

インプット → 価値創造に向けたアクション → アウトプット・アウトカム

経営環境の変化
社会、クルマ、人々のくらしは急速に変化

6つの資本

- 財務資本**
健全な財務基盤と安定した収益力
- 社会・関係資本**
独自のフランチャイズシステムと信頼のオートボックスブランド
- 人的資本**
オートボックスチェーン約1万5千人の人材
- 製造資本**
国内外1,300店舗の販売拠点、調達・物流網
- 知的資本**
PB商品開発力や商品選定・売場づくりのノウハウ
- 自然資本**
エネルギーやプラスチックをはじめとしたすべての環境資源

経営理念

人とモビリティの未来を、もっと楽しく、もっと自由に。

事業活動 2024中期経営計画

Accelerating Towards Excellence

お客様にとっての「モビリティライフのインフラ」をグローバルで目指す

3つの戦略

- モビリティライフを支え続ける「タッチポイントの創出」 P23
- モビリティライフに合わせた「商品・ソリューションの開発と供給」 P24
- モビリティライフの変化に対応した「新たな事業ドメインの設定」 P25

人材戦略 P36 コーポレート・ガバナンス P41 品質管理 P32 コンプライアンス P46

マテリアリティ P33

- 社会課題を解決する事業の創出
- 環境・社会に配慮した取り組みの充実
- 成長し続ける組織・人財
- 持続可能かつ強固な経営基盤

アウトカム

お客様の根本的ニーズにお応えする新たな価値

- 自己表現 体験・発見
- 利便性の向上 環境への配慮
- 煩わしさの解消 安全・安心

アウトプット

2026年度経営目標

連結売上高	2,800 億円
連結営業利益	150 億円
ROIC	7.0%

- 持続的成長 高収益体質の実現
- サービスを通じた提供価値の拡大
- 多様な人材の活躍 イノベーションを創出する組織の実現
- 店舗数・業態の拡大 調達・物流の効率化
- PB商品比率向上 DXの推進による競争力強化
- 環境負荷軽減 循環型・共生型社会の実現

パーパス
社会の交通の安全とお客様の豊かな人生の実現

経営環境の変化

リスクと機会

関連する取り組み(成長戦略の柱)

自動車業界

- 電動化や自動運転化などの技術革新が進展
- カーシェアリングやサブスクリプションサービス利用が増加し車の「所有」から「利用」へのシフトが進む
- 異業種企業によるM&Aや周辺事業領域への展開が加速業界再編の動きが顕著に
- EV推進政策

リスク	機会
<ul style="list-style-type: none"> • 技術進化への対応の遅延 • 物流コストの増加 • EV/ハイブリッド車販売機会の損失 • 原材料コストの高騰 • 円安の継続と物価高 • 物価高による購買意欲の低下 	<ul style="list-style-type: none"> • 新規市場への参入 • 新たな商品需要の獲得 • ZEVのメジャーディーラーとしての地位確立 • DXを活用したコンテンツの進化と顧客接点の拡大 • 異業種との連携による新たな顧客接点の創出 • 車齢の長寿化に伴うメンテナンス需要の増加 • 高度整備化への早期対応による優位性確立 • 生産・物流プロセスの効率化

- ⊕ **P16** 成長戦略
- ⊕ **P17** 長期ビジョンの概要
- ⊕ **P18** 2024中期経営計画の概要
 - P23** タッチポイントの創出
 - P24** 商品・ソリューションの開発と供給
 - P25** 新たな事業ドメインの設定

社会

- 社会の成熟化に伴うお客様の購買行動の変化
- 少子高齢化による顧客構成の変化
- 顧客ニーズの多様化

資本市場

- 資本コストを上回る収益性の確保要請
- ガバナンス機能強化の要請

リスク	機会
<ul style="list-style-type: none"> • 市場からの改善要請に応えられないことによる企業価値棄損 • ガバナンス機能不全 	<ul style="list-style-type: none"> • コーポレート・ガバナンスおよびリスク管理の高度化 • 資本コストや資本収益性を意識した経営の実践による企業価値向上

- ⊕ **資本コストや株価を意識した経営**
 - P19** 管理管掌メッセージ
- ⊕ **成長戦略を支えるガバナンス体制**
 - P41** コーポレート・ガバナンス

従業員

- 労働力不足
- ダイバーシティ
- 少子高齢化
- 人権への配慮要請

リスク	機会
<ul style="list-style-type: none"> • 人材採用難 • 離職者の増加 • 残業時間の増加 • 人件費の増加 	<ul style="list-style-type: none"> • 企業と従業員の成長を同時に実現するサステナブルな組織の構築 • 多様な人材の採用 • DXを活用した業務効率化

- ⊕ **P36** 人的資本強化に向けて
- ⊕ **P38** 整備士の地位向上と育成

環境

- カーボンニュートラル実現に向けた潮流
- 各国の自動車環境規制

リスク	機会
<ul style="list-style-type: none"> • 自然災害等による物理リスク • 環境規制の厳格化などの移行リスク 	<ul style="list-style-type: none"> • 環境配慮型商品の需要増加 • ZEV関連市場への参入

- ⊕ **P36** 気候変動への対応
- ⊕ **P37-39** 環境配慮型ビジネスの推進
- ⊕ **P38** 脱炭素社会の実現に向けた安全・安心なEV普及の促進

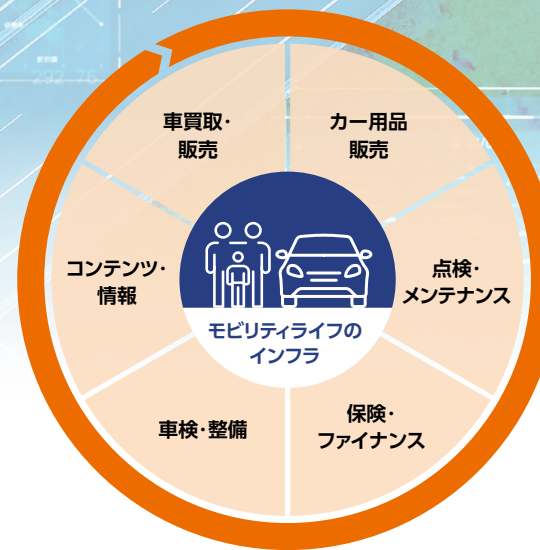
目指す方向性

「モビリティライフのインフラ」

国内の乗用車保有台数は、2025年3月末時点で6,000万台以上にのぼります。当社グループが属する国内の自動車アフターマーケット※では、これらの車両を対象としたカー用品の販売、車検・整備・メンテナンス、中古車売買、自動車保険、自動車賃貸（レンタカー、リース）などの事業が展開されており、市場規模は約20兆円と推計されています。

当社グループは、自動車を所有・利用するすべての方が安全・安心で、楽しいモビリティライフを送るために必要なインフラの役割を担うべく、祖業であるオートバックス店舗におけるカー用品販売事業を中核としながらも、車検・整備や車買取・販売、さらにBtoB領域におけるソリューション提案など、従来の枠組みに捉われず、モビリティ社会を支え続ける存在を目指し、事業活動を行っています。

※自動車アフターマーケットとは、自動車が新車として販売された後に提供される製品やサービスの市場を指します。



戦略方針

「カー用品販売業」から「総合モビリティアフター業」へ事業領域を拡大

モビリティ社会を支え続ける存在「モビリティライフのインフラ」となるためには、私たちオートバックスの代名詞である「カー用品販売業」から、クルマを利用する上で必要となるさまざまな商品・サービスを総合的に取り扱う「総合モビリティアフター業」へと事業領域を拡大する必要があります。

総合モビリティアフター業の3本柱として、「圧倒的強みの領域の強化」「つながりが強くなる商品やサービスの創出」「エンゲージメントの仕組み構築」を設定しており、当社グループにおける成長戦略の方針となっています。

オートバックスグループは、自動車に関する多様な課題を解決へと導くコンシェルジュとしての役割を担うビジネスモデルの構築を目指しています。このビジネスモデルをオートバックスブランドに限定せず、連結子会社を含めたグループ全体で構築することで競争優位性を高め、顧客接点の強化と持続的な成長を実現してまいります。

総合モビリティアフター業の3本柱

圧倒的強みの領域の強化

オートバックスブランドだけに限定せずタイヤ販売および車両整備領域における競争優位性を確保する

- ① 国内タイヤ販売シェアの拡大
- ② 車両メンテナンス需要の獲得による生涯顧客化の推進 (to C & to B)

つながりが強くなる商品やサービスの創出

カーライフサイクルにおけるさまざまな商品・サービスのラインアップおよび販売チャネルの拡大

- ① ネットとリアル融合による幅広い商品・サービスの提供
- ② 店舗リピート率の向上に寄与する商品・サービスのラインアップ拡充

エンゲージメントの仕組み構築

顧客データと車両データの組み合わせにより、顧客の煩わしさを解消するビジネスモデルを構築する

- ① DXによりグループ全体の顧客データや車両データを一元管理
- ② コンシェルジュのように顧客のカーライフに一貫して寄り添い続ける仕組みの構築

Beyond AUTOBACS Vision 2032

成長目標

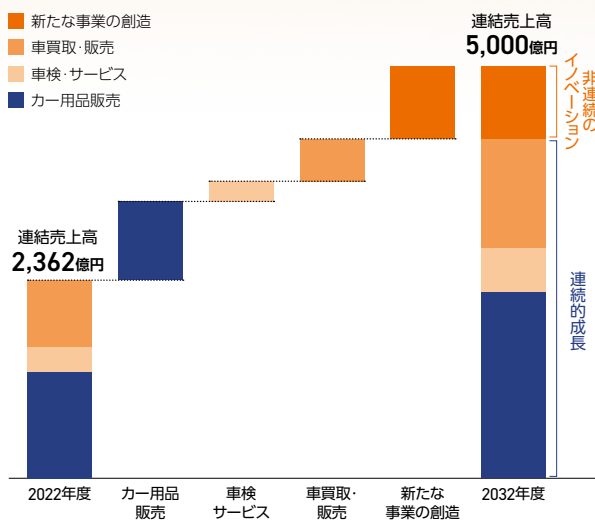
連結売上高
2032年度 **5,000**億円

連続的な成長と非連続のイノベーションによって、2032年度の連結売上高5,000億円を目指します。

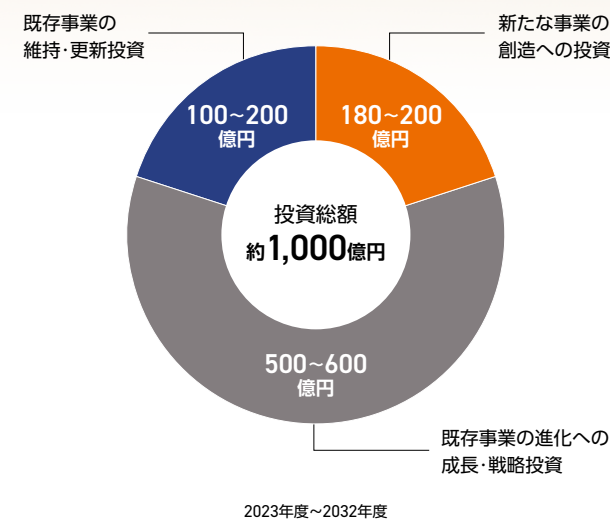
本業を着実に伸ばしつつ、ZEVの取り扱い拡大やマイクロモビリティ市場の創造、モビリティ情報プラットフォームの構築などの新規事業の創出により、クルマに関わる川上への挑戦も続けます。

2032年度までに、既存事業の維持・更新や成長・戦略への投資、新規事業の創出に向けた投資に約1,000億円を投下し、事業拡大を図ります。

事業成長のイメージ



投資規模のイメージ



長期ビジョンKPI目標

連結売上高5,000億円達成に向けて、国内のKPI目標を設定・公表しています。

重点領域である「車検」と「車買取・販売」においては、既存事業の成長に加え、M&A等を活用した拠点獲得を図ることで、シェアの拡大を目指しています。

長期ビジョン
国内KPI目標

	グループ店舗数	車検台数	車買取・販売台数
2032年度目標	1,300店舗	100万台	15万台
2024年度実績	1,152店舗	69万台	4.3万台

※本KPIの目標および実績の対象は、オートバックスセブングループ(単体+国内子会社)と国内のオートバックスFC加盟法人です。

お客様にとっての「モビリティライフのインフラ」をグローバルで目指す

「モビリティライフのインフラ」を実現するための戦略

モビリティライフを支え続ける
「タッチポイントの創出」

「拠点」拡大によるスケールメリットの増強

モビリティライフに合わせた
「商品・ソリューションの開発と供給」

組織と機能の統廃合によるコスト削減／価格競争力の強化

モビリティライフの変化に対応した
「新たな事業ドメインの設定」

先行的取り組みにより将来の収益源へ

2026年度 経営目標

連結売上高

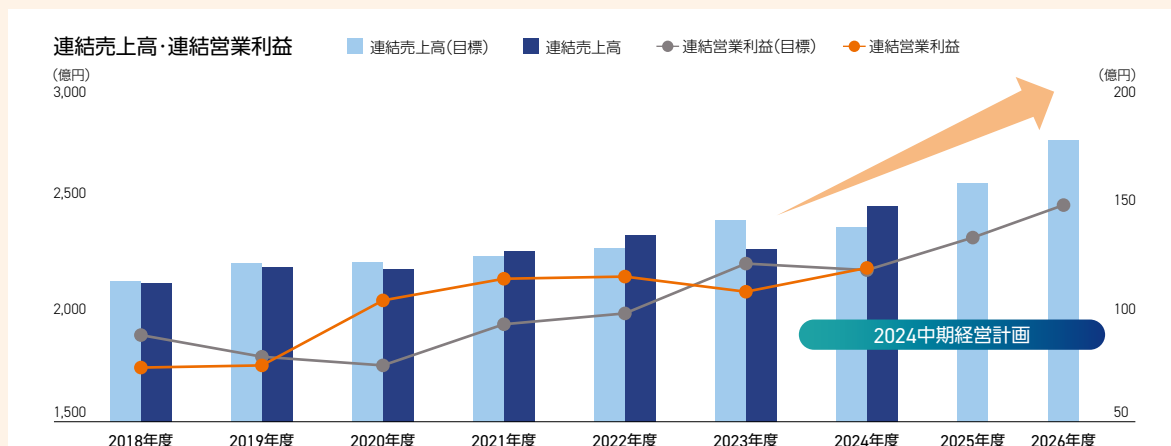
2,800億円 (2024年度:2,495億円)

連結営業利益

150億円 (2024年度:121億円)

ROIC

7.0% (2024年度:5.6%)



※ 2023年度 営業利益:FCパッケージ変更による一時的な減額(▲約30億円)を除く

