

2008年度(2009年3月期)
本決算ご説明資料

2009年4月28日

- 1. 2008年度連結業績**
- 2. 2009年度連結業績予想**
- 3. 2009年度事業方針**
 - 1 経営体質の強化**
 - 2 生き残りをかけた成長戦略**
- 4. 攻めの環境**

1. 2008年度連結業績

1. 2008年度連結業績(前年比)

PanaHome

◇通期業績は、『減収・増益』

[売上高]2,846億円(前年比97%)

[営業利益]95億円(前年差+7億円)

(単位:億円)	2008年度 実 績		2007年度 実 績		前 年 比
売 上 高	2,846		2,936		97%
営 業 利 益	95	3.3%	88	3.0%	+7
経 常 利 益	96	3.4%	94	3.2%	+2
当 期 純 利 益	29	1.0%	▲6	-	+35

1. 2008年度連結業績（期初公表比）

PanaHome

◇通期業績は、期初公表未達

[売上高]2,846億円(期初公表比95%)

[営業利益]95億円(期初公表差△10億円)

(単位:億円)	2008年度 実 績		2008年度 公 表		公 表 比
売 上 高	2,846		3,000		95%
営 業 利 益	95	3.3%	105	3.5%	△10
経 常 利 益	96	3.4%	113	3.8%	△17
当 期 純 利 益	29	1.0%	57	1.9%	△28

1. 2008年度部門別売上実績

PanaHome

◇売上は、建築請負が前年を上回るも分譲が悪化

(単位:億円)		2008年度 実 績	2007年度 実 績	前年比
戸	建	1,306	1,321	99%
集	合	450	417	108%
増	改 築	268	269	99%
建	築 請 負	2,024	2,007	101%
分	譲 土 地・建 物	383	490	78%
住	宅 部 材	279	300	93%
不	動 産 流 通	160	139	116%
合 計		2,846	2,936	97%

1. 2008年度部門別受注実績

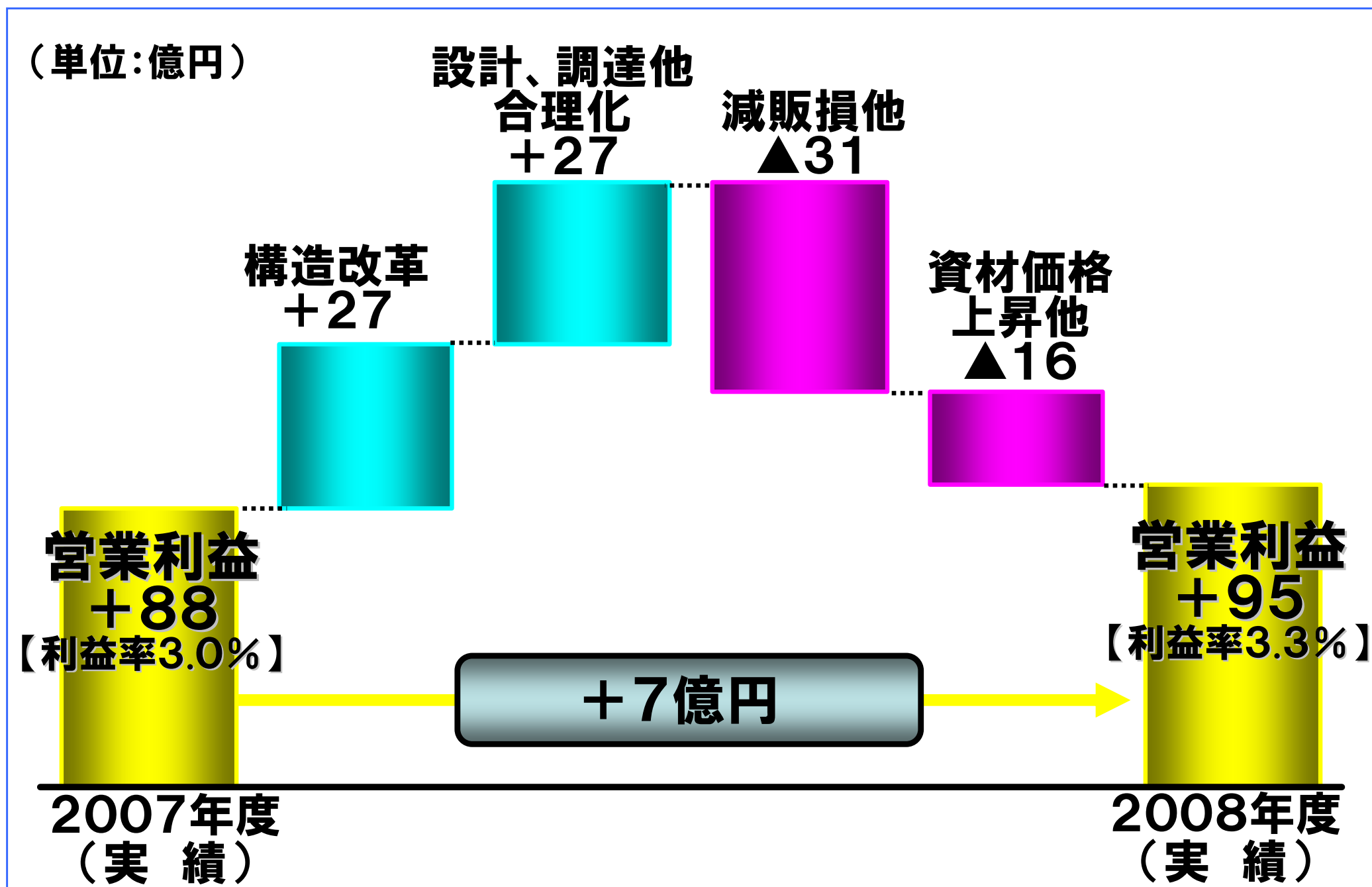
PanaHome

◇受注は、建築請負、分譲ともに悪化

(単位:億円)		2008年度 実 績	2007年度 実 績	前年比
戸	建	1,153	1,298	89%
集	合	408	462	88%
増	改 築	267	275	97%
建	築 請 負	1,828	2,035	90%
分	譲 土 地・建 物	387	492	79%
住	宅 部 材	247	284	87%
不	動 産 流 通	160	139	116%
合 計		2,622	2,950	89%

1. 営業利益増減実績(前年比)

PanaHome

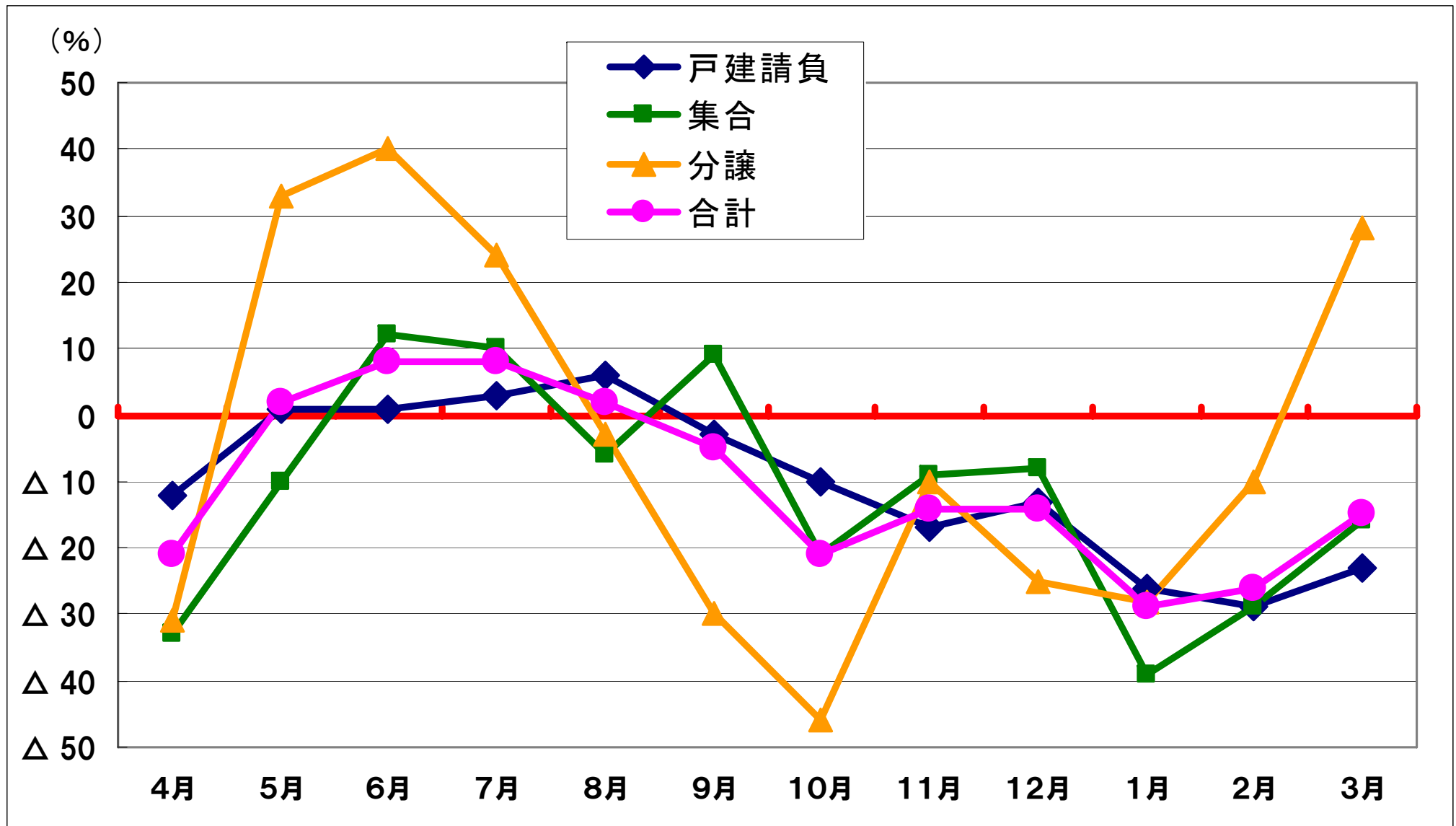


2. 2009年度連結業績予想

2. 2008年度受注状況

PanaHome

【対前年同月増減比率(金額ベース)】



2. 2009年度市場当社予想

PanaHome

◇当社予想

新設住宅着工戸数は 95万戸 (前年90%) と予想

(万戸)	持家	貸家	分譲			合計
			戸建	マンション	小計	
2006年度	36	54	14	24	38	129
2007年度	31	43	12	16	28	104
2008年度 見通し	31	45	12	16	28	105
2009年度 予想	26	44	10	14	24	95
(2008年度比)	85%	97%	80%	88%	85%	90%

2. 2009年度連結業績予想

PanaHome

◇本格的な業績回復は、2010年度から

[売上高]2,600億円(前年比91%)

[営業利益]40億円(前年差△55億円)

(単位:億円)	2009年度 上期予想		2009年度 下期予想		2009年度 通期予想	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
売上高	1,230	88%	1,370	94%	2,600	91%
営業利益	0	△43	40	△12	40	△55
経常利益	3	△40	42	△11	45	△51
当期純利益	0	△18	20	+9	20	△9

2. 2009年度部門別売上予想

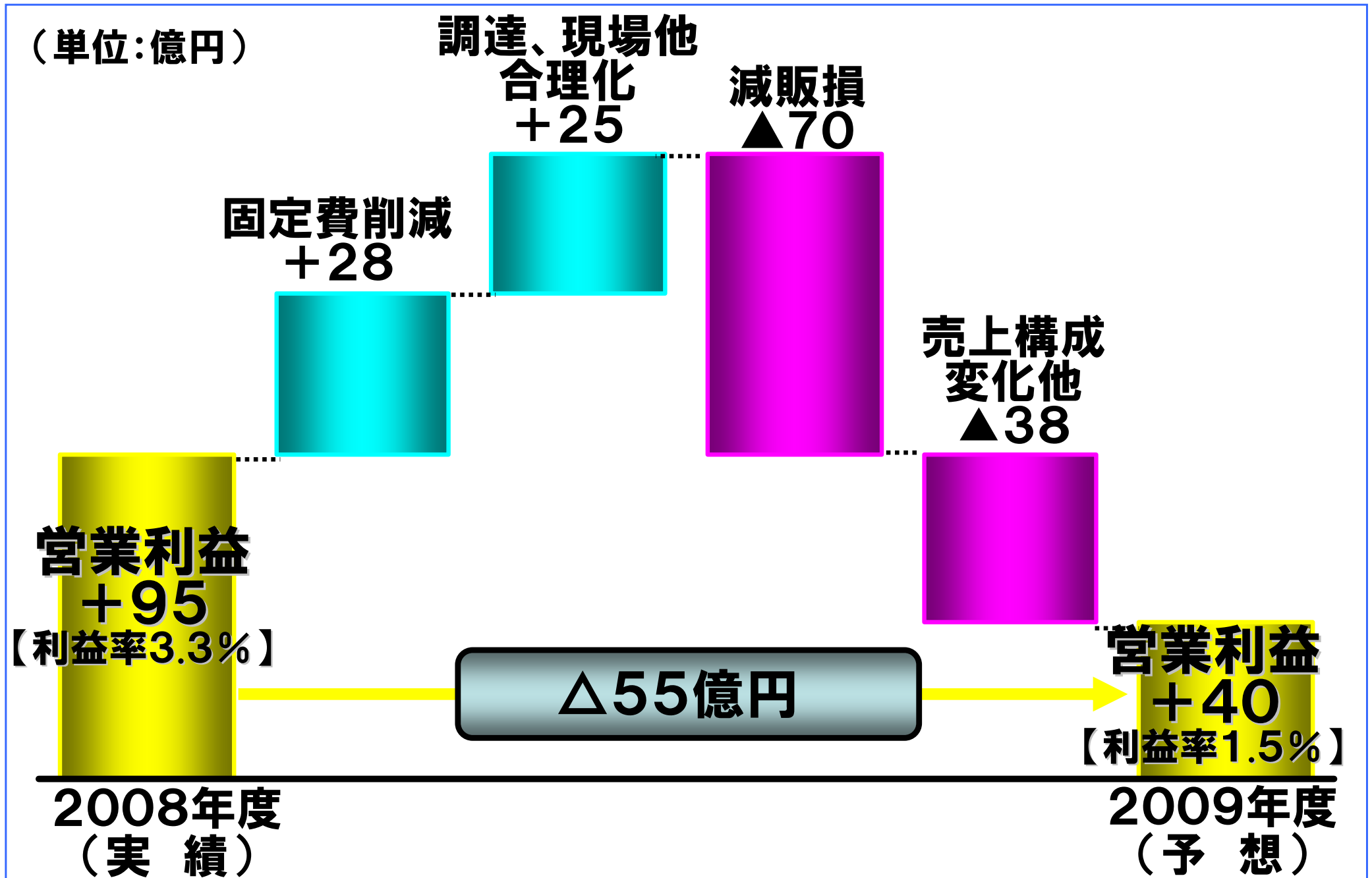
PanaHome

◇建築請負は、増改築増加するも、前年比90%
分譲は前年並みを確保

(単位:億円)		2009年度 予 想	2008年度 実 績	前年比
戸	建	1,130	1,306	87%
集	合	380	450	84%
増	改 築	320	268	120%
建	築 請 負	1,830	2,024	90%
分	譲 土 地・建 物	380	383	99%
住	宅 部 材	215	279	77%
不	動 産 流 通	175	160	109%
合 計		2,600	2,846	91%

2. 営業利益増減予想(前年比)

PanaHome



2. 2009年度部門別受注予想

PanaHome

◇下期より回復し、通期合計で前年比105%
 [上期]前年比 93% [下期]前年比 120%

(単位:億円)		2009年度 予 想	2008年度比	2007年度比
戸	建	1,200	104%	92%
集	合	440	108%	95%
増	改 築	320	120%	116%
建	築 請 負	1,960	107%	96%
分	譲土地・建物	395	102%	80%
住	宅 部 材	230	93%	81%
不	動 産 流 通	175	109%	126%
合 計		2,760	105%	94%

2. 2009年度連結業績予想

PanaHome

(単位:億円)	2009年度 予 想		2008年度 実 績		前年比
売 上 高	2,600		2,846		91%
営 業 利 益	40	1.5%	95	3.3%	△55
経 常 利 益	45	1.7%	96	3.4%	△51
当期純利益	20	0.8%	29	1.0%	△9

3. 2009年度事業方針

3. 2009年度事業方針

PanaHome

**2009年度は「生き残りをかける年」であり、
「2010年以降へ備える年」である**

1. 経営体質の強化

更なる損益分岐点売上額の引き下げ

- ・ 固定費削減
- ・ 変動費改善
- ・ 販売用土地在庫削減

2. 生き残りをかけた成長戦略

- ・ 「待ち」から「攻め」の営業改革
- ・ 「建てる時」から「建ててから」

3-1.固定費削減への取り組み

■展示場削減による営業改革の実施


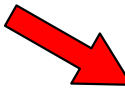
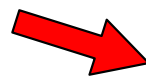
- ・不採算直営展示場を順次撤退

■業務の見直し・生産性向上により、残業削減

■宣伝媒体の見直しによる効率的宣伝実施 等

3-1.変動費改善への取り組み

■資材合理化（資材価格は、高騰から下落へ）

- ・鉄鋼 
- ・アルミ 
- ・木材 
- 等

■建設現場での合理化

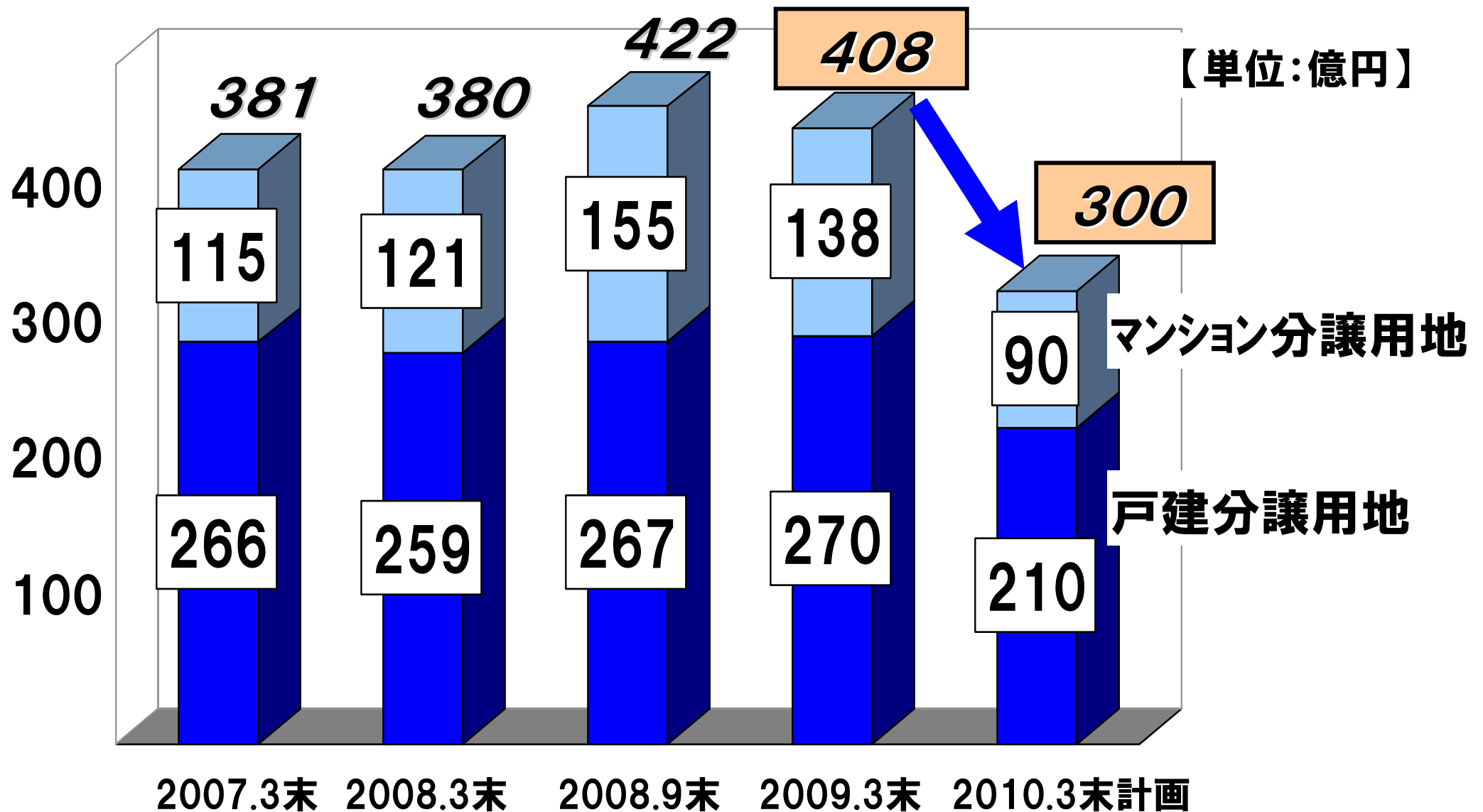
- ・設計センター、建設センター設立による合理化
- ・現場調達部材の集中購買 等

■物流コストダウンの推進

3-1.販売用土地在庫の削減

PanaHome

◇土地価格は下落するという認識のもと必要最小限の在庫とする



3-2.「待ち」から「攻め」へ①

PanaHome

□環境・省エネを徹底訴求

「ハウス オブ ザ イヤー イン エレクトリック 2008」 大賞受賞を前面に打ち出す。

〈大賞受賞 評価のポイント〉

- ① 太陽光発電を搭載した省エネ性の高い住宅の実売が、10,000棟突破
- ② 水準を超える躯体性能・開口部性能
- ③ 光熱費シミュレーションソフト活用や、宿泊体験モデルハウスなど、住まい手への積極的な働きかけ

あなたの夢も、ごいっしょに。
PanaHome

高い省エネ性能と実績でエコな住まいの頂点に輝きました。
ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック 2008
大賞  受賞

HOUSE OF THE YEAR IN ELECTRIC

省エネルギーやCO₂削減に貢献する優れたオール電化住宅に贈られる「ハウス・オブ・ザ・イヤー・イン・エレクトリック」。その栄えある大賞にパナホームのエルスラーナが選ばれました。



eco ideas (エルスラーナ) NEW EL-SOLANA

※標準仕様
CO₂削減 ...2.9t
※100㎡以内
光熱費節約 ...21.9万円
※標準仕様T&C 約18,200円の節約

3-2.「待ち」から「攻め」へ②

PanaHome

□宿泊体験モデルハウスを倍増

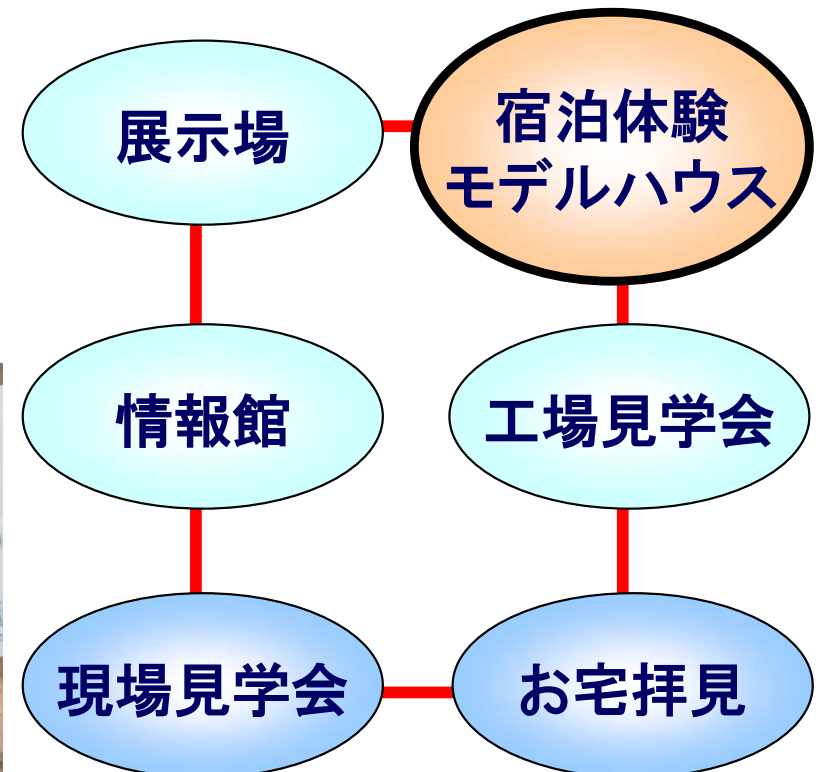
<2009/3 40カ所 → 2010/3 100カ所へ>



EL・PanaHome大宮西
(埼玉県 さいたま市)



ネットワーク営業



3-2.「待ち」から「攻め」へ③

□電器店様との協業の本格推進

＜家まるごとパナソニックの実践＞

電器店様との協業について～Win－Winの関係～

〔電器店様のWin〕

- ・宿泊体験モデルハウスでの“おもてなし個展”“料理教室”の開催による家電製品の販売
- ・顧客様 新築時、家電製品の購入

〔パナホームのWin〕

電器店の顧客様の住宅アドバイザーとして

- ・新築、建替え、住み替えの住宅相談
- ・土地活用・賃貸住宅相談
- ・不動産販売・仲介相談
- ・外構造園相談 等

3-2.「待ち」から「攻め」へ④

□高齡化社会への取り組み

市場環境の変化

- ・少子高齡化の進行や介護政策の転換【施設から在宅へ】のなかで、高齡者(要介護者)が安心して住める第三の住まいが必要
- ・療養病床の23万床廃止に伴い、新しい住まいが必要

当社の強み

- ・2000年以降、約1,000棟の医療・介護建築の供給
- ・直営施設(ケアビレッジ千里・古江台)でのノウハウの蓄積

具体的施策

- ・医療機関を中心に、蓄積してきたノウハウを武器とした介護ビジネスの提案により、請負受注に結びつける



ケアビレッジ千里・古江台

3-2.「建てる時」から「建ててから」へ① **PanaHome**

◇ストック事業の展開

□お施主様との生涯おつきあいの実践、 接点強化

- 1施主1窓口対応の実践
- 「ふれ愛友の会」制度の充実
- お施主様向け情報誌「パナホームライフ」の充実
- アパートオーナー様の組織化

3-2.「建てる時」から「建ててから」へ② **PanaHome**

◇ストック事業の展開

□リフォーム事業の強化

- ・投資減税、補助金制度を徹底活用し受注促進を図る
- ・粗利益の改善、生産性の向上

<リフォームメニューの切り口>

- 環境：オール電化、太陽光
- 安全安心：耐震診断・補強
- 外構・造園
- UD：段差解消、車椅子対応
- 快適：ホームシアター

□仲介事業の展開

4. 攻めの環境

4. 体質強化 3年間の取組み ('06~'08)

PanaHome

事業構造改革は、2007年に実施

■2006年度 <事業推進の基盤作り>

- ・地区営業本部制の導入(4地域責任体制、CSとライフ連携強化)
- ・松下コラボの推進スタート
- ・宿泊体験モデルハウス スタート「スイッチハウス世田谷」

■2007年度 <事業構造改革を実施>

- ・生産革新(4工場を2工場へ集約)
- ・人員のスリム化(1,086名)
- ・パナホーム不動産株式会社設立

■2008年度 <インフラ整備と人材強化の実施>

- ・建設センター、設計センター設立
- ・新工法(65日→45日)
- ・エコセンター展開(静脈物流)
- ・人材強化(資格取得推進、アクシス等研修の徹底)

4. 2009年度営業改革の取り組み

「待ち」から「攻め」へ

□脱展示場 ⇔ 宿泊体験モデルハウス

□電器店様との協業推進

□ストック事業の強化

- ・リフォーム事業
- ・仲介事業

4. 2009年度内需拡大策

政府の内需拡大策は、住宅と環境と介護に

- **ローン減税：所得税・住民税控除**
過去最大の減税額（最大500万円）
（長期優良住宅は最大600万円）
- **投資減税：所得税控除**
 - **新築：最大100万円（長期優良住宅の場合）**
 - **リフォーム：最大20万円（省エネ、バリアフリー等）**
- **補助金：太陽光：7万円／kw、燃料電池：140万円**
- **電力会社買取価格倍額：2010/4より実施検討**
- **贈与税：軽減（非課税枠を610万円に拡大）検討**

4. 太陽光発電システムの設置メリット

PanaHome

設置補助金と電力会社買取価格倍額で「年間光熱費ゼロ」

■太陽光発電システム 補助金額：7万円/kW 3. 3kWシステム価格(税込)の場合

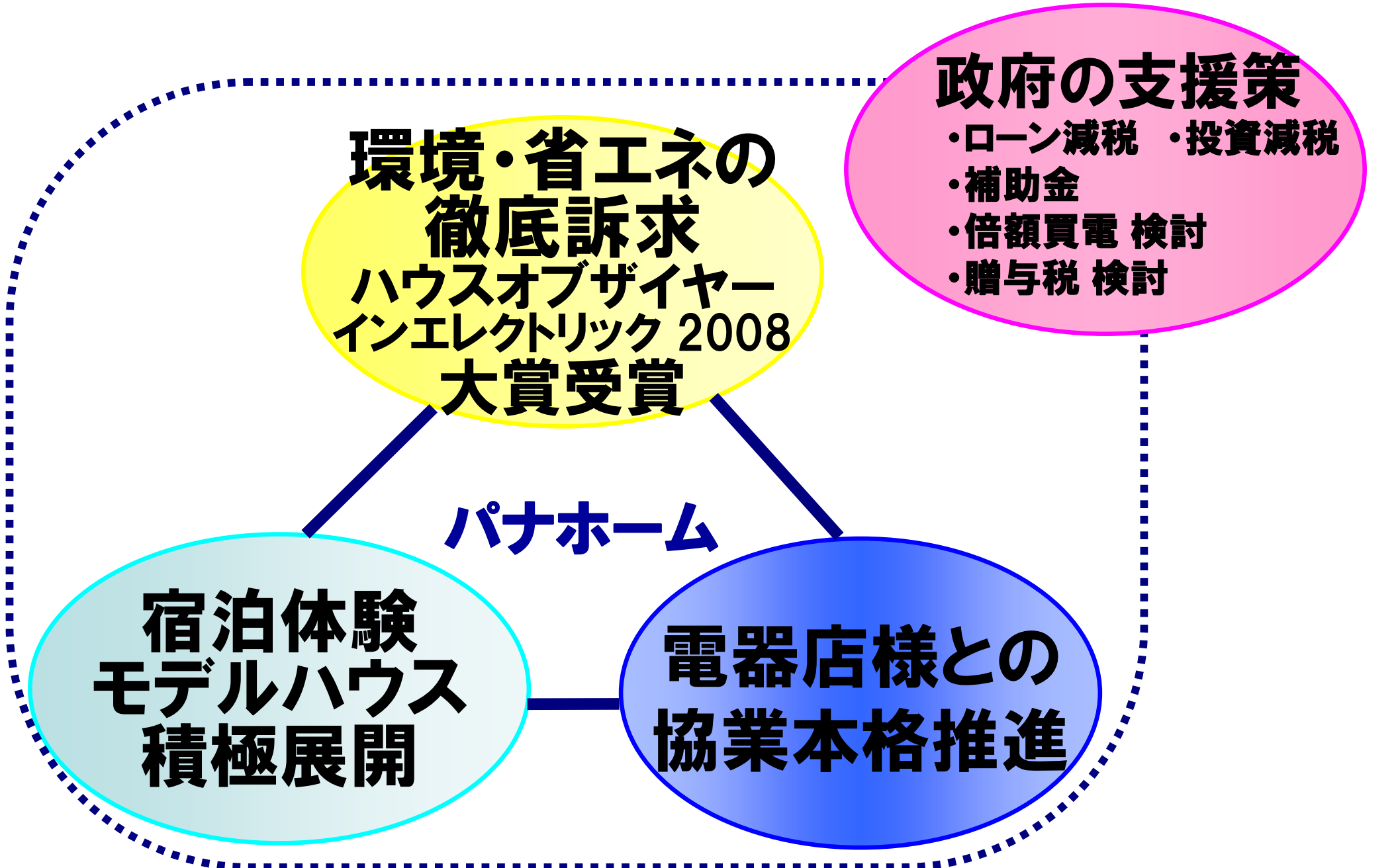
■現商品での試算 **185万円** ⇒ **162万円** **23万円の軽減**

●一般的な住宅	光熱費		光熱費
電気・ガス併用住宅 (新省エネ、ソーラーなし)	電気：24万円 ガス： 9万円		33 万円/年
●パナホーム	電気代 (平均：19円/kwh)	電力会社 買取価格	差引き電気代
オール電化住宅 (次世代省エネ、ソーラーなし)	14万円	—	14万円/年
ソーラー3.3kW	11万円	4.8万円	6.2万円/年
新・電力会社買取制度 (22円⇒49円/kwh)	11万円	11万円	0

年間
33万円
の軽減
となり
光熱費
ゼロ

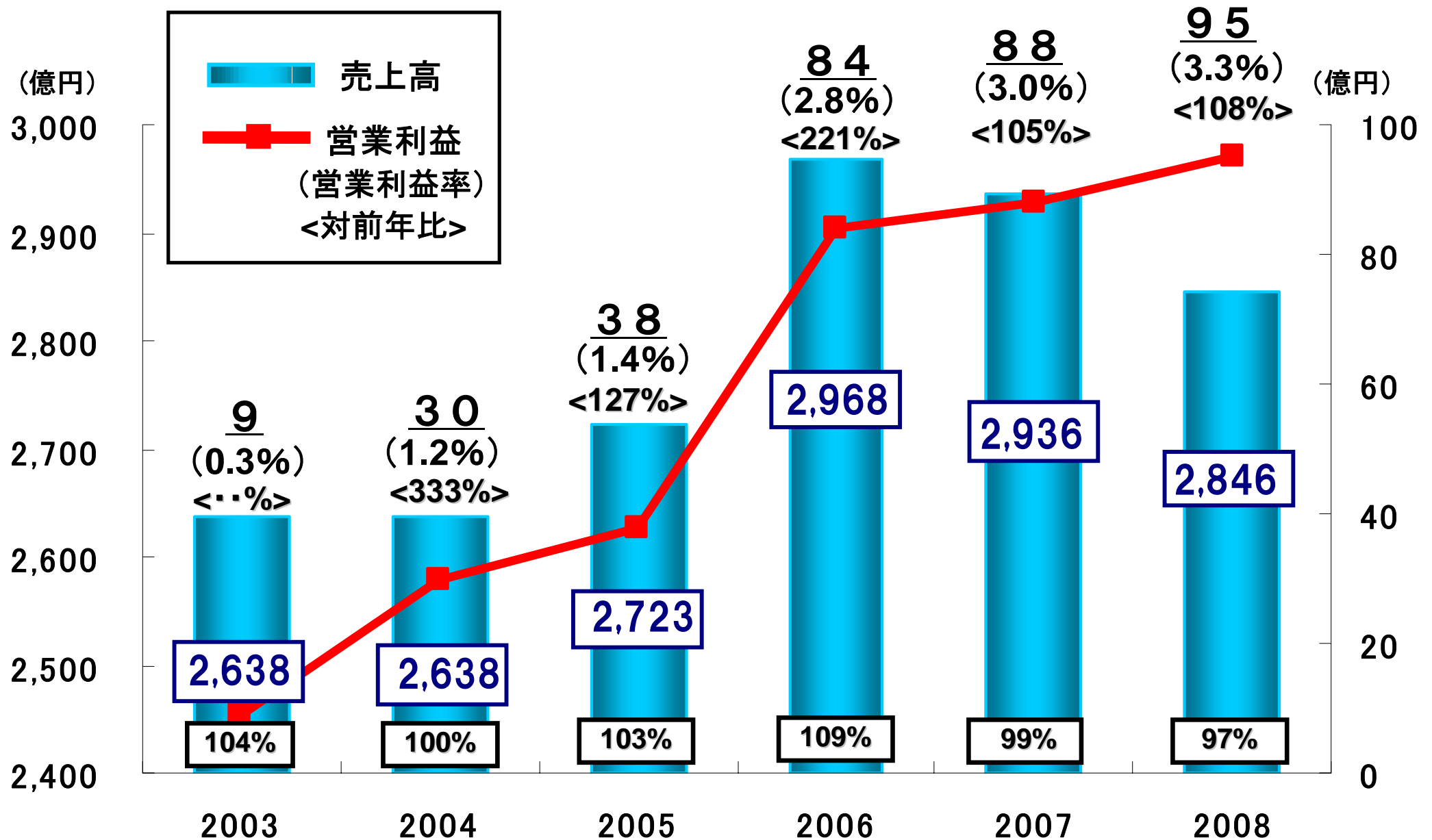
注) 建物の面積や家族構成等、各種条件設定の上試算しております

4. 成長戦略



4. 連結業績推移

PanaHome



(注) 本資料の業績予想数値は、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は、さまざまな要因により見通しとは大きく異なることがあります。

実際の業績に影響を与える重要な要因には、当社を取り巻く経済情勢・需要動向等の変化、金融情勢の変化、地価の大幅な変動等があります。

なお、業績に影響を与える要因はこれらに限定されるものではありません。