

新中期計画（2013～2015年度）

2013年 4月
パナホーム株式会社

I. 中期基本方針

II. 商機を捉える差別化戦略

III. パナソニックグループ内での位置づけ

新築請負中心の住宅産業にとっては、
市場が中期的に縮小し、大変厳しい

顧客の変化

- 人口減少
- 高齢化
- 世帯人数減少

市場の変化

- 家あまり
- 震災への備え
- 電力問題

国策の変化

- ネットゼロエネルギー
- 増税(消費税・相続税)
- 若年低所得者の持家確保

「くらしの価値」を創出し続ける

「住生活産業」としては、商機や成長分野は多くある

顧客の変化

- ・人口減少
- ・高齢化
- ・世帯人数減少

市場の変化

- ・家あまり
- ・震災への備え
- ・電力問題

国策の変化

- ・増税(消費税・相続税)
- ・ネットゼロエネルギー
- ・若年低所得者の持家確保

住生活産業

新築請負事業

街づくり事業

ストック事業

海外事業

商機

- スマートハウス
- 賃貸併用住宅
- スマート賃貸住宅
- 高齢者向け住宅

- スマートシティ
- スマートマンション

- 大型リフォーム
- 買取再販

- 海外の旺盛な需要
(アジアの成長)

商機を取り込み、事業別 成長戦略 を展開

新築 請負事業	スマートハウス	主力事業の 競争力強化
	賃貸併用住宅	
	スマート賃貸住宅	
	医療介護施設	
街づくり事業	スマートシティ スマートマンション	新規事業の 規模拡大
ストック事業	大型リフォーム 買取再販	
海外事業	海外の旺盛な需要 (アジアの成長)	

スマートなくらしの価値を生み出す

Only One の住生活企業

商機を生かす方策は徹底した差別化

主力事業の競争力強化と、新規事業の規模拡大



I. 中期基本方針

II. 商機を捉える差別化戦略

III. パナソニックグループ内での位置づけ

<差別化ポイント> 際立った環境性能 と デザイン力

CASART エコ・コルデイス
ECO CORDIS 誕生。

- 太陽光10kW以上を標準装備
 - ・業界トップレベルの環境性能
 - ・20年で 1,000万円以上の
売電収入も可能
- 斬新で洗練された外観デザイン
- 多目的、機能的な空間提案



<差別化ポイント> 都市部での 狭小地 対応技術

■ 都市で強力な武器となる 狭小地 対応技術 の開発

- 5階建て
- 150mmピッチ架構
- 無足場工法
- 平面斜め敷地への対応
- 半地下ガレージ・収納

■ 開発・販売 一体の 組織体制を構築



無足場工法



平面斜め敷地 対応



半地下ガレージ・収納



5階建まで対応可能な「ビューノ」



「カサート・テラ」3階建

<差別化ポイント> 女性視点、複数棟、大容量太陽光

■「ラシーネ」ブランドの深耕で、他社との差別化を推進

様々なライフステージに、女性視点で快適な生活を提案

単身女性
(ヤング・ミドル)



子育て主婦



共働き女性
(DINKS)



単身女性
(シニア)



街、近隣、入居者に、よりよい住環境を提供する「サンビレッジ」

■複数棟で、優れた住環境を実現する「サンビレッジ」

■大容量太陽光パネル(10kW以上)を効率よく搭載する集合住宅



大容量太陽光パネル(10KW以上)が搭載可能な「エルメゾン・ネクスト」

<差別化ポイント> 大型RC実績 と ケアリンクシステム

■ 技術標準化プロジェクト

- ・粗利、設計・施工品質の確保

■ 法人開発担当の設置

- ・大手事業者への営業力を強化



ケア付き高齢者住宅の大規模物件

■ 「ケアリンクシステム」(オリジナル:一括借上げ) の充実

- ・サービス付き高齢者向け住宅の受注促進



<差別化ポイント> ネット・ゼロ・エネルギーの街

■ FujisawaSSTをフラッグシップに、
都市近郊部に、
大規模スマートシティを積極推進

■ 震災復興事業への本格取り組み



パナホーム スマートシティ 潮芦屋

<スマートシティの主な物件>

件名	所在地	区画数	販売開始
FujisawaSST	神奈川県藤沢市	300/600	2014.1
潮芦屋	兵庫県芦屋市	109	2012.7
新浦安・日の出	千葉県浦安市	105/316	2014.1
草津	滋賀県草津市	87/217	2013.7
三田ゆりのき台	兵庫県三田市	153/233	2013.7
仙台・荒井南	宮城県仙台市	70/215	2015.4

<差別化ポイント> 先進のMEMS、ライフマネジメント

■スマートソリューション事業

- ・パナソニックとの連携によるMEMS
(高圧一括受電、DRアグリゲート など)
- ・ライフマネジメント サービス
(コンシェルジュ、セキュリティ、ヘルスケア、生活支援 など)



<スマートマンションの主な物件>

件名	所在地	戸数	竣工予定
新宿御苑	東京都新宿区	195	2014.2
下目黒	東京都目黒区	109	2015.6
潮芦屋	兵庫県芦屋市	83	2014.2
江坂垂水町	大阪府吹田市	36	2013.9
覚王山	愛知県	24	2014.2

<差別化ポイント> パナソニックコラボ、大型リフォーム

【パナホーム リフォーム株式会社 新設】 ～10月より営業開始～



- パナソニックESの空間提案事業と
コラボレーション
- ショールーム活用で大型案件受注

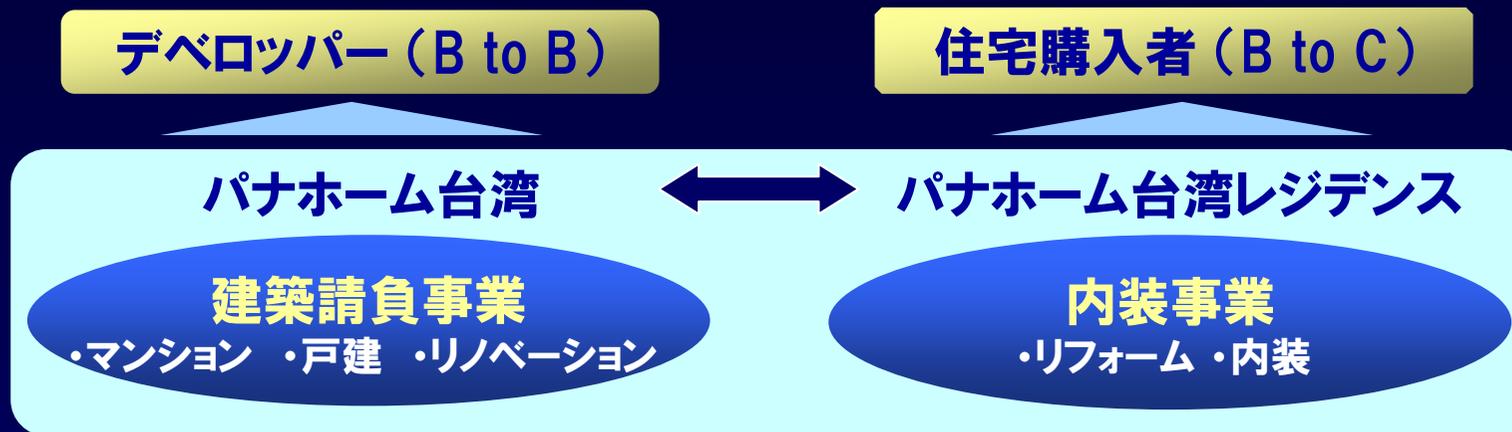
【新規事業展開】

- 不動産流通会社との提携で、
住替えリフォーム・買取再販を推進
- マンション管理会社との提携で、
マンションリフォーム・買取再販を推進



<差別化ポイント> マンション躯体と内装の一貫受注

■台湾事業で目指す、一貫受注のスキーム



<受注実績及び今後の受注案件>

形態	所在地	受注状況		事業規模		着工	竣工予定
		金額	状況	階数	戸数		
マンション	新北市	6.7億円	済	地上12階	21戸	2012.12	2014.6
マンション	台北市	5.5億円	済	地上8階	27戸	2013.5	2014.10
リノベーション	台北市	0.8億円	済	地上5階	—	2013.1	2013.6
マンション	新北市	36.0億円	提案中	地上26階	93戸	2013.5	2016.8
マンション	新北市	42.0億円	提案中	地上24階	計画中	2014春	計画中

<差別化ポイント> エコ&スマート、パナソニックコラボ

■マレーシア戸建 試作・展示棟

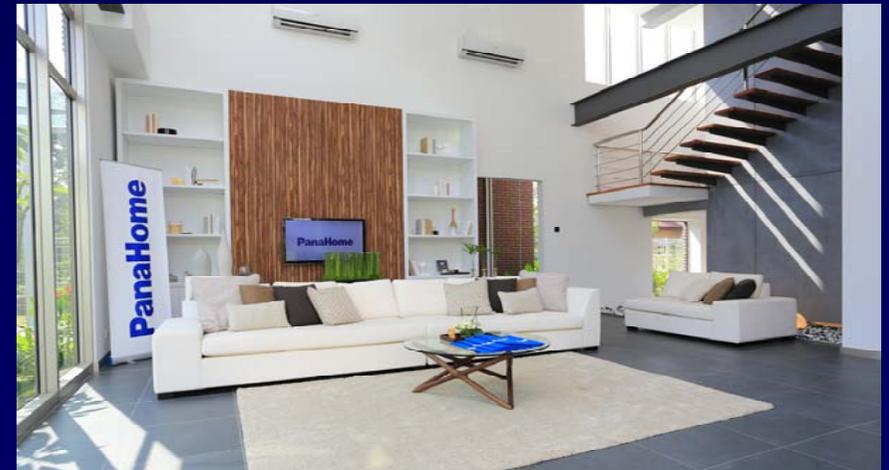
- ・ソーラー発電システム
- ・空気汚染対策換気機能
- ・地中熱利用 ・光触媒タイル
- ・パナソニック製 内装建具



展示棟 外観



オープンセレモニーの様子
(新聞社23社・雑誌9社、総勢57名が参加)



展示棟 内部の設え

I. 中期基本方針

II. 商機を捉える差別化戦略

III. パナソニックグループ内での位置づけ

「住宅関連事業」「車載事業」は、
2018年に、それぞれ 2兆円規模を目指す

住宅空間

住空間ネットワーク

住宅・家電・設備一体で
新たな空間を創出

非住宅空間

エコ&スマート ビジネスソリューション

サービス・エンジニアリングで
深く、長く刺さる

お客様

モビリティ

モビリティシステム +サービス

自動車・航空機産業の
コアバリュー拡大に貢献

パーソナル

コネクテッド・パーソナル

アプリ・サービス、アクセサリで
継続的につながる

クラウド

住宅関連事業 2兆円 のうち、パナホームで 5,000億円



PanaHome

**(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。**