Clarion Report 2007

会社概況／ CSR レポート

クラリオン株式会社

clarion

本社事務所　〒330-0081　埼玉県さいたま市中央区新都心 7-2　TEL：(048) 601-3700
本　　社　〒112-8608　東京都文京区白山 5-35-2　TEL：(03) 3815-1121

http://www.clarion.com/

PRINTED WITH SOY INK

世界を見つめ、未来を創る、時代を超えて挑戦し続けるクラリオンマインド。

「クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追求し、価値ある商品を生み出すことにより、豊かな社会づくりに寄与します。」
この企業理念を具現化するために定めたのが新企業ビジョン「Vision-70」。2010年に迎える創業 70周年へ向けて、着実にその成長の歩みを進めています。
2006年には全世界的に新グローバルブランド「Clarion」への統一を実施。その象徴として、「Human Mobile Music Media Interface (Clarion H.M.I.)」構想を策定しました。また同年、加速するITS (Intelligent Transport Systems)社会へ対応するため日立グループの一員となり、これを機に、ナビゲーションシステムを中核とした車載情報システム(Car Information System)分野で一層の連携強化を図り、設計・製造・企画・営業の一体化などシナジー創出による成長戦略を図っていきます。さらに、2007年には、さいたま市にクラリオングループの新たな拠点として新社屋が稼動開始。マーケティングから技術開発までの業務を集約し、世界へ発信するオフィスを目指します。
創業以来、クラリオンが掲げてきた企業理念は、優れた製品とサービスを提供し、お客様に満足と喜びをおくること、そして、地域社会や地球環境との調和を図り、広範な視座で企業価値の向上を図っていくこと。時代が変わっても揺るがないクラリオンマインドは、企業の中に、そしてグループ社員一人ひとりの中に貫かれています。

「Clarion」ロゴをグラデーションでデザインすることにより、シャープな現代性を象徴。カラーは、企業の透明性や信頼感を表現した「Clarion アズーロ」を採用。アズーロはイタリア語で"青"を意味します。

世界のクラリオングループの新たな拠点として埼玉県さいたま市に誕生したクラリオン本社事務所・技術センター。"創造するオフィス"として技術センターの機能を持ち、マーケティングから技術開発までの業務を集約させることで、ビジネススピードの向上と円滑なコミュニケーションを実現します。

◎ 海外ネットワーク

企業理念

基本理念

クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追求し、価値ある商品を生みだすことにより、豊かな社会づくりに寄与します。

経営姿勢

- ●優れた製品とサービスを提供し、お客様に満足と喜びをおくる。
- ●独自の発想と技術により、新たな価値を創造する。
- ●個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る。
- ●人と社会と自然の調和を図り環境維持につとめる。
- ●地域社会の発展のために、企業市民としての責任を全うする。
- ●適正な利潤の確保により、継続的な成長を果たす。

行動指針

私たちは、
- ●常に勇気を持って自らを革新し、高い目標に"挑戦"します。
- ●常に新しい価値を生みだす夢と感動を"創造"します。
- ●常に人々の信頼に応えるために、"誠意"を尽くします。

企業ビジョン

< Vision-70 >
音と情報を楽しむモバイル・インフォエンタテイメント環境において「新たな安心」、「新たな快適」にこだわった商品をつくりあげ、お客さまにわくわくする感動と満足をお届けします。

CONTENTS

01-02 クラリオンマインド
03-04 トップインタビュー

■ 会社概況
06 Clarion 概要
07-08 クラリオンクオリティを世界の人々へ
09-10 時代が求めるテクノロジー
11-12 妥協なきクオリティの追求
13-14 ヒストリー
15-16 グローバルコミュニケーション
17-18 世界で活躍するスタッフ

■ CSR/経済レポート
20 コーポレートガバナンス体制 / リスク管理
21-22 株主・投資家とともに

■ CSR/社会レポート
24-26 コンプライアンス経営体制の確立
27-29 お客様とともに
30 お取引先とともに
31 地域社会とともに
32-34 従業員とともに

■ CSR/環境レポート
36 環境マネジメント
37 事業活動と環境負荷
38 環境会計
39-40 目標と実績
41-42 環境保全活動
43-44 製品への環境配慮
45 ステークホルダーとのコミュニケーション / 編集方針
46 「クラリオンレポート 2007」に協力して

グローバルな視点、社会・環境との調和、未来のために企業として何ができるか。

日立との経営統合による効果や将来的な事業展望は?

クルマを中心とした市場分野は、今後の高齢化による社会環境の変化や情報通信技術の進化等の技術革新の流れの中で、「安心・安全」「環境・効率」「快適・利便性」へと社会的なニーズが大きくシフトしつつあります。世の中が自動車関連企業に求める期待度も高く幅広くなっており、事業における利益追求はもちろんのこと、グローバル社会の一員として環境保全活動への取り組みやコンプライアンス遵守などの総合的でバランスのとれた企業活動が求められています。

このようなことを背景に、クラリオンは、2006年12月に株式会社日立製作所と経営統合しました。経営統合によって、クラリオングループは、統一した事業戦略のもと、各社の強みを活かしてシナジー効果を発揮することで、より広範でトータルな視点での事業展開が可能になりました。特に、クラリオンが車載機器分野で培ってきた実績は自動車関連市場へのアドバンテージとして、日立グループのなかでも大きな期待が寄せられています。将来的には、これまで当社の企業規模では成しえなかった事業を、日立グループという大きな企業体の中で実現していきたいと考えています。

クラリオンが取り組んでいくべき「モノづくり」とは何ですか?

クルマを中心とした市場分野は、テレマティクスや音楽などのコンテンツ配信、ETCや道路交通情報通信システムなどのように、劇的に進化しています。このような市場においてお客様に支持され、そして愛される製品を提供するには、お客様が必要とするものをいち早く察知してスピーディに市場へ届けられるかにかかっています。そこには品質はもちろん価格的な魅力、そして、クラリオン製品を使うことに優越感を感じてもらえるソフト的な付加価値も重要です。

また、企業側からお客様へ共感を得られる製品を提案していくことにも取り組んでいくことも必要です。クラリオンは今まで以上にお客様から期待される製品を創造するため、「Clarion H.M.I.」の名のもとに積極的に新商品の提案を行っています。クラリオンは「クルマなどの移動空間において、人と音楽を、人と情報を結びつけるインターフェースとなる」を合言葉に、お客様のニーズと共感を呼び起こすような製品とサービスを提供していきます。

これからクラリオンが行うべきCSRとは何ですか?

企業は社会に対して責任を負っているという考え方、つまりCSRの概念はもはや企業として当然取り組んでいくべきものとして浸透しつつあります。しかし、この常識とも言えるべきことが、利益優先・効率主義の企業活動の中で後回しにされ、昨今、企業の不祥事が新聞紙上をにぎわせています。人や環境に影響を及ぼすようでは、品質の向上などあり得ません。社員一人ひとりが人としての「常識」を絶えず頭において行動することが、真の品質向上につながるのだと考えます。

クラリオンでは、品質管理をはじめ、環境保全やコンプライアンス等、すべてのCSRの基本として「コンプライアンス行動指針」を定めています。世界各国にある拠点についても本社のコンプライアンス指針をベースに展開し、職場スタッフ同士がお互い尊重しあい思いやりを持って仕事をすることで、確かな成果を上げています。そして、この社員の意識レベルの高さと企業としての透明性が、クラリオンの製品を通して、お取引先、そしてお客様への信頼につながっています。これからもCSRを意識して企業文化を育み、グローバル企業として社会的責任をしっかりと果たしていきたいと思います。

若い世代へ、ご自身の体験を基にメッセージをお願いします。

全世界的な産業に携わっている場合、世界を眺めることができるグローバルな視点を持ってほしいと思います。私の場合は、学生時代に経験したアメリカ留学の経験が社会に出てから大きな自信になりました。英語が話せるようになった、コミュニケーション能力が身についたという、ビジネススキルとしての意味もありますが、何よりアメリカで一生懸命に勉強してきたという思いが、心の柱になった気がします。そういう場を与えてくれたのがアメリカ留学でした。

貴重な経験の場という意味では、海外駐在にも同じようなことが言えます。まず言葉や習慣の違いがあり、国内とは違って人員の数も限られていますから、スタッフが互いに助け合わなければ困難を乗り越えられません。このような環境は人間を大きく成長させますし、個人の能力も飛躍的に高まります。ですから、これからの若い人たちには積極的に世界へ飛び立って行ってほしいし、そこで得た経験を海外なり国内なり、幅広い分野で活かしてほしいと思います。

クラリオン株式会社
取締役社長
泉 龍彦

会社概況

「クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追求し、
価値ある商品を生み出すことにより、豊かな社会作りに寄与します」

（『基本理念』）

- Clarion概要
- クラリオンクオリティを世界の人々へ
- 時代が求めるテクノロジー
- 妥協なきクオリティの追求
- ヒストリー
- グローバルコミュニケーション
- 世界で活躍するスタッフ

Clarion 概要

会社概要（2007年3月31日現在）

商　号	クラリオン株式会社 Clarion Co., Ltd.
本社事務所／ 技術センター	〒330-0081 埼玉県さいたま市中央区新都心 7-2 電話 048(601)3700　（2007年8月20日より）
本　社	〒112-8608 東京都文京区白山 5-35-2 電話 03(3815)1121
設立年月日	1940年12月18日
資 本 金	26,100百万円
発行済株式数	282,744千株
売 上 高	連結 181,041百万円（2007年3月期） 単独 128,300百万円（2007年3月期）
従業員数	連結 10,774名 単独 1,086名（※出向者は除く）
主要製品	カーオーディオ、カーナビゲーション、 車載PC、映像機器、バス機器、通信機器

役　員（2007年6月27日現在）

取締役社長	泉 龍彦
取締役	若森 豊
取締役	吉峰 徹郎
取締役	和田 泰彦
取締役	会田 豊治
取締役	福山 裕幸
取締役	本田 恭彦
取締役	篠崎 雅継
取締役	沼田 修
常勤監査役	川原 正幸
常勤監査役	滝沢 克俊
監査役	笹井 保大
監査役	唐澤 俊二郎
監査役	湯浅 裕司

＊取締役 福山裕幸、本田恭彦、篠崎雅継の各氏は、「会社法」第2条第15号に基づく社外取締役であります。
＊監査役 笹井保大、唐沢俊二郎、湯浅裕司の各氏は、「会社法」第2条第16号に基づく社外監査役であります。

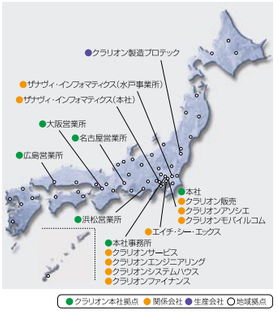
主要取引金融機関

りそな銀行
みずほコーポレート銀行
三井住友銀行
三菱東京 UFJ 銀行
日本政策投資銀行
住友信託銀行

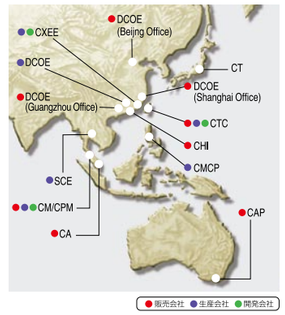
加盟団体

電子情報技術産業協会
日本自動車車体工業会
日本機械輸出組合

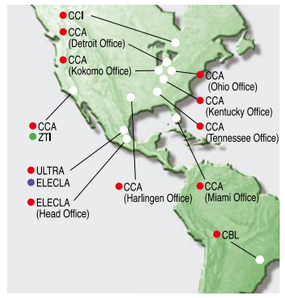
主要拠点・関連会社（2007年4月1日現在）



〈国　内〉
クラリオン 株式会社(CT)
クラリオン販売 株式会社
クラリオン製造プロテック 株式会社
クラリオンサービス 株式会社
クラリオンアソシエ 株式会社
クラリオンモバイルコム 株式会社
クラリオンエンジニアリング 株式会社
クラリオンシステムハウス 株式会社
クラリオンファイナンス 株式会社
株式会社ザナヴィ・インフォマティクス
株式会社エイチ・シー・エックス



〈アジア／オセアニア エリア〉
Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd. (CHI)
Dongguan Clarion Orient Electronics Co., Ltd. (DCOE)
Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd. (CXEE)
Clarion (Malaysia) Sdn., Bhd. (CM)
Crystal Precision (Malaysia) Sdn., Bhd. (CPM)
SIAM CM Electronics Co., Ltd. (SCE)
Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines (CMCP)
Clarion Asia Pte. Ltd. (CA)
Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd. (CTC)
Clarion Australia Pty. Ltd. (CAP)



〈アメリカ エリア〉
Clarion Corporation of America (CCA)
Zandiant Technologies, Inc. (ZTI)
Clarion Canada Inc. (CCI)
Electronica Clarion, S.A. de C.V. (ELECLA)
Ultra Industrial S.A de C.V. (ULTRA)
Clarion do Brasil Ltda. (CBL)

〈ヨーロッパ エリア〉
Clarion Europa GmbH (CED)
Clarion (G.B.) Ltd. (CGB)
Clarion Europe S.A.S. (CEF)
Clarion Spain S.A. (CSP)
Clarion Hungary Electronics Kft. (CHE)

人・モノ・情報が駆け巡る
ネットワークの力で、
クラリオンクオリティを世界の人々へ。

日本国内でポピュラーな車載用情報端末として成長し、
さらなる性能の向上と世界市場への拡大が期待される
AV一体型 HDDナビゲーションシステム。
iPod®をはじめとするさまざまなデジタル機器や
メディアとの連携を可能にした AVラインアップ。さらに、路線バス
オートガイドシステムや CCDカメラによる車両安全確認システム。
グローバル企業である自動車メーカーへ供給する OEM製品
（相手先ブランドによる生産）から市販製品まで、
企画・設計・購買・生産・販売・サービス・CSを集約する
クラリオンのグローバルなネットワークによって、
世界各国のお客様が求める製品を、
スピーディに、そしてタイムリーにお届けします。

自動車メーカーとの連携は確かな信頼性と技術力の証明。

OEM主要お取引先

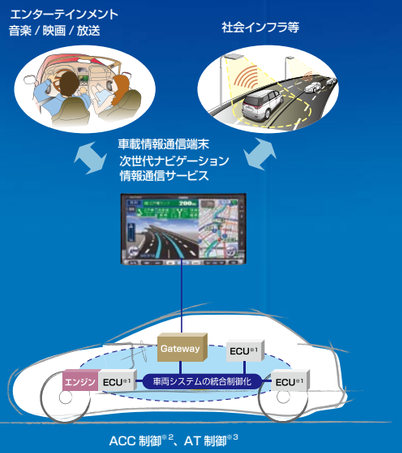
※「iPod」は米国およびその他の国で登録されている Apple Inc. の商標です。

時代が求めるテクノロジーの その先に、新たな世界と感動が 待っている。

インターネットや無線技術による通信環境の変化、CPUの演算速度の大幅な向上、さまざまなデバイスやモジュールの小型・軽量化、そして、それらの融合によるテレマティクスの進歩は、カーライフだけでなく社会や生活までも大きく変えようとしています。クラリオンはクルマという視点からテクノロジーを見つめ、車載機器専業メーカーとして、これまで技術力や開発力を培ってきました。そして、それら多くのアイデアやノウハウをベースにして、さまざまな製品やインフラを開発し続けています。車載機器専業メーカーからカーライフ提案型企業へ、クラリオンはクルマを起点に卓越したテクノロジーと新たな価値を創造し続けます。

日立製作所との 共同開発

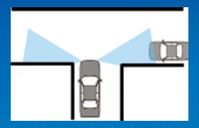
クラリオンは、ＩＴＳ車両協調安全システム、車両情報端末システム、次世代ナビの分野で日立と共同開発を行っています。
デジタル家電と同等の機能や家電・PCとの連携機能をクルマの中に実現し、社会インフラと連携した情報通信サービスと、ナビ機能を中核とした高度な車載情報端末をグローバルに提供していきます。
また、車両システムとの統合制御による安全・快適・環境保全にも、日立と共同で取り組んでいます。特にカメラ応用、通信システム、人とのインターフェースであるHMI等の分野の技術で他社との差別化を図っています。



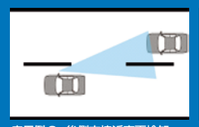
※1 エンジンコントロールユニット
※2 アダプティブクルーズコントロール
※3 オートマチックトランスミッション

運転を支援する カメラ応用技術

クラリオンは、超小型車載カメラを使用し、運転席からの死角をモニタで視認できる「車両安全確認システム」を商品化。さらに駐車や走行を支援するための画像処理・画像認識技術の開発に取り組んでいます。
その一つが、見通しの悪い交差点での事故を防止する「接近車両検知カメラシステム」です。フロントコーナーカメラが、接近してくる車両を検知し、衝突の危険性をドライバーに知らせます。この技術は、追い越し車両との衝突事故を防ぐ「後側方接近車両監視システム」にも応用できます。このようなシステムと車載用情報端末を融合することで、安全なクルマ社会の実現に貢献できるよう努力しています。


応用例１：前方左右接近車両検知

モニタ画像例


応用例２：後側方接近車両検知

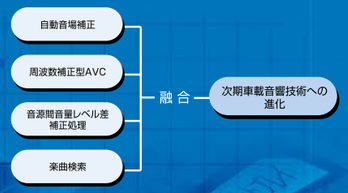
モニタ画像例

地上デジタルTV 商品化への取り組み

2006年はアナログとデジタル(12セグ）の自動切換えタイプの受信機、およびワンセグ専用受信機を販売開始しました。2007年は 12セグ／ワンセグ自動切換えタイプの受信機、および AV ナビゲーションシステムへのワンセグ受信機内蔵などのバリエーションを展開しています。

車室内を、理想的な オーディオルームへ

車室内を理想的なオーディオルームに近づけるため、クラリオンはさまざまな音響技術の開発を進めています。
車室内の音場の歪みを自動的に補正する「自動音場補正技術」は、次期製品に搭載される予定です。また、騒音に応じて人間の聴覚に適した音量補正を行う周波数補正型 AVC(Auto Volume Control)、異なるメディア間での音量レベル差を補正する技術、ハードディスクに蓄積する音楽の特徴を分析して、聴きたい音楽を印象で検索できる技術なども現在開発中です。

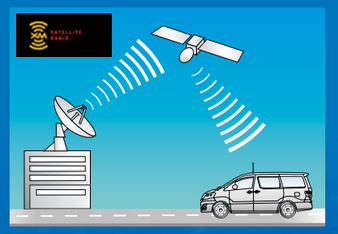


Bluetooth® 無線通信技術の商品化

クラリオンが開発した無線接続システム「Bluetooth®」は、携帯電話と車載機器を無線接続しハンズフリーを実現しています。また、携帯オーディオとの無線接続も可能。携帯オーディオを車載機器側から操作できるので、バッグに入れたままでも音楽を楽しむことができます。今後は、リアエンターテイメントへの動画伝送、バックカメラの伝送ケーブルレス化等、車載機器への活用を目指して開発を続けます。

北米サテライトラジオ 対応表示システム

現在、北米で放送されている、高音質音楽番組などの衛星放送、サテライトラジオ。契約者数も2つの放送事業者合計で 1400万人を突破し、順調に成長しています。このサテライトラジオでは、新たなサービスとして、交通情報などのデータ配信が始まりました。クラリオンはこのサービスに注目し、北米向けに、サテライトラジオ交通情報受信システムを 2006年に開発しました。
地図画面上に渋滞・通行障害などの情報を表示。市販商品だけではなく、自動車メーカー向けOEM製品の開発にも取り組んでいます。

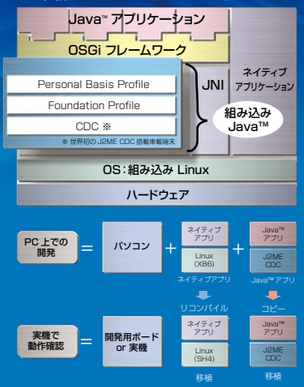


業務用テレマティクス システムの開発

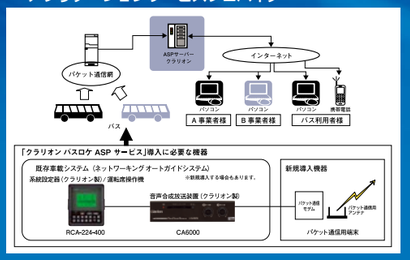
自動車などの移動体に通信システムを組み合わせて、リアルタイムに情報サービスを提供する「テレマティクス」。クラリオンは、通信機能、信頼性、汎用性、拡張性に優れた OS(基本ソフト)である Linuxと、ソフトウエア生産性、セキュリティ性が高い Java™を利用した車載プラットホームを開発し、路線バス向け音声合成放送装置として市場導入。さらに、業務用車両向け汎用車載端末「CA-7000」を開発し、市場導入しました。
今後も車載プラットホームの機能拡張を進め、理想とするテレマティクスの実現に向け開発を進めます。

テレマティクス：自動車などの移動体に通信システムを組み合わせて、リアルタイムに情報サービスを提供するもの。

● 車載 Linux/Java™ プラットフォーム



● クラリオン バスロケ アプリケーションサービスプロバイダー



● 応用事例
コンビニ配送車両向運行管理システム（日立との共同開発）

変わりゆく時代に揺るぎない信頼を築く、妥協なきクオリティの追求。

熱帯から極寒地、砂漠地域から湿度100%の多雨地域まで、車載機器は、世界のさまざまな気候や環境で安定した性能を発揮しなければなりません。また、ここ数年、自動車業界の世界的な再編によって、品質・コストの面でも、市場からさらに厳しい要求を迫られています。クラリオンでは、自社市販製品はもちろん、OEM市場においても、常にお客様のベストパートナーとして確かな品質を提供し続けるために、厳しい品質評価体制づくりに取り組み続けています。CADシステムによる精密なシミュレーション設計、試作評価、設計審査、試作品の品質試験など、クラリオンブランドを満たす基準に達するまで、今日も想像を超える過酷なテストと妥協なき品質評価が繰り返され、商品はお客様の手元へと届けられるのです。

世界市場に認められる、新たな品質管理体制の確立。

クラリオンでは、製品の動作確認用の検査機器のプログラミングをはじめ、凝縮した回路や小型化した部品の実装状態を調べるため、高精細カメラやX線機器を積極的に導入。生産ラインでは、国内から海外まで統一されたチェックオペレーションが採用され、世界のどのクラリオン工場でも同様の品質が保たれる体制が整備されています。また、世界の市場に対応するため、ISO9001を母体とした自動車業界固有の品質システムである国際規格 ISO／TS16949 を、すべてのクラリオングループ生産会社が認証を取得しています。そのほか、取引先から自社までの一貫した品質管理体制や、グローバルに対応するサプライチェーンの整備など、「お客様満足と信頼の確保」を目指して品質保証体制の向上を図っています。

▲ 出荷前全数検査装置

◀ X 線検査装置

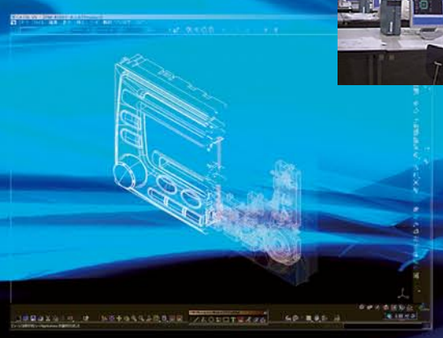
恒温恒湿槽▶

▲ 耐候(光)性試験機

▲ 散水試験機

▲砂塵試験機

▼ 3 次元 CAD システム

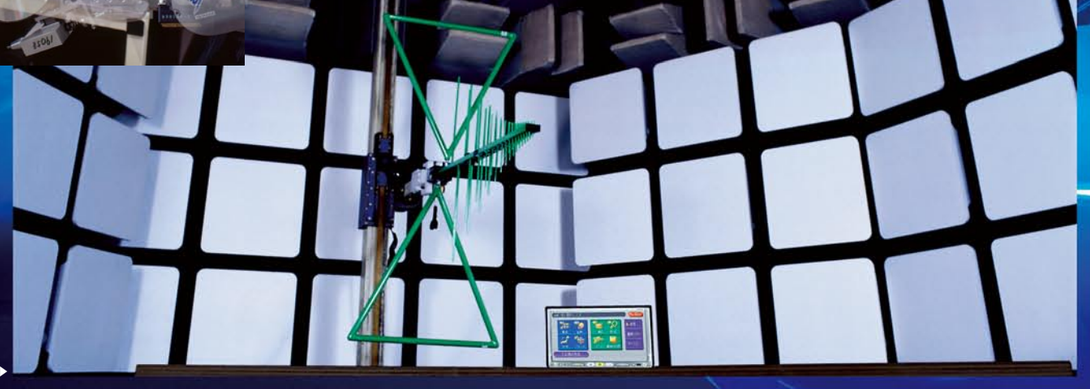


▼ 自動検査装置

▼ 自動繰り返し耐久試験機

▼ 耐震・耐熱試験

▼ 自動評価システム


電波音響測定室▶

2007年ホンダアクセス「優良感謝賞・開発部門」受賞
2007年モデルの開発体制と、積極的な新機能・新仕様の提案、各部門の協力活動などを評価、1997年以来 10年連続の受賞

「2006年度上海 GM優秀サプライヤー賞(Infotainment部門)」受賞
その年度の総合活動（納入、品質、価格、技術、その他の協力）を評価

2006年 北米市場向けカーオーディオが、製品品質に関して業界で最も権威のあるJ・Dパワー社の調査で品質No.1を獲得し、受賞

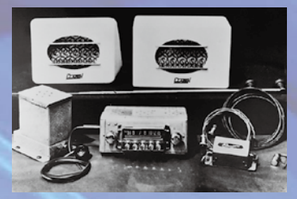
2007年ダイハツ「商品開発優秀賞」受賞
2006年モデル 200mmワイドナビを開発し、ダイハツのメインモデルとして(1機種で)2万台以上を販売したことを評価

車載分野のフロントランナーから新時代の挑戦者へ、次の未来を描き続ける。

クラリオンは自動車産業の歴史とともに歩んできたといっても過言ではありません。日本初のカーラジオ、そして、日本初のカーステレオの発売など、車載機器の黎明期より業界のフロントランナーとして常に時代をリードし続けてきました。その企業スタンスは、ドライバーのニーズをしっかりと受け止めて確かな技術で応えること、さらに、豊かな創造力で常にユニークな製品を提案すること。カーラジオからカーAV、そしてカーナビへと時代が変わっても、これまで生み出してきた知的財産と企業理念を融合させ、クルマを中心とした移動空間すべてにおいて「音楽と情報のインターフェース」を目指して、「Clarion H.M.I.」を追求してまいります。

1940's

1951 日本初
クラリオン初の純正ラジオ
日野ルノー「ル・パリジャン」発売



1950's

1948 日本初
カーラジオ・バス用拡声装置を
開発、発売

1960's

1968 日本初
カセットカーステレオを発売

1963 日本初
カーステレオを開発、
翌年発売

1970's

1992
ナビゲーション
（マップナレーションシステム）発売

1980's

1993 日本初
ハイブリッドナビゲーションシステム
「NAX-700」を発売

1995
市販初の 2DIN 一体機
「ADX8155」発売

1996
高性能・高音質 CD センターユニット
「DRX9255」発売

1996
1DIN タイプ CD/DSP コントロール、TV/
AM/FM チューナー付
5 型 LCD アンプ「VRX8250」発売

1998 世界初
米マイクロソフト社と車載コンピューター
「AutoPC」を共同開発。
世界で初めて「AutoPC」を米国で発売

1999
1DIN タイプ CD/MD/AV/DSP/EQ/
TEL-LINK コントロール
AM/FM チューナー付 CD デッキアンプ
「DRX8575z」発売

2002 日本初
車載 PC「AutoPC CADIAS」発売。
OS に Windows CE for Automotive 採用、
通信方式ナビ「Access Navi」採用

2000's

2005 業界初
iPod® フルコントロール機能搭載
1DIN AV センター ユニット
「VRX755VD」発売

2007
地上デジタル TV チューナー搭載
iPod®・Bluetooth® 対応
HDD AV ナビゲーション発売

MAX9700DT

History

1940
1940年12月／東京都文京区白山前町21番地に白山無線電機株式会社を設立、電池式家庭用ラジオの製造を開始。／資本金 18 万円
1943年11月／瀧澤無線電機工業（株）を合併、帝国電波（株）と改称。
1951年2月／日本初のカーラジオを開発し発売。
1958年6月／カーラジオのアメリカ向け輸出に成功、今日のカーオーディオ輸出の基盤を築く。
1959年5月／カーラジオが日産自動車より純正部品指定を受ける。

1960
1962年8月／東京証券取引所市場第二部に株式上場。
1963年10月／日本初のカーステレオを開発、翌年 8 月販売を開始。
1967年9月／埼玉県戸田市に埼玉事業所を新設。
1968年3月／日本初のカセットカーステレオを発売。
1969年8月／大阪証券取引所市場第二部に株式上場。
1970年2月／東京証券取引所・大阪証券取引所市場第二部より第一部に上場指定替。

1970
1970年4月／東京都渋谷区道玄坂に本社事務所を設置。
1970年12月／商号をクラリオン（株）に改称。
1970年12月／マレーシアに合弁で初の海外工場（CM）設立。
1975年6月／クラリオンガールをスタートさせる。アグネスラムが初代グランプリに。
1976年8月／業務用カラオケ“カラオケ 8”及びカセット編集デッキ“ダビング X”を発売。
1978年10月／福島県郡山市に東北事業所を設置。

1980
1980年11月／東京都渋谷区渋谷に本社事務所を移転。
1983年7月／フランス工場（CF）設立。
1983年11月／群馬県邑楽郡に群馬事業所設立。／メキシコに生産会社を設立。
1987年7月／カー CD CD5000 発売。
1989年10月／フィリピンに生産会社を設立。

1990
1992年2月／日本初の音声誘導式ナビゲーションシステム NAC-200 発売。
1993年4月／SS 無線モデム技術基準適合証明を国内ではじめて取得。同時にモデムの発売。
1995年1月／香港管理会社（COC）設立。
1995年4月／クラリオン全事業所で ISO-9001 取得。
1995年4月／中国に生産会社（DCOE）設立。
1996年5月／ VICS 対応カーナビ発売。
1997年4月／浜松営業所設立。
1997年10月／ハンガリーに生産会社を設立。
1998年1月／米マイクロソフト社と車載用パソコン Clarion AutoPC を共同開発。
1998年12月／世界ではじめて Clarion AutoPC を、アメリカにて販売開始。
1999年8月／ ETC（自動料金収受システム）を日立製作所と共同開発。
1999年12月／仏シトロエンに「オート PC」OEM 供給開始。

2000
2000年3月／クラリオン販売設立。
2000年4月／ ISO-14001 国内 5 事業所にて取得。
2000年12月／クラリオン、日立製作所、ザナヴィ・インフォマティクスの 3 社で合弁会社 HCX 社設立。

01
2001年5月／東京都文京区白山に本社事務所を移転。
2001年8月／クラリオンスカラーシップ MEDAMA をスタートさせる。
2001年10月／有料道路自動料金収受システム（ETC）用の車載器を発売。
2001年11月／東京モーターショーに AutoPC CADIAS（カディアス）を出展。

02
2002年3月／北米向け衛星ラジオ受信機を発売。
2002年9月／埼玉県戸田市に本社事務所を移転。
2002年10月／クラリオン東北製造（株）にクラリオン（株）自機生産部、クラリオンロジスティクスを統合し、社名をクラリオン・エム・アンド・エル（株）に変更。
2002年12月／日本初の車載コンピュータ「AutoPC CADIAS」発売。

03
2003年2月／世界初、後方確認用俯瞰カメラシステム（真上から見た映像を表示）を日産自動車向けに納入。
2003年6月／ HDD（ハードディスクドライブ）搭載 AV ナビゲーションシステムを発売。

04
2003年8月／中国・上海GM社へCDカーオーディオを納入開始。
2003年10月／日産情報サービス「カーウイングス」に対応した、HDD 搭載 AV ナビゲーションを発売。
2004年2月／業務用車両用として世界初の Linux と Java™ J2ME CDC を搭載した車載用情報端末を発売。
2004年6月／市販 2DIN サイズとして業界初となる 7 インチモニターおよび HDD 搭載 AV ナビゲーションを発売。
2004年7月／業界初、路線バス向け停留所名表示器用FM文字多重放送チューナーを発売。

05
2005年1月／業界初、モニター画面上の仮想 iPod® で、iPod® 本体操作可能な AV センターユニットを北米で発売。
2005年3月／ボルシェ・ジャパン全車種へ AV ナビゲーションを展開。
2005年5月／業界初、国内向けに iPod® 対応 AV 一体型 HDD ナビゲーションを発売。

06
2006年6月／中国、北米の市販市場にカーナビゲーションを初投入。
2006年7月／全国の観光地を動画で紹介する国内最大規模の旅・ドライブ情報サイト「Movieum」オープン。

07
2006年12月／（株）日立製作所が親会社となる。
2007年1月／（株）ザナヴィ・インフォマティクスを 100%子会社とする。
2007年1月／トヨタ車にカーオーディオを初めて納入（ダイハツ受注生産）
2007年4月／クラリオン初、国内向けポータブルナビゲーション「DrivTrax P5」を発売。
2007年4月／パスロケ ASP サービスを開始。
2007年7月／小型ドライブレコーダー「ドライブアイ」を発売。
2007年8月／本社事務所をさいたま新都心へ移転し、名称を「本社事務所・技術センター」に変更。

クラシックカー写真提供：モーターマガジン社

※ iPod® は米国およびその他の国で登録されている Apple Inc. の商標です。
※ Bluetooth® は米国 Bluetooth SIG, Inc. の登録商標です。

戦略的でグローバルなコミュニケーション活動が、人と企業と社会を結ぶ。

いくつもの国や地域、さまざまな文化やマーケットトレンド…。
クラリオンの活動領域がグローバル化するに従って、
お客様とのコミュニケーションの重要性はますます高まっています。
企業姿勢の周知、ブランドの認知、製品情報の提供や新技術の PR、
広告・宣伝などのプロモーション活動、ポータルサイトの拡充など、
クラリオンでは世界各国のステークホルダーに向けて多岐にわたる
活動を展開。「Clarion」ブランドをコアにしたグローバル戦略、
地域性を重視したローカライズ戦略をバランスよく融合し、
社会との良好な関係を築くためのコミュニケーション活動を
積極的に進めています。

2006年「MES(モービルエレクトロニクスショー)」に出展
(千葉県・幕張メッセ)

2006年「第13回十勝 24時間レース」に参戦する
近藤真彦選手とスポンサー契約(北海道)

2007年「SUPER GT 第 4戦」で初優勝(マレーシア・セパンサーキット)

2006年「PARIS MONDIAL DE L'AUTOMOBILE
(パリモーターショー)」に出展(フランス・パリ)

2005年「第 39回東京モーターショー」に出展
(千葉県・幕張メッセ)

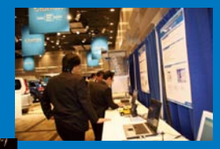
KONDO Racing Team.

2006年～「SUPER GTシリーズ」
に参戦する「KONDO RACING」と
スポンサー契約

2006年
「AUTO CHINA 2006
(北京モーターショー)」に出展
(中国・北京)

2007年 Clarionブランドを広く世界へ発信するブランドコミュニケーターとして、
世界的アーティスト「Jamiroquai の"Jay Kay(ジェイ・ケイ)"」&
「ジウジアーロデザインコンセプトカー"Moray(モレー)"」を起用

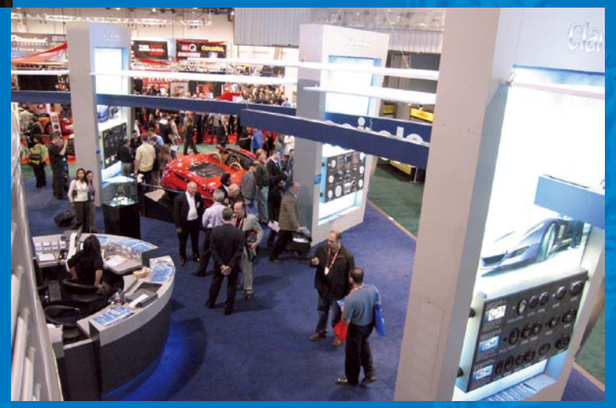
2007年「2007 Clarion新商品発表会」
を開催(全国 7都市)



2006年
「Tech Show(技術展示会)」を開催
(東京都・イースト21ホール)

2006年「IFA/Internationale Funkausstellung Berlin
(ベルリン国際民生用エレクトロニクス展)」に出展
(ドイツ・ベルリン)

2007年「2007 International
CES(コンシューマーエレクトロニクスショー)」に出展
(アメリカ・ラスベガス)



TVCM
「Feel so Good」篇

カタログデザイン

Moray
自動車と工業デザインにおける世界最高企業の 1つ
イタリアのジウジアーロ社が制作した、
Clarion H.M.I.コンセプトカー。

Jay Kay
世界的に有名なジャズ・ファンク・バンド
Jamiroquai のヴォーカリスト。

世界で活躍する
スタッフ一人ひとりの情熱が
明日を支える。

世界をフィールドにしてビジネス活動を展開しているクラリオンは、
よりよい商品やサービスの提供はもちろん、社会全体、地球レベルで、
世界中のお客様に信頼され、愛され、「世の中から必要とされる企業」を
目指しています。そして社員一人ひとりがそれぞれの能力を発揮し、
高い意識のもと、目標へ向かって活躍しています。

中国に赴任し早一年が経ちました。初めての海外駐在で戸惑うことも多く、色々大変な一年でしたが、これまでの苦労や経験をもとに更に飛躍できるように頑張っていきたいと思います。

クラリオン中国(東莞)駐在
管理本部　佐藤裕也
(写真左下)

私はドコモ担当のエリアマネージャーをしています。直営店のドコモショップに対して店長のフォローや業務アドバイス、販促活動の提案と人材育成の計画や勉強会の指導をしています。マネージャーとしての経験は半年ですが、働きやすい職場を目指して頑張っています。

クラリオンモバイルコム
東海営業所
渡辺真由

システム設計課に所属しています。最近は、車とモバイル機器を繋ぐニーズが高くなりつつあります。我々の製品とどう連携するか、新しいライフスタイルをどのように取り入れるかがこれからの課題となります。他社よりも一歩早く、特徴ある製品を作り出したいです。

クラリオン台湾　技術部
陳百佑

クラリオンスペインでは、顧客サービス部門と販売後の対応部門を統合し、顧客からの要求により迅速に対応できるようになりました。担当者として、職場の連携を図るとともに、プロとしての能力向上に挑戦しています。高品質な人的支援の提供が重要だと考えています。

クラリオンスペイン
ホセ・チェカ

私たち GPSレシーバ設計開発チームは結成10年。今、存続の危機に立っています。国内向けナビに搭載されている私たちのレシーバが、今後不採用ならチームは解散。何とかいい製品を作ってメリットを訴えたい。こんなとき現場の技術者に求められるのは、やはり品質だと思います。妥協せずに、パワーのある製品で勝負したいです。

MES先行開発部
伊東睦美

私は、プレス、金型、カシメ業務の管理全般を担当しています。工場の立ち上げに携わり、責任を持って仕事に集中できたことを嬉しく思います。今年は、更なるコスト造成に向けて内製化を進めています。「中国で一番綺麗なプレス工場」を目指して頑張ります。

クラリオン中国(東莞)　生産管理部
張傳禄

船積み部署の仕事は、確実に輸送することです。港に届いた材料や部品を、翌日には東莞の工場に配達しなければなりません。また、昨年からは輸出時の船積み港を、香港から塩田に変更し、物流費用を節約しています。全員がやりがいを感じて頑張っています。

クラリオン中国(香港)　船積課
曾智(チュニス)

私はクレジットと債権回収を7年前から担当しています。今では「クレジットのクイーン」と、親しみを込めて呼ばれています。定期的に訪問するなど、お客様と良い関係を保つことで、受取勘定をクリーンな状態にできています。7年後も、私はきっと頑張っています。

クラリオンカナダ
シンディー・ベンダー

入社後、品質保証部に配属された当時は想像もしていませんでしたが、現在ではカーメーカーとのパイプ役を務め、不具合発生時には各部門と協力して対応しています。日々の活動により品質向上を図り、多くの方々と信頼関係を築き上げ、会社の顔となれるように心がけています。

第二品質保証部
久宝兼補

私は C-Banksシステムの中で、資金の有効活用業務、および支払代行業務の窓口を担当しています。C-Banksは、利益の向上と業務の効率化のため、グループ会社から資金を預かり、グループ内で運用するシステムです。私もその一員として日々取り組んでいます。

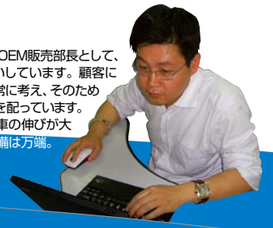
クラリオンファイナンス
新井義雄

アメリカのインディアナ州にあるココモ事務所は、営業1名と受付1名を含む計3名です。日本人は私だけですが、グループ各社の仲間のサポートを得て業務を行っています。仲の良い先輩や後輩からの連絡と時々届く元上司からの励ましのメールが心の支えになっています。

クラリオンアメリカ　ココモオフィス
尾黒元昭

私は、上海事務所の PRC OEM販売部長として、OEM顧客と頻繁にお会いしています。顧客にとって何が重要なのかを常に考え、そのための活動ができるように気を配っています。中国は、世界で最も乗用車の伸びが大きな市場です。我々の準備は万端。We are Clarion!!

クラリオン中国(上海)
PRC　OEM営業部
陳文琳



特機営業部は、バス、トラックなど業務用特殊車両のお客様を対象としています。私は後方確認用カメラとモニターを担当し、営業さんと設計さんとの間を日々行き来しています。「安全」「環境エコ」「高齢化」がキーワードとなる現在、特機部門は今後の躍進と成長が大きく期待されています。

特機営業部
平田明子

少ない在庫で、コストをかけず、タイムリーに製品を供給する。我々に与えられたテーマの実現のためには、各部門の情報をいかに早く吸い上げ、生産に反映させるかが鍵となります。自ら情報を集め、考え、提案する「攻めの生産管理」をモットーに日々励んでいます。

クラリオン製造プロテック　生産管理部
児玉充

私は、政府対応をはじめ、人事、福利厚生等の管理業務に従事しています。クラリオンは管理体制が整った国際的グループであり、入社 9年目となった今でもこの会社で働けることを誇りに思っています。今後ともクラリオンと共に日々成長し、貢献していきたいと思います。

クラリオン中国(アモイ)　綜合管理部
蘇剣飛

経済レポート

「独自の発想と技術により、新たな価値を創造する」
「適正な利潤の確保により、継続的な成長を果たす」

（『経営姿勢』より）

■ コーポレートガバナンス体制／リスク管理
- コーポレートガバナンス体制
- 内部統制再整備への取り組み
- リスク管理体制

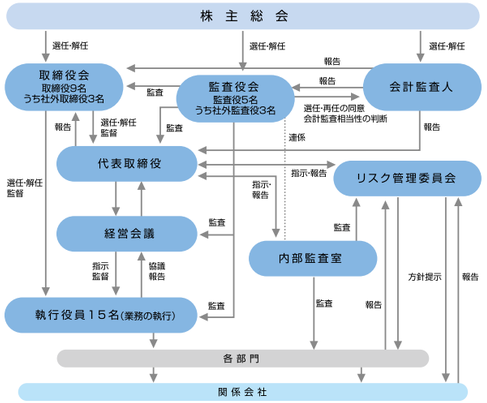
■ 株主・投資家とともに
- 日立製作所による公開買い付けに賛同
- タイムリーな情報開示
- 財務ハイライト

コーポレートガバナンス体制／リスク管理

クラリオンは、コーポレートガバナンスを重視し、その体制を整備しています。リスク管理体制や内部統制再整備への取り組み等を通じて、常に経営の透明性を確保するとともに、あらゆるリスクに迅速かつ適切に対応できるよう努めています。

コーポレートガバナンス体制

クラリオンは、監査役制度を採用しており、取締役会はクラリオングループ全体の視野に立った経営の基本方針及び経営の重要な意思決定と業務執行を指揮監督する役割を担っています。また、業務を迅速に執行するために執行役員制度を実施するとともに、責任の明確化及び機動性を高めるために取締役及び執行役員の任期を1年間としています。取締役会を補佐する協議機関としては、取締役及び執行役員によって構成される経営会議において、クラリオン及びクラリオングループに関する経営の方向性や方針を明確にしています。また、内部監査室は、社内各部門及びクラリオングループ各社に対する内部監査を定期的に実施し、業務活動の効率性、適法性、社内規程の遵守等に関する検証を行い、監査結果を社長へ報告するとともに、必要に応じて部門の改善すべき事項の指摘と改善策の作成を促進しています。



内部統制再整備への取り組み

コーポレートガバナンスの重要性が注目される中、会社の信頼を支えるのが内部統制です。2006年度は、2006年5月の会社法の施行に伴い策定した「内部統制システム基本方針」に基づき、内部統制の構築を行いました。2007年度は、金融商品取引法への対応と併せて、日立グループの一員として、米国SOX法に準拠した内部統制の再整備を進めていきます。これらの整備は、クラリオングループとして取り組んでいきますが、2007年度は本社を含む6社（海外は4社）を重点整備会社とし、取り組んでいきます。

2006年1月～ **全社的な内部統制整備（本社）**
・「内部統制システム基本方針の実行」 ・日立グループ基準に基づく整備と評価

2007年4月～9月 **文書化の推進**
・全社的な内部統制および主要な業務のプロセス

10月～12月 **有効性評価**

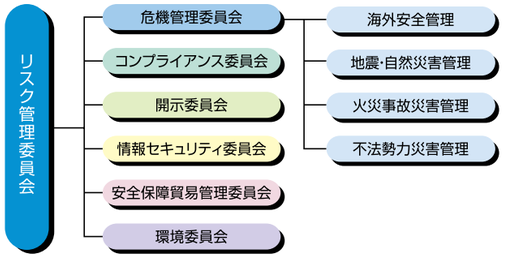
2008年1月～3月 **評価結果の取りまとめと報告書の作成**

4月～ **2008年度整備計画の策定と実施**

リスク管理体制

クラリオンでは、企業を取り巻く様々なリスクを的確に管理・対応し、企業価値を維持・向上させるため、「リスク管理規程」を制定し、運用しています。リスク管理体制としては、リスク管理委員会で経営全般のリスクに対応し、その下に設置された危機管理委員会・コンプライアンス委員会・開示委員会・情報セキュリティ委員会・安全保障貿易管理委員会・環境委員会で、それぞれの専門分野への対応を行っています。また、これらの取り組みを内部監査室が定期的に監査することにより、※PDCAサイクルをまわし、継続的改善につなげています。

※ PDCA サイクル：計画を立て（Plan）、実行し（Do）、その評価（Check）に基づいて、改善を行う（Action）、という工程を継続的に繰り返す仕組み。



株主・投資家とともに

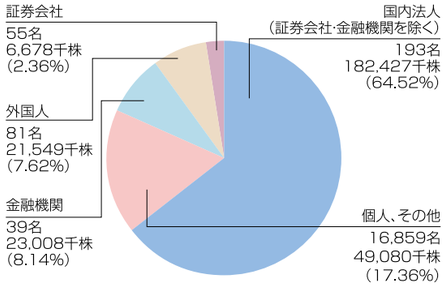
クラリオンは、株主・投資家の皆様に対して、クラリオンの事業活動状況や財務内容等の経営情報を的確かつ適時に開示するとともに、会社の経営理念や経営方針を明確にお伝えすることが大切だと考えています。ホームページや「株主通信」を通して、適切な情報開示に努めていきます。

財務ハイライト

日立製作所による公開買い付けに賛同

株式会社日立製作所による公開買付の結果、同社は2006年12月7日付でクラリオン株式を63.6%保有し、クラリオンの親会社となりました。日立グループの一員となることにより、これまで培ってきたブランドの独自性を維持しながら、日立グループが有する広範な技術力や開発力を活用して、さらなる発展を目指していきます。また、株式の上場を通じて長期的な株主価値の向上をはかるとともに、親会社のみならず、広く株主全般の基本的な権利を尊重し公平性を維持しながら、適性かつ効率的な経営を実現していきます。

■ 所有者別株主分布状況　(2007年3月31日現在)



We are Clarion

株式・法務グループでは、株式関連業務として主に、株主総会運営、株式管理や株主対応、持株会運営を行っています。特に、株主総会は、株主の皆様に当社の経営姿勢を理解頂く良い機会ですので、適正で開かれた株主総会を開催すべく、緊張感をもって準備、運営にあたることを心がけております。

総務部
坂路　洋平

タイムリーな情報開示

クラリオンでは、株主向けに「株主通信」を6月と12月の年2回配信しています。株主通信では、半期の取り組みや実績等を「Topics」で紹介しています。株主の皆様に見やすく、分かりやすい内容となるよう、心がけて制作しています。

ホームページでは、株主、投資家向けに、IRライブラリーに適宜、決算等の会社情報を掲載、更新しています。IR活動に関して、株主や投資家の皆様からのお問い合わせがあった場合は、迅速な対応に努めています。

また、年1回アニュアルレポートを発行しています。

株主通信

ホームページ

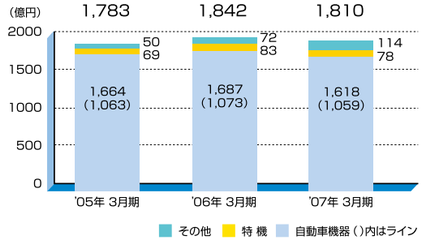
アニュアルレポート

財務ハイライト

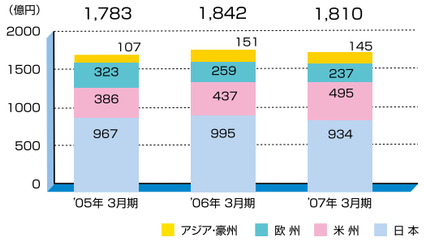
2007年3月期の連結業績については、売上高1,810億41百万円(前期比1.7%減収)、営業利益30億72百万円(前期比41.2%減益)、経常利益20億52百万円(前期比54.9%減益)、当期純損失は7億84百万円(前期は58億62百万円の純利益)となりました。売上高は、中南米でのEMS(電子機器製造受託サービス)事業や北米OEM(相手先ブランドによる生産)市場での販売は好調に推移しましたが、国内OEM市場における製品単価の下落及び国内市販市場における販売競争の激化や販売価格の下落により減収となりました。損益面は、流通費用等の削減があったものの開発費や新グローバルブランド「Clarion」の立ち上げに係わる戦略的投資の増加により営業利益、経常利益ともに減益となりました。特別損益は、固定資産売却益や有価証券売却益がありましたが、当社保有の土地の一部土壌からふっ素が検出されたことに伴う環境調査・対策費用として14億36百万円の特別損失を計上したこと等により、純損失を計上する結果となりました。

売上高内訳

■ 商品事業別

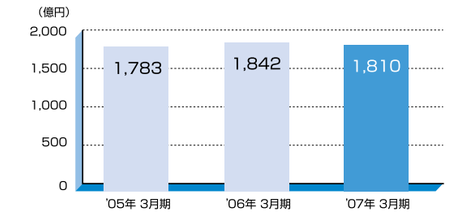


■ 地域別

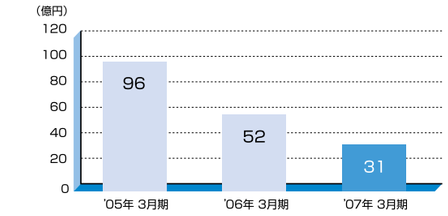


財務ハイライト(連結)

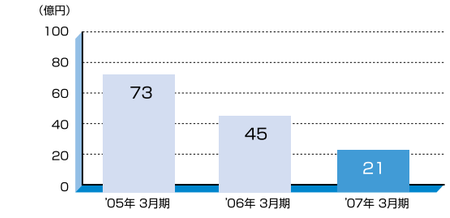
■ 連結売上高



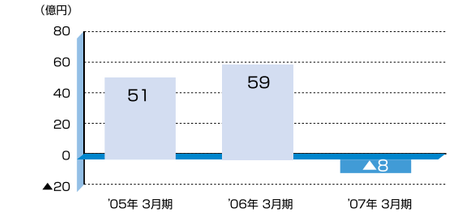
■ 連結営業利益



■ 連結経常利益



■ 当期純利益



社会レポート

「優れた製品とサービスを提供し、お客様に満足と喜びをおくる」
「個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る」
「地域社会の発展のために、企業市民としての責任を全うする」

（『経営姿勢』より）

■ コンプライアンス経営体制の確立
- コンプライアンスの取り組み
- コンプライアンス推進体制
- コンプライアンス行動指針
- リスク評価表の作成
- コンプライアンス相談・通報窓口
- コンプライアンスの教育・研修
- コンプライアンス監査／コンプライアンス意識調査
- グローバルな取り組み

■ お客様とともに
- お客様満足と信頼の確保
- 製品への責任と情報セキュリティ

■ お取引先とともに
- 適正な取引

■ 地域社会とともに
- 社会貢献活動

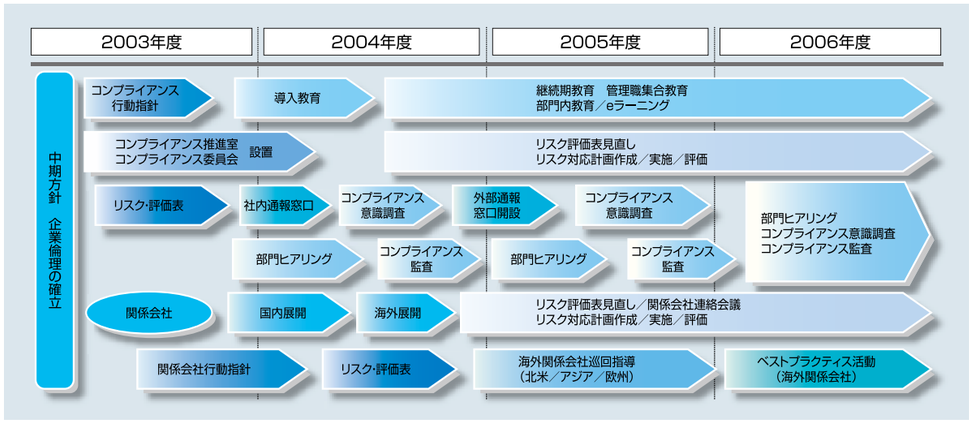
■ 従業員とともに
- 雇用
- 人事処遇制度
- 人材育成
- 安全衛生管理
- ワークライフバランス

コンプライアンス経営体制の確立

クラリオンは、2003年度より中期方針で、「企業理念を核としたコンプライアンス・プログラムを基本に企業倫理の確立を図る」ことを掲げています。コンプライアンス行動指針を基本としたコンプライアンス・プログラムを国内外のグループ全体に展開するとともに、コンプライアンス態勢を強化し、誠実で透明性のある企業を目指しています。

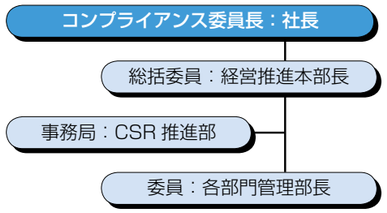
コンプライアンスの取り組み

2003年度からスタートしたコンプライアンスの取り組みは、その導入期に、行動指針の制定や推進体制の整備を行うとともに、国内外のグループ会社にも展開を行いました。また、準拠法令とコンプライアンスリスクを整理したリスク評価表をベースに、各部門でＰＤＣＡをまわし、リスクを低減する活動を重点的に進めています。さらに、継続的に意識啓発を行うために、毎年全管理職を対象に他社事例や新規・改正法令等を取り上げた研修会を開催しています。2006年度は、部門との意見交換会やコンプライアンス意識調査及びコンプライアンス監査に加え、関係会社の活動から「ベストプラクティス」を選定するイベントを展開しました。2007年度もこのような取り組みを継続し、更なるリスク低減とグローバルでの活動のレベルアップを図っています。



コンプライアンス推進体制

クラリオンは、2003年7月に「コンプライアンス行動指針」の制定とともに、社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置しました。CSR推進部を事務局に、定期的に委員会を開催し、各部門のコンプライアンス活動報告やコンプライアンス上の問題について意見交換を行い、情報共有を図っています。また、グループ関係会社とも定期的に連絡会議を開催しています。



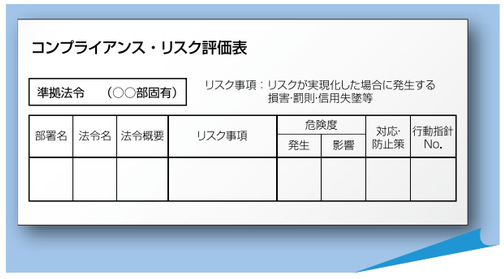
コンプライアンス行動指針

コンプライアンス行動指針は、イントラネットで社員に周知すると共に、ホームページで広く社外にも公表しています。また、携帯カードとして配布し、全社員が常時参照できるようにしています。

1. 総則（社会規範の遵守）
2. 社会との関係
3. 顧客・取引先・競争会社との関係
4. 株主・投資家との関係
5. 社員との関係
6. 会社・会社財産との関係
7. 付則（相談・申告窓口など）

リスク評価表の作成

クラリオンは、コンプライアンス・プログラムの重点的取り組みとして、リスクの洗い出しを行っています。
各部門が実際の業務に関わる法令やコンプライアンスリスクを抽出し、その発生危険度や影響度を分析したものを、対応防止策を含め「コンプライアンス・リスク評価表」として管理しています。グループ会社も同様の取り組みを行っており、毎年リスク低減のための計画を策定・実施し、その結果を改善につなげています。


コンプライアンス・リスク評価表

準拠法令　（○○部固有）

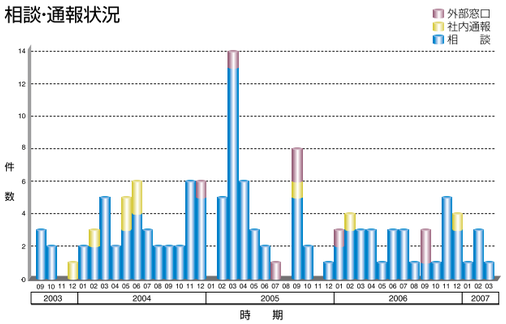
リスク事項：リスクが実現化した場合に発生する損害・罰則・信用失墜等

部署名	法令名	法令概要	リスク事項	危険度		対応・防止策	行動指針No.
				発生	影響		

コンプライアンス相談・通報窓口

2003年11月に「コンプライアンス相談通報窓口」を開設しました。相談によるコンプライアンス違反の未然防止や、通報を肯定することによって、コンプライアンス違反の出来ない風土づくりを図るためです。より相談・通報しやすい環境を整えるために、2004年11月に社外の受付窓口（電話、ファックス）を設けました。匿名でも受け付けています。また、2006年4月の公益通報者保護法施行に伴い、運用方法や仕組みを「社内通報規程」として定め、周知しています。3年間での総件数は130件ほどですが（月平均2.6件）、グラフの通り、通報よりはむしろ相談が多く、コミュニケーションツールとしても機能してきていると認識しています。

相談・通報状況



コンプライアンスの教育・研修

コンプライアンス教育は、階層別に全社で継続的に行っています。新入社員に対するコンプライアンスプログラム教育を始め、管理職に対する課題別集合研修を実施しています。2006年度は、新たに制定・施行された法令（金融商品取引法、公益通報者保護法等）や輸出管理規制、製品有害物質規制等を中心に実施しました。この研修内容は、カスケード方式（階段状式）で各部門の一般社員へも展開しています。また、一般社員に対しては、2004年度に管理職を対象に始めたeラーニングでの研修を開始し、全社員へのコンプライアンスの浸透を図っています。さらにケースブックやビデオなどを利用したコンプライアンス意識の向上にも努めています。

管理職研修会（2006年6月戸田市商工会館）

コンプライアンス監査／コンプライアンス意識調査

クラリオンは、コンプライアンス行動指針がどれだけ守られているか、コンプライアンス上の問題が起きないかなどを確認するため、2004年度から「コンプライアンス監査」を行っています。全ての本部を対象に、部門の取り組みや法令遵守状況、情報セキュリティやリスク低減計画の進捗状況などの確認を行い、必要な改善指導をしています。また、モニタリングの一環として全社員の「コンプライアンス意識調査」を定期的に行い、公表しています。下表の通り、上司の説明指導度合い等がやや下がっていますが、意見を言える環境づくりや相談通報制度の理解度、認知度等は着実に向上しています。

コンプライアンス意識調査　（2006年9月実施　本社全社員対象　回答率85%）

アンケート調査設問（抜粋）	回答	06年9月	05年9月
あなたの部署では「コンプライアンス」は重要との認識は浸透していますか？	浸透している	94%	95%
あなたの上司はコンプライアンスの実践について具体的に説明、指導等していますか？	している	87%	90%
あなたの部署では、打ち合わせなどで意見を気がねなく言えますか？	言える	84%	79%
あなたはコンプライアンス相談窓口に通報することで不利益を受けると思いますか？	思わない	65%	61%
あなたはコンプライアンス相談窓口への通報方法を知っていますか？	知っている	71%	65%

グローバルな取り組み

コンプライアンス・プログラムは、グループ全体に展開しています。現在導入しているグループ会社は、国内8社、海外20社に渡っています。
各社とも本社に準じたコンプライアンス行動指針を制定し、海外では英文だけではなく、中国語やマレー語等8ヶ国語で作成しています。また、コンプライアンスプログラムの中核であるリスクの洗い出しとその対応計画の実施を本社と同様に進めています。

各国語版のコンプライアンス行動指針

コミュニケーション

国内関係会社とは、定期的に連絡会議を開催し、活動計画や実施状況を確認するとともに、課題の共有化を進めています。また、ヒアリングやコンプライアンス監査を通じてレベルアップを図っています。海外関係会社とは、予算編成時の各拠点トップとのヒアリングや、拠点からの定期報告とそのフォローにより活動を活性化させています。2005年からは北米、アジア、欧州各地域の海外巡回を実施し、現地スタッフとの交流を通じて「顔の見える」活動を進めています。

さらなる活性化を目指して

2006年度は、海外関係会社のコンプライアンス推進活動を支援活性化するため、各社の活動を紹介し、「ベストプラクティス」を選考するイベントを実施しました。海外関係会社12社からの発表資料をイントラネットで公表し、選考の結果、CMCP（フイリピンの生産会社）がベストプラクティスに決定し、社長から表彰を受けました。今後は国内外の関係会社が一同に会して各社の活動状況を発表する「世界大会」の開催などを通じて、グローバルでの活動の活性化を目指したいと考えています。

ベストプラクティス表彰（2007年2月）

ベストプラクティス選考イベント応募案件一覧

会社名	タイトル
CCA（米国）	C-TPAT認定
ELECLA（メキシコ）	環境と経費節減の為の梱包改善
CTC（台湾）	コンプライアンス・ヒアリング
CM/CPM（マレーシア）	コンプライアンス教育プログラム
CA（シンガポール）	ECOオフィス…リデュース、リユース、リサイクル
CAP（オーストラリア）	アウトソーシングプロセス
CMCP（フィリピン）	発生場所での廃棄物分別
CED（ドイツ）	We are Clarion
CSP（スペイン）	環境を大切にする考え方
CGB（英国）	廃棄物管理
CEF（フランス）	特別に設計したアプローチ
CHE（ハンガリー）	入札委員会

We are Clarion

クラリオンメキシコ
管理本部
ファン・カルロス・マルティネス

コンプライアンスの推進は職場の雰囲気を改善するのに非常に良いツールとなっています。今では全社員が互いに尊重し合うことを理解し実践しており、これまでにいくつかの問題を解決しています。コンプライアンスの推進は友人達とプレーするサッカーのように、参加するからには大きな努力が求められます。しかし、その努力がチームに笑顔を招くのです。

お客様とともに

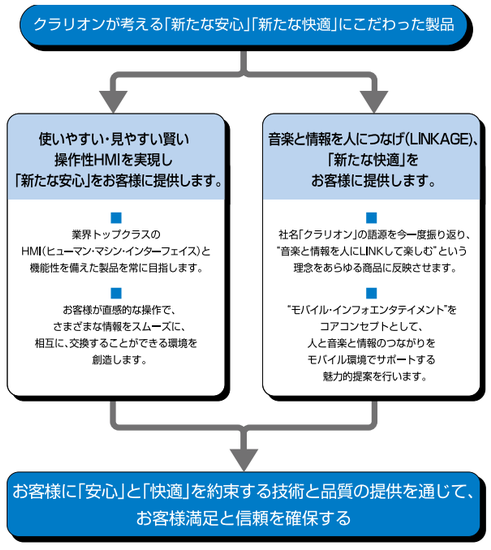
クラリオンは、品質管理体制と併せ、お客様とのコミュニケーションラインを強化しています。それは、お客様視点がCS（顧客満足）活動の原点であるからです。お客様の声は重要な情報として社内にフィードバックし、活用しています。お客様とともに歩み、お客様から確固たる信頼と満足を得ることが私たちの大きな目標です。

お客様満足と信頼の確保

品質方針

クラリオンでは、「『新たな安心』、『新たな快適』にこだわった商品をつくりあげ、お客様にわくわくする感動と満足をお届けする」ことを企業ビジョンで掲げています。その実現のためには、法規制を遵守した上で、お客様のニーズを満たすことの重要性を組織内に周知し、それに対応する活動を実践することが必要です。そこで、クラリオンでは、品質に対する基本方針を「お客様満足と信頼の確保」と定め、方針に則った活動を推進することによって、クラリオンの社会的存在価値を高めていくことを目指しています。

企業に対する信頼は一朝一夕で得られるものではありません。また、一度得られた信頼もひとつの不祥事で容易に失われてしまいます。特に近年、品質に関わる不祥事でお客様からの信頼を失い、経営への打撃はもちろん、最終的には存続さえ危ぶまれる企業が社会の問題として取り上げられています。クラリオンはひとつひとつの商品に対するお客様の満足を積み重ね、「次もクラリオン」という信頼に繋げていく事を社員の誇りと考え、品質を重要な経営指標として取り組んでいます。

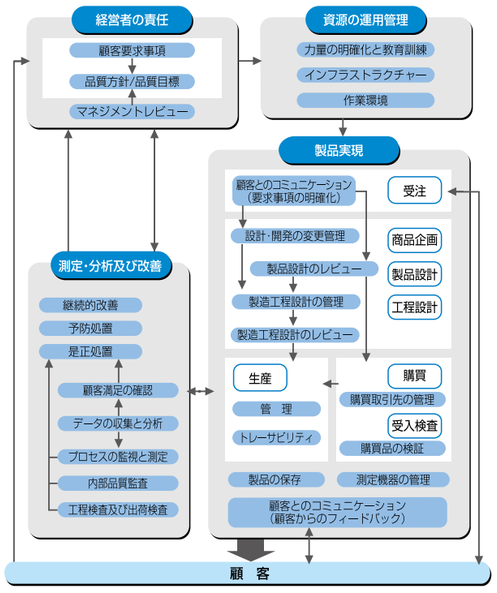


品質保証体制の構築

クラリオンは、自社市販製品に対してはもちろん、自動車メーカーへのOEM製品に対するお取引先の要求を満たすことができるよう、確かな品質保証体制を整備しています。その一環として認証を取得したISO/TS16949は、ISO9001を母体とした自動車業界固有の品質マネジメントシステムであり、国内外の自動車メーカーの要求事項として発効された国際規格です。2006年度までに、全てのクラリオングループ生産会社が認証を取得しています。

また、クラリオンでは、その品質をより確かなものとするために、受注、商品企画、製品設計、工程設計、生産の各プロセスをお客様の注文やニーズを製品として実現するための主要プロセスと捉え、節目毎に顧客要求事項レビューやデザインレビュー等を行っています。さらに、このような製品実現プロセスと教育訓練や管理活動等の支援プロセスとで関連をもたせ、品質造成に寄与しています。

クラリオンはそれぞれのプロセスが有機的に機能し、品質マネジメントシステムとして適切に維持されることを通じて、お客様に「安心」と「快適」を約束する技術と品質の提供を心がけています。



CSに対する考え方

クラリオンでは、技術開発や品質向上はもちろんのこと、お客様満足のために、「お客様と企業のコミュニケーションラインの確立」と「ニーズの把握と社内フィードバック体制の強化」という2つの観点からCS（お客様満足）活動に取り組んでいます。

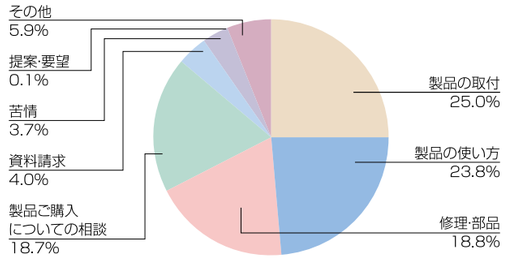
お客様と企業のコミュニケーションラインの確立

お客様とのコミュニケーションラインの整備の中核となる業務がカスタマーサポートです。そこで、2005年から、お客様相談室の人員を従来の1.5倍に拡充して電話応答率を向上させ、各種お問い合わせや苦情対応、販社・販売店のお問い合わせなど、増加傾向にあるお客様からのご相談にお応えしています。その他に、e-mailによるお問い合わせの受付体制を確立し、時間を気にせずお客様がお問い合わせできるようにしています。e-mailについては、受信後実働3日以内での回答に努めています。お客様からのお問い合わせの多い内容は、ホームページ上の「製品に関するQ&A」への掲載に加えて、検索しやすいように、考えられるキーワードの設定や掲載件数の増加（312件から368件へ）等充実を図っています。

2006年度の電話入電総数は64,569件、e-mailによるものが2,830件となっています。また、Q&Aへのアクセス件数は353,138件とアクセス件数も順調に増加しています。

ホームページ上の製品に関する Q&A

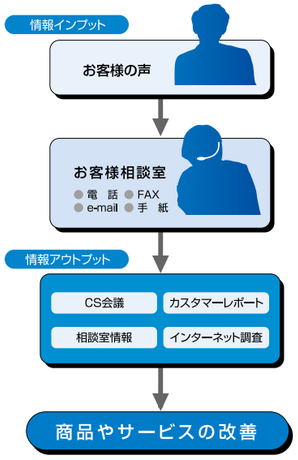
相談内容の種類



ニーズの把握と社内フィードバック体制

お客様から寄せられたご意見やご要望は、正確に把握、理解し、的確にご回答するように努めています。お客様の声は、製品とサービスの改善はもちろん、顧客のニーズを把握するための貴重な情報資源にもなり、その体制整備は重要なテーマです。そのため、クラリオンでは、お客様の「声」をまとめたカスタマーレポートの作成や機能改善・販売体制改善などを議論するCS会議、修理対応やサービス体制を協議するサービス関連会議を毎月開催し、社内での情報共有化を行い、商品やサービスに反映させる体制を整えています。また、2006年度にグループ会社も含めたイントラネットを構築し、お客様の声を国内外のグループ全体で共有しています。お客様の声をもとに、商品機能の改善をした一例として、HDDナビゲーションの操作音があります。「HDDナビゲーションの操作音が常に出てしまい寝ている子供が起きてしまうため、操作音はオフにできませんか」というご提案を頂き、2007年モデルよりOn/Off機能を設けました。これによりお客様ご自身の選択で設定が可能となりました。こうした細かな点でもさまざまな提案を社内で協議し、改善につなげています。

お客様フィードバック体制



We are Clarion

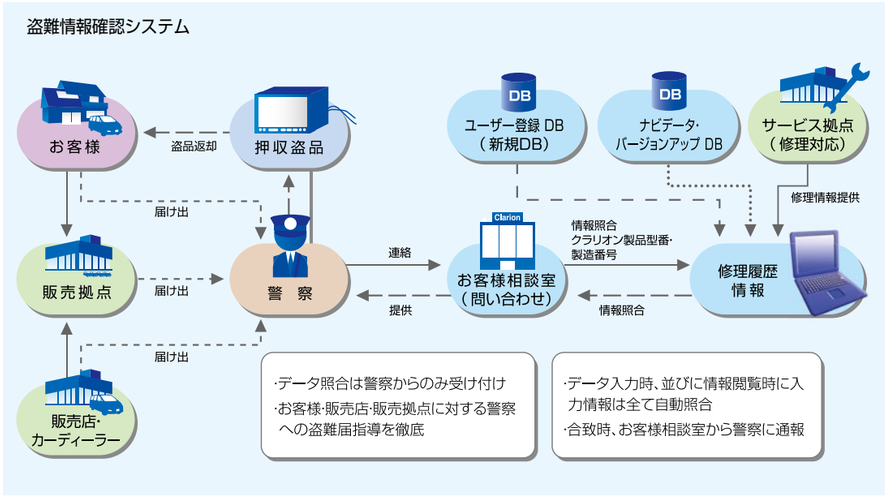
お客様相談室
北島　信孝

お客様相談室には、日々約300件のさまざまなお問い合わせが入電します。そういったお問合せに対して、お客様と企業の大切なコミュニケーション窓口として、当社製品の仕様、使い方、接続方法等をご案内したり、今後の機種開発に参考となる貴重なご意見を社内へ迅速にフィードバックしています。常にお客様の視点に立ち、商品開発や改善等に役立てています。

製品への責任と情報セキュリティ

製品への責任

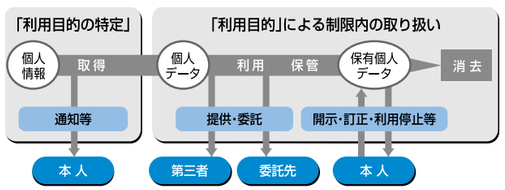
クラリオンは、販売する製品の特性を認識してその安全性に留意するとともに、製品の安全に関する法律および安全基準を十分理解し、これを遵守しています。また、製品の安全性を評価し、品質の維持向上を図ることにより、お客様に満足し、安心して使っていただく製品の提供に努めています。近年、高額化するHDDナビゲーションの盗難が急増しており、盗難に関するお問い合わせも増加しています。このような状況を受け、クラリオンでは、警察からの盗難被害届けと盗品押収届けをユーザー登録データ、修理データ、バージョンアップデータと自動照会する盗難情報確認システムを2006年に立上げ、警察への捜査協力を行っています。(ビジネス特許申請済) このシステムにより、迅速で正確な確認ができるようになりました。2006年度は、6件照合し、すべて合致しました。



個人情報の管理

クラリオンは、商品をご購入いただいたお客様にご提供いただく情報をアフターサービスや商品開発に役立てています。個人情報の取り扱いについては、個人情報保護方針を策定し、ホームページ上に開示しています。あわせて個人情報保護規程を制定し、その基準に則り適切な管理運用を実施しています。具体的には、個人情報保護総括責任者のもと各部門に個人情報管理責任者をおき、管理しています。また、その管理状況について、定期的な監査やヒアリングを行い、安全管理措置の徹底を図っています。さらに、全従業員に対しては、個人情報保護法を含めた法令遵守の意識付けのために、定期的に教育を実施しています。

個人情報保護法対応のポイント



情報セキュリティ

クラリオンは、情報漏洩や改竄、システムダウン、ソフトウエアの不正利用といったリスクを回避するため、情報セキュリティ・ポリシーを策定し、管理・運用しています。具体的には、サーバー室への入退室を制限する等の物理的対策、情報へのアクセス権限制御、コンピュータ自体のパスワードロック、データの暗号化といった技術的対策、および、内部要員のセキュリティ意識とマナーを高める教育等の人的対策を施しています。さらに、各部門に対して、部門独自の特性に基づく部門内規を策定させ、漏れの無いよう情報セキュリティを徹底させています。

これらの施策は、毎年12月に行う定期的な情報セキュリティ監査において実施状況を確認し、スパイラルアップによる管理レベルの向上を目指しています。

お取引先とともに

競争力を高めるには、クラリオンとお取引先(パートナー)相互の事業戦略・技術戦略・マーケティング戦略を理解し、チームワークを強化しなければなりません。クラリオンでは、オープンでフェアな取引を通じて、製品の高付加価値化・競争力強化を図り、真のWIN−WINの関係実現を目指しています。さらに近年では、環境保全活動の一環として、「グリーン購買ガイドライン」を制定し、お取引先との連携のなかで環境にやさしい購買活動を推進しています。

適正な取引

購買方針と国際購買

クラリオンでは、購入先との取引においては、良識と誠実さをもって接し、常にオープンでフェアに対応することを目指しています。近年は、品質や技術開発力だけでなく、環境配慮やCSRの視点を踏まえた取引先の選定に努めています。

また、新規お取引先を国内外から積極的に採用し、世界9ヶ国12のグループ生産会社へ、グローバルな調達活動を展開しています。お取引先とのコミュニケーションを大切にし、クラリオンと戦略を共有してお互いの競争力を高め合う関係の構築を目指しています。

■ 購買方針
高品質・価格競争・短納期。
技術開発力・環境保護・
CSRに基づく購買政策の強化。

■ 目標
資材購入総コストの削減

■ 方策
1. 品質向上活動
2. 購買プロセスの改革
3. 納期遵守活動
4. 戦略的パートナーリング
5.CSRの推進
6. グリーン購買の推進

購買取引説明会

CSRに配慮した購買活動を推進していく上で、お取引先との連携は欠かせません。クラリオンは、購買方針説明会を毎年開催し、購買方針に関する説明のほか、CSRの推進と環境配慮に対する取り組みへのご協力を要請しています。2007年2月に国内での説明会を開催し、168社が出席しました。また、3月には、中国でも説明会を開催し、86社が出席しました。

お取引先の年間表彰制度

毎年お取引先の表彰制度を実施し、競争力強化のためのお取引先での改善活動や、高付加価値製品への対応のための提案などを促進しています。この制度は、年間のQ(品質)、C(コスト)、D(納期)、VEC※活動の実績が特に優れたお取引先を表彰しているもので、2006年度は、国内では5社、中国では6社を表彰しました。

今後もこのような活動を通じて、お取引先との連携を強化したいと考えています。

※VEC (Value Engineering for Customers) 活動:日立グループで展開しているVE活動。VEとは、コストや機能に関する諸要因を分析し、お客様の要求する機能を備えた製品を最小のコストで提供する技法。

購買方針説明会にて表彰されたお取引先

We are Clarion

クラリオンはグローバルな展開をしているため、海外関係会社と連携を取りながら日々、仕事を進めています。購買の仕事の中で一番大切なのは、サプライヤーとの信頼関係だと思います。サプライヤーの協力が得られなければ、決して良い製品は作れません。今後もサプライヤーとの相互発展をモットーに前進したいと思います。

第一購買部
李　丹丹

地域社会とともに

クラリオングループでは、よき企業市民を目指し、世界中で地域社会への様々な支援活動を行っています。将来世代への支援、地域社会貢献活動、自然災害の被災地への支援（寄付活動）など各国で幅広い活動を展開し、地域社会の発展に積極的に寄与しています。

社会貢献活動

クラリオングループでは、将来世代への支援、地域社会貢献活動、自然災害の被災地への支援などの分野に重点をおき、グローバルに社会貢献活動を展開しています。

将来世代の支援

◆ 測定機器類の寄付（フィリピン）

CMCPでは、標準信号発生器やオシロスコープ等の古い測定器類をトレーニングと学術的使用のために、カビテ州立大学や技能教育開発局に寄付しました。

◆ 児童教育計画への支援（中国）

CXEEでは、アモイ市同安区の「わかば育成計画」に資金を寄付し学校に通えない地域の貧しい子供たちに対する教育を支援しています。同計画実施五周年の報告・表彰会にも参加しました。

◆ おもちゃの寄付（アメリカ）

CCAのサイプレス、ノーヴァイ、ウオルトンの3拠点で「子供たちにおもちゃを贈ろう！」キャンペーンを実施しました。新品の寄贈おもちゃの集積場所を設定し、ホリデーシーズンに、恵まれない子供たちに、おもちゃの詰まった大きな箱を5箱届けました。

地域社会貢献活動

◆ 食料銀行への食品の寄贈（アメリカ）

CCAの社員がロスアンジェルス地区の食料銀行に340ポンド（154kg）の食料を寄付し、後日感謝状が届きました。

◆ 障がい者施設のパンの販売に協力（日本）

知的障がい者授産施設「レインボー松原」が製造している「焼きたて手作りパン」を本社事務所の食堂で毎月1～2回販売し、社員が購入することで施設を支援しています。

◆ 自然災害被災地への支援等の寄付活動

台風による災害地への支援（中国）	DDCEとDCOEでは台風の被災地復旧の支援の為、募金活動を行い、合計5万元を寄付しました。
赤十字を通じた支援等（フィリピン）	CMCPの社員がカビテ経済特区投資者協会とフィリピン赤十字の募金活動に参加し、またルソン島南部ビコール地方の台風被災者支援のための募金活動を実施しました。
赤十字を通じた支援（日本）	ジャワ島中部地震被災地救援金の募金活動を実施し、募金額約14万円を日本赤十字を通して寄付しました。
病院への寄付（マレーシア）	CM/CPMは、非営利・非政府で貧しい癌患者の治療を行っているマウントミリアム病院に1万マレーシアドルの寄付をしました。

We are Clarion

ＣＣＡでは各種慈善団体を一貫して支援してきています。意味ある形で地域社会に貢献する活動に参加できることを一従業員として大変嬉しく思います。また、ほかの従業員達がクラリオンと共に多くの活動に参加しているのを見るのは特に喜ばしいことです。

クラリオンアメリカ
OEMマーケティング部
アンジェラ・フリン

従業員とともに

クラリオンは、自律心旺盛な人を重視した人物本位の採用を行っています。また、従業員一人ひとりが職務に意欲的に取り組める人事処遇制度を運用するとともに、グローバル思考・ブレークスルー思考ができる人材の育成を行うことにより、従業員の豊かな個性とチャレンジ精神を高めています。

雇 用

雇用に対する基本方針

クラリオンは、国籍・性別・宗教・人種などの差別を禁止し、さまざまな価値観を持った人材の確保・育成を目指しています。また、「コンプライアンス行動指針」に掲げているように、各自の人権と人間性を尊重しています。

基本方針

- 差別のない全方位型
- 人物本位
- 透明性のあるプロセス

⇔ さまざまな価値観の融合

求める人材像と多様な価値観の尊重

クラリオンでは、「自律（立）心が旺盛な人＝主体的に考え、積極的に物事に取り組み、好奇心を持って学びとることができる人」を求めています。人材の採用にあたっては、求める人材像を重視した人物本位の選考を行っており、学歴や性別、さらに国籍による差別はありません。選考では、応募者全員に対して、面接による人物評価を行い、コミュニケーション力やユニークな発想を審査しています。評価内容は、内定者にはすべてフィードバックし、透明性のある選考プロセスの確保に努めています。

障がい者の雇用促進

クラリオンは、障がいを持つ方々の雇用拡大を目指しています。年々雇用率は改善されていますが、法定雇用率（1.8%）の早期達成を目標として取り組んでいます。2006年度は、1.5%となっています。

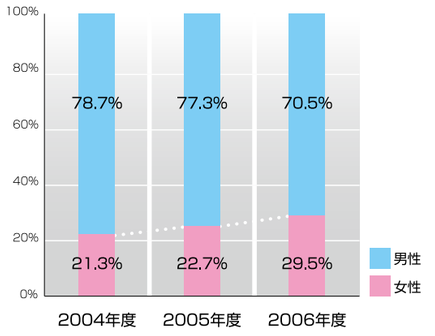
継続雇用制度の導入

2006年4月に施行された「高年齢者雇用確保措置」を受け、60歳定年後の再雇用制度を導入しています。2006年度は、13人が再雇用の適用となっています。

雇用機会均等の徹底

2007年4月1日の改正男女雇用機会均等法の施行前に、妊娠・出産等に伴う不利益取り扱いの禁止やセクシャルハラスメント等の改正のポイントについて、全社に展開を図りました。また、意識啓発を図るためにマネージャー層を対象に研修を実施しました。クラリオンの従業員に占める女性の割合は11%と低率ではありますが、基本方針に基づき、採用において男女の差別はありません。クラリオンの女性の採用比率は、徐々に増加傾向にあり、2006年度は29.5%となっています。また女性の活躍の場も、設計部門・購買部門・営業部門へと拡がっています。

●新卒の男女採用比率



海外からのインターンシップ受け入れ

2006年9月から12月までの4ヶ月間、デザイン部にてミラノ工科大学から2名をインターンシップとして受け入れました。ポータブルナビのハードとソフトのデザインを実習し、イタリア人の優れた色彩感覚を盛込んだ成果を発表しました。

成果発表会

人事処遇制度

人事処遇に対する基本方針

クラリオンは、企業理念のなかで、「個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る」と謳っています。その理念に基づき、自律（立）した意識をもって、従業員一人ひとりが職務に意欲的に取り組めるよう、役割と貢献度に応じて評価する人事処遇制度を整備しています。

基本方針

- 自己実現の確立
- 自由闊達な風土の醸成
- 自律（立）型人材の育成

⇔ 役割と貢献度に応じた処遇の実現

人事制度

◆ 役割等級制度

役割等級はビジネスプロセス特性に応じた役割により、本人と会社とのコミットメントに基づいて決められます。

◆ 貢献度評価制度

貢献度＝業務プロセス生産性×顧客満足度

結果重視の成果主義ではなく、結果を導くプロセス評価や結果を享受する顧客※により評価されます。

※顧客：自分の創出するアウトプットを購入または利用する相手

◆ 半期年俸制と業績連動型賞与

市場報酬水準（相場）連動型給与体系を採用しています。成果は半期単位でタイムリーに賃金に反映され、その水準は市場を意識したものとなっています。

◆ 社内公募制度と FA 制度

自律（立）型キャリア形成の促進化を図り会社主導から本人主導へ役割を自己選択できる公募制度（自ら役割を選択する機会として本人の希望に応じた職場異動の手続き）を採用、更にFA（フリー・エージェント）制度の導入により社内人材の流動化を促進しています。2005 年度後半期から運用を開始し、半期毎に 6 ～ 8 名が異動をしています。

	2005年度後半期	2006年度前半期	2006年度後半期
社内公募制度実績	6名	6名	6名
FA 制度実績	1名	0名	2名

人材育成

人材育成に対する基本方針

クラリオンは、従業員の自己実現を支援するために、「キャリア開発制度」を導入し、人材育成を進めています。会社・部門における「人材」としての戦略的育成と個人の自主的な活動支援を目的に、さまざまな形で育成を行っています。

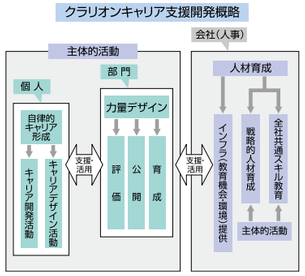
基本方針

- 自己実現の支援
- 力量の明確化
- 役割の明確化

⇔ エンプロイアビリティ向上

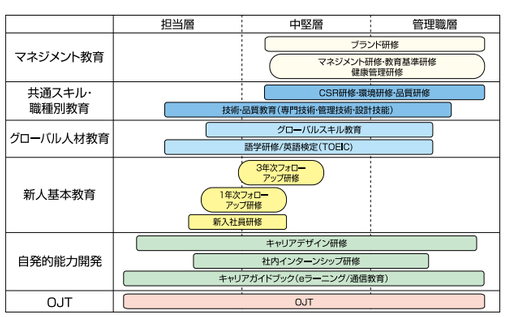
キャリア開発支援制度

会社（人事）・部門・個人がそれぞれの役割や目的に応じて主体的に活動し、そのシナジーにより会社・部門は人材の質的向上を図り、個人は自らの市場価値を高めます。



社内インターンシップ制	社内公募やＦＡ制を利用する際の実践的職場体験の場を提供。
メンター制	一人の新入社員（メンティ）に配属部門の先輩社員（メンター）一人を配することで、新入社員の早期自律（立）化を促進し、社内ネットワーク構築を支援する制度。クラリオンが日本で初めて導入。
コミュニティ活動支援	自主的な活動によるさまざまな問題解決チームやゼミナール的活動の支援。
キャリアデザイン活動支援	社員一人ひとりが自律（立）的に自らのキャリア形成を考え実行する活動の支援としてキャリアデザイン研修を提供。
グローバル人材育成	1999 年より毎年、中国から技術研修生の受入れを実施。また、海外駐在員候補者・希望者を対象にグローバルスキル研修、語学研修を実施。

教育体系



安全衛生管理

クラリオンは、安全衛生委員会を設置し、安全かつ衛生的な職場環境の整備に努めるとともに、業務上の安全衛生に関する法令等を理解し、遵守しています。

基本方針

- 心身の健康保持増進
- 労働災害の撲滅（ゼロ災害）
- 働きやすい職場環境の形成

安全衛生委員会

クラリオンでは、安全衛生委員会を毎月定期的に開催し、基本方針に基づく安全衛生に関わるテーマについて審議しています。また、国内関係会社で構成される「クラリオングループ安全衛生協議会」を毎月開催し、基本方針をグループ共通の安全衛生方針として水平展開しています。

労働災害の防止

クラリオンは、従業員の安全を最優先で確保するとともに、企業の社会的責任を果たすため、重大災害の発生ゼロを目標に安全対策を講じていますが、2006年度は、休業災害2件（休業4日・2日）、不休災害1件、通勤途上災害1件が発生しました。さらなる安全対策に取り組み、災害ゼロを目指していきます。

心身の健康づくり

ライフスタイルの変化に伴い、生活習慣病のリスクが高まっています。クラリオンは、疾病等の早期発見につなげるため、定期健康診断の完全受診を第一の目標に掲げています。2006 年度の受診率は、長欠・産休などで止むを得ず受診できなかった従業員を除き、100%達成しました。

また、クラリオンでは、従業員が心身ともに健康な状態であってこそ企業の活力も向上するものと考えています。そこで、メンタルヘルスのための健康相談室（外部カウンセリング）の設置や専門家を講師に招いた「メンタルヘルスに関する講演会」等を行っています。2006年度の講演会は、マネージャー層を中心に約 120名が参加し、気づきやコミュニケーションの重要性を学習しました。

ワークライフバランス

子育て介護支援の取り組み

クラリオンは、子育てを行う従業員及び家族が介護を必要としている従業員に、仕事と家庭を両立できる環境として、「育児休業制度」、「介護休業制度」、「積立休暇制度」を設けています。この他に、フレックスタイム制度等、柔軟な勤務形態を提供しています。

また、「次世代育成支援対策推進法」を受け、行動計画を策定し、取り組みを進めています。

	2004年度	2005年度	2006年度
育児休業	5名	3名	2名
介護休業	0名	0名	1名

育児休業制度	子につき１回、休業期間は子が１歳６ヶ月に達するまでを限度とする。
介護休業制度	対象家族１人につき、要介護状態に至るごとに１回93日を限度とする。
積立休暇制度	付与日から２年を経過した日において失効する年次有給休暇の未消化分のうち、毎年５日を限度として積み立てる休暇制度。累計60日を限度とする。業務外傷病の療養や家族の看護等に要する休暇として利用されている。

有給休暇取得日数向上への取り組み

クラリオンは、有給休暇取得促進のために、取得しやすい制度づくりを進めています。

計画的取得として、連続有給（リフレッシュ）休暇（3日）、本人もしくは家族の記念となる日に有給休暇を取得できるメモリアル休暇（2日）、一斉有給休暇（4日）を実施しています。

We are Clarion

情報システム部
鈴木　幸子

私は二人の小学生の母親です。入社以来、２度の育児休業を挟み、現在は社内ネットワーク管理業務をやっております。復帰後の部署異動などにとまどいはありましたが、職場の皆さんや家族の協力を経て、２度ともスムーズに職場復帰できました。クラリオンには育児休暇や育児のための制度がいろいろありますので、女性も活躍しやすい環境だと思います。

環境レポート

「人と社会と自然の調和を図り環境維持につとめる」

（『経営姿勢』より）

「環境に関連する法規制や協定等の自主設定基準を遵守する」

（『環境方針』より）

■ 環境マネジメント
- 環境推進体制
- 教育・訓練について
- ISO14001認証取得と展開
- 環境関連法規制等の遵守状況

■ 事業活動と環境負荷
- マテリアルフロー

■ 環境会計
- 2006年度の集計結果
- 今後の取り組み

■ 目標と実績
- 取り組みと実績
- 2006年度の自己評価

■ 環境保全活動
- ゼロエミッション達成と資源の有効利用
- 化学物質管理活動
- 地球温暖化防止への取り組み

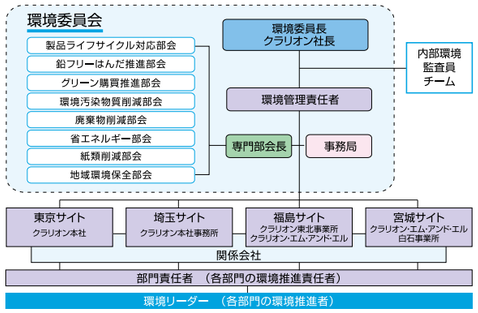
■ 製品への環境配慮
- 環境配慮型製品への取り組み
- 製品に含まれる化学物質管理

環境マネジメント

クラリオンは、人と社会と自然の調和を図り、持続可能な企業を目指した企業活動を推進しています。また、地球の限りある資源の有効活用やエネルギーの効率的活用など、地球環境にやさしい企業活動に努めています。今後も、企業理念に基づき、技術面、経済面、人材面などを結集した環境保全活動をグループ全体で推進していきます。

環境推進体制

環境保全活動を推進するために、国際標準規格であるISO14001規格に準拠した環境マネジメントシステム（EMS）を構築するとともに、環境推進体制を構築しています。社長を委員長とする「環境委員会」を設置し、全社的な環境活動を展開していますが、全社に関わるテーマに対しては、全社機能を横断する7つの専門部会が中心になり活動をしています。また、各部門では環境リーダーを選出し、自部署の環境活動を推進しています。



教育・訓練について

クラリオンは、環境保全に対する自覚を高めるため、全社員を対象に、体系的に教育を実施しています。

■ 環境一般教育
環境管理部署が全社の部署長教育を実施し、それを受けて部署長が中心となって、国内関係会社を含め全社員を対象に年1回以上、教育を実施しています。

■ 階層別教育
人事・環境管理部署が主催者になり、部署長から新入社員までの階層別に環境マネジメントシステム教育を実施しています。

■ 内部環境監査員教育
外部研修機関による内部監査員研修と社内の主任内部監査員による内部監査員研修を実施しています。また2006年度は内部監査員17名を養成しました。

■ 指定業務従事者への専門教育
法規制上の有資格者や著しい環境側面に関わる業務従事者を「指定業務従事者」として位置付け、それぞれの職務により専門教育を実施しています。また、緊急事態を想定しそのような事態が発生しても速やかに対応できるよう定期的に模擬訓練を実施しています。

ISO14001認証取得と展開

クラリオンは、2000年4月に全社一括でISO14001の認証を取得しました。この取り組みは、グループ会社にも展開しており、2006年6月にはクラリオン・エム・アンド・エル白石事業所を範囲に加えました。2007年1月よりザナヴィ・インフォマティクスがグループに加わり、国内5拠点で改善に取り組んでいます。また、海外関係会社では、生産拠点を中心に10拠点で認証取得を完了し、さらに1拠点では2007年2月に初回審査を受審しました。

環境マネジメントシステムが適切に実施・維持されているかを把握するため、国内各サイトでは年1回の「外部審査」と年2回の「内部環境監査」を実施しています。

地域	拠点数	認証取得年月
日　本	5	2000年4月※
メキシコ	1	2002年2月
中　国	3	2002年9月～12月
台　湾	1	2003年7月
ハンガリー	1	2004年10月
マレーシア	2	2005年5月
フランス	1	2006年5月
タイ	1	2006年12月
フィリピン	1	2007年2月受審

※ザナヴィ・インフォマティクス水戸事業所は1997年2月認証取得

環境関連法規制等の遵守状況

環境に関連する主要な法規制やお客様からの要求事項等をデータベース化し、全社で共有しています。それらの遵守状況は、毎月確認し、さらに「環境委員会」で全社レベルの評価・確認をしています。また、推進部署では法や条例で定められた基準値の逸脱、環境に関する事故、苦情、リスクを洗い出し、「自主基準」を設け、管理しています。

当社保有の土地を自主調査した結果、一部の土壌からふっ素が検出されました。さらに詳細調査を実施し、行政と相談の上対策を進めていきます。その他の環境に関する重大な法規制、条例の違反、事故、苦情はありませんでした。

We are Clarion

クラリオンフランス
製品修理部
ギ・ボミエ

CEFは2006年にISO14001の認証を取得しました。2007年度には適合状況を改善し、廃棄物の分別とリサイクルの推進や社内のエネルギー消費削減策を検討していきます。RoHS指令に関する顧客からの要望には、本社の技術部門と密接に協力し合っています。また、WEEE指令を遵守するため、環境税をいくつかの製品に適用しています。

事業活動と環境負荷

クラリオンでは、国内のグループ会社を含めた環境負荷を把握し、グループ全体で環境保全活動を推進しています。また、これまでの活動にかかわる費用と投資額を把握し、環境経営評価のツールとして活用するために、環境会計を導入しています。

マテリアルフロー

クラリオンは、事業活動に伴う環境負荷について把握、分析し環境保全活動の向上を積極的に推進しています。このマテリアルフローは、クラリオンが発生させる環境負荷を各サイト毎の電力、ガスなどのエネルギーや化学物質の使用などのインプットデータと温室効果ガス、廃棄物の排出などのアウトプットデータとしてまとめたものです。今後は原材料のデータの収集に努め、継続的に収集・分析を行うことで効果的に環境負荷を削減していきます。

INPUT

〈エネルギー〉

	クラリオン	東京サイト(白山)	埼玉サイト(戸田)	福島サイト(郡山)	宮城サイト(白石)
電力(千kWh)	10,405	324	3,219	6,147	715
都市ガス(kg)	63	19	44	—	—
ガソリン(kg)	44	26	7	5	6
LPG(kg)	4	—	—	4	0
灯油(kg)	455	1	1	453	10
軽油(kg)	9	—	—	4	5
水(千トン)	54	2	15	34	3

〈原材料〉

	クラリオン	東京サイト(白山)	埼玉サイト(戸田)	福島サイト(郡山)	宮城サイト(白石)
化学物質(トン)	224	—	—	203	21
はんだ(トン)	12	—	—	12	0

金属部品　電気部品　樹脂部品　包装材料

企画・設計 → 購買 → 生産 → 物流・販売 → お客様使用 → リサイクル廃棄

OUTPUT

〈排出物〉

	クラリオン	東京サイト(白山)	埼玉サイト(戸田)	福島サイト(郡山)	宮城サイト(白石)
CO_2排出量(t-CO_2)	5,481	360	1,346	3,462	313
排水量(千トン)	54	2	15	34	3

〈廃棄物〉

	クラリオン	東京サイト(白山)	埼玉サイト(戸田)	福島サイト(郡山)	宮城サイト(白石)
廃棄物排出量(トン)	1,281	26	64	628	563
内)化学物質(トン)	0	—	—	0	0
内)はんだ(トン)	11	—	—	11	—
リサイクル量(トン)	1,276	26	64	627	559
最終処分量(トン)	5	0	1	0	4
リサイクル率	99.6%	100.0%	99.2%	100.0%	99.2%

※トン未満四捨五入表示

対象範囲
●対象は下記の国内４サイトです。
○埼玉サイト（埼玉県戸田市）
・クラリオン株式会社本社事務所
・クラリオン販売株式会社
・クラリオンエンジニアリング株式会社
・クラリオンシステムハウス株式会社
・クラリオンファイナンス株式会社
○東京サイト（東京都文京区）
・クラリオン株式会社本社
・クラリオン販売株式会社
・クラリオンアソシエ株式会社
○福島サイト（福島県郡山市）
・クラリオン株式会社東北事業所
・クラリオン・エム・アンド・エル株式会社
○宮城サイト（宮城県白石市）
・クラリオン・エム・アンド・エル株式会社白石事業所

対象期間
●対象期間は下記の通りです
2006年４月１日～2007年３月31日

環境会計

クラリオンは環境活動をより効率的に推進し、継続的に改善をしていくため2002年度より環境会計を導入しています。環境省の「環境会計ガイドライン」に準拠したクラリオンの環境会計ガイドラインに基づき、集計・公開をし、2005年度より海外に対象を拡大しています。環境情報を積極的に公開することにより、クラリオンの環境保全活動を理解していただくよう努めています。

2006年度の集計結果

2006年度は環境保全コストとして、投資45百万円、費用1,611百万円を投入しました。
投資は、水質汚染・地球温暖化防止、また製造段階での環境負荷抑制（鉛フリーはんだ対応）のための設備投資により、前年比11百万円の増加となりました。費用は、環境損傷対応コストとして、自主調査の結果クラリオン保有の一部の土壌から検出されたふっ素の除去等の対策のため1,436百万円を計上しました。猛暑等の影響により、電力・燃料の使用量が増加しましたが、製品の軽量化による効果、リサイクル拡大（有価物売却）等により経済効果（国内）の合計は69百万円となりました。

● 対象期間：2006年４月１日～2007年３月31日
● 集計対象範囲：クラリオンおよび国内外関係会社
（国内４サイト、海外関係会社11社）

■ 環境保全コスト（国内）

（百万円）

分類		主な取組み内容	2004年度 投資額	2004年度 費用額	2005年度 投資額	2005年度 費用額	2006年度 投資額	2006年度 費用額
(1)事業エリア内コスト			9	54	12	318	15	126
内訳	(1)公害防止コスト	受水・浄化槽・排水維持管理等	2	25	4	277	0	21
内訳	(2)地球環境保全コスト	冷暖房の保守点検等	7	9	7	8	15	12
内訳	(3)資源循環コスト	一般・産業廃棄物処理処分等	0	20	0	33	0	57
(2)上・下流コスト		段ボールの再利用拡大等	0	1	0	2	0	5
(3)管理活動コスト		認証取得・維持費用・教育費用等	0	94	0	64	0	55
(4)研究開発コスト		軽量化・CTSAシステム・鉛フリーはんだ検討等	20	47	23	47	30	25
(5)社会活動		自然保護、緑化、美化等	0	0	0	1	0	0
(6)環境損傷対応コスト		土壌汚染の為引当	0	0	0	0	0	1,436
小　計			29	197	34	433	45	1,611
合　計			225		467		1,656	

※百万円未満四捨五入表示

■ 経済効果

（百万円）

項　目	効果の主な内容	2004年度	2005年度	2006年度
①事業活動に投入する資源に関する環境保全効果	水道光熱費・コピー・EDP用紙購入等	△20	15	0
②事業活動より排出する環境負荷及び廃棄物	一般・産業廃棄物処理費用等	△3	8	2
③事業活動から産出される財・サービスに関する効果	軽量化による効果等	55	55	43
④輸送その他に関する保全効果	ガソリン・軽油使用量等	△1	6	△9
⑤有価物等の売却額	有価物の売却額	15	9	33
合　計		46	92	69

※百万円未満四捨五入表示

■ 環境保全効果

効果の内容			環境保全効果を表す指標(単位)	国内 環境負荷 2004年度	国内 環境負荷 2005年度	国内 環境負荷 2006年度	国内 環境保全効果	海外11サイトを含む環境負荷 2006年度
1	事業エリア内コストに対応する効果	①事業活動に投入する資源に関する効果	電力使用量　（千kWh）	10,709	9,500	10,405	△905	34,422
			燃料使用量　（原油換算ｋｌ）	743	637	691	△54	2,289
			水使用量　（千トン）	57	53	55	△2	508
		②事業活動から排出する環境負荷および廃棄物に関する効果	CO_2排出量　（t-CO_2）	4,683	3,920	4,403	△483	23,126
			排水量　（千トン）	57	53	55	△2	439
			廃棄物最終処分量　（トン）	19	2	2	0	−
2	上・下流コストに対応する効果	③事業活動から産出する財・サービスに関する効果	リサイクル量　（トン）	1,192	920	1,276	△356	−
			リサイクル率　（%）	98.4%	99.8%	99.6%	1.4%	−

今後の取り組み

環境会計を積極的に情報開示することにより透明性の高い企業を目指していきます。また環境会計の精度を高め、環境経営評価や経営の意思決定のツールとして構築していきます。2006年度は国内サイトの追加と海外11サイトを対象としましたが、海外は環境負荷データの集計にとどまっており、効果指標化と活用には至っていません。今後は海外サイトを含め精度向上をはかるとともに環境会計データの活用を進めていきます。

We are Clarion

環境報告書は、環境対策に要する支出やリサイクル等による効果といった環境会計情報を認識・測定し、内外に報告する手段だと思っています。現在環境会計は企業がメインで取り組んでいますが、環境報告書を通じ個人の意識が向上すれば将来的には環境問題も改善していくと思います。

経理部
浦部　卓

CSR/環境レポート

目標と実績

クラリオンは、事業活動における環境負荷の低減を図るため、それぞれの活動の具体的な課題と目標を設定し、目標達成に向けた取り組みを進めています。

自己評価(達成率)は数値にて換算評価をしています。 ○…100%以上 △…70%以上 ×…70%未満を示しています。

取り組み項目			中期計画 (2007年度～2009年度)	2006年度目標	2006年度実績	評 価	頁
製品	環境配慮型製品	製品ライフサイクル アセスメントの展開	省資源及びリサイクル設計の推進や開発製品に含有する有害物質の 管理・削減を行い環境負荷の低減を図る	有害物質使用部品の採用抑制 ELV規制VOC対応に基づく社内基準による代替品検討/設定 環境適合設計の促進 環境アセスメントに基づく設計促進 (軽量化、リサイクル化、分解性、省エネ性、環境保全性、 長寿命化、処理容易性など)	年度内発生の代替部品切り替え完了 OEM顧客別要求内容のまとめと展開を実施 環境マーク(ラベル)TypeⅡを設定	○	P43-44
		製品への鉛フリーはんだの適用	OEM製品は顧客対応を図り、製造工程で使用するはんだの鉛フリー化を実現する 市販製品は08モデルの展開状況を確認する	OEM製品に関しては、メーカー別対応を図り、量産に移行する 07市販は全モデルにて、鉛フリー生産を進める	OEMモデル、欧州向け市販モデルで鉛フリー生産を開始 市販モデルは全製品鉛フリー化対応	○	P44
		グリーン購買	製品に含有する有害物質の管理・削減を行い環境負荷の低減を図る 環境規制物質の管理体制整備	ELV指令、RoHS指令、WEEE指令等法律の遵守 環境負荷物質検査機導入および検査体制確立	グリーン購買ガイドラインを改訂 蛍光X線分析装置を増設、検査展開中	○	P43-44
事業活動	地球温暖化防止	省エネ活動	エネルギー使用量を2004年度実績を基準として 2010年3月までに4%削減する	(2004年度実績比) エネルギー使用量を3%削減する	(2004年度実績比) エネルギー使用量 0.3%超過	△	P42
	ゼロエミッション の継続	廃棄物の排出量削減 リサイクルの推進	廃棄物排出量の削減及びリサイクルの拡大 ゼロエミッションの推進と継続	ゼロエミッションの推進と継続　リサイクル率99%以上	ゼロエミッションの継続　　リサイクル率99.6%	○	P41
	省資源	OA紙の使用量削減	コピーとEDP用紙の使用量を2010年3月までに 8,700千枚以下とする	コピーとEDP用紙の使用量　10,200千枚以下	コピーとEDP用紙の購入量　　8,113千枚	○	P40
社会活動	環境 コミュニケーション	環境に関する 地域社会貢献活動	緑化活動の実施 サイト周辺の清掃の実施 地域住民とのコミュニケーション活動の展開 国内及び海外ボランティア活動の実施 学校等への学習活動の協力を実施	緑化活動(植樹)の実施	福島サイトに植樹を実施	○	P31 P45
				サイト周辺の清掃の実施	4サイトで周辺の清掃を定期的に実施	○	
				地域住民への協力	障がい者施設への協力を実施	○	
管理活動	環境マネジメント システムの継続	ISO14001の定期審査 の認証取得	定期・更新審査認証取得	国内4サイト一括で2007年の定期審査をクリア	2007年2月に定期審査を受審し、継続認証をクリア	○	P36
		環境会計のまとめ及び CSRレポートの発行	クラリオンレポートの発行、毎年、クラリオンレポートのレベルアップを図る	「クラリオンレポート2006」の国内版および英訳版の発行	「クラリオンレポート2006」の 国内版を8月に、英訳版を10月に発行	○	-

取り組みと実績

クラリオンは、事業活動において、社会や環境に様々な影響を与えています。環境に与える負荷をできる限り低減するため、毎年取り組み実績の評価を行い、前年度に策定した中期計画の見直しを図っています。2006年度は、新たに2009年までの3ヵ年の計画を策定しました。今後も計画達成へ向け、全社を挙げて取り組んでいきます。

2006年度の自己評価

環境保全活動は、クラリオンおよび国内関係会社を含む4サイトを対象として取り組んでいます。2006年度は、省エネ活動について未達成となりました。主な要因としては、対象サイトが増えたことに加えて、生産数量増加による電気、空調用の灯油の使用量が増加したためです。その他の項目については目標を達成しており、中期計画に向けてさらなる環境保全活動を推進していきます。

We are Clarion

「分別廃棄」。当然のことのようですが、繰り返し伝えるのも根気のいる仕事です。一人一人の分別の知識、意識が高まりパトロールを必要としない日がくるのもまもなくの事と思います。
「継続は力なり」。環境保全について身に付けた知識、活動を日々忘れることなく過ごしたいものです。

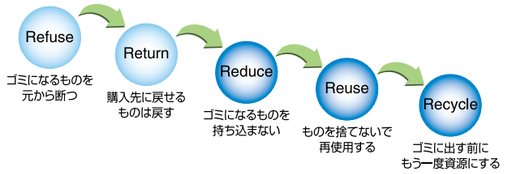
総務部
郷　由紀江

環境保全活動

クラリオンは、廃棄物削減活動、化学物質管理活動、温暖化防止活動などさまざまな環境保全活動を通して、事業活動における環境負荷低減に取り組み、社会の一員としての責任を果たしていきます。

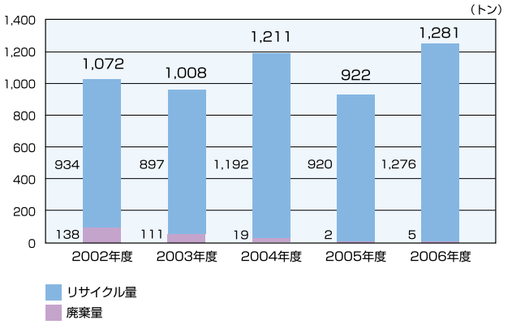
ゼロエミッション達成と資源の有効利用

クラリオンは循環型社会の構築のため、事業活動から発生する廃棄物の総排出量の削減に加えて、リサイクル活動を推進しています。当社では、ゼロエミッションの定義を「サイトからの廃棄物を99%以上リサイクルなどをし、最終処分量を1%未満とする」と決め、取り組みを進めています。具体的には5段階の処理方法を推進し、ゼロエミッション活動を展開しています。また製造プロセスの改善や排出物を分解することにより、不法処理のリスクを低減し、マテリアルリサイクルを推進しています。
2004年より国内3サイトでゼロエミッションを維持していますが、2006年度は新たに1サイトが加わり、国内計4サイトでゼロエミッションを達成しました。より高度のリサイクル化や製品への再資源化技術を推進し、さらなる環境負荷低減に取り組んでいきます。



廃棄物総排出量

2006年度は2005年度に比べ廃棄物排出量が増加しました。これはカーナビゲーション等の生産数量の増加によるものですが、廃棄物分別状況のパトロールや教育・啓蒙などの推進により、排出物の99.6%がリサイクルされています。



廃棄物コンダクターの養成

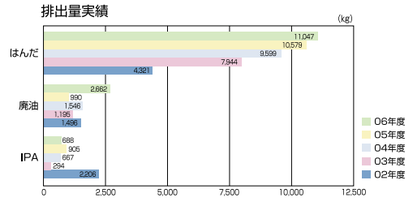
クラリオンでは、廃棄物分別に関してのプロフェッショナルを「廃棄物コンダクター」として独自に養成しています。廃棄物コンダクターとは、廃棄物の知識に加え、社内の分別ルールなどに関する疑問にアドバイスできる人です。2006年5月より8ヶ月間の勉強会を受講し、認定試験に合格した7名を廃棄物コンダクターと認定しました。廃棄物コンダクターを中心に、さらなる社内の廃棄物の分別・教育の活性化を図っています。

化学物質管理活動

クラリオンでは、生産で使用する化学物質の排出量削減に、可能な限り努めています。現在、使用量・排出量の多いはんだ、廃油、VOC(揮発性有機化合物)対象物質のIPA(イソプロピルアルコール)を中心に活動を進めています。

化学物質排出量削減

2006年度は、カーナビゲーション等の生産数量の増加に伴い、はんだの使用量・排出量が増加しましたが、はんだ、廃油、IPAについては、それぞれリサイクルを実施しています。



PRTR法への対応

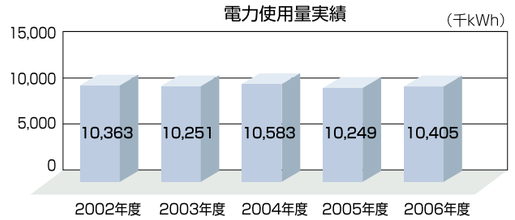
少量の化学物質であっても、その使用量や排出量を把握するシステムを運用しています。また、環境汚染リスクの低減や法規制遵守を目的に、教育・啓発活動を通じた化学物質管理を徹底しています。なお、2006年度は、PRTR法(化学物質排出把握管理促進法)の届出対象となる化学物質はありませんでした。PRTR法の対象とならないVOC(揮発性有機化合物)についても、その使用量・排出量削減に取り組んでいます。

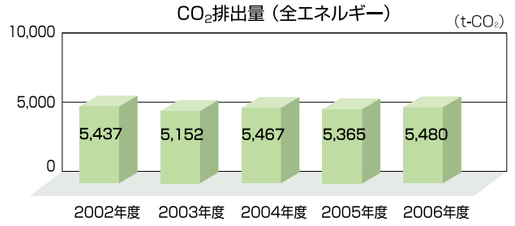
地球温暖化防止への取り組み

クラリオンは、地球温暖化防止の取り組みとして、特に電力使用量及び燃料使用量の削減を推進し、CO_2排出量の低減を図っています。さらに、環境を重視した効率的な輸送にも積極的に取り組んでいます。また、製品におけるCO_2排出量削減活動の取り組みを検討し、地球温暖化防止の貢献に努めています。

エネルギー使用量・CO_2排出量の削減

2006年度のCO_2排出量は、2005年度に比べ0.3%増加しました。これは生産数量の増加や生産時間の延長等によるものです。なお、認証対象範囲の拡大により使用量の再集計を行いました。

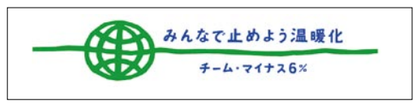




算定基準:環境省 「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン」

社員を対象とした啓発活動

環境省などの主催によりスタートした国民運動「チーム・マイナス6%」に賛同し、2006年度は「クールビズ」、「ライトダウンキャンペーン」などに積極的に参加しました。こういった活動を通じて、社員やその家族の環境への意識向上を図っています。



「CO_2削減/ライトダウンキャンペーン」ブラックイルミネーション2006への参加

環境省が2003年より実施している「CO_2削減/ライトダウンキャンペーン」に参加しました。このキャンペーンは、地球温暖化防止のために、ライトアップ施設や家庭の電気の消灯を呼びかけるものです。クラリオンは、渋谷トライアングルビル屋上広告塔の電気を消灯しました。今後も地球温暖化防止の一環として積極的に参加していきます。

物流における省エネルギー活動

クラリオンでは、物流におけるCO_2排出量の削減のため、以下の活動に取り組んでいます。

1. モーダルシフトの推進
トラック輸送は環境への影響が大きく、大気汚染等の問題が考えられます。遠距離輸送については、トラック輸送から鉄道輸送に転換する等、モーダルシフトを推進しています。

2. 容積の効率化
輸送状態を考慮し、製品梱包を空きスペースのない輸送用容器サイズとし、輸送効率化を図っています。さらに、トラックの荷台の大きさなど輸送手段の大きさを考慮し、積載率の効率化を図っています。

3. 巡回集荷(ミルクラン)の実施
各々の企業が個別に輸送すると、環境への影響が大きくなります。他企業と連携し、巡回集荷に取り組んでいます。

4. コンテナラウンドユースの推進
輸入貨物を降ろした後に空のまま返却されていたコンテナを同地域からの輸出貨物等の輸送に転用してCO_2排出量の削減を図っています。

We are Clarion

私たちは、環境保護施策の遵守と環境悪化の抑止に取り組んでいます。その一環として、有害物質を含む素材使用の低減を推進しています。同時に、リサイクルしやすい製品の開発・評価を実施しています。

クラリオン中国(アモイ)駐在
実験評価部
西村　正士

製品への環境配慮

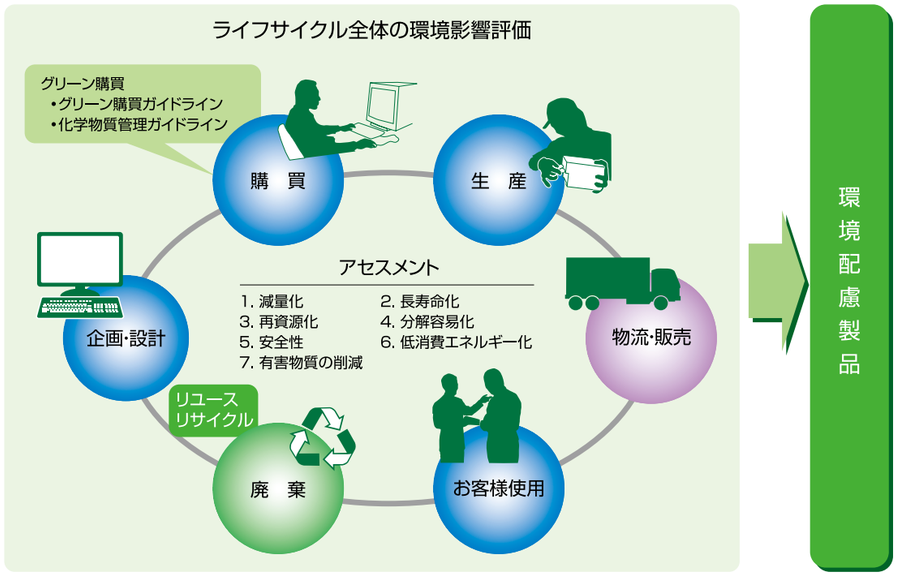
クラリオンは、今、環境保全の観点から環境配慮型製品の拡大に努めています。地球環境への負荷を最大限に抑える取り組みとして、製品の材料・部品・製造工程・物流、お客様の使用段階・廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体を評価するため、自主的に定めた環境アセスメントを開発段階で実施しています。その結果を環境マークとして表示しています。

環境配慮型製品への取り組み

環境配慮型製品の開発

クラリオンは、開発段階から自主的評価基準である設計評価7項目による環境アセスメントを実施しています。これは、製品ライフサイクル全体を通して環境影響を評価するLCA（ライフサイクルアセスメント）への取り組みによる環境負荷の低減を目指した製品開発へのチャレンジです。また、欧州RoHS指令等の国内外の法規制や自動車メーカーからの要求に対応できるように積極的に取り組みを推進しており、原材料の調達の段階でのグリーン購買の推進や化学物質分析システムの構築によって、開発段階から規制物質を排除した環境にやさしい材料・部品の採用を促進しています。

● ライフサイクル全体での取り組み



クラリオン環境マークの表示

クラリオンでは、環境配慮型製品の提供を促進するため、減量化、長寿命化、再資源化、分解容易化、安全性、低消費エネルギー化、有害物質の削減の7項目の環境アセスメントを実施しています。当社独自の基準を満たした製品は、2006年4月より環境配慮型製品として認定し、環境マークを表示しています。2006年度に国内で市販されている製品のうち、56%が環境マークを表示した製品となっています。

クラリオン環境マーク

HDD ナビゲーション
MAX570

製品重量を従来の機種より、約 9%削減しました。また包装材は発泡スチロールの使用を中止しました。

製品に含まれる化学物質管理

クラリオンは、欧州RoHS指令など製品に含有される特定の化学物質を使わない取り組みを推進し、安心してお使いいただける製品提供に努めています。国内外における各種環境法規制への対応はもちろんのこと、環境負荷物質の管理を推進し、生産工程を含め、環境負荷物質の使用量・排出量の削減を積極的に進めています。

化学物質規制への対応

クラリオンは欧州RoHS指令、ELV指令の準拠をはじめ、環境負荷物質の削減を積極的に進めています。欧州RoHS指令への対応として、社内およびサプライヤーの協力を得て、使用禁止6物質の廃止に取り組んできました。その結果、ビス類、板金類の六価クロムフリー化や、線材、電子部品の鉛フリー化などを実現しています。2006年欧州向けモデルは、全構成部品の対象物質の非含有を確認していますが、使用禁止物質の非含有を維持するため、「化学物質情報管理システム」の構築の推進や、部品、製品ごとの化学物質データの管理を行っています。また、はんだについては鉛フリーはんだに切替え、マークを表示しています。中国版RoHS（電子情報製品汚染管理弁法）やREACH規制など、さらなる化学物質規制への対応、および化学物質管理体制の構築に取り組んでいきます。

Lead-Free Solder
This product is lead-free and environmentally friendly

欧州 RoHS 指令
EU 圏内にて2006年7月より施行されている電気・電子機器に含まれる特定有害物質（鉛、水銀、カドミウム、六価クロム、ポリ臭化ビフェニル（PBB）、ポリ臭化ジフェニルエーテル（PBDE））の使用を禁止した指令。

10

クラリオンは、欧州RoHS指令で定められた化学物質の閾値（含有の基準値）を満たしていますが、中国版RoHSは、欧州RoHSのような適用除外項目がない為、中国RoHSの化学物質の閾値（含有の基準値）を満たしていません。そのため環境保護使用期限を表示しています。

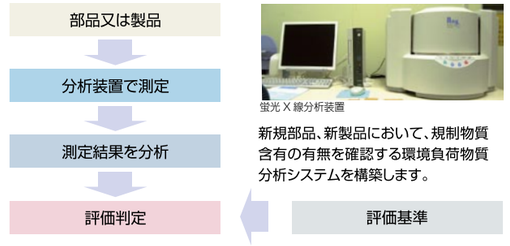
車室内 VOC 低減に対する取り組み

VOC（揮発性有機化合物）は、光化学オキシダントや浮遊粒子状物質（SPM）の二次生成粒子の主な原因物質となり、大気や水質など環境に影響を及ぼす可能性のあることが指摘されています。大気汚染防止法の改正に対応し、生産工程で使用するVOCの使用量、排出量の削減に取り組んでいます。また、自動車メーカーからの要求を受け、VOCの低減にも取り組んでいます。VOCはシックカー症候群の原因となるもので、車室内で発生することでも人体に悪影響を与える恐れがあります。そこで車室内にVOCを放出しない製品づくりに取り組んでいます。

化学物質情報管理システムの構築

製品に含有される化学物質については、グリーン購買の推進だけでなく、サプライヤーから提供される情報に加え、蛍光X線分析装置を導入し環境負荷物質の分析を行っています。さらに、化学物質情報システムの再構築、分析検査体制の構築、およびグローバルな環境品質保証体制の整備をすすめています。

●環境負荷物質分析管理体制



蛍光 X 線分析装置

新規部品、新製品において、規制物質含有の有無を確認する環境負荷物質分析システムを構築します。

グリーン購買の推進

クラリオンは、「グリーン購買活動」の推進をしています。この活動により、製品ライフサイクルすべての段階での積極的な環境負荷低減を目指しています。さらに環境負荷の少ない物品の調達を推進するために、2006年7月に「グリーン購買ガイドライン」を改訂し、各種の法規制や業界の基準に適合した製品づくりを取引先企業と協力して推進しています。

グリーン購買ガイドラインの詳細ホームページ
http://www.clarion.com/jp/ja/company/effort/index.html

We are Clarion

環境マークは 2006年より導入を始めました。当社の製品で環境保護に必要なことは何か ... を考え、有害物質の削減、軽量化、長寿命化、再資源化、分解容易化など7項目についてそれぞれの基準を決めマークを表示しています。地道な活動ですが地球にやさしい製品の目印となっています。

クラリオンエンジニアリング
技術部
石川　栄一

ステークホルダーとのコミュニケーション

クラリオンでは、さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを大切にしています。コミュニケーションを通して得られたステークホルダーの声を事業活動に反映し、改善につなげています。

お客様

お問合せやご意見への対応

お客様相談室では、ユーザーや消費者、さらには販売店からのさまざまなお問合せや苦情に対応するとともに、社内にフィードバックし、製品やサービスの改善に繋げています。

お取引先

購買方針説明会の開催

クラリオンとザナヴィ・インフォマティクスの共同購買説明会を168社、220名の参加を得て、開催しました。既に実施している集約・集中購買の確認やコスト・品質・CSR（環境、コンプライアンス）などについて、取引先への期待や要請を伝えると同時に優秀取引先の表彰を行いました。

地域社会

「消火栓操法競技会」への参加

2006年10月、地域の13事業所19チームが参加した戸田市消防本部、戸田市防火安全協会の主催による競技会があり、本社事務所から2チームが参加しました。地域の防災体制強化の要請に応えるとともに、参加企業との交流を行いました。

株 主

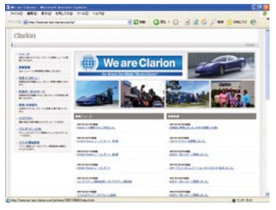
株主通信の配信

当社の現況をより深くご理解いただくため、通期と中間期の年2回、株主の皆様に小冊子「株主通信」を発送しています。会社の活動状況が良くわかるとの評価をいただいています。

従業員

「We are Clarion サイト」の配信

「We are Clarion サイト」は、世界のクラリオングループ従業員向けに、クラリオンのニュースやクラリオンブランドに関する情報を英語と日本語で紹介したエキストラネットです。キーワードは、「Our Brand Our Media」。世界のクラリオンの情報を共有するために、グループ従業員皆で作り上げるWebサイトを目指しています。



「クラリオンレポート 2007」の編集方針

クラリオンレポートは、企業ビジョンや事業戦略からなるクラリオンの「企業力」をお伝えすると共に、クラリオンのCSR（企業の社会的責任）に対する取り組みをわかりやすく報告することを目的に編集しています。

<参考にしたガイドライン>
·環境省「環境会計ガイドライン 2005 年版」準拠
·環境省「環境報告書ガイドライン（2003 年度版）」
·グローバル·リポーティング·イニシアティブ（GRI）
「サステナビリティ·リポーティング·ガイドライン 2002」

「クラリオンレポート2007」の社会・環境・経済レポートの作成に協力して

私たちは、クラリオン株式会社（以下「会社」）の依頼により、「クラリオンレポート 2007」のCSRレポートの部分（以下「本レポート」）の作成過程において、レポートに記載が望まれる内容や、読みやすさについて、第三者の視点でアドバイスを行いました。その過程において、私たちが感じた主なことを以下にコメントします。

1．ステークホルダーとのコミュニケーションの促進に向けて

会社は活用できるレポートづくりを目指して、CSR推進部のほかに、品質企画、人事、広報、営業の各部門から選出したメンバーでレポートを検討しています。また昨年に引き続き、社員の声を記載していますが、その作成にあたって国内外の従業員にインタビューを行うなど、報告書の作成過程が、内部のコミュニケーションツールとして着実に活用されつつあることが感じられます。
一方、外部とのコミュニケーションをみると、「株主通信の配信」（P21）、「お取引先への購買方針説明会の開催」（P30）や「ステークホルダーとのコミュニケーション」（P45）といった掲載はあるものの、会社からの情報発信に留まり、双方向コミュニケーションの様子が十分に伝わってこない印象を受けました。本レポートより、ステークホルダー別の構成を採用しており、社員の声と同様に外部のステークホルダーのインタビューを実施するなど、積極的なコミュニケーションとその記載が望まれます。
さらに、外部との対話や協働等の様子を記載することに加えて、そこで得られた成果をCSR活動の改善につなげていくことが重要であると考えます。

2．CSR活動の深化に向けて

本レポートでは、ステークホルダーごとの具体的な活動の記載やクラリオン独自の事例紹介が増え、昨年度と比較して記載内容が充実してきていると感じました。例えば、「盗難情報システム」（P29）は、近年増加傾向にあるHDDナビの盗難を背景にクラリオンが立ち上げたシステムで、警察の捜査に役立てています。また、「廃棄物コンダクター」（P41）は、廃棄物分別の専門家を独自に養成するものです。
CSR活動は、ステークホルダーのニーズや懸念に配慮し活動することが必要であり、こうした社会や環境についての関心への対応が、記載内容の充実として表れているといえます。
今後さらに期待されることは、CSR活動を体系的に示す中長期的なビジョンや目標を掲げていくことです。経営レベルでの組織全体にわたる方針が明確に示されることで、会社の方向性が読者にもさらに分かりやすくなるでしょう。そして、その方針のもと従業員一人ひとりが活動することによって、CSR活動の推進とさらなる深化が期待できます。

※なお、このコメントは、本報告書の記載情報の収集と報告プロセスの有効性や記載情報の信頼性について第三者としての意見を述べるものではありません。

2007年7月
株式会社あらたサステナビリティ
（**あらた監査法人**グループ）