

いつの時代でも「創造 貢献」を貫き  
社会から必要とされる企業であり続けます。

取締役社長 **梶尾 和雄**  
Kashio Kazuo

2008年の秋口以降、世界経済は“100年に一度の大不況”といわれる状況にあえいでいます。象徴的なのは、世界的な巨大企業でさえ淘汰されたり、国の支援なしには立ち行かない状況に陥っていることです。

まさに、これまでの常識が通用しなくなり、過去の資産が負の遺産となって重くのし掛かる。そんな大転換期を迎えているのではないのでしょうか。私たちは、残すべきものと捨て去るべきものを明確に区分し、20世紀型の経営と決別しなければならない時代に突入しているのだと思います。

よく「ピンチはチャンス」という言葉を聞きます。これは、目先のピンチをしのげば必ずチャンスがやってくる、ということではありません。この激動の時代を乗り切るには、逆境にもめげず、ひたすら自助努力をした者だけがチャンスをつかむことができる、ということの意味しているのだと思います。

さて、カシオには「創造 貢献」という創業以来不変の経営理念があります。

そもそもカシオは、世界初の小型純電気式計算機「14-A」を開発したことにより、1957年に創業しました。

以降、1972年に「カシオミニ」を開発したことで、オフィスでしか使われていなかった電子計算機を手軽に家庭で使えるようにし、世界中に電卓を広めました。

1974年には「デジタル時計」を開発したことで、カレンダーを含めた「時」に関するすべての情報を表示するとともに、プラスチックを素材として使用することで、軽くて丈夫な時計を実現し、またたく間に世界中で使われるようになりました。

1980年には「電子キーボード」を開発したことで、デジタルであらゆる楽器の音を手軽に楽しむことができるようにし、新しい楽器のジャンルを生み出しました。

1981年に「電子辞書」を開発したことにより、多くの辞書機能を、たった1台の手のひらサイズの機械で利用できるようにし、今では学校教育になくてもならないものとして完全に普及するにいたっています。

1995年には「デジタルカメラ」を開発し、フィルムレスで撮った画像をその場で確認できるようになり、必要な画像のみ保存することを可能にしました。

さらに2002年には、薄型カードサイズの「ウェアラブル・カ

ードカメラ」を開発したことにより、いつでもどこでもカメラを携帯し、撮りたい時にチャンスを逃さず、気に入った画像を撮影することを可能にしました。これが今のコンパクトデジタルカメラの端緒になっています。

このようにカシオは、まったく新しい価値を生む製品を開発し、世の中に提供することによって、新たな市場を創出するとともに、今では当たり前となっている生活習慣や文化を創造することを実現してきたのです。

これが「創造 貢献」の意味するところであり、これまでの軌跡はカシオの誇りでもあります。

そして現在、不況の真っ只中であって、カシオの経営も少なからずその影響を受けています。しかし、カシオはいつの時代でも経営理念を貫き、新たな製品を開発することで、新しい需要を創造し、新しい市場を創出することに全力投球していきます。これこそが、現状を打開し、ピンチをチャンスに変える唯一の早道であると考えているからです。そして、経営の安定化と高収益化を図り、持続的な成長を確実に成し遂げていきます。

一方、私たちが事業活動している地球環境は有限であり、現状のままでは無限の成長は望むべくもありません。地球環境への取り組みは、もはや待ったなしであり、なおかつ我々企業が果たすべき役割は非常に大きいものと認識しています。

従って、日常の環境保全活動はもちろんのこと、特に技術面からも地球環境に貢献すべく、製品並びに製造工程における環境負荷の低減に努めます。

さらには、人権や貧困問題、雇用の安定など、さまざまな社会的要請にも積極的に取り組み、問題の解決に努めていきます。

これからも、カシオはこうした活動を通じて、皆様に信頼され社会から必要とされる企業を目指して、さらなる努力を続けて参ります。

本レポートでは、こうしたカシオの取り組みについて、多くのステークホルダーの方にわかりやすくご理解いただけるよう編集しています。ぜひご一読いただき、忌憚のないご意見をお願いいたします。