

2023年 3 月期第2四半期 決算説明会資料



株式会社アドバネクス

2022年11月25日

本資料は2022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。

1. 2023年3月期第2四半期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益悪化要因と改善策
5. ブランド戦略（規格品、CNT）
6. CO2削減の取り組み、まとめ

1. 2023年3月期第2四半期連結業績概要

(単位：百万円)

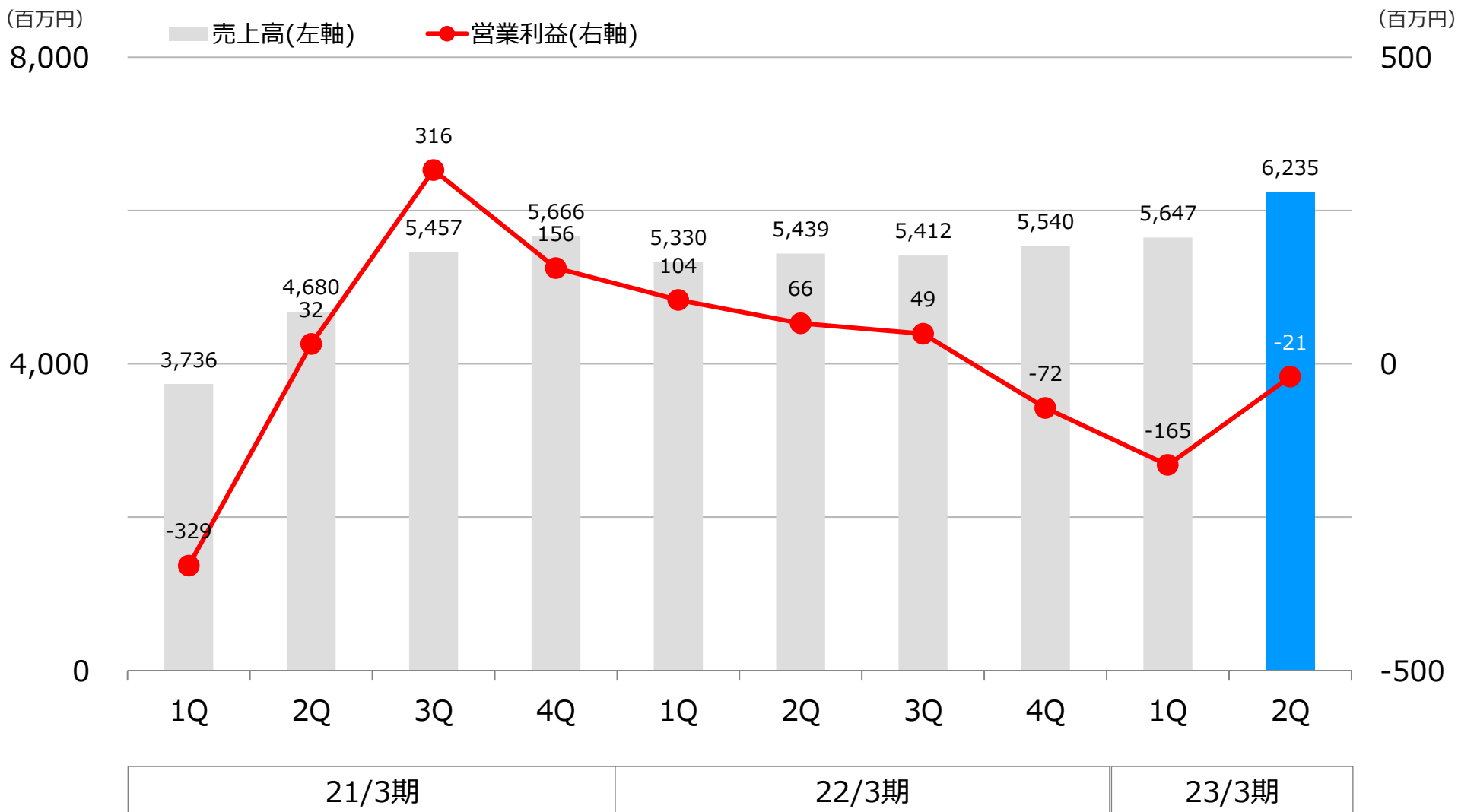
	2022/3期 2Q累計	2023/3期 2Q累計	前期比増減額	前期比増減率
売上高	10,769	11,882	1,113	10.3%
営業利益	171	△186	△358	-
営業利益率	1.6%	△1.6%	-	-
経常利益	228	591	362	158.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	25	226	201	788.8%

22年3月期2Qレート： 1 US\$ = 110.2円

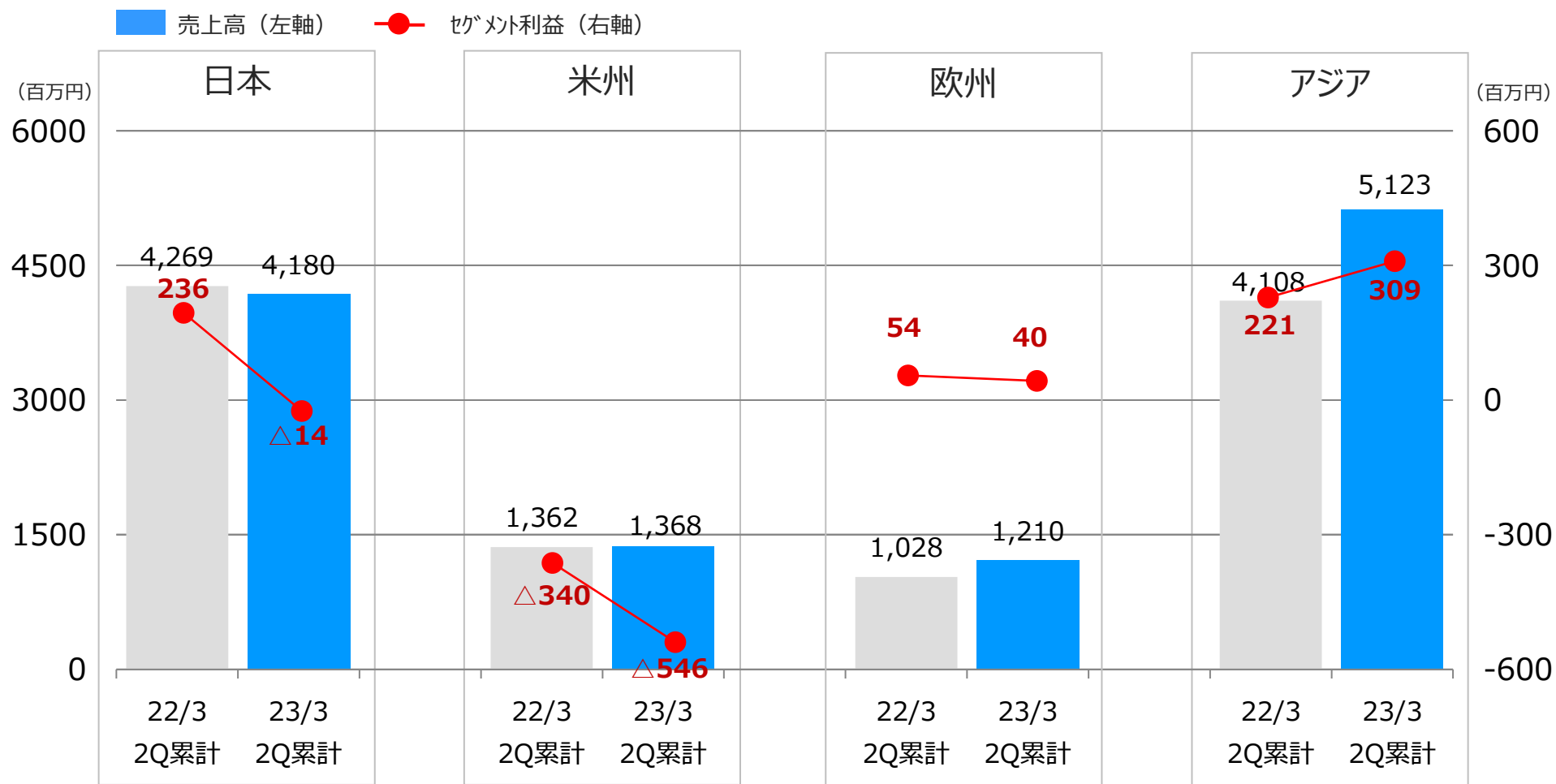
23年3月期2Qレート： 1 US\$ = 133.5円 2022年3月-9月毎月月末TTMレートの平均

- 売上高は、半導体不足や上海ロックダウンにより自動車生産調整が相次いだものの、円安による増収効果もあり全体では前年同期比増収。
- 営業利益は、上述の自動車生産調整による機会損失に加え、原材料費、エネルギーコスト、運送コスト高騰のほか、アメリカ子会社におけるテネシー新工場の操業遅延ロスもあり前年同期比減益。
- 経常利益は、円安による為替差益と、アメリカ子会社の雇用助成金収入などにより前年同期比増益。
- 四半期純利益は、上海ロックダウンによる中国子会社の操業停止により特別損失を計上したものの上述の経緯もあり前年同期比増益。

1. 連結売上高・営業利益推移



1-4. 所在地別売上高・セグメント利益



- 自動車生産調整
(半導体不足、上海ロックダウンによる)
- 原材料費高騰
- エネルギーコスト高騰

- テネシー新工場操業遅延
- 自動車生産調整
(主に半導体不足による)
- 原材料費高騰
- エネルギーコスト高騰

- 規格品売上減少
- 原材料費高騰
- エネルギーコスト高騰
- 人件費高騰 (イギリスEU離脱が背景)

- + 自動車向け売上増加
- + OA向け売上増加
- 原材料費高騰
- エネルギーコスト高騰

22年3月期2Qレート： 1 US\$ = 110.2円

23年3月期2Qレート： 1 US\$ = 133.5円 2022年3月から9月の毎月月末のTTMLレートの平均

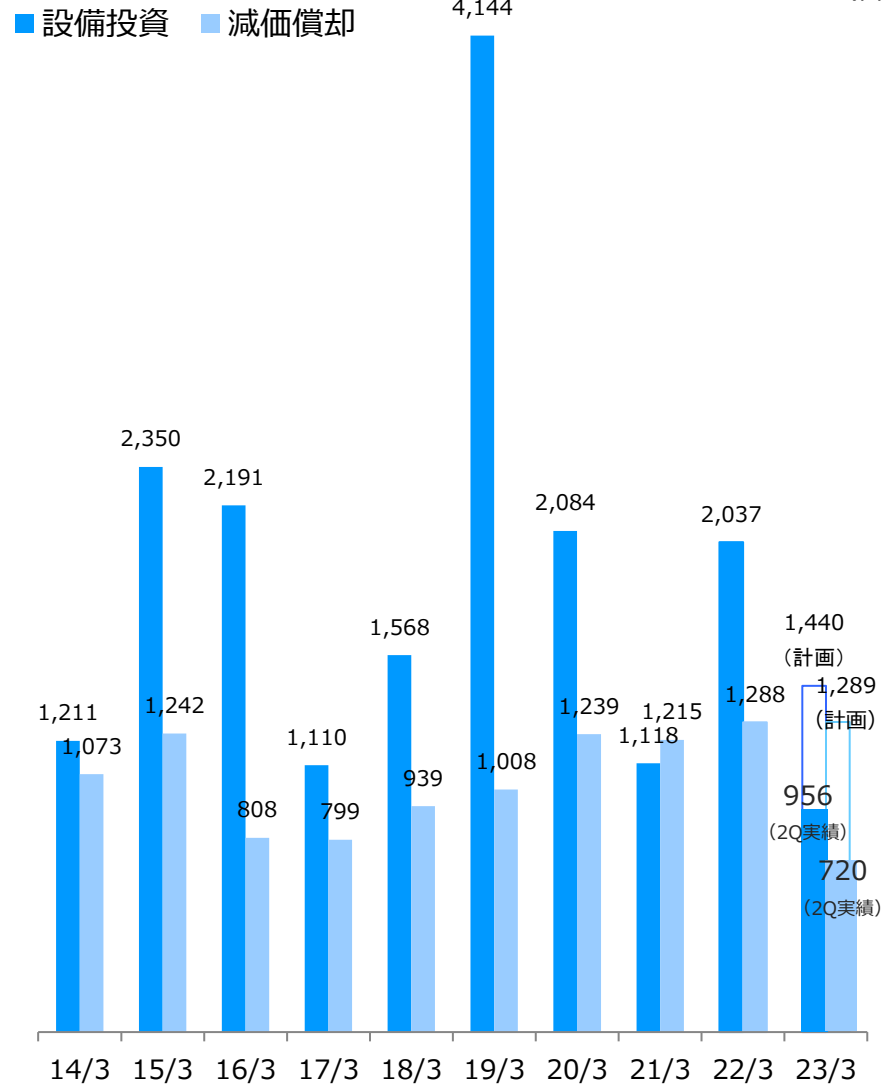
1. 連結市場別売上高

(百万円)

	22/3期 2Q累計	構成比	23/3期 2Q累計	構成比	増減額	増減率
自動車(輸送機器)	5,643	52.4%	6,163	51.9%	520	9.2%
OA機器	1,169	10.9%	1,365	11.5%	196	16.8%
医療機器	1,036	9.6%	1,340	11.3%	304	29.3%
精密機器	491	4.6%	462	3.9%	△29	△5.9%
航空機器	405	3.8%	396	3.3%	△9	△2.2%
インフラ・住設	368	3.4%	354	3.0%	△14	△3.8%
AV・家電	325	3.0%	328	2.8%	3	0.9%
情報通信機器	384	3.6%	226	1.9%	△158	△41.1%
その他	949	8.8%	1,248	10.5%	299	31.5%
合計	10,770	100.0%	11,882	100.0%	1,112	10.3%

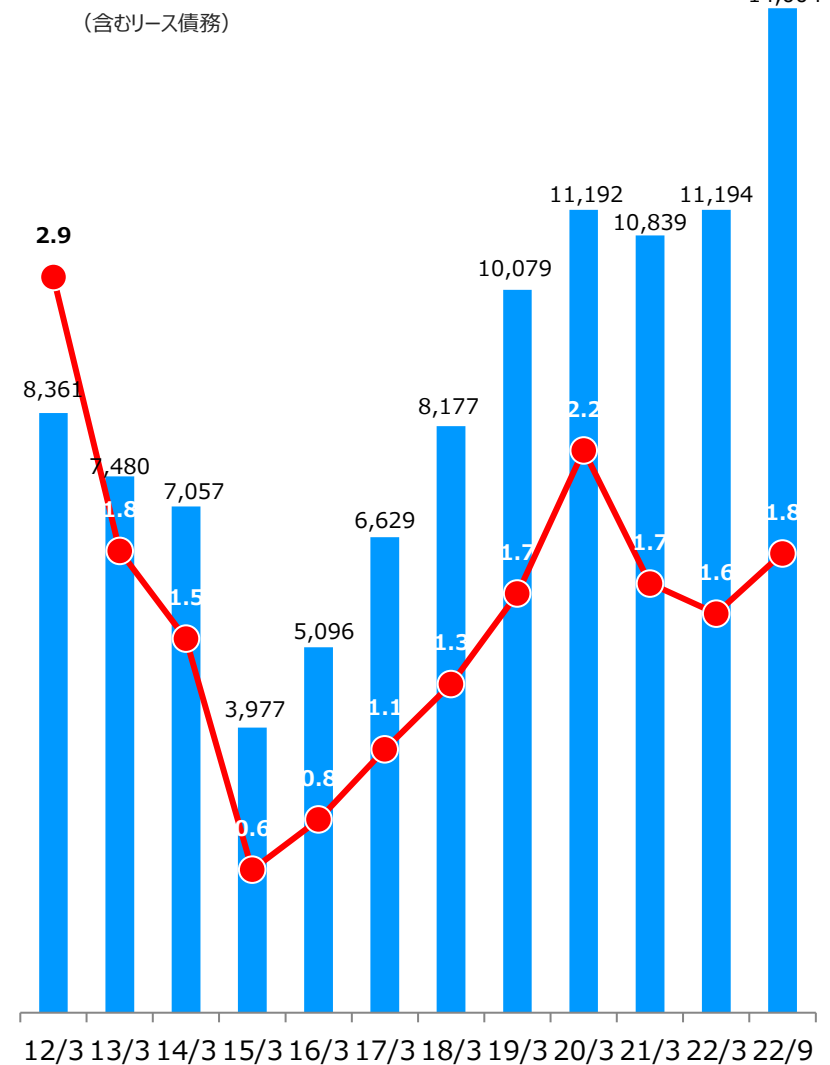
1. 設備投資・減価償却・有利子負債

(百万円)



■ 有利子負債 ■ D/Eレシオ
(含むリース債務)

(百万円)



1. 2023年3月期第2四半期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益悪化要因と改善策
5. ブランド戦略（規格品、CNT）
6. CO2削減の取り組み、まとめ

2. 2023年3月期通期業績予想（連結）

期初予想から変更はありません

（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	-	-
-------------	----	----	---	---

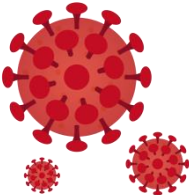
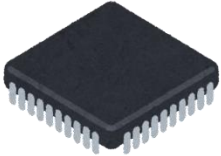
1. 2023年3月期第2四半期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益悪化要因と改善策
5. ブランド戦略（規格品、CNT）
6. CO2削減の取り組み、まとめ

- 急激な円安、半導体不足による生産調整、原材料・エネルギーコスト高騰とアメリカ・メキシコへの対応が収益改善のカギ
- コイルスレッドなど規格品事業の体制を刷新し、CNT事業をポートフォリオに加えていく
- 引き続き中期経営計画のテーマ「ガバナンス体制の強化」「収益構造の強化」「財務体質の強化」に取り組んでいく

1. 2023年3月期第2四半期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益悪化要因と改善策
5. ブランド戦略（規格品、CNT）
6. CO2削減の取り組み、まとめ

4.収益悪化要因と改善策 収益圧迫要因

期初想定よりも環境は悪化。特に原材料、電力料、運送料高騰は業績を直撃

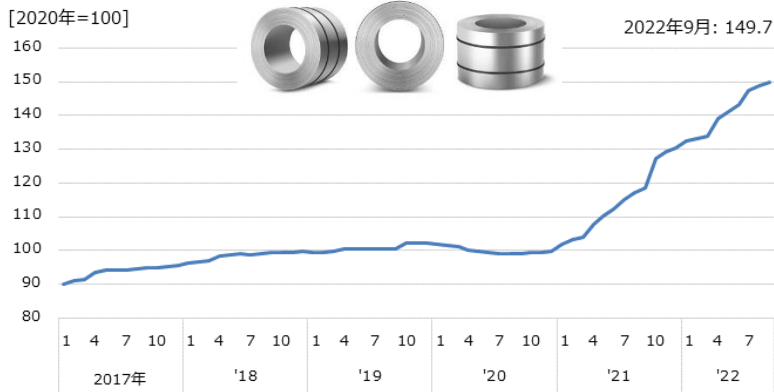
	コロナ	半導体	樹脂・ 金属材	エネルギー	物流	人材
						
内容	4,5月は上海 ロックダウンの 影響があったが、 以降は特になし	家電、OA、PC 向けは解消され たが自動車向け は未だに不足	供給不足落ち着 くも円安の影響 により日本では 価格高騰継続。 最低発注量も改 善せず。	ウクライナ問題 継続による供給 不足で電力料が 急騰。日本は円 安の影響強まる	コンテナ・港湾 混雑は解消され るもエネルギー コスト上昇によ り物流費は高騰	英国はEU離脱 による東欧系人 材の帰国等で急 騰。タイ・イン ドネシア他は最 低賃金上昇
販売機会損失 (顧客都合含む)	✓	✓				
コストアップ			✓	✓	✓	✓
在庫増加 (安全在庫確保など)		✓	✓			
22/3期比	改善	横這い	悪化	悪化	悪化	悪化

4.収益悪化要因と改善策 原材料費

円安の影響も加わり原材料費高騰継続

鉄鋼

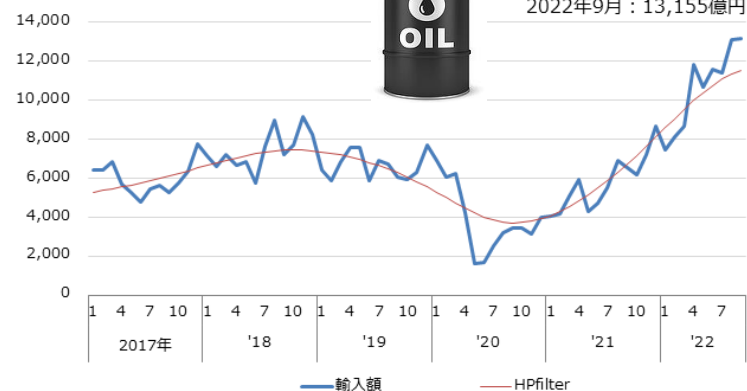
月次・消費税込



輸入額の推移

原油

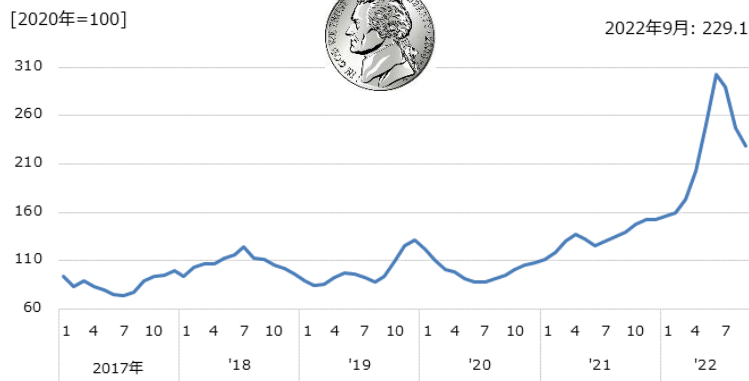
単位: 億円



© jp.gdfreak.com

ニッケル

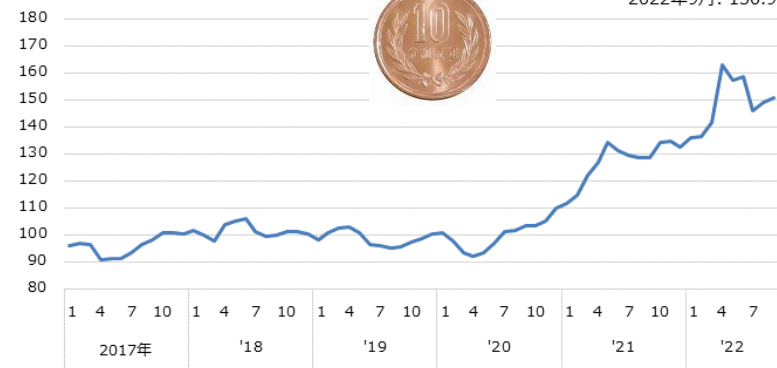
月次・円ベース



月次・消費税込

銅

[2020年=100]

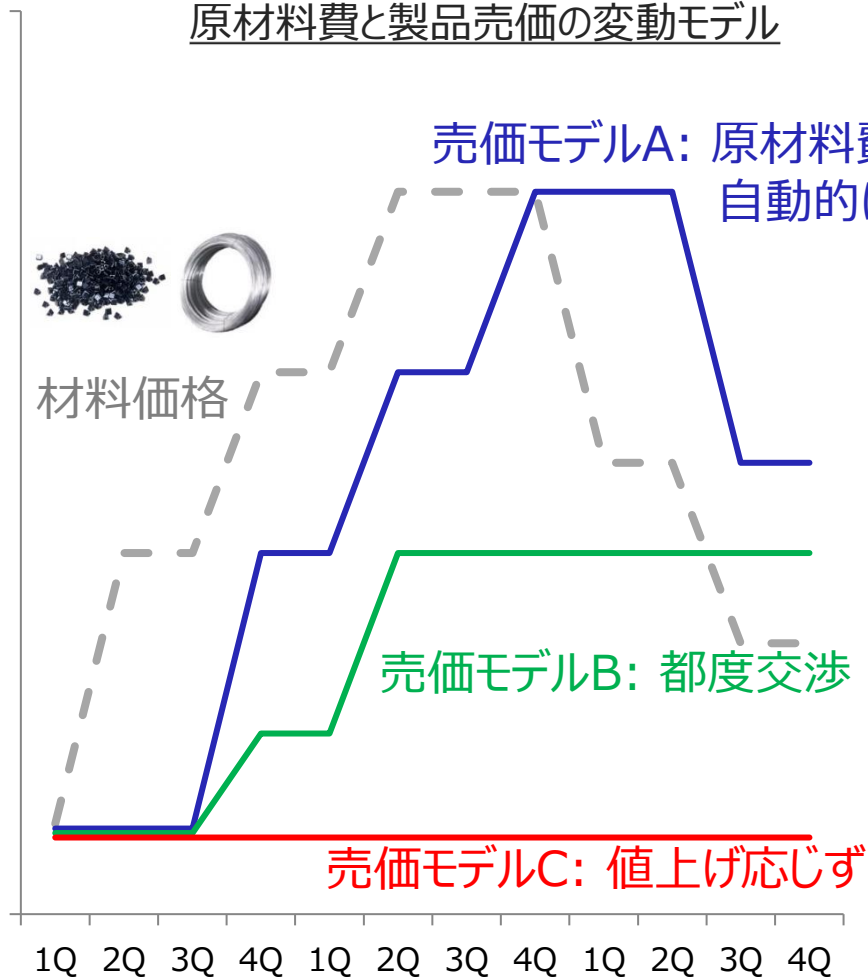


出典: GD Freak!

4.収益悪化要因と改善策 価格転嫁

材料費変動に応じて自動的に価格が変動する契約と、都度交渉する契約がある。
交渉で満額値上げは難しく、自動値上げ契約であってもタイムラグが収益を圧迫

原材料費と製品売価の変動モデル



地域・市場別売価変動モデル

	日本	海外
自動車向け	Aが多い	Aもあるが Bが多い
OA、家電等 (自動車向け以外)	Bが殆ど Cもある	Bが殆ど Cもある
規格品	Bのみ	Bのみ

4.収益悪化要因と改善策 価格転嫁

材料費と違い光熱費、物流費、人件費コストアップの転嫁は容易ではないが死活問題と捉え必死の価格交渉を展開

樹脂・
金属材



エネルギー



物流



人材



背景

元々、材料費変動
に応じた売価調整
のルール・習慣が
ある

最近の急激な光熱費、物流費、人件費の高騰は過去になく、売
価調整のルール・習慣が無い

価格転嫁

可能

通常は困難。代替品が無いなど、交渉力の
強い製品は可能

コストアップ分の
転嫁率

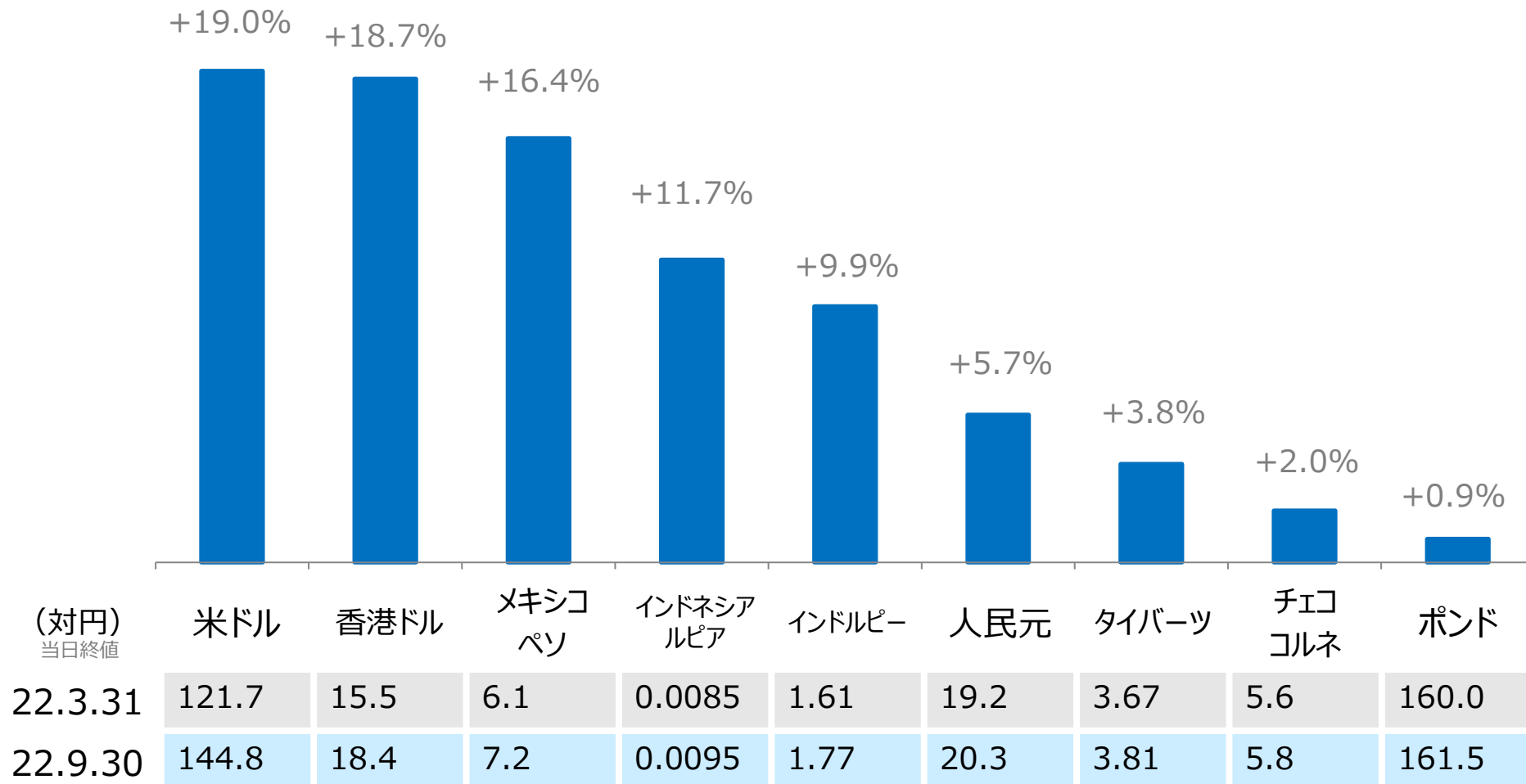
70%程度

10%-20%

「値上げを認めなければ供給しない」という強硬
な交渉は当該顧客との取引停止の覚悟を伴う

4.収益悪化要因と改善策 為替

関連通貨は軒並み「円安」に推移



4.収益悪化要因と改善策 期初予算との比較

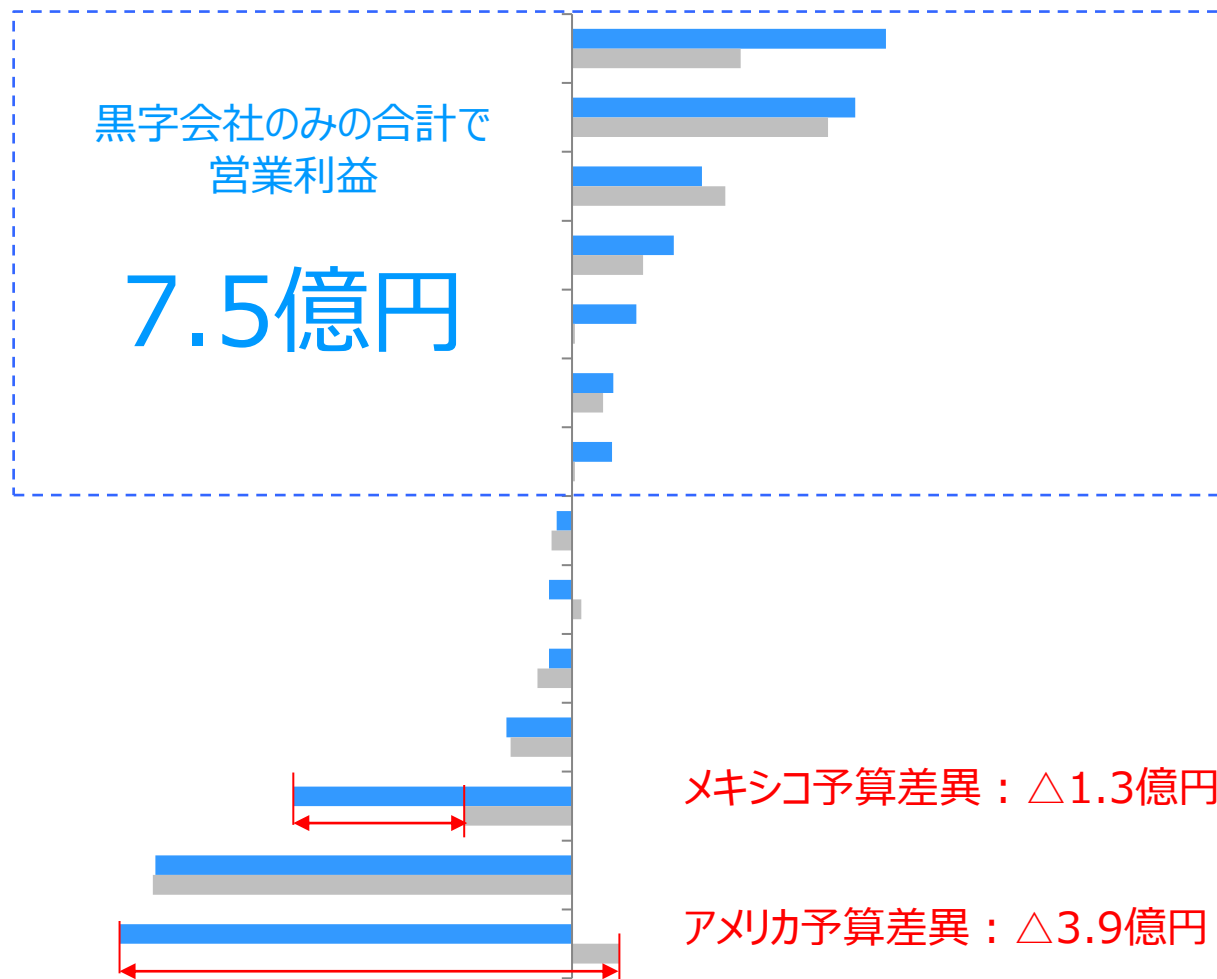
期初予算を大きく下振れたのはアメリカとメキシコのみ。
他拠点は厳しい環境の中でも健闘

22/3期4-9月実績
22/3期4-9月予算

— 営業利益比較 +

開設(買収) 経過

2011年	～10年	タイ
2002年	～19年	東莞(中)
1988年	～33年	イギリス
2006年	～15年	ベトナム
2001年	～20年	上海(中)
2003年	～18年	大連(中)
2013年	～ 8年	常州(中)
2018年	～ 3年	チェコ
2016年	～ 5年	インドネシア
2018年	～ 3年	インド
1978年	～43年	シンガポール
2016年	～ 5年	メキシコ
1976年	～45年	日本
2022年	～ 0年	アメリカ



東莞は香港との合算。 アメリカの開設年はテネシー工場へ移管した2022年

*海外子会社の本社費は含まず(日本は移転価格税制上必要とされる費用3億円程度を海外子会社から徴収しているが、ここではそれを含まない数字)

カリフォルニア（CA）からテネシー（TN）移転で一時的に費用拡大



概況

- 操業遅延及び習熟不足による生産量の未達でコストが大きく増加
- 一方、高収益の医療向けが60-70%を占め、内製化が進めば限界利益率トップのイギリスに次ぐなどポテンシャルは高い
- 改善へのタスクリストを作成。**Q4は単月ベースで概ね黒字化の
目途は立った。来期は通期黒字化を目指す**

<予算差異の原因>

1-2Q 状況

3-4Q 改善策と目途

生産量減

操業遅延でテネシー工場での医療向け生産承認が遅れ、生産量が予算比大幅減

○ 概ね承認手続きが進み回復

内製化の遅れ

内製生産への切り替えが遅れ、収益に貢献しない転売形態が一部継続

○ 年明けに内製切り替えの目途

習熟不足によるロス

CAからの移籍社員はわずか1名と熟練工少なく、廃棄増など多くのロス発生

○ 技術サポートを増員し改善

材料費・輸送費増

エネルギー価格上昇とインフレにより材料費・輸送費が高騰

△ 一部価格転嫁するも影響継続

2次加工業者変更遅れ

金メッキなど2次加工をCAで継続。TN移管遅れ（CA⇄TN往復輸送のロス）

○ 顧客へ加工区変更を申請

売上減、コストアップ、習熟難航など想定外はあるがブレイクイーブンは見えてきた



概況

- オペレーションが難しいとされるメキシコで、線・板ばね、インサートモールドの同時立上げを敢行したため習熟度向上に難航
- 顧客要因での売上減も加わり赤字拡大
- 改善タスクリストを作成。4Qは単月ベースで黒字化の可能性が見えてきた
- 来期は通期黒字化を目指す

<予算差異の原因>

売上減（顧客要因）

売上減（当社要因）

材料費・輸送費増

出張支援費増

イレギュラーコスト

1-2Q 状況

計画比3割減。メキシコは米国産業の“調整弁”的役割もあり、ボラティリティが高い

基本的な工場運営オペレーション習熟の遅れで、売上機会損失発生

エネルギー価格上昇とインフレにより材料費・輸送費が高騰

日本からの出張支援者が多数。旅費・滞在費・日当等費用が膨らむ

品質不安定による全数検査、NG品廃棄等口スで余計なコストが発生

3-4Q 改善策と目途

○ 人員削減（60人）実施

△ 出張支援強化。地道な教育実施

△ 一部価格転嫁するも影響継続

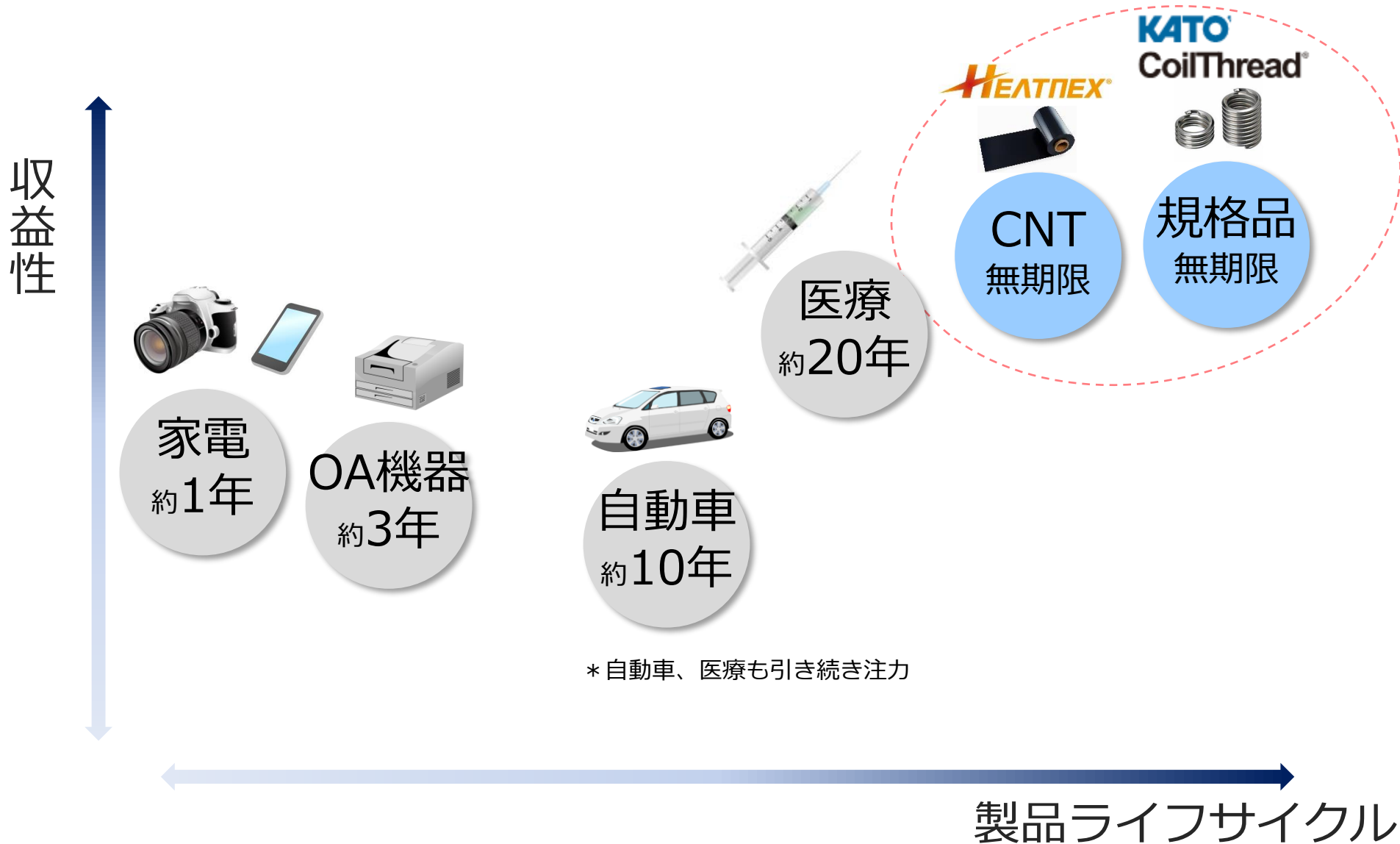
× 教育支援は止められない

△ 改善活動進めるも時間を要する

1. 2023年3月期第2四半期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益悪化要因と改善策
5. **ブランド戦略（規格品、CNT）**
6. CO2削減の取り組み、まとめ

5.ブランド戦略

ブランド品の“売れる仕組み・稼ぐ仕組み”を構築する



* 自動車、医療も引き続き注力

*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（詳細は23P）

*CNTとは、カーボンナノチューブのことで当社ではヒーター製品を開発・販売（詳細は24P）

5.ブランド戦略 規格品とは

規格品とはボルト、ナット、ネジなど工業規格に沿って作られた標準品のこと。
コイルスレッドも規格品の一つで、使用目的はアルミ、プラスチックなどの軽量材・
軟質材の「ねじ穴補強」と振動によるボルトの「ゆるみ止め」

コイルスレッド（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。
当社の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

5.ブランド戦略 CNTとは

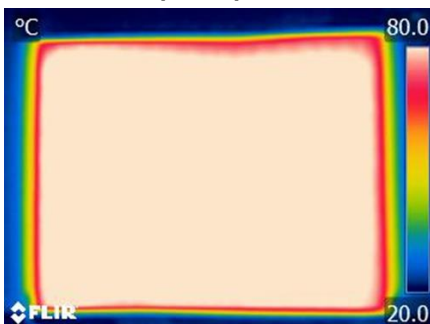
CNT（カーボンナノチューブ）ヒーターのことで当社ブランド名は **HEATPEX[®]**。
顧客ニーズと特長がマッチし、20年10月の新製品発表以降案件の具体化進む



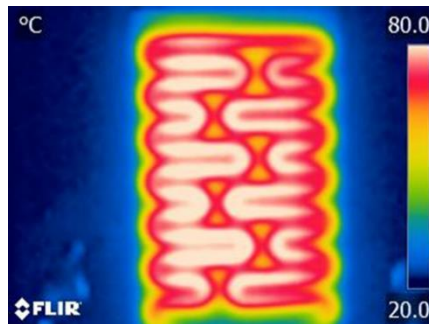
特長

- ①均一発熱
金属線ヒーターと違いムラがない
- ②消費電力
金属系ヒーター比25%省電力
- ③遠赤外線放射率
金属線ヒーターが5-20%に対し、50-95%
- ④発熱応答性
瞬時に発熱、瞬時に冷却

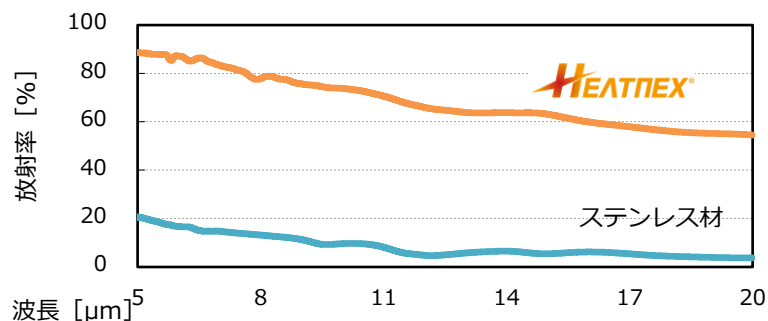
Heatnex(CNT)



金属線ヒーター

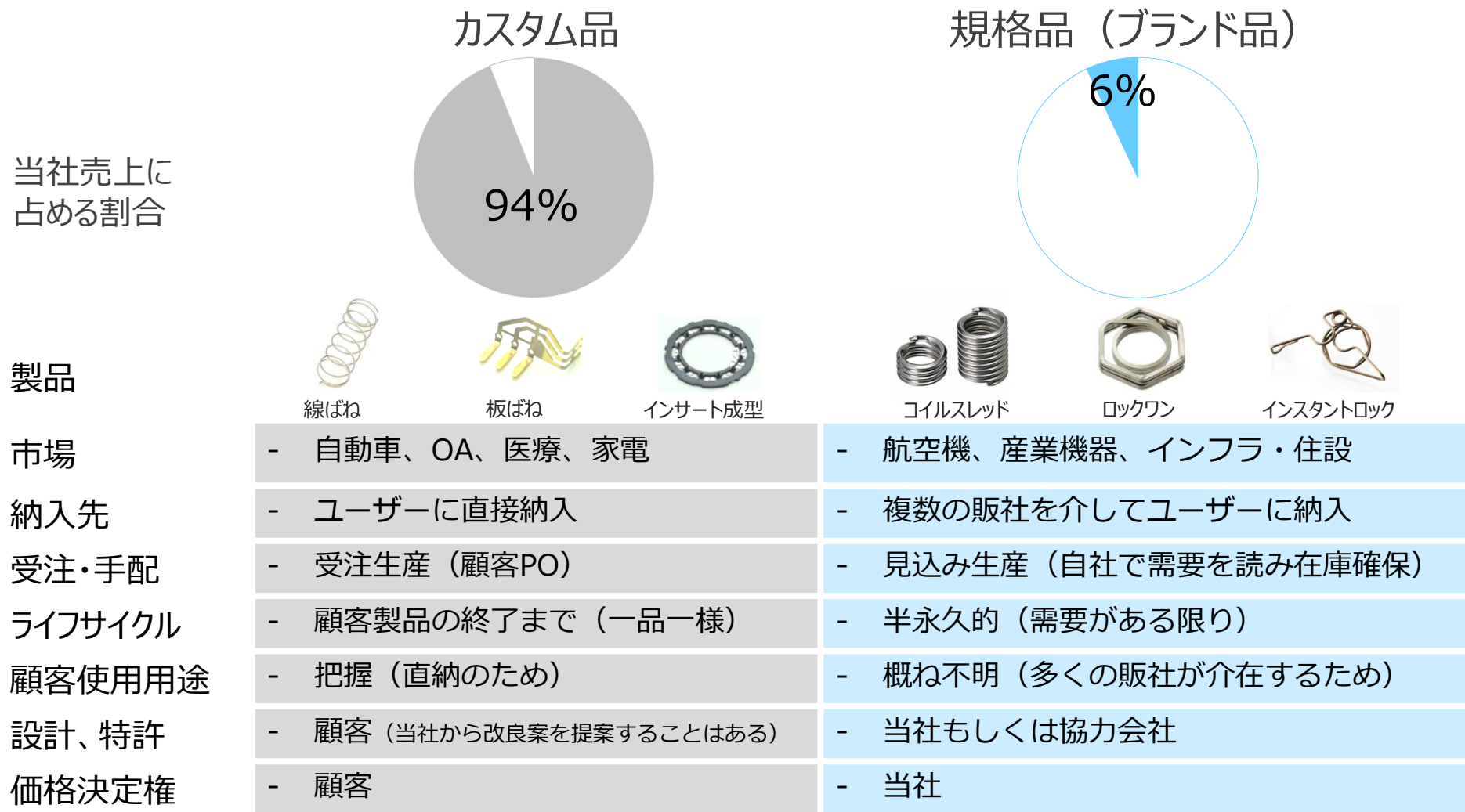


遠赤外線分光放射率比較（評価温度50℃）



5.ブランド戦略 カスタム品との違い

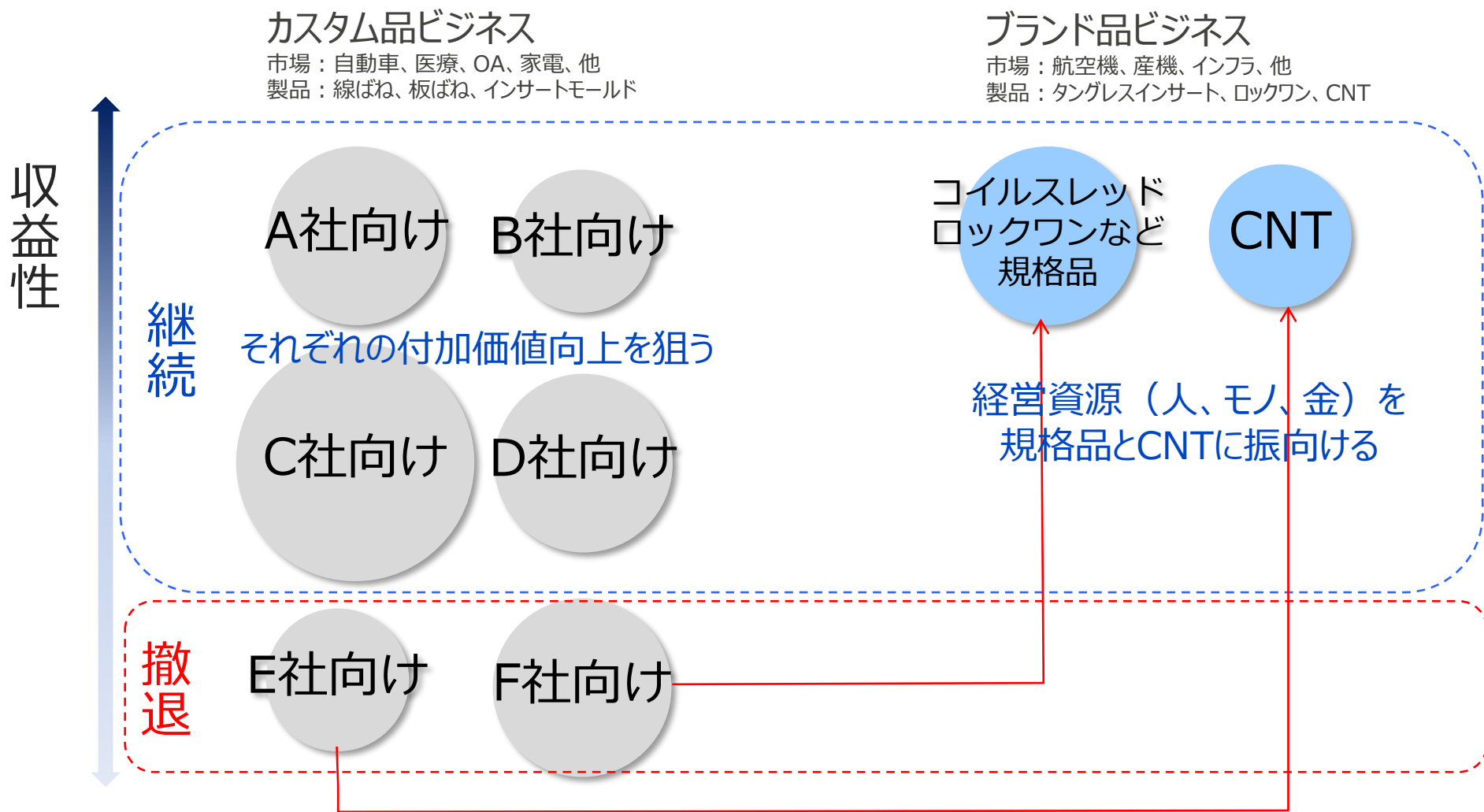
規格品（ブランド品）の規模はカスタム品に比べてまだ小さいものの、
当社の裁量が大きく利益率も良いなどビジネスとしてのポテンシャルは高い



*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.ブランド戦略 経営資源の配分

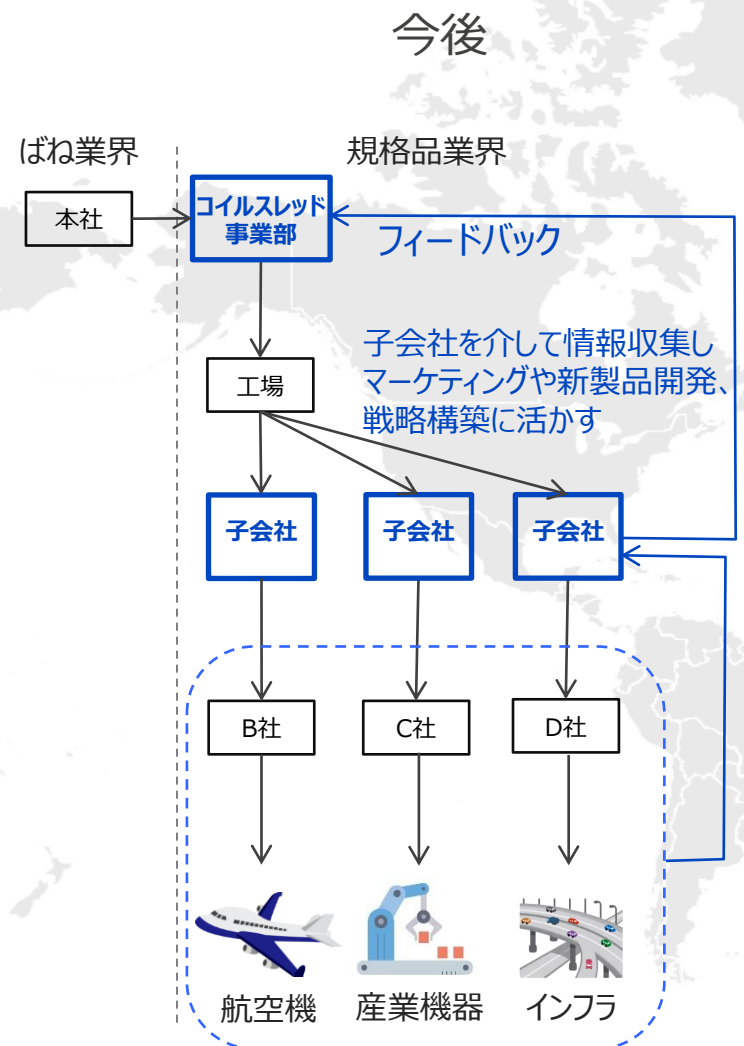
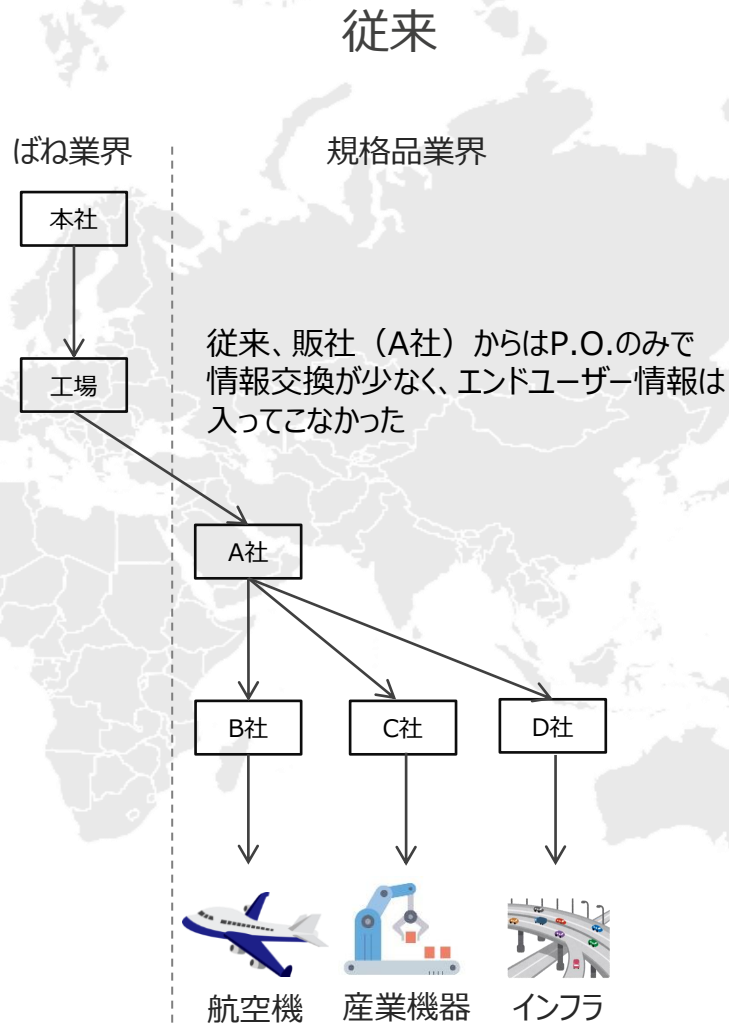
現行ビジネスを整理し、経営資源を収益性の高い規格品ビジネスに振向けると同時に、既存カスタム品はビジネス個々の付加価値向上を目指す



5.ブランド戦略 事業部制導入検討

本部・工場・販売機能を「ばね業界」から切り離し「規格品業界」に置く。
情報をフィードバックし、マーケット分析と販売・生産戦略を一体化する

本社機能
製造拠点
一次販社
二次販社
エンドユーザー



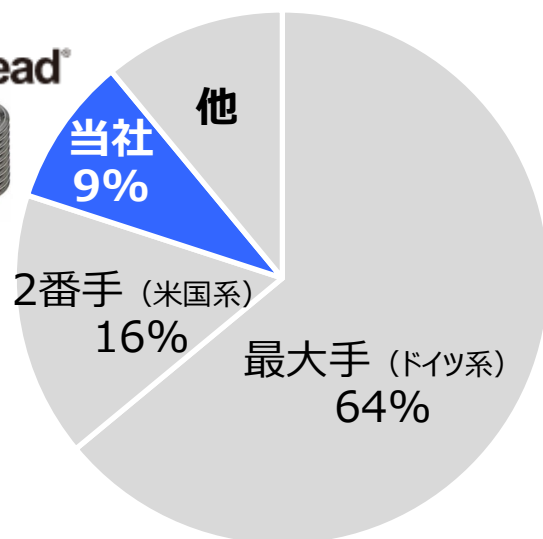
5.ブランド戦略 競合と市場

メインターゲットは成長市場。世界の主なコイルスレッドメーカーは当社含む3社寡占

コイルスレッド世界シェア：推定120億円-150億円

出典:船井総研調査データに当社情報を付加

KATO
CoilThread®



当社製品の品質評価は高く、
取付ツールも使いやすいとの評判。
(競合も当社製ツールを顧客に勧めるほど)
顧客は最大手独占を嫌うことから
シェア・規模拡大にはちょうど良い
ポジション

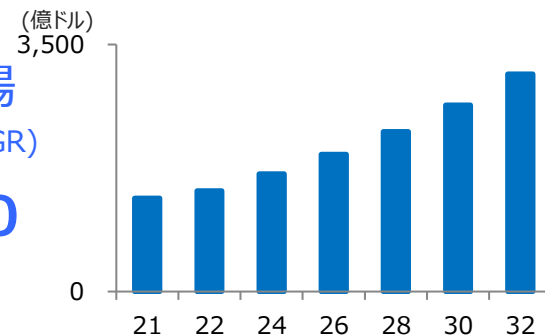


主要市場

航空機市場
年平均成長率(CAGR)
8.0%



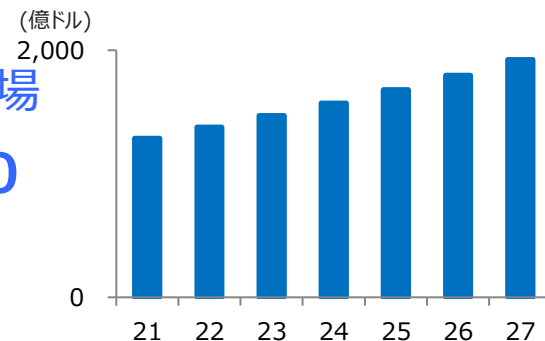
出典:deal lab



産業機器市場
6.9%



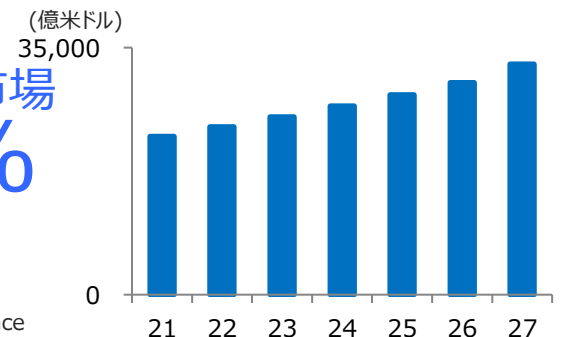
出典: Report Ocean



インフラ市場
6.5%



出典:Mordor Intelligence



1. 2023年3月期第2四半期 連結業績概要
2. 2023年3月期 連結業績予想
3. 概況
4. 収益悪化要因と改善策
5. ブランド品戦略（規格品、CNT）
6. CO2削減の取り組み、まとめ

6.CO2削減の取り組み

埼玉・シンガポール両工場へのソーラーパネル設置を決定。PPA契約により当社が背負うリスクや負担は少ない一方、CO2排出と電力料の削減効果が期待できる



埼玉工場



シンガポール工場



年間発電電力：533,620kWh
CO2削減効果：**19.2%**

同左：917,650kWh
同左：**45.0%**

- 上期はアメリカとメキシコが大幅な予算未達だったが、他拠点は厳しい環境のなかでも改善を実施し、予算を達成した。つまり、両拠点の赤字を削減できればグループ全体の収益は大幅に向上する。
- 収益性・将来性の見込めないビジネスは整理し、経営資源を再配分する。値上げ交渉は徹底的に行う。
- 規格品ビジネスの体制強化とCNTビジネスのポートフォリオ追加で新たな“売れる仕組み・稼ぐ仕組み”を構築する。もちろん、自動車・医療にも引き続き注力していく。

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

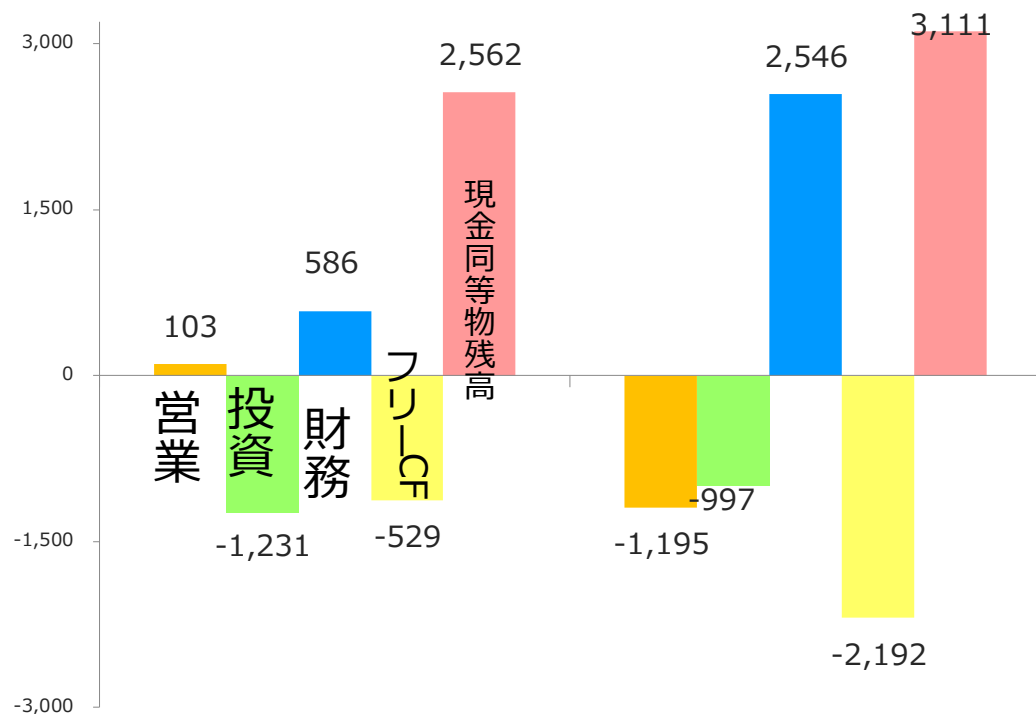
Email : tsutomu_kumaki@advanex.co.jp

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

22/3期2Q累計

23/3期2Q累計

(単位：百万円)



営業活動によるCF

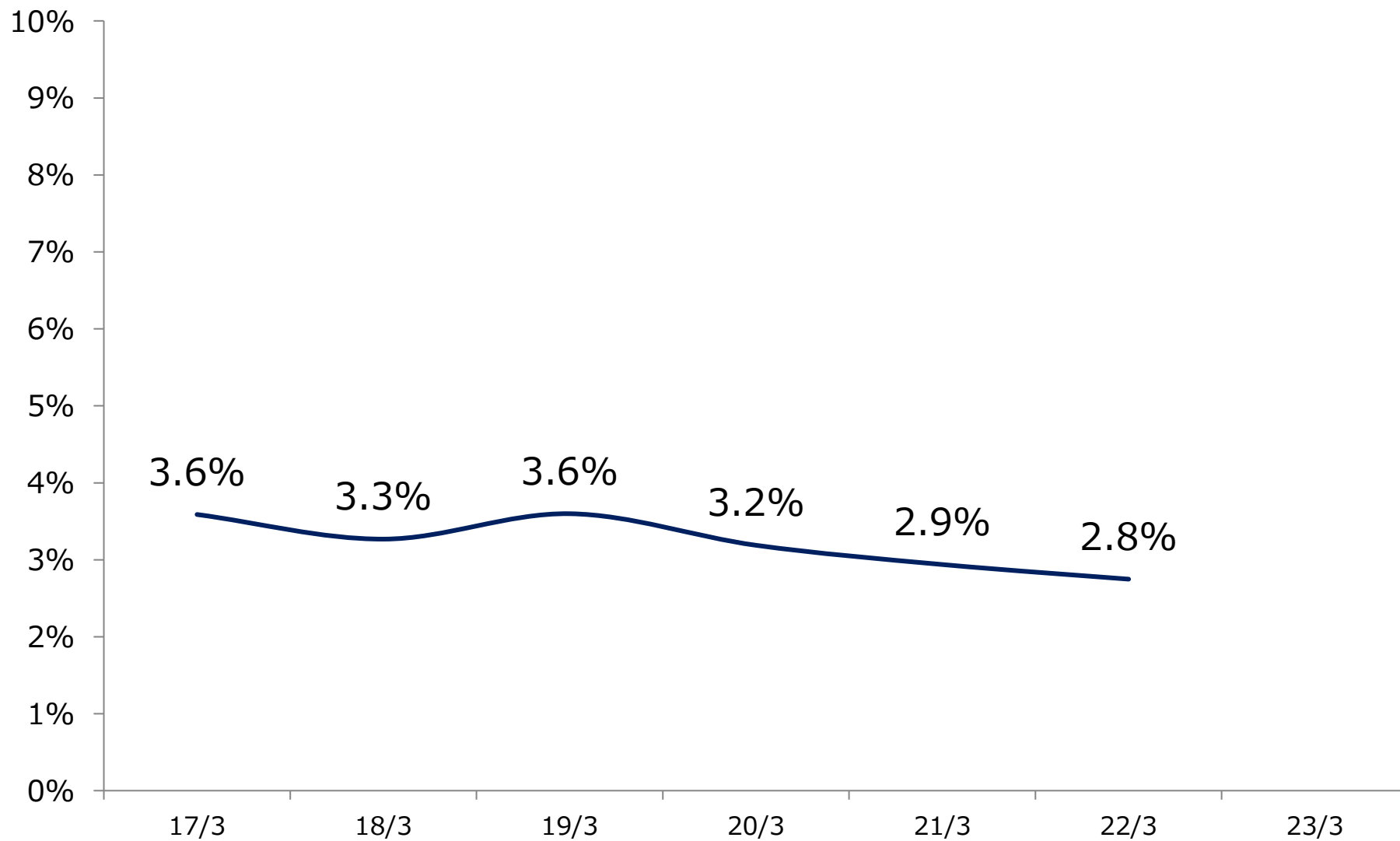
1,195百万円減少

投資活動によるCF

1,557百万円減少

財務活動によるCF

2,546百万円増加



	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)

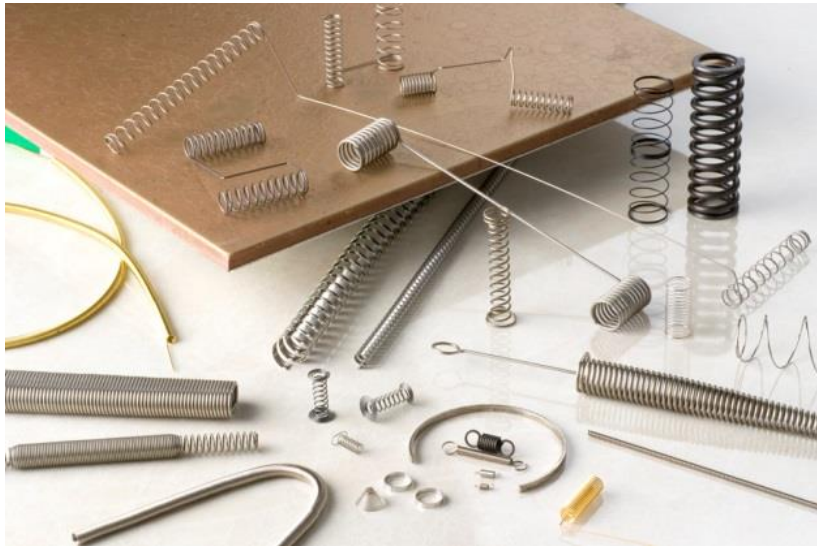
369名 (単体) * 2022年3月末時点

〔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

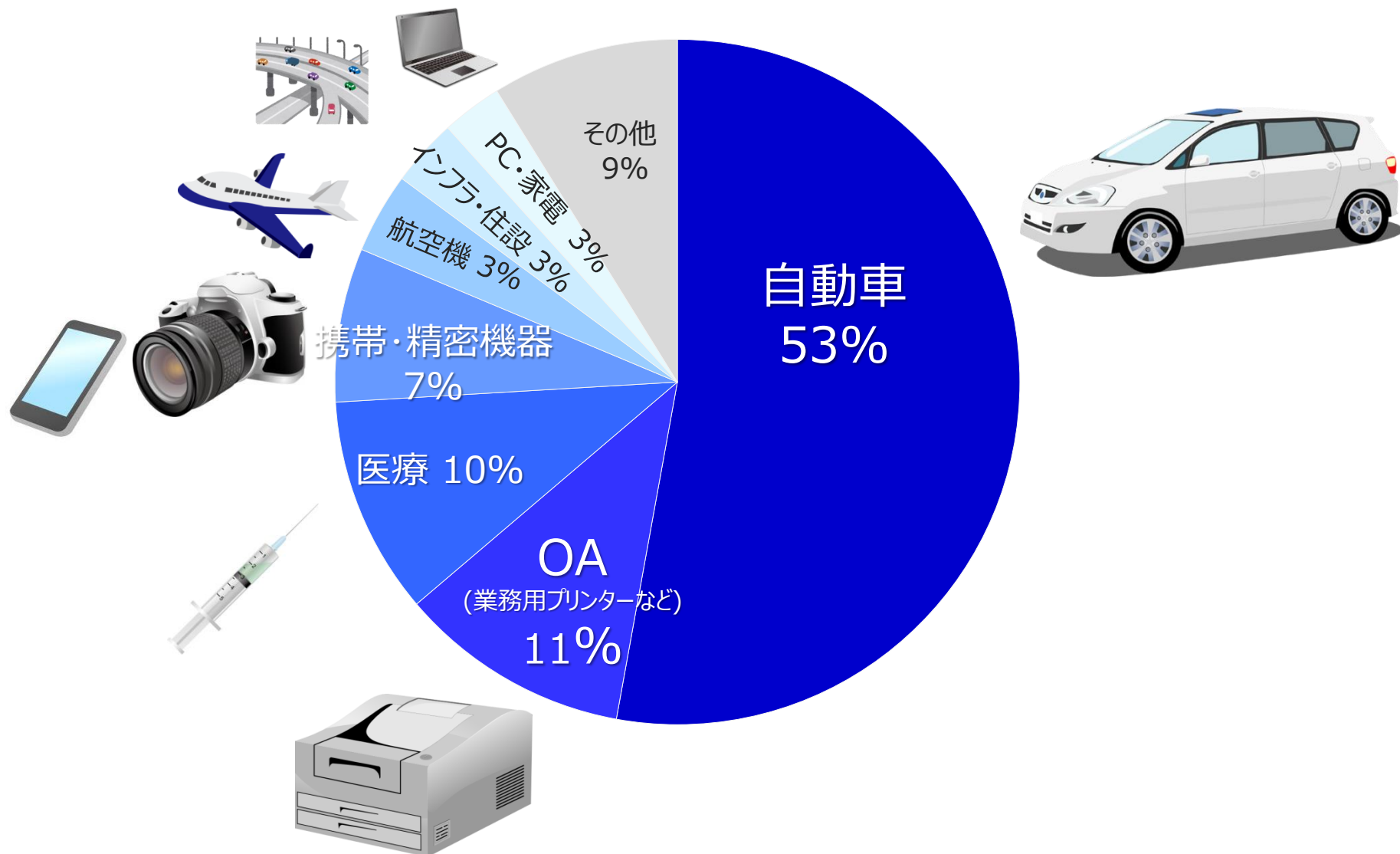


インサートカラー



ロックワッ

2022年3月期売上217億円の内訳



欧州 アジア 米州

イギリス工場 チェコ工場

大連工場 上海工場 常州工場

重慶営業拠点 東莞工場

大分工場 青森工場 新潟工場 埼玉工場 千葉工場 本社

蘇州営業拠点 香港営業拠点 中部営業拠点 大阪営業拠点

ベトナム工場

インド工場

タイ北部工場

タイ中部工場

シンガポール工場

インドネシア工場

アメリカ工場

メキシコ工場

メキシコ工場

生産拠点 ●

営業拠点 ▲

プネー営業拠点

ベンガルール営業拠点

重慶営業拠点

香港営業拠点

ベトナム営業拠点

ホーチミン営業拠点

シンガポール営業拠点

インドネシア営業拠点

アメリカ営業拠点

メキシコ営業拠点

メキシコ営業拠点

製造拠点: 海外 15 日本 5

営業拠点: 海外 8 日本 3

40

(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



メキシコケレタロ工場



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

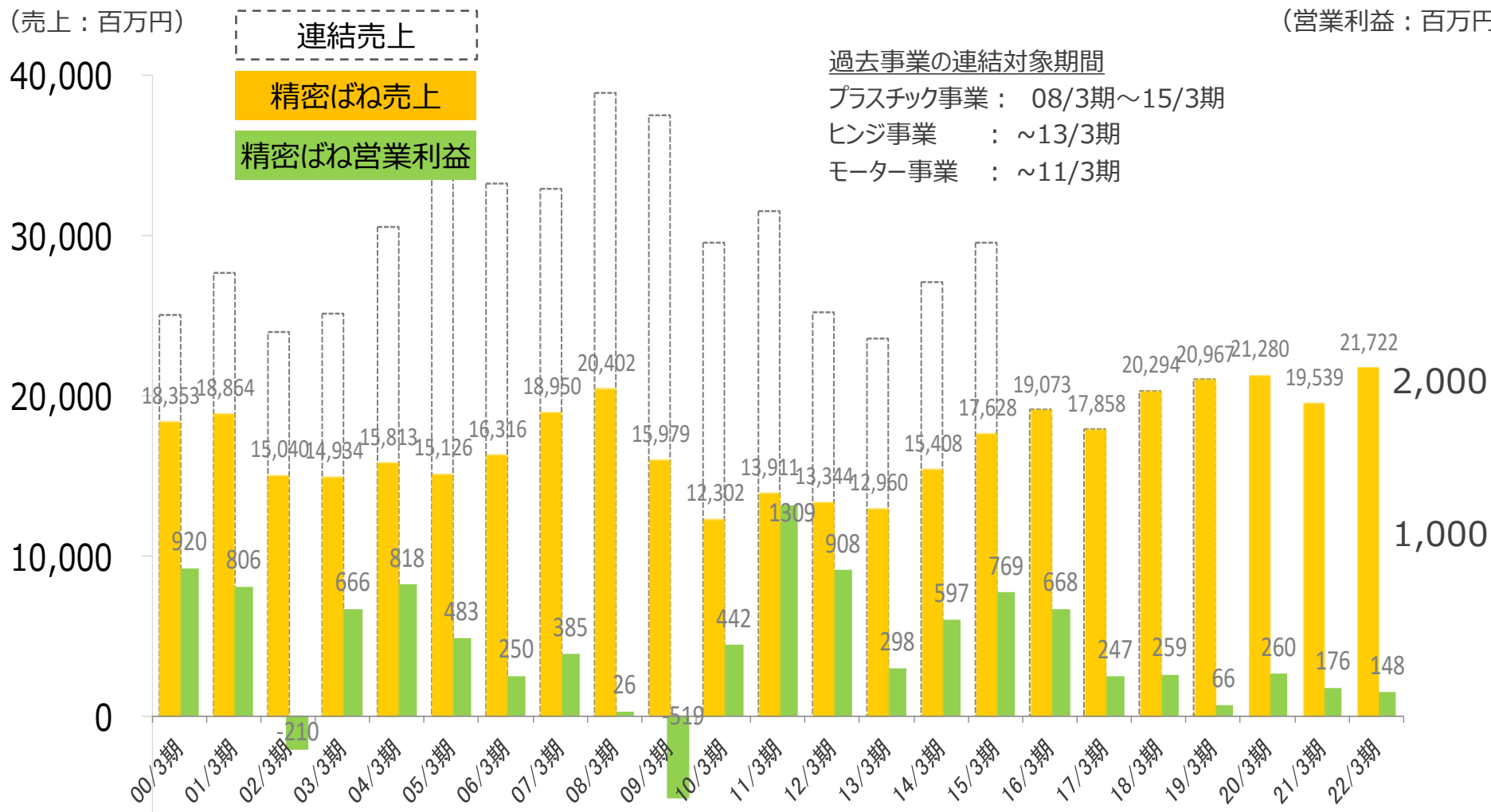
ばねメーカー分布

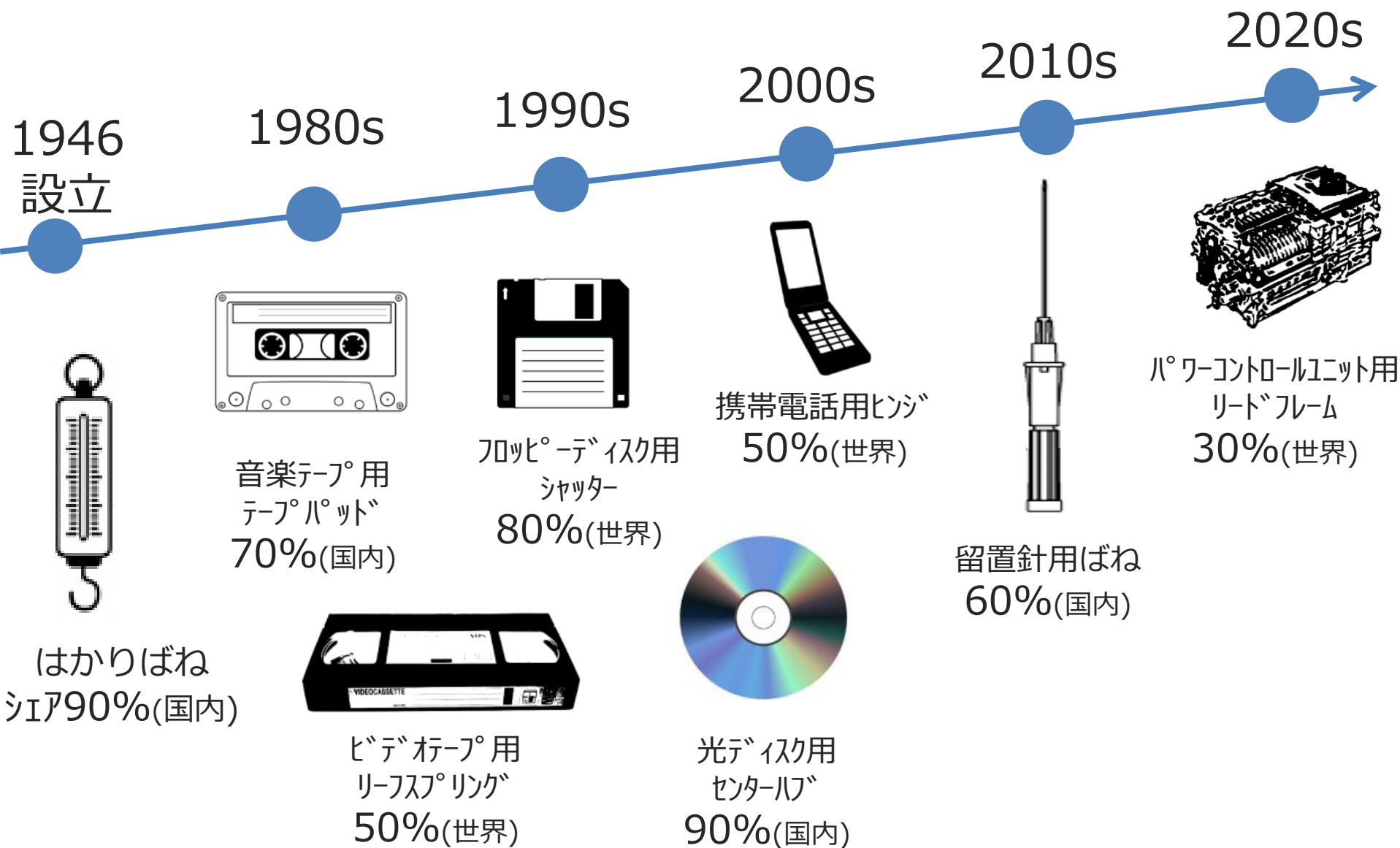


(参考資料) 精密ばね事業の業績推移

(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
- 2022年 スタンダード市場に移行



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

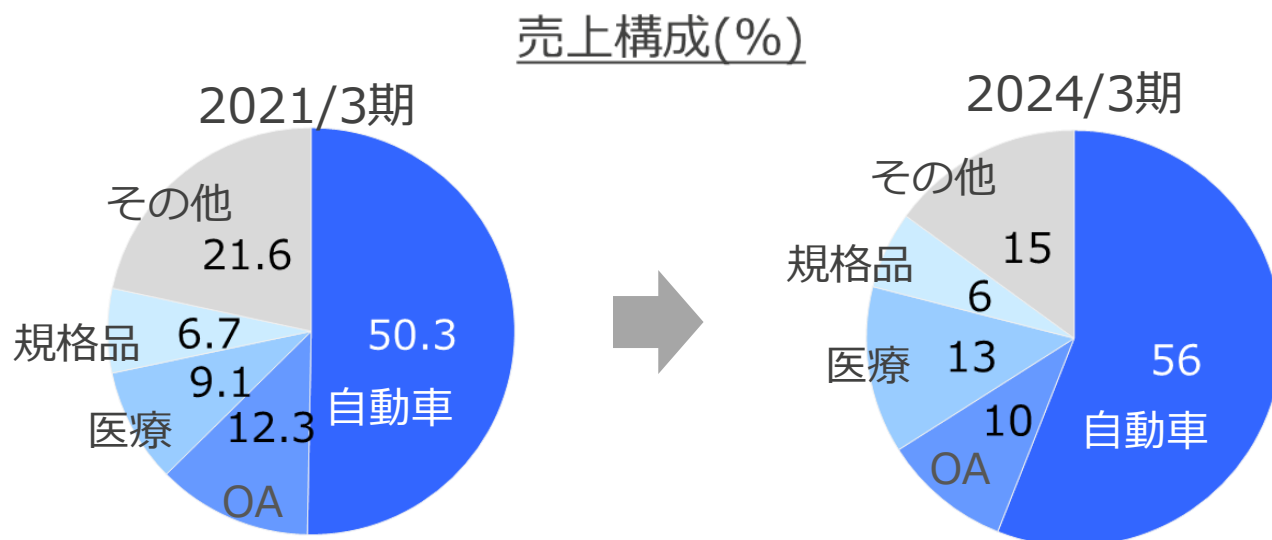
- 2024/3期 目標数値
 - 売上高 : 230億円
 - 営業利益 : 10億円
 - 有利子負債額 : 60億円以下
 - 自己資本比率 : 30%以上

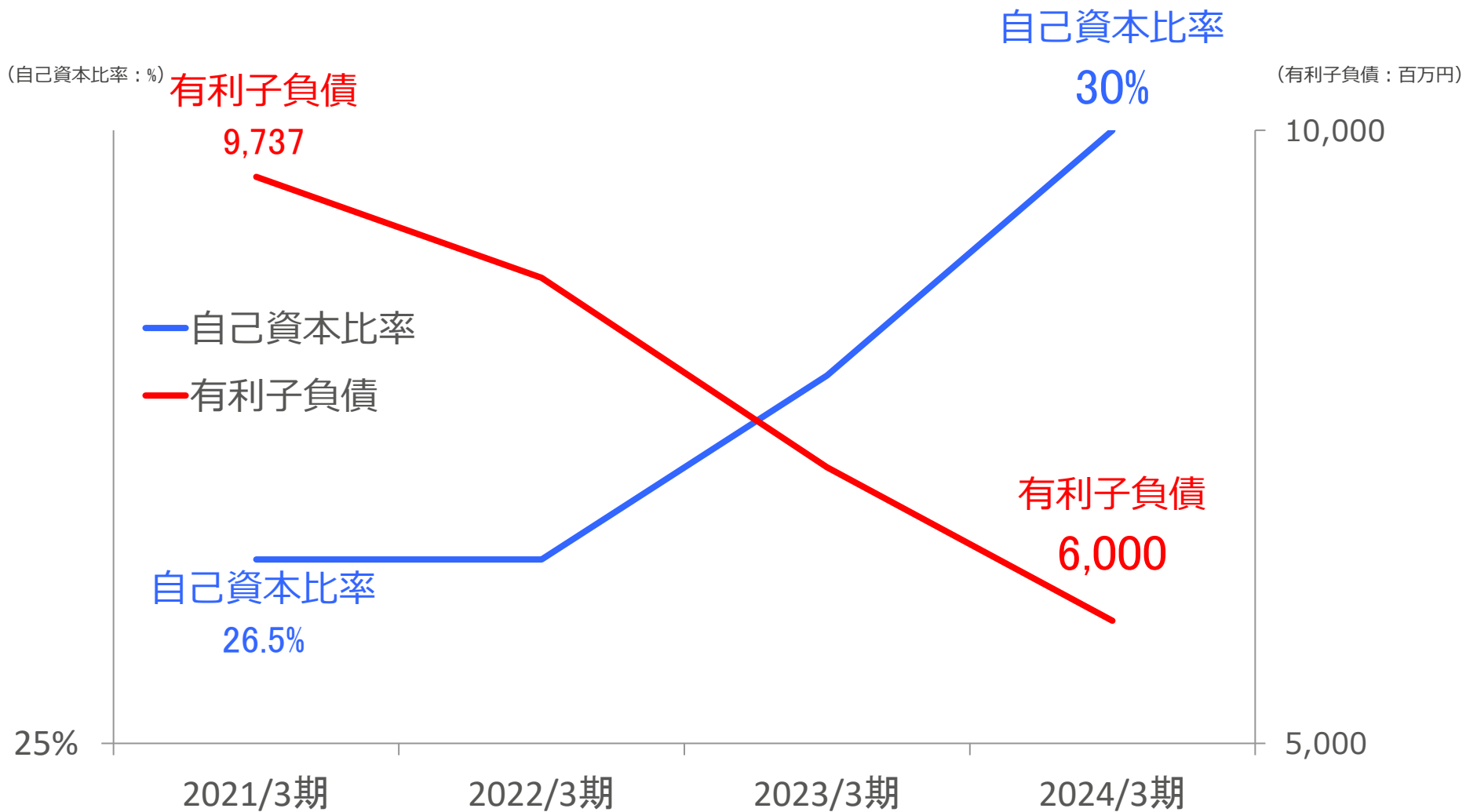
ガバナンスを強化し本社の関与を強め、経営の“連動性”を高める

	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

- 営業戦略

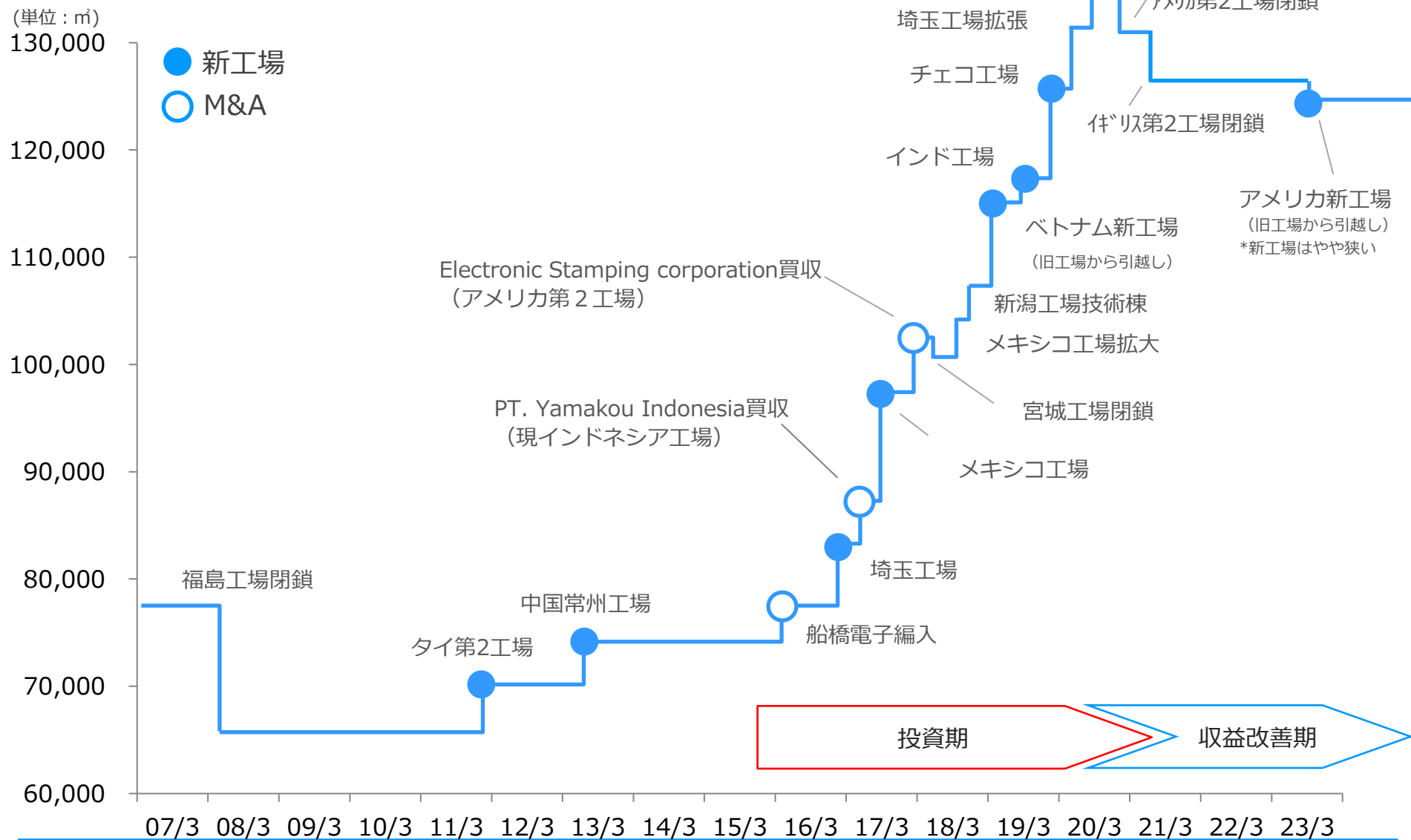
- グローバル営業展開
- 高付加価値化（上場・グローバル企業の付加価値を訴求）





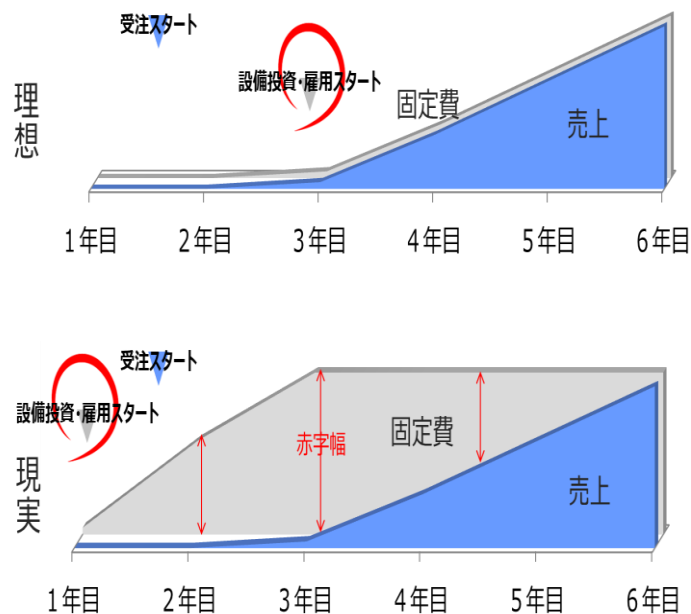
(参考資料) 工場総面積推移

拡大から収益改善にシフト

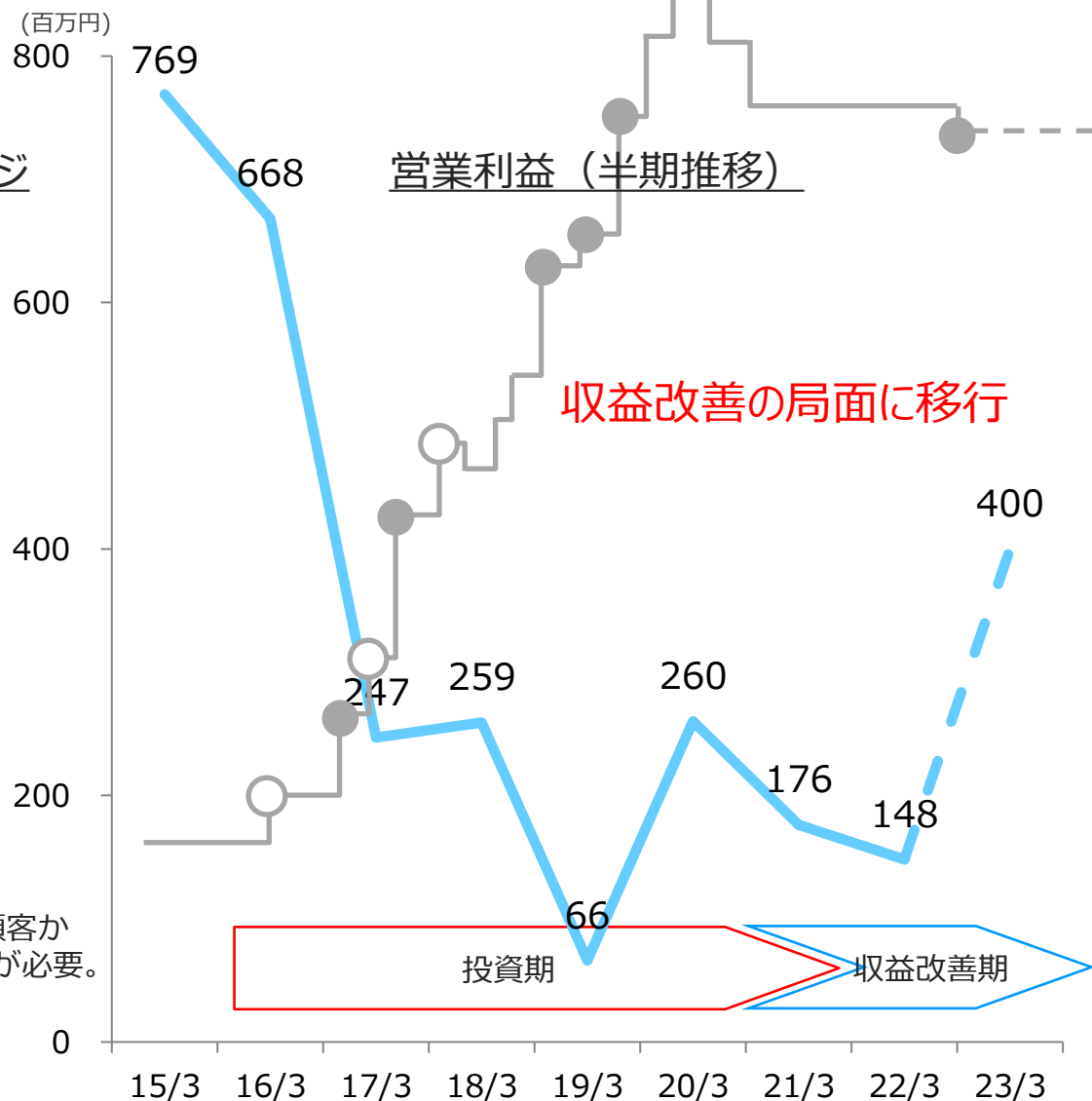


22/3期は収益圧迫要因が多く苦戦も、新工場黒字化等により収益改善に向かう

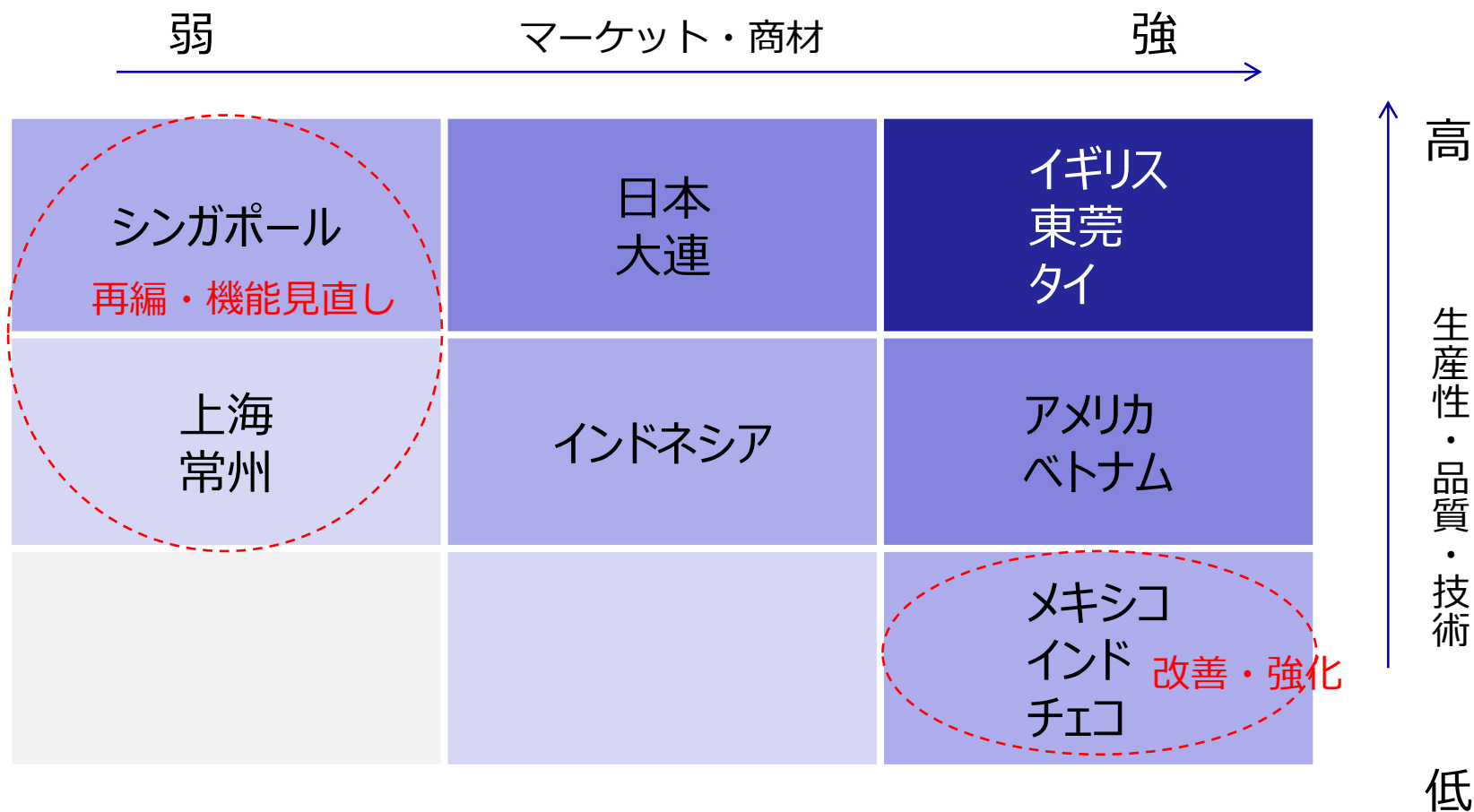
新工場の創業赤字（固定費先行）のイメージ



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



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



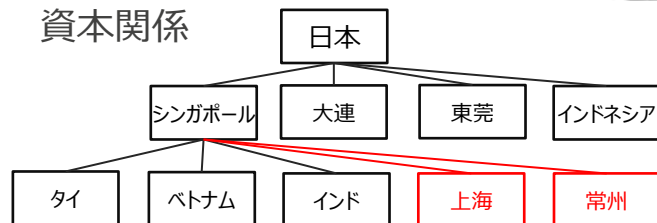
(参考資料) エリア戦略の共有

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

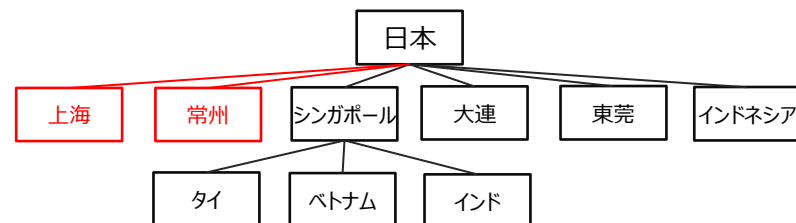
従来



資本関係



今後



カリフォルニアからテネシーに移転

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)

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



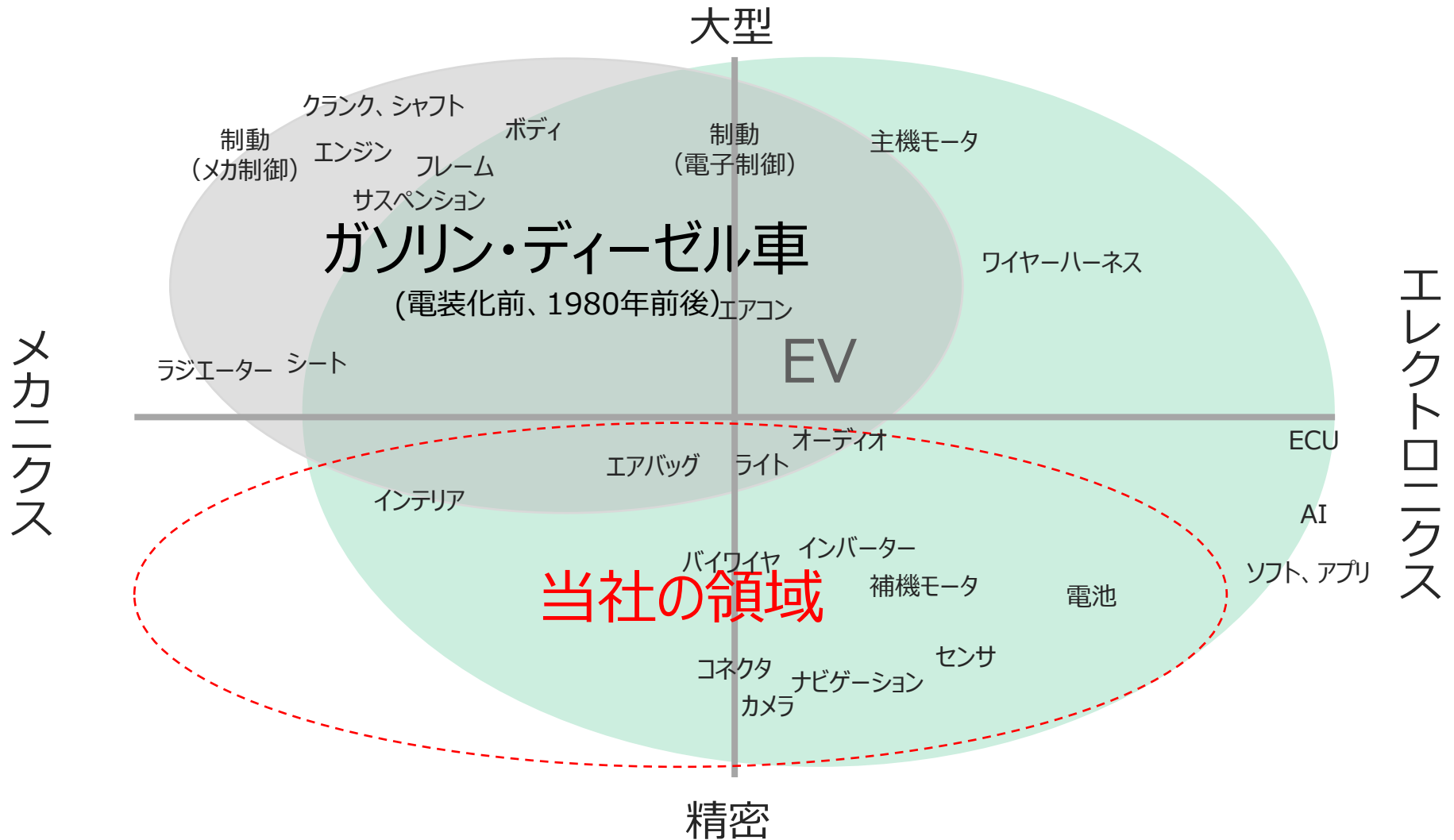
当社製品の需要（ガソリン車1台あたり1,000円と仮定した場合）

ガソリン車
1,000円@1台

ハイブリッド車
1,200円@1台

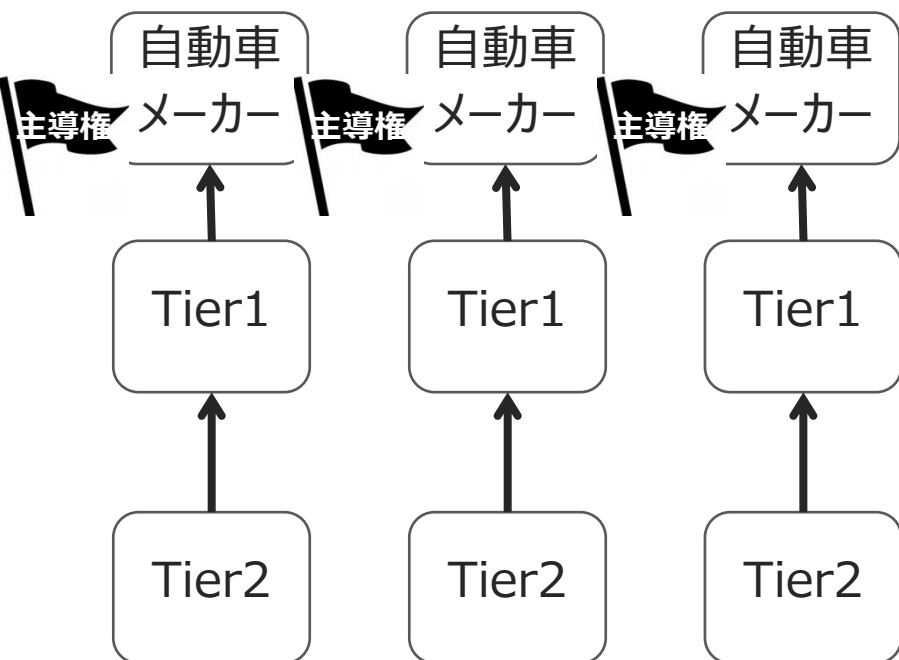
EV（自動運転）
1,250円@1台

EV構成部品の多くが当社の事業領域に重複

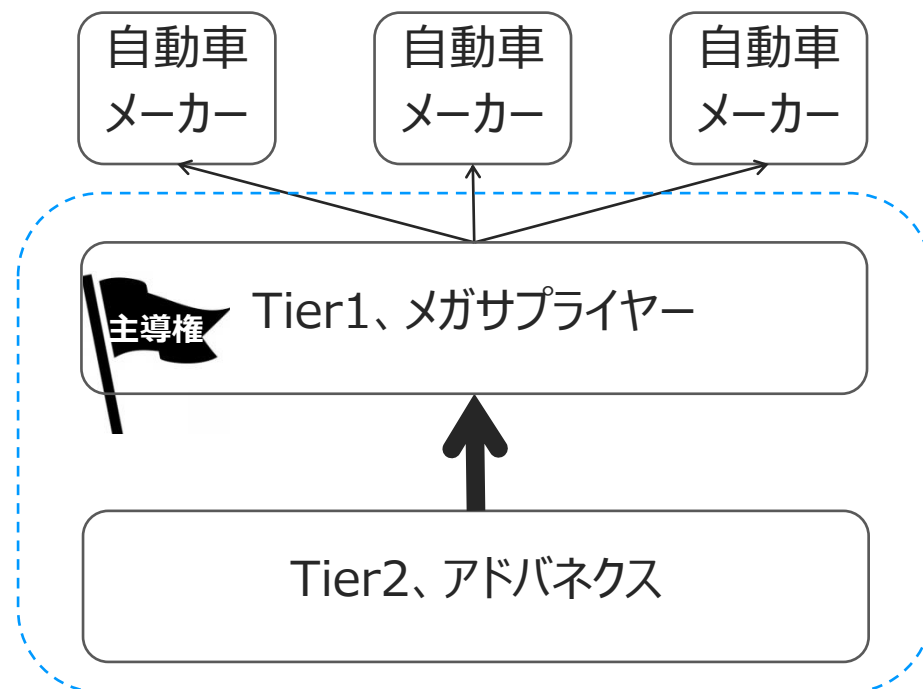


EV関連の開発要求やグローバル供給の要求が強まる
当社以外に対応可能なTier2は少ない

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

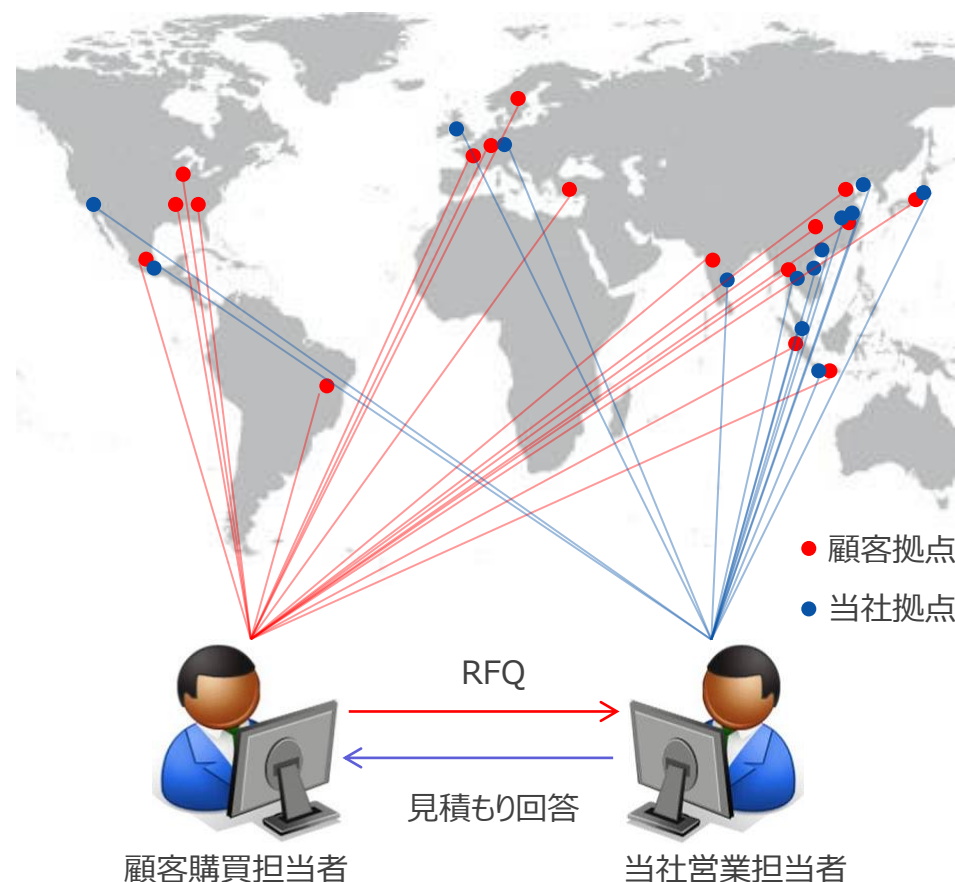
日系ばねメーカー海外工場数

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)、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(4工場)、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



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

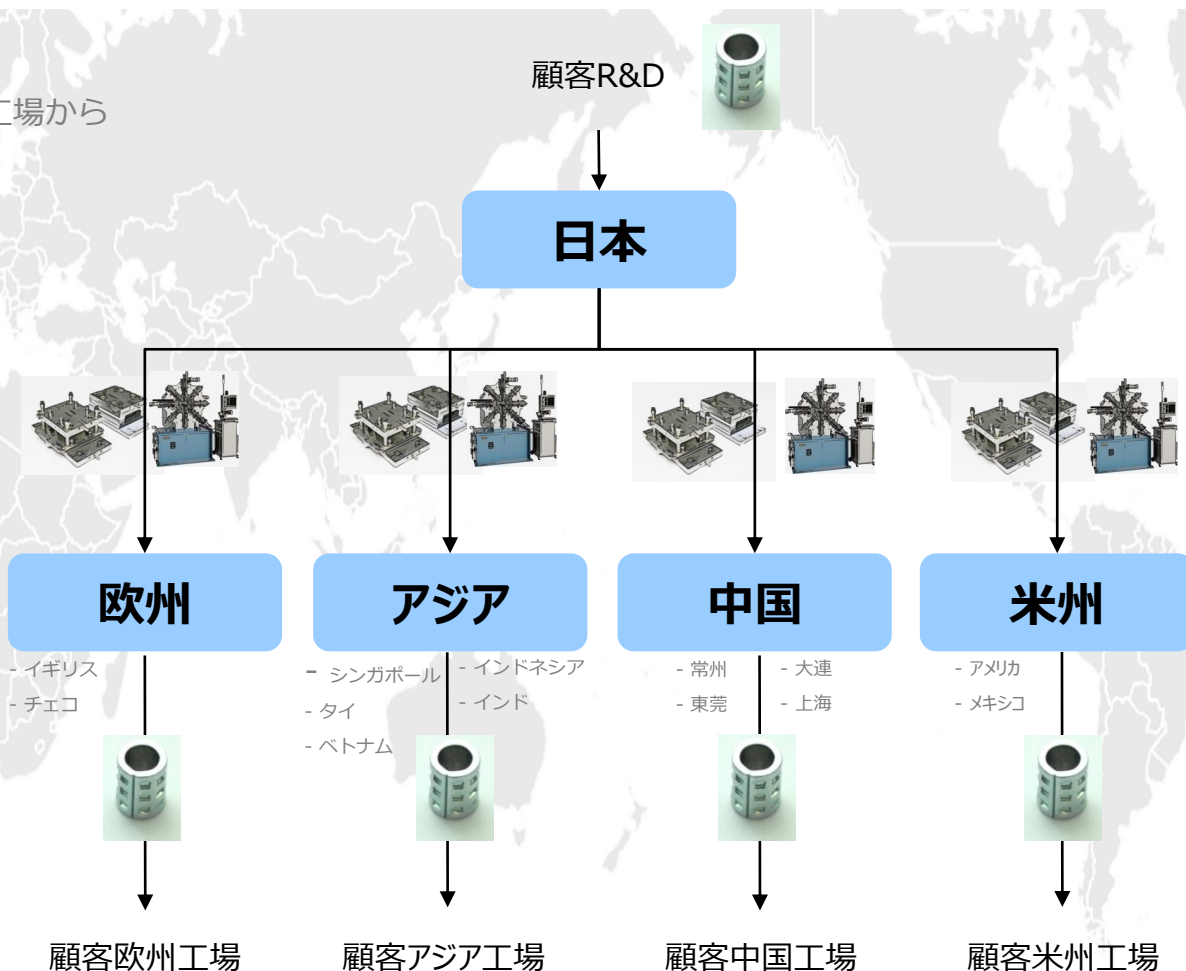
* 通常、日本から立ち上げ支援をする

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

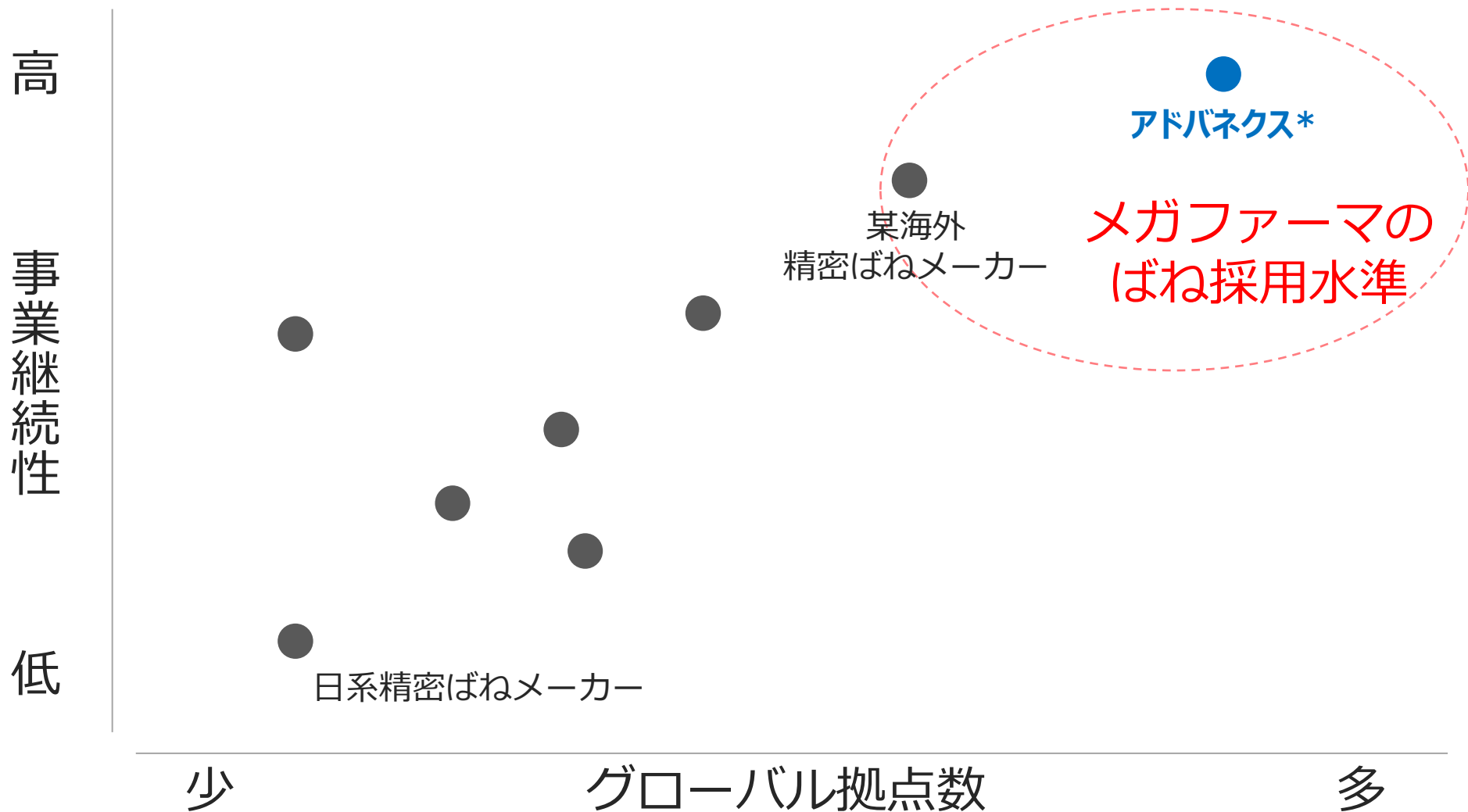


医療は競争環境がOA・家電と違い、高収益で長く続く傾向

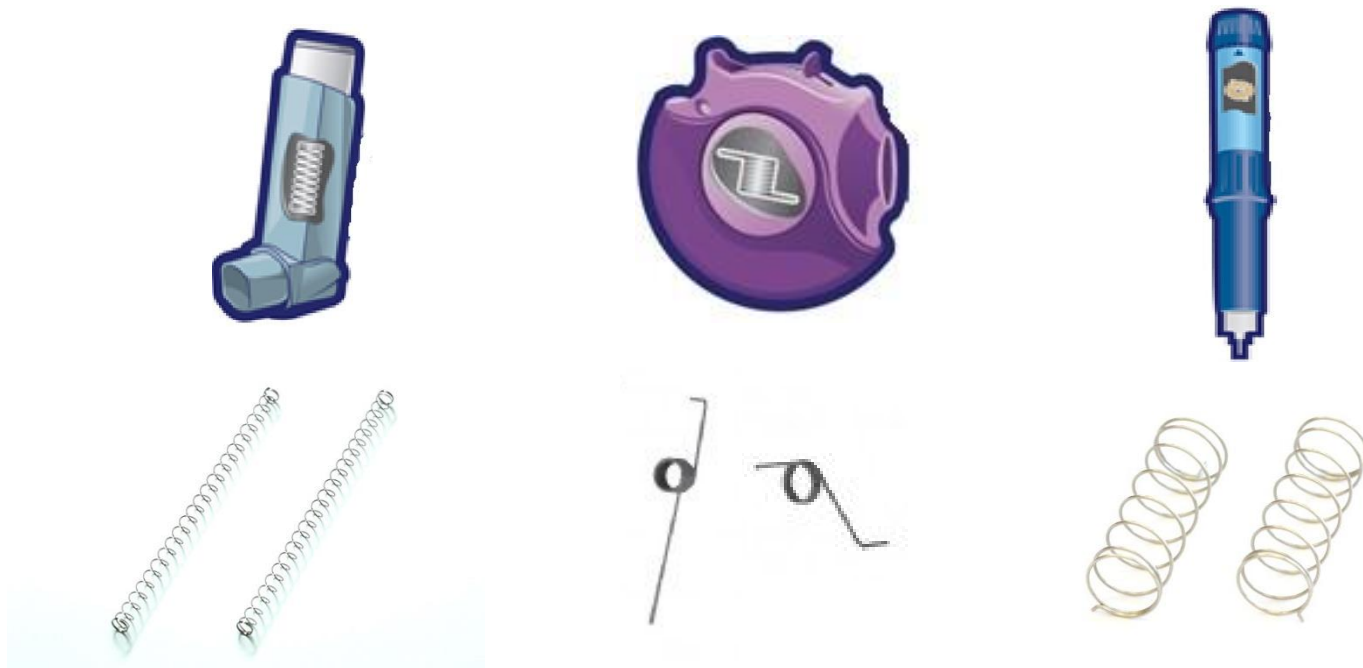
	OA・精密・AV・家電など	医療
ばね需要全盛期	- 1980年代～2000年代	- 2010年代～
主要顧客	- 日系メーカー - 日系メーカーから受託するOEM	- 欧米のメガファーマ
評価基準	- 1 st 価格 - 2 nd 納期/立地（近接地） - 3 rd 品質	- 1 st 品質 - 2 nd 事業の継続性 - 3 rd グローバルサプライ体制
コストダウン圧力	- 最終製品の性能・価格競争が絶え間なく続き、コストダウン圧力は強い	- 最終製品の競争は少なく、コストダウン圧力は弱い
ライフサイクル	- モデルチェンジや新製品登場の頻度が多く、1モデル1-3年程度と短い	- モデル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



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

Roche

gsk

Novartis

AstraZeneca

イギリス工場
チェコ工場

大連工場
上海工場
常州工場
東莞工場

シンガポール工場
タイ工場（アユタヤ、チョンブリー）
ベトナム工場
インドネシア工場
インド工場

Pfizer

Janssen

AbbVie

Lilly

アメリカ工場
メキシコ工場（ケラトロ、ノガレス）

R&D/生産の中心地

生産の中心地

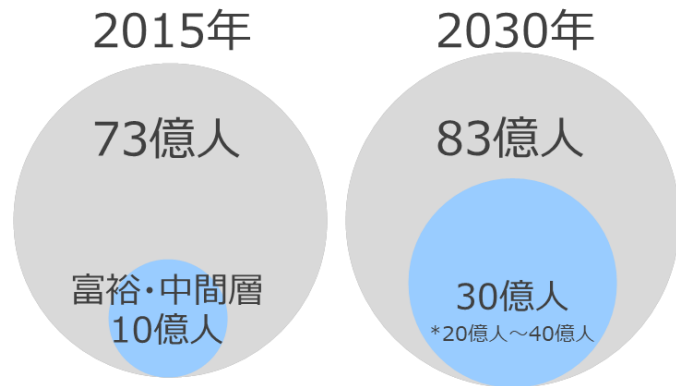
● 当社工場所在地

出典：World Health Organization

出典：World Health Organization

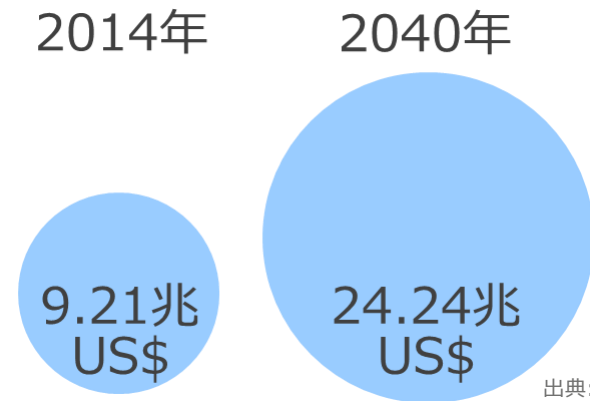
医療マーケット、ディスポーザブルキットの拡大は間違いない

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

- 334 million people have asthma
 - 14% of the world's children experience asthma
 - Approximately 250,000 people die from asthma
- #### 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

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

規格品の新製品アイサートを開発・発売（2022年10月12日）
硬質プラスチックのねじの穴補強に最適なインサートナット*



- ・ 上下どちらでも挿入可
- ・ 内ねじを転造加工することで高精度を実現
- ・ コイルスレッド事業の販売網・信用度を活用

* インサートナットとは、プラスチックなどの合成樹脂の結合を強化するために使用するナットのこと。「insert(挿入) nut(ナット)」という名の通り、圧入によって合成樹脂に挿入することで、素材同士の結合を強化。

ESG、SDGsを成長機会と捉え、経営戦略に織り込む

SDGs

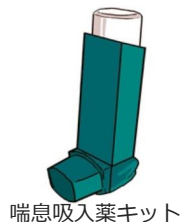
参入領域

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



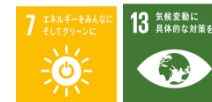
インサートモールド



インスタントロック

5%

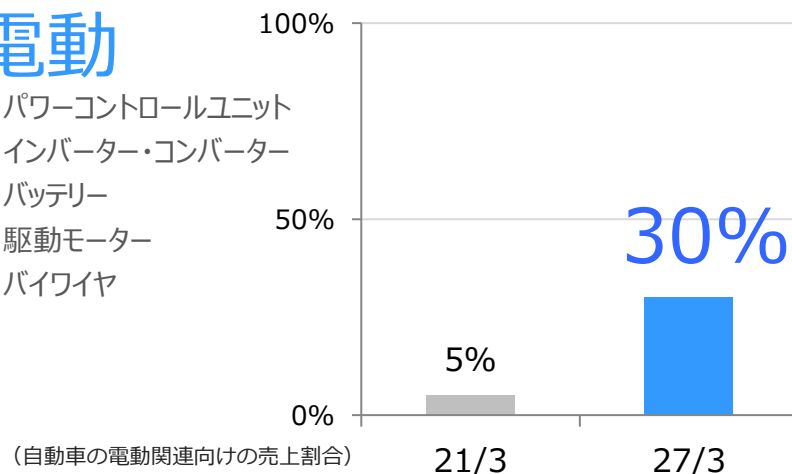
計40%



自動車の脱炭素化（電動・軽量）と事故減少に貢献

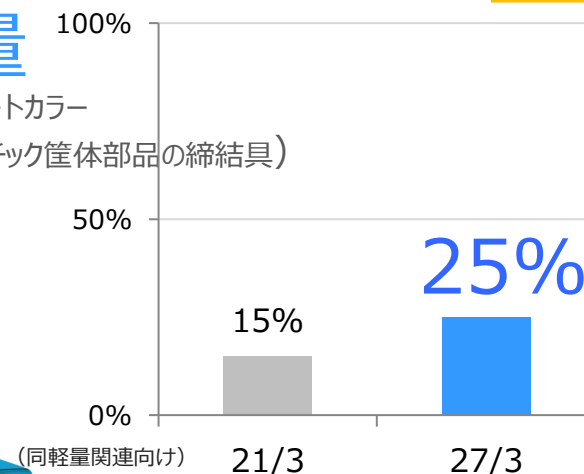
電動

- 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



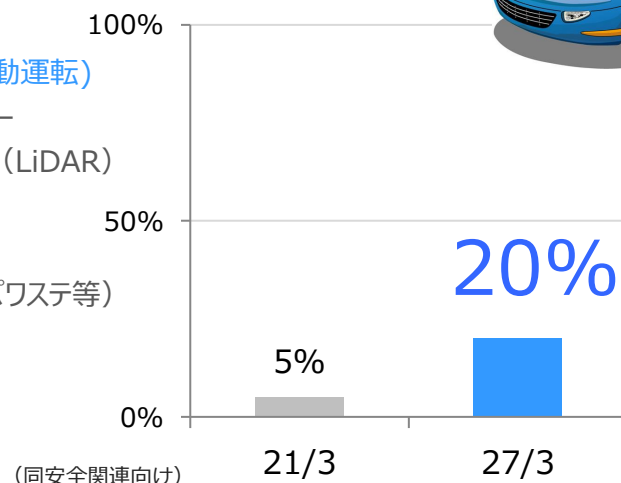
軽量

- インサートカラー
(プラスチック筐体部品の締結具)

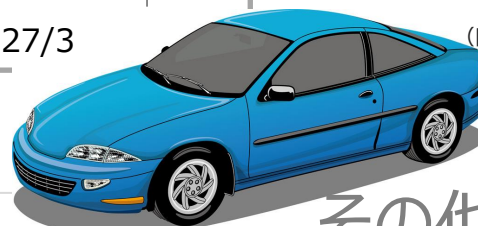
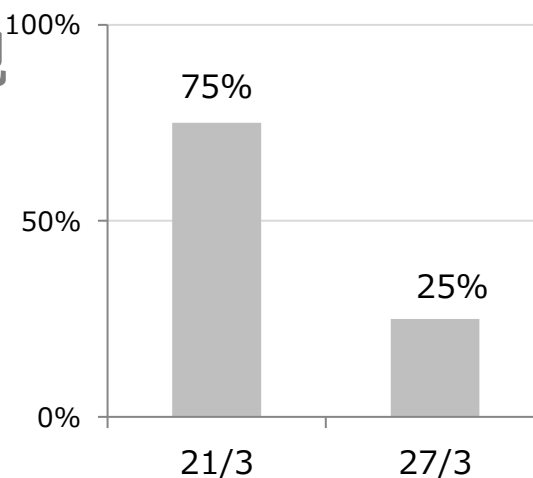


安全(自動運転)

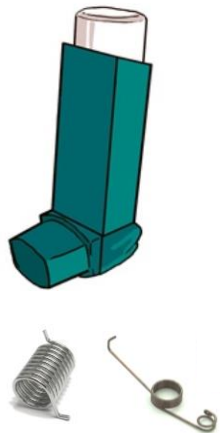
- 超音波センサー
- 測距センサー (LiDAR)
- 車載カメラ
- エアバック
- 運転補助 (パワステ等)



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

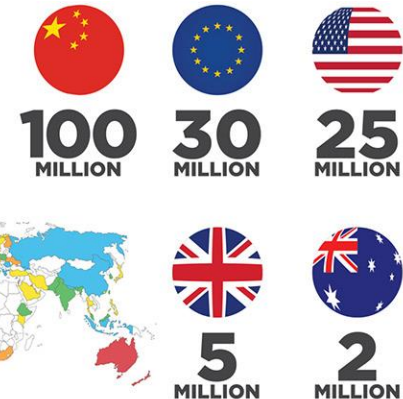


当社製ばね

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



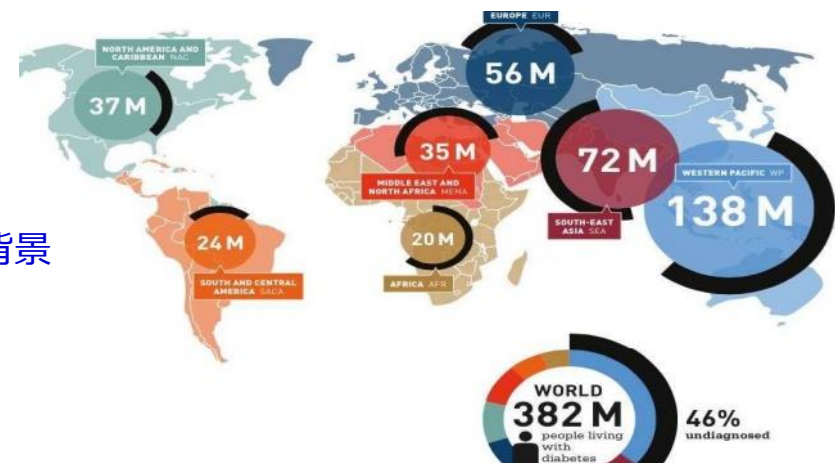
出典:Global burden of Asthma



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

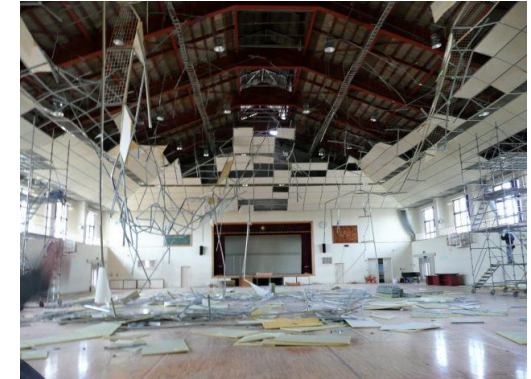
再生可能エネルギーの普及と人々の安全に貢献



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 //



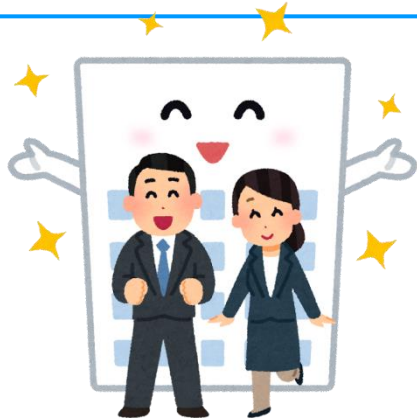
ロックワシ

- 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必要。
- 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

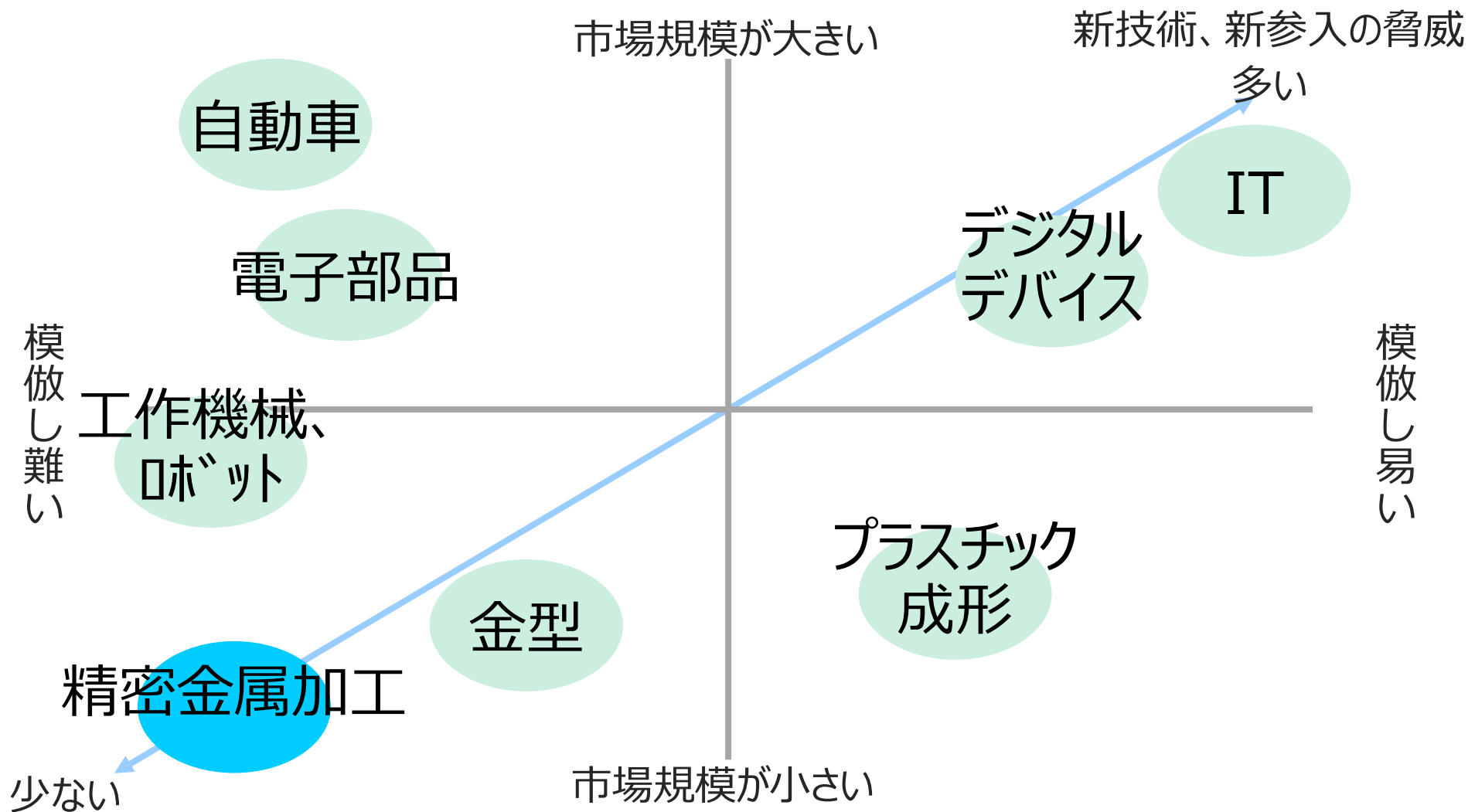


20年前



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

