

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12月6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. 2025年3月期上期の業績概要	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	05
1. 2025年3月期上期の業績概要	05
2. 事業別の業績概要	07
3. 2025年3月期上期の総括	08
■ 業績見通し	09
1. 2025年3月期の業績見通し	09
2. 弊社の注目点	10
■ 中期経営方針「Wacom Chapter 3」アップデート（改編）の進捗	11
1. 基本的な方向性とこれまでの経緯	11
2. 「ブランド製品事業」における構造改革プランの概要（2024年5月公表時点）	12
3. 構造改革プランの進捗と取り組み（2024年10月公表時点）	13
■ 次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の方向性	14
1. 方向性（サマリー）	14
2. 事業規模と収益性	14
3. Wacom Chapter 4 最終発行までのマイルストーン	14
■ これまでの業績推移	15
■ 社会への取り組み	18
■ 株主還元	20
■ 会社概要	21

■ 要約

2025年3月期上期は増収・営業増益。 「ブランド製品事業」の構造改革を推進

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. 2025年3月期上期の業績概要

2025年3月期上期の連結業績は、売上高が前年同期比3.1%増の57,315百万円、営業利益が同122.9%増の5,475百万円と増収及び営業増益となった。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、商品ポートフォリオのアップデートを進めるなか、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「ブランド製品事業」における損益改善により大幅な営業増益を実現した。活動面では「ブランド製品事業」の構造改革の1つに掲げる新ユースケース「ポータブルクリエイティブ」を確立すべく、2024年5月に「Wacom Movink 13」をリリースした。

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、同社は期初予想を据え置き、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、足元では好調な「テクノロジーソリューション事業」については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する方針の下、「ブランド製品事業」の構造改革を進めることで増益を確保する。

要約

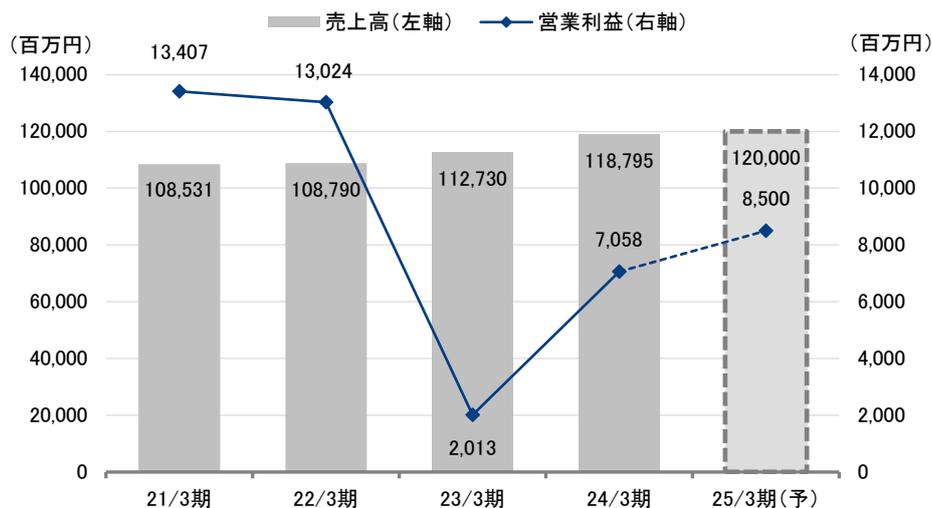
3. 中期経営方針アップデートの改編

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の方向性を公表し、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を提示した（最終案は2025年5月公表予定）。

Key Points

- ・ 2025年3月期上期は円安効果や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」は市場環境の急激な変化により苦戦が続く
- ・ 2025年3月期の連結業績は、期初予想を据え置き、「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

ワコム | 2024年12月6日(金)

6727 東証プライム市場

<https://investors.wacom.com/ja-jp/>

■ 事業概要

デジタルペンとインクの事業領域で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。

「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や、また「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 83%^{※1}を占めていることから、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 2025年3月期上期「ブランド製品事業」の売上高の 31.8%が米国、26.1%が欧州（ドイツ）、25.5%がアジア・オセアニア、16.6%が日本となっている。

※2 「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し、「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する。

開発拠点（2024年9月末時点）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組み替えや 独自技術の事実上の標準化を推進

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。

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。

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。

※「板タブ」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^{※1}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」^{※2}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>や富士通クライアントコンピューティング（株）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、ユーザーの裾野を広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。

^{※1} 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）。
^{※2} 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

2025 年 3 月期上期は円安効果や OEM 需要増により増収・営業増益

1. 2025 年 3 月期上期の業績概要

2025 年 3 月期上期の連結業績は、売上高が前年同期比 3.1% 増の 57,315 百万円、営業利益が同 122.9% 増の 5,475 百万円、経常利益が同 4.1% 減の 4,785 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同 8.8% 減の 3,470 百万円と増収及び大幅な営業増益となった。なお、経常利益以下が減益となったのは、営業外損益の為替差損の計上が主因である。

売上高は、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、商品ポートフォリオのアップデートを進めるなか、プロ向けモデルが新商品の貢献により伸長したものの、プロ向け以外の中低価格帯モデルにおいて苦戦が続いている。

※ 売上高全体を約 39 億円押し上げる要因となった。

決算概要

損益面では積極的な研究開発投資^{※1}を継続しながらも、円安効果^{※2}を含む「テクノロジーソリューション事業」の伸びや「ブランド製品事業」における損益改善（損失幅の縮小）により、大幅な営業増益を実現した。経常利益以下については、為替差損7億円を営業外損益に計上したことで減益となった（前年同期は為替差益25億円の計上）。

※1 中期経営方針に基づき、同社グループが持つデジタルペンの技術価値や各要素を「ペンとインクの統合体験」として市場実装すべく、次世代の成長エンジンとなる技術開発を推進している。

※2 営業利益全体を約8億円押し上げる要因となった（テクノロジーソリューション事業によるもの）。

財政状態については在庫マネジメント（適正化）が前期末までにおおむね完結し、特筆すべき変動はなかったものの、一時的に輸送在庫（棚卸資産）が増加した一方、現金及び預金が自己株式の取得[※]等により減少したことにより、総資産は前期末比2.7%減の77,466百万円に縮小した。また、自己資本についても、配当や自己株式の取得に伴い同7.1%減の33,431百万円に減少したことから、自己資本比率は43.2%（前期末は45.2%）とわずかに低下した。

※ 2024年5月9日付取締役会決議に基づき、総額約30億円（4,032,500株）を取得した。

2025年3月期上期業績の概要

（単位：百万円）

	24/3 期上期		25/3 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	55,591		57,315		1,724	3.1%
ブランド製品事業	17,078	30.7%	14,824	25.9%	-2,254	-13.2%
テクノロジーソリューション事業	38,513	69.3%	42,491	74.1%	3,978	10.3%
売上原価	38,580	69.4%	37,214	64.9%	-1,366	-3.5%
販管費	14,554	26.2%	14,626	25.5%	72	0.5%
営業利益	2,457	4.4%	5,475	9.6%	3,018	122.9%
ブランド製品事業	-2,017	-11.8%	-1,106	-7.5%	910	-
テクノロジーソリューション事業	6,915	18.0%	9,325	21.9%	2,410	34.8%
調整額	-2,442	-	-2,743	-	-301	-
経常利益	4,990	9.0%	4,785	8.3%	-205	-4.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,804	6.8%	3,470	6.1%	-334	-8.8%

	24/3 期末	25/3 期上期末	前期末比	
			増減額	増減率
総資産	79,620	77,466	-2,154	-2.7%
自己資本	35,968	33,431	-2,537	-7.1%
自己資本比率	45.2%	43.2%	-2.0pp	-

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

決算概要

販管費の内訳

(単位：百万円)

	24/3 期上期	25/3 期上期	前年同期比	
			増減額	増減率
人件費	5,575	5,728	153	2.7%
研究開発費	3,641	3,792	151	4.1%
広告宣伝・販促費	876	599	-277	-31.7%
運賃・荷造費	644	615	-29	-4.5%
外注費	718	680	-38	-5.3%
減価償却費	228	223	-5	-2.5%
その他	2,872	2,991	119	4.1%
合計	14,554	14,626	72	0.5%
売上高販管費率	26.2%	25.5%		-0.7pp

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 13.2% 減の 14,824 百万円、セグメント損失は 1,106 百万円（前年同期は 2,017 百万円の損失）と、減収ながらセグメント損失が縮小した。売上高は円安効果（約 8 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低調に推移した。「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や案件進捗の影響により、わずかに減収となった。損益面では、構造改革の初期効果（人件費や減価償却費の減少等）に伴って損失幅が縮小した。活動面では、構造改革の 1 つに掲げる新ユースケース「ポータブル クリエイティブ」を確立すべく、2024 年 5 月に「Wacom Movink 13」※をリリースした。

※ 同社史上最薄・最軽量、そして初の有機 EL ディスプレイを搭載したペンタブレット。

ブランド製品事業の業績の内訳

(単位：百万円)

	24/3 期上期	25/3 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	14,898	12,664	-2,234	-15.0%
ディスプレイ製品	9,310	7,718	-1,592	-17.1%
ペンタブレット製品	5,588	4,946	-642	-11.5%
ビジネスソリューション	2,180	2,160	-20	-0.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

決算概要

a) クリエイティブソリューションの売上高

前年同期比 15.0% 減の 12,664 百万円と低調に推移した。製品別に見ると、「ディスプレイ製品」ではプロ向けモデルが新商品※の貢献等により伸長したものの、プロ向け以外は需要減等により中低価格帯が減少した。「ペンタブレット製品」についてはプロ向けモデルがわずかに減収となったほか、プロ向け以外では低価格帯が増収となったものの、中価格帯が需要減等により減収となった。

※ 2023 年 10 月にリリースしたフラグシップモデル「Wacom Cintiq Pro シリーズ」及び 2024 年 5 月にリリースした新ユースケース「Wacom Movink 13」。

b) ビジネスソリューションの売上高

前年同期比 0.9% 減の 2,160 百万円とわずかに減収となった。流動的な市況の変化や案件進捗による影響を受けて伸び悩んだ。

(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 10.3% 増の 42,491 百万円、セグメント利益は同 34.8% 増の 9,325 百万円と増収増益となった。売上高は円安効果（約 30 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。スマートフォン向けに実装している技術だけでなく、電子ペーパー（E ペーパー）向けの需要についても、中国で増えているリモート教育の専用端末等で伸びているようだ。「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ながらも前年同期並みを確保した。損益面でも増収による収益の押し上げや円安効果（約 10 億円の増益要因）等により大幅な増益となった。

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）

	24/3 期上期	25/3 期上期	前年同期比	
			増減額	増減率
AES テクノロジーソリューション	12,564	12,511	-53	-0.4%
EMR テクノロジーソリューション	25,949	29,980	4,031	15.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 2025 年 3 月期上期の総括

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」の伸びが業績のプラス要因となる一方、「ブランド製品事業」の回復の遅れがマイナス要因となっており、2024 年 3 月期からの基調に変化はないとの見方ができる。特に「ブランド製品事業」においては市場構造が変化するなかで、2024 年 3 月期にリリースした新製品の市場浸透は依然スローであり、厳しい状況が続いている。Wacom Chapter 4 に向けた事業構造改革については着実に進めており、とりわけ「ブランド製品事業」のコスト最適化には一定の成果を示した。新ユースケース「ポータブル クリエイティブ」の確立に向けても新商品をリリースし、今後に向けて最初の一步を踏み出すことができた。

■ 業績見通し

2025年3月期の業績予想を据え置き、増収増益を確保する見通し

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、期初予想を据え置き、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。

売上高は、期初の前提では部材調達・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となっている。「テクノロジーソリューション事業」については前期とほぼ同水準を見込んでいる。

上期実績を振り返ると、「ブランド製品事業」の苦戦が続く一方、「テクノロジーソリューション事業」が円安効果も含めて大きく伸長しており、期初時点の前提との入り繰りが見られる。そのような状況で期初予想を据え置いたのは、下期において「ブランド製品事業」の巻き返し（市場浸透）を図ることに加え、「テクノロジーソリューション事業」についてはOEM提供先の市場環境を慎重に判断したことが背景にある。加えて売上高全体では通期予想に対しておおむね順調に進捗していることも、期初予想を据え置く判断材料になったと考えられる。

損益面では、積極的な研究開発投資を継続する方針の下、2024年3月期までの利益を圧迫してきた「一時的な費用」※1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であり、その点は期初時点の前提に変更はない。また、経常利益が減益となるのは上期業績と同様に為替差益（29億円）のはく落によるものであるが、2024年3月期に計上された特別損失※2がなくなること、親会社株主に帰属する当期純利益では大幅な増益を確保する見通しである。一方で、同社は「ブランド製品事業」の2026年3月期の利益水準を20億円以上改善するために推し進める構造改革に関連して、海外拠点を中心とした人員削減や社内システムの最適化に伴い、2025年3月期において特別損失を計上する可能性があることも留意が必要であろう。

※1 2024年3月期においては、市場環境の急激な変化に起因する買付契約評価引当金並びに棚卸資産評価損に係る「一時的な費用」（粗利悪化要因）として合計（純額）22億円を計上した。

※2 「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。

業績見通し

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。アップデートし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判断し、わずかな増収に留まる想定である。損益面では、2024年3月期までの「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る考えだ。

(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 2024年3月期と同水準を想定している。損益面では、2024年3月期までの「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

通期予想の達成のためには、下期で売上高 62,685 百万円、営業利益 3,025 百万円を達成する必要がある。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、下期は年末商戦を迎えること、保守的に見ている「テクノロジーソリューション事業」の伸びなどを勘案すれば、十分に達成可能な水準と言える。「ブランド製品事業」の販売面での出遅れは気になるが、2024年3月期にリリースした新製品の市場浸透に加え、新ユースケース「Wacom Movink 13」の立ち上がりや市場の反応にも注目したい。

業績見通し

もっとも最大の 이슈は、次の Wacom Chapter 4 に向けて「ブランド製品事業」の構造改革プランをいかに仕上げていくのか、である。同社では、2024年3月期と2025年3月期を「事業構造変革期間」と位置付けており、前期までに部材調達・生産の余剰に起因する在庫の整理に目途を付け、2025年3月期は人員ポジションや社内システムといったオペレーション関連の整理を中心とする抜本的な改革を進める。加えて20億円以上の費用削減効果を2026年3月期に実現するための追加施策を、2025年3月期中に実施する予定で、その動向を見守る必要がある。この追加施策の実行に関連して一時的な追加費用が計上する可能性はある。しかし弊社では、同社が次のステージへ進むに当たって筋肉質な収益体質への転換を図ることはもちろん、組織規模やオペレーションの最適化、販路マネジメント及び研究開発体制の在り方を環境変化に合わせてブラッシュアップすることは、新たな価値創出やビジネスモデルの進化を実現するために必要なプロセスであると捉えている。したがって業績面での成果だけでなく、「ペンとインクの統合体験」の提供や「プラットフォーム」の立ち上げに向けて体制をどのように構築していくのか、そうした観点から構造改革プランの進捗をフォローすべきであろう。今後もボリュームゾーンにおいては厳しい状況が続くことが予想されるが、同社がターゲットに定めた3つの市場ドメイン（デジタルコンテンツ制作、教育DX、ワークフローDX）においてポテンシャルが各方面で広がっており、2025年5月に公表予定の Wacom Chapter 4（最終案）においてどのような未来像が示されるかが待たれる。

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

Wacom Chapter 4 での成長加速に向けた構造改革を推進

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※1を継承しつつも「5つの戦略軸」を設定し、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※2。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て経営の質の向上や、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』を長期的時間軸で、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。

中期経営方針「Wacom Chapter 3」アップデート（改編）の進捗

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。このため後半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2024年5月には、「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※。

※ 新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）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、ほかの 카테고리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. 「ブランド製品事業」における構造改革プランの概要（2024年5月公表時点）

2024年5月には、「ブランド製品事業」における構造改革プランとして以下の施策を通じてオペレーション費用の最適化（約20億円の費用削減）を図ることで、Wacom Chapter 4の初年度（2026年3月期）においてセグメント黒字化を実現する考えを公表した。さらに2年目（2027年3月期）以降での売上規模拡大による収益貢献、クリエイティブ・コミュニティにおけるブランド地位／信頼の維持・向上を目指す。

1) 商品ポートフォリオ

新ユースケース「ポータブル クリエイティブ」の確立、ならびにソリューション提供型への移行（サービス提供によるサブスク型ビジネスモデル）により売上拡大と粗利改善を目指す。

2) 集中事業領域

プロ向け、クリエイティブ専門領域に集中し、K12（小・中・高）市場は「テクノロジーソリューション事業」にてカバーすることで、組織規模の最適化を目指す。

3) 販路／地域オペレーション

e-store / B2B / コミュニティ連携に集中するとともに、抜本的な販社機能統合と機能集約化を図ることで、「オペレーションの軽量化」を実現し、組織規模及び関連費用の最適化を目指す。

4) 組織構造

新リーダーシップの下での構造改革及び「ペンとインクの統合体験」※の一体化開発推進に取り組むとともに、「オペレーションの軽量化」の方針の下、開発／オペレーションの最適化・集約化を図ることで、組織規模の最適化を目指す。

※ Wacom Chapter 4における新しい価値提供。ハードウェア、ソフトウェア、サービス、コミュニティ連携、技術モジュール、新コア技術を一体化した価値創出により、制作ワークフローや学びのユースケースに対して、ペンとインクに関する統合体験を提供するもの。

3. 構造改革プランの進捗と取り組み（2024年10月公表時点）

2024年10月には、Wacom Chapter 4 に向かったの全社組織及びブランド製品事業の構造改革に対する具体的な取り組みを公表した。以下の施策を通じて、同社全体の15%～20%に当たる人員ポジションを閉鎖するとともに、社内システムの運営費用の見直しにより、20億円以上の費用削減プランを2025年3月期中に実施する。

1) 新ポートフォリオの立ち上げ

新ユースケース「ポータブルクリエイティブ」を確立すべく、2024年5月に「Wacom Movink 13」をリリースし、本カテゴリーの拡大を推進する。また、市場環境の変化により苦戦するボリュームゾーン（中低価格モデル）については、アプリケーション及びサービス、アフターサービスを含めたユーザー体験で差別化を図る。

2) 地域組織のビジネスモデルを変更

商品の Buy-Sell 機能を日本に集約（一部を除く）し、日本から直接販売する体制とすることで、ロジスティクス、オペレーション、在庫マネジメントといった機能を軽量化する。一方、地域組織はサービス会社としてコミュニティ連携や市場開発に集中する。

3) 全社共通の Wacom Platform 開発

「ブランド製品事業」「テクノロジーソリューション事業」に関わらず、ハードウェア、ソフトウェア、サービス、UI（ユーザー・インターフェース）が統合された全社共通のプラットフォーム開発を通じて、開発リソースの大部分をハードウェア拠点（日本）に集約する。

4) 全社オペレーション軽量化

「ブランド製品事業」の構造改革に伴う関連システムの見直し及び資産の軽量化に取り組む。

■ 次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の方向性

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）

同社は、2024年5月に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／創作のみならず、教育 DX Edtech、ワークフロー DX などにも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、「進化した技術ポートフォリオ」「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「ペンとインクの統合体験」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 クリエイティブ」「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、「ペンとインクの統合体験」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（同社2024年3月期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（ペンとインク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月にこれら財務指標は全てアップデートする計画）。

3. Wacom Chapter 4 最終発行までのマイルストーン

2024年10月には、Wacom Chapter 4の方向性（サマリー）を要素分解し、それぞれの検討進捗についてアップデートした。特に、Wacom Chapter 4において新たな価値となる「ペンとインクの統合体験」の提供に向けて、積極的な投資（コア技術の獲得、開発リソースの強化、バリューチェーンの強化、市場開発など）を検討していく。

次期中期経営方針（Wacom Chapter 4）の方向性

Wacom Chapter 4 最終発行までのマイルストーン

要素分解	進行中の内容（検討進捗）	Wacom Chapter 4 最終公表までのマイルストーン
ブランドデザイン	ペンとインクの統合体験提供	-
技術革新ロードマップ	ハード・ソフト・サービス・UI 革新	ペンとインクの統合体験を構築する革新的技術の開発
ポートフォリオ	製品 / 技術部品プラットフォーム	ボリュームゾーンでのこ入れ/プラットフォームの立ち上げ
投資計画	統合体験を構築するための投資選定	ペンとインクの統合体験を強化補完する積極投資
組織構造	軽量化組織構築	構造改革後の軽量化組織で新しい価値の届け方を実現
財務戦略	KPI アップデートと開示充実化	資本コストの開示/財務レバレッジ活用を含む資本政策をアップデート
事業計画	持続的な成長	事業成長とともに、サステナビリティを担保

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

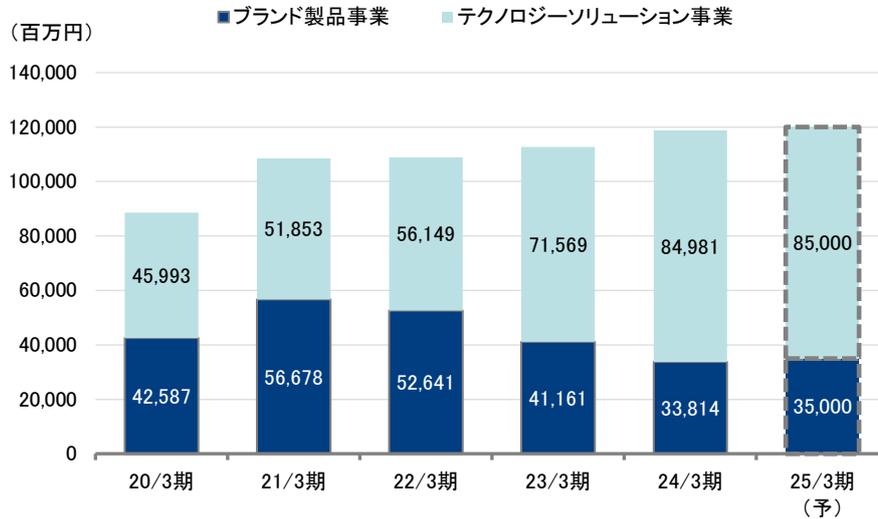
■ これまでの業績推移

「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」（特に中低価格帯モデル）が急拡大すると、巣ごもり需要が一巡した2022年3月期も「ブランド製品事業」の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。ただ、2023年3月期以降は、インフレなど世界的な経済環境の悪化による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）が大きく落ち込む一方、「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。

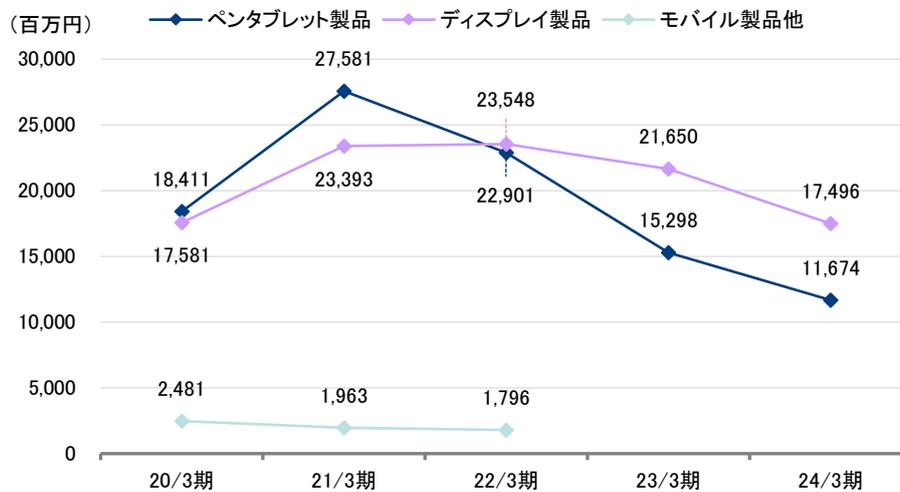
これまでの業績推移

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



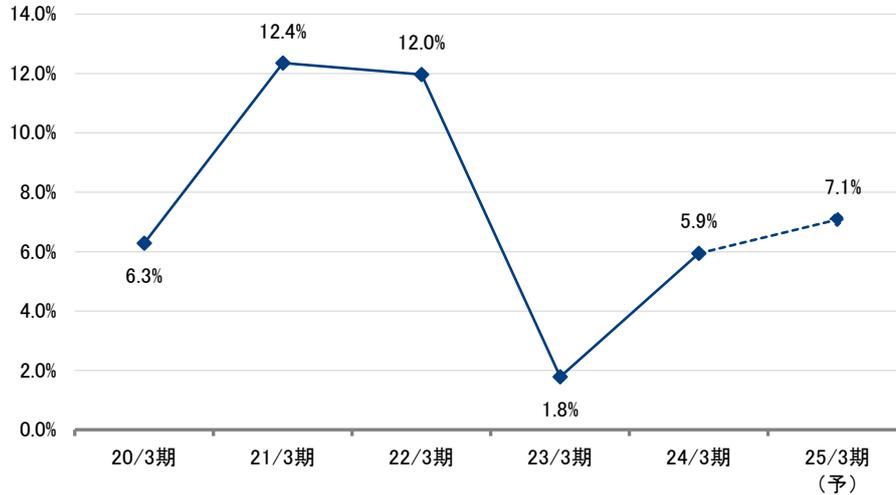
注：2024年3月期よりカテゴリー範囲を変更。「モバイル製品他」は、「ディスプレイ製品」「ペンタプレット製品」へそれぞれ分割。23/3期は遡及して修正

出所：決算短信よりフィスコ作成

損益面では、営業損失となった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たことにより、全体の利益率も大きく低下した。

これまでの業績推移

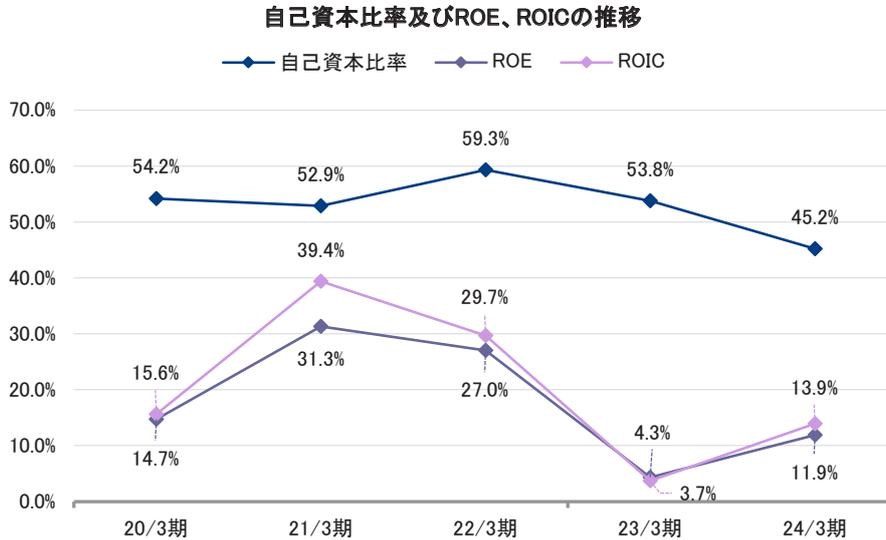
営業利益率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

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・フローも改善した。「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。財務健全性の確保を前提に負債資本倍率(D/Eレシオ)は0.3~0.5倍程度とする負債レバレッジを活用することで、資本効率を意識した事業運営を進める方針を2023年5月時点で開示した。2024年3月期末時点では負債資本倍率が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ため、併せて注視していく必要がある。

これまでの業績推移



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

同社では ESG や持続可能な社会への取り組みを重視しており、「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」体験を支援、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。

社会への取り組み

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、Z会グループとの協業によりオンライン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サービス提供を行っている。

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、CO₂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CO₂排出量目標を公表している。そのなかで、温室効果ガスの削減とCO₂排出量（Scope1、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。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。また、2024年8月に、2024年3月期の温室効果ガス排出量データ（Scope1、2、3）の信頼性向上を目的として、国際基準に準拠した第三者検証による第三者保証報告書を取得するとともに、同年10月末には、2030年までを目指してグローバルで進めている温室効果ガス排出削減目標について、パリ協定の求める温室効果ガス削減の目標（産業革命前からの気温上昇を1.5℃に抑えるもの）に対して科学的根拠に基づき整合しているとの評価を得た。国際的な気候変動対策イニシアティブの1つSBTi（Science Based Targets initiative）において、SBT短期目標の認定取得が公開されている。

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

2025年3月期は1株当たり20円配を予想。 自己株式の取得にも取り組む

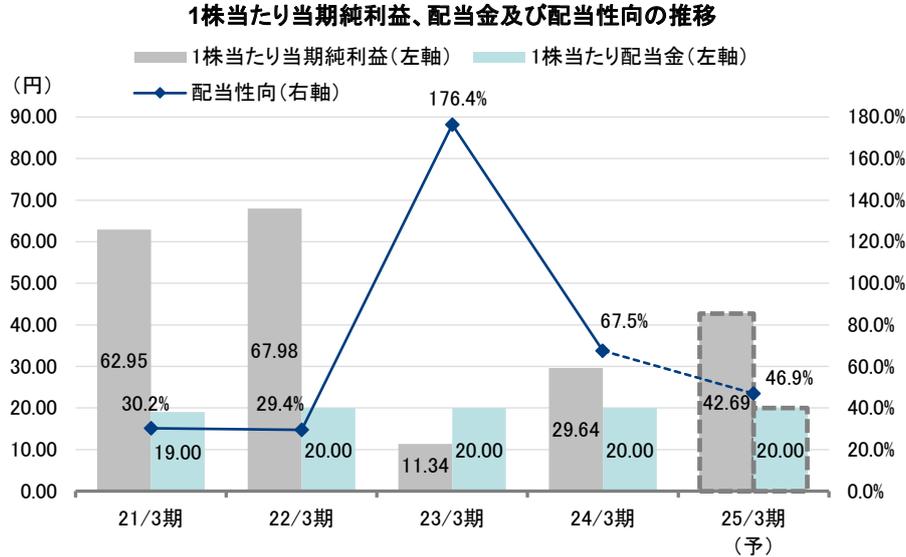
同社の株主還元策については、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当の継続と機動的な自己株式取得の実施を基本方針としている。配当については、適正な財務の健全性を確保することを念頭に、連結ベースの配当性向の目安を30%程度としている。それを上回る場合でも、原則安定的な1株当たりの配当額を維持し、1株当たり配当額の中長期的な増加を通じた利益還元を努める考えだ。また、事務コストを考慮し、配当金の支払い回数は期末の年1回としている。

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が、2024年9月30日時点で累計155億円(2,137万株)の自己株式の取得を実施済みである。なお2024年10月30日開催の取締役会において、4百万株または20億円のいずれかを上限とする自己株式取得を決議している（取得期間は2024年10月末から2025年1月20日まで）。

2025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。自己株式については2024年9月30日までに総額約30億円を取得したほか、2024年10月30日付で20億円を上限とする自己株式取得の決議を行った（取得期間は2024年10月31日～2025年1月20日）。また、2024年5月16日には保有する自己株式のうち600万株を消却した（消却前の発行済株式総数に対する割合3.95%）。

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

クリエイター向けペンタブレット市場を確立、テクノロジーソリューション事業が成長をリード

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確立した。

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