

2014年3月期第2四半期 決算説明会



2013年11月20日



株式会社アドバネクス

本資料は2013年9月30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. 自己紹介 （代表取締役社長 柴野恒雄）
2. 2014年3月期第2四半期決算の概要
（取締役 大野俊也）
3. 2014年3月期通期見通し
（同上）
4. 今後の事業方針
（代表取締役社長 柴野恒雄）

1. 自己紹介

自己紹介

代表取締役社長 しばの つね お 柴野恒雄

【出身地】 新潟県

【生年月日】 昭和35年1月25日(53歳)

【略歴】

1978年 (株)加藤スプリング製作所(現アドバネクス)入社

2006年 柏崎工場長

2007年 執行役員就任(生産・技術本部長)

2008年 中国子会社(東莞、香港、大連)の董事長兼任

2009年 取締役就任(生産統括本部長)

2013年 代表取締役社長就任



【自分の原点】 ものづくりの心、匠の魂

【大切にしたいテーマ】 “美しい作品の追究”

2. 2014年3月期第2四半期 決算の概要

2-1 第2四半期連結業績概要

(単位: 百万円)

	2013年3月期 2Q	2014年3月期 2Q	対前期比増減		予想 (8月9日 公表)	対予想 増減(率)
			額	率		
売上高	12,054	13,358	1,304	10.8%	13,100	2.0%
営業利益	242	338	96	39.9%	390	△13.3%
営業利益率	2.0%	2.5%	(0.5%)	—	3.0%	—
経常利益	95	294	199	208.4%	350	△16.0%
経常利益率	0.8%	2.2%	(1.4%)	—	2.7%	—
四半期純利益	127	266	138	108.5%	240	10.8%
四半期 純利益率	1.1%	2.0%	(0.9%)	—	1.8%	—

2-2 第2四半期連結業績のポイント

◆増収・増益

自動車向けの販売増加や円安の影響で、連結売上高と営業利益が前年同期に比べ増加。為替差益の発生に伴い、経常利益は 3.1倍に増加。四半期純利益も 2.1倍に増加。

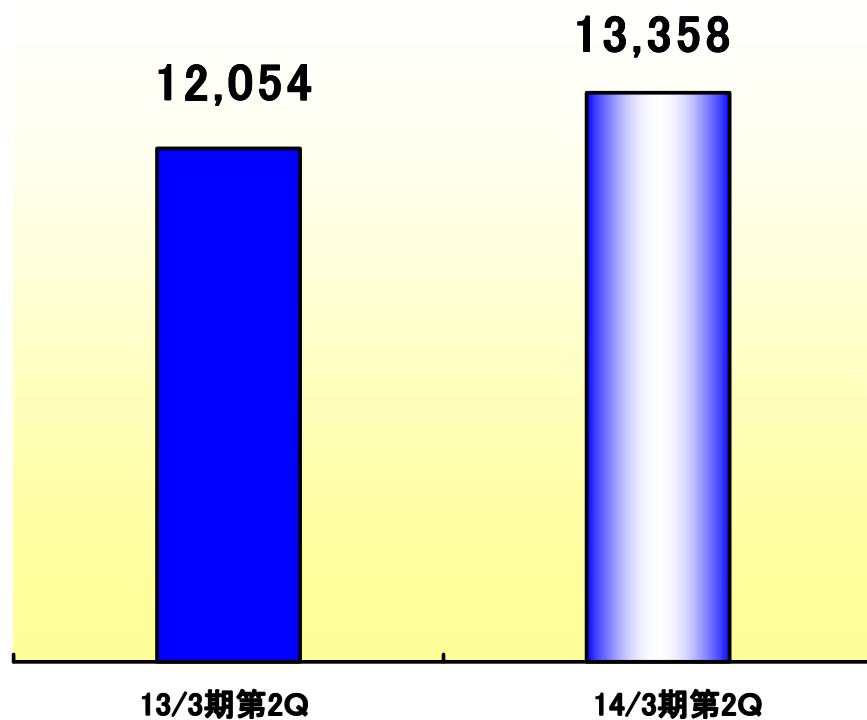
◆売上高は国内減少、海外増加

ヒンジ事業の縮小に加えて、プラスチック事業において顧客企業の海外生産移転に伴い、国内売上高が前年同期よりも減少。他方、円安の影響もあり、中国やアジアにおいて、自動車向けやAV機器向けの売上高が増加したことや、英国において医療機器向けの売上高が増加したことから、海外売上高は前年同期に比べて増加。

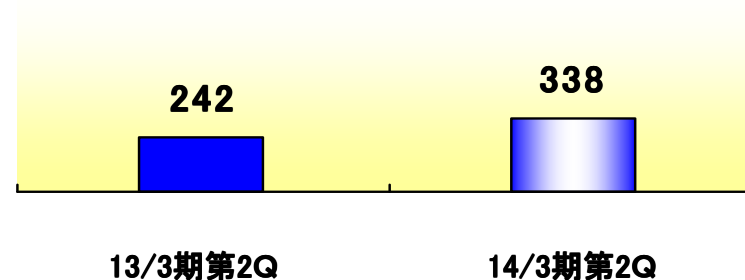
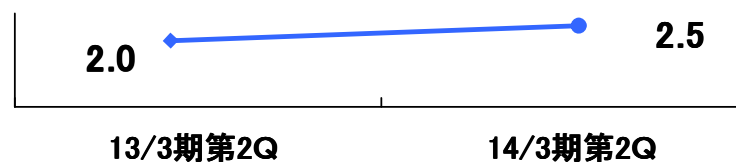
2-3 第2四半期業績推移(連結)

売上高

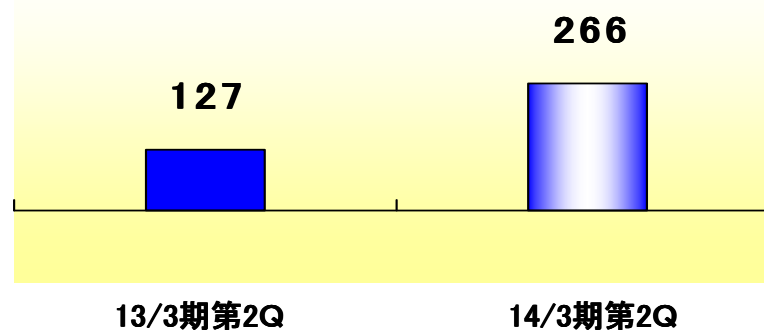
(単位:百万円)



営業利益・利益率



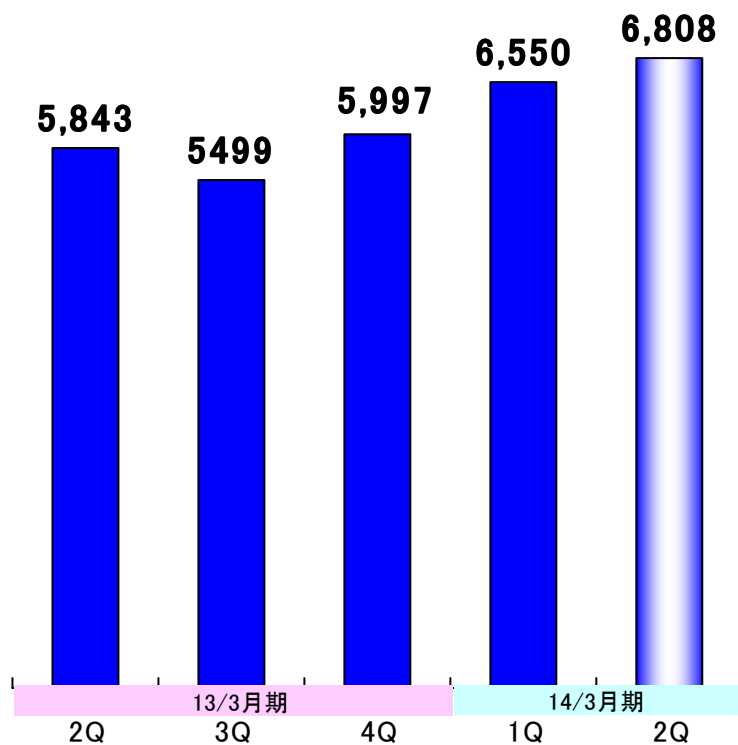
四半期純利益



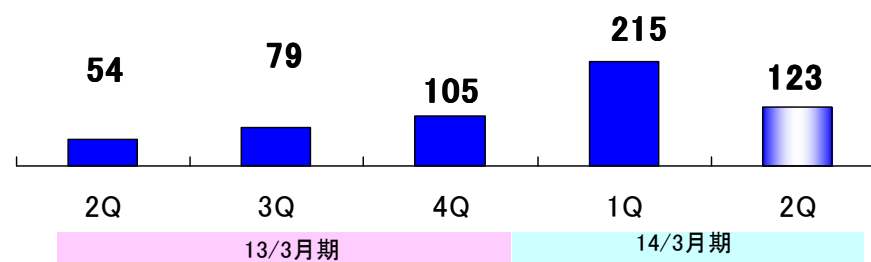
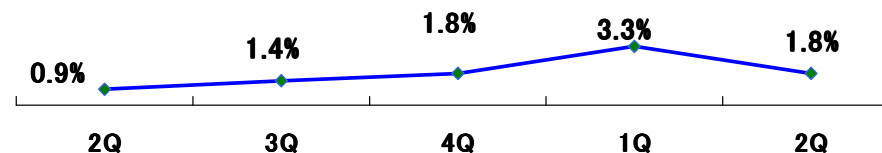
2-4 四半期別業績推移(連結)

売上高

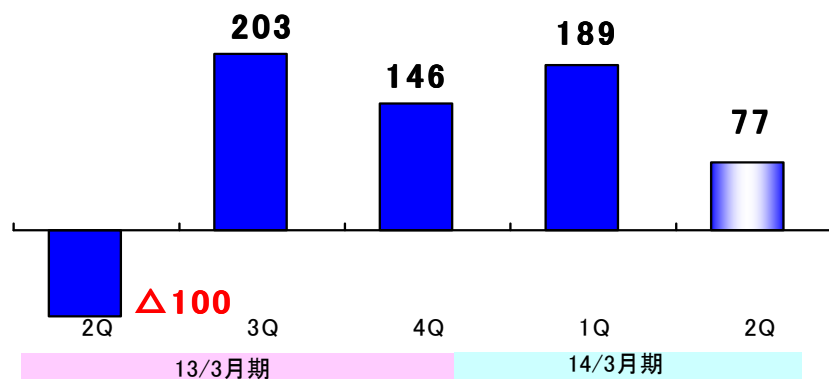
(単位: 百万円)



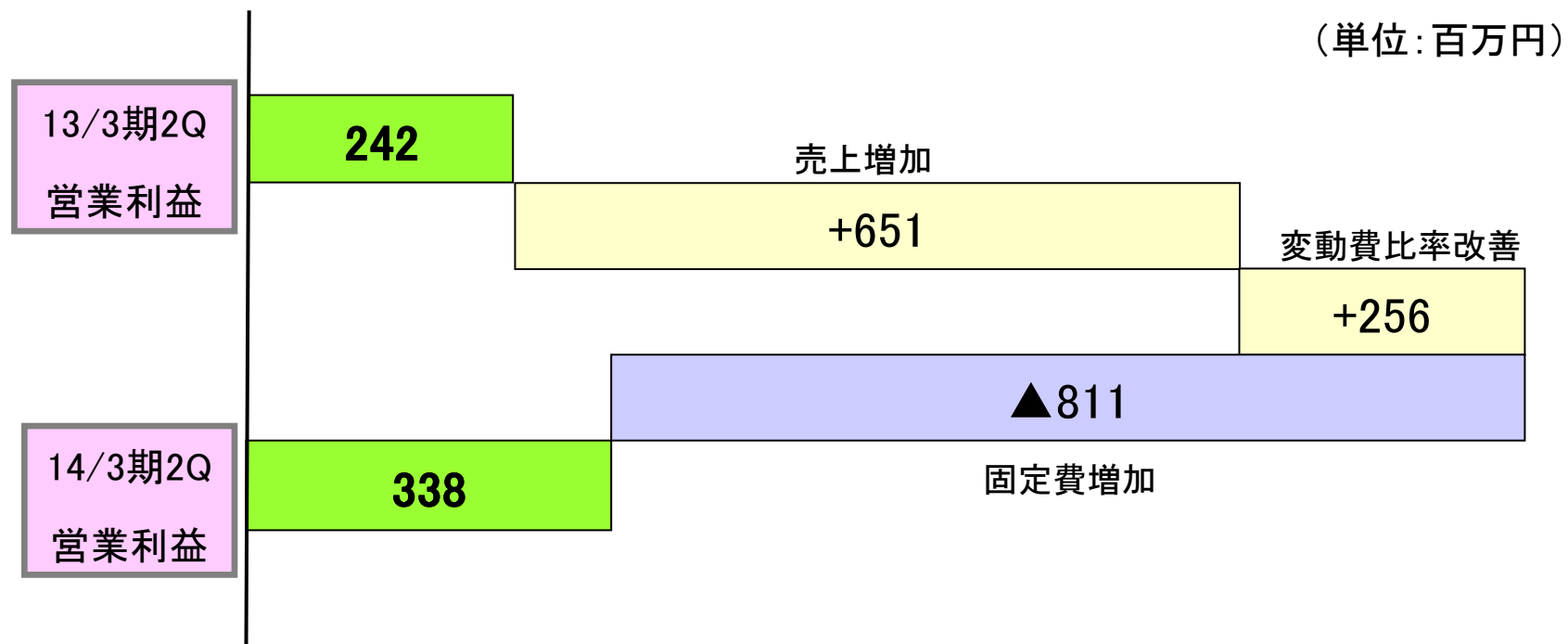
営業利益・利益率



当期純利益



2-5 営業利益差異分析(連結)



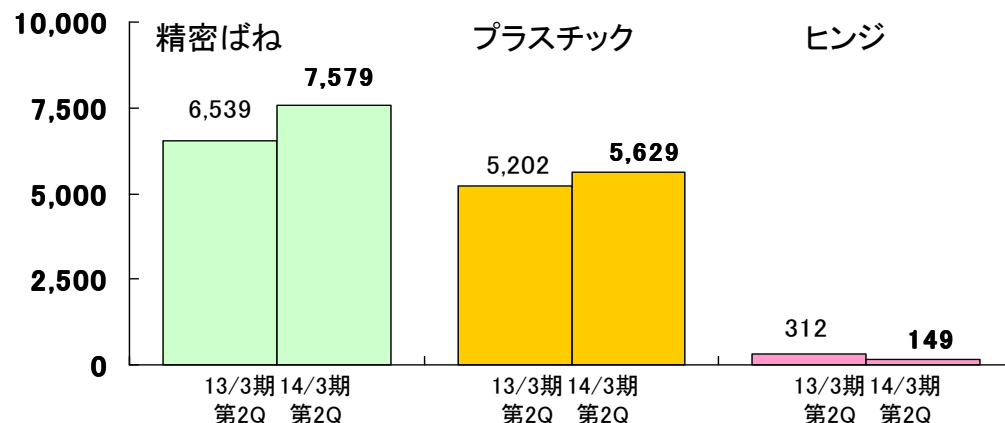
営業利益は96百万円増加

自動車向けの販売増加や円安の影響による売上高増加に伴い、利益が増加。また、国内精密ばね事業で収益性の高い製品の構成比が増加したことや原価低減効果により、変動費比率が改善した。一方、固定費の増加は、円安の影響やタイ工場の減価償却費増加、中国常州工場の稼働開始、中国・ベトナムにおける人件費上昇等による。

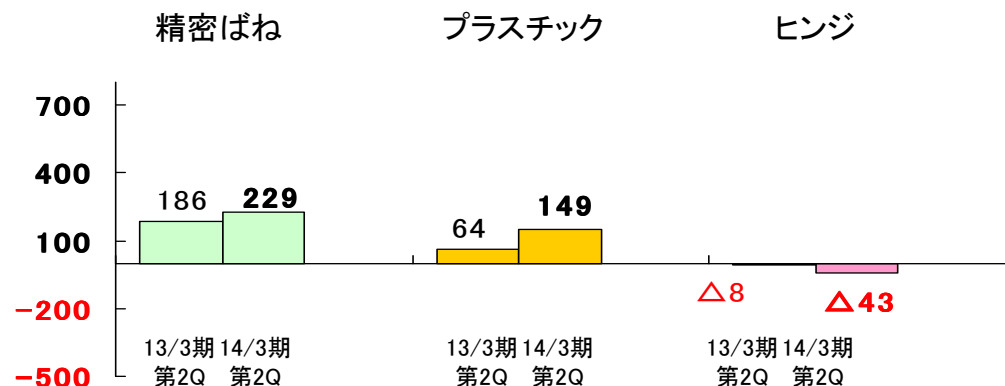
2-6 事業別売上高・セグメント利益

売上高

(単位: 百万円)



セグメント利益



<前第2四半期からの変動要因>

精密ばね

- ・国内はOA機器向け等の売上が減少したものの、自動車向けの売上が増加。コスト削減により、利益が大きく改善し黒字化。
- ・海外は中国とアジアにおいて自動車向けやOA機器向けの売上高が増加。英国では医療機器向けの売上が増加。

<売上: +15.9%、セグメント利益: 43百万円増加>

プラスチック

- ・国内は顧客の海外生産移転に伴い売上高が減少。
- ・海外はマレーシアでAV機器向けの売上が伸びたほか、中国やベトナムで自動車向けの売上が増加。
- ・国内で利益が減少したものの、アジアで利益が増加。

<売上: +8.2%、セグメント利益: 85百万円増加>

ヒンジ

- ・携帯電話向け事業の縮小に伴い、売上が減少。
- ・固定費負担により、損失額が増加。

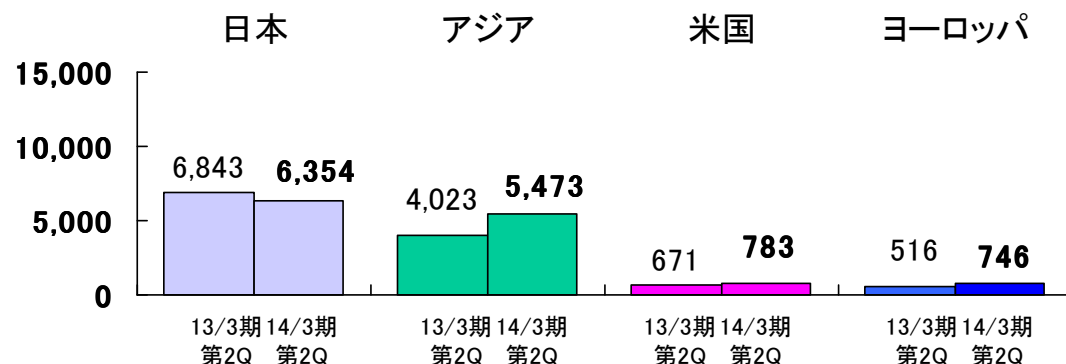
<売上: △52.0%、セグメント損失: 34百万円増加>

2-7 所在地別売上高・セグメント利益

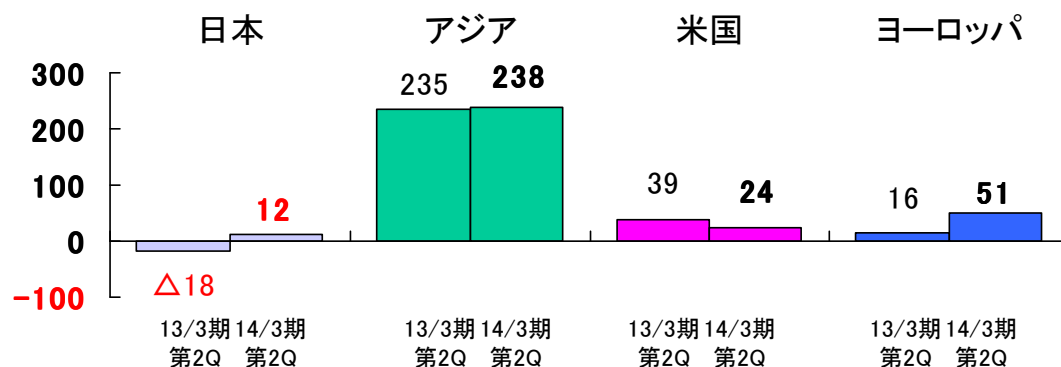
売上高

(単位: 百万円)

＜前第2四半期からの変動要因＞



セグメント利益



日本

- ・売上高は、プラスチック事業の売上減少に伴い減少。精密ばね事業はほぼ横ばい。
- ・精密ばね事業において、コスト削減に伴い、利益が改善し黒字化。プラスチック事業の損失をカバー。

＜売上: △7.1%、営業利益: 30百万円改善＞

海外

- ・欧州は医療機器向けの売上増加により、増益。
- ・アジアは、精密ばね事業とプラスチック事業において自動車向け等の売上が増加。常州工場の生産立上げによりコストが増加したほか、タイ工場等でも固定費が増加したため、利益は横ばい。

＜売上: +34.4%、営業利益: 23百万円増加＞

2-8 連結市場別売上高

(単位:百万円)

	13年3月期		14年3月期		増減	
	上期	構成比	上期	構成比	額	増減率
自動車機器	4,121	34.2%	4,804	36.0%	684	16.6%
OA機器	3,477	28.8%	3,577	26.8%	101	2.9%
AV・家電	687	5.7%	1,086	8.1%	399	58.1%
住設機器	778	6.5%	874	6.5%	97	12.4%
精密機器	612	5.1%	708	5.3%	97	15.6%
医療機器	352	2.9%	552	4.1%	200	56.7%
PC・周辺機器	440	3.6%	380	2.8%	△60	△13.6%
携帯情報端末	358	3.0%	250	1.9%	△108	△30.2%
その他	1,231	10.2%	1,129	8.5%	△102	△8.3%
合計	12,054	100.0%	13,358	100.0%	1,304	10.8 %

3. 2014年3月期通期見通し

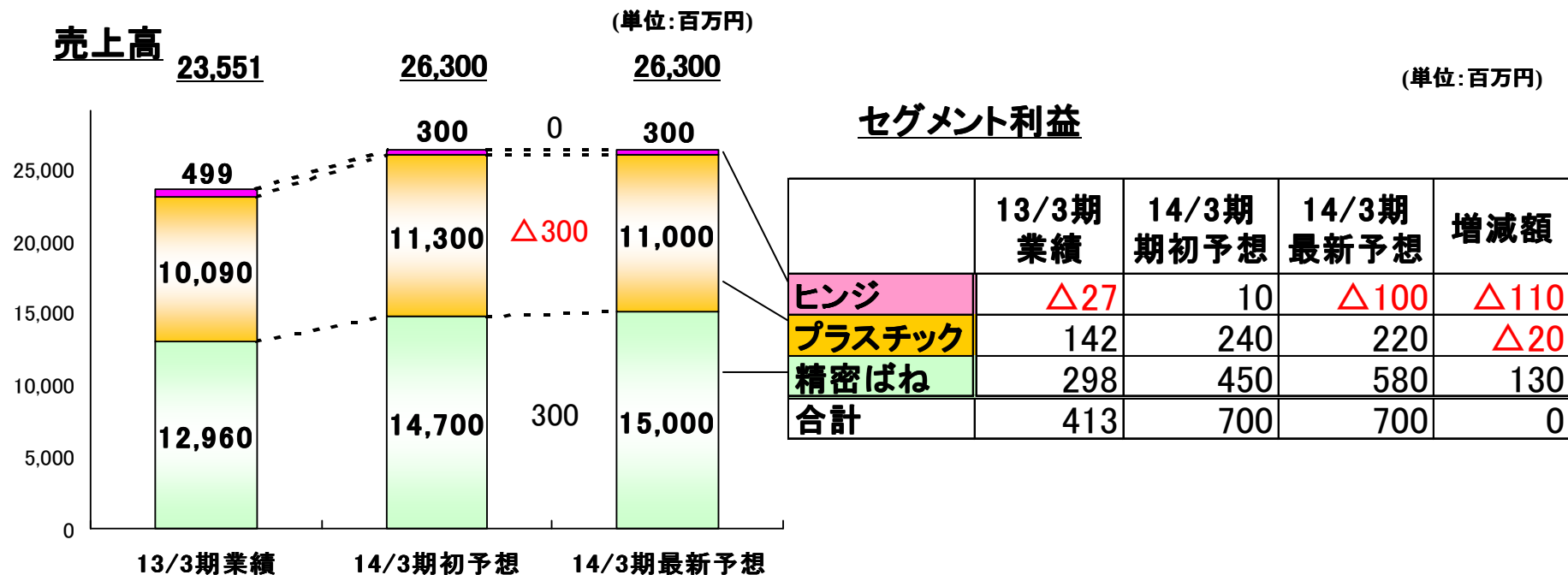
3-1 2014年3月期通期業績予想(連結)

(単位:百万円)

	2013年3月期	2014年3月期 通期予想	対前年比 増減(率)	前回予想 (8月9日公表)	対前回計画 増減(率)
売上高	23,551	26,300	11.7%	26,300	—
営業利益	426	700	63.9%	700	—
営業利益率	1.8%	2.7%	—	2.7%	—
経常利益	542	530	△2.3%	530	—
当期純利益	478	300	△37.2%	300	—

注)通期予想は、平成25年8月9日に公表した予想から変更ありません。なお、為替レートは1米ドル95円を前提としております。

3-2 最新セグメント予想



<変動要因>

精密ばね事業は、下期も自動車向けの売上が増加。プラスチック事業は、国内の売上減少が下期も続くものの、海外が好調維持。ヒンジ事業は、下期も上期並みで推移する見込み。

4. 今後の事業方針

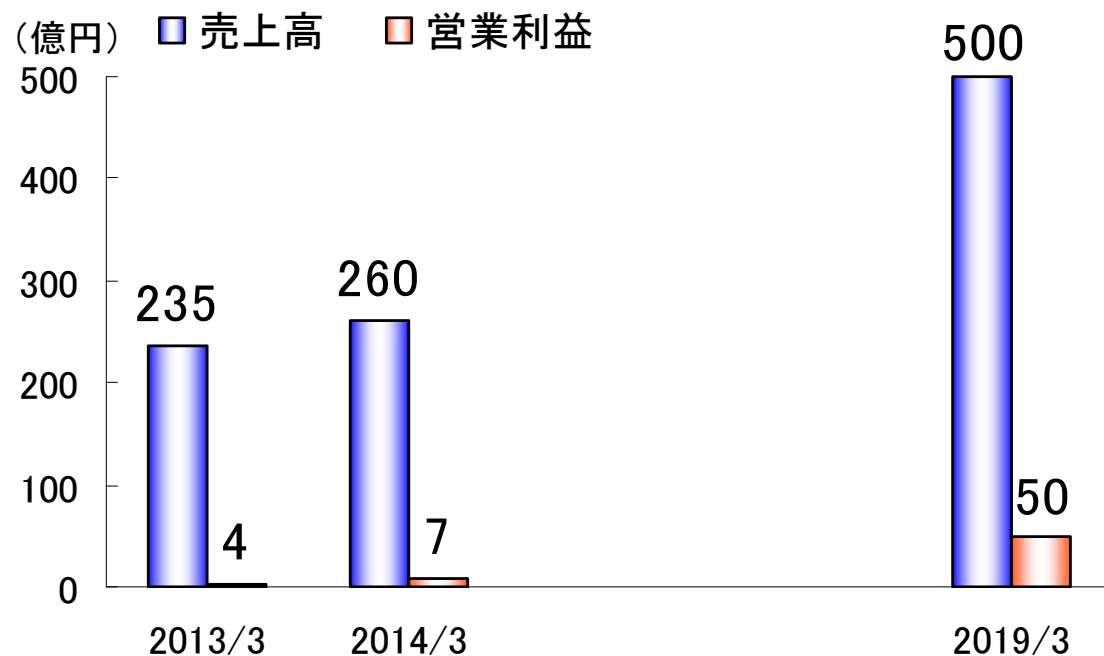
4-1 中期ビジネスプラン

中期目標： 2019/3期(5年後)

連結売上高 500億円

営業利益 50億円

(売上成長率 10%/年、営業利益率 10%)



4-2 中期事業方針

1) 精密ばね事業の重点方針

① 自動車市場での販売拡大

狙い: ばね需要の大部分を占める市場において成長機会を追究
欧米系部品メーカーとの取引開始

実行施策: 国内自動車部品専用工場の設立(準備中)

重点製品: 自動車用締結部品(インサートカラー)

取り組む課題

■ 技術領域の拡大
(ドメイン)

両端研削、ショットピーニング、
オーステンパー、線径域の拡大

■ ネットワーク強化

販売先・外注先との連携推進

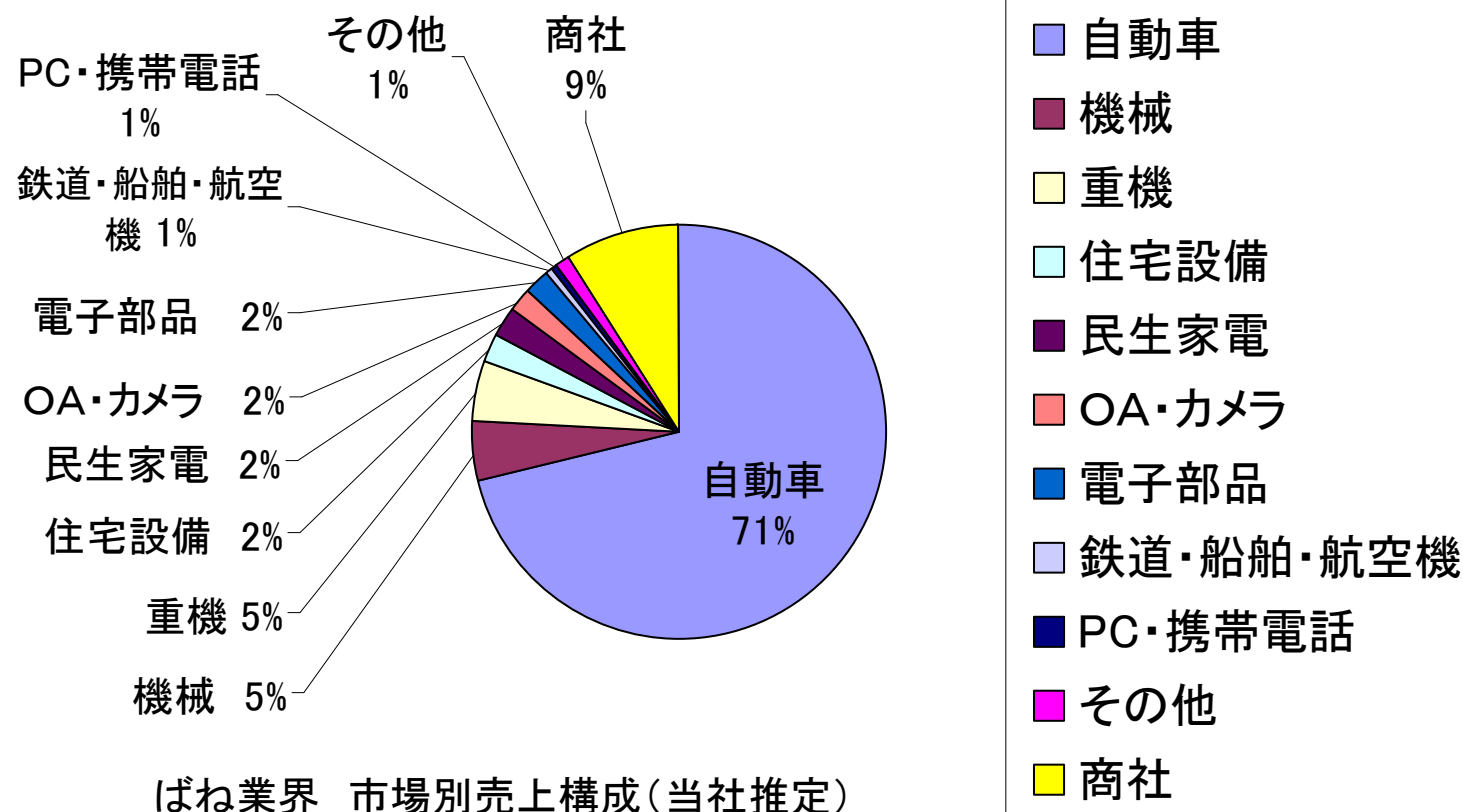
■ 新規受注増加

金型原価低減等により受注決定率引上げ



インサートカラー

(参考資料) 国内ばね業界の売上構成



国内ばね市場の売上高は 8,332億円(2011年度)、当社のシェアは 約1%

4-2 中期事業方針

②海外市場での販売拡大

狙い:アジアの成長市場で日系・欧米系部品メーカー向け販路拡大

実行施策: アジア新興国での営業オフィス・新工場設立(来年以降)

重点製品: 自動車用締結部品(インサートカラー)、規格品

これまで国内しか販売実績なし、海外での需要が有望



4-2 中期事業方針

③規格品ビジネスの拡大

狙い: 新規顧客の開拓とカスタム品受注につながる取引拡大

実行施策: エリア営業体制の導入(本年4月)

WEBによる直販開始(来年1月)

グローバル展開開始 (アジア、欧米)

重点製品: 締結部品(タングレス、TAMONT他)、
ダンパー、プッシュアップ・ユニット、

タングレス・コイルスレッド(右)



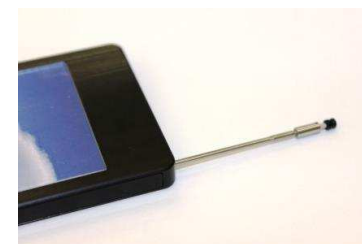
TAMONT



ダンパー



プッシュアップ・ユニット
(アンテナ先端部)



4-2 中期事業方針

2) プラスチック事業の重点方針

① 海外における収益基盤の拡充

狙い: 顧客企業の海外生産移転に対応し海外で量産、収益拡大

実行施策: 日系重点顧客向けのグローバルセールス拡大

マレーシア(AV家電メーカー)

ベトナム(自動車部品メーカー)

中国(自動車部品、OA機器メーカー)

ブルーレイプレイヤー



自動車用リレーボックス



4-2 中期事業方針

②高付加価値商品の開発強化

狙い： 量産品が海外シフトする中で、国内で収益を確保

実行施策： 自動車と住宅設備関連市場にフォーカス

- ・高性能ギヤユニット(自動車向け舵角センサー)
- ・セラミック製光通信コネクタ部品(中国に輸出)
- ・高機能便座ユニット
- ・スマートメーター(次世代電力量計)用部品
(新規分野に参入)



セラミック製コネクタ



便座ユニット

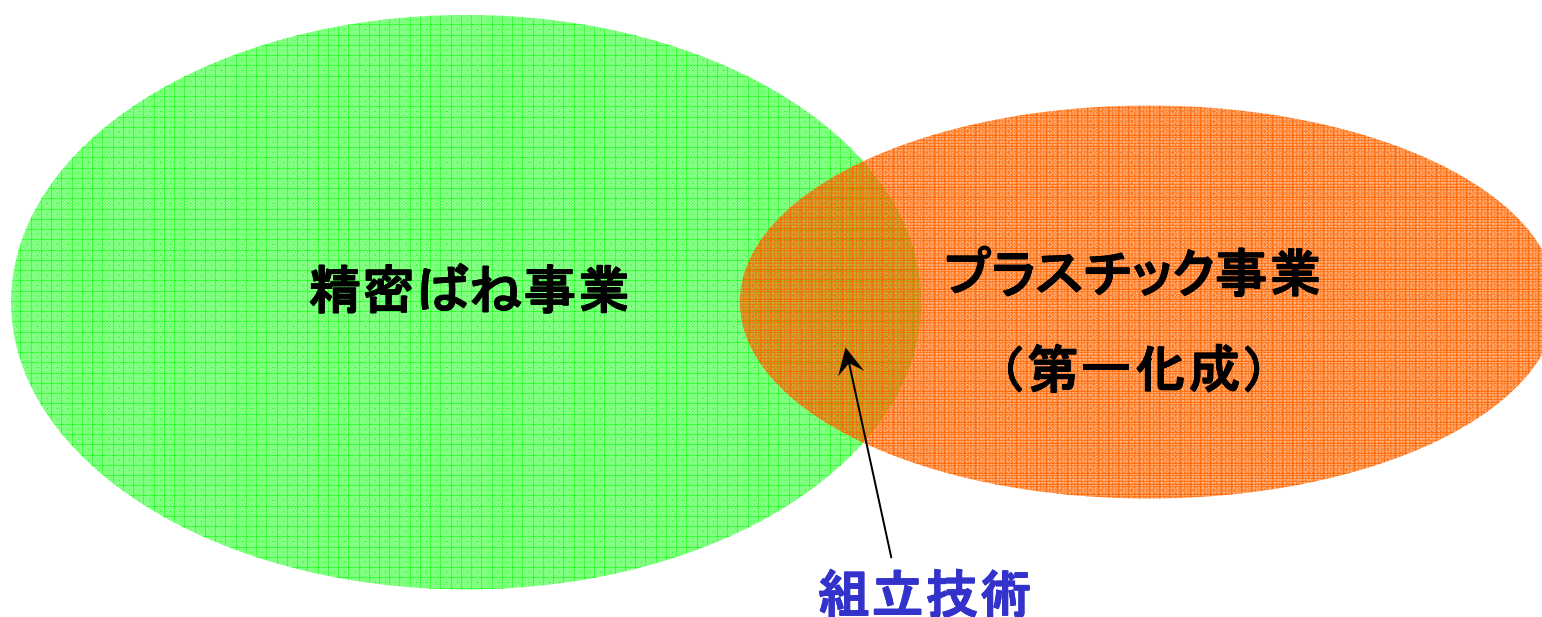
4-2 中期事業方針

③精密ばね事業との連携強化

狙い： 自動車部品メーカー向け営業強化とグループの組立技術の融合

実行施策： ・インサート成形開発部門の統合(4月)

・ギヤユニットの共同販売活動開始(10月)





ADVANEX

ご清聴ありがとうございました

(お問い合わせ先)

**株式会社アドバネクス
広報IR室**

TEL:03 - 3822 - 5865 FAX:03 - 3822 - 5873

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