

clarion®

Clarion Report 2005



clarion® <http://www.clarion.co.jp/>

本 社 事 務 所 〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50 TEL: (048)443-1111 FAX: (048)445-3810
本 社 〒112-8608 東京都文京区白山5-35-2 TEL: (03)3815-1121
東 北 事 業 所 〒963-0725 福島県郡山市田村町金屋字下夕川原50 TEL: (024)944-1111 FAX: (024)943-3384
浜 松 営 業 所 〒430-0933 静岡県浜松市鍛冶町140 TEL: (053)456-0660 FAX: (053)456-0665
名 古 屋 営 業 所 〒465-0025 愛知県名古屋市中東区上社2-210 TEL: (052)760-5500 FAX: (052)760-5533
大 阪 営 業 所 〒564-0051 大阪府吹田市豊津町12-14 TEL: (06)6310-7478 FAX: (06)6330-6004
広 島 営 業 所 〒733-0035 広島県広島市西区南観音7-6-28 TEL: (082)532-6064 FAX: (082)296-2202



Mobile Info-Entertainment
Compliance
Corporate Governance
Human Machine Interface
Vision-70

社会へ、地球へ、そして未来へ。
新たな一歩は、描いた夢と理想へ近づくために。

テレマティクス概念のもと、拡大と進化を続ける
情報通信ネットワーク時代の流れの中で、
車載機器分野で培ってきたアドバンテージを起点とし、
モバイル環境全体に新たな価値を創造したい。
世界を事業フィールドとしている企業として、社会や地球環境との調和を図り、
果たすべき役割や責任を全うしていきたい。
私たちクラリオンが、企業として、そして社会の一員として描いていきたい
夢と理想が、いま確かな形として「Vision-70」へとたどり着きました。
大きなエポックとなる2010年に迎える創業70周年へ向けた、
新たな飛躍の先にあるもの。企業としてさらなる進化を遂げたときの、
あるべき理想の姿。

それが、新企業ビジョン「Vision-70」です。

音と情報を楽しむモバイル・インフォエンタテインメント環境^{*1}の実現、
高度で多彩な機能を安心・快適に使いこなせる
人にやさしいHMI(Human Machine Interface)の追求。
さらに、CSR^{*2}を果たすためのコーポレートガバナンス体制の推進、
コンプライアンス^{*3}の遵守、環境保全活動や環境配慮型製品の開発…。
クラリオンは財務面の評価はもとより、社会全体、地球レベルで、
世界中のステークホルダーの皆様信頼され、愛され、
そして真に、「世の中から必要とされる企業」となるべく、
全社員、全グループ企業を挙げて邁進していきます。

*1 モバイル・インフォエンタテインメント(Mobile Info-Entertainment)とは
Mobile(移動)×Information(情報)×Entertainment(楽しさ)を融合させた造語です。

*2 企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility)。

*3 法令と社会的規範の遵守。

社会・環境・経済面にバランスよく配慮しながら、 クラリオンは企業ビジョンを推進しています。

クラリオンの目指す企業のあり方とは、企業本来のミッションである利益創出を追求するとともに、社会に対する責任を果たし、さらに広範な視座に立ち企業価値の増大を図っていくことです。

そしてその具体的な取り組みとして、社会面・環境面・経済面という3つの側面にバランスよく配慮しながら、世界のステークホルダーの皆さまの期待に応えるべく、さまざまな活動を展開していきます。

また、当社は、2010年3月期(第70期)に「創業70周年」を迎えます。大きなエポックである創業70周年に向けて、当社のありたい姿、あるべき姿を新企業ビジョン「Vision-70」と名づけ、一歩一歩着実にその目標に向けて歩み続けています。



新たな飛躍と進化へ向けた「Vision-70」

音と情報を楽しむ
モバイル・インフォエンタテインメント
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

- 企業マインド……P1～4
- トップインタビュー……P5～6

事業レポート

- 事業メッセージ……P7～8
- 先行技術開発……P9～12
- 事業紹介……P13～18
- 品質保証……P19～20
- グローバルネットワーク……P21～22

社会レポート

- 社会コミュニケーション……P23～26
- 社内コミュニケーション……P27～32
- コーポレートガバナンス……P33
- リスクマネジメント……P34
- コンプライアンス経営体制……P35～36

環境レポート

- 環境方針……P37
- 環境マネジメントシステム……P37～38
- 事業活動と環境負荷……P39～40
- 目標と実績……P41～42
- 環境会計……P43～44
- 製品への環境配慮……P45～46
- 環境保全活動……P47～50

経済レポート

- 財務ハイライト……P51～52
- 会社概要……P53～54
- 国内・海外拠点……P55～56
- 情報開示／編集方針／対象範囲……P57
- 「クラリオンレポート2005」に協力して……P58

未来のために、今やるべきことがある。 Vision-70を推進力に、進化し続けるクラリオン。

Vision-70のコンセプトとその狙いはどこにありますか？

当社は過去に厳しい時期があり、その間、株主をはじめサプライヤーの皆様にご負担やご心配をおかけしました。そして、選択と集中など大胆な構造改革によりようやく足元が固まり、次のステップへ進む時期に突入しました。その新たな目標が、2004年度から取り組み始めたVision-70です。創業70周年を迎える2010年3月期をターゲットとして「新たな飛躍と進化に向けた70期におけるありたい姿」を企業ビジョンとして描いています。

Vision-70は、戦略的な投資によって将来の売上と収益を生み出すこと、そして、社会のルールを順守し良き企業市民であり続ける、という考えによって成り立っています。そして将来のありたい姿を従業員全員が共有し、夢と希望をもって目標に向かい行動することでステークホルダーの皆様の期待に応え、「世の中に必要とされる企業」として社会から認めていただくことを目的としています。

人も企業も将来自分がどうなりたいか、という夢がないとやっていけません。そういう夢を共有し、着実に実現していきたいと考えています。

Vision-70が開始されて1年、進捗状況はいかがですか？

Vision-70は2010年が目標達成の年となります。具体的な事業を含め、我々がやらなければいけないことの骨格はすでにできあがり、その肉付けがスタートしたばかりですが、Vision-70初年度の業績を見ても、目指すべき方向は間違えていないと確信しています。

Vision-70を達成するには、お客様に「わくわくする感動と満足」を持ってもらえる新商品を途切れなく提供することが命題です。そのためには、企画・開発、市販とOEMが共通の戦略に基づいて業務に取り組み、望まれる商品を創るための意思決定をスピーディにしていけることが不可欠です。これを実現するため、新しい社内組織の編成に際しては、お客様を起点にし、フロントオフィス、ミドルオフィス、バックオフィスという、組織全体で役割分担と責任が明確になる体制を敷いています。

Vision-70の一環であるブランド再構築についてお聞かせください。

Vision-70では、ブランドの再構築を重要課題として位置づけています。クラリオンという企業を十分にご存じない方がまだまだ多く、また、どのような事業をしているのか、どのような技術力をもっているのかがアピールできていません。企業のブランドイメージ向上は即収益には結びつきませんが、企業価値全体を押し上げる重要なテーマであり、今後一層、注力していきたい課題だと考えています。

ブランドの方向性としては、世の中が求めているものをどこよりも早く製品化していくことで、先進的でチャレンジ精神があり、ユニークな企業であることをもっと印象付けていきたいと思っています。そのためには、車載機器という当社のコアコンピタンスを起点にしながらも、新たな可能性を常に視野に入れていく必要があります。今後は、すでに着手しているソフトウェア開発やコンテンツ事業等をはじめ、新たな分野への挑戦を積極的に行っていくつもりです。

ブランドとは従業員が行動で示していくものであり、そこから生まれる製品に映しだされます。ですから、与えられた仕事をただこなすというスタンスではなく、従業員一人ひとりにチャレンジしていく姿勢が不可欠なのです。内容の伴ったブランドを構築していくためにも、人事制度を改定していくことで、自立(律)をしていく人材を引き上げ、組織や風土についてもチャレンジできる環境づくりを進めているところでです。

CSR活動の考え方と現状についてお聞かせください。

当社のCSR活動はコンプライアンスへの取り組みから始まり2年が経過しました。従業員への浸透度は、啓蒙という観点から見ればかなりのレベルまでできているのではないかと実感しています。実際、個人であれ、組織であれ、さまざまな局面で「コンプライアンス」と言う言葉で行動や判断にフィルターがかかるようになりました。毎年アンケートで意識調査をしているのですが、「コンプライアンスが重要であるという認識が浸透していますか」という設問に「はい」の回答が増えています。

企業というものは持続可能な社会の一端を担い、永続的に収益を上げながら進んでいかなければならない使命を持っています。ただし、利益だけを追求するのではなく、株主やお客様、社会に対して、さまざまな責任を負っているという考え方が社会全体の流れです。そのため、当社では環境的側面、社会的側面、経済的側面のトリプルボトムラインの概念に基づき、コンプライアンスの整備や環境への配慮を含んだCSR活動を推進しています。また、世界各国にある拠点につきましても、本社のコンプライアンス指針をベースにして積極的にCSR活動を進め、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考えています。



取締役社長
泉 龍彦

環境保全活動についての達成状況はいかがですか？

現在ではCSR活動の一環として位置づけている環境保全活動も5年を経過し、特にゼロエミッション活動では、2004年度目標を達成し、99%という更なる目標数値に向かって挑戦を続けているところです。また、現在では国内サイトの活動が主となっていますが、個々で活動している海外生産拠点での環境保全活動の統一化を図り、グローバルな活動としていきたいと考えています。

欧州廃車指令(ELV)やメーカーからの環境負荷物質等の抑止要請に対しては、はんだの鉛フリー化を市販品から先行させ、今後、自動車メーカーへ提案し、順次対応していきます。そのほか、グリーン購入を推進することで有害物質を含まない環境配慮型製品の開発を推進しています。環境保全活動を含め、今後さらにCSR活動を推進するためには、従業員一人ひとりの意識レベルを高く保つことが重要になります。企業として社会的責任を果たしていくことは、間接的には企業ブランドや、売上・利益の向上にもつながるということを念頭におき、さらに活動を強化していくつもりです。

ステークホルダーへのメッセージをお願いします。

株主の皆様への利益還元は、企業の社会的責任のひとつであると認識し、今後とも経営の最重要課題として安定的な配当を実施できるような企業体質を目指していきます。そのためにも、企業価値を高め、最大限の利益の確保と時価総額の向上に努めてまいります。

お客様へは、Vision-70にも謳っておりますように、「新たな安心」、「新たな快適」にこだわった商品をつくりあげ、わくわくする感動と満足をお届けし続けることをお約束したいと思います。そして、「クラリオンはいつもユニークで、新しいことに挑戦する企業」であると思っていただけるブランドイメージを共に築き上げたいと考えています。その一例として、市販分野の2005年ラインナップではタッチパネルで操作できる iPod® コントロール機能をいち早く対応させ、市場に大きなインパクトを与えました。また、当社が追求し続けてきた、人に優しい操作性「HMI (Human Machine Interface)」のさらなる研究・開発なども継続的に行っていきます。

サプライヤーの方々へは、クラリオンをビジネスパートナーとしていることを誇りに思ってもらえるよう、事業展開や新領域への挑戦、環境配慮を含むCSR活動等において信頼関係を高めたいと思っています。また、当社の発展はサプライヤーの方々との協力なしではありえないとの認識から、今後もパートナーシップを堅固なものとして、さらに魅力的な製品を世に送り出していくために、より一層のご協力をいただければと願っています。

従業員に対しては、Vision-70の指針の中にもあるように、リスクを恐れずチャレンジ精神を持って業務に取り組むよう絶えず話し伝えています。会社としても人事評価制度の見直しや職場環境など、従業員が力を発揮できる環境を随時整えています。そして、従業員一人ひとりがクラリオンで働いていることを誇りに思い、社会的にも認められる企業の一員としての自覚を持ち、日々業務に励んでほしいと思います。そして、何かに迫られて事を起こすのではなく、常に「自分はこうありたい」というビジョンを持って、目標に向かってチャレンジして欲しいと考えています。

音と情報を駆使して新たな感動を提供する モバイル・インフォエンタテインメント環境の創造へ。

ブロードバンドや無線技術による通信環境の進歩、コンピュータ処理能力の大幅な向上、携帯電話やPDAなどを実現するデバイスの小型・軽量化…。劇的なテクノロジーの進化に支えられたモバイルコンピューティングは、人々の生活やビジネスの価値観までも大きく変えようとしています。このようなモバイル環境の変化を、クラリオンはこれまでクルマという視点から見つめ、車載機器専門メーカーとしてさまざまな製品を提供し続けてきました。そして今、これまで培ってきた技術力や開発力、アイデアやノウハウをベースに、新企業ビジョン「Vision-70」の名のもと、クルマの中を起点にモバイル環境全体へ目を向けて事業を展開しています。音と情報を楽しむモバイル・インフォエンタテインメント環境を提案する。そして製品・サービスを通じて「新たな安心」「新たな快適」をお届けする。車載機器専門メーカーから新たなモバイルライフを創造する提案型企業へ。創業70周年へ向けて進化を続ける、新しいクラリオンにどうぞご期待ください。

FRESH FEELING of SAFETY EXCITEMENT
Human Machine Interface
SYMPATHY FRESH PLEASURE



クルマを起点に新たなモバイル環境を提案し続けてきた、
クラリオンの取り組みの数々。



人にやさしいHMIの思想で、新しい使いやすさを追求。

カーナビゲーションはその登場以来、常に進化を続け、その付加価値を高めてきました。クラリオンでは、機能拡充による複雑な操作を極力排除したインターフェイスの採用をはじめ、iPodのタッチパネルコントロール機能を搭載したAV一体型HDDナビゲーションMAX950HDを開発。また、デジタルメディアとの連携や原音再生力など、さらなる性能の向上を追い求めてきたカーオーディオ市場においては、CDから楽曲を手軽に本体に録音することが可能なミュージックキャッチャー®機能をはじめ、タッチパネル操作で高音質・高機能を誰でも簡単に使いこなせるDXZ955MCを商品化。劇的に進化するテクノロジーの時代に、あえてモノづくりの原点に立ち返り、使いやすさを追求する。そこには、当社が長年取り組んできた、人にやさしいHMI(Human Machine Interface)の思想が息づいています。



創業以来貫いてきた、サウンドへのこだわりを継承。

それまでの車室空間において高品質なサウンドを楽しむためには、高価なカーオーディオシステムが必要となり、一般のユーザーが気軽に手に入れることができる時代ではありませんでした。クラリオンはできる限り多くのユーザーにいい音をクルマの中で楽しんでもらいたいとの想いから、1996年、コストパフォーマンスに優れた高音質オーディオDRX9255を発売。その当時、CDの硬質なデジタルサウンドを原音に忠実に再現するという課題を車室空間で実現したことも大きな共感を呼び、多くのユーザーの支持を集めました。そして時は流れ、DRX9255のコンセプトを受け継ぎながら先進のデジタル技術を駆使したDRZ9255を開発。時代は変わっても今なお変わらない音へのこだわりを貫いています。



クルマと外界を情報でつなぐ、テレマティクスの実現。

交通状況によって運行時間が左右される路線バスは、利用者にも、バス運営会社にとっても、利便性や効率性を追求すべき余地が残された環境が長く続いていました。クラリオンではそれらの問題を解消するため、車室空間を外界のネットワークと結び「ネットワークینگオートガイドシステム」を実現。これにより、利用者がバス運行情報をリアルタイムで知ることができ、バスを待つストレスや不便さを解消することが可能になりました。また、バス会社においては、情報管理による効率的な運行により、コスト低減と顧客満足度アップを可能にし、利用客の増加に大きく貢献します。そこにはバス機器分野のトップメーカーとしての経験とノウハウ、そして、テレマティクス環境の実現へ向けた研究開発の成果が結実しています。

夢をカタチにしていく技術力が、市場を牽引する提案力になる。

HMI(Human Machine Interface)への取り組み

■ ハードとソフトの両面から追求する、人と機械の新たな関係。

車室空間という特殊な環境において操作性向上に関するノウハウを蓄積してきたクラリオンでは、人間と機器の新たな関係を構築するHMIの概念をベースに、すべての製品において、人間工学的な視点からユーザビリティを追求しています。その一環として、デザイン部が中心となり、大学研究機関の協力による操作シミュレーションテストのデータ数値を自社製品にいち早くフィードバックしたり、操作性に関するデザインマニュアルを策定するなどの取り組みを実施。特に近年、多くの機能が付加される傾向にあるカーナビゲーションの分野では、ボタンの数や大きさ、位置をはじめとするハードウェアだけでなく、液晶画面の地図デザインや操作メニューの階層、操作指示のテキスト表現などのソフトウェア的な側面まで、多岐に及ぶHMIの改善・向上に努めています。

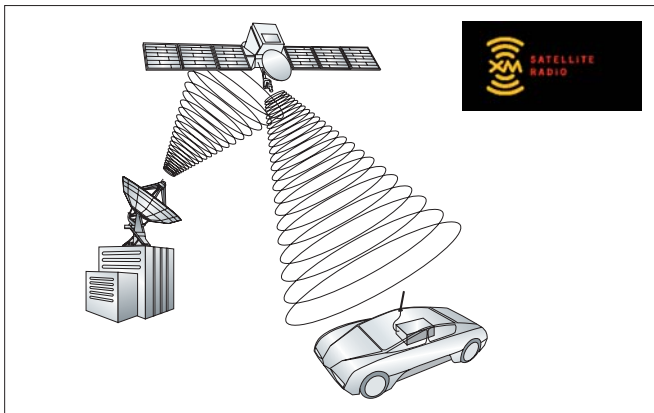


視界遮断法 (Occlusion法) によるHMIの評価・検証
ドライビング中の視認環境を擬似的に作り出す視界遮断法 (Occlusion法) により、安全かつ簡素な機器操作に向けた評価実験を行っています。優れた機能の数々を容易な操作で扱えるようにインターフェイスを進化させ、誰もが等しく先進機能を楽しめる環境を整えることで、より快適な車室空間の創出を目指しています。

北米サテライトラジオ交通情報の表示システム開発

■ 交通情報を取り込んだ新しいナビゲーションシステム。

北米では、人工衛星からの電波を利用して高音質の音楽を聴くサテライトラジオの契約が400万件を突破し、市場に認知される存在へと成長を遂げつつあります。そして、サテライトラジオの新たなサービスとして、交通情報の配信が開始されました。クラリオンでは、このサービスに注目し、北米向けナビゲーションシステムにサテライトラジオ交通情報を取り込むことにより、地図画面上に渋滞・通行障害などの情報表示を実現。この新しいナビゲーションシステムは、クラリオンブランドの商品のみならず、カーメーカーのOEM製品にも随時採用される予定です。



地上デジタルTV走行システム商品化への取り組み

■ 走行中でも映像が乱れないハイビジョン画面を実現。

これまでのアナログTVでは、走行中に画面が乱れてTVを楽しむことが困難でしたが、2003年12月から開始された地上デジタルTV放送では、ハイビジョンの美しい映像だけでなく、デジタル技術を駆使することによって、自動車が行中でも美しい画面でTVを見ることが可能となります。クラリオンでは、長時間のドライブ時など、リアシートで美しいTV映像をお楽しみいただくため、地上デジタルTVの全国展開に合わせ、2006年から商品を販売する予定です。



デザイン部
諏訪 真枝



デザイン性と
ユーザビリティを兼ね備えた、
新たなHMIのあり方を追求する。

私の所属する先行デザイングループでは、主に商品化以前のコンセプトやブランドデザインに関する条件を形にする作業をはじめ、次期モデルの画面デザイン試作などを行っています。私は2003年にデザイナーとして中途入社したのですが、以前手がけていたフラッシュなどの経験をいかしてオーディオの画面デザインを担当しています。またHMIの観点から、フラッシュを用いたタッチパネルのシミュレーション画面の作成と操作性の実験を行い、商品の改善点を次々出すことでユーザビリティの向上を目指しています。

ただ、カーオーディオはデザインにこだわりの強いユーザーが多く、またグローバルに展開する商品の宿命として国ごとに異なる嗜好への配慮もあるため、ユーザビリティとの折り合いをつけるのは苦労します。時には先進機能を優先させたいエンジニアと意見が食い違ったりすることもあるため、部門を越えた横断的な話し合いも必要です。ユーザー情報の収集や円滑なコミュニケーションを図るのは大変ですが、こうしたデザインの前段階は大切だと考えています。何より車載機器の操作性は生命に関わる部分であるため、家電とは異なる責任の重さを感じます。年々複雑化する機能を使いやすくするため、試行錯誤の毎日ですが、その限られた条件下でいかにデザインにこだわりを持たせるか、今後もアイデアを出していきたいと考えています。その点、自分の意見を積極的に出せる当社の自由な環境には、感謝しています。

車載用情報端末『AutoPC CADIAS』と通信ナビゲーションシステム

■ 車室空間をネットワークでつなぐ、次世代の車載端末。

2002年に日本で初めて車載PCとして発売された『AutoPC CADIAS』は、携帯電話と接続することで、Web閲覧やEメール、最新ナビゲーション地図や各種ソフトのダウンロードといったデータ通信を、クルマの中で行うことができる車載用情報端末です。CD、MP3、WMA、DVD、テレビ、ラジオなどの多彩なAV機能をはじめ、音声認識や音声読み上げ、ハンズフリー電話機能を装備。OSには、拡張性・汎用性の高いWindows®CE for Automotiveを採用し、今後の新商品開発に向けた基礎を構築しています。

そして、従来のナビゲーション機器と『AutoPC CADIAS』へ新たに搭載した通信ナビの決定的な違いは、車外にあるネットワークと相互通信を行えるということ。つまり、地図データや検索・ルート計算機能を、車載端末内ではなく高速大容量の外部サーバーに持たせるため、最新の地図データを必要な時に必要なだけ、その都度ダウンロードすることができ、ストレスの少ない高速処理を実現できます。さらに、ハードウェア開発にとどまらず、地図情報を提供しているコンテンツプロバイダーなどと連携を取りながらインフラ整備を行い、ユーザーに幅広い利便性や楽しさを提供できるような取り組みも行っています。



Bluetooth™ 採用の新しいハンズフリー装置の商品化

■ 新しい無線接続で走行中の安全性と操作性向上を実現。

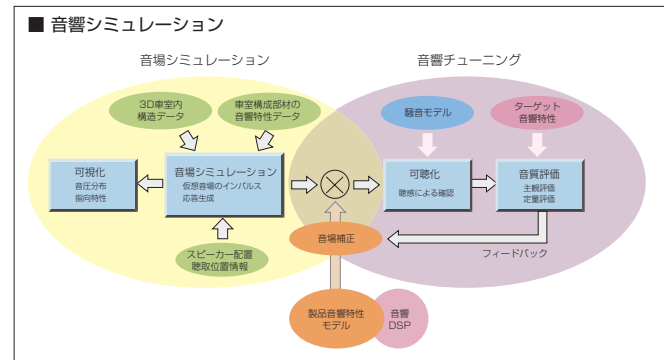
自動車運転中における携帯電話の操作が法令で禁止されたことにより、携帯電話を直接操作しなくても通話ができるハンズフリー装置が普及しています。クラリオンが開発した、Bluetooth™採用のハンズフリーシステムは、既存の装置とは異なり、携帯電話をカーオーディオ装置に接続することなく、バッグに入れたままで自動的に接続が可能となります。

また、エンターテインメントへの応用として、車載端末と携帯デジタルオーディオとのケーブルレス接続についても開発中。これにより携帯デジタルオーディオの状態表示や操作が車載端末において可能となり、同様に携帯デジタルオーディオをバッグに入れたままでもその音楽ソースを聴くことが可能です。今人気の携帯オーディオとカーオーディオの無線接続も可能となり、車の中だけでなく、車の外でも無線ヘッドフォンで音楽を聴くことができるなど、シームレスなミュージックスタイルを実現します。

音響シミュレーション技術

■ 実車両レスでも、限りなく実際に近い音響テストを追求。

車室空間はその形状の違いにより、実際の音の聴こえ方が想像以上に異なります。クラリオンが開発中の音響シミュレーション技術は、車室内の形状データや音響的な物性情報をもとに、スピーカーから出た音が耳に届くまでの空間の音響特性を解析し実際の車室に限りなく近い仮想車室音響空間を構築する音場シミュレーション機能と、その仮想的な音場の中で、製品の音響的な性能を最適化することができる音響チューニング機能を実現。将来的には、実車両が無くてもさまざまな角度からのシミュレーションによって製品実装前に音響的な性能の最適化が行えるようになり、車両構造変更への柔軟な対応、開発スピードのアップ、コスト削減など、カーAV機器の開発効率と性能向上に大きく貢献します。



車載機器の枠を超え、幅広い分野で新たな価値を創造する。



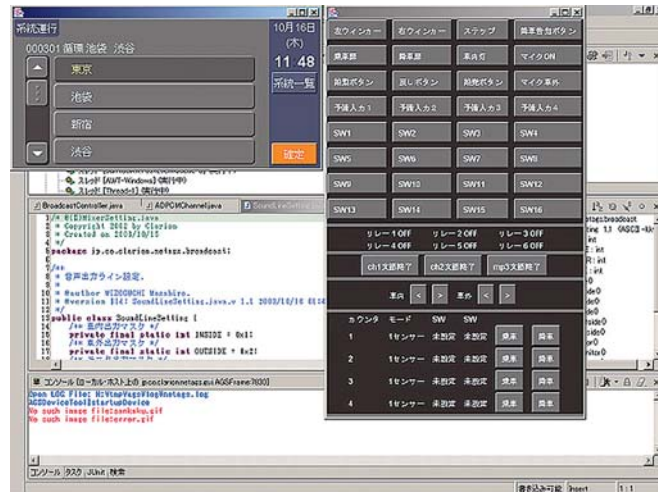
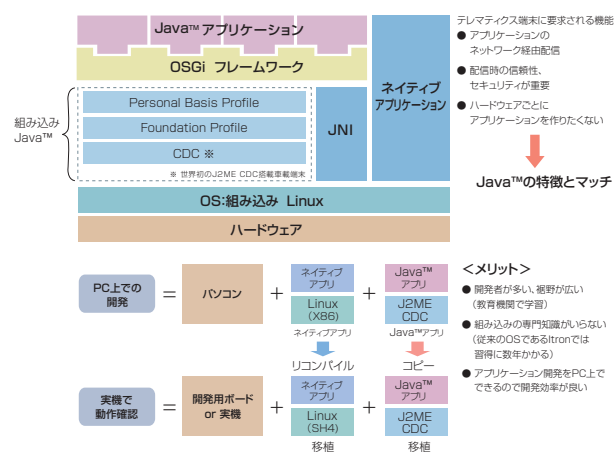
テレマティクス向け 次世代プラットフォーム

■ 既存の開発プロセスを一変させる、新たな開発環境の実現。

クラリオンでは、テレマティクスの実現に向けて、通信機能が豊富で信頼性の高いOSであるLinuxと、セキュリティ性に優れた言語であるJava™を利用した車載Linux/Java™プラットフォームを開発し、路線バスオートガイドシステムへ採用しました。

このプラットフォームはハードウェアに依存せずにアプリケーション開発が行えることが大きな特徴で、従来、ハードウェア開発を待ってからアプリケーションのデバッグに着手していましたが、今回の開発においては、Java™パッチャルマシン上でソフトウェアを実行し、ハードウェア開発と並行してPC上でアプリケーション開発を行うことが可能になりました。

また、今回開発したアーキテクチャーは、一般車両用の通信ナビゲーションや、動画や音声ダウンロードできるテレマティクスオーディオの開発などにも利用できるため、これまでの車載機器開発に要していた時間・労力・コストを飛躍的に短縮・低減し、新たな開発環境の提供をも可能にします。



空港面監視システム

■ 空港という広大な敷地内で車両位置を掌握する。

空港面監視システムは、空港面における移動体のGPS測位データをSS無線通信™により管制機関などに伝送し、空港面マップ上に表示して移動体の監視や衝突防止、走行経路の指示等に利用するものです。クラリオンは、独立行政法人電子航法研究所を中心とした開発プロジェクトに参加し、主として車両を監視対象としたシステムの開発に協力。1999年度に、「空港内車両位置情報システム」が新千歳空港に導入され、2003年度から本格運用が開始。空港面監視システムは、吹雪や霧、夜間など、環境条件の悪い空港などで高い効果を発揮しています。新千歳空港の場合は、特に降雪時に視界が悪くなることに加え、空港一面が真っ白になり滑走路の区別がなくなるため除雪作業の効率化にも役立てられています。また、2004年度からは本システムの一部が中部国際空港にも導入されています。

※ スペクトラム拡散 (Spread Spectrum: SS) 無線通信。
情報（データ）を周波数軸上（スペクトラム）に拡散し、広い周波数帯域に情報信号を拡散して伝送する。



車載モニター



中部国際空港

IMTS用車々間通信システム

■ 次代の交通システムに貢献する電子連結の実現。

IMTS (Intelligent Multimode Transit System) 用車々間通信システムは、複数の車両による隊列自動走行をSS無線通信技術により実現したものです。各車両に搭載された無線機間では、車両速度や自車位置などの情報通信が高速に行われ、安定した隊列走行を実現しています。IMTSは、鉄道などと比較すると、インフラ導入費、ランニングコストなどの面で優れており、軌道系と道路系を融合させた新たな交通手段として注目されています。淡路島テーマパークではこの技術を利用して、パーク内の専用道路でバスの隊列走行を実現。また、2005年開催の愛知万博においても、隊列自動走行バスが会場内の移動手段として利用されています。

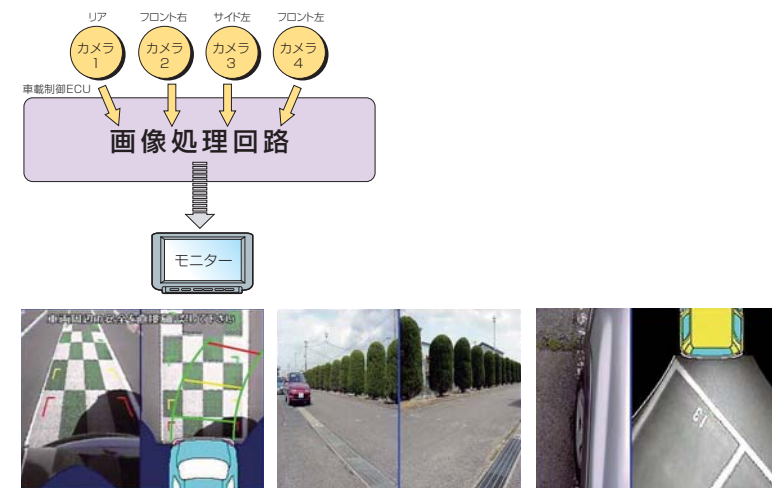


愛知万博会場での
隊列自動走行バス風景

次世代車載カメラシステム

■ 駐車時や走行時の運転を支援するカメラ応用技術。

クラリオンは、すでに超小型・軽量の高感度CCDカメラを用いて、運転席から死角となる後方や前側方の視界を運転席のモニターで視認できる車両安全確認システムの商品化に成功していますが、駐車支援や走行支援への応用拡大を目的とした画像処理・画像認識技術開発にも積極的に取り組んでいます。カメラ画像を補正して運転中の車両を真上から見た俯瞰映像に変換することにより駐車を容易にする画像処理技術は、視点変換ボックスとしてクラリオンが世界で初めて商品化し、自動車メーカーの純正機器に採用されています。また、駐車時のモニター画像にリアルタイムで予想軌跡や距離マーカを表示するスーパーインポーズ技術、走行時の安全運転をサポートする白線認識技術なども、車載用情報端末との融合や、コストと機能の両立を視野に入れて開発を進めています。



新千歳空港



開発当初は、「車の運転時に実際にどのような画像があったら支援になるか」を探るべく、さまざまな確認実験を行いました。例えば、実際にさまざまな場所にカメラを取り付けて映し出される画面を見て運転し検証したり、俯瞰映像を検討した時は、車両の天井に簡単なやぐらを組んで3mくらいの位置にカメラを据え付けて評価したこともあります。

現在、当社は駐車支援用のリアカメラ、幅寄せ用のサイドカメラ、見通しのきかない交差点用のフロントコーナーカメラなどを多くのカメラメーカーに提供していますが、次世代カメラシステムであれば1つの制御ボックスで各カメラ映像を提供できることになります。今後このシステムが多くの車両に搭載され、車社会の安全性向上に貢献することを願っています。

開発当初は、「車の運転時に実際にどのような画像があったら支援になるか」を探るべく、さまざまな確認実験を行いました。例えば、実際にさまざまな場所にカメラを取り付けて映し出される画面を見て運転し検証したり、俯瞰映像を検討した時は、車両の天井に簡単なやぐらを組んで3mくらいの位置にカメラを据え付けて評価したこともあります。



MES先行製品開発部
佐藤 啓二



安全運転を支援する
次世代車載カメラシステムの開発

際立つオリジナリティが、時を重ねて愛されるブランドの条件。

AUDIO/VISUAL

■ 飽くなきサウンドへのこだわりはもちろん、環境配慮や操作性の向上を目指して。

スピーカーの取り付け位置、音を反射してしまうガラス面、音を吸収してしまうシートなど、車室空間というリスニングルームとして厳しい状況においても、クラリオンは臨場感溢れる音のクオリティにこだわりつづけ、独自の車室内音場創成技術を蓄積し、カーオーディオの世界で確固たる地位を築いてきました。

最新モデルでは、臨場感・立体感ある音場を車室内にて実現する5.1chサラウンドプロセッサーを内蔵するなど、当社が一貫して追求し続けてきた「原音再生」を実現すべく多数の高音質機能を搭載しました。また、直感的に操作できるタッチパネルの採用や、CDの楽曲を手軽に本体のメモリーに録音/再生するミュージックキャッチャー[®]機能により、安全で快適な使いやすさHMI (Human Machine Interface) にも配慮。さらに、製品に含まれる環境負荷物質の抑止管理を徹底するため、製品に対して六価クロムフリー化やはんだの鉛フリー化等を推進し、環境配慮型の製品開発にも努めています。

■ DXZ958RMCが“EISAアワード”受賞

2005年にヨーロッパモデルとして発売したDXZ958RMCが、優れたカーオーディオ機器に贈られる“EISAアワード”の“European Mobile Head Unit of the Year 2005-2006”を受賞しました。“EISAアワード”は欧州イメージング&サウンド協会 (European Imaging & Sound Association [EISA]) に参加する欧州18カ国、約50の著名な雑誌によって選ばれる権威ある賞です。優れた音質調整機能に加え、ミュージックキャッチャー[®]機能、そしてすべての操作を簡単に行えるフルカラータッチパネルが評価され今回の受賞に至りました。

■ 2004年モデル3機種がグッドデザイン賞を受賞。

クラリオンのデザイン思想が評価され、数あるカーオーディオ機器の中から「DRZ9255」「DXZ945MP」「DMZ846MP」の3機種が、「商品デザイン部門/乗用車および関連商品カテゴリー」で、『2004-2005グッドデザイン賞』を受賞。また『季刊オートサウンドVol.51 2004 AUTUMNベストバイカーオーディオコンポーネンツCDオーディオ部門』でも「DRZ9255」が第1位を受賞しました。今後もサウンドはもちろん、デザイン性においても高い評価をいただける製品の開発を行っていきます。



VRX745VD
DVD/ワイド7インチAVセンターユニット



DXZ958RMC
タッチパネル採用 CD/MP3/WMA/
ミュージックキャッチャーセンターユニット



DRZ9255
高音質CDセンターユニット



DXZ945MP
タッチパネル採用
CDセンターユニット



DMZ846MP
2DIN CD/MD/MP3/WMA
センターユニット



デザイン部
松元 靖彦

カーオーディオやナビゲーションシステムは、性能や機能性はもちろんですが、デザインで選ばれるという傾向が年々強くなっています。特に、近年のヒット商品である、独創的なアクリルアクリルを採用した2DINオーディオの成功は、喜びとともに、デザインの重要性を改めて実感させられました。しかし、見た目の格好よさや斬新さを求めることも大切ですが、当社のデザイナーには素材や加工の知識や技術的なスキルも求められます。最近では機能が高度化・複雑化しているためインターフェイスの操作性にも配慮しなければなりません。そのため、デザイン部では外観の素材や形状を担当するハードデザインと、液晶パネルなどの表示を担当するソフトデザインのグループに分かれ、相互に連携しながら作業を行っています。新商品などの大きな案件は、デザイン・企画・営業・宣伝などのスタッフを集めてプロジェクトを組み、そのプロジェクトの一員として商品を作り上げて進められていく例もあります。

デザインは時代とともに移り変わり、常に新しいものが求められます。クラリオンでは、見た瞬間に「これはクラリオンのデザインだ」と思ってもらえるようなブランド・デザイン・アイデンティティを確立していきたいと考えています。そのためにはキーコンセプトをベースにしながらも、若い感性、新たなトレンドを吸収し、常にデザイン部全体を活性化していくことが大切だと思っています。



商品それぞれの個性を
演出しながらすべてに
クラリオンらしさをキープする。

ナビゲーション

■ ITS情報の端末機器として進化するナビゲーション。

カーナビゲーションは登場以来、次々と新たなテクノロジーが注入され、今や国内では最もポピュラーな車載情報端末として定着しています。そして市場でも普及してきたHDD (ハードディスク・ドライブ) ナビゲーションにはDVD、CD、MD、メモリスティックなど多彩なメディアが搭載され高度化の一途をたどっています。クラリオンでは、この多機能なマルチメディア機器を誰でも簡単に使いこなせるよう、大型7インチモニターや音声認識、タッチパネルなど、独自のHMIの発想をベースにした新たなインターフェイスを採用。また純正機器においては、各種車両情報の表示も実現しています。2005年のカーナビゲーションシリーズのラインアップでは、自車位置測位精度向上などナビゲーションの基本性能の改善はもちろんのこと、充実したAV機能を搭載したモデルをリリース。5.1chサラウンドプロセッサー内蔵や前後の搭乗席で異なるAVソースを楽しめる2ゾーン機能を搭載し、CDの音楽データをハードディスクに録音できるミュージックキャッチャー[®]は、さらなる機能向上を実現しました。またAV一体型HDDナビゲーションでは業界で初となるタッチパネル操作によるiPodコントロールを採用し、他社との差別化に成功しています。

カーナビゲーションは、急速な進化を続けており、DSRC (Dedicated Short Range Communication)[®]やBluetooth[™]による双方向無線通信機能などを利用したリアルタイムなドライブ関連情報の入手など、今後、テレマティクス時代の流れの中でITS情報の処理端末としての役割を担い、さらなる性能の向上と進化と市場の拡大が期待されています。

※ 狭い範囲を対象とした双方向の通信方式で、狭域通信と呼ばれる。



MAX950HD
ワイド7型2DIN HDD/DVD/MDタッチパネル
AV-Naviシステム



VRX743R
ワイド7インチ
AVセンターユニット

NAX9500E
DVDナビゲーションシステム



NTV850HD
ワイド8型 1DIN TV+HDDナビパッケージ

商品企画部では市販製品からOEMまで、全世界全市場へ向けて車載情報端末・カーナビゲーション、リアビジュアルカメラのマーケティング及び商品企画の機能を担っています。当社では、市場ニーズと当社のシーズを結びつけて迅速に商品に反映するために商品企画とマーケティング機能を商品企画部が同時に受け持っているのです。

私たちの業務は、部内でアイデアを出し、その企画を一本化して社内各部署へプレゼンテーションすることから始まります。アイデアやコンセプト予算や技術工程など、さまざまな部署のスタッフとの意思統一が図れてはじめてプロジェクトが動き出します。最近の事例では、2005年モデルへのiPod対応が挙げられます。北米AVユニットからオーディオ、国内ナビへと順調に対応機種を広げてきたように見えますが、当初は開発期間の短に加え、需要が本当にあるかどうかを危惧する声が出ていました。

しかし、私自身、iPodユーザーとしてカーAVと接続したいと思いました。実際、マーケットリサーチでも潜在需要があることが分かり、社内の設備、社長のゴーサインも後押しとなり、商品化に動きかけたのです。その結果、業界に大きなインパクトを与え、純正機器の採用など、期待以上のビジネス効果を生んでいます。アイデアを発想する上で一番大切なものは柔軟性、そしてそれをロジカルな面から裏付けるマーケティング的視点です。特にこれからは、車載メカだからといってクルマの中だけに考えているのは通用しない時代。HOME TO CAR, CAR TO HOMEといったように、クルマの中と外部環境をつなげるといった幅広い可能性を模索していかなければならないと考えています。



商品企画部
北山 美樹広



アイデア発想から部門調整まで
幅広く携わり、スピードと
機動力でマーケティング戦略を
成功へ導く。

グローバルな市場に応える、卓越した技術に裏付けられた商品力。

OEM

■ 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。

世界の自動車メーカーは、グローバル化、統合、プラットフォームの共通化を進め、コスト削減と体質の強化を進めています。そのような状況下、自動車メーカーへのOEM製品(相手先ブランドによる生産)の供給に実績のあるクラリオンは、メーカーの開発プロセスに対するきめ細かい支援、品質及び環境マネジメントの確立、SCM(サプライチェーンマネジメント)の整備によるリードタイムの飛躍的な短縮など、これまで培ってきたOEM生産に関して独自のノウハウを蓄積・保有するとともに、QCDD(品質、コスト、開発、デリバリー)の全分野で共同事業体制を十分に整えており、世界中の自動車メーカーと堅固なパートナーシップを築いています。

■ 世界の自動車メーカーとの間に築くパートナーシップ。

国内大手自動車メーカーはもちろん、アメリカ市場ではフォード、デルファイ、ピステオン、メキシコフォルクスワーゲンなどヘメカニズムや純正カーオーディオを供給。また、ヨーロッパではプジョー・シトロエングループ、サーブなどへのOEM製品を供給しており、国内・海外を合わせた総売上占めるOEM製品の売上の割合は60%以上に上ります。今後は、世界の自動車市場の中心である北米・欧州・日本は成熟していくため、飛躍的な成長が期待される中国・ASEAN諸国を見据えながら、それぞれの市場に見合った開発力・連携力を発揮して新規顧客獲得を目指します。

主要取引先



私は1978年に入社して国内自動車メーカー担当に就き、94年に大阪営業所長(現兼任)を経験し、取引のある全世界の自動車メーカーを担当。その後、2005年4月1日セールス&マーケティング本部担当本部長OEMセールス部門担当に就任し現在に至っています。一貫してOEM分野の業務を経験してきた中でいつも大切にしてきたのは、誠実であること、約束を守ることで、嫌なことから逃げず正面から対応することです。これを痛感したのは、1995年の阪神淡路大震災の体験です。当時、私は大阪営業所で働いており、ある自動車メーカー様を担当していました。あの震災直後は、地球が爆発したのではないかと思うほどの大混乱で道路は大渋滞。通常クルマで30分程度の顧客先へも4時間以上かかってしまい、商談や打ち合わせもできず、至急対応しなければならぬお客様の品質トラブルに陥ることもできない状況でした。そこで、今ほどまだ普及していなかった携帯電話を毎日購入し、大渋滞の車内からお客様と調整をし、無事そのトラブルを解決することができたのですが、このときの経験により、お客様の期待に応え続けることの難しさや大切さを身をもって知ることができました。



セールス&マーケティング本部
担当本部長
兼 第一OEM営業部 部長
和田 直士

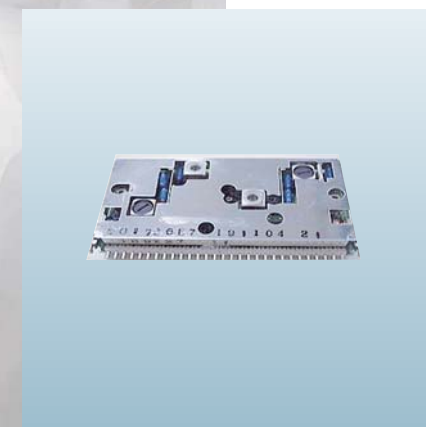
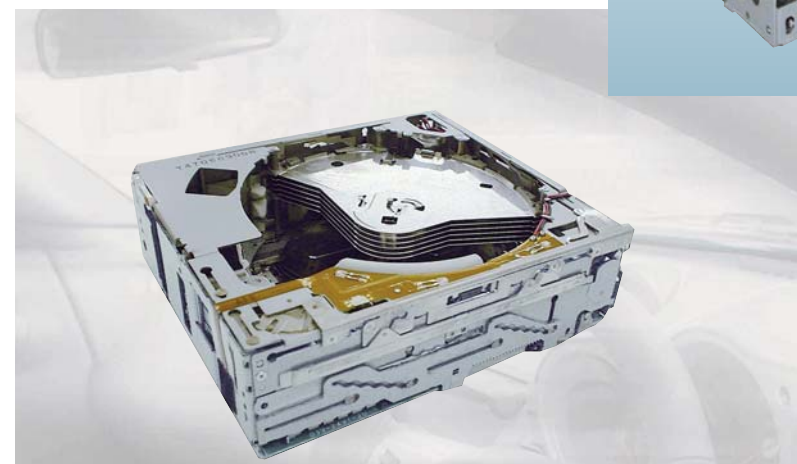
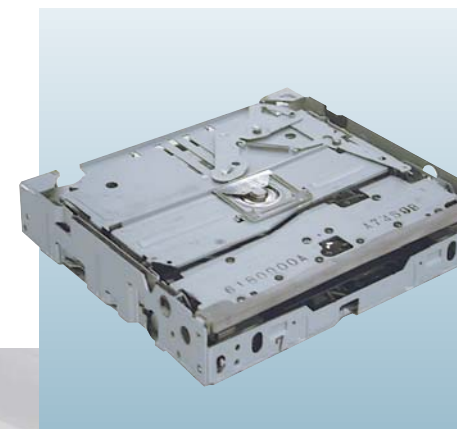


国内・海外のOEM営業一筋の経験で得た、お客様の期待に応え続けることの難しさ。

メカモジュール

■ 高度な品質を要求される基礎部品生産の実績。

メカモジュールは製品の品質を左右する重要な部品であり、車載用サーボコントロールなど、高度な技術が凝縮されています。CD、MD、DVDなどのディスクやカセットテープの再生メカニズムやエレクトロニクス回路の基礎部品は、国内はもとより北米の自動車メーカーからも絶大な支持を獲得しており、CDメカニズムに関しては、現在、世界トップレベルのシェアを保持しています。



マッキントッシュ

■ 「マッキントッシュ」カーオーディオの販売事業を展開。

1946年以来、頑なまでにこだわってきた独自の設計思想と音楽性豊かな音の再現によって、世界のオーディオファンを魅了する名機を世に送り出してきたマッキントッシュ。最高水準のスペック、卓越したサウンドポテンシャル、重厚なデザインの中には、今もなお、創業以来のクラフトマンシップが継承されており、製品に込められた独自の音楽性と絶対的な信頼性は揺るぎないものがあります。クラリオンは、究極のサウンドをカーオーディオの世界に送りつづけるマッキントッシュカーオーディオの販売事業を展開し、世界のカーオーディオファンに向けて製品を提供しています。



音場解析実験

McIntosh
Car Audio



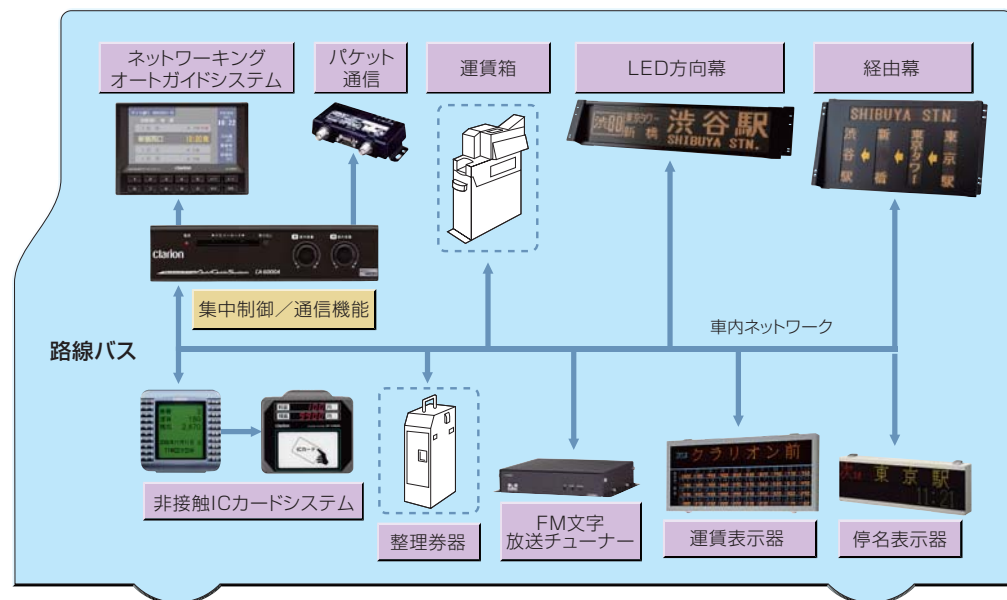
パワーアンプ出力メーター(上)
オーディオコントロールセンター(下)

テレマティクス時代をリードする、新たなビジネス領域の開拓。

バスシステム

■ 次代を見据えた業務用車両のトータルソリューション。

走行している車両の位置情報を把握し、通信ネットワークを介してリアルタイムな運行管理や情報収受を行うことにより、お客様の利便性向上や事業者の運営改善を行う…。テレマティクスに対するニーズは、お客様満足と業務効率化を目指す業務車両の分野で大きな高まりを見せています。バス機器のトップメーカーであるクラリオンはこのような市場動向にいち早く応えるため、バス業界におけるバスロケーションシステムへの対応を皮切りに、配送トラック、タクシーなど業務車両全般を対象とした運行管理のトータルソリューションを新規事業として取り組んでいます。汎用性、拡張性、長期



■ 精算や情報管理の効率化を図る非接触ICカード。

非接触ICカードは、乗客がバス乗降時に、ICカードをカードリーダーにかざすだけで、現金や整理券を使わずに自動的に運賃の精算を行えるカードです。利用者はスムーズな乗り降りが可能となるとともに、バス会社は利用者の乗降データを収集することで効率的な運行計画の策定が可能となるほか、路線バス運行に関わる一連の作業をトータルに管理できます。今後、バス機器分野以外での利用など幅広い需要が期待されています。



互換性、保守性に優れた次世代プラットフォームとしてOS(基本ソフト)にLinuxとJava™を使った新型車載端末を開発し、路線バスオートガイドシステムとしての商品化と同時に、次世代のフリートマネジメントへの展開を図っています。車両内の機器に留まらず、車両外から走行中の車両を集中管理するシステムやサーバー、お客様毎のアプリケーションソフト開発など、ソリューションパートナーとの連携により、さまざまな業種・業態・規模に合わせた総合的なサービスを実現します。

■ 観光バス空間を演出するカラオケ・AVシステム。

クラリオンは観光バス用に、シンセサイザーHDDカラオケ、VTR、TVチューナー、高解像度21型カラーモニターと高性能アンプ・スピーカーシステムをはじめ、乗客がそれぞれ好みのチャンネルを楽しめる6チャンネルのマルチオーディオシステムなど、多彩なAV技術を集大成した総合的なエンターテインメントシステムを提供。放送や通信を用いて車内へニュース・広告・緊急告知等を配信するシステムも開発しました。また、今後のTV放送の主流である地上波デジタル放送を走行中に受信するシステムの研究・開発にも積極的に取り組んでいます。



コンテンツプランニング

■ インターネット・携帯サイト・車載端末への情報サービス。

クラリオンのコンテンツ事業は、通信ネットワークを介して車室空間へ情報を届けるテレマティクスサービスに活用できるコンテンツの企画と制作を主目的としています。その対象事業領域として、Webサイトや携帯電話公式サイトに取り組み事により、魅力あるコンテンツを追求しています。例えば観光バス事業で蓄えてきた全国4,000箇所もの観光地の動画コンテンツは貴重な財産であり、これをインターネットプロバイダーや旅行代理店へ積極的に提供し、また、観光動画コンテンツをベースにした“MOVIEUM”というWebサイトの立ち上げを通じて、高速化・大容量化を続けるカーナビゲーションシステムへのコンテンツ活用も将来の視野に入れています。更に、株式会社NTTドコモとKDDI株式会社の携帯電話公式サイトを通じて一般顧客と直結したサイト事業を運営しながら、魅力あるコンテンツの企画・開発を継続的に行っています。これらの活動は、コンテンツ自体をビジネスとして成立させるのと同時に、将来におけるコア事業とのシナジー効果を醸成する事を目指しています。



<http://www.movieum.net/>



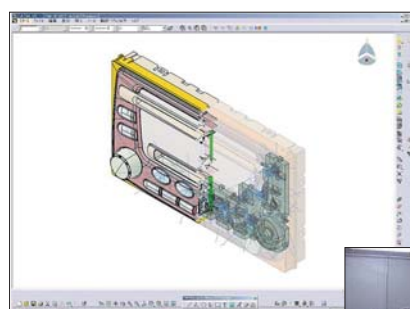
世界基準をクリアする品質保証体制で、苛酷な自動車環境に耐えうる安全と安心を与える製品保証。

全てのプロセスの活動基盤となる品質マネジメント システム

マーケティング・商品企画

■ マーケティングと商品開発を連動させ、
お客様満足と環境配慮を満たす品質を提供。

カーAVとポータブルメディアの連携などカーライフの多様化が進み、車室空間に留まらず、従来の発想を超える新たな商品が求められています。また、ISO14001はもとより欧州指令(ELV, RoHS, WEEE)による鉛フリーへの対応など、環境への配慮は地球規模で確固たる流れとなっています。クラリオンでは、このようなグローバルな市場トレンドに応えるため、緻密な市場調査から商品開発まで、企画・マーケティング活動を組織横断的に運営することで独自の発想と技術力を集約した、魅力ある商品やサービスを提供。お客様に確かな満足と大きな喜びをお届けする新たな価値を創造するとともに、人と社会と自然の調和を図るための環境維持にも寄与しています。



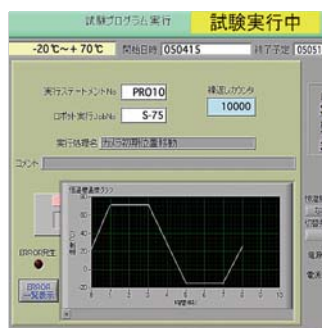
3次元CADシステム



製品開発

■ 世界水準の高度な要求に応える、
開発品質保証（シミュレーション、実験・評価）。

3次元CADシステムによる精密なシミュレーション設計や評価、設計審査が行われた試作品は、さらに厳しい品質試験をクリアしてはじめて商品化されます。車載機器には極寒地から熱帯、湿度100%の多雨地域まで、世界中の気候や苛酷な環境において安定した性能を発揮することが要求されるため、クラリオンでは-40℃から+90℃までの温度環境における耐久性テスト、約300パターンもの実車走行シミュレーションランダム振動テスト、自動評価ロボットによる1万通り以上の組合せ操作テストなどあらゆる試験を実施。決められた基準を満たすまで設計と実験・評価スタッフ間で何度もやり取りが行われます。この厳しい開発品質評価体制は、自社市販製品はもちろん、OEM/パートナーとして選ばれる際の大きなアドバンテージとなっています。



自動検査装置
温度変化＋繰返し操作を
加味した評価装置

自動評価システム
操作ロボットと画像認識を
組合せ自動的に機能の評価



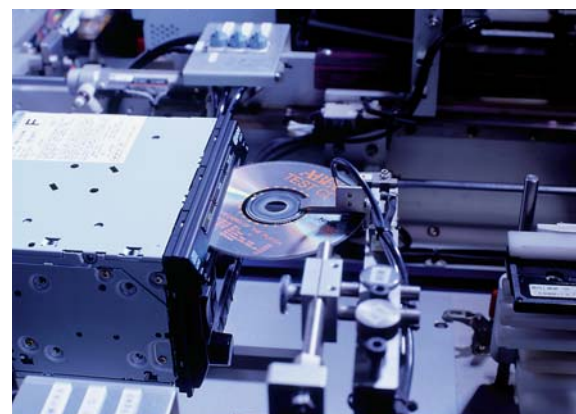
生産工程

■ 先進の検査技術に裏付けられた、
生産品質保証（工程保証、精密検査）。

車載機器は、カーAVからナビゲーションシステムへと、製品の複雑化・高度化に伴い、ますます高い品質精度が求められており、生産工程においても、従来の検品水準を遥かに超える綿密なチェックシステムが不可欠となっています。クラリオンでは、車載電子機器の動作確認のために用いる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、BGA (Ball Grid Array) 基板やCSP (Chip Size Package) 基板の実装状態を調べるための高精細カメラやX線検査機器を積極的に導入しています。また、生産ラインで行われる検品においては、東北事業所を中心に、国内から海外まで統一された綿密なチェックオペレーションが行われるシステムを確立し、世界のどの工場で生産されようとも同様の品質が保たれる体制が整備されています。



X線検査装置



出荷前全数検査装置

お客様

< 安心できる製品の提供 >



走行ノイズ評価装置
及び測定データ例



品質保証と一口に言っても、企業によってその役割は異なります。生産準備段階の品質保証、製品出荷後のクレーム処理やアフターサービスなど幅広く、その中でも私の担当しているのはISO9001などの品質マネジメントの分野です。会社全体の品質に対する方針や仕組み作りを調整・支援することが主な職務で、各部門の役割業務の実施手順、国際規格への適合など、品質保証活動のサポートを行っています。

品質保証のルールは最適化を目指して常に改善していかなければならず、しかも各部門の連携なしでは機能しません。必ずしも部門最適が全体最適につながるとは限らないため、私たちのような調整役が必要になるのです。また、最近、品質面で企業の不祥事がクローズアップされていますが、品質に関わる従業員の姿勢さえも品質マネジメントの一環となります。

私の将来的な目標は、グローバルな品質保証システムを整えること。各国ごとに地域性や製品の違いもあるため難しい課題ではありますが、どこの国で商品を買ってもクラリオンクオリティを維持できるということは、世界の自動車メーカーと付き合い、世界のマーケットに商品を提供している当社にとって重要なテーマです。グローバル産業である自動車業界では、いま品質保証の仕組み作りが取引企業としての条件となりつつあります。ISO9001やISO16949を認証取得していなければ、もはや競争の土俵に上れないほど企業にとって重要な分野でもあるのです。



第一品質保証部
木下 和良

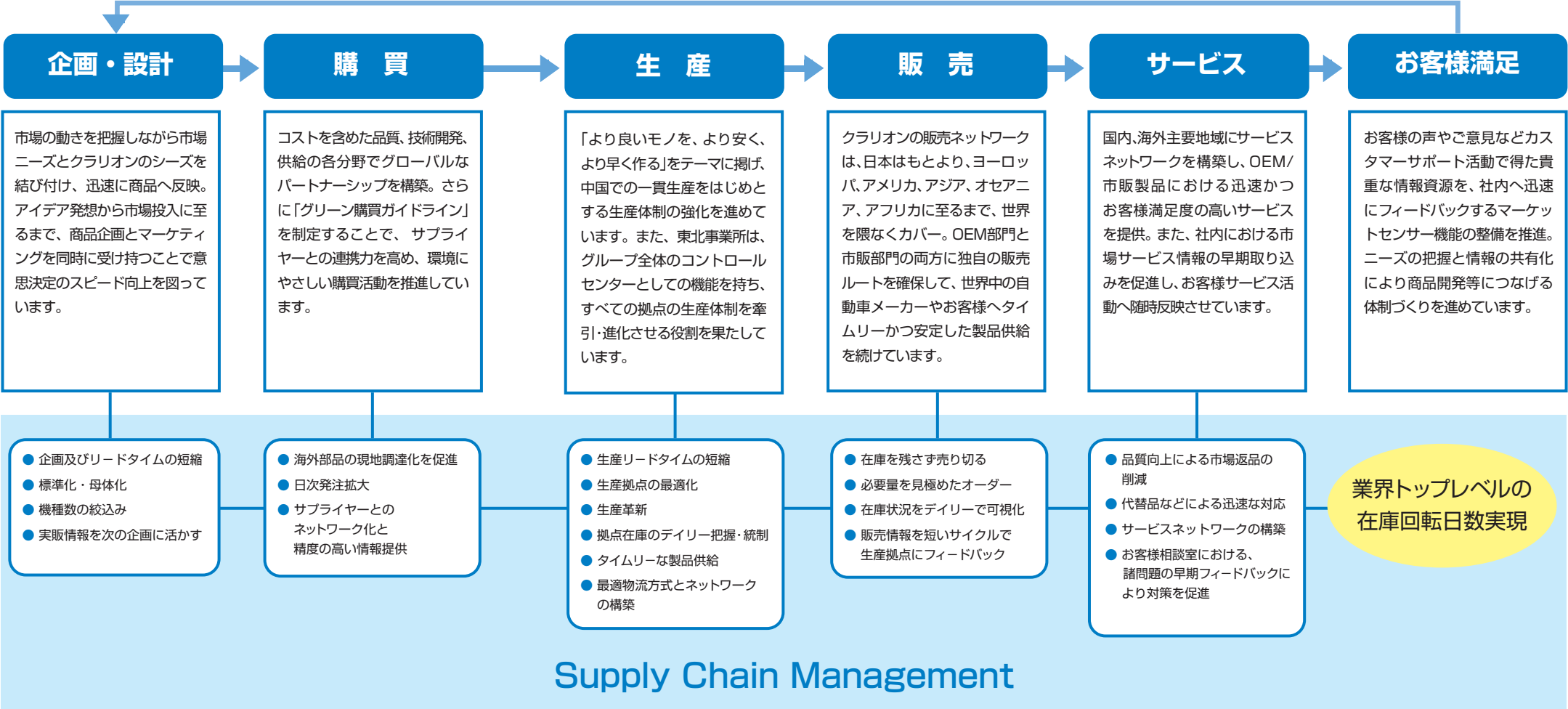


変わゆく時代の要請にしっかりと対応する、品質保証の仕組み作りは企業の財産。

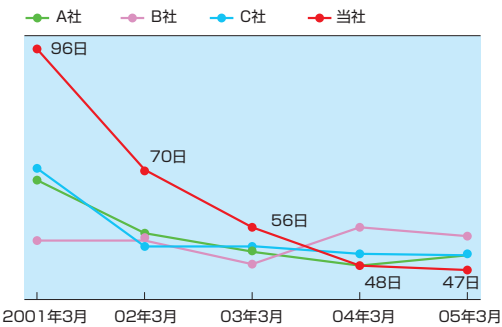
迅速なレスポンスで世界を駆け巡る、組織横断型のネットワーク。

世界に展開する企画、設計、購買、生産、販売、サービス、CS (Customer Satisfaction)の拠点をネットワークで結び、常に最新の情報を共有し活用することで、業界トップレベルの在庫回転日数を実現。クラリオンでは、こうしたSCM(サプライチェーンマネジメント)*システムを基盤とした「人とシステムのネットワーク」を駆使して、世界に誇る業務スピードの革新を推進しています。

* 受注から、資材調達・生産・在庫管理・発送に至る流れを管理する経営手法。



在庫回転日数ベンチマーク



競合他3社比較

	61期 2001年3月	62期 2002年3月	63期 2003年3月	64期 2004年3月	65期 2005年3月
A社	66.8日	55.5日	51.0日	48.0日	50.5日
B社	53.3日	53.4日	48.0日	56.3日	54.2日
C社	69.4日	52.2日	52.2日	50.5日	50.9日
当社	96.2日	69.9日	56.4日	48.1日	46.8日

2001年頃から取り組み始めたSCMの推進は、現在、在庫という側面から見れば業界トップレベルと言われるまでに至っています。SCM推進部が発足した当初はいわゆる力づくの在庫削減でしたが、最近では「戦略・ITツール・オペレーション」の三位一体で適性在庫の実現に取り組んでいます。ただSCMと一口に言っても、それぞれの会社によって考え方が異なっており、当社の場合は「在庫」の回転日数を平均的に下げることを主眼にしているのが特徴です。

ITツールの活用に関しては、当社は現在、国際ネットワークの構築と適次化システムの拡大の2本柱で適性在庫を実現しようとしています。国際ネットワークは発展段階として、「リアルタイムの情報把握・情報の可視化・異常値の分析・シミュレーション機能追加」の4段階があり、当社は、現在、デیلیー在庫の可視化が進み、異常値の分析段階へと入っています。

国際ネットワークというと、ITを利用してスマートに構築できるような印象を持たれると思いますが、実際は業務効率を阻害する要因を取り除くためさまざまな活動が必要です。クラリオングループの全員が協力して、一歩一歩この阻害要因を取り除く活動をした結果、業界トップレベルの在庫水準に辿りつけたのです。当面の目標は、さらに戦略的に、しかもリアルタイムで、経営者の意思決定が的確にできる環境を作り上げることだと考えています。



IT推進本部
SCM推進部
中里 裕

戦略・ITツール・オペレーションの三位一体のSCMで業界トップレベルの在庫回転率を実現する「クラリオンシステム」。

ステークホルダーとの絆を深めるグローバル・コミュニケーションを目指して。

企業としての活動領域が拡大するに従って、ステークホルダー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。世界のマーケットを事業フィールドとしているクラリオンでは、日本国内だけではなく、世界各国のステークホルダーに向けて多岐にわたるコミュニケーションの場を展開。企業姿勢、ブランド認知、製品情報の提供や新技術の提案、広告・宣伝などのプロモーション活動、さらに、クラリオンおよびグループ各社のポータルサイトの拡充など、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。



「第6回MES（モバイル・エレクトロニクス・ショー）」へ出展

2005年6月、幕張メッセで開催された「第6回MES（モバイル・エレクトロニクス・ショー）」にアゼストブースを出展。AV・Navi 5.1chシステムやハイエンドオーディオDRZ9255を搭載したデモカーを展示し、アゼストの「妥協のない音の完成度」の体験アピールを行いました。ショップ、一般来場者のデモカー視聴の列は途切れることなく、視聴されたお客様から好評を博しました。



「第38回東京モーターショー」へ出展

2004年11月に幕張メッセで開催された「第38回東京モーターショー」へ、「製品からソリューションまでを提案できる車載機器スペシャリスト」をコンセプトにクラリオンブースを出展しました。「バス機器ゾーン」、「OCDカメラゾーン」の各ゾーンで、先進性に富んだ業務用車載機器、OCDカメラ技術などをプレゼンテーションしました。

コンシューマーエレクトロニクスショー「2005 CES」へ出展

クラリオン・コーポレーション・オブ・アメリカは、1月にラスベガスで行われた「2005 CES (Consumer Electronics Show)」にブースを出展しました。ミュージックキャッチャー機能を搭載し、さらにタッチパネル操作とTFT表示で使いやすいさを追求した「DXZ955MC」や、タッチパネルによるiPodのフルコントロール機能を搭載した「VRX955VD」などで新たな機能や操作性をアピール。また北米で急速に市場が拡大しつつあるナビゲーションについても、ポータブルタイプのHDDナビゲーションを展示し、好評を得ました。その結果「Car Sound & Magazine」社より、クラリオンブースはその優れた展示内容を表彰され、ベストブース賞を受賞しました。



上海で開催された「Auto Shanghai 2005」へ出展

中国一のモーターショーであり、海外からの関心も高い「Auto Shanghai 2005」が2005年4月に上海にて開催され、世界26カ国・地域の自動車メーカー等1,036社が参加しました。クラリオンは、OEM製品、市販製品、特機製品を一並に展示。また5.1chシステムを演出するデモカー、音質追及の成果を味わたる視聴ルームを設け、クラリオンの能力を中国市場にアピールしました。



ドイツで開催されたSinsheim Motor Show「CAR & SOUND 2005」へ出展

2005年4月に南ドイツのSinsheimにて開催された第12回「CAR & SOUND 2005」に、クラリオンは最新のカーAVとカーナビゲーションを出展。また同時期、ドイツで権威あるカーオーディオとビジュアル専門誌「Autohifi」および「Car & HiFi」2誌により、DXZ958RMCの音質と独自のオペレーションシステム「アクティブマトリクスディスプレイ」が高い評価を受けました。



「ワールドラリーチャンピオンシップ」チームスポンサー

「ワールドラリーチャンピオンシップ(WRC)」は、市販車をベースとしたラリーカーで世界中の公道を転戦する、国際ラリーの最高峰選手権。2005年も開催されるこのWRCにおいて、クラリオンは過去10年間にわたりプジョーチームのスポンサーを務めています。



「欧州ラリークロス選手権」チームスポンサー

クラリオンは、毎年開催される「欧州ラリークロス選手権」のチームスポンサーです。このラリークロス選手権は、迫力あるレース展開とカーブランドのビッグネームが参加することにより、世界のモータースポーツの中でも権威あるものとして認められています。



「ADDZEST2005新商品発表会」を開催

2005年5月、全国7ヶ所の会場で、マスコミ各社や全国各販売店様向けに「ADDZEST2005新商品発表会」を行いました。「Clarion Music 2004」グランプリ受賞バンド「QP-DESIGN」による演奏で開幕し、会場の雰囲気大いに盛り上げました。会場には新商品のHDDナビゲーションやオーディオ、そしてAV-Naviシステムやハイエンドオーディオを搭載したデモカーを展示し、来場されたお客様より大変な好評を博しました。



■ ブランド構築の最重要メディアとして、Webサイトの統合・リニューアルを推進。

近年の世界的なインターネット利用者の急増によって、Webサイトはいまやステークホルダーとのコミュニケーションチャンネルとして不可欠な存在となり、Webサイトが企業そのものの評価を左右する時代となっています。クラリオンではこのようなコミュニケーション環境の変化を受け、Webサイトを最重要メディアとして位置づけ、ユーザーニーズをリアルタイムに汲み取るほか、各拠点・各部門のタイムリーな情報発信、サイト内でのユーザー体験を通じたクラリオンブランドの醸成など、さまざまな領域に活用。さらに、国内外のWebサイトの統合・リニューアルを推進することでグローバル企業としてのブランド強化に努めています。



フジテレビと「Clarion MEDAMA 2005」オーディションを開催

「Clarion MEDAMA 2005」はクラリオンとフジテレビが「クルマと音楽を愛する人たちへ」のメッセージのもと、4月1日から「Clarion MUSIC Audition」「Clarion Girl Audition」の2部門で募集を開始したインターネットとリアルイベントを融合させた一般参加型のオーディションです。最終ライブ審査では、両オーディションの1次審査、2次審査、面接審査、一般サイト視聴者によるサイト審査等を勝ち進んできた6組（ミュージック部門）6名（クラリオンガール部門）が出演し、それぞれの頂点を目指し持てる限りのパフォーマンスを披露します。



<http://www.clarion.co.jp/>



<http://www.clarion.com.sg/>

特に一昨年から、国内外のグローバルWebサイトの統合・リニューアルに取り組んでいます。これまでの各国独自サイトを運営しており、イメージやコンテンツ、サービスのレベルに格差がありました。Webサイトはステークホルダー（お客様、株主、取引先などの利害関係者）とのコミュニケーションにおける最重要メディアとしての役割がますます大きくなっています。統一的な運営による全体のレベルアップが必要と考え、グループ本社としてグローバルレベルでの全体最適を考慮しながら海外現地法人と連携し、ユーザーニーズに応え、サイト内でのユーザー体験を通じてクラリオンブランドを強化することを目的にプロジェクトを推進しています。そしてその第一弾として2004年11月に国内サイトを、2005年4月には海外展開のテストケースとしてシンガポールサイトをリニューアルしました。今後はこの活動を全世界に本格展開しつつ、クラリオンのWebサイトを常に進化させていきたいと考えています。

私は、クラリオンのWebサイトの企画・管理・運営を担当しています。いわゆるウエブマスターですが、その業務は日々の更新はもとより、コンテンツの企画、システム会社や制作会社との折衝、社内調整、ログ分析など、Webサイト全般に及ぼします。Webメディアは進歩が早く、求められる内容も日々高度化しており、その対応に頭を悩ませる毎日ですが刺激的で飽きることはありません。



広報・ブランド戦略推進室 福本 博之

Webサイトは世界のステークホルダーとのコミュニケーションを促進する最重要メディア

人・街・地域との絆を深め、広げて、豊かな社会づくりに寄与。

クラリオンは、国内及び海外での地域社会への貢献、将来性のある学生のための学習支援活動、緑化活動の推進、献血活動への積極的な協力などさまざまな社会貢献活動を展開しています。

国内活動

＜社会見学と学習活動への支援＞

東北事業所では、地域社会貢献の一環として、小学生から大学生等の工場見学及び学習活動の支援を積極的に行っています。2004年度も福島県郡山市の中学校等、延べ80名の学生たちが東北事業所を見学し、生産工程について学習をしました。職場訪問だけでなくとどまらず、はんだ付けやビス締め作業などの実作業体験を行いました。参加した学生たちからは、「進路を決める上でも大きな社会勉強になりました」との感想を頂いています。



＜緑化活動の推進＞

東北事業所では、毎年、緑化活動の一環として「ハナミズキ」を植樹しています。春には美しい花となって、心を癒すと共に地域環境保全活動として役立っています。



＜地域住民とのコミュニケーション＞



■クラリオンガール 一日警察署長に協力
2004年9月21～30日までの10日間で実施された「秋の交通安全運動」において、クラリオンガール2004の葵さんが埼玉県警察署の一日警察署長を務め、地域住民に対して交通安全運動に協力しました。

＜「スマトラ島沖地震救援金」への支援＞

クラリオンは、会社として日本赤十字社を通じ、救援金を送りました。日本赤十字社では被災地での医療救援活動、被災者救援などに救援金を活用しています。今後も、このような災害が起こった場合には、積極的に支援していきたいと思っています。

＜献血の協力活動＞

本社事務所では、地域保健活動への貢献のため、定期的に献血に協力しています。2004年10月25日には、多くの従業員が協力しました。今後も積極的に献血に協力していきます。



＜バス交通の発展に寄与して30年「BUS WAVE」(バスウェーブ)＞

クラリオンは、バス業界のさまざまなトレンドを紹介する情報誌「BUS WAVE」(バスウェーブ)を隔月発行しています。バスウェーブは、全国のバス事業者の最新動向やバスに関連する施設・イベントの紹介、ジャーナリストやエッセイストによるコラムなどで構成しています。年1回発行の別冊「BUS WAVEα」(バスウェーブ・アルファ)とともに、全国のバス事業者およびバスメーカーなど業界の方をはじめ、一般のバスファンにも購読されています。(発行部数は約3,000部) また、バス業界発展の一助として、9月20日の「バスの日」(1903年〈明治36年〉京都市で、日本初の乗合バスが走った日)の記念企画として、フォトコンテスト「バス停のある風景」の開催や「バスにちなんだ俳句・川柳」、「珍名・奇名・難読のバス停」の公募などを行い、広く一般の方々に、業界への認識を深めていただく話題を提供しています。



バスウェーブ

海外活動

＜中国＞

中国(CXEE)では、毎年現地の学校へ援助金を寄付し、子供たちの教育の支援を行なっています。さらに、定期的に現地老人会を慰問し、毛布等を寄付したり、心のこもった活動を実施しています。

CXEE : Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd.



福建省廈門市小学校風景



福建省廈門市の老人会への慰問

＜フィリピン＞

フィリピン(CMCP)の工場では、2004年5月に献血活動に協力しました。
CMCP : Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines



フィリピンでの献血活動の風景

クラリオン本社に先駆けて、フィリピンの生産会社であるCMCPでは、以前より、フィリピン経済特区庁(PEZA)の厳しい規程や要求条件を順守するためCSR活動を実践してきました。また、労働関連の基準類と従業員との関係、会社資産の使用と配属、そして従業員の行動と振る舞いのような「行動指針」の中の重要な条項は、CMCP全従業員が持つべきの人事規程に記載され、理解が行き届いており、コンプライアンス意識は伝統的に高い水準にあります。行動指針は、本社をベースにフィリピンに事情に合わせて調整され、高卒以上の英語を理解する語学力の高い社員が揃っているため、すべての文章はフィリピンの標準語であるタガログ語ではなく、国際公用語の英語で書かれているのが特色です。

当社のCSR活動の代表的な事例が、カビテ経済特区(CEZ)内の献血活動や無料診療への医薬品提供です。私はこの4年間、カビテ経済特区投資協会の(CEZIA)の理事を務め、CEZ内の貢献活動において主導的役割を担うことで、この取り組みを積極的に推進してきました。もちろん社会貢献には多大なコストや時間がかかります。しかし、活動を根付かせていくのは非常に大変です。しかし、このような活動の支援は、社会的責任を担う企業として当然の行いだと考えています。それに、フィリピン社会へ貢献することは、地域の人々と密接なつながりを生み出し、クラリオングループ全体の健全な経営姿勢を多くの人々にアピールすることができると信じています。



CMCP総務部長
ホセ・カブラル



国際的企業としての経営姿勢を
アピールする、フィリピン社会に
根ざした社会貢献活動。

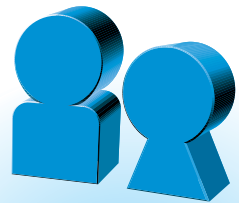
自由に、伸びやかに、そして個性を尊重する人事制度の採用。

クラリオンは、企業理念の中で「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。人事制度においては、この企業理念に基づき運用しています。

＜ 人事処遇制度 ＞

クラリオンは、従業員一人ひとりが職務に安心、かつ積極的に取り組む意欲を向上させるため、2004年から新しい人事処遇制度に移行することで、人材マネジメントの整備を推進しています。

＜基本方針＞



- 自己実現の確立
- 自由闊達な風土の醸成
- 自立（律）型人材の育成



役割と貢献度に応じた
処遇の実現

■ 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賞金に反映され、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F A制度

自立（律）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ます。

■ キャリア開発支援制度

エンプロイアビリティの強化を図り、個人のキャリア形成・スキル開発への支援を行っています。自らありたい姿をイメージし、それに向かって活動する人に教育的機会を提供することにより支援しています。

＜ 雇 用 ＞

クラリオンは国籍・性別などの区別をせず、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。

＜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

新卒・キャリア採用

■ 求める人材像

クラリオンは、『たとえどんなことでも、これだけは誰にも負けないこだわり（オンリーワン）の領域を持てる人』を求めています。

■ 選 考

人物本位の採用を行っており学歴や性別、さらに国籍で区別は設けていません。また選考では応募者全員に対して面接による人物評価を行っています。面接では、集団ワークや事前課題のプレゼンテーションにより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。また内定者には評価内容も全てフィードバックしクリアな選考プロセスにより採用活動を行っています。

障害者の雇用促進

クラリオンは、障害を持つ方々の雇用拡大をめざしています。年々雇用率は改善されていますが、法定雇用率の達成を当面の目標として取り組んでいます。2003年度の障害者雇用率は1.3%でしたが、2004年度は1.5%になりました。

雇用均等の徹底

クラリオンの従業員に占める女性の割合は10.6%と低率ではありますが、採用方針に基づき男女の区別は設けておらず今後、女性と外国人の採用拡大を図っていきます。

＜ 福利厚生 ＞

クラリオンは、法律を上回る制度づくりを指向しており、従業員一人ひとりが働きやすい就業環境づくりを推進しています。

■ 子育て支援の取り組み

クラリオンは、子育てを行う従業員に、仕事と家庭を両立できる環境や労働条件の整備を進めています。

■ 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の完全取得を目標に職場実態を再認識し、取得しやすい環境づくりを進めています。



＜ 社内イベント ＞

クラリオンは、従業員相互の親睦を深める場として、さまざまな社内イベントを実施しています。

■ クラリオングループ サマーフェスティバルの開催

2004年7月～8月にかけて本社事務所、東北事業所、群馬の3拠点でクラリオングループ夏のイベント「サマーフェスティバル」を開催しました。各地とも従業員とその家族も大勢参加してにぎわいました。



■ 「7・23のお台場はクラリオンの日」

2004年7月23日「7・23のお台場はクラリオンの日」と銘打った社内イベントを東京・台場にて開催しました。全社一斉休業日とし、東北地区を含めた従業員とその家族やOBが多数参加し、家族ぐるみで交流を深めました。



私が所属する広報・ブランド戦略推進室は2005年1月に発定した社長直轄の部署で、主な業務として、従来の社内外の広報に加え、IR、ブランド戦略、Web構築を含めたより総合的な広報活動を行っています。これは情報発信の足並みを揃えることで、今後のクラリオンが目指す主な課題である企業価値の向上をターゲットな視野から展開していくことが狙いです。広報活動には常に正確な情報提供と機敏な対応が求められます。実際の部署が動き出してから、会社を代表するスピークスパークの一人として重責を痛感する毎日です。

私が現在、主に携わっている業務は、社内報や、社外へ向けたニュースリリースの制作・発行です。常に心がけているのは部署の枠を越えたコミュニケーション。よりよい記事制作のためには社員への取材だけでなく、普段からの頻繁な情報交換が欠かせないのです。今では社員から寄せられる情報も着実に増え、その努力が実りつつあることを実感しています。一方、新製品などのニュースリリース制作ではより専門的な情報が求められるため、担当社員から当社の製品について改めて勉強させられることもたくさんあります。今後も、多くの社員の協力、社内コミュニケーションの重要性を認識しながら、社内と社外を結び橋渡しの存在として広報業務に取り組んでいきたいと考えています。



広報・ブランド戦略推進室
吉田 綾子

Inter View
クラリオンブランドの
“顔”として情報発信。
広報は、社内と社外をつなぐ
橋渡しの存在。

新たな可能性を信じてチャレンジする、自律した人材を育成。

< 人材育成 >

クラリオンは『キャリア開発支援制度』により人材育成を進めています。
主に、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。



新入社員研修風景

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。順次、さまざまな手法を提供しています。

■ 社内インターンシップ制

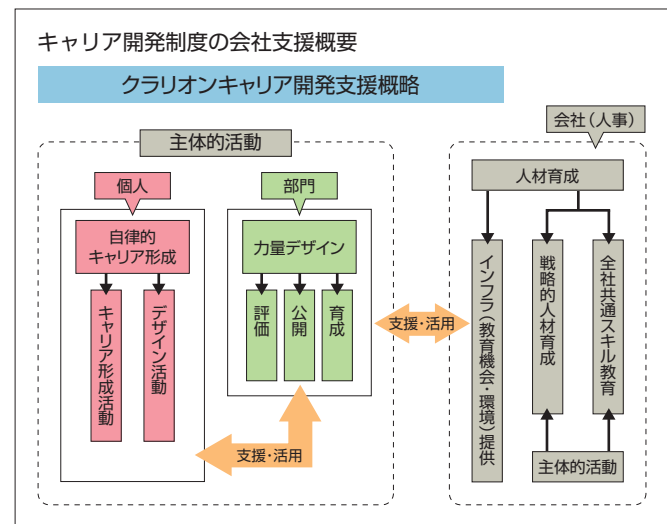
社内公募やFA制を利用する際の実践的職場体験の場を提供します。

■ 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しました。

■ 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の活動の支援をします。



< 教育体系 >

クラリオンは、企業理念に基づき、企業経営を行う上で人材が経営の原動力であり、従業員の育成が継承されていくことが重要だと考えています。このような考えに基づき、インターネットやメール等を活用した教育や、企業の持続性のある経営を目指す教育を行っています。



マネジメント研修風景

キャリアガイドブックは“eラーニング”による講座を紹介

マネジメント教育	職種スキル教育				MS 教育		基本教育			自己啓発		
シニア MOX 研修												
ジュニア MOX 研修												O
ロジカル コーチング研修	マーケティング教育	技術・品質教育	グローバルスキル教育	管理系教育	品質マネジメントシステム教育	環境マネジメントシステム教育	PCスキル教育	統計教育	経営数値理解教育	語学教育	キャリアガイドブック	J
市場価値研修												T
3年次フォローアップ研修												
セルフマネジメント研修							新入社員教育					

* MOXとは、職種に応じたマネジメント教育



仕事以外のことも含めて
話す機会を多く持つ。
メンティとの会話は初心に
返るよい機会。



第三OEM営業部
村田 晃

私の場合はメンターといっても、たまにメンティの河内君を飲み連れに行く程度のごとで特別なことはしていませんが、メンティのその時々状況に応じて、仕事やそれ以外のことも含めていろいろな話をするようにしています。

彼はもともと入社当初から非常に落ち着いた印象があったのですが、現在はさらに成長してしっかりと状況を判断し、その場に応じた動きができるようになりました。例えばお客様との会議中にお客様からかなりシビアな質問があったときでも適切に回答していますし、その場で対応できない案件に関しては後日回答するという旨をきちんと先方に伝えていきます。また、お客様から叱責を受けると新人の場合、慌ててその場しのぎの回答をしてしまい問題をさらに大きくしてしまうのですが、彼の場合はもうそのような心配もありません。今後はその冷静さと判断力を生かして、大きな見地に立ったものの見方や考え方のできる人物になってほしいと思います。また、日本だけに限らず常にグローバルなフィールドで活躍するこの気持ちを持つてほしいと思います。

メンター・メンティ制度は相性もあると思います。が、メンター側もメンティ側もお互いメリットが必ずあります。自分自身もこの制度を通して社内事情を考慮し管理者的な考えに立ち、先を読みながら仕事ができるようになりまし、メンティと話すことで、新人時代の初心を思い出すよい機会にもなっています。

メンターはよき兄貴であり、
現在の目標。
いつか自分も後輩に信頼される
存在になりたい。



第三OEM営業部
河内 剛

メンターの村田さんは私にとって仕事でもプライベートでも気軽に話せるよき相談者です。性格は誰からも好かれとても親しみやすい反面、厳しいときと優しいときの気持ちのメリハリがしっかりあって、一人の人間として尊敬しています。私が社会人になってから辛いことや悩みことなどに直面したときでも、村田さんに相談する、ポジティブな見方、考え方を教えていただき、知らず知らずのうちに前向きな気持ちにさせてくれます。よき兄貴でもあり、現在の私の目標でもある存在です。

右も左もわからない仮配属前の段階から、新入社員に一人先輩をつけてくれるメンター・メンティ制度は自分にとってはとても助かりました。今こうしてやりがいを感じながら仕事に集中できるのも、村田さんというよきメンターにめぐり合う機会をくれたこの制度のおかげでもあり、非常に感謝しています。

自分も将来メンターとして後輩へのサポートやアドバイスをするときがくると思いますが、私の新人時代と同様に、悩んでいる後輩にはメンターの村田さんのように時に優しく、時に厳しく接することで、メンティに信頼される存在を目指し、自分自身も一緒に成長していければと考えています。そして、今現在の目標である「たくさんの人々が満足できる商品・システムを創造し、世界中に広める」という夢へ向かって一層の努力をしていきたいと思っています。



従業員一人ひとりが能力を存分に発揮できる、就業環境の創出。

クラリオンは、従業員にとって安全かつ健康的で働きやすい職場環境づくりを進めるため、さまざまな安全衛生活動を推進しています。

＜ 安全衛生管理 ＞

クラリオンは、安全衛生委員会を設置し、安全衛生に関わる基本計画を策定しています。

＜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

安全衛生委員会は、毎月1回定期に開催され、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、国内関連会社で構成される「クラリオングループ安全衛生協議会」を毎月1回開催し、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。

＜ 健康保持増進の取り組み ＞

平均年齢の上昇やライフスタイルの変化に伴い、定期健康診断の結果においても生活習慣病に関わる項目の有所見率が年々高まっています。定期健康診断の完全受診を進める一方、生活習慣病の予防に重点を置き、健康保持増進のためにさまざまな取り組みを実施しています。

■ 定期健康診断の完全受診

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。2004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%を達成しました。

■ 定期健康診断の検査項目充実

クラリオンは、一般健診（35歳未満）と生活習慣病健診（35歳以上）でそれぞれ検診項目を設定し実施しています。2003年度からは希望によりさらに専門的な検査を追加できるオプション検査項目を導入し、検査項目の充実を図っています。

■ 健診後のフォローアップ

定期健康診断の結果で「要二次検査」または「要治療」の判定のあった35歳以上の従業員に対し保健師による健康相談を実施し、生活習慣改善のアドバイスを行っています。また、二次検査対象者に対しては最寄りの医療機関で必ず二次検査を受診し、本人同意のもと会社に結果を報告するよう指導しています。

＜ 心の健康づくり（メンタルヘルス） ＞

業務上の負荷や職場の人間関係によるストレスが増加する中、心の健康（メンタルヘルス）の重要性が高まっています。クラリオンは、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、メンタルヘルスに対する取り組みを行っています。



メンタルヘルス講習会

■ 健康相談室の設置

クラリオンは、厚生労働省の「事業場における労働者の心の健康づくりのための指針」に基づき、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）を2004年度より契約・設置しました。従業員は、会社や健保組合を通すことなく直接面談をすることができます。また、電話やメールによる相談も受け付けており、心の悩みを気軽に相談できる窓口として機能しています。

■ メンタルヘルスに対する啓蒙活動

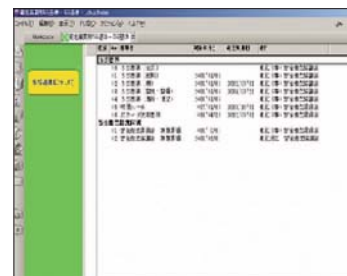
職場におけるメンタルヘルスに対する理解を深めるため、安全衛生委員会の主催により、専門家を講師に招きメンタルヘルスに関する講演会を開催しています。2004年度はマネージャー層を中心に約80名が参加し、気づきやコミュニケーションの重要性について学習しました。

＜ 労働災害の撲滅 ＞

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。2004年度の労働災害発生状況は、不休災害・通勤途上災害の発生にとどまり、重大災害の発生はありませんでした。

＜ 5S活動の徹底 ＞

クラリオンは、5S（整理・整頓・清掃・清潔・躰）に関する基準（5S基準）を作成し、5Sの徹底を通じた職場環境の向上に努めています。



5S基準データベース

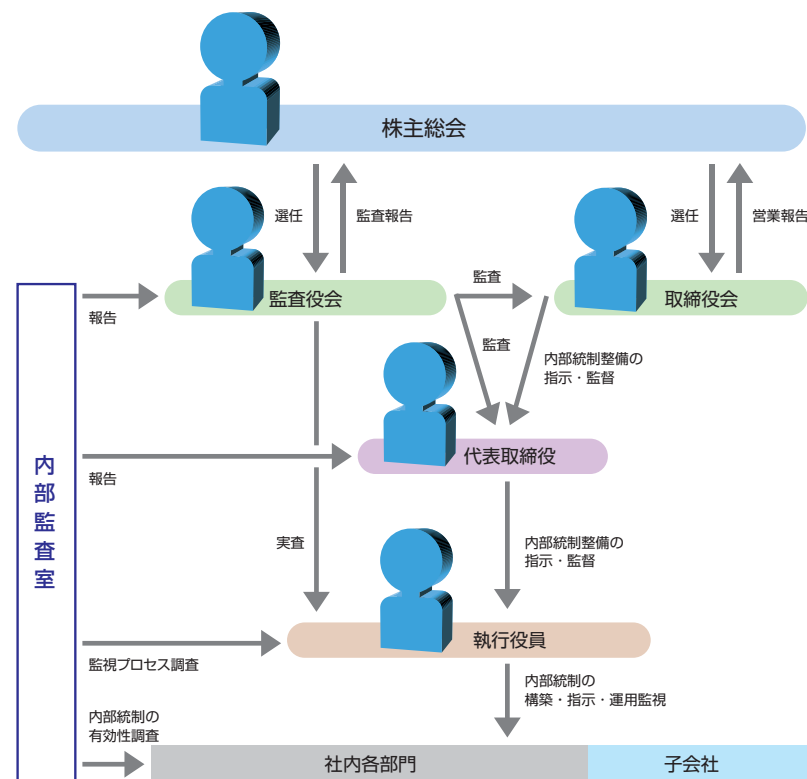
Eradication of work related accidents
Maintenance of mental and physical health
HEALTH
Creation of a comfortable working environment

社会との揺るぎない信頼関係を築く、健全な経営体制の追求。

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、取締役会は当社グループ全体の視野に立った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になっています。また、当社は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、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、クラリオングループ全般における内部統制の有効性を監視する機能として、内部監査室による監査を強化していきます。

内部監査室体制と運用



内部監査の充実と徹底

2004年度の内部監査室の活動として、社内規程の全面的な見直しと整備、リスク管理体制（コンプライアンス・情報セキュリティ等の管理部門）の管理・運営状況の監査、ならびにグループ各社に対する内部監査を実施しています。

クラリオンでは、コーポレートガバナンスの観点から内部監査を行っており、私は経理部での経験を踏まえ、グループ全体の監査を任され、監査業務は経理面だけでなく、法令順守や間違った未然に防止するためのチェック体制の整備状況、業務の効率性にまで及びます。正確さを要求される経理的な考え方はどのような仕事にも不可欠なものですので、日頃の業務を活かすことができましたし、新たな経験にもなりました。

内部監査に参加して感じたのは、対象企業の社内体制不備を指摘することではなく、業務の健全化が真の役割であるということです。近年、大企業の不祥事が頻発していますが、私は社内のチェック機能が健全に働いていれば、過ちを未然に防げたケースもあるのでは、と思います。今後コーポレートガバナンスを維持するためにも、内部監査は積極的に推進していくべきと考えています。

今回行った取り組みの一員として、重要な仕事を若い私に任せていただけたことに感謝しています。日頃の業務だけでは視野が狭くなりかと思いますが、監査を通して会社全体の流れを勉強できたことで、社内における自分の役割を再認識するきっかけにもなり、普段の仕事にもよりやりがいが出てきました。今後も機会があればぜひ内部監査に携わりたいと考えています。



経理部
田中 由美

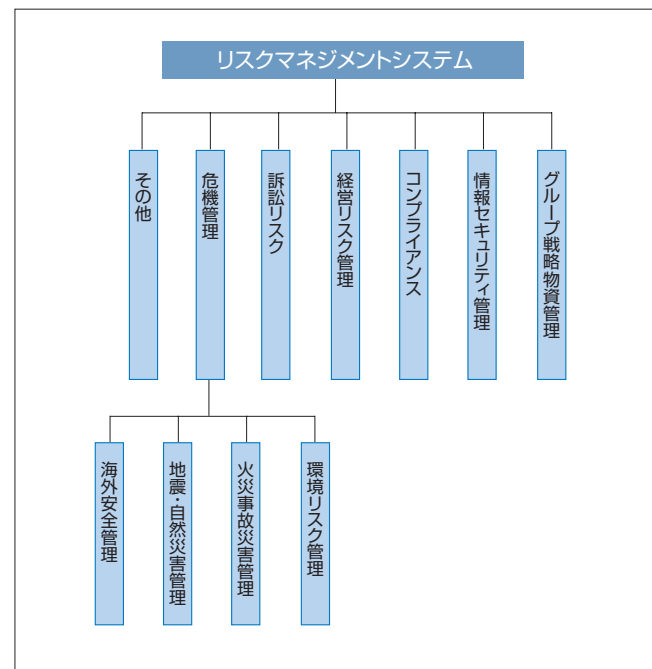
Inter View
グループ企業の内部監査で再認識した、コーポレートガバナンスの重要性。

リスクマネジメント

クラリオンは、リスクマネジメントシステムの構築を目標に掲げています。コンプライアンスや危機管理をはじめ、情報セキュリティ管理、環境リスク管理などに積極的に取り組むことで、企業を取り巻くリスクを全社的な見地から統制するTRM（トータル・リスク・マネジメント）の体制づくりを目指しています。

＜全社のリスクマネジメント（TRM）＞

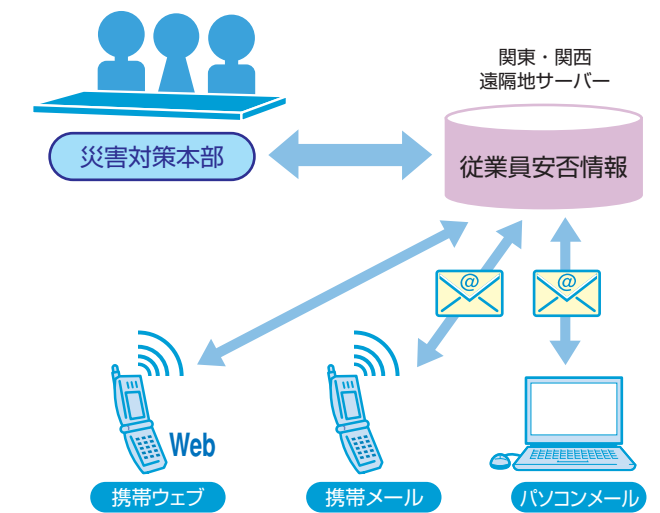
クラリオンは、TRMの構築を目指して、主に危機管理、コンプライアンス、情報セキュリティ管理に関して活動を推進しています。特に危機管理については、安否確認システムの導入や自衛消防体制等について積極的に取り組んでいます。



＜「安否確認システム」の導入＞

災害時に従業員の安否を迅速に確認するとともに、事業活動の早期回復のための手段として「安否確認システム」を2005年7月に導入しています。

安否確認システム



地震等の災害が発生した時、従業員の登録されたメールアドレス宛に安否確認メールが届きます。従業員はそのメールを読み、「携帯ウェブ、携帯メール、パソコンメール」のいずれかの方法で返信します。遠隔地においても従業員の安否が確認できます。

＜危機管理体制の確立＞

クラリオンは、火災、大地震、自然災害など企業を取り巻く多種多様のリスクに対して、即対応できるように、「危機管理マニュアル」を制定し、かつ組織やグループを横断した「危機管理委員会」を設置し、危機管理体制を確立しています。定期的に開催している危機管理委員会では、リスク対策に関して論議し、決定事項については全社展開をしています。

＜法令の順守＞

クラリオンでは、2004年度において法令違反は発生していません。

＜情報セキュリティ管理の確立＞

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、常に共通意識をも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。

従業員一人ひとりの確かな自覚で、コンプライアンス活動を推進。

クラリオンは、企業が社会的責任を果たす上で、コンプライアンス経営体制の確立が重要と考え、経営要綱に「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、グループ全体で取り組んでいます。コンプライアンス態勢の強化を進めるため、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・プログラムをグローバルに展開し、誠実で透明性ある企業を目指しています。

＜ コンプライアンス推進体制 ＞

クラリオンは、コンプライアンス経営体制の確立のために、2003年7月に「コンプライアンス行動指針」を制定する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推進室を事務局に四半期に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。また、グループ関係会社とも定期的連絡会を開いています。

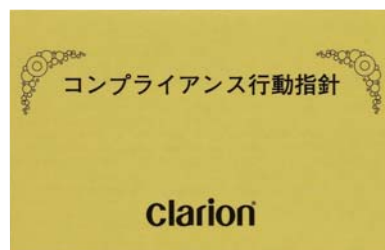
委員長：社長
総括委員：CSR推進本部長（担当役員）
委員：各部門管理部長
事務局：CSR推進室

＜ コンプライアンス監査 ＞

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。全ての本部について取り組みや法令遵守状況及び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従業員の意識調査（右表抜粋）を行い、意識調査、監査を通して、コンプライアンス意識は浸透しつつあるものの、定着するには継続的な教育啓蒙が必要とあらためて認識しています。

＜ 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、イントラネット上で従業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。またカードとして発行し、全従業員が携帯できるようにしています。



コンプライアンス意識調査 (2004年9月実施 全従業員対象 回答率69%)

アンケート調査設問 (抜粋)	回答	04年9月	03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	92%	68%
あなたは社内通報（社内に通報、相談すること）は良くない行為だと思いますか？	そう思う	4%	5%
あなたは内部告発（外部に通報、告発すること）は良くない行為だと思いますか？	そう思う	12%	15%
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感じますか？	そう思う	38%	（設問なし）
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	45%	（設問なし）

＜ 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、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出来ない風土をつくるためです。受付方法は、面談、電話、郵便、電子メール（匿名でも受付）としています。1年を経て2004年11月には社外の受付窓口（電話、ファックス）も設置し、より相談・通報しやすい環境を整えました。当初は相談・通報件数が月に1件程度でしたが、2005年3月では14件と相談件数も徐々に増え、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。

＜ コンプライアンスの教育・研修 ＞

コンプライアンス導入教育をはじめ、全社で継続的に教育・啓蒙活動を行っています。管理職への課題別集合研修(セクハラ、インサイダー取引、情報セキュリティなど)を中心として、ケースブック（事例集）やケースビデオなどを使用し、各部門で全従業員に展開することで、コンプライアンス意識の向上を図っています。また昨年度からeラーニングでのコンプライアンス研修を全管理職が受講しコンプライアンスの基本的理解を深めています。



＜ 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などをアフターサービスや商品開発に利用しています。2002年に「個人情報保護方針」を制定、ホームページにも掲載し個人情報の適正な取扱いをしています。

2003年5月の「個人情報保護法」の制定を契機に、

- 現状調査（個人情報の抽出、処理フロー作成）
- 問題点抽出（漏洩リスク等の把握）
- 対応策の立案・実施（改善策の検討・実施）
- 実施状況の確認・見直し（実施後の確認チェック）

のステップを踏み、お客様の情報はもとより従業員情報についても安全管理対策を強化し、漏洩防止に努めています。また、全管理職研修でも重点課題として2年連続で取り上げ周知徹底しています。管理体制として、各部門に「個人情報管理責任者」を置き、「個人情報保護総括責任者」としてコンプライアンス担当役員がその任に当たり、2005年4月の個人情報保護法施行に対応しています。当社の保有個人情報としては、商品購入者情報、株主情報、従業員情報などがあり、各管理部門の個人情報管理状況について今後監査を行い、安全管理の徹底を図ります。

＜ 国内、海外関係会社への展開 ＞

国内・海外関係会社に対してもコンプライアンス・プログラムを導入・展開しています。2003年10月より国内8社を皮切りに、海外は米国を中心に順次展開し、2004年5月には国内外全関係会社（28社）に導入を完了しました。本社に準じて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なく現地語でも作成。本社同様コンプライアンスリスクを洗い出し、リスク対応策を講じています。また、今後国内外関係会社が一堂に会して各社での活動状況を発表する「コンプライアンス世界大会」の開催など、より活性化したグローバルな活動を目指したいと考えています。

私は現在、シンガポールのクラリオンアジア（CA）において人事・総務を担当することにも、CSR推進責任者として関連法規の順守と社員への啓蒙活動に努めています。特に、法令関連情報を積極的に収集することで、CSRのコンプライアンスの適正化に必要な改善策や予防策を講じる努力を続けており、2005年1月には、違法ソフトに対する著作権法の強化に伴い当社のすべてのPC検査を行うことで、社員による違法ソフトのコピーを排除しました。また、育児・出産休暇に関する法令改正を受けて、会社の規程を記載した従業員ハンドブックの内容も新たに更新しました。

最近シンガポールの新聞でも、ビジネスにおけるCSRの重要性について論じる記事をよく目にします。それだけ多くの企業がCSRに注目し、その重要性を感じていることの証です。総勢十数名の小さな会社ですが、当社もCSRに関する活動は企業にとって不可欠であることを厳格に受け止め、すべての社員が本社の作成の「コンプライアンス行動指針」事例集（ケースブック）を活用しています。そして、さまざまな行動を起こす前には必ず行動指針・規程・法令・規則をチェックするように気をつけています。コンプライアンス違反が会社と社会の両方に与える影響を社員一人ひとりが重く捉えることで、今後も、企業としてのさらなるモラル向上を実現していきたいと思っています。



クラリオンアジア
人事・総務担当
アンジェラ・ウィー



法令関連やコンプライアンスの知識を高め、社員一人ひとりのモラル向上を推進。

事業を通じて環境に配慮し、法規制や自主設定基準を順守。

環境方針／環境推進体制

クラリオンは、環境方針に基づき、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。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を目指しています。

＜ 環境方針 ＞

基本理念

クラリオンは、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事を認識し企業理念（経営姿勢）の「人と社会と自然の調和を図り環境維持に努める」「地域社会の発展の為に企業市民としての責任を全うする」に則って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。

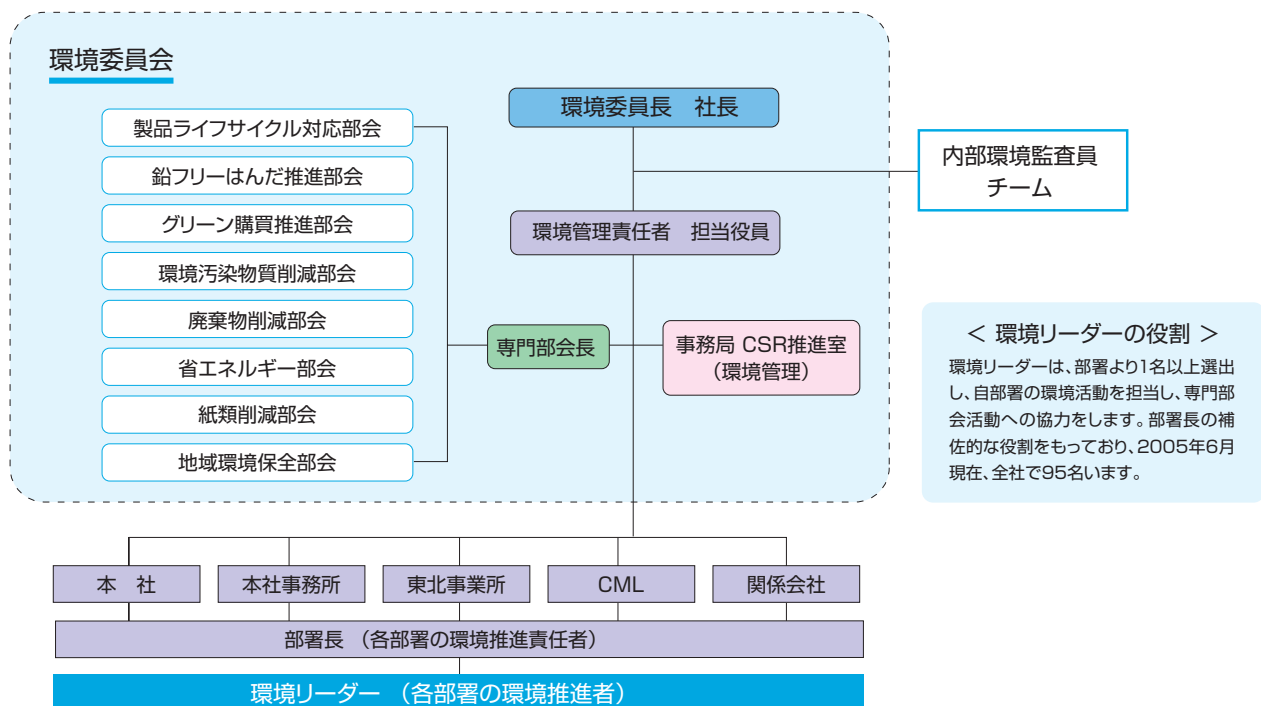
基本方針

当社は、カーマルチメディア機器を主体とした設計、製造及び販売の事業活動に於ける製品及びサービスによる環境影響を評価し、重要な項目に関して技術的、経済的に可能な範囲で環境目的・目標を設定し、見直しを行い環境への負荷を継続的に改善する。

- 1) 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。
- 2) 製品の設計段階より環境汚染物質や天然資源、等の省資源及びリサイクル設計を推進する。
- 3) 製造や販売活動では、省エネ及び廃棄物の減量化とリサイクルを推進し、循環型の経済社会を目指す。
- 4) 事業所の排水、事故・緊急時の油や有害物質、等の漏出による環境汚染の予防を図る。
- 5) また、事業所の緑化や周囲景観の向上と騒音及び振動防止に努力し、地域環境の保全に努める。
- 6) 全従業員に環境方針を周知し教育・訓練により環境保全に関する知識の向上と啓蒙を図る。
- 7) この環境方針は、社外にも公表する。

＜ 環境推進体制 ＞

環境保全活動を推進するため、社長を委員長とする「環境委員会」を組織し、全社的な環境推進体制で展開しています。全社的なテーマに対しては、全社機能を横断する8つの専門部会を設置し、取り組みを実施しています。



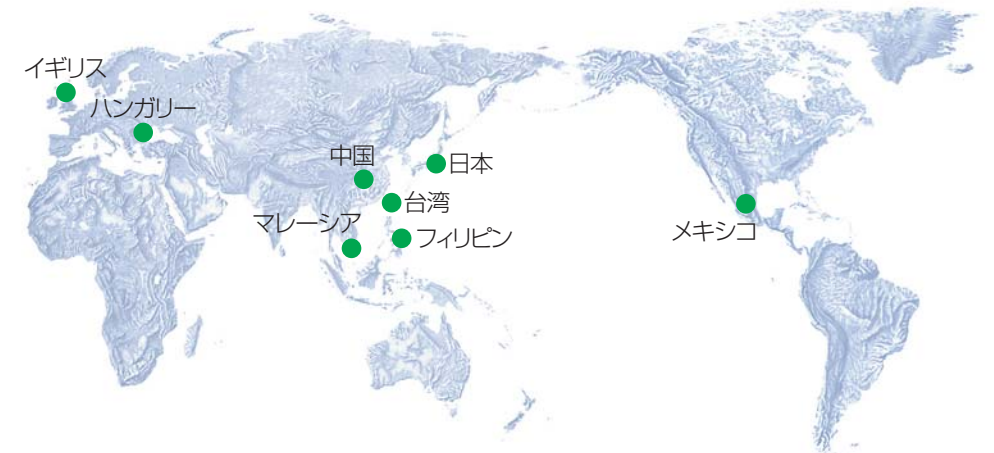
ISO14001 認証取得と展開

クラリオンは、ISO14001の認証を2000年4月25日に全社一括で取得し、環境マネジメントシステムを構築しました。2005年5月現在、更新審査を1回、定期審査を4回受審し、継続認証取得をしています。一方、海外子会社では生産拠点を中心に7拠点で認証取得を完了し、さらに2拠点で認証取得活動を展開中です。なお、国内各サイトの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に「内部環境監査」を年2回実施しています。

国内認証取得状況

クラリオン(株) 国内サイト

- 東京サイト (本社)
- 埼玉サイト (本社事務所)
- 福島サイト (東北事業所、CML)
- 群馬サイト (CML)



海外連結子会社の認証取得状況

地 域	工場数	認証取得年月
メキシコ	1	2002年2月
イギリス	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
フィリピン	1	2005年認証取得予定
マレーシア	1	2005年認証取得予定



※フィリピン、マレーシアは認証取得予定

クラリオンの登録証

＜ 内部環境監査 ＞

環境マネジメントシステムの運用状況と環境パフォーマンスの実績において、適切に継続的改善が実施されているかを確認するために、年2回の定期的な「内部環境監査」を実施しています。特に新設部署や組織変更によって環境リーダーが変更になった場合には、環境管理部署が教育を実施しています。また、内部監査で運用の不備に対する指摘事項が発生した場合にはさらに指導を徹底し、次回の内部監査には指摘事項が発生しないように継続的改善を図っています。

＜ 環境関連法規制の順守 ＞

近年、拡大化している法規制に対応できるように環境面に関連する主要な法規制等については、環境管理部署において適宜情報を収集し、データベース化して全社で共有しています。法規制の順守状況は、毎月確認し、さらに「環境委員会」で全社レベルを評価・確認をしています。なお、日常の運用においては法や条例で定められた基準値よりも厳しい「自主基準」を設け徹底して管理しています。2004年度における法・条例の違反はありませんでした。

＜ 環境教育体系と実績 ＞

環境教育は、従業員を対象とする環境方針・活動内容などを習得するための「環境一般教育」、新入社員から部署長等への「階層別教育」、内部環境監査員を対象とする「内部環境監査員教育」、法規制等の業務に従事する「専門教育」の教育体系で実施しています。

1. 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、従業員を対象に年1回以上、教育を実施しています。

2. 階層別教育
人事・環境管理部署が主催になり、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おり、延べ300名以上に実施しています。

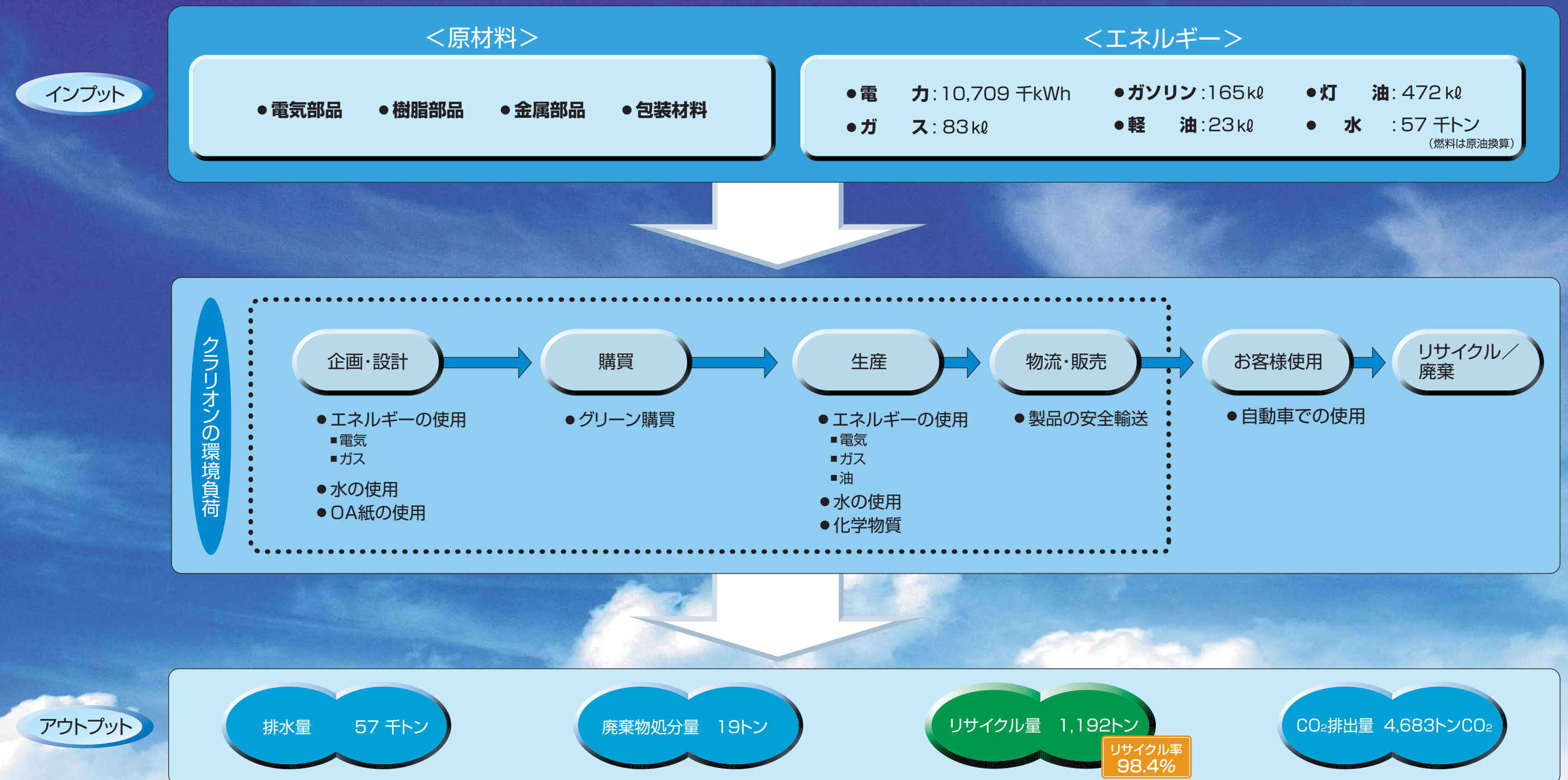
3. 内部環境監査員教育
外部研修機関による内部監査員研修と社内の主任内部監査員による内部監査員研修を6月と11月（対象人数32名）に実施し、さらにフォローアップ研修も随時実施しています。

4. 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、外部機関による専門教育を実施しています。

循環型社会を実現するため、継続的な環境保全活動を推進。

< 事業活動と環境負荷 >

クラリオンは、事業活動に伴う環境負荷を考え、環境保全活動を強力に推進しています。環境負荷低減の取り組みを原材料の調達から開発・生産と段階的にを行い、全体的な環境負荷低減活動に取り組み、循環型社会に向けて推進しています。



次なる目標を常に見据えた、環境保全活動の実績と展望。

環境保全活動の目標と達成状況

クラリオンは、2004年度の実績を考慮し、前年度に策定した中期計画の見直しを図り、2005年4月に2008年3月末までの3ヵ年の中期計画を新たに策定。計画達成へ向けて全社を挙げて環境保全活動を展開中です。2004年度の実績においては目標をほぼ達成しており、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。

環境中期計画（3ヵ年）

2004年度 目標・実績

対象	課 題	項 目	中期計画（2005年度～2007年度）	2004年度目標		2004年度実績		自己評価	頁
製 品	環境配慮型製品 の開発	製品ライフサイクル アセスメントの展開	有害物質使用部品の採用抑制 ELV規制・VOC対応に基づく社内自主基準による 代替品の実現	有害物質使用部品の採用抑制 ELV規制に基づき社内基準による 代替部品の対応		ビス類等に含有される六価クロムの代替品の 品質評価ならびに新規部品の登録済み 被膜等PVCに含有される鉛削減実施済み 錦糸線等に含有されるカドミウム削減実施済み		○	P45 ┆ P46
			環境適合設計の推進 環境アセスメントに基づく設計の推進 （軽量化、再資源化、分解性、環境安全性、省エネ化、 長寿命化、処理容易性等）	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、 環境安全性、長寿命化、処理容易性など）		軽量化に関するガイドライン案の作成		△	
		製品への鉛フリーはんだ の適用	OEM・市販向け新機種ではんだの鉛フリー生産を 一部地域向け限定で実施し、順次国内外の製品に展開する。	はんだの鉛フリー化 の生産トライアルの実施		生産トライアル品の品質評価OK		○	
		グリーン購買の推進	購入部品の有害物質抑止と社内自主基準による 代替品の製品展開 90%以上	グリーン購買の推進 代替部品の新規登録を推進する。		代替部品の新規登録を実施した。		○	
事業活動	地球温暖化防止	省エネ活動の推進	エネルギー使用量を2004年度実績を基準として 2008年3月までに4%（CO2換算）削減する。	（2003年度実績比） エネルギー使用量 2%削減		（2003年度実績比） エネルギー使用量 8%増加 （生産量の増加、猛暑の影響等が起因）		△	P49
	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	廃棄物排出量を2004年度実績を基準として 2008年3月までに30%削減する。 ゼロエミッションの推進と継続 （目標：リサイクル率 99%以上）	（2003年度実績比） 廃棄物排出量 3%削減 ゼロエミッションの達成（リサイクル率） 95%以上		（2003年度実績比） 廃棄物排出量 82%削減 （徹底したリサイクル推進及び5R活動による成果） ゼロエミッションの達成（リサイクル率） 98.4%		○	P47 ┆ P48
	化学物質管理	環境汚染物質 の排出量の削減	IPA、廃油、はんだの使用・排出量を削減する。 環境汚染予防の実施	環境汚染物質 の排出量の削減	・IPA 600kg以下 ・廃油 1,400kg以下 ・はんだ 8,000kg以下	排出量実績	・IPA 667kg ・廃油 1,646kg ・はんだ 8,589kg	△	P50
				環境汚染予防活動の実施		予防措置及びパトロールの実施		○	
	省資源	OA紙の使用量削減	コピーとEDP用紙の使用量を2008年3月までに 10,780千枚以下とする。	コピーとEDP用紙の使用量 12,100千枚以下		コピーとEDP用紙の使用量 11,057千枚		○	P42
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		○	P25
				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		地域の中学生・大学生等への学習活動の協力を実施		○	
管理活動	環境マネジメント システムの継続	ISO14001の更新審査 の認証取得	2006年の第2回目の更新審査認証を取得 （ISO14001:2004年版対応）	国内4サイト一括で2005年の 定期審査をクリア		2005年2月に定期審査を受審し、 継続認証をクリアした。		○	P38
		環境会計のまとめ及び CSRレポートの発行	2005年7月に「クラリオンレポート2005」を発行、 そして毎年、レポートのレベルアップを図り発行する。	「サステナビリティレポート2004」の国内版 及び英訳版の発行		「サステナビリティレポート2004」の国内版 及び英訳版を7月に発行した。		○	P57

これまでの活動成果を客観的に評価する、厳正な監査体制。

環境会計

クラリオンは環境経営をより効率的に推進していくために、環境保全への取り組みを定量的に把握することが重要であると考え環境会計を導入し、環境会計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。環境会計の集計にあたっては、環境省の環境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、2002年度より国内サイトを対象に導入しました。2004年度は環境負荷データについてISO14001を取得している海外6サイトに対象を拡大しました。

2004年度の集計結果

- 2004年度は環境保全コストとして、投資29百万円、費用197百万円を投入しました。
- 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（鉛フリー対応）のための設備投資により前年比26百万円の増加となりました。
- 費用は廃棄物処理費用が3百万円増加しましたが、その他の費用は微減もしくは前年とほぼ同額となり、費用総額では前年比2百万円の削減となりました。
- カーナビゲーションの生産量の増加による稼働率の上昇や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、経済効果（国内）の合計は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46百万円となりました。

＜集計範囲＞

国内	非生産サイト	本社（東京） 本社事務所（埼玉） CML（群馬）
	生産サイト	東北事業所 / CML（福島）
海外	非生産サイト	CGB（イギリス、ウィルトシャー） CHI（中国、香港）
	生産サイト	CHE（ハンガリー、ナジカータ） DCOE（中国、広東省） CDF（中国、広東省） CTC（台湾、台北）

※ 会社名の略称については57ページの「環境会計及び環境負荷データの対照範囲」をご参照下さい。

＜対象期間＞

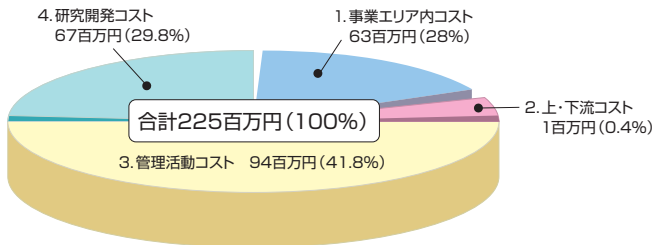
2002年度	2002年4月1日から2003年3月31日まで
2003年度	2003年4月1日から2004年3月31日まで
2004年度	2004年4月1日から2005年3月31日まで

環境保全コスト（国内）

分 類		主な取り組み内容	2002年度		2003年度		2004年度	
			投資額	費用額	投資額	費用額	投資額	費用額
1.事業エリア内コスト			14	59	3	57	9	54
内 訳	(1) 公害防止コスト	受水・浄化槽・排水維持管理等	14	28	0	31	2	25
	(2) 地球環境保全コスト	冷暖房の保守点検等	0	9	3	9	7	9
	(3) 資源循環コスト	一般・産業廃棄物処理処分等	0	22	0	17	0	20
2.上・下流コスト		段ボールの再利用拡大等	0	2	0	2	0	1
3.管理活動コスト		認証取得・維持費用・教育費用等	0	110	0	93	0	94
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	14	40	0	47	20	47
5.社会活動		自然保護、緑化、美化等	0	0	0	0	0	0
6.環境損傷対応コスト		特にありません	0	0	0	0	0	0
小 計			28	211	3	199	29	197
合 計				239		202		225

※百万円未満四捨五入表示

2004年度
環境保全コスト比率



経済効果（国内）

		(百万円)			
項 目		効果の主な内容	2002年度	2003年度	2004年度
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	26	10	△ 20
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	5	6	△ 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	13	32	55
輸送その他に関する保全効果		ガソリン・軽油使用量等	△ 2	6	△ 1
有価物等の売却額		有価物の売却額	6	9	15
合 計			48	62	46

※百万円未満四捨五入表示

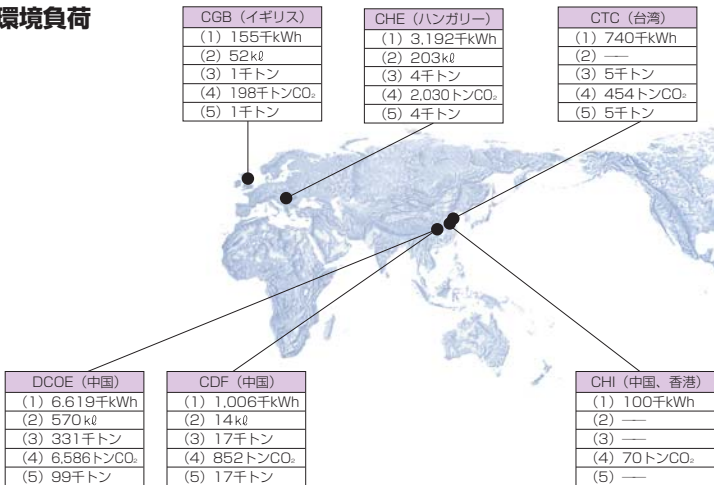
＜経済効果の算定基準＞

- 確実な根拠に基づき算定される経済効果
 - 省エネによるコスト削減等（前期比増減額）
 - 有価物の売却額
 - 管理活動の効率化による費用削減効果
- 推計に基づく経済効果
 - 製品の軽量化による経済効果クラリオンは、メカモジュールなど製品の軽量化に取り組み、車両取り付け時の車両重量削減によるガソリン使用量の削減を効果として算出しました。

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			環境保全 効 果	海外6サイトを 含む環境負荷 2004年度
				2002年度	2003年度	2004年度		
1	事業エリア内 コストに対応する 効果	事業活動に投入する 資源に関する効果	電力使用量（千kWh）	10,363	10,251	10,709	△ 457	22,520
			燃料使用量（原油換算 _{kil} ）	679	588	743	△ 154	1,582
			水使用量（千トン）	55	53	57	△ 4	414
		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（トンCO ₂ ）	5,148	4,582	4,683	△ 101	14,872
			排水量（千トン）	55	53	57	△ 4	183
			廃棄物処分量（トン）	138	111	19	92	—
2	上・下流コストに 対応する効果	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）	934	897	1,192	295	—
			リサイクル率（％）	87.1	89.0	98.4	9.4	—

海外サイトの環境負荷
2004年度



- 環境保全効果を表す指標
- (1) 電力使用量
- (2) 燃料使用量（原油換算）
- (3) 水使用量
- (4) CO₂排出量
- (5) 排水量

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、また環境会計の精度向上を促すとともに、継続的に環境保全活動に取り組むことによって、さらなる環境効率の向上に努めていきます。2004年度はISO14001取得済みの海外6サイトに対象を拡大しましたが、現状で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。今後は海外サイトに関しても環境経営に活用できる評価指標化など、さらなる拡大を図っていきます。

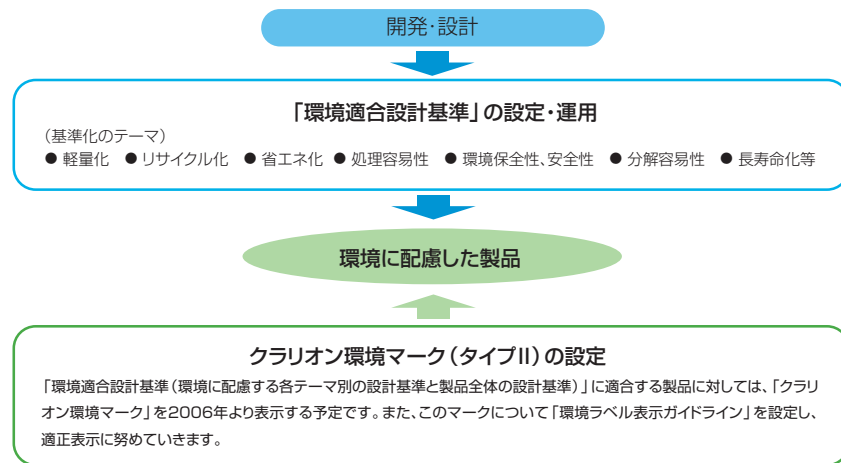
原材料から設計まで、地球にやさしい環境配慮型製品の開発。

製品への環境配慮

クラリオンは、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）に取り組むことにより、環境負荷を低減した製品の開発を目指しています。また、有害物質抑止については、厳しい法規制対応や自動車メーカーからの要求に対応できるように開発段階から取り組みを推進しています。さらに、グリーン購買の推進や環境負荷物質分析システムを構築し、部品の段階から環境負荷物質の抑止管理の強化を図っています。

製品LCA（ライフサイクルアセスメント）の取り組み

クラリオンは、開発・設計段階から環境配慮した製品をつくるため、「環境適合設計基準」を設定し、運用していきます。基準の設定は、軽量化・リサイクル化などのテーマに分けて行っています。最終的にはLCA手法を活用し、部材の購買から生産での環境負荷低減、製品の使用時の省エネ性、環境負荷物質の排出抑止、リサイクル性等に考慮した製品づくりを目指しています。



車室内での環境負荷物質削減の取り組み

クラリオンは、自動車メーカー要求のVOC（揮発性有機化合物）の低減に対して、自動車業界において先取りをしてVOC低減対応調査を開始しています。VOCはシックハウス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みはじめています。



車室内に環境負荷を与えない製品

製品における環境負荷物質抑止管理システムの構築

クラリオンは、環境負荷物質の抑止について、自社開発システムによる製品毎の抑止管理をおこなっています。このシステムは、自動車メーカーから要求されているIMDS（部品材料データ管理システム）にも対応しています。

さらに製品単体毎に環境負荷物質の環境影響について評価が出来るシステムに取り組んでいます。併せて、有害物質対応代替部品の製品への展開を推進しています。

製品への環境負荷物質抑止管理体制

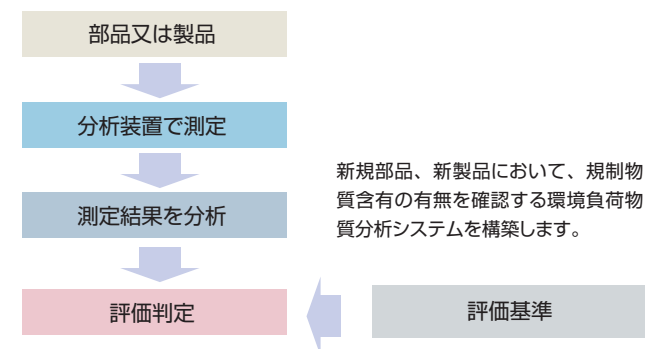


製品に於ける環境負荷物質分析システムの構築

最近のEU（欧州連合）における廃電気電子機器リサイクル（WEEE）指令、特定有害物質の指令制限（RoHS）指令や廃自動車に関する指令（ELV）などの法規制に加え、自動車メーカーからの要求もあり、グリーン購買に併せて、部品や製品に含まれる化学物質の微量分析を行っています。また、自動車

メーカーからは迅速な分析納期が要求されているため、それに応えるのに、新たに分析装置を導入し、環境負荷物質分析システムの構築をすすめています。

環境負荷物質分析管理体制



蛍光X線分析機による環境負荷物質の確認

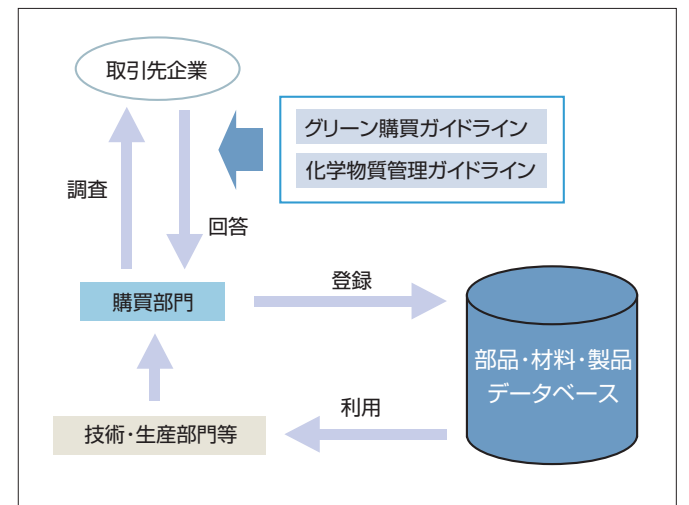
グリーン購買の推進

クラリオンは、「化学物質管理ガイドライン」を含む「グリーン購買ガイドライン」を作成し、各種法規制や業界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.co.jp/>

グリーン購買ガイドラインPDFを参照願います。



活動当初は、展開案内書を取引先へ配り、「クラリオン化学物質ガイドライン」に定めた特定有害物質（鉛、六価クロム、水銀、カドミウム）の廃止期限を自主的に活動してもらう方法を取っていましたが、なかなか徹底されませんでした。そこで2004年9月のガイドライン改訂を機に取引先への書類の授受管理を徹底し、活動内容を再確認していただいた上で「グリーン購買活動」への「適合宣言書」を取引先より提出して頂いています。取引先にはコストや工程数の面で負担をかけてしまうこともあるため、非常に気を遣う業務でもあります。

当社は、欧州指令（ELV・RoHS・WEEE）による鉛フリーへの対応など、法令施行の期限については自社を含め取引先とも連携を取り確実に順守しています。さらに、メーカーの自主的な環境基準や、今後、適用される可能性のある規制などへの準備態勢も整えています。将来的にはグリーン購買の活動を、数多くの取引先や消費者の方々に知っていただき、当社のブランド力につながることを願っています。

グローバル調達本部では2002年8月より国内外の取引先に対して当社が定めたグリーン購買ガイドライン活動を展開し、ISO14001認証取得の推進及び環境負荷物質の管理と削減を目的とした「クラリオン化学物質ガイドライン」により、新しく採用する素材や部品に環境規制に反する物質が含まれていないかという調査と使用廃止期限の管理を並行して進めています。



原低推進部
野原 昇一

国内3000社以上の取引先との連携を深めて、環境配慮を実現するグリーン購買活動。

小さな取り組みから着実に、日々の活動が大きな実績へ結実。

廃棄物削減活動（リサイクル推進）

クラリオンは、2004年度の廃棄物排出量の削減と併せてリサイクル活動を推進し、全社ゼロエミッションを達成しました。

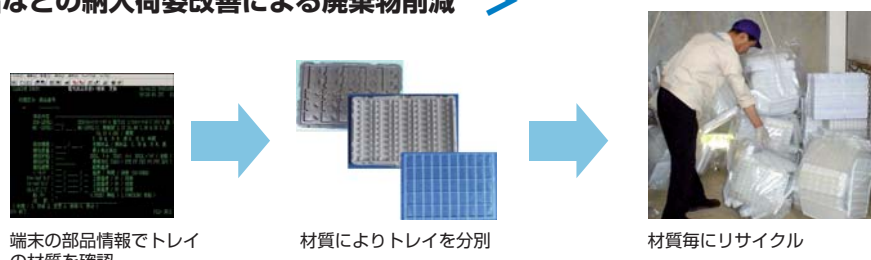
＜ 廃棄物削減の5つのRと活動事例 ＞

クラリオンは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。

1.Refuse	2.Return	3.Reduce	4.Reuse	5.Recycle
ゴミになるものを受 入しない、買わない	購入先に戻せる ものは戻す	ゴミになるものを 持ち込まない	ものを捨てないで 再使用する	ゴミに出す前に もう一度資源にする

＜ 部品などの納入荷姿改善による廃棄物削減 ＞

部品などの納入荷姿を改善することで、ダンボールや廃棄物の削減をしました。また、納入された部品のトレイについては端末上でトレイ材質を確認し、材質毎に分別してマテリアルリサイクルしています。



＜ 相互パトロールによる廃棄物分別徹底及びリサイクルの推進 ＞

サイト内の部署間で、廃棄物の分別状況をパトロールし廃棄物の分別の重要性や廃棄物に関する教育を相互に行っています。このことにより廃棄物の分別が徹底され、リサイクルできるものが増加しました。また、パトロールで問題になる廃棄物に関しては分別サンプルを作成し、誰でも間違えずに廃棄できるよう工夫しました。



サンプル表示板の作成

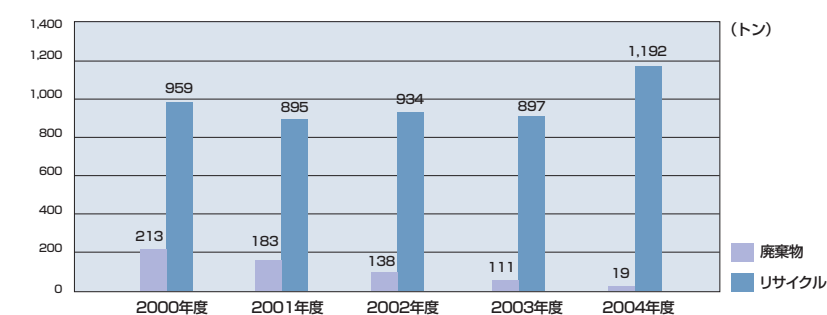
＜ 社内イントラネットによる廃棄物の分別索引 ＞

同じ廃棄物であってもサイトにより廃棄物の分別方法が異なるため、廃棄物の分別方法をデータベース化し、社内イントラネットでサイト毎に廃棄物の分別方法を検索できるようにしました。



＜ 廃棄物総排出量及びリサイクル量の実績 ＞

上記項目の活動や、環境教育を行った結果、廃棄物の排出量は年々減少し2005年3月には2004年3月実績基準で82.4%削減しました。

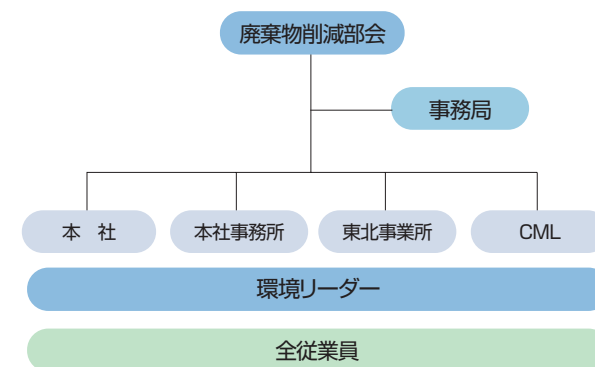


国内クラリオングループゼロエミッションの達成

クラリオンは、環境保全活動の中長期計画の一つに「ゼロエミッションへの推進」を設定しています。

廃棄物の総排出量の削減と併せて、リサイクル活動などを推進し、2004年度に国内クラリオングループとしてゼロエミッションを達成しました。

＜ ゼロエミッション推進体制 ＞



＜ クラリオンのゼロエミッションの定義 ＞

- サイトから排出される廃棄物についての5Rの徹底を実施し再資源化で目標を達成する
- 達成目標： サイトからの廃棄物を95%以上リサイクルなどとし、廃棄物の埋立をゼロに近づける
 - 対象物質： クラリオンの廃棄物分類で定める42種類とする、但し、法規制により単独では再資源化出来ないものを除く
 - 対象範囲： 国内のISO14001認証取得の4サイト（東京、埼玉、福島、群馬）とする
 - 達成時期： 2005年3月

＜ 全社ゼロエミッションの達成 ＞

東北事業所（福島）では2004年1月より目標のリサイクル率95.0%を達成しました。2004年4月にはCML（群馬）で、同年11月には本社（東京）で、2005年3月には本社事務所（埼玉）でゼロエミッションを達成し、クラリオングループ国内4サイトでの2004年度のリサイクル率は、98.4%となり、ゼロエミッションを達成することができました。

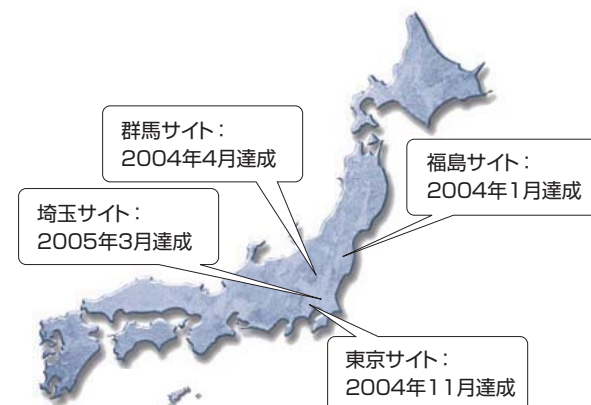
各サイトではゼロエミッションを達成するために全部署に対し廃棄物分別の必要性、企業としての役割について勉強会を実施しました。



■市役所との環境に関する勉強会（廃棄物の分別方法の勉強会）



■分別勉強会
古紙製紙工場を見学し、分別の重要性を再認識



当社では2000年にISO14001を取得したのですが、その2年前から全社的な部門横断組織として「廃棄物削減部会」を発足させて現在に至っています。定期的に開催される部会では、事業所単位で設けたサイト毎の環境リーダーやメンバーが集まり、環境プログラムの指針をどのように具体的に活動へ落とし込んでいくかを話し合ったり、ゴミの分別活動が適正に行われているかどうかをパトロールするなどの活動を行っています。

私が現在取り組んでいるのは、東北事業所において、部品納入時の荷姿から発生するゴミを最小限に抑え、そのままリサイクルできるような取引先と工場内のラインを結び仕組みづくりです。例えば毎日2〜3便、頻繁に部品を納める取引先には、捨てることを前提としたダンボールではなく、何度も使える専用容器を作り、納品の際には必ず箱を持って帰って頂き再利用してもらっています。また、このような活動の成果をまとめて報告し、社員のモチベーションアップを図るのも私たちの仕事です。ポスターを貼って告知したり、各部署にいる環境リーダーを通じて、社員へ伝えてもらうなど、単なる掛け声だけで終わらないよう努めています。

その結果、東京、埼玉、福島、群馬において2004年度のリサイクル率は98%以上となり、なかでも東北事業所は99%に達することができました。こまである、後は社員一人ひとりのモラルの問題です。環境活動に対して高い意識を持つ社員をどう育てていくか、ということも今後力を入れていきたいテーマだと思っています。



工法開発部
小野 容子

地道なリサイクル活動や、社員への啓蒙により、リサイクル率98%を達成したゼロエミッション活動。

人と地球の未来のために、製造プロセスにおける配慮の数々。

地球温暖化防止への取り組み（省エネルギー活動）

クラリオンは、地球温暖化防止の取り組みとして、全社の省エネルギー活動の中で、特に電力使用量及び燃料使用量の削減を推進し、CO₂の排出量の低減を図っています。さらに、製品におけるCO₂の排出量削減活動の取り組みを検討しています。また、物流における省エネルギー活動も積極的に取り組み、地球温暖化防止に努力しています。

全社の省エネルギー活動の推進

■ 全社の省エネルギー活動の推進

2004年度は省エネルギータイプの設備導入などの省エネルギー活動に取り組みました。しかし2004年度の電力使用量は、2003年度実績に対して、4.5%の増加、全エネルギー使用量では8%の増加となりました。この増加は、生産量の増加や生産時間の延長等によるものです。特に、カーナビゲーションの生産が増加したことに起因しています。



本社事務所正面玄関前の太陽光発電のサインボード

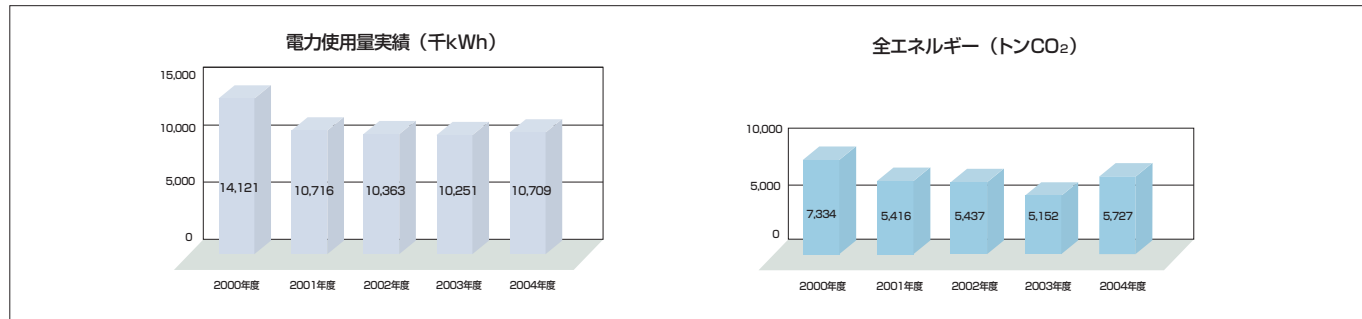
■ 主な活動内容

●本社事務所（埼玉）の正面玄関前のサインボード（看板）を太陽光発電を利用する環境に配慮した省エネタイプとしました。

●本社事務所（埼玉）のエアコンを順次、省エネタイプに更新し、環境に配慮しています。

●CML群馬の大型の冷温水発生器（灯油使用）を省エネタイプに更新し、省エネ及びCO₂削減を行ないました。

■ エネルギー使用量の削減



（出展：環境省 GHG算定方法ガイドラインVer.1.5を参考）

物流における省エネルギー活動

製品サイズを考慮した荷姿の改善や製品の輸送の効率化を図り、CO₂排出量の低減を推進しています。

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。九州地方の輸送で実施しています。

2. 容積の効率化

クラリオンは、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. 共同輸配送の実施

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。そこで、クラリオンは他企業との連携を実施し、共同配送を実施しています。そして、復路利用による往復実車化も併せて実施しています。

化学物質管理活動

クラリオンは、有害物質による環境汚染リスクの低減や法規制順守を目的に化学物質管理を徹底して行っています。また、今後の法規制及び業界の環境保全の動きに対応するように、化学物質の削減や廃止に関する活動を進めています。

予防活動

東北事業所では、環境汚染物質の漏洩、流出、事故等を未然に防止する目的で、定期的（1回／3ヶ月）に、東北事業所の屋内外のパトロールを実施しています。日頃の保管状況の確認はもちろんのこと、緊急時の漏洩、流出対策として、排水口がある場所に吸収材、土嚢、フィルターを設置する等、環境汚染予防活動に努めています。



吸収材の設置

危険物質保管庫					
管理部署	製品生産部				
管理担当	金型管理課	×	×	×	×
	内務	×	×	×	×
管理責任者	製品生産部	×	×	×	×
(緊急時の連絡先)	内務	×	×	×	×
電話	02-2222-XXXX	×	×	×	×
伝真	02-2222-XXXX	×	×	×	×
物質名	品番	分類	容量	最大保管量	MSDS等の保管
1,1,1-トリクロロエタン	001-1	第4類第2石油類	10kg	10kg	有
2,2,2-トリクロロエタン	001-2	第4類第2石油類	10kg	10kg	有
1,1,2-トリクロロエタン	001-3	第4類第2石油類	10kg	10kg	有
1,1,1-トリフルオロエタン	001-4	第4類第2石油類	10kg	10kg	有
1,1,2-トリフルオロエタン	001-5	第4類第2石油類	10kg	10kg	有
1,1,1-トリフルオロエタン	001-6	第4類第2石油類	10kg	10kg	有

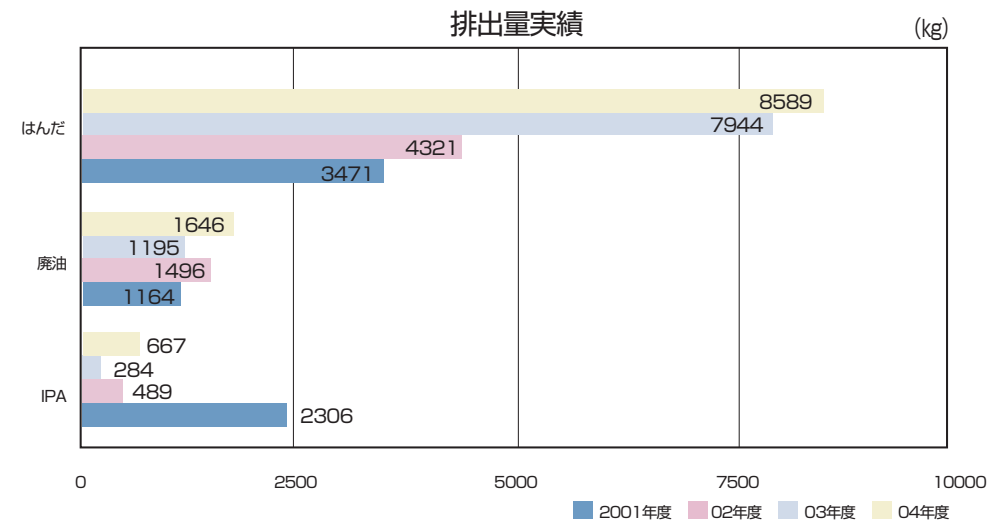
保管状況確認リスト



東北事業所のパトロール

化学物質排出量削減

可能な範囲で、生産で使用する化学物質の排出量削減に努めています。既に、はんだはリサイクル化しており、IPA（イソプロピルアルコール）および廃油については、従来、焼却処分していましたが、2003年8月よりリサイクルを実施しています。



（補足）2003年度と比較して、はんだが増加傾向にありますが、これはカーナビゲーション等の生産量の増加に起因しています。

さらなるステージへ、企業価値向上を目指す新たなビジョン。

経済性報告

クラリオンは2004年3月期に収益体質改革を過去最高益という成果で実現しました。そして、新たな企業ビジョンである「Vision-70」の実現に向け、さらに価値ある企業への変革を目指す新中期経営計画「MOVE20」に取り組んでいます。財政面においても株主資本比率の向上や、有利子負債の削減、シンジケートローン組成など、資本効率を高めた経営も着実に進んでいます。

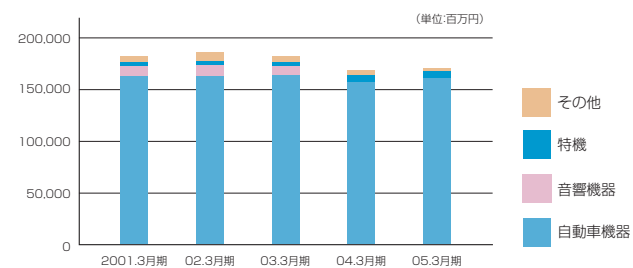
財務ハイライト（連結）

■ 連結実績推移（5ヵ年）

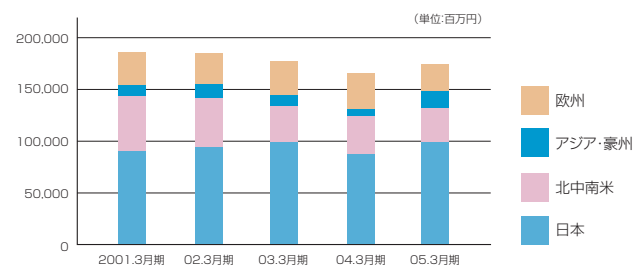
（単位:百万円）

連結	2001.3月期	02.3月期	03.3月期	04.3月期	05.3月期	06.3月期予測
売上高	181,686	187,954	185,530	168,947	178,325	180,000
営業利益	-2,058	-2,335	9,534	10,352	9,582	7,500
経常利益	-4,825	1,290	5,757	8,141	7,282	5,500
当期利益	-7,762	-7,274	1,555	6,305	5,111	3,000

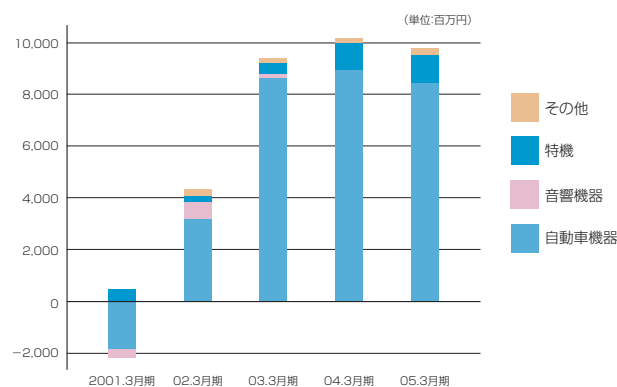
■ 連結製品別売上高推移



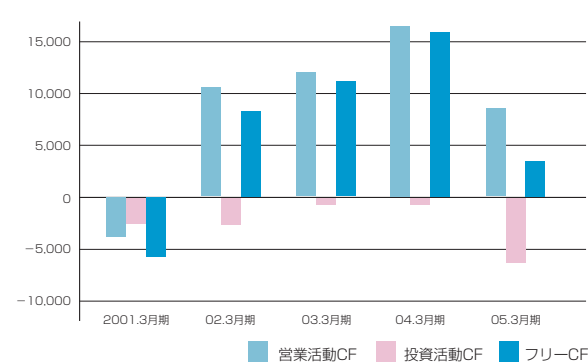
■ 連結地域別売上高推移



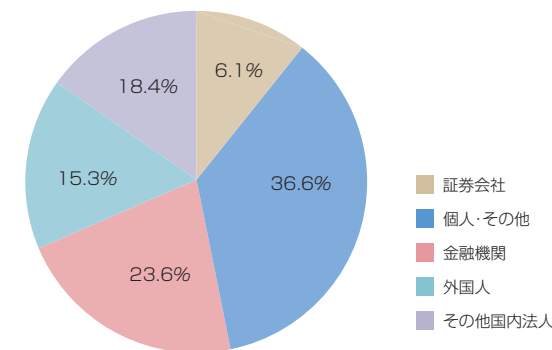
■ 連結製品別営業利益推移



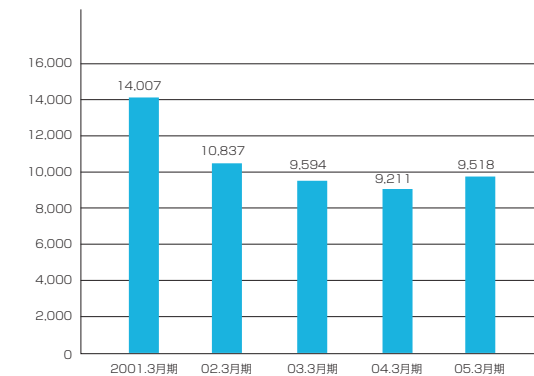
■ 連結キャッシュフロー状況



■ 所有者別株主分布状況（2005.3月期）



■ グループ人員



Vision-70の目標数値

	2005.3月期	2010.3月期
連結売上高	1,783 億円	2,600 億円
連結営業利益	96 億円	180 億円
連結営業利益率	5.4 %	7.0 %

Vision-70

In an environment of "Mobile Info-Entertainment" where people can enjoy sound and information in their cars, we will create products that emphasize a "Fresh Feeling of Safety" and "Fresh Pleasure" and provide excitement and satisfaction to our customers.

会社概要

商 号	クラリオン株式会社 Clarion Co., Ltd.
本社事務所	〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50 電話 048(443)1111
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 178,325百万円(2005年3月期) 単独 132,291百万円(2005年3月期)
従業員数	連結 9,518名 単独 1,158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

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。

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。

主要関連会社

〈国内〉

クラリオン販売 株式会社
クラリオン商事 株式会社
クラリオン移動体通信販売 株式会社
クラリオンサービス 株式会社
クラリオン・エム・アンド・エル 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

〈海外〉

Clarion Corporation of America
Clarion Europa GmbH
Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd.
Electronica Clarion, S.A. de C.V.
Clarion France S.A.
Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines
Clarion Hungary Electronics Kft.
Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd.
Clarion (G.B.) Ltd.

役 員

取締役社長……………泉 龍彦

取締役副社長………大倉 喜一郎

取締役……………若森 豊

取締役……………吉峰 徹郎

取締役……………皆川 昭一

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

企業ビジョン

＜ Vision-70 ＞

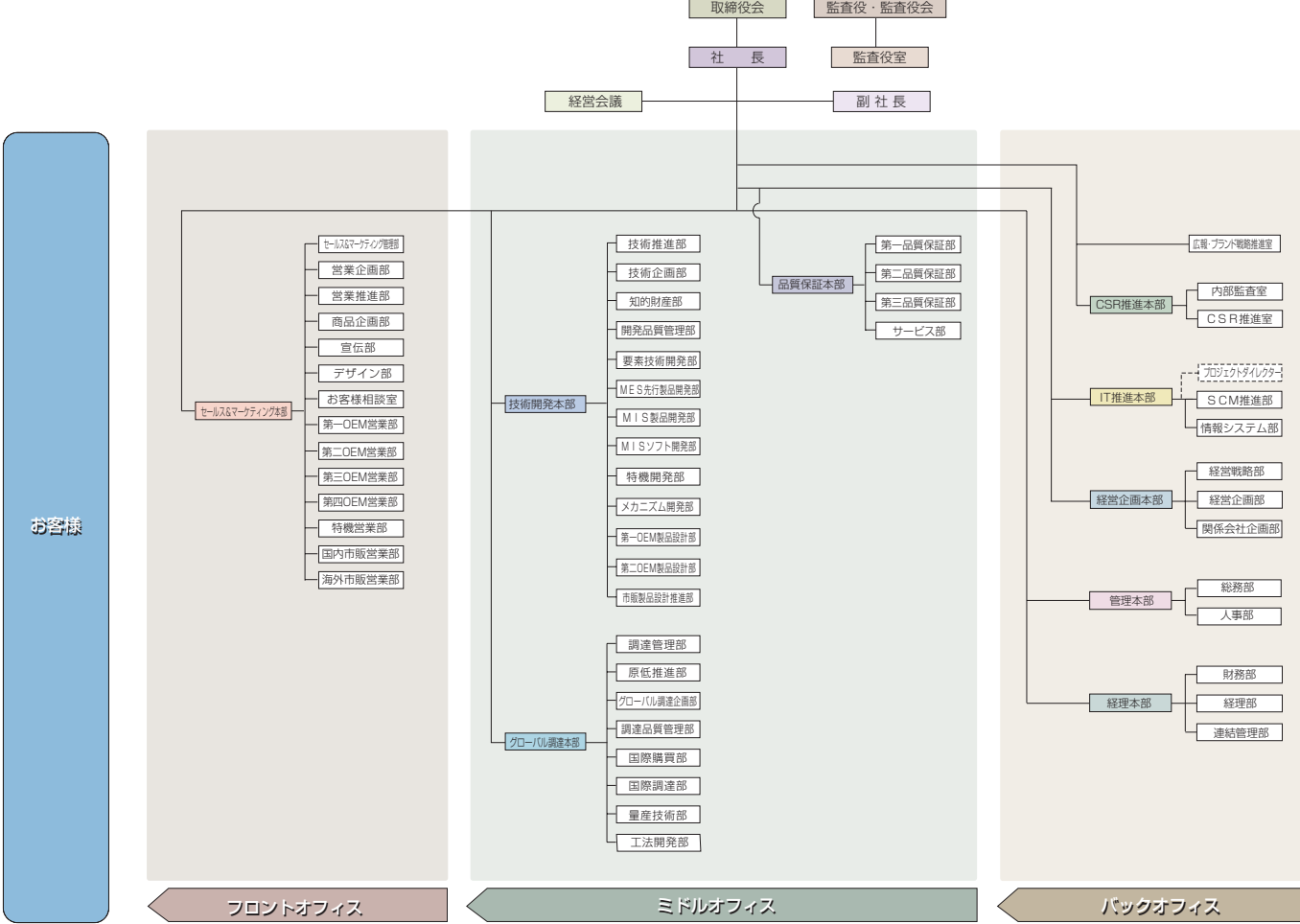
音と情報を楽しむモバイル・インフォエンタテインメント

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。

組織図



沿革

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。



Le Parisien (1953)

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tereo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 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／マレーシアに合併で初の海外工場(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CDCCD5000発売。
1989年10月／フィリピンに生産会社(CMCP)を設立。
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(CHE)を設立。
1998年1月／米マイクロソフト社と車載用コンピュータ「オートPC」を共同開発。
1998年12月／世界ではじめて「オートPC」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(株)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、3社で合弁会社(株)エイチ・シー・エックス設立。
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／ETC(有料道路自動料金収受システム)用の車載器を発売。
2001年11月／東京モーターショーに「AutoPC CADIAS」を出展。

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・エム・アンド・エル(株)を設立。
2002年12月／日本初の車載コンピュータ「AutoPC CADIAS」発売。
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。
2003年8月／中国・上海GM社へC/D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インチモニター搭載HDD搭載AVナビゲーションを発売。
2004年10月／フォルクスワーゲングループジャパンの7車種にAVナビゲーションを展開。
2005年1月／業界初、iPod対応のAVセンターユニットを北米で発売。
2005年3月／ボルシェ・ジャパン全車種への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ナビを発売。

国内・海外拠点のシームレスな連携が、グローバルな事業展開を可能にする。

国内

クラリオン株式会社 本社事務所
〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50
TEL:048-443-1111 FAX:048-445-3810

クラリオン株式会社 本社
〒112-8608 東京都文京区白山5-35-2
TEL:03-3815-1121

クラリオン株式会社 東北事業所
〒963-0725 福島県郡山市田村町金屋字下夕川原50
TEL:024-944-1111 FAX:024-943-3384

クラリオン販売株式会社
〒112-8710 東京都文京区白山5-35-2
TEL:03-3813-5151 TEL:03-3813-5160

クラリオン・エム・アンド・エル株式会社
〒963-0725 福島県郡山市田村町金屋字下夕川原50
TEL:024-941-5616 FAX:024-943-4767



本社事務所

クラリオンサービス株式会社
〒364-0007 埼玉県北本市東間5-66
TEL:048-541-2430 FAX:048-541-2659

クラリオン商事株式会社
〒112-0001 東京都文京区白山5-35-2
TEL:03-3815-4711 FAX:03-3815-4071

クラリオン移動体通信販売株式会社
〒150-0045 東京都渋谷区神泉町10-10 神泉ビル3F
TEL:03-3463-0662 FAX:03-3463-0646

クラリオンエンジニアリング株式会社
〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50
TEL:048-443-2970 FAX:048-444-8730

クラリオンシステムハウス株式会社
〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50
TEL:048-433-3801 FAX:048-447-0415



東北事業所



アジア／オセアニア エリア

Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd.
Head Office:Room 9,10F, Tower 1,Harbour Centre, 1 Hok Cheung Street, Hung Hom Kowloon, Hong Kong
TEL:(852)2723-2088, FAX:(852)2723-1991
Plant:Dongguan Dongkeng Clarion Electronics Factory Plainvim Industrial Park, Zhongxin Road, Dongkeng Town, Dongguan, Guangdong, The People's Republic of China
TEL:(86)769-3692688, FAX:(86)769-3692788

Dongguan Clarion Orient Electronics Co., Ltd.
Head Office:Junda Industrial Zone, Dongkeng Industrial Road, Dongkeng Town, Dongguan, Guangdong 523455, The People's Republic of China
TEL:(86)769-3385-611, FAX:(86)769-3385-604
Shanghai Office:Room 2104, An Tai Building, No.107, Zunyi Road, Hong Qiao Development Zone, Shanghai, 200336, The People's Republic of China
TEL:(86)21-6237-5122/5133, FAX:(86)21-6237-5139
Guangzhou Office:Room 511B, Jinheng Commercial Plaza, No. 117, Hengfu Rd., Guangzhou City, Guangdong, 510095, The People's Republic of China
TEL:(86)20-8349-0142, FAX:(86)20-8349-0040
Beijing Office:Room 604 Jingguang Centre, Huijialou, Chaoyang District Beijing, 100020, The People's Republic of China
TEL:(86)10-6597-4977/4978, FAX:(86)10-6597-4976

Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd.
Cheng Dong Industrial Area, Dong-An District, Xiamen, Fujian, The People's Republic of China
Tel:(86)592-713-2350/2351, FAX:(86)592-713-2650
Engineering Office:8F, Xiamen Mail Processing Centre, No.275 Lujiang Road, Xiamen, Fujian, The People's Republic of China
TEL:(86)592-238-9080/9081, FAX:(86)592-238-9089 Box Number 361004

Clarion (Malaysia) Sdn., Bhd.
Phase 3, Free Industrial Zone, 11900 Bayan Lepas, Penang, Malaysia
TEL:(60)4-6148-400, FAX:(60)4-6439-108/6438-763

Crystal Precision (Malaysia) Sdn., Bhd.
Phase 3, Free Industrial Zone, 11900 Bayan Lepas, Penang, Malaysia
TEL:(60)4-6148-400, FAX:(60)4-6439-108/6438-763

SIAM CM Electronics Co., Ltd.
64/67 MOO4, Eastern Seaboard Industrial Estate (Rayong) Pluackdaeng, Rayong Province, Thailand
TEL:(66)38-955-515-517, FAX:(66)38-955-518

Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines
Head Office-Plant:Phase II Block 7, Cavite Export Processing Zone, Rosario, Cavite, Philippines
TEL:(63)46-437-0401-0406
FAX:(63)46-437-0409/971-1167

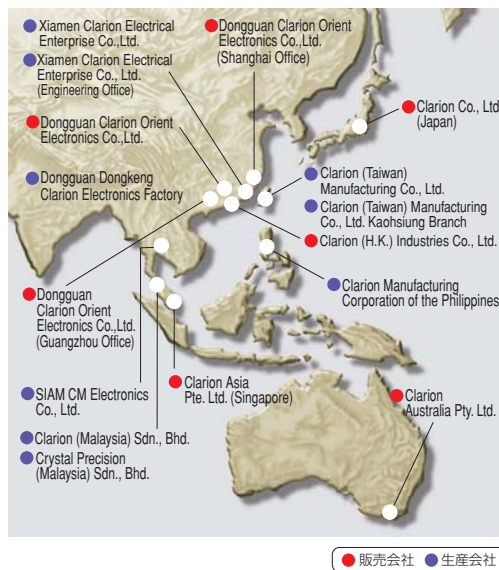
Clarion Asia Pte. Ltd.
315 Alexandra Road, #04-03 Performance Centre, Singapore 159944
TEL:(65)6475-5233, FAX:(65)6475-5928

Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd.
Head Office:3F., No.69-8, Sec.2, Chung Cheng East Rd., Tamsui, Taipei Hsien, Taiwan R.O.C.
TEL:(886)2-2809-1333, FAX:(886)2-2808-3348
Plant:Kaohsiung Branch 2 North Nei-Huan East Rd., N.E.P.Z., Kaohsiung, Taiwan R.O.C.
TEL:(886)7-362-7151, FAX:(886)7-363-7877

Clarion Australia Pty. Ltd.
30 Corporate Drive, Moorabbin, Victoria 3189, Australia
TEL:(61)3-8558-1115, FAX:(61)3-9551-0366



Clarion Australia Pty. Ltd. (オーストラリア)



Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines (フィリピン)

アメリカ エリア

Clarion Corporation of America
661 West Redondo Beach Blvd., Gardena, California 90247, U.S.A.
TEL:(1)310-327-9100, FAX:(1)310-327-1999/0499

Clarion Corporation of America, Detroit Office
40200 Grand River Avenue, Suite 200, Novi, Michigan 48375, U.S.A.
TEL:(1)248-991-3100, FAX:(1)248-991-3101

Clarion Corporation of America, Kentucky Office
PO Box 240, 237 Beaver Road, Walton, Kentucky 41094, U.S.A.
TEL:(1)859-485-6600, FAX:(1)859-485-1763

Clarion Corporation of America, Harlingen Office
1514, South 77, Sunshine Strip Suite 25, Harlingen, Texas 78550, U.S.A.
TEL:(1)956-412-0770, FAX:(1)956-412-1962

Clarion Corporation of America, Kokomo Office
1769 East Lincoln Road, Kokomo, Indiana 46902, U.S.A.
TEL:(1)765-864-2055, FAX:(1)765-864-2065

Clarion Corporation of America, Ohio Office
289 Cramer Creek Court Dublin, Ohio 43017, U.S.A.
TEL:(1)614-791-1488, FAX:(1)614-791-1688

Clarion Corporation of America, Tennessee Office
53 Century Blvd., Suite 130, Nashville, Tennessee 37214, U.S.A.
TEL:(1)615-874-8701, FAX:(1)615-874-8756

Clarion Corporation of America, Miami Office
7205 Corporate Center Drive, Suite 303, Miami, Florida 33126, U.S.A.
TEL:(1)305-406-0999, FAX:(1)305-406-0964

Zandiant Technologies, Inc.
Suite#210, Technology Drive, Irvine, CA 92618 U.S.A.
TEL:(1)949-655-7500, FAX:(1)949-655-7511

Clarion Canada Inc.
2239 Winston Park Drive, Oakville, Ontario, L6H 5R1, Canada
TEL:(1)905-829-4600, FAX:(1)905-829-4608

Electronica Clarion, S.A. de C.V.
Head Office:Camino a Santa Teresa #1257, Col. Jardines del Pedregal, C.P.01900 Mexico D.F.
TEL:(52)55-5481-2400, FAX:(52)55-5135-2760
Plant:Av.3 Esq.Calle #9.Zona Industrial,San Juan Del Rio, Queretaro,C.P.76800,Mexico
TEL:(52)427-2718800,FAX:(52)427-2725503

Clarion do Brasil Ltda.
Av. Guido Caloi, No.1985-Galpão 07, Santo Amaro,CEP 05802-140-São Paulo-SP, Brasil
TEL:(55)11-5897-6301, FAX:(55)11-5893-2199



Clarion Corporation of America (アメリカ)

ヨーロッパ エリア

Clarion Europa GmbH
Hessenring 19-21, 64546 Mörfelden-Walldorf, Germany
TEL:(49)6105-977-0, FAX:(49)6105-977-399

Clarion Europa GmbH Wolfsburg Office
Rothenfelder Str.10, 38440 Wolfsburg, Germany
TEL:(49)5361-293442, FAX:(49)5361-293443

Clarion Europa GmbH Filiaal Nederland
Ramgatseweg 15A, 4941 VN Raamsdonksveer, The Netherlands
TEL:(31)162-521110, FAX:(31)162-514159

Clarion Svenska AB
Box 234 127 24 Skärholmen,Sweden
TEL:(46)8-50591000,FAX:(46)8-7219250

Clarion (G.B.) Ltd.
Unit 1, Marshall Road, Hillmead, Swindon, Wiltshire SN5 5YU, England
TEL:(44)1793-870400/870404/874875
FAX:(44)1793-875747

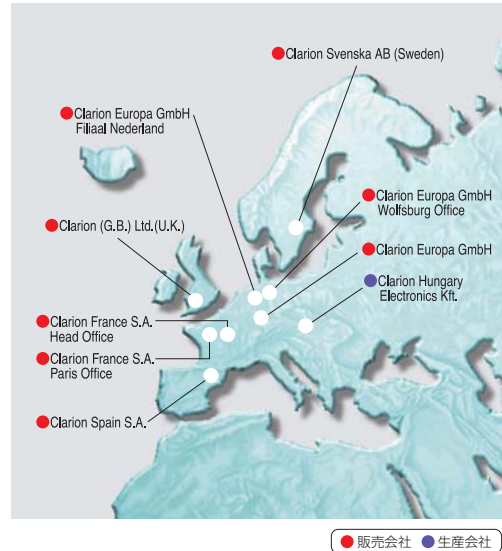
Clarion France S.A.
Head Office:Le Pré à Varois, Route de Pompey, 54670 Custines, France
TEL:(33)3-83-49-4400, TELEX:960967
FAX:(33)3-83-24-1762
Paris Office:26 Rue de L'Industrie,92400 Courbevoie,France
TEL:(33)1-46-35-49-00
FAX:(33)1-46-35-49-09 (OEM Sales)
FAX:(33)1-46-35-49-49 (Retail Sales)

Clarion Spain S.A.
Argenters 2, Parc Tecnològic del Vallès, 08290 Cerdanyola, Barcelona, Spain
TEL:(34)93-582-0273, FAX:(34)93-582-0274

Clarion Hungary Electronics Kft.
H-2760 Nagykáta, Jászberényi út 116, Hungary
TEL:(36)29-640-100, FAX:(36)29-640-160



Clarion Europa GmbH (ドイツ)



Clarion (G.B.) Ltd. (イギリス)



Clarion France S.A. (フランス)

社会的責任の一環として、積極的な情報開示を継続して実施。

情報開示／編集方針／対象範囲

クラリオンは、事業活動にとどまらず環境保全活動や社会貢献活動などに関する情報を、多様なメディアを通じて公開し、幅広いステークホルダーと積極的にコミュニケーションを図っています。

「クラリオンレポート2005」の発行

2005年度は、これまで別々に発行していた「サステナビリティレポート（社会的責任報告書）」と「Information on Clarion（会社概況）」を統合し、「クラリオンレポート2005」として皆様にお届けします。この1冊でクラリオンの全てが俯瞰できるものと考えています。

また、これらの情報は冊子版でままと共に、ホームページでも全文を掲載しており、ダウンロードが可能になっています。

< ホームページアドレス > <http://www.clarion.co.jp/>



サステナビリティレポート
2004



Information on Clarion

「クラリオンレポート2005」の編集方針

「クラリオンレポート2005」は、これまでの会社概況書で紹介しました、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、サステナビリティレポートの使命を受け継ぎ、CSR（企業の社会的責任）の観点、すなわち環境、経済、社会それぞれの側面からクラリオンの企業活動を捉えて編集いたしました。

また、トップインタビューをはじめとして多くの従業員にインタビューを行いその内容を掲載することで、クラリオンの生の声をお伝えするよう心がけました。

本レポートを通じて、ステークホルダーの皆様と、より密なコミュニケーションを図ると同時に、持続可能な社会の実現へ向けた活動と情報開示をさらに充実していきたいと考えています。

< 資 料 >
・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）」 参考
・GRI：「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002」 参考

〔次回発行予定〕 2006年8月

環境会計及び環境負荷データの対象範囲

● 対象期間は2004年4月1日～2005年3月31日です。（一部 2005年7月までの最新情報を含んでいます。）

● 対象範囲は次の通りです。

・国内の環境会計及び環境負荷データの対象は下記の4サイトです。

・海外の環境負荷データの対象は、下記の地域です。

■ 埼玉サイト

（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／
株式会社エイチ・シー・エックス）

〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50

■ 東京サイト

（クラリオン株式会社 本社／クラリオン販売株式会社／
クラリオン商事株式会社）

〒112-8608 東京都文京区白山5-35-2

■ 福島サイト

（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）

〒963-0725 福島県郡山市田村町金屋字下夕川原50

■ 群馬サイト

（クラリオン・エム・アンド・エル株式会社）（2005年5月31日付で閉鎖）

〒370-0641 群馬県邑楽郡邑楽町赤堀1508-1

■ 中 国

・Dongguan Clarion Orient Electronics Co., Ltd.
・Clarion Dongguan Factory
・Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd.

■ 台 湾

・Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd.

■ ハンガリー

・Clarion Hungary Electronics Kft.

■ イギリス

・Clarion (G.B.) Ltd.

「クラリオンレポート2005」の 社会・環境・経済報告の作成に協力して

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2005」の社会・環境・経済レポート部分（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ないました。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ついて

会社は、昨年まで会社概況書として作成してきた「Information on Clarion」と、企業の社会的責任（CSR）に係わる情報を開示してきた「サステナビリティレポート」を一冊化し、「クラリオンレポート2005」として発行しました。これは会社の活動を1冊にまとめ、各ページに従業員の写真とコメントを記載することで、よりステークホルダーにわかりやすく親しみやすいレポートをめざしたものです。CSRを果たしていく上で、ステークホルダーとのコミュニケーションは重要であり、編集方針でも本レポートによってステークホルダーとのコミュニケーションを図ることを目的として記載しています。コミュニケーションを促進すること、そしてその中から社会的責任を果たす上で会社にとっての重要な課題を抽出し、具体的な行動目標の設定をして活動を進めることが期待されます。

2. 情報開示について

会社は本報告を昨年に引き続き、その取り組みを環境・社会・経済のトリプルボトムラインの視点で取りまとめています。中でもコンプライアンスについては、国内の具体的取り組みを紹介し、活動を着実に進めている状況が読み取れ、国内外グループ会社への活動の展開についても情報を開示する努力をしています。また、本年より海外6サイトの環境負荷情報について開示しており、これらの情報開示の充実に関する取り組みは、積極的なものとして評価できます。

今後は、個々のテーマごとに取り組まれているCSRに関する活動について体系的に取りまとめ、全社的な方針をより明確に示し、その方針に基づいた各々の取り組みの経過と結果について、情報開示を進めることが期待されます。また、社会性、特に従業員とのかかわりについては、雇用に関わるデータなど、取り組みの情報と共に定量的データの情報開示の充実が望まれます。

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。



2005年7月31日
中央青山PwCサステナビリティ研究所
（中央青山監査法人グループ）

< お問い合わせ先 >

クラリオン株式会社 本社事務所
〒335-8511 埼玉県戸田市上戸田50

広報・ブランド戦略推進室
TEL：048-443-1111（代表）／FAX：048-443-0792

当レポートに関するアンケートをホームページに掲載しておりますので
ご協力をお願いいたします。
<http://www.clarion.co.jp/company/effort/>

発行年月／2005年8月