

つぎの快適をつくろう。

CORONA



2022年3月期決算 及び 中期経営戦略説明会

2022年5月

代表取締役社長

大桃 満

東証スタンダード市場 証券コード 5909

1. 代表取締役社長 大桃 満 プロフィール紹介

2. 会社紹介

3. 2022年3月期 連結業績ハイライト

4. 中期経営戦略

5. 2023年3月期 計画

第9次中期経営計画 目標

(注) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、前連結会計年度に係る数値については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。

大桃 満 プロフィール

- 出 身 : 新潟県三条市
- 生年月日 : 1969年（昭和44年）生まれ
- 社 歴 : 1990年（平成2年）入社



会社概要

会社概要 (2022年3月31日現在)

- ・ 創 業 1937年(昭和12)4月
- ・ 本 社 新潟県三条市東新保7番7号
- ・ 資 本 金 74億4,960万円
- ・ 単元株主数 11,645名
- ・ 事業内容 暖房機器、空調・家電機器、住宅設備機器の製造、販売等
- ・ 主な事業所
 - 研究所 技術開発センター(三条市)、柏崎技術センター(柏崎市)
 - 生産拠点 新潟県内8工場(三条、柏崎、長岡、子会社5工場)
 - 営業拠点 支店11、営業所56
- ・ 従業員数 2,240名(連結)
- ・ 関係会社数 連結子会社12社、関連会社1社



本社：技術開発センター

2022年3月期

連結業績ハイライト

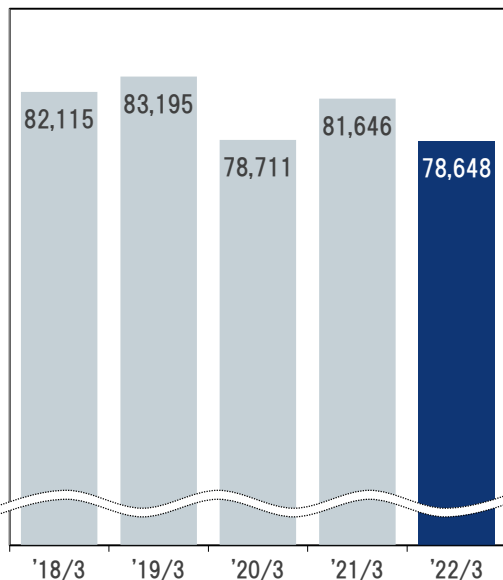
(単位：百万円)	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	81,646	78,648	△2,997	△3.7
営業利益	953	850	△103	△10.8
経常利益	1,283	1,195	△88	△6.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	626	939	313	50.1

主な増減要因

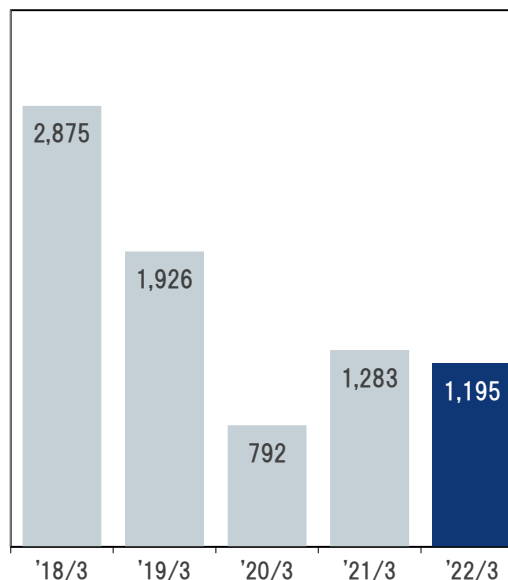
- 売上高 空調・家電機器、暖房機器の販売減少により前年を下回る
- 利益面 原材料価格の高騰や暖房機器、空調・家電機器の販売減少などが影響し
営業利益は前年を下回るも全社的な経費削減に取り組んだ効果もあり経常
利益は前年並み
前年に比べ特別損失が大幅に減少したことなどにより当期純利益が増加

(単位：百万円)

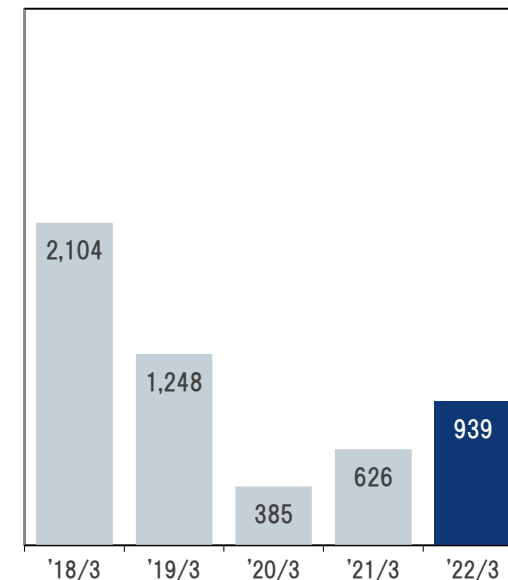
売上高



経常利益



当期純利益



※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」

(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

トピックス

- 売上高はエコキュートなど住宅設備機器が前年を上回ったものの、ルームエアコンなど空調・家電機器、石油ファンヒーターなどの暖房機器の販売減少が影響
- 原材料価格の高騰や売上減少等があったものの、全社的な経費削減に取り組んだ効果もあり経常利益はほぼ前年並み
前年計上した投資有価証券評価損等の特別損失が大幅に減少したことなどにより当期純利益は増加

連結P/L分析（売上高～経常利益）

（単位：百万円）	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率（%）
売上高	81,646	78,648	△2,997	△3.7
売上原価	62,969	61,249	△1,719	△2.7
売上総利益	18,676	17,398	△1,277	△6.8
販管費	17,723	16,548	△1,174	△6.6
営業利益	953	850	△103	△10.8
営業外収益	347	352	5	1.5
営業外費用	17	7	△9	△55.1
経常利益	1,283	1,195	△88	△6.9

主な増減要因

- 売上原価 原材料価格の高騰等により原価率が上昇
(原価率：77.1% ⇒ 77.9%)
- 販管費 全社的な経費削減効果もあり販管費は減少
(販管費率：21.7% ⇒ 21.0%)
- 営業利益 原材料価格の高騰、暖房機器や空調・家電機器の販売減少が影響

連結P/L分析（経常利益～当期純利益）

（単位：百万円）	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率（%）
経常利益	1,283	1,195	△88	△6.9
特別利益	12	18	6	50.8
特別損失	242	13	△229	△94.4
税金等調整前 当期純利益	1,053	1,200	146	13.9
法人税等	427	260	△166	△39.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	626	939	313	50.1

主な増減要因

- 特別損失 前年は投資有価証券評価損を計上

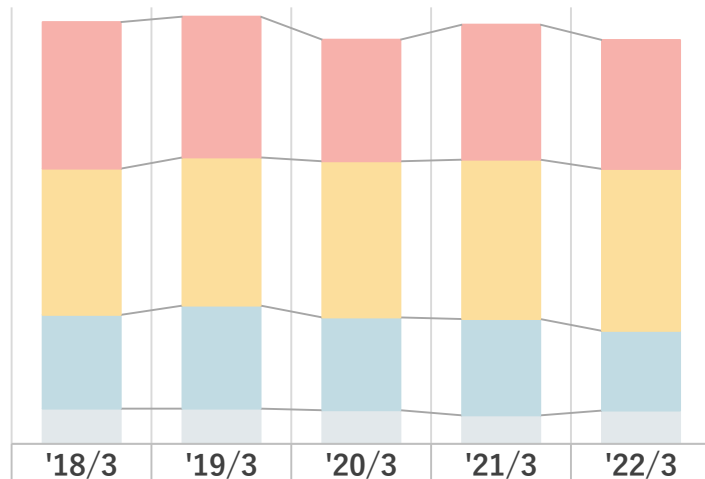
連結売上高・製品種類別構成推移

つぎの快適をつくろう。

CORONA

金額

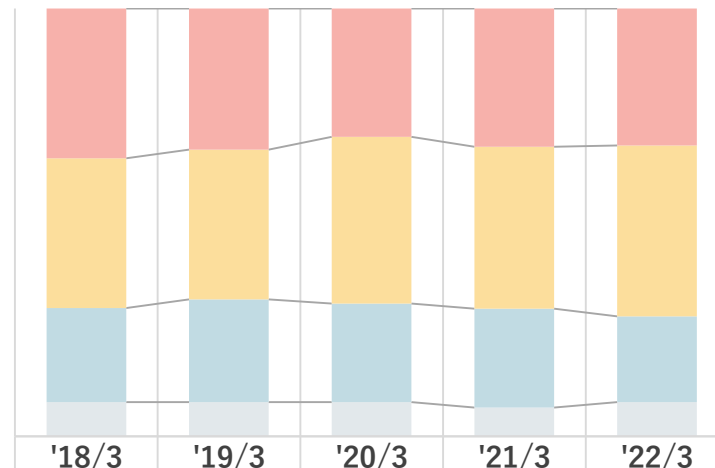
(単位：百万円)



	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3
暖房	28,527	27,437	23,663	26,286	25,110
住設	28,462	28,857	30,452	31,054	31,553
空調	18,290	20,034	18,060	18,778	15,494
その他	6,834	6,865	6,534	5,527	6,489

構成比

(単位：%)



	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3
暖房	35	33	30	32	32
住設	35	35	39	38	40
空調	22	24	23	23	20
その他	8	8	8	7	8

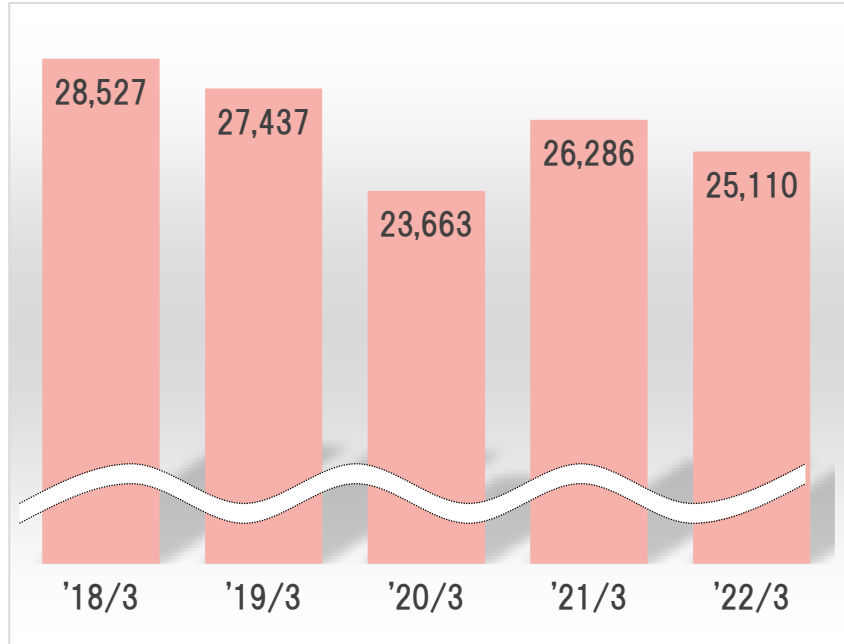
※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

トピックス

- 住宅設備機器が伸長し構成比は38%から40%に上昇
- 空調・家電機器はメーカー間の販売競争の激化や昨年支給された特別定額給付金による特需の反動などが影響し構成比が23%から20%に減少

売上高推移

(単位：百万円)



主要製品販売台数 前期比増加率

石油ファンヒーター	△ 2.5 %
寒冷地向け石油ストーブ	△ 6.9 %



遠赤外線電気暖房機

寒冷地向けFF式
石油ストーブ

石油ファンヒーター

※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

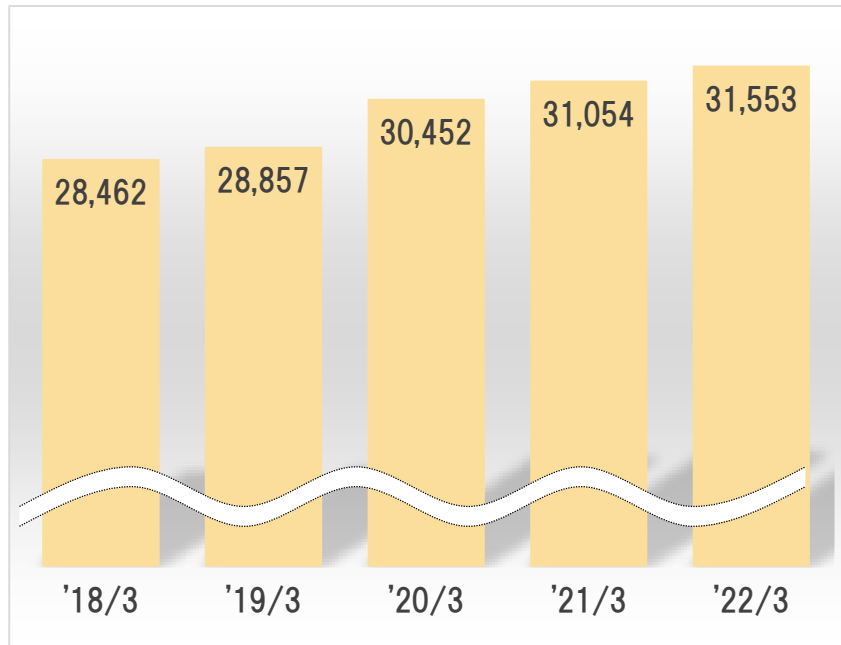
主な増減要因

- 世界的な電子部品類等の不足に伴う調達難により、遠赤外線電気暖房機、寒冷地向け石油暖房機、石油ファンヒーター等の生産・販売活動に影響
- 12月後半まで気温が高めに推移したことや灯油価格の高騰などもあり前期を下回る

製品種類別売上高分析 住宅設備機器

売上高推移

(単位：百万円)

主要製品販売台数
前期比増加率

エコキュート

+ 7.7 %



エコキュート

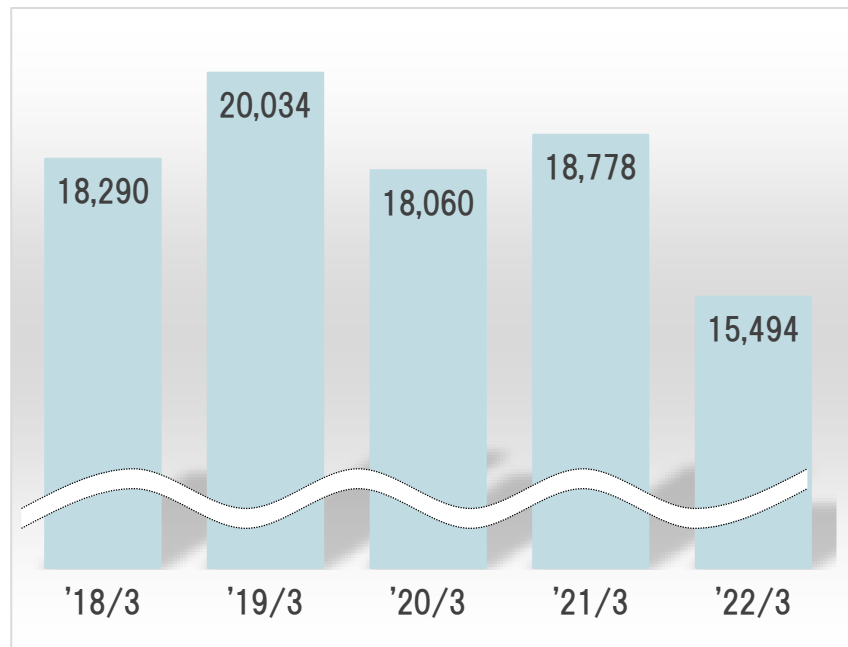
※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

主な増減要因

- 世界的な電子部品類等の不足に伴う調達難により、エコキュートや石油給湯機の生産・販売活動に影響
- 住宅市場の一部回復やエコキュートの買い替え需要の拡大もあり前期を上回る

売上高推移

(単位：百万円)



主要製品販売台数 前期比増加率

ルームエアコン	△ 20.5 %
除湿機	+ 0.4 %



ルームエアコン

除湿機

※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

主な増減要因

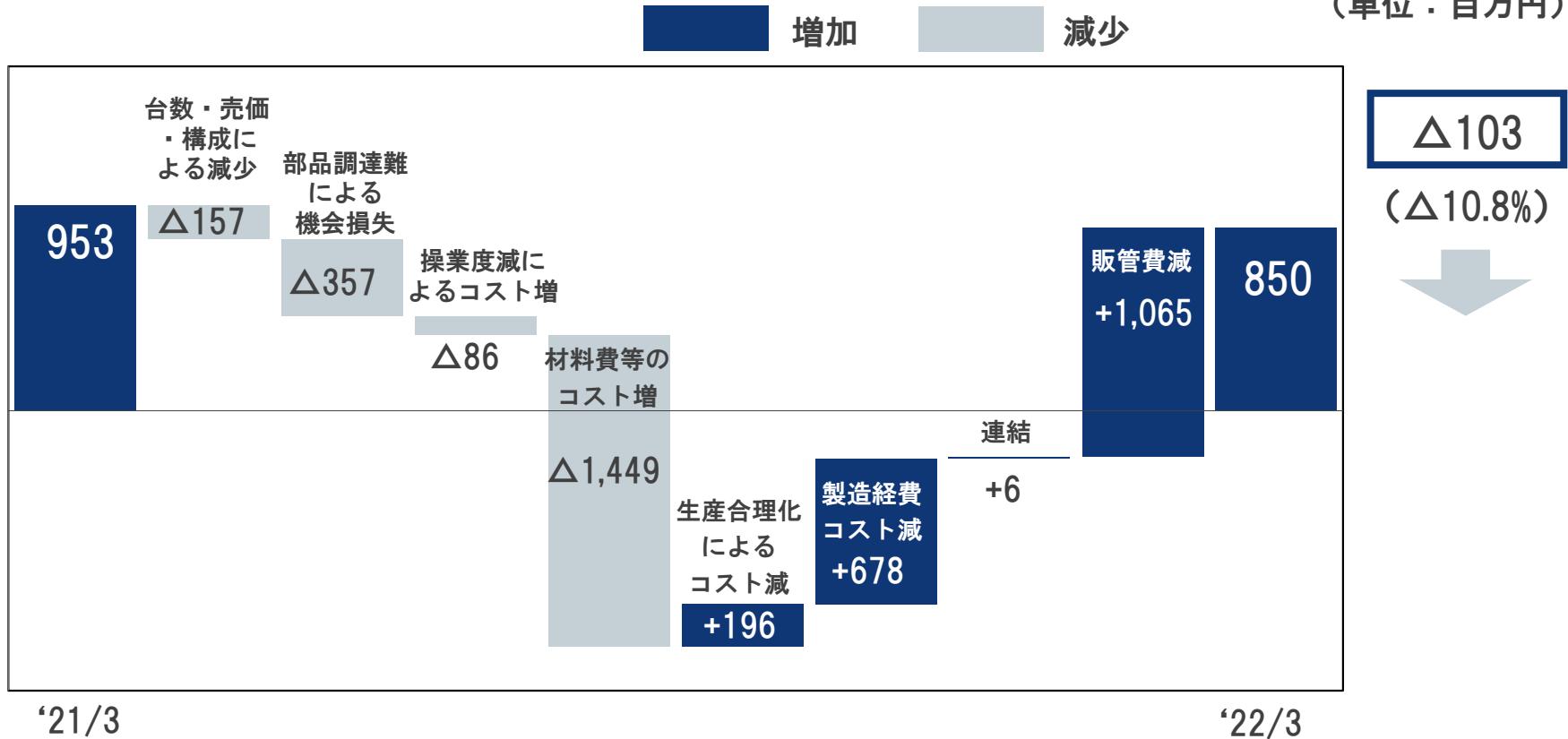
- メーカー間の販売競争の激化や昨年支給された特別定額給付金による特需の反動などが影響し前期を下回る
- ルームエアコンは、熱交換器洗浄機能や「コロナ快適ホームアプリ」による遠隔操作を可能としたセパレートタイプやウインドタイプなどの提案活動に注力
- 除湿機は部屋干し需要の増加などもあり前期を上回る

連結営業利益増減要因

つぎの快適をつくろう。

CORONA

(単位：百万円)



主な増減要因

- 全社的な経費削減に取り組んだものの、暖房機器や空調・家電機器の販売減少、部品調達難による機会損失の発生、原材料価格の高騰などが影響し営業利益は減少

連結B/S分析

(単位：百万円)	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率(%)
(資産の部)				
流動資産	56,368	55,265	△1,103	△2.0
固定資産	42,253	43,038	785	1.9
資産合計	98,621	98,304	△317	△0.3
(負債の部)				
流動負債	22,697	23,470	772	3.4
固定負債	2,845	2,053	△791	△27.8
負債合計	25,543	25,524	△18	△0.1
純資産合計	73,078	72,780	△298	△0.4
負債、純資産合計	98,621	98,304	△317	△0.3

主な増減要因（単位：百万円）

- 資産の部 現金及び預金△1,493、受取手形△524、電子記録債権△748、有価証券+1,320、投資有価証券+1,111
- 負債の部 支払手形及び買掛金+725、未払法人税等△286、流動負債のその他+374、繰延税金負債△171、固定負債のその他△618
- 純資産の部 利益剰余金+121、その他の包括利益累計額△459

つぎの快適をつくろう。

CORONA

コロナグループ中期経営戦略

2022(令和4)～2026(令和8)年度

中期経営戦略

1. 第8次中期経営計画の振り返り
2. 2026ビジョン
～創業90周年に向けて～
3. 第9次中期経営計画

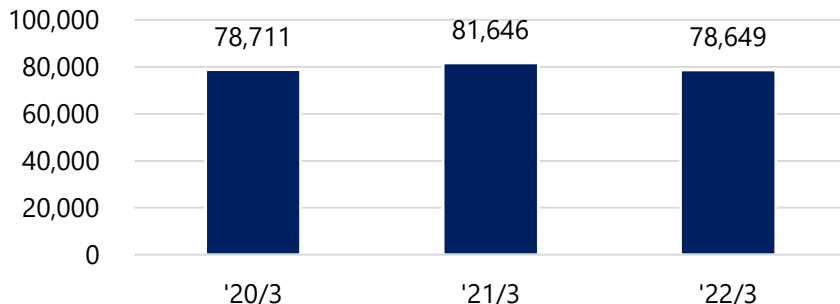
1. 第8次中期経営計画の振り返り

連結業績推移

※2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用していません。

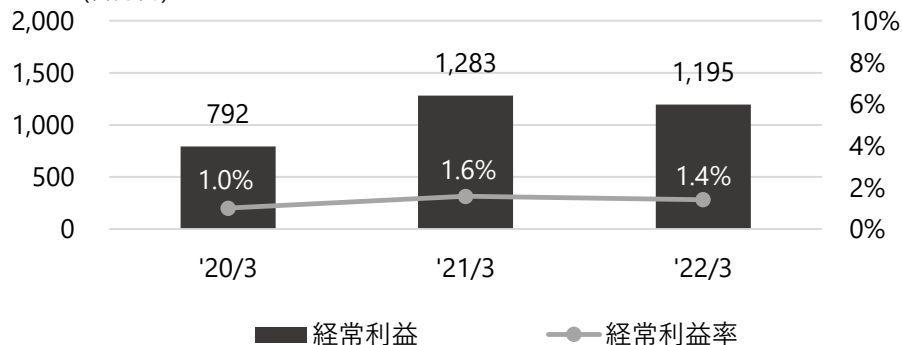
連結売上高

(百万円)



連結経常利益

(百万円)



基本戦略の振り返り

既存販売チャネルでの事業領域拡大

季節家電のラインアップ強化による新たな顧客層への提供価値拡大

空調メーカーとしてのポジション構築

- エアコンのリブランディングや付加価値モデル投入、積極的な設備投資を実施
- パートナー企業との協業により、新たなヒートポンプ機器の開発

持続的成長のための機能・基盤強化

- コロナブランドを再定義したブランディング活動
- SNSやメディアを活用した生活者との接点機会の強化
- 管理間接業務の生産性向上など基盤強化

基本戦略の活動を着実に進めたものの、新規分野への取り組み遅れ等の内部要因に加え、原材料価格の高騰や世界的な調達難等の環境変化により、業績は計画通りに進捗出来なかった。

外部環境

環境・社会課題解決への意識の高まり



2050年カーボンニュートラル宣言によるエネルギー変化

人口減少・住宅着工件数の減少
国内市場の成熟

人々の価値観や行動様式の変化
技術革新（デジタル化・AI）

自然災害の多発・被害の甚大化

内部環境

多様なエネルギーに対応した商品群

暮らしの基盤を担う なくてはならない商品展開

新規領域への挑戦
積極的な資源投入

管理間接業務の効率化による固定費削減と資源再配分

意思決定の迅速化
開発プロセスの合理化・スピード化

強み

課題

大きな外部環境変化へ対応していくために、当社の強みをベースとして中長期戦略の再構築と内部改革を両輪で進めることが必要。

2. 2026ビジョン ～創業90周年に向けて～

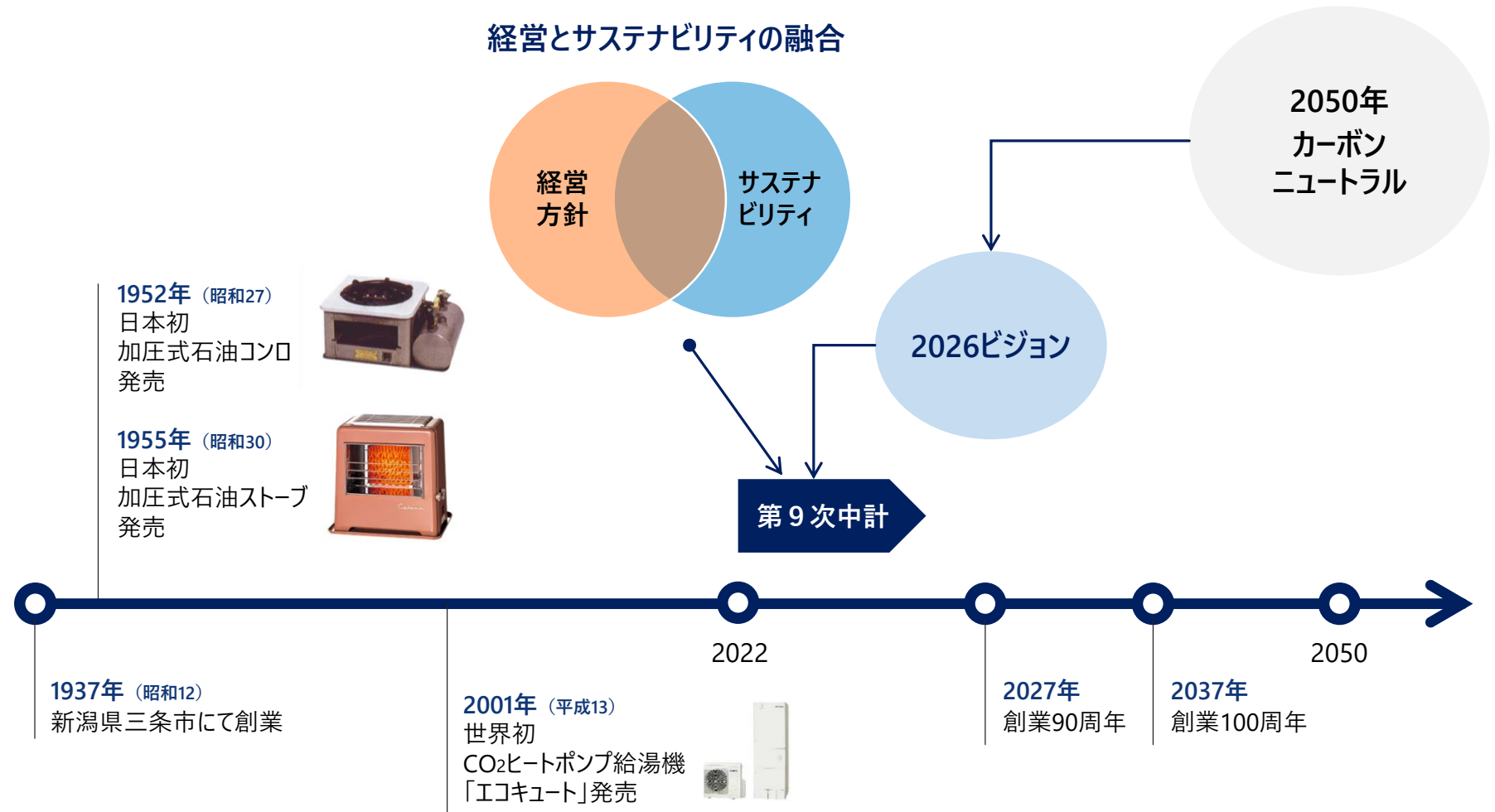
2-1 策定にあたって

つぎの快適をつくろう。

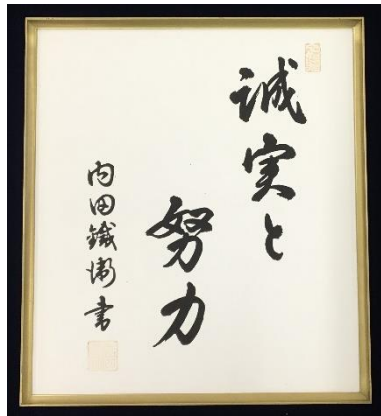
CORONA

2027年の創業90周年を見据えながら、持続可能な社会の実現に向けて、利益ある成長経営と新規領域への挑戦に取り組む。その根底には、創業以来の一貫した理念があり、コロナの経営の原点となっている。

経営とサステナビリティの融合



コロナは1937(昭和12)年の創業以来、「我が国生活文化の向上に寄与したい」という一貫した理念のもと、常にお客様の暮らしと向き合い、独自の技術や事業を通して社会への貢献に努めてきた。



創業精神



日本初 加圧式石油コンロ
1952年(昭和27)発売



日本初 加圧式石油ストーブ
1955年(昭和30)発売

1961年(昭和36年)「36豪雪」、1963年(昭和38年)「38豪雪」
における人海戦術での製品供給

【マイナスをゼロへ】

暮らしに欠かせないもの

これまで80年以上にわたり企業活動を続け、“暖房のコロナ”として、多くの実績を重ねてきた。あたたかさで、この国の暮らしを快適にしてきたこと。その歩みは、私たちの誇りであり、自信でもある。

しかし、快適さは、あって当たり前のものになり、世の中に溢れ、その差別化も難しくなってきた。時代が急速に変わっていく中で、コナは「**つぎの快適**」をつくり出す企業として歩みを進めている。

快適とは、なにか。

それは、温度や湿度にとどまらない。

ココロとカラダが望むものすべて。

そこには、無限の可能性がある。私たちの未来がある。

さあ、つぎの快適をつくろう。今までの常識に捉われず。

培ってきた技術と経験を注ぎ。

考えよう。追究しよう。開発しよう。

くらしをもっと豊かにするために。

つぎの快適をつくろう。

CORONA

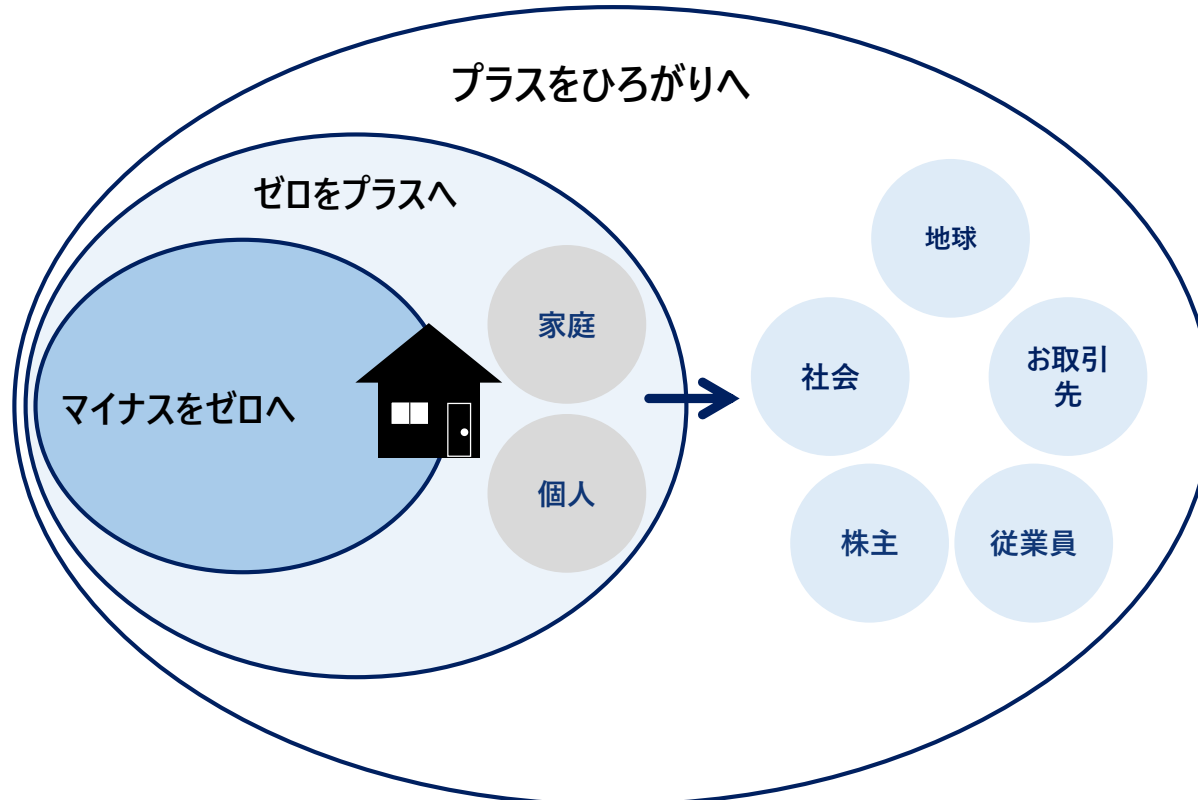
【ゼロをプラスへ】
暮らしをもっと豊かに

いまコナが目指しているのは、人を笑顔にすること。元気にすること。自由にすること。豊かにすること。それを“つぎの快適”として提案し続けたい。

【プラスをひろがりへ】

世の中にも快適を

「つぎの快適」を今後はさらに、家の中にとどまらない、地域や世の中にも広げていく。今よりもっと使いやすく、今よりもっと地球にやさしいものづくりを。前例にとられない取り組みを進める。それが、地域や世の中の快適につながり、私たちの成長にもつながる。



CORON/*Action.*

変わる、そして挑む

つぎの快適をつくろう。このブランドスローガンを、より一層前に進めるために。

コロナグループの経営方針とサステナビリティを融合させ、新たなステージへ挑んでいく。

これまでの領域を超え、壁を取り払い、人の、社会の、地球の快適を考えていく。

私たちは、持続可能な社会の実現に向けて、2026ビジョンを策定し、

3つのテーマで、つぎの快適をつくるアクションを起こしていきます。

2026ビジョン

脱炭素社会への貢献
レジリエンスな社会

1. ひとの快適から、地球の快適まで。

エネルギーを使う企業として、2050年のカーボンニュートラルは、切っても切れない関係です。ヒートポンプ、電気、再生可能エネルギーを効率利用し、今よりもっと地球環境配慮型のものづくりを。平時も有事も、しなやかに暮らせる、レジリエンスな社会を目指したものづくりを。いざという時にライフラインを支える灯油も大事にしながら、地球の快適に貢献していきます。

快適の進化
暮らしの質向上

2. 楽を超え、楽しみまで生み出す快適へ。

これまで、私たちは、暖房・空調・給湯といった暮らしにかかせないものを生み出してきました。そして、「もっと使いやすく」を合言葉に、製品の進化に日々、取り組んできました。使いやすいことが当たり前になった今。楽をさせるを超え、豊かさや楽しみをもたらす、ものづくりを目指していく。家の中にとどまらず、家の外にも視野を広げ、新領域へと拡大していきます。

利益体質への転換

3. 暮らしの快適とともに、作り手の快適も。

ものづくりを通して、ひとの幸せを考える。それと同時に、働く自分たちが幸せであることも大切です。業務の効率化やスピードアップなど、現状を見直し、改善していくのはもちろん、従業員一人ひとりの働きやすさを追求する。前例にとらわれず、新しいやり方に取り組む。それらが、最終的に、ひとの快適と会社の成長につながっていくと信じて。

CORON / *Action.*

変わる、そして挑む

3. 第9次中期経営計画

企業ミッション

快適で心はずむ毎日

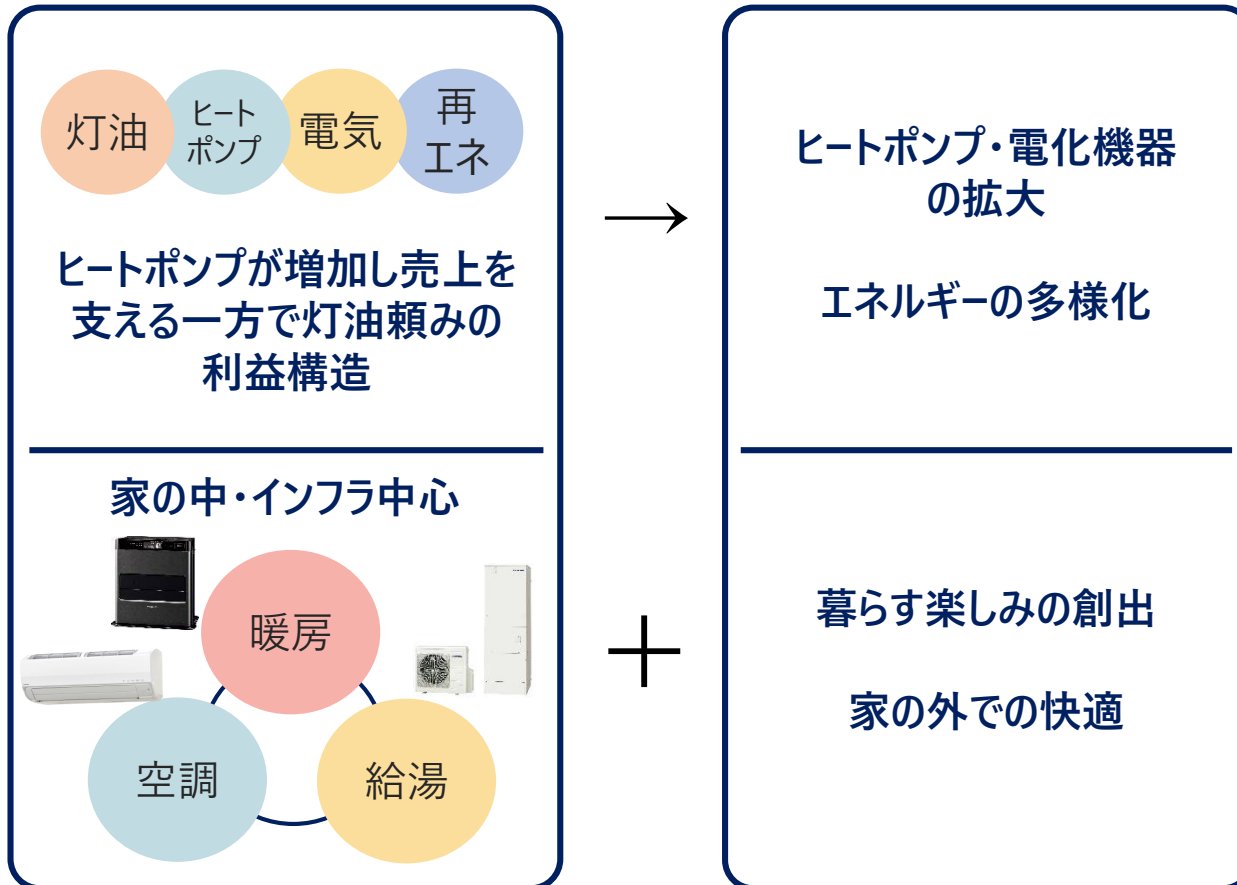
環境にやさしい暮らし

だれでもいつでも安心な社会

「提供価値(value)」とそれを支える「エネルギー(energy)」の双方で変革が必要

エネルギー

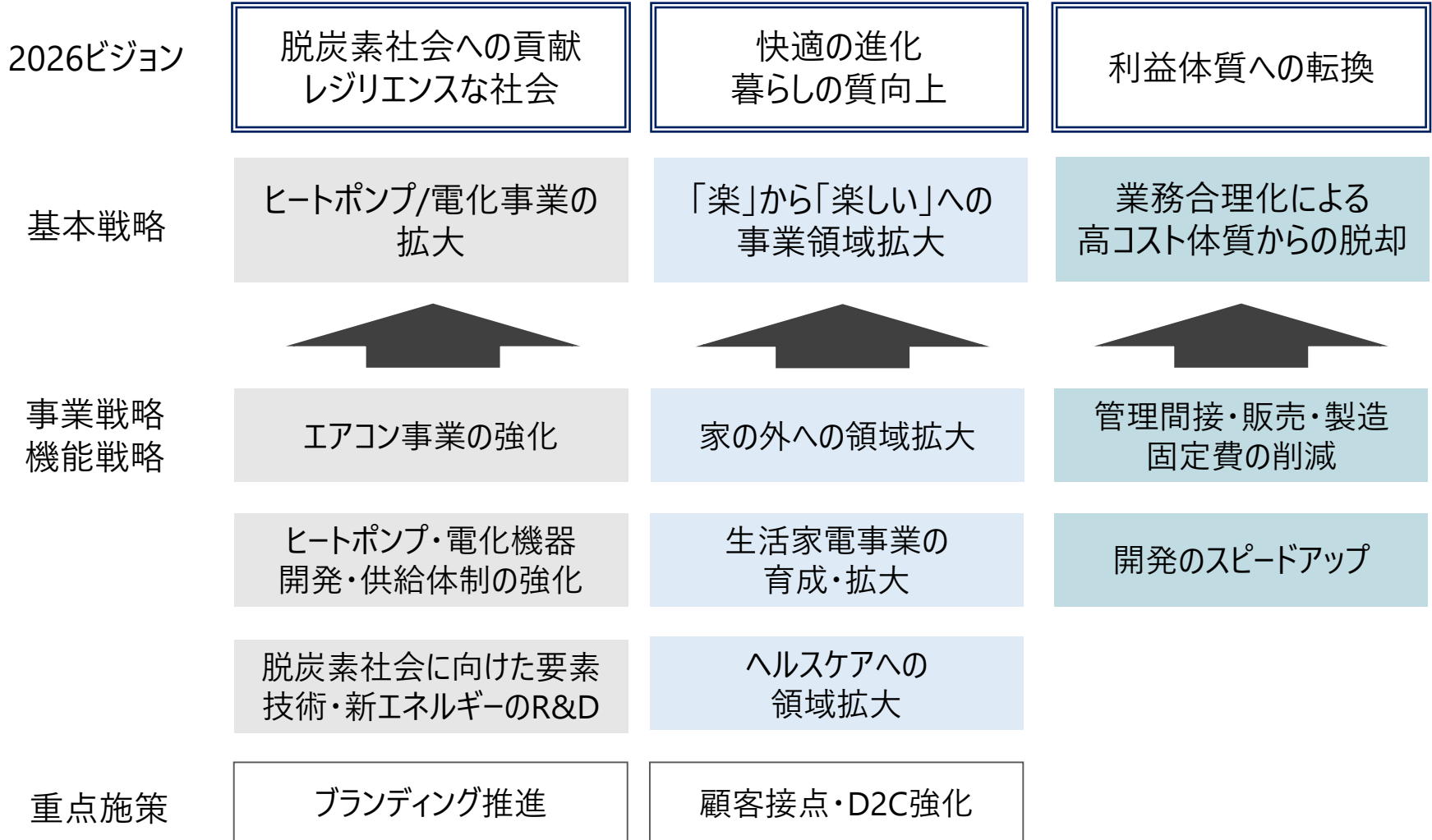
提供価値



脱炭素社会への貢献
レジリエンスな社会

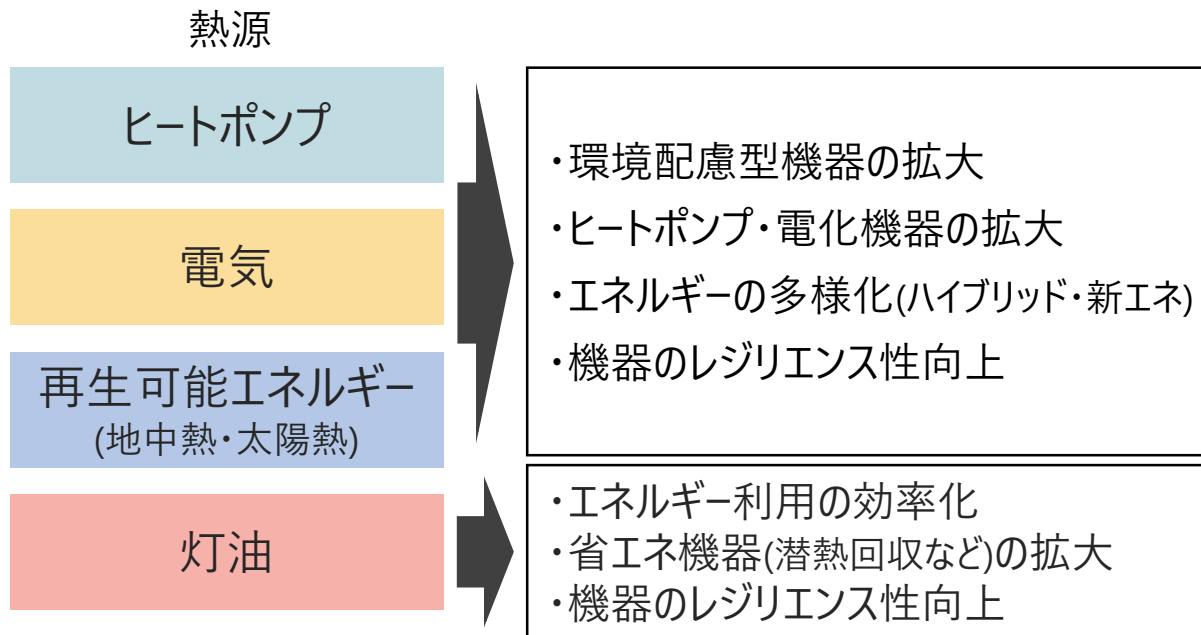
快適の進化
暮らしの質向上

CORON/Action. 変わる、そして挑む



将来のポートフォリオ転換に向けて、新規領域の種まきを続け、エネルギー・製品を変えていく。

これまでもエコキュートやエアコンなどヒートポンプを活用した商品が着実に伸長。環境問題解決に貢献するため、暮らしの基盤となる暖房・空調・給湯において**CO2排出量削減に寄与する機器**の拡大を目指す。また、非常時でも日常生活を維持できるようにするのは住宅設備機器の使命である。平時も有事も健康的な生活を継続できる**高いレジリエンス性**を持つ機器を提供し、安心な社会へ貢献する。



火力が絞れるから、長時間運転が実現できます。

3.6kWタイプ
約126時間
~約21時間
運転できます。

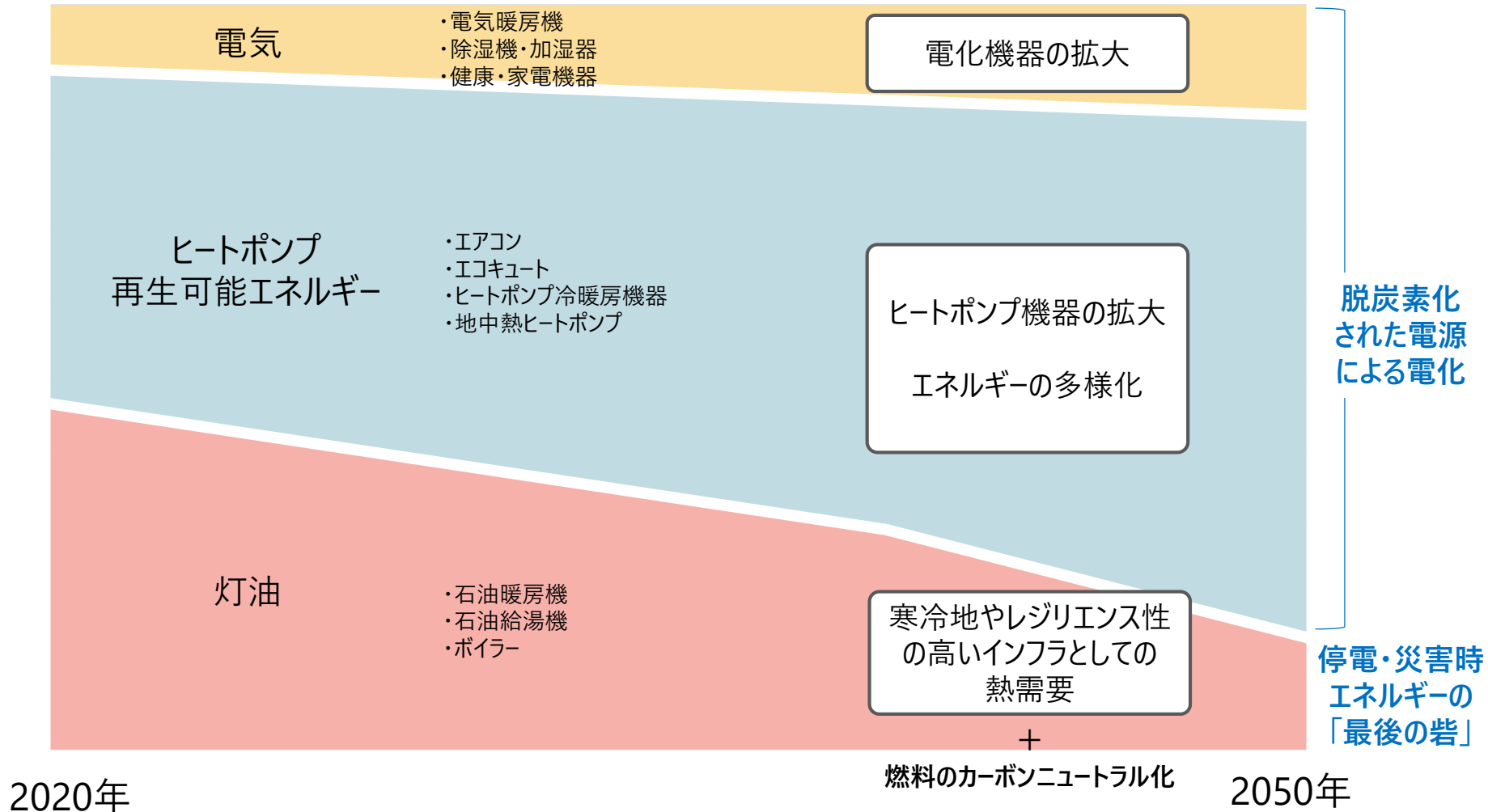
遠赤外線効果で灯油が節約できます。



電気やガスなどのライフラインが途絶した際にも調達が可能な灯油は、レジリエンス性に優れた分散型エネルギーであり、多くの熱エネルギーを必要とする寒冷地域の生活にはなくてはならない。

小火力(少油量)での燃焼や遠赤外線などの燃焼技術の強みを用いて、エネルギーの効率利用に取り組み、灯油製品においても環境負荷低減に貢献する。

カーボンニュートラル社会に向けた 当社商品群における熱源構成変化



※現時点において入手可能な情報に基づき当社判断にて将来を予想

3-5 【2】 楽から楽しいへの事業領域拡大

つぎの快適をつくろう。

CORONA

これまでも暖房・空調・給湯といった、快適な暮らしに欠かせない基盤を整えてきたコロナ。
熱中症やヒートショックなど家庭内に潜む不安や家事負担の軽減に寄与することで、ストレスを低減し
暮らしの質を上げていく。

2021.4月
新サービス開始



エコキュートに続きエアコンでの遠隔操作・みまもりサービス開始

2022.3月
発売



衣類乾燥除湿機のラインアップ強化

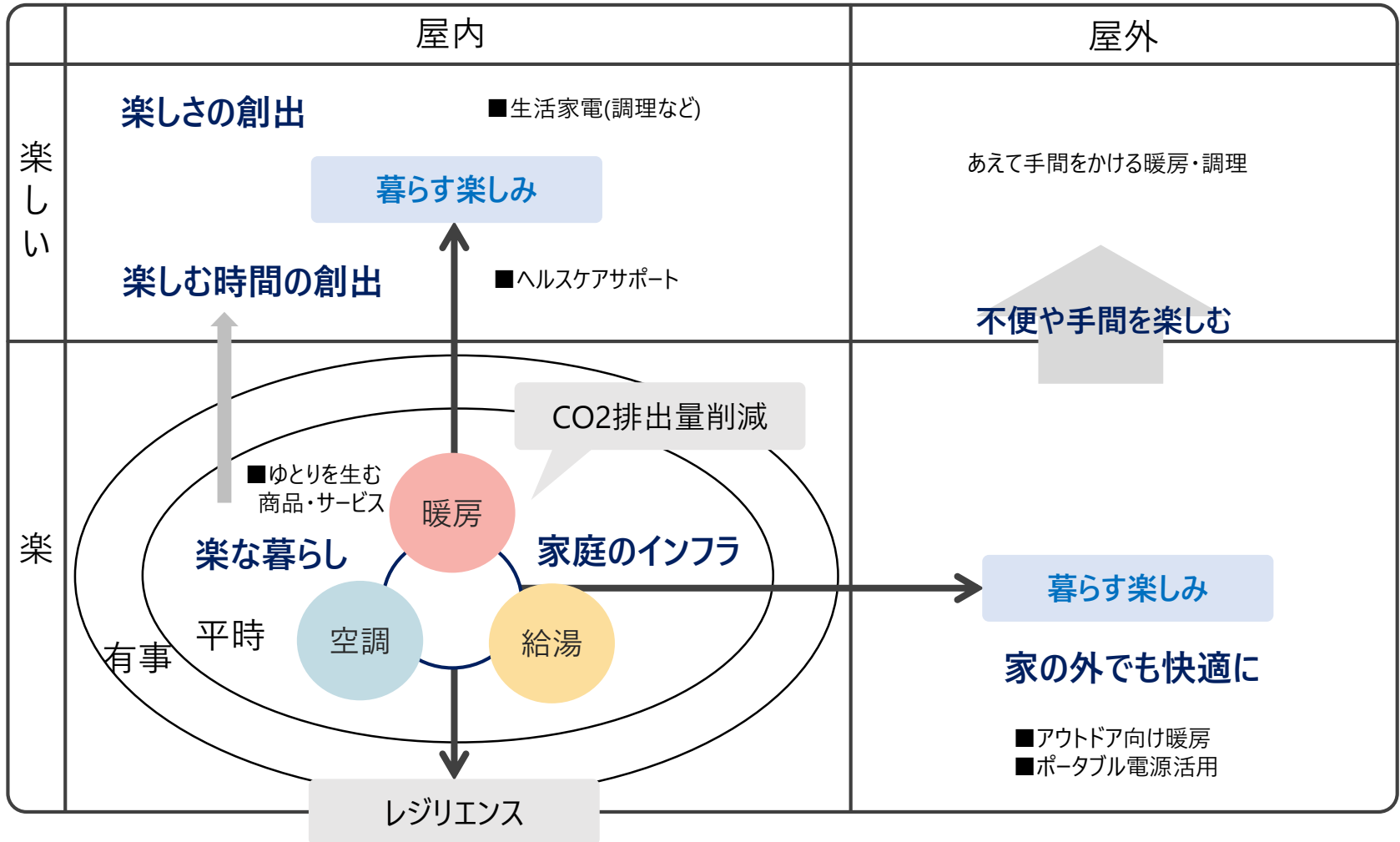
さらに、「暮らし楽しみ(心はずむ毎日)」を生み出すべく、家の外(アウトドア)での快適の実現に取り組むとともに、生活家電・ヘルスケアサポートなどへの領域拡大を目指す。

2021.9月
発売

余暇の充実が企業ミッションである「快適で心はずむ毎日」の実現にも繋がる。日常の様々なシーンにおいて「快適さ」や「楽しさ」を生み出す商品を提供し、暮らしの質向上に寄与する。



領域拡大のイメージ



当社業績は、利益面が低迷している。外部要因による原価率アップやエネルギー変化によって品種構成が変わっていく中でも、経営課題として高コスト体質の改善に取り組み、厳しさを増す環境下でも利益ある成長を目指す。

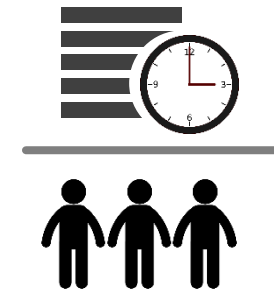
固定費の削減

- デジタル化、D X 推進による業務効率化と管理間接部門の生産性向上
- 生産・物流関連設備の合理化投資



開発のスピードアップ





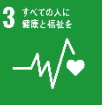



- 新商品投入プロセスの短縮
- 企画コンセプトや意思決定の迅速化



将来的に予測される「労働力不足」も見据え、業務合理化・デジタル化など、現状を見直し、改善していく。これまでの前例にとらわれない新しいやり方に取り組み、高コスト体質からの脱却を図る。

3-8 コロナのマテリアリティ(重要課題)

私たちコロナグループでは、事業活動を通じた社会課題の解決と持続可能(サステナブル)な社会の実現に貢献するために、8テーマのマテリアリティ(重要課題)を設定し、取り組みを進める。

	テーマ	重点取り組み
<p>K 快適で 心はずむ毎日</p>	<p>体感できる快適に加え、暮らしにゆとりや彩りを。つかう人の心の満足も生み出します。</p> <p>暮らしの質・心の豊かさ</p>	<p>ゆとりや楽しさを生む製品・サービス開発</p>  
<p>E 環境にやさしい暮らし</p>	<p>日々の暮らしを環境にやさしいものに。毎日つかうものだから、エネルギーを効率よく利用し、地球環境に配慮します。</p> <p>気候変動対策</p>	<p>事業活動を通じたCO2排出量削減 製品を通じたCO2排出量削減 環境配慮型機器の開発・普及 灯油使用を抑えた機器の開発</p>  
<p>S だれでもいつでも 安心な社会</p>	<p>だれでもつかいやすく、いつでも安心を。事業を通じて、安心でレジリエンスな社会の実現に貢献します。</p> <p>お客様の安全・安心</p> <p>従業員の活躍</p> <p>パートナーシップ</p>	<p>製品安全・品質向上 レジリエンス・家庭内の不安軽減 アフターサービス・サポート体制の充実</p> <p>人財育成 ワークライフバランスの向上 ダイバーシティ推進 ハラスメント防止 CSR調達の促進</p>    
<p>G ガバナンス</p>	<p>コーポレートガバナンス リスクマネジメント</p> <p>コンプライアンス</p>	<p>コーポレートガバナンス体制の強化 リスクマネジメント体制の強化 情報セキュリティ・個人情報取り扱い強化 安定調達・安定供給 コンプライアンス強化</p>

2023年3月期 計画

第9次中期経営計画 目標

2023年3月期 連結業績見込み

つぎの快適をつくろう。

CORONA

(単位：百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期 見込み	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	78,648	82,700	4,051	+5.2
営業利益	850	1,200	349	+41.1
経常利益	1,195	1,600	404	+33.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	939	1,000	60	+6.4

主な増減要因

- 売上高は主に住宅設備機器の販売台数増加及び各製品における単価アップを見込む
- 売上増加に伴い各利益も増加見込み

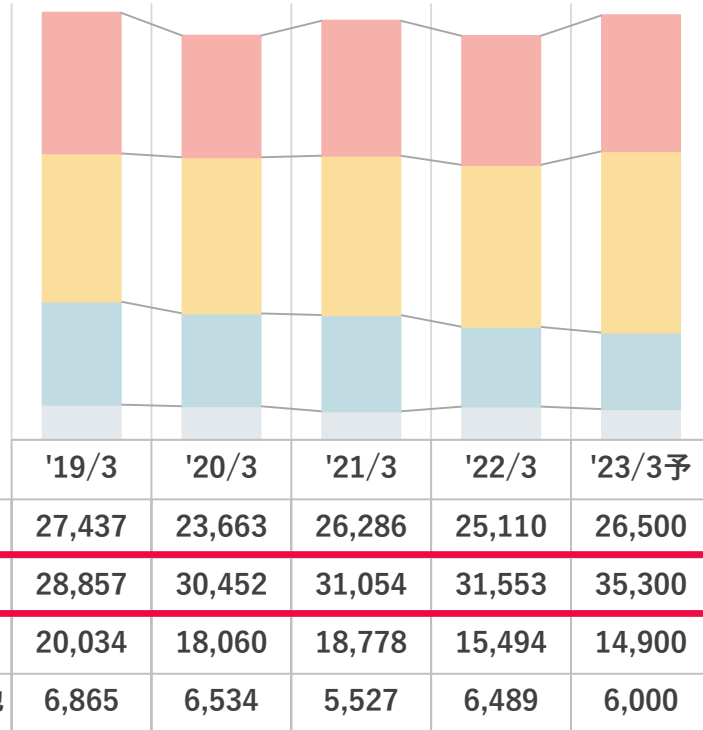
連結売上高・製品種類別構成推移

つぎの快適をつくろう。



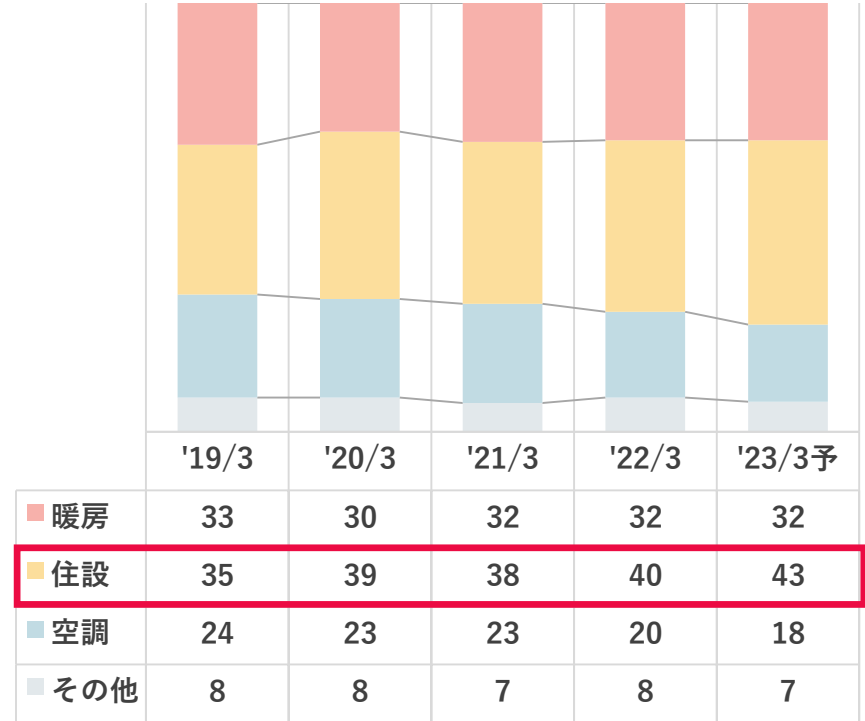
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)



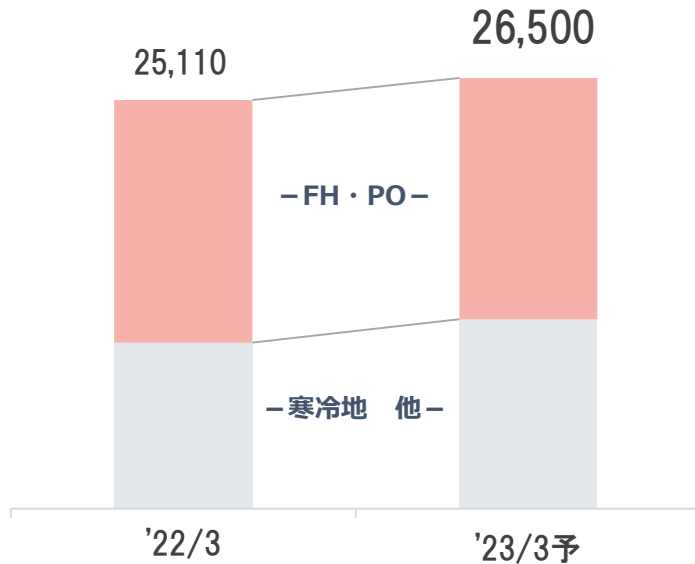
※2019年3月期及び2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用していません。

トピックス

- 給湯・住設システム等の販売強化で住宅設備機器の構成比を高め、季節要因による変動を抑え、売上高の平準化を図る方針
- 住宅設備機器の構成比は前年の40%から43%に上昇する見込み

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +1,389百万円

- ・ 寒冷地を中心に根強い需要があり、災害時などのレジリエンス性も持つ石油暖房機は燃烧技術、省エネ性といった当社の強みを生かし拡販を図る

- ・ 都市部を中心に需要拡大を見込む電気暖房などの他熱源を用いた暖房商品の拡充を図るべく開発を推進



石油ファンヒーター (FH)
足もとの暖かさ
速暖性・経済性



ポータブル石油ストーブ (PO)
電源不要
節電・防災としても



寒冷地向け石油暖房機
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
ヒートショック対策にも



自然対流形電気暖房機
オイルレスヒーター
空気の質へのこだわり

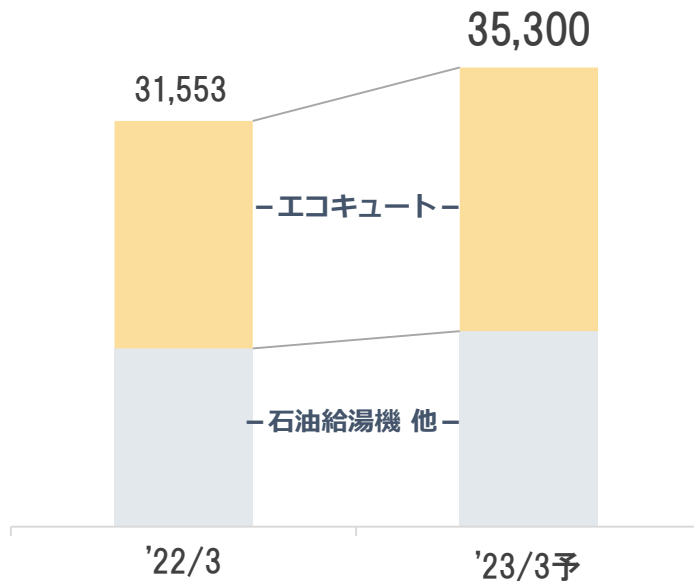
トピックス 暮らす楽しみ(心はずむ毎日)を生み出す



アウトドアブランド「キャプテンスタッグ」 コラボ商品

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +3,746百万円

- ・エコキュートはZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）の普及拡大や買い替え需要が高まる中、需要の取り込みを図る
- ・安定的な需要のある石油給湯機は高付加価値商品への切り替え推進、環境負荷低減商品の拡販を進める



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



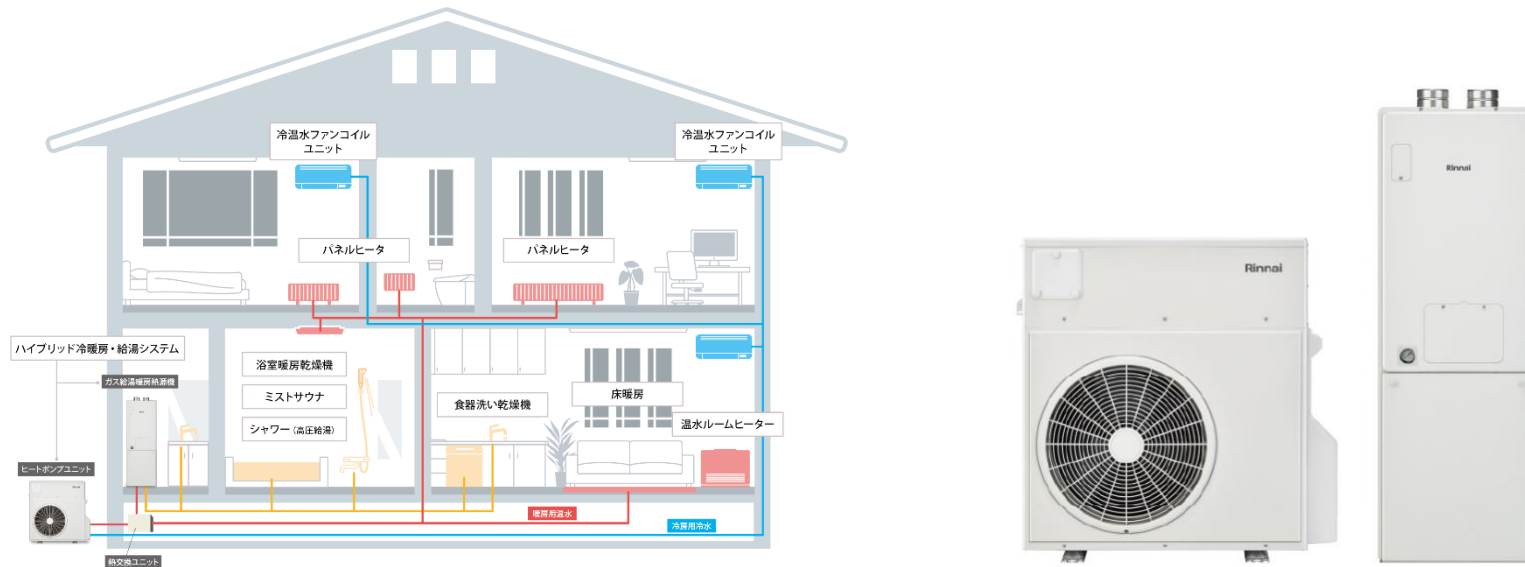
エコキュート
省エネ性能トップクラス
ソーラーモード搭載



アクアエア商品
(左から) ナノリッチ、ナノリフレ、ナノフィール
独自のマイナスイオン発生技術

トピックス 協業の取り組み

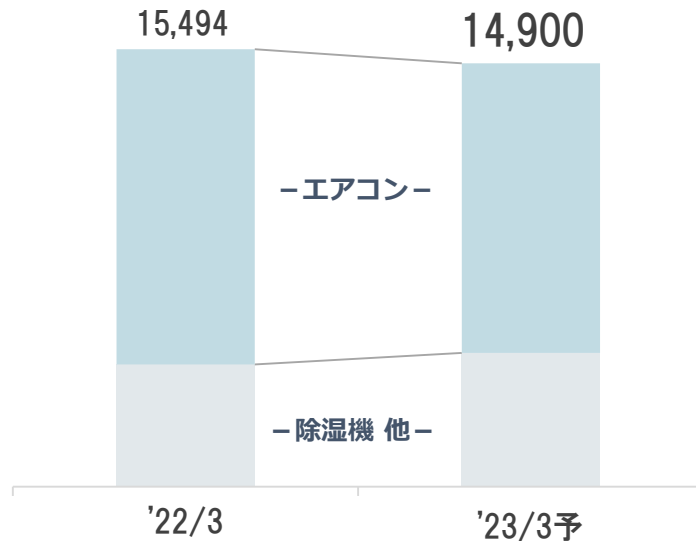
給湯・暖房・冷房が1システムで可能



- 昨年は「寒冷地向けハイブリッド冷暖房・給湯システム」を共同開発、今期も大手ガス機器メーカーへ当社のヒートポンプユニットを供給予定
- 環境配慮型商品の拡大と多様化するエネルギーに対応した商品開発を推進

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 $\Delta 594$ 百万円

- ・ ルームエアコンはメーカー間の販売競争が一層激化すると予想されるもIoT技術の活用や清潔性を追求した最高級シリーズ、特色ある商品ラインアップの強みを訴求、柔軟な生産・供給体制で販売拡大に取り組む
- ・ 衣類乾燥除湿機、冷風機の高シェアを継続、快適性・清潔性を追求した商品開発を推進



ルームエアコン
冷房専用、寒冷地向けも
ラインアップ



ウインドエアコン
根強い人気
工事不要、簡単取付



冷風・衣類乾燥機
1台3役の「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
コンプレッサー式の低消費電力



コロナ快適ホームアプリ

スマートフォンで我が家のエアコンとエコキュートをカンタン操作。
自宅や離れて暮らすご家族の見まもりもできる便利なアプリです。(無料)

App Store からダウンロード

Google Play で手に入れよう

エアコンでの遠隔操作・
みまもりサービス開始

2022.3月
発売



ふんわり感
約30%
アップ!
(当社調べ)

自然乾燥時

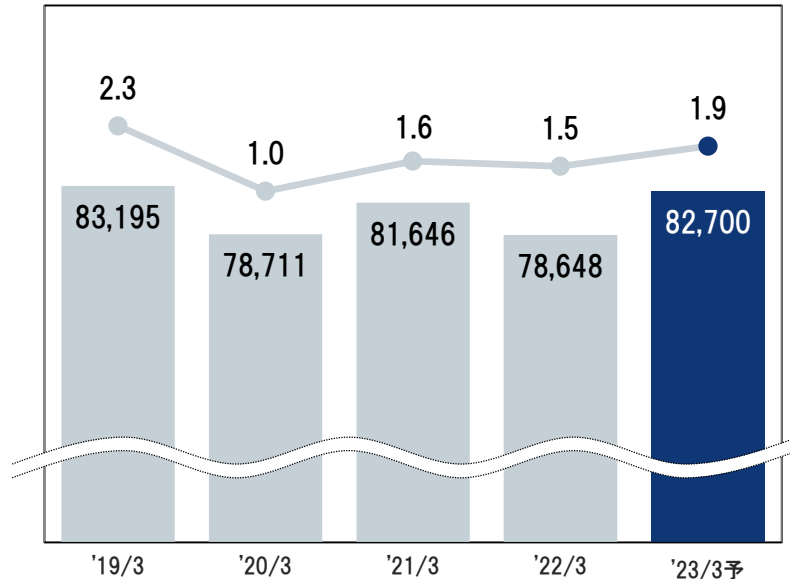
速乾Wルーバースポット乾燥時

衣類乾燥除湿機のラインアップ強化

通期 連結財務諸表の推移

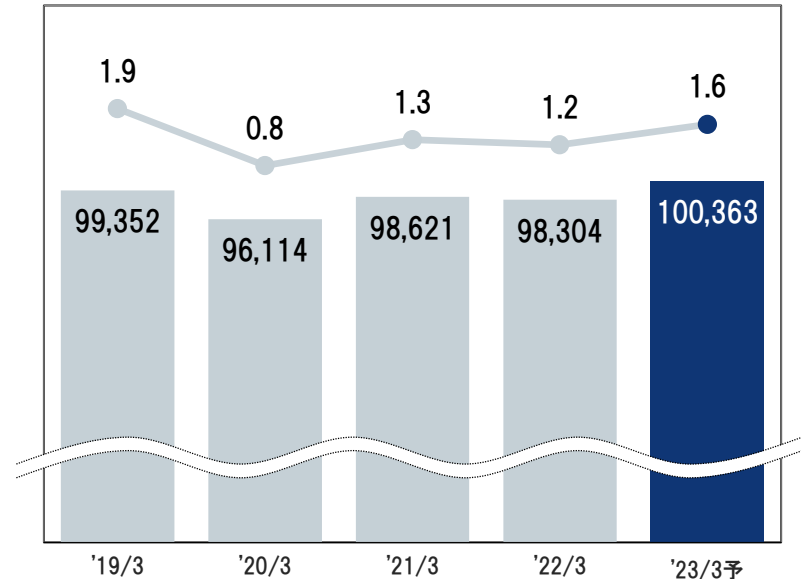
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



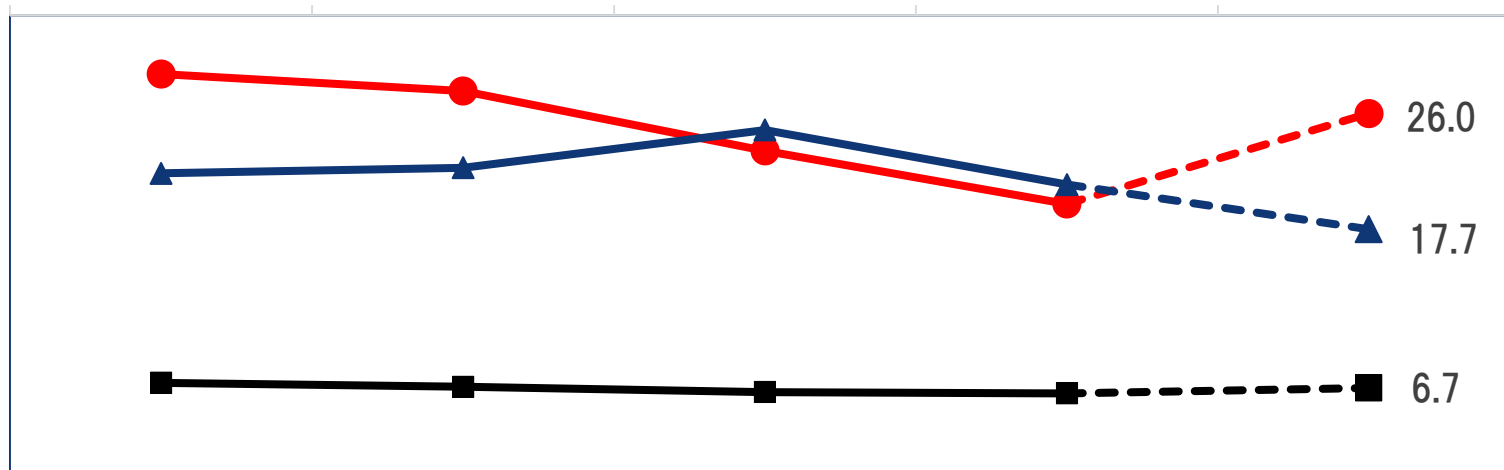
(ROA：総資産経常利益率)

※2019年3月期及び2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

資本政策の方針

- 持続的な成長のための投資と、事業特性によるリスク等を許容する健全な財務体質を確保することと、安定的・継続的な株主還元を実施する基本方針

（単位：億円）



	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3予
● 設備投資	28.8	27.6	23.3	19.5	26.0
▲ 減価償却	21.7	22.1	24.8	20.9	17.7
■ 研究開発	7.1	6.8	6.4	6.3	6.7

トピックス

- 設備投資 : 新商品の金型、生産合理化、IT投資の増強
（費用化投資含む）
- 減価償却 : 金型投資、機械設備の償却
- 研究開発 : 新商品開発、商品ラインアップ拡充

配当政策

2023年3月期 年28円の配当を予定

●基本方針

長期的視野に立ち、収益動向・配当性向を見据え、将来の事業展開と事業の特性を考慮した内部留保等を勘案しながら、継続した安定配当を実施

◇売上高の拡大および収益性の向上により、長期的・総合的観点から株主の皆様の利益確保を図る

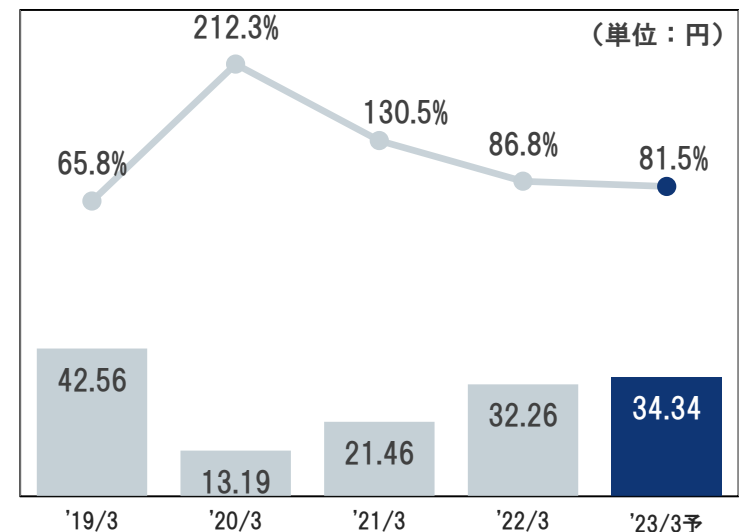
1株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3予
中間配当	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0
期末配当	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0
合計	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0
1株利益	42.56	13.19	21.46	32.26	34.34
配当性向	65.8%	212.3%	130.5%	86.8%	81.5%

1株利益・配当性向

(単位：円)



※2019年3月期及び2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」

(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用していません。

第9次中期経営計画 目標

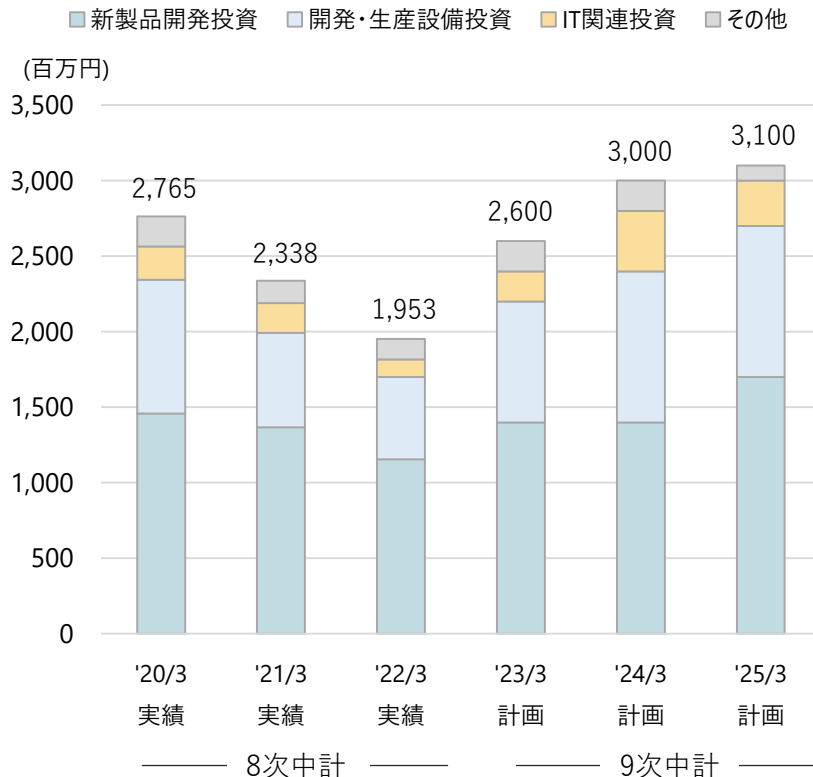
	2022年3月期実績		2024年度計画	増減率
連結売上高	78,648百万円		88,700百万円	+12.7%
連結経常利益	1,195百万円		2,000百万円	+67.4%
連結経常利益率	1.5%		2.3%	—

投資計画 (費用化投資含む)

8,700百万円
(3カ年累計)

《前中計比 23.3%増》

新商品開発投資および開発・生産設備に対する積極的な合理化投資を行うとともに、IT・DX関連投資により、持続的な成長と収益性の改善を実現する。



新商品開発投資

4,500百万円 (前中計比13.0%増)
・ 9次中計事業戦略と連動した積極的な新商品開発投資

開発・生産設備投資

2,800百万円 (前中計比36.3%増)
・ エコキュートやHP等の生産設備増強
・ 合理化設備導入の推進

IT関連投資

900百万円 (前中計比67.6%増)
・ 業務効率化IT・DX投資の推進

その他

500百万円 (前中計比3.4%増)
・ 建屋修繕 など

つぎの快適をつくろう。

CORONA

本資料に掲載されております業績予想や将来計画は、現時点において入手可能な情報に基づき、当社が判断して予想したものであり、実際の業績は今後様々な要因の変化により、予想とは異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。