

# 価値創造 21

アナリスト説明会資料

---

コスモ石油株式会社  
代表取締役会長兼社長  
岡部 敬一郎

 **COSMO OIL CO., LTD.**

<http://www.cosmo-oil.co.jp>

# 合理化 / 価値創造計画

## コスモ石油 価値創造 21 総括

(単位：億円)

	部門	2001年度			2002年度		00年度比	当初計画
		見直計画	実績計	達成率	計画	PL算入額	02年度	
合理化	供給	18	10	56%	23	(23)	33	49
	販売	8	10	125%	8	(8)	18	20
	物流	46	40	87%	4	(4)	44	52
	管理他	8	10	125%	7	(7)	17	21
	小計	80	70	88%	42	(42)	112	142
価値創造	供給	16	21	131%	26	(26)	47	39
	販売	82	60	73%	162	(107)	222	253
	小計	98	81	83%	188	(133)	269	292
計		178	151	85%	230	(175)	381	435
販売子会社業績		15	20	133%	13	(0)	33	30
前期前倒し分							35	35
合計		193	171	89%	243	(175)	449	500

## 基本戦略：SS リテールの強化

1. セルフニーズへの対応  
セルフSSの展開



SSの業態化  
セルフ & B - cle  
ミッドレンジ  
セルフピュア

2. カーケアマーケットへの取組



B - cleの展開

3. 顧客のロイヤルカスタマー化



ザ・カードの発券促進



店舗収益の拡大 => 流通構造革新

## 当社のセルフSS & B-cle SS

( \* Best Car Life Entertainment )

### - セルフ & B-cle -

	自燃油 原単位	SS NV指数	F指数	ザ・カード 販売比率	商品・サービス				車検 整備
					洗車	車検	オイル	ホテイクア	
B-cle 1	650	1	170%	50%以上					
一般SS	201	8	110%	25%					

### - ミッドレンジセルフ -

	自燃油 原単位	SS NV指数	F指数	ザ・カード 販売比率	商品・サービス			
					洗車	車検	オイル	ホテイクア
ミッドレンジ 1	500	2	160%	50%以上		-		
一般SS	201	8	110%	25%				

### - セルフピュア -

	自燃油 原単位	SS NV指数	F指数	ザ・カード 販売比率	商品・サービス			
					洗車	車検	オイル	ホテイクア
セルフピュア	270	-	-	50%以上		-	-	-
一般SS	201	8	110%	25%				

# セルフSS & B-cle SS : カーケアマーケットへの取組

4

## カーケアマーケットの規模

商品別	総売上 (百億円)	1台当り売上 (千円)	粗利率 (%)	1台当り粗利		SSシェア (円/L)
				(円)	(円/L)	
洗車	35	47	90%	42	5.8	1.8
車検整備	286	384	80%	307	41.8	1.0
定期点検整備	38	51	80%	41	5.5	0.1
一般整備	256	344	80%	275	37.4	3.3
タイヤ	63	85	15%	13	1.7	0.0
オイル	30	40	70%	28	3.8	1.2
バッテリー	13	17	25%	4	0.6	0.0
ディテールング	40	54	90%	49	6.6	0.0
計	761	102	74%	759	103.1	7.5

## B-cle ネットワーク体制

B - cleにおける車検の流れ



指定工場(陸運事務所の出先機関の認定)

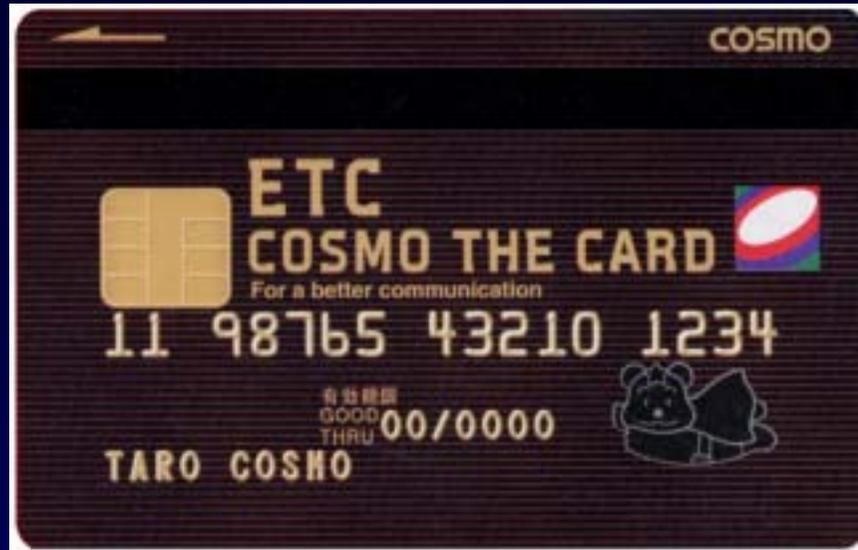
認証工場(法定24ヶ月点検が可能) 陸運事務所に持込

▶ 車検終了

▶ 車検終了

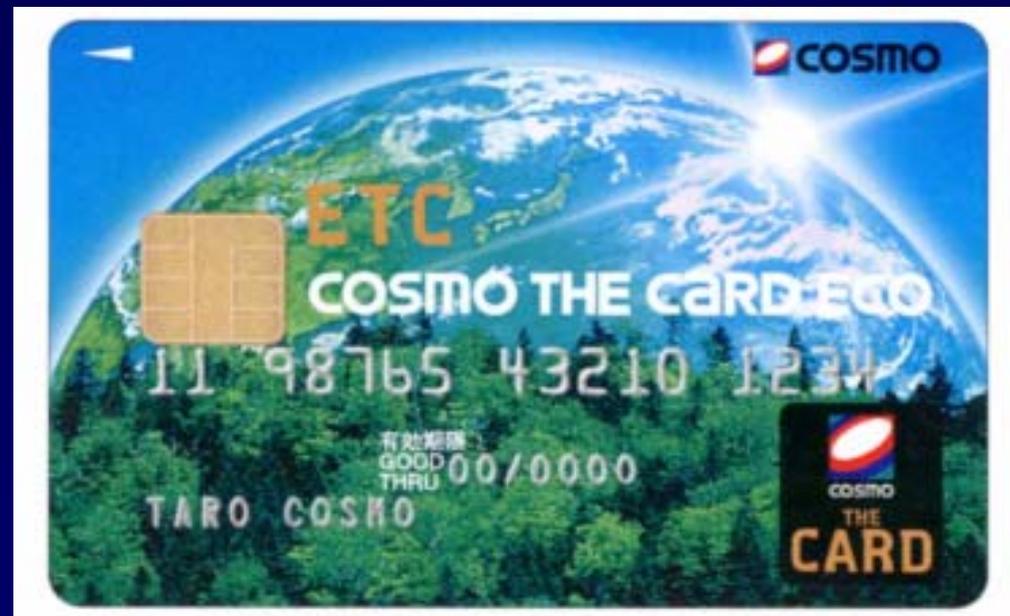
 COSMO OIL CO., LTD.

## コスモ・ザ・カード



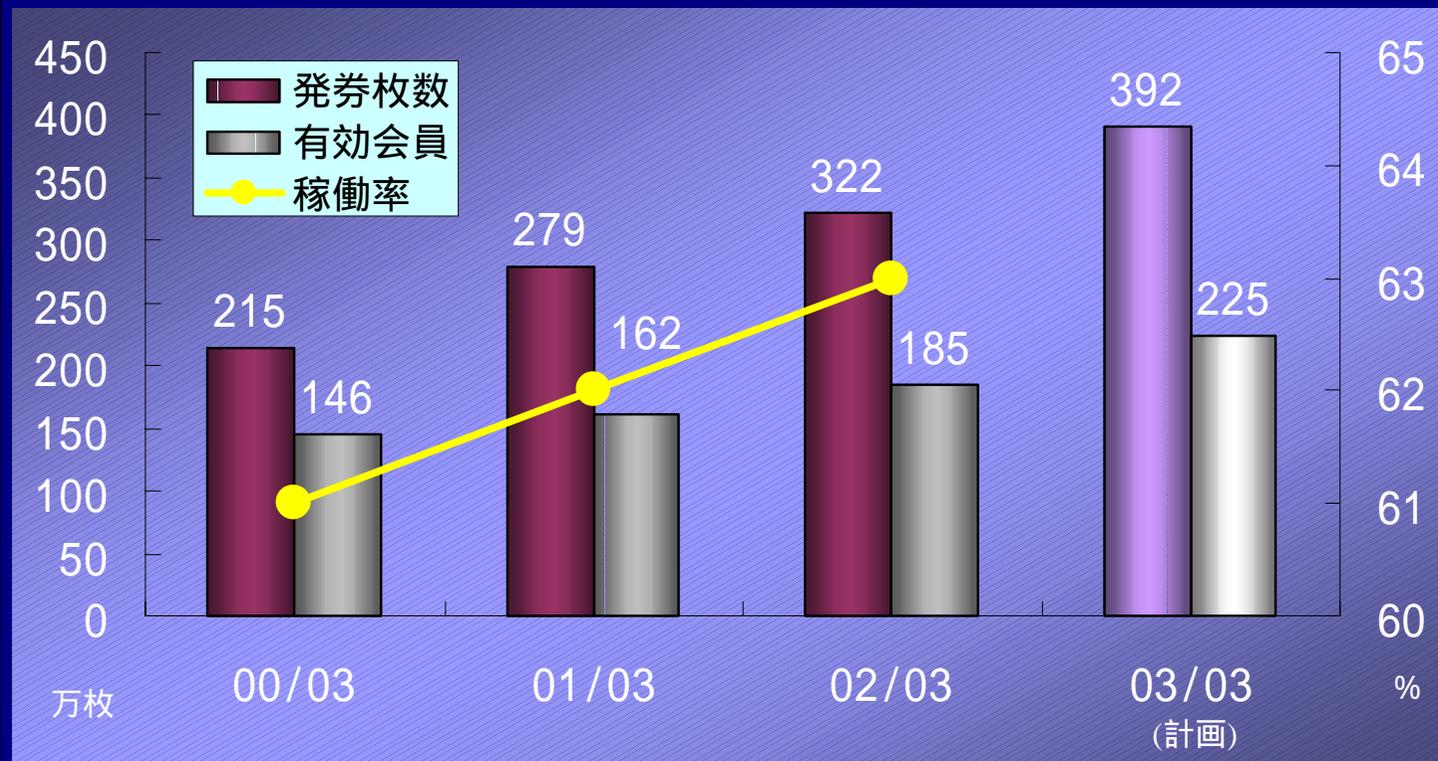
コスモ・ザ・カード

## コスモ・ザ・カード エコ



# コスモ・ザ・カード

## コスモ・ザ・カードの発券実績



## コスモ・ザ・カード会員の評価

	コスモ・ザ・カード	現金会員
自燃購入数量(L/月)	73.5	23.4
マグナム・レシオ(%)	23	19
付加価値(円/L)	9.6	6.1

<p><b>即時発券</b></p>	<p>当社独自の<b>クレジット・カード</b>。与信審査を簡素化、即時発券。無人発券機「Quick Box」を開発。</p>
<p><b>独自の付加価値</b></p>	<p>独自のサービスで顧客にメリットを提供。</p> <p><b>マイレージ</b>                      燃料油以外の購入<b>200円につき1マイル</b> 1マイルで1リッター<b>キャッシュバック</b> (@10円/L)</p> <p><b>ETCチップ搭載</b>              コスモ・ザ・カード エコにはもれなく ETCチップを搭載</p> <p><b>ネット会員</b>                      ネット会員になれば、インターネットでの お買物にもマイルを付与</p> <p><b>キャッシング</b>                      キャッシング機能も付加(希望者のみ)</p>
<p><b>顧客情報</b></p>	<p>入出金を自社で管理。購買データをマーケティングに活用可能。</p>

## 有利子負債の削減計画

99年3月末 → 00年3月末 → 01年3月末 → 02年3月末 → 03年3月末  
(目標)

5,986億円

6,342億円

5,481億円

4,850億円

4,000億円

### 資産流動化・売却実績と今後の計画

(単位：億円)

< 99～00年度実績 >

・売掛債権サイト短縮	200	} 930
・SS証券化	336	
・有価証券処分	53	
・社宅売却	62	
・閉鎖DT/SS等遊休地売却	279	

< 01年度実績 >

・売掛債権流動化	214	} 357
・有価証券処分	64	
・社宅売却	39	
・閉鎖DT/SS等遊休地売却	40	

< 02年度計画 >

・売掛債権流動化	} 713
・有価証券処分	
・社宅売却	
・横浜/神戸用地	
・その他流動化検討	

計画2,000億円

既にコミットライン契約の締結により負債返済のバックアップ体制を構築

 **COSMO OIL CO., LTD.**

## 環境先進企業を目指して

### — 「環境中期計画(ブーア21)」の導入 —

#### 当社の環境対応への認識

- ・地球環境問題が深刻化・顕在化。
- ・収益追求に加え社会的側面への対応が不可欠に。
- ・環境対応によって企業選別される時代に。

#### 全社による環境対応の必要性

- ・全社員による環境対応への取組みを内外に情報提供する仕組みが必要。

#### 「環境中期計画(ブーア21)」の導入 (02年4月)

- ・生産から販売まで全てをカバーする環境経営体制を目指すためのツール。

#### ゴールビジョンは？

環境先進企業としての地位を確立し、消費者から  
「環境で選ばれるコスモ石油」を目指す。