

2010年3月期 通期決算説明会



2010年5月18日
クラリオン株式会社

clarion



2010／3期 通期決算概況

連結経営指標

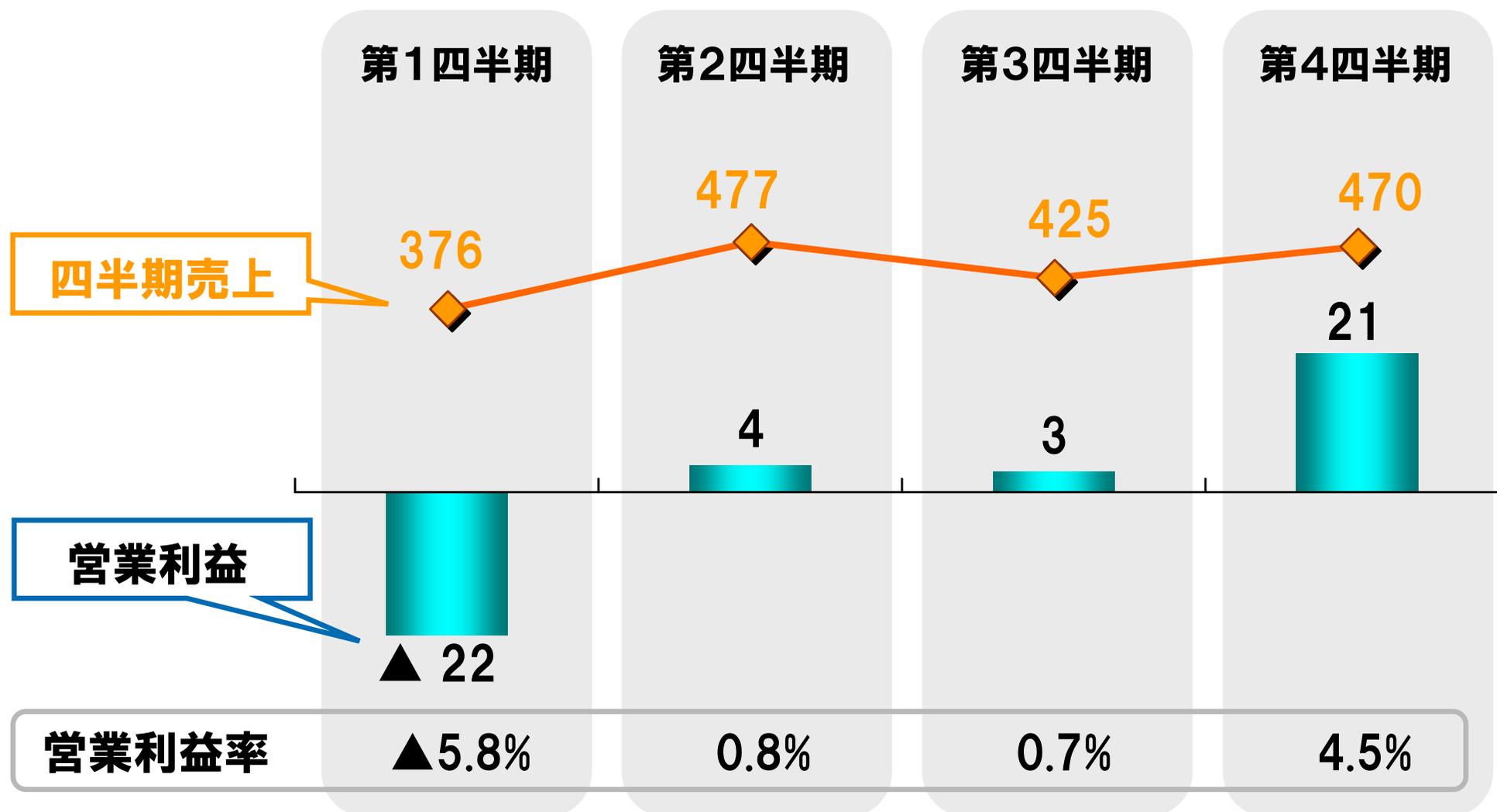
億円未満四捨五入

	09/3期		10/3期		前期比増減	
売上高	1,816 億円		1,748 億円		▲68 億円	▲3.7 %
	上期 1,084 億円 下期 731 億円		上期 853 億円 下期 895 億円		上期 ▲231 億円 下期 +164 億円	
営業利益	▲124 億円	▲6.9 %	6 億円	0.4 %	+130 億円	
	上期 ▲5 億円 下期 ▲119 億円		上期 ▲18 億円 下期 24 億円		上期 ▲13 億円 下期 +144 億円	
経常利益	▲146 億円	▲8.1 %	0.5 億円	0.03 %	+147 億円	
	上期 ▲11 億円 下期 ▲135 億円		上期 ▲20 億円 下期 21 億円		上期 ▲9 億円 下期 +156 億円	
当期純利益	▲200 億円	▲11.0 %	5 億円	0.3 %	+205 億円	
	上期 ▲6 億円 下期 ▲194 億円		上期 ▲19 億円 下期 25 億円		上期 ▲14 億円 下期 +219 億円	
為替レート	(期中平均レート) US\$=¥101	(社内レート) US\$=¥90	(期中平均レート) US\$=¥93	8 円高		
	(期中平均レート) EUR=¥143	(社内レート) EUR=¥120	(期中平均レート) EUR=¥131	12 円高		

なお、億円未満四捨五入の関係で増減等に±1億円の計算差異が発生することがあります。

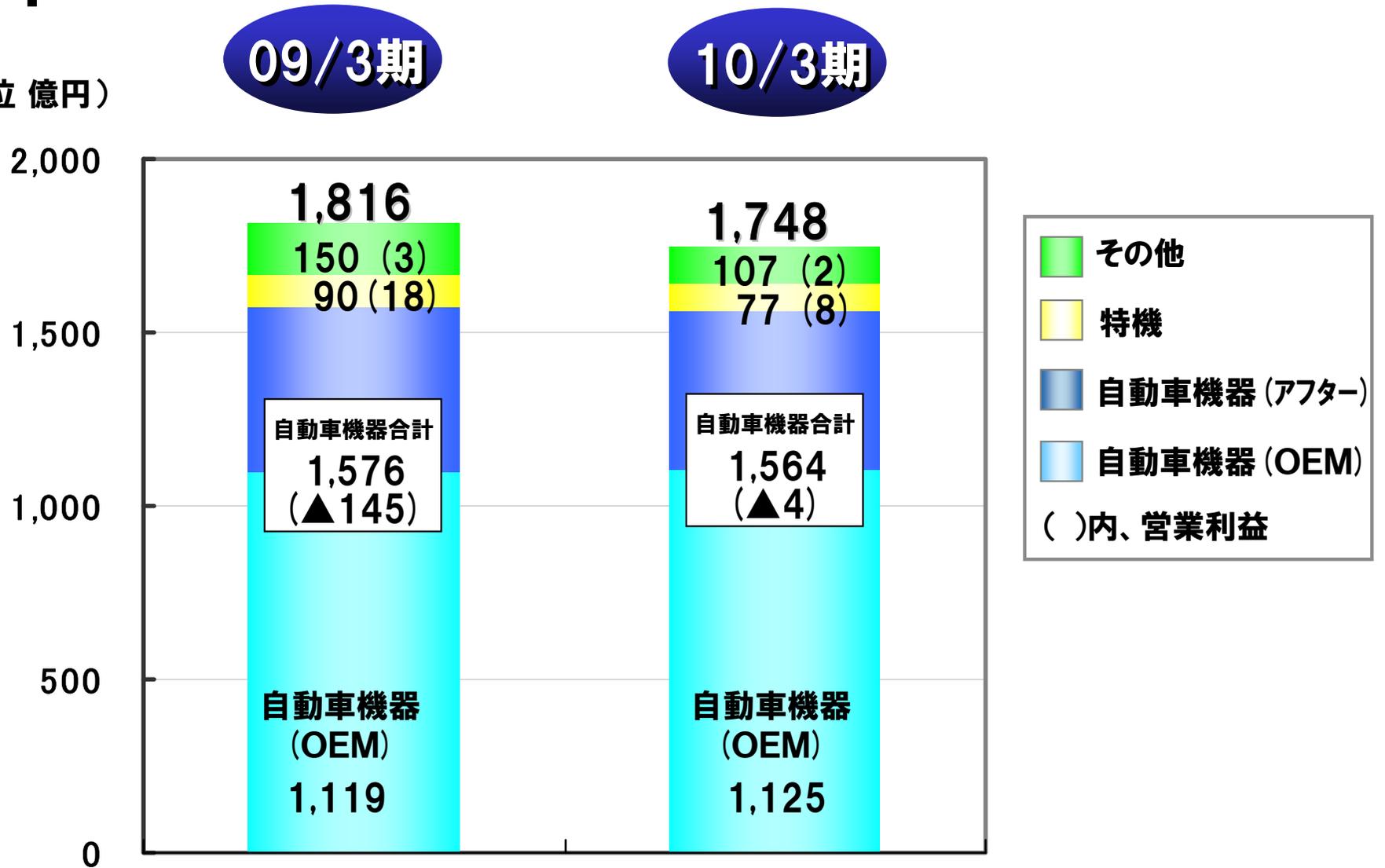
四半期毎の営業利益

(単位 億円)



売上高 I

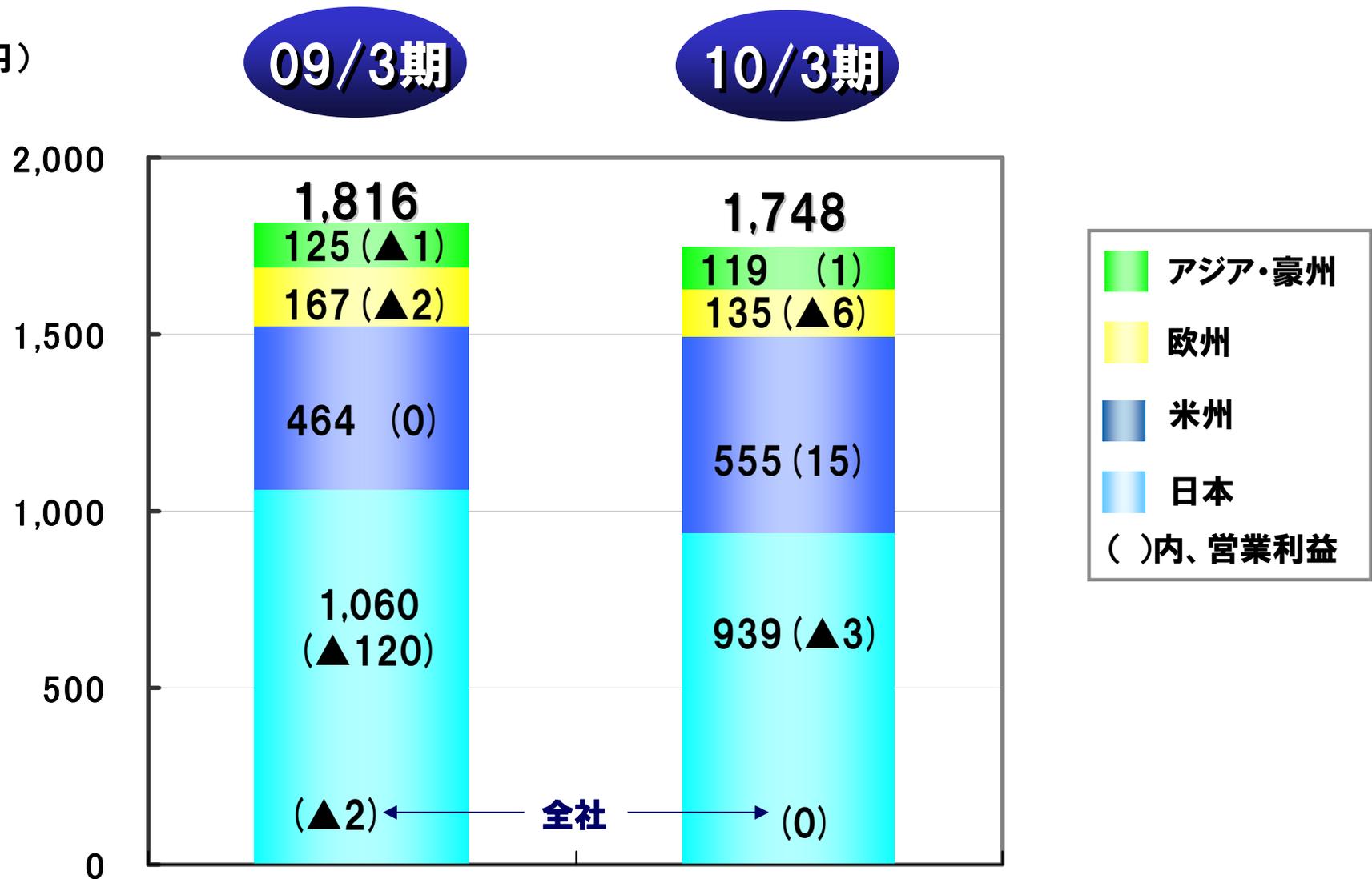
(単位 億円)



自動車機器 (アフター) …市販、カーメーカーディーラーオプション
 自動車機器 (OEM) …カーメーカーライン標準装着

売上高 Ⅱ

(単位 億円)

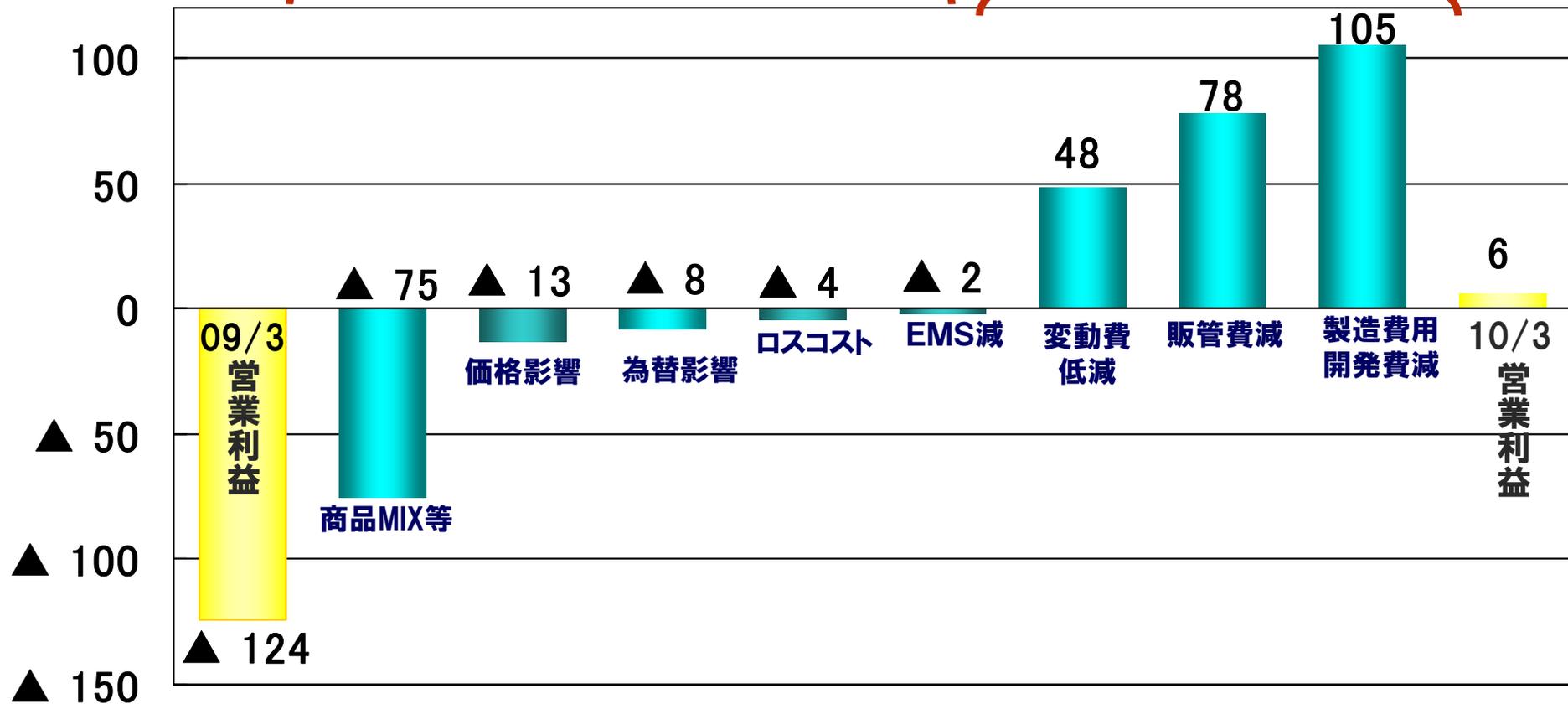


営業利益 6億円（130億円の改善）

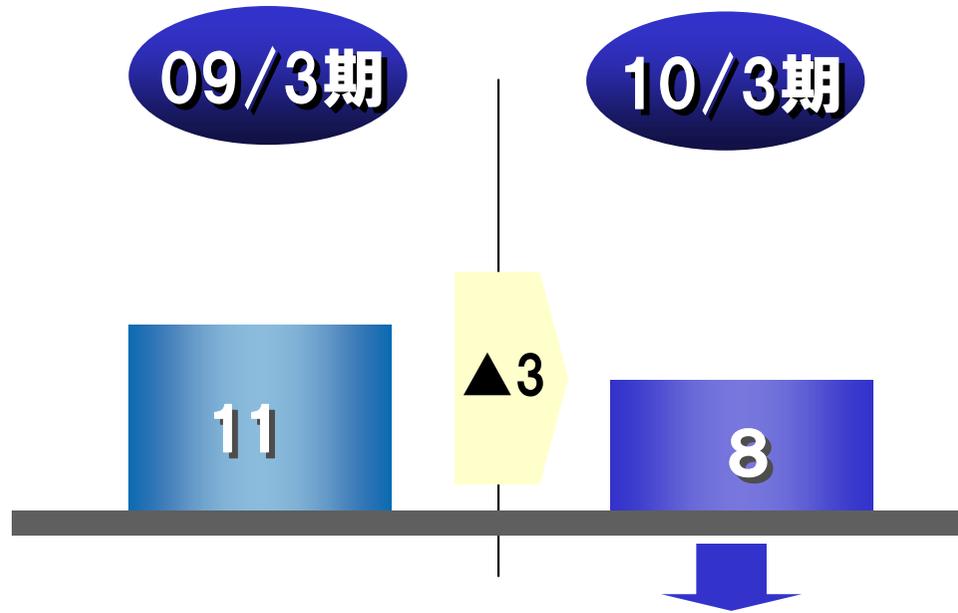
(単位:億円)

減益要因 ▲101

増益要因 +231

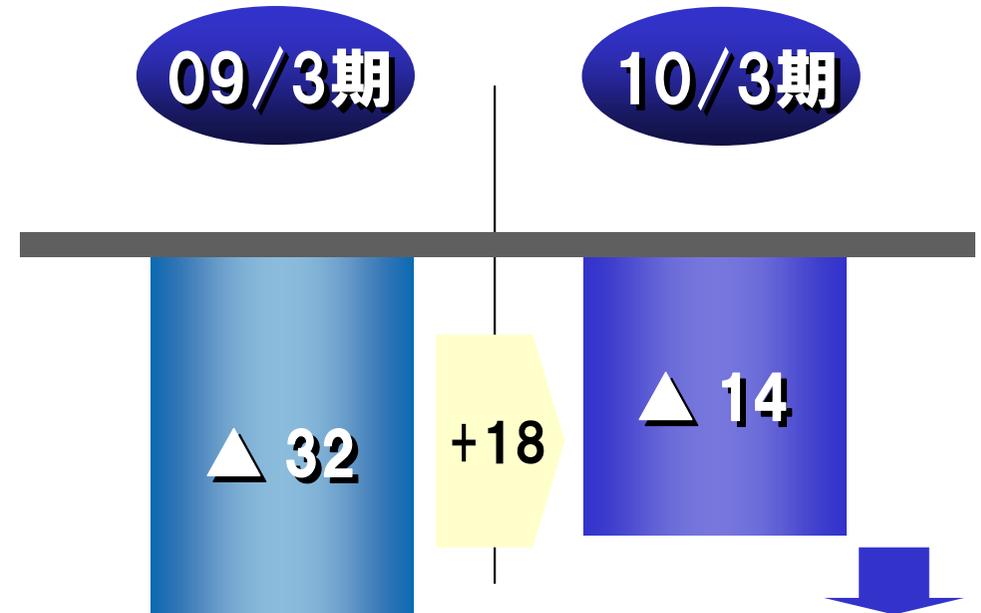


■営業外収益



	09/3期	10/3期
受取利息	2	1
為替差益	0	3
その他	9	4

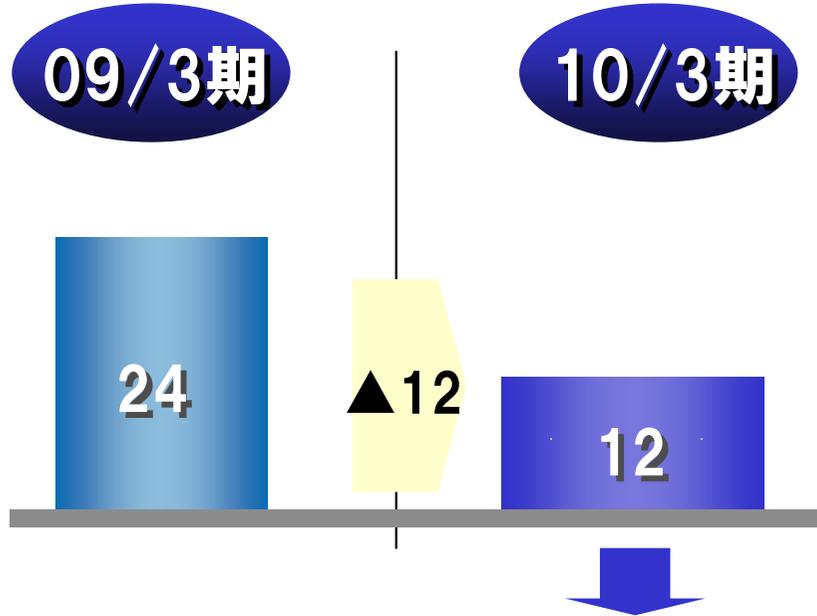
■営業外費用 (単位:億円)



	09/3期	10/3期
支払利息	6	7
為替差損	14	0
その他	12	7

営業外損益 ▲6億円

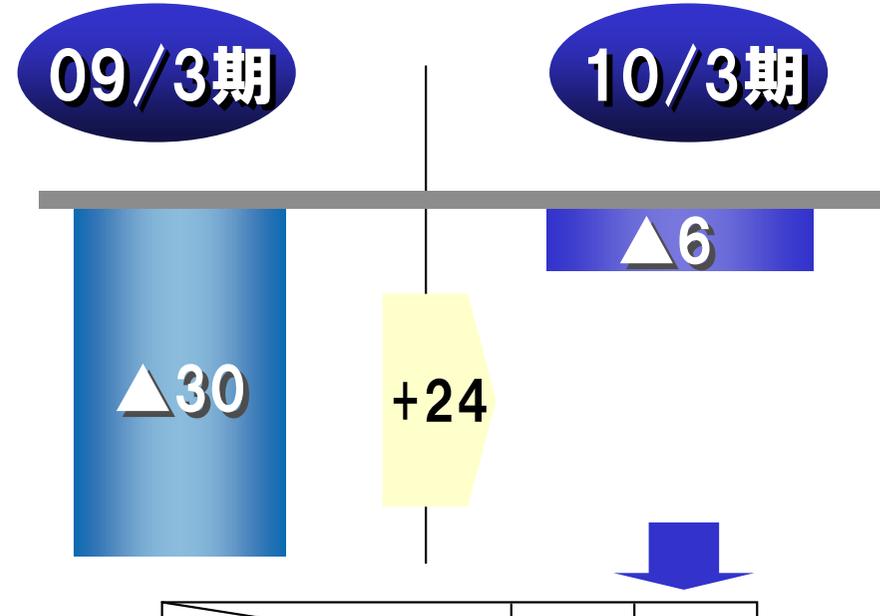
■特別利益



	09/3期	10/3期
開発費回収	0	5
過年度特許料戻入益	8	0
固定資産売却益	0	3
その他	15	4

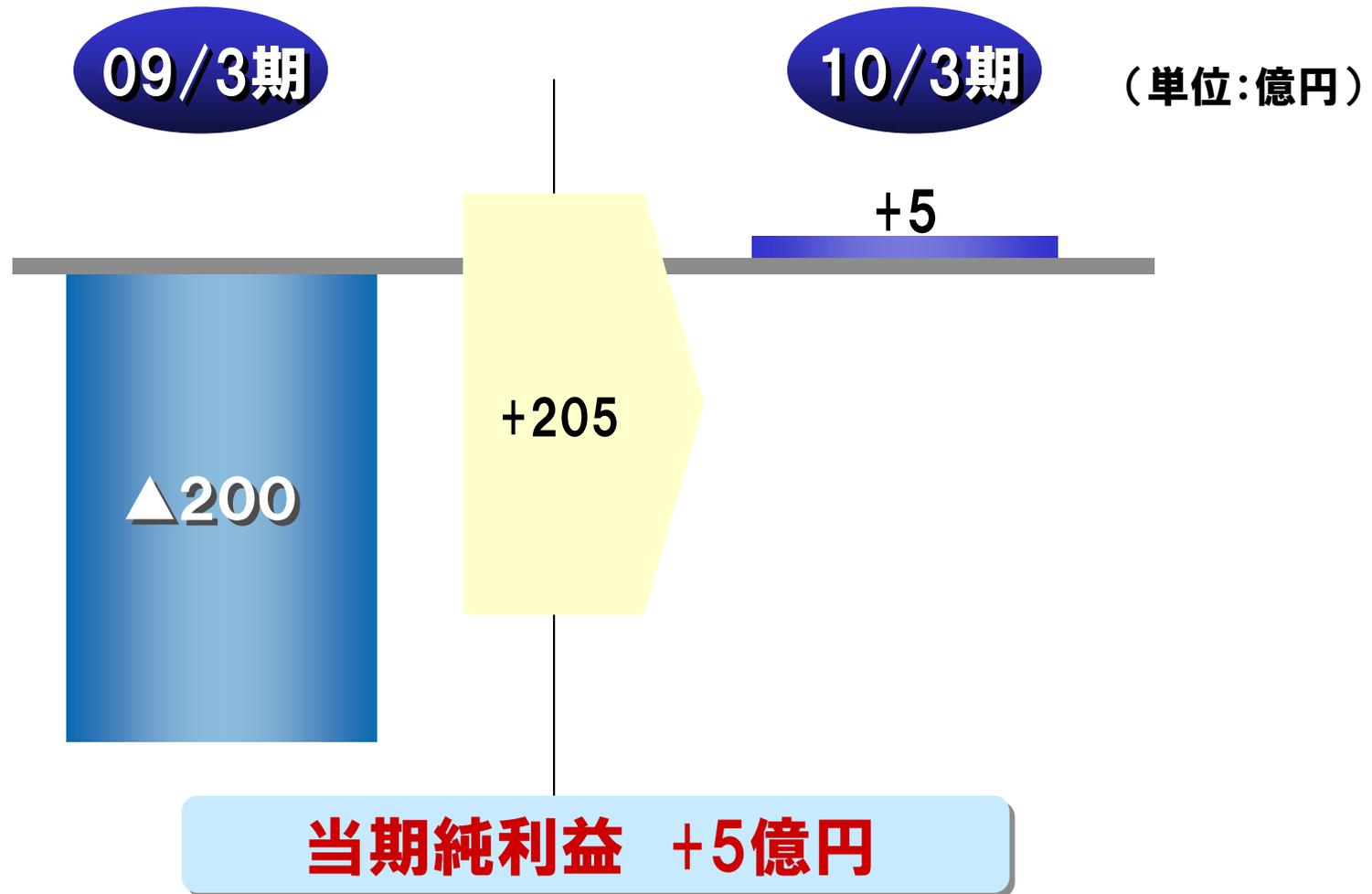
■特別損失

(単位:億円)



	09/3期	10/3期
事業構造改善費用	23	0
固定資産処分損	1	1
退職金制度移行損失	0	2
その他	6	2

特別損益 +6億円



資産

09/3期

1,176

▲49

10/3期

1,127

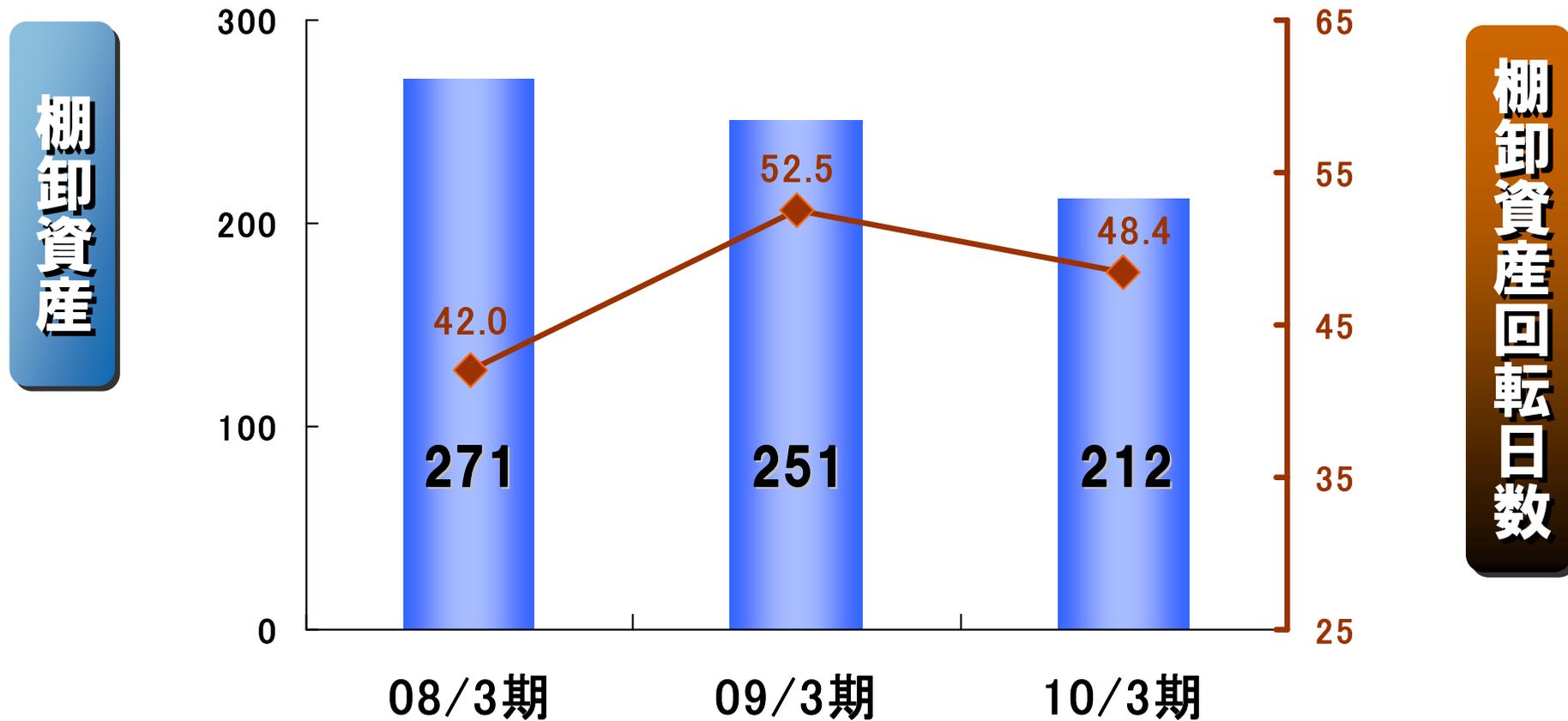
(単位:億円)

94	現金及び預金	102
254	受取手形及び 売掛金	276
251	棚卸資産	212
454	有形及び 無形固定資産	408
124	その他資産	129

棚卸資産回転日数

(単位:億円)

(単位:日数)



負債

09/3期

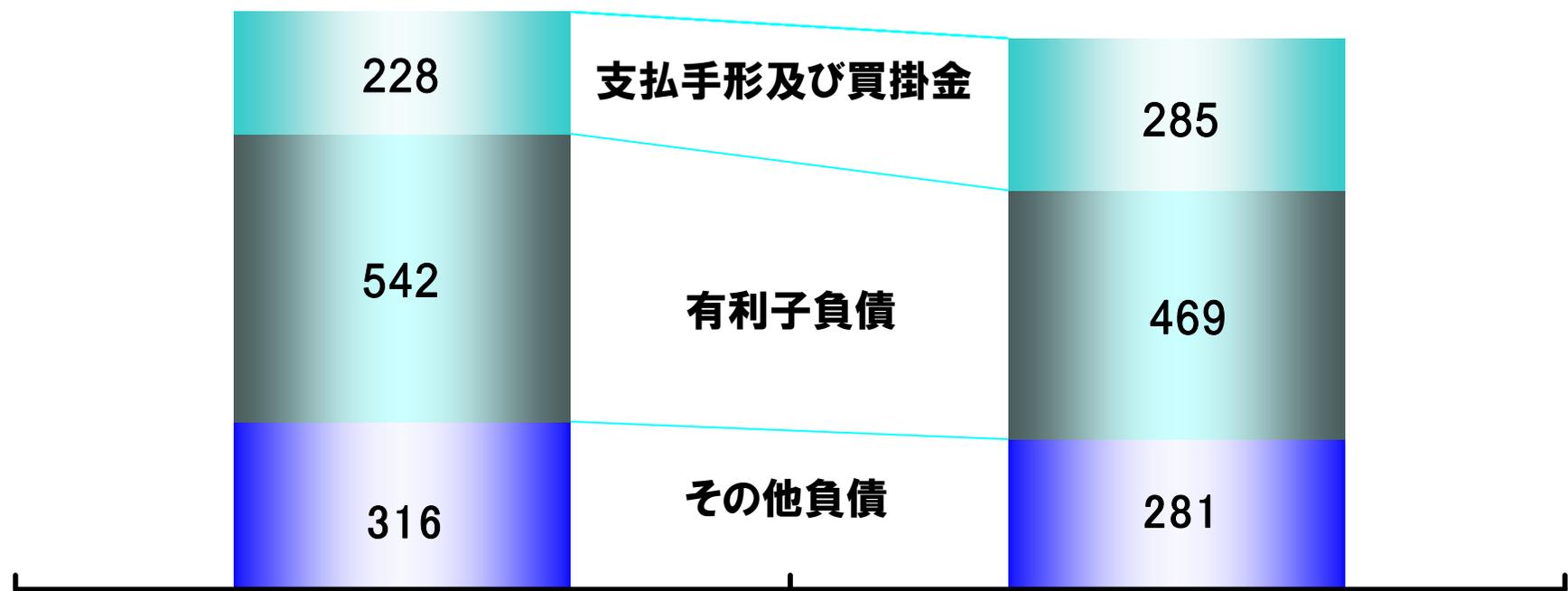
1,085

10/3期

1,034

(単位:億円)

▲51



純資産

(単位:億円)

09/3期 **10/3期**

純資産

91

+2

93

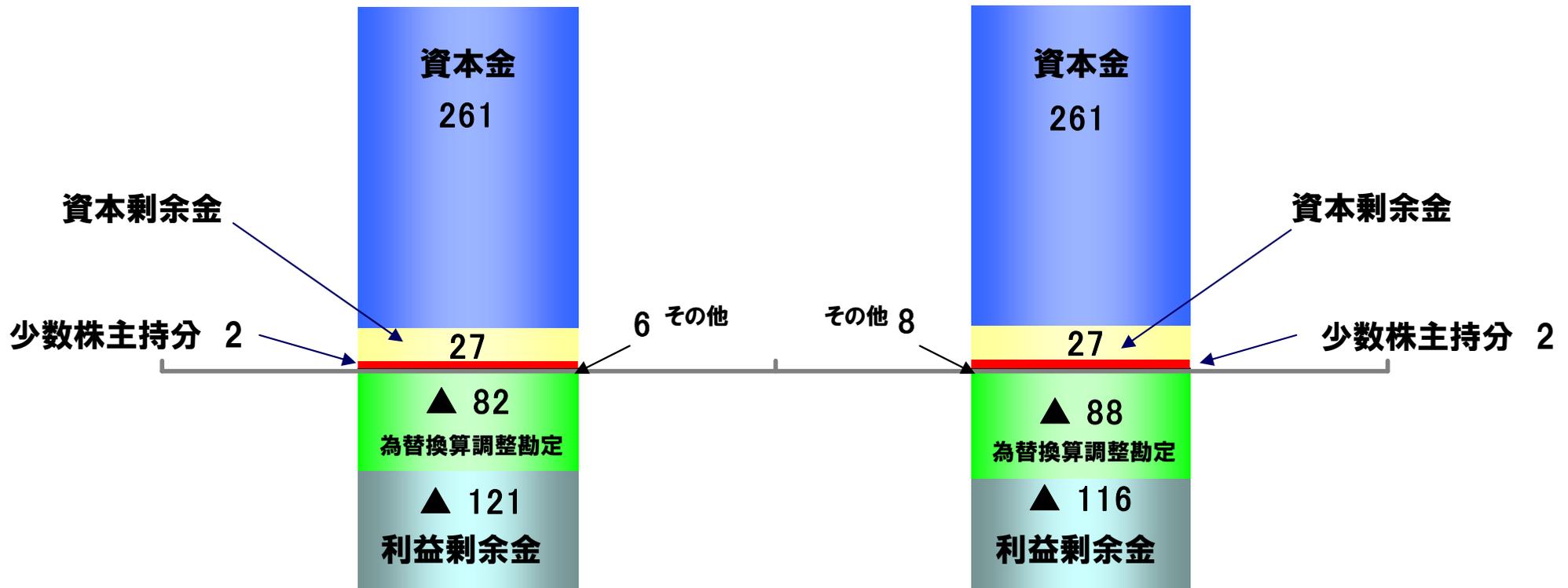
自己資本

90

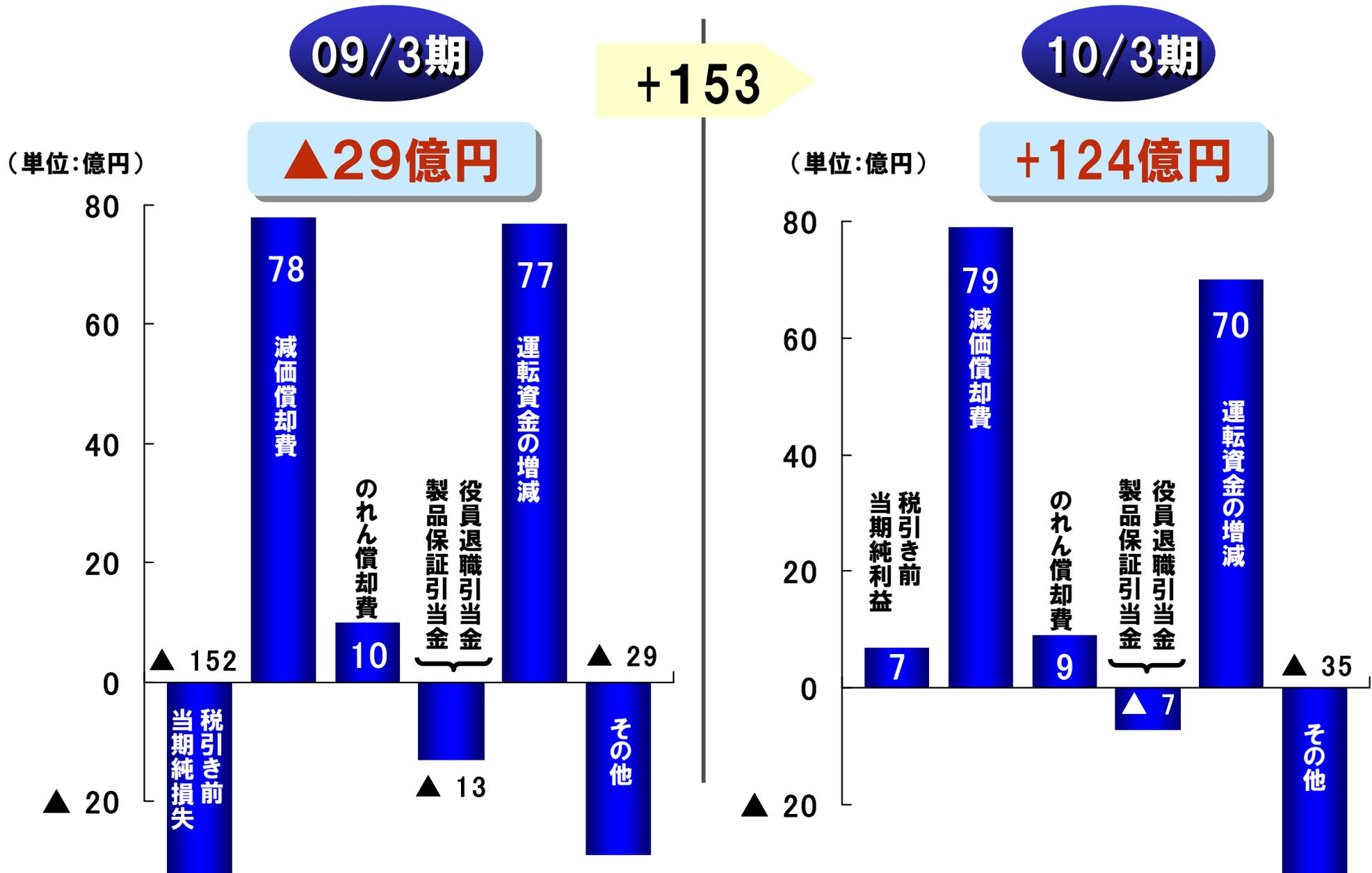
(7.6%)

91

(8.1%)



営業活動 キャッシュフロー



投資活動 キャッシュフロー

09/3期

▲101億円

10/3期

▲34億円

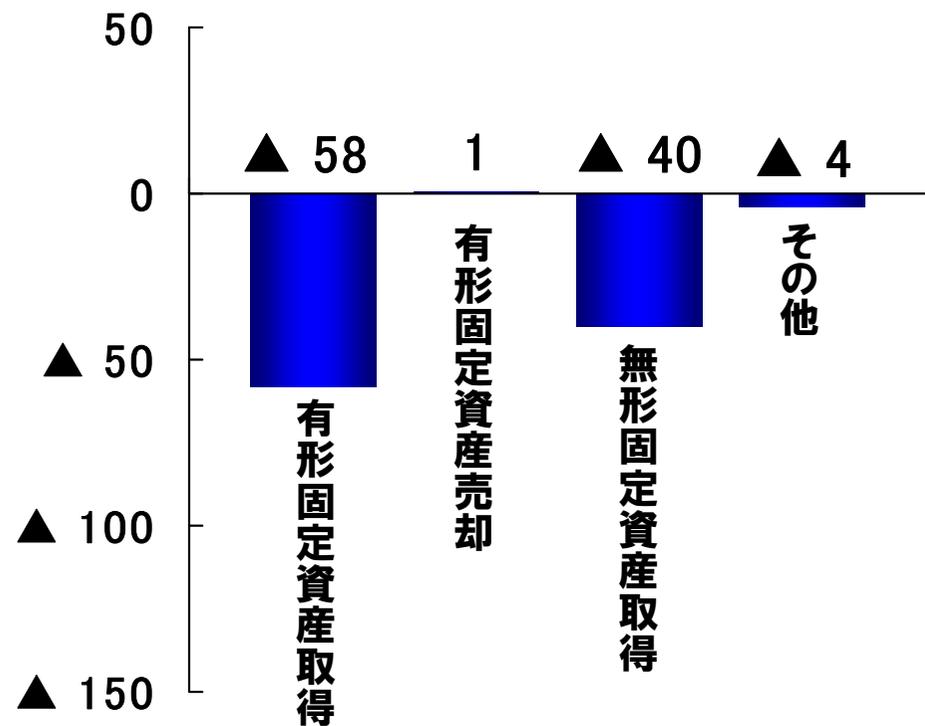
+67

フリー・キャッシュ・フロー ▲130億円

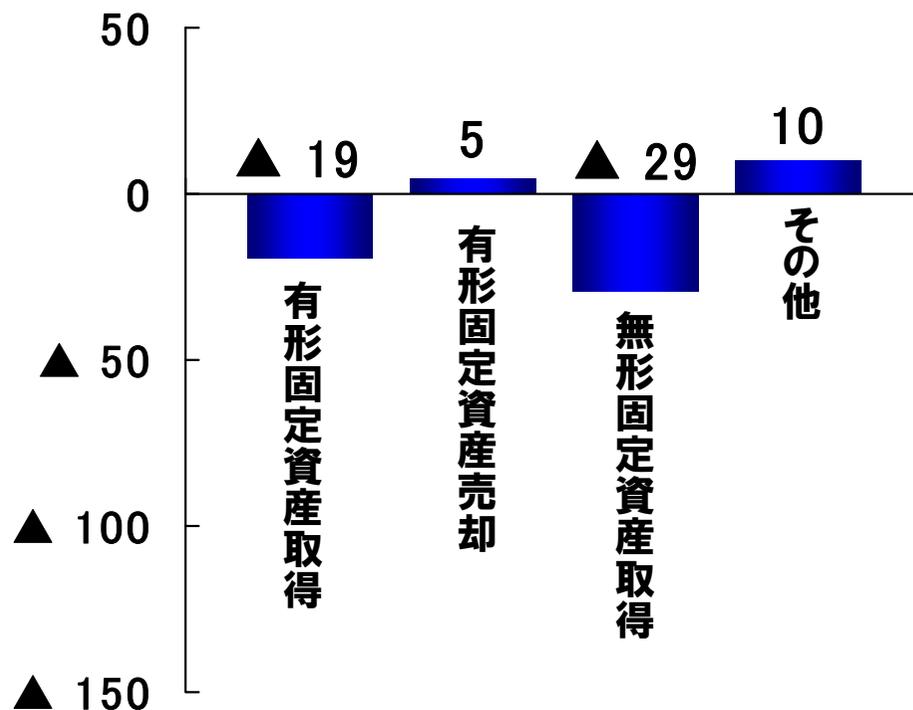
+220

フリー・キャッシュ・フロー +90億円

(単位:億円)



(単位:億円)



財務活動 キャッシュフロー

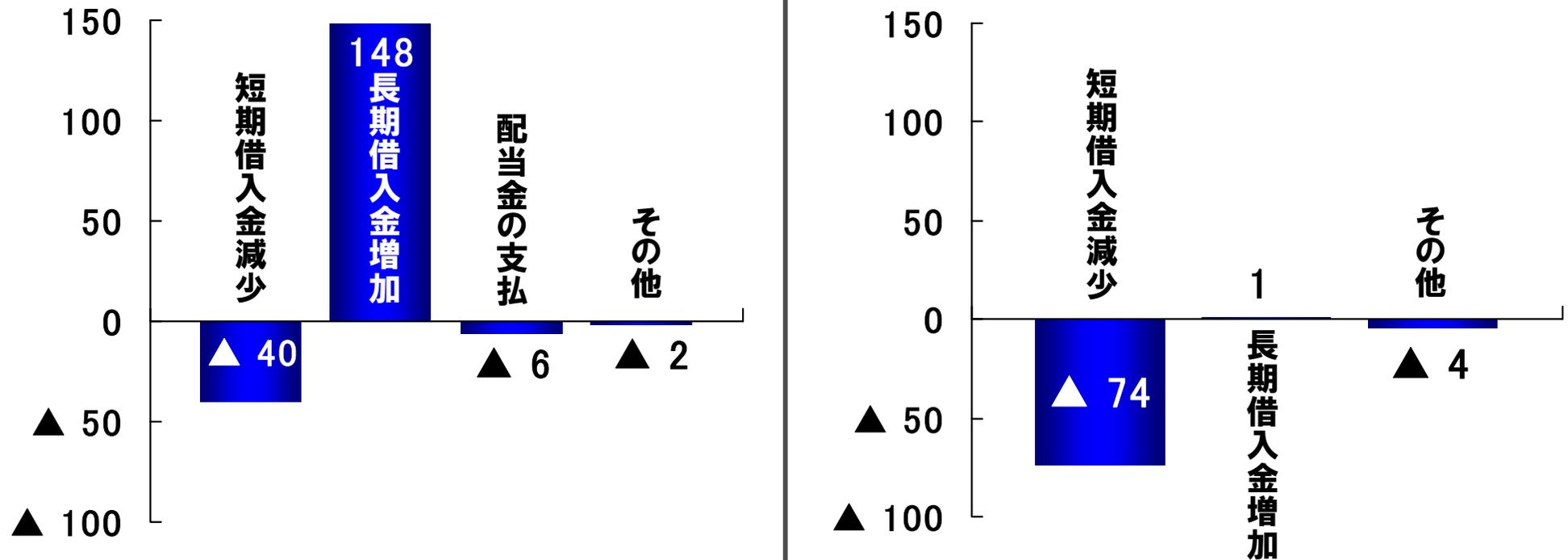
09/3期

+100億円

10/3期

▲77億円

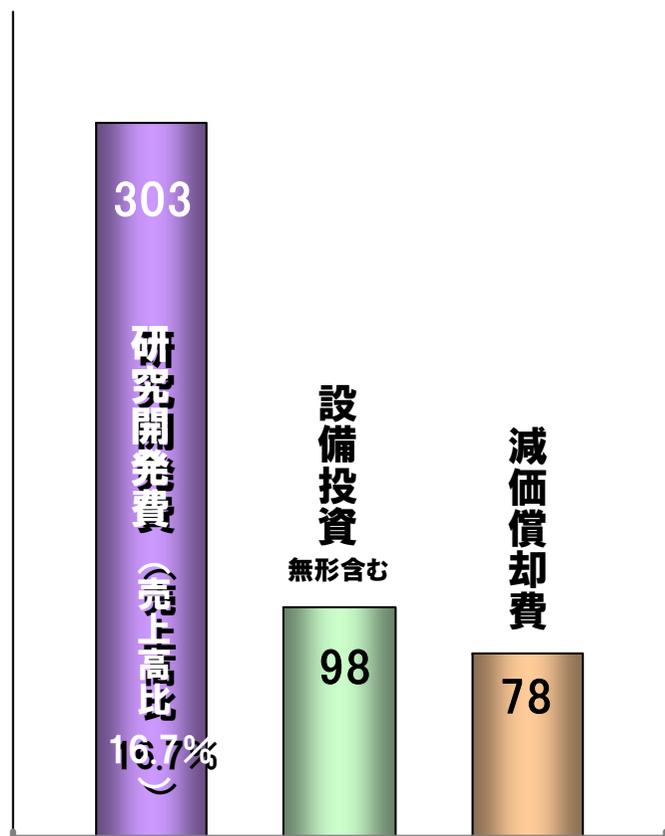
▲177



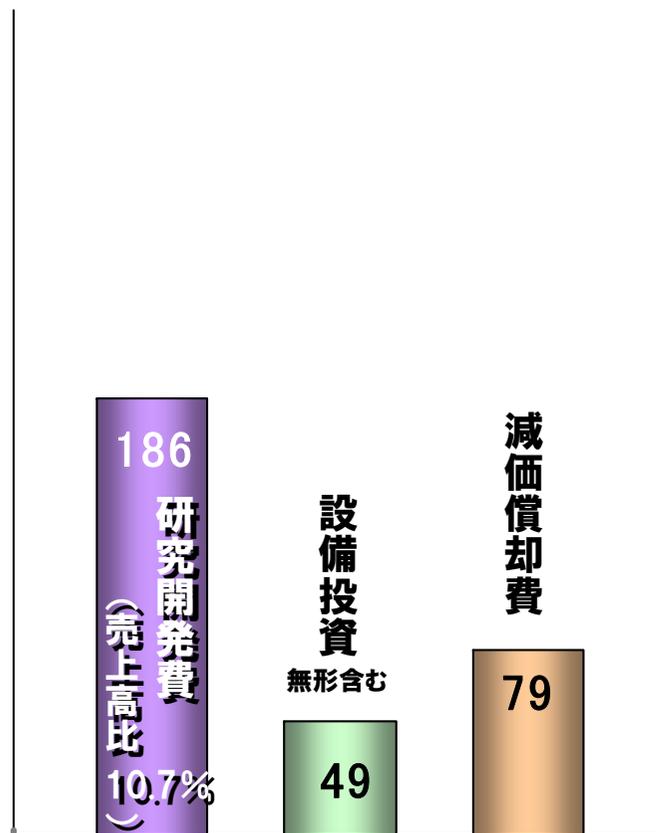
現金及び現金同等物 期首 90億円 期末 102億円

設備投資・研究開発投資

09/3期

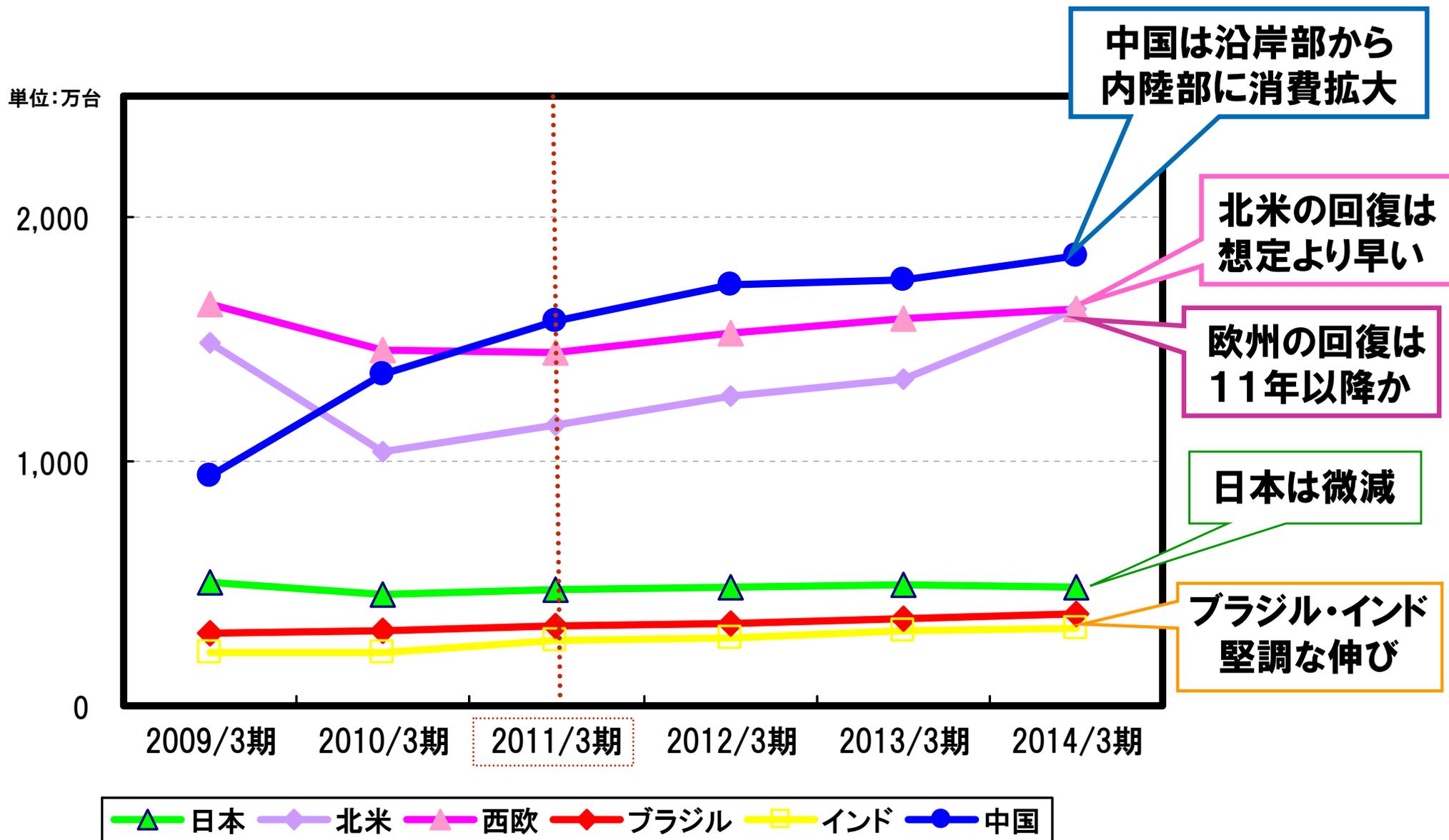


10/3期



1. 市場環境について

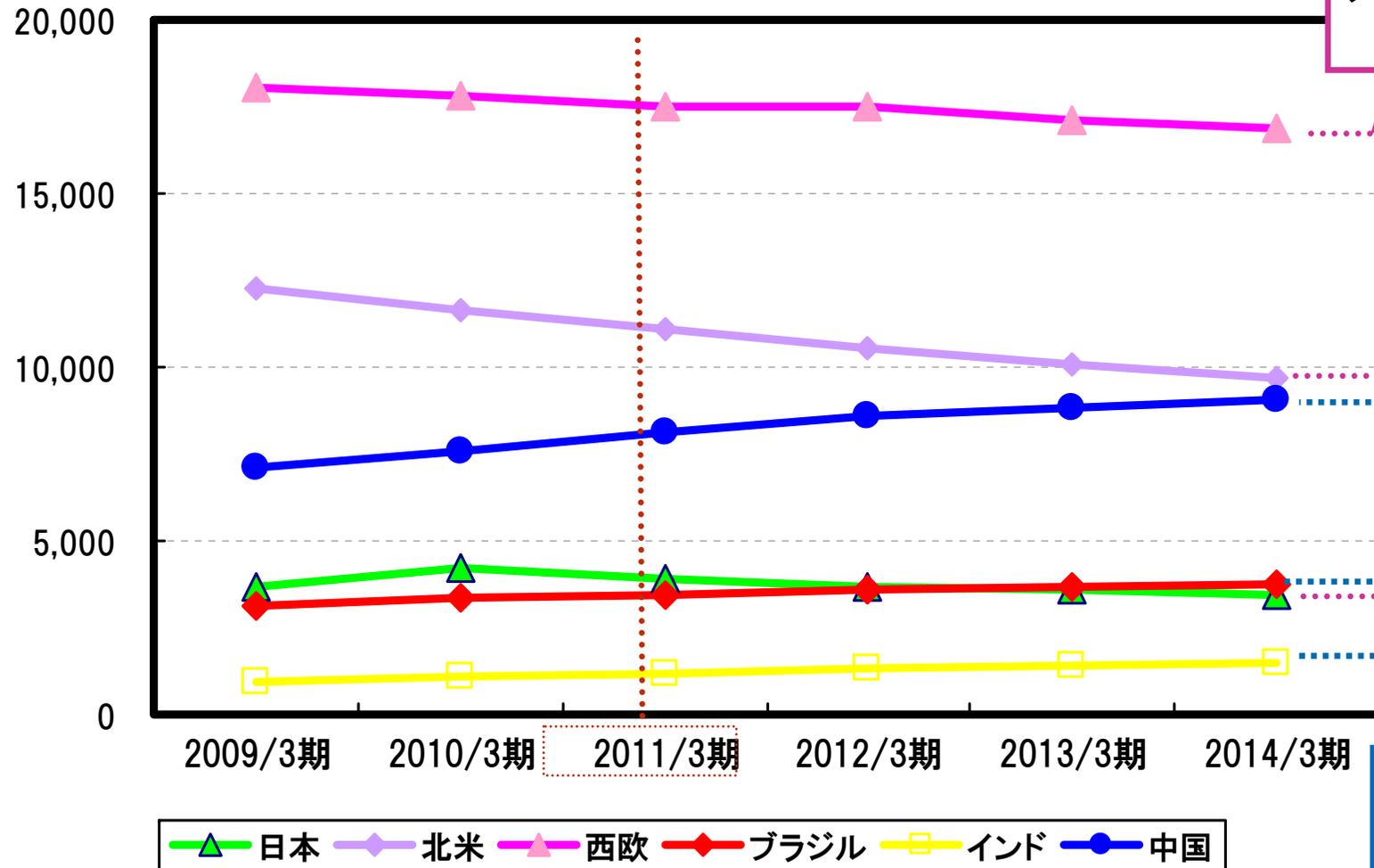
自動車新車販売予測



出所:クラリオン調べ

カーオーディオ需要予測

単位:千台



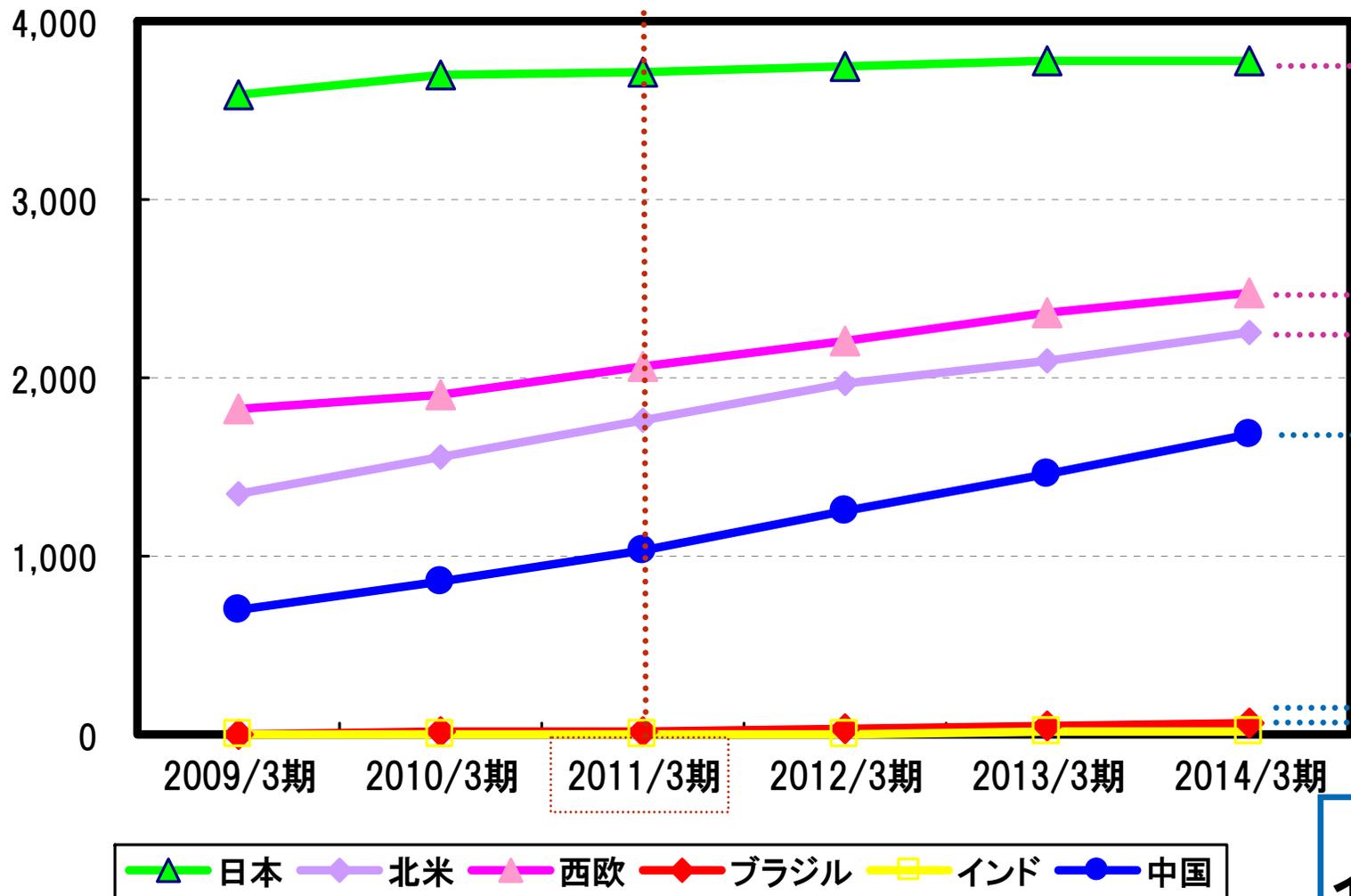
日米欧は
ナビ一体化のため
減少傾向

新興国は
車両需要に伴い
順調に成長

出所:クラリオン調べ

カーナビゲーション需要予測

単位:千台



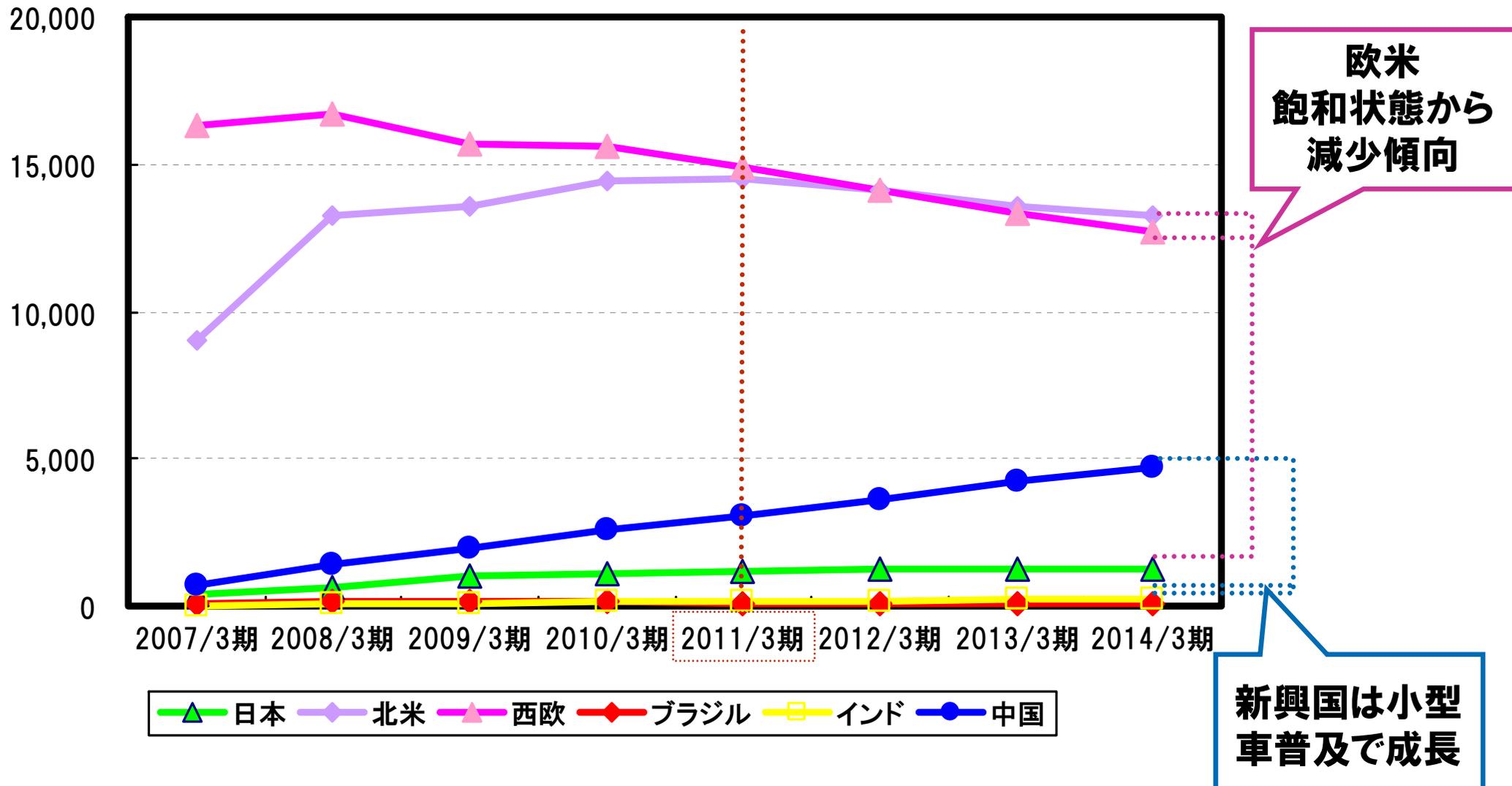
日米欧
廉価ヘシフト

新興国
インフラ整備進み
20%急拡大

出所:クラリオン調べ

PND需要予測

単位:千台



欧米
飽和状態から
減少傾向

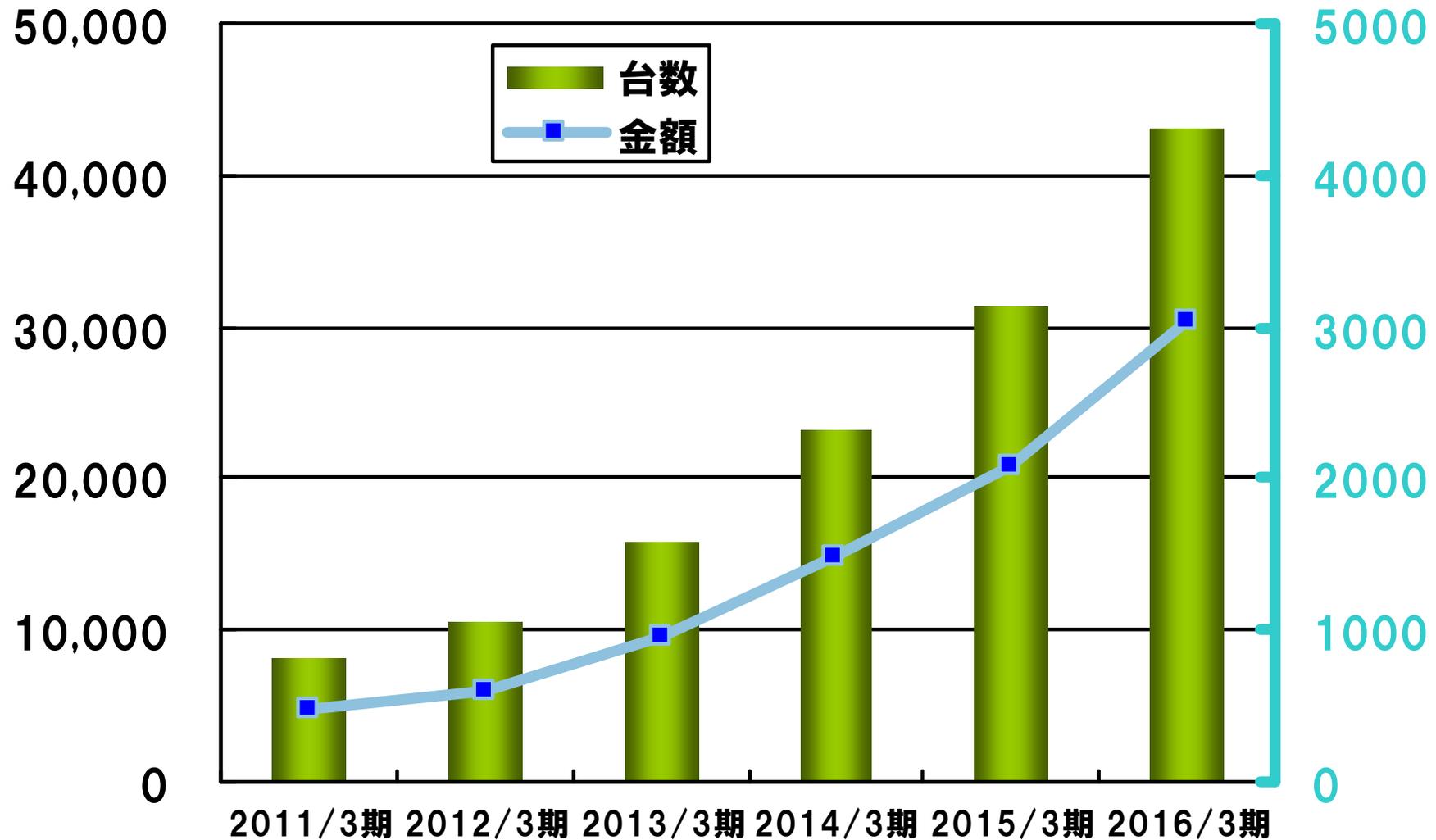
新興国は小型
車普及で成長

出所:クラリオン調べ

車載カメラ需要予測

単位:千台

単位:億円



出所:クラリオン調べ

2. 中期戦略

<2011/3期～2013/3期>

経営方針

2010年までに事業構造改革による強靱な企業体質への転換を完了し、
安全と環境の時代の新たな市場ニーズを先取りし、
自らの意思と知恵で世の中に必要とされる商品とビジネスを創造して、
価値ある企業としての存続を目指す。

経営目標

2013／3期

- ・連結売上高 2,000億円
- ・連結営業利益率 5%

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出すことにより、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出す夢と感動を“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。

**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ます。
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。**

ブランドスローガン (世の中に約束するClarionが提供する価値)

Clarion H.M.I.
(Clarion Human Mobile Music Media Interface)

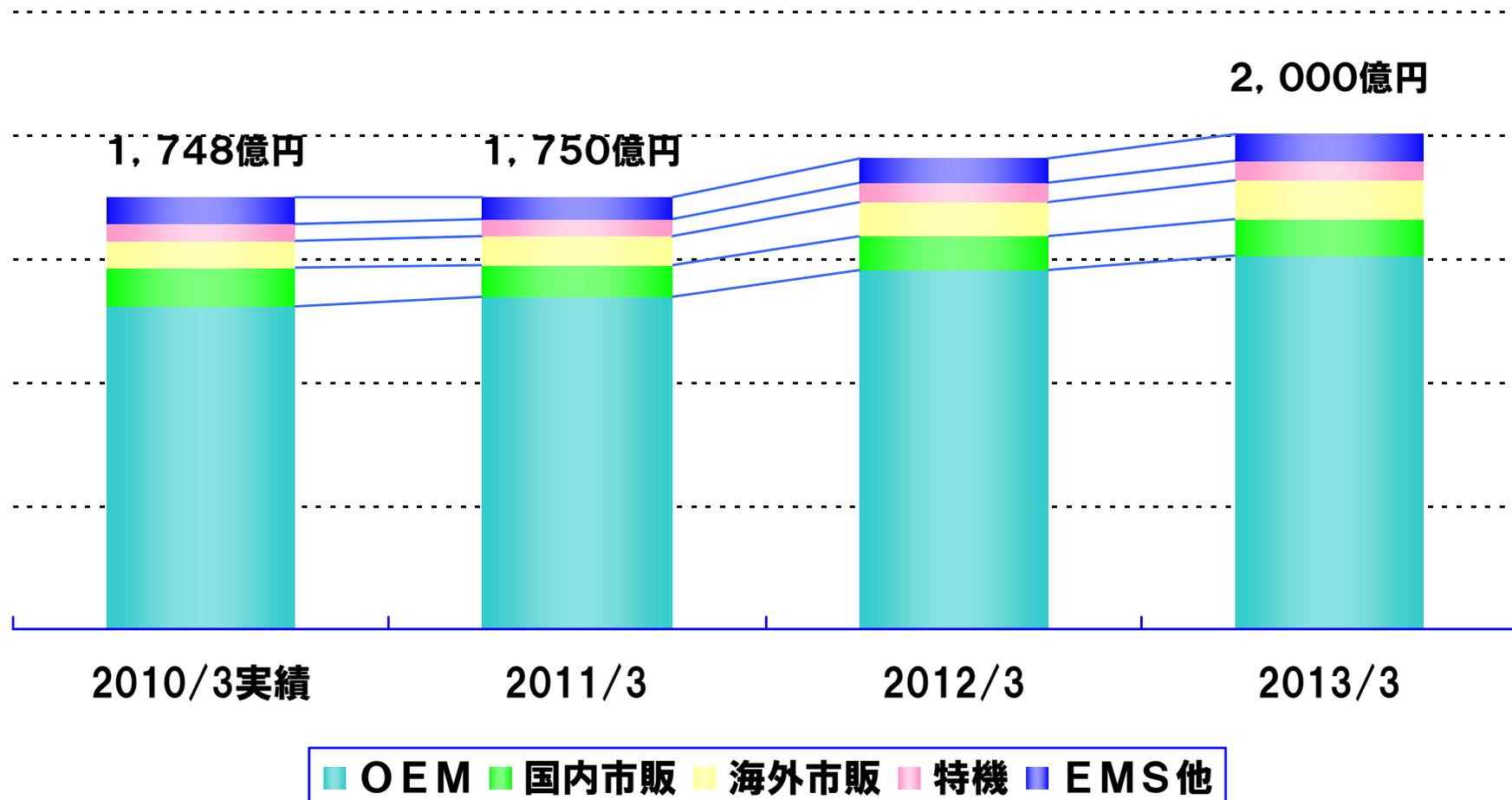
“Move Forward Unique Exciting”の実践

100人の知っている人よりも
10人のコアファンを

ブランドアイデンティティ

**一歩進んだユニークな着想と機をとらえた行動力で、
ワクワクするカーライフを提案する。**

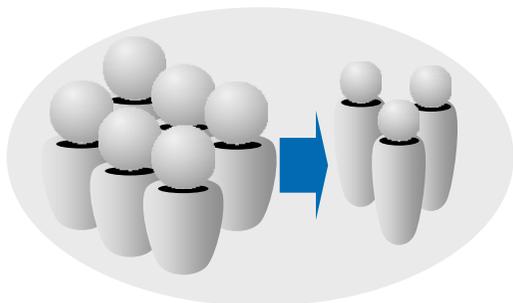
2013/3期 売上高目標2,000億円



計画166億円に対し実績は213億円

国内人件費対策

▲44億円



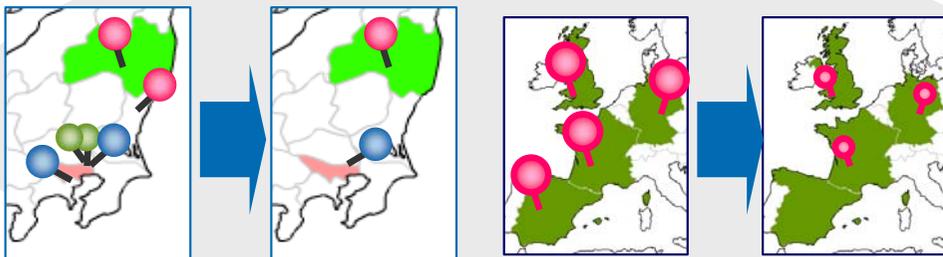
開発費対策

▲102億円



事業・拠点再編

▲29億円



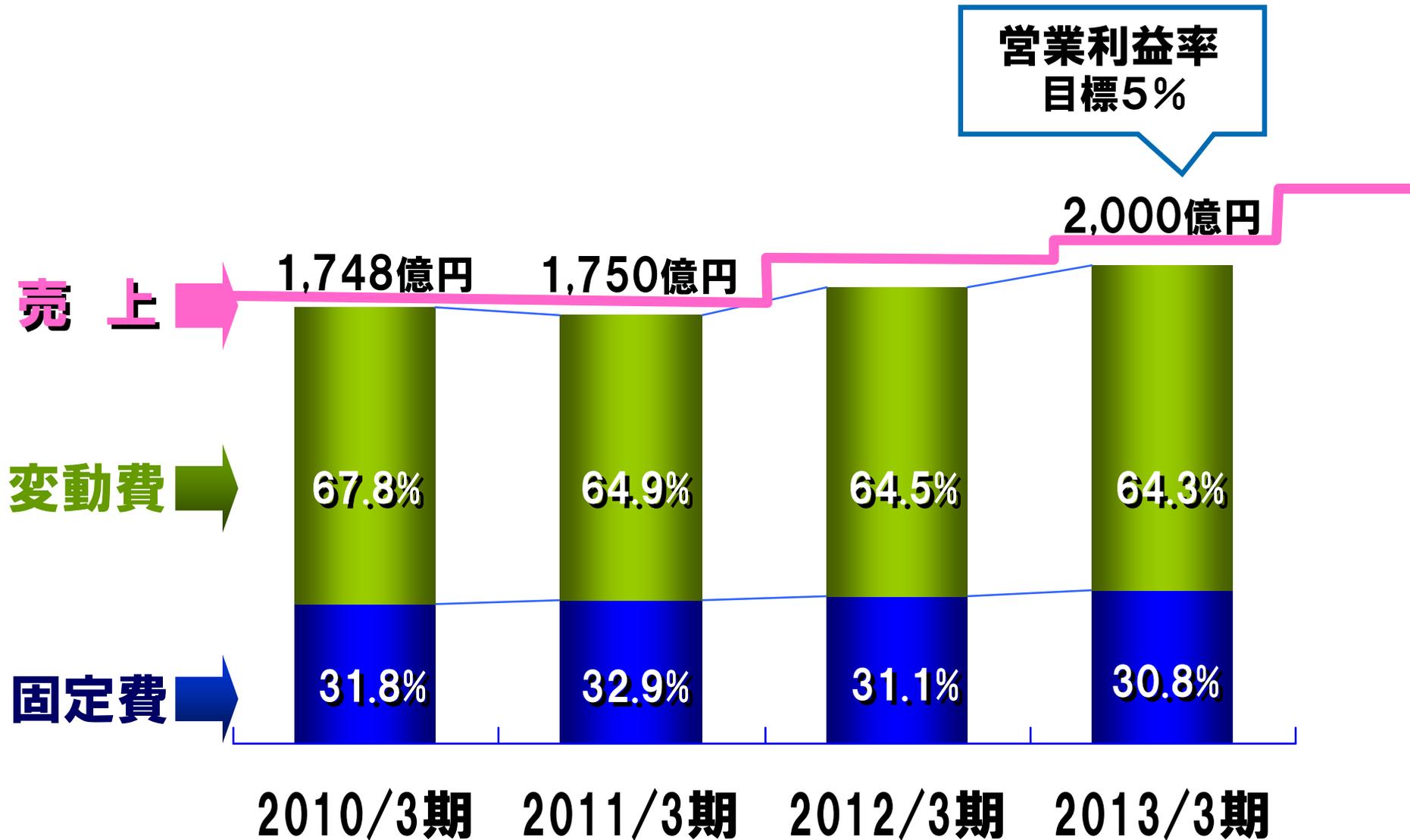
その他

▲38億円

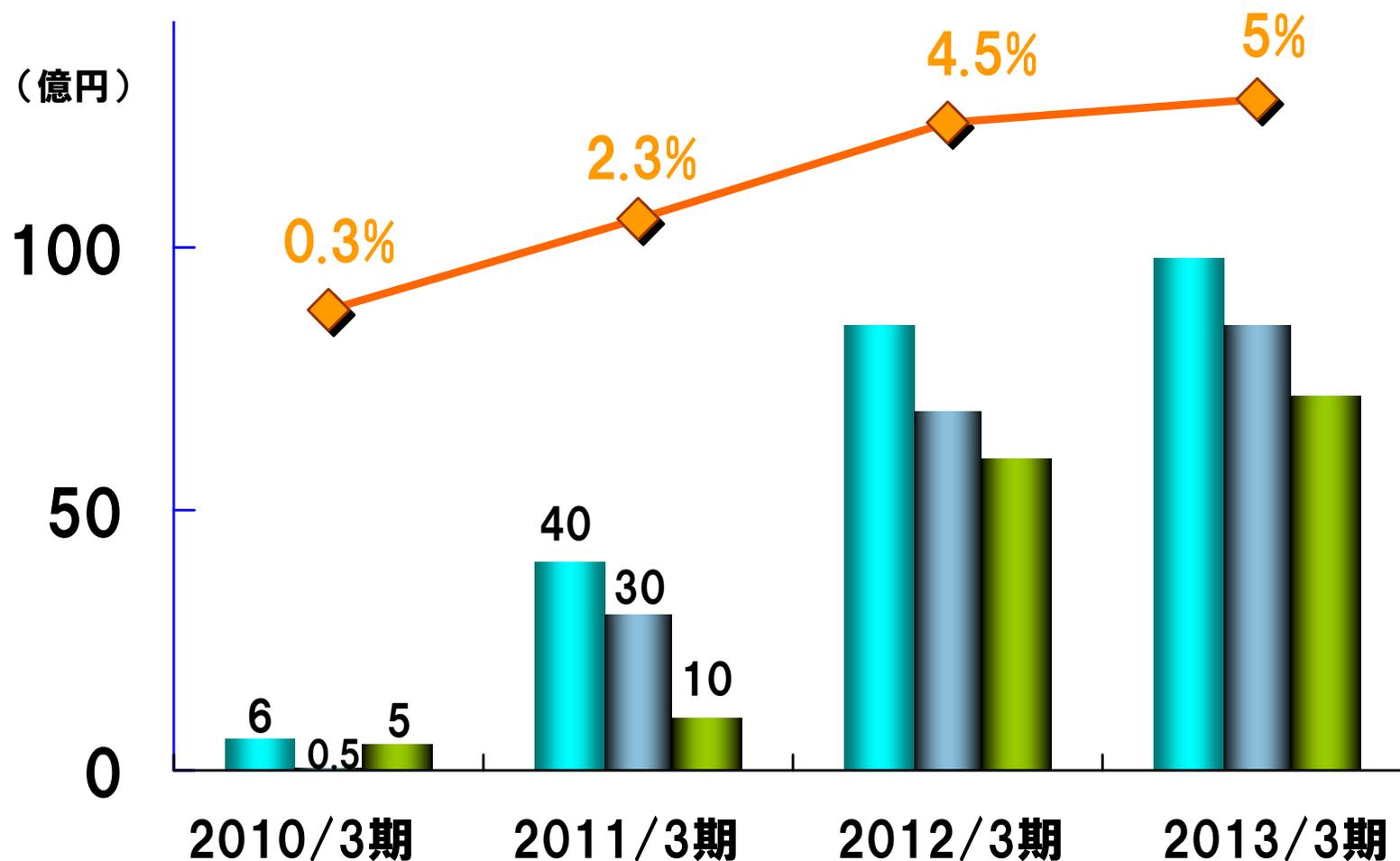


固定費構造改革
557億円

コスト構造改善(変動費・固定費)



■ 営業利益
 ■ 経常利益
 ■ 当期利益
 ◆ 営業利益率



3. 中期戦略「取り組み」

成長市場に資本集中投下

グローバル商品力強化

「現場目線のものづくり」

現地での企画から開発・生産までの体制整備

◆新興国での体制強化

「中国、ブラジル、インド」

◆地域別マーケティング体制構築

◆ナビ開発、生産機能強化

「中国」

◆通信との融合の加速

「ハードの機能強化」

「新ビジネス開拓」

◆安心、安全、快適、エコの追究

「カメラ」「ITS」

中国をバーチャル・グローバルHQ化

- ◆中国を有望市場として位置づけ
- ◆中国での生産機能を強化拡大

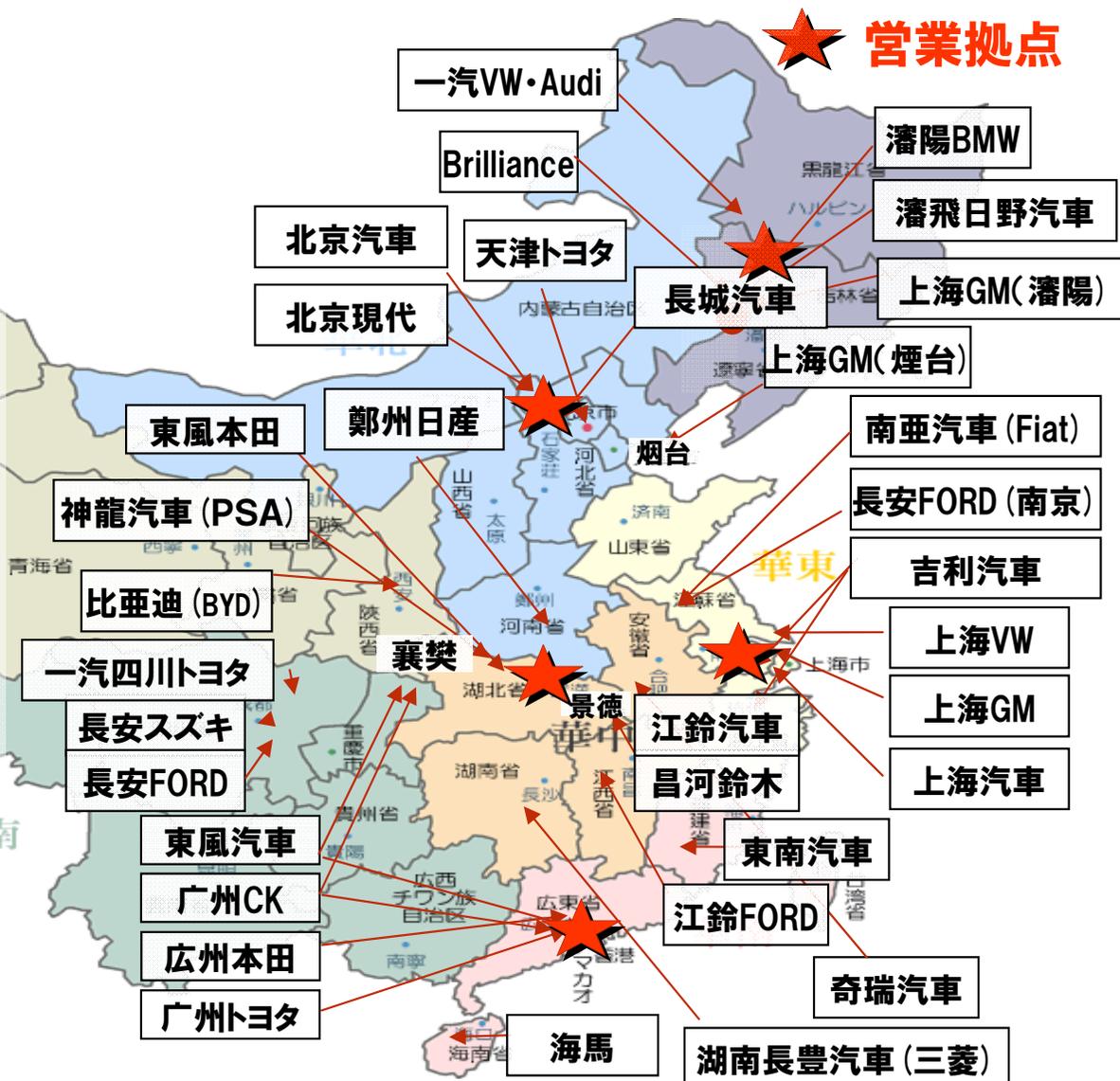
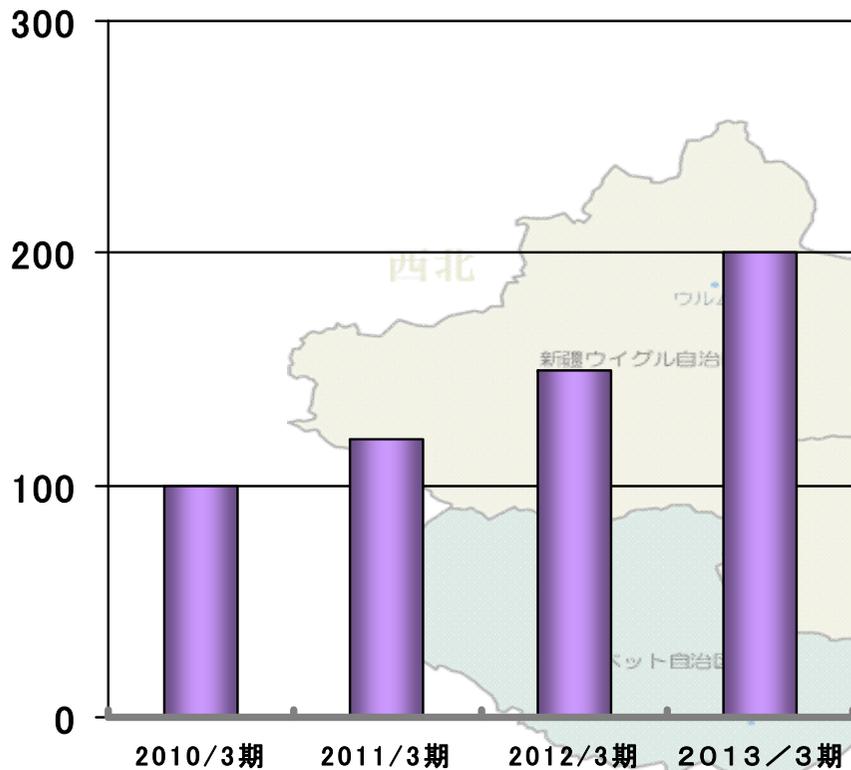


- ◆ナビ開発部門一部移管
- ◆樹脂部品生産新設
- ◆ナビ生産移管
- ◆購買部門強化
- ◆品質部門強化
- ◆中国マーケティング部門強化

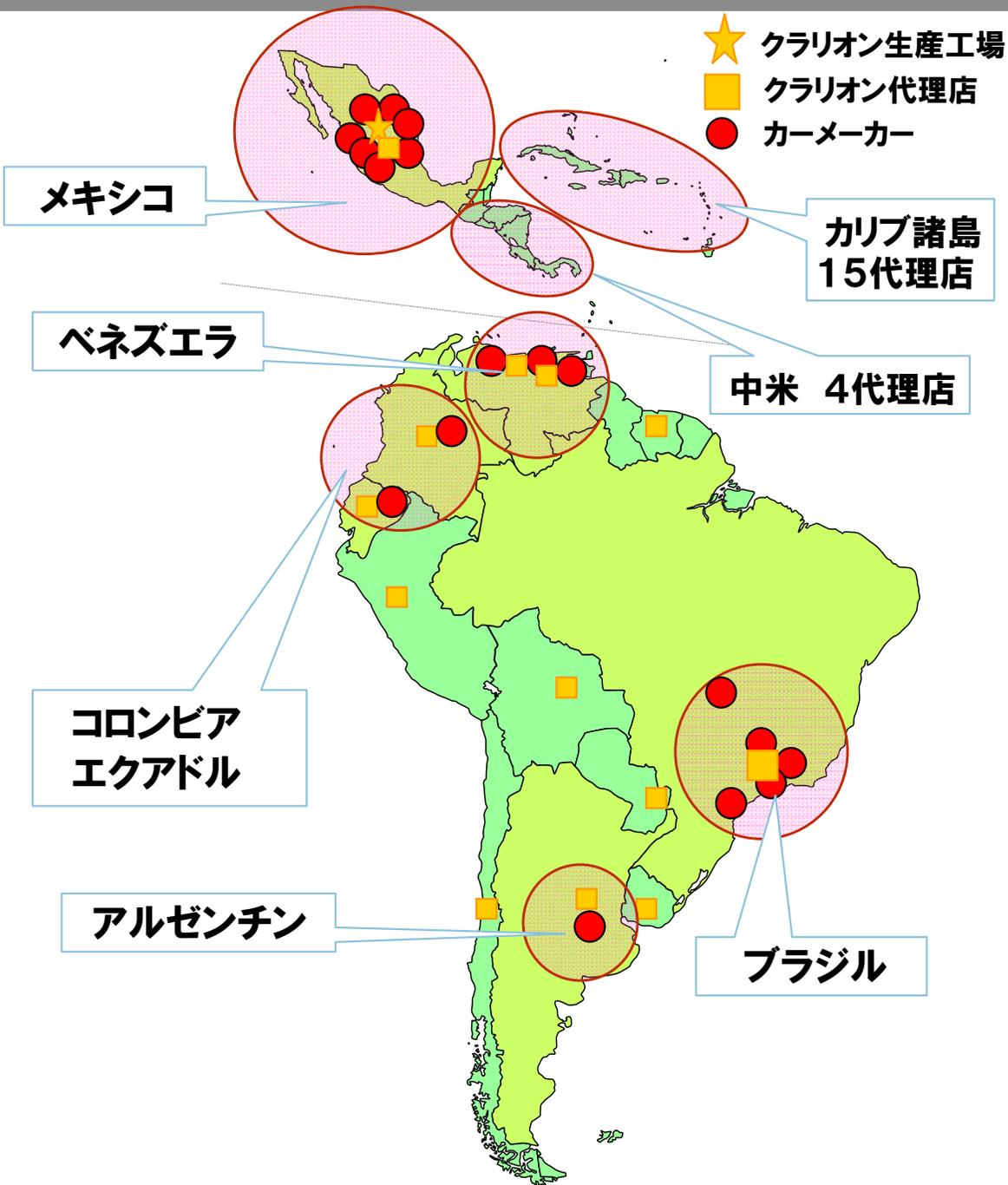
中国市場の販売計画

中国市場(カーメーカー)

単位 億円



Copyright© 2003-2004 中国まるごと百科事典



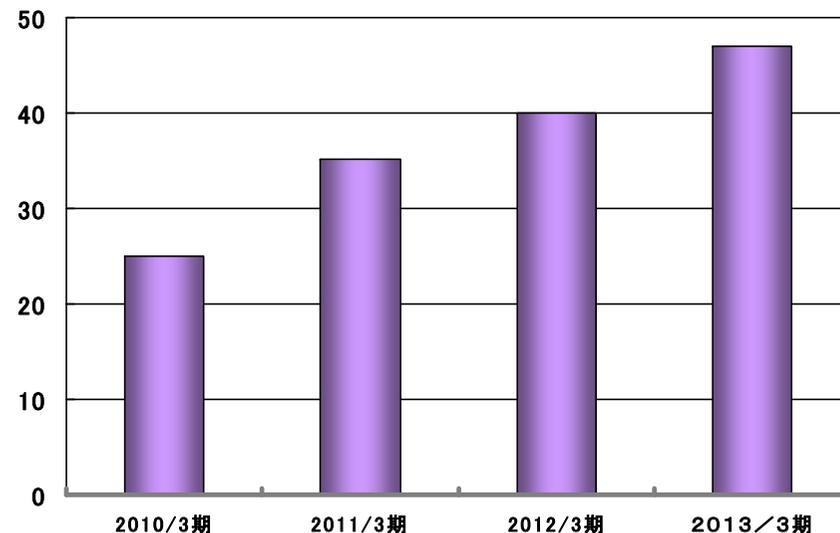
南米販売戦略

- ◆2009年から三菱向けにブラジル初のナビゲーションを納入開始
- ◆ナビゲーションをメキシコ生産へ移管し競争力UP ※FTA活用
- ◆ブラジル中心にOEM商権拡大
- ◆ベネズエラ等のそれ以外の市場を拡大(市販、OEM)

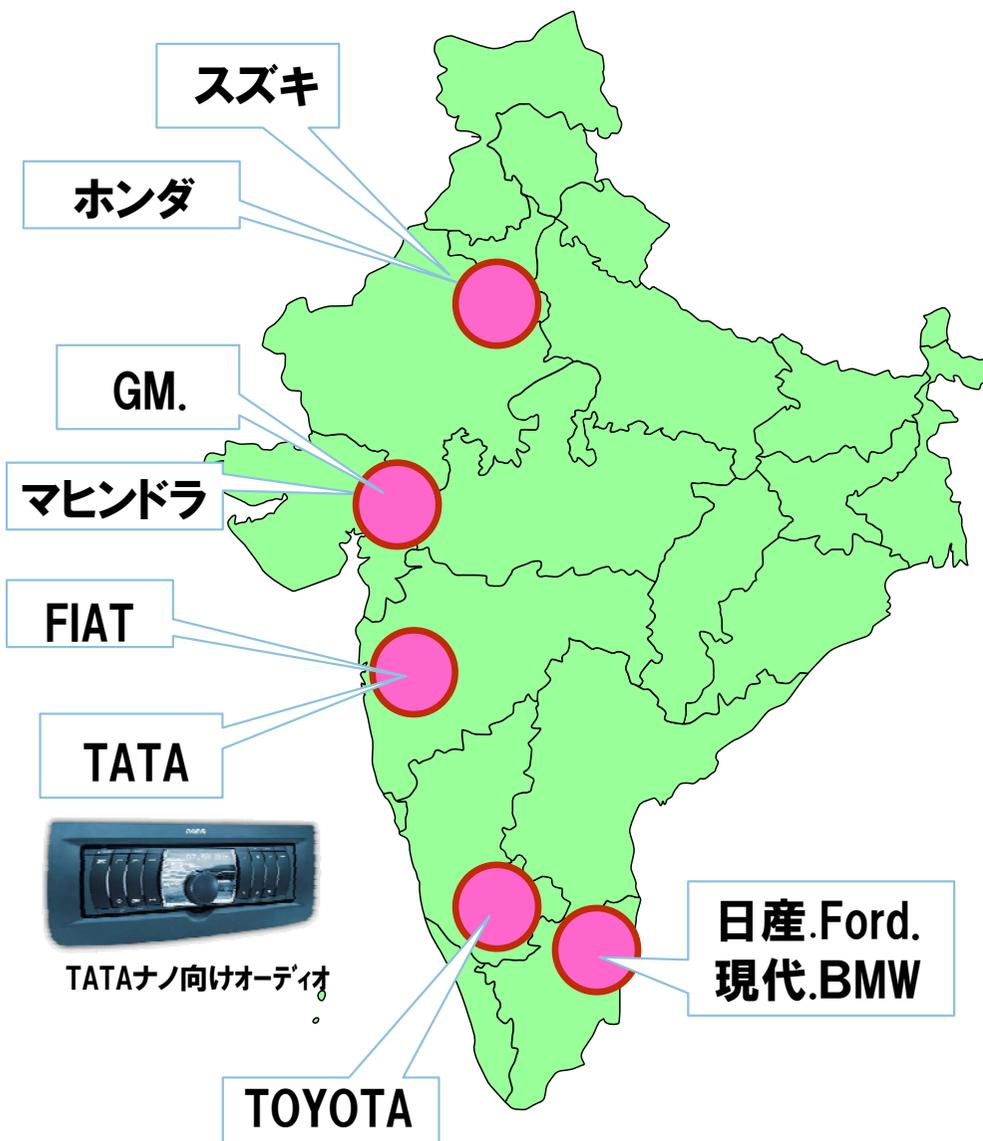


ブラジル販売計画

単位 億円



● 主要カーメーカー所在エリア



インド販売戦略

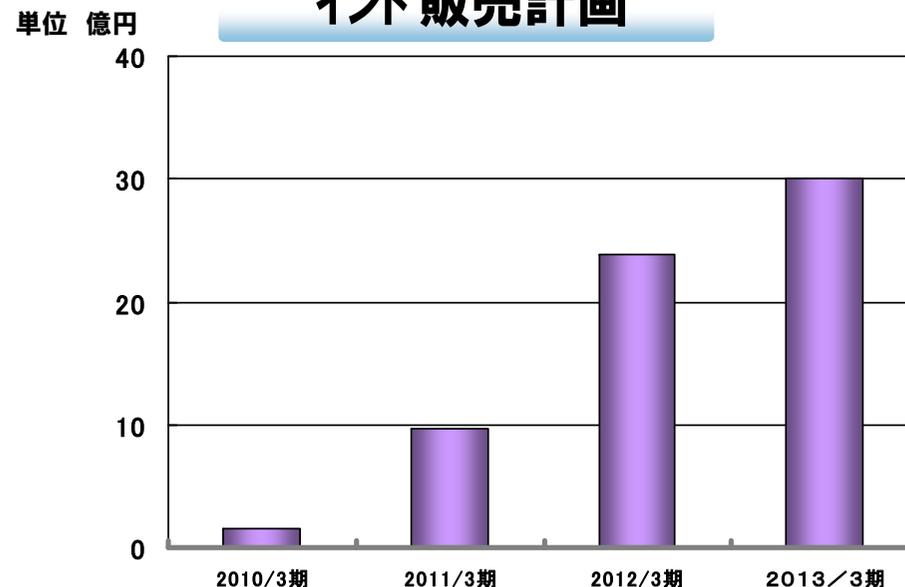
◆OEMメインの商権拡大

◆既存OEM商権の拡大

TATA. GM. 日系メーカー

◆新規OEM商権獲得活動を推進

インド販売計画



注: 売上は当社関連会社からの販売

低炭素社会

地球環境問題

- ・大気汚染 NOx, SOx, CO
- ・地球温暖化 CO2



- ・再生可能エネルギーの利用
- ・省資源

Energy

つながる社会

ユビキタス情報社会

いつでもどこでも最適な情報を入手し行動できる。



- ・インターネット接続
- ・高速無線データ通信

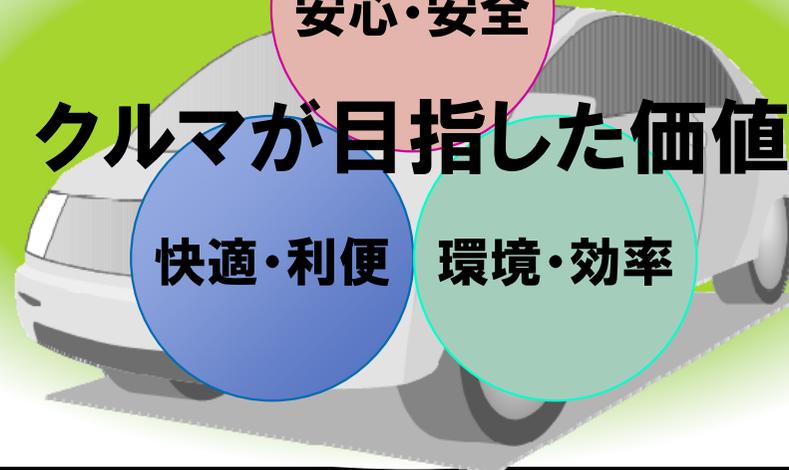
Network

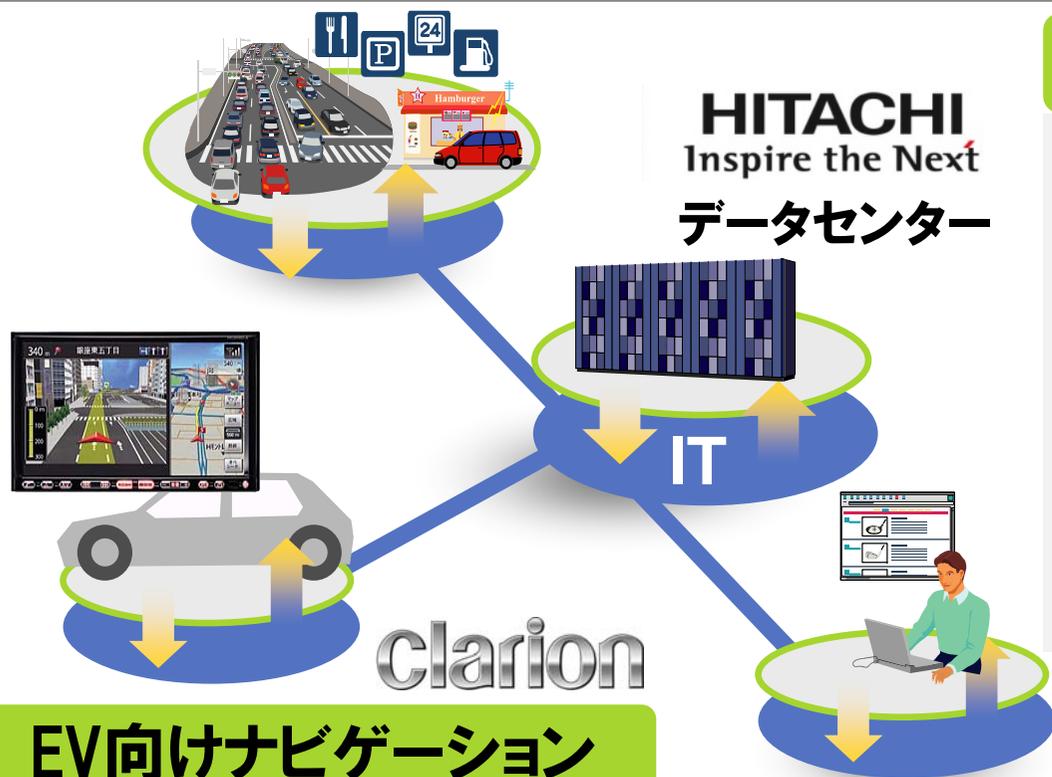
クルマが目指した価値

安心・安全

快適・利便

環境・効率





データセンター

- ① ドライブ環境をリアルタイムで配信
充電スポット・最新地図・交通情報等
- ② ドライブをオンラインでアシスト
センター型ルートガイドサービス
- ③ オンラインで車を管理
カーシェアリング車両を一括管理



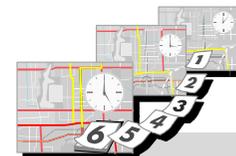
充電スポット案内

電池残量を加味した充電スポットへの誘導



エコルートガイド

最新データに基づきセンターで選定されたルートに沿って誘導



カーシェアリング対応機能

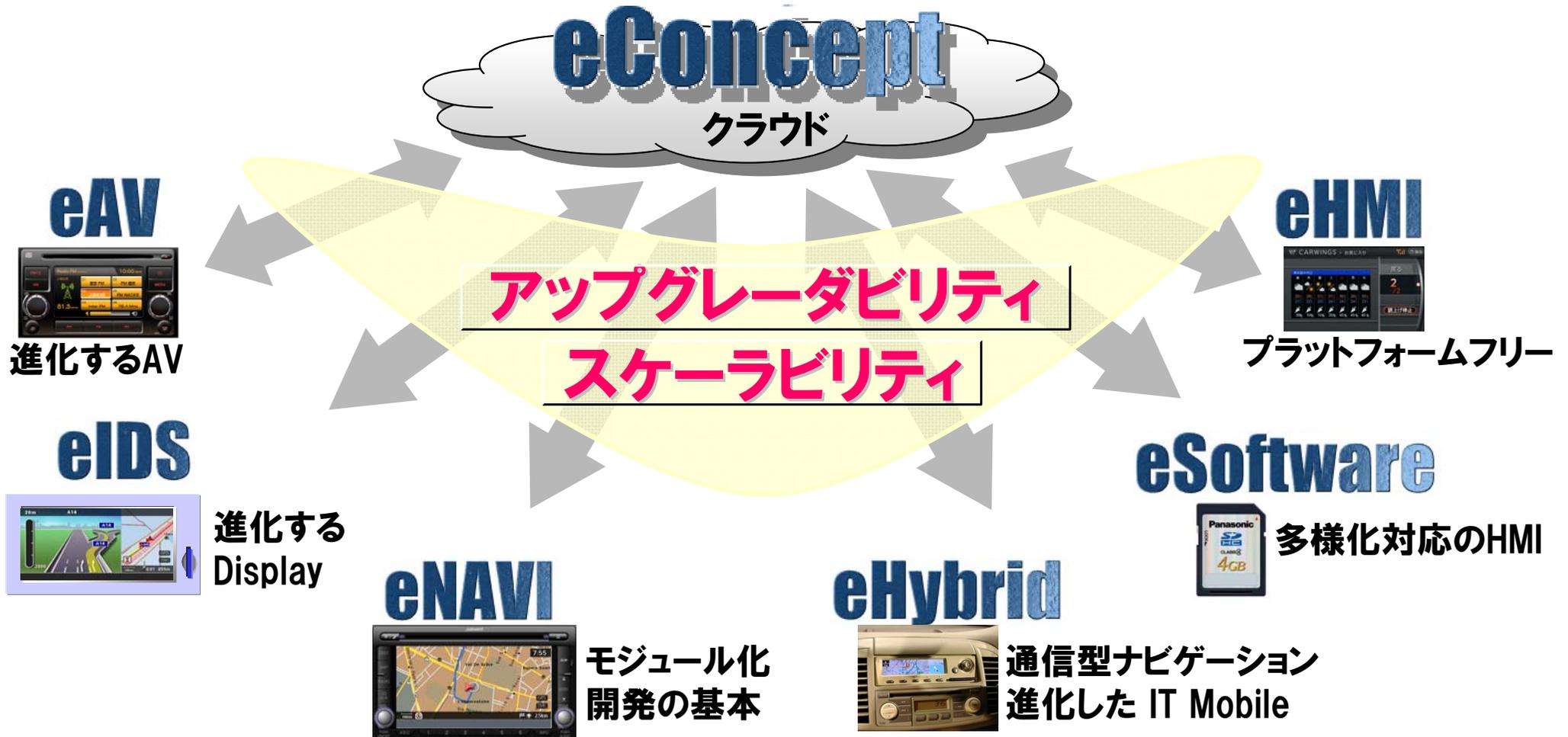
予約情報と個人認証に基づく車両のアクティベート

EVにはナビは必須化



EV向けの車載情報システムを提供し、環境に貢献

「eConcept」の具現化とビジネス拡大

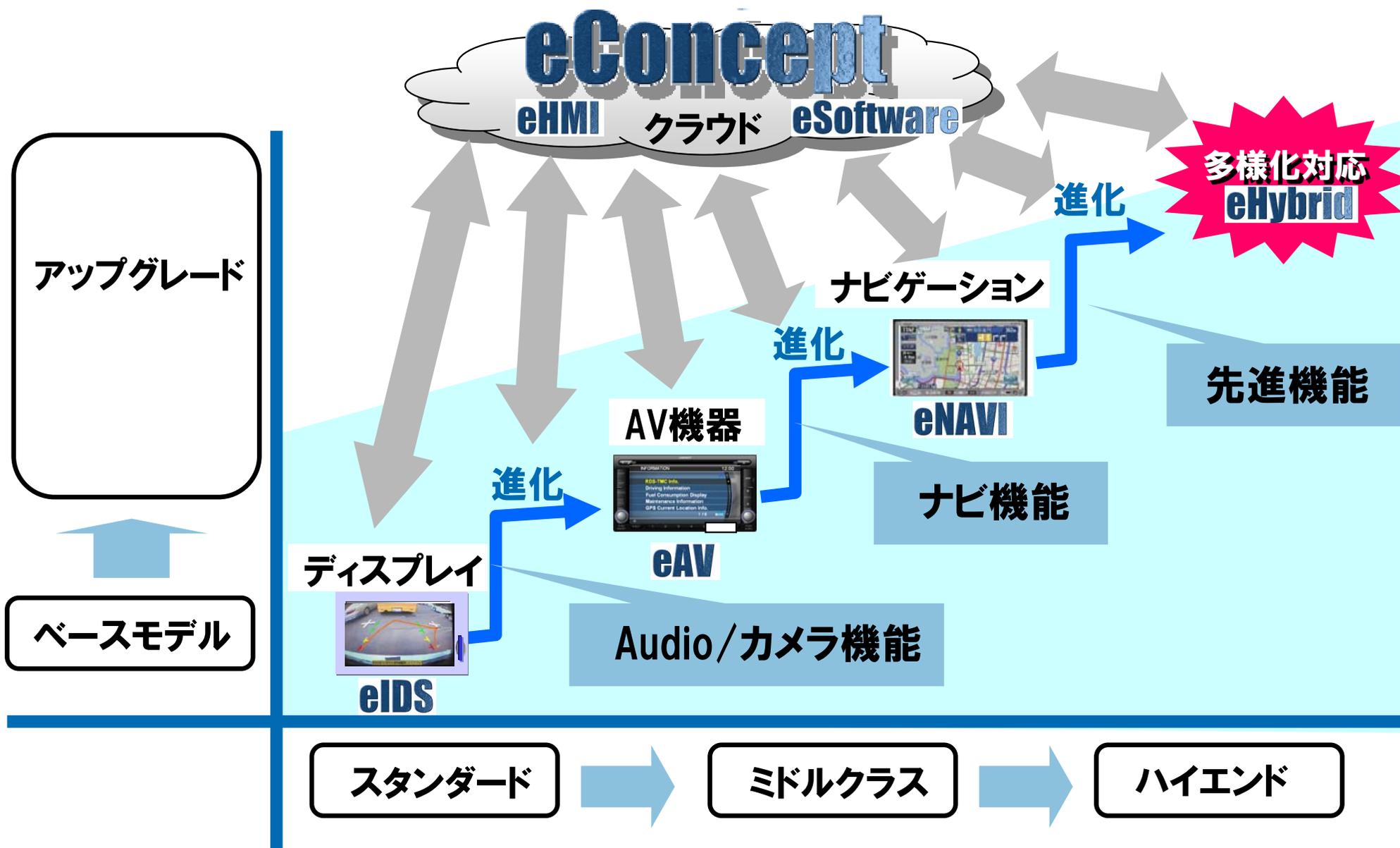


安心

便利

環境

市場における製品の進化にスピーディーに対応





clarion

尚、本日配布致しました資料に記載されている
将来の業績予想や戦略・目標は、経営環境の
変化などに伴い、変化し得ることをご留意下さい。

<http://www.clarion.com>

