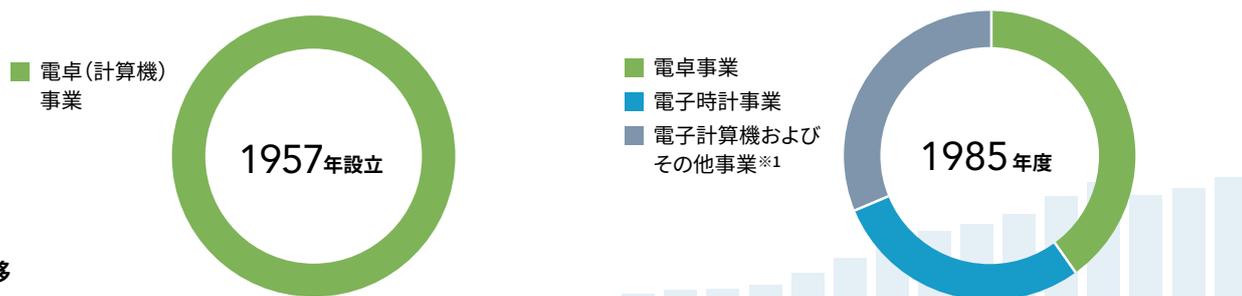


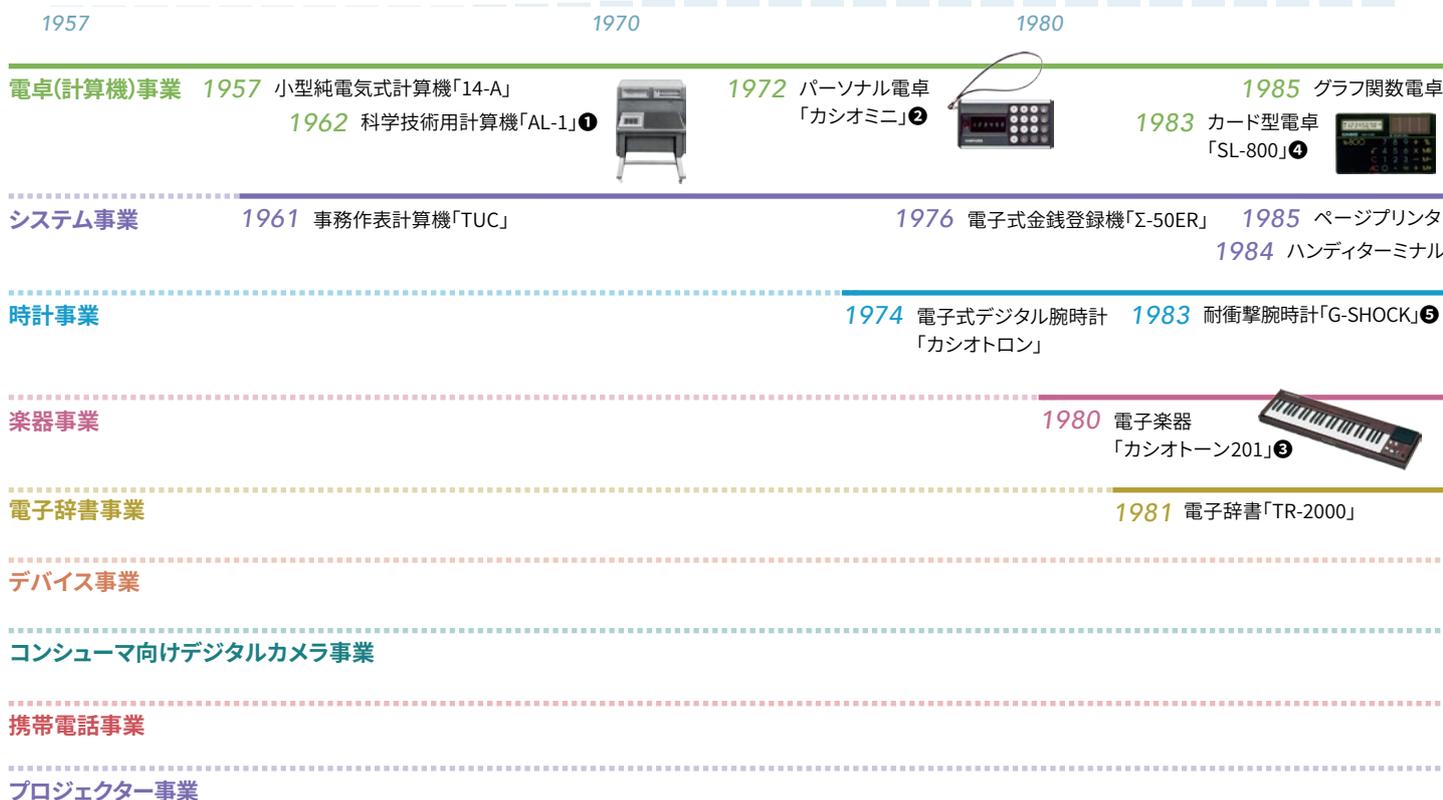
価値創造の歩み

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います。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、お客様の潜在ニーズをとらえ、時代とともに事業ポートフォリオを組み替えながら、社会に新たな価値を提案し続けています。

事業別構成比の推移



売上高の推移



上記①～⑦の製品は、国立科学博物館が行う重要科学技術史資料(未来技術遺産)に登録されています。

1950年代

1957年、世界初の小型純電気式計算機の開発に成功し、カシオ計算機株式会社が設立されました。当時の計算機の課題であったスピードや騒音、操作性を解決し、事務作業の効率化を実現しました。まさに必要とされる発明により、文化を生み出すこととなりました。

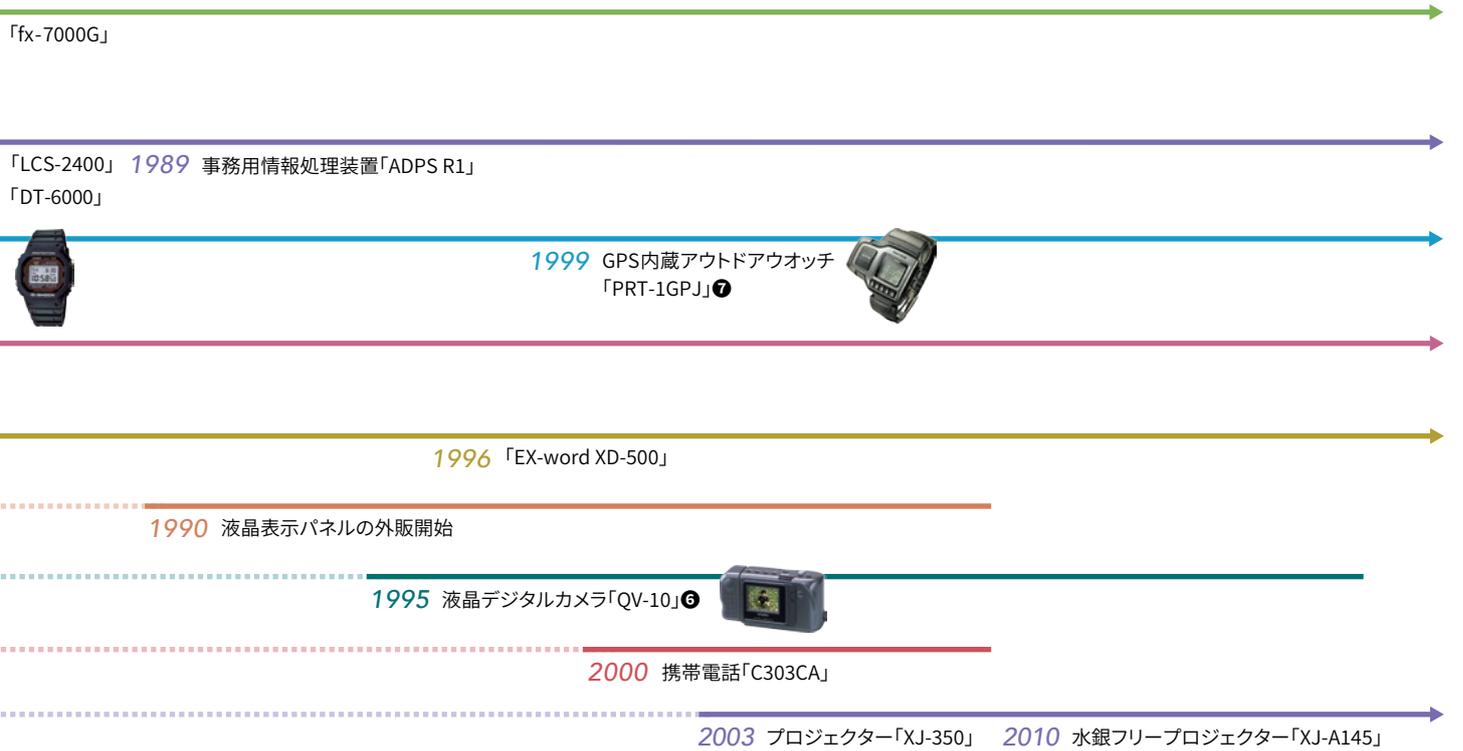
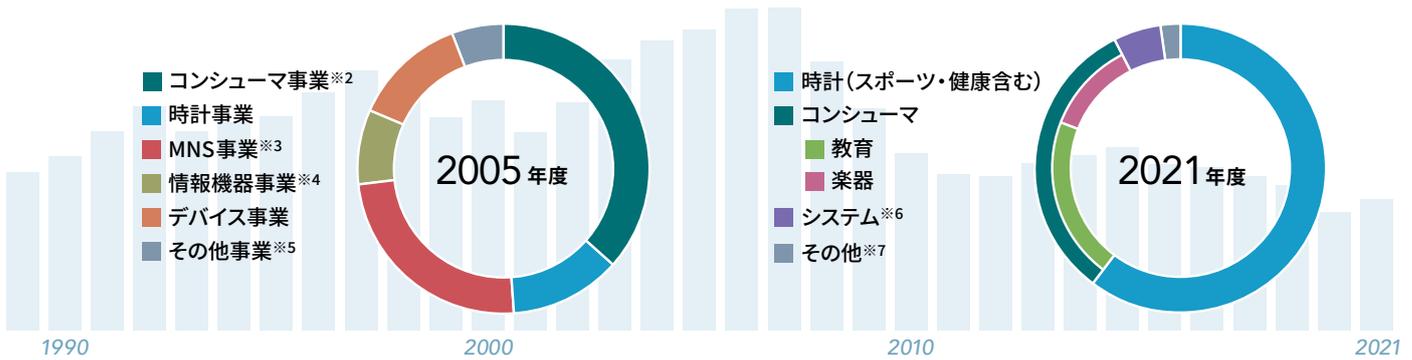
1970年代

計算機で培った技術やノウハウを活かし、電子タイプライター、関数電卓、電子腕時計など、次々と開発品を世に送り出しました。いずれも、小型化・パーソナル化や従来にはない機能を搭載した製品です。新たな価値提案が評価され、カシオのプレゼンスは世界に広がりました。

1980年代

1983年、腕時計の常識を覆したG-SHOCKを発売しました。これまでにない耐衝撃・耐振動により“タフ”な腕時計という新しい価値を確立。その後、スポーツを楽しむ方やファッションアイテムとして若者にも支持され、そのブランドは現在でも世界で唯一無二の存在となっています。

- ※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：ハンディターミナル、電子レジスター、経営支援システム、データプロジェクター等
- ※7 主要製品：成形部品、金型等



1990年代

G-SHOCKの支持を大人や女性にも広げるとともに、世界初の液晶モニター付きコンシューマ向けデジタルカメラや、本格コンテンツを搭載した電子辞書、堅牢性を備えた携帯電話など、新機能を持った製品を次々に開発。社会に対する新提案を続け、多角化を進めました。

2000年代

2000年代前半は、新製品を世界市場に投入し、売上高も右肩上がりで推移しました。しかし、2000年代後半からは携帯電話事業とデバイス事業の採算が悪化し、リーマンショックの影響も重なり、カシオがつくり、育ててきた市場自体が冷え込むこととなりました。

2010年代

時計事業や教育関連数事業が安定成長を続ける一方、事業ポートフォリオの抜本的な見直しに着手。デバイス事業、携帯電話事業、コンシューマ向けデジタルカメラ事業を譲渡・撤退し、将来にわたって新たな価値を創出できる事業へと経営資源を集中する方針へと転換しました。

価値創造モデル

カシオは、経営理念「創造 貢献」に基づき、社会・ユーザーのニーズと、これまで培ってきたシーズから、未来に向けた目指す姿を描いています。存在価値は「使う人にとって最も大切な存在を創り続ける」であり、その実現に向けて中長期的な企業像を定め、そこから各事業領域での提供価値(アウトカム)、そして商品・サービス(アウトプット)の方向性をバックキャストして設計しています。

着目するニーズ

生活者

ライフスタイル・価値観の多様化

- 自分らしいライフスタイルニーズ
- コミュニティへの参画ニーズ
- リアルとオンラインの融合

心の豊かさの重視

- 教育の重要性向上
- エンジョイメントニーズの高まり
- ヘルスケア・ウェルネスの重視

社会・産業

持続可能な社会への転換

- 環境意識の高まり
- 社会課題への共創
- 長期視点・ESG経営の重視

企業

レジリエントな経営

- 環境変化への適応
- 時代に適応したサプライチェーン
- リスクマネジメントの強化

「創造 貢献」に基づいたニーズとシーズの組み合わせ

強い意志をもって新たな価値を生み出そうとする「ニーズの側面」と、長年培ってきた技術、ブランド、データベースといった「シーズの側面」。これらを融合させる力こそ、カシオの独自の強みです。

シーズ

これまでに培ってきた技術・ブランド・データ

技術

- 小型・省電力
- 堅牢性
- 音源・音響
- 光源
- プリンティング
- 画像処理
- センシング
- ウエアラブル
- 関数アルゴリズム

ブランド

- G-SHOCKブランド
- 教育メソッド
- 各国教育機関との関係性
- 顧客基盤

データ

- ユーザーデータ(ライフスタイル関連など)
- 学校・教師、教育関連データ
- 顧客データ

商品・サービス(アウトプット)

時計事業

- 多様なG-SHOCK
- ライフスタイルサービス

教育事業

- 一人ひとりに最適な教育ツール
- 教育プラットフォーム

楽器事業

- Enjoyment商品
- ライフスタイル提案・ソリューション

システム事業

- 最適なソリューションの提供

新規領域

- デジタルを駆使した人の代わりをする商品・サービス

事業領域

提供価値(アウトカム)

一人ひとりに合った
ライフスタイルの実現

各国教育ニーズに
対応した教育レベルの向上

快適な音のある生活

DX、事業プロセス刷新、
生産性向上などの支援

健康増進
AI医療の進展
セキュリティ・スマート化
自分らしい「美」の実現

目指す姿

経営理念

「創造 貢献」

存在価値

使う人にとって
最も大切な存在を創り続ける

成長戦略の加速

強みを最大化する
中長期の成長戦略

経営基盤の抜本的改革

外部環境変化に柔軟に適應する
レジリエンス強化

2021年度の事業とアウトプット

カシオは、時計、教育、楽器、システム、その他の各事業を世界で展開しており、それぞれの製品・サービスが確たる独自性を有していることが特徴です。そして、価値創造の原動力は、約1万人の従業員一人ひとりであり、彼らが技術やブランドといったカシオの強みを生み出しています。

事業セグメント・分野

時計

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。



時計

教育

世界の教育レベル向上に向け、100カ国で過半のシェアを誇る関数電卓や、教育メソッドを取り入れた電子辞書、総合学習プラットフォームなどを提供しています。



電子辞書



電卓

楽器

自分らしく楽しむEnjoyment市場の拡大を目指し、「Slim & Smart」をコンセプトにした電子楽器などを通じ、快適な音のある生活を提案しています。



電子楽器

システム

流通・小売・運輸・物流などの顧客企業に向け、ハードとソフトの両面から最適なソリューションを提供し、業務効率化や生産性向上などに貢献しています。



電子レジスター



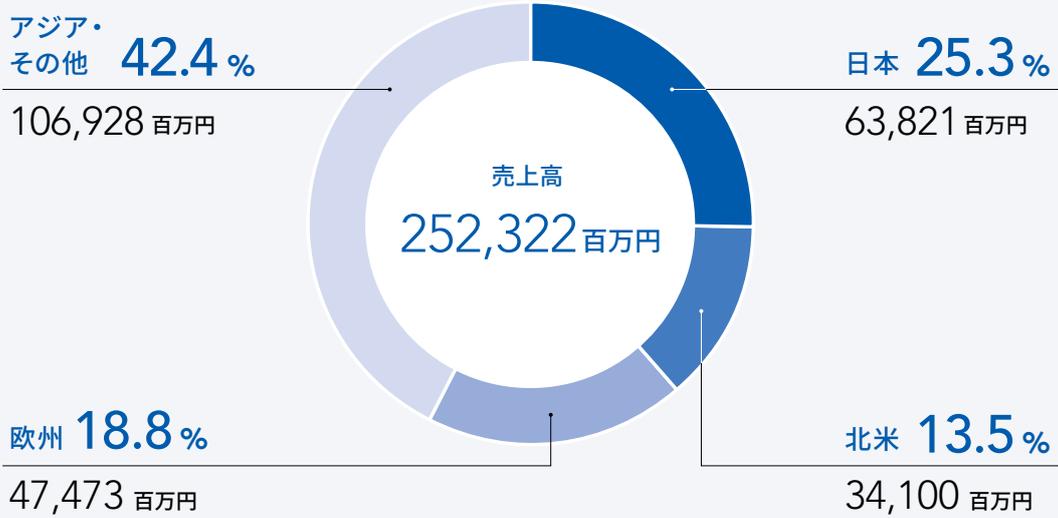
ハンディターミナル

その他

- 成形部品
- 金型等



地域セグメント



財務成果

売上高 2,523 億円	営業利益 220 億円	営業利益率 8.7%
フリー・キャッシュ・フロー 103 億円	ROE 7.4%	配当金 45.00 円