

2022年3月期第3四半期 決算概要
2022年3月期 業績見通し

2022年2月2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。

2022年3月期第3四半期 決算概要

2022年3月期第3四半期 連結決算実績

単位：億円

連結	21年3月期 3Q実績	22年3月期 3Q実績	前年比	21年3月期 1-3Q実績	22年3月期 1-3Q実績	前年比
売上高	626	683	109%	1,664	1,942	117%
営業利益	69	80	116%	111	200	180%
利益率	11.1%	11.7%		6.7%	10.3%	
経常利益	71	85	120%	117	208	178%
当期純利益	48	60	124%	101	148	147%
1株利益（円）	19.98	24.80		41.51	61.08	

セグメント別実績 売上・営業利益

単位：億円

		連結	21年3月期	22年3月期	前年比	21年3月期	22年3月期	前年比
			3Q実績	3Q実績		1-3Q実績	1-3Q実績	
売 上 高	時計		384	418	109%	989	1,199	121%
	コンシューマ		191	221	115%	508	605	119%
	システム		38	29	77%	134	96	72%
	その他		12	15	129%	34	41	123%
	合計		626	683	109%	1,664	1,942	117%

営 業 利 益	時計		88	91	104%	189	243	129%
	コンシューマ		13	23	173%	20	49	245%
	システム		-14	-9	-	-38	-19	-
	その他		1	1	142%	2	2	114%
	調整額		-19	-26	-	-62	-76	-
	合計		69	80	116%	111	200	180%

3Q実績

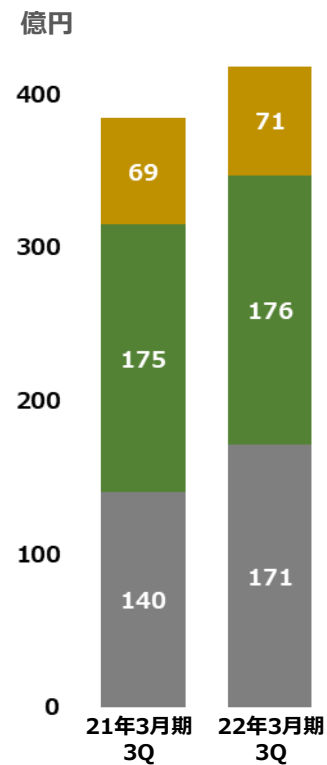
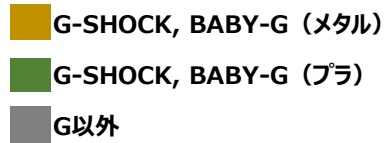
- 中国はASEAN地域コロナ拡大による部材メーカーの稼働制限に伴う生産影響、及びコロナ再拡大によるロックダウン／移動制限影響により一時的に減速
- 北米・欧州・その他地域ではコロナ影響からの回復により増収
- 利益率が相対的に高い中国の売上構成比が低下したものの、日本・北米・欧州での自社ECの好調により3Qの営業利益率は22%を確保

単位：億円

				1-3Q (実績)
	1Q	2Q	3Q	
売上高	370	412	418	1,199
営業利益率	20%	19%	22%	20%

時計事業

【ジャンル別】(円ベース)



■ 3Q売上高：418億円 利益率：22%
前年比 9%増収、現通ベース 3%増収

■ G-SHOCKは2Qに続きASEAN地域の生産影響を受けたものの『2100シリーズ』や新製品が牽引役となり引き続き好調

・八角形ケースの『GA-2100』が欧米に加え、その他地域でも人気拡大
同シリーズのメタルベゼルの『GM-2100』、女性向けの『GMA-S2100』も好調
※GA-2100、GM-2100はASEAN生産影響を受けたモデル

・MUDMASTERシリーズ『GWG-2000』、マルチカラーカーボンの『MTG-B2000XMG』、バーチャルワールドにインスピレーションを得た『GMW-B5000TVA』等の高価格帯の新製品も好調

・中国では『GM-110』が引き続き人気を博した
※GM-110はASEAN生産影響を受けたモデル

■ G-SHOCK以外は前年の大幅減から回復傾向

・OCEANUSはManta『OCW-S6000』を筆頭に堅調に推移
・EDIFICEはHonda Racingとのコラボモデルが好調
・欧州、その他地域でレトロなデザインの「ヴィンテージシリーズ」が回復



時計事業

【エリア別概況】（前年比:現地通貨ベース）

全体：3Q前年比 +3%

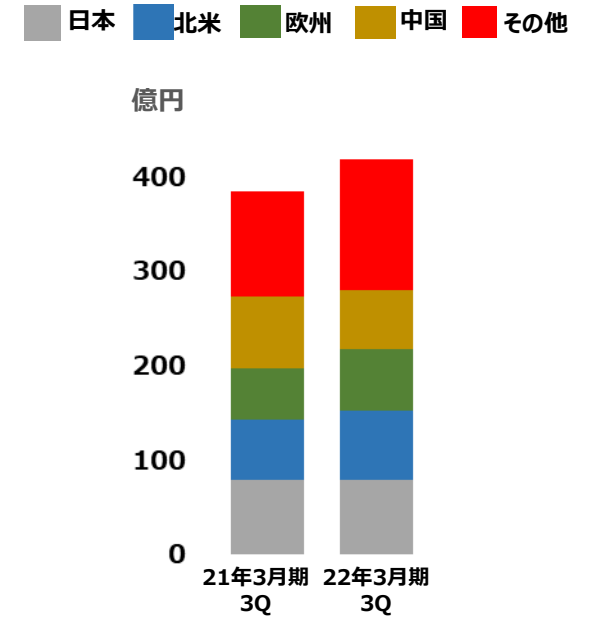
- 日本（前年比 ±0%）
 - ・コロナ感染状況の落ち着きに伴い2Q対比で集客回復
- 北米（前年比 +10%）
 - ・MTG-B2000XMGやコラボモデルなど新製品が牽引役となり好調
- 欧州（前年比 +14%）
 - ・『2100シリーズ』好調継続
- 中国（前年比 -28%）
 - ・主に2Qで生じたASEAN地域の稼働制限（生産影響）により主力モデルで欠品影響あり
 - ・コロナ再拡大によるロックダウン／移動制限、イベント中止影響大
 - ・独身の日（ダブル11）商戦は、ブランド力保持や採算性を重視し、過度な値引き販売とは一線を画し対応
- その他（前年比 +20%）
 - ・中南米／中近東を中心に販売堅調、ASEANは回復途上

【オンライン／オフライン販売実績】

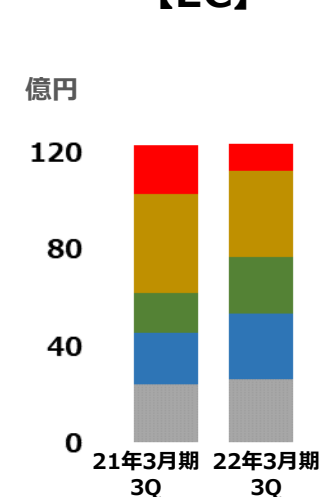
全体：3QのEC販売比率は約30%

- 中国：EC販売比率50%強
 - 日本、北米、欧州：EC販売比率30%強
- 自社EC販売拡大（3Q前年比 日本2.7倍、北米1.4倍、欧州1.6倍）**

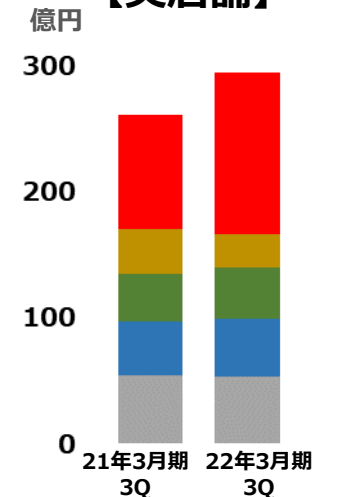
【エリア別】



【EC】



【実店舗】



コンシューマ事業

3Q実績

- 教育
 - 関数電卓) インド／中近東で対面授業の一部再開による需要を取り込んだ一方、ASEAN／中南米で在宅授業影響あり
 - 一般電卓) リモートワーク需要引き続き堅調
 - 電子辞書) 需要回復傾向

単位：億円

				1-3Q (実績)
	1Q	2Q	3Q	
売上高	121	129	121	370
営業利益率	7%	6%	7%	7%

※3Q内訳) 売上高 : 関数・一般電卓 約74% 電子辞書他 約26%
 営業利益率 : 関数・一般電卓 約19% 電子辞書他 約-8億円 (電子辞書は通期売上の約50%超を4Qで販売)



ClassWiz
『FX-991EX』



EX-word
『XD-SX4900』

- 楽器 『Slim & Smart』が引き続き好調、期初に想定していた部材不足影響は各種対応で影響極小化

単位：億円

				1-3Q (実績)
	1Q	2Q	3Q	
売上高	62	73	100	235
営業利益率	9%	7%	14%	10%



Privia 『PX-S1100』

3Q実績

- コロナ影響による商談案件の一部凍結／延期
売上高が正常時(ビフォーコロナ)の7割水準と苦戦
- PAで大型商談受注(納入は来期)
業種を絞って経営資源集中 ⇒ 来期挽回に向けた各種商談推進中



単位：億円

				1-3Q
	1Q	2Q	3Q	(実績)
売上高	30	37	29	96
営業利益	-8	-3	-9	-19



2022年3月期 業績見通し

2022年3月期計画

単位：億円

連結	2022年3月期			
	1-3Q実績	前年比	通期計画	前年比
売上高	1,942	117%	2,650	117%
営業利益	200	180%	265	172%
利益率	10.3%		10.0%	
経常利益	208	178%	245	150%
当期純利益	148	147%	170	142%
1株利益(円)	61.08		70.06	

2022年3月期計画 セグメント別売上・営業利益

単位：億円

		連結	2022年3月期			
			1-3Q実績	前年比	通期計画	前年比
売 上 高	時計		1,199	121%	1,600	122%
	コンシューマ		605	119%	820	113%
	システム		96	72%	180	96%
	その他		41	123%	50	105%
	合計		1,942	117%	2,650	117%
営 業 利 益	時計		243	129%	300	130%
	コンシューマ		49	245%	65	120%
	システム		-19	-	0	-
	その他		2	114%	0	-
	調整額		-76	-	-100	-
	合計		200	180%	265	172%

今後の方向性、及び事業別戦略

構造改革実績と今後の方向性

【これまでの構造改革】

構造改革による全体最適

- ・デジタルマーケティング本格稼働（ロイヤルファン向けサービス拡充／LTV向上）
- ・自社EC強化
- ・PLM導入によるエンジニアリングチェーン強化
- ・サプライチェーン最適化（SCM短サイクル化）
- ・全社DX推進
- ・経営基盤の再構築（マトリクス型経営の強化）
- ・働き方改革、風土改革による生産性向上

収益体質の改善

- ・事業ポートフォリオ変革、抜本的な事業構造見直し（アフターコロナを見据えた事業戦略の立案）
- ・流通基盤再構築
- ・経費効率化（費用対効果の徹底見直し）
- ・固定費大幅削減（営業拠点の統廃合／間接要員の適正化等）

構造改革効果：約40億円／年

時計	更なる収益性向上が図れる事業体質
教育	構造改革の効果発現 高収益体質へ転換
楽器	

システム	構造改革により収益構造は改善するも回復途上
新規	想定よりも事業化のスピードに遅れ

【今後の方向性】

時計・教育・楽器

強い事業の成長拡大、
新ジャンル立ち上げ加速

社内リソースで不足の分野は
M&Aも視野に

システム・新規

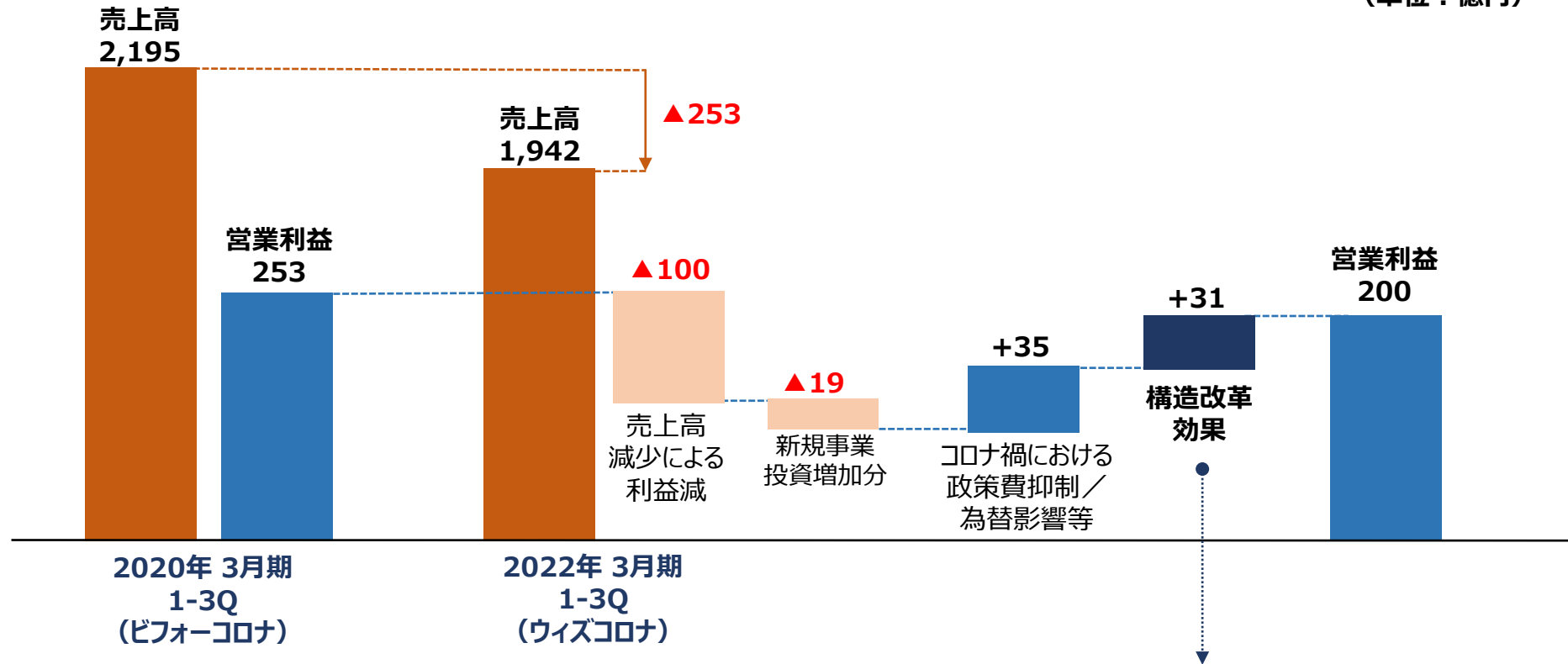
カシオの強みを活かした
選択と集中を加速

事業ドメイン再構築を
抜本的に実施

経営資源配分の優先順位

構造改革効果

(単位：億円)



1-3Qの構造改革効果：31億（約40億／年）

今後の方向性（時計・教育・楽器）

強い事業を更に強化

<営業利益率>

		期初計画 (通期)	1-3Q利益率 (辞書は利益額)	アフターコロナ 中間ゴール
時計	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中国でのコロナ再拡大と実体経済減速影響も、欧米を中心に他の海外市場の成長回帰により時計全体での成長を維持 ■ Gブランドの売上拡大とOne to Oneマーケティング強化により今後も収益性は更に改善 ■ 2023年G-SHOCK40周年に向けて、来期、強力新モデル投入予定 	19%	20%	22%
教育	<ul style="list-style-type: none"> ■ ハードビジネスの安定成長と強みを活かした独自のソフトビジネスで成長加速 	9%	7%	13%
	<ul style="list-style-type: none"> 電卓) ビフォーコロナ対比で売上高90%水準でも利益額は増加(利益率上昇) 	13%	17%	
	<ul style="list-style-type: none"> 辞書) 通期売上の約50%超を4Qで販売、通期損益±0を見込む(3Qまでの赤字は計画線) 	±0億円	-23億円	
楽器	<ul style="list-style-type: none"> ■ 戦略商品『Slim&Smart』の進化でEnjoyment（自分で楽しむ）市場の更なる拡大 	6%	10%	12%

時計、教育(電卓)、楽器の1-3Q実績は通期計画を上回る利益率で推移（売上回復により構造改革効果が発現）

時計事業（中国）

中国市場の状況

◆ 11月以降、实体经济の下降に加え、コロナ再拡大による環境悪化が想定以上に進んだ

- ・コロナ管理規制強化は継続の見込み（4Q:北京オリンピック、パラリンピックに向け規制強化）
- ・各種経済指標は悪化（GDP成長率、小売売上高、鉱工業生産指数等の低下）

⇒ 消費マインドの冷え込みにより3Qは想定以上の影響、完全な景気回復時期は来下期を見込む

4Q～来上期を『景気回復期の再飛躍に向けた基盤固めと新切り口開発の時期』とする

資産の活用（顧客資産蓄積、高成長回帰へ）

- ①流通資産：主要都市、主要モールにハイグレード店舗
- ②ユーザー拡大：業界トップクラスの会員数＋会員数急増中（自社ECと大手EC旗艦店）
- ③ブランド資産：大手ECトップポジション（12月に時計業界ブランドランキングNo.1復帰）
- ④商品資産：主力モデルの定番化と市場イメージ・認知UP（商品にニックネーム:ユーザー起点で話題化⇒市場に自然定着）

「黒金」
クロキン



GA-110GB

「小方块」
小立方体



GMW-B5000(金・銀)

基本戦略（ブランド強化、ユーザー拡大、ファン拡大）

- ①既存流通基盤の再強化：プレミアム店舗の質向上、女性向け店舗・サービスの拡充／当社独自のライブコマース戦略実行
- ②新流通の取り込み（ユーザー拡大）：新規プラットフォーム攻略／免税店、越境EC運営強化
- ③顧客資産の更なる蓄積（ファン拡大）：オフライン店舗のOMO※化によるオンライン接点増加、会員向けオリジナル施策実施

※Online Merges with Offline

厳しい市場環境下でも上記施策により顧客資産蓄積。顧客資産をベースに更なる仕組み作りを推進 ⇒ 来下期以降の拡大基調へ

時計事業

Gブランド売上構成比：3Q実績 59%／中期目標 70%
自社EC比率：3Q実績 5%／中期目標 10%

Gブランド売上拡大

G-SHOCK売上個数1-3Q累計：約720万個

- ・若者／女性再訴求による活性化
- ・Gブランドステージアップ（高価格帯商品強化）
- ・スポーツ・健康市場へのアプローチ



『GM-2100』シリーズ



MIDサイズモデル
『GM-S2100』



MT-G
『MTG-B2000XMG』



G-SQUAD
『GBD-H1000』

ユーザーと直接繋がるOne to Oneマーケティング

- ・マーケティング戦略機能強化：データドリブンマーケティングの実現
- ・自社EC強化：グローバルにECサイト刷新、自社EC限定サービスの展開
- ・ロイヤルカスタマーとの繋がり：自社EC×直営ストアによるOMO戦略

G-SHOCKカスタマイズサービス「**MY G-SHOCK**」の開始

G-SHOCKストアの店舗スタッフによるオンラインスタイリング提案と自社ECを繋げる「**G-SNAP**」直営ストアをファンコミュニティ形成の場とするサービス・イベントの展開

「**MY G-SHOCK**」サイトへの訪問者数：約35万人
「**G-SNAP**」閲覧後の購買は、自社サイト閲覧比約4倍



毎秒が人生。

まっすぐに。やりたいように。
アクティブに生きる多様な人々とともに。

G-SHOCK。

あらゆる教育環境に対応した商品（ソフト、ハード）の提供で、世界の教育に貢献し続ける

持続的・安定的なハードビジネス

対面授業再開や双方向オンライン授業導入に連動して需要は回復

関数電卓：安定した既存市場に加え、重点国開拓による市場拡大

電子辞書：学校ごとの実情に合わせた戦略モデルの導入



強みを活かした電子教育市場の新規開拓（ソフトビジネス）

国内：GIGAスクール構想への対応 オンライン総合学習プラットフォーム
「ClassPad.net」を提供開始

・高校生向け 6教科対応版を提供
(2021年9月リリース ※機能限定ベータ版は2021年4月リリース)

ベータ版は600校以上に導入済

・小／中学生向けコンテンツを提供 (2022年4月予定)

・教育機関向けPCで高い実績を持つレノボと協業し、機能限定版
「ClassPad.net for Lenovo」を提供 (2022年春予定)

 ClassPad.net

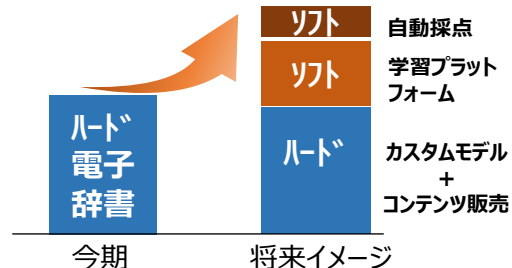


・辞書機能 **EX-word** ・数学学習ツール
・デジタルノート機能 ・授業支援機能

教育事業（体系図）

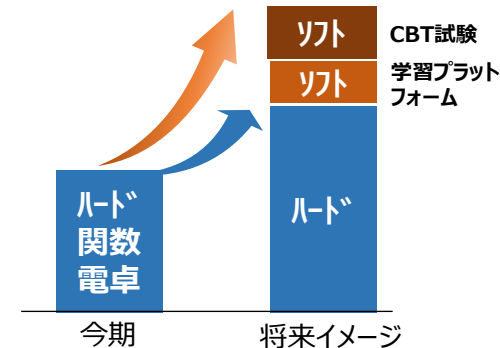
国内

ハード + (コンテンツ)
+ ソフトの合計で拡大



海外

新規開拓によるハードの
伸びしろ + ソフトで拡大



ハード

■ 電子辞書

- ・ニーズに合わせたカスタムモデルの導入促進
- ・追加ダウンロードコンテンツ拡充



■ 関数電卓

- ・対面授業再開に伴い売上回復
- ・アジア新興国中心に、GAKUHAN活動強化による新規需要創造(試験認可/普及加速)



ソフト

■ 学習プラットフォーム

- ・高校GIGAスクール構想向け6教科対応
総合学習プラットフォームClassPad.net
提供開始
- ・今後は小中学校、大学向けも展開



■ 学習プラットフォーム

- ・ドイツ版GIGAスクール構想対応から
スタート(数学:計算ツール+Eラーニングを展開)
今後は全世界展開予定
- ・**総合学習プラットフォームClassPad.net** を将来展開予定

ClassPad.net (計算/グラフツール)
+
ClassPad.learning
(数学学習コンテンツ)

ソフト

■ 自動採点ビジネス

- ・試験実施業者への自動採点エンジン提供
- ・PoC(実証実験) 2社実施済

■ CBT※試験/デジタル教科書対応の事業推進

- ・米国:習熟度試験/学内試験の問題作成、自動採点エンジン提供
- ・米国以外の国への将来展開予定

※Computer Based Testing

Slim & Smart戦略の継続によるブランド／事業体質強化

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
- ・ Casiotoneの更なる独創性を体現するニューコンセプトモデル
歌声を演奏できる新開発音源技術“Vocal Synthesis” 搭載の電子キーボード『CT-S1000V』を投入 (2022年3月上旬)



Casiotone CT-S1000V

ユーザーコミュニケーション強化

- ・ゲーム感覚で上達ができるレッスンやライブ演奏の疑似体験など、
ユーザー一人一人に合った楽器の楽しみ方を提供する
新アプリ『CASIO MUSIC SPACE』を1月31日にリリース
- ・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

Bluetoothアダプタ



流通政策

- ・専門流通（楽器店流通）の継続拡大と新規構築
- ・EC強化（自社EC／専門流通EC）

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
ジャンルを超えて活躍するピアニスト



今後の方向性（システム・新規）

システム事業（新規事業売上分を除く）

	1-3Q 実績	期初計画 (通期)
売上高	90	150
営業利益	-19	0

単位：億円

※国内におけるコロナ再拡大により売上影響懸念あり

システム事業と新規事業全体の中で、カシオの強みや技術を活かせる領域に特化して再編成

システム

新規

- 選択と集中の加速により『勝てる領域』へ特化
- 新しい市場創造スタートと段階的ステージアップ（ステージゲート設定とKPI管理）
- 投資判断の厳格化：KPI達成状況に応じて投資方針やスケジュールを適時見直し
- テーマの見直しと再選択
- 投資上限枠の厳格化

顧客の課題を解決し、顧客とWin-Win関係をつくることで安定収益化事業へ

PA（ハンディターミナル）

- ・強みを活かせる業種に絞って展開、最大活用できる業種／顧客へソリューションとセットで横展開
- ・**大型商談を受注**（来期より順次納入）

SA（電子レジスター）

- ・キャッシュレス決済対応レジへ資源集中
- ・決済を軸にしたデジタル化サービス提供で、商店街のDX化や地域の活性化を支援
- ・商店街と生活者をつなぐ包括的なプラットフォームの提供を目指す

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)

- ・安定した収益性に加え、コロナ禍環境変化に伴う需要増
（働き方改革・人事制度見直し、インボイス制度対応に向けた取り組み）

- ・前期までの構造改革により今期以降の費用負担は軽減、固定費も大幅削減
- ・国内売上構成比率※が高いため現在はコロナ影響により、売上水準の正常化は来期以降に
⇒ **アフターコロナの市場回復に伴い収益確保へ**



※システム事業の国内売上構成比率は約70%

新規事業

スポーツ・健康

自分専属のランニング/ウォーキング「スマホ・パーソナルコーチ」

- ランナー向けコーチングサービス「Runmetrix」提供開始 (2021年3月)
- ウォーキング向け「Walkmetrix」提供開始 (2021年10月)

イメージング

エンドポイントAIを実現するモジュール提供

- エンドポイント小型顔認証ユニットを開発受託 (2022年度量産予定)
- 実証実験実施/各種商談推進中 (完成品・モジュール)

プロジェクション

明るく小さいプロジェクションモジュールLH-200提供

- AR(拡張現実)を実現する組込専用プロジェクションモジュールLH-200発売開始 (2021年9月)
- 東京エレクトロン デバイス様：ビジョンロボットシステムTriMath にLH-200が採用
- 各種商談推進中

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

- 皮膚観察用ダーモカメラ・ダーモスコープ海外展開加速
オセアニア2021年販売開始、米国FDA認可取得(2021年12月)、今年度中に米国販売開始
- 産科・婦人科用コルポカメラ (2022年春予定) / AI診断支援サービス (2023年春予定)

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

- 実証実験の結果を受けた事業化判断推進中
- サンリオファン向けサービスのスモールスタート開始 (2022年1月)



CASIO | asics



CASIO | RENESAS

スマートホーム スマートビルディング スマートファクトリー



累計販売台数) ダーモカメラ 約1,750台
ダーモスコープ 約1,300台
国内において10%を超える皮膚科医に採用



画像管理ソフト
D'z IMAGE Viewer

CASIO | KOSÉ



ネイルプリンタ商品化検討中



© '22 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. S622016

サンリオピューロランドでの
ネイルプリントサービス開始

■ 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45%（2020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

(2021年7月26日)

■ 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チブ「RE100」に加盟

(2021年12月8日)

日本企業で63社目



■ 温室効果ガス削減目標がSBTiの認定を取得済み

(2021年4月23日開示)

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



【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

- ・FTSE4 Good Index (5年連続選定)
- ・MSCI WORLD ESG Leaders Index (11年連続選定)

- ・FTSE Blossom Japan Index
- ・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1月~2022年3月)

108円
126円
16.3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	- (※)
3.5億円	2.5億円
1.8億円	1.2億円

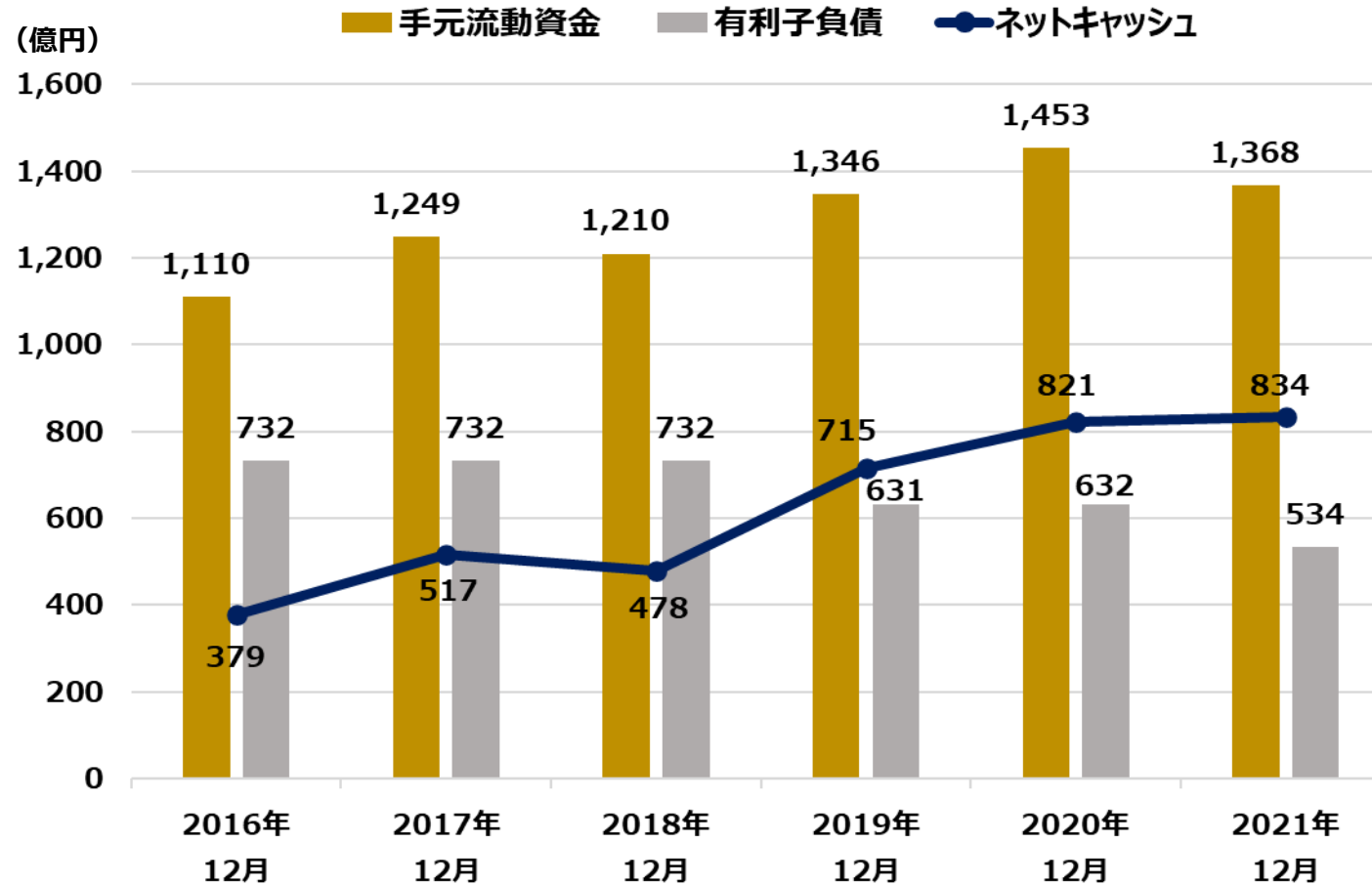
※ ドル円は輸出・輸入がほぼ均衡しており影響軽微

為替レート実績 (前年差)

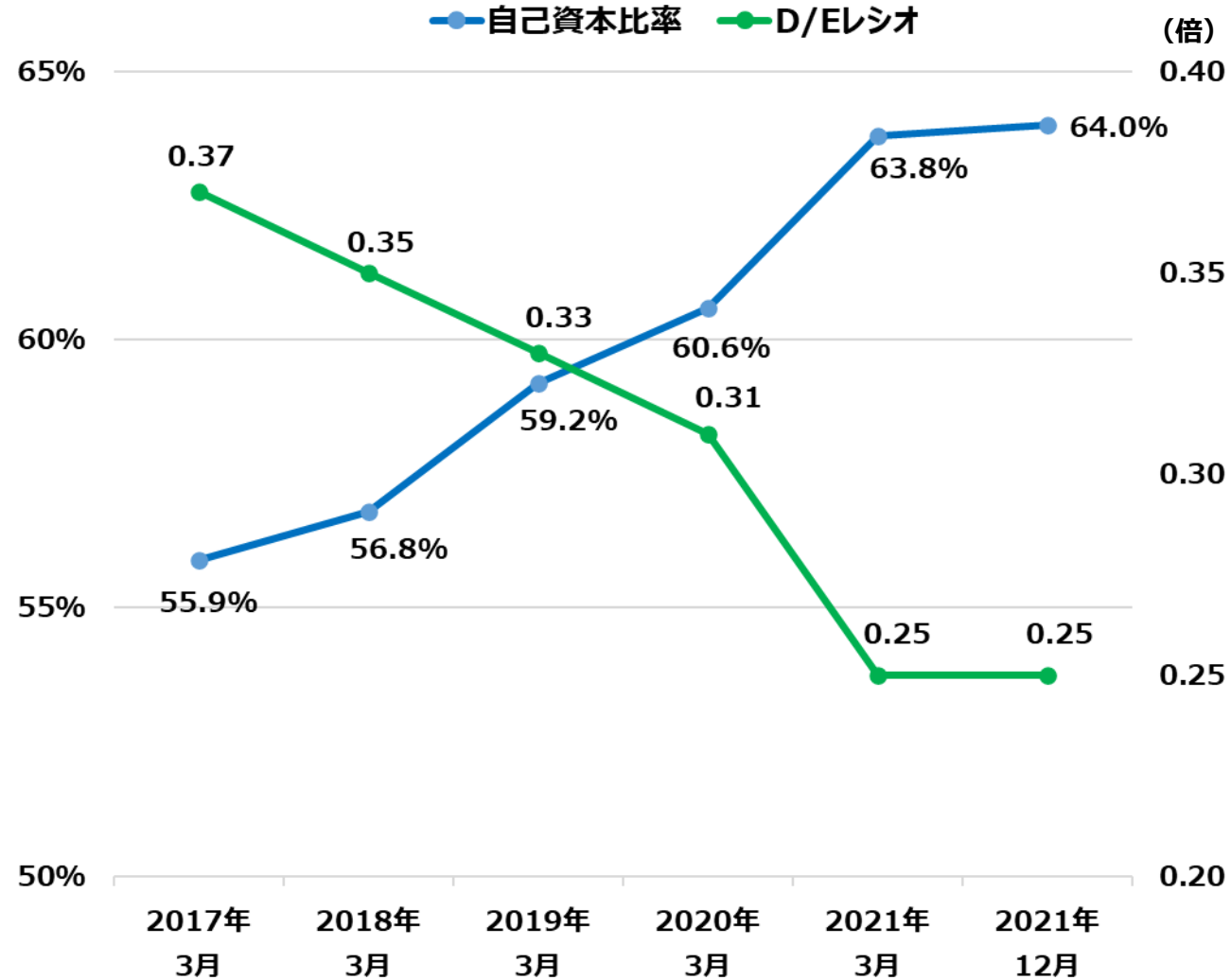
米ドル
ユーロ
人民元

第1四半期	第2四半期	第3四半期
109.5円 (+1.9円)	110.1円 (+3.9円)	113.7円 (+9.2円)
132.0円 (+13.5円)	129.8円 (+5.7円)	130.1円 (+5.5円)
17.0円 (+1.8円)	17.0円 (+1.7円)	17.8円 (+2.0円)

■ 手元流動資金・有利子負債・ネットキャッシュ (第3四半期対比)



■ 自己資本比率・D/Eレシオ



CASIO