

特集：

驚きを身近にする CASIOの強みと 取り組み

創業以来受け継がれ、 未来への原動力となる強み

カシオは、創業以来受け継がれる発想力・挑戦力・情熱の下に独自の強みを活かし、バリューチェーン全体を通じて一貫した取り組みを展開。驚きを身近にし、「今日を超える喜び」をお客様に届け続けています。

パーパス

驚きを身近にする力で、
ひとりひとりに今日を超える喜びを。

独自の「創造」を通じて、
人々の心と暮らしが豊かな社会づくりに「貢献」します。



時計



EdTech(教育)



サウンド(楽器)



新規領域

強み

独創性あふれる**発想**と
それを実現する**技術力**

» P.4

ひとりひとりに寄り添う
企画・マーケティング

» P.5

壊れにくく、長く使える
信頼性に優れた
製品設計・生産

» P.6

使いやすさと
洗練された
デザインの調和

» P.7

オンリーワンの価値を
追求する**人材**
個人の想いをもって
挑戦する**文化**

» P.8

発想力・挑戦力・情熱

独創性あふれる発想とそれを実現する技術力

独創性あふれる発想でまだ気づいていないニーズをつくり、堅牢性・小型化・省電力といった独自に進化を重ねたコア技術と、AI応用、センサー応用など多様な先進技術を融合して新たな価値を創造していきます。

独創性あふれる発想と技術で新たな価値を創造してきた歴史

1972



パーソナル電卓「カシオミニ」

「一課に一台」であった電卓を
「一家に一台」に

1980



電子楽器「カシオトーン201」

独自の音源システムで自然な音色を実現し、
手軽に楽器演奏を楽しめるようにしたことで
音楽人口を拡大

1983



耐衝撃腕時計「G-SHOCK」

腕時計の常識を覆す耐久性とデザインで、
腕時計の価値観を一新

1995



液晶デジタルカメラ「QV-10」

本体に液晶ディスプレイを搭載し、撮った画像を
その場で確認できる機能を一般向け製品として
初めて実現し、デジタルカメラ普及のきっかけに

独創性を大切に、普遍性のある必要を創造

カシオの歴史は、「非常識を常識に変える」の連続でした。その根底には常に、「まだ世にない何かを創造して、世の中に貢献したい」、常に新しいアイデアに想いを巡らし、その実現により、「驚きと歓びを多くの人に味わってもらいたい」という熱い想いがありました。それは、カシオのDNAとして、今なお脈々と生き続けています。

未来技術遺産登録数※

7

製品

※国立科学博物館の定めた日本の技術・文化
に顕著な影響を与えた科学技術史資料

マーケットイン×プロダクトアウトで 新ジャンルを創出し続ける

2024

感情豊かに成長するAIペットロボット“Moflin(モフリン)”



ペルソナに寄り添い
徹底的に求められる価値を探求

Moflin

独自性を有するコア技術と
先進技術を融合

提供する新たな顧客価値

- “感情を持つ”ように感じられる新しい癒し体験
- 世代・環境を問わず安心して触れ合えるボディ
- 成長や個性を感じられる唯一無二の存在

それを実現する独自の技術力

■ “感情豊かに成長するペットロボット”という新分野

- ・AIが「異なる個性」や「感情」を生み出し、その都度反応が変化
- ・“飼い主との関係性を学習し、性格が変化する”という高度なAI感情モデル
- ・音声・鳴き声、多様な動き、ふわふわ素材で、生命らしさと質感を両立

■ 統合センサー応答システム

- ・多数のセンサーで触覚・声・姿勢・明るさなどを取得し、「なでる」「抱く」「話しかける」などの刺激に対し、多様な反応を返す仕組み
- ・ユーザーとの“絆”を感じさせるインタラクティブ体験を実現

■ ユーザー体験重視の設計

- ・“癒し”や“心の豊かさ”に着目し、身体的な機能よりも心のつながり（エモーショナル面）に価値をシフト
- ・テクノロジー×心の健康促進という新たな市場展開。今後、メンタルウェルネス領域での事業拡大と社会課題解決を目指す

生み出されるMoflinの個性

400万

通り以上

ひとりひとりに寄り添う企画・マーケティング

カシオでは「商品売る」とどまらず「お客様ひとりひとりの人生に寄り添う」形での企画・マーケティングを推進しています。単に時計や電卓を販売するのではなく、ひとりひとりのライフスタイルや価値観を理解し、お客様が持つ潜在ニーズを探り当て、それに合った商品・サービス・体験を継続的に提供していきます。

ひとりひとりのライフスタイルや価値観に 寄り添うマーケティング



提供する新たな顧客価値

- ひとりひとりの目的、好みに合った製品との出会い

それを実現する独自技術力・取り組み

- ・ライフスタイルに応じた多様な製品展開
- ・ブランドコラボレーションによる新たなファンの獲得
- ・リアル店舗（オフライン）とEC（オンライン）を備えたアクセスしやすい環境の提供

全世界での
G-SHOCK STORE店舗数
約**2,300**店
ECプラットフォーム世界統合完了
18カ国

オフライン／オンラインで叶えるお客様起点のマーケティング

お客様に製品の世界観や魅力を適切なタイミングでお届けできるよう、お客様とダイレクトにつながるオフライン／オンラインの環境整備を進めています。全世界に熱烈なファンを持つG-SHOCKでは、リアル店舗のG-SHOCK STOREにてお客様ひとりひとりの好みに沿うご提案を行っています。オンラインでは、自社ECのグローバル統合を実現。CASIO IDを基軸としたデータ活用により、お客様の目的・ニーズに沿った最適な商品との出会い、ライフスタイルの変化に寄り添った長期的なサポートを実現していきます。

各国・地域のニーズに即した教育支援



提供する新たな顧客価値

- 各国・地域の実情や現場ニーズに沿った良質な教育の実現支援
- 利用者の声をUI/UXに反映した教育機器・サービスの企画・開発
- 関数電卓を活用しての教え方のノウハウの伝授

それを実現する独自技術力・取り組み

- ・各国・地域の学習指導要領や言語、カリキュラム等を考慮したローカライズモデルの開発
- ・協力教師を招いた年次開催会議での現場ニーズの収集、より良い製品・サービスに向けた意見交換、関係強化
- ・関数電卓を使って授業をする教師に向けた、活用ノウハウをまとめた教材、教師トレーニングの仕組み、学習機会の提供

カシオの関数電卓使用国数
100カ国以上
ローカライズモデル
20地域 **73**モデル

目指すのは、学習者が好奇心を持って学べる環境の実現

この目的実現のため、カシオはSTEM教育に有用な関数電卓による学習をさまざまな角度から支援しています。国や地域で異なる学習内容・ニーズに対応した製品を提供し、また、利用者に使いやすいUI/UX実現のため協力教師が意見交換する場を年次開催。得た情報を製品・サービスに反映しています。さらに、関数電卓の授業への導入法等をまとめた教師向け教材や、関数電卓を使った授業のノウハウを教える仕組みも提供しています。

壊れにくく、長く使える信頼性に優れた製品設計・生産

「壊れにくさ」「長持ちする性能」を追求し、過酷な環境でも安定して使える製品を提供しています。
特にG-SHOCKは耐衝撃構造の象徴。カシオのものづくりを高精度な生産体制が支えています。

常識を破る発想を具現化し、 時計にタフネスという新たなジャンルを確立したG-SHOCK

提供する新たな顧客価値

- 絶対的な安心感
- 幅広い用途への対応力
- 自己表現・ブランド体験

それを実現する独自技術力・取り組み

- ・耐衝撃構造(中空ケース構造)
- ・20気圧防水
- ・徹底した品質試験

G-SHOCK 累計出荷台数

1億6千万本 以上

品質評価規格総数

200項目 以上

独創の技術進化を続け、独創の機能美を追求

時計にタフネスという新たな概念を築き上げたG-SHOCK。

すべては、落としても壊れない時計をつくるという開発者の熱き信念、当時の常識を覆す、無謀ともいえる挑戦から始まりました。構造、素材、機能、あらゆる面から、さらなるタフを追い求めて、終わりなき進化を続けています。

人とAIの共創が生み出す革新の構造にもチャレンジし、独創の機能美を追求しています。



こだわりの品質を実現する高精度な生産体制



グループ全生産拠点の見える化



行動分析による最適化

提供する新たな顧客価値

- 安定して高品質な製品の提供

それを実現する独自技術力・取り組み

- ・仮想生産ラインでの事前シミュレーションの実施
- ・仮想シミュレーションを可能にする現場データのデジタル化
- ・全生産拠点データをリアルタイムで可視化するスマート化

・精密金型加工、プラスチック成型技術

1/1000mm

・独自のロボット自動金型加工システム

72時間連続 無人加工

徹底した仮想化とスマート化、妥協無いこだわりで実現する高品質

マザー工場である山形カシオでは、金型設計・製作からパーツ成形、基板実装、組み立てまでを社内で一貫して行う生産体制で、高効率で高品質なものづくりを展開しています。リアルタイムの生産管理と仮想検証で理論とデータのギャップを解消し生産性向上を図るほか、IoT・AI技術による予防保全で設備異常を早期検知し安定稼働を実現。さらに山形カシオと中国・タイの海外拠点をネットワークで接続し、リアルタイムで生産状況と品質情報を共有。生産効率の最適化と高品質製品の安定供給を推進しています。

使いやすさと洗練されたデザインの調和

カシオのデザインの特長はデザイナーが製品企画開発段階から参加することで、開発・戦略が一体となった商品コンセプトストーリーを描き、デザイン感性品質の向上とデザイン観点からの新発想による高付加価値化を実現することです。その結果、UXの開発を起点に、高機能な製品でも誰もが使いやすい直感的なUIと、さまざまなライフスタイルに合う洗練されたデザインを両立しています。

プロダクトデザインの範囲にとどまらない 開発フロー全体におけるデザイン開発

デザイン開発領域

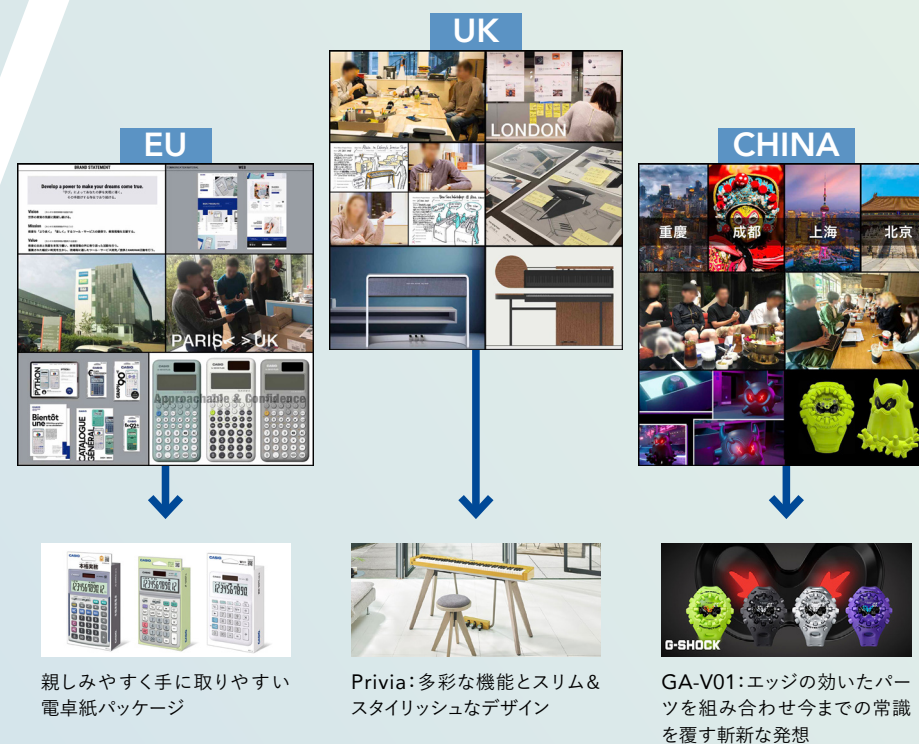
コンセプト：買う前に欲しいと思っていただく
パフォーマンス：買ってよかったと思っていただく



デザイン開発の役割

カシオのデザイン開発の原点は、「Form the Unique」(はじめてを、ユニークに創る)です。使う人のことを一番に考え、技術を機能に変え、機能をシンプルに分かりやすく、かつ情緒的に伝えることで、使う人に驚きと歓びを提供し、日常に寄り添い続ける製品を創り出しています。また、プロモーションビジュアルやショー展示などさまざまな顧客タッチポイントをデザインし、ブランド価値向上を図っています。

世界のトレンドをキャッチアップし新たな提案につなげる “GLOBAL ETHNOGRAPHY”



グローバル市場に向けたデザインアプローチ

カシオのデザイン部門では世界のトレンドを把握するためにデザイナーが直接現地に滞在し、フィールドワークを通じて現地の雰囲気や嗜好、トレンドなどを有識者とともに分析・検討しています。そこから生まれる先進的な開発提案により、これまでにない新たな視点と使いやすさを兼ね備えた製品が誕生しています。

オンリーワンの価値を追求する**人材** 個人の想いをもって挑戦する**文化**

カシオにはさまざまな角度からイノベーション創出を加速させる仕組みがあります。

これらの仕組みは、社員のモチベーション向上、新たな視点の獲得、リスクの軽減、迅速な事業化などを可能にし、会社全体のイノベーション創出を促進します。

原動力は、社員の情熱

ボトムアップの提案が事業に結びつく仕組み

やる気を形にできることで社員の挑戦意欲も高まり、イノベティブな人材・風土醸成にも寄与

新たなモノ・コトへの取り組み

■IBP(Idea Booster Program)

(個人の想いあるテーマの実現を後押し)



- ・マーケティング視点で顧客価値を生み出せる人材育成を兼ねて、社員が新規事業の創出に挑戦できる仕組みです。
- ・マーケティング視点とリーンスタートアップ手法を組み合わせ、アイデア発掘から事業化まで3段階で体系的に進めています。
- ・外部アクセラレーターや社内メンターの支援を受けながら、各段階で審査を実施し、事業リスクを抑えて実現可能性の高いテーマに注力しています。

■マーケティング力強化トレーニング

(顧客価値開発方法を実践的に学ぶ)

- ・社員のマーケッター化を進め、顧客視点での開発手法と事業創出戦略を学ぶプログラムです。
- ・体系的な知識を学び、実テーマで顧客インタビューや価値検証を行い、実践的に顧客価値の開発手法を身に付けています。

■StudioEGGs

(ワークショップを通じて、アイデアを湧出する機会・場)

- ・多世代・多職種でのワークショップを通じて、新しいアイデア湧出の機会と文化づくりを目指す取り組みです。
- ・タイムリーなワークショップ実施のため、設計から運営まで対応できるファシリテーターを社内で育成します。
- ・中高生、大学生、他社社員など社外とのコラボレーションも実施しています。



■ビジネスアイデアチャレンジ

(価値とビジネスモデルを考え続けるきっかけづくり)

- ・エンジニアがビジネス観点で価値創造を考える機会を継続的に設定する取り組みです。
- ・「社会が求める価値」と「それを実現するビジネスモデル」を両輪で考えるきっかけを提供しています。
- ・評価の高い案件は、a.組織的に新規事業として事業化推進 b.提案者自身によるIBPエントリー促進 の2パターンで推進しています。