

2016年3月期 決算説明会



2016年5月20日



株式会社アドバネクス

本資料は2016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。

主な内容

1. 2016年3月期決算の概要
2. 2017年3月期通期見通し
3. 今後の事業方針
4. (参考: プラスチック事業を含んだ前年度業績との比較)

1. 2016年3月期決算の概要

1-1. 連結業績概要

(単位：百万円、%)

	2015年3月期		2016年3月期	前年同期増減 (プラスチック事業除外ベース比)	
	決算ベース	プラスチック事業 除外ベース		額	率
売上高	29,487	18,451	19,073	+621	+3.4%
営業利益	1,081	698	668	△29	△4.3%
営業利益率	3.7%	3.8%	3.5%	-	-
経常利益	992	504	671	+166	+33.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	535	321	587	+265	+82.4%

1-2. 連結業績のポイント

- ◆ 前年同期比ではプラスチック事業売却(2015年3月31日)により減収減益(当期純利益は増加)
- ◆ 業績予想比では、売上高未達も営業・経常・当期純利益は過達

1-2. 連結業績のポイント

以下、プラスチック事業の業績分を除いた前期実績との比較

◆ **売上高は、自動車・医療向けが牽引し増加**

OA機器が減少するも注力中の自動車・医療が二ケタ増収と全体を牽引し、全体では3%増

◆ **営業利益は、海外は増加、日本は減少**

海外は35%増と好調だったが、
日本での埼玉工場の新設や船橋電子の編入による
固定費・経費増加を吸収できず、全体では4%減

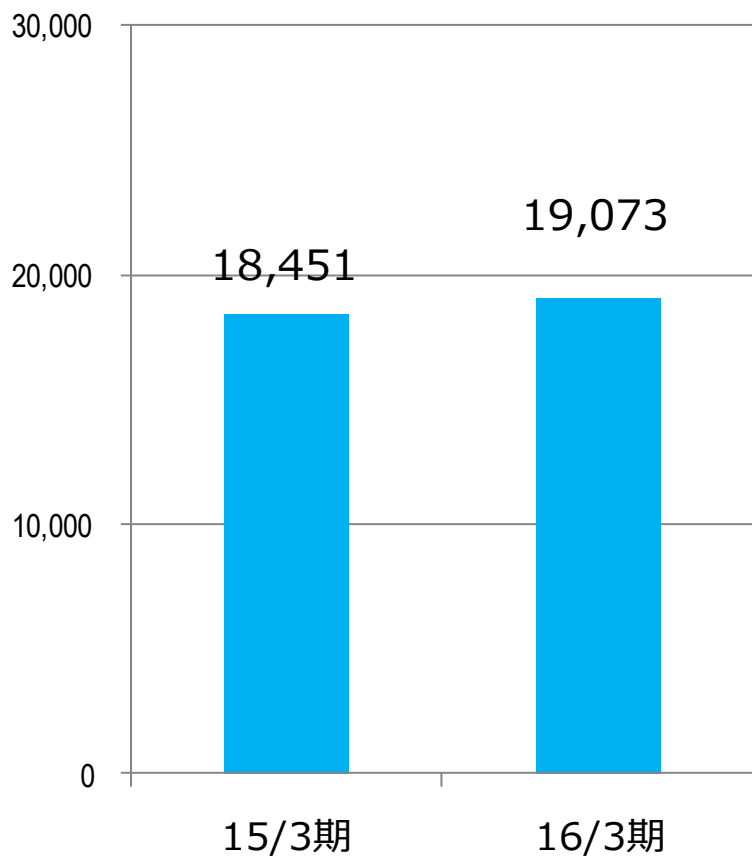
◆ **経常・当期純利益は増加**

当期純利益は、前年度計上した災害損失引当金の戻入等もあり82%増

1-3. 業績推移（連結：プラスチック除外ベース）

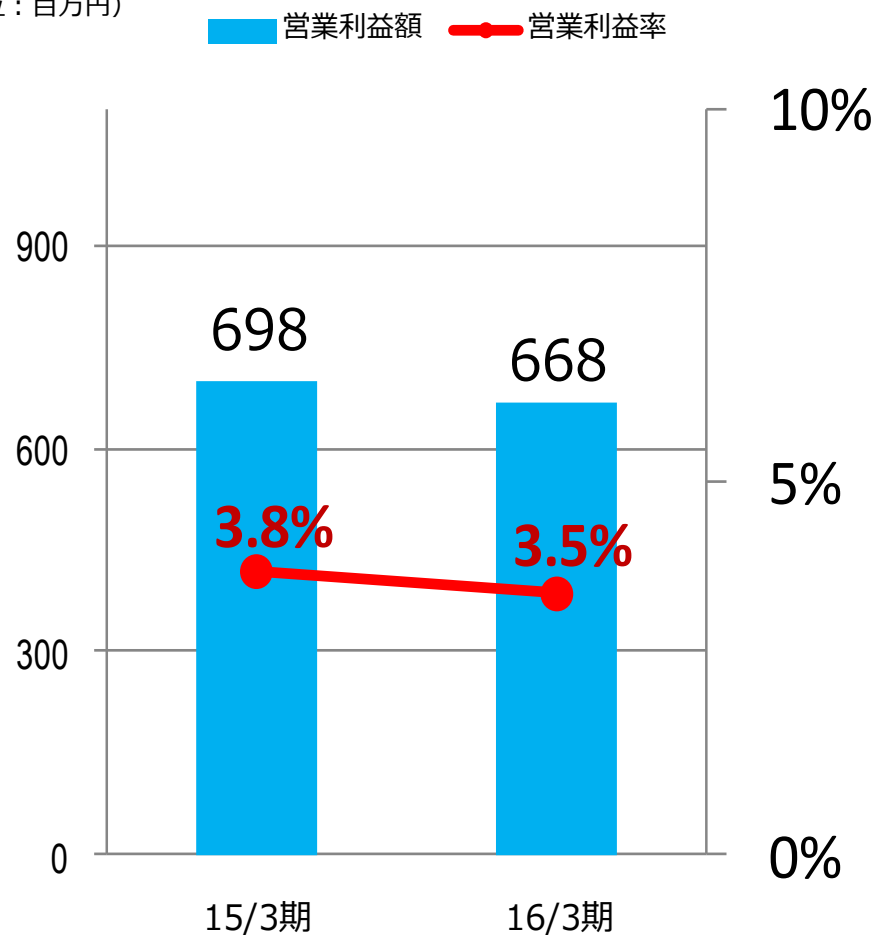
売上高

（単位：百万円）



営業利益

（単位：百万円）

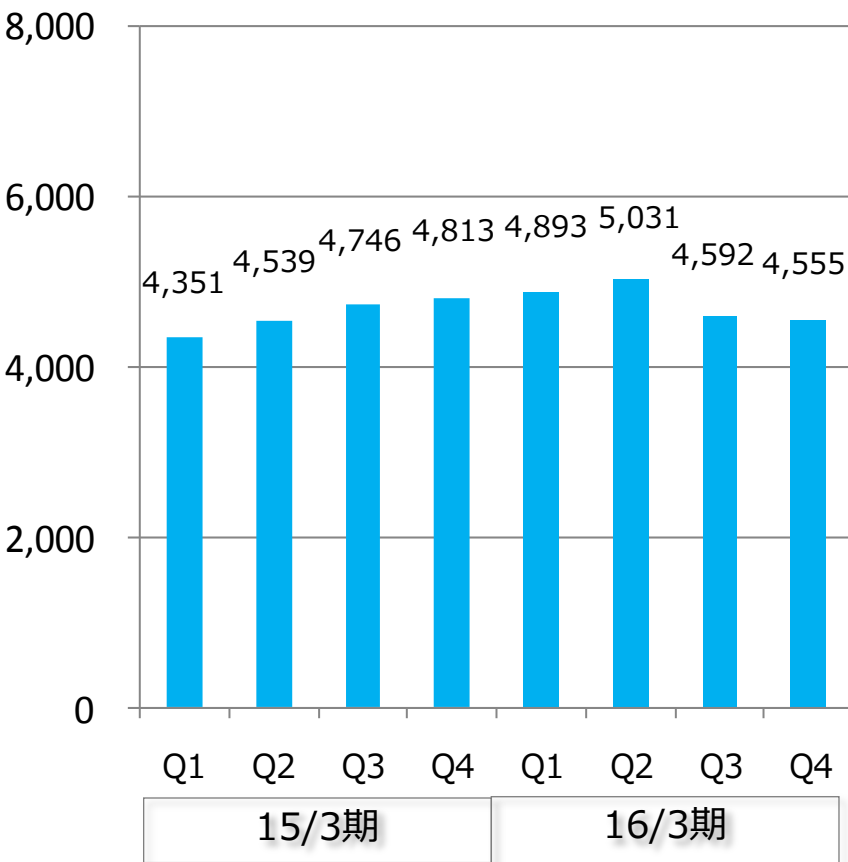


* 15/3期はプラスチック事業を含まない

1-4. 四半期業績推移（連結：プラスチック除外ベース）

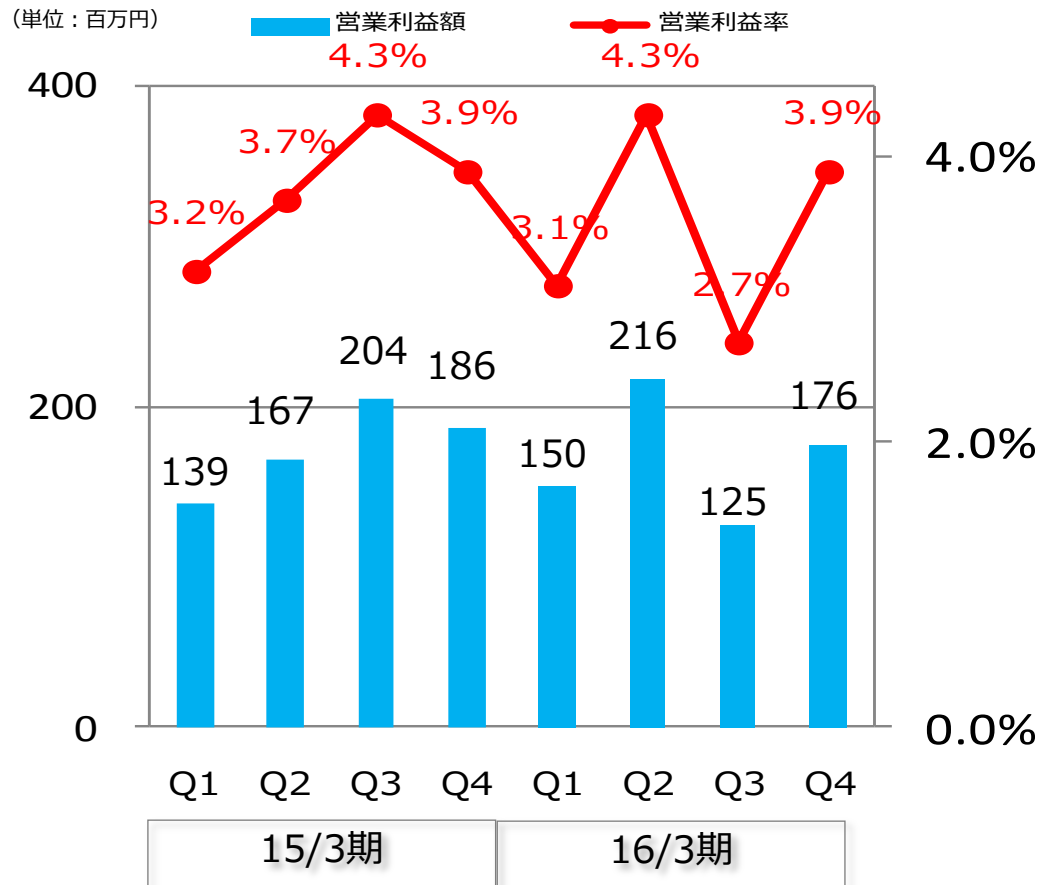
売上高

（単位：百万円）



営業利益/営業利益率

（単位：百万円）



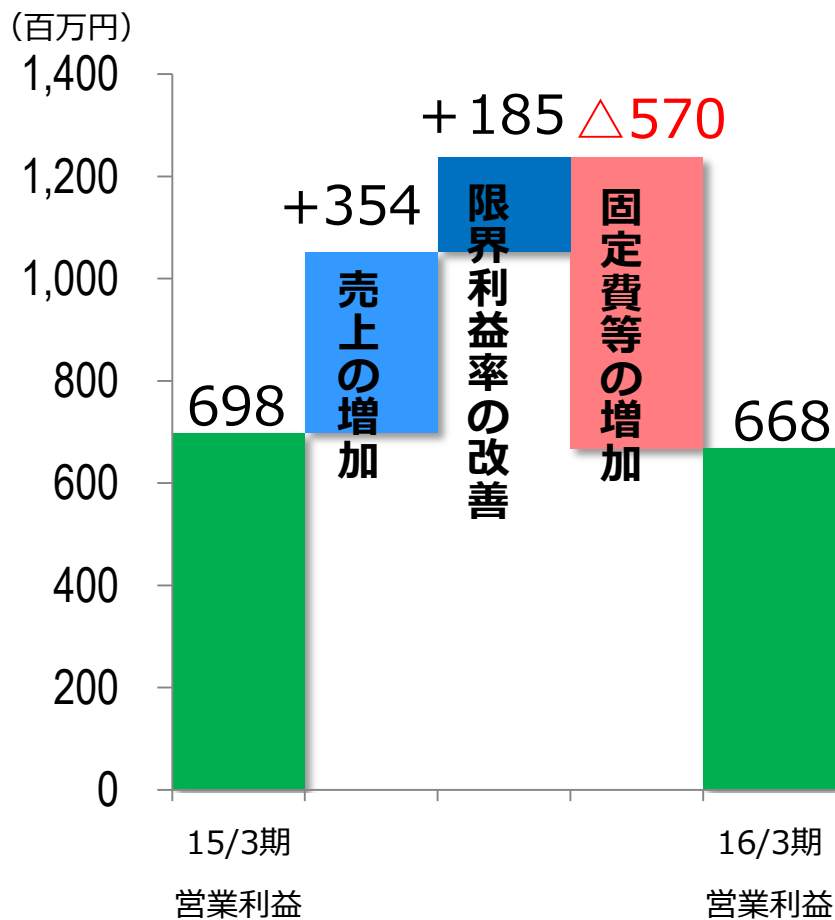
* 15/3期はプラスチック事業を含まない

1-5. 営業利益差異分析（連結：プラスチック除外ベース）

前期からの変動要因

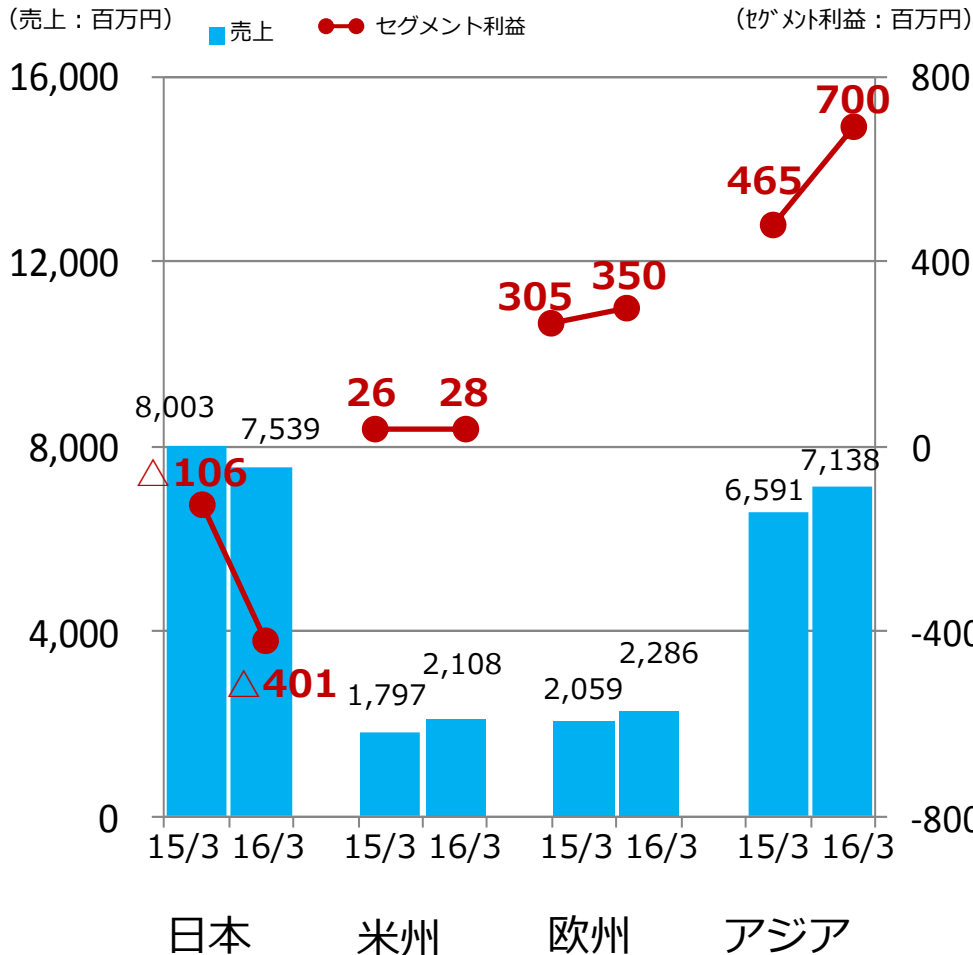
前期に比べ営業利益は29百万円減少

- 売上増による要因：+354百万円
アジア、欧州のばね事業の増収等
- 限界利益率の改善による要因：+185百万円
欧州、米州事業の限界利益率改善等
- 固定費の増加等による要因：△570百万円
埼玉工場・メソケル加工場新設・立上げ、
PT.YAMAKOU支援、船橋電子編入等による
固定費・経費増加



1-6. 所在地別売上高・セグメント利益(プラスチック除外ベース)

売上高・セグメント利益



前年同期からの変動要因

日本 売上:7,539百万円、セグメント利益:△401百万円

- 自動車向けは好調に推移したもののOA機器向け減少、プロダクトミックス悪化に加え、埼玉工場新設、船橋電子編入等の固定費増により減収減益

米州 売上:2,108百万円、セグメント利益28百万円

- メキシコ工場新設の先行費用がかかったものの自動車向けが好調に推移したほか、インフラ向けが増加し、増収増益

* 従来よりプラスチック事業含まず

欧州 売上:2,286百万円、セグメント利益350百万円

- 高収益の医療向けが好調だったほか、航空機向けが増加し、増収増益

* 従来よりプラスチック事業含まず

アジア 売上:7,138百万円、セグメント利益700百万円

- 自動車向けが増加したほか、スマホ向けが増加し、増収増益

* 15/3期はプラスチック事業を含まない

1-7. 連結市場別売上高（プラスチック除外ベース）

（単位：百万円）

	15年3月期		16年3月期		増減	
	売上	構成比	売上	構成比	額	増減率
自動車(輸送機器)	5,970	32.4%	6,984	36.6%	1,014	17.0%
OA機器	5,252	28.5%	4,186	21.9%	△1,066	△20.3%
医療機器	1,460	7.9%	1,794	9.4%	334	22.9%
精密機器	983	5.3%	1,183	6.2%	200	20.3%
住設機器	759	4.1%	910	4.8%	151	19.9%
航空機器	394	2.1%	634	3.3%	240	60.9%
PC・周辺機器	706	3.8%	634	3.3%	△72	△10.2%
AV・家電	735	4.0%	539	2.8%	△196	△26.7%
携帯情報端末	691	3.7%	509	2.7%	△182	△26.3%
その他	1,495	8.1%	1,700	8.9%	205	13.7%
合計	18,451	100%	19,073	100%	622	3.4%

* 15/3期はプラスチック事業を含まない

2. 2017年3月期通期見通し

2-1. 2017年3月期通期業績予想（連結）

（単位：百万円）

	16年3月期（実績）		17年3月期（予想）		第2四半期増減		通期増減	
	2Q累計	通期	2Q累計	通期	額	率	額	率
売上高	9,924	19,073	9,400	19,200	△524	△5.3%	+127	+0.7%
営業利益	366	668	330	800	△36	△10.0%	+132	+19.7%
営業利益率	3.7%	3.5%	3.5%	4.2%	-	-	-	-
経常利益	353	671	320	800	△33	△9.4%	+129	+19.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	237	587	180	600	△57	△24.2%	+13	+2.1%

2-2. 2017年3月期通期業績予想

◆ 今後の飛躍に向けた準備の年

工場新設・立上げ、深絞り加工の市場転換、
自動車向けの金型製造、品質検証など、
来期以降の実績となるミッションが多い

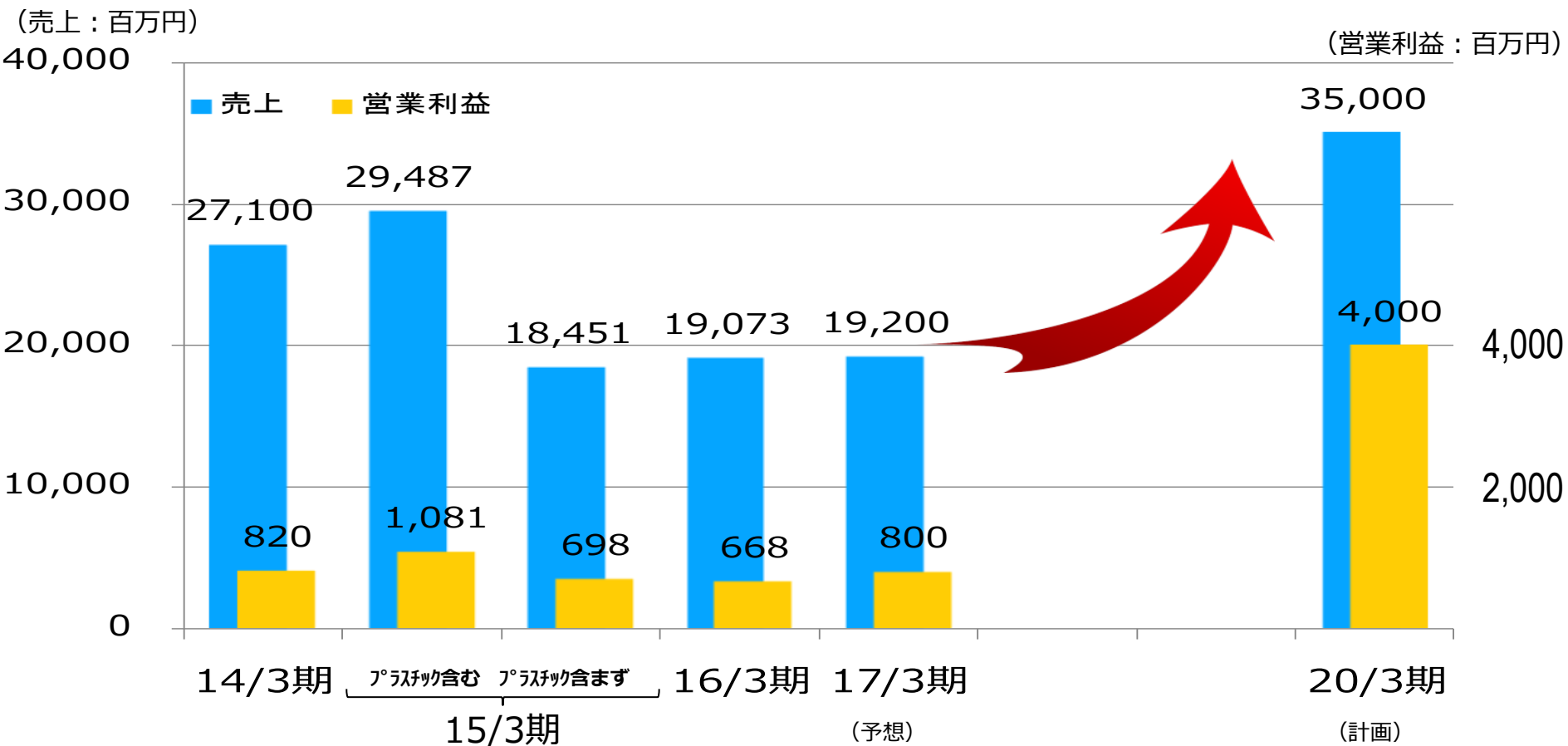
◆ 自動車・医療が牽引し売上高・営業利益は増加の見通し

◆ 配当金は1株あたり前期比5円増の40円

3. 今後の事業方針

3-1. 中期経営目標

2020年3月期、売上350億円、営業利益40億円を目指す



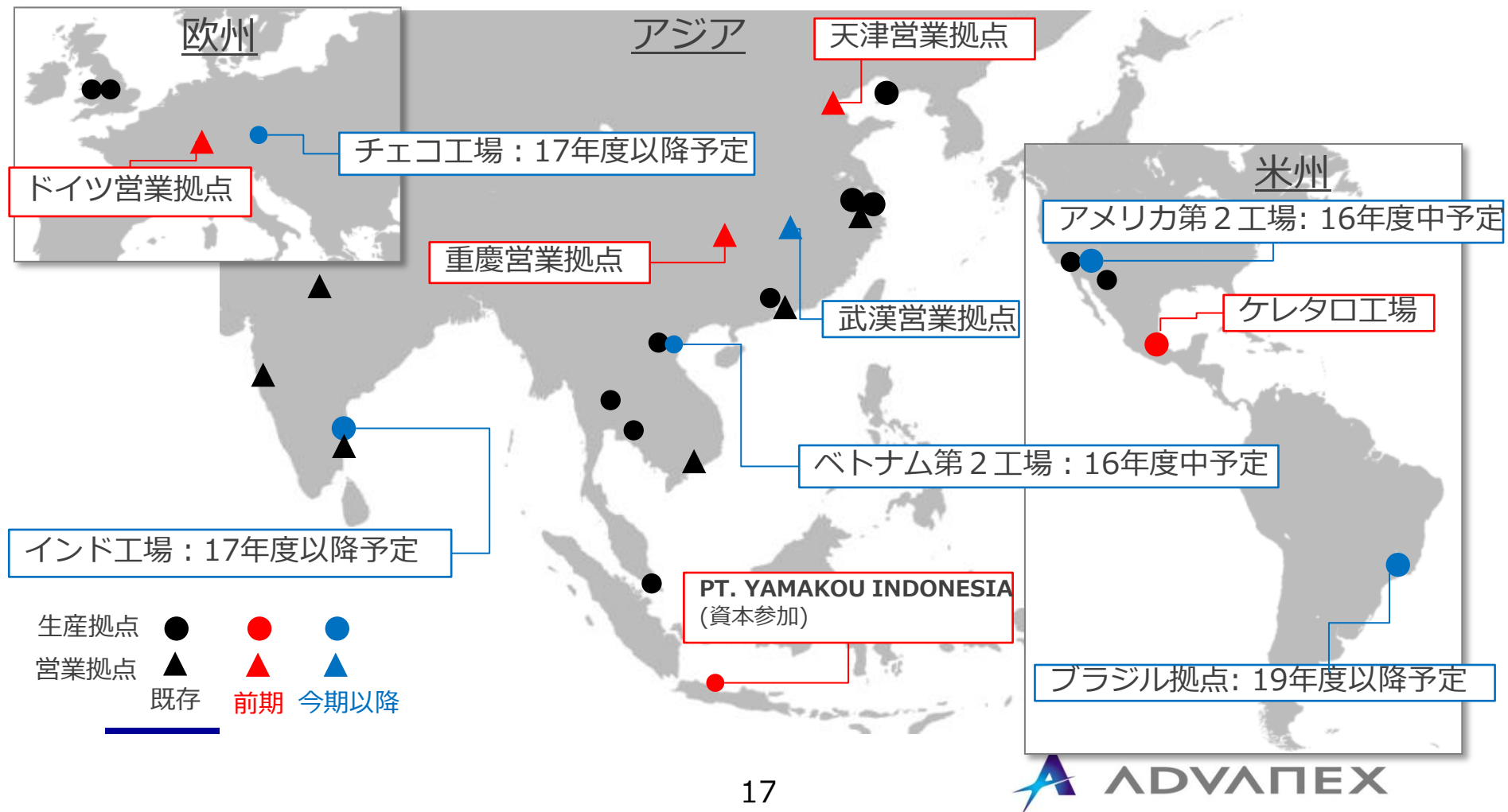
3-2. 中期経営目標

- **エリア戦略**：グローバルビジネス拡大に向け積極投資
- **市場戦略**：自動車向けを加速、医療・インフラを第三の柱に育てる
- **製品戦略**：規格品ビジネスを積極展開
- **M&A**：尖った技術を持つ企業、もしくは販路拡大に寄与する企業

3-3①. エリア戦略：進出地域アップデート

新設： ケレタロ工場、トイ販売社、天津営業所、インドネシア資本参加

計画： インド工場、チェコ工場、アメリカ第2工場、ベトナム第2工場、ブラジル工場、武漢営業所



3-3②. エリア戦略：新工場



埼玉工場

建屋面積：5,000m²(+4000m²拡張余地)

主要製品：フォーミング(インサートカー)、深絞り、
インサートモルト[®]、ばね全般

売上計画：30億円（2019年）

操業開始：2016年1月



メキシコ(ケレタロ)工場

建屋面積：3,000m²(+3000m²拡張余地)

主要製品：線ばね

売上計画：6億円（2019年）

操業開始：2016年4月



PT. YAMAKOU INDONESIA

建屋面積：3,400m²

主要製品：精密プレス、インサートモルト[®]

売上計画：15億円（2015年）

その他： 2016年1月 株式14%取得
今後随時買い増しの予定

3-4 ①. 自動車市場：トレンドと当社取組み

モジュール化・軽量化・電子化の3つのトレンドで強みを発揮

モジュール・共通化

世界各地での
現地調達の実現

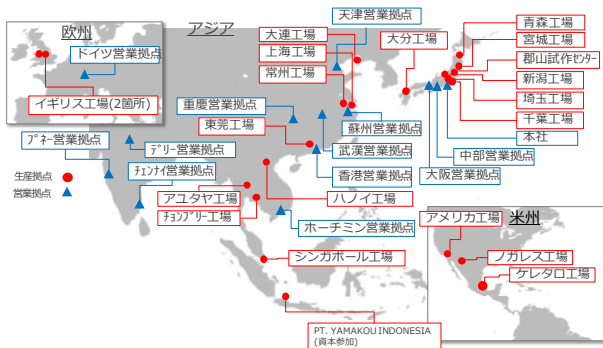
軽量化

プラスチック部品の
増加

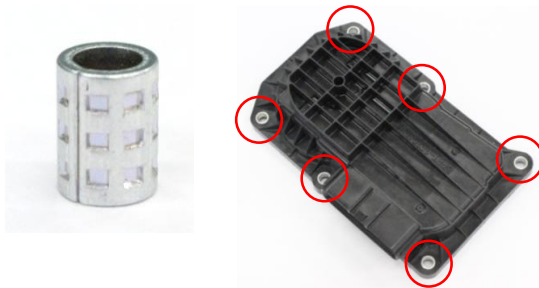
電子化

センサー等電子部品の
増加

生産拠点 国内7 海外14



“インサートカラー”
プラスチック部品締結部の
補強部品

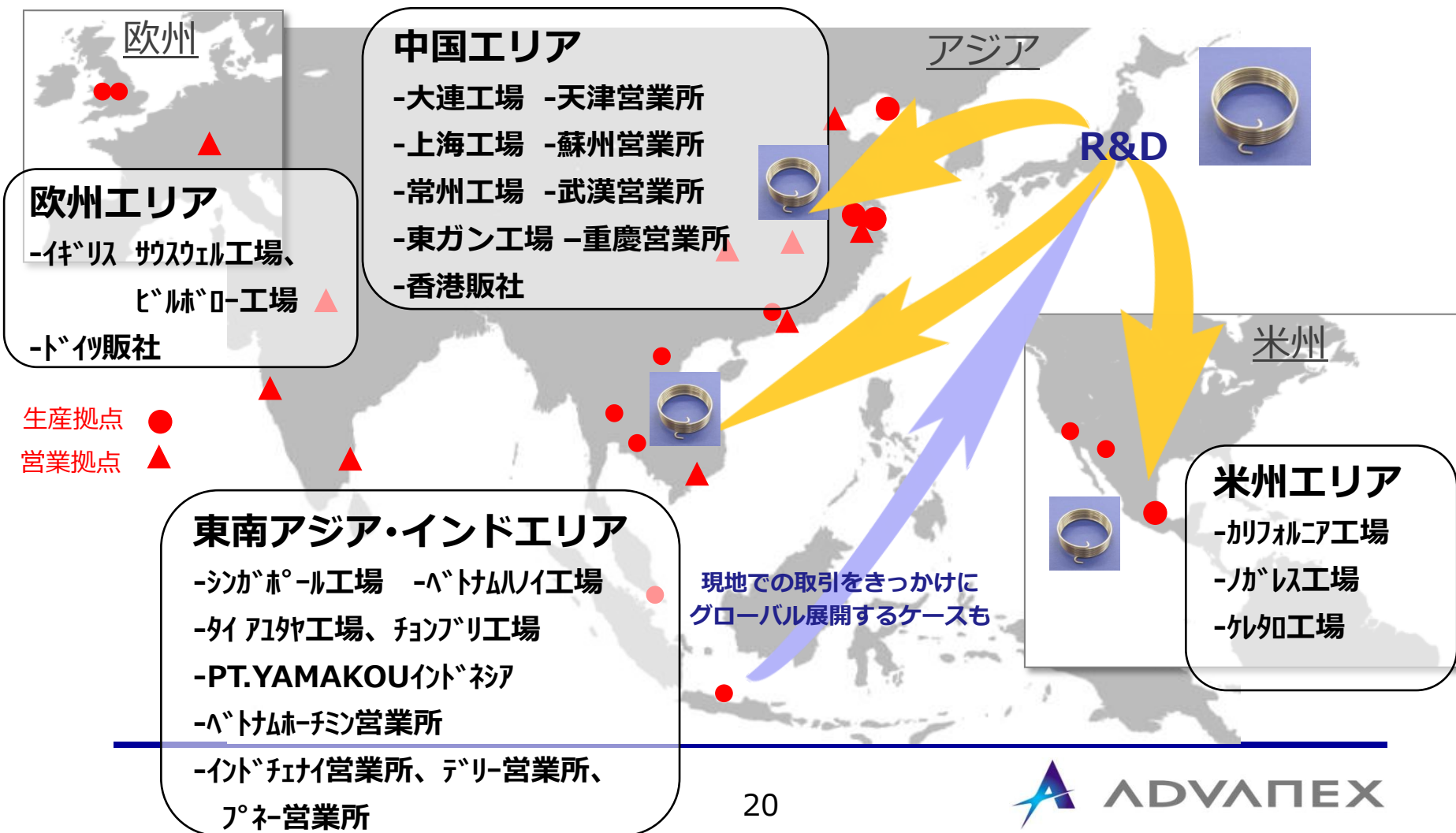


“深絞り加工”
増加する車載センサー等に採用



3-4 ②. 自動車市場：グローバル供給(モジュール・共通化対応)

拠点多いほど、グローバル基幹部品の受注に有利（海外工場14拠点、営業所10箇所）
日本のR&D（上流）で受注後、世界中に展開



3-4 ③. 自動車市場：インサートカラー

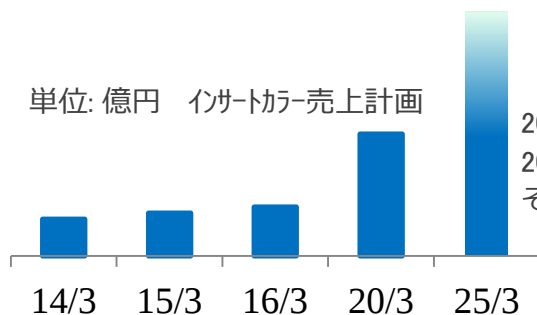
市場の成長と製品優位性が売上拡大の背景

① 顧客へのコストダウン貢献
切削からインサートカラーへの
切替でコスト半分以下

② 車1台当たり使用数増加
バケットア、エンジン周り
などもプラスチック化



バケットアなどのボディ側部品
もプラスチック化が進む



2020/3目標は
20億円だが
その後も規模は拡大

③ 潜在市場(伸びしろ)
欧米系では採用極僅か、
日系でも一部のみ

④ 技術的優位性
ばね技術を応用、
他社はマネできず



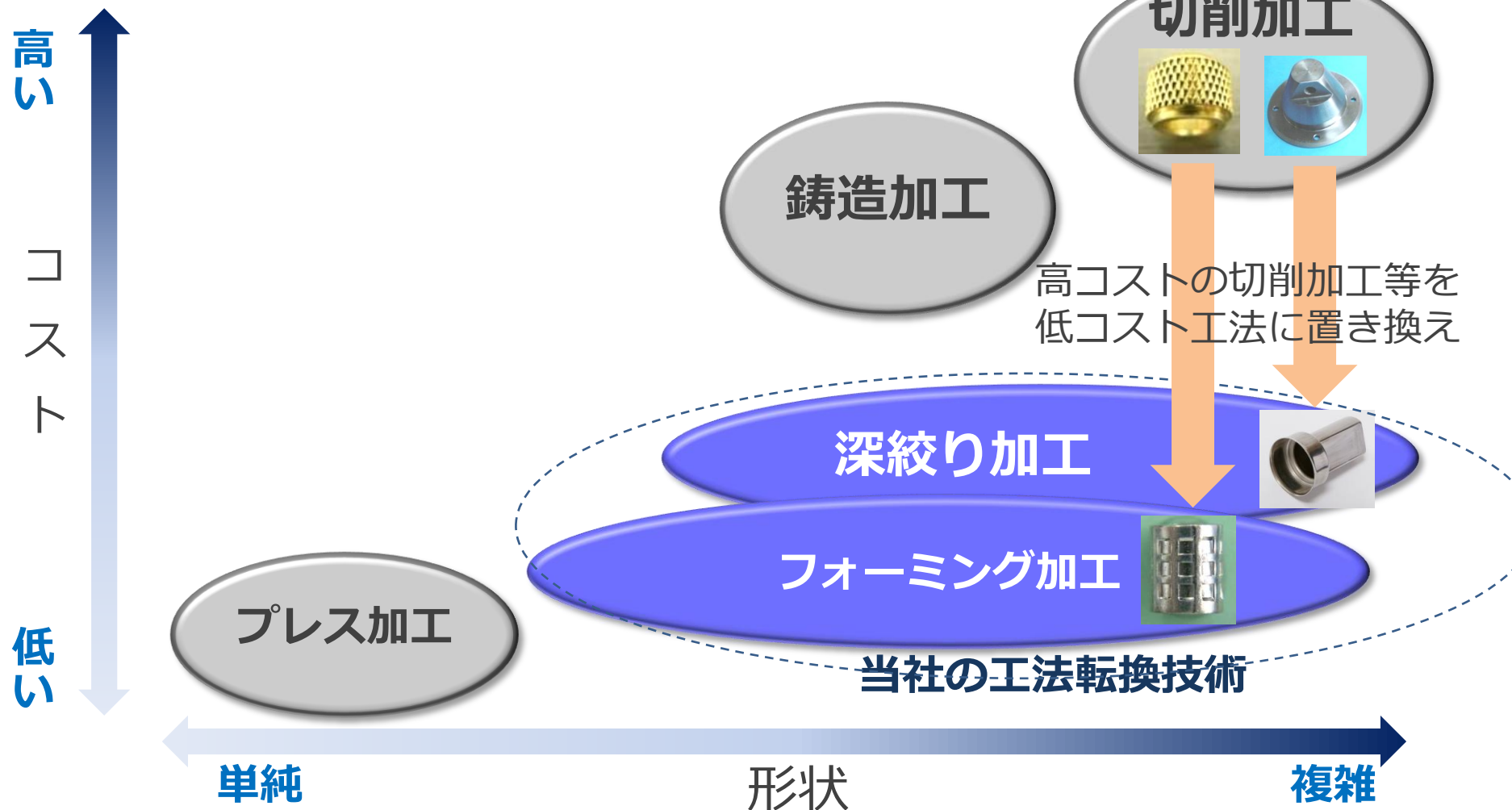
3-4 ④. 自動車市場：深絞り加工

自動車センサー向けを中心に受注急増（量産本格化は2018年以降）



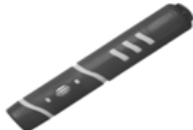
3-4 ⑤. 自動車市場：工法転換

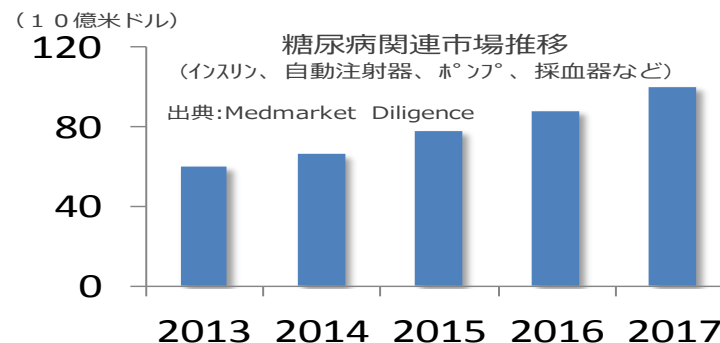
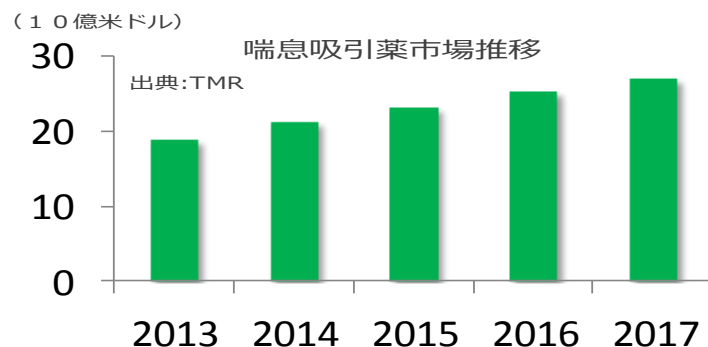
工法転換により大幅なコストダウンを実現



3-5 ①. 医療市場：主要製品と市場背景

地球環境、世界経済、人口構成の変化を背景にセルフメディケーション医薬品需要が拡大

顧客完成品			
当社供給部品	押しばね	トーションばね、押しばね、深絞り	押しばね



喘息患者の増加
(世界規模)

花粉の増加
(植物生育の加速化)

地球温暖化
二酸化炭素増加

糖尿病患者の増加
(中国、アジアなど)

食生活の贅沢化
(食肉増など)

新興国の所得増加
中産階級の増加

セルフメディケーションの奨励
(主に先進国)

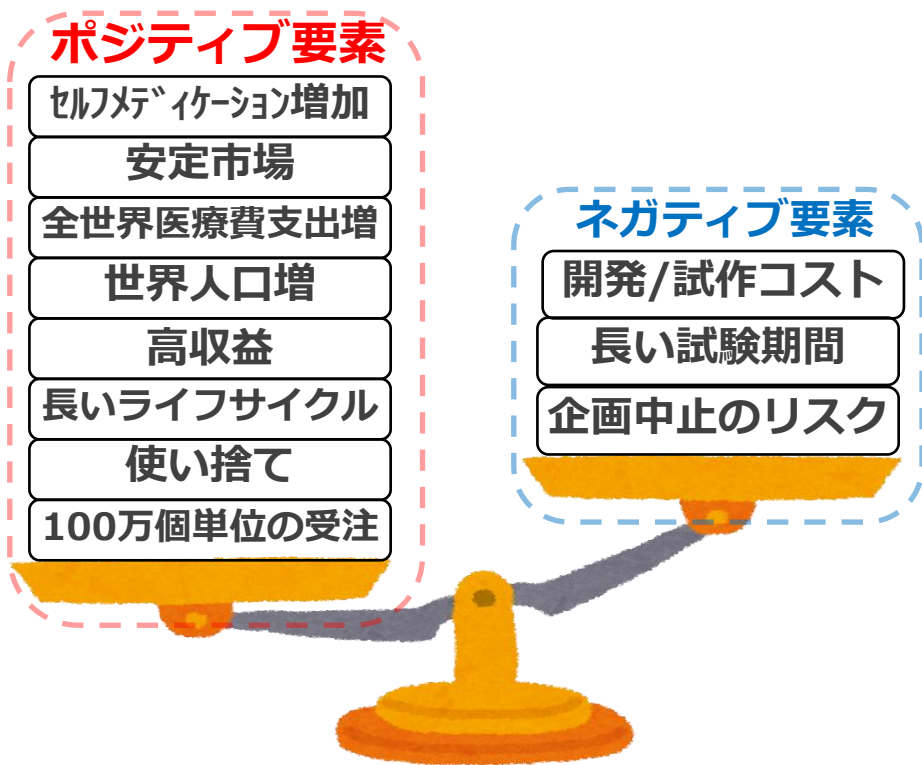
国家予算圧迫

高齢化
税収減

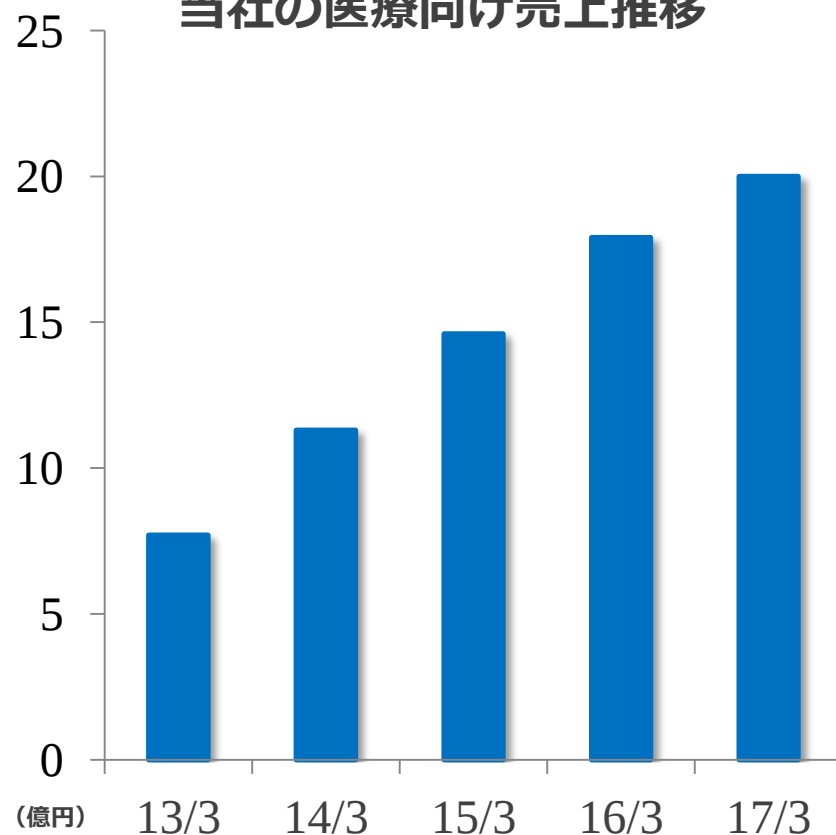
3-5 ②. 医療市場：医療市場の特徴と売上推移

医薬品メーカーとの上流での共同開発を常態化
ネガティブ要素克服後は高収益事業として成長

当社から見た医療市場の特徴



当社の医療向け売上推移



3-6①. 製品戦略：ナット脱落防止「ロックワン」

鉄道総研のゆるみ止め試験にて圧倒的な高評価、
認証機関のお墨付きを武器に販路拡大、専門商社を活用（郷に入っては郷に従う）

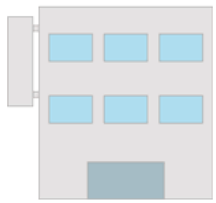


鉄道

商社 A

商社 B

鉄道
認証機関

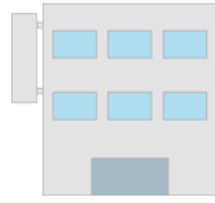


住設

商社 I

商社 II

住設
認証機関

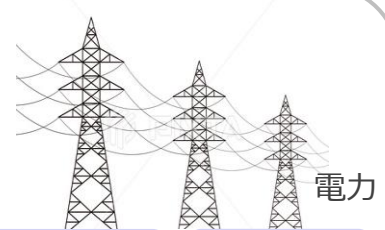
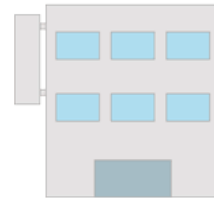


道路

商社 イ

商社 ロ

道路
認証機関

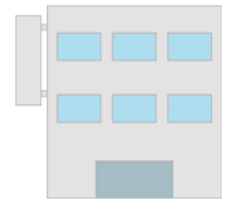


電力

商社 一

商社 二

電力
認証機関



鉄道総研による総合評価(8点満点)

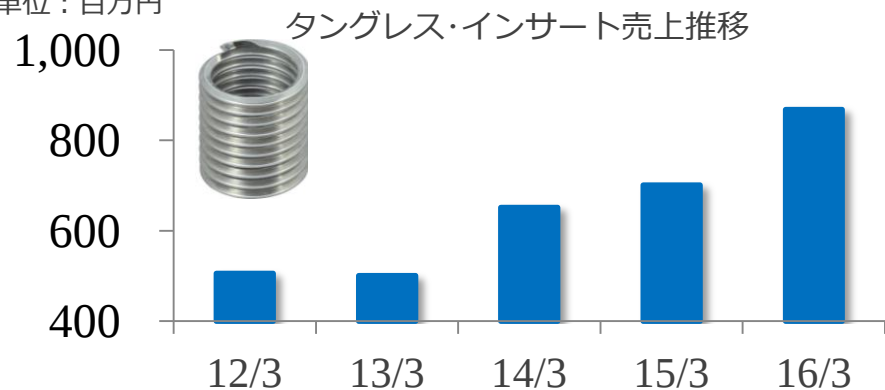
	当社	A社	B社	C社
入賞	7.0	4.5	4.0	0.0



3-6②. 製品戦略：ねじ穴補強「タンダレス・インサート」

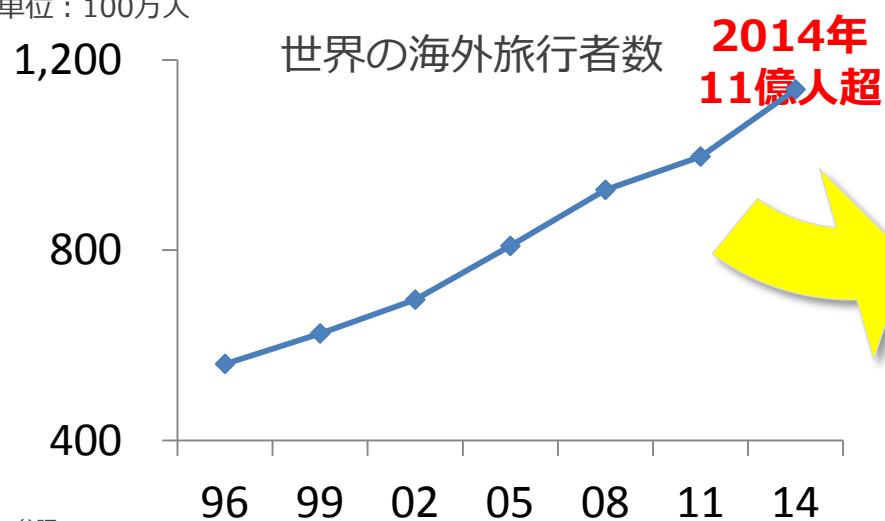
航空機増加に伴い需要拡大、アルミやCFRPなどの軽量母材を補強

単位：百万円

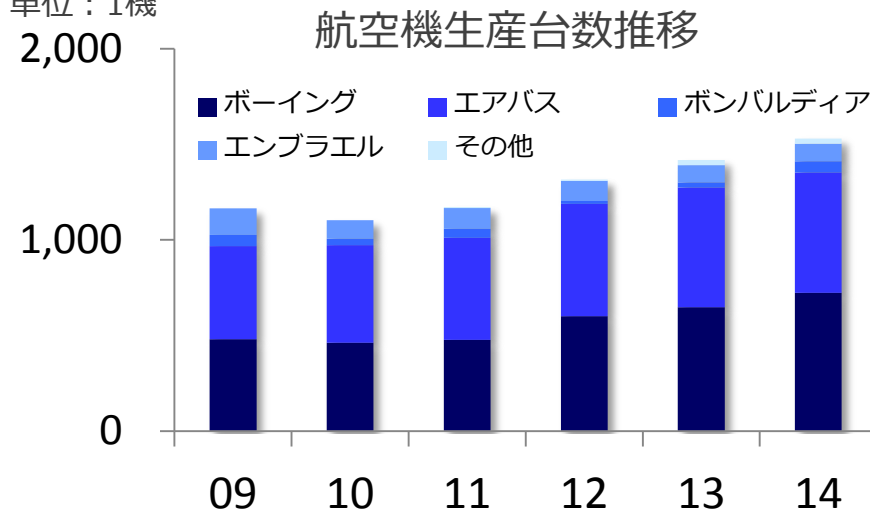


母材のねじ穴を補強
航空機 1 機あたり
数万～数十万個使用

単位：100万人



単位：1機



参照：UNWTO

参照：日本航空機開発協会



ADVANEX

(お問い合わせ先)

**株式会社アドバネクス
総務部広報IR課**

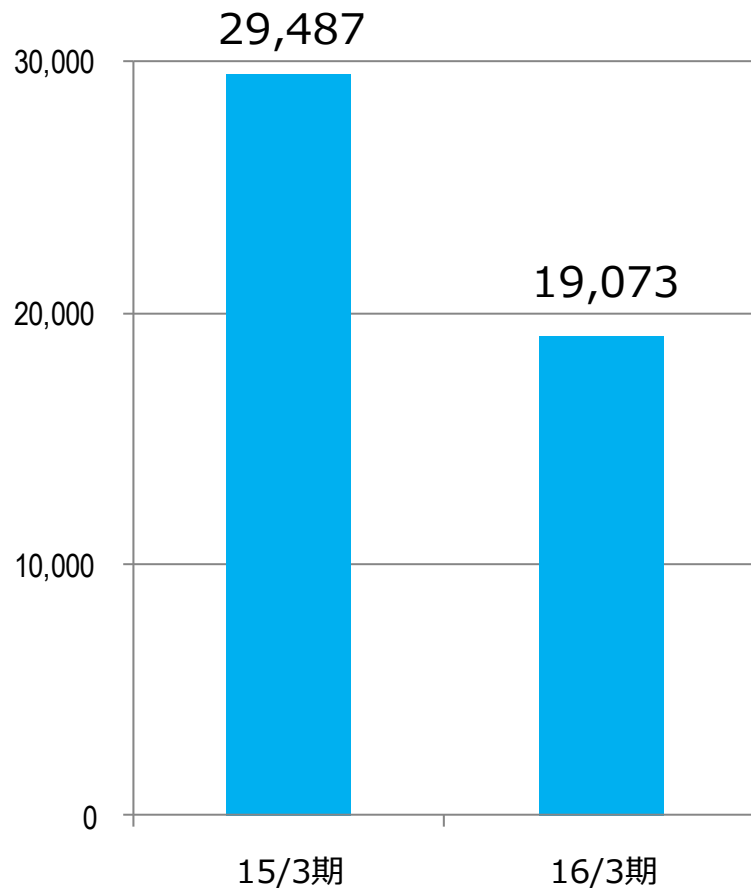
TEL : 03 - 3822 - 5865 FAX : 03 - 3822 - 5873
URL: <http://www.advanex.co.jp>

4. (参考:プラスチック事業を含んだ前年度業績との比較)

4-1. 通期業績推移（連結）

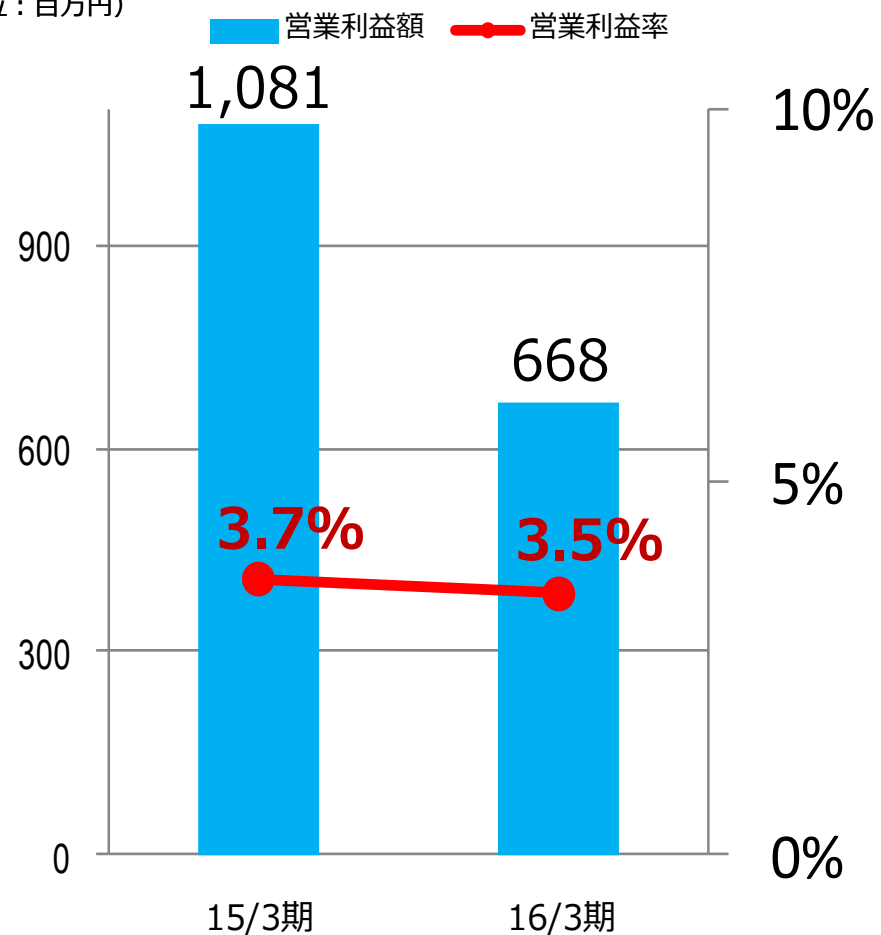
売上高

（単位：百万円）



営業利益

（単位：百万円）

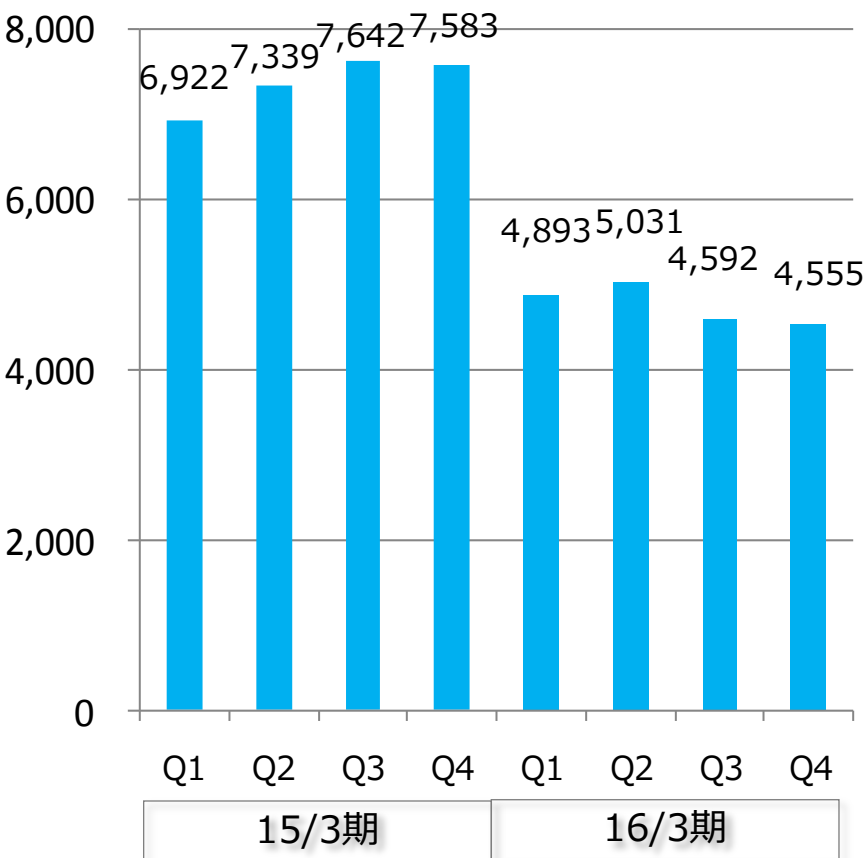


* 15/3期はプラスチック事業を含む

4-2. 四半期業績推移（連結）

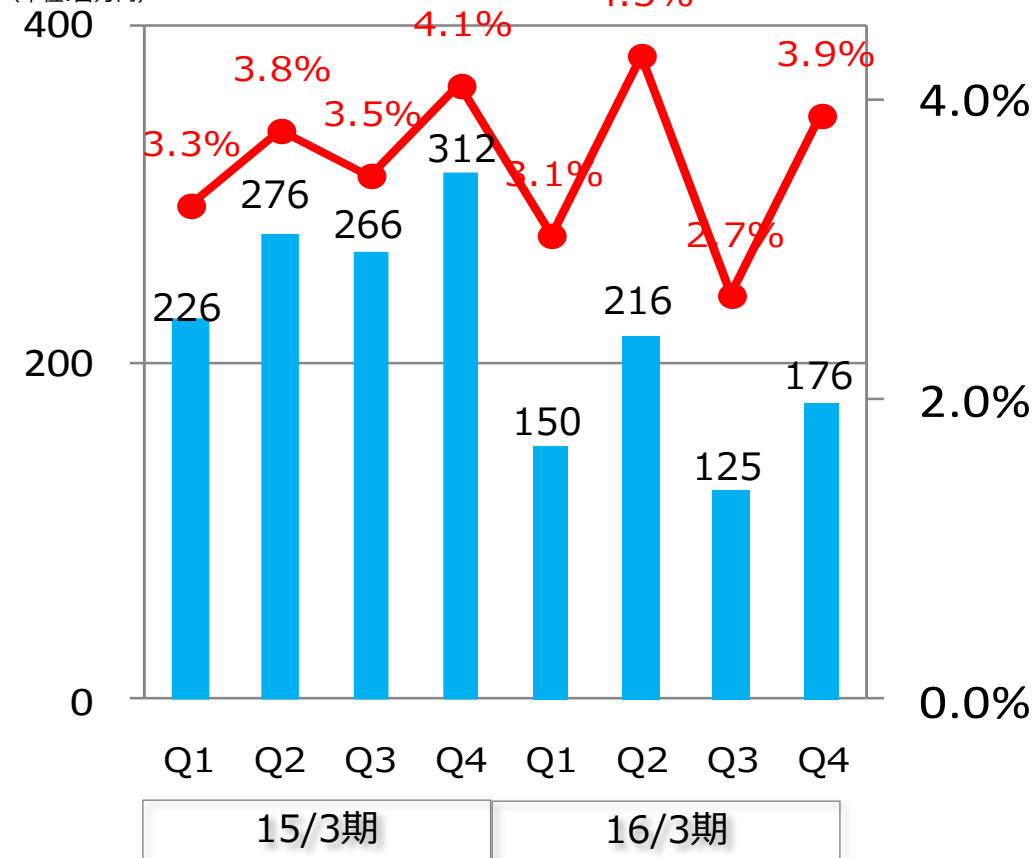
売上高

(単位：百万円)



営業利益/営業利益率

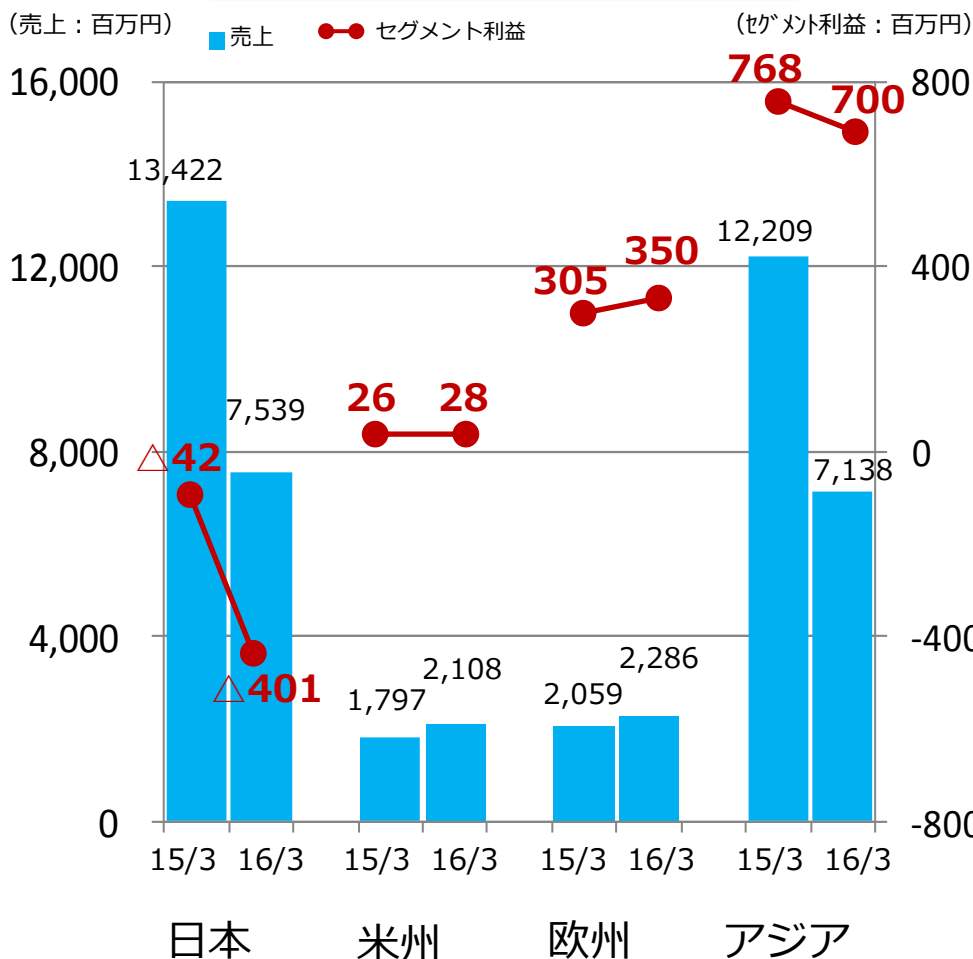
(単位：百万円)



* 15/3期はプラスチック事業を含む

4-3. 所在地別売上高・セグメント利益

売上高・セグメント利益



* 15/3期はプラスチック事業を含む

前年同期からの変動要因

日本 売上:7,539百万円、セグメント利益:△401百万円

- ・プラスチック事業の大部分が連結対象外となった他、OA機器向けの減少および埼玉工場新設、船橋電子編入等の固定費増加により減収減益

米州 売上:2,108百万円、セグメント利益28百万円

- ・メキシコ工場新設の先行費用がかかったものの自動車向けが好調に推移したほか、インフラ向けが増加し、増収増益。

* 従来よりプラスチック事業含まず

欧州 売上:2,286百万円、セグメント利益350百万円

- ・医療向けが高水準を維持したほか、航空機向けが増加し、増収増益

* 従来よりプラスチック事業含まず

アジア 売上:7,138百万円、セグメント利益700百万円

- ・プラスチック事業の大部分が連結対象外となったことで減収減益

4-4. 連結市場別売上高

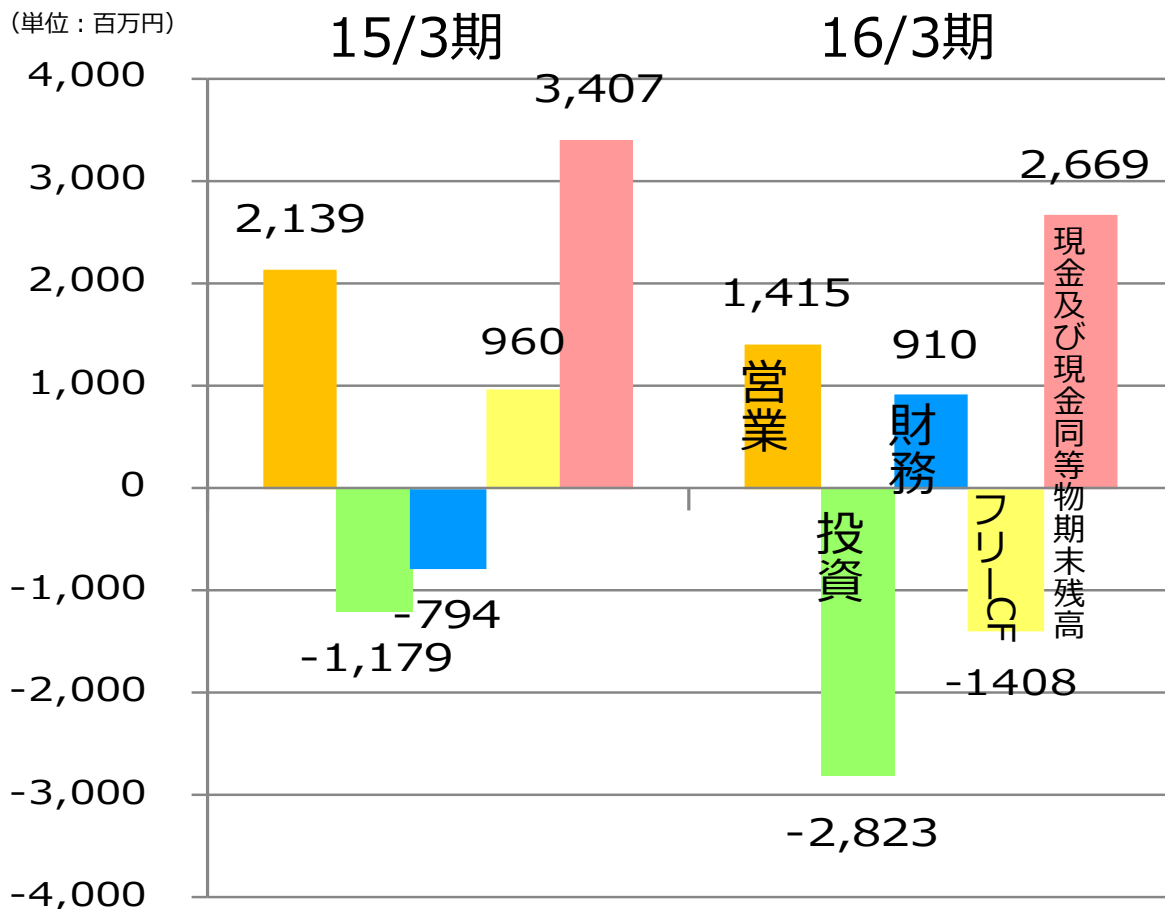
(単位：百万円)

	15年3月期		16年3月期		増減	
	売上	構成比	売上	構成比	額	増減率
自動車(輸送機器)	11,645	39.5%	6,984	36.6%	△4,661	△40.0%
O A 機器	7,439	25.2%	4,186	21.9%	△3,253	△43.7%
医療機器	1,489	5.0%	1,794	9.4%	305	20.5%
精密機器	1,550	5.3%	1,183	6.2%	△367	△23.7%
住設機器	2,123	7.2%	910	4.8%	△1,213	△57.1%
航空機器	394	1.3%	634	3.3%	240	60.9%
PC・周辺機器	795	2.7%	634	3.3%	△161	△20.3%
AV・家電	1,574	5.3%	539	2.8%	△1,035	△65.8%
携帯情報端末	688	2.3%	509	2.7%	△179	△26.0%
その他	1,789	6.1%	1,700	8.9%	△89	△5.0%
合計	29,487	100%	19,073	100%	△10,414	△35.3%

4-5. 連結キャッシュフロー

キャッシュフロー推移

(単位：百万円)



前期からの変動要因

営業活動によるCF

税金等調整前純利益の発生、減価償却費による資金留保等により資金が1,415百万円増加

投資活動によるCF

埼玉工場を始めとする設備投資や定期預金の預入により2,823百万円減少

財務活動によるCF

自己株式取得等による支出の一方、銀行借入れ等により資金が910百万円増加