



2025年3月期 第2四半期 決算概要

2024年11月27日

カシオ計算機株式会社

目次

- I. 2025年3月期 第2四半期 決算概要
- II. ランサムウェア攻撃によるシステム障害の影響
- III. 構造改革の進捗 / 課題事業への対応
- IV. 2025年3月期 通期業績見通し

I . 2025年3月期 第2四半期 決算概要

- ・ 時計・教育関数事業が堅調に推移し、前年同期比増収、増益

売上高

1,369億円

前年同期比 **+2.5%**

営業利益

103億円

前年同期比 **+26.5%**

- ・ 時計事業は中国市場を除く地域では現地通貨ベースでも売上を伸ばし増収
- ・ 教育関数は欧州向けが堅調に推移
- ・ サウンド事業は引き続き厳しい環境が継続
- ・ 構造改革は計画通り進捗

全社連結実績

単位:億円

	上期(4月～9月)		前年同期比	
	2023年度実績	2024年度実績	増減	増減率
売上高	1,335	1,369	34	102.5%
営業利益	82	103	22	126.5%
営業利益率	6.1%	7.6%		
経常利益	105	99	-6	94.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	73	36	-37	49.3%
1株利益(円)	30.79	15.58		

※構造改革に伴う
特別損失を計上

平均為替 レート(円)	米ドル	141.0	152.6
	ユーロ	153.4	165.9
	人民元	19.8	21.2

セグメント別実績

単位:億円

		上期(4月～9月)		前年同期比	
		2023年度実績	2024年度実績	増減	増減率
時計	売上高	818	854	36	104.4%
	営業利益	107	122	15	114.0%
	営業利益率	13.1%	14.3%		
コンシューマ	売上高	438	445	7	101.6%
	営業利益	19	27	8	142.7%
	営業利益率	4.2%	6.0%		
システム	売上高	34	31	-4	89.3%
	営業利益	2	-3	-4	-
	営業利益率	4.5%	-		
その他	売上高	46	40	-6	87.8%
	営業利益	-14	-11	3	-
	営業利益率	-	-		
調整額	営業利益	-31	-31	0	-
合計	売上高	1,335	1,369	34	102.5%
	営業利益	82	103	22	126.5%
	営業利益率	6.1%	7.6%		

※2025年3月期より、「システム」の事業分野、収益構造の変化に対応した業績管理区分の一部見直しを行い、従来「システム」に計上していたハンディターミナル、電子レジスターの事業を非継続事業として「その他」に計上(前期実績についても同様に修正)

当該2025年3月期上半期の「その他」に含まれる非継続事業:売上高22億円、営業利益▲12億円

全社連結実績

単位:億円

	第2四半期(7月～9月)		前年同期比	
	2023年度実績	2024年度実績	増減	増減率
売上高	709	717	9	101.2%
営業利益	39	58	20	151.0%
営業利益率	5.4%	8.1%		
経常利益	45	44	-1	97.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	38	-26	-64	-
1株利益(円)	16.31	-11.37		

※構造改革に伴う
特別損失を計上

平均為替 レート(円)	米ドル	144.6	149.4
	ユーロ	157.3	164.0
	人民元	19.9	20.8

セグメント別実績

単位:億円

		第2四半期(7月～9月)		前年同期比	
		2023年度実績	2024年度実績	増減	増減率
時計	売上高	433	445	12	102.7%
	営業利益	51	63	12	123.8%
	営業利益率	11.7%	14.2%		
コンシューマ	売上高	230	233	3	101.3%
	営業利益	9	15	7	176.8%
	営業利益率	3.8%	6.6%		
システム	売上高	21	19	-3	87.0%
	営業利益	3	1	-2	31.6%
	営業利益率	15.5%	5.6%		
その他	売上高	24	21	-3	87.1%
	営業利益	-8	-5	3	-
	営業利益率	-	-		
調整額	営業利益	-16	-16	-0	-
合計	売上高	709	717	9	101.2%
	営業利益	39	58	20	151.0%
	営業利益率	5.4%	8.1%		

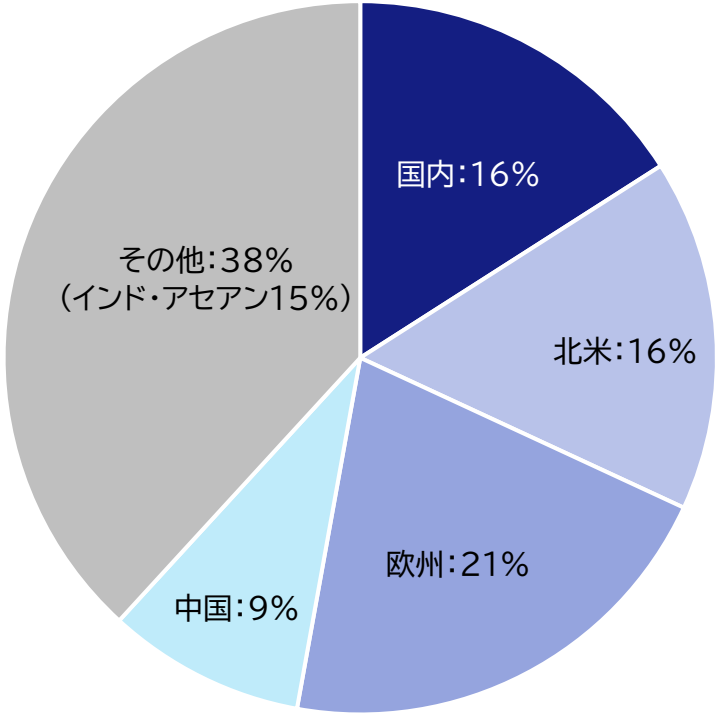
※2025年3月期より、「システム」の事業分野、収益構造の変化に対応した業績管理区分の一部見直しを行い、従来「システム」に計上していたハンディターミナル、電子レジスターの事業を非継続事業として「その他」に計上(前期実績についても同様に修正)

当該2025年3月期第2四半期の「その他」に含まれる非継続事業:売上高11億円、営業利益▲6億円

	第2四半期(7月～9月)		上期(4月～9月)		単位:億円
	前期	今期	前期	今期	上期 (期初計画)
売上高	433	445	818	854	830
営業利益率	11.7%	14.2%	13.1%	14.3%	12.7%

- ・ パフォーマンスを重視し、広告宣伝費の適切なコントロールを行った
- ・ 中国で市況の低迷が継続しているものの、他地域でカバーし、計画値を上回る
- ・ G-SHOCKの販売個数は対前年を下回るが、回復傾向

地域別売上高



※第2四半期実績(7月～9月)

G-SHOCK比率（BABY-G含） 約50%（メタル約15%・プラスチック約35%）

G-SHOCK売上個数 約205万個（内BABY-G 約20万個） ※前期2Q約220万個（内BABY-G 約20万個）

G-SHOCK（メタル・MR-G）

- 光沢感あるメタリックカラーダイヤルが特長の『GM-2110D』はグローバルで好調
- 初代モデルのスクエアデザインをフルメタル化した『GMW-B5000D』は国内／中国で好調継続
- 日本伝統技術「木組」から着想を得てデザインされた最上位シリーズ「MR-G」の『MRG-B2100B』はECでも堅調



『GM-2110D』



『GMW-B5000D』



MR-G
『MRG-B2100B』

G-SHOCK（スポーツ）

- トレーニングに役立つ機能を備えた『GBD-200』『GBD-300』が、欧州／その他地域で堅調に推移
- アーバンスポーツがコンセプトの『GBA-900』は海外を中心に好調



G-SQUAD
『GBD-200』



G-SQUAD
『GBD-300』



『GBA-900』

G-SHOCK（プラスチック）

- 『GA-2100』『GA-B2100』など八角形フォルムの2100シリーズがグローバルで好調継続
- 新エントリー価格帯モデル、10年バッテリーのBig caseシリーズ『GA-010』はその他地域で好調
- MASTER OF Gシリーズ「レンジマン」『GPR-H1000』は国内で人気



『GA-B2100』



『GA-010』



RANGEMAN
『GPR-H1000』

その他

- 欧州／その他地域を中心にEDIFICEやCASIO WATCHの好調継続



EDIFICE
『EFR-S108DJ』



CASIO
CLASSIC
『AQ-230A』



CASIO
CLASSIC
『B640WC』

前年同期比(現地通貨ベース) 全体: +1%

国内: +8%

- ・ 9月の価格改定が売上に貢献
- ・ インバウンド需要は堅調に推移

北米: +4%

- ・ EC強化の取り組みが貢献
- ・ ファッション流通全体は市況低迷だが、チェーンジュエラー、百貨店流通等で高額品が好調

欧州: +7%

- ・ 新製品のセルインが貢献し、期初計画上振れ
- ・ SNS広告を通じ、CASIO WATCHのロングセラー商品の販売が拡大

中国: -28%

- ・ オンライン、オフラインともに消費の低迷が続く

その他: +3%

- ・ インドではオンライン、オフラインとも堅調。ディワリ商戦でEC及び時計店の流通が好調
- ・ アセアンではマレーシア、インドネシアが好調
- ・ 香港／台湾は中国影響により低調に推移

地域別構成比(円ベース)	国内16%・北米16%・欧州21%・中国9%・その他38% (インド・アセアン 15%)
EC販売比率	全体 20%台半ば・国内 約30%・北米 40%強・欧州 30%強・中国 40%弱
自社EC販売	前年同期比 国内1倍・北米1.1倍・欧州1.1倍

■EdTech(教育)

単位:億円

	第2四半期(7月～9月)		上期(4月～9月)		上期 (期初計画)
	前期	今期	前期	今期	
売上高	168	174	333	341	350
営業利益率	10.2%	14.4%	12.1%	14.1%	11.4%

- その他地域で通貨下落の影響を受ける国があったが、上期にBTS(バック・トゥ・スクール)を迎える地域でカバーし、期初計画で推移

【2Q実績】

売上高 : 関数・一般電卓 約87% 電子辞書他 約13%
 営業利益率 : 関数・一般電卓 約20%
 営業利益 : 電子辞書他 約-5億円

【上期実績】

売上高 : 関数・一般電卓 約87% 電子辞書他 約13%
 営業利益率 : 関数・一般電卓 約20%
 営業利益 : 電子辞書他 約-11億円

■サウンド(楽器)

単位:億円

	第2四半期(7月～9月)		上期(4月～9月)		上期 (期初計画)
	前期	今期	前期	今期	
売上高	61	59	105	104	110
営業利益	-9	-10	-22	-22	-20

- 楽器市場の厳しい消費環境が継続
- 流通在庫は解消されつつあるが、調整に時間を要する地域も残る

	第2四半期(7月～9月)		上期(4月～9月)		単位:億円
	前期	今期	前期	今期	上期 (期初計画)
売上高	21	19	34	31	40
営業利益	3	1	2	-3	0

HRソリューション事業(CHS)

- ADPSの顧客へリプレイス提案を強化し、商談量が増加するも一部成約が遅延
- タレントマネジメントサービスのクロスセルを強化

小規模事業者向け経営支援事業(SMB)

- 楽一のリプレイスは堅調に推移、法改正によるリプレイスが減少
- 受発注サービスは、販促強化等により受注率が向上

Ⅱ. ランサムウェア攻撃によるシステム障害の影響

被害発生からの経緯

- 2024年10月5日に1台のサーバーの停止、複数のサーバーの停止を検知
- 同日中に外部のセキュリティ企業へサポート依頼し、被害拡大を防ぐため、不正アクセスを受けたサーバーをインターネットや社内ネットワークから遮断
- 10月6日に社長直下で緊急対策本部を立ち上げ、全社的な体制構築
- サプライチェーンに関連するシステムが一時停止し、事業活動が制限
- 会計関連システムへのアクセスも遮断する措置を講じたため、決算及び会計監査人の期中レビュー手続きが遅延、2025年3月期半期報告書の提出期限は2024年12月13日へ延長承認

システムの復旧状況

- システムの復旧対応は、お客様への影響を最小化することを最優先し、優先順位を決めて対応、サーバーやPC、ネットワークの安全性を確認し、順次復旧
- 受発注、在庫、出荷に関する主要なシステムは10月中に復旧し、販売は正常化
- 11月に入り生産の主要システムは復旧し、ほぼ正常化

主要事業の業績への影響

- 各事業においてネットワークへのアクセスを遮断したことにより、部品の調達、生産、出荷等においてシステムの復旧まで一定期間停止
- 製品の供給不足が一部で発生し、3Qの最大商戦期(クリスマス商戦)において販売の機会損失が発生
- システムの復旧が進み、業績への影響は3Qに限定される見通し
- 販売の機会損失による3Qにおける一過性の影響は**売上で約130億円、営業利益で約40億円**と想定
- セグメントごとの影響額は以下の通り

	売上高	営業利益
全社	約130億円	約40億円
時計	80億円	30億円
コンシューマ	40億円	8億円
システム	10億円	2億円

Ⅲ. 構造改革の進捗 ／ 課題事業への対応

期初公表計画

■構造改革による固定費の削減

- ・ 人員構造の適正化
- ・ グループ全社で約500人規模を想定
⇒ 来期(2026年3月期)以降の固定費を約50億円削減



上期の進捗

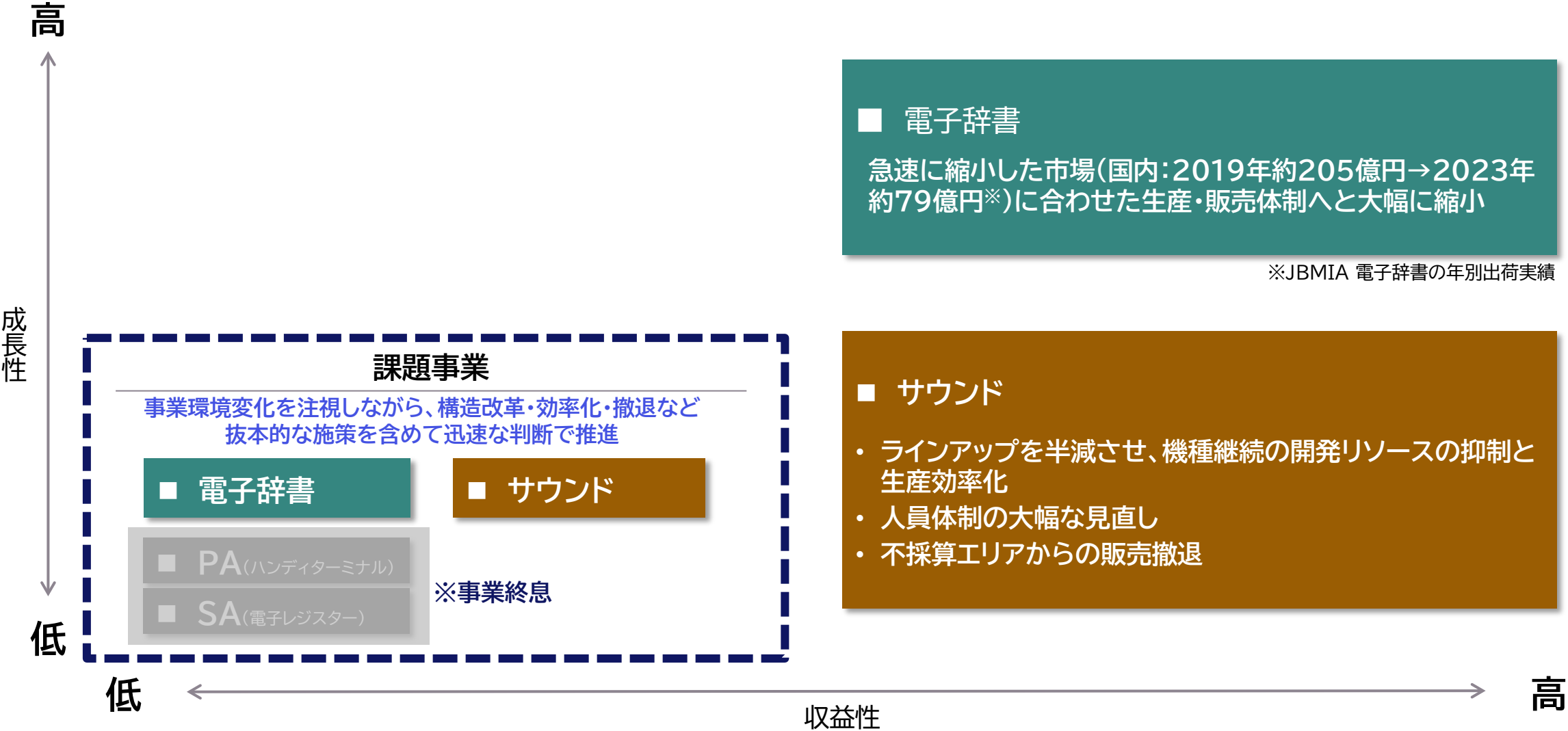
- ・ 施策に伴う早期退職者数及び自然退職者数 約650名
⇒ 上期75億円の特別損失を計上
- ・ 課題事業への対応として、下期に追加の固定費削減を実施予定

■ 組織体制の強化

- ・ 営業本部におけるグローバル対応の強化、および各品目の強化を図るため、フラットな組織体制を構築
- ・ 時計事業では顧客視点でのマーケティングおよび直営ECを強化する体制とした

人員構造の最適化に合わせ、組織・体制の強化を実行

電子辞書は体制の大幅な縮小へ、サウンド事業は現時点では損益構造を転換すべく施策を実行



IV. 2025年3月期 通期業績見通し

全社連結計画

単位:億円

	2024年 3月期 通期実績	2025年3月期 通期計画							
		2024年5月公表				2024年11月公表			
				通期計画	増減率			通期計画	増減率
		上期	下期			上期実績	下期計画		
売上高	2,688	1,375	1,375	2,750	102.3%	1,369	1,251	2,620	97.5%
営業利益	142	80	80	160	112.6%	103	37	140	98.5%
営業利益率	5.3%	5.8%	5.8%	5.8%		7.6%	2.9%	5.3%	
経常利益	179	75	75	150	83.7%	99	31	130	72.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	119	50	50	100	84.0%	36	44	80	67.2%
1株利益(円)	50.91	21.57	21.57	43.14		15.58	19.36	34.94	

下期想定為替レート(円)	
米ドル	145
ユーロ	160
人民元	20.0

セグメント別計画

単位: 億円

		2024年 3月期 通期実績	2025年3月期 通期計画							
			2024年5月公表				2024年11月公表			
					通期計画	増減率			通期計画	増減率
			上期	下期			上期実績	下期計画		
時計	売上高	1,670	830	870	1,700	101.8%	854	796	1,650	98.8%
	営業利益	209	105	115	220	105.3%	122	83	205	98.1%
	営業利益率	12.5%	12.7%	13.2%	12.9%		14.3%	10.5%	12.4%	
コンシューマ	売上高	845	460	430	890	105.3%	445	390	835	98.8%
	営業利益	19	20	10	30	156.4%	27	0	27	140.8%
	営業利益率	2.3%	4.3%	2.3%	3.4%		6.0%	0.1%	3.2%	
システム	売上高	73	40	40	80	110.2%	31	29	60	82.6%
	営業利益	4	0	0	0	0%	-3	-2	-5	-
	営業利益率	6.0%	0%	0%	0%		-	-	-	
その他	売上高	100	45	35	80	80.1%	40	35	75	75.1%
	営業利益	-29	-15	-15	-30	-	-11	-16	-27	-
	営業利益率	-	-	-	-		-	-	-	
調整額		-61	-30	-30	-60	-	-31	-29	-60	-
合計	売上高	2,688	1,375	1,375	2,750	102.3%	1,369	1,251	2,620	97.5%
	営業利益	142	80	80	160	112.6%	103	37	140	98.5%
	営業利益率	5.3%	5.8%	5.8%	5.8%		7.6%	2.9%	5.3%	

高価格

G-SHOCK

【戦略商品】

【取り組み】

高価格帯
Gプレミアム

MR-G・フルメタル
MRG-B2100
GMC-B2100

- ・ ターゲティング広告強化、JAPANブランドの訴求等
認知拡大の取り組みを継続
- ・ 高額流通でのイベント開催等、タッチポイント拡大



中高価格帯
Gメタル

G-STEEL
GM-2110D

- ・ 汎欧州アンバサダー×ローカルアンバサダー起用により、販促を強化
- ・ 北米で自社EC強化を継続



低価格帯
Gベーシック

ICONICモデル
DW-5000R

NewBASIC
GA-010
GD-010

- ・ ASEANの主要流通でICONIC売り場を再構築し、若者に訴求
- ・ エントリーモデルとして規模拡大を図るべく、戦略価格で展開



CASIO
WATCH

G-SHOCKとターゲットユーザーの異なるプライスゾーンの需要獲得

新たな価値(Cool)の訴求とCASIO WATCH専売店の拡大、セレクトショップの新規開拓により、若者層の顧客を獲得



低価格

国内

【若者・インバウンド施策】

渋谷から国内・グローバルへG-SHOCKブランド発信のため、
2024年11月から渋谷駅ハチ公前 SHIBU HACHI BOXに
発信拠点を設置



インド

【2大アンバサダーによるマーケティング】

SNS広告、5大都市での路面広告展開、良質な専売店の拡大の
取り組みを強化



欧州

汎欧州アンバサダーCentral Cee×各国ローカルアンバサダーを起用



Central Cee

×



Sfera Ebbasta



Rels B



Kwam.E

ASEAN

- ・店舗、ローカルマーケティングの施策を強化
- ・G-SHOCKストア、CASIO WATCHの店舗再構築と出店を加速
- ・ローカルに根付いたストリートファッション、ミュージックコミュニティとのプロモーションを企画

補足資料

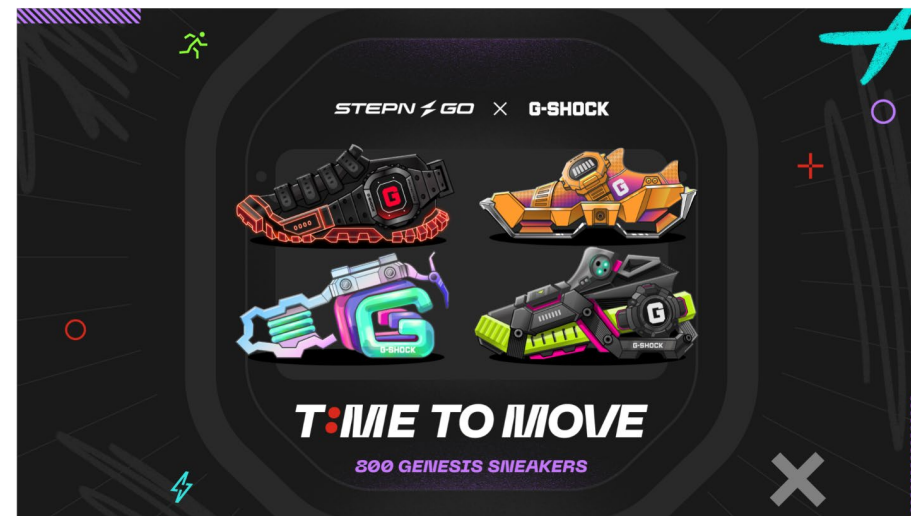
AIを活用したソーシャルメディア分析サービスを提供する
AIQ社と資本業務提携契約を締結

CASIO × AIQ

AIを活用したソーシャルメディア分析サービスを提供するAIQ(アイキュー)株式会社(本社:東京都文京区/代表取締役社長 CEO 兼 COO:渡辺 求/以下、AIQ)の株式8.2%を取得し、主に新商品開発やソーシャルメディアマーケティング施策の領域において資本業務提携契約を締結

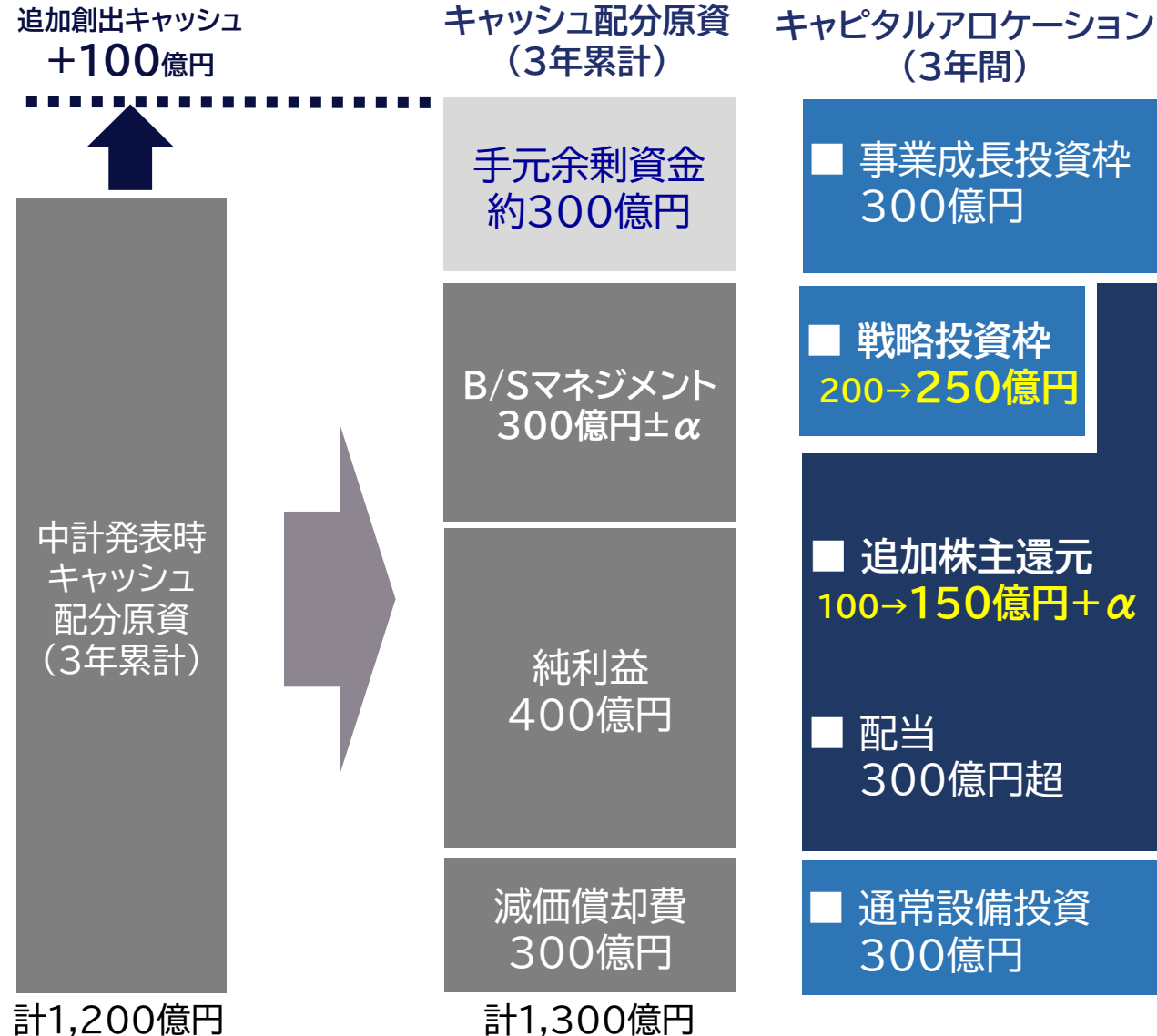
また、2社間の人材交流を図り、グローバル市場におけるデジタルマーケティングのノウハウを互いに蓄積することで、将来に渡って、効率的かつ高精度のマーケティング活動を行える人材・体制を育んでいく

ライフスタイルアプリ「STEPN GO」とコラボレーションし
NFTスニーカーを販売



耐衝撃ウォッチ“G-SHOCK”の「VIRTUAL G-SHOCK」プロジェクトの一環として、ライフスタイルアプリ「STEPN GO(ステップンゴー)」とコラボレーション
「STEPN GO」を運営するFSLが会員制NFTマーケットプレイス「MOOAR」にて、NFTスニーカー(4タイプ・8種類)を8月26日から8月29日に800個限定で抽選販売を行い、完売した。

「VIRTUAL G-SHOCK」は、ユーザー層の拡大を目的にNFTやメタバースなどバーチャル空間ならではの“G-SHOCK”を展開し、新たなユーザー体験を提供している



【基本方針（変更無）】

- ・ コア事業への投資促進のため『事業成長投資枠』設定
- ・ アライアンス等のための『戦略投資枠』設定
⇒ 未使用分は追加株主還元を検討
- ・ 余剰資金をキャッシュ配分原資として活用
- ・ B/Sスリム化、及び株主還元強化により資本収益性の改善を図る

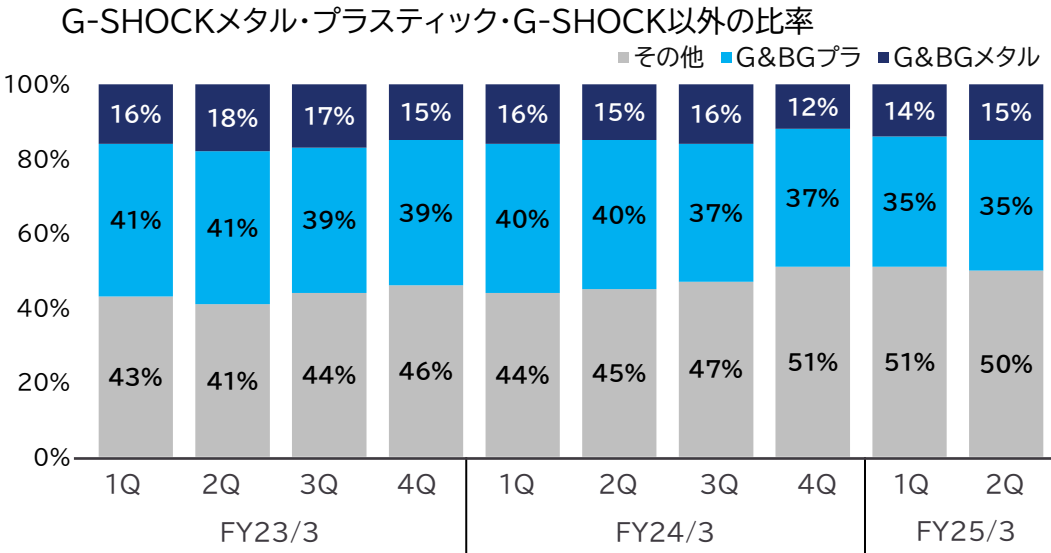
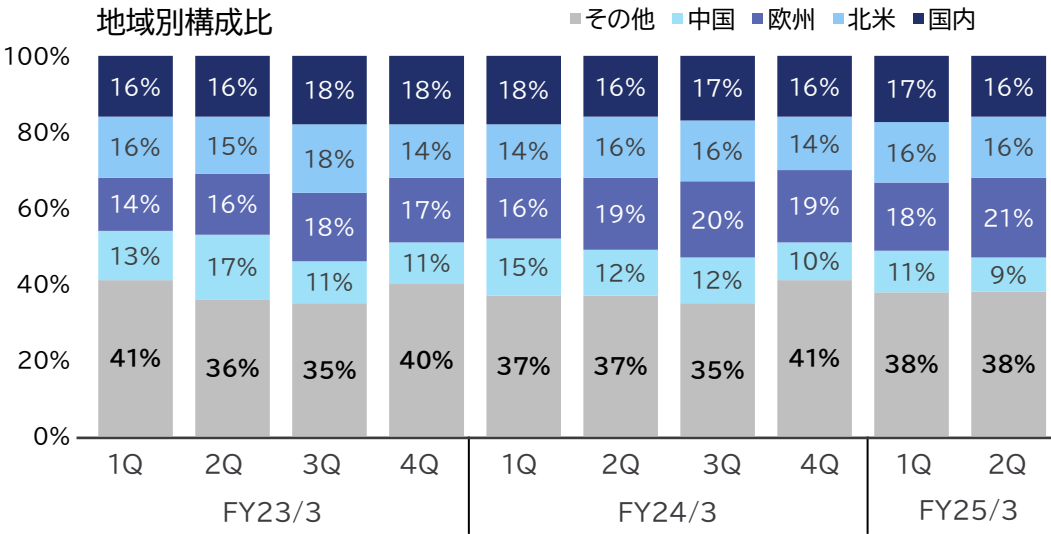
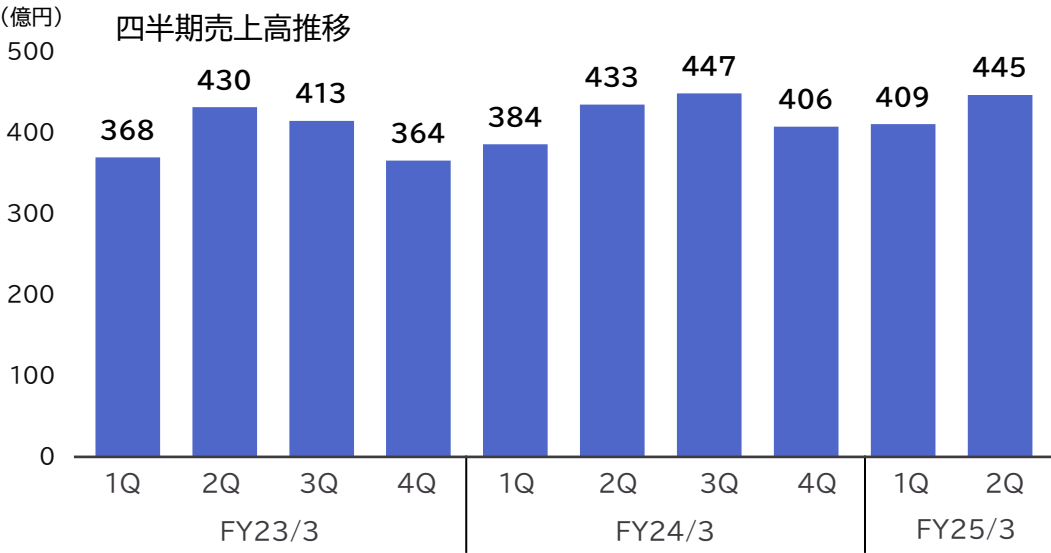
【進捗状況】

- B/Sマネジメントによるキャッシュ創出は遊休不動産売却や年金施策等により、計画以上の進捗
⇒ 追加創出キャッシュ +100億円
内、50億円は戦略投資枠増
50億円は追加株主還元配分
- 戦略投資枠は第一弾として株式会社Libryを子会社化、EdTech事業成長加速

	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績		2026年3月期 目標
ROE	5.9%	5.3%	➡	8%超
ROIC	4.7%	3.6%	➡	6%超
ROIC = 税引後営業利益 ÷ 期首期末平均投下資本(有利子負債+純資産)				
手元流動資金	1,307億円	1,447億円	➡	1,000億円水準
自己資本比率	66%	66%	➡	60%強
配当性向	82.3%	88.4%	➡	(中計3年間平均) 80%水準
DOE	4.9%	4.7%	➡	5%水準
総還元性向	99.4%	164.1%	➡	110%~170%

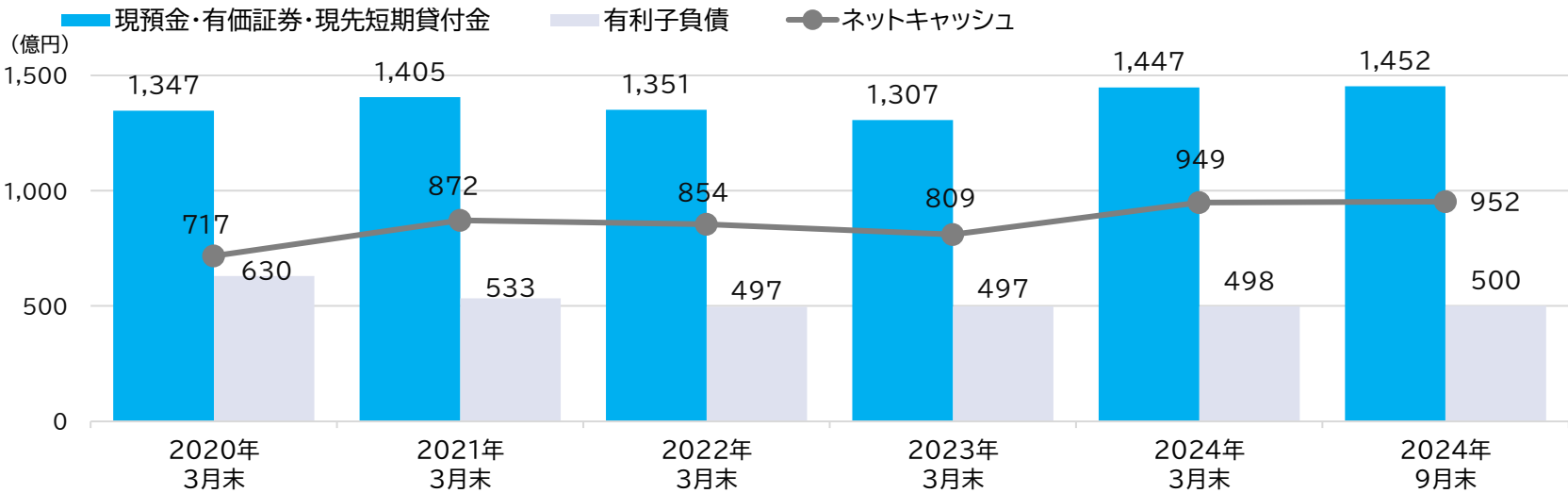
		為替感応度 1円(人民元は0.1円)の変動による影響額	
今期想定為替レート(円)		売上高	営業利益
米ドル	145	10億円	-0.5億円
ユーロ	160	3.0億円	2.0億円
人民元	20.0	1.4億円	0.7億円

為替レート実績	第2四半期(7月～9月)	
	2023年度実績	2024年度実績
米ドル	144.6	149.4
ユーロ	157.3	164.0
人民元	19.9	20.8



単位:億円

	2020年3月期 3月末	2021年3月期 3月末	2022年3月期 3月末	2023年3月期 3月末	2024年3月期 3月末	2025年3月期 9月末
資産合計	3,341	3,320	3,373	3,352	3,499	3,461
負債合計	1,316	1,201	1,184	1,136	1,187	1,264
自己資本比率	60.6%	63.8%	64.9%	66.1%	66.1%	63.5%
D/Eレシオ	0.31	0.25	0.23	0.22	0.22	0.23
現預金・有価証券・現先短期貸付金	1,347	1,405	1,351	1,307	1,447	1,452
有利子負債	630	533	497	497	498	500
ネットキャッシュ	717	872	854	809	949	952



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。

CASIO