

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2022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/>

2021年 10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. 2022年3月期 第2四半期 連結業績概要

2. 2022年3月期 計画

3. 2022年3月期 第2四半期 連結業績詳細

4. 各指標推移

(注) 「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)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、前第2四半期連結累計期間及び前連結会計年度に係る数値については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。

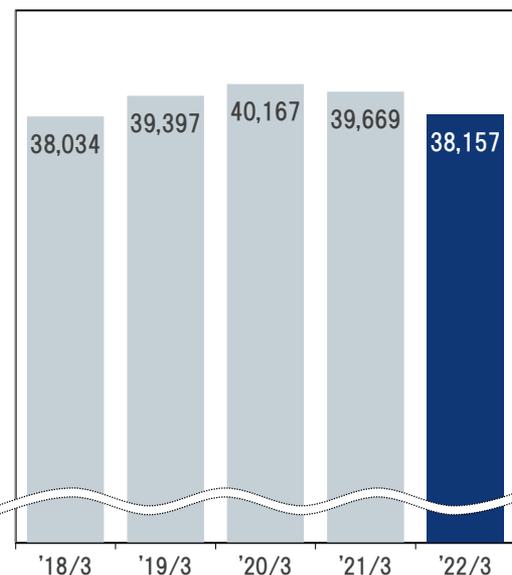
(単位：百万円)	21年3月期 2Q実績	22年3月期 2Q当初計画	22年3月期 2Q実績	前年同四半期比		当初計画比	
				増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	39,669	37,200	38,157	△1,511	△3.8	957	2.6
営業利益	33	△300	102	69	204.1	402	—
経常利益	196	△100	272	75	38.4	372	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△133	△80	194	328	—	274	—

主な増減要因

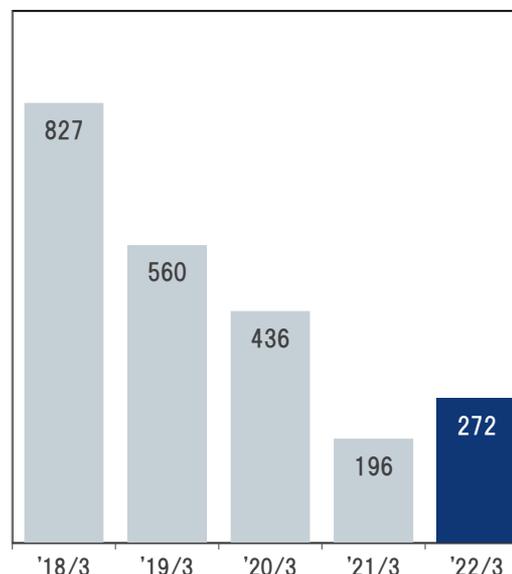
- 売上高 空調・家電機器の販売減少により前年は下回りましたが、住宅設備機器が好調に推移したことで当初計画を上回る
- 利益面 原材料価格の高騰や世界的な電子部品類の不足等による影響がありましたが、住宅設備機器の販売が好調に推移したことや経費削減に取り組んだ効果もあり前年、当初計画とも上回る
前年に比べ特別損失が大幅に減少したことから四半期純利益は大きく増加

(単位：百万円)

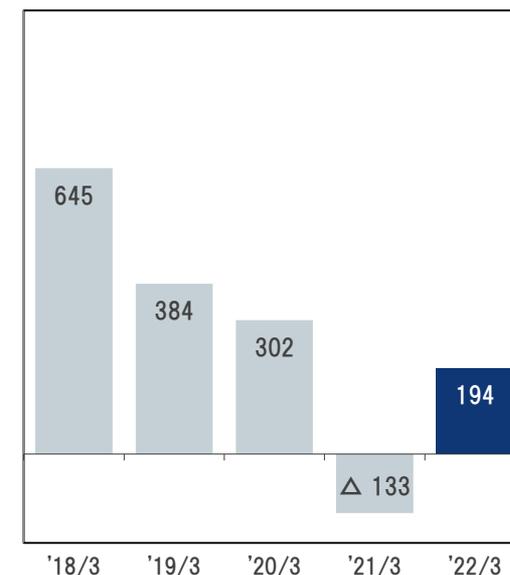
売上高



経常利益



四半期純利益



※2018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)等を適用していません。

トピックス

- 売上高はエコキュートなど住宅設備機器が好調に推移しましたが、ルームエアコンの販売減少により空調・家電機器が減少
- 住宅設備機器が好調に推移したことや経費削減の取り組み等により経常利益が増加
前年に計上した投資有価証券評価損等の特別損失が大幅に減少したことから四半期純利益は大きく増加

2022年3月期 計画

- ・ 2022年3月期 連結業績見込み

(単位：百万円)	21年3月期 実績	22年3月期 当初計画	22年3月期 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	81,646	78,800	79,800	△1,846	△2.3	1,000	1.3
営業利益	953	1,000	700	△253	△26.6	△300	△30.0
経常利益	1,283	1,300	1,100	△183	△14.3	△200	△15.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	626	900	700	73	11.8	△200	△22.2

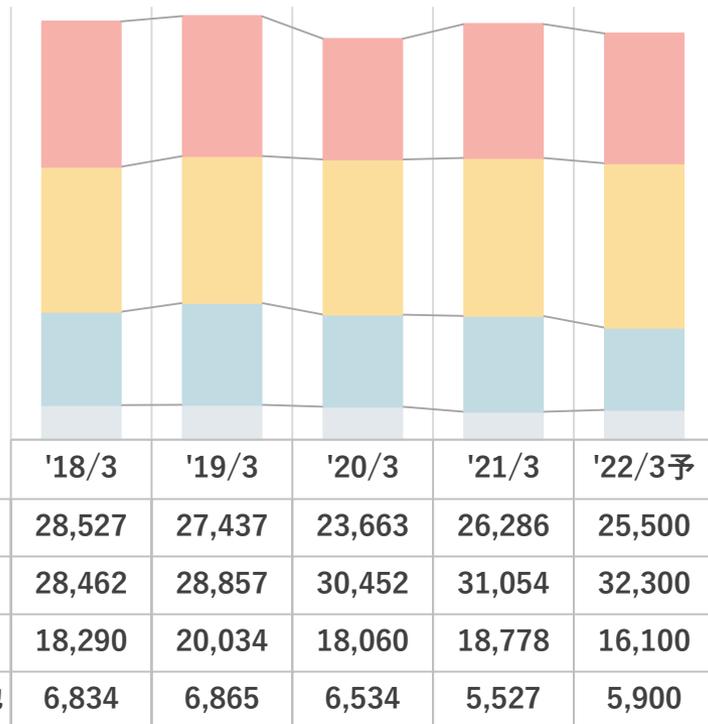
※10/29 通期業績予想を修正

主な増減要因

- 売上高は住宅市場の一部回復が見られる中、特に住宅設備機器における主力のエコキュートは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継続すると見込む
- 利益面は原材料価格の高騰、世界的な電子部品類の不足等による影響が、第3四半期以降に拡大していることから当初予想値を下回る見込み

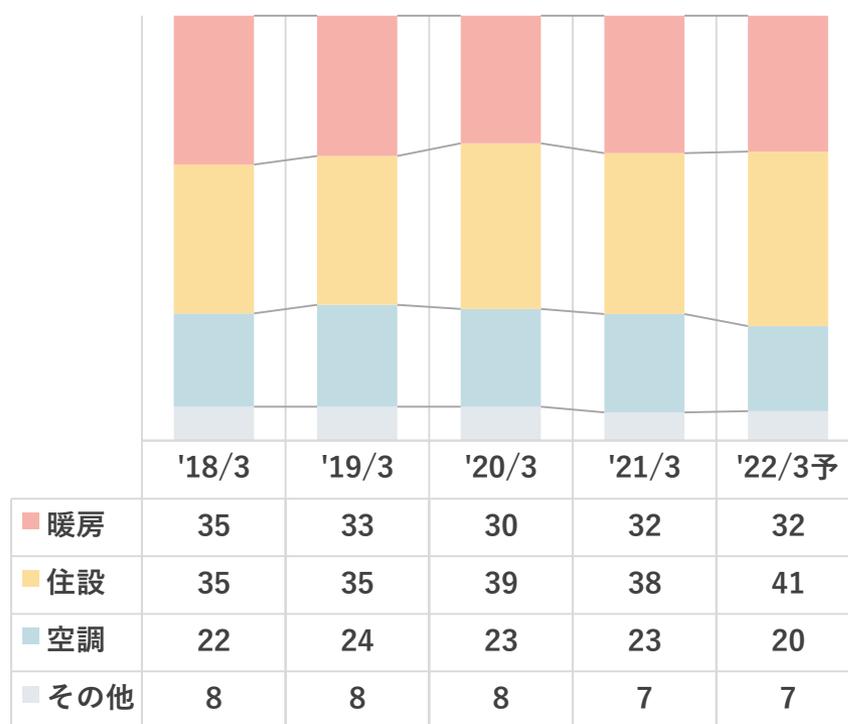
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)



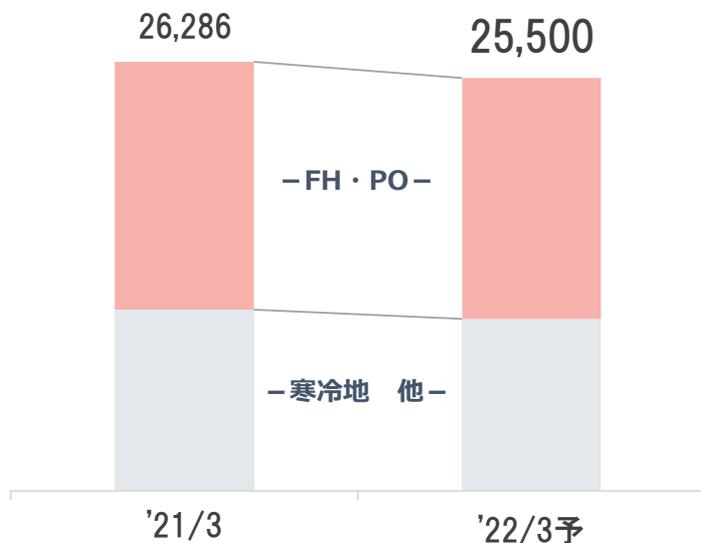
※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

トピックス

- 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前年の38%から41%に上昇する見込み

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 Δ 786百万円

・前年の寒波による需要拡大の反動が予想されるも、寒冷地を中心に根強いニーズの石油暖房機、都市部を中心に需要拡大を見込む遠赤外線電気暖房機、オイルレスヒーターの拡販を図る



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



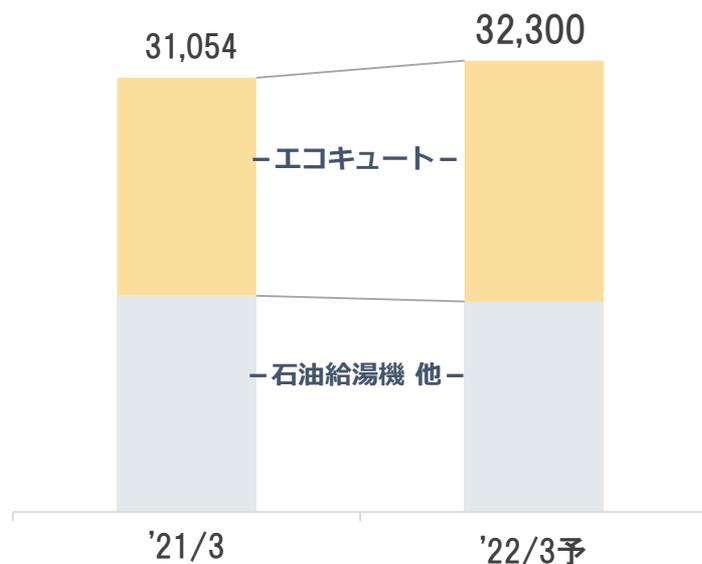
遠赤外線電気暖房機
豊富な遠赤外線
ヒートショック対策にも



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 +1,245百万円

- ・エコキュートはZEHの普及や買い替え需要が拡大する中、需要の取り込みを進めるほか、省エネ性能に優れた最上位機種種の拡販やアプリを活用した「みまもり」機能・ソーラーモードを訴求
- ・安定的な需要のある石油給湯機は高付加価値商品への切り替えを推進



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

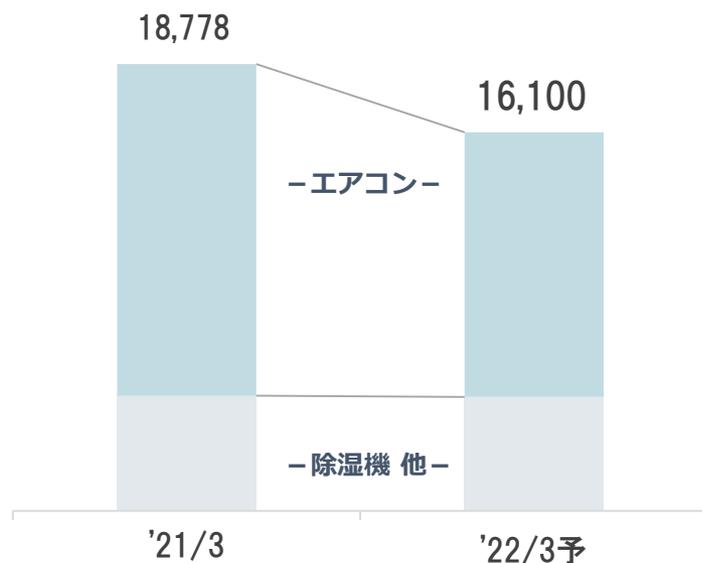


アクアエア商品
(左から) ナノリッチ、ナノリフレ、ナノフィール
独自のマイナスイオン発生技術



売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

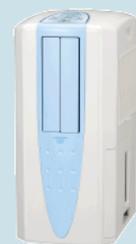
- 前期比 $\Delta 2,678$ 百万円
 - ・ ルームエアコンはメーカー間の販売競争激化や昨年支給された特別定額給付金による特需の反動等がある中、セパレートタイプに清潔性と利便性を追求した最高級シリーズを投入、特色ある商品ラインアップの強みを訴求し拡販を図る
 - ・ 衣類乾燥除湿機、冷風機の高シェアを継続、部屋干しニーズの取り込みを図る



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

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)

2022年3月期 第2四半期

連結業績詳細

(単位：百万円)	2021年3月期 第2四半期 実績	2022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	39,669	38,157	△1,511	△3.8
売上原価	31,152	29,874	△1,277	△4.1
売上総利益	8,517	8,283	△233	△2.7
販管費	8,483	8,180	△302	△3.6
営業利益	33	102	69	204.1
営業外収益	176	170	△5	△3.3
営業外費用	13	1	△12	△90.3
経常利益	196	272	75	38.4

主な増減要因

- 売上原価 販売構成比の変化（住宅設備機器の増加）等により原価率が低下
(原価率：78.5% ⇒ 78.3%)
- 販管費 販管比率は前年同水準
(販管費率：21.4% ⇒ 21.4%)
- 営業利益 住宅設備機器の販売増加や経費削減の取り組みを推進

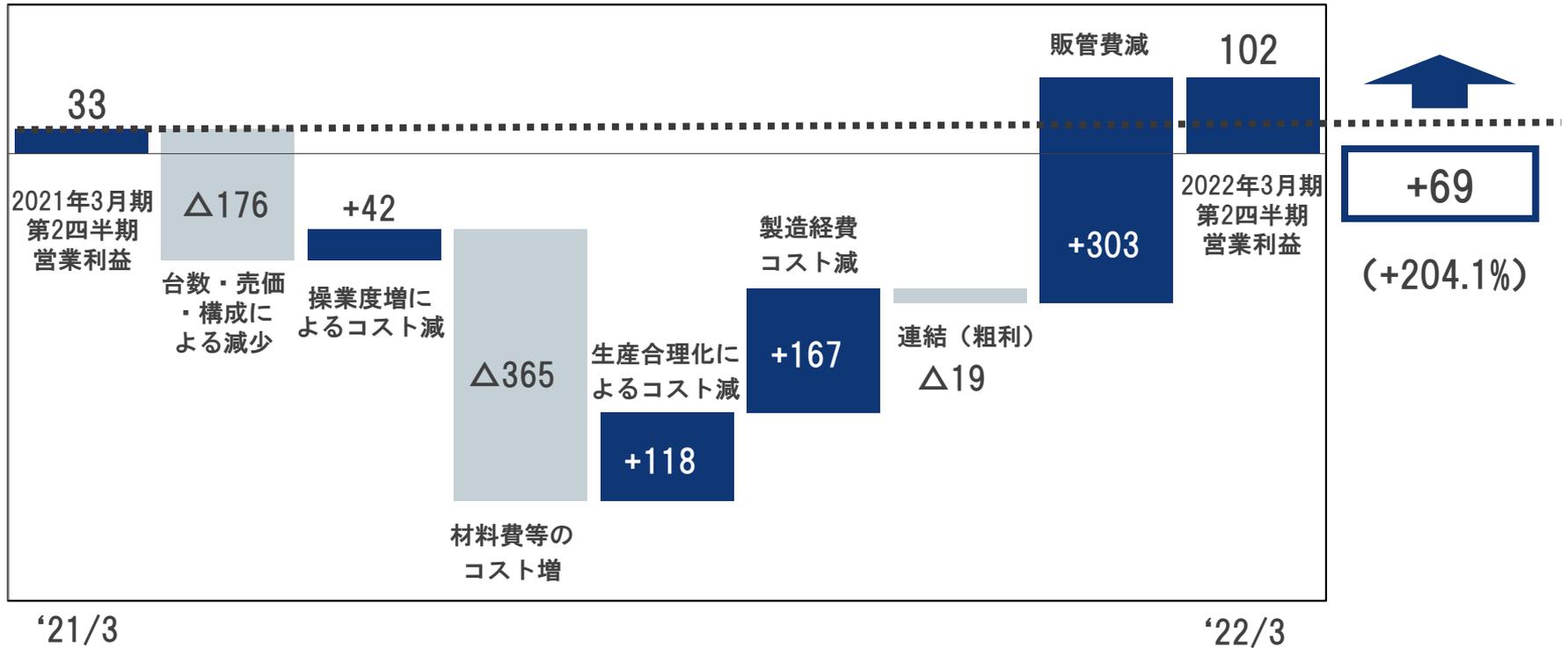
（単位：百万円）	2021年3月期 第2四半期 実績	2022年3月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	
			増減額	増減率（%）
経常利益	196	272	75	38.4
特別利益	0	16	15	—
特別損失	306	11	△295	△96.4
税金等調整前 四半期純利益	△109	277	386	—
法人税等	24	83	58	238.9
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△133	194	328	—

主な増減要因

- 特別損失 前年は投資有価証券評価損を計上

第2四半期 連結営業利益増減要因

■ 増加 ■ 減少 (単位：百万円)

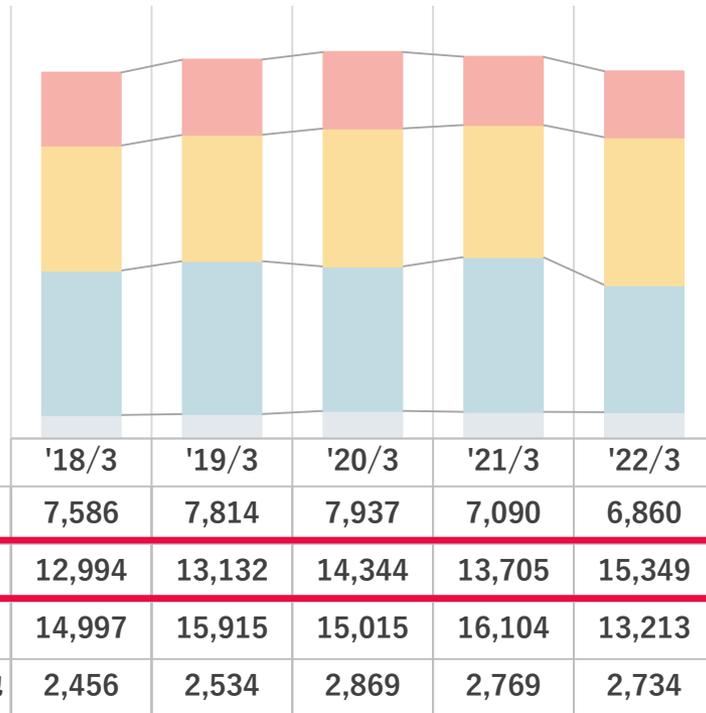


主な増減要因

- 空調・家電機器の販売減少や材料費等のコスト増加があるものの、住宅設備機器の販売増加や生産合理化、製造経費並びに販管費削減の取り組みを進めたことで営業利益は増加

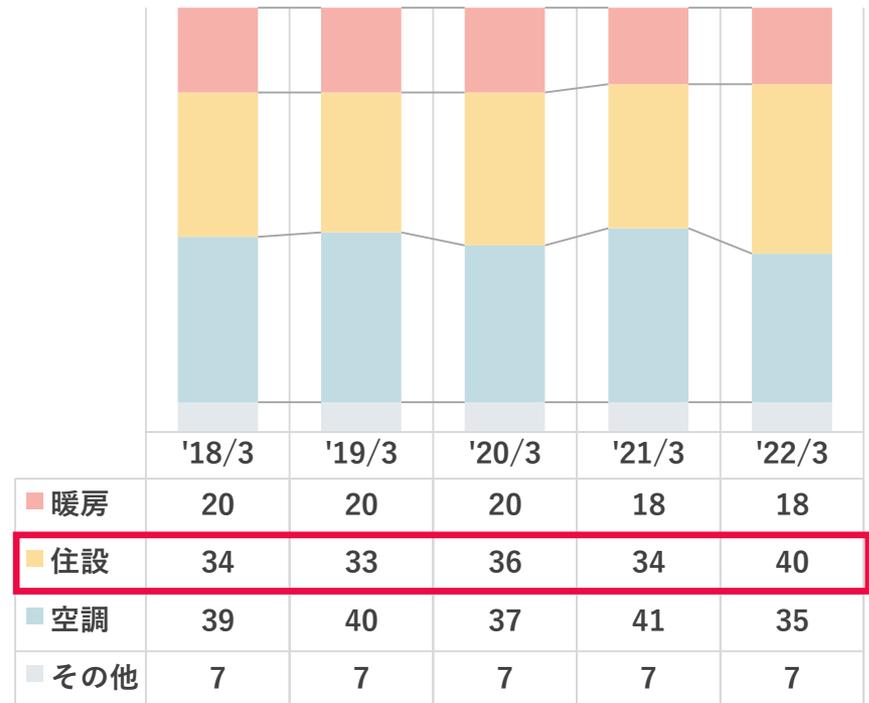
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)



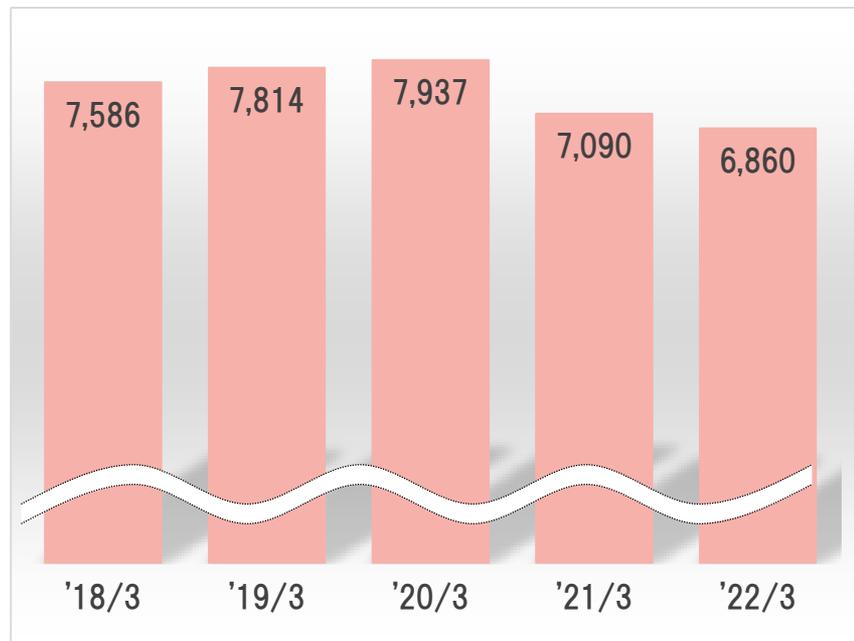
※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用していません。

トピックス

- 空調・家電機器の減少と住宅設備機器の増加で構成比に変化
- 住宅設備機器の構成比が34%から40%に上昇

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

石油ファンヒーター	+ 6.2%
寒冷地向け石油暖房機	△ 9.3%



石油ファンヒーター



寒冷地向けFF式石油ストーブ

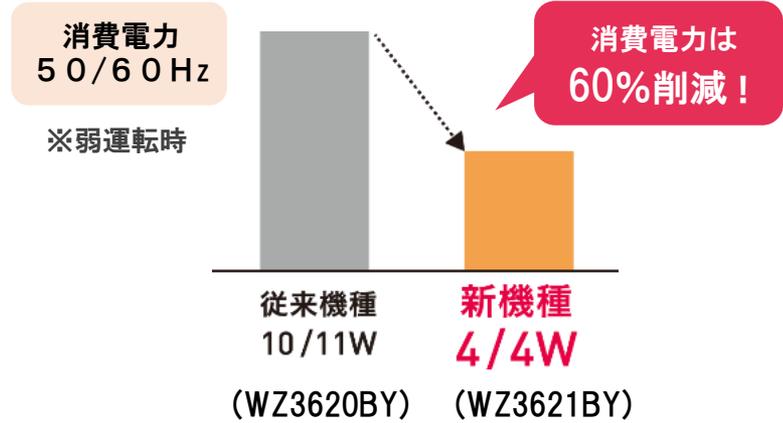
※2018年3月期から2020年3月期については「収益認識に関する会計基準」
(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しておりません。

主な増減要因

- 需要期に向けて寒冷地向け石油暖房機や石油ファンヒーターなどの提案活動を実施
- 9月中旬から気温が高めに推移したこともあり暖房機器全体は前年同四半期を下回る



消費電力を従来比約60%削減



※2021年6月現在。
WZ・VXシリーズ3.6kW・4.6kWタイプにおいて。

石油ファンヒーター「WZシリーズ」モデルチェンジ

- 新搭載のDCモーターで消費電力従来比約60%削減、業界No.1*の低消費電力を実現
- 換気後すぐに部屋をあたためる「ターボモード」や温風の届く距離が約18%伸びた「足もとあったかルーバー」搭載で、さらに快適
- インテリアに馴染むデザインに変更し、2021年度グッドデザイン賞を受賞



アウトドアブランド
「キャプテンスタッグ」
コラボ商品



オンラインストア限定商品
石油こんろ「Macoro」

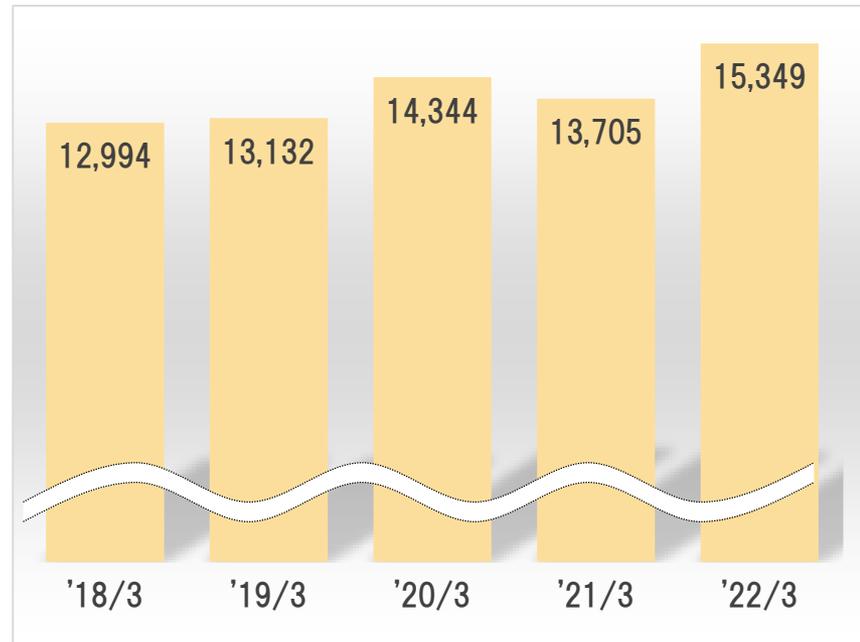


オンラインストア限定商品
石油ストーブ
「クラシックブラック」

- アウトドア用品の総合ブランド「キャプテンスタッグ」と協業した石油ストーブと石油こんろを開発
- 公式オンラインストア「コロナストア」限定で、若者など新しい客層をターゲットにしたシンプルなデザインの石油暖房機を発売

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	+ 23.6%
石油給湯機	+ 1.2%



エコキュート



石油給湯機

※2018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。

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、省エネ性に優れた最上位機種を軸に販売活動を進めたほか、商品の生産・供給に柔軟に取り組んだことで好調に推移
- 石油給湯機は高効率・高付加価値機種の拡販に取り組み前年同四半期を上回ったほか、住宅市場の一部回復も販売を後押し

令和3年度
デマンドサイド
マネジメント
表彰受賞



通常運転

夜間
沸き上げ

夜間時間帯

新機能：ソーラーモードプラス

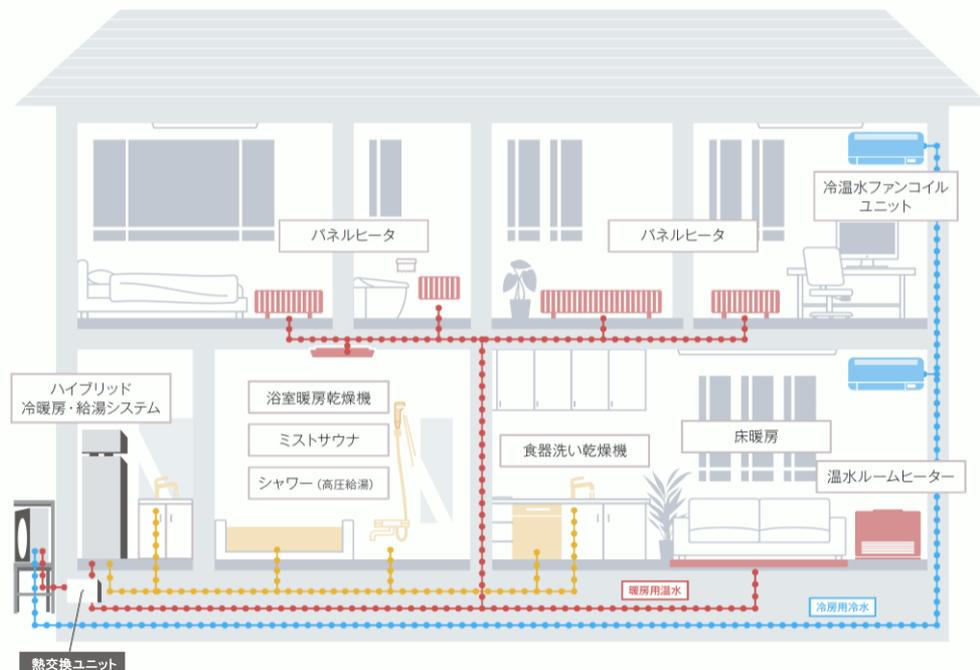
夜間の沸き上げ量を減らして、昼間の太陽光発電で沸き上げます



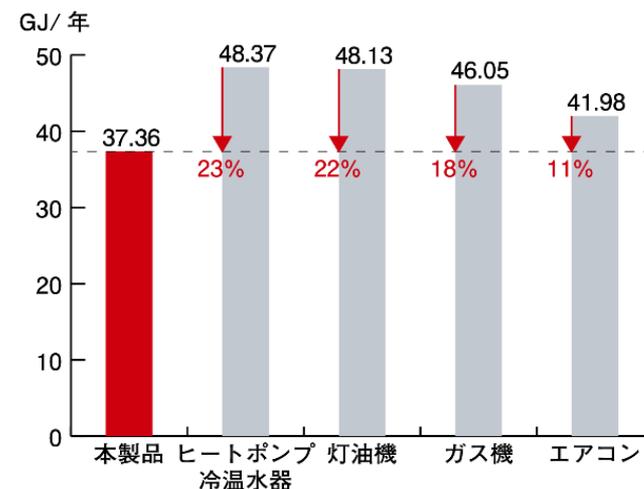
太陽光発電の「自家消費」

- 太陽光発電の固定価格買取制度「F I T」の買取期間終了（卒F I T）により売電より「自家消費」する家庭が増加
- 太陽光発電の余剰電力を積極的に自家消費する機能「ソーラーモードプラス」を改良し、余剰電力の自家消費率を従来の最大50%から80%まで高める

給湯・暖房・冷房が1システムで可能に！



【省エネ性】一次エネルギー消費量比較(冷暖房)

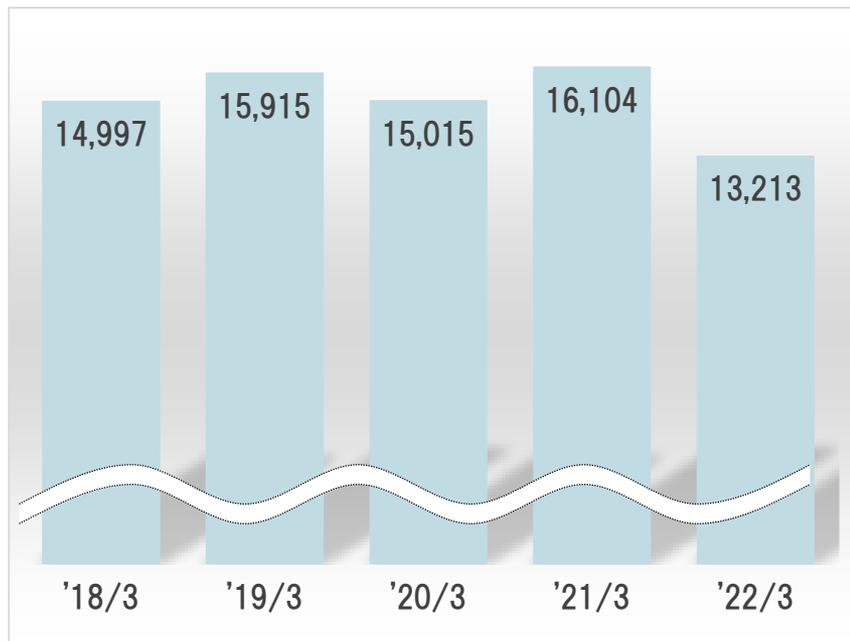


共同開発した寒冷地向けハイブリッド冷暖房・給湯システムが受賞

- リンナイ株式会社、エア・ウォーター北海道株式会社と共同開発した「寒冷地向けハイブリッド冷暖房・給湯システム」は、ヒートポンプユニットとガス給湯暖房熱源機で構成されており、給湯・暖房・冷房を1システムで対応
- 初期投資の少なさと省エネ効果が高く評価され、北海道庁主催の「令和3年度北海道省エネルギー・新エネルギー促進大賞」において省エネルギー部門大賞を受賞

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	△ 20.6%
除湿機	+ 8.1%



ルームエアコン



除湿機

※2018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。

主な増減要因

- ルームエアコンはメーカー間の販売競争の激化や昨年の特別定額給付金による特需の反動、8月以降の気温が低めに推移したことなどが影響し、前年同四半期を下回る
- 清潔性と利便性を追求した最高級シリーズをセパレートタイプに投入し付加価値商品の販売拡大を図るほか、冷房専用タイプやウインドタイプなど特色ある商品ラインアップによる幅広い提案活動を推進
- 除湿機は本格的な梅雨到来や「部屋干し」需要の増加により前年同四半期を上回る

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。

2021年エアコン
CM

私は、
三條生まれ。



エアコン
CMはこちら



- 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
- テレビCMや公式サイトでの情報発信等を通じて当社エアコンのブランド浸透を図る



「ReLaLa」Zシリーズ

特色あるラインアップ



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

特色ある商品ラインアップ

- 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」機能を搭載したセパレートタイプの最高級シリーズ「Zシリーズ」を今期から発売
- 冷房専用タイプやウインドタイプなど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

(単位：百万円)	2021年3月期 第2四半期 実績	2022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	56,410	58,201	1,791	3.2
固定資産	40,448	42,324	1,876	4.6
資産合計	96,858	100,525	3,667	3.8
(負債の部)				
流動負債	23,752	25,017	1,264	5.3
固定負債	1,839	2,621	781	42.5
負債合計	25,592	27,639	2,046	8.0
純資産合計	71,266	72,886	1,620	2.3
負債、純資産合計	96,858	100,525	3,667	3.8

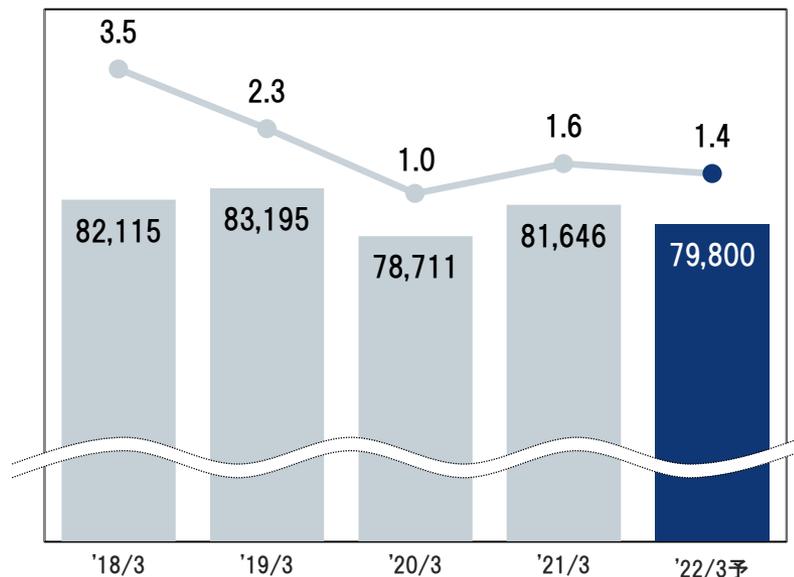
主な増減要因 (単位：百万円)

- 資産の部 現金及び預金△3,175、売上債権+396、有価証券+5,463、商品及び製品△1,350
- 負債の部 買掛債務+1,865
- 純資産の部 利益剰余金+134、その他の包括利益累計額1,587

各指標推移

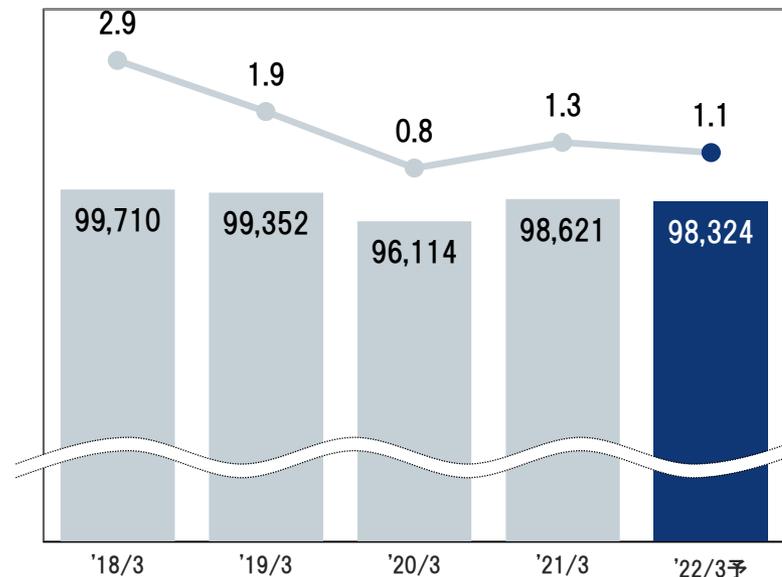
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



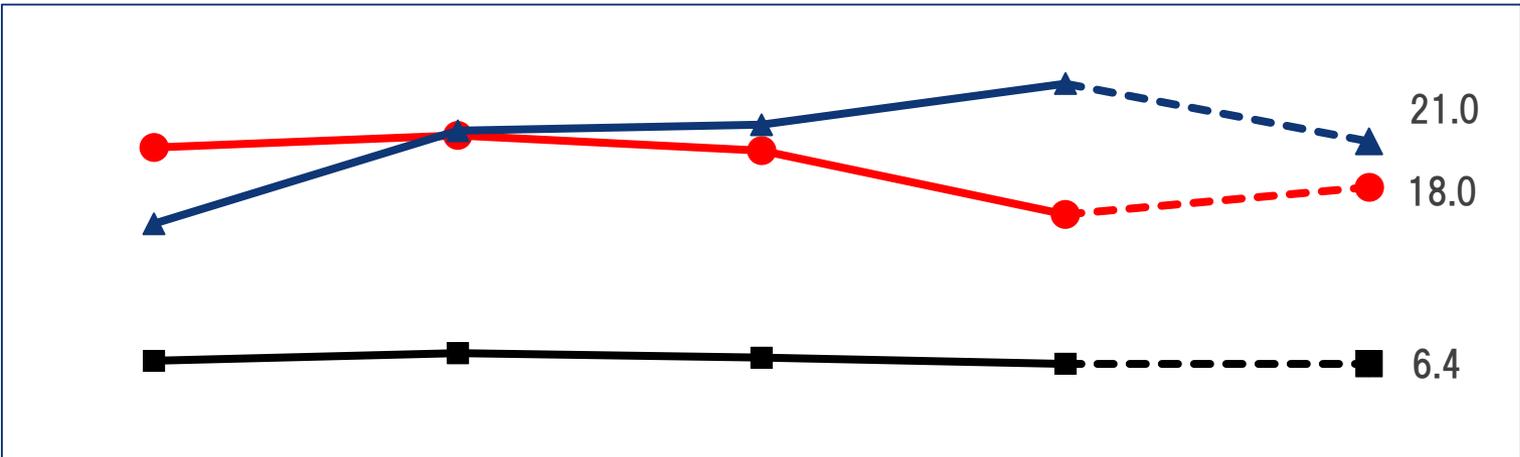
(ROA：総資産経常利益率)

※2018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。

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

（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	18.0
▲ 減価償却	15.6	21.7	22.1	24.8	21.0
■ 研究開発	6.6	7.1	6.8	6.4	6.4

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

2022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

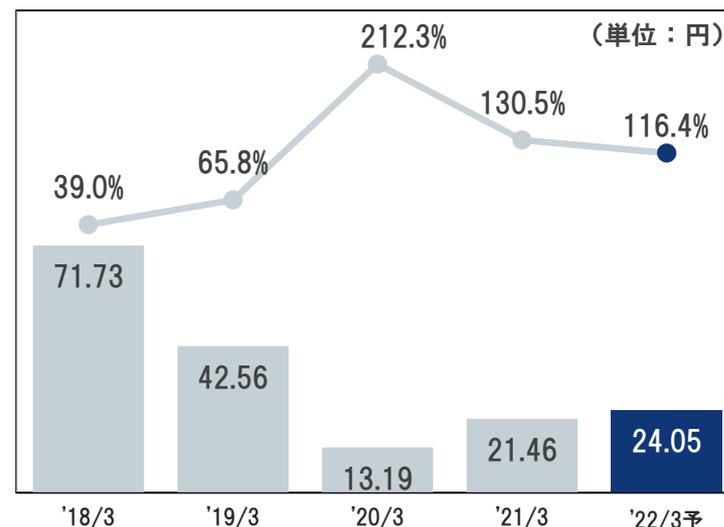
1株当たり配当金の推移

(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	24.05
配当性向	39.0%	65.8%	212.3%	130.5%	116.4%

1株利益・配当性向

(単位：円)



※2018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)等を適用していません。

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

- 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
- 工場の自動化・IT活用の取り組み
- 売上高構成と主な製品

- ・ 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 9,229名(対前期末比 △603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57
- ・ 従業員数 2,292名(連結)(対前期末比 +9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

1930年～

1937年（昭和12）
新潟県三条市
にて創業

1952年（昭和27）
日本初
加圧式石油コンロ発売



1955年（昭和30）
日本初
加圧式石油ストーブ発売



1970年～

1973年（昭和48）
石油給湯機発売



1979年（昭和54）
エアコン市場参入



石油ファンヒーター発売



2010年～

2006年（平成18）
東証一部上場

1992年（平成4）
商号を「株）コロナ」
に変更

2001年（平成13）
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



2008年（平成20）
電気暖房
市場参入



2014年（平成26）
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



2020年～

2017年（平成29）
創業80周年

2019年（令和元）
リブランディング
つぎの快適をつくろう。
CORONA

自然対流形電気暖房機
「NOILHEAT（ノイルヒート）」
発売



2021年（令和3）
エアコンブランド制定
Relala
リララ

企業理念

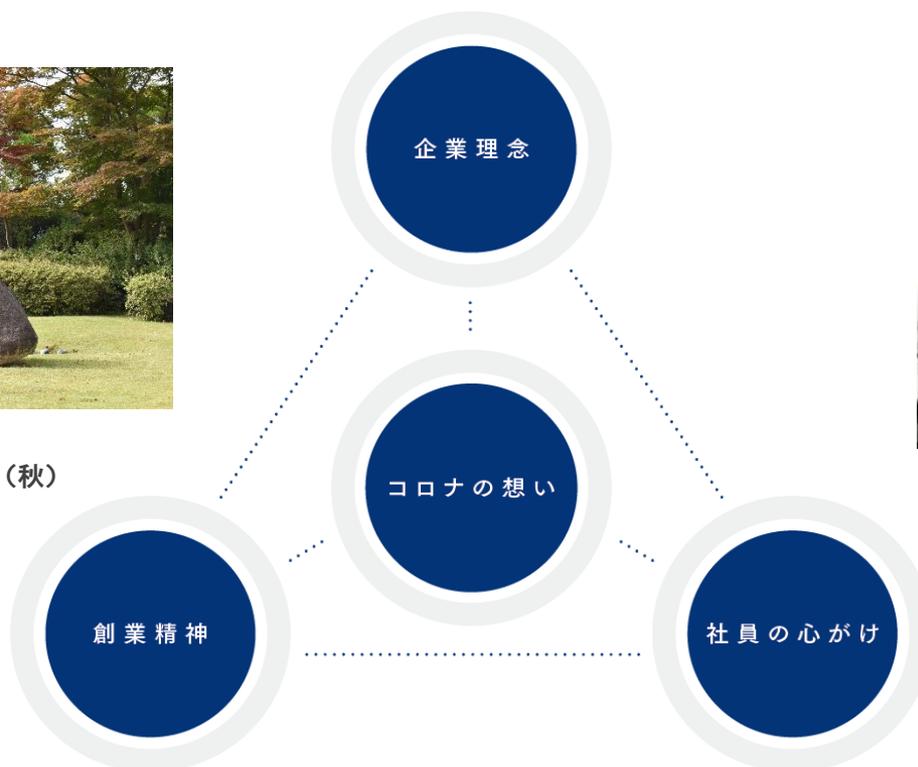
あなたと共に
夢…新たなライフシーン…を実現しお客様に喜んでいただけるコロナ
～快適・健康で環境にやさしい心豊かな生活になくはないコロナでありたい～



本社技術開発センター前（秋）



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

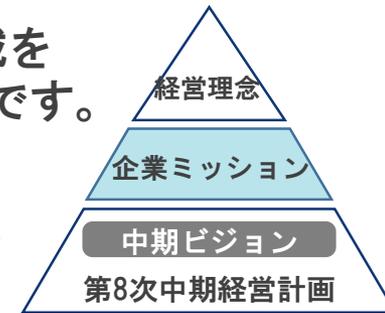
[感謝と感動]

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

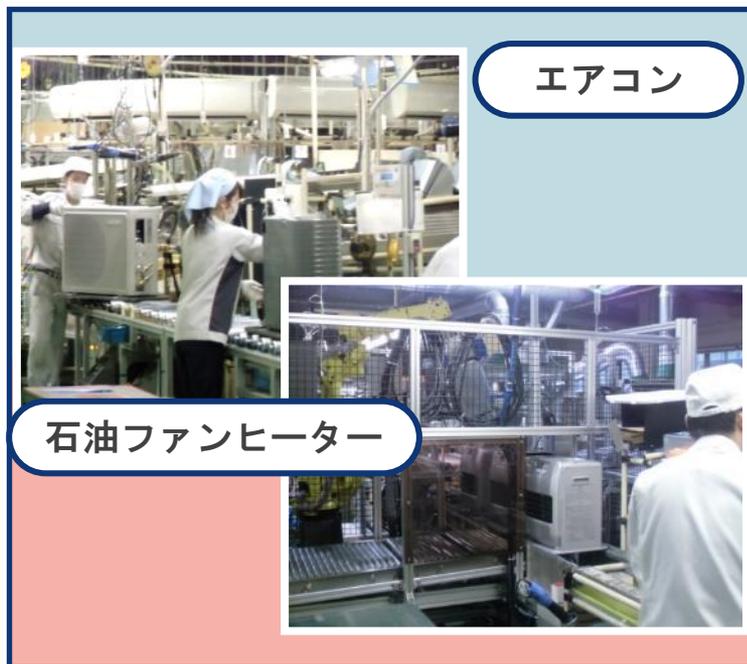
体感できる快適に加え、暮らしにゆとりや彩りを。つかう人の心の満足も生み出します。

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。



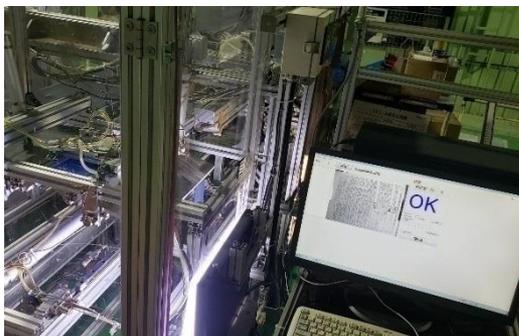
「二毛作生産」で年間を通してフル稼働
(写真は三条工場)



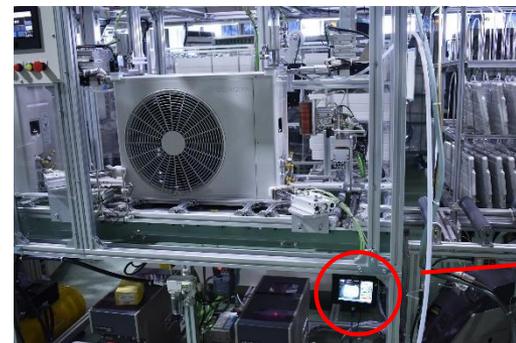
総合的品質管理の世界最高ランクの賞である
「デミング賞実施賞」を受賞(2010年度)

- 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

AIを活用した印刷部の画像検査



ねじ締め・ラベル貼付の自動化



ラベル貼付状態の画像検査



自動搬送ロボット



エアコン検査の自動化

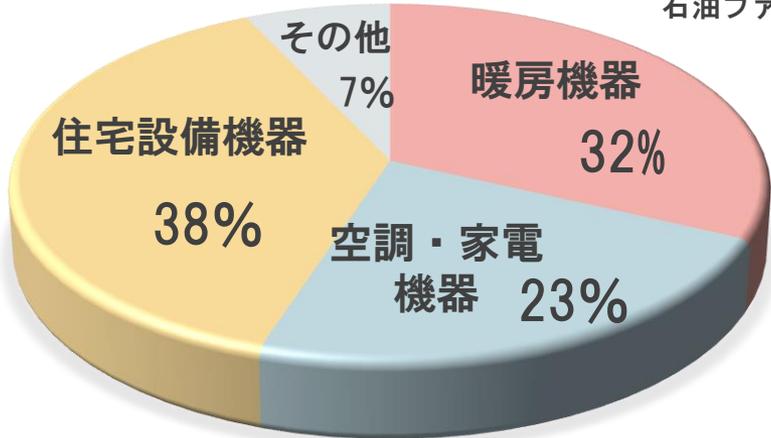


AIやIT技術を積極活用し、作業効率を向上

- 工場内では自動化やIT技術活用による作業の効率化、品質向上の取り組みを進める
- RPA（ソフトウェアロボットによる業務自動化）を導入し、業務時間の削減も実施

売上高構成と主な商品

2021年3月期
売上高：816億円



【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

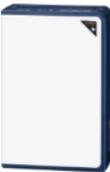
【空調・家電機器】



ルームエアコン



ウインドエアコン



冷風機・除湿機