

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2021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/>

2020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得ることをご承知おき下さい。

1. 2021年3月期 第2四半期

連結業績ハイライト

2. 2021年3月期 計画

- 2021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)	20年3月期 2Q実績	21年3月期 2Q当初計画	21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	40,167	40,000	39,923	△243	△0.6	△77	△0.2
営業利益	294	△300	37	△257	△87.4	337	—
経常利益	436	△100	196	△240	△54.9	296	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	302	△100	△133	△436	—	△33	—

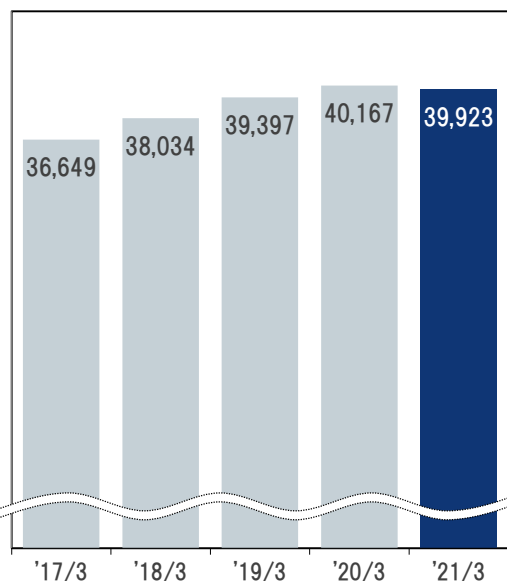
※10/23 中間業績予想を修正

主な増減要因

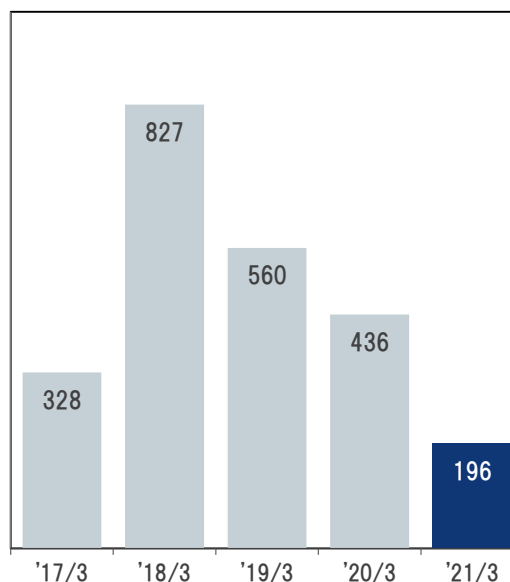
- 売上高 空調・家電機器が順調に推移するも、暖房機器、住宅設備機器が前年同四半期を下回る
- 利益面 販売促進に係る諸施策や経費等を下半期に重点配分したことで営業利益、経常利益は前年同四半期を上回る
特別損失の計上により四半期純利益はマイナスへ

(単位：百万円)

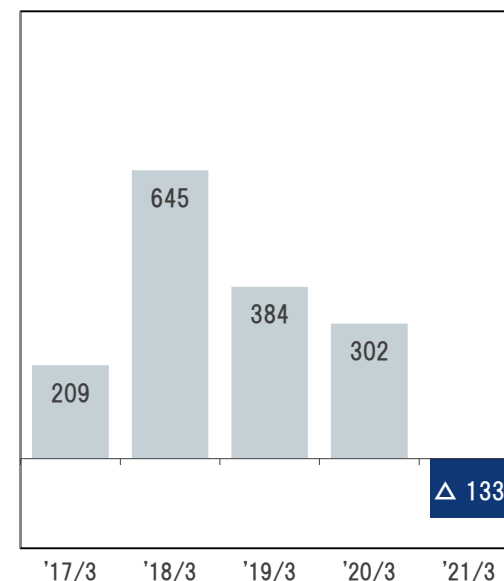
売上高



経常利益



四半期純利益



トピックス

- 新型コロナウイルス感染症の拡大による在宅時間の増加等により、ルームエアコンを始めとした空調・家電機器の販売が順調に推移、一方で展示商談会や訪問営業等の活動制限により住宅設備機器の需要が停滞
- 生産量減少による原価増等により経常利益が減少、投資有価証券評価損等による特別損失計上により四半期純利益はマイナス

(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	
2Q	19,866	24.7%	20,739	25.3%	21,718	26.1%	23,637	30.0%	19,473	
3Q	29,194	36.2%	30,076	36.6%	29,484	35.4%	26,516	33.7%		
4Q	14,755	18.3%	14,004	17.0%	14,312	17.2%	12,028	15.3%		
合計	80,598	100.0%	82,115	100.0%	83,195	100.0%	78,711	100.0%		

■ 2Q：空調・家電機器の販売早期化あるも住宅設備機器の需要停滞等が影響し減収

※ 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 第2四半期 実績	2021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	40,167	39,923	△243	△0.6
売上原価	31,087	31,152	64	0.2
売上総利益	9,079	8,771	△308	△3.4
販管費	8,785	8,733	△51	△0.6
営業利益	294	37	△257	△87.4
営業外収益	152	176	24	15.8
営業外費用	10	17	6	66.6
経常利益	436	196	△240	△54.9

主な増減要因

- 売上原価 空調・家電機器の売上構成比増加等により原価率が上昇
（原価率：77.4% ⇒ 78.0%）
- 販管費 役員退職金や物流費が増加するも諸経費の減少で販管比率は同水準
（販管費率：21.9% ⇒ 21.9%）

（単位：百万円）	2020年3月期		2021年3月期		前年同四半期比	
	第2四半期	実績	第2四半期	実績	増減額	増減率（%）
経常利益		436		196	△240	△54.9
特別利益		13		0	△12	△94.9
特別損失		34		306	272	785.9
税金等調整前 四半期純利益		415		△109	△524	—
法人税等		113		24	△88	△78.4
親会社株主に帰属する 四半期純利益		302		△133	△436	—

主な増減要因

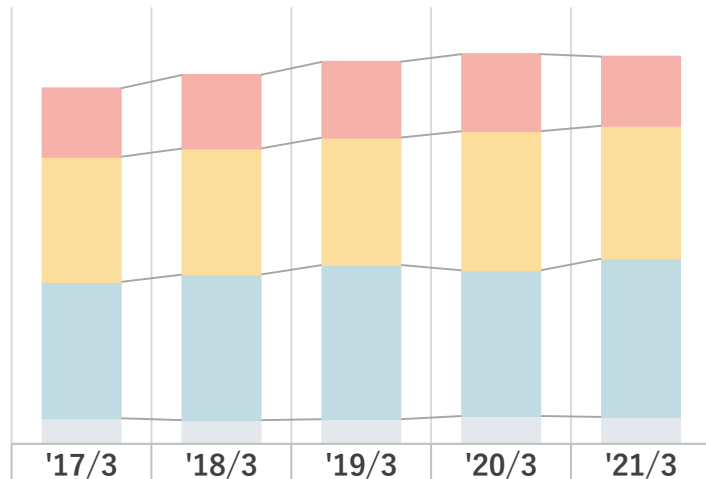
- 特別損失 投資有価証券売却損 48百万円、投資有価証券評価損 254百万円

金額

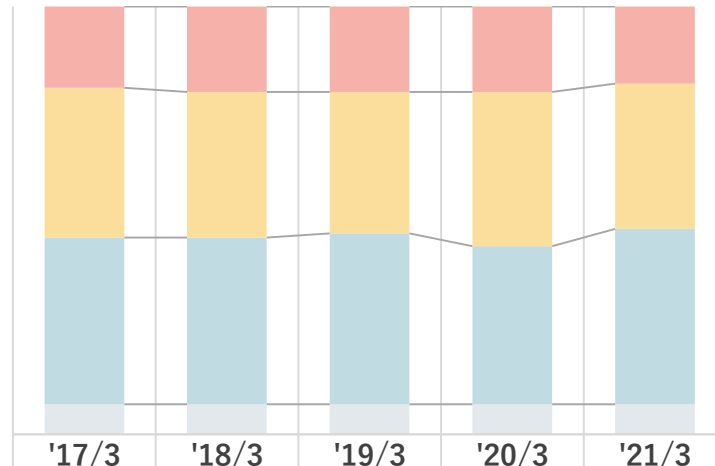
(単位：百万円)

構成比

(単位：%)



	'17/3	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3
■ 暖房	7,073	7,586	7,814	7,937	7,121
■ 住設	12,872	12,994	13,132	14,344	13,710
■ 空調	14,061	14,997	15,915	15,015	16,321
■ その他	2,641	2,456	2,534	2,869	2,770



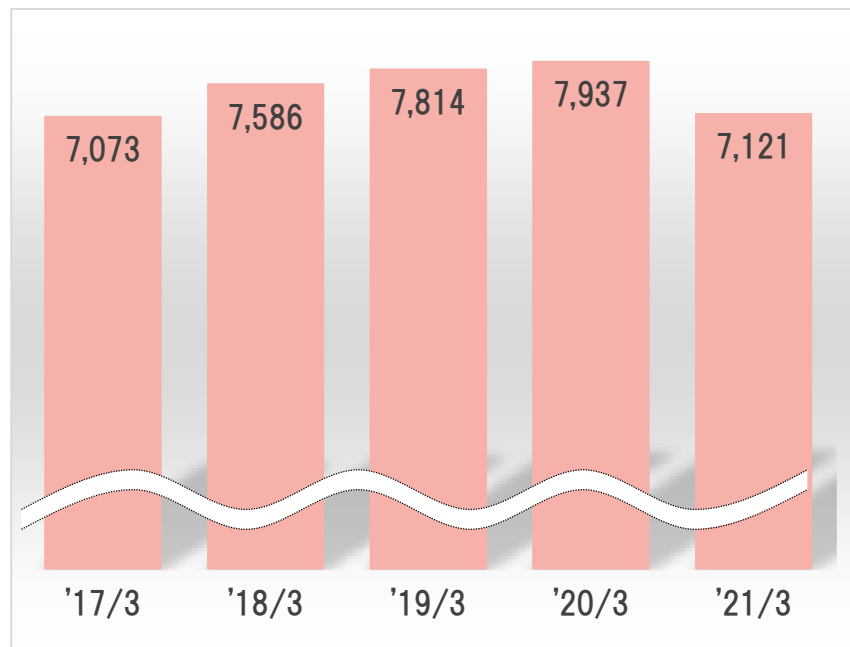
	'17/3	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3
■ 暖房	19	20	20	20	18
■ 住設	35	34	33	36	34
■ 空調	39	39	40	37	41
■ その他	7	7	7	7	7

トピックス

- ルームエアコン、除湿機等の販売増加により、空調・家電機器の売上高は第2四半期累計として過去最高（'04/3期の四半期開示以降）
- 空調・家電機器の構成比が37%から41%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

寒冷地向け石油暖房機	△ 12.2%
石油ファンヒーター	△ 11.7%



寒冷地向け F F 式石油ストーブ
「FIRNEO (フィルネオ)」



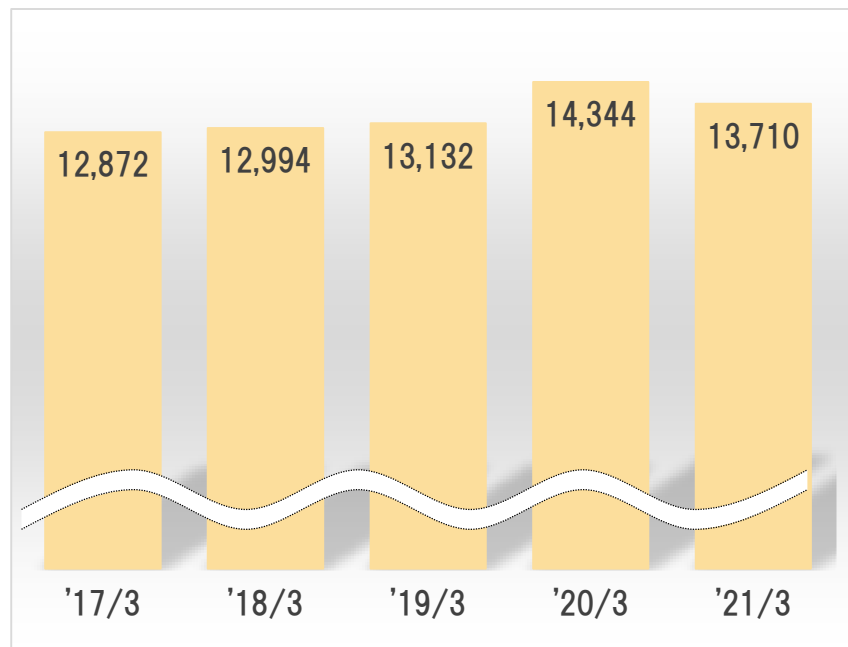
石油ファンヒーター
VXシリーズ

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、機能とデザインを向上させた石油暖房機・電気暖房機を発売、需要期に向けた提案活動を実施
- 記録的な残暑の影響や昨年は消費増税前の駆け込み需要が発生し、販売が前倒しに進んだこと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

エコキュート	+ 1.3%
給湯システム等	△ 6.6%



エコキュート



ナノリフレ

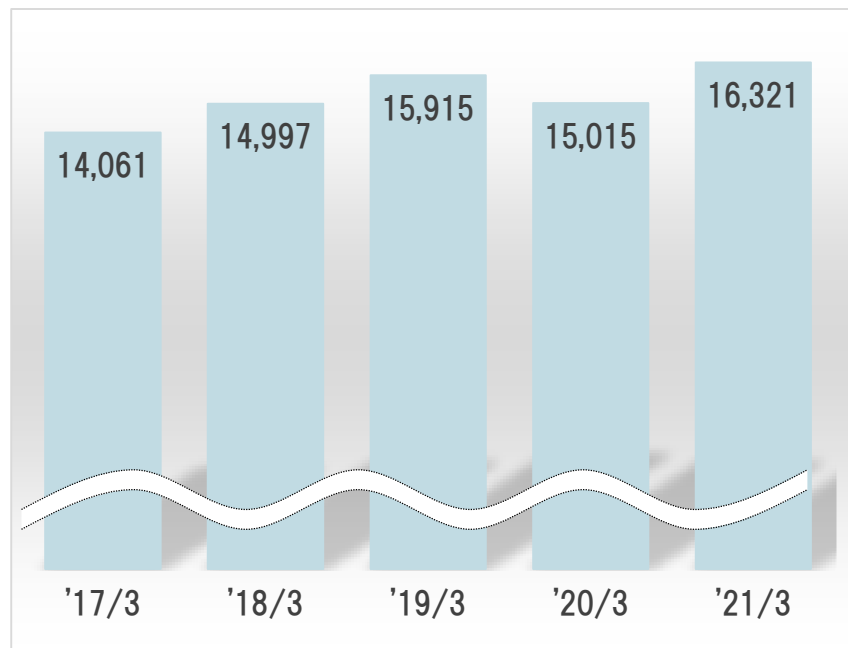
ナノフィール

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「ナノフィール」などのアクアエア商品の需要が大幅に増加
- 昨年は消費増税前の駆け込み需要が発生したほか、展示商談会等のイベント中止が相次いだことで給湯システムなどの販売活動が停滞

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	+ 3.4%
除湿機・冷風機	+ 18.0%



ルームエアコン



ウインドタイプ



除湿機・冷風機

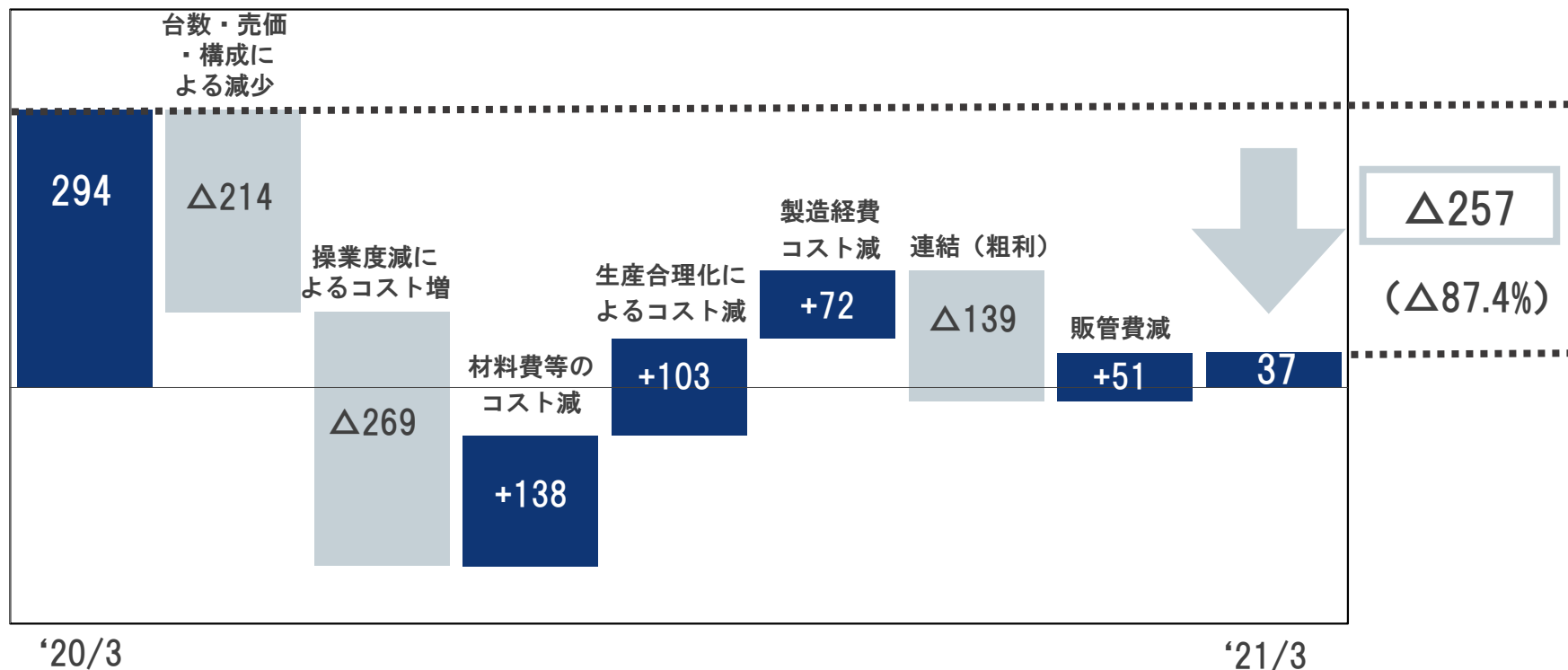
主な増減要因

- ルームエアコンは需要期の天候不順等があったものの、初夏の気温上昇や販売店による早期提案、在宅時間の増加などもあり販売は順調に推移
- 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
- 本格的な梅雨の到来と「部屋干し」需要の増加で除湿機や冷風機も好調に推移

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

- 暖房機器・住宅設備機器の販売減少、生産量減少に伴う工場操業度の低下等により営業利益が減少

(単位：百万円)	2020年3月期 第2四半期 実績	2021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	58,256	56,288	△1,967	△3.4
固定資産	42,343	40,448	△1,895	△4.5
資産合計	100,600	96,737	△3,863	△3.8
(負債の部)				
流動負債	26,202	23,631	△2,571	△9.8
固定負債	1,817	1,839	21	1.2
負債合計	28,020	25,470	△2,549	△9.1
純資産合計	72,579	71,266	△1,313	△1.8
負債、純資産合計	100,600	96,737	△3,863	△3.8

主な増減要因 (単位：百万円)

- 資産の部 現金及び預金△1,745、売上債権△3,479、有価証券+3,334、棚卸資産△146、投資有価証券△703、退職給付に係る資産△900
- 負債の部 仕入債務△1,728、未払金△689、長期未払金+704、役員退職慰労引当金△556
- 純資産の部 利益剰余金△871、自己株式+46、その他の包括利益累計額△488

2021年3月期 計画

- ・ 2021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)	20年3月期 実績	21年3月期 当初計画	21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	78,711	82,100	81,500	2,789	3.5	△600	△0.7
営業利益	517	600	600	83	15.8	—	—
経常利益	792	900	900	108	13.6	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	385	500	300	△85	△22.3	△200	△40.0

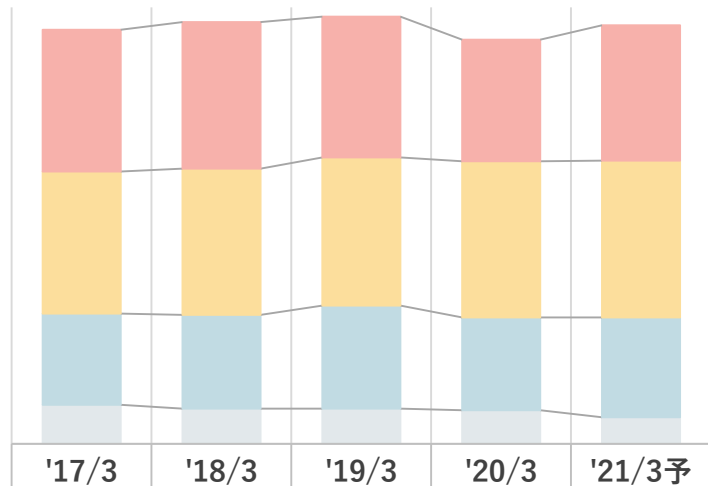
※10/30 通期業績予想を修正

主な増減要因

- 新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の業績への影響は現時点では限定的と見込む
- 空調・家電機器等が順調に推移しているものの、建設業界における工事の一部着工遅延や繰り延べが子会社に生じており、売上高は当初予想を若干下回る見込み
- 販促費は下期に重点配分、生産性向上と経費削減を推進し営業・経常利益は維持、投資有価証券評価損等が影響し当期純利益は当初予想を下回る見込み

金額

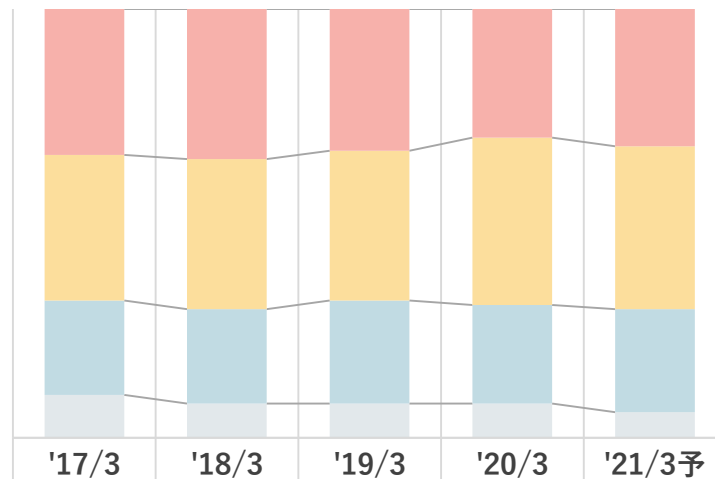
(単位：百万円)



暖房	27,564	28,527	27,437	23,663	26,350
住設	27,686	28,462	28,857	30,452	30,550
空調	17,772	18,290	20,034	18,060	19,400
その他	7,576	6,834	6,865	6,534	5,200

構成比

(単位：%)



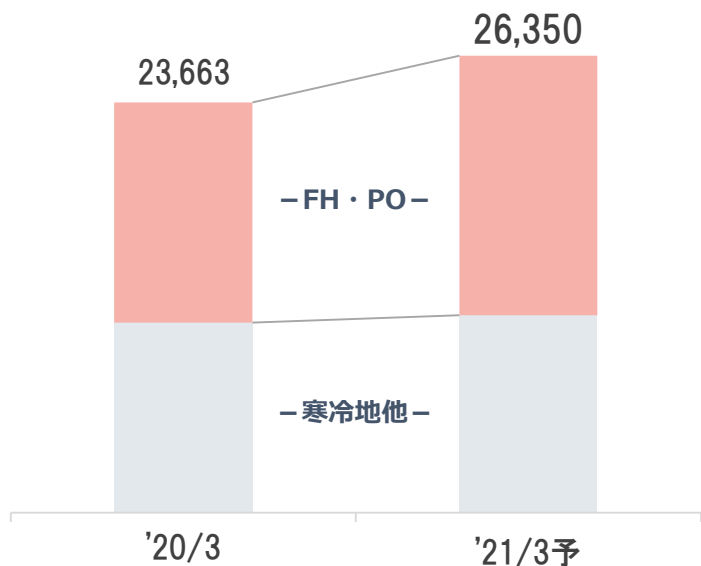
暖房	34	35	33	30	32
住設	34	35	35	39	38
空調	22	22	24	23	24
その他	10	8	8	8	6

トピックス

- 暖房機器、空調・家電機器が回復、住宅設備機器は引き続き伸長見込み
- 建設業界における工事の着工遅延・繰り延べが子会社に発生（その他）

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +27億円

- ・豊富な製品ラインアップで在宅時間の増加に伴う暖房ニーズを捉える
- ・主力の石油ファンヒーターはエアコンと併用も◎、「換気」対応に速暖性を訴求
- ・遠赤外線電気暖房機「コアヒート」や自然対流形電気暖房機「ノイルヒート」は都市部を中心に拡販を図る



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FF式石油ストーブ
「フィルネオ」
上質な暖かさ・本格暖房



遠赤外線電気暖房機
「コアヒート」
ヒートショック対策にも

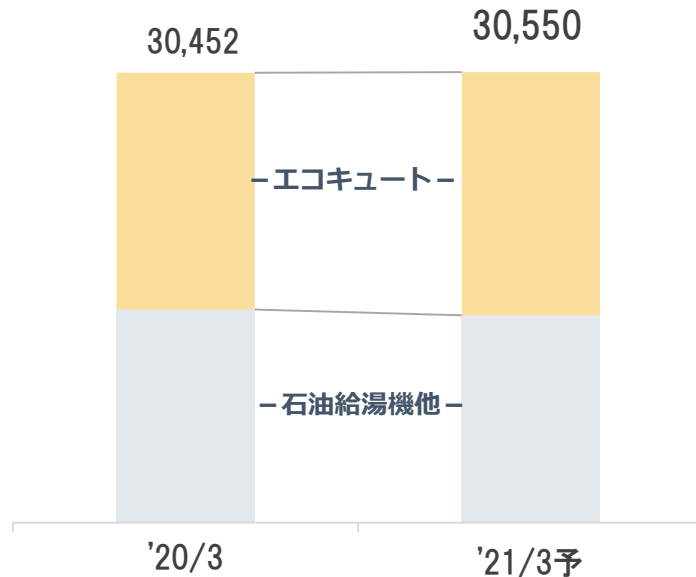


自然対流形電気暖房機
「ノイルヒート」
空気の質へのこだわり



売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

- 前期比 +1 億円
- 営業活動の制限や住宅着工の遅れはあるも販売施策の工夫と実行を推進
- エコキュートなどZEH・「卒FIT」対応、IoT活用製品の販売
- アクアエア商品への関心が急増、ナノフィールを中心に拡販を図る



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



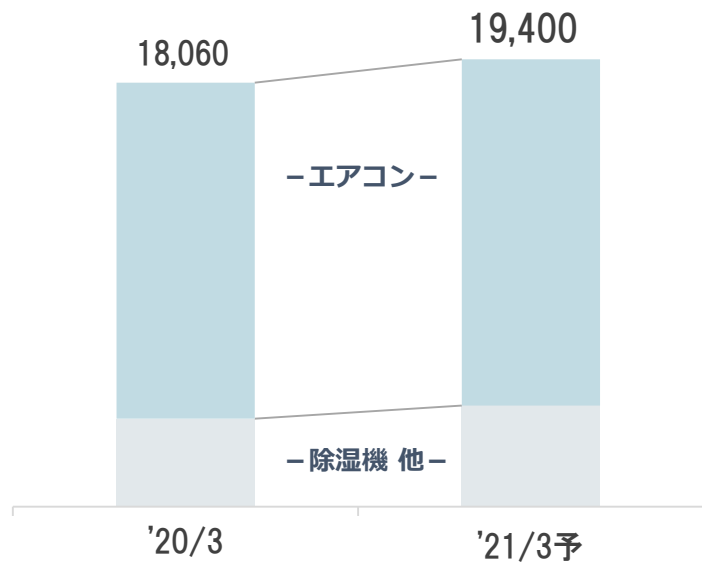
エコキュート
省エネ性能トップクラス
ソーラーモード搭載



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 +13億円
- 在宅時間の増加等により順調に推移
- ルームエアコンは市場ニーズに合う製品開発を強化、特色あるラインアップの強みを訴求
- 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

— 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】

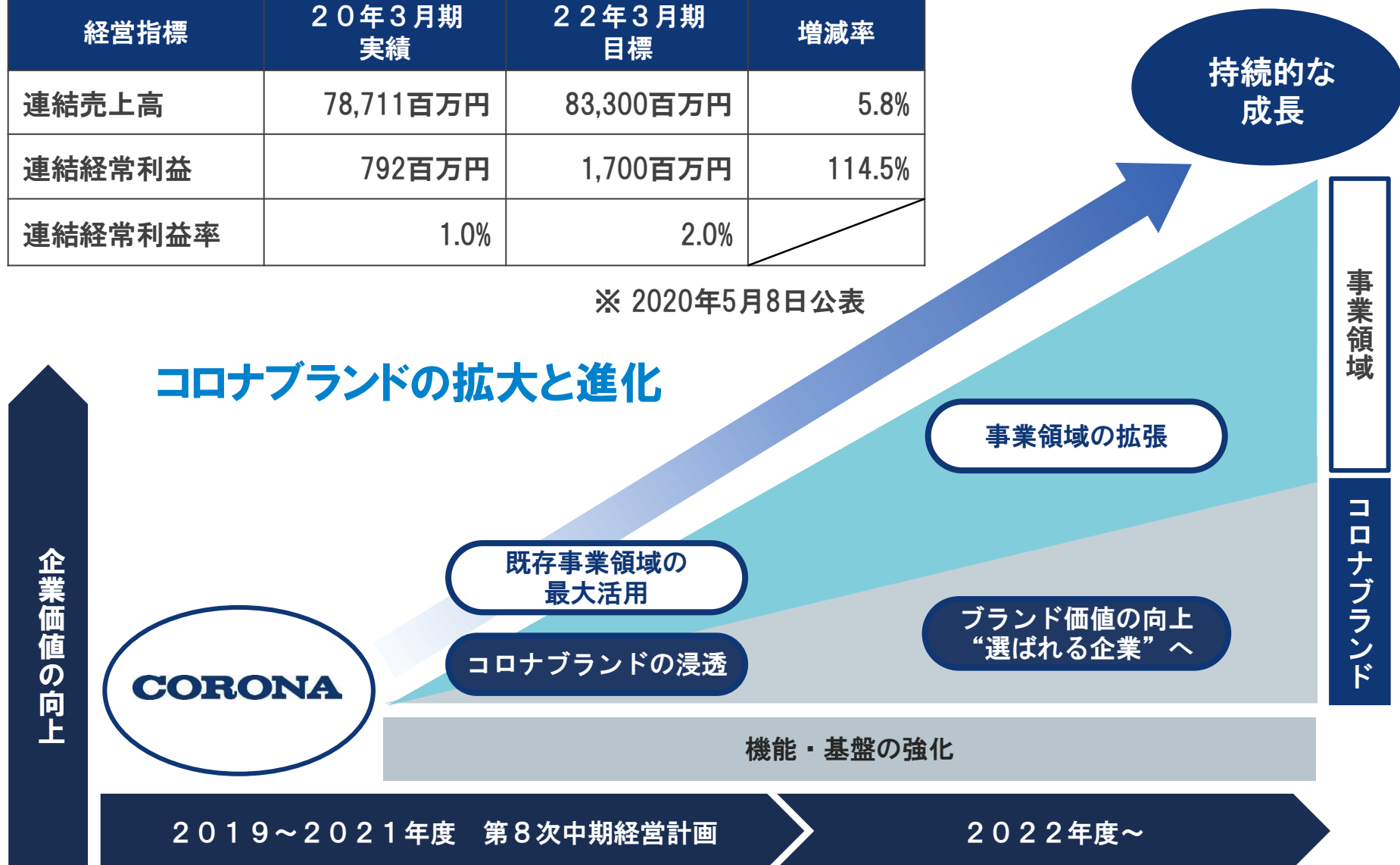
既存事業の
領域拡大

空調事業
の強化

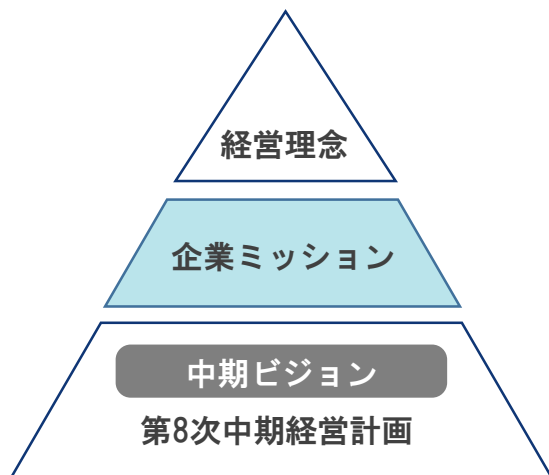
経営基盤
の強化

経営指標	20年3月期 実績	22年3月期 目標	増減率
連結売上高	78,711百万円	83,300百万円	5.8%
連結経常利益	792百万円	1,700百万円	114.5%
連結経常利益率	1.0%	2.0%	

※ 2020年5月8日公表



企業ミッションは社会のニーズ・課題と当社グループの事業領域を照らし合わせ、
当社が果たすべき使命を示したものです。
当社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。



【企業ミッション】

- **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、安心でレジリエンスな社会の実現に貢献します。



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

2020年
リニューアル



石油ファンヒーター
（VXシリーズ）



遠赤外線電気暖房機
「コアヒート」

2019年
発売



自然対流形電気暖房機
「ノイルヒート」

2020年モデル暖房機器を発売

- 2020年モデルの暖房機器として、“省電力”設計で点火時間を55秒に短縮した石油ファンヒーター、暖房能力を強化した寒冷地向けFF式石油ストーブ等を発売
- 石油ファンヒーターや遠赤外線電気暖房機には「空間やインテリアとの調和」、「暮らしに溶け込むデザイン」をコンセプトにリニューアルした製品を投入

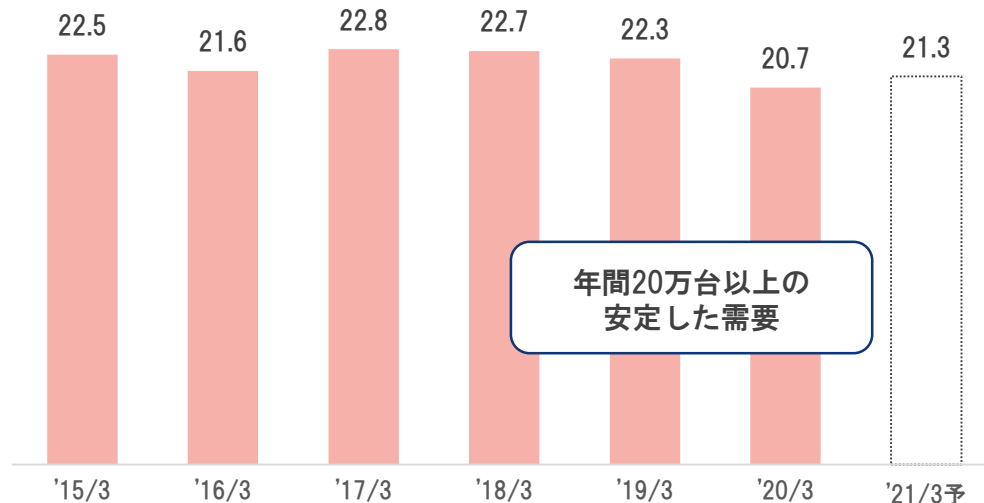
フィルネオ
FIRNEO



寒冷地向けFF式石油ストーブ
「FIRNEO（フィルネオ）」
（2020年8月発売）

寒冷地向け石油暖房機 市場動向

（単位：万台）



新製品「FIRNEO（フィルネオ）」の特長

- 暖房機器の柱の一つである寒冷地向けFF式石油ストーブに新製品を投入
- 遠赤外線輻射能力が大幅に向上、ユニバーサルデザインや買い替え時の施工性強化、FF式石油ストーブのシェアアップを図る

特色あるラインアップ



エアコン開発
を強化

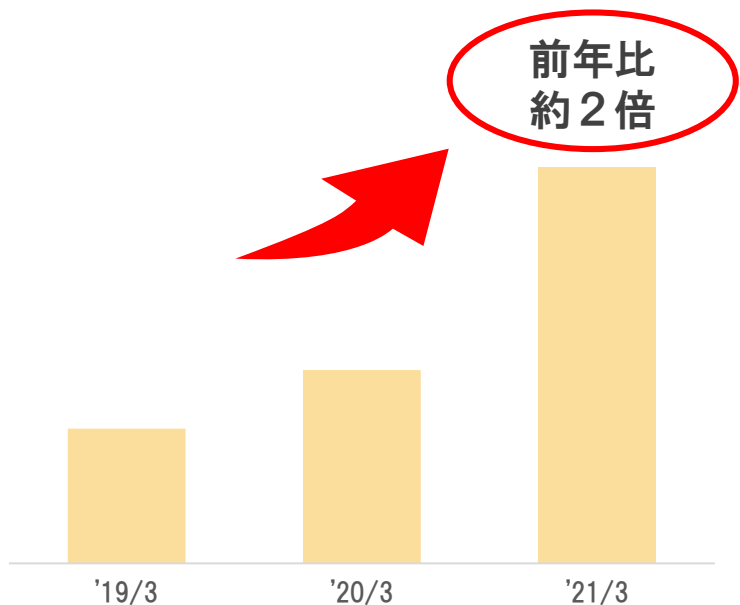


ルームエアコン「Sシリーズ」

市場ニーズに合致した製品開発を推進

- セパレートタイプの冷暖房エアコンに加え、冷房専用エアコンやウインドエアコン、ポータブル冷風機など特色ある製品構成で様々なニーズに対応
- セパレートタイプは主力の低コスト機種に加え、市場ニーズに合致した製品開発、販売体制を強化
- 積極的なPR活動を展開し、エアコン事業のブランド強化を図る

ナノフィール販売台数推移（4～9月）



加湿 消臭 除菌 空清



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
- 加湿・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」の販売が前年同四半期比約2倍に増加
- ニーズの高い大型タイプを2021年4月発売予定



これまでの

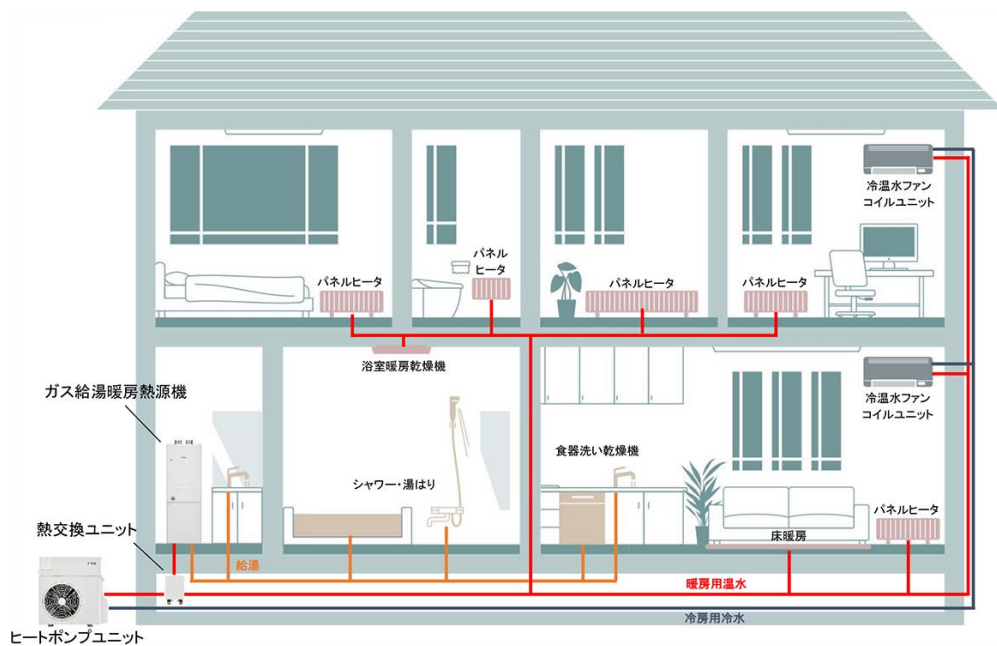
- ・ 天気予報や季節に応じた省エネ運転
- ・ 太陽光発電の余剰電力を活用
- ・ 入浴サポート機能 に加え、

アプリを活用した遠隔操作、「みまもり」機能を搭載！



スマホやタブレットでお風呂操作

- 今春発売の新型エコキュートは当社製品で初めてのIoT活用モデル、専用アプリと連動させた遠隔操作や「みまもり」機能を訴求
- 「みまもり」機能は子育て世代の快適でゆとりある生活を応援、8月には子どもの入浴に関する機能などが評価され「キッズデザイン賞」を受賞
- 今後も製品のIoT対応を推進し、ユーザーの利便性向上を図る



2021年4月からリンナイ株式会社と北海道エア・ウォーター株式会社が販売

給湯・暖房に「+冷房」が
1システムで可能に！



ヒートポンプユニット

冷暖房用端末

業界初の寒冷地向けハイブリッド冷暖房・給湯システムを共同開発

- 給湯、全居室への暖房、2～3室の冷房を1システムで対応する業界初の寒冷地（北海道・北東北）向けハイブリッド冷暖房・給湯システムをリンナイ、北海道エア・ウォーターと共同開発
※当社はヒートポンプユニットと冷暖房用端末の開発と供給を担当
- 電気・石油に加えガス熱源にも対応することで、給湯事業の拡大を図る

2020 CORONA暖房機器テレビCM



2020CMは
コチラ⇒



ブランディングの取り組み

- 「コロナブランドの拡大と進化」に向けブランディングの取り組みを推進
- 「つぎの快適をつくろう」のブランドスローガンのもと、従来の「不便を便利に」（マイナスをゼロに）から、「今をもっと快適に」（ゼロをプラスに）する製品開発を目指す



今年の新色は「あずきミルク」

公式オンラインストア「コロナストア」

- 公式オンラインストアは販売アイテムやアウトレットを充実、10月にはSNSのアンケート投票で人気を集めたSL型石油ストーブの限定色を発売
- 今後も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
「ジオシスハイブリッド」



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」

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
- 2019年に発売した「コロナエコ暖クールエアコン」は政府の環境関連表彰である「地球温暖化防止活動環境大臣表彰」、「省エネ大賞資源エネルギー庁長官賞」、「デマンドサイドマネジメント表彰」をトリプル受賞

人財育成・働き方改革



「均等・両立推進企業表彰」
新潟県労働局長奨励賞 受賞

災害被災地への支援

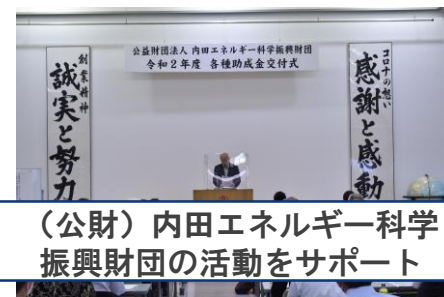


災害被災地支援



ポータブル石油ストーブ（反射型） 対流型石油ストーブ 煮炊き用石油コンロ

研究開発・スポーツ支援



（公財）内田エネルギー科学振興財団の活動をサポート



新潟アルビレックスRC
ユニフォームスポンサー

社会貢献の取り組み

- 女性の活躍や長時間労働解消、働きやすい職場環境づくりに向けた取り組みを推進
- 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
- 研究開発やスポーツ活動への支援を継続

子どもの未来応援プロジェクト



子どもの未来応援プロジェクト

「子どもの未来応援プロジェクト」は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）拡大の影響により、経済的、社会的に困難な状況にあるひとり親家庭をフードバンク活動で支援するプロジェクトです。



寄付を行ったエアコンと本社（三条）での食品寄付活動（フードドライブ）

地域の一員として

- 地域と共に成長してきた会社として、地域の大切な子どもたちの生活をサポートするため、新潟県フードバンク連絡協議会が運営している「子どもの未来応援プロジェクト」への支援を開始
- 支援金の拠出、従業員から募集した食品の提供、夏に向けて支援を必要とするご家庭や施設へのルームエアコンの寄付を実施

ガバナンス強化の取り組み

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（社外取締役が過半数）を設置

2020年

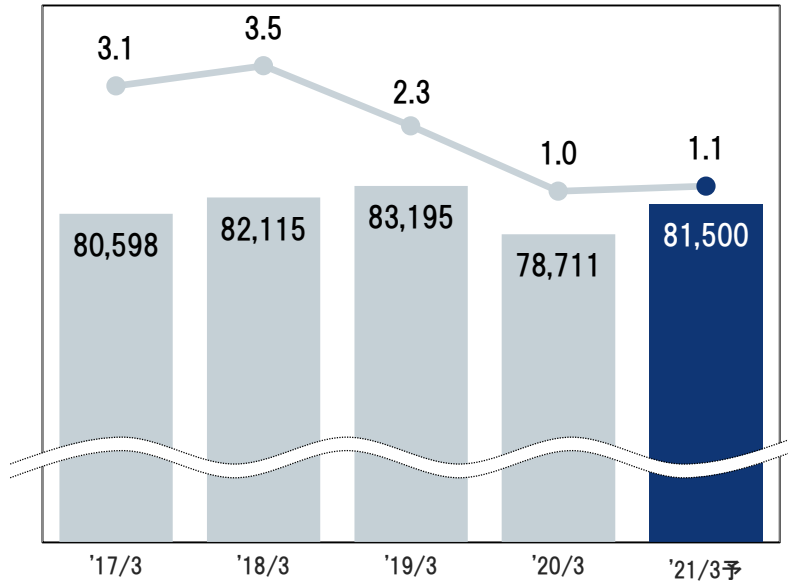
役員退職慰労金制度の廃止と特定譲渡制限付株式報酬制度の導入

※特定譲渡制限付株式報酬制度は、当社の取締役（社外取締役および監査等委員である取締役を除く）に、当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを付与すると共に、株主の皆様と一層の価値共有を進めることを目的として導入を決定

連結財務諸表の推移

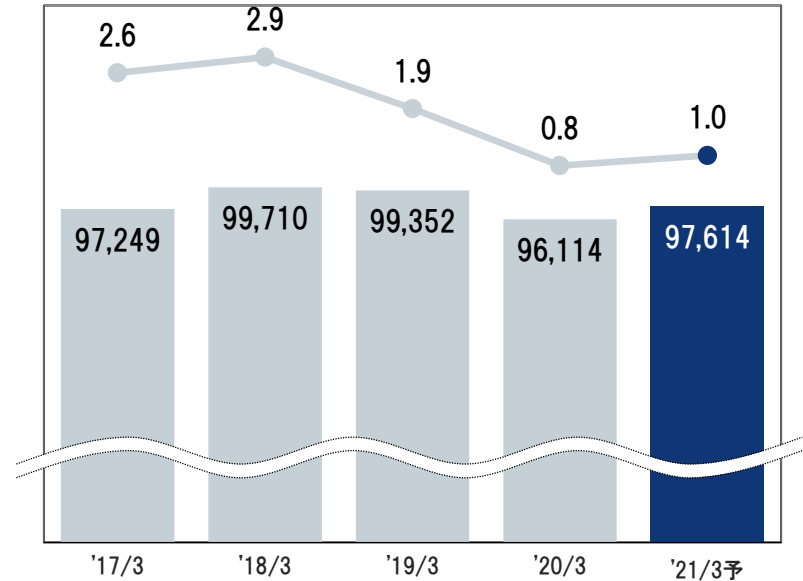
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



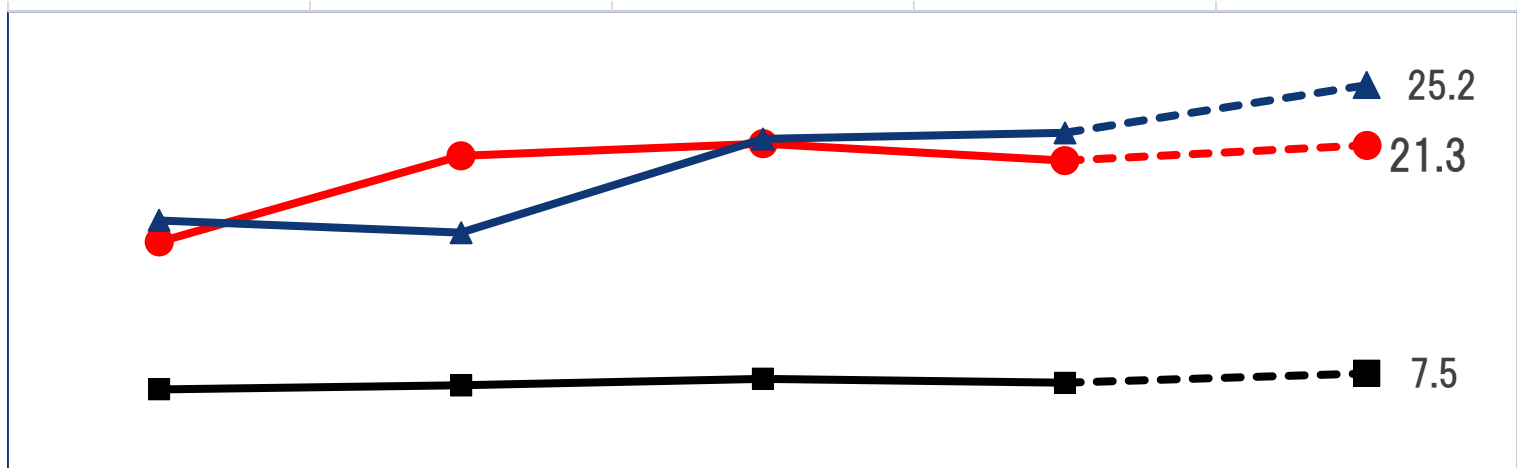
(ROA：総資産経常利益率)

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） **CORONA**

（単位：億円）



	'17/3	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3予
● 設備投資	15.0	20.6	21.4	20.3	21.3
▲ 減価償却	16.4	15.6	21.7	22.1	25.2
■ 研究開発	6.3	6.6	7.1	6.8	7.5

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

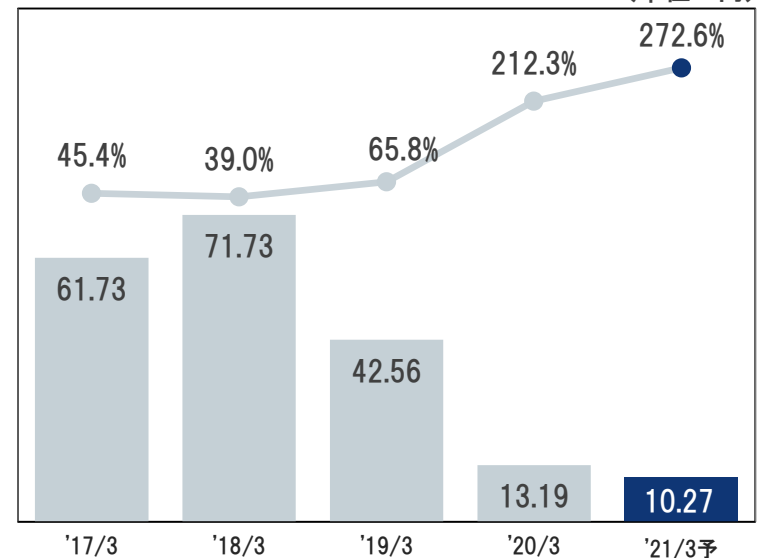
1株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'17/3	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3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	61.73	71.73	42.56	13.19	10.27
配当性向	45.4%	39.0%	65.8%	212.3%	272.6%

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

- 会社概要
- 主な沿革
- 経営理念：コロナイズム
- こだわりのメイドイン・新潟
- 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 7,807名(対前期末比 △477名)
(自己株含む)
- ・ 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 2,335名(連結)(対前期末比 +31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

主な沿革

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



2000年～

2006年（平成18）
東証一部上場

1992年（平成4）
商号を「株式会社コロナ」
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



2010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



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



企業理念

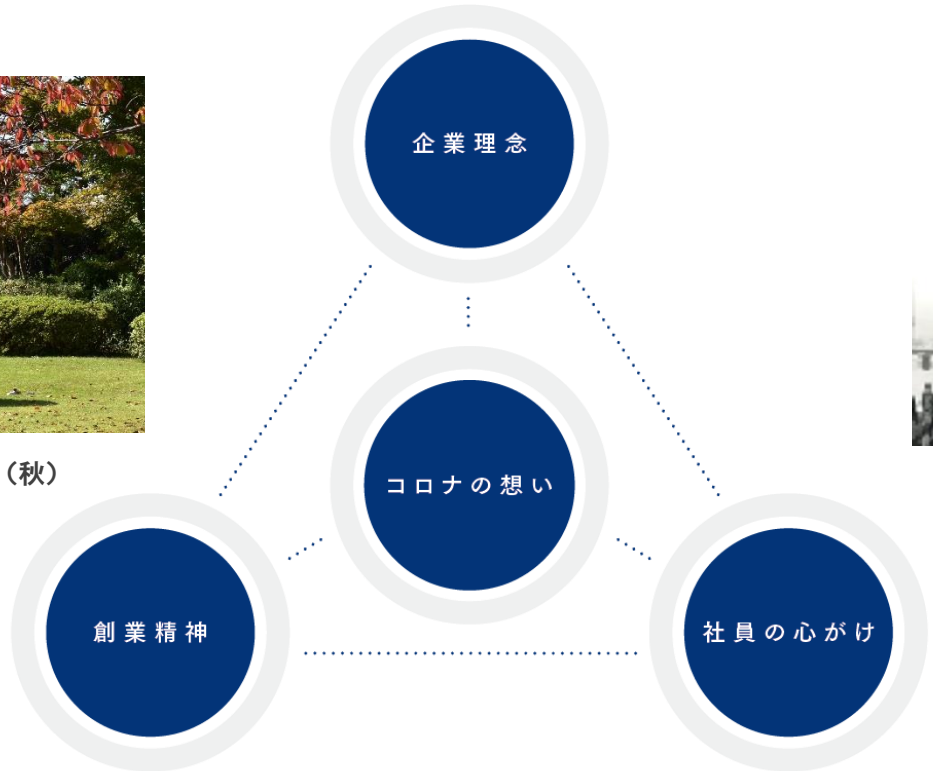
あなたと共に
夢…新たなライフシーン…を実現しお客様に喜んでいただけるコロナ
～快適・健康で環境にやさしい心豊かな生活になくはないコロナでありたい～



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

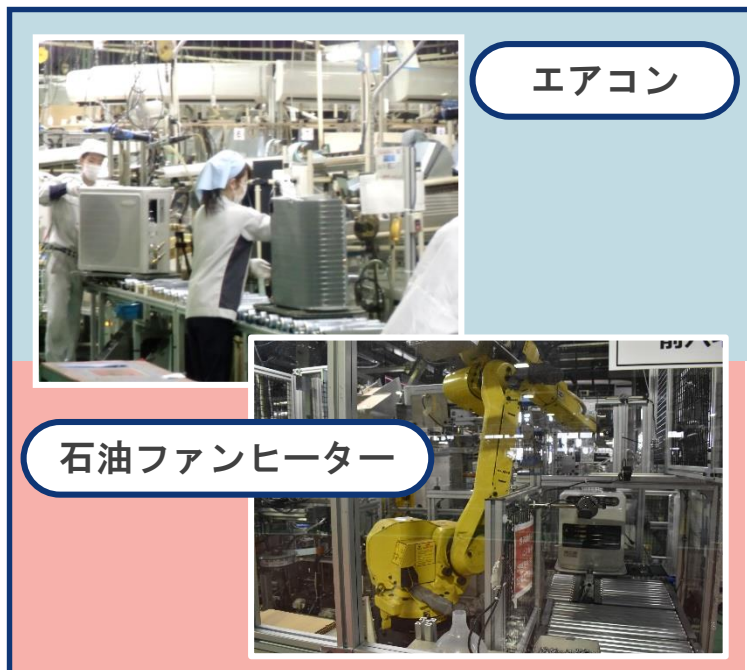
[誠実と努力]

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]



「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

売上高構成と主な商品

【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

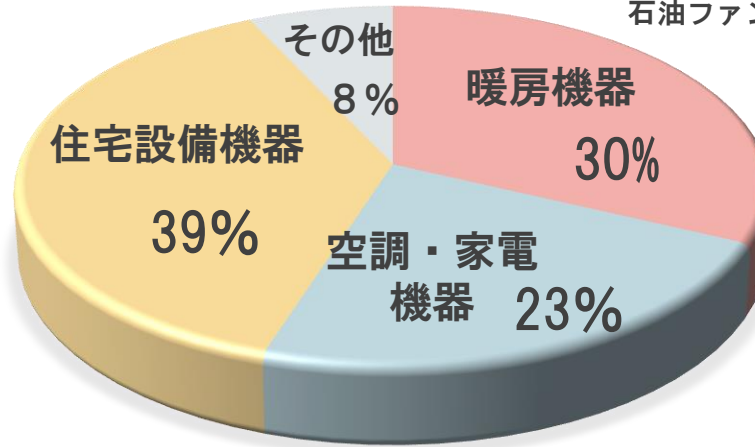


石油給湯機



エコキュート

2020年3月期
売上高：787億円



【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



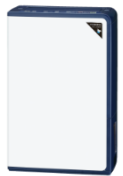
【空調・家電機器】



ルームエアコン



ウインドエアコン



冷風機・除湿機