

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2021年3月期 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/>

2021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. 2021年3月期 連結業績ハイライト

2. 2022年3月期 計画
 - 2022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

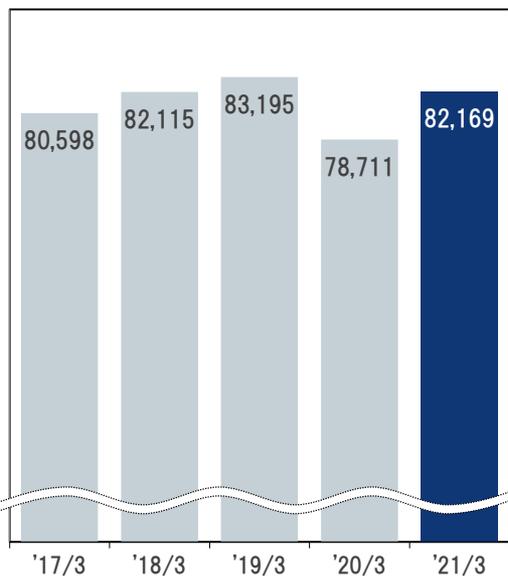
(単位：百万円)	2020年3月期 実績	2021年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	78,711	82,169	3,457	4.4
営業利益	517	963	445	85.9
経常利益	792	1,283	491	62.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	385	626	240	62.2

主な増減要因

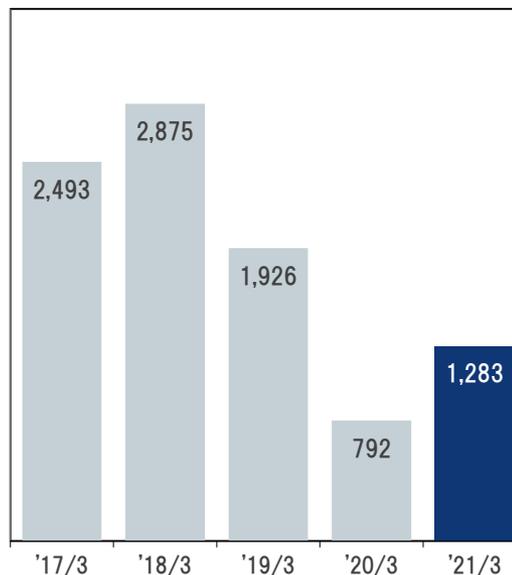
- 売上高 在宅時間の増加や天候要因等により暖房機器や空調・家電機器の販売が順調に推移、エコキュートを中心に住宅設備機器も前年を上回る
- 利益面 暖房機器などの売上拡大や全社的な経費削減により前年を上回る

(単位：百万円)

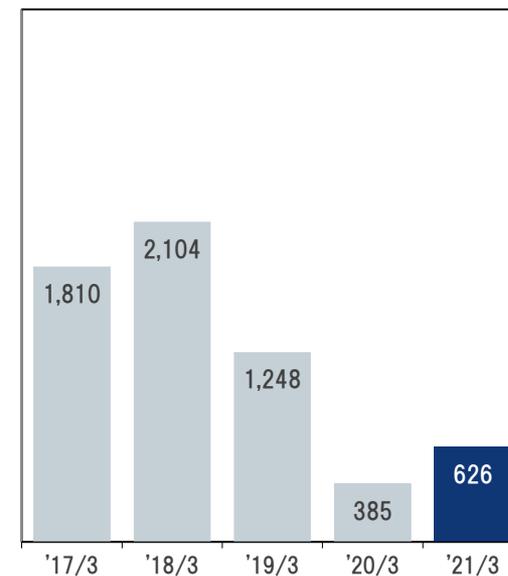
売上高



経常利益



当期純利益



トピックス

- 売上高は暖房機器、空調・家電機器を中心に販売が増加したことで800億円台に回復
- 利益面は昨年の記録的暖冬から暖房機器が回復、全社的な経費削減を進め増益
投資有価証券評価損による特別損失が増加したが、当期純利益も前年を上回る

(単位：百万円)

	'17/3		'18/3		'19/3		'20/3		'21/3	
1Q	16,782	20.8%	17,295	21.1%	17,679	21.3%	16,529	21.0%	20,449	24.9%
2Q	19,866	24.7%	20,739	25.3%	21,718	26.1%	23,637	30.0%	19,473	23.7%
3Q	29,194	36.2%	30,076	36.6%	29,484	35.4%	26,516	33.7%	28,174	34.3%
4Q	14,755	18.3%	14,004	17.0%	14,312	17.2%	12,028	15.3%	14,071	17.1%
合計	80,598	100.0%	82,115	100.0%	83,195	100.0%	78,711	100.0%	82,169	100.0%

■ 4Q：12月中旬からの寒波到来もあり暖房機器の販売が好調に推移

■ 通期：下半期の売上高は前期比+3,701百万円、下半期の売上構成比が51%に上昇

※ 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

（単位：百万円）	2020年3月期 実績	2021年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率（%）
売上高	78,711	82,169	3,457	4.4
売上原価	60,231	62,969	2,737	4.6
売上総利益	18,480	19,199	719	3.9
販管費	17,962	18,236	274	1.5
営業利益	517	963	445	85.9
営業外収益	305	347	41	13.5
営業外費用	31	26	△4	△14.7
経常利益	792	1,283	491	62.0

主な増減要因

- 売上原価 期末在庫の増加により操業度が減少したものの、暖房機器の売上増加により原価率は前年同水準へ
（原価率：76.5% ⇒ 76.6%）
- 販管費 売上増加に伴う物流費増加、退職費用増加があるもオンライン活用の取り組みによる旅費・交通費の減少等により、販管費率が低下
（販管費率：22.8% ⇒ 22.2%）

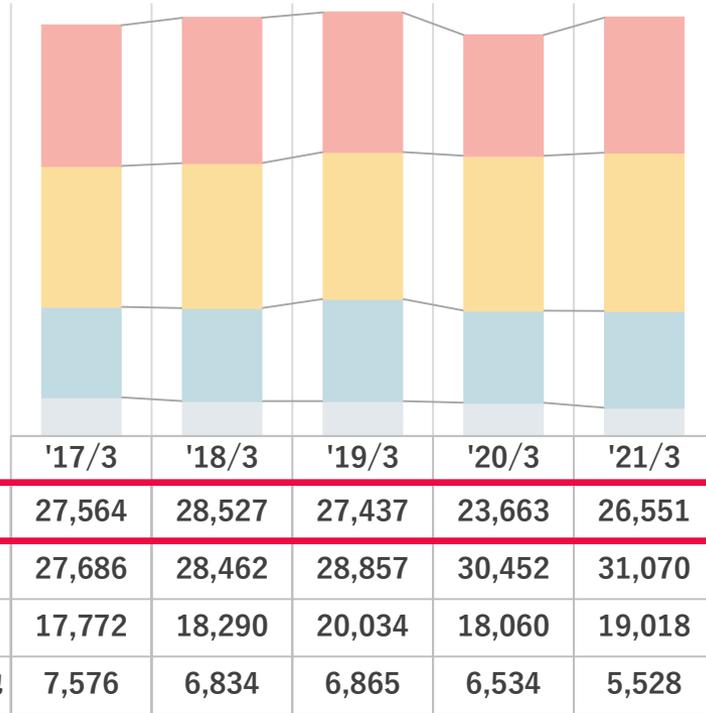
（単位：百万円）	2020年3月期 実績	2021年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率（%）
経常利益	792	1,283	491	62.0
特別利益	25	12	△13	△52.1
特別損失	102	242	139	135.7
税金等調整前 当期純利益	715	1,053	337	47.2
法人税等	329	427	97	29.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	385	626	240	62.2

主な増減要因

- 特別利益 投資有価証券売却益 △11百万円
- 特別損失 投資有価証券評価損 +150百万円

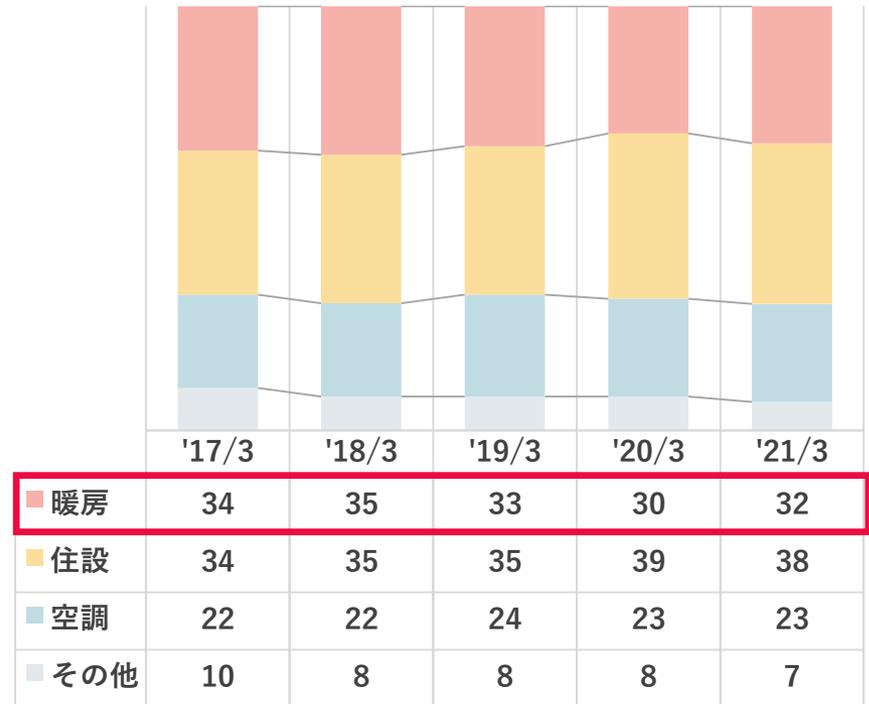
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)

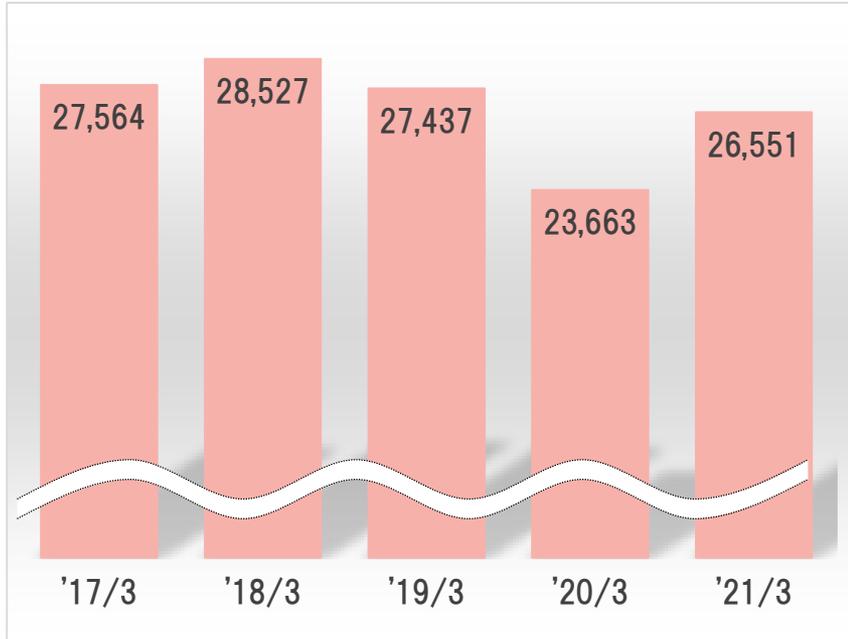


トピックス

- 昨年の記録的暖冬から暖房機器が回復、住宅設備機器はエコキュート、アクアエア商品が順調に推移、ルームエアコン、除湿機等の販売増加により空調・家電機器が増加
- 暖房機器の構成比が32%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	+ 14.7%
遠赤外線電気暖房機 等	+ 19.7%
ポータブル石油ストーブ	+ 15.4%



寒冷地向けFF式
石油ストーブ
「FIRNEO」



遠赤外線電気暖房機
「コアヒート」



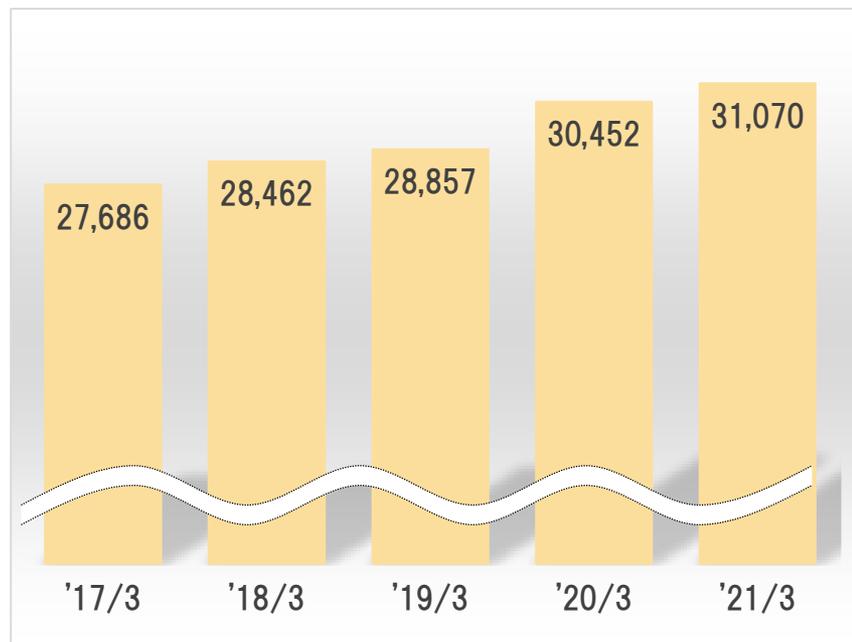
ポータブル石油ストーブ

主な増減要因

- 新製品である寒冷地向け石油暖房機「FIRNEO（フィルネオ）」をはじめ、石油ファンヒーターや遠赤外線電気暖房機の販売が好調に推移
- 12月中旬からの寒波到来も販売を後押し
- 防災需要の高まりから電源が不要なポータブル石油ストーブも好調に推移

売上高推移

(単位：百万円)



主要製品販売台数 前期比増加率	
エコキュート	+ 4.0%

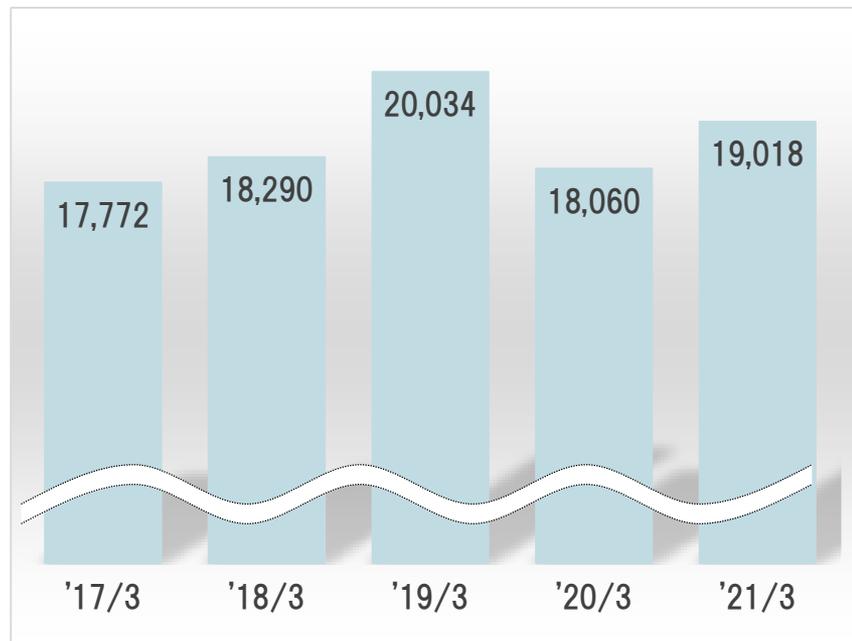


主な増減要因

- エコキュートはZEHの普及や買い替え需要が拡大する中、業界トップクラスの省エネ性能である最上位機種を軸に販売活動を進め順調に推移
- 空気の質への関心の高まりを背景に、空気清浄・除菌等の機能を備えた多機能加湿装置「ナノフィルター」などのアクアエア商品の需要が大幅に増加

売上高推移

(単位：百万円)

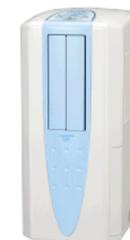
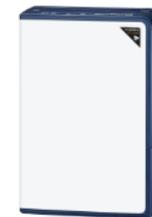


主要製品販売台数 前期比増加率

ウインドタイプ	+ 11.9%
除湿機・冷風機	+ 16.1%



ウインドタイプ



除湿機・冷風機

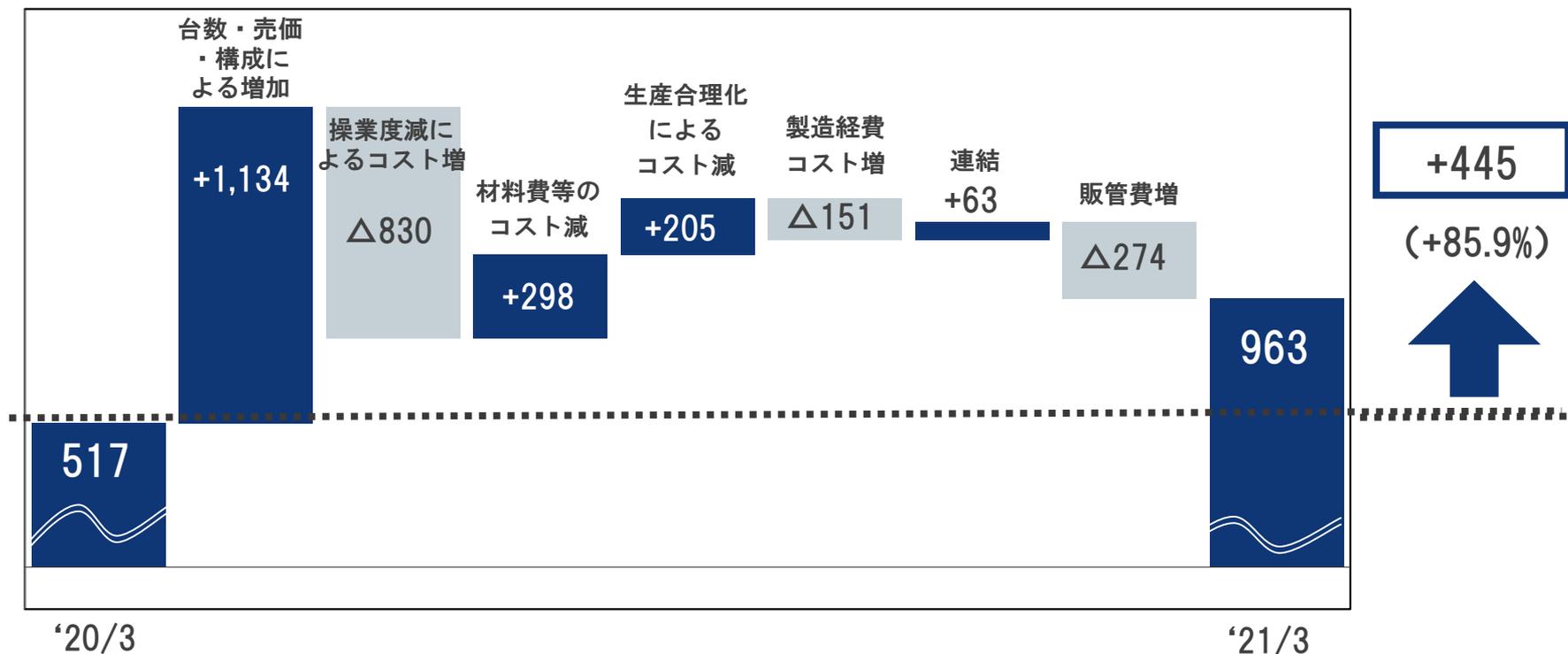
主な増減要因

- ルームエアコンは初夏の気温上昇や感染症の拡大に伴う在宅時間の増加などにより業界の販売台数が過去最高を記録、一方で海外メーカー等との販売競争が激化
- 当社は設置の自由度が高く工事が不要なウインドタイプが好調に推移
- 除湿機や冷風機は「部屋干し」需要の増加等で好調に推移

連結営業利益増減要因

■ 増加 □ 減少

(単位：百万円)



主な増減要因

- 暖房機器、空調・家電機器などの販売増加や材料費等のコストダウン、生産合理化の取り組みにより営業利益が増加

(単位：百万円)	2020年3月期 実績	2021年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
(資産の部)				
流動資産	56,003	56,259	255	0.5
固定資産	40,110	42,253	2,142	5.3
資産合計	96,114	98,512	2,398	2.5
(負債の部)				
流動負債	23,165	22,588	△576	△2.5
固定負債	1,787	2,845	1,058	59.2
負債合計	24,952	25,434	481	1.9
純資産合計	71,162	73,078	1,916	2.7
負債、純資産合計	96,114	98,512	2,398	2.5

主な増減要因 (単位：百万円)

- 資産の部 現金及び預金△1,496、有価証券+4,706、棚卸資産△4,241、退職給付に係る資産+2,245
- 負債の部 繰延税金負債(固定)+927
- 純資産の部 利益剰余金△196、自己株式△93、その他の包括利益累計額+2,206

2022年3月期 計画

- ・ 2022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

(単位：百万円)	2021年3月期 実績	2022年3月期 見込み	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	82,169	78,800	△3,369	△4.1
営業利益	963	1,000	+37	+3.8
経常利益	1,283	1,300	+17	+1.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	626	900	+274	+43.8

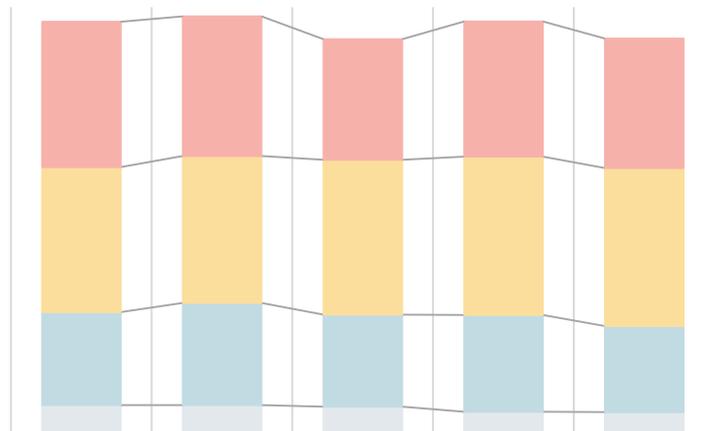
主な増減要因

- 住宅設備機器はエコキュートを中心に高効率給湯機の高い需要が継続、空調・家電機器はルームエアコンの販売競争激化が予想され減少の見込み
- 将来の成長に向けた布石として、ルームエアコンや省エネ住宅設備機器への積極的な設備投資を継続

連結売上高・製品種類別構成推移

金額

(単位：百万円)



	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3予
■ 暖房	28,527	27,437	23,663	26,551	25,400
■ 住設	28,462	28,857	30,452	31,070	31,000
■ 空調	18,290	20,034	18,060	19,018	16,900
■ その他	6,834	6,865	6,534	5,528	5,500

構成比

(単位：%)



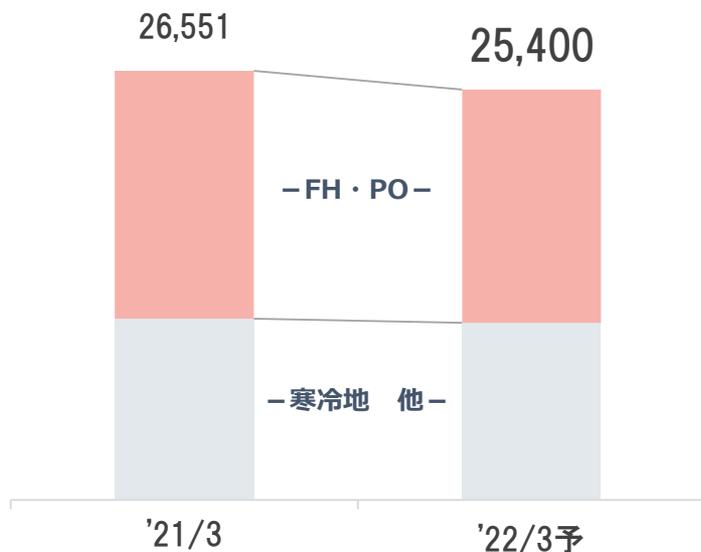
	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3予
■ 暖房	35	33	30	32	32
■ 住設	35	35	39	38	39
■ 空調	22	24	23	23	22
■ その他	8	8	8	7	7

トピックス

- 給湯・空調システム等の販売強化で住宅設備機器の構成比を高める方針

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

- 前期比 $\Delta 1,151$ 百万円
- 石油暖房、電気暖房は快適機能向上など製品開発、販売拡大に取り組む
- 石油暖房は寒冷地を中心に根強いニーズ
- 遠赤外線電気暖房機、オイルレスヒーターは都市部を中心に拡販



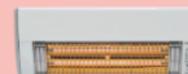
石油ファンヒーター (FH)
足もとの暖かさ
速暖性・経済性



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



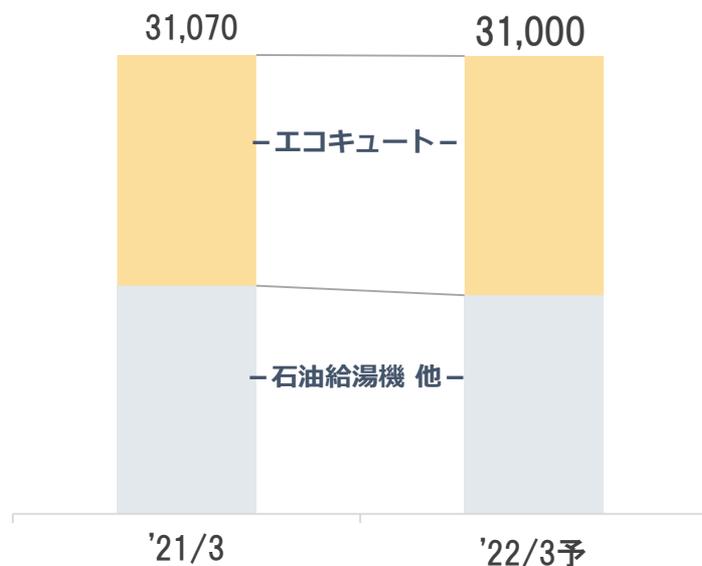
遠赤外線電気暖房機
豊富な遠赤外線
ヒートショック対策にも



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

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 $\Delta 70$ 百万円

- ・ エコキュートはZEH・卒「FIT」へ対応、買い替え需要が拡大する中、業界トップクラスの省エネ性能、アプリを活用した「みまもり」機能・ソーラーモードを訴求
- ・ アクアエア商品はナノフィールを中心に介護施設等ターゲットを絞った販売活動を推進



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



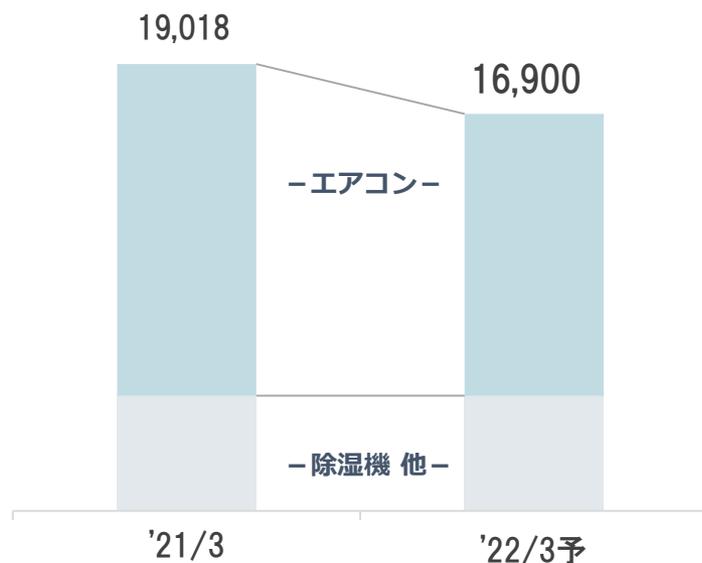
エコキュート
省エネ性能トップクラス
ソーラーモード搭載



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

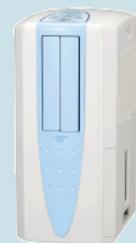
- 前期比 $\Delta 2,118$ 百万円
 - ルームエアコンは販売競争の激化が予想されるも清潔性と利便性を追求した最高級シリーズを投入、特色ある商品ラインアップの強みを訴求し拡販を図る
 - 衣類乾燥除湿機、冷風機の高シェアを継続、部屋干しニーズの取り込みを図る



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



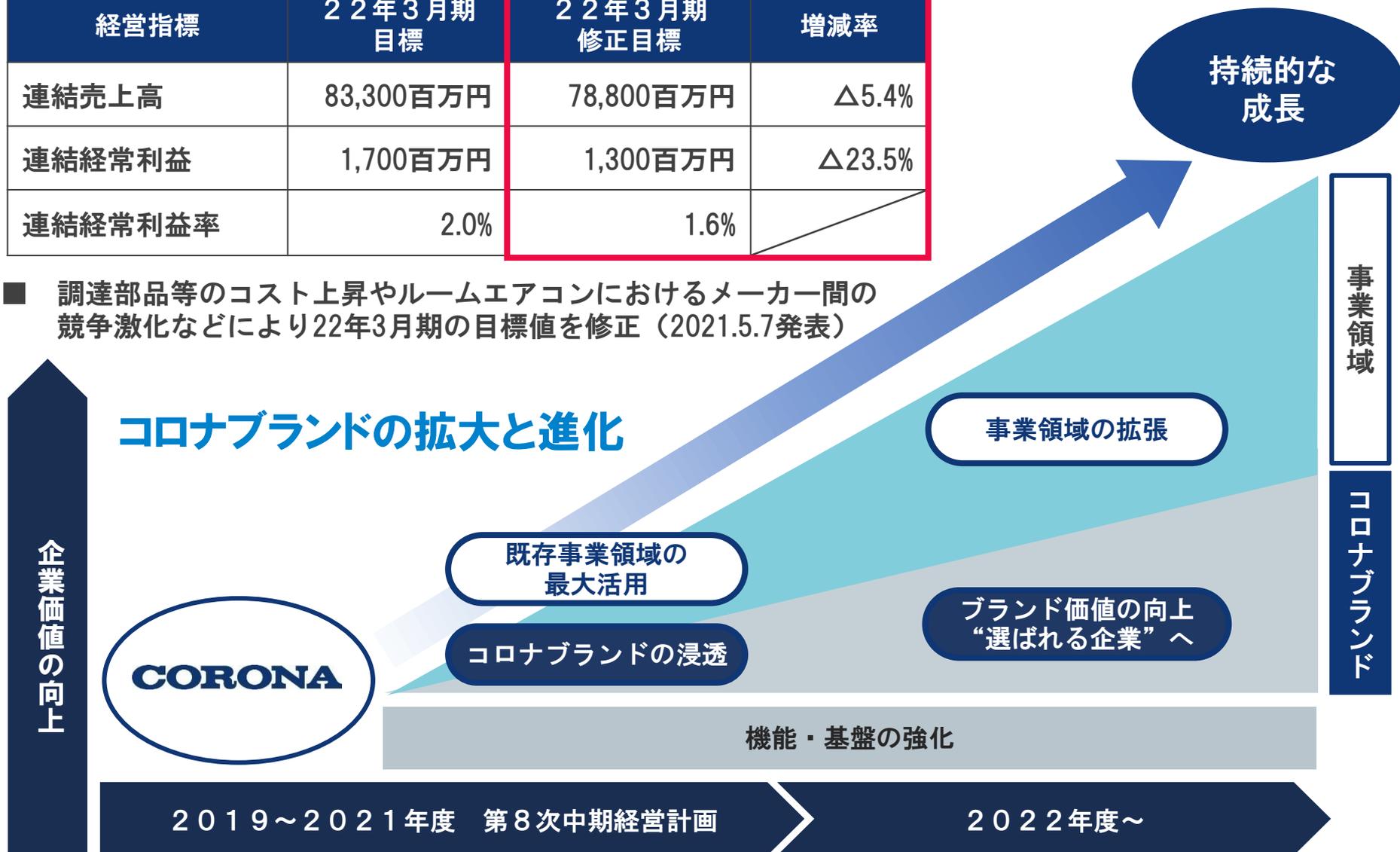
冷風・衣類乾燥機
1台3役の「どこでもクーラー」



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

経営指標	22年3月期 目標	22年3月期 修正目標	増減率
連結売上高	83,300百万円	78,800百万円	△5.4%
連結経常利益	1,700百万円	1,300百万円	△23.5%
連結経常利益率	2.0%	1.6%	

■ 調達部品等のコスト上昇やルームエアコンにおけるメーカー間の競争激化などにより22年3月期の目標値を修正（2021.5.7発表）



電気暖房の製品
ラインアップを
拡充

遠赤外線
電気暖房機
('08~)



スリムタイプ
('09~)



壁掛型
('16~)



自然対流形
('19~)

石油暖房機にも新製品を投入



寒冷地向けFF式石油ストーブ
「FIRNEO (フィルネオ)」
(2020年発売)



石油ファンヒーター
「VXシリーズ」
(2020年モデルチェンジ)

製品ラインアップ拡充

- 当社は2008年に電気暖房市場へ参入、空間暖房としての石油暖房を補う存在として電気暖房の開発を進め、一定のシェアを獲得
- 暖房能力の高い石油暖房機も寒冷地を中心に根強いニーズ
- 石油・電気暖房の製品ラインアップを拡充し「暖房」ジャンルの領域拡大を図る

Relala

リララ

ReLax・Refresh

心地よい空間でココロとカラダをときほぐし、

LaLa

心はずむ毎日を送ることができるように。

特色あるラインアップ



「ReLaLa」Zシリーズ
(2021年4月上旬発売)



冷暖房エアコン
冷房専用エアコン



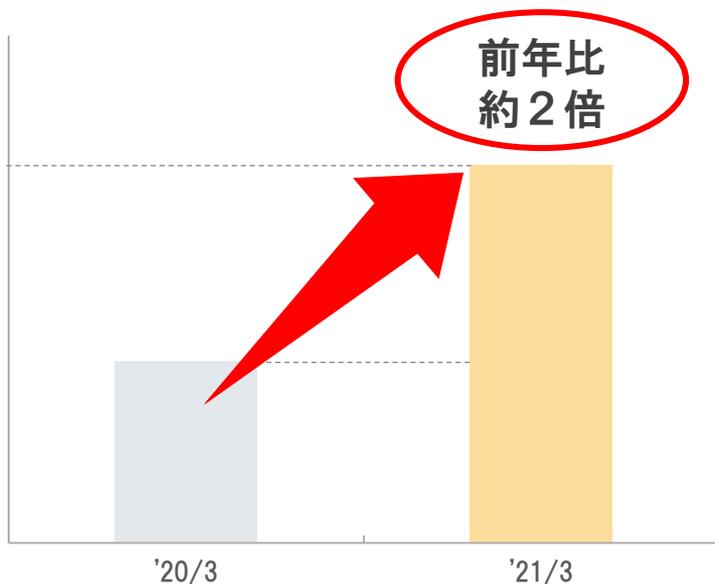
ウインド（窓用）エアコン

エアコン事業のリブランディングを実施

- 2021年モデルよりエアコンブランド「ReLaLa」を制定し全シリーズに展開
- 清潔性・安心機能を充実させ、スマートフォンでの遠隔操作や「みまもり」機能を備えた最高級シリーズ「Zシリーズ」を発売
- 特色あるラインアップを活かし様々なライフスタイルに対応、事業拡大を目指す



ナノフィール販売台数推移（4～3月）



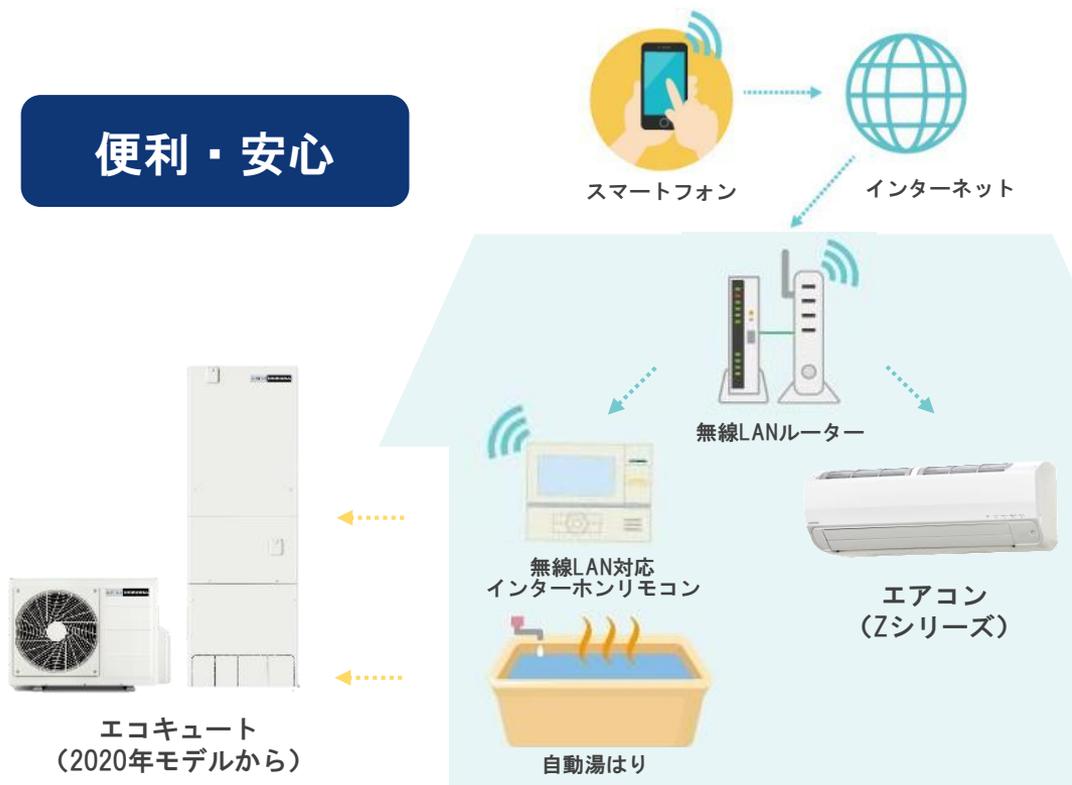
ナノフィール
（移動式）

大型タイプ
（2021年春発売予定）

アクアエア商品への関心が急増

- 新型コロナウイルス感染症の拡大などを背景に、空気の質への関心が高まる
- 空気清浄・除菌等の機能を備えた多機能加湿装置「ナノフィール」の販売が前期比約2.4倍に増加
- ニーズの高い大型タイプを2021年春発売予定

便利・安心

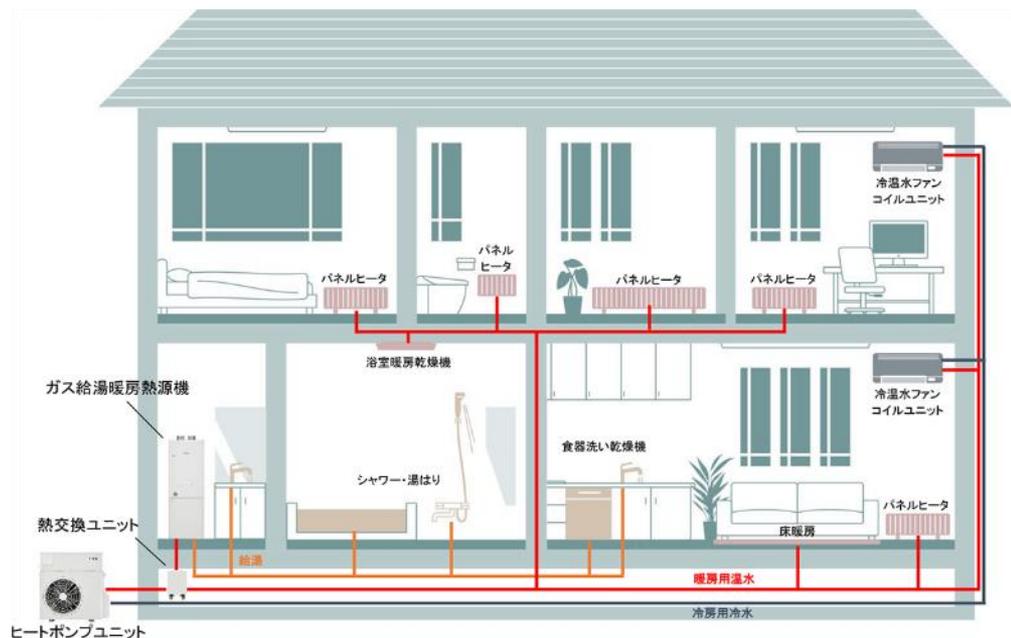



コロナ快適ホームアプリ



IoTを活用した製品開発

- エコキュートに加えルームエアコンにもスマートフォンやタブレットで操作ができるIoT活用モデルを投入
- 宅外からの遠隔操作や離れて暮らす家族の使用状況の確認など便利・安心機能を搭載
- 「つぎの快適」をつくる製品開発、住宅における提供価値の拡大に取り組む



リンナイ株式会社とエアウォーター北海道株式会社が販売

給湯・暖房 + 冷房が
1システムで可能!

当社提供品



冷暖房用端末
(ファンコンベクタ)



ヒートポンプユニット

寒冷地向けの“冷”暖・給湯システムで気候変化にも対応

- 高効率ヒートポンプ（電気）と高効率ガス熱源のハイブリッドで暖房時のランニングコストを低減
- 全室への暖房・給湯に加え、寒冷地でも近年需要が増加する冷房に1システムで対応
- 電気・石油・ガス熱源にも対応することで、当社住設事業の拡大を図る

ブランドアンバサダー 福本莉子さん



2021年エアコン
CMスタート



エアコン
CMはこちら



ブランディングの取り組み

- 2021年1月から俳優の福本莉子さんをブランドアンバサダーに起用
- テレビCMや公式サイト等で当社ブランドや商品情報など「つぎの快適」を発信、従来より課題であった若年層の認知度向上を図る



コロナストア限定SL型ストーブ「あずきミルク」



コロナストア限定除湿機
(2021年2月発売)



除湿機などのアウトレット販売

公式オンラインストア「コロナストア」

- SL型ストーブ「あずきミルク」はオンラインストア限定300台が即日完売
- インテリアに溶け込むシンプルなデザインの除湿機「スノーホワイト」をオンラインストア限定で発売
- 公式オンラインストアやSNSなどを活用し、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

世界で初めて発売したエコキュートをはじめ、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



世界初
自然冷媒（CO₂）
ヒートポンプ式給湯機
「エコキュート」

エアコン付ヒートポンプ
床暖房システム「コロナ
エコ暖クールエアコン」

⇒省エネ大賞など、数多くの環境関連表彰を受賞

ガバナンス強化

- 2016年：監査等委員会設置会社へ移行
- 2019年：指名・報酬に関する諮問委員会設置
- 2020年：役員退職慰労金制度の廃止
特定譲渡制限付株式報酬制度の導入

企業ミッションの制定



社員

- 働き方改革・女性活躍・人財育成

地域

- 災害被災地への支援
- 子どもの未来応援プロジェクトの支援

文化

- 研究開発・スポーツ支援



ママ開発者が考えた
エコキュートが
キッズデザイン賞を受賞

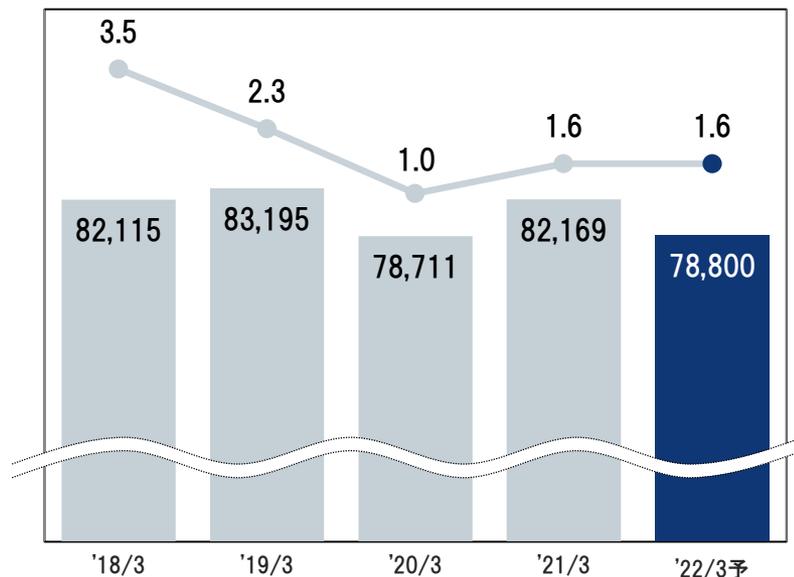


従業員によるフードドライブ
(子どもの未来応援プロジェクト)

連結財務諸表の推移

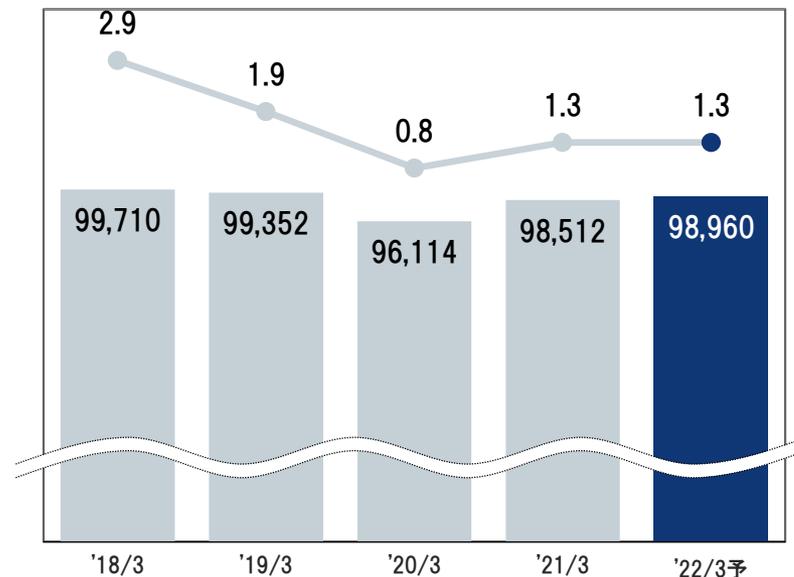
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



(ROA：総資産経常利益率)

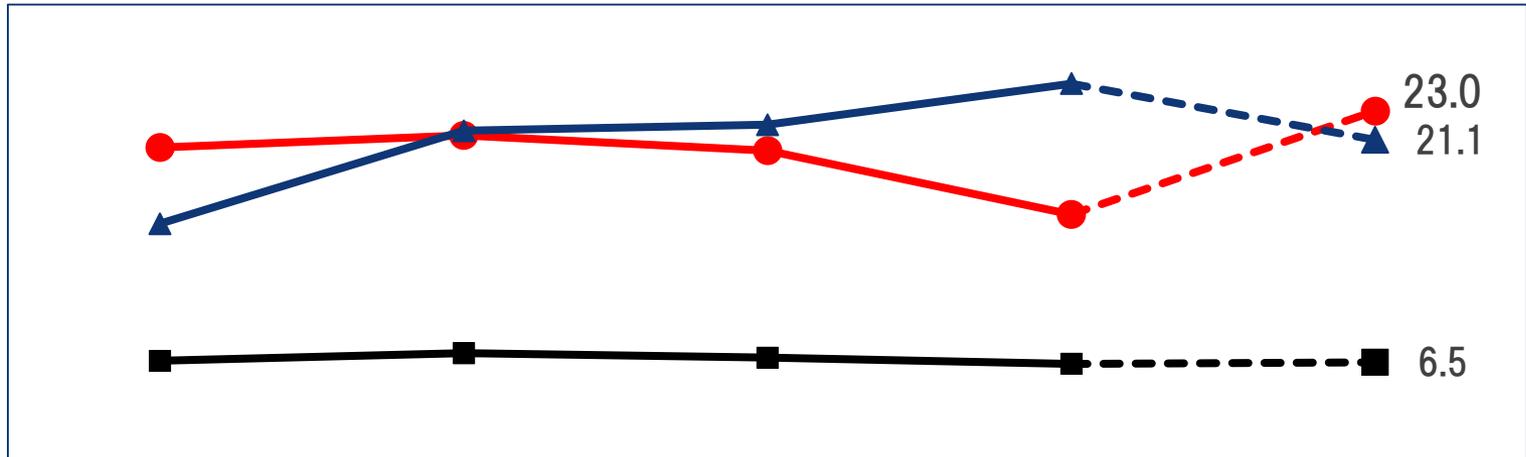
資本政策の方針

- 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）



	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3予
● 設備投資	20.6	21.4	20.4	16.2	23.0
▲ 減価償却	15.6	21.7	22.1	24.8	21.1
■ 研究開発	6.6	7.1	6.8	6.4	6.5

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
- 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

2021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

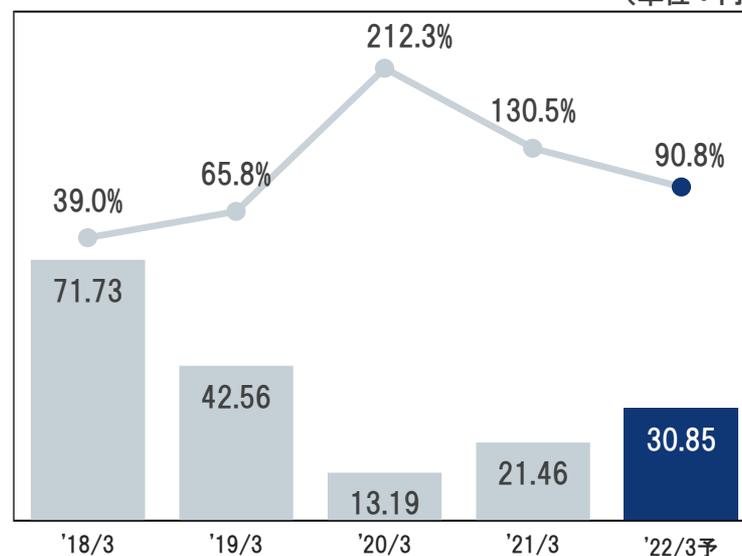
1株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3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	71.73	42.56	13.19	21.46	30.85
配当性向	39.0%	65.8%	212.3%	130.5%	90.8%

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