

clarion



Clarion Report 2006

会社概況／CSRレポート



clarion

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

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

R100



331PA600

クラリオン株式会社

時代を超えて受け継がれるクラリオンマインド。 それは、新しい夢を描き続ける企業遺伝子。

「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。」

車載機器専門メーカーとして、クラリオンが守り抜いてきた企業理念は
車載環境の大きな進化の流れのなかにおいても
決して揺るがないクラリオンマインドとして
企業の中に、そしてグループ社員一人ひとりの中に貫かれてまいりました。

そしてこの企業理念をより具体的な形として実現するため
未来のあるべき理想を描いた新企業ビジョン「Vision-70」として定め、
2010年に迎える創業70周年へ向けて着実にその歩みを進めています。

2006年には新生グローバルブランド「Clarion」へ統一。
その象徴として「Human Mobile Music Media Interface (Clarion H.M.I.)」
構想を掲げ世界を舞台に、新たな挑戦を続けています。

企業理念を次の世代へ
製品を通して、そして、企業活動全体を通して受け継いでいく。
私たちクラリオンは、これまで、そして、これからも
社会に信頼され、人々に愛され、
必要とされる企業を目指してまいります。



新ブランドロゴ／カラー／スローガン



「Clarion」ロゴをグラデーションでデザインすることにより、
シャープな現代性を象徴。カラーは、企業の透明性や信頼感を
表現した「Clarionアズーロ」を採用。アズーロはイタリア語で
“青”を意味します。

CONTENTS

01-02 企業マインド
03-04 会社概要
05-06 トップインタビュー

■ 事業レポート

07-08 グローバルネットワーク
09-10 クラリオンヒストリー
11-12 事業紹介
13-16 技術開発
17-18 品質保証

■ 社会レポート

19 リスクマネジメント
20-22 コンプライアンス経営体制
23-26 社会コミュニケーション
27-30 社内コミュニケーション

■ 環境レポート

31-32 環境方針・環境マネジメント
33-34 事業活動と環境負荷
35-36 目標と実績
37-38 環境会計
39-40 環境保全活動
41-42 製品への環境配慮

■ 経済レポート

43-44 財務ハイライト
45 編集方針／対象範囲
46 「クラリオンレポート2006」に
協力して

Clarion概要

会社概要 (2006年3月31日現在)	
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 184,176百万円 (2006年3月期) 単独 135,278百万円 (2006年3月期)
従業員数	連結 10,037名 単独 1,165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

役 員 (2006年6月27日現在)	
取締役社長	泉 龍彦
取締役	若森 豊
取締役	吉峰 徹郎
取締役	和田 泰彦
取締役	皆川 昭一
取締役	本堂 一郎
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

主要取引金融機関

りそな銀行
みずほコーポレート銀行
三井住友銀行
三菱東京UFJ銀行
日本政策投資銀行
住友信託銀行

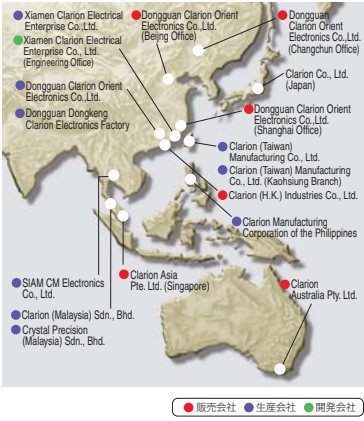
加盟団体

電子情報技術産業協会
日本自動車車体工業会
日本機械輸出組合

主要拠点・関連会社 (2006年4月1日現在)



＜国 内＞
クラリオン 株式会社 本社事務所
本社
東北事業所
浜松営業所
名古屋営業所
大阪営業所
広島営業所
クラリオン販売 株式会社
クラリオン・エム・アンド・エル 株式会社
クラリオンサービス 株式会社
クラリオンアソシエ 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



＜アジア／オセアニア エリア＞
Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd.
Dongguan Clarion Orient Electronics Co., Ltd.
Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd.
Clarion (Malaysia) Sdn., Bhd.
Crystal Precision (Malaysia) Sdn., Bhd.
SIAM CM Electronics Co., Ltd.
Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines
Clarion Asia Pte. Ltd.
Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd.
Clarion Australia Pty. Ltd.



＜アメリカ エリア＞
Clarion Corporation of America
Zandiant Technologies, Inc.
Clarion Canada Inc.
Electronica Clarion, S.A. de C.V.
Clarion do Brasil Ltda.

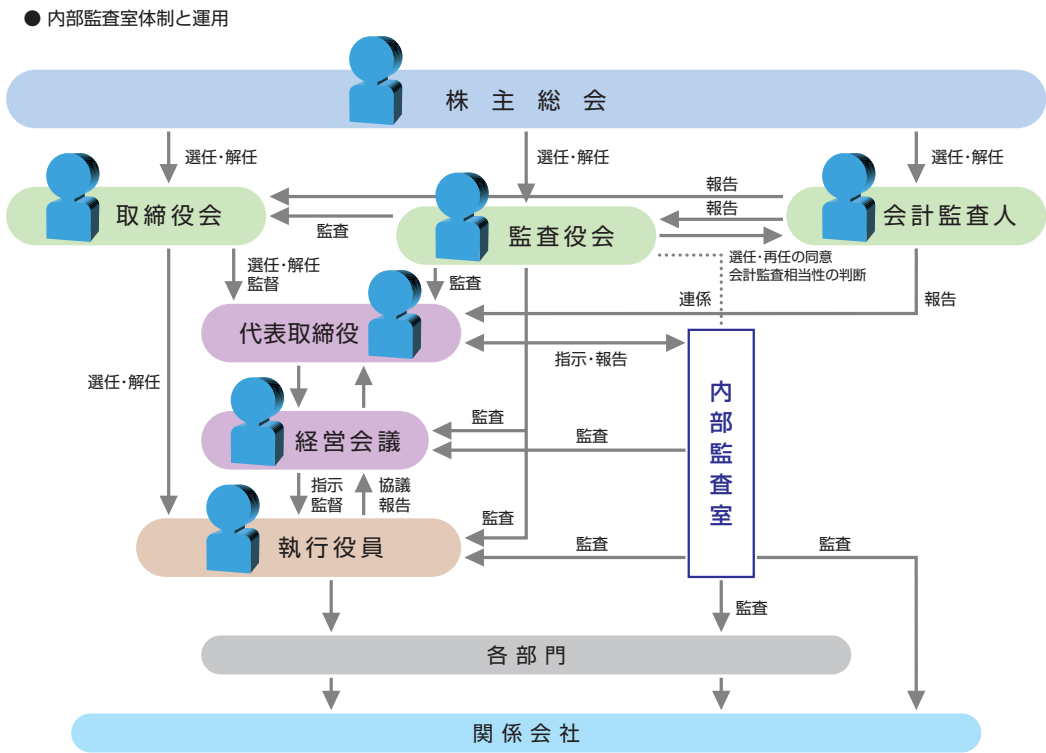


＜ヨーロッパ エリア＞
Clarion Europa GmbH
Clarion (G.B.) Ltd.
Clarion France S.A.S.
Clarion Spain S.A.
Clarion Hungary Electronics Kft.

コーポレートガバナンス体制

当社は、監査役制度を採用しており、取締役会は当社グループ全体の視野に立った経営の基本方針及び経営の重要な意思決定と業務執行を指揮監督する役割を担っております。また、業務を迅速に執行するために執行役員制度を実施するとともに、責任の明確化及び機動性を高めるために取締役及び執行役員の任期を1年間としています。取締役会を補佐する協議機関としては取締役及び執行役員等によって構成される経営会議において、当社及び当社グループに関する経営の方向性や方針を明確にしています。

さらに内部統制システムのもと、内部監査室による当社各部門及び当社グループ各社に対する内部監査を定期的の実施し、業務活動の効率性、適法性、社内規程の遵守等に関する検証を行い、監査結果を社長へ報告するとともに必要に応じて指摘事項について是正しております。



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。

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。

“世界を舞台に活躍する企業として、 ブランド力と企業価値の向上を目指す”



取締役社長

泉 龍彦

出身地／東京都
生年月日／1952年4月14日
最終学歴／成城大学 経済学部卒

<略歴>

1976年 4月	クラリオン株式会社入社	欧州市販営業担当
1978年 4月	アメリカで市販営業担当	
1987年 11月	ビッグ3営業担当	
1999年 6月	取締役就任	
2001年 5月	代表取締役社長就任	

（新グローバルブランド「Clarion」へ 統一を図った背景は何ですか？）

当社は2006年4月に全世界の商品ブランドを「Clarion」に統一いたしました。それまでは国内ブランドを「ADDZEST」として展開していましたが、企業価値の向上、グローバルなブランドイメージの向上をめざして「Clarion」で統一し、コーポレートカラーをクラリオンアズーロという鮮やかな青色に一新いたしました。

今回の新ブランドの導入により、クラリオングループとして今まで以上に“期待されるクラリオン”へと飛躍することを目指しています。そして、その一環として「クルマなどの移動空間において、人と音楽を、人と情報を結びつけるインターフェースとなる」という、クラリオンにしか成し得ない領域での製品とサービスを提供し、新グローバルブランドをさまざまなプロモーション活動を通じて強力にアピールしてまいります。

（将来へ向けた製品やサービスなど 具体的な取り組みはありますか？）

当社が進む方向性は、車載音響機器を基本に進んでいます。その中でも大きな2つの方向性があると考えています。一つはエンターテインメント領域の強化です。昨今さまざまなメディアが台頭し、車載機器も新たな対応が求められています。これらはエンターテインメント領域に対するニーズの多様化と重要性の高まりであると言えます。クラリオンではマルチメディアの急速な進化に柔軟に応え、お客様が自宅やオフィスや車の中というように、どこでもシームレスにエンターテインメントを楽しむことができる製品と環境をいち早く提供してまいります。

そしてもう一つの方向性は、ITS[※]領域への取り組みです。クラリオンでは我々の強みであるカメラ技術をさらに進化させることに力を入れています。クルマの後方や周囲の安全を確認できるだけでなく、カーナビゲーションなどの車載情報機器と、クルマの走る、曲がる、止まるといった機能が連携することにより、もっと安全で安心できる運転システムを提案してまいります。当社の標榜するブランドスローガン「クラリオンH.M.I.」は、このような2方向の取り組みにより、商品を通じてお客様に多くの夢をお届けしてまいります。

※ITS（Intelligent Transport System）
ITを利用して輸送効率の向上、道路交通を円滑にするための交通システム。

（クラリオングループでの 社会的責任（CSR）の取り組み状況は？）

当社では、企業が社会的責任を果たす上で、コンプライアンスが重要と考え、コンプライアンス・プログラムに取り組んで誠実かつ透明性ある企業を目指しています。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展開しています。また、環境の保全是全世界の最重要課題の一つであり、環境負荷物質の抑制は企業経営の基本であるとの考えから、環境配慮型製品の開発を推進しています。

絶えず変化する社会の要請がどこにあるのかについて常に考え、ステークホルダーとのコミュニケーションを通して進むべき方向を見誤らないようにすることが大切で、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。これからもCSRを意識した企業文化を育むべく力を入れていきたいと考えています。

（ご自身の経歴で印象に残る経験や 実績を聞かせていただけますか？）

入社後から海外駐在を数多く経験しましたが、若い頃は、外国の異文化を目の当たりにして随分戸惑った思い出が多くあります。例えば、初めてアメリカに赴任した折、米国人しかいない企業で暫く監査業務を担当していたのですが、商慣習の違いから相手を怒らせてしまったり、こちらの意思が正確に伝わらなかったり、数え切れない程のカルチャーショックを受けました。しかし、この時に多くの友人ができたのも事実で、私にとっては社会人になって最初の大きな経験でした。

仕事面で最も印象に残っているのは、二度目のアメリカ駐在時代にビッグ3といわれている自動車メーカー、GM、フォード、クライスラーに純正製品を供給する商権を獲得したことです。その後、この勢いを駆ってアメリカ市場に参入している多くの自動車メーカーの商権も一気に獲得していきました。今思えばこれらの実績は、入社後すぐに赴任したアメリカ駐在での試行錯誤の毎日があったからだと思っています。その後の人生における大きな財産になったといってもいいでしょう。

新グローバルブランド「Clarion」を掲げ、 新たな感動と満足の世界へ。

世界中の自動車メーカーへOEM製品（相手先ブランドによる生産）を供給してきた確かな実績、
自動車メーカーとの間に築かれた堅固なパートナーシップ、
そして、世界各国のお客様へ向けた市販製品の提供。
これらクラリオンのグローバルな企業活動を支えているのが、
世界中をカバーする企画・設計・購買・生産・販売・サービス・CSのネットワークです。
2006年からは、新グローバルブランド「Clarion」へとブランドの統一を図り、クラリオングループとして世界の人々へ常に
新たな感動と満足をお届けする“期待されるクラリオン”を目標に、さらなる飛躍を目指しています。



Toda, Saitama, Japan



Swindon, Wiltshire, England



Mörfelden-Walldorf, Germany



Kaohsiung, Taiwan



Penang, Malaysia



Walton, Kentucky, U.S.A.



Oakville, Ontario, Canada



Santo Amaro, São Paulo, Brasil



Hakusan, Tokyo, Japan



Custines, Meurthe-et-Moselle, France



Nagykáta, Jászberényi, Hungary



Rosario, Cavite, Philippines



Dongguan, Guangdong, China



Moorabbin, Victoria, Australia



Kokomo, Indiana, U.S.A.



San Juan Del Rio, Queretaro, Mexico

車載分野をリードしてきた歴史と実績で、常に時代の一步先へ。

日本初のカーラジオ、日本初のカーステレオの発売など、クラリオンは車載機器専業メーカーとして、クルマとともにその歴史を刻んできました。車室空間という過酷な環境で、音のクオリティにこだわりつづける。世の中のトレンドをいち早くキャッチし、未来を先取りするユニークな製品を世に送り出す。これまでにリリースしてきた製品一つ一つにはさまざまな技術力や開発力、アイデアやノウハウが結集されています。そして、これまで培ってきた知的財産と企業理念を融合させ、クルマなどの移動空間で音楽と情報のインターフェースを目指すことを謳ったブランドスローガン「Clarion H.M.I.」を掲げ、新しい未来を見つめ着実に歩み続けています。

1940's



**1948年
日本初**
カーラジオ・バス用拡声装置を開発、発売

1950's



**1951年
日本初**
クラリオン初の純正ラジオ
日野ルノー「ル・パリジャン」発売

1960's



**1963年
日本初**
カーステレオを開発、翌年発売

1970's



**1968年
日本初**
カセットカーステレオを発売

1980's



1986年
1DINタイプ CD/DSPコントロール、TV/AM/FMチューナー付 5型LCDアンブ「VRX8250」発売

1990's



1999年:
1DINタイプ CD/MD/AV/DSP/EQ/TEL-LINKコントロール AM/FMチューナー付CDデッキアンブ「DRX8575z」発売

2000's



**2002年
日本初**
車載PC「AutoPC CADIAS」発売。OSにWindows CE for Automotive採用、通信方式ナビ「Access Navi」採用



**1998年
世界初**
米マイクロソフト社と車載コンピューター「Clarion AutoPC」を共同開発。世界で初めて「Clarion AutoPC」を米国で発売



1995年
市販初の2DIN一体機「ADX8155」発売



1996年
高性能・高音質CDセンターユニット「DRX9255」発売



**1993年
日本初**
ハイブリッドナビゲーションシステム「NAX-700」を発売



2006年
新グローバルブランド「Clarion」からHDDナビゲーション「MAX960HD」発売



**2005年
業界初**
iPod®フルコントロール機能搭載1DIN AVセンター ユニット「VRX755VD」発売



車室空間を変貌させる、音楽と情報のインターフェースを求めて。

NAVI & AUDIO・VISUAL

常に業界をリードする、ナビ&オーディオビジュアル事業。
常に新たな技術とアイデアを注ぎ込み魅力ある製品を市場に送り出しているクラリオンのAV・ナビゲーション。'06ナビラインアップでは、HDDナビゲーションに超高画質のワイドVGAディスプレイや楽しみながら操作できる3D画面メニューの搭載をはじめ、地上デジタル放送への対応などリッチコンテンツ放送時代に対応。また、AVラインアップでは、CDの曲を簡単に収録できるミュージック

キャッチャー®IIの搭載やiPod®をはじめ、USBメモリー、SDメモリーカードなど、さまざまな記録メディアと接続したり、お客様の手持ちのデジタル機器との連携を強化しています。そのほか人にやさしいヒューマン・マシン・インターフェース®を目指して操作性を高めた新型オーディオの商品化や、六価クロムフリー化やはんだの鉛フリー化推進など環境配慮型の製品開発にも努めています。

※ヒューマン・マシン・インターフェース (Human Machine Interface)
人と機械間に介在し、人への情報提供、機械への指令などをやり取りするインターフェース、装置。



操作性を追求したオーディオの開発



見やすく、押しやすい操作ボタン、大きくてわかりやすい文字・インジケータ表示など、その使いやすさが高く評価され、数多くの自動車メーカーに採用されています。



環境保全活動の一環として、2006年モデルより、環境へ配慮がなされている製品に対して「クラリオン環境マーク」の表示を実施しています。

広い視野とガラスレンズによる高画質を実現した CCDリアビューカメラ。



後方確認カラーカメラ

カーナビゲーションのモニターなどを利用して車両の後方を映し、セーフティドライブをサポート。車幅や後方の距離感の目安となるガイドライン表示機能も搭載しています。

業務用車両・バスシステム

時代を見据え、業務用車両のトータルソリューションを展開。
バス機器のトップメーカーであるクラリオンは、路線・観光バス分野の高い実績をベースにさらなる開発・事業展開を行っています。そのひとつが、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の開発です。路線バスオートガイドシステムとして商品化し、将来的にはフリートマネジメント®への利用を見据えて配送トラック、タクシーなど業務車両全般への普及を目指しています。また、運転席からの死角をモニターで視認できるCCDカメラを用いた車両安全確認システムや、事故時の映像記録はもちろん、速度や位置情報などの車両情報を取得・保存する車両版ドライブレコーダーも事故解析・事故予防・省エネ運転への貢献が期待されています。

※フリートマネジメントシステム
通信ネットワークにより複数のドライバーが情報を共有し、車両管理・運行管理を円滑に行うことができる次世代システム。車両運行管理のみにとどまらず、道路情報・地域情報の路車間情報通信、緊急通報システム、車両盗難防止システム、通行車両への課金システム等、さまざまな用途への拡大が期待されています。

●ドライブレコーダービューア画面



コンテンツプランニング

シームレスなモバイルコンテンツを展開

クラリオンのコンテンツ事業は、Web、携帯サイト向けコンテンツ提供を主な業務とし将来の車載向けコンテンツ提供を視野に戦略的な展開を計っています。Webサイトでは、車生活を意識した観光ポータル【Movieum（ムービウム）】を立ち上げ、高速化・大容量化を続けるナビゲーションシステムへのコンテンツ提供を計画。また、携帯サイトでは国内大手3キャリアの公式サイトを通じエンターテインメントコンテンツの提供を開始しています。さらに、地域サイトやBtoBサイトを立ち上げるなど、これらさまざまなコンテンツ事業が、将来的には当社の中核事業と結びつき、相乗的な効果を上げることを目指しています。

●携帯サイトコンテンツ



●観光ポータル【Movieum（ムービウム）】



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

We are Clarion



商品企画部
泉 亮太郎

プロジェクトを前進させるためにできることを考える。

市販からOEMまで、当社が扱うすべての製品を対象にしたマーケティング機能と商品企画機能を担っているのが商品企画部です。市場・お客様からの情報収集、社内の営業部門・開発部門などの調整、新たな商品の企画などに直接的・間接的に関わることでプロジェクトの円滑化に取り組んでいます。異なる部署、さまざまな経験を持つメンバーが意見をもち寄り、わくわくするような提案を考えられるのがこの仕事の魅力です。



第一OEM営業部
古谷 貴志

優秀な人々と触れ合える環境が刺激になる。

OEM営業は、お客様である自動車メーカーと当社とをつなぐ窓口的な役割を果たして、お客様と共に企画・開発から生産・サービス対応まで幅広い業務に携わることになります。社内のスタッフはもちろんですが、沢山の社外の方、特に自動車メーカーの様々な立場の方々と接することも多く、優秀な人たちの仕事の進め方や物の考え方などに間近でふれることができ、すべてが勉強になっています。

未来を夢見る力とチャレンジ精神が、次の時代への架け橋 になる。

ヒューマン・マシン・インターフェースへの取り組み

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



ヒューマン・マシン・インターフェースの概念をベースに、人間工学をはじめとするさまざまな視点からユーザービリティを追求しています。その対象は、ボタンの数や大きさ、位置などのハードウェア分野はもちろん、液晶画面の地図デザインや操作ロジック、メニューのグラフィック表現、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び、幅広い視点からの改善・向上に努めています。

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への対応
2003年12月から開始された地上デジタルTV放送では、従来のアナログ放送では困難だった自動車走行中における美しく安定した画面でのTV鑑賞が可能となります。車載TVで美しい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年から順次、対応商品を販売していきます。



従来のアナログ放送の受信状態



デジタル放送の受信状態

Bluetooth採用の新しいハンズフリー装置の商品化

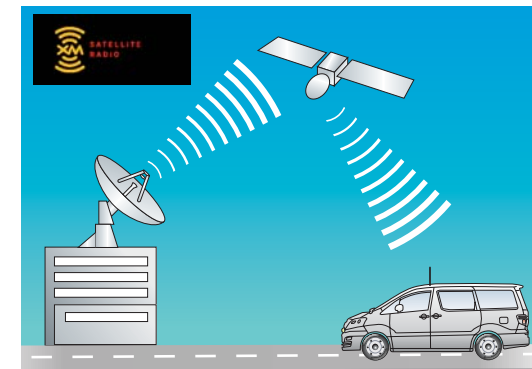
新しい無線技術で車内外のシームレスな機器接続を実現
クラリオンが開発した無線接続システム、Bluetooth™採用のハンズフリーシステムは、携帯電話とカーオーディオ装置の無線による自動接続を可能にしました。この技術はエンターテインメント分野にも応用され、車載機器と携帯オーディオとのケーブルレス接続についても開発中。携帯オーディオの状態表示や操作が車載機器から行えるため、バッグに入れたままでもその音楽ソースを聴くことが可能です。人気のiPod®などの携帯オーディオとカーオーディオの連携など、次代のシームレスなミュージックスタイルを実現します。



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、人口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500万件を突破し、市場に認知される存在へ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XMでは2004年秋より開始、Siriusは2006年夏より開始されます。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、自動車メーカー向けOEM製品にもXM交通情報の採用が決定しています。

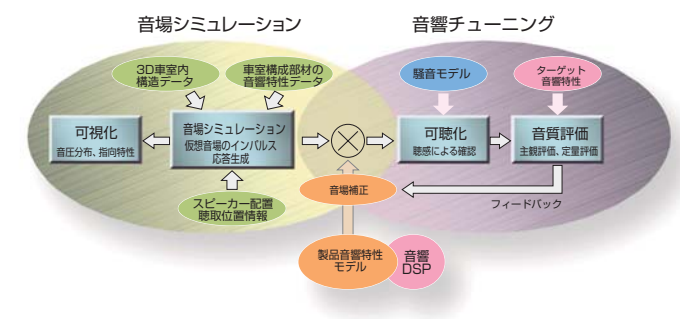


車載音響技術への取り組み

車室内を、理想的なオーディオルームへ

「過酷な音響空間である車室内を理想的なオーディオルームに近づけること」、それがクラリオンの音響技術開発部門の使命です。クラリオンでは、歪んだ音場の特性を自動的に測定して理想環境に近づける自動音場補正技術や、臨場感のある音を車室内に再現するオリジナルのサラウンド技術、また高速走行や様々な道路条件下で音楽をかき消してしまうロードノイズにも対応するラウドネス補正型オートボリュームコントロールなどの技術開発を行いました。将来的には車室内の騒音を抑制して静かなリスニングルームを作り出すことができる技術、ANC (Active Noise Control) の技術開発にも取り組んでいます。

●実車両レスでの音響シミュレーション技術



We are Clarion



納入率100%と適正な在庫レベルの両方を達成する。

お客様から要求された期限を守りながら納入率100%で営業部門をサポートし、高いレベルでお客様満足を達成することはOEM管理の責務です。また一方で、会社の経営目標をクリアする適正な在庫レベルを維持することも重要です。私たちはこうした厳しい業務目標を達成することでクラリオンが競争の激しい自動車業界で成功する一翼を担っていきたいと思っています。そして米国及び世界中のクラリオンの仲間たちと仕事ができることを幸せに思います。

クラリオンアメリカ デトロイト
販売管理

- ① マーク・ヴィール
- ② クリス・サキージャ
- ③ パティ・プレーマー
- ④ ニッキー・エパート
- ⑤ リサ・ノートン

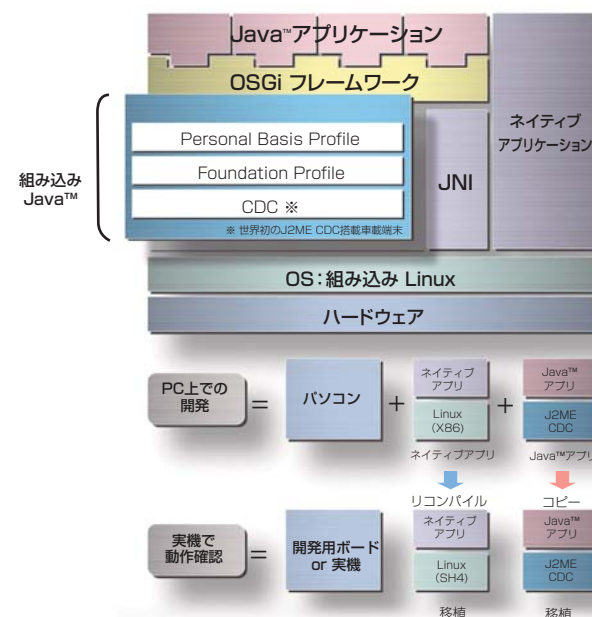
車載機器で培った技術とノウハウが、新分野への可能性を切り拓く。

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、新たな開発環境の創造

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す。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、これまで車載機器開発に要していた時間を飛躍的に短縮し、新たな開発環境を創造します。

● 車載Linux/Java™プラットフォーム



テレマティクス端末に要求される機能

- アプリケーションのネットワーク経由配信
- 配信時の信頼性、セキュリティが重要
- ハードウェアごとにアプリケーションを作たくない

Java™の特徴とマッチ

<メリット>

- 開発者が多い、裾野が広い（教育機関で学習）
- 組み込みの専門知識がいらない（従来のOSであるItronでは習得に数年かかる）
- アプリケーション開発をPC上のできるので開発効率がよい

空港面監視システム／ IMTS用車々間通信システム

SS無線通信※を応用した独自のITS技術開発

クラリオンでは、ITS関連技術に対しSS無線通信システムの開発を通して2つの独自技術を開発してきました。ひとつは、広大な敷地内を移動する車両等を、集中制御型の無線データリンクにて管制局で一元管理することが可能なシステムです。クラリオンは開発プロジェクトに参加し、主として空港内の車両の位置を監視対象としたシステムの開発に協力。現在、新千歳空港や中部国際空港などに導入され運用されています。もうひとつは、分散制御型のシステムで、車々間通信のためのIMTS (Intelligent Multimode Transit System) 用無線データ通信システムです。IMTSでは各車両に搭載された無線機間で、車両速度や自車位置などの情報通信を高速に行うことで、安定した隊列走行を実現します。淡路島テーマパークではこの技術を利用して、専用道路でのバスの隊列走行を実現しています。

※SS無線通信
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。



● 中部国際空港



● 空港面監視システム
車載モニター

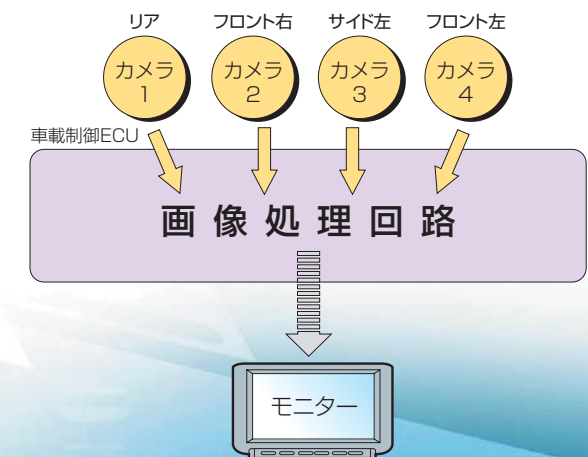
● 車々間通信用の無線通信
データリンクシステム



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、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を商品化しています。さらに駐車支援や走行支援を目的とした画像処理・画像認識技術にも取り組んでいます。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で駐車を容易にする視点変換ボックスをクラリオンは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ー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、開発を進めています。



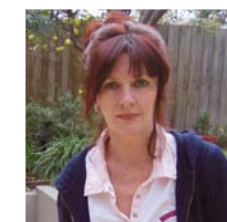
We are Clarion



クラリオンアジア
販売管理
エスター・ヨウ

お客様の多様性が コミュニケーションの力を磨く。

私は製品発注や輸入、そして担当しているお客様への出荷・販売のほか、在庫管理など、サプライチェーン・マネジメントと密接に関わる仕事に携わっています。シンガポールという国の性質上、地域もニーズも異なる数多くのお客様とお付き合いするため学ぶことも多く、毎日が新鮮です。お客様からの多様なご要望に応えつつ、「いかに効率的にコントロールするか」が私の現在の課題であり、目標達成に向けて奮闘する毎日です。



クラリオンオーストラリア
トニー・マーシャル

日々進化していく職場で働く エキサイティングな毎日。

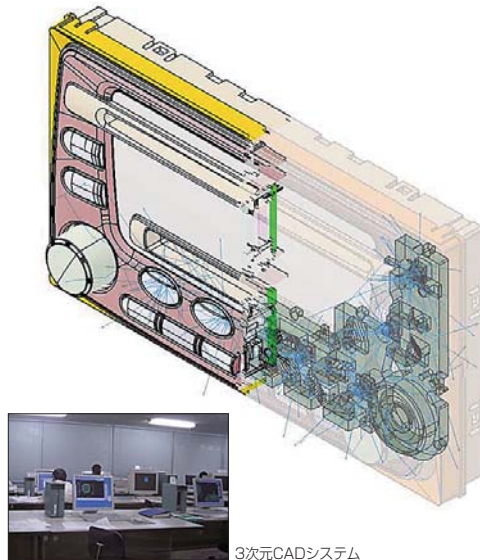
私はクラリオンオーストラリアに勤めてもうすぐ7年になりますが、近年、クラリオンオーストラリアの進化や活性化を目の当たりにしています。新しい時代に向けてマーケティングと販売を行うチームがダイナミックに連携し始めているのです。私の役割も広がり、社長秘書としての業務だけではなく、輸出入手続きや税関などの業務にも携わるようになりました。新鮮なアイデアや熱い想いが実現していく瞬間に自分も立ち会えることを非常に誇りに思います。生まれ変わっていく職場で、今後の挑戦とやり甲斐に満ちた日々を楽しみにしています。

世界基準をクリアする品質管理体制は、確かな信頼性の証明。

品質保証

想像を超える苛酷なテストのクリアが商品化の条件

CADシステムによる精密なシミュレーション設計、試作評価、設計審査が行われた試作品が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、世界のさまざまな気候や環境で安定した性能を発揮することが要求されるため、苛酷な状況を想定してあらゆる試験が行われ、決められた基準を満たすまで品質評価スタッフと開発スタッフとの間で何度もやり取りが行われます。この厳しい品質評価体制は、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。



3次元CADシステム

国内・海外共通のシステムで製品の品質を保証

車載機器は、カーAVからHDDナビゲーションシステムに代表されるように製品の複雑化・高度化に伴い、ますます高い品質精度が求められています。そのため、生産ラインから市場に送り出すプロセスにおいても、従来の検査水準を遥かに超える綿密なチェックシステムが必要となっています。クラリオンでは、製品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の実装状態を調べるため、高精細カメラやX線機器を積極的に導入。また、生産ラインで行われる検査においては、国内から海外まで統一されたチェックオペレーションが行われるシステムとなっており、世界のどのクラリオン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。

市場の要求に応える、新たな品質管理体制の構築

クラリオンの最大の取引先である自動車業界は、ここ数年の世界的な再編を経て、品質・コストなどのあらゆる面で、市場から厳しい要求を迫られています。クラリオンはこの要求に応え、自動車メーカーとのパートナーシップをより強固なものとするため、新たな品質管理体制を整えています。その一環として取得を進めているISO/TS16949は、ISO9001を母体とした自動車業界固有の品質システムとして、海外自動車メーカーはもちろんの事、国内の自動車メーカーでも適合要求が始まっている国際規格で、既にクラリオングループの内、4社が認証を取得しています。そのほか、クラリオンでは、取引先から自社までの一貫した品質管理体制や、グローバルに対応するサプライチェーンの整備など、お客様のさまざまな要求を考慮した体制づくりを通して「お客様満足と信頼の確保」を目指しています。

▼散水試験機



▼砂塵試験機



▼耐候(光)性試験機



▼自動検査装置



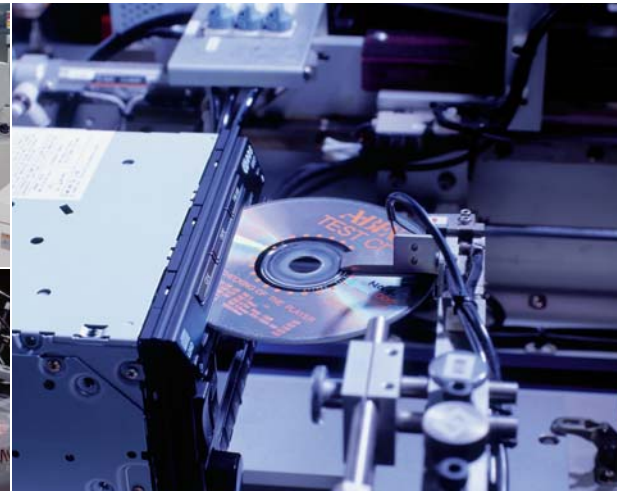
▼X線検査装置



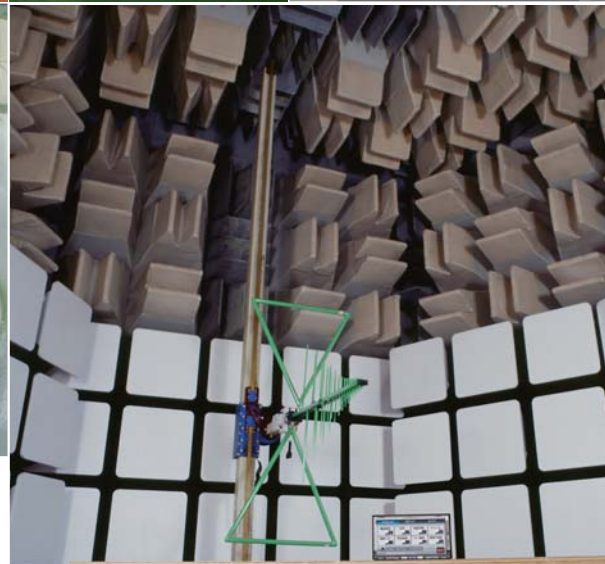
▼プリント基盤自動検査機



▼出荷前全数検査装置



▲自動繰り返し耐久試験機



▲自動評価システム



▲恒温恒湿槽

▲耐震・耐熱試験

▲電波音響測定室

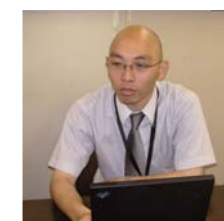
We are Clarion



開発品質管理部
車両適合性評価グループ
後藤 圭希

女性一人の職場で プロフェッショナルを目指す。

私が所属している車両適合性評価グループは、長らく女性が配属されていなかった部署なので、メーカーや他部署などどこへ行っても女性というだけで珍しがられてしまう状況です。しかも一番近い先輩との所属年数の差は12年。最初はちょっとした不安もありましたが、配属一年が過ぎ職場の雰囲気にも溶け込んでいます。開発品質管理は、幅広い機種種の操作をはじめ多くの知識が要求されますが、焦りつつも、地道に実驗プロフェッショナルを目指しています。



第一品質保証部
岡崎 泰二

自分の一言が会社の言葉になる という責任感。

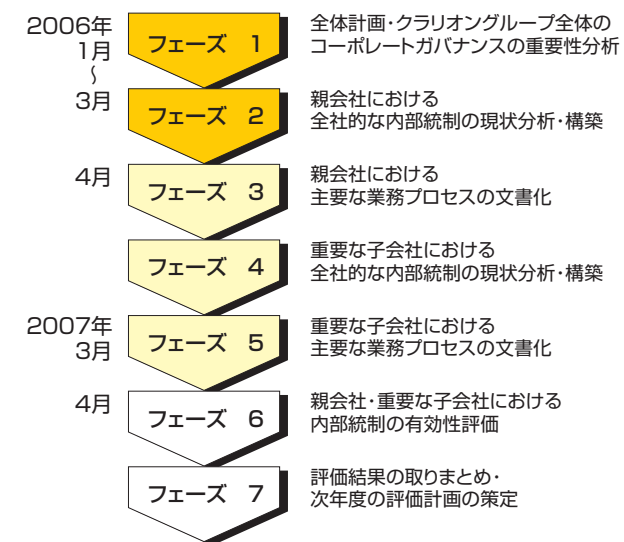
クラリオン製品がお客様へ納入された後のアフターフォローの応対が、メーカーの信頼性を左右する時代です。私は、自動車メーカーに納入される自社製品の品質管理やアフターケアなど、主に不具合が発生した際の顧客対応を担当しています。お客様と直接お話をさせていただく機会が多く、自分の発した一言が会社の言葉となって納入品質の評価につながることも多いため、大きな責任とやりがいを感じながら日々仕事に取り組んでいます。

社会との信頼関係を行動で示す、健全な経営体制を目指して。

内部統制確立の取り組み

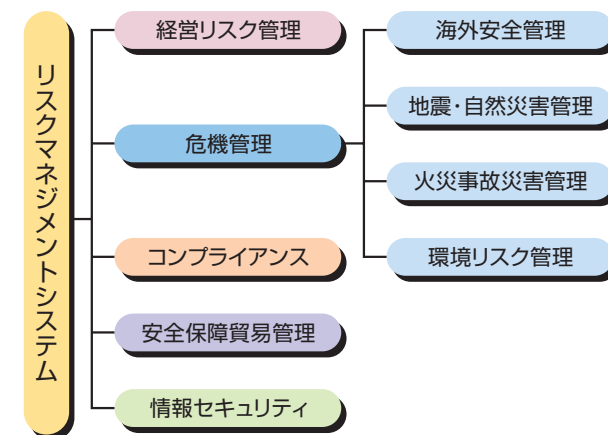
コーポレートガバナンスの重要性が注目されるなかで、会社の信頼を支えるのが内部統制です。2006年5月の会社法の施行に対応し取締役会にて内部統制の方針を決議するとともに、金融商品取引法への対応を進めています。

具体的な活動として2006年1月から内部統制基幹プロジェクトが始動し、以下のようなプロセスに沿って準備を進めています。



リスクマネジメント体制

クラリオンは、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）の体制の構築を目指しています。TRM構築の柱として、コンプライアンス、危機管理、情報セキュリティ、安全保障貿易管理の活動を行っています。特に、危機管理については、安否確認システムの導入や、実際の災害を想定した避難訓練の実施等を通じて安全対策を講じています。また、これらリスクマネジメントシステムを管理・運営する部署に対しては、内部監査室が定期的に監査することにより、体制整備・強化につなげています。



コンプライアンス経営体制の確立

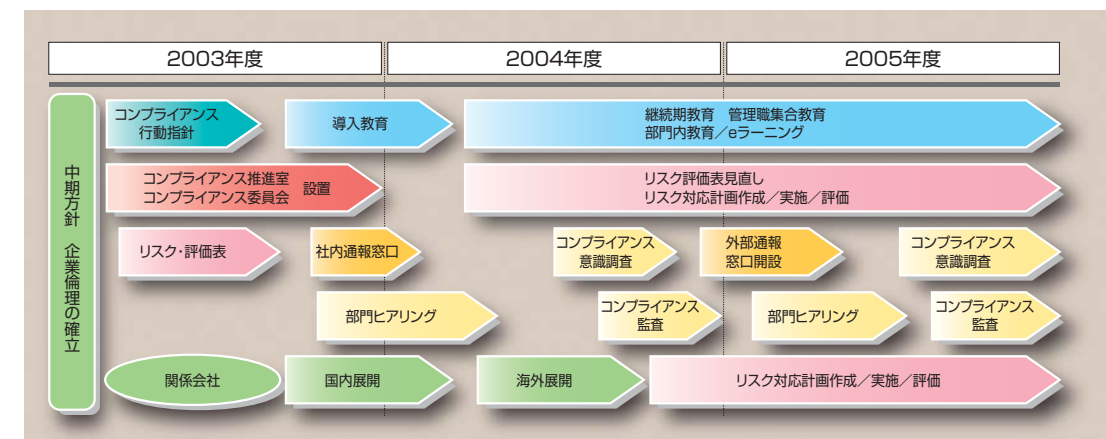
クラリオンは、企業が社会的責任を果たす上でコンプライアンスが重要と考え、2003年度より「企業理念を核としたコンプライアンス・プログラムを基本に企業倫理の確立を図る」ことを掲げ、グループ全体で取り組んでいます。コンプライアンス行動指針を基本としたコンプライアンス・プログラムをグループ全体に展開し、コンプライアンス態勢を強化し誠実で透明性ある企業を目指しています。

コンプライアンスの取組み

2003年度からスタートしたコンプライアンスの取り組みは、導入期活動として行動指針の制定や推進体制を整え、国内外のグループ会社にも展開しました。2005年度は継続期活動として、教育研修では全管理職を対象に他社事例や個人情報保護法等、新規法令を取り上げました。モニタリングとしては部門との意見交換会やコン

プライアンス意識調査を行いました。また、コンプライアンス監査と情報セキュリティ監査を同時開催した他、準拠法令とコンプライアンスリスクを整理したリスク評価表をベースに、各部門でPDCAサイクル[※]をまわしリスクを下げる活動を重点的に進めています。

※PDCAサイクル
計画をたて（Plan）、実行し（Do）、その評価（Check）にもとづいて、改善を行う（Action）、という工程を継続的に繰り返す仕組み。



コンプライアンス推進体制

クラリオンは、2003年7月に「コンプライアンス行動指針」の制定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（旧コンプライアンス推進室）を事務局に定期的に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。



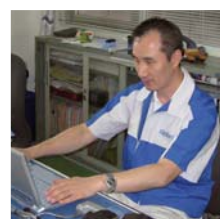
コンプライアンス行動指針

コンプライアンス行動指針は、イントラネットで社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。また四つ折りのカードとし、全社員が携帯できるようにしています。

1. 総則（社会規範の遵守）
2. 社会との関係
3. 顧客・取引先・競合会社との関係
4. 株主・投資家との関係
5. 社員との関係
6. 会社・会社財産との関係
7. 付則（相談・申告窓口など）



We are Clarion



クラリオンサービス
テクニカルセンター
関 光貴

お客様が納得する
技術的なサービスを提供したい。

技術的なサービスと言うと、故障した製品の修理やお客様の苦情処理などを思い浮かべるとはいますが、現場では一言では語れないくらいさまざまな業務が生じています。たとえば、指摘された不具合を究明するためには、実際にお客様の車両を調査するために現地へ赴き、お客様に納得していただける説明やサービスを提供しなければなりません。また、お客様の声を今後の製品改良に役立てる活動も私たちFIE（フィールドエンジニア）の務めです。



クラリオン・エム・アンド・エル
製造部
藤田 悦子

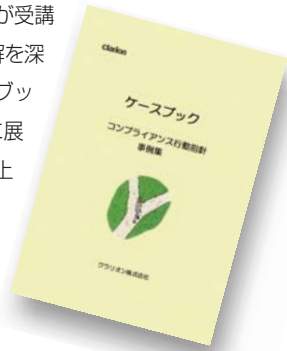
自分が作ったという
誇りと喜びを感じながら働く。

車載用CCDカメラの生産ラインを担当しています。この分野は生産品種が急速に増え、今後ますます市場拡大が予想されています。以前は、家族や友人に「車載用のカメラ」と言ってもなかなか理解されませんでしたが、少し前からテレビコマーシャルなどが始まり、「私、これを作っているのよ」と言えた時は嬉しかったです。今後も製品1台1台に真心を込めて世に送り出し、自信をもって自分が作ったといえるよう頑張っていきたいと思っています。

コンプライアンス活動を推進し、誠実で透明性のある企業へ。

コンプライアンスの教育・研修

コンプライアンス教育は全社で継続的に行っています。管理職への課題別集合研修を2006年度は新たに制定・施行された法令（金融商品取引法、公益通報者保護法、RoHS指令等）について取り上げました。また2004年度から始めたeラーニングでのコンプライアンス研修はグループ会社の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。各部門ではケースブックやビデオなどを使用し全社員に展開、コンプライアンス意識の向上を図っています。



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をアフターサービスや商品開発に利用しています。「個人情報保護方針」を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。

お客様の情報はもとより社員情報についても管理を強化し漏洩防止に努めています。また、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、個人情報保護法に対応しています。

各部門の個人情報管理状況については2005年度以降定期的に監査を行い、安全管理の徹底を図っています。

グローバルな取り組み

グループ全体へのコンプライアンス・プログラムの導入は国内8社、海外20社にわたっています。各社とも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はなく、スペイン語や中国語、マレー語等8カ国語で作成しています。また、コンプライアンス・プログラムの中核であるリスクの洗い出しとその対応計画の実施を本社と同様に進めています。

＜コミュニケーション＞

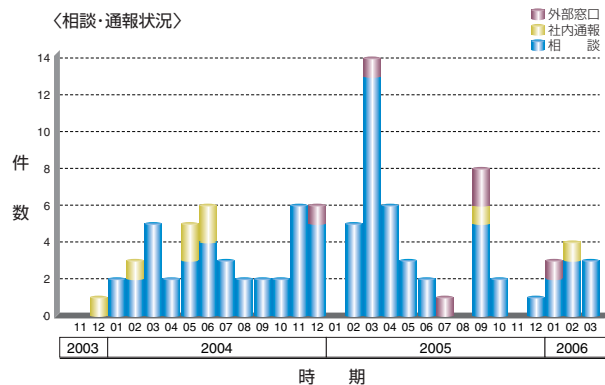
国内関係会社とは定期的に連絡会を開催し課題の共有化を進めています。また、ヒアリングや監査を通じて活動のレベルアップを図っています。海外とは予算編成時に行う各拠点トップのヒアリングで活動への理解を深めると共に、拠点からの定期報告とそのフォローにより活動を活性化させています。2005年には海外巡回を実施し現地スタッフとの交流を通じて「顔の見える」活動を進めています。

＜さらなる活性化を目指して＞

今後、海外関係会社の「ベスト・プラクティス活動」の表彰や、国内外の関係会社が一同に会して各社の活動状況を発表する「世界大会」の開催などを通じてグローバルでの活動の活性化を目指したいと考えています。

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づくりを図るためです。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。2006年4月の公益通報者保護法施行に伴い運用方法、仕組みを「社内通報規程」として定め周知をしています。グラフの通り、通報よりはむしろ相談が多く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。



コンプライアンス監査／コンプライアンス意識調査

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部門の取組みや法令遵守状況、情報セキュリティやリスク低減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本社全社員の意識調査を定期的に行い社内にも公表しています。下表（抜粋）の通り、コンプライアンスの重要認識度や相談通報方法などコンプライアンスに対する理解度や認知度など毎年着実に向上しています。

コンプライアンス意識調査 (2005年9月実施 本社全社員対象 回答率82%)

アンケート調査設問 (抜粋)	回答	05年9月	04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	95%	92%
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	3%	4%
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	8%	12%
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	39%	38%
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	65%	45%

We are Clarion



クラリオンマレーシア
総務
ジェニファー・ウオン

チェックと促進活動で コンプライアンスの浸透を図る。

クラリオンマレーシアのコンプライアンス活動に携わっています。主な業務は、定められた行動指針や規則の遵守状況をチェックすることです。また、本社から送られてくるCSRニュースを各部門に配信するなど、コンプライアンスの理解促進にも取り組んでいます。クラリオンマレーシアではコンプライアンスの必要性が認識されており、内部監査活動の導入によりコンプライアンスレベルがさらに向上するものと期待しています。



クラリオン東莞 (中国)
生産管理部
陳 強

お客様の要求に応える 完璧な計画の遂行を目指す。

部品納入から物作り、製品出荷における週次計画の策定や製品出荷などの業務に携わっています。ロス削減、在庫抑止などとともに、製品をお客様の要求どおりに供給する重要な役割を担っているため、計画漏れ・ミス防止、納期厳守という完璧な計画を常に目指しています。最近では、クラリオン香港などの出荷関係部署と連携し、船舶・航空機による運送費用を低減するために、塩田港の運用を始めました。まだまだ勉強中という気持ちを持って日々仕事に取り組んでいます。

世界中のお客様へ、広く、きめ細かく、気持ちを通わせるために。

世界を舞台にビジネス活動を展開しているクラリオンでは、国や地域によって異なるお客様のライフスタイルやニーズに応えるため、きめ細やかなCS活動や企業ブランドの統一に力を入れています。その取り組みのひとつとして、ボーダレス化が進む車載機器の市場へ対応するため、2006年より、国内を含めた世界市場で「Clarion」ブランドで商品をリリース。グローバルに統一されたブランディング活動を行うことで、世界中のお客様とのコミュニケーションを深めています。

お客様満足

カスタマーサポートの強化を推進

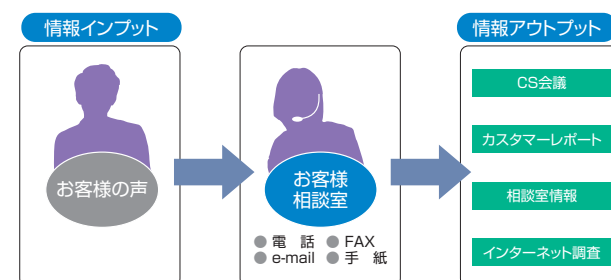
「お客様相談室」では人員を従来の1.5倍に拡充して電話応答率を向上させ、各種お問合せや苦情処理、販社・販売店の問合せなど、増加傾向にあるお客様からのご相談にお答えしています。さらにe-mailによるお問合せの受付体制のほか、製品に関するQ&AなどホームページによるCS (Customer Satisfaction) 体制も整備。また、カスタマーサポート活動の中で得たご意見やご要望を全部署で情報共有化するイントラネットの構築により、国内外のグループ会社でもお客様の声を商品やサービスに反映させる体制も併せて整えています。

■ ホームページ上のお問い合わせページ



製品に関するホームページ上のQ&A掲載件数は312件、アクセス数は3万件/月にのびります。

■ お客様の声をフィードバック体制

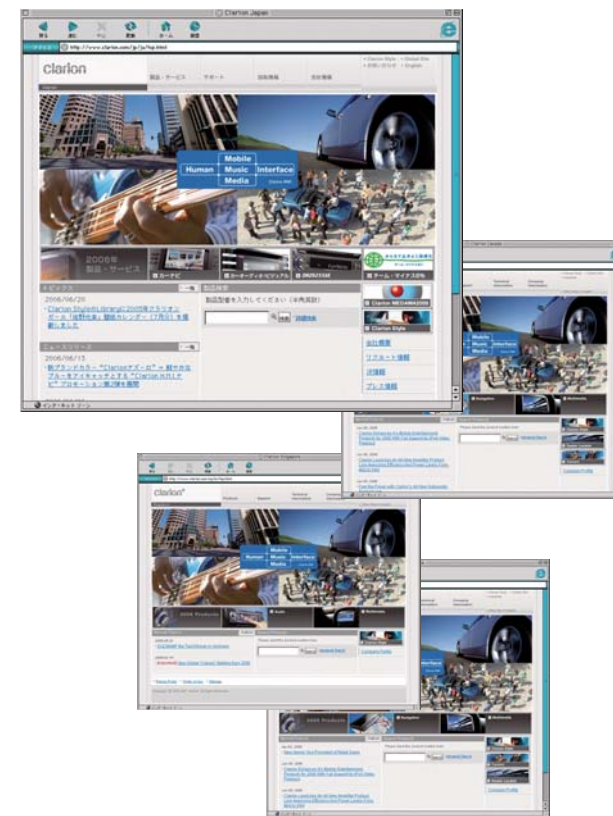


CS会議、サービス関連会議、カスタマーレポートや情報連絡書の発行により、お客様の声を積極的に社内にフィードバックする体制を整えています。

Webサイト

Webサイトの統合により、世界市場へ均一なサービスを提供。今やWebサイトはお客様とのコミュニケーションにおける最重要メディアです。クラリオンではグローバル戦略の一環として、これまで各国独自にサイトを運営していたグループWebサイトの統合・リニューアルに取り組み、イメージやコンテンツ、サービスのレベルの均等化を推進。統合的な運営による全体のレベルアップにより、お客様のニーズに応え、相互コミュニケーションを通じてクラリオンブランドを強化することを目指しています。

ホームページ <http://www.clarion.com/>



各国共通のデザインフォーマットによるWebサイトで、コンテンツサービスを展開しています。

国内外イベント



コンシューマーエレクトロニクスショー「2006 International CES」に出展 (アメリカ・ラスベガス)



「KL Motor Show 2006」に出展 (マレーシア・クアラルンプール)

「CAR & SOUND 2006」に出展 (ドイツ・ジンスハイム)



「新グローバルClarionブランド・新商品発表会」を開催 (全国7カ所)



We are Clarion



クラリオンブラジル
販売部門
ヘナート・ファバッチ

チャレンジ精神を持って シェアアップを目指す。

私はクラリオンブラジルの営業本部長であり、OEM/市販の販売部門の責任者です。クラリオンブラジルでは市販製品の拡販を目指して日々、チャレンジ精神を持って取り組んできましたが、近年、徐々に結果として表れてきています。会社の成長とシェアアップという命題を背負った職務のため、大きな責任とやりがいを感じながら働く毎日です。



クラリオンブラジル
販売管理
ナイヤラ・パウリーノ・
デ・オリベイラ

お客様の満足を考えながら 日々業務に取り組む。

私はクラリオンブラジルの販売管理部門を担当しており、主にオーダー受注やインボイス発行などの業務を行っています。クラリオンブラジルでは販売が増加しており、それに伴ってさまざまな業務が増えています。会社の業績に貢献できることはもちろん、お客様から感謝されるためにはどうしたらよいかを考えながら仕事に取り組んでいます。

国内へ、世界へ、社会との絆を深めた献身的な取り組みの数々。

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。

国内の活動

社会学習の機会提供

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。2005年度は福島県郡山市の中学生など延べ100名の企業体験学習の受入れをしました。また、近隣の団体の方々の工場見学も積極的に行ない、地域とのコミュニケーションを大切にし、地域に根ざした活動を展開しています。



地域の清掃活動

それぞれのサイトで、工場・事業所周辺の清掃に取り組むほか、行政主催のクリーンキャンペーンなどに参加し、地域社会の一員として身近な環境保全を進めています。



献血への協力活動

本社事務所、東北事業所では、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。2005年度も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。



パキスタン地震被災者への支援

クラリオンは、被災者支援のため「パキスタン地震救援募金活動」を行いました。国内のグループ社員から集めた募金に対しクラリオンがマッチングギフトを上乗せして日本赤十字社へ復興への活動資金として寄付しました。

We are Clarion



クラリオン販売
東京営業所
坂上 貴俊

「クラリオンにこの営業マンあり」と言われたい。

2005年に入社してカーショップ担当として営業活動を行っています。入社して間もない頃、店舗によりお客様の年齢層、地域により人気のある商品が異なることに気づき、営業マンとして常に情報のアンテナを張っておくことの大切さを知りました。仕事に慣れた今でも、地道な情報収集を基にして得意先へ企画を提案し、商談が成立したときは何よりの喜びとやりがいを感じます。営業は会社の顔ですから「クラリオンにこの営業マンあり」と言われるような存在でありたいと思っています。

海外の活動

中国

CXEEでは、児童育成協力企業として毎年児童節（6月1日）に現地の幼稚園と小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、援助金や毛布等を寄付しました。



CXEE : Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd.



フィリピン

CMCPではレイテ島南部の地すべり被災者のために食料と衣服を寄付しました。

CMCP : Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines

マレーシア

CMでは孤児院に援助金と日用品を寄付しました。また、創立35周年の一環として、300人以上の身体障害児、恵まれない子供達及び孤児達を招待しチャリティランチを開催しました。また、11の慈善団体に寄付をしました。

CM : Clarion (Malaysia) Sdn., Bhd



メキシコ

ELECLAでは恵まれない子供達のためにおもちゃを寄付しました。また、小学校への環境教育のための小冊子を寄付しました。

ELECLA : Electronica Clarion, S.A. de C.V.



アメリカ

CCAではハリケーン・カトリーナの被災者のために社員の寄付に応じてマッチングギフトを上乗せしてアメリカ赤十字に寄付をしました。

CCA : Clarion Corporation of America

ハンガリー

CHEでは教育条件改善のため工業高校に援助金を寄付しました。

CHE : Clarion Hungary Electronics Kft.



クラリオンアンソエ
人事サポート部
中野 正太郎

社員が安心して気持ちよく働ける環境を支える。

現在、人事サポート部で、給与・労務・福利厚生等の業務に就いています。社員一人ひとりがそれぞれの職場で安心して働くことができる環境をサポートすることが私の仕事です。すべての業務が社員の社内・社外の生活に関わってくるため大きな責任とやりがいを感じています。今後は、社員の幸せだけでなく、自分が幸せになることも含めて考えていくことが、仕事への新たな意欲につながると考えています。

自由に、伸びやかに、豊かな個性とチャレンジ精神を育む。

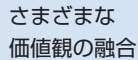
クラリオンは、企業理念の中で「個々の人間性と能力を尊重し、自由闊達な風土を作る」と謳っています。
人事制度においては、この企業理念に基づき運用しています。

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、『自律（立）心が旺盛な人＝主体的に考え、積極的に物事に取り組み、好奇心を持って学びとることができる人』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。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。外国人の採用拡大として毎年採用を行っており、2006年4月は2名を採用しました。

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%、2005年度は1.6%となっています。

雇用機会均等の徹底

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女性の新卒採用比率は、2003年度に19.1%、2004年度は22.7%、2005年度は29.5%となっています。女性新卒社員の活躍の場も設計部門・購買部門・営業部門と広がっています。

継続雇用制度の導入

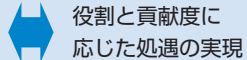
2006年4月に施行された「高年齢者雇用確保措置」を受け、60歳定年後の再雇用制度を導入し5月から対象者に適用しています。

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、2003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
- 自律（立）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

■ 半年度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。成果は半年単位でタイムリーに賃金に反映され、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FA制度

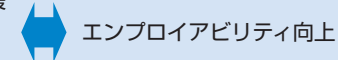
自律（立）型キャリア形成の促進化を図り会社主導から本人主導へ役割を自己選択できる公募制度（自ら役割を選択する機会として本人の希望に応じた職場異動の手続き）を採用、更にFA（フリー・エージェント）制度の導入により社内人材の流動化を促進します。2005年度後半の実績として公募6名、FA1名が異動をしています。

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。

基本方針

- 自己実現の支援
- 力量の明確化
- 役割の明確化



エンployアビリティ向上

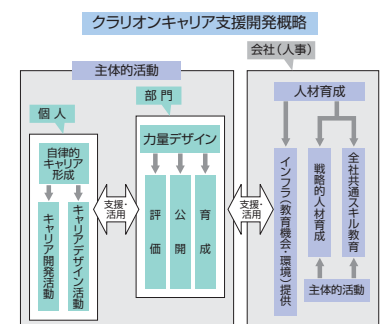
教育体系

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。そして、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。

	担当層	中堅層	管理職層
マネジメント教育		次世代経営育成研修 MOT研修 マネジメントスキル研修	キャリアデザイン研修
MS教育 (マネジメントシステム)	3年次フォローアップ研修	コンプライアンス研修 環境マネジメント研修 品質マネジメント研修	
職種スキル教育		技術・品質教育(専門技術・管理技術・設計技術)	グローバルスキル教育
基本教育		全社共通スキル研修	語学研修
自己啓発		社内インターンシップ研修 キャリアガイダンス(eラーニング/通信教育)	
OJT		OJT	

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。



■ 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。

■ キャリアデザイン活動支援

社員一人ひとりが自律的に自らのキャリア形成を考え実行する活動の支援としてキャリアデザイン研修を提供しています。

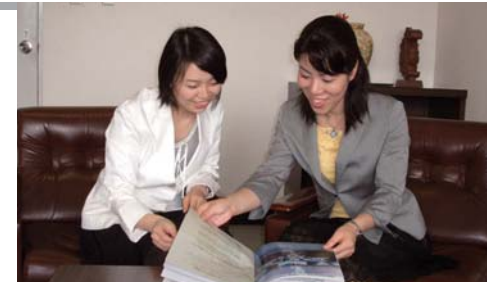
■ グローバル人材育成

グローバル人材育成として1999年より毎年、海外（中国）から技術研修生の受け入れを行っています。2006年度は人事・管理部門の研修生の受け入れも行い、相互交流を進めています。

We are Clarion

仕事では厳しい先輩、プライベートは優しいお姉さん。

メンターである横山さんは、仕事では厳しい先輩、プライベートでは優しいお姉さん、公私とも私のよき相談相手です。私がバイヤーの仕事始めた頃、なかなか思うようにいかず一人で落ち込んでいた時、横山さんは新入社員時代の失敗談などを話してくれて、私の不安と焦りを魔法みたいに解消してくれました。私もこれからもっと頑張って、一日でも早く横山さんのような先輩に信頼される先輩になりたいです。



国際購買部
李 丹丹

国際購買部
横山 育子

前向きに頑張る彼女を見習い、互いに成長したい。

私のメンティである李さんは、社内の仕組みもまだ判らないという状況にも関わらず、入社一年目からお取引先様や社内との難しい調整をこなしバイヤーの仕事に取り組んでいます。そんな李さんの働きぶりを陰ながら見守り、悩んでいた、間違いがあれば、私なりに的確なアドバイスをしてあげられたらと考えています。前向きに頑張る彼女を私も見習って、お互いに成長して行きたいです。

従業員が力を発揮できる、充実した就業環境への取り組み。

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。

労働安全衛生マネジメントシステム

海外生産拠点の2拠点（中国・ハンガリー）にて労働安全衛生マネジメントシステムの国際認証「OHSAS 18001」を取得しています。



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。2005年度の重大災害の発生はありませんでした。

健康保持増進の取り組み

ライフスタイルの変化に伴い、生活習慣病のリスクが高まっています。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。2005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。

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。

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。2005年度はマネージャー層を中心に約140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。

福利厚生

クラリオンは、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。

子育て介護支援の取り組み

クラリオンは、子育てを行う従業員及び家族が介護を必要としている従業員に、仕事と家庭を両立できる環境として、育児休業制度と介護休業制度を設けています。

（クラリオン本社）

	2003年度	2004年度	2005年度
育児休業	5人	5人	3人
介護休業	0人	0人	0人

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。

積立休暇制度

クラリオンは、付与日から2年を経過した日において失効する年次有給休暇の未消化分の内、毎年5日を限度として積み立てる積立休暇制度（累計60日限度）を設けています。

業務外傷病の療養や家族の看護等に要する休暇として利用されています。

We are Clarion



クラリオンハンガリー
生産計画/管理課
ペーラ・ホルティ

「継続は力なり」という言葉を信じて責務を果たす。

私は受注及び出荷、生産計画の作成と進捗管理、完成品の倉庫運営を担当しています。お客様からの出荷要請に対して、100%定日納入率を達成することが、日々の目標であり、やりがいとなっています。また、毎朝9時から30分間行われているDP (Daily Production) 会議の議長を務めており、6年間、毎日欠かさず開催しているのが自慢です。継続は力なりです。

品質・納期・コストなど生産プロセスを一貫して見守る。



クラリオンフィリピン
（左から）
マリクリス・アラヤタ
アミ・ソリアノ
サンディー・トレンティーノ
アル・ブクラティン
マイリーン・アンヘル

私たちの仕事は、生産受注から材料計画、生産、お客様に納入するまでを一貫して見守る生産管理です。納期通りに生産し、かつより効率的に有効的に在庫調整、生産残の削減を行うなど、コストを最小限に抑えられるよう日々努力しております。品質最優先でこれらすべてを達成しながら、入念な計画の上に、社内外に協力を惜しまず対応することを心がけております。We are Clarion!

事業と環境の両立を目標に、法規制や自主基準を順守する。

環境方針／環境推進体制

クラリオンは、人と社会と自然の調和を図り、持続可能な企業を目指し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。企業理念に基づき、技術面、経済面、人材面などの分野で資源を結集し、グループ全体で環境保全活動を推進しています。

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。

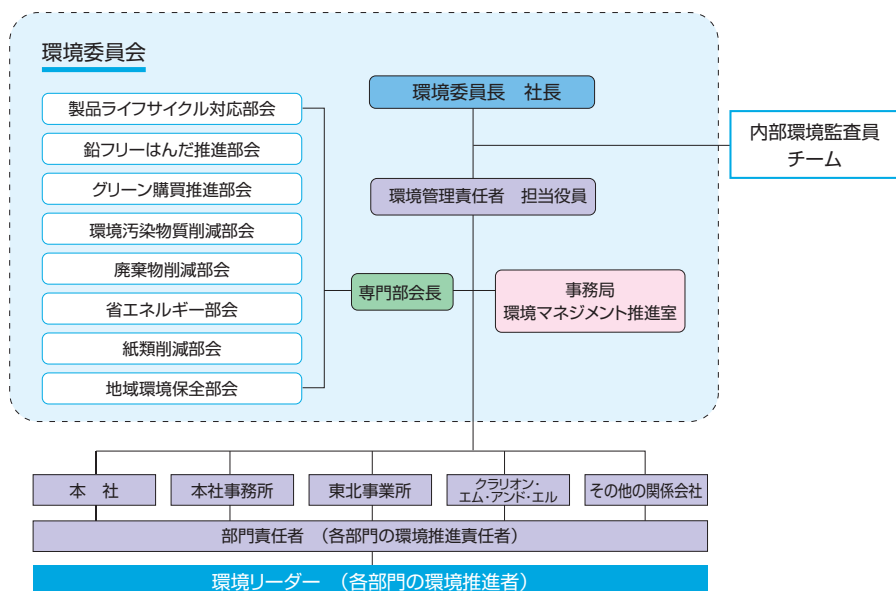
基本方針

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。

環境保全推進体制

環境保全活動を推進するために、環境管理体制を構築しています。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つの専門部会が中心になって活動しています。また、各部門では環境リーダーを選出し、自部署の環境活動を推進しています。



ISO 14001 認証取得と展開

クラリオンは、国際標準規格であるISO 14001の認証を2000年4月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。対象範囲の変更などにより、現在3サイトで認証取得しており、2006年6月にはグループ会社1拠点の認証取得を予定しています。2006年5月現在、更新審査を2回、定期審査を4回受審し、継続認証取得をしています。国内各サイトでは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回定期的に実施しています。一方、海外子会社では生産拠点を中心に10拠点で認証取得を完了し、さらに1拠点で認証取得活動を展開中です。



地 域	拠点数	認証取得年月
日 本	3	2002年4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
マレーシア	2	2005年5月
フランス	1	2006年5月
フィリピン	1	2006年認証取得予定

環境関連法規制等の順守

クラリオンは環境に関連する主要な法規制やお客様からの要求事項などについてデータベース化して全社で共有しています。それらの順守状況は、毎月確認し、さらに「環境委員会」で全社レベルの評価・確認をしています。推進部署では日常の運用において法や条例で定められた基準値の逸脱、環境に関する事故や苦情のリスクを洗い出し、「自主基準」を設け管理しています。2005年度の環境に関する法規制、条例の違反、事故、苦情はありませんでした。

環境教育

クラリオンは全社員が環境問題を正しく理解し、実践できるよう体系的に教育を実施しています。

1. 一般教育
環境管理部が国内関係会社を含め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、全社員を対象に年1回以上、教育を実施しています。
2. 階層別教育
人事・環境管理部が主催し、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29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、それぞれの職務により専門教育を実施しています。

We are Clarion



クラリオンアメリカ
情報サービス部門
ブライアン・ブヘイン

スタッフが快適に利用できるIT環境を守る。

カルフォルニア州ガーディナにある本社ビルに勤務しています。私の仕事は、PCシステムの故障点検、本社ビルをはじめ米国7箇所にある施設やクラリオンカナダで利用されているLANのサポート。最近では携帯電話や携帯端末のサポートなども行っています。今後は、コンピュータやネットワークについてさらに知識とスキルを身につけ、コンピュータのトラブルを解消し、スタッフがより快適にコンピュータを使用するための手助けをしていきたいと考えています。



クラリオンアメリカ
ハイオオフィス
スコット・コジック

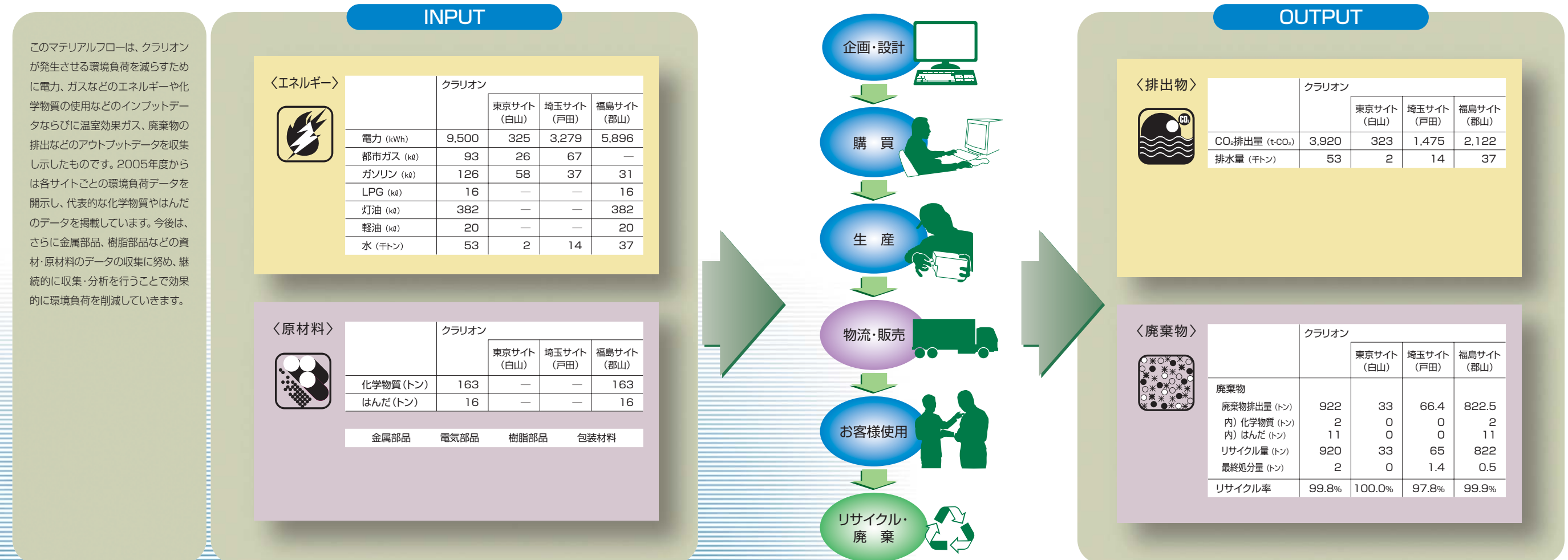
自動車メーカーと連携し、クラリオン製品をバックアップ。

主な仕事は米国ホンダR&D（HRA）のエンジニアと新規車両開発において、お客様の要求やスペックを満足する製品に仕上げていくことです。米国カー・オブ・ザ・イヤーを受賞した06MYシビックのゲストエンジニアとしても加わりました。製品コンセプトから量産に至るまでの開発は非常に価値のある仕事であり、高品質・高価値製品を提供していくことで将来のビジネス拡大に繋げていけるものと思っています。

環境保全活動の継続的な取り組みが、循環型社会を実現する。

マテリアルフロー

クラリオンは、事業活動に伴う環境負荷を考え、原材料の調達から開発・生産まで、環境保全活動を積極的に推進しています。



We are Clarion



クラリオンイギリス
OEM営業部
ダグ・ティムス

グローバルな事業体制の一端を担い ビジネスを成功へ導く。

私が所属するOEM営業部では、主に欧州に拠点を置く大手自動車メーカーの業務開拓をはじめOEM事業に関する会計管理、プロジェクト管理などを行っています。クラリオンのグローバルな事業体制は、世界中のお客様からの多様なニーズを汲み取り、柔軟に対応できる能力を兼ね備えていると私は確信しています。今後もスタッフとの緊密な連携のもと、OEMビジネスを成功に導いていく担い手の一人でありたいと考えています。



クラリオンイギリス
営業管理部
ニック・グラタン

グループのバックアップが、 ハードな業務を支えてくれる。

OEM製品の在庫管理や新規プロジェクトに関する管理などを行うのが私の仕事です。世界有数の自動車メーカーからの品質や納期に関する要望は年々高くなっており、それら一つ一つの案件に確実に対応するという忙しい日々を送っています。しかしこうしたハードでプレッシャーのかかる業務にやりがいを持って臨めるのは、世界を舞台にするクラリオングループのバックアップと、信頼できる仲間たちがいるおかげです。



クラリオンイギリス駐在
渡辺 直人

“技術の仲介役”として スペシャリストを目指す。

日本と欧州のスタッフの間に入って言葉や距離の壁を取り払い、コミュニケーションを円滑にするのが私の役割です。仲介役的な立場であるためストレスを感じる時もありますが、その分やりがいも大きい仕事です。私の職場はOEM技術サポートはもちろん、営業や品質関連、現地のお客様からの電話対応など業務内容が多岐に渡っており、さまざまな経験や人との出会いの中で多くの知識をバランスよく吸収できる恵まれた環境だと思っています。

環境保全活動の実績と新たな展望を掲げて、次の目標へ。

自己評価（達成率）は数値にて換算評価をしています。 ○・・・100%以上 △・・・70%以上 ×・・・70%未満を示しています。

取り組み項目			中期計画（2006年度～2008年度）	2005年度目標	2005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	省資源及びリサイクル設計の推進や開発製品に含有する有害物質の管理・削減を行い環境負荷の低減を図る	有害物質使用部品の採用抑制 ELV規制VOC対応に基づく社内基準による代替品検討/設定 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、環境保全性、長寿命化、処理容易性など）	年度内発生 の代替部品切り替え完了 OEM顧客別要求内容のまとめと展開を実施 環境マーク（ラベル）TypeIIを設定	○	P41 ～ P42
		製品への鉛フリーはんだの適用	OEM製品は顧客対応を図り、製造工程で使用する はんだの鉛フリー化を実現する 市販製品は 欧州モデルに限定し製造工程で使用する はんだの鉛フリー化を実現し、O7モデル以降は全展開を目標とする	OEM・市販向け新機種では はんだの鉛フリー生産を一部地域向け限定で開始する	OEMモデル、欧州向け市販モデルで鉛フリー生産を開始	○	P42
		グリーン購買	製品に含有する有害物質の管理・削減を行い環境負荷の低減を図る 環境規制物質の管理体制整備	グリーン購買の推進	社内自主基準による代替品の製品展開を実施	○	P42
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2009年3月までに4%（CO ₂ 換算）削減する。	（2004年度実績比） エネルギー使用量を2%削減する	（2004年度実績比） エネルギー使用量 4%削減	○	P40
	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	廃棄物排出量の削減及びリサイクルの拡大 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）	（2004年度実績比） 廃棄物排出量 20%削減 ゼロエミッションの推進と継続 リサイクル率 99%以上	（2004年度実績比） 廃棄物排出量 89.5%削減 ゼロエミッションの達成 リサイクル率 99.8%	○	P39
	化学物質管理	環境汚染物質の排出量の削減	環境汚染物質の排出量の低減	環境汚染物質の排出量の低減 ・IPA 600kg以下 ・廃油 1,200kg以下 ・はんだ 7,200kg以下	排出量実績 ・IPA 905kg ・廃油 890kg ・はんだ 10,578kg	×	P39
	省資源	OA紙の使用量削減	コピーとEDP用紙の使用量を2009年3月までに9,800千枚以下とする。	環境汚染予防活動の実施 コピーとEDP用紙の使用量 11,000千枚以下	予防措置及びパトロールの実施 コピーとEDP用紙の使用量 9,328千枚	○	P39 P36
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	3サイトで周辺の清掃を定期的に実施	○	P25
				地域住民への協力	地域の小学生から大学生への学習活動の協力を実施	○	P25
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	定期・更新審査認証取得	国内3サイト一括で2006年の更新審査をクリア （ISO14001:2004年版対応）	2006年2月に定期審査を受審し、継続認証をクリア	○	P32
		環境会計のまとめ及びCSRレポートの発行	クラリオンレポートの発行、毎年、クラリオンレポートのレベルアップを図る。	「クラリオンレポート2005」の国内版および英訳版の発行	「クラリオンレポート2005」の国内版を8月に、および英訳版を10月に発行	○	P45

環境保全活動の目標と実績

取り組みと実績

クラリオンは事業活動において、社会や環境にかかわる様々な取り組みを行っています。2005年度の実績をもとに、前年度に策定した中期計画の見直しを図り、新たに2008年までの3ヵ年の計画を策定しました。計画達成へ向けて全社を挙げて環境保全活動を展開していきます。

2005年度の自己評価

2005年度の実績においては、化学物質の管理について未達成となりました。生産数量増加のため環境汚染物質の使用量・排出量が増加したためです。今後、可能な範囲で生産で使用する化学物質の削減に取り組んでいきます。その他の項目については目的を達成しており、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。

We are Clarion



クラリオンフランス駐在
金敷 隆輔

フランスの文化を吸収し、よい相乗効果を生み出したい。

メカニズム開発、OEM製品設計を経て、現在クラリオンフランスにて技術者として働いています。お客様の満足度を高めるべく、本社スタッフ、現地スタッフと連携をとりながらお客様からの多岐に渡る要求、質問に対応する毎日です。文化の違いは摩擦を生み、結果としていろいろなトラブルを引き起こしますが、同時に広い視野も与えてくれると思います。フランスの文化を吸収し、摩擦ではなく、よい相乗効果を生むべく頑張っています。



クラリオンドイツサービス部
マティアス・ヒルシュ

商品を通してお客様に最高の満足届けたい。

2000年からクラリオンドイツで品質管理の仕事に就いており、販社や代理店からの品質上のさまざまなお問い合わせに対応しています。この仕事のやりがいは、問題を実際に再現して必要な答えを見つけ出すということです。また、新製品の発売前検査を担当しており、製品の改善や修正を本社と検討し、対策を施しています。この4年間、品質管理システム（ISO9001）の管理責任者も務めており、商品を通してお客様に満足してもらえることが、私の喜びとなっています。

厳正な監査体制でこれまでの活動成果を客観的に評価する。

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のツールとして環境会計を導入しています。環境省の「環境会計ガイドライン」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集計しています。2005年度は環境負荷データの対象をISO14001を認証取得活動をしている海外11サイトに拡大しました。環境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

2005年度の集計結果

- 2005年度は環境保全コストとして、投資額34百万円、費用額433百万円を投入しました。
- 投資は製造段階での環境負荷抑制の為、前年度より鉛フリー生産設備の導入を順次進めており、投資総額では前年比5百万円の増加になりました。
- 費用はアスベスト処理費用として252百万円を計上したため、その他の費用は微減もしくは前年とほぼ同額でしたが、費用総額では前年比242百万円の増加となりました。
- 省エネ活動により、電力・燃料の使用量が減少し、リサイクル活動等の成果、及び軽量化効果等により経済効果（国内）の合計は92百万円となりました。

＜集計範囲＞

国内	非生産サイト	本社（東京） 本社事務所（埼玉）
	生産サイト	東北事業所 / クラリオン・エム・アンド・エル（福島）
海外	非生産サイト	CGB（イギリス） CHI（中国、香港） CF（フランス）
	生産サイト	CHE（ハンガリー） DCOE（中国） DDCE（中国） CTC（台湾） CXEE（中国） CM & CPM（マレーシア） CMCP（フィリピン） ELECLA（メキシコ）

※会社名の略称については45ページの「環境会計及び環境負荷データの対照範囲」をご参照ください。

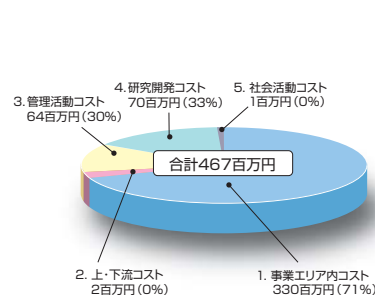
＜対象期間＞

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
2005年度	2005年4月1日から2006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	2003年度		2004年度		2005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		0	57	9	54	12	318
内訳	(1) 公害防止コスト		0	31	2	25	4
	(2) 地球環境保全コスト		3	9	7	9	8
	(3) 資源循環コスト		0	17	0	20	0
2. 上・下流コスト	段ボールの再利用拡大等	0	2	0	1	0	2
3. 管理活動コスト	認証取得・維持費用・教育費用等	0	93	0	94	0	64
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	0	47	20	47	23	47
5. 社会活動コスト	自然保護、緑化、美化、寄付等	0	0	0	0	0	1
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	3	199	29	197	34	433
	合計		202		225		467

*百万円未満四捨五入表示



経済効果（国内）

項目	効果の主な内容	2003年度	2004年度	2005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	10	△ 20	15
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	6	△ 3	8
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	32	55	55
輸送その他に関する保全効果	ガソリン・軽油使用量等	6	△ 1	6
有価物等の売却額	有価物の売却額	9	15	9
合計		62	46	92

*百万円未満四捨五入表示

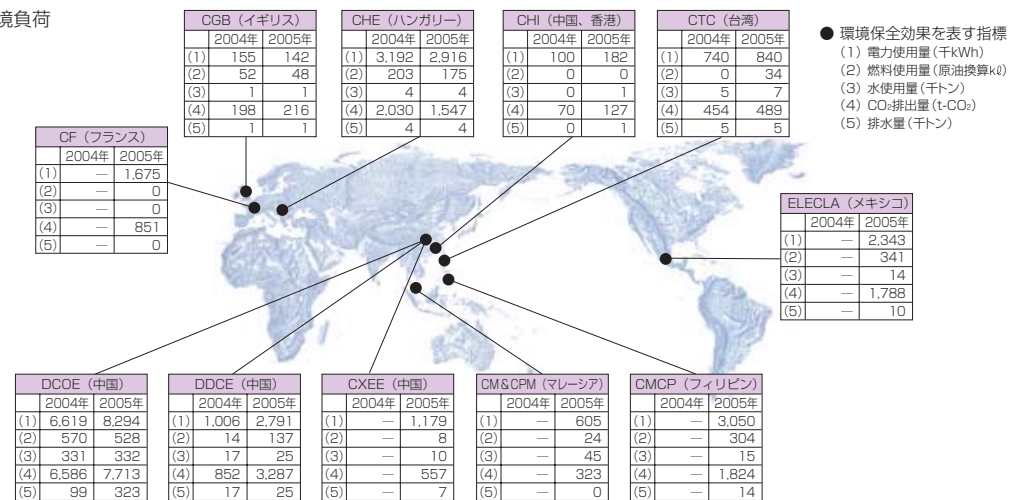
＜経済効果の算定基準＞

- ・ 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
- クラリオンでは、メカモジュールなど製品の軽量化に取組み、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			海外11サイトを 含む環境負荷 2005年度
		2003年度	2004年度	2005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）	10,251	10,709	9,500	26,067
	燃料使用量（原油換算 _{kil} ）	588	743	637	1,739
	水使用量（千トン）	53	57	53	464
	CO ₂ 排出量（t-CO ₂ ）	4,582	4,683	3,920	19,976
	排水量（千トン）	53	57	53	398
2 上・下流コストに対応する効果	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				
	廃棄物最終処分量（トン）	111	19	2	—
	リサイクル率（%）	89.0	98.4	99.8	—

●海外サイトの環境負荷
2005年度

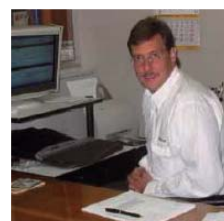


●環境保全効果を表す指標
(1) 電力使用量（千kWh）
(2) 燃料使用量（原油換算_{kil}）
(3) 水使用量（千トン）
(4) CO₂排出量（t-CO₂）
(5) 排水量（千トン）

今後の取組み

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、また環境会計の改善を進め、環境経営評価や経営の意思決定のツールとして構築していきます。2005年度は海外11サイトに対象を拡大しましたが、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。

We are Clarion



クラリオンメキシコ
市販営業部
マリオ・ボデック

メキシコを拠点に
中南米各国の市場をカバーする。

メキシコでは一部モデルを現地で製造し、一部をクラリオンアメリカや日本から購入しています。現在、テキサス州ラレドに倉庫を持っており、ここを拠点にマイアミ経由でメキシコ・ブラジル・その他中南米の各国へクラリオン市販オーディオ製品を供給しています。もし、詳細な現地情報などが必要な場合は私宛に直接コンタクトいただければお答えします。



クラリオンメキシコ
OEM営業部
ルーベン・ロモ

OEMビジネス形態の変化に合わせ
シェアを伸ばす。

最近5年間で、メキシコでのOEMビジネス形態が劇的に変わってきました。特に各自動車メーカーが輸入車のラジオ装着を港において行うことが主流になっており、この影響でシェアを拡大することに成功しています。オーディオをクラリオンメキシコで生産できるため、メキシコ原産オーディオを提供し、お客様のニーズを満たしています。

毎日積み重ねてきた取り組みが大きな成果へと実を結ぶ。

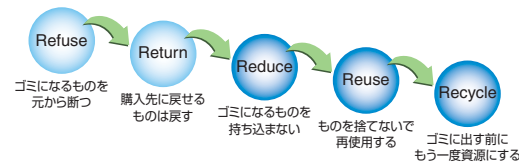
ゼロエミッション

クラリオンは循環型社会の構築のため、事業活動から発生する廃棄物の総排出量の削減と併せて、リサイクル活動を推進しています。2004年度にクラリオングループ国内3サイトでゼロエミッション[※]を達成しています。2005年度からは、より高度なリサイクル(マテリアルリサイクル化)を推進しています。

※クラリオンのゼロエミッションの定義：サイトからの廃棄物を99%以上リサイクルなどをし、最終処分量が1%未満となった状態。

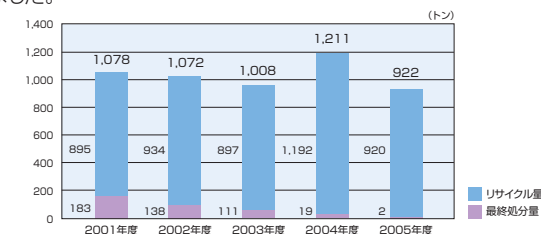
廃棄物削減の5つのR

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。製造プロセスの改善や排出物を分解することにより、不法処理のリスクを低減し、マテリアルリサイクルを推進しています。



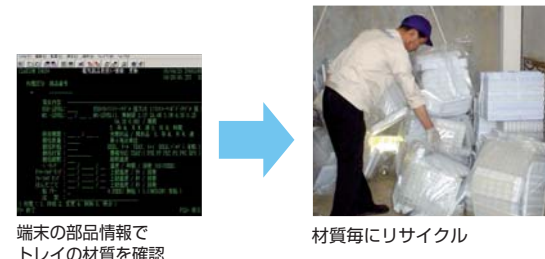
廃棄物総排出量

廃棄物分別状況のパトロールや教育・啓蒙などにより、廃棄物の排出量は年々減少し2005年度は2004年度比で89.5%削減となりました。



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を削減しました。また、納入された部品のトレイの材質は端末に部品情報として登録され、材質毎に分別してリサイクルしています。



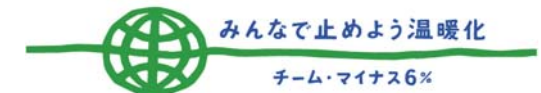
PCB含有設備・部品の徹底管理

クラリオンは現在埼玉サイトで、PCB(ポリ塩化ビフェニル)含有機器(トランスや蛍光灯安定器など)を漏洩防止対策のもと厳重に管理しています。PCB廃棄物の処理事業等を行う日本環境安全事業株式会社に登録し、「PCB特別措置法」および「廃棄物処理法」を順守した確実な処理を実施していきます。

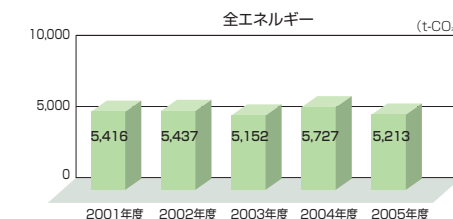
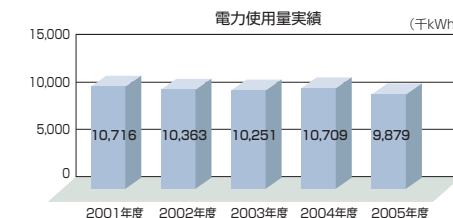
地球温暖化防止への取り組み

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、地球温暖化防止に貢献しています。

京都議定書の発効をうけスタートした国民運動「チーム・マイナス6%」の活動に賛同し2005年6月より会社としてチーム員登録をしました。クールビズなどを通じて社員やその家族の環境への意識向上を図りました。



エネルギー使用量の削減



出典：環境省 事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(試案ver1.6)

物流における省エネルギー活動

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。

2. 容積の効率化

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。

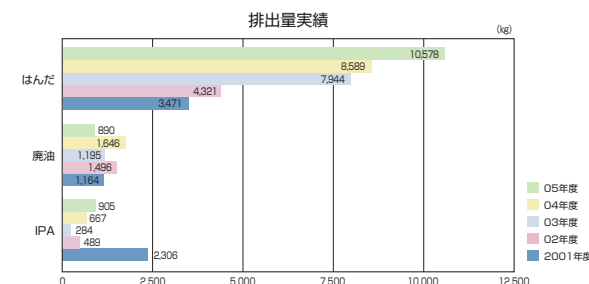
3. 巡回集荷(ミルクラン)の実施

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。他企業と連携し、巡回集荷に取り組んでいます。

化学物質管理活動

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。2005年度はカーナビゲーション等の生産数量増加のため、はんだの使用量・排出量が増加しましたが、はんだ、IPA(イソプロピルアルコール)および廃油については、それぞれリサイクルを実施しています。



PRTR法への対応

少量の化学物質であっても、その使用量を把握するシステムを運用しており、環境汚染リスクの低減や法規制順守を目的に教育・啓発活動を通して化学物質管理を徹底して行っています。なお、2005年度はPRTR法(化学物質排出把握管理促進法)の対象となる化学物質について届出対象となる化学物質の使用はありませんでした。また、PRTR法の対象とならないVOC(揮発性有機化合物)の使用量・排出量削減にも取り組んでいます。

We are Clarion



クラリオンアモイ駐在
業務開発部
野方 久光

今は種まき、やがて花咲く日を夢見て指導に励む。

「中国EDP機能強化」を目的として業務開発部を設立し、初代の部門長として現地人のAS400教育指導を行っています。家族と離れて暮らすことで寂しさもありますが、日本にはない体験に感動を覚えることもたくさんあります。小さい頃は学校の先生になるのが夢でした。それがここ中国で実現でき、ドラマの「金八先生」のように、涙あり、感激ありの毎日です。教育指導に関しては、今は種まきが終わり苗に葉っぱが生えはじめている状況ですが、肥料を与えて花を咲かせたくさんの実を収穫できることを思い浮かべて日々仕事に励んでいます。



クラリオンアモイ駐在
品質保証部
高橋 信之

未来の中国を担う若者たちと一緒に働く喜び。

異国の文化に驚きの毎日だった駐在生活も早3年半になるとうとしています。私は現在、平均年齢23歳という廈門の工場で品質保証を担当しており、将来の中国を担って立つ若者たちと一緒に働いています。時には厳しいことも言いですが、同じ気持ちで共に頑張ってくれるスタッフは大切な友人でもあります。そんな彼らに、ドライブで聞く音楽の楽しさを知ってもらい、自分たちの製品に対して誇りと愛着を持ってもらうことが私の夢です。

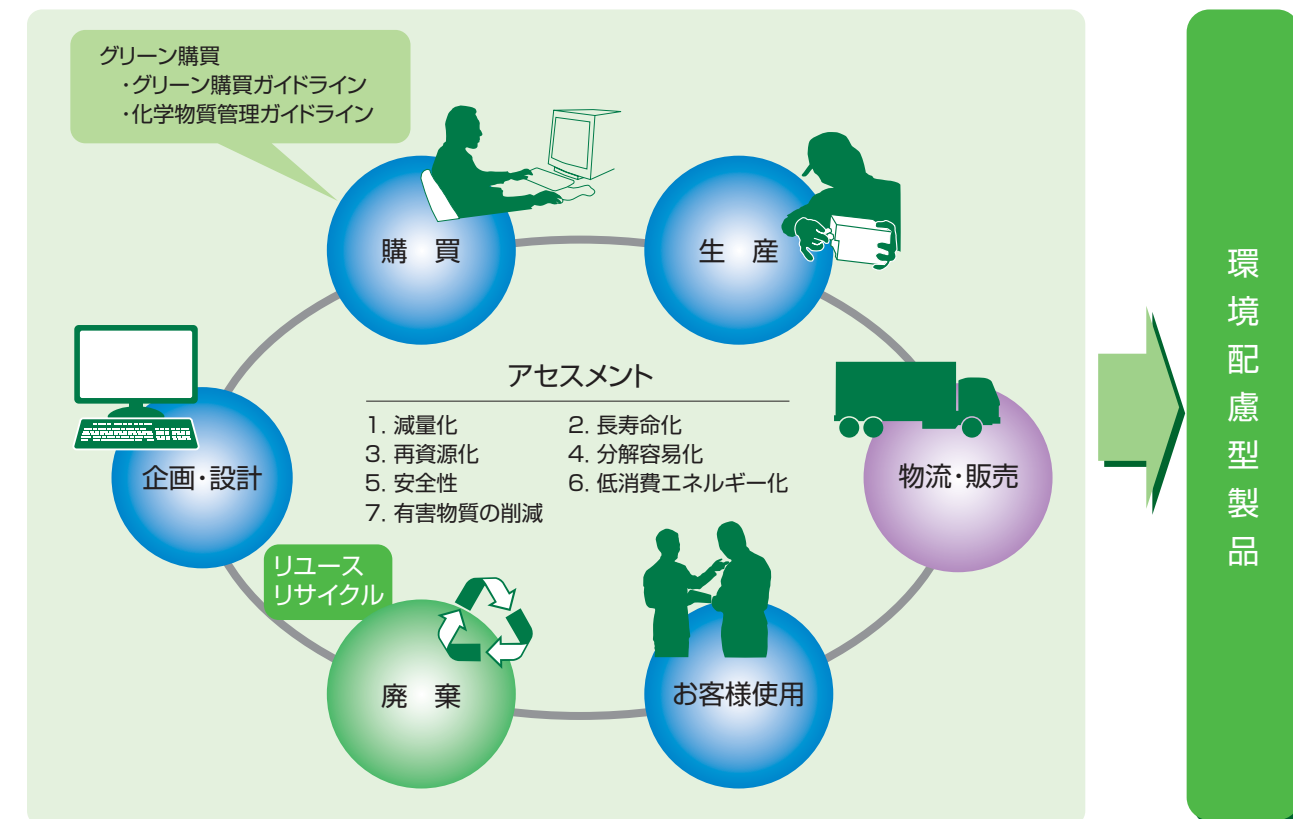
環境配慮型製品の研究と開発が、私たちの地球を守る。

環境配慮型製品への取り組み

クラリオンは生産工程だけに限らず調達する部品・材料、物流、お客様の使用段階、廃棄までの製品の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化学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。

●ライフサイクル全体での取り組み



クラリオンは、環境配慮型製品の提供を促進するため、減量化、長寿命化、再資源化、分解容易化、安全性、低消費エネルギー化、有害物質の削減の7項目の環境アセスメントを検証しています。独自のガイドラインに適合した製品は、環境配慮型製品として環境マークをつけ、2006年版製品カタログに表示をしています。



製品に含まれる化学物質管理

EU指令対応

クラリオンではEU（欧州連合）における特定有害物質の使用制限に関する指令（RoHS^{*1}）などの法規制への対応として、社内およびサプライヤーの協力を得て、使用禁止6物質^{*2}の廃止に取り組んできました。ビス類、板金類の六価クロムフリー化、線材、電子部品の鉛フリー化などを実施し、その結果、2006年欧州モデルは全構成部品について、対象物質の非含有を確認し、RoHS対応製品を出荷しています。また、はんだについては鉛フリーはんだに切替え、マークを表示しています。



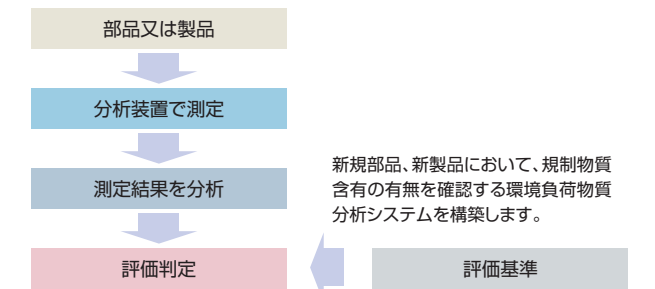
VOC対応

クラリオンは、自動車メーカーからの要求を受け、VOC（揮発性有機化合物）の低減に取り組んでいます。VOCはシックカー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んでいます。

化学物質管理システムの構築

製品に含有される化学物質については、グリーン購買の推進だけでなく、サプライヤーから提供される情報に加え、蛍光X線分析装置を導入して環境負荷物質の分析を行っています。化学物質情報システムの再構築、分析検査体制の構築、およびグローバルな環境品質保証体制の整備をすすめています。

●環境負荷物質分析管理体制



グリーン購買の推進

クラリオンは、「化学物質管理リスト」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.com/jp/ja/company/effort/index.html>

We are Clarion



情報システム部
中山 良輔

さまざまな経験を積んでグローバルに活躍したい。

情報システム部の業務はシステム要求分析から開発、ネットワーク構築、保守に至るまで幅広く、最近では商品ライフサイクルの可視化、在庫削減、ネットワーク統合など範囲は多岐に渡ります。私の仕事はアプリケーション開発です。これまで営業、生産、会計など、幅広く開発を経験してきましたが、今後は要求分析、システム設計の経験を積んで仕事の幅を広げ、将来はグローバルに活躍できるエンジニアとして活躍することが目標です。



供給計画部
服部 亜津子

納期厳守で生産計画を遂行していく達成感。

私が担当している業務は、製品モデル毎の販売計画に基づき生産プロセスの計画を策定し、お客様である自動車メーカーへ確実に製品を供給することです。納期厳守をモットーに、日々関係部署との調整業務を行なっています。時には過剰な在庫に頭を悩ませたり、計画通りの供給が難しい状況に追い込まれたり、心休まらないこともありますが、仕事の達成感を十分に感じることのできる職場です。休日には子供にパワーをもらってがんばっています。

経済性報告

当社は、より価値のある企業へのステップアップに取り組み、グループの総力を結集し、事業構造の改革を推進してきました。また、創業70周年（2010年3月期）に向けた企業ビジョン「Vision-70」を策定し、企業ブランド価値の向上を目指しています。

業績につきましては、販売価格競争の激化による価格下落等の影響はありましたものの、国内OEM（相手先ブランドによる生産）市場及び国内市販市場におけるカーナビゲーションの伸長やバス用AV機器の販売増加、北中米及び欧州におけるEMS事業（Electronics Manufacturing Service：電子機器製造受託サービス）の販売増等により、連結売上高は1,841億76百万円と前期比3.3%の増収となりました。

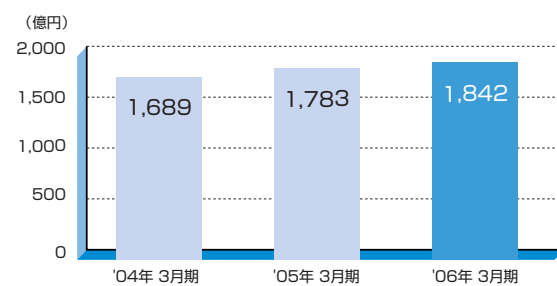
一方、損益面につきましては、開発費及び設備投資等戦略的投資の増加、流通費用の増加、積極的なキャンペーン展開による販売促進費等の投入をはかったことにより、連結営業利益は52億28百万円と前期比45.4%の減益、連結経常利益は支払利息の削減等により45億47百万円と前期比37.6%の減益となりました。

財務ハイライト（連結）

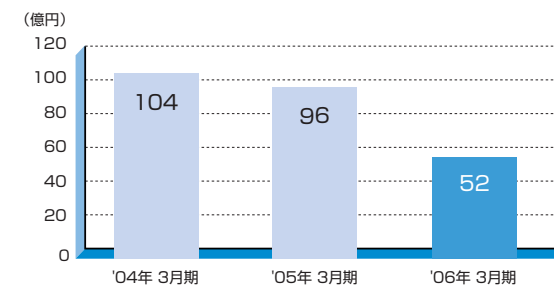
■ 連結実績推移

連 結	'04年 3月期	'05年 3月期	'06年 3月期	'07年 3月期予測
売 上 高	1,689	1,783	1,842	1,900
営業利益	104	96	52	56
経常利益	81	73	45	43
当期利益	63	51	59	30

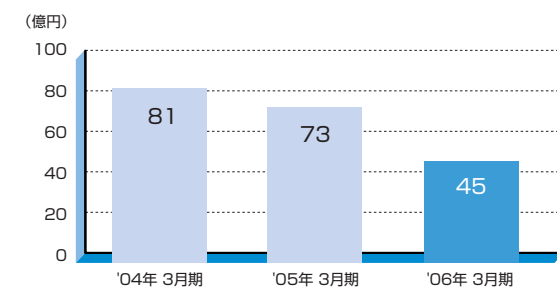
■ 連結売上高



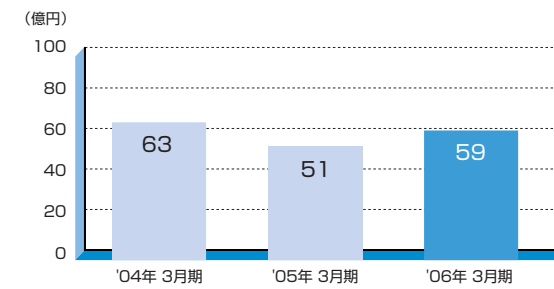
■ 連結営業利益



■ 連結経常利益

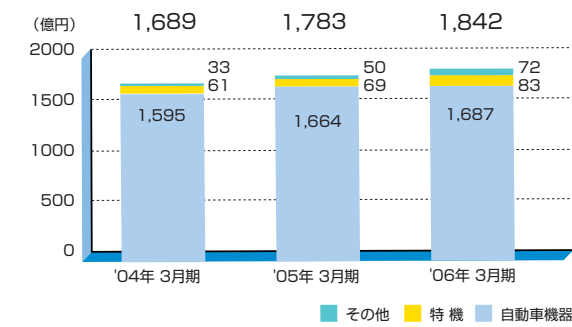


■ 当期純利益

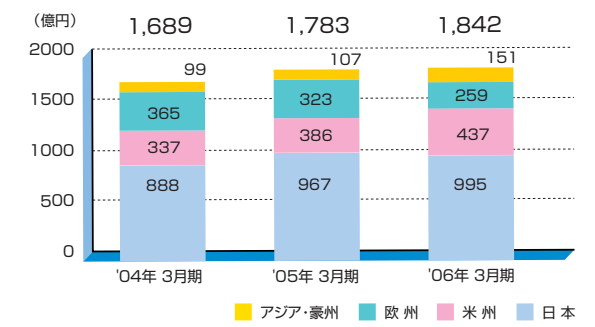


売上高内訳

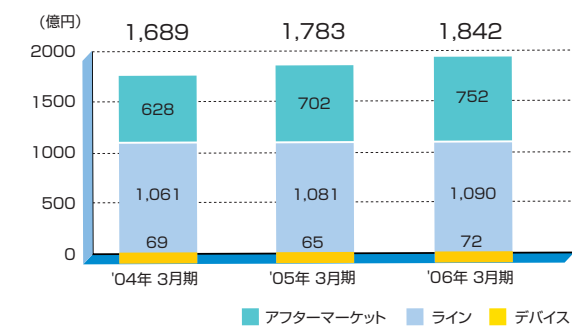
■ 商品事業別



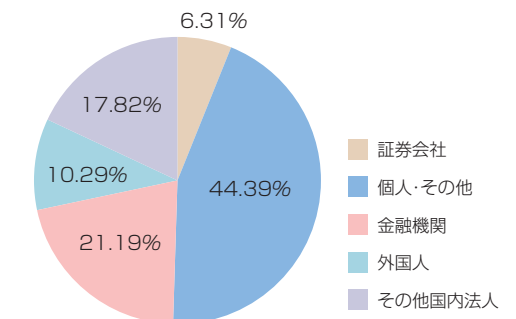
■ 地域別



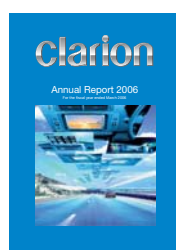
■ 仕向別



■ 所有者別株主分布状況（2006年3月期）



■ IRツール
アニュアルレポート、
事業報告書、
ホームページ（IRレポート）
等を発行しております。



We are Clarion



クラリオンエンジニアリング
技術統括部
渡邊 豊

「あったらいいな」に答えられる エンジニアでいたい。

エンジニアという難しい技術の研究ばかりしているようなイメージがありますが、実は、技術というのはお客様のニーズであるとか、楽しさや快適さの提案であるとか、開発の原点はいつも人の気持ちからスタートするものです。私達はクラリオンエンジニアリングで「Just Do It!」「アイディアの発信基地になろう」をスローガンに、新製品の設計に取り組んでいます。お客様の「あったらいいな」という気持ちに応えられることがエンジニアとしてのやりがいです。



クラリオンシステムハウス
技術部
千代 典子

積極的な意思疎通が よい製品を生み出す力になる。

プログラマーは孤独な業種と思われがちですが、実際はサッカーW杯と同様、大人数による連携プレーでゴールを目指します。ですから、私が一番心がけていることは「コミュニケーションを大事にする」ということ。積極的な会話が縦の繋がり、横の繋がりに対する信頼感を強め、仕事の達成感やよい製品を生み出す力へとつながっていきます。個人能力の高さはもちろん、チーム力もずば抜けた人々の中で頑張っている毎日です。

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2006」の編集方針

クラリオンレポートは、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、クラリオンのCSR（企業の社会的責任）に対する取り組みをわかりやすく報告することを目的に発行しています。ステークホルダーの皆様によりわかりやすく、親しみやすい報告書とするために、できるだけ多くの従業員にインタビューを行い、「We are Clarion」と題して各ページに掲載しました。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に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。

また、これらの情報は冊子版でまとめると共に、ホームページにも全文を掲載しております。

URL <http://www.clarion.com/jp/ja/company/effort/index.html>

■対象期間

●対象期間は2005年4月1日～2006年3月31日です。（一部 2006年度の最新情報を含んでいます。）

■対象範囲

●国内の環境会計及び環境負荷データの対象は下記の3サイトです。

- 埼玉サイト（埼玉県戸田市）
 - ・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
- 東京サイト（東京都文京区）
 - ・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
- 福島サイト（福島県郡山市）
 - ・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

●海外の環境負荷データの対象は、下記の地域です。

- 中国
 - ・Clarion (H.K.) Industries Co., Ltd. (CHI)
 - ・Dongguan Clarion Orient Electronics Co., Ltd. (DCOE)
 - ・Dongguan Dongkeng Clarion Electronics Factory (DDCE)
 - ・Xiamen Clarion Electrical Enterprise Co., Ltd. (CXEE)
- マレーシア
 - ・Clarion (Malaysia) Sdn., Bhd. (CM)
 - ・Crystal Precision (Malaysia) Sdn., Bhd. (CPM)
- フィリピン
 - ・Clarion Manufacturing Corporation of the Philippines (CMCP)
- 台湾
 - ・Clarion (Taiwan) Manufacturing Co., Ltd. (CTC)
- ハンガリー
 - ・Clarion Hungary Electronics Kft. (CHE)
- イギリス
 - ・Clarion (G.B.) Ltd. (CGB)
- フランス
 - ・Clarion France S.A.S. (CF)
- メキシコ
 - ・Electronica Clarion, S.A. de C.V. (ELECLA)

■参考にしたガイドライン

- ・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
- ・グローバル・リポーティング・イニシアティブ（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] 2007年8月

「クラリオンレポート2006」の 社会・環境・経済レポートの作成に協力して

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2006」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. 従業員とのコミュニケーション実施とその範囲の拡大

会社は、昨年度から会社概況書とCSRレポートを統合し、「クラリオンレポート」として発行しています。「クラリオンらしさ」をもって、会社の活動をできるだけ分かりやすく伝えることを目的に、各ページに従業員のインタビューを掲載しています。インタビューは、国内の従業員だけにとどまらず、海外の従業員にも積極的にインタビューを行っており、会社の意欲が強く感じられます。

一方、インタビューの記載方法については、各ページで記載している会社の取組みとインタビュー記事との関係が明確ではないものがあり、レポート読者にとっての分かりやすさという点からみれば両記事を関連付ける方法が望ましいと思われます。品質、環境、労働安全、人事など、それぞれのCSR活動を担う従業員の声を掲載すれば、より「クラリオンらしさ」を伝えることができるのではないのでしょうか。

さらに、今後は、従業員以外のステークホルダーにもインタビューを実施するなど、コミュニケーションを促進し、その活動状況や成果を開示していくことが期待されます。

2. グローバルブランド「Clarion」にふさわしいCSR活動に向けて

会社は採用において、学歴や性別、国籍による区別を設けない方針を明確にしています。本レポートでは、その方針に基づく成果の一例として、女性の採用比率が2003年度の19.1%から29.5%まで上昇したことを記載しており、成果が具体的な数値として表れていることがわかります。また、昨年度より導入された社内公募制度やFA制度の活用実績を開示する等社会性の定量情報の開示を徐々に進めています。このように、社会性の分野においても、活動の進捗状況を的確に把握し、情報開示を進められていることは評価されます。

また、会社は、2006年4月よりグローバルブランド「Clarion」として新たな出発を期しており、本レポートでも、海外拠点でのISO14001やOHSAS18001の認証取得やコンプライアンス・プログラムの海外関係会社への積極的な展開などを紹介しています。

このように、社会性や海外における取組みとその状況の把握、および開示は着実に進展しています。今後は、国内外のグループ会社を含めたCSR活動全般に対する方針や具体的な計画を示し、体系的に取組み、進捗を把握すること、そして開示内容のさらなる充実を図っていくことが期待されます。

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。



2006年7月31日
(株)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.com/jp/ja/company/effort/index.html>

発行年月／2006年8月