シャープ通信

2026 年 9 月　vol.55

「シャープの今」をお届けします。　　広報部

シャープと鴻海精密工業が新規事業における戦略的協業に関する覚書を締結

6 月 24 日（水）、シャープは、鴻海精密工業（以下、鴻海）と新規事業における戦略的協業に関する覚書（MOU）を締結しました。締結イベントには鴻海グループ董事長の劉揚偉さん、同社 E ビジネスグループ総経理の林忠正さん、シャープ 社長執行役員　CEO の河村さんが出席しました。



（中）鴻海グループ董事長の劉さん、（左）鴻海 Eビジネスグループ総経理の林さん、（右）シャープ　社長執行役員　CEOの河村さん

鴻海とシャープは、協業フレームワークおよびコミュニケーション体制の構築を通じて、鴻海の「3+3+3」戦略※1に基づいた技術とグローバルでの製造力およびサプライチェーン、新規事業創出基盤と、シャープが保有するグローバルなブランド力、市場チャネルおよびサービスネットワークを組み合わせ、研究開発および事業化に向けた協業モデルを共同で検討することで、市場開拓と新規事業の加速を目指します。AI インフラ・ソリューション、エネルギー・ESG 関連アプリケーション、ロボティクスおよびスマートオートメーションシステム、次世代通信技術、スマートシティなどを対象とし、市場ニーズに適合した革新的な製品・サービスの共同開発を推進します。

※1　鴻海が推進する戦略。EV、デジタルヘルス、ロボティクスの 3 つの事業分野に、AI、半導体、次世代通信技術の 3 つの主要技術を組み合わせ、スマート製造、スマート EV、スマートシティという 3 つのプラットフォームの構築を目指すもの。

社長執行役員　CEO の河村さんがタウンホールミーティングを開催

5 月より、社長執行役員 CEO の河村さんによるタウンホールミーティングを各事業所で開催しています。タウンホールミーティングは、経営層と従業員が同じ視点で会社の現状や方向性を共有し、双方向のコミュニケーションを図ることを目的とした取り組みです。

当日は、河村さんご自身のこれまでのご経験や大切にしてきた考え方、今後シャープが目指す方向性などについてお話しいただくとともに、従業員から寄せられたさまざまな質問にも率直にお答えいただきました。



本社にて「熊鷹稲荷神社　祭礼」を実施

6 月 5 日（金）に本社ビル 3 階「熊鷹稲荷神社」において、副会長の沖津さん、社長の河村さんを始めとする幹部 6 名およびシャープ労働組合中央執行委員長の北田さんが参列し祭礼を実施いたしました。



当社の「熊鷹稲荷神社」は、早川徳次創業者が『従業員の保護と会社の安泰』を願い、1931 年（昭和 6 年）に京都の伏見稲荷大社より勧請※2 を受けたものであり、以来、毎年主要事業所においても同日に祭礼を実施しています。

※2 「勧請」神様を神社から分けていただき、新しく祀ること。

コードレススティック掃除機「RACTIVE Air」シリーズ新製品を発売



左より「RACTIVE Air STATION」＜EC-CR1-W（ホワイト系）/ -H（グレー系）＞、＜EC-XR3-H（グレー系）＞
「RACTIVE Air POWER」＜EC-SR70A-B（ブラック系）＞、＜EC-KR70A-B（ブラック系）＞、
「RACTIVE Air」＜EC-AR50A-W（ホワイト系）＞、＜EC-KR50A-W（ホワイト系）＞

■「RACTIVE Air STATION」＜EC-CR1＞＜EC-XR3＞の主な特長

1. ステーション部分の奥行きを当社従来機比※3 約 47%、設置面積を約 28%削減した薄型スリム設計 ＜EC-CR1＞
2. パワフルな吸引力と「RACTIVE Air」シリーズ史上最小の運転音 55dB※4 を両立。自動ごみ収集時も運転音を抑制＜EC-XR3＞
3. 高いごみ取り性能を追求した新開発の「極吸ヘッド」を搭載

■「RACTIVE Air POWER」＜EC-SR70A＞＜EC-KR70A＞、「RACTIVE Air」＜EC-AR50A＞＜EC-KR50A＞の主な特長

1. 高いごみ取り性能を追求した新開発の「極吸ヘッド」を搭載
2. 「RACTIVE Air」シリーズ史上最小クラスの運転音＜EC-SR70A＞と、不快に感じる耳障りな音を抑制したやさしい運転音を実現
3. 紙パックに触れることなくごみ捨てが可能な「パック in カップ」を大容量化。紙パックの交換頻度を 3 カ月に 1 回に削減＜EC-KR70A/KR50A＞

※3　2025 年度モデル＜EC-WR2＞との比較。奥行：＜EC-CR1＞154mm、＜EC-WR2＞289mm／設置面積：＜EC-CR1＞約 462cm^2、＜EC-WR2＞約 639cm^2。

※4　EMA 自主基準（HD-10）により測定。「RACTIVE Air」シリーズ従来機種の「強モード」と＜EC-XR3＞の「強モード」との運転音の比較。2025 年度モデル＜EC-XR2＞も同様に 55dB。

スマートウォッチ「からだメイト Watch」とスマートリング「からだメイト Ring」を発売

当社初となるスマートウォッチ「からだメイト Watch」＜MH-W01＞とスマートリング「からだメイト Ring」＜MH-R01＞を発売します。



左よりスマートウォッチ「からだメイト Watch」（左から、ゴールド、シルバー）、スマートリング「からだメイト Ring」（シルバー／ゴールド）

■スマートウォッチ「からだメイト Watch」主な特長

1. HEALBE Corporation※5 の技術活用により、摂取カロリー測定を実現。消費カロリーとの収支を可視化※6
2. 水分バランスもモニタリング。適切な水分補給をサポート
3. 自然な動作の中でバイタルデータや各種情報を確認できる独自 UX「サーキットビュー」
4. 使いやすさにも配慮したシンプルなデザイン

■スマートリング「からだメイト Ring」主な特長

1. 日常的に指に装着し、バイタルデータや活動量、睡眠の状態などを計測。
   アプリ「からだメイト」で分かりやすく表示
2. アプリ「からだメイト」で、管理栄養士監修のアドバイスも提供（有料プラン）
3. 軽量コンパクトな設計で指にフィット。一日中快適に装着できる

※5 本社：アメリカ合衆国・カリフォルニア州レッドウッドシティ、代表取締役：Artem Shipitsin。
※6 摂取カロリーおよび水分バランスの測定は、HEALBE Corporation の提供する FLOW™ テクノロジーを使用しています。摂取カロリーの測定および消費カロリーの算出には、本体を 22～23 時間／日（食事中、睡眠中含む）装着することをおすすめします。 摂取カロリーは推定値であり、体質や使用状況などにより、実際の摂取量とは異なる場合があります。

水なし自動調理鍋「ヘルシオ ホットクック」pro シリーズ 2 機種を発売

HEALSIO ヘルシオ ホットクック
COCORO HOME



水なし自動調理鍋「ヘルシオ ホットクック」＜KN-HW24K＞

■主な特長

1. 生成 AI サービス「クックトーク」に対応※7。調理に関する相談に AI アシスタントが応じる
2. 新開発「もっとトレー」を活用した 2 段調理に対応。30 メニューを搭載
3. 下ごしらえして冷凍保存した食材を冷凍のまま調理できる 10 メニューを新搭載

※7 「COCORO HOME」アプリのダウンロードと、対象「ホットクック」の機器登録が必要です。「COCORO KITCHEN レシピサービス」を通じてご利用いただけます。

★ WEB 社内報をご覧いただけます！！
URL： https://blog.jp.sharp/family/
または、こちらの QR コードからアクセスしてみてください！！ →

2026 年度 第 1 四半期決算を発表

8 月 7 日（金）、当社は本社ビルにて、2026 年度 第 1 四半期決算説明会を実施しました。





左から、AIサーバーモックアップをお披露目する社長執行役員 CEOの河村さん、専務執行役員CFOの小坂さん

2026年度第1四半期のブランド事業の売上高は、2セグメントいずれも増収となり、前年同期比4.6%増の3,449億円となりました。営業利益は、部材価格の上昇や円安の進行による影響が大きく、前年同期比31.5%減の144億円と減益となりました。ディスプレイデバイスは、前年同期比16.4%減の913億円と減収となったものの、営業赤字は前年同期の25億円から21億円に縮小しました。その結果、全社トータルでは減収減益となりましたが、営業利益は82億円と2025年度第4四半期の75億円を上回っており、最終利益も黒字を確保できております。自己資本比率は引き続き上昇し、2022年度第3四半期以来となる20%台に回復しました。

通期業績予想については、樹脂・燃料価格の上昇による影響を織り込むとともに、想定為替レートを見直し、修正しました。

【各セグメントの概況】

[ブランド事業]
＜スマートライフ＞の売上高は、白物家電事業、エネルギーソリューション事業が増収、テレビ事業が減収となり、前年同期比 2.6%増の 1,440億円となりました。白物家電事業は、国内・海外とも増収と なりました。エネルギーソリューション事業は、国内の蓄電所や宇宙用が伸長したほか、アジアの売上も前年 同期を上回り、増収となりました。テレビ事業は、アジアや欧米が伸長したものの、国内が他社攻勢の影響で 減収となったことから、前年同期を下回りました。
＜スマートワークプレイス＞の売上高は、PC事業、ビジネスソリューション事業が増収、通信事業が減収となり、前年同期比 6.1%増の 2,008億円となりました。PC事業は、価格転嫁が進展したことに加え、売価上昇に備えた前倒し需要もあったことから、国内B2Bや官公庁・自治体向け、GIGA向けが大幅に伸長しました。ビジネスソリューション事業は、オフィスソリューションが各地域で伸長したほか、MFPも国内外で増収となりました。通信事業は、メモリ価格高騰の影響で市況が冷え込むなか、他社攻勢の影響もあり、減収となりました。

[デバイス事業]
＜ディスプレイデバイス＞の売上高は、前年同期比 16.4%減の913億円となりました。前年同期に米国関税の駆け込み需要のあった車載向けやPC・タブレット向けが減少しました。

【通期業績予想】

前回公表時点では想定が難しかった樹脂・燃料価格の上昇による影響を織り込むとともに、想定為替レートを 1 ドル 156 円から 160 円に見直し、通期の業績予想を修正しています。営業利益を前回予想 490 億円から 300 億円に修正したのに伴い、経常利益を前回予想 390 億円から 220 億円、最終利益も前回予想 420 億円から 250 億円に修正しています。

現在の厳しい事業環境が年度内まで続くと想定し、業績予想を下方修正しましたが、依然として不透明な状況にあることから、いかなる環境変化にも機敏に対応し、業績の積み上げに取り組んでまいります。