

カシオ計算機株式会社

<http://www.casio.co.jp>

CSR推進室 (CSR全般について)

所在地 〒151-8543 東京都渋谷区本町一丁目6番2号

TEL 03-5334-4901 FAX 03-5334-4547

E-mail csr-report@casio.co.jp

環境センター (環境全般について)

所在地 〒205-8555 東京都羽村市栄町三丁目2番1号

TEL 042-579-7256 FAX 042-579-7718

E-mail eco-report@casio.co.jp

発行/2009年6月



カシオ計算機株式会社は印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます

本報告書の用紙は、適切に管理された森林から出荷された材を含むFSC森林認証紙を使用し、アメリカ大豆協会認定の大豆油インキを使用し、水無し印刷をしています。

CASIO
CORPORATE REPORT
2009

CASIO



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は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。

CONTENTS

TOP COMMITMENT	P1
目次／編集方針	P3
特集1 「0→1」の発想でデジタルカメラ市場に新しい価値を…	P5
特集2 環境イノベーションを実現するモノづくりとは？	P7
カシオの部門別概況	P9
経営理念とカシオのCSR	P11
カシオの事業活動	P12
■事業紹介 ●開発・設計	P13
●調達・生産・物流	P17
●販売・サービス	P21
●事業支援	P25
■マネジメント	P27
■環境経営	P29
■従業員満足	P31
■社会貢献	P33
カシオの社会活動・環境活動 行動目標・実績	P34

編集方針

カシオは2006年から、事業内容・主要製品などを掲載した「会社案内」と社会・環境活動を掲載した「CSR報告書」を統合し、「コーポレートレポート」として発行しています。

2009年版では、開発・設計から調達・生産・物流、販売・サービスまで、各事業活動に沿って取り組みを報告することにより、カシオの事業をさまざまな角度からご理解いただけるレポートを目指しました。

また、特集では、「『0→1』の発想でデジタルカメラ市場に新しい価値を」、「環境イノベーションを実現するモノづくりとは？」を紹介しています。

なお、前回に引き続き、より多くのステークホルダー*の皆様に読んでいただけるよう、わかりやすさ・読みやすさを追求した冊子版と詳細な事例・データを記載したWeb版の2部構成としています。

カシオのCSRの取り組みに対し、皆様方から貴重なご意見を頂戴し、今後の活動とレポートづくりに活かしていきたいと考えますので、Webサイト上にご用意しているアンケートに、ご意見・ご感想・ご希望などをお寄せください。

コーポレートレポートアンケート

URL <http://www.casio.co.jp/csr/enq/>

*ステークホルダー：お客様、お取引先、投資家、株主、従業員、地域住民、NGO、NPO、マスコミ、金融機関、研究者、行政などを指します。

会社概要

(2009年3月末現在/
2009年3月期)

商 号：カシオ計算機株式会社
英 文 商 号：CASIO COMPUTER CO., LTD.
本 社：東京都渋谷区本町一丁目
6番2号
設 立：1957年6月1日
社 長：櫻尾 和雄
社 員 数：3,131人(連結:12,358人)
資 本 金：48,592百万円
売 上 高：518,036百万円(連結)
営 業 利 益：4,016百万円(連結)

SRIインデックスへの組み入れ

カシオ計算機は、CSRに取り組むその姿勢を高く評価され、以下の社会的責任投資（SRI）の銘柄に組み入れられています。



報告範囲

●対象期間

2008年度(2008年4月1日から2009年3月31日)を中心として、一部、2009年度の情報も含まれています。

●発行時期

発行日2009年6月(前回報告書発行 2008年6月 次回発行予定 2010年6月)

●対象組織

カシオ計算機(株)にのみ適用されるものと、カシオグループも含まれているものがあります。個別の対象範囲を定義しているものについては、当該箇所に明示しています。本レポートで、「カシオ」と記述している場合はカシオグループを、「カシオ計算機」と記述している場合はカシオ計算機(株)単体を意味します。なお、環境会計、環境負荷データの集計・記載範囲は、カシオ計算機(株)の国内10拠点、グループ企業の国内18社、および海外23社です。

●参考にしたガイドライン

環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」
GRI (Global Reporting Initiative)「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2006」
環境省「環境会計ガイドライン(2005年版)」

将来に関する予測、計画について

本レポートに掲載されている、カシオ計算機(株)とカシオグループの将来の予測や計画に関する記述は、現時点で入手された情報に基づき判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれ、事業活動の結果がこれらの予測とは異なることがあります。

より詳しい情報をお求めの方へ



■CASIO CORPORATE REPORT 2009 詳細版 (PDFのみ)

カシオの会社案内とともに、企業の社会的責任として開示が望まれる情報を中心に、本冊子に掲載の項目をより詳細に報告しています。

URL <http://www.casio.co.jp/csr/env/report/2009.html>



■CASIO CORPORATE REPORT 2009 参考資料集 (PDFのみ)

コーポレートレポートに関連するデータや参考資料を掲載しています。

URL http://www.casio.co.jp/csr/env/report/2009_data.html

WEB 詳細・その他

左記マークを付けたところでは、詳細版・参考資料集にて詳細・その他の取り組み、並びに、データ・参考資料集が掲載されています。

■ 既成概念にとらわれず価値観を見直す

パーソナル向け液晶デジタルカメラという、新しい市場を切り開いた「QV-10」の発売は1995年のことでしたが、その商品化にいたる過程にはさまざまな試行錯誤がありました。

デジタルカメラを開発するにあたり、当初はカメラ機能単体ではなく、デジタルカメラ機能を組み込んだ液晶テレビという形で商品企画を立てました。しかし開発を進めるうち、ユーザーにはほんとうに新しい価値を提供できる機能に絞り込むべきと考え、最終的にはテレビ機能を外し、カメラ専用機として商品化を決めました。そして当時家庭に普及し始めていた、パソコンへの画像入力ツールとしての位置付けを明確にし、来るべきマルチメディア時代のツールとして「QV-10」を世に送り出しました。

カシオがこのような画期的な製品を生み出したのは、従来の銀塩カメラの延長線上でデジタルカメラを考えなかったからだと思います。「QV-10」のレンズは単焦点、ストロボはなし、画素数は25万画素と、従来のカメラと単純比較すれば誇れるスペックではありません。私たちが取り組んだのは価値観を変え、「撮ったその場ですぐ画像が見られる」という今までにない利便性を提供し、パソコンとの連携を高めて新しい画像文化を創造することでした。そこにはカシオが今日ま

で受け継ぐ「0→1」の発想があります。

■ デジタルカメラならではの利便性を見つめる

2002年6月、カシオは“ウェアラブル・カードカメラ”という新しいコンセプトを提案した、初代EXILIM「EX-S1」を発売しました。当時はデジタルカメラ市場に多くのメーカーが参入し、性能競争が激化していました。お客様が製品を選ぶ際、画素数というわかりやすい尺度が重視される傾向が顕著になりましたが、その流れに乗るだけでは、カシオの挑戦は満たされません。

ひとつのヒントとなったのは、デジタルカメラのデザインは、フィルムカメラに影響されないということです。従来のカメラは目的がある時にだけ持ち出すものですが、フィルムのいないデジタルカメラは常に身に付けて、撮りたい時に撮るという使い方も容易なものです。この考えから生まれたのが、胸ポケットに入る薄さで、取り出してすぐに使える初代EXILIMです。この製品もまた、現在の主流となるスタイリッシュコンパクトという市場を生み出しています。

2003年の春には、当時最高水準のスペックをもつEXILIM ZOOM「EX-Z3」を発売しています。性能を絞り込んだ商品を出す一方で、技術開発の歩みを止めず、性能を追求し続ける。そのことが、今日のEXILIMの進化につながったと私は思っています。

製品の“あるべき姿”を描き、新しい需要を創造する。
デジタルカメラという新市場を切り開いた「QV-10」から今日にいたる、
カシオのデジタルカメラの革新の歴史は
「0→1」の発想を体現するものです。
2009年、第三世代へと進化したデジタルカメラの歴史を、
開発者である中山統轄部長に伺いました。

特集 1

「0→1」の発想でデジタルカメラ市場に

新しい 価値を



HIGH SPEED EXILIM EX-FC100

30枚/秒の超高速連写や最大1,000fpsのハイスピードムービーを、回路やセンサーユニットの小型化によって、手のひらに収まる小型サイズで実現。



■「ハイスピード」という第三の開拓へ

2008年、デジタルカメラの価値創造の歴史に、カシオは「ハイスピード・テクノロジー」という第三世代の革新をスタートさせました。カシオの製品開発は、今の延長線上で次を考えるのではなく、10年後、20年後の“あるべき姿”を描くこと。今、カシオが“あるべき姿”として考えているデジタルカメラ像は、「シャッターレス」です。

電子化によってカメラは露出やピント合わせなどのオート化を進めてきましたが、「シャッターを押す」行為は人間によってなされています。シャッターを人が押すからこそ、撮られる人が緊張してしまったり、手ブレが生じたり、決定的瞬間を逃してしまうことがあるわけです。

「当たり前」「カメラとはそんなものだ」と誰もが諦めていたそのことに、カシオはハイスピードカメラという新しい回答を提示しました。これはシャッターを押すという行為もデジタル化し、ハイスピードで動く被写体を切り取っていくという発想です。このテクノロジーは毎秒30枚の超高速連写が可能であり、連写した画像の中から、ブレやまばたきのない画像を自動的に選んでくれる機能を備えています。

ハイスピードカメラは、例えばこどもの一瞬の自然な表情などもとらえることができますし、これまで見えていなかったものを撮ることもできるでしょう。カシオはこれを特別な機能ではなく、

将来的なデジタルカメラのスタンダードだと考えています。

■動画の楽しさ・創る楽しさをデジタルカメラに

もうひとつの新機能は、撮影した動く被写体を切り抜き、背景となる別の静止画と合成ができる「ダイナミックフォト」です。「ダイナミックフォト」はクリエイティブな視点から、新しい写真文化を創造するためのツールとして利用していただきたいと思い、開発した機能です。

デジタルカメラは写真の撮る楽しさや見る楽しさを大きく広げましたが、「創る楽しさ」という面では、静止した被写体を撮った画像を加工するといったレベルから抜け出せていなかったと思います。「ダイナミックフォト」は、動く被写体を超高速で連写し、切り抜いた画像を背景となる別の静止画の上に配置させることで、創造性に富んだ作品を楽しむことができます。

「ダイナミックフォト」は、世界のプロ映像作家の方々にもぜひ使っていただき、新しい映像表現の世界を切り開いていただきたいと思っています。家族でこどもの動画を切り取って、海外の風景やお茶碗の上に乗せて楽しむなど、気軽な使い方にも新しいコミュニケーションの可能性があると思っています。これまでにない発想と技術を結び付けて、多くの人々が普通に使っていただける、新しい市場を創造する。それがカシオの「0→1」の創造だと思っています。



**EXILIM ZOOM
EX-Z400**

新開発EXILIMエンジン4.0の高速画像処理により、撮影した動く被写体を切り抜き、背景となる別の静止画に合成できる「ダイナミックフォト」を搭載。



中山 仁

QV事業部 開発統轄部長

デジタルカメラ「QV-10」の商品企画を担当。
以来、カシオのデジタルカメラ開発の
中心的リーダーとして活動。

今や、地球環境を意識せず、環境に配慮しないモノづくりはあり得ません。しかし、現在の省エネ・省資源のモノづくりは、環境にやさしい商品へのイノベーションにつながるのでしょうか。鼎談に東京大学の山本教授を迎え、小型・薄型・軽量・省電力を追求してきたカシオが、その問題を新たに見据えてみました。

サステナブル・バリュー・クリエーションへの取り組み。 良寛をモデルとする「ハイテク五合庵」にヒントがある

榎尾 カシオは創業以来、「創造 貢献」を企業理念とし、モノづくりでは「小型・薄型・軽量・省電力」を極限まで追求してきました。製品が小さければ、それを生産する設備は小さく済み、物流面でも消費エネルギーが少ないなどの環境貢献につながっているのですが、この方向性が、環境文明を先導するような商品開発につながるのか。今、私たちはその先にある新たな価値創造というものを見据えなければいけません。

山本氏 カシオの商品開発は、脱物質・サービス化の流れに沿ったものであったと思います。電卓は、まさに小型・薄型・軽量・省電力を具現化すると同時に、20世紀以前の科学者たちにとっては垂涎の高機能も同時に実現しました。小型・薄型・軽量・省電力は環境イノベーションの重要な方向性のひとつですが、私は、ある段階で岐路がくると思います。つまり毒性物質を使わないとか、希少資源の代替物質を開発するとかは、既に小型・

薄型・軽量・省電力の軸ではなく環境という別の原理が作用し始めた証しです。地球環境保護という原理が主軸となった商品開発が始まっています。

榎尾 カシオの商品開発は、社会に顕在化しているニーズに応えるのではなく、独創的な商品の開発で、社会に新しい価値観とともにそれを提供していくわけですが、この先それがどれくらい地球環境への貢献に結び付いていくかというのは、非常に重要と考えています。山本先生は、次に誕生してくる商品とは、どのようなものとお考えですか。

山本氏 「サステナブル・バリュー・クリエーション」、つまり持続的な価値の創造を実感させる商品です。具体的には、良寛和尚が住んだ「五合庵」とハイテクの融合だとイメージしています。良寛和尚は、新潟県上山の五合庵で花鳥風月を愛して自由に生まれました。しかし寒かったらしく、冬は山を下りていたらしい（笑）。現代の技術を使えば、温暖化ガスの排出を抑えた暖かい家は作れます。しかも、自由に生きながらも世界中にアクセスして知識情報社会で生きていける。それを可能にするような、「ハイテク五合庵」がひとつの環境文明のあり方を示しているのではないのでしょうか。

榎尾 知識情報社会での知識とは、単に学ぶだけではなくエンターテインメントとして楽しめたりもするという側面もありますね。

山本氏 ええ、例えば人と人がコミュニケーションするための機能がある。これは追求していけば、電子辞書のようなデバイ

山本 良一氏
東京大学 生産技術研究所教授

1946年生まれ。
専門は材料科学・持続可能製品開発論・エコデザイン。
学外でもエコプロダクツ展実行委員長など
多数の役職を歴任し、アドバイザーを務める。
地球環境と共存するパラダイムシフトの
実現に向けた献身的な活動は、
海外でも高く評価されている。

特集 2

環境イノベーションを実現する モノづくりとは？

スを使って外国人と話せるとか、国会図書館のすべての所蔵本を端末で閲覧できるようになるでしょう。科学に振り回されるのではなく、科学が生物の衣食住とコミュニケーションをサポートする。そうした関係の構築も重要な視点であると思います。

高須 カシオの電子辞書には100冊の辞書が収録されており、これをすべて紙の重量で換算すると、0.9本分の杉の木を使わなくて済んだことになります。そうした視点で環境を語ることもできますが、別の視点の必要性を我々も感じています。

櫻尾 商品がもたらす生活の豊かさや、消費者の生活の心地良い変化を促すような商品を考えていかなければならない。つまり物質的な側面ではなく「心の豊かさ」といったような。

「新清貧の思想」と「地球環境保護」を確信できる商品。日本人のメンタリティーを基盤とする環境への可能性

高須 良寛の五合庵でいえば、日本には伝統的に清貧の思想がありますが、先ほどお話にあがった「ハイテク五合庵」とは、伝統的なそれとはちょっと異なりますね。ただ、環境への対応といった時に、そういうメンタリティーは基盤になり得ます。

山本氏 良寛は禅宗の僧であり、その哲学は仏教に由来しますが、私たちは環境哲学や倫理、地球の有限さという視点から新しい清貧の思想、「新清貧」を考えたいのです。既に米国などでは「ボランティア・シンプリシティー」、自主的な質素さという言葉があります。燃費の悪いスポーツカーに乗ることもできるが、

それでは千年後まで温暖化ガスを残してしまう。だから、あえて乗らないというライフスタイルです。

櫻尾 新しい価値の創造を製品という形で世の中に送り出していくことは、カシオの不変の企業姿勢です。従来にはない、まったく別な「豊かさ」の表現、「豊かさ」そのものの創造を通して、カシオなりの社会への貢献を果たしていきたいと思います。

山本氏 その最たるところに例えばカシオの電卓があったと思います。今度はどうすればエコロジカルなライフスタイルを創造していけるのか。カシオだからこそ、65億から90億人に増える人口に対し、90億人の誰もが享受できて、それでいて環境を破壊しないような独創的な商品を生み出して欲しいと思います。

櫻尾 ところで山本先生は、エコプロダクツ展にかかわっていらっしゃるようですが、「これは」という商品はありますか。

山本氏 この10年で、製品のエコ化や環境マネジメントは進歩しましたが、環境文明の到来を確信させるような、言葉を換えれば人に魔法をかけるような革新的な商品は誕生していません。省エネとか省資源では、環境文明の到来を確信してもらうには限界があります。1851年第1回万国博覧会の会場として作られたクリスタルパレスは、人々を魅了して工業文明の素晴らしさを強烈に植え付けました。今私たちは環境文明の入り口で、そのような魅力的、魔法的な商品を手にはしていないのです。カシオには、エコロジカルになることを実感できる、模範となるような新しい価値観に基づいた商品、つまり「新清貧の思想による新製品」を生み出して欲しいと期待しています。

WEB 詳細・その他



櫻尾 幸雄

取締役副社長

●
1930年生まれ。
1952年櫻尾製作所入社。
1957年カシオ計算機株式会社設立と同時に
取締役就任。
1996年5月より現職。

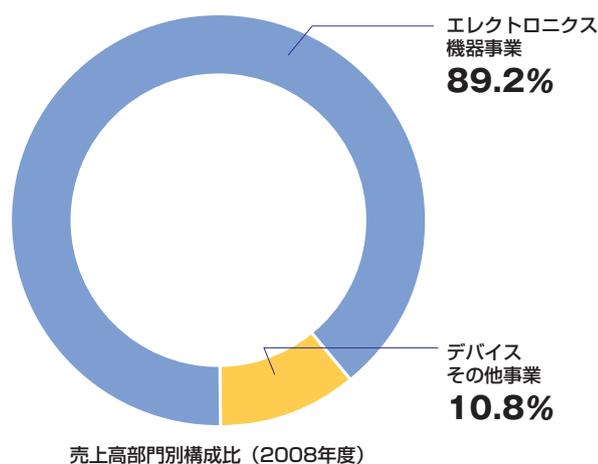
高須 正

取締役
研究開発センター長 兼 環境担当

●
1950年生まれ。
1973年カシオ計算機株式会社入社。
各部門長を経て
多くのカシオ製品の開発にかかわる。
2008年4月より現職。

カシオの部門別概況

カシオグループは、カシオ計算機と連結子会社50社および持分法適用会社3社（2009年3月現在）によって構成され、「エレクトロニクス機器事業」と「デバイスその他事業」を展開しています。「エレクトロニクス機器事業」は、コンシューマ、時計、MNS（モバイル・ネットワーク・ソリューション）、情報機器の4部門から成り立っています。



エレクトロニクス機器事業

■コンシューマ部門 売上高：1,780億円

電卓、電子文具、電子辞書、デジタルカメラ、電子楽器

生活を楽しく便利にするため、デジタルカメラや電子辞書、電卓、ラベルプリンター、電子楽器など幅広いラインアップを揃えています。



デジタルカメラ



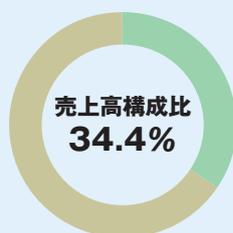
電子辞書



電卓



電子楽器



デバイスその他事業

■デバイス部門 売上高：325億円

LCD、BUMP受託加工

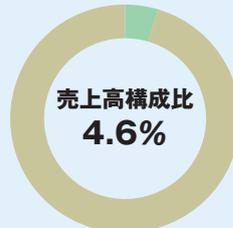
電子デバイス事業は、あらゆるモバイル機器に不可欠な中小型のSTNおよびTFT液晶に特化しています。カシオマイクロニクスは液晶のドライバーLSIに電極突起を作るBUMP加工を受託しています。



■その他部門 売上高：237億円

ファクトリーオートメーション、金型など

主にグループ会社の独自事業で構成されています。



■時計部門

売上高：804億円

デジタルウォッチ、アナログウォッチ、クロック

G-SHOCKやBaby-G、およびフルメタル電波ソーラーウォッチのOCEANUSなど、多くのブランドを展開しています。先端技術により、時計をウェアラブル情報端末へと進化させていきます。



電波ソーラーウォッチ

■MNS部門

売上高：1,632億円

携帯電話、ハンディターミナル

携帯電話に加え、ハンディターミナルなどの携帯型情報端末によるソリューションを展開。業務や人々の暮らしを便利にすることに貢献しています。



携帯電話



ハンディターミナル

■情報機器部門

売上高：403億円

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

企業の人事戦略を支援する戦略的情報システムのADPSなど、あらゆる業種のビジネスをサポートしています。他、高速カラーページプリンタ、電子レジスター、データプロジェクターなどを展開しています。



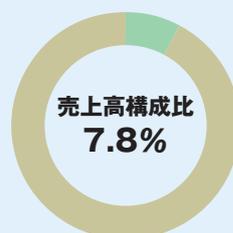
ページプリンタ



電子レジスター



データプロジェクター



経営理念とカシオのCSR



経営理念

カシオのCSRとは、従業員が「カシオ創造憲章」とこれを具体化した「行動指針」を実践し、事業活動を通じて経営理念を実現することです。

まずCSRとは、日本では2003年頃から急速に広まった概念で、企業がステークホルダーに対し、経済・環境・社会のあらゆる側面から責任を果たすことである、と定義できます。

これに対し、カシオは1957年の創業以来、「創造 貢献」を不変の経営理念として、その実現に向けて努力してきました。この経営理念が意味するのは、“これまで世の中になかったものを創造することによって新たな価値を生み出し、人々の暮らしを豊かにすることを通じて社会に貢献する”というものです。すなわち、50年以上前の創業期から、“事業を通じた社会貢献”を明確にうたっていたわけです。

さらに2003年には、この経営理念を従業員が常に意識して実践するために、カシオで仕事を進める全ての人の誓いとして、「カシオ創造憲章 行動指針」を定めています。

この第1章では、“独創的な価値あるモノづくりと、それを実現するためのカシオ人の姿勢”を表しています。また第2章では、“事業を通じて社会に貢献し、あらゆるステークホルダーとともに発展すること”を、さらに第3章では、“カシオで仕事をする上で守るべき責任ある姿勢”を、それぞれ表しています。これをCSRの3つの側面（経済・環境・社会）と対比すると、下図のようにその要素を包含しています。

カシオ創造憲章 行動指針

—カシオで仕事を進める全ての人の誓い—

	CSRの3側面			コンプライアンス
	経済	環境	社会	
第1章 私たちは、独創性を大切に、普遍性のある必要を創造*します。 1. 全てに対し、“普遍性のある必要”を追究する 2. 全てに対し、“あるべき姿”を描く 3. 全てに対し、“挑戦する意志”を貫く	●			
第2章 私たちは、社会に役立ち、人々に喜びと感動を提供します。 1. 人々に、“無限の感動”を提供する 2. 人々と、“豊かな生活”をわかちあう 3. 人々と、“尊敬と信頼”の絆(きずな)を育む	●	●	●	
第3章 私たちは、プロフェッショナルとして、常に誠実で責任ある言動を貫きます。 1. 全ての言動に対し、“規則・法律に基づき”責任ある態度を貫く 2. 各々の役割に対し、“結果・成果”の責任を執る 3. 全ての仕事に対し、“毎日改善”に努める				●

※ 普遍性のある必要を創造

誰にとっても必要でありながら、まだ世の中になかったものを、新たに生み出すこと。これは製品開発のみならず、すべての業務においてカシオが追求すべきものです。

この「カシオ創造憲章 行動指針」については、役員および部門長は毎年署名し、順守することと所属員に周知徹底することを誓約しています。また、全従業員もこれを記載したカードに署名の上、常時携帯しています。

この他、「CASIO Style」と題して、経営理念や「カシオ創造憲章 行動指針」にまつわる創業者四兄弟の逸話や、例えを用いたわかりやすい訓話などを隔月のペースで社内Webサイト上に連載し、グループ全従業員への理解促進と定着を図っています。

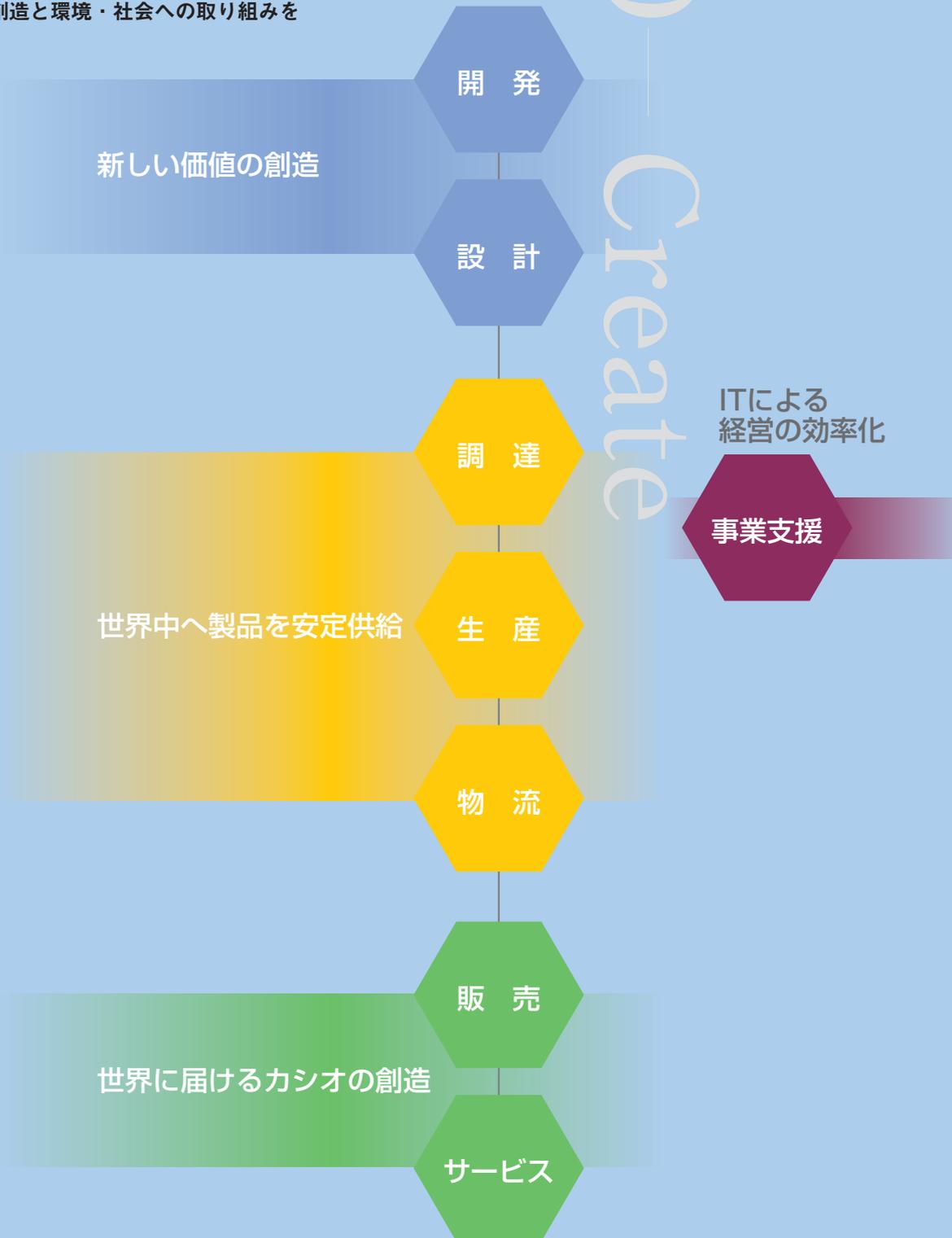
さらに、2008年8月には、国内の全グループ会社の従業員を対象に、「カシオ創造憲章 行動指針」、「カシオグループ倫理行動規範」、「公益通報ホットライン」に関する総合的なアンケートを実施しました。それぞれの定着度合などを分析し今後の施策として反映すべく、課題の抽出を行いました。



CASIO Style画面

カシオの事業活動

カシオの事業活動は、それぞれの働きをもつ組織が発想力と技術力を駆使して新たな価値を創造し、次のプロセスへとつないでいく「0→1」のリレーによって成り立っています。それぞれのプロセスでの価値創造と環境・社会への取り組みをこれよりご紹介します。



新しい価値の創造

高度な技術とアイデアのマッチングで
誰もが簡単に使える製品を。

専務取締役 コンシューマ事業部長

村上 文庸



カシオの商品開発は「ゼロから1を生む」ことです。コンシューマ事業部もその伝統を忠実に受け継ぎ、電子辞書、楽器、プロジェクターなどの商品開発に取り組んでいます。例えば、電子辞書が紙の辞書なら何十冊にもなる膨大な情報をコンパクトに持ち運べるようにしたように、従来からある道具の利便性を高めるだけでなく、デジタル技術を使って新しい文化を創造し、今までにない価値をそこに生み出すことが私たちの役割です。

開発力の源泉はカシオのデジタル技術ですが、小型化や軽量化、省電力化にとどまらず、カシオの商品は、高度な技術を誰もが簡単に使えるものであるべきで、絶えず現場の声を聞き、使う人の立場で工夫を盛り込むことが不可欠だと思っています。特にインターフェースの追求は、カシオが商品開発のDNAとして受け継ぐものであり、それは技術者が絶えずユーザーの利用シーンをイメージしながら、斬新な発想で用いる技術とアイデアとのマッチングを考えているからこそできるものです。また量産に向けた設計は、製造にかかるコストや安全性をも決定し、会社の競争力の源泉ともなる重要な工程です。生産から営業、サービスにいたるまでを視野に入れての最適な設計を行い、安全性や環境への考慮も徹底して検証しています。

アイデア 想像を現実にするコア・テクノロジー

カシオはデジタル技術を核とした小型・薄型化技術、省電力技術、通信技術などのコア・テクノロジーを絶えず進化させることで、斬新な発想を製品として実現させています。

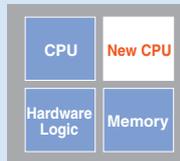
■コア・テクノロジー



デジタル
技術

デジタルで不可能を可能にする

カシオの「EXILIMエンジン4.0」は、2つのCPUが並列で稼働するマルチCPU設計により、これまで難しかった超高速での複雑な画像処理が可能です。動画合成ができるダイナミックフォトや肌をきれいに撮影できるメイクアップ機能などを実現。また、瞬時に撮影状況を分析して最適化処理を行い、逆光などもナチュラルに再現、最新のノイズ除去アルゴリズムによって、高感度撮影時の低周波ノイズを除去したりなど、カメラ本来の基本性能である美しい画質を追求しながら、従来比約30%の省電力化をも達成しています。



省電力

小さなパワーで賢く動く

電波時計をさらに小型化・省電力化するため、電波を受信するアナログ回路とデータを処理するデジタル回路を一体化できる業界初のオールバンドCMOS受信LSIを開発。低電力で動作するCMOSでの受信回路は、電波時計ではノイズが発生しやすく、また一般的な通信機器の1,000分の1程度の微小電力で安定動作させることが難しいとされていました。カシオはこれらの問題を解消する高性能で省電力な回路方式を開発し、他社に先駆けて実用化に成功。世界の電波時計に対応できるLSIとして「マルチバンド6」モデルから採用が始まっています。



使いやすい

誰にでも使いやすく

電子辞書では知る・聞く・学ぶといったニーズに対して、より優れた操作性と学習機能の強化を目指して、タッチパネルを使ったさまざまな機能を搭載しています。カシオは業界に先駆けてツインタッチパネルを採用。メイン画面にもタッチパネルを搭載することで、複雑な漢字はメインパネルで大きく手書きして検索でき、また、地図を直接タッチする「地図から検索」も実現。さらに最新モデルでは、メインパネルの右端に使用頻度の高いアイコンを配置することで、よりスピーディなタッチ操作を実現しました。



CASIO

コア・テクノロジー

小型化

小さく、薄く、軽く

高性能、小型、高信頼性、低コストな半導体パッケージとして、特に携帯電話などで急速に拡大しているWLP*1。カシオはさらに、チップ自体をプリント基板に内蔵した、最先端の高密度実装「EWLP*2」も技術開発、用途開発を進めています。将来ははんだを用いず製品を完成することで、製造時の熱エネルギー使用量も削減可能です。このはんだレス実装はエレクトロニクス業界における、大幅な地球環境負荷低減を実現できる非常に重要な技術です。



*1 WLP: Wafer Level Package ウエハー状態のまま銅の再配線形成、電極端子形成と樹脂封止を行うことを可能にしたLSIパッケージ。

*2 EWLP: Embedded Wafer Level Package WLPをシステム基板に内蔵することで、電子機器の高性能化と小型・薄型・軽量化を実現する実装技術。

耐久性

いつでも使える安心感

25年以上の歴史をもつ「G-SHOCK」は、カシオの耐衝撃技術の結晶です。ガラス面、ボタン、裏蓋は、落下時も直接接地しないようにデザインされ、樹脂部分は衝撃を吸収。心臓部のモジュールは、中空構造の中に浮いたような形にレイアウトすることで衝撃から保護。各電子部品は水晶ひとつにいたるまで緩衝材で守られています。標準電波の受信アンテナは、衝撃にも折れにくいアモルファス薄膜を積層化。最新の電波ソーラー「タフムーブメント」では、モジュール自体が耐衝撃性を備え、衝撃で針に微小なズレが発生しても自動補正します。



希少金属を代替する技術開発で産学協同研究

液晶ディスプレイに必要な透明電極には、希少金属であるインジウムが使われており、世界中で増大する需要への対応が危惧されています。カシオは2007年度に経済産業省より、2008年度には独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)より委託を受け、複数の企業と高知工科大学との産学協同研究プロジェクトを発足。入手しやすい酸化亜鉛によって透明電極を作る技術開発に取り組んできました。酸化亜鉛による透明電極は、優れた光学特性を持っており、従来より明るく発

色の良い液晶パネルが実現可能です。カシオは、実用化に向けた製造プロセス上の課題の洗い出しと解決などを担当しています。同プロジェクトは、2008年9月のCEATEC JAPANなどの展示会・研究会で試作パネルをデモ展示。従来型の液晶パネルに対し遜色ない表示品位を実現できることを実証しました。



G-SHOCKでは、衝撃試験、振動試験、水中での加圧試験など、さまざまなテストを業界規格に沿って行い、信頼性を厳密にチェックしています。

デジタル設計データをネットワークで共有

カシオの製品はすべてコンピューター上で立体設計され、デジタルデータとして蓄積されます。これらは回路図、部品データ、仕様書、生産日程表などのデータと併せて統合管理され、ネットワークで生産拠点や物流拠点と共有されています。これによってユーザーニーズや経済環境などの条件の変化に柔軟に対応できる体制を確立しています。

全社でデータを共有することにより、製品分野が異なっても同じ働きをもつ回路や部品は統一し、調達コストの低減や組み立ての効率化を実現しています。品質面・環境面で問題が発生した場合でも、過去のラインアップまでさかのぼって部品交換の必要性を調べたり、特定化学物質の含有量など、環境に対する影響を全社単位で横断的に調べることも効率的にできるようになりました。

設計データは、カタログや取扱説明書の制作にも活用されています。設計データからは製品の立体図や断面図を生成できるので、新たに図を描き起こす必要がなく、制作のスピードアップとコストダウンに貢献しています。



柔軟な生産ができるプラットフォーム設計

電子辞書では、ユーザーごとのニーズに合わせて、多彩なラインアップと豊富なカラーバリエーションを展開しています。これらの多岐にわたる商品群を効率良く製造するため、各製品の共通部分をひとつの「プラットフォーム筐体」に統合しています。同じ部品を大量に発注してコストを下げることができ、工程の共通化によって製造効率も高まりました。

出荷直前に市場の状況を見て各製品を作る量を決め、プラットフォーム筐体に各コンテンツの書き込み、外観の仕上げ、梱包などを行います。これによって必要なモデルを必要な数だけ、短い日程で供給できます。

電子辞書のプラットフォーム化



グリーン商品開発基準の強化

2001年度より環境配慮型商品づくり促進のため「カシオグリーンプロダクツ(C.G.P.)活動」を開始、製品環境アセスメントの結果をもとに厳しい基準を満たした商品を「カシオグリーン商品」として認定し、2008年度までに「カシオグリーン商品」売上比率を80%にする目標を掲げ活動をしてきました。2008年度にこの目標を達成したため、社内専門委員会にて審議の結果、「カシオグリーン商品」の中から特に環境配慮性の高い商品を「カシオグリーンスター商品」と位置付けることとし、2009年度からの新たな目標として2012年度までに「カシオグリーンスター商品」の売上比率を30%とすることを掲げました。

難燃設計による安全の確保

WEB 詳細・その他

お客様の安全を脅かす重大製品事故（火災や死亡事故）を絶対に起こさないため、製品の難燃設計に取り組んでいます。故障や電氣的な異常により発火しないよう、回路に安全設計を施すだけでなく、間違った電圧での使用などの予想外の事態で万一内部で発火した場合でも、製品自体が燃えることのないよう、基板や外側のケースに難燃材料を使うことを安全設計基準として定めています。

さらに、製品の外から火が及んだ場合も想定して、火災になる可能性がないかを検証するため、強制的に着火する試験を行い、安全性を確認しています。

強度解析による「G-SHOCK」の性能検証

耐衝撃腕時計「G-SHOCK」では、設計段階で耐衝撃性能を厳密に検証しています。個々の部品をまず解析し、十分な強度があるかどうかをチェック。また、これらが組み合わされて製品となった場合に、特定の部分に衝撃が集中することも想定し、三次元CADでさまざまな方向からの衝撃をシミュレーションし、問題が起こらないことを確認しています。

これらに最先端の成形技術、ウレタン塗装などの表面処理技術を組み合わせ、G-SHOCKの耐衝撃性を確保しています。

親しみやすい「ハート・クラフト」コンセプト

多機能が進み、操作が難しくなりがちな携帯電話を、親しみやすく使いやすいものにする「ハート・クラフト」のコンセプトを、形状や画面デザインに導入しています。

画面にはアデリーペンギンなどのユニークで暖かみのあるキャラクターを登場させ、ストーリーをもった愛着の湧くアニメーションで表現しています。たくさんの機能を楽しみながら使えるように、また電話をかける時やメールの送信の時に生じるわずかな待ち時間を、リラックスして過ごしてほしいという思いを込めています。



デザインセンター 第一デザイン室
辻村 泰一郎

人間中心設計によるユニバーサル・デザイン

カシオではユニバーサル・デザイン活動の目的を「使いやすさの品質向上」と定め、ISO13407に則った人間中心設計（HCD：ヒューマンセントードデザイン）による商品開発に取り組んでいます。

人間中心設計の推進には、実際に商品をお使いになるお客様の声を聞き、お客様の視点に立った商品開発を行うことを最重要課題とし、ユーザーテストでの評価やお客相談センターに寄せられるご意見をもとに製品本体からパッケージ、取扱説明書などの「使いやすさ」の改善に取り組んでいます。



ハンディ・ターミナル DT-X7



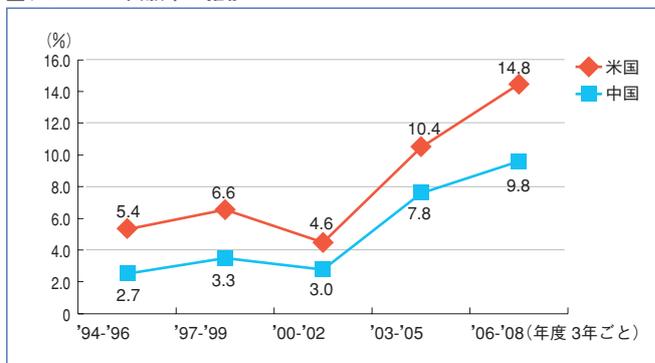
ユニバーサル・デザイン電卓

知的財産活動のグローバル展開

従業員が開発を通じて生み出した技術やデザインなどの知的財産を、会社の重要な経営資源とすべく、特許権・実用新案権・意匠権・商標権を取得する活動を行っています。

近年は事業活動のグローバル化に対応した、海外での特許出願の強化に重点的に取り組んでいます。海外での出願件数の割合を全体の3割にすることを目標として、特に知的財産に関する競争が激しい米国や、市場が拡大している中国での取得を積極的に進めています。

■ グローバル出願率の推移



世界中へ製品を安定供給

人の判断と技術が 支えている供給力。

執行役員 生産資材統轄部長

大埜 修



私たちの第一の使命は、お客様が欲しいと思う商品を、欲しい時にお届けすることです。最新の商品をいち早く、しかも途切れさせることのないように送り出し続けなければなりません。そのためにはまず、資源が世界的に不足する中、安定的な調達ルートを確認し、品質の高い部品や資材を確実に集めてくるネットワークが必要になります。必要な部品がひとつでも欠けたら商品は出荷できません。調達には常に万全を期しています。生産はスピードが命です。デジタルカメラのような進化の激しい市場で生産に3カ月かけていたら、店頭に並ぶ頃にはモデルチェンジから取り残されているでしょう。注文を受けたらすぐ商品が出てくるようなスピード生産の仕組み作りを進めています。

商品を作り、お客様にお届けする長大なサプライチェーンを担当する私たちは、会社の収益力に対しても大きな責任を担っています。サプライチェーンの効率化が、そのまま利益を生み出す源泉となるからです。特に製品の在庫の増加は価格を落とすことにもつながり、利益に直結する重大な損失となります。調達・生産・物流の全体を連動させ、ITで緻密にコントロールすることで、余剰在庫の発生を防ぎ、無駄なくタイムリーな供給ができるようにしています。

モノづくりの屋台骨を支える部隊として、カシオ製品を日々世界中に送り出している誇りをもち、毎日改善を続けています。

■ 資材調達における社会・環境問題への取り組み

公正で公平な取引のもと、人権・労働・安全・健康・環境・情報セキュリティなどの広範な社会・環境問題について網羅した「資材調達方針」を制定し、お取引先にご理解とご協力をお願いしています。2008年度においては、中国・華南地区とタイで、資材調達方針の説明会を前年に引き続き開催するとともに、国内のお取引先については、第2回目のCSR遂行に関するアンケート調査を実施し、その結果をすべてのお取引先にフィードバックすることによって、さらなるCSR調達水準の向上に取り組みました。

また、製品を構成する部品・材料の調達においては、環境に悪影響を与える物質の不使用を徹底するために、製品輸出先の化学物質規制を基本として、関連する全世界の法律を包含した調達基準書を策定しています。お取引先に対しては、これを明示して特定化学物質の含有制限の周知徹底、および詳細情報の開示依頼を行うことにより、グリーン調達を推進しています。2008年度末には、この基準書にEUのREACH規則への対応や、使用禁止物質の見直しなどを盛り込み、第6版への改定を行いました。

WEB 詳細・その他

需要の変化に素早く対応する供給ネットワーク

半導体や表示デバイスなどの主要な部品を確保するには、長期間にわたる安定的な購入が必要ですが、市場の需要は常に一定ではなく、短期に集中する商品もあります。需要の変化に対応しながら製品を安定的に供給するため、生産と営業が連携しています。

営業部門が出した販売計画に基づいて、生産拠点はシミュレーションを行い、生産に必要な人数と設備治具の量を算出、手配します。資材調達部門では、入荷する資材と、営業が必要とする機種情報を毎週照合して、調達量を調整。部材調達から生産、物流、販売までの全工程は、ITを駆使したサプライチェーンマネジメントシステム（SCMシステム）によって統合され、求められる数量を最適な効率で迅速に供給します。ネットワーク全体の連携強化により、市場の動きに機敏に追随しながらも、品質や効率を落とすことなく生産品種の切り替えを素早く行える、コンパクトでフレキシブルな生産に取り組んでいます。

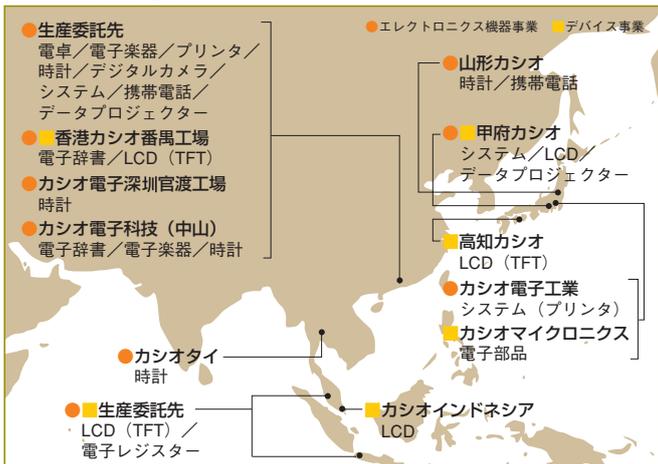


最適地生産とリスク分散

世界各国の生産拠点は、それぞれ技術力、市場への距離、部材調達のしやすさ、労働コストなどが異なります。これを活かして、商品の特性に合った拠点が生産を受け持つ「最適地生産」を行っています。

また万一の事態でも供給を途切れさせることがないように、どの商品に対しても、生産できる拠点を2カ所確保しています。

品目別製品供給体制



カシオグループの生産技術

カシオグループでは最先端の商品をより効率的に送り出すため、多彩な商品群で培ったノウハウを駆使して、新たな生産技術の開発に取り組んでいます。

タフムーブメントの製造ラインの開発

カシオが2008年に製品化したアナログ時計駆動用「タフムーブメント」。これは世界6局の標準電波に対応し、時刻の自動修正を行う「マルチバンド6」、また耐衝撃性、針位置補正などの先進機能をもつ新型ムーブメントです。この「タフムーブメント」を高品質かつフレキシブルに生産するため、カシオオリジナルの「アナログブロック自動組み立てライン」を開発しました。



この「自動組み立てライン」はレイアウト自由度の高い完全分離型ユニットベースを採用し、複数機種の混流生産可能なラインを実現。またリニアモーターによる独自開発の5軸ロボットはマルチヘッドを搭載し、多種部品への対応や、組み立ての高速化などを実現しています。特に時計・分針・秒針の直径3mm程度の歯車には針位置補正用の約300マイクロメートルの穴を設けてあり、画像センサーを搭載した組み立て装置がこの歯車の表裏判定、穴位置検出による位置合わせを行います。高精度な組み込み技術の確立によって、高信頼性と高機能性をもつタフムーブメントの安定供給に貢献しています。

従業員の声

工場での良好な雇用関係の構築

周辺地域の企業も含めて行った福利厚生調査結果に基づき、給与体系や福利厚生の見直しを図り、改善策を策定しました。CSR活動と従業員満足についてはテーマごとに委員会を設置。各委員会が労働組合と一体となって活動を推進しました。タイ労働省の社会福祉・労働保護局が主催する、雇用体制が優れている企業に与えられる優良企業賞を、3年連続で受賞しています。

カシオタイ 人事課長
ナテナパ・パニャン



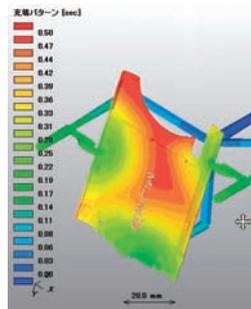
先端工場・山形カシオの金型製造技術

卓越した製造技術を誇る先端工場・山形カシオ。
カシオが挑んできた数々の新分野の製品一号機が、この工場で産声をあげてきました。
難易度の高い先端商品の製造を担い、培ったノウハウを同社では
プラスチック部品成形や金型の製造委託として事業化し、
幅広い産業分野に信頼の「MADE BY YC」を送り出しています。

金型製作・動作シミュレーション

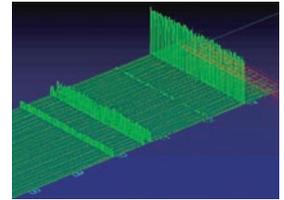
立体設計データを用いて、金型の製作・動作工程を前もってコンピューター内でシミュレーションしています。

デジタル化された金型設計データを用いて、工作機械での金型加工時にかかる力や、部品製造時の金型の動作、金型内での樹脂の流れなどをコンピューター内で仮想実験しています。これにより、実際の金型加工や部品製造の際に起きる問題の発生を限りなくゼロに近づけ、製造リードタイムの短縮と効率化につなげています。



超音波解析による金型自動診断

金型に樹脂を流し込み部品を成形する工程では、山形カシオが自社開発したAE（Acoustic Emission）解析による金型自動診断を導入しています。ルールを叩いて確かめる熟練した鉄道員のように、成形時に発生する音をデジタル技術で瞬時に解析。数万回も成形を繰り返すうちに金型に生じるわずかな変形や亀裂を見逃さず検出し、品質に影響が出る前にアラームを発信し、金型破損による不良品の発生を未然に防ぎます。



ものづくり教育の実施

高水準の製造ができる熟練工や多能工の育成のため、製造技術の教育活動に力を入れています。奨励制度を設けてプラスチック成形技能士、放電加工技能士、金型製作技能士などの国家資格の取得を進めており、各技能で最高レベルを示す「特級」を複数取得する従業員も増えています。また、社内での熟練工による技能講習により、技術の伝承にも力を入れています。



金型製作自動化によるリードタイム短縮

部品を作るための雛形である金型の製作には、精度の高い複雑な加工が求められます。以前は長いもので、完成まで45日もかかっていました。山形カシオでは、この工程をほぼ自動化。設計部門でつくられた立体設計データから加工データを作成し、工作機械に入力。切削や放電加工を自動で行うことで、ほぼ20日で金型が完成します。これにより生産開始までのリードタイムが大きく短縮されました。

担当者の声

業界トップレベルの「モノづくり」を支えるシステム開発

入社以来、コンピューターを活用した自動化・効率化の仕組みづくりに取り組み、現在は事業の核となる「金型生産自動化システム」を企画・開発するシステム・エンジニアチームのリーダーを務めています。複雑な金型加工を効率的に行うプロセスの設計を行っています。業界トップレベルのモノづくり現場で働くことにやりがいを感じます。



山形カシオ 部品事業部
清野 智佳

合格者の声

初挑戦で難関「1級金型製作技能士」を取得

金型部品を工作機械で作るためのプログラム作成を担当しています。元々モノづくりが好きなのと、同僚が金型を仕上げている手際の良さに憧れて、実加工技術を身に付けたいと思い、技能検定試験に挑戦しました。昨年誕生した子供を育てながら、現場で同僚に実技指導を受けて練習し、金型仕上げに関する専門知識などを問う学科試験と、素材から指定どおりの金型を作り上げる実技試験を受け、お陰で合格できました。



山形カシオ 部品事業部
近野 陽子

統合的なグローバルロジスティクスへ

製品を市場へ送り出す従来の物流（販売物流）を、部材を調達する資材物流と、生産された商品を各営業倉庫へ運ぶ生産物流と統合し、全世界規模の「グローバルロジスティクス」へと進化させる取り組みを進めています。調達から生産、販売までがひとつの流れとして無駄なくつながり、スピーディに運用できる連携体制を目指しています。



こうした生産現場とそれをつなぐ物流、そしてITネットワークが一体となったお客様視点に立ったプロセス改善を進めています。具体的な取り組みとして、販売先からのオーダー情報に対して工場の生産進捗状況と連携し、いつ商品をお届けできるかを納期回答としてその場でお答えできる自動化プロセスの構築を進めています。

物流コストの徹底削減

物流費を削減するため、同じ機能をもつ物流拠点を統廃合し、各地へ最短ルートで輸送できる地点に再配置しています。国内では2003年時点で8つあった配送センターを4つに統合。欧州では2009年のカシオヨーロッパ新社屋の完成に伴い、ハンブルクにあった4つの倉庫を2つに統合しました。倉庫内の作業はハンディターミナルやバーコードを利用して徹底的に合理化し、倉庫の運営費や配送費を抑制しています。

また輸送する際も、安価な鉄道や船の積極的な活用や積み方の効率化によってコストをセーブ。輸送業者の選定も、グローバル競争入札制度を活用して、世界でも特にコスト競争力に優れた企業へ委託しています。



グリーン物流の推進

物流工程で発生するCO₂排出量を削減するため、以下の3つの行動計画を推進しています。

- ・輸送距離の短縮
国内外で物流拠点からお取引先への直送を推進
- ・モーダルシフトの推進※
拠点間の輸送に環境負荷の少ない鉄道などを積極的に利用
- ・積載効率改善、輸送物量削減
電子辞書、楽器などの梱包設計の改善、縮小化推進

※現在、中国（中山）から日本への輸送ルートに、鉄道、フェリーを組み合わせた輸送手段のトライアルを行っています。CO₂排出量が20分の1以下に抑えられるため、本格導入に向け推進中です。



貿易コンプライアンスの徹底

貿易、輸出入に関連した法令（外国為替及び外国貿易法、関税定率法他）を順守し、リスク管理活動の整備徹底に努める取り組みを行うことで企業価値向上に努めています。2009年2月には、セキュリティ管理とコンプライアンス体制が優れ、適正な税関手続きを行う能力があると認められた事業者として、東京税関から「特定輸出者」の承認を取得しました。これは米国・EUで導入が進められているAEO（Authorized Economic Operator）制度の日本版であり、海外のAEO制度との相互承認が進むことにより、関税手続きが簡素化され、輸出入でのリードタイムが短縮できることが期待されます。

修理品梱包箱のリユース

カシオテクノは2008年2月より、修理品の梱包箱のリユースをスタートしました。Webサイトから修理を申し込んだお客様に梱包箱を郵送。お客様はこの箱を組み立てて修理品を送り、カシオテクノでは再びこの箱を使う仕組みです。デジタルカメラ・電子辞書の修理と時計の電池交換に加え、2009年2月からは、時計本体の引き取り修理をサービス対象に追加しました。専用で作られた箱なので、輸送時に製品が衝撃によって不具合を起こすケースも激減し、余分な梱包資材を使わず、最小限の体積で送られるため、環境への負荷も低減されました。



世界に届けるカシオの創造

顧客とのコミュニケーションで CASIOブランドを伝えていく。

常務取締役 営業本部長

中村 寛



カシオは、今までになかった喜びや楽しみを社会に提案する商品を開発しています。営業部門はその新しい価値をお客様に理解していただく大きな役割を負っており、戦略的な販売促進やプロモーションを、事業戦略と一体化した形で推進することが重要だと考えています。

特に国内のお客様は、販売店でのコミュニケーションから購入を決定する傾向があります。顧客とカシオとの直接的な接点である私たちは、第三世代デジタルカメラをはじめとする先進機能をもった商品を誰よりも使いこなし、その便利さを販売店やお客様にわかりやすく伝えなければなりません。

今までにない機能や、環境によりやさしい商品など、お客様の潜在ニーズを知る営業としての商品提案力を、これまで以上に発揮したいと思います。

G-SHOCKや関数電卓などの世界各地への浸透を通じ、CASIOブランドはグローバルな普遍性を有しています。近年、欧州エリアではドイツとイギリスに拠点機能を置きながら主要各国に販売会社を立ち上げ、地域に根差した販売・マーケティング展開を進めています。また今後の成長性という観点から、BRICsをはじめとする新興国での販売網も積極的に強化しています。販売、サービスにグローバルな体制を敷き、長く快適にカシオ製品を使っていただけるよう今後も努力していきます。

成長エリア・BRICsへの営業展開

魅力ある製品を一人でも多くのお客様にお届けするために、海外での営業拠点の拡充を進めています。

成長著しいBRICsの中では、以前より販売会社を置いていた中国・インドに加えて、近年ロシアとブラジルに拠点を設立。これらの新会社では、成長が見込まれるデジタルカメラを中心に流通の拡大に努め、お客様との出会いの場をより多く提供していくとともに、店頭での販売促進を図っていきます。

また、EXILIM、G-SHOCKなどカシオ独自のブランドの価値向上のために、お客様との相互コミュニケーションの充実による密接な関係を築き、より良い製品をより多くのお客様に提供できる環境の構築を図っていきます。

国際物流に活用される ハンディターミナル

世界300地域に配送網をもつドイツの大手国際物流会社Dachser社は、配達証明と貨物追跡用にカシオのハンディターミナルを活用しています。従来使ってきたDT-X10に続き、カシオ製端末の継続利用を決定。新モデルDT-X30を導入し、利用台数を増強します。薄暗い場所や自然光のもとでもバーコードの読み取り能力が高い点、使い勝手の優れたデザイン、サポートの充実度などが評価されています。



カシオヨーロッパ新社屋

カシオヨーロッパは、2009年、これまでドイツ国内に分散していたオフィス・物流・サービス拠点を、新設の省エネビルに統合しました。季節を問わず、約16℃の温度である地下約130mの地点に地熱採取装置を置き、地上とパイプで結んで水を循環させることで、冷暖房に使うエネルギーを削減。電気使用量は従来より30~45%少なくなり、CO₂の排出量が年間約1,000トン削減されます。

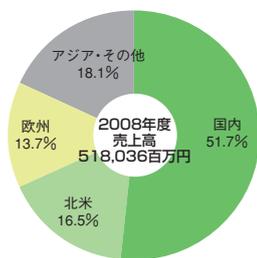


「G-SHOCK」 ニューヨーク・プレスイベント

2008年、G-SHOCK誕生25周年を記念し、米国・ニューヨークで世界各国のメディアを招待したプレス・カンファレンスを開催。トップミュージシャンによるライブ・イベントや、ストリートファッションのショップとのコラボレーションによるG-SHOCKの展示などが行われ、G-SHOCKの持つ世界観を伝えました。



地域別売上高（構成比）



電卓を活かした数学教育を世界に発信

カシオは4年に1度開催される世界数学教育学会第11回大会（メキシコ・モンテレー市）のメインスポンサーに合わせ、2008年、第2回「カシオ・グローバル・ティーチャーズ・ミーティング」を開催しました。第2回の今回は全大陸15か国から31名の教授・先生をお招きし、各国での関数電卓の導入事例の紹介や、電卓でいかに授業を楽しめるか、関数電卓のあるべき姿などの活発な意見や要望が交わされ、数学教育への貢献に対し気持ちを新たにしました。



BASELWORLDで カシオウォッチの世界観を披露

スイス・バーゼル市にて毎年行われる時計・宝飾品の世界最大の国際見本市「BASELWORLD」。カシオはこの見本市で、各ブランドのコンセプト・世界観を伝える展示とプレゼンテーションを行い、カシオウォッチの魅力の世界に発信しています。

「BASELWORLD 2009」では、機械式時計の伝統があるヨーロッパのバイヤーにも、エレクトロニクスを駆使した時計の価値が認められ、多くの新規商談が成立しました。



中国・杭州旗艦店がオープン

中国では2007年に時刻情報を載せた標準電波の発信が始まり、電波時計市場が急拡大しています。カシオは中国での電波時計の販売を強化するため、2008年、売り場面積ではカシオとして世界最大となる旗艦店を浙江省・杭州にオープンしました。2009年度には中国で販売する電波時計のラインアップを強化。現地での研修強化やスタッフ増員によって販売力強化に注力します。



2009年ブラジルに新拠点設立

カシオは中南米地域を成長市場として重視しています。2006年には米国・マイアミに中南米地域全体を統括する販売会社「カシオラテンアメリカ」を、2008年には「カシオメキシコ」を設立。そして2009年、中南米諸国でも最大規模の面積・人口・GDPをもち、BRICsの1国として成長が期待されるブラジルでの販売拡大を図るため、同国サンパウロに「カシオブラジル」を設立しました。





「BASELWORLD」では毎回カシオウオッチのコンセプトが発表され、多くの注目を集めています。



「ダイナミックフォト」のクロスメディア・プロモーション

世界で初めてデジタルカメラに備わった動画合成機能「ダイナミックフォト」。この新機能の楽しさを世の中に伝えるため、さまざまなメディアを使ったプロモーションを展開しています。

テレビCMは、実際の合成例を見せてわかりやすく伝えることを重視して制作。また製品を実際に使っていただく体験コーナーを、街角や商業スポット、テーマパーク内に設置し、多くの方に親しんでいただいています。

Webにはポータルサイトを置き、買った後も交流して楽しめる場を提供しています。お客様は自分の作ったダイナミックフォト作品をサイト内のコミュニティで公開し、コメントを入れたり、作品を自分のブログに貼り付けることが可能です。



想像を広げるダイナミックフォト



ダイナミックフォトのポータルサイト



街頭体験コーナー

「G-SHOCK」「Baby-G」イルカ・クジラモデル

アイサーチ・ジャパンが中心となり世界各地で行っているイルカやクジラの生態に関する調査・研究や教育活動をサポートするため、「国際イルカ・クジラ・エコリサーチネットワーク」モデルを発売しました。2008年は、美しく輝く海を連想させるスケルトン素材を採用した“G-SHOCK”と“Baby-G”をそれぞれ1モデル用意。バンドやELバックライトのイラストとして“G-SHOCK”にはクジラ、“Baby-G”にはイルカを使用した他、裏蓋に、すべての自然と命が地球上で調和して生きている姿“ALL AS ONE”を表現したシンボルマークを刻印しています。なお、このモデルの売り上げの一部をアイサーチ・ジャパンに寄付しました。



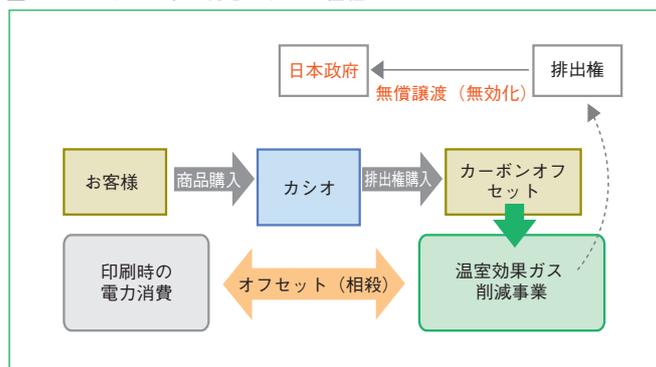
不当表示の防止活動

不当表示を禁止する「不当景品類及び不当表示防止法」(景品表示法)を理解し、用語の使い方を学習するためのテキストを自社で作成しています。「No.1」や「世界最小」といった表現を使う場合には比較対象を明記するなどの例を紹介しています。このテキストを使い、従業員講師が多月で10回程度、国内各地の営業所を巡回して、講習会を行っています。

ページプリンタ使用時のCO₂を相殺

ページプリンタは、印刷時に電力を使用することで間接的にCO₂を排出します。そこで、トナー消費量をもとにプリンタ本体のCO₂排出量を算出し、お客様にトナーを購入していただくと、プリンタの消費電力に見合った排出権を、カシオがプロバイダーを通じて購入しオフセット（相殺）する、カーボンオフセット付きトナーの販売を開始しました。お客様はトナーを購入することで、簡単・手軽に地球温暖化防止に参加でき、カシオはそのお手伝いをしています。

■カーボンオフセット付きトナーの仕組み



カラーページプリンタ
SPEEDIA N3600

お客様満足度向上活動

CS（お客様満足）の向上を追求するために、2008年度より次の三大CS活動の取り組みを強化し、お客様の声を今まで以上に良い製品創りにつなげるために取り組んでいます。

- 1.アフターCS：迅速、的確、丁寧な真心をこめて応対し、お客様から信頼を獲得する活動の実践
- 2.機能CS：お客様にご満足いただける製品機能を追求する活動
- 3.品質CS：お客様にご満足いただける製品品質強化を追求する活動

三大CS活動においては、「お客様の声」を確実に社内関係各部署に届け、改善提案を行い、製品の機能改善（機能CS）に結び付けるなど積極的に取り組んでいます。例えば、デジタルカメラの購入直後の初期設定について、お客様のお問い合わせ状況やご意見を分析の上、開発部門に改善を提示し、わかりやすい操作性を新製品に反映するなどしています。

お客様相談センターのスキルアップ活動

お客様に信頼いただき、ライフパートナーとして末永くお付き合いいただくために、お客様相談センターでは、テクニカルスキルとコミュニケーションスキルの向上に努めています。

お客様のご質問に正確にお答えできる知識を習得するため、新製品発売時などにはセンター内で勉強会を開催。また半期に一度、e-ラーニングによる商品知識テストを行い、全員が合格水準に達するまで理解を深めるようにしています。

海外のコールセンターでも同様のe-ラーニングを実施し、全世界で正確なご対応ができるようグローバル体制で教育活動を行っています。

また、お客様に気持ち良く聞いていただけるよう、毎日の電話応対における言葉遣いや聞き取りやすさなどについてチェックポイントを設け、マネージャーが指導。日々改善を図っています。

サポート情報の提供

お客様に製品を安心してご使用いただくため、カシオWebサイト上の「製品サポート」において、世界各地域向けのWebサイトを構築し、操作や修理に関する情報をご案内しています。また、よくあるご質問の掲載内容を文字だけでなく、絵などを使用して視覚的にもわかりやすくし、アクセスの多い順にご質問が掲載されるよう改善を行っています。さらにお客様がお探しのページや内容へ、スムーズに辿り着けるようリンク構成の見直しを行い、Webサイトをご覧になったお客様が、その場で問題解決できるよう努めています。



FAQ画面

修理サービス

修理対応を担うサービス部門では、サービス品質向上のため、技術研修や社内競技会を通じて修理技術・商品知識・窓口対応の各スキル向上に取り組んでいます。2008年度においては、全国のサービスマンへWebを使用した研修や講習の導入、窓口対応業務マニュアルの刷新を行い、各スキルの向上に努めています。



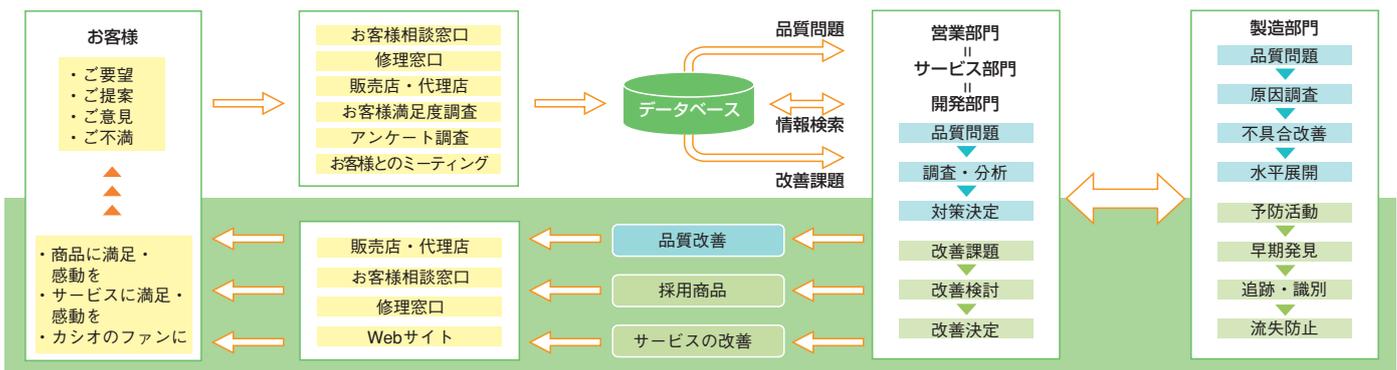
Web講習画面

また、一刻も早くお客様のもとへ修理完了品をご返却できるよう、修理時間の短縮に向けて、部品調達・修理体制・修理技術の業務改善に取り組んでいます。さらにデジタルカメラ・電子辞書・時計の品目においては、お客様がより簡単に修理に出せるよう、Webによる修理受付を実現し、お客様利便性の向上に努めています。



Web引取修理画面

■お客様の声を製品・サービスに活かすフロー



ITによる経営の効率化

ビジネス全体の課題解決に主体的に貢献するIT。

執行役員 業務開発部長

矢澤 篤志



かつては事務処理の効率化が中心だったITの役割は、コンピューターの性能向上とインターネットの進化により、今日では経営やビジネスに主体的、戦略的に貢献するようになってきました。具体的には、サプライチェーン全体の効率化や、経営情報のグローバルかつスピーディな集約と可視化、社内コミュニケーションのインタラクティブ化などが挙げられるでしょう。

企業体質の強化に取り組むことは企業にとって最重要課題のひとつです。カシオでは業務改革とITの活用を表裏一体で推進し、市場変化を常にキャッチアップしながら、生産から販売までを包括的にマネジメントする体制を推進しています。システムは社内で構築する“自前主義”をとり“カシオのあるべきIT像”を全世界のグループ会社とも共有しながら全体最適なシステムを構築しています。

ITは技術の進化とともに、使い方も変わるものです。業務の迅速化や競争力の強化、環境負荷の低減など、現場が抱える課題を抽出することは無論重要ですが、今日、企業の強い競争力となるのは、それをどう変えていくかという手段の先進性です。業務開発部のスタッフが経営的な発想で事業全体をとらえ、一歩先駆けた技術の適用でその課題を解決していく。そのことが経営のスピードと効率性を高めることに大きく寄与すると考えています。

標準システムによる経営の「見える化」

購買・販売・会計などの基幹業務を効率化するための情報基盤として、ERP（Enterprise Resource Planning）と呼ばれる統合システムの導入をグローバルに展開してきました。

従来は拠点別・事業別で異なっていた業務とシステムを徹底して標準化し、統合することで、企業活動全体の可視化による迅速な経営意思決定の実現に貢献しています。

ERPで一元管理されている販売・在庫情報は、市場における販売予測情報と連携させることで、お客様が求めている商品をお客様が求めているタイミングで確実にお届けするための生産計画の立案に活用されるとともに、在庫効率の向上による棚卸資産の低減など、サプライチェーン管理の大幅な改善効果を生み出しています。

また最近では、ERPの統合システム基盤から、全社で共通に利用できる機能を取り出して部品化し、それらを組み合わせお客様視点で再構築できる技術を導入。これによりシステムの付加価値向上に努めています。事業環境の変化に対して迅速かつ柔軟な対応が可能なシステム構造の実現は、ITがビジネスに貢献するために不可欠な取り組みと考えています。

CRMによる営業活動支援

インターネット技術を駆使した業務支援システムによって、直感的でわかりやすいインターフェイスを提供し、従業員各人がより生産性を高め、創造的な業務に打ち込めることを目指して改善を続けています。

営業部門向けには、営業活動の支援システム（以下CRM: Customer Relationship Management）を自社開発しています。

多くの営業担当が利用するシステムなので、使いやすさにも徹底的にこだわり、入力の手やすさ、情報の探しやすさなど、最新のWeb技術を駆使して、市販のパッケージでは考えられない「使い勝手の良さ」を実現しています。このシステムを活用することにより、本部と現場の連携や営業活動が効率化され、さらに販促活動や商談活動のノウハウ共有により、さらなる営業力の強化を図っています。

基幹サーバの統合と災害対策

グループ全体の基幹サーバの統合を推進しています。統合によって、今まで個別に投資されてきたサーバコストの抑制が可能となり、集中化によるサーバ運用の効率化も図れます。さらに統合サーバを強固なデータセンターへ設置することで、全体のセキュリティ強化にもつなげています。

国内だけでなく、中国、アジア拠点の統合も推進しており、2009年3月時点で18台の基幹サーバの統合が完了しました。

基幹サーバの統合ではサーバを2台に分散し、場所の離れた2カ所のデータセンターに配置しています。1カ所が地震などで稼働できなくなった場合には、もう1カ所ですべての基幹システムが稼働できるようにすることで、万一の事態に備えています。

グリーンITによるCO₂の削減

基幹サーバの統合だけでなく、その他の業務用、部門サーバの統合にも取り組んでいます。これらのサーバは台数も多く、統合前はグループ全体で約1,000台ものサーバがありました。これらのほとんどが年中無休で稼働し続けるサーバであり、消費電力量（CO₂排出量）も軽視できないものとなっていました。

■サーバ台数の推移



そこで、1台のサーバ上で複数台分稼働させる「仮想化技術」を活用し統合していくことで、サーバ台数を大きく減らし、消費電力の削減を実現しています。

2008年12月までにサーバ400台分の統合が完了しましたが、これは年間約60万kWの電力量削減、約218トンのCO₂削減に相当します。2009年度中には500台分の統合を完了しサーバ台数を半減させ、累計で年間75万kWhの電力量を削減する予定です。

また、2009年3月にはデータセンターの空調機を省エネタイプに切り替えることで、年間約82トンのCO₂削減を見込んでおり、今後も「グリーンIT」に積極的に取り組んでいきます。

購買システムによるコストと環境負荷低減

事務用品・OA機器・ソフトウェア・生産系消耗品などの間接材の購入について、専用の購買システム「CATS」を構築し、国内主要グループ各社に導入しています。従来各社まちまちであった購入商材・購買業務手順を標準化し、サプライヤーとの価格交渉を購買推進部が一括して行うことにより、グループ全社の購買コストの低減を目的に構築しました。また商材の検索、購買申請および上司の承認、サプライヤーへの注文、物品の受領処理をWeb上で行えるため、業務効率の改善だけでなく、発注書面などの紙使用量の削減にもつながっています。

また、画面上の商品カタログではエコ商品の表示を明確にし、ユーザーがその商品を選択しやすい工夫がしてあり、グリーン購入促進の一助にもなっています。



CATSの画面。エコ商品の表示がわかりやすくなっている。

ISMS取得による内部統制の強化

カシオ計算機の業務開発部（情報システム部門）とカシオ情報サービスは、2008年2月、より質の高い情報セキュリティの維持・向上と金融商品取引法対応における内部統制整備を目的として、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の国際規格である「ISO/IEC27001」の認証を取得しました。

ISMSは、企業や組織が自身の情報セキュリティを確保・維持するために、ルールに基づいたセキュリティレベルの設定や、リスクアセスメントの実施などを継続的に運用する枠組みです。設定目標と情報資産のリスクアセスメントに基づいた管理施策を実施し、情報資産の適切な管理を行うためのルールの周知徹底などを図ります。実施状況は定期的な点検や監査などで確認し、問題点を速やかに是正・改善しながら、セキュリティの向上につなげています。今後も当活動を通じて、内部統制を一層強化し、グループ全体のさらなるセキュリティ強化を推進します。

企業統治とコンプライアンス

WEB 詳細・その他

経営の迅速な意思決定と公正な判断を実現するために、経営の健全性と透明性を高める努力をしています。また、法令順守とリスク管理に徹底的に取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス体制

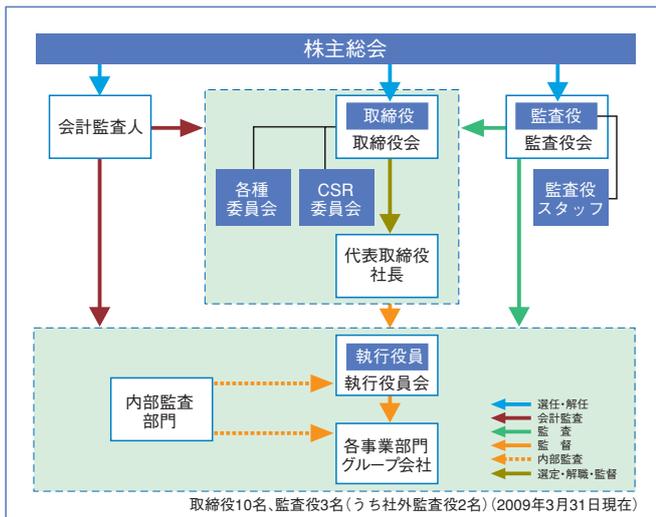
カシオでは、コーポレート・ガバナンスの充実に向け、さまざまな取り組みを実施しています。

取締役会では、経営の重要案件を審議・決定します。2007年6月に取締役の任期を2年から1年に変更したことで、取締役の経営責任を明確にし、経営環境の変化に迅速に対応しています。

社外監査役を含む監査役は、取締役会など各種重要な会議へ出席し、聴取や報告などを通して厳正な監査を実施しています。

さらに社長を委員長として、取締役、監査役で構成する「CSR委員会」では、全社的なCSR活動の基本方針や重要事項を審議しています。

■コーポレート・ガバナンス体制



内部統制システムの整備

2009年3月期決算より、金融商品取引法によって「内部統制報告制度^{*}」が義務付けられました。カシオでは、「基本方針」を定め、推進体制として経理部門、情報システム部門、CSR推進室および内部監査部門のメンバーで構成する「内部統制委員会」を設置し、これに対応しています。

2007年度は、グループ統一の文書化ガイドラインに基づき、重要な業務プロセスの文書化を行いました。2008年度は、主要部門、グループ会社の重要な業務プロセスについて、財務報告へのリスク要因を早期に発見するためのモニタリング体制とルールを構築しました。各現場の自己点検結果が、定期的に内部統制委員会へ報告されるようになってきました。

また、各業務実施部門から独立した内部監査部門により、グループ共通の評価基準に基づき、内部統制の整備状況および運用状況についての評価を実施しています。

^{*}内部統制の状況を経営者自らが評価し、外部監査人の監査を受け、「内部統制報告書」を内閣総理大臣に提出する。

カシオグループ倫理行動規範

「カシオグループ倫理行動規範」は、カシオグループの全役員および従業員が倫理・法令を順守し、業務遂行上はもとより、日常活動においても良識ある社会人として行動するための、いわばカシオ従業員の内外に対する約束条項です。

本規範は2008年5月に法令の改正や社会からの要請に対し、よりの確に対応することを目的に、適用範囲の明確化、順守すべき項目の追加・修正、優先順位の設定などを行い、従来の「カシオ倫理行動規範」を改定し、名称も変更したものです。

規範の適用範囲は、全世界のカシオグループ会社とし、和文・英文の規範を用意するとともに、各グループ会社では、必要に応じて現地語に翻訳の上、周知徹底を図っています。

また、改定を機にこの行動規範の周知を目的として、国内のカシオグループ会社を対象に、教育を実施するとともに、「カシオ創造憲章 行動指針」、「公益通報ホットライン」も含めたコンプライアンスに関するアンケートを実施しました。アンケート結果については事務局にて分析し、テーマごとに課題の抽出を行い、2009年度のそれぞれの行動目標に反映していきます。

倫理行動規範の項目

- 1 目的
- 2 基本方針
- 3 行動規範

3-1 倫理・法令の遵守	3-6 情報の保護
3-2 人権の尊重	3-7 環境の保全
3-3 お客様への安全・安心の提供	3-8 企業情報の開示
3-4 公正な競争と取引	3-9 社会的秩序の維持
3-5 公私の区別	3-10 社会貢献活動
- 4 規範の実践
- 5 違反に対する措置

リスクマネジメント

カシオは2006年5月に「リスク管理基本方針」を制定し、リスク管理を効率的に実施する仕組みとしてリスク管理システムを構築しました。

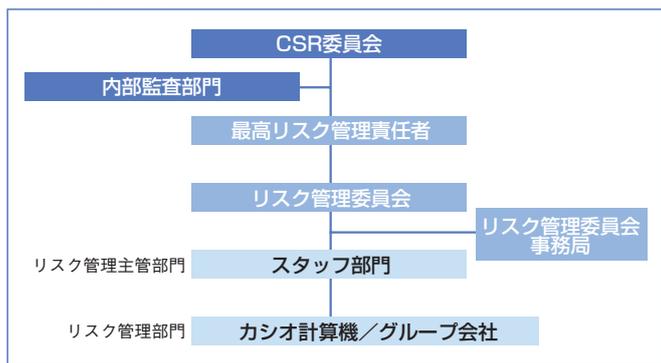
具体的にはCSR委員会のもとに最高リスク管理責任者が委員長を務めるリスク管理委員会を設置し、リスク管理テーマの選定や運営に関する審議決定を行います。

リスク管理主管部門は社内のスタッフ部門で構成されており、リスク管理テーマについて主体的に対策を実施し、グループ内の関連部門に周知徹底を図っています。

リスク管理委員会事務局はPDCAサイクルによるマネジメント

システムの運用と、リスク管理活動の進捗管理を推進しています。
また、リスク管理活動とは独立して、本マネジメントシステムを監査する内部監査部門を設置しています。

■リスク管理体制



2008年度の活動

2008年度に取り組むべきリスク管理テーマは、前年度に引き続きコンプライアンスに関連する事項を対象とし、合計20のテーマに取り組むこととしました。ただし、テーマの選定にあたっては、前年度の反省から、より客観的にリスクを洗い出すための規準を制定し、評価のバラツキの防止に努めました。

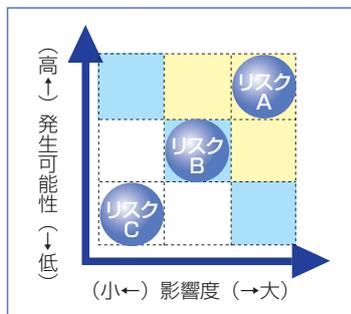
各テーマの推進にあたっては、リスク管理主管部門が年間の「リスク管理推進プログラム」を策定し、年度末までに到達するリスク対策レベルと、その手段を明示した上で推進しました。また、四半期ごとに計画の進捗状況を確認し、確実な遂行に努めました。

年度末には、計画どおりに活動が推進できたか、システムが有効に機能しているかを主管部門が申告し、事務局がそれを評価するとともに、監査部門による内部監査を行い、マネジメントシステムが適切に実施されているかを確認しました。

この監査結果と事務局による評価結果については、経営トップのレビューを行い、翌期の活動のレベルアップにつなげました。

こうした一連の活動の結果、14のテーマが当初の目標を達成するとともに、残りの6テーマについては、2009年度のテーマとして引き続き活動することとしました。

■リスク発生可能性・影響度の分布の例



公益通報ホットライン

カシオはコンプライアンスを担保する仕組みとして、2006年4月に「公益通報ホットライン」を立ち上げ、内外に設置した窓口

機能を通じて、中立で公正な対応を図っています。

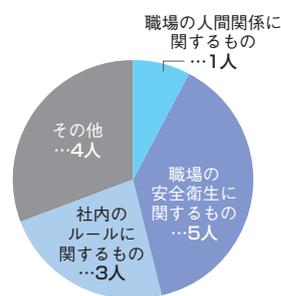
すべての相談、通報に対応すること、不適切な行為に対しては毅然とした対応を図ることを基本として、リスクが現実的な問題に拡大する前に予防を施すことに力を注いでいます。

2008年度の通報件数は13件と前年度からほぼ半減しています。

個別の通報に関しては、被通報者への教育・指導および社内ルールに基づく処置を徹底し、再発防止に努めています。

また、2008年度に国内グループ会社を対象に実施した、公益通報ホットラインのアンケート結果から、具体的な課題を抽出し、今後の運営に反映していきます。

■2008年度公益通報の内訳



情報セキュリティ

個人情報保護法の全面施行を踏まえ、「個人情報保護体制」を構築するとともに、個人情報を安全・適正に取り扱う体制づくりの一環として、カシオ計算機は2005年12月にプライバシーマークの認定を受けました。

認定後は、個人情報保護マネジメントシステムによるPDCAサイクルを適切に実行しています。また、2006年5月のJIS Q 15001の改訂に伴い、各種規程の改定、委託先監督強化などに取り組み、2008年3月に更新認定を受けました。

さらに2008年度では、内部統制強化の観点から、個人情報保護活動をカシオ計算機のみならずグループ会社にも広げ、個人情報の取り扱いの多い会社を中心に、カシオ計算機同様の個人情報保護の仕組みづくりを推進しました。

今後はカシオグループ全体の情報セキュリティおよび個人情報保護の強化に努め、皆様の信頼にお応えしていきます。



事務局担当者の声

個人情報保護法施行以降も毎日のように報道されている情報漏洩の事件や事故。これらは従業員などのちょっとした不注意やミスによって起こるものが大半です。

このような事態を起こさないためにも、従業員一人ひとりの意識改革が重要ととらえ、教育や啓蒙活動を中心に事務局メンバー一丸となって保護体制強化に取り組んでいます。



個人情報保護事務局
佐藤 理恵

環境経営方針

WEB 詳細・その他

カシオは事業を通じて、地球温暖化問題、資源エネルギー問題の解決に取り組んでいきます。「地球の危機」を克服するために、事業活動のすべての分野において解決策の提案と実行を進めていきます。

温暖化防止に向けた国内外の動向

2008年7月7日～9日に行われた洞爺湖サミットの結果を受け、日本では、同年7月末、日本の2050年に向けた温暖化防止の取り組みが明記された「低炭素社会づくり行動計画」が閣議決定されました。

これには、長期目標として世界全体で温室効果ガスを半減させるため日本は現状から60～80%の削減を行うことが示されています。そのため今後10年～20年の間に世界全体の温室効果ガス排出量をピークアウトさせることが重要となり、具体的な施策として、以下の内容が推進されることになります。

I 我が国の目標

- ・次期枠組みの合意づくり
- ・国別総量目標の設定
- ・世界各国の取り組みに対する支援
 - (1) セクター別アプローチ
 - (2) クールアース・パートナーシップ
 - (3) 多国間基金の創設

III 国全体を低炭素化へ動かす仕組み

- ・排出量取引
- ・税制（税制のグリーン化、地球環境税）
- ・見える化（カーボン・フットプリント、カーボンオフセット、炭素会計）

II 革新的技術開発と既存先進技術の普及

- ・革新的技術開発のロードマップの着実な実行
- ・石炭利用の高度化
- ・太陽光発電導入量の大幅拡大
- ・次世代自動車の導入
- ・白熱電球の省エネランプへの切り替え
- ・省エネ家電（テレビ、給湯器、エアコン、冷蔵庫）の導入の加速
- ・省エネ住宅・ビル、200年住宅の普及
- ・原子力の推進

このうち、産業別に国を超えて取り組む「セクター別アプローチ」に関しては、今年中に国別の総量目標が設定されます。それが、工業会ごとの目標に展開され、その目標に沿って、カシオも新しい目標を立てる必要性が出てきます。

また、カーボン・フットプリント^{*1}の取り組みが実現されると、省エネ、省資源といった環境技術に勝る企業が市場で支持されることになり、逆に他社より多くCO₂を排出した企業は市場からの撤退を余儀なくされることとなります。

米国および世界全体の環境対策の動向

一方米国では、2008年に就任したオバマ大統領が、既に以下の5項目のエネルギー政策を発表し（ニュー・エナジー・フォー・アメリカ^{*2}）、今後10年で15兆円を投資するとしています。

- 1) 500万人の雇用を生む
- 2) 2015年までに100万台のハイブリッド車を走らせる
- 3) 風力や太陽光、次世代のバイオ燃料による自然エネルギー電力使用率を2012年までに10%、2025年までに25%にする
- 4) 温室効果ガスを2050年までに1990年比で80%削減する
- 5) 輸入石油を減らす

注目すべき点は、温室効果ガスの削減が具体的な数字目標として盛り込まれているところで、米国の2050年に向けた地球温暖化防止へのリーダーシップが期待されます。

世界全体での枠組みについては、2009年12月に開催予定のCOP15（Conference of Parties 15）にて合意を目指すこととなりますが、先進国間だけでなく、経済発展途上国との利害調整が課題になることが予想されます。

^{*1} LCA(ライフサイクルアセスメント)の手法を用いて、商品が生まれてから廃棄されるまでに必要なCO₂の量を消費者が商品選択のひとつとして利用できるよう、パッケージに表示するもの。

^{*2} 一般的には、グリーン・ニューディール政策、グリーン・ジョブ政策と呼ばれる。

低炭素社会の構築に向けた環境経営方針

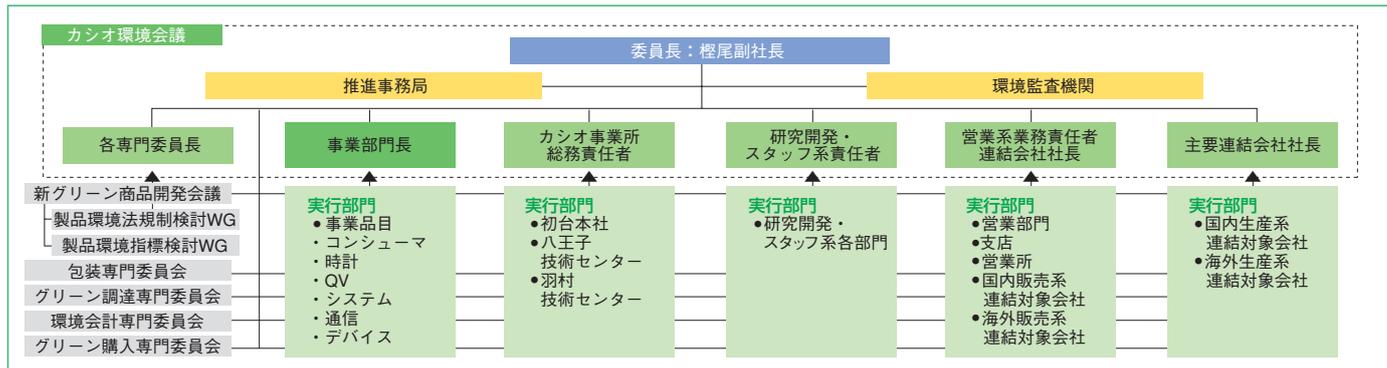
こうした世界的な動向を踏まえ、カシオは、2009年度以降、以下の方針に基づき環境経営に取り組んでいきます。

- (1) 一部の環境先進企業は、既に2050年に向けた環境経営方針を打ち出しています。いずれも地球温暖化防止対策として、環境負荷を1/8～1/10に低減する大幅削減の数値目標を掲げており、カシオとしても2050年に向けた超長期目標の立案に向けて、取り組みをスタートすべき時期にきています。環境センターを中心として、カシオとしての方向性を検討していきます。
- (2) カシオグループ全体の中で、環境パフォーマンスデータの取得範囲を、カシオ自社排出分と委託先からの排出分とを分けてとらえ、総枠を取得するため、まだ未取得の部分については調査を進めていきます。
- (3) 既に国内外のオフィス系の拠点では、CO₂排出量の削減を原単位ではなく総量削減を目標として活動していますが、生産拠点についても、現状の原単位による削減目標から総量削減に切り替えていきます。生産拠点における総量削減は難易度が高いですが、同業の企業各社も総量削減方針を打ち出しており、カシオとしてもこの課題に取り組んでいきます。
- (4) デバイス部門のTFT液晶製造過程で使用しているSF₆は、使用量はさほど多くはないものの、温暖化係数がCO₂の23,900倍と非常に大きいため、廃止または削減に向けた対応を行っていきます。既に実験室レベルでは、F₂ガスへの代替が可能であることが確認できており、量産化ラインへの移行に向けて検討を進めていきます。
- (5) カシオは、小型、軽量、薄型、省電力技術をコア・コンピタンスとして独創的な商品開発を行ってききましたが、それらカシオ製品や製品製造にかかわる環境負荷改善、環境経営レベルの向上を計測でき、今後の環境行動目標値として設定ができるようなカシオ独自の指標開発を行います。
- (6) 低炭素社会実現のため、日本は得意とする環境技術で貢献することができそうです。カシオ製品も、ペーパーレスを実現しているデータプロジェクターや電子辞書はLCA評価で貢献が確認できています。今後もグリーンオフィスを構成する機器を通じてペーパーレス、業務効率の向上や省エネ・省資源に貢献していきます。
- (7) 2001年6月にグリーン商品開発をスタートし、既に8年が経過しました。2009年度からは「グリーンスター商品」として、小型、軽量、薄型、省電力技術をさらに強化し、販売促進にも活用できるよう環境シンボルマークの表示や、カーボン・フットプリント表示を積極的に検討していく計画です。

2009年度のカシオの環境経営は、「低炭素社会実現のための環境経営」が、重要な位置付けとなります。これまで進めてきた環境保全と利益創出を同時に実現する「環境経営」を進化させ、より経営レベルで事業に貢献できるよう積極的な環境への取り組みを行っていきます。

環境経営体制

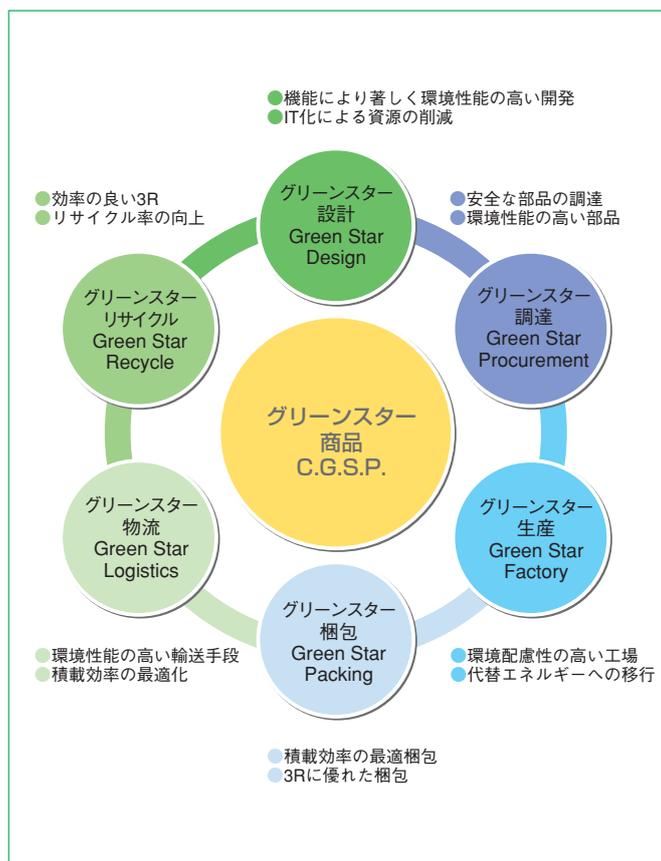
■ カシオ環境保全委員会運営体制



カシオグリーンスターコンセプト

カシオは、商品を提供する際の社会的責任として持続可能な社会づくりに向けて、商品のライフサイクル各ステージごとの取り組みを強化し、全ステージで環境に与える影響を抑える「グリーンスターコンセプト」を2009年度より掲げ、活動を開始しました。

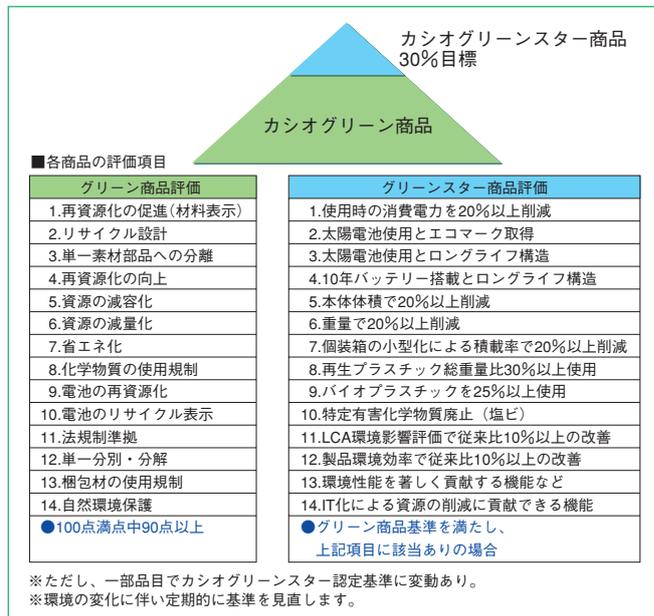
■ カシオグリーンスターコンセプトイメージ図



カシオグリーンスター商品(環境適合商品)

「カシオグリーンプロダクツ (C.G.P.) 活動」では、カシオ環境ボランティアプランに基づき、商品のライフサイクル全体を通じて環境に与える負荷を最小限に抑えるために、新商品を対象として「企画・デザイン・設計」の各段階でその影響を事前評価(製品環境アセスメント)しています。その結果をもとに、環境に優れた商品・サービスを「カシオグリーン商品」として認定してきました。2008年度までにそれらの一定の成果が出たことを受け、2009年度からはカシオグリーン商品の中でも特に優れており、持続可能な社会の実現に向けた新たなトレンドをつくる商品を、より厳しく、具体的な評価を経て「カシオグリーンスター商品」として認定します。

■ アセスメント項目



従業員とともに

WEB 詳細・その他

すべての従業員が常に挑戦意識・向上意識をもって成長し会社の発展拡大に貢献していくこと、そして従業員の「成長」と会社の「発展」を最高の状態で両立させていくことが普遍的テーマであり、使命であると考えています。

人権の尊重

カシオは「カシオグループ倫理行動規範」で、基本的人権を尊重すること、不当な差別を行わないこと、および児童労働や強制労働を一切行わないことを明示し、本規範をグループで共有し、その徹底を図っています。

また、「セクシャルハラスメントの防止に関する指針」を制定し、相談窓口を設置して問題の解決、防止に努めています。

多様な人材が活躍できる職場づくり

女性の活躍促進への取り組み

従業員がより一層の力を発揮できる環境の整備や仕組みの構築を進めることにより、より多くのプロフェッショナル社員を育成し、ひいては会社全体の生産性向上を目指しています。その取り組みの一環として、新たに「女性活躍促進ワーキンググループ」を設置し、積極的な活動を進めています。

2008年度には管理職に対して、従来の固定概念を払拭することの重要性など、管理職自身の意識改革を促すことを目的として、「女性活躍促進に関するe-ラーニング」を実施しました。

また同時に、女性従業員を対象に「女性活躍促進セミナー」を実施しました。セミナーでは、社長による講話、ワーキンググループ活動報告、外部講師による講義、参加者による意見交換などが行われ、自身が活躍することの意義や重要性についての理解を深め、意識改革や行動変革を促す機会となりました。

今後も、女性従業員のさらなる活躍促進に向けて、継続的かつ効果的な展開を図っていきます。



女性ワーキンググループ活動

障害者・高齢者雇用への取り組み

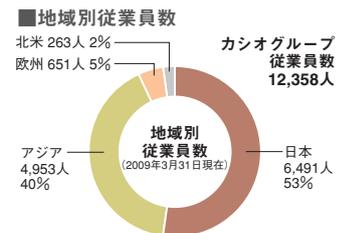
障害の有無にかかわらず、一人ひとりの能力・適性を最大限に発揮できるよう労働環境整備を進め、チャレンジ精神にあふれ、創造性を発揮して働きたいという意欲のある方を積極的に採用しています。カシオ計算機における障害者雇用率は1.83%（2009年4月1日時点）で、全民間企業の平均利用率1.59%を上回り、法定雇用率1.80%を達成しています。

また高齢者雇用への対応として、定年退職する従業員に対し

て就業機会の提供と、蓄積したスキル・ノウハウのグループ内有効活用を目的として「カシオ・シニアスタッフ・プログラム」「シニア社員制度」を国内の全グループで導入しています。

現地人材の積極的登用

カシオグループ事業のグローバル化に伴い、海外各拠点では積極的に現地雇用を実施しています。職種も製造にとどまらず、さまざまな分野にわたります。



従業員の声

人事総務として、制度の企画立案、実務全般管理や部下育成などを担当しています。最適な人材の採用や雇用関係を調整し、会社と従業員の成長を常に考えています。

今後も専門知識や技能を高め、営業部門への支援や、管理部門の存在価値を示し、カシオ上海の発展に努めます。

カシオ上海 人事総務部 次長 諸 理



去年の7月より総務部で部の取りまとめを担当しています。日本人の考え方などを理解し、従業員が働きやすい職場環境にできるよう日々努めています。今後の目標は、総務機能を向上し、より効率アップのできる管理方法を考えることです。

カシオ深圳 総務部 次長 黄燕豪



働きやすい職場づくり

仕事と家庭の両立支援への取り組み

カシオではすべての従業員が仕事上の責任を果たしつつ能力を十分発揮できる、働きやすい職場環境づくりに努め、多様なライフスタイルやライフステージに応じた希望を実現できるよう支援しています。その一環として、次世代育成支援専門委員会を開催し、会社と組合が知恵を出し合い、従業員の声を参考に育児や介護など家庭の事情や女性の就業に配慮した支援制度の充実に取り組んでいます。育児休業は子供が最大で満2歳に到達するまで、育児による勤務時間短縮制度も子供が小学校3年生修了時までとし、法定を上回る制度を整備しています。カシオ計算機では出産を機に育児休業を取得する女性従業員は、3年間

(2006年度～)で9割を超えています。

またカシオ計算機では、年間労働時間短縮に努めるとともに、働き方の見直しと生産性向上を目的とした「毎日改善『時間外ゼロ運動』」を実施しています。

カシオグループの年金基金を統合

これまでカシオグループでは、カシオ企業年金基金とカシオ連合企業年金基金の2つの基金があり、両基金にまたがる異動の場合、加入員の年金通算ができないケースがありました。そこで労使による専門委員会を発足し、年金統合の推進を図ってきました。その結果、2008年10月1日付けで厚生労働省より基金統合の認可が下り年金通算ができるように改善され、グループ間での積極的人材配置が可能となりました。

挑戦意欲を高め働きがいのある職場づくり

カシオの人事制度は、「公平／公正」、「創造 貢献」を実現するため、学歴や年齢などにとらわれず、仕事を通じて発揮した能力で処遇する「能力主義」、役割と成果により処遇する「役割／成果主義」を基本方針に、従業員の成長・活性化と会社の成長を、最高の状態で両立することを目的としています。

人事制度は、1) 役割・成果に応じて格付ける「格付制度」、2) 目標管理を中心として納得性を重視する「評価制度」、3) 格付け・評価に基づき競争力確保とメリハリある配分を行う「処遇制度」の3つから成り立っています。

また、人材開発においては、「挑戦意志にあふれる創造的人材の育成」と「早期の専門分野確立によるプロ化」を目的として、「人は仕事を通じて成長する」「成長の源泉は自らの意欲」という理念のもと、常に新しい環境を用意し、自己の意志と努力で乗り越えさせることで、成長・スキルアップを支援しています。

そのため、人材開発体系は、OJT（実務を通じたスキルアップ）を重視し、Off-JT（研修制度）を理論習得などの補完的な位置付けとして、以下のようなさまざまな制度を設けています。

- ・キャリアチャレンジ制度
- ・人材公募制度
- ・スキル選択型研修 など

安全と健康への取り組み

カシオは、労働安全衛生法をはじめとする各種法律や就業規則に基づき、「従業員の健康保持・増進」と「労働災害の防止・再発防止」の実現を図るため、すべての従業員が安心して働ける職場環境づくりをグループ全体で推進しています。

健康管理・健康増進への取り組み

カシオは、従業員の健康管理にとどまらず健康増進を推進し、各従業員のモチベーションの向上と生産性アップを目指しています。

定期健康診断では、従業員の健康保持や習慣病予防のための項目を多数追加しています。主要事業所に産業医を増員・配置し、定期健診後の保健指導など、きめ細やかな健康管理活動を展開しています。

また生活習慣病予防に関してもさまざまな取り組みを進めています。「ウォーキングキャンペーン」を各地で実施し、2008年度は従業員の家族も含め3,523人がキャンペーンに参加しました。

社員食堂では、カロリー・栄養バランスを考慮した「ヘルシーメニュー」の提供と同時に、健康応援フェア（ウェルネスフェア）を開催しています。また、各事業所の従業員・医療スタッフ・食堂運営各社のメンバーが集まる「食堂会議」にて、各地区の社員食堂の状況や取り組みの情報交換を行っています。これにより従業員が安心して食べられる食事の提供を実現しています。



社員食堂でのウェルネスフェア

メンタルヘルスへの取り組み

カシオでは社員のメンタル面の健康をサポートするために、メンタルヘルスの研修体系の整備などを進めてきました。全従業員を対象とした「e-ラーニング研修」、「セルフチェック診断」をスタートしています。また管理職を対象とした「マネージャー向け研修」、「e-ラーニング研修」を開催し、「心の健康」への意識向上を図っています。また、社内外カウンセリングにも対応しています。

安全への取り組み

カシオは「労働災害ゼロ」の実現に向けた安全活動を展開しています。各事業所・グループ会社においても消防訓練・防災訓練や普通救急救命講習などを実施し、緊急の事態に備えています。

■カシオ計算機の労働災害（過去3年間）

	労働災害 度数率 ^{※1}		労働災害 強度率 ^{※2}	
	カシオ	製造業	カシオ	製造業
2006年度	1.11	1.02	0.027	0.110
2007年度	0.33	1.09	0.004	0.100
2008年度	0.51	1.12	0.005	0.100

※1 100万延実労働時間あたりの労働災害による死傷者数で、災害発生の頻度を表す。

(労働災害による死傷者数÷延実労働時間数) × 1,000,000

※2 1,000延実労働時間あたりの労働損失日数で、災害の重さの程度を表す。

(延労働損失日数÷延実労働時間数【労働者数分】) × 1,000

※ 出向者・嘱託従業員などは除外、受入出向者は含む。

※ ここでいう労働災害とは、労働者が業務遂行中に業務に起因して受けた負傷または疾病（休業1日以上）および死亡をいう。

社会貢献活動

WEB 詳細・その他

健全で心豊かな社会づくりを目指し、社会とのコミュニケーションを通じて、カシオ独自のノウハウや経営資源、並びに従業員個人が保有するさまざまな知識や経験を有効に活かして、カシオらしい活動を展開していきます。



カシオ科学振興財団の活動

カシオ科学振興財団は1982年に、故・榎尾茂前会長と榎尾四兄弟によって設立されました。

わが国が技術先進国として世界に貢献するという使命を果たすには、高度な研究開発がさまざまな分野で進められるべきであるとの理念のもと、特に限られた研究費で困難な研究を続けている若手研究者による、萌芽的な段階にある先駆的かつ独創的研究を主眼として研究助成活動を展開しています。助成対象分野も電子工学・機械工学から健康関連・省エネ関連の自然科学、また人材育成・人間行動の人文科学まで幅広い分野に対応しています。

2008年度は、43件の研究に対し、合計5,300万円の助成を行いました。26年間の研究助成の累計は約12億2,900万円(972件)に達しています。



第26回(2008年度)贈呈式

カシオ科学振興財団

URL <http://www.casio.co.jp/company/zaidan/>

事務局の声

近年、研究助成に対するニーズは急速に拡大しており、2008年度は予定枠の4倍を超す多数の応募がありました。こうしたニーズに的確に 대응していくとともに、選考審査体制を充実させることにより、公平・公正な研究助成を推進します。



カシオ科学振興財団 事務局長
清水 知洋

助成研究者の声

研究テーマ「身体知伝承の情報技術による支援可能性の研究」

技術のもつ潜在的な可能性を引き出すには自然科学や工学だけでなく、技術が社会の中でどのように認識され、どのように使われていくのかを解明する社会科学的な見地が欠かせません。このような分野に支援をいただいたことに深く感謝いたします。



横浜国立大学 大学院 環境情報研究院
教授 竹田 陽子様

次世代育成活動

カシオ計算機は2007年8月より、小学生を対象としたオリジナルの教育プログラムを開発し、出前授業および事業所の受け入れ教育を実施しています。

このプログラムは、「絆」、「創造」、「心の成長」をキーワードとした3つの学びと、環境、貧困、人権の3つの社会事象に対して気づきをもっていただくことを目的としています。

「絆」は、家族や先生、そして友達とのつながりの中での思いやりを、「創造」は人間がもっている物事を創造する無限の力を、「心の成長」は自然と生命の大切さを感じ取り、生かされていることへの気づきをそれぞれ提供する内容です。併せて、世界で起きている環境問題、貧困、そして人権の3つの現実のテーマとの関連の中で、多くの気づきをもっていただくような構成としています。

2008年度は合わせて759名の生徒さんたちに学習の機会を提供しました。



出前授業



受け入れ教育での施設見学

担当者の声

—G-SHOCKの生みの親による講演の実施—

昨夏、日本経済新聞社主催の「高校生のための社会スタディ」にカシオ計算機が協賛企業として参加し、「常識を打ち破れ!“決して諦めない”~G-SHOCK開発ストーリー~」と題して講演を行いました。その際に参加された先生方より、自校の生徒にも聞かせたいという要望を受け、出前講演を行いました。

「達成感は素晴らしいもの」「一生懸命の大切さ」「決して諦めない」という私の仕事を通して伝えたい内容が、生徒の心に響くかどうか、とても心配でしたが、実際は目を輝かせて聴き入ってくれました。



時計事業部
伊部 菊雄

カシオの社会活動・環境活動 行動目標・実績

WEB 詳細・その他

社会活動

テーマ	2008年度の行動目標	2008年度の実績
コーポレート・ガバナンス	金融商品取引法に基づく内部統制の整備・運用	主要部門、グループ会社の重要な業務プロセスについて、財務報告に影響を及ぼすリスクを早期に発見するためのモニタリング体制とルールの構築 共通評価基準に基づく、内部統制の整備状況および運用状況の評価
コンプライアンス&リスクマネジメント	リスク管理委員会を通じたコンプライアンスの徹底	重要な20の法令についてリスクマネジメントを推進
	コンプライアンス教育の徹底	カシオグループ倫理行動規範の改定 国内グループ会社でのカシオグループ倫理行動規範教育の実施 経営理念アンケートの実施
お客様への責任	情報セキュリティの強化	委託先の監督強化 グループ会社の個人情報保護活動の整備
	品質の向上	新製品を中心とした製品ごとに定めた品質改善にかかわる重点課題の推進 品質基準の見直しや品質管理体制の強化などの再発防止策の実施
	製品安全の徹底	強制燃焼実験などの安全性検証と設計・製造基準の改定 電気用品安全法に追加されたリチウムイオン蓄電池の安全総点検と法規制対応の実施
お取引先への責任	お客様満足度の向上	お客様の声の社内関係各所へのフィードバックの徹底 お客様満足度調査の定期的な実施 修理時間の短縮に向けた、部品調達・修理体制・修理技術の業務改善
	製品の安定供給	時計・コンシューマ部門主要品目の生産リードタイムを30%短縮 中国国内の生産拠点情報管理システムの標準化の実施 進料加工工場における複数品目生産の実行
	調達先のCSR推進の促進	日本国内の主要なお取引先に対して、社会的責任（CSR）遂行に関するアンケート調査を実施 CSR推進に対するカシオの考え方を含め、アンケート結果を主要なお取引先にフィードバック 中国華南地区とタイにおいて資材調達方針説明会を開催
従業員への責任	女性従業員活躍促進	「女性活躍促進ワーキンググループ」を設置 「女性活躍促進に関するe-ラーニング」、「女性活躍促進セミナー」を実施
	障害者雇用の推進	法定雇用率（1.8%）達成（カシオ計算機）
	高齢者雇用の推進	定年退職者への就業機会への積極的提供
	仕事と家庭の両立支援への取り組み	労使共同で次世代育成支援専門委員会を設置し4回の会議を実施 育児休業制度の内容拡充（最大満2歳まで） 女性従業員の育児休業取得率の向上（80%→90%）
	挑戦意欲を高め働きがいのある職場づくり	キャリアチャレンジ制度の推進 主要グループ会社での人材公募制度の実施 スキル選択型研修の推進
	安全衛生と健康管理の推進	メンタルヘルスに関する研修体系の整備と対象別研修の実施
地域社会への責任	次世代教育支援活動の推進	合計759名の生徒さんたちに学習の機会を提供（カシオ計算機） 教職員を含めて303名の見学者を受け入れ（甲府カシオ）
	最先端科学技術研究支援	カシオ科学振興財団にて研究助成、合計43件・総額5,300万円を贈呈

環境活動

テーマ	行動目標	2008年度末実績（対基準年度比）	自己評価
■製品にかかわる行動目標			
1 環境適合製品の開発目標	(1) 2008年度グリーン商品の売上比率80%	84%	★★★★
■工場・事業所にかかわる行動目標			
1 省エネルギー目標（電力・燃料など）	(1) 国内生産拠点：CO ₂ 原単位を2008年から2012年度（5年間）平均値で35%削減（1990年度比）*2 (2) 国内オフィス拠点：CO ₂ 排出総量を2008年から2012年度（5年間）平均値で9%削減（1990年度比） (3) 海外生産拠点：CO ₂ 原単位を2012年度までに30%削減（2004年度比）*3 (4) 海外オフィス拠点：CO ₂ 排出総量を2012年度までに3%削減（2004年度比）	42.0%削減 16.0%削減 24.3%増加 27.3%増加	★★★★ ★★★★ ●
2 CO ₂ 以外の温室効果ガス削減目標	(1) 2010年迄に、CO ₂ 以外の温室効果ガス総排出量を（CO ₂ 換算）2000年以下とする	147.6%増加	★
3 省資源目標（水・紙）	(1) 国内生産拠点：水使用量原単位を2008年度までに10%削減（2000年度比）*2 (2) 海外生産拠点：水使用量原単位を2012年度までに15%削減（2004年度比）*3 (3) 国内拠点：紙使用量原単位を2008年度までに30%削減（2003年度比）*2	20.5%減少 20.1%減少 37.5%増加	★★★★ ★★★★ ●
4 廃棄物削減目標	(1) 国内拠点：廃棄物発生量原単位を2012年度までに30%削減（2000年度比）*2 (2) 海外生産拠点：廃棄物発生量原単位を2012年度までに30%削減（2004年度比）*3	41.8%減少 3.6%増加	★★★★ ●
5 VOC（揮発性有機物）削減目標	(1) 国内生産拠点：VOCの大気排出量を2010年度までに30%削減（2000年度比）	16.0%減少	★★
6 有害物質の使用廃止目標	(1) 保管中のPCB含有機器を、日本環境安全事業（株）のエリア別事業開始にあわせ無害化処理を行う *甲府カシオ：2008年度まで	処理委託申請済み。 受け入れ可能となるまで保管を継続する	
7 PRTR法対象化学物質の排出量削減	(1) 国内生産拠点：排出量原単位を2012年度までに40%削減（2003年度比）*2	61.3%削減	★★★★
8 グリーン調達の実施目標	(1) 国内・海外拠点：2008年度、グリーン部品回答率（調査対象部品に対する回収率）100%	100%	★★★★
9 グリーン購入の実施目標	(1) 国内拠点：文具・事務用品、OA機器類のグリーン購入比率70%（件数ベース）	72.7%	★★★★
10 物流の温暖化対策目標	(1) 国内物流のCO ₂ 発生量原単位を2009年度40%削減（2000年度比）*1 (2) 海外物流のCO ₂ 発生量原単位を2009年度5%削減（2004年度比）*1	36.7%削減 8.0%増加	★★ ●
■原単位について	*1：売上高原単位 *2：実質売上高原単位 *3：生産高原単位		
■自己評価	★★★★：目標値を達成しかつ、新たに高い目標値が設定された ★★★★★：目標値を達成した ★★：目標値は未達成だが前年より着実に改善された ★：目標値に向かって推進中、次年度以降に成果が見込まれる ●：基準値と同等かまたは悪化している		

環境パフォーマンスデータ、環境会計（経済的效果や費用の詳細）など環境関係の詳細情報は以下でご覧いただけます。
「CASIO CORPORATE REPORT 2009 詳細版」（PDFのみ）

URL <http://www.casio.co.jp/csr/env/report/2009.html>