

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 >>>](#)

2023年6月12日(月)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2023年3月期の業績概要	01
2. 中期経営方針「Wacom Chapter 3」のアップデート	01
3. 2024年3月期の業績見通し	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. 2023年3月期の業績概要	06
2. 事業別の業績概要	08
3. 2023年3月期の総括	09
■ 中期経営方針「Wacom Chapter 3」のアップデート	10
1. 基本的な方向性	10
2. アップデートに至った経緯と主な取り組み	10
3. 財務方針のガイドライン（更新後）	12
4. 「5つの戦略軸」と「6つの主要技術開発軸」	12
■ 業績見通し	15
1. 2024年3月期の業績見通し	15
2. 弊社の注目点	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

2023年3月期は増収ながら大幅な減益。 消費者センチメントの低下等により 「ブランド製品事業」(中低価格帯モデル)が急減速。 将来を見据えて中期経営方針「Wacom Chapter 3」をアップデート

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

1. 2023年3月期の業績概要

2023年3月期の連結業績は、売上高が前期比3.6%増の112,730百万円、営業利益が同84.5%減の2,013百万円と増収ながら大幅な減益となった。売上高は、円安によるプラス効果や「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより増収を確保した。ただ「ブランド製品事業」については、プロ向けディスプレイ製品が伸長したものの、中低価格モデルが消費者センチメントの低下やコロナ特需(オンライン教育や巣ごもり需要など)の落ち着きなどで大きく落ち込んだ。損益面では「テクノロジーソリューション事業」の伸びが収益を押し上げた一方、「ブランド製品事業」における粗利益率の低下(製品ミックスの悪化や為替変動による影響※、棚卸資産評価損等の計上)や売上減少に伴う粗利減により大幅な営業減益となった。

※ 為替変動によるドル建て仕入価格の高騰に対してドル建て以外の売上収入の部分がマイナス影響を受けた。

2. 中期経営方針「Wacom Chapter 3」のアップデート

同社は、4ヶ年の中期経営方針「Wacom Chapter 3」(2022年3月期～2025年3月期)に沿った取り組みを推進している。「ライフロング・インク」のビジョンを継承し、改めて「5つの戦略軸」を設定するとともに、その実行に当たって「6つの主要技術開発軸」を定め、具体的な価値提供と持続的な成長につなげる方針である。特に既存技術と親和性の高いAI、XR、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実現していくところが戦略の目玉となっている。ただ、足元での急激な経済環境の悪化といった外部要因への対応に加え、商品ポートフォリオや販路マネジメントの強化など自社自身の体制にも改善すべき余地があるとも考えている。そのため今後2年間(2024年3月期～2025年3月期)については、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を打ち立てた(2023年1月に一次レポート、5月に二次レポートを公表)。

要約

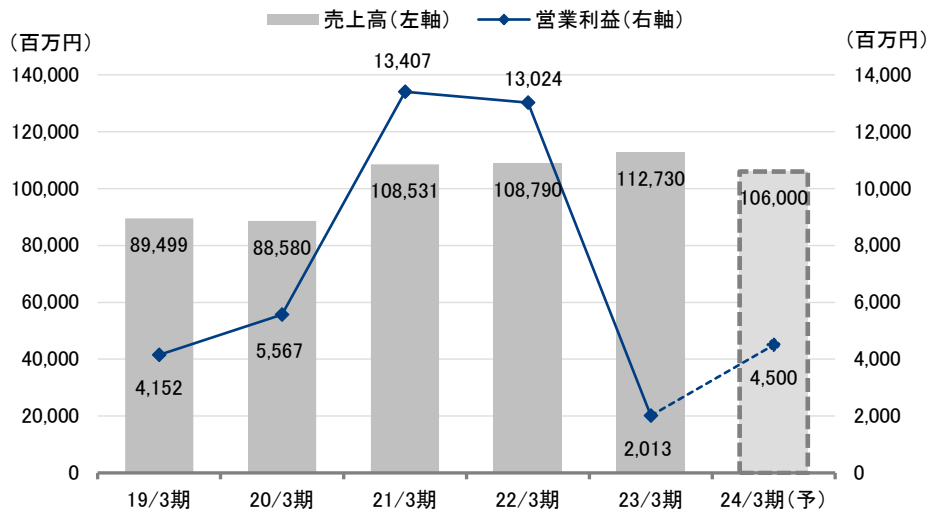
3. 2024年3月期の業績見通し

2024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6.0%減の106,000百万円、営業利益を同123.5%増の4,500百万円と減収ながら増益を見込んでいる。減収予想となっているのは、市場環境の不透明さの継続や円高想定（マイナス効果）により、「テクノロジーソリューション事業」の減収を見込んでいることが理由である。「ブランド製品事業」については、不透明な市場環境や円高想定の影響を勘案しつつも、商品ポートフォリオの刷新や価格政策により前期と同水準を確保する見通しとなっている。損益面では、積極的な研究開発投資を継続するものの、「ブランド製品事業」の黒字転換が増益に寄与する。将来を見据えた研究開発投資については年間7,700百万円（前期比15.3%増）を予定するとともに、「事業構造変革」に注力する考えだ。

Key Points

- ・ 2023年3月期は「ブランド製品事業」（中低価格帯モデル）の急減速により増収ながら減益、経済環境悪化に伴う消費者センチメントの低下やコロナ特需の落ち着きなどが大きく影響
- ・ 外部環境や課題認識への対応を図るため、中期経営方針「Wacom Chapter 3」をアップデート。次の「Wacom Chapter 4」での成長加速に向けて事業構造変革に注力する方針
- ・ 2024年3月期は減収ながら増益を予想。「ブランド製品事業」での商品ポートフォリオの刷新や価格政策の実施に取り組み、前期計上した棚卸資産評価損等の解消による粗利改善を見込む

業績推移



■ 事業概要

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

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

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

事業セグメントは、自社ブランドで「ディスプレイ製品」や「ペントラレット製品」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。足元では、消費者センチメントの急激な低下等により「ブランド製品事業」(中低価格帯モデル) が苦戦しているものの、2 つの事業がほぼ均衡して推移してきた。

海外販売比率(「テクノロジーソリューション事業」を除く海外現地法人売上の比率)は約 85%※を占めており、為替相場の変動が業績に及ぼす影響(米ドル円の変動よりもユーロ円の変動の方が連結営業利益への影響が大きい。円高の場合、マイナス影響)には注意が必要である。

※ 2023 年 3 月期の連結業績より、米国が全体の 29.7%、アジア・オセアニアが 29.9%、欧州(ドイツ)が 25.6% となっている。

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)や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に取り組む

1. ブランド製品事業

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

(1) クリエイティブソリューション

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

a) 「ディスプレイ製品」

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

※「液タブ」と称されることもある。

b) 「ペンタブレット製品」

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

※「板タブ」と称されることもある。

各事業及び主要製品の特徴

c) 「モバイル製品」他

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

(2) ビジネスソリューション

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

2. テクノロジーソリューション事業

デジタルペン技術※に基づき、「AES テクノロジーソリューション」と「EMR テクノロジーソリューション他」の2つに分類され、ペン・センサーシステムをスマートフォンやタブレット・ノート PC メーカーに供給している。特に市場が拡大しているスマートフォン向けが、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。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新しいデバイスにも対応するなど、タブレット・ノート PC メーカー各社からの同社技術への評価も高いようだ。また、AES 方式を採用するレノボ<HKG:0992> や富士通 <6702> といった主要メーカーのほか Xiaomi などとの取引も伸びている。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、ユーザーの裾野を拡げながら規模拡大を優位に進める戦略である。

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

■ 決算概要

**2023年3月期は増収ながら大幅な減益。
消費者センチメントの低下やコロナ特需の落ち着きなどにより、
「ブランド製品事業」(中低価格低モデル)が急減速。**

1. 2023年3月期の業績概要

2023年3月期の連結業績は、売上高が前期比3.6%増の112,730百万円、営業利益が同84.5%減の2,013百万円、経常利益が同80.0%減の2,868百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同83.6%減の1,792百万円と増収ながら減益となった。

売上高は、円安によるプラス効果※や「テクノロジーソリューション事業」の伸びにより増収を確保した。「ブランド製品事業」については、プロ向けディスプレイ製品が伸長したものの、中低価格モデルが消費者センチメントの低下やコロナ特需の落ち着きなどにより大きく落ち込んだ。

※売上高全体を約156億円押し上げる要因となっている

損益面では、円安効果※¹を含む「テクノロジーソリューション事業」の伸びが収益を押し上げた一方、「ブランド製品事業」における粗利益率の低下や売上減少に伴う粗利減※²により営業減益となった。なお「ブランド製品事業」における粗利益率の低下は、製品ミックスの悪化や為替変動の影響※³に加え、棚卸資産評価損等の計上による一過性要因も大きかった。

※¹ 営業利益全体を約13億円押し上げる要因となった。ただ、セグメント別に見ると、「ブランド製品事業」には約15億円のマイナス要因、「テクノロジーソリューション事業」には約31億円のプラス要因となっており、それぞれ違う出方となっていることには注意が必要である。また、営業外収益として、円安による為替差益(約8億円)を計上している。

※² 販管費の増加分(約25億円)のうち、研究開発費の増加分が約12億円、円安による増加分が約20億円となっている。

※³ 為替変動によるドル建て仕入価格の高騰に対してドル建て以外の売上収入の部分がマイナス影響を受けた。

財政状態については、コロナ禍でのサプライチェーンの混乱による棚卸資産(原材料及び貯蔵品)の確保のほか、投資有価証券の増加※により総資産が前期末比2.7%増の75,279百万円に増えた一方、自己資本は安定した配当政策の継続と機動的な自己株式の取得により同6.9%減の40,490百万円に減少した結果、自己資本比率は53.8%(前期末は59.3%)に若干低下した。

※セルシス<3663>との資本業務提携に伴うもの。提携内容や狙いについては、前回フィスコレポート(2022年12月2日発行)を参照。

決算概要

2023年3月期業績の概要

(単位：百万円)

	22/3 期		23/3 期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	108,790		112,730		3,940	3.6%
ブランド製品事業	52,641	48.4%	41,161	36.5%	-11,480	-21.8%
テクノロジーソリューション事業	56,149	51.6%	71,569	63.5%	15,420	27.5%
売上原価	69,180	63.6%	81,556	72.3%	12,376	17.9%
販管費	26,586	24.4%	29,160	25.9%	2,574	9.7%
営業利益	13,024	12.0%	2,013	1.8%	-11,011	-84.5%
ブランド製品事業	8,712	16.6%	-3,981	-	-12,693	-
テクノロジーソリューション事業	8,888	15.8%	10,756	15.0%	1,868	21.0%
調整額	-4,577	-	-4,762	-	-185	-
経常利益	14,351	13.2%	2,868	2.5%	-11,483	-80.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	10,955	10.1%	1,792	1.6%	-9,163	-83.6%

	22/3 期末	23/3 期末	前期末比	
			増減額	増減率
総資産	73,332	75,279	1,946	2.7%
自己資本	43,503	40,490	-3,013	-6.9%
自己資本比率	59.3%	53.8%	-5.5pt	-

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)

	22/3 期	23/3 期	前期比	
			増減額	増減率
人件費	10,205	11,061	856	8.4%
研究開発費	5,477	6,680	1,203	22.0%
広告宣伝・販促費	2,652	2,211	-441	-16.6%
運賃・荷造費	1,454	1,573	119	8.2%
外注費	1,331	1,544	213	16.0%
減価償却費	435	431	-4	-1.0%
その他	5,033	5,661	628	12.5%
合計	26,586	29,160	2,574	9.7%
売上高販管費率	24.4%	25.9%		1.5pt

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 21.8% 減の 41,161 百万円、セグメント損失は 3,981 百万円（前期は 8,712 百万円の利益）と減収減益となりセグメント損失を計上した。売上高は、主力の「クリエイティブソリューション」（特に中低価格帯モデル）が、世界的な経済環境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減収となった。「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を受けてわずかに減収となった。損益面で大幅な減益（セグメント損失の計上）となったのは、高収益の「ペンタブレット製品」の落ち込み（製品ミックスの悪化）や為替変動によるドル建て仕入価格の高騰に対してドル建て以外の売上収入の部分が為替変動のマイナス影響を受けたほか、棚卸資産評価損等の計上が利益を圧迫したためである。

ブランド製品事業の業績の内訳

(単位：百万円)

	22/3 期	23/3 期	前期比	
			増減額	増減率
クリエイティブソリューション	48,245	36,948	-11,297	-23.4%
ディスプレイ製品	23,548	20,620	-2,928	-12.4%
ペンタブレット製品	22,901	14,744	-8,157	-35.6%
モバイル製品他	1,796	1,584	-212	-11.8%
ビジネスソリューション	4,396	4,213	-183	-4.2%

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 23.4% 減の 36,948 百万円と減少した。製品別に見ると、「ディスプレイ製品」はプロ向け製品※が伸びた一方、消費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中低価格帯のエントリーモデルが減少した。「ペンタブレット製品」については、経年等の影響によりプロ向け製品が減少するとともに、「ディスプレイ製品」と同様、中低価格帯モデルが大きく落ち込んだ。「モバイル製品他」についても、モバイル製品の売上が減少し減収となった（モバイル製品以外のスタイラスペン製品は増加）。

※ 2022年9月に市場投入したプロ向けのフラッグシップモデル「Wacom Cintiq Pro 27」の評価も上々のようだ。

b) ビジネスソリューションの売上高

前期比 4.2% 減の 4,213 百万円とわずかに減少した。流動的な市況の変化や案件進捗による影響を受けた。

(2) テクノロジーソリューション事業

売上高は前期比 27.5% 増の 71,569 百万円、セグメント利益は同 21.0% 増の 10,756 百万円と増収増益となった。売上高は、世界的な生産サプライチェーンの制約等による影響が軽微にとどまるなか円安によるプラス効果もあり、「EMR テクノロジーソリューション他」が事業全体の増収に貢献し、「AES テクノロジーソリューション」も増収を確保した。損益面でも、次世代技術開発等に向けた研究開発投資を加速する一方、増収による収益の押し上げや円安によるプラス効果により大幅な増益を実現した。

決算概要

テクノロジーソリューション事業の業績の内訳

(単位：百万円)

	22/3 期	23/3 期	前期比	
			増減額	増減率
AES テクノロジー	22,142	23,383	1,241	5.6%
EMR テクノロジー他	34,007	48,186	14,179	41.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

a) AES テクノロジーソリューションの売上高

OEM 提供先メーカー各社から引き続き高い評価を得ており、前期比 5.6% 増の 23,383 百万円と伸長した。

b) EMR テクノロジーソリューション他の売上高

OEM 提供先メーカーのポートフォリオ変化が奏功し、前期比 41.7% 増の 48,186 百万円と大きく伸長した。

3. 2023 年 3 月期の総括

2023 年 3 月期を総括すると、「ブランド製品事業」(中低価格帯モデル)の想定を超える減速をどう評価するかに集約される。コロナ特需のはく落はある程度予想できたものの、消費者センチメントの低下による影響が、流通在庫調整の動きを含めて想定以上に急激で大きく、先行きの不透明感は現在も続いている。特に中低価格帯モデルにおける市場特性として、インフレ進行の初期段階では所得水準が相対的に低い層になるほど消費マインドが左右されやすく、購買優先度も比較的低くなりがちなることを勘案すれば、景気循環的な影響はある程度やむを得ないとの見方もできる。弊社では、取引先(「テクノロジーソリューション事業」における OEM 提供先メーカー)からの評価の高さや搭載実績、各パートナーとの協業の動きなどから判断して、デジタルペンや同社技術に対するポテンシャルの大きさ自体の評価を変える必要はないと見ている。したがって、いかに自社ブランド製品により景気循環的な影響を受けない市場を掘り起こしていくのが今後の課題と言えるだろう。その視点に立てば、現在推進中の中期経営方針「Wacom Chapter 3」をアップデートし、新たな付加価値提供による商品ポートフォリオの刷新や集中領域での事業構築、B2B チャンネルの強化など、今後 2 年間で「事業構造変革」に取り組む方向性を打ち出したところは前向きに評価したい。特にポテンシャルの大きなクリエイティブ教育分野の取り込み、あるいはユーザーの裾野拡大に向けて、しっかりとユースケースの開拓や体験型アプローチをかけていくことをテーマに掲げたところは、まさに基盤となる市場の創出や育成を目指すものであり、改めて今後やるべきことが明確になったという点においてもプラスの材料と言えるだろう。

■ 中期経営方針「Wacom Chapter 3」のアップデート

今後2年間は「事業構造変革期間」と位置付け、次の「Wacom Chapter 4」での成長加速に向けた基盤構築に取り組む

1. 基本的な方向性

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。そして、実行に当たって「6つの主要技術開発軸」を定め、具体的な価値提供と持続的な成長につなげる方針である。特に既存技術と親和性の高いAI、XR、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実現していくところ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。

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

2. アップデートに至った経緯と主な取り組み

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」（中低価格帯モデル）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と、同社は考えている。その認識に立ち、今後2年間（2024年3月期～2025年3月期）を次の「Wacom Chapter 4」における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を打ち立てた（2023年5月公表）。足元業績の後退により当初の成長イメージについては時間的な遅れが生じるものの、「Wacom Chapter 4」に突入する2026年3月期以降において2ケタの営業利益率を達成し、維持する事業運営を目指すシナリオとなっている。今後2年間の取り組みについては以下のとおりである。

（1）商品ポートフォリオの刷新と粗利改善（「ブランド製品事業」）

ハイエンドゾーンのみならず、エントリーゾーンを含んだトータルラインで商品力を強化する。また、ハードウェア商品として新規カテゴリ商品を加えると同時に、リモート化対応や著作権保護などサービスソリューションの組み合わせによる付加価値向上（差別化）にも取り組む。原価上昇に対しては、戦略的な価格政策を実施するとともに、新製品については商品力を適切に反映した価格戦略を展開する。VE（Value Engineering）による原価構造改善にも取り組み、これらを通じて粗利改善につなげる考えだ。

(2) 集中領域での事業構築（「ブランド製品事業」）

デジタルコンテンツ市場の継続的成長を前提として、「ブランド製品事業」による教育市場へのアクセスについては、これまでの教育全般からクリエイティブ教育へリソースを集中する。具体的には、専門学校、高等教育、スタジオ固有の教育システム等の専門教育に加え、クリエイター教育の入り口となるK12（高校卒業までの12年間）のアート教育にもソリューションを提供していく。体制面でも、B2B チーム強化の一環として、クリエイティブ BU とビジネスソリューション BU を統合し、組織一体となって取り組む方針である。

また、創作ワークフロー（工程）が、より仮想化 / リモート化していくことを前提として、新しいワークフローにおいてもワコムデバイスのポジションを確立し、プロのクリエイター市場でのポジション維持 / 拡大を図っていく。例えば、リモート環境の中でも、ローカル環境と変わらないパフォーマンスと機能を提供するほか、仮想化 / リアルタイム化された新しいワークフローにおいて、新たな付加価値の提供を目指す。

(3) 販路マネジメントの強化（「ブランド製品事業」）

ソリューション型価値提供への移行に向けて、顧客（ユーザー）との深く直接的な関係性を構築していく B2B チャンネル及び e-store（自社オンライン販売ストア）の強化を図る。特に、既述したクリエイティブ教育分野の市場開拓や新しい創作ワークフローの構築に向けて B2B チャンネル強化は不可欠であり、B2B 比率についても引き上げる計画である※。e-store については、ユーザータッチポイントの増加や地域ごとのカスタマイズに取り組むほか、著作権保護サービスの提供等を実装する考えだ。販路マネジメントの強化を通じて、戦略的な価格設定や流通コストの最適化も可能となるため、粗利改善にもつなげていく。

※ 2023年3月期の B2B 比率は 25% 程度、e-store 比率は 10% 程度となっている。同社では 2024年3月期の目標として B2B 比率 30% 程度、e-store 比率 15% 程度とそれぞれ引き上げる計画であり、その後も順次目標を設定し高めていく計画のようだ。

(4) 在庫マネジメントの改善（「全社共通」）

2022年12月末在庫残高（約 300 億円）から、2024年3月末までに約 100 億円の在庫削減を目指す（すでに 2023年3月末時点で仕入れの抑制等により 76 億円を削減済み。ただし、評価減等を除いた直接キャッシュフローに影響する削減額は 50 億円強と推定される）。そのための具体策として、現行品のプロモーションをきめ細かく運営し、新製品のタイミングも最適化しながら削減を図るほか、在庫過多の商品及び部材について調達の絞り込みを継続的に実施する。さらに、発注時の数量管理のゲートをよりきめ細かく設定し、過発注を回避するモニタリングを強化する。

(5) 顧客と用途拡大（「テクノロジーソリューション事業」）

業界での事実上標準化を強化推進し、ペン搭載の顧客ポートフォリオの最大化を目指す。また、ペンの新しい用途を拡大するために独自のハードウェア（本体 / ペン）とアプリケーション / サービスを組み合わせ、ペンに関する総合体験（E2E ※プラットフォームビジネス）を開発提供し、新しい顧客群の拡大につなげていく。

※ End to End の略。部品や技術モジュール提供だけでなく、完成品に近い形で、一連のペン体験を用途に合わせて提供する意味

(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」）

OEM 顧客の商品群を通じて、一般教育向けのソリューションを展開する（教育向けではクリエイティブ教育に集中する「ブランド製品事業」とハイブリッドで展開）。また、ハードウェアのみならず、サービスソフトウェアとの組み合わせで、学びをサポートする体験を提供していく（2023年4月から協業パートナーのZ会が同社のデジタルインク技術を活用した新たなサービスを導入している）。

(7) 資本政策 / 株主還元（「全社共通」）

キャッシュロケーションについては、将来の企業価値の創出に向けた成長投資・戦略投資を優先的に配分するとともに、余剰資金については積極的に株主へ還元する方針（詳細については後述）である。一方、その原資については、財務健全性の確保を前提としながらも、レバレッジ（有利子負債）活用による資本効率も追求していく。なお、財務健全性が確保できる財務レバレッジの程度については負債資本倍率（D/E レシオ）で0.3倍～0.5倍程度を目安としている（現在は約0.2倍）。

(8) デジタルインクサービスの立ち上げと投資（「全社共通」）

既存の「ブランド製品事業」及び「テクノロジーソリューション事業」に加えて新たに「デジタルインクサービス」を立ち上げる。これら3つの価値提供は、同根の技術開発投資の中から生まれるものであり、既存の2事業が相互レバレッジを掛けながら成長するとともに、新たな「デジタルインクサービス」が前者のハードビジネスの伸長にも貢献するねらいである。特にAI、XR、セキュリティの3つの新コア分野でのサービスやリモート環境でのソリューション提供に取り組んでおり、2024年3月期から商用サービス実装を開始するとともに、次の「Wacom Chapter 4」での本格展開を目指す。

3. 財務方針のガイドライン（更新後）

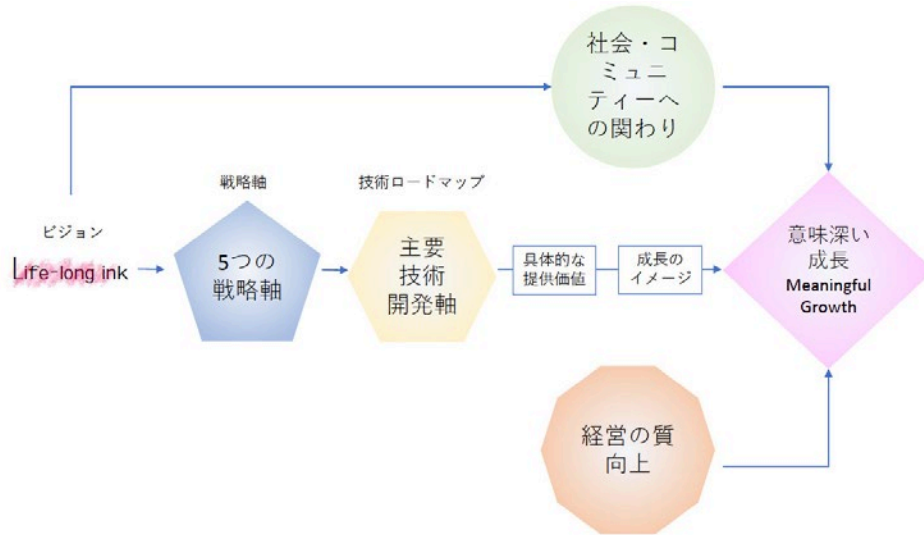
2023年3月期の業績が下振れたこと、今後2年間を「事業構造変革期間」と位置付けたことに伴い、ROIC及びROEの目標を引き下げた。「ブランド製品事業」の粗利改善を進めることにより、2025年3月期のROICは10%以上への回復を目指す。また、資本効率を示すROEについても10%～15%程度を想定している（2023年3月期のROICは3.7%、ROEは4.3%にそれぞれ大きく低下している）。

4. 「5つの戦略軸」と「6つの主要技術開発軸」

「Wacom Chapter 3」の方向性（ストーリーライン）のベースとなっている「5つの戦略軸」と、その実行に当たっての「6つの主要技術開発軸」については、以下のとおりである。

中期経営方針「Wacom Chapter 3」のアップデート

「Wacom Chapter 3」のストーリーライン



出所：決算説明資料より掲載

(1) 5つの戦略軸

a) テクノロジー・リーダーシップ

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

b) コミュニティ・エンゲージメント

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

c) 新しいコア技術、新しい価値創造

既存のコア技術に加え、新しいコア技術をもとに新しい価値を創造する戦略である。既存技術と親和性の高い AI、XR、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実現する考えだ。例えば、デジタルインクと AI による新しい教育体験^{※1}の創造や、ブロックチェーン証明による著作権の保護^{※2}、XR 空間での描画体験^{※3}などについては、すでに他社との協業によりプロジェクトが動いている。

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

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

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

d) 持続可能な社会へ貢献する技術開発

環境ケアに貢献する技術開発と商品開発により、持続可能な社会発展への貢献を目指している。気候変動イニシアティブ (JCI) への参加に始まり、TCFD への賛同とその情報開示、そして CDP スコア開示も実施している。また環境ケア技術開発部門の設置により、リサイクル可能な PCR プラスチックやアルミの使用率を高めた環境配慮の製品開発などサステナビリティを意識した技術革新も進めている。また「使い続けていく」ことを体現する企業活動にも取り組んでおり、例えば、廃材で作られた「コネクテッド・インク」※で使用されたステージを家具へ再利用する団体の活動支援なども行っている。

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

e) 意味深い成長

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

(2) 6つの主要技術開発軸と具体的な価値例

a) ペンの技術（現行コア技術 / 現行ビジネスモデル）

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

b) ペンと紙の技術（現行コア技術 / 現行ビジネスモデル）

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

c) デジタルインク技術（現行コア技術 / 現行ビジネスモデル）

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

d) AI とデジタルインク技術（新コア技術 / 新ビジネスモデル）

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

e) XR 描画技術（新コア技術 / 新ビジネスモデル）

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

f) セキュリティ認証技術（新コア技術 / 新ビジネスモデル）

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

業績見通し

2024年3月期は減収ながら増益を見込む。 商品ポートフォリオの刷新や価格政策等により粗利改善に取り組む

1. 2024年3月期の業績見通し

2024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6.0%減の106,000百万円、営業利益を同123.5%増の4,500百万円、経常利益を同56.9%増の4,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を同84.1%増の3,300百万円と減収ながら増益を見込んでいる。

売上高全体が減収予想となっているのは、市場環境の不透明さの継続や円高想定※によるマイナス効果により、「テクノロジーソリューション事業」の減収を見込んでいることが理由である。「ブランド製品事業」については市場環境や円高想定の影響を勘案しつつも、商品ポートフォリオの刷新や価格政策により前期と同水準を確保する見通しとなっている。

※2024年3月期の想定為替レートについては、1USドル=130円(前期平均レートは134.95円)、1ユーロ=140円(同141.24円)を想定している。

損益面では、積極的な研究開発投資を継続するものの、「ブランド製品事業」の黒字転換が増益に寄与する。将来を見据えた研究開発投資については年間7,700百万円(前期比15.3%増)を予定するとともに、前述した「事業構造変革」に注力する考えだ。事業別の業績見通しと活動方針については以下のとおりである。

2024年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	23/3期		24/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	112,730		106,000		-6,730	-6.0%
ブランド製品事業	41,161	36.5%	41,500	39.2%	339	0.8%
テクノロジーソリューション事業	71,569	63.5%	64,500	60.8%	-7,069	-9.9%
営業利益	2,013	1.8%	4,500	4.2%	2,487	123.5%
ブランド製品事業	-3,981	-	200	0.5%	4,181	-
テクノロジーソリューション事業	10,756	15.0%	9,500	14.7%	-1,256	-11.7%
調整額	-4,762	-	-5,200	-	-438	-
経常利益	2,868	2.5%	4,500	4.2%	1,632	56.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,792	1.6%	3,300	3.1%	1,508	84.1%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績見通し

(1) ブランド製品事業

売上高は前期比 0.8% 増の 41,500 百万円、セグメント利益は 200 百万円（前期は 3,981 百万円の損失）を見込んでいる。売上高は、市場環境の不透明さの継続や円高想定による影響（マイナス効果）を勘案しつつも、商品ポートフォリオの刷新により前期と同程度の水準を確保する。損益面では、積極的な研究開発投資を継続するも、前期計上した棚卸資産評価損等の解消や価格政策に伴う粗利改善により黒字転換を見込む。

(2) テクノロジーソリューション事業

売上高は前期比 9.9% 減の 64,500 百万円、セグメント利益は同 11.7% 減の 9,500 百万円と見込んでいる。売上高は、市況での不透明感の継続や円高想定による影響（マイナス効果）により減収となる。損益面でも、減収に伴う収益の下押しにより減益となるが、セグメント利益率は 14.7%（前期は 15.0%）と 2023 年 3 月期とほぼ同水準を維持する見通しである。

2. 弊社の注目点

同社の業績予想は、世界的に不安定な経済情勢や為替相場の動向、先行き不透明な事業環境などの外部要因による影響や同社自身の取り組み（商品ポートフォリオの刷新や価格政策等）の蓋然性を合理的に反映したものであることから、弊社は十分に達成可能であると見ている。特に、「ブランド製品事業」の前期末の棚卸資産評価損等計上を含む一時要因を除いた部分での粗利改善が最大のテーマと言えるが、現行商品の在庫状況（流通在庫を含む）を勘案しながら、いかに最適なタイミングで利益改善につながる新商品を投入し、商品ポートフォリオの刷新を図るかがポイントとなるだろう。現行商品についても、原価上昇に対して提供価値に見合った一定の値上げを実施する予定であり、その動向についてもフォローする必要がある。また、前期の利益を圧迫した棚卸資産評価損等の計上（弊社推計で約 20 億円）がなくなるところは、前期比で利益の押し上げ要因になると見ることができ。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」の進捗に注目したい。今回のアップデートを通じて、今後 2 年間で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 3 つの新コア技術（AI、XR、セキュリティ）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るかが成否を決することになると考えられる。デジタルインクと AI による新たな価値提案は、すでに動き始めた教育分野以外にも様々な分野で可能性があるうえ、他社に先駆けてデータやノウハウが蓄積できれば、革新的な領域で圧倒的なポジションを確立できる公算も大きくなるだろう。

■ 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

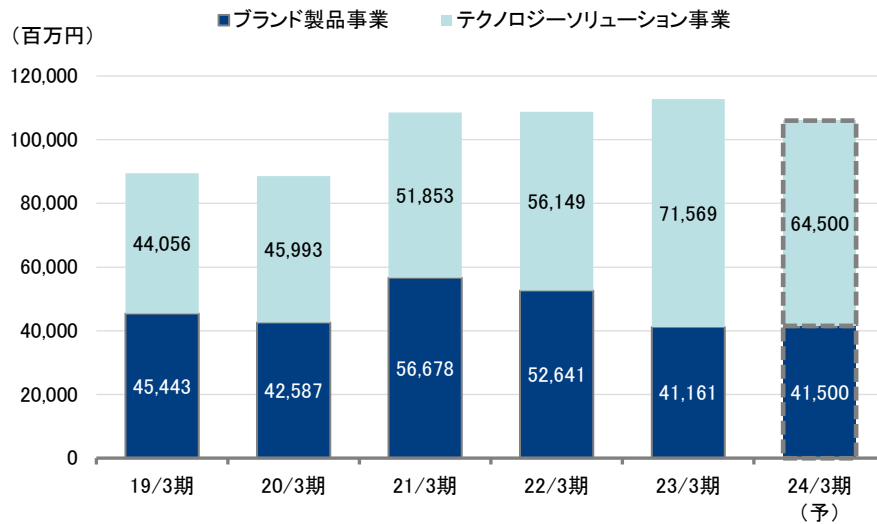
コロナ禍前の2020年3月期までの売上高推移を見ると、2017年3月期にいったん大きく落ち込んだのは、円高に加え、過度な社内ITインフラ投資、製品サイクルの移行等の影響が重なったことが理由である。その後は、「テクノロジーソリューション事業」の伸びとともに回復したものの、「ブランド製品事業」については縮小傾向をたどり、「ブランド製品事業」のマイナスを「テクノロジーソリューション事業」のプラスでカバーする構造が続いてきた。2021年3月期にはコロナ禍をきっかけとしてオンライン教育向けなどを中心に「ブランド製品事業」が急拡大すると、巣ごもり需要が一巡した2022年3月期もプロ向けディスプレイ製品や「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

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月期については、製品ミックスの悪化や棚卸資産評価損等の計上等により「ブランド製品事業」がセグメント損失を計上し、利益率全体も大きく低下した。

財務面では、減損損失の計上により大幅な最終損失となった2017年3月期の自己資本比率はいったん低下したが、その後は内部留保の積み増しにより改善傾向にあり、60%に近づいてきた。ただ、2023年3月期は自己株式の取得等により若干低下した。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が、2023年3月期は利益水準の落ち込みとともに大きく低下した。

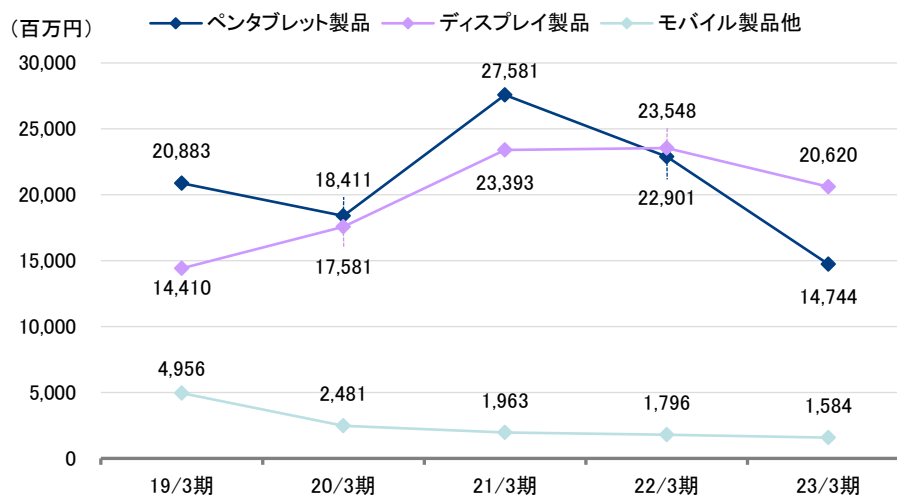
これまでの業績推移

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

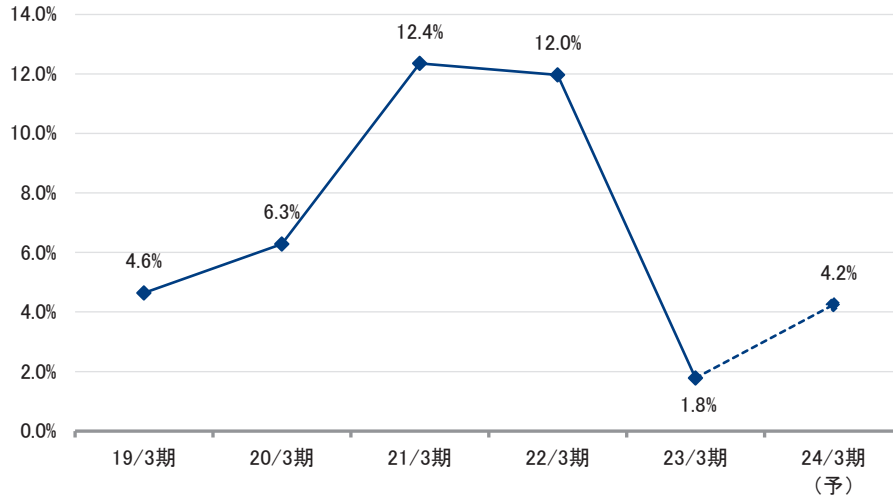
主要製品の売上高推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

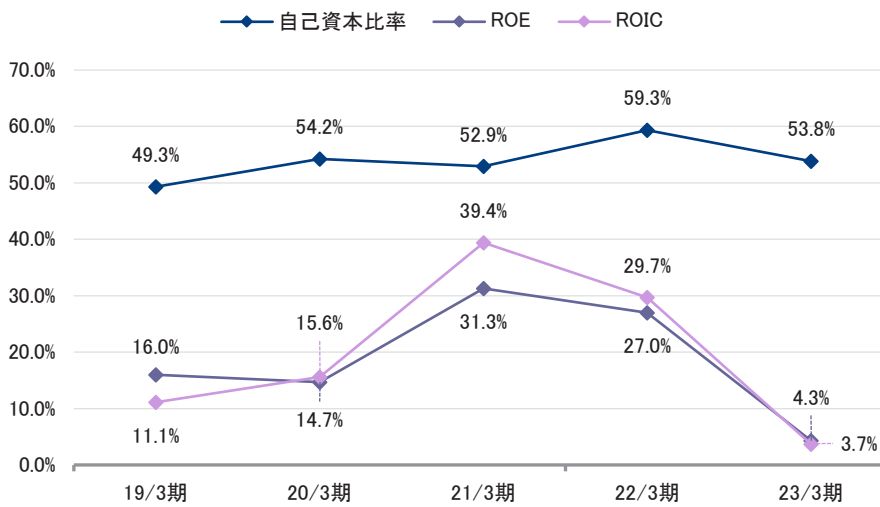
これまでの業績推移

営業利益率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率及びROE、ROICの推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 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明らかにし、個人に合わせた学習環境を提供する「教育向け AI インク」をパートナーとともに開発している。

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

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

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

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

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) していくことにより、2030 年度に達成すべき CO₂ 排出量目標も公表している。そのなかで、温室効果ガスの削減と CO₂ 排出量 (Scope1、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。

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」*の創刊号を発行した (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

2023年3月期は前期と同額の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方針

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（2023年3月31日までに総額50億円の自己株式の取得を実施済み）。

※ 2023年1月31日付の決議により、上限金額を総額100億円から総額200億円に引き上げた。

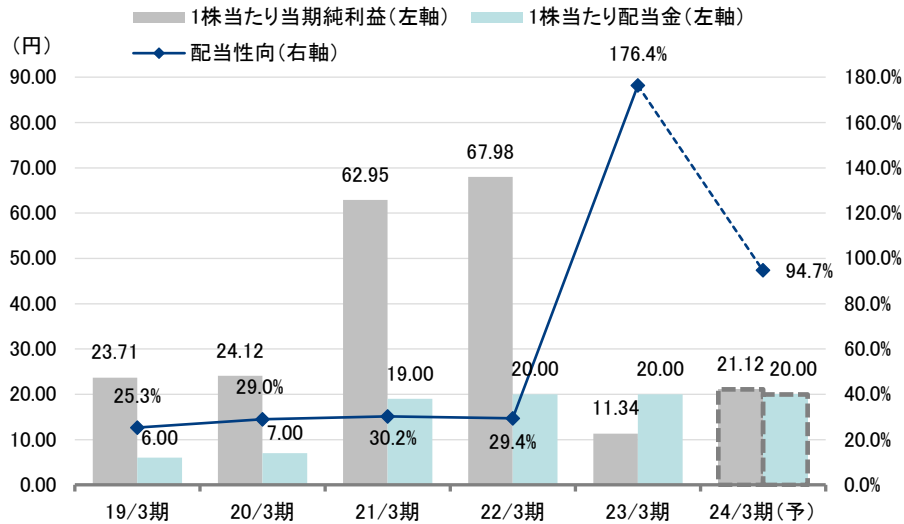
2023年3月期の配当については、期初予想どおり、前期と同額の1株当たり20.0円を実施した（配当性向は176.4%）。自己株式については、2022年5月12日付発表の自己株式取得方針に基づき20億円（277万株）を取得するとともに、保有する自己株式のうち計855万株を消却した。

2024年3月期の配当についても1株当たり20.0円（配当性向94.7%）を予想するほか、20億円（400万株）を上限とする自己株式の取得も決議した※。

※ 2023年5月11日付発表の自己株式取得方針に基づくもの（対象期間は2023年5月12日～2023年9月29日）

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

1株当たり当期純利益、配当金及び配当性向の推移


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」の意味も込められている。1984年には世界初のコードレス・ペンタブレット製品を発表した。1987年にはプロフェッショナル用グラフィックス・ペンタブレットの「SDシリーズ」が発売され、ウォルト・ディズニー<DIS>に映画制作で使用された。その後も地道に製品の改良を重ね、クリエイター向けペンタブレット市場では、2000年代以降マーケットリーダーとしての地位を有している。

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

証券市場には2003年4月に日本証券業協会JASDAQ市場に上場した後、2005年12月に東京証券取引所第1部に上場して現在に至る（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