

投資家説明資料

クラスターテクノロジー株式会社

東証JASDAQ(グロース) 証券コード:4240

2021年7月2日

目次

1. 会社概要
2. 事業方針（当社の強み）
3. 2021年3月期（第30期）業績報告
4. 中期経営計画（2022年3月期～2024年3月期）

1. 会社概要

- (1) 基礎情報
- (2) 沿革・事業内容

(1) 基礎情報

- 資本金：
 - 12億4000万円
- 従業員数：
 - 65名(2021年3月末 現在)
- 代表者：
 - 安達 良紀(代表取締役社長)
- 事業所：
 - 本社・関西工場(大阪)
 - 関東工場(茨城)
 - 東日本営業所(関東工場内)



本社・関西工場(大阪)



関東工場・東日本営業所

(2) 沿革・事業内容

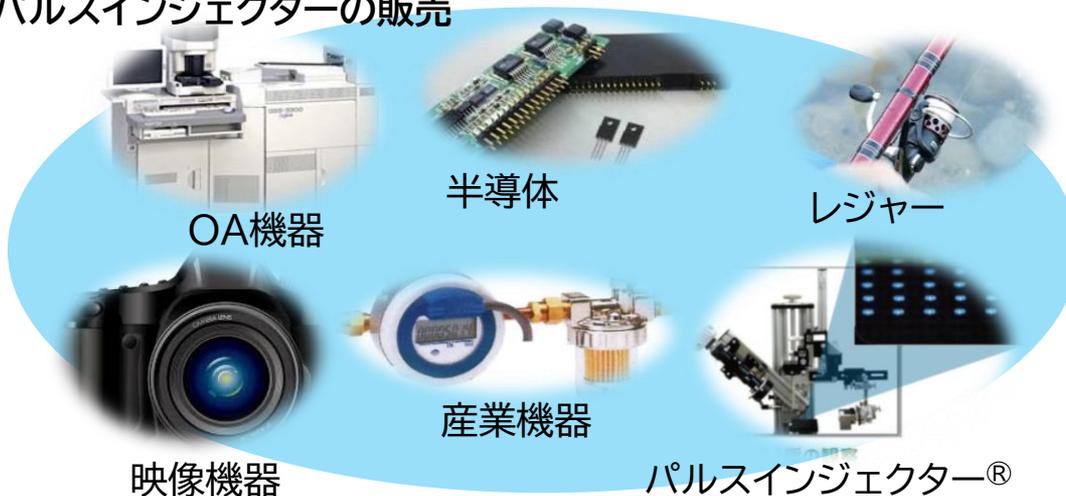
- 1991 安達新産業株式会社の製造子会社として設立
- 1996 安達新産業株式会社東大阪工場のマクロ及びマイクロの全事業を引き継ぐ
- 1997 大阪工場を新設し、複合材料から精密機器デバイス製造の一貫メーカーとして体制確立
- 2000 大阪工場に本社移転
ナノ・テクノロジー事業の研究開発を開始
- 2003 日経ベンチャー・オブ・イヤー2002 未上場企業部門で2位受賞
- 2006 大阪証券取引所「ヘラクレス市場」に株式上場
- 2010 大阪証券取引所の統合によりJASDAQ（グロース）市場へ移行
- 2021 会社設立30周年

○ 主な事業：

- 樹脂複合材料の開発・製造
- 機能性樹脂成形品の開発・製造
- 金型製作などの微細加工
- 成形品を含むデバイスの組立

ナノ／マイクロ・テクノロジー事業

- ・機能性精密成形品の販売
- ・パルスインジェクターの販売



その他の事業

- ・医薬品容器の検査



医薬品関連

マクロ・テクノロジー事業

- ・機能性樹脂複合材の販売
- ・樹脂成形碍子など成形品の販売



樹脂複合材料



樹脂成形碍子

配電盤
開閉器
避雷器



風力発電
地中配線



鉄道・車輈



2. 事業方針（当社の強み）



2. 事業方針 (当社の強み)

事業方針

高精度・高機能に特化した樹脂製品の提供

当社は高精度と高機能を軸として樹脂製品に機能を付加することにより、お客様の商品価値の向上に貢献します。

当社の強み

① 樹脂製品の概念を変える

樹脂製品は 『 精度がでない 』 『 物性が満足できない 』
今までの常識で樹脂化を断念していませんか。当社は新たな樹脂化の可能性を追求し、樹脂製品の概念を変えます。

② 樹脂製品のコーディネーター

当社はおお客様の樹脂製品の設計から生産に至るまでのプロセスをトータルの(材料、金型、成形、後加工に至るまで)にサポート提案します。お客様の商品価値向上と量産を視点にあらゆる角度から最適な樹脂製品を提案します。

③ 樹脂材料のカスタマイズ

熱硬化性・熱可塑性に関わらず、様々な種類の樹脂を取り扱う事が可能です。独自コンパウンド技術により、お客様商品にマッチしたオリジナル材料を提案・開発・製造することが可能です。

④ 樹脂製品の一貫生産

樹脂複合材料をコアとして、金型、成形、後加工に至るまで一貫した技術と生産体制を保有しており、提案力、スピード、完成度の優れた樹脂製品を提供できます。一貫体制ならではの安定した量産構築が可能であり、品質保証も一貫して行います。

3. 2021年3月期（第30期）業績報告

- (1) 会社の現況
- (2) 第30期 業績内容
- (3) 貸借対照表
- (4) 損益計算書

(1) 会社の現況<事業の環境>

- ◆ 世界経済は新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、大幅に悪化したが、その後、米中などは回復基調に。
- ◆ 特に新型コロナウイルスを早期に抑え込み、企業部門やインフラ投資が回復した中国での需要が高まる。
- ◆ わが国の製造業も、感染拡大前の水準まで回復し、デジタル機器の需要増加で電子部品の需要回復が顕著に。

(1) 会社の現況<事業の状況>

- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、**対処すべき課題**の「新規開拓に向けた営業力の強化」「顧客提案力の向上と開発効率の向上」「生産力の強化と人材育成」の「**生産力の強化**」を強力に推進。**原価低減**に積極的に取り組む。
- ◆ ナノ／マイクロ・テクノロジー関連事業の売上高は、映像機器分野は前年同期に比べ大幅に減少、産業機器分野、OA機器分野は中国での生産活動の回復と新規の量産案件の寄与で堅調に推移。レジャー分野は在庫調整等で大幅に減少。
- ◆ マクロ・テクノロジー関連事業は、前事業年度に高圧受配電盤などの電気設備のメンテナンス需要の反動等もあり、売上高が減少。
- ◆ 新規顧客開拓や新規商品開拓活動は厳しい状況。

(2) 第30期 業績内容 / 2021年3月期実績と前年比較

売上高は大幅に減少したが、利益は

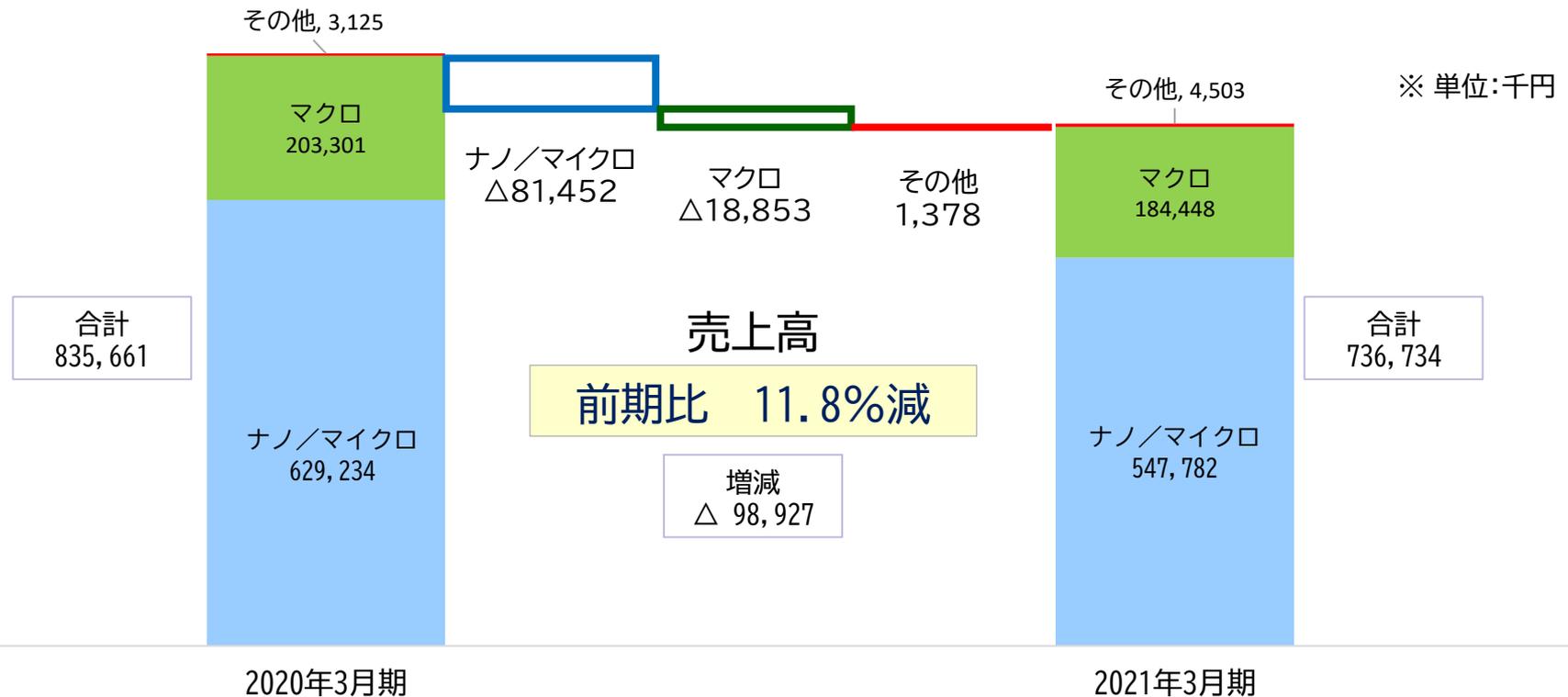
原価低減とコロナの影響による販売管理費の減少で**増益**

※ 単位:千円

	2020年3月期	2021年3月期	増減額	前期比(%)	公表値 2020年8月
売上高	835,661	736,734	△98,927	-11.8	711,000
営業利益	26,346	34,544	8,198	31.1	△22,000
経常利益	29,158	37,396	8,238	28.3	△21,000
当期純利益	20,324	31,682	11,358	55.9	△23,000

(2) 第30期 業績内容 / 売上高 増減2期比較

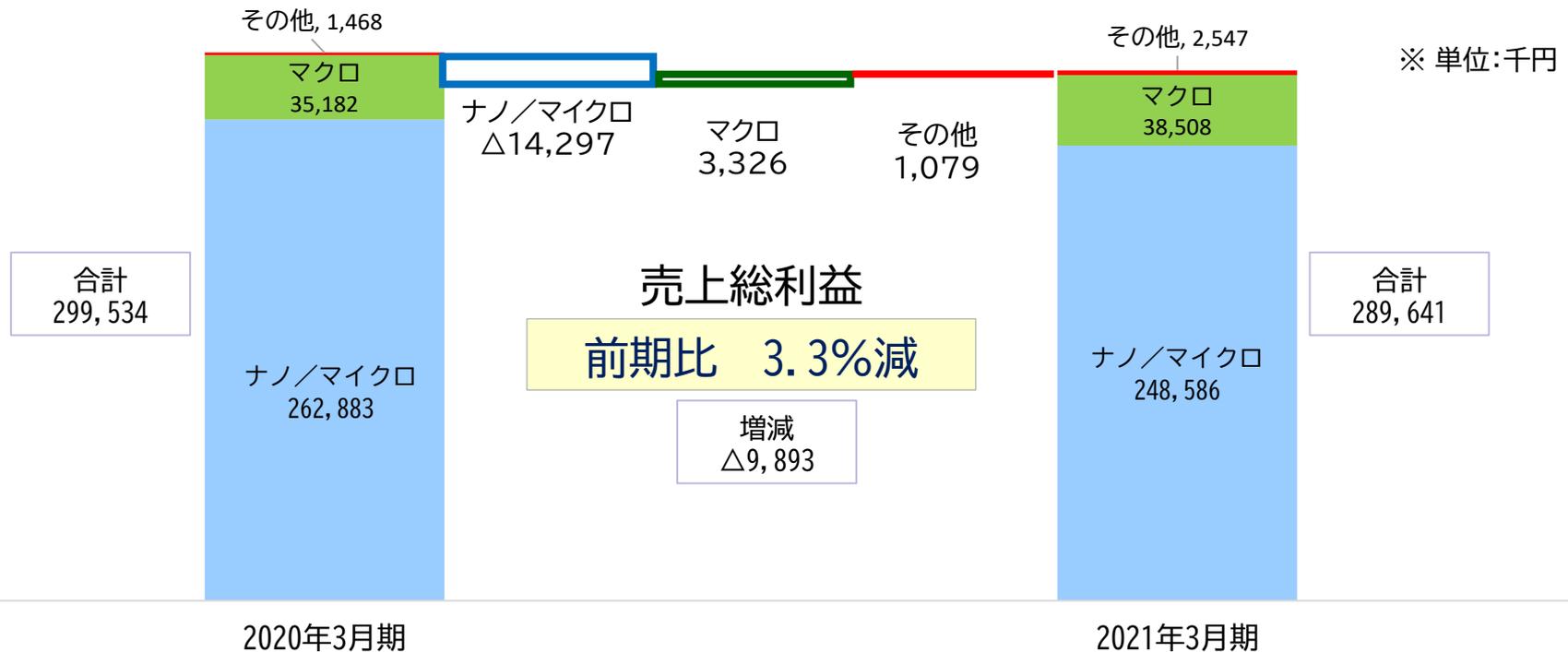
- ◆ ナノ/マイクロ 映像機器、レジャー、金型への投資は減少。産業機器、OA機器は堅調に推移
- ◆ マクロ 前事業年度の電気設備メンテナンス等の需要の反動により減少
- ◆ その他 特記すべき変動要素は無いが微増



(2) 第30期 業績内容 / セグメント利益(売上総利益) 増減2期比較

- ◆ ナノ/マイクロ 売上高の落ち込みにより減少
- ◆ マクロ 売上高は減少したが、価格変更や原価低減の影響で微増
- ◆ その他 特記すべき変動要素は無いが微増

売上高は11.8%減少→**原価低減の効果**により減少を3.3%に抑えた。



(3) 貸借対照表

※ 単位:千円

	2020年3月期	2021年3月期	前期差異
流動資産	1,036,573	1,090,199	53,626
固定資産	374,707	381,296	6,589
資産合計	1,411,281	1,471,496	60,215
流動負債	119,536	134,078	14,542
固定負債	3,972	17,981	14,009
負債合計	123,508	152,059	28,551
資本金	1,240,721	1,240,721	0
資本剰余金	5,927	5,927	0
利益剰余金	41,232	72,914	31,682
自己株式	△ 107	△ 126	△ 19
純資産合計	1,287,773	1,319,436	31,663

(4) 損益計算書

※ 単位:千円

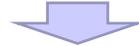
	2020年3月期	2021年3月期	前期差異
売上高	835,661	736,734	△ 98,927
売上原価	536,126	447,093	△ 89,033
売上総利益	299,534	289,641	△ 9,893
販管費	273,187	255,096	△ 18,091
営業利益	26,346	34,544	8,198
営業外収益	3,819	4,040	221
営業外費用	1,007	1,188	181
経常利益	29,158	37,396	8,238
当期純利益	20,324	31,682	11,358

4. 中期経営計画（第31期～第33期）2022年3月期～2024年3月期

- (1) 対処すべき課題
- (2) 重点取り組み事項
- (3) 数値目標
- (4) 今後の見通し

(1) 対処すべき課題<策定の背景>

- 売上高及び収益の伸び悩み
- 社会の変化や急激な売上高の落ち込み等への対応



2024年3月期 売上高10億円超

2022年3月期から2024年3月期 (第31期～第33期)
3年間における経営方針

スローガン **「当社の強みをお客様の付加価値に繋げる！」**

「重点取り組み事項」

- ① 新規開拓に向けた営業力の強化
- ② 顧客提案力の向上と未来への商品開発
- ③ 生産力の強化と人材育成

当社の強みを顧客の**付加価値向上**と**当社の利益向上**に繋げていく施策を継続

(1) 対処すべき課題<2022年3月期(第31期) 経営方針>

マイクロ事業の継続強化
他市場・他分野へ
新規顧客の種まきに注力
案件ストックを管理

新規開拓に向けた
営業力強化

キーワード

- ・ロボット
- ・センサ
- ・通信
- ・産業機器
- ・レジャー
- ・医療

付加価値創造

2025年3月期以降
に繋げる商品開発

顧客提案力の向上と
未来への商品開発

営業部員の増員
技術営業による
提案力の向上

キーワード
1Weekレスポンス

IMC原価低減活動の継続
自動検査装置の導入
自動化促進

生産力の強化と
人材育成

キーワード
・省力化
・自動化
・マルチ化

戦略的人材教育

(2) 重点取り組み事項

① 新規開拓に向けた営業力の強化

機能性精密成形品で培った強み・特徴を活かし、これまでの産業機器、レジャーに加えて、ロボット、センサ、通信、医療などの他市場・他分野へ新規顧客開拓のためのアプローチを強化する。

◆ 組織変更による営業力の強化

- 営業・マーケティング本部内に「**技術営業部**」を新設し、**開発本部の部員の大半が異動**し、新規開拓営業体制を強化。
- 技術部員が直接顧客と対話し、受注活動を行う体制に変革。



「顧客の課題へのソリューション提供」を進化

営業・マーケティング本部

営業部

東日本
営業所

技術
営業部

部署	役割
開発本部 商品企画部	新商品の開発・商品化
営業部	営業全般
技術営業部	新規顧客開拓、既存顧客の新規商品開拓
生産技術課	既存顧客かつ既存分野の深堀営業

(2) 重点取り組み事項

② 顧客提案力の向上と未来への商品開発

- ◆ 顧客へのスピーディな回答を徹底し、顧客の課題解決と顧客のメリットを明確に打ち出す。
- ◆ 開発本部内に「商品企画部」を新設し、「未来への商品開発」を推進し、成果を出す。

未来への商品開発

「未来への商品開発」を目的とする部署(商品企画部)を開発本部内に新設。
地球環境や環境政策なども視野に入れた商品の開発。



(2) 重点取り組み事項

③ 生産力の強化と人材育成

◆ 個別製品の原価低減

- 対策すべき製品を個別に選定し、効率的に利益率の改善に取り組む。
- 検査機の導入をはじめ、将来的に製造設備を無人化、ロボットの導入を視野に入れる。

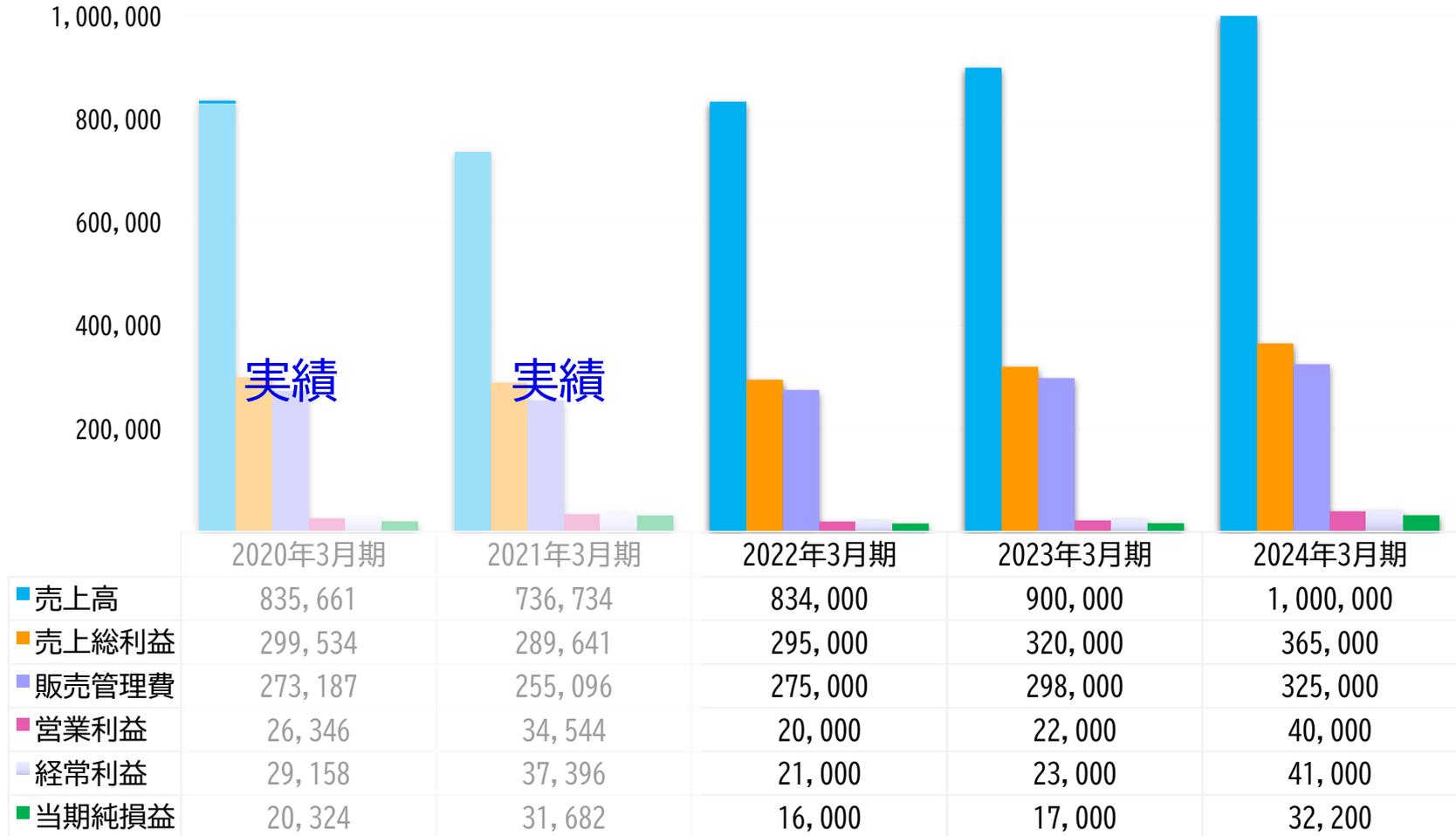
◆ 人材育成

- さらなる意識改革を行い、会社の業績と成長を社員全員の力として、成果の配分を徹底する。



(3) 数値目標<第31期～第33期>

※ 単位:千円



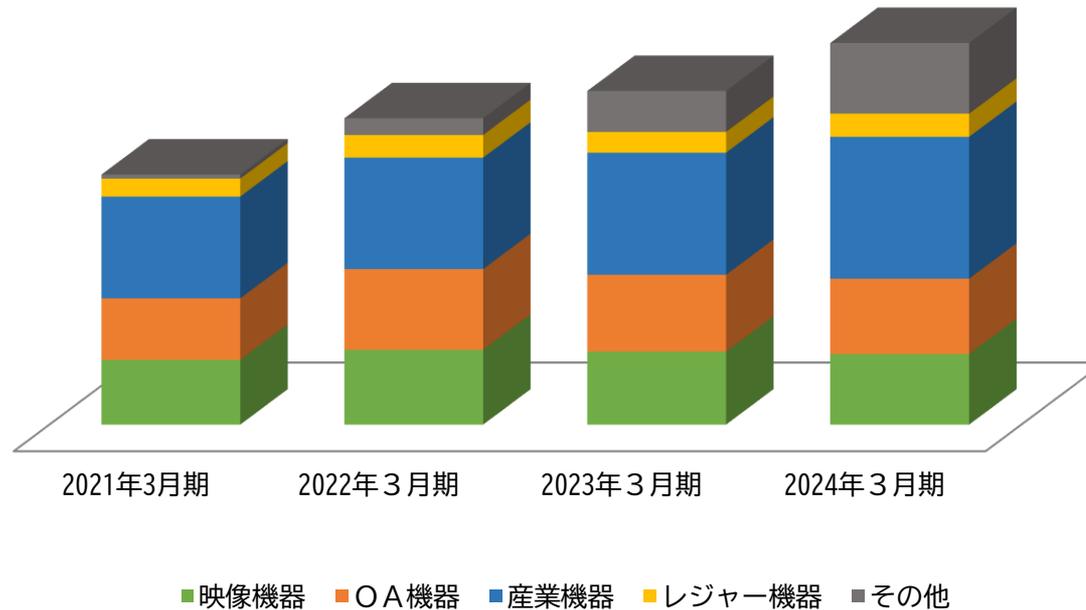
(3) 数値目標<各事業別の売上高推移>

※ 単位:千円

	2021年 3月期 (実績)	2022年 3月期 (予想)	2023年 3月期 (予想)	2024年 3月期 (予想)
ナノ/マイクロ ・テクノロジー事業	547,782	664,000	721,000	821,000
マクロ・テクノロジー事業	184,448	166,400	175,000	175,000
その他事業	4,503	3,600	4,000	4,000
合計	736,734	834,000	900,000	1,000,000

(4) 今後の見通し

機能性精密成形品等の市場別売上構成の推移の見込み



- ◆ 今後の重点分野＝ロボット、センサ、通信、産業機器、レジャー、医療を想定
- ◆ 今後の3年間は、映像機器分野の売上高の伸びは見込めないが、産業機器及びOA機器、「今後の重点分野」での新規開拓での売上高を見込む。

おことわり

本資料には当社又は当社役員の当社の営業成績及び財政状態に関する意図、意見又は現時点の予想と関連する将来予想が記載されております。

この将来予想は、過去の事実でも将来の業績を保証するものでもないため、リスクと不確定な要素を含んでおります。

実際の業績は様々な要因により異なる可能性があります。当社は、この将来予想を、これらの変化要因を反映するために修正することを保証するものではありません。