

clarion

Annual Report 2006

For the fiscal year ended March 2006



clarion

クラリオン株式会社
〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50 TEL:(048)443-1111
URL: <http://www.clarion.com/>

Printed in Japan

クラリオン株式会社

Profile

当社は、1940年の創業以来、クルマと音と情報を結びつける先駆者として、数々の製品を生み出してまいりました。1951年には日本初の乗用車用カーラジオ、1963年には日本初のカーステレオ、1998年には世界初の車載用パソコンを開発・販売しました。また、商品領域もカーオーディオ機器、カーナビゲーションシステムや車両安全確認カメラ、路線バス用ネットワークオートガイドシステムなどにまで拡大。「クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追及し、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」という企業理念のもと、車載機器の領域にこだわり、常に新しいフィールドを開拓し続けています。

そして2010年、当社は創業70周年を迎えます。その節目を目前にして、2006年、新生クラリオンとしてグローバルブランドをより一層強化するため、新しいスローガンとロゴマークを策定しました。今回の新ブランド展開のもと、社員一丸となって、当社の強みを十分に活かし、他社より一歩先を行く先進性のある、独創的な商品の開発に勇往邁進していく所存です。

新しいクラリオンにご期待ください。



Forward-Looking Statements

The figures contained in this annual report with respect to Clarion's plans and strategies and other statements that are not historical facts are forward-looking statements about the future performance of Clarion. Such statements are based on management's assumptions and beliefs in light of the information currently available and involve risks and uncertainties. Actual results may differ from those in the forward-looking statements as a result of various factors. Potential risks and uncertainties include, without limitation, general economic conditions in Clarion's market.

CONTENTS

01 Introduction of New Global Brand in 2006

02 Message from the President

06 Corporate Governance / Corporate Social Responsibility

08 Topics

10 Financial Review

13 Risk Information

15 Six-Year Financial Summary

16 Consolidated Balance Sheets

18 Consolidated Statements of Income

19 Consolidated Statements of Shareholders' Equity

20 Consolidated Statements of Cash Flows

21 Notes to Consolidated Financial Statements

36 Report of Independent Auditors

37 Corporate Data



2006年、新グローバルブランドを導入

クラリオンは、「クルマなどの移動空間で音楽と情報のインターフェースとなる」ことを目指すブランドスローガンのもと、新グローバルブランド「Clarion」を立ち上げました。日本を中心とした世界市場において、商品名を企業名と同一にすることで、クラリオンブランドの認知を効果的に高めるブランディング活動を展開していきます。新グローバルブランドに基づいた製品は、2006年モデルより順次世界市場で展開していきます。

clarion



新グローバルブランド「Clarion」は新たなブランドロゴとブランドカラーを採用しています。従来の「Clarion」ロゴをグラデーションで表現することにより、シャープな現代性を象徴しています。また、新ブランドカラーは、企業の透明性や信頼感を表現した「クラリオンアズーロ」を採用しました。アズーロとは、イタリア語で青色を意味します。

クラリオンの新ブランドスローガン「Human Mobile Music Media Interface (Clarion H.M.I.)」は、「Human Machine Interface」の思想をさらに多層的・立体的に拡大させました。音楽と情報を移動体空間に結びつけることで、もっと楽しく、快適な空間に進化させるためのインターフェースとなることを目指す企業姿勢を表現しています。

マーケティング力を高め、 グローバル市場での優位性確保をめざします。

市場環境がおおきく変化する中で、クラリオンが安定的に成長していくための方向性について、泉社長が語ります。

当期の業績をどのように評価していますか？

2006年3月期（当期）は、販売価格競争の激化による価格下落等の影響があったものの、国内OEM（相手先ブランドによる生産）市場及び国内市販市場におけるカーナビゲーションの伸長やバス用AV機器の販売増加、北米及び欧州におけるEMS事業（Electronics Manufacturing Service:電子機器製造受託サービス）の販売増等により、連結売上高は184,176百万円と前期比3.3%の増収となりました。

連結営業利益は、市場価格の下落による収益への影響、将来への投資である開発費及び設備投資等戦略的投資の増加、物流費用の増加、さらに積極的なキャンペーン展開による販売促進費等の投入をはかったことにより、5,228百万円と前期比45.4%の減益となりました。一方、当期純利益は、本社移転予定に伴う埼玉本社事務所の土地売却等による固定資産売却益、投資有価証券売却益等の計上により、5,862百万円と前期比14.7%の増益となりました。

当期の市場環境には三つの大きな変化がありました。第一は海外の市販市場における大幅な価格下落です。これにより当収益に大きなマイナス影響が生じました。第二は国内における小型車、軽自動車へのシフトです。商品が安いものの構成比率が一気に高まりました。OEM比率の高い当社には、その影響が少なくありませんでした。そして第三はオーディオからナビへの商品ミックスの変化の加速です。ナビゲーションの増加は必然的にナビ+オーディオ一体機の増加となり、結果としてオーディオの減少につながり、また海外における市販市場の激化による収益の悪化となりました。

これらの要素によって、当社の扱い製品が本来、付加価値のある商品であったものが、コモディティー化の流れに飲み込ま



Tatsuhiko Izumi
President

れてしまう結果となりました。これらの変化が予想以上に急激に起こったため、当社が追従しきれなかったのが当期の残念な業績の要因であると考えています。

われわれは、この結果を真摯に受け止めるとともに、いかなる市場環境のもとにおいても安定して利益を創出できる企業体質の構築に向けて、今後の大きな改革に向けて動き出したところです。

Financial Highlights

Clarion Co., Ltd. and Subsidiaries
Years ended March 31

	Millions of Yen		Thousands of U.S. Dollars
	2006	2005	2006
For the Year:			
Net sales	184,176	178,325	1,567,863
Operating income	5,228	9,582	44,508
Net income	5,862	5,111	49,910

	Yen		U.S. Dollars
	2006	2005	2006
At Year-end:			
Total assets	122,119	119,527	1,039,578
Total shareholders' equity	34,484	26,729	293,560

	Yen		U.S. Dollars
	2006	2005	2006
Per Share:			
Net income	20.76	18.09	0.177
Cash dividends	2.00	—	0.017

Note: U.S. dollar amounts have been translated from yen, for convenience only, at the rate of US\$1=117.47, the approximate exchange rate on March 31, 2006.

クラリオンの課題とその取り組みについて説明してください。

最も重要な課題は当社のマーケティング力にあると考えています。

それは商品企画とユーザー分析の二つの領域に分けられます。商品企画領域では、市場はオーディオとナビゲーションの一体化を始め、車載機器はデジタル化の進展により、商品形態が従来と大きく変わってきています。記録メディアもCDだけでなく非常に多様化し、地上デジタル放送の受信機能やiPodとの連携など機能の高度化、多様化も進んでいます。そして、これら新メディア、新機能の出現や変化の速さも加速しています。そういったエンターテインメントの重要性が高まるという市場環境の中で、当社はエンターテインメント領域での商品企画の一層の強化を図ります。クラリオンは、従来から快適な社内空間の創造のための「エンターテインメント領域」を最も得意分野としてきました。今後も、エンターテインメント領域での商品力をさらに高め、一歩進んだ着想からいち早く、お客様に「夢」を与えるような商品を出し続けていきます。

一方、ユーザー分析の領域では、当社は今までのようなフルラインナップ戦略から脱し、ユーザーセグメンテーションを強化した上でのマーケティング戦略を展開しています。すなわち上述のようなメディアの多様化やデジタル化は、同時にユーザーの多様化にもつながっています。このような環境下で当社の限られた資源を最大限に活用していくためには、ユーザー分析の強化が不可欠と考えています。個々の商品ごとに、ターゲットとなるユーザー層を明確にし、ユーザーの満足を得る商品開発を進めます。

これらの内容は市販のみならず業務用、OEMに対しても全く同じことが言えます。さらにOEMの課題への取り組みとして、高付加価値商品以外のアイテムでも十分利益の出るようなモノづくりが急務と考えています。すなわち小型車、軽自動車が主になる環境が継続することを前提としてのマーケティング力の強化も重要課題としてとらえています。

そして特機事業も含め当社は全世界に張り巡らしているネットワークを駆使し、各市場において消費者と一体となったマーケティング活動をしていきます。

今後、成長が大きく期待できる分野はどこですか？



OEMでは、まず、さらなるナビゲーションの拡大です。AVナビゲーションの装着率の拡大は、日本から海外へ広がる傾向にあります。当社は、中国、北米、欧州でのナビゲーションの新商権の獲得をめざしていきます。また、ドライバーの安全指向の高まりにより、ナビゲーションのITS化とカメラニーズの高まりも期待できます。当社のカメラ技術と映像認識技術を生かすことで、駐車アシスト、障害物予告／回避システム等の実用化による安全システムの拡大をめざします。このほか、北米における衛星ラジオの拡大（XM、シリウス）に加え、国内に次ぐ大きな柱となるような北米のカーメーカーの新規大型商権の拡大も期待できる内容です。また既に展開しているタイ、ブラジル等の新興国のオーディオの販売のさらなる拡大も期待できます。

市販市場では、エンターテインメントゾーンの拡大（オーディオ、デジタル放送、ナビゲーション）が第一のターゲットです。通信環境の整備に伴うコンテンツの重要性が高まる中で、コンテンツ事業の展開も進めていきます。また、海外市場においてはまだポテンシャルの高い市場が残っており、BRICs、アフリカ、中近東等がさらなる攻略対象地域となります。また、北米、欧州で既に積極的に展開中のポータブルナビゲーションを、確固たる市場として構築させていくことも重要な目標です。

市販市場では、エンターテインメントゾーンの拡大（オーディオ、デジタル放送、ナビゲーション）が第一のターゲットです。通信環境の整備に伴うコンテンツの重要性が高まる中で、コンテンツ事業の展開も進めていきます。また、海外市場においてはまだポテンシャルの高い市場が残っており、BRICs、アフリカ、中近東等がさらなる攻略対象地域となります。また、北米、欧州で既に積極的に展開中のポータブルナビゲーションを、確固たる市場として構築させていくことも重要な目標です。

市販市場では、エンターテインメントゾーンの拡大（オーディオ、デジタル放送、ナビゲーション）が第一のターゲットです。通信環境の整備に伴うコンテンツの重要性が高まる中で、コンテンツ事業の展開も進めていきます。また、海外市場においてはまだポテンシャルの高い市場が残っており、BRICs、アフリカ、中近東等がさらなる攻略対象地域となります。また、北米、欧州で既に積極的に展開中のポータブルナビゲーションを、確固たる市場として構築させていくことも重要な目標です。

上記のテーマにおける日立とのアライアンスの意義について説明して下さい

日立とは、ナビゲーションをはじめとする車載情報システム事業における事業の強化・拡大をめざすことを目的に昨年4月の事業業務提携を行い、共同先行開発、資材調達、製造、販売、アフターサービス等の各分野でアライアンスを進めています。クラリオンは、車載オーディオ・ナビゲーションなどのエンターテインメントシステムの商品企画力・開発力を有しており、日本を始め、北米・中南米・欧州・アジア等において、多くの自動車メーカーと長年取引関係にあり、アフターマーケットにおいても同様に、全世界の市場に商品展開をしています。さらに、CCDカメラ等車両安全確認システムなど、幅広い分野でカーマルチメディアへの事業展開を図っています。一方、日立は、オートモティブシステム事業において、「ITS統合制御」の実現に向け、事業の拡大を図っており、豊富なソフトウェア開発力、さらにはデジタル家電に代表される組み込みソフトウェアの製品開発力など、今後の車載情報システム事業に不可欠な技術を有しています。

今後、拡大する車載情報システム事業においてITS連携、テレマティクスサービスなど高度な技術、多様化する市場ニーズへの迅速な対応が求められており、両社は当該分野における戦略として、製品の基盤となる基本ソフトウェアや将来動向を見据えた技術の共同先行開発を行っています。また2008年以降に市場に投入する新製品開発を目標とし、開発リソースの集中、開発のためのツール開発なども行って、これらにより一層の開発投資の効率化と開発スピードの加速が実現されます。この結果グローバル市場における圧倒的な優位性の確保が可能になるのです。

「コーポレートガバナンスに対するクラリオンの考え方は？」

当社は、長期的な株主価値の向上を目指した経営を行い、その成果を適正に株主還元することを経営姿勢としております。そして、ステークホルダーとの円滑な関係を構築し、適時適切な情報開示に努め、コンプライアンス体制を強化し、適正かつ効率的な取締役会の運営に努めて、コーポレートガバナンスの実効性を高めたいと考えております。

特に当期は、会社法・金融商品取引法の施行等を踏まえて下記の点を強化しました。

- ① 内部統制システムの再整備と財務報告に係る内部統制の文書化の推進
- ② 「社会貢献」分野の充実を重点としたCSRの推進
- ③ 体制の構築段階から意識の定着とリスクを低減するコンプライアンス活動の強化
- ④ 社外取締役の導入による公平な視点での経営サポート体制



この結果、当社として、健全経営を進めていくにあたってのインフラは構築されました。コーポレートガバナンスを強化しCSRを意識した企業文化につなげていくべく力を入れていきたいと考えています。

【参考】

東証開示のコーポレートガバナンスに対する当社の基本的考え方

当社は、長期的な株主価値の向上を目指して効率的かつ競争力のある経営を実現するとともに、株主価値を明確に意識して事業戦略を実行し、その成果を適正に株主に還元することを経営姿勢としております。

株主の基本的な権利を尊重し公平性を保持し、ステークホルダーとの円滑な関係を構築するとともに、適時適切な情報開示に努めて経営の透明性を高め、コンプライアンス体制を強化しながら意思決定と業務執行が適切に行われるように、適正かつ効率的な取締役会の運営に努め、コーポレートガバナンスの実効性を高めたいと考えております。

企業価値の向上に向けた施策とステークホルダーへの還元について

第一にコーポレートブランドイメージの向上こそが企業価値向上に直結すると考えています。これは、すなわちブランド経営の推進により企業価値の向上を実現していくことです。



第二に企業業績を良くすることにより、ステークホルダーの方々に配当等の形で、利益を還元していくことによって企業価値を向上していきます。そのために、ものづくりの過程で、各段階での努力を結晶させて優れた良い商品を生み出し、販売するというメーカー

としての基本を徹底していきます。

そしてさらに第三の施策として、商品への付加価値を通じての企業価値の向上をめざします。

他社にないユニークさ、ときめく先進性、卓越した品質、満足を与えるデザイン、歓びを与える機能を商品を通じて提供することによって、当社の企業理念をお客様から認めていただくことによって、企業価値を向上させていきたいと考えています。同時に従業員に対しても職場環境を最大限改善することにより、社員一人一人のモチベーションを上げ、そして良い商品が生まれる環境を整備していきます。

上記により、全てのステークホルダーに対し、その時々当社の業績を反映した形での還元をしていきます。そして我々の付加価値を継続的かつ安定的に還元していくことが、最も重要であると考えています。

今後も、ステークホルダーの皆さまの変わらぬご支援、ご鞭撻をお願い申し上げます。

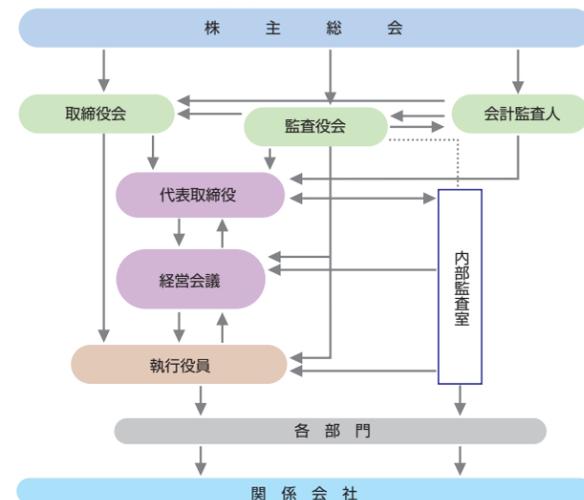
2006年6月

取締役社長
泉 龍彦

クラリオンでは健全で透明性の高い経営体制を追求しています

当社は、長期的な株主価値の向上を目指して効率的かつ競争力のある経営を実現するとともに、株主価値を明確に意識して事業戦略を実行し、その成果を適正に株主に還元することを経営姿勢としております。株主の基本的な権利を尊重し公平性を保持し、ステークホルダーとの円滑な関係を構築するとともに、適時適切な情報開示に努めて経営の透明性を高め、意思決定と業務執行が適切に行われるように、適性かつ効率的な取締役会の運営に努め、コーポレート・ガバナンスの実効性を高めたいと考えています。

●コーポレート・ガバナンス体制図



コーポレート・ガバナンス体制

当社では、監査役制度を採用しており、取締役会は当社グループ全体の視野に立った経営の基本方針及び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等によって構成される経営会議において、経営の方向性や方針を明確にしています。経営環境への即応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。

さらに内部統制システムのもと、内部監査室による当社各部門及び当社グループ各社に対する内部監査を定期的実施し、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指摘事項については是正しております。

リスクマネジメント体制の整備

当社では、トータル・リスク・マネジメント体制の構築を目指して、主に危機管理、コンプライアンス、情報セキュリティ管理に関して活動を推進しています。特に危機管理については、災害時の従業員の安否を迅速に確認するため、2005年7月に安否確認システムの導入をしたり、「危機管理マニュアル」の策定、組織やグループを横断した「危機管理委員会」の設置など、積極的に取り組んでいます。また、情報セキュリティ管理については、「情報セキュリティポリシー」を作成し、システム利用者や運用者は、常に共通意識を持つような運用管理をしています。セキュリティガイドでは、機密区分を設定し、利用者区分によってセキュリティレベルを制定し、厳しい管理を行っています。

情報開示

当社では、全てのステークホルダーの方々への説明責任を果たすとともに、経営の透明性を高める努力をしています。その一環として、国内外における決算説明会の実施、アニュアルレポートやクラリオンレポートなどの発行、ホームページの定期的な更新など様々な方法を用いて、正確かつ公平な企業情報をタイムリーに公開しています。

クラリオンは誠実なコンプライアンス活動や環境保全活動を通じて社会に貢献します

当社では、企業が社会的責任を果たす上で、コンプライアンスが重要と考え、グループ全体でコンプライアンス・プログラムに取り組んで、誠実かつ透明性ある企業を目指しています。また、環境の保全が全世界の最重要課題の一つであり、企業経営の基本であるとの考えから、組織的かつ体系的に環境保全活動に取り組んでいます。以下に、その取り組みの一部をご紹介します。

コンプライアンスの徹底

当社では、良き企業市民・良き社会人として、単に法を守るだけでなく企業倫理の観点からも、全社員が誠実に行動するための指針として、2003年7月に「コンプライアンス行動指針」を制定し、全社員に周知徹底を図っています。また、eラーニングでのコンプライアンス研修やケースブックやビデオなどのツールを使用したコンプライアンス教育により、全社員のコンプライアンス意識の向上を図っています。また、2004年度から「コンプライアンス監査」を実施し、コンプライアンス行動指針が守られているか、コンプライアンス上の問題が起きていないかなどを定期的に確認し、必要な改善指導を行っています。

コンプライアンス推進体制

当社では、2003年7月に、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推進室が中心となって、四半期に1回委員会を開催し、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。

コンプライアンス相談通報窓口

当社では、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、また通報を肯定することによってコンプライアンス違反のできない風土作りを図るためです。2004年11月には社外の受付窓口も設置し、より相談・通報しやすい環境を整えました。

環境マネジメント推進体制

当社では、企業活動のあらゆる面で環境の健全性に配慮して行動することを明文化した環境方針を制定し、それに基づいて人と社会と自然の調和を図り、持続可能な企業を目指して企業活動を推進しています。全社的な取り組みを展開するため、社長を委員長とする「環境委員会」を設置し、全社的なテーマに対しては、全社機能を横

断する8つの専門部会が中心となって活動を行っています。また、各部署で環境リーダーを1名以上選出し、自部署の環境活動を推進しています。

国際環境規格への対応

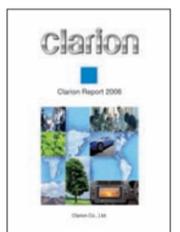
当社は、2000年4月にISO14001の認証を全社一括で取得し、環境マネジメントシステムを構築しました。また、海外子会社では生産拠点を中心に10拠点で認証取得を完了し、さらに1拠点で認証取得活動を展開中です。

環境中期計画

当社では、2005年4月から2008年3月末までの3カ年中期計画を策定し、全社をあげて環境保全活動に取り組んでいます。具体的には、製品ライフサイクルアセスメントの展開や製品への鉛フリーはんだの適用、グリーン購買の推進を始め、省エネ活動の推進、リサイクル率99%以上を目標としたゼロエミッション活動の推進と継続、化学物質管理の徹底など、多岐に渡る課題に対して高い目標を掲げ、達成に向けて全社員で取り組んでいます。

ステークホルダーコミュニケーションの推進

当社では、年に1度「クラリオンレポート」を発行し、当社の環境保全活動や社会貢献活動などに対する取り組み姿勢や実績を詳細に紹介しています。「クラリオンレポート」は当社のホームページでも閲覧いただけます。



Clarion Report 2006

Embodying Clarion's Cutting-edge Technologies

In this section, we review some of the highlights of Clarion's activities during fiscal 2005.

上海GMのミニバン車へDVD AVエンターテインメントシステムを納入

2005年8月、クラリオンは、米国GM社と上海汽車工業集団の合併会社である上海GM社の中国市場向けミニバン車「ファーストランド」へ、DVD AVエンターテインメントシステムの納入を開始しました。この製品は、前席にDVDワイド6.5インチAVセンターユニット、運転席と助手席のヘッドレスト背面に5.8インチのリアモニターを2画面搭載。車内の前後でDVDを楽しむことができるリアエンターテインメントシステムです。赤外線リモコン対応してお

り、DVD画面をフロントでのボタン操作よりも詳細に操作設定が可能です。クラリオンでは現在拡大し続ける中国の自動車市場を重要な商圏としてとらえており、今回の製品納入は、上海GM社とのパートナーシップをさらに深める一歩であると同時に、クラリオンが掲げる、中国市場向け製品供給の強化戦略に向けた活動の成果の一つです。



三菱自動車の新型軽自動車「i(アイ)」に2DIN AV-Naviシステムを納入

クラリオンの2DIN HDD/CD AV-Naviシステムは、三菱自動車工業株式会社より2006年1月24日に発売された新型軽自動車「i(アイ)」に採用され納入を開始しました。このシステムは当該車種にメーカーオプション（工場装着）として搭載されます。2DIN HDD/CD AV-Naviシステムは、7インチのワイドディスプレイを採用。i-Pod、ETC対応、AM/FMラジオ、CDプレーヤーとテレビチューナー内蔵しています。「データ編集機能」や「ミュージックキャッチャー®」



といったクラリオンならではの豊富な機能を搭載し、優れた操作性を提供します。また、このAV-Naviシステムは、パジェロミニの特別仕様車「アクティブフィールドエディション」にも追加搭載が決定し、「i(アイ)」、「パジェロミニ」の2車種への納入となりました。さらに、今回の納入は、軽自動車としては初のHDDナビゲーションの工場装着設定となります。

国内市販用AV一体型HDDナビゲーション4機種を発売開始

クラリオンは、「クルマなどの移動空間で音楽と情報のインターフェースとなること」を目指すブランドスローガン「Clarion H.M.I.(Human Mobile Music Media Interface)」のもと、国内市販用にAV一体型HDDカーナビゲーション「MAX960HD」「MAX860HD」「MAX760HD」「MAX560HD」4機種の発売を、2006年5月から順次開始しました。新製品は、業界最大2DINワイド7インチ大型モニター搭載。メニューやナビ画面のテキストが大きく見やすい上、直感的なオペレーションが可能です。また、「MAX960HD」と「MAX860HD」については、新機能3Dメニュー「FUN RING」をはじめ、高機能をシンプルに操る優れた操作性により、誰にでも高機能を堪能いただけます。CDからハードディスクに最大4,000曲を最大8倍速で録音することができ、DVD・CDやAM/FM・TVなど、多彩な最新デジタルメディアを楽しめます。5.1chサラウンドプロセッサーをはじめ、タイムアライメントコントロール、パラメトリックイコラ



イザーといった本格的な音場再生技術を搭載しており、先進的な音響技術を搭載する「音質追求」モデルです。最新の第5世代iPodにも対応しており（要別売りオプション）、音楽だけでなくビデオファイルの再生も可能です。SDメモリーカードとメモリースティックPROに対応するコンボスロットも搭載し、外部からのデジタルデータを取り込むことも可能です。

北米・欧州向け新型モデルを発売開始

クラリオンは、北米・欧州向けに2006年新製品ラインアップを拡充しました。HDDナビゲーションシステムでは、北米向けに「NAX970HD」、欧州向けに「NAX963HD」を発売開始。いずれも30GBと大容量のハードディスクドライブを搭載、広域に渡る地図データをカバーしています。また、音声認識ソフトを搭載し、運転しながら行き先設定することができ、ドライバーの安全性も確保しています。欧州向けの「NAX963HD」は、東西ヨーロッパのほぼ全域となる27カ国分の地図データを搭載しており、タッチパネルと3Dメニューにより簡単操作が可能です。



NAX963HD



N.I.C.E. P200

ポータブルカーナビゲーションシステム分野では、「N.I.C.E.」と、よりコンパクトな「N.I.C.E. P200」を北米向けに発売開始しました。N.I.C.E.とは「Navigation and In-Car Entertainment」の略。いずれも20GBのHDDを搭載し、10GBずつナビ機能とエンターテインメント機能にスプリ

ットすることが可能。様々なオーディオ・ビジュアルフォーマットに対応している上、タッチパネル方式のモニターには、7インチ高解像度TFT LCDを採用。地図の細かい部分もくっきり確認でき、また、DVDやビデオカメラを接続して美しい画像を楽しむこともできます。欧州向けには「MAP360」と「MAP560」を発売しています。3.5インチの高解像度LCDを採用

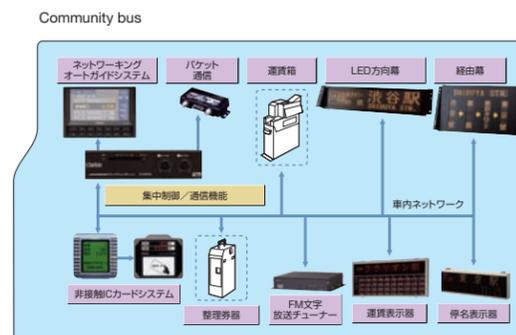
した軽量・コンパクトサイズ。「MAP560」は24カ国分の地図データを搭載しています。また、4時間分*のリチウム電池により、クルマから取り外してオートバイや自転車に取り付けて利用することも可能。存分にアウトドアを楽しむことができます。

(*満充電時)

LinuxとJava™ J2ME CDCを搭載した車載情報端末を開発

クラリオンは、車載情報端末「ネットワークオートガイドシステム」を、2004年3月より発売を開始しました。今回開発した業務車両用の情報端末は、OSには汎用性の高いLinuxを採用、さらにJava™の中でも、テレマティクスやナビゲーションに適したスベックを持つJ2ME CDCを採用しています。このプログラミング言語を採用するのは業務車両向けとしては世界初です。この端末は、従来の音声合成放送装置にパケット通信インターフェース機能を搭載することで、従来複数の機器で構成する必要のあった路線バス用の端末を1台に集約でき、管理の効率化に加え、導入コストの削減なども可能です。また、GPSによる位置・運行管理、バスの現在地をリアルタイムに利用者や管理部門に伝えるバスロケーションシステム、バスと管理センターの相互通信によるニュースなどの情報や広告の配信などの、次世代路線バ

スシステムへの応用が可能となります。クラリオンでは、さらにこの路線バス用のシステムを発展させ、観光バスや、運送業などをはじめとした業務車両用の位置・運行管理システムといった、広範な業務用フリーマネジメントシステムへの応用も検討しています。



Review of Operations

当連結会計年度におけるわが国経済は、原油価格の高騰など生産基盤のコスト上昇面もありましたものの、企業収益は改善したことに伴い民間設備投資も好調に推移し、景気回復基調にあります。また、個人消費についても雇用環境の改善とともに回復傾向が見られました。海外では中国経済が引き続き拡大し、米国では政策金利の引き上げが実施される中でも個人消費は堅調に推移しています。欧州においては、EU経済圏が広がりを見せており、景気には底堅さが見られます。

当社グループの関連する自動車業界は、新車販売数においては国内生産・販売とも前年実績をわずかに上回りましたが、このうち軽自動車の販売実績が大きく寄与しています。中国においては比較的安定した成長を遂げ、生産・販売台数とも前年比それぞれ大幅な増加となっております。北米・欧州においてはほぼ前年並みの販売台数で推移いたしました。このような市場環境のもと、当連結会計年度の業績につきましては、販売価格競争の激化による価格下落等の影響はありましたものの、国内OEM市場および国内市販市場におけるカーナビゲーションの伸長やバス用AV機器の販売増加、北中米および欧州におけるEMS事業の販売増等により、連結売上高は184,176百万円と前期比5,851百万円(3.3%)の増収となりました。

一方、損益面につきましては、開発費および設備投資費等戦略投資の増加、物流費用の増加、積極的なキャンペーン展開による販売促進費等の投入をはかったことにより、連結営業利益は5,228百万円と前期比4,353百万円(45.4%)の減益、連結経常利益は支払利息の削減等により4,547百万円と前期比2,734百万円(37.6%)の減益となりました。

特別損益につきましては、さいたま新都心への移転予定に伴う埼玉本社事務所の土地売却等による固定資産売却益2,000百万円、投資有価証券売却益1,373百万円等、特別利益3,875百万円を計上し、固定資産の減損に関わる会計基準の適用により減損損失1,335百万円、埼玉本社事務所の建物売却等による固定資産売却損687百万円等、特別損失3,889百万円を計上しました。さらに、法人税等調整額等を控除し、連結当期純利益は5,862百万円と前期比751百万円(14.7%)の増益となりました。1株当たり当期純利益は前期の18.09円に比べ、20.76円と改善しました。

事業の種類別セグメントの業績は以下の通りです。

■自動車機器事業

当社グループのコア事業である自動車機器事業は、カーオーディオ・カーナビゲーション・カーマルチメディア機器等の生産・販売で構成されています。欧州市販市場での販売不振および価格競争の激化による販売価格の下落等がありましたものの、国内市販市場でのカーナビゲーションの販売伸長、経済成長の著しい中国および国内・北米におけるOEM市場での販売増等により、当該事業の売上高は168,686百万円と前期比2,321百万円(1.4%)の増収となりました。また、損益面につきましては、物流費用の増加、開発費等戦略投資および販売促進活動等の積極的な投入により、営業利益3,578百万円と前期比4,554百万円(56.0%)の減益となりました。

■特機事業

バス用AV機器等の特機機器は観光・路線バス業界への利用者のサービス向上を目的としたIT技術によるバス・ロケーションシステムやオートガイドシステムの拡販およびドライバーの安全志向の高まりによるCCDカメラ等車両後方確認TVシステムの積極的拡販に努めてまいりました。この結果、当該事業の売上高は8,306百万円と前期比1,357百万円(19.5%)の増収となり、営業利益は1,451百万円と前期比218百万円(17.7%)の増益となりました。

■その他の事業

その他の事業は、北中米でのEMS事業の伸長および欧州でのEMS事業開始等により、売上高は7,183百万円と前期比2,173百万円(43.4%)の増収となりました。また、一部設備投資等もあり、営業利益は199百万円と前期比17百万円(8.1%)の減益となりました。

所在地別セグメントの業績は以下の通りです。

■日本

自動車業界は、国内生産は輸出に支えられ増加しており、また、国内販売においては軽自動車好調に販売推移し、需要を牽引しております。業績につきましては、顧客が要求するコスト低減は厳しさを増しておりますが、OEM市場および市販市場でのAVタイプのカーナビゲーションの販売伸長により、売上高は99,511百万円と前期比2,852百万円(3.0%)の増収となりました。一方、損益面につきましては、開発費等の戦略投資および流通経費等の増加により、営業利益は3,798百万円と前期比2,506百万円(39.8%)の減益となりました。

■米州

OEM市場での販売増加および北中米でのEMS事業の販売が伸びたことにより、売上高は43,725百万円と前期比5,148百万円(13.3%)の増収となりました。一方、損益面につきましては、販売価格の下落および流通経費等の増加もあり、営業利益は1,057百万円と前期比617百万円(36.9%)の減益となりました。

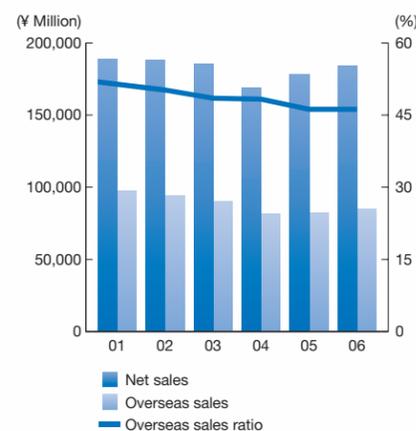
■アジア・豪州

中国内でのOEM納入の大幅な伸長および台湾でのOEM納入増加等により、売上高は15,063百万円と前期比4,325百万円(40.3%)の増収となりました。一方、損益面につきましては、販売経費等の増加、中国内での開発費増加等により、営業利益は728百万円と前期比62百万円(7.8%)の減益となりました。

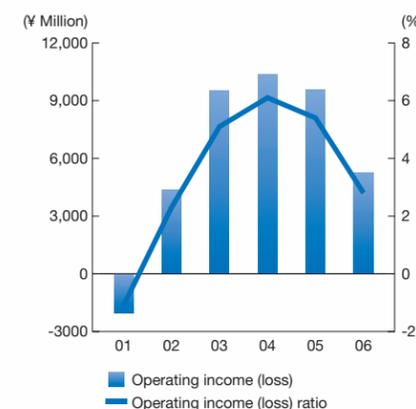
■欧州

市販市場での価格競争激化による価格下落および販売不振、ならびにOEMの減少等により、売上高は25,877百万円と前期比6,474百万円(20.0%)の減収となりました。一方、損益面につきましては、販売経費の削減努力をしたものの、減収および販売価格の下落等により営業損失は354百万円(前期は348百万円の営業利益)となりました。

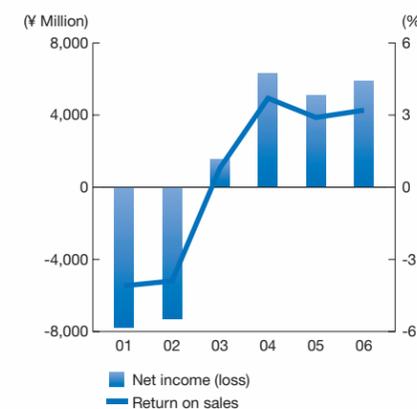
Net Sales, Overseas Sales and Overseas Sales Ratio



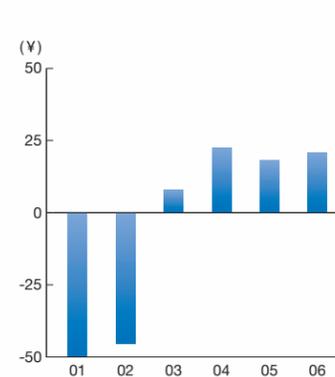
Operating Income (Loss) and Operating Income (Loss) Ratio



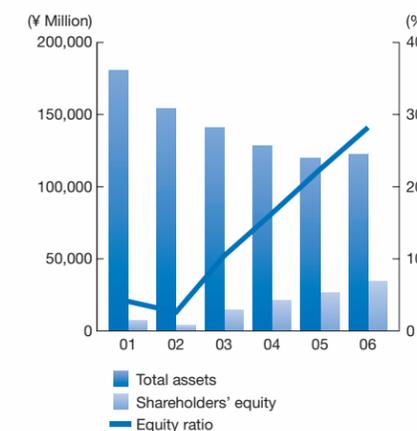
Net Income (Loss) and Return on Sales



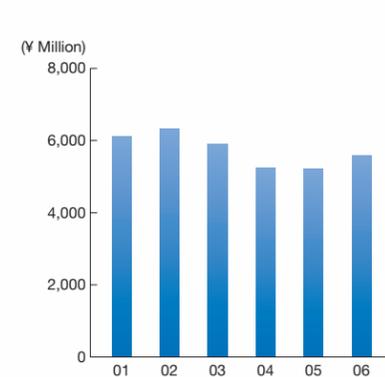
Net Income (Loss) per Share



Total Assets, Shareholders' Equity and Equity Ratio



Depreciation and Amortization



* Years ended March 31

Financial Position

当期末の総資産は、前期末に比べ2,591百万円(2.2%)増加し、122,119百万円となりました。流動資産は前期末に比べ2,802百万円(3.8%)増加し、76,489百万円となりました。増加の主な理由は、現金及び預金が前期末に比べ1,089百万円増加し12,148百万円となったことやたな卸し資産が1,642百万円増加し24,513百万円となったことによるものです。固定資産は前期末に比べ210百万円(0.5%)減少し、45,630百万円となりました。これは、建物及び構築物が前期末に比べ2,334百万円減少し5,564百万円となったことが主な要因です。無形固定資産は前期末に比べ1,009百万円(13.2%)増加し、8,467百万円となりました。また、投資その他の資産は前期末に比べ720百万円(5.4%)増加し、14,049百万円となりました。

負債合計は前期末に比べ5,191百万円(5.6%)減少し、87,458百万円となりました。流動負債は前期末に比べ6,837百万円(10.1%)減少し、60,953百万円となりました。その主な要因は、短期借入金10,405百万円減少し20,187百万円となったことによるものです。固定負債は前期に比べ1,646百万円(6.6%)増加し26,504百万円となりました。これは、長期借入金が前期末に比べ3,013百万円増加し14,040百万円となったことが主な要因です。

株主資本は前期末に比べ7,754百万円(29.0%)増加し34,484百万円となりました。利益剰余金が前期比5,549百万円増加し8,483百万円となったことが主な要因です。株主資本比率は前期の22.4%から28.2%に上昇しました。

Cash Flows

営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益4,534百万円、減価償却費4,955百万円の計上、投資有価証券売却益及び固定資産売却益を計上し、また、売上債権の早期回収、支払利息の削減等により、9,236百万円の増加(前期末は8,038百万円の増加)となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の売却7,802百万円、投資有価証券の売却2,430百万円、さいたま新都心の土地取得及び中国等の生産設備の有形固定資産の取得8,106百万円、ソフトウェア等の無形固定資産の取得3,092百万円等により、1,055百万円の減少(前期末は6,030百万円の減少)となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、有利子負債の削減に努め、7,938百万円の減少(前期末は17,537百万円の減少)となりました。以上の結果、現金及び現金同等物の期末残高は11,954百万円(前期末は11,016百万円)と937百万円の増加となりました。

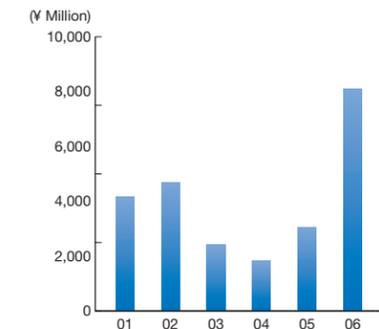
Outlook for Fiscal 2006, Ending March 31, 2007

世界経済は、景気拡大している中国や米国に牽引されて着実な景気回復が見込まれています。わが国経済においても、景気回復は底堅く推移すると見込まれます。一方では、原油価格の高騰、金利上昇予想など、企業業績に与える影響については不透明であると考えられます。

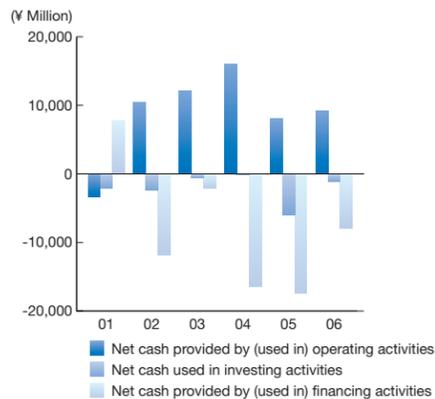
自動車業界におきましては、世界市場での競争の厳しさから海外生産の比重がますます増加しています。また、IVCS業界につきましては、カーメーカー各社の本格的な情報通信サービスも開始され、カーナビゲーションを中心に着実に進展しております。当社グループの強みであるAVナビゲーションにおいては、OEMを中心に順調に拡大しております。また、戦略パートナーである株式会社日立製作所とのアライアンスの強化により、製品研究開発等各分野での連携強化を図ってまいります。

このような環境の中で、次期の業績につきましては、連結収益力の強化と連結キャッシュ・フローの向上に努め、株主資本の充実を図ることにより、連結売上高は対当期比3.2%増の190,000百万円、営業利益は対当期比7.1%増の5,600百万円、当期純利益は対当期比48.8%減の3,000百万円を見込んでおります。なお、為替相場につきましては1ドル115円を前提としております。

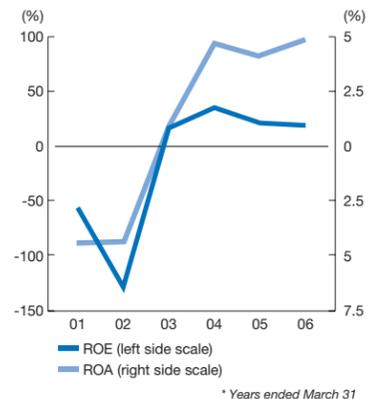
Capital Investment



Cash Flows



ROE and ROA



* Years ended March 31

Risk Information

当社グループの経営成績及び財務状況並びにキャッシュ・フローに影響を及ぼす可能性のあるリスクは以下のようなものがあります。
なお、文中における将来予測に関する事項は、アナニュアルレポートの発行日において、当社グループが判断したものであります。また、記載のリスク項目は、当社事業に関するすべてのリスクを網羅したものではありません。

(1) 経済状況において

当社グループは、車載用音響機器及び情報通信機器を中心にグローバルな事業展開を行っております。このため、さまざまな市場における経済状況の影響を受けることとなります。従いまして、日本、米州、欧州、アジア・豪州等の主要市場での景気後退局面における需要の縮小、経済環境の急激な変化(為替影響・価格影響・会計制度の変更等)は、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(2) 為替の変動影響について

当社グループは、グローバルに生産及び販売する事業展開を実施しています。各地域における売上・費用・資産等を含む現地通貨建ての諸項目は、財務諸表の作成のため円換算されております。換算時の為替レートにより、現地通貨における価値に変化がなくても、円換算により影響を受ける可能性があります。各通貨間における為替変動のバランスが急激に変化した場合には、当社グループの業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

また、当社グループが生産を行う地域の通貨価値の上昇は、その地域における製造原価を押し上げる要素となり、市場での価格競争力を低下させる可能性があり、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(3) 価格競争の激化について

当社グループが事業展開を行っている車載用音響機器及び情報通信機器業界は、国内外多数の競合メーカーが参入し、価格競争が激しくなっております。OEM取引のお客さまであるカーメーカーはグローバルな調達を行っており、サプライヤー選定において重要な要素である納入価格について、全世界レベルの厳しい競争となっております。また、お客さまの購入施策による価格低減要求も厳しくなっており、想定を超えた納入価格の下落が生じた場合、並びに、国内外市販市場での著しい市場価格の下落が生じた場合、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(4) 主要顧客企業の業績依存について

当社グループの主たるお客さまは国内外のカーメーカー及び市販量販店であります。これらお客さまからの想定外の値引き要請、お客さまサイドでの調達方針の変更に伴う取引高の縮小及び業績の不振は、結果として、当社グループの売上高及び利益率(率)等を低下させる可能性があります。また、お客さまであるカーメーカーの車両販売がユーザーの支持を得られず業績が低迷した場合、当社グループの提供しております製品等の売上高は、自動車需要の動向に左右され、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(5) 他社との提携の成否について

当社グループの取扱い製品等の技術進歩は速く、限られた経営資源を有効活用し、効率的な新製品開発と販売機会拡大等を達成するため、他社との技術提携や共同開発等を進めております。特に、筆頭株主であります株式会社日立製作所とは、設計ツール等共同開発をはじめとして、資材調達、サービス、商品企画、業務プロセス等での包括的な業務提携により事業の拡大・強化を進めております。しかし、外的要因を含む諸事情、あるいは市場での製品ニーズの変化等により、その効果を享受できず期待した成果をあげられなくなる可能性があります。これにより、将来の成長性と収益性を低下させ、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(6) 新製品開発力及び開発資源について

当社グループは、お客さまのニーズを追求し、車載用音響機器及び情報通信機器等の魅力ある新製品を市場に供給することにより売上高の拡大をはかっておりますが、新製品は技術進歩に速い先端技術に支えられており、その依存度はますます高まっております。当社グループの新製品開発において、雇用流動化の進展等の環境変化により、①優秀な開発要員の確保や育成が困難となる可能性、②お客さまからの技術要求レベル及びスピード要求に対応できなくなる可能性、③将来保有すべき要素技術の確保が困難になる可能性等のリスクがあります。これらにより、将来の成長性を低下させ、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(7) 製品の欠陥について

当社グループは、ISO及びQS等に基づく品質マネジメントシステムにより、品質管理の徹底及びサービス体制の充実をはかり、製品を万全の注意を払ってお客さまへ提供させていただいております。しかし、将来において大規模なリコールや製造物責任賠償(製造物責任については保険加入しておりますが、保険で賠償額をカバーできるという保証はありません)につながるような製品の不具合が発生しないという保証はありません。不測の状況が発生した場合には、多額のクレーム費用や当社の製品等の評価に重大な影響を与え、売上高の減少や利益の縮小などにより、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(8) 当社ライセンス及び第三者ライセンスの利用について

当社グループは競合製品との差別化をはかため、技術とノウハウの蓄積を実施しております。当社グループ独自の技術とノウハウは、一部の地域においては法的制約により知的財産権の保護は不完全で限定的にしか保護されない状況にあります。また、第三者が当社グループの知的財産権を使用して類似した製品を製造・販売することを未然に防止できない可能性もあります。一方では、当社グループは他社の知的財産権を侵害することのないよう対策を実施しておりますが、不測にも将来に他社の保有する知的財産権を侵害していると判断される可能性があり、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。また、当社グループは従業員発明に対して、改正特許法に基づいた職務発明補償制度等の改定を平成17年4月1日に実施しましたが、補償評価に対して発明者から訴訟提訴されるリスクがあります。

(9) グループ外からの部品等調達について

当社グループは、重要部品であるメカニズムは自社で製造しておりますが、半導体等の一部重要部品はグループ外より調達しております。

供給元とは、安定的な供給が確保されるよう体制を整えておりますが、需要急増や予期せぬ災害等の発生より、必要数量が必要とする時期に納入されない可能性があります。その場合には、当社グループでの生産の混乱、物流費用の増加、ひいては、お客さまへの供給の影響等が発生し、販売機会の損失等が発生する可能性があります。また、素材の高騰、為替相場の急変等により調達価格が上昇した場合は、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(10) 海外進出に潜するリスクについて

当社グループの海外市場への事業進出には、当該国の景気後退に伴う市場規模の縮小のほか、国及び地域における政治的・経済的混乱、予期せぬ法規制の変更、戦争・テロ、通貨危機、自然災害・疾病蔓延等のリスクが内在しています。また、当社グループはグローバル生産戦略に基づき、海外に生産拠点を設けており、とりわけ中国の東莞(Dongguan)地区・アモイ(Xiamen)地区での生産比率は高まっておりますが、カントリーリスク等を考慮し、生産体制のコントロールは当社で実施しております。上記に挙げた要因のほか、ストライキや治安悪化による不測の事態等により事業の遂行が中断された場合には、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(11) 退職給付債務について

当社及び一部の国内連結子会社並びに一部の海外連結子会社においては、確定給付制度を採用しております。従業員退職給付費用等については、勤続年数、離職率、割引率、期待収益率等に基づいて算出されております。しかしながら、近年の割引率の低下及び資産運用利回りの低下などにより、未認識の数理計算差異等により将来的には企業退職費用の増加という形で、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(12) 固定資産の減損会計について

当連結会計年度において、固定資産の減損に係る会計基準の導入に伴い、当社及び国内子会社等が保有する有形固定資産及び無形固定資産、リース取引による賃借物件等については、個別に回収可能性を検討し減損損失1,335百万円を計上しております。有形固定資産及びリース物件等においては、将来、技術革新等による設備の陳腐化や事業撤退による不要設備が発生した場合、相当の減損による損失が発生する可能性があります。また、無形固定資産においては、主に自社利用のソフトウェアを利用見込期間(5年)に基づく定額法で減価償却しておりますが、将来の利用見込期間が当社の利用見込期間を下回った場合には、相当の減損による損失が発生する可能性があります。その場合には、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(13) 投資リスク、売上債権等の回収懸念及び偶発損失について

当社グループの将来事業拡大のための国内外への事業投資、研究開発投資等が実施された場合、それらは必要予測に基づいたため、実需要によっては、すべてが成功につながるものではありません。また当社グループは、金銭債権の貸倒れによる損失に備えて、一般債権については貸倒実績率により引当し、貸倒懸念債権等特定の債権については個別に回収可能性を検討して引当を実施しております。また、長期貸付金につきましては貸付先より担保を徴すなど債権保全を行っておりますが、貸付先が社会情勢の変化、予期しない法律または規制の変更、経済要因及び災害等による操業の中断等により、回収が困難になる可能性があります。また、当社グループは、事業展開する国及び地域において、輸出制限、関税等各種規制をはじめとするさまざまな法規制等の適用を受けております。当社グループは法規制等を遵守しておりますが、これら規制に対して不測にも遵守していないとされた場合には、コストの増加につながる可能性があります。これらの偶発損失は、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(14) 災害や停電等による影響について

当社グループは、主要な設備に対して安全性確保等も含め、すべての生産設備及び開発設備等の定期的な災害防止検査と法定点検等を実施しております。また、危機管理マニュアルを制定し、地震・自然災害・火災・海外安全体制について対応策を周知徹底しております。しかし、予期せぬ事故、地震・雷等自然災害、生産拠点における電力不足等のインフラ環境の変化により、事業活動に支障をきたす可能性があり、事業活動が中断に至る事態となった場合には、当社グループの業績及び財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(15) 環境問題について

当社グループは、ISO14001に基づく環境マネジメントシステムの推進により、環境配慮型製品の開発や環境汚染物質の削減、鉛フリーのはんだの採用、土壌汚染調査、アスベスト使用調査並びにリサイクル等によるゼロエミッションの推進、省エネルギー活動、グリーン購買の推進などサプライヤー教育を含め環境保全活動に取り組んでおります。しかし、各国の法規制やお客さまの要求事項により、対象の規制物質や運用時期が異なっており、今後の各国の法規制の強化や動向によって、当社グループの製品を構成している部品等に、新たに規制された環境負荷物質が含有される可能性はあります。このことにより、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(16) 個人情報保護について

当社グループは、国内における個人情報保護規程の制定、情報セキュリティ方針の設定を通じて、情報管理に努めておりますが、コンピュータへのハッカー等の侵害等により、お客さまの個人情報漏洩がまった不起きない保証はありません。万が一、情報漏洩が起きた場合には、お客さまに対する賠償責任が発生する可能性があります。その場合には、信用及びブランドイメージが低下することにより、当社グループの業績と財務状況に悪影響を及ぼす可能性があります。

(17) 人材の確保と技術継承について

企業活動を支えてきた専門知識や技能を有する人材が定年退職することにより、会社固有の技術が喪失するリスクがあります。当社及び国内子会社等では「改正高年齢者雇用安定法」に基づき、定年退職者のうち希望者を引き続き雇用する継続雇用制度を導入しておりますが、人材の確保及び技術継承が円滑に継承されない場合は企業活動が低迷する可能性があります。