

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ワコム

6727 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年12月2日(金)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2023年3月期上期の業績概要	01
2. 2023年3月期の業績見通し	02
3. 成長戦略	02
■ 事業概要	03
■ 各事業及び主要製品の特徴	04
1. ブランド製品事業	04
2. テクノロジーソリューション事業	06
■ 決算概要	06
1. 2023年3月期上期の業績概要	06
2. 事業別の業績概要	08
3. 事業リカバリーの方向性と取り組み	09
4. 2023年3月期上期の総括	10
■ 主な活動実績	10
1. セルシスとの資本業務提携	10
2. デジタルペン技術が「Galaxy Z Fold4」向け「Sペン」に搭載	11
3. フラッグシップモデル「Wacom Cintiq Pro 27」の市場投入	11
■ 業績見通し	12
1. 2023年3月期の業績見通し	12
2. 弊社の見方	13
■ これまでの業績推移	14
■ 成長戦略	17
1. 5つの戦略軸の設定	18
2. 6つの主要技術開発軸と具体的な価値例	19
3. 対象市場の成長性	19
4. 成長のイメージと財務方針	20
5. 弊社の注目点	20
■ 社会への取り組み	21
■ 株主還元	22
■ 会社概要	23

■ 要約

**2023年3月期上期は増収ながら減益。
 消費マインドの冷え込みやコロナ特需の落ち着きなどにより、
 「ブランド製品事業」が想定を超える減速。
 販売予測の見直し等により通期予想を減額修正**

ワコム<6727>は、デジタルペンとインクの事業領域で、技術に基づいた顧客価値の創造を目指すグローバルリーダーである。映画制作や工業デザインのスタジオで働くデザイナー、アニメーターなどプロのクリエイターからの支持により高いブランド力とシェアを誇る。自社ブランドで「ディスプレイ（液晶ペンタブレット）製品」や「ペンタブレット製品」等を販売する「ブランド製品事業」と、スマートフォンやタブレットなど完成品メーカー向けに独自のデジタルペン技術をコンポーネントとして供給する「テクノロジーソリューション事業」の2つのセグメントで事業を展開している。

1. 2023年3月期上期の業績概要

2023年3月期上期の連結業績は、売上高が前年同期比7.7%増の54,138百万円、営業利益が同69.8%減の2,284百万円と増収ながら減益となった。「ブランド製品事業」（中低価格帯モデル）が経済環境悪化に伴う消費マインドの急激な冷え込みやコロナ特需（オンライン教育や巣ごもり需要など）の落ち着きなどにより減収となったものの、円安によるプラス効果や「テクノロジーソリューション事業」の伸びによりカバーし、売上高全体では増収を確保することができた。損益面では、円安効果や「テクノロジーソリューション事業」により収益の押し上げがあった一方、「ブランド製品事業」における粗利益率の低下（製品ミックスの悪化や、為替変動によるドル建て仕入価格の高騰に対してドル建て以外の売上収入の部分が為替変動のマイナス影響を受けたことなど）や販管費の増加により営業減益となった。活動面では、セルシス<3663>（旧 アートスパークホールディングス（株））。子会社である（株）セルシスと2022年9月1日付で合併し、商号をセルシスに変更した。以下、セルシス）との資本業務提携（「CLIP STUDIO PAINT」を通じた教育など特定用途に向けたクリエイティブ制作体験の共同開発など）や、サムスン電子<KRX:005930>「Galaxy Z Fold4」向け「Sペン」への搭載、フラッグシップモデル「Wacom Cintiq Pro 27」の発表などで成果を残すことができた。

要約

2. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結業績予想について同社は、上期実績や今後の見通し等を踏まえ、2022年10月14日に減額修正を公表した。売上高は前期比9.4%増の119,000百万円、営業利益は同53.9%減の6,000百万円と増収減益となる見通しである。売上高予想を減額修正したのは、主に「ブランド製品事業」によるものであり、市場環境の変化に鑑み、1)「ペンタブレット製品」及び「ディスプレイ製品」における中低価格帯モデルの販売予測を見直したこと、2)一部製品の市場投入時期を延期したことが理由である。その結果、「ブランド製品事業」は前期比で減収となる一方、「テクノロジーソリューション事業」については、円安によるプラス効果やOEM提供先メーカーとの強い関係を維持することで、通期でも大幅な増収を確保する見通しとなっている。損益面では、「テクノロジーソリューション事業」の伸びや円安による連結全体でのプラス効果はあるものの、「ブランド製品事業」において、売上減と製品ミックスの悪化といった主要因に加えてドル高傾向継続によるマイナス影響もあり、粗利益率が低下、連結でも大幅な営業減益となる見通しである。

3. 成長戦略

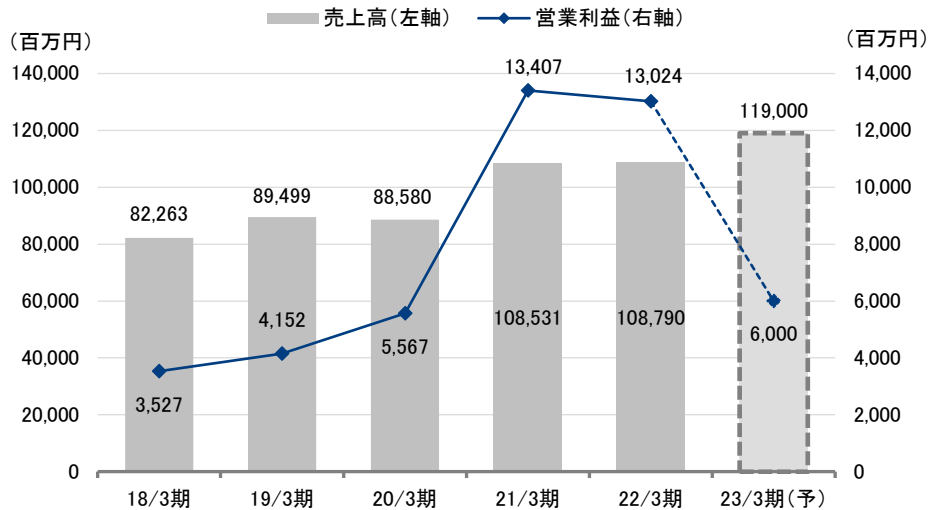
同社は、4ヶ年の中期経営方針「Wacom Chapter 3」（2022年3月期～2025年3月期）に沿った取り組みを推進している。経済環境悪化に伴う足元業績の落ち込みにより、成長イメージに時間的な遅れが生じたものの、戦略方向に変更はない。「ライフロング・インク」のビジョンを継承し、改めて「5つの戦略軸」を設定するとともに、その実行に当たって「6つの主要技術開発軸」を定め、具体的な価値提供と持続的な成長につなげる方針である。特に既存技術と親和性の高いAI、XR、Securityの3分野を選択し、新コア技術と新しいビジネスモデルで新しい価値提供を実現していくところが戦略の目玉となっている。既存ビジネスの伸びをベースラインとしたうえで、新コア技術・新ビジネスモデルの上乗せにより2ケタの成長を目指す。

Key Points

- ・ 2023年3月期上期は「ブランド製品事業」（中低価格帯モデル）の想定を超える減速により増収ながら減益
- ・ 経済環境悪化に伴う消費マインドの冷え込みやコロナ特需の落ち着きなどが大きく影響
- ・ 上期実績や今後の見通しを踏まえ、2023年3月期の業績予想を減額修正し、通期でも増収減益を見込む
- ・ 2022年3月期より中期経営方針「Wacom Chapter 3」を推進。新コア技術・新ビジネスモデルの立ち上げにより成長加速を目指す方向性に変化はない

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

デジタルペンとインクの事業領域で 技術に基づいた顧客価値の創造を目指すグローバルリーダー

同社は、デジタルペンとインクの事業領域で、技術に基づいた顧客価値の創造を目指すグローバルリーダーである。世界 150 以上の国と地域で製品を販売し、映画制作や工業デザインのスタジオで働くデザイナー、アニメーターなどプロのクリエイターからの支持により高いブランド力と市場シェアを誇る。また「テクノロジー・リーダーシップ・カンパニー」として、最新のデジタルペン技術をスマートフォンやタブレット、デジタル文具などをパートナー企業に幅広く提供しており、教育産業のパートナーとともに教育に特化した事業領域の構築にも取り組んでいる。

中低価格帯モデルでの競争激化をはじめ、デジタル技術 (VR/MR、AI 等) や通信環境 (モバイル、クラウド、5G 等) の進展に伴うユーザーニーズやワークフローの進化、オンライン教育やテレワークの普及拡大など市場環境が大きく変化するなかで、製品ラインナップの再構築や事業モデルのさらなる進化により、新たな成長機会の創出にも取り組んでいる。

事業セグメントは、自社ブランドで「ディスプレイ製品」や「ペンタブレット製品」等を販売する「ブランド製品事業」のほか、スマートフォンやタブレットなど完成品メーカー向けに独自のデジタルペン技術をコンポーネントとして供給する「テクノロジーソリューション事業」の 2 つに区分される。売上高・営業利益は、2 つの事業がほぼ均衡しておりバランスのとれた事業構成となっている。

事業概要

海外販売比率（「テクノロジーソリューション事業」を除く海外現地法人売上の比率）は約86%※を占めており、為替相場の変動が業績に及ぼす影響（特に、ユーロ円の変動は営業利益への影響が大きい）には注意が必要である。

※ 2023年3月期上期の連結業績より、米国が全体の29.7%、アジア・オセアニアが33.2%、欧州（ドイツ）が22.9%となっている。

また開発拠点については、デジタルインクやセキュリティ関連のソフトウェア開発（欧州中心）を除くとほぼ国内に集約する一方、生産については複数の海外パートナー（多くが中国本土に生産拠点を有する日系、台湾系資本の受託生産大手企業）に委託している。ただ、サプライチェーンの地域集中リスク緩和の観点から、周辺の東南アジア地域等へ生産拠点の分散を進めている※。

※ その成果として、2022年3月期においては一部製品に係る米国の対中追加関税措置回避による過年度分の影響を含め、約9億円相当の売上原価の改善効果を一時的に計上した。

■ 各事業及び主要製品の特徴

環境変化を捉えた製品ポートフォリオの組み替えや、 独自技術の事実上の標準化に取り組む

1. ブランド製品事業

ターゲット顧客や製品タイプ別に幅広いラインナップを有している。製品区分としては、(1) クリエイティブソリューション、(2) ビジネスソリューションの2つに分かれる。

(1) クリエイティブソリューション

創業来の中核であり、プロのクリエイター向けでは高いブランド力とシェアを誇る。製品タイプ別に「ディスプレイ製品」「ペンタブレット製品」「モバイル製品」の3種類があるが、これらの違いを理解することが、競争環境や今後の成長性を判断するうえで重要となる。

各事業及び主要製品の特徴

a) 「ディスプレイ製品」

タブレット（板）が液晶パネル※になったもので、デジタルペンで液晶画面に直接描画できるという点では後述する「モバイル製品」と同じである。一方、OS や記憶装置を持たない入力デバイスという点では後述する「ペンタブレット製品」と同じ性格の PC 周辺機器と言える。大型サイズのものは価格帯が 30 万円～ 50 万円前後で、ユーザーはプロやハイエンドアマチュアが中心となるが、この市場では圧倒的なシェアを誇っている。他方、市場の変化（デジタル手書（描）きユーザーの裾野拡大や「ペンタブレット製品」からの需要シフト等）に対応するため、2019 年 1 月に 16 インチサイズのエントリーモデルを実売 6 万円台（税抜き、以下同）で販売すると、7 月には 22 インチサイズ（実売 10 万円台）、2020 年 1 月には初心者向け 13 インチサイズ（実売 3 万円台）と相次いでリリースし、他社（中国メーカー等）からの価格攻勢が厳しいエントリーモデルの領域においても存在感を高めている。クラウドベースのワークフローへの対応ニーズが高まっているプロ・クリエイター向けの領域においても、2022 年 9 月に 27 インチサイズ（専用スタンドと合わせて実売 50 万円台）のフラッグシップモデルを発表した。

※「液タブ」と称されることもある。

b) 「ペンタブレット製品」

デジタルペンとタブレット（黒い板状のもの）で構成される最も基本的なデバイス※であり、主力製品として貢献してきた。マウスやキーボードと同じように PC に接続して使用する PC 周辺機器である。簡単な構成であることから、プロ向けから入門用まで幅広いラインナップとなっている。プロ向けのハイエンド市場では競争力が維持されているものの、差別化を図りづらい中低価格帯では他社との競争が激化している。また、より操作性に優れ、低価格化も進んでいる「ディスプレイ製品」への需要シフトに対して同社が戦略的に経営資源をシフトしていることから、コロナ禍前の数年は縮小傾向をたどってきた。

※「板タブ」と称されることもある。

c) 「モバイル製品」他

「モバイル製品」は、入力デバイスとしての「ディスプレイ製品」に OS や記憶装置を搭載したものであるが、ユーザーの使い勝手からすれば、一般的なペン入力対応のタブレット PC（多くの場合、同社のペン・センサーシステムを搭載）と同じであり、一見すると競合関係（同社にとっては、「テクノロジーソリューション事業」との事業間競合）にあるとも言える。もっとも、入力性能にこだわるユーザーにとって両者の違いは明らかである一方、そうでない一般ユーザーにおいては、あくまでも入力デバイスにとどまる同社の「モバイル製品」よりもタブレット PC を選ぶことが合理的であるため、求められる性能や機能からの棲み分けははっきりしている。また「モバイル製品」以外では、一般消費者向けにウィンドウズタブレット向けのスタイラスペン、デジタル文具など、デジタル端末でイラストレーションやメモ作成等に使用する製品群の販売を行っている。

(2) ビジネスソリューション

液晶ディスプレイに直接描写や文字入力ができるビジネス用途向け製品を販売している。特に、デジタルサイン分野（ホテルのチェックインやクレジットカード決済、銀行の口座開設、保険契約の締結等）、医療分野（医療文書管理や電子カルテ、インフォームドコンセント等）、公共分野（窓口申請手続き等の行政サービスや救急救命、電子投票の支援等）での利用が進んでいる。

2. テクノロジーソリューション事業

デジタルペン技術※に基づき、AES テクノロジーソリューションと EMR テクノロジーソリューション他の2つに分類され、ペン・センサーシステムをスマートフォンやタブレット・ノート PC メーカーに供給している。特に市場が拡大しているスマートフォン向けが、サムスン電子（Galaxy シリーズ）向けを中心に伸びている。フォルダブルデバイス（折り畳み型のスマートフォンや PC 等）や電子ペーパー技術を応用した新しいデバイスにも対応するなど、タブレット・ノート PC メーカー各社からの同社技術への評価も高く、主要メーカーとの取引やプロジェクト数も順調に伸びているようだ。同社は独自のデジタルペン技術の事実上の標準化（デファクトスタンダード）を推進することにより、ユーザーの裾野を広げながら規模拡大を優位に進める戦略である。

※ アクティブ ES（独自の静電結合。ただしバッテリー必要）方式の技術や、電磁誘導（EMR）方式の高速・高精度位置センサー（バッテリー不要）。

■ 決算概要

2023年3月期上期は増収ながら減益。
消費マインドの冷え込みやコロナ特需の落ち着きなどにより、「ブランド製品事業」が想定を超える減速

1. 2023年3月期上期の業績概要

2023年3月期上期の連結業績は、売上高が前年同期比7.7%増の54,138百万円、営業利益が同69.8%減の2,284百万円、経常利益が同45.1%減の4,203百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同44.0%減の3,231百万円と増収ながら減益となった。

「ブランド製品事業」（中低価格帯モデル）が経済環境悪化に伴う消費マインドの急激な冷え込みやコロナ特需（オンライン教育や巣ごもり需要など）の落ち着きなどにより減収となったものの、円安によるプラス効果※や「テクノロジーソリューション事業」の伸びによりカバーし、売上高全体では増収を確保することができた。

※ 売上高全体を約80億円押し上げる要因となった。

決算概要

損益面では、円安効果^{※1}や「テクノロジーソリューション事業」が収益を押し上げた一方、「ブランド製品事業」における粗利益率の低下や販管費（研究開発費を含む）の増加^{※2}により営業減益となった。なお、「ブランド製品事業」における粗利益率の低下は、製品ミックスの悪化や為替変動によるドル建て仕入価格の高騰に対してドル建て以外の売上収入の部分が為替変動のマイナス影響を受けたことなどが主因である。

^{※1} 営業利益全体を約5億円押し上げる要因となった。ただ、セグメント別に見ると、「ブランド製品事業」には約8億円のマイナス要因、「テクノロジーソリューション事業」には約15億円のプラス要因となっており、それぞれ違う出方となっていることには注意が必要である。また、営業外収益として、円安による為替差益（19億円）を計上した。

^{※2} 約9億円の研究開発費の増加を含む約25億円の販管費の増加（うち、約11億円が円安による増加要因）となった。

財政状態については、棚卸資産の増加などにより総資産が前期末比10.7%増の81,165百万円に拡大した一方、自己資本は内部留保及び為替換算調整勘定の増加分と、自己株式の消却等に伴う減少分がほぼ均衡し、同0.7%増の43,786百万円と同水準で推移したことから、自己資本比率は53.9%（前期末は59.3%）に若干低下した。

2023年3月期上期業績の概要

（単位：百万円）

	22/3 期上期		23/3 期上期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	50,259		54,138		3,879	7.7%
ブランド製品事業	25,879	51.5%	20,425	37.7%	-5,454	-21.1%
テクノロジーソリューション事業	24,380	48.5%	33,713	62.3%	9,333	38.3%
売上原価	30,565	60.8%	37,251	68.8%	6,686	21.9%
販管費	12,134	24.1%	14,604	27.0%	2,470	20.4%
営業利益	7,560	15.0%	2,284	4.2%	-5,276	-69.8%
ブランド製品事業	5,494	21.2%	-1,852	-9.1%	-7,346	-
テクノロジーソリューション事業	4,217	17.3%	6,552	19.4%	2,335	55.4%
調整額	-2,151	-	-2,417	-	-265	-
経常利益	7,661	15.2%	4,203	7.8%	-3,458	-45.1%
親会社株主に帰属する四半期純利益	5,766	11.5%	3,231	6.0%	-2,535	-44.0%

	22/3 期末	23/3 期 上期末	前年同期比	
			増減額	増減率
総資産	73,332	81,165	7,833	10.7%
自己資本	43,503	43,786	283	0.7%
自己資本比率	59.3%	53.9%	-5.4pt	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

決算概要

販管費の内訳

(単位：百万円)

	22/3 期上期	23/3 期上期	前年同期比	
			増減額	増減率
人件費	4,832	5,620	788	16.3%
研究開発費	2,279	3,156	877	38.5%
広告宣伝・販促費	983	1,241	259	26.3%
運賃・荷造費	668	796	128	19.1%
外注費	655	762	107	16.4%
減価償却費	236	206	-30	-12.6%
その他	2,482	2,822	341	13.7%
合計	12,134	14,604	2,470	20.4%
売上高販管費率	24.1%	27.0%		2.9pt

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 事業別の業績概要

(1) ブランド製品事業

売上高は前年同期比 21.1% 減の 20,425 百万円、セグメント損失は 1,852 百万円（前年同期は 5,494 百万円の利益）と減収減益となりセグメント損失を計上した。売上高は、主力の「クリエイティブソリューション」（特に中低価格帯モデル）が、経済環境悪化に伴う消費マインドの急激な冷え込み、コロナ特需（オンライン教育や巣ごもり需要など）の落ち着きに加え、中国の一部地域でのロックダウンの影響等を受けて減収となった。また、「ビジネスソリューション」についても流動的な市況の変化等の影響によりわずかな増収にとどまった。損益面で大幅な減益（セグメント損失の計上）となったのは、高収益の「ペンタタブレット製品」の落ち込み（製品ミックスの悪化）や為替変動によるドル建て仕入価格の高騰に対してドル建て以外の売上収入の部分が為替変動のマイナス影響を受けたほか、積極的な研究開発投資も利益を圧迫する要因となった。

ブランド製品事業の業績の内訳

(単位：百万円)

	22/3 期上期	23/3 期上期	前年同期比	
			増減額	増減率
クリエイティブソリューション	23,731	18,181	-5,550	-23.4%
ディスプレイ製品	11,262	10,029	-1,233	-11.0%
ペンタタブレット製品	11,430	7,420	-4,010	-35.1%
モバイル製品他	1,039	732	-307	-29.6%
ビジネスソリューション	2,148	2,244	96	4.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

a) クリエイティブソリューションの売上高

前年同期比 23.4% 減の 18,181 百万円と減少した。製品別に見ると、「ディスプレイ製品」は、プロ向け製品が伸びた一方、消費マインドの冷え込みやコロナ需要の落ち着き等により中低価格帯のエントリーモデルが減収となった。一方、「ペンタタブレット製品」については、経年等の影響によりプロ向け製品が減収になるとともに、「ディスプレイ製品」と同様、中低価格帯モデルが大きく落ち込んだ。「モバイル製品他」についてもモバイル製品及びスタイラスペン製品ともに減収となった。

決算概要

b) ビジネスソリューションの売上高

前年同期比 4.5% 増の 2,244 百万円と伸長した。流動的な市況の変化や案件進捗の影響を受けるなか、わずかな増収にとどまった。

(2) テクノロジーソリューション事業

売上高は前年同期比 38.3% 増の 33,713 百万円、セグメント利益は同 55.4% 増の 6,552 百万円と大幅な増収増益となった。売上高は、コロナ禍の影響により生産サプライチェーンの制約等があったなか、「AES テクノロジーソリューション」「EMR テクノロジーソリューション」がともに大きく伸びた。損益面でも、次世代技術開発等に向けた研究開発投資を加速する一方、増収による収益の押し上げや円安によるプラス効果により大幅な増益を実現した。

テクノロジーソリューション事業の業績の内訳

(単位：百万円)

	22/3 期上期	23/3 期上期	前年同期比	
			増減額	増減率
AES テクノロジー	9,888	12,748	2,860	28.9%
EMR テクノロジー他	14,492	20,965	6,473	44.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

a) AES テクノロジーソリューションの売上高

OEM 提供先メーカー各社から引き続き高い評価を獲得しており、前年同期比 28.9% 増の 12,748 百万円と大きく伸長した。

b) EMR テクノロジーソリューション他の売上高

OEM 提供先メーカーのポートフォリオ変化が奏功し、前年同期比 44.7% 増の 20,965 百万円と大きく伸長した。

3. 事業リカバリーの方向性と取り組み

同社では、「ブランド製品事業」(中低価格帯モデル)の落ち込みについて、経済環境悪化に伴う購買優先度の低減及びコロナ特需の落ち着きといった外部要因に加え、販路マネジメントや商品ポートフォリオなど内部要因にも改善すべき余地があるとの認識に立ち、1) B2B 及び自社オンラインストアの強化、2) はく落した市場需要の再開拓(一般教育やクリエイティブ教育、DX 等)、3) 商品ポートフォリオの刷新継続、4) 新価値提供 / 新ビジネスモデルの開始に取り組む方針としている(上記 3 と 4 は従来からの継続案件)。ただ、後述する中期経営方針「Wacom Chapter 3」の戦略方向に変更はない。

また、足元業績の下振れに伴い、「Wacom Chapter 3」の成長のイメージについてはアップデートする予定としている。すなわち、経済環境悪化の影響等により今後の成長イメージに時間的な遅れが生じたため、2024 年 3 月期からのターンアラウンドを目指すとともに、「Wacom Chapter 4」に突入する 2026 年 3 月期以降で 2 ケタの営業利益率を達成し、維持していく事業構造を実現するシナリオのようだ(当初イメージより約 2 年の遅れ)。なお、修正プランについては、1 次報告、2 次報告(2023 年 3 月期決算発表時)の 2 回に分けて開示する予定である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

4. 2023年3月期上期の総括

以上から、2023年3月期上期を総括すると、「ブランド製品事業」（中低価格帯モデル）の想定を超える減速をどう評価するかに尽きるだろう。コロナ特需のはく落はある程度予想できたものの、消費マインドの冷え込みによる影響が、流通在庫調整の動きを含めて、想定以上に急激かつ大きかった。特に中低価格帯モデルにおける市場特性として、インフレ進行の初期段階では所得水準が相対的に低い層になるほど消費マインドが左右されやすく、購買優先度も比較的低くなりがちなることを勘案すれば、景気循環的な影響はある程度やむを得ないとの見方もできる。もっとも弊社では、取引先（OEM 提供先メーカー）からの評価の高さや搭載実績、各パートナーとの協業の動きなどから判断して、デジタルペンや本社技術に対するポテンシャルの大きさ自体の評価を変える必要はないと見ている。したがって、いかに自社ブランドにて景気循環的な影響を受けない市場を掘り起こしていくのが今後の課題と言えるだろう。同社が事業リカバリーの方向性として、とりわけ市場の大きな一般教育分野やクリエイティブ教育分野の取り込み、あるいはユーザーの裾野拡大に向けて、チャンネル強化を含め、しっかりとユースケースの開拓や体験型アプローチをかけていくことをテーマに掲げたところは、まさに基盤となる市場の創出や育成を目指すものであり、改めて今後やるべきことを再確認できたという点においては前向きに評価したい。

■ 主な活動実績

フラッグシップモデル「Wacom Cintiq Pro 27」の市場投入や、「Galaxy Z Fold4」向け「S ペン」への搭載などで成果を残す

1. セルシスとの資本業務提携

2022年4月に、イラスト、マンガ、アニメーション制作アプリ「CLIP STUDIO PAINT」等を展開するセルシスと資本業務提携※を締結した。セルシスとは20年以上にわたって協業し、クリエイティブ・コミュニティとともに支えてきたが、本提携によって両社の協業をさらに深めるところにねらいがある。具体的には以下のような取り組みを進める方針であり、まさに中期経営方針「Wacom Chapter 3」（詳細は後述）に掲げる新コア技術 / 新ビジネスモデルの目玉となる活動の1つと捉えることができる。

※ 第三者割当により約16億円規模の株式を取得（約5%）した。今後10%を超えない範囲で追加取得する予定。

主な活動実績

- 1) 教育など特定用途に向けた、同社製品と「CLIP STUDIO PAINT」を通じたクリエイティブ制作体験の共同開発
- 2) KISEKI ART サービス※と「CLIP STUDIO PAINT」の連携による新しい価値提供のための共同開発
- 3) デジタル著作権管理、創作にまつわる権利保護に向けた技術の「CLIP STUDIO PAINT」への実装とサービス運営の検討
- 4) 新しいクリエイティブ制作ワークフロー開発に向けた同社製品、新機能の「CLIP STUDIO PAINT」との連携、開発
- 5) パートナー企業に対する、同社製品と「CLIP STUDIO PAINT」を連携させた共同開発・提案

※「クリエイターやアニメーターの方々の創造の軌跡のデータが、作品そのものに比肩し得る価値を持ち、アーティスト自身に帰属する資産である」という考えの下、ペンや筆の動きといった創作の過程をデジタル技術で捉える（創作の軌跡を可視化する）サービス。これにより、アーティスト自身が「気づき」を得てスキルアップを図ったり、作品を楽しむための新しい価値提案をするなど、様々な活用を支援することが可能となる。

2. デジタルペン技術が「Galaxy Z Fold4」向け「S ペン」に搭載

サムスン電子が2022年8月10日に発表したスマートフォン「Galaxy Z Fold4」向けの「S ペン」に、同社のデジタルペン技術が引き続き採用された。「Galaxy Z Fold4」は、OSに大型画面及び折りたたみ式画面での使用に最適化されたGoogleのAndroid 12Lを初めて搭載し、折りたたみ式メインディスプレイ画面の角度設定を75度～115度の間で柔軟に変えながら高度なマルチタスク作業を自在にこなすところに特徴があり、その際、同社のEMR技術を搭載した「S ペン」が本領を発揮することになる。すなわち、細部にわたる緻密な操作が容易かつ自在にできるため、モバイル環境で絵を描いたり、ビデオコールをしながらメモ書きしたり、メールを読みながらTo-Doリストをチェックすることなども手軽に行うことができる。同社とサムスン電子との長年にわたるコラボレーションによる成果と言え、今後、さらにその領域を広げ、深くしていく考えだ。また、サムスン電子以外では、レノボ<HKG:0992>の第2世代Foldable PCにも同社のAESペンが実装されており、折りたたみデバイス向けは今後もさらに増える傾向にあるようだ。

3. フラッグシップモデル「Wacom Cintiq Pro 27」の市場投入

製品ポートフォリオ強化の一環として、いよいよ2022年9月にはプロ向けディスプレイ製品「Wacom Cintiq Pro 27」を発表した。クリエイティブソフトウェアとシームレスに連携し、快適に操作できるところに特徴があり、ペン精度やマルチタッチ、リフレッシュレート、鮮やかで正確な色再現性に加え、より使いやすい製品デザインやカスタマイズ性など、液晶ペンタブレットのユーザーに重要視されるポイントが大幅に向上し、没入感のある制作環境を実現している。ユーザーからは「描いていてストレスになる箇所が全くない」「描きやすい!」「ワコムは進化を続けているなあという印象」「ユーザーの声を聞いてくれた」といったフィードバックが寄せられているようだ。同社では、引き続き新商品群を導入予定であり、商品ポートフォリオ強化を継続する方針である。

■ 業績見通し

2023年3月期の業績予想を減額修正。 通期でも増収減益となる見通し

1. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結業績予想について同社は、上期実績や今後の見通し等を踏まえ、2022年10月14日に減額修正を公表した*。売上高は前期比9.4%増の119,000百万円、営業利益は同53.9%減の6,000百万円、経常利益は同45.0%減の7,900百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同46.1%減の5,900百万円と通期でも増収減益となる見通しである。

※期初予想から、7月29日と10月14日の2回の業績修正を行った。その結果、売上高は期初予想比9,000百万円減、営業利益は同7,700百万円減、経常利益は同5,800百万円減、親会社株主に帰属する当期純利益は同4,300百万円減となった。

売上高予想を減額修正したのは、主に「ブランド製品事業」によるものであり、市場環境の変化に鑑み、1)「ペントタブレット製品」及び「ディスプレイ製品」における中低価格帯モデルの販売予測を見直したこと、2)一部製品の市場投入時期を延期したことが理由である。その結果、「ブランド製品事業」は前期比で減収となる一方、「テクノロジーソリューション事業」は、円安によるプラス効果*やOEM提供先メーカーとの強い関係を維持することで、通期でも大幅な増収を確保する見通しとなっている。

※想定為替レート(2022年10月以降)は、1米ドル=140円(前期の通期平均は112.86円)、1ユーロ=138円(同131.01円)を前提としており、年間売上高(全体)を前期比で約160億円、年間営業利益(全体)を約10億円押し上げる要因と見ているようだ(弊社推定)。

損益面では、「テクノロジーソリューション事業」の伸びや円安によるプラス効果はあるものの、「ブランド製品事業」における販売予測の見直し等による売上減に加え、上期同様に製品ミックスの悪化やドル高傾向継続によるマイナス影響に伴う粗利益率の低下により、大幅な減益となる見通しである。なお、将来を見据えた研究開発投資については年間7,000百万円(前期比27.8%増)を予定しており、積極的な方針に変化はない。事業別の業績見通しと活動方針については以下のとおりである。

業績見通し

2023年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	22/3 期		23/3 期			前期比		
	実績	売上比	期初予想	売上比	修正予想 (10/14)	売上比	増減額	増減率
売上高	108,790		128,000		119,000		10,210	9.4%
ブランド製品事業	52,641	48.4%	63,000	49.2%	52,000	43.7%	-641	-1.2%
テクノロジーソリューション事業	56,149	51.6%	65,000	50.8%	67,000	56.3%	10,851	19.3%
営業利益	13,024	12.0%	13,700	10.7%	6,000	5.0%	-7,024	-53.9%
ブランド製品事業	8,712	16.6%	9,000	14.3%	700	1.3%	-8,012	-92.0%
テクノロジーソリューション事業	8,888	15.8%	9,900	15.2%	10,500	15.7%	1,612	18.1%
調整額	-4,577	-	-5,200	-	-5,200	-	-	-
経常利益	14,351	13.2%	13,700	10.7%	7,900	6.6%	-6,451	-45.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	10,955	10.1%	10,200	8.0%	5,900	5.0%	-5,055	-46.1%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

(1) ブランド製品事業

売上高を前期比 1.2% 減の 52,000 百万円、セグメント利益を同 92.0% 減の 700 百万円と見込んでいる。売上高は、市場環境の変化に鑑み、中低価格帯モデルの販売予測を見直したことや、一部製品の市場投入時期の延期により微減収となる見通しである。一方、損益面では、上期同様に製品ミックスの悪化やドル高傾向継続によるマイナス影響による粗利益率の低下に加えて、積極的な研究開発投資を継続する方針の下、通期では黒字を確保するものの大幅な減益を見込んでいる。

(2) テクノロジーソリューション事業

売上高を前期比 19.3% 増の 67,000 百万円、セグメント利益を同 18.1% 増の 10,500 百万円と見込んでいる。タブレット・ノート PC 市場の需要減退による影響を見込むものの、上期に引き続き円安によるプラス効果や OEM 提供先メーカーとの強い関係の維持・発展により、増収となる見通しである。損益面では、将来に向けた積極的な研究開発投資を加速しつつも、増収による収益の押し上げにより増益を確保する想定となっている。

2. 弊社の見方

修正後の業績予想を達成するためには、下期売上高 64,862 百万円（前年同期比 10.8% 増）、営業利益 3,716 百万円（同 32.0% 減）が必要となる。弊社では、世界的に不安定な経済情勢や為替相場の動向、サプライチェーンの混乱など、先行き不透明な事業環境については決して楽観視できないものの、同社の業績予想はそういった不確実性についても合理的な範囲で反映した水準となっており、十分に達成可能であると見ている。なお、「ブランド製品事業」における粗利益率の低下要因の 1 つとなっている為替変動影響を含む仕入コストの上昇については、価格転嫁でカバーする方針のようだ。また、新製品についても、部材高騰の要素を含めて、新しく実装する価値に見合った価格付けを進める考えであり、こういった価格戦略が損益の改善にどのように寄与してくるのかもポイントになると言えるだろう。注目すべきは、中期経営方針「Wacom Chapter 3」の成長イメージへのキャッチアップに向けて、どのようにリカバリーしていくのかにある。まずは、前述した「事業リカバリーの方向性と取り組み」を確実に執行する方針としており、その具体的な進捗と成果をフォローしていきたい。

■ これまでの業績推移

スマートフォン向けなど OEM 提供先からの需要増により、「テクノロジーソリューション事業」がここ数年の業績の伸びをけん引

コロナ禍以前の2020年3月期までの売上高推移を見ると、2017年3月期にいったん大きく落ち込んだのは、円高に加え、過度な社内ITインフラ投資、製品サイクルの移行等の影響が重なったことが理由である。その後は、「テクノロジーソリューション事業」の伸びとともに回復したものの、「ブランド製品事業」については縮小傾向をたどり、「ブランド製品事業」のマイナスを「テクノロジーソリューション事業」のプラスでカバーする構造が続いてきた。もっとも、2021年3月期はコロナ禍をきっかけとしてオンライン教育向けなどを中心に「ブランド製品事業」が急拡大すると、巣ごもり需要が一巡した2022年3月期もプロ向けディスプレイ製品や「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより、2期連続で過去最高売上高を更新した。

なお、「ブランド製品事業」が2020年3月期まで縮小傾向にあったのは、主力となってきた「ペンタブレット製品」における中低価格帯での競争激化に対して、「ディスプレイ製品」への戦略的な需要シフトで十分に埋め合わせできなかったことが理由である。ただ、「ディスプレイ製品」は、利益率の高いエントリーモデルも新たな市場を開拓しつつあり、さらにプロ向けも新たな需要を取り込みながら伸びてきたことから、売上高の中身（構成比）が変化しつつあることには注意が必要である。

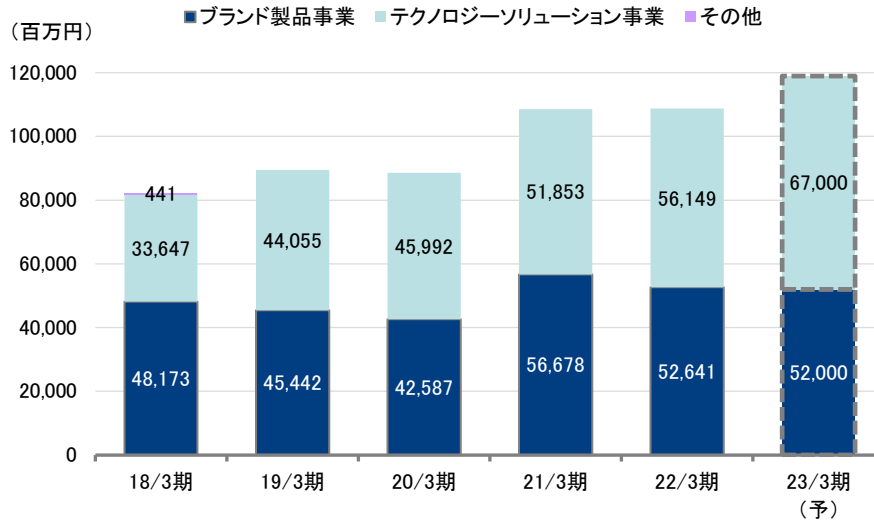
一方、「テクノロジーソリューション事業」におけるここ数年の伸びは、タブレット・ノートPC向けペン・センサーシステムの市場拡大に加え、スマートフォン向け（特に、サムスン電子のGalaxyシリーズ向け）も機能強化等の効果により、好調に推移していることが理由である。

損益面では、営業赤字となった2017年3月期を除くと、積極的な研究開発や新製品開発をこなしながら営業利益率は4%台から6%台で徐々に改善してきた。2021年3月期以降は、増収に伴う収益の押し上げや製品ミックスの改善、販管費の最適化等により2期連続で高い利益率を確保している。

財務面では、減損損失の計上により大幅な最終損失となった2017年3月期の自己資本比率はいったん低下したが、その後は内部留保の積み増しにより改善傾向にあり、当面の財務健全化の目安である60%に近づいてきた。また資本効率を示すROEやROICも高水準で推移しており、同社の財務内容は非常に優れていると評価できる。

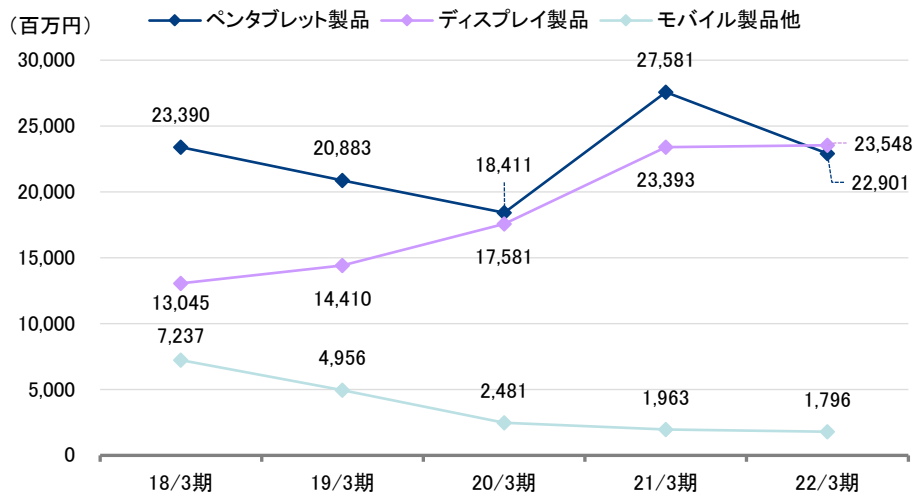
これまでの業績推移

事業別売上高の推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

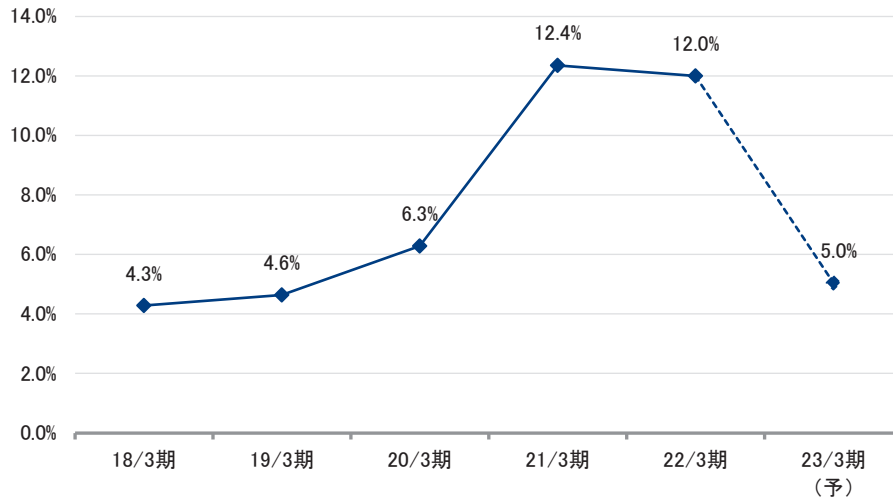
主要製品の売上高推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

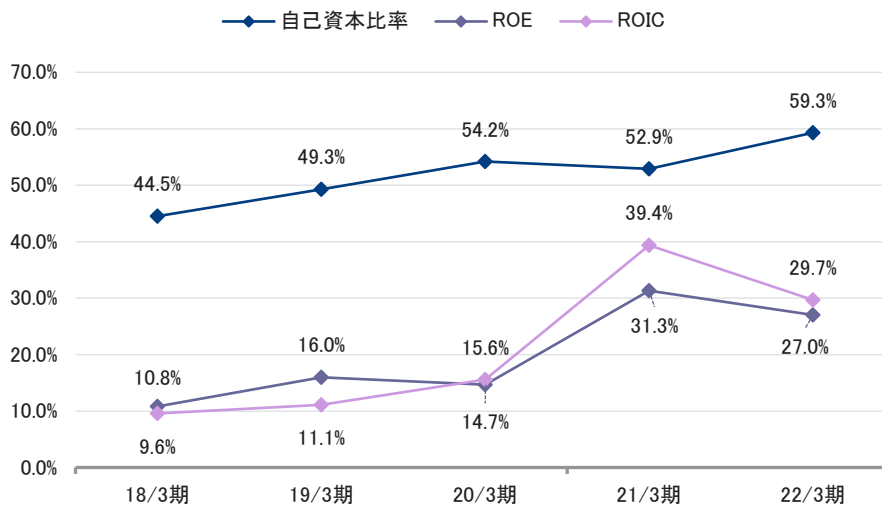
これまでの業績推移

営業利益率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率及びROE、ROICの推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 成長戦略

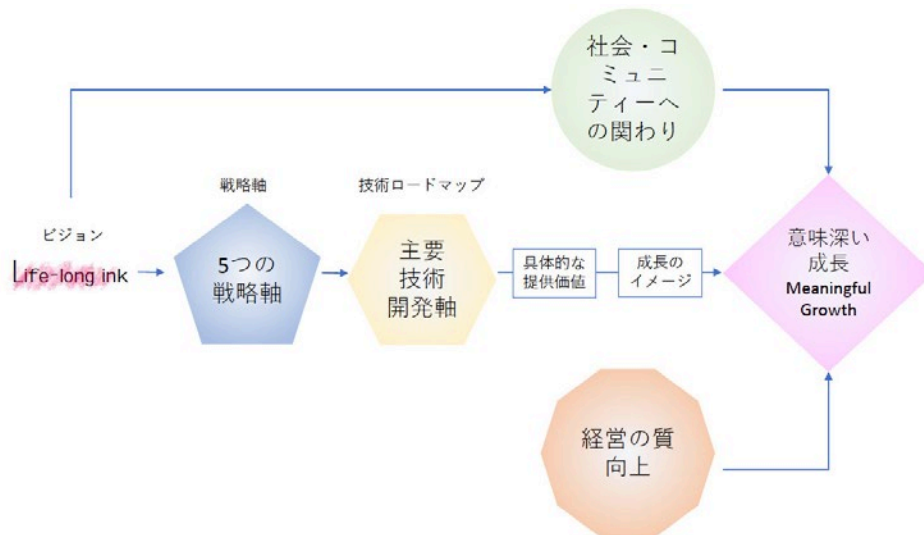
4ヶ年の中期経営方針「Wacom Chapter 3」を推進。 次のステージでの成長加速に向けて、 新コア技術及び新ビジネスモデルの立ち上げに注力

同社は、4ヶ年の中期経営方針「Wacom Chapter 3」（2022年3月期～2025年3月期）に沿った取り組みを推進しており、2023年3月期は2年目となる。

「Wacom Chapter 3」では、「ライフロング・インク」のビジョン※を継承するとともに、これまでの取り組みをさらに発展・進化させるべく、改めて「5つの戦略軸」を設定した。その実行に当たっては「6つの主要技術開発軸」を定め、コーポレート技術ロードマップとして運営し、具体的な価値提供と持続的な成長につなげる方針である。また、コーポレート・ガバナンス改革等を通じた経営の質の向上、同社独自のアプローチによる社会・コミュニティへの関わりにも取り組む方針である。

※「お客様と社会に対して、ワコムの技術に基づく『人間にとって意味のある体験』を長い長い時間軸で、ご提供し続けていきます」というもの。

「Wacom Chapter 3」のストーリーライン



出所：決算説明資料より掲載

1.5 つの戦略軸の設定

(1) テクノロジー・リーダーシップ

引き続き、同社の提供価値の源泉である技術革新に注力し、圧倒的な技術優位を維持・展開していく戦略である。クリエイティブ（デジタルコンテンツ制作）や教育分野をはじめ、各種ワークフロー DX（行政窓口手続き、書類申請、業務フローでの PDF 書き込み、電子投票等）への寄与、様々な最新機種やデジタル文具等への搭載、スマートホームソリューションへの組み込みなどに取り組んできたが、今後もハードウェア、ソフトウェア、サービスにまたがる技術開発により、最高の「ペンと紙とインク体験」を提供していく考えだ。

(2) コミュニティ・エンゲージメント

同社だけではなくコミュニティ（パートナー）と深く連携し、価値ある体験を形成していく戦略である。具体的には、ピクシブ（株）との共同による大規模オンライン作画フェスの開催※、教育分野などで広く導入されている Chromebook 対応認定商品やアンドロイド対応、リモート環境での創作ワークフローの構築などで連携を図っている。

※ 直近では、2022年6月18日と6月25日に、世界中のクリエイター約1万人が参加する大規模オンライン作画フェス「Drawfest（ドローフェス）」の3回目を共同開催した。

(3) 新しいコア技術、新しい価値創造

既存のコア技術に加え、新しいコア技術をもとに新しい価値を創造する戦略である。既存技術と親和性の高い AI、XR、Security の3分野を選択し、新コア技術と新しいビジネスモデルで新しい価値提供を実現していく考えだ。例えば、デジタルインクと AI による新しい教育体験※¹の創造や、ブロックチェーン証明による著作権の保護※²、XR 空間での描画体験※³などについては、すでに他社との協業によりプロジェクトが動いている。

※¹ Z 会グループとの教育分野における「手書き×デジタル」の利用に向けた包括的な業務提携契約を締結したほか、エスディーテック（株）とは「手書き×デジタル」の AI 利活用に向けた共同開発などに取り組んでいる。

※² デジタル署名認証技術を用いて、デジタルアート作品やその証明書に署名を組み込んで作品証明とし、制作者の権利を保全して流通させる仕組み。

※³ 複数・遠隔地のクリエイターとの共同作業や 2D と 3D を自由に行き交う新たなクリエイション体験など。

(4) 持続可能な社会へ貢献する技術開発

環境ケアに貢献する技術開発と商品開発により、持続可能な社会発展への貢献を目指している。すでに気候変動イニシアティブ（JCI）への参加や環境ケア技術開発部門の設置により、同社ならではのサステナビリティを意識した技術革新を進めている。また「使い続けていく」ことを体現する企業活動にも取り組んでおり、例えば廃材で作られた「コネクテッド・インク」※で使用されたステージを家具へ再利用する団体の活動支援なども行っている。

※同社が主催するオープンイベントであり、東京、北京、デュッセルドルフ、ポートランド等の会場で毎年開催されている。人間の創造性の源に思いを馳せ、アート、教育、テクノロジーなど多様な領域のパートナーと共創する「創造的混沌」がテーマとなっている。同社のコミュニティエンゲージメント（社会への貢献）が体験できるイベントであり、同イベントで紹介したプロジェクト以外にもパートナーとの様々な取り組みや同社の新たな挑戦を垣間見ることができる。「コネクテッド・インク 2022」の内容は同イベントのホームページから閲覧できるようにしている。

成長戦略

(5) 意味深い成長

経済的な成長（財務側面）をしっかりと確保しながら、顧客・ユーザー、社会・コミュニティ、関連する個人など多面的側面での「意味深い成長」を模索する方針であり、長期的な視点での持続的な成長を目指す。

2. 6つの主要技術開発軸と具体的な価値例

(1) ペンの技術（現行コア技術 / 現行ビジネスモデル）

同社の提供価値の源泉であるデジタルペンの技術をさらに発展させ、環境ケア型商品を含む新商品群の導入を目指す。

(2) ペンと紙の技術（現行コア技術 / 現行ビジネスモデル）

あらゆる「紙」との連携（ディスプレイ、アプリ）により、新たな顧客群の開拓に取り組む。

(3) デジタルインク技術（現行コア技術 / 現行ビジネスモデル）

データフォーマットやアプリ連携、クラウド対応などにより、クリエイティブや教育分野などでリモート DX 体験を提供する。

(4) AI とデジタルインク技術（新コア技術 / 新ビジネスモデル）

AI とインク連携サービスを実現するプラグイン開発により、個別最適化教育や創作支援サービスなどへ発展させる。

(5) XR 描画技術（新コア技術 / 新ビジネスモデル）

XR 空間での 3D 描画技術により、クリエイティブ、教育、建築、医療等向けに新しい 3D 描画ワークフローを提供する。

(6) セキュリティ認証技術（新コア技術 / 新ビジネスモデル）

手書きによる個人認証技術により、クリエイティブ、医療等向けに個人認証や著作権保護サービスを提供する。

3. 対象市場の成長性

同社では、デジタルペンとインクにおける事業機会は、これまでのクリエイティブ（デジタルコンテンツ制作 / 創作）市場のみならず、教育 DX 市場、ワークフロー DX 市場といった、規模が大きく、高い成長性*が見込まれている 3 つの領域に存在すると捉えており、これらの領域でテクノロジー・リーダーシップを発揮することが、同社自身の成長加速にもつながるものと認識している。特に同社が注力する AI、XR、Security の新コア技術との組み合わせを通じた新しい価値提供が、これらの領域の変革や成長に欠かせない要素となっており、同社戦略の方向性とも符合している。

* 同社資料より、デジタルコンテンツ制作 / 創作市場の年平均成長率（2021 年～2027 年）は 9.5%（出所：Maia Research）、教育 DX（Edtech）市場（2021 年から 2030 年）の年平均成長率は 16.8%（出所：Grand View Research）、ワークフロー DX 市場（2022 年から 2023 年）の年平均成長率は 16.5%（出所：IDC）といった予想がされている。

4. 成長のイメージと財務方針

中期経営方針「Wacom Chapter 3」については、現行コア技術 / 現行ビジネスモデルをさらに推進する一方、次のステージでの成長加速に向けて新コア技術 / 新ビジネスモデルの立ち上げに注力する戦略である。最終年度の数値目標の設定はしていないが、年度ごとに業績予想のガイダンスとともに成長の方向性や取り組んでいる戦略軸の進捗を示していく考えである。また、財務方針については、1) 新たな指標として ROIC25 ~ 30% 程度を設定したほか、2) ROE20% 程度、3) 配当性向 30% 程度としたうえで取締役会でも本質的な議論を活発に行い、事業活動の効率性や資本効率に目配りしながら成長の実現の可能性を高める方針である。ただ前述のとおり、経済環境悪化に伴う足元業績の減速により当初の成長イメージについては時間的な遅れが生じる見通しであり、「Wacom Chapter 4」に突入する 2026 年 3 月期以降に 2 ケタの営業利益率を達成し、維持していく事業構造を目指すシナリオのようだ。具体的な修正プランについては、1 次報告、2 次報告（2023 年 3 月期決算発表時）の 2 回に分けて開示する予定である。

5. 弊社の注目点

弊社でも、この期間中に 3 つの新コア技術（AI、XR、Security）及び新ビジネスモデルを立ち上げ、いかに成長加速に向けた基盤づくりを行っていくのが最大の注目点であり、同社の方向性や将来性を占ううえでも重要な判断材料になるものと見ている。そのためには、同社自身における技術開発はもちろんのこと、他社との連携により新しいサービスとしての価値をいかに生み出していけるかが成否を決することになるであろう。特にデジタルインクと AI による新たな価値提案は、すでに動き始めた教育分野以外にも様々な分野で可能性があるうえ、他社に先駆けてデータやノウハウが蓄積できれば、革新的な領域で圧倒的なポジションを確立できる公算も大きくなるだろう。そうなれば、有力なパートナーとの連携にも拍車がかかる可能性も期待できる。過去 2 年間はコロナ禍による一過性の影響を受けた一方、足元ではコロナ特需の落ち着きと経済環境悪化に伴う消費マインドの急激な冷え込みによりブレーキがかかる格好となったが、エントリーユーザー向けの商品の裾野拡大や新たな需要の取り込みにより、デジタルペンやデジタルインクに関する体験ユーザーのベースは確実に拡大していると考えられる。中期的な新コア技術、新ビジネスモデルの立ち上げが上手くいった場合には、ハードとソフトの相乗効果も十分期待できると考えられる。また、新ビジネスモデルにおいては、SaaS（サービスとしてのソフトウェア）での提供が軸になるものと考えられるが、課金型の収益モデルへのシフトが同社の成長性や収益性にどのような変化を及ぼすのかについても注目したい。

■ 社会への取り組み

「ライフロング・インク」の提供を通じて、持続可能な社会に寄り添う

当社では ESG や持続可能な社会への取り組みを重視しており、当社ホームページに「社会への取り組み」について、基本的な考え方や具体的な活動を開示している。特徴的なのは、同社のテクノロジーをビジョンとして掲げる「ライフロング・インク」と関連付けているところである。人が一生の間に積み重ねていく「書く / 描く」体験を支え、未来に伝えていくことを通じて、持続可能な社会に寄り添っていくところに同社の存在意義や価値創造の源泉があると認識している。人々が過ごす日々はもちろん、クリエイティブからビジネス、教育の分野まで幅広い「ライフロング・インク」の可能性*を様々なコミュニティのパートナーとともに追求することで、ユーザーとともに自社自身の持続的な成長にもつなげる方向性と言える。

※ 例えば、教育分野であれば、学習中の視線データとペンの動きから生徒個人の学習特性を明らかにし、個人に合わせた学習環境を提供する「教育向け AI インク」をパートナーとともに開発している。

また、世界各地の拠点で生活する個々の社員とローカルコミュニティとの関わりを大切にするとともに、環境に配慮したオペレーションと商品開発にも取り組む。社会の未来像についても、1社だけでなく、アルスエレクトロニカ*¹などのコミュニティとともに提案を続けていく。また、STEAM 教育*²や探求型学習*³に対する技術サービスについても社会実装する方針である。

※¹ 世界的なクリエイティブ機関であるアルスエレクトロニカは、オーストリアを拠点に 40 年以上にわたり「先端テクノロジーがもたらす新しい創造性と社会の未来像」について提案を続けている。

※² 社会の潮流となりつつある STEAM (科学、技術、工学、芸術、数学) 教育を構成する Art の領域で、AI 技術を活用してクリエイターの創作活動を可視化することにより創作活動の学びにつなげることが可能となる。

※³ 例えば、プログラミング教育とデジタルペンを組み合わせて生徒個人のインクデータの軌跡を AI 技術で解析することにより、論理的な思考能力の育成につなげることが可能となる。

また、気候変動への対応についても、環境経営における重要な課題として捉えており、気候変動イニシアティブ (JCI) へ参加し、CO₂ 排出量を年率 4.0% 削減 (基準年: 2014 年度) していくことにより、2030 年度に達成すべき CO₂ 排出量目標も公表している。そのなかで、温室効果ガスの削減と CO₂ 排出量 (Scope1、Scope 2) 等の環境パフォーマンスの情報公開にも取り組むとともに、気候変動が事業環境に及ぼすリスクや機会の分析を踏まえた事業活動を行っている。また、サプライチェーン全体での CO₂ 排出量削減につながる行動を、「ワコムサプライヤー行動規範」への賛同と実践を通じて取引先にも要請している。そして、年々増加している水害などの自然災害により企業活動が制限されるリスクに対しては、BCP を策定し対応を進めている。

なお、当社は統合報告書の内容をカバーするとともに、同社の理念や社員の思いなどを一連のストーリーとして伝える「Wacom Story Book (仮称)」の発行 (2023 年 3 月期末まで) を準備しているようだ。

株主還元

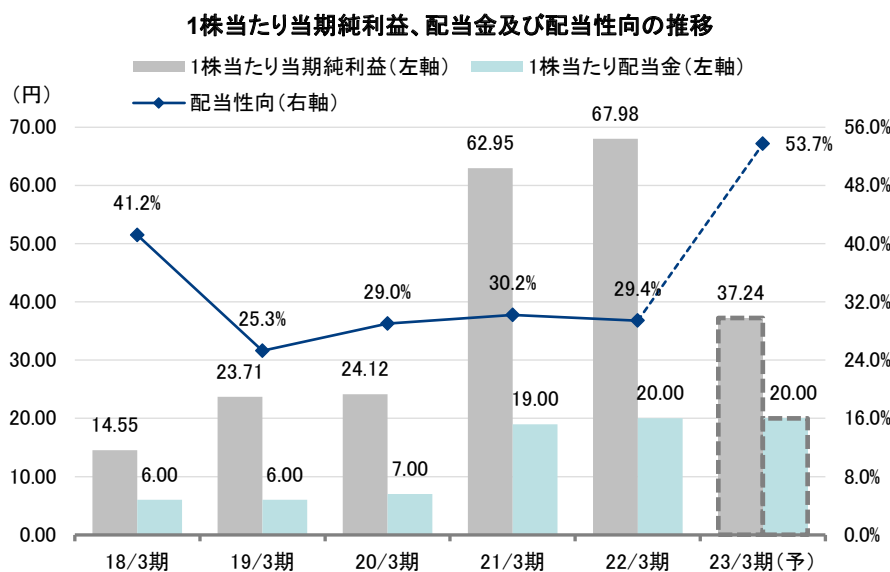
2023年3月期は前期と同額の1株当たり20円配を予定。 自己株式の取得にも積極的に取り組む

同社の株主還元策については、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当の継続と機動的な自己株式取得の実施を基本方針としている。特に配当については、適正な財務の健全性を確保することを念頭に、連結ベースの配当性向の目安を30%程度としたうえで、1株当たり配当金の中長期的な増加を通じた利益還元に努めていく考えだ。また、事務コストを考慮し、配当金の支払い回数は期末の年1回としている。一方、自己株式の取得については、投資機会や財務状況などを考慮のうえ、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策として遂行する方針である。「Wacom Chapter 3」においては総額100億円を上限とする自己株式の取得方針を策定している。

2023年3月期の配当については、前期と同額の1株当たり20.0円を予想している（2022年10月に公表した通期業績予想修正を反映した計算上の配当性向予想は53.7%）。自己株式については、2022年5月12日付発表の自己株式取得方針※に基づき、2022年10月までに約9.3億円（1,156,400株）を取得済みである。また、保有する自己株式のうち、200万株を2022年5月26日に消却した。

※2023年3月期は20億円を上限（400万株上限）とする自己株式の取得を予定している。

パートナーとの協業を含めた研究開発関連投資と、配当性向、自己株式取得を通じた株主還元のバランスを取っていくにあたり、資本活用の効率性（ROE）、事業運営の効率性（ROIC）に目配せしながら、キャッシュ・フローを有効に活用していく考えのようだ。



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 会社概要

1983年設立。クリエイター向けペンタブレット市場を確立し、 技術でリード、マーケットリーダーと言える企業に成長

同社は1983年に埼玉県上尾市で設立された。社名は「ワールド」と「コンピュータ」に由来している。また「WA」には「人とコンピュータの調和」の意味も込められている。1984年には世界初のコードレス・ペンタブレット製品を発表した。1987年にはプロフェッショナル用グラフィックス・ペンタブレットの「SD シリーズ」が発売され、ウォルト・ディズニー <DIS> に映画制作で使用された。その後も地道に製品の改良を重ね、クリエイター向けペンタブレット市場では、2000年代以降マーケットリーダーとしての地位を有している。

1991年にはペン・センサーコンポーネント分野（現「テクノロジーソリューション事業」）にも進出した。同社のデジタルペンやコントロール IC、タッチパッド等の部品やモジュールを完成品メーカーに OEM 供給しており、タブレット・ノート PC やスマートフォン向けの市場拡大に乗って急成長を遂げた。

証券市場には2003年4月に日本証券業協会 JASDAQ 市場に上場した後、2005年12月に東京証券取引所第1部に上場して現在に至っている（2022年4月より東証プライム市場へ移行）。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp