

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2024年3月期 決算説明資料

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

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

2024年 5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. 2024年3月期 連結業績ハイライト
2. コロナグループ中期経営戦略
3. 2025年3月期 計画

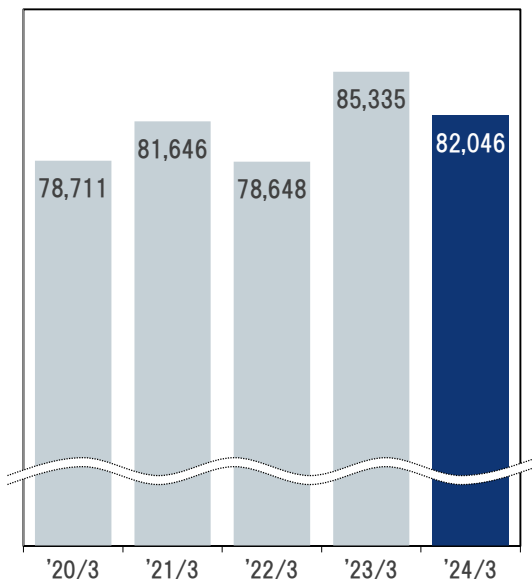
| (単位：百万円) | 2023年3月期 実績 | 2024年3月期 実績 | 前期比 | |
|---------------------|----------------|----------------|--------|------------|
| | | | 増減額 | 増減率 (%) |
| 売上高 | 85,335 | 82,046 | △3,289 | △3.9 |
| 営業利益 | 1,901 | 1,355 | △546 | △28.7 |
| 経常利益 | 2,289 | 1,767 | △521 | △22.8 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,482 | 1,306 | △175 | △11.9 |

主な増減要因

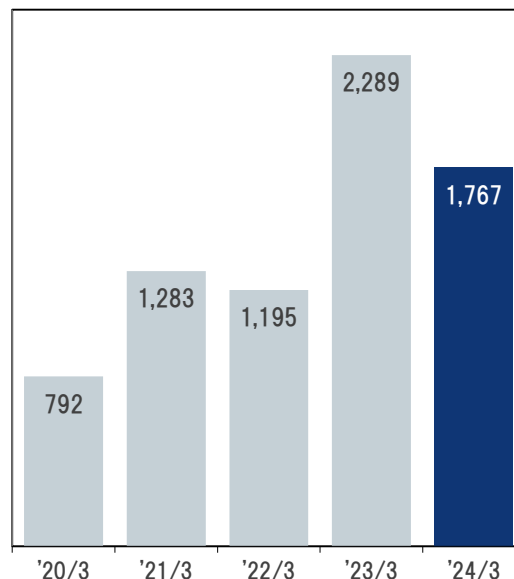
- 売上高 暖冬により暖房機器の販売が減少したほか、石油給湯機など住宅設備機器、ルームエアコンなど空調・家電機器の販売も減少
- 利益面 原材料・エネルギー価格の上昇、住宅設備機器や空調・家電機器の販売減少などにより前年を下回った

(単位：百万円)

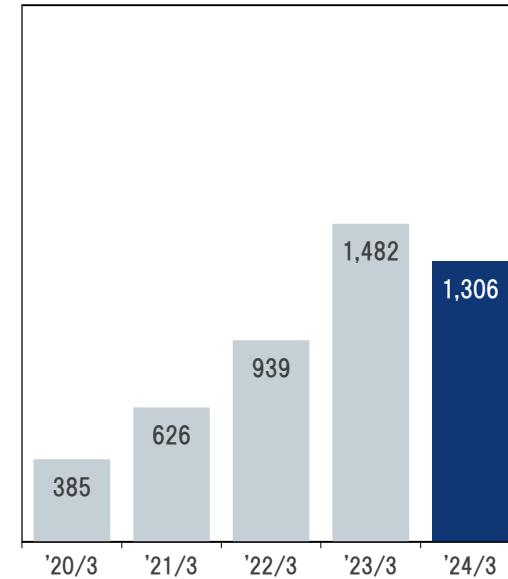
売上高



経常利益



当期純利益



※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。

- 22/3期は新型コロナウイルス(COVID-19)の影響による電子部品等の調達難が発生、給湯機市場においてメーカー各社の供給不足がみられる中、当社は柔軟な生産・供給対応を続けたことで住宅設備機器が伸長したものの、暖房・空調機器の販売が減少
- 23/3期は原材料・エネルギー価格高騰に伴う製品価格への転嫁を実施、また給湯機においては安定的な供給活動を進めたことが奏功し売上・利益とも対前年比で増加
- 今期(24/3期)は給湯機市場で好調であった前年の反動、暖冬の影響やルームエアコンの販売減少もあり、売上・利益とも前年を下回った

連結P/L分析（売上高～経常利益）

| （単位：百万円） | 2023年3月期 実績 | 2024年3月期 実績 | 前期比 | |
|----------|----------------|----------------|--------|--------|
| | | | 増減額 | 増減率（%） |
| 売上高 | 85,335 | 82,046 | △3,289 | △3.9 |
| 売上原価 | 66,577 | 64,005 | △2,572 | △3.9 |
| 売上総利益 | 18,757 | 18,040 | △717 | △3.8 |
| 販管費 | 16,856 | 16,685 | △171 | △1.0 |
| 営業利益 | 1,901 | 1,355 | △546 | △28.7 |
| 営業外収益 | 422 | 422 | 0 | 0.1 |
| 営業外費用 | 34 | 11 | △23 | △68.1 |
| 経常利益 | 2,289 | 1,767 | △521 | △22.8 |

主な増減要因

- 売上原価 原材料価格は高止まりも原価低減の取り組みおよび製品価格への転嫁等により原価率は同水準
(原価率：78.0% ⇒ 78.0%)
- 販管費 販売減による物流費の減少等
(販管費率：19.8% ⇒ 20.3%)

連結P/L分析（経常利益～当期純利益）

| （単位：百万円） | 2023年3月期 実績 | 2024年3月期 実績 | 前期比 | |
|---------------------|----------------|----------------|------|--------|
| | | | 増減額 | 増減率（%） |
| 経常利益 | 2,289 | 1,767 | △521 | △22.8 |
| 特別利益 | 54 | 59 | 4 | 8.8 |
| 特別損失 | 220 | 26 | △193 | △87.8 |
| 税金等調整前 当期純利益 | 2,123 | 1,799 | △323 | △15.2 |
| 法人税等 | 640 | 492 | △147 | △23.1 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,482 | 1,306 | △175 | △11.9 |

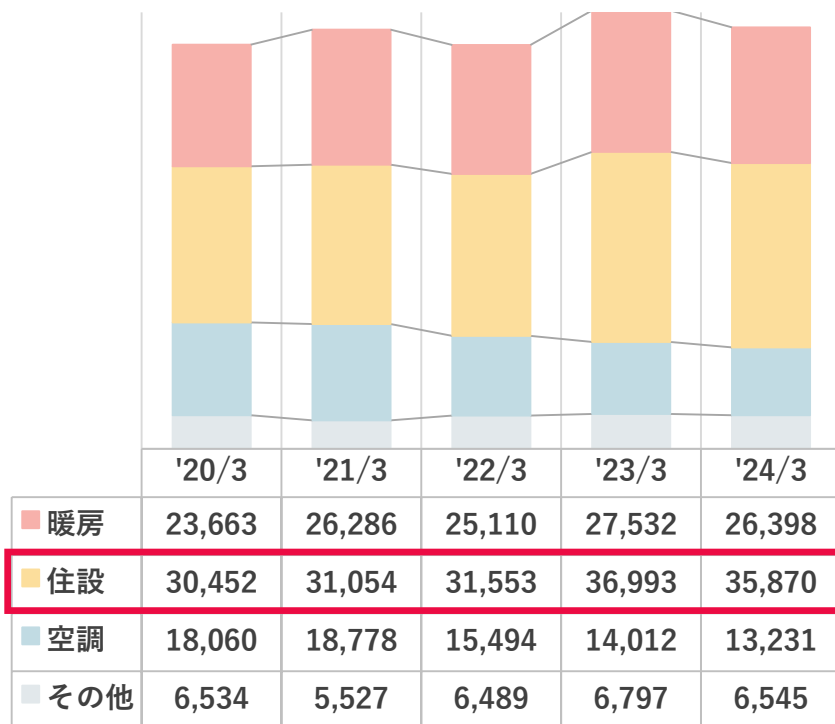
主な増減要因

- 特別損失 前年は和解金等を計上
- 当期純利益 売上高、各利益の減少に伴い当期純利益が減少

連結売上高・製品種類別構成推移

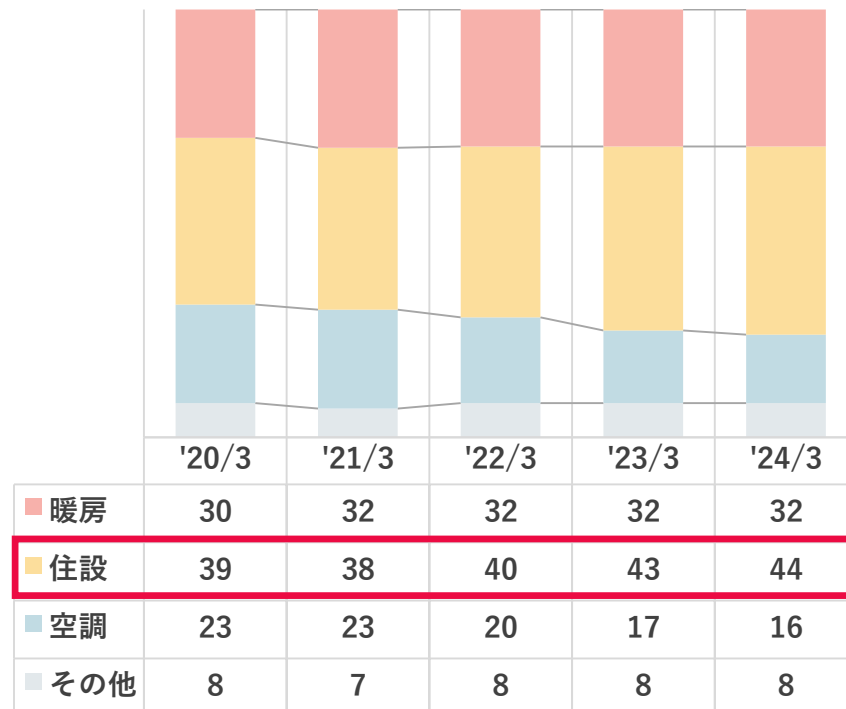
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)



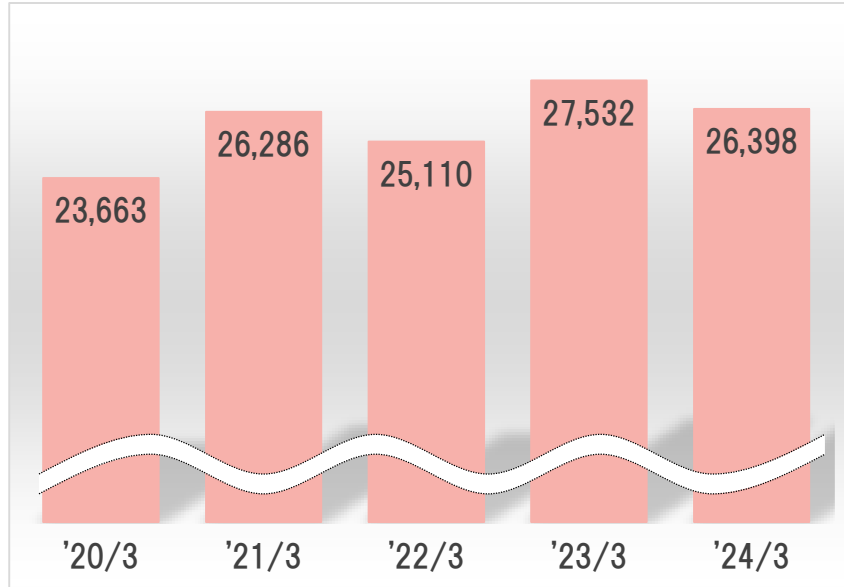
※2020/3期は「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を遡って適用する前の数値となっております。

トピックス

- ルームエアコンの販売減少等により空調・家電機器の構成比が減少
- 住宅設備機器の構成比は44%まで上昇、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

売上高推移

(単位：百万円)



※2020/3期は「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)等を遡って適用する前の数値となっております。

主要製品売上高・販売台数 前期比増加率

| | | |
|----------------|-----|---------|
| 寒冷地向け 石油暖房機 | 売上高 | +4.2 % |
| | 台数 | △6.6 % |
| 石油ファンヒーター | 売上高 | △6.1 % |
| | 台数 | △11.5 % |



寒冷地向け石油暖房機
「AGRATIO(アグレシオ)」



石油ファンヒーター

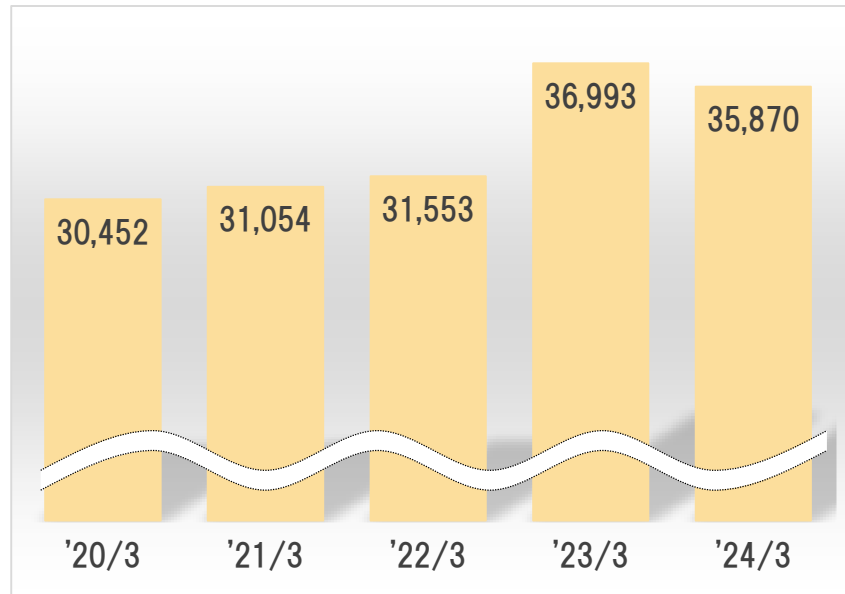
主な増減要因

- 暖房性能の向上とデザインをリニューアルした寒冷地向け石油暖房機の最上位モデル「AGRATIO(アグレシオ)」、灯油使用量を抑制する省エネ機能を全機種に拡大した石油ファンヒーターなどを軸にした生産・販売活動に取り組む
- しかしながら、暖冬の影響もあり暖房機器全体は前年を下回った

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)



※2020/3期は「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)等を遡って適用する前の数値となっております。

主要製品売上高・販売台数
前期比増加率

| | | |
|--------|-----|---------|
| エコキュート | 売上高 | +2.5 % |
| | 台数 | △0.5 % |
| 石油給湯機 | 売上高 | △20.4 % |
| | 台数 | △22.6 % |



エコキュート



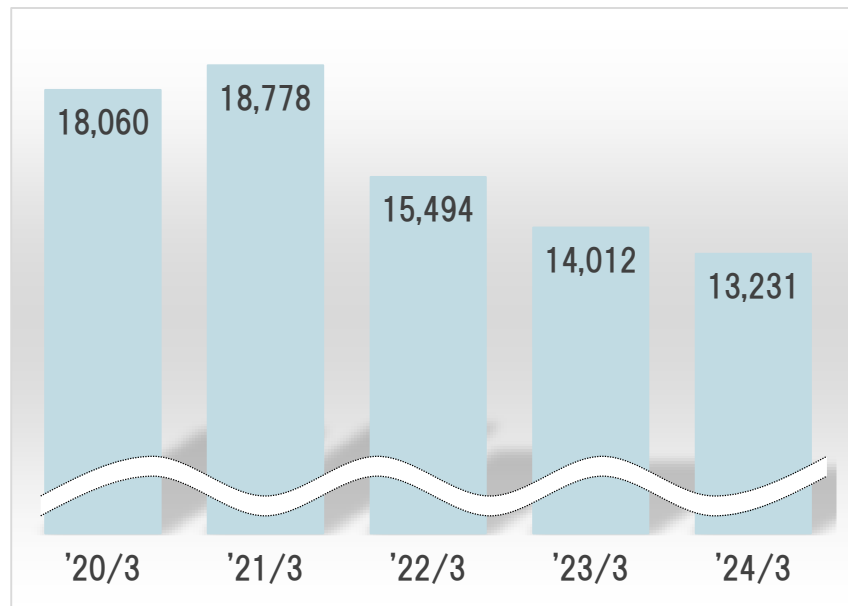
石油給湯機

主な増減要因

- エコキュートは業界全体の出荷台数が減少した中で前年並みの販売台数を維持、太陽光発電の余剰電力活用における「コロナ快適ホームアプリ」との連携など省エネ性や快適性を向上、政府の補助金活用等による高付加価値機種種の積極的な販売活動に取り組んだことで売上高は前年を上回った
- 石油給湯機は販売が好調であった前年の反動、新設住宅着工戸数の減少や消費者の買い控えなどもあり販売台数・売上ともに減少

売上高推移

(単位：百万円)



※2020/3期は「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)等を遡って適用する前の数値となっております。

主要製品売上高・販売台数 前期比増加率

| | | |
|---------|-----|---------|
| ルームエアコン | 売上高 | △7.6 % |
| | 台数 | △16.1 % |
| 除湿機 | 売上高 | +3.6 % |
| | 台数 | △6.0 % |
| 加湿器 | 売上高 | +72.6 % |
| | 台数 | +17.4 % |



主な増減要因

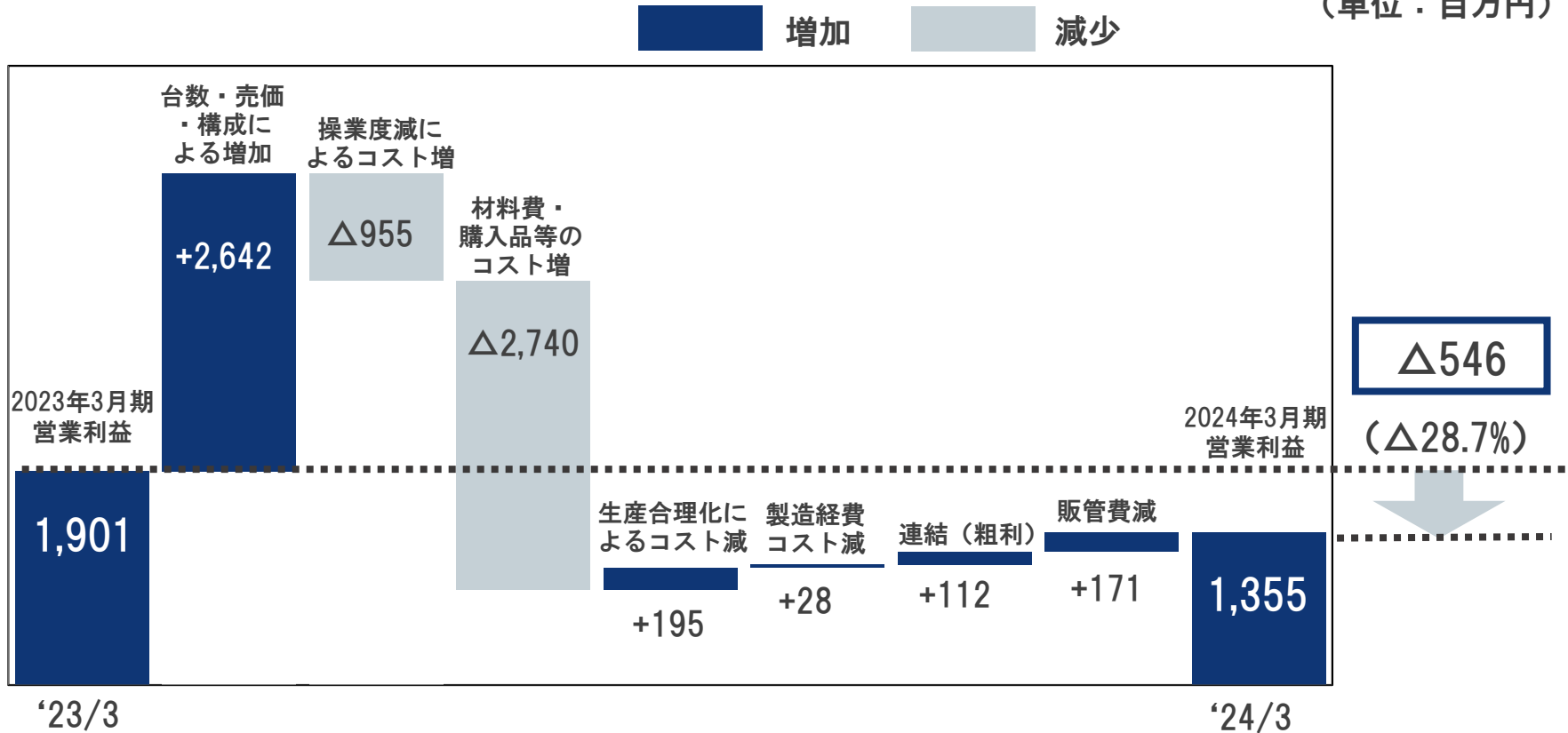
- ルームエアコンは消費者の買い控えやメーカー間の販売競争が激化し販売が減少
- 除湿機は需要期の販売減少等により販売台数が減少したものの、原材料価格高騰に伴う製品価格への転嫁や業界初となる除湿機本体とサーキュレーターが分離できる商品など高付加価値商品の構成比が増加したことで売上高は前年を上回った
- 加湿器は新商品の大容量タイプを軸に販売拡大を推進

2024年3月期 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

- 原材料価格高騰に伴う製品価格への転嫁、生産合理化や経費削減の取り組みを進めたものの、販売減少による操業度の低下、原材料費・購入品等のコスト増加が影響し営業利益は減少

連結B/S分析

| (単位：百万円) | 2023年3月期 実績 | 2024年3月期 実績 | 前期比 | |
|----------|----------------|----------------|--------|--------|
| | | | 増減額 | 増減率(%) |
| (資産の部) | | | | |
| 流動資産 | 57,835 | 57,032 | △803 | △1.4 |
| 固定資産 | 44,322 | 46,261 | 1,939 | 4.4 |
| 資産合計 | 102,158 | 103,294 | 1,135 | 1.1 |
| (負債の部) | | | | |
| 流動負債 | 27,238 | 25,476 | △1,762 | △6.5 |
| 固定負債 | 2,019 | 2,633 | 613 | 30.4 |
| 負債合計 | 29,258 | 28,110 | △1,148 | △3.9 |
| 純資産合計 | 72,899 | 75,184 | 2,284 | 3.1 |
| 負債、純資産合計 | 102,158 | 103,294 | 1,135 | 1.1 |

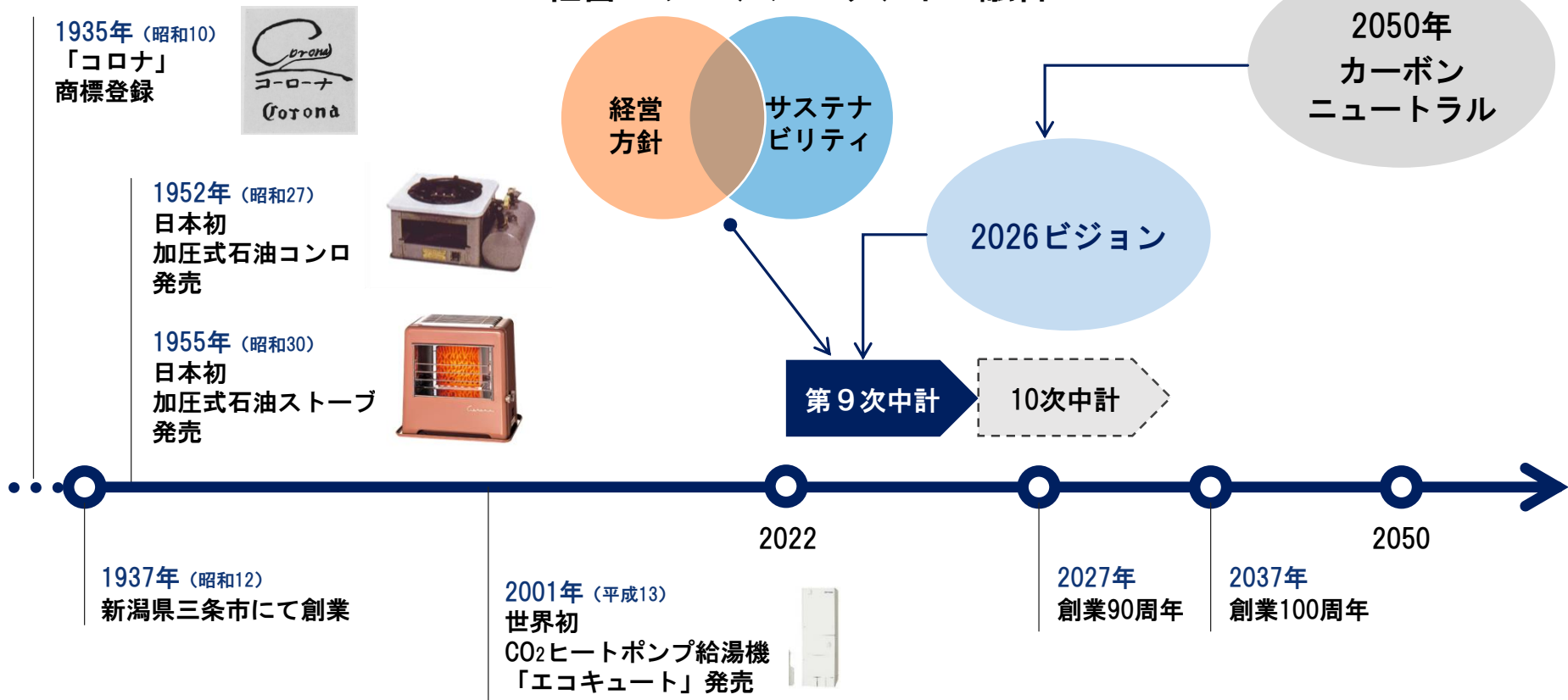
主な増減要因（単位：百万円）

- 資産の部 現金及び預金+2,110、電子記録債権+401、商品及び製品+1,695、有価証券△5,203、投資その他の資産+2,639
- 負債の部 支払手形及び買掛金△1,774、繰延税金負債+686
- 純資産の部 利益剰余金+484、その他の包括利益累計額+1,800

コロナグループ中期経営戦略 「2026ビジョン」

第9次中期経営計画

経営とサステナビリティの融合



- 新型コロナウイルスによる社会全体の変化、地球環境問題への関心の高まりなど当社をとりまく環境が大きく変化する中、「利益ある成長経営」と「新規領域への挑戦」に取り組み、合わせて「持続可能な社会の実現(サステナビリティ)に貢献する企業」を目指す
- 本中計では創業90周年を見据えた「2026ビジョン」を設定し、そこに向けての3カ年の方向性を示し、全社一丸となった取り組みを推進する

CORONA *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。

CORONA*Action.*1 脱炭素社会への貢献
レジリエンスな社会

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。

2 快適の進化
暮らしの質向上

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。

3 利益体質への転換

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。

企業ミッション

快適で心はずむ毎日

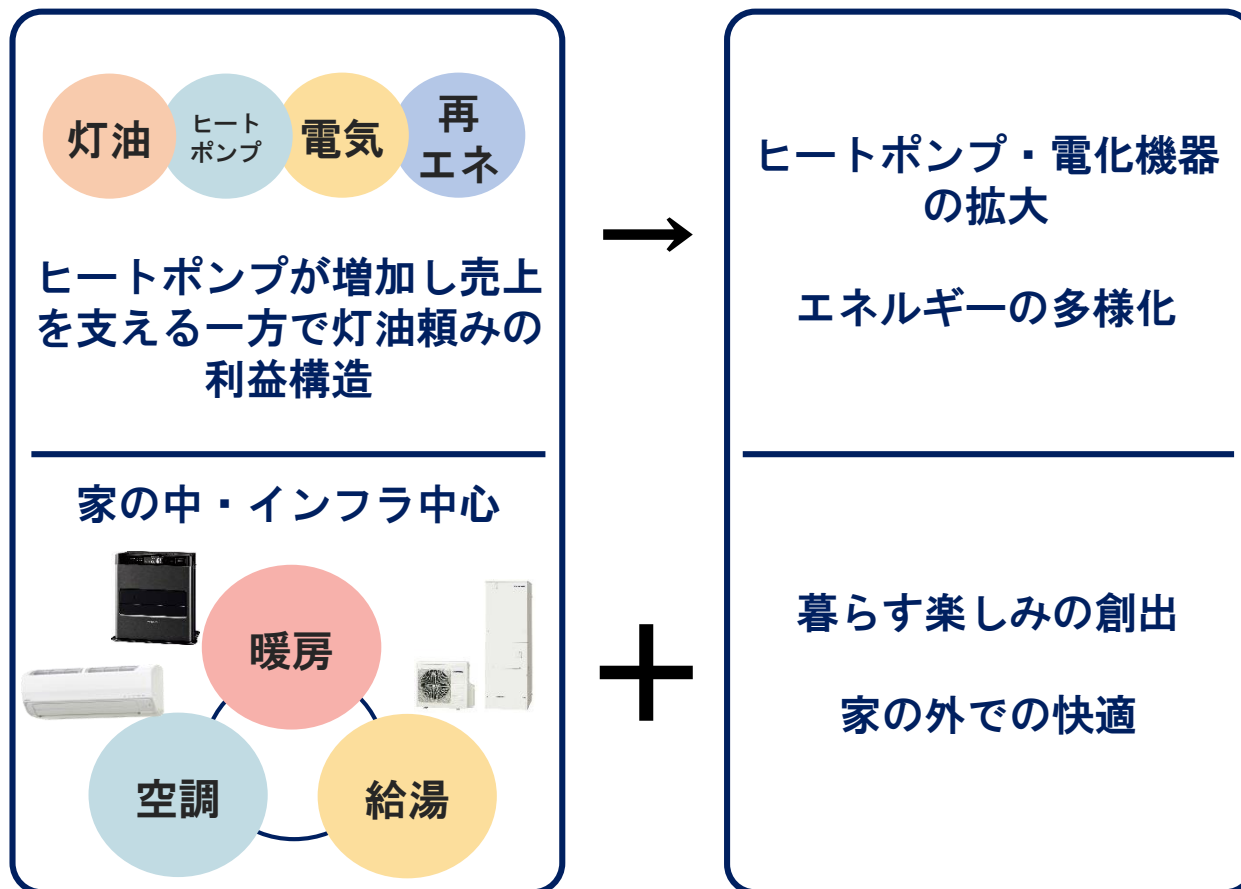
環境にやさしい暮らし

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

2026
ビジョン

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

利益体質への転換

基本戦略

ヒートポンプ/電化事業の
拡大

「楽」から「楽しい」
への事業領域拡大

業務合理化による
高コスト体質からの脱却

事業戦略
機能戦略

エアコン事業の強化

家の外への領域拡大

管理間接・販売・製造
固定費の削減

ヒートポンプ・電化機器
開発・供給体制の強化

生活家電事業の
育成・拡大

開発のスピードアップ

脱炭素社会に向けた要素技
術・新エネルギーのR&D

ヘルスケアへの
領域拡大

重点施策

ブランディング推進

顧客接点・D2C強化

人財活力の向上

| | 2021年度 実績 | 2024年度 当初計画 | 2024年度 修正計画 | 当初計画比 増減率 |
|-------------|--------------|----------------|----------------|--------------|
| 連結売上高 | 78,648百万円 | 88,700百万円 | 85,000百万円 | △4.2% |
| 連結 経常利益 | 1,195百万円 | 2,000百万円 | 1,600百万円 | △20.0% |
| 連結 経常利益率 | 1.5% | 2.3% | 1.9% | — |

第9次中期経営計画の2023年度までの実績に加え、市場環境が計画当初より変化しており、主に空調機器における国内外を含む競合他社メーカーとの競争激化、原材料・エネルギーコストの高止まり、労務費等の上昇を踏まえて、上記のとおり修正

熱源

ヒートポンプ

電気

再エネ
(地中熱・太陽熱)

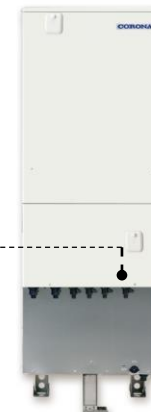
灯油

- ・環境配慮型機器の拡大
- ・ヒートポンプ・電化機器の拡大
- ・エネルギーの多様化(ハイブリッド・新エネ)
- ・機器のレジリエンス性向上

- ・エネルギー利用の効率化
- ・省エネ機器(潜熱回収など)の拡大
- ・機器のレジリエンス性向上

CORONA エアコン

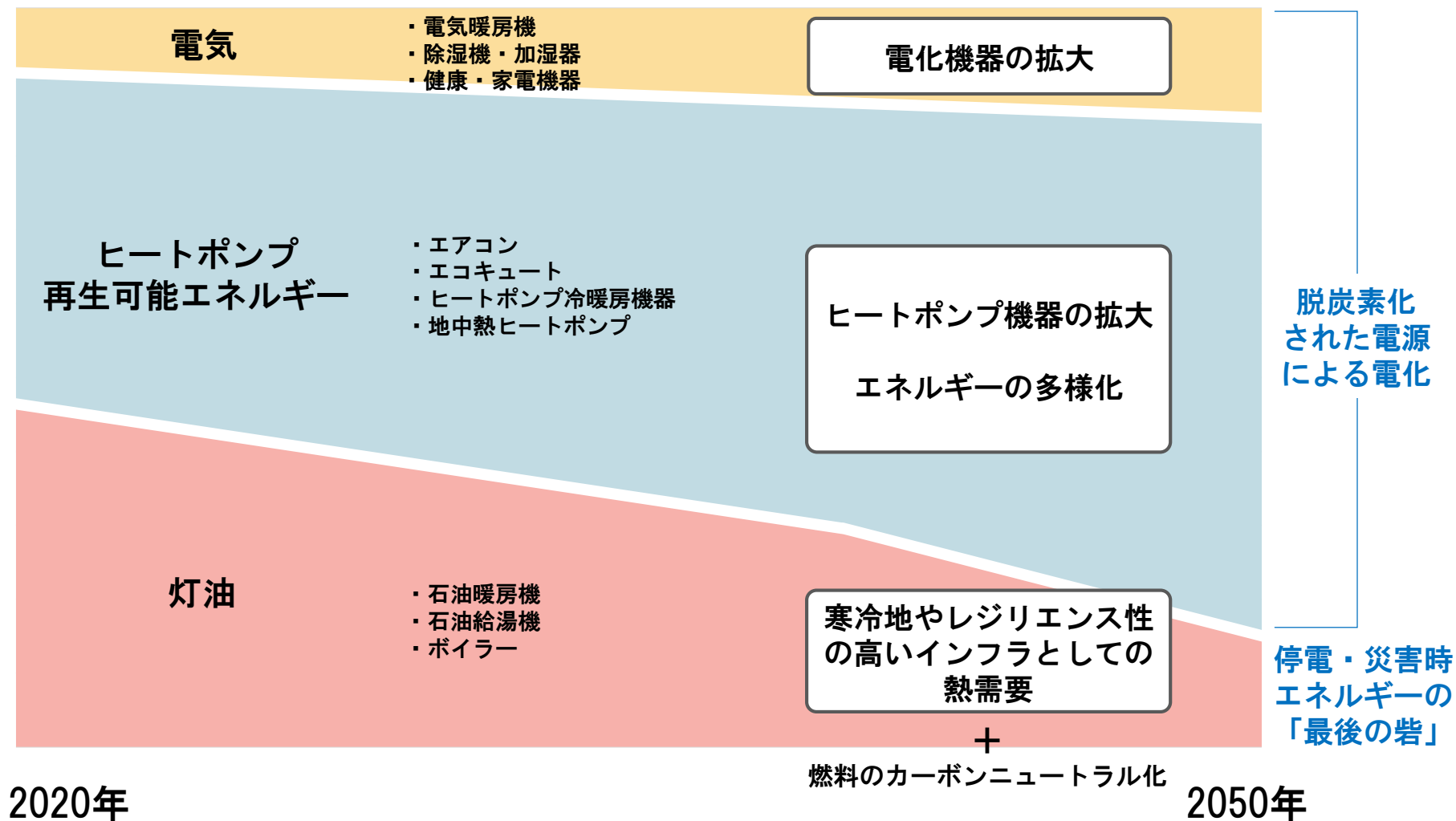
Relala
リララ



- ・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
- ・住宅設備機器の使命として非常時でも日常生活を維持できるように、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

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

※第9次中計立案時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



エアコン事業の強化

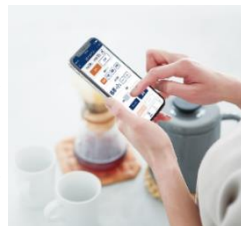
CORONA エアコン

Relala エアコンブランド「ReLaLa」スタート

リララ

2021.4月
新発売

Z
SERIES



熱交換器洗浄機能を搭載し清潔性を向上させた最上位モデル「Zシリーズ」
アプリで宅外からエアコン操作が可能に

2023.3月
発売

N
SERIES



スタンダードモデル「Nシリーズ」にも清潔機能を搭載

2024.1月
新発売

Relala
リララ
SP
シリーズ



エアコン内部の送風ファンと送風路を同時に掃除する新機能を搭載した住設モデル「SPシリーズ」

ヒートポンプ・電化機器の開発

ヒートポンプ商品

ヒートポンプ商品 24/3期単体売上高に占める割合



エコキュート

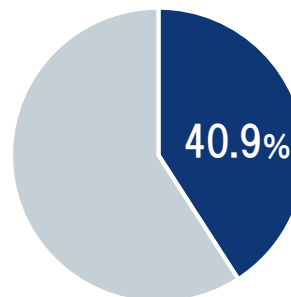


ヒートポンプ式
冷暖房「エコ暖」



エアコン

昨年比 +1.8%



■ 全体
■ ヒートポンプ

- ・ ルームエアコンが苦戦する中でもエコキュートやヒートポンプ式温水暖房の販売が増加
- ・ ヒートポンプ機器の部品生産設備の増強に着手（長岡工場）

協業の推進

「コロナエコ暖クールエアコン」小部屋用



ハイブリッド給湯・暖房システム「ECO ONE X5」



家庭用燃料電池コージェネレーションシステム「エネファーム」



- 集合住宅のZEH化に対応する「エコ暖クールエアコン」(小部屋用)を株式会社長谷工コーポレーションと共同企画
- 「コロナエコ暖クールエアコン」は、室外ユニット1台で冷房、暖房と温水床暖房が使用可能

- リンナイ株式会社の、ヒートポンプとガス給湯器を組み合わせ、優れた省エネ性能を発揮する家庭用給湯・暖房システム「ECO ONE X5」において、ヒートポンプを当社が供給

- 家庭用燃料電池コージェネレーションシステム「エネファーム」の大容量貯湯モデルをパナソニック株式会社と共同開発し、貯湯タンクユニットを当社が供給

停電時も暖のとれる石油暖房機

- 電気やガスなどのライフラインが途絶した際にも調達可能な灯油は、レジリエンス性に優れた分散型エネルギーで、多くの熱エネルギーを必要とする寒冷地域には必要不可欠
- 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

「令和6年能登半島地震」に対する石油暖房機の支援



- 被災された地域の復旧と復興を支援するために、石川県の被災地域に石油ファンヒーターと石油ストーブを合わせて約900台寄付

家の外への領域拡大

新シリーズ「OUTFIELD」投入



アウトドアイベントへの参加

アウトドアフェス
(大阪)



アウトドアデイジャパン
(東京)

- 2023年度から新シリーズ「OUTFIELD」を立ち上げ、石油ストーブなど3製品を販売
- 自然やアウトドアをモチーフに、アウトドア気分を高める製品をラインアップ

- 各地のアウトドアイベントに参加し、「OUTFIELD」の認知向上と顧客接点の場を拡大

生活家電事業の育成・拡大

サーキュレーター付き 衣類乾燥除湿機

2023.4月
発売



除湿機本体と上部の
サーキュレーターを
分離して運転可能

UV-C LED除菌機能付き ハイブリッド式大能力 加湿器

2023.9月
発売



大型加湿器の
ラインアップ追加

JR東日本とのコラボ商品

2022.10月
発売



2023.4月
発売



JR東日本とコラボし
SL（蒸気機関車）や
上越新幹線をモデルとした
製品を販売

中計の取り組み状況 利益体質への転換

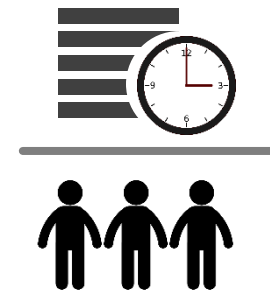
固定費の削減

- デジタル化、DX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

- 新商品企画・開発プロセスの短縮
- 企画コンセプトや意思決定の迅速化



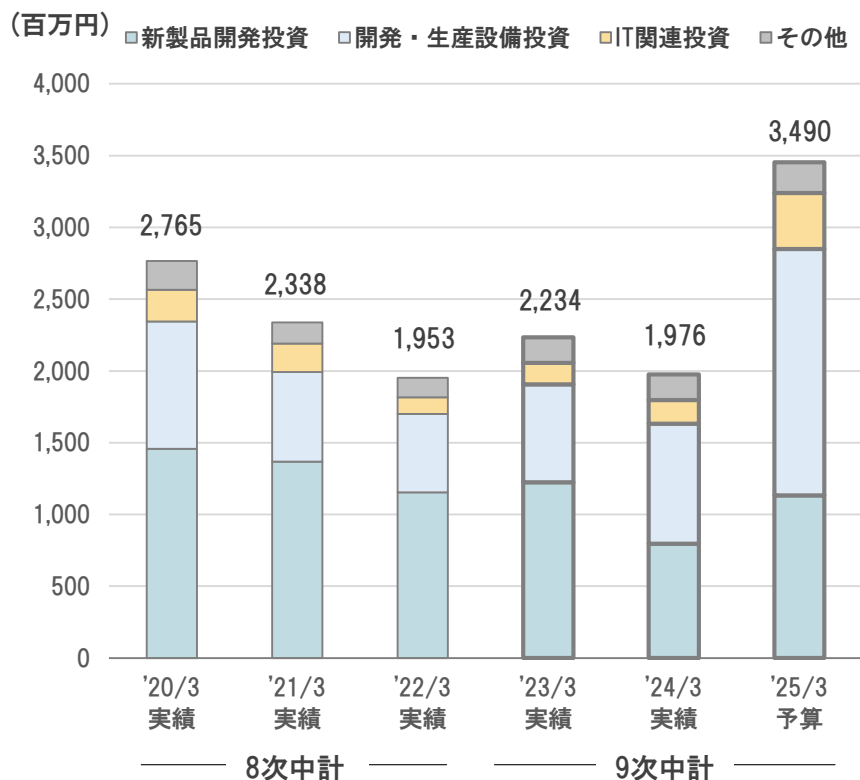
- IT技術を活用した業務の効率化・生産性向上を推進、生産・物流関連設備の合理化投資、商品開発のスピードアップにも取り組む
- 経営課題として高コスト体質の改善に取り組み、厳しさを増す環境下でも利益ある成長を目指す

投資計画 (費用化投資含む)

7,700百万円
(3カ年累計)

《前中計比 9.1%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

3,200百万円 (前中計比20%減)
・ 9次中計事業戦略と連動した新商品開発投資

開発・生産設備投資

3,200百万円 (前中計比56%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

700百万円 (前中計比30%増)
・ 業務効率化IT・DX投資の推進

その他

600百万円 (前中計比24%増)
・ 本社・工場等建屋修繕 など

サステナビリティ推進の取り組み

サステナビリティ推進体制

- 2022年3月に「コロナグループサステナビリティ方針」を制定
- 2023年4月より当社グループのサステナビリティ推進について議論・検討するための専門的な体制として、代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置

GXリーグの参画



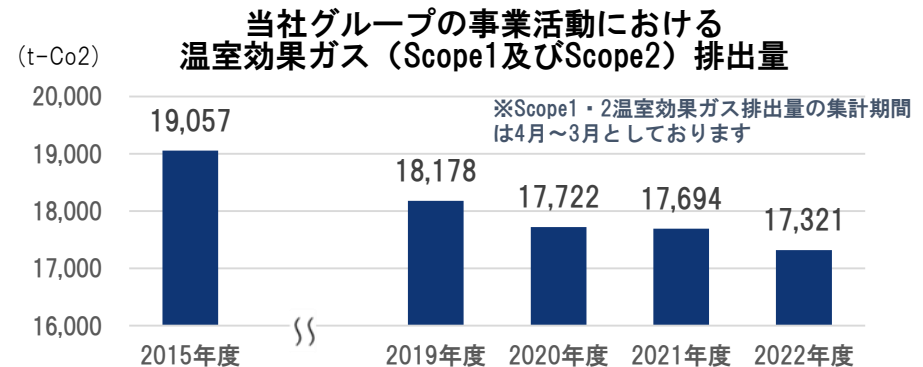
- 経済産業省が主導する「GXリーグ」に2024年度より参画

*GX（グリーントランスフォーメーション）とは、化石エネルギーを中心とした現在の産業構造・社会構造を、クリーンエネルギー中心へ転換する取り組みのこと

TCFD（気候変動への対応）



- 2023年3月からTCFD提言へ賛同し、同提言に基づき、「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の項目を柱に、自主的かつ積極的な情報開示を推進



2030年度にScope1・2温室効果ガス排出量**40%削減**、
2050年度までに Scope1・2温室効果ガス排出量**ゼロ**を
目指す（※2015年度比）

サステナビリティ推進の取り組み

人財活力の向上

当社グループは、女性の活躍促進をはじめ、当社グループで働く全ての人々の多様な個性を尊重するとともに、従業員一人ひとりを“かけがえのない財産”と捉え、新たな企業価値創出の源泉と考えています

※は新たに追加した指標となります








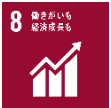

| 指標 | 目標(2025年度) |
|------------------|------------|
| 新卒採用に占める女性従業員の比率 | 30%以上を維持 |
| 労働災害発生件数 | 0件 |
| 男性従業員の育児休業取得率※ | 100% |
| 年次有給休暇取得率※ | 70%以上を維持 |

| 指標 | 目標(2027年度) |
|-------------------|------------|
| 女性正規従業員に占める役職者比率※ | 18.0% |

| 項目 | 内容 |
|------------------|------------------------------------|
| 従業員エンゲージメント調査の実施 | 「働きがいのある会社づくり」に向けての課題の発見や施策の検討に活かす |

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 |
|-------------------------------|--|--|
| K 快適で 心はずむ毎日 | 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。 | 暮らしの質・心の豊かさ ゆとりや楽しさを生む製品・サービス開発   |
| E 環境にやさしい 暮らし | 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。 | 気候変動対策 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    |
| S だれでもいつでも 安心な社会 | 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。 | お客様の安全・安心 従業員の活躍 パートナーシップ 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 従業員エンゲージメントの向上 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 サステナビリティ調達の促進     |
| G ガバナンス | コーポレートガバナンス リスクマネジメント コンプライアンス | 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 |

2025年3月期 計画

| (単位：百万円) | 2024年3月期 実績 | 2025年3月期 見込み | 前期比 | |
|---------------------|----------------|-----------------|--------|------------|
| | | | 増減額 | 増減率 (%) |
| 売上高 | 82,046 | 85,000 | +2,953 | +3.6 |
| 営業利益 | 1,355 | 1,300 | △55 | △4.1 |
| 経常利益 | 1,767 | 1,600 | △167 | △9.5 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,306 | 1,200 | △106 | △8.2 |

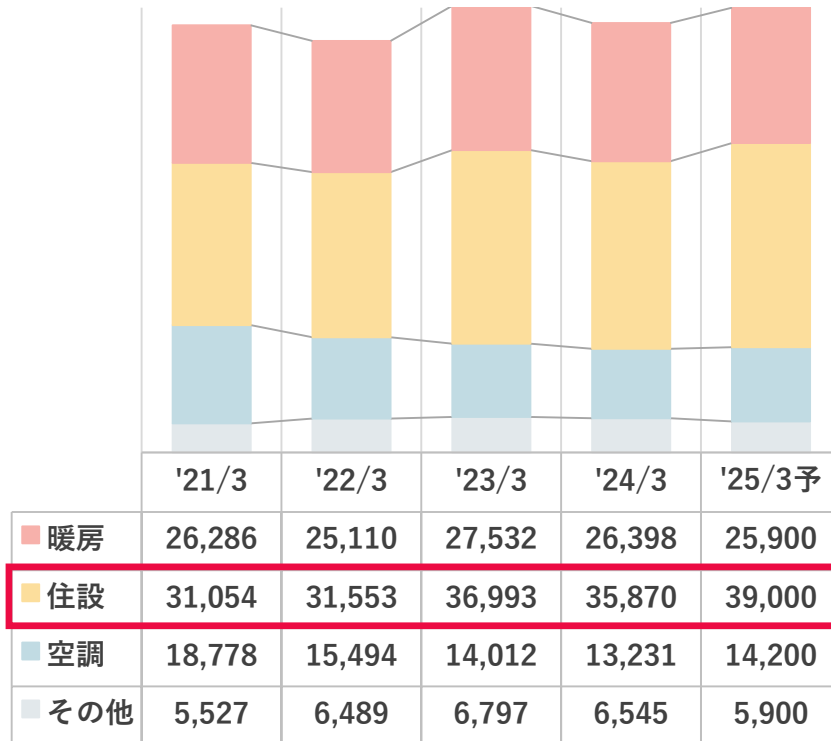
主な増減要因

- 住宅設備機器はエコキュートを中心に販売を拡大、空調・家電機器もルームエアコンや除湿器など販売拡大に取り組む
- 新商品の投入や積極的な販売活動、原価低減活動に取り組むも、販管費の上昇や原材料・エネルギー価格の高止まりなどが影響し各利益は減少見込み

連結売上高・製品種類別構成推移

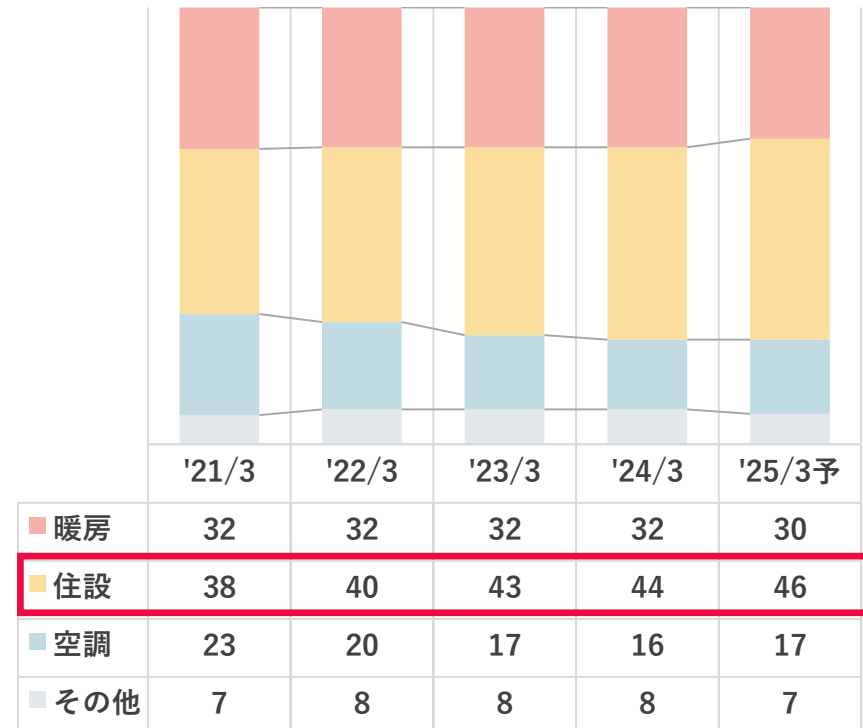
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)

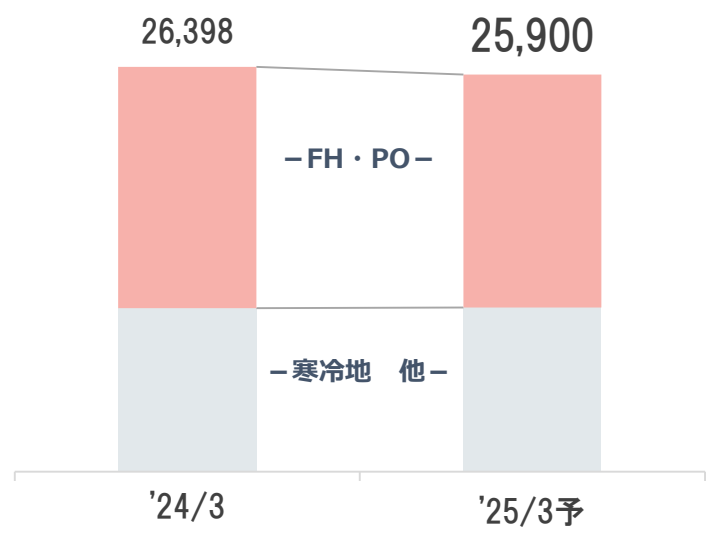


トピックス

- 住宅設備機器の構成比はエコキュートを中心とした販売拡大により46%に上昇見込み
- 暖房機器の構成比は30%（前年比△2%）、空調・家電機器の構成比は17%（前年比+1%）を見込む

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

- 前期比 $\Delta 498$ 百万円 ($\Delta 1.9\%$)
- 石油暖房機は中長期的に需要構造の変化が予想される中でも寒冷地を中心に根強い需要、自然災害時なども利用できるレジリエンス性を有しており環境負荷低減に向けた研究開発に取り組む
- 脱炭素社会への貢献を目指し、電気など他の熱源を用いた商品の拡充を図るほか、暮らしの楽しみや可能性を拡大できるような商品開発を進める方針



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



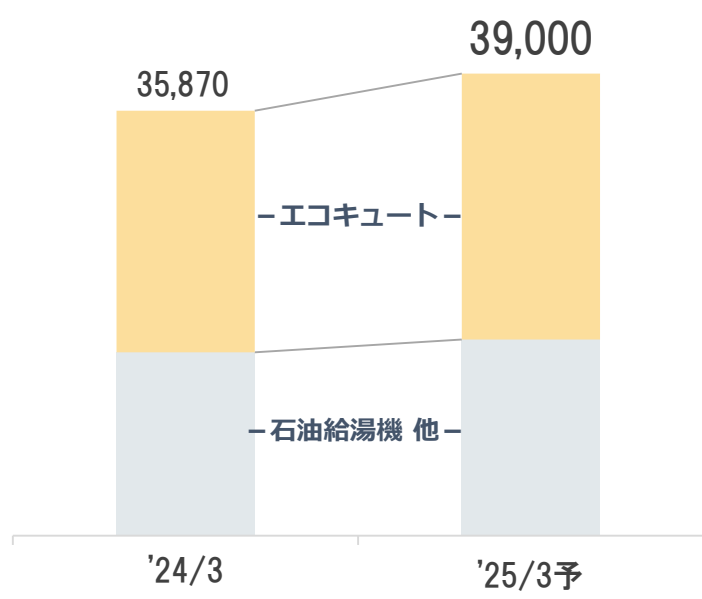
遠赤外線電気暖房機
豊富な遠赤外線
ヒートショック対策にも



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

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

- 前期比 +3,129百万円 (+8.7%)
- エコキュートはZEHの普及拡大や買い替え需要、政府における補助金制度の拡充もあり堅調な需要が継続すると見込む省エネ・快適性を追求した商品開発を推進、一層の販売拡大に取り組む
- 安定的な需要のある石油給湯機は需要構造変化の中において省エネ性の高い高効率機種の販売比率を高め、更なる環境負荷低減に向けた商品開発も進める



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



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



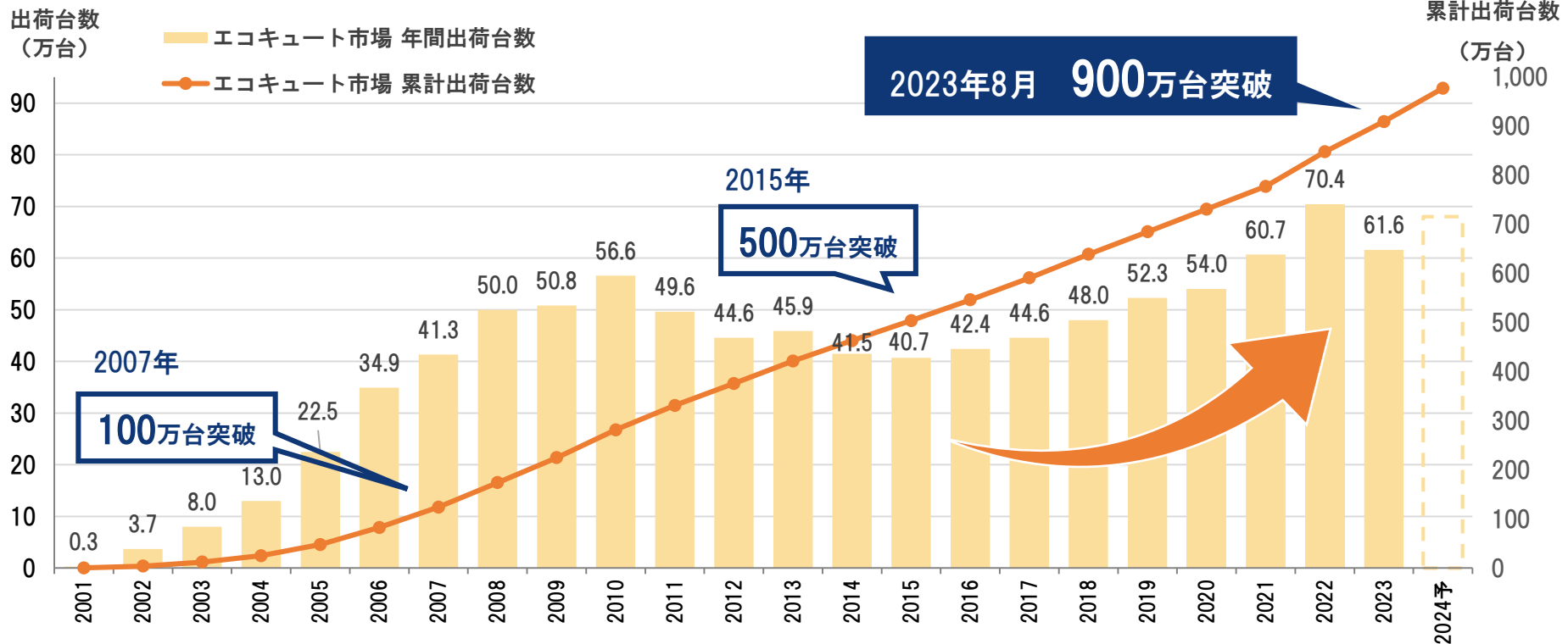
ジオシスハイブリッド
再生可能エネルギー
地中熱ヒートポンプ



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 エコキュート市場 累計出荷台数



出典：一般社団法人日本冷凍空調工業会統計資料より当社調べ
2024年予測は当社見込み

- エコキュートは2001年に当社が世界で初めて発売、市場出荷台数は2011年の東日本大震災以降、電力の供給不安などから減少するも、買い替え需要の顕在化やZEHの普及などもあり近年は増加傾向
- 昨年度は物価上昇や過去最高の出荷台数だった2022年度の反動がみられたものの、燃料費高騰による省エネ機器の入替増、カーボンニュートラルや高効率給湯器への政府補助等を背景に再び上昇基調への転換を見込む

高効率給湯器導入促進による家庭部門の省エネルギー推進事業費補助金

⇒家庭のエネルギー消費で大きな割合を占める給湯分野について、エネルギー消費量を削減するために必要な高効率給湯器の導入にかかる費用を補助

【従来の補助内容】基準を満たしたエコキュートの場合：5万円/台



ヒートポンプ給湯機
(エコキュート)



給湯省エネ2024事業

基本額：8万円/台

+

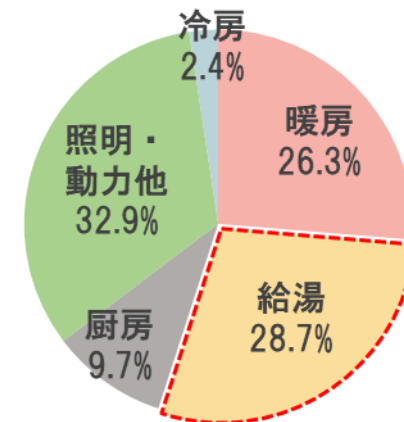
要件A：2万円/台

要件B：4万円/台

要件A&B：5万円/台

最大13万円/台 補助

2021年度家庭部門における
エネルギー消費割合



参考：資源エネルギー庁「総合エネルギー統計」

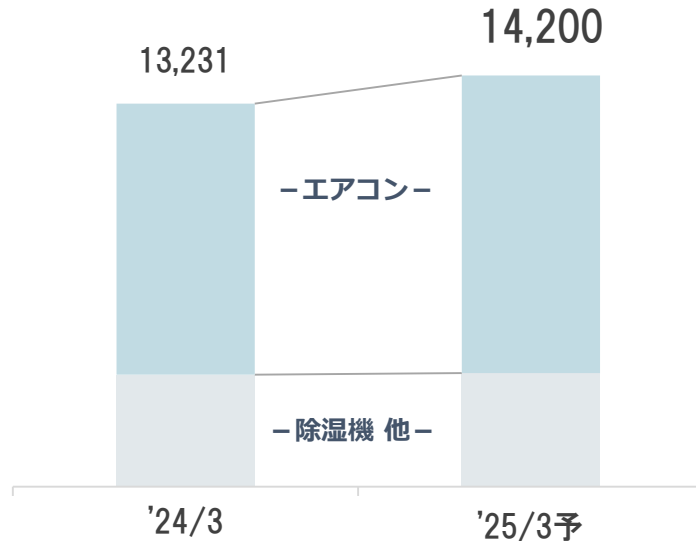
要件A：インターネット接続可能かつ 昼間沸き上げシフト可能なもの

要件B：補助要件下限機種と比べて、CO₂排出 △5%

- 経済産業省「給湯省エネ2024事業」では省エネ基準が高く、省エネ法「2025年度の目標基準値」を満たした当社エコキュートの導入で8～13万円の補助金を支給

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +968百万円 (+7.3%)

- ・ ルームエアコンはメーカー間の開発・販売競争が一段と激化する中、IoT技術活用や清潔性・お手入れしやすさを追求した商品を開発、ウインドエアコンなど当社独自のラインアップを揃え、営業強化による販売拡大、機動的な生産・供給活動に取り組む
- ・ 安定した需要のある除湿機や加湿器は利便性や清潔機能を備えた商品を展開、今後も快適性を追求した商品開発を進める



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



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



冷風・衣類乾燥機
1台3役の
「どこでもクーラー」

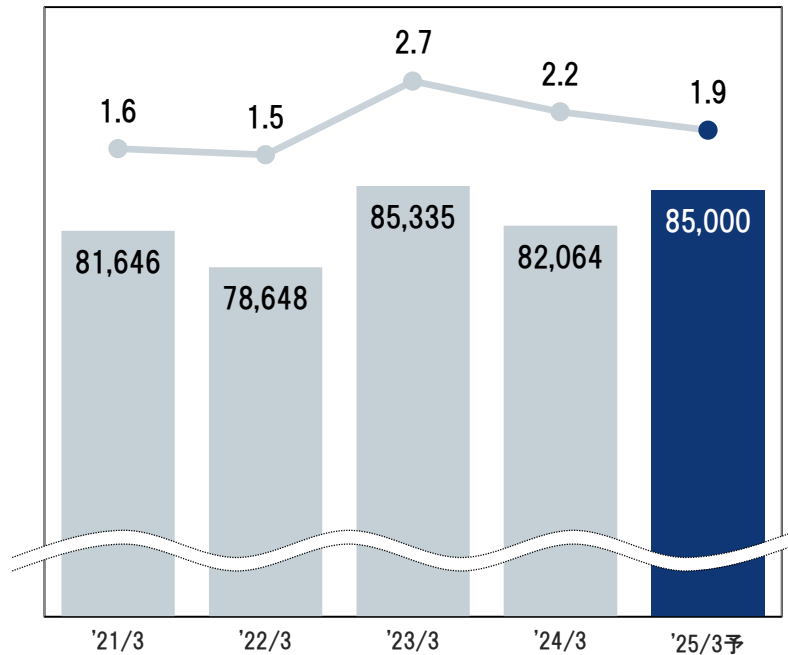


加湿器
ハイブリッド式大能力タイプ
を新規ラインアップ

通期 連結財務諸表の推移

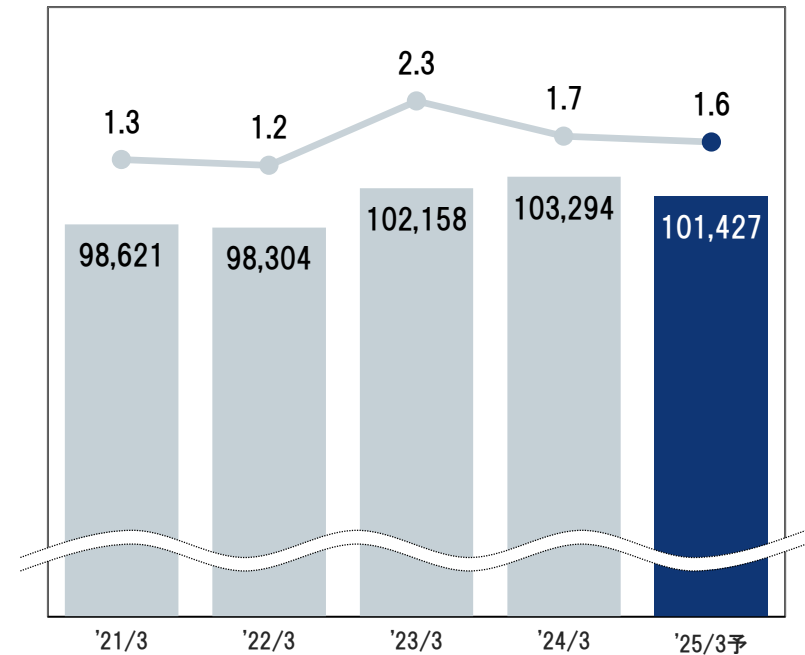
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



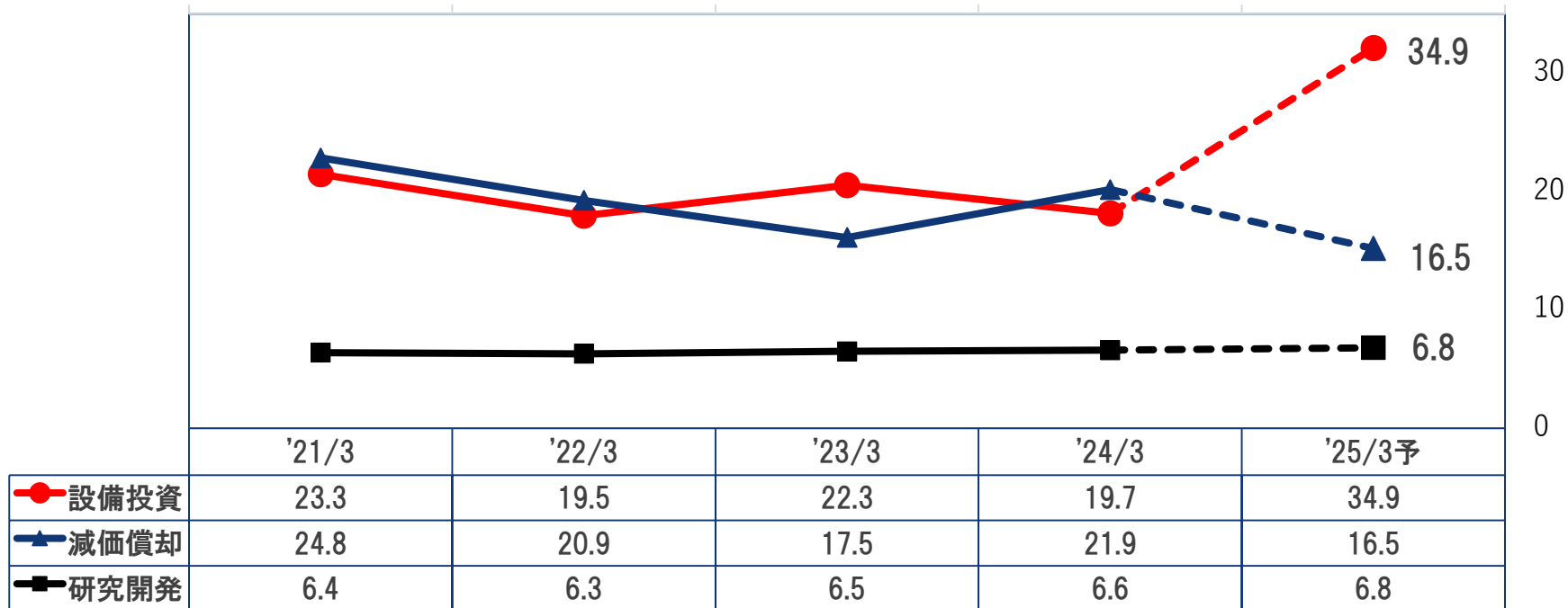
(ROA：総資産経常利益率)

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・継続的な株主還元の実施を基本方針とする

設備投資・減価償却費・研究開発費の推移（連結）

（単位：億円）



トピックス

- 「ヒートポンプ/電化事業の拡大」に向け、成長事業であるエコキュートの供給体制をさらに万全にし、空調機器の主力であるルームエアコンでは省エネ性能向上や多様な製品の生産に対応するための投資などを計画

→ 長岡工場においてヒートポンプ機器の部品生産設備の増強に着手
（2025年2月完了予定）

配当政策

2025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

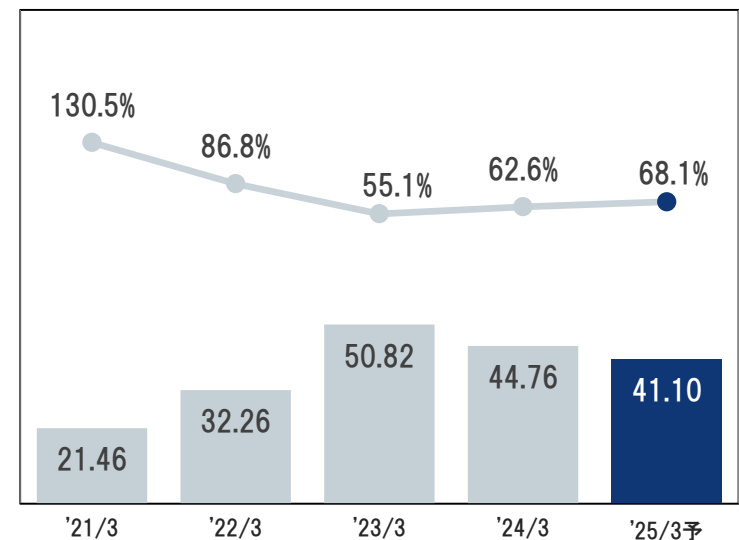
1株当たり配当金の推移

(単位：円)

| | '21/3 | '22/3 | '23/3 | '24/3 | '25/3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 | 21.46 | 32.26 | 50.82 | 44.76 | 41.10 |
| 配当性向 | 130.5% | 86.8% | 55.1% | 62.6% | 68.1% |

1株利益・配当性向

(単位：円)



お問い合わせ先

〒955-8510 新潟県三条市東新保7-7

株式会社 コロナ 総合企画部広報室

TEL : 0256-35-8558

FAX : 0256-36-6523

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

参考資料

- 会社概要
- 主な沿革
- 経営理念：コロナイズム
- 企業ミッション
- こだわりのメイドイン・新潟
- 売上高構成と主な製品

会社概要 (2024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 12,006名(対前期末比 Δ 213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55
- ・ 従業員数 2,138名(連結)(対前期末比 Δ 24名)
- ・ 関係会社数 連結子会社12社、関連会社1社



1954年当時の開発風景
(本社：歴史展示ホール)



本社：技術開発センター

主な沿革

1930 -

1937(S12)
新潟県三条市にて創業

1952(S27)
日本初・加圧式
石油コンロ
発売



1955(S30)
日本初
加圧式石油ストーブ発売



1973(S48)
石油給湯機発売



1979(S54)
エアコン市場参入



1979(S54)
石油ファンヒーター発売



1992(H4)
商号を「株式会社コロナ」に変更

2001(H13)
世界初 自然冷媒CO₂
ヒートポンプ式給湯機
「エコキュート」発売



1990 -

2010 -

2014(H26)
業界初 地中熱・空気熱
ハイブリッド温水暖房
システム発売



2017(H29)
創業80周年

2019(R1)
リブランディング
つぎの快適をつくろう。
CORONA

2019(R1)
自然対流形
電気暖房機
「ノイルヒート」
発売



2021(R3)
エアコンブランド
Relala
リララ

2023(R5)
“暮らしを「楽」から「楽しい」へ”
をコンセプトにした新ブランド



2020 -

2006(H18)
東証一部上場

2008(H20)
電気暖房
市場再参入



経営理念：コロナイズム

企業理念

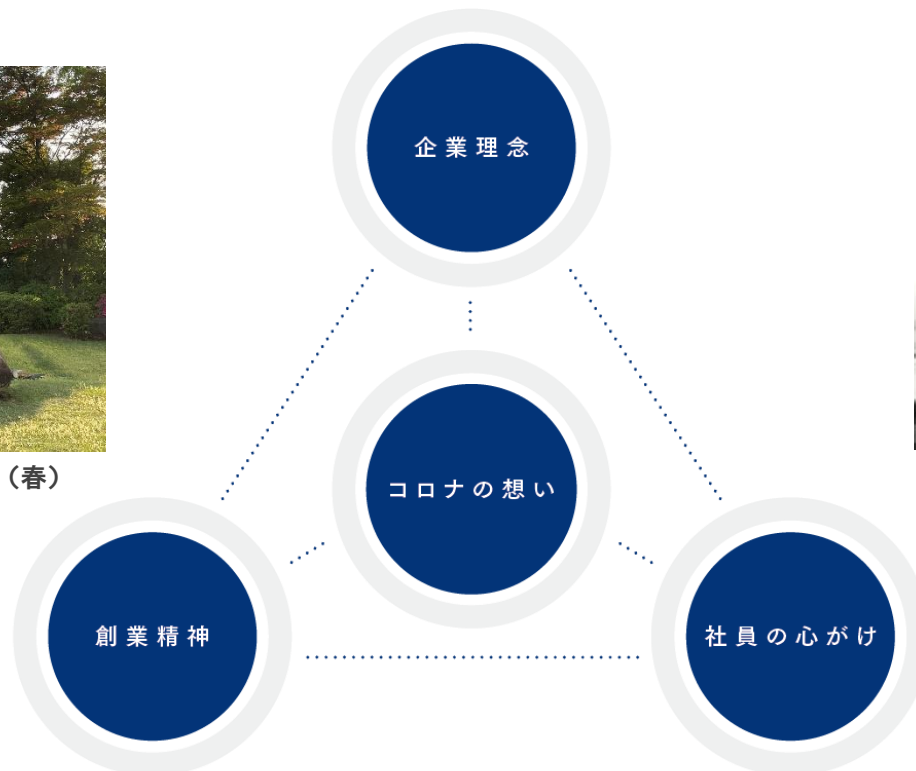
あなたと共に
夢…新たなライフシーン…を実現しお客様に喜んでいただけるコロナ
～快適・健康で環境にやさしい心豊かな生活になくはないコロナでありたい～



本社技術開発センター前（春）



36豪雪時猛吹雪の中
ストーブを担ぐ社員の列



創業精神

[誠実と努力]

コロナの想い

[感謝と感動]

社員の心がけ

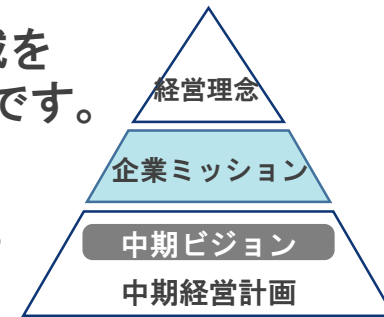
[創造と協創（げんこつの理）]

[チャレンジ For You]

企業ミッション

企業ミッションは社会のニーズ・課題とコロナグループの事業領域を照らし合わせ、私たちコロナグループが果たすべき使命を示したものです。

コロナグループは広く社会や環境に貢献する存在であるために、事業活動を通じて価値を創造し、ミッションの実現を目指します。



快適で心はずむ毎日

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。

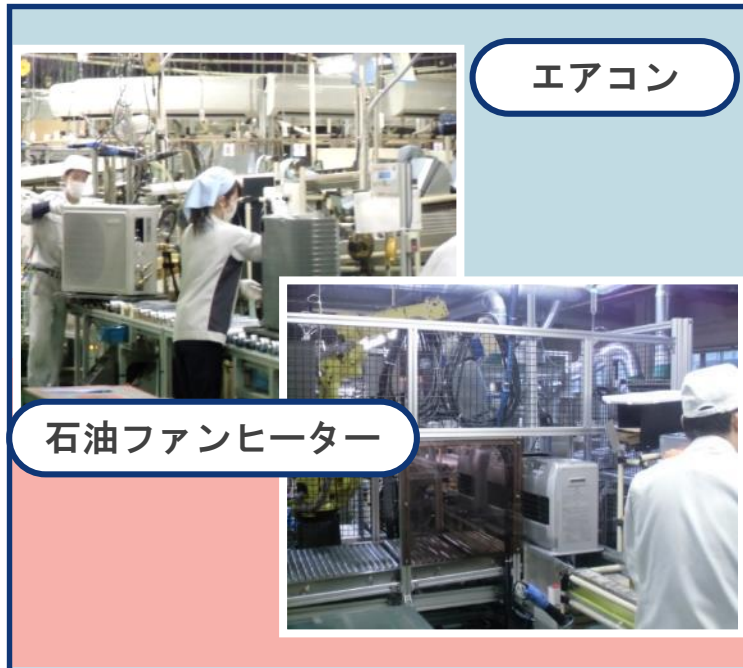
環境にやさしい暮らし

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。

だれでもいつでも 安心な社会

だれでもつかいやすく、いつでも安心を。事業を通じて、安心してレジリエンスな社会の実現に貢献します。

こだわりのメイドイン・新潟



「二毛作生産」で年間を通してフル稼働
(写真は三条工場)



総合的品質管理の世界最高ランクの賞である
「デミング賞実施賞」を受賞(2010年度)

- 石油ファンヒーターとルームエアコンの「二毛作生産」から柔軟な通年生産へ
- 新潟県内の各工場で、需要状況に応じて機動的な生産体制が可能
- 合理化生産設備の積極導入、作業改善による生産性の向上を図る

売上高構成と主な商品

2024年3月期
売上高：820億円

【住宅設備機器】



アクアエア商品



ヒートポンプ式冷暖房
「エコ暖」シリーズ



地中熱+空気熱ヒートポンプ
冷温水システム



石油給湯機



エコキュート

【暖房機器】



石油ファンヒーター



寒冷地向け大型石油暖房機



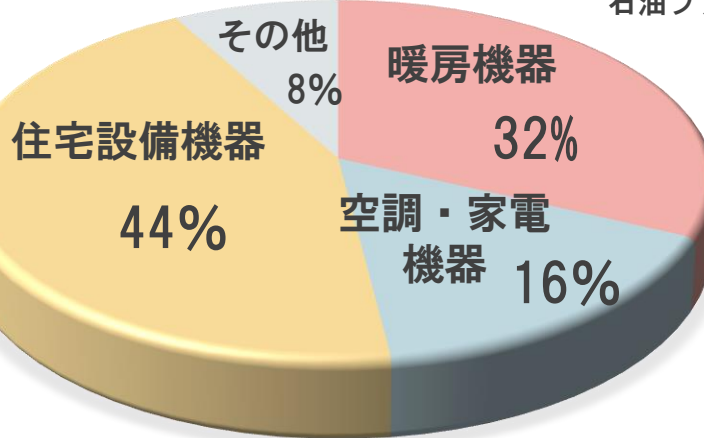
石油ストーブ



遠赤外線
電気暖房機



自然対流形
電気暖房機



【空調・家電機器】



ルームエアコン



ウインドエアコン



除湿機



冷風機



加湿器