

# 2016年3月期第2四半期 決算説明会



2015年11月19日



株式会社アドバネクス

本資料は2015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. 2016年3月期第2四半期決算の概要
2. 2016年3月期通期見通し
3. 今後の事業方針
4. (参考: 第一化成ホールディングス株式会社  
を含んだ前年度業績との比較)

---

# 1. 2016年3月期第2四半期決算の概要

# 1-1. 第2四半期連結業績概要

(単位：百万円、%)

|                      | 2015年3月期 2Q累計 |                 | 2016年3月期<br>2Q累計 | 前年同期増減<br>(第一化成HD除外ベース比) |        |
|----------------------|---------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------|
|                      | 決算ベース         | 第一化成HD<br>除外ベース |                  | 額                        | 率      |
| 売上高                  | 14,262        | 8,891           | 9,924            | +1,033                   | +11.6% |
| 営業利益                 | 502           | 306             | 366              | +59                      | +19.5% |
| 営業利益率                | 3.5%          | 3.5%            | 3.7%             | +0.2%                    | -      |
| 経常利益                 | 434           | 184             | 353              | +168                     | +91.6% |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 | 318           | 198             | 237              | +39                      | +19.9% |

## 1-2. 第2四半期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)により減収減益だが、同事業分を除いたベースでの比較では増収増益
- ◆ 上期の業績予想比では、  
売上および営業・経常・四半期純利益全て過達

## 1-2. 第2四半期連結業績のポイント

---

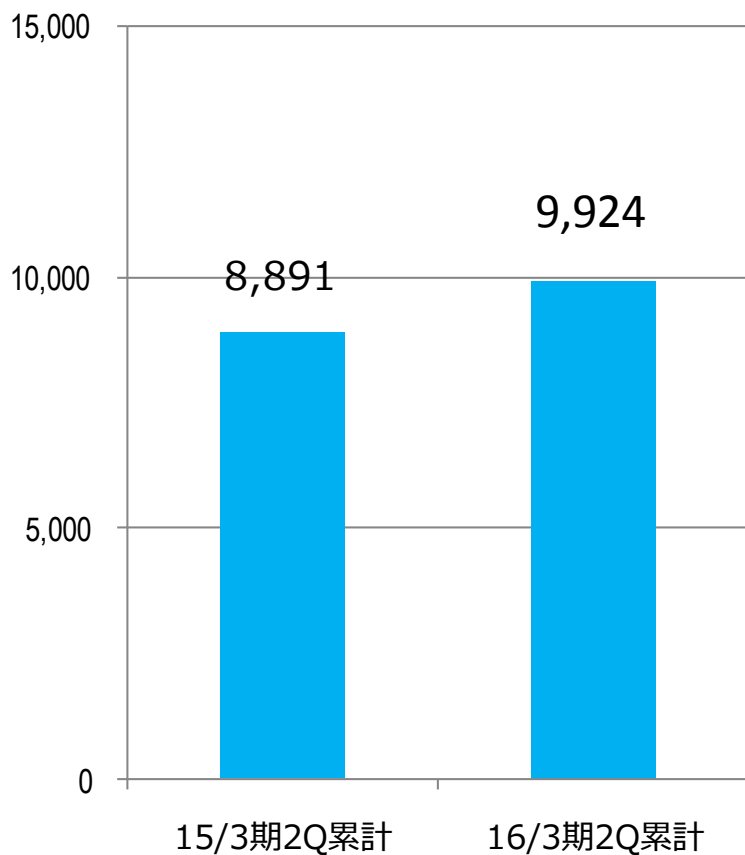
以下、第一化成ホールディングス株式会社の業績分を除いた  
前年同期比との比較にてコメント

- ◆ 売上は、注力中の**自動車・医療向けが増加し**  
前年同期比12%増
- ◆ 日本は拠点再編コスト発生等で苦戦するも、  
**海外（米州、欧州、アジア）がカバーし、**  
営業利益は、前年同期比20%増  
経常利益は、同92%増  
四半期純利益は、同20%増

## 1-3. 第2四半期業績推移（連結：第一化成除外ベース）

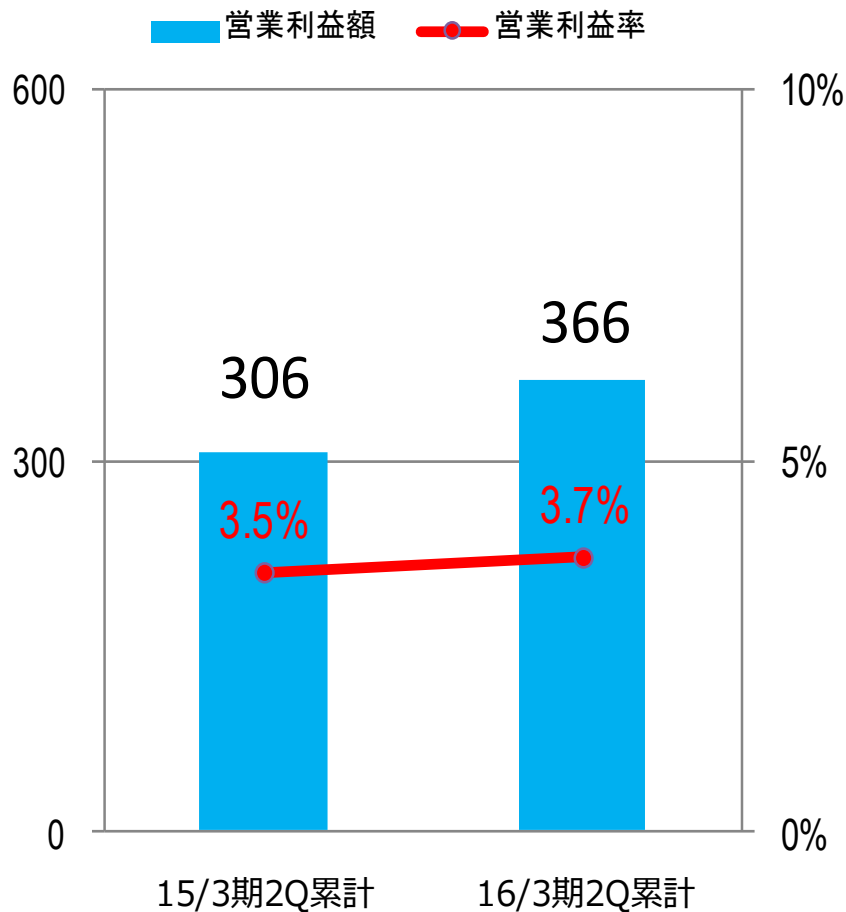
### 売上高

（単位：百万円）



### 営業利益

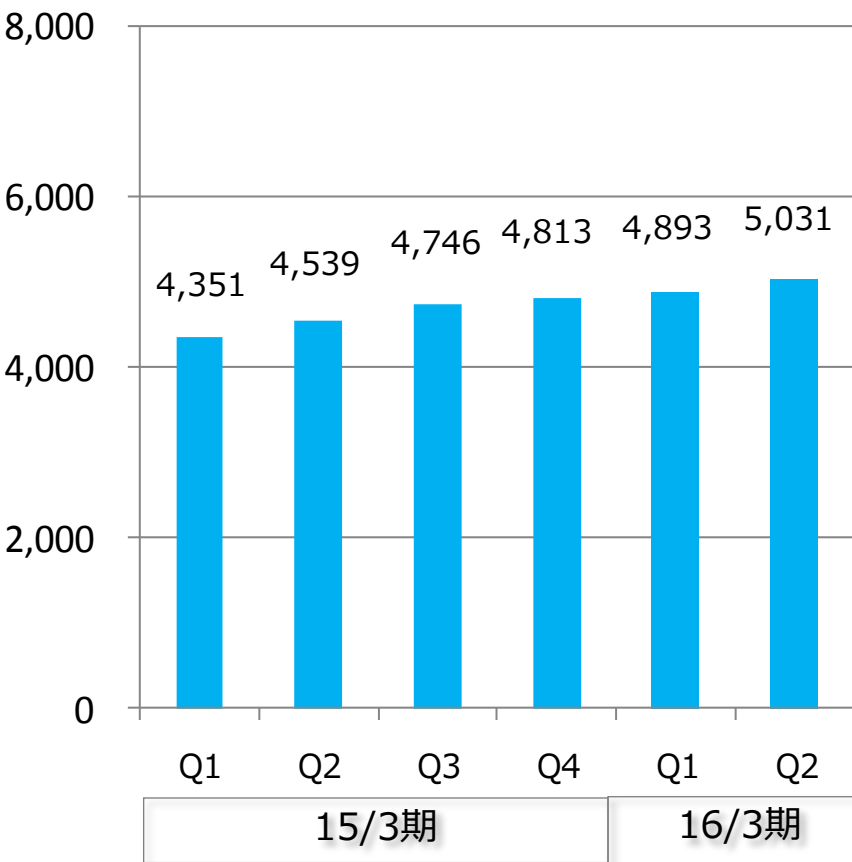
（単位：百万円）



# 1-4. 四半期業績推移（連結：第一化成除外ベース）

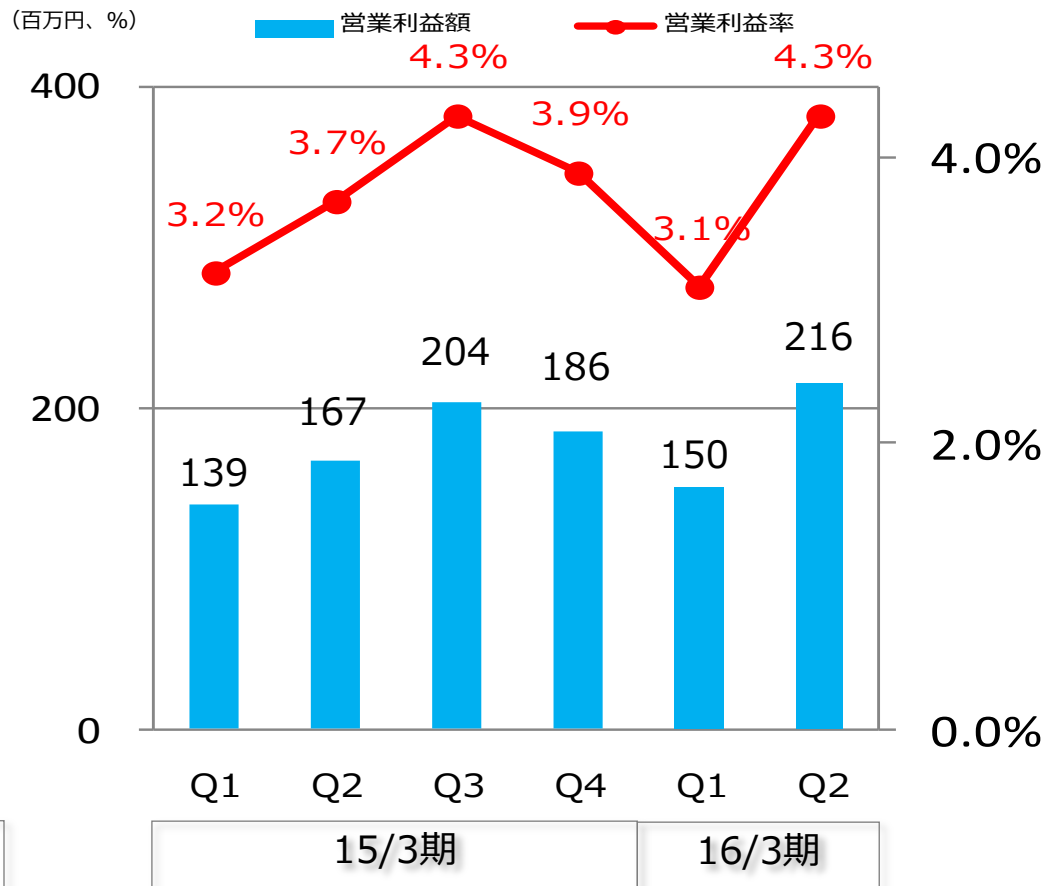
## 売上高

(単位：百万円)



## 営業利益/営業利益率

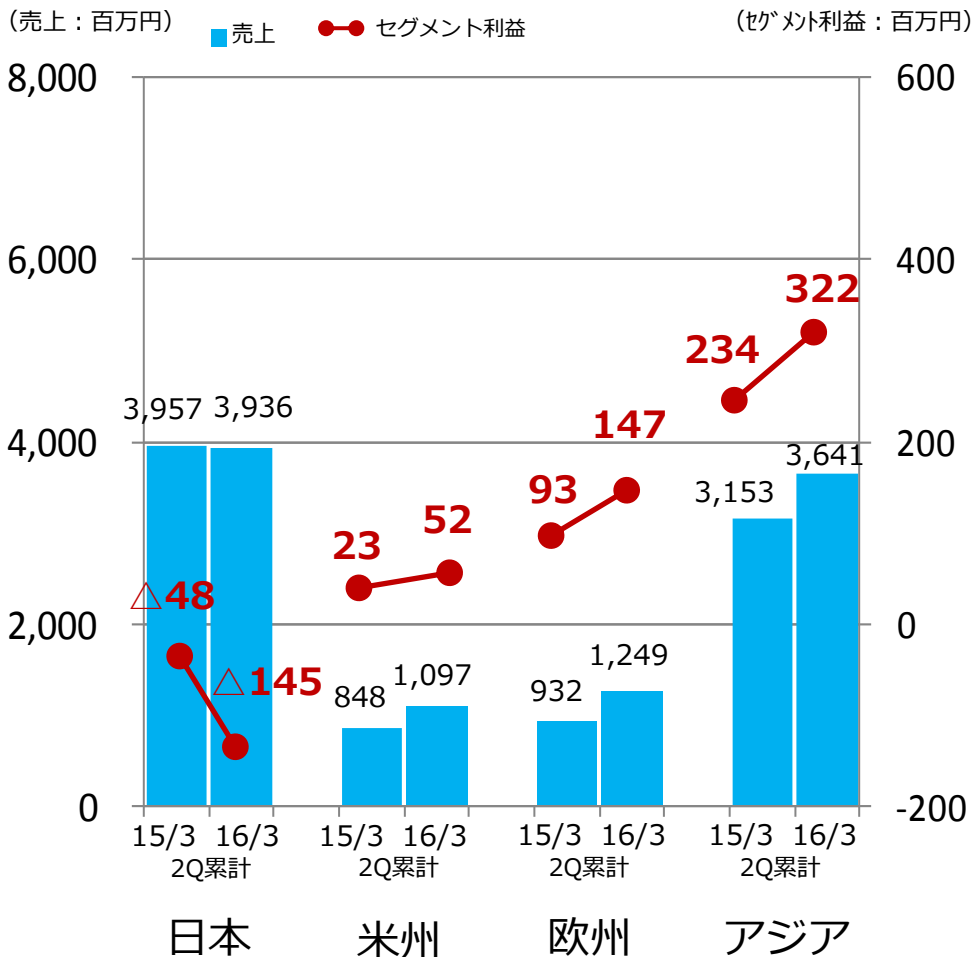
(百万円、%)



# 1-5. 所在地別売上高・セグメント利益(第一化成除外ベース)

## 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:3,936百万円、セグメント利益:△145百万円

- ・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、固定費増により減収減益

**米州** 売上:1,097百万円、セグメント利益52百万円

- ・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

\* 従来より第一化成事業含まず

**欧州** 売上:1,249百万円、セグメント利益147百万円

- ・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

\* 従来より第一化成事業含まず

**アジア** 売上:3,641百万円、セグメント利益322百万円

- ・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

## 1-6. 連結市場別売上高（第一化成除外ベース）

（単位：百万円）

|           | 15年3月期2Q累計 |       | 16年3月期2Q累計 |       | 増減    |        |
|-----------|------------|-------|------------|-------|-------|--------|
|           | 売上         | 構成比   | 売上         | 構成比   | 額     | 増減率    |
| 自動車(輸送機器) | 2,791      | 31.4% | 3,398      | 34.2% | 607   | 21.7%  |
| O A 機器    | 2,554      | 28.7% | 2,374      | 23.9% | △180  | △7.0%  |
| 医療機器      | 643        | 7.2%  | 876        | 8.8%  | 233   | 36.2%  |
| 精密機器      | 520        | 5.9%  | 685        | 6.9%  | 165   | 31.7%  |
| 住設機器      | 365        | 4.1%  | 444        | 4.5%  | 79    | 21.6%  |
| PC・周辺機器   | 373        | 4.2%  | 352        | 3.5%  | △21   | △5.6%  |
| AV・家電     | 344        | 3.9%  | 279        | 2.8%  | △65   | △18.9% |
| 携帯情報端末    | 327        | 3.7%  | 278        | 2.8%  | △49   | △15.0% |
| 航空機器      | 145        | 1.7%  | 272        | 2.7%  | 127   | 87.6%  |
| その他       | 829        | 9.3%  | 966        | 9.7%  | 137   | 16.5%  |
| 合計        | 8,891      | 100%  | 9,924      | 100%  | 1,033 | 11.6%  |

---

## 2. 2016年3月期通期見通し

## 2-1. 2016年3月期通期業績予想

---

- ◆ 中国経済減速等マクロ環境は悪化しているが  
通期計画は**期初予想を据置き**
- ◆ 配当金1株35円の予想に変更なし  
\*2015年10月1日付けで株式併合(10株→1株)実施
- ◆ 引き続き自動車、医療がけん引する見通し  
日本の拠点再編は下期も継続  
埼玉工場の寄与は来期から

## 2-2. 2016年3月期通期業績予想（連結）

---

（単位：百万円、％）

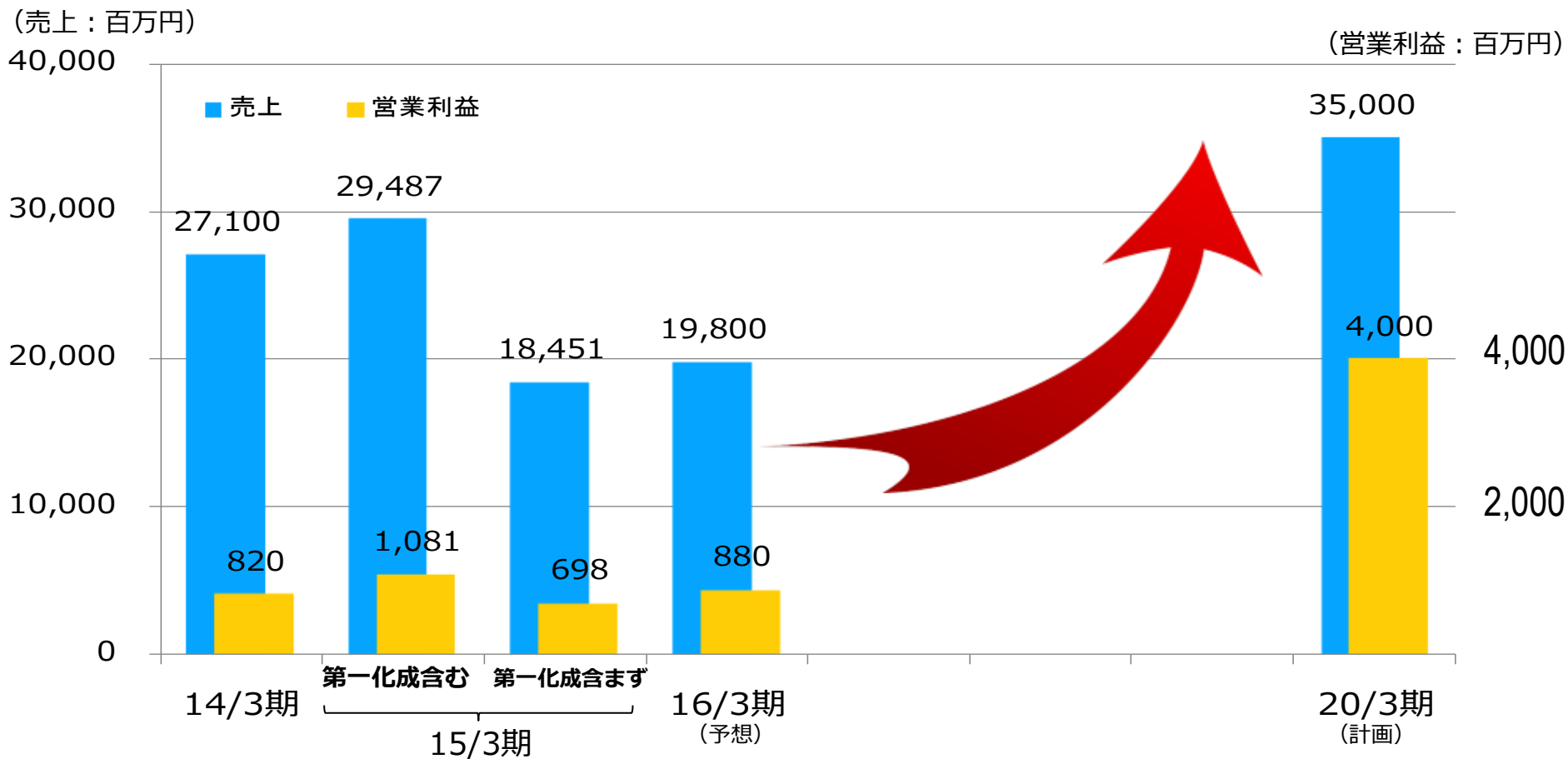
|                      | 2016年3月期     |               |
|----------------------|--------------|---------------|
|                      | 上期(実績)       | 通期            |
| 売上高                  | <b>9,924</b> | <b>19,800</b> |
| 営業利益                 | <b>366</b>   | <b>880</b>    |
| 営業利益率                | <b>3.7%</b>  | <b>4.4%</b>   |
| 経常利益                 | <b>353</b>   | <b>860</b>    |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期純利益 | <b>237</b>   | <b>550</b>    |

---

### 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



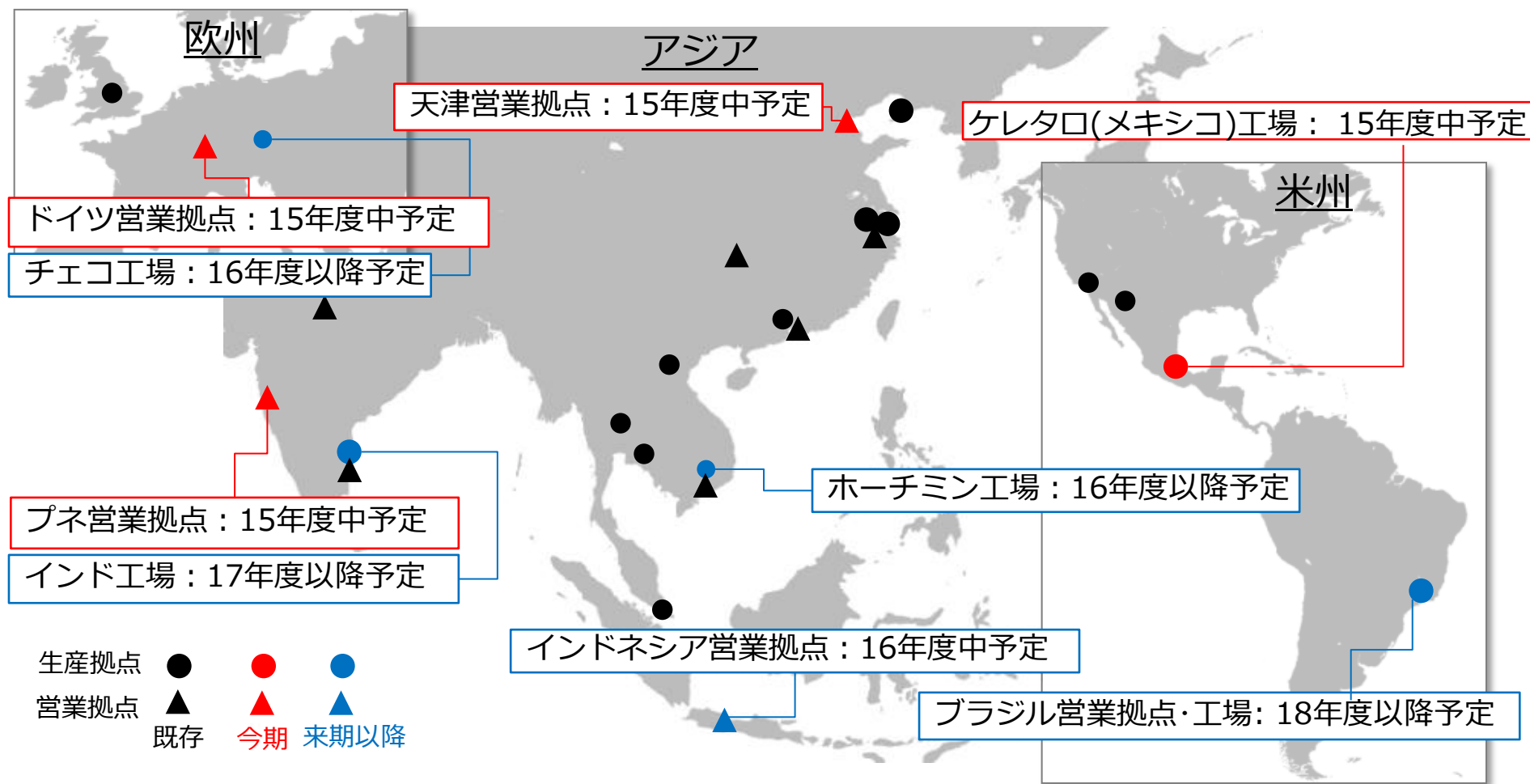
## 3-2. 中期計画達成に向けた取り組み

---

- **エリア戦略**：グローバルビジネス拡大に向け積極投資  
計画のメキシコ、インド、ドイツに加え、中国天津も追加
- **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  
自動車部品専用の埼玉工場竣工  
2020年3月期売上 自動車140億円、医療35億円、インフラ35億円に向けた取り組み
- **製品戦略**：規格品ビジネスを積極展開  
鉄道、道路、住設等インフラで受注増加  
インターネット・商社の活用
- **M&A**  
小規模でも尖った技術を持つ企業と、販路拡大に寄与する企業がターゲット

### 3-3. エリア戦略：進出地域アップデート

メキシコ・インド・ドイツは立地確定、計画に天津を追加



## 3-4①. 自動車市場：トレンドと当社取組み

自動車業界のトレンドをおさえ、需要拡大の波に乗る

### キーワード/ 顧客ニーズ

### 取組み内容

### ピックアップ

#### モジュール化

- 同一部品の複数車種展開
- 世界各地での供給
- 大量生産、均一の品質

- 規格化、ラインナップ
- 拠点拡充
- 海外技術支援（均一の品質）



自動車部品専用の埼玉工場

#### 軽量化

- 燃費規制、樹脂部品増加
- プラスチックの締結部の補強
- コストダウン、品質

- インサートカラーの世界展開（日本、中国、ベトナム、欧州）
- 工法転換によるコストダウン
- 知財戦略



インサートカラー

#### 電子化

- 横滑り防止義務化、燃費規制
- 上記義務・規制をクリアするための新たな電子部品

- 深絞り、インサート成形の  
新たな形状・機能の提案



インサート成形



深絞り

## 3-4②. 自動車市場： 埼玉工場

埼玉工場竣工、自動車部品専用のスマートファクトリー



埼玉工場

### <埼玉工場、今後のスケジュール>

**15年 11月 竣工**

**12月 設備搬入完了**

**16年 1月 稼動開始（新潟工場からの移管）**

**17年 6月 TS16949取得**

\*自動車産業向け品質マネジメントシステム

**6月 新規顧客向け量産スタート**

**19年 9月 第二期工事完了**

**20年 3月 年間売上30億円**

- ✓ 所在地：埼玉県本庄市
- ✓ 敷地面積：12,000㎡、建屋面積：5,000㎡
- ✓ 主力製品：インサートカラー
- ✓ スマートファクトリー構想  
（自動化・見える化・省エネ化）
- ✓ 自動車部品専用設備

### 3-4③自動車市場：インサートカラー

樹脂部品の締結部分を補強  
特許技術等、明確な優位性あり



当社製



他社製

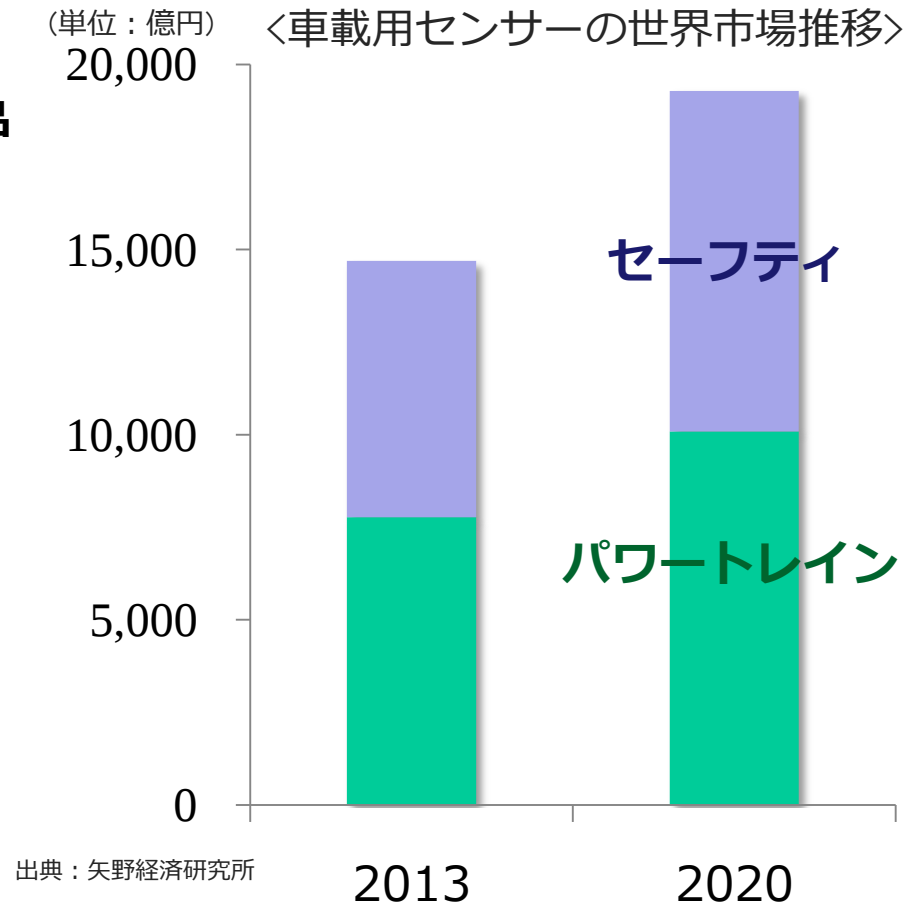
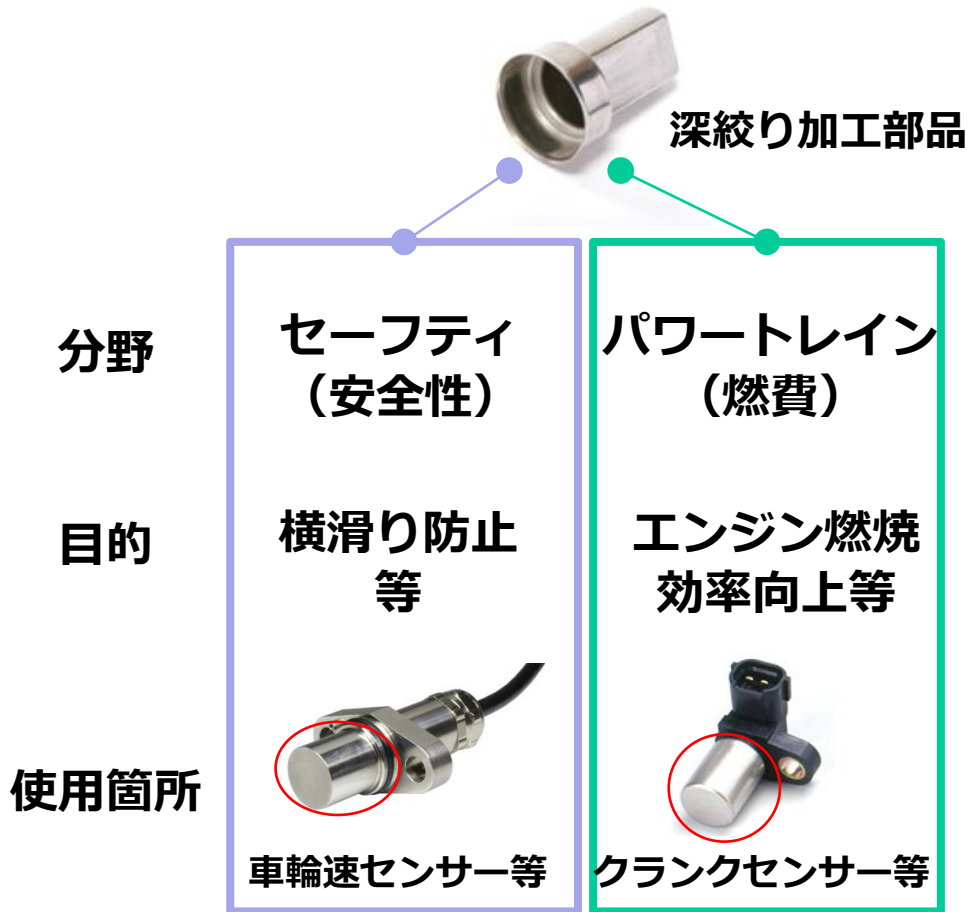


他社製

|                | 当社製                       | 他社製    | 他社製      |
|----------------|---------------------------|--------|----------|
| 工法             | フォーミング                    | フォーミング | 切削       |
| 表面穴形状          | 四角柱状 <b>特許</b>            | 四角錘状   | 複目状(やすり) |
| 継ぎ目            | 高初張力接合 <b>ばね技術<br/>応用</b> | 直線状    | なし       |
| コスト            | ◎                         | ◎      | ×        |
| 対回転強度          | ◎                         | ×      | ◎        |
| 樹脂流入<br>不具合リスク | ◎                         | ×      | ◎        |

### 3-4④自動車市場：深絞り加工

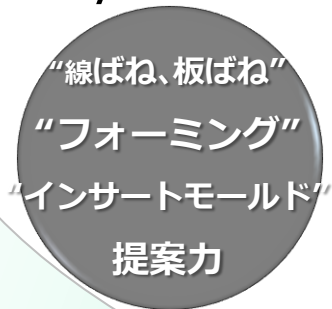
燃費・安全性向上のための自動車電子化に伴うセンサー需要増加を  
背景にセンサー用途の深絞り加工部品の引き合いが急増



# 3-4⑤自動車市場：拡大戦略

自動車向けは新たな技術・顧客・評価を得つつ、“雪だるま式”に拡大する

2012/3 31億円



**BCP**

(複数サプライヤー)

**新興国生産増加**

**軽量化 (樹脂、アルミ)**

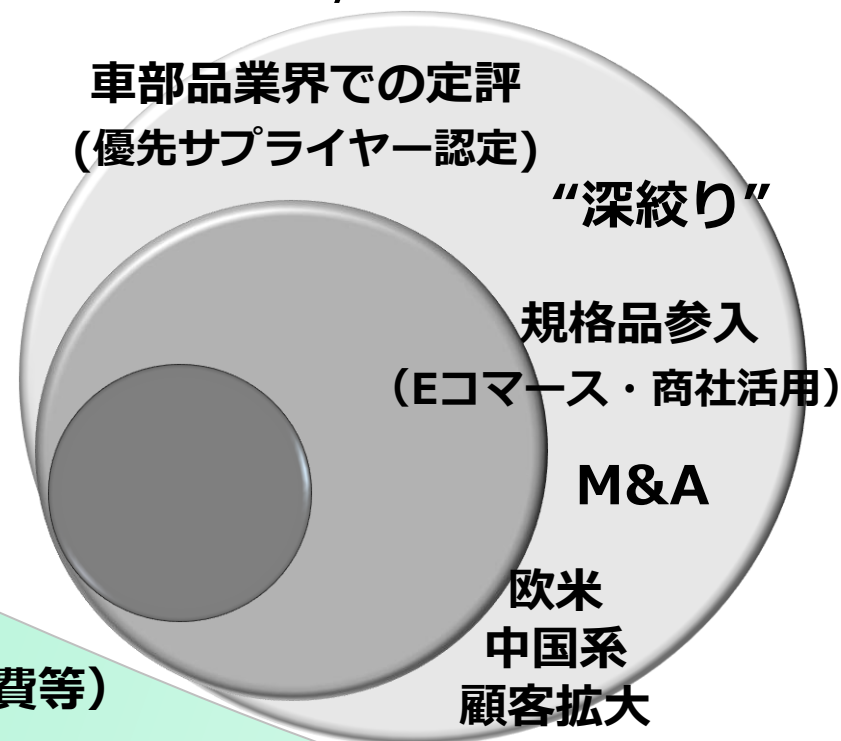
**電子化 (安全性、燃費等)**

**ユニット部品のモジュール化**

2015/3 62億円



2020/3 140億円



自動車市場の  
ニーズ/トレンド

### 3-5①医療市場：医療市場注力の理由と背景

先進国・新興国共に総医療費が急増

医療分野は当社にとって有利な要素が多く、長期的にも期待が高い

#### ポジティブ要素

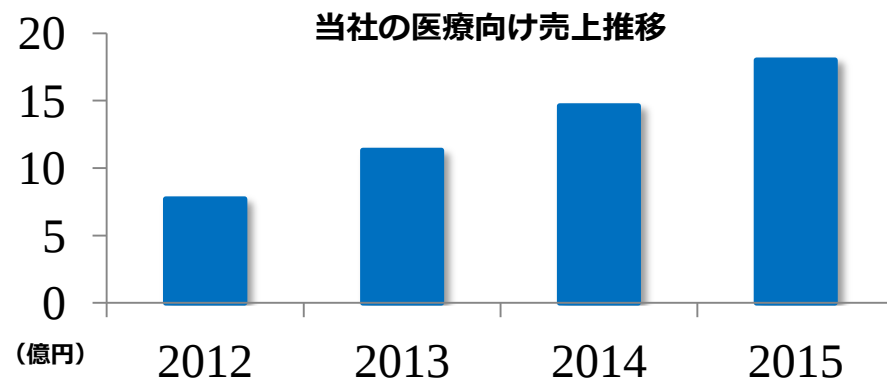
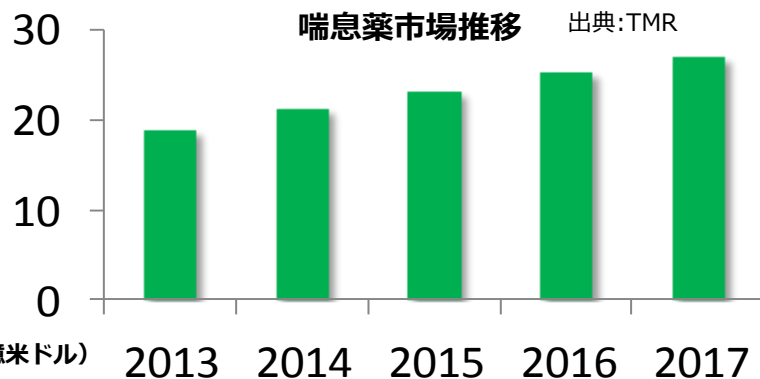
|            |           |
|------------|-----------|
| 高収益        | 世界人口増     |
| 長いライフサイクル  | 全世界医療費支出増 |
| 使い捨て       | 安定市場      |
| 100万個単位の受注 | 自己治療の増加   |

当社製品の特徴

市場背景

#### ネガティブ要素

|          |          |
|----------|----------|
| 開発/試作コスト |          |
| 長い試験期間   | 企画中止のリスク |



### 3-5②医療市場：主力製品の特徴

セルフケア・簡易治療薬が普及加速

当社精密ばね機構採用のセルフケアキットが市場成長を背景に拡大

|        |                                                                                          |                                                                                              |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 顧客完成品  | <br>吸引薬 | <br>自動注射器 |
| 対象     | 喘息、肺疾患                                                                                   | 糖尿病その他                                                                                       |
| 特徴     | 薬を一定量で噴射<br>自分で処方<br>持ち運びし易い<br>使い捨て                                                     | 自動で針を突刺し薬液を注入<br>自分で処方<br>持ち運びし易い<br>使い捨て                                                    |
| 当社供給部品 | 押しばね                                                                                     | 押しばね、トーションばね、深絞り                                                                             |
| 生産区    | 欧州から米国へ展開                                                                                | 欧州からアジアへ展開                                                                                   |
| 市場規模   | ワールドワイド                                                                                  | ワールドワイド                                                                                      |

## 3-6 規格品戦略：ナット脱落防止「ロックワン」

利便性と耐久性が評価され、様々な分野で受注が確定  
様々な形状・材料で対応できることも当社の強み



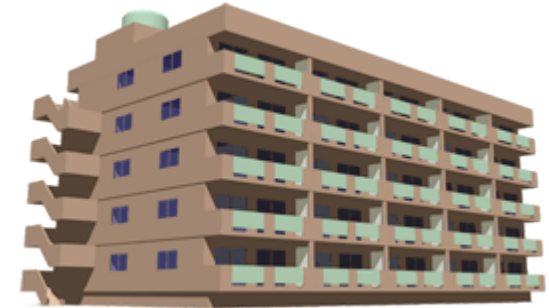
### 鉄道分野

- 複数の鉄道会社で採用
- 線路の連結部分等



### LockOne

- 振動耐久試験でトップの成績
- 外付けするだけの簡単取り付け



### 住設分野

- 国内外で受注



### 道路インフラ分野

- 標識の取付け部等



### ネット販売

- 楽天市場にショップ開設
- 商社・コンサルタントと連携



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>

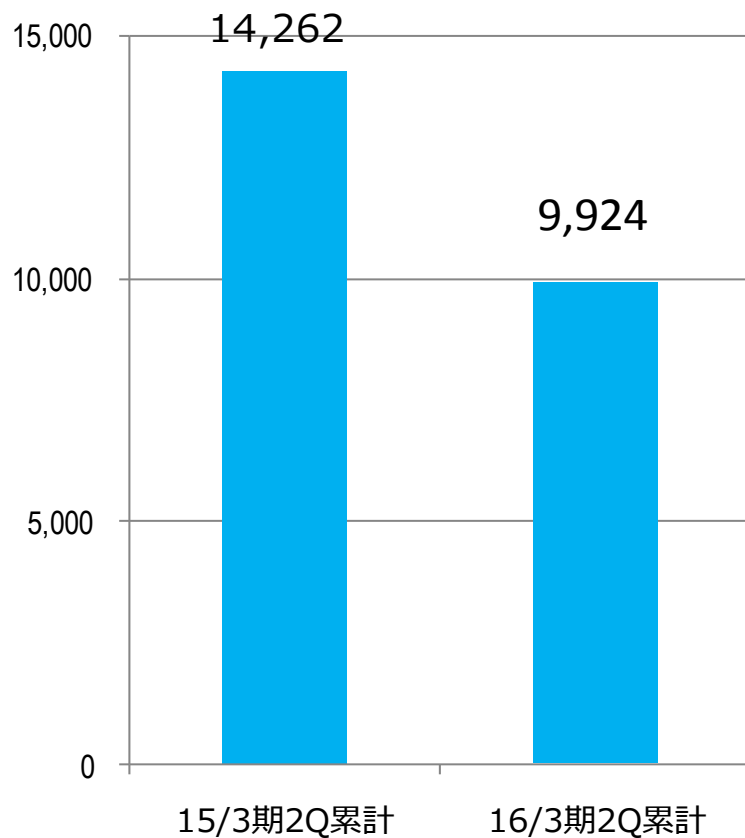
---

#### 4. (参考:第一化成ホールディングス株式会社を含んだ前年度業績との比較)

## 4-1. 通期業績推移（連結）

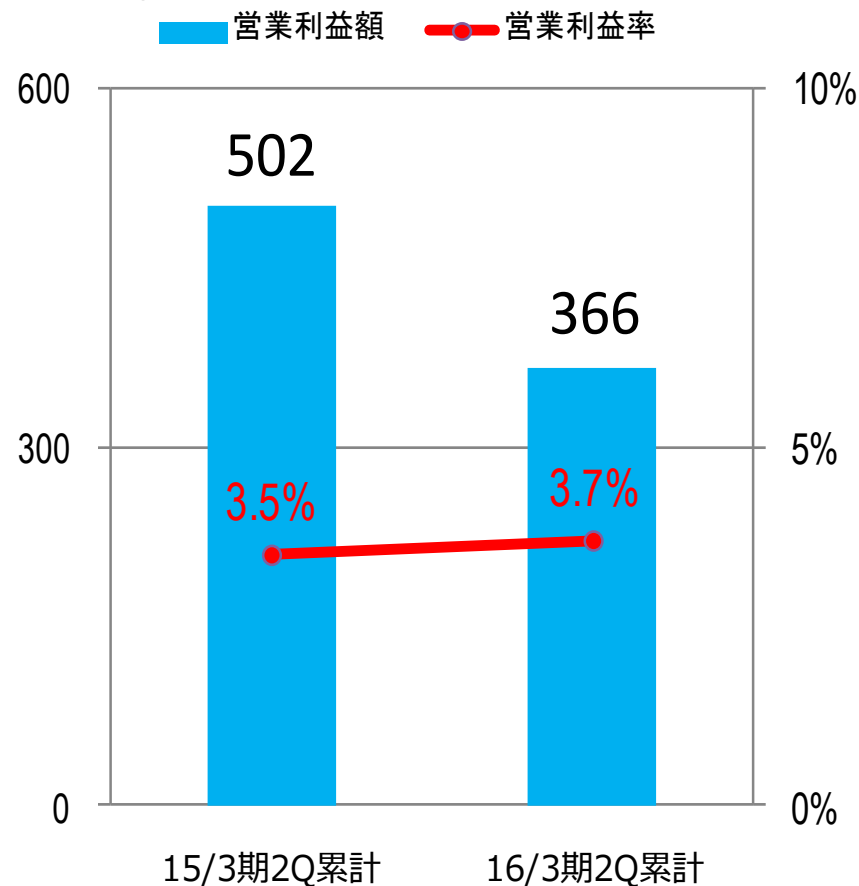
### 売上高

（単位：百万円）



### 営業利益

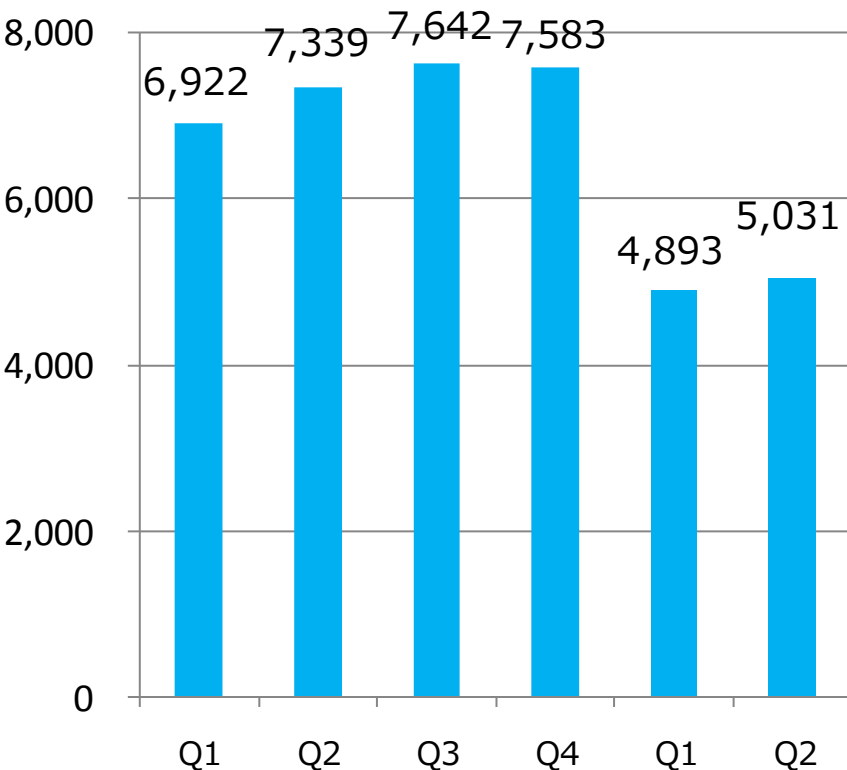
（単位：百万円）



## 4-2. 四半期業績推移（連結）

### 売上高

(単位：百万円)

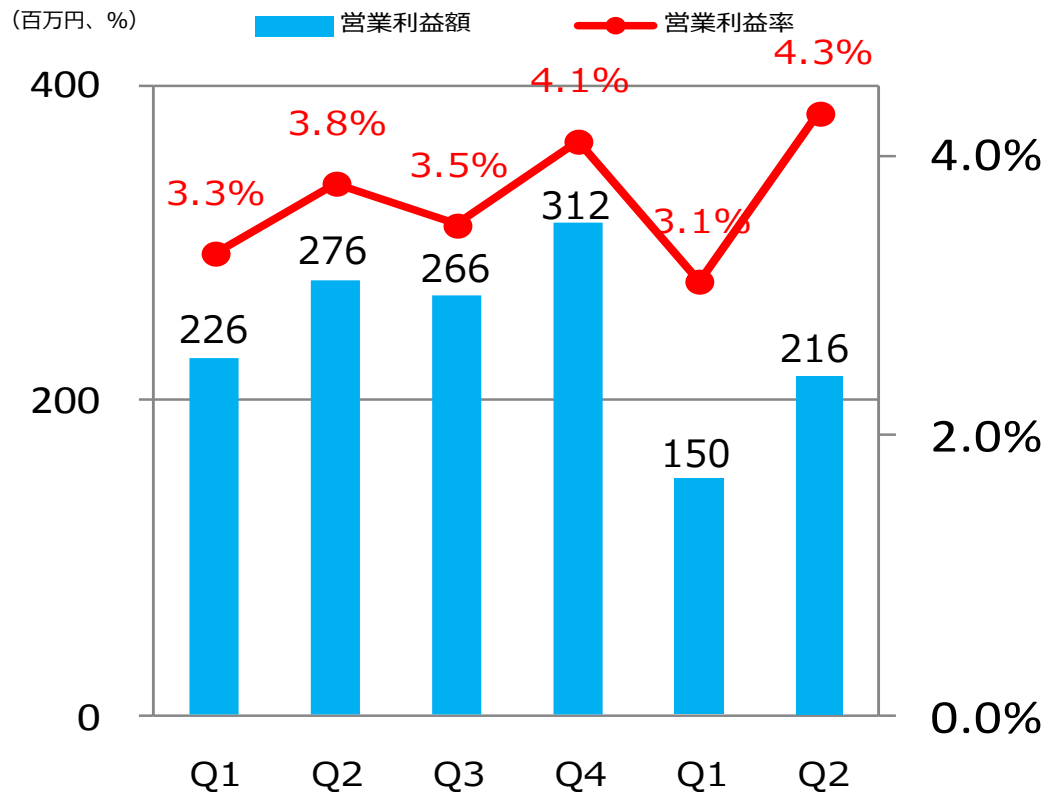


15/3期

16/3期

### 営業利益/営業利益率

(百万円、%)



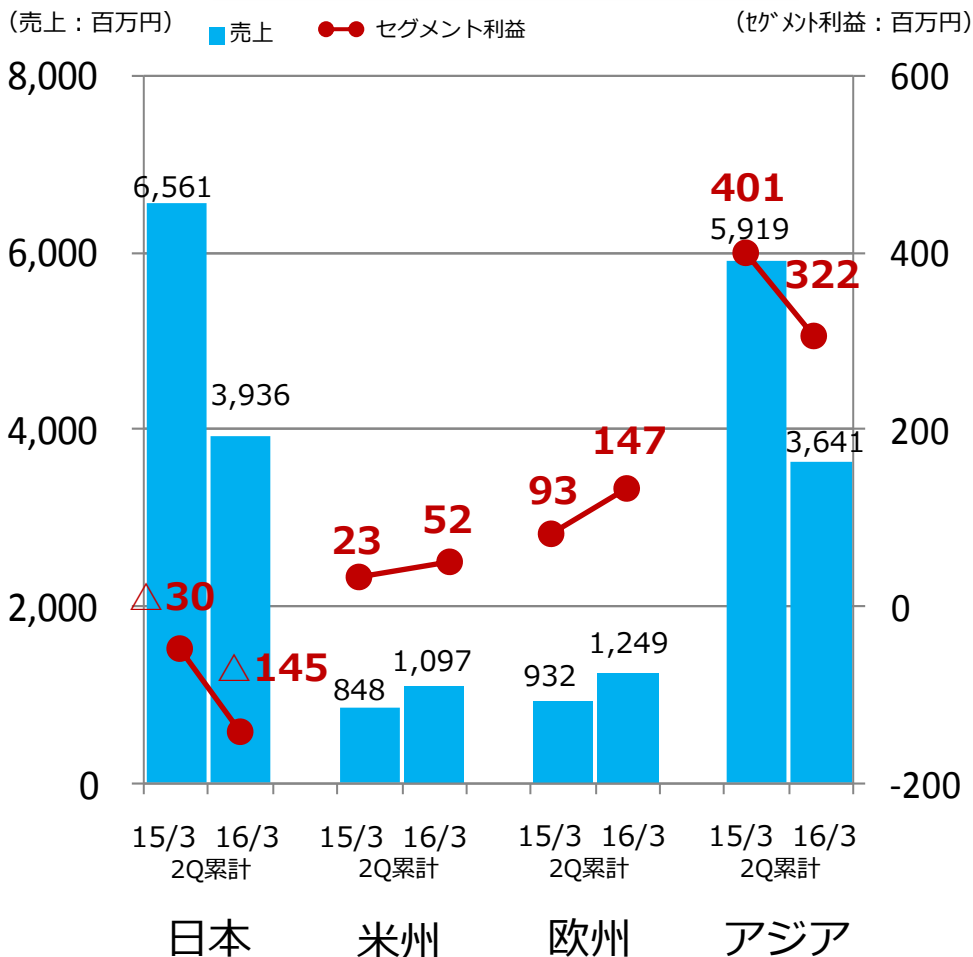
15/3期

16/3期

## 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

### 前年同期からの変動要因



**日本** 売上:3,936百万円、セグメント利益:△145百万円

- ・プラスチック事業の大部分が連結対象外となった他、プロダクトミックス悪化と固定費増加により減収減益

**米州** 売上:1,097百万円、セグメント利益52百万円

- ・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

\* 従来より第一化成事業含まず

**欧州** 売上:1,249百万円、セグメント利益147百万円

- ・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

\* 従来より第一化成事業含まず

**アジア** 売上:3,641百万円、セグメント利益322百万円

- ・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

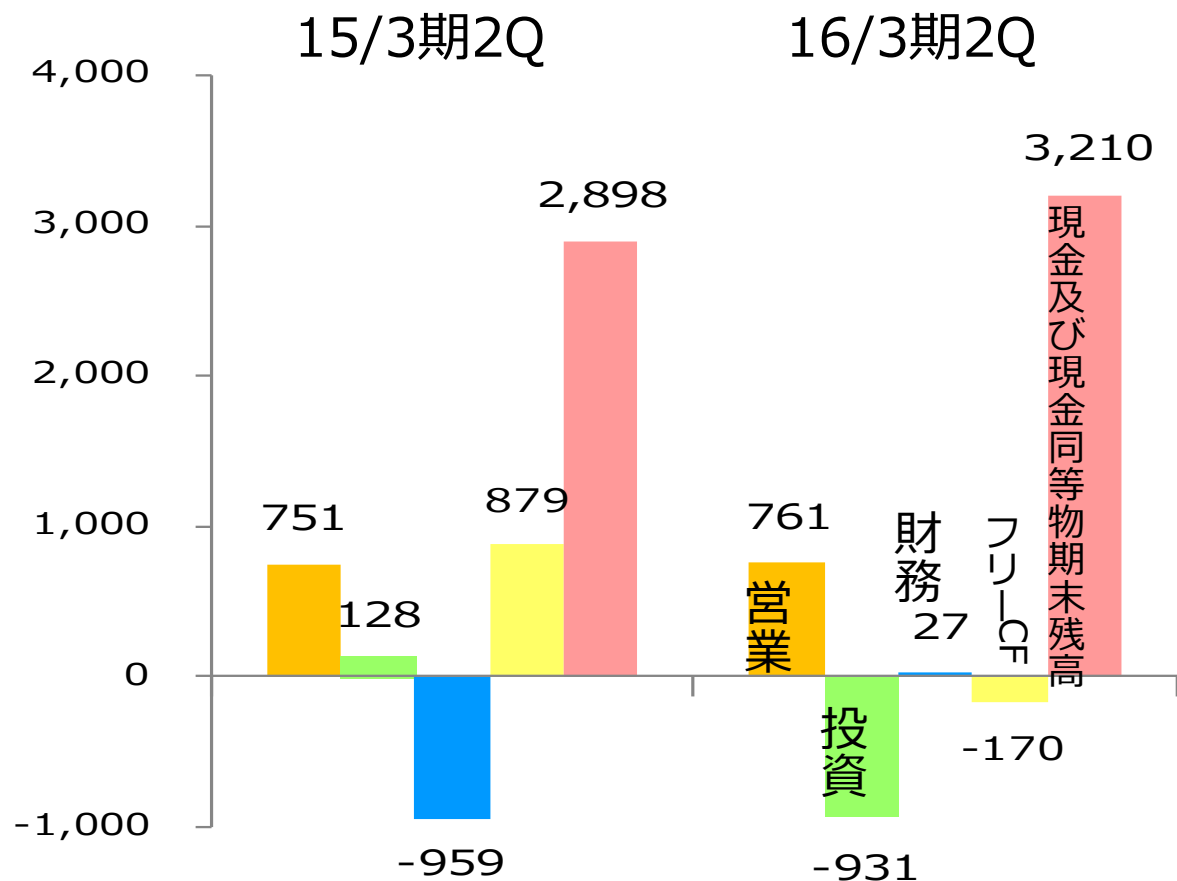
(単位：百万円)

|           | 15年3月期2Q累計 |       | 16年3月期2Q累計 |       | 増減     |        |
|-----------|------------|-------|------------|-------|--------|--------|
|           | 売上         | 構成比   | 売上         | 構成比   | 額      | 増減率    |
| 自動車(輸送機器) | 5,390      | 37.8% | 3,398      | 34.2% | △1,992 | △37.0% |
| O A 機器    | 3,712      | 26.0% | 2,374      | 23.9% | △1,338 | △36.0% |
| 医療機器      | 656        | 4.6%  | 876        | 8.8%  | 220    | 33.5%  |
| 精密機器      | 819        | 5.7%  | 685        | 6.9%  | △84    | △10.9% |
| 住設機器      | 926        | 6.5%  | 444        | 4.5%  | △482   | △52.1% |
| PC・周辺機器   | 383        | 2.7%  | 352        | 3.5%  | △31    | △8.1%  |
| AV・家電     | 866        | 6.1%  | 279        | 2.8%  | △587   | △67.8% |
| 携帯情報端末    | 326        | 2.3%  | 278        | 2.8%  | △99    | △26.3% |
| 航空機器      | 145        | 1.0%  | 272        | 2.7%  | 127    | 87.6%  |
| その他       | 1,037      | 7.3%  | 966        | 9.7%  | △71    | △6.8%  |
| 合計        | 14,262     | 100%  | 9,924      | 100%  | △4,336 | △30.4% |

## 4-5. 連結キャッシュフロー

### キャッシュフロー推移

### 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**761百万円増加**

### 投資活動によるCF

日本、ヨーロッパ、アジアでの設備投資実施により**931百万円減少**

### 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**27百万円増加**