Clarion

アニュアルレポート 2008

2008 年 3月期

クラリオン株式会社

Clarion
クラリオン株式会社
本社事務所 〒330-0081 埼玉県さいたま市中央区新都心 7-2
URL: http://www.clarion.com

PRINTED WITH SOY INK 本冊子は再生紙を使用し、植物油100%の「大豆油インキ」を使い印刷しています。

プロファイル

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だけではなく、カーナビゲーションシステムや
後方安全確認カメラ、路線バス用ネットワーキング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だすことにより、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。
　当社は2006年12月に日立グループの一員となりました。
これによりカーナビゲーション・システムや車載オーディオの商品企画力、開発力、
販売網を充実させ、アライアンス効果によるシナジーの最大化をはかっています。

Clarion

Human Mobile Music Media Interface
Clarion HMI

見通しに関する注意事項
本アニュアルレポートに記載されている当社の今後の計画や戦略等、将来の業績に関する記述は、当社が現在入手している情報に基づく判断および仮定に基づいています。
判断や仮定には不確定性およびリスクが内在しており、様々な要因により将来における当社の実際の業績が大きく異なる可能性があります。
リスクや不確実性には当社の市場における経済状況などがありますが、これに限定されるものではありません。

財務ハイライト

クラリオン株式会社および連結子会社
2008年/2007年3月31日に終了した連結会計年度

	百万円		千米ドル
	2008	2007	**2008**
会計年度			
売上高	**246,806**	181,041	**2,463,380**
営業利益	**5,465**	3,072	**54,553**
当期純損益	**1,378**	△784	**13,754**
会計年度末			
総資産	**150,841**	149,490	**1,505,554**
純資産	**32,125**	34,231	**320,645**
有利子負債	**42,838**	41,483	**427,577**

	円		米ドル
	2008	2007	**2008**
1株当たりデータ			
当期純損益	**4.88**	△2.78	**0.049**
配当金	**2.00**	2.00	**0.020**

注：ドル建て金額は便宜上、US＄1＝¥100.19で換算しています。

CONTENTS

プロファイル
01 財務ハイライト
02 社長メッセージ
05 ＜特集＞中期経営目標の達成に向けて
08 CSR
09 コーポレートガバナンス
10 業績回顧
13 5年間の要約財務データ
14 連結貸借対照表
16 連結損益計算書
17 連結株主資本等変動計算書
18 連結キャッシュ・フロー計算書
19 連結財務諸表の注記
35 監査報告書
37 会社データ

将来を見据えた事業戦略で新たな成長を目指します。

泉　龍彦
代表取締役　取締役社長

■ 2008年3月期のレビュー

当社は、株式会社日立製作所との資本提携を強化するなかで、昨年、株式会社ザナヴィ・インフォマティクス（以下、「ザナヴィ」という）を子会社に迎え、成長と効率化に向けてのシナジーを追求し、企業ビジョン「Vision−70」のもと『価値ある企業』への革新をはかっております。

こうしたなか、2008年3月期の業績は、国内外OEM（相手先ブランドによる生産）及び国内市場でのカーディーラー向けオプションビジネス等が好調に推移し、また、米州や欧州等におけるEMS（Electronics Manufacturing Service：電子機器製造受託サービス）事業での販売増及びザナヴィの子会社化によるカーナビゲーションの販売増等により、連結売上高は2,468億6百万円と前期比36.3%の増収となりました。

連結営業利益は54億65百万円と前年同期比77.9%の増益となりました。原材料価格の上昇及び戦略的な開発費投資の増加等があったものの、日立、ザナヴィとのアライアンスによる効果及び販売費、一般管理費比率が改善したことなどによるものです。

連結当期純利益は、13億78百万円（前期は7億84百万円の損失）となりました。これは、為替差益及び貸倒引当金戻入益、旧群馬事業所の建物売却等による固定資産売却益、過年度特許料戻入益などにより、28億91百万円の収益を計上しましたが、土地売却等による固定資産処分損、固定資産の減損損失、役員退職慰労引当金繰入、製品保証引当金繰入、投資有価証券評価損などにより、40億58百万円の費用計上があったためです。

■ 中長期的な経営戦略

当社グループは市場環境の変化、技術の革新等、経営環境の変化に即応できるグループ体質を作り上げるとともに、事業ポートフォリオの構造改革を推進し、資本効率を高めた経営に取り組んでまいります。

そのため、新企業ビジョン「Vision-70」を掲げ、『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創り上げ、お客さまにわくわくする感動と満足をお届けします』をもとに活動を遂行中であります。

当社では、2011年3月期に売上高280,000百万円、連結営業利益率5%の達成を中期経営目標としています。この目標達成のために、以下の点に力を注いでまいります。

1) B.N.1活動の完遂

日立製作所との連携、ザナヴィとの統合によるシナジー効果を最大化するためのB.N.1（Be Number One）活動を推進しています。これは、営業、商品企画、開発・設計、調達・生産、品質・サービス等の各分野においてグローバルでNo.1をめざすもので、B.N.1活動をより加速、推進して、お客様の視点に立った構造改革を実現していきます。

2) 品質向上

グループ品質マネジメントシステムの統合等の上流からの品質統制強化を徹底して、お客様満足と信頼の確保を実現します。

3) セールス&マーケティング戦略

販売体制の再編と制度改革の遂行により事業収益の改善をはかり、収益性を伴う売上拡大をグローバルレベルで実現していくとともに、市場の変化とニーズを先取りしたクラリオン独自の商品を導入していきます。

4) ブランド戦略

ブランド価値の向上を目指しグループ内のあらゆる活動の付加価値を高め、ブランドスローガンとしてClarion H.M.I.（Human Mobile Music Media Interface）を推進します。

5) 技術開発戦略

グループ開発体制、開発環境の再編成により開発効率向上をはかるとともに、開発戦略と一体となった知的財産戦略の遂行によりグループ競争力強化をはかります。

6) 原価造成力の強化

PM（プロダクト・マネージャー）制の導入等の企画・開発プロセスの上流段階における原価造成力を強化していくなかで、競争力のある開発効率を実現します。また日立製作所との集中購買の範囲拡大、グローバルでの最適地、最廉価調達の実現を目指します。

7) グループ組織力強化

従来の組織体制、業務プロセスの抜本的見直しにより、組織能力向上をはかります。

8) CSRの徹底

企業理念とコンプライアンス基本規程を基盤とし、企業倫理の深化をはかるとともに内部統制システムの確立をはかります。

■ 対処すべき課題

車載情報機器業界においては、今後もカーナビゲーションを中心とするカーエレクトロニクス分野での市場拡大が見込まれます。しかし、急速に進む技術革新に対応するための開発費の増大、商品のコモディティ化の進展によるグローバルな価格下落、原材料価格の上昇等、当社を取巻く経営環境は国内外市場で厳しい状況が続くものと予測されます。

このような状況下で当社グループは、一昨年、日立製作所の連結子会社となり、ザナヴィの100%子会社化を実施しました。技術開発、購買、生産、品質、営業等の分野における機能と組織の選択と集中を進めており、これまでより早いスピードでお客様、市場への対応が可能となっています。

日立製作所との資本提携及びザナヴィの子会社化によるシナジー効果の創出については、現在、当社グループで提携、統合効果を迅速に実現していくためのB.N.1活動を展開しています。

特に、カーナビゲーションにおけるプラットフォーム統合、開発リードタイム短縮による開発効率化、集中・集約購買推進によるコスト低減、生産インフラ再編成による最適地生産体制の再構築を通じて、当社グループの最重要課題である原価造成力の向上をグローバルな視点から早期に実現していかなければならないと考えています。

今後ともグループ経営資源の相互補完を進めていく中で、強みを生かし弱みを補い、提携と統合シナジー効果を早期に実現させ、効率的で収益性の高い企業体質の構築を目指し、価値ある企業への変革をはかってまいります。

* モバイル・インフォエンタテイメント（Mobile info-Entertainment）とは、Mobile（移動）× information（情報）× Entertainment（楽しさ）を掛け合わせた言葉。

業績の見通し

車載情報機器分野における技術革新は著しいスピードで進化しており、特にカーAV分野では、オーディオ、ナビゲーションの単機能だけではなく複合型のAVタイプのカーナビゲーションが主流になるとともに、PND（パーソナル･ナビゲーション･デバイス）の需要も拡大しています。今後は、顧客のニーズに応じた製品をタイムリーに提供するだけではなく、魅力あるコンテンツの開発、ソリューションの提供がより重要になってきます。また異業種からの市場参入も活発になってきており、競争がますます激化していくことが想定されます。

2009年3月期当社は、PND市場に向けてインターネット接続を可能とした『MiND』を戦略商品として市場に投入します。また昨年末から日本でポータルサイト『チズルとススム』を立ち上げましたが、今後は米国及び欧州においても同様なサイトを開設し、グローバルで安全･安心･快適を実現するソリューションビジネスを拡大していき、クラリオンならではの商品、サービスを展開していく予定です。

一方、ザナヴィとの統合効果としての販売の拡大、開発の効率化、資材調達及び製造等のコスト低減を実現するB.N.1活動の推進により、知的財産関連等でのシナジー効果が徐々に現れてきております。

これらにより、2009年3月期の連結売上高は、240,000百万円（2008年3月期対比2.8%減）、連結営業利益は、6,000百万円（同9.8%増）、当期純利益1,500百万円（同8.9%増）を見込んでいます。（為替レートについては、1米ドル110 円、1ユーロ150円を前提としています。）

CSRについての基本姿勢

クラリオンは、基本理念に「音と情報と人間の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貢献します」と掲げ、CSR活動を強化しています。クラリオンでは、すべてのCSRの基本として「コンプライアンス行動指針」を定め世界各国にある拠点に展開し、品質管理、環境保全、社会貢献など、グローバル企業として社会的責任を果たしていきたいと思います。

特に自動車業界において、環境問題はますます重要な課題となっています。クラリオンは、環境配慮型製品の拡大とともに、環境にやさしい自動車の走行に寄与する車載情報機器の開発にも努めます。

ガバナンスについて

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。

株主、投資家への皆様へ

当社は、今後もさまざまなステークホルダーの方々とのコミュニケーションを大切にしながら、たゆみない成長を目指し続けます。これからもチャレンジブルな目標を掲げ、勇猛邁進いたします。

引き続きご指導、ご鞭撻をお願い申し上げます。

2008年8月

取締役社長

中期経営目標の達成に向けて

クラリオンは、2011年3月期に、当社では、2011年3月期に連結売上高280,000百万円、連結営業利益率5%の達成を中期経営目標としています。そのための具体的な施策、計画をご説明します。

クラリオンは、中期目標実現のために8つの施策を実施します。これらを、クラリオンにとっての「機会と脅威」「強みと弱み」の象限に分けてご説明します。

まず、当社の強みを機会の中で生かす施策としては、下記の3つがあります。

❶ 海外売上の拡大

OEM売上では、現在、日産、ホンダ、スズキが柱となっていますが、今後フォード向けにナビゲーションとオーディオの新規大型商権が立ち上がり、2011年3月期には日産に次ぐ第2の柱となります。おなじく、ザナヴィの持っているルノー商権も海外OEM売上拡大に寄与します。中国ではすでに大きなビジネスが続いていますが、上海GMを中国における柱としていきます。

❷ ナビラインアップ充実

今後、フォードをはじめOEM各社向けナビゲーションが拡大するものと考えており、グレード、商品バリエーション、グローバルチャネルごとに対応したラインアップの充実を図ります。これにより、2011年3月期には、全製品の中でのナビゲーションの比率は現在の39%から53%に大幅に拡大する見込みです。

❸ ソリューションビジネスの拡大

ナビ等のハード商品に対してソフト領域でのサービスを提供するコンテンツビジネスの拡大や、業務用市場でのソリューションの拡大に努めます。

次に、機会の中で当社の弱みを強みに変えるための施策として、下記の2つがあります。

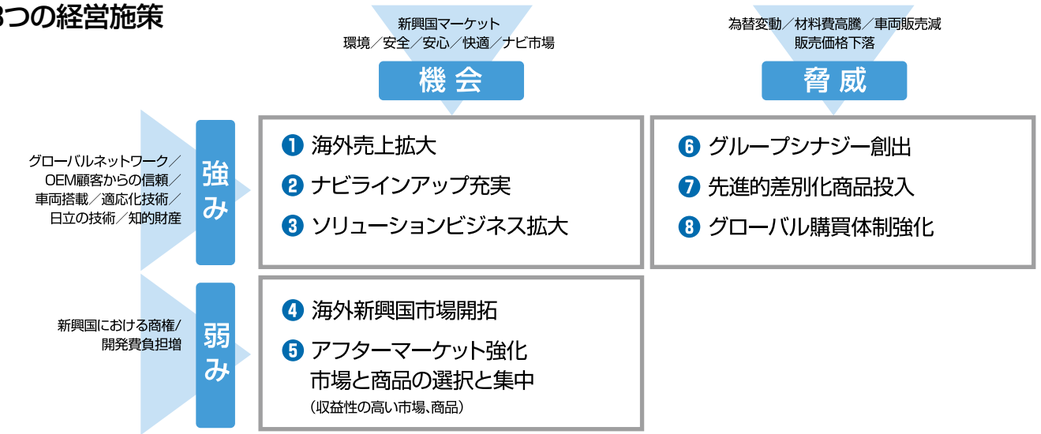
❹ 海外新興国市場の拡大

アジアでは、中国に加え、インド、タイなどのOEMの拡大を進め、さらに南米、ロシア・東欧、中近東向けの拡大もはかります。

❺ アフターマーケット強化と収益性改善

アフターマーケットでは、市場性の高い商品、市場性の高いチャネルへと選択と集中を行います。国内では、収益性の高いオプションや、一般店、B to B ビジネスのチャネル強化を図ります。商品は、PNDやMiNDなど先行商品をいち早く市場に出していきます。海外は、量販チャネルへの拡販をめざして営業体制を変革します。差別化商品として、モバイル型情報通信端末MiNDを2008年10月から北米に、2009年から欧州と日本に投入します。

8つの経営施策



最後に、当社の強みをもって、外的脅威に対抗する施策は、下記の3つです。

❻ グループシナジー創出

日立・ザナヴィとの統合によるグループシナジーの創出については、2007年度から集中的に取り組んでいます。このうち「商品ロードマップ統合」「技術ロードマップ統合」「知的財産アンブレラ」「共同・集中購買」については、体制の整備が完了し2008年度からシナジー効果の収穫が始まっています。現在は、「組織と制度統合」「プラットフォーム統合・標準化」「最適地生産」「品質システムと各種基準適合」「プロセス共通化、統合化」「ITインフラ統合」を進めており、2010年度にはこれらの活動の成果が得られると考えています。

❼ 先進的差別化商品投入

ナビゲーションのラインアップ拡充の一環として、PND発展型の通信型モバイル端末を投入するほか、ハードディスクドライブに変わって、シリコンディスクドライブを採用した新型普及モデルのナビゲーションなど、先進的差別化商品を積極的に投入します。

❽ グローバル購買体制強化

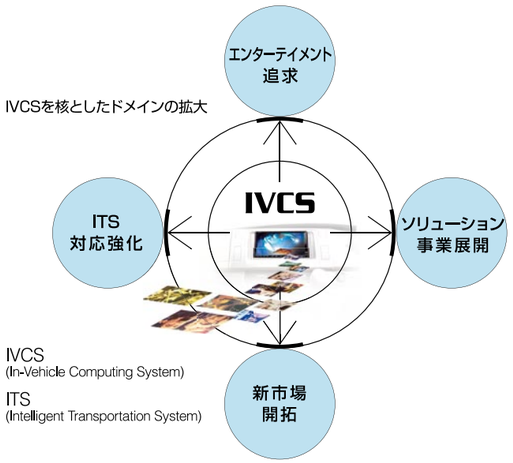
すでに、グループ内の共同・集中購買が大きな効果をあげていますが、今後グローバル規模での購買体制をさらに強化していきます。

中期製品戦略

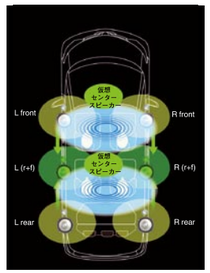
クラリオンは、IVCS（In-Vehicle Computing Systems）を基本に、「エンターテイメント追求」「ITS対応の強化」「ソリューション事業展開」「新市場拡大」をテーマに360度のドメイン拡大をめざしています。

このための経営戦略は、ナビラインアップ拡大、ソリューションビジネス拡大、先進的差別化商品投入として明記されています。
これらを具体的な商品戦略に落とすと、下記の5項目となります。

❶ くるまと一体化したITシステム
❷ 幅広いニーズに対応するナビラインの充実
❸ モバイル向け差別化アイテム
❹ 業務車両向け高度先進システム
❺ コンテンツビジネスによる新たな市場開拓



DAEP (Dolby Automotive Entertainment Program)



チズルとススム

Z07MA第028号

❶ くるまと一体化したITシステム

クラリオンは次の3つのキーワードに沿って展開します。“安全・安心”に関しては、当面カメラ応用技術を中心に商品開発を進めます。“環境・効率”では、「エコドライブ」支援や、商品の軽量化などにより、環境負荷低減に寄与します。さらに、デジタル放送対応、高速無線技術などを生かし、デジタル化の高度化に対応して“快適・利便”をはかっていきます。くるまとの一体化の中で車載情報通信端末がますます高度化になっていくことに対応していきます。

❷ 幅広いニーズに対応するナビラインの充実

クラリオンは、幅広いニーズに対応するナビラインの充実のため、2008年4月新たに2つのシリーズのナビシステムを発売しました。

HDDナビ「CRASVIA」（クラスヴィア）は、充実したカーライフにこだわるユーザー層に向け豊富なナビゲーション機能、多彩なメディア対応、高品位の音響機能を搭載したハイクラスシリーズです。DOLBY社のカーサウンドプログラム「DAEP」(Dolby Automotive Entertainment Program)を市販製品として業界で初めて* 搭載しました。センタースピーカーが無くても車内全座席で前方定位が可能で、充実したシアターサラウンドを楽しめます。（*2008年4月現在）

「Smoonavi」（スムーナビ）は、普及ゾーンをターゲットとしたSDD（Silicon Disk Drive）ナビです。従来のHDDナビゲーションの利点であるAV機能や自車測位機能、ナビゲーション情報などの「高機能性」と「使いやすさ」「シンプルさ」を高い次元で両立させた「実用性」を重視したシリーズです。

❸ モバイル向け差別化アイテム

ユーザーの多様なライフスタイルにあわせたモバイルツールとして、クラリオンは、PNDの充実を図っており、2008年6月に「DrivTrax」シリーズ2機種を発売します。

ユーザーの多様なライフスタイルにあわせたモバイルツールとして手軽に持ち運びできる「携帯性」、移動手段に応じて使用可能な「汎用性」、クラリオンの車載ナビのノウハウを凝縮した「充実のナビゲーション機能」という製品特長に、より一層の軽量化、小型化、クラリオン独自の地図コミュニティサイト「チズルとススム」（http:// chizu-route-susumu.jp/）との連携による「ナビゲーション機能の更なる充実」などを図りました。

これらに加え、2008年からは北米市場を皮切りにPNDと一線を画す次世代モバイルナビゲーション“MiND”を全世界に展開していきます。家庭でも、職場でも、街角でも道路でもPC並みのインターネット常時接続機能を備え、ナビゲーション、デジタル音楽・映像、内蔵カメラなど多彩な機能をと情報、サービスを提供します。

❹ 業務車両向け高度先進システム

「業務車両向け汎用車載端末」は、クラリオンが開発した端末に日立の運行管理システムをソリューションとして利用したものです。大手コンビニエンスストア向けに開発し総数300台の納入を予定しているほか、さらに幅広い顧客に展開する予定です。

「業務用車両向けカーナビゲーション“Solid Navi”」は、フラッシュメモリを採用し、DVDなどの稼動部品をなくし堅牢性を高めました。日立国際電気のデジタル無線と組み合わせて、タクシー会社に提供する予定です。カメラやドライブレコーダーに加え、このようなソリューションまで含めたサービスを展開していきます。

❺ コンテンツビジネスによる新たな市場開拓

ネット地図とカーナビをリンクしたクラリオンポータルサイト「チズルとススム」を、2007年12月に日本でサービスを開始しました。日立の交通情報予測技術を活用し、休日や各種イベントなどの交通状況の変化を考慮したルートシミュレーションを可能にするなど、特長あるサービスを実現しています。これによりナビゲーションのユーザーに従来無かったような充実したサービスを展開していきます。今後、北米、欧州でのサービスも準備中です。

誠実なコンプライアンス活動と環境保全活動の推進

健全な企業活動を行う上で、コンプライアンスと環境保全は重要なテーマという認識のもと、当社では様々な取り組みを実施して、社会から信頼される企業を目指しています。以下に、その取り組みの一部をご紹介いたします。

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、2007年3月に「コンプライアンス基本規程」を制定しました。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おり、現在導入しているグループ会社は国内6社、海外15社にのぼります。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、海外では英語だけでなく中国語やマレー語など8ヵ国語で作成しています。また、2004年度から「コンプライアンス監査」及び「コンプライアンス意識調査」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、社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置しています。人事総務部CSRグループを事務局に、定期的に委員会を開催して、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。

環境マネジメント推進体制

当社では、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、地球環境に優しい企業活動に努めています。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、全社を横断する6つの専門部会が中心となって活動を行っています。

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11拠点で認証取得を完了しています。

環境中期計画

当社は、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はかっています。2007年度は、日立グループの環境行動計画を基に、2006年度に策定した中期計画を見直し、新たに2010年までの3ヵ年の計画を策定しました。具体的には、省資源およ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、製品への鉛フリーはんだの適用、エネルギー使用量を1990年度実績に対し2011年3月末までに10%削減、廃棄物排出量の削減およびリサイクルの拡大、ゼロエミッションの推進と継続など、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。

クラリオンレポート 2008

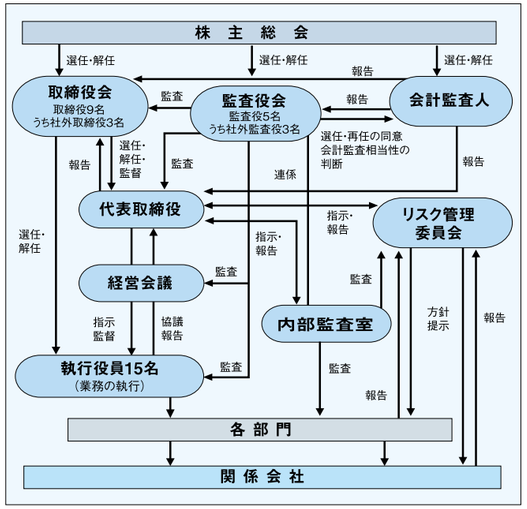
健全で透明性の高い経営体制の追求

当社は、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

当社は、監査役会設置会社であり、取締役の員数は9名（うち社外取締役3名）、監査役の員数は5名（うち社外監査役3名）で構成されています。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。当社では、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。

コーポレート・ガバナンス体制図



内部統制再整備への取り組み

当社では、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っています。監査結果は社長へ報告され、必要に応じて指摘事項について是正しています。2007年度は、日立グループの一員として、国内外の関係会社23社も整備対象として企業改革法（米国SOX法）に準拠した内部統制の再整備を進めました。2008年度は、金融商品取引法（J-SOX法）への対応をクラリオングループとして進め、内部統制の質的向上をはかります。

リスクマネジメント体制の整備

当社では、企業を取り巻く様々なリスクに的確に対応し、企業価値を向上させるため、「リスク管理規程」を制定しています。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、その下に危機管理、コンプライアンス、情報開示、情報セキュリティ、貿易管理、環境といった専門分野ごとの委員会を設置して対応しています。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。

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ための努力をしています。その一環として、年2回の株主通信の配信、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。また、開示委員会の設置により、開示の内容や方法について適当性も担保しています。

業績回顧

当連結会計年度におけるわが国経済は、前半は設備投資の増加、輸出の堅調な推移等を背景に拡大傾向がみられましたが、後半は原油価格や原材料費の高騰、円高ドル安の進行、株式市場の低迷、個人消費の伸び悩み等により企業収益は下振れ傾向にありました。海外においては、中国を中心とするアジア、ロシア等の新興国経済が拡大する一方、米国ではサブプライムローン問題が実体経済に深刻な影響を及ぼし、欧州でも景気減速が表面化してきました。当社グループの関連する自動車業界は、ガソリン価格上昇と景気後退により日本、米国、欧州の先進諸国では新車販売が低迷しましたが、中国、ロシア等のBRICs諸国では経済発展に支えられ、新車販売は拡大してきました。

当社グループの当連結会計年度の業績につきましては、国内外OEM（相手先ブランドによる生産）及び国内市場でのカーディーラー向けオプションビジネス等が好調に推移し、米州や欧州等におけるEMS（Electronics Manufacturing Service：電子機器製造受託サービス）事業での販売増及びザナヴィの子会社化によるカーナビゲーションの販売増等があったことにより、連結売上高は2,468億6百万円と前期比36.3%の増収となりました。

損益面につきましては、原材料価格の上昇及び戦略的な開発費投資の増加等があったものの、販売費及び一般管理費比率の改善等により、連結営業利益は54 億65 百万円と前年同期比77.9%の増益となりました。

税金等調整前当期純利益は、42億98百万円と、前年の1億67百万円から大幅に増加しました。為替差益及び貸倒引当金戻入益、旧群馬事業所の建物売却等による固定資産売却益、過年度特許料戻入益などにより、28億91百万円の収益を計上しましたが、土地売却等による固定資産処分損、固定資産の減損損失、役員退職慰労引当金繰入、製品保証引当金繰入、投資有価証券評価損などにより、40億58百万円の費用計上があったためです。

法人税ならびに法人税等調整額を控除した連結当期純利益は13 億78百万円（前期は7億84百万円の損失）となりました。一株当たり当期純利益は、前期2.78円の損失から4.88円の利益となりました。

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

コア事業であるカーナビゲーション・カーオーディオ・カーマルチメディア機器等の自動車機器事業は、国内外市販市場での販売競争激化による販売価格の下落及び国内車両販売台数の伸び悩み等があったものの、国内外OEM市場における売上が堅調に推移したことにより、当該事業の売上高は2,175億22百万円と前期比34.5%の増収となりました。損益面については、原材料価格の上昇及び戦略的な開発費投資の増加等がありましたが、増収による収益増、販売費及び一般管理費比率の改善等により、連結営業利益は43億30百万円と前期比162.8%の増益となりました。

■ 特機事業

業務車両用AV機器等の特機事業では、観光・路線バスでのオートガイドシステムやバス・ロケーションシステム及びドライバーの安全志向の高まりによるCCDカメラ等車両周囲確認TVシステム機器並びにドライブレコーダー機器等の拡販に努めました。その結果、連結売上高は87 億32百万円と前期比11.5%の増収となりました。損益面については、原材料価格の上昇、厳しい市場環境での販売価格の下落及び開発投資の増加等により、連結営業利益は7億39百万円と前期比38.6%の減益となりました。

■ その他の事業

その他の事業は、EMS事業を米州及び欧州を中心に展開しておりますが、米州での携帯電話の特需及び自動車用メーター基板等の受注が拡大しました。その結果、連結売上高は205億51百万円と前期比79.9%の増収となり、連結営業利益は3億95百万円と前期比79.7%の増益となりました。

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、国内における新車販売台数が伸び悩み、引き続き厳しい環境下にあります。業績につきましては、ザナヴィの子会社化等によるOEM市場の販売増及びオプション市場の販売が好調に推移したこと等により、連結売上高は1,510億15百万円と前期比61.7%の増収となりました。

損益面につきましては、戦略的な開発費投資の増加がありましたものの、販売費及び一般管理費比率の改善及び増収効果等により、営業利益は41 億65 百万円と前期比226.5%の増益となりました。

■ 米州

EMS事業での販売増等により連結売上高は554億97百万円と前期比12.0%の増収となりました。

一方、損益面につきましては、市販市場における販売価格の下落等の厳しさもあり、営業利益は10億96百万円と前期比3.4%の減益となりました。

■ アジア・豪州

アジア経済は、中国の経済成長を反映し、個人消費も堅調に推移し、新車販売台数が増加しております。一方、台湾では車両販売台数が前年比で大きく減少し非常に厳しい市場環境にあります。なお、香港・中国子会社の会計年度を暦年決算に変更したこともあり、連結売上高は129億52 百万円と前期比10.5%の減収となりました。損益面につきましては、固定費の削減等がありましたものの、中国国内での開発費の増加等により、営業利益は4億66百万円と前期比0.9%の減益となりました。

■ 欧州

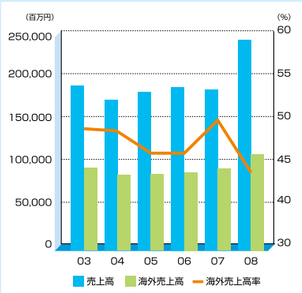
市販市場での価格競争激化による販売価格の下落及びOEM商権の端境期等はあるものの、連結売上高は、273億40百万円と前期比15.5%の増収となりました。損益面につきましては、構造改革の浸透による固定費削減の効果等もあり、営業利益は1億47百万円（前期は1百万円の営業利益）と黒字基調となりました。

財政状態に関する分析

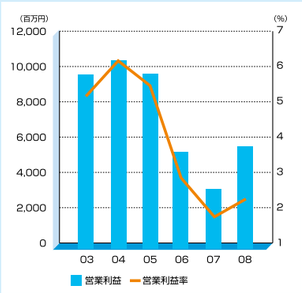
流動資産は前期末に比べ5,306百万円（5.8%）増加し、96,215百万円となりました。増加の主なところは、現金及び預金が前期末比1,862百万円増加し12,608百万円となり、受取手形及び売掛金が前期末比3,629百万円増加し48,227百万円となりました。固定資産は前期末に比べて3,956百万円（6.8%）減少し、54,625百万円となりました。有形固定資産は、主に本社事務所・技術センターの竣工に係り、前期末に比べ821百万円増加し27,568百万円となりましたが、評価損の計上等により投資有価証券が前期末比956百万円減少し2,344百万円となり、繰延税金資産の取崩しなどにより、その他の資産が前期末に比べ3,820百万円減少し、24,713百万円となりました。その結果、当期末の総資産は前期末に比べ、1,350百万円（0.9%）増加し、1,508億41百万円となりました。

負債合計は前期末と比較し、3,457百万円（3.0%）増加し、118,716百万円となりました。流動負債は主に支払手形及び買掛金、短期借入金の増加により、前期末に比べ5,844百万円（7.4%）増加し、84,763百万円となりました。固定負債は、主に長期借入金の減少により、前期に比べ2,387百万円（6.6%）減少し33,952百万円となりました。純資産は32,125百万円となりました。純資産比率は前期から1.6ポイント減少し、21.3%となりました。

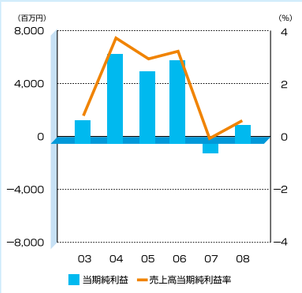
■ 売上高・海外売上高・海外売上率



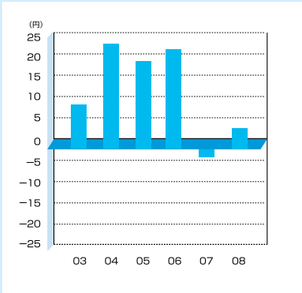
■ 営業利益・営業利益率



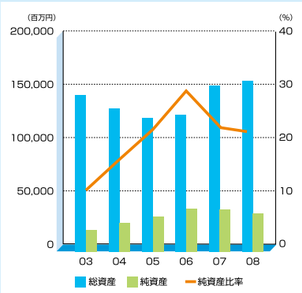
■ 当期純利益・売上高当期純利益率



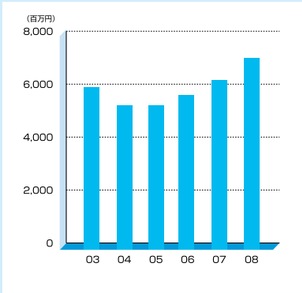
■ 1 株当たり当期純利益



■ 総資産・純資産・純資産比率



■ 減価償却費



キャッシュ・フロー

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4,298百万円、減価償却費6,364百万円の計上、たな卸資産の減少、仕入債務の増加等により10,771百万円の収入（前期末は8,820百万円の収入）となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、旧群馬事業所の土地売却等の有形固定資産売却による収入1,482百万円がありましたが、金型・生産設備及び本社事務所・技術センター等の有形固定資産取得による支出、ソフトウェア等の無形固定資産取得による支出等により9,247百万円の支出（前連結会計期間末は20,501百万円の支出）となりました。

この結果、フリー・キャッシュ・フローは1,524百万円の収入（前期末は11,680百万円の支出）となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払い564百万円がありましたが、長期借入による収入により1061百万円の収入（前連結会計年度末は100億54百万円の収入）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12,563百万円（前期末は10,691百万円）と1,871百万円の増加となりました。

次期の見通し

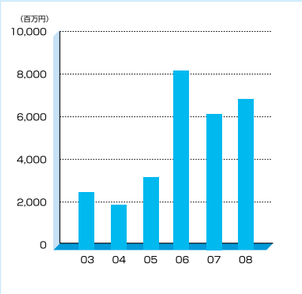
自動車業界におきましては、車載情報機器分野における技術革新は著しいスピードで進化しております。特にカーＡＶ分野では、オーディオ、ナビゲーションの単機能だけではなく複合型のＡＶタイプのカーナビゲーションが主流になるとともに、PND（パーソナル・ナビゲーション・デバイス）の需要も拡大してきております。今後は、顧客のニーズに応じた製品をタイムリーに提供するだけではなく、魅力あるコンテンツの開発、ソリューションの提供がより重要になってきております。また異業種からの市場参入も活発になってきており、競争がますます激化していくことが想定されます。

このような状況下で当社は、一昨年に、日立製作所の連結子会社となり、ザナヴィの100%子会社化を実施してきました。当社で培ってきたカーナビゲーション、カーＡＶ商品における技術開発力と日立製作所グループのもつ技術ノウハウとの融合が可能となってきております。一方、ザナヴィとの統合効果としての販売の拡大、開発の効率化、資材調達及び製造等のコスト低減を実現するB.N.1（Be Number One）活動を推進してきており、知的財産関連等でのシナジー効果が徐々に現れてきています。

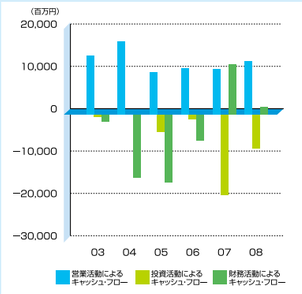
次期は、PND市場に向けてインターネット接続を可能とした『ＭｉＮＤ』を戦略商品として市場に投入していきます。また2007年12月末から日本でポータルサイト『チズルとススム』を立ち上げましたが、今後は米国及び欧州においても同様なサイトを開設し、グローバルで安全・安心・快適を実現するソリューションビジネスを拡大していき、クラリオンならではの商品、サービスを展開していく予定です。

次期の連結売上高は対当期比2.8%減の240,000百万円、営業利益は対当期比9.8%増の6,000百万円、当期純利益は対当期比8.9%増の1,500百万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110円、1ユーロ150 円を前提としております。

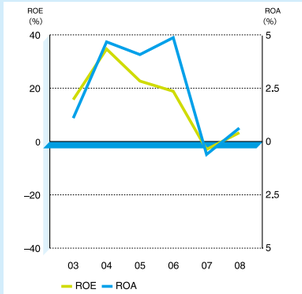
■ 設備投資



■ キャッシュフロー



■ ROE + ROA



会社データ

■ 会社概要（2008 年 3 月 31日現在）

商号	クラリオン株式会社
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
本社	〒 112-8608　東京都文京区白山 5-35-2
	電話　(03) 3815-1121
設立	1940 年 12 月
資本金	26,100 百万円
発行済株式数	282,744 千株
上場取引所	東証一部　大証一部コード番号 6796
株主数	15,668 名
従業員数	連結　11,186 名
	単独　1,081 名
主要製品	カーナビゲーション、カーオーディオ、
	車載用カメラ、映像機器、バス機器、通信機器

■ 取締役会役員および監査役
（2008 年 6 月 25 日現在）

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

* 社外取締役
** 社外監査役

■ 役 員
（2008 年 6 月 25 日現在）

常務執行役員	若森 豊
	吉峰 徹郎
	和田 泰彦
	沼田 修
	皆川 昭一
	笠井 成志
	林 恒生
	川本 英利
執行役員	会田 豊治
	大坂 敏晴
	大橋 司郎
	野村 裕之
	中島 昇司
	大谷内 信之
	榎田 辰男

■ 主要関連会社（2008 年 6 月 25 日現在）

< 国内 >
株式会社ザナヴィ・インフォマティクス
クラリオンアソシエ株式会社
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

< 海外 >
Clarion Corporation of America
Electronica Clarion, S.A. de C.V.
Clarion Europa GmbH
Clarion Europe S.A.S.
Clarion Hungary Electronics Kft.
Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd.
Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines