

# 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 >>>](#)

2024年6月7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. 2024年3月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
3. 中期経営方針（Chapter 3）アップデートの改編	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	05
■ 決算概要	06
1. 2024年3月期の業績概要	06
2. 事業別の業績概要	08
3. 2024年3月期の総括	09
■ 業績見通し	10
1. 2025年3月期の業績見通し	10
2. 弊社の注目点	11
■ 中期経営方針「Wacom Chapter 3」アップデート（改編）の進捗	12
1. 基本的な方向性とこれまでの経緯	12
2. アップデートプラン（改編）の進捗（2024年4月時点）	13
3. ブランド製品事業に対する課題認識と追加プランの方向性	15
■ 次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の方向性	16
1. 方向性（サマリー）	16
2. 事業規模と収益性	16
■ これまでの業績推移	17
■ 社会への取り組み	20
■ 株主還元	21
■ 会社概要	22

## ■ 要約

**2024年3月期は円安効果や OEM 需要増に伴う「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより増収増益。「ブランド製品事業」は市場環境の変化により苦戦が続くも、負の遺産の整理に一定の目処が立ち、さらなる構造改革に取り組む方針**

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・ノート PC 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. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の連結業績は、売上高が前期比5.4%増の118,795百万円、営業利益が同250.6%増の7,058百万円と増収増益となった。売上高では、円安効果や好調な OEM 需要を背景とする「テクノロジーソリューション事業」の伸びが増収に寄与した。ただ「ブランド製品事業」については、市場環境の急激な変化により苦戦が続いている。損益面では積極的な研究開発投資を継続しながらも、「テクノロジーソリューション事業」の伸びや負の遺産の整理に伴う「一時的な費用(売上原価)」の減少、円安効果を除く販管費の削減などにより大幅な増益となった。活動面では2023年に市場導入した新製品の立ち上がりはスローとなるも、新ユースケースの提案に向けた技術開発などには一定の成果を残した。

### 2. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の連結業績予想について同社は、売上高を前期比1.0%増の120,000百万円、営業利益を同20.4%増の8,500百万円と見込んでいる。2026年3月期からスタートする次期中期経営方針(Wacom Chapter 4)に向けて、「ブランド製品事業」の構造改革を進めながら、事業成長の土台となる収益基盤の確立を図る想定である。売上高では、「ブランド製品事業」の新たな商品ポートフォリオ群の市場浸透を図る一方、「テクノロジーソリューション事業」については現時点でほぼ横ばいと慎重な見方をしている。損益面では積極的な研究開発投資を継続しながら、「ブランド製品事業」における粗利改善(負の遺産の整理等に伴う費用計上を期初の業績予想においては見込んでいないことによる損失幅の縮小)により、収益性をより高めて増益を確保する想定である。

要約

3. 中期経営方針 (Chapter 3) アップデートの改編

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きた。「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」を定めて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(人工知能)、XR(クロスリアリティ)、セキュリティ(安全性)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の実現を目指すことが戦略の目玉となっており、基本的な方向性に見直しはない。ただ、足元での急激な市場環境の変化といった外部要因に加え、「ブランド製品事業」における商品ポートフォリオの刷新と粗利改善や販路マネジメントの強化など同社自身の体制にも改善すべき余地があることから、後半2年間(2024年3月期～2025年3月期)を次のWacom Chapter 4での事業成長につなげるための「事業構造変革期間」と位置付けた。粗利改善や成長基盤の構築に注力する方針(アップデートプラン)を打ち立てると、その後も状況に合わせた改編を行いながら、Wacom Chapter 4に向けた構造改革を推進している。2024年5月にはWacom Chapter 4の方向性について公表され、経営資源の集約や次世代の成長エンジンとなる技術開発の商用化や市場実装に向けたロードマップが提示された(最終案は2025年5月公表予定)。

Key Points

- ・2024年3月期は円安効果やOEM需要増に伴う「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより増収増益を実現。「ブランド製品事業」は市場環境の変化による影響を受け、前期からの苦戦が続くが、負の遺産の整理に一定の目処
- ・2025年3月期の連結業績予想については、「ブランド製品事業」の構造改革を進めながら、増収増益を確保する見通し
- ・2026年3月期よりスタートする次期中期経営方針では、経営資源の集約を図るとともに、次世代の成長エンジンとなる技術開発の商用化や市場実装を目指す

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通じて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中国メーカーとの競争、エントリーゾーンの他カテゴリー（iPad 等）への需要のシフトなどネガティブな側面をはじめ、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「ペントラレット製品」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。

「ブランド製品事業」の海外販売比率（海外現地法人売上の比率）は約 84%※1 を占めており、また「テクノロジーソリューション事業」（販売地域は日本として区分）も米ドル建てによる売上の取引価格が決められていることから為替相場の変動が業績に及ぼす影響（円高の場合、マイナス影響※2）には注意が必要である。

※1 2024 年 3 月期「ブランド製品事業」の売上高の 31.9% が米国、30.5% が欧州（ドイツ）、21.6% がアジア・オセアニア、16.0% が日本となっている。

※2 「ブランド製品事業」は主にユーロ円の変動がセグメント損益へ影響し、「テクノロジーソリューション事業」は米ドル円の変動がセグメント損益へ影響する。

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）及びドライバーソフトウェア開発（米国中心）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、ベトナム拠点をはじめ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。

## ■ 各事業及び主要製品の特徴

### 環境変化を捉えた商品ポートフォリオの刷新や、 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

デジタルコンテンツ市場の黎明期から中核を担ってきたビジネスであり、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」の2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。

※ これまでは「ディスプレイ製品」「ペンタブレット製品」「モバイル製品他」の3種類に分類していたが、環境変化に適合したより適切な業績説明を行うため、2024年3月期よりカテゴリー範囲を変更し、「モバイル製品他」については「モバイル」相当を「ディスプレイ製品」に、「他」相当を「ペンタブレット製品」に統合した。

##### 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ころに特徴がある。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。大型サイズの場合は価格帯が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。市場の変化（デジタル手書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月に約16インチサイズのエントリーモデルを実売6万円台（発売当時の税抜き販売価格。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月には初心者向け約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きた。ただ、足元では消費者センチメントの悪化や他カテゴリーへ需要がシフトする傾向のなかで中低価格帯モデルの苦戦が続いており、プロ及びクリエイティブ専門教育向けを軸とする原点回帰により、ラインナップの絞り込みと新しい付加価値（新ユースケースなど）を提案する商品ポートフォリオへの刷新に取り組んでいる。

※ 「液タブ」と称されることもある。

各事業及び主要製品の特徴

**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「ディスプレイ製品」との併用がユースケースとして見られることなどから競争力は維持されているものの発表から経年の影響による需要減や、差別化を図りにくい中低価格帯では他社（中国メーカー等）との競争が生じている。また、「ペンタブレット製品」に対する顧客ニーズへの対応は継続しつつも、直感的な操作性に優れ、低価格化も進み需要シフトが見られる「ディスプレイ製品」へ戦略的に経営資源をシフトしつつある。

※「ペンタブ」と称されることもある。

**(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（署名）ができるビジネス用途向け製品を販売している。事例として、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）での利用が見られる。

**2. テクノロジーソリューション事業**

デジタルペン技術※<sup>1</sup>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」※<sup>2</sup>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。EMR 方式を採用しているサムスン電子（Galaxy シリーズ）向けを中心に伸びている。また、AES 方式を採用するレノボ<HKG:0992>や富士通<6702>といった主要 PC メーカーに加え、小米集団<1810.HK>（Xiaomi Corp.）など中国顧客との取引関係も築いている。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、ユーザーの裾野を上げながら規模拡大を優位に進める戦略である。そして、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デバイスにもいち早く対応するなど、メーカー各社からの同社技術への評価も高いようだ。

※<sup>1</sup> 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）。

※<sup>2</sup> 事業環境変化に適合したより適切な業績説明を行うため 2024 年 3 月期より名称を一部変更し、これまでの「EMR テクノロジーソリューション他」の「他」は表示を省略した。

## 決算概要

### 2024年3月期は円安効果やOEM需要増に伴う「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより増収増益。「ブランド製品事業」は苦戦が続くも、負の遺産の整理に一定の目処

#### 1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の連結業績は、売上高が前期比5.4%増の118,795百万円、営業利益が同250.6%増の7,058百万円、経常利益が同243.6%増の9,853百万円、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、最終利益）が同154.5%増の4,562百万円と増収増益となり、2024年3月29日付の上方修正予想をさらに上回る着地となった。

売上高は、円安効果<sup>※</sup>や好調なOEM需要を背景とする「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより増収を確保した。ただ、「ブランド製品事業」については、プロ向け（既存モデル）の需要減に加え、消費者セグメントの悪化に伴う低価格帯モデルの苦戦も続いた。

※ 売上高全体を約75億円押し上げる要因となった。

損益面では、積極的な研究開発投資<sup>※1</sup>を継続しながらも、円安効果<sup>※2</sup>を含む「テクノロジーソリューション事業」の伸びや前期からの「一時的な費用」の減少<sup>※3</sup>により営業増益となった。ただ「ブランド製品事業」については、減収による収益の押し下げに加え、買付契約評価引当金<sup>※4</sup>の費用計上等によりセグメント損失が継続した。最終利益については特別損失41億円<sup>※5</sup>による影響を受けるも、営業増益や為替差益（営業外収益）29億円の計上により打ち返し大幅な増益を確保した。

※1 研究開発費は7,676百万円（前期比996百万円増）に増加した。

※2 営業利益全体を約12億円押し上げる要因となった（そのほとんどが「テクノロジーソリューション事業」によるもの）。

※3 市場環境の急激な変化に起因する買付契約評価引当金の計上、並びに棚卸資産評価損の計上（及び戻入）に係る「一時的な費用」の合計（純額）は22億円となり、前期に計上した「一時的な費用」の合計47億円から25億円減少した。

※4 買付契約評価引当金とは、一般的に安定的な資材仕入れを目的とする棚卸資産の長期買付契約に対して、市況の悪化等に伴う損失見込み額を引き当てる負債性引当金である。

※5 ブランド製品事業での長期買付契約に係る余剰部材の処理を目的とする一部サプライヤーとの和解金25億円のほか、ブランド製品事業に係る固定資産の減損処理9億円、事業構造改善費用6億円の計上に伴うもの。

財政状態については、在庫マネジメント（適正化）の推進<sup>※1</sup>により棚卸資産が減少した一方、現金及び預金が増加したことや、増収に伴う売上債権の増加等により、総資産は前期末比5.8%増の79,620百万円に拡大した。自己資本はマイナス要因（自己株式の取得<sup>※2</sup>）がプラス要因（内部留保の積み増しや為替換算調整勘定の増加）を上回ったことで前期末比11.2%減の35,968百万円に縮小した。これにより、自己資本比率は45.2%（前期末は53.8%）に低下した半面、資本効率を示すROEは11.9%（同4.3%）に大きく改善している。

※1 2024年3月期末の在庫金額（製品及び商品、仕掛品、原材料及び貯蔵品の合計）は前期末比40%減の131億円に大きく減少した。在庫金額がピークとなった2022年12月末と比べると約160億円の削減となっており、それに伴って100億円以上の現金創出を達成した。

※2 2024年3月期に総額約75億円（1,104万株）を取得した。

## 決算概要

## 2024年3月期業績の概要

(単位：百万円)

	23/3期		24/3期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	112,730		118,795		6,065	5.4%
ブランド製品事業	41,161	36.5%	33,814	28.5%	-7,347	-17.8%
テクノロジーソリューション事業	71,569	63.5%	84,981	71.5%	13,412	18.7%
売上原価	81,556	72.3%	82,028	69.1%	472	0.6%
販管費	29,160	25.9%	29,709	25.0%	549	1.9%
営業利益	2,013	1.8%	7,058	5.9%	5,045	250.6%
ブランド製品事業	-3,981	-9.7%	-4,520	-13.4%	-539	-
テクノロジーソリューション事業	10,756	15.0%	16,481	19.4%	5,725	53.2%
調整額	-4,762	-	-4,902	-	-140	-
経常利益	2,868	2.5%	9,853	8.3%	6,985	243.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,792	1.6%	4,562	3.8%	2,770	154.5%

	23/3期末	24/3期末	前期末比	
			増減額	増減率
総資産	75,279	79,620	4,341	5.8%
自己資本	40,490	35,968	-4,522	-11.2%
自己資本比率	53.8%	45.2%	-8.6pt	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 販管費の内訳

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期	前期比	
			増減額	増減率
人件費	11,061	11,079	19	0.2%
研究開発費	6,680	7,676	996	14.9%
広告宣伝・販促費	2,211	1,805	-406	-18.4%
運賃・荷造費	1,573	1,368	-205	-13.0%
外注費	1,544	1,511	-32	-2.1%
減価償却費	431	472	41	9.5%
その他	5,661	5,798	136	2.4%
合計	29,160	29,709	549	1.9%
売上高販管費率	25.9%	25.0%		-0.9pt

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

決算概要

## 2. 事業別の業績概要

### (1) ブランド製品事業

売上高は前期比 17.8% 減の 33,814 百万円、セグメント損失は 4,520 百万円（前期は 3,981 百万円の損失）と減収かつセグメント損失が拡大した。売上高は円安効果（約 20 億円の増収要因）があったものの、主力の「クリエイティブソリューション」が消費者センチメントの悪化等に伴う市場環境の変化により、ディスプレイ製品、ペンタブレット製品ともに販売が減少した。一方、「ビジネスソリューション」については流動的な市況の変化や案件進捗の影響があるなか、前期を上回ることができた。損益面では、前期に計上した棚卸資産評価損の戻入益の計上（約 19 億円）に加えて、販管費の削減等に取り組むも、減収による収益の大幅な押し下げや買付契約評価引当金の費用計上（約 20 億円）等により損失幅が拡大した。活動面では、商品ポートフォリオの刷新に向けて新製品※を導入したものの、既存モデルの在庫削減プロモーション（値下げ販売）との兼ね合いにより、立ち上がりはスローとなっている。

※「Wacom One」（エントリーモデル）では、2023年8月に新しい機能やサービスが付いた液晶ペンタブレットを発表したほか、「Wacom Cintiq Pro」（プロ向け）についても、2023年10月に「Wacom Cintiq Pro 17」及び「Wacom Cintiq Pro 22」を発表した。

### ブランド製品事業の業績の内訳

（単位：百万円）

	23/3 期	24/3 期	前期比	
			増減額	増減率
クリエイティブソリューション	36,948	29,170	-7,778	-21.1%
ディスプレイ製品	21,650	17,496	-4,154	-19.2%
ペンタブレット製品	15,298	11,674	-3,624	-23.7%
ビジネスソリューション	4,213	4,644	431	10.2%

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

前期比 21.1% 減の 29,170 百万円と減少した。製品別に見ると、「ディスプレイ製品」がプロ向け及び低価格での新商品が売上高に貢献した一方で、既存モデルでの需要減少により減収となった。「ペンタブレット製品」についても、中価格帯での新商品が売上貢献したものの、プロ向けモデル及び低価格帯の既存モデルでの需要減少等により減収となった。

#### b) ビジネスソリューションの売上高

前期比 10.2% 増の 4,644 百万円となった。流動的な市況の変化や案件進捗による影響を受けたものの、前期を上回ることができた。

決算概要

### (2) テクノロジーソリューション事業

売上高は前期比 18.7% 増の 84,981 百万円、セグメント利益は同 53.2% 増の 16,481 百万円と増収増益となった。売上高は円安効果（約 54 億円の増収要因）に加え、「EMR テクノロジーソリューション」における OEM 提供先の需要増が増収に寄与した。「AES テクノロジーソリューション」についても、市場環境の変化を受けつつも増収を確保した。損益面でも、前期に会計処理した買付契約評価引当金の費用計上（約 20 億円）が 2024 年 3 月期には同処理がなかったことや、増収による収益の押し上げ、さらに円安効果（約 13 億円の増収要因）等により増益となった。

#### 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）

	23/3 期	24/3 期	前期比	
			増減額	増減率
AES テクノロジーソリューション	23,383	26,263	2,880	12.3%
EMR テクノロジーソリューション	48,186	58,718	10,532	21.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

### 3. 2024 年 3 月期の総括

2024 年 3 月期を総括すると、好調な OEM 需要を背景とする「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより増収増益を実現したとは言え、プラス要因となった円安効果やマイナス要因となった「一時的な費用」による影響が入り混じり、評価の難しい決算となった。それらを除くと、実質的には「ブランド製品事業」を中心に厳しい環境が続いたという見方が妥当であろう。後述するように、1) 新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）における「需要の先食い」解消の遅れ、2) 買い控え傾向の継続のほか、3) 他カテゴリーへの需要シフト傾向（選択肢の多様化）などが要因として挙げられるが、1) 及び 2) のような景気循環的なものと 3) の構造的な変化によるものとはしっかりと見極めるとともに、新たな技術の浸透や DX の流れといったメガトレンドにも注意を払う必要がある。2021 年 3 月期以降の「ブランド製品事業」を振り返ると、コロナ禍における業績の急拡大とその反動による失速という波の大きさが目立つが、そこはならして考えたほうがよいであろう。むしろ、メガトレンドの動きを見据えながらターゲットとすべき市場ドメインを定め、それに向けた準備を進めていけるかが Wacom Chapter 3 の大きなテーマであったはずである。その意味では負の遺産の整理に一定の目処が立ち、今後の方向性がより明確になったところはプラスの材料として評価したい。また、新たなユースケースの提案や創作ワークフローの DX 対応、デジタルインクサービスの立ち上げなど、将来に向けた基盤整備において具体的な事例が積み上がっており、その点も評価できるポイントと言える。

## 業績見通し

### 2025年3月期も増収増益を確保する見通し。 Wacom Chapter 4 に向けて追加的な構造改革に取り組む

#### 1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の連結業績予想について同社は、売上高を前期比1.0%増の120,000百万円、営業利益を同20.4%増の8,500百万円、経常利益を同13.7%減の8,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、最終利益）を同35.9%増の6,200百万円と増収増益（経常利益を除く）を見込んでいる。

売上高については、部材調達・生産の余剰に起因する負の遺産の整理に一定の目処がついた「ブランド製品事業」が、構造的な市場環境の変化に対応すべく、2026年3月期の黒字化を見据えたさらなる構造改革を進めながら増収を確保する想定である。一方、「テクノロジーソリューション事業」については現時点ではほぼ横ばいを見込んでいる。

損益面では、積極的な研究開発投資を継続する一方、前期までの利益を圧迫してきた「一時的な費用」の解消や構造改革（粗利改善やコスト最適化等）により「ブランド製品事業」の損失幅が縮小し、営業増益に寄与する想定となっている。経常利益が減益となるのは為替差益のはく落によるものであるが、特別損失がなくなることで、最終利益では増益を確保する見通しである。

#### 2025年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	118,795		120,000		1,205	1.0%
ブランド製品事業	33,814	28.5%	35,000	29.2%	1,186	3.5%
テクノロジーソリューション事業	84,981	71.5%	85,000	70.8%	19	0.0%
営業利益	7,058	5.9%	8,500	7.1%	1,442	20.4%
ブランド製品事業	-4,520	-13.4%	-2,000	-5.7%	2,520	-
テクノロジーソリューション事業	16,481	19.4%	16,000	18.8%	-481	-2.9%
調整額	-4,902	-	-5,500	-	-598	-
経常利益	9,853	8.3%	8,500	7.1%	-1,353	-13.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,562	3.8%	6,200	5.2%	1,638	35.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### (1) ブランド製品事業

売上高は前期比3.5%増の35,000百万円、セグメント損失は2,000百万円（前期は4,520百万円の損失）を見込んでいる。アップデートされた商品ポートフォリオ群の市場浸透を図るものの、市場環境の変化等を保守的に判断し僅かな増収にとどまる想定である。損益面では、前期までの「一時的な費用」の解消や現在認識可能な構造改革効果を前提に損失幅の縮小を見込んでいる。次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の初年度（2026年3月期）での黒字転換に向けて、構造改革をさらに進めていく考えだ。

業績見通し

## (2) テクノロジーソリューション事業

売上高は前期比横ばいの85,000百万円、セグメント利益は同2.9%減の16,000百万円を見込んでいる。売上高はOEM提供先の動向を慎重に見極めるため、現時点では前期と同水準を想定している。損益面では、前期までの「一時的な費用」が解消する一方、将来に向けた積極的な研究開発投資の継続によりわずかな減益を見込んでいる。

## 2. 弊社の注目点

引き続き為替相場の動向や先行き不透明な経済情勢による影響には注意が必要であるが、同社の連結業績予想の前提には合理性があり、十分に達成可能であると弊社では見ている。保守的に見ている「テクノロジーソリューション事業」の伸びや、前期リリースした新製品の市場浸透が業績の上振れ要因となる可能性にも注意が必要である。また、損益面では、B/Sを中心に負の遺産の整理に一定の目処がたち、あとはP/Lにおけるオペレーション費用の最適化をいかに進めるかがカギを握るであろう。一方で、将来に向けた投資は継続する必要があり、メリハリを利かせた事業運営に注目したい。

中長期的な視点からは、「Wacom Chapter 3」のアップデートで掲げた「事業構造変革」(改編プラン)の進捗に注目したい。今後やるべきことがより具体的に明示されたことから、それぞれの成果をフォローするとともに、いかに「Wacom Chapter 4」での成長加速につなげていくのかを見定めたい。特に新コア技術(AI、XR、セキュリティのほか、リモートを含む)との組み合わせや新しいビジネスモデルの立ち上げが、中長期的な同社の方向性や将来性を占ううえで重要な判断材料になると見ている。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と考えられる。また、これまでペン体験の各要素(ハード、ソフト、サービス、技術、コミュニティ等)を単体で提供し、それぞれに実績を積み上げてきたが、今後はそれらが一体となった「ペンの統合体験」として提供することで同社のアドバンテージがより高まるものと見ている。デジタルインクとAIによる新たな価値提案についても、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り、他社に先駆けてデータやノウハウの蓄積が進めば、AIの深層学習機能を活用して個々のユーザーに深く向き合うことが可能となり、そこから新たな体験価値を生み出すことによって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。ターゲットとするデジタルコンテンツ制作、教育DX、ワークフローDXという3つの市場ドメインにおいて、ポテンシャルは各方面で広がっており、技術面やブランド力でゆるぎないポジションをキープしていくことが、それらを取り込んでいくために重要なファクターと言えるだろう。

## ■ 中期経営方針「Wacom Chapter 3」 アップデート（改編）の進捗

### 次の「Wacom Chapter 4」での成長加速に向けた構造改革を推進。 「ブランド製品事業」に対する追加プランを公表

#### 1. 基本的な方向性とこれまでの経緯

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きた。「ライフロング・インク」のビジョン<sup>※1</sup>を継承し、改めて「5つの戦略軸」を設定したうえで、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<sup>※2</sup>。特に既存技術と親和性の高いAI、XR、セキュリティの3分野<sup>※3</sup>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目指すことが戦略の目玉となっている。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り、これらの基本的な方向性（ストーリーライン）に見直しはない。

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

※2 「5つの戦略軸」（テクノロジー・リーダーシップ、コミュニティ・エンゲージメント、新しいコア技術／新しい価値創造、持続可能な社会へ貢献する技術革新、人間と社会にとって意味深い成長）や、「6つの主要技術開発軸」（ペンの技術、ペンと紙の技術、デジタルインク技術、AIとデジタルインク技術、XR描画技術、セキュリティ認証技術）を含む、「Wacom Chapter 3」（アップデートプラン）の全体像に関する解説については、本レポートでは説明を省く。

※3 新たにリモートが追加。

ただ、足元の経済環境の悪化に伴う急激な消費者センチメントの低下などにより、「ブランド製品事業」の業績が想定以上に落ち込んだことに加え、商品ポートフォリオや販路マネジメントの強化など同社自身の体制にも改善すべき余地があることから、後半2年間（2024年3月期～2025年3月期）を次のWacom Chapter 4での事業成長につなげるための「事業構造変革期間」と位置付け、粗利改善や成長基盤の構築に注力する方針（アップデートプラン）を打ち立てた（2023年5月公表）。さらに「ブランド製品事業」についてはもう一段の追加構造改革が必要であると判断し、アップデートプランの改編を発表した<sup>※</sup>。

※ コロナ禍の期間に発生した「需要先食い」の解消が見込みよりも遅れていること、2) 特定地域（中国など）では、全体市況として消費者による買い控えが継続していること、3) ペンタブレット製品のエントリーゾーンにおいては、ペンタブレット製品以外の選択肢が多様化しており、他カテゴリーへ需要が若干シフトする傾向が発生していることなどが改編に至った背景である。

## 2. アップデートプラン（改編）の進捗（2024年4月時点）

### （1）市場環境の直近トレンド

#### 1) ブランド製品事業

創作ワークフローのDXに伴い同社製品の潜在的な重要度は高くなっているものの、プロ向け制作ワークフローの技術インフラが次々と更新されるなかで、同社製品の買い替え優先度が相対的に下がり、調達サイクルの長期化が見られる。エントリーゾーンでは、他カテゴリー（iPad等）へ需要がシフトする傾向が進行している。特定地域（中国等）での買い控え傾向についても継続中であり、コロナ禍における需要先食いは解消方向にあるものの、厳しい状況が続いている。

#### 2) テクノロジーソリューション事業

スマートフォン市場全体は微増なるも、高付加価値・高機能モデル群の成長が見込まれている。一方、PC・タブレット市場は回復基調にあるものの、ペン搭載モデル需要は顧客ごとにトレンドが異なる。電子ペーパー技術を使った電子書籍や電子ノート向けの需要は今後も高まっていくことが予想されている。

### （2）アップデートプラン（改編）の概要と進捗

#### 1) 商品ポートフォリオの刷新の粗利改善（ブランド製品事業）

i) 新しい付加価値提供（エントリーからプロまで）、ii) 粗利改善の価格政策、iii) VE（Value Engineering）による原価構造改善に取り組んでいる。i) については、新しい付加価値提供する商品ポートフォリオを順次導入中であり、第3四半期には2モデルの新製品を導入した。2024年4月に新ユースケースを形成する新製品<sup>※</sup>も導入している。ただii) については、値上げによる粗利益率の改善は一部実現できたものの、在庫削減プロモーションによる粗利減により改善効果が薄まった。以上から、同社自身による進捗評価は「改善未達」となっている。

※「ポータブル Creative」（持ち運び可能な drawing 特化体験）を形成する「Movink」。

#### 2) 集中領域で事業構築（ブランド製品事業）

i) クリエイティブ領域への集中、ii) 新創作ワークフロー対応（仮想化/遠隔化）、iii) ソリューション型付加価値提供体制への変革に取り組んでいる。i) については、様々なクリエイティブ教育の案件に取り組み中である<sup>※1</sup>。ii) についても、リモートソリューションの商用版を正式導入した<sup>※2</sup>。iii) については、ソリューション型価値提供の体制を地域ごとに検討中である。以上から、同社自身による進捗評価は「推進中」となっている。

※1 フロリダ州職業訓練校への導入や（株）KENAZとの連携によるWebtoon作家育成のための教育プログラム、専門学校HAL（東京、大阪、名古屋）への導入など。

※2 2024年1月にクラウド環境/リモート環境向けのソリューション「Wacom Bridge」を商用導入開始した。

### 3) 販路マネジメント強化(ブランド製品事業)

i) B2B チャンネル強化(ソリューション型価値提供に向けたダイレクト顧客開拓)、ii) e-store チャンネル強化(体験提供型サービス等を通じたユーザータッチポイントの最大化)に取り組んでいる。i) については、ダイレクト顧客開拓に取り組み中であり、B2B 比率は目標 30% に到達した\*。ii) については、体験型提供サービス「Wacom Adventure」の導入を開始し、e-store 専用バージョンやサービスによる e-store への動線確保を図り、e-store 比率は 13% 超(前期は 10% 程度)に改善した。ただ売上高は減少しており、粗利改善にはつながっていないため、同社自身による進捗評価は「改善未達」となっている。

※ペンシルバニア州オンライン学校への納入や病院でのワークフローサポート、オンライン銀行サービスのサポートなどで成果を上げることができた。

### 4) 在庫マネジメント改善(全社)

i) 2022 年 12 月末在庫残高(約 300 億円)からの 3 分の 1 在庫削減、ii) 新規調達の際り込み、iii) 発注モニタリング強化に取り組んでいる。i) については、2024 年 3 月末時点の在庫は 131 億円(簿価)に減少しており、100 億円以上の現金を創出することができた。ii) 及び iii) については、既存商品の発注はほぼなしの状態となっており、引き続き発注モニタリングの強化にも取り組んでいく。以上から、同社自身による進捗評価は「改善達成」となっている。

### 5) 顧客と用途拡大(テクノロジーソリューション事業)

i) 業界での事実上標準化の推進や、ii) 用途拡大に向けた独自ハードウェア(本体/ペン/サービス)の開発展開に取り組んでいる。i) については、順調に施策実行中であり、顧客数及びプロジェクト数は増加傾向にある\*。ii) についても、独自のハードウェア開発展開の企画検討が進行中である。以上から、同社自身による進捗評価は「推進中」となっている。

※Galaxy の新製品 S pen 対応、ユニバーサルペン導入などを含む。

### 6) 一般教育分野での事業開拓(テクノロジーソリューション事業)

i) 一般教育向けのソリューション展開、ii) ハードウェアだけでなくサービス展開に取り組んでいる。i) については、一般教育向けの次世代ソリューションを開発中であり、ii) についても、商用導入した教育向けサービスのアップデート版を正式導入した。以上から、同社自身による進捗評価は「推進中」となっている。

### 7) 資本政策/株主還元(全社)

i) 将来技術への投資と資本政策、ii) 自己株式取得に取り組んでいる。i) については、2024 年 3 月期の研究開発費用として 77 億円を投入し、2025 年 3 月期は 80 億円を見込んでいる。ii) については、Wacom Chapter 3 期間における総額上限 200 億円の取得方針に沿って、2024 年 3 月末時点で累計 125 億円の自己株式を取得済みである。以上から、同社自身による進捗評価は「推進中」となっている。

### 8) デジタルインクサービスの立ち上げと投資(全社)

i) 新コア価値となる3分野(AI、XR、セキュリティ)での事業立ち上げと、ii) 技術開発投資と回収に取り組んでいる。i)については、AI(教育分野で商用化開始<sup>※1</sup>)、XR(2025年3月期での商用化を計画)、セキュリティ(「Wacom Yuify」β版<sup>※2</sup>の市場導入を発表)の3分野に加え、リモート(リモートソリューション商用版の正式導入)でもプロジェクトが進捗している。以上から、同社自身による進捗評価は「推進中」となっている。

※1 Z-KAIとの共同開発により、デジタルインクを使った教育サービス「学び探索チエノワ」(手書きを起点とした「知識が連鎖する学びの体験」)をリリース。

※2 クリエイターの著作権を保護するサービス。

### 3. ブランド製品事業に対する課題認識と追加プランの方向性

市場環境の急激な変化の影響を受け、苦戦が続く「ブランド製品事業」については、既述のとおり、「ポートフォリオの刷新と粗利改善」「販路マネジメントの強化」等の遅れにより、2024年3月期の黒字化目標が未達となり、2025年3月期についてもセグメント損失が継続する見込みとなっている。同社では、Wacom Chapter 4に向かって、固定費/オペレーションコストの抜本的削減を含むさらなる構造改革プランを公表し、1) 商品ポートフォリオ、2) 集中事業領域、3) 販路/地域オペレーション、4) 組織構造の4つのテーマに取り組む考えだ。1)については、新ユースケース「ポータブルCreative」の確立、ソリューション提供型への移行、2)については、プロ及びクリエイティブ専門教育への集中、K12(小・中・高)市場はテクノロジー事業にてカバー、3)については、e-store/B2B/コミュニケーション連携に集中、抜本的な販社機能統合と機能集約化による「オペレーションの軽量化」の実現、4)については、新リーダーシップ<sup>※</sup>の下での構造改革推進、開発/オペレーションの最適化・集約化などに取り組む方針である。オペレーション費用の最適化(約20億円)を図ることで、2026年3月期(Chapter 4初年度)でのセグメント黒字化を目指すとともに、2027年3月期以降での売上拡大、クリエイティブコミュニティでのブランド地位の維持・向上を図る。

※ 2024年4月1日付けでブランド製品事業のリーダーシップを一新。

## ■ 次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の方向性

### 次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の方向性を提示。 次世代の成長エンジンとなる技術開発の商用化と 市場実装へ進化するフェーズへ

#### 1. 方向性（サマリー）

同社では、2026年3月期からスタートする次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の方向性を提示した（最終案は2025年5月に公表予定）。デジタルペンに関する事業機会には、デジタルコンテンツ制作／創作市場、教育 DX Edtech 市場、ワークフロー DX 市場といった持続的成長を遂げる市場ドメイン※1が存在するとの認識に立ち、これらの成長を取り込んでいくため、準備期間の Wacom Chapter 3 から実装期間（次世代の成長エンジンとなる技術開発の商用化と市場実装）へと進化させる考えだ。提供価値の源泉を、「進化し続ける技術ポートフォリオ」と「コミュニティ（ユーザー、技術）との連携」と定義するとともに、これまで準備してきた新しい技術価値※2を「ペンの統合体験」として実装する。また、これまでのターゲットユースケースに加えて、「ポータブル Creative」「K12（小・中・高）でのクリエイティブ教育」「特定用途」を新たに開拓し、ターゲットユースケースに対しては、「ペンの統合体験」を最短距離で届ける方針である※3。

- ※1 それぞれの平均成長率（2024年～2030年）については、デジタルコンテンツ制作／創作市場が16.3%、教育 DX Edtech 市場が13.4%、ワークフロー DX 市場が24.1%との予想がある（それぞれ同社決算説明会資料より）。
- ※2 ペン入力技術、センサーモジュール技術のほか、デジタルインク（AI、セキュリティ、XR空間、クラウドとの組み合わせ）技術など。
- ※3 自社製品ソリューションは e-store / B2B を中心とするオペレーションの軽量化を図る。また、OEM 先については、部品モジュール提供に加えて、プラットフォーム（Pen 体験に関する統合体験を提供するハード、ソフト、サービス、UI を備えた技術プラットフォーム）の提供を推進する。

#### 2. 事業規模と収益性

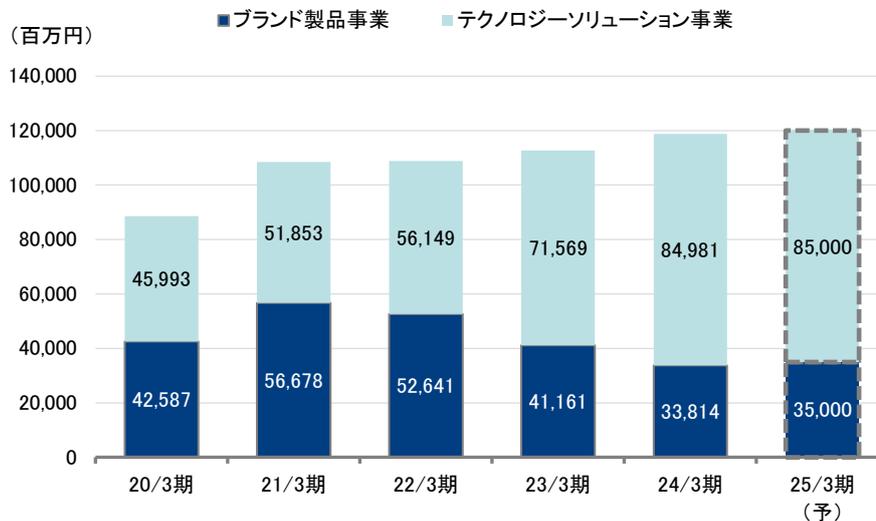
現時点においては、2023年5月発表のイメージをいったん維持しており、最終年度（2029年3月期）の売上高1,500億円規模（上下10%程度のレンジ内）、営業利益率は10%レベルでの運営を想定している（2025年5月にほかの財務指標とともにアップデートする計画）。

## ■ 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「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た。2021年3月期にはコロナ禍をきっかけとしてオンライン教育向けを含む巣ごもり需要などを中心に「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。2023年3月期以降は、世界的な経済環境の悪化に伴う急激な消費者センチメントの低下やコロナ特需の落ち着き等により、「ブランド製品事業」（特に中低価格帯モデル）が大きく落ち込んだものの、「テクノロジーソリューション事業」の伸びで増収を確保してきた。

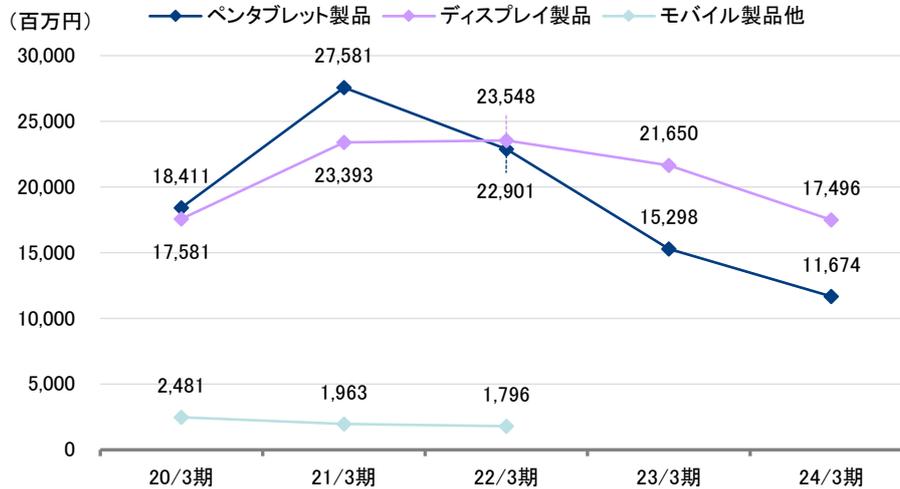
事業別売上高の推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

これまでの業績推移

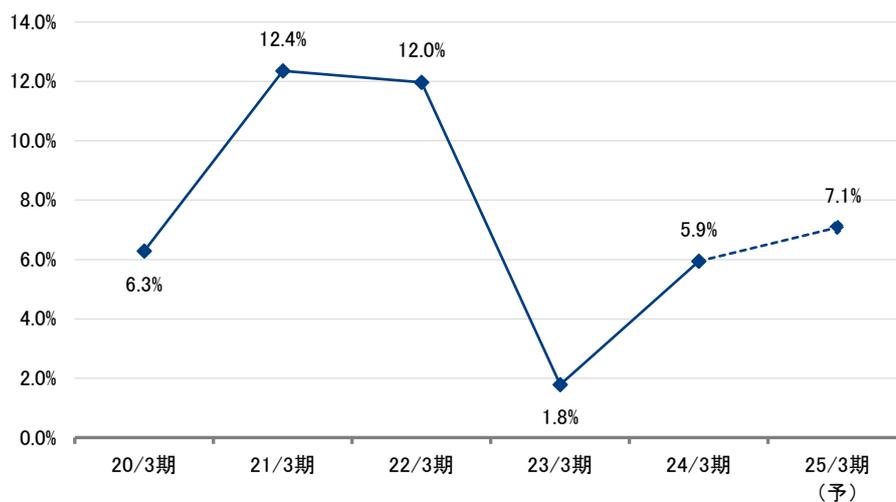
### 主要製品の売上高推移



注：2024年3月期よりカテゴリ範囲を変更。「モバイル製品他」は、「ディスプレイ製品」「ペンタブレット製品」へそれぞれ分割。23/3期は遡及して修正  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

損益面では、営業赤字となった2017年3月期以降は、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月期及び2022年3月期は、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たものの、2023年3月期以降は、「ブランド製品事業」が2期連続でセグメント損失を計上し、全体の利益率も大きく低下した。

### 営業利益率の推移

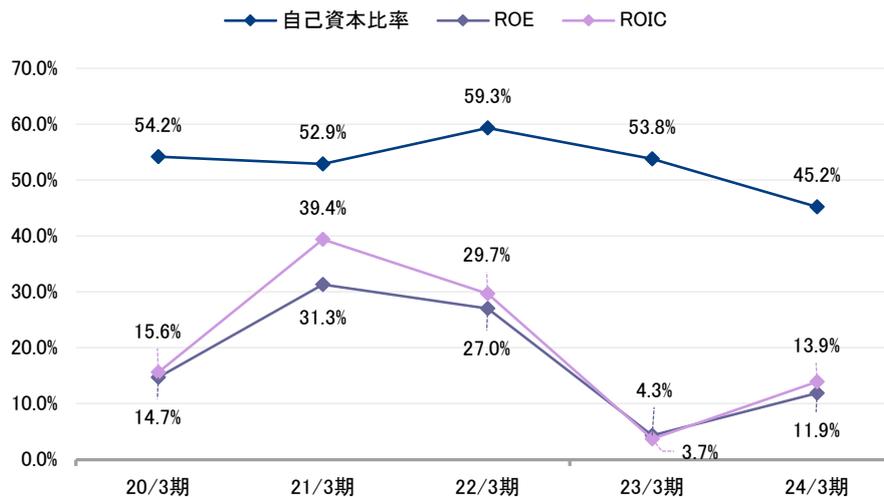


出所：決算短信よりフィスコ作成

これまでの業績推移

財務面では、IT資産の減損損失の計上により大幅な最終損失となった2017年3月期に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、60%に近づいてきた。ただ、2023年3月期以降は自己株式の取得等により低下傾向にある。資本効率を示すROEや事業活動の効率性を示すROICも高水準で推移してきた。2023年3月期は利益水準の落ち込みとともにいったん大きく低下したものの、2024年3月期は改善に向かい、余剰在庫削減の進捗によりキャッシュ・フローも改善している。テクノロジーソリューション事業の成長基盤の頑健性が高まってきたことを背景に、バランスシートの資本・負債の最適ナリバランスにも目を配ることが可能となったとの判断の下、財務健全性の確保を前提として、2024年3月期から2025年3月期にかけての負債資本倍率(D/Eレシオ)0.3~0.5倍程度までの負債レバレッジを活用することにより、資本効率を意識した事業運営を進めて行くとの考え方を開示しており、2024年3月期末時点では0.4倍弱となっていることからバランスは取れている。今後、在庫を中心とする運転資本の適切なマネジメント、事業利益の創出から生まれるキャッシュ・フローを投資と株主還元へ配分することによって、健全性が毀損されていないかどうかを計る重要な財務指標となるので、併せて注視していく必要がある。

**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

## ■ 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。 同社理念や価値創造の仕組みを伝える 「Wacom Story Book」を2023年5月に発行

同社では ESG や持続可能な社会への取り組みを重視して、「社会への取り組み」への基本的な考え方や具体的な活動を同社ホームページに開示している。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。人々の日々はもちろん、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、ユーザーとともに同社自身の持続的な成長にもつなげるものと言える。

※ 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解析し、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。

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、CO<sub>2</sub> 排出量を年率 4% 削減 (基準年: 2014 年度) することにより、2030 年度に達成すべき CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub> 排出量 (Scope1、2、3) 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 CO<sub>2</sub> 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。それらを踏まえ、2023 年 4 月 13 日には TCFD (気候変動関連財務情報開示タスクフォース) 提言への賛同を表明した。

同社は、ESG を中心に統合報告書の要素も一部カバーする冊子として、同社の理念や社員の思い、ユーザーの声などを一連のストーリーとして伝える「Wacom Story Book」※を発行している (創刊号の発行は 2023 年 5 月)。

※ 同社が大切にしている価値観の紹介を皮切りに、同社の商品企画や技術開発の軌跡をチームメンバーが語るとともに、様々なコミュニティパートナーやアーティストの声、作品、事例なども掲載している。

## ■ 株主還元

### 2024年3月期は安定した配当継続の方針の下、 前期と同額の1株当たり20円配を実施。 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。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%程度としている。それを上回る場合でも、原則安定的な1株当たりの配当額を維持し、1株当たり配当額の中長期的な増加を通じた利益還元をめぐる考えだ。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。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」の対象期間（2022年3月期～2025年3月期）においては、総額200億円を上限とする自己株式取得を実施する方針である（2024年3月31日時点では累計125億円の自己株式の取得を実施済み）。

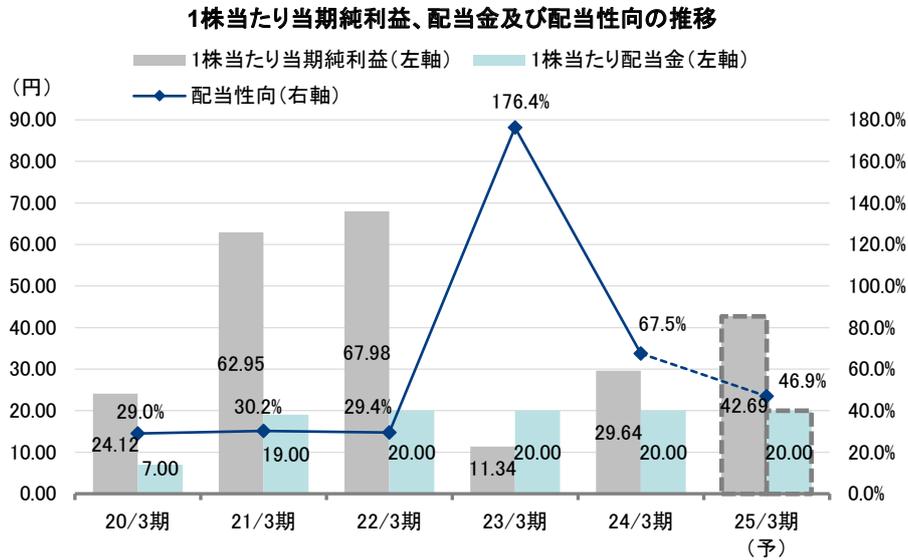
2024年3月期の配当については前期と同額の1株当たり20.0円を実施した（配当性向67.5%）。自己株式については総額約75億円（1,104万株）を取得した。

2025年3月期の配当についても1株当たり20.0円（配当性向46.9%）を予想するほか、2024年5月9日付で30億円（600万株）を上限とする自己株式の取得※、並びに保有する自己株式のうち600万株の消却も決議した（2024年5月16日付で消却済）。

※ 同決議による自己株式の取得期間は2024年5月10日～2024年9月30日となっている。

今後も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るにあたり、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に変わりはない。

株主還元



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 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」、「COM」には「コミュニケーション」や最近では「コミュニティ」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、タッチパネル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