
2020年3月期第2四半期 決算概要
2020年3月期 業績見通し

2019年11月7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。

2020年3月期第2四半期 連結決算実績

単位：億円

連結	2020年3月期			2019年3月期		
	2Q実績	2Q実績	前年比	上期実績	上期実績	前年比
売上高	783	797	102%	1,451	1,458	100%
営業利益	82	91	112%	148	167	113%
利益率	10.4%	11.5%		10.2%	11.4%	
経常利益	83	87	105%	144	157	109%
当期純利益	63	78	124%	111	127	115%
1株利益(円)	25.57	32.25		45.11	52.12	

セグメント別実績 売上・営業利益

単位：億円

		連結	19年3月期 2Q実績	20年3月期 2Q実績	前年比	19年3月期 上期実績	20年3月期 上期実績	前年比
		売上高	コンシューマ	665	686	103%	1,237	1,267
システム	98		95	98%	178	162	91%	
その他	20		15	76%	36	29	79%	
合計	783		797	102%	1,451	1,458	100%	
営業利益	コンシューマ	93	106	114%	183	207	113%	
	システム	5	3	59%	1	▲6	-	
	その他	2	1	83%	2	2	88%	
	調整額	▲18	▲19	-	▲38	▲37	-	
	合計	82	91	112%	148	167	113%	

時計事業概況（成長拡大事業）

上期実績

- 中国のG-SHOCKが大幅拡大、特にECでの展開がドライバーとなり好調に推移。（中国前年比+36%）
- 1Qから現地通貨ベースでは期初計画比上ぶれ基調が継続。Gメタルが牽引しG-SHOCK拡大により高収益性維持。

単位：億円

	上期		
	1Q	2Q	上期
売上高	394	458	852
営業利益率	23%	20%	21%
増収率 (現地通貨ベース)	+6% (+7%)	+3% (+7%)	+4% (+7%)

時計事業概況（成長拡大事業）

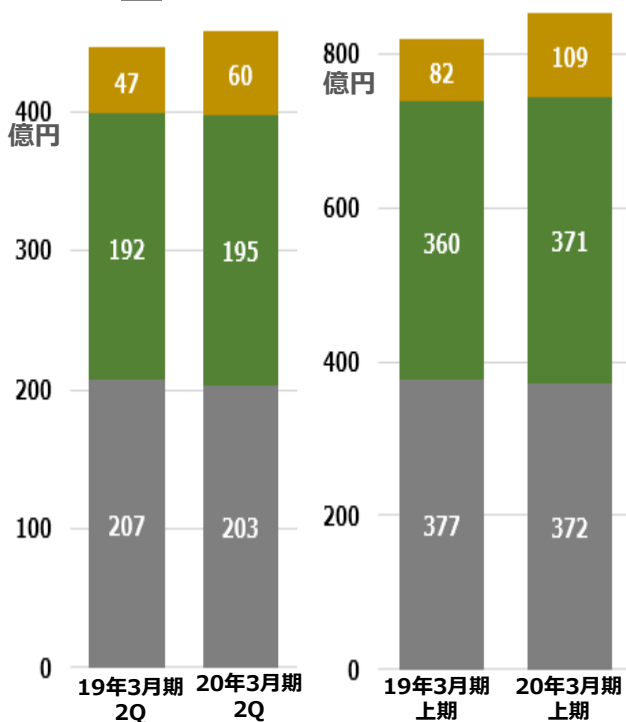
上期実績

【ジャンル別】

G-SHOCK, BABY-G（メタル）

G-SHOCK, BABY-G（プラ）

G以外



■ 2Q売上高：458億円 利益率：20%
（2Q 前年比 3%増収、現通ベース 7%増収）

- ・販売数量、平均単価
- 時計全体:数量+3%、単価 横ばい(円ベース)/+4%(現通ベース)

■ Gメタル拡充によるG-SHOCK大幅拡大

19年3月2Q 20年3月2Q

・Gメタル売上： 47億円 ⇒ 60億円 対前年 +28%

- ・販売数量、平均単価
- Gメタル:数量+18%、単価+10%(円ベース)/+14%(現通ベース)

・5000シリーズフルメタル『GMW-B5000』をコアとしたGメタルの好調持続

・200ドル台のGメタル新製品『GM-5600』投入（9月発売）によるボリュームゾーンの拡大

・プラのG-SHOCK『GA-110』の黒金カラーが海外で好調

・プラのG-SHOCK新製品91モデル投入による拡大
薄型化した新製品プラのG-SHOCK『GA-2100』が好調（8月発売）

■ G以外の売上は対前年フラット(現通ベース)

差別化を図った独自の新品拡充で時計市場縮小をカバー

- ・OCEANUS：超薄型『OCW-S5000』好調持続（6月発売）
- ・EDIFICE：超薄型『EQB-1000』好調（8月発売）
- ・ノンブランドも防水、長寿命の差別化機能搭載モデルが安定推移



G-SHOCK
フルメタル
『GMW-B5000』



G-SHOCK
メタル
『GM-5600』



G-SHOCK
プラ
『GA-110』



G-SHOCK
プラ
『GA-2100』



OCEANUS
超薄型
『OCW-S5000』

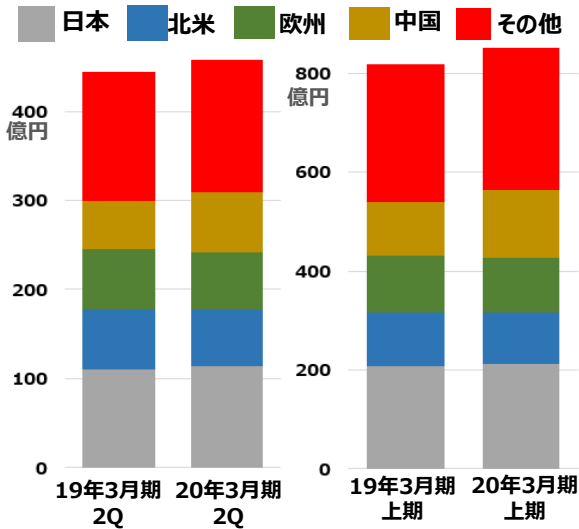


EDIFICE
超薄型
『EQB-1000』

時計事業概況（成長拡大事業）

上期実績

【エリア別】



【エリア別概況/2Q・上期】（前年比:現地通貨ベース）

■日本（前年比2Q+3%/上期+2%）
Gメタル、OCEANUS等の高価格帯商品強化による拡大

■北米（前年比2Q横ばい/上期横ばい）
GMW-B5000効果があり、Gメタルが拡大

■欧州（前年比2Q+2%/上期+2%）
EC向け販売が拡大し対前年プラスを維持

■中国（前年比2Q+35%/上期+36%）
大手EC2社の好調継続、前年比約1.6倍（EC販売比率50%超）
七夕商戦(8月7日)でプレゼント需要創出
主要都市に加え、地方都市にも拡大しスポーツイベントを開催
WeiboやWeChatのSNSなどのプロモーション効果によりG-SHOCK大幅拡大
G-SHOCK拡大に加え、G以外のEDIFICEも好調
EC流通との相乗効果で実店舗も好調

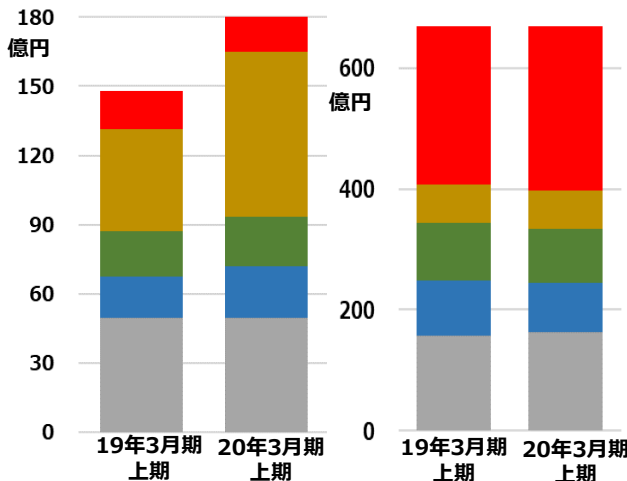


G-SHOCK
BABY-G
ペアウォッチ
『SLV-19A-1A』

■その他（前年比2Q+6%/上期+6%）
ASEANを中心に好調持続（特にベトナム、インドネシア、カンボジア等）
香港はデモ影響あるものの対前年でプラス

【EC】

【実店舗】



【EC販売実績/上期】

- ・全体：EC販売が対前年で大幅拡大(+25%)
- ・中国は高い成長を継続、欧米で大幅拡大
 - 中国：大手EC2社の好調継続
 - 1Qでの天猫ブランドデー、京東618セール効果が2Qも継続
 - 北米：自社ECサイトで対前年約4倍の売上

時計事業戦略（成長拡大事業）

通期見通し

- 下期は中国での好調継続とG-SHOCK拡大による製品ミックス改善効果が見込まれる。通期計画は変更せず。

単位：億円

	上期	下期	通期
売上高	852	928	1,780
営業利益率	21%	19%	20%
増収率 (現地通貨ベース)	+4% (+7%)	+3%	+4%

時計事業戦略（成長拡大事業）

通期見通し

■ 通期売上高：1,780億円 利益率：20%
（前年比 4%増収）

【ジャンル別】

■ G-SHOCK：Gメタルのラインアップ増強による拡大

- ・カーボン素材をベゼルに採用した『MTG-B1000X』発売（10月）
- ・フルメタル軽量チタンを採用『GMW-B5000』発売（11月）
- ・ボリュームゾーンのラインアップを拡充しメタルジャンル拡大（200ドル台の若者向けGメタルラインアップ拡大）
- ・プラのG-SHOCK新製品152モデル投入による拡大
- ・好調なプラG-SHOCK『GA-2100』カラーバリエーション追加による拡大（11月）



G-SHOCK
MT-G
カーボンベゼル
『MTG-B1000XBD』



G-SHOCK
フルメタル
チタン採用
『GMW-B5000TB』



G-SHOCK
プラ新色
『GA-2100TH-1AJF』

■ G以外：差別化を図った独自のラインアップ拡充

他社との差別化を図った独自の新製品拡充

- ・超薄型の江戸切子モデル『OCW-S5000D』発売(10月)
- ・Honda Racingコラボモデル『EQB-1000HRS/HR』発売（10月）



OCEANUS
江戸切子
『OCW-S5000D』



EDIFICE
Honda Racing
コラボモデル
『EQB-1000HRS』

時計事業戦略（成長拡大事業）

通期見通し

■ エリア戦略：中国の拡大継続とECの拡大

- ・中国：G-SHOCKのターゲットユーザー拡大（30代以上にも）
引き続きプロモーションをさらに都市部から地方へ拡大
30代以上の購買層にGメタル訴求、ECでの強化と実店舗の売場拡大
第3のEC勢力で若い女性にメイク、ファッション等で人気の『小红书（シャオフォンシュウ）』
などへの展開によりBABY-G拡大
独身の日セール（11月11日）に向けた大手ECとの販促強化
- ・ASEAN他：若者向けGメタル投入、ショッピングモール売場の拡大
人口拡大する中間所得層向けラインアップ強化による拡大
- ・日本：新製品MT-G、OCEANUS等の高価格帯商品強化による拡大
- ・北米：中国の成功事例を活用し、ECの更なる強化
新規ユーザー拡大に向けて八村塁選手を活用したプロモーション展開
- ・欧州：G-SHOCKの若者への浸透、Gメタルの販売強化とEC流通の拡大

■ プロモーション戦略：アンバサダーによるG-SHOCK強化

- ・八村塁選手（プロバスケットボールプレイヤー）とグローバルパートナーシップ契約。
- ・若者カルチャーと共に成長してきたG-SHOCKとスポーツとの親和性が高い
- ・トップアスリートであり、G-SHOCKファンである本人のSNSを通じて拡散。
（SNSフォロワー数：Instagram 約33万人、Twitter 約14万人）



教育関数事業概況（成長拡大事業）

上期実績

単位：億円

			上期
	1Q	2Q	
売上高	104	136	240
営業利益率	14%	14%	14%
増収率 (現地通貨ベース※)	-9% (-3%)	-4% (+5%)	-6% (+2%)

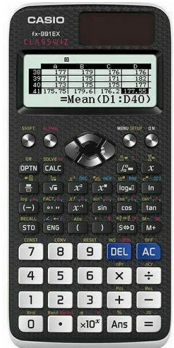
※海外子会社での会計基準変更影響除く

<既存事業>

- ・2Q売上高実績は為替影響等もあり、前年比4%減収（現通ベース5%増収）
- ・上期学販重点13カ国（アジアその他地域）の好調を受けて、関数電卓が順調に推移
- ・一般電卓は貿易摩擦の影響を1Qで一部受けたが2Qで回復

<新規事業>

- ・北米WEBアプリ事業は試験作成会社に加え、教科書出版会社と取引開始



ClassWiz
『FX-991EX』

教育関数事業戦略（成長拡大事業）

通期見通し

単位：億円

	上期	下期	通期
売上高	240	210	450
営業利益率	14%	17%	15%
増収率 (現地通貨ヘー入)	-6% (+2%)	+11%	+1%

<既存事業>

- ・学販重点13カ国（アジアその他地域）で下期に関数電卓は対前年1.5倍を計画
- ・一般電卓は需要回復に加え、消費税対応モデルで対前年でプラス計画

<新規事業>

- ・北米WEBアプリ事業商談状況
→試験運営会社6社、電子教科書出版社1社と商談中



ClassWiz
『FX-991EX』

教育関数事業（成長拡大事業）

北米WEBアプリ事業

数学の試験市場・教科書市場で、当社の計算技術を活かした新規領域拡大

電子試験

電子試験実施
(米国：州)

試験運営会社
(問題作成、採点)
1社と取引開始

ツール会社

2022年3月期売上高20億円を目指す

CASIO

Webアプリ事業開始

試験モジュール



ダイナミックな試験の実現

数学学習ツール



自動採点

$(x+1)(x+2)$

← TRUE

(x^3+2x+1)

← FALSE



数式の
正誤判定

計算技術でツール提供
(数式演算・数式処理)

電子教科書

電子教科書
(学区)

出版社
(電子教科書制作)
1社と取引開始

ツール会社

収益改善事業概況

上期実績 (電子辞書、楽器、プロジェクター、その他システム等)

- 上期売上高はプロジェクターの低付加モデル販売抑制などにより前年比で減収だが、構造改革による収益改善効果により営業利益は計画値達成。

2Q売上高

- ・辞書：国内の安定した高校生需要により前年比横ばい
- ・楽器：電子ピアノSlim & Smartの好調により売上増
- ・その他システム：国内軽減税率対応によりSAで売上拡大（国内SA前年比2倍）、その他システム全体でも売上増
- ・プロジェクター：低付加モデル販売抑制、教育ソリューション（ES）シリーズの浸透遅れにより減収

2Q営業利益

- ・楽器：Slim & Smartの売上増による粗利額改善および物流費等付随コスト低減

単位：億円

			上期
	1Q	2Q	
売上高 (前年実績)	146 (164)	185 (176)	330 (339)
営業利益 (前年実績)	-9 (-11)	2 (1)	-7 (-10)

※2Q内訳) 売上高：電子辞書約15% 楽器約30% システム約52%(内プロジェクター 約25%) 他電子文具
営業利益：プロジェクター -4億円

収益改善事業の構造改革成果

上期実績/通期見通し (電子辞書、楽器、プロジェクター、その他システム等)

<構造改革効果の進捗状況>

単位：億円

	上期	下期	通期	摘要
早期退職優遇制度	+2	+4	+6	スタッフ・営業部門
全社経費削減	+1	+3	+4	TV・広告塔等
事業経費削減	+1	+3	+4	販売網の見直しによる販促費削減等
粗利額改善	+1	+8	+9	楽器：新モデル部品点数削減等 DPJ：低付加モデル販売抑制
事業構造改善費用効果	+3	+5	+8	減損計上による減価償却費低減等
米中貿易摩擦影響	—	-2	-2	楽器
開発投資等	-5	-3	-8	
合計	+3	+18	+21	

収益改善事業戦略

通期見通し

(電子辞書、楽器、プロジェクター、その他システム等)

さらなる事業変革により利益率1%を目指す

売上修正額 通期：-35億円修正

単位：億円

	上期	下期	通期
売上高 (前年実績)	330 (339)	430 (408)	760 (747)
営業利益 (前年実績)	-7 (-10)	15 (-3)	8 (-13)

※下期内訳) 売上高：電子辞書約34% 楽器約28%

システム約36%(内プロジェクター 約26%) 他電子文具

電子辞書

- ・新製品を4Qに投入予定
- ・中国での重点校へのGAKUHAN活動強化による販売拡大



『XD-SR9800』
(日本展開モデル)



『E-R99』
(中国展開モデル)

収益改善事業戦略

通期見通し

楽器

小型化したSlim&Smartによる改善効果

■ 事業経費削減

- ・ 売上高物流費比率10%改善
- ・ 販売店舗見直しによる販促費等の削減

■ 粗利額改善

- ・ 部品点数削減による資材コスト削減
- ・ 差別化商品による単価アップ



電子ピアノ Privia
『PX-S1000』

システム

【プロジェクター】

- ・ 教育ソリューション（ES）モデル販売強化
- ・ 小型ハイブリッド光源の強みを生かした新規領域展開

【その他システム】

- ・ PA：Android™ 9を搭載したスキャナ内蔵の薄型、軽量、大画面の新製品ハンディターミナルを投入（12月）接客や看護支援などの業務で活用
- ・ SA：引き続き軽減税率対応効果が継続



プロジェクター
ESモデル



Android™ 9搭載
ハンディターミナル
『ET-L10』



QRコード決済サービス
対応端末と連動可能
レジスター
『SR-S200』

2020年3月期 計画

単位: 億円

連結	2020年3月期					
	上期実績	前年比	下期計画	前年比	通期計画	前年比
売上高	1,458	100%	1,642	107%	3,100	104%
営業利益	167	113%	148	96%	315	104%
利益率	11.4%		9.0%		10.2%	
経常利益	157	109%	153	99%	310	104%
当期純利益	127	115%	98	89%	225	102%
1株利益(円)	52.12		40.27		92.41	

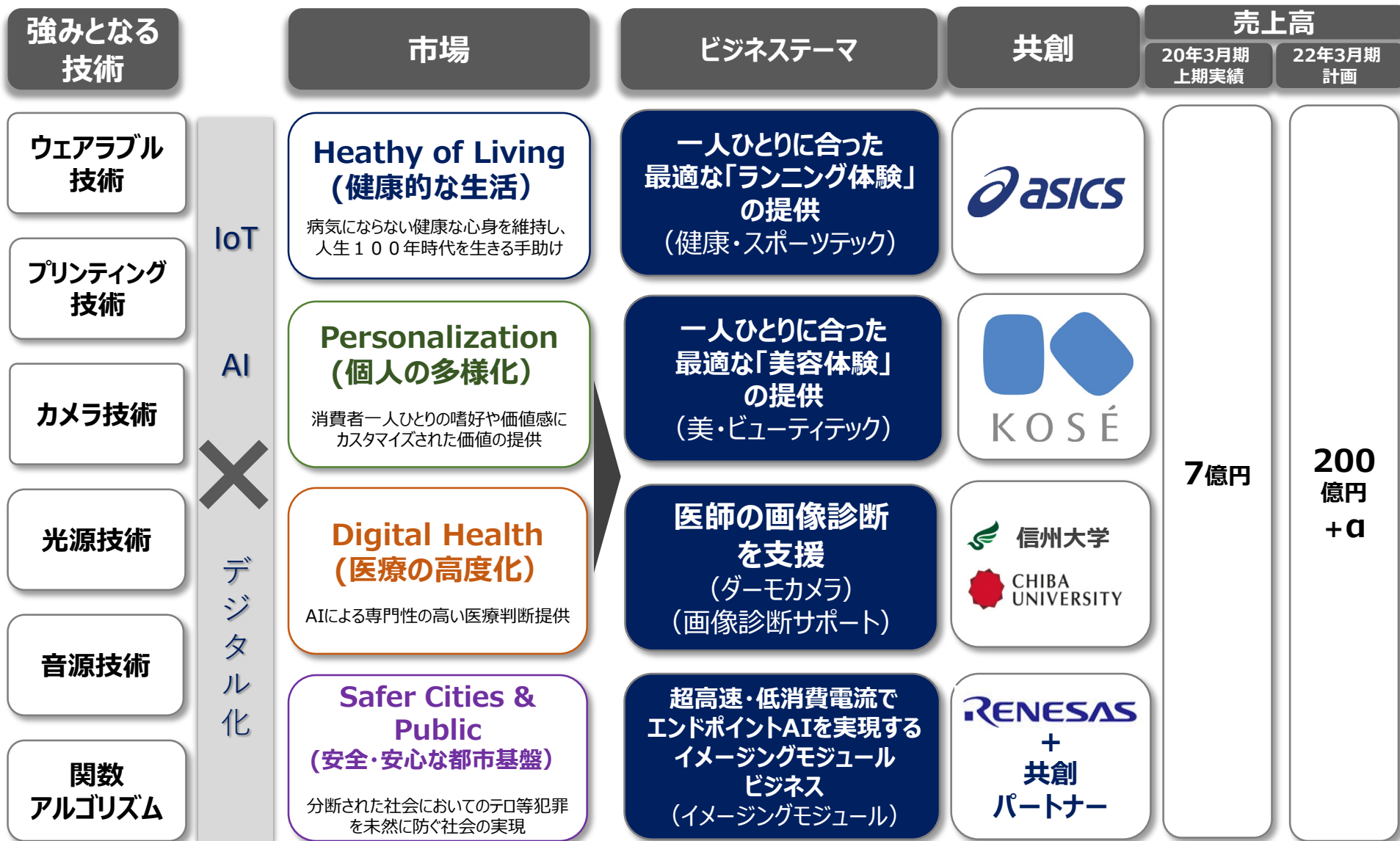
為替円高の影響により
売上高を50億円修正

2020年3月期 計画 セグメント別売上・営業利益

単位：億円

		連結	2020年3月期					
			上期実績	前年比	下期計画	前年比	通期計画	前年比
売上高	コンシューマ	1,267	102%	1,438	108%	2,705	105%	
	システム	162	91%	153	96%	315	93%	
	その他	29	79%	51	153%	80	115%	
	合計	1,458	100%	1,642	107%	3,100	104%	
営業利益	コンシューマ	207	113%	218	109%	425	111%	
	システム	▲6	-	6	-	0	-	
	その他	2	88%	▲2	-	0	-	
	調整額	▲37	-	▲73	-	▲110	-	
	合計	167	113%	148	96%	315	104%	

新規事業の創出



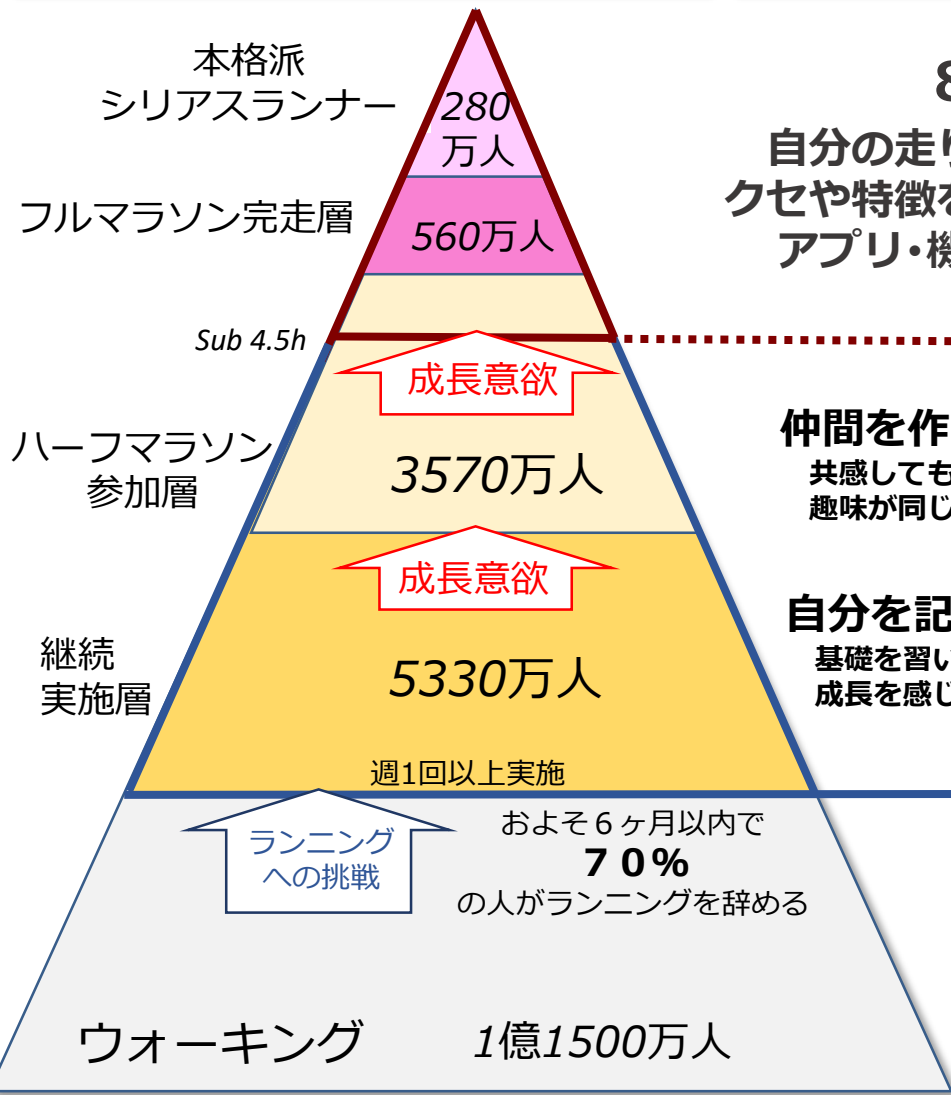
新規事業【スポーツテック事業】

すべてのランナー（初心者～本格派シリアスランナー）の成長を支え続ける新規サービス提供
 (新ブランド設立)

ランナー市場(レベル別世界人口)

ランナーのニーズ

新ブランドアプリ立上げ



86%
 自分の走り・フォームのクセや特徴を評価してくれるアプリ・機器を使いたい

仲間を作る
 共感してもらえる嬉しさ楽しさ
 趣味が同じ仲間ができる

自分を記録し知る
 基礎を習い、走りを記録する
 成長を感じる、楽しくなると続けられる



- 一人ひとりにあったフォーム分析とコーチング
- 実力に最適なシューズ推奨



- ユーザ参加型イベント (チャレンジ機能)
- ログ記録
- SNS コミュニティ

会員4700万人
 Runkeeperの資産活用

新規事業【スポーツテック事業】



スポーツ工学研究所
(バイオメカニクス・生理学)
プロスポーツ選手のサポート

高機能ランニングシューズの開発研究
トータルファッション提案
(アスレジャー)



共創

知識／知見
技術

ハードウェア
商品化

新規ランナー向け
統合サービス



生体信号処理などのデジタル化技術
省電力／小型化／堅牢性等の技術

スポーツ向けスマートウォッチ開発
スポーツを可視化するセンシングデバイス開発
AIアルゴリズム開発



2020年より逐次投入しランナー向けサービス事業開始

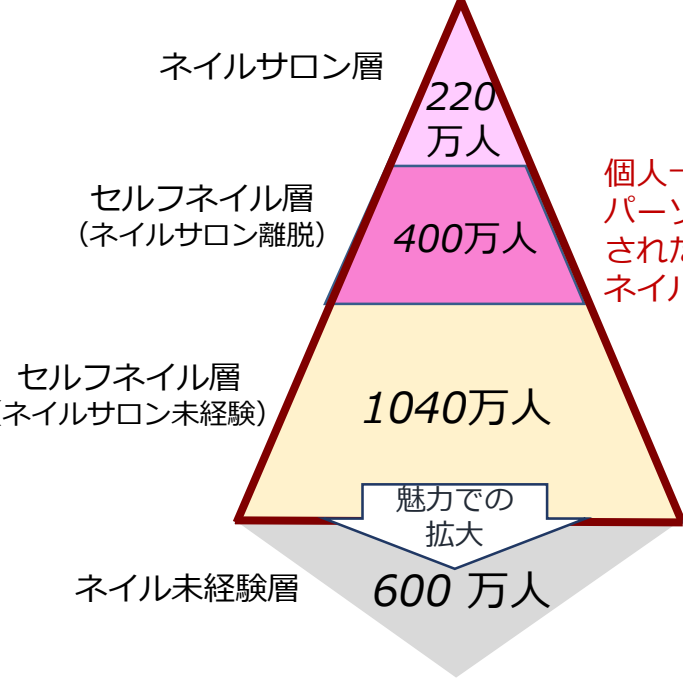
- | | | | | |
|---|---|--|--|--|
| <p>【国内】</p> <ul style="list-style-type: none"> 東京マラソン 神戸マラソン 神奈川マラソン 横浜マラソン 岡山マラソン 京都マラソン 他 | <p>【中国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 西安国際マラソン 無錫国際マラソン 香港10Kシティレース | <p>【アジア】</p> <ul style="list-style-type: none"> インド ムンバイマラソン インド TCS世界10Kバンガロー | <p>【欧州】</p> <ul style="list-style-type: none"> パリマラソン ストックホルムマラソン バルセロナマラソン フランクフルトマラソン ベルリン 10K UK ASICS プリティッシュ10K 他 | <p>【北米】</p> <ul style="list-style-type: none"> LAマラソン |
|---|---|--|--|--|

成長の実感の場
(ASICS / CASIO スポンサー)



新規事業【ビューティーテック事業】

日本国内20歳~49歳女性のネイルユーザセグメント



個人一人ひとり
パーソナライズ
された新しい
ネイル体験提供



CASIO

- 画像認識**
 - 爪形状認識
カメラ画像より爪形状認識
- 画像補正**
 - 形状補正
湾曲レベルの応じた画像圧縮
 - 輪郭補正
角度に応じた爪根本付近の輪郭補正
- 印刷制御**
 - 濃度補正
角度に応じた爪根本付近の印刷濃度補正

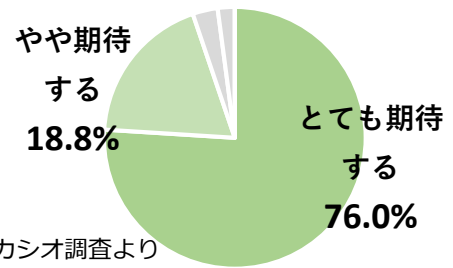
KOSÉ

ネイル市場No.1のブランド※を擁するコーセー
※ネイルホリック(NAIL HOLIC)は
発売から4年で総出荷数量3,000万個突破

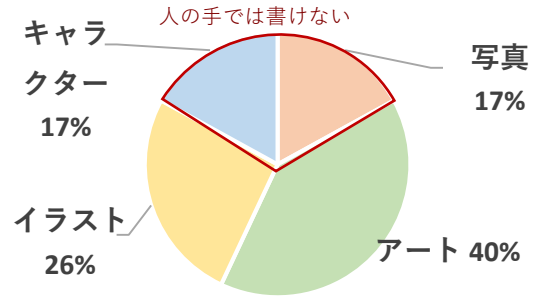
化粧品開発技術
機能性と感性の融合技術

- ネイルインク消耗品開発供給
- ネイルデザインコンテンツ開発
- 美容市場の知見/チャンネル

TPOによってデザインを
使い分ける意向



ネイルデザインの意向



ネイルプリンター共同開発のポイント

- インク吐出技術とネイルカラーインク共同開発によるユーザ工程の削減 (完全自動化を目指す)
- ネイルデザイン等の新しいネイルコンテンツ開発
- 導入施設が安心できる「コーセーとカシオ」という信頼ブランドのコラボレーション

新規事業【ビューティーテック事業】



ネイルプリンターと関連サービスの事業化に向けて2019年12月実証実験開始

第1弾：12月 Maison KOSE (銀座)



パーソナライズされた美容体験提案の場

新しいネイル体験の提供
付加価値サービスの模索研究

KOSEブランドとのコラボレーション

第2弾：順次展開拡大

化粧品売場
ネイルサロン
ヘアサロン

コーセー取引流通に対して
KOSE x CASIO
にて協議し順次提案し拡大

多様な顧客セグメントでの市場検証と早期事業化を目指す

カシオとして狙うネイル文化の姿

- 「持続性」から「手軽に短期間で着せ替える」ネイルへ
- メイクよりも、常識に縛られない、より“自由度の高い自己表現ツール”
- ネイルサロンだけでなく、「コンビニ」「コンサート会場」「映画館」「結婚式場」「観光施設（ご当地キャラ）」など新しいサービス施設でのネイルビジネスの誕生

新規事業【メディカル事業】

- ・画像診療 からスタート
- ・次期STEP AIサポート診療 まで拡張

- ◆国内市場展開 (医師/歯科医師数 約40万人)
- ◆海外市場展開

ダーモカメラ (ハード)

強み

カメラ開発技術

共同研究
千葉大学

撮影

画像診療

D'z IMAGE Viewer (ソフト)

撮影画像

共同研究
信州大学

- ・自動取込
- ・自動分類
- ・自動転送

カメラと診断サポートを繋ぐ



AMED
事業化支援

補助金

代表機関

分担機関

CASIO

共同研究

信州大学

AIサポート診断へ向けて

- ・ AMED補助金交付
- ・ AI診断サポートサービス、最長5年間、最大11億円の事業化支援
- ・ グローバルに展開

新規事業【イメージングモジュールビジネス】

デジタルカメラ事業で培った画像処理／エンジン技術を活用したモジュールビジネス

ソフトウェア
モジュール

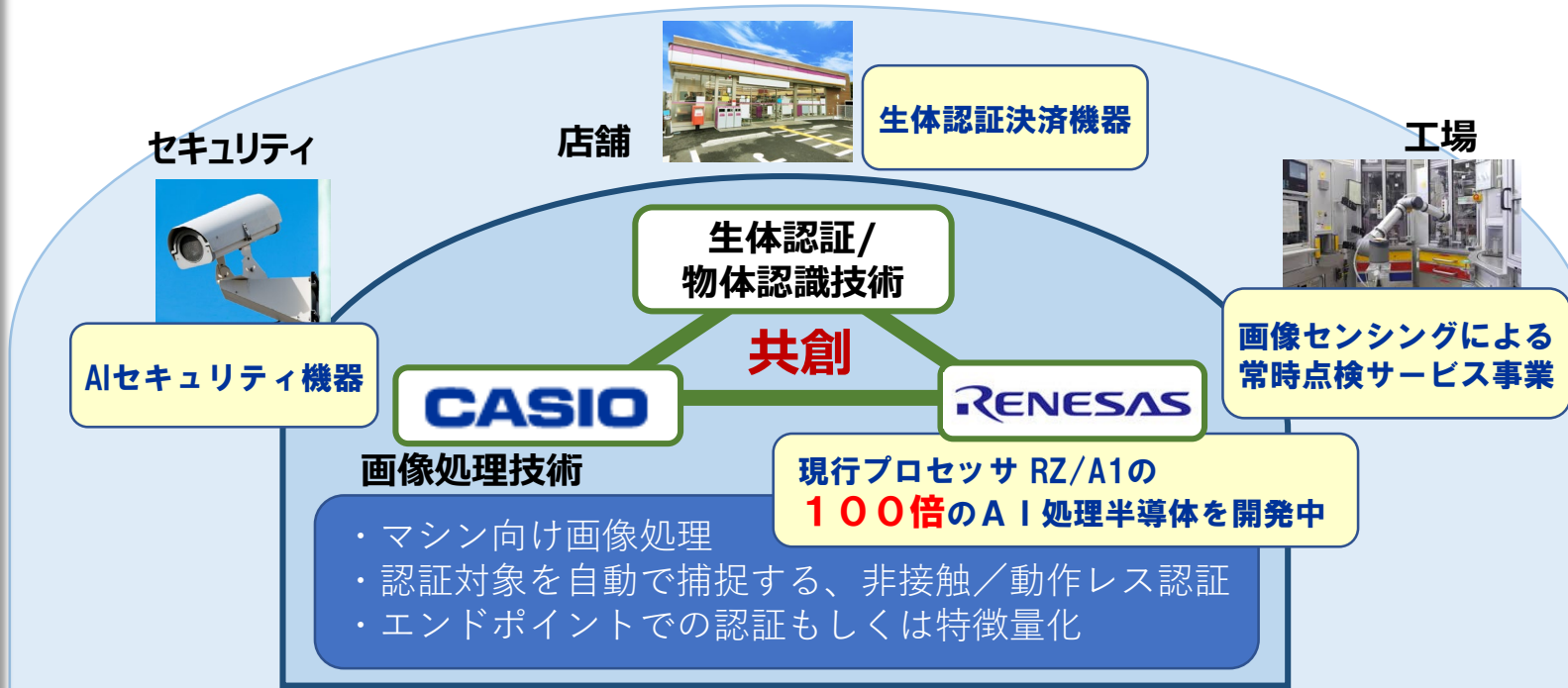
デジタルカメラ事業で培った美顔処理技術を
スマートフォンメーカーへソフトウェア提供

事業展開中

超高速／低消費電力でエンドポイントAIを実現
するイメージングモジュールを開発／提供

2020年度末事業化

ハードウェア
モジュール



為替影響について

為替感応度 (主要通貨)

	為替前提 (2019年10月~2020年3月)	1円変動による影響額(年間)	
		売上高	営業利益
米ドル	108円	10億円	— (※1)
ユーロ	118円	3.5億円	2.5億円
人民元	15.0円	18億円	12億円

※1 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)

	第1四半期	第2四半期	上期
米ドル	109.9円(+0.8円)	107.4円(-4.1円)	108.6円(-1.6円)
ユーロ	123.5円(-6.6円)	119.3円(-10.3円)	121.4円(-8.4円)
人民元	16.1円(-1.0円)	15.3円(-1.1円)	15.7円(-1.1円)

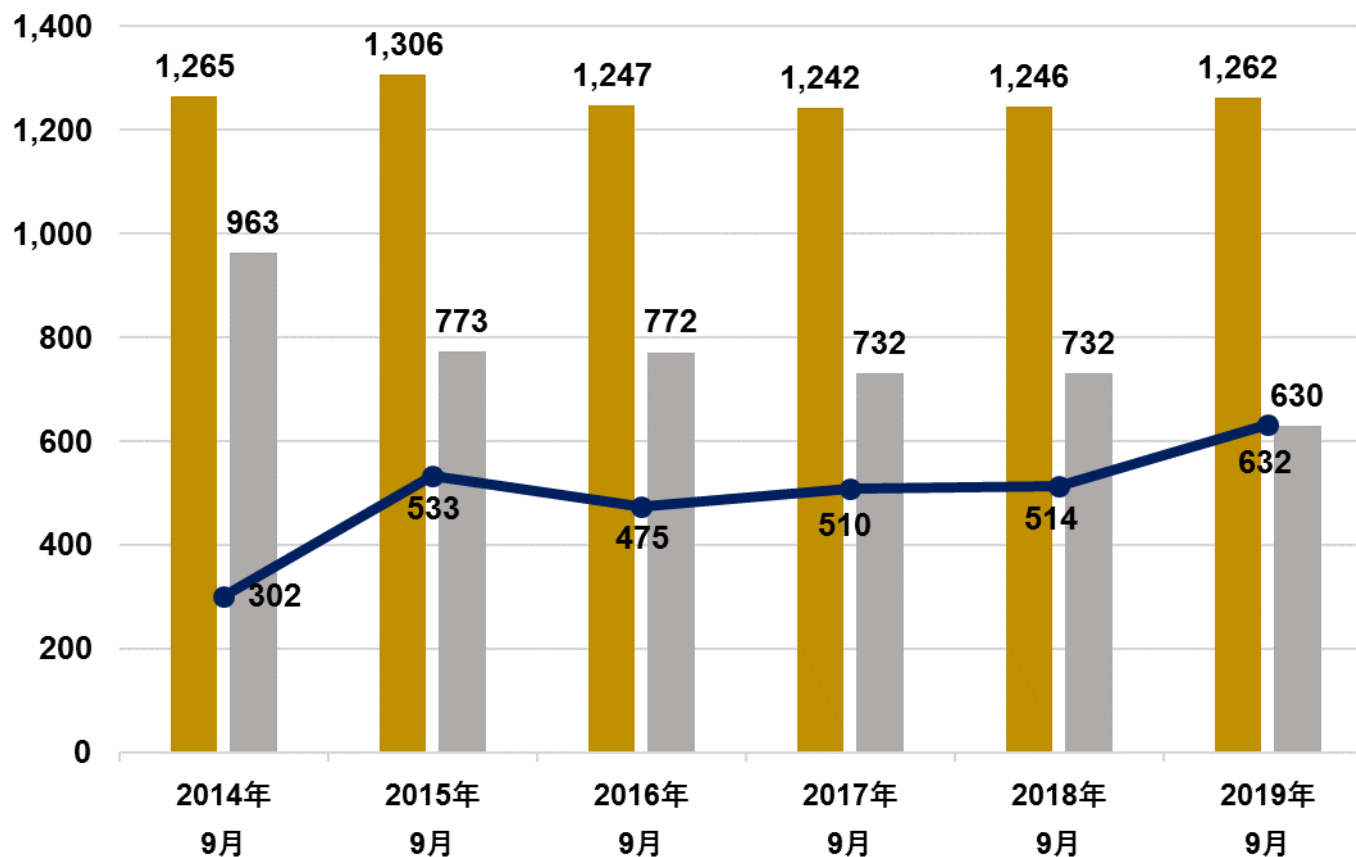
為替影響額

	上期 対前年比
売上高	-42億円
営業利益	-17億円

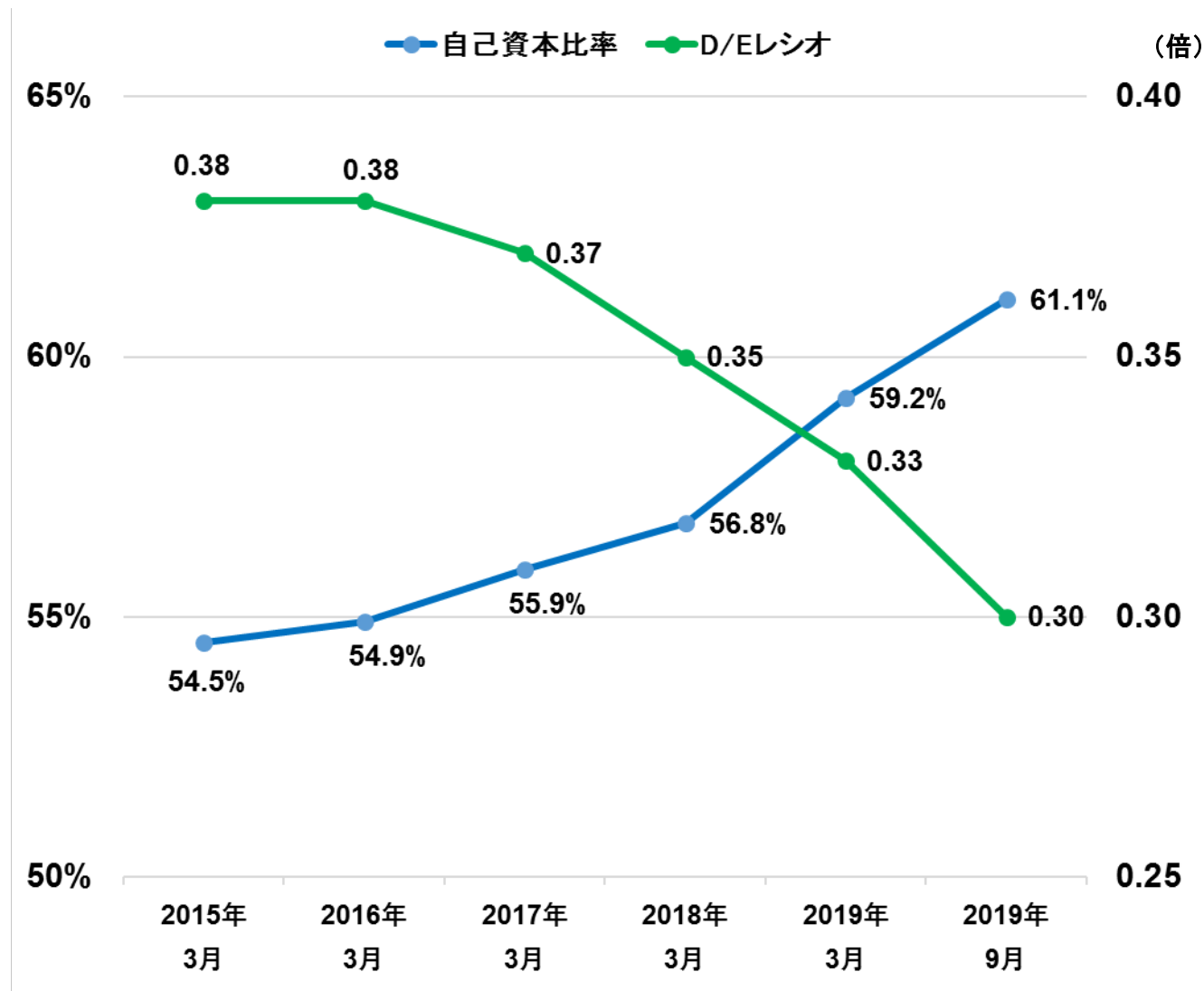
■手元流動資金・有利子負債・ネットキャッシュ(第2四半期対比)

■ 手元流動資金 ■ 有利子負債 ● ネットキャッシュ

(億円)



■ 自己資本比率・D/Eレシオ



END