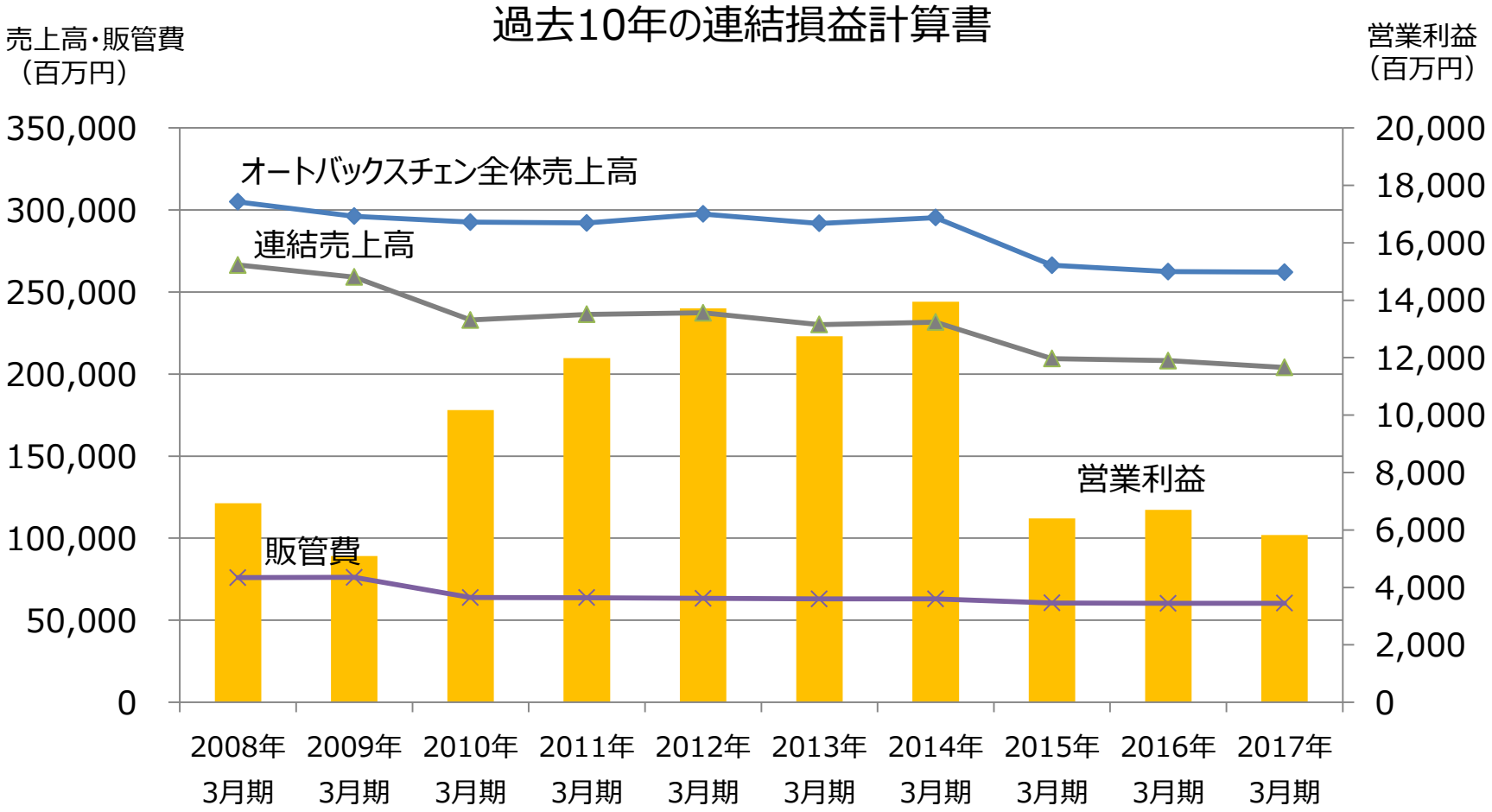
2017年3月期　決算説明会

2017　中期経営計画
（2018年3月期～2020年3月期）

株式会社オートバックスセブン

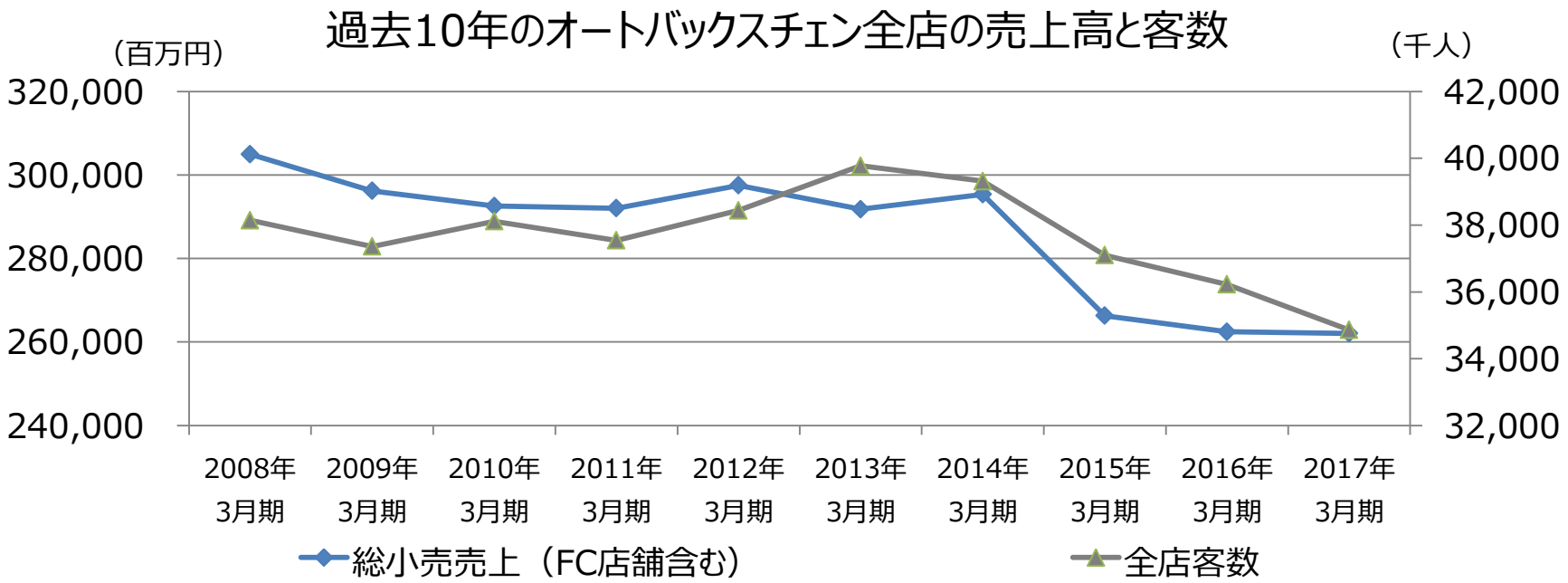
代表取締役　社長執行役員
小林　喜夫巳

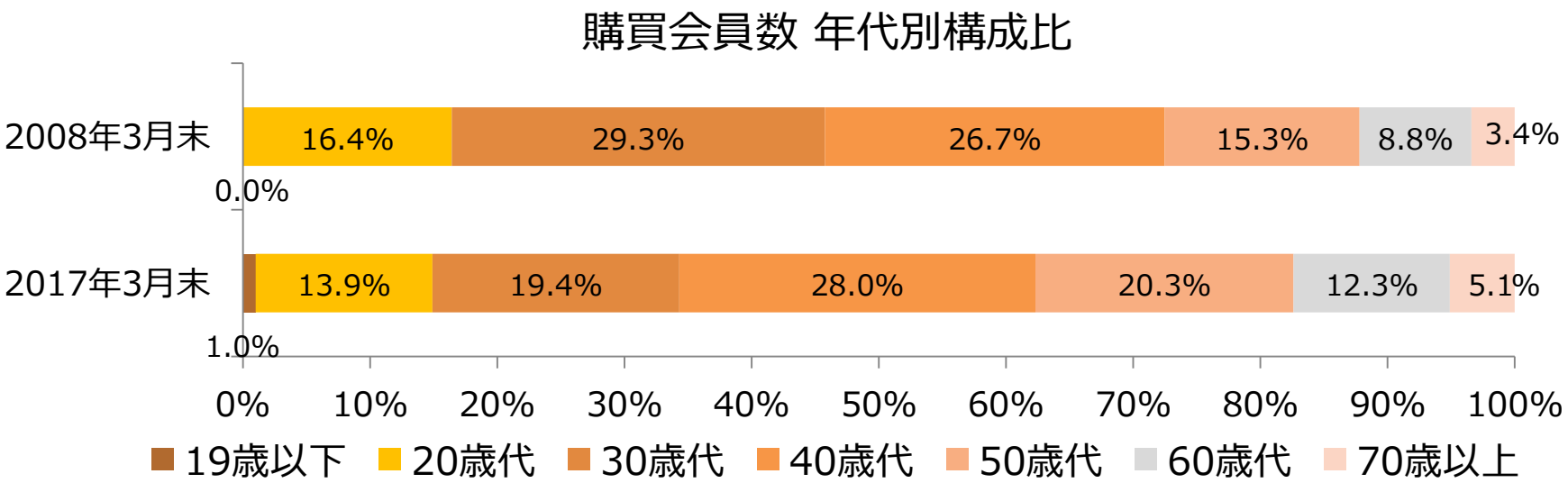
現状認識（１）



オートバックス事業の売上の減少に対して販管費の変化が小さい

現状認識（２）


過去10年のオートバックスチェン全店の売上高と客数
（百万円）
（千人）
320,000
300,000
280,000
260,000
240,000
42,000
40,000
38,000
36,000
34,000
32,000
2008年3月期
2009年3月期
2010年3月期
2011年3月期
2012年3月期
2013年3月期
2014年3月期
2015年3月期
2016年3月期
2017年3月期
総小売売上（FC店舗含む）
全店客数


購買会員数 年代別構成比
2008年3月末
0.0%
16.4%
29.3%
26.7%
15.3%
8.8%
3.4%
2017年3月末
1.0%
13.9%
19.4%
28.0%
20.3%
12.3%
5.1%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
19歳以下
20歳代
30歳代
40歳代
50歳代
60歳代
70歳以上

国内事業の現状認識と事業環境

外部環境：人口減、お客様の嗜好の多様化、
自動車に関わる技術、ライフスタイル提案型小売店の台頭

競合：　カーディーラー等のカー用品・サービス強化、
低価格で品揃え豊富なネット販売の増加

問題点：　商品・業態とお客様のニーズとのミスマッチ
競合との価格差、プロモーション方法の多様化

強み：　長年培ったブランド、FC加盟法人の経営力

優先課題：　店舗の魅力を上げる
（オートバックス事業の再生）

連結グループの目指す姿

１．オートバックス事業の再生

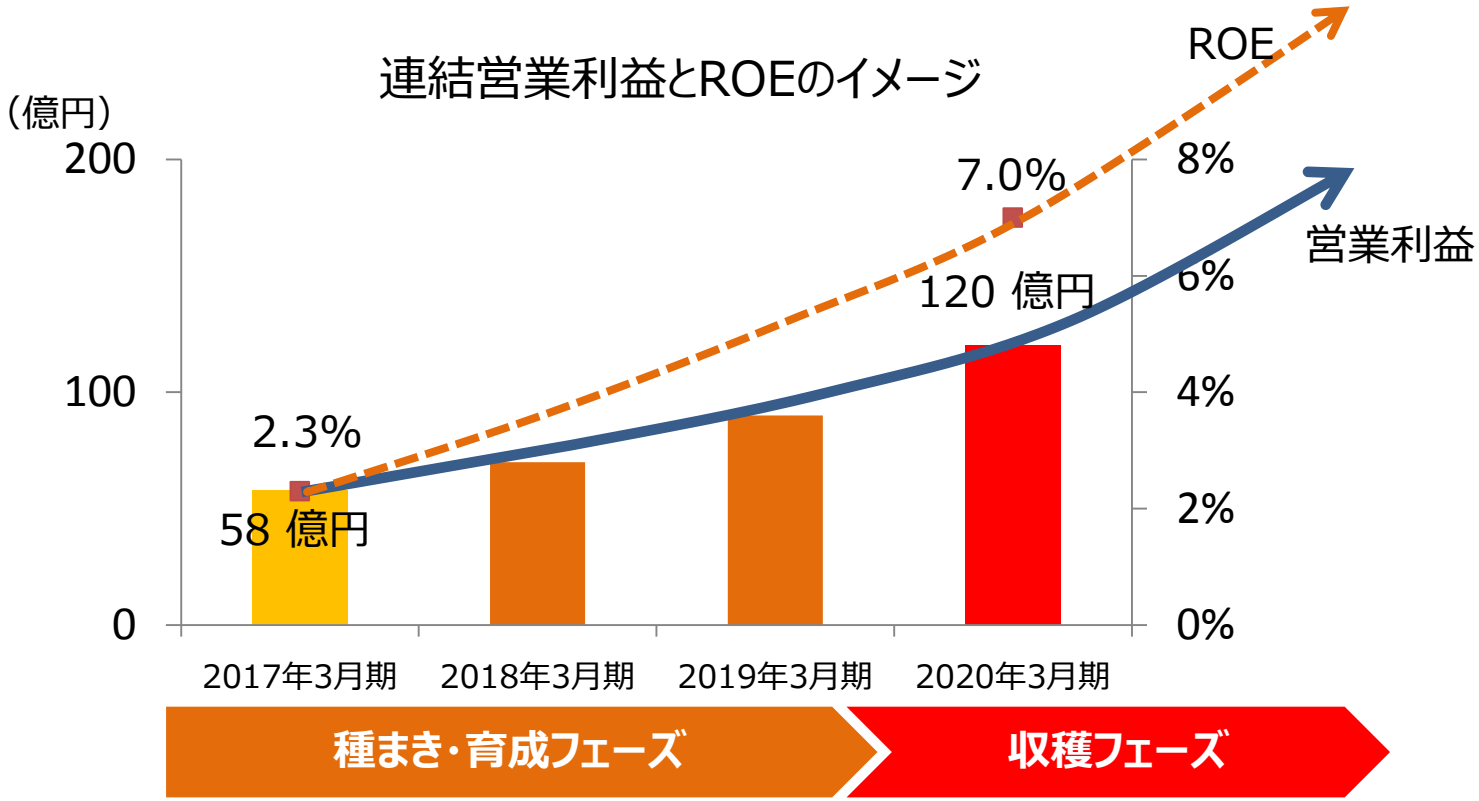
「新たな商品」「新たな業態」でライフスタイルを提案

２．将来に向けた成長ドライバーの育成

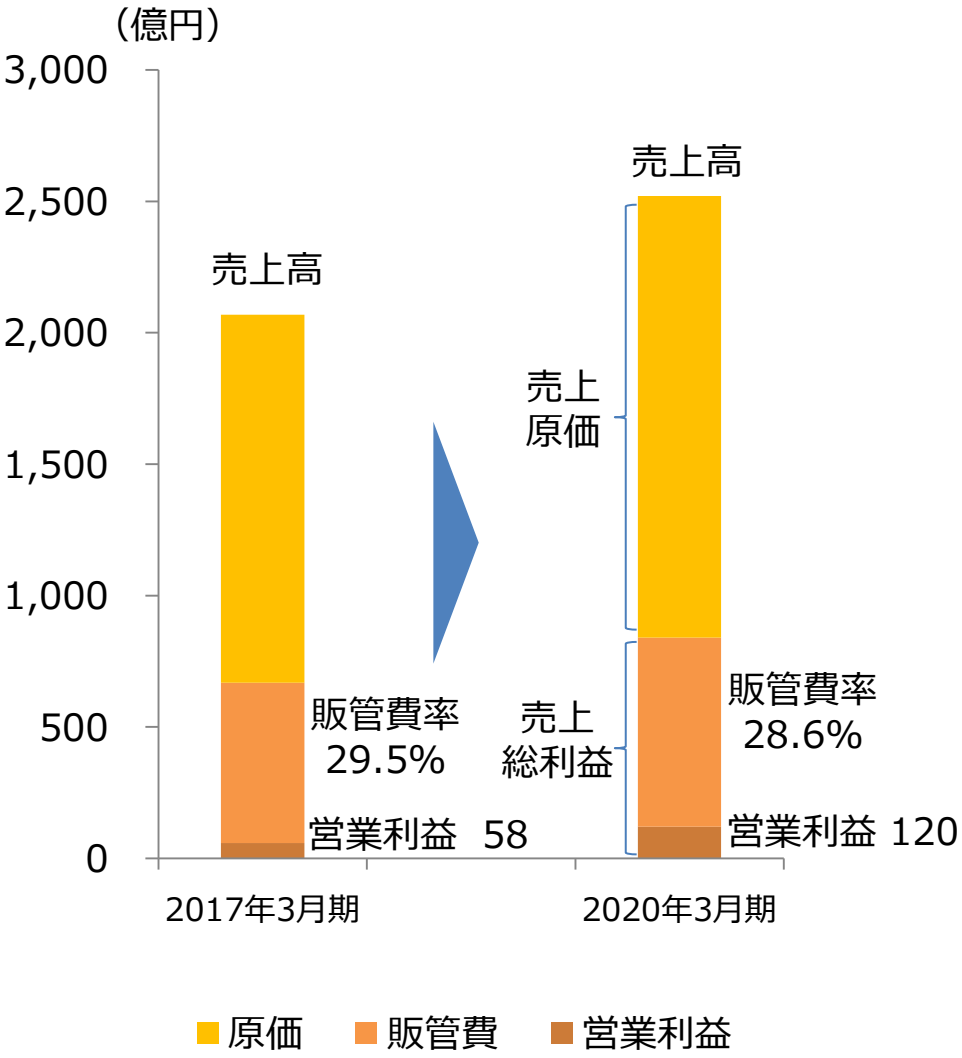
- 新規事業：車買取専門店、BtoB事業、輸入車ディーラーなど
- 海外事業：各国のニーズに合った小売・サービスと卸売事業

経営目標（2020年3月期）

連結営業利益	120億円
連結ROE	7.0%



P/Lで表す目指す姿



売上高を増加させる

・新商品、新サービスの増加
　客数増に伴う売上の増加
・新規事業、海外事業の売上増加
　（車買取、BtoB）

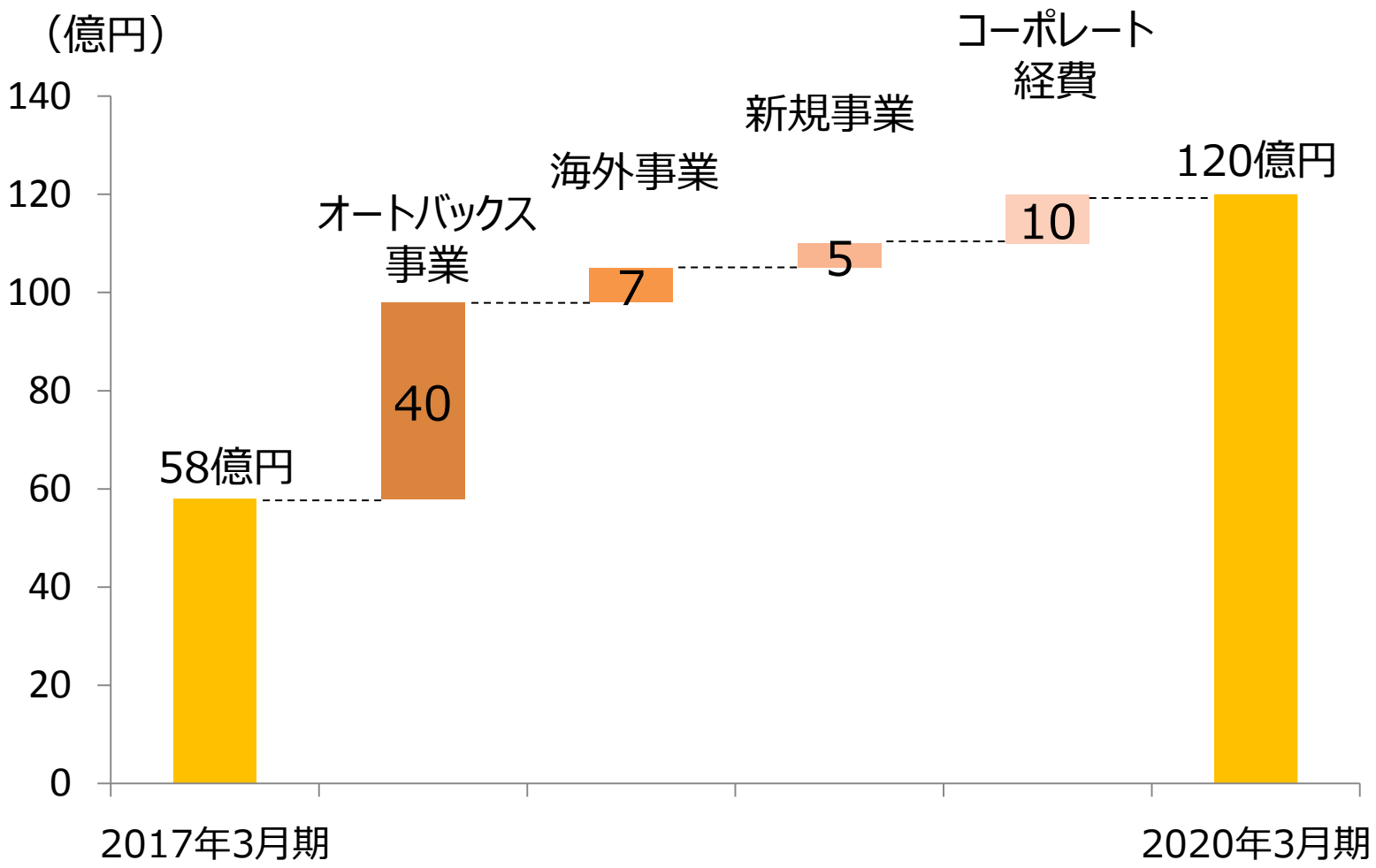
売上総利益を増加させる

・原価率の低減
・車検強化によるサービス比率上昇

販管費率を低下させる

・ITなどのコスト削減
・商品、業態開発への人員シフト
・車買取、BtoB事業への人員シフト
・販促の効率化

営業利益の増加の事業別ブレイクダウン



魅力ある店舗づくりのために

オートバックスチェンの目指す姿
「プロフェッショナル」で「フレンドリー」な存在となり
お客様とつながり続けることで、継続的なチェンの発展を実現

従来のアクセサリーやレジャー関連商品（機能重視）

従来のカテゴリーでも、ライフスタイル提案のできる商品を増やす

洗車	GO OUT（おでかけ）	インテリア＆フレグランス

ライフスタイル提案ができる世界観・雰囲気作り

お客様にとって、プロフェッショナルでフレンドリーなスタッフ

プロフェッショナル
信頼、安心

フレンドリー
何でも頼みやすい

具体的な施策

オートバックス事業の再生に向けて（１）

お客様層のファミリー層、若年層（取り戻す）

１．お客様を知る

- カスタマーボイスプログラム（各店舗への指導）
- 会員データの分析

２．会員制度の見直し

- Tポイントへの統合
- お得意様層の拡大のための制度変更

３．プロモーションの見直し

- マス広告とSNSなどを使った広告の適切な配分
- 「プロフェッショナルでフレンドリーなオートバックス」の訴求

「プロフェッショナルでフレンドリー」を訴求するテレビCM

オートバックス事業の再生に向けて（２）

魅力のある商品の開発

１．新商品の開発

- 安心、安全関連
- ライフスタイル関連
- 新しいカーエレクトロニクス、IoT関連
- 既存カテゴリーのグレードアップ

２．売り方の開発、改善

- 利用シーン別の提案型売場の増設

新商品および新しい売場の例

ペダルの見張り番

360度ドライブレコーダー

キャンピングカー

UPQの商品

ブルートゥーススピーカー

「ヘルス＆ビューティー」提案売場

逆さ傘

「楽しい洗車」を訴求する売場

オートバックス事業の再生に向けて（３）

お客様のニーズに応える売り方開発

１．ライフスタイル提案ができる業態

- 既存店舗の改装（売場とピット設備）
- 新ブランド「JACK&MARIE」の立ち上げ
- ライフスタイル商品の開発とともに既存売場への展開

２．特定の商品・サービスを提供する業態

- 地域ごとのニーズに合った商品・サービス
- ネット等による予約の充実
- 低コストによる出店

新業態の例

ライフスタイスタイル提案型

ライフスタイル特化型実験店
（画像は計画段階のもの）

既存店において
一部、売場や
内装・外装で導入へ

特定の商品・サービスを提供する店舗（ローコスト店舗）

Smart +1
（洗車切り口、主に都市、予約制）

予約専門オートバックス
（主に地方、予約制）

車検デポ
（店舗への予約の取り次ぎ）

ガソリンスタンド併設型

クルマに関わるライフスタイルブランド：”JACK&MARIE”

IN

ZOZOTOWN

2017年6月1日OPEN

商品：約1,000アイテムを目指す

トートバッグ

折り畳みコンテナ

フレングランス

Tシャツ

サンシェード

オートバックス事業の再生に向けて（４）

人材育成、活性化

１．整備士人材の育成と定着化の取り組み
（㈱チェングロウスの設立）

- 整備士養成施設における教育とチェン内への人材派遣
- FC法人に対する人材定着のためのコンサルティング

２．働きがいのある職場の整備（店舗、本部）

- 労働時間、勤務シフト
- 教育体制
- 報酬、資格制度
- 報奨

第１回オートバックスアワード
（お客様の声で選ばれたスタッフ、店舗を表彰）

オートバックス事業の再生に向けて（５）

魅力を上げるための基礎の強化

１．車検、車買取による安定的な収益構造の構築
- 15分受入点検を核とした車検台数の拡大
- 「車検デポ」チャネルの拡大
- 既存カーズにおける買取のための人員・オペレーションの改善

２．店舗運営の省力化
- 店舗の業務量の調査
- マニュアルの再整備
- 新オペレーションの設定や改装の実施

３．コストの効率化
- 仕入原価、物流コストの低減
- 店舗の設備や機器のコスト削減

４．粗利率改善策、在庫効率向上策の継続

将来に向けた成長ドライバーの育成

海外事業

１．小売・サービス

フランス	メンテナンスに関わる提案の強化、 EC（自社・他社）の拡大 サービス収入拡大による粗利率の向上
シンガポール	ガソリンスタンドへのインショップの拡大
タイ	旗艦店＋小型店の拡大
マレーシア	商業施設への中型店の出店
インドネシア	富裕層向け店舗（ピット無し／有り）

シンガポール
ガソリンスタンドインショップ

インドネシア
ショッピングモール内店舗

２．卸売事業

- 主に出店地域で商品調達し、日本へも卸売
- 出店地域内での、PBや専売品の卸売

将来に向けた成長ドライバーの育成

新規事業

１．車買取専門店（オートバックスカーズ）

- オートバックスの無い都市部での居抜き物件
- 既存FC店舗内における直営業態
- 出張買取をメインにアプローチ

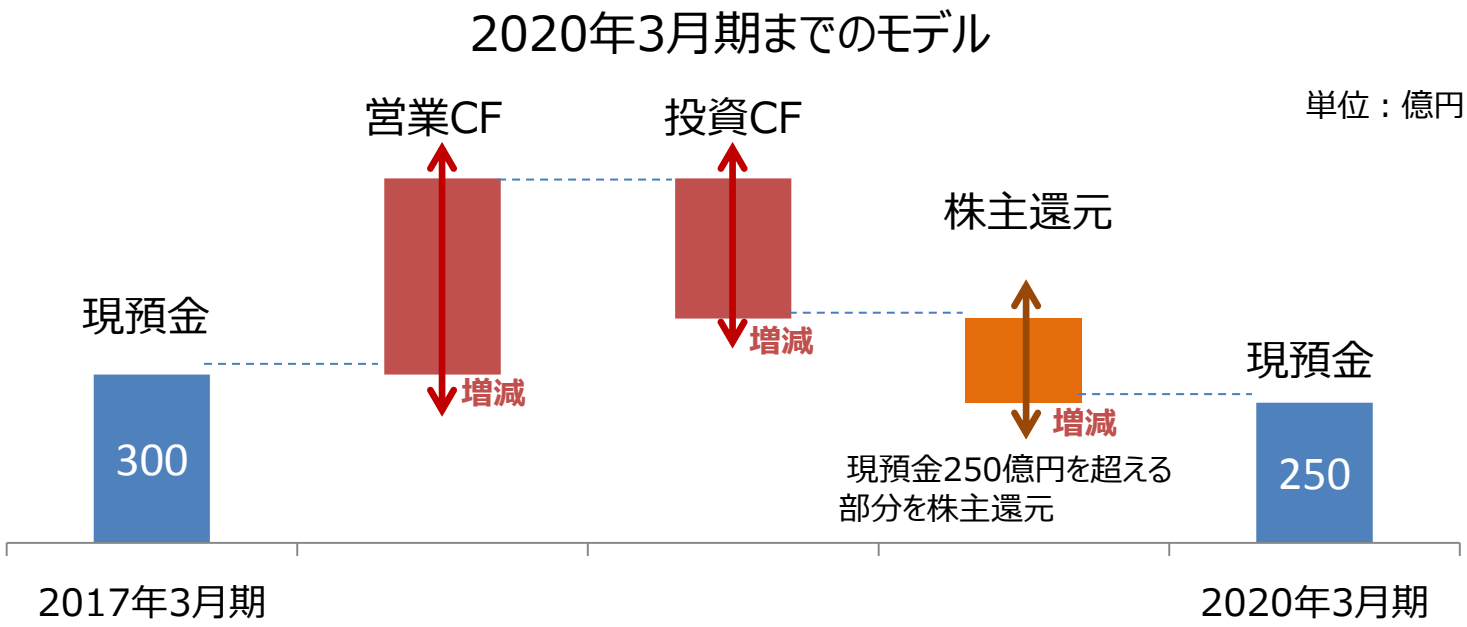
２．輸入車ディーラー事業

- 池袋に加え、栃木のBMWディーラーによる事業拡大
- グループ内の連携による効率的な経営
- 経営の質の向上と共に、ノウハウの獲得

３．BtoB事業

- ホームセンター、整備業者、中古車販売店などへの当社取り扱い商品の卸売販売
- Eコマースによる部品販売の拡充

財務戦略（キャッシュフローと株主還元）



手元資金：250億円を目途に効率化

投資：約210億円を投資

株主還元
　配当：安定配当＋配当性向50%～100%
　自社株買いは、余剰資金で実施を検討

「オートバックス事業の再生」と
「将来に向けた成長ドライバーの育成」