

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2026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/>

2026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. 会社概要**
- 2. 2026年3月期 連結業績ハイライト**
- 3. 2026ビジョン及び第10次中期経営計画 取組状況**
- 4. 2027年3月期 計画**

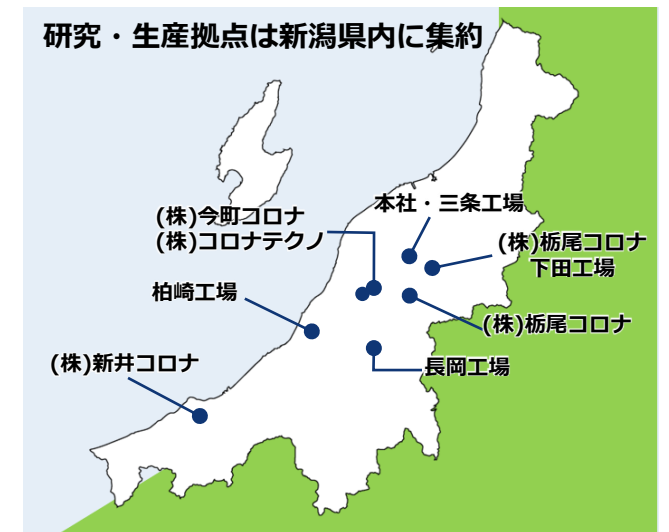
1. 会社概要

- ・ **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** 12,704名
- ・ **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54
- ・ **従業員数** 2,083名（連結）
- ・ **関係会社数** 連結子会社12社、関連会社1社

（2026年3月31日現在）



日本で初めて開発・販売した
加圧式石油ストーブ



研究所・生産拠点（メイドイン・新潟）

住宅設備機器



エコキュート



石油給湯機



ヒートポンプ式温水暖房
(エコ暖)

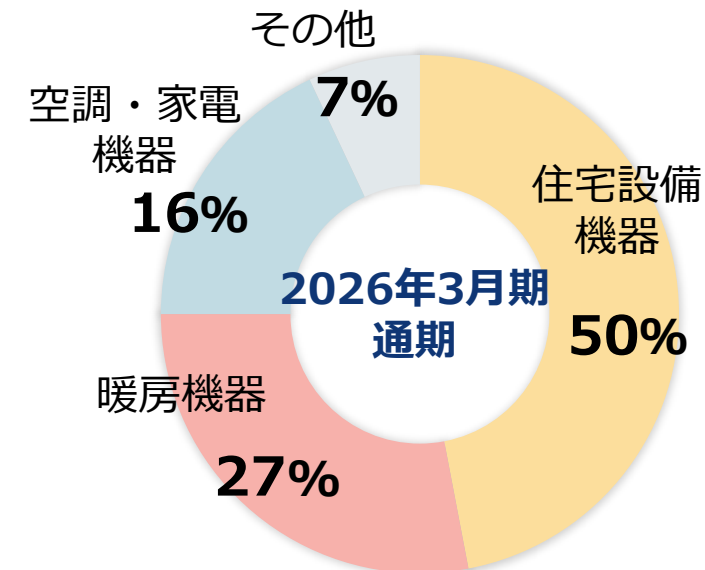


地中熱・空気熱ハイブリッド冷温水システム



アクアエア商品

売上高構成比



暖房機器



石油ファンヒーター



ポータブル
石油ストーブ



寒冷地向け
石油暖房機



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



セパレートエアコン



ウインドエアコン



除湿機



冷風・衣類乾燥
除湿機



加湿器

2. 2026年3月期

連結業績ハイライト

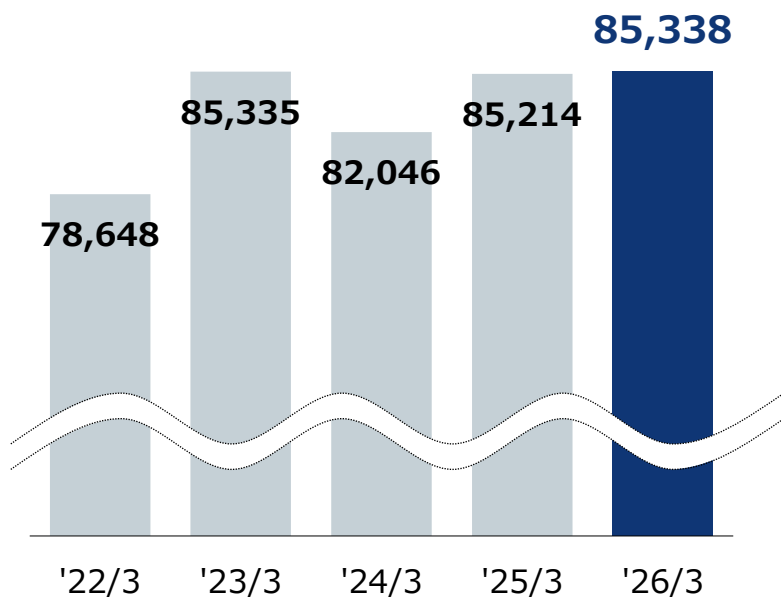
- 売上高は暖房機器や空調・家電機器の販売が減少したものの、主力のエコキュートを中心に住宅設備機器が順調に推移
- 各利益は暖房機器や空調・家電機器の販売減少、原材料などの仕入価格や人件費、業務合理化に向けた関連費用などの販管費上昇により減少

(単位：百万円)	2025年3月期 実績	2026年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	85,214	85,338	124	0.1
営業利益	1,343	852	△491	△36.6
経常利益	1,704	1,316	△387	△22.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,103	991	△112	△10.2

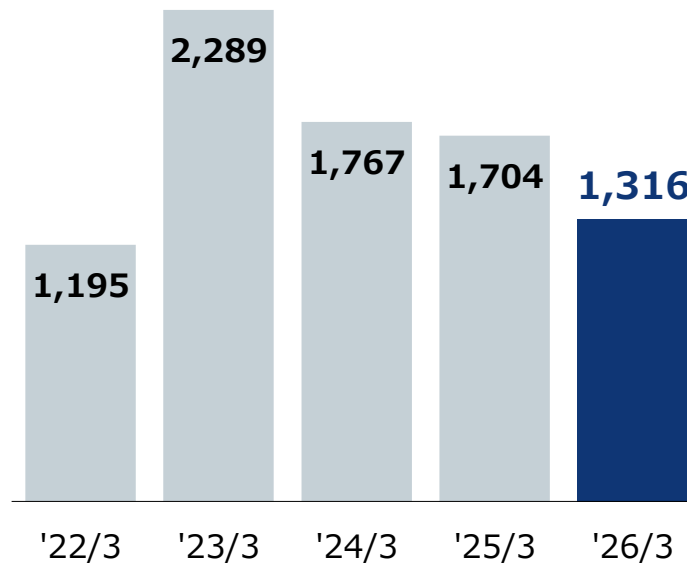
■ 売上高はエコキュートを中心とした住宅設備機器の伸長により増加傾向、一方で販売構成比の変化や仕入価格・販管費上昇もあり各利益は減少

(単位：百万円)

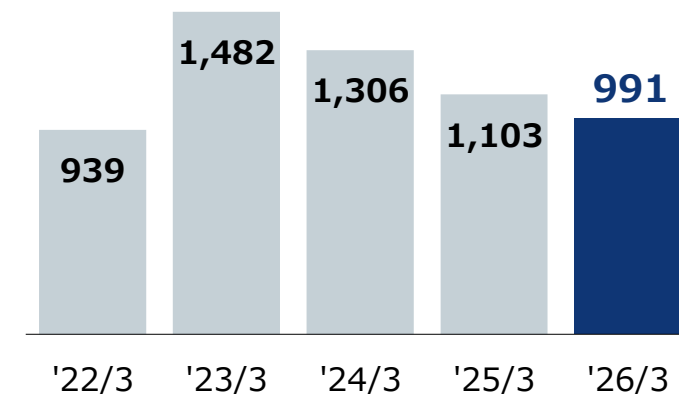
売上高



経常利益



当期純利益

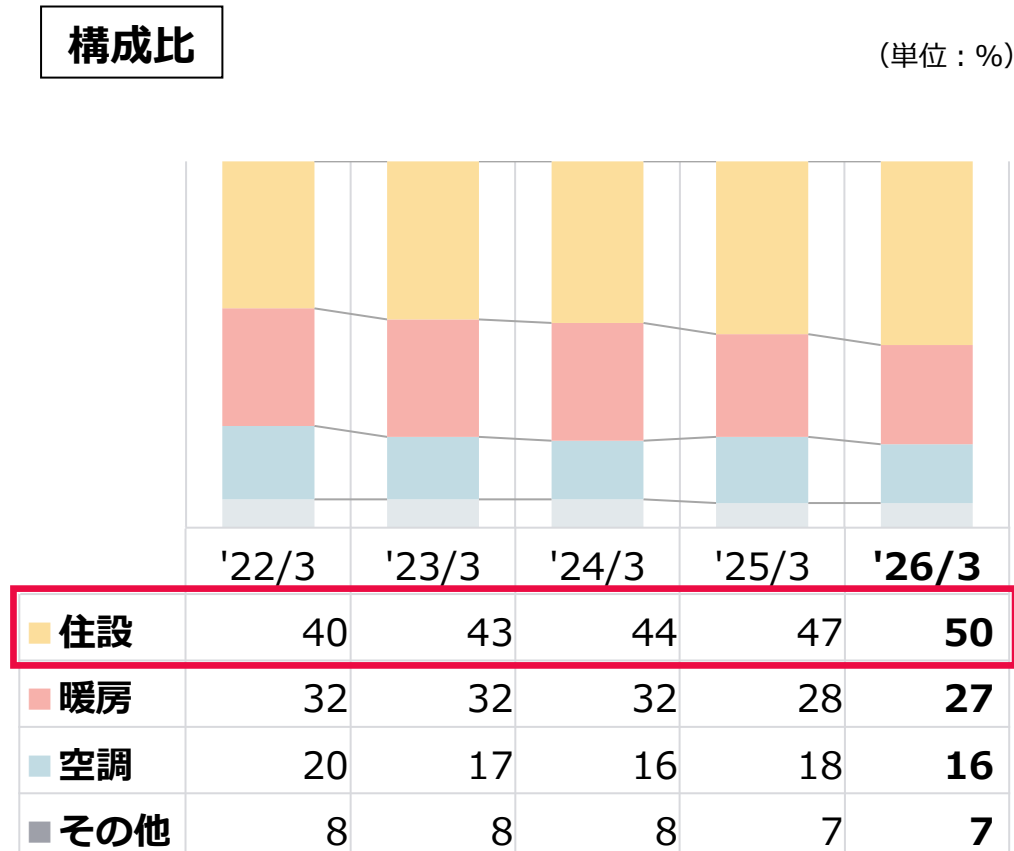
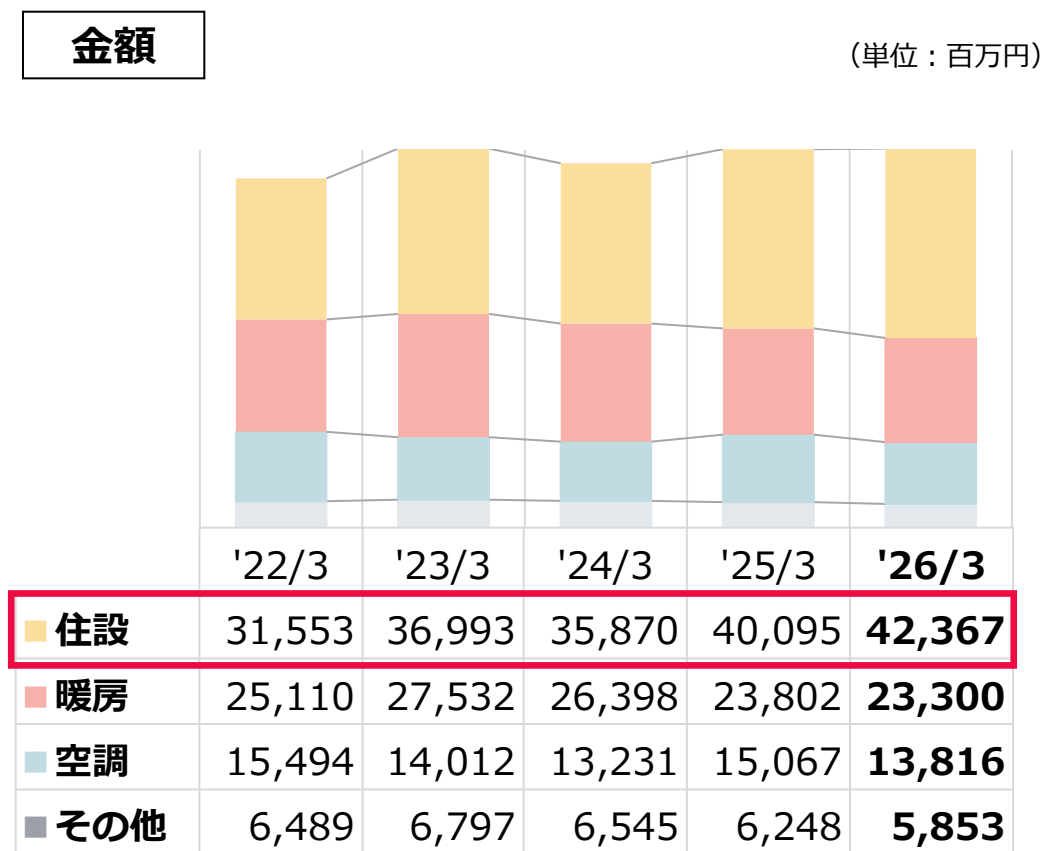


■ 仕入価格高騰や暖房機器、空調・家電機器の販売減少に伴う操業度の低下等により原価率が上昇、人件費や業務合理化に向けた関連費用など販管費も増加

(単位：百万円)	2025年3月期 実績	2026年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率(%)
売上高	85,214	85,338	124	0.1
売上原価	66,823	66,975	152	0.2
売上総利益	18,391	18,363	△27	△0.2
販管費	17,047	17,510	463	2.7
営業利益	1,343	852	△491	△36.6
営業外収益	385	475	90	23.5
営業外費用	24	11	△12	△53.1
経常利益	1,704	1,316	△387	△22.8
特別利益	6	12	5	76.0
特別損失	9	9	△0	△3.1
税金等調整前 当期純利益	1,701	1,319	△382	△22.5
法人税等	597	328	△269	△45.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,103	991	△112	△10.2

■ エコキュートの販売伸長等により住宅設備機器の売上高は過去最高を更新、構成比50%まで上昇

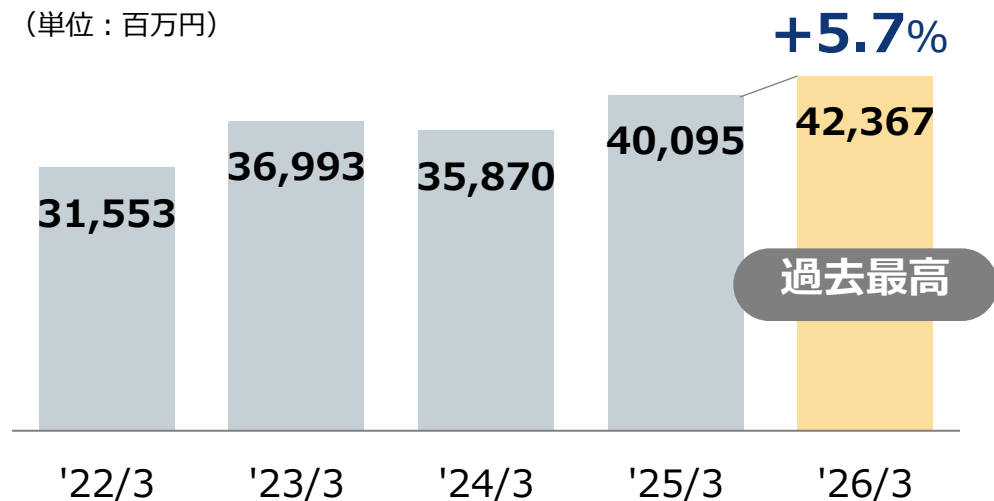
※給湯・住設システム等の販売強化で住宅設備機器の構成比を高め、季節要因による変動を抑え、売上高の平準化を図る方針



■ エコキュートは政府の補助金制度を活用した積極的な提案活動などにより業界を上回る伸長、仕入価格高騰に伴う石油給湯機や電気温水器の価格転嫁等も寄与し売上高は過去最高

売上高推移

(単位：百万円)



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	+7.8%
	台数	+6.7%
石油給湯機	売上高	+2.3%
	台数	△6.4%
電気温水器	売上高	+9.3%
	台数	△4.8%



エコキュート



石油給湯機



電気温水器



ヒートポンプ式温水暖房
(エコ暖)



地中熱・空気熱ハイブリッド
冷温水システム

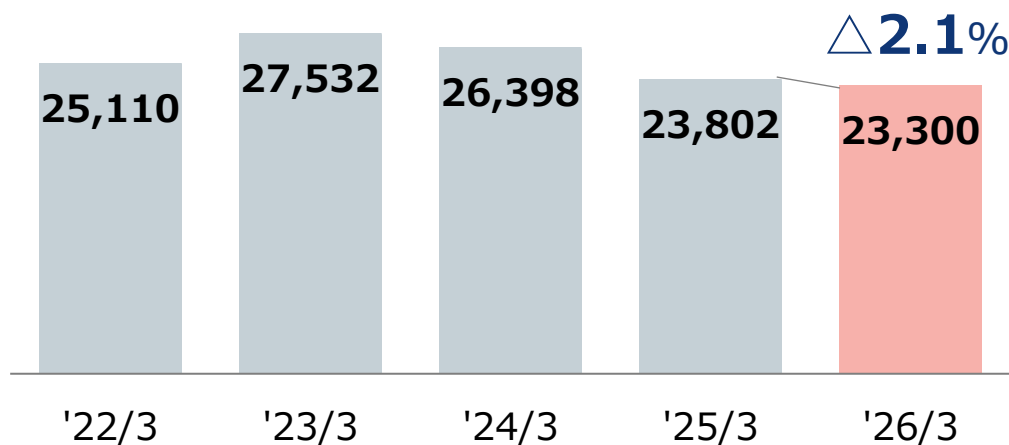


アクアエア商品
(左から) ナノリッチ、ナノフレ、ナノフィール

■ 前年に比べ流通在庫が適正水準に戻ったこともあり暖房機器の初回導入は順調、石油暖房機の輸出も順調に推移したものの、需要期の気温が全国的に高く推移したことなどが影響し減収

売上高推移

(単位：百万円)



主要製品売上高・販売台数 前期比増加率

石油ファンヒーター	売上高	△4.1%
	台数	△5.2%
ポータブル石油ストーブ	売上高	△5.6%
	台数	△11.2%



石油ファンヒーター (FH)



ポータブル石油ストーブ (PO)



寒冷地向け石油暖房機

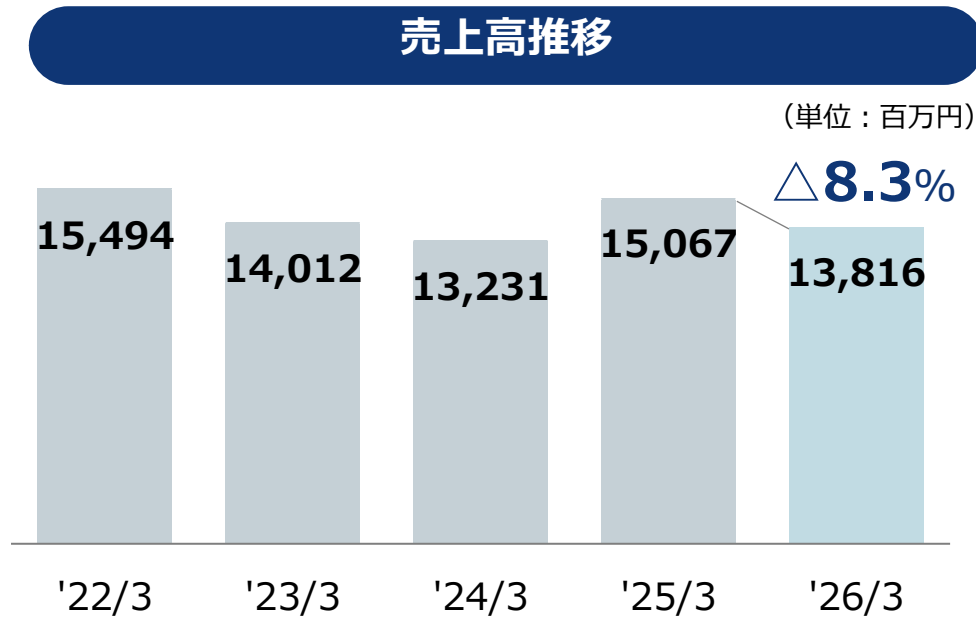


遠赤外線電気暖房機



自然対流形電気暖房機

■ ルームエアコンはセパレートタイプの競争激化やウインドタイプの物件需要減少もあり減少、加湿器は新モデルの追加や感染症対策などで好調に推移した一方、除湿機は梅雨明けが早かった影響などで伸び悩み減収



**主要製品売上高・販売台数
前期比増加率**

製品	前期比増加率	
	売上高	台数
ルームエアコン 計	△9.1%	△8.3%
加湿器	+72.0%	+49.6%
除湿機	△15.6%	△12.6%



ルームエアコン



ウインドエアコン



除湿機

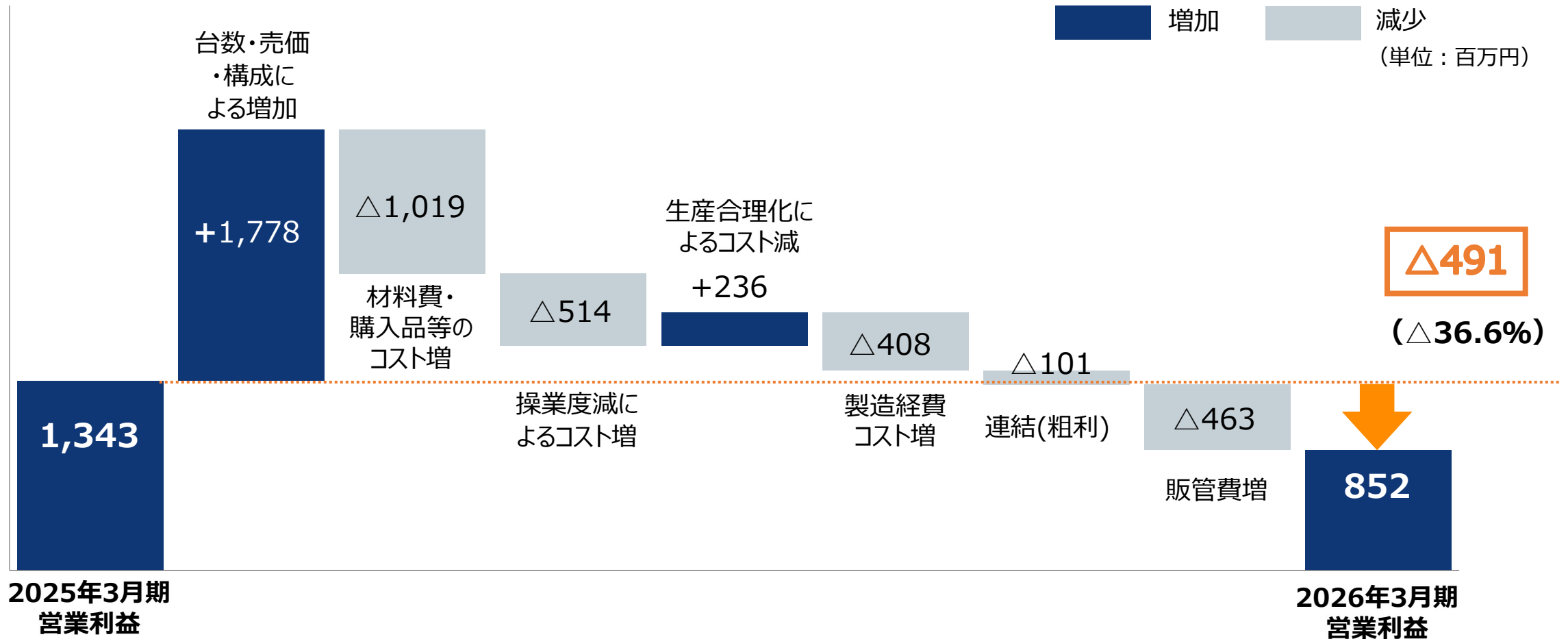


冷風・衣類乾燥除湿機



加湿器

■ 住宅設備機器が順調に推移したほか、価格転嫁や生産合理化の取り組みを進めたものの、暖房機器、空調・家電機器の販売減少とそれに伴う操業度の低下、販管費の上昇なども影響し営業利益が減少



(単位：百万円)	2025年3月期 実績	2026年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
(資産の部)				
流動資産	52,536	50,919	△1,616	△3.1
固定資産	49,690	49,345	△345	△0.7
資産合計	102,226	100,264	△1,962	△1.9
(負債の部)				
流動負債	22,691	18,838	△3,852	△17.0
固定負債	3,252	3,580	327	10.1
負債合計	25,944	22,419	△3,525	△13.6
純資産合計	76,282	77,845	1,563	2.0
負債、純資産合計	102,226	100,264	△1,962	△1.9

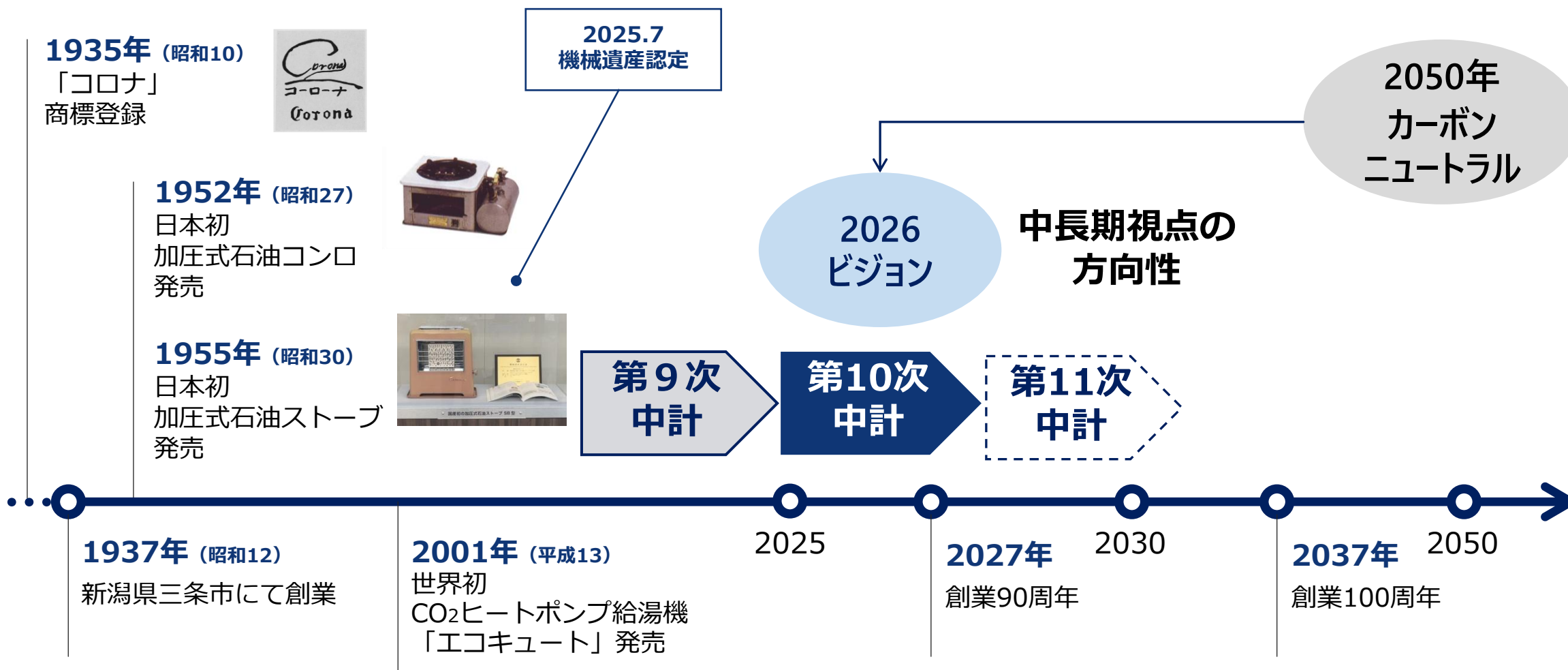
- 資産の部 (流動) 電子記録債権+1,714、現金及び預金△713、受取手形△940、有価証券△1,079、商品及び製品△403 (固定) 退職給付に係る資産+1,224、投資有価証券△1,617
- 負債の部 (流動) 支払手形及び買掛金△3,880、(固定) 繰延税金負債+332
- 純資産の部 利益剰余金+169、その他の包括利益累計額+1,358

3. 2026ビジョン及び

第10次中期経営計画 取組状況

2026ビジョン・第10次中期経営計画の位置付け

- 創業90周年を見据えた「2026ビジョン」に基づき、「利益ある成長経営」と「新規領域への挑戦」への取り組みを継続させ、「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



2026ビジョン

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

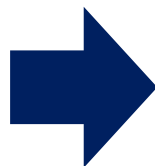
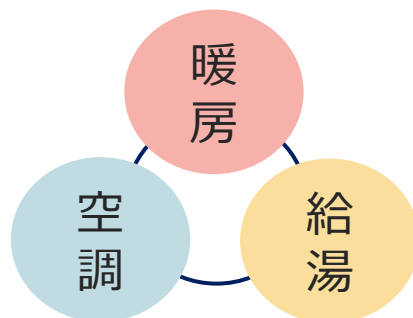
灯油 HP 再エネ 電気

41% 52% 0.1% 7%

HPが増加し売上を支える
一方で灯油頼みの利益構造

単体売上高に占める割合(2024年度実績)

家の中・インフラ中心



ヒートポンプ・電化機器
の拡大

エネルギーの多様化



暮らす楽しみの創出

家の外での快適

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

提供価値

第10次中期経営計画（2025～2027年度） 「変わる、そして挑む」

つぎの快適をつくろう。

CORONA

CORON/Action.

ひとの快適から、
地球の快適まで。

楽を超え、
楽しみまで生み出す快適へ。

暮らしの快適とともに、
作り手の快適も。

基本戦略

基本戦略1
脱炭素社会に向けた
事業ポートフォリオの再構築

基本戦略2
「楽」から「楽しい」への
事業領域拡大

基本戦略3
経営基盤の再構築

事業戦略
機能戦略

事業戦略1.1

エコキュートを柱とした成長分野
への投資と事業収益の拡大

事業戦略2.1

アウトドアの領域拡大

機能戦略3.1

業務プロセス改革とDX推進

事業戦略1.2

ヒートポンプ・電化商材による
住設事業の拡張

事業戦略2.2

QOL向上商品の拡大
QOL=Quality of Life(生活の質)

機能戦略3.2

開発のリソース最適化と
スピードアップ

事業戦略1.3

新たな要素技術・
新エネルギーのR&D

機能戦略3.3

人財活力の向上

重点施策

ブランディング推進

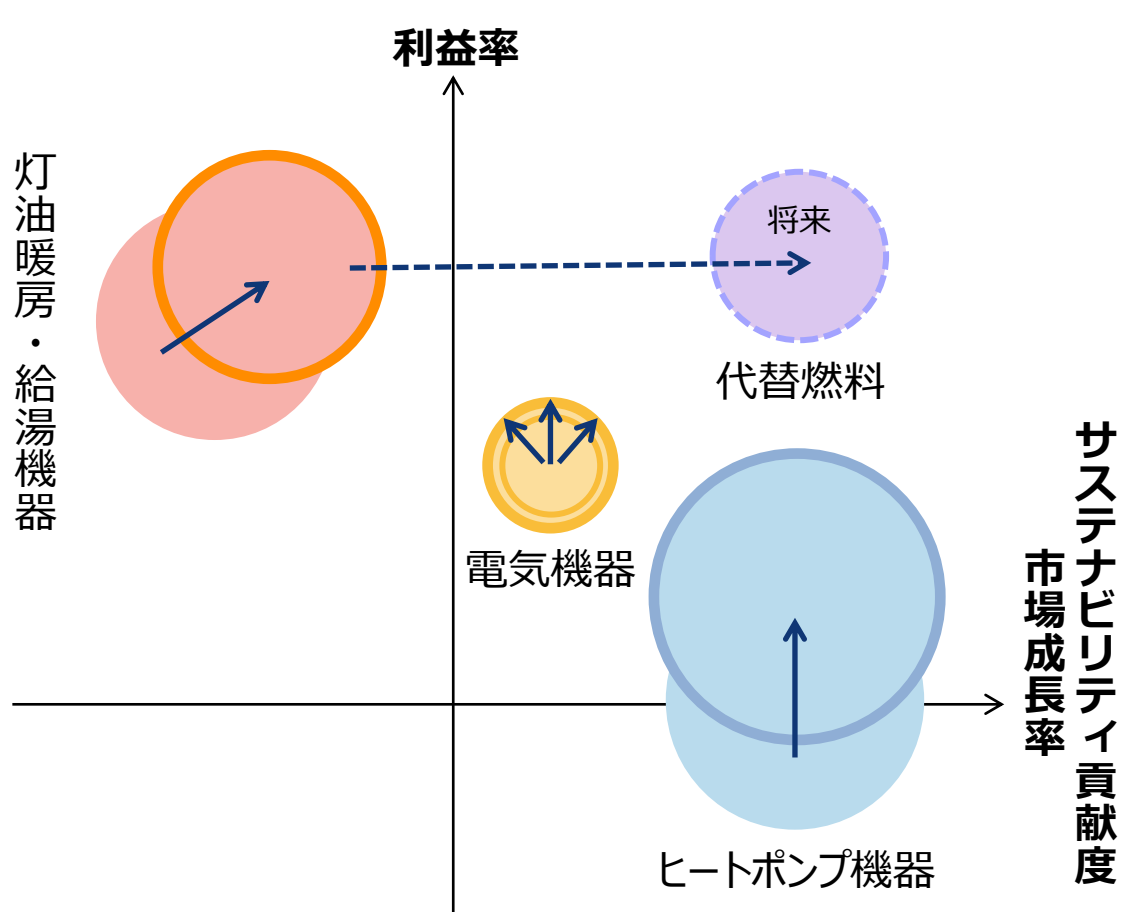
海外市場の探索

顧客接点・D2C強化

業務パフォーマンス向上
⇒入りをはかり、出づるを制する

【基本戦略1】脱炭素社会に向けた事業ポートフォリオの再構築

- サステナビリティな社会の実現に貢献するため、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**を拡大
- 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**



円の大きさは売上高を示す。2024年度着地見込みと2030年度予測の比較(代替燃料は2050年以降を想定)

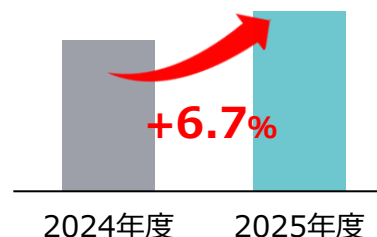
エネルギー	主な施策
ヒートポンプ	<ul style="list-style-type: none"> ・エコキュートの規模拡大に向けた設備・開発への投資 ・CFT活動※によるバリューチェーン全体でのコスト削減 ・ZEH、GX志向型住宅へ向けた販売活動強化
電気	<ul style="list-style-type: none"> ・社会課題や生活者課題に資する商品・住宅設備システムのバリエーション拡充
灯油	<ul style="list-style-type: none"> ・少油量での燃焼、潜熱回収、遠赤外線技術などの強みを活かした省エネ性の追求 ・レジリエンスへの貢献
代替燃料	<ul style="list-style-type: none"> ・将来に向けた次世代燃料の燃焼技術研究 ・水素の利活用研究

※Cross Functional Team：全社的な経営課題を解決するために複数の部門から選出されたメンバーによるチーム

1.1 エコキュートを柱とした成長分野への投資と事業収益の拡大

- エコキュート販売台数 前年比 **6.7%伸長**
- 社内加工費、購入品、物流費コストダウン実施

エコキュート販売台数

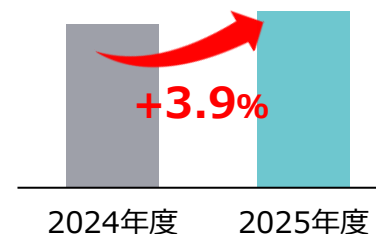


エコキュート

1.2 ヒートポンプ・電化商材による住設事業の拡張

- ヒートポンプ・電化商材売上高 前年比 **3.9%伸長**
- 家庭用給湯・暖房システム用のヒートポンプユニットの供給など他社との協業を推進
- 壁掛け衣類乾燥除湿機「いつでもカラット」26年5月発売予定

ヒートポンプ・電化商材
売上高



家庭用給湯・暖房システム用
ヒートポンプユニット

1.3 新たな要素技術・新エネルギーのR&D

- 水素燃焼の基本バーナー及び安全装置の構築
- 次世代燃料の燃焼評価の実施

【基本戦略2】 「楽」から「楽しい」への事業領域拡大

熱中症やヒートショックなどの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向上**に寄与する

+

「暮らす楽しみ(心はずむ毎日)」を生み出すべく、**家の外(アウトドア)での快適や「楽しさ」**を生み出す商品・サービスを提供し、**領域拡大**を目指す



東海道新幹線モデル
衣類乾燥除湿機

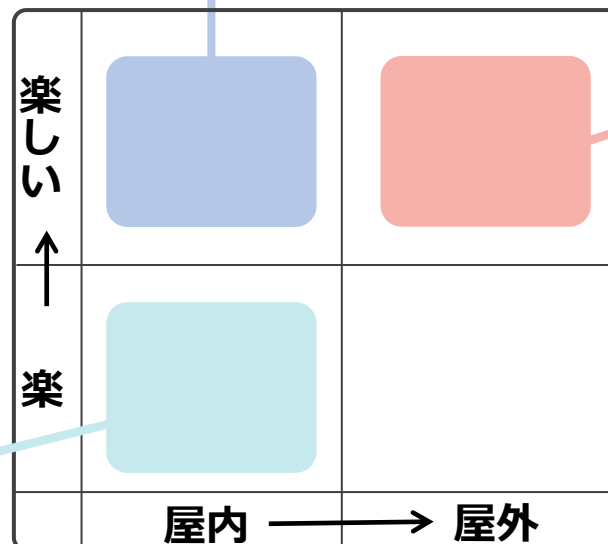


「リカちゃん」コラボ
衣類乾燥除湿機



好評な大能力加湿器の機能や
デザインを踏襲した小部屋用の
中能力加湿器

提供価値の領域



「OUTFIELD」は“暮らしを「楽」から「楽しい」へ”をコンセプトに掲げ、2023年に立ち上げたアウトドア向けブランドです



2.1 アウトドアの領域拡大

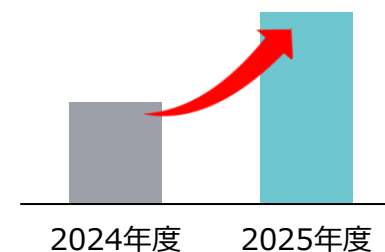
- NIGHT BLACK EDITION (ナイトブラックエディション) 新発売
- ラインアップ数 14アイテム (前年+5アイテム)
- OUTFIELD認知度 22.5%※ (前年+10.6ポイント)

※20-69歳の男女3,000人を対象にしたインターネットによるアンケート調査 (2025年12月実施)



OUTFILED 認知度

+10.6pt



2.2 QOL向上商品の拡大

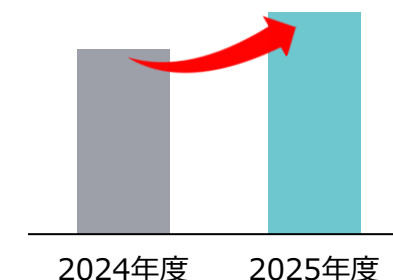
- QOL向上商品 売上高構成比 前年 +1.0ポイント

・ QOL向上商品

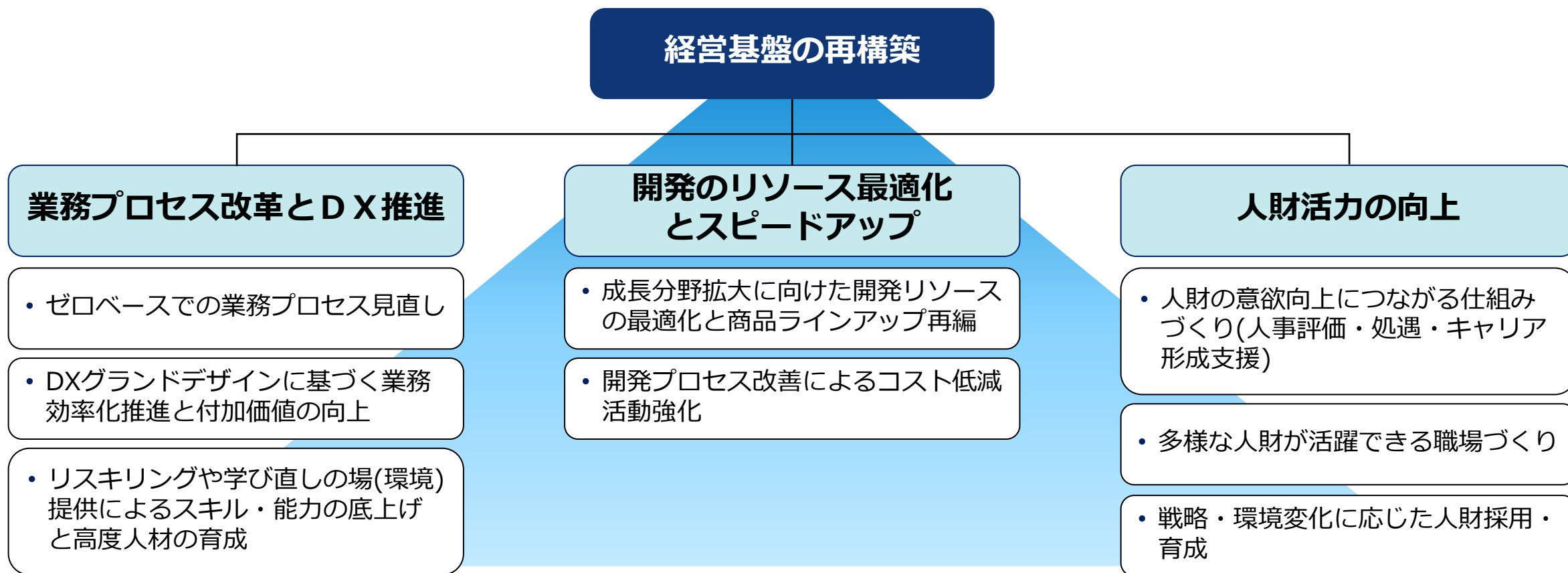
…家庭内に潜む不安や家事負担の軽減に寄与することでストレスを低減し、暮らしの質向上に寄与する商品、「暮らす楽しみ(心はずむ毎日)」を生み出す商品

QOL向上商品 売上高構成比

+1.0pt



- 社会環境が激変する中、当社が市場で競争力を高めるためには、現状の制度・仕組みや開発プロセス、業務の進め方など**ゼロベース**で見直すことが不可欠
- 当社従業員が高い意欲を持って主体的に働き続けられることも重要、「**働きがい(働きやすさ+やりがい)**」の向上を図り、経営基盤を再構築する



3.1 業務プロセス改革とDX推進

- 基幹システム刷新に向けた「業務プロセス改革」及び「業務システム可視化」プロジェクト始動
- 自社独自の生成AI環境を構築する生成AIツールをコロナグループに導入



RPA勉強会の様子



生成AI勉強会の様子

3.2 開発のリソース最適化とスピードアップ

- 商品ラインアップ見直しや商品開発のスピードアップに向けた取り組みの実行
- 壁掛け形衣類乾燥除湿機 CFT※で商品コスト削減を推進
製造原価：目標達成(目標比108%)

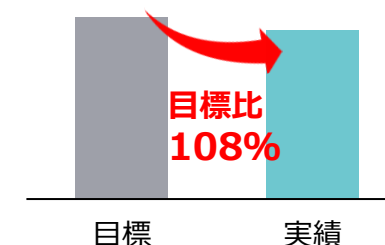
※CFT…クロスファンクショナルチームの略

いつでもカラット



壁掛け形衣類乾燥除湿機
26年5月発売

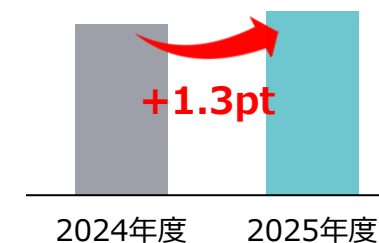
壁掛け形衣類乾燥除湿機
製造原価



3.3 人財活力の向上

- 現 人事評価制度の課題把握と今後の方向性を検討
- エンゲージメントスコア 前年 +1.3ポイント改善
- 柔軟な働き方に向け時間単位年休制度の導入

エンゲージメントスコア

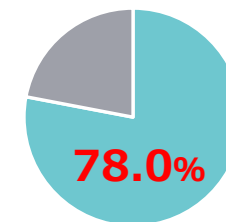


ブランディング推進

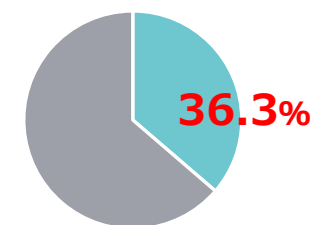
■ ブランド認知度78.0%、特徴理解度：36.3%（※）

※20-69歳の男女1,350人を対象にしたインターネットによるアンケート調査（2026年2月実施）
特徴理解度・・・「商品・サービスや特徴を知っている」

“コロナ”ブランド認知度



特徴理解度



■ 創業90周年特設サイト公開

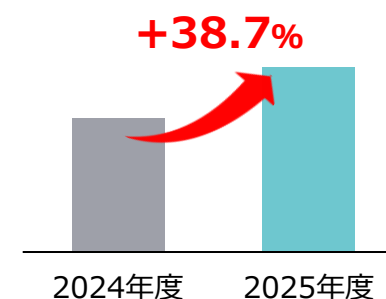
海外市場の探索

- 海外展開に向けた市場調査の実施
- 韓国への新規輸出開始

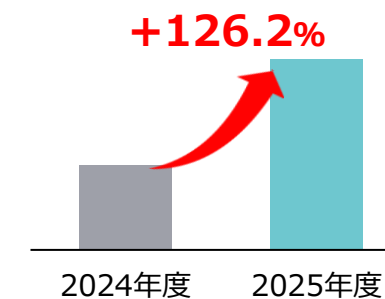
顧客接点・D2C強化

- 公式オンラインストア「コロナストア」
売上成長率 前年比 38.7%伸長
- SNS総フォロワー数 前年比 126.2%伸長

コロナストア 売上成長率



SNS総フォロワー数



- 2027年3月期以降も新商品の投入や積極的な販売活動・原価低減活動の取り組みを進めるものの、石油燃焼機器の需要減少や原材料をはじめとした仕入価格の高騰等が見込まれ、こうした厳しい経営環境が継続することを前提に最終年度である2028年3月期の経営目標を修正

	2026年3月期 実績	2028年3月期 当初計画	2028年3月期 修正計画	当初計画比 増減率
連結売上高	85,338百万円	87,800百万円	87,400百万円	△0.5%
連結経常利益	1,316百万円	2,000百万円	1,500百万円	△25.0%
連結経常利益率	1.5%	2.3%	1.7%	—

※上記は本資料の発表日現在において入手可能な情報及び仮定に基づき作成しており、実際の業績は様々な要因により計画と異なる場合があります。

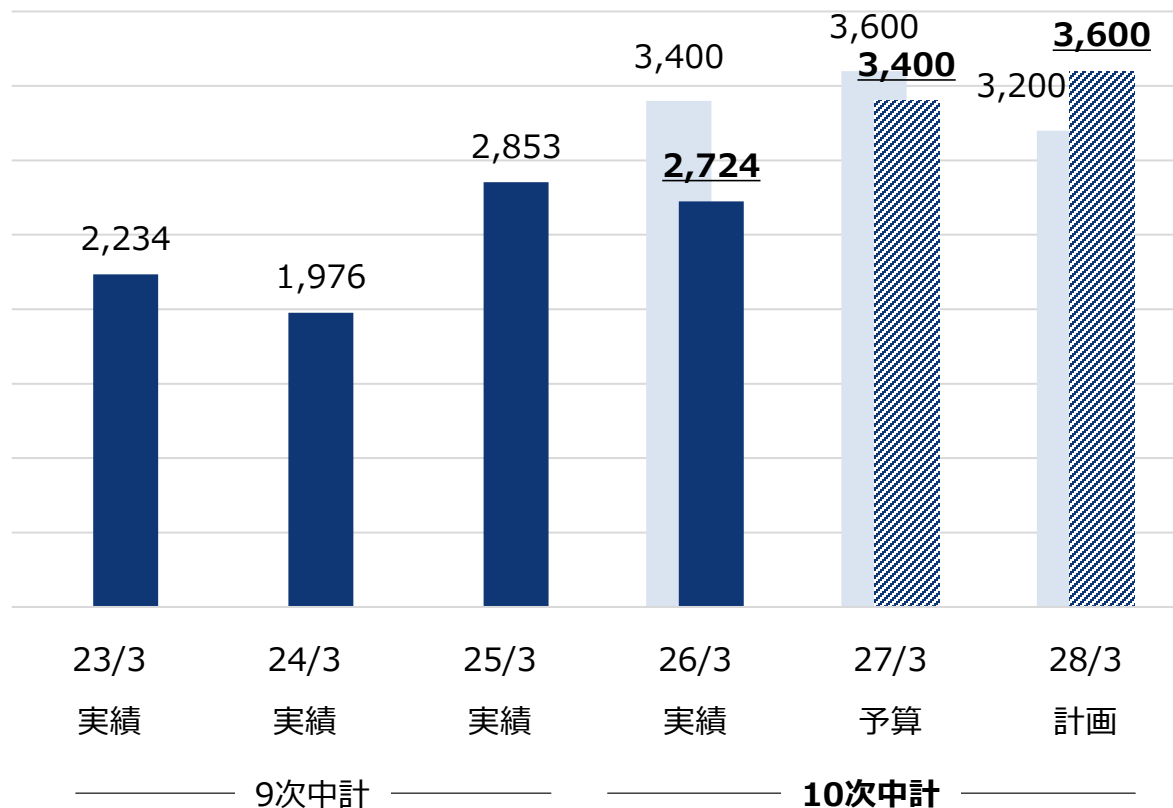
10次中計 投資計画 (3カ年累計)

97億円 ≪前中計比 38.0%増加≫

■ 年次投資計画

(百万円)

■ 当初投資計画 ■ 投資実績 ■ 投資計画



■ 10次中計投資計画内訳

成長戦略への投資	65億円
基本戦略1 脱炭素社会に向けた 事業ポートフォリオの再構築	29億円
基本戦略2 「楽」から「楽しい」への 事業領域拡大	7億円
基本戦略3 経営基盤の再構築	8億円
既存事業新製品開発投資	13億円
生産合理化・自動化投資	8億円
維持更新投資・その他	32億円
生産・開発・システム設備更新	23億円
建屋・設備修繕	9億円

■ 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

当社の株主資本コストはCAPM（資本資産評価モデル）により4%～5%と認識

<p>現状認識</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在、ROE(自己資本利益率)は1%～2%程度となっており、資本コストを大きく下回っている ・ 背景として、事業の柱である石油燃焼機器の減少やHP機器の競争環境の激化などによる収益成長の鈍化に加え、原材料価格高騰や物流費上昇などの影響もあり売上高利益率に課題がある ・ また、十分な自己資本を有しているが、成長投資の実行、株主還元の充実に検討課題がある
<p>改善に向けた取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 収益性、利益率向上の取り組みとして、第10次中期経営計画の5つの事業戦略、3つの機能戦略を中核に、積極的な投資を行い、新規事業及び新製品の開発やコスト構造の見直し、製品・サービスの付加価値向上を進める ・ 国外での市場拡大を目指し、新規市場の探索や既存事業の強化を進める ・ 短期的には、コスト削減や効率化に注力し、本中計において収益力の向上を図り、ROEを改善することを目標とする

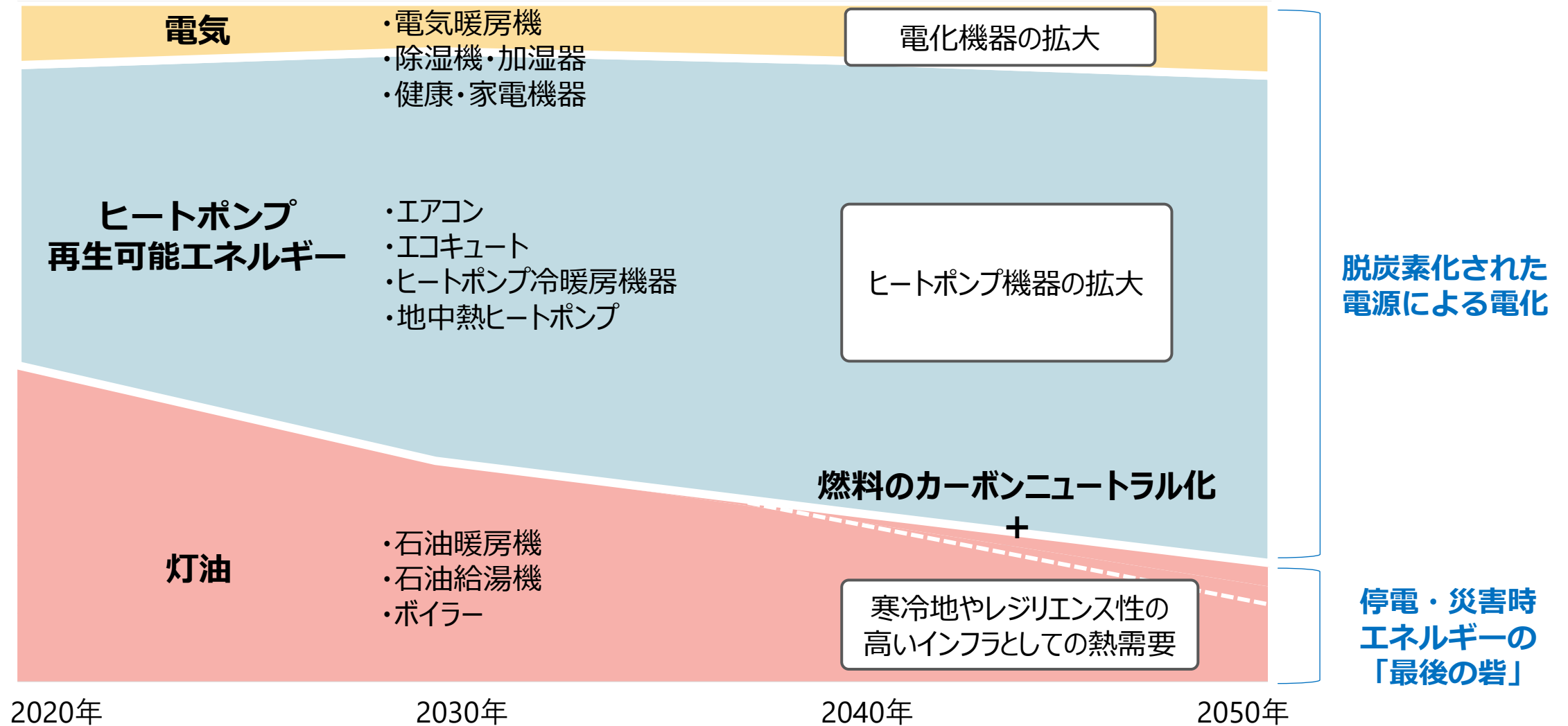
■ 株主還元

<p>株主還元の考え方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中長期的な利益成長の観点から、成長投資を最優先し、株主価値向上を図るとともに、株主様に対する還元を強化するため、安定的かつ継続的な利益配分を行うことを目指し、下限配当の設定(※)に加え、業績及び財務状況などを総合的に勘案した上で、配当（特別配当等）を実施するなど、株主様に対して安定した利益還元を実現していく方針 ・ 自己株式の取得については、機動的な資本政策を遂行できるよう、適宜、適切な対応を検討していく
------------------------	---

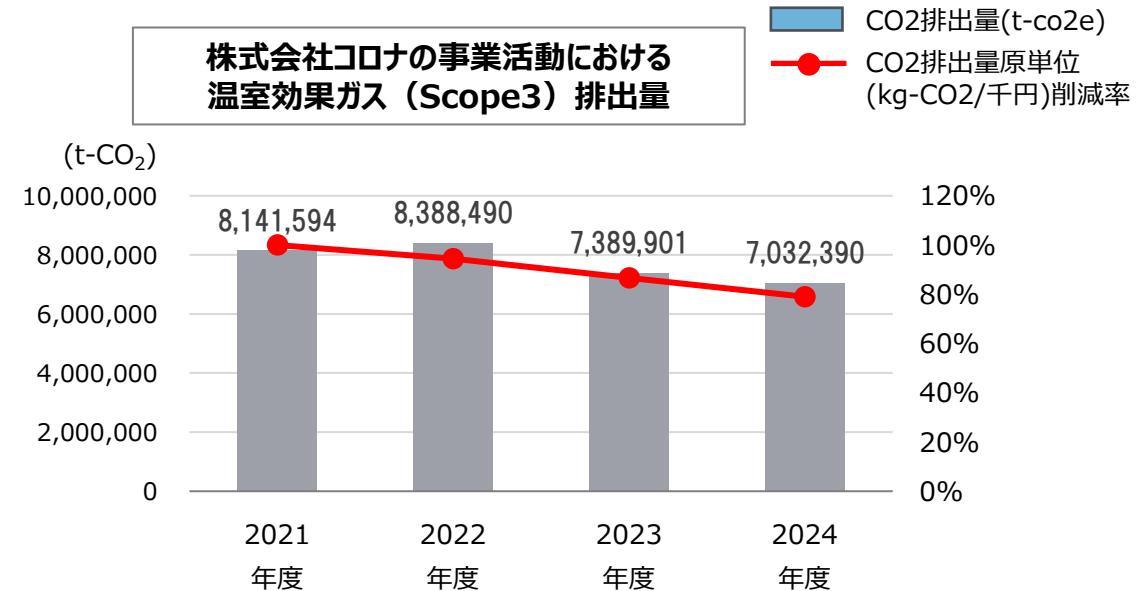
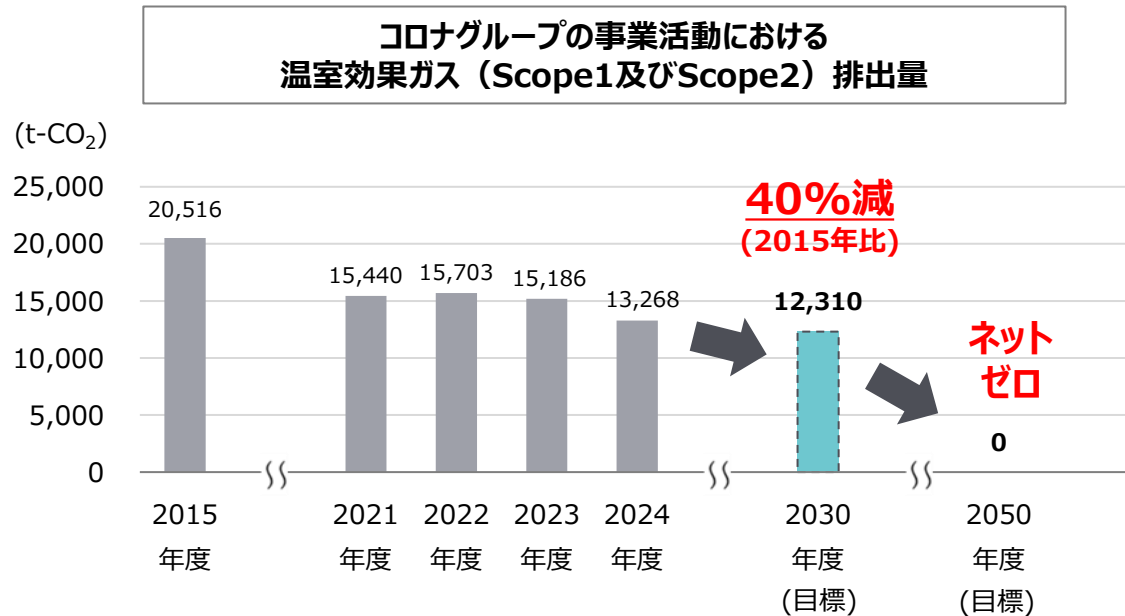
※ 下限配当の設定…現状の配当(28円/年)を保証し、安定かつ継続的な配当政策

2050年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

※当社試算（売上高）



- 脱炭素社会の実現に向けて、環境に配慮した製品・サービスを提供するとともに、当社グループの事業活動において、温室効果ガス排出量・廃棄物の削減など地球環境保全に取り組む



※Scope1・2温室効果ガス排出量の算定方法を見直したことに伴い、2015年度以降の温室効果ガス排出量については、算定方法見直し後の数値を記載しております。

■ CO2排出量・エネルギー使用量の削減

2050年度温室効果ガス排出量ネットゼロを目指した「CO₂排出量削減ロードマップ」に基づき、新潟県内8工場において、LED電球への切替えや効率の高い生産設備への更新など積極的な省エネ活動を推進する。

また、本社社屋で使用する電力の年間相当分をCO₂フリー電力に切替え、CO₂排出量削減を着実に進める。

■ 環境配慮型省エネ製品・サービスの提供

「CO₂排出量（Scope3）ロードマップ」に基づき、サプライチェーンにおけるCO₂排出量削減に取り組むとともに、エアコンなどのヒートポンプ式冷暖房機器やエコキュートなど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事業拡大を推進する。

4. 2027年3月期 計画

※本資料に記載の業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的と判断する一定の前提に基づいております。また、昨今の中東情勢を背景とした石油由来原材料等の価格上昇については、一定の前提に基づき本業績予想に織り込んでおります。

当社グループは、原材料や部品等の安定的な調達に努めてまいりますが、地政学リスクの影響が長期化した場合には、部材調達や顧客動向の変化による影響が生じる可能性があります。現時点で影響額を合理的に算定することが困難であるため、本業績予想には織り込んでおりません。これらが当社の業績に重要な影響を及ぼすと判断した場合には、速やかに開示いたします。

- 売上高は暖房機器、ルームエアコンの販売減少を見込むものの、エコキュートを中心とした住宅設備機器の伸長で増収見込み
- 各利益は暖房機器の販売減少や原材料などの仕入価格、販管費の上昇等を踏まえ減少を見込む

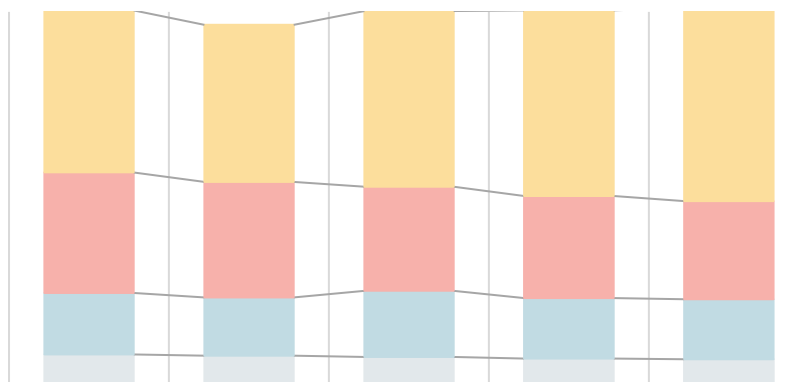
(単位：百万円)	2026年3月期 実績	2027年3月期 見込み	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	85,338	86,000	661	0.8
営業利益	852	600	△252	△29.6
経常利益	1,316	1,000	△316	△24.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	991	600	△391	△39.5

■ 住宅設備機器の構成比は51%まで上昇見込み

■ 暖房機器の構成比は26%に減少見込み、空調・家電機器の構成比は前年同水準

金額

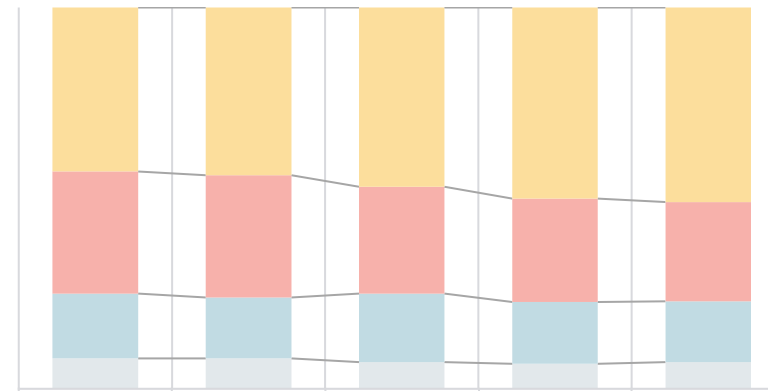
(単位：百万円)



	'23/3	'24/3	'25/3	'26/3	'27/3予
住設	36,993	35,870	40,095	42,367	44,300
暖房	27,532	26,398	23,802	23,300	22,400
空調	14,012	13,231	15,067	13,816	13,700
その他	6,797	6,545	6,248	5,853	5,600

構成比

(単位：%)



	'23/3	'24/3	'25/3	'26/3	'27/3予
住設	43	44	47	50	51
暖房	32	32	28	27	26
空調	17	16	18	16	16
その他	8	8	7	7	7

- エコキュートはGX志向型住宅の普及拡大や買い替え需要、補助金制度が後押し
省エネ性向上や製品セキュリティの強化など新補助金要件に対応、高機能タイプの構成比増加等に伴う売価アップ、生産合理化や購入部品の見直しなどコスト低減を進め収益拡大を図る
- 今後一層の普及が見込まれるヒートポンプ関連商品は技術力を活用した新商品開発、他社との協業も推進
- 安定した需要のある石油給湯機は高効率機種 of 比率向上、環境負荷低減に向けた研究開発を進める

トピックス：2026年度モデル エコキュート

補助金対象エコキュートを
26年4月、8月に発売

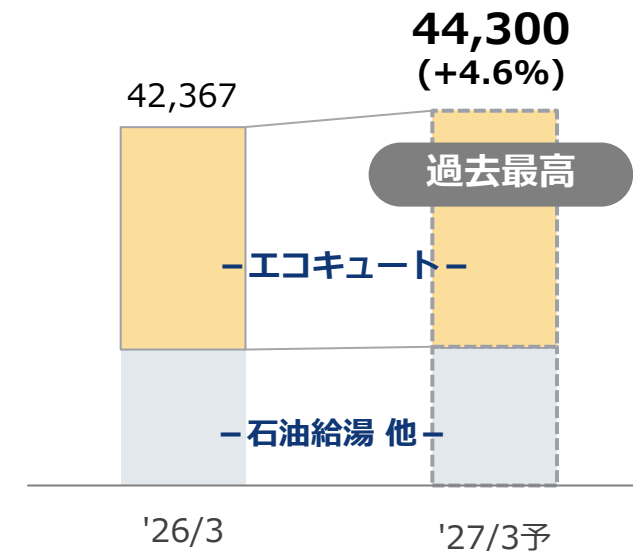


様々な電気メニューに対応したAZ2シリーズ、
JIS3.7を達成した「アドバンス」など
2026年モデルのエコキュートを発売

2026年モデルエコキュートにおいて、
IoT製品のセキュリティレベルを評価・
可視化する日本独自の認証制度
「JC-STAR」適合ラベル★1を取得



【通期 売上予測】 (単位：百万円)



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（給湯省エネ2026事業）

- 家庭におけるエネルギー消費の約3割を占める「給湯」分野の省エネ化に向け高効率給湯器の導入を支援
- インターネットへの接続や省エネ性などの要件を満たした当社「エコキュート」も該当



予算 570億円

2023年度家庭部門におけるエネルギー消費割合



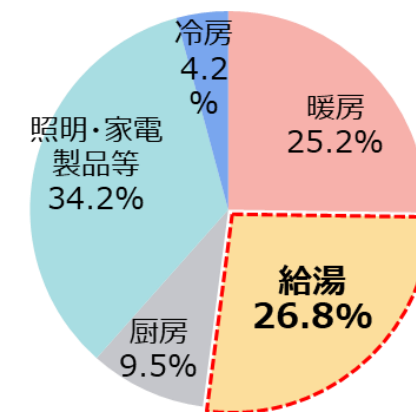
ヒートポンプ給湯機（エコキュート）

ヒートポンプ給湯機（エコキュート）		
補助額	基本要件（A要件）	7万円/台
	上位要件（A+B）	10万円/台

※省エネ法に基づくトップランナー制度における省エネ基準を満たすもの等に限る

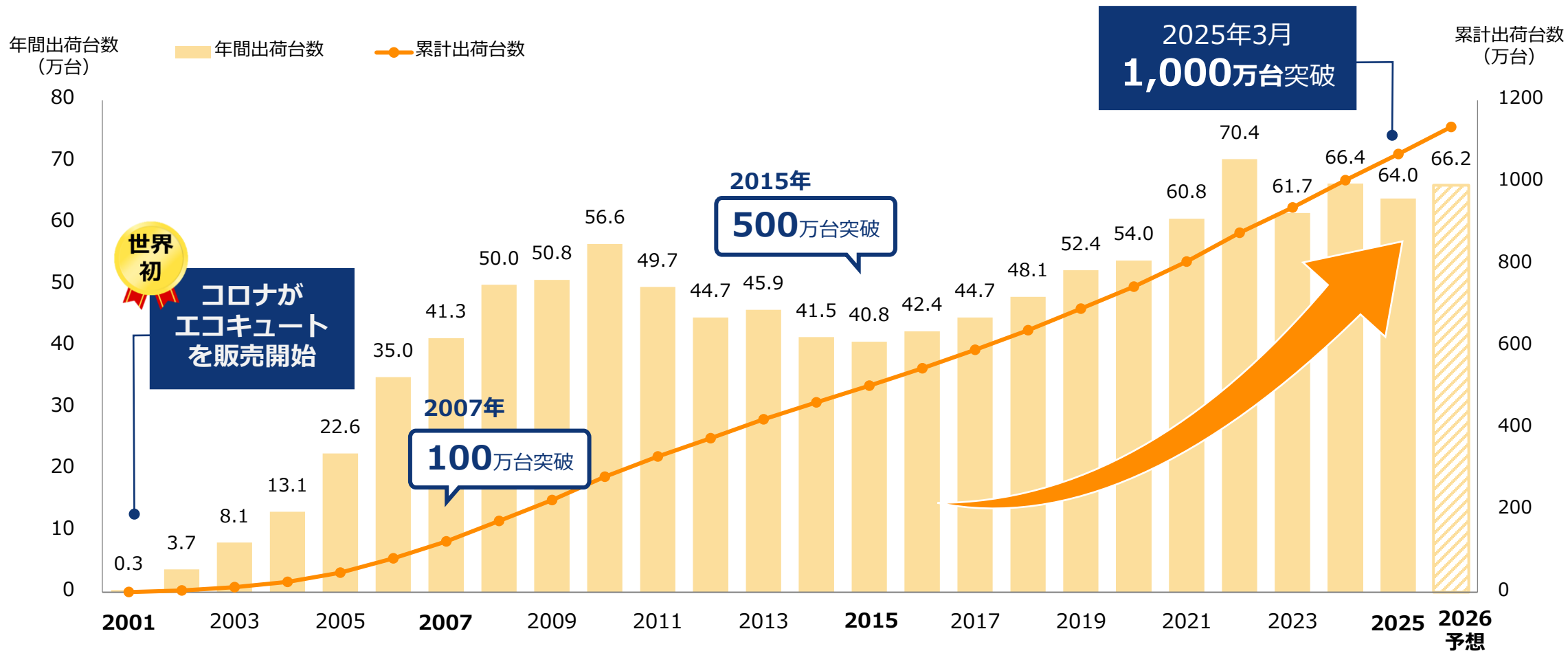
要件A：インターネット接続可能 かつ昼間沸き上げシフト可能な機種、または、「おひさまエコキュート」

要件B：補助要件下限機種と比べて、CO₂排出 △5%以上



参考：環境省「家庭部門の用途別エネルギー消費量の推移」

■ 当社が世界で初めて販売した2001年以降、高効率給湯器「エコキュート」の市場は大きく拡大
業界累計出荷台数は2025年3月に1,000万台を突破、政府は2030年に1,590万台の普及目標



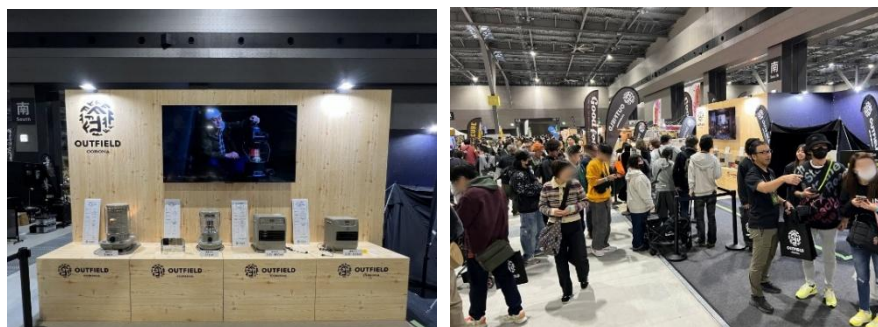
出典：一般社団法人日本冷凍空調工業会統計資料より当社調べ

- トップシェアの石油暖房機は高い暖房能力で寒冷地を中心に根強い需要は継続、停電時や自然災害時などのレジリエンス性も備えており、防災需要の取り込みや環境負荷低減に向けた研究開発に取り組む
中長期的には需要減少が見込まれる中、電気など他の熱源を用いた商品を拡充、脱炭素社会へも貢献
- 新たな需要開拓に向け「OUTFIELD」ブランドなど暮らしの楽しみや可能性を拡大する商品開発を推進
ラインアップの充実に加え、アウトドアイベントへの出展・WEBの活用など認知度向上策も実施

(単位：百万円)

トピックス：電源がなくても使用可能な石油暖房機

「OUTFIELD」ブランド アウトドアイベントに出展

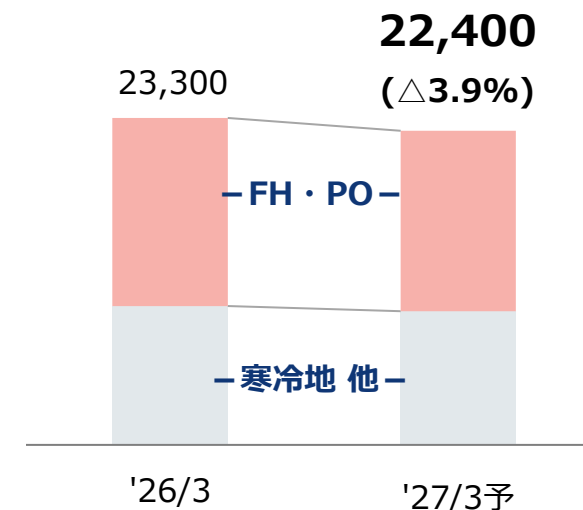


春・夏シーズンも東京や名古屋など大都市圏で開催されるイベントに参加

防災製品認証を取得している石油暖房機



【通期 売上予測】



- ルームエアコンは安定的な需要が見込まれる一方、省エネ基準の引き上げ（2027年度～）に伴う一時的な需要変動やメーカー間の開発・販売競争の激化が予想
省エネ基準適合に向けた対応に加え、IoT・清潔性等を追求した商品開発を推進、ウインドタイプほか特色あるラインアップの拡充など、独自のポジション確立に取り組む
- 除湿機は部屋干し需要など季節を問わずに使用されるケースが増加、加湿器も乾燥対策や感染予防など幅広いシーンで活躍、利便性や清潔機能を備えた商品開発や企業コラボなど認知度向上に向けた取り組みを進める

(単位：百万円)

トピックス：エアコン 付加価値モデル強化・新商品発売

省エネ基準に対応したZシリーズ



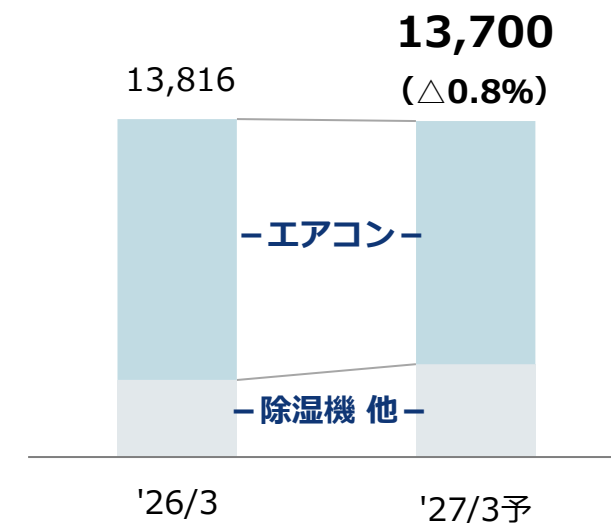
ルームエアコン上位モデルZシリーズは、6畳用～14畳用の機種で2027年度新省エネ基準を達成

アウトドア用 ポータブルエアコン



ポータブル電源に接続でき、アウトドアシーンでも使えるポータブルエアコンを6月発売

【通期 売上予測】



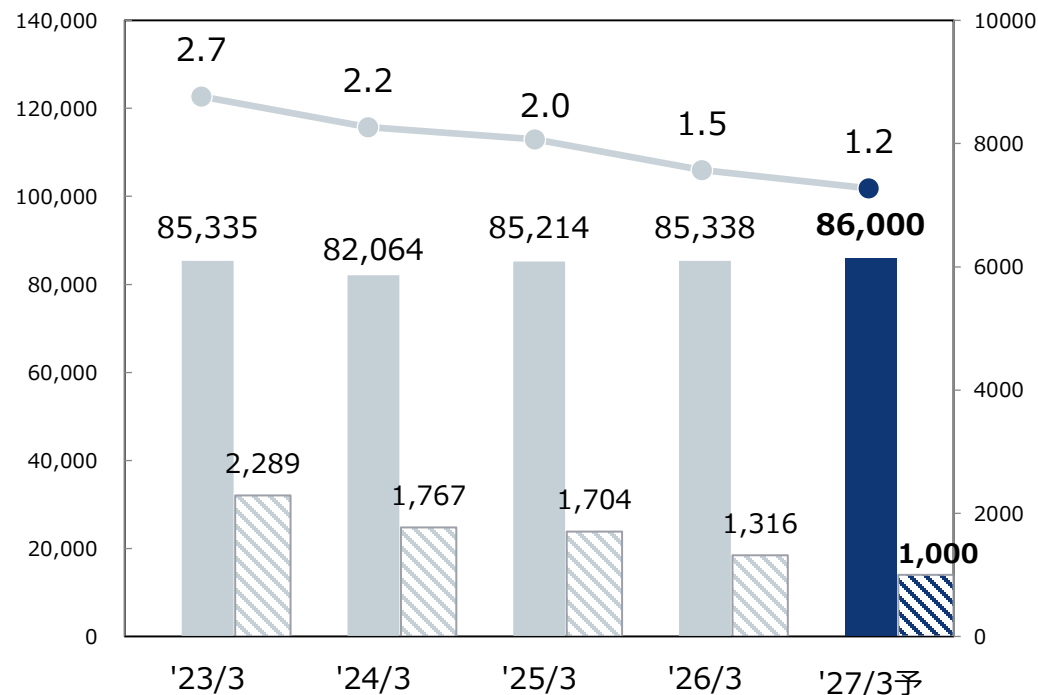
■ 資本政策の基本方針

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

■ 中長期的な利益成長の観点から、成長投資を最優先し株主価値向上を図るとともに、株主還元を強化

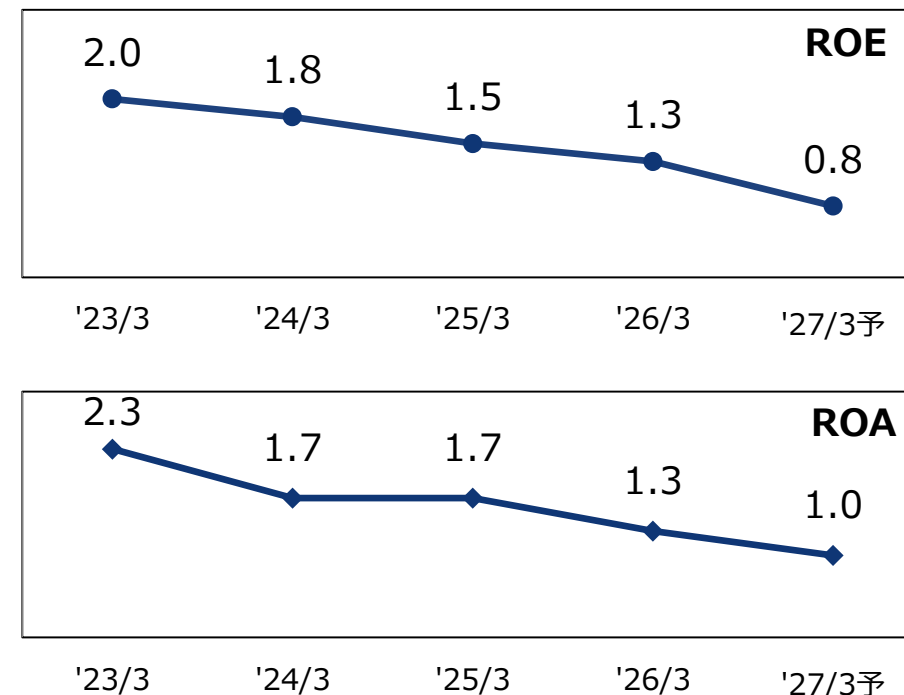
売上高・経常利益・経常利益率

(単位：百万円・%)



ROE・ROA

(単位：%)



2027年3月期 年28円の配当を予定

- 安定的かつ継続的な利益配分を行うことを目指し下限配当（28円）を設定
- 業績及び財務状況などを総合的に勘案した上で、配当（特別配当等）を実施するなど安定した利益還元を実現していく方針

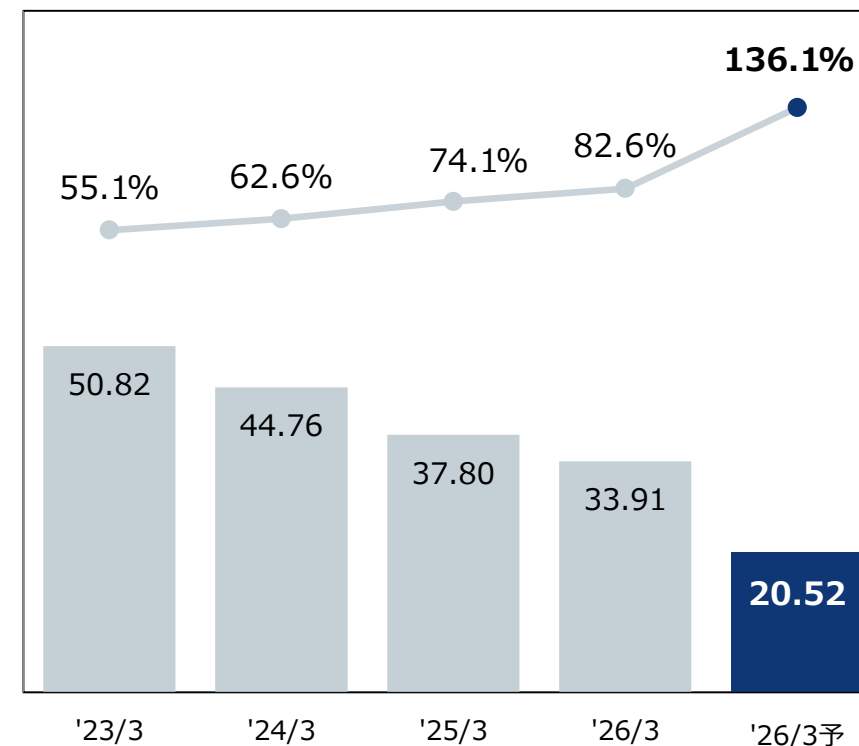
1株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'23/3	'24/3	'25/3	'26/3	'27/3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	50.82	44.76	37.80	33.91	20.52
配当性向	55.1%	62.6%	74.1%	82.6%	136.1%

1株利益・配当性向

(単位：円)



つぎの快適をつくろう。

CORONA

【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

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

本資料に含まれる計画・見通し・戦略など将来に関する記述は、当社が現時点で入手可能な情報に基づき作成しております。そのため、今後、経営環境の変化など様々な要因により当該記述と異なる場合があり得ることをご承知おきください。また、本資料は情報提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。

- **主な沿革**
- **経営理念**
- **ブランド**
- **サステナビリティ方針**
- **企業ミッション**
- **コロナのマテリアリティ**
- **設備投資・減価償却費・研究開発費の推移（連結）**

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



2025.7
機械遺産認定

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



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



1992(H4)
商号を「株コロナ」に変更

1996(H8)
新潟証券取引所上場

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 -

2006(H18)
東証一部上場

2008(H20)
電気暖房
市場再参入



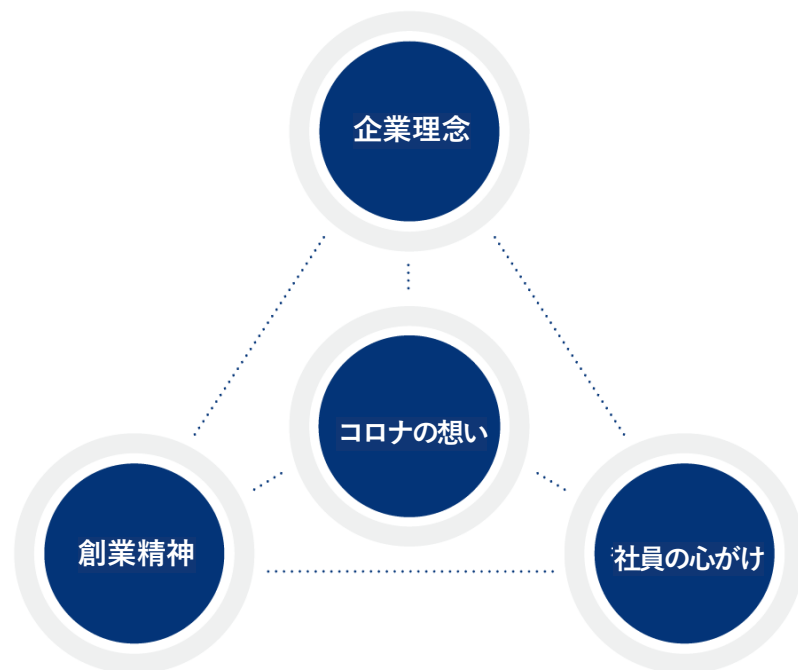
2021(R3) Relala
エアコンブランド
リララ

2022(R4)
東証市場区分見直しによりスタンダード市場へ移行

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
「OUTFIELD」

2020 -





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
生活になくてはならないコロナでありたい～

創業精神

【誠実と努力】

- 経営とは信用を得ることである。実践すべき道を忠実に実行する誠実な経営に徹する。
- 誠を尽くして努力すれば不可能はない。必ず道は拓ける。

コロナの想い

【感謝と感動】

- お客様や社会への感謝と人に尽くすことを忘れずに、夢と希望を持ち、明るく仲良く、喜んで働ける「明朗」「愛和」「喜働」のやる気集団を目指したい。
- お客様から感動していただけるような、夢のある商品を生み出すことに情熱を燃やし続けたい。

社員の心がけ

【創造と協創（げんこつの理）】

- 一人ひとりが創造性を発揮し、全社一丸「げんこつの理」の精神のもと、組織総合力を高め、新たな付加価値を創出する。

【チャレンジ For You】

- お客様のために
- 情熱と粘り強さ
- 新たな技術と創造
- オンリーワンを目指す
- スピードとステディ
- やる気集団になる

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

コロナグループサステナビリティ方針

私たちコロナグループは、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めます。

1. 社会的課題への取り組みと企業価値向上の取り組み

社会のニーズや課題を見据えた商品・サービスを通じて新たな価値を創造することにより、本業を通じた社会的課題の解決と企業価値向上に取り組めます。

2. 事業活動を通じた環境問題への取り組み

環境に配慮した製品・サービスを提供するとともに、当社グループの事業活動において、CO2排出量の削減、廃棄物の削減など地球環境保全に取り組めます。

3. 人権の尊重

当社グループの事業活動に関わる人々の人権を尊重し行動するとともに、労働安全衛生などに十分配慮した安全・安心の職場環境整備に取り組めます。

4. 従業員の能力を最大限に発揮できる風土づくりと人財育成

当社グループで働く全ての人々の多様な個性や働き方を尊重し、個々の能力と熱意を最大限に発揮できる風土づくりと固有技術の伝承を含めた人財育成に取り組めます。

5. 公正な企業活動・社会からの信頼

法令や社会規範を遵守することはもとより、公正な競争、高品質な製品の供給、製品や企業情報の適切な開示など誠実かつ公正な企業活動を遂行することにより、社会から高い信頼を得る経営に取り組めます。

コロナはバリューチェーンを通じて価値を創造し、広く社会や環境に貢献する存在であることを目指します。

コロナの使命 (企業ミッション)

事業活動

価値創造

社会課題

- ・地球温暖化
(産業・運輸・業務・家庭)
- ・環境問題
(水・海洋汚染・森林等)
- ・災害時のレジリエンス性
- ・高齢者の増加
- ・労働人口減少
- ・家事負担、介護負担の増加

ステークホルダー の期待

- ・働きがい
- ・多様性/ジェンダー平等
- ・CO₂排出量削減
- ・廃棄物の再資源化
- ・地域貢献
- ・教育支援
- ・災害・被災地支援
- ・製品安全

コロナの事業領域

快適で心はずむ毎日

- 体感できる快適に加え、暮らしを彩る商品を提供し、つかう人の心の満足を生み出す
- ゆとりある暮らしを提案し、家族の日々を充実したものに

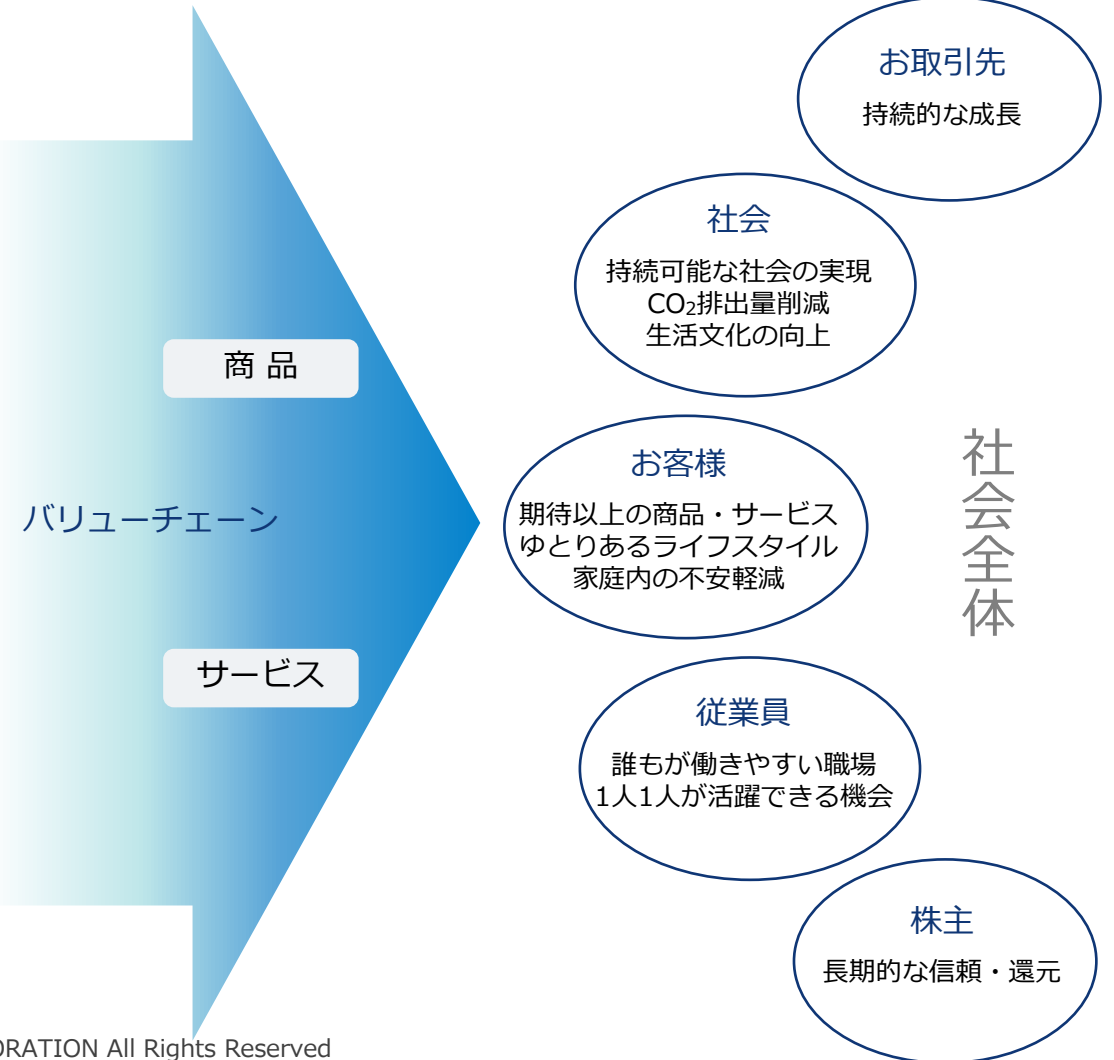
環境にやさしい暮らし

- エネルギーを効率よく利用し、日々の暮らしを環境にやさしいものにする

だれでもいつでも安心な社会

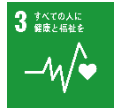
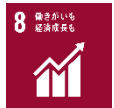




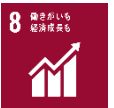

- 家庭内の不安※を軽減し、暮らしの安心を守る
- だれでも使いやすく高品質な商品・サービスで、つかう安心を提供する
- 従業員の活躍促進に取り組み、全ての人が活躍できる社会の一翼を担う
- 平時も非常時も、安心してレジリエンスな社会の実現に貢献する

※入浴事故や熱中症など家庭内に潜む不安要素



コロナのマテリアリティ

コロナグループでは、8テーマ、19個の重点取り組みから構成されるマテリアリティ(重要課題)に取り組む。

	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="float: right;">   </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。	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 <div style="float: right;">   </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 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 従業員の活躍 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 パートナーシップ サステナビリティ調達の促進 <div style="float: right;">     </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

設備投資・減価償却費・研究開発費の推移（連結）

