



2019年5月9日

各 位

会 社 名 株式会社コロナ
代 表 者 名 代表取締役社長 小林 一芳
(コード番号 5909 東証第1部)
問 合 せ 先 執行役員 広報室部長 杉本 昌義
(TEL 0256-32-2111)

第8次中期経営計画の策定に関するお知らせ

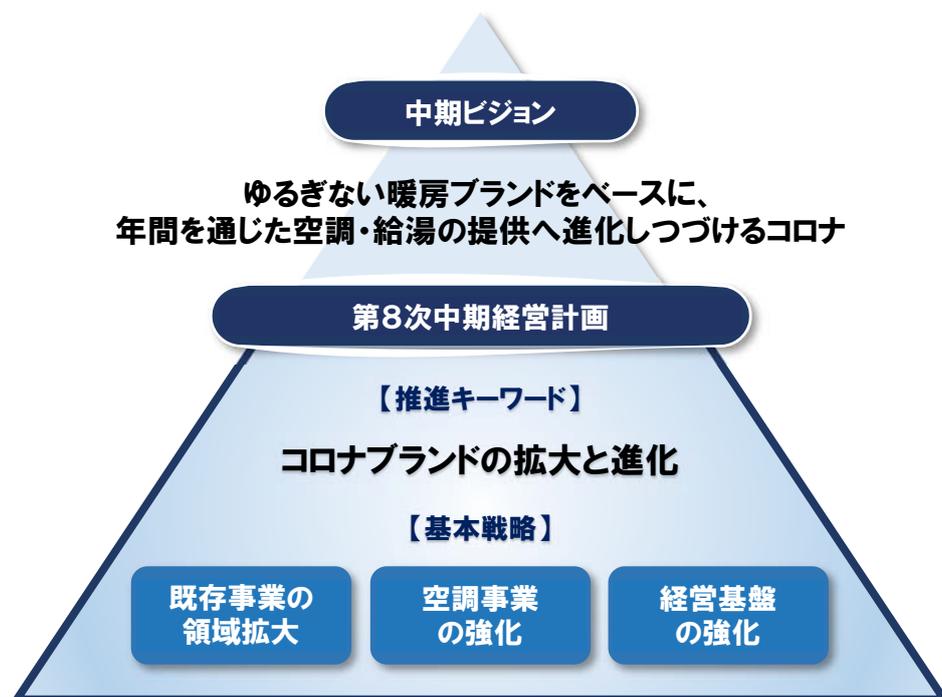
当社グループは、第8次中期経営計画(2019~2021年度計画)を策定いたしましたので、その概要を下記のとおり、お知らせいたします。

記

1. 第8次中期経営計画(2019~2021年度計画)の基本的な考え方

当社グループの事業領域における競争環境の変化、社会や生活者の変化等を踏まえ、次なる成長を見据えた戦略をもとに、第8次中期経営計画を策定いたしました。

第8次中期経営計画では、「コロナブランドの拡大と進化」をキーワードに掲げ、「暖房のコロナから、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」を中期ビジョンとし、2021年度までの期間において、長期的視点での取り組みを一歩一歩着実に進めてまいります。



2. 第8次中期経営計画（2019～2021年度計画）骨子

2021年度までの第8次中期経営計画期間においては、特に力を入れて取り組んでいくべき戦略を「基本戦略」とし、実現のための施策を「事業戦略」「機能戦略」として実行してまいります。

【第8次中期経営計画の骨子】

■推進キーワード

「コロナブランドの拡大と進化」

■基本戦略

- 既存販売チャネルでの事業領域拡大
 - ↳ 既存販売チャネルの最大活用と「季節から年間商品へ」提供価値拡大
- 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事業でのポジション構築
- 持続的成長のための機能・基盤強化
 - ↳ バリューチェーンの強化および「選ばれる企業」への取り組み強化

■事業戦略

- 暖房の領域拡大と空調家電の拡張
- エアコン事業の拡大とポジション構築
- アクアエア事業の更なる育成・拡大
- 住宅における商品・サービスの提供価値拡大

■機能戦略

- 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

【経営目標】

	2018年度実績	2021年度計画	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%	

以 上

第8次中期経営計画

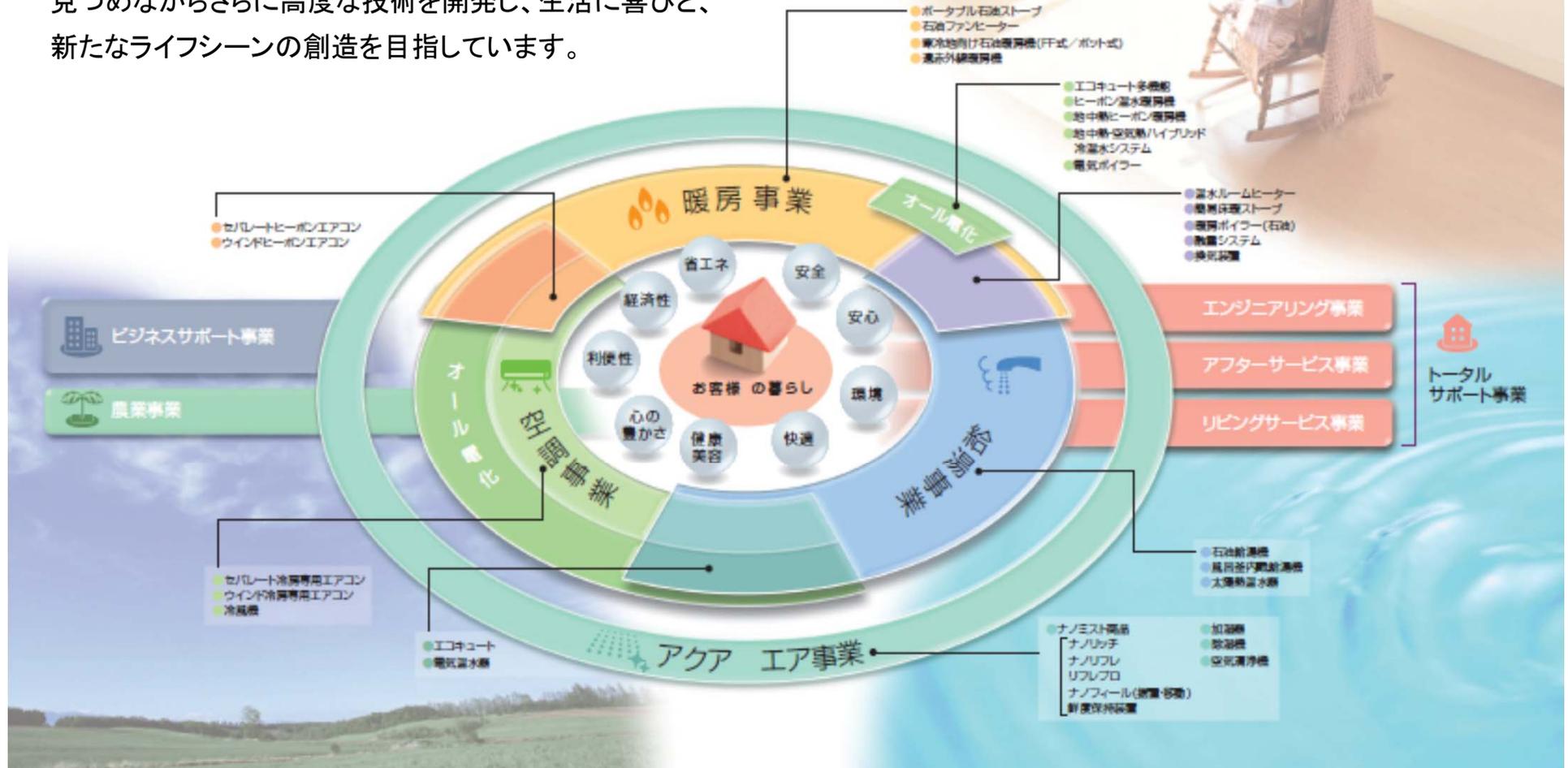
—2019～2021年度計画—

コロナブランドの拡大と進化

株式会社コロナ
2019年5月9日

生活を心豊かにする提供価値を創造・実現するために
 コロナの事業領域はさらに大きく広がっていきます。

健康な暮らし、快適な空間、そして環境への配慮を常に
 見つめながらさらに高度な技術を開発し、生活に喜びと、
 新たなライフシーンの創造を目指しています。



競争環境の変化

- 住宅関連政策による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のための企業間連携の増加
- 世界規模での市場原理による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(ネットワーク化)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

中期
ビジョン

暖房のコロナから、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

基本戦略

コロナブランドの拡大と進化

既存事業領域の最大活用と現事業枠組みからの突出による成長

【基本戦略1】

既存販売チャネルでの
事業領域拡大

【基本戦略2】

空調メーカーとしての
ポジション構築

【基本戦略3】

持続的成長のための
機能・基盤強化

事業戦略
機能戦略

暖房の領域拡大と
空調家電の拡張

エアコン事業の拡大と
ポジション構築

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

アクアエア事業の
更なる育成・拡大

住宅における商品・サービスの
提供価値拡大

事業戦略

機能戦略

将来の成長に向けた積極的な投資継続

- 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ブランドを進化させる
- コロナブランドを「暖房」だけでなく他分野でも築いていく

コロナブランドの拡大と進化

既存チャンネルの最大活用

事業領域拡大による成長

他商品へのシナジー発揮

【基本戦略1】

既存販売チャンネルでの
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

【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

【基本戦略3】

持続的成長のための
機能・基盤強化

- バリューチェーンの強化
- 社会や生活者から「選ばれる企業」へ

コロナブランドの拡大と進化

基本戦略

既存チャネルの最大活用

事業領域拡大による成長

他商品へのシナジー発揮

【基本戦略1】

既存販売チャネルでの事業領域拡大

【基本戦略2】

空調メーカーとしてのポジション構築

事業戦略
と
重点施策

暖房の領域拡大と空調家電の拡張

- 電気暖房の商品ラインアップ拡充
- 空調家電商品群を活かしたカテゴリーの拡大

エアコン事業の拡大とポジション構築

- エアコン競争戦略の立案・実行および商品ラインアップの構築
- エアコンメーカーとしてのブランド強化

アクアエア事業の更なる育成・拡大

- ナチュラルクラスター技術を活用した商品・機能の拡充

住宅における商品・サービスの提供価値拡大

- 製品IoT実現による提供価値の拡大
- 協業推進によるビジネスチャンスの拡大

基本戦略

コロナブランドの拡大と進化

【基本戦略3】

持続的成長のための機能・基盤強化

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

- 打ち出すブランドの明確化と適切なコミュニケーションの実施
- ブランドマネジメントによる企業資産管理

eビジネス活用による顧客接点の強化

- ECサイトの企画運営による販売・顧客接点チャネルとしての基盤構築
- WEBを活用したコミュニケーションの企画・推進

バリューチェーンの
強化・効率化

管理間接業務の生産性向上

- IT技術を活用した管理間接業務の生産性向上

物流配送機能の最適化

- 物流配送体制の最適化
- 柔軟な需給調整に向けた基盤づくり

組織・人財づくり

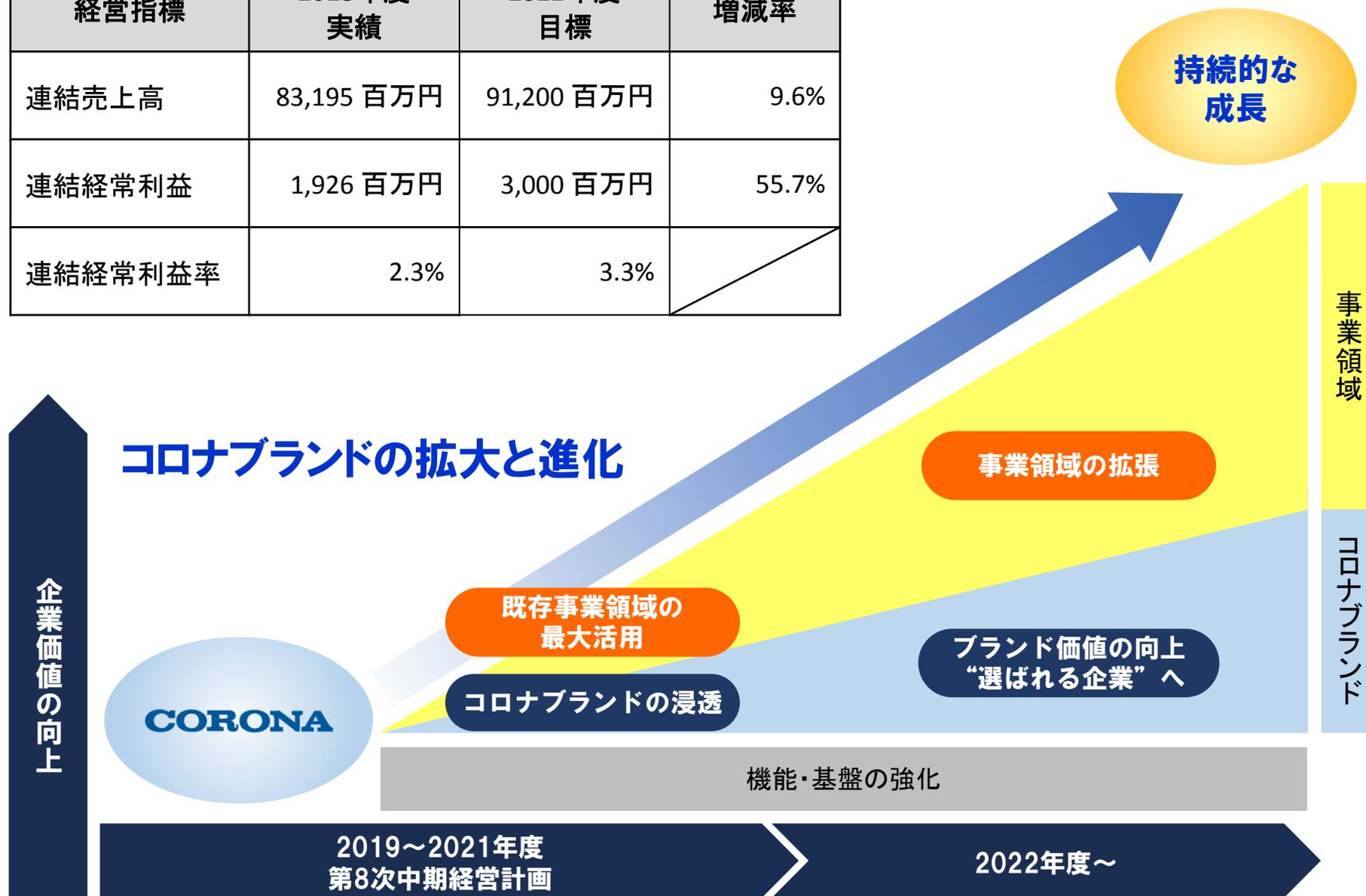
成長する組織・人財づくりの推進

- 誰もが活躍できる職場環境づくりと人財育成

中期経営計画 数値目標

CORONA

経営指標	2018年度実績	2021年度目標	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%	



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



CORONA

当資料に掲載されております業績予想や将来計画は、現時点において入手可能な情報に基づき、当社が判断して予想したものであり、実際の業績は今後様々な要因の変化により、予想とは異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。