

2022年3月期 決算説明会資料



株式会社アドバネクス
2022年5月25日

*2022年6月9日修正

*2022年6月24日修正

本資料は2022年3月31日現在のデータに基づいて作成されております。
本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、予告なしに変更されることがあります。

1. 2022年3月期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益構造強化への取り組み
5. 注力市場の状況（自動車、医療、規格品）
6. スタダード市場選択の背景、まとめ

1. 2022年3月期連結業績概要

(単位：百万円)

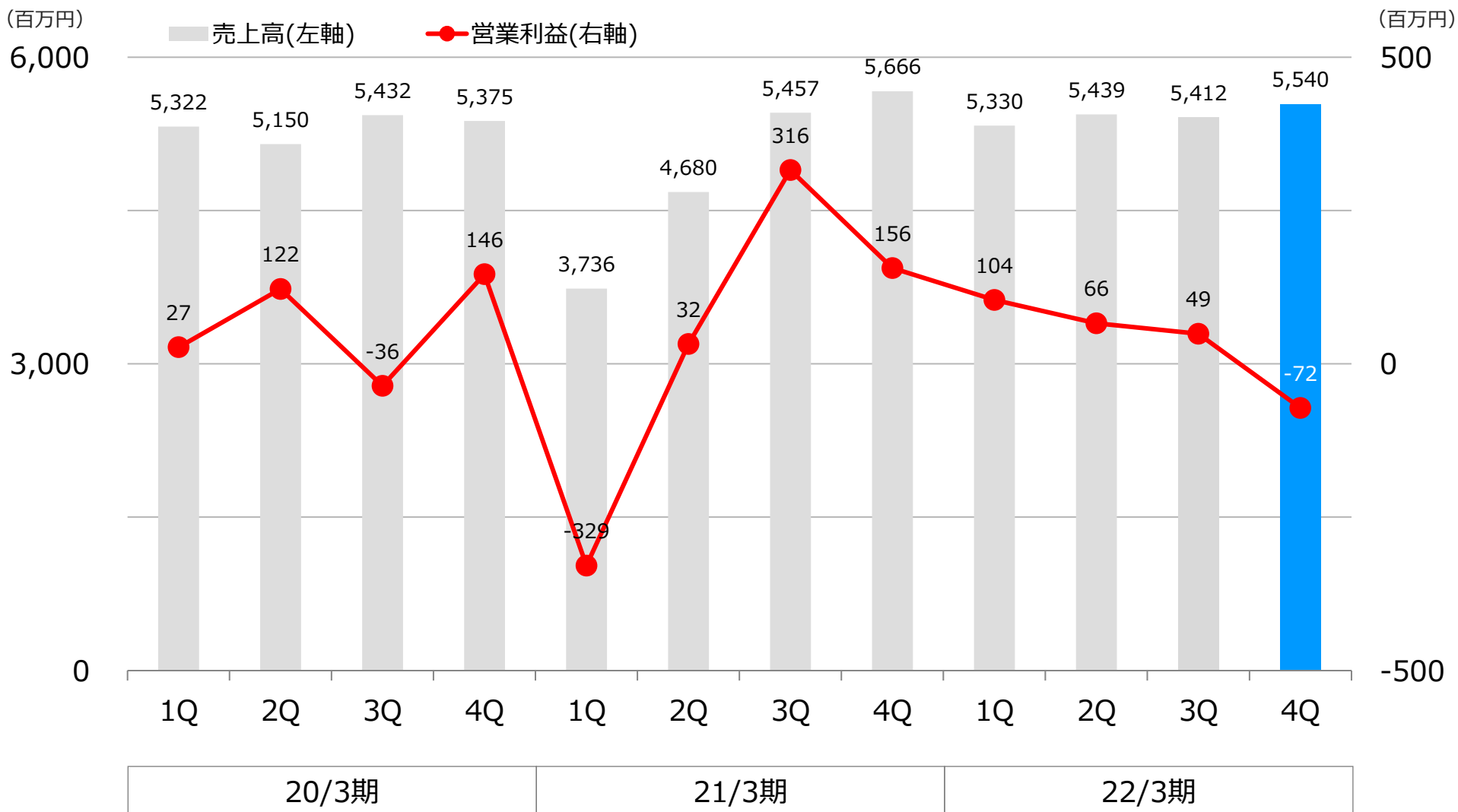
	2021/3期	2022/3期	前期比増減額	前期比増減率
売上高	19,539	21,722	2,182	11.2%
営業利益	176	148	△27	△15.7%
営業利益率	0.9%	0.7%	-	-
経常利益	359	354	△4	△1.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	633	△82	△715	-

21年3月期： 1 US\$ = 106.2円

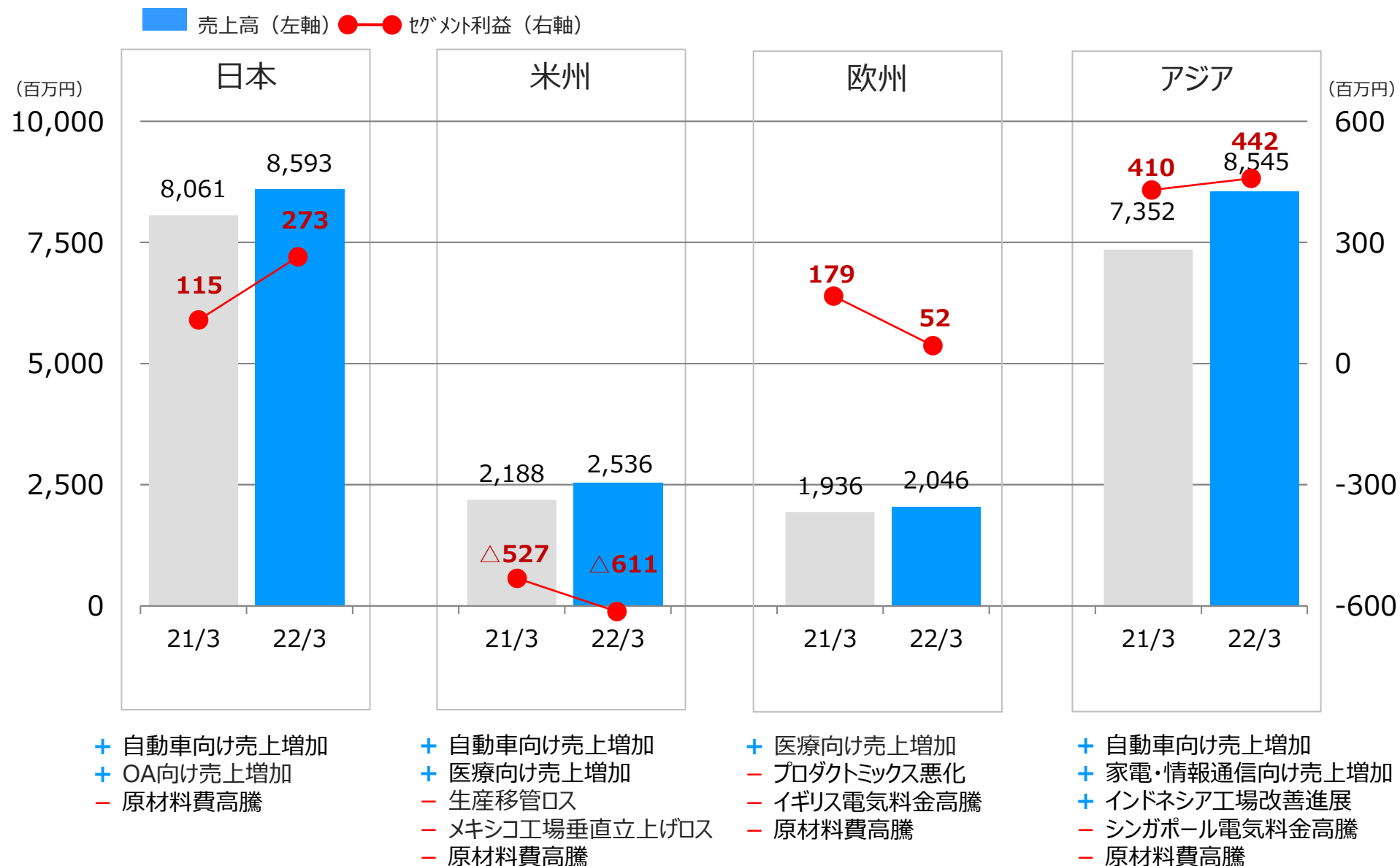
22年3月期： 1 US\$ = 112.9円

- 売上高は、コロナ禍の影響が大きかった前期と比べ自動車・医療向けの需要が回復し前期比増。ただし、自動車向けは半導体や部品の供給不足による減産等の影響を受け、機会損失も発生した。
- 営業利益は、上述の機会損失や、米国子会社の工場移転に伴う費用の計上、メキシコ子会社のプロジェクト立上げコストの増加に加え、原材料費・物流費・光熱費等の高騰が収益を圧迫し、前期比減。
- 経常利益は、為替差益は発生したものの前期比微減。
- 当期純利益は、アメリカ子会社のテネシー工場移転に伴う特別損失を計上したことなどから赤字となり、カリフォルニア工場売却益を計上した前期との比較では大幅減。

1. 連結売上高・営業利益推移



1. 所在地別売上高・セグメント利益



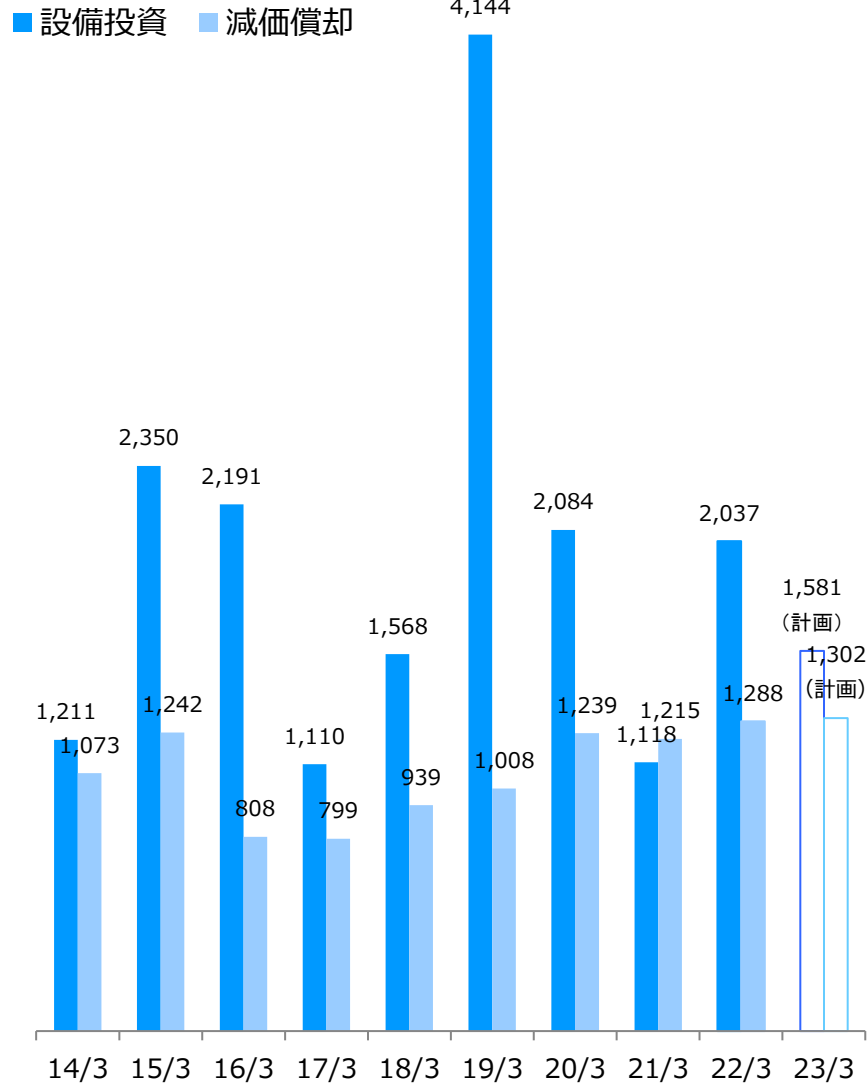
1. 連結市場別売上高

(百万円)

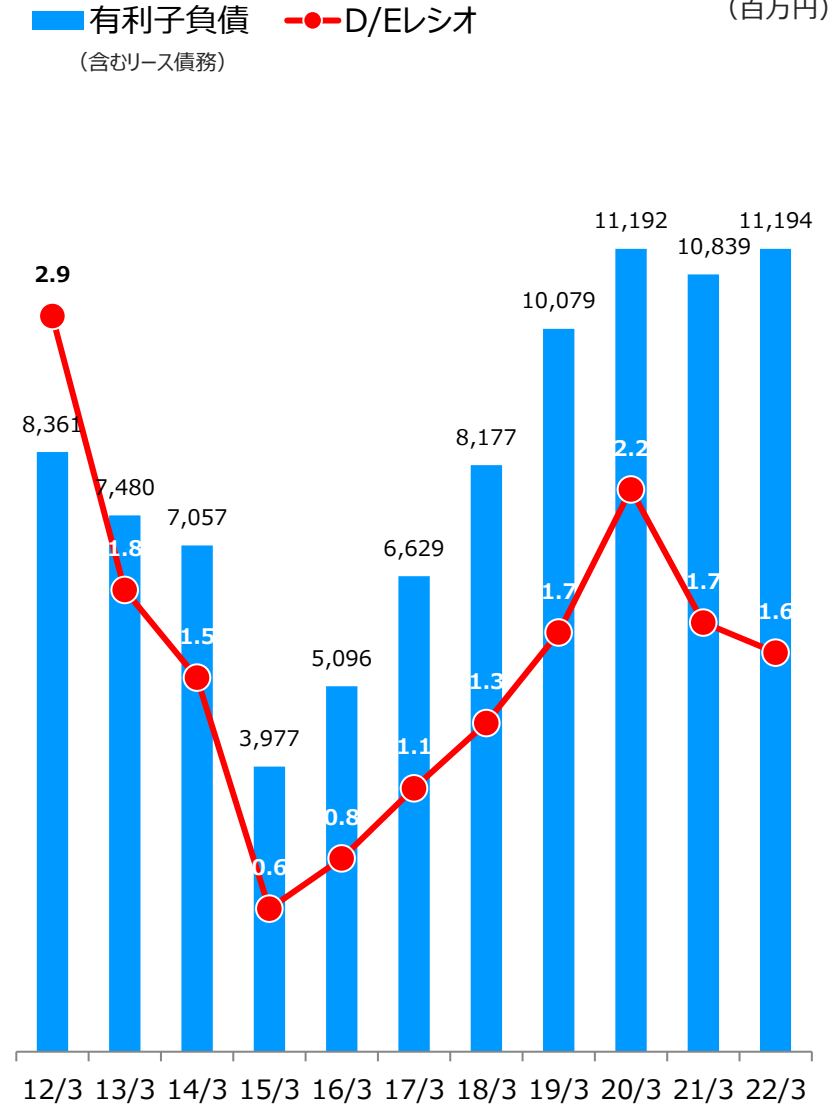
	21/3期	構成比	22/3期	構成比	増減額	増減率
自動車(輸送機器)	9,835	50.3%	11,482	52.9%	1,647	16.7%
OA機器	2,400	12.3%	2,373	10.9%	△27	△1.1%
医療機器	1,775	9.1%	2,234	10.3%	459	25.9%
精密機器	1,069	5.5%	901	4.1%	△168	△15.7%
インフラ・住設	575	2.9%	825	3.8%	250	43.5%
航空機器	712	3.6%	691	3.2%	△21	△2.9%
情報通信機器	661	3.4%	676	3.1%	15	2.3%
AV・家電	586	3.0%	621	2.9%	35	6.0%
その他	1,926	9.9%	1,919	8.8%	△7	△0.4%
合計	19,539	100.0%	21,722	100.0%	2,183	11.2%

1. 設備投資・減価償却・有利子負債

(百万円)



(百万円)



1. 2022年3月期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益構造強化への取り組み
5. 注力市場の状況（自動車、医療、規格品）
6. スタダード市場選択の背景、まとめ

2. 2023年3月期通期業績予想（連結）

（百万円）

	2022年3月期 （実績）	2023年3月期 （予想）	前期比増減額	前期比増減率
売上高	21,722	24,000	2,278	10.5%
営業利益	148	400	252	170.3%
営業利益率	0.7%	1.7%	-	-
経常利益	354	300	△54	△15.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△82	120	202	-

（円）

一株あたり 配当	10	10	-	-
-------------	----	----	---	---

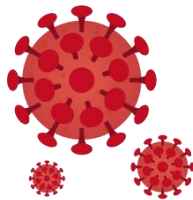
1. 2022年3月期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
- 3. 概況**
4. 収益構造強化への取り組み
5. 注力市場の状況（自動車、医療、規格品）
6. スタダード市場選択の背景、まとめ

- コロナによる顧客プロジェクトの延期・中止や工場稼働停止・制限、半導体不足による生産調整、原材料費高騰等逆風の中、中期経営計画テーマ（ガバナンス強化、収益構造強化、財務体質強化）は着実に進捗
 - 前期に引き続き、今期も「コストアップ分の価格転嫁」「新工場の黒字化」「拠点再編・機能見直し」に注力する
- *それぞれ中期経営計画テーマに紐づいた課題
- 自動車・医療・規格品ビジネスのグローバル戦略を加速させる

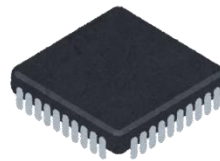
3.概況 収益圧迫要因

22/3期は年間を通じて収益圧迫要因が多かった。
23/3期もウクライナの影響が加わり原材料・エネルギーコストは更に上昇

コロナ



半導体



樹脂・金属材



エネルギー



コンテナ船・
港湾



内容

コロナ感染者増加による自動車部品供給不足（特に東南アジア）。当社工場稼働影響（中国、ベトナム、インド）

供給量不足による自動車、家電、OA、PC・スマホなど業界全体への影響

需要増とサプライヤー供給不足。価格高騰。納期逼迫による航空輸送費

原油、天然ガス高騰による材料費、光熱費アップ。

輸出入需要増による輸送費アップと港湾の繁忙による材料納入遅れ、機会損失。緊急工便出荷でコスト増

顧客生産計画減
（顧客が作りたくても作れない）

✓

✓

✓

✓

当社生産機会損失
（当社が作りたくても作れない）

✓

✓

✓

コストアップ

✓

✓

✓

在庫増加
（安全在庫確保など）

✓

改善

改善

悪化

悪化

改善

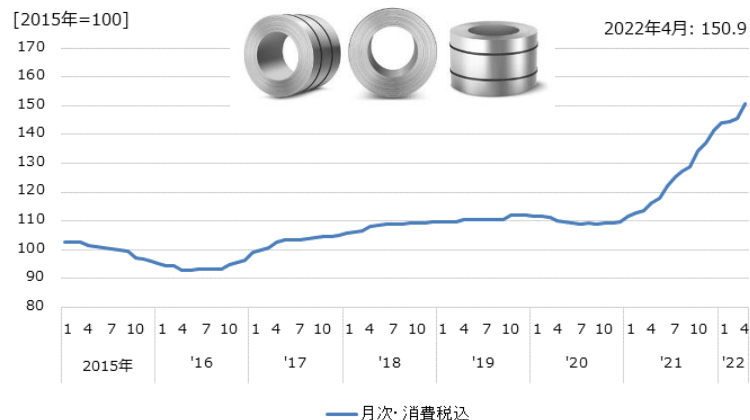
23/3期見通し

3.概況 原材料費高騰

当社が取り扱う原材料は軒並み高騰

鉄鋼

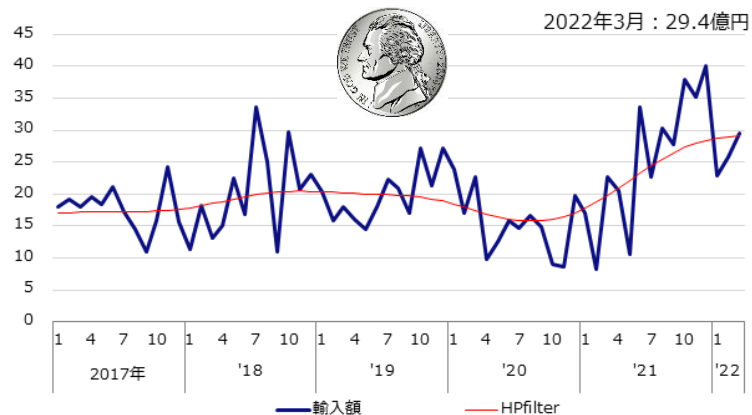
月次・消費税込



輸入額の推移

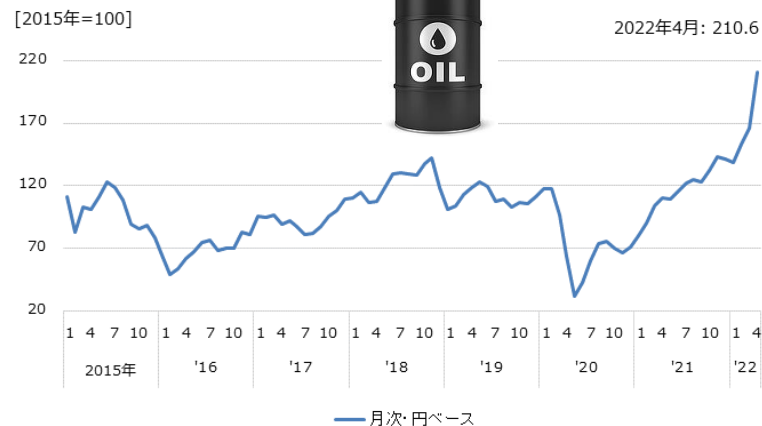
ニッケル

単位:億円



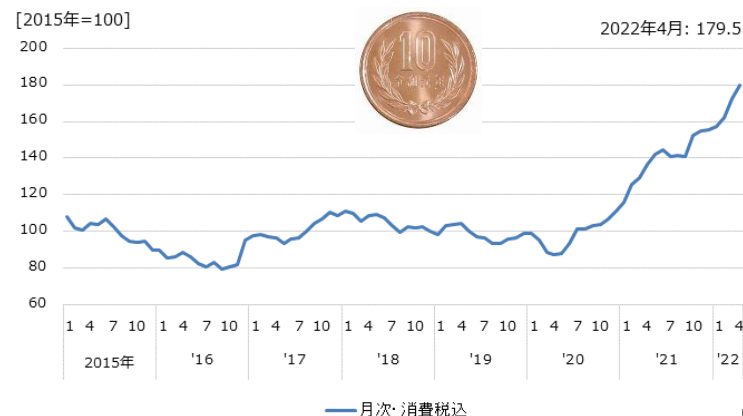
原油

月次・円ベース



銅

月次・消費税込



出典: GD Freak!

3.概況 為替の影響

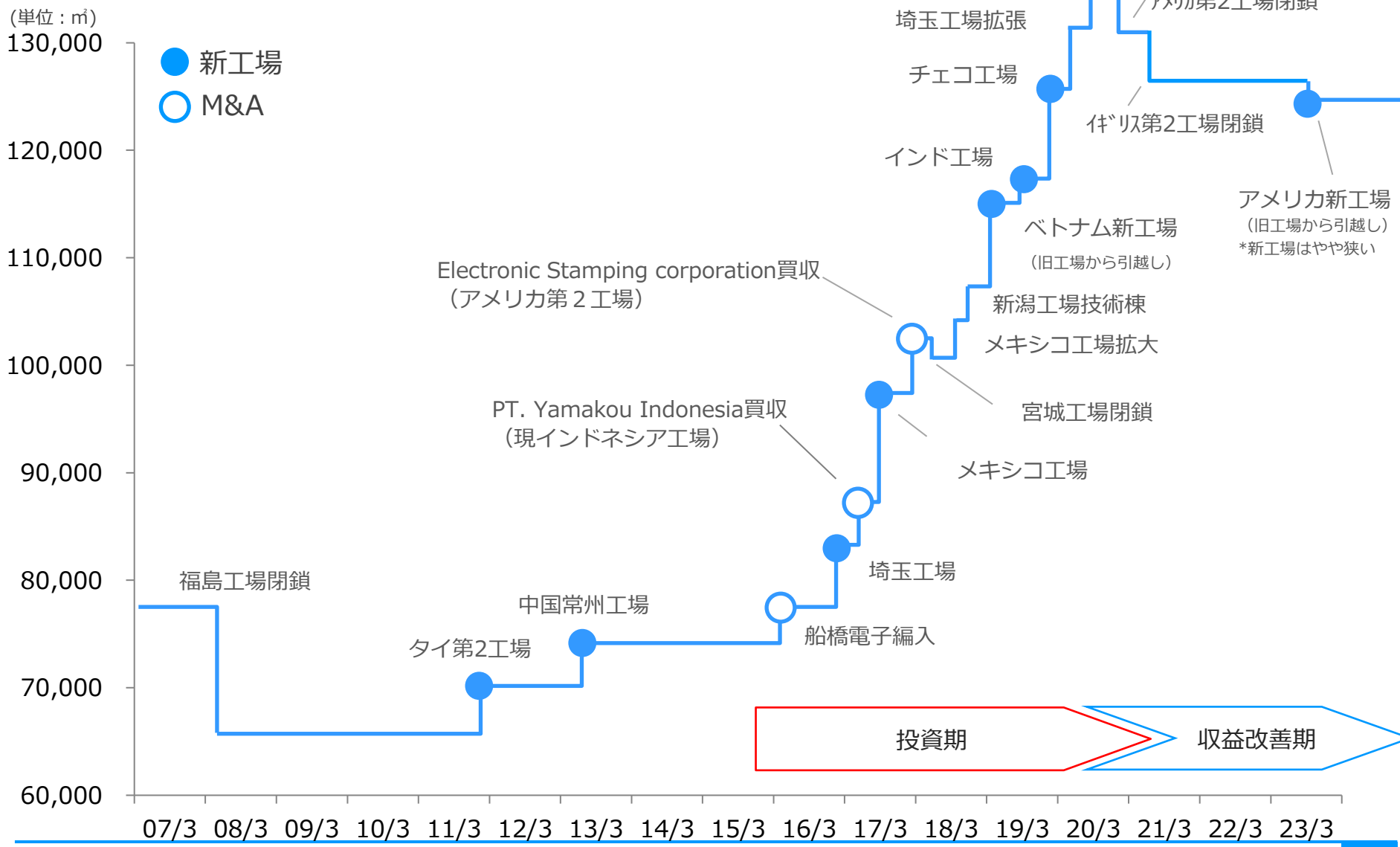
当社は海外で稼ぐ構造。“円安”はプラスに作用。

(為替レート：円)	21.3.31	22.3.31	22.5.20	対象子会社	円安の影響
米ドル	109.7	121.7	128.1	アメリカ、シンガポール、ベトナム	プラス (アメリカ、ベトナムの黒字がシンガポールの赤字を上回る見通し)
メキシコペソ	4.4	6.1	6.4	メキシコ	マイナス (メキシコは赤字見通し)
ユーロ	128.3	134.7	135.5	イギリス	プラス
チェコクローナ	4.9	5.5	5.5	チェコ	マイナス (チェコは赤字見通し)
人民元	16.5	19.2	19.1	東莞、大連、上海、常州	プラス
香港ドル	13.8	15.5	16.3	香港	プラス
タイバーツ	3.5	3.7	3.7	タイ	プラス
インドネシアルピア	0.007	0.008	0.009	インドネシア	プラス
インドルピー	1.4	1.6	1.7	インド	マイナス (インドは赤字見通し)

1. 2022年3月期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益構造強化への取り組み
5. 注力市場の状況（自動車、医療、規格品）
6. スタダード市場選択の背景、まとめ

4. 収益構造強化 工場総面積推移

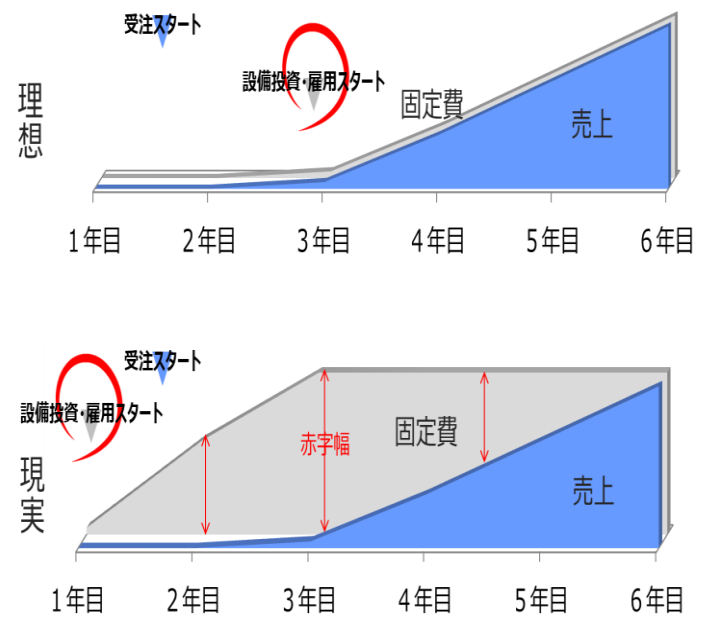
拡大から収益改善にシフト



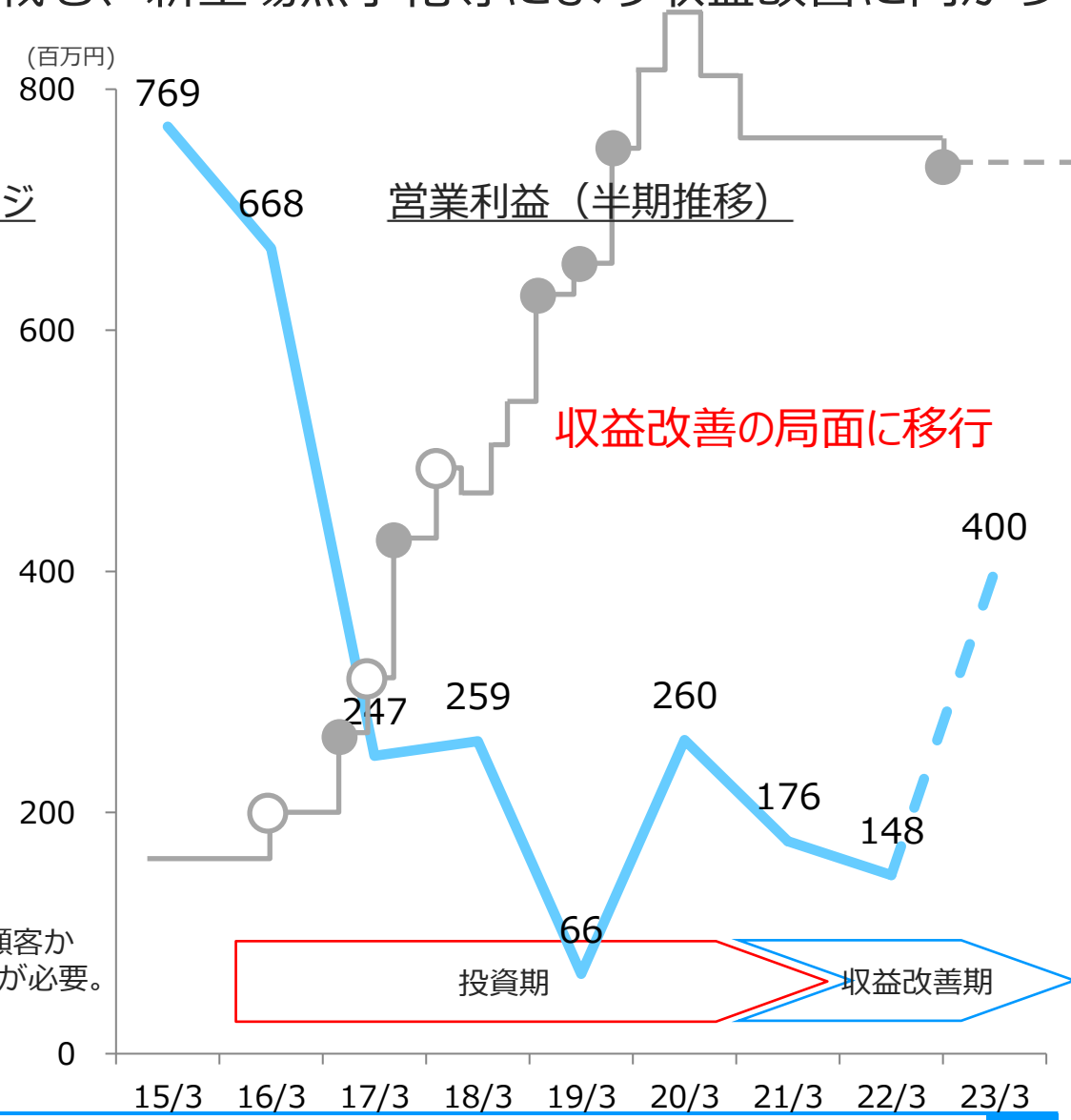
4. 収益構造強化 営業利益推移

22/3期は収益圧迫要因が多く苦戦も、新工場黒字化等により収益改善に向かう

新工場の創業赤字（固定費先行）のイメージ



理想的には売上開始に合わせて投資・雇用したいが、顧客から受注を獲得するには先に体制が確立されていることが必要。
新工場は宿命的に先行投資負担が高む



4.収益構造強化 前年同期比利益

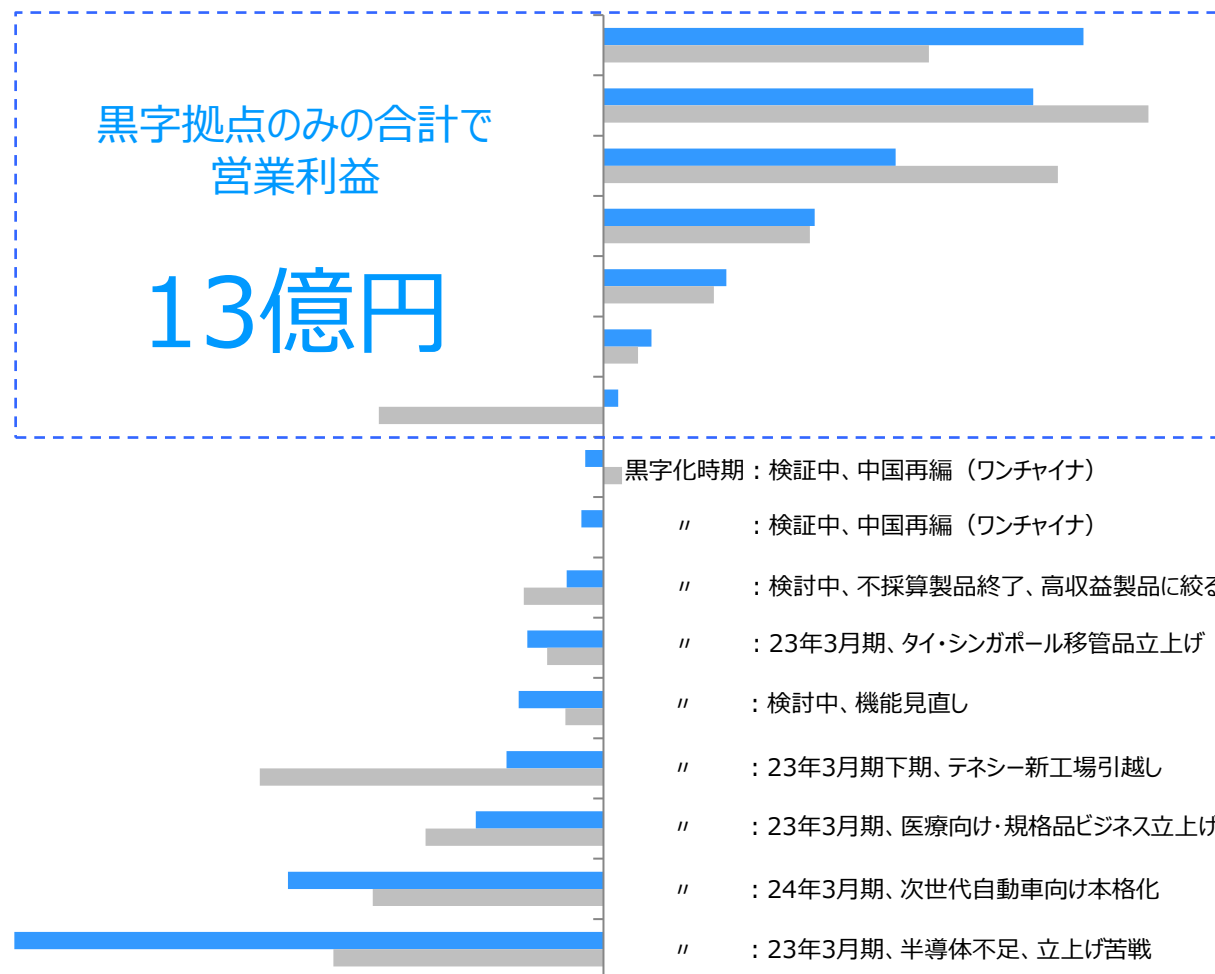
コロナによるプロジェクト立上げ延伸等により新工場黒字化に遅れ。
黒字化が難しい拠点は再編を進める

■ 22/3期
■ 21/3期

— 営業利益比較 +

開設(買収) 経過

2011年	～10年	タイ工場
2002年	～19年	東莞工場(中)
1988年	～33年	イギリス工場
1976年	～45年	新潟工場
2006年	～15年	ベトナム工場
2003年	～18年	大連工場(中)
2016年	～ 5年	インドネシア工場
2013年	～ 8年	常州工場(中)
2001年	～20年	上海工場(中)
2015年	～ 6年	千葉工場
2018年	～ 3年	インド工場
1978年	～43年	シンガポール工場
1983年	～38年	アメリカ工場
2018年	～ 3年	チェコ工場
2016年	～ 5年	埼玉工場
2016年	～ 5年	メキシコ工場

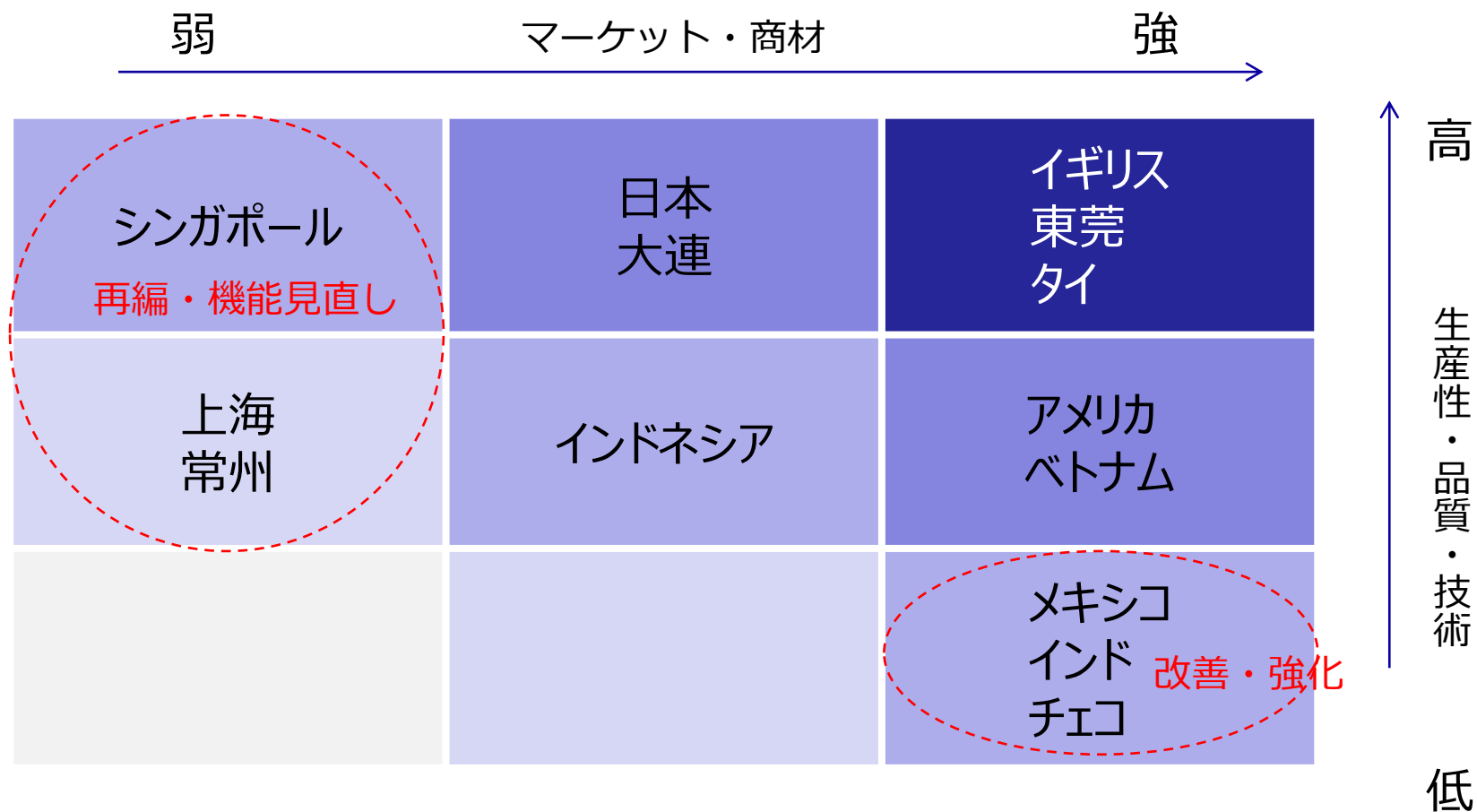


*東莞は香港との合算。

*海外子会社の本社費負担は含まず

4.収益構造強化 実力分析

各海外子会社の工業力とマーケット環境を分析。
連結全体の収益向上に向けてそれぞれに手を打っていく



4.収益構造強化 新工場の状況

コロナで遅れていた3つの新工場は今期中に黒字化する見通し(単月ベース)

メキシコ工場



チェコ工場



インド工場



2023/3期
売上計画

約15億円

約4億円

約3億円

設立時期

2016年(登記上は2018年)

2018年

2018年

前期赤字の
理由

-コロナによる顧客生産計画の延伸・中止
-社員が未成熟な状況下で線ばね・板ばね・イサート成形と多品種同時立上げを敢行。品質問題とロスが多発

- コロナによる医療系ばね移管の遅れ
- コロナによる自動車PJの中止

- コロナによるタイ、シンガポールからの生産移管の遅れ

黒字化時期
(単月ベース)

2023/3期下期

2023/3期下期

2023/3期下期

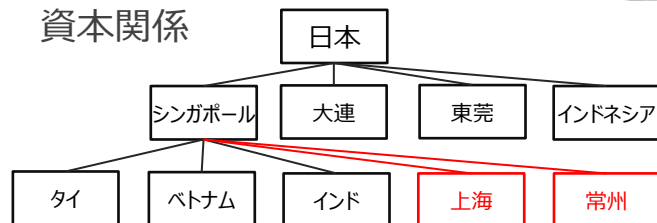
4. 収益構造強化 エリア戦略の共有

資本関係を整理。「人・モノ・金」を融通し、エリア別に戦略を共有

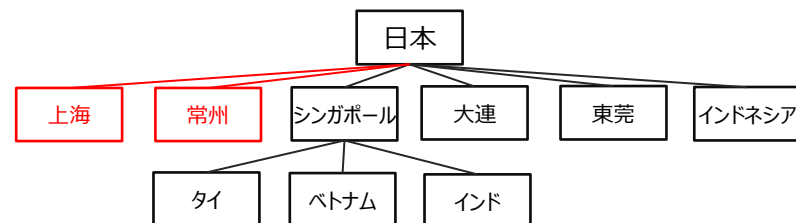
従来



資本関係



今後



4. 収益構造強化 アメリカ工場移転

カリフォルニアからテネシーに移転。
医療系・自動車系の高収益製品に絞り、今期黒字化

テネシー新工場外観



新工場概要

- 所在地：White House, TN
- 建屋面積：3,801m²
- 操業開始：2022年1月

移転の理由

- 輸送コストの削減
- 固定費の削減（人件費、光熱費）
- 顧客へのアプローチのし易さ（顧客拠点が近くなる）
- 不採算品目の見直し（一部生産終了、一部メキシコ移管）



	カリフォルニア州	テネシー州
人件費	△	○ (20-30%低い)
光熱費	△	○ (20%低い)
税務	△ (所得税7.75%)	○ (所得税ゼロ) (法人税2%少ない)

1. 2022年3月期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益構造強化への取り組み
5. 注力市場の状況（自動車、医療、規格品）
6. スタダード市場選択の背景、まとめ

5. 注力市場の状況 自動車 部品共通化

自動車部品の共通化が加速

- プラットフォームに採用されると複数車種に使用され 1 製品あたりの数量が増加
- グローバル化の傾向もあいまって、当社の特長と顧客ニーズがマッチ
- 今は過渡期、今後さらにこの傾向が強まる見通し



トヨタ自動車公表した「次世代プラットフォーム」

直近の取り組み ~ TNGAとカンパニー制による効果 ~

5/10

TNGAによる商品導入・効果



個性の全く異なるそれぞれの愛車をお届け

直近の取り組み ~ TNGA ~

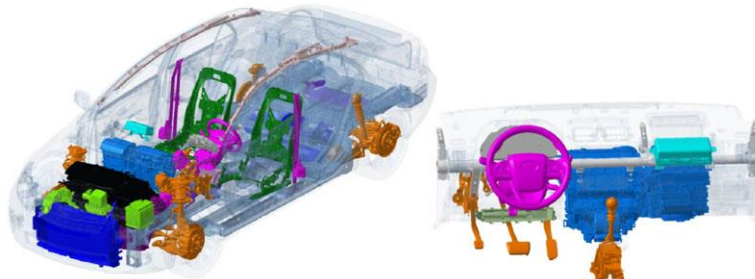
3/10

TNGA
Toyota New Global Architecture

クルマのポテンシャルUP

- かっこいいデザイン
- 気持ちいい走り
- 燃費・安全

全体最適・共用化



今後の展開計画

7/10



- 2020年頃までに約半数の販売車をTNGAモデルへ
- トヨタならではの付加価値を拡充し、商品力・競争力を強化

出典: トヨタ自動車(株)プレゼンテーション資料より

5. 注力市場の状況 自動車 グローバル並行生産

自動車部品共通化によりグローバル並行生産が増加。
日本で準備した量産設備を海外に展開（品質の均一化、移管作業の効率化）

① 受注 (日本の顧客R&D拠点より)

* 顧客が希望する海外工場へ当社現地工場から
納入することを前提に受注する

② 設備設計・製造

* 金型・設備を設計・製造する

③ 量産設備移管

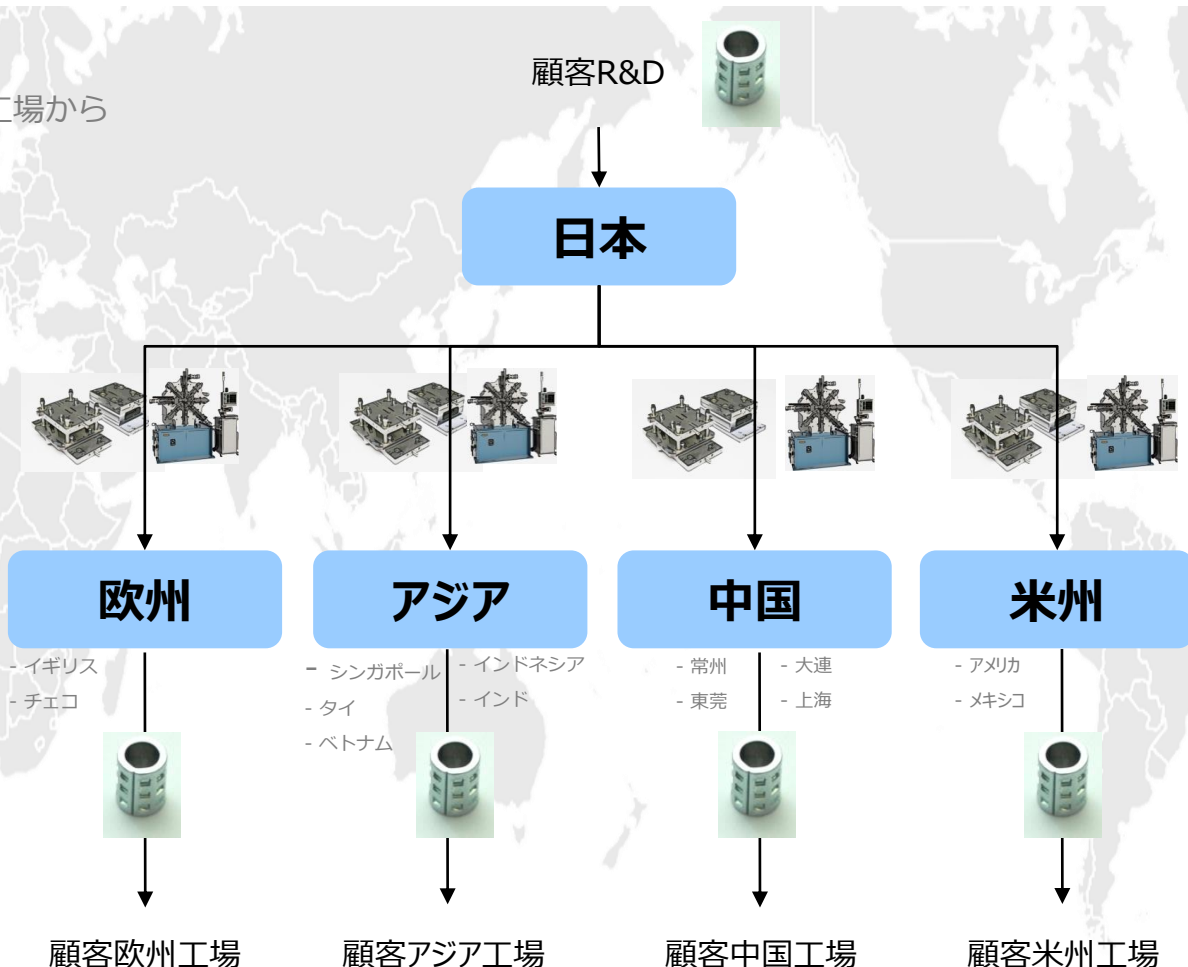
* 通常、日本から立ち上げ支援をする

④ 現地生産

* 日本から移管された設備により
生産する

⑤ 現地納入

* 日本で決められた価格・仕様により
顧客の現地工場に納入する

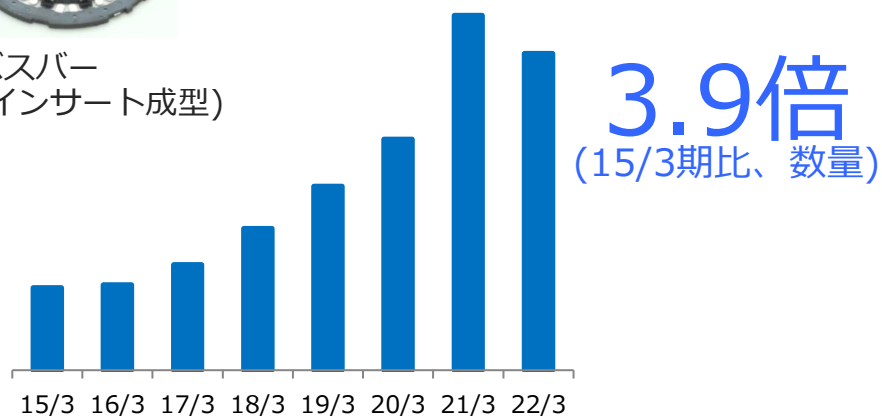


5. 注力市場の状況 自動車 部品共通化

自動車部品共通化の影響で 1 製品あたりの生産数が増加



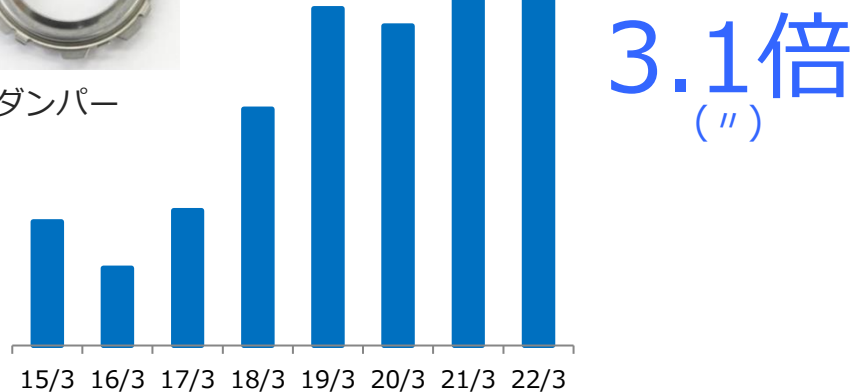
バスバー
(インサート成型)



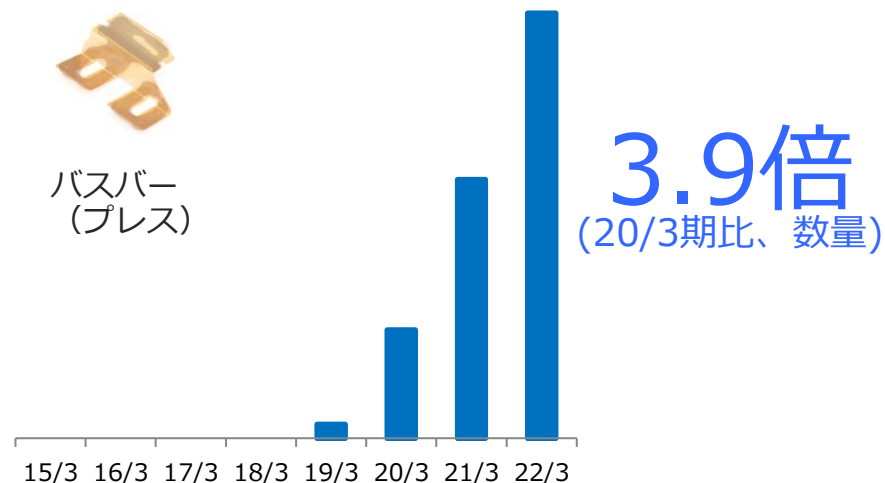
インサートカラー



ダンパー

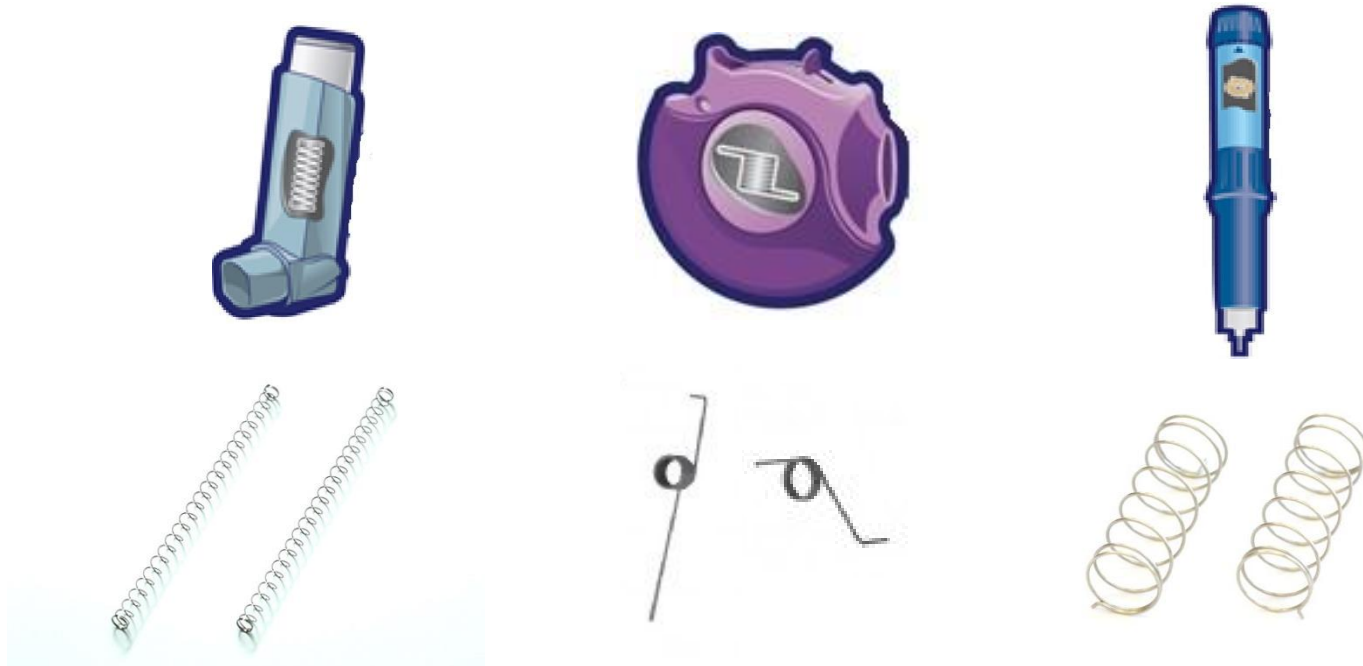


バスバー
(プレス)



5. 注力市場の状況 医療市場 ばね製品

ばね自体は、外観・機能ともに従来品と変わらないが、
メガファーマ*から認定されると全く違う付加価値を帯びる

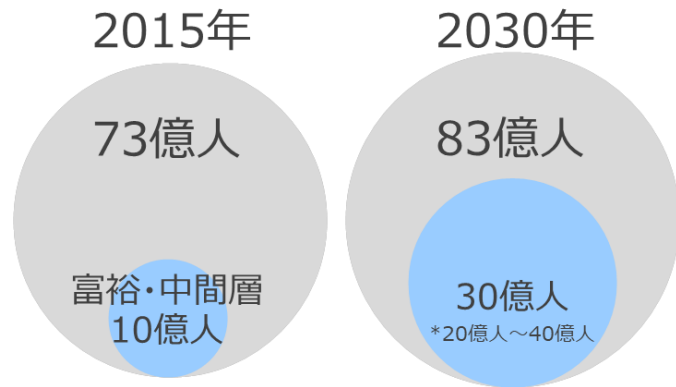


ディスポーザブルキット向けの線ばね

5. 注力市場の状況 医療市場 マーケット

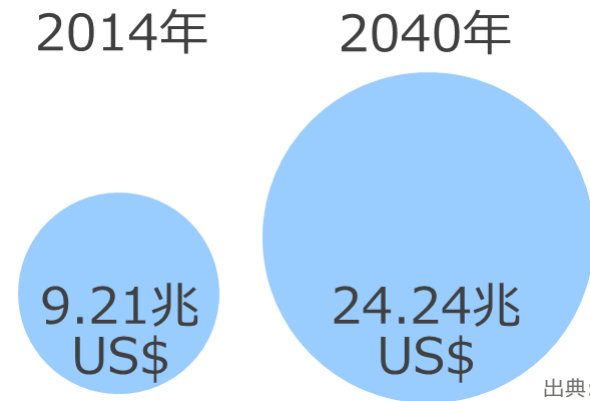
医療マーケット、ディスポーザブルキットの拡大は間違いない

世界人口



出典:Diamond

世界医療費



出典:ケアネット

ディスポーザブルキット拡大背景

喘息吸入薬キット

- 334 million people have asthma
- 14% of the world's children experience asthma
- Approximately 250,000 people die from asthma
- 喘息患者は世界3.34億人
- 喘息による死者数は年間25万人
- 地球温暖化による花粉増加で患者数増加
- 将来的には死亡率の高い貧困地域にも普及

出典:Global burden of Asthma

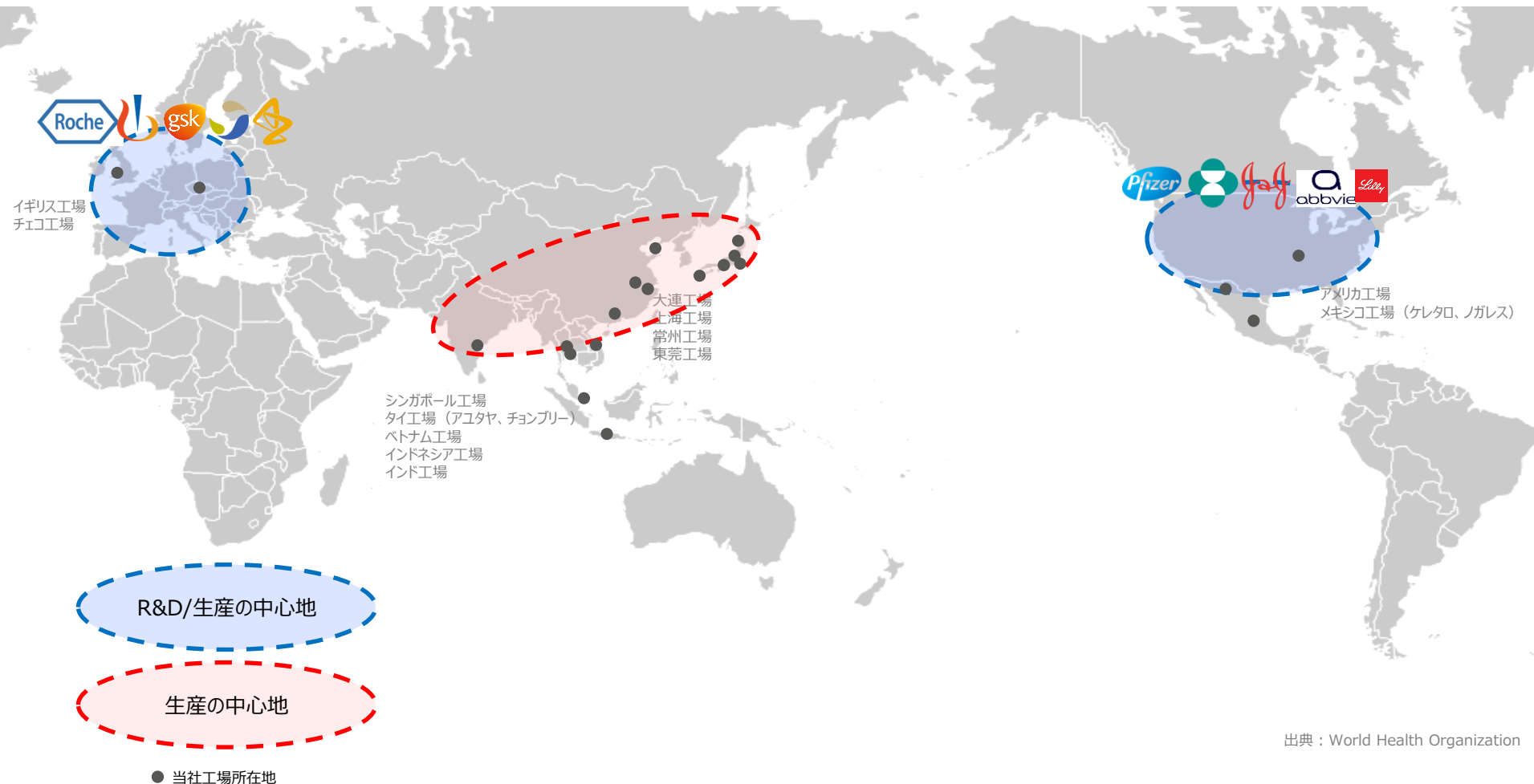
インシュリン注入キット

- 糖尿病は世界3.82億人
- 糖尿病による死者数は年間150万人
- 中国・インドで急増。経済発展による飽食化が背景
- 将来的には死亡率の高い貧困地域にも普及

出典:Associates of Northwest Arkansas

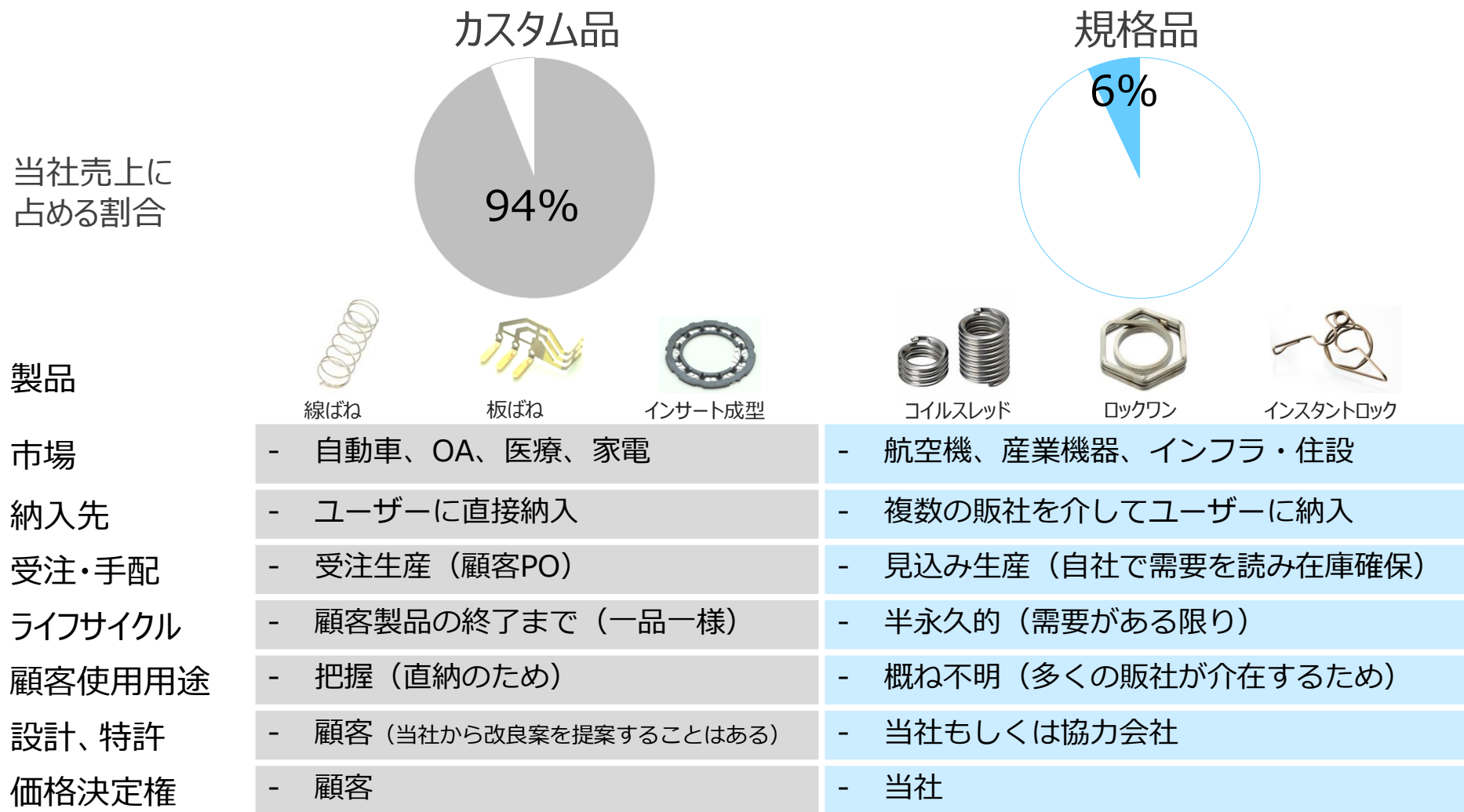
5. 注力市場の状況 医療市場 エリア戦略

欧州と北米が製薬のトップ10を独占（メガファーマ）。
生産拠点は欧米に加え、中国、日本が中心、今後インドも加わる。
当社はいずれのエリアも網羅



5. 注力市場の状況 規格品

規格品の規模はカスタム品に比べてまだ小さいが、
当社の裁量は大きく利率も良いなど、ビジネスのポテンシャルは高い



*規格品とは、ボルト、ナット、ネジなど決められた工業規格に沿って作られた標準品

5. 注力市場の状況 規格品

各子会社からエンドに近い販社に供給。中間マージンを減らし利率を高める



ロックワシ



インスタントロック

従来

今後

日本

欧州

米州

中国

アジア他

日本

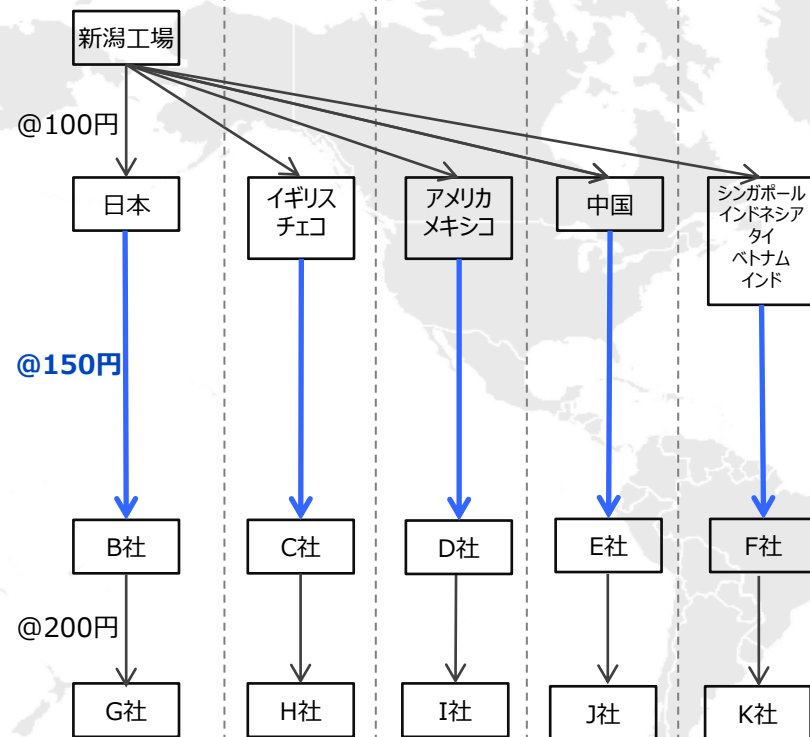
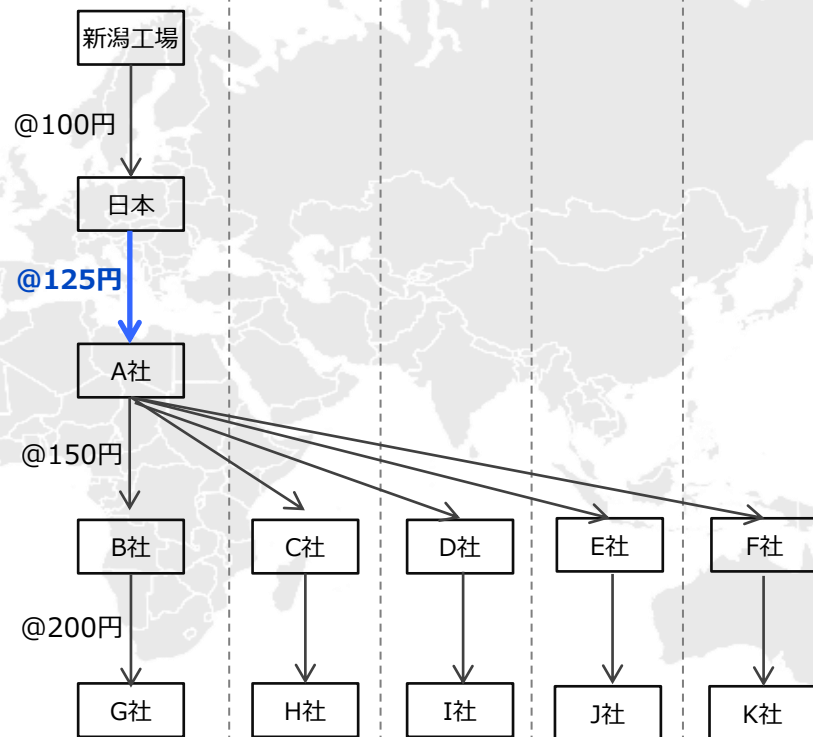
欧州

米州

中国

アジア他

製造拠点
販売拠点
一次販社
二次販社
エンドユーザー



1. 2022年3月期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益構造強化への取り組み
5. 注力市場の状況（自動車、医療、規格品）
6. スタダード市場選択の背景、まとめ

6. スタンダード市場選択の背景

プロコンの結果、スタンダード市場を選択

Pros (良い点)

Cons (悪い点)

プライム

- 最上位市場のブランド維持
 - 採用への好影響
 - 社員の士気への好影響

- 経過処置終了時の上場廃止リスク
 - 計り知れない負のインパクト
 - 通常の上場審査、費用、時間をかけて改めてスタンダード市場に上場
- 上場維持コスト増
 - 改善計画書提出・開示
 - TCFDへの本格対応
 - 開示資料の英文化
 - 議決権電子行使プラットフォーム導入
 - 過半数の独立社外取締役選任

スタンダード

- 少ない上場維持コスト
 - 従来の人員体制・費用で対応可

- 最上位市場からの降格
 - 採用への悪影響
 - 社員の士気への悪影響

「スタンダード選択」は好評だったと見られ、同公表後株価は1,067円（2021年11月26日）から1,800円台に上昇（2022年5月23日時点）

- 自動車・医療は引き続きグローバル体制の優位性を活かし、5年、10年先の受注を取り込んでいく
- 規格品もグローバル連携を強化し、供給力・販売力を高める
- 今期も引き続き「価格転嫁」「赤字拠点の黒字化」「再編・見直し」を徹底的に取り組む
- しばらくはスタンダード市場にてしっかりと実力を蓄える

ADVANCEX

(お問い合わせ先)

株式会社アドバネクス
総務部広報IR課

TEL : 03 - 3822 - 5865

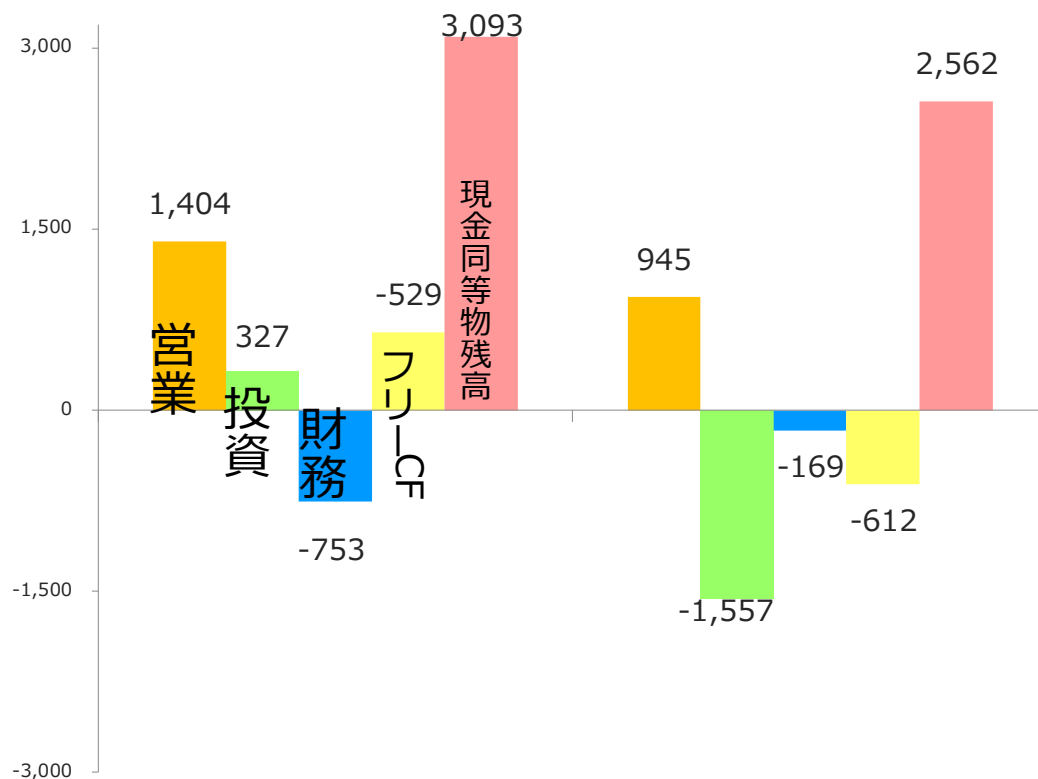
Email : tsutomu_kumaki@advanex.co.jp

URL : <https://www.advanex.co.jp>

21/3期

22/3期

(単位：百万円)



営業活動によるCF

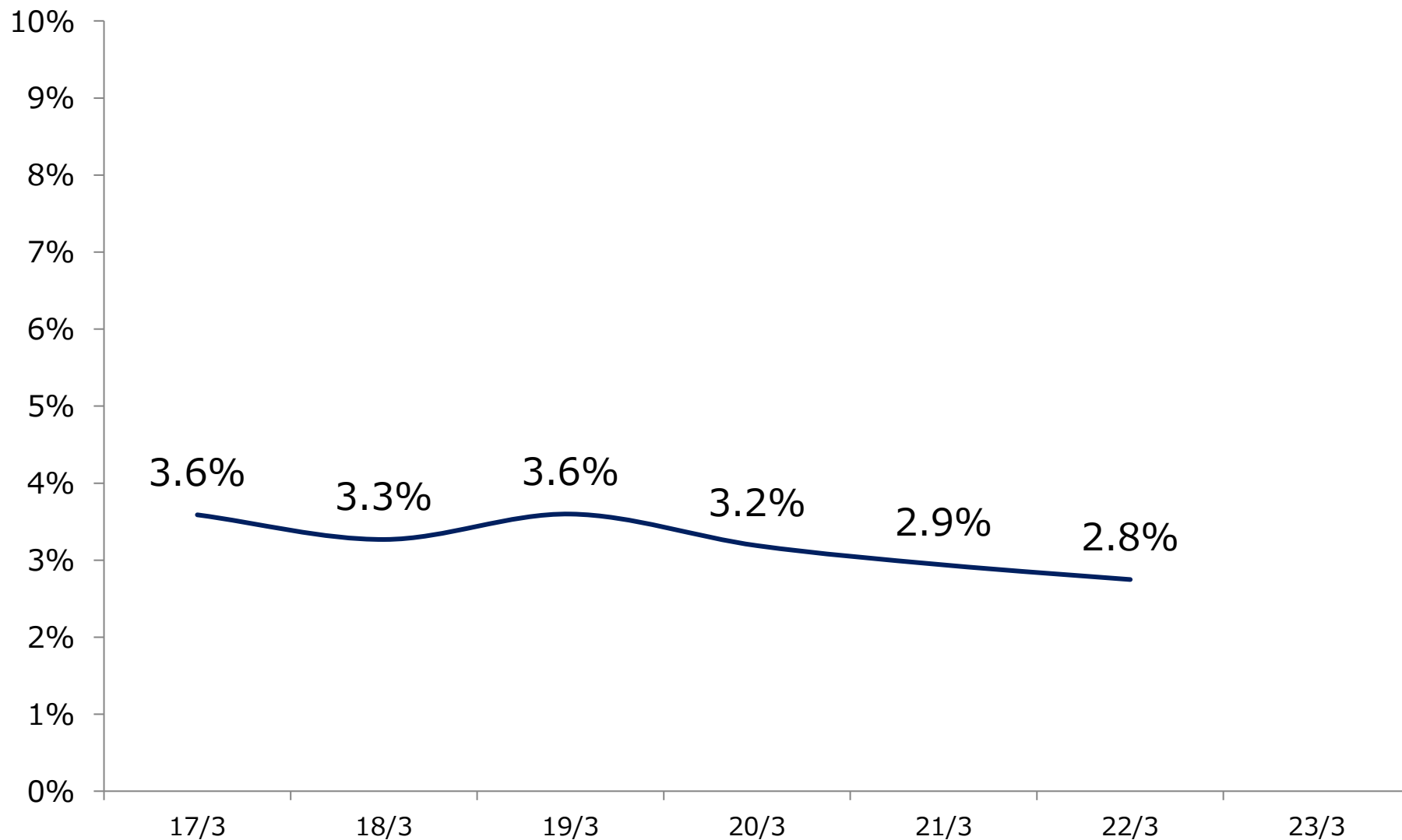
減価償却費による資金留保等により
資金が**945百万円増加**

投資活動によるCF

アメリカのテネシー新工場の建設
等により
1,557百万円減少

財務活動によるCF

銀行への借入金返済等により
169百万円減少



	10年物国債利回り	β	支払利息	実効税率	期首期末平均有利子負債
2021/3期	0.084%	1.17	190百万円	30.6%	10,839百万円
2022/3期	0.225%	0.97	206百万円	30.6%	11,262百万円

〔社名〕

株式会社アドバネクス
(スタンダード市場)

〔設立〕

1946年11月



〔事業内容〕 精密ばね製品等の製造・販売

〔従業員数〕 1,918名 (連結)

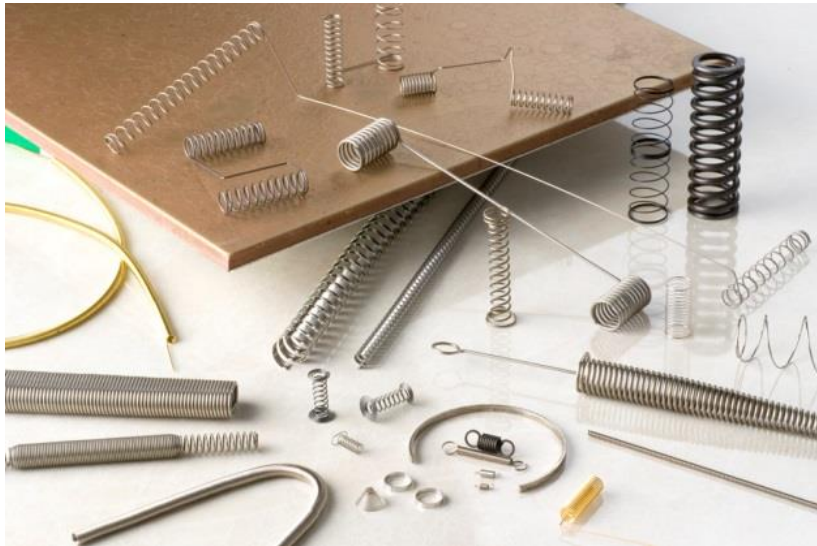
369名 (単体) * 2022年3月末時点

〔連結対象子会社〕 14社 (海外14社) * 2022年3月末時点

〔売上〕

217億円 * 2022年3月期

板ばね



線ばね

フォーミング加工



タングレス・インサート

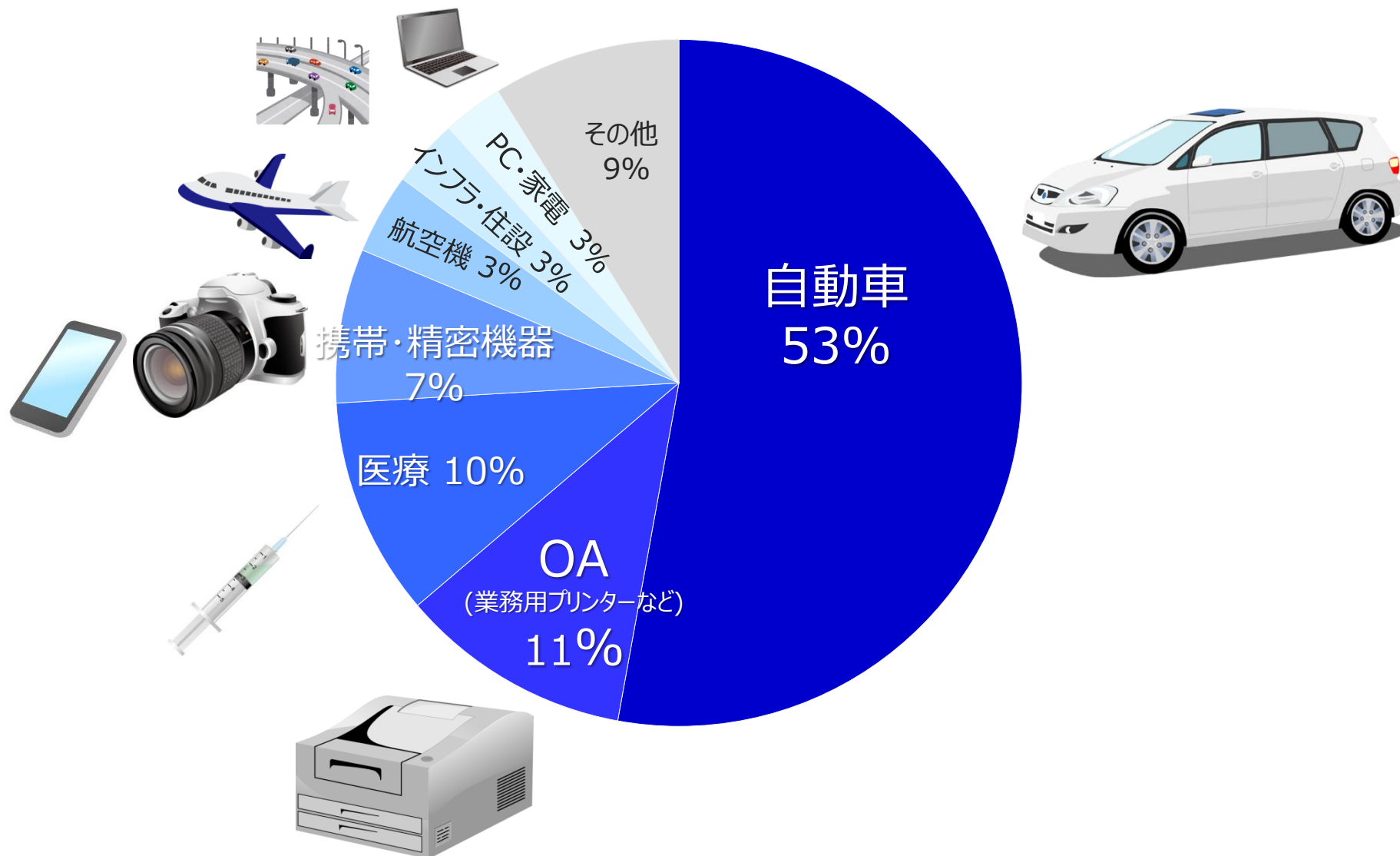


インサートカラー



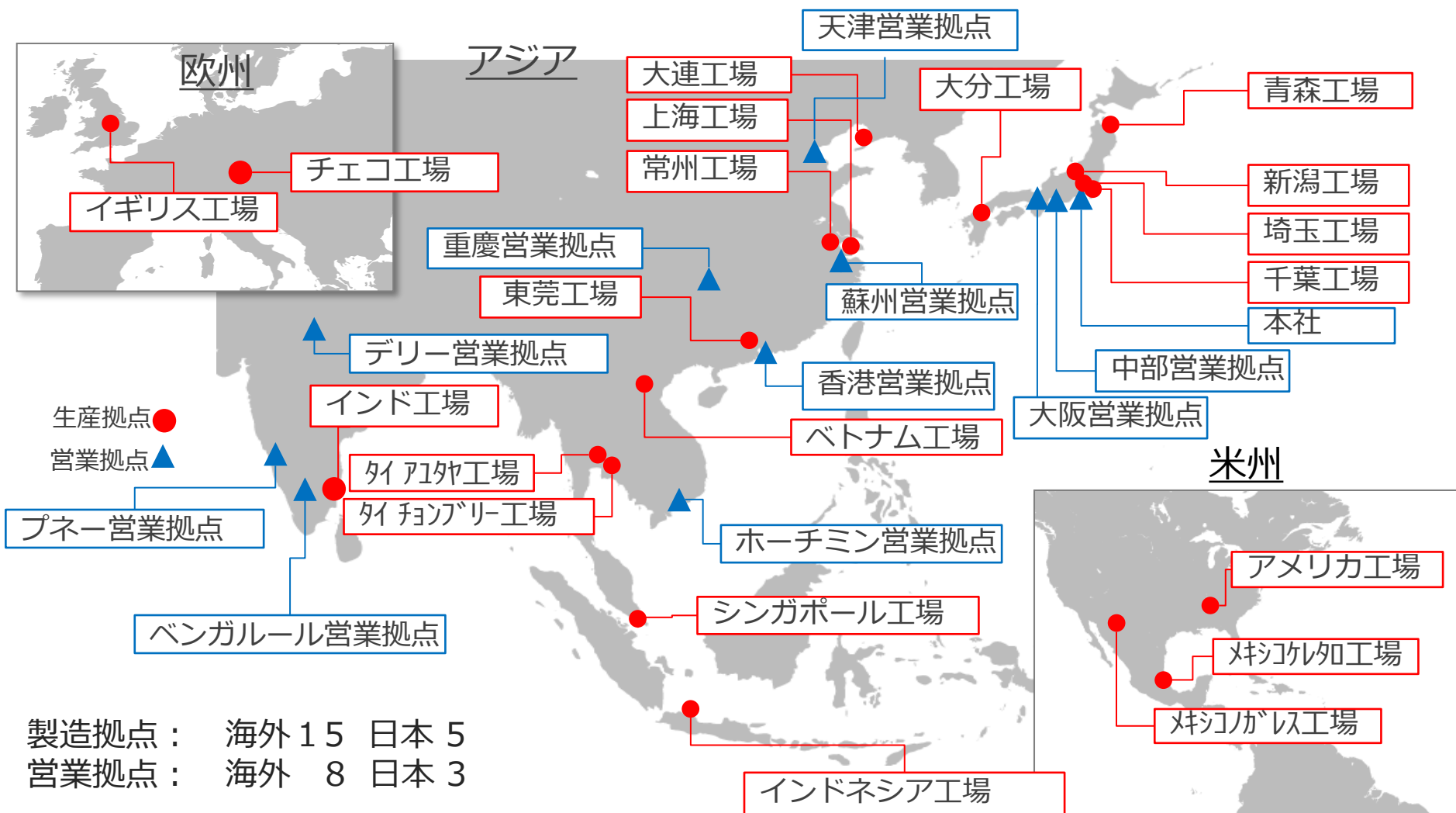
ロックワッ

2022年3月期売上217億円の内訳



(参考資料) 国内外拠点

精密ばねメーカーでは最多の海外拠点数



製造拠点は営業拠点も兼ねる

(参考資料) 工場外観



新潟工場



埼玉工場



青森工場



大分工場



千葉工場



シンガポール工場



タイアユタヤ工場



タイチョンブリー工場



ベトナム工場



インドネシア工場



インド工場



中国上海工場



中国大連工場



中国常州工場



中国東莞工場



アメリカ工場



メキシコテラト工場



メキシコノガレス工場



イギリス工場



チェコ工場

ばね業界において“グローバルニッチ”のポジション

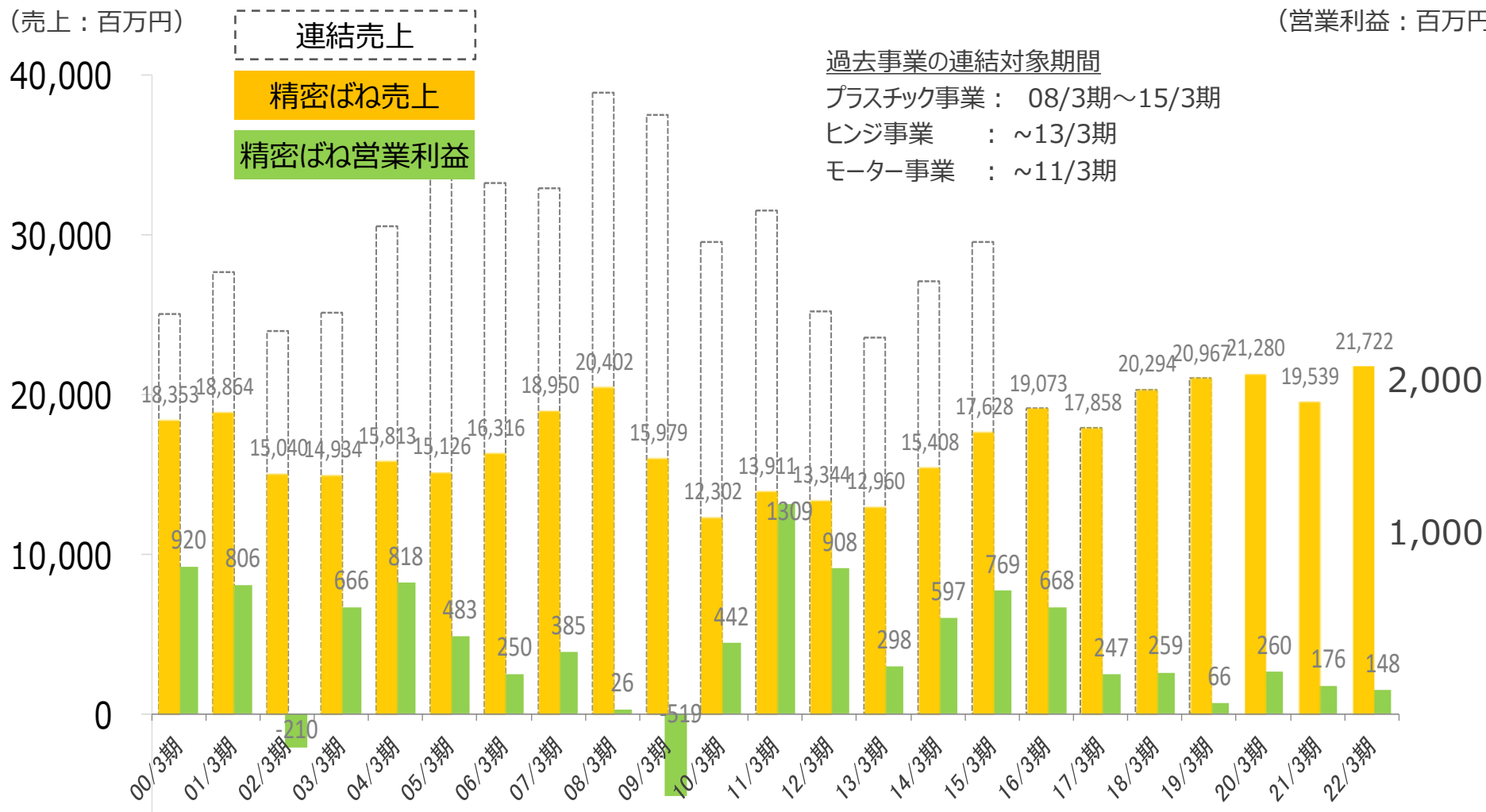
ばねメーカー分布

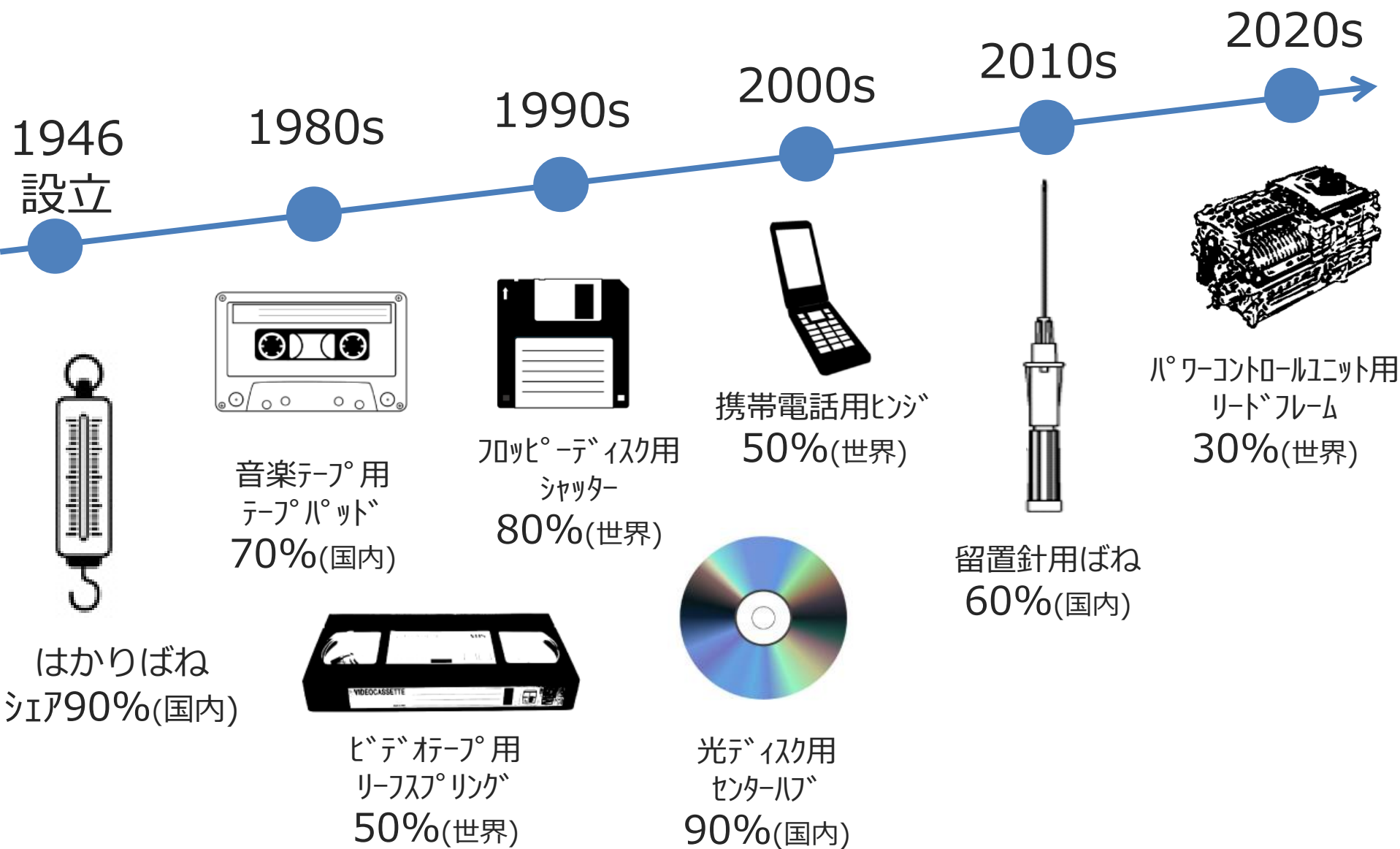


(参考資料) 精密ばね事業の業績推移

(売上：百万円)

(営業利益：百万円)





- 1930年 東京都江戸川区にばね専門工場を創業
- 1946年 株式会社に改組、資本金を199千円で
「株式会社加藤スプリング製作所」を設立
- 1964年 東証二部上場
- 1971年 カトウスプリングUSAをロサンゼルスに設立
(初の海外進出)
- 1976年 新潟県柏崎市に新潟工場を建設し操業を開始
- 1978年 カトウスプリング・シンガポールを設立
(初の海外生産拠点)
- 2001年 株式会社アドバネクスに社名を変更
- 2004年 東証一部に昇格
- 2014年 船橋電子株式会社を子会社化
- 2015年 埼玉工場開設



1957年頃の作業風景



新潟工場



埼玉工場

「飛躍に向け、力を貯める3年間」

新中期経営計画テーマ

- ガバナンス体制の強化
- 収益構造の強化
- 財務体質の強化

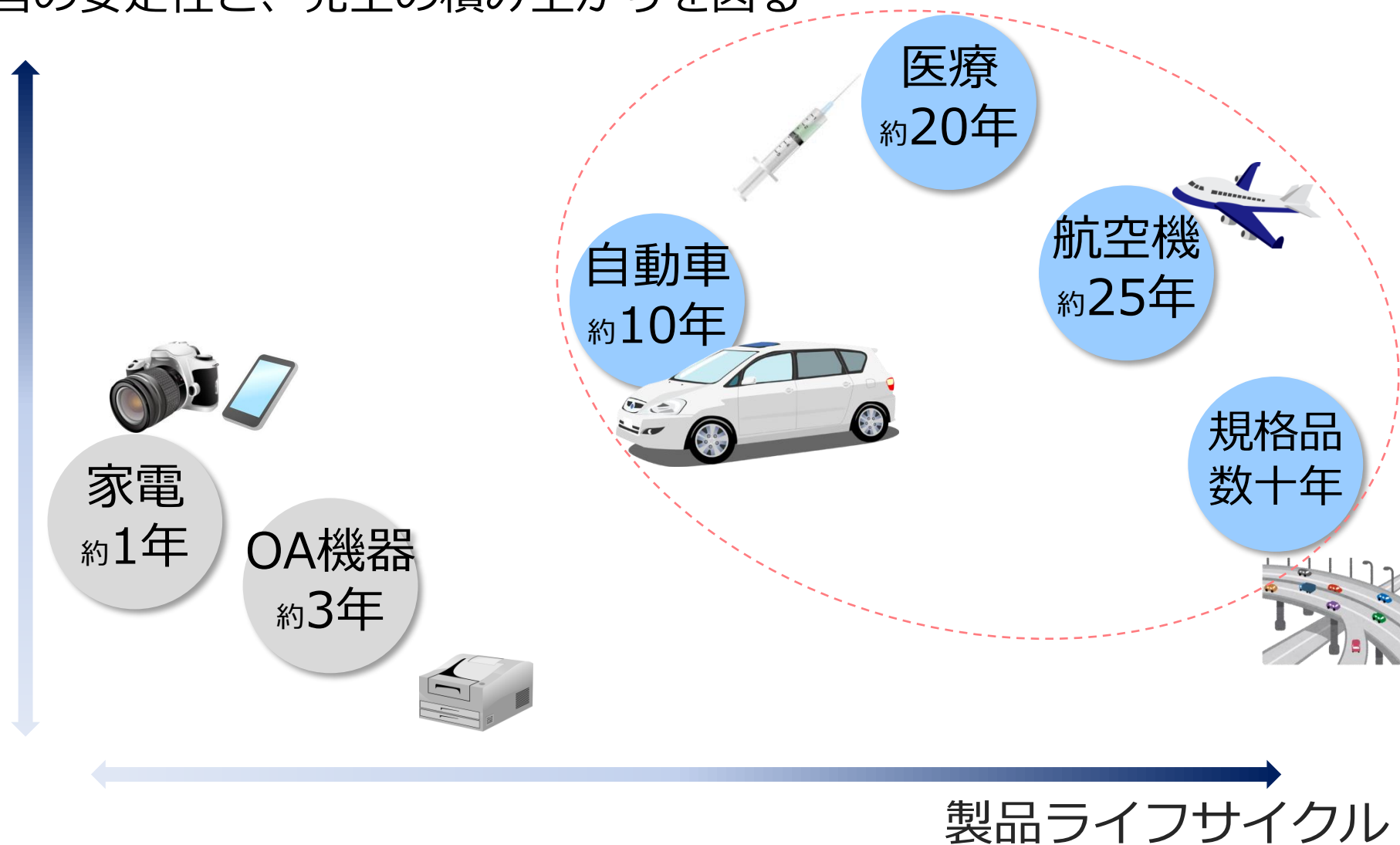
- 2024/3期 目標数値
 - 売上高 : 230億円
 - 営業利益 : 10億円
 - 有利子負債額 : 60億円以下
 - 自己資本比率 : 30%以上

ガバナンスを強化し本社の関与を強め、経営の“連動性”を高める

	過去	今後、将来
主要市場	- OA, 電子デバイス系	- 自動車、医療、住設・インフラ
経営	- 現地人経営陣によるマネジメント	- 本社の関与を強める - 本社が現地経営を評価
財務	- 子会社が個別に運用	- 本社がコントロールする - 資金は本社から子会社に配分する
営業戦略	- それぞれの子会社での独自の営業戦略	- グローバル営業部が中心となって、日本とそれぞれの子会社との協力関係を強化
生産戦略	- 地産地消	- 遊休設備や余剰キャパを有効活用 - 人材もグローバルに跨って有機的に活用
技術戦略	- 現地任せ	- サポート力強化 - コア技術を開発し海外に展開、技術センター開設
子会社経営陣	- 現地トップと現地のCFO	- 日本から駐在役員派遣

成長性があり、製品ライフサイクルの長い市場に注力
経営の安定性と、売上の積み上げを図る

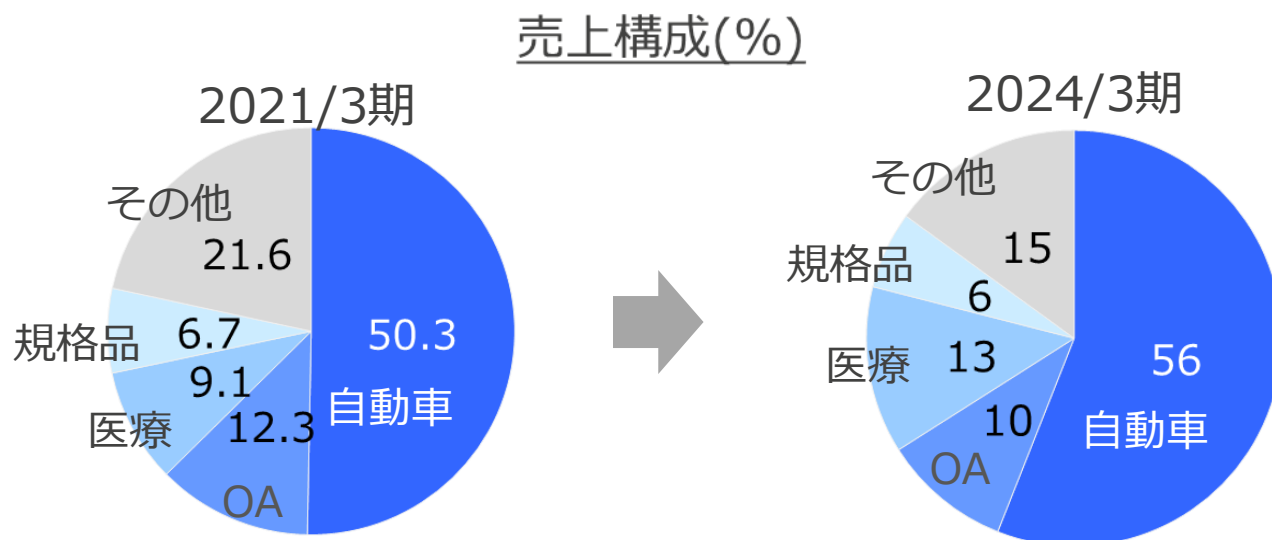
市場成長性



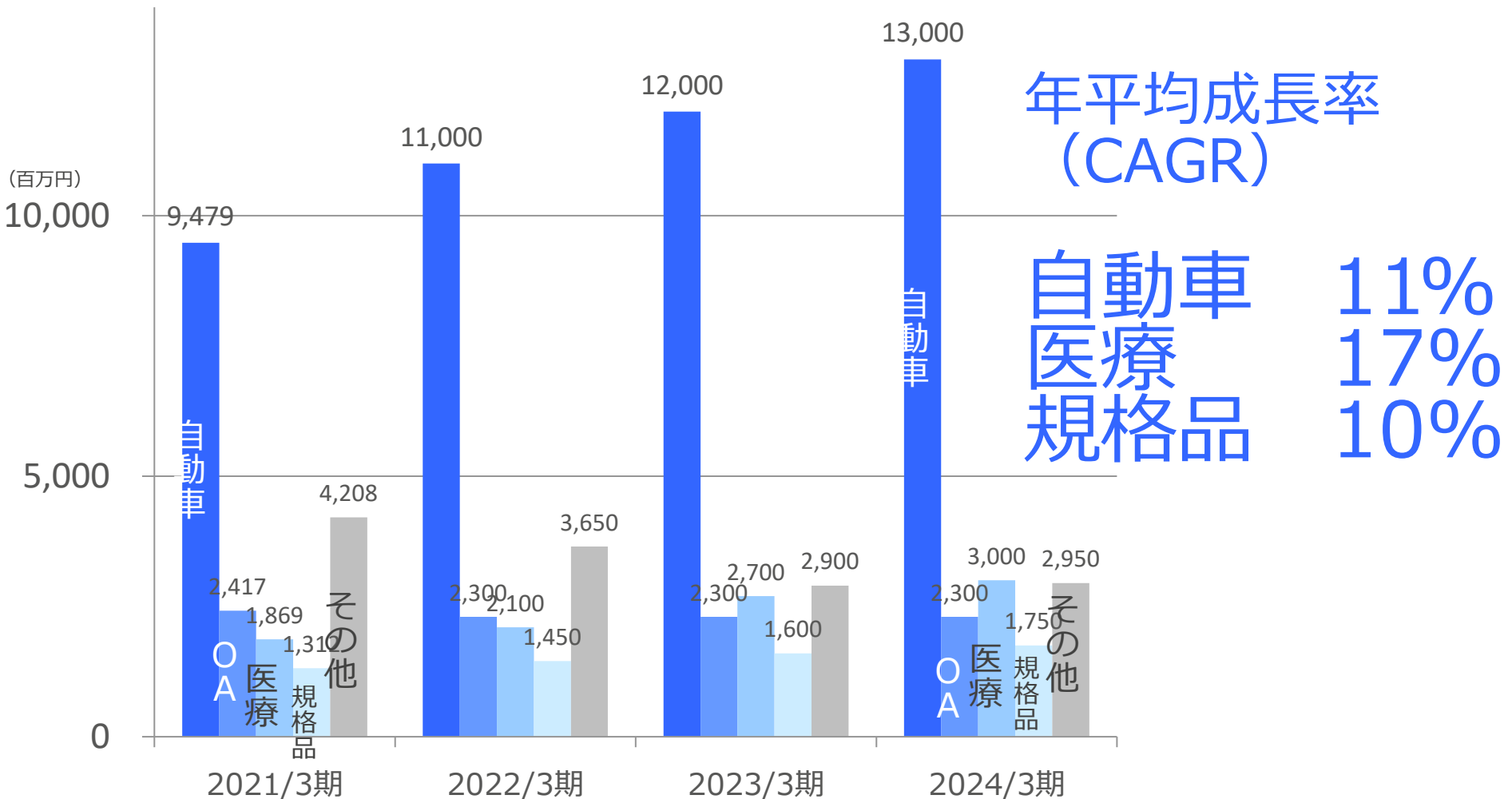
製品ライフサイクル

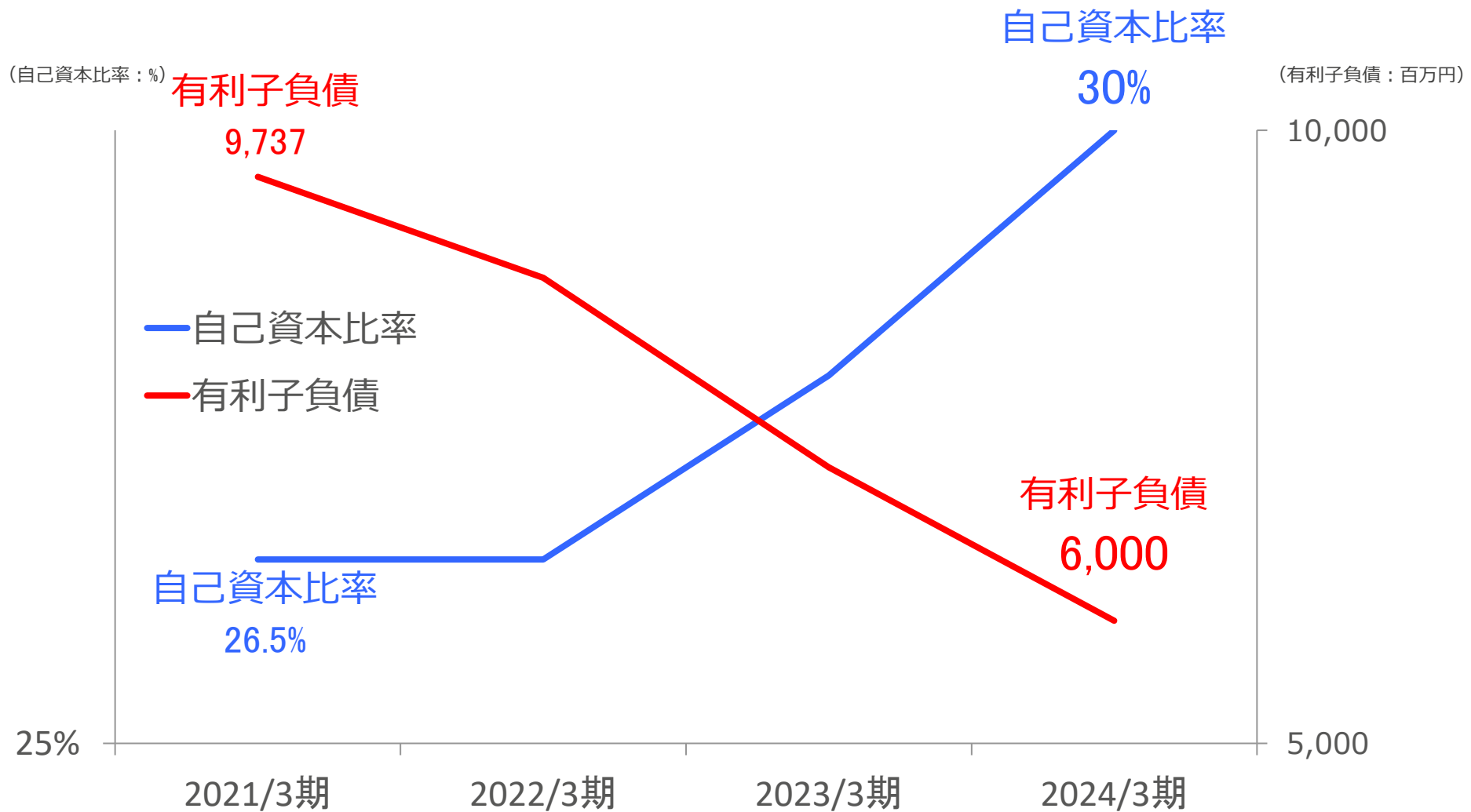
- 営業戦略

- グローバル営業展開
- 高付加価値化（上場・グローバル企業の付加価値を訴求）



ロングライフサイクル、高収益、低ボラティリティの市場に注力





当社の強みを活かし、次世代自動車に適応できるティア1との協業体制を構築

完成車

日欧米系既存メーカー、テスラ、
アップル、中華系EV

ティア1

- パワーコントロールユニット
- インバーター、コンバーター
- シフトバイワイヤ
- 各種センサー
- アクチュエーター

EV、自動運転化

メガサプライヤー化

- デンソー、日立ASTEMO
- パナソニック、日本電産
- ボッシュ、コンチネンタル
- EV新興系・中華系ティア1

- 北米、中南米
- 欧州
- 中国
- 東南アジア、インド

グローバル供給化

モジュール化
部品共通化

- TNGA : トヨタ系
- CMF : 日産系
- MQB : VW系

ティア2

アドバネクス

強み・戦略

- 日本を軸としたグローバル供給体制
- 上流からの共同開発、設計提案
- 品質、供給量、事業の継続性の訴求

ばね等の当社金属製品が使われている自動車部品の一覧
「CASE」が進めば車1台あたりの当社製品需要（合計金額）は増える

内装系

- ・ディスプレイ
- ・エアバック
- ・シートベルト
- ・温度センサー
- ・レインセンサー
- ・車内ランプなど
- ・音声センサー
- ・画像認識カメラ
- ・通信機器など

外装系

- ・ヘッドライト
- ・アンテナ
- ・ドアロック
- ・ホイール
- ・ビューカメラ
- ・ETCセンサーなど
- ・超音波センサー
- ・画像認識カメラ
- ・レーダーなど

駆動系

- ・点火コイル
- ・スターターモーター
- ・クランクセンサー
- ・ポンプ
- ・バルブなど
- ・駆動モーター
- ・バッテリー
- ・パワーコントロールユニット
- ・インバーター
- ・コンバーターなど

操作・制御系

- ・ハンドル
- ・ブレーキ
- ・横滑り防止センサー
- ・シフトバイワイヤなど
- ・操舵アクチュエーターなど

自動車向け当社製品



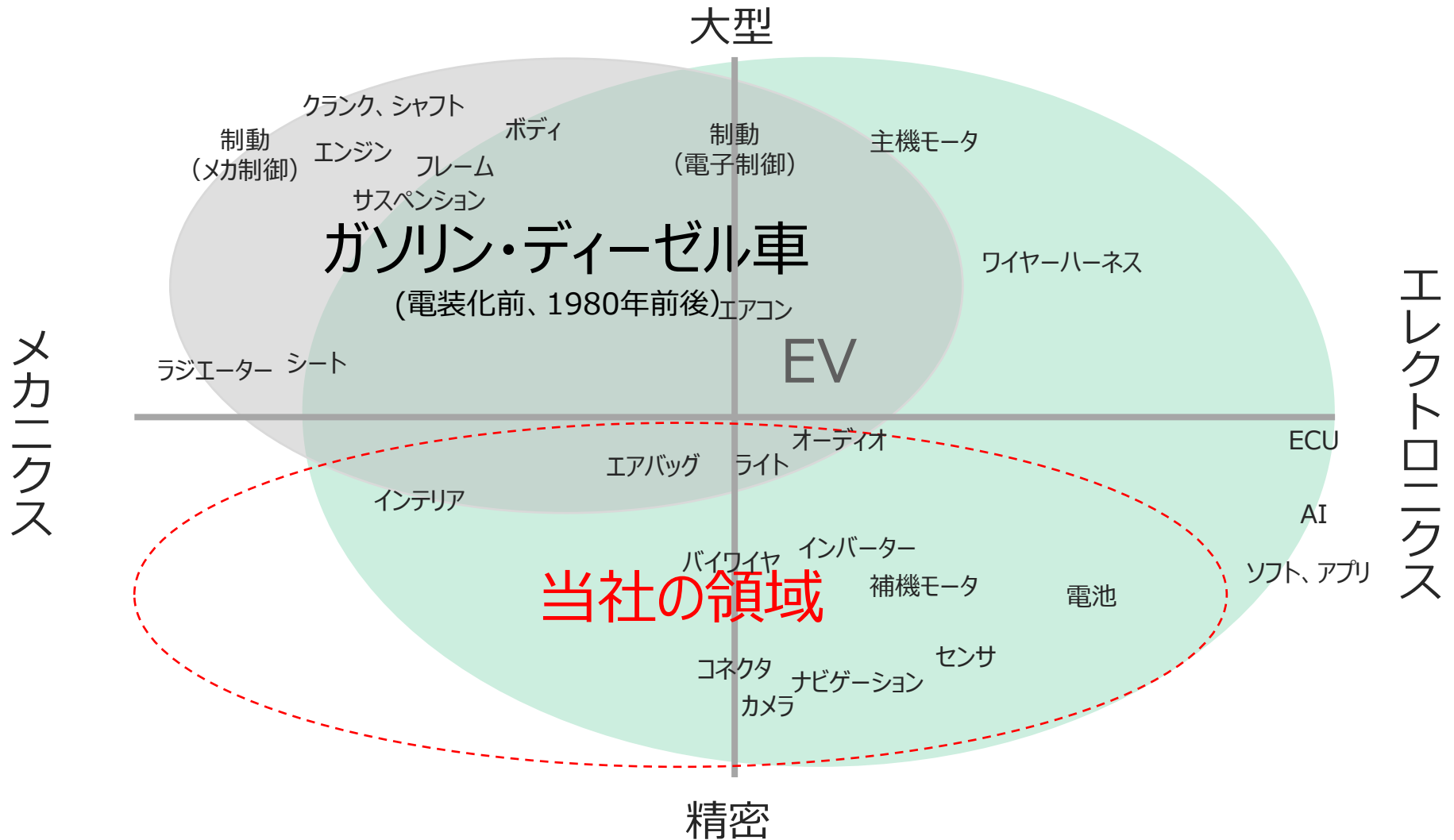
当社製品の需要（ガソリン車1台あたり1,000円と仮定した場合）

ガソリン車
1,000円@1台

ハイブリッド車
1,200円@1台

EV（自動運転）
1,250円@1台

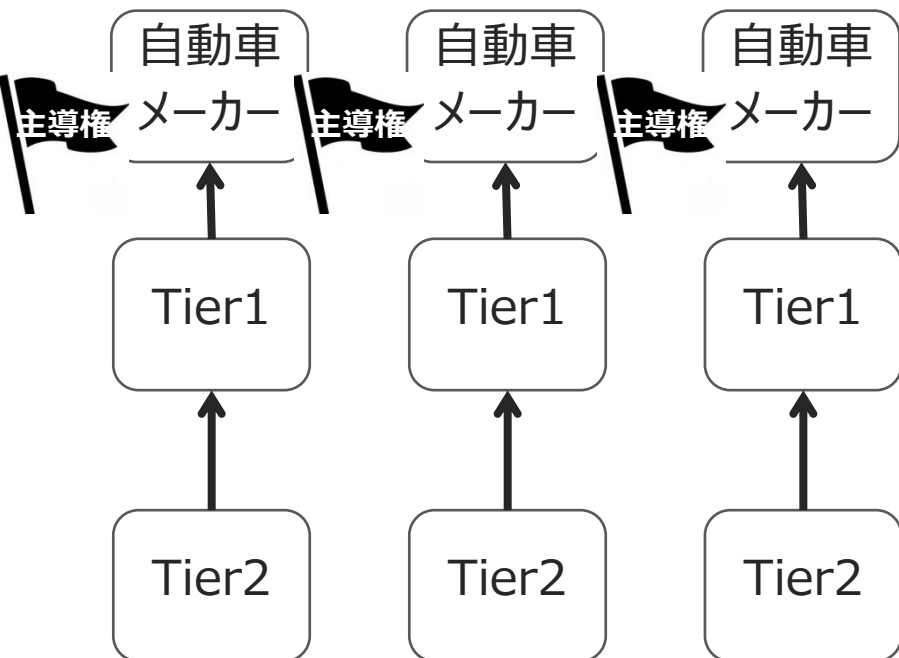
EV構成部品の多くが当社の事業領域に重複



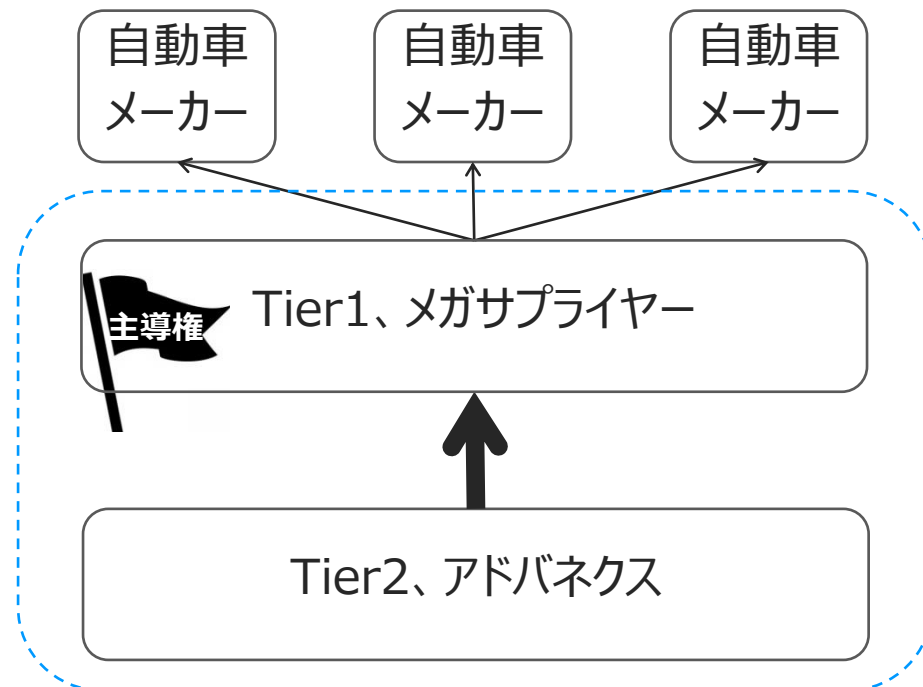
5. 注力市場の状況 自動車

EV関連の開発要求やグローバル供給の要求が強まる
当社以外に対応可能なTier2は少ない

以前



今後



Tier2への要求

- グローバル供給体制
- 財務力、経営の持続性
- 開発力、対応力、提案力

日系ばねメーカーではダントツの海外生産拠点数

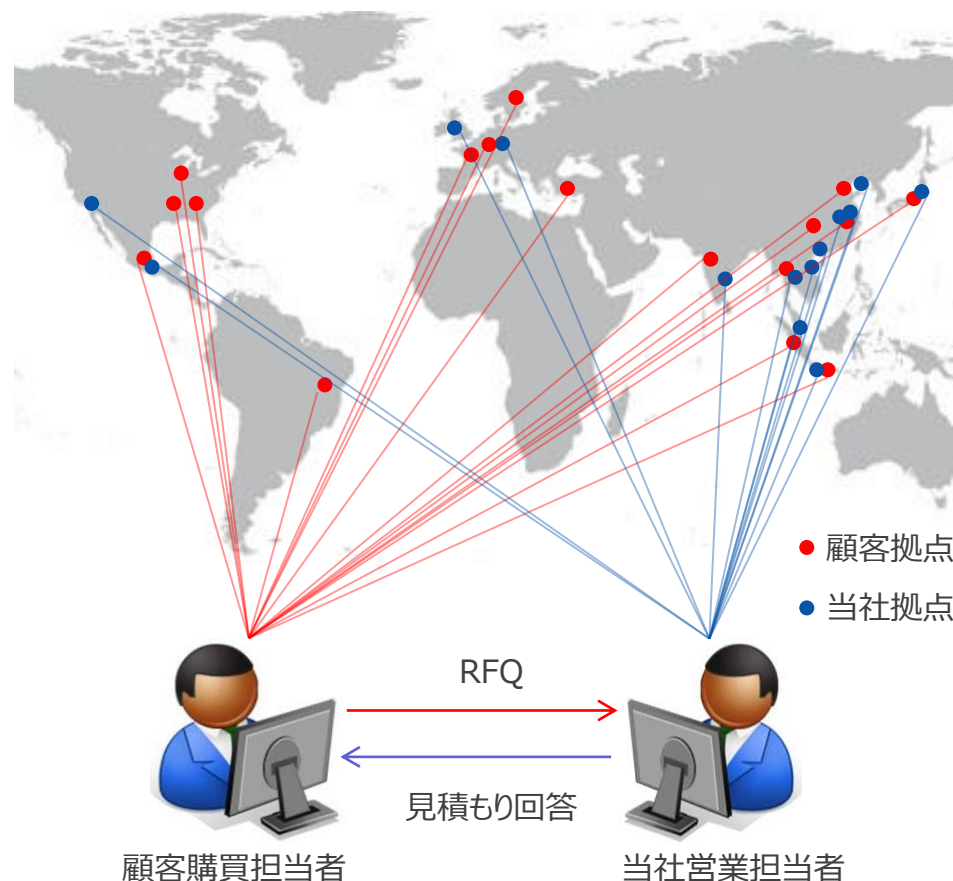
日系ばねメーカー海外工場数

数では当社がダントツ

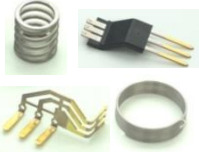
	海外工場数	所在国	ばねサイズ
アドバネクス	15	シンガポール、タイ(7工場、3工場)、ベトナム、中国(上海、大連、東莞、常州)、ベトナム、アメリカ、メキシコ(メキシコ、ホンダ)、インドネシア、インド、中国	精密
A社	8	アメリカ、カナダ、中国、フィリピン、タイ、インドネシア、インド、ドイツ	大型
B社	8	アメリカ、ベトナム、韓国、タイ、中国、インド、メキシコ、インドネシア	精密
C社	7	アメリカ、メキシコ、ブラジル、タイ、中国、インド、スเปน	大型
D社	6	タイ、ベトナム、中国、メキシコ、インドネシア、インド	大型
E社	5	アメリカ、中国、ベトナム、インドネシア、タイ	精密
F社	5	中国(4)、マレーシア	精密
G社	5	アメリカ、中国、ベトナム、タイ、メキシコ	大型
H社	5	中国、台湾、タイ、インドネシア、アメリカ	大型
I社	4	アメリカ、ドイツ、タイ、中国	大型
J社	4	中国、香港、ベトナム、フィリピン	大型

グローバル発注システム

顧客購買、当社営業窓口が一本化される傾向



海外に10拠点以上を持つTier2は稀有、かつ有利（当社は海外18拠点）
当社の優位性がより鮮明に

	社数	海外進出率	海外 10 拠点以上
 自動車メーカー	10社	100%	100%
 Tier1	605社	80%	10%~(当社推定)
 Tier2	7,000社以上	14%	0.1%前後(当社推定)

「高収益企業の特徴は、第一に不透明な情勢の下でともかくも海外進出を果たした企業であり、・・・」
「海外展開と新技術開発をめぐって部品メーカー・関連サプライヤーの2極化が鮮明である」

21世紀自動車産業グローバル化の特質と日本中小企業の経営環境変化(関東学院大学 清响一郎教授)より引用

軽量化のため、部品は鉄製からプラスチック製へ
ボルト締め部分を補強する、「インサートカラー」の需要が増加



インサートカラー



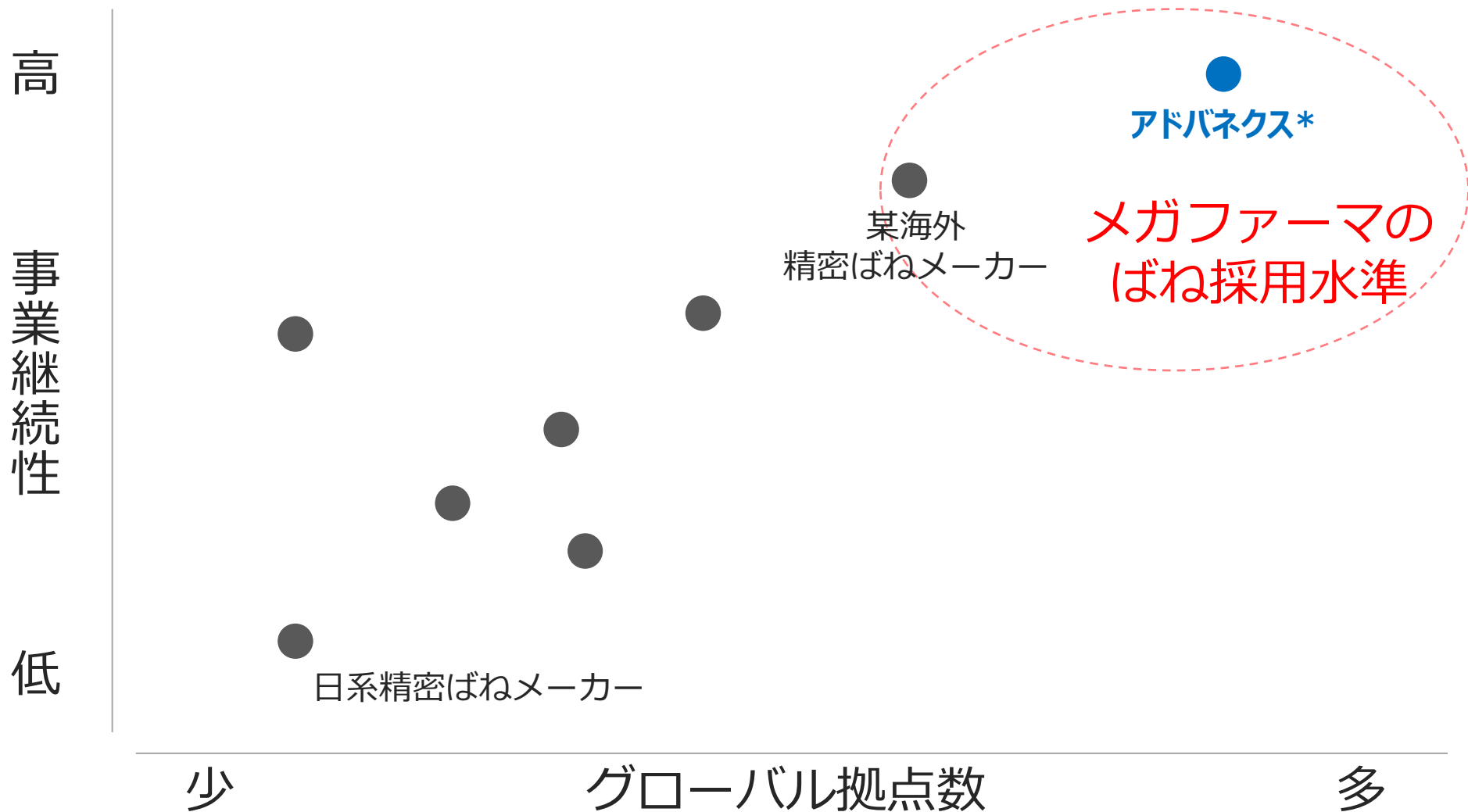
プラスチック製自動車部品

医療は競争環境がOA・家電と違い、高収益で長く続く傾向

	OA・精密・AV・家電など	医療
ばね需要全盛期	- 1980年代～2000年代	- 2010年代～
主要顧客	- 日系メーカー - 日系メーカーから受託するOEM	- 欧米のメガファーマ
評価基準	- 1 st 価格 - 2 nd 納期/立地（近接地） - 3 rd 品質	- 1 st 品質 - 2 nd 事業の継続性 - 3 rd グローバルサプライ体制
コストダウン圧力	- 最終製品の性能・価格競争が絶え間なく続き、コストダウン圧力は強い	- 最終製品の競争は少なく、コストダウン圧力は弱い
ライフサイクル	- モデルチェンジや新製品登場の頻度が多く、1モデル1-3年程度と短い	- モデルチェンジは殆どなく、1モデル15-20年と極めて長い
ばね競合	- 最終的にはローカルばねメーカーが競合に。常に転注の脅威に晒される	- 一度認定サプライヤーとなったら、永続的に取引が続く
受注難易度	- 比較的容易。顧客ターゲットコストに合わせれば概ね受注可能	- 極めて難しい。受注率は10%以下*

* 医療向けは一定の財務水準を充たせてなければエントリーできない。試作製作費は自社もちで数年に及ぶ検討期間があり、膨大な量の提出書類と多くのテストが求められる上に案件の殆どが顧客のプロジェクト中止や認証失敗となるなど実際に財務体質が強くなければ耐えられない。一方一度決まれば長期的安定的な収益が見込める。

精密ばねをメイン事業とし、メガファーマの要求に耐えうる、
グローバル“ばね”メーカーは極めて少ない



2027年3月期22億円(US\$ 20M)を目指す

- No.1の収益率 (当社の市場・カテゴリー中)
- 開始から50年のロングセラー
- 寡占市場 (サプライヤーは当社含め世界数社)
- 他社製に対する優位性 (作業スピードが速いタングレス・インサート®)

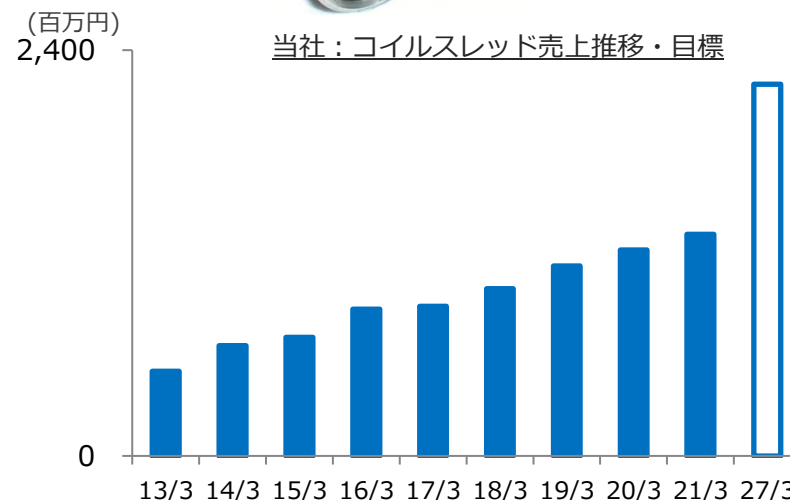
市場・カテゴリー別収益率ランキング

収益率	市場・カテゴリー
1位	規格品 (コイルスレッド、ロックワシ等)
2位	医療
3位	精密
	・
	・
? 位	自動車
	・
	・

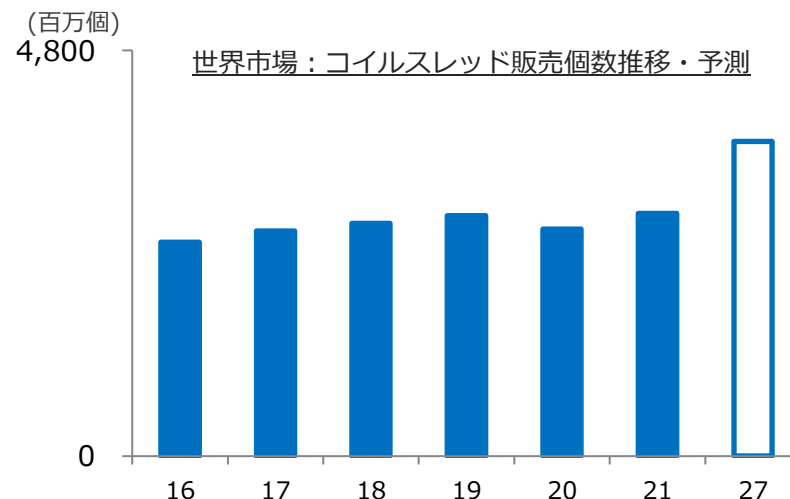


左が通常コイルスレッド
右がタングレス・インサート®

当社：コイルスレッド売上推移・目標



世界市場：コイルスレッド販売個数推移・予測



出典:LP Informations

* 「コイルスレッド」は樹脂・軟金属といった強度が弱い母材のねじ穴を補強する製品。高いゆり止め効果があり、耐振動が求められる航空機、鉄道や寸分の狂いも許されない半導体用製造装置などに使われる。「タングレス・インサート®」はコイルスレッドの発展製品で当社独自製品。作業時間が通常の1/6に短縮できる。

コイルスレッドの使用目的はアルミ、プラスチックなどの軽量材・軟質材の「ねじ穴の補強」と振動によるボルトの「ゆるみ止め」

タングレス・インサート®と挿入工具



タングレス・インサート®は当社コイルスレッド製品の製品名。
専用工具を使うことで作業スピードが通常製品に比べ6倍速い

使用例



ボルト締め

挿入後

挿入前



カットサンプル

安全安心ニーズと、半導体製造装置需要の高まりにより近年売上は右肩上がり



タングレス・インサート



欧州

- 飛行機・生産設備向け
(用途不明なものも多い)

中国

- メンテナンス市場など
- 近年、特に売上が増加



日本

- 半導体生産設備向けなど
- 最近は鉄道・トラック向け
が増加



北米

- 飛行機向けが中心
- 風力発電向けを狙う



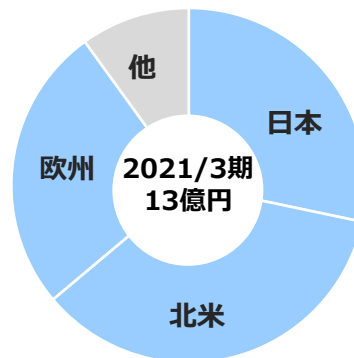
アフリカ：未開拓

東南アジア・インド

- 今後の市場拡大に期待
- 販社設立、販売活動開始

中南米：未開拓

タングレス・インサート地域別売上



コイルスレッドビジネスのグループ一本化により ポテンシャルの最大化を図る

従来

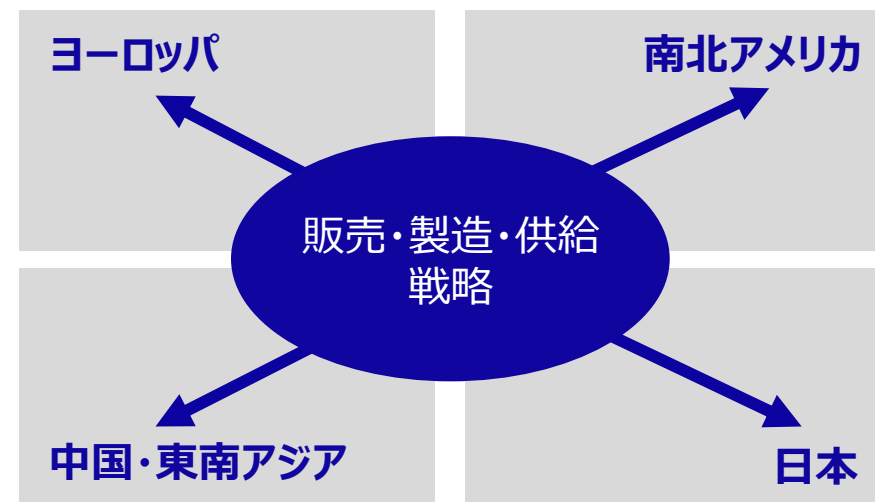
コイルスレッドは世界各拠点で販売しているが、収益性が高いがゆえに、連携が取れてなくとも問題視されてこなかった



今後

新中期経営計画でグループ連携を進めていく中、連携不足による機会損失が顕在化された。

「製品事業部プロジェクト」を立上げ、方針設定・組織編制を行う。



ESG、SDGsを成長機会と捉え、経営戦略に織り込む

SDGs

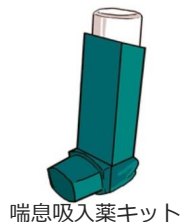
参入領域

当社製品

見通し

(2027/3期)

15%



喘息吸入薬キット



インスリン注入キット



各種線ばね



EV/HEV



自動車軽量化



太陽光発電



風力発電



プレス (EV向け)



インサートカラー

20%



自動運転/運転補助



鉄道



航空機



インフラ (天井落下防止など)



タングレス・インサート



ロックワシ



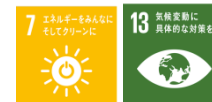
インサートモールド



インスタントロック

5%

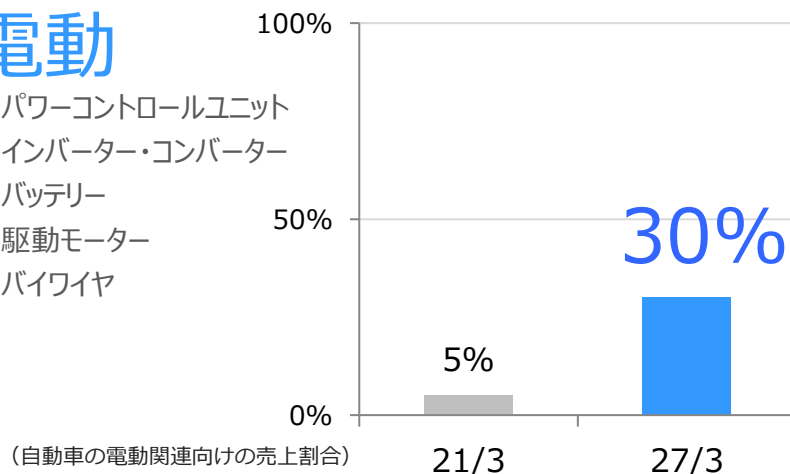
計40%



自動車の脱炭素化（電動・軽量）と事故減少に貢献

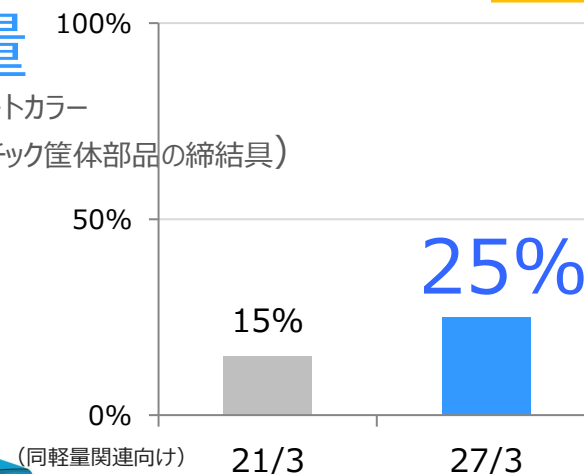
電動

- パワーコントロールユニット
- インバーター・コンバーター
- バッテリー
- 駆動モーター
- バイワイヤ



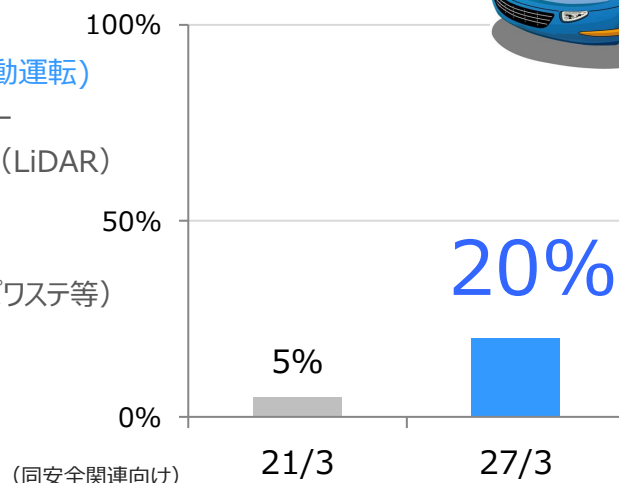
軽量

- インサートカラー
(プラスチック筐体部品の締結具)

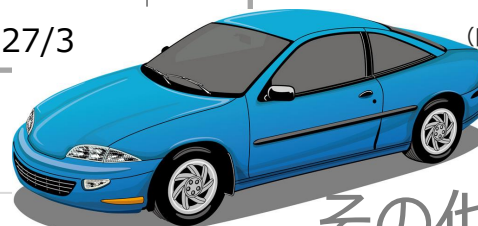
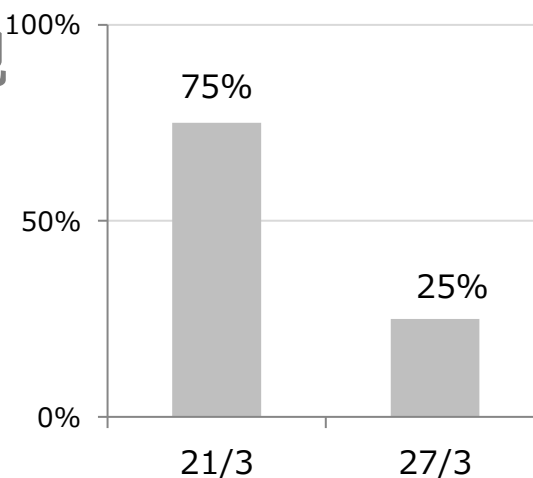


安全(自動運転)

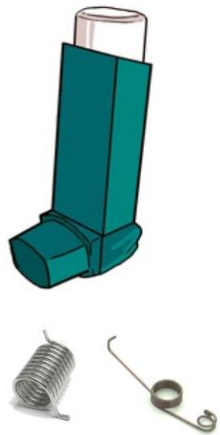
- 超音波センサー
- 測距センサー (LiDAR)
- 車載カメラ
- エアバック
- 運転補助 (パワステ等)



その他



世界中の人々の健康とクオリティオブライフの向上に貢献

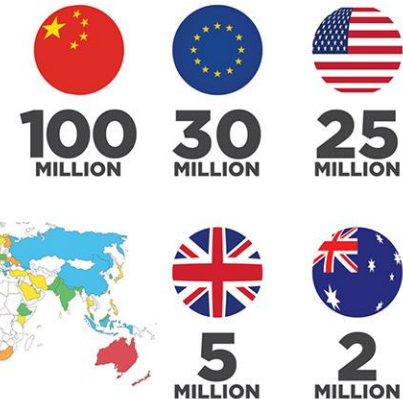


当社製ばね

喘息吸入薬キット

- 喘息患者は世界3.34億人
- 喘息による死者数は年間25万人
- 地球温暖化による花粉増加で患者数増加
- 将来的には死亡率の高い貧困地域にも普及

- 334 million people have asthma
- 14% of the world's children experience asthma symptoms
- 8.6% of young adults experience asthma symptoms
- Approximately 250,000 people die prematurely each year from asthma. Almost all these deaths are avoidable



World Map of the Prevalence of Clinical Asthma



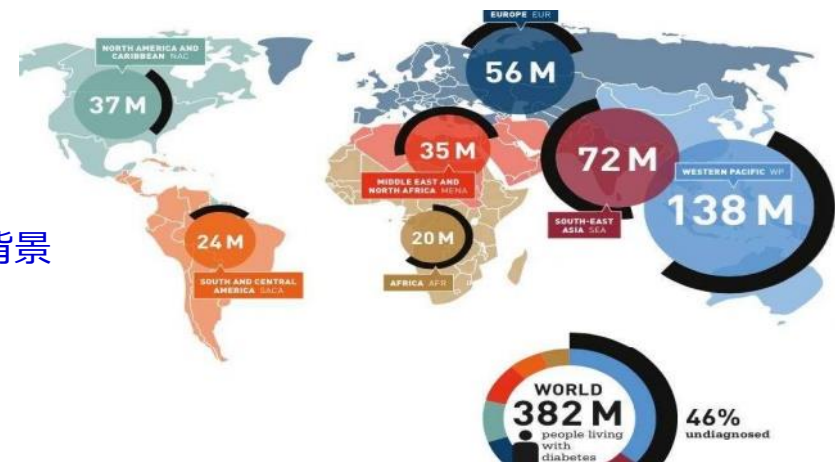
出典:Global burden of Asthma



当社製ばね

インシュリン注入キット

- 糖尿病は世界3.82億人
- 糖尿病による死者数は年間150万人
- 中国・インドで急増。経済発展による飽食化が背景
- 将来的には死亡率の高い貧困地域にも普及



出典:Associates of Northwest Arkansas

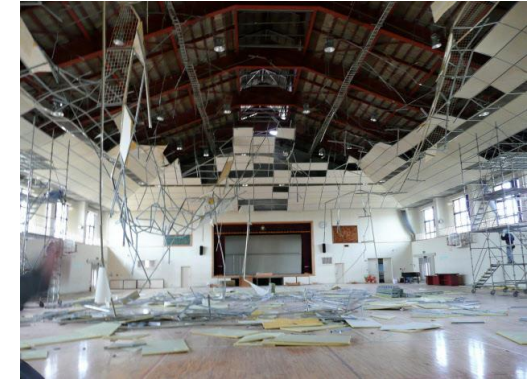
再生可能エネルギーの普及と人々の安全に貢献



風力発電



ソーラーパネル



地震で落下した天井板



タングレス・インサート

- 風力発電の締結部補強
- 航空機の //
- 電車の //



ロックワシ

- ソーラーパネルのボルト・ナット
ゆるみ止め
- 他インフラ等の安全対策



インスタントロック

- 施設の天井の耐震対策



働きやすい環境づくり

- フルフレックス導入
- 通報窓口設置
(社内外複数窓口)
- ハラスメントセミナー
- 男性社員の育休取得
- ベネフィット導入
- RPA導入
- コミュニケーションツール導入
- ES向上活動
(Employee Satisfaction)



社員教育/研修

- 次世代リーダー研修
- 管理職研修
- 中堅、若手研修
- 新入社員研修
- 技術訓練 (社外)
- テクニカルトレーニングセンター (社内)
- 通信教育支援制度
- 社内認定制度
- ばね検定支援
- グループ内技能実習制度



健康管理/促進

- 産業医サービス向上
- 顧問医の設置
- 提携病院の紹介
- 人間ドック利用促進
- メンタルヘルスケア
- 健康管理システム導入
- 種々福利厚生



ブランド価値向上

- 当社商標の浸透
- 現地に適した商標の選択
- ロゴ使用事例の共有
- 展示会出展推進



新製品開発

- サイズラインナップ拡充
- 新製品開発体制強化
- 開発予算確保
- マーケティング活動強化、ニーズ調査
 - 事務所設置
 - 協力会社コラボ



知財戦略

- 特許戦略再策定
- 知財セミナー、研修
- 知財専門家顧問契約
- グローバル特許申請
- ロイヤリティ収入

グループ会社の役員構成一覧

グループ会社	所在	役員構成		
		執行責任者出身国	多国籍役員 (日本人以外)	女性
Advanex (Singapore) Pte.Ltd.	シンガポール	日本	2名	1名
Advanex (Thailand) Ltd.	タイ	タイ	3名	-
Advanex (Vietnam) Ltd.	ベトナム	ベトナム	2名	-
Advanex (India) Private Limited	インド	インド	1名	-
PT. Advanex Precision Indonesia	インドネシア	日本	-	-
Advanex (Shanghai) Inc.	中国上海	日本	-	-
Advanex (Changzhou) Inc.	中国常州	日本	-	-
Advanex (Dongguan) Inc.	中国東莞	中国	1名	-
Advanex (Dalian) Inc.	中国大連	中国	1名	1名
Advanex (Hong Kong) Ltd.	香港	中国	1名	-
Advanex Europe Ltd.	イギリス	イギリス	3名	1名
Advanex Czech Republic s.r.o.	チェコ	イギリス	2名	1名
Advanex Americas, Inc.	アメリカ	日本	2名 注:Officer	-
Advanex de Mexico S. de R.L. de C.V.	メキシコ	メキシコ	1名	-

2022年6月に実施したアンケート結果の主な内容

取締役会に提出される資料は内容・分量の観点で適切でしょうか？

- 効率的な中身の議論をするために工夫するべき。
- 事務局は取締役会で意思決定をするために十分な情報が網羅されているか確認するべき。
- 要点を分かりやすくまとめるべき。

取締役や監査役には取締役会に提出される資料を事前に検討する時間が十分に与えられているでしょうか？

- 詳細まで確認できない場合がある。
- 決算資料が直前になるのはやむを得ない部分はある。
- 役員が事前確認しているかどうかが重要。
- 事案によっては「5日前」のルールに限らず個別に連絡することもある。
- 緊急議案は情報発信の工夫をするべき。

取締役会に上程する議案の範囲・分量は適切でしょうか？（たとえば他の会議体に権限を委譲すべき事項など）

- 本質的な議論に時間を割くべく、取締役と事務局で一度話し合ってみるのも良い。
- 実質的な議論は従来どおり経営会議で行うべき。
- 突発的な議案が出ないようにする必要がある。
- 事前に経営会議で議論しているので、取締役会の時点で理解できるようになっている。
- 細かい要改善点は残る。

取締役会における審議事項と経営陣に委譲すべき判断事項との振り分けは適切でしょうか？

- 規程が細かく設定されているが権限移譲は進んでいるとは思えない。
- 重要案件に特化した方が良いのでは。
- 経営陣に委任すべき判断事項については常勤役員会を活用している。

取締役会においては、中期経営計画について十分な議論がなされているでしょうか？

- 海外子会社も含めて経営計画の議論をするようになってきたがもう一段レベルを上げていくべきでは。
- 子会社については不十分。親会社の関与を高め取締役会で意見交換するなど。
- 3年間の進むべき方向性を示し、議論しコンセンサスを得ることは意味のあること。
- 計画及び計画に基づく各種施策は随時報告・議論している
- 外部環境の変化も激しいことから更に議論を深めていきたい。

取締役会においては、当社の事業に影響する主要なリスクに関して十分理解し、議論できているでしょうか？

- 事業リスクに関しては都度取り上げて議論しているが、海外事業は不慣れな面もあり改善余地もある。
- テーマごとのリスクをもう一段厳しく見て検討してほしい。
- 当社グループ全体の将来を見据えリスクの議論をした方が良い（資金分配、注力分野、人員配置など）。
- 見通しが分からないことが多いが、リスクを踏まえてどう対策を打つかを議論することは取締役会の役割。

金属加工技術は陳腐化しにくく、当社では経験の長い技術者が優位
匠の技術は当社の付加価値の源泉



試作品製作の匠

作図、設計改良提案、加工工程設計



生産技術の匠

製造設備の設計、自動化考案

当社のばねは外観上の変化は少ない
機能、コストが同等以上の代替品が出てこない限りばねは無くならない



40年前



30年前

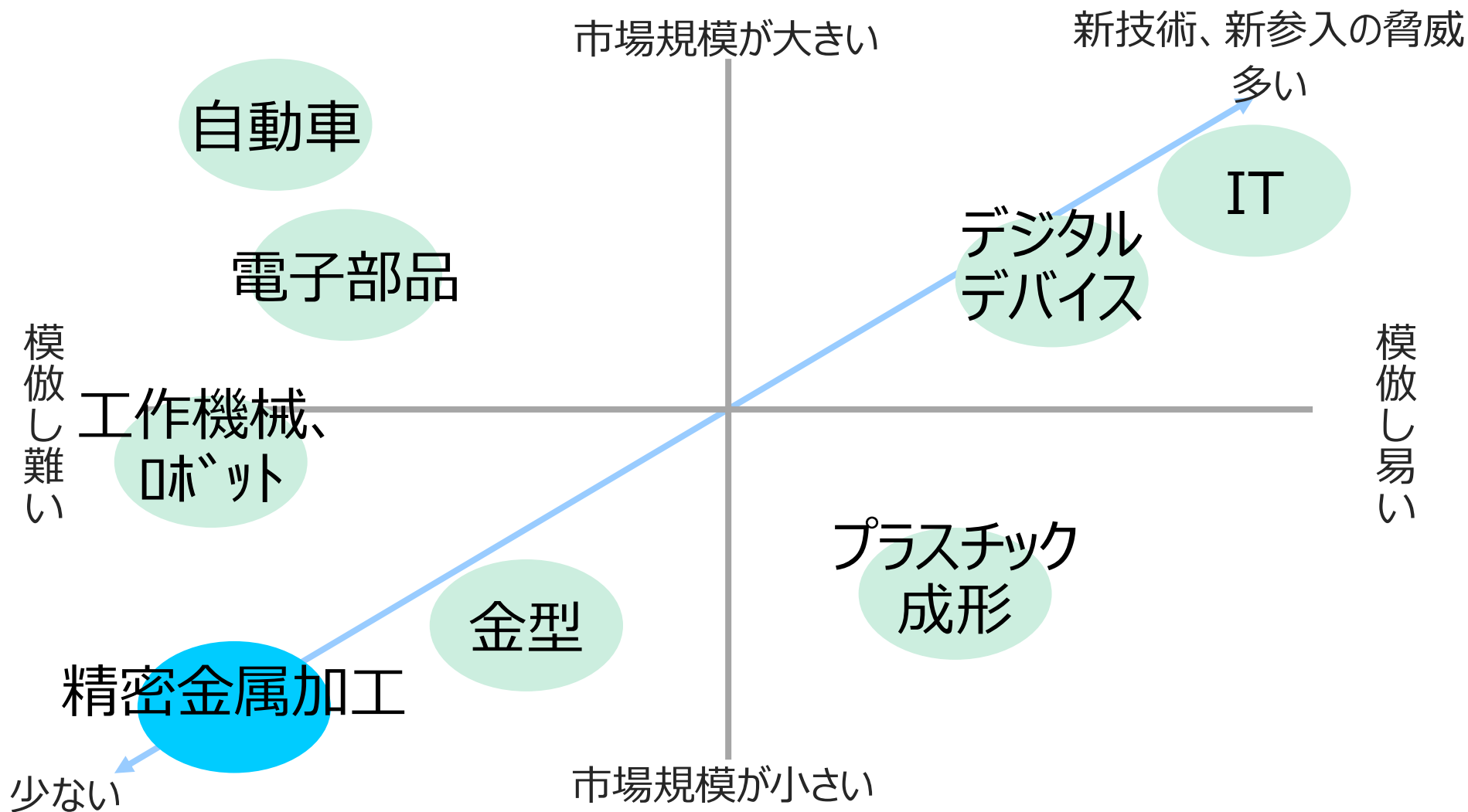


20年前



現在

精密金属加工は模倣が難しいわりに、市場規模は小さい
新素材開発や新規参入の魅力が低く、他の業界に比べ脅威は多くない



技能の継承、感性の研磨により匠を育成する
さらに匠のノウハウをデジタルに落とし込み、活用する

匠の感性の研磨

匠塾（宮大工、和紙職人などを訪問し匠の心を学ぶ）



匠の技術の訓練・継承

トレーニングセンター、認定制度



匠のデジタル化

デジタル解析、自動設計

