

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2020年3月期 第2四半期 決算説明資料

代表取締役社長 小林 一芳

東証一部 証券コード 5909

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

2019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ますことをご承知おき下さい。

1. 2020年3月期 第2四半期
連結業績ハイライト
2. 2020年3月期 計画
3. 第8次中期経営計画の取組み状況

2020年3月期 第2四半期 連結業績ハイライト



(単位：百万円)	19年3月期 2Q実績	20年3月期 2Q当初計画	20年3月期 2Q実績	前年同四半期比		当初計画比	
				増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	39,397	42,900	40,167	769	2.0	△2,732	△6.4
営業利益	407	200	294	△113	△27.8	94	47.3
経常利益	560	300	436	△123	△22.0	136	45.6
親会社株主に帰属する 四半期純利益	384	200	302	△81	△21.3	102	51.2

主な増減要因

(10/23 中間業績予想を修正)

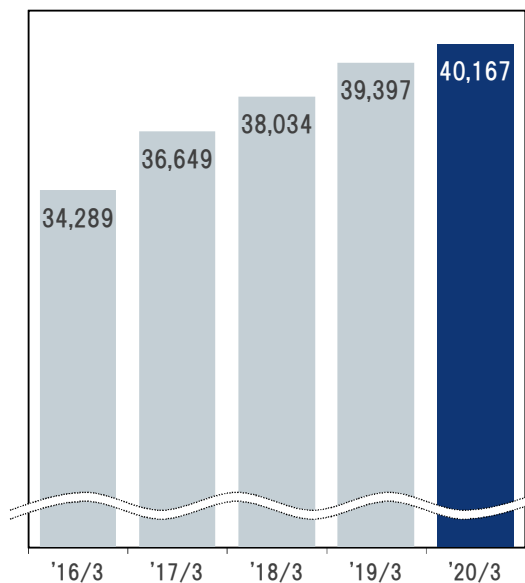
- 売上高 暖房機器、住宅設備機器が順調に推移し前年同四半期比増収も、空調・家電機器の販売が伸び悩み当初見込みには未達
- 利益面 銅・アルミなど非鉄相場下落、一部経費等が下期へずれ込み前年同四半期比減益、当初見込みは上回る

第2四半期 連結業績推移

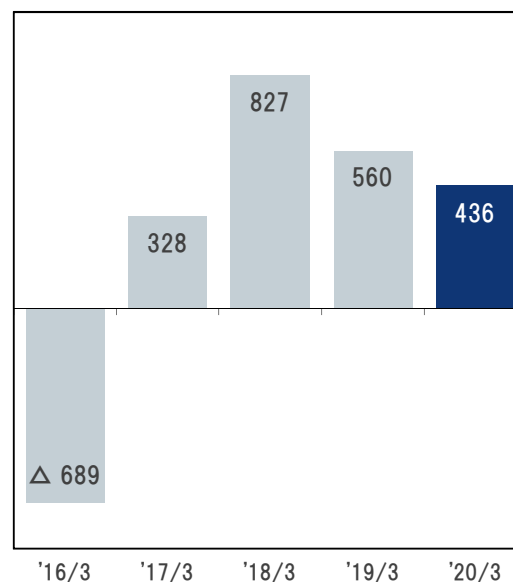
CORONA

(単位：百万円)

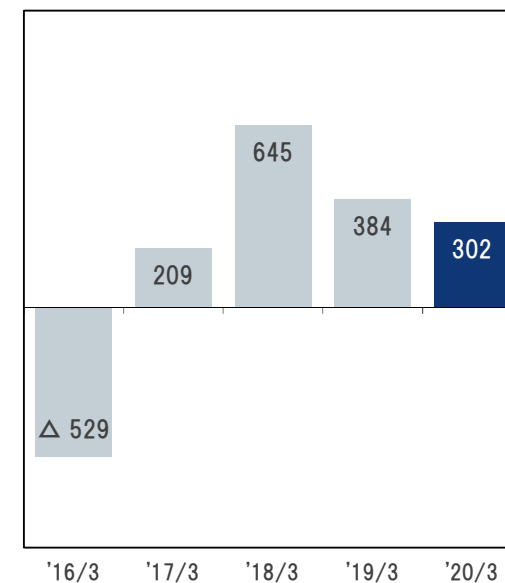
売上高



経常利益



四半期純利益



トピックス

- 2Q累計は暖房機器、住宅設備機器が順調に推移し増収を継続（'16/3期比 +17.1%）
- 原材料費の上昇、空調・家電機器の販売減少等が影響し、2期連続の減益

連結売上高 四半期推移

CORONA

(単位：百万円)

	‘16／3		‘17／3		‘18／3		‘19／3		‘20／3	
1Q	14,500	19.6%	16,782	20.8%	17,295	21.1%	17,679	21.3%	16,529	
2Q	19,788	26.7%	19,866	24.7%	20,739	25.3%	21,718	26.1%	23,637	
3Q	26,715	36.1%	29,194	36.2%	30,076	36.6%	29,484	35.4%		
4Q	13,037	17.6%	14,755	18.3%	14,004	17.0%	14,312	17.2%		
合計	74,042	100.0%	80,598	100.0%	82,115	100.0%	83,195	100.0%		

■ 2Q：住宅設備機器の伸長により増収を継続

※ 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

※ 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)	2019年3月期 第2四半期 実績	2020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	39,397	40,167	769	2.0
売上原価	30,385	31,087	701	2.3
売上総利益	9,012	9,079	67	0.7
販管費	8,604	8,785	180	2.1
営業利益	407	294	△113	△27.8
営業外収益	162	152	△10	△6.3
営業外費用	10	10	△0	△1.1
経常利益	560	436	△123	△22.0

主な増減要因

- 売上原価 原材料の高止まりなどを見込むも、原価率は0.3%の上昇に抑える
(原価率：77.1% ⇒ 77.4%)
- 販管費 建物の修繕費の増加等により販管費が増加したが、販管費率は微増
(販管費率：21.8% ⇒ 21.9%)

連結P/L分析（経常利益～四半期純利益）

CORONA

(単位：百万円)	2019年3月期 第2四半期 実績	2020年3月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
			増減額	増減率（％）
経常利益	560	436	△123	△22.0
特別利益	1	13	12	-
特別損失	2	34	31	-
税金等調整前 四半期純利益	558	415	△142	△25.6
法人税等	174	113	△60	△35.0
親会社株主に帰属する 四半期純利益	384	302	△81	△21.3

主な増減要因

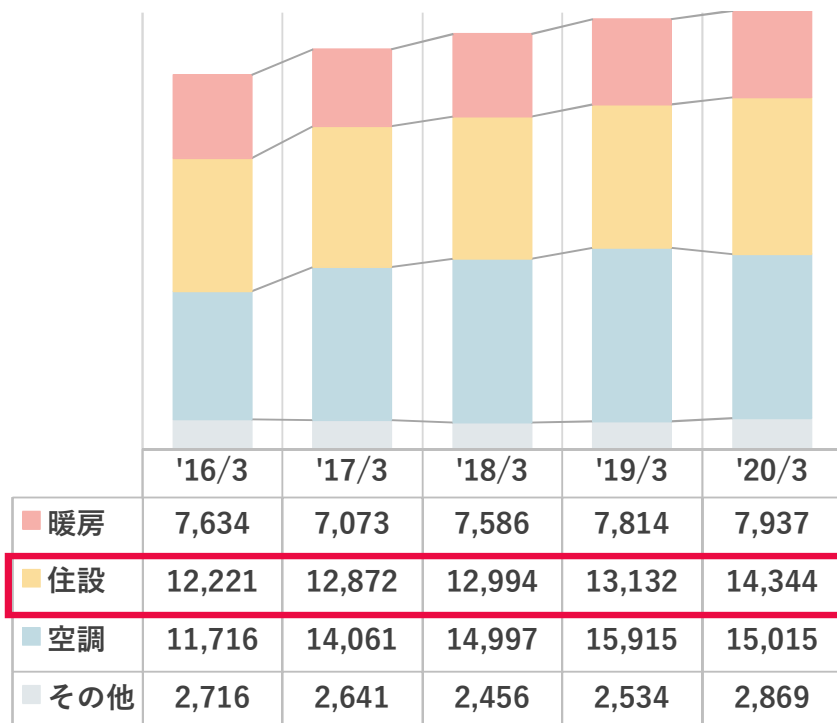
- 特別利益 投資有価証券売却益 +10百万円
- 特別損失 投資有価証券売却損 +19百万円

第2四半期 連結売上高・製品種類別構成推移

CORONA

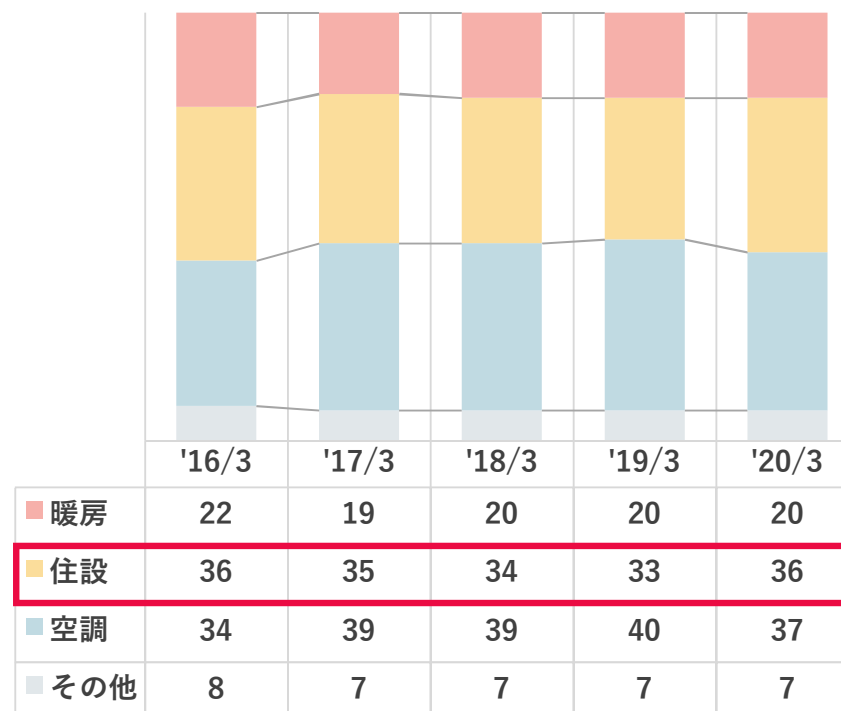
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)

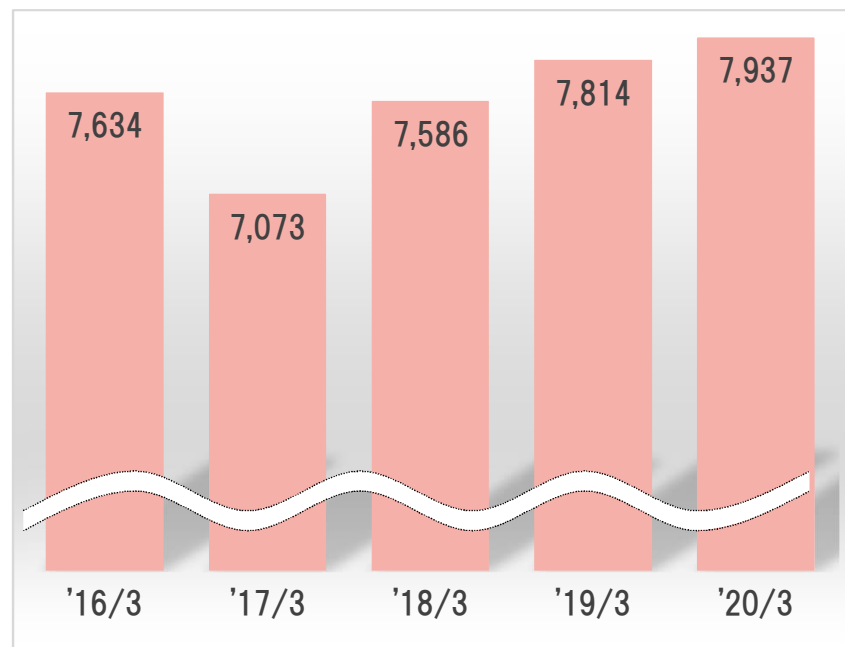


トピックス

- 住宅設備機器が好調に推移し、構成比は約36%に上昇
- 空調・家電機器は天候不順の影響、市況動向の変化で前年同四半期を下回る

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

寒冷地向け石油暖房機

+ 9.8%



寒冷地向けFF式ストーブ



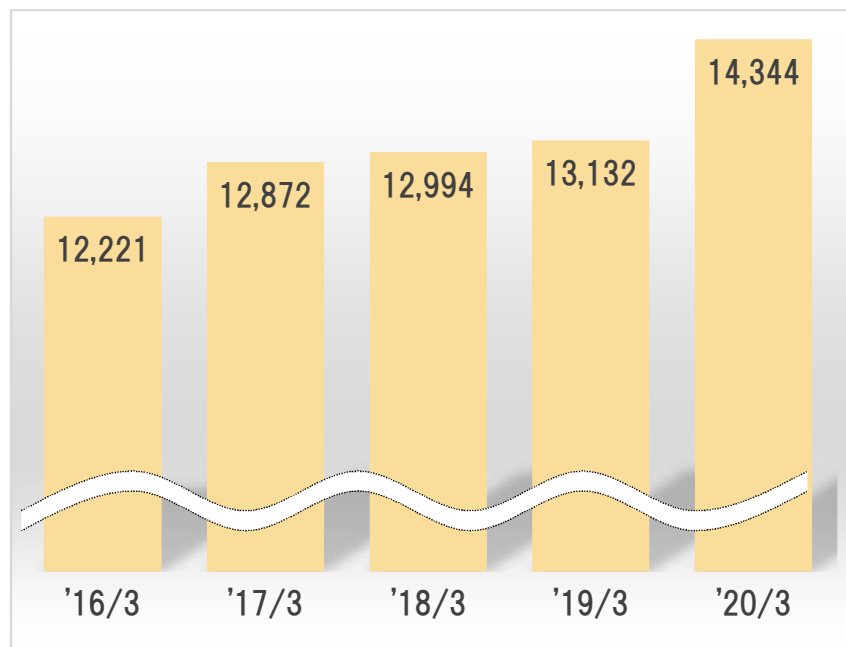
自然対流形電気暖房機
「NOILHEAT (ノイルヒート)」

主な増減要因

- 需要期に向け石油暖房機の機能強化、新製品投入の電気暖房機の提案活動を実施
- 寒冷地向け石油暖房機、床暖システム機器等の販売が好調
- 新製品となる自然対流形電気暖房機「NOILHEAT (ノイルヒート)」を発売

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	+ 10.6%
温水暖房システム等	+ 47.1%



エコキュート



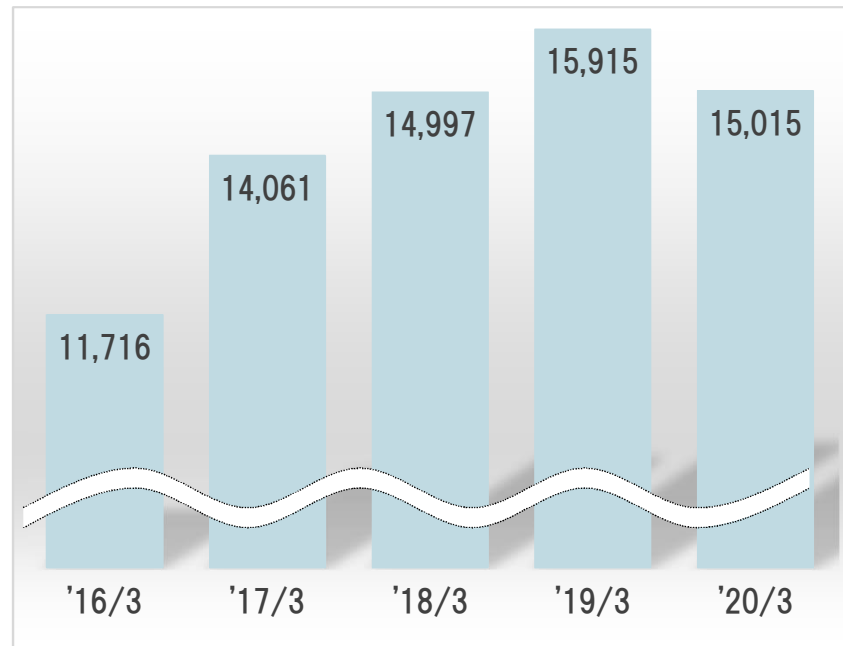
温水暖房システム等

主な増減要因

- エコキュートはZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）の普及や買い替え需要が拡大する中、太陽光発電の余剰電力を積極的に活用する機能や業界トップクラスの省エネ性能などを訴求した販売活動を進め、前年同四半期を上回る
- 温水暖房システム等も好調に推移、消費増税を踏まえた買い替えの動きも

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

ルームエアコン計

△ 6.5%

ウインドタイプ

+ 15.3%



ルームエアコン



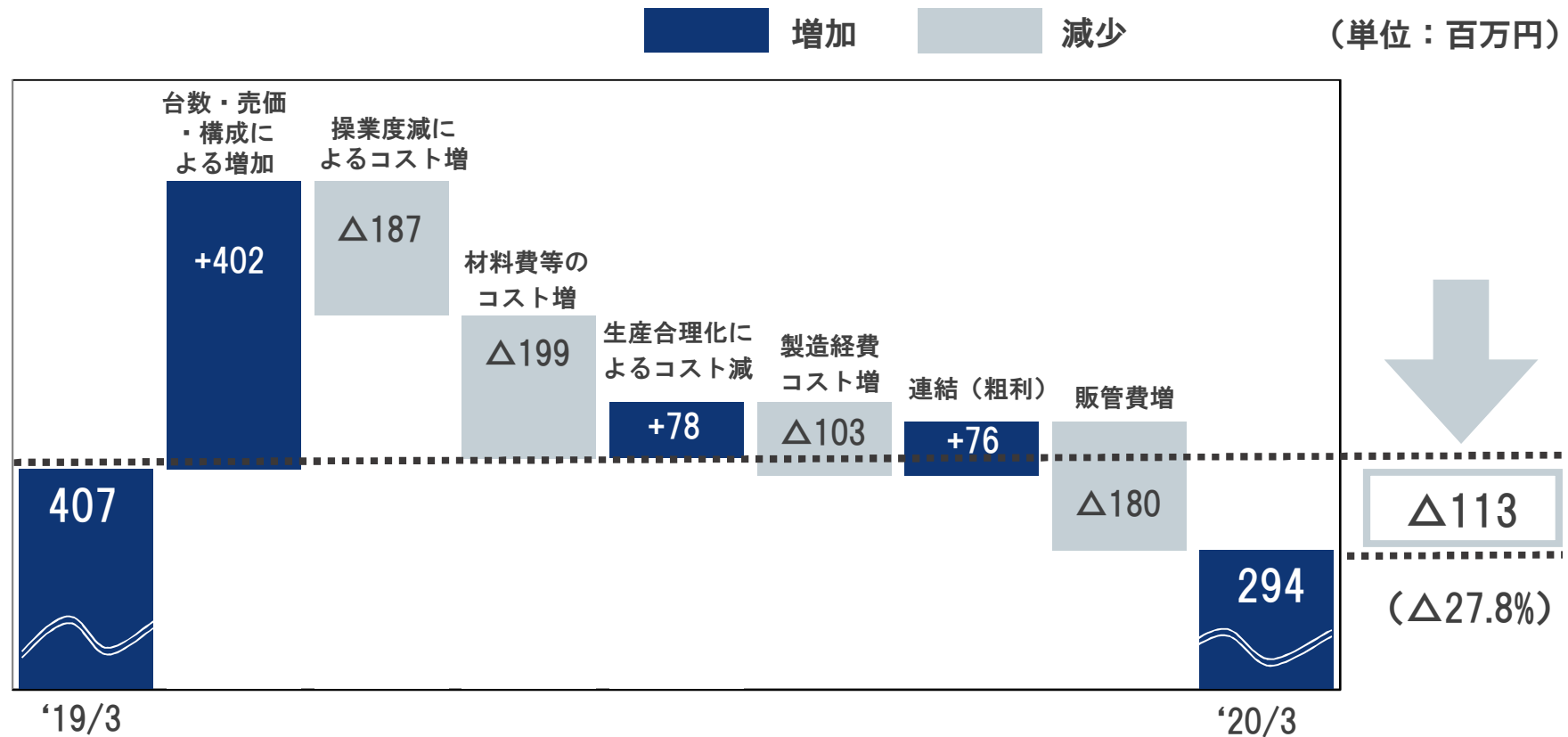
ウインドタイプ

主な増減要因

- ルームエアコンは付加価値機種の販売に注力、ウインドタイプが好調に推移
- 7月までの天候不順などから冷房専用タイプの販売は低調
- 除湿機も梅雨入りの遅れなどが影響し、前年同四半期を下回る

第2四半期 連結営業利益増減要因

CORONA



主な増減要因

- 各製品群の高付加価値製品の販売増加、生産合理化などプラス要因も、操業度の減少、原材料価格の上昇などが影響し、前年比減益

連結B/S分析

CORONA

(単位：百万円)	2019年3月期 第2四半期 実績	2020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	57,503	58,256	753	1.3
固定資産	43,175	42,343	△831	△1.9
資産合計	100,679	100,600	△78	△0.1
(負債の部)				
流動負債	25,624	26,202	578	2.3
固定負債	2,045	1,817	△227	△11.1
負債合計	27,669	28,020	350	1.3
純資産合計	73,009	72,579	△429	△0.6
負債、純資産合計	100,679	100,600	△78	△0.1

主な増減要因（単位：百万円）

- 資産の部 現金及び預金△715、売上債権+3,578、有価証券△3,565、棚卸資産+1,390、投資有価証券△547
- 負債の部 未払金+686、繰延税金負債（固定）△236
- 純資産の部 利益剰余金+345、自己株式△149、その他の包括利益累計額△625

2020年3月期 計画

- ・ 2020年3月期 連結業績見込み
- ・ 第8次中期経営計画の取組み状況

2020年3月期 連結業績見込み



(単位：百万円)	19年3月期 実績	20年3月期 当初計画	20年3月期 修正見込み	前期比		当初計画比	
				増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	83,195	88,800	85,400	2,205	2.7	△3,400	△3.8
営業利益	1,639	1,800	1,500	△139	△8.5	△300	△16.7
経常利益	1,926	2,100	1,800	△126	△6.6	△300	△14.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,248	1,400	1,200	△48	△3.9	△200	△14.3

主な増減要因

(10/30 通期業績予想を修正)

- 売上高 暖房機器の販売拡大に注力、住宅設備機器は引き続き好調に推移すると見込むものの、空調・家電機器の販売減少が影響
- 利益面 売上高の減少に伴う生産活動の低下、経費等の見直し等により計画比減益

通期 連結売上高・製品種類別構成推移

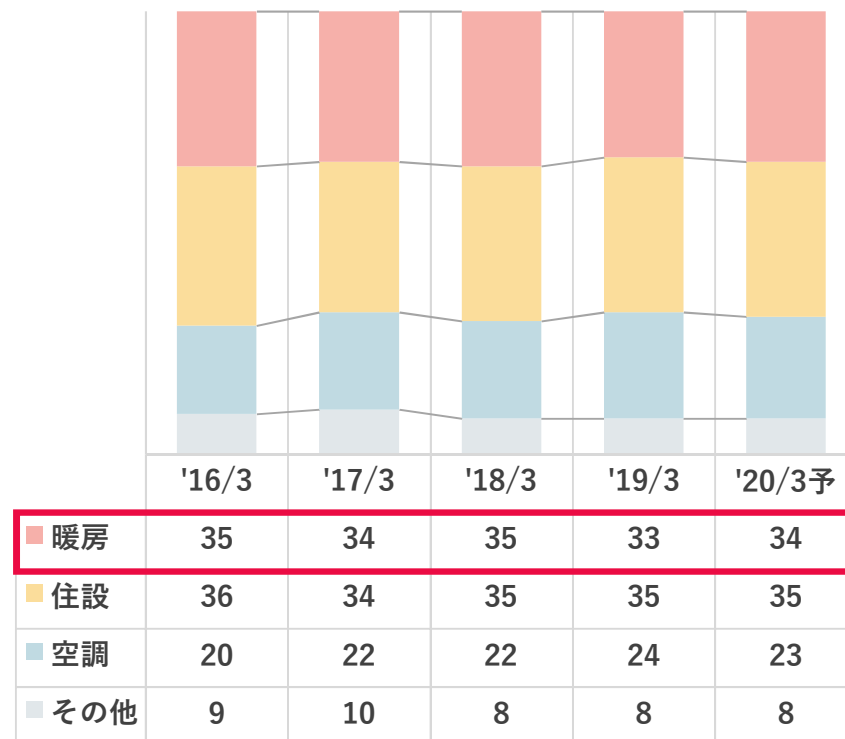
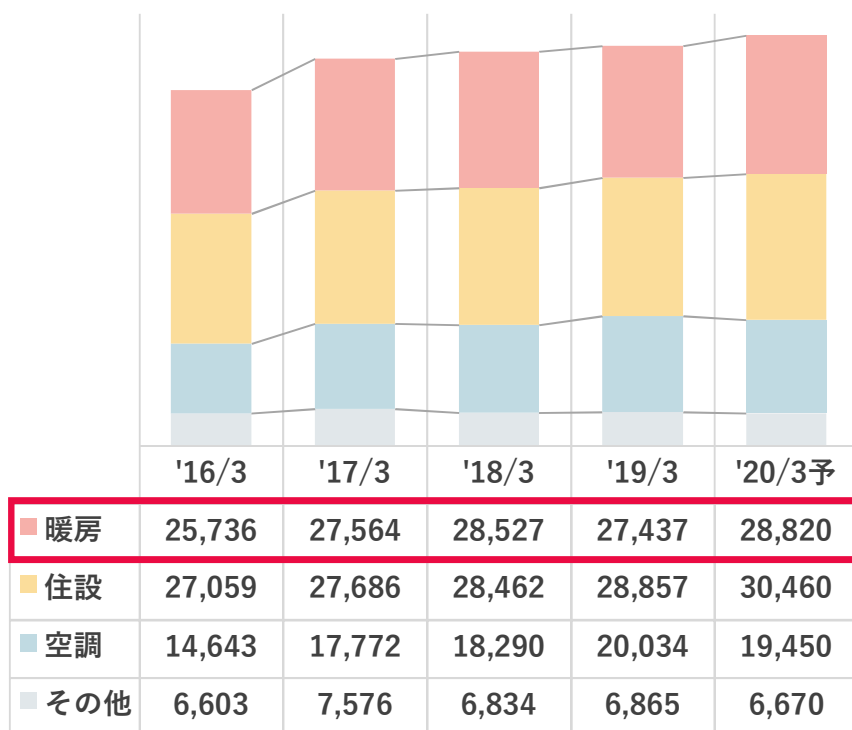
CORONA

金額

(単位：百万円)

構成比

(単位：%)



トピックス

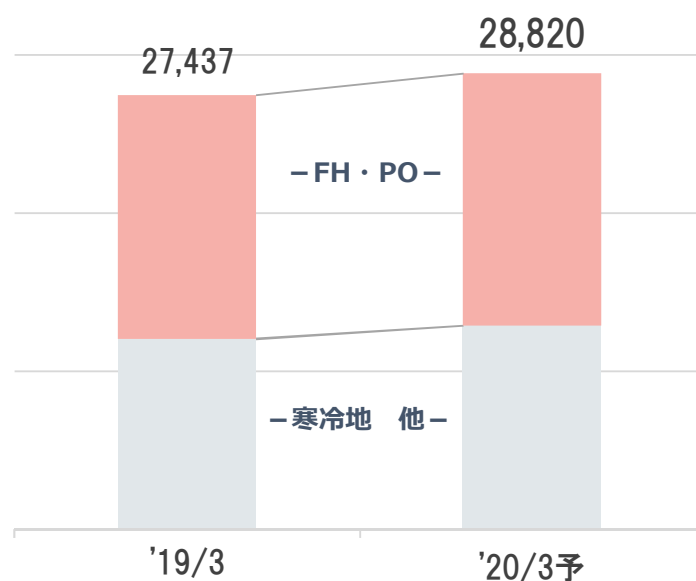
- 暖房機器、住宅設備機器は順調に推移する見込み、空調・家電機器は上期からのルームエアコンの販売減少が影響
- 暖房機器の回復に伴い、構成比が上昇

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)



主な増減要因

- 「通常の冬」を想定、
前期比 +14億円
- ・ 石油ファンヒーター、電気暖房機、
寒冷地向け石油暖房機は回復見込み
- ・ ポータブル石油ストーブは落ち着き
- ・ 電気暖房機分野の新製品オイルレス
ヒーターを発売



石油ファンヒーター（FH）
足もとの暖かさ
速暖性・経済性



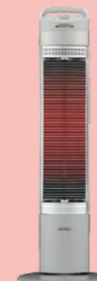
ポータブル石油ストーブ（PO）
電源不要
節電・防災としても



寒冷地向けFF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



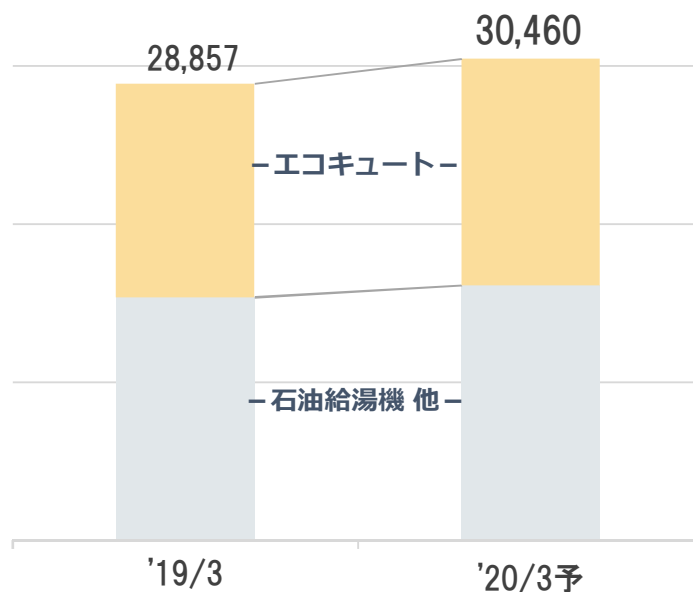
遠赤外線電気暖房機
豊富な遠赤外線
ヒートショック対策にも



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

- ZEH・「卒FIT」対応、複合提案
前期比 +16億円
- ・ エコキュートは業界トップクラスの省エネ性能を訴求、ソーラーモード
- ・ 石油給湯機は高付加価値機種を拡販
- ・ ナノフィールを中心にアクアエア商品の市場開拓、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



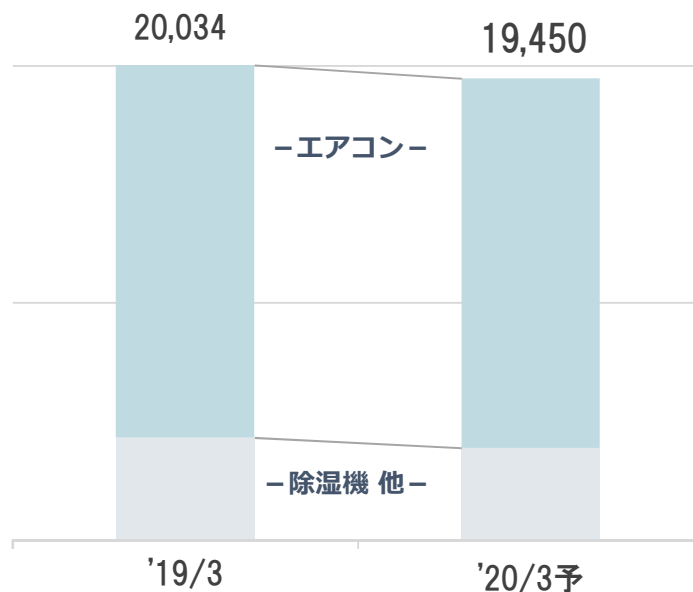
エコキュート
省エネ性能トップクラス
ソーラーモード搭載



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

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

- 商品開発、販売力強化
前期比 $\Delta 6$ 億円
- ・ 7月までの天候不順、市況動向の変化
- ・ ルームエアコンの商品開発、販売活動の強化、市場認知度の向上
- ・ 特色ある商品ラインアップの強みを訴求
- ・ 除湿機、冷風機の高シェアを継続



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

— 2019～2021年度 —

中期ビジョン

ゆるぎない暖房ブランドをベースに、
年間を通じた空調・給湯の提供へ進化しつづけるコロナ

第8次中期経営計画

【推進キーワード】

コロナブランドの拡大と進化

【基本戦略】

既存事業の
領域拡大

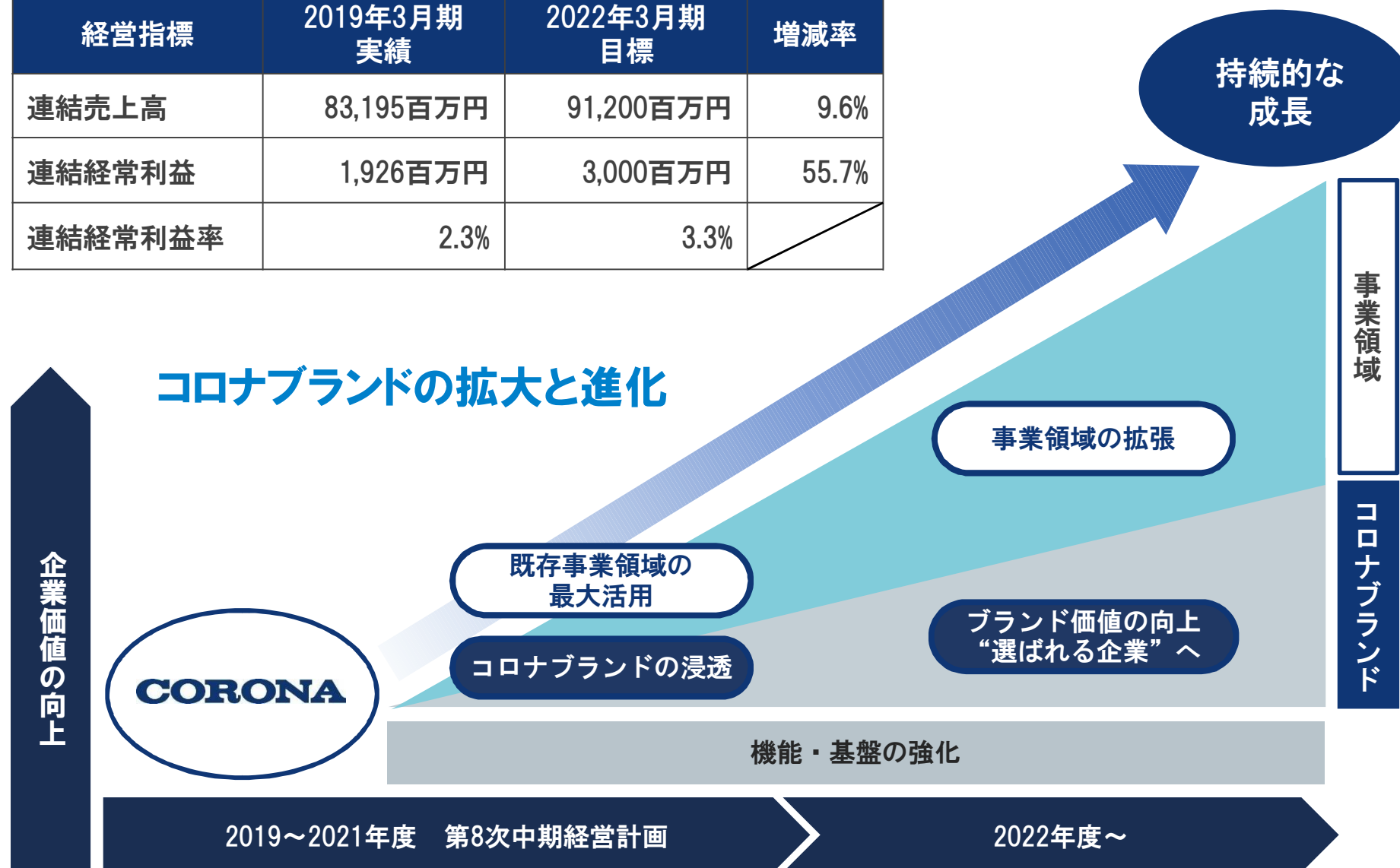
空調事業
の強化

経営基盤
の強化

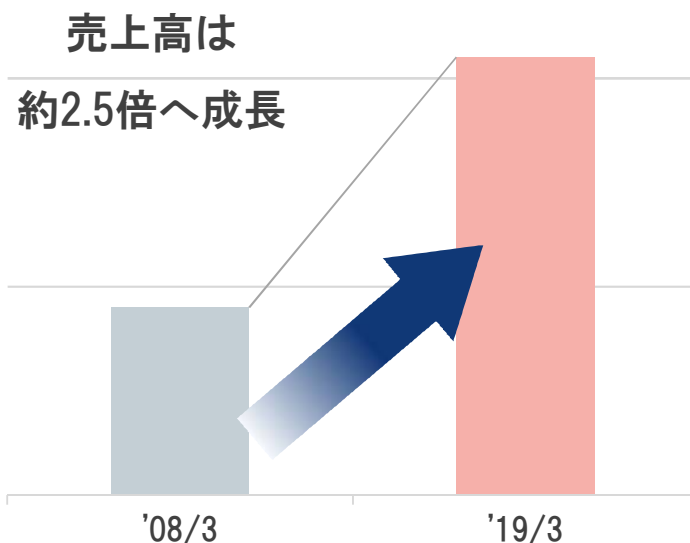
中期経営計画 数値目標

CORONA

経営指標	2019年3月期 実績	2022年3月期 目標	増減率
連結売上高	83,195百万円	91,200百万円	9.6%
連結経常利益	1,926百万円	3,000百万円	55.7%
連結経常利益率	2.3%	3.3%	



電気暖房機 売上高推移



製品ラインアップを強化



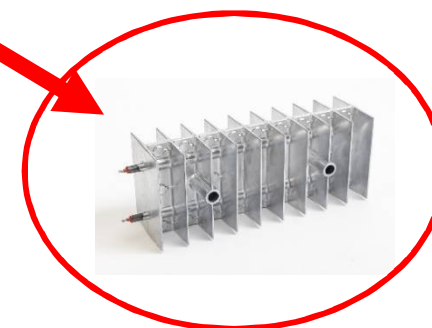
電気暖房分野の拡大

- 電気暖房は石油暖房が使えない集合住宅など、都市部を中心に一定の需要
- 当社は2008年に電気ストーブ市場へ参入、空間暖房としての石油暖房機器を補う存在として電気暖房機の開発を進め、一定のシェアを獲得
- 第8次中計では、電気暖房の商品ラインアップ拡充などにより「暖房」ジャンルの領域拡大を図る方針

NOILHEAT（ノイルヒート）



2019年度グッドデザイン賞 受賞



独自のアルミダイキャスト技術で
放熱に最適なヒーター形状を実現

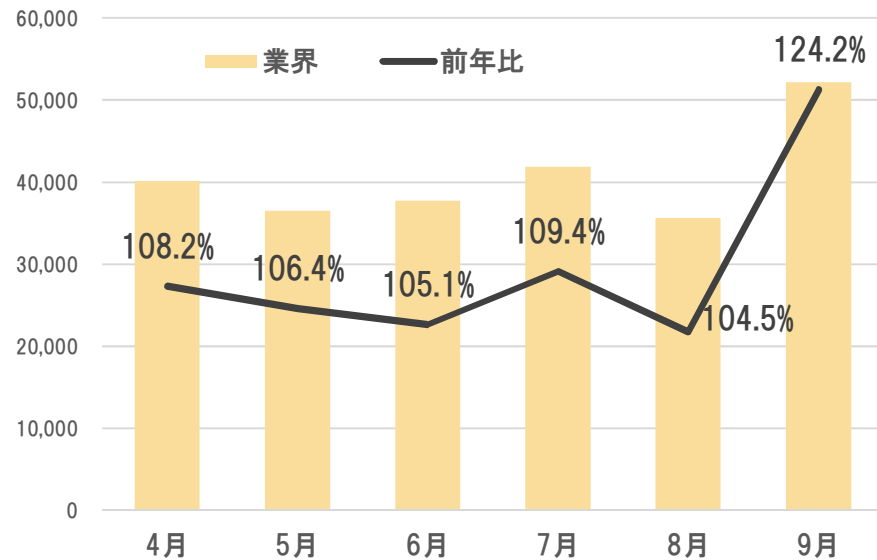
自然対流形電気暖房機の開発

- リブランディング戦略の第一弾：
オイルレスヒーター「NOILHEAT（ノイルヒート）」
- ユーザーの声をもとに、部屋の「空気の質」へのこだわりを実現する電気暖房機
- 9月末より家電量販店を中心に販売、積極的なプロモーション活動を展開

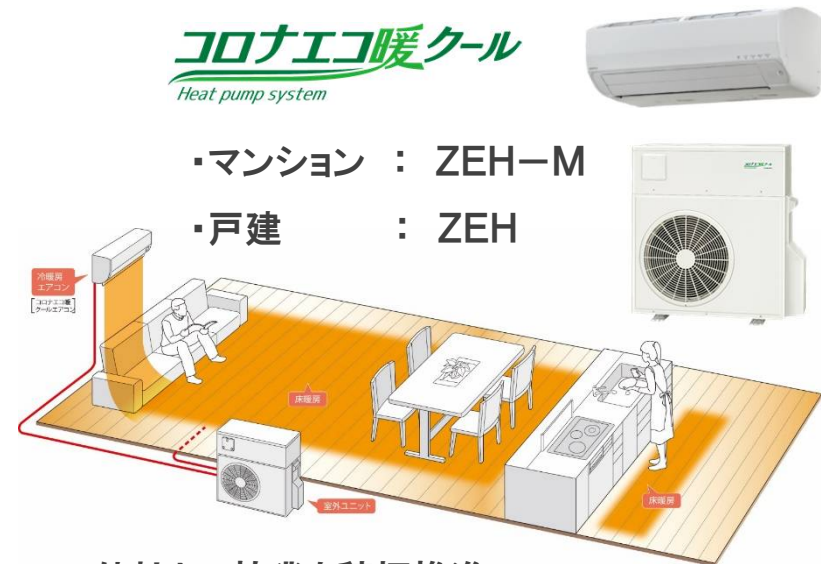
第8次中計 事業戦略「住宅における提供価値の拡大」CORONA

エコキュート 市場動向

(単位：台)



一般社団法人日本冷凍空調工業会より



他社との協業も積極推進

ヒートポンプ技術の活用

- エコキュート市場は前年を上回って推移
- 6月より発売したエアコン付きヒートポンプ床暖房「コロナエコ暖クールエアコン」導入マンションが着工（千葉県柏市・石川県金沢市）
- ヒートポンプ技術を活用した給湯・冷暖房商品のラインアップを強化



リブランディング・新製品発表会
(2019年8月27日、東京都内)



リブランディングの取り組み

- 中計「コロナブランドの拡大と進化」に向け、リブランディングの取り組みを開始
- 新しいブランドスローガンは「つぎの快適をつくろう。CORONA」
- 体感できる「快適」にとどまらない、心地よさや心の満足を「実感」できるワンランク上の価値を目指す



対流型石油ストーブ
「クラシックブラック」

完売



「SL型」に30年ぶりの新色登場

- ロングセラーの対流型石油ストーブ「SL型」で30年ぶりとなる新色「クラシックブラック」をオンラインストア限定販売（300台）
- オンラインストア、SNS（Facebook）の活用で顧客接点の強化を図る

環境配慮型製品普及への取り組み



世界初
自然冷媒（CO₂）
ヒートポンプ式給湯機
「エコキュート」

業界初
地中熱・空気熱ハイブリッド
温水暖房（冷温水）システム

エアコン付
ヒートポンプ
床暖房システム

環境配慮型製品の開発

- 世界で初めて発売したエコキュートを筆頭に、大気中の熱、地中熱、地中熱+空気熱など、再生可能エネルギーを利用するエネルギー効率の高い製品を開発
- 省エネ大賞、地球温暖化防止活動環境大臣表彰など各賞を受賞

人財育成・働き方改革



災害被災地への支援



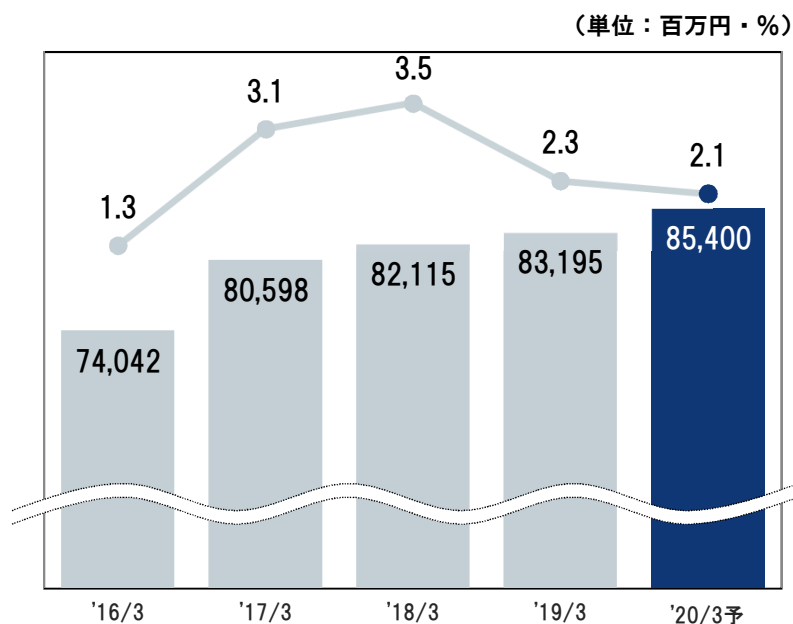
研究開発・スポーツ支援



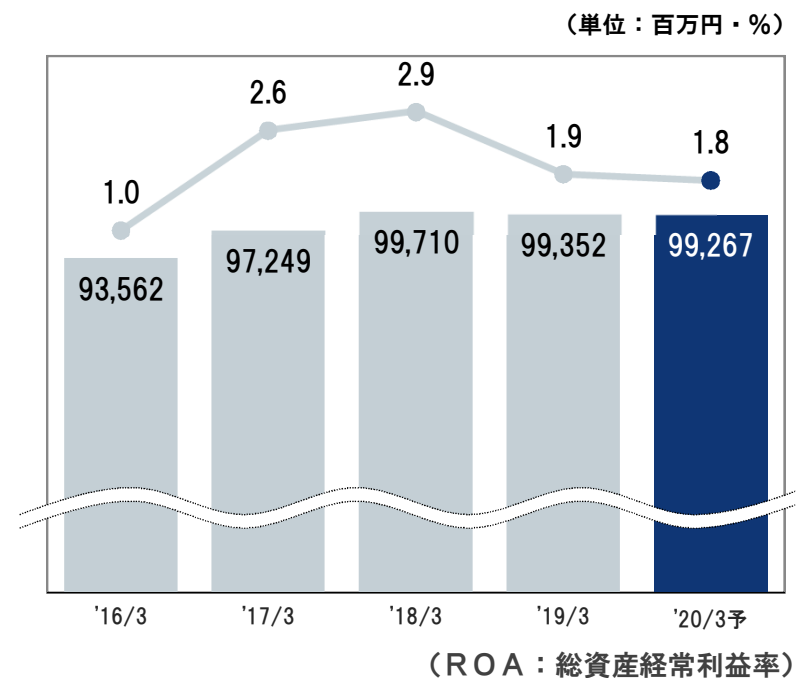
働き方改革、災害被災地支援、ガバナンス強化の取り組み

- 女性活躍の推進、長時間労働解消、働きやすい職場環境づくりへの取り組み
- 停電時にも活躍する石油暖房機器等を災害などで被災された地域へ迅速に支援
- 監査等委員会設置会社へ移行（2016年6月）、指名・報酬に関する諮問委員会の設置を決定（2019年11月14日リリース）

売上高・経常利益率



総資産・ROA

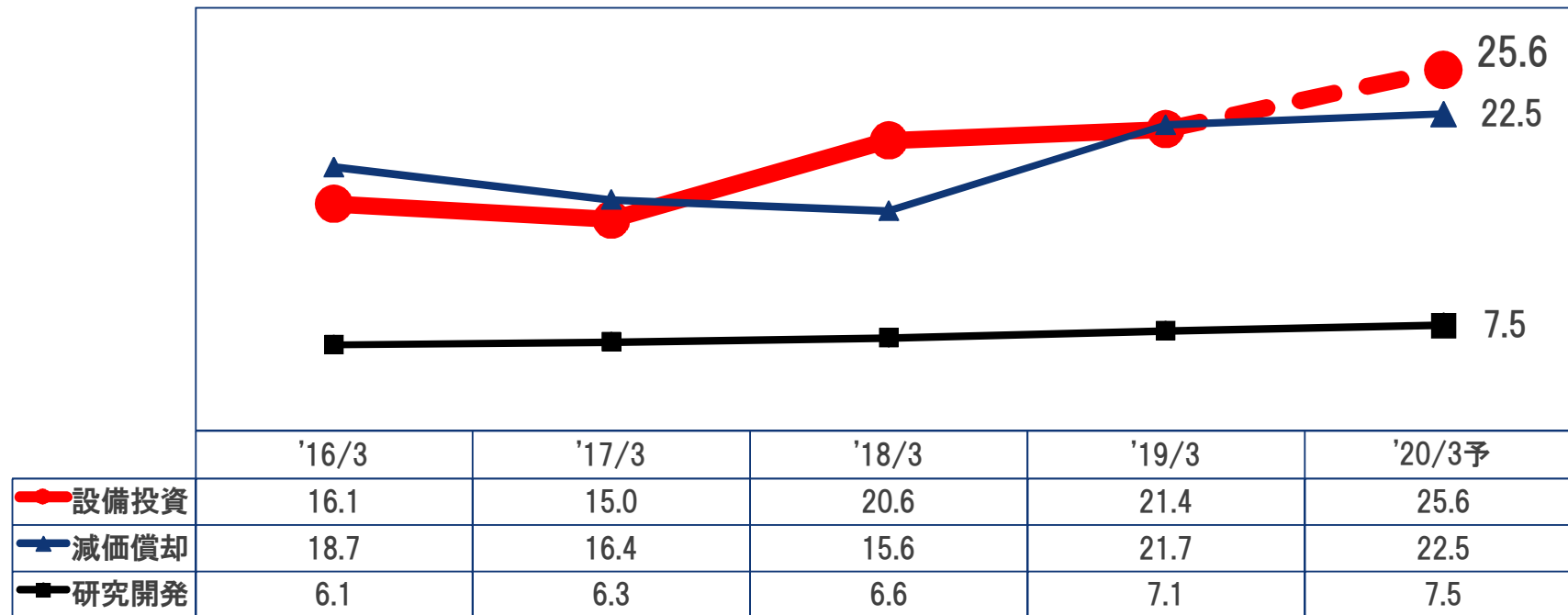


資本政策の方針

- 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） **CORONA**

（単位：億円）



トピックス

- 設備投資 : 新商品の金型、機械設備、IT投資の増強
- 減価償却 : 金型投資、機械設備の償却増
- 研究開発 : 新製品開発、製品ラインアップ拡充

2020年3月期 年28円の配当

●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

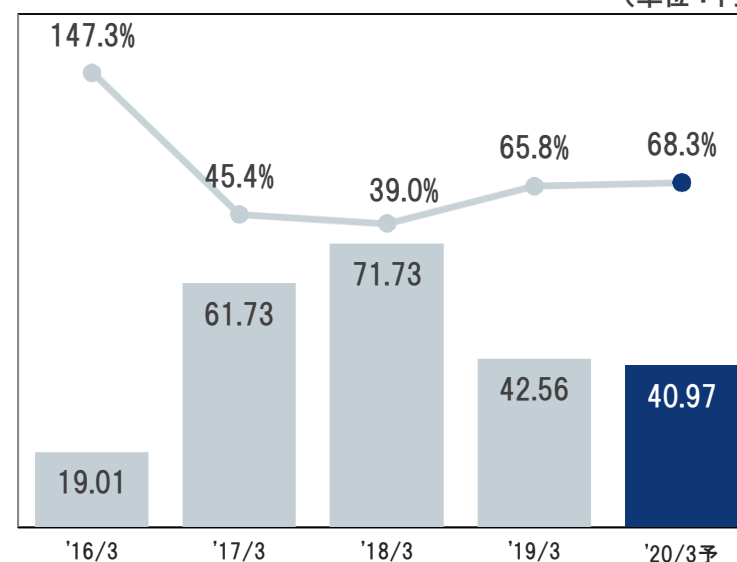
1株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'16/3	'17/3	'18/3	'19/3	'20/3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	19.01	61.73	71.73	42.56	40.97
配当性向	147.3%	45.4%	39.0%	65.8%	68.3%

1株利益・配当性向

(単位：円)



つぎの快適をつくろう。

CORONA

BRAND STATEMENT ブランドステートメント

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。

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