

小さなボディで「安心・安全」を支える

主要製品

- 精密ねじ ●セルフタッピンねじ ●ゆるみ止めねじ
- セルフクリンチングスタッドボルト ●特殊冷間圧造部品 ●複合部品
- 異種金属接合部品 ●ねじ製造用工具 ●ボルト・ナット ●ドリルねじ
- 精密プレス部品

取締役兼執行役員
ファスナー事業本部
本部長

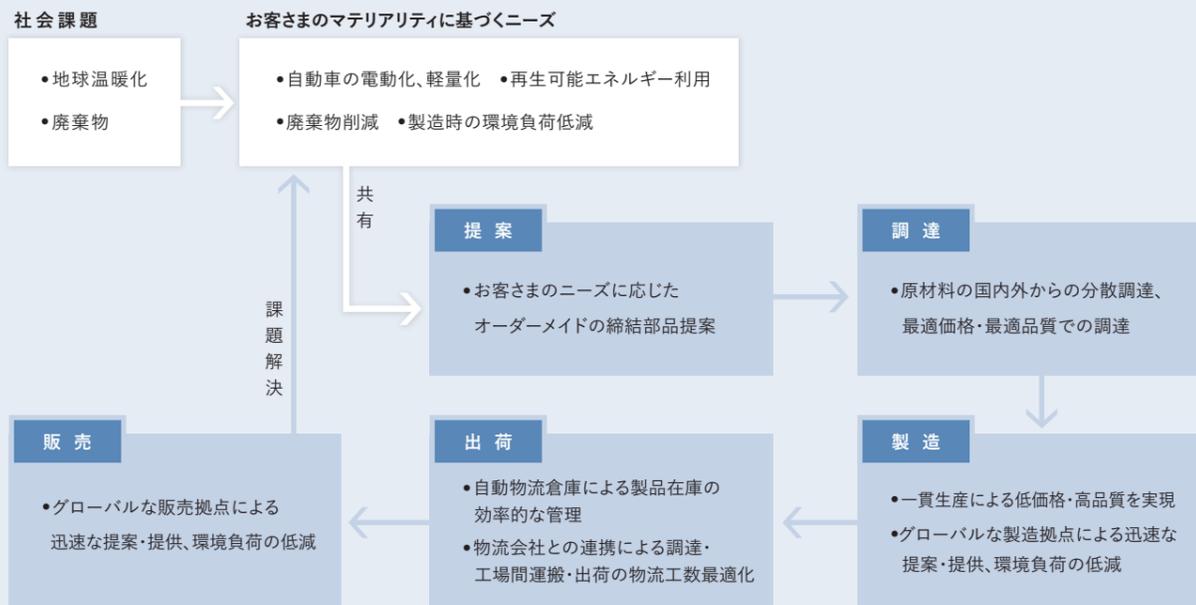


浅井 基樹

事業概要



ファスナー事業の価値創造



ファスナー事業の現状認識

プラス要因

強み

内部環境

- 精密セルフタッピンねじをはじめとする、多数のオリジナル課題解決型ねじ(開発力)
- 高度な冷間圧造技術とその応用(異種金属接合部品、ギヤ部品等)
- グループ全体での豊富なラインナップと、グループ間の製品の組み合わせや販売網共有などのシナジー効果
- 東南アジアを中心としたグローバル製造拠点および各拠点での社内一貫生産体制
- ねじ製造工具、製造設備、選別・包装設備、無人化・省力化設備を社内生産できる体制
- 世界有数のねじ締め機メーカーである産機事業セグメントとの締結技術共有体制

マイナス要因

課題

- グループシナジーのさらなる発展
- 欧米、特に非日系企業への販売力強化
- 新製品開発のさらなる迅速化

機会

外部環境

- 電動化、IoT化による電子部品の増加(コンタミ管理)
- CASE関連製品の需要拡大
- 製品軽量化に伴う、樹脂化や薄板化に対応する締結部品の需要拡大
- カーボンニュートラルに貢献する締結部品の需要拡大
- ZEHの普及やリフォームの拡大、大阪・関西万博等による建築関連部品の需要拡大
- 各国企業のサプライチェーンの見直し、現調化
- 新興国におけるモビリティ普及率の増加

リスク

- 部品削減を狙いとするねじ締め本数の減少
- 生活様式の変化の落ち着きによる好調業種の需要減
- 少子高齢化や産業構造の変化による既存市場の縮小
- 原材料価格の高騰
- 地政学リスクの拡大

ビジョンと戦略

ファスナー事業では、2025年にCAGR11.0%、ROS1.5UP(ともに2022年度比)を目標とする中期経営計画を策定しています。

新しい事業スタイルの確立

- グループ製品力を使った複合部品の製造販売
- 知財ビジネスの拡大

既存事業の拡大

- 国内向け製品の海外販売展開
- グループ販売ネットワークの共有及び効率化
- 欧米、成長国への販路拡大

製品力強化

- CASE関連製品の商品力強化
- サステナビリティに求められる商品開発
- 圧造+切削加工製品の120%提案の実施

グループ力強化

- グループ技術力、品質管理体制の強化
- グループ購買体制及びシステムの構築
- グループ生産体制の効率化

グロースターゲット

- ◎CASE関連事業
- ◎非日系企業
- ◎ASSY製品需要
- ◎業種拡大

中期経営計画
Mission G-second
2025年度目標

CAGR
11.0%
(2022年から2025年)

ROS
1.5UP
(2022年比)

中期経営計画達成に向けた課題と取り組み

グロースターゲット① CASE関連事業

| 項目 | 内容 |
|--------------------|--|
| 進捗 | <ul style="list-style-type: none"> 2023年度目標比 124.5% 2025年度目標比 102.0% <p>2023年度売上高 7,280百万円</p> <p>2023年度目標 5,849百万円</p> <p>2025年度目標 7,138百万円</p> |
| 2023年の取り組み | <ul style="list-style-type: none"> CASE関連企業との接点を得られる各種展示会への出展 CASE業界の需要に応える新製品の上市 (軽量化、電動化に対応するクリンチングスタッドボルト「ジョイスタッドシリーズ」、水冷式の熱管理に対応する防水ねじ「アスファWP」) |
| 目標とのGAP (達成/未達)の要因 | <ul style="list-style-type: none"> 電動化において必須のコンタミ対策を実現する「CPグリップ」をはじめ、高機能セルフタッピンねじ、プレス品といったCASE関連と相性の良い製品群の売上拡大 |
| 目標達成に向けた成長施策 | <p>2025年度目標まで前倒しで達成済みだが、さらなる高みを目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> オリジナルの高機能、高付加価値製品を活かした課題解決型営業 事業本部内の情報共有をさらに強め、タイムリーな製品開発 海外現地法人における、CASEに強い販売店との関係強化 |

アスファWP
自動車の電動化が進むとともに、水冷式での熱管理が増加しています。そこで必要になる防水性能と、従来自動車に必要な高い軸力を両立した、新発想の防水ねじです。

グロースターゲット② 非日系企業

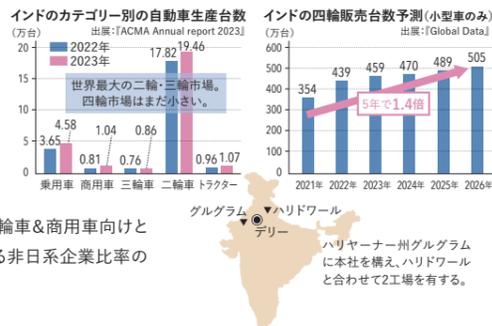
| 項目 | 内容 |
|--------------------|--|
| 進捗 | <ul style="list-style-type: none"> 2023年度目標比 88.2% 2025年度目標比 60.6% <p>2023年度売上高 758百万円</p> <p>2023年度目標 860百万円</p> <p>2025年度目標 1,252百万円</p> |
| 2023年の取り組み | <ul style="list-style-type: none"> 韓国企業への電子機器、自動車向けCPグリップの拡販 (韓国売上32.3%増加) |
| 目標とのGAP (達成/未達)の要因 | <ul style="list-style-type: none"> 外資企業(特にEV関連)へのさらなるシェア拡大が必要 ユーザーとの直接対話機会の不足 価格面での課題もあるが、技術面でさらなるフォローが必要 |
| 目標達成に向けた成長施策 | <ul style="list-style-type: none"> 欧米市場への販路拡大(欧州展示会への継続出展、販売店との関係強化、ユーザーとの接触) その他各現地法人拠点を中心とする海外展示会出展による関係の構築、ユーザーとの直接対話 東南アジアの経済成長についていくべく、非日系家電・弱電メーカーなどを中心に拡販。現調化も注視。 ローカルメーカーに対抗するため、独自製品による差別化や技術フォローの実施 日東精工グループ各国拠点の情報、販売網の共有 インド冷間圧造メーカーのM&A |

CPグリップ
あらゆる業界で電動化、IoT化が加速し、電子基板の使用機会が増加しています。そこで問題になる締結時の切粉飛散を、ねじに塗布したエポキシ樹脂によって防止します。

非日系企業

インドの圧造メーカー「Vulcanグループ」を子会社化

インドは世界最大の二輪・三輪市場です。四輪市場についても、まだ規模は小さいながら、政府のEV支援政策等を背景に大きな成長が見込まれます。そこで、インド国内の二輪車、四輪車向けに冷間圧造部品を提供する「Vulcanグループ」の子会社化を進めています。当社が位置するグルグルム県では日系大手自動車メーカーをはじめとする多くの二輪、四輪サプライヤーが立地し、Vulcanグループ売上高の72%が二輪車向け、28%が四輪車&商用車向けとなっています。また、同社は非日系企業との取引が多く、日東精工グループにおける非日系企業比率の向上にも貢献するものと考えています。



| | 2023年度実績 | 2025年度目標 |
|------|----------|----------|
| CAGR | 2.0% | 11.0% |
| ROS | △0.2pt | + 1.5pt |

・主力の自動車でCASE関連製品、北米向けの住宅・建築分野が堅調に推移し増収
・製造工場の集約による効率化・原価低減を推進したものの、エネルギー・副資材関係上昇分の価格転嫁の交渉が難航し減益

グロースターゲット③ ASSY製品需要

| 項目 | 内容 |
|--------------------|--|
| 進捗 | <ul style="list-style-type: none"> 2023年度目標比 75.7% 2025年度目標比 60.9% <p>2023年度売上高 1,644百万円</p> <p>2023年度目標 2,171百万円</p> <p>2025年度目標 2,698百万円</p> |
| 2023年の取り組み | <ul style="list-style-type: none"> 自動車向けに、グループのプレス製品と締結部品を組み合わせた複合部品を販売開始。 |
| 目標とのGAP (達成/未達)の要因 | <ul style="list-style-type: none"> 時間を要する案件が多く短期での成約はならず グループ内での情報共有の不足 成約率の向上(要求価格、精度への対応)が必要 |
| 目標達成に向けた成長施策 | <ul style="list-style-type: none"> グループ製品を組み合わせるなど、部品単品から、ASSY、樹脂成形までを含んだ複合品の拡販強化 グループ会社、販売店を含めた、当社製品およびグループ製品の提案体制の強化(情報共有、成約率向上) 海外現地法人における、現地メーカーとの協業によるASSY品の開発 |

多様な締結関連グループ会社
当社では、お客さまのあらゆるニーズに対応するとともに、これらを掛け合わせたASSY製品のご提案を行うべく、グループ全体で多彩なラインナップを取り揃えています。
精密プレス品: 伸和精工
太物ボルト: 東洋圧造、協栄製作所
ドリルねじ、ナット: ケーエム精工
金型: 東陽精工

グロースターゲット④ 業種拡大

| 項目 | 内容 |
|--------------------|--|
| 進捗 | <ul style="list-style-type: none"> 2023年度目標比 90.0% 2025年度目標比 69.5% <p>2023年度売上高 1,314百万円</p> <p>2023年度目標 1,460百万円</p> <p>2025年度目標 1,892百万円</p> |
| 2023年の取り組み | <ul style="list-style-type: none"> 建築関連に強いグループ会社(ケーエム精工)と共同販売を行う、新製品「シェアクロス」の上市 異種金属接合「AKROSE」における新技術(金属被覆技術)の上市、既存のユーザー(自動車)以外の業界への展開 |
| 目標とのGAP (達成/未達)の要因 | <ul style="list-style-type: none"> 車載以外の新規ユーザーにおける接触機会を多く作れず 新規顧客開拓について、拠点間での達成度の不均衡 |
| 目標達成に向けた成長施策 | <ul style="list-style-type: none"> グループ間での購入や販売ネットワークを活用した既存顧客以外への販路開拓 有益な顧客層を獲得できるプライベート展示会の活用 グループ会社の製造能力を活かした「カップボルト」の上市(建築業界がメインターゲット)。グループネットワークを活かした建築業界への販売力強化 |

金属被覆技術
主に自動車のバッテリー部品で使用される異種金属接合技術「AKROSE」を応用。従来のめっきによる表面処理被膜形成を、異種金属部材の接合に代替することが可能となり、今後様々な業界での活躍が期待されます。

業種拡大

住宅・建築業界を自動車に次ぐ第二の柱へ

ZEHやリフォーム市場の拡大、海外需要増等を背景に、「建築業界」をファスナー事業の第二の柱にすべく、グループの拡大や新製品開発に力を注ぎました。本中計では、新製品開発とグループ網を活かした拡販を行っています。2023年に開発した「シェアクロス」は、建築用ねじを手掛けるケーエム精工と共同販売を行っています。2024年には、新たにフランジ型ゆるみ止めねじ「カップボルト」を開発。もともと日東精工のファスナー事業本部で製造していたねじを建築業界向けに太物ねじに転用したもので、製造は太物製造を得意とする協栄製作所にて行っています。

