



中期経営計画

2025年5月13日

カシオ計算機株式会社

当社は、2023年度から2025年度までを対象とした、中期経営計画を策定し、2023年5月11日に公開しましたが、2025年3月期通期決算発表時に、一部その計画を見直しております。

本資料は、2025年5月13日に発表した2025年3月期通期決算説明会資料より、一部を抜粋したものです。

(2025年8月1日追記)

2026年3月期第1四半期決算発表(2025年8月1日)時に、米国関税影響を業績予想に織り込み、2026年3月期の通期計画を見直しております。

詳細は決算資料をご参照ください。(<https://www.casio.co.jp/ir/library/results/>)

抜本的な構造改革と筋肉質な基盤づくり

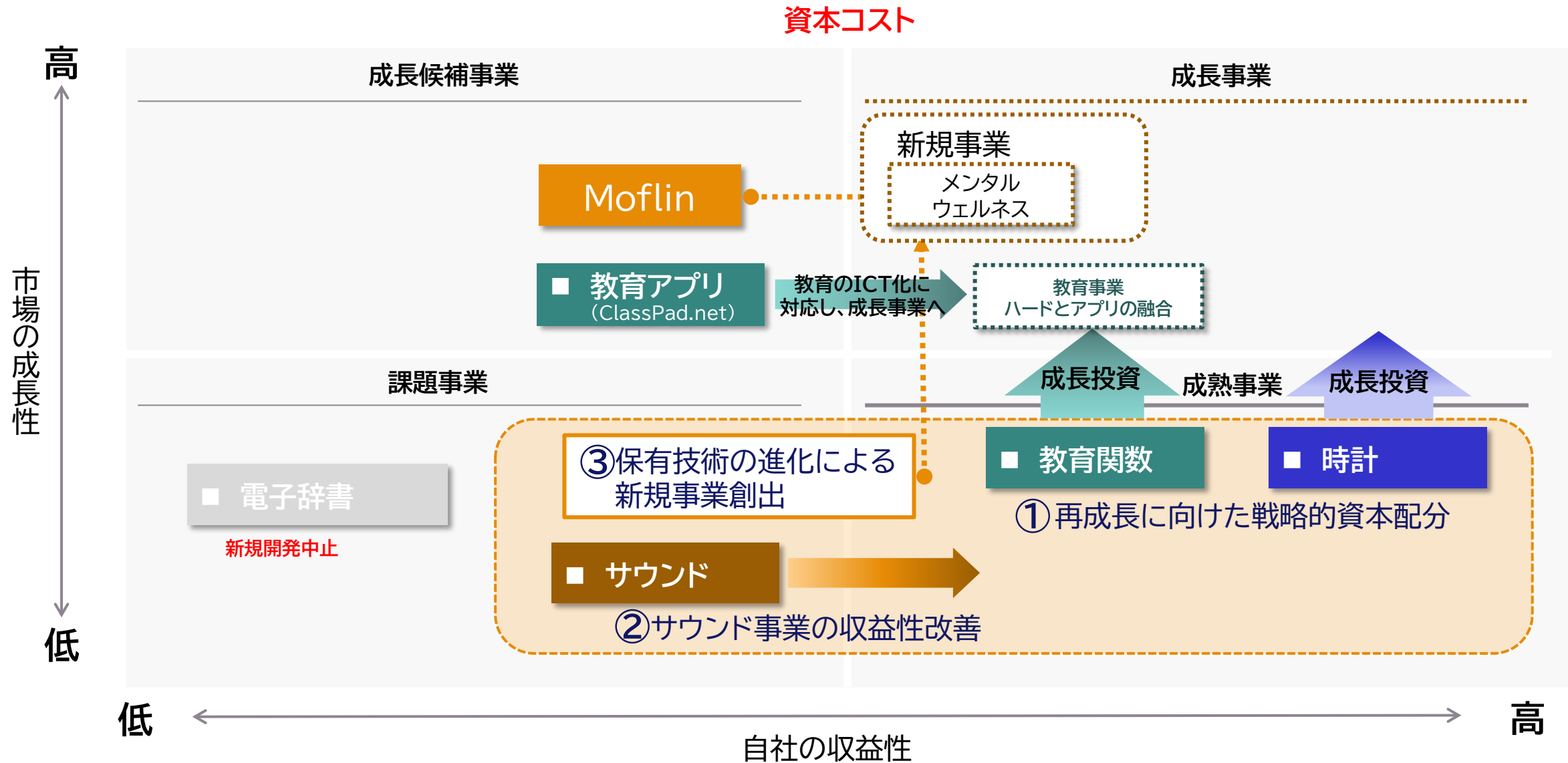
成長軌道への転換

収益基盤強化
2023年度～2024年度

変革・イノベーション創造
2025年度～

- ①事業ポートフォリオの整理
(不採算事業への抜本的対応)
- ②人員構造の適正化
- ③組織風土改革
(パーパス・バリューズの制定)

- ①コア事業の再成長と事業ポートフォリオの再構築
- ②既存アセットを活用した新規事業の創出
- ③成長戦略の実行力を高める経営基盤の強化



【1】成長軌道の確立

- 時計事業／教育事業の再成長に向けた経営資源の重点配分
- 既存周辺領域の拡大と保有技術進化による新規ドメイン創出



ROEの改善

【2】経営基盤の強化

- ガバナンスの強化
- 情報セキュリティの強化

【3】人財戦略の推進

- 社員一人ひとりの成長に繋がるインセンティブ、評価制度の導入
- 客観的事実に基づいた実力主義の徹底

全社連結計画（米関税政策影響含まず）

単位:億円

	2025年 3月期 通期実績	2026年3月期 通期計画			
					増減率
		上期計画	下期計画	通期計画	
売上高	2,618	1,320	1,380	2,700	103.1%
営業利益	142	110	130	240	168.6%
営業利益率	5.4%	8.3%	9.4%	8.9%	
経常利益	141	105	125	230	162.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	81	80	85	165	204.6%
1株利益(円)	35.22	35.08	37.27	72.35	

想定為替レート(円)	
米ドル	145
ユーロ	160
人民元	20.2

時計) 米国向け売上比率と生産地域構成比

	時計
米国売上比率	約13%
米国向け 生産地域	日本 約5%
	タイ 約50%
	中国 約45%

※EdTech(電卓)：米国売上比率 約7%、米国向け生産地域 タイ100%
サウンド(楽器)：米国売上比率 約17%、米国向け生産地域 中国100%

対応方針

- 需要減退による数量減少の見極めとプロモーションの最適化を行い、値上げ対応を実施
- 各国の米国関税の交渉状況を見極めつつ、他拠点や他拠点OEM生産への移管計画を実行

セグメント別計画（米関税政策影響含まず）

単位:億円

		2025年 3月期 通期実績	2026年3月期通期計画			
					通期計画	増減率
			上期計画	下期計画		
時計	営業利益	1,661	830	930	1,760	105.9%
	営業利益率	203	110	140	250	123.3%
		12.2%	13.3%	15.1%	14.2%	
コンシューマ	売上高	821	450	420	870	106.0%
	営業利益	22	45	25	70	323.5%
	営業利益率	2.6%	10.0%	6.0%	8.0%	
その他	売上高	135	40	30	70	-
	営業利益	-20	-15	-5	-20	-
調整額	営業利益	-62	-30	-30	-60	-
合計	売上高	2,618	1,320	1,380	2,700	103.1%
	営業利益	142	110	130	240	168.6%
	営業利益率	5.4%	8.3%	9.4%	8.9%	

【コンシューマセグメントの事業別計画】

単位:億円

		上期計画	下期計画	通期計画
EdTech	売上高	350	290	640
	営業利益	53	27	80
	営業利益率	15.1%	9.3%	12.5%
サウンド	売上高	100	130	230
	営業利益	-8	-2	-10
	営業利益率	-	-	-

※今期よりシステムセグメントをその他セグメントとの合算表記に変更したため、前期実績についても同様のセグメント区分で記載

2026年3月期通期計画のその他セグメントに含まれる非継続事業:売上高25億円、営業利益▲20億円



◆ ブランドステージに応じたエリアマーケティングの強化

国内

- MR-G及びフルメタルG、OCEANUSを中心に、高級品を嗜好するターゲットに向けた流通へのアプローチを強化
- 渋谷駅前SHIBU HACHI BOXを活用し、若者や訪日外国人への認知度の向上



北米

- 好調なECでの定番モデルの拡充、直営EC限定モデルの投入等で更なる強化
- Gen-Zに向けた各種SNSのコンテンツ強化



欧州

- 汎欧州アンバサダーCentral Cee+ローカルアンバサダーによりG-SHOCKのブランドストーリーの発信強化
- 直営店をブランド発信拠点としての戦略的に拡大



ASEAN

- 各国でターゲットユーザーに合うアンバサダーを起用し、統一したブランドストーリーを発信し、共感を訴求
- ASEANの店舗網を活用して得られた消費者情報を商品企画、プロモーションに活用、精度向上



タイ: ムエタイ



インドネシア



フィリピン

インド

- 2大アンバサダーを継続活用し、更なるG-SHOCKブランド認知度の向上
- 中間所得層の増加に伴い、8大都市から33都市へ店舗等のタッチポイントを拡大



◆インド・アセアン売上構成比

2025年3月期

16 %

2026年3月期

18 %

G-SHOCK メタルラインを中心としたブランドマーケティングの強化を継続、
新デザインカテゴリーの創出により収益力の向上を図る

◆ G-SHOCK 中・高価格帯カテゴリの拡大

- 新素材、加工技術を活かした新しい形状、デジタル技術による付加価値の向上
- モデル数を戦略的に絞り込み、効率的なプロモーションを展開
- グローバルでG-SHOCKブランドの一貫性を強化し、ブランド価値の向上を図る



GMC-B2100



◆ G-SHOCK 新デザインカテゴリーの創出に向けた取り組み

- マグネティックホールディング構造の技術、ショックリリース針を実現
- G-SHOCKのアイデンティティを形にした新しいデザイン開発



GA-V01



◆ 直営店／直販ECビジネスの拡大

- デジタルマーケティングにより、ロイヤルカスタマー(カシオファン)の囲い込み
- ユーザーの購入履歴や保有製品を深掘し、CRMマーケティングを強化



関数電卓においてユーザー体験を高める商品開発、および学販活動(需要創造)強化による新規ユーザー獲得により、着実な事業収益力の強化を狙う

■ 関数電卓

◆New ClassWiz売上拡大 ユーザー体験を高める商品開発で利便性向上

- 教育現場の声を反映、UIを改善・強化し、使用エリアを拡大

◆模倣品の取締り強化を対策国の関係機関と連携、正規品シェア拡大

◆社会・教育課題への取り組み強化

- 例) 女性の科学・芸術分野での活躍を支援する、スペインの「Women Do Science」活動の欧州地域での展開

◆重点国での需要創造／普及拡大活動の継続強化

- エジプト、バングラディッシュ、タイ、インドネシアにおける活動を継続



◆関数電卓販売台数

2025年3月期

2,100万台

2026年3月期

2,300万台

※市場環境に鑑み、計画修正

■ 一般電卓

◆グローバルでのリテンション強化

- 新商品(Comfy)投入、「電卓60周年記念」キャンペーンによるリテンション強化



Comfy 電卓60周年キャンペーンサイト

■ 教育アプリ

◆ClassPad.netの基本性能強化を継続

◆Libry サービスとの相乗効果により利活用校の拡大

- クラウド上でオリジナルの試験問題や補助教材が作成できる新ツール「Q.Bank」の提供



◆カシオグループアプリ導入校 (Libry導入校含む)

2025年3月期

886校

2026年3月期

1,200校

※市場環境に鑑み、計画修正

構造改革の着実な推進により事業体質強化を行い 高付加価値ジャンルのブランド認知拡大継続によるシェア拡大

◆ Privia Upper Gradeの新規顧客獲得による売上拡大

- ・ インテリア等、異業種パートナーとの協業によるライフスタイル訴求の強化
- ・ 新規の楽器専門流通と非楽器流通におけるタッチポイントの増加

◆ 中高価格帯の新CELVIANO シェア拡大

- ・ 業界最高権威のピアニストによるブランド価値の変革(コンテンツ等で活用)

◆ 事業構造改革の確実な実行、改革後の損益注視

- ・ 不採算エリアからの販売撤退
- ・ ラインアップ見直しによる開発・生産効率化

◆ 新しい演奏スタイルの提案によるユーザー層の拡大

- ・ 新技術を活用した新たな体験価値創造



◆ 高付加価値ジャンルの売上構成比

2025年3月期

2026年3月期

62 %



70 %

技術等の保有資産を活用して、今後の成長市場における 戦略的な新事業領域の設定と新事業創出に向けた取り組みの強化

◆AIペットロボット“Moflin”を起点に、人の心に寄り添うプロダクトやサービスを提供

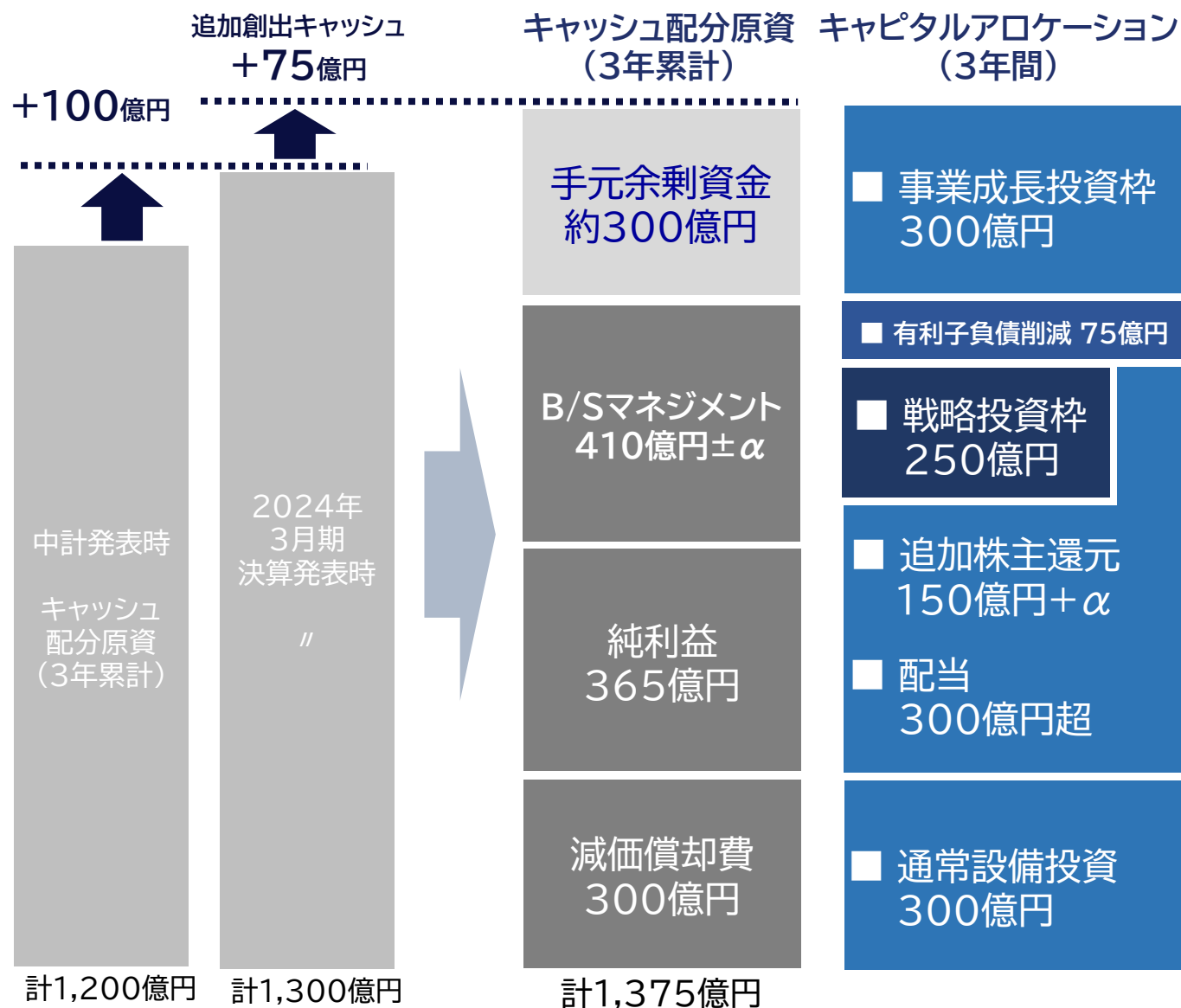
- ・「こころの、となりに、いつも。」をコンセプトに、日々人と触れ合うことで感情豊かに成長するAIペットロボット “Moflin”を発売
- ・ 今後、メンタルウェルネス領域での事業拡大と社会課題解決を目指す



◆ 保有資産の活用により、今後の成長市場において新事業を創出

- ・ 既存事業及び保有資産を起点とした事業領域の拡張により、戦略的な新事業領域を設定
- ・ 新事業領域で独自ポジションを確立できる新たなプロダクトやサービスの展開





【基本方針（変更なし）】

- ・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

※『成長投資枠』の経費処理分は純利益を構成する為、キャッシュとして回収、翌期以降の成長投資枠に充当

【進捗状況】

- 2025年3月期追加創出キャッシュ +75億円
⇒ 有利子負債削減に配分

	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績		2026年3月期 目標 (関税影響織り込み前)
ROE	5.3%	3.6%	➡	7~8%水準
ROIC	3.6%	3.6%	➡	約6%
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	1,447億円	1,411億円	➡	1,000億円水準
自己資本比率	66%	66%	➡	60%強
配当性向	88.4%	127.8%	➡	(中計3年間平均) 80%水準
DOE	4.7%	4.6%	➡	5%水準
総還元性向	164.1%	183.3%	➡	120%~180%

当社の事業環境を踏まえ、組織/社員のパフォーマンスを最大化し、
企業価値向上・成長につながる人的資本経営を強化

健康経営

【方針】
社員が力を最大限発揮するための健康維持増進を目的とし、「CASIO健康基本方針」に基づき推進

- 【重点施策】
- ・ヘルスリテラシーの向上
 - ・女性の健康保持／増進
 - ・生活習慣病対策 等



■健康経営銘柄／ホワイト500に認定

組織能力の向上

【方針】
今後の事業推進に必要なDX人材、IT人材の育成により組織能力を向上

- 【重点施策】
- ・全社員ターゲット別 IT教育、セキュリティ教育の実施
 - ・高度DX人材の育成
- 全社員に対するITスキルの底上げ

自律人材

【方針】
事業環境の変化に自発的かつ迅速に対応し、パフォーマンスが高い人材の育成

- 【重点施策】
- ・キャリア研修
 - ・キャリアプラン登録／育成方針具体化

人材マネジメント

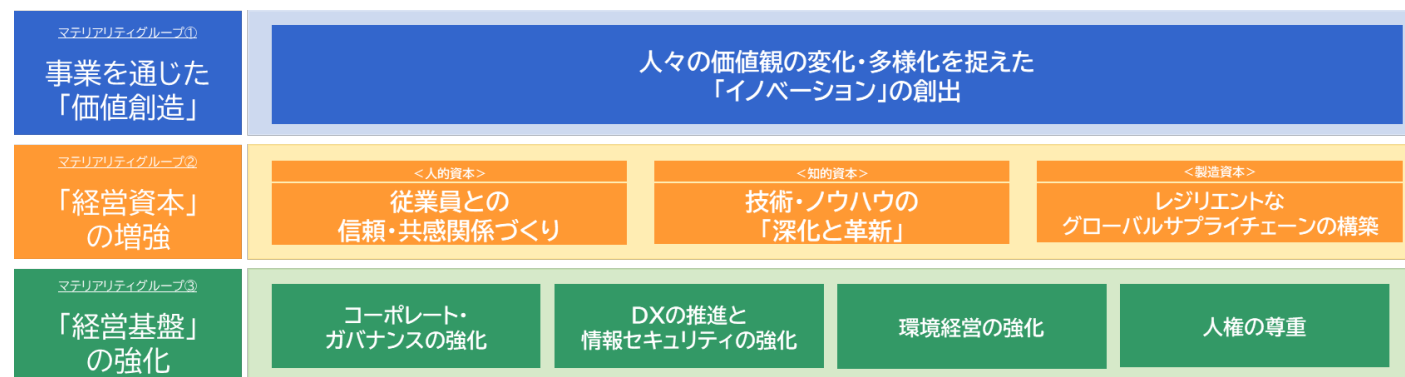
【方針】
多様な人材が力を発揮し、活躍できる職場環境を構築するためのマネジメント人材の育成

- 【重点施策】
- ・幹部候補育成(異業交流型プログラム)
 - ・次世代幹部候補育成
 - ・次期マネージャー候補育成

重点施策を着実に推進、デジタル技術の活用による業務変革・新たな価値創出ができる人材の育成、組織能力の向上を更に強化

持続可能な社会への貢献と当社の持続的な成長／価値創造に向けて取り組みを強化

◆マテリアリティの推進



特定したマテリアリティについては、社内浸透と活動促進を図るため、2024年度に目標・KPIを設定
目標・KPIは、年度ごとに実績を確認し、その振り返りを継続的に公表

◆サステナビリティ 主要な取り組み

・環境負荷低減に向けた取り組み

- ・環境配慮素材やエコパッケージの採用
- ・環境保護団体とのコラボレーションモデルの展開



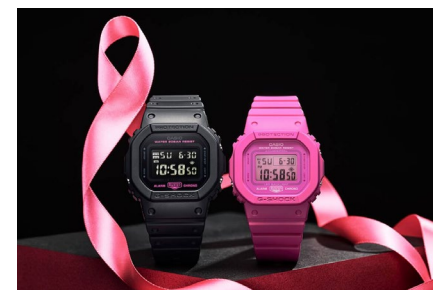
リサイクルペーパー素材パッケージ



アイサーチ・ジャパン

・社会課題(人権)への取り組み拡大

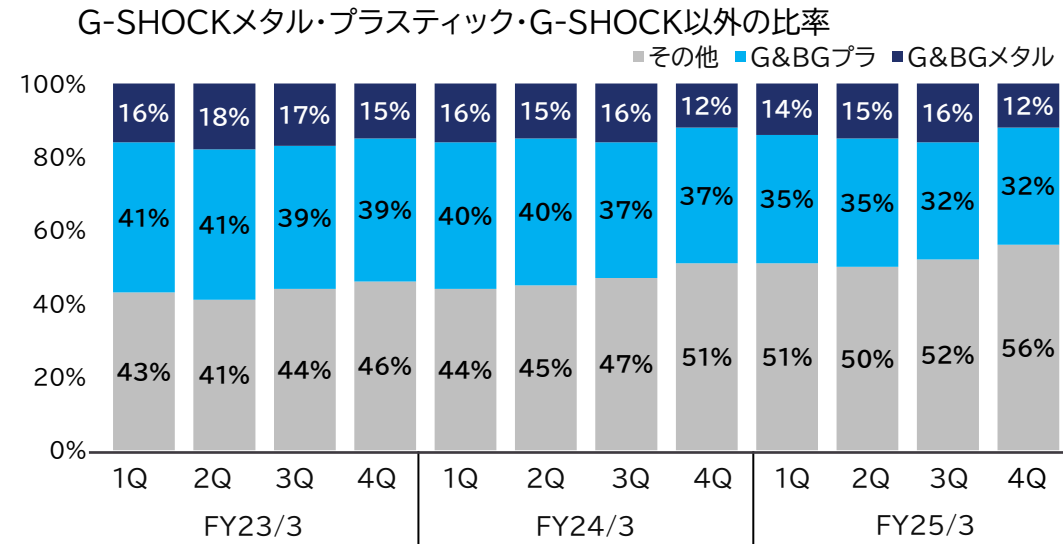
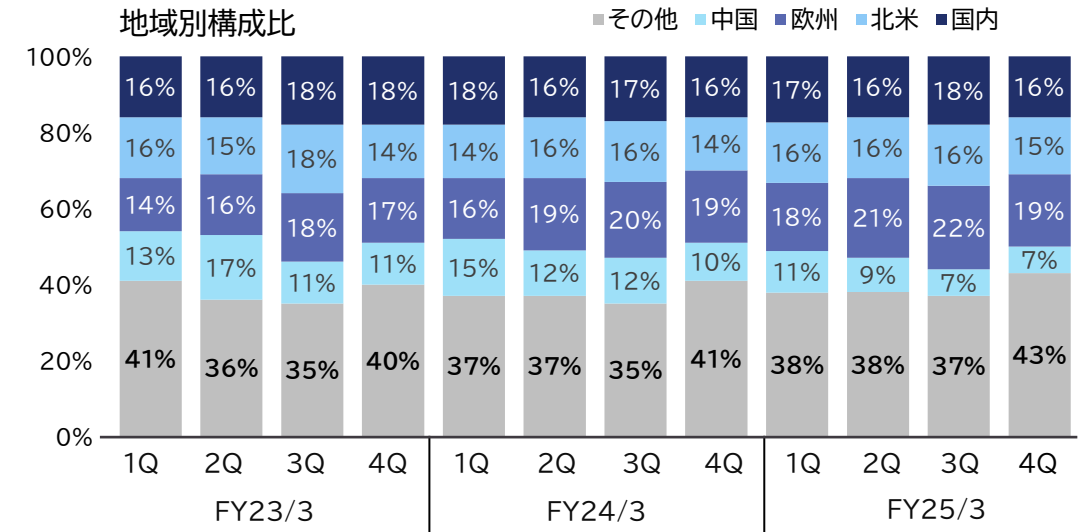
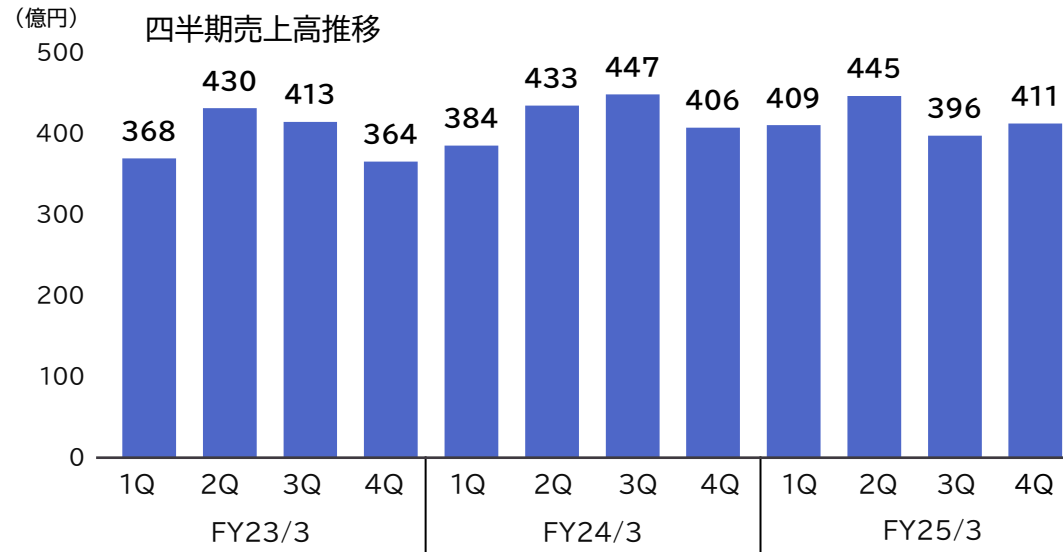
- ・寄付やリアル体験を通して「顧客の共感を得る」ことにより更なるブランド価値の向上へ



乳がんの早期発見・診断・治療の大切さを呼びかける
ピンクリボン活動を支援するG-SHOCK(2024.10発売)
※日本での売上の5%を認定NPO法人J.POSHへ寄付

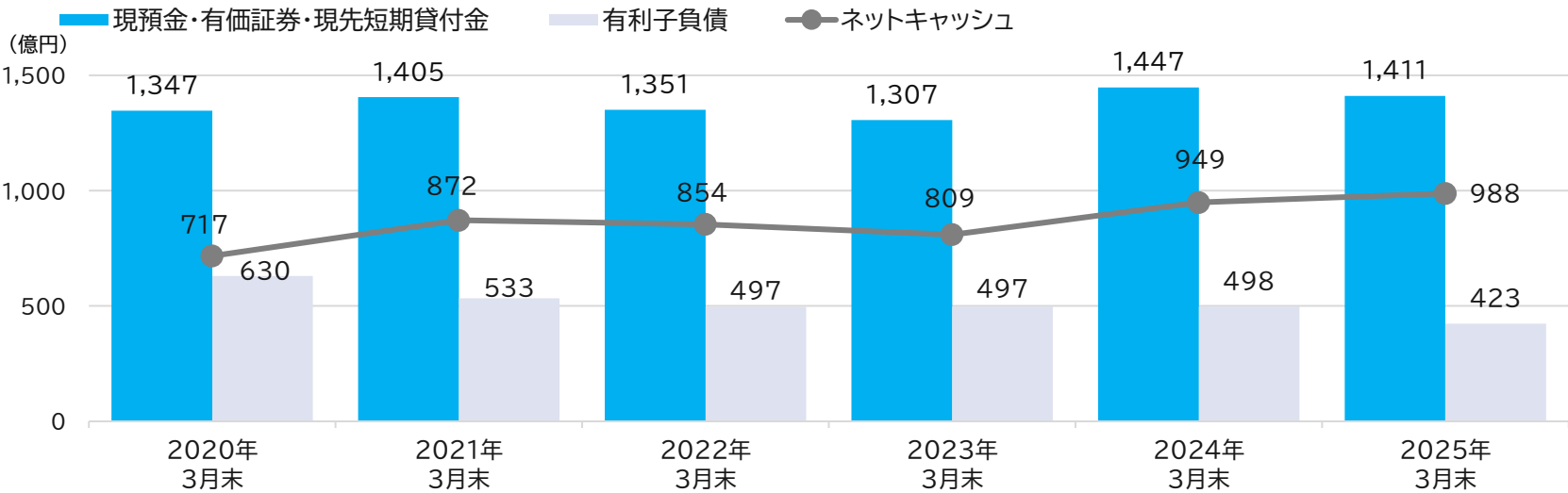
補足資料

		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	20.2	1.0億円	0.5億円

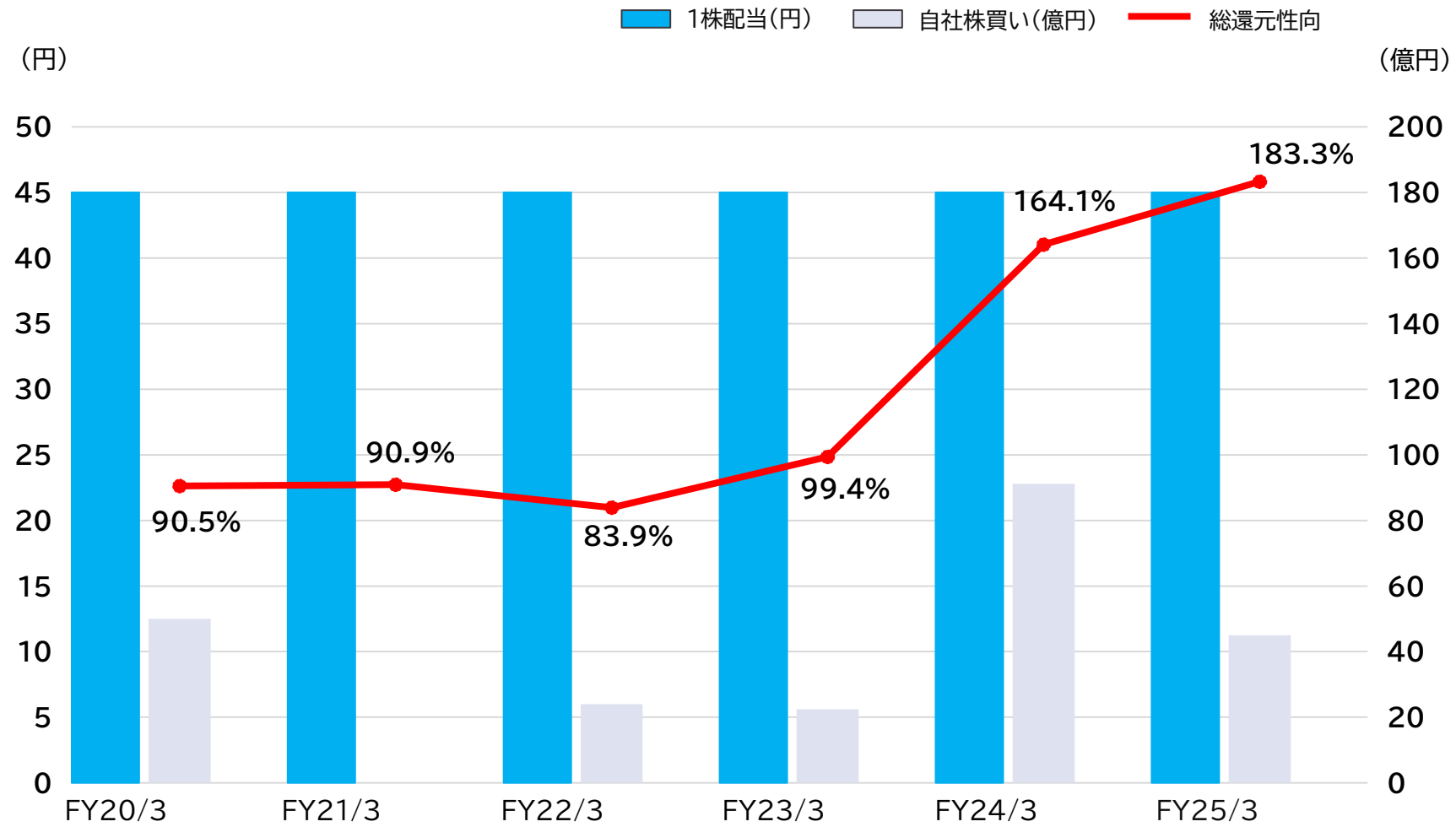


単位: 億円

	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 3月末
資産合計	3,341	3,320	3,373	3,352	3,499	3,316
負債合計	1,316	1,201	1,184	1,136	1,187	1,127
自己資本比率	60.6%	63.8%	64.9%	66.1%	66.1%	66.0%
D/Eレシオ	0.31	0.25	0.23	0.22	0.22	0.19
現預金・有価証券・現先短期貸付金	1,347	1,405	1,351	1,307	1,447	1,411
有利子負債	630	533	497	497	498	423
ネットキャッシュ	717	872	854	809	949	988



1株配当・自社株買い・総還元性向



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