

clarion

アニュアルレポート 2010

2010年3月期



クラリオン株式会社

プロフィール

クラリオン株式会社は、本年12月に、1940年の創業から70周年を迎えます。創業以来、クラリオンを取り囲む環境はAMラジオから、デジタル放送やナビゲーション、さらに電気自動車の登場と通信ネットワーク社会等、ダイナミックに進化し続けています。そのような中、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続けてきました。

今後もそのスピードを更に加速させていくとともに、昨今の地球環境問題のテーマである省エネルギー、リサイクル、低炭素社会の実現に向けても積極的に取り組んでまいります。移動空間における音と情報通信のつながりを独自の発想と先進技術で、新たな領域まで進化させ、そして世界中のお客様へ安心・安全・快適・感動を提供していきます。

私たちは業界の先端を走り続け、市場ニーズを的確に捉え将来にわたる成長を目指します。



見直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実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
2010年/2009年3月31日に終了した事業年度

	百万円		千米ドル
	2010	2009	2010
会計年度			
売上高	¥174,762	¥181,554	\$1,878,355
営業損益	624	△12,449	6,711
当期純損益	549	△19,987	5,903
会計年度末			
総資産	112,714	117,641	1,211,459
純資産	9,312	9,135	100,089
有利子負債	46,862	54,160	503,678

	円		米ドル
	2010	2009	2010
1株当たりデータ			
当期純損益	¥1.95	△¥70.85	\$0.02
配当金	—	—	—

注：ドル建て金額は便宜上、US\$1 = ¥93.04 で換算しています。

CONTENTS

プロフィール	
財務ハイライト	01
社長メッセージ	02
業績回顧	06
会社データ	09



取締役社長

泉 龍彦

2010年3月期のレビュー

当連結会計年度、当社グループの関連する自動車業界は、一昨年のリーマンショックによる世界経済の著しい悪化を脱し、自動車需要は下げ止まりから、各国での新車購入支援策等も相俟って上向き基調になりつつあります。

このような市場環境のもと当社グループは、2009年に事業基盤強化実行委員会を立ち上げ、大胆な事業構造改革を実施いたしました。この結果、当連結会計年度においてその効果は大きく顕れ、決算内容を大きく好転させることができました。

2010年3月期の売上状況

2010年3月期の連結売上高は1,747億62百万円と前期比3.7%の減収となりました。上半期は国内オプション市場でのナビゲーションキャンペーンが功を奏し、また通期でも北米におけるOEM（相手先ブランドによる生産）の売上が想定以上のプラスになりました。

一方、まだ市場の回復しない日本及び欧州のOEM市場では減収となりました。加えて国内外の市販市場においても販売価格の低下、販売数量の減少が続いております。またノンコア事業の売却も売上高減少の要因となりました。

2010年3月期の損益状況

損益面では、事業構造改革の結果として、固定費の大幅削減及び変動費の低減により、連結営業利益は6億24百万円（前期は、124億49百万円の連結営業損失）と大きく改善することができました。その他の収益は、為替差益、固定資産売却益、開発費メーカー負担確定額などにより20億21百万円の収益を計上しました。一方、その他の費用として、支払利息、退職金制度移行損失などにより19億60百万円の費用を計上しました。この結果、税金等調整前当期純利益は6億84百万円となりました。また繰延税金資産の回収可能性の見直しによる税金費用の減少等により、連結当期純利益は5億49百万円（前期は199億87百万円の連結当期純損失）となり、各段階利益 全て黒字化を達成いたしました。

▶ 中長期的な経営戦略

当社グループは2013年3月期の目標、連結売上2000億円、営業利益5%以上の目標に向けて、グローバルの市場環境の変化、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、売上規模に応じた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。同時に、企業価値を増大していくために連結経営を重視し、連結収益力の向上と連結キャッシュ・フロー経営を推進してまいります。

中期のグループ経営方針として下記の重点政策課題を掲げております。

1) 品質向上

商品の企画段階からの品質向上施策の実行とグループ品質マネジメントシステムの構築により、お客様満足と信頼を実現してまいります。

2) 営業・マーケティング戦略

収益性をともなう売上の確保、商権の維持および拡大をめざしてまいります。

特に中国、インド、南米、アセアンを中心とする新興国をターゲットに、それぞれの現地におけるマーケティングを強化し、現地にマッチした商品やサービスを提供することにより売上の拡大をしてまいります。

ClarionサウンドとClarion H. M. I. (Human Mobile Music Media Interface) を搭載した製品を機軸に、情報センターと車載端末機器を連携したサービスコンテンツとハードを含めたソリューションを実現する製品や、車載用カメラ等の市場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まいります。

3) ブランド戦略

Clarion H.M.I. をブランドスローガンとして、世の中から必要とされる企業となるべく、ブランド価値の向上活動を推進してまいります。

4) 技術開発戦略

事業強化分野へのグループ開発体制の再編成と、標準化設計によるさらなる開発効率向上を行うとともに、事業のコアとなる差別化技術への重点投資を行ってまいります。

5) 原価造成

原価統制・損益規制機能を強化し、グローバルレベルでコスト競争力を高めます。また、日立集中購買のグローバル活用、日立グループとのコスト削減プロジェクトと協調し、原材料及び購入品、間接材のコスト低減を推進してまいります。また、カーナビゲーションの海外生産シフトにより生産コストの削減を図ってまいります。

6) グループ組織力強化

事業構造の変化に合わせて拠点、組織、プロセス、要員をすべて抜本的に見直し、重点地域にリソースをシフトし、固定費・変動費の低減を行ってまいります。

7) CSRの徹底

企業理念とコンプライアンス意識向上活動を推進して、企業倫理の深化をはかるとともに内部統制システムの品質向上をはかってまいります。



経営の課題と取り組み

当社グループが属する車載情報機器業界におきましては、各国での新車購入支援策による回復の兆しがでてきております。なかでも中国の成長は著しく、車両販売台数は米国を抜いて世界一となり世界経済を牽引している状態にあります。さらにインドや南米といった新興国に対しても、いかに効果的に資源を投入し、各地域にあった戦略を構築し実現するかが最重要課題であります。

また、グローバルでの低燃費、エコ意識の高まりとともに、高級車の需要が低迷し、小型車が販売を拡大していく傾向が続いており、カーナビゲーション、カーオーディオ等の車載情報機器においても低価格化傾向が顕著になっております。

この結果、製品競争力を確保するための開発費の増大は企業収益を圧迫しており、この対応としてはいかに迅速に効率的な開発体制の構築をするかが、開発費の抑制と企業競争力を確保するうえで重要な課題となっております。

当社グループはこのような環境のもと、「成長市場への資源の集中投下」と「グローバル商品企画力の強化」をキーワードに、中期計画目標達成のための取り組みを進めています。

その根底にあるのは「現場目線のものづくり」を実現するという概念です。日本発信のグローバル展開から、その市場地域でのマーケティングや商品企画にシフトしていき、最終的には現地の部品を調達して現地生産し、現地の営業スタッフによる販売促進や営業活動まで、地域ごとに一気通貫した生産・販売体制を築いてまいります。

成長市場への資本の集中投下

成長市場のうち特に重視しているのが中国です。拡大する中国市場の攻略に向けてマーケティング部門を強化するとともに、生産機能の強化拡大を図ります。当社は他社に先駆けて1995年に中国で生産を開始し、現在では全体の50%以上の生産を中国で行っています。さらに、樹脂部品の製造設備を新設するとともに、ナビゲーション生産の中国への移管を行います。

日本国内では生産拠点の一カ所集約を2010年6月末に完了し、生産効率化による生産コストの削減を実現しました。

このほか、設計・開発機能の中国への移管により、開発コストの低減を進めてまいります。ナビゲーションについても、開発から生産までを中国でメインに行う体制を構築します。

このほか、新興市場としてブラジル及び中南米、インドの現地マーケティングを強化します。同時にブラジル及び中南米市場向け商品は、メキシコ生産へのシフトを行うことによって商品力を強化し、周辺国も含めたOEM供給の拡大と市販市場拡大を進めます。

インド向けには、既存のOEM供給の拡大に加えて新規OEMの獲得に力を注ぎます。

SMOO
NAVI



NX710
ワイド7型 VGA 2DIN 地上デジタルTV/
DVD/SD AV-Naviシステム

CRASVIA



NX810
ワイド7型 VGA 2DIN 地上デジタルTV/
DVD/HDD AV-Naviシステム

APA2180
180W×2チャンネルパワーアンプ



APA4360
180W×4チャンネルパワーアンプ



SRT1755S
17cmセ/パレット2WAYスピーカーシステム



CC2011E
後方確認カラーカメラ



CZ500
Bluetooth® CD/USB/MP3/WMAレシーバー

商品企画力の強化

商品企画力の強化については、クルマを取り巻く環境の変化として、2つのキーワード「低炭素社会」「ネットワーク/コネクティクス社会」への対応を基本としています。

このような環境変化に対して、クラリオンが提供できる価値は、「安心・安全」「快適・便利」「環境・効率」であると考えています。

たとえば通信環境の進化により、いつでもどこでも最適な情報を享受し、かつエネルギーを速く効率よく取得して行動できるようになります。このような機能は、電気自動車には不可欠な機能になります。当社では、日立の情報ネットワークインフラと連携した次世代の車載情報システムの開発により、カーナビを中心としたクルマ環境のネットワーク化を進めます。

安心・安全に関しては、当社は、オーバーヘッド・ビュー・モニター（車両全周囲確認システム）で先行しておりますが、そのコンセプトをより進化させるためにカメラ映像事業の強化も進めてまいります。

業績の見通し

世界的に景気回復の兆しが見られますが、回復のスピードは地域によって異なっており、不安定な欧州経済も大きな懸念材料であり、まだまだ予断を許せる状況ではありません。また、各国の新車購入支援策も次々と打ち切られる中、日本においても2010年9月に終了する予定であり、下半期の車両販売は不透明と言わざるを得ません。

リアルタイム情報を駆使した高精度な渋滞回避能力
「オンライン交通情報探索」



このような状況下において、当社は引き続き事業構造改革を継続し、収益改善の取り組みをさらに加速、強化することにより、次期業績につきましては2011年3月期の連結売上高は、1,750億円（2010年3月期対比0.1%増）、連結営業利益は40億円、当期純利益10億円を見込んでいます。（為替レートについては、1米ドル85円、1ユーロ125円を前提としています。）

CSRについての基本姿勢

当社は、基本理念「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貢献します」を掲げCSR活動を強化しています。当社では、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、世界各国の拠点に展開しており、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おります。

また当社は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てまいります。

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、たゆみない成長を続けてまいります。更なるチャレンジングな目標を掲げ、一日も早く『価値ある企業』になるべく勇往邁進してまいります。

引き続きご指導、ご鞭撻をお願い申し上げます。

2010年7月

取締役社長
泉 龍彦

業績回顧

当社グループの2010年3月期の連結売上高は1,747億62百万円と前期比3.7%の減収となりました。コア事業である自動車機器事業が対前年度比微減となり、特機事業とその他の事業での売上減少および一部ノンコア事業の売却も全体の売上高減少に影響しました。

損益面では、事業構造改革の取り組みによる固定費の削減及び変動費の低減等に努めた結果、連結営業利益は6億24百万円となり、前連結会計年度の124億49百万円の連結営業損失から大幅な改善を図ることができました。

その他の損益では、為替差益2億84百万円、固定資産売却益2億74百万円、開発費メーカー負担確定額5億28百万円などにより20億21百万円の収益を計上しました。一方、支払利息7億21百万円、特許関連費用1億8百万円、固定資産処分損1億11百万円、退職金制度移行損失2億円などにより19億60百万円の費用を計上しました。この結果、税金等調整前当期純利益は6億84百万円（前年度は152億8百万円の純損失）となりました。

連結当期純利益は5億49百万円（前年度は連結当期純損失199億87百万円）となりました。この結果、各段階利益すべて黒字化を達成しました。

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

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、上半期は国内オプション市場でのナビゲーションキャンペーンによる売上が増え、通期でも北米におけるOEM市場で売上が想定以上のプラスになりました。一方、まだ市場の回復しない日本および欧州のOEM市場では減収となりました。また市販市場では全世界的な販売価格の低下と競争激化による

販売数量の減少が続いています。この結果、当該事業の連結売上高は1,563億72百万円と前年度比0.7%の微減となりました。

損益面につきましては、事業構造改革の取り組みによる固定費の削減及び変動費の低減等に努めた結果、連結営業損失は3億70百万円となり、前年度は144億91百万円の連結営業損失から大幅に改善が図られました。

特機事業

業務車両用AV機器、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、CCDカメラ等車両周囲確認TVシステム機器及びドライブレコーダー機器等の特機事業は、ドライバーの安全志向の高まりによりCCDカメラ機器の拡販に努めてまいりました。しかし、OEM市場への納入減及び市販市場での販売数量の減少により、連結売上高は76億85百万円と前年度比14.4%の減収となりました。

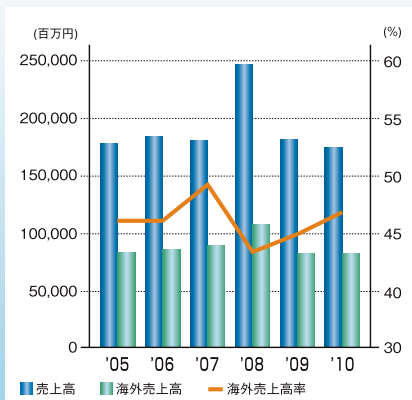
売上高の減少等により連結営業利益は8億21百万円と前年度比53.6%の減益となりました。

その他の事業

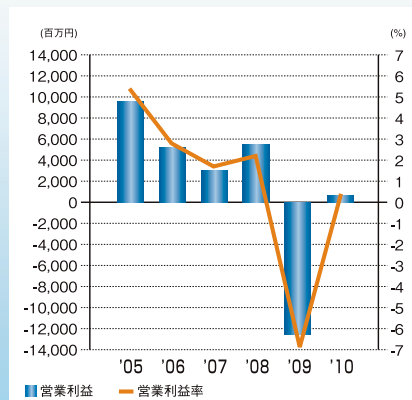
その他の事業は、EMS (Electronics Manufacturing Service: 電子機器受託製造サービス) 事業を米州及び欧州を中心に展開しております。車両生産の減少にともない自動車用メーター基板等の受注が減少したこと及び携帯電話事業の子会社を下期に売却したこと等により、連結売上高は107億4百万円と前年度比28.7%の減収となりました。

売上高の減少等により連結営業利益は1億73百万円と前年度比35.9%の減益となりました。

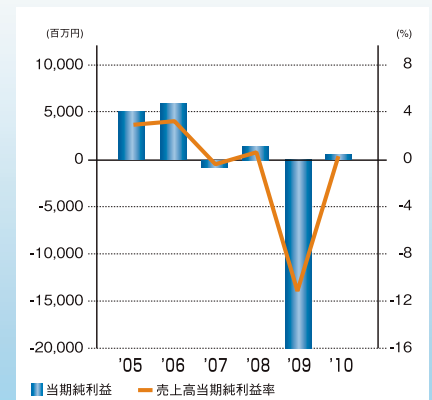
■ 売上高・海外売上高・海外売上率



■ 営業利益・営業利益率



■ 当期純利益・売上高当期純利益率



所在地別セグメントの業績（外部顧客に対するもの）は以下の通りです。

■ 日本

国内経済は、内外の在庫調整の進展や海外経済の回復を背景とした輸出、生産の増加等から緩やかな回復基調にあります。個人消費は、厳しい雇用・所得環境が続くなか、新車購入支援策及び省エネ家電の購入促進等の政策効果から、比較的底堅く推移しました。自動車業界では2009年8月に13カ月ぶりに新車販売が前年比増加に転じた後、ハイブリッド車を中心に下半期は前年同期比で2桁の高い伸びを示すなど、復調の兆しが見えつつあります。

連結売上高は938億92百万円と前年度比11.4%の減収となりました。一部カーディーラー向けのオプション施策による販売増加はありましたが、市販市場向けの販売減少が売上高減少の要因となりました。

損益面につきましては、販売費及び一般管理費を始めとする固定費の削減効果はありましたが、販売数量の減少及び市販市場での販売価格の低下等により、3億40百万円の連結営業損失（前年度は119億87百万円の連結営業損失）となりました。

■ 米州

米国経済は、政策面での支援により回復が軌道に乗りつつあることを示す一方で、雇用環境は厳しい情勢が続いており、景気の持続力に不安が残っております。自動車業界では新車購入支援策等により一定の効果はありましたが、新車販売台数は前年比減少となりました。

連結売上高は554億99百万円と前年度比19.5%の増収となりました。主に前年度より納入が開始されたOEM市場での販売が大きく伸長していること等によるものです。

連結営業利益は15億19百万円（前年度は12百万円の連結営業利益）と大幅な増益となりました。顧客からの厳しい価格要求による販

売価格の低下はありましたが、増収効果及び販売費及び一般管理費の削減等が効果をあげました。

■ アジア・豪州

アジア主要国の経済は回復傾向にあります。主要輸出先である米国の先行き景況感が不透明なため本格的回復には至っておりません。一方、中国経済は高成長軌道に乗っており、中国における新車販売は前年比46%増の1,364万台で米国を抜いて世界一となりました。

業績につきましては、当第1四半期会計期間をボトムとして回復基調にあるものの、前連結会計年度の水準までには至らず、連結売上高は118億86百万円と前年度比4.6%の減収となりました。

損益面につきましては、変動費低減及び販売費及び一般管理費の削減効果等により、連結営業利益は56百万円（前年度は74百万円の連結営業損失）と黒字転換いたしました。

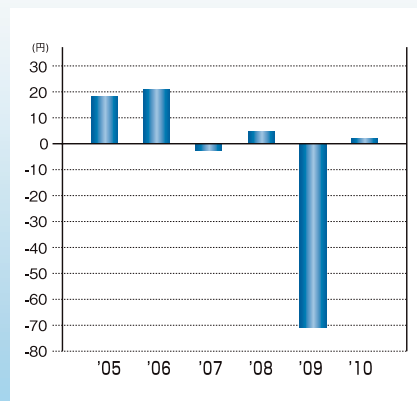
■ 欧州

金融危機が広がったユーロ圏経済は、回復の足取りは極めて重く、雇用環境悪化にともなう個人消費の低迷、さらにはギリシャの財政破綻懸念と相俟って実体経済の悪化に歯止めがかかっていない状況にあります。

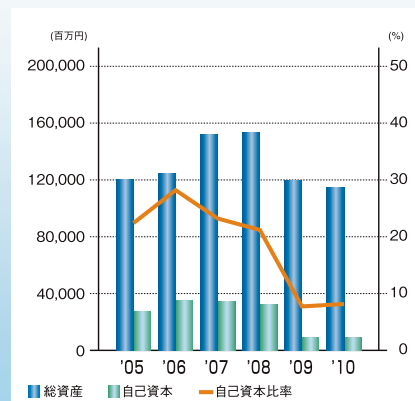
連結売上高は134億82百万円と前年度比19.1%の減収となりました。新車購入支援策による効果があったものの、全体的には自動車市場の縮小によるOEM顧客への販売の減少、市販市場での販売低迷等が売上高減少に影響しました。

損益面につきましては、販売費及び一般管理費の削減効果等はありませんでしたが、大幅な販売減及び販売価格の低下による原価率悪化等の影響により、6億43百万円の連結営業損失（前年度は2億8百万円の連結営業損失）となりました。

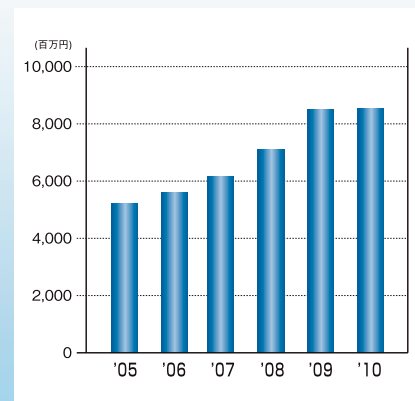
■ 1株当たり当期純利益



■ 総資産・自己資本・自己資本比率



■ 減価償却費



財務状態に関する分析

当会計年度末の流動資産は663億82百万円となり、前年度末に比べ1億78百万円の微減となりました。前年第4四半期比で売上が大きく伸びし受取手形及び売掛金は増加しましたが、たな卸資産の減少により相殺されました。

有形固定資産は、前年度末に比べ31億5百万円（11.4%）減少し241億10百万円となりました。本社、中国等で生産設備等の取得がありました。減価償却額が45億円にのぼったことによるものです。無形固定資産は、前年度末に比べ15億2百万円（8.3%）減少し、166億87百万円となりました。また、投資その他の資産は、前年度末に比べ1億40百万円（2.5%）減少し、55億33百万円となりました。以上の結果、総資産は前連結会計年度末と比較して49億27百万円（4.2%）減少し、1,127億14百万円となりました。

負債合計は前期末と比較し、51億4百万円（4.7%）減少し、1,034億1百万円となりました。支払手形及び買掛金は増加しておりますが、当期純利益の計上等によるキャッシュ・フロー改善効果で有利子負債を圧縮したこと等によるものです。純資産は、前年度末と比較して1億77百万円（1.9%）増加し93億12百万円となりました。その結果、自己資本比率は前年度末と比較して0.5ポイント上昇し8.1%となりました。

キャッシュ・フロー

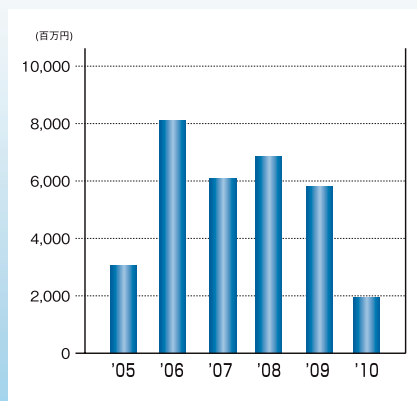
営業活動によるキャッシュ・フローは、売上債権の増加等による支出はありましたが、税金等調整前当期純利益の計上、たな卸資産の減少及び仕入債務の増加等による収入により、123億81百万円の収入（前年度は28億51百万円の支出）となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、生産設備等の有形固定資産及びソフトウェア等の無形固定資産の取得等による支出により、33億50百万円の支出（前年度は101億21百万円の支出）となりました。その結果、フリー・キャッシュ・フローは90億30百万円の収入（前年度は129億72百万円の支出）となりました。

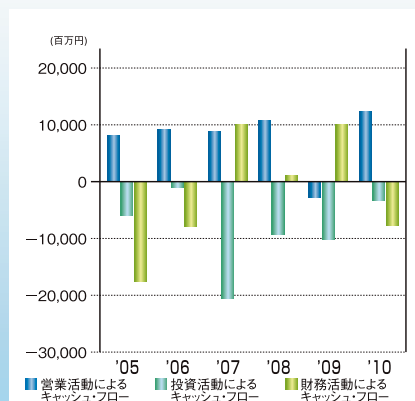
財務活動によるキャッシュ・フローは、有利子負債の圧縮等により77億31百万円の支出（前年度は100億14百万円の収入）となりました。

以上の結果、当連結会計年度末における現金及び現金同等物残高は101億92百万円（前連結年度末は90億39百万円の残高）となりました。

■ 設備投資



■ キャッシュ・フロー



■ ROE + ROA



会社データ

■ 会社概要 (2010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18日
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	18,247名
従業員数	連結9,128名 単独1,502名(※出向者は除く)
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

(2010年6月25日現在)

取締役会長	川上 潤三*
取締役社長	泉 龍彦
常務取締役	吉峰 徹郎
取締役	笠井 成志 川本 英利 金子 徹 河元 哲史 本田 恭彦* 篠崎 雅継*
常勤監査役	滝沢 克俊
監査役	藤村 一路 笹井 保大** 山ノ川 孝二**

* 社外取締役

** 社外監査役

■ 役員

(2010年6月25日現在)

常務執行役員	吉峰 徹郎 笠井 成志 川本 英利 金子 徹 会田 豊治 菅 裕保 大谷内 信之
執行役員	河元 哲史 榎田 辰男 和田 直士

■ 主要関係会社 (2010年6月25日現在)

< 国内 >

クラリオンセールスアンドマーケティング株式会社
クラリオンマニュファクチャリングアンドサービス株式会社
クラリオンアソシエ株式会社

< アメリカ エリア >

Clarion Corporation of America
Electronica Clarion, S.A. de C.V.

< ヨーロッパ エリア >

Clarion Europe S.A.S.
Clarion Europa GmbH
Clarion Hungary Electronics Kft.

< アジア エリア >

Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd.
Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines

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>