

報道関係者各位

2017年5月24日

2017年3月期決算を発表

株式会社ヤナセ（社長：井出 健義）は、事業年度の末日を従来の9月30日から3月31日に変更したことにより、当連結会計年度は2016年10月1日から2017年3月31日までの6ヵ月となりました。

2017年3月期（以下、当期）連結決算は、売上高2,151億9千5百万円、営業利益51億2千4百万円、経常利益51億9千万円、親会社株主に帰属する当期純利益28億9千4百万円となりました。

- ・販売実績は、主力メルセデス・ベンツ「Eクラス」にワゴンモデルの追加投入があったこともあり、堅調に推移。量販モデルの「Cクラス」も、仕様変更に伴う割安感などで着実に実績を上げるなど、新車販売台数は18,113台となりました。また中古車事業は、ヤナセ認定中古車の優位性・信頼性の訴求や新車販売員による中古車販売活動の活性化、販売拠点の拡充を実施。さらにWEBサイト上の商品情報の充実と掲載作業の効率化が奏功し、中古車販売台数は19,902台となりました。
- ・経常利益は、収益性の高い中古車販売・アフターセールス両事業の増収効果もあり、51億9千万円を計上。また、親会社株主に帰属する当期純利益は、特別損失として退職給付制度改定に伴う費用などが生じたものの、28億9千4百万円を計上しました。
- ・当期末の総資産は1,965億9千万円、純資産は498億6千万円、自己資本比率は25.3%になりました。また、有利子負債残高は391億3千4百万円になりました。

1. 連結業績（2016年10月1日～2017年3月31日） （百万円未満切捨て）

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
2017年3月期	215,195	5,124	5,190	2,894

（参考）連結対象子会社数 13社

*親会社株主に帰属する

※当連結会計年度は6ヵ月決算となったため、業績に関する前年度比増減額及び増減率の記載を省略

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
2017年3月期	196,590	49,860	25.3	39,134
2016年9月期	194,103	48,471	25.0	38,004

－営業概況－

＜新車＞新車販売事業は、WEBサイトを全面リニューアルしてヤナセグループの情報をより分かりやすく発信し、見積もり・試乗申込件数の増加を目指しました。また、既納先のお客さまへのフォロー活動徹底に加え、出張展示会を積極展開し、多くのお客さまが気軽に商品に触れられる機会を創出。さらに、各エリアの販売拠点の認知度向上を図るなど、新規需要の創出に努めました。主力のメルセデス・ベンツは、ワゴンモデルが追加投入された「Eクラス」や仕様変更した量販モデルの「Cクラス」、また本年2月にクーペモデルが追加投入された「GLCクラス」をはじめとする各SUV車が順調に受注を獲得。スマートは、前年度に投入したフルモデルチェンジモデルが堅調に推移しました。BMWは、部分自動運転が可能な運転支援システムを新たに採用した新型「5シリーズ」が高い実績を挙げ、ディーゼルモデルの拡充が進んだ「X1」をはじめとする各SUV車も受注を獲得。アウディは、一部モデルの入荷遅延で販売活動に影響が生じたものの、モデルが追加投入された新型「A4」や、本年1月に商品改良された量販モデル「A3」などで需要が盛り上がりました。フォルクスワーゲンは、本年1月に移転新設した新宿支店に加え、東京の世田谷と深川両エリアに新たに販売拠点を設けるなど、営業体制の強化・拡大を推し進めました。また、本年1月投入の新型「ティグアン」が、スポーティーな外観や先進の安全技術が話題を呼び好調に推移。主力の「ゴルフ」や多彩な限定車を投入した「ポロ」も、実績を獲得しました。キャデラックは、新たに投入したフラッグシップモデルの「CT6」が積極的な営業活動が功奏し、大幅に伸長。「ATS」は限定車の投入効果で堅調に推移しました。シボレーは、追加モデルが投入された「コルベット」が底堅い受注を獲得。SUVモデルの「キャプティバ」も安定的な需要を着実に取り込みました。

＜中古車＞中古車販売事業は、情報システム改修によるWEBサイト上の商品情報の充実と掲載作業の効率化で、小売数量の増大を目指しました。また、特定の車両に初度登録月から5年の保証を付した新商品「プラチナ」を期間限定で投入。これが好評を博して大きな実績を挙げ小売台数は順調に推移し、高年式車両の販売比率の向上で単価も上昇しました。さらに、競争力ある査定価格の提示による下取り数量確保や保険・カーケア商品の増販などで、収益性が向上しました。

＜アフターセールス＞アフターセールス事業は、初回車検の対象台数が年初以降に大幅に増加する中、新車部門と連携してフォロー活動を徹底。一方、早期入庫の促進や入庫時期の平準化など工程管理に注力し、整備技術や接客技能の強化にも取り組んだ結果、車検獲得率が向上しました。周辺商品は、割安価格で提供するカーケアセット商品を追加し、新車・中古車販売時の添付率を向上。また、バッテリーやタイヤなども積極的に拡販しました。板金塗装事業は、BPセンター横浜がドイツ・テュフ ラインランド社の板金塗装工場認証の最高基準「プラチナ」を取得し、ハイレベルな工場品質を市場に訴求。加盟工場各社への水性塗料の導入拡大や技術大会の開催などネットワーク全体の技術力の底上げにも努め、損害保険会社や他ディーラーからの入庫数量増大を目指しました。部品外販部門は、期首に九州エリアセンターの営業対象地域を拡張し、ヤナセグループ直営店全域をカバーする体制整備を完了。加えて、収益性が高い一般整備事業者向けの販売比率をより高めるためフォロー活動を強化し、お客さま満足度を向上。新規取引先の開拓にも注力し、収益拡大に貢献しました。

－中期経営計画「TRANSFORM Ⅲ（トランスフォーム Ⅲ）2020」の基本方針－

2016年10月にスタートした第6次中期経営計画「TRANSFORM Ⅲ 2020」に基づき、バリューチェーン収益の向上や人材育成体制の改革推進、拠点単位での統一的経営管理の強化で盤石な収益体質を目指します。また、新規事業であるレンタカー事業「ヤナセ プレミアムカー レンタル」を一段と加速するほか、海外事業の展開に着手するなど、将来の飛躍につながる収益源の構築にも積極的に取り組みます。

＜新車＞出張展示会の開催頻度をさらに高めるほか、主力のメルセデス・ベンツ車販売拠点で商品紹介や取扱説明を行う専門員の配備を進め、お客さまにより快適にお過ごしいただける店舗環境を構築。新規のお客さまの受注増を目的とした諸施策の展開に加え、既納先への綿密なフォロー活動も徹底し、代替需要の喚起に努めます。

＜中古車＞商品の認知経路として重要性が高まるWEBサイトの掲載商品や、店舗情報の管理強化・充実で商談機会の増加を目指します。一方、期間限定で展開した新商品「プラチナ」の正式導入で、高年式車両を拡販。また、新車販売員による中古車販売の強化や販売拠点の新設なども推し進め、小売商品の増販を強化します。

＜アフターセールス＞整備・入庫履歴を把握したニーズに合った作業の提案を通じ、引き続きお客さま満足度向上に取り組みます。また、工場環境や工程管理の改善による生産性向上で整備台数を拡大。さらに、板金塗装事業は各輸入車ブランドのBP認定工場資格の取得を拡大し、部品外販事業は他社にない高い技術力と確固たるフォロー体制を強く訴求し、さらなる一般整備事業者からの受注増に努めます。