

clarion

Annual Report 2006

For the fiscal year ended March 2006



クラリオン株式会社

Profile

当社は、1940年の創業以来、クルマと音と情報を結びつける先駆者として、数々の製品を生み出してまいりました。1951年には日本初の乗用車用カーラジオ、1963年には日本初のカーステレオ、1998年には世界初の車載用パソコンを開発・販売しました。また、商品領域もカーオーディオ機器、カーナビゲーションシステムや車両安全確認カメラ、路線バス用ネットワークオートガイドシステムなどにまで拡大。「クラリオンは、音と情報と人間のより良きつながりを追及し、価値ある商品を生み出すことにより、豊かな社会づくりに寄与します」という企業理念のもと、車載機器の領域にこだわり、常に新しいフィールドを開拓し続けています。

そして2010年、当社は創業70周年を迎えます。その節目を目前にして、2006年、新生クラリオンとしてグローバルブランドをより一層強化するため、新しいスローガンとロゴマークを策定しました。今回の新ブランド展開のもと、社員一丸となって、当社の強みを十分に活かし、他社より一歩先を行く先進性のある、独創的な商品の開発に勇往邁進していく所存です。

新しいクラリオンにご期待ください。



Forward-Looking Statements

The figures contained in this annual report with respect to Clarion's plans and strategies and other statements that are not historical facts are forward-looking statements about the future performance of Clarion. Such statements are based on management's assumptions and beliefs in light of the information currently available and involve risks and uncertainties. Actual results may differ from those in the forward-looking statements as a result of various factors. Potential risks and uncertainties include, without limitation, general economic conditions in Clarion's market.

CONTENTS

01 Introduction of New Global Brand in 2006	13 Risk Information	21 Notes to Consolidated Financial Statements
02 Message from the President	15 Six-Year Financial Summary	36 Report of Independent Auditors
06 Corporate Governance / Corporate Social Responsibility	16 Consolidated Balance Sheets	37 Corporate Data
08 Topics	18 Consolidated Statements of Income	
10 Financial Review	19 Consolidated Statements of Shareholders' Equity	
	20 Consolidated Statements of Cash Flows	



2006年、新グローバルブランドを導入

クラリオンは、「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となる」ことを目指すブランドスローガンのもと、新グローバルブランド「Clarion」を立ち上げました。日本を中心とした世界市場において、商品名を企業名と同一にすることによって、クラリオンブランドの認知を効果的に高めるブランディング活動を展開していきます。新グローバルブランドに基づいた製品は、2006年モデルより順次世界市場で展開していきます。

clarion

新グローバルブランド「Clarion」は新たなブランドロゴとブランドカラーを採用しています。従来の「Clarion」ロゴをグラデーションで表現することにより、シャープな現代性を象徴しています。また、新ブランドカラーは、企業の透明性や信頼感を表現した「クラリオンアズーロ」を採用しました。アズーロとは、イタリア語で青色を意味します。



クラリオンの新ブランドスローガン「Human Mobile Music Media Interface (Clarion H.M.I.I.)」は、「Human Machine Interface」の思想をさらに多層的・立体的に拡大させました。音楽と情報を移動体空間に結びつけることで、もっと楽しく、快適な空間に進化させるためのインターフェースとなることを目指す企業姿勢を表現しています。