

CASIO

2027年3月期第1四半期 決算概要

2026年7月31日

カシオ計算機株式会社

第1四半期実績及び、通期計画の修正

全社連結実績

単位：億円

	第1四半期（4月～6月）		前年同期比	
	2025年度実績	2026年度実績	増減	増減率
売上高	622	745	123	119.8%
営業利益	37	128	91	343.5%
営業利益率	6.0%	17.2%		
経常利益	44	134	90	306.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	37	94	57	252.0%
1株利益（円）	16.32	41.92		

※営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益ともに第1四半期の過去最高益を更新

平均為替 レート （円）	米ドル	144.6	159.5
	ユーロ	163.8	185.4
	人民元	20.0	23.4

セグメント別実績

単位：億円

		第1四半期（4月～6月）		前年同期比	
		2025年度実績	2026年度実績	増減	増減率
時計	売上高	395	510	115	129.0%
	営業利益	42	118	75	277.3%
	営業利益率	10.7%	23.1%		
コンシューマ	売上高	201	213	12	106.0%
	営業利益	12	34	22	289.2%
	営業利益率	5.8%	15.9%		
その他	売上高	26	22	-4	85.8%
	営業利益	-5	-3	2	-
	営業利益率	-	-		
調整額	営業利益	-12	-21	-9	-
合計	売上高	622	745	123	119.8%
	営業利益	37	128	91	343.5%
	営業利益率	6.0%	17.2%		

・2027年3月期第1四半期の「その他」に含まれる非継続事業：売上高4億円、営業利益-3億円

上期及び通期計画を上方修正： 売上高+50億円 営業利益+80億円

全社連結計画

単位：億円

	2026年 3月期 通期実績	2027年3月期 通期計画						
		2026年5月公表			2026年7月公表			
				通期 計画			通期 計画	2026年5月 公表計画比
		上期	下期		上期	下期		
売上高	2,763	1,450	1,500	2,950	1,500	1,500	3,000	+50
営業利益	231	125	135	260	205	135	340	+80
営業利益率	8.4%	8.6%	9.0%	8.8%	13.7%	9.0%	11.3%	
経常利益	257	125	135	260	205	135	340	+80
親会社株主に帰属 する当期純利益	182	85	100	185	135	100	235	+50
1株利益（円）	80.05	37.80	44.48	82.28	60.86	45.64	106.50	

想定為替レート（円）	
米ドル	155
ユーロ	180
人民元	22.5

内訳）

- ・ 時計事業の業績上振れ： 売上高+50億円 営業利益 約+50億円
- ・ 米国関税還付： 営業利益 +30億円（第1Q+21億円、第2Q+9億円）
※事業別内訳： 時計+21億円 EdTech+4億円 サウンド+5億円

セグメント別計画

単位：億円

		2027年3月期 通期計画						
		2026年5月公表			2026年7月公表			
				通期 計画			通期 計画	2026年5月 公表計画比
		上期	下期		上期	下期		
時計	売上高	960	1,010	1,970	1,010	1,010	2,020	+50
	営業利益	140	155	295	210	155	365	+70
	営業利益率	14.6%	15.3%	15.0%	20.8%	15.3%	18.1%	
コンシューマ	売上高	440	430	870	440	430	870	+10
	営業利益	35	25	60	45	25	70	
	営業利益率	8.0%	5.8%	6.9%	10.2%	5.8%	8.0%	
その他	売上高	50	60	110	50	60	110	
	営業利益	-10	-5	-15	-10	-5	-15	
調整額	営業利益	-40	-40	-80	-40	-40	-80	
合計	売上高	1,450	1,500	2,950	1,500	1,500	3,000	+50
	営業利益	125	135	260	205	135	340	+80
	営業利益率	8.6%	9.0%	8.8%	13.7%	9.0%	11.3%	

【コンシューマの事業別計画 2026年7月公表】

単位：億円

		上期	下期	通期
EdTech	売上高	340	300	640
	営業利益	55	30	85
	営業利益率	16.2%	10.0%	13.3
サウンド	売上高	100	130	230
	営業利益	-10	-5	-15
	営業利益率	-	-	-

・2027年3月期通期計画の「その他」に含まれる非継続事業：売上高15億円、営業利益-15億円

第1四半期概況

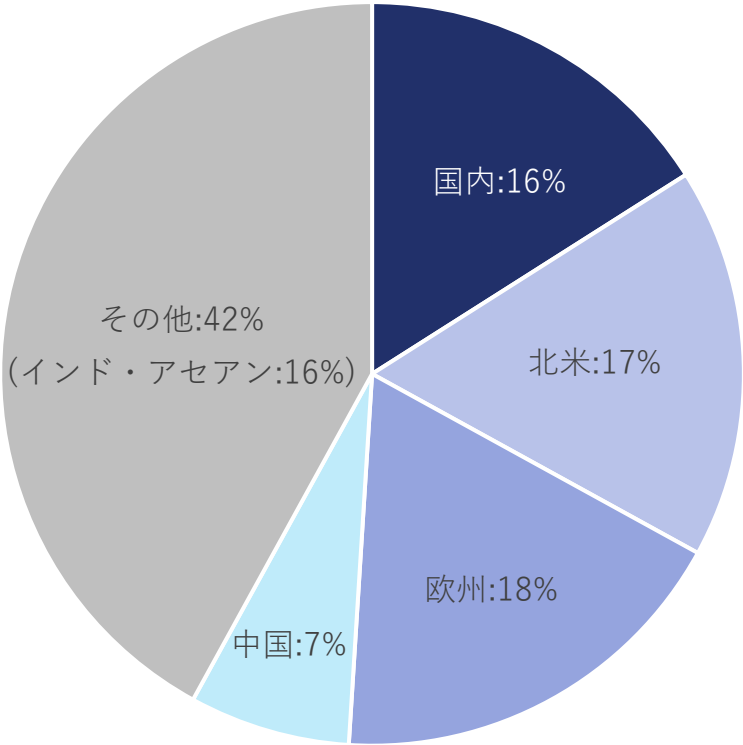
単位：億円

	第1四半期（4月～6月）		上期計画 （2026年7月公表）	通期計画 （2026年7月公表）
	前期	今期		
売上高	395	510	1,010	2,020
営業利益率	10.7%	23.1%※	20.8%	18.1%

※ 米国関税還付金を除く：20.7%

- G-SHOCK、CASIO WATCHの2軸戦略が奏功し、グローバルで双方が好調に推移
- 売上拡大を受け、米国関税還付を除いた営業利益率は20.7%を達成
- 上期計画を上方修正：売上高+50億円、営業利益+70億円（内米国関税還付+21億円）

地域別売上高



※第1四半期実績(4月～6月)

G-SHOCK、CASIO WATCH 2軸戦略の方針（戦略の転換）

- ・両ブランドの商品、ユーザー、地域の嗜好性と経済状況に応じた事業活動を推進
- ・補完関係にある2軸戦略が奏功し共に2桁成長、営業利益率向上に繋がる

CASIO WATCH … ボリュームの追求

- ・ボリュームを徹底追求 ⇒ 売上増に伴う粗利増に対し少ない販促費等により売上拡大が利益改善に直結
- ・新興国を中心に未着手エリアでも本格マーケティング活動開始（未開拓市場へのアプローチ）
- ・高付加価値商品の拡充と価格適正化の推進
- ・女性ユーザー獲得に向けた訴求活動を徹底
- ・CASIO WATCHブランドの独自の感性価値(唯一無二)を訴求（普遍性・手軽さ・変わらない価値）

G-SHOCK … 利益率改善

- ・利益率改善を追求 ⇒ アイコニックモデル(定番モデル)への販促活動集中による効率化
- ・若年層への再訴求を強化 ⇒ 定番ラインの売上復活 ⇒ 定番モデルが正統進化した中価格メタルへ波及
- ・中計最終年度のさらなる飛躍に向け、G-SHOCKの次なる進化を支えるブランド強化と技術開発を推進

G-SHOCKとCASIO WATCHの商品特性、損益構造の違いをきめ細かく分析し、地域毎の最適なプロダクトミックスを設定することで、利益最大化を図る

G-SHOCK



高価格帯
プレミアム
ライン

◆プレミアムならではの独自のデザイン、コンセプト、技術によるブランド強化



中価格帯
メタル
ライン

◆鮮やかな色調を生み出す蒸着処理や高精細なMIP液晶の採用などでビジュアルクオリティを向上
オーセンティックを追究



低中価格帯
エントリー
ライン

◆人気の高いアイコンックモデルに注力し、
効率的に若年層へ再訴求



◆ブランドヘリテージ訴求（時計事業50周年契機）

◆共感度を高めるライフスタイル提案
（SNS訴求・店頭展示）

◆高単価ラインアップ拡充

◆新規層の開拓
・ポテンシャル高い新興国で重点展開
・女性や若年層を中心に訴求



CASIO
WATCH

好調要因

◆“他と同じではない”ユニークさを重視する若年層からの支持

◆スマートウォッチ需要が一巡し、
ユーザーが求める時計の変化を
とらえたラインアップ

◆コスト高による価格改定が続く中、
高品質とトレンドを捉えたデザイン、
価格のバランスが改めて評価

◆CASIO WATCHはファッション性
の高いデザインが評価され、新しく
女性ユーザーを獲得

G-SHOCK比率（BABY-G含） 約42%（メタル約12%・プラスチック約30%）
 G-SHOCK売上個数（BABY-G含） 約165万個 ※前期1Q約155万個

G-SHOCK（メタル・MR-G）

- 国内を中心に『GMW-B5000D』、『GMW-BZ5000D』など、定番5000系のメタルモデルが伸長
- MR-Gの30周年を記念したスペシャルパッケージの限定モデル『MRG-BF1000EB』が好調



G-SHOCK（プラスチック）

- エントリーラインの定番売れ筋モデル訴求戦略により、『GA-2100』、『GW-M5610U』などが好調に推移
- コカ・コーラのアイコニックなコンツアーボトルを想起させるコラボレーションモデル『GA-2100CC』など新製品も好調



CASIO WATCH・EDIFICE他

- CASIO WATCHはグローバルで伸長し、『A158WA』やカラーダイアルの『MTP-1302D』などが好調
- EDIFICEは機械式ムーブメントを採用したEDIFICE『EFK-110D』が好評を博し、グローバルで伸長



前年同期比（現地通貨ベース）全体：+18%

国内：+17%

- 百貨店や時計専門店を中心に、G-SHOCKの中高価格帯やOCEANUSが好調に推移
- ライフスタイル提案展示等の施策によりCASIO WATCHが拡大

北米：+22%

- スマートウォッチ需要が一巡し時計需要が高まる中、CASIO WATCHは非時計流通も含めた流通拡大も貢献し好調
- 若者への継続訴求の効果により、アイコンックモデルを中心にG-SHOCKが売上拡大。直営ECではコラボレーションモデルも好調

欧州：+24%

- CASIO WATCHの需要は好調継続
- 継続展開しているアンバサダーマーケティング、タイアップモデルなどの展開によりG-SHOCKも好調

中国：+6%

- 若者訴求、展開店舗拡大によりCASIO WATCHの販売好調
- G-SHOCKはフルメタルモデルやWeb限定モデルが売上牽引

その他：+17%

- インドは2大アンバサダー効果でG-SHOCK継続拡大。大都市から地方準大都市を中心とした流通店舗拡大で、CASIO WATCHも好調に推移
- アセアンは国別の濃淡があるも、ベトナムやインドネシアが牽引
- 成長ポテンシャルの高いラテンアメリカは、ブラジルでアンバサダー活用によりG-SHOCK売上好調、またアフリカも堅調
- 中東地域は物流施策などにより影響を一部軽減

■EdTech（教育）

単位：億円

	第1四半期（4月～6月）		上期計画 （2026年7月公表）	通期計画 （2026年7月公表）
	前期	今期		
売上高	163	175	340	640
営業利益率	13.7%	22.0%※	16.2%	13.3%

※ 米国関税還付金を除く：19.9%

電子辞書 営業利益：0.1億円

- バック・トゥ・スクール（新学期需要）を迎える地域で前倒し受注による上振れ

■サウンド（楽器）

単位：億円

	第1四半期（4月～6月）		上期計画 （2026年7月公表）	通期計画 （2026年7月公表）
	前期	今期		
売上高	38	38	100	230
営業利益	-11	-5※	-10	-15

※ 米国関税還付金を除く：-10億円

- グローバルで厳しい市況が続く
- オンライン販売へのシフト進行

事業別戦略・取り組み

継続的な若年層へのG-SHOCKマーケティングによりアイコンックモデルを販売拡大、着実に再成長へ

グローバルマーケティング

G-SHOCKの挑戦ストーリーを訴求

Z世代からの共感獲得と話題拡散目的に、XG、堀米雄斗といったアンバサダーを起用したグローバルキャンペーンを開始



商品

アイコンックモデルの訴求

- ・アイコンックモデルを中心とした若年層への継続訴求の効果が着実に積み上がり、GA-2100、DW-5600系の定番品の売上が一段と伸長
- ・昨年末発売した、視認性に優れたMIP液晶を採用したメタルのGMW-BZ5000が好調継続、また1Qに発売の新商品も好調で収益拡大に貢献



GMW-BZ5000

GM-2100LXB

コラボレーション

各種コラボが大人気
話題作り、ブランド価値と認知向上に貢献



コカ・コーラコラボ

ポケモンコラボ

チームランドクルーザーコラボ

リングウオッチ

リングウオッチが話題性、
販売面双方での好調維持



G-SHOCK nano

日本の伝統と先進技術を融合したプレミアムブランドの展開による高付加価値領域の強化

MR-G

日本の匠と伝統技法、素材を活かしたG-SHOCKの最上位ブランドとしてプレミアム市場での存在感向上を推進



豪華大型クルーザーでG-SHOCK MR-Gの名を冠しイベント実施

MR-G30周年と30周年限定モデルである「MRG-BF1000EB」発売を祝うイベントを豪華大型クルーザーで実施
MR-G30年の歴史と技術の進化について展示

OCEANUS

「Elegance, Technology」をコンセプトに先進技術と日本的な美意識を“青”のエレガンスに昇華したプレミアムブランド

- 先進技術を“青”と日本の美意識で包むエレガントな外装表現
- 薄さ、軽さ、操作性を重視した上質な使い心地



OCW-S7000AP



OCW-S6000AP

EDIFICE 機械式モデル

EDIFICEの機械式時計モデルが欧州を中心に高評価。販売を大きく拡大



EFK-200XPB-1A



EFK-110D-7A

スマートウォッチ疲れ・時計本質重視という時計市場のトレンドの兆しを捉え、的確な商品とマーケティングを強力展開

グローバルマーケティング



80～90年代のレトロな造形と現代の感性を融合した「未来の名作」を世界中の若年層へ提案するグローバルキャンペーン
「Future Classic 3.0」を開始
単なる時計を超えた「エモーショナルな世界観と独自の美学」を訴求

商品



AQ-240

A140

- 独自のレトロデザインの定番品が引き続き女性を中心に好調
高い支持から来るユーザー自身による情報拡散も人気に寄与
- クラシックでありながら現代的テイストも取り入れたデザイン
の高単価新商品AQ-240、A140が好調

関数電卓

【New ClassWiz 普及率拡大／新興国シェア拡大】

- ◆ UI進化とエリア別専用機開発等 商品開発強化
- ◆ 偽物・模倣品・類似品対策強化
- ◆ GAKUHAN施策による需要獲得と普及定着
 - ・ エジプト教育・技術教育省と連携し数学教師への大規模研修を実施
 - ・ エジプト／メキシコで令和8年度 文部科学省「日本型教育の海外展開（EDU-Portニッポン）」応援プロジェクト推進中

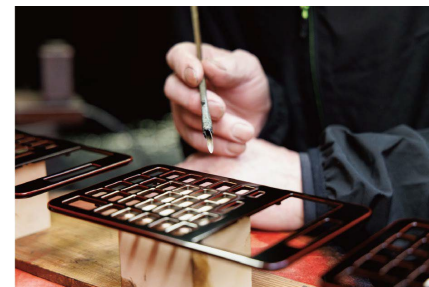


関数電卓を使用した教師研修

一般電卓

【リテンション向上による売上拡大】

- ◆ JAPAN CRAFTモデル等 限定モデル展開／定番モデル刷新



日本の伝統工芸「漆塗り」を施した電卓 S100X-JC1-U

教育アプリ

【ClassPad.net 導入校拡大／Libryサービス強化】

- ◆ ClassPad.net 基本性能向上／単価アップ



ClassPad.net

- ◆ 2030年の教科書デジタル化需要に向けたサービス強化

- ・ Q.Bankの展開（2026年3月リリース）

出版社横断型プリント作成ツール（数学）
大手教科書会社／教材会社が続々参画



構造改革による早期黒字化と、新しい演奏体験の提供による需要創造

構造改革による収益構造の立て直し

- ◆ 不採算エリア改革：オンラインヘシフト、一部エリア直質化による経費削減
- ◆ 人員体制見直し：低収益エリアを中心とした体制・人員のスリム化
- ◆ 生産効率化／原価低減

既存モデル／新領域による売上規模、ユーザー層拡大

- ◆ デザイン性／スリムボディが好評なPriviaの新製品投入
- ◆ 新技術を活用したモデルによる新体験創造
- ◆ アプリ連携による新たな制作・演奏体験の広がり



インテリアのトレンドを反映したモデル“Privia”



グランドピアノの美しく豊かな音と響きを追求した“CELVIANO”

Moflin

AIペットロボット“Moflin（モフリン）”の展開拡大

- 海外展開、商品力強化による更なる拡大
販売地域を拡大（米国／UKに続き中国で6月発売開始）
カラーバリエーション追加
ファンベース施策



Moflin オフィシャルグッズ



2026年9月新色“さくら色”を発売予定

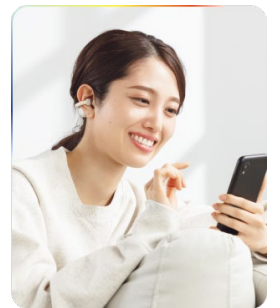
earU

「聞こえ」の悩みを解決する新ブランド“earU（イアユー）”第一弾

- 耳をふさがらないカフ型形状で、快適な装着感と自然な聞こえを実現したヒアリングアシストイヤホン（5月28日発売）
- 音のデジタル制御技術を活用したセルフフィッティング機能を採用



earU ER-100

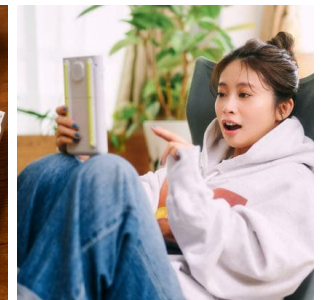
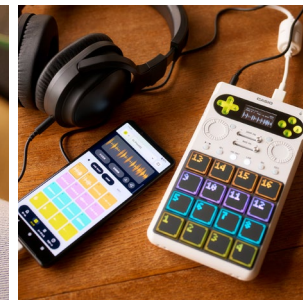


パーソナルウェルビーイング領域への事業確立へ

Portable Standalone Sampler

初心者でも手軽に楽曲制作や演奏が楽しめるサンプラー

サウンド・クリエイション事業における新規展開として、特別な音楽知識や経験がなくても楽曲制作や演奏が楽しめるサンプラー“PORTABLE STANDALONE SAMPLER（ポータブルスタンドアロンサンプラー）”『SXC-1』を5月28日より発売



補足資料

G-SHOCKグローバルアンバサダー「XG」との
コラボレーションモデルを発売



耐衝撃ウォッチ“G-SHOCK”の新製品として、世界で活躍する7人組のHIPHOP／R&Bグループ「XG（エックスジー）」との初のコラボレーションモデル「GM-S5600XG／GMA-S110XG」を6月12日に発売

「XG」の世界観を異なる2種類の時計のデザインに落とし込んだ



GM-S5600XG



GMA-S110XG

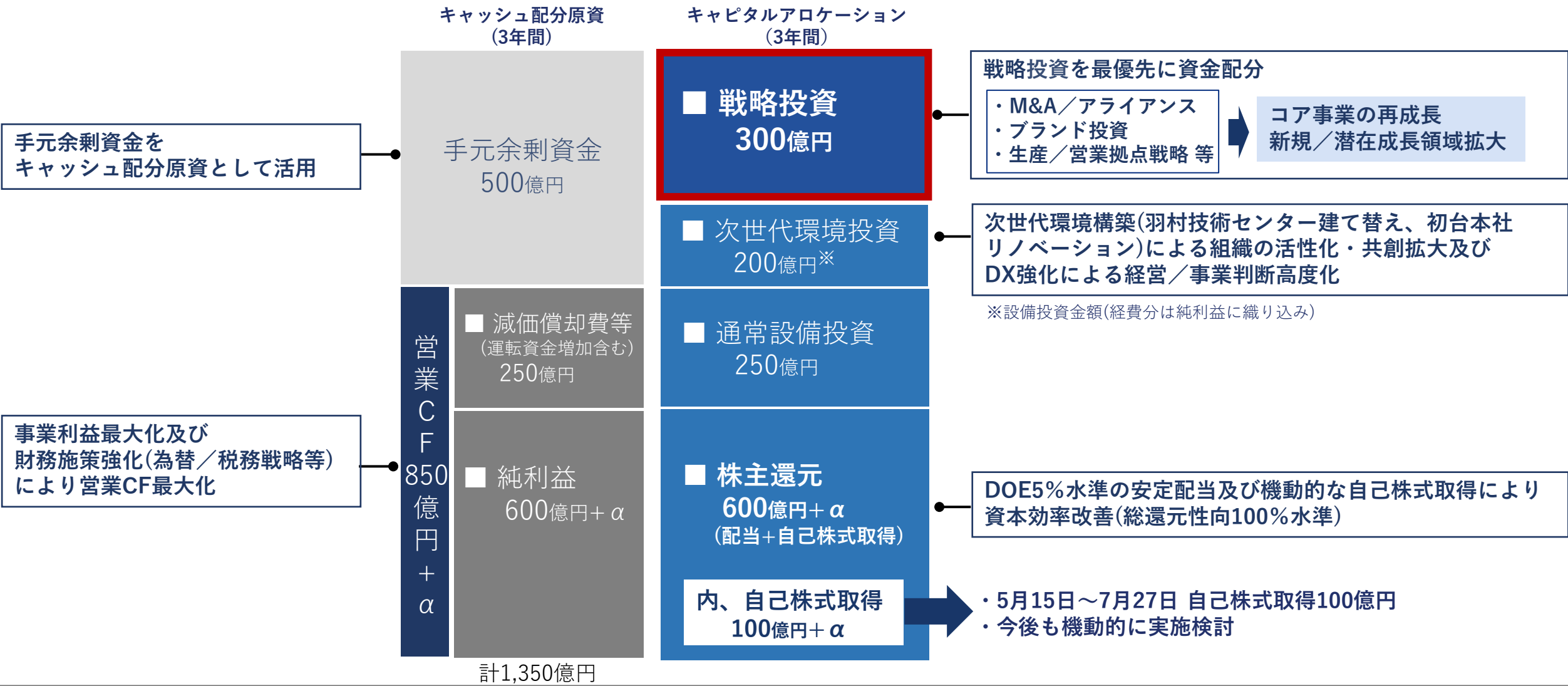
「Roblox」で若年層に向けた
新たな“G-SHOCK”ブランド体験を提供



「VIRTUAL G-SHOCK」プロジェクトの一環として、メタバースプラットフォーム「Roblox（ロブロックス）」を活用したコンテンツの提供を開始する

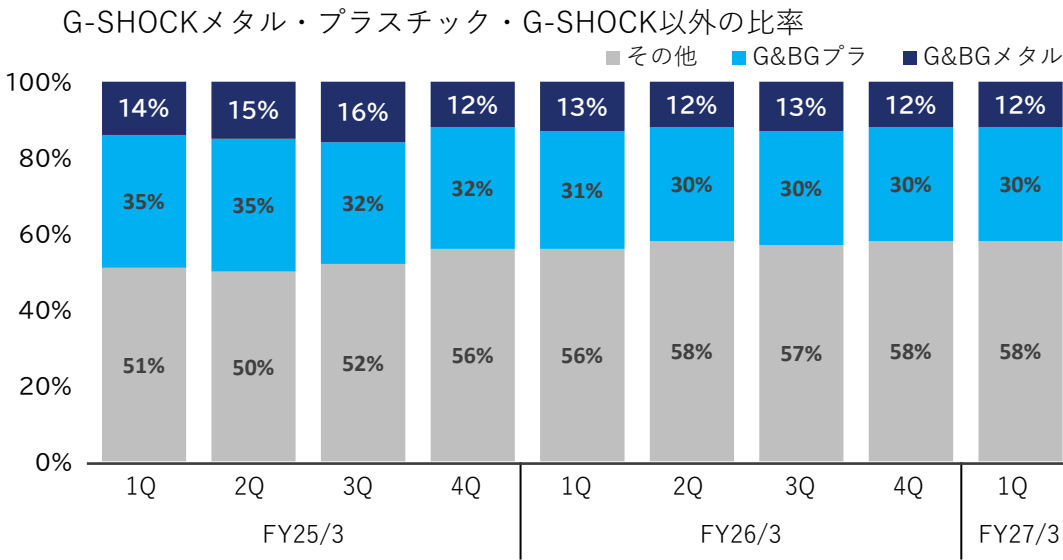
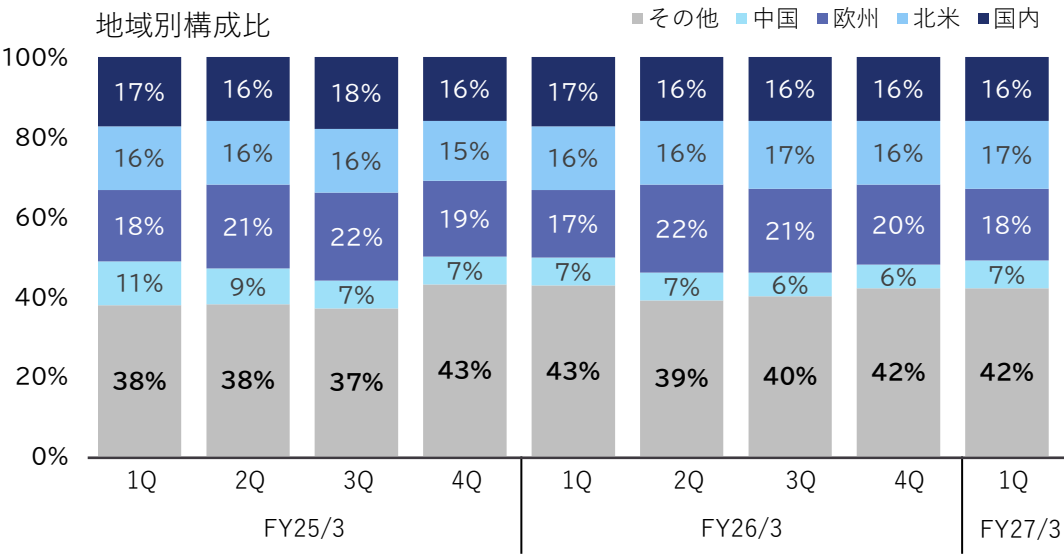
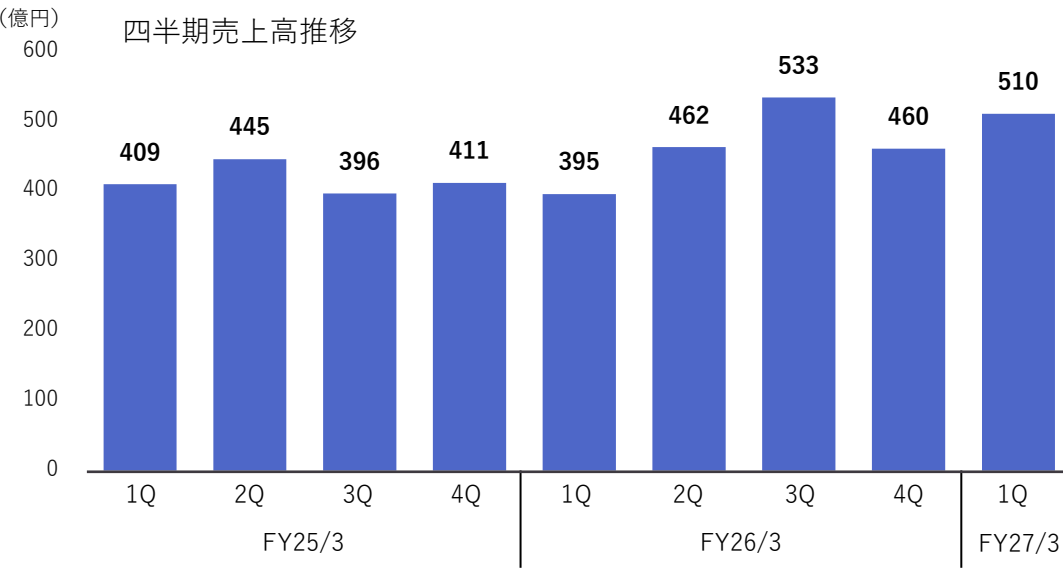
“G-SHOCK”ブランドの世界観を体感できる公式ワールドを展開し、「DW-5600」および「GA-2100」を再現した時計アイテムは自分のアバターに合わせて楽しめる

コア事業の再成長、新規／潜在成長領域拡大に向けた戦略投資を最優先。
同時に株主還元も強化、資本効率改善により企業価値の持続的成長を図る。



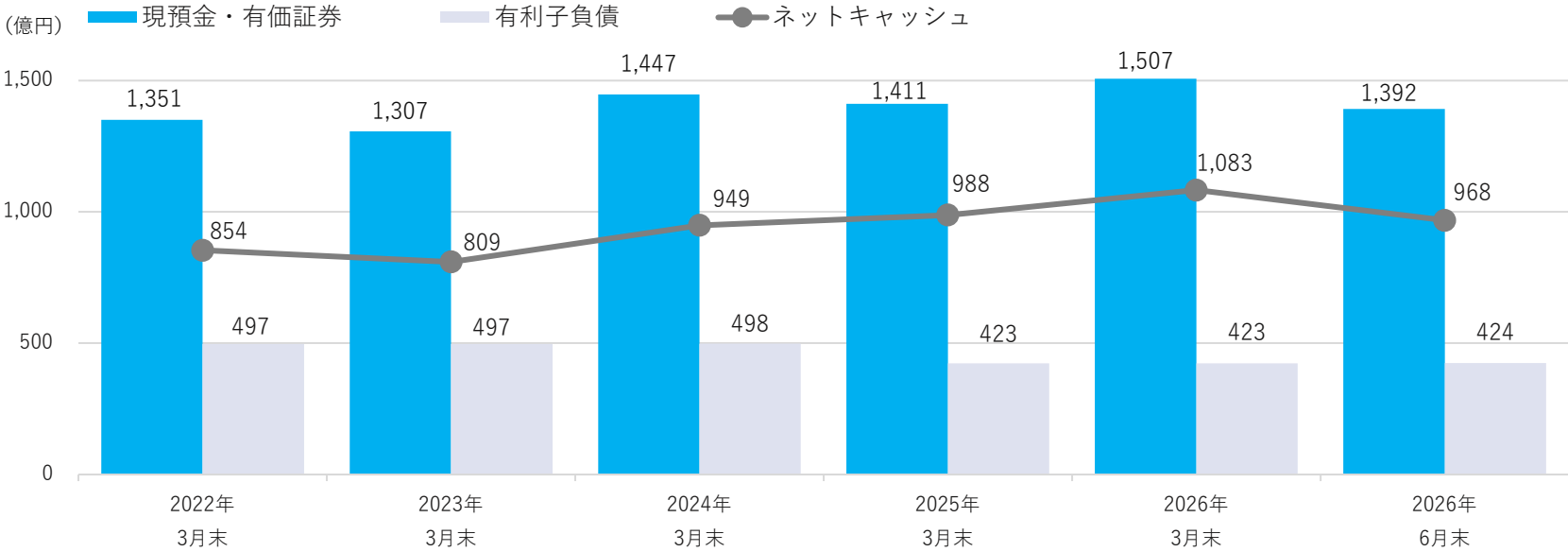
	2026年3月期 実績		2029年3月期 目標
ROE	8.0%	➡	10%超
ROIC	5.9%	➡	約9%
ROIC = 税引後営業利益 ÷ 期首期末平均投下資本(有利子負債+純資産)			
手元流動資金	1,507億円	➡	1,000億円水準
自己資本比率	67%	➡	60～65%
(中計3年間平均)			
DOE	4.5%	➡	5%水準
配当性向	56.2%	➡	60%水準
総還元性向	83.3%	➡	100%水準

		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	155	10億円	-0.5億円
ユーロ	180	3.0億円	2.0億円
人民元	22.5	1.0億円	0.5億円



単位：億円

	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	2026年3月期 3月末	2027年3月期 6月末
資産合計	3,373	3,352	3,499	3,316	3,515	3,514
負債合計	1,184	1,136	1,187	1,127	1,163	1,157
自己資本比率	64.9%	66.1%	66.1%	66.0%	66.9%	67.1%
D／Eレシオ	0.23	0.22	0.22	0.19	0.18	0.18
現預金・有価証券	1,351	1,307	1,447	1,411	1,507	1,392
有利子負債	497	497	498	423	423	424
ネットキャッシュ	854	809	949	988	1,083	968



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