

**2019年3月期 第2四半期
決算説明資料**

あなたと共に
夢・・・新たなライフシーン・・・を実現し
お客様に喜んでいただけるコロナ

株式会社 **コロナ**

代表取締役社長 **小林 一芳**

東証1部 証券コード 5909

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

2018年 11月

(注) 本資料に記載しております業績予想等につきましては、現時点において入手可能な情報に基づき作成しております。実際の業績につきましては、今後様々な要因により見通しと異なる場合があり得ることをご承知おき下さい。

1. 2019年3月期 第2四半期 連結業績ハイライト
..... P 3
2. 2019年3月期 計画と取り組み
..... P 14
3. 中期経営計画の進捗
..... P 28

2019年3月期 第2四半期 連結業績ハイライト CORONA

(単位：百万円)	2018年3月期 第2四半期 実績	2019年3月期 第2四半期 当初見込み	2019年3月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
				増減額	増減率 (%)
連結売上高	38,034	39,100	39,397	1,363	3.6
営業利益	708	700	407	△300	△42.4
経常利益	827	800	560	△266	△32.3
親会社株主に帰属する 四半期純利益	645	600	384	△260	△40.4

主な増減要因

(10/23 中間業績予想を修正)

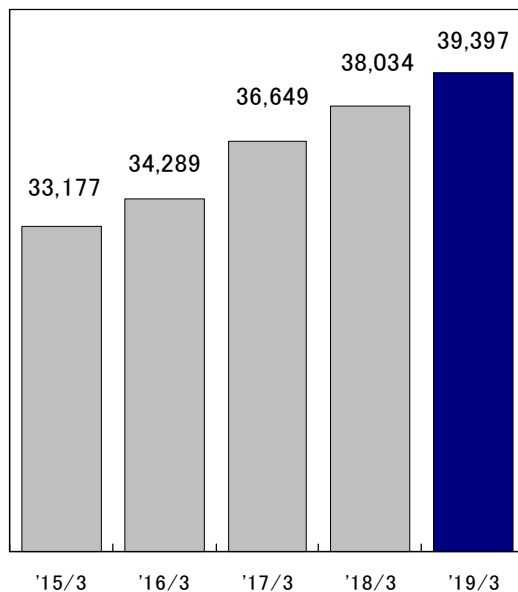
- **連結売上高** 住宅関連機器業界が弱含みの状況下、空調機器を中心に伸び、暖房・住設においても前年同四半期を上回る
- **利益面** 原材料価格、災害の影響による物流費上昇、高付加価値機種の販売伸び悩みで当初見込みを下回る

第2四半期 連結業績ハイライト

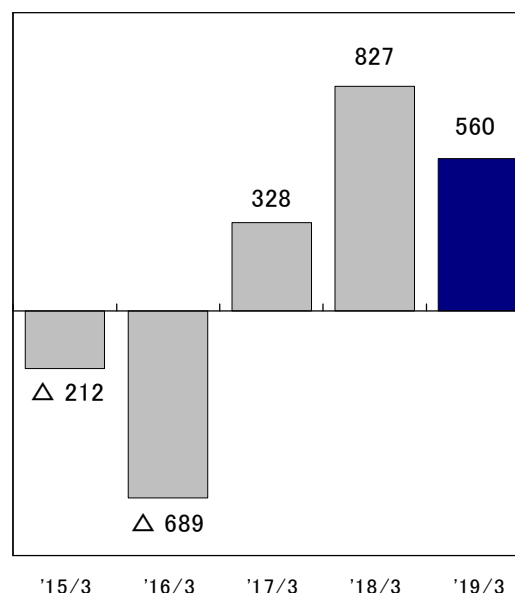
CORONA

(単位：百万円)

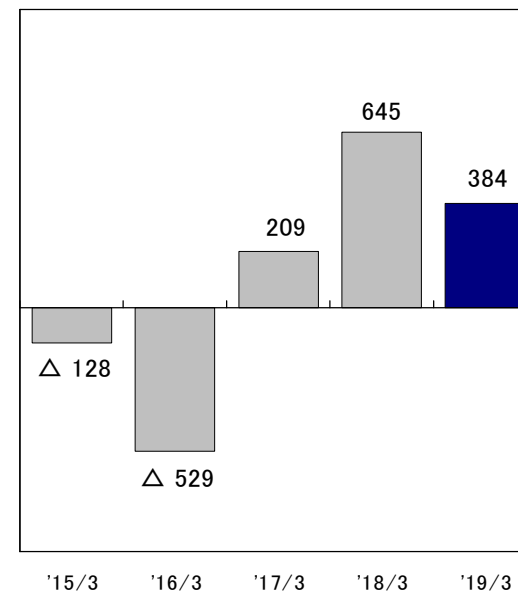
連結売上高



経常利益



四半期純利益



トピックス

- 2Q（累計）は4期連続で増収、主にルームエアコンの販売増加が寄与
連結売上高は、'15/3期より18.7%伸長
- 3期ぶりに減益、原材料価格や物流コストの上昇等が影響

連結売上高 四半期推移

CORONA

(単位：百万円)

	'15/3		'16/3		'17/3		'18/3		'19/3	
1Q	14,867	19.9%	14,500	19.6%	16,782	20.8%	17,295	21.1%	17,679	
2Q	18,310	24.4%	19,788	26.7%	19,866	24.7%	20,739	25.3%	21,718	
3Q	28,003	37.4%	26,715	36.1%	29,194	36.2%	30,076	36.6%		
4Q	13,722	18.3%	13,037	17.6%	14,755	18.3%	14,004	17.0%		
合計	74,904	100.0%	74,042	100.0%	80,598	100.0%	82,115	100.0%		

■ ルームエアコンを中心に販売が増加し、2Qは4期連続で増収

- ※ 暖房機器は秋から冬にかけての第3四半期に増加することから、当社グループの売上高及び利益が第3四半期に増加する傾向にあります。
- ※ 空調・家電機器、住宅設備機器事業の拡大で、季節要因による変動を抑え、平準化を図る方針

連結P/L分析 (売上高～経常利益)

CORONA

(単位：百万円)	2018年3月期 第2四半期 実績	2019年3月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	38,034	39,397	1,363	3.6
売上原価	28,874	30,385	1,510	5.2
売上総利益	9,159	9,012	△147	△1.6
販管費	8,451	8,604	153	1.8
営業利益	708	407	△300	△42.4
営業外収益	149	162	13	9.1
営業外費用	30	10	△20	△66.2
経常利益	827	560	△266	△32.3

主な増減要因

- 売上原価 原材料価格の上昇等が影響し、原価率が上昇
(75.9% ⇒ 77.1%)
- 販管費 物流費の増加（災害影響）等により販管費が増加したが、
売上高の増加に伴い販管費率は低下
(販管費率：22.2% ⇒ 21.8%)

連結P/L分析（経常利益～四半期純利益）

CORONA

(単位：百万円)	2018年3月期		2019年3月期		前年同四半期比	
	第2四半期	実績	第2四半期	実績	増減額	増減率 (%)
経常利益		827		560	△266	△32.3
特別利益		166		1	△165	△99.4
特別損失		76		2	△73	△96.5
税金等調整前 四半期純利益		917		558	△358	△39.1
法人税等		272		174	△98	△36.0
親会社株主に帰属する 四半期純利益		645		384	△260	△40.4

主な増減要因

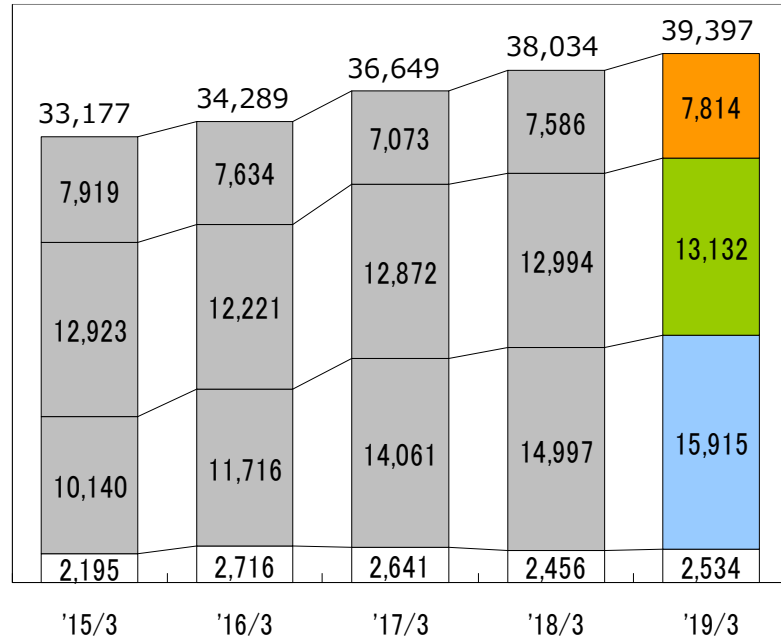
- 特別利益 投資有価証券売却益の減少（△166百万円）
⇒前期は政策保有株式の一部売却を実施
- 法人税等 利益減少に伴う減少

第2四半期 連結売上高・製品種類別構成推移

CORONA

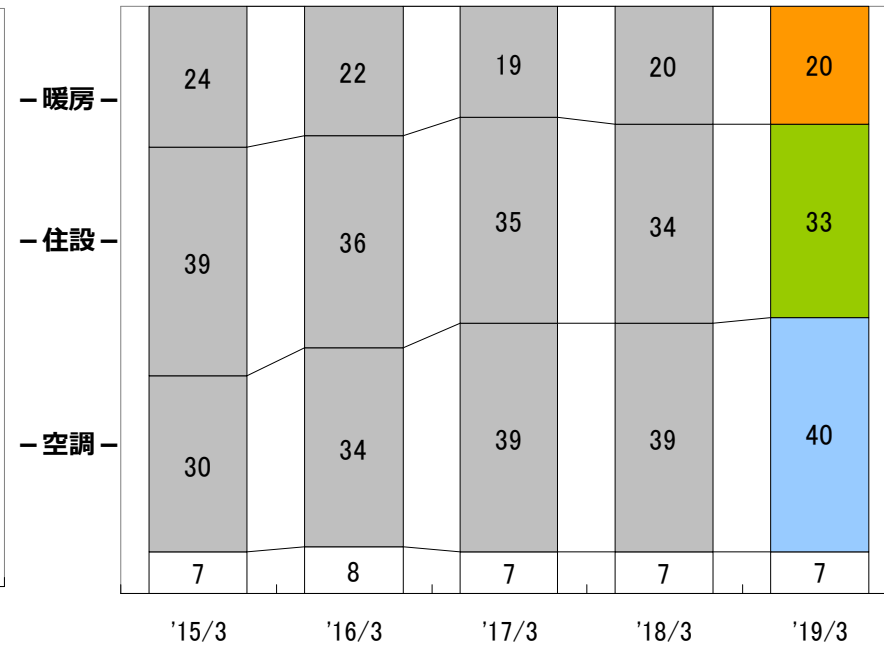
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)

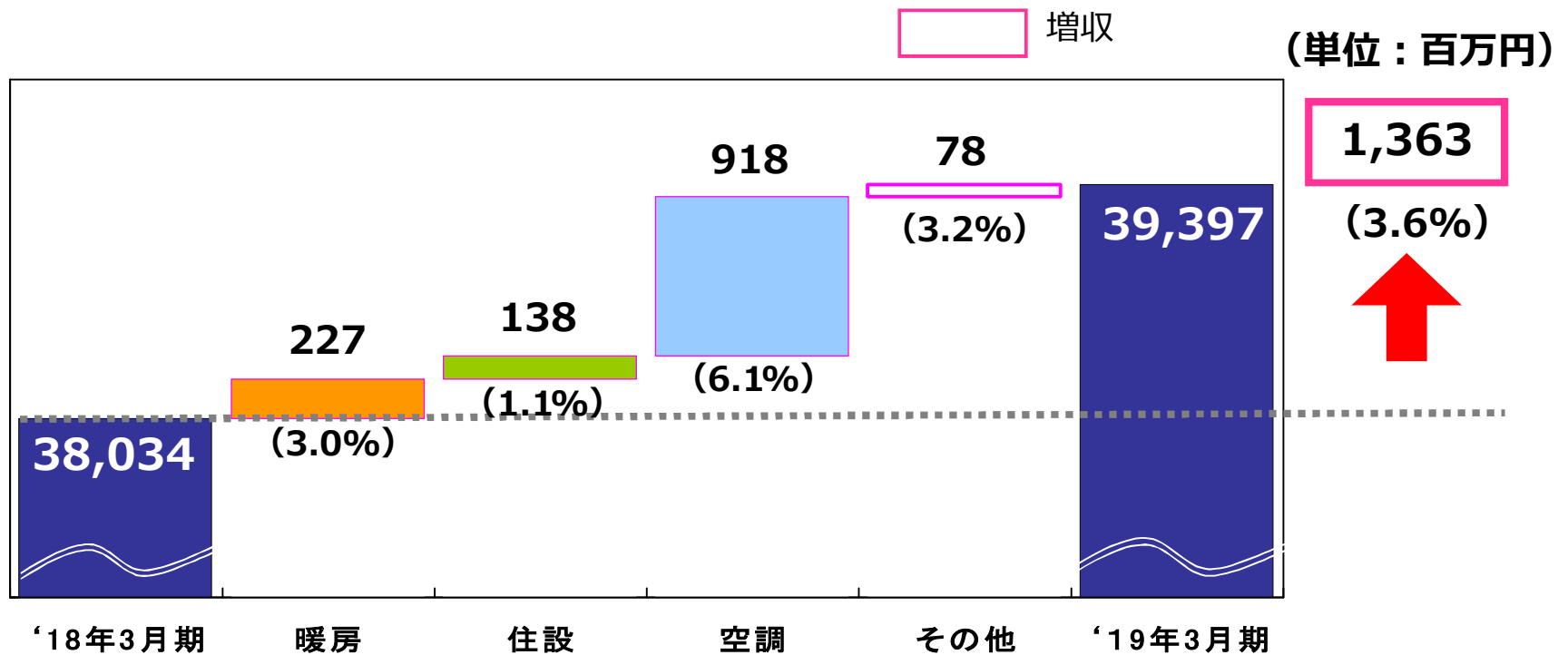


トピックス

- 2Qの製品種類別売上高は、各製品群とも前年同四半期比増加
- 空調・家電機器の構成比が40%に上昇
ウインドエアコンや冷風機・衣類乾燥除湿機といった当社独自の製品が好調に推移

2019年3月期 第2四半期 連結売上高増減要因

CORONA



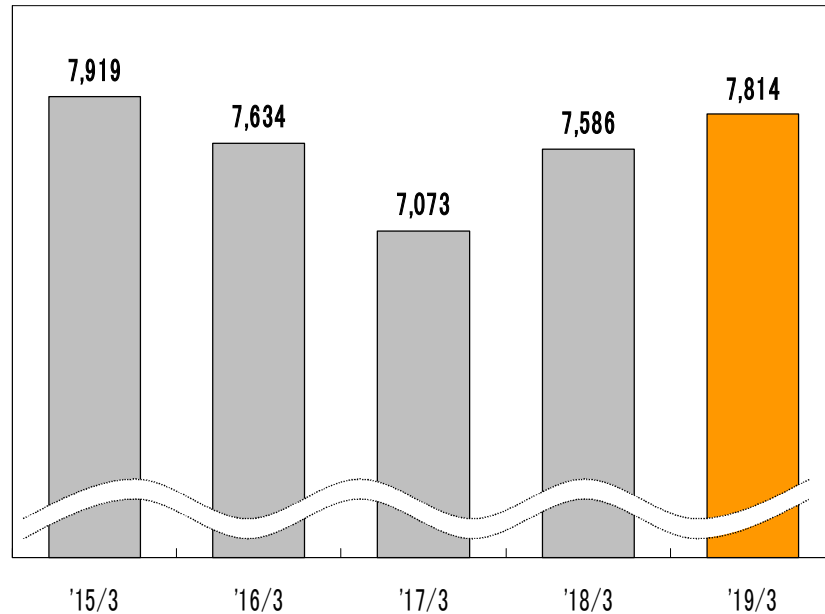
主な増収要因

- 暖房 壁掛型遠赤外線暖房機、ポータブル石油ストーブが好調に推移
- 住設 エコキュートは前年同四半期を上回る、ヒートポンプ式温水暖房システムが好調に推移
- 空調 記録的な猛暑、ルームエアコン、冷風・衣類乾燥除湿機が好調に推移

製品種類別売上高分析 暖房機器

CORONA

売上高推移 (単位：百万円)



主要製品販売台数 前年同四半期比増加率

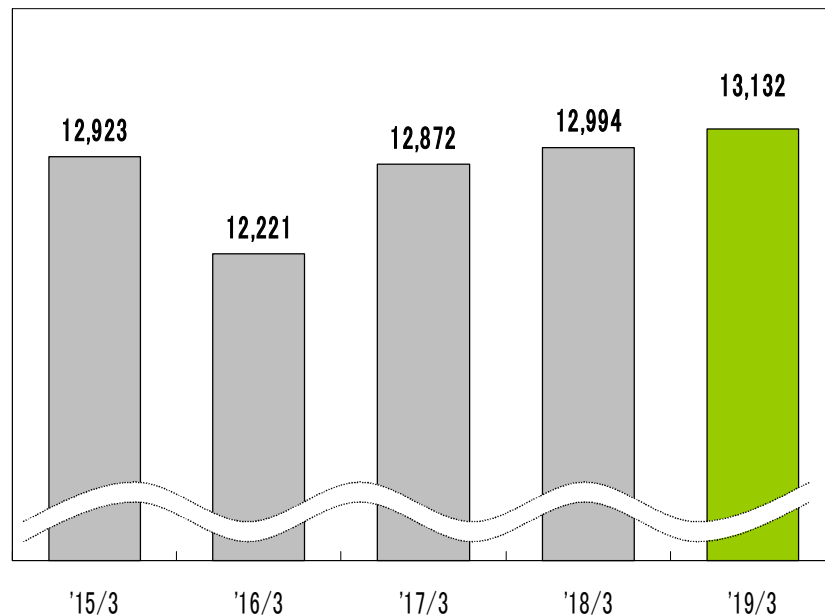
ポータブル石油ストーブ	+31.7%
遠赤外線電気暖房機	+7.7%
うち壁掛型	+44.8%



主な増収要因

- 壁掛型遠赤外線暖房機はヒートショック対策の訴求に加え、夏場の送風機能も評価され好調に推移
- 全国的な防災意識の高まりにより、電源不要のポータブル石油ストーブが当初見込み及び前年同四半期を大きく上回る
- 北海道の地震が影響し、寒冷地向け石油暖房機の販売に遅れ

売上高推移 (単位：百万円)



主要製品販売台数 前年同四半期比増加率

エコキュート	+3.9%
ヒートポンプ式温水暖房システム	+14.2%



エコキュート

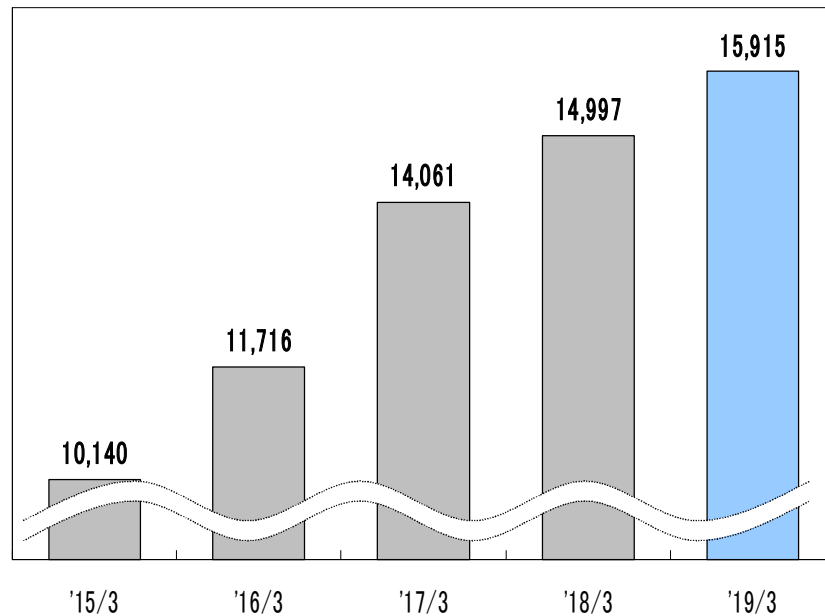


ヒートポンプ式
温水暖房システム

主な増収要因

- エコキュートは普及拡大するZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）仕様の住宅に向け、業界トップクラスの省エネ性能であるプレミアムタイプを軸に提案強化
他商品との複合提案や買い替え需要の取り込みにも取り組み、前年同四半期を上回る
- 省エネ性の高いヒートポンプ式温水暖房システムが好調に推移

売上高推移 (単位：百万円)



主要製品販売台数 前年同四半期比増加率

ルームエアコン	+5.9%
うちウィンドタイプ ^o	+10.5%
冷風・衣類乾燥除湿機	+31.3%



ルームエアコン



ウィンドタイプ



冷風・衣類乾燥除湿機

主な増収要因

- 夏季の記録的な猛暑もあり、ルームエアコンの販売が好調に推移
- ウィンドタイプや冷風・衣類乾燥除湿機といった設置工事不要な独自製品が前年同四半期を大きく上回る

連結B/S分析

CORONA

(単位：百万円)	2018年3月期 第2四半期 実績	2019年3月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
			増減額	増減率 (%)
(資産の部)				
流動資産	58,549	57,503	△1,046	△1.8
固定資産	39,935	43,175	3,240	8.1
資産合計	98,485	100,679	2,193	2.2
(負債の部)				
流動負債	24,455	25,624	1,168	4.8
固定負債	1,890	2,045	155	8.2
負債合計	26,345	27,669	1,323	5.0
純資産合計	72,139	73,009	869	1.2
負債、純資産合計	98,485	100,679	2,193	2.2

主な増減要因

- 資産の部 有価証券 △1,943百万円、たな卸資産 +869百万円
投資有価証券 +1,990百万円、有形固定資産 +469百万円
退職給付に係る資産 +682百万円
- 負債の部 買掛債務 +1,445百万円 ● 純資産の部 利益剰余金 +1,022百万円

2019年3月期 計画

- ・ 2019年3月期連結業績見込み

2019年3月期 連結業績見込み

CORONA

(単位：百万円)	2018年3月期 実績	2019年3月期 当初見込み	2019年3月期 見込み	前期比	
				増減額	増減率 (%)
連結売上高	82,115	85,800	86,400	4,285	5.2
営業利益	2,635	2,700	2,200	△435	△16.5
経常利益	2,875	2,900	2,400	△475	△16.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,104	2,100	1,700	△404	△19.2

主な増減要因

(10/30 通期業績予想を修正)

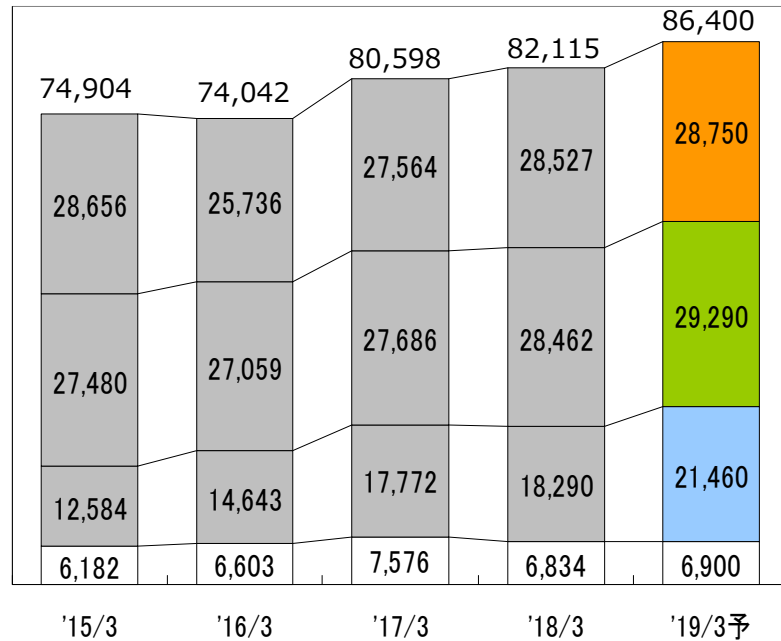
- 3Q以降は石油暖房機器や遠赤外線電気暖房機の販売拡大に注力、ルームエアコンや住宅設備機器の販売と複合提案を強化し、連結売上高は当初計画を上回る見込み
- 鉄、非鉄金属、原油などの素材高騰で原材料価格がさらに上昇、災害の影響による物流費増加などが影響し、各利益は当初計画を下回る見込み

連結売上高・製品種類別構成推移

CORONA

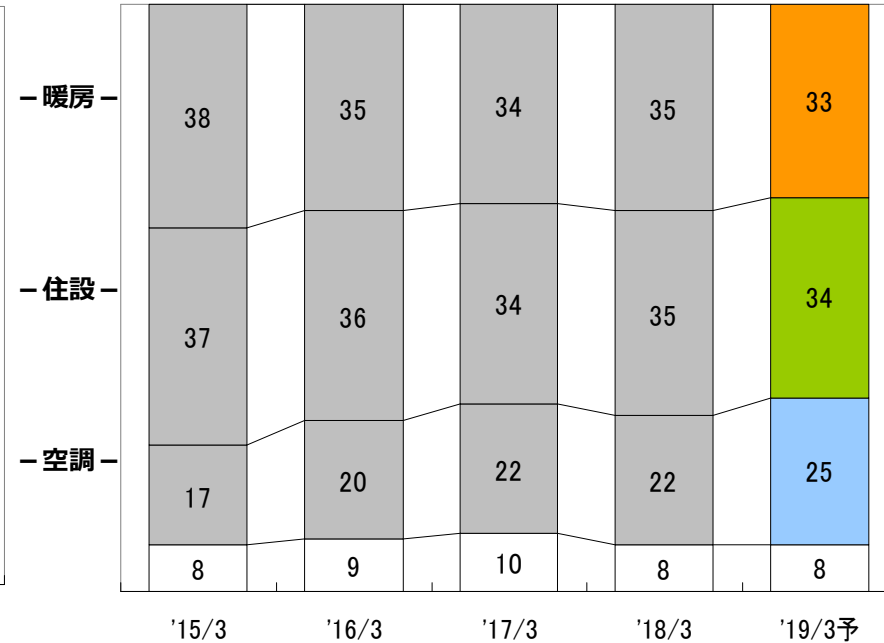
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)

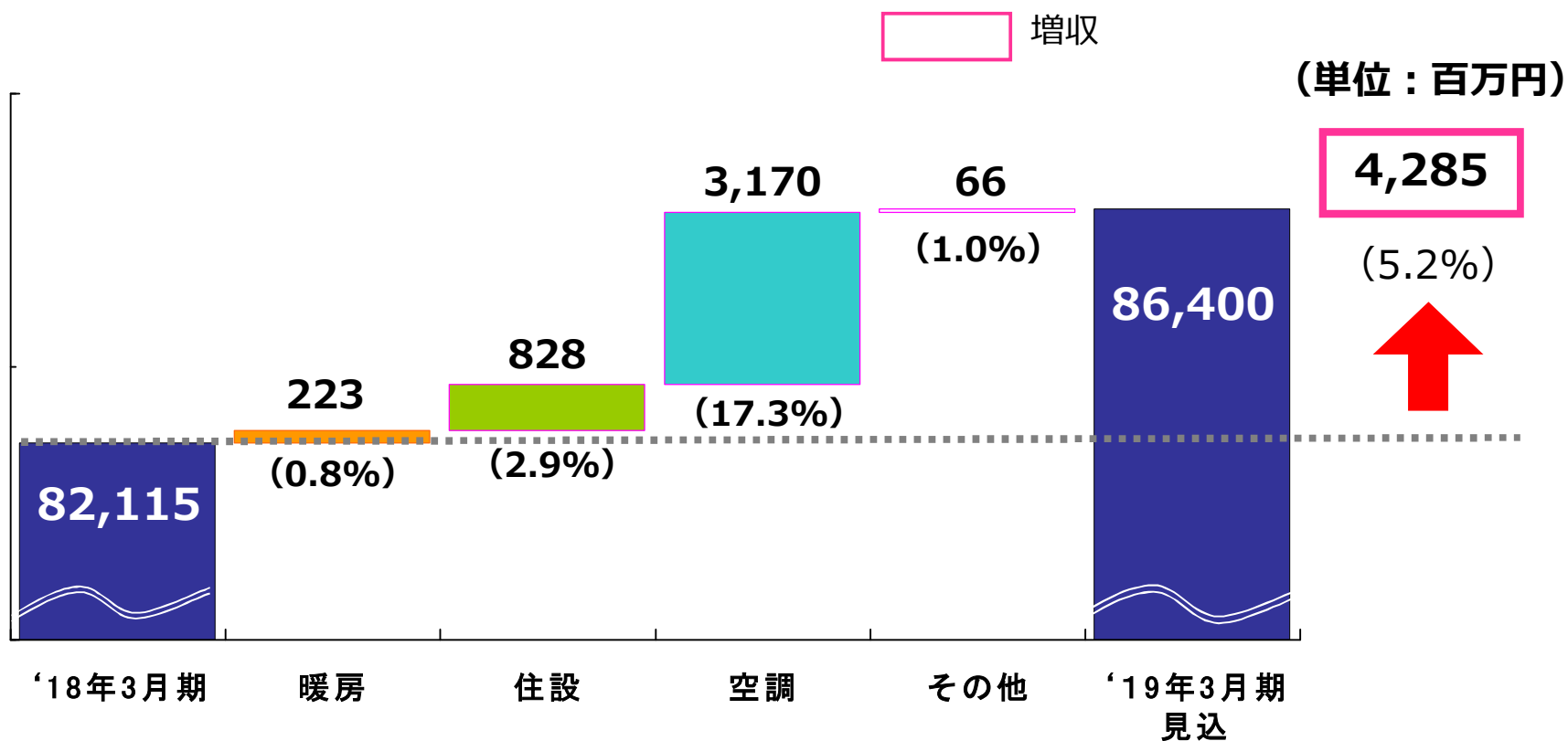


トピックス

- 製品種類別売上高は、各製品群とも前期比増加見込み
- 空調・家電機器と住宅設備機器を合わせた構成比は60%に上昇見込み

2019年3月期 連結売上高 増減要因

CORONA



主な増収要因

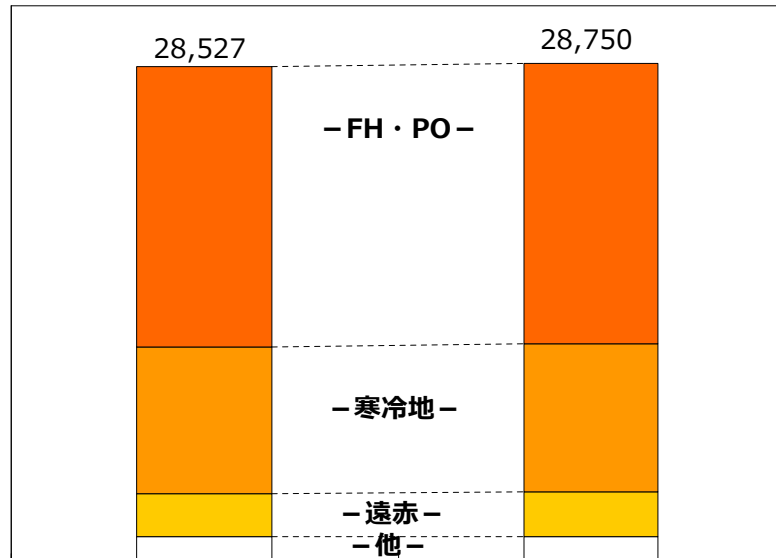
- 暖房 各地域の住環境に合わせたトータル暖房提案、訴求力強化
- 住設 省エネ給湯機、冷暖房システムの拡販、石油給湯機器が堅調
- 空調 エアコン事業の付加価値向上、ルームエアコンの商品力・販売力強化

製品種類別売上高分析 暖房機器

CORONA

売上高推移

(単位：百万円)



'18/3

'19/3予

主な増収要因

- 「通常の冬」想定、前期比+2億
- ・ 石油暖房機フルラインアップの強み
- ・ ポータブル石油ストーブは3Q以降も伸長見込み、寒冷地向け石油暖房機も回復
- ・ 壁掛型遠赤外線暖房機ウォールヒートは「ヒートショック予防」訴求強化



石油ファンヒーター (FH)

足もと暖かい
速暖性・経済性



ポータブル石油ストーブ (PO)

電源不要
節電・防災に



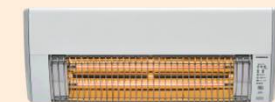
寒冷地向け F F式ストーブ

冬の暮らしをデザイン
上質な暖かさ・本格暖房



遠赤外線電気暖房機

豊富な遠赤外線
ライフスタイルにぴったり

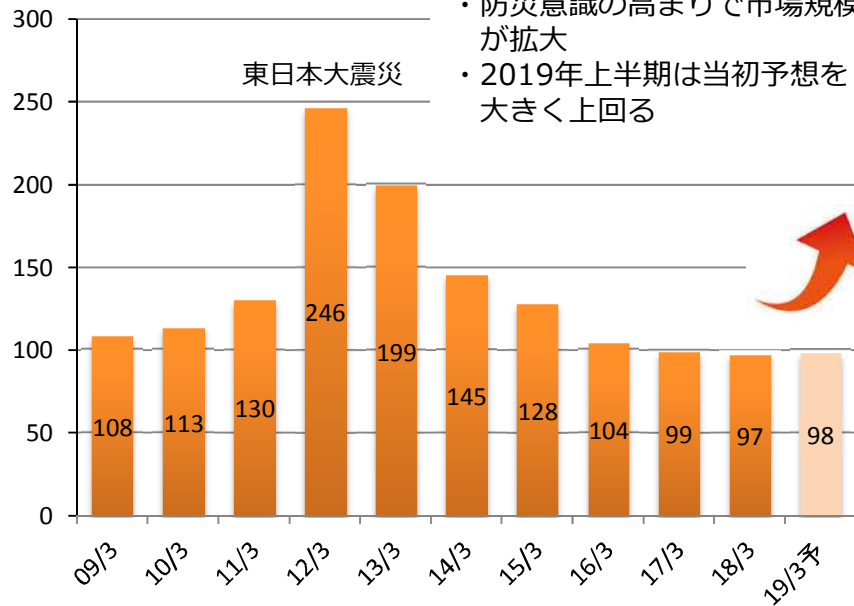


壁掛型遠赤外線暖房機

ウォールヒート
ヒートショック対策に

■ ポータブル石油ストーブの市場動向

(単位：万台)



東日本大震災

- ・ 防災意識の高まりで市場規模が拡大
- ・ 2019年上半期は当初予想を大きく上回る

防災製品認証を取得した石油ストーブの全機種
(左からポータブル石油ストーブ (反射型)、
対流型石油ストーブ、煮炊き用石油コンロ)



防災製品大賞@2017 銀賞



防災用品としての認知度向上

- 豪雨、台風、地震など度重なる災害で、電源不要のポータブル石油ストーブの需要が急増
- ポータブル石油ストーブの販売台数は前年同四半期比31.7%増加
- 防災用品としての認知度向上に向けた取り組みを継続
('17/3期に石油ストーブ全機種が「防災製品等推奨品認証」を取得)



① 石油ファンヒーター新CM「顔ぽっぽ」編



② RoomClip x CORONA



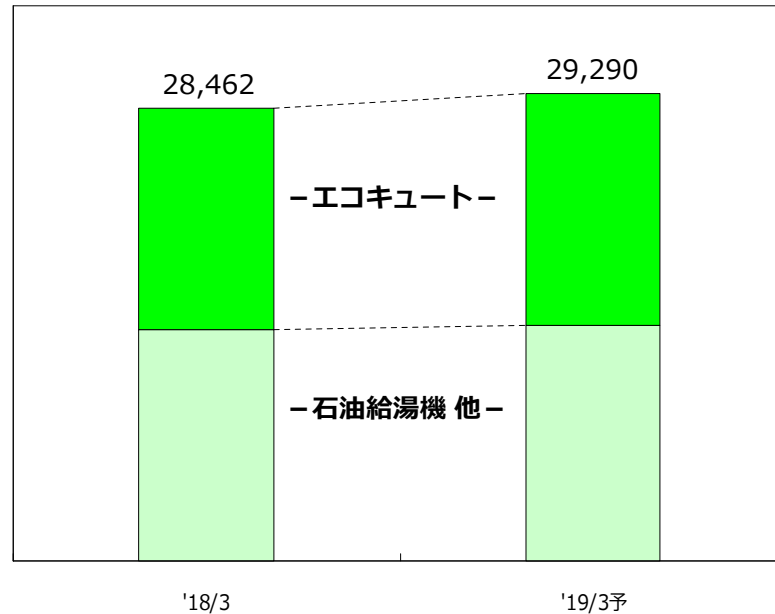
③ 「STOP! ヒートショック」プロジェクト

暖房機器の販促活動

- ① 石油ファンヒーター新CM「顔ぽっぽ」編 放送開始（10月～）
- ② 対流型石油ストーブSLタイプが「おしゃれ」なストーブとして注目、日本最大のインテリア専門SNS「RoomClip」を活用した販促活動（11月～）
- ③ 「STOP! ヒートショック」プロジェクトに参画、社会問題解決に一役（11月～）

売上高推移

(単位：百万円)



主な増収要因

- ヒートポンプ製品の複合提案強化、前期比+8億
- ・ エコキュートは業界トップクラスの省エネ性能を訴求
- ・ 石油給湯機は高効率タイプを強化、保証期間を5年に延長
- ・ ナノフィールを中心にアクアエア商品の販売を強化



石油給湯機
高効率
エコフィール



エコ暖
上質な冷暖房
高効率ヒートポンプ



ジオシステムハイブリッド
再生可能エネルギー
地中熱ヒートポンプ



エコキュート
省エネ性能トップクラス
電気新料金メニューに対応



ナノリッチ

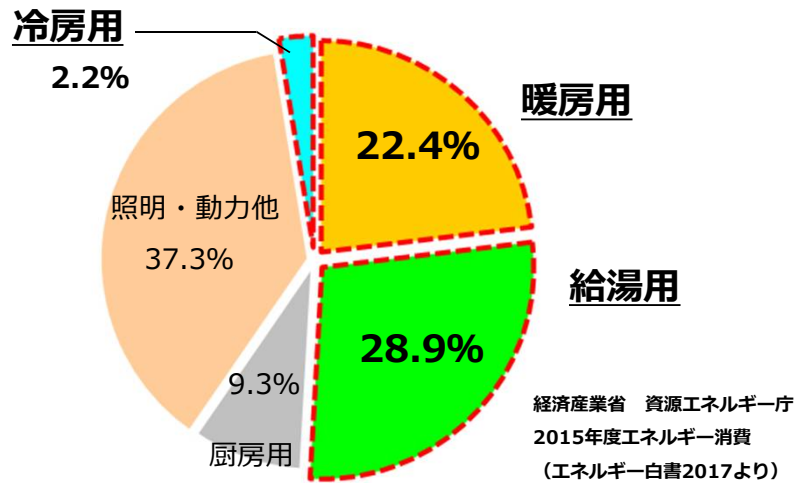


ナノリフレ



ナノフィール

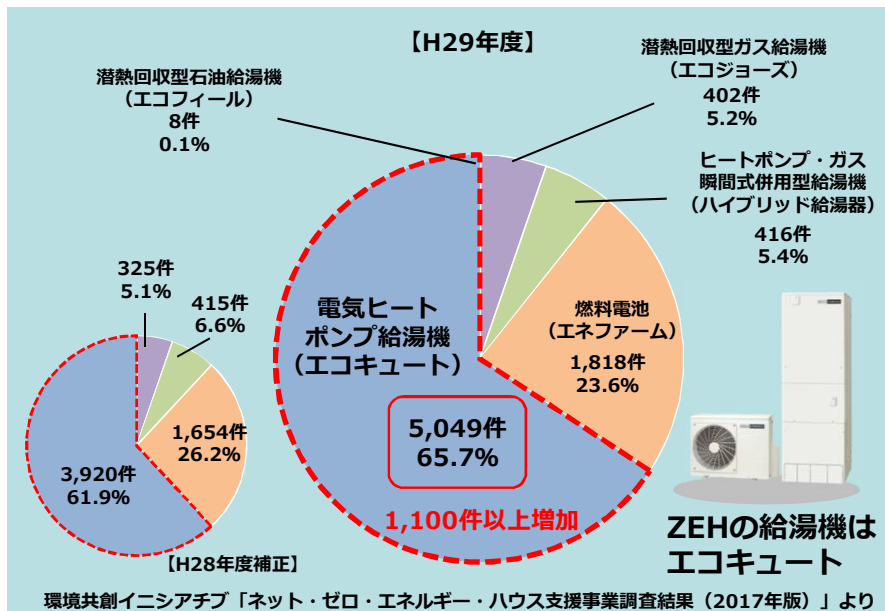
快適・美容・健康
ナチュラルクラスター技術



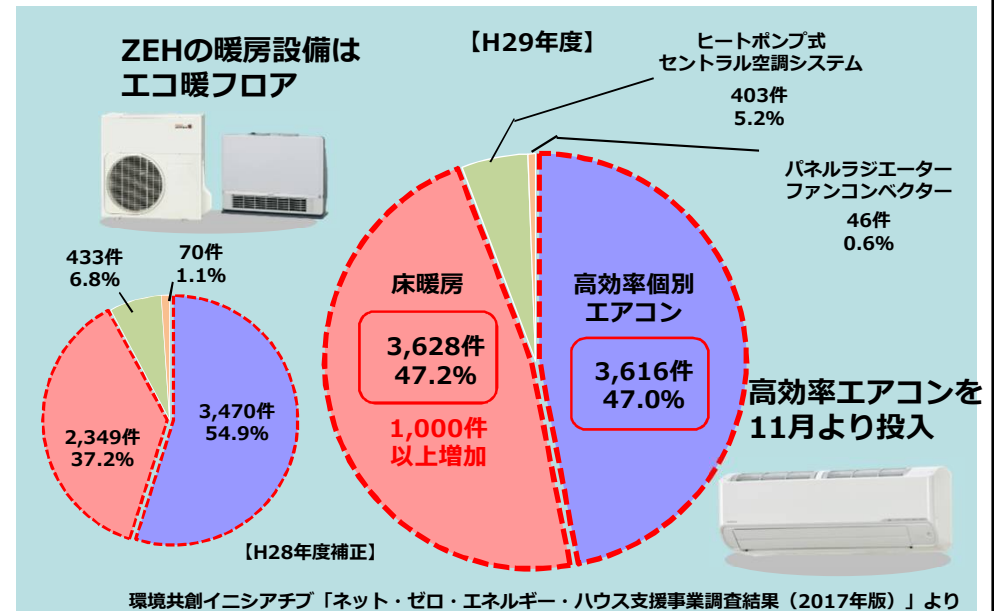
ポイント

- ① 家庭で使われるエネルギーの約54%が「冷房」「暖房」「給湯」⇒省エネのポイント
- ② 省エネ・環境配慮型商品の開発を強化
- ③ トップランナー基準
H E M S (ホームエネルギーマネジメントシステム)
Z E H (ゼロエネルギーハウス)
Z E H - M (集合住宅版のZEH)

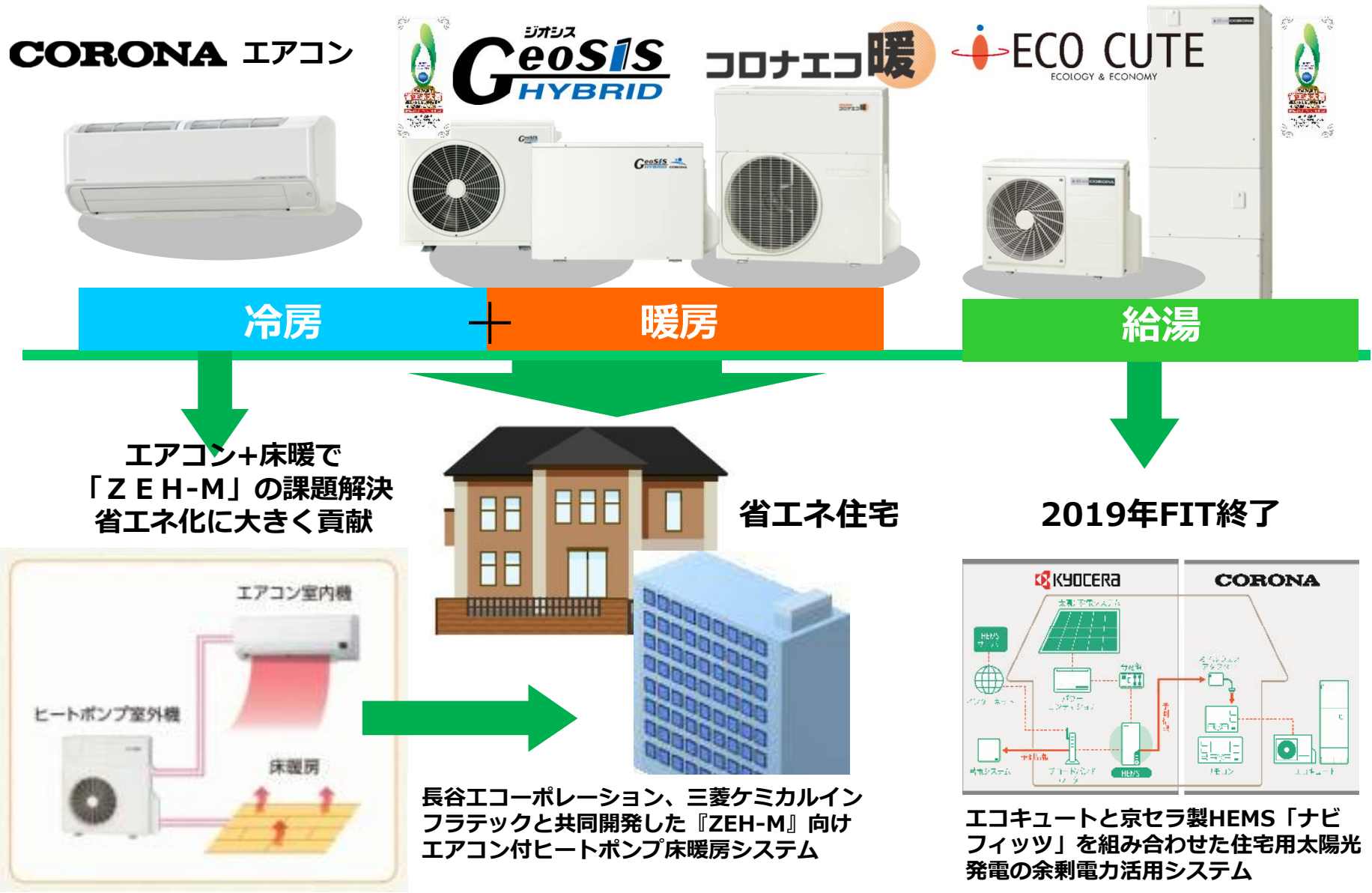
■ ZEHで選ばれている給湯機



■ ZEHで選ばれている暖房設備




トピックス 省エネ・環境配慮型商品、「ZEH」対応の強化 **CORONA**



長谷工コーポレーション、三菱ケミカルインフラテックと共同開発した『ZEH-M』向けエアコン付ヒートポンプ床暖房システム


エコキュートと京セラ製HEMS「ナビフィッツ」を組み合わせた住宅用太陽光発電の余剰電力活用システム




**多機能加湿装置
ナノフィール**

- 準業務用・新築への営業戦略強化
- 新たな用途、販売ルート『創造営業』

除菌・消臭・加湿・空清



普通の雨が東京ドームの大きさだとしたら？

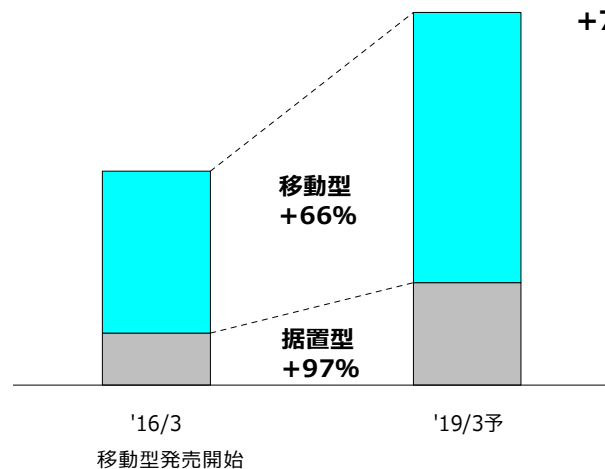


普通の雨 = 東京ドーム

ナノミスト = 米粒位

ナノフィールに取り込まれた菌・ニオイのもと・ダスト・花粉は水に溶け込んで抑制され、水とともに排出されます。

ナノフィール販売台数推移



販売台数計
+74%



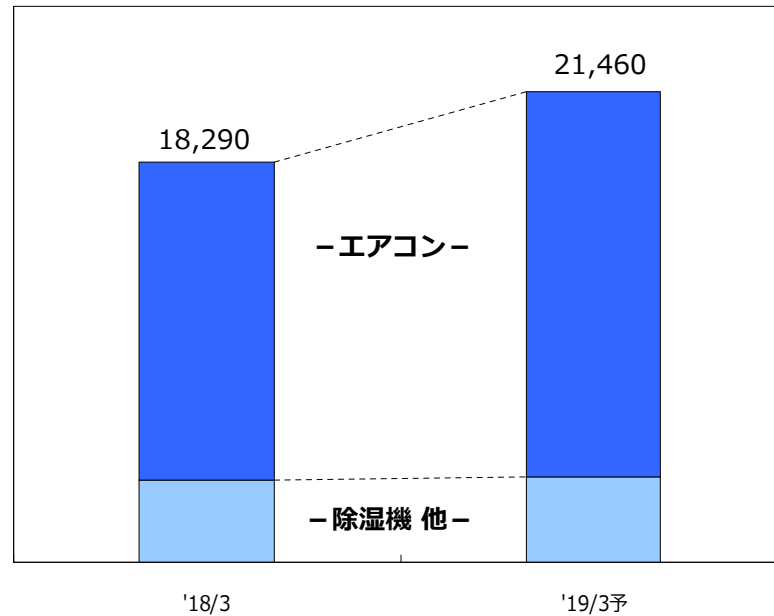
美容健康機器
ナノリフレ



39度の低温サウナ
ナノリッチ

売上高推移

(単位：百万円)



主な増収要因

- 商品力・販売力強化、前期比+31億
- ・ ルームエアコンの商品力・販売力を強化
- ・ 特色あるラインアップ訴求強化
- ・ 除湿機・冷風機の高シェアを継続



ルームエアコン
国内生産の安定生産
冷房専用タイプ・
寒冷地向けをラインアップ



ウインドエアコン
根強い人気
工事不要、簡単取り付け

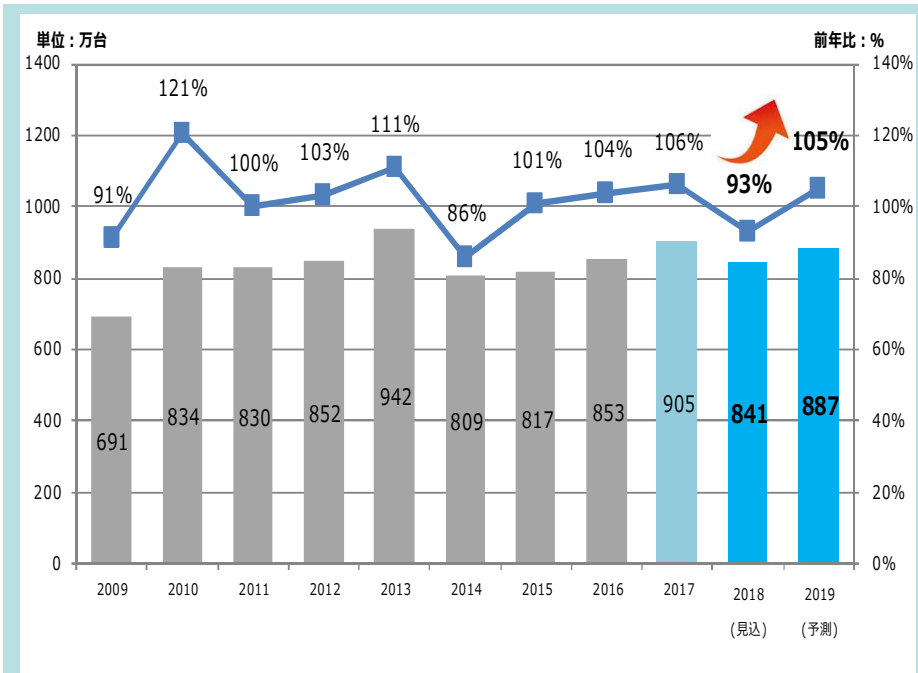


冷風・衣類乾燥除湿機
運べる
『どこでもクーラー』



除湿機
パワフル除湿とスピーディな衣類乾燥
コンプレッサー方式で低消費電力

■ 家庭用エアコンの市場動向



一般社団法人 日本冷凍空調工業会「冷凍空調機器の中期需要予測報告書 平成30年2月」

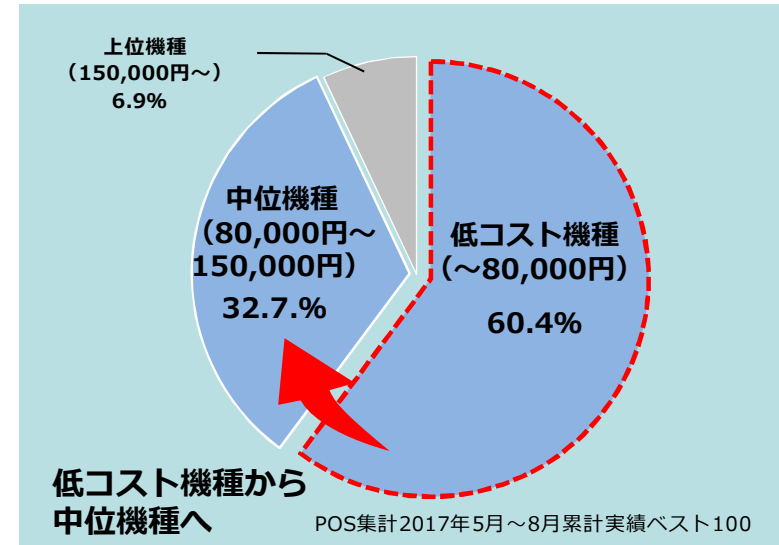
● 2018年上半期実績

- ・ 上半期は記録的な猛暑によりエアコンの需要が急増
- ・ 冬期の暖房を見据え、下半期もエアコン需要は増加見込み

● 2019年予測

- ・ 上半期は消費税改定に伴う駆け込み需要が見込まれる
- ・ 下半期に反動減が見込まれるものの、通期では上振れ傾向

■ 家庭用エアコン市場 クラス別販売構成比



● ルームエアコンの国内市場

- ・ 市場販売構成比の60%が低コスト機種
- ・ 低コスト機種、中位機種を合わせた販売構成比は市場全体の90%以上を占める

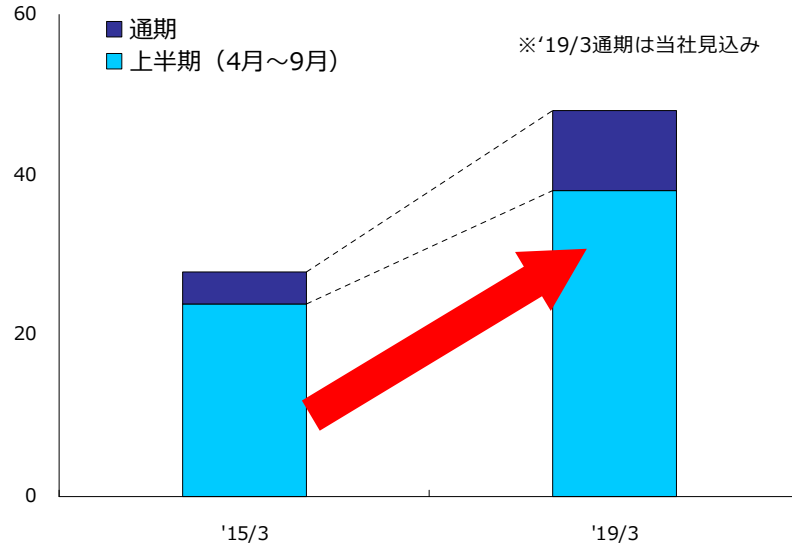
● コロナのルームエアコン

1. ニーズを捉えた値ごろ感ある製品ラインアップ
2. 国内生産で需要に対応する柔軟な供給体制

⇒必要な機能を充実、付加価値を備えた中位機種の開発を視野に投資

コロナルームエアコン販売台数推移

(単位：万台)



【中位機種 第1弾】オリジナル商品



付加価値を備えた中位機種への投入

- 夏季の需要期における低コスト機種を中心に、上半期（4月～9月）の販売台数は'15/3に比べ約60%増加、通期では70%の増加を見込む
- エアコン事業の付加価値向上のため、冬季需要に対応する暖房能力向上と、国内市場で約30%を占める中位機種の開発に向けた投資を実施（今期約8億円）
- 中位機種の第1弾として、共同企画のオリジナル商品を投入

第7次中期経営計画 『Vアッププラン』 - 2017年3月期~2019年3月期 -

『新たな発展への構造改革』 ~創造と協創~

成長戦略	市場	新規	【新規×既存】	【新規×新規】
			新市場開拓	新規事業創出
			市場環境変化に対応 “創造営業”による販路開拓	アクアエア事業の領域拡大と 推進体制の連携強化
			* タイアップ戦略・マネジメント * 成長アイテムのインプット	* ナチュラルクラスター技術、商品 * 準業務用への営業戦略強化
	既存	既存	【既存×既存】	【既存×新規】
			シェア拡大	新商品開発
			空調・家電機器の付加価値向上と 市場競争優位性の確立	環境・エネルギー変化に対応した 住設事業の戦略強化と拡大
			* 商品力強化、省エネ性の向上 * マーケティング・販売活動の強化	* 省エネ・環境配慮型商品 * 複合提案の進化
		既存	新規	
		商品		

第7次中期経営計画 進捗

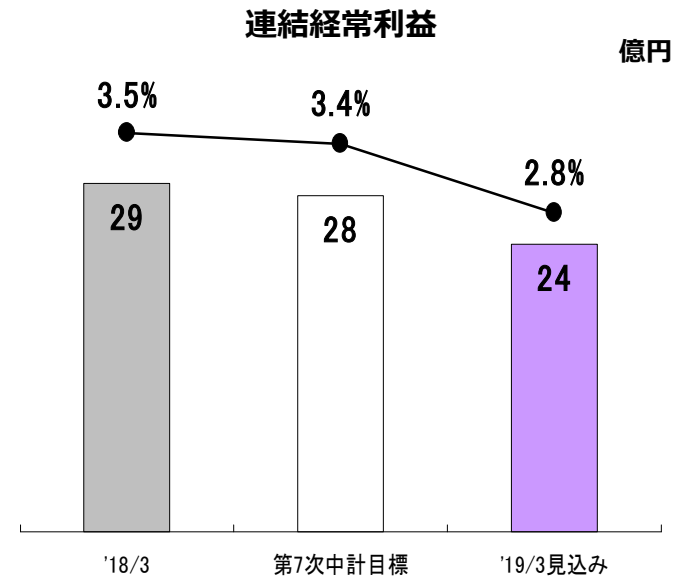
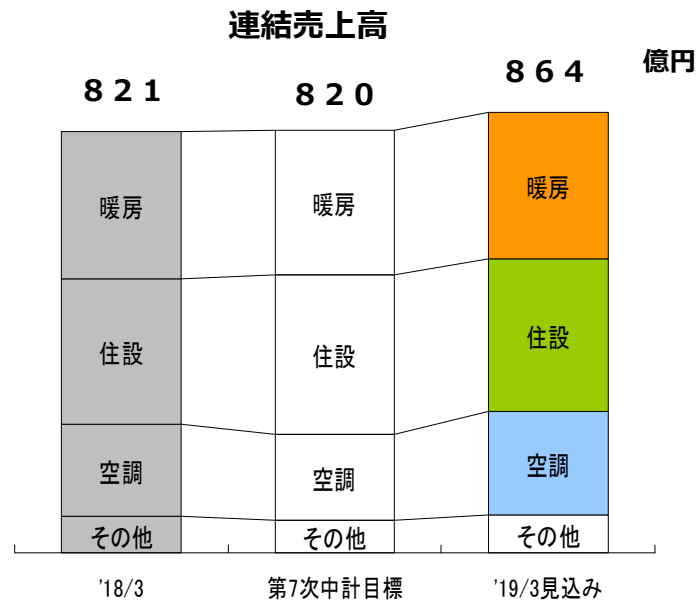
CORONA

中計'19年3月期達成数値目標

連結売上高 820億円 連結経常利益 28億円

‘19年3月期業績予想（10月30日修正）

連結売上高 864億円 連結経常利益 24億円



トピックス

- ルームエアコンを主とした空調機器、エコキュートを主とした住宅設備機器の伸長により売上高は当初計画比増加見込み
- 利益面は鉄、非鉄金属、原油などの素材高騰による原材料価格上昇、災害の影響による物流費等の増加により当初計画を下回る見込み

CORONA

“あなたとともに夢・・・”

CORONA

お問合せ先

〒955-8510 新潟県三条市東新保7-7

株式会社 コロナ 広報室

TEL : 0256-35-8558

FAX : 0256-36-6523

e-mail: info@hode01.corona.co.jp