

報道関係者各位

2015年11月20日

2015年9月期決算を発表

— 主力メルセデス・ベンツが好調、増収・増益決算で創立100周年を飾る —

ヤナセの2015年9月期（以下、当期）連結決算は、売上高が4,182億5千8百万円と2014年9月期（以下、前期）と比較して273億9千9百万円（7.0%）増加し、営業利益は137億7千8百万円（前期比17.8%増）、経常利益は117億2千万円（同22.6%増）、当期純利益は61億5千5百万円（同8.3%増）となりました。

- ・売上高は4期連続の増収、営業利益・経常利益は6期連続の増益、当期純利益も増益となり、本年5月25日に創立100周年を迎えた当社の記念すべき事業期を飾る増収・増益決算を達成しました。
- ・利益は売上高の増加に伴う売上総利益の伸長に加え、対売上高販売費及び一般管理費率の改善や、有利子負債圧縮による金利負担軽減などの経営効率化により、増収率を上回る増益率を達成。営業利益、経常利益、当期純利益のすべてで前期を上回りました。
- ・当期末の総資産は1,905億8千7百万円で、前期から49億1千5百万円（2.6%）増加。純資産は前期比11.0%増の435億9千1百万円となり、自己資本比率は前期末から1.8ポイント上昇して22.9%になりました。また、有利子負債残高は前期末472億6千1百万円から当期末424億7千5百万円に、47億8千5百万円圧縮しました。
- ・販売実績は前期に引き続き主力メルセデス・ベンツの好調に加え、当社創立100周年を記念した限定車の発売やホテルフェアの開催、各種商業施設の出張展示会での需要喚起などにより、新車は4.4%増の39,015台となりました。中古車は、新車販売増加に伴う下取車の在庫増や独立した仕入部門の新設、査定業務のIT化、在庫管理効率化などの業務改革が奏功し、12.6%増の36,978台となり、新車・中古車とも前期実績を上回りました。

（百万円未満切捨て）

1. 連結業績（2014年10月1日～2015年9月30日）

（%表示は対前期増減率）

期	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2015年9月期	418,258	7.0	13,778	17.8	11,720	22.6	6,155	8.3
2014年9月期	390,858	15.8	11,695	21.3	9,558	35.1	5,685	△19.9

（参考）連結対象子会社数 13社

2. 連結財政状態

期	総資産	純資産	自己資本比率	有利子負債 （社債含む）
	百万円	百万円	%	百万円
2015年9月期	190,587	43,591	22.9	42,475
2014年9月期	185,672	39,282	21.1	47,261

ー営業概況ー

＜新車＞当社創立 100 周年を機に各ブランドでヤナセグループ独自の限定車を発売し、併せて全国各地でホテルフェアを開催するなど、既納先のお客さまを中心に需要を喚起しました。また、各種商業施設と連携した出張展示会の開催による新規顧客の獲得にも取り組み、販売実績は 4.4% 伸長しました。主カメルセデス・ベントンは、昨年 7 月導入の新型「C クラス」の完成度の高さが評価され、好調な販売実績で推移。また、「S クラス」もクリーンディーゼルハイブリッドやクーペなど、ラインアップ拡大がクラス全体の需要創出効果を生み、さらに SUV の「GLA クラス」「G クラス」も好調に推移して、収益向上に大きく寄与しました。BMW は、初の MPV モデル「2 シリーズ アクティブ ツアラー／グラン ツアラー」が、新規のお客さまを中心に好調な受注を獲得。SUV モデル「X4」も着実に実績を積み上げました。アウディは、エントリーモデルを追加した「A1」と、マイナーチェンジで外観がリファインされた「Q3」が好調に推移。「A3」も着実に受注を獲得して伸長しました。フォルクスワーゲンは、マイナーチェンジを受けた「ポロ」や、商品量が充足した「ゴルフ ヴァリアント」が順調に受注を獲得しました。キャデラックは、クーペなどを追加設定した「ATS」に加え、新型「CTS」や限定車を投入した「SRX」が好評を博しました。シボレーは、本年 4 月にレーシング仕様モデルを追加投入した「コルベット」が着実に受注を獲得。「カマロ」も限定車の投入効果で底堅く推移しました。

＜中古車＞本年 2 月に「プライシングセンター」を新設し、全国の査定業務を一元化して市場価格に弾力的に対応する体制を構築。また下取り数量拡大を目的に、タブレット端末を利用した査定手法を新たに導入し、査定 of 正確・迅速化に努めました。そして、商品化日数の短縮、長期在庫車の圧縮など流通のスピードアップに取り組み、併せて保険・ボディコーティングなど収益性の高い商品の拡販で、収益性向上にも努めました。さらに小売販売体制強化のため、新車・中古車併売拠点の販売活動の活性化と販売拠点の拡充を推進。その結果、卸・小売を合わせた販売実績は 12.6% 伸長しました。

＜アフターセールス＞新車・中古車部門と連携したお客さまフォロー活動の徹底と、長期未入庫のお客さまへの入庫促進活動に組み、車検・定期点検台数とも前期を上回りました。また、お客さまの車両の使用状況やニーズに適した整備メニューの提案で、さらなるお客さま満足度（CS）を向上。一方、車検の立ち会い見積もりの積極化や各種マニュアル類の整備、技術研修の強化など、生産性向上に取り組みました。周辺商品は、新商品を投入したカーケアのほか、タイヤ、オイル類、ドライブレコーダーなどの拡販で、収益確保に努めました。板金塗装事業は、新たに導入した自費修理プログラムの認知度向上による受注台数確保に加え、競合ブランドの認定工場資格の取得、他ディーラー・損害保険会社への積極的な営業活動で売上拡大を目指しました。その結果、当社グループの整備実績は前期比 4.3% 伸長しました。部品外販事業は、一般整備事業者向けの販売比率向上を重点施策として掲げ、関西エリアセンターの営業対象地域を拡張したほか、営業担当者への教育訓練に注力。前期を上回る売上高を達成し、さらに円安などの影響で仕入コストが増加傾向にある中で、収益向上を果たしました。

ー中期経営計画「TRANSFORM II（トランスフォーム II） 2016」の基本方針ー

2013 年 10 月にスタートした第 5 次中期経営計画「TRANSFORM II 2016」の最終年度となる 2016 年 9 月期は、1. お客さまとの強固な関係構築、2. 各拠点の統一的経営管理の徹底、3. 人事制度改革の推進、4. バリューチェーン収益の拡大、5. 人材採用・開発（HRRD：Human Resource Recruitment & Development）の強化、の 5 項目を主要経営課題として、将来の飛躍につながる確固たる企業体質へのトランスフォーム（変革・変身）を目指します。

＜新車＞出張展示会を中心に各種販売促進活動を積極的に展開。取り扱いブランドのラインアップ拡大を活かして新規需要の獲得を強化します。また、既納先のお客さまへのフォロー活動を着実かつ的確に遂行するとともに、営業拠点の新設・リニューアルや、誘客性の高い当社独自の来店促進策を展開して拡販に努めます。

＜中古車＞本年 10 月に情報量増加と閲覧性改善を目的に、認定中古車検索サイトを刷新。また、新車営業担当者による中古車販売活動の活性化や拠点拡充などで、小売販売台数増大を目指します。さらに車両保管場所の拡張など、下取り車の増加に対応した運営体制を構築。早期入庫や商品化日数の短縮、長期在庫車の削減への取り組みで収益体質を強化します。

＜アフターセールス＞営業拠点が一丸となってお客さまフォロー活動を継続し、車検整備を中心に入庫台数を拡大します。また整備技能・工程管理の強化で、整備品質向上と工期短縮に努め、CS と生産性向上の両立を目指します。さらに板金塗装事業や部品外販事業の営業活動を活発化し、売上拡大に取り組みます。

＜金融保険＞ファイナンス利用率の向上に努めるとともに、2016 年 5 月の保険業法改正で求められる募集ルールに対応した全国共通の保険販売体制「ヤナセ保険スタンダード」を期首から導入し、さらなる付保率向上を目指します。