

CASIO

CASIO

世界が
気づいていない、
世界へ。

CORPORATE REPORT 2015

カシオ計算機株式会社

<http://casio.jp/>

C A S I O

V A L _

U E

世界が気づいていない、世界へ。

「必要は発明の母」ではなく、「発明は必要の母」。

これは、カシオの創業メンバーの言葉です。

今はまだ存在しない「必要」を「発明」すること。

それまでにない斬新な働きを持った製品を創造することで、

人々に新しい「気づき」や「喜び」を感じてもらう。

それが、未来の社会をより豊かにすると私たちは信じています。

経営理念

創造 貢献

ポリシー



CONTENTS

- 01 CASIO **VALUE** 提供する価値
 - 04 トップメッセージ
 - 05 存在意義
 - 06 カシオが価値を提供するフィールド
- 07 CASIO **PRODUCTS** 価値を生み出す手段
 - 09 教育
 - 10 生活
 - 11 文化
 - 12 仕事
 - 13 主要製品とコアテクノロジー
- 15 CASIO **STYLE** 価値の源泉
 - 17 CHAPTER 1 挑むのは、まだ、この世界にない価値。
ORIGIN OF G-SHOCK
 - 19 CHAPTER 2 受け継がれる、挑戦と創造の魂。
GPS HYBRID WAVE CEPTOR G-SHOCK
- 23 グローバルに展開するカシオ
- 25 グローバルで信頼されるカシオ
- 27 カシオのイノベーションの歴史
- 29 企業情報

トップメッセージ



世の中の期待を超える製品で 新たな可能性を提供し続けます。

人間は無数の可能性を持っています。見る、感じる、学ぶという体験から得た知識を基に自ら考え、高い次元の知的な創造活動を重ねることで、科学や文化の新しい分野を次々に生み出し、飛躍的な進化を遂げてきました。

発明によって生まれた電卓、時計、電子楽器、電子辞書、デジタルカメラといった道具は、数や時刻、音楽、言語などの情報を、誰もが毎日の生活で手軽に扱うことを可能にしました。カシオは人々の知的な創造活動をサポートする新しい製品を発明し、社会をより豊かにすることが自らの使命だと考えています。

本当は必要なのに、まだ存在していないものが、世の中には無数に隠れています。「なぜ昔は、これがなかったのか?」そう思われるような、未来の常識を創造することが私たちの役割です。商品開発では、既成概念にとらわれず「ゼロから1を生み出す」自由な発想で、使う人に過去に感じたことのない新たな喜びを届けることを目指します。カシオの製品を手にしたとき、今までに気づかなかった新しい世界が、使う人の目の前に広がるはずで、斬新な商品の開発によってユーザーのコミュニティやマーケットを新たに創造し、さらに使う人々の可能性を広げる商品を提供し続けることで、長期的な社会貢献を実現したいと考えています。

こうした当社の姿勢に共感を持ち支持してくださる「カシオファン」の方々、そして世の中の皆様に、期待される以上の、他のどこにもできないカシオらしい製品を提供していきたいと思います。経営理念「創造 貢献」の実践を通じて、社会に新しい価値を提供し、ともに発展を続けてまいります。

代表取締役 会長 榎尾 和雄
代表取締役 社長 榎尾 和宏

カシオは、
豊かな未来につながる
人間の知的創造活動を
サポートします。

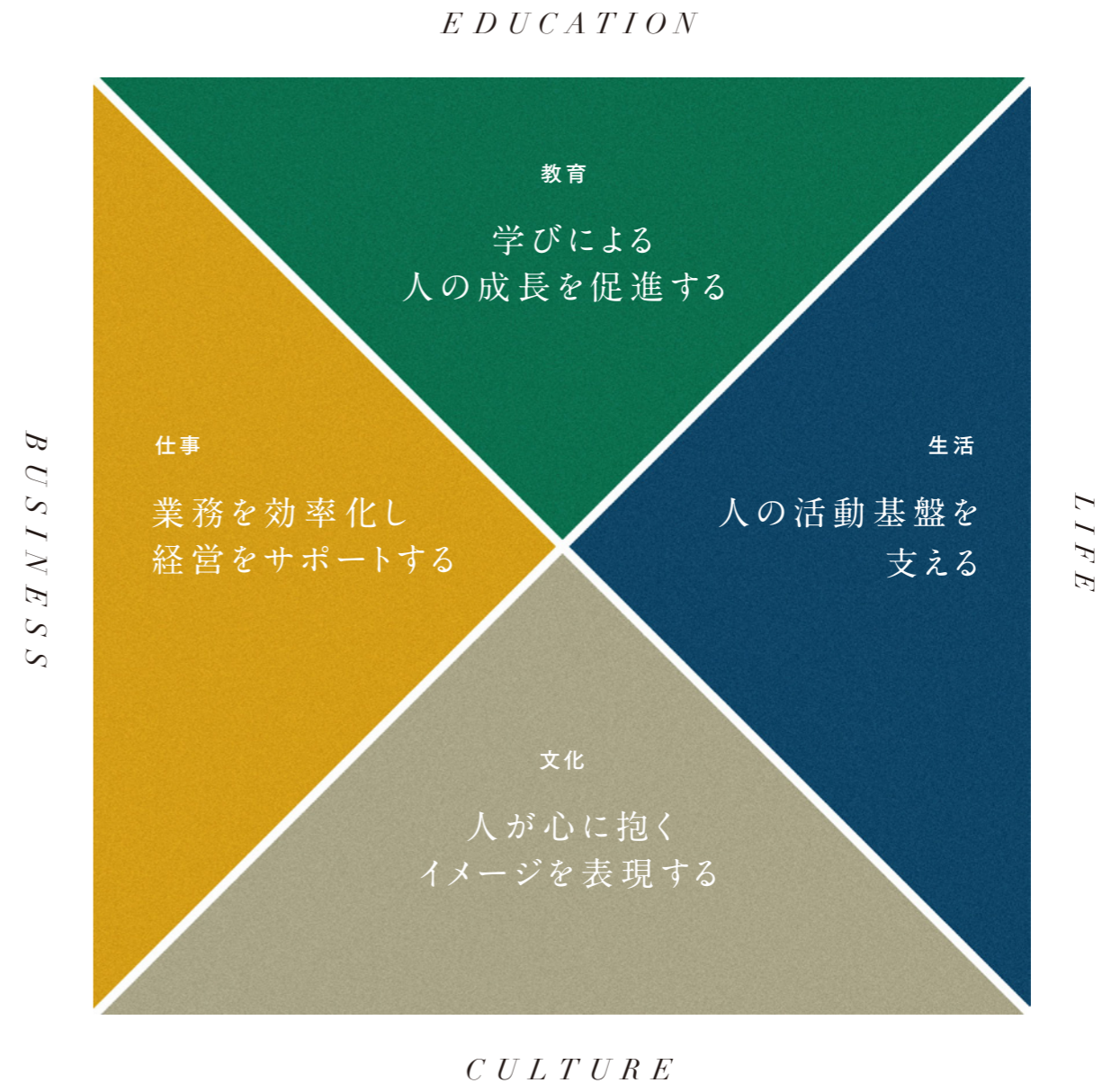
人間は、無限の可能性を秘めています。

考える力を発揮することで、新しい価値を生み出し、
社会を発展させることができます。

プライベートライフから、ビジネスの最前線まで。

人間の知的創造のフィールドへ、
独自の製品やサービスを提供し、
人々の新たな可能性を広げること。

これこそが私たちカシオが提供する価値です。



PERIODS - DUCES

— 価値を生み出す手段 —

人がいちばん輝くとき。

それは人が持つ本来の能力に、

気づいたときなのかもしれない。



LIFE



人の活動基盤を支える

私たちが計画を立てて、
 家族や仲間と行動する。
 生活の中で欠かせないものの一つが
 人の活動基盤となる情報です。
 日常生活やアウトドアシーンはもとより、
 グローバルに行動する人々に、
 正確な時刻や大切なコミュニケーション手段を
 提供する製品で、
 その活動をサポートします。



学びによる 人の成長を促進する

未知なることに興味を抱き、
 新しい知識を習得する。
 それは誰もが持つ素直な欲求であり、
 そうすることで人間は視野を広げ成長します。
 学校はもちろん、家庭やビジネスの場で、
 人々の知的な欲求に応える
 便利で使いやすい製品を提供し、
 「学び」を支援しています。

EDU - CATION





BUSI- NESS



業務を効率化し 経営をサポートする

ビジネスの最前線を情報化する。
それは業務の効率を高めるほか、
戦略的な経営を行う上で
必要なデータを集約することにつながります。
情報機器を用いた各種ソリューションを活用し、
現場が見える化することで、
迅速かつ柔軟な判断を求められる
経営を支えます。



人が心に抱くイメージを 表現する

想像力を働かせ、
心に浮かんだイメージを表現する。
それは人類が進化することで得た文化であり、
言葉や音楽、絵画、写真など、
その方法は多岐にわたっています。
特別なスキルがなくても、
自分の思いを手軽に描き出せる製品を提供し、
人々の喜びや感動を広げています。

CUL- TURE





電子辞書
EX-word (エクスワード)



デジタル単語帳
EX-word with (エクスワード ウィズ)



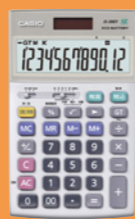
デジタル知育ツール
kids-word (キッズワード)



関数電卓
CLASSWIZ (クラスウィズ)



グラフ関数電卓



本格実務電卓



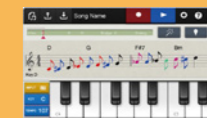
電子ピアノ
Privia (プリヴィア)



電子キーボード



DJ機器
TRACKFORMER (トラックフォーマー)



スマートフォンアプリ
Chordana Composer
(コードナコンポザー)



デジタルカメラ
HIGH SPEED EXILIM
(ハイスピード エクシリム)



自分撮りカメラ
EXILIM TR (エクシリム TR)



フリースタイルカメラ
EXILIM FR (エクシリム FR)



スタンプメーカー
pomrie (ポムリエ)



ラベルライター
NAME LAND (ネームランド)

主要製品と コアテクノロジー



高水準の技術に支えられた、 独創的な製品を展開

世の中に新たな価値を生む斬新な発想を具現化するためには、高水準の技術が必要です。カシオは開発の核となる五つのテクノロジーを駆使して、お客様の潜在的なニーズをとらえる製品を生み出しています。



耐衝撃ウオッチ
G-SHOCK (Gショック)



女性向けタフネスウオッチ
BABY-G (ベイビーG)



アウトドアウオッチ
PRO TREK (プロトレック)



高機能アナログウオッチ
OCEANUS (オシアナス)



高機能アナログウオッチ
EDIFICE (エディフィス)



女性向けメタルウオッチ
SHEEN (シーン)



水中トランシーバー
Logosease (ログシーズ)



スマートフォンアプリ
キーワード頭出しボイスレコーダー



データプロジェクター



企業向けタブレット



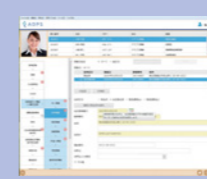
ハンディターミナル



店舗支援端末
V-REGI (Vレジ)



ページプリンタ
SPEEDIA (スピーディア)



人事統合システム
ADPS (アドプス)



経営支援基幹システム
楽一 (らくいち)



店頭販促支援ツール
カシオサイネージ

STYLE

— 価値の源泉 —

人の知的創造活動を支える製品は、
人の知的探究心によって生み出されている。

挑むのは、 まだ、この世界にない価値。

ORIGIN OF G-SHOCK

常識を変える価値を生み出す――。

誰もが軽薄短小を追求した時代に、

武骨な形状の耐衝撃ウォッチ

「G-SHOCK」は誕生した。

カシオには、世の中にもないものを創造するという

開発姿勢がある。

＞ 全ては、
ある日の気づきから始まった。

時計は落とすと壊れるもの――。

かつては、それが常識とされていた。技術者の伊部が、「G-SHOCK」の開発を志したのは、ある出来事がきっかけだった。

「父親からプレゼントされた大切な時計を落として壊してしまったのです。でも不思議と悔しい気持ちはなく、むしろ見事にバラバラになる姿を見て感動さえ覚えました。時計は、『繊細かつ精密だからこそ壊れやすい』という当たり前の事実を身をもって体感したのです」

この経験は強く伊部の印象に残った。会社に新技術や新製品を提案する企画書に、伊部はそのエピソードをふまえた内容を書く。図や説明もなく記したのは、「落としても壊れない丈夫な時計」というたった一つのフレーズ。

「会議で開発ゴーサインが出たぞ」

まさか通るとは思わなかった。どうして認めてくれたのか、真相は分からない。今思えば、本質的な価値を端的に表したフレーズが、上司の心に響いたのかもしれない。こうして、耐衝撃性の検証実験が始まった。実験する場所は、会社のトイレ。小さく薄くすることを求められた時代に、これから開発する時計が大きくなることは容易に想像がついた。伊部は人目につかないトイレの窓から、試作機を落下させる実験を繰り返した。

「普通に時計を使っていて落とす程度の衝撃なら1階でも

事は足りませんが、最終的に選んだのは3階のトイレ。その高さはおよそ10m。キリのいい数字が技術者の感覚に心地よかったのかもしれない」

当初は、緩衝材を時計に少し貼る程度で大丈夫と考えていたが、落下の衝撃に耐えられるまで緩衝材を付けた結果、ソフトボールほどの大きさになってしまった。伊部はがくぜんとする。

「製品化なんて夢のまた夢。この開発がいかに困難なものであるかを痛感させられました」

＞ 絶望のふちで見つけた、
一筋の光。

それでも試行錯誤の末、5段階で衝撃を吸収する構造を生み出し、何とか時計のサイズになった。しかし、そこらが苦悩の始まりだった。

「時計内部のモジュールの部品が必ず一つ壊れるんです。割れやすい液晶を守ればコイルが切れる。コイルを守れば水晶が壊れるという状況でした」出口の見えない迷路のような日々、何をしてもうまくいかない。開発日程の先には、製品として発売が迫っている。追い詰められた伊部は、自ら1週間というタイムリミットを設けて、寝ている間に夢で解決策を探そうと枕元に試作機を置いた。「やり抜いてできなければ、辞表を出そう」と覚悟を決めた。しかし、解決策は一向に思い浮かばない。

「最後の夜には『寝なければ朝が来ないのでは?』などという、おかしなことを考えました。当然、タイムリミットはやってくるのですが、状況は同じでした」

週明けの日曜日には会社に謝罪して辞職しよう。伊部は、期限の日曜日に開発中の全てを整理するため出社したが、気がつけば無意識のうちに実験をしている自分がいた。「もう諦めようと、昼食に出ました。食べ終わっても会社に戻りたくなくて公園で座っていると、“まりつき”をして遊んでいる女の子がいました。最初は『子どもは悩みがなくていいな』などと思っていたのですが、突如、電球の明かりがパッとつくようにアイデアがひらめきました。地面を跳ねるボールを見て、モジュールをあの中に浮かせたら衝撃にも耐えられると考えたのです。その瞬間『この製品は絶対に実現できる』と確信しました」

＞ 発明の種から、
新たな価値をつくり出す。

見いだしたのは、モジュールを浮遊状態に近づけることだった。時計の外装となるケース内でモジュールを点接触

で支える。衝撃を吸収する5段階の構造と併せて、3階からの落下試験も見事にクリアした。伊部の諦めない姿勢と、運命的な出会いから生まれたひらめきがあって「G-SHOCK」の製品化に成功。「とにかく完成してホッとした、というのが本音ですね。たった1行の言葉だけを書いたアイデアに挑戦させてもらい、その開発に専念できる環境まで与えられていました。また、企画に共感してくれた他のメンバーの協力もありました。言い出した自分が諦めるわけにはいかなかった」

発売から30年以上を経て、「G-SHOCK」は累計8,000万個近くが売れた。過酷な環境で働く職業の人々や、激しいスポーツをするアスリート、個性を表現するファッションとして本物を求める若者など、世界中の人に愛されている。それは、「G-SHOCK」が時計の常識を覆したオンリーワンの存在であり、壊れないという本質的な価値を追求して常に進化し続けているからだ。

「これまでに何人もの技術者が『G-SHOCK』の開発に関わり、その進化に挑戦しています。そして、多くの関係者がブランドとして育てている。とても光栄です」

伊部がまいた発明の種は、新しい価値をつくり出す源泉になっている。



時計事業部
モジュール開発部
副主管 伊部 菊雄

受け継がれる、挑戦と創造の魂。

GPS HYBRID WAVE CEPTOR G-SHOCK



「落としても壊れない丈夫な時計」を目指す。本質的な価値に根差したぶれない信念と、常識にとられない発想は脈々と受け継がれている。新たなタフネスを追求するために——。「G-SHOCK」の進化への挑戦は、決して止まることがない。

➤ 地球上のどこにいても、正確な時が分かる。

南米の密林でも。サハラ砂漠のど真ん中でも。地球上のどこにいても常に正しい時刻を把握できる——。2014年に発売した「G-SHOCK」の新モデルは、地域や場所を限定することなく、現在地の正確な時を刻むという価値を目指して、開発した。そもそも、時計はわずかに誤差が生じて時刻が狂う。ぜんまい仕掛けの機械式はもちろん、水晶の振動で動かすクォーツ式も同様だ。だが、時刻情報を乗せた標準電波を受けて誤差を修正する電波時計は、常に正しい時刻を示すことが可能だ。新モデル「GPW-1000」の最大の特長は、その標準電波に加えて、GPS衛星の電波を受けられるハイブリッドシステムを採用したこと。実は、地上波である標準電波は、屋内やビルの谷間でも電波を受けやすいというメリットがあるが、受信できる国や地域は限られている。一方で、GPS衛星からの電波は、屋根などの遮蔽物があると受信できない半面、地球上のどこにいても電波を受けられる。つまり、高精度の時刻情報を乗せたそれぞれの電波を、場所によって使い分けるといった発想だ。

➤ 新たな価値を、実現する技術。

新しい発想を具現化するには、高水準の技術が必要になる。二つの電波受信システムを併せ持つためには、時計の心臓部となるモジュールに、2種類のアンテナを搭載しなければならない。

GPW-1000に備わる革新的技術



GPSハイブリッド電波ソーラー

小型化した時計用モーターを採用し、モジュール内にGPS衛星の電波受信アンテナや標準電波の受信アンテナを搭載する空間を生んだ。また、針の影による発電効率の低下を抑えるため、遮光分散型のソーラーパネルを採用。6枚に分割したセルを効率の良いかたちで配置している。

TRIPLE G RESIST (トリプルGレジスト)

G-SHOCKのタフネス性を実現する基本構造を継承しながら、衝撃力・遠心重力・振動の三つの重力加速度に耐える構造を採用。モジュールとケースの間に衝撃吸収に優れた素材を採用。円柱形に加工した免震技術を転用し、高い衝撃・振動耐性を発揮。

しかし、時計サイズに収めるためにはモジュールも大きくはできない。そこで、面積比で従来の約75%にダウンサイジングした独自開発の世界最小*モーターを採用するなど、部品レベルの小型化や実装技術を駆使してアンテナが入るスペースを設けた。
*2014年6月現在、電波ソーラーウォッチに採用しているモーターとして(当社調べ)

部品一つ一つの選択にも、あらゆる使用シーンを想定した。例えば、GPSアンテナは、さまざまな方向から電波を受信できる指向性の広いものを採用。これは、使う人が立ち止まって電波を受けるのではなく、延々と続く広い大地をトラックの荷台に揺られながら移動するなど、常に動きながらGPS衛星の電波を受信できることを重視したからだ。また、より精度を高めるために使われているのが、緻密な地図データだ。これは、時計の現在位置を特定し、そのエリアの正確な時刻を反映するためのもの。カシオの地図データは約500m単位の精度。サマータイムを含めタイムゾーンが異なる国境越えなど、わずかな距離の移動で時刻が変わってしまうエリアでも、正しい現地時刻に時計を合わせられる。さらに、省電力技術も駆使されている。GPS衛星の電波受信アンテナが消費する電力は、標準電波の受信アンテナの4倍。そのため、受信を制御する低消費電力のICチップをカスタマイ

ズし、時計専用の受信アルゴリズムを開発するなど、さらなる省電力化を実現した。カシオ独自の遮光分散型ソーラーパネルも採用。ソーラーパネルは、それぞれが発電する複数のセルによって構成され、全て同じ面積になっている。そして、それぞれが同じ発電量を生むことが最も効率良く電力を得られる方法だが、アナログ時計の場合は針が一つのセルに影を落とすことで、全てのセルの発電効率を低下させてしまう。しかし、遮光分散型ソーラーパネルは、針の影を複数のセルに分散できるように、異形状のセルを組み合わせて発電量のロスを最小限に抑えている。これは、必要となる電力の確保だけでなく、針や文字板の数字(時字)を大きくするなど、極限状態の中で使われる「G-SHOCK」の視認性を高めるデザインにも生かされている。

➤ 「究極のタフネス時計」を目指して。

「G-SHOCK」のユーザーは、アクティブだ。激しいスポーツを行うアスリートはもちろん、厳しい重力の変化にさらされるパイロット、被災地で活躍する救助隊員……。あらゆる過酷な状況下での使用に耐え得る強度が、多くのユーザーに支持されている。



株式会社ベスト販売 代表取締役社長
石田 憲孝氏

世界中のお客様の信頼を得た 唯一無二のタフネス

カシオ製品は実用時計として最も信頼があり、グローバルに活躍するビジネスパーソンから若者まで、多くの人におすすめできるブランドです。当店に来られるお客様にも年齢や国籍に関係なくご購入いただいています。G-SHOCKは、そのタフネス性が浸透しており、他の追従を許さない唯一無二の存在としてお客様に広く知られています。私自身はG-SHOCKを300本持っていますが、中でも電波ソーラー式のモデルは良いですね。いつでも正確に動き続けることや、普段使いからリゾートでの使用まで、いつでも身に着けられることは、本当にすてきだと思います。カシオは、日本のイメージの一角を担っているメーカーです。これからも先進的な実用性を目指してほしいと期待しています。

だから、いかに優れた精度を持っていても、それがあらゆるシーンで機能しなければ「G-SHOCK」とはいえない。

「GPW-1000」は、確かな強度を備えるための構造「TRIPLE G RESIST」を採用。衝撃力・遠心重力・振動という三つの重力加速度に対する耐性を備えた。

優れた衝撃吸収材を円柱形に設計してモジュールとケースの間に搭載。高層建築の免震技術を応用し、素材自身の持つ衝撃

吸収能力だけでなく、円柱形の素材が左右に振れることで加わる力を分散させている。

他にも、時計のケースのフレーム部分に強靱なファインレジンを使い、樹脂バンドに引っ張り強度に優れたカーボンファイバーをインサートするなど、徹底的にタフネスにこだわった。地球上のどこにいても電波を受信できる精緻な能力と、そしてあらゆる環境下で性能を発揮できる信頼性を実現している。

▶ GPS衛星電波と標準電波の特徴

GPS衛星電波	標準電波	
全て	日本、北米、欧州、中国	受信エリア
○	○	屋外受信
×	△	屋内受信

▶ GPS衛星電波と標準電波の受信方法



GPS衛星電波受信

GPS衛星が発信する電波を受信し、正確な位置情報と時刻情報を把握。時計内部のタイムゾーン・サマータイム情報と照合して時刻を修正する。標準電波を受信できない場合、午前6時～10時にGPS衛星の電波を自動受信する。



標準電波受信

世界6局（日本2局、アメリカ、ドイツ、イギリス、中国）から発信されている標準電波を受信して、時刻を自動修正する。同じタイムゾーンで使用を続けると1日1回、午前0時～5時の間に自動受信を行う。

どんなシーンの自分にも合わせてくれる、 私のライフに欠かせない存在

私は仕事柄、世界中を飛び回ったり、雪山で過ごしたりすることが多いのですが、いつも肌身離さず身に着けているのがG-SHOCKです。長年愛用しているG-SHOCKの魅力は、何といても耐衝撃性という特長。スノーボードをするときは常に着けていますが、かなり激しく扱っても壊れることがないため、何も気にせず競技に集中できます。どんな晴れた日でも吹雪の日でも、時間を確認できる視認性に優れているところも魅力です。

また、シリーズやデザインが多岐なので、どこで何をしても、どんなファッションでも、用途やシーンに合わせられるのも安心です。多様なニーズを捉えながら進化を続けるG-SHOCK。究極的な「タフネス」を貫きながらも、さらなる革新的なG-SHOCKを今後も期待しています。



プロスノーボーダー
Louie Vito氏

守りに入ったら、 「G-SHOCK」ではない。

発売以来、「G-SHOCK」の開発に貫かれているのはタフネスを追求するスタンス。耐衝撃性をベースにしながら、200m潜水用防水や防塵・防泥、防錆、耐遠心重力など、その進化への挑戦は技術者たちのぶれない信念と斬新な発想によって受け継がれてきた。

「GPW-1000」も同じだ。新しい発想を具現化することで「GPSハイブリッド電波ソーラー G-SHOCK」として誕生した。

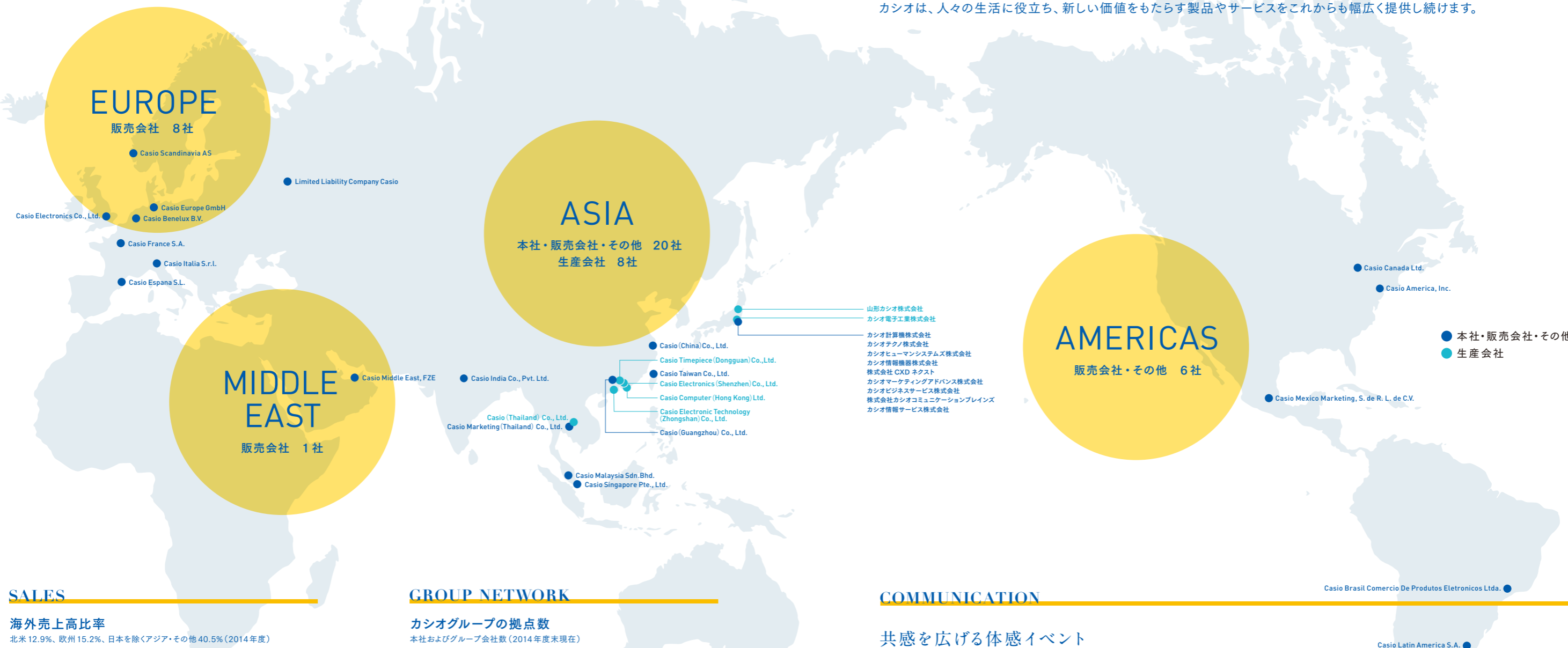
世界中どこにいても正確な時を刻むという、時計本来の果たすべき役割をタフネスという本質的な価値として目指した結果だ。

「守りに入ったら『G-SHOCK』ではない」

技術者たちは、口をそろえて語る。挑戦には終わりが無い。だからこそ、そこに挑む価値がある。「タフネスの追求」は、どこまでも続いていく。



GLOBAL



グローバルに展開するカシオ

多くの人々に親しまれているCASIOブランドの製品は、グローバルに連携した生産体制と各国に広がる販売ネットワークによって世界中に届けられています。カシオは、人々の生活に役立ち、新しい価値をもたらす製品やサービスをこれからも幅広く提供し続けます。

SALES

海外売上高比率
北米 12.9%、欧州 15.2%、日本を除くアジア・その他 40.5% (2014年度)

68.6%

BRAND

CASIOブランドの商標登録率
国連加盟国数193カ国に対するCASIOの商標登録国数187カ国

96.9%

世界における販売エリア
正規販売している国と地域

159カ国

GROUP NETWORK

カシオグループの拠点数
本社およびグループ会社数 (2014年度末現在)

43拠点

PRODUCTS

電卓の世界累計出荷数
1965年～2014年の累計出荷数

14億台以上

G-SHOCKの世界累計出荷数
1983年4月～2015年3月の累計出荷数

7,900万個以上

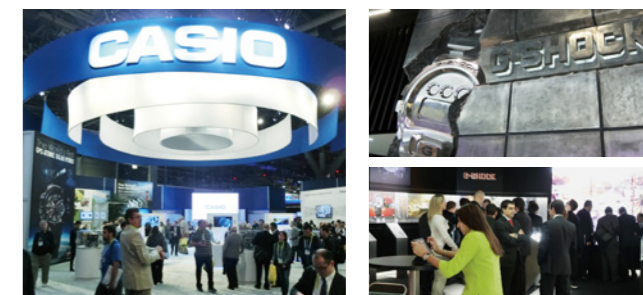
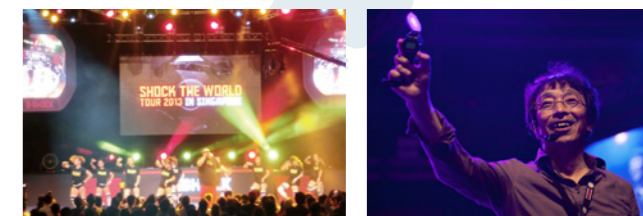
COMMUNICATION

共感を広げる体感イベント 「SHOCK THE WORLD」

G-SHOCKの本質である「タフネス」を、ブランドの世界観とともに伝えるグローバルなプロモーションが「SHOCK THE WORLD」です。2008年にニューヨークで開催して以来、世界各国の延べ69都市 (2015年6月現在) で実施。G-SHOCKファンの方々に、製品の持つ魅力を全身で感じてもらう取り組みです。

世界の展示会で存在感を高める CASIOブランド

カシオは、世界有数の企業が参加する展示会に毎年出展しています。ラスベガスで開催される世界最大級の家電見本市「インターナショナル・コンシューマー・エレクトロニクス・ショー (CES)」や、世界中のメディアやバイヤーが集まるスイスの時計・宝飾見本市「バーゼルワールド」から、最新情報をグローバルに発信しています。



CES2015

バーゼルワールド 2015

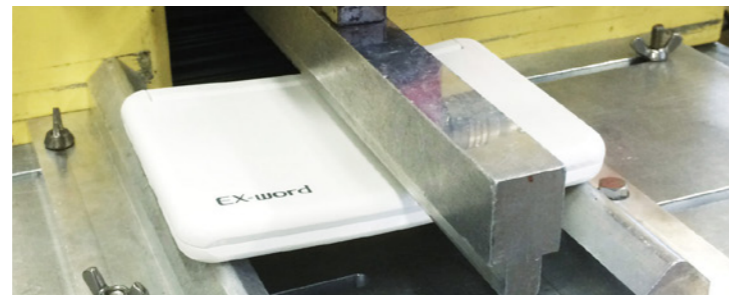
グローバルで信頼されるカシオ

カシオは、より長く、安心して使用できる製品を提供するため、徹底した品質管理の下、設計段階から完成品に至るまで、常に妥協のないモノづくりを実践しています。また、安全に楽しく暮らせる社会の実現に向けた活動を、世界中で展開しています。

→ 品質への取り組み

設計段階での徹底した品質試験

製品のあらゆる使用状況を想定した品質規格を策定し、プロトタイプによる厳しいテストを繰り返し実施しています。例えば、電子辞書の加圧テストでは、本体に荷重を加え、上方向からの堅牢性を検証します。また、高温や低温、乾燥あるいは高湿の環境、さらに振動・落下・塵埃・塩水・紫外線・静電気の影響など、製品ごとに求められる規格を全てクリアしたものが、工場での生産プロセスに進むことができます。



高水準の製造技術で品質を高める生産体制

山形カシオの「プレミアムプロダクションライン」では、高価格帯のブランド時計を生産しています。独自の製造装置で精度を極限まで高める技術と、上位の技能認定者のみが持つ人間の高度な技術を組み合わせ、高品質・高精度のモノづくりを追求しています。こうした日本の製造ノウハウを海外の生産拠点にも継承し、グローバルな生産体制の下で世界水準の高い製品クオリティを実現しています。



山形カシオ プレミアムプロダクションライン



カシオタイ 電卓生産ライン

→ 社会への取り組み

製品を通じて生徒の学力向上をサポート

数学の授業で広く使われている関数電卓は、最新の理論や研究を世界的な学会で発表している先生方とコミュニケーションを深めながら開発しています。各国の教育現場の意見を積極的に取り入れる「グローバルティーチャーズミーティング」を開催することで、先生のニーズに応える製品を提供し、生徒の学力向上をサポート。こうした事業活動を通じた教育支援によって、将来の社会の発展を担う次世代育成に貢献しています。



→ 環境への取り組み

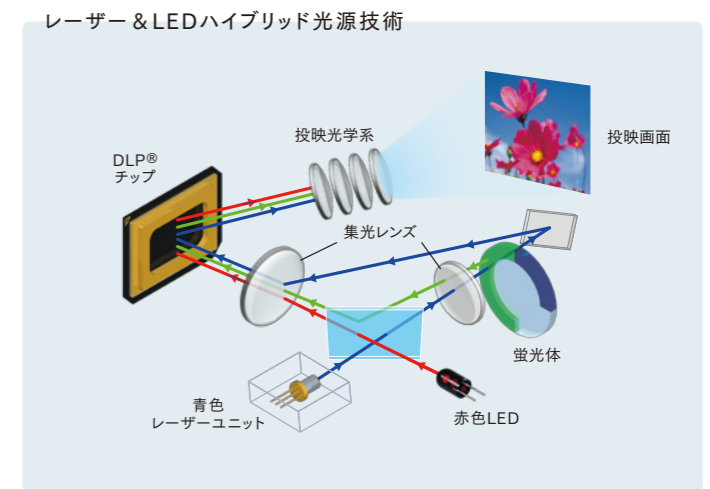
有害な水銀ランプを使わない環境配慮型商品

カシオは、環境への負担が少ない製品を積極的に開発しています。プロジェクターでは、世界で初めて高圧水銀ランプを使わない独自の光源技術で、高輝度投影を実現。全製品で「水銀ゼロ」を達成しました。有害物質である水銀のリスク削減を目的とした「水銀に関する水俣条約」など、世界的な水銀不使用が呼びかけられる中、カシオはプロジェクターを通じて「水銀ゼロ」を推進するリーディングカンパニーとして、環境負荷の軽減に努めています。



グリーン購入法
適合商品

省エネ・省資源設計
水銀フリーランプ
エコマーク認定番号
第15145001号



教育環境の改善や科学の発展を目指した支援

カシオ中国では、貧困や災害が原因で教育環境に恵まれない児童に向けて「私の夢のリュックサック」と題した支援活動を行っています。児童には文房具などを入れたリュックサック、学校には電卓や電子楽器など授業で使えるカシオ製品を贈呈し、子どもたちの教育環境の改善を目指しています。また、日本の学術研究の発展への寄与を目的に設立されたカシオ科学振興財団を支援しています。同財団では、先駆的かつ独創的研究を毎年選定して助成活動を行っています。過去の研究助成の成果が社会に役立った事例としては、2014年にノーベル物理学賞を受賞した赤崎勇教授と天野浩教授による青色LEDの開発などがあります。



私の夢のリュックサック



カシオ科学振興財団 研究助成金贈呈式

HISTORY

カシオのイノベーションの歴史

カシオ計算機株式会社は、忠雄、俊雄、和雄、幸雄という四人の樫尾兄弟が、それぞれの得意な力を生かして世界初の小型純電気式計算機の開発に成功し、1957年に設立しました。開発を担当していた次男の俊雄の持論は「発明は必要の母」。世の中が求めるものを開発するのではなく、自分たちが発明した製品で世の中に新しい必要性を生み出すという考えでした。それは、デジタル技術を発展させ、電卓、時計、電子楽器などの発明品を世に送り出す開発哲学として受け継がれ、今なお新しい価値を生み出し続けています。



左から、次男俊雄、三男和雄、長男忠雄、四男幸雄。手前は開発に成功した計算機14-A。

001
世界初のメモリー付き電子式卓上計算機。

1965
SL-800
薄さ0.8ミリのクレジットカードサイズを実現。持ち運んでいつでも計算ができる究極の薄型電卓。

1965
fx-7000G
グラフ表示によって数式を直感的に把握できる関数電卓。

1971
1972
タイピュータ
世界初のインクジェットプリンタを搭載したタイプライター。

1974
カシオミニ
世界初のパーソナル電卓。1チップLSIや6桁の表示ディスプレイ、シンプルな部品設計により12,800円の価格を実現した。シリーズ累計1,000万台以上が売れて一般家庭に広く普及し、半導体の発展にも貢献した。

1974
カシオトロン
「時間は1秒ずつの足し算」という発想から生まれた電子時計。大の月・小の月を判別して日付を調整するオートカレンダー機能を、世界で初めて腕時計に搭載した。

1974
カシオトーン201
「誰にでも楽しめる楽器」をコンセプトとした電子楽器。音の時間的変化に着目して開発した「子音母音システム」により、さまざまな種類の自然楽器に近い音色を実現。

1981
TR-2000
英和・和英辞書を内蔵した電子辞書。

1983
G-SHOCK (Gショック)
「落としても壊れない時計」をコンセプトに開発された耐衝撃腕時計。壊れやすい精密な腕時計の常識を覆し、いつでも気軽に使える実用性と「タフネス」という世界観が全世界のユーザーに支持されている。

1985
EX-word (エクスワード)
本格的に電子辞書の展開スタート。コンテンツや検索機能の大幅な強化で電子辞書市場を拡大した。

1995
EXILIM (エクシリム)
世界最薄のスリム形状でウェアラブルを実現したカード型カメラ。常に携帯し、撮りたいときに気軽に撮影を楽しむスタイルを提案。

2000
C303CA
耐衝撃・耐水性能を持ったタフネス携帯電話。場所を気にせず電話ができることで人気を博した。

2002
EXILIM (エクシリム)
世界最薄のスリム形状でウェアラブルを実現したカード型カメラ。常に携帯し、撮りたいときに気軽に撮影を楽しむスタイルを提案。

2010
グリーンスリムプロジェクター
レーザーとLEDを組み合わせたハイブリッド光源により、高圧水銀ランプを使わずに高輝度を実現。光源寿命も約2万時間を達成した。

2011
EX-TR100
自在に動くフレームと回転するレンズで、自由な撮影スタイルを実現したデジタルカメラ。

人間の可能性を信じ、
常識にとらわれない発想で、未来をつくる。

世界が気づいていない、世界へ。

会社概要 (2015年3月31日現在)

商号	カシオ計算機株式会社	設立年月日	1957(昭和32)年6月1日
英文商号	CASIO COMPUTER CO., LTD.	資本金	485億9,200万円
本社	〒151-8543 東京都渋谷区本町一丁目6番2号	従業員数	11,592名(連結)
TEL	03-5334-4111(代表)	ホームページ	http://casio.jp/

役員 (2015年6月26日現在)

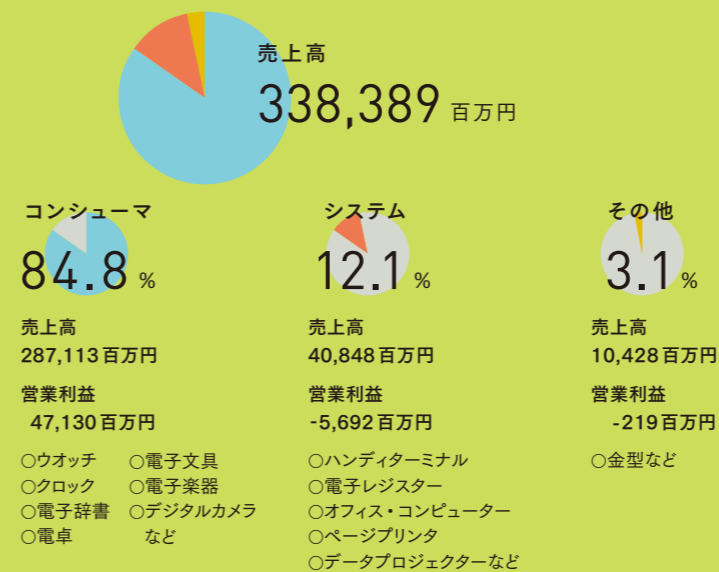
代表取締役	会長	梶尾 和雄	監査役(常勤)	高須 正
代表取締役	社長	梶尾 和宏	監査役	大徳 宏教(社外監査役) 戸澤 和彦(社外監査役)
取締役	専務執行役員	高木 明德 中村 寛 増田 裕一	執行役員	矢澤 篤志 植原 正幸 持永 信之 伊東 重典 守屋 孝司 稲田 能之 梶尾 哲雄 井口 敏之 沖室 敏治 寺田 秀昭 梶尾 隆司 太田 伸司 中山 仁 安藤 仁
取締役	執行役員	山岸 俊之 小林 誠 高野 晋		
取締役		石川 博一(社外取締役) 小谷 誠 (社外取締役)		

売上と利益 (2015年3月期連結)

売上高	338,389 百万円	経常利益	37,857 百万円
営業利益	36,763 百万円	当期純利益	26,400 百万円

報告セグメントごとの売上高と営業利益

※セグメント別の連結営業利益は調整前の数値です(調整額 -4,456百万円)



地域別売上高比率

