

報道関係者各位

2023年5月26日

2023年3月期決算を発表

株式会社ヤナセ（社長：吉田 多孝）の2023年3月期連結決算は、新車販売事業は、公式 SNS などデジタルマーケティングを駆使して当社グループの認知向上を目指すとともに、新型モデルや展示会などを適時ご案内し、販売機会の創出に努めました。また、初めて来店されたお客さまへフォローメールを定期的に配信して再来店誘致に注力するなど、お客さまにご満足いただける店舗づくりを推進し、新規需要を喚起しました。さらに昨年7月には当社取り扱い車種のオーナーのみがアクセスできる専用WEBサイト「YANASE X FIELD（ヤナセクロスフィールド）」を開設し、当社厳選の商品のご提供や、異業種企業との協同によるプレミアムイベントの開催など、オンラインとオフラインの融合によりお客さまとの関係性強化や競合他社との差別化を図りました。その結果、新車の販売状況は、幾つかのモデルにおいては受注の積み上げが実現出来たものの、入荷遅延の影響により実績が伸び悩んだモデルもあり、新車販売台数は29,135台（前期比1.0%減）となりました。

中古車販売事業は、「メルセデス・ベンツ サーフアイドカーセンター」の新設や「ヤナセブランドスクエア横浜」の最新CI基準への改装など販売体制を整備するとともに、積極的な買い取りやオークション会場からの仕入により商品数を確保。また、デジタルマーケティングを活用した公式ホームページへの顧客誘導を強化し、会員登録者数の増大を図るとともに、お客さまの要望に沿った車両情報や在庫状況を通知し販売機会を創出しました。さらに、ヤナセブランドスクエアはWEBサイト上の仮想展示場「ネットギャラリー」で、国産車や他輸入車を主軸とした商品構成の拡充や、お客さまが保有する車両の概算査定価格を算出する機能の実装などにより、非対面販売施策を推進したものの、小売は下取車を中心とした商品量が不足したため、販売台数は28,045台（前期比10.0%減）となりました。

アフターセールス事業は、全営業拠点で整備作業工程の可視化・共有化の定着と、標準作業手順書の活用を推進し、作業品質の維持と整備時間短縮の両立を目指しました。また、車検・点検整備に関する新たな見積りツールを昨年10月より導入し、入庫受付時におけるお客さまへの概算額案内を徹底。車両預かり期間の短縮やコスト削減にも取り組みました。その結果、総整備台数は減少したものの車検整備需要は着実に受注を獲得。周辺商品販売も順調な実績を収めました。さらに、板金塗装部門はメーカー認定工場資格の取得に向けた歩みを進めたほか、部品外販部門はお客さま対応の教育訓練に注力するなど、積極的に実績を獲得し、アフターセールス事業全体の売上高は、前期比2.6%増となりました。

1. 連結業績（2022年4月1日～2023年3月31日）（%表示は対前期増減率。百万円未満切り捨て）

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	%
2023年3月期	461,801	4.7	22,278	8.0	23,773	13.4	16,689	17.7
2022年3月期	441,085	▲2.6	20,628	116.9	20,962	113.9	14,180	111.4

（参考）連結対象子会社数 12社

*親会社株主に帰属する

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
2023年3月期	218,598	73,142	33.5	22,368
2022年3月期	204,394	72,301	35.4	21,390

◆今期の課題

本年4月にスタートした「新中期経営計画 2024～Gear up for the Future～」に基づき、DX 戦略のさらなる推進によりデータ活用基盤の強化や業務効率の向上を図ります。さらに、経費管理も全社を挙げて徹底し、併せて将来を見据えた新たな収益源の構築にも取り組みます。

<新車販売事業>

メルセデス・ベンツは新型 SUV モデル「GLC クラス」の新車効果の持続が期待できるため、着実に受注を積み上げ、売上拡大に尽力します。また、当社取り扱い車種のオーナー限定 WEB サイト「YANASE X FIELD」は、お客さまのニーズに合致した各種イベントを企画するとともに開催エリアを拡大させて、お客さまとのさらなる関係性強化に努めます。

<中古車販売事業>

査定システムを改良し、オークション相場をより正確に反映した価格競争力のある査定額をお客さまに提示することで、商品量の確保に取り組みます。小売は、機動的な価格設定を実施し販売台数の増大を目指します。またヤナセブランドスクエアは、「ネットギャラリー」で購入された車両を自宅に配送するサービスを地域限定で開始するなど、お客さまの利便性を向上。そして、保険拡販や付属品販売にも注力し、さらなる収益拡大に邁進します。

<アフターセールス事業>

作業工程の可視化・共有化を深化させるとともに、入出庫時における手続書類を電子化し、お客さまの負担軽減と業務効率の改善を図ります。また、工場内における整備員の作業動線を見直し、さらなる生産性の向上にも努めます。板金塗装部門は、メーカー認定工場資格の取得拡大を進めます。部品外販部門は、一般整備事業者に対して積極的な営業活動を行い、受注件数の増大に尽力します。

以上