

# 2019年3月期 決算説明資料

株式会社 **コロナ**

代表取締役社長 **小林 一芳**

東証1部 証券コード 5909

<http://www.corona.co.jp/>

2019年 6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. 2019年3月期 連結業績ハイライト**

**2. 第8次中期経営計画**

**3. 2020年3月期 計画と業績見込み**

**4. 参考情報**

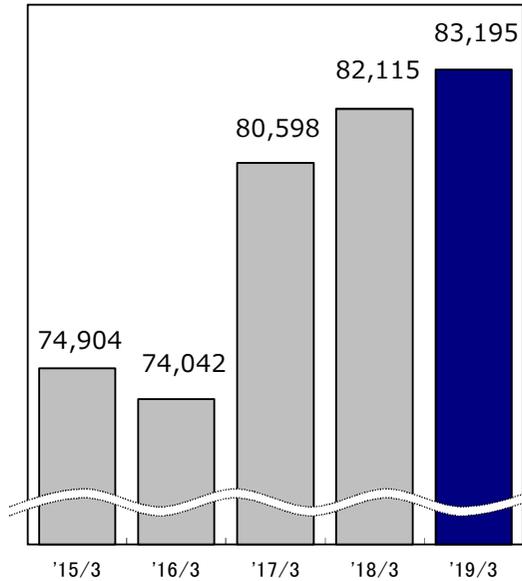
(単位：百万円)	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	82,115	83,195	1,079	1.3
営業利益	2,635	1,639	△995	△37.8
経常利益	2,875	1,926	△949	△33.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,104	1,248	△855	△40.7

## 主な増減要因

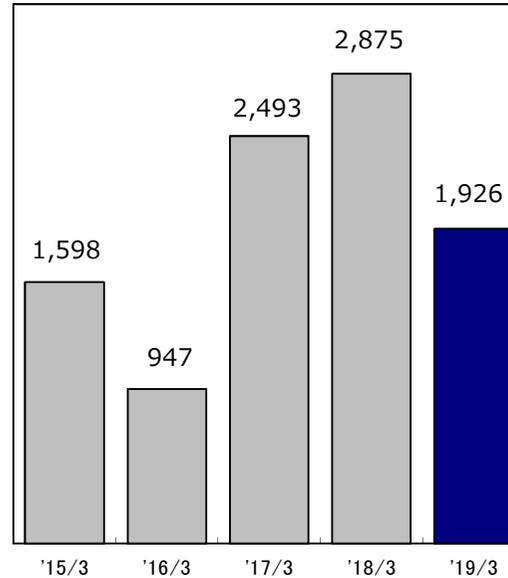
- 連結売上高  
空調・家電機器が好調に推移、住宅設備機器も前期を上回る  
暖冬の影響で暖房機器が減少するも、全体としては前期比増収の実績
- 利益面  
原材料費（鉄、非鉄、原油など素材高騰）の上昇、災害影響で物流費の上昇が大きく影響し、新商品金型・機械設備投資による減価償却費増、暖房機器の売上減などが加わり、前期比減益となった

(単位：百万円)

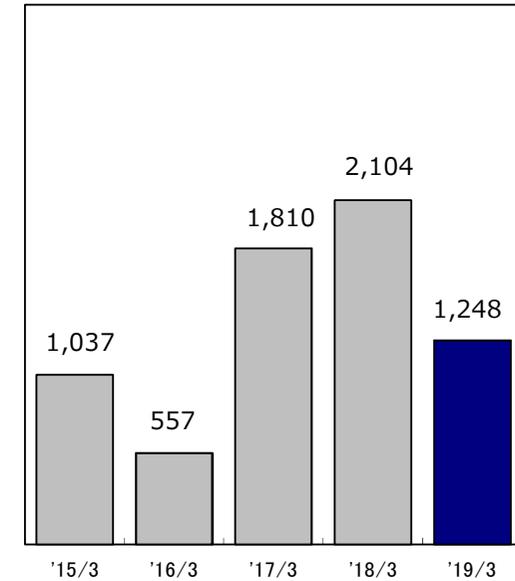
## 売上高



## 経常利益



## 当期純利益



## トピックス

- 第7次中計の3期は対前期比増収を継続、売上高の当初目標820億円は達成
- 原材料価格の上昇が影響し3期ぶりの減益、経常利益の中計目標28億円には届かず

(単位：百万円)

	'15/3		'16/3		'17/3		'18/3		'19/3	
1Q	14,867	19.9%	14,500	19.6%	16,782	20.8%	17,295	21.1%	17,679	21.3%
2Q	18,310	24.4%	19,788	26.7%	19,866	24.7%	20,739	25.3%	21,718	26.1%
3Q	28,003	37.4%	26,715	36.1%	29,194	36.2%	30,076	36.6%	29,484	35.4%
4Q	13,722	18.3%	13,037	17.6%	14,755	18.3%	14,004	17.0%	14,312	17.2%
合計	74,904	100.0%	74,042	100.0%	80,598	100.0%	82,115	100.0%	83,195	100.0%

■ 4Qは住宅設備機器が好調に推移したが、空調・家電機器が計画を下回る

■ 主に空調・家電機器の販売増加により、上半期の構成比が47%へ上昇

※ 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

# 連結P/L分析（売上高～経常利益）

**CORONA**

(単位：百万円)	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	82,115	83,195	1,079	1.3
売上原価	61,377	63,419	2,041	3.3
売上総利益	20,737	19,775	△962	△4.6
販管費	18,102	18,135	33	0.2
営業利益	2,635	1,639	△995	△37.8
営業外収益	292	300	7	2.7
営業外費用	52	13	△38	△74.6
経常利益	2,875	1,926	△949	△33.0

## 主な増減要因

- 売上原価 原材料価格の上昇・減価償却費の増加等が影響し、原価率が上昇  
(原価率：74.7% ⇒ 76.2%)
- 販管費 物流費の増加（災害影響）等により販管費が微増したが、売上高の増加に伴い販管費率は低下  
(販管費率：22.0% ⇒ 21.8%)

# 連結P/L分析（経常利益～当期純利益）

**CORONA**

(単位：百万円)	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
経常利益	2,875	1,926	△949	△33.0
特別利益	218	5	△213	△97.6
特別損失	89	78	△11	△12.3
税金等調整前 当期純利益	3,005	1,853	△1,151	△38.3
法人税等	901	604	△296	△32.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,104	1,248	△855	△40.7

## 主な増減要因

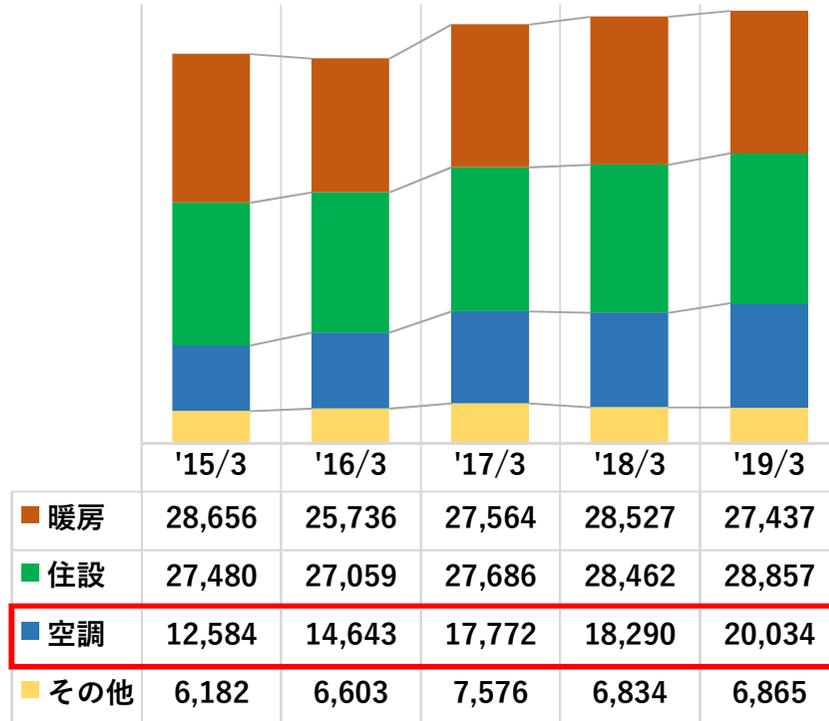
- 特別利益      投資有価証券売却益の減少（△215百万円）  
⇒前期は政策保有株式の一部売却等を実施
- 法人税等      利益減少に伴う減少

# 連結売上高・製品種類別構成推移

CORONA

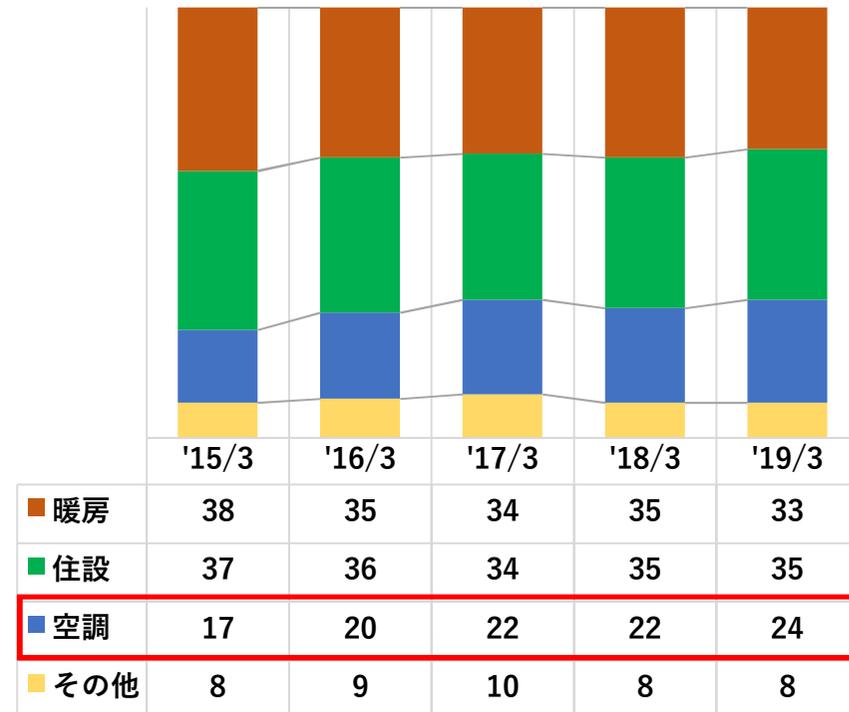
金額

(単位：百万円)



構成比

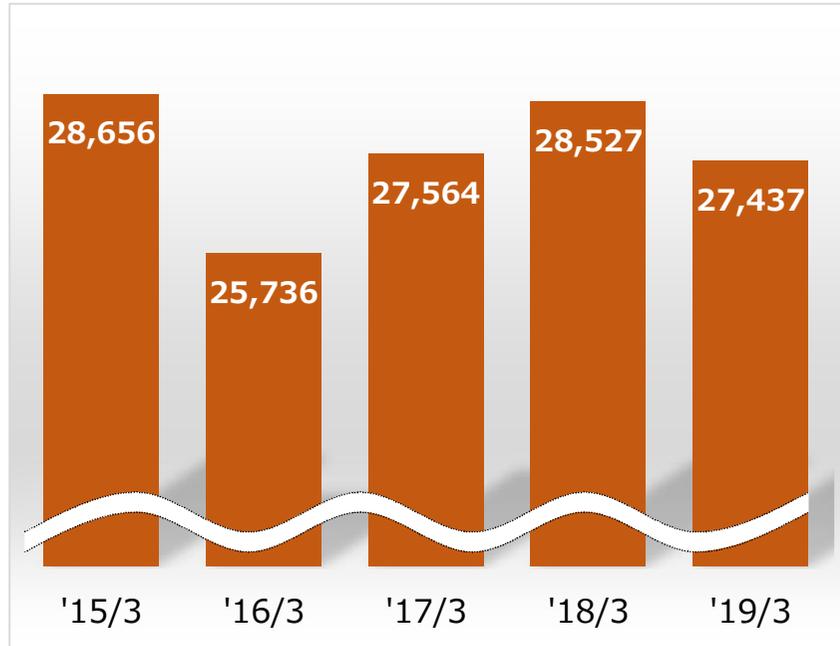
(単位：%)



## トピックス

- 暖冬の影響を受け、暖房機器が前期を下回る
- 空調・家電機器は8期連続で増加、構成比は24%に上昇、住宅設備機器と合わせた構成比は59%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
ポータブル石油ストーブ	+7.6%
壁掛型遠赤外線暖房機	+6.6%



ポータブル石油ストーブ

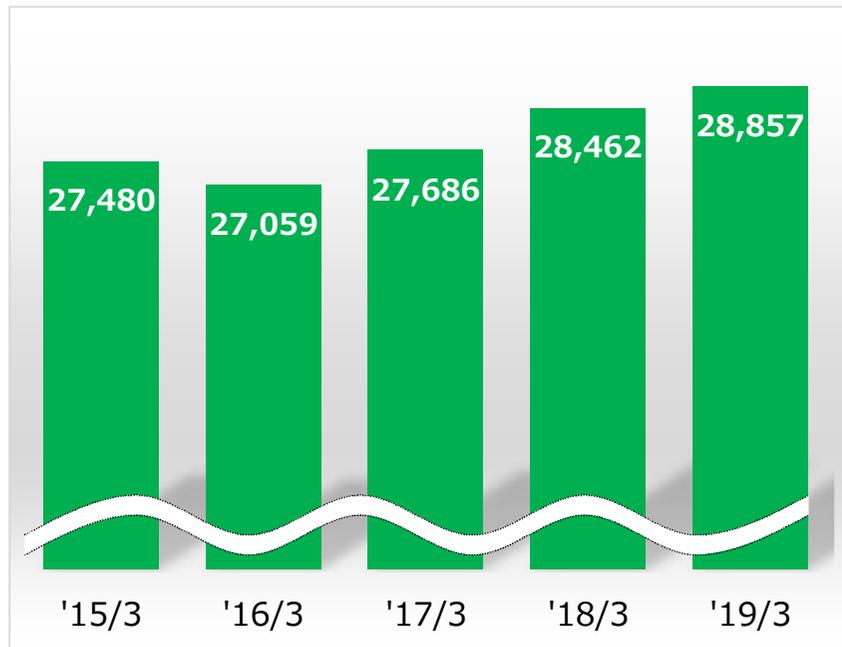


壁掛型遠赤外線暖房機  
ウォールヒート

## 主な増減要因

- 全国的な防災意識の高まりから、電源不要のポータブル石油ストーブが好調に推移
- ヒートショック予防を訴求した壁掛型遠赤外線暖房機も順調に推移
- 主力の石油ファンヒーターは暖冬の影響で販売が伸び悩む

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	+6.0%
ヒートポンプ式温水暖房システム	+15.5%



エコキュート

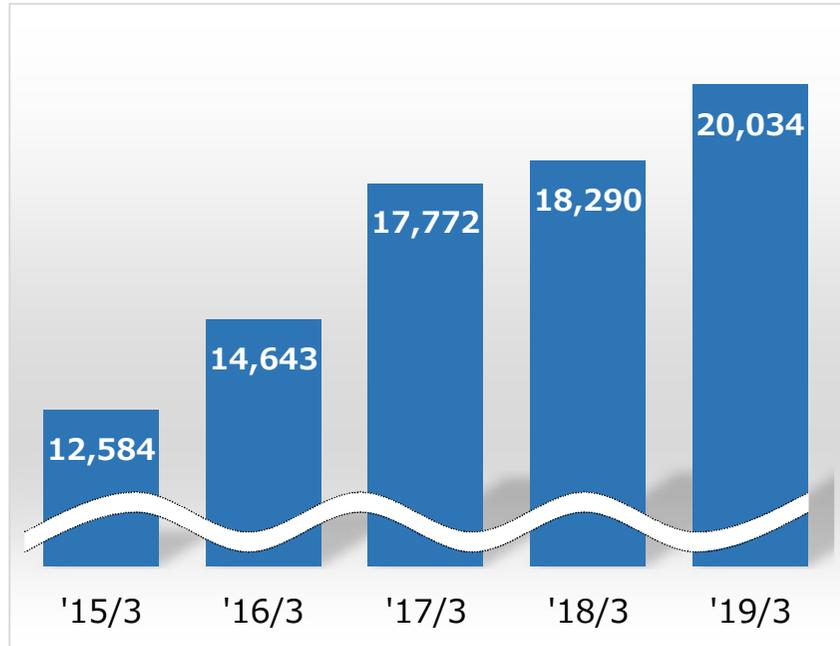


ヒートポンプ式  
温水暖房システム

## 主な増減要因

- エコキュートは普及拡大するZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）仕様の住宅に向け、業界トップクラスの省エネ性能であるプレミアムタイプを軸に提案強化、他商品との複合提案や買い替え需要の取り込みにも積極的に取り組み、好調維持
- 省エネ性の高いヒートポンプ式温水暖房システムも好調に推移

売上高推移 (単位：百万円)



主要製品販売台数	前期比増加率
ルームエアコン (冷・暖)	+6.3%
ウインドタイプ	+14.8%
冷風・衣類乾燥除湿機	+39.1%



ルームエアコン



ウインドタイプ



冷風・衣類乾燥除湿機

## 主な増減要因

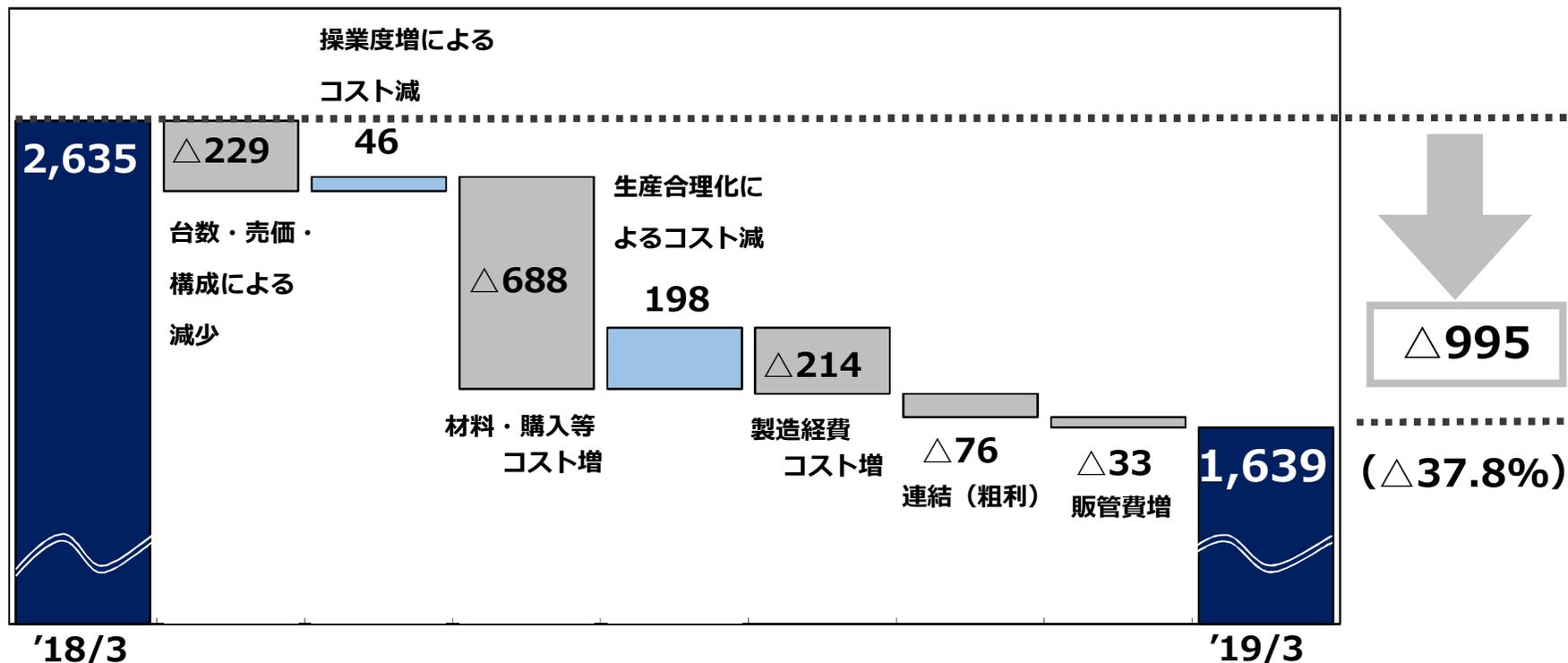
- ルームエアコンは通年で柔軟な生産・供給に努めたことや、夏季の記録的な猛暑もあり好調に推移
- 設置工事が不要なウインドタイプ、冷風・衣類乾燥除湿機も好調に推移

# 2019年3月期 連結営業利益増減要因

CORONA

■ 増加 ■ 減少

(単位：百万円)



## 主な増減要因

- 原材料・購入品などの上昇が大きく影響、暖房機器の販売数量が減少
- ルームエアコン増産に伴う工場操業度向上、生産合理化などのコストリダクション

(単位：百万円)	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	前期比	
			増減額	増減率 (%)
(資産の部)				
流動資産	57,566	57,724	157	0.3
固定資産	42,143	41,627	△515	△1.2
資産合計	99,710	99,352	△358	△0.4
(負債の部)				
流動負債	24,405	24,370	△34	△0.1
固定負債	2,227	2,115	△112	△5.0
負債合計	26,633	26,486	△147	△0.6
純資産合計	73,076	72,865	△210	△0.3
負債、純資産合計	99,710	99,352	△358	△0.4

## 主な増減要因 (単位：百万円)

- 資産の部 現預金△1,354、売掛債権+902、有価証券△1,787、棚卸資産+2,172、有形固定資産△161、投資有価証券△458
- 負債の部 買掛債務+1,013、未払法人税等△422、流動負債その他△637
- 純資産の部 利益剰余金+427

# 第8次中期経営計画

－2019～2021年度計画－

---

## コロナブランドの拡大と進化

## 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

## 競争環境の変化

- 高効率機器への追い風とエネルギー間競争
- エアコン市場の拡大と競合の増加
- IoTなど技術進歩やコト提案、企業間連携の増加
- 世界規模での市場原理、原材料価格や供給への影響

## 社会や生活者の変化

- 地方人口減少・高齢化による当社主要顧客の減少
- 世代による灯油使用経験の減少
- モノの充足と価値・嗜好の多様化
- ネット販売の利便性向上による流通・購買変化
- SNS等による生活者の発信力増加と情報源の多様化
- 高齢化・世代交代による地域販売店の減少

## 今後必要な方向性

- 周辺領域への事業拡大による成長
- アクアエア事業など新規事業領域の育成・拡大
- 「暖房のコロナ」に加え、他分野でのポジション確立とブランド拡大
- 協業によるビジネスチャンスの拡大
- 石油暖房事業堅持のための戦略構築
- 「選ばれる企業」になるための生活者や社会との関係づくり
- 将来の成長へ向けた布石として、積極的な投資を継続

- 灯油も電気もヒートポンプも暖房はコロナ
- コロナブランドを「暖房」・他分野でも築いていく

## コロナブランドの拡大と進化

### 既存チャネルの最大活用

#### 【基本戦略1】 既存販売チャネルでの事業領域拡大

- 「灯油も電気もヒートポンプも暖房はコロナ」というポジションへ
- 「季節から年間商品へ」提供価値拡大

- 灯油も電気もヒートポンプも暖房はコロナ
- コロナブランドを「暖房」・他分野でも築いていく

コロナブランドの拡大と進化

事業領域拡大による成長

【基本戦略2】 空調メーカーとしてのポジション構築

- エアコンをはじめとした空調家電事業でのポジション構築
- エコキュートなど他商品へのシナジー発揮

## 機能戦略と重点施策

### 市場・顧客との繋がり強化

コロナブランド浸透のためのブランディング推進

eビジネス活用による顧客接点の強化

管理間接業務の生産性向上

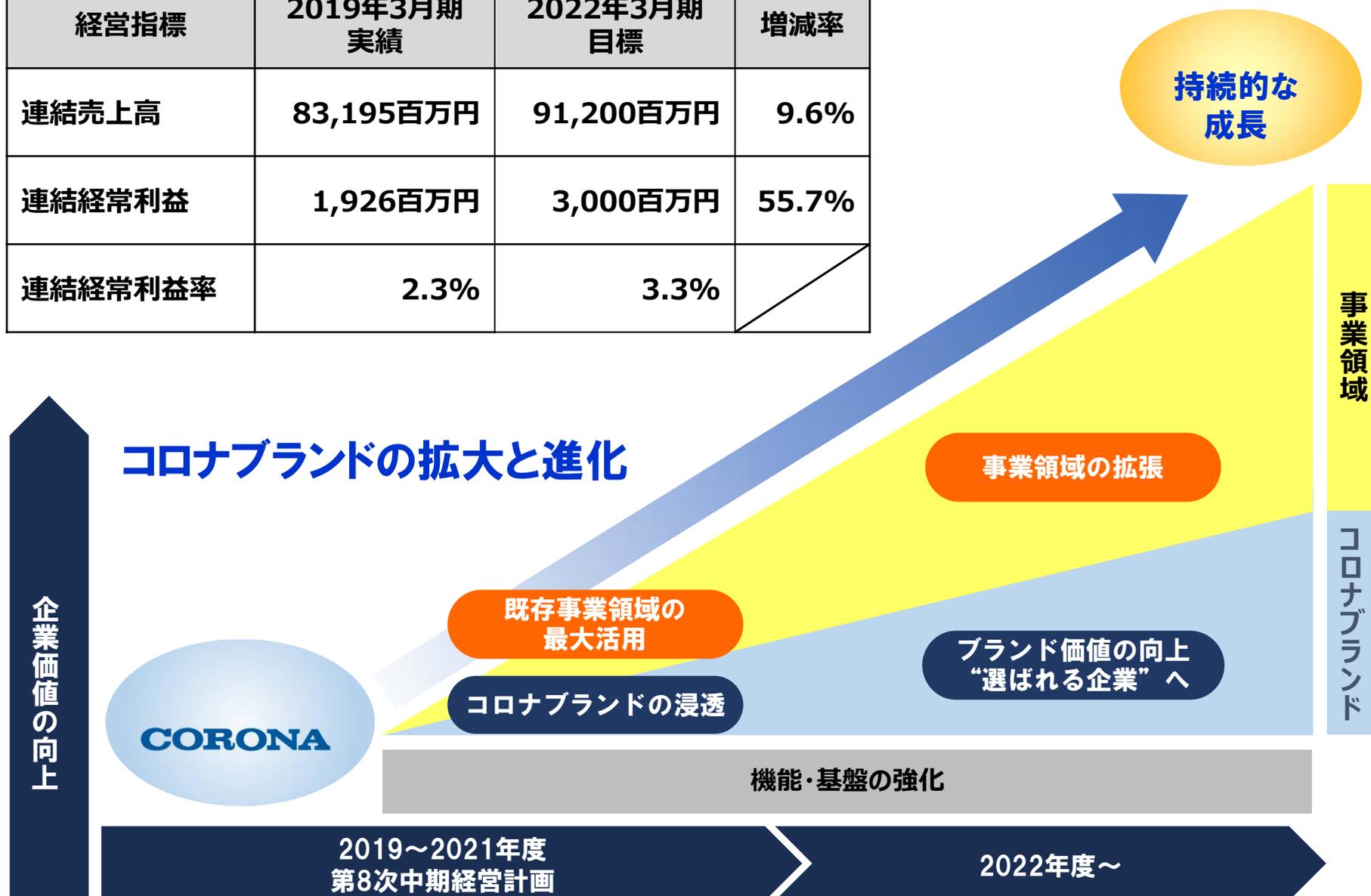
物流配送機能の最適化

成長する組織・人財づくりの推進

# 中期経営計画 数値目標

**CORONA**

経営指標	2019年3月期 実績	2022年3月期 目標	増減率
連結売上高	83,195百万円	91,200百万円	9.6%
連結経常利益	1,926百万円	3,000百万円	55.7%
連結経常利益率	2.3%	3.3%	



# 2020年3月期 計画

- ・ 2020年3月期連結業績見込み

(単位：百万円)	2019年3月期 実績	2020年3月期 見込み	前期比	
			増減額	増減率 (%)
売上高	83,195	88,800	5,605	6.7
営業利益	1,639	1,800	161	9.8
経常利益	1,926	2,100	174	9.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,248	1,400	152	12.1

## 主な増加要因

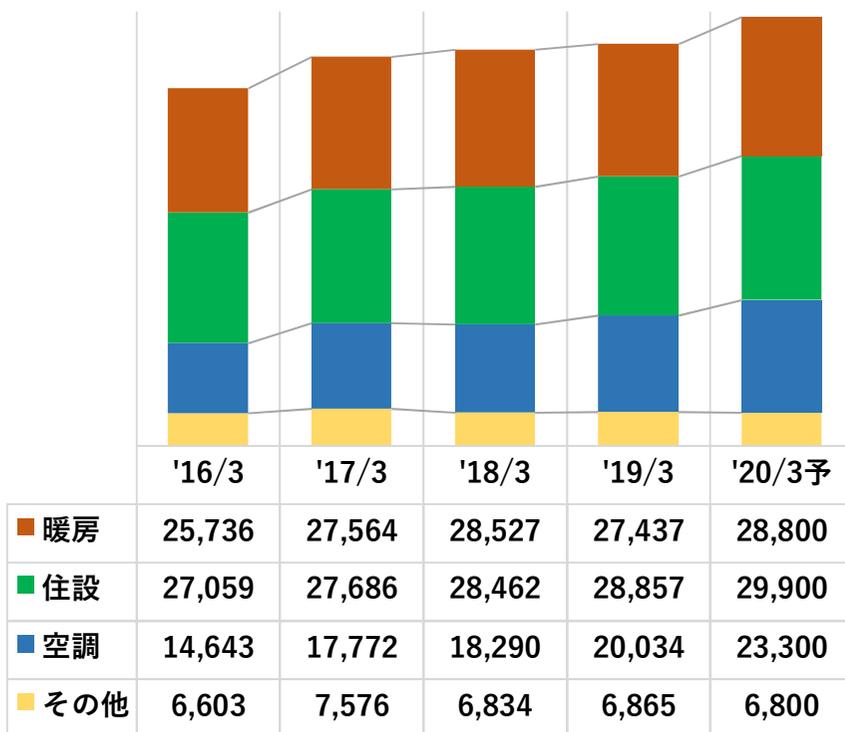
- 連結売上高      各商品群で売上高増加を計画  
特にルームエアコンを中心とした空調・家電機器の伸張を見込む
- 利益面            原材料価格の上昇、物流費増加などの影響はあるものの、  
売上高の増加に伴い各利益は前年を上回る見込み

# 連結売上高・製品種類別構成推移

CORONA

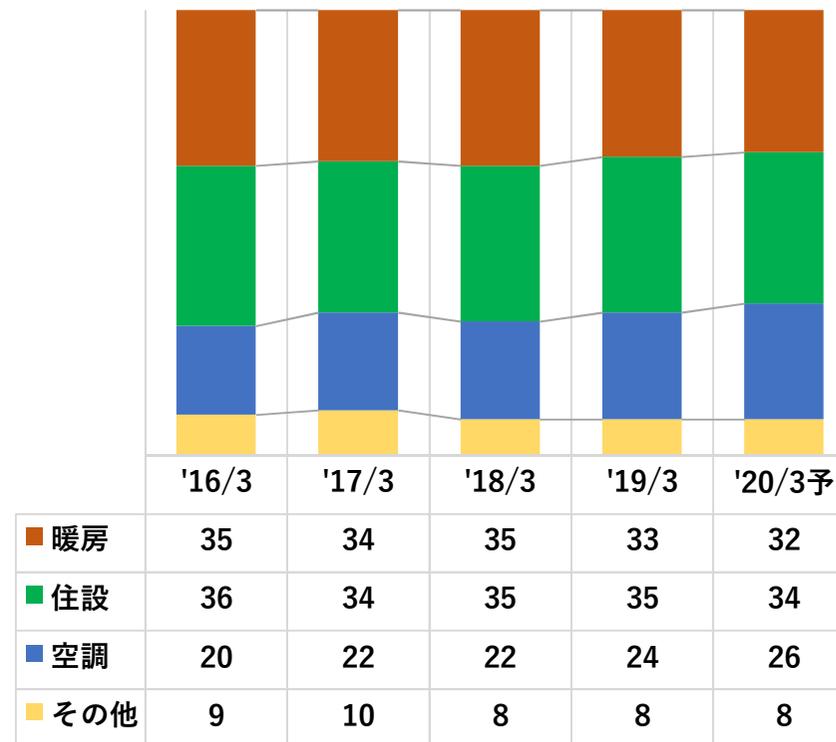
金額

(単位：百万円)



構成比

(単位：%)

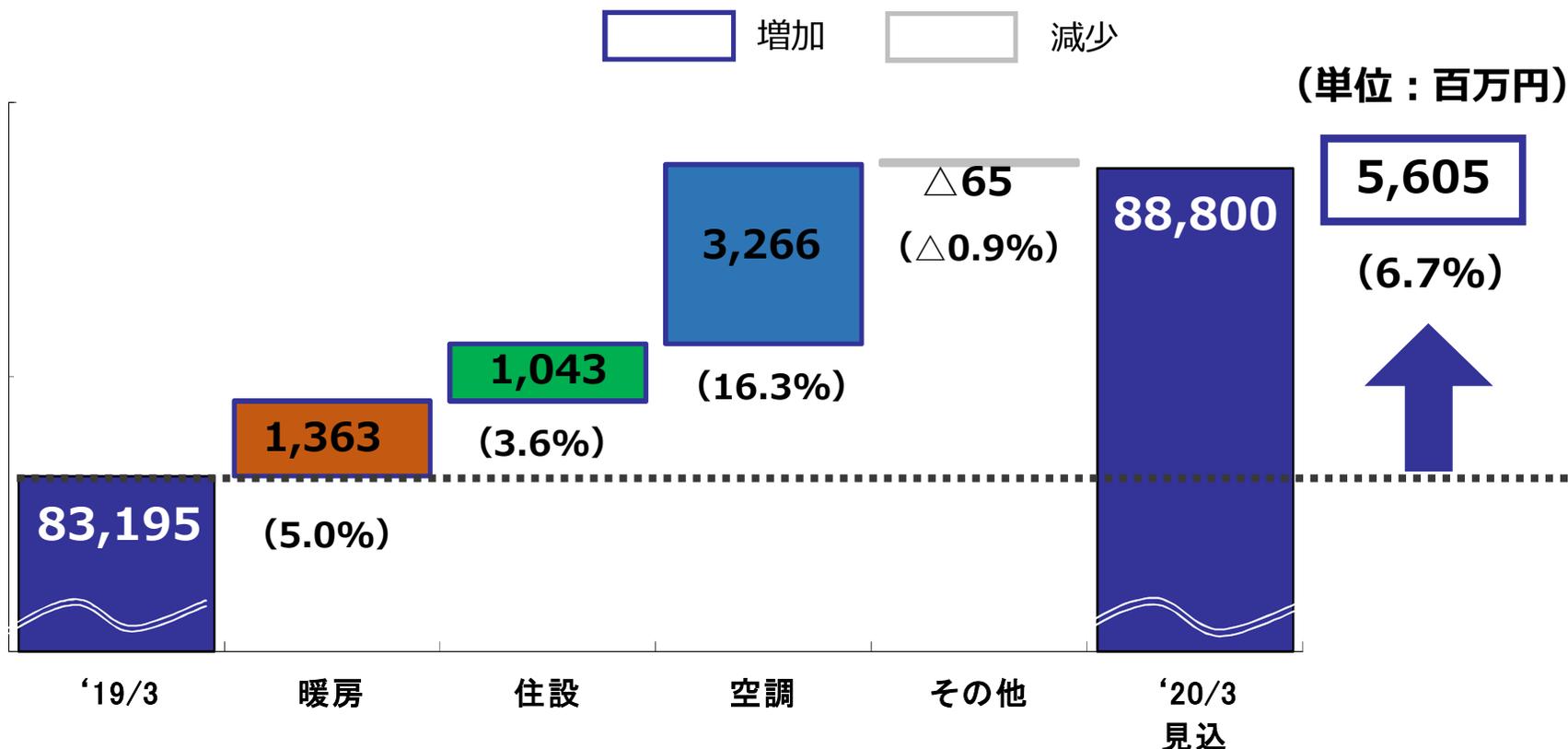


## トピックス

- 暖房機器の回復、住設機器は堅調、空調・家電機器の伸張が継続し各製品群で増収見込み
- 空調・家電機器と住宅設備機器を合わせた構成比は60%に上昇見込み

# 2020年3月期 連結売上高 増減要因

CORONA

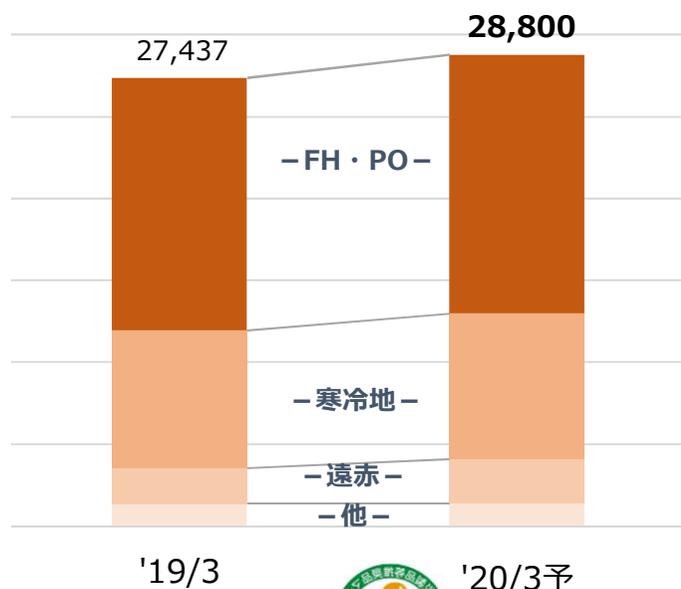


## 主な増減要因

- 暖房 石油暖房機器、電気暖房機器の商品開発・販売拡大に注力
- 住設 ZEH・卒FITに対応する商品開発と他商品との複合提案を強化
- 空調 ルームエアコンは生産設備の増強・合理化を進め需要増加に対応

## 売上高推移

(単位：百万円)



## 主な増減要因

■ 「通常の冬」を想定、  
前期比 +13億円

- ・ 石油ファンヒーター回復見込む
- ・ ポータブル石油ストーブは落ち着き
- ・ 寒冷地向け石油暖房機は増勢
- ・ 電気暖房機分野の新製品開発



石油ファンヒーター (FH)

足もとも暖かい  
速暖性・経済性



ポータブル石油ストーブ (PO)

電源不要  
節電・防災に



寒冷地向け F F式ストーブ

冬の暮らしをデザイン  
上質な暖かさ・本格暖房



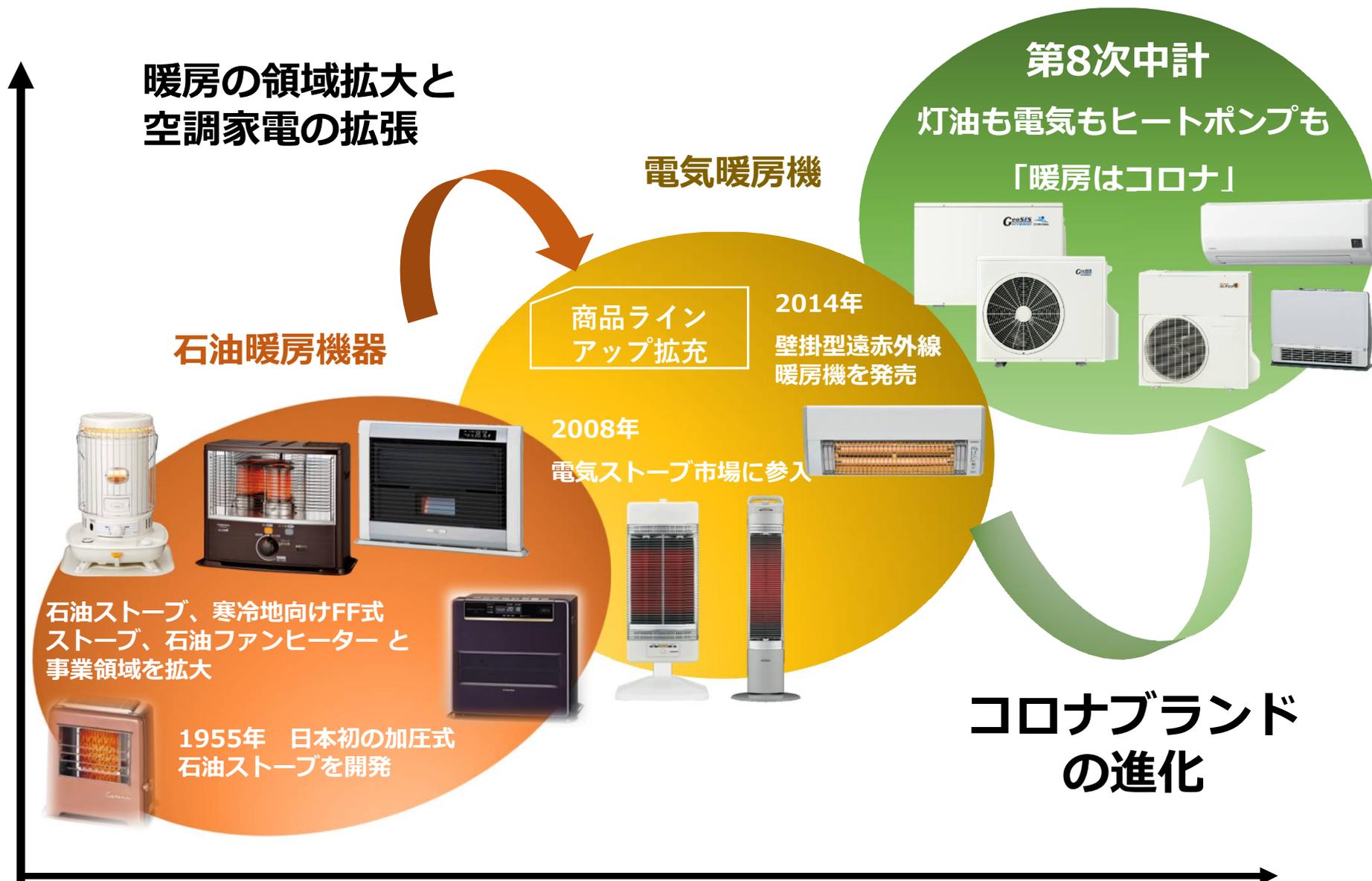
遠赤外線電気暖房機

豊富な遠赤外線  
ライフスタイルにぴったり



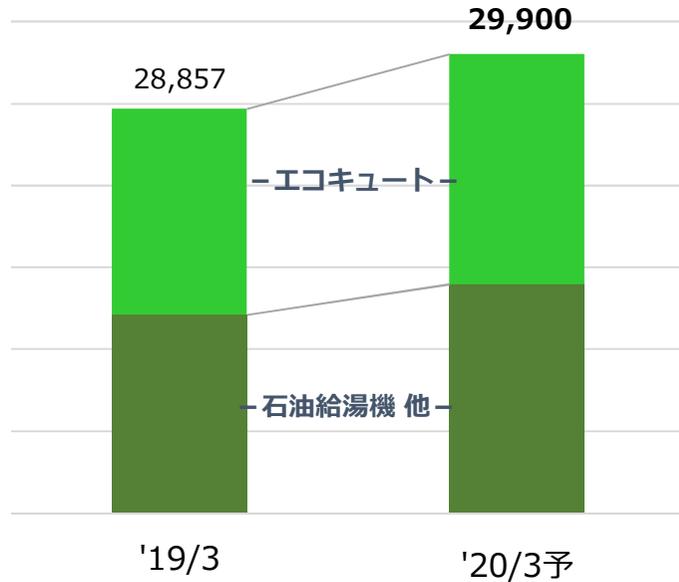
壁掛型遠赤外線暖房機

ウォールヒート  
ヒートショック対策に



## 売上高推移

(単位：百万円)



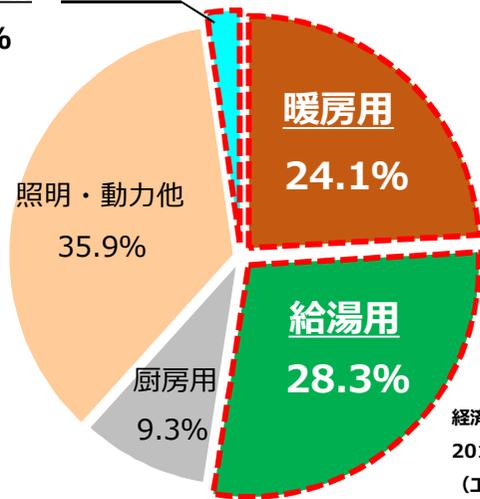
## 主な増減要因

- ZEH・「卒FIT」対応、複合提案  
前期比 +10億円
- ・ エコキュートは業界トップクラスの省エネ性能を訴求、ソーラーモード
- ・ 石油給湯機は高付加価値機種を拡販
- ・ ナノフィールを中心にアクアエア商品の市場開拓、販売を強化



## 冷房用

2.3%

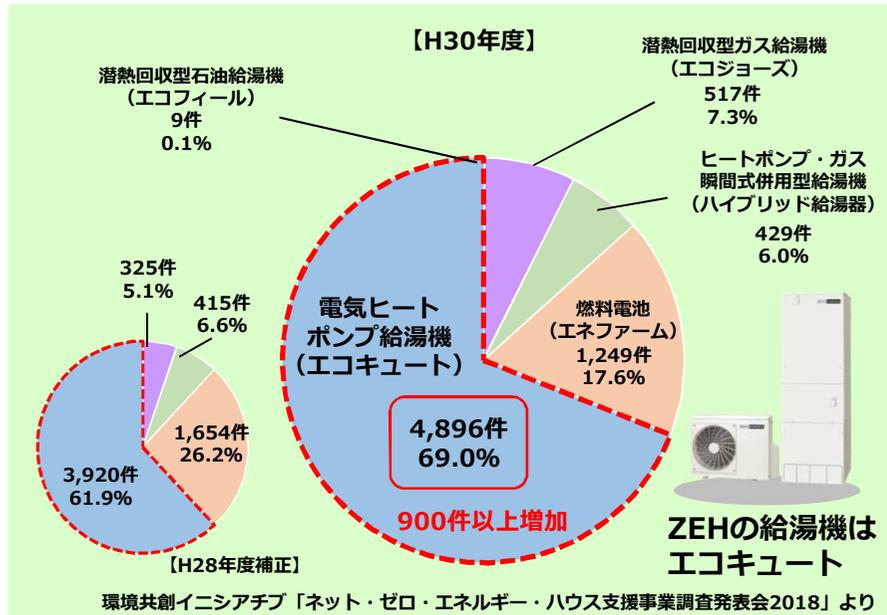


経済産業省 資源エネルギー庁  
2016年度エネルギー消費  
(エネルギー白書2018より)

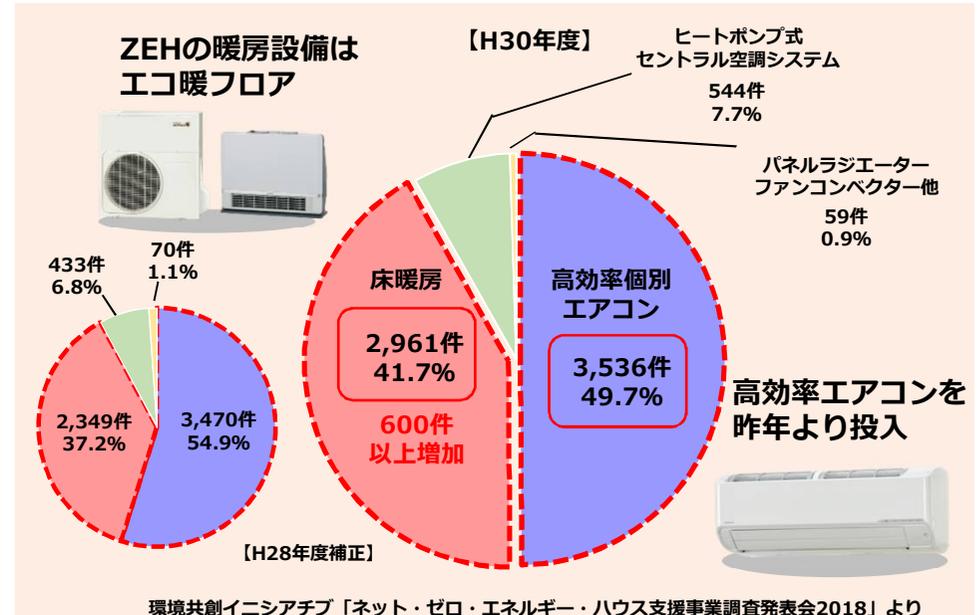
## ポイント

- ① 家庭で使われるエネルギーの約**55%**が「冷房」「暖房」「給湯」⇒ 省エネのポイント
- ② 省エネ・環境配慮型商品の開発を強化
- ③ トップランナー基準  
**H E M S** (ホームエネルギーマネジメントシステム)  
**Z E H** (ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)  
**Z E H-M** (集合住宅版のZEH)

## ■ ZEHで選ばれている給湯機

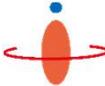


## ■ ZEHで選ばれている暖房設備



ジオシス  
**GeoSIS**  
HYBRID

**コロナエコ暖クール**  
Heat pump system

 **ECO CUTE**  
ECOLOGY & ECONOMY



- ECHONET Lite 対応、HEMS対応製品の強化
- 環境配慮型商品シリーズ、高効率・ヒートポンプ給湯、冷暖房システム
- 国策に伴った住宅のZEH、ZEH-M化推進



**多機能加湿装置  
ナノフィール**

- 準業務用・新築への  
営業戦略強化
- 新たな商流、市場開拓  
『創造営業』
- メンテナンス契約率向上

除菌・消臭・  
加湿・空清



39度の低温サウナ  
ナノリッチ



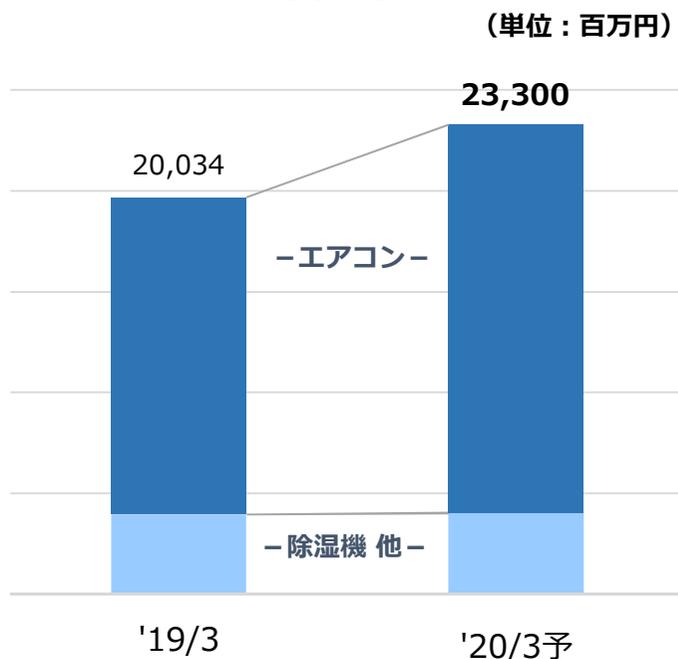
美容健康機器  
ナノリフレ



## フィットネスクラブ、ホテルにも



## 売上高推移



## 主な増減要因

### ■ 商品開発、販売力強化 前期比 +32億円

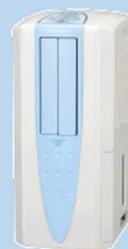
- ・ ルームエアコンの商品開発、販売活動の強化、市場認知度の向上
- ・ 特色ある商品ラインアップの強みを訴求
- ・ 除湿機、冷風機の高シェアを継続



**ルームエアコン**  
国内生産の安定生産  
冷房専用タイプ・  
寒冷地向けをラインアップ



**ウインドエアコン**  
根強い人気  
工事不要、簡単取り付け

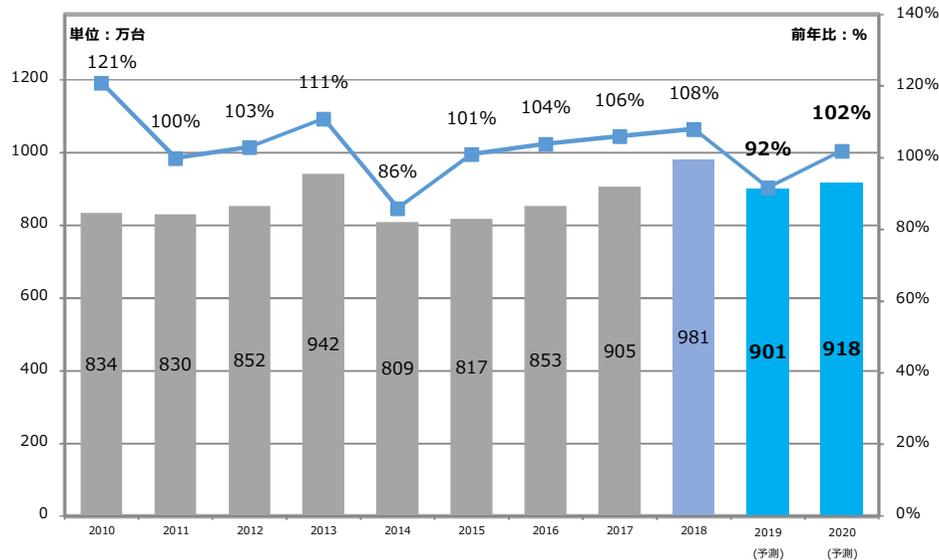


**冷風・衣類乾燥除湿機**  
運べる  
『どこでもクーラー』



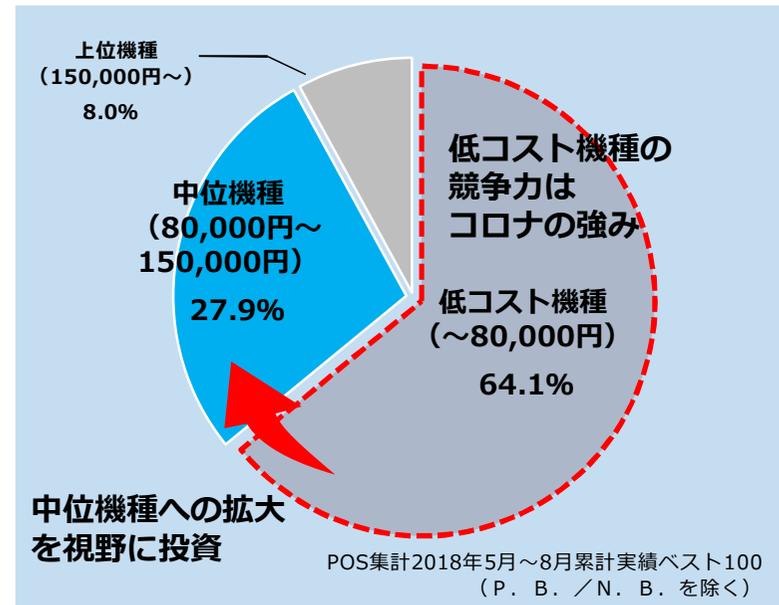
**除湿機**  
パワフル除湿とスピーディな衣類乾燥  
コンプレッサー方式で低消費電力

■ 家庭用エアコンの市場動向



一般社団法人 日本冷凍空調工業会「冷凍空調機器の中期需要予測報告書 2019年2月」

■ 家庭用エアコン市場 クラス別販売構成比



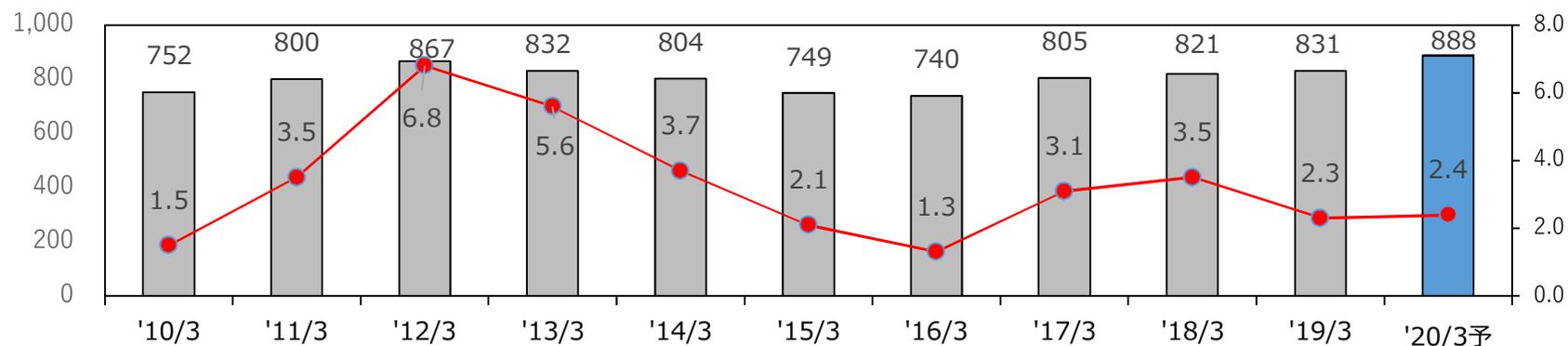
家庭用エアコン市場の現況

- '18年度は記録的な猛暑により業界出荷台数は過去最高を記録  
'19年度は昨夏ほどの猛暑需要が見込めないが、高水準の需要を維持する予測
- 家庭用エアコン市場は低・中価格帯が販売台数の9割を占めており、低コスト機種では一定のポジションを確保、中位機種への拡大を視野に製品開発



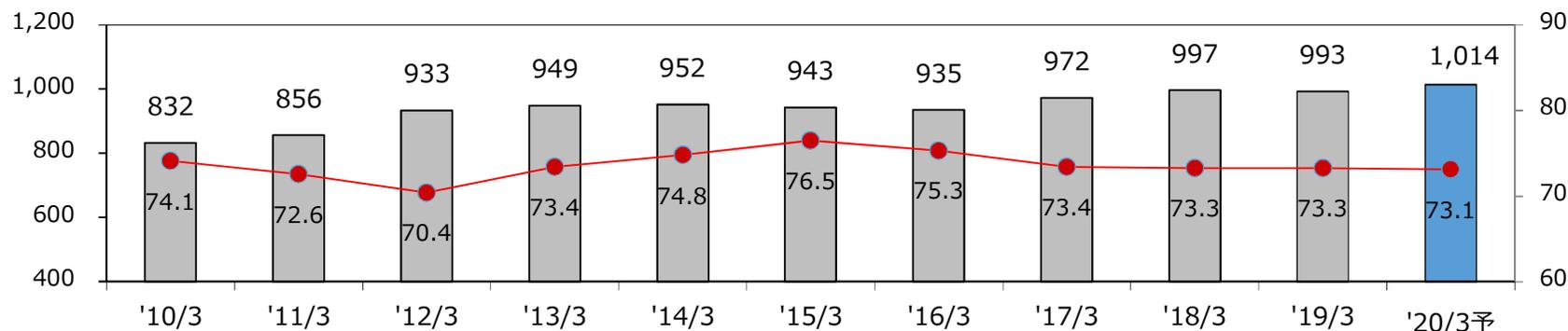
## 売上高 経常利益率

(単位：億円・%)



## 総資産、自己資本比率

(単位：億円・%)



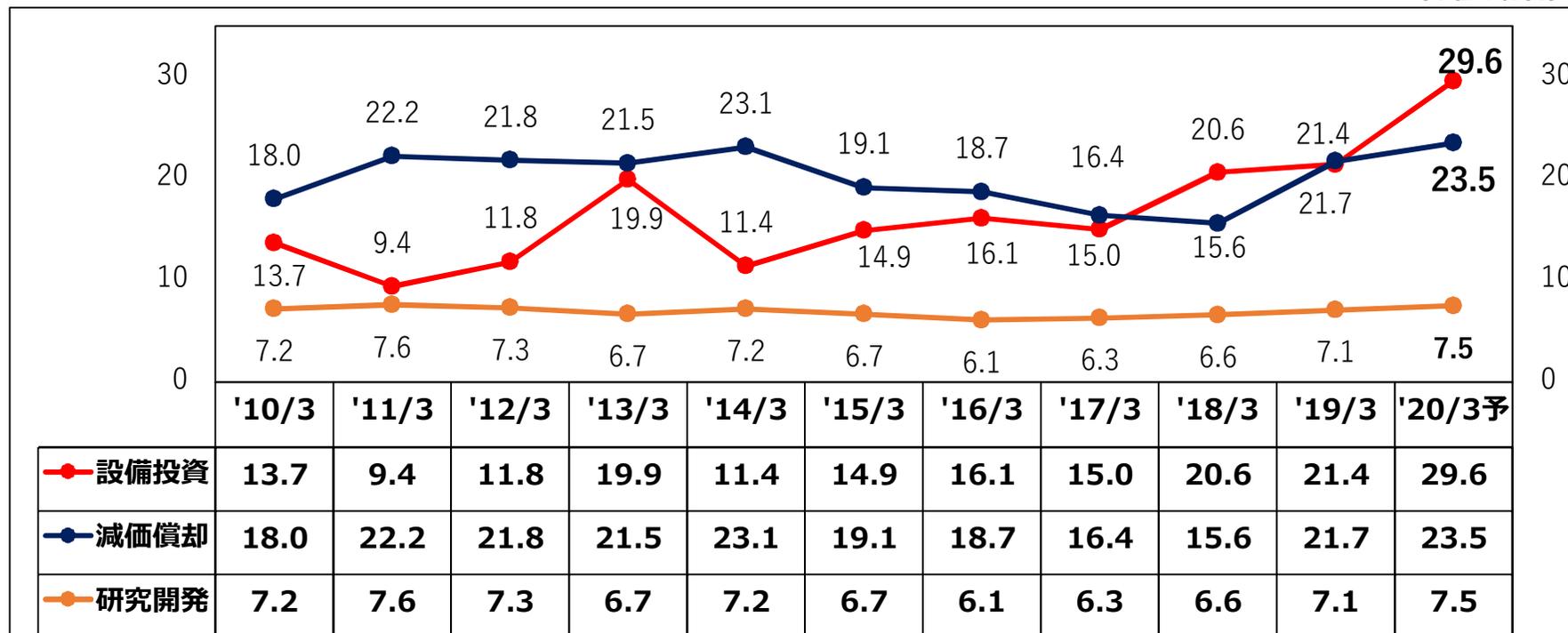
## 資本政策の方針

- 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）



## トピックス

- 設備投資 : 新商品の金型、機械設備、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 : 新商品開発、商品ラインアップ<sup>o</sup>拡充

**2020年3月期 年28円の配当**

● **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

一株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'10/3	'11/3	'12/3	'13/3	'14/3	'15/3	'16/3	'17/3	'18/3	'19/3	'20/3予
中間配当	11.5	6.0	12.0	13.0	13.0	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0
期末配当	6.0	9.0	12.0	13.0	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0	14.0
合計	17.5	15.0	24.0	26.0	27.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0
1株利益	16.01	54.33	111.78	106.15	63.09	35.38	19.01	61.73	71.73	42.56	47.73
配当性向	109.3%	27.6%	21.5%	24.5%	42.8%	79.1%	147.3%	45.4%	39.0%	65.8%	58.7%

# 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 広報室

TEL : 0256-35-8558

FAX : 0256-36-6523

e-mail: [info@hode01.corona.co.jp](mailto:info@hode01.corona.co.jp)

## 参考資料

---

- **会社概況**
- **主な沿革**
- **コロナの経営理念**
- **こだわりのメイドイン新潟**
- **2019年3月期 設備投資状況**
- **売上高構成と主な商品**
- **働き方改革の取組み**
- **社会貢献活動**

# 会社の概要 (2019年3月31日現在)

# CORONA

- ・ 創 業 1937年（昭和12年）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 8,371名（対前期末比 +111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 2,320名（連結）（対前期末比△2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（歴史展示ホール）



本社：技術開発センター

# 主な沿革

# CORONA

1937 (昭12) 年	4月	創業
1950 (昭25) 年	7月	株式会社内田製作所設立
1955 (昭30) 年	9月	<b>日本初</b> の加圧式石油ストーブ製造、販売開始
1973 (昭48) 年	3月	石油給湯機の製造、販売を開始、住宅設備機器分野に参入 (第1次オイルショック)
1979 (昭54) 年	2月	エアコン市場に参入 (第2次オイルショック)
	8月	石油ファンヒーター製造、販売開始
1992 (平4) 年	4月	商号を(株)コロナに変更
1996 (平8) 年	11月	新潟証券取引所上場
2000 (平12) 年	3月	東京証券取引所市場第2部上場
2001 (平13) 年	4月	<b>世界初</b> 、自然冷媒 (CO <sub>2</sub> ) ヒートポンプ式給湯機「エコキュート」製造、販売開始
2002 (平14) 年	1月	「エコキュート」が第12回省エネ大賞、経済産業大臣賞受賞
2006 (平18) 年	3月	東京証券取引所市場第1部指定
2008 (平20) 年	4月	ナノミストサウナ「ナノリッチ」発表
	4月	遠赤外線電気暖房機「コアヒート」発表
	12月	<b>業界初</b> 、ヒートポンプ式温水温風暖房システム「コロナエコ暖」発表
2009 (平21) 年	9月	高効率直圧式石油給湯機「エコフィール」発表
2010 (平22) 年	1月	長岡工場増設棟 (エコキュート缶体用プレス加工工場) 竣工
	10月	地中熱ヒートポンプ温水暖房システム「GeoSIS (ジオシス)」発表
	10月	デミング賞実施賞受賞 (製造本部)
2011 (平23) 年	10月	「ナチュラルクラスター技術」を応用した美容健康機器「ナノリフレ」発表
2012 (平24) 年	4月	「プレミアムエコキュート」が省エネ大賞、省エネルギーセンター会長賞を受賞
	4月	<b>業界初</b> 、地中熱ヒートポンプエアコン「GeoSIS (ジオシス) エアコン」発表
	10月	アクアエア事業の第3弾、多機能加湿装置「ナノフィール」発表
	3月	<b>業界初</b> “地中熱”と“空気熱”を融合させた「GeoSIS HYBRID (ジオシスハイブリッド)」を発表
2015 (平27) 年	1月	「GeoSIS HYBRID (ジオシスハイブリッド)」が省エネ大賞、資源エネルギー庁長官賞受賞
	1月	<b>世界初</b> 、新冷媒R32採用給湯機「ネオキュート」発表
	8月	<b>業界初</b> 、“地中熱+空気熱のハイブリッド冷温水システム「GeoSIS HYBRID (ジオシスハイブリッド)」を発表
2016 (平28) 年	6月	壁掛型 遠赤外線暖房機「ウォールヒート」を発表
	7月	国土強靱化貢献団体に関するガイドラインに基づく「レジリエンス認証」を取得
	11月	「コロナプレミアムエコキュート」が地球温暖化防止環境大臣表彰を受賞
	12月	「コロナプレミアムエコキュート」が省エネ大賞、省エネルギーセンター会長賞を受賞
2017 (平29) 年	6月	「コロナエコキュート」と京セラ「ナビフィッツ」を組み合わせたシステムがデマンドサイドマネジメント表彰を受賞
	10月	対流型石油ストーブが「防災製品大賞©2017」復興支援部門 銀賞を受賞
2018 (平30) 年	3月	「防災備蓄品としての石油ストーブ、及び、石油こんろの活用」の取り組みがジャパン・レジリエンス・アワード (強靱化大賞) 2018で「最優秀レジリエンス賞」を受賞
	6月	「GeoSIS HYBRID (ジオシスハイブリッド)」がデマンドサイドマネジメント表彰を受賞
	8月	(株)長谷工コーポレーション、三菱ケミカルインフラテック(株)と共同で『ZEH-M』向けエアコン付ヒートポンプ床暖房を商品化
2019 (平31) 年	1月	エアコン付きヒートポンプ床暖房「コロナエコ暖クールエアコン」発表



日本初：加圧式石油ストーブ



世界初：自然冷媒 (CO<sub>2</sub>) 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冷温水システム

## 【経営理念】“コロナイズム”

快適・健康で心豊かな生活になくてはならない  
オンリーワン企業を目指して



本社技術開発センター前（春）創業者内田鐵衛の銅像

### 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～



36 豪雪時猛吹雪の中ストーブを担ぐ社員の列

### コロナの想い

『感謝と感動』

### 創業精神

『誠実と努力』

### 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」(写真は三条工場)



2010年度 デミング賞実施賞受賞(製造本部)

- 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

## 三条工場 ルームエアコン生産設備（2019年3月期 導入）



ルームエアコン室内機 1300t樹脂成型機



熱交換器 フィンプレス機

### ルームエアコン設備投資

- ルームエアコンの需要増加に対応するため、総額約8億円の生産設備導入及び金型投資を実施
- 三条工場では、室内機の樹脂成型機や熱交換器の部品を作るフィンプレス機を導入  
構内物流も見直し、生産性の向上と併せ柔軟なラインの設置が可能に

# 売上高構成と主な商品

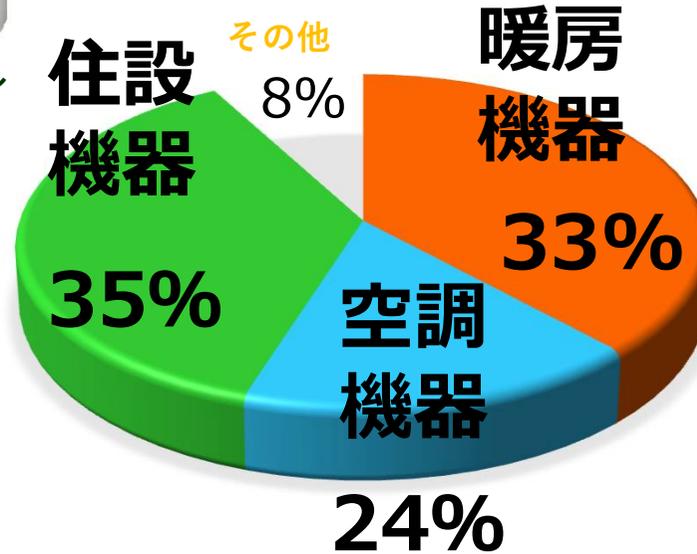
**CORONA**

2019年3月期  
売上高 831億円

住設機器 (アクアエア商品)



石油暖房機器



空調・家電機器



2014 (平26) 年 4月  
職場における男女共同参画の推進に積極的に取り組む  
「Happy・パートナー企業」として認定



2017 (平29) 年 12月  
子育てサポート企業として  
「次世代認定 (くるみんマーク)」2回目の取得



2014 (平26) 年 9月  
均等・両立推進企業表彰 均等推進企業部門の  
ファミリー・フレンドリー企業部門で  
「新潟労働局長奨励賞」を受賞



2018 (平30) 年 11月  
長時間労働解消と働きやすい職場環境づくりに  
積極的に取り組んでいる「ベストプラクティス企業」  
として新潟労働局が視察・訪問

コロナが願うのは、快適で豊かな生活環境の提供です。そしてその領域は商品やサービスにとどまらず、未来のため、広く社会のために向けられています。今後も環境への取り組みなど、総合的に生活文化の向上に貢献してまいります。

## 環境への取り組み

- 再生可能エネルギーを利用する製品の開発



## スポーツ支援への取り組み

- スポーツ支援を通じて、「心豊かな生活」を提供



## 被災地支援への取り組み

- 災害被災地への支援



## 研究開発支援の取り組み

- エネルギー資源に関する研究開発及び技術開発を支援



## 社会福祉支援の取り組み

- 「コロナ快適住環境福祉増進制度」による福祉施設等への自社製品の贈呈



## 地域貢献・地域交流への取り組み

- 小中学生の工場見学等の受け入れ
- 緊急時におけるAED提供
- 地域の夏祭り等への参加

