



「中期経営計画」で、新たなカシオに変革

当社は、2019年度を初年度とする中期経営計画を策定いたしました。全社一丸となって事業の推進に取り組む「One CASIO」をスローガンに掲げ、中長期視点で企業価値を向上させてまいります。



当社は第二創業の初年度として、2019年度を初年度とする3カ年の中期経営計画を策定いたしました。企業価値を向上し続けるために、全社が同じ視点で同じゴールを目指す「One CASIO」を掲げ、経営基盤を強化していきます。

まず、執行機能を強化するため、事業別の責任者とは別に開発・営業・スタッフの機能別での責任者を配置します。各責任者の執行は、事業環境の変化に対応しながら着実に遂行するよう、経営が監督します。また、ガバナンス強化のため、監査等委員会設置会社へ移行し、取締役会における社外取締役の割合を高めました。

さらに、組織と人材を活性化させます。組織のスリム化と若返りを図るとともに、社員が最大限の力を発揮して業務を遂行できるよう、環境や制度を整備します。

財務数値目標

	2018年度	2019~2021年度 中期経営計画	
		2019年度	2021年度
売上高	2,982億円	3,150億円	3,600+ α 億円
営業利益	303億円	315億円	420+ α 億円
営業利益率	10.1%	10.0%	11.7+ α %
R O E	10.6%	11%弱	13%水準



1. 時計事業の成長拡大

G-SHOCKのさらなる拡大とスマートウォッチのポジション確立

	18年度	19年度	21年度
売上高	1,718億円	1,780億円	2,000億円
営業利益率	20%	20%	20%

G-SHOCK	唯一無二の存在でグローバルで拡大 
従来腕時計市場	停滞気味で伸び悩む 
スマートウォッチ市場	急激に成長してきている 

G-SHOCKの更なる拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・堅牢性をベースにG-SHOCK市場でメタルウォッチ拡大 ・ASEANを中心に新興国で拡大 ・G-SHOCKを成長ドライバーとしさらなる拡大(3年平均成長率10%超を狙う)
スマートウォッチのポジション確立	<ul style="list-style-type: none"> ・G-SHOCKスマートの開発、発売 — 堅牢性を軸としたスマートウォッチのデファクトスタンダードを確立

2. 教育関数事業の成長拡大

海外重点国での関数電卓の拡大加速と新たな事業分野の確立

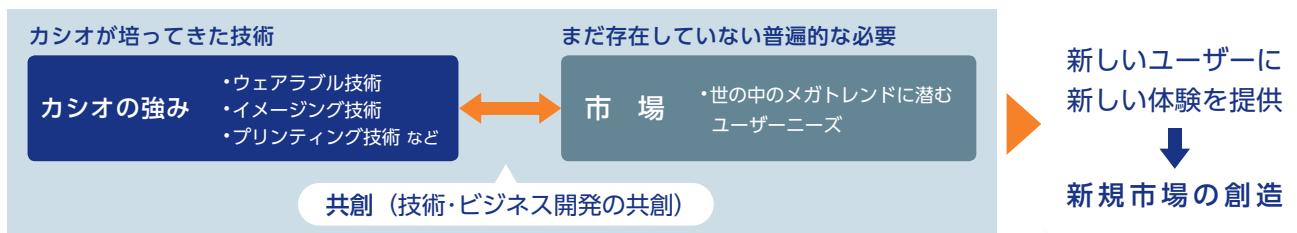
	18年度	19年度	21年度
売上高	446億円	465億円	550億円
営業利益率	16%	15%	16%

関数電卓市場	安定した規模に加え、未開拓国の市場拡大が見込まれる 
電子教育市場	欧米地域中心に紙から電子への移行期にある試験・教科書市場への早期対応 

市場動向に対応した商品投入 営業体制強化	<ul style="list-style-type: none"> ・安定した学生市場で継続的に売上を確保できるビジネスモデル(GAKUHAN) ・新興国の中に重点国を定め、開拓することにより利益率とシェアを向上 ・既存市場で偽物対策を強化し売上拡大
新たな事業分野の確立	<ul style="list-style-type: none"> ・成長が見込まれる電子試験／電子教科書市場で会社の強みを活かしたwebアプリケーション開発 ・電子教育ビジネスでは、協業パートナーと共に事業確立(北米、欧州市場からスタート)

3. 新規事業の創出

カシオらしい独創性のある技術で新規市場を創造



取り組みの事例 スポーツテック事業でアシックスと業務提携 2020年度から個人ランナー向けのサービスを開始予定



4. 成長戦略を支える構造改革

構造改革の完遂により収益改善事業を再成長事業へと変革

収益改善事業

電子辞書・英会話学習機／電子楽器／プロジェクター／システム

	18年度	19年度	21年度
売上高	747億円	795億円	850億円
営業利益率	-2%	1%	5%

	〈商品戦略〉
電子辞書・英会話学習機	・独自技術、ブランド、ビジネスモデルなどの強みの活用
電子楽器	・顕在化した市場への注力
プロジェクターシステム	・未開拓エリアの拡大によるポテンシャルの最大化

営業/本社スタッフの構造改革推進	・国内営業、本社スタッフの早期退職制度実施による経費削減効果(2019年度以降) ・市場環境に応じた販売体制見直しによる営業経費効率化
効率的な事業運営	・ものづくりの効率化を進め収益力を改善