



2022年5月10日

各位

会社名 株式会社コロナ
 代表者名 代表取締役社長 大桃 満
 (コード:5909、東証スタンダード市場)
 問合せ先 総合企画部広報特任部長兼広報室長 山口 雅人
 (TEL. 0256-32-2111)

コロナグループ中期経営戦略の策定に関するお知らせ

当社グループは、中期経営戦略（2022～2026年度）を策定し、本日開催の取締役会で決議いたしましたので、その概要を下記のとおり、お知らせいたします。

記

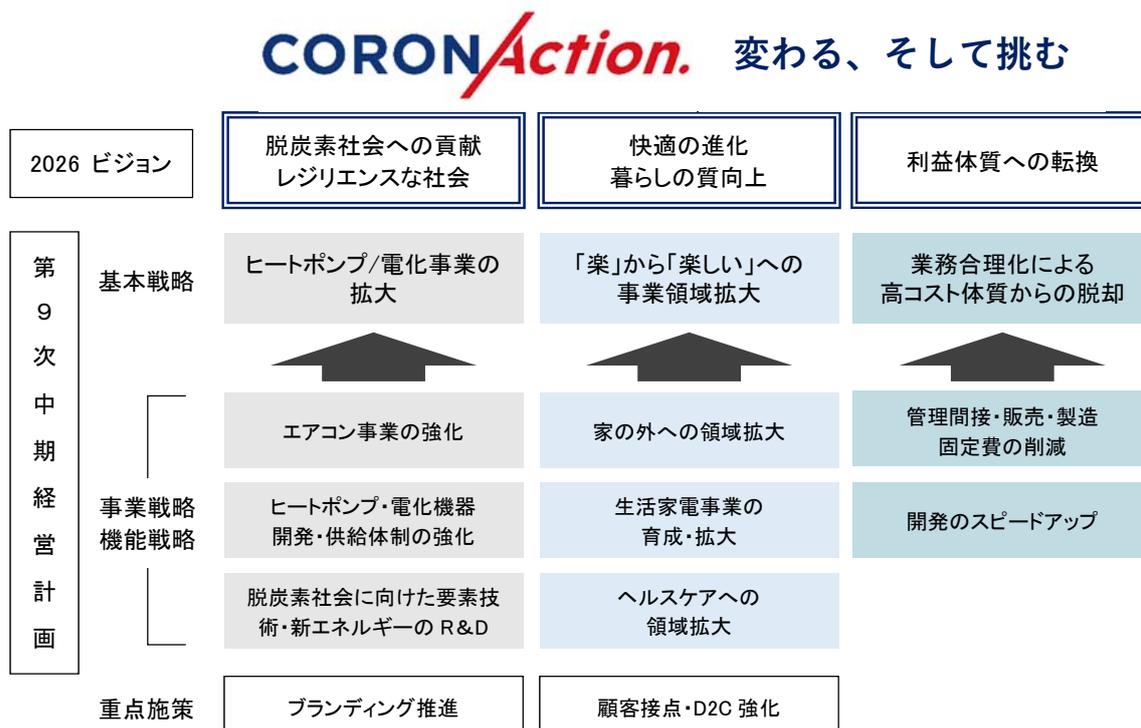
1. コロナグループ中期経営戦略（2022～2026年度）の基本的な考え方

当社グループの事業領域における競争環境の変化、社会や生活者の変化等を踏まえたうえで、2027年に控える創業90周年を見据えたコロナグループ中期経営戦略を策定いたしました。ブランドスローガン「つぎの快適をつくろう。CORONA」をより一層前に進める、当社が描くこれからの快適を実現するために、これまでの領域を超え、壁を取り払い、持続可能な社会の実現に向けた2026ビジョンを策定し、「CORONA」と「Action」を掛け合わせた「CORONAction. (コロナクション)」を旗印に、つぎの快適をつくるアクションを起こしてまいります。

2. 第9次中期経営計画（2022～2024年度計画）骨子

2022年度から2024年度までの3ヵ年計画である第9次中期経営計画を併せて策定し、「変わる、そして挑む」をスローガンに掲げ、利益ある成長経営と新規領域への挑戦に取り組んでまいります。第9次中期経営計画期間においては、2026ビジョンと紐づく3つの「基本戦略」、それを実現するための8つの「事業戦略」「機能戦略」を設定し、実行してまいります。第9次中期経営計画の骨子は以下のとおりであります。

【第9次中期経営計画の骨子】



【経営目標】

	2022年3月期実績	2025年3月期計画	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%	

※ 上記の予想は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

以 上

つぎの快適をつくろう。

CORONA

コロナグループ中期経営戦略

2022(令和4)~2026(令和8)年度

2022年 5月10日

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/>

1. 第8次中期経営計画の振り返り
2. 2026ビジョン
～創業90周年に向けて～
3. 第9次中期経営計画



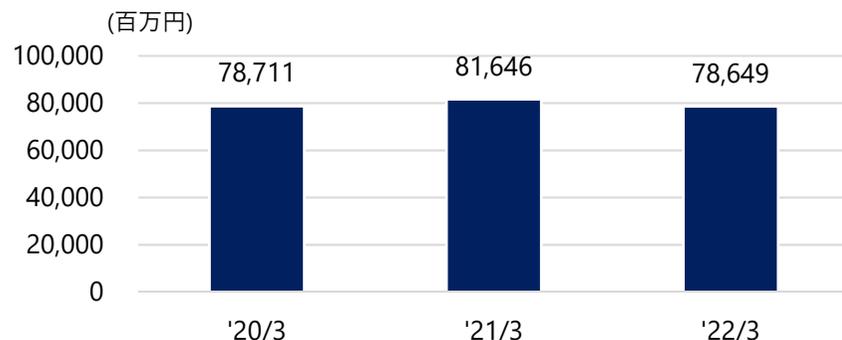
1. 第8次中期経営計画の振り返り

1 - 1 第8次中期経営計画の振り返り

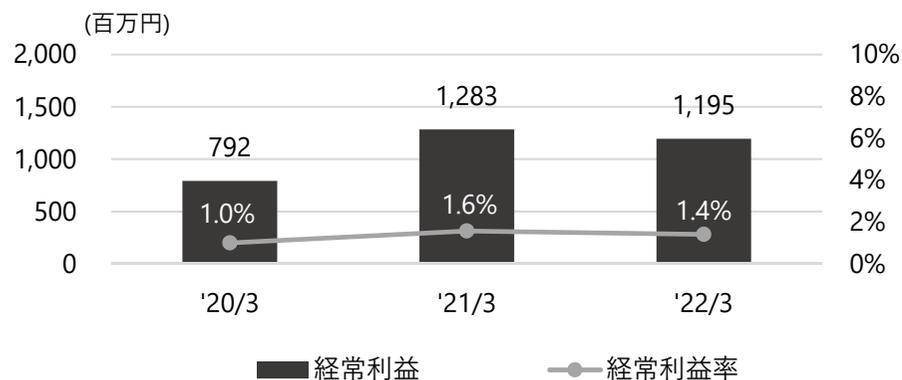
連結業績推移

※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）等を適用していません。

連結売上高



連結経常利益



基本戦略の振り返り

既存販売チャネルでの事業領域拡大

季節家電のラインアップ強化による新たな顧客層への提供価値拡大

空調メーカーとしてのポジション構築

- エアコンのリブランディングや付加価値モデル投入、積極的な設備投資を実施
- パートナー企業との協業により、新たなヒートポンプ機器の開発

持続的成長のための機能・基盤強化

- コロナブランドを再定義したブランディング活動
- SNSやメディアを活用した生活者との接点機会の強化
- 管理間接業務の生産性向上など基盤強化

基本戦略の活動を着実に進めたものの、新規分野への取り組み遅れ等の内部要因に加え、原材料価格の高騰や世界的な調達難等の環境変化により、業績は計画通りに進捗出来なかった。

1 - 2 環境変化

つぎの快適をつくろう。

CORONA



大きな外部環境変化へ対応していくために、当社の強みをベースとして中長期戦略の再構築と内部改革を両輪で進めることが必要。



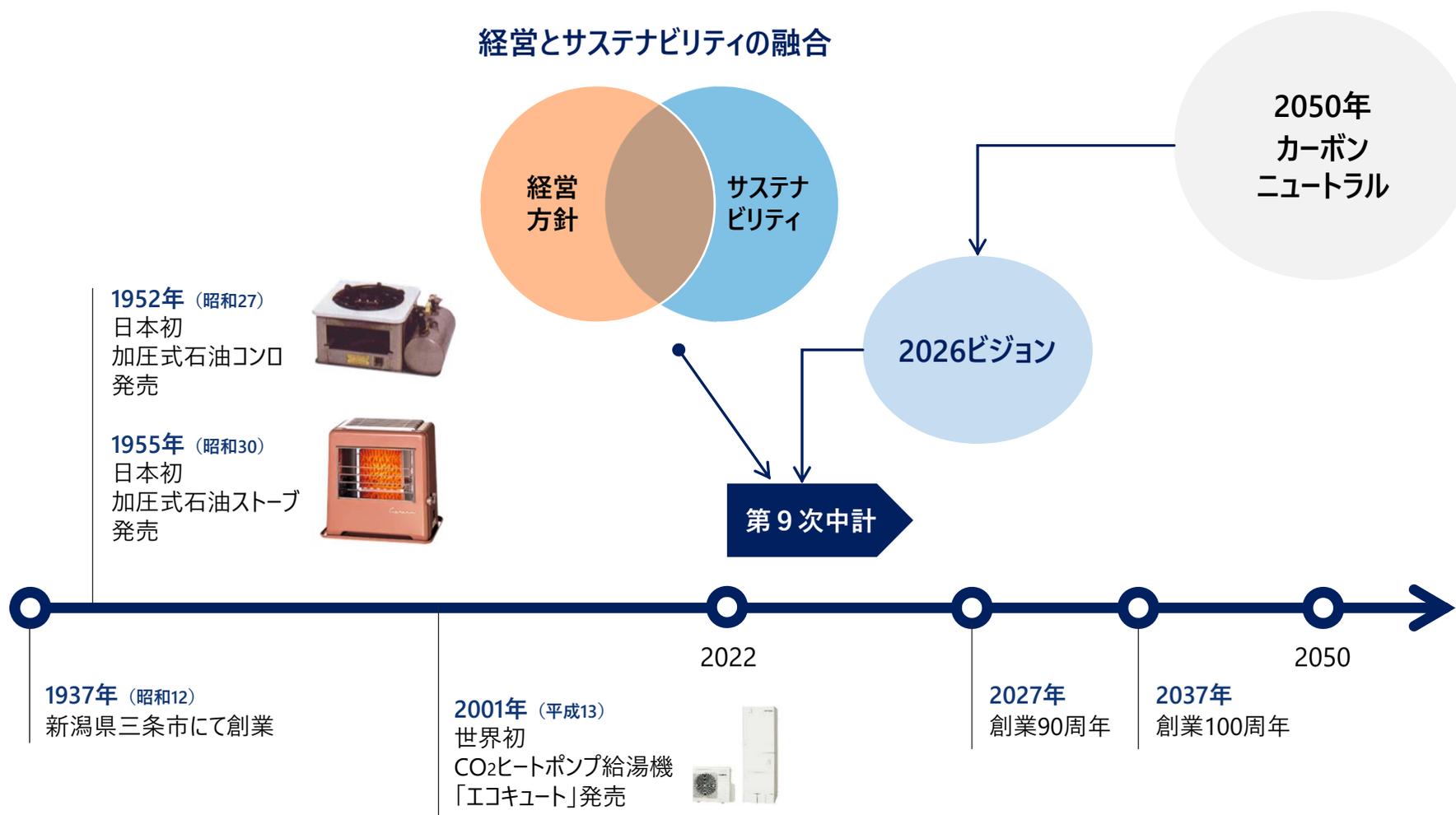
2. 2026ビジョン ～創業90周年に向けて～

2-1 策定にあたって

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2027年の創業90周年を見据えながら、持続可能な社会の実現に向けて、利益ある成長経営と新規領域への挑戦に取り組む。その根底には、創業以来の一貫した理念があり、コロナの経営の原点となっている。

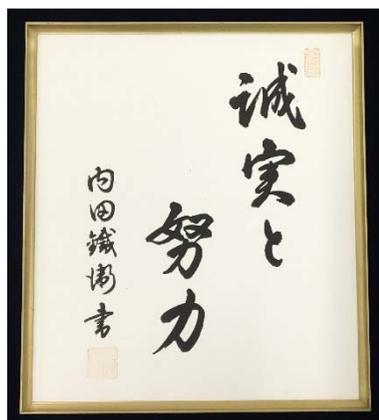


2-2 私たちのルーツ

つぎの快適をつくろう。

CORONA

コロナは1937(昭和12)年の創業以来、「我が国生活文化の向上に寄与したい」という一貫した理念のもと、常にお客様の暮らしと向き合い、独自の技術や事業を通して社会への貢献に努めてきた。



創業精神



日本初 加圧式石油コンロ
1952年(昭和27)発売



日本初 加圧式石油ストーブ
1955年(昭和30)発売



1961年(昭和36年)「36豪雪」、1963年(昭和38年)「38豪雪」
における人海戦術での製品供給

【マイナスをゼロへ】

暮らしに欠かせないもの

これまで80年以上にわたり企業活動を続け、“暖房のコロナ”として、多くの実績を重ねてきた。あたたかさで、この国の暮らしを快適にしてきたこと。その歩みは、私たちの誇りであり、自信でもある。

しかし、快適さは、あって当たり前のものになり、世の中に溢れ、その差別化も難しくなってきた。
時代が急速に変わっていく中で、コロナは「**つぎの快適**」をつくり出す企業として歩みを進めている。

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

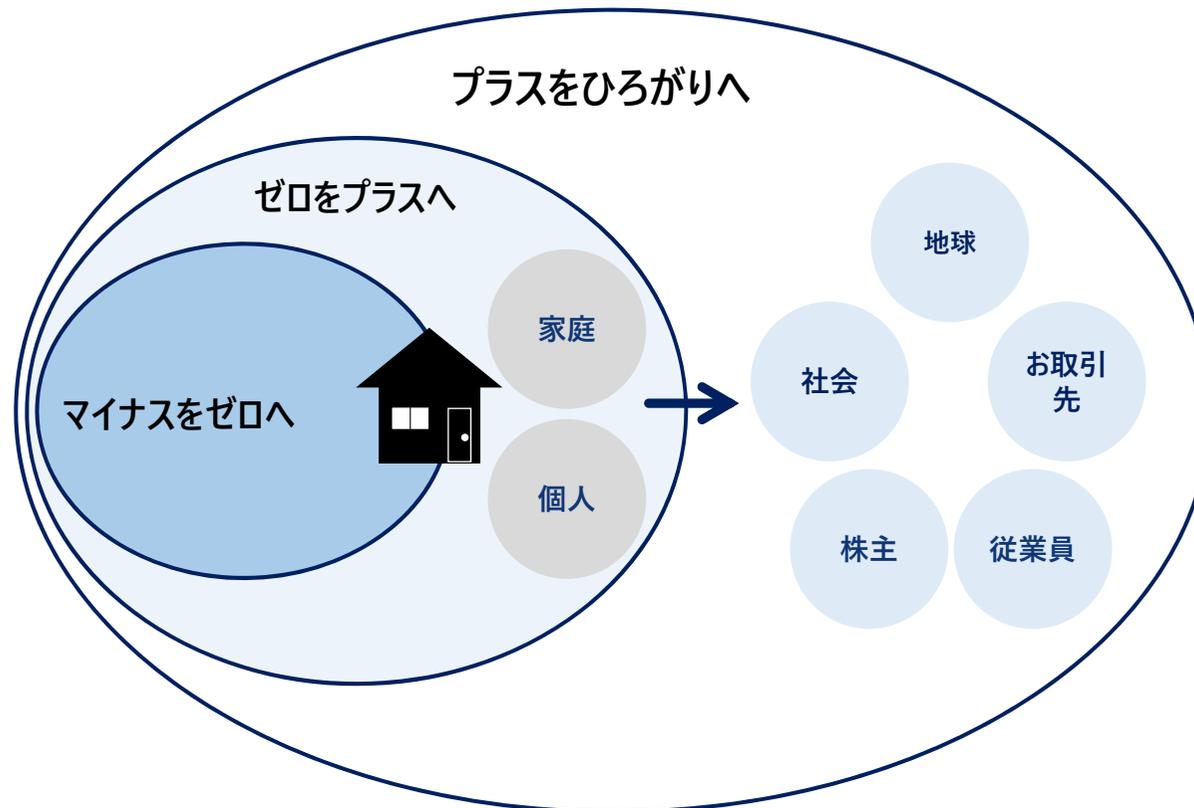
【ゼロをプラスへ】
暮らしをもっと豊かに

いまコロナが目指しているのは、人を笑顔にすること。
元気にすること。自由にすること。豊かにすること。
それを「つぎの快適」として提案し続けたい。

【プラスをひろがりへ】

世の中にも快適を

「つぎの快適」を今後はさらに、家の中にとどまらない、地域や世の中にも広げていく。今よりもっと使いやすく、今よりもっと地球にやさしいものづくりを。前例にとらわれない取り組みを進める。それが、地域や世の中の快適につながり、私たちの成長にもつながる。



CORON/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。

2026ビジョン

脱炭素社会への貢献
レジリエンスな社会

1. 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。

快適の進化
暮らしの質向上

2. 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。

利益体質への転換

3. 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。

3. 第9次中期経営計画

3-1 目指す姿 全体像

つぎの快適をつくろう。

CORONA

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



ヒートポンプが増加し売上を支える一方で灯油頼みの利益構造

家の中・インフラ中心



提供価値



ヒートポンプ・電化機器の拡大

エネルギーの多様化



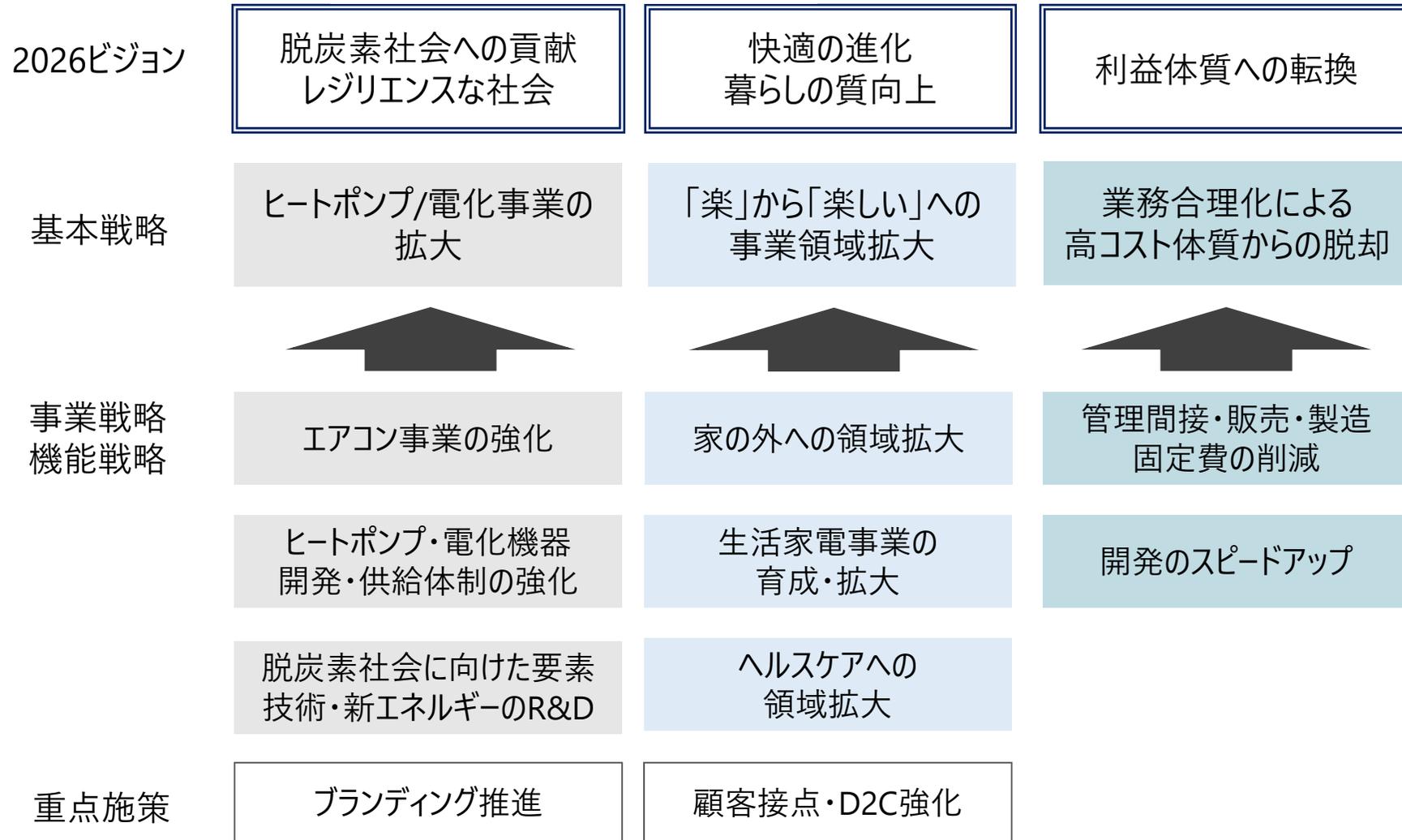
暮らす楽しみの創出

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

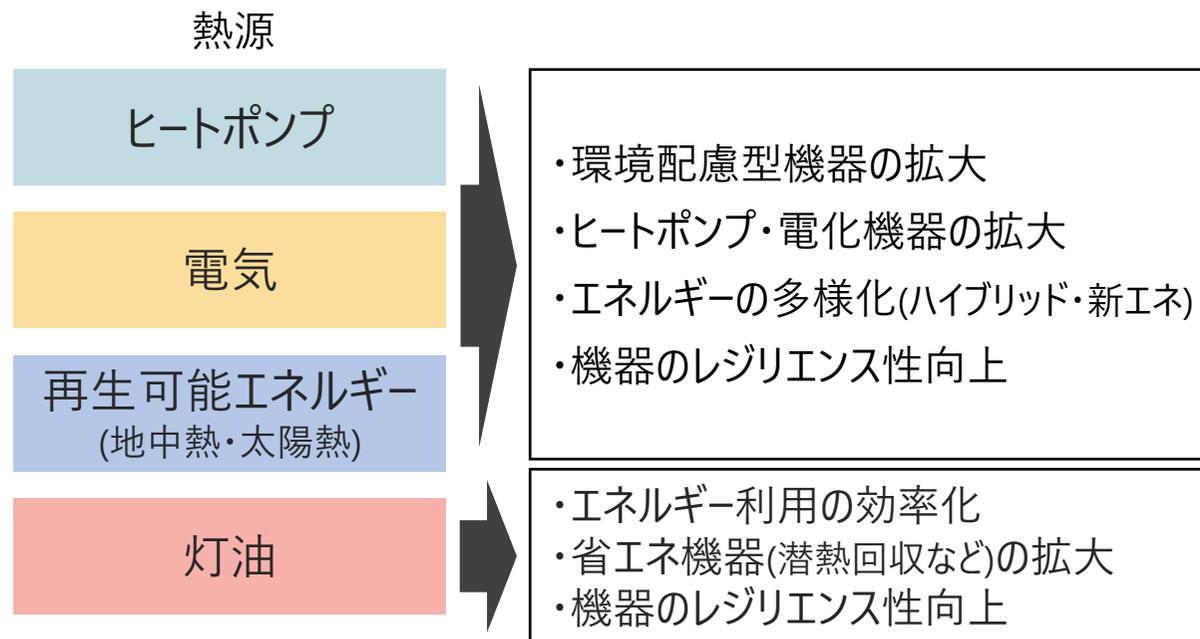
CORON/Action. 変わる、そして挑む



将来のポートフォリオ転換に向けて、新規領域の種まきを続け、エネルギー・製品を変えていく。

3-3 【1】ヒートポンプ/電化事業の拡大

これまでもエコキュートやエアコンなどヒートポンプを活用した商品が着実に伸長。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。また、非常時でも日常生活を維持できるようにするのは住宅設備機器の使命である。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。



火力が絞れるから、長時間運転が実現できます。

3.6kWタイプ
約126時間
～約21時間
運転できます。

遠赤外線効果で灯油が節約できます。

自動運転で設定温度を1℃下げると

1シーズンで灯油が約130リットル

約10,530円おトク! (18%削減)
(当社試験室で測定)

灯油代 18%削減

灯油代

会社
従来の機器

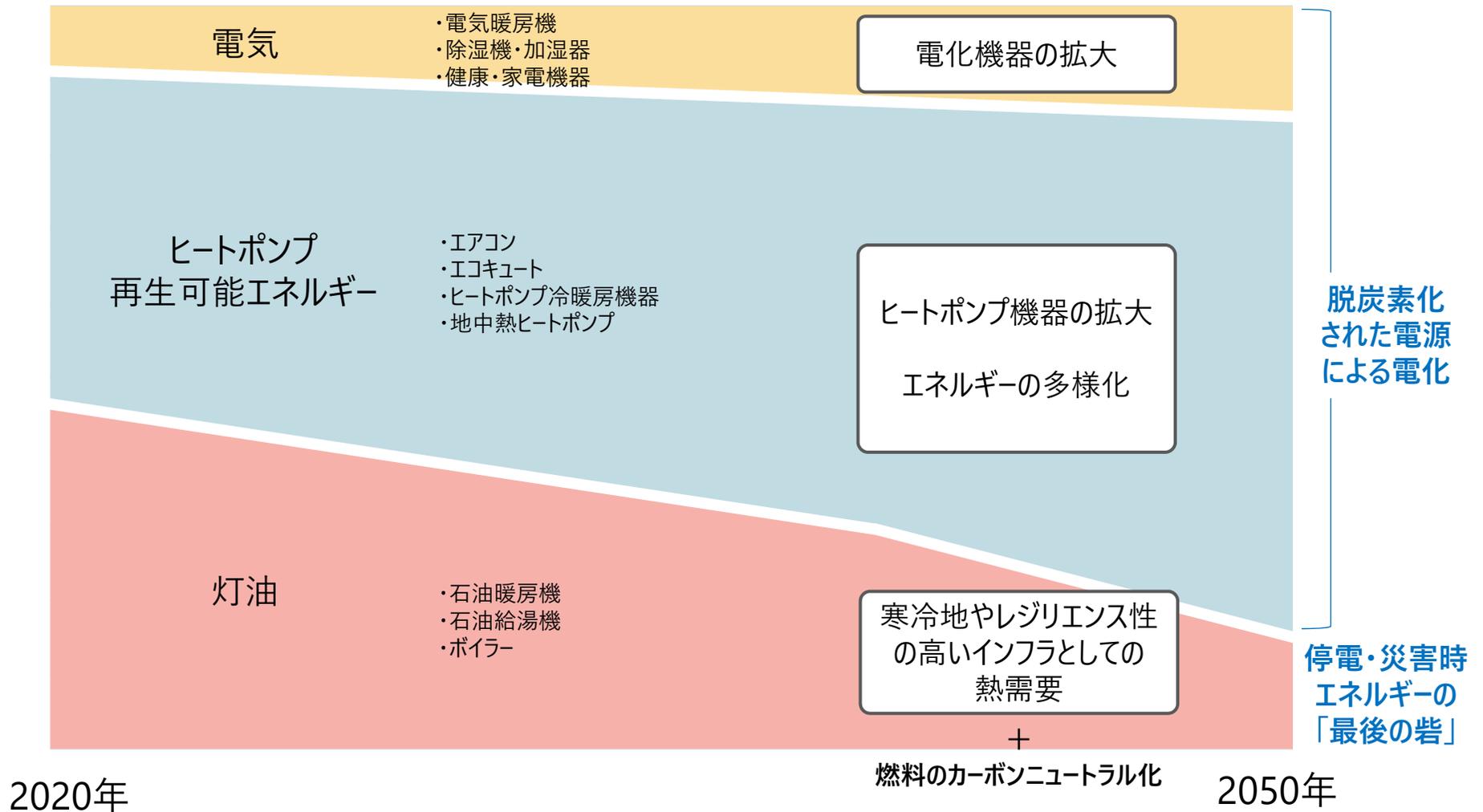
アグレジオ

電気やガスなどのライフラインが途絶した際にも調達が可能な灯油は、レジリエンス性に優れた分散型エネルギーであり、多くの熱エネルギーを必要とする寒冷地域の生活にはなくてはならない。

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。

3-4 【1】ヒートポンプ/電化事業の拡大

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



※現時点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

3-5 【2】 楽から楽しいへの事業領域拡大

これまでも暖房・空調・給湯といった、快適な暮らしに欠かせない基盤を整えてきたコロナ。
熱中症やヒートショックなど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
暮らしの質を上げていく。

2021.4月
新サービス開始



エコキュートに続きエアコンでの遠隔操作・みまもりサービス開始

2022.3月
発売



衣類乾燥除湿機のラインアップ強化

さらに、「暮らし楽しみ(心はずむ毎日)」を生み出すべく、家の外(アウトドア)での快適の実現に取り組むとともに、生活家電・ヘルスケアサポートなどへの領域拡大を目指す。

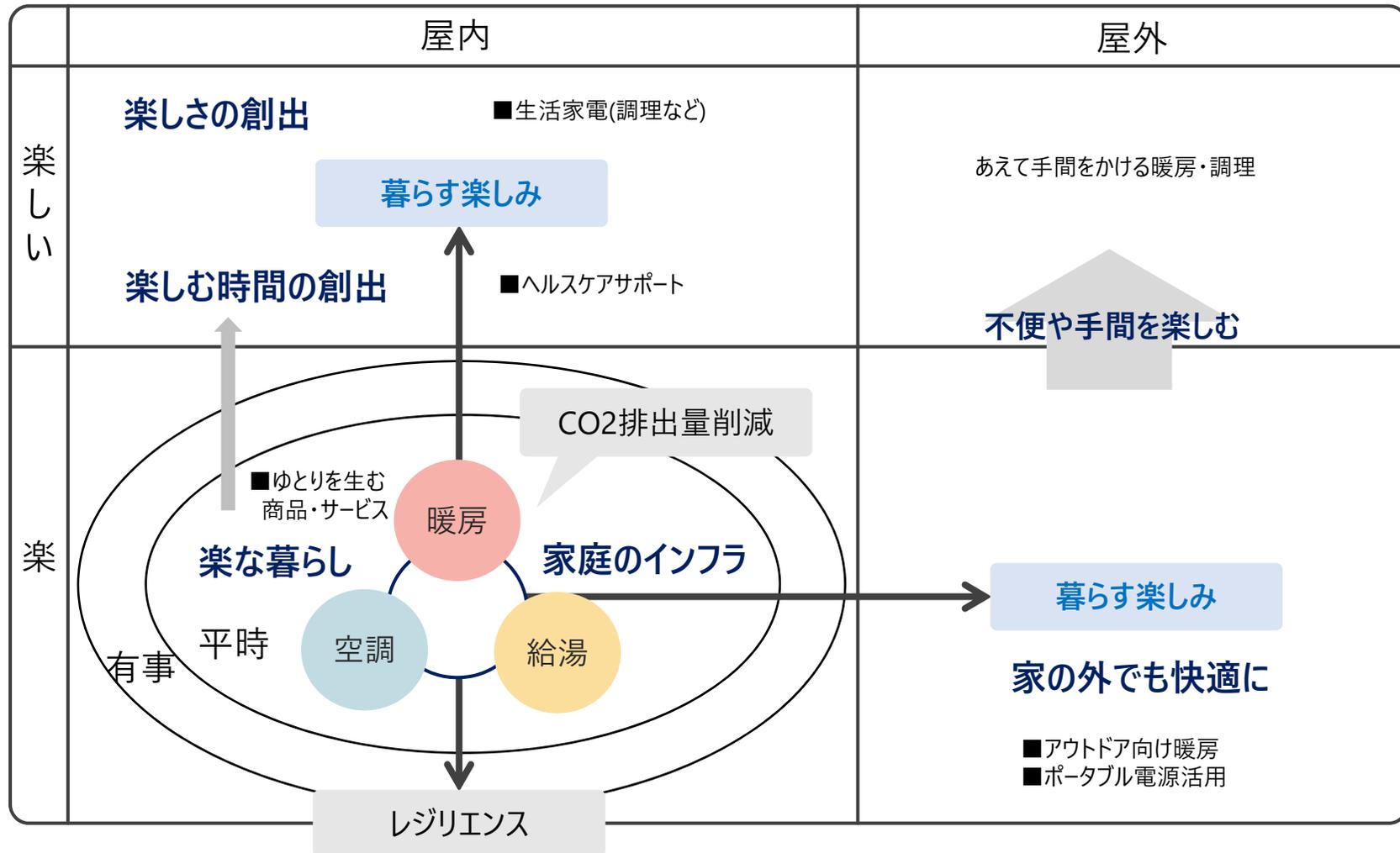
2021.9月
発売

余暇の充実が企業ミッションである「快適で心はずむ毎日」の実現にも繋がる。日常の様々なシーンにおいて「快適さ」や「楽しさ」を生み出す商品を提供し、暮らしの質向上に寄与する。



3-6 【2】 楽から楽しいへの事業領域拡大

領域拡大のイメージ



3-7 【3】業務合理化による高コスト体質からの脱却

当社業績は、利益面が低迷している。外部要因による原価率アップやエネルギー変化によって品種構成が変わっていく中でも、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。

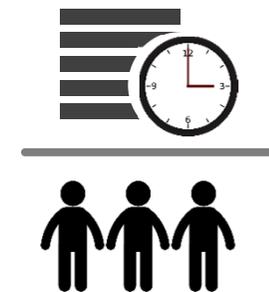
固定費の削減

- 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

- 新商品投入プロセスの短縮
- 企画コンセプトや意思決定の迅速化



将来的に予測される「労働力不足」も見据え、業務合理化・デジタル化など、現状を見直し、改善していく。これまでの前例にとらわれない新しいやり方に取り組み、高コスト体質からの脱却を図る。

3-8 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
<p>K</p> <p>快適で 心はずむ毎日</p>	<p>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。</p>	暮らしの質・心の豊かさ	<p>ゆとりや楽しさを生む製品・サービス開発</p>  
<p>E</p> <p>環境にやさしい暮らし</p>	<p>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。</p>	気候変動対策	<p>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</p>  
<p>S</p> <p>だれでもいつでも 安心な社会</p>	<p>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。</p>	<p>お客様の安全・安心</p> <p>従業員の活躍</p> <p>パートナーシップ</p>	<p>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</p> <p>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 CSR調達の促進</p>    
<p>G</p> <p>ガバナンス</p>		<p>コーポレートガバナンス リスクマネジメント</p> <p>コンプライアンス</p>	<p>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</p>

3-9 第9次中期経営計画 目標

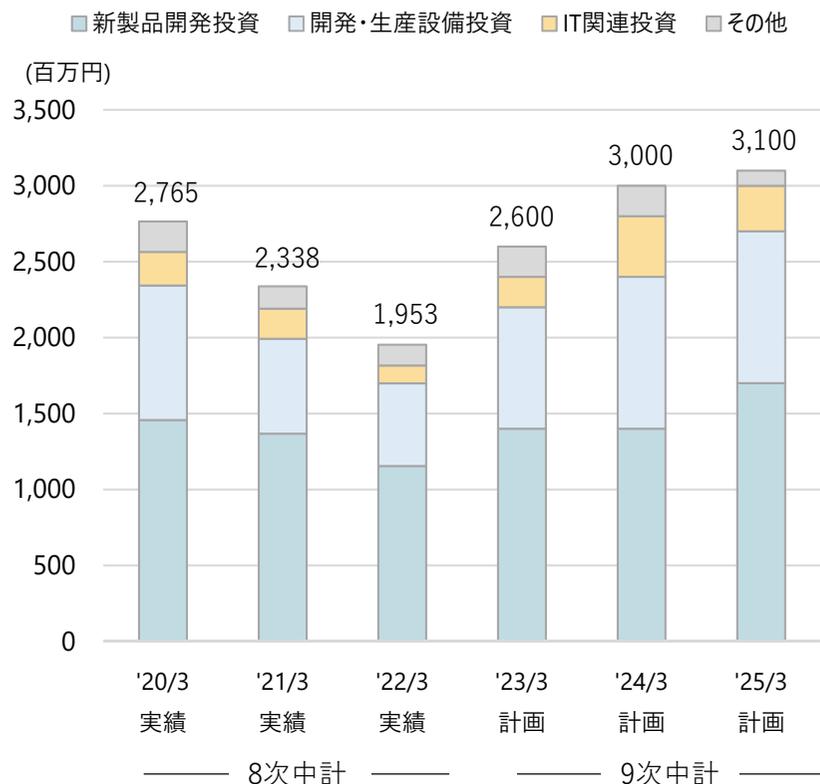
	2022年3月期実績		2024年度計画	増減率
連結売上高	78,648百万円	➔	88,700百万円	+ 12.7%
連結経常利益	1,195百万円		2,000百万円	+ 67.4%
連結経常利益率	1.5%		2.3%	—

投資計画 (費用化投資含む)

8,700百万円
(3カ年累計)

《前中計比 23.3%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

4,500百万円 (前中計比13.0%増)
・9次中計事業戦略と連動した積極的な新商品開発投資

開発・生産設備投資

2,800百万円 (前中計比36.3%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

900百万円 (前中計比67.6%増)
・業務効率化IT・DX投資の推進

その他

500百万円 (前中計比3.4%増)
・建屋修繕 など

つぎの快適をつくろう。

CORONA

本資料に掲載されております業績予想や将来計画は、現時点において入手可能な情報に基づき、当社が判断して予想したものであり、実際の業績は今後様々な要因の変化により、予想とは異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。