

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 >>>

2025 年 6 月 11 日 (水)

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 月期の業績概要	01
2. 2026 年 3 月期の業績見通し	01
3. 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」の概要	02
■ 事業概要	03
■ 各事業及び主要製品の特徴	04
1. テクノロジーソリューション事業	04
2. ブランド製品事業	04
■ 決算概要	06
1. 2025 年 3 月期の業績概要	06
2. 事業別の業績概要	07
3. 2025 年 3 月期の総括	08
■ トピックス	09
1. Preferred Networks への出資	09
2. JENESIS の株式取得	09
3. Holoeyes の株式取得	09
■ 前中期経営方針「Wacom Chapter 3」の振り返り	10
1. これまでの経緯	10
2. 事業構造改革プランの取り組みと成果	10
■ 業績見通し	11
1. 2026 年 3 月期の業績予想	11
2. 弊社の見方	12
■ 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」	12
1. 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」の概要	12
2. 数値目標	13
3. 資本政策及び成長投資の内訳	13
4. 株主還元策	13
5. 弊社による戦略評価	14
■ これまでの業績推移	14
■ 株主還元	16
■ 会社概要	17

■ 要約

2025 年 3 月期は大幅な営業増益。 さらなる企業価値向上を目指し 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」を公表

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。プロ向け製品は、映画制作や工業デザインのスタジオで働くデザイナー、アニメーターなどのクリエイターから広く支持されており、高いブランド認知度とグローバルな市場シェアを持つ。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」と、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」の 2 つのセグメントで事業を展開している。

1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 2.6% 減の 115,681 百万円、営業利益が同 44.7% 増の 10,210 百万円と、微減収ながら大幅な増益となった。売上高は、中低価格帯モデルの苦戦が続く「ブランド製品事業」が落ち込んだものの、円安や好調な OEM 需要を背景として「テクノロジーソリューション事業」が伸びたことにより、微減収となった。損益面で大幅な増益を実現したのは、円安効果及び「テクノロジーソリューション事業」による収益の底上げに加え、事業構造改革（コロナ禍での負の遺産の整理が前期で一巡したことや販管費削減等）に伴う「ブランド製品事業」の損失幅改善が主因である。活動面では、新中期経営計画「Wacom Chapter 4」に向けて事業構造改革プランを完遂したほか、事業ドメイン拡大及び技術獲得のための資本提携でも一定の成果を残した。

2. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の連結業績予想について、同社は米国関税問題や円高進行などの外部要因と、事業構造改革に伴う「ブランド製品事業」の黒字転換等の内部要因を踏まえて、売上高を前期比 4.9% 減の 110,000 百万円、営業利益を同 12.6% 増の 11,500 百万円と、減収増益を見込んでいる。

要約

3. 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」の概要

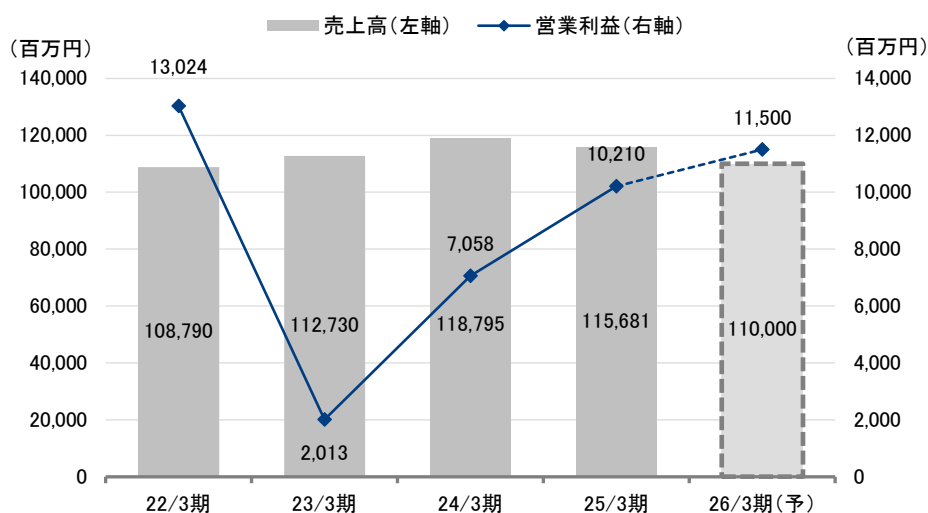
2025 年 5 月に 4 ケ年の新中期経営計画「Wacom Chapter 4」を公表した。戦略軸は、デジタルペンやインクがデジタルコンテンツの創作にとどまらず、教育、日常業務のワークフロー、医療分野の DX（デジタルトランスフォーメーション）など、持続的成長が見込めるユースケース領域に存在するという認識に基づいている。同社を『究極の「かく」体験を追求する道具屋』として定義し、これらのユースケース領域での究極の「かく」体験を実現するための技術革新とコミュニティとの共創により、新たな体験価値を提供するとしている。その価値提供の循環のための新しい組織構造やソリューションポートフォリオの構築にも取り組む方針である。

事業計画の概要としては、最終年度（2029 年 3 月期）の目標として、売上高 1,500 億円、営業利益 150 億円、ROE 20% 以上、ROIC 18% 以上を掲げた。そして、企業価値のさらなる向上へと導く資本政策として、R&D や設備投資、技術資本提携に積極的に資金投入する一方、株主還元についても総還元性向 50% 以上（年間配当 22.0 円を下限とした累進配当制度の導入 + 機動的な自己株式の取得）を目指す。

Key Points

- ・ 2025 年 3 月期は大幅な営業増益。テクノロジーソリューション事業の収益の底上げとブランド製品事業の構造改革完遂が奏功
- ・ 2026 年 3 月期は外部要因によるマイナスの影響を織り込みつつ、事業構造改革効果の発現により 2 ケタ増益を見込む
- ・ 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」では、『究極の「かく」体験を追求する道具屋』として、技術革新とコミュニティとの共創によりさらなる企業価値向上を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

デジタルペンとインクの事業領域で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、プロ向け製品は映画制作や工業デザインのスタジオで働くデザイナー、アニメーターなどのクリエイターから広く支持されている。これにより、高いブランド認知度とグローバルな市場シェアを持つ。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・ノート PC、デジタル文具などを通じてパートナー企業に提供している。これと並行して、教育産業のパートナーとの共創をはじめとした新たな事業領域の構築にも取り組んでいる。

足元では、自社ブランドにおいて、エントリーゾーンの他カテゴリー（iPad 等）への需要のシフトや中低価格帯モデルでの中国メーカーとの競争といった課題に直面している。一方で、新たなデジタル技術（VR/XR、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など、市場環境が大きく変化している。こうしたなかで、ポータブル製品を中心とした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取り組んでいる。

事業セグメントは、従来、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」と、自社ブランドで「ディスプレイ製品」や「ペンタブレット製品」等を販売する「ブランド製品事業」の 2 つに区分されていたが、新中期経営計画「Wacom Chapter 4」期間中に、新設予定の「Partner & Co-creation Unit（パートナー＆共創ユニット）」も加えて、「Inking Experience Support Group（インキングエクスペリエンスサポートグループ）」に集約される方向が示されている。

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※1）については、「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）では主に米ドル建てによる売上の取引価格が決められ、「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）では約 82%※2 を占めていることに注意が必要である。

※1 「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。

※2 2025 年 3 月期は「ブランド製品事業」の売上高の 30.5% が米国、27.0% が欧州（ドイツ）、24.5% がアジア・オセアニア、18.0% が日本となった。

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）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

前中期経営方針「Wacom Chapter 3」の下、 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. 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」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、ユーザーの裾野を拡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している。

| ※ 独自の静電結合方式であるアクティブ ES（バッテリー必要）や、電磁誘導方式（EMR）（バッテリー不要）。 |

2. 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、クリエイター向けでは高いブランド認知度とグローバルな市場シェアを持つ。製品タイプ別では「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、新カテゴリーとして「ポータブルクリエイティブ」を確立するとしており、今後の成長性を判断するうえで重要となる。

各事業及び主要製品の特徴

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、この市場では同社が大部分のシェアを保持している。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、中低価格帯製品を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。しかし、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加えて、新カテゴリー「ポータブルクリエイティブ」の新商品を投入するなど、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モデルでは他社（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（マイナンバーカードの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。

■ 決算概要

2025 年 3 月期は大幅な営業増益。 テクノロジーソリューション事業の収益の底上げと ブランド製品事業の構造改革が奏功

1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 2.6% 減の 115,681 百万円、営業利益が同 44.7% 増の 10,210 百万円、経常利益が同 5.5% 増の 10,394 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 14.5% 増の 5,225 百万円と微減収ながら大幅な増益を実現し、営業及び経常利益は計画を上回る着地となった。

売上高は、円安や好調な OEM 需要を背景として「テクノロジーソリューション事業」が伸びたものの、商品ポートフォリオの刷新を進めるなかでプロ向け以外の中低価格帯モデルにおいて苦戦が続く「ブランド製品事業」の落ち込みが大きく減収となった。

一方、積極的な研究開発費※¹を継続しながらも損益面で大幅な営業増益を実現したのは、円安効果及び「テクノロジーソリューション事業」による収益の底上げに加え、「ブランド製品事業」の損失幅が事業構造改革に伴い改善した※²ことが主因である。また、2025 年 3 月期も事業構造改革に伴う費用を特別損失（特別退職金等に約 31 億円）として計上したが、親会社株主に帰属する当期純利益においても増益を確保した。

※¹ 次世代の成長エンジンとなる技術開発等に 8,686 百万円（前期比 1,010 百万円増）を投じた。

※² コロナ禍での負の遺産（棚卸資産等）の整理（売上原価への一時的な費用計上）が前期で一巡したほか、販管費の削減などが挙げられる。

財政状態については、自己株式の取得（約 75 億円）や長期借入金の返済（20 億円）に伴う現金及び預金の減少等により、総資産は前期末比 11.1% 減の 70,771 百万円に縮小した。自己資本も自己株式の取得等により、同 14.2% 減の 30,859 百万円に縮小し、自己資本比率は 43.6%（前期末は 45.2%）とわずかに低下した。もっとも、ネットキャッシュの状況にあり、キャッシュ・フロー対有利子負債比率※も 1.5 倍に抑えられていることから、財務の安全性に懸念はない。

※ キャッシュ・フロー対有利子負債比率 = 有利子負債 / 営業キャッシュ・フローにて計算。

決算概要

2025 年 3 月期業績の概要

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	118,795	-	115,681	-	-3,114	-2.6%
ブランド製品事業	33,814	28.5%	28,745	24.8%	-5,069	-15.0%
テクノロジーソリューション事業	84,981	71.5%	86,936	75.2%	1,955	2.3%
売上原価	82,028	69.1%	75,535	65.3%	-6,493	-7.9%
販管費	29,709	25.0%	29,936	25.9%	227	0.8%
営業利益	7,058	5.9%	10,210	8.8%	3,152	44.7%
ブランド製品事業	-4,520	-	-2,879	-	1,641	-
テクノロジーソリューション事業	16,481	19.4%	18,495	21.3%	2,014	12.2%
調整額	-4,902	-	-5,406	-	-504	-
経常利益	9,853	8.3%	10,394	9.0%	541	5.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,562	3.8%	5,225	4.5%	663	14.5%

	24/3 期末 実績	25/3 期末 実績	前期末比	
			増減額	増減率
総資産	79,620	70,771	-8,848	-11.1%
自己資本	35,968	30,859	-5,109	-14.2%
自己資本比率	45.2%	43.6%	-1.6pp	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業別の業績概要

(1) テクノロジーソリューション事業

売上高は前期比 2.3% 増の 86,936 百万円、セグメント利益は同 12.2% 増の 18,495 百万円と増収増益となった。市場環境の変化の影響を受け、「AES テクノロジーソリューション」がやや軟調に推移するも、円安効果に加え、「EMR テクノロジーソリューション」における OEM 提供先の需要増が業績を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の業績の内訳

(単位：百万円)

	24/3 期	25/3 期	前期比	
			増減額	増減率
AES テクノロジーソリューション	26,263	24,771	-1,492	-5.7%
EMR テクノロジーソリューション	58,718	62,165	3,447	5.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

決算概要

(2) ブランド製品事業

売上高は前期比 15.0% 減の 28,745 百万円、セグメント損失は 2,879 百万円（前期は 4,520 百万円の損失）と、減収ながら損失幅が改善した。売上高は主力の「クリエイティブソリューション」が消費者行動の変化等の影響により、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、わずかに減収となった。損益面では、事業構造改革によって、前期に計上された一時的な費用の縮小、固定費（人件費や償却負担など）が削減され、損失幅が改善した。活動面では、事業構造改革プランの 1 つに掲げた新ユースケース「ポータブルクリエイティブ」を確立するため、2024 年 5 月に「Wacom Movink 13」をリリースしたほか、2025 年 2 月にはフラッグシップペンタブレット「Wacom Intuos Pro」をリリースした。

ブランド製品事業の業績の内訳

（単位：百万円）

	24/3 期	25/3 期	前期比	
			増減額	増減率
クリエイティブソリューション	29,170	24,195	-4,975	-17.1%
ディスプレイ製品	17,496	14,648	-2,848	-16.3%
ペンタブレット製品	11,674	9,547	-2,127	-18.2%
ビジネスソリューション	4,644	4,550	-94	-2.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 2025 年 3 月期の総括

2025 年 3 月期を総括すると、事業構造改革にエネルギーを注力したこともあり、トップラインの上昇は 2026 年 3 月期以降に期待される結果となった。その一方で、事業構造改革プランを完遂し、計画を上回る増益を実現した点は評価される。特に、「ブランド製品事業」の低迷を招いた構造的要因（外部、内部両面）を特定し、そのひとつひとつに解決への道筋をつけたところは再成長に向けてプラスの材料と言える。また、事業構造改革に取り組みながらも、次のステージを見据えた事業ドメインの拡大や技術獲得に向けた資本提携を推進し、両にらみで一定の成果を収めた。

トピックス

事業ドメインの拡大や技術獲得に向け、資本提携を推進

1. Preferred Networks への出資

2024 年 11 月に、AI 技術を活用したソリューション・製品や AI 半導体などを開発する（株）Preferred Networks（以下、PFN）の第三者割当増資を引き受け、10 億円を出資した。PFN は 2014 年創業のスタートアップで、AI 技術の実用化に必要なハードウェアからソフトウェアまでを垂直統合で開発・提供している。これまでもセルシス <3663> とともに、クリエイターの創作過程であるペンの動きを「軌跡」としてデジタル技術で捉え、新たな芸術表現の可能性を探る「KISEKI ART」プロジェクトを推進してきた。本件を通じて、PFN との協業関係をさらに深めるところに狙いがある。新中期経営計画「Wacom Chapter 4」においては、テクノロジーソリューション事業への応用展開も検討する。学びや医療等を含む様々な分野で、人間に寄り添い人間の活動に寄与する「ペンとデジタルインクの総合体験」を社会に提供できるよう、技術開発及び技術革新に結び付けることで新成長エンジンの進化を進める考えだ。

2. JENESIS の株式取得

2025 年 3 月には、IoT ソリューションを提供する（株）JENESIS の株式を 20 百万円で取得した。JENESIS は、2012 年の創業以来、クライアント企業に対して IoT デバイスの開発、製造、アプリ開発、運用、保守等のサービスを IoT ソリューションとして提供している。「Wacom Chapter 4」においては、「ペンとデジタルインクをはじめとした技術の総合体験」を社会に提供するため、学びやビジネスシーンを含む様々な分野でのテクノロジーソリューション事業における新たなプラットフォームとして展開していく。

3. Holoeyes の株式取得

2025 年 5 月には、医療用画像処理ソフトウェア等を手掛ける Holoeyes（株）の株式を 97.6 百万円で取得した。Holoeyes は、2016 年に創業し、「医用画像と医療知見を空間的に再現・共有し医療の最適化を実現する」をミッションに掲げ、医療領域における、臨床・トレーニング・教育向けの VR アプリ等開発及びサービス事業、データ提供サービス事業を展開している。医用画像を 3 次元空間的に表示する「医療用画像処理ソフトウェア Holoeyes MD」は、2020 年に医療機器認証を取得以来、のべ約 200 の診療科で利用されている。同社は、VR ペンを含むデジタルペンとインク技術を、Holoeyes が持つ臨床医療や医療教育とのネットワーク及び VR ソフトウェア技術と連携させることで、医療分野への事業展開を図る。これは、「Wacom Chapter 4」の注力領域の 1 つである。デジタルヘルスケア分野において医療ワークフローでのインク体験を臨床現場で共創するため、事業モデルの深化を進める方針だ。

■ 前中期経営方針「Wacom Chapter 3」の振り返り

事業構造改革プランを完遂し、 大幅な費用削減と再成長への道筋をつける

1. これまでの経緯

2025 年 3 月期が最終年度であった中期経営方針「Wacom Chapter 3」では、「Life-long Ink（ライフロング・インク）」※1 のビジョンを継承しつつ、「5 つの戦略軸」及び「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を目指してきた※2。特に、既存技術と親和性の高い XR、AI、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による新たな価値提供に取り組んできた。ただ、この数年、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他カテゴリー（iPad 等）へのシフトなどにより、「ブランド製品事業」（特に中低価格帯モデル）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など同社自身の体制にも改善すべき課題が見えてきたことから、後半 2 年間に新中期経営計画「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。さらに「ブランド製品事業」についてはもう一段の追加構造改革が必要であると判断し、「Wacom Chapter 4」に向かった事業構造改革プランを進めてきた。

※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」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。

2. 事業構造改革プランの取り組みと成果

（1）新ポートフォリオの立ち上げ

「ブランド製品事業」における低迷の構造的要因となっていた、ラインナップの課題（iPad の浸食やエントリー領域での価格ギャップ等）に対応するため、1) 「ポータブルクリエイティブ」カテゴリーの拡大、2) ボリュームゾーン（エントリー領域）のてこ入れ強化に取り組んだ。

（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（一部機能を除く）し、日本から直接販売する体制とすることで、複雑な販路構成による非効率性を解消する。今後は、マーケティング企画機能と技術開発との連携を図り、価値訴求のアップデートにつなげていく。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が進んでおり、開発リソースの大部分をハードウェア拠点（日本）に集約した。

前中期経営方針「Wacom Chapter 3」の振り返り

(4) 全社オペレーション軽量化

「ブランド製品事業」の事業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んだ。

(5) 人員ポジションの閉鎖

上記の取り組みを通じて、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完遂した。

業績見通し

2026 年 3 月期は外部要因によるマイナスの影響を織り込みつつ、事業構造改革効果の発現により 2 ケタ増益を見込む

1. 2026 年 3 月期の業績予想

2026 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 4.9% 減の 110,000 百万円、営業利益を同 12.6% 増の 11,500 百万円、経常利益を同 10.6% 増の 11,500 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を同 62.7% 増の 8,500 百万円と引き続き減収増益を見込んでいる。

為替の円高進行※による影響等を除く本来の事業収益は拡大するものの、そのほかの外部要因によるマイナス影響が大きく、トータルでは減収となる見通しである。

※ 為替レートは通期平均で 1 米ドル 140 円と想定（前期平均は 152.48 円）。

損益面でも、為替の円高影響や米国関税問題の外部要因によるマイナスの影響（約 30 億円）を見込むも、事業構造改革に伴う「ブランド製品事業」の黒字転換や事業収益の伸びにより、2 ケタの増益を確保する想定である。

2026 年 3 月期の業績見通し

（単位：百万円）

	25/3 期		26/3 期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	115,681	-	110,000	-	-5,681	-4.9%
ブランド製品事業	28,745	24.8%	30,000	27.3%	1,255	4.4%
テクノロジーソリューション事業	86,936	75.2%	80,000	72.7%	-6,936	-8.0%
営業利益	10,210	8.8%	11,500	10.5%	1,290	12.6%
ブランド製品事業	-2,879	-	300	1.0%	3,179	-
テクノロジーソリューション事業	18,495	21.3%	17,000	21.3%	-1,495	-8.1%
調整額	-5,406	-	-5,800	-	-394	-
経常利益	10,394	9.0%	11,500	10.5%	1,106	10.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	5,225	4.5%	8,500	7.7%	3,275	62.7%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 弊社の見方

米国関税問題や円高進行など先行き不透明な経済情勢については注視する必要がある。しかし、同社の業績予想には一定のマイナス影響が織り込まれており、事業構造改革に伴う固定費削減効果が期待できることから、達成に向けて十分に合理性があると判断される。したがって、外部要因による影響が想定内に収まり、事業構造改革の効果（新カテゴリーの拡張等）が順調に軌道に乗れば、年度後半の商戦期を中心に、堅調な業績推移を見せる可能性がある。注目すべきは、新中期経営計画「Wacom Chapter 4」の初年度として、2026 年 3 月期以降の事業拡大に向けた動きである。特に、パートナー（技術・資本提携先）との共創、各ユースケース領域における新たな商用化に向けた進捗、新カテゴリー（ポータブルクリエイティブ）商品に対する市場反応が注目される。

■ 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」

『究極の「かく」体験を追求する道具屋』として、
技術革新とコミュニティとの共創によりさらなる企業価値向上を目指す

1. 新中期経営計画「Wacom Chapter 4」の概要

2025 年 5 月 9 日に 4 ヶ年の新中期経営計画「Wacom Chapter 4」を公表した。「引き続き「ライフロング・インク」のビジョンを継承するとともに、同社を『究極の「かく」体験を追求する道具屋』として定義し、「描く」「書く」を極め、その先の「かく」を拓く」（広義の「かく」体験の実現）をミッションとして、さらなる企業価値向上の実現を目指す。その実現のために「(1) コミュニティとともにユースケース領域の開発 → (2) 新方式ペン技術の導入を含む同社の持つ要素技術の統合 + 資本提携を含むコミュニティとの技術体験の共創 → (3) ソリューションポートフォリオ（完成品・技術モジュール・プラットフォーム・インクサービス技術）への進化 → (4) 事業セグメントの集約を想定した新組織構造「インキングエクスペリエンスサポートグループ」による体験価値の提供」という 4 つのプロセスによる価値提供の循環を推進する。特に 1) については、ポテンシャルが大きな「創る（Creation）」「学ぶ／教える（Learning/Teaching）」「働く／楽しむ、その先へ（Work/Play & Beyond）」「より人間らしく生きる（Well-being）」として、ユースケース領域※に積極投資を行う。2) については、引き続き新コア技術（AI、セキュリティ、XR）をペン体験に統合するとともに、各パートナーとの共創により技術開発の商用化（実装）を実現する。

※ 教育、日常業務のワークフロー、医療分野の DX などが想定される。

2. 数値目標

最終年度（2029 年 3 月期）の数値目標として、売上高 1,500 億円（2025 年 3 月期比 343.2 億円増）、営業利益 150 億円（同 47.9 億円増）を掲げた。また、資本効率性も重視し、同社試算の推定値※をそれぞれ大きく上回る ROE 20% 以上、ROIC 18% 以上を目指す。売上高の増加分（343.2 億円増）については、外部要因（円高・米国関税影響）によるマイナスの影響（115 億円減）を事業成長（458 億円増）でカバーするシナリオである。具体的には、「ブランド製品事業」における構造改革完了後の商品ポートフォリオ強化（113 億円増）のほか、「テクノロジーソリューション事業」における既存事業の安定成長（195 億円増）と新規事業分野（教育・医療・DX 支援等）からの収益貢献（150 億円増）が、トップラインの伸びをけん引する。営業利益の増加分（47.9 億円増）については、外部要因（同上）によるマイナスの影響（30 億円減）を事業構造改革効果（29 億円増）と事業成長（53 億円増）でカバーするシナリオだ。事業成長については、「ブランド製品事業」の商品ポートフォリオ強化（12 億円増）のほか、「テクノロジーソリューション事業」の既存事業の伸び（27 億円増）と新規事業の貢献（14 億円増）という内訳となっている。

※ 同社は株主資本コストについて、CAPM 推計や市場の期待水準（株式益利回りの水準）を踏まえて 8% ～ 10% 程度、資本コスト（WACC）は 7% ～ 9% 程度と推計している。

3. 資本政策及び成長投資の内訳

4 年間の営業キャッシュ・フロー（R&D 控除前）を累計 940 億円と見込む一方、その資金を R&D と設備投資（合計 620 億円）や M&A を含む技術資本提携（120 億円以上）に投入するほか、株主還元（総還元性向 50% 以上）にもバランスよく配分していく。また、技術資本提携の進捗状況や株価水準を踏まえて、追加的な株主還元への活用も検討するとしている。

4. 株主還元策

新たな株主還元策についても公表した。年間 22.0 円を下限とした累進配当※をベースとして機動的な自己株式取得を組みわせることにより総還元性向 50% 以上を目指す。また、これまで期末の年 1 回であった配当を年 2 回（中間期と期末）に分割して実施する方式に変更した。特徴的なのは、累進配当方式への変更である。安定的かつ継続的な増配をコミットした株主にとって魅力的な配当政策と言えるが、今後の利益成長への自信の表れとも捉えることができるだろう。自己株式の取得については、投資機会、資本効率、株価水準等を総合的に勘案して機動的に実施する方針としている。

※ 毎年増配、または最低でも横ばいの水準で配当し続ける配当方式。

5. 弊社による戦略評価

エントリー領域での苦戦が続く一方で、デジタルペンやインクが持つ可能性は各方面で広がっており、同社が大きく成長するための転換点にあると弊社では捉えている。したがって、各技術要素の統合やパートナーとの共創を通じて、ポテンシャルの大きな事業ドメインを切り開いていく戦略はスケール感があり、かつ理にかなった戦略であると評価できる。革新的な価値創出となる分野ゆえ、本格的な商用化に向けた時間軸は現時点で不透明な部分が多いが、この新中期経営計画期間中にどこまで具体的なソリューションを形にできるかが今後の注目点である。もちろん、想定よりも早く立ち上がってくれば計画のアップサイドとなる可能性も十分に考えられる。各事業ドメインにおいて同社の持つ技術がいかに評価され、活用される余地があるのか、事業ドメインのどこに事業機会を見出していくのかなど、これから徐々に具体的な姿が見えてくるだろう。また、どのようなパートナーと組んでいくのかも同社に対する技術的評価やビジネスの具現性を判断するうえで重要な材料となるだろう。

■ これまでの業績推移

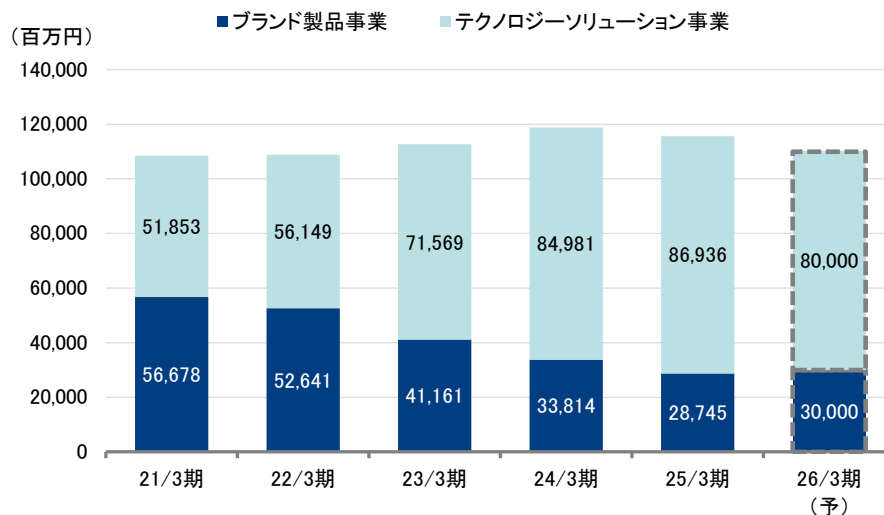
「テクノロジーソリューション事業」がここ数年の業績の伸びをけん引

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」の伸びでカバーしてきた。

ワコム | 2025 年 6 月 11 日 (水)
6727 東証プライム市場 | <https://investors.wacom.com/ja-jp/>

これまでの業績推移

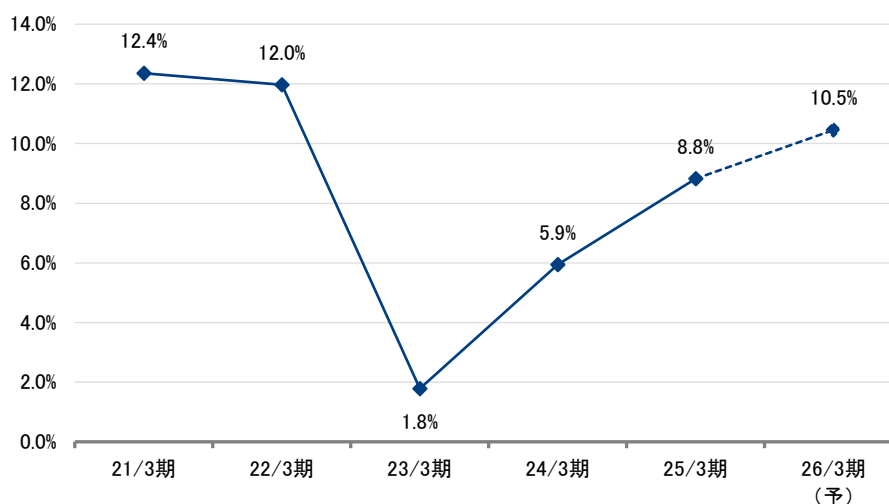
事業別売上高の推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

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 3 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。

営業利益率の推移

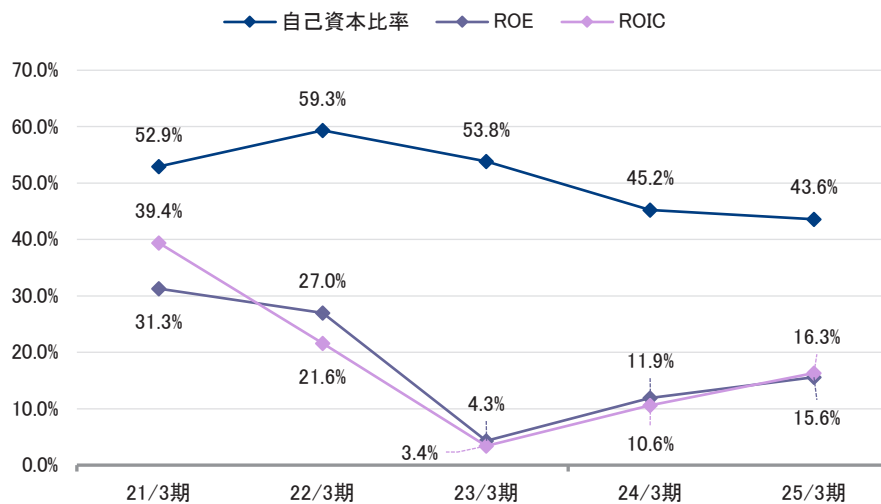


出所：決算短信よりフィスコ作成

これまでの業績推移

財務面では、IT 資産の減損損失の計上により大幅な最終損失となった 2017 年 3 月期に自己資本比率はいったん低下したが、その後は内部留保の積み増しにより改善傾向にあり、60% に近づいてきた。ただ、2023 年 3 月期以降は自己株式の取得等により低下傾向にあり、2025 年 3 月期末時点の自己資本比率は 43.6% となった。また、資本効率を示す ROE や事業活動の効率性を示す ROIC は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、2025 年 3 月期の ROE は同社が試算した株主資本コスト推計値（8% ～ 10%）に対して 15.6%、2025 年 3 月期の ROIC は同資本コスト推計値（7% ～ 9%）に対して 16.3% と、大きく上回る水準となった。

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

株主還元

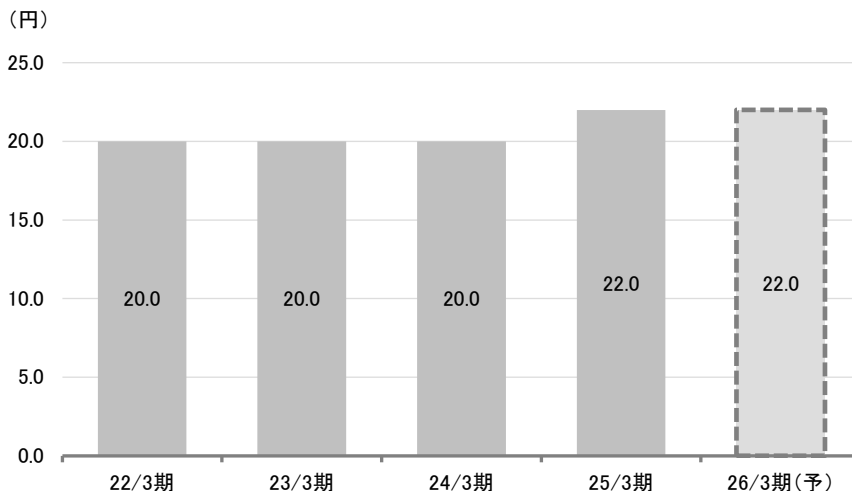
累進配当をベースとして自己株式の取得も組み合わせ 総還元性向 50% 以上を目指す

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を実施することを基本方針としている。新中期経営計画「Wacom Chapter 4」では、累進配当をベースとして自己株式の取得も組み合わせた総還元性向 50% 以上を目指す新たな株主還元策を公表した。

2025 年 3 月期の配当については、前期比 2.0 円増配となる 1 株当たり 22.0 円（期末）、自己株式の取得については、前中期経営方針「Wacom Chapter 3」における自己株式取得方針の一貫で 75 億円を実施した。そして、新たな株主還元策が適用される 2026 年 3 月期の配当については、現時点で前期と同額の 1 株当たり 22.0 円（中間 11.0 円、期末 11.0 円）を予想している。

株主還元

1株当たり配当金の推移



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「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・表示したものです。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