

株式会社アドバンテスト
中長期経営方針説明会 質疑応答要旨

2024年6月25日(火)

- Q1: GPUなどのAIデバイス向けがテスト需要をけん引し、御社の売上とシェア拡大への期待は高い。SoCテスト需要の拡大の動向と、シェア推移の見通しはいかがか。
- A1: AIの需要には複数の側面がある。AIデータセンタ向け需要は引き続き好調で、SoCテスト需要のみならず、ヘテロジニアス・インテグレーションという観点から、メモリ・テストも高い需要を見込んでいる。加えて、AIがエッジにシフトしつつあり、そのエッジ・シフトがコンシューマ・デバイスに波及すると、数量面での効果が期待できる。過去を振り返ると、当社にとってはインフラ関連よりも、コンシューマ関連が需要のドライバーとしてより強力であったため、エッジ・シフトはポジティブな動きである。
- シェアについては、暦年2023年に58%のシェアを獲得することができた。テスト市場が前年比で縮小した中においても、しっかりシェアを上昇させることができたのは、将来に向けて力強い準備ができたものと思っている。今後、上述したAIに関連する半導体の需要拡大が、テスト需要をけん引することを期待している。AI関連での当社のポジションは、クラウド、エッジの両方で強固なポジションを有しており、今後もさらに上昇させることができると見込んでいる。
- Q2: 売上総利益率の改善において「優れたテスト・ソリューションの販売促進」と言及があったが、この詳細を教えてください。
- A2: 当社の売上総利益率の変動要因として、最も影響力が大きいのは製品ミックスである。足元はAI向け需要拡大を背景に、現状では当社の製品群の中でもその収益性が比較的劣後しているメモリ・テストの売上構成比率が上昇していることが、利益率の低下につながっている。このような状況を受けて、メモリ・テストの収益性改善に注力している。
- HBMなどは、HBM3からHBM3E、HBM4へ向けて技術進化が早く、テストに求められる要求も、高速化、容量増加への対応に加えて熱制御やパワーマネジメント、デバイス・ハンドリングなど、複合的で新しい要求も増えている。こうした技術変化の局面は、当社にとって提供する製品・サービスの付加価値を上げるチャンスとなる。プラットフォーム戦略を通じ、優れたテスト・ソリューションを開発、提供することで、利益率の改善につなげる。
- また、このようなプラットフォーム戦略により、スケールメリットを高め、部材調達コストの低減や生産効率の改善にもつなげていく。
- これら複数の施策を通じ、メモリ・テストをはじめとして全社の利益率の向上を図っていく。

- Q3: 暦年 2024 年から再び ATE 市場は成長サイクルを迎えるという前提の中、需要ドライブで特筆すべきものは何か。2025 年、2026 年の 2 年間は、連続して需要拡大を見込んでいるのか、その場合、どちらが需要拡大の加速度を高く見込んでいるのか。
- A3: 暦年 2025 年と 2026 年の見通しについては、2024 年がアップサイクルに入り、これは少なくとも来年も続き、複数年続く可能性もある。足元は「AI の時代」とも呼ばれる新しい時代の黎明期にあり、半導体需要を大きくけん引する主体の転換点に差し掛かっていると見える。半導体業界はシクリカルな変動が避けられないことには変わりはないものの、テスト需要は変動しつつも中長期的には半導体の普及にともなう構造的な成長が見込めると認識している。
- テスト需要の成長のドライバーとしては、AI 関連向けの半導体需要が、データセンタ向けなどの継続的なインフラ需要の成長に加え、エッジ側へも需要が広がることで、長い需要サイクルにつながると見込んでいる。
- また、チップレットが半導体の複雑性を押し上げ、テスト需要をけん引すると見込んでいる。チップレットに代表されるヘテロロジニアス・インテグレーションは、今後モビリティ分野やコンシューマ分野にも広がると見込んでいる。AI を活用するアプリケーションでは、学習プロセスがエッジ・レベルでも進むことが、コンシューマ分野での先端パッケージの採用を促す。これらは、テスト・コンテンツとテスト工程の増加をもたらす。半導体業界全体として、チップレットとしてトータルでの歩留まりの確保が課題となっており、テスト・コンテンツやテスト工程の増加といったテスト需要の拡大につながる。
- Q4: 市場シェアについて伺いたい。目標としている 58%のシェアは暦年 2023 年と同じ水準だが、HPC 向けで大きなシェアを持っていることを考慮すると、シェアはもっと伸びてもいいという期待感がある。その前提で、ATE 全体の市場規模が 16%の増加と予想する中で、御社の区分するコンピューティング・通信向け需要の今後 3 年間の伸び率をどのようにみているのか。北米競合との現在の競合関係はどうなっているのか。
- A4: 成長市場と成長顧客の信頼獲得に多大な努力を注いできた結果が、今日のポジションにつながっている。これらの成長領域の需要は今後も拡大が続くと見込んでいる。全社レベルでのシェアは 58%だが、その中でも高成長領域のシェアはそれを大きく超えており、シェアは変動することがあっても、SoC テスタとメモリ・テスタでのポジションは良好である。
- コンピューティング・通信市場向け需要の今後の予想を現時点で定量的に示すことは控えるが、今後 3 年間、エッジを含めた AI 関係、関連するコンシューマおよびインフラ向けにアプリケーションが広がるとみており、それに関連するメモリ市場も伸びていく。これら領域では、本日のプレゼンテーションで説明した、半導体試験における複雑性の増加が、テスト需要をけん引すると見込んでおり、市場規模および当社の売上成長もけん引すると考えている。

- Q5: R&D 予算について、MTP2 対比で絶対額としては 1.2 倍の計画であるものの、対売上高比率では低下する想定となっている。強固な顧客基盤を活かすことで、R&D 効率が高いという説明は納得感があつたものの、それは既存顧客の需要の伸びを前提にした R&D 予算の考え方ではないか。今後、新たに御社の需要をけん引していく第2、第3の主要顧客向け需要を獲得するための R&D や、技術的な変換点への対応を踏まえると、この R&D 予算で十分なのか、説明してほしい。
- A5: 当社は、ソリューション開発において、複数の顧客の需要に応えることが可能なプラットフォーム戦略を採用している。主要な既存顧客から、半導体市場の新規参入プレイヤーまで、幅広い顧客が求めるテスト・ソリューションは、カスタマイズが求められる部分も一定量あるものの、類似している部分も多い。それらを包括的に対応できるプラットフォーム戦略が、R&D の効率の最適化に結びついている。緊密な関係を構築している複数の主要顧客の半導体設計者と、テスト・ソリューションのすり合わせを続けていることで、長期的な技術動向を常に把握し続けている。その結果、最適化したテスト・ソリューションとして顧客に還元している。プラットフォーム戦略は、こうした当社を中心として構築しているエコシステムに新規顧客を取り込む上でも有利に働き、さらなる R&D の効率化につながると考えている。

以上

※本資料に記載されている内容は、中長期経営方針説明会の質疑をもとに当社の判断で要約したものです。また本資料には、将来の事象についての、当社の現時点における期待、見積りおよび予測に基づく記述が含まれております。これらの将来の事象に係る記述は、当社における実際の財務状況や活動状況が、当該将来の事象に係る記述によって明示されているものまたは暗示されているものと重要な差異を生じるかもしれないという既知および未知のリスク、不確実性その他の要因が内包されており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。