価値創造モデル

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
オートバックスブランド

人的資本
連結グループおよび
FC加盟店の
約2万人の人材

製造資本
国内外1,420店舗の
販売拠点、
調達・物流網

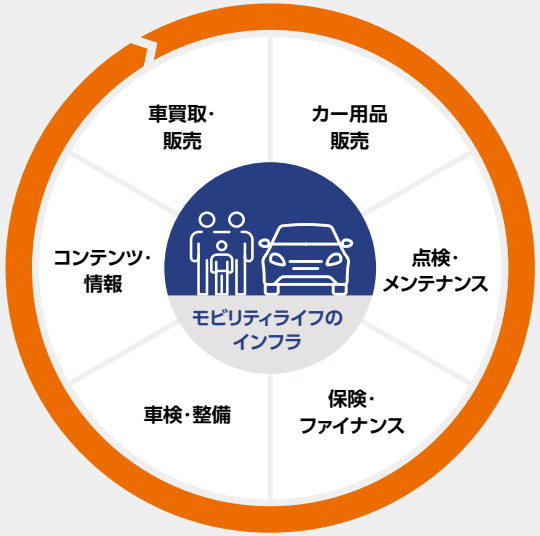
知的資本
PB商品開発力や
商品選定・
売場づくりのノウハウ

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」

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」

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」
P18

人的資本経営	物流基盤	IT基盤	コーポレート・ガバナンス
P33	P31	P32	P45

マテリアリティ P15

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	3,000億円
連結営業利益	150億円
ROIC	6.0%

- 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

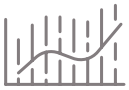
社会の交通の安全とお客様の豊かな人生の実現

価値創造モデル：6つの資本

オートバックスセブングループの強み

※数字は2026年3月期または2026年3月末時点

財務資本



健全な財務基盤を堅持

安定した収益基盤を背景に、成長領域への投資を推進。

営業利益
137 億円

自己資本当期純利益率
6.2 %

自己資本比率
56.8 %

課題
- 最適な資本配分
- 投資済み事業の収益化加速

目指す姿
- ROE・ROIC向上による資本効率の最大化
- シナジー創出による事業ポートフォリオの高度化
- 投資済み事業の収益貢献拡大

社会・関係資本

広範な店舗網と顧客基盤

全国の店舗網により、モビリティライフ全体を支える顧客基盤を構築。

国内外グループ店舗数
1,420 店舗

指定工場（民間車検工場）
444 店舗

オートバックス会員数
864 万人

課題
- 店舗・サービス品質の向上
- 来店価値の向上

目指す姿
- 顧客満足を高める店舗・サービスの実現
- モビリティライフ全体を通じた顧客接点の拡大

人的資本

多様な人材が活躍

多様な人材が活躍し、一人ひとりが成長できる環境づくりを推進。

連結グループ・FC加盟店従業員数
約 **20,000** 人

自動車整備士
約 **3,900** 人

女性管理職比率
7.9 %

課題
- 整備士・専門人材の確保
- 人材育成・スキルの底上げ

目指す姿
- 高品質・高付加価値なサービスの提供
- 多様な人材が活躍できる組織の実現

製造資本

国内外の製造拠点と物流網

PB商品の開発から調達・販売までを国内外で展開し、店舗網と連動した物流体制を構築。

展開地域
9 つの国・地域

物流ネットワーク
国内 **47** 都道府県

設備投資
170 億円

課題
- 調達・物流の効率化
- 在庫・供給体制の最適化

目指す姿
- 安定的かつ効率的な供給体制の確立
- 物流最適化による価格競争力の向上

知的資本

ブランド力と商品開発力による価値創出

PB開発ノウハウとブランド力を活かし、付加価値の高い商品・サービスを創出。

タイヤに関する調査
タイヤ販売店 10年連続
No.1 ※1

車買取会社・中古車販売店
オートバックスカーズ 5年連続
総合 **1** 位 ※2

課題
- PB商品の魅力向上
- データ活用のさらなる深化

目指す姿
- 競争力のある独自商品・サービスの確立
- DXによる付加価値創出

自然資本

サステナビリティ経営の推進

モビリティライフを支える企業として環境負荷低減と持続可能な社会に貢献。

CO_2排出量
22,362 t-CO_2e

電力消費量
4,002 万kWh

課題
- 環境対応・脱炭素への取り組みの強化

目指す姿
- CO_2排出削減の推進
- 持続可能なモビリティ社会への貢献

※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（2026年）」における結果　※2：株式会社oricon MEが実施する「2025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「2026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

オートバックスセブングループの事業活動

目指す姿

モビリティライフのインフラ

すべての人々の移動と暮らしを支え続ける存在へ

戦略方針

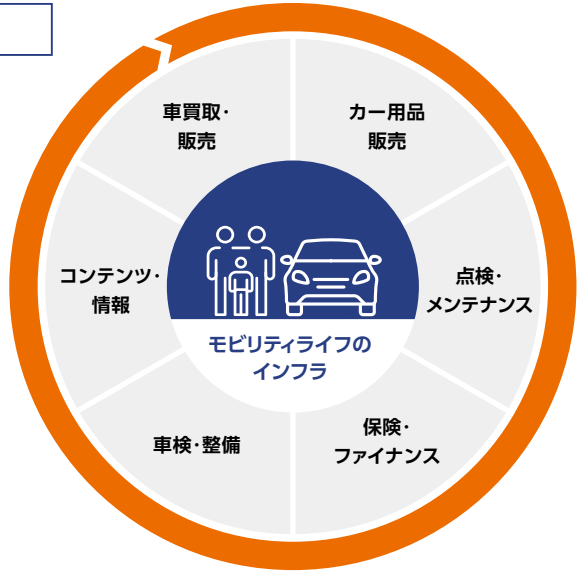
総合モビリティアフター業への転換

カー用品販売の枠を超え、整備、車検、保険、車販売などを含む
自動車アフターマーケット全体（20兆円超市場）を
事業領域とするビジネスモデルへ

モビリティライフを支える循環型エコシステムの構築

当社グループは、モビリティライフを送るうえで必要となる商品・サービスを総合的に取り扱い、グループ内ワンストップでさまざまなソリューションを連続的に提供することで、お客様一人ひとりのモビリティライフに寄り添い続ける存在となることを目指しています。

事業活動



総合モビリティアフター業を支える3本柱

圧倒的強みの領域の強化（本業の進化）

- 国内タイヤ販売シェアの拡大
- 車両メンテナンス需要の獲得と生涯顧客化

つながりが強くなる商品やサービスの創出（顧客接点の拡大）

- ネットとリアルの融合によるシームレスなサービス提供
- 店舗リピート率の向上に寄与するラインアップ拡充

エンゲージメントの仕組み構築（データ活用基盤の構築）

- グループ全体の顧客データ・車両データを一元管理（DX）
- データ分析に基づく最適な提案

オートバックスセブングループのマテリアリティ

社会課題を解決する事業の創出
EVへの対応等SDGsに資する
事業開発やその事業組成を
オープンイノベーション型で創造

環境・社会に配慮した取り組みの充実
省エネ等のCO_2削減や環境負荷軽減、
地域社会との共生を図る

成長し続ける組織・人財
次世代人材や整備士の育成、
働き方改革、健康経営、
ダイバーシティ&インクルージョンの実現

持続可能かつ強固な経営基盤
DXによる経営改革の推進、
ESGを中心に置いた経営の実践により
強固な経営基盤を構築

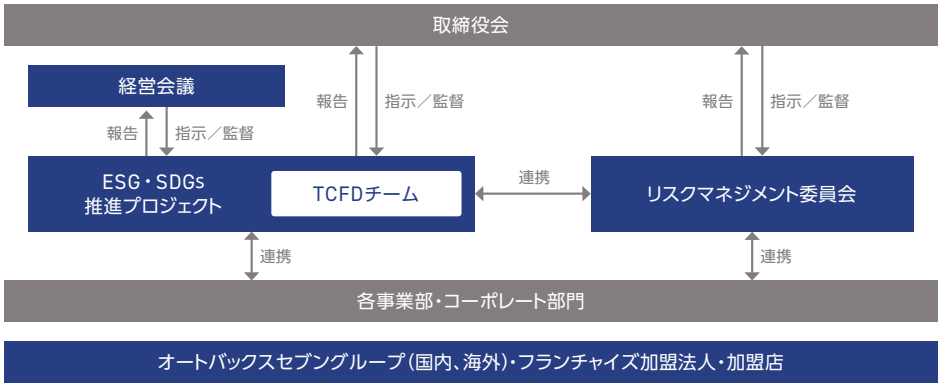
マテリアリティ特定のプロセス

当社は、2021年5月にマテリアリティを特定しました。特定にあたっては、SDGsやISO26000、GRIスタンダード等から社会課題リストを作成し、そのリストをもとにESG・SDGs推進プロジェクトメンバーにより議論を行い、ワークショップを開催して当社が取り上げるべき社会課題を選定しました。その後、社会課題の重要性を経済性と社会性の2軸で評価し、マテリアリティ案として整理しました。社外有識者、社長および取締役、執行役員（当時）と意見交換を行い、その妥当性を検証し、取締役会での討議、承認を経て、マテリアリティを「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」の4つに特定しました。

今後は、社会環境や事業状況の変化に応じてマテリアリティの見直しを行うとともに、当社グループの各種方針にもESGの視点を組み込むことで、持続可能な社会の実現に向けた事業活動を実践していきます。

推進体制

当社では、サステナビリティを重要な経営課題と位置づけ、取締役会の監督のもと、全社的な推進体制を構築しています。

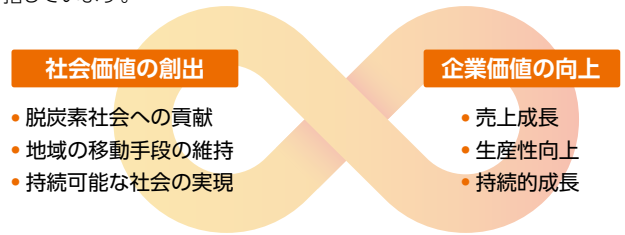


WEB | サステナビリティ推進体制

マテリアリティと中期経営計画のつながり

当社グループでは、特定したマテリアリティを持続的な企業価値向上に向けた重要課題として位置づけています。中期経営計画では、事業環境の変化や経営課題を踏まえ、各マテリアリティの実現に向けて重点的に取り組む非財務目標およびKPIを設定し、その進捗管理を行っています。

具体的には、「環境・社会に配慮した取り組みの充実」においては、EV普及の推進や環境配慮型店舗・商品の拡大を通じて環境負荷低減を図るとともに、「成長し続ける組織・人財」の実現に向けては、「人的資本の最大化」「イノベーションを創出する組織の変革」「戦略的な人員配置」を人事中期方針として掲げ、人材育成やダイバーシティ推進、エンゲージメント向上などの取り組みを進めています。また、「持続可能かつ強固な経営基盤」を支えるガバナンス、DXおよびリスクマネジメントの強化を通じて、各マテリアリティおよび中期経営計画の着実な実行を支えています。これらの取り組みにより、社会価値の創出と企業価値の向上を目指しています。



2024中期経営期間中に重点的に取り組むべき非財務目標	人事中期方針 重点投資分野
脱炭素社会の実現に向けた安全・安心なEV普及の推進	人材育成・リスキリング
環境配慮型店舗の設置によるCO_2の削減	ダイバーシティ&インクルージョン
環境配慮型ビジネスの推進	リソース・タレント・マネジメント
サーキュラーエコシステムの実現	エンゲージメント向上

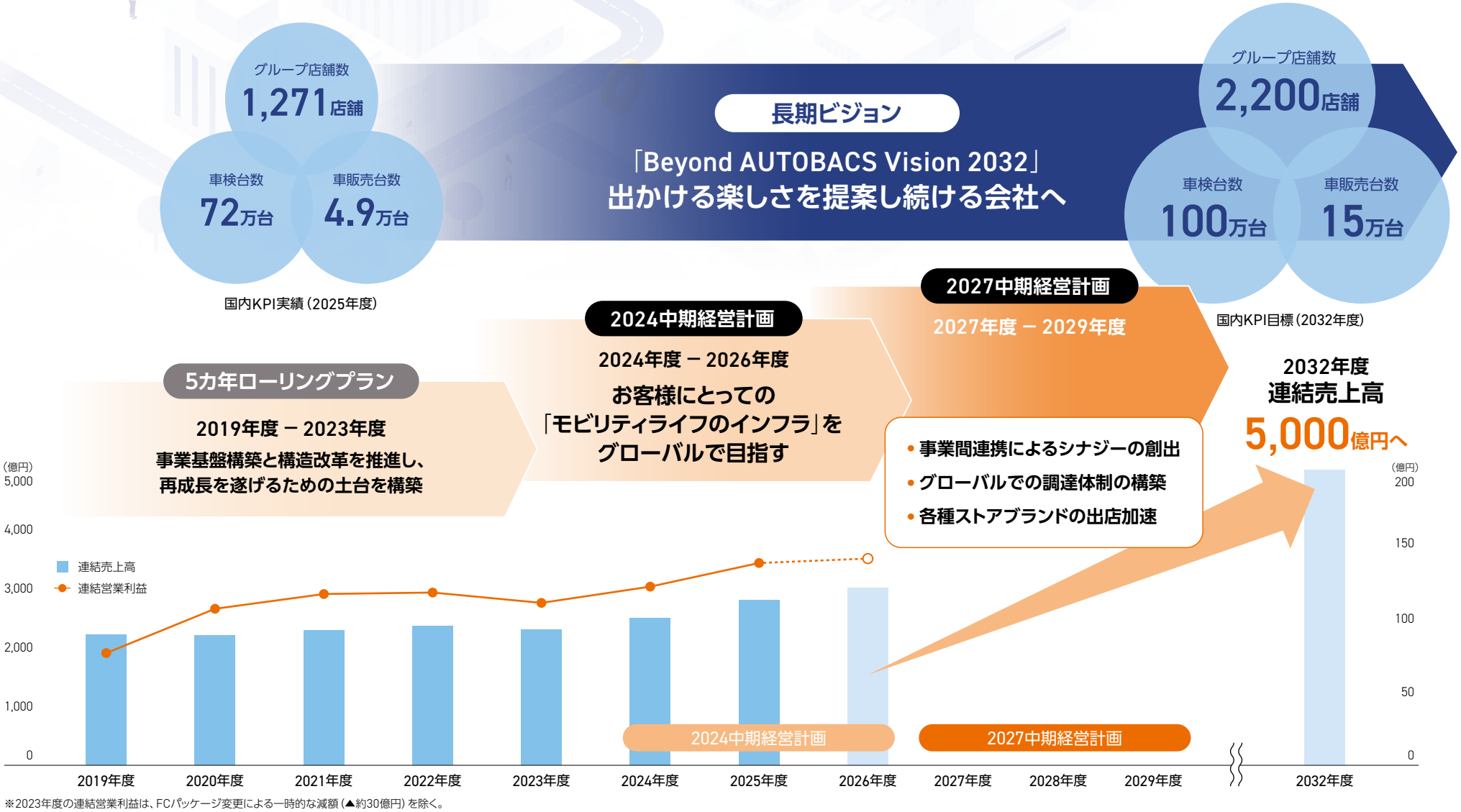
事業環境認識

経営環境の変化	当社への影響		当社の取り組み	関連ページ
	リスク	機会		
自動車業界 • 新車価格の高騰 • 平均車齢の上昇 • 電動化、自動運転技術の進展 • 新型モビリティの普及	• 技術進化への対応遅延 • 競争環境の激化 • 原材料・物流コストの上昇	• 中古車需要の拡大 • メンテナンス需要の増加 • 新たなモビリティ需要の創出	• 中古車・メンテナンス領域の強化 • 整備高度化とEV対応力の強化 • 事業間連携によるシナジー創出 • 新型モビリティへの対応・サービス開発	P17 長期ビジョン実現に向けた全体像 P18 2024中期経営計画 P23-34 持続的成長に向けた取り組み
社会・顧客 • インフレの進行 • AI・デジタル技術の普及 • モビリティ利用形態の多様化 • 価値観・購買行動の多様化	• 購買意欲の低下 • 価格競争の激化	• 多様なニーズへの対応による顧客基盤拡大 • デジタル活用による顧客接点拡大	• モビリティ利用の選択肢拡充 • ニーズに応じたマルチブランド展開 • デジタルを活用した顧客接点の拡大	
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	• 企業価値の低下 • 市場からの信頼低下	• 企業価値の向上 • 市場からの信頼獲得	• 資本効率を意識した経営の推進 • ガバナンスおよびリスク管理の高度化	P19-22 管理管掌メッセージ P40-44 社外取締役座談会
人的資本 • 労働力人口の減少 • 人材獲得競争の激化 • 働き方・価値観の多様化 • ダイバーシティ・人権への配慮要請	• 人件費高騰 • 採用難・人材不足 • 離職増加	• 多様な人材の採用によるイノベーション創出 • 業務効率化による生産性向上	• 機能・配置の最適化およびDX活用による業務効率化 • 多様な人材の採用・育成 • エンゲージメント向上	P33-34 持続的な価値創造を支える人材基盤 P39 整備士の確保・育成
環境・規制 • カーボンニュートラルへの要請 • 環境規制の強化	• 規制対応コスト増加 • 脱炭素化への移行負担	• 環境配慮型商品の需要増加 • EV関連市場の拡大	• 環境配慮型商品・サービスの拡充 • EV関連事業への対応強化	P37 気候変動への対応 P38 電動モビリティ時代に向けた対応

長期ビジョンの概要

長期ビジョン実現に向けた全体像

長期ビジョンの実現に向け、当社グループは事業ポートフォリオの見直しや周辺領域への挑戦を通じて、成長基盤の強化を進めています。中期経営計画を着実に推進し、出かける楽しさを提案し続ける会社を目指すとともに、企業価値の持続的な向上に取り組んでいきます。



※2023年度の連結営業利益は、FCパッケージ変更による一時的な減額（▲約30億円）を除く。

2024中期経営計画の概要

2024中期経営計画（2024年度 － 2026年度）

目指す方向性 **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**

1. 最も得意とする小売りと卸売りの2軸に集中し強化する体制に変える
2. 長期ビジョンを実現するための周辺領域への挑戦も行う
3. 利益水準をもう一段押し上げつつ、安定的な還元を実現する

戦略骨子

❶ モビリティライフを支え続ける「タッチポイントの創出」
拠点と卸売先の拡大によるスケールメリットの増強

❷ 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

❸ 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」
事業シナジーを創出する資本業務提携の推進

株主還元方針

本中期経営計画期間の株主還元は、長期ビジョンの達成に向けた成長機会への投資を優先し、原則として1株当たり年間60円の安定的な配当を行う方針

成長投資

- 設備投資：新規出店やIT・物流基盤への投資を推進
- M&A投資：コンシューマ事業を中心に重点投資を実施

成長投資の進捗

	2024年度	2025年度	2026年度（計画）
設備投資	約89億円	約170億円	約145億円
M&A投資	約103億円	約61億円	―

※M&A投資額は、連結ベースの投資キャッシュフローに基づき算出

定量目標と進捗

定量目標（2026年度）

連結売上高	連結営業利益	ROIC
3,000億円	150億円	6.0%

進捗と見通し

	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度（計画）
連結売上高	2,298億円	2,495億円	**2,800億円**	3,000億円
連結営業利益	80億円	121億円	**137億円**	150億円
ROIC	4.1%	5.6%	**5.7%**	6.0%
ROE	5.0%	6.2%	**6.2%**	7.0%

セグメント利益

- オートバックス事業が高収益・高ROICを維持
- コンシューマ事業の収益性および資本効率を改善することで、さらなる利益成長を目指す

	2023年度	2025年度	2023～2025年度 CAGR	2025年度 ROIC
オートバックス事業	165億円	224億円	+16.3%	**14.1%**
コンシューマ事業	▲12億円	5億円	―	**0.8%**
ホールセール事業	6億円	9億円	+22.5%	**3.9%**
拡張事業	2億円	7億円	+84.7%	**1.5%**
コーポレート※	▲81億円	▲108億円	―	―

※各報告セグメントに配分していない全社費用であり、主に一般管理費