

2023年3月期第1四半期 決算概要
2023年3月期 業績見通し

2022年8月3日
カシオ計算機株式会社

本資料における業績予想及び将来の予想等に関する記述は、現時点で入手された情報に基づき判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。従って、実際の業績は、様々な要因により、これらの業績とは異なることがありますことをご承知おき下さい。

2023年3月期第1四半期 連結決算実績

単位：億円

連結	22年3月期 1Q	23年3月期 1Q	前年比
売上高	594	613	103%
営業利益	58	48	83%
利益率	9.8%	7.9%	
経常利益	61	57	94%
当期純利益	43	42	98%
1株利益（円）	17.74	17.60	

セグメント別実績 売上・営業利益

単位：億円

		連結	22年3月期 1Q	23年3月期 1Q	前年比
売上高	時計		370	368	99%
	コンシューマ		182	206	113%
	システム		30	27	91%
	その他		12	12	104%
	合計		594	613	103%
営業利益	時計		73	56	76%
	コンシューマ		14	18	131%
	システム		-8	-8	-
	その他		1	1	157%
	調整額		-22	-19	-
	合計		58	48	83%

2023年3月期計画

単位：億円

連結	2023年3月期計画			
	上期	前年比	通期	前年比
売上高	1,300	103%	2,700	107%
営業利益	100	83%	270	123%
利益率	7.7%		10.0%	
経常利益	90	73%	250	113%
当期純利益	65	74%	175	110%
1株利益（円）	27.15		73.12	

2023年3月期計画 セグメント別売上・営業利益

単位：億円

		連結	2023年3月期計画			
			上期	前年比	通期	前年比
売上高	時計		750	96%	1,580	104%
	コンシューマ		425	111%	870	107%
	システム		100	149%	200	150%
	その他		25	95%	50	90%
	合計		1,300	103%	2,700	107%
営業利益	時計		125	82%	300	108%
	コンシューマ		15	56%	50	85%
	システム		0	-	0	-
	その他		0	0%	0	0%
	調整額		-40	-	-80	-
	合計		100	83%	270	123%

コア事業（時計・教育・楽器）

前期4Qにおいては急激な外部環境変化により収益性が悪化

主な要因)

- ・原材料高騰（電子部品・機構部品）及び物流費の高騰
- ・中国におけるゼロコロナ政策継続による主要都市ロックダウン、実体経済減速に伴う消費マインドの冷え込み
- ・ロシア・ウクライナ情勢

⇒ 厳しい外部環境が継続する中、レジリエンス強化への取組みによりコア事業の収益性は改善傾向

⇒ 下期正常化に向けて推進中

課題事業（システム・新規）

投資上限枠を設定

⇒ 選択集中に基づきリソース再編計画の策定（勝てる領域への特化を加速）

⇒ 外部視点も入れた『投資委員会』によるテーマ見極め実施

レジリエンス強化に向けた取り組み

■ 成長戦略の加速

<p>コア事業 時計・教育・楽器</p>	<ul style="list-style-type: none">・強みを基盤にした成長戦略で事業規模、事業領域を拡大・ユーザーと深く長く繋がり続けるビジネスモデルへの変革 (リカーリング型バリューチェーンへ変革)
<p>課題事業 システム・新規</p>	<ul style="list-style-type: none">・選択と集中に基づくリソース再編計画の策定・外部視点も入れた『投資委員会』によるテーマ見極め

■ 経営基盤の強化

<p>開発・生産改革</p>	<ul style="list-style-type: none">・中長期戦略に基づく、生産拠点戦略、部材調達戦略の策定
<p>事業運営改革</p>	<ul style="list-style-type: none">・事業運営マネジメントの強化（マトリクス型経営の強化）

時計事業

1Q実績

- 中国ゼロコロナ政策継続による主要都市ロックダウン影響
- 欧州・その他地域はコロナ影響からの回復あり増収
- 利益率は、相対的に利益率の高い中国・日本の売上構成比の減少、及び原材料・物流費高騰の影響あり

今期計画

- G-SHOCKラインアップ強化と売価適正化を図り、収益改善へ

単位：億円

	前期	今期		通期 (計画)
	4Q (実績)	1Q (実績)	上期 (計画)	
売上高	324	368	750	1,580
営業利益率	11%	15%	17%	19%
増収率 (YoY) (現地通貨ベース)		-1% (-10%)	-4%	4%



中国・日本 ⇒ リオープン（成長回帰）に向け着実に準備
北米・欧州・その他 ⇒ 増収基調の継続／拡大

- DXを活用したOne to Oneマーケティング強化でロイヤルカスタマー拡大
- G-SHOCK40周年イベント（新製品効果／ファンと繋がりブランド強化）

1Q概況

【ジャンル別】 G-SHOCK比率(BABY-G含) : 約57% (内、メタル 16%、プラ 41%)
G-SHOCK売上個数 1Q : 約190万個 / BABY-G売上個数 1Q : 約30万個

- Gメタル
八角形ケースの『GM-2100』が引き続き人気
メタルと樹脂が融合したデザインのMT-G新製品『MTG-B3000』が堅調に推移
- Gプラ
『GA-2100』が引き続きけん引
スマートフォンリンク機能、タフソーラーを搭載した新製品『GA-B2100』が好調
- G-SHOCK以外
ヴィンテージシリーズ・EDIFICEなど人気継続、堅調なASEAN地域を中心に回復基調
OCEANUS 新製品江戸切子モデルが日本で堅調に推移



G-SHOCK
『GA-2100』



G-SHOCK
『GM-2100』



G-SHOCK
MT-G
『MTG-B3000BD』



G-SHOCK
『GWG-2000』



G-SHOCK
『GA-B2100C』



G-SHOCK
『GMW-B5000D』



G-SHOCK
『GMA-S2100』



OCEANUS
『OCW-S5000EK』



EDIFICE
『ECB-900DB』



ヴィンテージシリーズ
『A100』

1Q概況

地域別構成比（円ベース） 今期1Q 日本 16%、北米 16%、欧州 14%、中国 13%、その他 41%

【エリア別】 前年比（現地通貨ベース） 全体：1Q前年比 -10%

- 日本（1Q前年比 -13%）
 - ・引き続きコロナ影響受けるも、MR-GやMT-Gシリーズを中心としたG-SHOCK高価格帯やOCEANUSの新製品が好調に推移
- 北米（1Q前年比 -1%）
 - ・昨年1Qの補助金効果による大幅増収（昨年1Qの対前年比+71%）の反動影響あり（前年4Qとの対比 QoQ +19%）
 - ・戦略商品『GMW-B5000MB』、『GM-2100』のヒットでG-SHOCKを順調に拡大
- 欧州（1Q前年比 +9%）
 - ・フランス、スペインなど好調な地域がけん引し、市場全体では回復傾向持続
- 中国（1Q前年比 -55%）
 - ・ゼロコロナ政策の継続による主要都市ロックダウン、移動制限、イベント中止などの影響
 - ・実体経済減速に伴う消費マインド低下、及び市況回復の遅れが継続
- その他（1Q前年比 +18%）
 - ・ASEANは回復途上、専売店強化などによりシンガポール／インドネシア好調

好調地域では、自社ECと直営店によるOMO※戦略効果が寄与

※Online Merges with Offline

【EC販売状況】

- EC販売比率：時計全体は約30% 中国は約60% 日本、北米、欧州は約30%
- 自社EC販売：1Q前年比 日本1.6倍、北米0.9倍、欧州1.1倍

中国リオープンに向けた取り組み

顧客資産・流通資産の蓄積など、リオープンに向けた準備は着実に推進

- ブランドランキング（第1Q及び7月度）：トップクラス維持 天猫で1位、京東で2位
- 業界トップクラスの会員数を大手EC旗艦店で維持
- ジェンダーレス・トレンドを取り込みG-SHOCKの女性販売比率拡大
大手ECプラットフォーム旗艦店の女性会員構成比 48%
- 急伸長の新興ECプラットフォームへ本格参入
TikTok：ブランドランキング1位
CASIOブランドへの『興味度、共感性、熱度指数』※ で高評価獲得

※TikTok 独自の評価指数

高成長回帰に向けた取り組み

- 店舗流通：重要店舗を核とした、店員KOL※化（生放送、ショートムービー）拡散による発信力と実販力向上。
- WEB流通：プラットフォーム資源を活用した新売れ筋モデルの創出で熱度を上げ、ダブル11に繋げる。

※Key Opinion Leader

ファン交流強化・強い定番育成で、高成長回帰に向けた基盤を強化

G-SHOCK拡大戦略

- プレミアムG-SHOCKの強化（GブランドのステージUPと単価UP）
- G-SHOCKの若者／女性ライン強化（G-SHOCK女性比率拡大）
- スポーツ・健康ラインG-SHOCK強化（ライフログ機能付きモデル拡充）

ターゲットを拡大し、様々なシーンでG-SHOCKを楽しんで頂く



MR-G
『MRG-B5000』



G-SHOCK
『GM-S2100』



G-SQUAD
『GBD-H1000』

グローバルマーケティング戦略（One to One マーケティング強化）

- CASIO Global Marketing Systemによるデジタルマーケティングの活用拡大（世界中のユーザーと直接つながり、適切な製品やサービスを届ける）
- 直営事業（自社EC・直営店）の強化／ロイヤルカスタマーとの繋がり
- エリア別成長ポテンシャルに応じた中長期戦略の推進

DX活用で、一人ひとりに合った特別で良質な体験を提供



2023年
G-SHOCK 40th Anniversary

- ・新商品を核に、有力販売店・コラボ先・メディアと組みながらイベントを実施
- ・スペシャルウェブサイトのグローバル展開（歴代モデル、進化の歴史／開発ストーリー／耐久性のインパクトを示す動画など）

教育事業

1Q実績

- 電卓) 関数電卓：中南米やASEAN地域での対面授業再開による需要取り込み
一般電卓：リモートワーク需要引き続き堅調も、コロナ禍のロックダウン影響あり
- 電子辞書) 国内コロナ影響継続、販売会中止の影響あり

今期計画

- 電卓) 関数電卓：新機種販売と未開拓国の市場拡大を計画
- 電子辞書) カスタムモデルの拡販とClassPad.netの導入を推進

単位：億円

	前期	今期		通期 (計画)
	4Q (実績)	1Q (実績)	上期 (計画)	
売上高 (内、電卓※)	149 (83)	150 (131)	290	580
営業利益率 (内、電卓※)	12% (12%)	14% (20%)	9%	9%
増収率 (YoY)		24%	16%	12%

※電子辞書は売上・利益が4Q集中型のため電卓のみを参考値として記載

上期計画に対し
1Q進捗は順調

「専用機」、「ClassPad.net」、「GAKUHANノウハウ」
で一人ひとりの学習に最適な支援をタイムリーに提供



ClassWiz
『FX-991EX』



EX-word
『XD-SX4900』

※1Q内訳)

売上高：関数・一般電卓 約88% / 電子辞書他 約12%
営業利益率：関数・一般電卓 約20%
営業利益：電子辞書他 約6億円

関数電卓

- 関数電卓(New ClassWiz)の新機種を今期より各国に順次出荷予定
- 重点エリア(ASEAN)の拡大
インドネシア/タイを中心に教育貢献し需要創造すべく「EDU-Port」プロジェクト※を現地の教育関係者と推進

※EDU-Port：日本の文部科学省が推進する「日本型教育の海外展開」応援プロジェクト



安定したハードビジネスの継続と未開拓国の市場拡大

国内：電子辞書/「ClassPad.net」(ソフトビジネス)

- 学校ごとの実情に合わせた電子辞書の戦略モデル(カスタムモデル)導入
- 国内GIGAスクール構想対応オンライン総合学習プラットフォーム「ClassPad.net」
半導体不足に伴う高校のタブレット導入時期遅延あり、今後タブレット導入に合わせて、
トライアル版導入校の製品版切替を促進



 ClassPad.net



ハード(電子辞書)+ソフトビジネスで、独自ポジションを確立 ⇒ 収益拡大・安定化

・辞書機能 **EX-word** ・数学学習ツール
・デジタルノート機能 ・授業支援機能

1Q実績

- 市場から高い評価を得ている『Slim & Smart』シリーズは引き続き好調
- ロシア・東欧市場の販売減、及び原材料・物流費の高騰影響あるも、売価適正化や経費効率化で一部対応

今期計画

- 年度後半にかけて更なる売価適正化を図り、収益改善へ

単位：億円

	前期	今期		通期 (計画)
	4Q (実績)	1Q (実績)	上期 (計画)	
売上高	57	56	135	290
営業利益率	-13%	-3%	-7%	0%
増収率 (YoY)		-9%	-	-

上期計画に対し
1Q進捗は順調

世界中の一人ひとりのユーザーにとって
最適なEnjoymentを提供する



Privia 『PX-S1100』

Slim&Smart商品群を軸にEnjoyment市場の更なる顕在化

『Slim&Smart』のラインアップ強化

- 性能・デザイン・楽しみ方も進化させた新しいコンセプトモデルを投入（2022年9月）

ターゲット・利用シーン拡大によるEnjoyment需要拡大

ユーザーコミュニケーション強化

- 『CASIO MUSIC SPACE』：ゲーム感覚で上達ができるレッスン、ライブ演奏の疑似体験など、ユーザー一人ひとりにあった楽器の楽しみ方を提供
- インフルエンサー、アンバサダーによるライフスタイル提案と品質訴求の強化

一人ひとりに合った価値を継続的に提供し続ける

流通政策

- 専門流通（楽器店流通）とのリレーション強化と新規構築
- EC強化（自社EC／専門流通EC）

顧客接点の高度化によるターゲットへの最適な価値訴求



アンバサダー／角野隼斗
第18回ショパン国際ピアノコンクール
セミファイナリスト(2021年10月開催)
クラシック領域で確かな実績を築きつつ
ジャンルを超えて活躍するピアニスト

システム事業（新規事業売上分を除く）

1Q実績

- PA：強みを活かせる業種に絞って経営資源集中
- SA：飲食店／小売店を中心にコロナからの需要回復遅れ継続

今期計画

- PA：前期受注の大型案件が2Qより順次納入予定
- SA：電子レジスターのサブスク開始し収益安定化へ

単位：億円

			上期 (計画)	通期 (計画)
	1Q (実績)	2Q (計画)		
売上高	26	59	85	170
営業利益	-8	8	0	0
増収率 (YoY)	-7%	67%	35%	38%



経営資源を強い分野へ集中、
サブスクリプション型ビジネスモデルへの転換



システム事業

PA（ハンディターミナル）

強みが活かせる市場で勝負

- 運輸・物流、医療などのエッセンシャルワーカー向け生産性向上ソリューションに注力
- ・ 前期受注の大型案件が2Qより順次納入

CHS(人事ソリューション事業)／SMB(小規模事業者向け経営支援事業)

事業拡大と収益安定化

- コロナ禍環境変化に伴う需要増で受注回復（働き方改革・人事制度見直し、インボイス制度対応）
- ・ コロナ禍の環境変化により生じた課題に対し、リニューアルされた人財マネジメントシステムを今期2Qより提供開始

SA（電子レジスター）

サブスクリプションビジネスへの転換

- 小規模店舗／商店街のDX化を支援するため、キャッシュレス決済や売上管理など行えるサブスクリプションサービスを6月より開始

- ・ タブレットレジ「EZネットレジ」、決済サービス「EZキャッシュレス」
- ・ 商店街単位でのDX化をサポートする「商店街EZパッケージプラン」を提供

- 欧州最大手のアクワイアラ「ワールドライン」と業務提携し、キャッシュレス導入にハードルを感じていた小規模店舗やクリニックへ導入しやすいプランを提供

- ・ 「商店街EZパッケージプラン」ではクレジットカード決済手数料を業界水準より低い2.95%※1で提供
- ・ クリニック向けには決済手数料2.5%※1以下で提供

※1: VISA、Mastercardのみの適用



クレジットカードの手数料を
2%台へ引き下げ

EZネットレジ



EZキャッシュレス



商店街EZパッケージプラン

キャッシュレス
特別料率（従来 3.24%）
2.95%
(VISA/Mastercard)

来街者調査
AI ビーコン
分析サービス

DX 伴走サポート
店舗：オンライン講習 3回
商店街：分析レポート 1回

※2: 2003年～2022年「電子レジスター事業所シェア」株式会社RJCリサーチ調べ。

新規事業（直近の事例）

メディカル

医療カメラ開発から医師の画像処理診断支援へ

- 皮膚科用ダーモカメラ・ダーモスコープ
豪州（2021年2月）米国（2022年3月）に続き、欧州での販売開始
欧州8月販売開始、台湾9月販売開始予定
医療事業の拡大とともに、グローバルで皮膚医療へ貢献
- 皮膚科用AI診断支援サービス 開始予定（2023年春以降）
- 産婦人科用コルポカメラ国内販売開始（2022年3月）、海外販売開始予定（本年度）

CASIO | 医療分野



ダーモスコープ DZ-S50



ダーモカメラ DZ-D100
画像管理ソフト



コルポカメラDZ-C100
画像管理ソフト

総販売台数）
ダーモスコープ 約2,000台
ダーモカメラ 約2,200台
国内において、約20%の皮膚科医に採用

ビューティーテック

一人ひとりに寄り添った「美容体験」提供

- センシングとプリンタ技術を活用したネイルプリンターが体験者から高評価
⇒ テーマパークやスポーツイベント等で行った実証実験の結果を受け
コーセーと共同開発してきたネイルプリンターの商品化と同技術を活用した
ネイルプリントサービスを同時展開開始
- サンリオピューロランドでの通年常設ネイルプリントサービス開始（2022年7月）
- ネイルプリンターの商品化第一弾、発売開始（2022年7月）

CASIO | KOSÉ



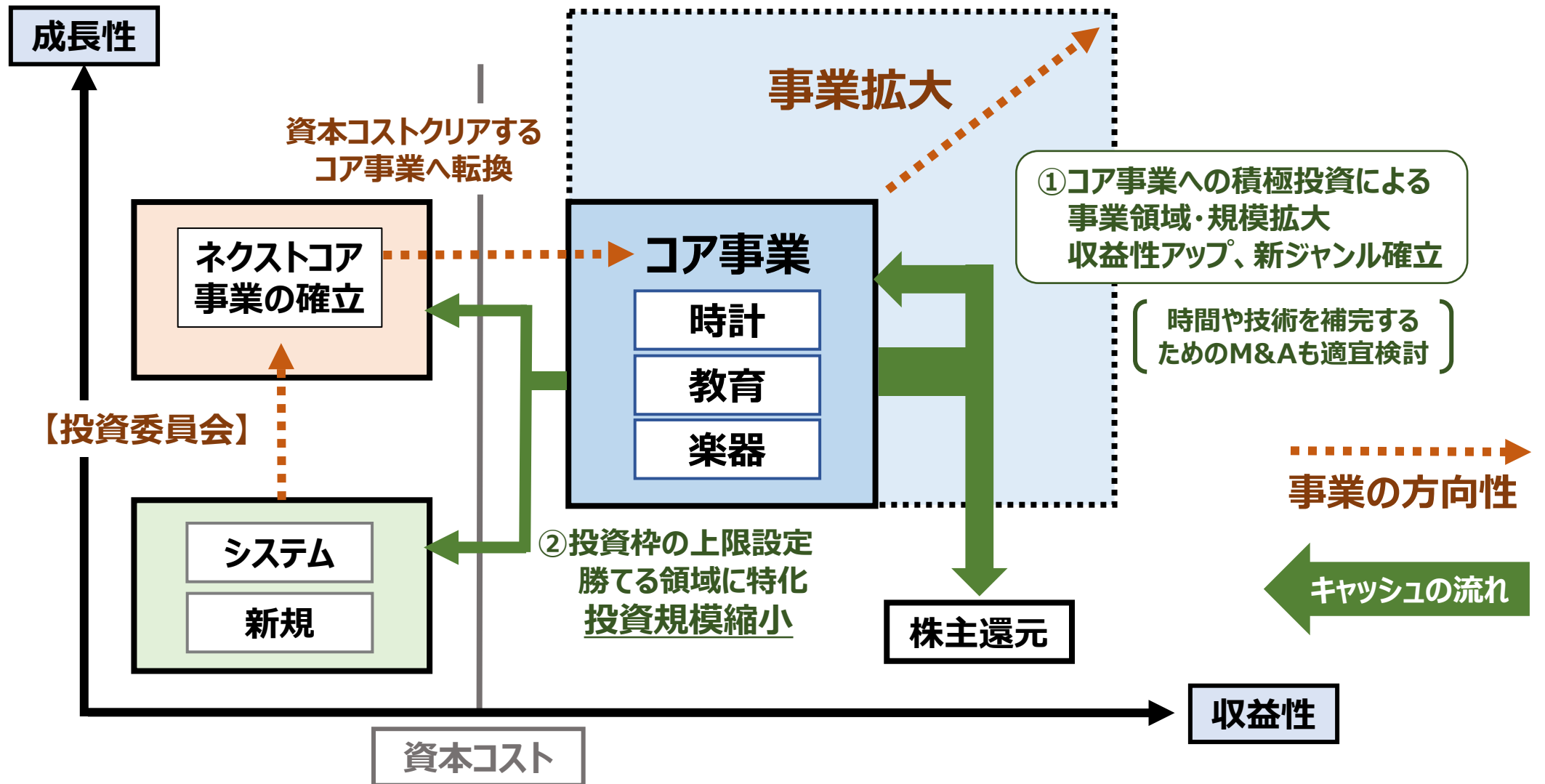
ネイルプリンター NA-1000-SA

CASIO | Sanrio LICENSE



推しのサンリオキャラクターズを
ネイルアートに

キャッシュ配分の見直し（中長期視点でのダイナミックな投資とリソース配分）



■ 本社／2技術センターを含む国内6拠点の電力を、100%再生可能エネルギーに切り替え済み

これにより、国内温室効果ガス排出量の49% (2021年度実績) を削減見込み (Scope1+2)
更に、100%再生可能エネルギーの導入を進め、2030年度の温室効果ガス削減目標※を達成する



■ 温室効果ガス削減目標がSBTiの認定を取得済み

同時にTCFD提言への賛同を表明し、提言に基づく情報開示を実施

SBTi : パリ協定が求める水準に整合した、温室効果ガス排出削減目標
TCFD : 気候変動がもたらすリスク及び機会の財務的影響の把握、開示を求める国際的イニシアティブ



■ 事業活動で使用する電力を100%再生可能エネルギー由来とすることを目指す国際的なイニシアティブ「RE100」に加盟

※【温室効果ガス削減目標】

- ・2018年度基準で、2030年度に38%削減、2050年度に実質ゼロを目指す (Scope1+2)
- ・購入した製品・サービスと製品の使用によるCO2排出量を、2030年度までに2018年度比で30%削減する (Scope3)

参考) 選定されているESGインデックス

- ・FTSE4Good Index (6年連続選定)
- ・MSCI ESG Leaders Index (12年連続選定)

- ・FTSE Blossom Japan Index
- ・FTSE Blossom Japan Sector Relative Index (新規)

- ・MSCI 日本株女性活躍指数
- ・S&P/JPX カーボンエフィシエント指数

為替影響について

為替感応度 (主要通貨)

米ドル
ユーロ
人民元

為替前提 (2022年7月~2023年3月)

120円
132円
19.0円

1円変動による影響額 (年間) (人民元は0.1円変動の影響額)

売上高	営業利益
10億円	-0.5億円
3.0億円	2.0億円
1.8億円	1.2億円

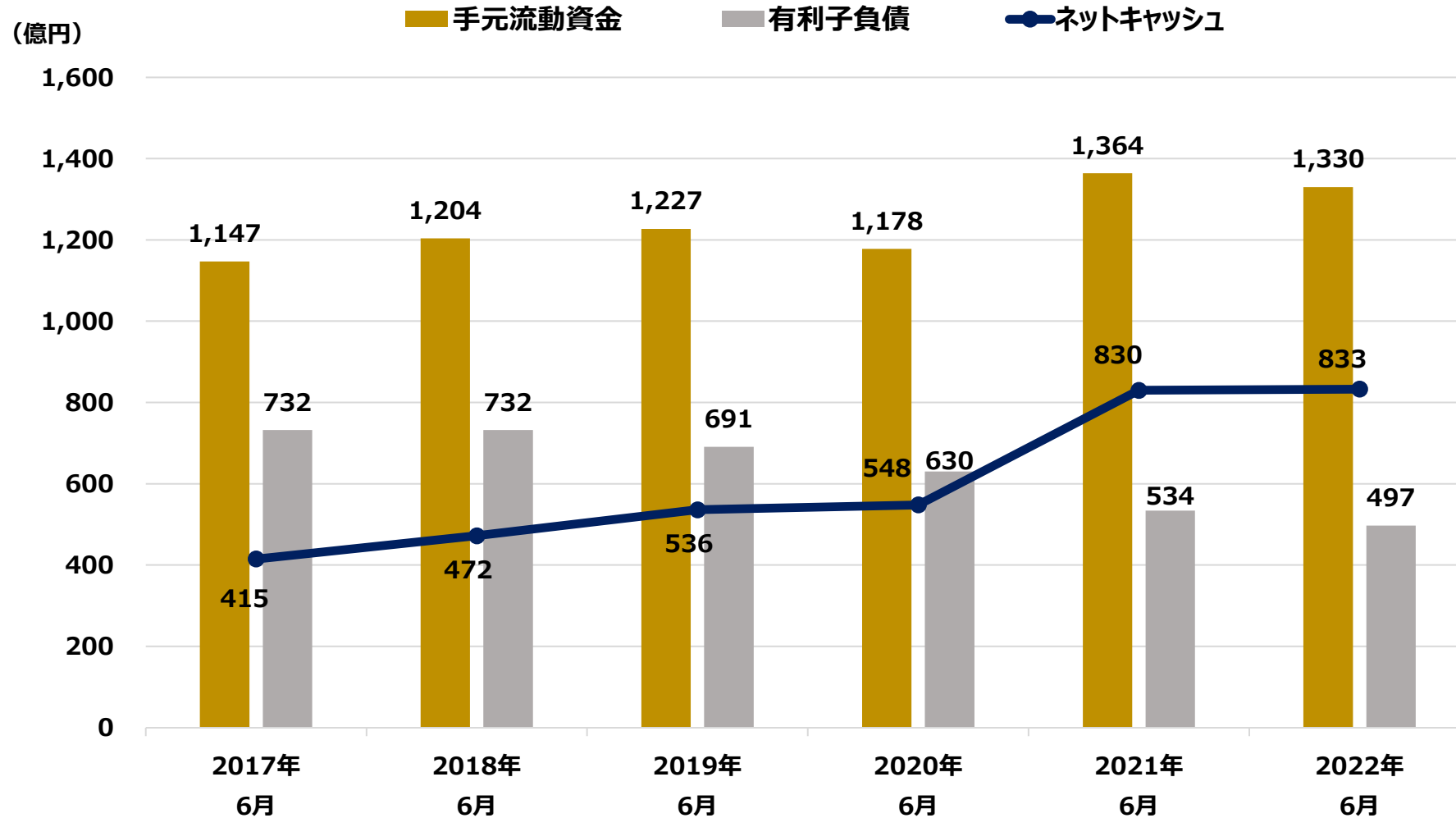
為替レート実績 (前年差)

米ドル
ユーロ
人民元

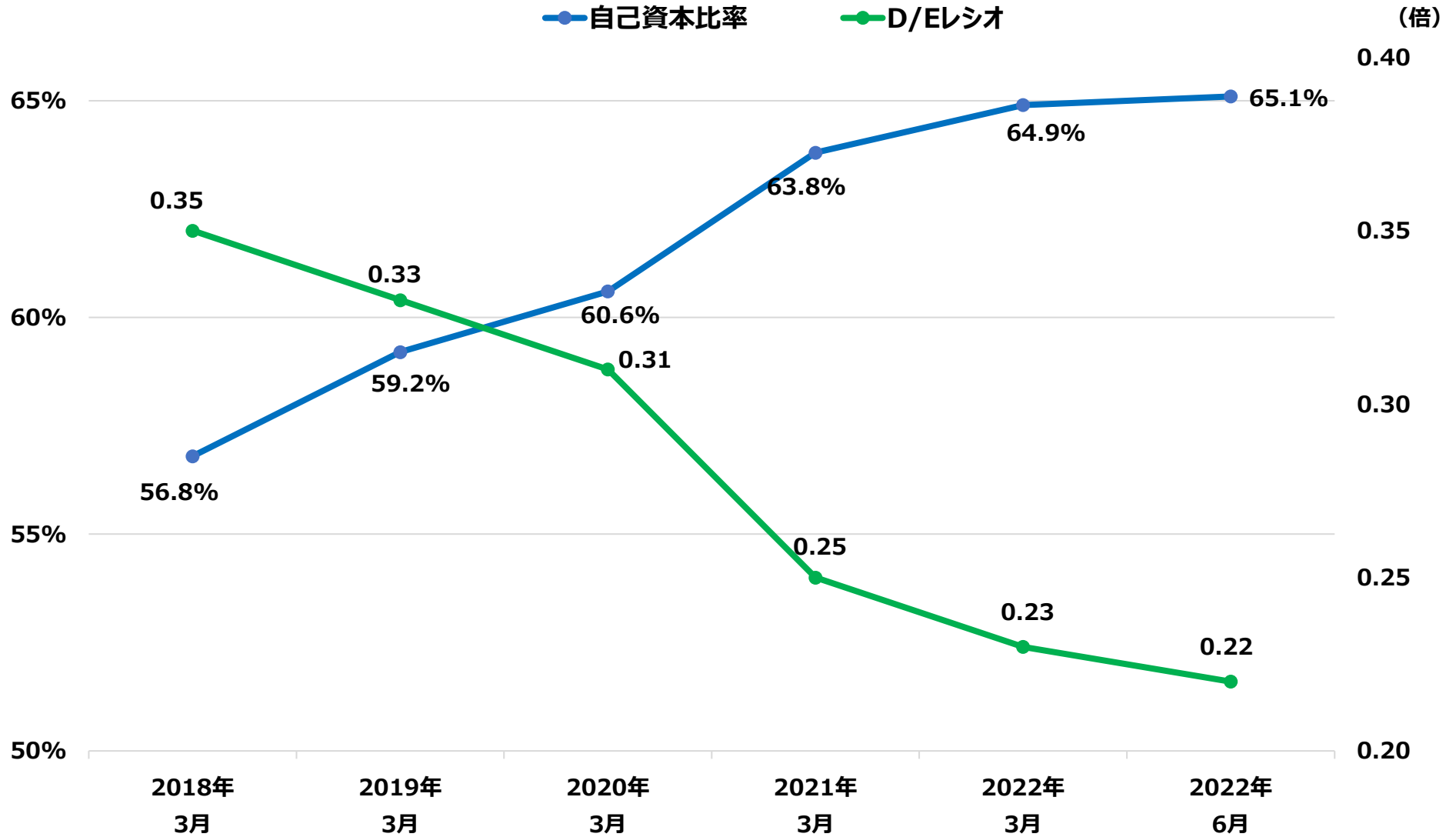
第1四半期

129.6円 (+20.1円)
138.1円 (+6.1円)
19.6円 (+2.6円)

■ 手元流動資金・有利子負債・ネットキャッシュ (第1四半期対比)



■ 自己資本比率・D/Eレシオ



■ 年金財政

・年金財政は積立超過（財政健全化）を維持

	2018年 3月	2019年 3月	2020年 3月	2021年 3月	2022年 3月
年金資産	684億円	652億円	600億円	664億円	648億円
退職給付債務（A）	557億円	543億円	532億円	518億円	496億円
積立超過額（B）	+127億円	+108億円	+68億円	+146億円	+152億円
超過割合（B÷A）	+23%	+20%	+13%	+28%	+31%
電機・精密28社平均	-26%	-25%	-28%	-21%	-17%

CASIO