

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ローランド

7944 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年4月2日(水)

執筆：客員アナリスト

茂木稜司

FISCO Ltd. Analyst **Ryoji Mogi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024年12月期の業績概要	01
2. 2025年12月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業内容	04
3. 市場環境	07
4. 競争優位性	07
■ 業績動向	08
1. 2024年12月期の業績概要	08
2. 財務状況	14
3. 2025年12月期の業績見通し	15
4. 弊社の所見	16
■ 中期経営計画	17
1. 基本戦略	18
2. サステナビリティの取り組み	20
■ 株主還元策	21

■ 要約

ディーラー在庫調整による影響は終息 電子ドラムをドライバーとして再成長フェーズへ

ローランド<7944>は、電子楽器メーカーとして幅広い製品・サービスを提供している。主な事業内容は電子楽器の製造販売であり、主な製品には鍵盤楽器・管打楽器・ギター関連機器・クリエーション関連機器 & サービス・映像音響機器がある。

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高で前期比2.9%減の99,433百万円、営業利益で同16.2%減の9,951百万円、経常利益で同24.6%減の8,411百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同26.7%減の5,976百万円、コロナ禍後のディーラー在庫の調整やコロナ需要の反動減が継続したことにより減収減益となった。ディーラー在庫の調整は第2四半期末までにおおむね終息したものの、正常化や価格適正化には想定以上の時間を要した。また、コロナ需要の反動減により、販売数量及び単価の両面で影響を受けた。ただし、コロナ禍後の主要な課題は期中に解決し、年後半からは市況も徐々に回復しつつある。製品カテゴリーごとの状況を見ると、新製品の投入が一定の成果を上げており、今後の成長に向けた戦略の実行が今後の焦点となると弊社では見ている。

2. 2025年12月期の業績見通し

2025年12月期の連結業績は、売上高で前期比1.5%増の100,900百万円、営業利益で同1.5%増の10,100百万円、経常利益で同15.3%増の9,700百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同20.5%増の7,200百万円を見込んでいる。同社の事業領域におけるコロナ関連の課題は既にクリアされているため、再成長フェーズへの移行が着実に進み、為替逆風下でも増収・増益を実現する方針である。楽器市場は徐々に再成長フェーズに入り、主要地域及び各カテゴリーで増収に転換、為替影響を除いた売上高は前期比4.2%増を計画している。特に管打楽器は、前期に発売し電子ドラム新製品の効果やDrum Workshop, inc. (以下、DW)の増収が成長ドライバーとなる見込みである。映像音響機器は方針変更の過渡期にあり一時的にマイナス成長となる可能性があるものの、2026年以降の回復が期待される。中国市場は依然として不透明な状況が続くが、主要地域では再成長フェーズへの移行が進む。欧州ではDW製品の販売ルート変更により代理店業務がグループ内に取り込まれることでアドオン効果が生じ、その他エリアにおいてはインドや中南米が中国に代わる新興国市場としての成長ドライバーとなる。

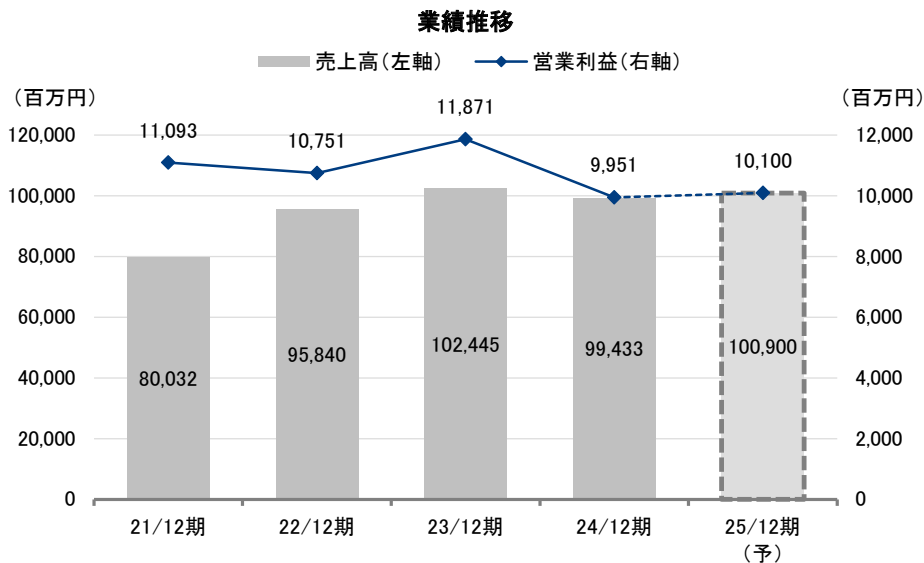
要約

3. 中期経営計画

同社は、2023年2月に中期経営計画（2023年12月期～2025年12月期）を公表した。業績目標として、2025年12月期に売上高1,232億円、営業利益179億円、親会社株主に帰属する当期純利益134億円、ROIC20%以上を掲げている。Game Changerによる市場創造と潜在顧客へのアプローチによる「需要創造」、ポータブルキーボード市場への再参入と新興国での販売拡大、Roland Retailによる「シェア拡大」、音楽を生涯楽しんでもらうための仕組みづくりによる「LTV向上」、長期ビジョン実現に向けた人的資源活性化とインフラ投資による「基盤強化」の4つを基本戦略としている。また、長期ビジョンとして、売上高2,000億円以上、営業利益率15～20%を長期的な目標としている。なお同社は、コロナ需要の反動減や各国の経済状況の変化から、中期経営計画の数値目標達成時期は後ろ倒しになることを、2023年12月期決算発表時に表明している。

Key Points

- ・2024年12月期はコロナ禍後の市場調整の影響を受け減収減益、足元の市場環境は回復基調にある
- ・2025年12月期は楽器市場が徐々に再成長フェーズへ、販売数量増と価格適正化により増収を見込む
- ・中期経営計画（2023年12月期～2025年12月期）では、2025年12月期に売上高1,232億円、営業利益179億円を目指すが、前提の変化により達成時期は後ろ倒し



■ 会社概要

**電子楽器メーカーとして幅広い製品・サービスを提供。
創業50年以上にわたり積み上げてきた技術力とグローバル展開により、
主要製品カテゴリーで高い市場シェアを誇る**

1. 会社沿革

同社は電子楽器メーカーとして、1972年4月に創業者である梯郁太郎（かけはしいくたろう）氏によって設立された。1973年には国産初のシンセサイザー「SH-1000」を、1974年には、世界初のタッチ・センス付き電子ピアノ「EP-30」を発売し、その後もギターエフェクター、アンプ、電子ドラム、電子管楽器、映像関連製品など事業を拡大した。また創業当初から世界展開を進め、海外での売上構成比が90%を超えるグローバルブランドとなっている。1983年には、電子楽器の世界共通規格「MIDI」の誕生に大きく貢献し、後の電子楽器の発展の礎を築いた。1989年には大阪証券取引所（以下、大証）第2部に上場し、1993年に本社を大阪府大阪市北区堂島浜に移転、1998年に東京証券取引所（以下、東証）第2部に上場し、翌年東証・大証1部に上場した。2005年には本社を生産・開発拠点のある静岡県浜松市細江町（現 浜松市浜名区細江町）に移転した。

2014年には東証1部上場を廃止し、2015年にローランド ディー・ジー・(株)の保有株式一部売却により、同社を持分法適用の範囲から除外、2018年に子会社であった、ギター関連製品の開発を担うボス(株)を吸収合併した。2020年には東証1部に再上場し、2022年の東証市場区分再編に伴いプライム市場へ移行した。なお、同年にはアコースティックドラム・メーカー DW の全株式を取得。また同社直営店舗の第1号店「Roland Store London」をオープンした。2024年7月には、ゴードン・レイゾン氏の代表取締役社長 CEO 辞任に伴い、蓑輪雅弘（みのわまさひろ）氏が就任した。

会社沿革

年月	主な沿革
1972年 4月	大阪府大阪市住吉区南加賀屋町（現 住之江区新北島）に同社設立
1972年 8月	ローランドブランド第1号商品となるリズムマシン発表
1973年 4月	シンセサイザー、電子ピアノ発表
1989年12月	大阪証券取引所第2部に上場
1993年 5月	本社を大阪府大阪市北区堂島浜に移転
1998年 6月	東京証券取引所第2部に上場
1999年 9月	東京証券取引所第1部及び大阪証券取引所第1部に上場
2005年 7月	本社を静岡県浜松市細江町（現 浜松市浜名区細江町）に移転
2014年10月	東京証券取引所第1部上場廃止
2015年 8月	ローランド ディー・ジー・(株)の保有株式の一部を売却し、持分法適用関連会社から除外
2018年 1月	ボス(株)を吸収合併
2020年12月	東京証券取引所第1部に再上場
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分見直しによりプライム市場へ移行
2022年10月	アコースティックドラム・メーカー Drum Workshop, Inc. を子会社化

出所：有価証券報告書、ニュースリリースよりフィスコ作成

会社概要

2. 事業内容

同社の主な事業内容は電子楽器の製造販売であり、主な製品には鍵盤楽器・管打楽器・ギター関連機器・クリエーション関連機器 & サービス・映像音響機器がある。同社の製品は、主要なカテゴリーにおいて高いシェアを保有している。

(1) 鍵盤楽器

鍵盤楽器では、タッチと音にこだわったデジタルピアノやキーボードなどを展開している。デジタルピアノは、家庭での子どものレッスンに最適なモデルから本格的なグランドピアノまで幅広く、また、コンパクトでスタイリッシュなピアノ、インテリアになじむ家具調のピアノなど、様々なデザインの製品を揃えている。スマートフォンやタブレットとワイヤレス接続して、楽しく練習、演奏できるアプリも提供している。

鍵盤楽器



電子ピアノ



電子アコーディオン



ポータブルキーボード

出所：中期経営計画、ニュースリリース、製品 HP より掲載

(2) 管打楽器

管打楽器では、自然な打感と豊かな演奏表現力の電子ドラム「V-Drums」や、管弦楽器、民族楽器、シンセサイザーなど多彩な音色を内蔵し、いつでも気軽に楽しめる新感覚のデジタル管楽器「Aerophone シリーズ」などを展開している。「V-Drums」はコンパクトで自宅練習に最適なエントリーモデルから、プロのライブステージで使われる、アコースティックドラムのような外観の高性能モデルまで展開している。メッシュ・ヘッド、サウンド・クオリティ、センシング技術など同社ならではの技術力により、「V-Drums」は電子ドラムの代名詞として市場で高いシェアを維持し続けている。「Aerophone シリーズ」はリコーダー感覚で楽しめるモデルから、高い演奏表現力を備えたプロ仕様のモデルまでラインナップが充実している。

2022年にはアコースティックドラムやパーカッションの世界的なブランドを展開する Drum Workshop, Inc. がグループに加わり、両社の電子とアコースティック技術が融合する次世代のコンバーチブル・ドラムを開発するなど、世界のドラマーに新たな体験価値を提供することを目指している。

ローランド | 2025年4月2日(水)
7944 東証プライム市場 | <https://ir.roland.com/ja/ir.html>

会社概要

管打楽器



電子ドラム



アコースティックドラム



パーカッション



電子パーカッション



電子管楽器

出所：中期経営計画、ニュースリリース、製品 HP より掲載

(3) ギター関連機器

ギター関連機器では、ギターやベースの音に多彩な効果を加えるエフェクターをはじめ、楽器用アンプ、ギター・シンセサイザーなどの製品を展開している。エフェクターの「BOSS コンパクト・ペダル・シリーズ」は、現在までに累計 130 機種を超えるモデルを発売しており、世界的に高いブランド力を誇っている。アンプ製品は、ギターアンプを中心に、キーボード用、電子ドラム用まで様々なモデルを展開している。ギターアンプは、自宅で使用できる小型アンプから、プロのステージでも使用可能な大型アンプまで幅広いラインナップを揃えている。近年では独自のワイヤレス技術により、完全ワイヤレスのギターアンプや、ヘッドホン型のギターアンプ・システムなど、革新的な製品を生み出している。

ギター関連機器



エフェクター



ギターアンプ

出所：中期経営計画、ニュースリリース、製品 HP より掲載

会社概要

(4) クリエーション関連機器 & サービス

クリエーション関連機器 & サービスでは、初心者でも扱いやすい軽量モバイルタイプから、プロの音楽制作やライブ演奏向けのモデルまで幅広いラインナップを揃えたシンセサイザーのほか、ダンス・ミュージックを1台で作り出す音楽制作ツール、DJ コントローラーなどを展開している。クラウド・ベースのコンテンツ・サイト「Roland Cloud」では、高品位なプラグイン音源やソフトウェアやレッスンアプリなど、様々なコンテンツやサービスを提供している。

クリエイション関連機器 & サービス



シンセサイザー

ダンス & DJ

出所：中期経営計画、ニュースリリース、製品 HP より掲載

(5) 映像音響機器

映像音響機器では、放送や、コンサート、イベント、会議でのプレゼンテーションなど、プロの映像制作の現場で使用される「ビデオ・スイッチャー」や「AV ミキサー」を中心に展開している。また、アマチュアでも気軽に動画投稿を行える、低価格のライブ配信向け製品も拡充している。異なる規格のビデオ信号をミックスできるマルチフォーマット技術や、電子楽器の開発で長年培ってきた音響技術により、音と映像を1台で簡単に扱える点が、同社の映像音響機器の特長である。また、DJ 向けのヘッドフォンとして定評のある V-MODA ブランドにて、ヘッドフォンやイヤホンも展開している。

映像音響機器



ビデオ

ヘッドホン

出所：中期経営計画、ニュースリリース、製品 HP より掲載

グローバル楽器市場は安定的に成長。 市場トレンドの変化が追い風となる

3. 市場環境

同社事業を取り巻く市場環境について、グローバル楽器市場は 2016 年から 2021 年の年平均成長率 (CAGR) が 3.8% (出所: Music Trade Magazine) と年度による増減はあるものの、中長期的に見れば安定的に成長している。2022 年以降は、コロナ需要の反動減、ウクライナ問題や、金利の上昇、需給バランスの崩れによる販売店在庫の調整などが継続しているものの、2025 年以降は通常の成長軌道に回帰すると同社では予測している。

市場トレンドとしては、新しいライフスタイルが定着し、余暇時間が増加傾向にあるなか、余暇の楽しみ方の 1 つとして音楽が選ばれるようになってきている。これまでの音楽の楽しみ方は「聴く」が中心であったが、動画コンテンツの充実や SNS・Web 配信の普及により音楽を「創る」、「発信する」ことが容易になった。同社の電子楽器は、手頃な価格帯、軽量・コンパクト、音量の調節が可能、オンラインで購入しやすい、メンテナンスフリーなどの理由から演奏を始めることが簡単で、インターネットとのコネクティビティや、タブレット・スマートフォンとの連携、レッスン機能などにより、様々な楽しみ方が可能である。このような外部環境の変化は、同社にとって追い風になると弊社では見ている。

4. 競争優位性

同社の優位性としては、「ゲームチェンジャーマインドセット」「多次元」「Roland Platform」の 3 つが挙げられる。

(1) 「ゲームチェンジャーマインドセット」

同社は、Game Changer 製品を生み出せる背景として「企画力」「技術力」「経営判断」を挙げている。実際に製品を顧客に届けることで多くのフィードバックを得ることができ、そのフィードバックを元にさらに「企画力」を磨く好循環を生んでいる。創業 50 年以上にわたる技術の蓄積による、カスタム LSI や DSP 技術、センサー技術、サウンドサンプリングなど、ハードウェアとソフトウェアにおける優位性はもとより、タッチやフィーリング、レスポンスなど、音楽的な表現につながる点についても様々な知見を蓄積し、楽器としての完成度を高め続けてきた。これらの技術・ノウハウにより高い品質を実現し、製品価格設定において優位性を持つ。

同社は、国産初のシンセサイザー「SH-1000」の発売から、世界初のギター・シンセサイザー、メッシュ・ヘッドを備えた電子ドラムなど、多くの革新的な製品を発売してきた。近年では、アコースティックドラムと電子ドラムどちらでも演奏を楽しめるコンバーチブル・ドラムや、電子管楽器、電子和太鼓などの新製品投入による市場創造にも取り組んでおり、ゲームチェンジャーとしてのマインドセットを体現し続けている。

会社概要

(2) 「多次元」

同社は世界に誇るグローバルブランドである。海外売上高比率は約90%を占め、幅広い楽器カテゴリーを世界中の音楽ファンに提供している。近年、同社はハードウェアとインターネットの接続性に注目している。「Roland Cloud」のサービスを拡充し、対象のハードウェアや顧客層を拡大する方針である。同サービスの収益モデルは、サブスクリプション収益・単品販売収益・ハードウェア販促効果からなる。このうちサブスクリプション収益と単品販売収益は、様々なサービスの提供によりLTV（ライフタイムバリュー）の向上が期待できる。また、ハードウェア販促効果としては、クラウドサービスによる差別化で製品競争力が向上する。

(3) 「Roland Platform」

同社は、「Roland Platform」で顧客データを一元化・見える化し、データによって得られた深い顧客理解に基づき、製品やサービスを充実させている。このサイクルは顧客とのコミュニケーションを向上させることから、マーケティングを最適化するための強力なエンジンと言える。なお、同社はRoland Accountを2022年12月期の230万から2025年12月期に340万まで拡大することを目指している。

業績動向

ディーラー在庫調整の影響も終息し、再成長フェーズに向けた需要創造型新製品が進捗

1. 2024年12月期の業績概要

2024年12月期の連結業績は、売上高で前期比2.9%減の99,433百万円、営業利益で同16.2%減の9,951百万円、経常利益で同24.6%減の8,411百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同26.7%減の5,976百万円、コロナ禍後のディーラー在庫の調整やコロナ需要の反動減が継続したことにより減収減益となった。ディーラー在庫の調整は第2四半期までにおおむね終息したものの、正常化や価格適正化には想定以上の時間を要した。また、コロナ需要の反動減により、販売数量及び単価の両面で影響を受けた。ただし、コロナ禍後の主要な課題は期中に解決し、年後半からは市況も徐々に回復しつつある。

営業利益に関しては、販売数量の減少が大きく影響した。販売数量の変動要因には、ディーラー在庫調整やコロナ需要の反動減に加え、物価高や競争環境の影響が挙げられる。これらを踏まえ、期初計画比で販管費を大幅にコントロールして収益確保に努めた。価格適正化の効果は計画より遅れたが、第4四半期から徐々に発現し始めている。なお、為替差損1,496百万円の発生が、経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益に対して一定の影響を及ぼした。

業績動向

基盤強化に向けた取り組みとしては、経営基幹システムとして「SAP S/4HANA」の稼働を開始した。基幹システムを最新化することで、同社のビジネス継続におけるリスクや課題の解決、業務の効率化を見込んでいる。販売機会ロスの低減やリードタイム短縮に向けた新しい生産管理システムの稼働も開始した。さらに、開発部門の集約によるイノベーションの加速、社員エンゲージメント及び生産性の向上を目的とした、研究開発の中核拠点となる新本社についても、2025年末の移転に向けて建設がスタートした。また、新たなテクノロジーがもたらす創造的な可能性を探求し、音楽の未来をデザインするための研究開発部門となる「Roland Future Design Lab」を設立した。

2024年12月期の同社業績は、コロナ禍後の市場調整の影響を受け、売上高・営業利益ともに前期を下回る結果となった。ただし、製品カテゴリーごとの状況を見ると、新製品の投入が一定の成果を上げており、今後の成長に向けた戦略の実行が今後の焦点となると弊社では見ている。

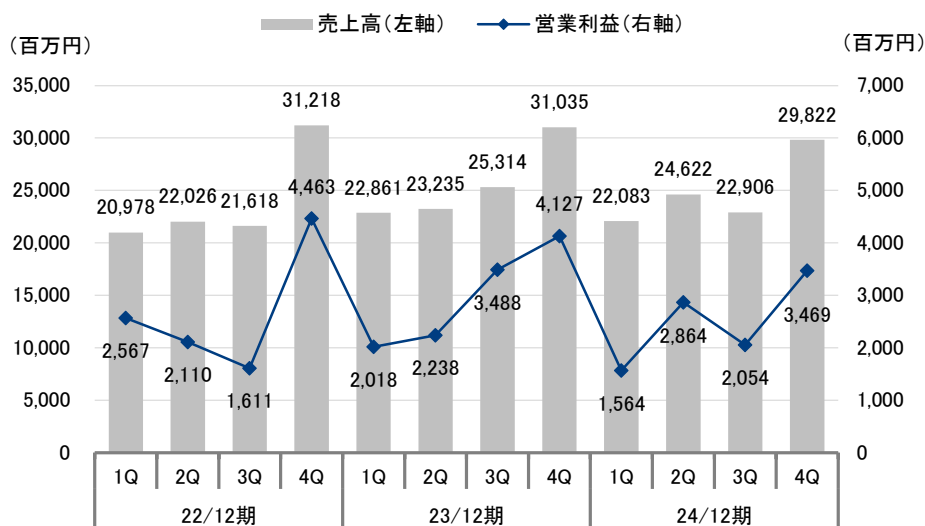
2024年12月期業績（連結）

（単位：百万円）

	23/12期		24/12期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	102,445	-	99,433	-	-3,012	-2.9%
営業利益	11,871	11.6%	9,951	10.0%	-1,920	-16.2%
経常利益	11,154	10.9%	8,411	8.5%	-2,743	-24.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,151	8.0%	5,976	6.0%	-2,175	-26.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高・営業利益の推移（四半期）



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(1) 製品別売上高

製品別売上高は、主要カテゴリーで実質的に前期比マイナスとなった。最大の要因は、第1四半期から第2四半期にかけてのディーラー在庫調整及びコロナ需要の反動減であり、特に上期において販売が低調だった。映像音響機器に関しては、現在戦略の転換期にあり、2026年からの再成長を計画している。

鍵盤楽器の売上高は前期比2.5%減の26,869百万円であった。電子ピアノについては、中国市場の需要減少の影響が継続し、加えて物価高や低価格帯市場における競争激化が響いた。しかし、今期発売された新製品は堅調に推移し、一定の支えとなった。新製品として、ホームピアノでは「LX-5」「LX-6」「LX-9」を発売した。従来のモデリング音源をゼロから刷新した最新のモデリング音源を搭載しているほか、最新技術「ピアノ・リアリティ・テクノロジー」により、音、鍵盤、ペダル、サウンド・システムといった基本性能すべてにおいてクオリティが大幅に向上した。同社オリジナルの無料アプリ「Roland Piano App」にも対応している。ポータブルキーボードに関しては、新製品の投入が奏功し、比較的好調に推移した。中期経営計画においてポータブルキーボード市場への本格的な再参入を掲げており、新製品として「GO:KEYS 3」「GO:KEYS 5」を発売した。パソコンやスマートフォンと連携した演奏や楽曲作りにも対応しており、「Roland Cloud」から豊富な音色と自動伴奏スタイルの追加購入もできる。また、音楽レッスンアプリ「Melodics Essentials for Roland」にも対応している。ポータブルキーボード製品は鍵盤楽器全体への売上貢献は大きくないものの、エントリー層の開拓や新興国でのシェア拡大に向けて中長期的に重要な製品と捉えている。

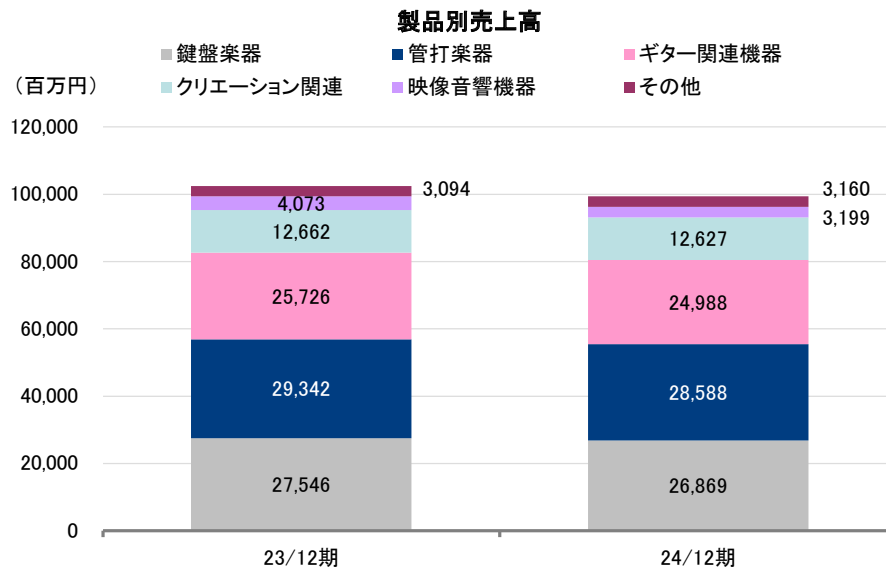
管打楽器の売上高は前期比2.6%減の28,588百万円であった。電子ドラムは、ディーラーの在庫調整の影響を受けたほか、前期に高い需要を誇ったサンプリングパッドが落ち着きを見せた。一方、ドラムセットの実売については競合の影響を受けたものの、9月末から10月上旬にかけて、フラッグシップ・シリーズとして「TD716」「TD713」「VAD716」、新しいラインナップとしてVドラム・クワイエット・デザイン「VQD106」などの大型新製品を投入し、競争力の強化を図った。フラッグシップ・シリーズには、音源モジュール「V71」が搭載されている。約8年ぶりの音源更新であり、「V71」は音の収録手法を一から見直してサンプリングした、リアルでダイナミクスのあるドラム音色を多数内蔵している。「VQD106」は、従来の同社電子ドラムと比べて打撃音と振動の発生を75%軽減した、同社史上最も静かな電子ドラムであり、日本及びヨーロッパ市場を中心に非常に好評を得ている。電子ドラムは打音やキックの踏み込みによる騒音・振動が課題であり、アンケートや顧客の声からも改善すべき点と認識していた。しかし、実際にノイズや振動を大幅に低減することは技術的に困難であり、製品化までには長い期間を要した。電子管楽器については、中低価格帯市場で競争が激化し、苦戦を強いられたが、中国市場では徐々に販売の回復が見られた。

ギター関連機器の売上高は前期比2.9%減の24,988百万円であった。ギターエフェクターは、コンパクトエフェクターや新製品の需要が堅調であったものの、ルーパーシリーズやマルチエフェクターの需要に落ち着きが見られた。楽器用アンプについては、ギターアンプの新製品が寄与した一方で、ディーラーの在庫調整が影響し、その他の製品群の販売は全体的に軟調に推移した。新製品として、ポータブルなサイズに上質なサウンドと機能性を凝縮したマルチエフェクター「GX-10」を発売した。「AIRD」テクノロジーによる豊富なプリアンプ、エフェクトを搭載しており、幅広いサウンド・メイクを実現している。

業績動向

クリエーション関連機器 & サービスの売上高は前期比 0.3% 減の 12,627 百万円であった。シンセサイザーは、高価格帯製品や 88 鍵盤搭載のステージピアノ型製品の需要がやや落ち着いたが、新製品の寄与により徐々に販売が回復した。ダンス & DJ 関連製品については、既存製品の需要が軟調であったが、新製品の投入により回復の兆しが見られた。ソフトウェア / サービス分野では、「Roland Cloud」を中心に、ユーザーの LTV を高めるコンテンツやサービスの提供を継続し、会員数は引き続き増加した。新製品として、ステージピアノ「RD-08」を発売した。表現力豊かなサウンドと演奏性を備えたリーズナブルなステージピアノで、「Roland Cloud」で提供するアップグレード・ソフトにより、サウンドと機能を拡張できる。また、初代モデルの登場から 20 年という節目のタイミングで、ライブ用シンセサイザーの主力機種である「JUNO-D シリーズ」を、上位クラスの音源と Roland Cloud によるサウンド・ライブラリの拡張性を備えたモデルへと一新した。加えて、高音質とシンプルな操作性を手のひらサイズで実現した、ゲーム配信者向けオーディオミキサー「BRIDGE CAST ONE」を発売した。プロ・クオリティのサウンドを実現する「BRIDGE CAST シリーズ」の機能を凝縮し、著作権フリーの BGM や効果音を活用できる「Roland Cloud」のサービス「BGM CAST」に対応している。「Roland Cloud」では、「Melodics™」とのコラボレーションにより、カジュアルな音楽レッスンアプリとして定評のある「Melodics Essentials for Roland」の提供を開始した。「Roland Cloud」でのレッスンサービスは今後も拡充予定である。

映像音響機器の売上高は前期比 21.5% 減の 3,199 百万円であった。ビデオ関連製品については、イベント需要がコロナ期から回復する一方、前期に発売された新製品の反動減や受注残出荷の反動減が大きく影響した。新製品として、コロナ禍を経て一般的となったハイブリッド・イベント市場に向けて、リアル・イベントとライブ配信で、高品位な映像演出・音声調整を行える小型のビデオ・スイッチャー「V-80HD」を発売した。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

ローランド | 2025年4月2日(水)
7944 東証プライム市場 | <https://ir.roland.com/ja/ir.html>

業績動向

新製品例



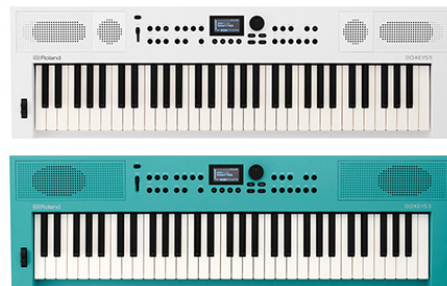
VQD106



TD716



LX-5



GO:KEYS 5 (ホワイト)、GO:KEYS 3 (ターコイズ)



左から JUNO-D8、JUNO-D7、JUNO-D6



RD-08



GX-10



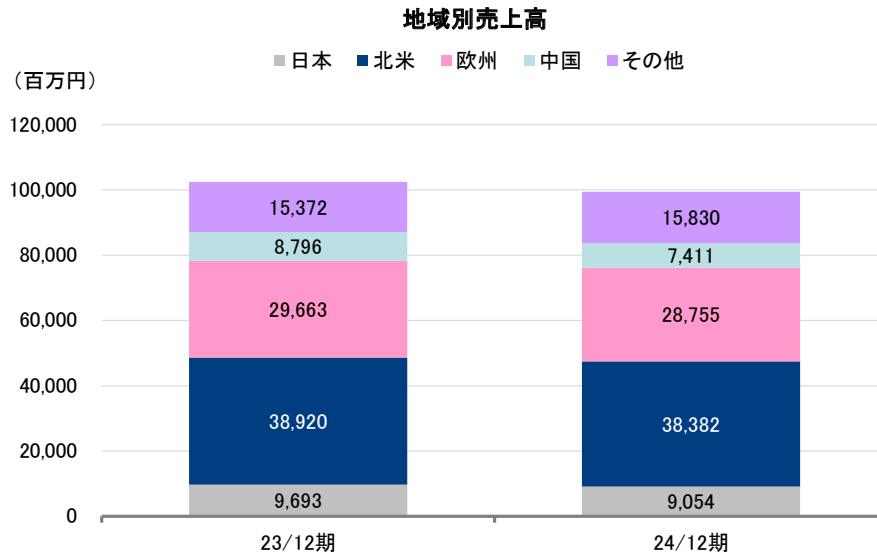
BRIDGE CAST ONE

出所：ニュースリリース、製品 HP より掲載

業績動向

(2) 地域別売上高

地域別売上高は、主要地域が前期比で実質的にマイナスとなった。主な要因は、第1四半期から第2四半期にかけてのディーラー在庫調整の影響及びコロナ需要からの反動減である。その他のエリアではブラジルやメキシコの販売が好調に推移し、マイナス幅は限定的であった。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

2. 財務状況

2024年12月期末の資産合計は前期末比617百万円増加の81,586百万円となった。流動資産では棚卸資産が997百万円減少した一方、現金及び預金が1,595百万円増加した。固定資産では無形固定資産が1,205百万円増加した。負債合計は同5,951百万円減少の34,903百万円となった。主に、借入金が4,392百万円減少した。純資産合計は同6,568百万円増加の46,682百万円となった。主に、配当金の支払いにより剰余金が4,722百万円減少した一方で、主要国通貨に対する円安進行により為替換算調整勘定が4,694百万円増加、親会社株主に帰属する当期純利益を5,976百万円計上したことによる。これらの結果、自己資本比率は前期末の49.2%から56.8%に上昇しており、財務の健全性は高いと弊社では考える。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23/12 期末	24/12 期末	増減額
流動資産	58,659	57,993	-666
(現金及び預金)	12,883	14,478	1,595
(商品及び製品)	18,094	19,076	982
固定資産	22,309	23,592	1,283
(のれん)	3,129	3,087	-42
資産合計	80,969	81,586	617
流動負債	28,041	21,085	-6,956
(短期借入金)	4,300	5,300	1,000
(1年内返済予定の長期借入金)	8,526	2,358	-6,168
固定負債	12,812	13,818	1,006
(長期借入金)	10,056	10,832	776
負債合計	40,854	34,903	-5,951
純資産合計	40,114	46,682	6,568

出所：決算短信よりフィスコ作成

楽器市場は徐々に再成長フェーズへ 販売数量増と価格適正化により増収を見込む

3. 2025 年 12 月期の業績見通し

2025 年 12 月期の連結業績は、売上高で前期比 1.5% 増の 100,900 百万円、営業利益で同 1.5% 増の 10,100 百万円、経常利益で同 15.3% 増の 9,700 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 20.5% 増の 7,200 百万円を見込んでいる。同社の事業領域におけるコロナ関連の課題は既に解決されているため、再成長フェーズへの移行が着実に進み、為替逆風下でも増収・増益を実現する方針である。楽器市場は徐々に再成長フェーズに入り、主要地域及び各力カテゴリーで増収に転換し、為替影響を除いた売上高は前期比 4.2% 増を計画している。

特に管打楽器は、前期に発売した電子ドラム新製品の効果や DW の増収が成長ドライバーとなる見込みである。映像音響機器は方針変更の過渡期にあり一時的にマイナス成長となる可能性があるものの、2026 年以降の回復が期待される。中国市場は依然として不透明な状況が続くが、主要地域では再成長フェーズへの移行が進む。欧州では DW 製品の販売ルート変更により代理店業務がグループ内に取り込まれアドオン効果が生じ、その他エリアにおいてはインドや中南米が中国に代わる新興国市場として成長ドライバーとなる。

営業利益は、販売数量の増加と価格適正化効果により、通常経費を最小化しつつ成長投資を加速する。為替影響を除いた営業利益は前期比 15.3% 増を見込んでいる。販売数量がコロナ需要の反動減から徐々に回復し、新製品の効果も相乗して前期から増加するほか、価格適正化効果、原価低減、並びに DW の利益率改善が寄与する見込みである。販管費については、人材採用、Roland Cloud、広告販促、Roland Retail などへの投資の加速を図り、為替影響を除いた売上総利益率及び営業利益率はそれぞれ 44.2%、11.1% に改善、上期・下期ともに増収増益を達成する見込みである。

2025 年 12 月期業績見通し（連結）

（単位：百万円）

	24/12 期		25/12 期		前期比
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	99,433	-	100,900	-	1.5%
営業利益	9,951	10.0%	10,100	10.0%	1.5%
経常利益	8,411	8.5%	9,700	9.6%	15.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,976	6.0%	7,200	7.1%	20.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

4. 弊社の所見

2024年12月期は、ディーラー在庫の調整が大きな課題であった。特に、アメリカ及び中国市場は、コロナ禍からの反動が大きかった。為替の追い風はあったものの、実力ベースでの売上高は全体で前期比8.7%減の成績となった。しかし、2024年の後半からはアメリカ市場におけるセルスルーが進み、実際のデマンドも徐々に回復、年末商戦では2023年並みの水準に戻った。これにより、必要な調整が行われ、市場も底を打った状況である。ディーラーの在庫調整による影響については、足元では懸念材料とはなっていない。2024年末の時点で、アメリカのディーラーにおける同社在庫水準は非常にヘルシーな状態となっており、2025年12月期は需要に応じたセルインが進む見込みである。中国市場においては、特にアコースティックピアノが厳しい状況であり、市場規模はピーク時の約1/4に縮小している。そのため、ヤマハ<7951>や河合楽器製作所<7952>などのメーカーは相当な苦戦を強いられているが、同社は電子楽器を中心に展開しているため、売上は落ち込んでいるものの、2024年12月期を底に、2025年12月期からは横ばいまたは第3四半期以降にプラス成長が期待される。また、インド及び中南米市場においては、今後も旺盛な成長が見込まれている。インド市場においては、専門コーナーを併設したストアインストアの形態で2店舗を出店し、さらなる拡大が期待される。ブラジルやメキシコにおいても、売上規模は着実に大きくなっており、インドと中南米を合わせた市場規模は中国と同程度に達している。

製品に着目すると、2025年12月期はドラム製品が成長ドライバーとなることを見込んでいる。DW製品については、欧州市場における販売ルートを、現地代理店経由ではなく同社の100%販売子会社に変更した。従来はDW製品はアメリカ市場での売上が7割近くを占めており、欧州では現地代理店に任せていたため、プロモーションやディーラー教育が十分に行き届いていなかった。しかし、今般の販売ルート変更により、販売やマーケティングの各種施策を強力に推進できるほか、代理店を経由することなく直接ディーラーに販売することで、中間マージンをグループ内に取り込めるため、販売単価の向上が期待される。またDWは、DW以外にも複数のブランドを展開しており、その中にはPDP、LP、グレッチ、スリンガーランドなどが含まれていたが、2024年12月期は、ブランドポートフォリオの見直しの一環として、利益率の低いグレッチを売却し、休眠状態にあったスリンガーランドを復活させた。グレッチはライセンスフィーの支払いが必要であったが、スリンガーランドは自社ブランドであるため、コスト面での優位性を見込んでいる。

原材料費については、特に半導体を含む原材料が下落傾向にあり、2025年中盤以降、その影響が原価に反映され始めると見込んでいる。また、海上輸送費については、2024年夏頃に一時的に大幅上昇し、2025年12月期第1四半期までの影響はあるものの、その後は低下していくことを想定している。なお、2025年12月期においては製品価格の値上げを予算に織り込んではいない。しかしながら、同社ブランドの製品には値上げ余地がまだまだ残されており、実際にコロナ禍においては2年間で計4回の値上げを実施した実績がある。そのため、原材料費や物流費の変動に対しては、適正な価格転嫁を行うことで機動的対応ができるものと弊社では見ている。

トピックスとしては、原宿に出店した直営店の売上高が順調に伸びている。顧客層は従来の楽器店利用者に加え、普段楽器店に足を運ばない層や外国人観光客が含まれる。店舗では楽器のみならず、アパレル商品も販売されている。また、2025年1月には、アメリカのカリフォルニア州アナハイムで開催された世界最大級の楽器見本市「NAMM Show 2025」へ5年ぶりに出展した。コロナ禍においては出展を見合わせていたが、出展を再開した。NAMMからも高く評価され、ショーの価値向上に寄与した。

業績動向

コロナ禍を要因とした需給バランスの調整の際にも、同社は電子楽器専門メーカーである強みを生かし機動的に増減産に対応した。同社が手掛ける電子楽器は、アコースティック楽器と比較し需要の増減に対応しやすく、稼働損益が発生しづらいという特徴が功を奏した。新製品については全体への影響は大きくないものの、不確実な環境下でも確実に業績に寄与している。2024年12月期に発売された新製品やDWの増収により売上高の再成長が期待される。

■ 中期経営計画

利益増を伴う「質の高い成長」により、企業価値の拡大を目指す

同社は、2023年2月に中期経営計画（2023年12月期～2025年12月期）を公表した。「Create Fans For Life! ～生涯にわたるファンを生み出し、より多くの音楽愛好家に愛されるブランドになる～」をターゲットとしている。業績目標は、2025年12月期に売上高1,232億円、営業利益179億円、親会社株主に帰属する当期純利益134億円、ROIC20%以上を掲げている。なお、長期ビジョンとして「The World Leader in Music Creation ～音楽創造分野において世界的リーダーとなる～」を掲げ、売上高2,000億円以上、営業利益率15～20%を長期的な目標としている。なお同社は、コロナ需要の反動減や各国の経済状況の変化から、中期経営計画の数値目標達成時期は後ろ倒しになることを、2023年12月期決算発表時に表明している。

中期経営計画の業績目標

(単位：百万円)

	22/12期		25/12期			
	実績	売上比	目標	売上比	増減額	CAGR
売上高	95,840	-	123,200	-	27,360	8.7%
営業利益	10,751	10.5%	17,900	14.5%	7,149	18.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,938	8.7%	13,400	10.9%	4,462	14.6%
ROIC	18.7%	-	20%以上	-	-	-

出所：中期経営計画よりフィスコ作成

中期経営計画におけるキャピタルアロケーション方針では、営業キャッシュ・フローは「投資」「株主還元」「借入金返済」にバランス良く配分するとしている。2023年12月期から2025年12月期までの営業キャッシュ・フロー累計額は422億円を見込んでおり、そこから投資へ166億円、株主還元へ159億円、借入金返済へ97億円を充てる。投資では、新製品開発に伴う金型投資などの通常投資に54億円、事業所再編や基幹システム、生産設備などの基盤強化や、Roland Retailの強化といった成長投資に112億円を投資する。また、借入金返済については、財務健全性を向上させ、次の成長投資に向けたデットキャパシティの拡大を意図している。同社では、営業キャッシュ・フローをキャピタルアロケーション方針に基づき適切に配分しており、利益の蓄積に伴って財務基盤も強化されると弊社では見ている。

1. 基本戦略

中期経営計画では基本戦略として、Game Changer による市場創造と潜在顧客へのアプローチによる「需要創造」、ポータブルキーボード市場への再参入と新興国での販売拡大、Roland Retail 戦略による「シェア拡大」、音楽を生涯楽しんでもらうための仕組みづくりによる「LTV 向上」、長期ビジョン実現に向けた人的資源活性化とインフラ投資による「基盤強化」の 4 つを掲げている。

(1) 需要創造

Game Changer 製品・サービス及び新製品により市場を創造する。新製品は不確実な環境下でも売上と利益に確実に寄与しており、特に Game Changer はより高い利益率が期待できる。具体的な取り組みとしては、ポテンシャル市場（e スポーツ、ポータブルキーボード、ギター・シンセサイザーなど）への新製品投入や、DW との技術シナジー創出、「Roland Cloud」を通じたサービスやアップデートの提供を挙げている。

また、潜在的な顧客獲得によるビジネス拡大も目指す。電子ピアノでは、製品・サービス及び販売機会（チャンネル）の拡大に注力する。エントリーモデルでは、新規チャンネルの開拓や購入しやすい価格帯の販路限定モデルを発売する。中高価格帯製品は、アコースティックユーザーを狙った新製品やコラボレーションモデルの促進を進める。「Roland Cloud」は、コンテンツやレッスンアプリを充実させる。ドラムでは、DW とのシナジーを創出し、電子ドラムやアコースティックドラム市場の深耕を図るとともに、ハイブリッド・ドラム市場の拡大に注力する。これにより、ドラム市場でのさらなる優位性を確立する。

Game Changer 例



出所：中期経営計画、ニュースリリース、製品 HP より掲載

中期経営計画

(2) シェア拡大

新市場への挑戦と新興国での販売拡大を推進する。このうち新市場については、ポータブルキーボード市場へ本格再参入する。世界のポータブルキーボード市場規模（同社定義）約700億円に対して同社のシェアは3%未満で、成長余地は大きい。製品ラインナップを大幅に拡充するとともに、「Roland Cloud」でのコンテンツ、サービスの提供により差別化を図る。一方で、新興国市場については、膨大な人口を持ち、かつ中間層が増加している中国・インド・インドネシアを注力市場と定めている。新興国専門チームをグローバルに構築し販売拡大を進める。Roland Retailについては、オフライン面では米国、日本、中国、欧州エリアといった主要国への出店を計画しているほか、各国の主要楽器店に、同社専用コーナーを追加設置することで世界重点地域を網羅する。オンライン面では「Roland Direct EC」や3rd Party Platformを活用し、D2Cを強化する。これらの取り組みにより、顧客接点を質・量ともに向上させる。

(3) LTV 向上

「Roland Cloud」を生涯顧客を生み出す仕掛けとし、「いつでも、どこでも、誰でも」楽しめる、パーソナライズされた体験サービスを拡充することで、LTVの向上を目指す。中期経営計画では、2025年12月期のサブスクリプション登録者数50,000人、サブスクリプション登録者数と年度内の単品購入者数の合計200,000人を目標としている。また、「Roland Platform」では、顧客データの一元化、データの見える化、データによって得られた深い顧客理解に基づく製品やサービスの充実、顧客とのコミュニケーションの向上、といったサイクルにより、LTVの向上を目指す。2025年12月期のRoland Account340万人(2022年12月期は230万人)を目指している。このほか、アーティストやインフルエンサーとの関係強化、デジタルソーシャルメディアコンテンツの充実、ターゲティング広告とイベントによりストーリーを拡散することで、ブランド認知度の向上を図る。同社は創業以来のポリシーとして、ミュージシャンと宣伝を目的とした製品使用に関するエンドース契約を結ばないことを基本方針としている。ミュージシャンが自ら手に取り選ばれるような製品を開発することで、製品価値が自然と高まることに加え、同社製品を好んで使っているミュージシャンをサポートすることで、同社とミュージシャンの間でより強固な信頼関係を築いていると弊社では見ている。

(4) 基盤強化

グローバル人事として、全世界統一人事システムによる人材の最適配置や、株式報酬制度のグローバル展開、従業員のエンゲージメントと生産性スコアの向上に努める。基盤強化としては、ビジネスのさらなる拡大に向けて基幹システムを更新するほか、事業所再編による生産性向上、エンゲージメント強化、イノベーションの加速に注力する。基幹システムについては、ERPのアップデートや、生産管理システムの入替えを予定しており、将来の成長に向けた基礎的な投資を進める。また、事業所再編には、本社リニューアルが含まれており、新本社は2024年8月に着工、2025年内の竣工を予定している。

サプライチェーンの高度化については、部材の早期確保と共通化により販売機会ロスの低減を図る。また、販売チャンネルに適した物流プロセスを構築しリードタイムを短縮する。加えて、オートメーション化の推進や新システムの導入によりアジリティを強化する。具体的には、マレーシア工場とグローバルHUB倉庫のさらなる強化や生産拠点の拡大を進める。DWとは、生産拠点の相互活用や、アコースティックドラムの生産技術を同社の電子楽器生産技術と融合させることで、生産能力及び生産技術の向上を目指す。そのほか、主力製品での半製品の共通化や、自動化・機械化のさらなる推進、外注工程の内製化を進め、利益改善を図る。

2. サステナビリティの取り組み

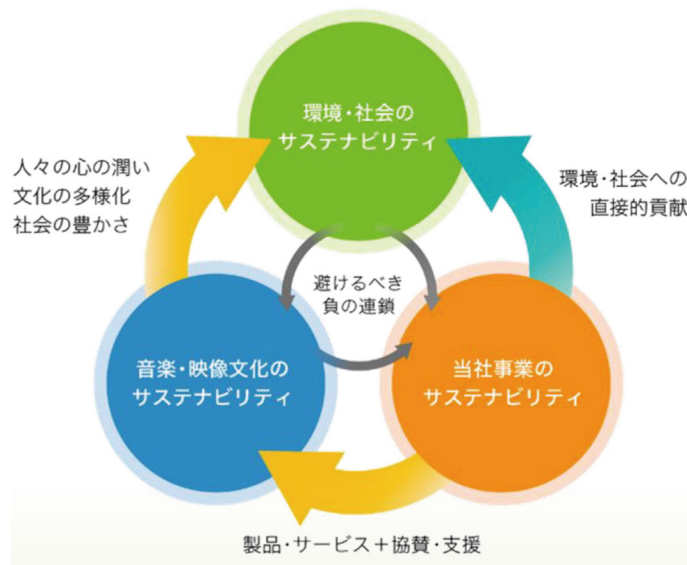
同社は、音楽・映像文化を通じて社会の持続的発展に貢献する一方で、環境や社会全体の安定と豊かさのもとに事業が成り立っていると認識している。そのため、環境・社会の安定や持続性が損なわれ、音楽・映像文化や同社事業が存続しえなくなる負の連鎖を避けるため、事業と環境・社会の相互の持続可能性を高め合う好循環を生み出す活動を、経営の重要課題に位置付けている。SDGsで掲げる17の目標に対しては「サプライチェーン・マネジメントの高度化」「音楽・映像文化の発展支援」「人材の活力、能力発揮の最大化」「成長（無形資産）への投資」「ガバナンスのたゆみない強化」を重要課題とし、中期経営計画における重点施策として取り組んでいる。

女性活躍の推進については、女性エンジニアの採用や女性管理職の登用などに取り組みつつ、「ワークライフバランス」を強化している。女性管理職の比率については、同社が公表している「女性活躍推進に基づく行動計画」で、日本の女性管理職比率を2021年時点の6%から2025年末までに倍の12%にする目標を設定している。

また、同社は、芸術文化が育まれる社会環境の維持と脱炭素社会の実現を目指し、事業活動に伴う温室効果ガスの排出量削減に向けた中長期目標を設定している。パリ協定に基づくカーボンニュートラル達成を念頭に、SBT※の考え方に沿って、スコープ1（自社が直接排出する温室効果ガス）とスコープ2（他社から購入した電力、蒸気、熱、冷媒などの使用に伴う間接的な排出）に対する取り組みとして、2030年までにのCO₂排出量を2022年比で42%削減する。さらに、スコープ3（自社のバリューチェーンを通じた間接的な排出のうち、スコープ2に含まれないものすべて）に対する取り組みとして、CO₂排出量全体の9割以上を占める特定カテゴリーに対しても2030年までに25%削減を目指す。スコープ3までを含む排出量の算定に着手し、具体的な目標を設定したことで、削減に向けた注力ポイントが明確となり、具体性の高い施策の推進が期待される。

※ SBT (Science Based Targets、科学的根拠に基づく目標)：2015年に採択されたパリ協定が求める水準と整合した企業の温室効果ガス排出削減目標

それぞれの持続可能性を高め合う好循環



出所：中期経営計画より掲載

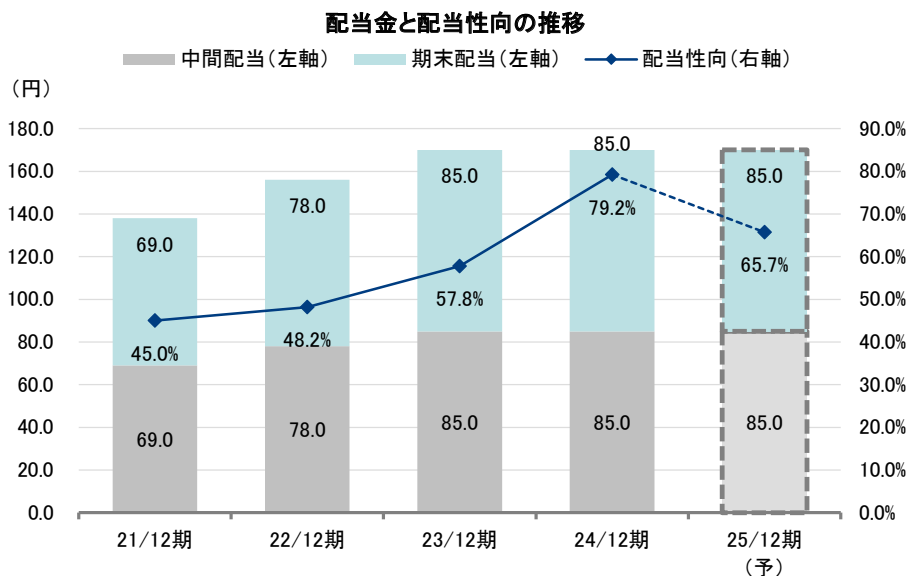
■ 株主還元策

自己株式の取得を決定。 2025年12月期の配当金は1株当たり170.0円を予定

同社は、事業活動により創出される付加価値の最大化とその適正な分配を通じて、すべてのステークホルダーの共感を得ながら持続的な企業価値の成長を図ることを基本方針としている。株主還元については、持続的かつ安定的な配当を行うとともに、株式市場動向や資本効率などを考慮した機動的な自己株式の取得も適宜行うことで、連結総還元性向は原則50%を、成長投資資金の留保が必要な場合も、連結総還元性向は30%以上を目指す。2024年12月期は1株当たり170.0円（配当性向79.2%）の配当であった。2025年12月期は1株当たり170.0円（配当性向65.7%）の配当を予想しており、株主還元の基本方針に基づき高い配当性向を維持している。

また、自己株式の取得が決議されており、その上限は5,800百万円、発行済株式総数に対する割合は6.5%に設定されている。自己株式取得に至ったのは、同社の主要株主である Taiyo Jupiter Holdings, L.P.（以下「TJH」）より、TJHが保有する同社普通株式について、今後同社株式の直接保有を予定する複数のTJHの長期保有LP投資家に対しては現物償還し、現物償還が困難なLP投資家分については現金での償還を行うために株式を処分する意向が示されたためである。同社では、株式市場における同社株式の需給への影響や、株主還元、資本効率などを総合的に勘案して自己株式の取得を決定した。

なお、株主優待は実施していない。同社は最終消費者に対して製品を販売する企業ではあるものの、楽器という商品の性質上、株主優待を実施しても関係する人はごく一部であり、平等な利益還元という観点から実施しておらず、配当や自己株取得などによりすべての株主に平等に還元することを基本としている。同社は中期経営計画で成長方針を明確に打ち出し、安定配当を継続していることから、中長期的な株価向上に対する蓋然性は高いと弊社では見ている。



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