

01

CASIOの価値創造

CASIO VALUE CREATION

CASIO at a Glance — 事業概要

カシオは、時計、教育、サウンドをはじめとした事業をグローバルで展開しています。
それぞれの独創的な製品・サービスを通じて、人々の生活に新たな喜びを提供していきます。

時計事業

用途やシーンに合わせた機能とデザインを提供することで、腕時計の新たな可能性を切り拓いています。G-SHOCKは、堅牢性などの機能面と、高いファッション性を併せ持ち、お客様のライフスタイルを体現する、唯一無二の世界的ブランドとなっています。

67.0%
1,850億円

EdTech(教育)事業

世界の教育レベル向上に向け、関数電卓や教育アプリなど、教育現場を支える製品・サービスを展開しています。ユーザーの声に耳を傾け、「使いやすさ」と「学びやすさ」を兼ね備えた製品づくりと学習環境構築支援を目指しています。

22.1%
610億円

売上高
構成比

7.6%
210億円

サウンド(楽器)事業

ひとりひとりのライフスタイルに合った音楽や音の楽しみ方を提案し、誰もが楽しく豊かな生活を過ごせる世界を目指しています。

3.3%
92億円

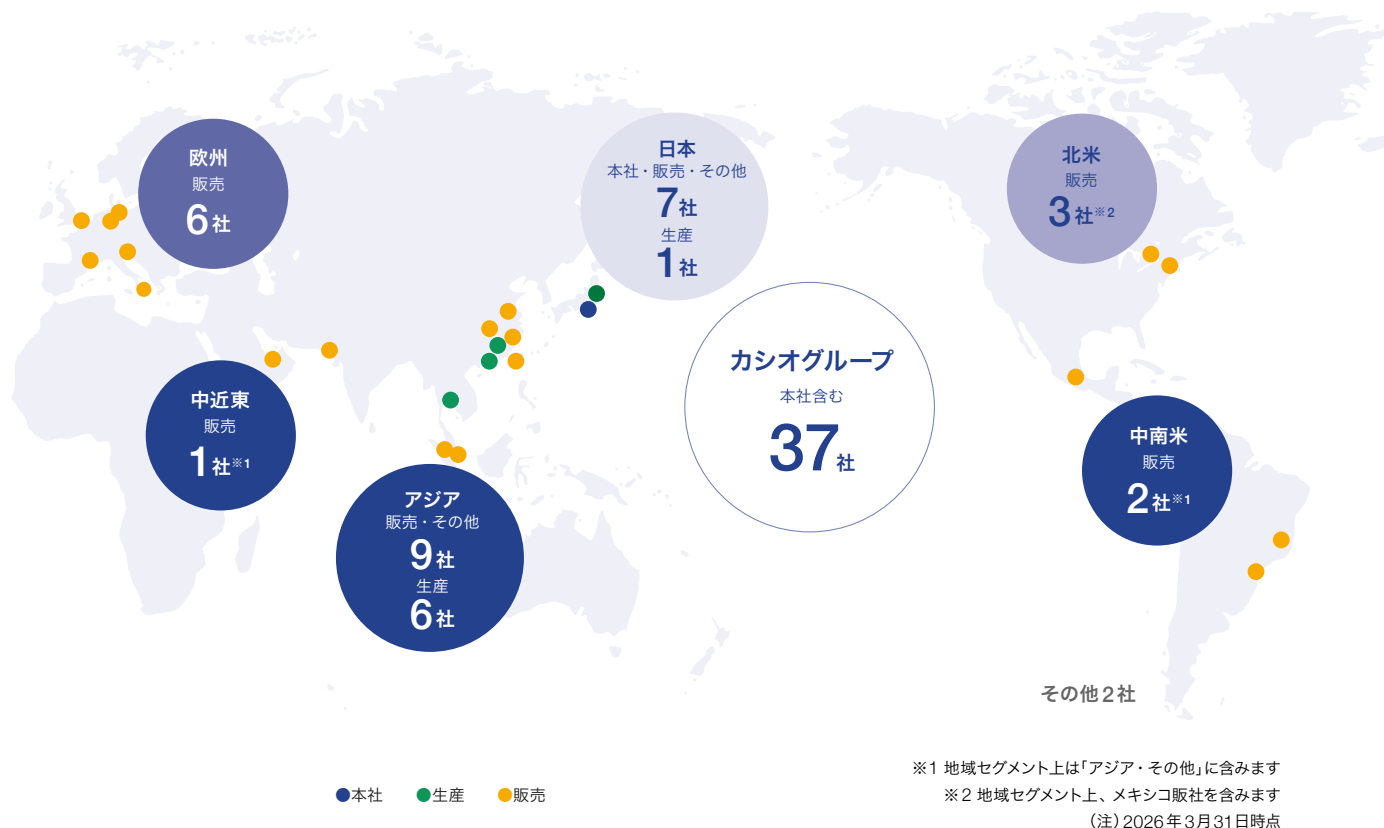
新規事業・その他

将来につながる新しい価値創造を目的に、独自性を重視した新規技術の開発、既存技術の活用と顧客理解のための活動を通じて、社会のニーズに適応したオンリーワンのビジネスを構築していきます。



CASIO at a Glance — 世界に広がるCASIOのネットワーク

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。主に日本、中国、タイに生産拠点を構え、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もと、設計段階から完成品に至るまで、妥協のないものづくりを実践しています。仕入先や事業パートナーも各国で開拓し、グローバルなサプライチェーンネットワークを形成しています。また、企業活動を円滑に遂行するため、204の国と地域において1,388件の商標権を取得し、「CASIO」ブランドを保護しています。さらに、100カ国超でのCASIO IDの展開をはじめとして、グローバルマーケティングプラットフォームを拡充し、世界中のお客様とのつながりと体験価値の向上を推進しています。オンラインとオフラインを融合し、これからも世界中の人々に喜びにつながる製品・サービスを届け続けます。

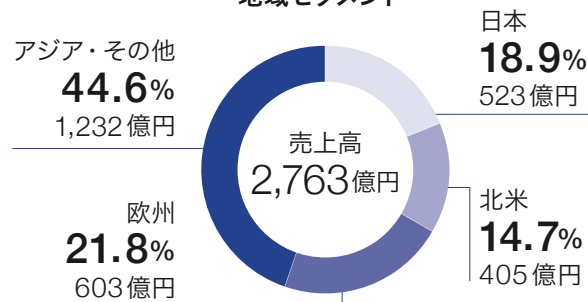


世界で親しまれているCASIOブランド

【204の国と地域で商標権を取得・保護】

特許権 現有効件数	>	9,685件
「CASIO」ブランド 商標権	>	1,388件
販売している国数	>	152カ国
世界での製品年間販売数	>	約8,400万台

地域セグメント



グローバルマーケティング プラットフォームの展開

CASIO ID	>	100カ国超
Web	>	28カ国
EC	>	18カ国

価値創造の歩み

1957年の設立以来、カシオは「発明は必要の母」という開発哲学を受け継いできました。

これは、世の中が求めるものを開発するのではなく、世の中が必要とするはずの製品を自ら生み出すという考え方です。

カシオは自社が持つ多様な技術を応用し、身近に活用できる商品へと多角的に広げながら、社会に新しい価値を提案し続けています。



※1 主要製品：電子楽器、小型液晶テレビ、カードラジオ、システム機器 ※2 主要製品：電卓、電子文具、電子辞書、液晶テレビ他映像機器、デジタルカメラ、電子楽器 ※3 主要製品：携帯電話、ハンディターミナル

※4 主要製品：電子レジスター (POS含む)、オフィス・コンピューター、ページプリンタ、データプロジェクター ※5 主要製品：ファクトリーオートメーション、金型、玩具等 ※6 主要製品：成形部品、金型、非継続事業等

※主な商品の解説は特集 → p.33 を参照

CASIOの価値創造モデル

カシオは、さまざまな財務・非財務資本を駆使しながら、パーパスを核として、またバリューズを実践し、イノベーションを創出しています。生み出された製品が人々に多様な価値を提供することで、心と暮らしが豊かな社会をつくる一助となることをめざします。



CASIOの資本

持続的な価値創造を支える各経営資本について、カシオは長年培ってきた多様な強みを有しています。

一方、目指す姿の実現に向けて、さらに強化すべき課題があることも認識しています。こうした強みと課題を踏まえ、各資本の活用・増強のために今後どのような資源投下を行っていくのかを下表に示しました。カシオは経営資本を戦略的に強化することで、創出価値を一層高めていきます。

経営資本／重要テーマ	関連指標・カシオの強み	課題	資源投下の方向性
 社会関係・知的資本 ブランド・顧客基盤	- CASIOブランドへの信頼 - CASIOとG-SHOCKの二つの強いグローバルブランド - グローバルでの顧客基盤 - CASIO ID - 全世界の教育ネットワークおよび学校資産	- G-SHOCK再成長 - CASIO WATCHのブランド確立 - 若年層・女性層の新規獲得 - DX化のさらなる推進 - 新たな軸となる新規事業の確立	- 時計を中心とした効果的なブランド投資 - 若年層・女性層への新たなタッチポイント創出（体験の場） - CRM(Customer Relationship Management)・デジタル接点強化 - 新規事業の認知・興味・関心の拡大
 人的資本 人材・組織文化	- 連結従業員8,259人 - オンリーワンの価値を追求する人材 - 現場起点の商品開発力 - 人材を価値創造の源泉とする企業風土 - 独創性あふれる発想力 - 挑戦するDNA	- 主体的・自律的な行動と挑戦を後押しする企業文化の深化 - グローバル人材・経営人材・専門人材の育成 - 組織横断連携の強化	- 挑戦と成長を促す組織・評価制度改革 - 成長に資するキャリアマネジメント強化 - DX・技術・専門人材育成の強化 - 人材交流活性化と組織横断共創の促進
 知的資本 技術・知的財産	- 堅牢性 - 省電力 - 光源・光学 - センシング・アルゴリズム - ユーザーに寄り添う企画力 - 使いやすさと洗練されたデザインの両立をかなえる力 - 特許・意匠・商標等の知的財産権 - 小型化・高密度実装 - 音源・音響 - 画像処理	- 事業間で蓄積された技術・ノウハウの横展開、シナジー創出 - 新たな価値への転換	- 新規事業開発、R&D強化 - AI技術への投資 - 事業横断での技術活用 - 外部との共創
 製造資本 ものづくり・開発基盤	- グローバル生産・調達ネットワーク - 高品質・高耐久を実現する生産技術・体制	- 社内・社外レジリエンス強化 - 開発スピード向上 - 生産性向上 - 共創環境整備	- 生産・調達基盤強化 - BCP・危機管理体制強化 - 羽村技術センター建て替え - 本社リノベーション - サプライチェーン高度化
 財務資本 財務基盤	- 純資産2,352億円 - R&I格付 A(安定的) - 自己資本比率66.9% - 現金及び現金同等物1,507億円	- 成長投資への資本配分と株主還元の両立 - 資本効率向上	- 戦略投資300億円 - 総還元性向100%⇒ROE10%超 - 次世代環境投資200億円
 社会関係資本 パートナー・社会とのつながり	グローバルに構築した多様なステークホルダーとのネットワーク（販売代理店・サプライヤー／教育機関・教師・学校／研究機関／クリエイター）	- 共創パートナーシップの拡充 - 新たな顧客接点・市場へのアクセス強化 - ステークホルダーとの長期的な関係構築	- M&A・アライアンスの推進 - 顧客・パートナーとの共創強化 - オープンイノベーションの推進
 自然資本 環境・資源	温室効果ガス排出量、廃棄物発生量、取水量、環境配慮型製品、プラスチックをはじめとした原材料、電力をはじめとしたエネルギー資源	- バリューチェーン全体におけるGHG排出量の削減 - 製品ライフサイクル全体での資源循環の強化（循環型ものづくりの高度化） - 環境配慮型製品による事業貢献の拡大	- 高効率設備・再生可能エネルギーの導入拡大 - サプライヤーとの協働 - 資源循環を促進する技術・仕組みへの投資推進 - 環境配慮型製品の開発・市場展開の強化