

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2023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/>

2023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. 2023年3月期 連結業績ハイライト
2. 2024年3月期 計画
3. コロナグループ中期経営戦略

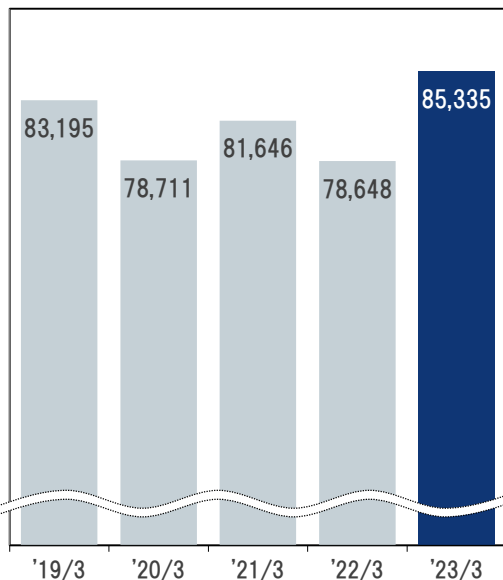
(単位：百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	78,648	85,335	6,686	8.5
営業利益	850	1,901	1,051	123.6
経常利益	1,195	2,289	1,094	91.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	939	1,482	542	57.8

主な増減要因

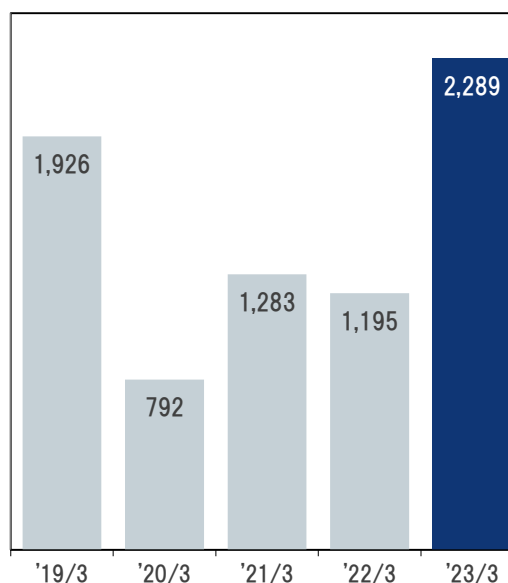
- 売上高 住宅設備機器、暖房機器等の売上増加により前年を上回る
- 利益面 売上高の増加に加え、売上構成比の変化、原材料価格高騰に伴う製品価格への転嫁などもあり前年を上回る

(単位：百万円)

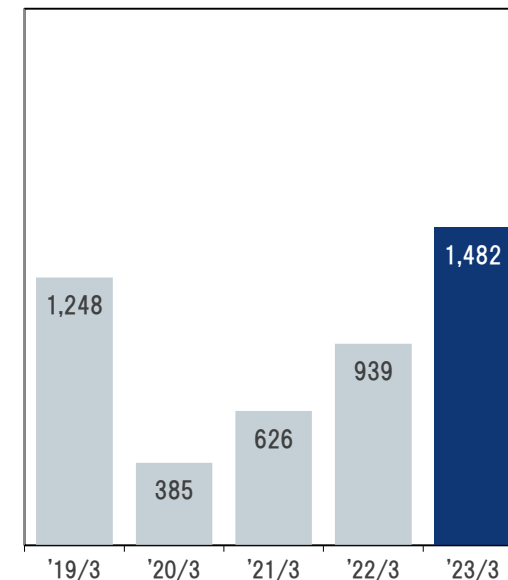
売上高



経常利益



当期純利益



※2019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

- 製品の安定供給に努める中で、特にエコキュートや石油給湯機など住宅設備機器の売上が増加、12月中旬からの寒波や防災意識の高まり等が暖房機器の販売を後押し
- 住宅設備機器の売上増加、これに伴う売上構成比の変化、原材料価格高騰に伴う製品価格への転嫁などもあり各利益も増加

連結P/L分析（売上高～経常利益）

（単位：百万円）	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率（%）
売上高	78,648	85,335	6,686	8.5
売上原価	61,249	66,577	5,327	8.7
売上総利益	17,398	18,757	1,358	7.8
販管費	16,548	16,856	307	1.9
営業利益	850	1,901	1,051	123.6
営業外収益	352	422	70	19.9
営業外費用	7	34	27	347.7
経常利益	1,195	2,289	1,094	91.5

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：77.9% ⇒ 78.0%)
- 販管費 売上高の増加に伴い販管費率は減少
(販管費率：21.0% ⇒ 19.8%)

連結P/L分析（経常利益～当期純利益）

（単位：百万円）	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率（%）
経常利益	1,195	2,289	1,094	91.5
特別利益	18	54	35	190.2
特別損失	13	220	206	—
税金等調整前 当期純利益	1,200	2,123	922	76.9
法人税等	260	640	379	145.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	939	1,482	542	57.8

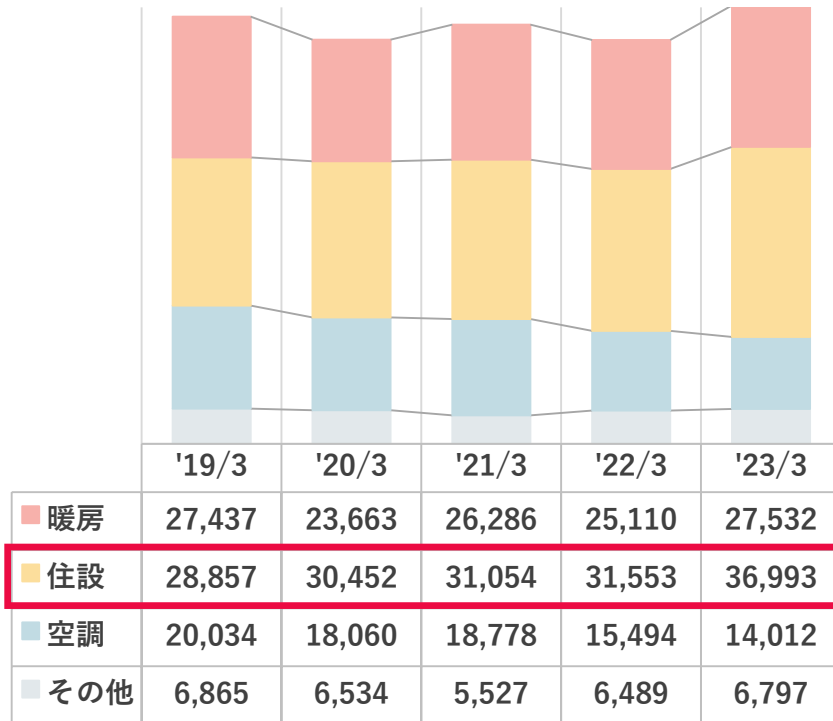
主な増減要因

- 特別損失 和解金等を計上

連結売上高・製品種類別構成推移

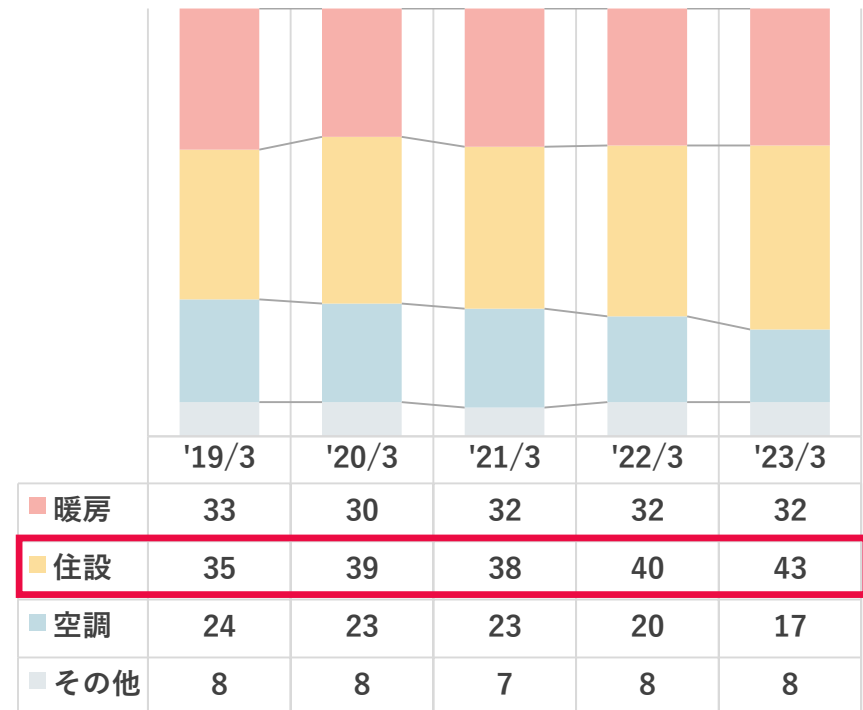
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)



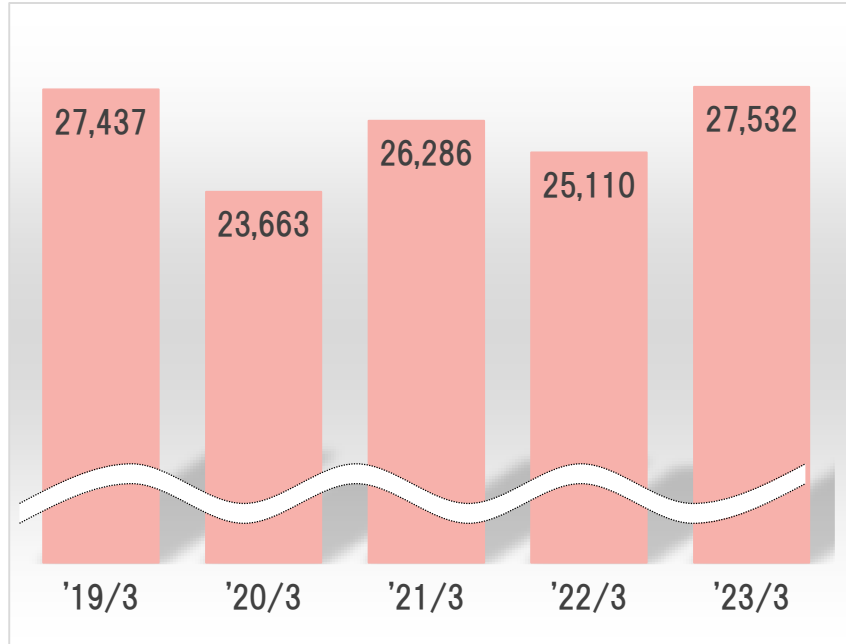
※2019/3期及び2020/3期の数値は「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を遡って適用する前の数値となっております。

トピックス

- エコキュートや石油給湯機などの販売が増加し、住宅設備機器の売上高は過去最高（2002年3月期・エコキュート発売以降）
- 住宅設備機器の構成比は40%から43%に上昇

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	△ 0.9 %
ポータブル石油ストーブ	+ 3.8 %



石油ファンヒーター



石油ストーブ

※2019/3期及び2020/3期の数値は「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。

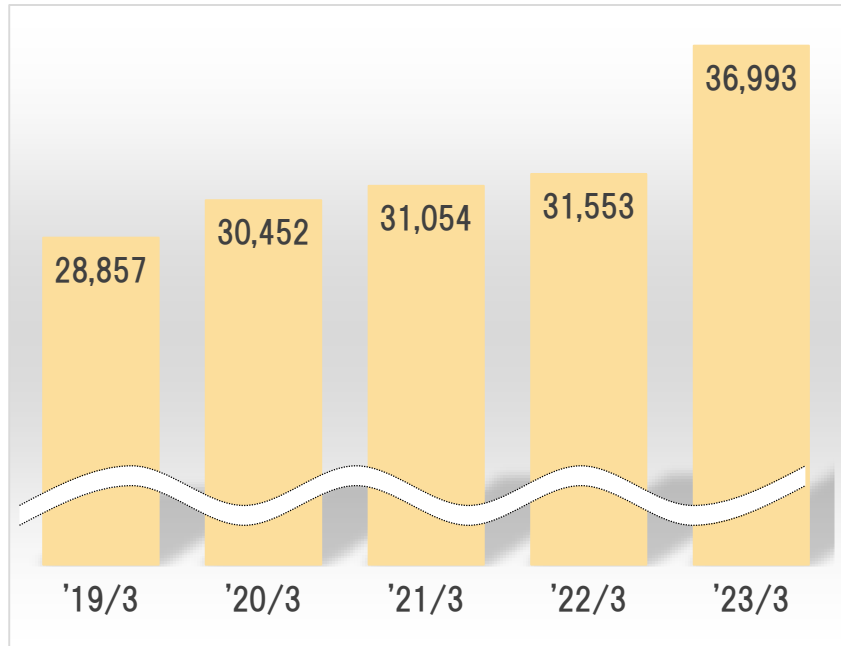
主な増減要因

- 石油ファンヒーターや寒冷地向け石油暖房機、ポータブル石油ストーブなどは、柔軟な生産・供給活動に努めた
- 12月中旬からの寒波到来、大雪や停電発生による防災意識の高まり、電気代高騰等を受けて低消費電力の石油暖房機が注目されたことも販売を後押し

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	+ 13.4 %
石油給湯機	+ 10.3 %



エコキュート



石油給湯機

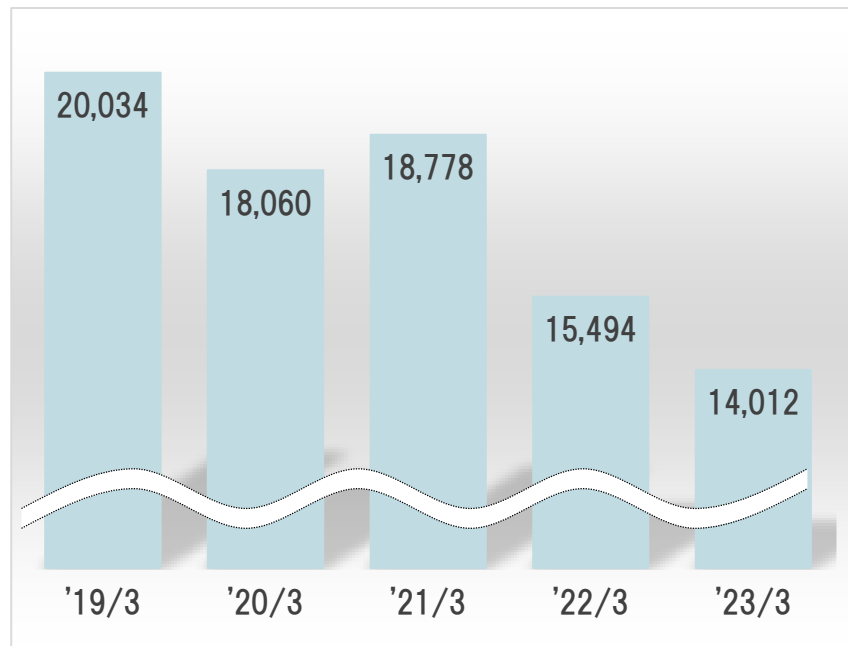
※2019/3期及び2020/3期の数値は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を遡って適用する前の数値となっております。

主な増減要因

- 主力商品であるエコキュートや石油給湯機は、安定供給に努める中で、石油給湯機は高効率・高付加価値機種種の拡販、エコキュートは買い替え需要の拡大等により販売が好調に推移
- 電気温水器やヒートポンプ式冷温水システムの販売も好調に推移

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	△ 9.9 %
除湿機	△ 16.7 %



ルームエアコン



除湿機

※2019/3期及び2020/3期の数値は「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。

主な増減要因

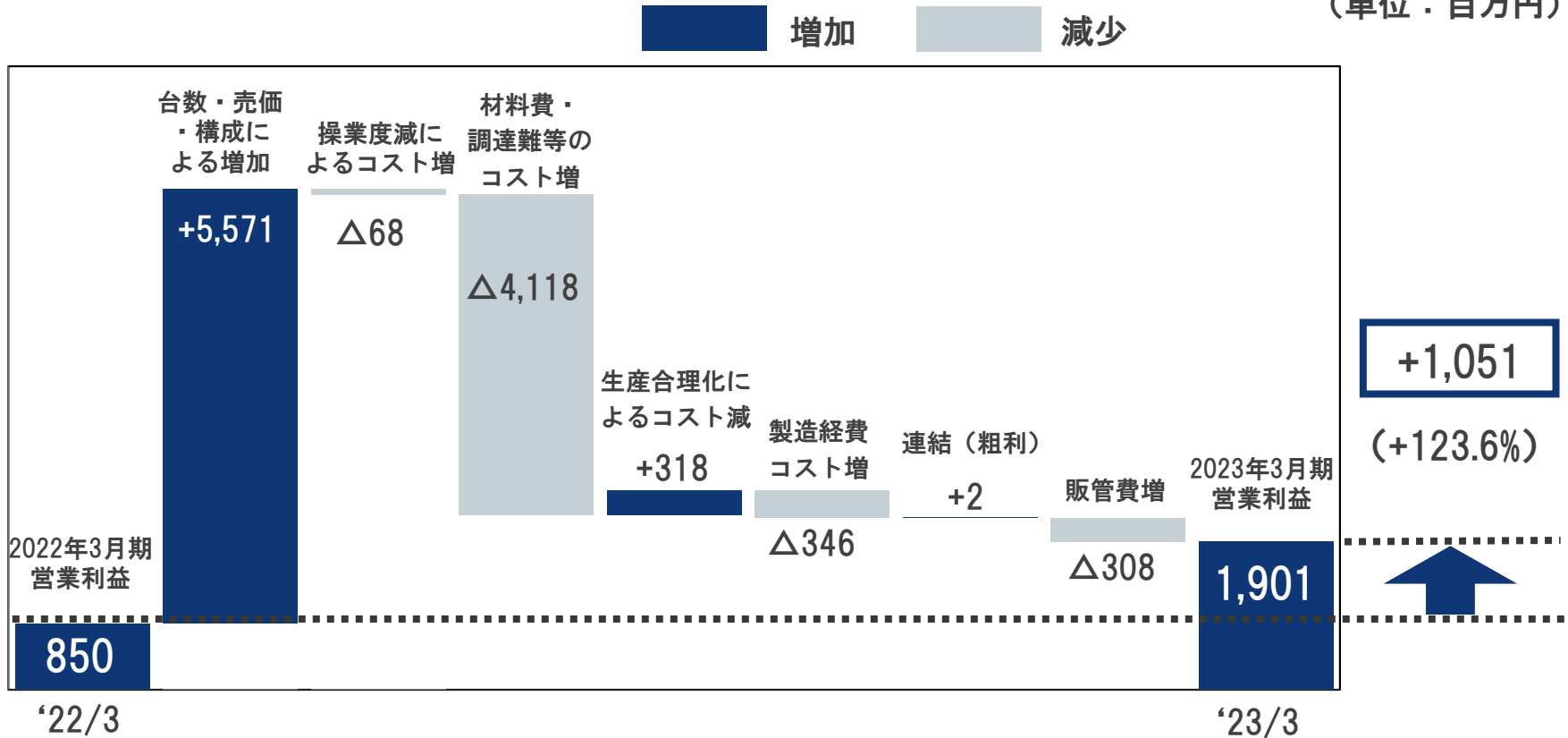
- ルームエアコン及び冷風機は、需要期の天候不順やメーカー間の販売競争の激化などもあり、前期を下回る
- 除湿機は衣類乾燥機能を強化した大型タイプなどの販売活動を進めたものの、需要期の天候不順もあり、前期を下回る

2023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

- 原材料費・調達難等のコスト増加に対し、主に住宅設備機器の売上増加、これに伴う売上構成比の変化、製品価格への転嫁などもあり営業利益が増加

連結B/S分析

(単位：百万円)	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率(%)
(資産の部)				
流動資産	55,265	57,835	2,569	4.7
固定資産	43,038	44,322	1,283	3.0
資産合計	98,304	102,158	3,853	3.9
(負債の部)				
流動負債	23,470	27,238	3,768	16.1
固定負債	2,053	2,019	△33	△1.7
負債合計	25,524	29,258	3,734	14.6
純資産合計	72,780	72,899	119	0.2
負債、純資産合計	98,304	102,158	3,853	3.9

主な増減要因 (単位：百万円)

- 資産の部 現金及び預金△1,304、電子記録債権+1,501、売掛金+932、有価証券+859、商品及び製品+631、投資有価証券+1,652
- 負債の部 支払手形及び買掛金+3,447、繰延税金負債△28
- 純資産の部 利益剰余金+657、その他の包括利益累計額△589

2024年3月期 計画

(単位：百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 見込み	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	85,335	88,700	3,364	3.9
営業利益	1,901	1,300	△601	△31.6
経常利益	2,289	1,700	△589	△25.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,482	1,200	△282	△19.0

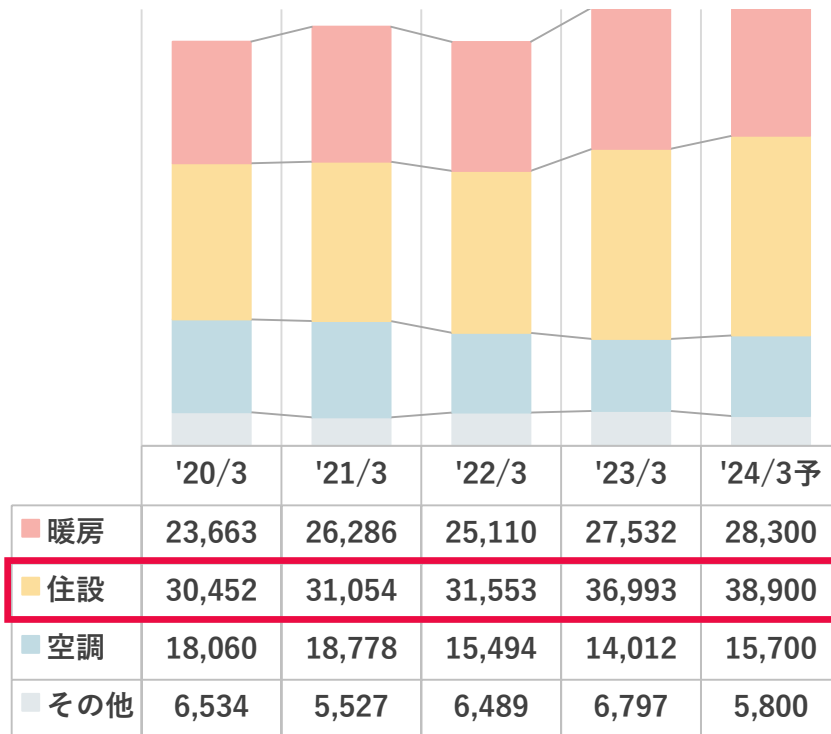
主な増減要因

- 売上高は主にエコキュートなど住宅設備機器の売上増加を見込むほか、今期も継続する原材料価格高騰を受け、一部製品価格への転嫁を予定
- 原材料価格の高騰や光熱費、新商品開発に伴う償却費の増加などにより各利益は減少見込み

連結売上高・製品種類別構成推移

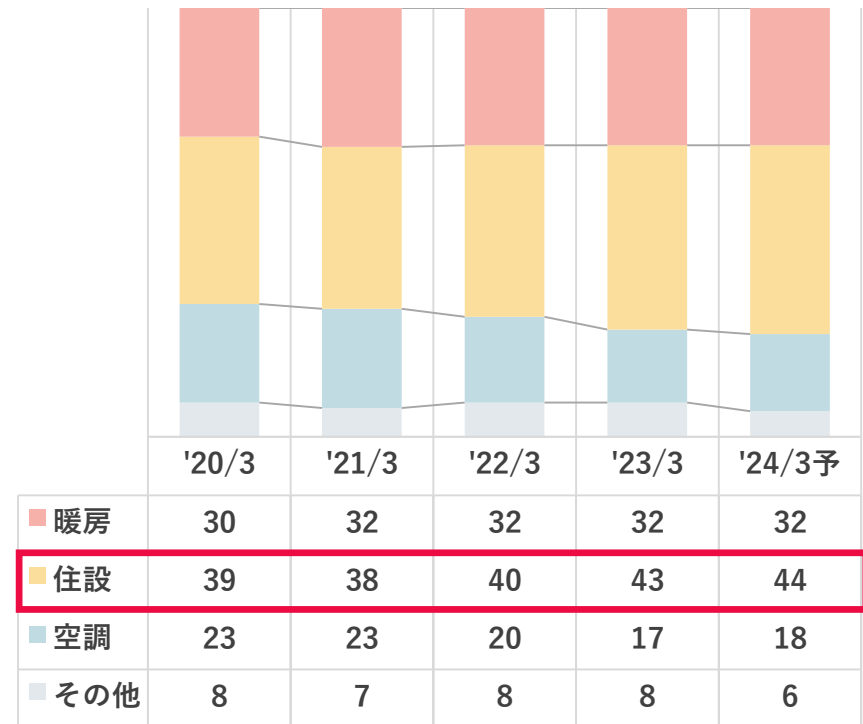
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)



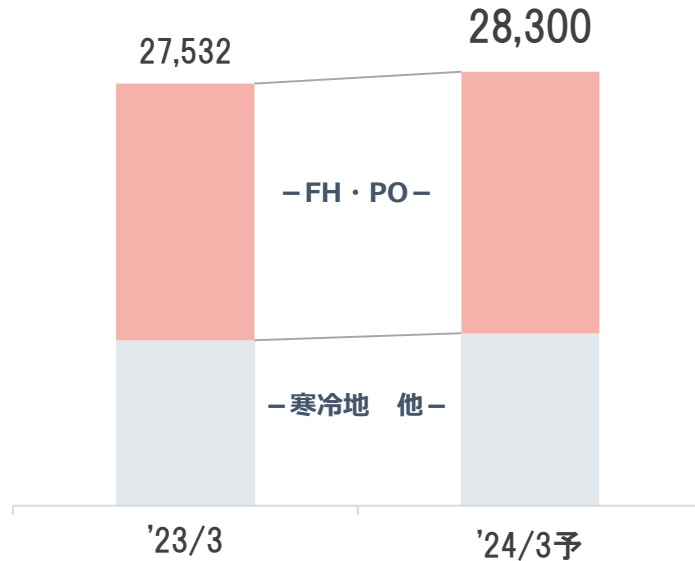
※2020/3期の数値は「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を遡って適用する前の数値となっております。

トピックス

- 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43%から44%に上昇見込み

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +767百万円

・ 寒冷地を中心に根強い需要があり、自然災害時なども利用できるレジリエンス性を有した石油暖房機は、燃焼技術、省エネ性といった当社の強みを生かし拡販を図るほか、環境負荷低減にも取り組む

・ 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はかるべく、研究開発・商品開発を推進



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

暮らしの楽しみや可能性を“外へ広げる”という意味を込めた新ブランド

ポータブル電源対応
石油ファンヒーター



当社の強みである省エネ性の高さを生かし、災害の多発により近年普及が進むポータブル電源にも対応

小型対流形
石油ストーブ



トップシェアの石油ストーブは持ち運びしやすいコンパクトサイズながら一定の暖房能力を有した小型サイズを発売

対流形石油ストーブ
(9月発売予定)

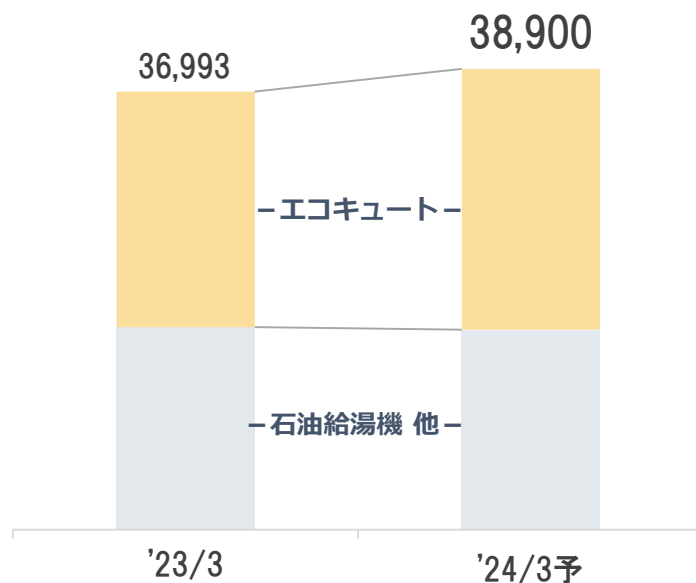


従来デザインに横ガードや大型の黒いつまみを追加してギア感を表現

- 第1弾として、本体色をアースカラーで統一した石油暖房機器3商品を投入し、新しい需要の開拓を目指す

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +1,906百万円

・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の高まり、環境配慮における観点もある中、省エネ性や快適性を追求した商品を投入し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性能・機能向上を目指すとともに、高効率機種への切り替え推進、さらなる環境負荷低減に向けた商品開発に取り組む



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



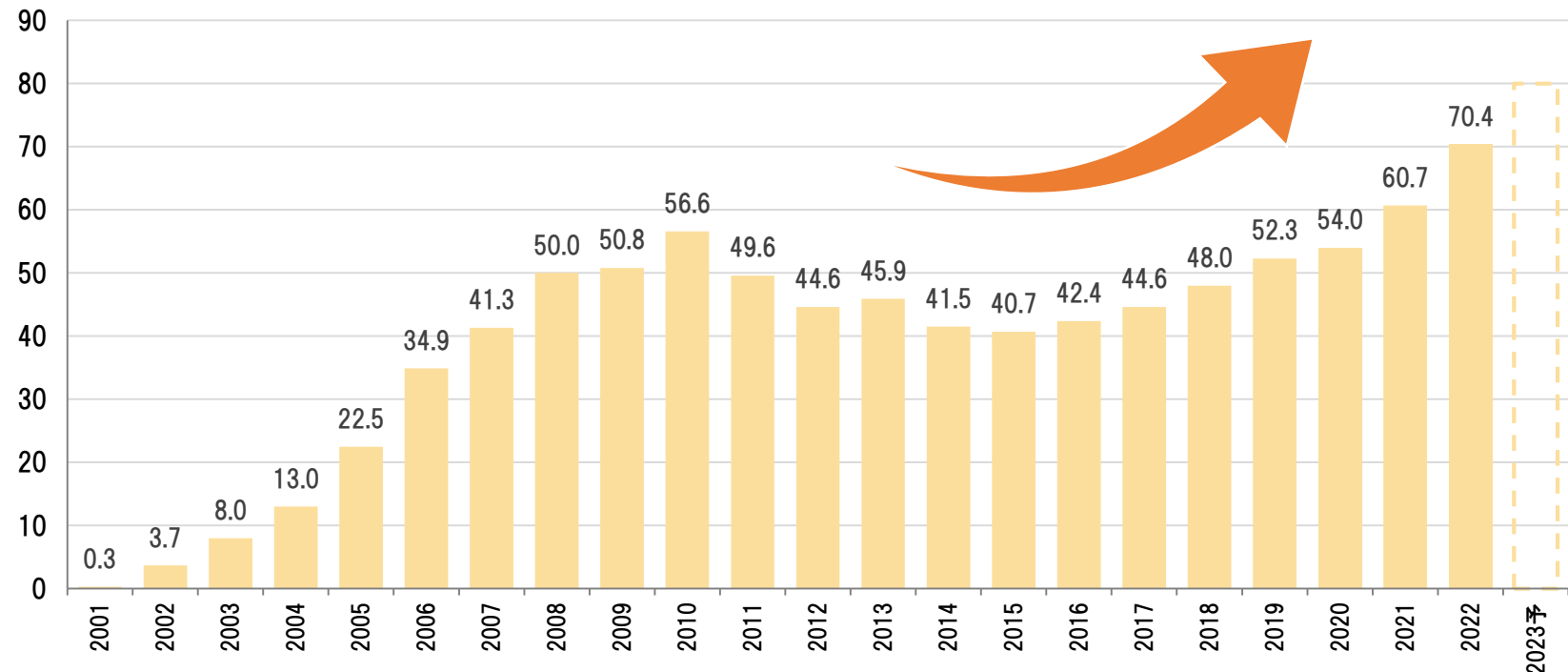
ジオシスハイブリッド
再生可能エネルギー
地中熱ヒートポンプ



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

参考 エコキュートの市場動向

出荷台数（万台）



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
2023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が続き、昨年は過去最高の市場出荷台数を記録、今年度はさらに上回る見込み

トピックス 住宅設備機器の商品開発

おひさまエコキュート



昨年12月発売

太陽光の余剰電力を活用

東京電力エナジーパートナー管内で太陽光発電を利用するお客様向けに太陽光の余剰電力を活用する「おひさまエコキュート」

2023年モデル 石油給湯機

5月発売



EFシリーズ



EGシリーズ



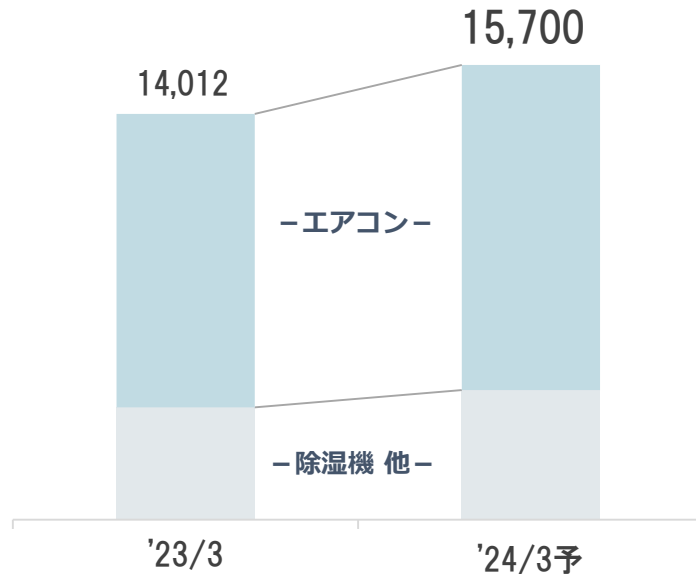
NEシリーズ

省エネルギー基準(目標年度：2025年)に対応

軽量化や低消費電力化など性能向上に加え、ポータブル電源で運転ができるなど、非常時にもお湯が使えるレジリエンス性を高めた石油給湯機

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +1,687百万円

- ・ 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技術の活用や清潔性、お手入れのしやすさなど市場ニーズを捉えた商品開発、販売拡大や柔軟な生産・供給活動に取り組む

- ・ 衣類乾燥除湿機は部屋干し需要など季節を問わず使用されるケースが増加する中、快適性・清潔性を追求した商品開発、販売拡大を推進



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



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」

サーキュレーター連動衣類乾燥除湿機

4月発売

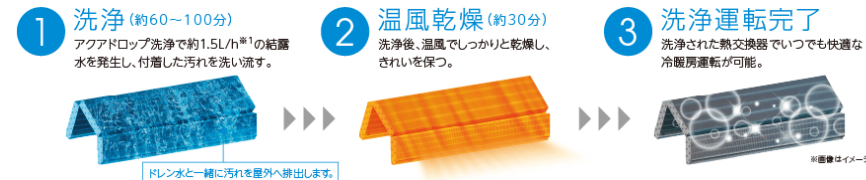


サーキュレーターが取りはずせる

業界初となる除湿機本体とサーキュレーターを分離できる衣類乾燥除湿機、分離/一体運転に加えそれぞれ単独での運転も可能

2023年モデル ルームエアコン

3月発売



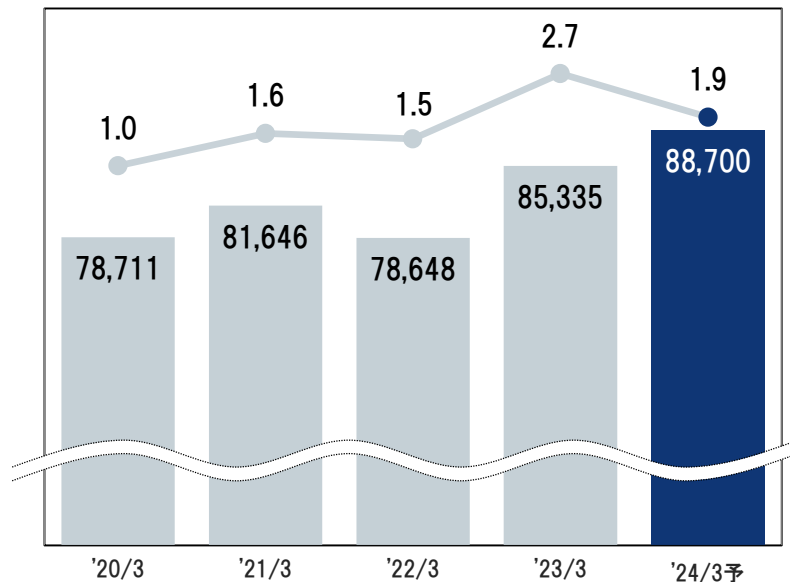
リモコンも使いやすい仕様に変更

省エネ機能・清潔機能を搭載した最上位機種に加え、スタンダードモデル「Nシリーズ」も清潔機能を強化

通期 連結財務諸表の推移

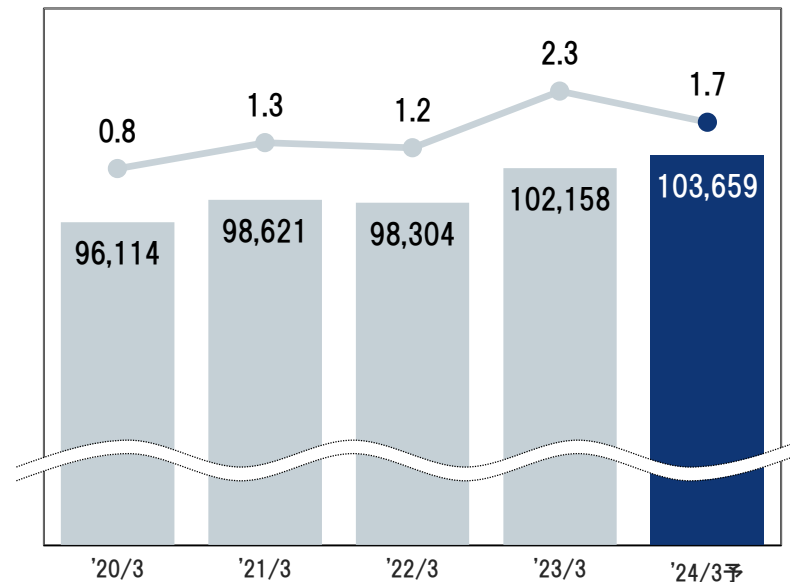
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



(ROA：総資産経常利益率)

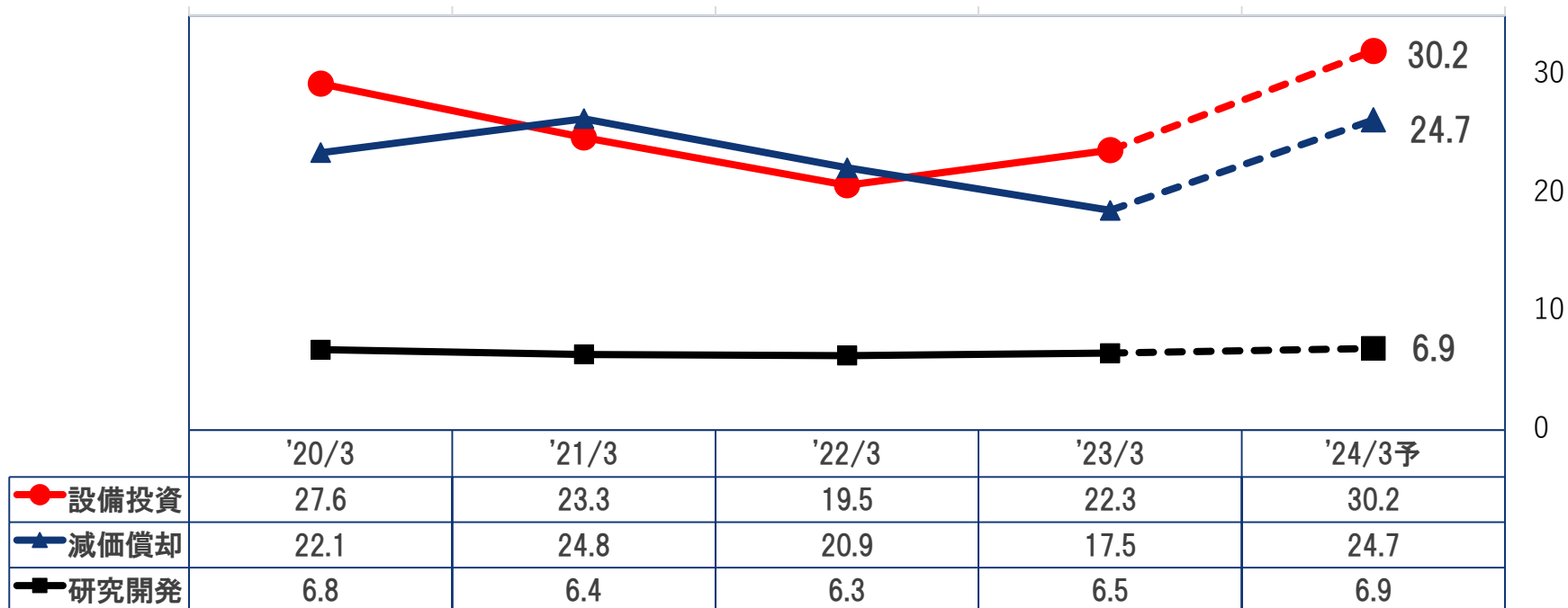
※2020/3期の数値は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を遡って適用する前の数値となっております。

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

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

- 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

2024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

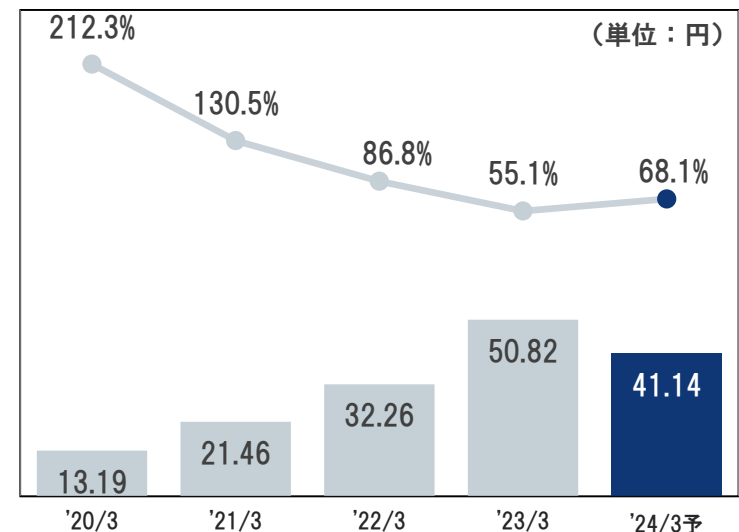
1株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3	'24/3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	13.19	21.46	32.26	50.82	41.14
配当性向	212.3%	130.5%	86.8%	55.1%	68.1%

1株利益・配当性向

(単位：円)



※2020/3期の数値は「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。

コロナグループ中期経営戦略

2022(令和4)～2026(令和8)年度

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

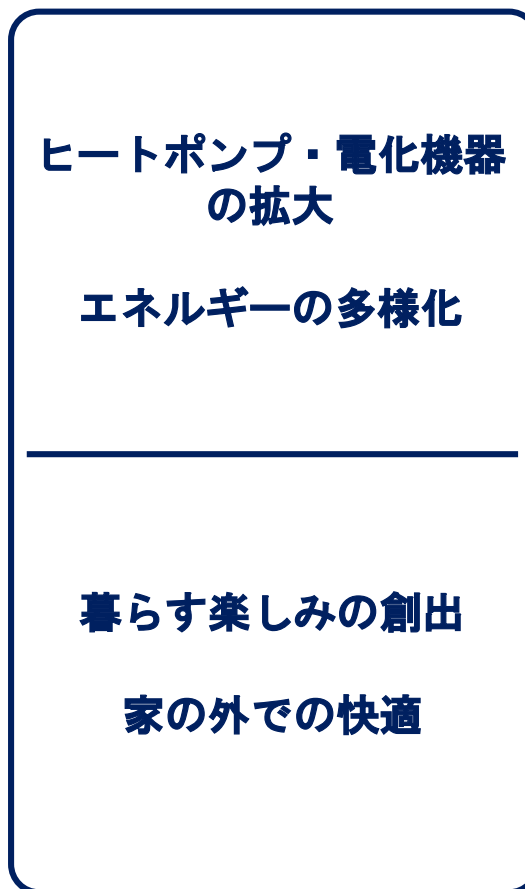
環境にやさしい暮らし

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

CORONAction. 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

第9次中期経営計画 目標

	2021年度実績		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%	—

ヒートポンプ機器の開発強化・協業取り組み

「脱炭素」に向け環境配慮型商品の普及が進む中、当社もCO₂排出量の削減に貢献する機器の商品開発を強化、他社との共同開発にも積極的に取り組む



(株)長谷エコレーションと共同企画した「コロナエコ暖クールエアコン」小部屋用



リンナイ(株)のハイブリッド給湯・暖房システム「エコワン」にヒートポンプユニットを供給



パナソニック(株)の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」大容量貯湯モデルに貯湯タンクユニットを供給

- 昨年は集合住宅のZEH化に対応する「エコ暖クールエアコン」（小部屋用）を発売したほか、ハイブリッド給湯・暖房システム用のヒートポンプユニットを供給
- 今年4月には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」用の貯湯タンクを供給開始

「楽」から「楽しい」への事業領域拡大

鉄道×石油ストーブ



京東行商標登録済



「SLばんえつ物語」モデル SLストーブ

鉄道×除湿機



「Maxとき」モデル 衣類乾燥除湿機

新ブランド「OUTFIELD」



自然やアウトドアをモチーフにした製品をラインアップ

業務合理化による高コスト体質からの脱却

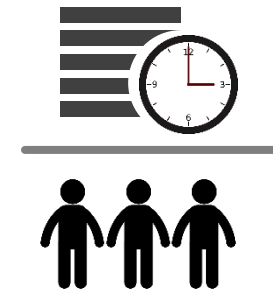
固定費の削減

- 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

サステナビリティ推進の取り組み

2022年3月

「コロナグループサステナビリティ方針」制定

経営理念に基づき、お客様、取引先、株主・投資家、従業員、地域社会など全てのステークホルダーとの継続的で密度の高いコミュニケーションによって深い信頼関係を築き、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、企業価値向上に取り組む

2023年3月

TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言へ賛同

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










2023年4月

サステナビリティ委員会設置

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

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 <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px;">   </div>
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。	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 <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; align-items: center; margin-top: 10px;">  <div style="font-size: 8px; margin-left: 5px;"> TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES </div> </div>
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 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 <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px; margin-top: 10px;">   </div>
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

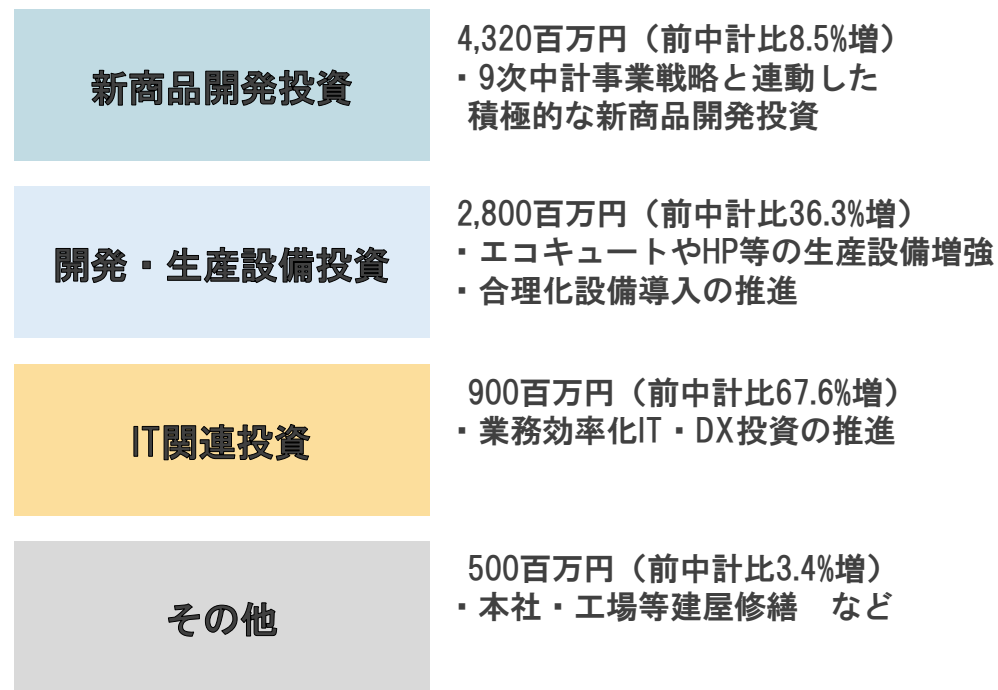
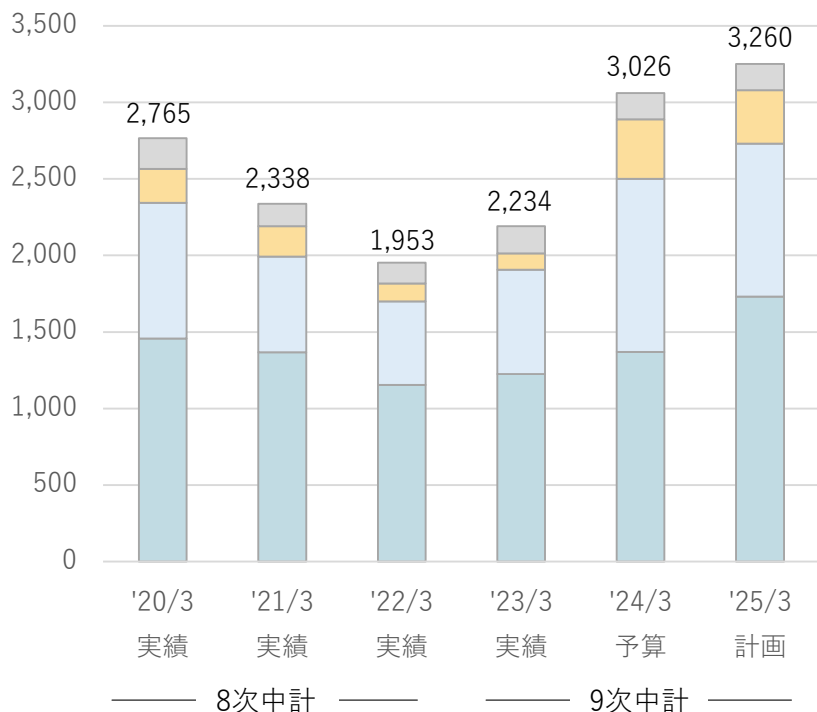
投資計画 (費用化投資含む)

8,520百万円
(3カ年累計)

《前中計比 20.8%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



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 (2023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 12,219名(対前期末比 +574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 2,162名(連結)(対前期末比 Δ78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

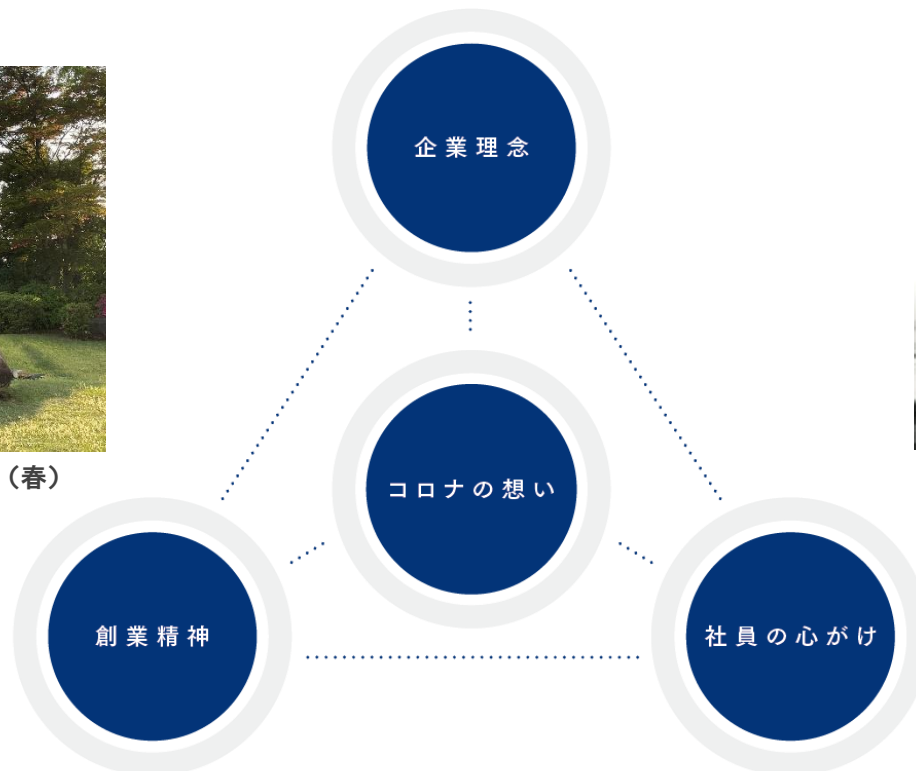
あなたと共に
夢…新たなライフシーン…を実現しお客様に喜んでいただけるコロナ
～快適・健康で環境にやさしい心豊かな生活になくはないコロナでありたい～



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

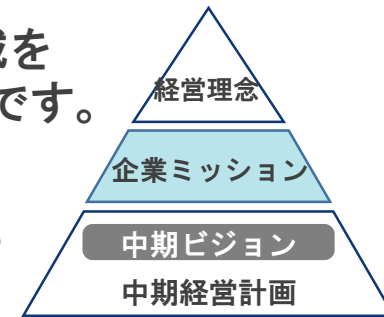
[創造と協創（げんこつの理）]

[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。

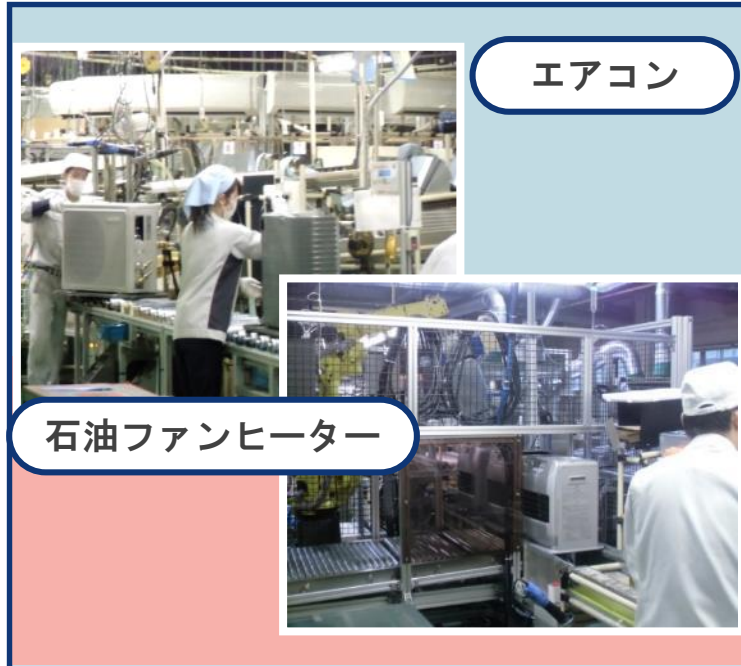
環境にやさしい暮らし

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

2023年3月期
売上高：853億円

【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

