



平成 27 年 2 月 25 日

各 位

会 社 名 株式会社アドバネクス
代表者名 代表取締役社長 柴野 恒雄
(コード番号 5998 東証第 1 部)
問合せ先 常務取締役業務管理本部長 大野 俊也
(TEL. 03-3822-5865)

「中期経営計画」策定のお知らせ

当社は、2015 年度（2016 年 3 月期）から 2019 年度（2020 年 3 月期）までの 5 ヶ年の「中期経営計画 “Breakthrough to 2020”」を添付資料のとおり策定いたしましたのでお知らせいたします。

以上

中期経営計画

“Breakthrough to 2020”

(2015-19年度)

2015年2月25日



株式会社アドバネクス

本資料は2015年2月6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。

アジェンダ

1. プラスチック事業の売却について
2. 中期経営計画 “Breakthrough to 2020”
～金属加工総合メーカーへの挑戦～

1. プラスチック事業の売却について

1-1. プラスチック事業の売却について

2月25日開催の取締役会において、第一化成ホールディングスの全株式を台湾の能率集団に譲渡することを決定(2015年3月31日付)

目的： 利益率の高い精密ばね事業に経営資源を集中し、金属加工の総合メーカーとしての成長戦略を加速化。

内容： 昨年7月にプラスチック事業を担当する子会社の49%の株式を台湾の能率集団(ABICOグループ)に譲渡。今回、残りの51%についても同グループに譲渡。インサート成型を残し、他の単品プラスチック事業については、当社のコアビジネスでないため売却。

売却価格：約10億円

売却損益：未定（今期の連結業績に与える影響は軽微）



1965年に台湾で設立。現在は、国内外に15箇所の製造拠点と世界20カ国に販売拠点を保有。従業員は15,000人超。

1-2. プラスチック事業の概要

第一化成株式会社について

2007年10月に投資ファンド等から同社の親会社である第一化成ホールディングスの株式を取得し、完全子会社化。

設立： 昭和38年

本社： 栃木県下野市

社長： 小原正美(当社取締役)

事業内容： プラスチックやセラミック材による射出成型品、精密組立部品、ユニット品等の製造・販売

従業員数： 890名(連結)

海外子会社： 4社(マレーシア、ベトナム、中国2社)

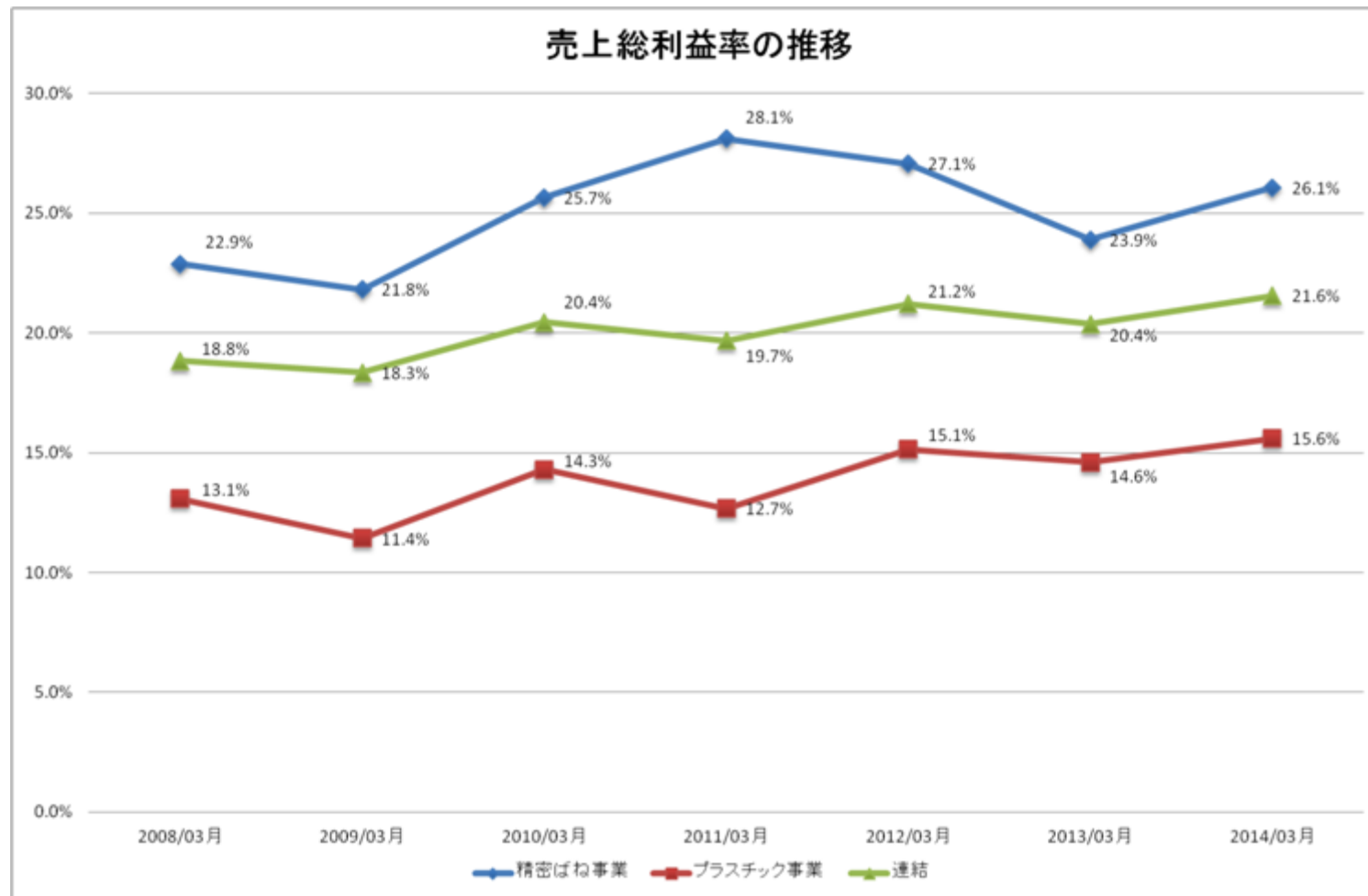
連結業績： 売上高： 約113億円(2014年3月期)

当期純利益： 406百万円

総資産： 7,220百万円

純資産： 1,583百万円

1-3.収益性の比較

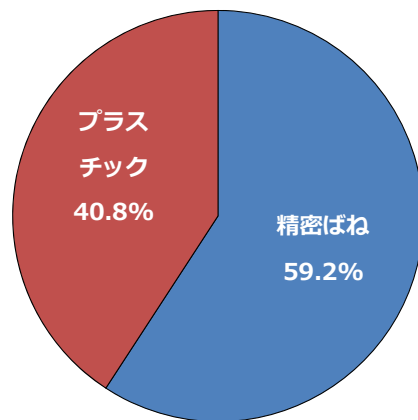
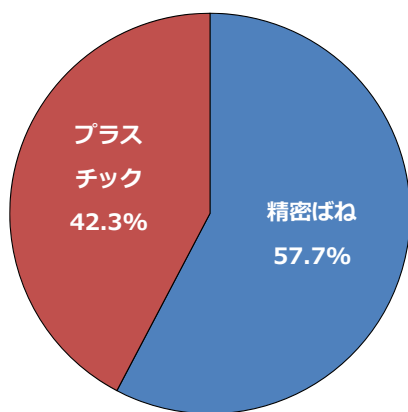


1-4. 連結業績に占める割合

2014年3月期

連結売上高
27,100百万円

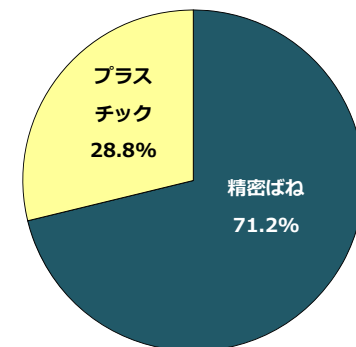
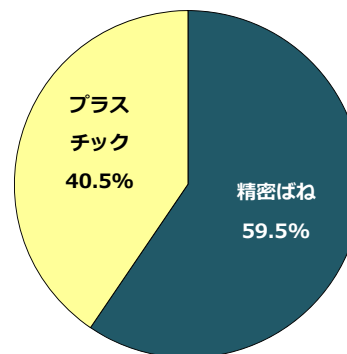
連結営業利益
820百万円



2015年3月期第3四半期

連結売上高
21,904百万円

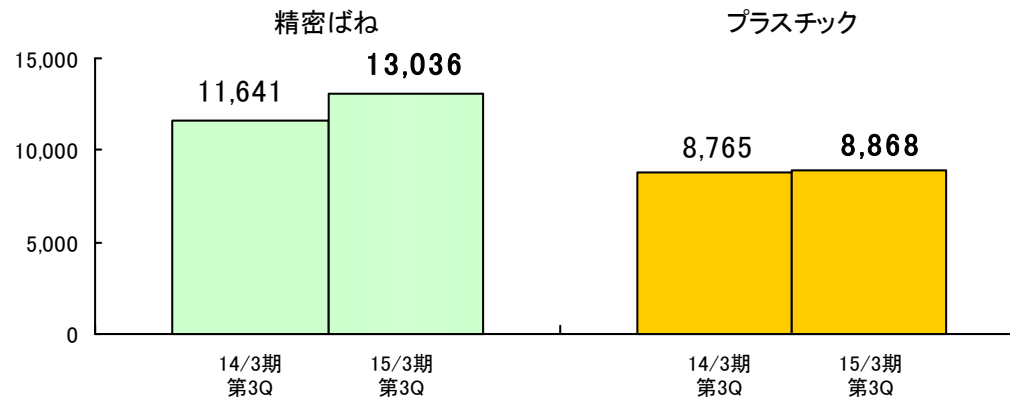
連結営業利益
769百万円



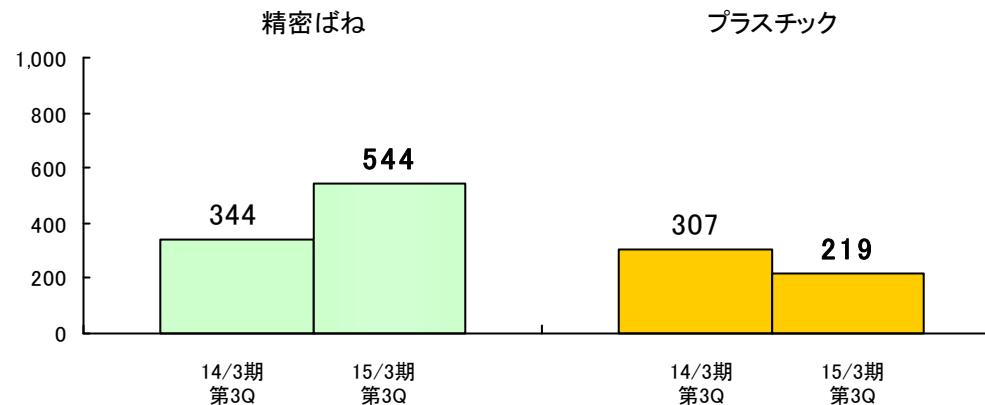
1-5. 直近の業績状況(2015年3月期第3四半期)

売上高

(単位:百万円)



セグメント利益



プラスチック事業の
営業利益が減少。

理由: マレーシア子
会社においてAV機
器向けの売上減少
により赤字発生。

2. 中期経営計画 “Breakthrough to 2020” ～ 金属加工総合メーカーへの挑戦～

2-1. 中期経営計画の骨子

◆金属加工分野にフォーカス

精密ばねをコア事業とし、金属加工分野において領域を拡大、技術トップ企業として成長を加速化

◆グローバル展開拡大に向けた積極投資

◆自動車関連市場をコア市場とする成長戦略

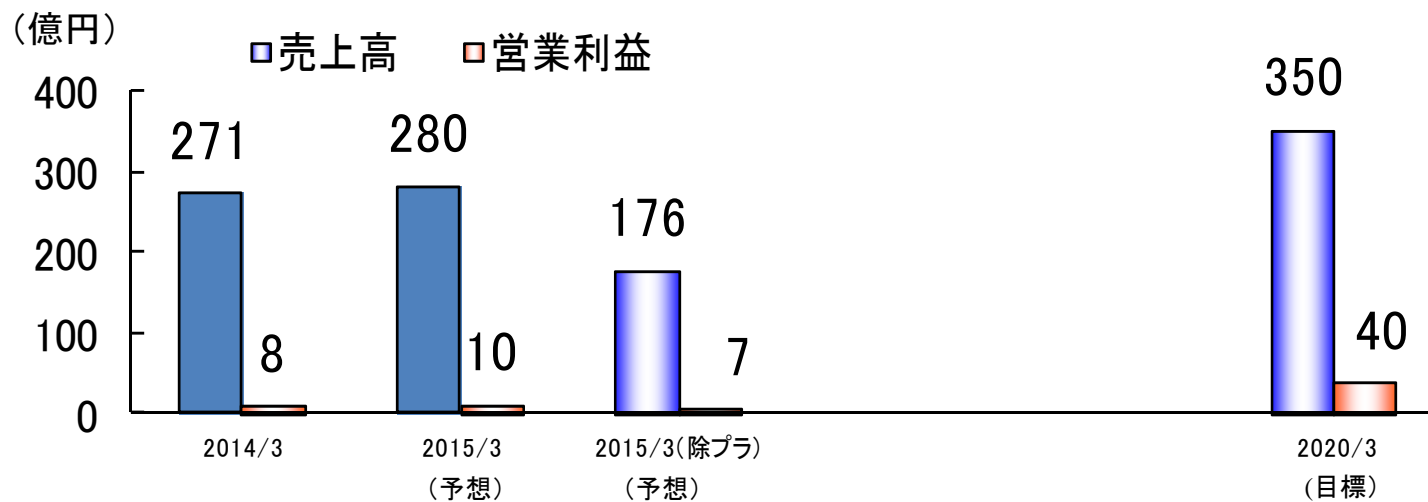
◆自社製品(規格品)の開発強化と売上拡大

◆M&Aによる技術領域と市場領域の拡大

◆財務体質の改善と株主還元

2-2. 中期経営目標

業績目標： 2020/3期(5年後)
連結売上高 350億円
営業利益 40億円
(営業利益率 11%、ROE 22%)



2-3. 4つの戦略

①エリア戦略

海外積極投資によるグローバル展開の加速化

②市場戦略

自動車市場をコア、医療機器と住設市場を重点市場

③製品戦略

規格品ビジネス拡大

インサートカラー、インサート成型、深絞り製品の海外展開

④M&A戦略

医療機器、金型設計・製造、二次加工等のメーカー買収

2-3. ②市場戦略

1) 自動車市場での販売拡大(コア市場)

目的 : 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
日系およびドイツ系部品メーカーとの取引拡大

実行計画 : 国内自動車部品専用工場の新設

重点製品 : 自動車用締結部品(インサートカラー)



国内新工場の概要

■場所: 埼玉県本庄市

■面積: 敷地約12,000㎡ 延べ床面積約5,000㎡

■投資金額: 約15億円

■従業員数: 約30名

■完成予定: 2015年10月 ■増築計画: 2020年

■生産額予想: 30億円(2019年3月期)



完成予想図

2-3. ②市場戦略

2) 自動車、OA機器に次ぐ第3の柱の確立

■医療機器市場向け販売強化

実行計画： 欧州市場での拡販と新興国市場の開拓

- ・英国子会社を中心拠点とするグループ体制強化
- ・アジアや南米での市場開拓

重点製品： 喘息薬定量噴霧式吸引器向けばね製品
留置針用コイルばね(日本、ベトナム)
採血針用ばね(新製品)

■インフラ・住設関連市場向け販売強化

実行計画： 鉄道、道路、電力設備等のインフラ向け、農業・漁業や遊園地
遊具向け、住宅設備向け等の新規用途開拓

- ・マンション用窓サッシ向けに受注決定
- ・その他住宅設備向けの新製品開発

重点製品： TAMONT(ナット脱落防止ばね製品)

2-3. ③製品戦略

金属加工に特化した製品の開発・生産

- インサートカラー、インサート成型、深絞り加工製品の海外展開
- 規格品ビジネス強化、技術力R&D強化、二次加工内製化
- 金属ガラス、銅鉄合金等の素材開発、MIM・粉末冶金等の加工技術開発

重点戦略：規格品ビジネスの拡大

- 目的 : 新規顧客の開拓とカスタム品受注につながる取引拡大
- 実行計画 : ネット直販拡大
- 2015年3月から販社2社と組んで3,100種類に増加
自社サイトも開設予定
 - 商社経由の販売、海外輸出も年内開始
- 重点製品 : 締結部品(タンダレス及び挿入工具、TAMONT他)、
ダンパー、プッシュアップ・ユニット

2-3. ④M&A戦略

M&A戦略の加速

- 技術領域の拡大: 医療機器向け部品製造、金型設計・製造、二次加工、インサート成型等
- 生産エリアの拡大: 海外の工場買収

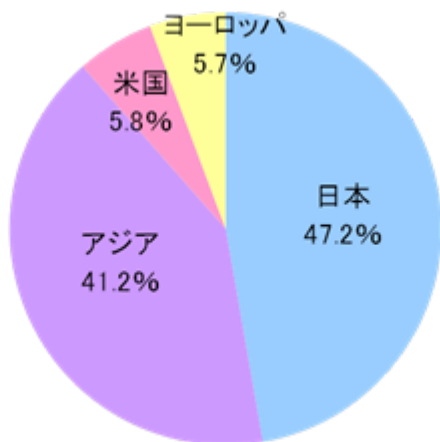
船橋電子株式会社の買収(2014年4月)

- ・金属プレス加工分野において優れた深絞り加工技術を持つ会社を買収。
- ・事業譲受(2015年4月)により、自動車向けの製品開発と海外展開を推進。

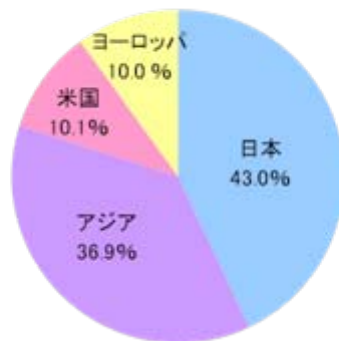
(2-3.) 補足① 計画スケジュール

内容	目的	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3
船橋電子買収	ドメイン拡大	★						
第一化成売却	選択と集中		★					
Web販売	規格品ビジネス	★						
Web販売自社展開	規格品強化	★		★				
埼玉工場操業開始	自動車事業強化			★				
埼玉工場増築	生産能力増強			★				★
ハノイ工場拡張	ベトナム強化		★					
ホーチミン新工場設立	ベトナム拡大				★			
インド営業所進出	アジア地域展開		★	★				
インド新工場設立	アジア強化			★		★		
インドネシア営業所進出	東南アジア販売強化			★				
重慶営業所展開	中国販売強化			★				
中国事業整理	中国再編					★		
チェコ営業所進出	欧州展開			★				
チェコ新工場設立	欧州強化			★	★			
メキシコ営業所進出	北中米展開			★				
メキシコ新工場設立	北中米強化			★	★			
ブラジル営業所進出	南米展開						★	
ブラジル新工場設立	南米強化						★	★

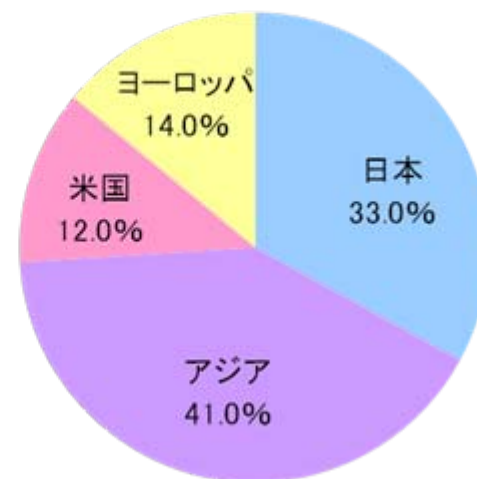
補足② 地域別売上構成比の変化



2014年3月期(実績)
売上高27,100百万円

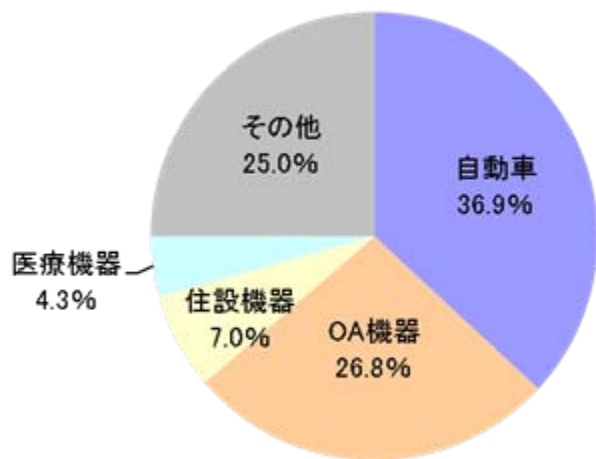


参考:プラスチック事業除く
15,635百万円

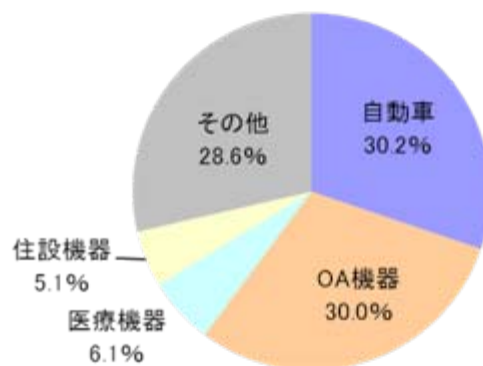


2020年3月期(計画)
35,000百万円

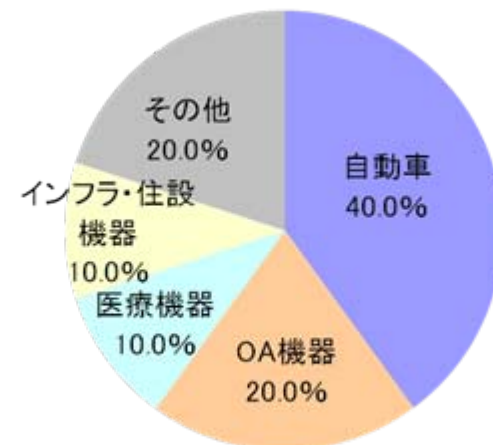
補足③ 市場別売上構成比の変化



2014年3月期(実績)
売上高27,100百万円



参考:プラスチック事業除く
15,635百万円

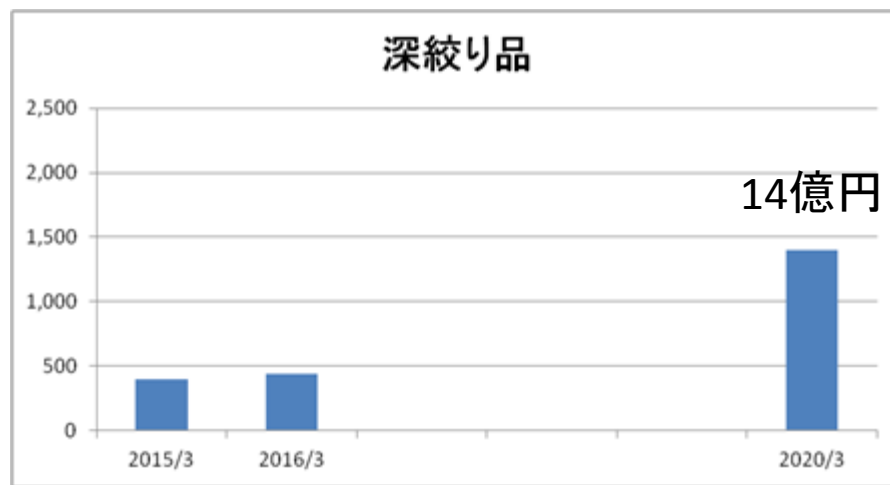
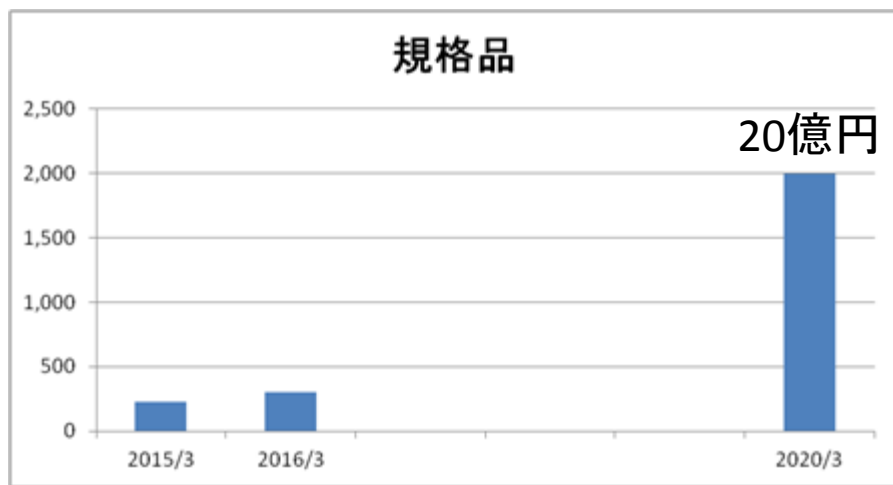
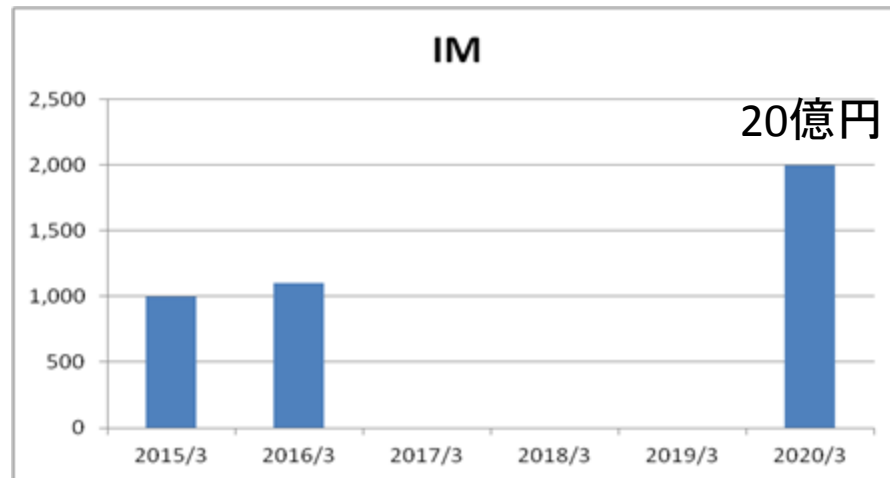
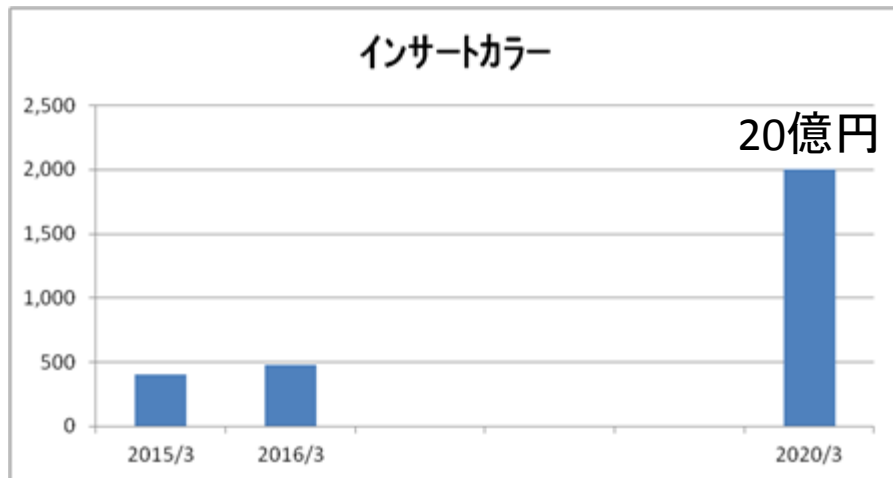


2020年3月期(計画)
35,000百万円

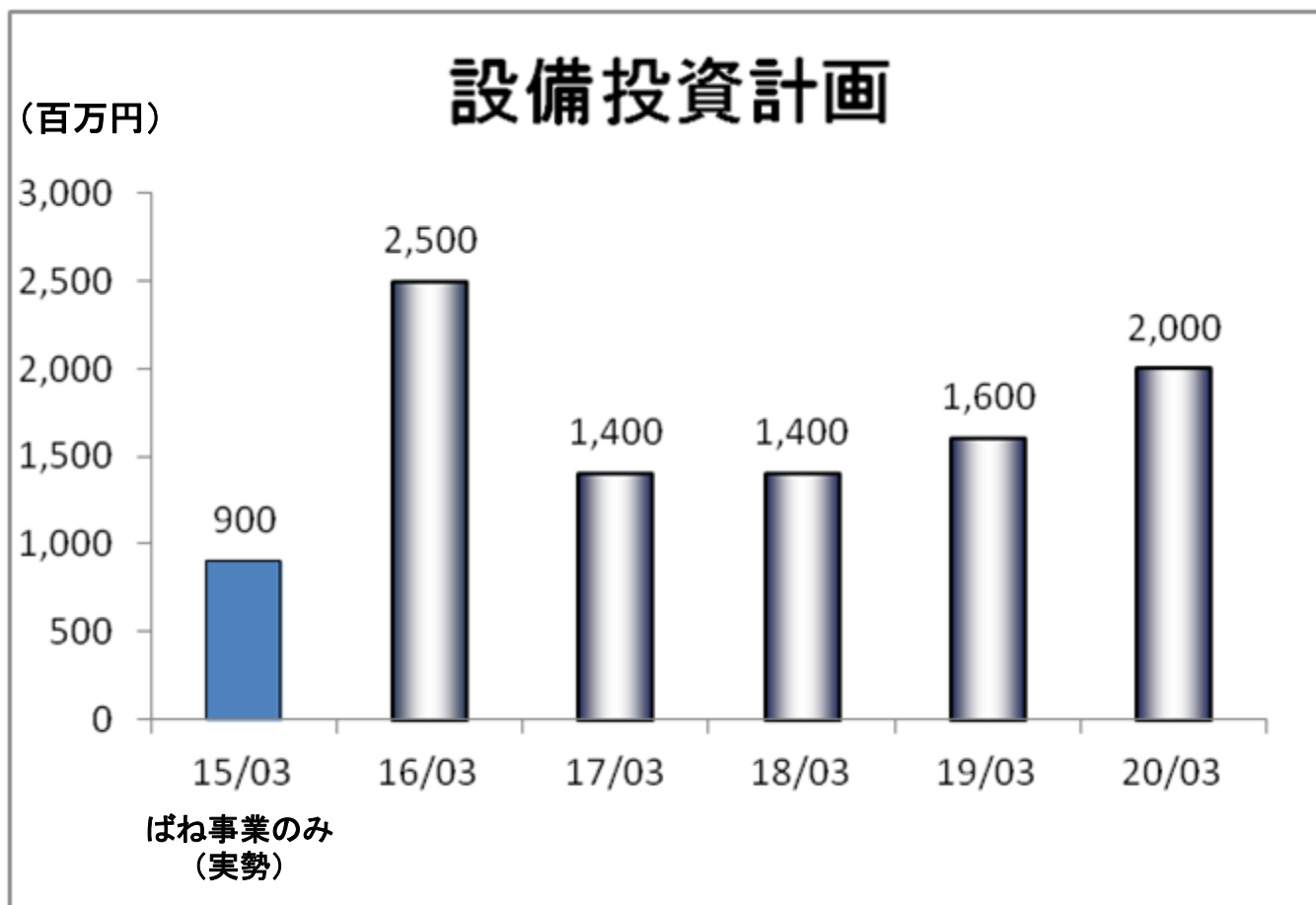
補足④ 重点製品売上目標

4種で約74億円(連結売上高の約21%)

単位:百万円

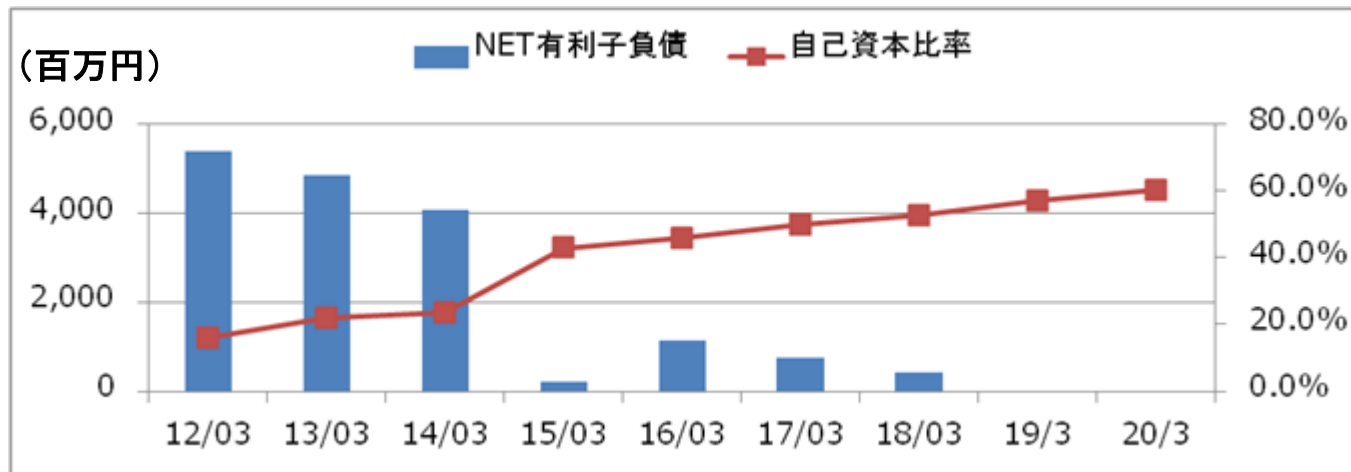


参考⑤ 設備投資額の推移



2-4. 財務体質の改善と株主還元

1) 借入金の返済と自己資本の充実



有利子負債・自己資本比率の推移

2) 株主還元

- 株主優待制度の導入(2015年度開始)
保有株式数に応じてQUOカード贈呈
- 配当性向を早期に20%に引き上げ、30%を目指す。
(2014年3月期実績: 12.2%)



ADVANEX

“Breakthrough to 2020”

～金属加工総合メーカーへの挑戦～

(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>