

2010年度(2011年3月期)

第2四半期決算ご説明資料

- 1. 2010年度 第2四半期累計 連結業績**
- 2. 2010年度 通期連結業績予想**
- 3. 中期の取り組みについて**

1. 2010年度 第2四半期累計 連結業績

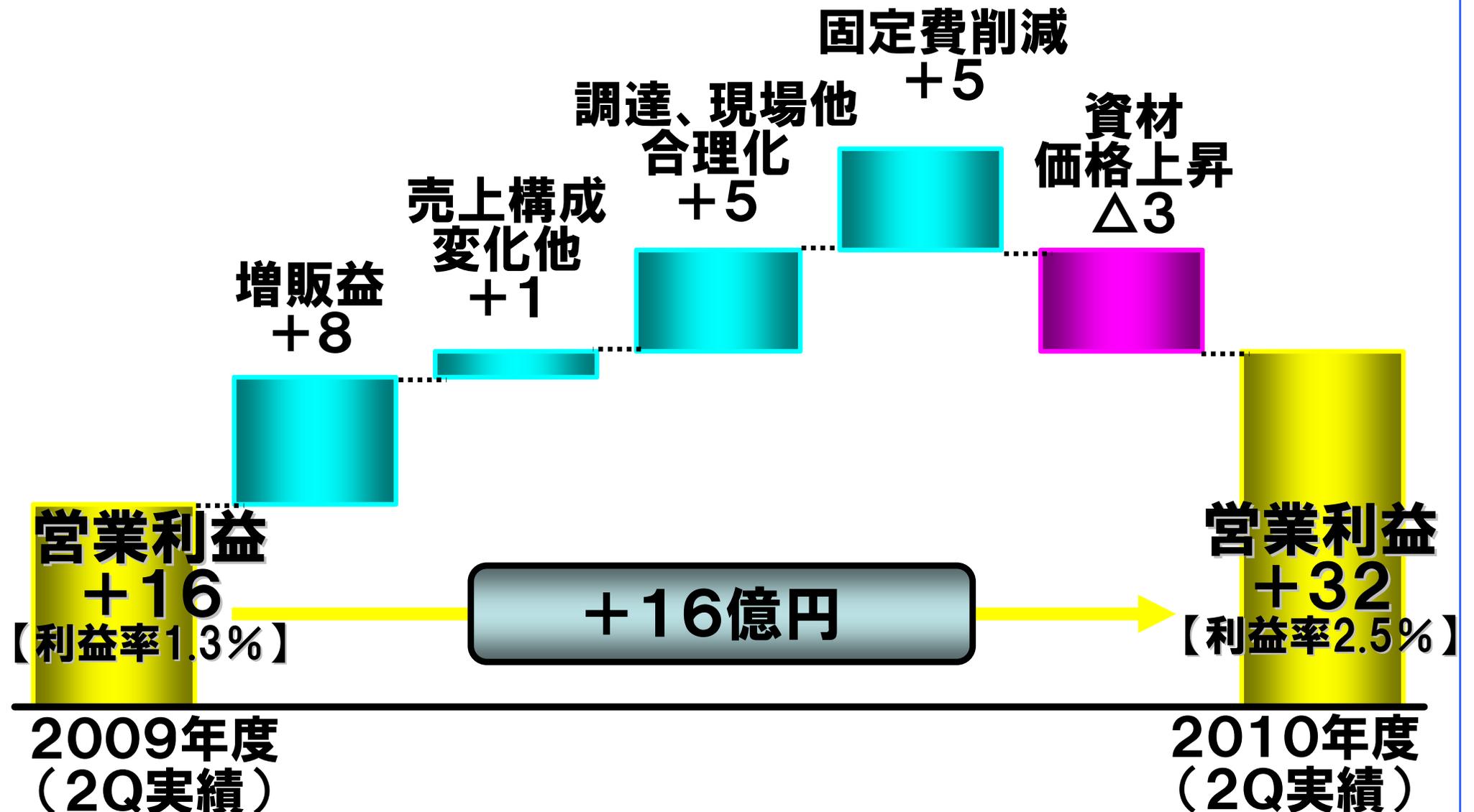
1. 第2四半期累計 連結業績

◇第2四半期累計連結業績は、『増収・増益』
前年比 [売上高]102% [営業利益]+16億円

(単位:億円)	2010年度 実績		2009年度 実績		前年比	2010年度 期初予想		期初 予想比
売上高	1,274		1,247		102%	1,250		102%
営業利益	32	2.5%	16	1.3%	+16	17	1.4%	+15
経常利益	32	2.5%	16	1.2%	+16	16	1.3%	+16
四半期純利益	10	0.8%	8	0.6%	+2	3	0.2%	+7

1. 第2四半期累計 営業利益増減実績(前年同期比) 4 PanaHome

(単位:億円)



1. 第2四半期累計 部門別売上実績

◇建築請負売上は前年同期比102%

(単位:億円)		2010年度 実 績	2009年度 実 績	前年比
戸 建		550	561	98%
集 合		180	157	114%
増 改 築		152	147	104%
建 築 請 負		882	865	102%
分 譲 土 地・建 物		188	189	99%
住 宅 部 材		109	105	104%
不 動 産 流 通		95	88	108%
合 計		1,274	1,247	102%

1. 第2四半期累計 部門別受注高・受注残高

◇受注高:戸建など建築請負が2桁アップ
受注残:合計では、前年比107%

(単位:億円)	2010年度 受注高	前年比	2010年9月末 受注残高	前年比
戸 建	642	112%	739	107%
集 合	212	110%	453	111%
増 改 築	166	110%	44	141%
建 築 請 負	1,020	111%	1,236	109%
分譲土地・建物	216	95%	85	101%
住 宅 部 材	109	97%	115	94%
不 動 産 流 通	95	108%	—	—%
合 計	1,440	107%	1,436	107%

2. 2010年度 通期連結業績予想

2. 2010年度 通期連結業績予想

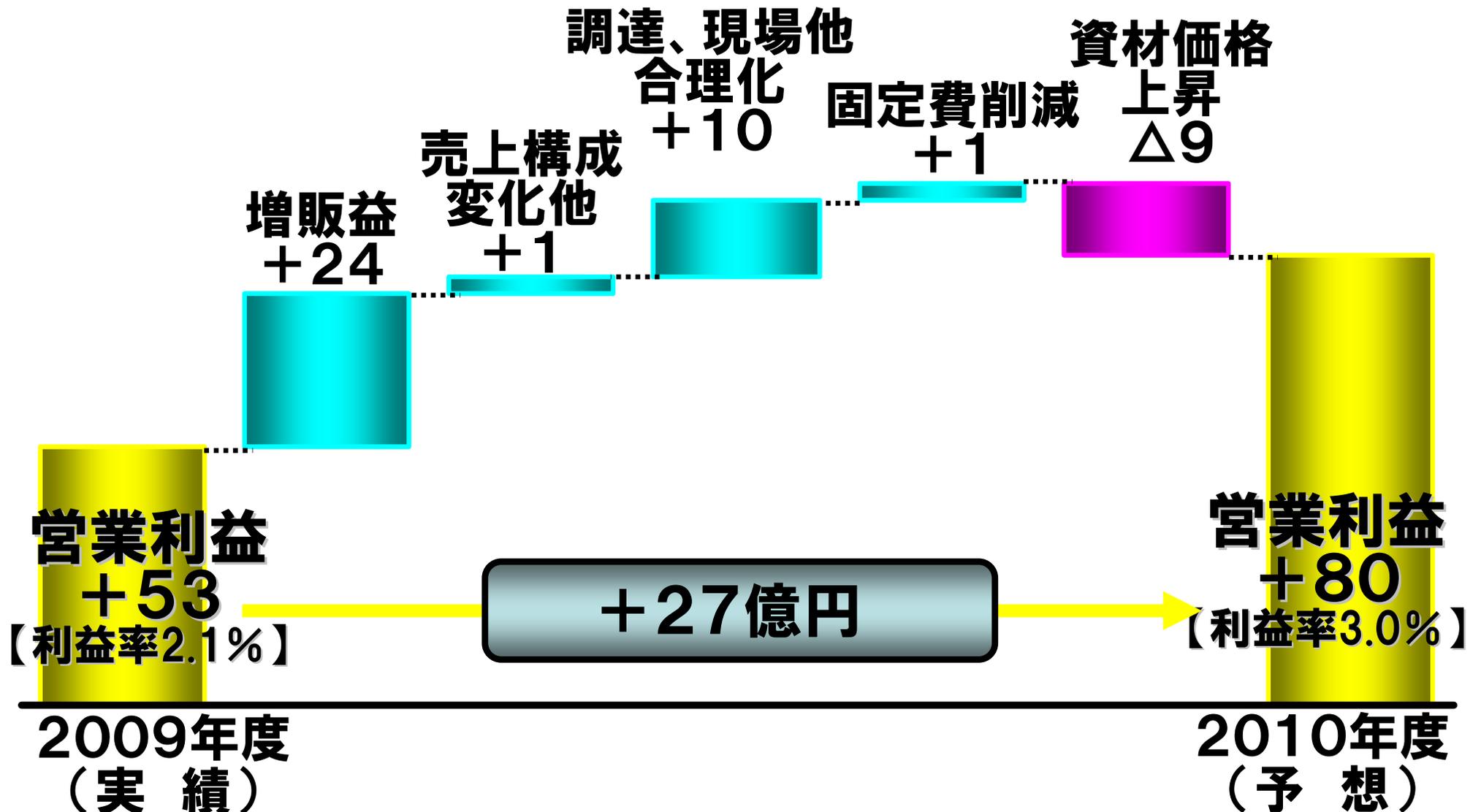
◇通期予想は、期初予想を上方修正

前年比 [売上高]104% [営業利益]+27億円

(単位:億円)	2010年度 修正予想		2009年度 実績		前年比	2010年度 期初予想		期 初 予想比
売上高	2,700		2,604		104%	2,650		102%
営業利益	80	3.0%	53	2.1%	+27	65	2.5%	+15
経常利益	80	3.0%	51	2.0%	+29	65	2.5%	+15
当期純利益	33	1.2%	24	0.9%	+9	26	1.0%	+7

2. 2010年度 通期営業利益増減予想(前年同期比) 9 PanaHome

(単位:億円)



2. 2010年度 通期部門別売上予想

◇建築請負売上は前年同期比106%

(単位:億円)		2010年度 修正予想	2009年度 実績	前年比	2010年度 期初予想	期初 予想比
戸建		1,150	1,123	102%	1,140	101%
集合		410	364	113%	380	108%
増改築		330	292	113%	340	97%
建築請負		1,890	1,779	106%	1,860	102%
分譲土地・建物		400	427	94%	380	105%
住宅部材		220	219	100%	220	100%
不動産流通		190	179	106%	190	100%
合計		2,700	2,604	104%	2,650	102%

2. 2010年度 通期部門別受注予想

◇ 期初予想を上方修正
建築請負は、上期同様2桁アップ

(単位:億円)		2010年度 修正予想	2009年度 実績	前年比	2010年度 期初予想	期 初 予想比
戸 建		1,230	1,095	112%	1,150	107%
集 合		440	410	107%	420	105%
増 改 築		350	296	118%	360	97%
建 築 請 負		2,020	1,801	112%	1,930	105%
分譲土地・建物		420	438	96%	380	111%
住 宅 部 材		220	220	100%	220	100%
不 動 産 流 通		190	179	106%	190	100%
合 計		2,850	2,638	108%	2,720	105%

3. 中期の取り組みについて

住生活産業 No.1の環境革新企業を目指す

ずっとフィット で需要を創出

(住む・売る・貸す あらゆる場面でのご提案と地球環境への配慮)

創業50周年へ向け、
新たな成長・発展への礎をつくる

	事業別取り組み
新築請負事業	<p>【戸建住宅】</p> <ul style="list-style-type: none">・商品、ルート、エリアの「3つの軸」で拡販戦略、徹底強化・価格ゾーン別の商品戦略を展開 <p>【資産活用（集合住宅）】</p> <ul style="list-style-type: none">・ケア付き高齢者専用賃貸住宅の展開・利回りが確保できる価格設定商品の投入
分譲事業	<ul style="list-style-type: none">・「街まるごと」で環境配慮に取り組む、「スマートタウン」の展開
ストック事業	<ul style="list-style-type: none">・収益が確保できる着実なビジネスモデルを構築・リノベーション、リラيفの展開
新規事業	<ul style="list-style-type: none">・海外：パナソニックグループと連携で「環境配慮住宅」「スマートタウン」展開を目指す

商品、ルート、エリア... 「3つの軸」から
戸建住宅の拡販戦略を実践する

1. 商品

商品力・コスト力の強化
によるシェア アップ

2. ルート

他社に無い強みと
効果的なルートの強化

3. エリア

市場最適の
組織・政策の展開

① 新築請負事業の強化

1. 商品

戸建住宅

【 価格ゾーン別の現状課題 】

高級ゾーン	設計対応力、デザイン力で競り負けている
中級ゾーン	現状、他社と勝負できているメインの価格帯
普及ゾーン	価格対応できていない

① 新築請負事業の強化

1. 商品

戸建住宅

■ 高級ゾーンへの商品戦略

設計対応力を大幅に高め、美しく誇れる外観と、高い質感を備えた新商品を投入。

新構法の特長を活かし、
敷地対応力と空間提案力を大幅に向上

街並みと調和し、いつまでも美しい外観
を実現させる

① 新築請負事業の強化

1. 商品

戸建住宅

■ 中級ゾーンへの商品戦略

環境・省エネ性能を追求した「CO2±0住宅」を現実的な価格で発売。圧倒的優位性を築く。

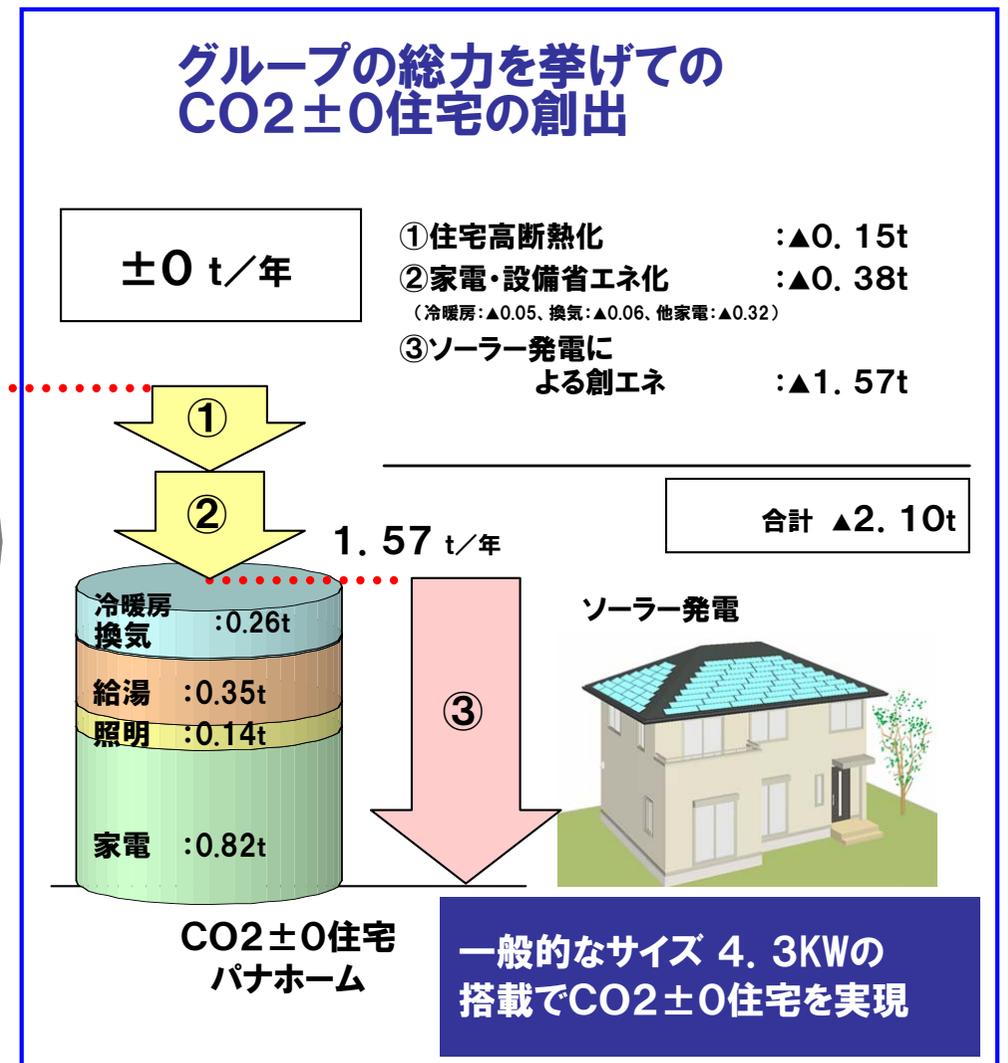
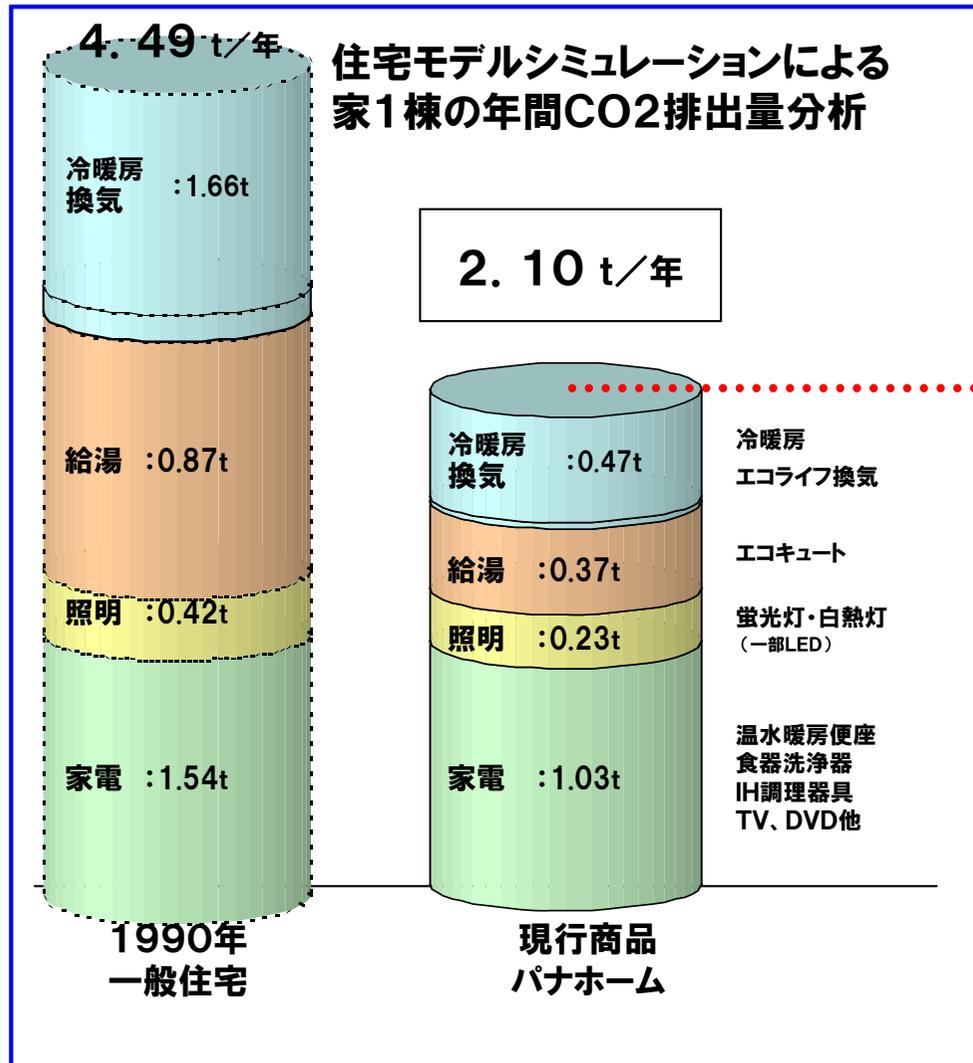
パナホームの住宅省エネ技術と、パナソニックの設備機器の省エネ・創エネ効果で、環境性能向上を実現



CO2±0 家まるごと環境商品強化

① 新築請負事業の強化

～ グループの総力を挙げて「CO2±0住宅」を創出 ～
 環境・省エネ性能の追求で圧倒的優位性を築く



① 新築請負事業の強化

1. 商品

戸建住宅

■普及ゾーンへの商品戦略

徹底した原価低減による価格競争力アップで、
新たなボリュームゾーンを創出。

1. 現場起点の原価低減

- ① 建設現場のイタコナを実施
- ② コストコントロールが出来る
施工検証体制の構築
- ③ 商品の仕様選択の幅を拡大
(こだわりと わりきり)
- ④ 商品設計・調達・物流・生産のCD

2. 業務効率化と生産性の向上

3. 販売力強化による販売量拡大

① 新築請負事業の強化

2. ルート

他社に無い強みのルート、成約率の高い効果的なルートを強化し、増販を図る

<名簿ルート>

- お施主様からのご紹介
- ご提携法人様
- パナソニック電器専門店様
- パナソニック・パナホームグループ社員
- 展示場
- イベント
- その他

倍増へ

① 新築請負事業の強化

3. エリア

重点市場を戦力強化し、政策を展開

＜重点地域 8都府県＞

東京、神奈川、千葉、埼玉
静岡、愛知
大阪、兵庫

新設プレハブ着工が多く、
戦力投入の余地がある地域として注力
展示場・宿泊体験MHなどの増設も行う

① 新築請負事業の強化

資産活用（集合住宅）

■ケア付き高齢者専用賃貸住宅の展開

- ・パナホーム不動産が一括で借上げ、
介護事業の運営会社に転貸する
独自のスキームを積極展開



■利回りが確保できる低価格商品の投入

- ・マーケットに合わせた価格設定
- ・環境性能、耐久性能の向上
- ・豊富な商品ラインナップ



※外観パースは現行商品

② 分譲事業

■パナソニックグループの住宅会社として、
「街まるごと」で「エコ・快適」「情報ネットワーク」
「CO2削減・創エネ・省エネ」などに取り組む、
「スマートタウン」を展開

■多彩な街並みを実現するための商品導入を検討



創業50周年に向け

年間受注10,000棟 に挑戦

③ ストック事業

～ 将来に備え、事業スキームの構築に努める ～

■リノベーション事業の展開（一般木造・マンション）

- ・収益が確保できる
着実なビジネスモデルを構築



■リライフ事業の強化（パナホームOB）

- ・重点リフォーム展開
（①美装 ②家事楽 ③エコライフ ④家まるごと）

■不動産流通機能の強化（提携推進）

- ・中古住宅流通の情報収集機能を強化

④ 新規事業

～ 海外事業の展開 ～

■第1弾として、台湾における内装事業を推進

■パナソニックグループとの連携で、海外への
環境配慮住宅の供給と「スマートタウン」
展開を目指す



(注) 本資料の計画や業績予想等の将来見通しは、現時点において当社が合理的であると判断する一定の前提に基づくものです。実際の業績は、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様々な要因により予想数値とは大きく異なる可能性があります。