

CASIOの価値観
会長メッセージ



代表取締役 会長
檜尾 和宏

カシオらしさを再始動する

危機感と夢をもって、「カシオらしい成長戦略への再構築」と
「企業文化の変革」を行ってまいります。

外部環境が大きく変わり、先行きも不透明な情勢の中、今は危機感と夢をもってカシオらしさを再始動する時です。私は4月から会長となり、経営執行の管理監督という立場からカシオを見ておりますが、当社がこれから行うべきことは資本生産性の向上に向かって、カシオという企業体を変革させることです。言い換えると、カシオらしさの再始動であり、「カシオらしい成長戦略への再構築」と「企業文化の変革」を行うことです。カシオの原点に戻って、当社の強みと従業員一人ひとりの能力と情熱を集結し、ターゲットユーザーの一人ひとりにとって大切な存在であり続ける会社へと変革させてまいります。

現状認識

当社は現在68期の事業推進中ですが、64期末に起こったコロナ禍からの回復ができていないと認識しております。部品調達難や中国市場の落ち込み、欧米市場のインフレなど外部要因は大きな原因ですが、時代の変化に適応できていない事業運営のやり方や指示待ちの内向きな企業体質といった内部要因に依るところもあると反省しております。当社は、このような逆風の中でも再成長できるだけの強みを多く所有しております。強みという資本を最大限に活用して、成長戦略の再構築と企業文化の変革を必ず成し遂げていきます。

当社がこれから行おうとしている挑戦は、実はカシオ創業当時に榎尾四兄弟が実践してきたことです。私たちはカシオの原点に戻り、経営理念と創業精神を備えた従業員一人ひとりの情熱を再成長の原動力としていきます。

カシオの原点に戻る

当社は創業以来、経営理念「創造 貢献」のもと、これまでこの世の中になかった新しい商品を創造してまいりました。リレー式計算機、カシオミニ、デジタル時計、G-SHOCK、電子楽器、デジタルカメラ。数々のヒット商品を生み出してまいりましたが、これらがどのようにして生まれたのか、カシオの歴史を振り返ってみたいと思います。

1957年カシオ計算機創業の年に発売されたリレー式計

算機「14-A」は、オフィスで計算する人の負担を軽減したいという思いから生まれました。パーソナル電卓「カシオミニ」は、人々の日々の生活の中での計算を手軽にしたいという思いから。電子楽器は、多くの人に楽器の演奏を楽しんでもらいたいという思いから生まれました。「実現したいこと＝人に貢献する」をゴールにモノを創り、新たな市場を創造してきたのがカシオ計算機の歴史です。この「創造 貢献」の実践が「カシオらしい成長戦略」なのです。

また、このような新しい市場を創ってこられたのは、「カシオらしい企業文化」があったからです。当社を創業した四人の兄弟は、経営財務担当の忠雄、開発担当の俊雄、営業担当の和雄、生産担当の幸雄がそれぞれの役割を担っていました。そして全員が「ユーザーのために役に立つ」という実現したい夢(共通の思い)に向かって、力を合わせました(共想・共創)。そして皆で考え、悩み、工夫をし、挑戦を続けました。数々の失敗を繰り返しましたが、失敗にもめげずに、事業に携わるすべての人たちがお互いをリスペクトしながら助け合い、決してあきらめない強い情熱と全社一丸となった共創力で、最後までやり切りました。この風土こそが「カシオらしい企業文化」ではないかと思います。

この「カシオらしい成長戦略」と「カシオらしい企業文化」があったおかげで、その後もG-SHOCKを生み出し、ユーザーに使い続けてもらえる商品を通じて、世界中の人々の中にCASIOブランドを確立できたのです。



カシオ計算機を創業した榎尾四兄弟

カシオの強みと再成長へのポテンシャル

当社は現在、年間約8,000万台の商品を販売しております。このことは、毎年新しい8,000万人のユーザーに当社

CASIOの価値観

会長メッセージ



の商品を毎日使っていただいているということです。この中には複数のカシオ製品を使っているロイヤルカスタマーも数多くいらっしゃいます。カシオ製品を毎日使っていただき、今後も使い続けていただけるカシオファンが数多くいることが当社の最大の強みです。

また当社のコア事業は、時計事業、EdTech事業、サウンド事業ですが、それらに共通するより良い商品作りを可能にする堅牢性・小型化・低消費電力といった独自性を有するハードウェアの開発技術や、多くのユーザーから「使いやすい、親しみやすい」と評価をいただいている当社製品独自のUX(ユーザーエクスペリエンス)技術もあります。そして、カシオとお客様を結ぶ絆であるブランド力や

「GAKUHAN」などの仕組みも大きな強みです。

カシオらしい成長戦略への再構築

当社はコア事業を中心に強い商品力とカシオファンを有していますが、時代の変化に適応できておらず、現在事業が停滞気味だと反省をしております。これは創業から数十年経って、従来のプロダクトアウト売り切り型の事業構造が通用しなくなってきていることが原因です。これまでは開発部門が売れる商品を創ること、その他の部門は各々の役割を効率的にこなすことが成長戦略でしたが、これからは「当社の強み」と「未来に社会貢献したい夢」につなげることが成長戦略であり、カシオの存在価値であると考えます。

これからカシオらしい成長戦略を実行してまいります。行うべき再構築とは、「コア事業の変革」と「新ジャンルの創造と新規領域における新規事業の創造」です。

「コア事業の変革」で行うべきことは

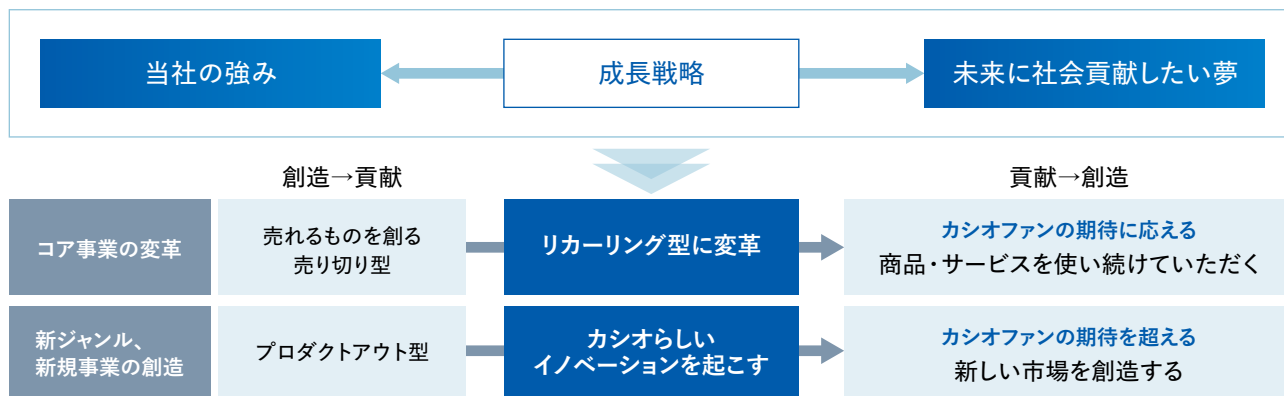
- 「売れるものを創る」から「カシオファンの期待に応える商品・サービスを創る」へ
- 「カシオファンに使い続けていただく」というリカーリング型に変革させること

そして「新ジャンル、新規事業の創造」で行うべきことは、

- 「当社の強み」を活かして「未来に社会貢献したい夢」を実現するために、カシオらしい新たなイノベーションを起こすこと

です。

カシオらしい成長戦略への再構築



企業文化の変革

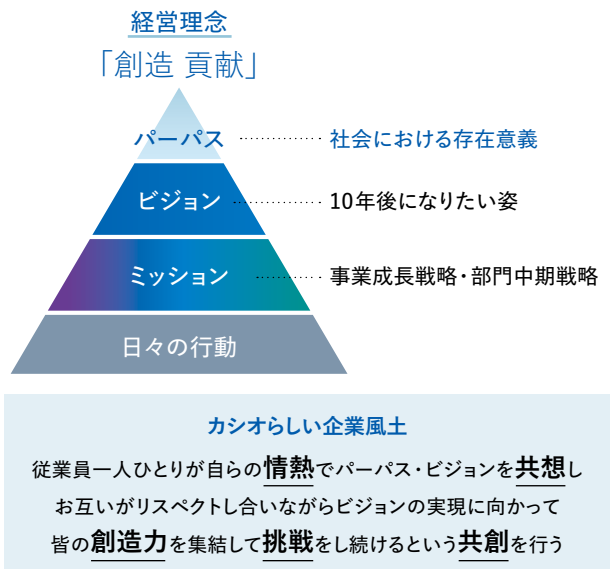
カシオらしい成長戦略を再構築するためには、カシオらしい企業風土を取り戻さなくては実現できません。従来型の仕事の仕方は限界を迎えており、部分最適型の集合体は効率化こそ実現できますが新たなイノベーションは起こりません。“One for all, all for one”の精神で、自社の強みを活かすこと、カシオファンに貢献することを共通の目的として、失敗を恐れず皆で力を合わせて挑戦を続けられる企業風土へと変革させてまいります。

カシオらしい企業風土を取り戻す

前述したように、当社は創業当時には、四兄弟を中心として「従業員全員が経営理念と創業精神を備え、お互いがリスペクトし合いながら、共想・共創する企業風土」がありました。

そしてこれから新たな成長戦略を実践していくために、カシオらしい企業風土へと今一度つくり変えてまいります。従業員全員が経営理念と創業精神を備え、社会貢献するという共通のゴールに向かって、お互いをリスペクトしながら、挑戦をし続けるという共創を行えるような企業風土へと必ず変えてまいります。

カシオらしい企業風土への変革



経営理念と創業精神の浸透で、強みと従業員一人ひとりの能力と情熱を最大化

「カシオらしさの再始動」の原動力は、事業に携わるすべての従業員一人ひとりの情熱、挑戦力、創造力です。従業員一人ひとりが、カシオの経営理念、創業精神を心で理解し、パーパスにつながる会社の一連のゴールに向かって、自らの力で挑戦力、創造力を発揮し続けること。皆がリスペクトし合いながら情熱をもって力を合わせて共創することです。

現在、経営理念、創業精神を心で理解してもらうための活動に全社で取り組んでいます。経営理念と創業精神は、私たちが直接従業員とコミュニケーションを重ねていかなければ伝わりません。私は自ら現場を回り、従業員と語り合う「会長対話会」を実施しています。経営理念と創業精神を伝えて従業員の共感を得ながら、現場の挑戦力と創造力を後押ししています。そして全社として、新しいことに挑戦し続けるカシオらしい風土を創っていくべく、「次世代環境構築プロジェクト」や「パーパスプロジェクト」、「CASIO ACTION 2030」などさまざまな取り組みを始められています。

カシオらしさの再始動～従業員一人ひとりの力でカシオファン一人ひとりに喜びを

現在当社は事業運営の仕組みとして、マトリクス運営（事業軸と機能軸）を取り入れております。これ自体は効率を上げるための有効な仕組みです。新たな成長戦略を実践していくために、このマトリクス運営に加えて「カシオらしい企業風土」を実現することで、従業員一人ひとりが自らの力で「カシオらしい成長戦略の再構築」を実践していくようになると確信しております。

これからも社会に貢献をしていくために、カシオファンの期待に応えて新たなイノベーションを起こしてまいります。カシオ従業員全員の挑戦力と創造力を発揮し、皆で力を合わせて新たな未来を創ってまいります。