

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2025年3月期

第2四半期（中間期）

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 10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ますことをご承知おき下さい。

1. 2025年3月期 第2四半期（中間期）
連結業績ハイライト

2. 2025年3月期 計画

3. コロナグループ中期経営戦略

第2四半期（中間期）連結業績ハイライト

つぎの快適をつくろう。

CORONA

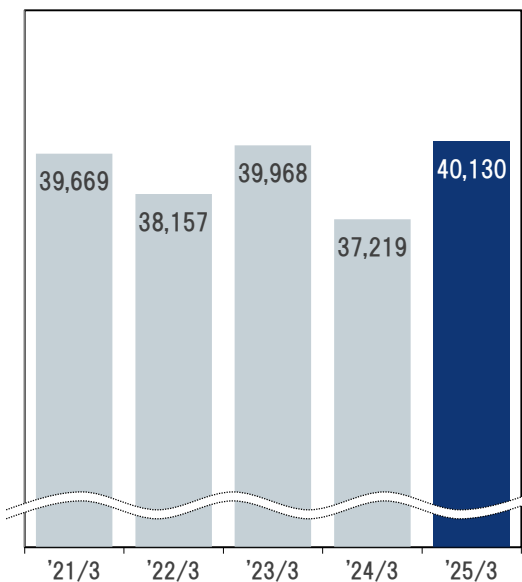
(単位：百万円)	24年3月期 中間期実績	25年3月期 中間期 当初計画	25年3月期 中間期実績	前中間期比		当初計画比	
				増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	37,219	39,200	40,130	2,911	7.8	930	2.4
営業利益	△181	△500	38	219	—	538	—
経常利益	23	△300	203	179	750.8	503	—
親会社株主に帰属する 中間純利益	16	△300	142	125	764.8	442	—

主な増減要因

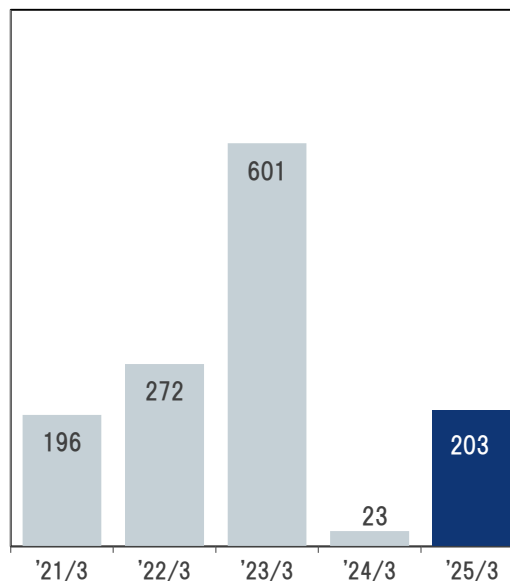
- 売上高 ウインドタイプを含むルームエアコンなど空調・家電機器、エコキュートなど住宅設備機器の販売が増加し前中間期、当初計画を上回る
- 利益面 当社単体に加え建設系をはじめとしたグループ全体の売上高の増加などにより前中間期、当初計画を上回る

（単位：百万円）

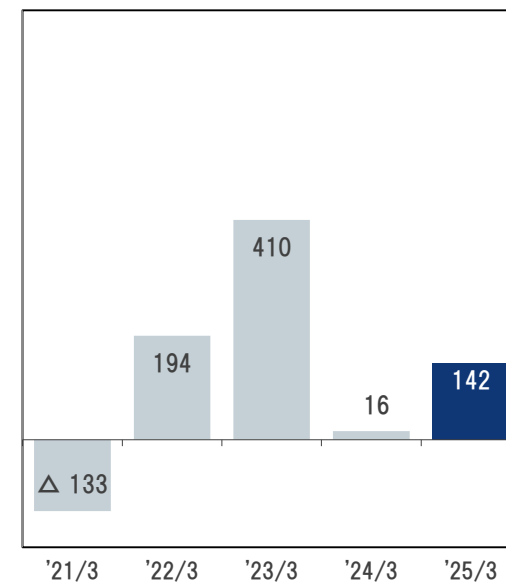
売上高



経常利益



中間純利益



トピックス

- ルームエアコン、エコキュート等の伸長により2期ぶりの増収増益

※21/3期は特別損失として投資有価証券評価損等を計上

第2四半期（中間期） 連結P/L分析

(単位：百万円)	2024年3月期 中間期 実績	2025年3月期 中間期 実績	前中間期比	
			増減額	増減率（％）
売上高	37,219	40,130	2,911	7.8
売上原価	29,373	31,914	2,540	8.6
売上総利益	7,845	8,216	371	4.7
販管費	8,027	8,178	151	1.9
営業利益	△181	38	219	—
営業外収益	211	187	△24	△11.7
営業外費用	6	21	15	234.1
経常利益	23	203	179	750.8

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：78.9% ⇒ 79.5%)
- 販管費 売上増加に伴い物流費等は増加しているが、経費削減効果などにより販管費率が減少
(販管費率：21.6% ⇒ 20.4%)

第2四半期（中間期）（経常利益～中間純利益）

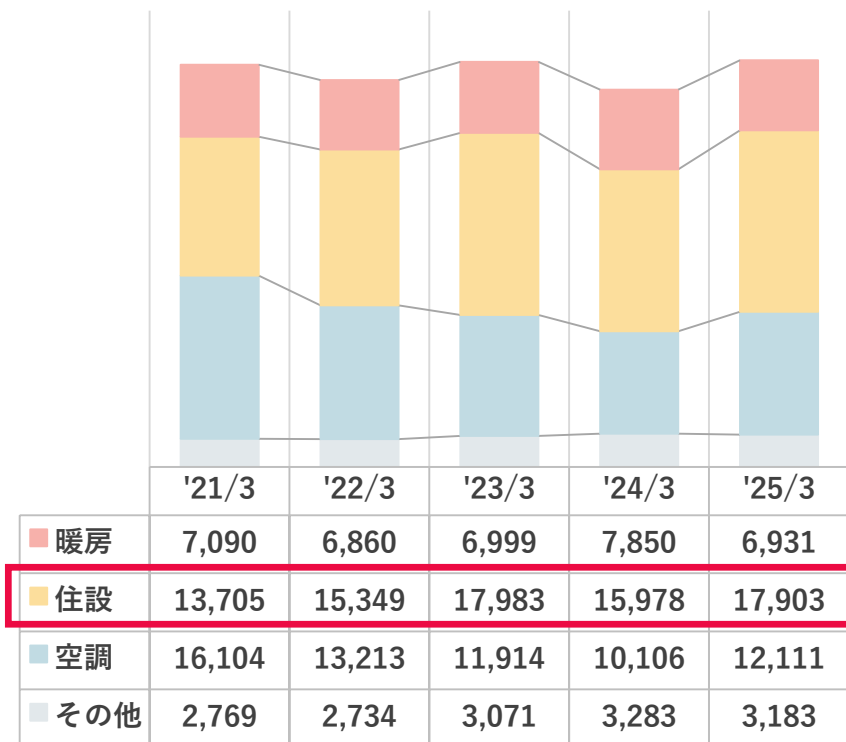
（単位：百万円）	2024年3月期 中間期 実績	2025年3月期 中間期 実績	前中間期比	
			増減額	増減率（％）
経常利益	23	203	179	750.8
特別利益	10	3	△7	△68.3
特別損失	20	4	△15	△76.8
税金等調整前 中間純利益	13	202	188	—
法人税等	△2	60	62	—
親会社株主に帰属する 中間純利益	16	142	125	764.8

主な増減要因

- 中間純利益 売上高、各利益の増加により中間純利益も増加

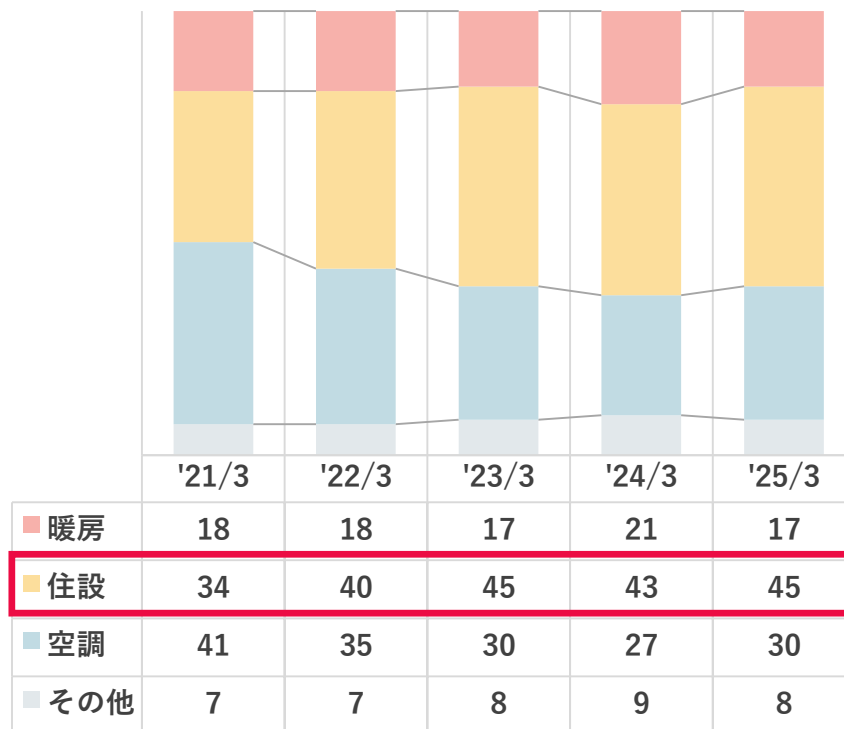
金額

（単位：百万円）



構成比

（単位：％）

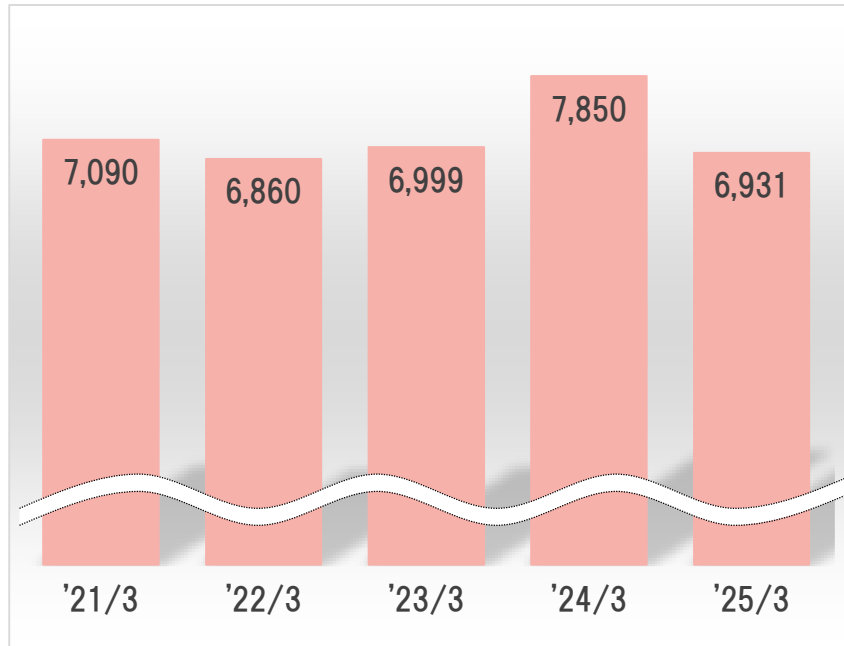


トピックス

- ウインドタイプを含むルームエアコン、エコキュートの販売増加等により空調・家電機器、住宅設備機器の構成比がそれぞれ増加

売上高推移

（単位：百万円）



主要製品売上高・販売台数 前中間期比増加率

石油ファンヒーター	売上高	△28.0 %
	台数	△28.4 %
寒冷地向け 石油暖房機	売上高	△3.6 %
	台数	△9.2 %



石油ファンヒーター



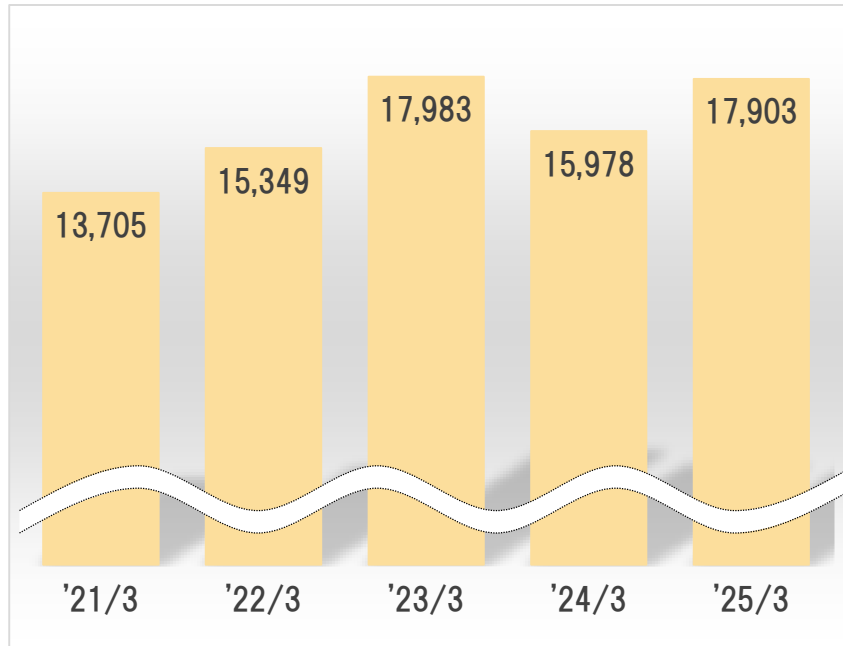
寒冷地向け石油暖房機
「AGRATIO(アグレシオ)」

主な増減要因

- 石油ファンヒーターや寒冷地向けの石油暖房機、トイレ等のより狭いスペースに設置可能な壁掛型遠赤外線暖房機の新モデルを投入するなど、需要期に向けた商品開発と提案活動に取り組む
- しかしながら、昨年の暖冬による流通在庫過多や残暑の影響により暖房機器全体は前中間連結会計期間を下回る

売上高推移

（単位：百万円）



主要製品売上高・販売台数 前中間期比増加率

エコキュート	売上高	+22.0 %
	台数	+17.8 %
石油給湯機	売上高	△8.8 %
	台数	△10.8 %



エコキュート



石油給湯機

主な増減要因

- 政府の補助金制度を活用し、積極的に提案活動に取り組んだエコキュートの販売や家庭用給湯・暖房システム用のヒートポンプユニットが好調に推移
- 石油給湯機は消費者の買い控え等の影響による需要の伸び悩みもあり、前中間連結会計期間を下回る

トピックス 高効率給湯器の導入支援事業（経済産業省）

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



ヒートポンプ給湯機
(エコキュート)



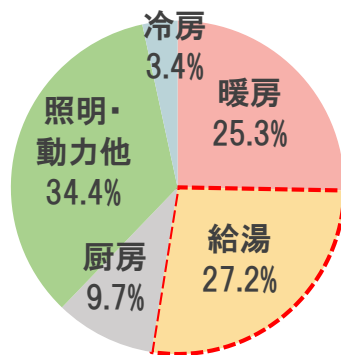
給湯省エネ2024事業

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

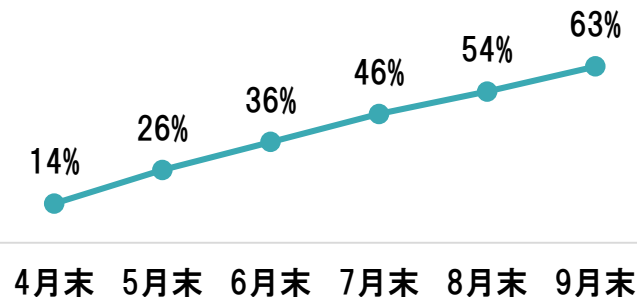
要件A : インターネット接続可能 かつ 昼間沸き上げシフト可能なもの
要件B : 補助要件下限機種と比べて、CO₂排出 △5%

◆ 2022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」

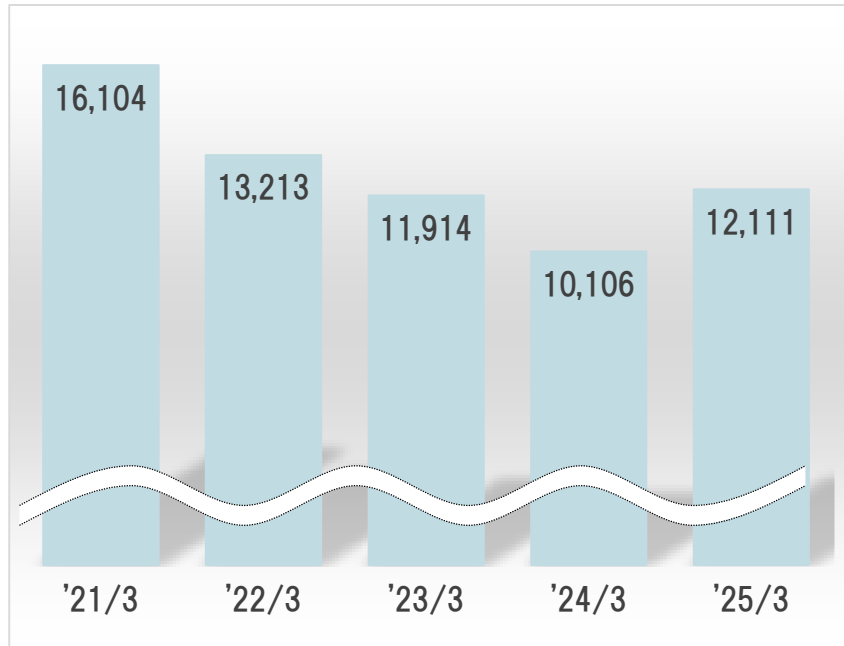
◆ 予算に対する補助金申請額の進捗率



※経産省 給湯省エネ2024事業HPより

売上高推移

（単位：百万円）



主要製品売上高・販売台数 前中間期比増加率

ルームエアコン計	売上高	+30.0 %
	台数	+25.1 %
うちウインドエアコン	売上高	+41.6 %
	台数	+36.1 %
除湿機	売上高	△14.7 %
	台数	△10.7 %



ルームエアコン

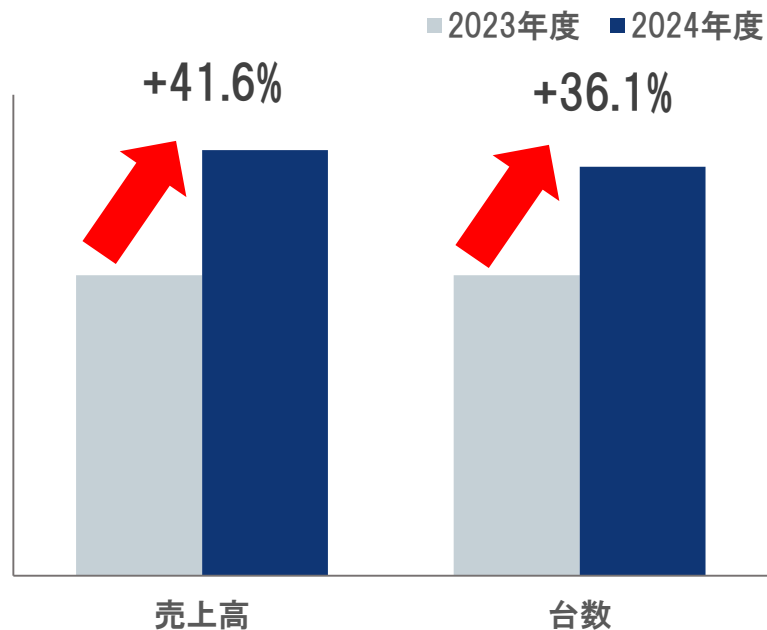


除湿機

主な増減要因

- ルームエアコンは清潔性やお手入れのしやすさを追求した商品を中心に提案活動を推進
- 販売においては寒冷地を中心に設置工事が不要なウインドタイプの需要が増加したほか、気温が平年より高めに推移したことも後押しとなり、ルームエアコン全体は前中間連結会計期間を上回る
- 除湿機は需要期の天候不順も影響し販売が伸び悩む

トピックス ウインドエアコンが好調に推移

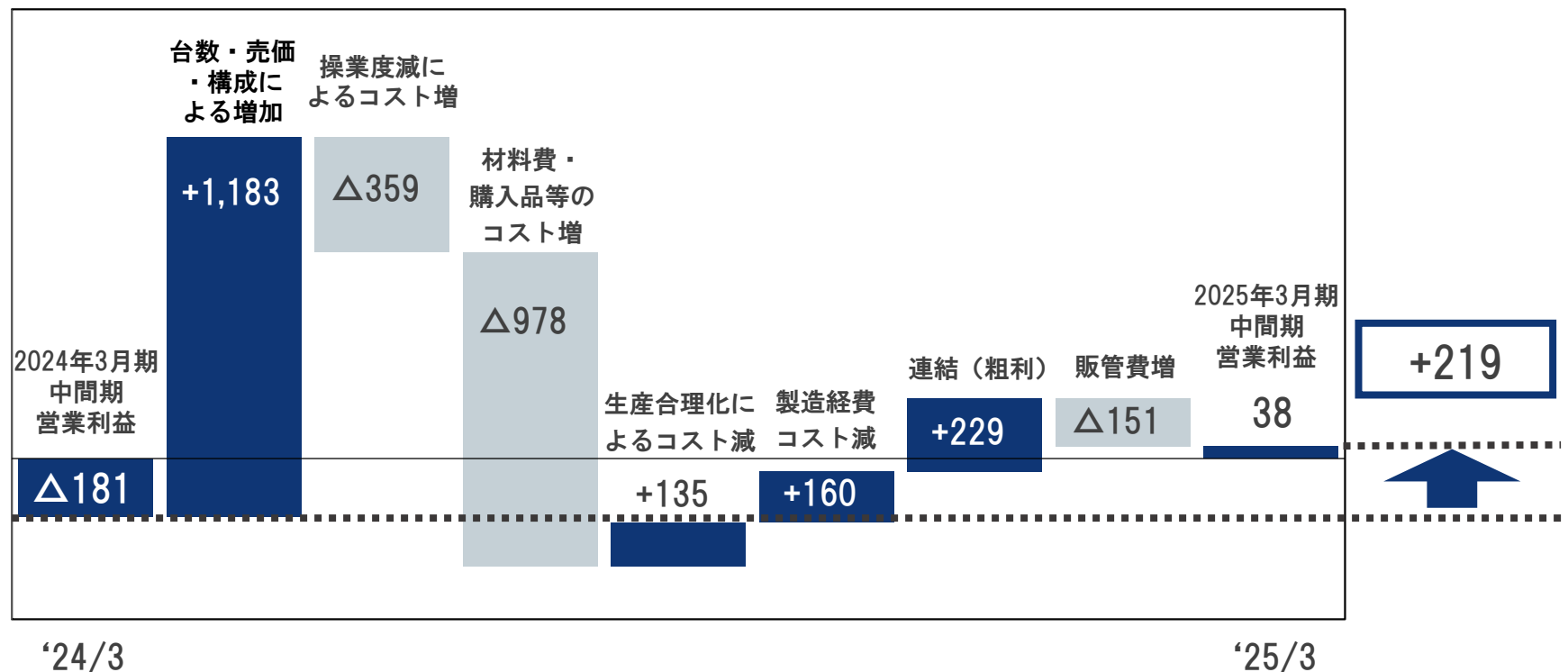
◆ウインドエアコン売上高・販売台数推移
(前中間期比)

- 窓に取り付けるタイプのウインドエアコンが、工事不要・すぐに取り付けられる手軽さから北海道を中心に販売が好調
- 強度の懸念から今まで取付できなかった、寒冷地に多い“樹脂サッシ”や“アルミ樹脂複合サッシ”にも取付可能となるアタッチメントを6月より発売

■ 増加

■ 減少

（単位：百万円）



主な増減要因

- 原材料価格の高騰や物流費の上昇によるコスト増があったものの、製品価格への転嫁や販売台数の増加、生産合理化、経費削減の取り組みなどにより営業利益が増加

第2四半期（中間期） 連結B/S分析

つぎの快適をつくろう。

CORONA

(単位：百万円)	2024年3月期 中間期 実績	2025年3月期 中間期 実績	前中間期比	
			増減額	増減率（％）
(資産の部)				
流動資産	56,788	55,892	△895	△1.6
固定資産	44,798	45,982	1,184	2.6
資産合計	101,586	101,875	288	0.3
(負債の部)				
流動負債	26,920	24,416	△2,503	△9.3
固定負債	1,781	2,432	651	36.5
負債合計	28,701	26,848	△1,852	△6.5
純資産合計	72,885	75,026	2,140	2.9
負債、純資産合計	101,586	101,875	288	0.3

主な増減要因（単位：百万円）

- 資産の部 現金及び預金+316、売上債権+631、有価証券△701、棚卸資産△1,240、投資その他の資産+2,107
- 負債の部 仕入債務△2,359、繰延税金負債+727
- 純資産の部 利益剰余金+614、その他の包括利益累計額+1,539

2 0 2 5 年 3 月 期 計 画

2025年3月期 通期連結業績見込み

つぎの快適をつくろう。

CORONA

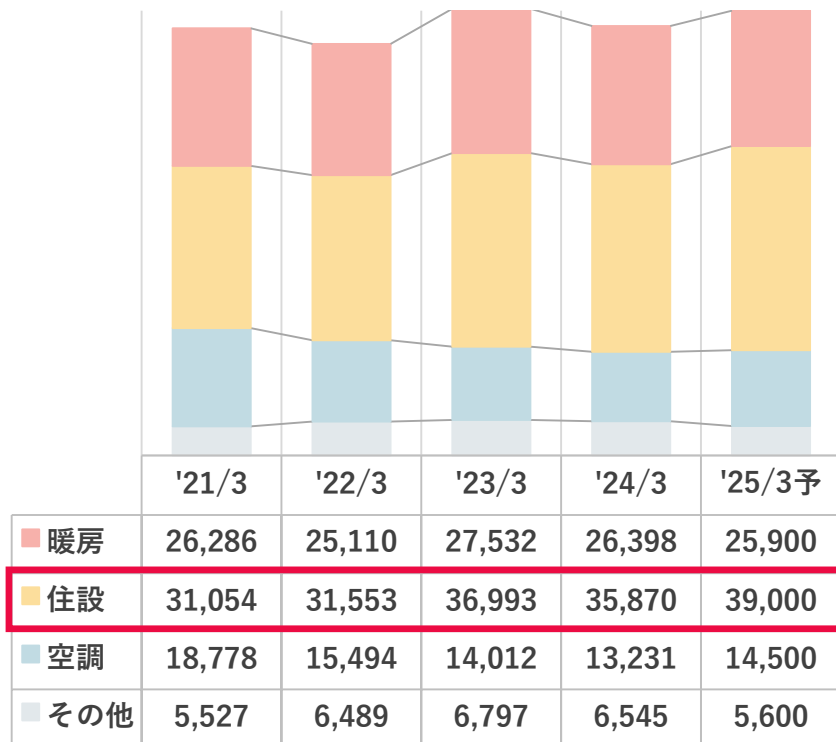
(単位：百万円)	2024年3月期 通期実績	2025年3月期 通期見込み	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	82,046	85,000	2,953	3.6
営業利益	1,355	1,300	△55	△4.1
経常利益	1,767	1,600	△167	△9.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,306	1,200	△106	△8.2

主な増減要因

- 上期はルームエアコンやエコキュートが好調に推移、下期もエコキュートや家庭用給湯・暖房システム用のヒートポンプユニットが引き続き伸長見込み
- 円安などに伴う原材料価格高騰の影響が下期にかけても続く見込み、物流費の上昇や、暖房機器の需要が第3四半期以降に本格化することなどを勘案し通期予想は公表値を据え置き

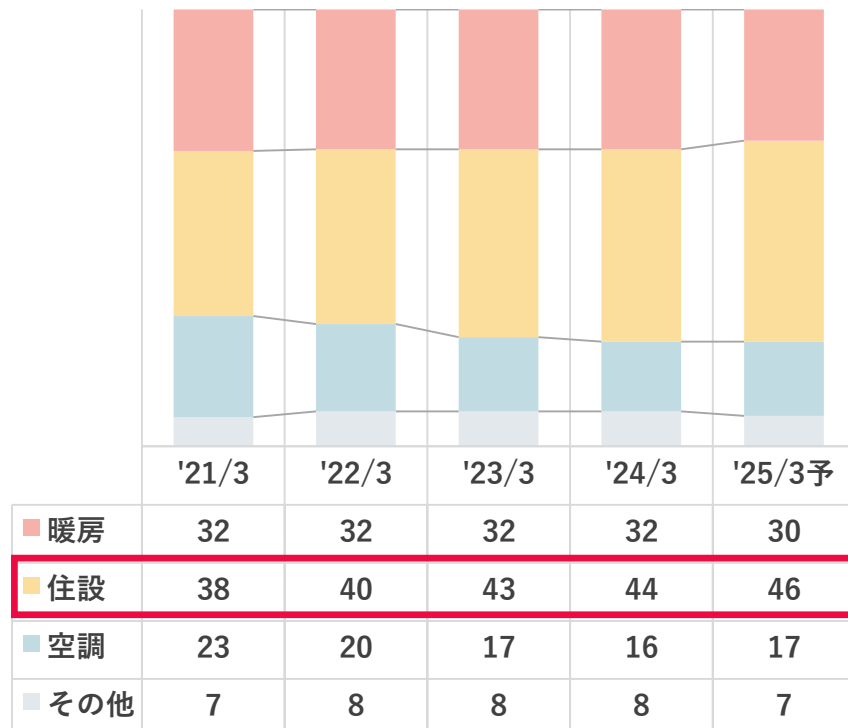
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)

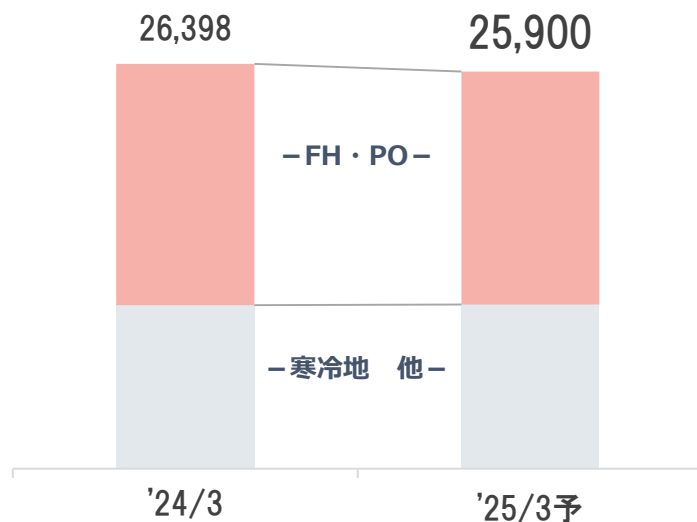


トピックス

- 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 △498百万円 (△1.9%)

- 昨年の暖冬による流通在庫過多に対応すべく各種取り組みを推進
- 石油暖房機は低消費電力の強みがある石油ファンヒーター、自然災害時や停電時にも使用可能な石油ストーブなどを中心に下期本格化する需要の取り込みを図る
- 商品力を向上させた壁掛型遠赤外線暖房機、認知度向上に向けた施策を進めるオイルレスヒーターなどの電気暖房機においても拡販を進める



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 電気暖房機の販売拡大施策

壁掛型遠赤外線暖房機「ウォールヒート」 新モデルを発売



- 壁掛型遠赤外線暖房機「ウォールヒート」は狭い場所に取り付け、ヒートショック対策として使用可能
- 従来よりも狭い場所に設置可能となった新モデルを発売

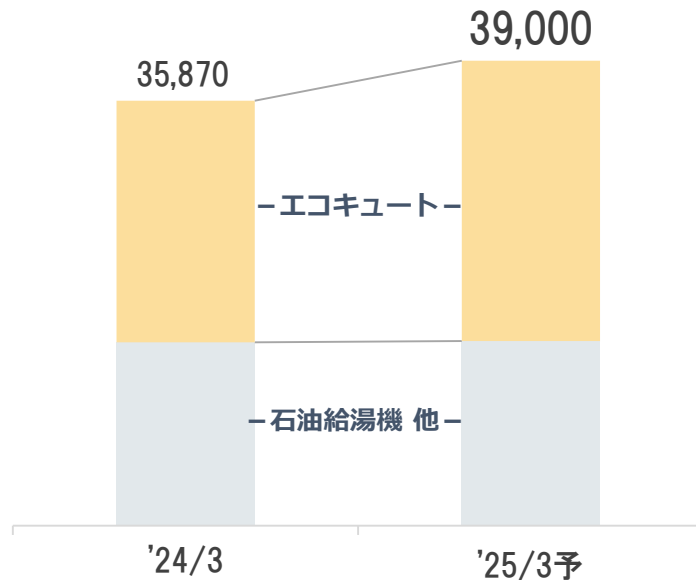
オイルレスヒーター「NOILHEAT」 イメージキャラクターに小島よしおさんを起用



- オイルレスヒーター「NOILHEAT(ノイルヒート)」はオイルを使わず、輻射と対流で空間をやさしく暖める暖房機
- イメージキャラクターにお笑いタレント・小島よしおさんを起用し認知度向上をめざす

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%)

- 国の政策であるカーボンニュートラル実現に向け、高効率給湯器等を開発・拡販
- エコキュートは太陽光発電を有効活用できる機能を搭載、買い替え需要の取り込みや政府の補助金制度を活用した積極的な販売活動を展開
- 安定的な需要のある石油給湯機は需要構造変化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

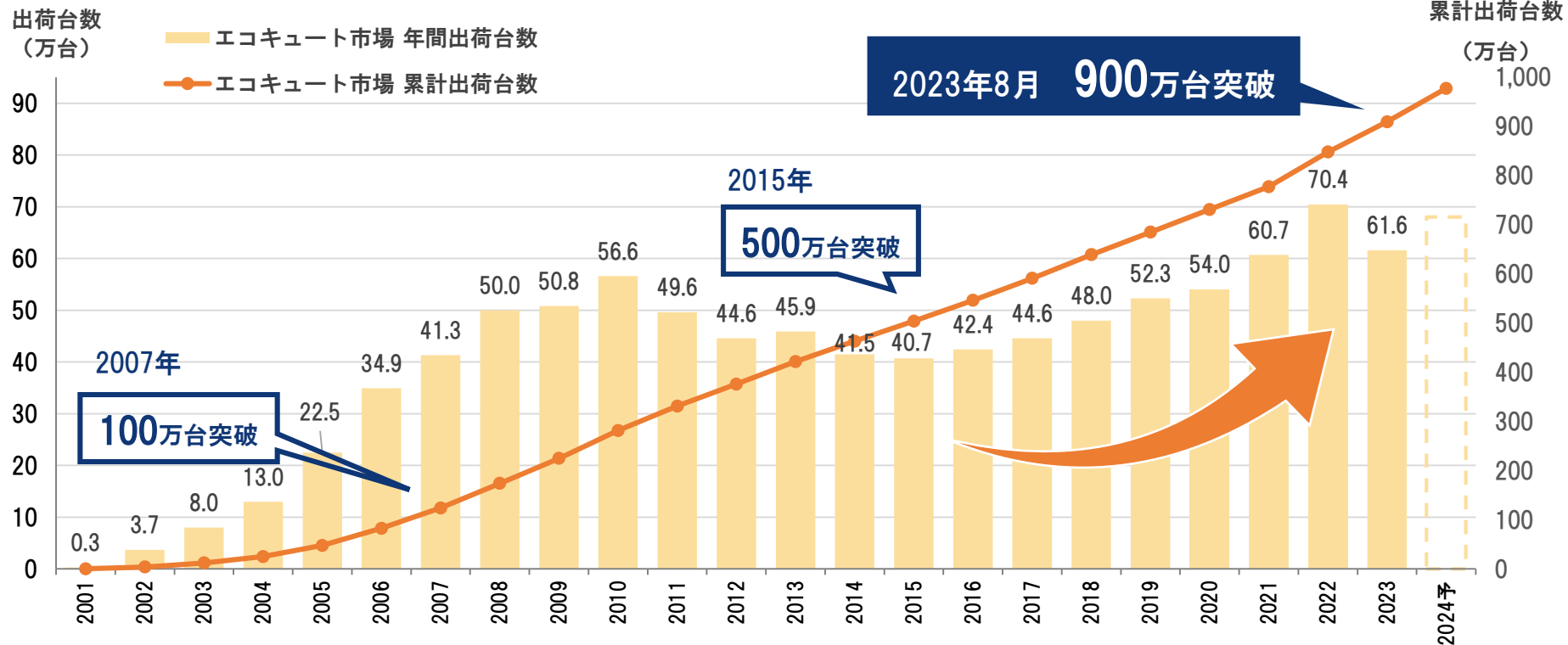


ジオシスハイブリッド
再生可能エネルギー
地中熱ヒートポンプ



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

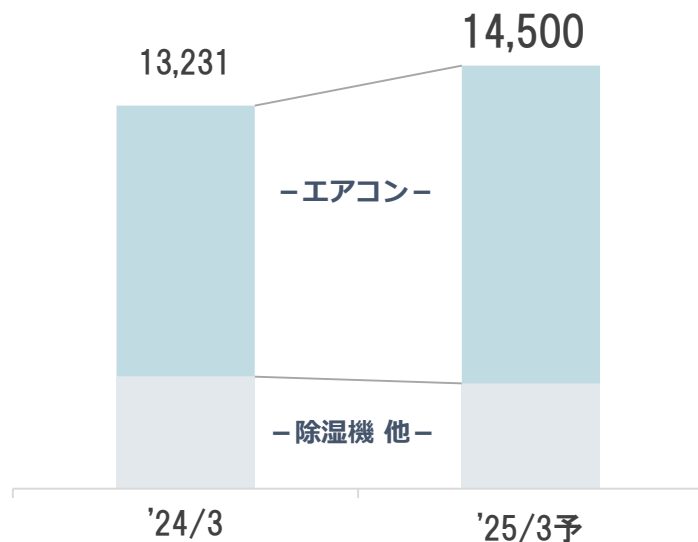


出典：一般社団法人日本冷凍空調工業会統計資料より当社調べ
2024年予測は当社見込み

- 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、今年度は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強化等を背景に9月末時点の累計市場出荷台数は前年比約110%で推移

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +1,268百万円 (+9.6%)

- ・ 気温が平年より高めに推移、ウインドエアコンなど特色あるラインアップも貢献
- ・ 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、住設ルートでの展開、付加価値機種や暖房能力の高い寒冷地向けエアコンなど拡販を進める
- ・ 部屋干しなど安定した需要のある除湿機、本格的な需要期を迎える加湿器は大能力タイプや利便性・清潔機能を備えた商品を展開、販売増加に取り組む



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

トピックス 高性能エアコン SP・SPKシリーズ

SPシリーズ

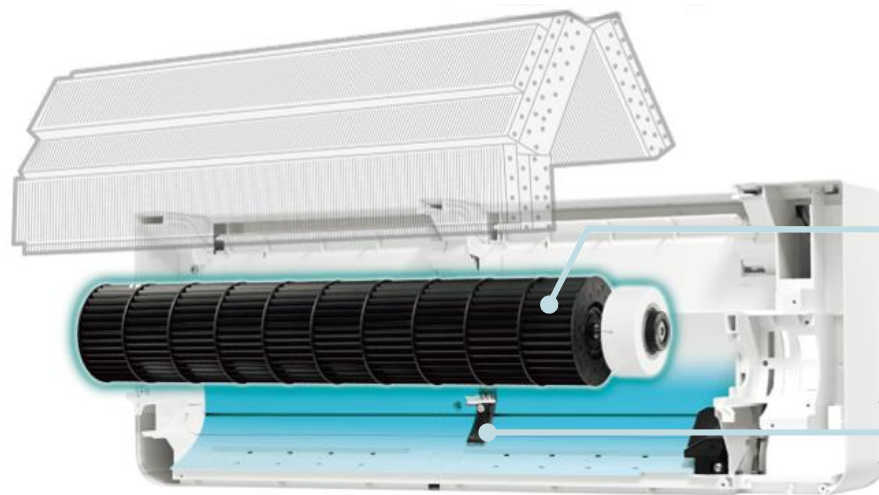
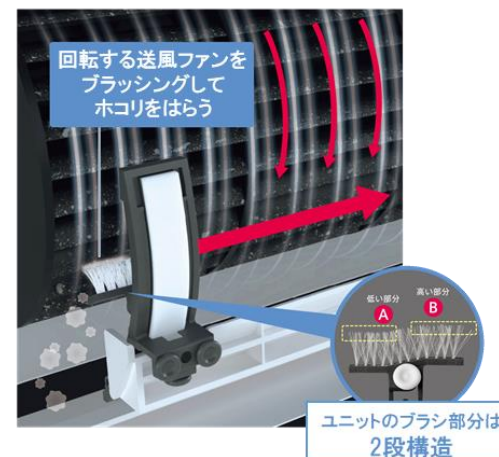
今まで掃除できなかったエアコンの内部を自動で清潔に

寒冷地向け
SPKシリーズ

新機能

業界初★

よどれま扇

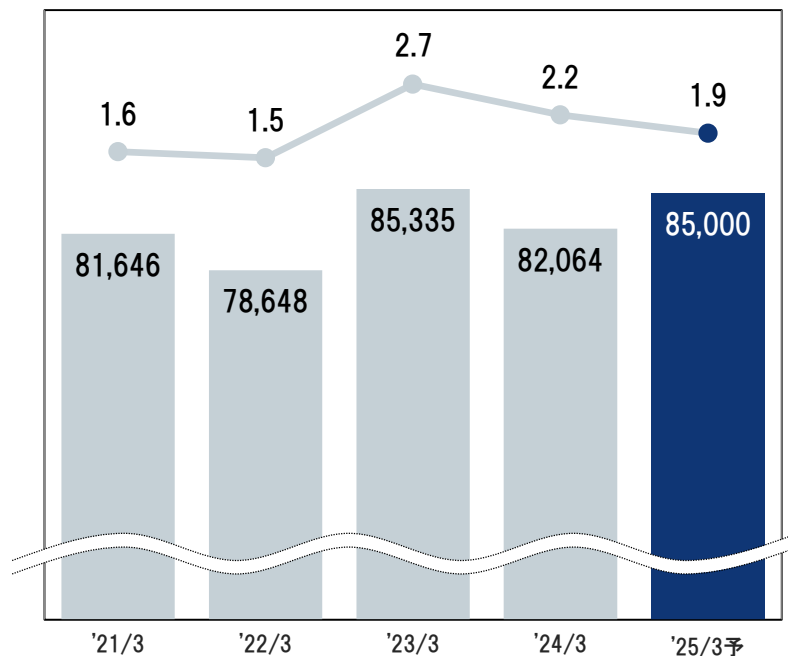
①内部乾燥（冷房・除湿使用時）
で湿気を除去。② 送風ファンを自動でおそうじ。
ホコリが溜まるのを防ぐ③ 送風路の汚れを拭き取り
カビの発生を防ぐ

★家庭用エアコンにおいて。送風ファンと送風路を同時におそうじする機能。2023年11月1日現在。

通期 連結財務諸表の推移

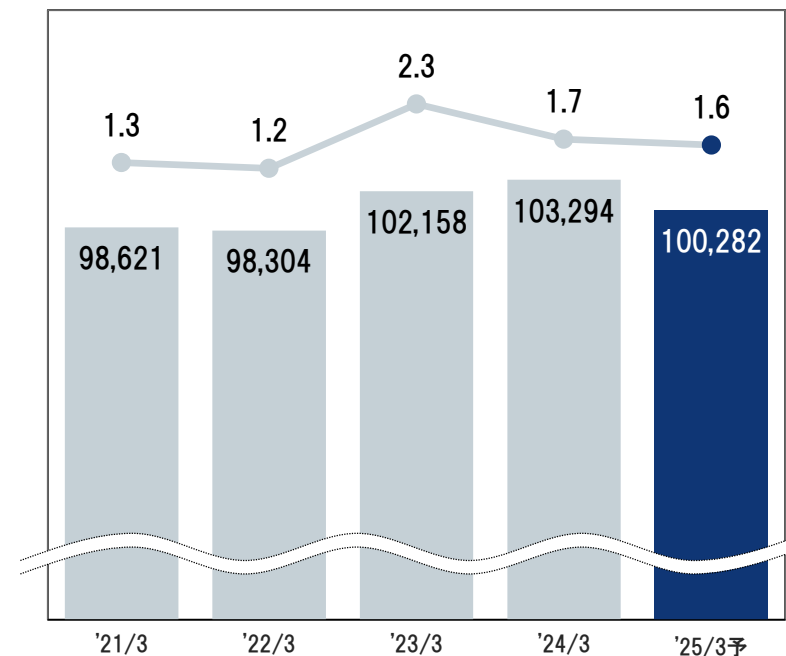
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



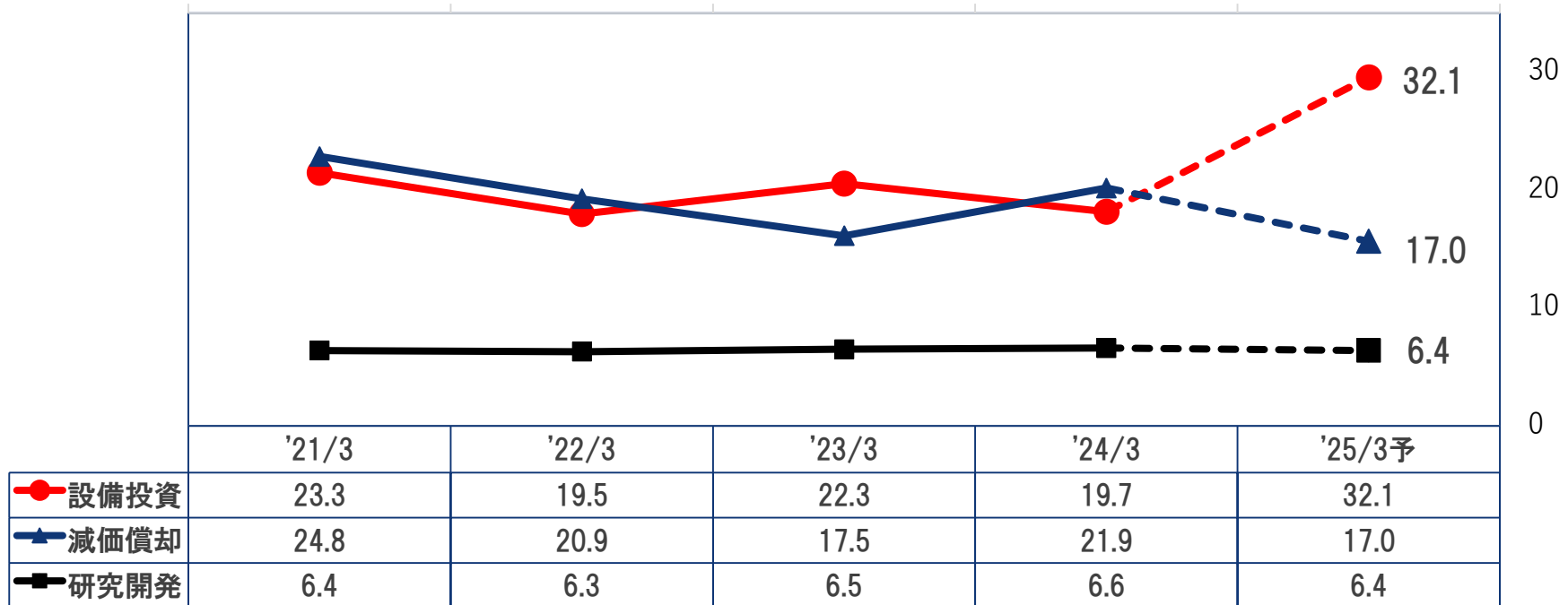
(ROA：総資産経常利益率)

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

→ 上記投資計画を踏まえ、生産工場においてヒートポンプ機器の部品生産設備の増強やルームエアコンの省エネ性能向上に向けた設備投資に着手

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

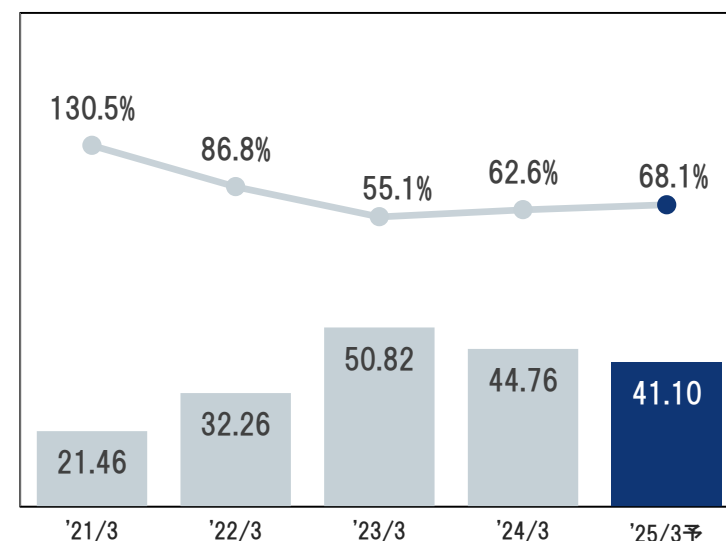
1株当たり配当金の推移

(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

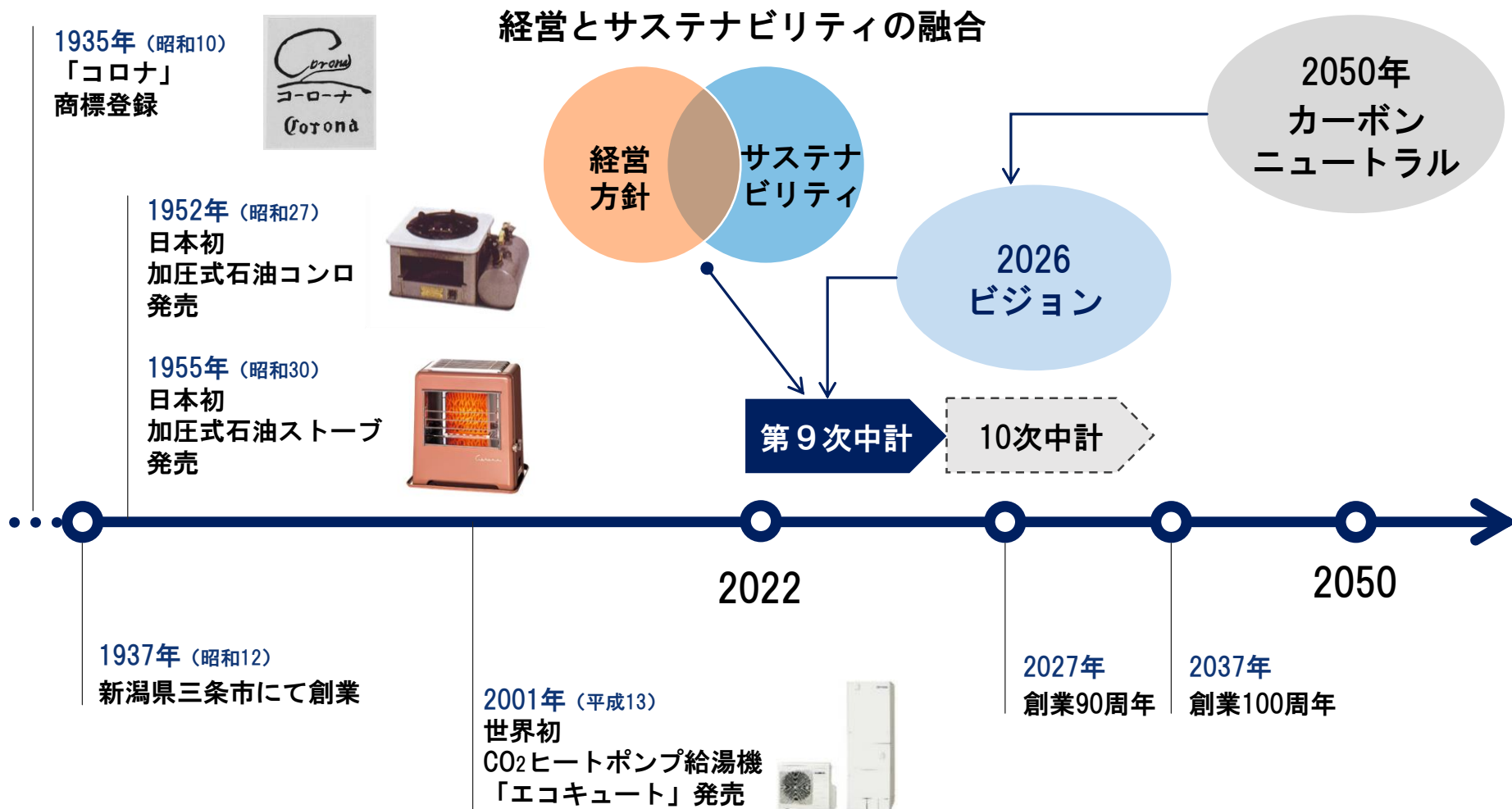
(単位：円)



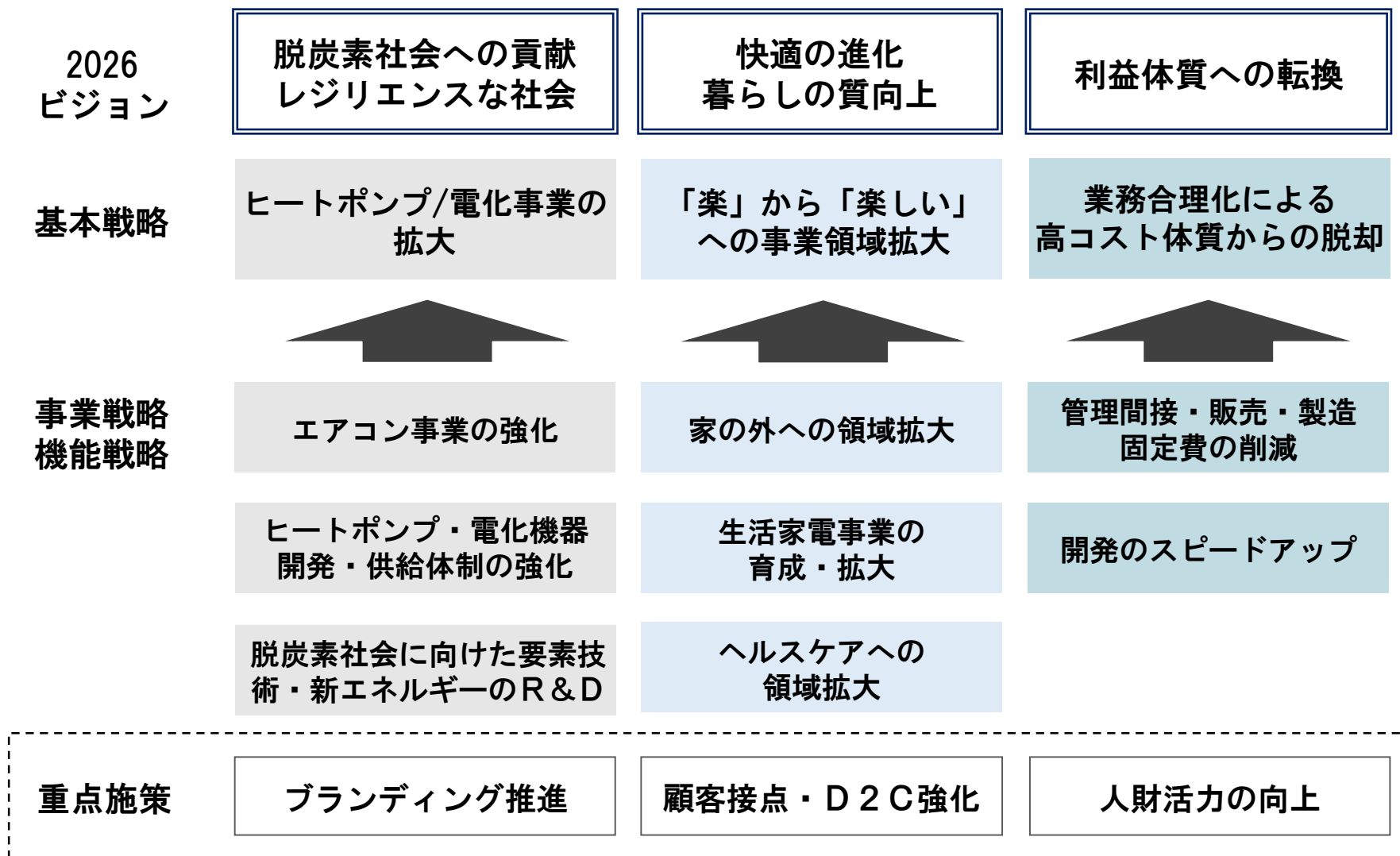
コロナグループ中期経営戦略 「2026ビジョン」

第9次中期経営計画

2026ビジョン・第9次中期経営計画の位置付け



CORON/Action. 変わる、そして挑む

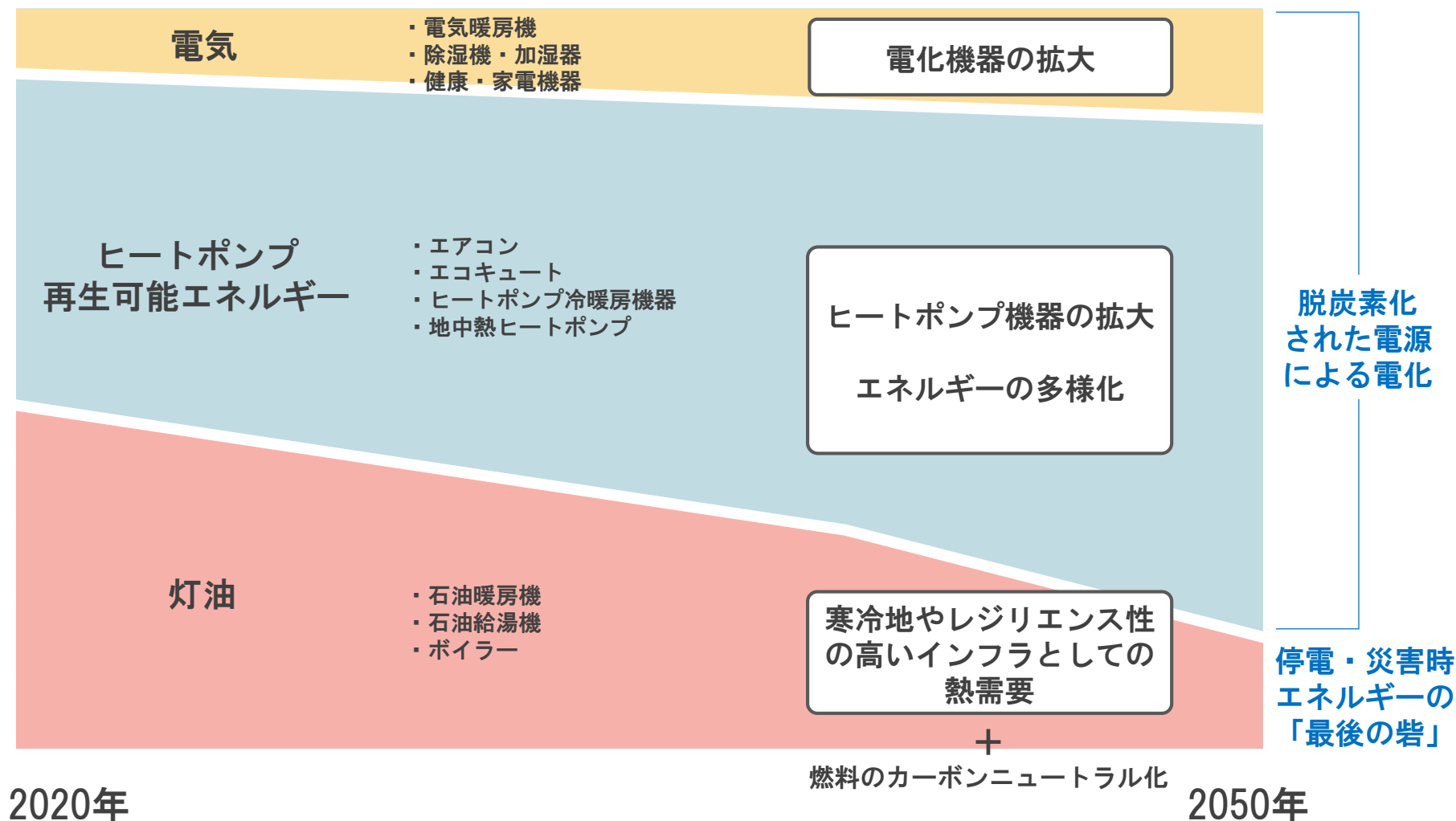


	2021年度 実績		2024年度 当初計画	2024年度 修正計画	当初計画比 増減率
連結売上高	78,648百万円		88,700百万円	85,000百万円	△4.2%
連結 経常利益	1,195百万円		2,000百万円	1,600百万円	△20.0%
連結 経常利益率	1.5%		2.3%	1.9%	—

- 第9次中期経営計画の2023年度までの実績、ならびに現在の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

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

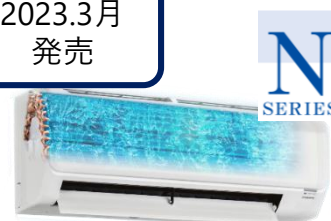
Relala エアコンブランド「ReLaLa」スタート

2021.4月
新発売



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



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



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・電化機器開発・供給体制の強化

ヒートポンプ商品



エコキュート



ヒートポンプ式
冷暖房「エコ暖」



エアコン

■マイクロバブル発生装置を内蔵した
エコキュートの新モデルを発売（2024.10）



協業の推進

ハイブリッド給湯・暖房システム 「ECO ONE X5」

給湯省エネ2024事業



2022年
供給開始

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」

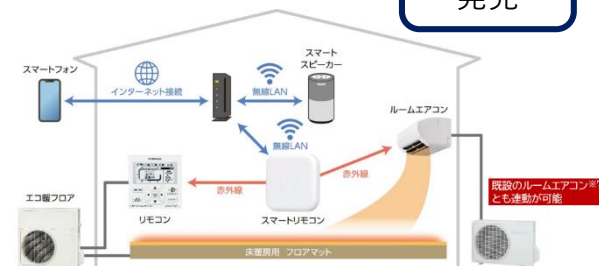
給湯省エネ2024事業



2023年
供給開始

温水暖房システム「コロナエコ暖フロア」スマートリモコンと連携

2024.10月
発売



- ・ 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

- ・ 「コロナエコ暖フロア」は、高効率なヒートポンプを熱源機とする温水暖房システム
- ・ Nature株式会社のスマートリモコン「Nature Remo」とスマートフォンを連動させ床暖房の遠隔操作やエアコンとの連動運転が可能

トピックス OUTFIELDから新モデル登場

家の外への領域拡大

OUTFIELDから新モデル追加



FH-CPF25A



NEW



FH-CPF33

アウトドアイベントに参加

アルプスアウトドアサミット
(長野県松本市)

- 2023年度から新ブランド「OUTFIELD」を立ち上げ、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
- 2024年10月より従来製品よりも広い空間を暖められる最大暖房出力3.3kWのポータブル電源対応石油ファンヒーター「FH-CPF33」を発売
- アウトドアイベントに積極的に参加し、顧客接点の増加と認知向上をめざす

生活家電事業の育成・拡大

2022.3月発売



スピード衣類乾燥・
熱交換器洗浄可能
衣類乾燥除湿機

2022.9月発売



ポータブル
電源対応
石油ファンヒーター

2023.4月発売



サーキュレータ付
衣類乾燥除湿機

2023.4月発売



小型対流形
石油ストーブ

2023.9月発売



除菌機能付
ハイブリッド式
大能力加湿器

JR東日本とのコラボ商品

2022.10月
発売



完売



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
とした製品を発売

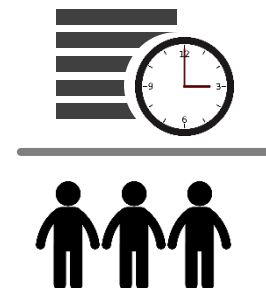
固定費の削減

- ・ 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



- ・ I T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)

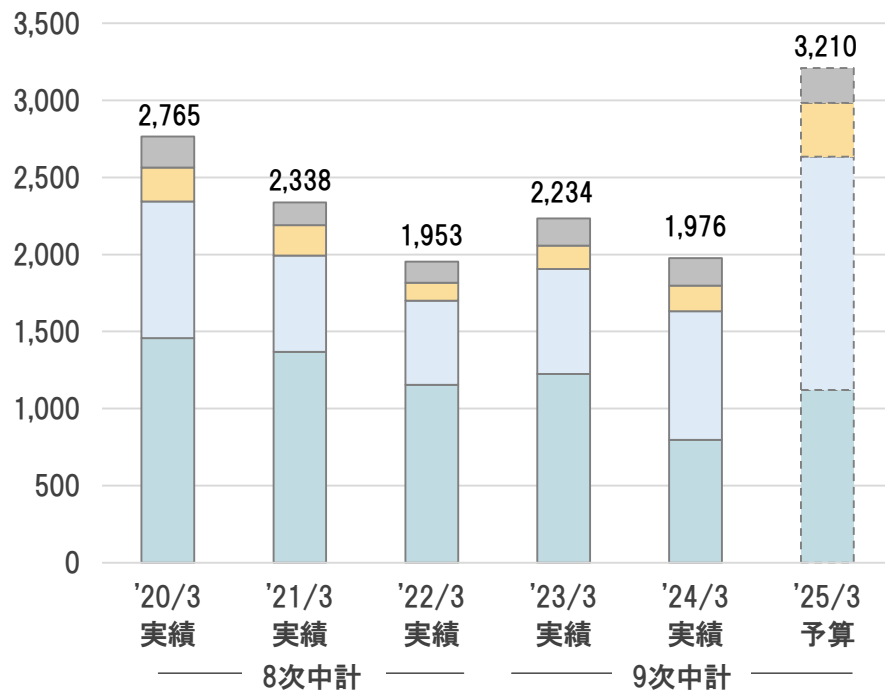
7,420百万円
(3カ年累計)

《前中計比 5.2%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

(百万円)

■新製品開発投資 ■開発・生産設備投資 ■IT関連投資 ■その他



新商品開発投資

3,150百万円（前中計比21%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

3,030百万円（前中計比48%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

660百万円（前中計比24%増）
・ 業務効率化IT・DX投資の推進

その他

580百万円（前中計比21%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

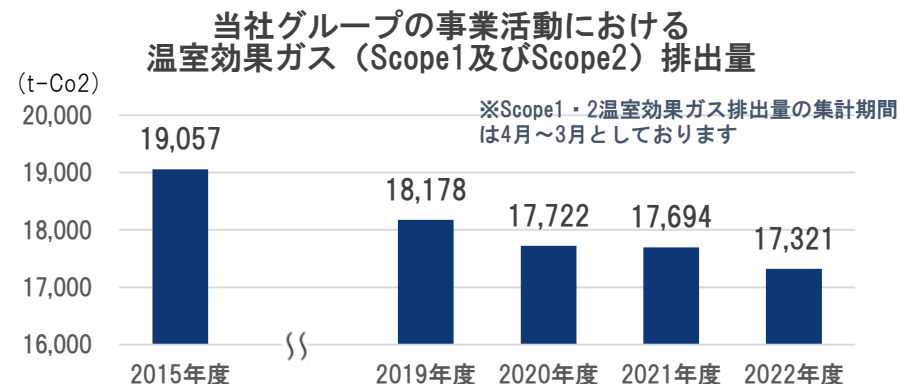


- 経済産業省が主導する「GXリーグ」に2024年度より参画

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）

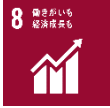
サステナビリティ推進の取り組み

人財活力の向上

項目	主な取り組み内容
働きがいの向上	・ 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） ・ 従業員の服装選択自由化 （従来の慣習に捉われない自由な発想や自律的な働きを生み出す企業風土へつなげる）
コミュニケーションの強化	・ 経営トップによる全国11拠点でのタウンホールミーティングの実施
ダイバーシティ推進	・ 男性育休取得率、取得日数の向上 ・ 女性管理職の登用

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、安心して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

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 総合企画部広報室

TEL : 0256-35-8558

FAX : 0256-35-8615

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9月30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 9,717名（対前期末比 △2,289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 2,153名（連結）（対前期末比 +15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「㈱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

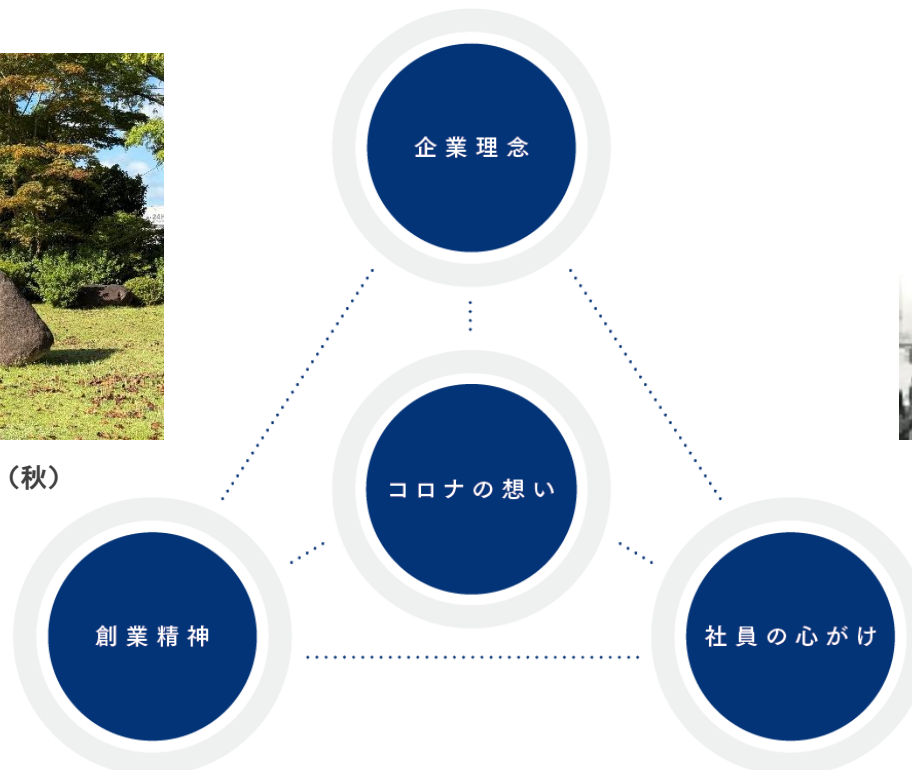
あなたと共に
夢…新たなライフシーン…を実現しお客様に喜んでいただけるコロナ
～快適・健康で環境にやさしい心豊かな生活になくはないコロナでありたい～



本社技術開発センター前（秋）



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

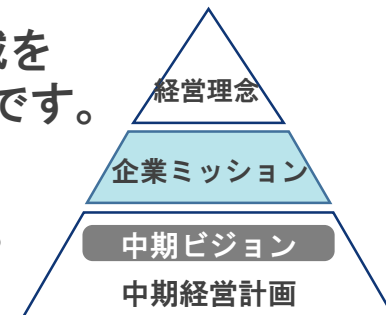
〔 創造と協創（げんこつの理） 〕

〔 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。

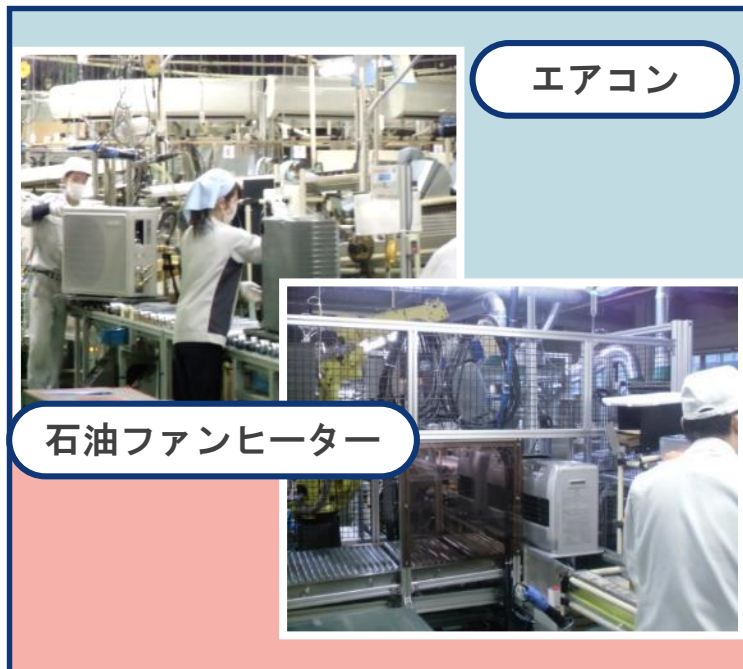
環境にやさしい暮らし

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、安心で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

【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

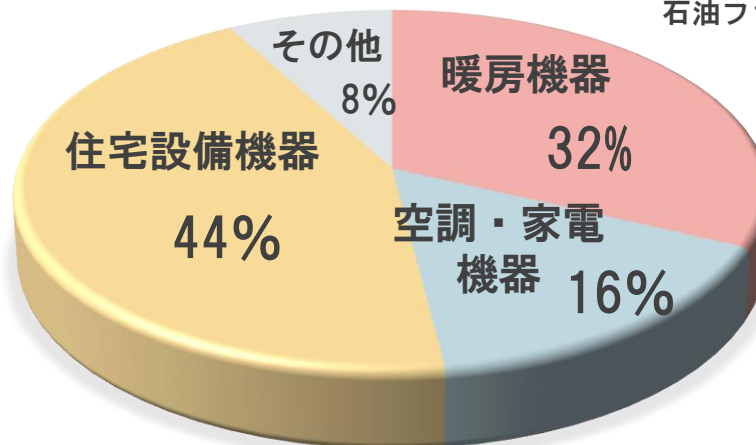


石油給湯機



エコキュート

2024年3月期
売上高：820億円



【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