

# CORONA REPORT

つぎの快適をつくろう。

**CORONA**

第72期

中間報告書

2019.04.01~2019.09.30

証券コード：5909

## 中期経営計画で掲げた「コロナブランドの拡大と進化」に向け、 事業戦略と機能戦略の取り組みを開始しました。

### ■ 当第2四半期の概況

当第2四半期連結累計期間におけるわが国経済は、企業収益が底堅く推移し、雇用情勢は着実に改善しているものの、海外情勢・経済の影響や消費増税に伴う影響が懸念されるなど、先行きが不透明な状況が継続しております。

住宅関連機器業界においては、新設住宅着工戸数は政府の住宅取得支援策や日本銀行のマイナス金利政策による住宅ローン金利の低下などの後押しがあるものの、前年度を下回って推移しました。

このような状況のもと、当社グループは今年度より第8次中期経営計画を策定し、「コロナブランドの拡大と進化」を推進キーワードに、基本戦略「既存販売チャネルでの事業領域拡大」「空調メーカーとしてのポジション構築」「持続的成長のための機能・基盤強化」に基づいた事業戦略・機能戦略の取り組みを開始しました。

事業戦略では、既存の販売チャネルを最大限に活用するための商品カテゴリー拡大やラインアップ拡充、提供価値拡大に向けた商品開発や協業などビジネスチャンスの拡大に取り組みました。また、ルームエアコンをはじめとした空調・家電機器の開発や生産、販売活動強化に

向けて、組織横断的に取り組みを進めました。

機能戦略では、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を進めるとともに、それらの活動を支える組織や人材育成に取り組みました。また、ブランドスローガン「つぎの快適をつくろう。CORONA」を新たに制定するなど、ブランディングの推進にも取り組みました。



代表取締役社長  
小林 一芳

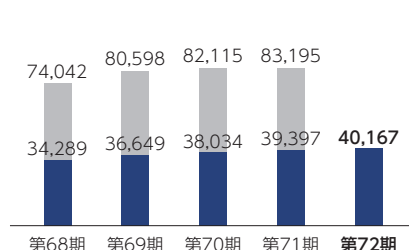
以上の結果、当第2四半期連結累計期間の売上高は40,167百万円(前年同四半期比2.0%増)となりました。利益面については、原価低減活動や全社的な経費削減に取り組みましたが、ルームエアコンの販売減少などが影響し、営業利益は294百万円(前年同四半期比27.8%減)、経常利益は436百万円(前年同四半期比22.0%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益は302百万円(前年同四半期比21.3%減)となりました。

## 第2四半期業績ハイライト

### 売上高の推移(連結)

(単位：百万円)

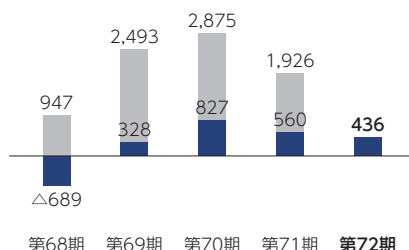
■ 第2四半期 ■ 通期



### 経常利益の推移(連結)

(単位：百万円)

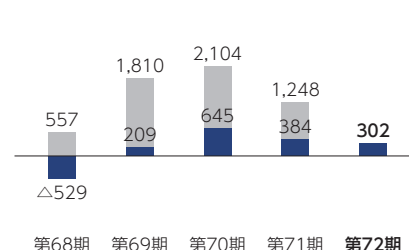
■ 第2四半期 ■ 通期



### 親会社株主に帰属する四半期(当期) 純利益の推移(連結)

(単位：百万円)

■ 第2四半期 ■ 通期





## コロナのブランディング

この四角形は、お客様と当社をつなぐ窓。  
窓の向こう側には、お客様の快適なくらしが見える。  
窓のこちら側は、快適とは何かを考え、開発する社員がいます。  
お客様と共に、つぎの快適をつくるイメージをカタチにしました。



### BRAND LOGO

コーポレートブランドロゴ

**CORONA**

### BRAND SLOGAN

ブランドスローガン

つぎの快適をつくろう。

### 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。

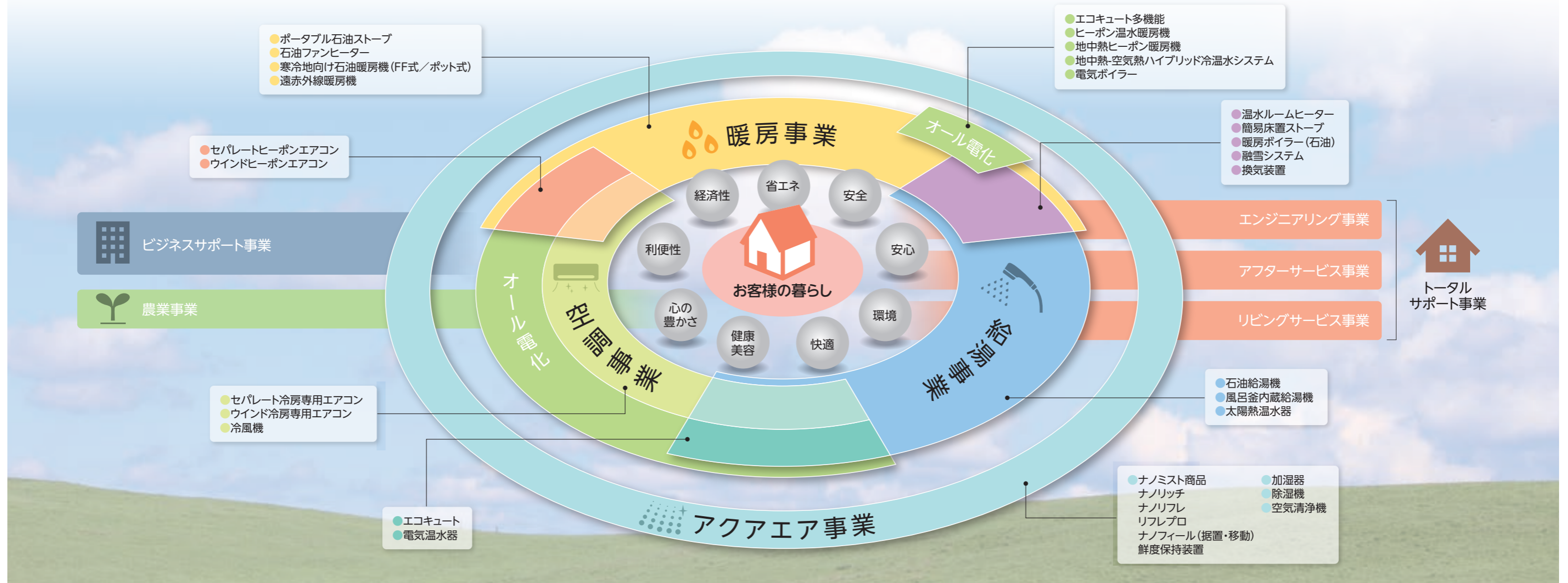
### BRAND MOVIE

ブランドムービー

ブランドムービー  
はコチラ



# コロナの事業展開

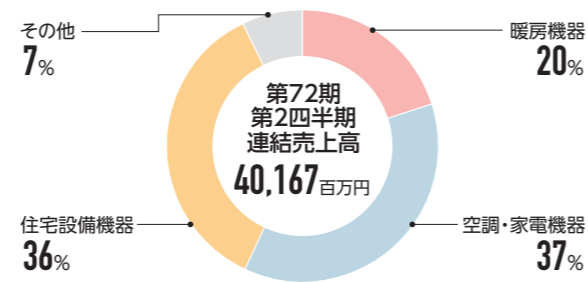


## 第2四半期製品種類別情報

当第2四半期の連結売上高構成比は、暖房機器20%、空調・家電機器37%、住宅設備機器36%、その他7%でした。

当社グループは、通年商品の住宅設備機器のほか、夏季に需要の多いルームエアコンを中心とした空調・家電機器と冬季に需要の多い暖房機器を取り扱っているため、業績に季節的変動があります。売上高及び利益は、暖房機器の割合が高い第3四半期に増加する傾向にあります。

製品種類別売上高構成比



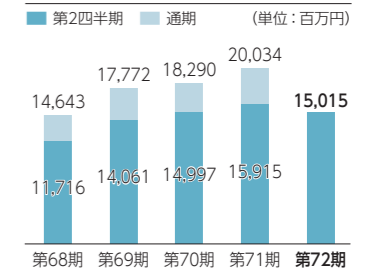
### 空調・家電機器

空調・家電機器の売上高は、15,015百万円(前年同四半期比5.7%減)となりました。

ルームエアコンは付加価値機種の販売に注力したほか、ウインドタイプが好調に推移しましたが、7月までの天候不順などから冷房専用タイプの販売が低調に推移しました。また、除湿機も梅雨入りの遅れなどが影響し、前年同四半期を下回り、空調・家電機器全体は前年同四半期を下回りました。



空調・家電機器の売上高推移(連結)



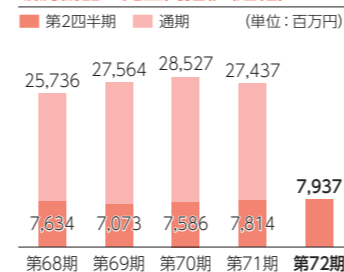
### 暖房機器

暖房機器の売上高は、7,937百万円(前年同四半期比1.6%増)となりました。

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、新製品である自然対流形電気暖房機[NOILHEAT(ノイルヒート)]などの提案活動を行いました。寒冷地向け石油暖房機は消費増税の影響から販売時期が例年より早期化したこともあり、暖房機器全体は前年同四半期を上回りました。



暖房機器の売上高推移(連結)



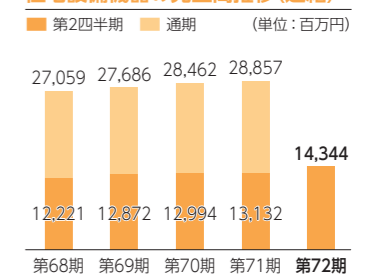
### 住宅設備機器

住宅設備機器の売上高は、14,344百万円(前年同四半期比9.2%増)となりました。

主力商品であるエコキュートは、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、太陽光発電の余剰電力を積極的に活用する機能や業界トップクラスの省エネ性能などを訴求した販売活動を進めた結果、前年同四半期を上回りました。また、温水暖房システムが好調に推移したほか、消費増税を踏まえた買い替えの動きが一部で見られたこともあり、住宅設備機器全体は前年同四半期を上回りました。



住宅設備機器の売上高推移(連結)



## 1 第8次中期経営計画で掲げた「コロナブランドの拡大と進化」に向け、リブランディングの取り組みを開始しました。

### ■新スローガンは「つぎの快適をつくろう。CORONA」

暖房メーカーのコロナから、年間を通じた暮らしのパートナーへ成長するため、新たなブランドスローガンとして「つぎの快適をつくろう。CORONA」を打ち出しました。

当社は創業以来「生活文化の向上に寄与したい」という強い想いのもと、日々の暮らしを便利に、快適にする商品の提供を行ってきましたが、これからは、体感できる「快適」にとどまらない、心地よさや心の満足を「実感」できるワンランク上の価値を目指し、「つぎの快適」を提供していきます。



リブランディング・新製品発表会  
(2019年8月27日、東京都内)

### ■リブランディング戦略の第一弾商品は「NOILHEAT」(ノイルヒート)

「乾燥しない暖房」「いつでも快適な室温」「温風のでない暖房」など、部屋の空気の状態へのこだわりを実現する製品が求められているという調査結果に基づき開発した電気暖房機です。

器具内部でオイルを暖めてから室内を暖めるオイルヒーターと異なりオイルを使用せず、独自の高密着アルミダイキャスト式「FIXAL(フィクサル)ヒーター」で空気を直接暖めます。乾燥しにくく、温風も出しません。オイルヒーターよりも立ち上がりが高く、本体重量も軽いほか、シンプルな操作や安全性に配慮した設計で、小さなお子様やご高齢の方がいる家庭でも安心してご使用いただけるなどの特徴があります。



DHS-1519  
(KH)グレイスブラック

DHS-1219  
(SW)ホワイトシルバー

新製品発表会の  
詳細はコチラ



## 2 石油ファンヒーターWZシリーズ、2019年モデルは消臭性能と使いやすさを強化しました。

最上位モデルのWZシリーズに新たな消臭機能「NEWクリーン消臭」を搭載しました。あらかじめ火力をぎりぎりまで下げた上で消火することなどにより、前年モデルに比べて臭気を約2割低減しており、既存の機能と組み合わせで「プレミアム消臭『極』」として消臭性能を訴求します。灯油の残量がより正確に分かりやすくしたほか、文字の大きさを1.5倍にするなど、表示部の見やすさも強化しています。



## 3 ロングセラーの対流型石油ストーブ「S L型」、30年ぶりの新色を発売しました。

対流型石油ストーブ「S L型」は1962年に初代モデルが発売されたロングセラー製品です。カラーは白色で、それ以外は1989年から1992年までに販売された灰色がかった黒だけでした。

近年、「S L型」の昔ながらのデザインが若者を中心に人気を集めています。会員制交流サイト(SNS)で「インスタ映え」として話題になり、おしゃれな部屋やカフェのインテリアとして使われる例も増えています。

このような中、「黒いS L型はどうか?」という声が若手社員からあがり、限定300台を当社オンラインストアで発売することになりました。30年ぶりの新色はレトロな感じがする「クラシックブラック」。創業当時の筆記体のロゴも施しました。



# 会社概要／株式情報

## ■ 会社概要 (2019年9月30日現在)

商号 株式会社コロナ  
本社 〒955-8510 新潟県三条市東新保7番7号  
TEL.0256-32-2111 (大代表)  
代表取締役社長 小林 一芳  
創業 1937年4月  
会社設立 1950年7月  
資本金 74億4,960万円  
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  
連結従業員数 2,338名  
工場 三条工場、柏崎工場、長岡工場  
全国営業拠点 68ヶ所  
連結子会社 12社  
上場証券取引所 東京証券取引所 市場第1部

## ■ 役員 (2019年9月30日現在)

代表取締役会長	内田 力	取締役	若本 昭二郎
代表取締役社長	小林 一芳	取締役	木戸 栄一
専務取締役	長部 秀雄	取締役	西山 昭彦
専務取締役	関谷 伸一	取締役	大桃 満
常務取締役	渋谷 英晴	取締役(監査等委員・常勤)	松平 文隆
取締役	内田 衛	取締役(監査等委員・社外)	基 祐二
取締役	小池 仁	取締役(監査等委員・社外)	丸山 結香

## ■ 株式の状況 (2019年9月30日現在)

発行可能株式総数	90,000,000株
発行済株式総数	29,342,454株
株主数	8,033名

## ■ 大株主 (2019年9月30日現在)

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
株式会社コロナ興産	11,057	37.87
公益財団法人内田エネルギー科学振興財団	2,359	8.08
コロナ社員持株会	1,085	3.72
株式会社第四銀行	1,021	3.50
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	642	2.20
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	501	1.72
内田 力	367	1.26
外山産業株式会社	365	1.25
崎山 ミツ子	316	1.08
株式会社北越銀行	296	1.02

(注) 持株比率は自己株式(143,930株)を控除して計算しております。

## 株主優待

クオカード贈呈による株主優待を実施しています。毎年3月31日現在の株主名簿に記載されている株主様を対象に、贈呈させていただきます。



※デザインはイメージです。

毎年3月31日現在の株主名簿に記載された100株以上所有の株主様に対し、以下の基準で贈呈させていただきます。(年1回)

100株以上500株未満	500円
500株以上1,000株未満	1,000円
1,000株以上5,000株未満	3,000円
5,000株以上10,000株未満	5,000円
10,000株以上50,000株未満	8,000円
50,000株以上	10,000円

## 株主メモ

事業年度 毎年4月1日から3月31日まで  
定時株主総会 毎年6月  
単元株式数 100株  
基準日 定時株主総会 毎年3月31日  
その他必要があるときはあらかじめ公告して定めます。

配当の基準日 期末配当 毎年3月31日  
中間配当 毎年9月30日

株主名簿管理人 東京都中央区八重洲一丁目2番1号  
事務取扱場所 みずほ信託銀行株式会社本店証券代行部  
公告方法 当社のホームページ  
(<http://www.corona.co.jp/>)に掲載します。ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。

証券コード 5909  
郵便物送付先 〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号  
みずほ信託銀行株式会社 証券代行部  
電話お問合せ先 (フリーダイヤル)0120-288-324

### 株式に関する手続きのお問合せ先

証券会社に口座を開設されている株主様 ▶ 口座を開設されている証券会社にご連絡ください。

証券会社に口座を開設されていない株主様 ▶ みずほ信託銀行 証券代行部  
TEL 0120-288-324 (フリーダイヤル)

IR情報詳細は  
コチラ



適切に管理された森林からの原料を含むFSC®認証紙と植物油インキで印刷しています。

