を実現してまいります。</p>

※1 株式会社日本能率協会総合研究所が実施する「タイヤに関する調査(2025年)」における結果

※2 株式会社oricon MEが実施する「2024年 オリコン顧客満足度®調査 車買取会社ランキング」および「2025年 オリコン顧客満足度®調査 中古車販売店ランキング」における結果

オートボックス事業

TOPICS

ピットサービスの強化による顧客接点の拡充

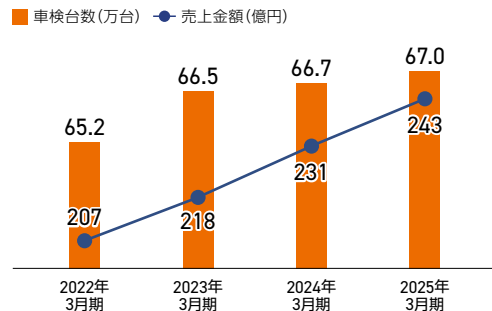
車齢の長期化や車両技術の高度化により、自動車の定期的な整備の重要性が一層高まっており、車検やオイル交換などの定期メンテナンスの需要も着実に増加しています。こうした背景を踏まえ、当社ではピットサービスの強化を通じて、車検・整備を軸とした来店動機の創出と、継続的な顧客接点の確保に注力しています。

その施策の一つとして、プライベートブランド「AQ. (オートボックス クオリティ)」から、低価格かつ高品質を両立したピットサービス「AQ.ピットメニュー」を開始しました。ガラス撥水や車内消臭、ヘッドライトの汚れ落としなど、日常のちょっとしたお困りごとに対応するメニューを提供し、初めての方でも気軽に利用できるメンテナンスサービスを展開しています。これらのサービスは、車検や法定点検といったメンテナンスサイクルへの自然な導線となり、再来店の促進や定期的な顧客接点の創出に寄与しています。

また、EV車検や次世代整備への対応力強化を通じて、ピットサービスの質的向上にも取り組んでいます。さらに、オートボックスおよびスーパーオートボックス全店舗のすべてのピットレーンにAI搭載カメラの設置を進めており、ピット内の状況を可視化することで、作業の透明性と信頼性の向上を図っています。

車検・整備をはじめとするサービス関連の売上は2015年度比で約25%増加しており、今後は、カー用品販売に依存しない収益構造への転換を加速させるとともに、サービス売上の構成比をさらに高めてまいります。

車検台数と売上金額の推移



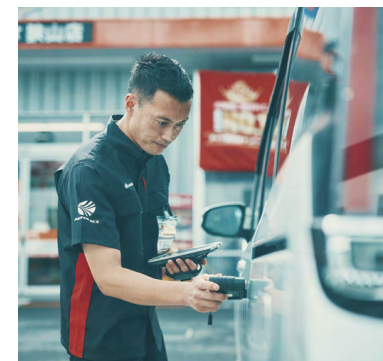
買取を軸とした中古車ビジネスの強化

カー用品市場が縮小傾向にある中、当社では新たな成長領域として、車買取・販売を担う「オートボックスカーズ」の事業拡大に注力しています。近年、同事業の売上は着実に増加しており、店舗全体の売上構成比においても車買取・販売の存在感が高まっています。

こうした状況を踏まえ、当社では限られた店舗リソースを最大限に活用しながら、車両の「買取」をオートボックス事業における中古車ビジネスの中核に据えた戦略を展開しています。その中で、買取直販モデルの構築を進めており、車両の買取・販売を起点に、カー用品やメンテナンスサービスとのクロスセルを促進することで、顧客のライフタイムバリューの最大化を図っています。

こうした取り組みの成果として、オートボックス事業における車買取・販売の売上は2015年度比で約52%増加しており、当社の成長を牽引する重要な柱となりつつあります。今後は、買取を起点とした取引台数の拡大と販売チャネルの最適化を通じて、オートボックスカーズのさらなる成長と収益基盤の強化を図ってまいります。

車販売台数と販売金額の推移

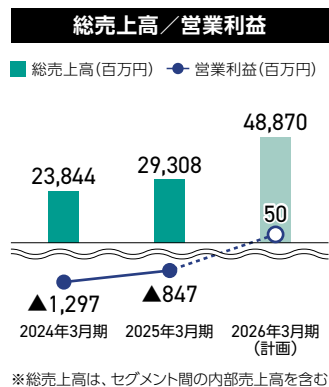
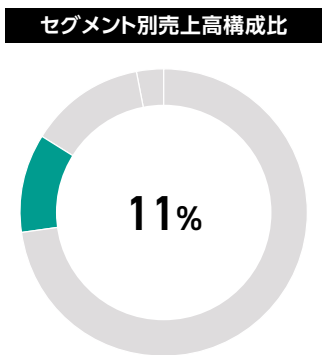


コンシューマ事業

2025年3月期のポイント

M&A関連費用が発生するも、既存事業の伸長などが寄与し増収・営業赤字縮小

- Hondaの正規ディーラーや自社ローン型中古車販売店の子会社化が増収に寄与
- 中古車は単価上昇や買取台数の増加によりオークションへの販売が好調に推移
- 公式通販サイトのリニューアルや取扱商品の拡充が奏功しネット通販の売上が増加



オートバックス事業とのシナジーを創出するマルチブランド展開

事業概要	市場環境と強み	成長戦略
<ul style="list-style-type: none"> ● 新車の販売および中古車の買取・販売 ● 自社ECサイトおよび各種ECモールにおけるカー用品等の販売 ● 車検・整備サービスおよび板金修理 	<p>強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 車に関連した多角的なビジネスモデル (整備専門店、自動車ディーラー、中古車買取・販売など) ▶ 中古車販売店顧客満足度No.1*のブランド力・販売力 ▶ オートバックス店舗や子会社拠点、物流網などのネットワーク ▶ ECとリアル店舗を連携させたOMOモデル <p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 車齢の長期化によるメンテナンス需要の増加 ▶ 環境配慮型モビリティの需要拡大 ▶ オンラインを通じた新たな顧客接点の創出 ▶ 新車価格の上昇に伴う中古車需要の拡大 <p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 自動車保有台数の減少による市場縮小 ▶ 整備士人材の確保難・高齢化 ▶ 原材料高騰・円安によるコスト増加 ▶ ECチャネルとの競争激化 	<p>成長戦略</p> <p>コンシューマ事業では、グループ各社の強みを生かしながら、統合的な価値創出と収益最大化を目指す成長戦略を展開しています。</p> <p>ディーラーにおいては、Audi、HondaおよびBYDを中心としたブランド力の強化に加え、EV分野への対応や戦略的なM&Aを推進し、新たな市場の獲得に取り組んでいます。</p> <p>中古車の買取・販売においては、FC加盟店をオートバックスグループ外にも拡大することで、店舗網の拡充を進めています。また、大型店の出店に加え、出張査定にも注力しており、お客様の利便性向上と買取機会の最大化を図ることで、取引台数の増加を目指しています。</p> <p>ネット販売においては、自社ECサイトやECモールを活用した販売チャネルの拡張に加え、ロングテール戦略を通じて、多様なニーズに対応した商品展開を進めています。</p> <p>さらに、法人会員制度の拡充と整備拠点の拡大により、社用車・リース車など法人保有車両向けの整備・用品提案力を強化しています。これらの取り組みを通じて、グループ全体でのシナジー創出と事業領域の深化を図っています。</p>

※株式会社oricon MEが実施する「2024年 オリコン顧客満足度®調査 車買取会社ランキング」および「2025年 オリコン顧客満足度®調査 中古車販売店ランキング」における結果

コンシューマ事業

TOPICS

M&Aによる拠点拡大と事業ポートフォリオの強化

中期経営計画において、「モビリティライフを支え続けるタッチポイントの創出」を主要戦略と位置付け、重点施策である「新規拠点・チャンネルの拡大（100拠点）」の実現に向けて、積極的かつ戦略的なM&Aを推進しています。

M&A戦略は、「水平」「垂直」「奥行」の3つの視点を基軸に展開しており、特に水平領域では、ディーラー、中古車販売、タイヤ小売店などを対象にタッチポイントの拡充を着実に進めています。具体的には、2024年8月に自社ローン専門の中古車販売店を運営するオトロンカーズ株式会社を子会社化し、新たな顧客層の獲得と販売チャンネルの強化を図りました。10月には、Honda正規ディーラーを運営する株式会社東葛ホールディングスを子会社化し、正規ディーラーの取り扱いブランドを拡充しました。2025年1月にはタイヤ専門店を運営する株式会社ビーラインを子会社化し、安価なタイヤを扱うサードブランドの獲得を通じて、タイヤ販売事業の拡大を推進しています。

これらのM&Aは、単なる拠点数の増加に留まらず、業態・地域・チャンネルの多角化を通じてオートボックスとは異なる顧客接点を強化しています。実際に、売上総利益は順調に伸長し、営業赤字の縮小にも寄与しています。今後は、統合マネジメント体制の強化やブランド横断での協働を通じて、グループ各社との連携をさらに深め、M&A後の統合プロセスを高度化してまいります。



ホンダカーズ 松戸東店

オトロン 盛岡店

メンテナンス特化型店舗「AUTO IN」の戦略的展開

ショッピングモールやホームセンターに隣接した立地に店舗を構えることで、車検、タイヤ交換、オイル交換といった自動車のメンテナンスを、買い物ついでに利用できる利便性の高いサービス業態「AUTO IN」を展開しています。AUTO INは、オートボックス業態とは異なり、カー用品販売を伴わない、メンテナンスに特化した業態です。

2025年4月には、全国70拠点のショッピングセンターやホームセンター等でカー用品販売や自動車整備事業を展開する株式会社ジェー・シー・エーを子会社化し、同年9月には屋号をAUTO INに変更しました。新規出店やM&Aを通じて店舗網の拡充とグループ事業との相乗効果の最大化を図る中で、AUTO INは当社グループの整備ネットワークにおいて中核的な役割を担いつつあります。ピットでは整備士資格保有者を中心としたスタッフによる効率化された作業プロセスを確立し、短時間かつ高品質なサービス提供を実現しています。また、ホームセンターとの連携による持込商品の作業受け入れにも積極的に対応するなど、日常生活動線に組み込まれた新たなサービスモデルとして定着を進めています。

今後もAUTO INは、車検やメンテナンスの拡販を中心に、グループ全体の整備需要を支える戦略的拠点として進化を続け、タイヤ販売本数や車検台数の拡大に貢献してまいります。



AUTO IN車検・タイヤセンター 宇都宮店

AUTO IN車検・タイヤセンター 熊本玉名店

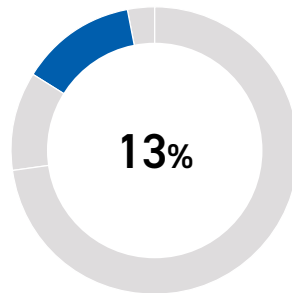
ホールセール事業

2025年3月期のポイント

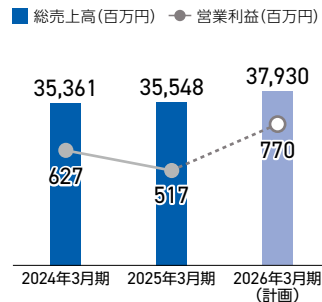
国内においては小売業者向け取引が拡大
 海外卸売においては
 国内からの輸出取引が減少し増収減益

- ⇒ 日産自動車の車種専用アイテムの販売が伸長
- ⇒ 降雪や車両メンテナンス需要を背景に、ホイールやエンジンオイル等の卸売が堅調
- ⇒ 日本から海外への輸出取引が減少

セグメント別売上高構成比



総売上高／営業利益



※総売上高は、セグメント間の内部売上高を含む



オートボックスチェーン外への卸売を拡大し、オートボックス事業に次ぐ中核事業へ

事業概要

- 国内の小売業者へのカー用品等の卸売
- 海外のFC加盟法人や小売業者などへのカー用品等の卸売・輸出版売
- プライベートブランド商品の卸売

市場環境と強み

強み

- ▶ オートボックス店舗や子会社拠点、物流網などのネットワーク
- ▶ 低価格で高品質なプライベートブランド商品
- ▶ 海外ローカルパートナーとの強固なリレーション
- ▶ 法人・業販チャンネルへの対応力

機会

- ▶ パートナー企業との連携による新規販路の獲得
- ▶ プライベートブランド戦略の見直しと海外展開による競争力強化
- ▶ 国内外拠点との連携による商材開発・調達体制の最適化
- ▶ 物流・受注インフラの高度化による対応力の向上

リスク

- ▶ 原材料高騰・為替高騰によるコスト増加
- ▶ 競合やECチャンネルとの競争激化
- ▶ 外部環境変化に伴うサプライチェーンの混乱
- ▶ プライベートブランド商品の品質・供給リスク

成長戦略

オートボックスチェーン外への卸売を拡大し、ホールセール事業をオートボックス事業に次ぐ中核事業へと成長させることを目指しています。その実現に向け、商品・物流・サービスの各領域において、差別化や付加価値の提供を推進し、当社独自の強みを強化しています。また、グローバル調達・販売体制の構築、子会社や事業間の機能統合による業務効率化にも注力しています。

一方で、卸売システムをはじめとした外販インフラを早期に確立することが重要課題となっており、物流網や受注システムの整備を通じて、受注から発送までのプロセス自動化や即日配送体制の構築を目指しています。

プライベートブランド商品についてはブランド再編を進め、国内外の販売拡大を図るとともに、代理権・販売権の獲得を通じて競争優位性のさらなる強化に取り組んでいます。

海外拠点では商品開発・品質管理体制の強化を進め、日本側との連携によりスピード感ある事業展開を目指しています。

ホールセール事業

TOPICS

セブン-イレブンとの協業による新たな販売チャネルの創出

当社は、2024年12月よりセブン-イレブン店舗において「AUTOBACSコーナー」の本格展開を開始しました。これは、2023年より一部地域で試験導入していた取り組みを、全国規模へと戦略的に拡大したものです。本施策では、当社のプライベートブランド「AQ. (オートボックス クオリティ)」の中から、コンビニ利用者の需要に応える厳選アイテムを導入し、クルマでの来店が多い幹線道路沿いの店舗を中心に、「すぐに使えるカー用品」を提供することで、日常の移動やドライブ中の突発的なニーズに対応する利便性を提供しています。

コンビニエンスストアは、極めて大規模でありながら、日常生活に深く根ざした販売チャネルです。こうした特性を持つセブン-イレブンとの協業により、従来のオートボックス店舗に加えて、生活動線上でのブランド接点を大きく広げ、オートボックスブランドをより身近な存在として浸透させることを目指しています。

今後も当社は、さまざまな小売業者との連携による卸売チャネルの拡大を通じて、ブランドとの接触機会と利便性の両面から価値提供を強化し、新たな購買体験の創出に取り組んでまいります。



サプライチェーン最適化とライフスタイルブランド強化

サプライチェーンの強化と業務効率の向上を図るため、2025年4月に子会社の株式会社CAPが担っていた商品調達および開発に関する事業を当社に承継しました。この統合により、商品企画から販売に至るプロセスを当社で一元管理する体制を構築し、意思決定の迅速化とコストの最適化を推進しています。また、主力商品の品質管理と供給の安定性を高めることで、商品開発力を強化しています。

さらに、ライフスタイルブランド「GORDON MILLER (以下、GML)」の事業については、株式会社ファトラスタイリングに移管した上で、同社の商号を株式会社ゴードンミラーに変更しました。これにより、カー用品やアパレル、キャンピングカーなど、GMLが掲げる世界観に基づいた幅広い商品を展開する事業を推進しています。現在は、直営店「GORDON MILLER KURAMAE」や全国約600店舗での販売を通じて、ブランド認知度を高めながら、海外市場への展開にも注力しています。



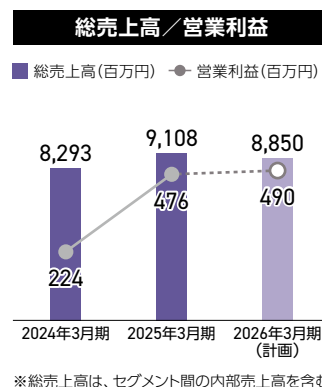
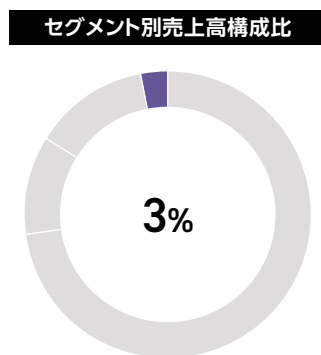
「GORDON MILLER」の車両レーベル「GORDON MILLER MOTORS」

拡張事業

2025年3月期のポイント

ファイナンスや不動産関連が好調

- ① ローン金利の引き上げやキャッシュレス化の進展に伴いクレジット収入が増加
- ② 出店や家賃改定により不動産収入が増加



中長期的な収益化を見据えた新規マーケットの開拓を推進

事業概要	市場環境と強み
<ul style="list-style-type: none"> クレジット関連事業、保険代理店業務 物件・立地開発、不動産賃貸業務 マイクロモビリティの販売 	<p>強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ オートバックスのブランド力 ▶ 全国に広がる店舗網と販売ネットワーク <p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 高齢化社会におけるモビリティ支援 ▶ EV普及やカーシェア拡大に伴う新サービス需要 <p>リスク</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 金融政策や新型モビリティに対する法規制 ▶ 原材料高騰、円安などによるコスト上昇

多様化する移動ニーズに応える次世代モビリティ戦略

モビリティに対する価値観の変化に対応し、新たなサービス展開を進めています。2025年5月には、レンタル&サブスクモール「カウリル」に出店し、電動キックボードや電動バイクを月額定額制でレンタルできるサービスを開始しました。現在は一部店舗でのみ受取・返却に対応していますが、今後は取り扱い店舗を全国に拡大し、企業の営業活動や観光地でのレンタルなど、多様なニーズに対応していく予定です。都市部での短距離移動や観光地での利便性向上を図るとともに、環境負荷の少ない移手段の普及を促進します。

また、当社子会社の株式会社オートバックスフィナンシャルサービスでは、既存の代車を活用したレンタカーサービスを一部店舗で開始しました。これまで車検や修理時の代車として使用していた車両を一般向けに貸し出すことで、遊休資産の有効活用と車両稼働率の向上を図っています。今後は電気自動車 (EV) やキャンピングカーなど、より多様な車種をラインアップに加え、日常利用からレジャーまで幅広い顧客ニーズに対応していきます。

これらの取り組みを通じて、当社はモビリティの多様化とライフスタイルの変化に応じたサービスを提供し、持続可能で利便性の高い移手段の提供を目指しています。



	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
損益状況(百万円)											
売上高	209,454	208,142	204,033	211,630	213,840	221,400	220,449	228,586	236,235	229,856	249,525
卸売	124,279	117,848	115,637	121,081	124,214	126,931	124,763	126,430	127,364	122,577	122,038
小売	82,039	87,310	85,566	87,357	86,018	90,762	90,971	96,405	102,239	103,506	123,625
その他	3,136	2,983	2,830	3,190	3,607	3,705	4,713	5,751	6,631	3,773	3,861
営業利益	6,403	6,701	5,829	7,284	7,478	7,585	10,577	11,552	11,722	8,010	12,126
経常利益	8,250	7,780	7,120	8,226	8,203	8,059	11,219	11,246	11,574	8,093	12,516
親会社株主に帰属する当期純利益	4,609	4,371	3,015	5,403	5,485	3,764	7,050	7,010	7,239	6,355	8,132
営業活動によるキャッシュ・フロー	11,829	10,564	9,488	16,394	4,447	10,603	17,163	5,712	10,687	14,431	3,944
投資活動によるキャッシュ・フロー	-2,403	-4,984	-7,147	-2,915	-3,078	-3,370	-6,085	-7,710	-7,652	-449	-18,020
財務活動によるキャッシュ・フロー	-12,617	-11,154	-7,457	-5,840	-9,876	-9,684	-309	-12,300	-3,495	-7,413	13,973
フリー・キャッシュ・フロー	9,426	5,580	2,341	13,479	1,369	7,233	11,078	-1,998	3,035	13,982	-14,076
設備投資額	6,127	5,895	4,842	3,587	4,618	3,429	3,996	6,300	7,182	9,149	8,926
減価償却費およびのれん償却額	4,804	4,012	4,384	4,131	4,045	4,665	4,154	4,554	4,686	5,283	6,014
財務状況(百万円)											
総資産	186,531	180,454	176,708	187,405	181,391	172,799	187,914	189,910	194,327	194,948	228,170
自己資本	138,337	131,455	127,078	126,866	123,582	119,251	123,180	122,549	126,622	128,845	131,808
有利子負債	6,844	6,297	8,284	6,896	4,991	7,303	12,667	10,763	12,195	9,319	37,818
1株当たりデータ(円)											
当期純利益	52.83	51.60	36.00	65.49	66.58	47.10	88.28	89.17	92.87	81.52	103.89
配当金	60	60	60	60	60	60	60	60	60	70	60
配当性向(%)	113.6	116.3	166.7	91.6	90.1	127.4	68.0	67.3	64.6	85.9	57.8
純資産配当率(DOE)(%)	3.7	3.8	3.9	3.9	3.9	4.0	4.0	3.9	3.8	4.3	3.6
総還元性向(%)	222.2	235.4	255.7	91.6	142.5	182.8	68.0	109.5	64.6	85.9	57.8
経営指標											
売上高営業利益率(%)	3.1	3.2	2.9	3.7	3.5	3.4	4.8	5.1	5.0	3.5	4.9
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	3.3	3.2	2.3	4.3	4.4	3.1	5.8	5.7	5.8	5.0	6.2
総資産経常利益率(ROA)(%)	4.3	4.2	4.0	4.5	4.4	4.6	6.2	5.9	6.0	4.2	5.9
自己資本比率(%)	74.2	72.8	71.9	67.7	68.1	69.0	65.6	64.5	65.2	66.1	57.8

※2022年3月期から「収益認識に関する会計基準」等を適用しています。2021年3月期までは、当該基準は適用していません。

※2024年3月期から「卸売」「小売」「その他」の分類を報告セグメントに合わせて変更しています。

環境

項目	単位	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期	目標数値 [目標年月]
CO ₂ 排出量(連結) ^{※1}	t-CO ₂	14,804	17,018	16,808	20,890	カーボンニュートラル[2051.3]
Scope1	t-CO ₂	1,128	3,009	2,522	2,884	
Scope2	t-CO ₂	13,676	14,009	14,287	18,005	
CO ₂ 排出量(単体) ^{※2}	t-CO ₂	3,392	3,356	3,560	4,287	
電力使用量(連結)	万kWh	3,165	3,323	3,200	3,010	
電力使用量(単体)	万kWh	683	617	639	728	

社会

項目	単位	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期	目標数値 [目標年月]
人事データ						
従業員数(連結)	人	4,388	4,477	4,385	5,201	
従業員数(単体)	人	1,050	1,057	997	884	
男性	人	842	840	798	707	
女性	人	208	217	199	177	
女性従業員比率 ^{※3}	%	16.7	17.9	18.4	18.1	30.0% [2031.3]
女性管理職比率 ^{※3}	%	7.8	8.6	7.9	7.5	18.0% [2031.3]
障がい者雇用率	%	2.24	2.25	2.46	2.35	
60歳定年後再雇用者数	人	36	44	23	10	
外国人従業員数	人	19	17	22	18	
男性の育休取得率 ^{※3}	%	—	37.1	52.0	51.7	100.0% [2031.3]
女性の育休取得率	%	100.0	100.0	100.0	100.0	
育休取得後復職率	%	100.0	100.0	100.0	100.0	
新卒採用者数	人	18	23	24	21	
キャリア採用者数 ^{※4}	人	40	54	27	86	
人材育成						
社員一人あたり平均研修費用	千円	23.1	24.2	48.5	35.7	
社員一人あたり平均研修時間	時間	9.61	10.51	21.79	6.44	
推奨研修の年間受講者数(延べ人数)	人	139	115	184	163	
社内公募合格異動者数	人	9	5	17	10	
フリーエージェント制度利用者数	人	9	7	6	3	

注釈がない場合は、オートバックスセブン単体を対象としています。

※1: 算定範囲は、2022年3月期147拠点、2023年3月期196拠点、2024年3月期204拠点、2025年3月期223拠点の日本国内事業所、直営・子会社店舗、物流拠点です。

※2: 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を算定範囲としています。

※3: オートバックスセブングループ連結の数値です。女性従業員比率はパート・アルバイトを除く従業員数に占める女性従業員の割合です。

※4: 外部から中途採用した正社員および限定職社員の人数です。

項目	単位	2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期	目標数値 [目標年月]
働き方改革						
月間平均残業時間	時間	5.5	7.3	6.9	7.9	
年次有給休暇取得率	%	52.2	52.4	53.6	56.9	
健康経営						
定期健康診断受診率	%	100	100	100	100	
特定保健指導実施率	%	50.7	49.0	32.0	—	70%以上 [2026.3]
ストレスチェック受検率	%	95.1	95.6	95.3	93.4	
喫煙率	%	27.0	24.5	25.0	20.1	16.0%未満 [2026.3]
ワークエンゲイジメント(個人) ^{※5}	pt	2.6	2.7	2.6	2.6	3.0pt以上 [2026.3]
プレゼンティーズム ^{※6}	%	87.0	87.0	86.0	85.1	90%以上 [2026.3]
健康経営に関する投資額	百万円	43	54	57	45	
会員数/自動車整備士数						
オートバックス会員数 ^{※7}	千人	7,578	7,765	8,237	8,588	
自動車整備士数 ^{※8}	人	3,746	3,690	3,813	3,813	

ガバナンス

項目	単位	2022年7月	2023年7月	2024年7月	2025年7月
取締役	人	10	9	8	8
社外取締役	人	4	4	4	4
女性取締役	人	1	1	1	1
監査等委員	人	3	3	3	3

店舗数

項目	単位	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
国内店舗数 ^{※9}	店	993	997	1,003	1,020
FC加盟店	店	764	760	766	728
海外店舗数	店	62	78	109	148
FC加盟店	店	50	64	95	136
指定工場(民間車検工場)	店	434	440	440	443

※5: 最小値1、最大値4とする評点の平均値で、高点数であるほど良い状況を示します。

※6: 心身の健康状態などによるパフォーマンスへの影響を測る指標で、数値が高いほどパフォーマンスが高いことを示します。

※7: 2024年3月期より、稼働会員の定義を「直近1年以内の購買」から「直近1年以内の購買または来店」に変更しています。

※8: オートバックスチェー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)の延べ保有者数です。

※9: 併設店およびインショップを含んだ店舗数です。

オートバックス事業

株式会社オートバックス東日本販売
株式会社オートバックス中部販売
株式会社オートバックス関西販売
株式会社オートバックス西日本販売
株式会社オートバックスつくば
株式会社ユーエイ
株式会社ピューマ
AUTOBACS VENTURE SINGAPORE PTE LTD
AUTOBACS FRANCE S.A.S.
AUTOBACS CAR CARE (SINGAPORE) PTE. LTD.
株式会社ユータムエンタープライズ

その他

株式会社チェングロウス
株式会社オートバックスデジタルイニシアチブ

コンシューマ事業

正和自動車販売株式会社
高森自動車整備工業株式会社
近藤自動車工業株式会社
株式会社BACS Boots
シー・シックス・ツー・ホールディングス株式会社
株式会社ビーライン
株式会社ジェー・シー・イー
株式会社オートバックス・スクエアカーズ
株式会社オートバックス・ディーラーグループ・ホールディングス
株式会社バックス・アドバンス
株式会社バックスeモビリティ
パワーコントロールテック株式会社
株式会社東葛ホールディングス
株式会社ホンダカーズ東葛
オトロンカーズ株式会社

ホールセール事業

株式会社CAP
株式会社ホットスタッフコーポレーション
株式会社ゴードンミラー
澳徳バックス(中国) 汽車用品商業有限公司
AUTOBACS CAR SERVICE MALAYSIA SDN. BHD.
AUTOBACS AUSTRALIA PTY LTD

拡張事業

株式会社オートバックス次世代自動車研究所
株式会社オートバックスフィナンシャルサービス
株式会社東葛プランニング
オートバックス・プロパティデベロップメント株式会社
VEEMO株式会社
ABT マーケティング株式会社
株式会社ARTA
株式会社オートバックス・マネジメントサービス

会社概要 (2025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
連結従業員数	5,201人
主な事業所	本社 (東京都江東区) 関西事業部 (大阪府大阪市) 東日本ロジスティクスセンター (千葉県市川市) 西日本ロジスティクスセンター (兵庫県三木市)

外部評価 / イニシアチブ (2025年7月31日現在)



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

2024 CONSTITUENT MSCI日本株
ESGセレクト・リーダーズ指数



TASK FORCE ON
CLIMATE-RELATED
FINANCIAL
DISCLOSURES



2025
健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門

※株式会社オートバックスセブンのMSCIインデックスへの組み入れや、MSCIのロゴ、商標、サービスマークやインデックス名の使用は、MSCIまたはその関係会社による株式会社オートバックスセブンの後援、宣伝、販売促進ではありません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産です。MSCIおよびMSCIインデックスの名称とロゴは、MSCIまたはその関係会社の商標またはサービスマークです。

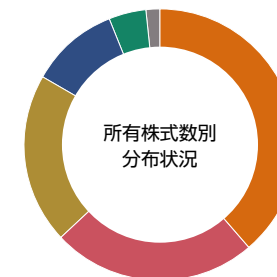
株式情報 (2025年3月31日現在)

発行可能株式総数	328,206,900株
発行済株式の総数	82,050,105株 (自己株式3,559,443株含む)
株主数	68,909名
単元株式数	100株
上場証券取引所	東京証券取引所
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

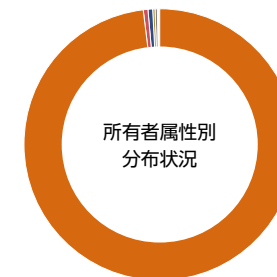
大株主の状況

株主名	所有株式数 (千株)	持株比率 (%)
日本スタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	8,516	10.84
株式会社スミノホールディングス	4,243	5.40
公益財団法人在宅医療助成勇美記念財団	3,990	5.08
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	3,804	4.84
株式会社Kホールディングス	2,750	3.50
日本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	2.29
フォアマン協栄株式会社	1,560	1.98
住野泰士	1,384	1.76
ステート ストリート バンク ウェスト クライアント トリーティー 505234	1,172	1.49
株式会社リブフィールド	1,000	1.27

(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。



個人・その他	38.83%
その他国内法人	24.22%
金融機関	20.30%
外国人	10.71%
自己名義株式	4.33%
証券会社	1.58%



個人・その他	98.65%
その他国内法人	0.70%
外国人	0.56%
金融機関	0.03%
証券会社	0.03%
自己名義株式	0.00%

※所有株式数別分布状況・所有者属性別分布状況の割合は、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。