



# 2026年3月期第3四半期 決算概要

2026年1月29日

カシオ計算機株式会社

## 全社連結実績

単位：億円

	第3四半期（10月～12月）		前年同期比	
	2024年度実績	2025年度実績	増減	増減率
売上高	588	<b>754</b>	165	128.1%
営業利益	9	<b>87</b>	78	976.2%
営業利益率	1.5%	<b>11.5%</b>		
経常利益	13	<b>95</b>	83	739.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	7	<b>74</b>	67	1,078.3%
1株利益（円）	3.00	<b>32.29</b>		

平均為替 レート (円)	米ドル	152.4	<b>154.2</b>
	ユーロ	162.6	<b>179.4</b>
	人民元	21.2	<b>21.7</b>

## セグメント別実績

単位：億円

		第3四半期（10月～12月）		前年同期比	
		2024年度実績	2025年度実績	増減	増減率
時計	売上高	396	533	137	134.5%
	営業利益	38	103	65	270.7%
	営業利益率	9.6%	19.4%		
コンシューマ	売上高	166	197	31	118.7%
	営業利益	-8	1	9	-
	営業利益率	-	0.7%		
その他	売上高	26	24	-2	90.6%
	営業利益	-7	-3	4	-
	営業利益率	-	-		
調整額	営業利益	-14	-15	-1	-
合計	売上高	588	754	165	128.1%
	営業利益	9	87	78	976.2%
	営業利益率	1.5%	11.5%		

- ・2026年3月期より、従来「システム」セグメントに計上していた事業を「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
- ・当該2026年3月期第3四半期の「その他」に含まれる非継続事業：売上高5億円、営業利益-4億円

## 全社連結実績

単位：億円

	第3四半期（4月～12月）		前年同期比	
	2024年度実績	2025年度実績	増減	増減率
売上高	1,958	<b>2,080</b>	122	106.2%
営業利益	112	<b>182</b>	69	161.7%
営業利益率	5.7%	<b>8.7%</b>		
経常利益	112	<b>203</b>	91	180.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	43	<b>154</b>	112	361.6%
1株利益（円）	18.59	<b>67.59</b>		

平均為替 レート (円)	米ドル	152.6	<b>148.7</b>
	ユーロ	164.8	<b>171.8</b>
	人民元	21.2	<b>20.8</b>

## セグメント別実績

単位：億円

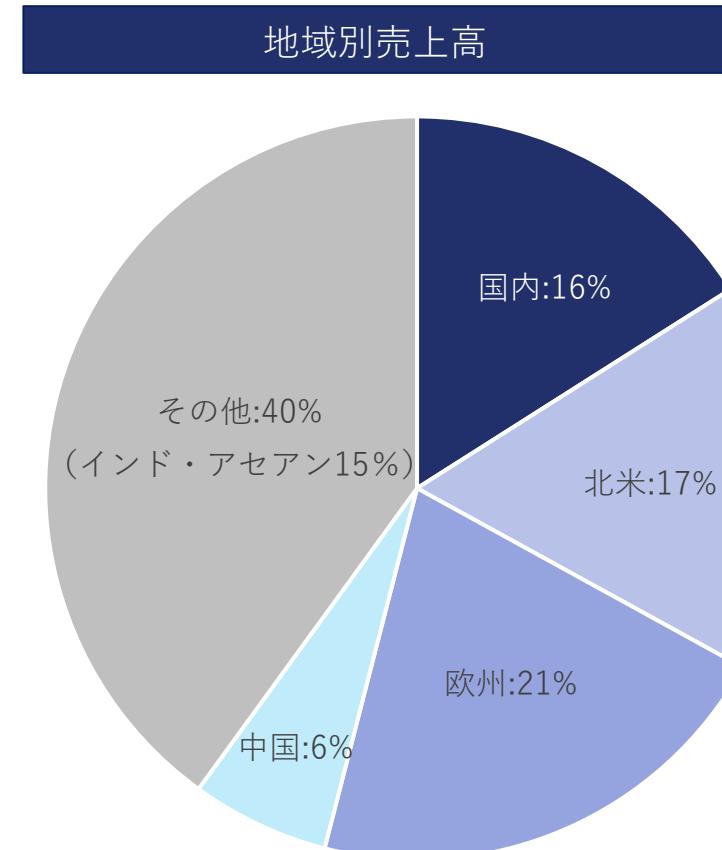
		第3四半期（4月～12月）		前年同期比	
		2024年度実績	2025年度実績	増減	増減率
時計	売上高	1,250	1,390	140	111.2%
	営業利益	160	211	51	132.1%
	営業利益率	12.8%	15.2%		
コンシューマ	売上高	611	621	10	101.6%
	営業利益	18	28	9	149.9%
	営業利益率	3.0%	4.4%		
その他	売上高	97	70	-28	71.5%
	営業利益	-21	-11	10	-
	営業利益率	-	-		
調整額	営業利益	-45	-46	-1	-
合計	売上高	1,958	2,080	122	106.2%
	営業利益	112	182	69	161.7%
	営業利益率	5.7%	8.7%		

- ・2026年3月期より、従来「システム」セグメントに計上していた事業を「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
- ・当該2026年3月期第3四半期（4月～12月）実績の「その他」に含まれる非継続事業：売上高21億円、営業利益-15億円

	上期（4月～9月）		第3四半期（10月～12月）		通期計画 (2025年8月公表)
	前期	今期	前期	今期	
売上高	854	857	396	533	1,760
営業利益率	14.3%	12.6%	9.6%	19.4%	13.4%

- 年末商戦期において売上伸長、更に新製品効果もあり好調に推移
- G-SHOCK、CASIO WATCHの従来からの2軸戦略が奏功し、新規層への認知拡大にも寄与
- 売上拡大を受け、営業利益率は19%台を達成

単位：億円



※第3四半期実績(10月～12月)

全体：+30%（前年同期比）+13%（前々年同期比）※現地通貨ベース

※前期の第3四半期はランサムウェア攻撃によるシステム障害影響（売上高減少）が生じているため、前年同期との比較と併せ、前々年第3四半期との比較数値も参考のため記載

国内：+22%（前年）+13%（前々年）

- 中国人観光客の減少によりインバウンド比率微減も、内需堅調
- G-SHOCKも新製品を中心に好調

中国：+5%（前年）-47%（前々年）

- 新製品のセルインは伸長するも、低調継続
- プロモーション活動は市場を注視しながら実施

北米：+36%（前年）+19%（前々年）

- 時計需要が堅調でブラックフライデーなどをはじめとした年末商戦もオンライン／オフライン双方で好調
- 直営ECの強化継続で売上順調に拡大

その他：+42%（前年）+30%（前々年）

- G-SHOCK、CASIO WATCHともに大きく伸長
- 注力地域のインドはオンライン／オフラインとともに堅調
- 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
- ラテンアメリカ、中近東、アフリカ地域も堅調に推移

欧州：+22%（前年）+14%（前々年）

- CASIO WATCHが堅調に推移
- スペイン、イタリアが好調
- 1月の価格改定前の駆け込み需要あり

G-SHOCK比率 (BABY-G含) 約43% (メタル約13%・プラスチック約30%)

G-SHOCK売上個数 約180万個 (内BABY-G 約20万個) ※前期3Q約155万個 (内BABY-G 約20万個)

## G-SHOCK (メタル・MR-G)

- ・ 視認性に優れたMIP液晶採用の『GMW-BZ5000』、装着性のよいミニマルデザインの『GST-B1000』など、新製品がグローバルで好調
- ・ 銅金師・小林正雄氏が制作した刀の鐔（つば）をモチーフにしたMR-G『MRG-B2000KT』が国内で人気



『GMW-BZ5000』



『GST-B1000』



MR-G  
『MRG-B2000KT』

## G-SHOCK (プラスチック)

- ・ 定番モデル「5600」シリーズがレトロ回帰ブームを受け若者層で販売拡大
- ・ 指輪型G-SHOCK『DWN-5600』が新しいファン層を獲得



『GW-M5610U』



G-SHOCK nano  
『DWN-5600』

## CASIO WATCH・EDIFICE他

- ・ CASIO WATCHはグローバルで伸長し、若者のレトロ、ヴィンテージトレンドを受け、定番モデルの『A159』や新製品『AQ-240』も好調
- ・ カラーダイアルを採用したEDIFICE『EFR-S108D』がその他地域、欧州で人気



CASIO WATCH  
『A159』



CASIO WATCH  
『AQ-240』



EDIFICE  
『EFR-S108D』

## ■ EdTech（教育）

	上期（4月～9月）		第3四半期（10月～12月）		通期計画 (2025年8月公表)
	前期	今期	前期	今期	
売上高	341	329	106	132	640
営業利益率	14.1%	13.0%	-4.6%	5.2%	11.7%

単位：億円

## 【3Q実績】

売上高 : 関数・一般電卓 約88% 電子辞書他 約12%  
 営業利益率 : 関数・一般電卓 12.2%  
 営業利益 : 電子辞書他 約-7億円

- アジア地域中心に値上げ前の駆け込み需要あり
- 計画通りに推移

## ■ サウンド（楽器）

	上期（4月～9月）		第3四半期（10月～12月）		通期計画 (2025年8月公表)
	前期	今期	前期	今期	
売上高	104	95	60	65	230
営業利益	-22	-17	-3	-5	-20

単位：億円

- 欧米における市場環境は厳しさが継続
- 市況の回復ペースは鈍く、需要の戻りに時間要する見通し

# 2026年3月期 通期業績見通し

---

## 第3四半期実績を踏まえ、2026年3月期業績計画を上方修正

## 全社連結計画

単位：億円

	2025年 3月期 通期実績	2026年3月期通期計画				
		2025年8月公表		2026年1月公表		
		通期計画	対前年 増減率	通期計画	2025年8月 公表計画比	対前年 増減率
売上高	2,618	2,700	103.1%	2,740	+40	104.7%
営業利益	142	210	147.5%	220	+10	154.5%
営業利益率	5.4%	7.8%		8.0%		
経常利益	141	205	145.1%	240	+35	169.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	81	150	186.0%	170	+20	210.8%
1株利益（円）	35.22	65.76		74.53		

下期想定為替レート（円）	
米ドル	145
ユーロ	170
人民元	20.5

## セグメント別計画

単位：億円

		2025年 3月期 通期実績	2026年3月期通期計画				
			2025年8月公表		2026年1月公表		
			通期計画	対前年 増減率	通期計画	2025年8月 公表計画比	対前年 増減率
時計	売上高	1,661	1,760	105.9%	1,800	+40	108.4%
	営業利益	203	235	115.9%	250	+15	123.3%
	営業利益率	12.2%	13.4%		13.9%		
コンシューマ	売上高	821	870	106.0%	860	-10	104.8%
	営業利益	22	55	254.2%	50	-5	231.1%
	営業利益率	2.6%	6.3%		5.8%		
その他	売上高	135	70	-	80	+10	-
	営業利益	-20	-20	-	-20		-
調整額	営業利益	-62	-60	-	-60		-
合計	売上高	2,618	2,700	103.1%	2,740	+40	104.7%
	営業利益	142	210	147.5%	220	+10	154.5%
	営業利益率	5.4%	7.8%		8.0%		

## 【コンシューマの事業別計画】

単位：億円

		2025年 8月公表	2026年 1月公表
		通期計画	通期計画
EdTech	売上高	640	640
	営業利益	75	75
	営業利益率	11.7%	11.7%
サウンド	売上高	230	220
	営業利益	-20	-25
	営業利益率	-	-

・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

## G-SHOCK × CASIO WATCHの2軸戦略が奏功し、両ブランド共に売上拡大

### G-SHOCK 繼続施策効果によりG-SHOCK堅調

#### プレミアムライン

高価格帯

- MR-G感性価値の訴求
- 高額流通への更なる注力
- 高級時計愛好家に向けたイベント等による直接的なアプローチ



#### メタルライン

中高価格帯

- アイコニックモデルの正統進化
- トレンドを取り入れた新商品
- 時計専門店、自社EC強化の継続



#### エントリーライン

低中価格帯

- 売れ筋モデルへの継続注力
- G-SHOCKの価値を若年層に再度訴求するグローバルマーケティング



### CASIO WATCH 戰略的マーケティングで売上拡大

#### 商品

- 高単価化
- ユニークなデザイン
- 独自性を重視する顧客層からの高い支持



#### マーケティング

- CASIO WATCHの世界観をグローバルで店頭演出強化
- ブランドヒストリー、ヘリテージを訴求するマーケティング活動
- 商戦期の季節イメージに合わせた着用提案を自社Web・SNS等で連動発信
- アセアンなどの注力地域において、ファッション感度の高い若者に向けた訴求を強化し認知度と好感度を高める



## 市場特性×ターゲットユーザーに向けたマーケティング活動

### グローバル

グローバルアンバサダーに“XG”を起用し、常識にとらわれないスタイルで世界中の人々をエンパワーする”XG”と、G-SHOCKをシンクロさせ、より強力なブランドメッセージを訴求

世界的クリエイターNIGO氏デザインのG-SHOCKの象徴的な4モデルのキャラクターを活用したコラボプロジェクトの展開推進



### 国内

#### 顧客体験の充実によるブランド訴求強化

2025年12月、伊勢丹新宿店の本館1階「ザ・ステージ」で、カシオの革新的なものづくり思想をお客様に直接伝えるポップアップイベントを実施



※高価格帯製品、限定品等を中心に販売

### その他地域

#### 注力地域への展開加速

インド：2大アンバサダーの継続活用、大都市から地方都市へタッチポイントの増大

アセアン：若者をターゲットにしたCASIO WATCHのプロモーション強化

### 欧州

#### G-SHOCKとCASIO WATCHのアンバサダーマーケティングを継続

フランスでのG-SHOCKブームを契機に人気が波及する欧州では、汎欧州アンバサダーのCentral Cee × 各国ローカルアンバサダーを活用

## EdTech（教育）

- 関数電卓
  - ◆ New ClassWizの販売拡大継続
  - ◆ 模倣品の取締りと真贋判定の強化、正規品シェア拡大
  - ◆ 重点国での需要創造／普及拡大活動の継続強化
    - ・インドネシア／エジプトでの、令和7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：fx-991CW

## 一般電卓

- ◆ 電卓60周年記念
  - ・イベントを通じカシオ電卓の歴史と進化を伝え、それを店頭構築へ繋げ売上拡大をはかる
- ◆ 新製品
  - ・使いやすく、特徴的なデザインの新製品リリース



デザイン電卓「Comfy」  
葛飾北斎デザインの  
ムーミンコラボモデル JT-200T-MM



ムーミンコラボモデル  
スタイルリッシュ電卓  
JT-M200-TJ

## 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
  - ・Libryとカシオが共同開発する、クラウド上で試験問題や補助教材が作成できる新ツール「Q.Bank」の提供（2026年3月）を予定



## サウンド（楽器）

- ◆ 高付加価値ジャンルのブランド認知拡大の取り組み継続
- ◆ 新技術を活用した新たな体験価値創造
- ◆ 構造改革の継続
  - （ラインアップ半減、不採算エリア撤退の検討継続）
- ◆ 動画コンテンツの配信
  - ・世界的ピアニスト、マルタ・アルゲリッチさんとCASIO電子楽器アンバサダーを務めるピアニスト角野隼斗さんの対談



角野隼斗さん マルタ・アルゲリッチさん

## Moflin

- AIペットロボット“Moflin（モフリン）”は、国内で2024年11月より販売開始、当初の想定よりも幅広いユーザー層に受け入れられ、販売好調
- 需要が供給を上回る状況が続き、2025年末より公式サイトで定期的な抽選販売を実施

### オーナーの声を受け新しい展開へ

- SNSを中心に、Moflinとの暮らしや魅力を発信するオーナー同士のコミュニティが活発化。2025年11月には発売1周年を記念し、オーナー向けのアニバーサリーイベント「Happy Moflin Day!」を開催
- オーナーからの要望を受け、2025年12月より専用マットや鞄などのオフィシャルグッズを販売開始
- 今後もMoflinの魅力発信につながるオーナー向けのファンイベントを展開予定

### 海外展開の開始

- 2025年10月よりアメリカ、イギリスでの販売を開始

こころであういきもの

# Moflin

Moflin（モフリン）はいきもののような心を持ち、  
心に元気をくれるバディ。  
人とふれあうことで感情が育つ  
AIペット（コミュニケーションロボット）です。



# 補足資料

---

## カシオ中国 模倣品対策で企業法務傑出貢献大賞を受賞



2025年11月28日、China Business Law Journal主催の「2025年度企業法務傑出貢献大賞」を、カシオ中国が受賞

カシオ中国は2005年より専門チームを設置し、工場摘発、税関差止、市場摘発、オンライン対策、知的財産権侵害訴訟など、多角的な模倣品対策を展開。商標権侵害のみならず、意匠権や不正競争防止法を活用した戦略的な取り組みが高く評価され、2年連続の受賞となった

## “ClassPad Scoring”が 「日本e-Learning大賞 厚生労働大臣賞」を受賞



数学の試験やe-Learningの採点を自動化する数式自動採点エンジン“ClassPad Scoring（クラスパッド スコアリング）”が、一般社団法人 日本オンライン教育産業協会が主催する「第22回 日本e-Learning大賞※」の「厚生労働大臣賞」を受賞

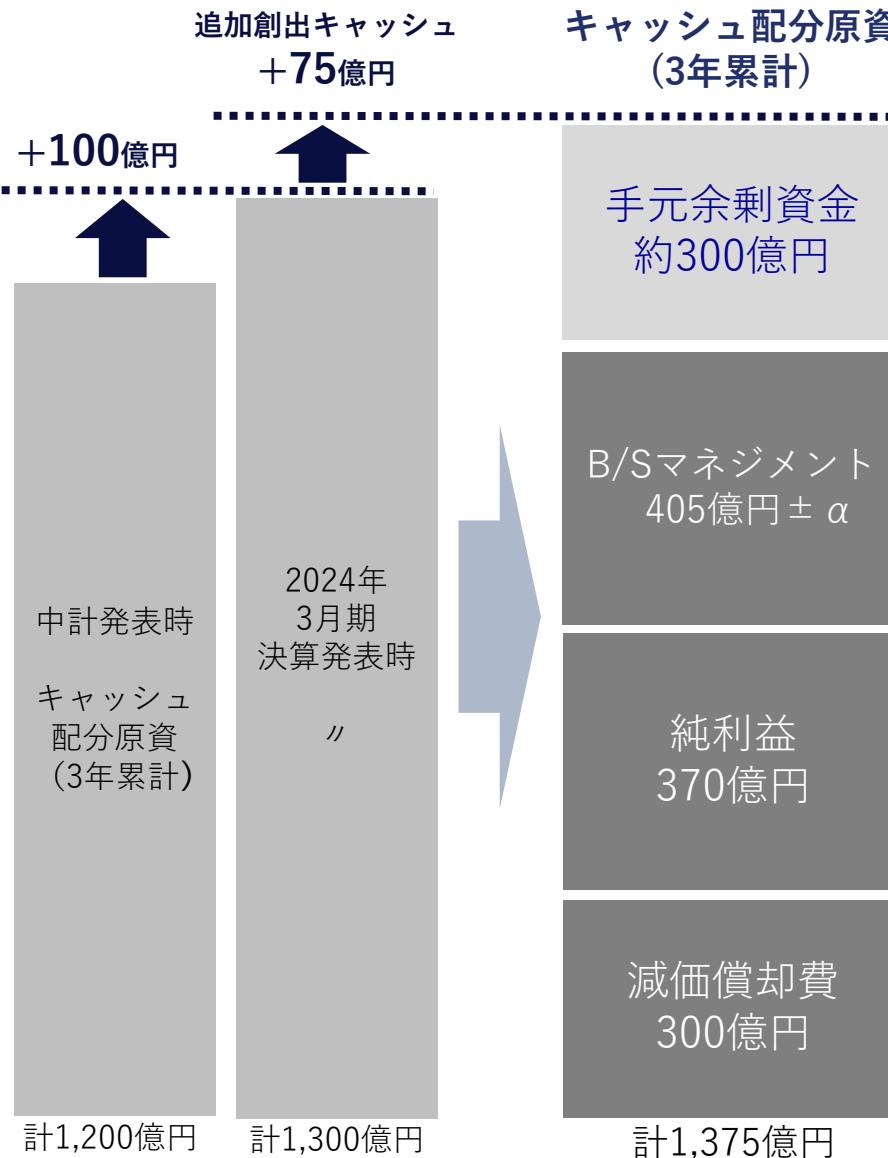
※ 国内外におけるeラーニングの革新的な技術やコンテンツ、活用事例といった応募作品の中から特に優れたものを選出するアワード

## “Moflin”が「蔦屋家電+ 大賞」グランプリを受賞



2025年12月18日、次世代型ショールーム「蔦屋家電+」が第6回「蔦屋家電+ 大賞」を発表し、来店客の注目を最も集めたプロダクトとして、AIペットロボット“Moflin”がグランプリを受賞

「蔦屋家電+ 大賞」は、審査員による選考ではなく、AIによる画像解析という客観的なデータをもとに、来店されたお客様が興味を持ち、立ち止まり、体験した機会の多さで決定される



## キャピタルアロケーション (3年間)

■ 事業成長投資枠  
300億円

■ 有利子負債削減 75億円

■ 戰略投資枠

250億円 → 200億円  
自己株取得 → 50億円

■ 追加  
株主還元

■ 配当  
300億円超

■ 通常設備投資  
300億円

## 【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

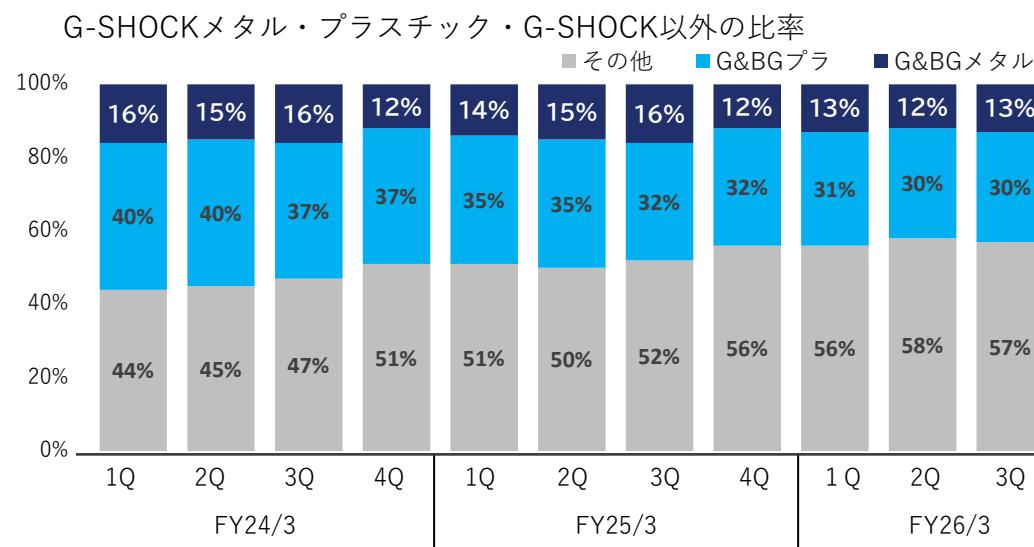
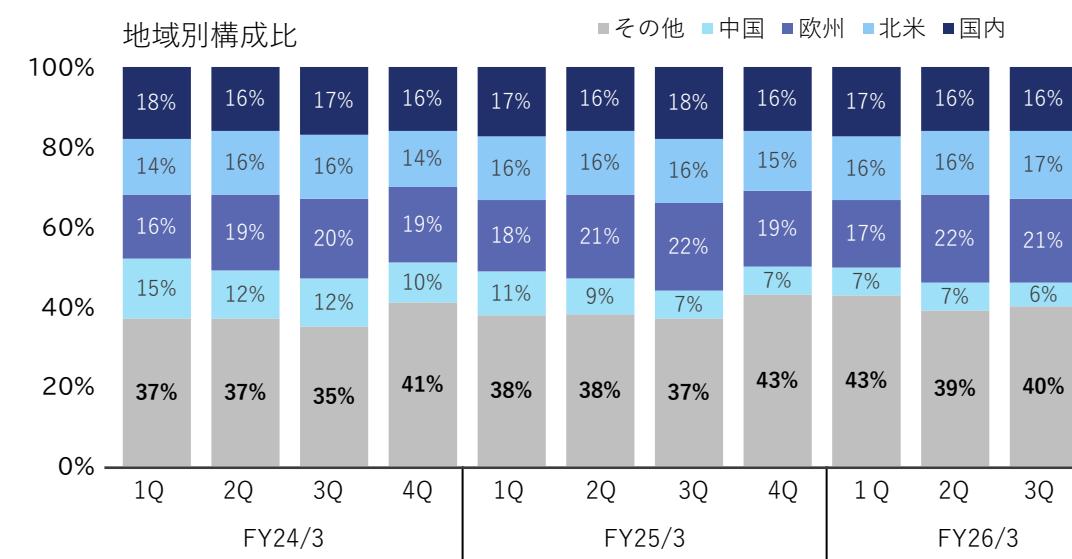
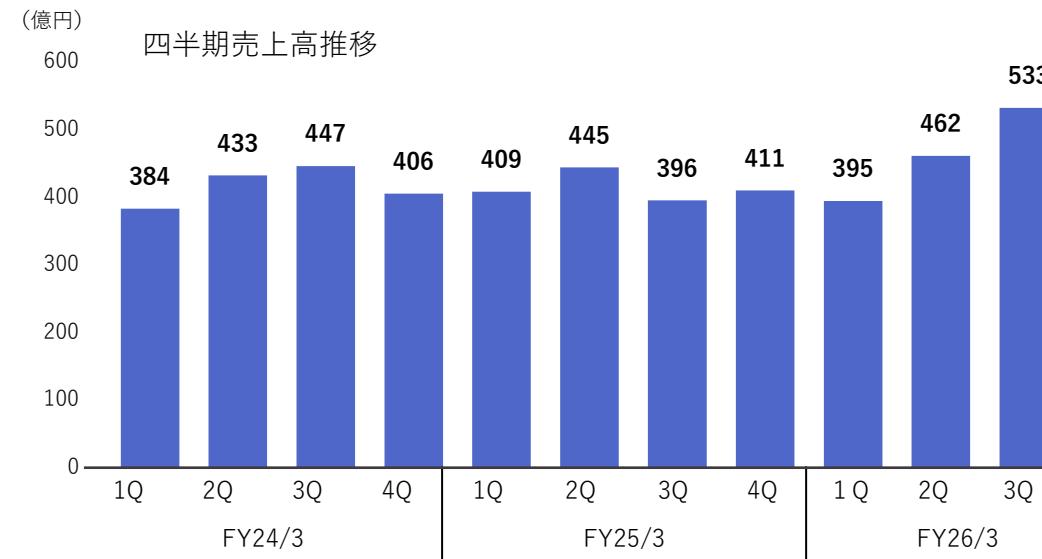
## 【進捗状況】

■ 戰略投資枠はLibry社(デジタル教材)、AIQ社(ソーシャルメディア分析)に続き、コミュニケーションテック事業のTieUps社へ出資、協業により新規事業の成長を加速

■ 戰略投資枠の内50億円を追加株主還元充当

	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績		2026年3月期 目標
ROE	5.3%	3.6%	→	7~8%水準
ROIC	3.6%	3.6%	→	約6%
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%	→	130%~180%

		為替感応度 1円（人民元は0.1円）の変動による影響額	
下期想定為替レート（円）		売上高	営業利益
米ドル	145	10億円	-0.5億円
ユーロ	170	3.0億円	2.0億円
人民元	20.5	1.0億円	0.5億円

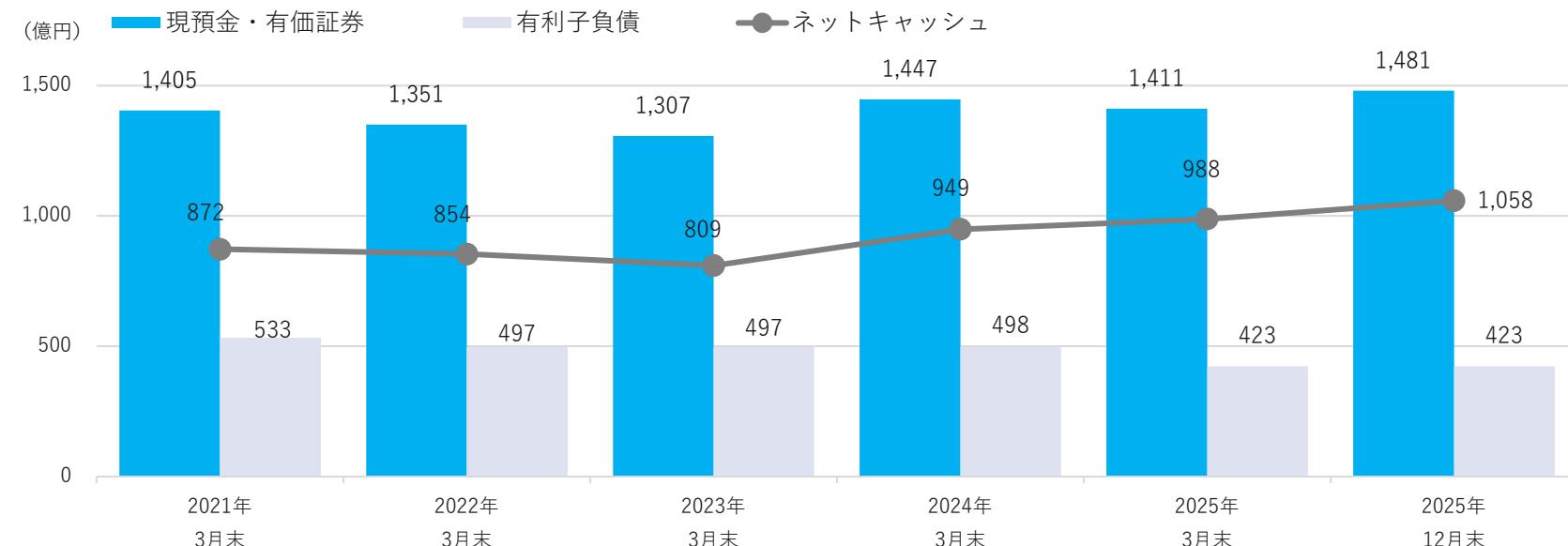


# 貸借対照表

CASIO®

単位：億円

	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	2026年3月期 12月末
資産合計	3,320	3,373	3,352	3,499	3,316	3,447
負債合計	1,201	1,184	1,136	1,187	1,127	1,131
自己資本比率	63.8%	64.9%	66.1%	66.1%	66.0%	67.2%
D/Eレシオ	0.25	0.23	0.22	0.22	0.19	0.18
現預金・有価証券	1,405	1,351	1,307	1,447	1,411	1,481
有利子負債	533	497	497	498	423	423
ネットキャッシュ	872	854	809	949	988	1,058



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。

The background features a minimalist, abstract design composed of overlapping blue and white geometric shapes. It includes large, rounded blue areas and several white triangular cutouts of varying sizes.

**CASIO.**