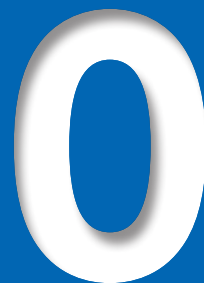


CSR Communication Book 2012

持続可能な社会の実現に向けたカシオの挑戦



0

CASIO

この冊子は、カシオがどのような社会を目指し、それを実現するために、何を行っているのかをまとめたものです。

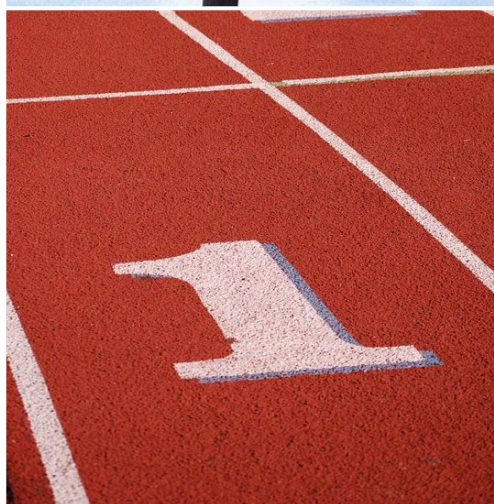
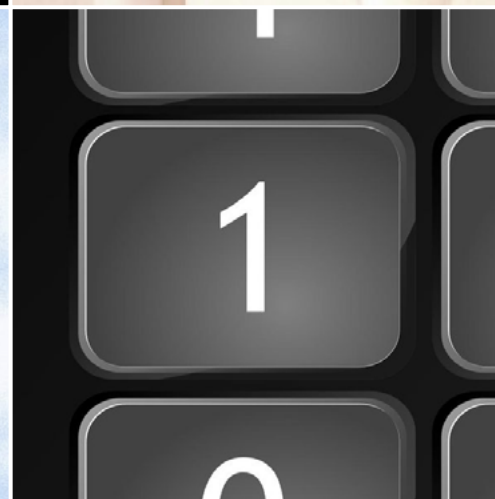
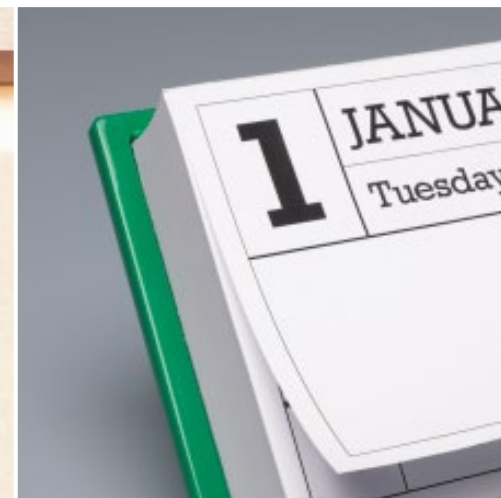
主なコンテンツとしては、カシオで仕事をするすべての人の誓いである「カシオ創造憲章」を具現化したストーリーの紹介や「人権」をテーマとしたステークホルダーダイアログなどを掲載。カシオを構成する従業員と社会とのつながりを意識した内容としています。

本年度は、2010年11月に発行した社会的責任についての国際規格ISO26000を、当社のCSR経営に本格的に導入したスタートの年でもあります。日々変化する私たちを取り巻く社会環境や、カシオに対する社会からの期待を把握するため、私たちは常に社会の声に耳を傾け、課題に挑戦し続けることで、新しい価値を社会に創出し続けていこうと考えています。

なお、当社ホームページではGRIガイドラインを参考に網羅性の高いCSR情報を詳しく開示しておりますので、あわせてご覧ください。

<http://www.casio.co.jp/csr/>

読者の皆様に、私たちの姿勢や活動内容をお伝えすることができれば幸いです。



— 目次 —

私たちが目指すこと	P03
トップコミットメント	P04
カシオ創造憲章 第1章	P06
カシオ創造憲章 第2章	P09
カシオ創造憲章 第3章	P12
環境トップコミットメント	P16
商品による環境への貢献	P17
環境 行動目標&実績(2011年度)	P18
環境 行動目標(2012年度)	P19
社会活動 行動目標&実績(2011年度)	P20
社会活動 行動目標(2012年度)	P21
ステークホルダーダイアログ	P22
カシオグループへのメッセージ	P23
事業概要	P24

表紙の「0」からページをめくると現れる「1」。「カシオが創造する価値」を象徴する「1」をさまざまな形でデザインすることにより、カシオが創造する価値の多様性を表現しています。

私たちが目指すこと

カシオの経営理念「創造 貢献」は、
独創的な発明品によって人々の生活を便利で豊かにしたい、という創業者の志から生まれました。
カシオが目指すCSRとは、カシオで働く一人ひとりがこの経営理念をしっかりと継承し、
「0→1」を生む事業活動を通じて持続可能な社会の発展に
継続的に貢献し続けることです。

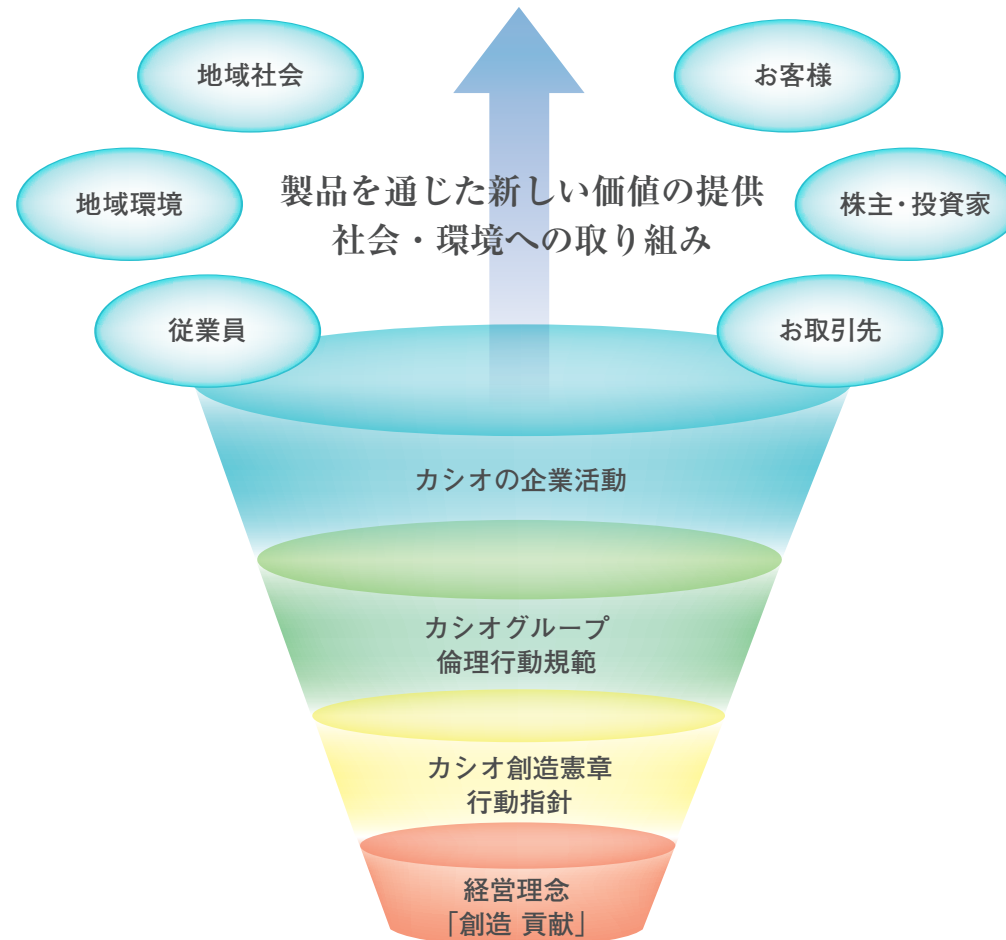
持続可能な社会の実現に向けて

カシオは「創造 貢献」の経営理念に基づき、常に社会に新しい価値を提供すると同時に、持続可能な社会の実現を目指し、次の4つのキーワードを定め取り組んでいます。そして、それぞれの課題に対してあるべき姿を思い描き、具体的な取り組みとして確実に推進していきます。

持続可能な社会のキーワード

- **資源循環性** (有限な地球の中で社会経済的な営みを行うこと)
- **生物多様性** (生きものたちの豊かな個性とつながりを尊重すること)
- **世代を越えた公平性** (現世代が過去世代の遺産を正當に受け継ぎ、将来世代に受け渡すこと)
- **地域を越えた公平性** (地域間で富や財の分配が公平に行われること)

持続可能な社会



CSR推進のフレームワーク



カシオは、国連グローバル・コンパクトに参加し、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」から構成される10原則を支持するとともに、企業活動全般に取り入れています。
また、CSR推進にあたっては、ISO26000やGRIガイドラインを参考に国際社会の要請に応える内容を備えたCSR活動の充実に努めています。

常に新しい価値を創造し、
社会の発展に貢献し続ける
企業を目指します。

代表取締役社長 梶尾和雄



「0→1」を生み出すカシオのDNA

カシオ計算機は1957年の世界初の小型純電気式計算機の発明によって創業しました。

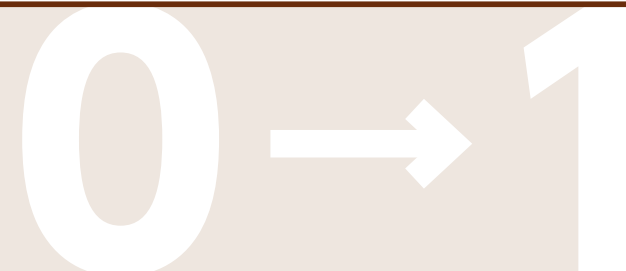
この計算機は、当時の常識を覆す圧倒的な性能で瞬く間に市場を席卷。「0→1」を生み出すカシオのDNA、最初の発露でした。

以後、1972年の世界初のパーソナル電卓「カシオミニ」の大ヒットは、高価な「計算機」を身近な「電卓」に変え、デジタル時代の幕開けに大きく寄与しました。また、「壊れない腕時計を作りたい」という、当時としてはまったく常識外れの発想から生まれたのが、1983年の耐衝撃腕時計「G-SHOCK」です。

そして「フィルムのいらない普及用デジタルカメラ」として生まれた1995年のコンパクト液晶デジタルカメラ「QV-10」など、今では当たり前のように身の回りにある製品ばかりですが、発売当時には前例のないものをカシオは生み出し続けてきました。こうした画期的な発明品を次々と世に送り出してきた歴史は、パラダイム・シフト(発想の転換)をテクノロジーで裏付け、既存概念や既存技術のブレイク・スルーを繰り返すことでつくられてきたのです。またこの他にも、カシオは既存製品の事業から新しい事業展開を引き出すための、製品の「再発明」にも取り組んでいます。

カシオは従来にないまったく新しい製品やサービスを開発することで新しい価値を世の中に提供し、それによって人々の生活を便利で豊かなものにしてきました。そしてその価値が世の中に認められることによって新しい市場が生まれ、新しい文化が生まれます。これがカシオの経営理念である「創造 貢献」の実現に他なりません。カシオは従業員の一一人ひとりがこの経営理念の実践に努め、「0→1」を生み出すことによって社会の発展に貢献し続けてまいります。

常に新しい価値を創造し、社会の発展に貢献し続ける企業を目指します。



国際的イニシアチブへの賛同とCSR経営の推進

一方、こうした事業を通じた社会貢献以外にも、カシオは社会・環境課題の解決を通じて持続可能な社会の発展に貢献することを目指しています。カシオのコア・コンピタンスである小型化・軽量化・薄型化・省電力化の技術によって製品の環境負荷の低減に貢献するだけでなく、温室効果ガス排出削減を目指した中長期目標をはじめとする事業所の運営や、生物多様性保全などの環境活動の推進によって、環境へのマイナス影響を抑制し、プラス影響を増加させ続けるよう環境経営を徹底しています。

カシオ製品はグループ内だけではなく、国内外を問わず多くの部品メーカーや製造委託先企業のご協力によって作られ、世界中の流通を通じて、年間1億台以上の製品が世界140カ国に販売されています。このようにカシオがグローバルに事業を推進していく上では、人権・労働・環境・腐敗防止に関して、国

際的に認められた規範を遵守し、社会的責任を果たしていくことが不可欠であり、それが国際社会の持続的発展につながると考えています。

こうしたことからカシオは、2010年に国連グローバル・コンパクトに署名し、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」から構成される10原則の支持を宣言するとともに、企業活動全般に取り入れています。また、2010年11月に発行された社会的責任に関する国際ガイダンス規格「ISO26000」を基準として、国内外の全グループ企業を対象としたCSR課題の棚卸しを行い、抽出されたCSR課題の解決に向けてステークホルダーとの対話を実施するなど、CSR推進の手引きとして活用しています。さらに、GRIガイドラインを参考にして開示項目を選定、充実させることで、国際社会の要請に応える内容を備えたCSR経営の推進に努めています。

2011年3月11日に発生した東日本大震災は、東北地方沿岸部への津波被害や福島第一原子力発電所の事故など、壊滅的な被害をもたらしました。1年以上経過した現在でも復旧・復興は思うように進まず、いまだに苦しい避難生活を余儀なくされている被災者の方々が大量にいらっしゃいます。カシオは、現地のニーズを的確にとらえた長期的な支援を今後も継続して実施してまいります。

本レポートでは、2011年度における主な取り組みを紹介しています。是非ご一読いただき、忌憚のないご意見を賜りますようお願い申し上げます。皆様方の貴重なご意見を、今後の取り組みのレベルアップにつなげてまいります。

私たちは、独創性を大切にし、 普遍性のある必要を創造します。

世の中で必要とされていながら、
これまで誰も生み出してこなかったものを、
独創性をもって創造する。
それが、私たちカシオが創業以来、
変わらず受け継いできた「DNA」です。
そこから生まれてきた最新の製品が、
どのような形で社会に貢献しているのか――。
高性能カメラ「EXILIM」を例に紹介します。



カシオ創造憲章 第1章

私たちは、独創性を大切に、
普遍性のある必要を創造します。

将来の科学技術を担う 人材の育成に貢献

1秒間に数十コマの連写が可能という、
高速連写機能を備えた

カシオのデジタルカメラ「EXILIM」。

決定的瞬間を逃さず、肉眼では見えない
もうひとつの世界をクリアにとらえて見せてくれる。

この最新性能が現在、

将来の科学技術を担う人材育成の場で、
大きな役割を果たしています。



西坂信儀

「独創性を大切に、普遍性のある必要を創造する」ことを、創造憲章に掲げるカシオ。それは、創業以来変わらず受け継がれてきた企業としての「DNA」でもあります。

QV事業部商品企画部の西坂信儀が、デジタルカメラ「EXILIM」のシャッタースピード高速化に着手したのも、その「普遍性のある必要を創造したい」という思いからでした。「子供のいきいきとした表情やスポーツの決定的瞬間、そうした『生きた』写真を撮りたいという思いに応えたかったんです」。



さらに発売後、この高速連写機能は思わぬ場面で活用されることになりました。「科学の授業の題材として、牛乳などの液体が王冠状に跳ねる『ミルククラウン』を取り上げ、その発生過程をEXILIMで撮影しています」と語るのは、広島大学附属高等学校理科教諭の梶山耕成氏。他社製品と比較してもシャッタースピードが格段に速いため、より詳細な観察が可能になるのだといいます。

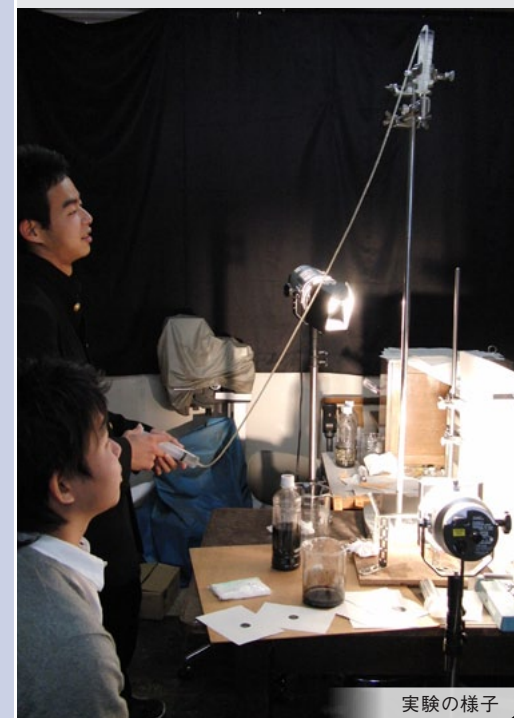


梶山耕成氏

今後の社会を担う若者たちに、科学の面白さを伝える媒体として活躍するEXILIM。「それはとても光栄なことですし、今後も機能や品質を向上させて、さらなる貢献をしていきたいですね」。西坂はそう語ります。



広島大学附属高等学校



実験の様子

カシオ創造憲章 第1章

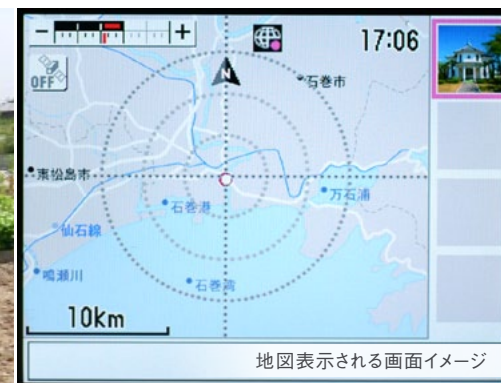
私たちは、独創性を大切にし、
普遍性のある必要を創造します。

高精度のGPS機能が 東日本大震災の被災地で活躍

東日本大震災の被災地でも、EXILIMは
さまざまな場面で活用されています。

そのひとつが、撮影地の位置情報を記録できる
高精度のGPS機能。

すべての目印が消失した津波被災地で、
かつて家などがあった土地の場所を特定し、
現況を記録するために、
なくてはならない存在になっています。



「EXILIMを東日本大震災の被災
地復興事業の現場で活用している」と
話すのは、被災地での復興事業に関
する事前調査を行った日本土地家屋
調査士会連合会の児玉勝平氏です。

家屋などの流
出・焼失に対す
る助成金や保
険金の申請には、
それを証明する
登記関連の記録



児玉勝平氏

が求められており、それに関する調査
には、もともとその建物があった敷地
の現況写真が必要になります。しかし、
目印となる建物なども流された津波の
被災地では、どこがその土地なのかを
判断することさえ困難。そこで役立つ
のが、EXILIMの高精度GPS機能な
のだといいます。

もともと「旅」をコンセプトに開発さ
れたこのGPS機能は、写真を撮影し
た場所の経緯度や撮影方向を記録す

ることができます。「土地の位置特定
が容易にできるし、記録された情報をも
とにその場所がカメラ上の地図にも自
動表示されるので、何万棟もの調査箇
所すべてを記録管理する上でも欠かせ
ない機能です。カメラに地図が表示さ
れる現地案内機能も、調査で歩くとき
に非常に助かりますね」と同連合会の
小野伸秋氏は語ります。このカメラの
営業担当者三好正一は、「位置情報が記
憶できるカメラなので、土地家屋調査
士の方の仕事に役に立つのではと考
えていました。実際に話をさせていただ
いたときはうれしかったですね」と当
時を振り返ります。また、それが被災
地の復興支援に微力ながら貢献でき
ていることがうれしいと笑顔を見せる
三好。「これからも、使用する方の用途



三好正一

に合わせてカスタマイズしていくことで、
このカメラがもつ可能性は無限に広
がっていくと思います」。

カシオの「DNA」が生み出した技術
は、それを使う「人」を通じて、私たち
の思いをはるかに超えて活用され、社
会にさまざまな価値をもたらしています。



EX-H20G

カシオ創造憲章 第2章

私たちは、社会に役立ち、 人々に喜びと感動を提供します。

お客様に「無限の感動」を提供し、
「豊かな生活」を分かち合うとともに、
「尊敬と信頼」の絆を育む。
それが、カシオの目指すモノづくり。
事業のグローバル化が進む中でも、
各地の文化や習慣を尊重しながら、
これまでの常識にとらわれない新しい発想で、
製品を生み出し続けています。



カシオ創造憲章 第2章

私たちは、社会に役立ち、
人々に喜びと感動を提供します。

世界各地のニーズから 新しい価値を創造。 それがカシオの使命です。

文化や生活習慣が違えば、
そこから生まれてくるニーズも当然異なる。
多彩なニーズを的確に把握し、
自由な発想でそれに挑むことで、
時に「常識はずれ」と驚かれるような
ユニークな製品を発案し、
お客様に、そして社会に感動を届けたい。
カシオは、そう考えています。



「ゼロから1を生み出すこと」。それが、
創業以来受け継がれるカシオのDNAで
す。「ユニークでなければカシオ製品では
ない」を合言葉に、これまでどこにも存在
しなかった製品を社会に送り出すことで、
ユーザーの皆様満足を超えた驚きと

感動を提供する。それによって新しい文
化が生まれ、社会全体にも新たな発展
をもたらすことができると考えています。

もちろんそのためには、「人まね」で
はない高い技術力とともに、お客様の
ニーズを的確にとらえる力が不可欠で
す。近年、事業のグローバル化が進む
中でも、進出地域の文化や習慣の違
いを尊重し、そこから生まれるローカ
ルニーズに寄り添う姿勢を何より大事に
してきました。既成概念に縛られない
新しい発想で、世界中の人たちに使っ

てもらえる製品を提供する。それは、カ
シオの原点である「創造 貢献」につな
がる、何よりやりがいのある目標でもあ
るのです。

これまでに、アラブ音楽の音色やリ
ズムに対応した「オリエンタルキーボ
ード」、中国語に欠かせない発音記号の
入力を簡易化した電子辞書など、多様
な文化に根ざしたさまざまな製品を生
み出してきました。製品を販売するだけ
でなく、ベトナムでは、学生の学力向上
を目的として、13年間にわたって数学
競技会を開催。2012年現在、ベトナム
全土のほぼすべての生徒が参加する
国家行事となっています。数学競技
会では、当社の関数電卓が多く使われ
ており、学生たちが、楽しみながら学ぶ
力をつける良い機会となっています。

次ページでは、「インド式電卓」につ
いてご紹介します。

ピンイン入力対応電子辞書

同じ読みでも発音の違い(四声)
で意味が異なる中国語。そのため、
ローマ字と四声独自の発音記号「
ピンイン」をどちらも入力する必要
があります。カシオの電子辞書は、
ユーザーの使いやすさを追求し、
タッチパネルを搭載。ピンイン入
力の手間を大幅に省くことに成功
しました。



オリエンタルキーボード

中近東の音楽文化圏であるアラブ・マ
グレブ(中東、北アフリカ)、オリエン
タル(トルコ、ギリシャ、中央アジ
アなど)、イラン、ハリージ(ペルシ
ヤ湾岸諸国)。これらの地域特有の
54の音色、83のリズムを搭載した
キーボードです。中近東ならではの
楽器の音色で、各地域に慣れ親し
んだ音楽を楽しむことができます。



私たちは、社会に役立ち、
人々に喜びと感動を提供します。

インド文化・習慣になじんだ 商品をお届けしたい。 インド式桁表示電卓の誕生。

地元の人たちにとってより使いやすい、
インド特有の桁区切りに対応した
電卓は開発できないか――。
現地駐在員のそのアイデアが、
「インド式桁表示電卓」誕生のきっかけでした。
ローカルスタッフの声を積極的に取り入れて
試行錯誤の末に生み出したのは、
現地の人々の誇りにもつながる、
そんな製品でした。



大きな数字を表示する際、千の位で区切った後、十万、千万と2桁ずつ区切りを入れていく方式が一般的であるインド。「展示会や代理店との打ち合わせなどでも、欧米式の3桁区切りだけでは数字が読みづらい、という声をよく耳にしていたんです」。カシオが2010年に発売した「インド式桁表示電卓」発案のきっかけを、カシオインディア社長の中正男はこう説明します。



インド式桁区切りの表示



MJ-120D

「インド式表示に対応した、地元の人たちがもっと使いやすい電卓を」というコンセプトでスタートした商品化計画。企画や仕様について、ローカルスタッフと何度も意見交換を重ねながらの開発が進められました。まったくの新ジャンル商品とあって、地元のパートナー企業やマスコミ向けの説明会も開催し、広報に力を入れたといいます。



中正男

発売から2年。現地のカシオ代理店に勤務するAJIT RAGHAVAN氏は「お客様からは、使いやすいだけでなく、『インドのために特別に開発された製品ということに誇らしさを感じる』という声も寄せられています」と語ります。



AJIT RAGHAVAN氏

使いやすくして日常に役立つ製品を、手頃な価格で提供することで、カシオブランドにもっと親しんでもらいたい。世界中にカシオファンを増やすための、私たちの挑戦は続きます。

カシオ創造憲章 第3章

私たちは、プロフェッショナルとして、 常に誠実で責任ある言動を貫きます。

11,663人のプロフェッショナルで
構成されているカシオグループ。
ここでは、0から1が生まれる
事業プロセスに沿って、代表して9人の
従業員の仕事とその思いを紹介します。

開発 設計 デザイン 調達 生産 物流 販売 サービス 事業支援



カシオ創造憲章 第3章

私たちは、プロフェッショナルとして、常に誠実で責任ある言動を貫きます。

カシオを支える プロフェッショナルたち



開発

独自の技術で多機能化と操作性の両立を実現 「スマートアクセス」の開発

時計事業部 モジュール開発部 実装開発室 澤田亮

時計の外装部品を除いたすべての部品設計を担当しています。カシオの開発の特徴は、独自のエレクトロニクス技術を活かすことで、既存の製品にとられない新しい発想の商品を世の中に生み出すこと。シンプルで簡単、スムーズな機能操作を実現する“スマートアクセス”もそのひとつです。これからも常に、お客様に感動を与えられるような機能・サイズ・品質・操作性を追求した時計を設計し続け、文化を変えるような製品を生み出せればと考えています。



設計

いつでも携帯して、欲しい情報にサッと手が届く 現場の声を聞き、使う人の立場に立って商品进行設計

システム事業部 開発統轄部 プラットフォーム開発部 第一開発室 室長 境井徹

開発室の室長として業務用タブレットの開発を指揮しています。どんなに技術的に優れていても、格好が良くても、お客様にとって価値がなければ意味がないので、常に「自分たちの仕事が誰の何を良くするのか?」を考えて仕事をしています。商品を共に開発し、導入していただいているファーストリテイリングのご担当者様に、「仕事がすごく効率的になりました!」と目を輝かせて言っていたいた時は、お客様のほんとうに求められていることが実現できたと実感でき、とてもうれしかったですね。これからも「こんな発想があったか! さすがカシオ!」と発想力に驚かれるような商品を開発していきたいです。



デザイン

デザイナーは見た目も美しく、中身もおいしい料理を 創作するシェフのようなもの

デザインセンター プロダクトデザイン部 第一デザイン室 室長 長山洋介

デジタルカメラTRYXのデザイン企画をはじめ、通常のハード/ソフトにおけるデザインの開発、商品コンセプトをどのようにお客様に伝えるのかのイメージ構築まで、多岐にわたる業務に携わっています。日々、新しいひらめきを生み出すために、何かに“気づこう”とする意識をもち、「便利!」や「楽しい!」を発見するためのアンテナを立てて生活しています。ソーシャルネットワークが発展してきた現在、作り手とユーザーの距離はますます近いものとなり、これからはユーザーの皆様ともコミュニケーションをとりながら新たな商品を創出する。そんな文化を築き、新たな開発スタイルを創造していきたいと考えています。



カシオ創造憲章 第3章

私たちは、プロフェッショナルとして、常に誠実で責任ある言動を貫きます。

カシオを支えるプロフェッショナルたち



調達

お取引先とともに経営品質を高め合う

カシオ深圳 総務部 次長 黄燕豪

CSR調達を担当しています。毎年、中国華南地区で開催されるベンダーミーティングでのCSR遂行度アンケート調査や、年間を通して計画的に行う、お取引先の訪問や監査、経営者との意見交換が主な仕事です。カシオのCSR調達は、お取引先との協働による推進が特徴。ミーティング時には、お取引先の代表者にCSR推進の改善事例を発表していただくなど、サプライチェーンへの横展開を図っています。さまざまな分野の知識を習得できることがこの仕事の醍醐味です。これからも、やる気を持ち続け、楽しく仕事をするので、個人の価値も高めていきたいと思っています。



生産

誰もが働きやすい生産ラインづくりに取り組み、生産効率をアップ!

カシオ中山 楽器製造部 楽器品質技術課 係長 楊成

楽器を生産している中国のカシオ中山で、生産ラインの効率化に取り組んでいます。「誰もが働きやすい」生産ラインを実現するためには、日頃の地道な改善活動の積み重ねが重要です。実施した改善によって、作業時間の短縮や部品置き場のスペース削減、作業効率の向上など、具体的な成果が表れ、作業員から評価してもらえる時は、仕事のやりがいを感じますね。今後も、「創造 貢献」といったカシオの経営理念を実現するために、精一杯「毎日改善」活動を推進していきます。



物流

現場の工夫を積み重ね、ダントツのグリーン物流を実現

生産資材統轄部 物流部 小島茂幸

物流管理をデータ面でサポートする仕事をしています。社会的に関心の高い地球温暖化対策。物流部門が果たすべき役割は非常に大きなものがあります。そのためにも、「ダントツのグリーン物流」といったスローガンを掲げ、「輸送距離の短縮」、「モーダルシフトの推進」、「積載効率改善と輸送物量削減」に取り組んでいます。「最適なモノ」を「最適な品質」で「最適な場所」に「最適なコスト」で運ぶのはもちろんのこと、ダントツのグリーン物流を実現することで、顧客満足度や企業価値の向上、そして持続可能な社会の実現に貢献できればと思います。



カシオ創造憲章 第3章

私たちは、プロフェッショナルとして、常に誠実で責任ある言動を貫きます。

カシオを支えるプロフェッショナルたち



販売

現地スタッフとのコミュニケーションを重ねてつくり上げる「SHOCK THE WORLD」 世界各地にカシオファンを増やしたい

営業本部 戦略統轄部 SP戦略部 部長 田中秀和

「独自の発想力とそれを具現化するテクノロジーとデザイン」で、「唯一無二」の個性と価値を備えた商品開発を実現し、新たな市場を創出し続けることがカシオの強みです。私が仕事をする上で心掛けていることは、プロダクトやブランドが、「ユーザーに提供できる価値・絶対的価値と情緒的価値」を提供し続けること。これからもG-SHOCKのグローバルなプロモーションイベント「SHOCK THE WORLD」を通じて価値を提供し、カシオブランドを「メイド・イン・ジャパン・ブランド」として、日本人が誇りに思えるようなブランドにしていきたいと思います。



サービス

アフターサービスでも、カシオならではの付加価値を提供し、 お客様をハッピーに!

カシオアメリカ プランニング、サービスアンドサポートディビジョン ディレクター ベンソン・スミス

アフターサービスを中心とした業務に取り組んでいます。日々、お客様と接する中で、お客様の問題が解決され、「ありがとう」という言葉をいただくと、言葉では表現できないような満足感を感じます。カシオの強みは、「お客様から信頼いただける技術力」と「素早い対応」です。カシオアメリカのすべての従業員が本気で「付加価値を提供したい」という想いをもち続け、ここアメリカでもお客様ニーズの先取りと、最大限の顧客満足を実現していきたいと思います。



事業支援

(知的財産保護)

知的財産を保護し、世界を舞台にしたカシオブランドの さらなる強化に取り組む

知的財産センター 知財法務部 商標意匠室 室長 米倉雅子

国内外の調査やプレスリリース、発行物などのチェックを行い、第三者の商標権・意匠権の侵害リスク回避や、侵害リスクが確認された場合の対応などに携わっています。商標権・意匠権を取り巻く問題は、今後よりグローバル化・複雑化する一方で、新規事業への知財支援も重要な課題です。一見、難しく思われそうな「知的財産権」について、社内でもその重要性を理解してもらうため、顔を突き合わせた密なコミュニケーションを心掛けています。仕事を通じて、国内外のカシオネットワークを強固なものにし、カシオブランドを守るとともに、さらに強いものにしていきます。



小型・軽量・薄型・省電力のモノづくりにより、 新しい市場の創造と文化の形成に貢献するとともに、 持続可能な社会の実現を目指します



代表取締役副社長 梶尾幸雄

2011年の東日本大震災の際に発生した東京電力福島第一原子力発電所事故の影響で、夏期の電力供給不足が懸念されています。2011年のような電気事業法に基づく電力使用制限令は発動されない見込みですが、カシオでは業務に支障のない範囲で「節電」を継続して実施していきます。

また、東京電力管内において実施される電気料金の値上げに対応するため、さらなる節電対策を進めるとともに、投資対効果を見極めた上での再生可能エネルギー設備導入を検討していきます。

国際動向

2011年12月に南アフリカのダーバンで開催されたCOP17(気候変動枠組条約締約国会議)では、京都議定書を2013年度以降も延長するなどの方針を盛り込んだ「ダーバン合意」が採択されました。また、今年6月にはリオデジャネイロで「リオ+20(トゥエンティ)」が開催。秋にはインドのハイデラバードで、生物多様性条約締約国会議(COP11)が予定されています。

これらの動向は、大きな流れを生むものであり、カシオが今後そこにどのようにかわり、どのように貢献していくのかを認識しておく必要があると考えています。

工業会動向

電機電子業界では、企業活動から間接的に排出される、いわゆる「スコープ3」カテゴリーの温室効果ガスの排出量把握・削減のための検討をスタートしています。経団連でも、未達成の場合の罰則規定も盛り込んだ「低炭素社会実行計画」の実施が決まりました。当社もカシオグループとして参加いたします。生物多様性の保全に対する取り組みについても、今年度は工業会としての活動指針をまとめる予定です。

また、「小型家電リサイクル制度」の導入に向けては、製造メーカーとして、解体の容易性への配慮や再生材の利用促進がいっそうの責務となると認識しています。今後の動向を見極め、課題に適切に取り組んでまいります。

工業会の動向は、カシオの環境経営に密接に関係するため、工業会方針に沿った活動を積極的に進めていきます。

格付け動向

2011年度は、DJSI(ダウジョーンズ・サステナビリティ・インデックス)において、アジアパシフィック・インデックスに2年ぶりに復帰採用となり、CDP(カーボンディスクロージャー・プロジェクト)については、情報開示レベルが前年度の中レベルから、1ランク上位の高レベルとランク付けされました。その一方で、パフォーマンススコアではAからEの5段階評価でDランクとなっており、改善が必要です。また、日経環境経営度調査では、一昨年(2010年)の33位から、475社中27位にランクアップすることができました。

良好な格付け結果を維持していくためには、ここから抽出された環境課題について、優先順位をつけながら適切に対応していく必要があると考えています。

今後の方針

カシオが目標とするのは、「環境先進企業 カシオ」のブランド力向上です。小型、軽量、薄型、省電力の製品、またペーパーレスを実現する製品づくりを通じて、環境への貢献とともに、ブランド力の向上を進めていきます。

商品による環境への貢献

自らの手で独創的な製品を作り、社会の進歩に役立てたい。カシオが追求するモノづくりの姿勢には、使用する人の利便性などへの配慮だけでなく、環境への配慮も欠かせません。ここでは、商品を通じた環境への取り組みを紹介します。

カシオグリーンスター商品

カシオは、持続可能な社会を目指すため、設計や生産、物流などの事業プロセスにおける環境配慮はもちろんのこと、お客様使用时や使用後のリサイクルにいたるまで、徹底した環境配慮型のモノづくりに取り組んでいます。

象徴的な活動のひとつが「グリーンスター商品」の開発と販売です。全14の環境影響評価項目で基準を満たした「カシオグリーン商品」の中から、さらに、より厳しい全13の評価項目の基準を満たした商品を「カシオグリーンスター商品」として認定しています。

カシオでは、2014年度までにカシオグリーンスター商品売上比率を50%にすることを目標に取り組みを推進しています。

カシオグリーンスター商品の紹介

電卓



DS-2DT

ココがエコ!!

- ◆ソーラー電池を使用
- ◆再生プラスチックを40%以上使用
(プラスチック総重量比)

電子辞書



XD-D8500 (Dシリーズ)

ココがエコ!!

- ◆パッケージの小型化により輸送効率を47%向上(当社XD-SP6600と比較)

デジタルカメラ



EX-ZR300

ココがエコ!!

- ◆パッケージの小型化により輸送効率を83%向上(当社EX-Z1200と比較)

データプロジェクター



XJ-M255 (Mシリーズ)

ココがエコ!!

- ◆光源に水銀を使用しておりません
- ◆パッケージの小型化により輸送効率を30%向上(当社XJ-S68と比較)

データプロジェクター スタンダードモデル(300ルーメンモデル)が、「エコマークアワード2011」(主催:財団法人日本環境協会)において「プロダクト・オブ・ザ・イヤー」を受賞しました



エコマーク認定番号
第10145015号

電子楽器



AP-420

ココがエコ!!

- ◆使用時の消費電力を78%削減
(当社AP-400と比較)

ウォッチ



OCW-S2000・SHW-1500

ココがエコ!!

- ◆ソーラー電池の採用

ページプリンタ



GE5000

ココがエコ!!

- ◆使用時の消費電力を47%削減
(TEC値で当社N3600と比較)



3R省エネ設計
エコマーク認定番号
第07122013号

ハンディターミナル



DT-X8

ココがエコ!!

- ◆使用時の消費電力を21%削減
- ◆パッケージの小型化により輸送効率を52%向上(当社DT-X5と比較)
- ◆コード類には特定有害物質PVCを使用しておりません

行動目標&実績(2011年度)

カシオは、「環境ビジョン 2050」を軸にグローバルな視点で環境行動目標を定め、環境活動を推進しています。2011年度の行動目標と実績、および活動実績を踏まえた2012年度の目標を紹介します。

達成度評価基準

①目標値を達成し、かつ新たに高い目標値が設定された	★★★★
②目標値を達成した	★★★
③目標値は未達成だが、前年度よりは着実に改善された	★★
④目標値に向かって推進中であり、次年度以降に成果が見込まれる	★
⑤基準値と同等かまたは悪化している	▲

	活動テーマ	2011年度の行動目標	2011年度の実績	達成度自己評価
◆製品にかかわる行動目標				
1. 環境適合型製品の開発目標	グリーンスター商品売上比率の向上	2014年度までにグリーンスター商品の売上比率50%を達成する [グリーン商品売上比率80%以上を継続]	—	★
◆工場・事業所にかかわる行動目標				
1. 中長期の温室効果ガス削減目標	中期の温室効果ガス削減	事業活動に伴うグローバルな温室効果ガスの排出総量を、2005年度に対して、2020年度に30%削減	66.5%削減	★
	長期の温室効果ガス削減	事業活動に伴うグローバルな温室効果ガスの排出総量を、2005年度に対して、2050年度に80%削減	66.5%削減	★
2. 省エネルギー目標(電力・燃料など)	CO ₂ 排出量の削減(国内生産拠点)	実質生産高原単位を1990年度に対して、2008年から2012年度(5年間)の平均値で35%削減	46.9%削減	★
	CO ₂ 排出量の削減(国内オフィス拠点)	CO ₂ 排出総量を1990年度に対して、2008年から2012年度(5年間平均)の平均値で9%削減	31.3%削減	★
	CO ₂ 排出量の削減(海外生産拠点)	生産高原単位を2004年度に対して、2012年度までに30%削減	9.5%削減	▲
	CO ₂ 排出量の削減(海外オフィス拠点)	CO ₂ 排出総量を2004年度に対して、2012年度までに3%削減	42.2%増加	▲
3. CO ₂ 以外の温室効果ガス削減目標	CO ₂ 以外の温室効果ガス削減	CO ₂ 以外の温室効果ガス総排出量(CO ₂ 換算)を2000年度に対し、2012年度までに90%削減する	99.5%削減	★★★★
4. 省資源目標(水、紙)	水使用量の削減(国内生産拠点)	実質生産高原単位を2000年度に対して、2012年度までに25%削減	61.2%削減	★★★★
	水使用量の削減(海外生産拠点)	生産高原単位を2004年度に対して、2012年度までに15%削減	4.5%増加	▲
	オフィス用紙使用量の削減(国内拠点)	売上高原単位を2007年度に対して、2012年度までに10%削減	37.1%増加	▲
5. 廃棄物削減目標	廃棄物発生量の削減(国内拠点)	実質生産高原単位を2000年度に対して、2012年度までに50%削減	39.6%削減	★
	廃棄物発生量の削減(海外生産拠点)	生産高原単位を2004年度に対して、2012年度までに30%削減	73.9%削減	★★★★
6. VOC(揮発性有機化合物)削減目標	VOC大気排出量の削減(国内生産拠点)	2000年度に対して、2015年度までに45%削減	94.6%削減	★★★★
7. 有害物質の使用廃止目標	保管中のPCB含有機器を日本環境安全事業(株)のエリア別事業開始に合わせ無害化処理を行う	甲府カシオ保管分無害化処理は2014年度までに実施する	—	★
8. PRTR法対象化学物質の排出量削減目標	対象化学物質の排出量削減(国内生産拠点)	実質生産高原単位を2003年度に対して、2012年度までに40%削減	88.8%削減	★★★★
9. グリーン調達の実施目標	グリーン調達率の向上	2011年度グリーン部品調達率(資材発注全部品に対するグリーン部品 ^{*1} の率) 国内、海外拠点100% ^{*2} を維持継続する	—	★★★★
10. グリーン購入の実施目標	文具・事務用品・OA機器類のグリーン購入比率を75%とする(国内拠点)	2012年度購入比率(件数ベース)75%	—	★
11. 物流の温暖化対策目標	CO ₂ 発生量の削減 ^{*3} (国内物流)	国内売上高原単位で2005年度に対し2012年度に22%削減	2005年度比 24.4%削減	★
◆事業活動全般にかかわる行動目標				
1. 生物多様性の保全目標	生物多様性・生態系サービスの保全	2011年度までにすべての事業領域において生物多様性影響度調査を行い、施策テーマを制定する	生物多様性影響度調査のための基盤づくりを実施 (e-ラーニング実施、チェックリストの検討)	★★

*1: カシオ指定の禁止物質を含有しない部品・材料

*2: 顧客要望に基づき、法規制範囲内での含有は除く

*3: 物流温暖化対策の削減対象範囲は製品・販売物流となる

環境 行動目標(2012年度)

2012年度の行動目標		
◆製品にかかわる行動目標		
1. 環境適合型製品の開発目標	2014年度までにカシオグリーンスター商品の売上比率50%を達成する	
◆工場・事業所にかかわる行動目標		
1. 中長期の温室効果ガス削減目標	中期目標	事業活動に伴うグローバルな温室効果ガスの排出総量を、2005年度に対し、2020年度に30%削減 ^{*1}
	長期目標	事業活動に伴うグローバルな温室効果ガスの排出総量を、2005年度に対し、2050年度に80%削減 ^{*1}
2. 省エネルギー目標(電力・燃料など)	国内生産拠点	実質生産高 ² 酸化炭素(CO ₂)原単位を、1990年度に対し、2008年から2012年度(5年間)の平均値で35%削減 ^{*2}
	国内オフィス拠点	二酸化炭素(CO ₂)排出総量を、1990年度に対し、2008年から2012年度(5年間)の平均値で9%削減
	海外生産拠点	生産高 ² 酸化炭素(CO ₂)原単位を、2004年度に対し、2012年度までに30%削減
	海外オフィス拠点	二酸化炭素(CO ₂)排出総量を、2004年度に対し、2012年度までに3%削減
3. CO ₂ 以外の温室効果ガス削減目標	CO ₂ 以外の温室効果ガス総排出量(CO ₂ 換算)を2000年度に対し、2012年度までに90%削減する ●HFC-134aの削減 ^{*3}	
4. 省資源目標(水、紙)	国内生産拠点	水使用量の ³ 実質生産高原単位を、2000年度に対し、2012年度までに25%削減
	海外生産拠点	水使用量の ³ 生産高原単位を、2004年度に対し、2012年度までに15%削減
	国内拠点	オフィス用紙使用量の ³ 売上高原単位を、2007年度に対し、2012年度までに10%削減
5. 廃棄物削減目標	国内拠点	廃棄物発生量の ³ 実質売上高原単位を、2000年度に対し、2012年度までに50%削減
	海外生産拠点	廃棄物発生量の ³ 売上高原単位を、2004年度に対し、2012年度までに30%削減
6. VOC(揮発性有機化合物)削減目標	国内生産拠点	VOCの大気排出量を2000年度に対し、2015年度までに45%削減 ^{*4}
7. 有害物質の使用廃止目標	グループ会社(山梨県・中央市)内に保管中のPCB含有機器の無害化処理を、2014年度までに実施する(日本環境安全事業株式会社に、無害化処理の委託登録済み(2006年6月)) ●管轄=カシオ計算機 ^{*5}	
8. PRTR法対象化学物質の排出量削減目標	国内生産拠点	対象化学物質の排出量 ³ 実質生産高原単位を、2003年度に対し、2012年度までに40%削減
9. グリーン調達の実施目標	2012年度グリーン部品調達率(資材発注全部品に対するグリーン部品 ^{*6} の率)国内、海外拠点100% ^{*7} を維持継続する	
10. グリーン購入の実施目標	2012年度国内拠点の文具、事務用品、OA機器類のグリーン購入比率75%(件数ベース) ^{*8}	
11. 物流の温暖化対策目標	国内物流におけるCO ₂ 発生量 ^{*9} を、売上高原単位で2012年度までに2005年度比22%削減	
◆事業活動全般にかかわる行動目標		
1. 生物多様性の保全目標	カンオグループ生物多様性ガイドラインに基づき、事業所系と製品系における生物多様性の保全活動を行う	
	事業所系	2012年度までに、工場・事業所の立地・操業に関して、生物多様性影響度評価のチェックシートをNPO/NGOと協力して作成し、パイロット調査を開始する
	製品系	2012年度までに、製品の設計・調達・生産・梱包・物流・リサイクルの各領域に関して、生物多様性影響度評価のチェックシートをNPO/NGOと協力して作成し、パイロット調査を開始する

^{*1} : 事業活動:国内および海外の生産拠点とオフィス拠点の活動を指し、物流、製品使用、従業員移動などに伴うCO₂の排出は含まない。 ^{*2} : 実質生産高:電機電子4団体の方針に基づき、日銀国内企業物価指数(電気機器)で名目生産高を補正したもの。 ^{*3} : HFC-134aを使用しているダストブローワー等を、より地球温暖化係数の低い化学物質を使用している製品に切り替える。 ^{*4} : 電機電子4団体にて、VOC20物質を指定。カシオは8物質を使用中。 ^{*5} : 八王子技術センターで保管中の低濃度コンデンサを含む安定器については、受け入れ可能となるまで保管を行う。 ^{*6} : グリーン部品:カシオが指定する禁止物質が非含有の購入資材、部材。 ^{*7} : 顧客要望に基づき、法規制範囲内でカシオが指定する禁止物質を使用する場合を除く。 ^{*8} : CATS e-Pシステム導入拠点を対象。 ^{*9} : 対象範囲は製品の販売にかかわる工程とし、資材材料調達、リサイクルにかかわる工程は含まない。

社会活動

行動目標&実績(2011年度)

カシオは、社会活動における行動目標を定め、PDCAのマネジメントサイクルに沿って取り組みを行っています。2011年度の行動目標と実績、また活動実績を踏まえた2012年度の目標を紹介します。

評価	
①すべての目標達成	◎
②目標をおおむね達成	○
③成果より課題が残る	△
④進捗なし	×

■コーポレート・ガバナンス

2011年度の行動目標	2011年度の実績	達成度自己評価
金融商品取引法に基づき、内部統制のさらなる改善を推進	将来の「国際財務報告基準(IFRS)の適用を見据えたグループ一体での財務力の向上、経営体質の改善を目的とした活動への取り組みの中で、内部統制の強化を推進	◎

■コンプライアンス&リスクマネジメント

2011年度の行動目標	2011年度の実績	達成度自己評価
重要法令について、順次リスク管理委員会事務局によるモニタリングとシミュレーションを継続的に実施	重要4法令を抽出し、CSR委員会(リスク管理委員会より機能移管)事務局によるモニタリングを実施	○
海外グループ会社も含め、コンプライアンス教育を実施	国内外のグループ会社においてコンプライアンス教育を実施	○
プライバシーマーク更新審査へ向けたリスク見直しと安全対策再整備	プライバシーマーク更新審査に際しリスク見直しを実施。また、グループ会社への個人情報保護教育と誓約の継続実施	○
ISMSにおける情報資産の有効活用促進とインシデント管理の充実、徹底	可用性の向上を目的としたリスク対策の推進	○

■お客様

2011年度の行動目標	2011年度の実績	達成度自己評価
過去の失敗事例の再分析による再発防止への取り組み強化	品質総点検活動による取り組み強化実施	○
製品安全に関する自主行動計画の履行	製品安全に関する自主行動計画の履行を徹底	◎
事故情報収集の迅速化・効率化により、リスクを最小限に抑える	事故情報収集ルールの運用強化・徹底	◎
安全に関する法規制対応の体制整備	安全に関する法規制対応の体制を整備	△
アフターCS満足度調査実施による、お客様満足度向上施策の継続推進	アフターCS満足度調査による課題抽出	○
お客様サポートWebサイトのリニューアル	Webサイトの導線および滞在時間などの分析により、目的のページへたどり着きやすい構造に修正	△
市場監視機能の再徹底による製品品質向上へのフィードバック強化	お客様の声の分析とフィードバックにより、製品品質向上に貢献	○

■お取引先

2011年度の行動目標	2011年度の実績	達成度自己評価
国内・海外のお取引先に対するCSRアンケート調査を継続実施 海外では質問方式の変更を検討(遂行度の回答を「5点法」のスコアリング方式に変更)	国内・海外共にアンケート調査継続実施(中国178社・タイ44社よりアンケート回収、回答を5点法のスコアリング方式に変更し遂行度を可視化。国内ではWebのアンケートで回答率96%、前年は95%、国内では同時にBCPの取り組み状況についても調査)	◎
海外のお取引先に対するCSR遂行度立入監査を拡大実施 海外拠点のCSR推進プロジェクトメンバーにて実施計画から監査結果の評価まで企画・実施	中国では9社立入監査実施、2年間累計・取引規模で30%のお取引先をカバー タイでは上期に5社実施したが、下期は洪水被害のためやむなく活動中断	○
CSR遂行度立入監査を受けたお取引先による事例発表会の継続実施 立入監査で確認した課題の改善状況も盛り込んだ事例発表	CSR遂行度立入監査を受けたお取引先による事例発表会の実施(代表取引先による、他社のベストプラクティスなどを参考に自社で取り組んだ監査指摘課題の改善事例の発表)	◎

■従業員

2011年度の行動目標	2011年度の実績	達成度自己評価
女性活躍促進活動の継続	女性従業員へのセミナーの実施(3回、180名) WLB交流会の実施(2回、50名) 活躍女性ロールモデル紹介(3回)の実施	◎
国内グループ会社における法定雇用率以上の障害者雇用の継続	カシオグループ(国内連結)の雇用率が1.86%→1.64%と減少	×
女性従業員の育児休業取得率90%以上を維持継続	女性従業員の育児休業取得率90%以上を維持継続 女性従業員の育児休業後の復帰率90%以上を維持継続	◎
健診結果のハイリスク者への適切な受診勧奨、医療機関受診の勧奨の徹底	健診結果のハイリスク者への事後措置の徹底により、事後措置実施率は70%超	○

■地域社会

2011年度の行動目標	2011年度の実績	達成度自己評価
次世代育成教育プログラム内容のさらなる充実化による活動拡大	教育プログラムの充実化を図り、延べ4,841人に学習の機会を提供(昨年比:2,909人増)	◎
東日本大震災における被災者・被災地支援の継続実施	被災地での出前授業、従業員ボランティア派遣の他、物資支援も継続実施	○

※社会活動行動目標の詳細はカシオ計算機Webサイトをご覧ください。 <http://www.casio.co.jp/csr/management/management02/>

社会活動 行動目標(2012年度)

■コーポレート・ガバナンス

2012年度の行動目標

金融商品取引法に基づき、内部統制のさらなる改善を推進

■コンプライアンス&リスクマネジメント

2012年度の行動目標

従来からのリスク管理実施のサイクルは一巡したので、新規のモニタリングの仕組みを作成し、実施

国内法を中心としたコンプライアンス教育からCSRに基軸を移したCSR教育をカンオグループにおいて実施

社会・環境の変化に対応したセキュリティマネジメントの徹底

業務テーマ(品質向上・ITサービス改善・セキュリティに関する施策)との連携を強化

■お客様

2012年度の行動目標

安全に関する法規制対応の体制整備

新技術の重点管理による品質トラブルの低減

海外営業拡大に伴う品質重点管理

アフターCS満足度調査実施による、お客様満足度向上の継続推進

お客様サポートWebサイトの時計品目をリニューアル

「お客様ご不満の声」傾向分析手法の改善・確立によるフィードバックの強化

■お取引先

2012年度の行動目標

国内・海外のCSRアンケートの継続実施
国内向け質問項目を見直し、お取引先がわかりやすく回答しやすい内容に変更
またBCP調査も継続フォローアップ

海外のお取引先に対するCSR遂行度立入調査の継続実施
(タイについては、新工場での操業が安定し次第、再教育・立入調査を再開)

CSR遂行度立入監査を受けたお取引先による改善事例発表を通じたノウハウの共有化

■従業員

2012年度の行動目標

グローバル人材の採用・育成

女性活躍促進活動の継続

国内グループ会社における法定雇用率達成に向けての活動

女性従業員の育児休業取得率90%以上を維持継続
女性従業員の育児休業後の復帰率90%以上を維持継続

健診結果のハイリスク者への適切な受診勧奨、医療機関受診の勧奨の徹底

■地域社会

2012年度の行動目標

次世代育成教育プログラムの継続進化による活動の全国展開強化

震災孤児への支援や被災児童・生徒の心のケアを重点に置き、
東日本大震災における被災者支援を継続実施

※社会活動行動目標の詳細はカシオ計算機Webサイトをご覧ください。 <http://www.casio.co.jp/csr/management/management02/>

ステークホルダーダイアログ

グローバル化が急速に進む中で、CSRの重要なテーマとしてクローズアップされつつある「人権」。「カシオグループが今後、進めていくべきアクションプランとは何か」をテーマに外部有識者を招いてのステークホルダーダイアログを開催しました。



人権の問題と、どう向き合うのか

ダイアログは、寺中誠氏より「企業活動と人権」についてのご講演をいただいた後、黒田かをり氏も加わって、会場から寄せられた質問や意見にお答えいただくという形で進行。主に①人権問題についての備えをどうするか、②問題に直面した際の判断基準、③外国人雇用など雇用に関連する人権問題について、の3つのテーマでお話いただきました。お二人の発言要旨を以下にご紹介します。



●ご参加いただいた有識者の方々



寺中 誠氏

東京経済大学客員教授
元 公益社団法人アムネスティ・
インターナショナル日本 事務局長



黒田 かをり氏

一般財団法人CSOネットワーク
事務局長・理事

■対立する相手と誠実に向き合う(寺中氏)

問題に対する備えとして最も重要なのは「誠実な対応ができるかどうか」だと思います。対立する相手の話に耳を傾け、一緒に解決しようとする姿勢をもつこと。それができない企業は、持続していくことはできません。

中国などでの特に顕著な過剰労働の問題においても、なぜそういうことになるのか、現地の労働環境全体を見据えた上で、より良い労働管理の方策を作り上げていくしかない。日本企業はその部分でまだ努力の余地があると感じます。

また、日本では意識が薄いけれど、国籍の違いによる採用の区別は明らかな「差別」。外国人雇用については多くの問題がありますが、まずそのことは認識していただきたいですね。

■グローバル化に対応したCSR方針を(黒田氏)

まず大事なのは、自社の活動が人権侵害を引き起こす可能性があるということをしっかり認識した上で、事前に対応手続き(デューディリジェンス)を立てておくこと。問題が起こってから対応を考えるのでは、どうしてもボタンの掛け違いが起こります。現場に実際に足を運んで、正確に状況を把握することも重要です。稼ぎたい従業員と長時間労働を求めたい会社側との利害が一致して過剰労働が発生するというようなケースにおいては、納期の調整、人事管理研修の実施だけでなく、従業員とともに働きやすい職場づくりを行うといった取り組みによって長時間労働が改善したという事例もあります。また、商品開発のみならず、人権やCSRなどの方針も、多様な価値観に配慮して策定していくことが求められる時代だと思います。

ダイアログを受けて

執行役員 秘書渉外部長 小林 誠

「人権の尊重」は、企業にとって重要な課題でありながら、ともすれば見過ごしがちなテーマでした。それを正面から取り上げ、人権問題に造詣の深い有識者の方々からインパクトのあるお話を伺ったことで、その重要性を再認識する貴重な機会となりました。備えをどこまでしておくのか、問題に直面した際の判断基準はどこに置くのか、などの今回の議論を踏まえて、デューディリジェンスの強化に取り組んでまいります。



カシオグループへのメッセージ

復興支援に尽力したカシオグループ。皆様からのご意見を受け、今後も長期的に復興支援を続けていきます。



(有)斎吉商店 斎藤悠紀さんからのメッセージ



石巻市で楽一を使い事業を再開した斎吉商店様。カシオでは事業再開に向けて帳簿データの復元を支援しました。

当社は魚市場岸壁から100メートルほどの距離のため、津波による被害は甚大なもので、震災から5日後によく、カシオの担当者の方に安否の連絡を入れることができました。その時の声の様子から、私たちのことをどれほど心配してくださっていたかを実感し、取引先というよりも昔からの友人のようで、言葉より先に涙が流れていました。残念なことに従業員1名が逃げ遅れ犠牲になってしまいましたが、そのほかの職員の無事と、会社の状況を説明しました。その後は、ヘドロの中から楽一やバックアップDVDを見つけ、復元作業に取り組んでいただくとともに、代用機をすぐに社長宅に設置していただき、少しずつ事業を再開することができました。広範囲の被害のため、どれほど過酷な作業をしていただいたのかと考えると、本当に頭が下がる思いと、その心に敬服いたします。まだまだ本格復旧とはいきませんが、今後も何とぞ面倒を見ていただけましたらと心よりお願い申し上げます。本当にありがとうございました。



南三陸志津川福興名店街運営組合 (南三陸さんさん商店街)

組合長 及川善祐さんからのメッセージ



東日本大震災で津波の甚大な被害を受けた宮城県南三陸に仮設商店街がオープン。入居する全30店舗に当社製レジなどを寄贈しました。

南三陸町では、津波で家屋の6割が流失・被災しました。商店の復興が町の復興になるの思いで紆余曲折がありながら、志津川地区では30店舗が入居する大規模な仮設商店街「南三陸志津川福興名店街(南三陸さんさん商店街)」を2012年2月25日にオープンすることができました。

店舗の建設は国の支援がありましたが、店舗内は自前です。オープンにあたり、全国から多くのご支援をいただきました。カシオ様からは全店舗に最新レジと電卓を寄付いただきました。ハードだけでなく、店舗ごとのメニュー設定や使用方法の指導までしていただきました。あらためてカシオ様には御礼申し上げます。

商店街の周辺は住宅が流失して住民が少なく、集客が課題です。カシオ様には南三陸の豊かな魚介類を全国の方に購入いただけるような仕組みづくりや、情報発信について今後ともご支援いただけると幸いです。



事業概要

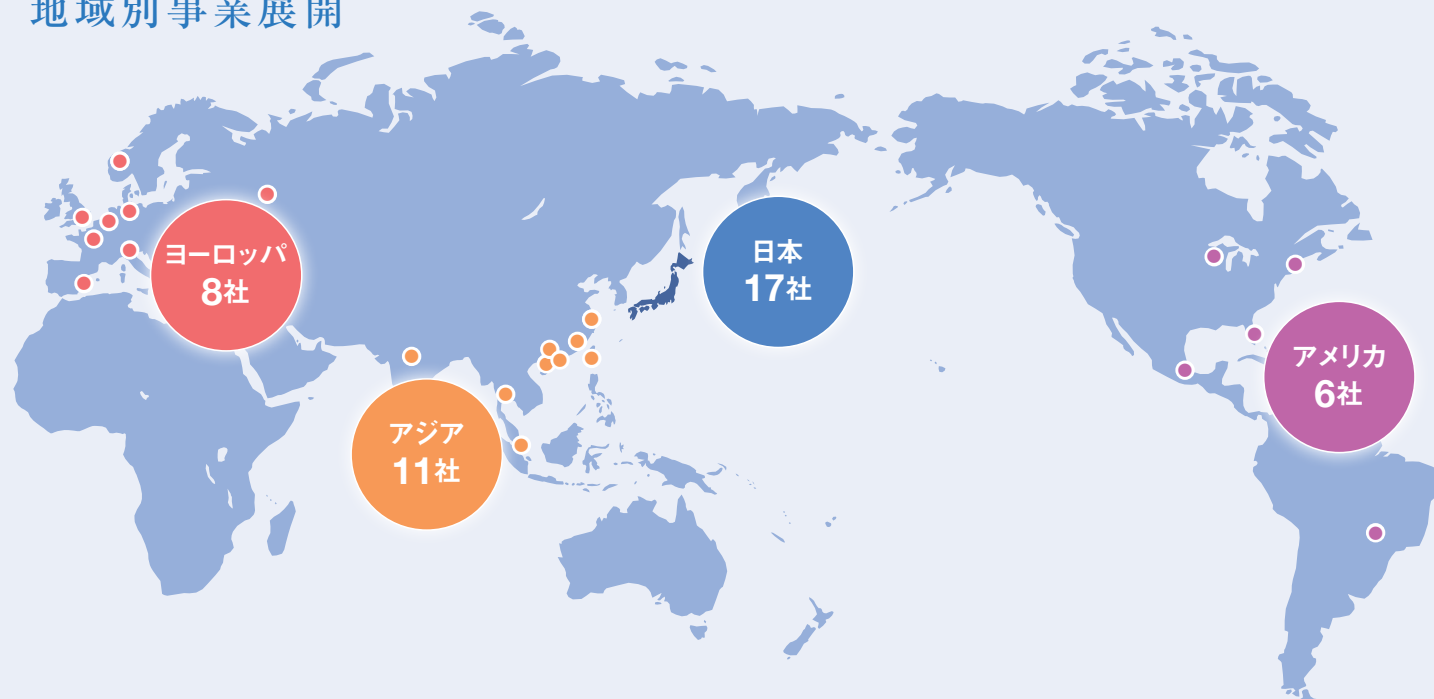
会社概要 (2012年3月31日現在)

- ◆社名 カシオ計算機株式会社
(CASIO COMPUTER CO., LTD.)
- ◆本社 〒151-8543
東京都渋谷区本町一丁目6番2号
- ◆設立 1957(昭和32)年6月1日
- ◆代表取締役社長 梶尾 和雄
- ◆社員数 2,608名(連結:11,663名)
- ◆資本金 48,592百万円
- ◆売上高 301,660百万円(連結)
- ◆営業利益 9,065百万円(連結)
- ◆経常利益 6,980百万円(連結)
- ◆当期純利益 2,556百万円(連結)

CASIO

CASIO CSR Communication Book 2012

地域別事業展開



部門別、地域別売上構成

