



1970年代に大学を卒業して就職、5年目の人事異動で、会計課で出納出金業務を担当することになった。慣れない会計簿を繰りながら、計算計算また計算。同僚先輩はそろばんをパチパチはじいていたが、そろばんなんて小学校で習っただけで、計算するなら電卓しかない。個人用電卓が普及し始めたばかりの大きめの電卓を叩き始めたが、押し間違えて一発で合わず、何度も何度も検算する羽目に。それまで、肩こりとは縁がなかったのに、このときは2ヶ月ほど肩が痛くて、同期の友だちに薬をもらってしのいでいた記憶がある。

今でも、会計計算は大の苦手、わずか数人のグループの出入金計算もしばしば合わなくなるし、もちろん家計簿はつけてないし、結婚したときから家計管理は夫任せのわが家の財政事情も不明のままである。

「答え一発カシオミニ！」昭和47年9800円懐かしいコマーシャルのカシオ。電気計算機、デジタル腕時計Gショック、デジタル楽器、デジタルカメラ…、大衆とともに時代の先端を走ってきた「カシオ」の会社の物語。

カシオ=CASIOってアルファベットの造語かと思っていたけど、れっきとした名字なのだ。樫尾製作所という小さな町工場が誰もが知っているメーカーになったのは、樫尾四兄弟の知恵と結束があったればこそ。同族会社の中で父娘や兄弟間で揉めて争って業績を落としたり裁判沙汰の会社も少なくないが、樫尾四兄弟の仲はホンマかいな？というくらいの仲良さである。4人の性格がそれぞれ違うため、お互いの得意分野を担当して、自分の部署以外のことはその担当の兄弟の考えを尊重するので、大きなケンカにはならなかったようだ。

長兄の忠雄は父親代わりの面倒見の良さで長らく社長を務め、次兄の俊雄は技術分野の発想力、三男和雄は営業など外回り、筆者の

四男幸雄は技術補佐と、各自の仕事を見事に棲み分けている。

日本で初めての国産計算機は机くらいの大きさに自家用車くらいの価格だったので、当初は銀行など企業向けで大ヒットした。会社を大きくした四兄弟は平日の午後から大好きなゴルフ三昧。その間に時代遅れのリレー式計算機が在庫の山になり大慌て。しばらくゴルフは自重だったとか。その後、電子計算機はよそよりも軽薄短小の電卓を目指し、それが注目のCMの「カシオミニ」となる。

デジタル技術はどんどん先を行き、どこよりも早くそのアイデアを商品化しなければならない。良い商品を作っても売ってナンボ。モノを売るというのは販路も重要であるのがよくわかる。デジタル腕時計をどこの店で売ってもらうか、セイコーやシチズン製品で埋まる従来の時計店は、カシオの腕時計が割り込む隙はない。それならと家電量販店に置いてもらうと売れに売れた。ヒットすると安い追従商品が出てくる。デジタルカメラもカメラメーカーや家電メーカーが参入して百花繚乱。それならと、また、新しいアイデアの商品を考える。カシオの社訓は創造だそう。それでも、この商品はダメだと思えば、早めに撤退の判断もしていかないと、たちまち会社は貧窮の憂き目に会う。半導体生産や携帯電話などカシオが途中で止めた分野もある。

一流メーカーの大企業ではなく、小回りの効く同族会社で仲の良い四兄弟だったから、次から次へといろんな製品を世に送り出してきたんだと思う。カシオが作り出してきた計算機もカメラも時計機能も音楽も今はスマートフォン1台で賄えるようになってしまったが、手元があれば計算は電卓で、カメラは一眼レフやコンデジで、単機能のモノはそれなりに使いやすい。先日新聞に、全盲者が20年使っているカシオ製の時計が不調で、新しいモノを作るのもいいが、シンプルで操作が簡単なのも作り続けてほしいと…あった。

『電卓四兄弟 カシオ創造の60年』

樫尾幸雄 中央公論新社