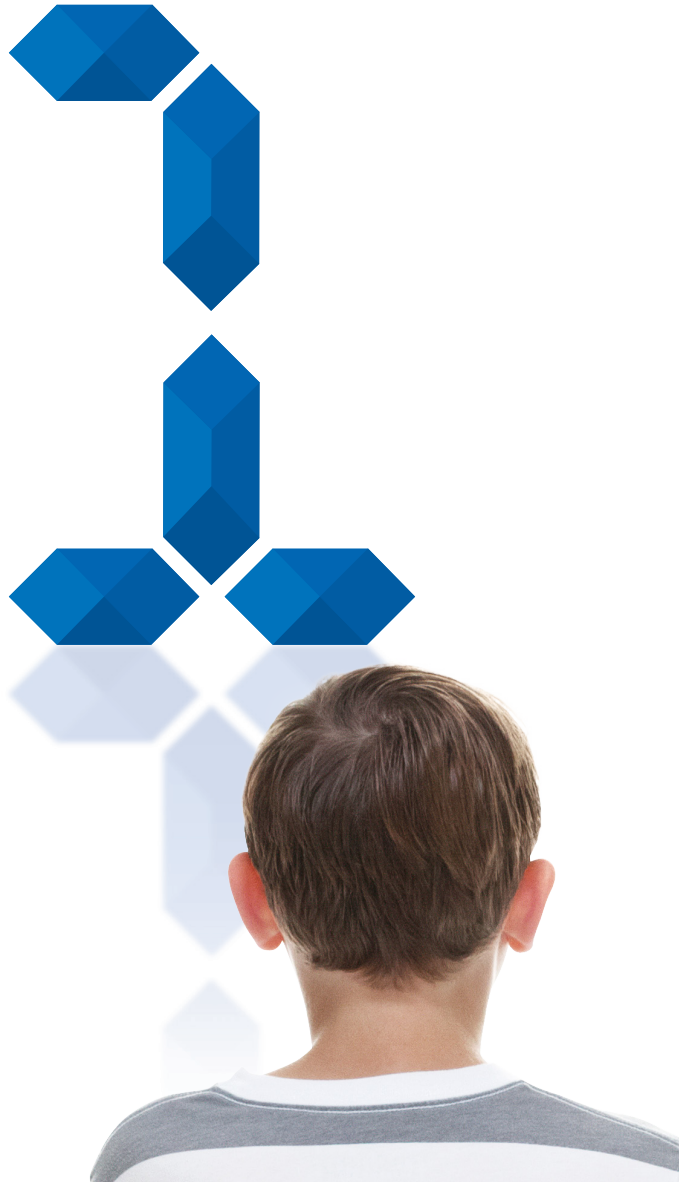


CSR Communication Book 2017

持続可能な社会の実現に向けたカシオの挑戦

Cover story

カシオの創造とは、物事の正面ばかりを見ては生まれません。側面からも見ることで、新たな発見や気づきがあります。多角的でデジタル数字のような「0」を側面から見ると「1」が見えてきます。新たな価値創造には常に多角的な視点が必要です。



2017年6月、カシオ計算機は創業60周年を迎えました。「創造 貢献」という経営理念のもと、0から1を生み出すモノづくりを通して、それまでにない斬新な働きをもった製品を提供することで、社会への貢献を続けてきました。

Communication Bookでは、「創造 貢献」の理念をひもとき、カシオらしいCSRの実践をお伝えすることを目的に発行を続けています。2017年度は企画内容を刷新し、さまざまな側面からカシオの挑戦をご紹介します。

「トップコミットメント」で当社代表取締役社長の樫尾和宏が話しているように、変化する社会要請に「カシオらしさ」をどのように発揮して事業で貢献していくのか、ということが「創造 貢献」の原点にある考え方です。この考え方は当社のCSRの基礎として、歴史の中で実践されてきたものでもあります。「社会動向とCSRの歩み」「近年の社会動向とカシオの対応」のページでは、社会動向の視点からカシオの対応を振り返りました。

「創造 貢献」の理念は一人ひとりが自らの業務の中で実践していくことで、果たされます。実現事例としての電子辞書「EX-word」のご紹介や、従業員が理念をどのように解釈し実践しているかをお伝えした「私の創造 貢献」ページで、従業員それぞれの思いや考えをお伝えしています。

CSRにまつわる社会要請に答えていくことも重要です。「環境トップコミットメント」では、「パリ協定」や「持続可能な開発目標(SDGs)」への対応についてCSR推進部長の小林誠より話しています。また、CSRの国際規範への対応の先進事例として富士通様との対談を通じて、企業に求められるCSRの最新動向を学びました。さらに、こうしたCSRの考えをステークホルダーと共有する事例として、「ステークホルダーに会いに行きました」「CSRリーダー制度の立ち上げ」などの取り組みもご紹介しています。

読者の皆様に、「0→1」を生み出すカシオのDNAをお伝えすることができれば幸いです。

なお、ホームページではGRIガイドラインを参考に網羅性の高いCSR情報を詳しく開示していますので、併せてご覧ください。

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

Contents

- 02 トップコミットメント
- 04 社会動向とCSRの歩み
- 06 近年の社会動向とカシオの対応
- 08 創造 貢献の実現事例
- 12 私の創造 貢献
- 14 環境トップコミットメント
- 16 [CSR対談]
CSRの先進事例から学ぶ
——国際規範への対応を進める富士通の事例
- 20 ステークホルダーに会いに行きました
- 21 CSRリーダー制度の立ち上げ



「創造 貢献」を実践し、 カシオらしさを発揮した事業の創出で、 社会の期待に応えます。

代表取締役社長 榎尾 和宏

「いかに人々の役に立つか」を 中心に据えた事業の必要性

2017年6月、カシオ計算機は創業60周年を迎えました。「創造 貢献」という経営理念のもと、0から1を生み出す画期的な製品を数多く世に送り出し、暮らしを楽しく便利に変えることで成長を遂げてきたのが当社の歴史です。

昨今、私たちを取り巻く環境は大きく変化しています。単なるデジタル化や高機能化では新たな価値を認められなくなり、「優れたモノさえつければ市場で勝てる」という時代は既に終焉を迎えています。今私たちに必要なのは、モノを生み出すことがゴールではなく、製品・サービスを通し、いかに人々の役に立ち世の中に貢献できるかを中心に考える視点です。これはコトづくりの領域ともいえ、「貢献のための創造」がこれまでも増して重要になってきています。エンドユーザーと直

接的につながり合い、共に社会に新たな価値を生み出す「共創」の関係を築いていかなければなりません。

「カシオ創造憲章」の改定へ

60周年という節目の年を迎え、私たちが今真摯に取り組むべきことは、「創造 貢献」の原点に立ち返ったカシオらしさの継承と、さらなる飛躍に向けた事業構造の改革です。

カシオらしさとは、隠れたニーズを掘り起こし、人々に驚きと喜びをもたらす、新たな文化をつくる営みの中にこそあります。60周年を機に、こうしたカシオのDNAを今一度全社で共有し、未来へ受け継いでいくため、「カシオ創造憲章」の改定を進めています。これは、「私たちが何のために存在し、どこに向かっていくのか」を再定義するものです。カシオのビジョンや進む

べき方向性、事業ドメインを改めて明確化し、「創造 貢献」をさらに掘り下げ、カシオの精神を広く社内外へと発信していきます。

社会課題の解決と 事業推進を一体化

今後の方向性を考える上では、国連で採択された「持続可能な開発目標 (SDGs)」など世界的な課題解決の動きとの連動も重要です。17の目標を掲げるSDGsは、カシオの「貢献」のターゲットをグローバルな視点からより鮮明にする上で役立ちます。例えば、製品展開を通して教育の仕組みづくりに取り組む教育事業は、目標4(質の高い教育の提供)に該当しますし、それを通じて目標1(貧困をなくす)や目標8(持続可能な経済成長)にも関連しています。

現在、私たちは教育事業におけるゴールを「事業を展開する地域の学生の学力向上」として明確に定めています。関数電卓であれば、カシオの関数電卓を採用してくれた教育現場において、数学力が高まることがゴールです。目標を果たし、事業国に貢献できれば自然とカシオの売り上げは伸びます。世界人口が増え続ける中で潜在的な市場は大きく、成功事例を応用し、より多くの国で次世代を担う学生たちの学力を支えていきます。

また、今後は教育以外の事業においても、SDGsを念頭に置きながら事業計画の達成と社会課題の解決を一体化させ、「貢献のための創造」を実践していきます。

全社的なミッションを重視し、 事業構造を改革する

人々に役立つ新たな価値を生み出していくために、事業構造の改革も極めて重視します。

カシオでは長年、事業部ごとの集合体として企業があり、「全社としてどこに向かうか」という共有が不十分なまま、各部門が個別に事業を営んでいるのが実際でした。縦割りの組織を見直すため、2017年2月にはコンシューマ開発本部をつくり、カメラ事業、サイネージ事業、楽器事業を横断する組織としました。カシオがもつ多様な技術やノウハウを組み合わせ、新ジャンルでもシナジーを発揮していきます。

評価制度の見直しも求められます。各部門や個々のチーム・従業員の成績は重要ではありますが、常にそれに先駆けて会社全体のミッションがあり、それぞれの成長は全社での成長につながるものでなくてはなりません。

全社的な視点が必要なのは、CSRの取り組みにおいても同様です。2016年度に策定したマテリアリティ(CSRの重要課題)を中心に、2017年度も引き続き全社で意識を合わせて推進していきます。

より価値ある企業を目指して

カシオでは、皆様とのコミュニケーションをいっそう重視し、本年度以降、コーポレートコミュニケーションのあり方を見直していきます。統合報告書の発行を将

来的な視野に入れ、ESG情報をより充実させるほか、コミュニケーションの目的と対象を明確にし、効果的な情報開示を推進します。

従業員には「カシオの未来は自分たちにかかっている」という点に意識を高めてほしいと願います。全社でのビジョンや方針に無関係という部署はひとつもありません。10年後、20年後のカシオのあるべき姿を共に考え、全員参画でより価値ある企業を目指し、一丸となって歩んでいきます。



社会動向とCSRの歩み

カシオのCSR活動には、社会動向の変化に対応してきた歴史があります。社会動向とCSRの歩みを振り返り、企業におけるCSR経営が現代において、ますます重要視される背景を再確認します。

1990年代

2000

社会動向

- 1990 ● 地球温暖化防止行動計画が決定
- 1991 ● 再生資源利用促進法施行
● 経団連地球環境憲章制定
- 1993 ● 環境基本法施行
- 1994 ● 気候変動枠組条約が発効
- 1996 ● 国際環境規格ISO14001発行
- 1997 ● 容器包装リサイクル法施行
● 地球温暖化防止京都会議(COP3)にて
京都議定書が採択
- 1998 ● エネルギーの使用の合理化等に関する法律(省エネ法)改正
● 地球温暖化対策推進法制定

カシオの対応

- 1991 ● カシオ環境保全委員会発足
- 1993 ● カシオ環境憲章、環境基本方針を制定
- 1997 ● カシオホームページに環境への取り組みを掲載
● 愛知カシオ、山形カシオISO14001認証取得
- 1998 ● 「カシオ倫理行動規範」を制定
● 甲府カシオ、高知カシオ、韓国カシオ、
カシオエレクトロメックス(メキシコ)ISO14001認証取得
- 1999 ● グリーン調達ガイドライン制定
● 「環境報告書1999」を発行
● 「エコプロダクツ1999」に初出席
● カシオ電子工業ISO14001認証取得

社会動向

- 2000 ● 国連グローバル・コンパクト発足
● GRI「持続可能性報告ガイドライン」発行
● 容器包装リサイクル法施行
- 2001 ● グリーン購入法施行
● 資源有効利用促進法施行、廃棄物処理法施行、
循環型社会形成推進基本法施行
- 2002 ● 持続可能な開発に関する
世界首脳会議が開催(ヨハネスブルク)
● 化学物質排出把握管理促進法(PRTR法)施行
- 2003 ● WEEE & RoHS指令が発効
- 2005 ● 京都議定書が発効
- 2006 ● JEITAでサプライチェーンCSR推進ガイドブックを策定

- CSRマネジメント強化
- 環境対応
- 情報開示

1990年代 環境経営の定着

1990年代の社会動向

日本企業の度重なる不祥事をきっかけに、企業のあり方に関する社会からの批判が高まっていた時代です。経団連が「経団連企業行動憲章」を制定するなど、大企業を中心に行動規範を制定する企業が増えました。法令遵守をきっかけにして、日本企業においてもCSRのキーワードが使われ始めるようになりました。

また、これまでは産業公害対策が主であった環境への取り組みについても、オゾン層や熱帯雨林破壊、地球温暖化問題などが指摘され、地球規模での環境問題が顕在化してきた時代でもあります。さらにISO14001の登場もあり、持続可能な地球環境を実現する環境経営にシフトする企業が多く現れました。

1990年代のカシオの対応

カシオにおいても、製造業として環境保全に果たすべき役割は大きいとの判断から、1991年に「環境保全委員会」を設置し、環境経営の推進を始めました。1993年には「カシオ環境憲章」を制定し、製品、工場・事業所の両面からカシオグループ全体での環境行動に着手します。1996年にISO14001が発行されると、カシオの各事業所においても順次認証取得を進めてきました。

また、グローバルに事業を展開する企業として、国際規範や各国・地域で適用される法令等への遵守が重要であるとの認識から、1998年には「カシオ倫理行動規範」を制定し、すべての役員および従業員が高い倫理観と良識をもって行動することをグループにて徹底しました。

2000年代 CSR経営への転換

2000年代の社会動向

2000年代に入り、欧米のCSRが徐々に日本にも輸入され始めます。日本企業が盛んに取り組んできた環境活動に加え、人権、労働、社会、製品責任などのテーマが議論され始めました。また、企業がステークホルダーの存在を認識するようになり、このコミュニケーション手段としてのCSRレポートの発行が始まったのも2000年代前半からです。

さらに2003年頃から、CSR経営にシフトする企業が増え始めます。CSR室の設置やCSR担当役員を任命する企業が増え始め、CSRは自社を持続的に発展させるために不可欠な要素として、経営戦略の文脈でCSR推進が進められるようになりました。

年代 2010年代

カシオの対応

- 2000 ● 国内生産拠点およびカシオ計算機4事業所におけるISO14001 認証取得完了
 - 環境会計を導入
 - グリーン調達基準書の発行と取引先説明会実施
- 2001 ● 台湾カシオ、カシオソフトISO14001 認証取得
- 2002 ● カシオ電子(深セン)、カシオ電子(中山)、カシオテクノ本社ISO14001 認証取得
- 2003 ● 「カシオ創造憲章」制定
- 2004 ● 「CSR推進室」「CSR委員会」発足
 - 「環境報告書」を改め「環境経営報告書2004」を発行
- 2005 ● 「環境経営報告書」を改め「CSR報告書2005」を発行
 - 欧州向け全製品のRoHS指令対応を完了
- 2006 ● 「CSR報告書」「会社案内」を一体化して「コーポレートレポート2006」を発行
- 2009 ● カシオ環境ビジョン(旧・カシオ環境憲章)、カシオ環境宣言(旧・環境基本方針)を制定

2000年代のカシオの対応

カシオのCSR経営がスタートしたのは、2003年の「カシオ創造憲章」の制定が起源となります。CSRの三つの側面(経済・環境・社会)を考慮し、社会とともに持続的に発展していくための経営を考えた時、経営理念である「創造 貢献」を時代に合わせて問い直し、「カシオ創造憲章」としてまとめました。翌2004年には「CSR推進室」「CSR委員会」を新設し、CSRの現状分析と課題抽出に着手するとともに、社内での意識啓発に取り組みました。2005年には、カシオグループとかがわりをもつステークホルダーを特定し、それぞれへの責任を明示した「CSR報告書」の発行をスタートしました。

社会動向

- 2010 ● 「ISO26000」発行
- 2013 ● GRIガイドライン第4版発行
 - IIRCによる国際統合報告フレームワーク発表
- 2014 ● IPCC第5次評価報告書発表
- 2015 ● SDGs採択
 - GPIFがPRIに署名
 - ISO14001改訂
 - パリ協定採択
- 2016 ● GRIスタンダード発表

2010年代 経営戦略におけるCSRの推進

2010年代の社会動向

企業を取り巻くステークホルダーの価値観も大きく変化し始めます。社会的責任を果たしていない企業の商品に対して、購入を避ける動きも現れ始め、企業に求められる取り組みの影響範囲は、自社のみならずサプライチェーン全体にまで期待されるようになりました。

さらに、投資家も投資リターンを追求しながら、社会的なメリットも同時に追求するSRI投資を活性化させています。企業のCSR活動をESG(環境、社会、ガバナンス)情報として評価し、投資判断に活用する動きが進んでいます。企業側としても、事業活動が社会へ与える影響度を鑑みたCSR活動の推進が求められることとなり、マテリアリティ(重要課題)の特定を進める企業が増え、経営戦略におけるCSRの推進がますます重視され始めています。

カシオの対応

- 2010 ● 「コーポレートレポート」を改め「サステナビリティレポート2010」を発行
 - 国連グローバル・コンパクト加盟
- 2011 ● カシオグループ生物多様性ガイドラインを制定
- 2012 ● ISO26000の現状分析実施
 - 「CSR Communication Book2012」を発行
 - カシオ環境ビジョンをカシオ環境ビジョン 2050に、カシオ環境宣言をカシオ環境宣言 2020に改訂
- 2014 ● カシオグループ人権尊重に関する基本方針の策定
 - 持続可能な紙利用のためのコンソーシアムに参画
- 2015 ● カシオグループ紙の調達方針を制定
 - マテリアリティを検討
 - カシオ計算機を対象としてCSRリーダー制度を構築
- 2016 ● マテリアリティを特定
- 2017 ● CSRリーダー制度を国内グループ会社に拡張

2010年代のカシオの対応

カシオのCSR経営も社会要請を受けて進化してきました。2011年には、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みである国連グローバル・コンパクトに加盟し、他の署名企業との情報共有や意見交換、協働を始めました。さらに組織の社会的責任に関する国際規格ISO26000を活用し、自社のCSR経営を国際標準と照らし合わせて分析し直し、課題のあった「人権」と「公正な事業慣行」への取り組みを強化しました。2012年には従業員への意識啓発、ステークホルダーとの接点にスポットを当てることをコンセプトにした「CSR Communication Book」の発行をスタートし、ステークホルダーとのコミュニケーションを重視したCSR経営を加速させます。2016年には、さまざまなステークホルダーとの対話を通じてマテリアリティを特定、社会要請を自社のCSR経営に取り込む仕組みを整備しています。

近年の 社会動向と カシオの対応

企業のCSR活動を取り巻く社会からの要請も、社会背景とともに日々変化しています。近年特に重視されている「統合思考への対応」「環境マネジメントシステム(EMS)強化」「SDGsへの貢献」にスポットを当て、取り組みが求められる背景と、カシオの対応を整理します。

Response 1 | 統合思考への対応

▷ 背景

近年、企業にとって社会課題の中で何が経営上重要であり、将来に向けてどのようなリスクと機会となるのか、さらにそれらに対してどのようなビジネスモデルやガバナンス体制により対応し、中長期的な経済価値や社会価値を創造していくのかということが求められるようになりました。こうした考え方を「統合思考」と呼び、近年企業の情報開示において重視されています。

世界的な流れでは2015年9月、運用資産140兆円をもつ年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)が国連責任投資原則(UNPRI)へ署名しました。UNPRIと

は2006年に国連主導で発足したESG投資の世界的なプラットフォームであり、署名機関には投資プロセスにおいて従来の財務情報に加えて、ESG(環境・社会・ガバナンス)を考慮することが求められます。これにより、GPIFから年金運用を受託する機関投資家においても、ESG投資への取り組みが求められるようになり、ひいては投資家に情報開示を行う企業においても、ESGを含む企業戦略や企業価値のあり方を報告することが強く求められるようになりました。

Response 2 | 環境マネジメントシステム(EMS)強化

▷ 背景

2015年12月、パリで開催されたCOP21(第21回国連気候変動枠組条約締約国会議)にて、2020年以降の国際枠組みである「パリ協定」が採択されました。これは京都議定書と同様に法的拘束力をもつ国際合意です。そして、世界全体で今世紀後半には人間活動による温室効果ガス排出量を実質的にゼロにすることを明確に打ち出しました。

また、これに先駆けて2015年9月には、環境マネジメントの国際規格であるISO14001も改訂されました。改訂の大きなポイントとして、環境活動によるパフォー

マンズの改善が重視されるようになり、適切なPDCAの仕組みにより、環境負荷の低減を着実に進めることが求められるようになりました。

こうした背景により、企業にはパリ協定をはじめとする国際合意に則った、適切な計画の策定と、その計画の確実な達成が不可欠となりました。

▷ カシオの対応

カシオでは温室効果ガスの削減目標を日本政府の中長期目標と整合させることで、パリ協定の実現に貢献していきます。具体的には、カシオの長期的な環境経営方針で

▷ カシオの対応

カシオにおいても近年、機関投資家の皆様からのESG情報開示に関するお問い合わせが増えています。こうした背景を受けて、カシオではこれからのコーポレートコミュニケーションのあり方を見直し、当社の中長期の成長シナリオにおける「経済価値」「社会価値」の明確化を進めています。

将来的な統合報告書の発行も視野に入れ、ESG情報の開示をより充実させるとともに、コミュニケーションの目的と対象を明確にした上で、社会要請に対応した効果的な情報開示を推進していきます。

ある「カシオ環境ビジョン2050」に基づき、長期の温室効果ガス削減目標を見直し、新たに「2013年度比で2050年度までに80%削減」を目標に掲げました。従来「2005年度比」としていたのに対し、基準年を変更したことで、大幅に高い目標を再設定することとなりました。

また、ISO14001の改訂に伴い、EMSの大幅な改革を進めました。マテリアリティを基軸に環境活動を進められるよう、「低炭素社会の実現」「資源循環型社会の実現」「自然との共生」をそれぞれテーマとする3委員会を設置し、パフォーマンスの向上を目指し取り組みを強化しています。

▷ SDGsとは？

2015年9月、国連本部において「国連持続可能な開発サミット」が開催され、150を超える加盟国首脳に参加のもと、その成果文書として、「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が全会一致で採択されました。この世界共通のアジェンダで掲げられた目標が「SDGs(持続可能な開発目標)」であり、17の目標と、169のターゲットから構成されています。

SDGsは2030年に向けた世界的な優先課題と、世界のありたい姿を明らかにしたもので、貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会など、世界を持続可能な軌道に乗せるための具体的な機会を示すものです。企業においては特にサステナビリティを企業戦略として積極的に取り組むことも期待されています。

早速企業における活用も進んでおり、自社の事業活動を169の課題項目により点検し、優先順位付けを進

める企業が増えています。前述した統合思考における社会課題と事業の関係性を整理するツールとして、今後も活用が進むことが予想されます。

▷ カシオの対応

SDGsによって、カシオが果たすべき「貢献」のターゲットが明確になります。例えば教育事業の目指すべきゴールについても、こうした国際的な課題解決の動きと連動していくこととなります。今後はSDGsを事業計画と関連付けて進めるために、当社の事業活動がSDGsとどのようにかかわっているのか棚卸しを行い、SDGsがもたらす機会と責任を明確化し、全従業員でこれに取り組んでいきます。事業計画の達成と社会課題の解決を同時に果たす統合経営に向けて舵取りし、さらなる企業価値の向上を目指していきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標





創造 貢献の実現事例

「知る機会、学ぶ喜び」の提供で 学習する喜びを伝えたい 電子辞書分野が挑戦する 新たな創造

カシオが現在、事業の柱のひとつとして注力する「教育」事業。

電子辞書や語学学習機器などの分野で、
社会に提供しようとしている価値とは。

昨年、発売から20周年を迎えた

電子辞書「EX-word」の歴史を振り返り、
これからの教育貢献について考えます。

一人でも多くの人に 「知る機会」と「学ぶ喜び」を

1996年、初の電子辞書製品「EX-word」を発売し、電子辞書市場に参入したカシオ。そこから今にいたる20年の月日を、CES (Consumer & Educational Solution) 事業部商品企画部でEX-wordの立ち上げを担当した大島淳は「まさに顧客開拓の歴史」だと表現します。

「当時、電子辞書は既に多くのメーカーから発売されており、EX-wordは最後発ともいえる商品でした。に



CES事業部 商品企画部 第二商品企画室 室長 大島 淳

もかかわらず、電子辞書とは『誰が何のために、どのように使うものなのか』ということが、今ひとつ明確になっていなかったのです」

高校生なら受験勉強に使いやすく。大学生には講義のために持ち歩きやすいもの、小学生には遊びながら学べるものを——。そうした具体的な「お客様」の姿を思い描き、それに合わせた商品や販売手法などをひとつひとつ見直していく。そのように、開発担当と営業担当とが両輪となってカシオの電子辞書事業は動き出しました。

中でも苦労したのは、紙の辞書における最大市場でもあった「高校生」の開拓でした。「高校生に直接アピールしても、学校で使えるものでなければ効果は薄い。まずは先生に良さを知ってもらって、推薦してもらうのが一番いいのでは、と考えたのです」と大島は言います。日本全国にある約5,000の高校に営業担当が一校一校訪問し、電子辞書の特長を丁寧に説明する地道な活動が始まりました。

「当時は『英単語は紙の辞書で引いて覚える』が教師の常識。ただ『辞書の内容がすべてこの中に入っています』というだけでは説得力不足です。①すぐに探せる、②英単語のネイティブ発音を聴ける、③持ち運べるので知る機会が増える、という3つの切り口でデジタルの良さを徹底的に伝えていきました」

もちろん、自信をもってそうアピールできたのは、製



英語学習に特化した
デジタル学習ツール
EX-word RISE

品がほんとうに「生徒たちの勉強に役立つ」ものだという確信があつてこそ。収録する辞書の選定にあたっては、どこの学校でどの出版社の辞書がどのくらい使われているのかをつぶさに調査。発売開始後も、営業担当が足で集めた現場の声を、絶えず商品開発に反映させていきました。

「例えば、高校市場参入3年目くらいに多く寄せられたのが『故障率が高すぎる』という声。高校生たちが電子辞書を精密機器として丁寧に扱わないなど、想定していた耐久性能以上の扱いをしていたことが原因でした。お客様の信頼を取り戻すべく、すぐに頑丈な電子辞書を開発し、それ以来『机から落としても壊れない』がカシオ電子辞書の標準仕様となりました」

お客様の話にじっくりと耳を傾け、その悩みや不満を解決する形で商品を改良していく。その繰り返しをこつこつと積み重ねることで、「辞書といえば紙」の固定



SDGs との関係

カシオは、教育事業による「創造」で世界の教育格差是正への貢献を目指します。これは持続可能な開発目標 (SDGs) の目標4で定めている、すべての人に包摂的で質の高い教育を普及するという考えに賛同するものです。

観念が強かった高校の先生方の間でも、徐々に電子辞書の便利さへの理解が広がっていきました。現在では、全国の高校生の約6割が電子辞書を使用しているといわれます。

「このような普及を実現できたのも、間違いなく当社の地に足の着いた活動があったからこそだと思っています。ほかにも小・中学生やシニア層への展開に加え、英語だけではなく中国語、ドイツ語やフランス語などさまざまな言語の辞書、医学用語・看護用語など専門用語の辞書を収録した商品の提供も進めてきました。こうした活動を通じ、一人でも多くの人に『知る機会』『学



営業本部 戦略統轄部 CES戦略部 第一企画室 室長 安田 吉史

ぶ喜び』を提供できれば、と思っています」

大島はそう語ります。

語学の「新しい学び方」を創造する

カシオが社会に提供する「学ぶ喜び」。それは、電子辞書による「知る」喜びだけを指すではありません。

2016年に発売した手のひらサイズの英会話学習機「EX-word RISE」は、電子辞書開発の過程で得たノウハウを活かし、「ビジネスマン層を中心に高まる『英語を話せるようになりたい』という声に応えたものです。今後、英語の必要性がますます高まる中、話せるようになることでビジネスマンとしての『スタートラインに立つ』お手伝いをしたいと考えました」と大島は語ります。

さらに2017年からは、接客に携わる人の「おもてなし英語力」を判定する「英語対応能力検定®」を、出版社、新聞社と共同でスタートさせました。これまではなかった、「聴く・話す」にフォーカスした実践的な内容の英語検定試験。電子辞書などの商品の営業を担当する安田吉史は、その狙いをこう説明します。

「インバウンドの増加で、接客に携わる人にとっても英会話の需要は急速に高まっていますが、だからといって誰もがTOEICの高得点を必要とするわけではありません。一方で、それに代わる学習の目標設定になる

ような制度がこれまではなかった。だったら私たちでつくってしまおう、と考えたのです」

今年3月に第一回目の試験がスタート。この検定には50社近くもの企業が呼びかけに応じて賛同、協賛に名前を連ねました。まだ始まったばかりではあるものの、「こうした試験が求められていたという手応えを強く感じている」と安田は言います。

「EX-word RISEについても、他社による競合品展開が始まっていますが、そこでただシェアを争うのではなく、時には協力し合いながら『英会話』の市場自体を盛り上げていきたいと考えています」

こうした事業に携わる中で、「知る」「学ぶ」ことは、人間の潜在的な欲求のひとつだと感じるようになったという安田。常に手元に置いておける電子辞書や英会話学習機を提供することは、そのまま「知る機会、学ぶ機会を日常的に提供する」ことだと感じているといいます。

「それも、これまでの英語学習のような読み書き中心でなく、視覚・聴覚から学ぶという新しい文化を生み出すことで、トータルでの効率的な学びをサポートしたい。辞書や学習機器といったハードやそのコンテンツを提供するだけでなく、使い方——つまりは『学び方』『教え方』そのものについても、新しいやり方を提示できないかと考えています」

安田の目は、さらに「次」へと向けられています。



歴代の電子辞書と語学学習機器

学ぶ人たちの『夢を叶える』支援ができれば、と思い描いています。日本という国の存在感を、世界にアピールすることにもつながるのではないのでしょうか」と佐藤。EX-wordの生みの親・大島も、「教育格差は、世界にはびこる貧困の大きな原因。一気に解決することはもちろんできないけれど、自分たちにできることからやっていきたい」と、言葉に力を込めます。

世の中にまだないモノをつくり出すことで、社会にさまざまな価値を提供していくのが、カシオの経営理念である「創造 貢献」。未来へとつながる「教育」の場面にも、その確かな軌跡が描かれようとしています。



CES事業部 商品企画部 部長 佐藤 智昭

日本語を学ぶ人たちの 「夢を叶える貢献」を

一人でも多くの人に、日常的に知る機会、そして学ぶ喜びを——。そのためのカシオの挑戦は、日本だけではなく海外へも広がっています。

「電子辞書について言えば、海外での売り上げは全体の10%程度にとどまっているのが現状」と話すのは、CES事業部商品企画部長の佐藤智昭。「しかし逆に言えば、それだけ伸びしろがあるということだと考えています」と意欲を見せます。

これまで電子辞書事業の海外展開の中心となっていたのは、主に中国での事業。今後はさらに、視点を「日本語」へと移しASEAN諸国など中国以外の国々にも広げていく計画です。

「日本語は、世界市場における日本人の大事な『強み』。特に今後どんどん増えてくるであろう、日本で看護師や介護士など人の命にかかわる仕事に就くことを考えている人たちにとっては、正確な日本語を身に付けることが重要課題になります。カシオが日本語学習機器の普及を進めることで、そうした人たちにも学ぶ機会を提供したい」

とはいえ、まだまだ市場のニーズも、明確ではない状態。商品も販売ルートも市場も、すべてを一からつくり上げていく——。その高い壁を前にしても、現場の意欲が失われることはありません。

「国によっては、日本語を学びたいけれど学校に通うのは経済的に難しいという人たちも多い。それぞれの国の社会的、経済的状況に合わせながら、希望の学校に進学したい、憧れの会社に入りたいなど、日本語を

私の創造 貢献

カシオグループのすべての企業活動の原動力となるのが、世界に広がる1万2千人の従業員たちです。その一人ひとりが経営理念「創造 貢献」の重みを受け止め、日々の業務の中で実践することが、私たちのCSRに他なりません。カシオの多様な部門に所属し、それぞれの立場から自身の仕事を通じて、経営理念の実現を目指す従業員たちの姿をご紹介します。



コーポレートコミュニケーション統轄部
宣伝部
宣伝プロデュースグループリーダー
橘 美薫

「独創性」を大切に、商品の魅力を消費者に訴求

宣伝プロデュースグループの時計担当チームのリーダーとして、全時計ブランドのコミュニケーション戦略やプロモーション企画・実施などに携わっています。新製品展示会やCM制作から、公式SNSの管理までプロジェクトの規模はさまざまながら、商品の良さを最大限に引き出す表現で、消費者に注目され、「欲しい! 買いたい! シェアしたい!」とっていただくのが私たちの役割です。担当した商品の売り上げが伸びたり、SNSやメディアで話題になるなど、消費者の行動を喚起できた時には大いにやりがいを感じます。

2016年度には、G-SHOCKのゴリラ動画拡散プロモーションで

市場から大きな反響をいただきました。商品のタフさをシンプルかつダイレクトに伝えるために、ゴリラのリアリティを徹底追求。ゴリラ選定にはほんとうに苦労しましたが、このプロモーションによる成果が評価され、第61期社長賞最優秀賞をいただくことができました。

自分の仕事を通して、私は創造憲章第1章にある「独創性」がカシオの根幹にあるものと解釈しています。すべての価値はこの「独創性」から生まれ、普遍性のある必要や、人々の喜びと感動につながっていくのだと思います。日々の仕事でも常にオリジナルであることを目指し、「創造 貢献」を実践していきたいです。



法務・知的財産統轄部
知財渉外部 知財渉外室
門 婷婷

カシオの知的財産を守り、安心な事業活動を支える

法務知財分野で、特許権の面からカシオの事業活動を守るのが私の仕事です。特許権は侵害した者に対して損害賠償請求や製品の差止請求などができる強力な権利であり、今日でも世界各国で多くの特許訴訟が発生しています。カシオがこうした紛争に巻き込まれた時、可能な限り事業に影響を与えないために、速やかな解決に取り組みます。また、当社がもつ特許権を他社へライセンス提供したり、他社との紛争解決に有効活用することで、カシオの事業を支えています。

いざ問題が起きた時迅速に対応するため不可欠なのが普段からの情報収集で、各国の特許訴訟の動向や特許にかかわる法改正・判例

などには絶えずアンテナを張っています。さまざまな知識が問われる一方で、過去の事例をもとにありきたりな対応を取ると、それがベストな解決策とはならないことも。本質を見だし、知識や経験を正しく活かして、その案件にとってベストな解決を図るのが、私にできる「創造 貢献」だと思っています。

目標は、技術的な知識や特許権利の解釈などをさらに学び、法務知財分野のスペシャリストになること。ビジネスリスクから受動的にカシオの製品・ブランドを守るだけではなく、より積極的にカシオの安全な事業活動に貢献する仕事に挑戦していきたいです。



情報開発部 情報戦略グループ
長加 桃子

ITの有効活用でカシオの新たな価値創造を目指す

開発・生産・販売・サービス・スタッフ部門などが抱える業務上の課題を見つけ出し、ITの有効活用で解決・改善するのが情報開発部です。現在、私は主に会計関連の業務システムの構築を担当し、その企画・要件定義・開発・導入といったプロジェクトを推進しています。カシオを取り巻く環境が日々変化中、私たちが担うのは「今の業務のあり方を問い直すきっかけづくり」だと考えます。「本来の目的を的確に果たしているか」「管理業務に時間がかかりすぎているか」などユーザー部門と一緒に考え、ITを活かして改善に取り組みます。また、今後に向けてデータ活用の需要はますます高まっています。

業務システムは日々膨大なデータを生み出しますが、そのままでは何の意味もありません。データを「情報」に変えて、共有・分析・対策立案・意思決定する仕組みを提供し、新たな市場の開拓や既存事業の発展に貢献するのが、私たちの重要な使命だと思っています。

担当したシステムについて、「前よりも業務スピードが上がった」「必要なデータが取れるようになった」など評価を受けた時は非常にうれしいです。ユーザー部門との協力のもと、システム構築を通じて新しいやり方や価値観を創造することで、「創造 貢献」の実現につながっていきます。



総務人事統轄部 人事部
カシオフランス プロジェクトマネジャー
(海外出向)
牧島 亜希

カシオが業界に革新を起こし続けるための環境をつくる

入社以来、人事部門で組織人事、採用、制度企画などさまざまな業務に携わってきました。国内外のグループ従業員の思いに意識を向け、誰に対しても同じ目線でオープンに接し、小さな声にも耳を傾けることを大切にしています。現在は人事部門初の海外駐在員としてカシオフランスに出向し、汎欧州の人事関連プロジェクトとフランスのアドミニストレーションを担当しています。駐在当初は自分に何ができるのか、どのようにローカルスタッフと接すればよいのか、自分の立ち位置に悩んだ時期もありましたが、今ではフランスのローカルスタッフと欧州本部や日本本社との架け橋となれることを大きなやりがいだと感じています。

海外での事例を日本本社の人事部と共有するのも私の役割で、人事をめぐる多様な課題解決に向けたディスカッションを続けています。

カシオグループの人事担当としての普遍的なゴールは、従業員が独創性を発揮し、喜びを感じながらプロ意識をもって「創造 貢献」を果たせる人事の仕組みの構築だと思っています。従業員の自己裁量を拡大して、自由に大胆な発想で、カシオが業界に革新を起こし続けるような環境づくりを支えたいです。国内外のグループ従業員のモチベーションの源泉を深く理解し、全世界の人事の知識やノウハウを習得しながら、カシオに合った独自の仕組みを創造できればと考えています。



「環境先進企業」として果たす社会的責任

執行役員 CSR推進部長 小林 誠

温室効果ガス削減目標を見直し、 より高い目標を再設定

2017年2月、カシオは長期的な環境経営方針「カシオ環境ビジョン2050」に基づき、長期の温室効果ガス削減目標を見直し、新たに「2013年度比で2050年度までに80%削減」を掲げました。従来「2005年度比で2050年度までに80%削減」としていたのに対し、基準年を変更したことで、大幅に高い目標を再設定することとなりました。

また、これに合わせて中間目標も変更しました。「カシオ環境宣言2020」で定めた「2005年度比で2020年度までに30%削減」を2016年までに既におおむね達成してきた中、はるかに厳しい目標として「2013年度比で2030年度までに26%削減」を策定しました。

これらは、従来の取り組みの延長線上では到底達成できない高い目標です。製造工程をはじめ、商品の流通も、事業所のあり方も、人々の働き方もすべて見直し、抜本的な改革を進めていかなければなりません。今回の改定は、経営と結びついた戦略的な取り組みにより、あえてこの高い目標に挑んでいくという環境先進企業としての決意を示すものです。

国際合意に連動した 環境活動を推進

積極的にグローバル展開を進める企業として、「パリ協定」や「持続可能な開発目標(SDGs)」などの国際合意とのかかわりの中で環境への取り組みを考えることも不可欠です。2015年のパリ協定では、「世界の平均気温上昇を、産業革命から2度未満に抑える」ことが大きな目標に掲げられました。前述のカシオの新たな温室効果ガス削減目標は、パリ協定を受けて日本政府が策定した「2030年度までに、2013年度比で温室効果ガス排出量を26%削減する」という目標に歩調を合わせるものとなっています。

また、SDGsでは17の目標が掲げられていますが、この17の目標とカシオ自身のマテリアリティとの紐づけは極めて重要です。カシオの環境関連のマテリアリティ「低炭素社会の実現」「資源循環型社会の実現」「自然との共生」は、目標6(安全な水)、目標7(エネルギーをクリーンに)、目標12(つくる責任)、目標13(気候変動への対策)、目標14(海の豊かさ)、目標15(陸の豊かさ)などと密接にかかわってくるでしょう。当社の環境活動がグローバルでどのような課題の解決に資するのか、常に意識を向けていくことが大切です。

新体制での環境マネジメントで、 全社一体となった取り組みを強化

2016年度、カシオでは3つの環境マテリアリティを全社的な大きな枠組みの中で推進していくため、環境マネジメントシステム(EMS)の大幅な改革を進めました。

当社では、環境経営のツールとして環境マネジメントシステム(ISO14001)を導入していますが、これまで事業所別だったISO14001認証の取得を、本社と羽村技術センター、八王子技術センターの3つの主要事業所で一本化する体制に改めました。また、マテリアリティを基軸に環境活動を進められるよう、「低炭素社会の実現」「資源循環型社会の実現」「自然との共生」をそれぞれテーマとする3委員会を設置しました。この委員会活動に対してISO14001を直接紐づけます。

これらの改革を通し、従来ミクロ視点に陥りがちだった

た部門単位での活動を見直し、カシオ全社として実効性をもって強力に推進していく体制を整えました。折しも2015年9月には、ISO14001:2015が発行され、これまで以上に実績を重視した高い次元での環境マネジメントが求められています。2017年度よりスタートを切ったEMS新体制のもと、グループ一丸となりパフォーマンスの改善を目指していきます。

環境マテリアリティの 着実な遂行へ

現在、3つの環境マテリアリティ「低炭素社会の実現」「資源循環型社会の実現」「自然との共生」は、それぞれ長期的なあるべき姿を描き、時間軸を明確にした目標とKPIの策定を経て、着実に動き出しています。

「低炭素社会の実現」では、カシオの強みである省エネルギー性能の高い製品開発にいつそう磨きをかけ、他社との差別化を図っていきます。さらに、製造・物流工程の温室効果ガス排出量削減に向けて、各拠点の省エネ診断を国内より順次スタートしています。

「資源循環型社会の実現」においては、カシオは事業特性上、製造工程における資源投入量が少ないため、当社単独ではなく、サプライヤーを巻き込んだ製品のライフサイクル全体の省資源化や資源循環の取り組みが欠かせません。また、カシオ独自の「カシオグリーンスター製品」「カシオスーパーグリーンスター製品」の基準を満たす環境に配慮したモノづくりを継続するとともに、この認定製品が提供できる価値について、お

客様とのコミュニケーションを深めていきます。

「自然との共生」に関しては、当社の生物多様性ガイドラインに基づき、バリューチェーン全体での直接影響・間接影響に配慮した施策を推進していきます。現在は、国内を皮切りに事業所ごとの環境影響評価を進めており、これまで取り組みの遅れていた課題への対応に拍車をかけているところです。

従業員一人ひとりが意識を高め、 持続可能な社会の実現を目指す

2017年度以降、再構築したEMSのもとで全社一体となってマテリアリティに取り組み、結果を出していかなければなりません。そのためには、「なぜそれが重要なのか」を全従業員一人ひとりが理解した上で、目指す方向性を共有していくことが不可欠です。

17の目標により、グローバル社会が進むべき道を示したSDGsは、当社社内の意識改革にも活用できると考えています。世界的なエネルギー・環境問題に言及したSDGsを、誰もが自分の仕事との関連性の中で捉え、マテリアリティへの取り組みがSDGsへの貢献につながる実感ができるように目指します。

新たな枠組みのもとでのカシオの挑戦は始まったばかりです。新体制をいかに適正に機能させ、パフォーマンスを発揮していけるかが、私たちの今後の活動にかかっています。全社的な視点を重視した戦略的な展開で、持続可能な社会の実現に向けてしっかりと歩んでいきます。

環境分野のマテリアリティ



CSRの先進事例から学ぶ

国際規範への対応を進める富士通の事例

2017年6月、カシオ計算機本社に、富士通株式会社CSR推進室シニアディレクターの藤崎 壮吾様をお迎えして、お話を伺う機会を得ました。全世界に16万人もの社員を抱える富士通は、日本有数のエレクトロニクス企業・ICTベンダーであると同時にCSR先進企業としても常に社会から注目されています。今回は、富士通のグローバルなCSR推進を支える企業倫理体系FUJITSU Wayの浸透や、SDGsへの取り組みなどについて、当社CSR推進室室長 木村則昭がお話を伺いました。

富士通株式会社 CSR推進室 シニアディレクター 藤崎 壮吾様(右)

CSR推進部 CSR推進室 室長 木村 則昭(左)

FUJITSU Wayの制定と社内への浸透

木村 まず、FUJITSU Way制定のきっかけからお聞かせください。

藤崎氏 FUJITSU Wayの第一版を制定したのは2002年で、ちょうどCSRという言葉が一般的になりつつあるころでした。それ以前から私たちには、「信頼と創造」——富士通に対して信頼を寄せてくださるお客様に、素晴らしい技術を提供するという社是がありましたので、そうした私たちが本来もっているものを大事にしながら、企業理念、企業指針などのドキュメントを一体的に出していこうということで制定したものです。

木村 中でも、企業理念にある「快適で安心できるネットワーク社会づくりに貢献し」という部分は御社ならではのキーワードだと感じます。

藤崎氏 そうですね。やはり我々の事業の一番の核は、ICTを使ったネットワークを通じてお客様に価値を提供するということ。お客様の多くは政府機関や病院、金融機関など社会基盤を司る方々ですので、そこにより良いものを提供したいという思いが強くなります。

木村 FUJITSU Wayは、多言語に翻訳されたりと社内浸透のためにもさまざまな工夫がされているようですが、これまでどのような取り組みをされてきたのですか。

藤崎氏 浸透にもいくつかのレベルがあると思いますが、まず「知ってもらう」段階においては、ポスターやス

モールカードの作成、eラーニングの実施などが主な施策です。

ただその先の、実践レベルでの浸透という面では、いまだに試行錯誤中ですね。国によっても向いたやり方は違いますし、難しいところがあります。

木村 役員レベルでは「FUJITSU Wayを富士通の経営の根幹に据えよう」というコンセンサスはすぐに共有されたのでしょうか。

藤崎氏 そこはかなりスムーズだったと思います。トップマネジメントが守るべき非常に重要な価値観だという認識は、しっかりと共有されていると感じますね。

木村 制定の段階で中心になったのは、藤崎さんたちCSR担当部門ですか。

藤崎氏 CSR担当部門が当時は存在していなかったため、人事部門や法務部門なども含め、社内横断的に制定しました。ですから、どこの部署の人間にとっても「自分の知らないところでできたもの」という感覚はなかったと思います。

木村 だからこそ価値観の共有もスムーズだったのでしょうか。多言語化やポスター作成などのプロモーションはどの部署が担当されていますか。

藤崎氏 FUJITSU Way制定と同時に立ち上がった「FUJITSU Way推進室」が担当しています。ただ、FUJITSU Wayは非常に多くの要素を含んでいますので、ひとつの部署だけで推進できるというものではありません。例えば行動規範については法務やコンプライアンスの部署の担う部分が大きいですし、我々CSR推

進室では企業指針に近いところを担当している。そのあたりの役割分担は自然とできていると感じますね。

さらに、常務以上の役員が参加する「FUJITSU Way推進委員会」という組織もあり、年に3回、ここで内容の確認や見直しを行っています。

木村 その他にグローバルな組織として「CSRグローバル・コミュニティ」があるとお聞きました。

藤崎氏 以前、国内外の各拠点に置いていた「CSR推進リーダー」を、より実践的な役割を果たすことを目指して改称したものです。各拠点、あるいは部門から1名ずつ、拠点の代表者や本部長クラスの社員が参加して、関連部門と連携しての個別の施策を推進したり、優良事例を共有したりといった役割を担っています。

木村 なるほど。グローバルな組織でいうと、カシオでは1年半ほど前から「CSRリーダーミーティング」という取り組みを始めていて、これを今後国内グループ会社および海外にも広げていきたいと思っています。CSRリーダーを対象に集中的にCSRに関する研修を行い、それを彼らが各部門にフィードバックすることで浸透を図るという試みなのですが、こうしたボトムアップ的な組織についてはどうお考えですか。

藤崎氏 非常に重要と思いますが、それについては、我々も悩みながらやっているところです。というのは、これまでのFUJITSU Wayの推進だけであれば、ポスター掲示や研修会の実施などFUJITSU Wayそのもののプロモーションが中心になりますが、徐々にISO26000やEICC（電子業界行動規範）などの世界的な規範で求

められる、縦のガバナンスにかかわる要素も大きくなってきているからです。一方で、若い世代のCSRに対する意識は非常に高いですから、彼らの参加意識を培っていくために、ボトムアップの活動をどう育てていくかという問題もある。その両方をどう組み合わせる取り組みを進めるのが大きな課題です。むしろそこは、カシオさんの取り組みから学ばせていただきたいですね。

SDGsをどう捉えるか

木村 SDGs（持続可能な開発目標）についてもお話を伺いたと思います。2015年に国連で採択されて以来、このSDGsが急速に社会の中で「共通言語化」していると感じていますが、御社ではどのような取り組みを進めておられますか。

藤崎氏 トップダウンとボトムアップ、双方での取り組みを進めていて、トップダウンの取り組みとしては、SDGsをいかに経営の中で重要なものとして位置付けるかをテーマに、役員レベルの座談会やフォーラムを開催してきたことが挙げられます。

先日も富士通フォーラムで、国連開発計画や世界経済フォーラムからもゲストをお呼びして、「2030年のSDGs達成に企業はどう取り組むべきか」をテーマにしたシンポジウムを開催したのですが、「課題解決のスケールアップをいかに考えるか」ということがキーワードになりました。「いいこと」をすればそれでいいという

のではなく、会社の規模などに応じた社会の期待や要請を踏まえた上で解決すべき課題を設定していくべきだということですね。特に当社の場合、従来の製品を作って提供する「プロダクトビジネス」から、サービスを提供することによって課題解決に貢献する「サービスビジネス」に移行している時期であり、その「課題」をどう捉えるかを考える時に、SDGsのような「共通言語」は



非常に重要だと感じました。

木村 ボトムアップの取り組みはいかがですか。

藤崎氏 現状では環境本部などとも連携して進めています。環境マネジメントシステムの中で、SDGsに貢献していると考えられる取り組みを挙げるよう各事業部に呼びかけたり、マーケティング本部と一緒に社内プロモーションを進めたり、といったことですね。また営業・SE部門などを対象としたワークショップなども開催しています。

木村 SDGsにはご存じのとおり17の項目がありますが、特に重点目標として捉えていらっしゃるものはありますか。

藤崎氏 目指すべきは、外からの期待と我々のやりたいこと、できることが合致する分野だと思いますので、考えられるのは、まず「食」に近いところです。現在でもAkisai(秋彩)という食・農クラウドサービスを約350の農業事業者にご利用いただいているのですが、その他、食料廃棄をなくすために流通面で貢献できることもあるのではないかと。このあたりから、SDGsの2番「飢餓をゼロに」に貢献していければと考えています。

もうひとつ、3番の「すべての人に健康と福祉を」。我々は今、約7,000の医療機関や介護関係者とのネットワークをもっていますので、それを利用してできることがあるのではないかと思います。

あとは、9番の「産業と技術革新の基盤をつくろう」は我々が本業でやっている作業そのものともいえますし、11番の「住み続けられるまちづくりを」は災害交通

やスマートシティに関する取り組みも関連してくるかと思います。

強いて重点目標を挙げるならそのあたりでしょうか。これについては、近ききちんとステートメントを出したいと考えています。

木村 御社がSDGsの取り組みをどのようにやっていくかということですか。

藤崎氏 その前提となる、富士通はSDGsをこう捉え、こう位置付けているという定義そのものですね。

社内でも今、SDGsを自分たちの事業と結びつけて語ろうとする部門が増えてきています。それは、他人事だと思っていた課題を自分の問題として認識する第一歩ではあるのですが、そこで止まってしまって単なる「アピールの手段」になってしまっているケースもあるんですね。無理やりSDGsの文言を引っ張り出してきても、それが自己改革につながらなければ、流行り言葉を並べただけで意味のないものになってしまう。そこに注意を喚起するためにも、ステートメントが必要だと考えています。

木村 SDGsについては認知度そのものがまだ低いと感じますが、そこを向上させる取り組みははされていますか。

藤崎氏 SDGsをテーマとした役員クラスの座談会に加えて、ワークショップや社内講演会を開催していますが、社員が「これを自分たちはビジネスとしてやっていくんだ」としっかりと認識するには、さまざまな要素が組み合わさっていかないと大きな流れはつくれない。その意味で、いずれは経営方針の中にもSDGs的な要素



を組み込みたいと考えています。

昨年開催した社外取締役の座談会でも、そのお一人から「(SDGsへの取り組みについての)戦略的な全体像が見えない」という、非常に厳しいお言葉をいただきました。そうしたこともあってか、経営層の間では、「これはきちんと言葉にして述べていかななくてはならない」という意識は高まっていると感じます。

グローバルな規範を「翻訳」して伝える

木村 2015年から統合報告書を作成されていますが、統合するにあたって、社内調整などでの困難はありませんでしたか。

藤崎氏 そうですね。最初に統合報告書の話が出てきた4~5年前は、IRチームからは「投資家は誰も非財務情報についてなんて聞いてきませんよ、必要ないでしょう」という反応もありました。

木村 それをどうやって説得されてこられたのでしょうか。

藤崎氏 「絶対にやったほうがいい」と言い続ける足場になったのは、IIRC(国際統合報告評議会)の存在で、当社はビジネス・ネットワークに加盟しています。私が勝手に思いついた話ではなくて、国際的には今これが当たり前で、やらなかったらあちこちから指摘を受けたり、やらないリスクもあるんですよ、だから検討くらいしてみたほうがいいのでは、と提案するところから始めました。

木村 そうした「外の規範」を中に「翻訳」して伝えるのが、CSR推進室の役割ともいえるのでしょうか。

藤崎氏 そうかもしれません。やはり、人はわからないこと、自分にできないこと、そしてその二つが掛け合わさったことに対しては「やりたくない」「二度と触れたくない」となりがちです。まずは知ってもらうこと、そして「これだったらできそうだ」ということを増やしていくことが重要だと思います。

統合報告書についても、かなり時間はかかりましたが、IRチームの中でも「CSR的な要素を報告書に入れることは結局自分たちの仕事にも役立つ」という発想の転換が生まれてきたようです。

木村 なるほど。当社も統合報告書の発行を検討しているのですが、非常に参考になります。最後に、当社のCSRを外から見ているのご意見、期待などをお聞かせいただけますか。

藤崎氏 「創造と貢献」をベースに、製品と社会とのつながりを基盤に積み上げられてきた活動の実績は、我々が申し上げるまでもなく素晴らしいと思いますし、ぜひもっと詳しくお聞かせいただきたいと思います。

ひとつ、申し上げることがあるとしたら、カシオというブランドは世界的に知られていますし、デバイスというコアな強みをおもちです。もっと異業種の企業や国連機関などと連携することで、今取り組まれているさまざまな活動をもっと外に幅広く発信していけるのではないかと感じます。それぞれに違う強みを持った企業や組織が組み合わせることで、可能性が広がるのではないのでしょうか。

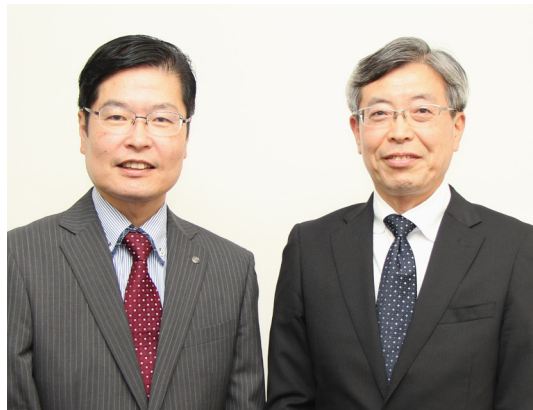
木村 本日は貴重なお話をお聞かせいただき、ありがとうございました。

ローム株式会社は、カシオ計算機に低消費電力LSIやディスクリット部品等を供給いただいているパートナーです。そのローム様でカシオへの営業窓口を一手に引き受けているのが、西東京営業部のカシオ営業課。今回は、当社生産資材部資材企画課の幸田剛が、カシオ営業課の村松賢二課長を尋ねました。

カシオの印象

幸田 ロームさんとお付き合いが始まったのは、1970年代の初頭ですね。

村松氏 最初はラピスセミコンダクタ*の前身である沖電気半導体部門時代に、電卓の入力キーにリードスイッ



(右)ローム株式会社 東日本営業第2統括 西東京営業部
カシオ営業課 課長 村松 賢二 様

(左)生産資材統轄部 生産資材部 資材企画課 幸田 剛

チを採用いただきました。そのあと、時計市場への新規参入に際して、我々が技術的に先行していたCMOS LSIがカシオトロンに採用され、今ではほとんどの商品に使っていただいています。

幸田 カシオ計算機にはどんな印象をもっていますか。

村松氏 取引先をととても大事にする会社だと感じています。カシオの従業員の方々は、常に取引先の立場まで考えて行動して下さるので、感謝しています。

幸田 お取引先を大事にしようという意識もありますが、私たちはむしろ対等なパートナーと考えています。

村松氏 また、カシオさんは組織で仕事をする会社だと思います。開発や資材の部門も若い担当者に早いうちから仕事を任せるところがある。失敗も成功も体験させて人を育てる風土があって、その中からプロフェッショナルの方が生まれてくると思います。

幸田 G-SHOCKの開発にしても、失敗をさんざんやって生まれたものなので、失敗に対してはかなり寛大な会社だと思います。

厳しい要求に応じて共に育つ

幸田 カシオの要求に応えるために、苦勞されることもあるのではないのでしょうか。

村松氏 コンシューマ市場で競争されているカシオさんからは、毎回極めて難しい要求をもらいます。そのたびに自社の開発陣からは、できるわけがないという声が上がりますが、これは会社としてもやるべきであっ

て将来必ず役に立つからと説得するのは、大変でもありやりのある仕事でもあります。

以前カシオさんのOBの方に伺ったのですが、新規LSIの開発に際して他の取引先に声をかけて断られた時にも、我々のOBは、難しいけれどやってみましょうと言うのだそうです。それで、やはり失敗する。失敗するけれど最後はちゃんと仕上げてくる。そういうところで評価が高まってきたと聞きました。

幸田 まさに、共に育っていく関係ですね。今、低消費電力LSIではロームさんがトップレベルですよ。

村松氏 カシオさんと一緒にやってきた賜物です。ラピスセミコンダクタの社長が、我々はカシオさんに育ててもらったと、いつも言っています。

カシオ計算機への期待

村松氏 これまで次々とヒット商品を生み出してきたカシオさんですので、これからもヒット商品を出していただきたいと思います。

幸田 それがカシオの第一の方針です。

村松氏 ロームはカシオさんと40年にわたるお付き合いがあり、今後も新しい技術や電子部品と一緒に生み出して、協力していきたいと願っています。

幸田 共存共栄しながら、一緒に良いものを作りたいですね。

*ロジックLSI、メモリLSI、ドライバLSIを提供するロームグループの企業。低消費電力技術、高周波回路技術やデジアナ混載技術など、特徴ある差別化技術をもつ。

CSRリーダー制度の立ち上げ

2015年度から、CSRの社内浸透を目的に「CSRリーダー制度」を立ち上げています。CSRリーダー制度とは、各部門よりCSRの核心材となる従業員を選抜し、重点的にCSR教育を行うことで、各部門でCSRの浸透を担う中心人物を育成する制度です。現在、カシオ計算機に約100名のCSRリーダーが任命されています。今後は国内外グループ会社においても、同様にリーダーの任命を進めていき、グローバルレベルのCSR体制の構築を目指しています。

主な活動

CSRリーダーの主な活動内容は、4半期に1回開催するCSRリーダーミーティングへの参加、各組織におけるCSR事例の共有と理解促進、全社方針の自部門へのフィードバックなどです。2016年度のCSRリーダー

ミーティングでは、下記テーマについて有識者による講演とワークショップを実施し、社内のCSRリテラシー醸成に取り組みました。

2016年度の実績

第3回ミーティング：2016年 5月	テーマ：「企業と人権」、「LGBT」
第4回ミーティング：2016年 8月	テーマ：「CSVとSDGsについて」
第5回ミーティング：2016年 11月	テーマ：「パリ協定を中心とした地球温暖化対策」
第6回ミーティング：2017年 2月	テーマ：「自分の仕事と社会的課題解決との結びつけ」、「SDGsとパリ協定の事業への取り組み」

今後の活動予定

カシオ計算機では、CSRリーダー制度の推進により、個人や部門における通常業務において、CSRの考え方や発想が戦略的に盛り込まれ、本業を通じた実践ができる体制づくりを目指しています。具体的なロードマップとして、取り組みがPDCAサイクルによってマネジメン

トできるよう、3年計画に基づき進めています。2017年度は本制度を国内グループ会社にまで広げるほか、中長期計画の中でCSR推進がマネジメントされる部門目標・個人目標の策定に向け取り組んでいきます。

2016年度

- CSRに関する基礎教育

2017年度

- 部門計画への落とし込み
- 国内グループ会社参画

2018年度

- PDCAサイクルの確立
- 海外グループ会社参画

VOICE

CSRリーダーの声

経営企画部
戦略企画グループ

立川 和生



CSRリーダーに任命されるまでは、CSRについては自分の業務とは直接かかわりのない、新しい仕事という印象がありました。CSRリーダーとして、これまでに6回のミーティングに参加する中で、CSR活動が企業活動と直結するものであり、カシオも社会の一員として果たすべき責任があることに気づきました。そして何を果たすのかというのは、自らが想像して、考えることが不可欠なものでした。今までは仕事に直接かかわるヒト・コト・モノだけの視点でしたが、俯瞰して考えるようになり、メーカーとしてカシオは社会にどう貢献できるのか、という切り口が強くなりました。

また、CSRリーダーの活動として、キャリア教育プログラムに参加したことも、非常に学びのある経験でした。小中学校で授業の一環として、コミュニケーションに関するゲームをしたり、自分の体験を話すといった、普段の業務では得られない経験をしました。私自身も、子供たちの笑顔や素直さに触れられたこと、誰かの役に立てたこと、感謝される喜びを感じられたことは、大変印象深いものでした。

CSRは特別なことではなく、当たり前のことを当たり前に行うことだと思います。そして企業活動や環境活動、ルールづくりや運用など、その中心は常に「人」であり、CSRとは人に関心をもつことが第一歩だと感じています。すべての従業員が自分の力や経験を、必要としている人（ステークホルダー）に提供することで、カシオのCSRが果たされていくのだと思います。私もCSRリーダーとして、カシオだからこそできるボランティア活動を突き詰めてみたいと思います。そして、こうした活動を通じてカシオの認知度を広げていくことに貢献していきたいです。

事業概要

会社概要

社名 カシオ計算機株式会社
(CASIO COMPUTER CO., LTD.)

本社 〒151-8543
東京都渋谷区本町一丁目6番2号

設立 1957(昭和32)年6月1日

代表取締役 社長 榎尾 和宏

社員数※ 2,754名(連結:12,287名)

資本金※ 48,592百万円

売上高※ 321,213百万円(連結)

営業利益※ 30,636百万円(連結)

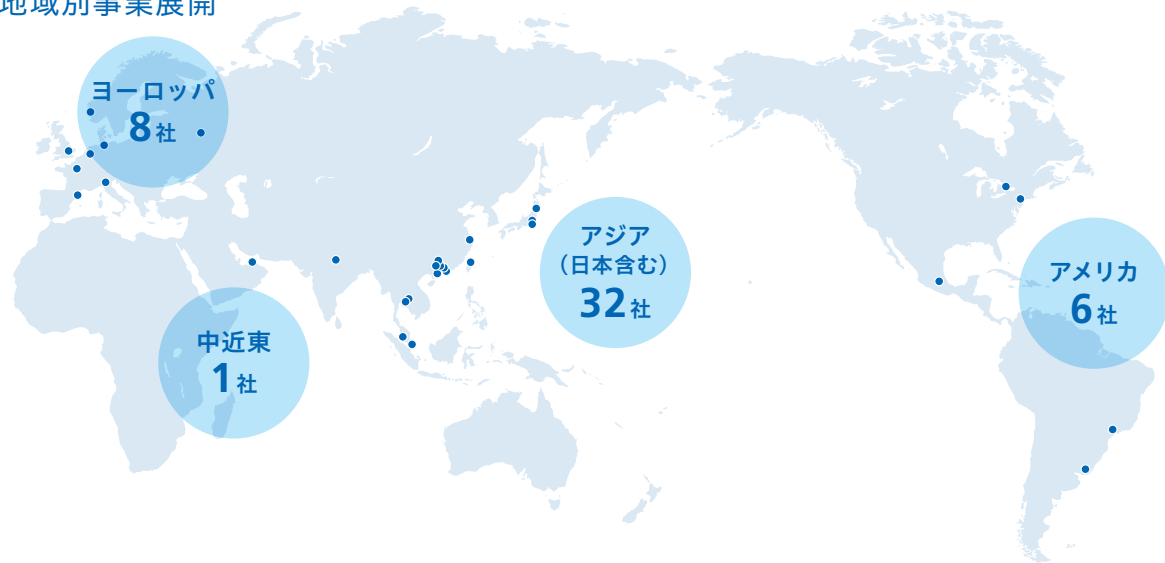
経常利益※ 26,239百万円(連結)

親会社株主に帰属する当期純利益※
18,410百万円(連結)

※2017年3月31日現在



地域別事業展開



部門別、地域別売上構成

