

|| 企業調査レポート ||

ミマキエンジニアリング

6638 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年12月13日(金)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

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

目次

要約	01
1. 産業用インクジェットプリンタや消耗品などをワンストップで製造販売	01
2. インクなどケミカル分野を含む独自開発技術やプリントヘッドの制御技術などに強み	01
3. 2025年3月期第2四半期累計は業績が好調に推移、「Mimaki V10」目標の営業利益率10%をクリア	01
4. 「Mimaki V10」目標は通期でも達成見込みのため、次期中期経営計画にも期待	02
会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 主力製品の特徴	05
事業概要	07
1. 事業内容	07
2. グローバル展開	09
3. 同社の強み	10
業績動向	12
1. 2025年3月期第2四半期累計の業績動向	12
2. 市場別・エリア別の売上高動向	14
3. 2025年3月期の業績見通し	15
中長期成長戦略	18
1. 中長期成長戦略「Mimaki V10」	18
2. 資本コストと株価を意識した経営	19
株主還元策	20

■ 要約

業績は好調に推移、上期で中期目標の営業利益率 10% をクリア

1. 産業用インクジェットプリンタや消耗品などをワンストップで製造販売

ミマキエンジニアリング<6638>は、産業用インクジェットプリンタやカッティングプロッタ、プリンタに使われるインクなどをワンストップで製造販売する開発型企業である。販売市場は、広告・看板などを製作する SG（サイングラフィックス）市場、工業製品や一般消費者向け小物類の加飾をする IP（インダストリアルプロダクト）市場、生地や既製服を捺染する TA（テキスタイル・アパレル）市場の 3 つで、海外の売上高構成比が約 70% とグローバルな事業展開を行っている。各市場の製品買い替えサイクルは 4～5 年のため、各市場順番に新製品を投入することで毎期売上高を積み上げる収益構造になっている。産業プリント市場のデジタル化率は、SG 市場では高まってきたものの、その他は依然 5～10% に過ぎず、成長のポテンシャルは非常に大きい。

2. インクなどケミカル分野を含む独自開発技術やヘッドの制御技術などに強み

同社の強みは、産業用プリンタで築いてきた独自の複合的技術基盤にある。なかでもインクは、「水と空気以外なら何にでもプリントできる」ことを目標に開発している。多種多様な素材にプリントできる高機能インクは、幅広い市場でインクジェットプリンタを展開するうえで大きな強みとなっているうえ、消耗品ビジネスとして安定収益をもたらしている。また、こうした様々なインクを吐出するプリントヘッド（以下、ヘッド）の制御技術も強みで、そのため同社はヘッドを自社製造しておらず、市場で供給されている多種のヘッドからニーズに応じて最適な調達を行っている。ほかにデジタル・オンデマンド生産方式による受注生産、多品種少量ニーズへのワンストップ対応、工場のスマート化を進める FA（ファクトリーオートメーション）技術、グローバルでローカルな営業力なども強みである。

3. 2025 年 3 月期第 2 四半期累計は業績が好調に推移、「Mimaki V10」目標の営業利益率 10% をクリア

2025 年 3 月期第 2 四半期累計の業績は、売上高が 40,942 百万円（前年同期比 15.5% 増）、営業利益が 4,698 百万円（同 101.5% 増）と絶好調だった。特に SG 市場と IP 市場が想定を大きく上回って進捗、為替のプラス影響や高コスト部材を使用した製品の販売がほぼ終結したこともあって、上期中に業績予想を 2 回上方修正、半期で過去最高の業績となった。また、中長期成長戦略「Mimaki V10」で目標にしていた 2026 年 3 月期営業利益率 10% を早くもクリアした。同社は 2025 年 3 月期の業績見通しについて、売上高 82,500 百万円（前期比 9.1% 増）、営業利益 8,250 百万円（同 50.5% 増）と見込んでいる。上期好調の分だけ上方修正されているが、上期の勢いや為替の動向、新製品が好評なことなどを考えると、業績予想は保守的な印象を受ける。

要約

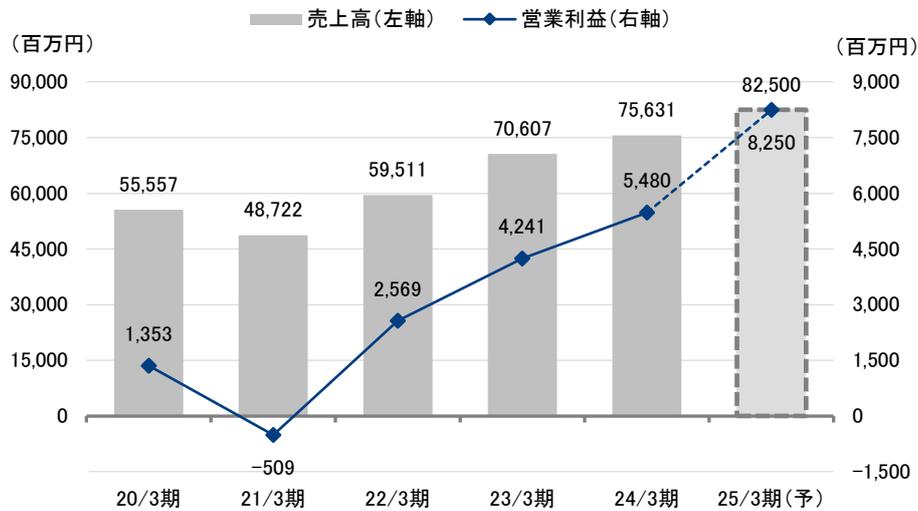
4. 「Mimaki V10」 目標は通期でも達成見込みのため、次期中期経営計画にも期待

「Mimaki V10」の達成に向け、2025年3月期のグループ経営方針を「進化する」と定め、そのためにも資本コストと株価を意識した経営を強化した。この結果、「Mimaki V10」目標の達成による収益改善は上期に営業利益率が10%台となったことで達成、在庫及び借入金の適正化による財務基盤の強化はキャッシュ・コンバージョン・サイクルが改善するなど着実に進展した。ほかにも将来成長実現に向けた戦略的な投資、企業価値向上に資する役員報酬制度の導入、株主還元方針に基づく安定的・継続的な配当、投資家との対話促進による資本コストの低減など一定の成果が得られた。ただし、通期でも「Mimaki V10」の目標達成が見込まれるため、新たなイノベーションへ向けて次期中期経営計画の検討に入ったようだ。次期中期経営計画にも期待したい。

Key Points

- ・産業用インクジェットプリンタや機能性インクなどをワンストップで製造販売
- ・インクの開発技術やヘッドの制御技術、グローバルでローカルな営業力などに強み
- ・業績の好調を背景に中計目標の営業利益率10%を1年前倒して達成へ。次期中計も期待

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「水と空気以外なら何にでもプリントできる」ことが究極の開発目標

1. 会社概要

同社は産業用インクジェットプリンタの大手で、顧客ニーズに応じた様々なインクジェットプリンタ、カットイングプロッタ、3D プリンタ、そうした製品に使われるインクやソフトウェアなどの開発・製造・販売・保守サービスをワンストップで提供している。同社は、「水と空気以外なら何にでもプリントできる」ことを究極の開発目標に据える開発型企業であり、常に「新しさと違い」にこだわった、先進性と独自性のある高付加価値な製品を市場に投入している。販売市場は、広告・看板などの製作を支える SG 市場、工業製品や一般消費者向け小物類への加飾をしている IP 市場、生地や既製服を捺染する TA 市場の 3 つで、海外売上高構成比約 70% というグローバルな事業をローカルな営業力で展開している。

転機は電子部品からペンプロッタへのシフト

2. 沿革

同社は 1975 年 8 月、時計用水晶振動子の組み立てを目的に長野県で設立された。1983 年に A2 サイズのフラットベッドペンプロッタ※を自社開発し、1985 年に数値制御による美しい円弧作図が評判となった「北斎」ブランドのペンプロッタを発売した。これを機に大型プロッタの製造・販売に参入し、1987 年に偏芯カット方式採用のカットイングプロッタ、1996 年には水性顔料インクを搭載したインクジェットプリンタを世界で初めて発売するなど、電子部品からペンプロッタの技術を生かした製品の開発・製造に事業をシフトした。その後、高付加価値製品の開発を継続するとともに、営業の全国展開、グローバル展開を推進した。このため順調に成長を続けてきたが、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）で一時的に成長の踊り場を迎えることとなった。現在は、中長期成長戦略「Mimaki V10」によってコロナ禍からの V 字回復を達成、再成長期入りしたところである。

※ (ペン) プロッタ：X/Y 値を用いた建築物や機械の製図・設計に使われる。ペン以外のものを装着したプロッタをペレスプロッタといい、ナイフを装着してフィルムなどを切るものをカットイングプロッタという。

ミマキエンジニアリング | 2024年12月13日(金)
 6638 東証プライム市場 | <https://ir.mimaki.com/>

会社概要

沿革

年月	事項
1975年 8月	長野県北佐久郡北御牧村(現 東御市)に(有)ミマキエンジニアリングを設立
1976年10月	時計用水晶振動子の精密部品組立開始
1979年 3月	東京営業所を開設
1981年 5月	(株)ミマキエンジニアリングに改組
1983年12月	OEM 向け A2 フラットベッドペンプロッタ RY-1003 開発開始
1985年 2月	「北斎」の商標で、A2 フラットペンプロッタ販売開始
1986年 3月	加沢工場操業開始
1986年 6月	大阪営業所を開設(以後、全国に営業所を展開)
1987年 3月	偏芯カット方式採用カッティングプロッタを世界で初めて発売
1989年 4月	精密部品事業から撤退
1995年 7月	台湾御牧股份有限公司を台湾台中縣神岡郷に設立(以後、世界各地に子会社を展開)
1996年10月	水性顔料インク搭載 IJ プリンタを世界で初めて発売
1998年10月	ピエゾ方式捺染 IJ プリンタを世界で初めて発売
2002年 9月	高画質かつ低価格のエコソルベント IJ プリンタを世界で初めて発売
2003年10月	長野開発センターを長野県長野市に開設
2004年 3月	UV 硬化ホワイティング搭載 IJ プリンタを世界で初めて発売
2004年 4月	部品加工事業を独立、(株)ミマキプレジジョンを設立
2004年 6月	(株)ウイズテックを子会社化
2004年 9月	長野県東御市に牧家工場取得
2005年 4月	国内全ユーザーを一括サポートするテクニカルコールセンターを開設
2006年 4月	(株)グラフィッククリエーションを子会社化
2007年 3月	ジャスダック証券取引所に株式を上場
2010年 2月	デスクトップ型の低価格 LED-UV 方式 IJ プリンタを世界で初めて発売
2015年 3月	東京証券取引所市場第一部に市場を変更
2015年 5月	八王子開発センターを東京都八王子市に開設
2015年 7月	High ギャップ対応昇華転写 IJ プリンタを世界で初めて発売
2015年 7月	(株)ウイズテックを吸収合併
2016年 7月	JP デモセンターを東京都品川区に、TA ラボセンターを長野県東御市の本社内に開設
2016年 8月	IP ラボセンターを長野県東御市の本社内に開設
2017年11月	1,000 万色以上のフルカラー造形 UV 硬化 IJ 方式 3D プリンタを世界で初めて発売
2018年10月	アルファードesign(株)を子会社化
2018年11月	(株)楽日を子会社化
2019年 5月	大型フラットベッド LED-UV 方式 IJ プリンタを発売
2020年 3月	ロールタイプ UV 硬化 IJ プリンタを発売
2020年11月	UV 硬化 IJ 方式小型フルカラー 3D プリンタを発売
2020年12月	Roll to Roll IJ プリンタを発売
2021年 2月	昇華転写用 IJ プリンタを発売
2021年 9月	LED-UV 方式 IJ プリンタ / ハイパフォーマンスモデルを発売
2022年 2月	フラグシップエコソルベント IJ プリンタを発売
2022年 3月	(株)マイクロテックを子会社化
2022年 4月	東京証券取引所プライム市場に移行
2023年 4月	新タイプの大規模フラットベッド LED-UV 方式 IJ プリンタを発売 初の DTF プリンタ「TxF150-75」および DTF 専用熱転写顔料インク「PHT50」を発売

出所：ホームページ等よりフィスコ作成

デジタル化が進む産業用インクジェットプリンタ

3. 主力製品の特徴

(1) カuttingプロッタ

カuttingプロッタは、プロッタに装着されたナイフによってコンピュータ上でデザインしたとおりにフィルムなどを切り抜くことができる機械で、ステッカーやポスター、看板を作成する際に使われる。カuttingプロッタは看板作りを、職人による手書きから切り抜いた文字を貼り付けるだけの作業へと進化させ、看板作りのデジタル化に大きな役割を果たした。看板を作るための職人的な熟練技術が不要になっただけでなく、1年も経てば退色するペンキに対してフィルムは数年経っても退色しないため、看板の屋外耐候性も大幅に向上した。

同社が1987年に発売したカuttingプロッタは、偏芯カット方式を世界で初めて採用し、画数の多い漢字でもカッターの上げ下ろしなしに素早くカットできるため大きな評価を得、看板の製作現場で同社製品の認知度が向上するきっかけとなった。インクジェットプリンタによるグラフィカルな看板が主流になった現在でも、プリントTシャツを作成する際に熱転写用ラバーシートの切り抜きに用いられるなど、世界中の製作現場で、同社のカuttingプロッタはなくてはならない設備として稼働している。なお、カuttingプロッタにはロールタイプとフラットベッドタイプの2種類があり、ロールタイプはロール状のシートをカットし、フラットベッドタイプは素材を台に載せてカットする。厚みや硬さがあってロール状にできない素材でも、フラットベッドタイプであればある程度カットすることができる。

カuttingプロッタ

CG-AR シリーズ (ロールタイプ)



CFX Series (フラットベッドタイプ)



出所：同社ホームページより掲載

会社概要

(2) 産業用インクジェットプリンタ

ドット状のインクを吐出することでプリントする装置で、基本的に家庭用インクジェットプリンタと同じ原理で動作する。違いは用途にあり、家庭用プリンタは文字や写真などを紙にプリントするのに対し、産業用プリンタはプラスチックやガラス、木、布など多種多様な素材にプリントすることができる。大きさも家庭用がA4サイズを中心に比較的小さな紙にプリントするのに対し、産業用は四畳半程度の大きさの板や立体の造作物にまでプリントできる。価格も、家庭用が数万円なのに対して、産業用はプリントスピードや大きさ、搭載するインクにより様々なプリンタがあり、100万円前後～数1,000万円程度と高価で幅が広い。インクも、家庭用が水性インクであるのに対し、産業用は様々な素材に応じた多種多様なインクがあり、「屋外でも色あせない」「水に流れ落ちない」「こすっても落ちない」といった耐薬品性、耐水性、耐久性、耐光性、耐擦過性などを備えた機能性インクが多い。

また、手間や在庫リスク、製版コストのかかる従来のアナログ印刷と異なり、産業用インクジェットプリンタはデジタル化で印刷版が不要になったため、「必要なときに必要なだけ」というデジタル・オンデマンド生産が可能となった。従来の見込みによる大量生産・大量販売・大量消費を前提としない、多品種少量の受注生産と短納期・低コストを同時に実現し、多様化するプリントニーズに応えるソリューションとして産業界で高い注目を集めている。加えて、従来のアナログ印刷では版を洗浄するための排水処理が必要だったが、産業用インクジェットプリンタは、絵柄部分だけにインク吐出するためプリントに必要なインクの量も排水する量も非常に少なく、時代のニーズに応えるエコロジークな生産方式と言える。なお、産業用インクジェットプリンタにもロールタイプとフラットベッドタイプの2種類がある。

産業用インクジェットプリンタ
CJV200 Series

TxF300-1600 (DTF プリンタ)


出所：同社ホームページより掲載

■ 事業概要

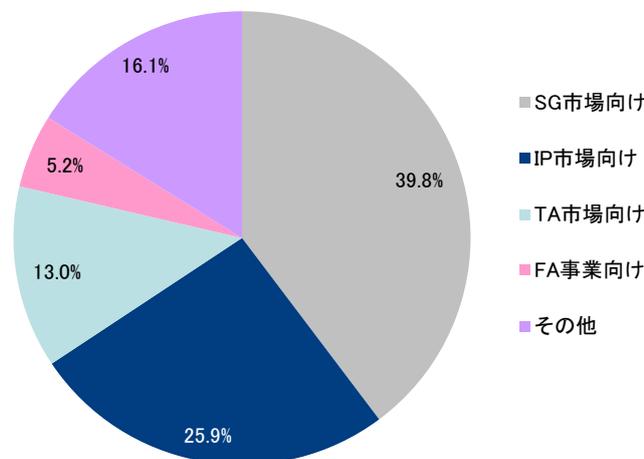
SG 市場について IP 市場と TA 市場も大きく成長

1. 事業内容

同社の事業内容は、製品別だけでなく市場別にもセグメント区分されている。市場別のセグメントは、広告・看板などの製作を支える SG 市場、工業製品や一般消費者向け小物類の加飾をしている IP 市場、生地や既製服を捺染する TA 市場の 3 つである。印刷物や看板、スマホケースや電化製品、衣料品など消費者の生活に直結する最終商品も多いため、同社の技術を生かした製品は意外と身近にあふれている。同社は各市場のニーズを迅速に捉え、狙いを絞った開発によって新製品を素早く提供している。一方、各市場における製品買い替えサイクルはおおむね 4～5 年のため、市場ごとに毎年順番に新製品を投入することで、毎期の売上高を積み上げることができる収益構造になっている。

産業プリントの市場は、ディスプレイグラフィックスなどデジタル化率の高いジャンルもあるが、市場の大きいテキスタイルや家具・インテリア、パッケージラベルなど、依然として昔ながらのアナログ印刷が主流となっているジャンルも多い。このため、産業プリント全体のデジタル化率は平均で 5～10% と言われるほど低く、産業用インクジェットプリンタの成長ポテンシャルは非常に大きい。また、FA を導入することで利用方法の広がる余地も大きい市場である。ライバルは、米国メーカーやプリンタ周辺の国内メーカーなどである。中国メーカーにも産業用インクジェットプリンタを生産している企業はあるようだが、産業データが少ないこと、比較的小規模なメーカーが多いこと、インクのクオリティが低いことから、シェアを算出する際に省略しているようだ。こうした市場だが、産業界の多品種・少量生産ニーズの高まりを受け、付加価値の低いアナログ印刷が主流だった生産現場で、付加価値の高いデジタル・オンデマンド印刷が広がってきた。このため同社も、先行する SG 市場について、IP 市場と TA 市場が第 2、第 3 の柱として大きく成長しているところである。

2025年3月期第2四半期市場別売上高構成比

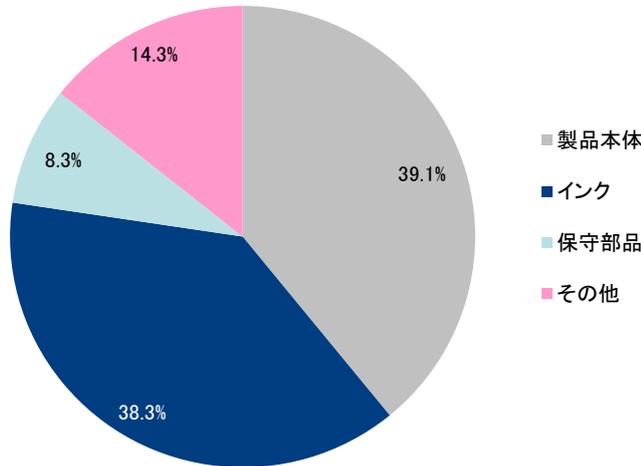


出所：決算短信等よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

2025年3月期第2四半期製品別売上高構成比



出所：決算短信等よりフィスコ作成

(1) SG (サイングラフィックス) 市場

SG 市場では、塩ビシート、パナーシート、ウィンドウフィルムなどのプリント素材を使用して、広告看板、ウィンドウグラフィックス、カーラッピング、ソフトサインなどにプリントを行っている。160cm までの大判インクジェットプリンタでは、同社は世界市場 2 位（2022 年はシェア 27.2%）を誇っている。また、比較的デジタル化が進んでいる分野で、同社を含んだ大手 3 社で 8 割程度のシェアを占めている。

(2) IP (インダストリアルプロダクツ) 市場

IP 市場では、プラスチックやアクリル、ガラス、金属、木材など多種多様な素材にプリントできる UV 硬化インクの特徴を生かし、自動車の計器パネルや家電の操作パネルなど工業製品のほか、スマートフォンケース、おもちゃ、ノベルティといった小物類に利用されている。製品の相場が 1,000 万円を超えていた 2010 年に、330 万円という圧倒的に低価格な製品を発売したことで、同社のシェアが拡大するきっかけとなった。この結果、デスクトップ UV フラットベッドで世界市場 1 位（2022 年はシェア 63.9%）を誇っている。UV 硬化インクは素材を選ばずデジタル化の強みを発揮しやすいため他社も手掛けているが、製品化から 20 年にわたって市場ニーズに対応し蓄積してきたケミカル分野の知見は大きな差別化要素となっている。

(3) TA (テキスタイル・アパレル) 市場

TA 市場では、ファッションアパレルやスポーツアパレル、スニーカー（アッパー材）、インテリア、ファブリックなどを対象に、ポリエステルやレーヨン、綿、絹など縫製前の生地（テキスタイル）や既製服布地のプリントに使われている。同社は 2012 年に世界最速（当時の同社調べ）の昇華転写インクジェットプリンタを開発し、世界的なファッションブランドで採用されたことをきっかけに成長を加速させた。現在、省スペースでクリーンな作業環境を低コストで実現できる昇華転写インクジェットプリンタで、世界市場 2 位（2022 年はシェア 19.4%）の地位にある。

事業概要

(4) その他の事業

同社は産業用インクジェットプリンタ、カッティングプロッタ以外に、3Dプリンタ事業とFA事業を展開している。3Dプリンタ事業では、1,000万色以上のフルカラーの造形から高さ1.8mまでの超大型造形まで、3Dプリンタによるプロダクトデザインやフィギュア、立体看板などを製造している。FA事業では、ベクター技術やメカトロニクス技術をもとに、オンデマンド型のデジタルコーティングマシンによって、ロードイン〜印刷〜コーティング〜ロードアウトといったプリントの生産工程を自動化している。

(5) チャンスが広がるIP、TA市場

IP、TA市場の生産現場では、これまで大量生産が主流だったが、ニーズの多様化や商品サイクルの短期化などにより多品種・少量生産のニーズが高まっている。同社製品によるデジタル・オンデマンド生産は、印刷版を使わず、必要なときに必要な分だけをプリントできるため、短納期かつ低コストで多品種・少量生産を実現できる。さらにデジタル・オンデマンド生産は、個性や独創性、季節性といった価値を容易に商品に付加して差別化や高収益化を図ることができる。そのうえ省スペースな設備でクリーンな作業環境を確保できることから、消費地に近い都市周辺で生産が可能で、物流にかかる時間やコストも削減できる。生産性や環境対応に優位性を持つ同社製品にとって、こうした環境変化は追い風となっている。

販売子会社を設立して積極的に海外展開

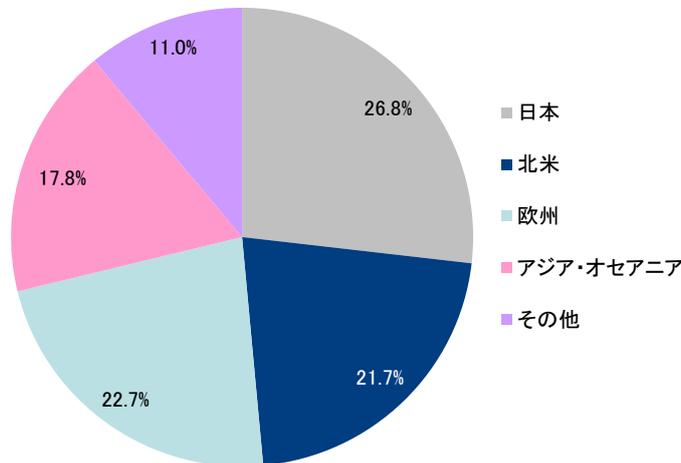
2. グローバル展開

同社は、欧州や米国といった先進諸国だけでなく、中国やブラジルなど成長著しい新興諸国にも海外販売子会社を設立して積極的に進出しており、現在では世界約150の国と地域のSG、IP、TAの各市場において製品・サービスを提供している。また、同社主導で地域密着の販売・保守サービス網を構築しているが、密度の高い顧客情報をリアルタイムで入手することで、地域の多様なニーズを素早く製品開発へ反映する体制も構築している。同社は、世界各地で小規模なプライベート展示会「ミニ展※」を同社単独で開催しており、同社製品の魅力を「見て、触って、実感いただくプロモーション」を通じて具体的な提案活動を行っている。このような施策を背景に、同社の海外売上高の構成比は70%を超えるほどに大きくなったが、現在でも依然高い成長を続けている。

※ ミニ展：各社が集結する大規模展示会とは異なり、同社単独で行う小規模なプライベート展示会のこと。

事業概要

2025年3月期第2四半期地域別売上高構成比



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

高機能インクの開発力やヘッドの制御技術なども強み

3. 同社の強み

同社のビジネスフローは、(1) 顧客ニーズに対応する様々なプリンタを製造販売する、(2) プリンタや素材にあった様々な機能性インクを独自開発する、(3) 機能性インクに最適なヘッドを選択する、(4) 制御技術によりヘッドとインクを制御して高画質で高い生産性を実現する、(5) 市場に最適なプリンタを投入することで顧客とともに成長する——というサイクルを描いている。このことから分かるように、重要なことはカuttingプロッタや産業用インクジェットプリンタを生産する技術だけでなく、素材に応じた多種多様なインクを開発するケミカル技術や、特殊な機能性インクを安定的に吐出して美しくプリントするためのヘッドの制御技術を含めた複合的な技術基盤を構築することで、そのため開発体制や営業体制にも磨きをかけることである。

プリンタ以外で同社最大の強みはインクにあり、顧客それぞれの用途に応じ、「水と空気以外なら何にでもプリントできる」ことを目標に独自開発している。オリジナルインクには、SG 市場向けにソルベントインクや水性顔料インク、IP 市場向けには UV 硬化インク（強膜インク、折れ曲がるインク、伸びるインク）、TA 市場向けには水性昇華インク、酸性染料インク、反応染料インク、捺染顔料インク、分散染料インク、熱転写顔料インク（DTF 専用インク）などが揃えられている。そのなかで注目されるのが、UV 硬化インクと水性昇華インクである。UV 硬化インクは、UV 光（紫外線）を照射すると即座に硬化・定着するインクで、出力直後すぐに硬化するため納期を大幅に短縮することができる。小物の装飾から建築・工業デザインの分野まで、用途・メディアに応じた多彩なラインナップがあり、樹脂やガラス、金属など非吸収性のメディアにも印刷することができる。なお、UV 硬化インクには、米国の第三者安全科学機関 UL 社が定める「GREENGUARD Gold」認証を取得しているものもある。

事業概要

水性昇華インクは、高温で瞬時に昇華してメディアに定着させることでポリエステル素材へのプリントを飛躍的に美しくしたインクで、微妙な色調のブラックカラーも豊富にラインナップされている。マシンテクノロジーとのコンビネーションによって低コストで環境負荷の小さいダイレクトな昇華プリントも実現、発色・画質が鮮明で美しいため昇華転写プリントにも対応している。スイスに本部を置くエコテックス®国際共同体が定める「ECO PASSPORT (エコパスポート)」の認証を取得した水性昇華インクもある。このように多種多様な素材にプリントすることができる高機能インクのレパートリーは、SG、IP、TAといった幅広い市場でインクジェットプリンタを展開するうえで、またプリンタ本体の付加価値をより高めるうえで差別化要素となっている。インクはプリンタ本体が獲得した市場を土壌に売上となっていくため、消耗品ビジネスとして安定収益が見込める事業と言える。インクの売上高構成比はプリンタなど製品本体と同水準の40%弱で、売上総利益率はプリンタ本体と変わらないようだ(プロモーションなど営業経費を考慮すると営業利益率はやや高いと思われる)。家庭用のように安いプリンタを供給して高マージンの消耗品で高い利益を短期的に刈り取るのではなく、長く安定した商売につなげたいという考え方が背景にある。

同社はインクを吐出する部品であるヘッドを製造していない。1機種であれば使うインクも少ないためヘッドを自社で開発すれば効率的だが、様々な顧客ニーズに対応するにはそれだけ多くのプリンタや特殊な機能性インクが必要となり、そうしたインクは化学的・電氣的な特性を持つため安定的に吐出して美しくプリントするには、ヘッドを自ら製造するよりも、インクやプリンタに最適なヘッドを市場から調達したほうが合理的だからだ。しかも、結果的にマーケットインによる新製品開発も可能となる。そうするとサプライヤから調達した様々なヘッドを使い分け制御する技術が重要な要素となるが、同社はこうしたヘッドの制御技術を独自で開発し、技術基盤の1つとしてノウハウを蓄積している点に強みがある。

同社は、SG市場で蓄積されたノウハウを、IP市場とTA市場に展開することで成長を続けている。さらに、そうした市場で培った、例えば素材を選ばず環境に優しく少量多品種生産が可能なおうえ、カラーリングが難しいと言われるホワイトに対応したUV印刷のノウハウなどを、3Dプリンタ事業に横展開している。3Dプリンタは、1,000万色の色表現を実現し色付きの3Dデータが容易に入手できるようになったことで新たな局面に入っており、今後、3Dソフトや周辺機器の充実を背景に、AR(拡張現実)やVR(仮想現実)を活用したジャンルの急成長が予測されている期待の分野である。また、デジタル・オンデマンド生産による受注生産、ワンストップかつ多品種少量への対応、プリント工程や工場のスマート化といったニーズに対応可能なFA技術を有していることも強みで、これを最大限活用し、SG、IP、TAの各市場にデジタルオンデマンド・プリントソリューションを提供していく考えである。

こうした複合的な技術基盤を強みに、同社は大手の参入しづらい比較的小規模で成長ポテンシャルの高い市場に素早く製品を投入し、グローバルニッチトップの座を獲得してきた。これは、プラットフォーム化による開発コストの低減や、製品投入までのリードタイムの短縮、世界各地に密着した営業などを進めてきた、従業員の30%以上が開発要員という開発体制や、「ミニ展」などグローバルでローカルな営業体制が強みとなっている。なお、大手競合他社が大きな市場の創出を狙って多額の開発コストを一気に投入するのに対し、同社は相対的に小さい複数の市場それぞれに対し売上高の7~8%の開発費を投じることで、リスクを分散しながらより多くのヒットを出すという基本的な考え方を持っている。様々な強みの背景にある考え方と思われる。

業績動向

半期で最高益、「Mimaki V10」を前倒し達成

1. 2025年3月期第2四半期累計の業績動向

2025年3月期第2四半期累計の業績は、売上高が40,942百万円（前年同期比15.5%増）、営業利益が4,698百万円（同101.5%増）、経常利益が4,321百万円（同114.5%増）、親会社株主に帰属する中間純利益が3,250百万円（同130.1%増）と好調で、期中で2回上方修正し、半期で過去最高の業績となった。さらに、中長期成長戦略「Mimaki V10」で目標にしていた2026年3月期営業利益率10%を早くもクリアした。なお、主要な為替レート（2024年4月～2024年9月の平均レート）は、1米ドル152.62円（前年同期141.00円）、1ユーロ165.93円（同153.38円）だった。

2025年3月期第2四半期業績

（単位：百万円）

	24/3期2Q		25/3期2Q		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	35,437	100.0%	40,942	100.0%	15.5%
売上総利益	15,127	42.7%	19,118	46.7%	26.4%
販管費	12,795	36.1%	14,420	35.2%	12.7%
営業利益	2,331	6.6%	4,698	11.5%	101.5%
経常利益	2,014	5.7%	4,321	10.6%	114.5%
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,412	4.0%	3,250	7.9%	130.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

世界経済は緩やかな回復基調にあるもののコアインフレ率は依然として高く、経済回復の様相は地域や国によりまちまちで、引き続き各国中央銀行や政府は慎重な金融政策を維持している。また、地政学的リスクは依然として大きな懸念材料となっており、予断を許さない状況である。日本経済は緩やかな回復基調にあり、企業の設備投資意欲は底堅く、全体として経済は安定しつつあり、経済の持続的な回復が期待されているところだが、物価高の影響から個人消費は低迷し、成長ペースは依然として緩やかである。こうした環境下、同社は「Mimaki V10」で定めた重点施策に基づき、新製品の市場投入と販売拡大、市場環境や顧客ニーズの急激な変化を見据えた事業展開、収益性向上に向けた基盤構築を継続的に進めた。

ミマキエンジニアリング

6638 東証プライム市場

2024 年 12 月 13 日 (金)

<https://ir.mimaki.com/>

業績動向

売上高は、TA 市場向けの DTF (Direct to Film) モデルや高速昇華転写モデル、SG 市場向けの強みのある UV インク搭載モデル、IP 市場向けの小型 FB (フラットベッド) モデルに加え大型 FB モデルなどの販売が好調で、FA 事業も製品別に濃淡はあったが前年同期並みの販売を確保した。地域別では、北・中南米と日本・アジア・オセアニアが大幅に伸長、欧州・中東・アフリカも好調に推移した。これに円安によるプラス影響が加わり、全体として 2 ケタ増収を確保することができた。利益面では、海上輸送コストは上昇したものの、高コスト部材を使用した製品の販売がほぼ終結、生産工程のビッグデータを解析しインクの品質やカートリッジ、ケースを改善したことでメンテナンスコストが減ったこともあり、売上原価率は大幅に改善した。販管費は人件費や支払手数料、研究開発費などが増加したものの、増収効果と様々なコスト見直しによって売上高比率は改善した。これらに為替のプラス影響が加わり、営業利益は前年同期比 2 倍を超える大幅な増益となり、営業利益率は 11.5% と「Mimaki V10」で目標とした半期ベースで 10% を大きくクリアした。

期初予想と比較して 2025 年 3 月期第 2 四半期は、期中で 2 回上方修正したが結果的に、売上高で 42 百万円、営業利益で 798 百万円、経常利益で 721 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益で 700 百万円での着地となった。こうした上方修正の背景には、円安によるプラス影響に加え、売上面では多様化する印刷物に対しインクの開発とインクヘッドを使い分ける技術が進んで TA 市場や SG 市場でニーズに合った製品を矢継ぎ早に投入できたこと、利益面では高コスト部材を使用した製品の販売が終了したことなどが挙げられる。

新製品については、インクヘッドを使い分ける技術が進化したことなどを背景にラインナップ強化に意欲的で、2024 年 9 月に各市場向けに複数の新製品を発表、下期に順次発売していく計画である (売上貢献が本格化するのには 2026 年 3 月期の予定)。なお、新製品の収益性はここ 1~2 年で価格改定を行ってきたため、全体的収益性同様に改善している。具体的な新製品として、SG 市場向けに、高画質と誰でも使える簡単さを追求したプリント & カット複合機 CJV200 シリーズを発表した。100 シリーズをリニューアルし、300 シリーズのヘッドを 1 つにして原価率を大きく改善した一方、スピードも画質も向上、さらに設置に要する時間を半減したため、販売店に大変好評のようだ。IP 市場向けには、高生産、高付加価値、高画質の“ちょうどいいサイズ”の新フラットベッド UV プリンタ JFX200-1213 EX を発表した。省スペースで強化ダンボールやノベルティグッズなど様々な用途で手軽に使用できるため、展示で好評だったようだ。TA 市場向けには、従来機比で生産性が約 4 倍の DTF モデル TxF300-1600 と、1 台でダイレクト昇華と昇華転写プリントを可能とする 3.2m 幅スーパーワイドハイブリッドプリンタ TS330-3200DS を発表した。TxF300-1600 は幅を広くしスピードもアップしたため、T シャツを 2 枚同時にプリントできるなど生産性が向上、さらにソファやカーペットなど幅広いインテリアファブリックなどへと用途が広がった。TS330-3200DS はソフトサインやインテリアファブリックにプリントできるため、欧米向けとはいえ、展示会ブースなど小型施設の空間全体を容易に創造することができる。

市場別もエリア別もおおむね好調

2. 市場別・エリア別の売上高動向

市場別でSG市場向けは、プリンタ本体で既存溶剤インクモデルの販売が減ったが、前第3四半期に市場投入したUVインク搭載のフラグシップモデル及びエントリーモデルが好調に推移し、インクも順調に販売を伸ばした。これらに為替のプラス影響が加わり、売上高は16,278百万円（前年同期比14.2%増）となった。IP市場向けは、プリンタ本体で小型FBモデルが好調だったことに加え、今期投入した高単価の大型FBモデルが順調に立ち上がった。これらにインクの販売増と為替のプラス影響もあり、売上高は10,600百万円（同11.8%増）となった。TA市場向けは、プリンタ本体で全エリアにおいてDTFモデルの販売が大幅に増加、高速昇華転写モデルも欧州や中南米を中心に販売が順調に立ち上がり、プリンタ本体の稼働台数増加に伴ってインクの販売も大幅に増加した。これらに為替のプラス影響が加わり、売上高は5,329百万円（同30.1%増）となった。なお、第2四半期に発生した北米大手チャネルにおけるDTFモデルの出荷調整は一時的なもので、足もとは元の高成長に戻ったようだ。FA事業は、半導体製造装置や基板検査装置の販売が減少したものの、基板実装装置とFA装置で自動車関連の販売が増加し、売上高は2,143百万円（同0.4%増）と前年同期並みとなった。その他は、プリンタ本体の稼働が良好で、保守部品やDTFの粉末パウダーなど仕入製品が伸び、売上高は6,590百万円（同20.5%増）となった。

2025年3月期第2四半期のセグメント別売上高

（単位：百万円）

	24/3期2Q		25/3期2Q		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
市場別					
SG市場向け	14,251	40.2%	16,278	39.8%	14.2%
IP市場向け	9,484	26.8%	10,600	25.9%	11.8%
TA市場向け	4,097	11.6%	5,329	13.0%	30.1%
FA事業向け	2,135	6.0%	2,143	5.2%	0.4%
その他	5,469	15.4%	6,590	16.1%	20.5%
エリア別					
日本	10,068	28.4%	10,983	26.8%	9.1%
北米	7,106	20.1%	8,888	21.7%	25.1%
欧州	8,471	23.9%	9,275	22.7%	9.5%
アジア・オセアニア	5,870	16.6%	7,279	17.8%	24.0%
その他	3,920	11.1%	4,515	11.0%	15.2%

出所：決算説明会資料、決算短信よりフィスコ作成

業績動向

エリア別で日本は、TA 市場向けが前期からの好調を維持、IP 市場向けが既存の小型 FB モデルに加え大型 FB モデルの新製品が立ち上がったため大幅な販売増となり、SG 市場向けも堅調に推移、FA 事業は FA 装置や基板実装装置が順調だった。この結果、売上高は 10,983 百万円（前年同期比 9.1% 増）となった。北米は、TA 市場向けが一時的な出荷調整があったものの DTF モデルを中心に販売が大幅に伸長、SG 市場向けが UV インク搭載モデル、IP 市場向けが大型・小型 FB モデルが好調に推移、これらに加え為替のプラス影響もあり、売上高は 8,888 百万円（同 25.1% 増 / 現地通貨ベースで 16.0% 増）となった。欧州は、TA 市場向けで DTF モデルや高速昇華転写モデルを中心に大幅に販売が増加し、SG 市場向けで UV インク搭載モデルの販売も好調に推移した一方、IP 市場向けでは導入までのタイムラグなどにより大型 FB 製品を中心に販売が減少した。国別ではドイツ、イギリス、フランス、ポーランドなど主要国での販売が好調だった。これらに加え為替のプラス影響もあり、売上高は 9,275 百万円（同 9.5% 増 / 現地通貨ベースで 1.2% 増）となった。アジア・オセアニアは、各市場向けがともに前期から引き続き好調に推移、国別では営業活動強化の成果が表れた中国のほか、フィリピン、インド、タイなどで販売が大幅に伸びた。この結果、売上高は 7,279 百万円（同 24.0% 増）となった。その他は、ブラジルやメキシコを中心に中南米で各市場向けがともに好調に推移、売上高は 4,515 百万円（同 15.2% 増）となった。

上期の勢いなどから下期の見通しは保守的な印象

3. 2025 年 3 月期の業績見通し

同社は 2025 年 3 月期の業績見通しについて、売上高 82,500 百万円（前期比 9.1% 増）、営業利益 8,250 百万円（同 50.5% 増）、経常利益 7,500 百万円（同 53.6% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 5,600 百万円（同 51.0% 増）と見込んでいる。期初予想に対して、売上高で 1,700 百万円、営業利益で 1,750 百万円、経常利益で 1,700 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で 1,600 百万円上方修正されている。なお、下期の主要な為替レートの前提は期初のまま、1 米ドル = 138 円、1 ユーロ = 150 円となっている。

2025 年 3 月期業績見通し

（単位：百万円）

	24/3 期		予想	25/3 期	
	実績	売上比		売上比	増減率
売上高	75,631	100.0%	82,500	100.0%	9.1%
売上総利益	32,633	43.1%	37,351	45.3%	14.5%
販管費	27,152	35.9%	29,101	35.3%	7.2%
営業利益	5,480	7.2%	8,250	10.0%	50.5%
経常利益	4,882	6.5%	7,500	9.1%	53.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,707	4.9%	5,600	6.8%	51.0%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

2025年3月期下期業績見通し

(単位：百万円)

	24/3 期下期		25/3 期下期			期初下期	
	実績	売上比	予想	売上比	増減率	予想	上方修正幅
売上高	40,193	100.0%	41,557	100.0%	3.4%	41,600	43
売上総利益	17,505	43.6%	18,231	43.9%	4.1%	-	-
販管費	14,356	35.7%	14,680	35.3%	2.3%	-	-
営業利益	3,148	7.8%	3,551	8.5%	12.8%	3,500	-51
経常利益	2,867	7.1%	3,178	7.6%	10.8%	3,200	22
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,294	5.7%	2,349	5.7%	2.4%	2,350	1

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

世界経済は、北米や欧州においてインフレ鎮静化とそれに伴う政策金利の引き下げに向けた動きが見込まれる一方、中国の経済成長率鈍化やウクライナと中東の情勢のさらなる悪化など地政学リスクの高まり、米国大統領選挙がもたらす政治的な影響など依然先行き不透明で、予断を許さない状況が続く見込みである。このような環境下、同社は2025年3月期のグループ経営方針を「進化する」と定め、売上高を伸ばしつつ2026年度までに営業利益率10%を達成する「Mimaki V10」の目標達成に向け、従来の課題を踏まえつつ新しい次世代のミマキに向けて進化を遂げる1年とすることを目指している。

この結果、上期業績は想定を大きく上回る進捗となり、期中2回の上方修正につながったが、下期の業績予想は期初予想から大きく変わっていない。グローバルの市場環境は期初予想から大きな変化はないものの、各国金融政策の動向、地政学的リスクの増大、米国大統領選挙の結果など依然不透明な要素が多いという前提から、市場別やエリア別の動向、営業活動や新製品投入の見通しなどを踏まえて下期の売上高を見直したが、入り繰りはあったものの結果的に期初の下期予想とほとんど変わらなかった。下期の利益は、海上輸送コストの上昇を織り込む一方、高コスト部材を使用した製品の販売終結を見込んで売上原価の見直しを行ったが、単体売上高の見直しに伴う為替差損の増加なども想定に入れたため、売上高同様大きな変化はなかった。また、為替の前提も変わっていない。したがって、現在の通期予想は上期の上方修正分のみ増額したということができる。上期の勢いや為替のプラス影響、9月に投入された新製品が好評なことなどを考えると、下期の見通しは、売上高や利益、特に上期の11.5%から下期の8.5%へ下がる計画になっている営業利益率が保守的に過ぎる印象である。

業績動向

2025年3月期セグメント別売上高見通し

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
市場別					
SG 市場向け	29,581	39.1%	32,221	39.1%	8.9%
IP 市場向け	20,036	26.5%	22,144	26.8%	10.5%
TA 市場向け	9,471	12.5%	11,263	13.7%	18.9%
FA 事業向け	4,533	6.0%	5,181	6.3%	14.3%
その他	12,009	15.9%	11,688	14.2%	-2.7%
エリア別					
日本	21,074	27.9%	23,038	27.9%	9.3%
北米	15,566	20.6%	17,362	21.0%	11.5%
欧州	17,916	23.7%	18,925	22.9%	5.6%
アジア・オセアニア	12,860	17.0%	14,443	17.5%	12.3%
その他	8,214	10.9%	8,729	10.6%	6.3%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

通期のセグメント別売上高見通しは次のとおりである。市場別で SG 市場向けが、欧州での販売平常化や前今期の新製品の寄与が想定以上となったため期初予想に対して1,720百万円増額、売上高32,221百万円(前期比8.9%増)を見込んでいる。IP 市場向けは、欧州での販売平常化や小型 FB モデルの好調に加え今上期発売の高単価の大型 FB が順調に立ち上がったため期初予想に対して337百万円増額し、売上高22,144百万円(同10.5%増)を見込んでいる。TA 市場向けは、各種製品販売は順調だが北米の特定チャネルで出荷調整があった影響などにより期初予想に対して1,508百万円減額、売上高11,263百万円(同18.9%増)を見込んでいる。FA 事業は、自動車産業向けが回復しているものの、売上高は期初予想に対して164百万円減額の5,181百万円(同14.3%増)の見込みとなった。上期の勢いや為替の動きを考えると、下期に出荷調整の影響がなくなるとしている TA 市場向けほか全般的に保守的な印象である。

エリア別では、国内及びアジア・オセアニアで販売が引き続き拡大するほか、全エリアで増収を見込んでいるが、特に為替のプラス影響の織り込みが保守的に思われる。日本は、好調継続を背景に期初予想に対して429百万円増額、売上高23,038百万円(前期比9.3%増)を見込んでいる。北米は、為替のプラス影響に加え景気拡大が着実に継続しているため期初予想に対して1,145百万円増額、売上高17,362百万円(同11.5%増/現地通貨ベース11.2%増)を見込んでいる。欧州は、為替のプラス影響はあったものの景気停滞からの戻りが遅いため期初予想に対して40百万円減額、売上高18,925百万円(同5.6%増/現地通貨ベース5.2%増)を見込んでいる。アジア・オセアニアは、中国やインド、フィリピン、オーストラリアが順調に推移しているため期初予想に対して429百万円の増額、売上高14,443百万円(同12.3%増)を見込んでいる。

■ 中長期成長戦略

「Mimaki V10」の目標を 1 年前倒して達成の見込み

1. 中長期成長戦略「Mimaki V10」

同社は 2020 年 12 月、コロナ禍で業績が低迷するなか、「ミマキならではの前工程・プリント / カット / コート・後工程の一貫システムや製品によるソリューション提供で産業印刷のデジタル・オンデマンド化を牽引する」を基本ステートメントに、中長期成長戦略「Mimaki V10」を策定した。市場に「新しさの違い」を常に提供する小回りの利いた「開発型企業」として、従業員各人が持っている個性・能力を一杯発揮し、顧客満足度の高い製品を素早く提供することで成長していく会社を目指すことになった。収益性ではインクの品質改善、固定費の圧縮、生産体制や営業体制の変革によるコスト効率の改善に注力、成長性では既存市場での新製品による S 字カーブの積み上げ、FA 事業や 3D プリンタの拡大、デジタルオンデマンド・プリントソリューションの提供を推進、財務基盤の強化では在庫管理の強化などに取り組み、2026 年 3 月期に営業利益率 10%、経常利益率 8%、売上高の年平均成長率 10% の達成を目指している。

2025 年 3 月期は、「Mimaki V10」に向けてサポートするためにグループ経営方針を「進化する」とし、「次世代のミマキ」へ向けて進化を遂げる 1 年と位置付け、組織やプロジェクトを着実に発展させて高い収益を継続的に生み出す方針とした。そのためにも、各部門が成長し収益向上を追求することで資本コストと株価を意識した経営を改めて推進し、ROE と ROI の改善に取り組むことになった。この結果、2025 年 3 月期第 2 四半期の段階で、2026 年 3 月期の目標である営業利益率 10% を 1 年前倒して達成、通期でも達成する見通しとなった。このため、同社は新たなイノベーションへ向けて次期中期経営計画の検討に入ったようだ。早ければ 2025 年 3 月期本決算にも公表される可能性の高い次期中期経営計画にも期待したい。

営業利益率 10% や財務基盤強化など着実に進行

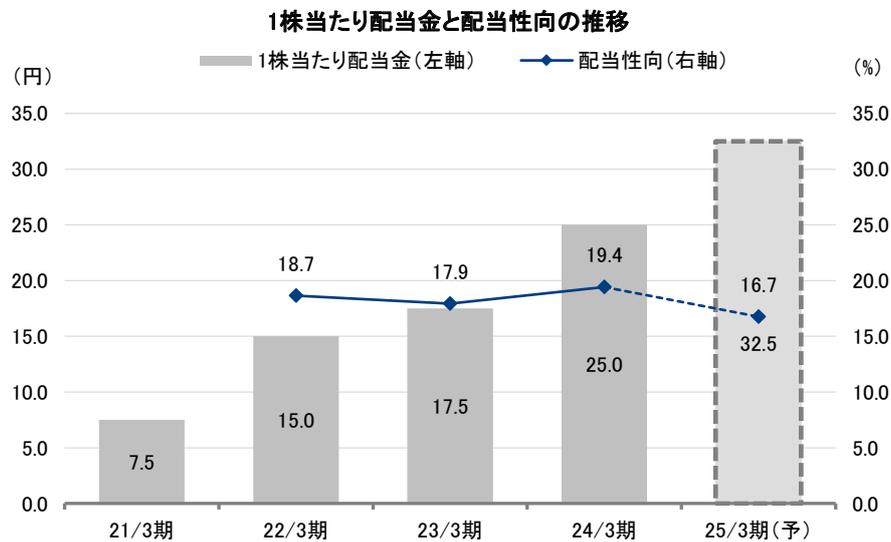
2. 資本コストと株価を意識した経営

なお、資本コストと株価を意識した経営では、1) 「Mimaki V10」目標の達成による収益改善、2) 将来成長実現に向けた戦略的な投資、3) 在庫及び借入金の適正化による財務基盤の強化、4) 企業価値向上に資する役員報酬制度の導入、5) 株主還元方針に基づく安定的・継続的な配当、6) 投資家との対話促進による資本コストの低減——という6つの施策を推進している。その進捗だが、1) については前述したとおり、2025年3月期営業利益率が10%と予想されており、計画に対して1年前倒して達成する見通しである。2) については、開発スペース拡大のため新社屋の竣工が2026年3月期から先延ばしとなったが、将来の成長に向けて、戦略的な研究開発投資を売上高比率6~7%の水準で継続するとともに、開発・技術・生産機能強化に向けた国内設備投資や持続的成長の要となる人的資本投資を強化しているところである。3) については、滞留在庫や不動在庫を一掃して在庫を適正化するとともに、売掛債権回収の早期化や借入金の圧縮を進め、キャッシュ・フローを改善して財務体質を強化しているところである。2025年3月期第2四半期末において、在庫は前年同期比6.1%減、借入金と同28.0%減、キャッシュ・コンバージョン・サイクルは同0.3ヶ月改善して4.2ヶ月となるなどキャッシュ・フローの改善は着実に進展している。4) については、譲渡制限付株式報酬制度を取締役(監査等委員を除く)と執行役員に導入、株主との価値共有を進めた。5) については、株主還元方針に基づき、上方修正したことを理由に2025年3月期の1株当たり配当金の増配を予定している。6) については、2025年3月期上期に機関投資家向けに国内スモールミーティングや海外オンラインミーティング、ショールーム見学会、社長/CFOスモールミーティングを開催、下期も同様のIRを計画しているところである。

株主還元策

業績予想上方修正につき 2.5 円増配の予定

同社は、株主に対する利益還元を経営の重要政策と位置づけ、業績の成長に見合った成果の配分を安定的かつ継続的に行うことを基本方針としている。このため、2025年3月期の1株当たり配当金については、業績予想の上方修正を反映し、期初予想比2.5円増配の32.5円（第2四半期末17.5円、期末15.0円）を予定している。



注：2021年3月期はEPSがマイナスになったため、配当性向を算出していません。
 出所：決算短信よりフィスコ作成

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