

つぎの快適をつくろう。

CORONA

2024年3月期 第2四半期 決算説明資料

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/>

2023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. 2024年3月期 第2四半期
連結業績ハイライト
2. 2024年3月期 計画
3. コロナグループ中期経営戦略

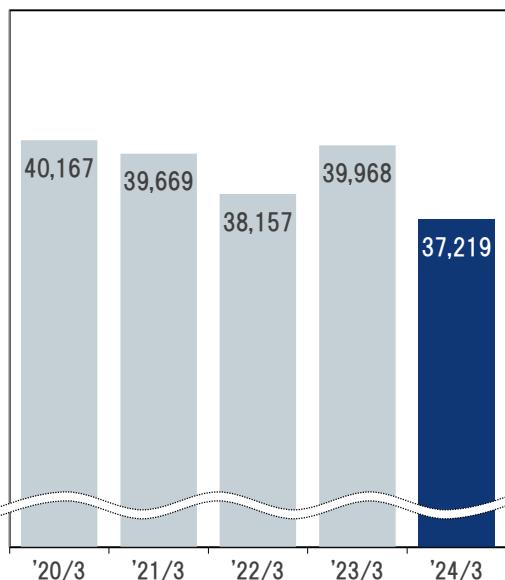
(単位：百万円)	23年3月期 2Q実績	24年3月期 2Q当初計画	24年3月期 2Q実績	前年同四半期比		当初計画比	
				増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	39,968	42,200	37,219	△2,749	△6.9	△4,980	△11.8
営業利益	390	200	△181	△572	—	△381	—
経常利益	601	400	23	△577	△96.0	△376	△94.0
親会社株主に帰属する 四半期純利益	410	300	16	△393	△96.0	△283	△94.5

主な増減要因

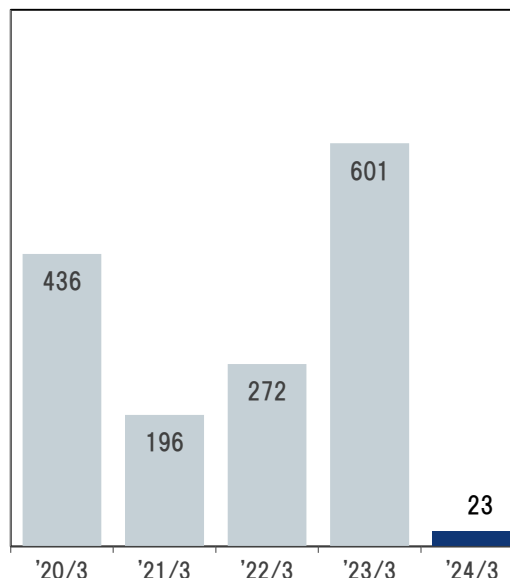
- 売上高 暖房機器は前年を上回ったものの、住宅設備機器、空調・家電機器の販売が減少し前年同四半期、当初計画を下回る
- 利益面 原材料・エネルギー価格の高騰のほか、住宅設備機器や空調・家電機器の販売減少などにより前年同四半期、当初計画を下回る

(単位：百万円)

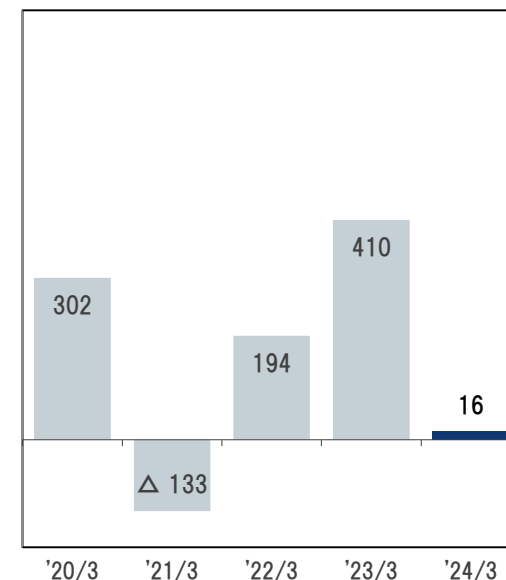
売上高



経常利益



四半期純利益



※2020/3期は「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）等を遡って適用する前の数値となっております。

トピックス

- 住宅設備機器の石油給湯機やエコキュート、空調・家電機器ではルームエアコンなどの販売が減少
- 原材料・エネルギー価格の高騰もあり売上高、各利益とも前年同四半期を下回る

第2四半期 連結P/L分析（売上高～経常利益）

つぎの快適をつくろう。

CORONA

（単位：百万円）	2023年3月期 第2四半期 実績	2024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	39,968	37,219	△2,749	△6.9
売上原価	31,510	29,373	△2,137	△6.8
売上総利益	8,458	7,845	△612	△7.2
販管費	8,067	8,027	△40	△0.5
営業利益	390	△181	△572	—
営業外収益	218	211	△6	△3.0
営業外費用	8	6	△1	△21.7
経常利益	601	23	△577	△96.0

主な増減要因

- 売上原価 原材料価格の高騰等により原価率が微増
(原価率：78.8% ⇒ 78.9%)
- 販管費 販管費は減少するも販管費率は上昇
(販管費率：20.2% ⇒ 21.6%)

（単位：百万円）	2023年3月期		2024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		601		23	△577	△96.0
特別利益		49		10	△39	△79.0
特別損失		47		20	△26	△56.2
税金等調整前 四半期純利益		603		13	△589	△97.7
法人税等		193		△2	△196	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益		410		16	△393	△96.0

主な増減要因

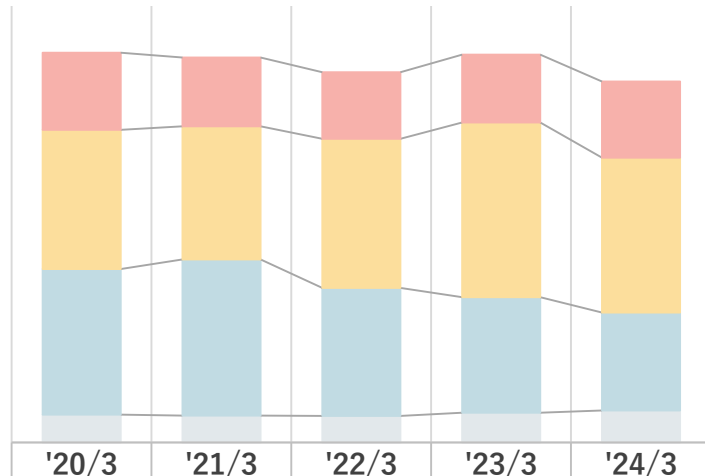
- 四半期純利益 売上高、各利益の減少に伴い四半期純利益が減少

金額

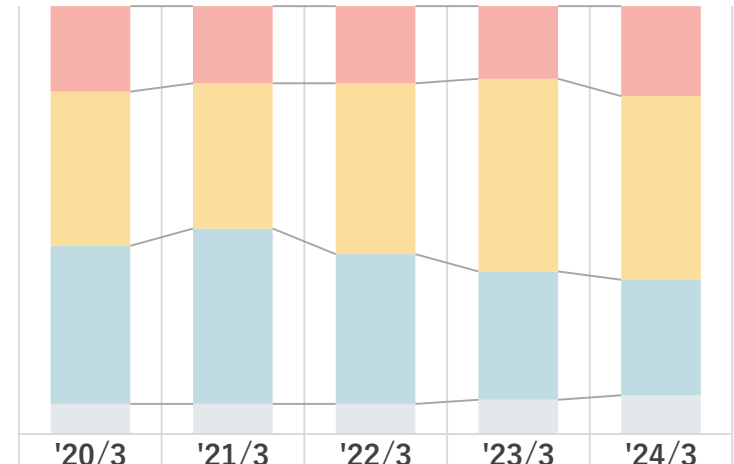
(単位：百万円)

構成比

(単位：%)



	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3	'24/3
■ 暖房	7,937	7,090	6,860	6,999	7,850
■ 住設	14,344	13,705	15,349	17,983	15,978
■ 空調	15,015	16,104	13,213	11,914	10,106
■ その他	2,869	2,769	2,734	3,071	3,283



	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3	'24/3
■ 暖房	20	18	18	17	21
■ 住設	36	34	40	45	43
■ 空調	37	41	35	30	27
■ その他	7	7	7	8	9

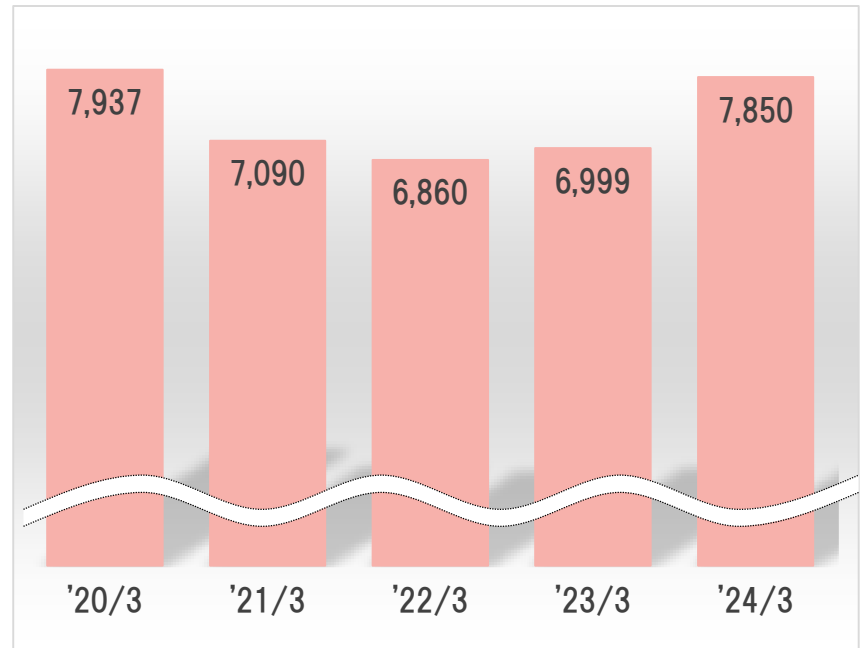
※2020/3期は「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を遡って適用する前の数値となっております。

トピックス

- 製品種類別構成比は暖房機器が21%に上昇、空調・家電機器が27%、住宅設備機器が43%にそれぞれ減少

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	+ 27.8%
-----------	---------



石油ファンヒーター



ポータブル石油ストーブ

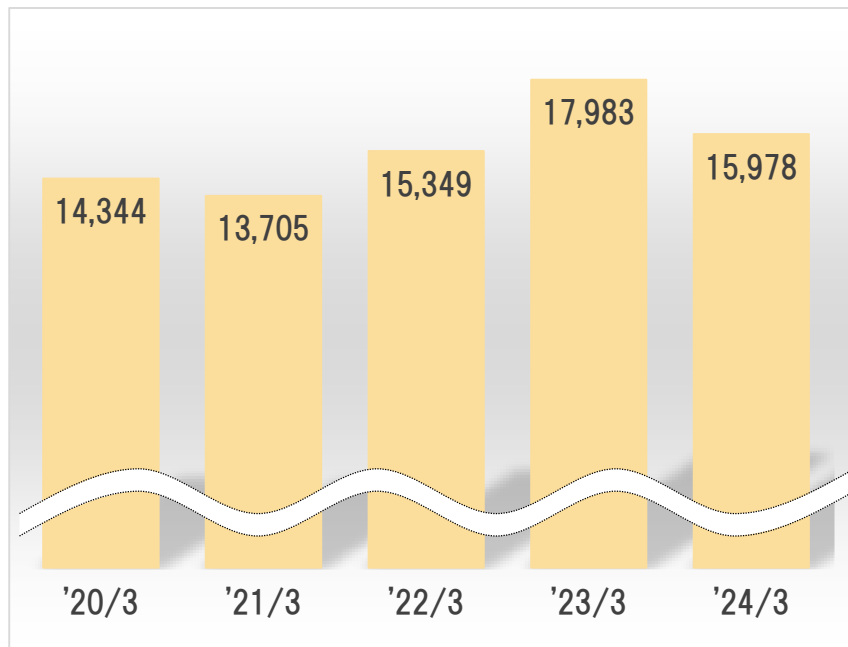
※2020/3期は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を遡って適用する前の数値となっております。

主な増減要因

- 節電や省エネ意識が高まる中、石油ファンヒーターは灯油使用量を抑制する省エネ機能を全機種に拡大、寒冷地向け石油暖房機では最上位機種「アグレシオ」のモデルチェンジなど需要期に向けた商品開発と提案活動を推進
- 販売面ではポータブル石油ストーブや石油ファンヒーターなどが順調に推移、今期は新ブランド「OUTFIELD」の販売も開始

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	△ 7.3%
石油給湯機	△ 33.4%



エコキュート



石油給湯機

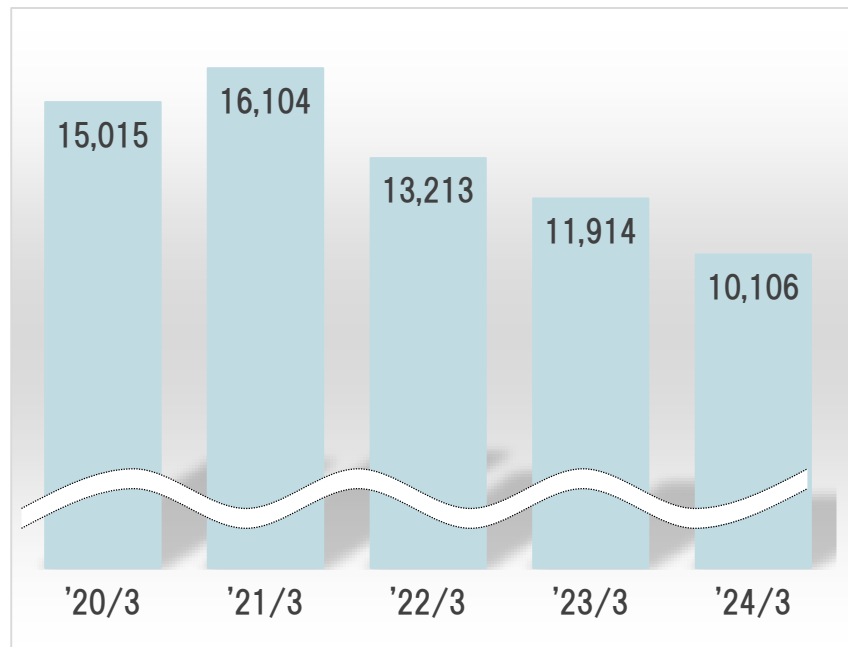
※2020/3期は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を遡って適用する前の数値となっております。

主な増減要因

- 太陽光発電の余剰電力活用における「コロナ快適ホームアプリ」との連携など省エネ性や快適性を向上させたエコキュート、高効率・高付加価値機能を有した石油給湯機などを中心に販売活動を推進
- 新設住宅着工戸数の減少や消費者の買い控えのほか、販売が好調であった前年の反動などもあり住宅設備機器の販売が減少

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	△ 24.8%
除湿機	△ 6.9%



ルームエアコン

除湿機

※2020/3期は「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)等を遡って適用する前の数値となっております。

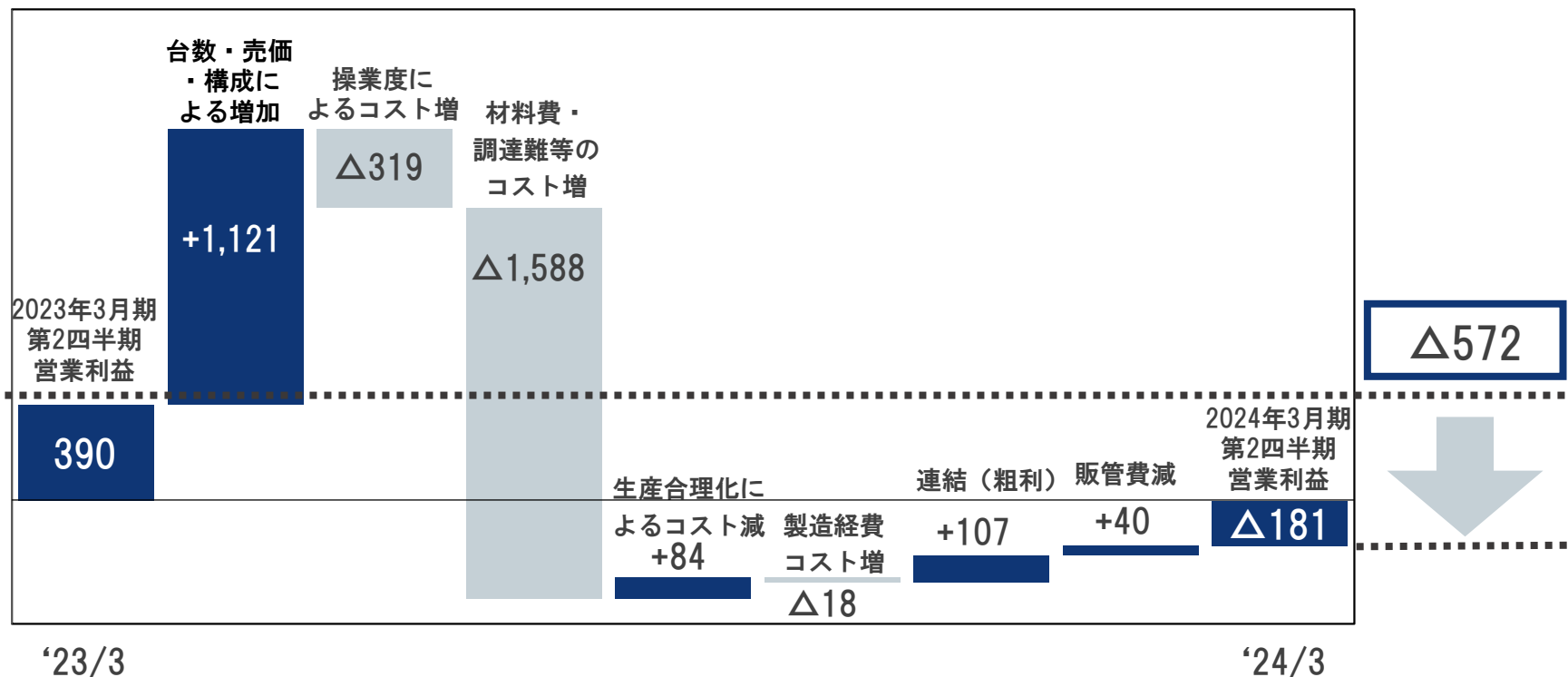
主な増減要因

- ルームエアコンは消費者の買い控えやメーカー間の販売競争激化などが影響し販売が減少
- 除湿機は業界初となる除湿機本体とサーキュレーターが分離できる新商品を軸に販売拡大に向けた活動を推進

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

- 生産合理化や製品価格への転嫁、経費削減の取り組みを進めたものの、原材料・エネルギー価格の高騰や住宅設備機器、空調・家電機器の販売減少もあり営業利益が減少

(単位：百万円)	2023年3月期 第2四半期 実績	2024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	57,714	56,788	△925	△1.6
固定資産	43,748	44,798	1,049	2.4
資産合計	101,462	101,586	124	0.1
(負債の部)				
流動負債	26,791	26,920	128	0.5
固定負債	1,944	1,781	△163	△8.4
負債合計	28,736	28,701	△34	△0.1
純資産合計	72,726	72,885	159	0.2
負債、純資産合計	101,462	101,586	124	0.1

主な増減要因 (単位：百万円)

- 資産の部 現金及び預金△1,697、売上債権△1,009、有価証券△1,851、棚卸資産+3,821、投資有価証券+1,363
- 負債の部 買掛債務△468、未払金+475、繰延税金負債△158
- 純資産の部 利益剰余金+267、その他の包括利益累計額△153

2024年3月期 計画

2024年3月期 通期連結業績見込み

つぎの快適をつくろう。

CORONA

(単位：百万円)	23年3月期 通期実績	24年3月期 当初計画	24年3月期 修正計画	前年比		当初計画比	
				増減額	増減率 (%)	増減額	増減率 (%)
売上高	85,335	88,700	83,400	△1,935	△2.3	△5,300	△6.0
営業利益	1,901	1,300	900	△1,001	△52.7	△400	△30.8
経常利益	2,289	1,700	1,300	△989	△43.2	△400	△23.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,482	1,200	800	△682	△46.0	△400	△33.3

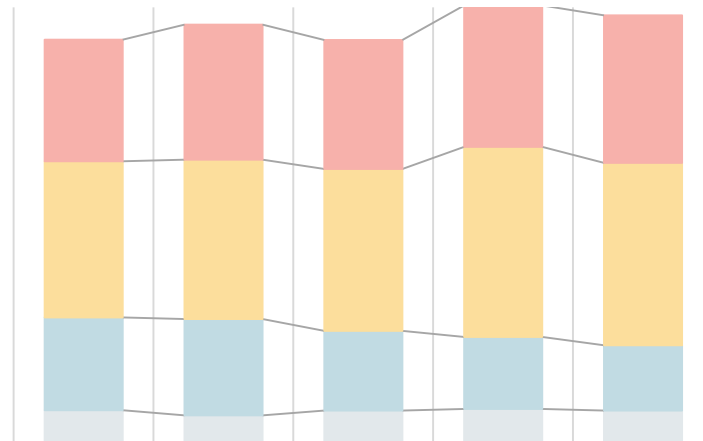
主な増減要因

- 第3四半期以降は石油暖房機で新商品を投入するなど販売拡大を図るものの、上半期までの状況や市場環境などを踏まえ、当初計画を下方修正
- 利益面は期初から原材料・エネルギー価格高騰や新商品開発に伴う償却費の増加等もあり減益を見込んでいたものの、売上高の減少により当初計画を下回る見込み

通期 連結売上高・製品種類別構成推移

金額

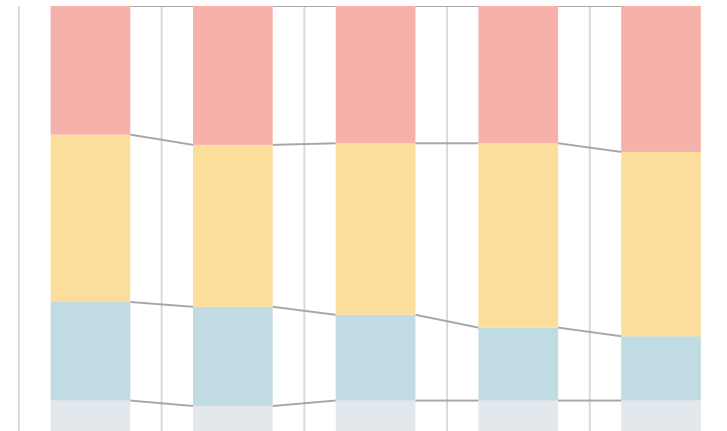
(単位：百万円)



	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3	'24/3予
暖房	23,663	26,286	25,110	27,532	28,700
住設	30,452	31,054	31,553	36,993	35,500
空調	18,060	18,778	15,494	14,012	12,700
その他	6,534	5,527	6,489	6,797	6,500

構成比

(単位：%)



	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3	'24/3予
暖房	30	32	32	32	34
住設	39	38	40	43	43
空調	23	23	20	17	15
その他	8	7	8	8	8

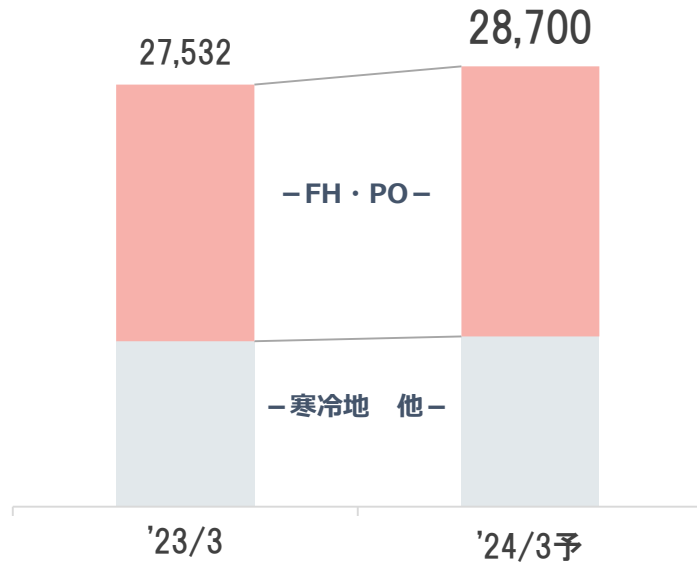
※2020/3期の数値は「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を遡って適用する前の数値となっております。

トピックス

- 製品種類別構成比は暖房機器が34%に上昇、空調・家電機器は15%に減少見込み
- 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

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 +1,167百万円

- ・ 寒冷地を中心に根強い需要がある石油暖房機は、灯油使用量抑制の省エネ機能を全機種に拡大した石油ファンヒーター、自然災害時なども利用できるレジリエンス性を有した石油ストーブなど中心に拡販を図る
- ・ 脱炭素社会への貢献を目指し、電気など他の熱源を用いた商品の拡充をはかるべく、研究開発・商品開発を推進



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

トピックス 新ブランド「OUTFIELD」

暮らしの楽しみや可能性を“外へ広げる”という意味を込めた新ブランド

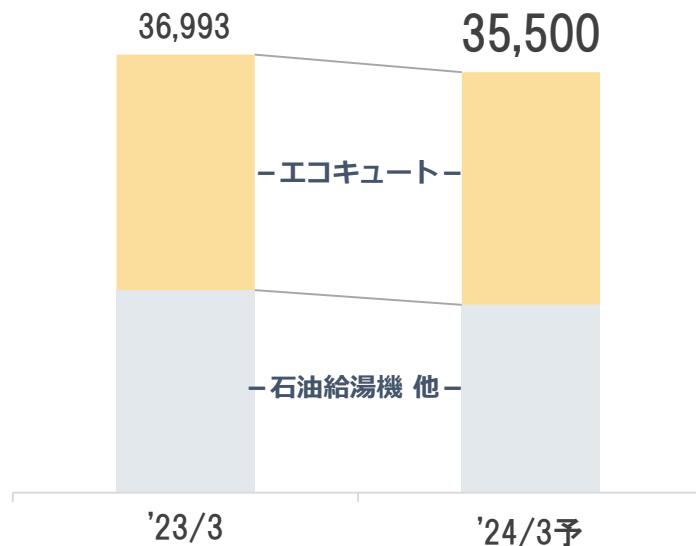
「フィールドベージュライン」として
石油暖房機器3商品を発売



- 今期は本体色をアースカラーで統一した石油暖房機器3商品
- 「ALPS OUTDOOR SUMMIT（アルプス アウトドア サミット）」などイベント出展で認知度向上に取り組む

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 $\Delta 1,493$ 百万円

・ 新設住宅着工戸数の減少や給湯機の販売が好調だった前年の反動、消費者の買い控えも影響

・ エコキュートはZEHの普及拡大や買い替え需要が高まる中、省エネ・快適性を追求した商品を投入、安定的な需要のある石油給湯機は性能向上、高効率機種への切り替え推進、環境負荷低減に向けた商品開発に取り組む



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



石油給湯機
高効率
エコフィール



エコ暖
上質な冷暖房
空気熱ヒートポンプ



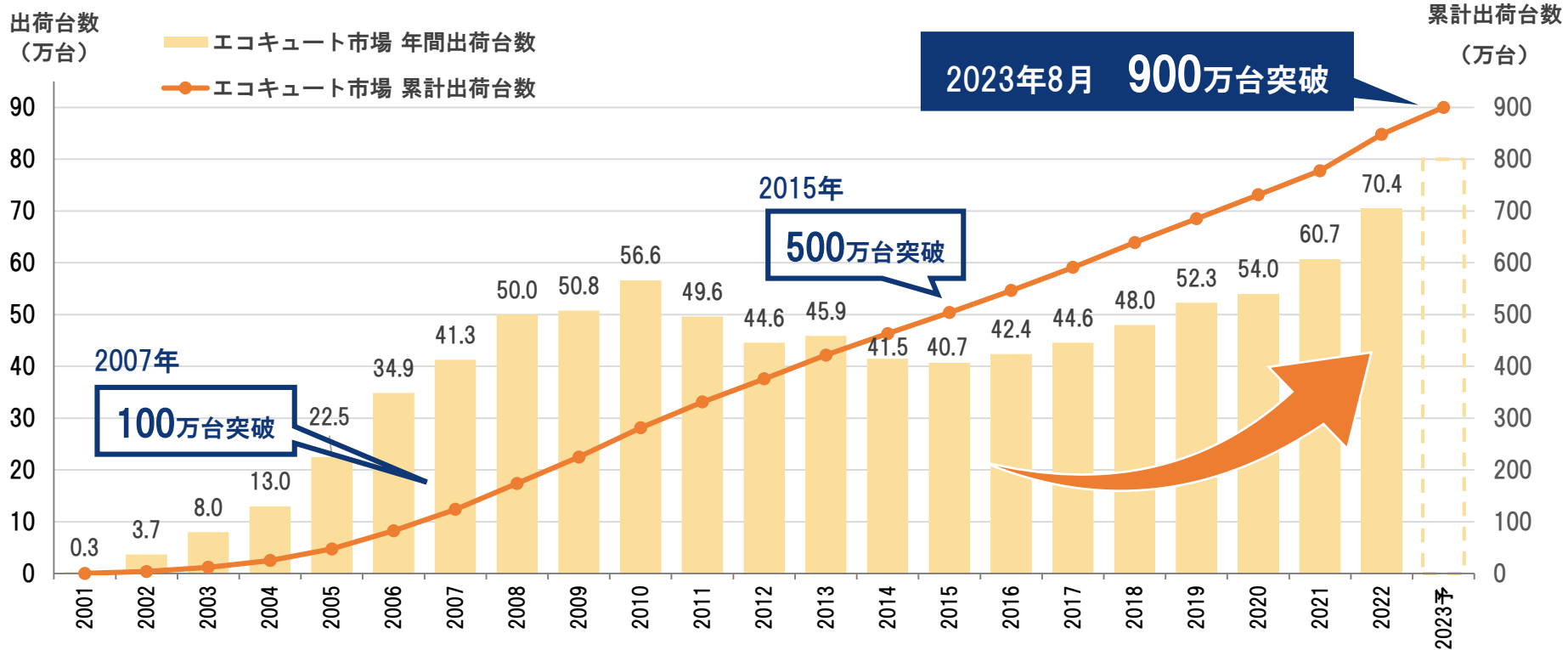
ジオシスハイブリッド
再生可能エネルギー
地中熱ヒートポンプ



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



トピックス エコキュート市場 累計出荷台数900万台突破

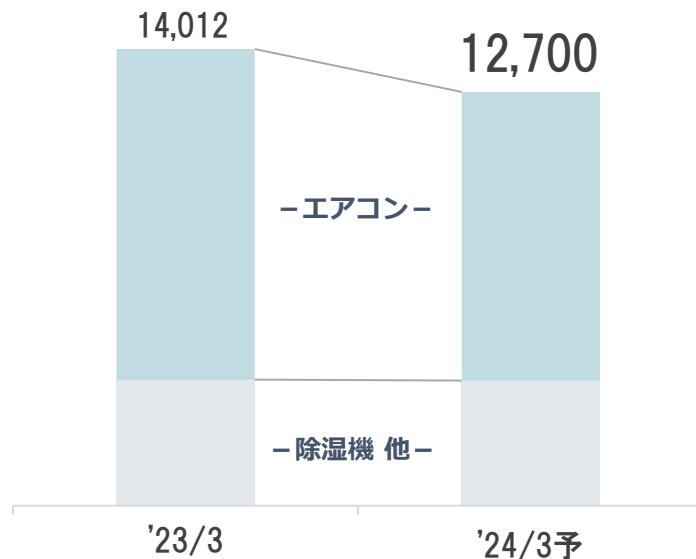


出典：一般社団法人日本冷凍空調工業会統計資料より当社調べ
2023年予測は期初の当社見込み

- エコキュートは2001年に当社が世界で初めて発売
- 市場出荷台数は2011年の東日本大震災以降、電力の供給不安などから減少するも、買い替え需要の顕在化やZEHの普及などもあり近年は増加傾向が続き、昨年は過去最高の市場出荷台数を記録、累計出荷台数は今年8月に900万台を突破

売上高推移

(単位：百万円)



主な増減要因

● 前期比 $\Delta 1,312$ 百万円

・ ルームエアコンは消費者の買い控えやメーカー間の開発・販売競争がある中、IoT技術活用や清潔性、お手入れのしやすさなど市場ニーズを捉えた商品開発、販売拡大や柔軟な生産・供給活動に取り組む

・ サーキュレーター連動衣類乾燥除湿機や加湿フィルター除菌機能などが付いたハイブリッド式大能力加湿器など、快適性・清潔性を追求した商品開発を推進



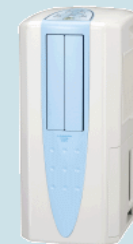
ルームエアコン
冷房専用、寒冷地向けも
ラインアップ



ウインドエアコン
根強い人気
工事不要、簡単取付



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



冷風・衣類乾燥機
1台3役の
「どこでもクーラー」



加湿器
ハイブリッド式大能力タイプ
を新規ラインアップ

トピックス 空調・家電機器の商品開発

サーキュレーター連動 衣類乾燥除湿機



サーキュレーターの取り外しが可能

業界初となる除湿機本体とサーキュレーターを分離できる衣類乾燥除湿機、分離/一体運転に加えそれぞれ単独での運転も可能

ハイブリッド式大能力加湿器



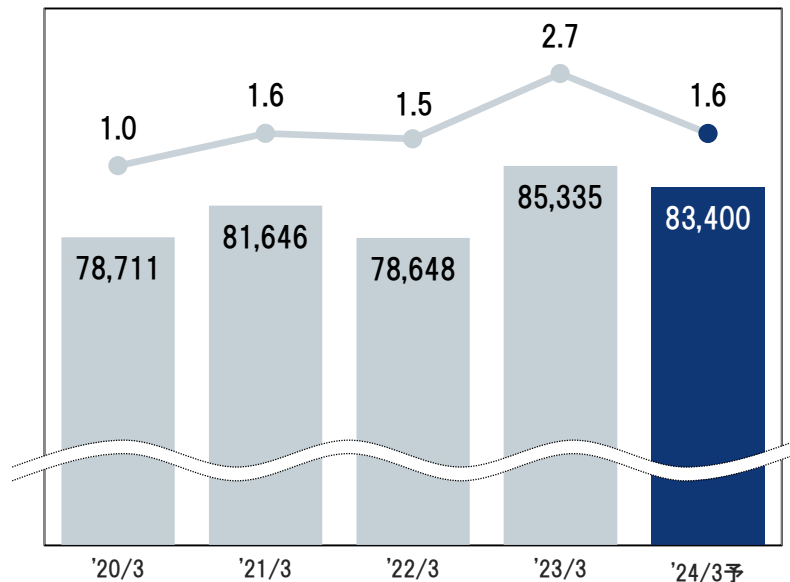
インテリアとしても楽しめる家具調デザイン

加湿フィルターをUV-C（深紫外線）で除菌する機能や取り外せてお手入れが簡単なステンレス製給水トレイ、内部乾燥運転といった業界初となる3つの清潔機能を搭載

通期 連結財務諸表の推移

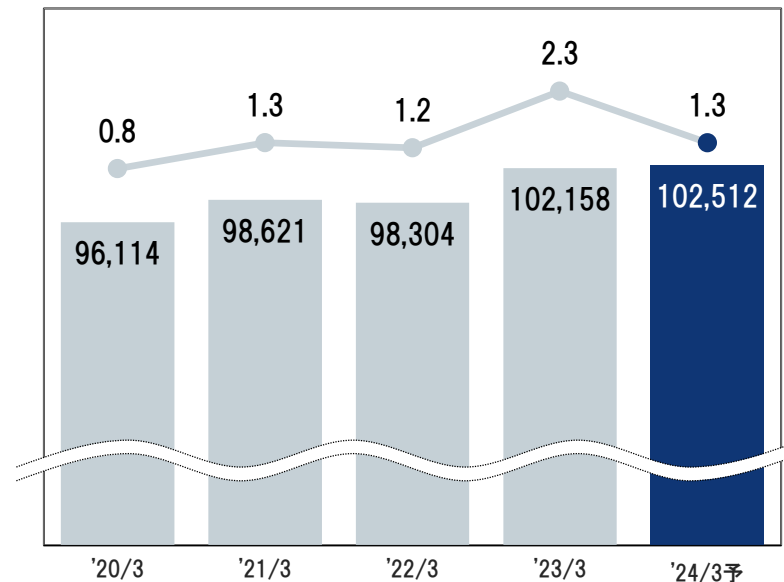
売上高・経常利益率

(単位：百万円・%)



総資産・ROA

(単位：百万円・%)



(ROA：総資産経常利益率)

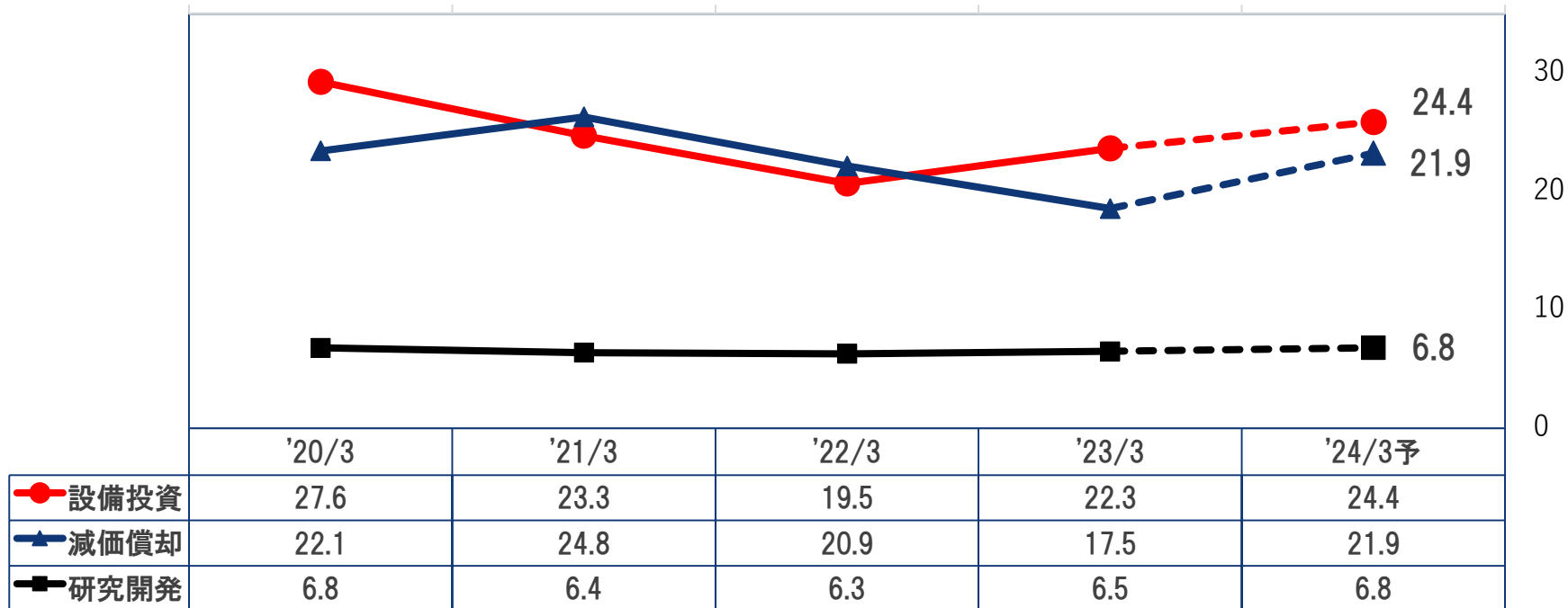
※2020/3期の数値は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を遡って適用する前の数値となっております。

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）



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
（費用化投資含む）
- 減価償却 : 金型投資、機械設備の償却
- 研究開発 : 新商品開発、商品ラインアップ拡充

配当政策

2024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

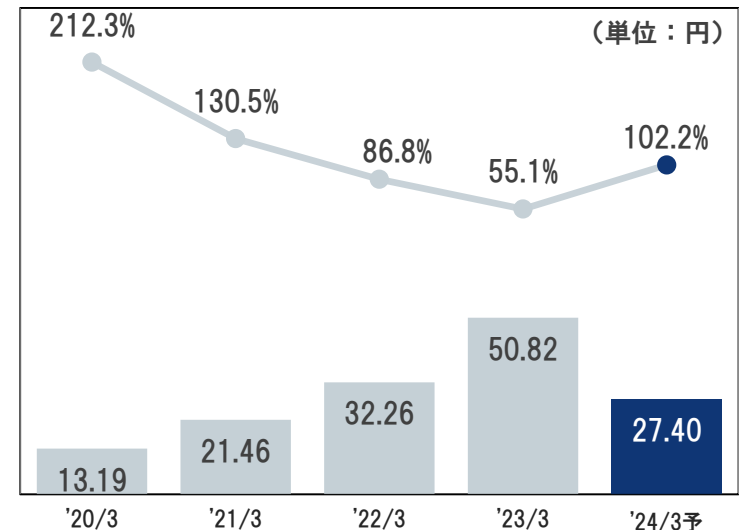
◇売上高の拡大および収益性の向上により、長期的・総合的観点から株主の皆様の利益確保を図る

1株当たり配当金の推移

(単位：円)

	'20/3	'21/3	'22/3	'23/3	'24/3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	13.19	21.46	32.26	50.82	27.40
配当性向	212.3%	130.5%	86.8%	55.1%	102.2%

1株利益・配当性向



※2020/3期の数値は「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)等を遡って適用する前の数値となっております。

コロナグループ中期経営戦略

2022(令和4)～2026(令和8)年度

CORONA *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。

CORONA*Action.*1 脱炭素社会への貢献
レジリエンスな社会

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。

2 快適の進化
暮らしの質向上

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。

3 利益体質への転換

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。

企業ミッション

快適で心はずむ毎日

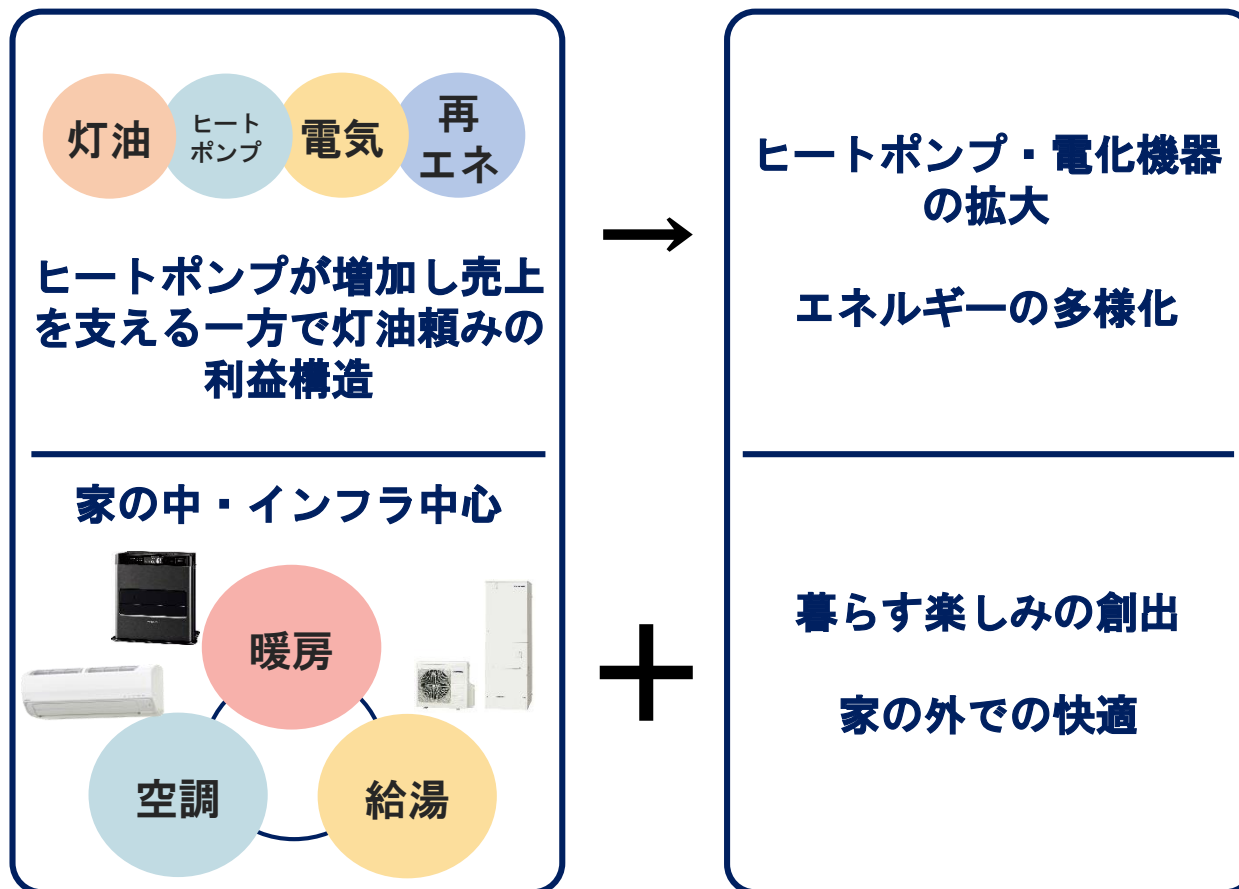
環境にやさしい暮らし

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

提供価値



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

CORONAction. 変わる、そして挑む

2026
ビジョン

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

利益体質への転換

基本戦略

ヒートポンプ/電化事業の
拡大

「楽」から「楽しい」
への事業領域拡大

業務合理化による
高コスト体質からの脱却



事業戦略
機能戦略

エアコン事業の強化

家の外への領域拡大

管理間接・販売・製造
固定費の削減

ヒートポンプ・電化機器
開発・供給体制の強化

生活家電事業の
育成・拡大

開発のスピードアップ

脱炭素社会に向けた要素技
術・新エネルギーのR&D

ヘルスケアへの
領域拡大

重点施策

ブランディング推進

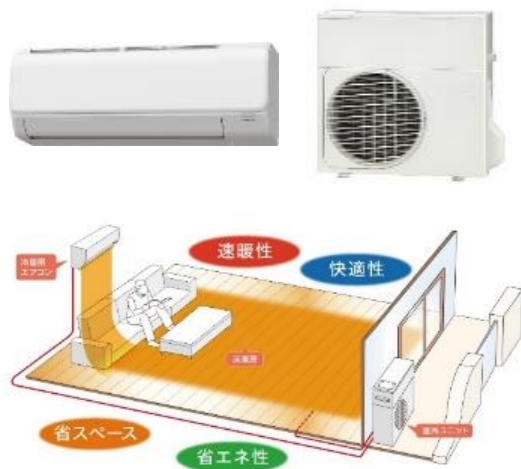
顧客接点・D2C強化

第9次中期経営計画 目標

	2021年度実績		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%	—

ヒートポンプ機器の開発強化・協業取り組み

「脱炭素」に向け環境配慮型商品の普及が進む中、当社もCO₂排出量の削減に貢献する機器の商品開発を強化、他社との共同開発にも積極的に取り組む



(株)長谷エコーポレーションと共同企画した「コロナエコ暖クールエアコン」小部屋用



リンナイ(株)のハイブリッド給湯・暖房システム「エコワン」にヒートポンプユニットを供給



パナソニック(株)の家庭用燃料電池コージェネレーションシステム「エネファーム」大容量貯湯モデルに貯湯タンクユニットを供給

「楽」から「楽しい」への事業領域拡大

鉄道×石油ストーブ



京東行商標登録



「SLばんえつ物語」モデル SLストーブ

鉄道×除湿機



「Maxとき」モデル 衣類乾燥除湿機

新ブランド「OUTFIELD」



自然やアウトドアをモチーフにした製品をラインアップ

業務合理化による高コスト体質からの脱却

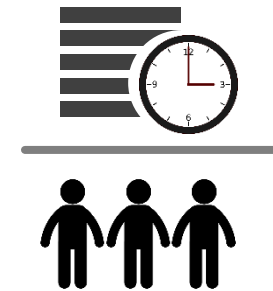
固定費の削減

- デジタル化、DX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

- 新商品企画・開発プロセスの短縮
- 企画コンセプトや意思決定の迅速化



- IT技術を活用した業務の効率化・生産性向上を推進、生産・物流関連設備の合理化投資、商品開発のスピードアップにも取り組む
- 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

サステナビリティ推進の取り組み

2022年3月

「コロナグループサステナビリティ方針」制定

経営理念に基づき、お客様、取引先、株主・投資家、従業員、地域社会など全てのステークホルダーとの継続的で密度の高いコミュニケーションによって深い信頼関係を築き、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、企業価値向上に取り組む

2023年3月

TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言へ賛同

TCFD提言へ賛同し、同提言に基づき、「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の項目を柱に、自主的かつ積極的な情報開示を推進








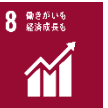

2023年4月

サステナビリティ委員会設置

当社グループのサステナビリティ推進について議論・検討するための専門的な体制として、代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置

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
K 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。	暮らしの質・心の豊かさ ゆとりや楽しさを生む製品・サービス開発 <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px;">   </div>
E 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。	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 <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; align-items: center; margin-top: 10px;">  <div style="font-size: 8px; margin-left: 5px;"> TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES </div> </div>
S 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。	お客様の安全・安心 従業員の活躍 パートナーシップ 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 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 サステナビリティ調達の促進 <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px; margin-top: 10px;">   </div>
G ガバナンス	コーポレートガバナンス リスクマネジメント コンプライアンス	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

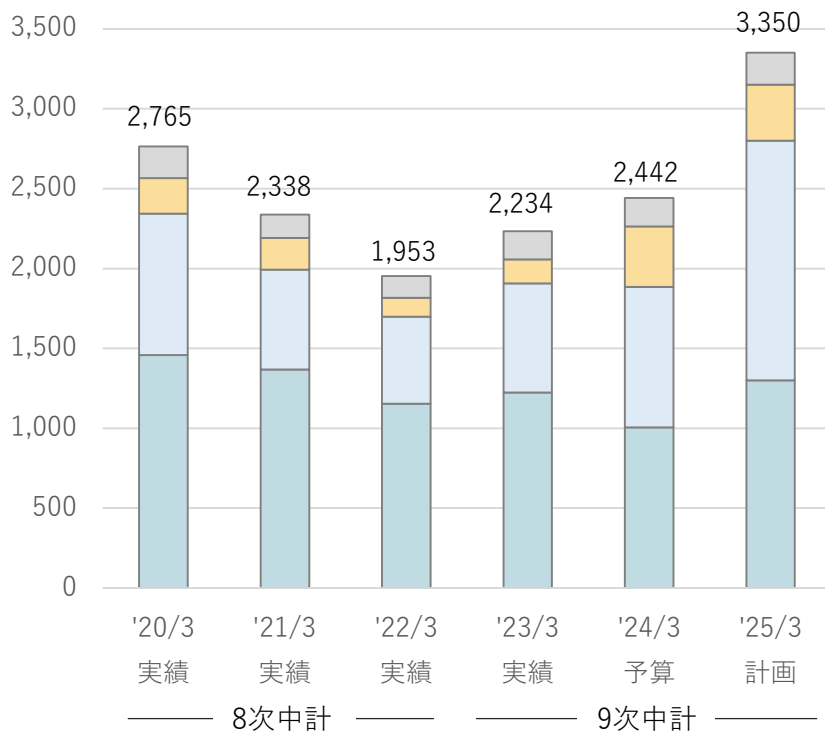
投資計画 (費用化投資含む)

8,000百万円
(3カ年累計)

《前中計比 13.7%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。

(百万円) ■ 新製品開発投資 ■ 開発・生産設備投資 ■ IT関連投資 ■ その他



新商品開発投資

3,500百万円 (前中計比12.1%減)
・ 9次中計事業戦略と連動した新商品開発投資

開発・生産設備投資

3,100百万円 (前中計比50.9%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)
・ 本社・工場等建屋修繕 など

お問い合わせ先

〒955-8510 新潟県三条市東新保7-7

株式会社 コロナ 総合企画部広報室

TEL : 0256-35-8558

FAX : 0256-36-6523

E-mail : info@hode01.corona.co.jp

参考資料

- 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
- 売上高構成と主な製品

会社概要 (2023年9月30日現在)

- ・ 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 10,135名(対前期末比 Δ 2,084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55
- ・ 従業員数 2,161名(連結)(対前期末比 Δ 1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 -

1937(S12)
新潟県三条市にて創業

1952(S27)
日本初・加圧式
石油コンロ
発売



1955(S30)
日本初
加圧式石油ストーブ発売



1973(S48)
石油給湯機発売



1979(S54)
エアコン市場参入



1979(S54)
石油ファンヒーター発売



1992(H4)
商号を「㈱コロナ」に変更

2001(H13)
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



1990 -

2010 -

2014(H26)
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



2017(H29)
創業80周年

2019(R1)
リブランディング
つぎの快適をつくろう。
CORONA

2019(R1)
自然対流形
電気暖房機
「ノイルヒート」
発売



2021(R3)
エアコンブランド
Relala
リララ

2023(R5)
“暮らしを「楽」から「楽しい」へ”
をコンセプトにした新ブランド



2020 -

2006(H18)
東証一部上場

2008(H20)
電気暖房
市場再参入



経営理念：コロナイズム

企業理念

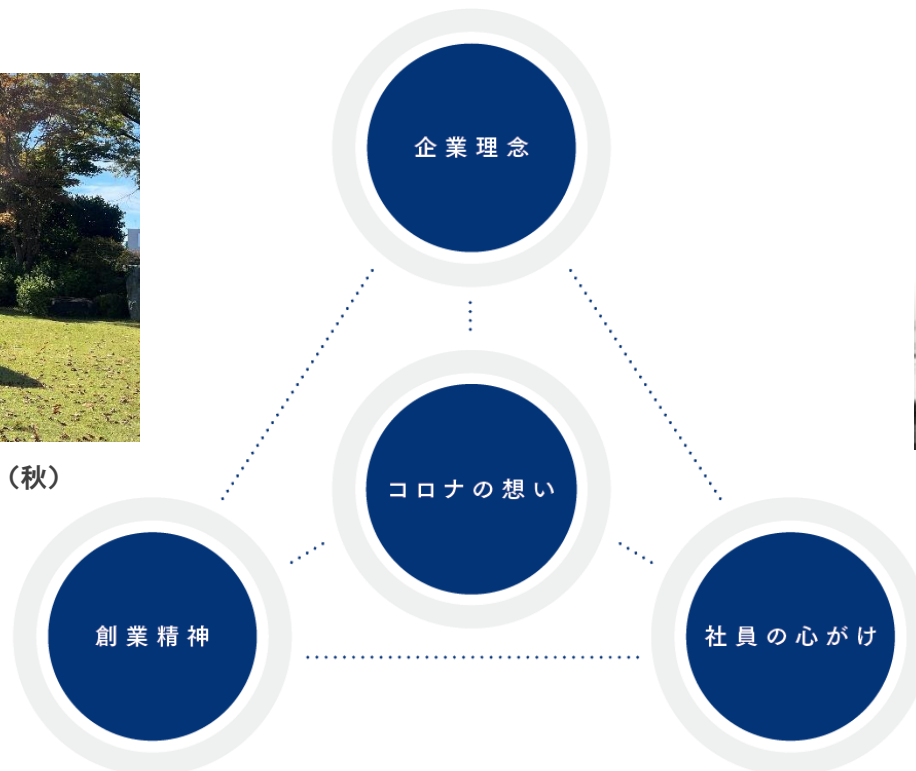
あなたと共に
夢…新たなライフシーン…を実現しお客様に喜んでいただけるコロナ
～快適・健康で環境にやさしい心豊かな生活になくはないコロナでありたい～



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

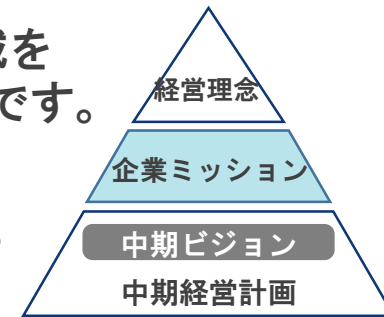
[創造と協創（げんこつの理）]

[チャレンジ For You]

企業ミッション

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。

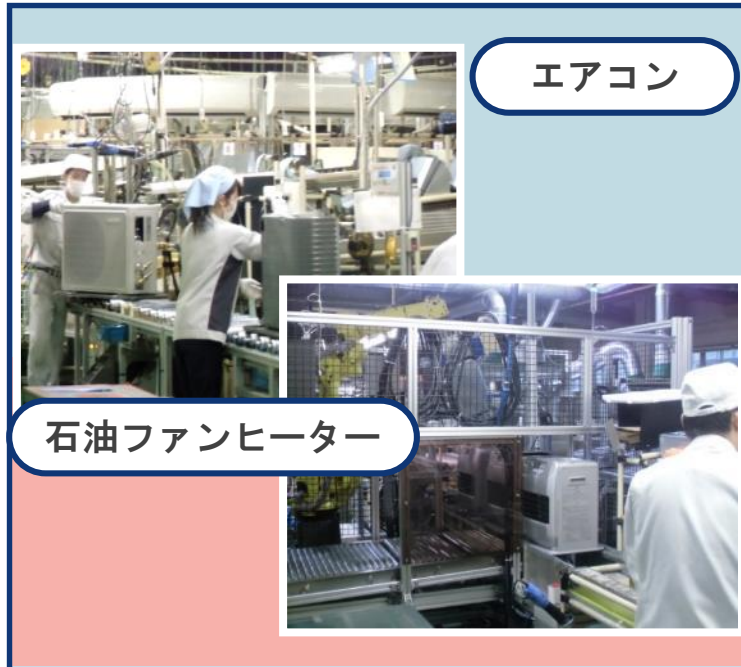
環境にやさしい暮らし

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。

こだわりのメイドイン・新潟



「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

2023年3月期
売上高：853億円

【住宅設備機器】



アクアエア商品



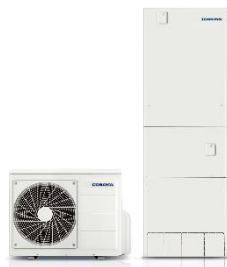
ヒートポンプ式冷暖房
「エコ暖」シリーズ



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



除湿機



冷風機

