

2014年度(2015年3月期)

決算説明資料

I. 2014年度(2015年3月期)決算概要

決算概要	P.3
部門別売上実績	P.4
営業利益増減分析	P.5
部門別受注高・受注残高	P.6

II. 2015年度(2016年3月期)決算予想

決算予想	P.8
部門別売上予想	P.9
売上高増加要因	P.10
営業利益増減予想	P.11
部門別受注予想	P.12

I. 2014年度 決算概要

2014年度 決算概要

想定以上の消費増税反動減のなか、売上高は前年を確保
利益は、商品構成の変化や粗利率が低下したことにより減少

(単位:億円)	2014年度		2013年度		前期差	前期比
	実績	構成比	実績	構成比		
売上高	3,256	100.0%	3,245	100.0%	+12	100%
売上総利益	727	22.3%	759	23.4%	△32	96%
販管費	599	18.4%	617	19.0%	△18	97%
営業利益	128	3.9%	142	4.4%	△14	90%
経常利益	130	4.0%	148	4.6%	△18	88%
当期純利益	80	2.5%	89	2.8%	△9	90%

2014年度 部門別売上実績

戸建(請負・分譲)が低調に推移するも、集合住宅が好調であったこと、不動産流通や海外事業売上の増加で、前年差+12億

(単位:億円)	2014年度 実績	2013年度 実績	前期差	前期比
戸建	1,193	1,252	△59	95%
集合	559	427	+132	131%
住宅部材	194	223	△29	87%
新築請負計	1,946	1,902	+44	102%
分譲土地・建物	447	491	△44	91%
マンション	134	157	△23	86%
街づくり計	581	648	△67	90%
増改築	413	424	△11	98%
不動産流通	280	254	+26	110%
ストック計	693	678	+15	102%
計	3,220	3,228	△8	100%
海外	36	17	+19	214%
合計	3,256	3,245	+12	100%

2014年度 営業利益増減分析

(単位:億円)



2014年度 部門別受注高・受注残高

戸建請負の受注は、本格的な回復には至らず
戸建請負受注残は前期比100%、新築請負計で前期比98%

(単位:億円)	2014年度受注高			2015年3月末受注残高		
	金額	前期比	前々期比	金額	前期比	前々期比
戸建	1,196	92%	94%	932	100%	107%
集合	525	91%	120%	531	94%	127%
住宅部材	193	89%	94%	107	99%	93%
新築請負計	1,914	91%	100%	1,570	98%	112%
分譲土地・建物	401	78%	85%	74	62%	79%
マンション	99	65%	104%	13	27%	25%
街づくり計	500	75%	89%	87	52%	59%
増改築	405	95%	104%	51	87%	95%
不動産流通	280	110%	123%	—	—	—
ストック計	685	100%	111%	51	87%	95%
計	3,099	90%	100%	1,708	93%	106%
海外	45	110%	250%	48	125%	355%
合計	3,144	90%	101%	1,756	94%	108%

II. 2015年度 決算予想

2015年度 決算予想

中期計画数字(売上高3,400億・営業利益率5%)達成を目指す
・成長性の確保と売上総利益(粗利)率の改善を図る

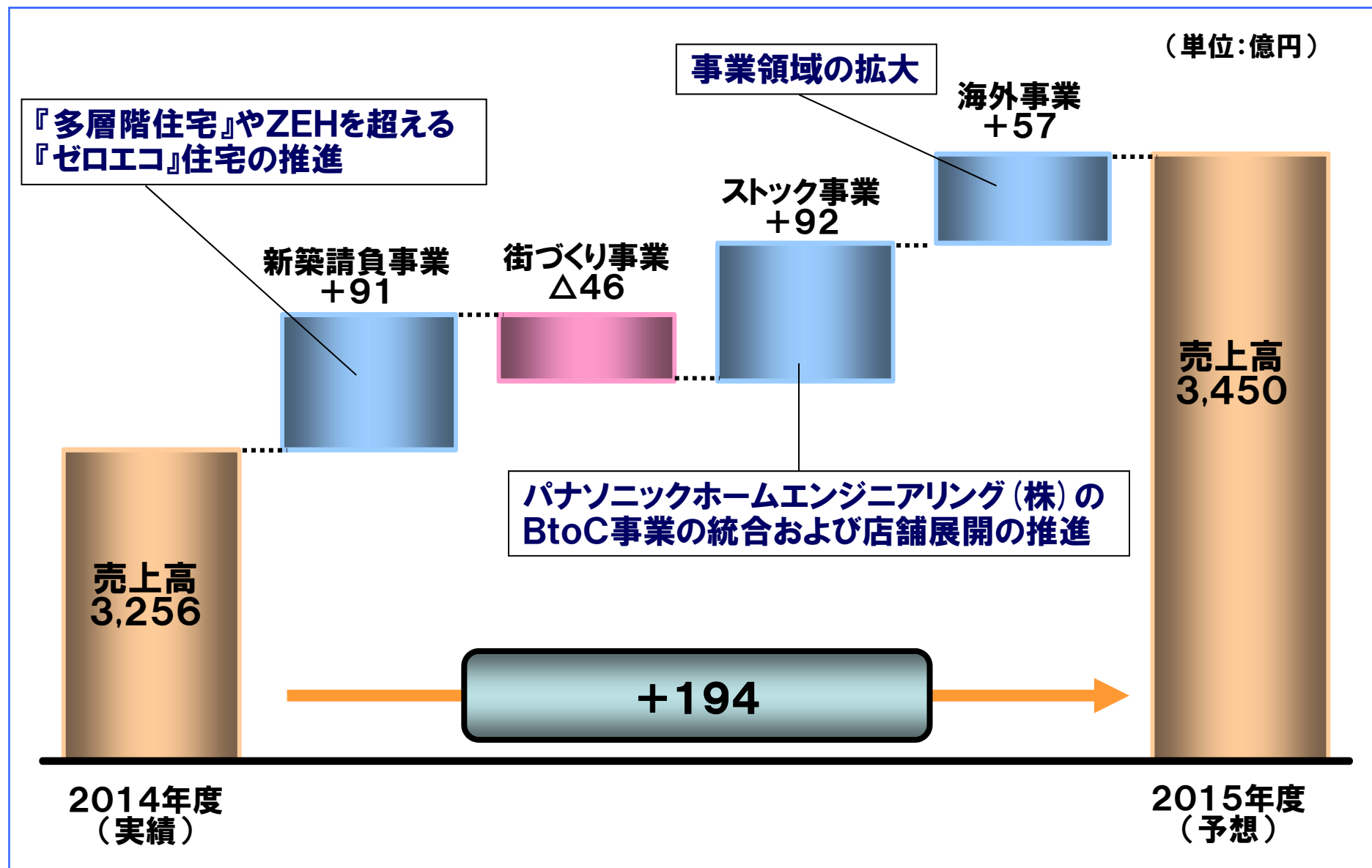
(単位:億円)	2015年度		2014年度		前期差	前期比
	予想	構成比	実績	構成比		
売上高	3,450	100.0%	3,256	100.0%	+194	106%
売上総利益	798	23.1%	727	22.3%	+71	110%
販管費	627	18.1%	599	18.4%	+28	105%
営業利益	171	5.0%	128	3.9%	+43	134%
経常利益	172	5.0%	130	4.0%	+42	132%
当期純利益	103	3.0%	80	2.5%	+23	129%

2015年度 部門別売上予想

新築請負は、特長ある商品で拡販し、前年比105%
増改築は、BtoC事業の店舗展開等により、前年比118%

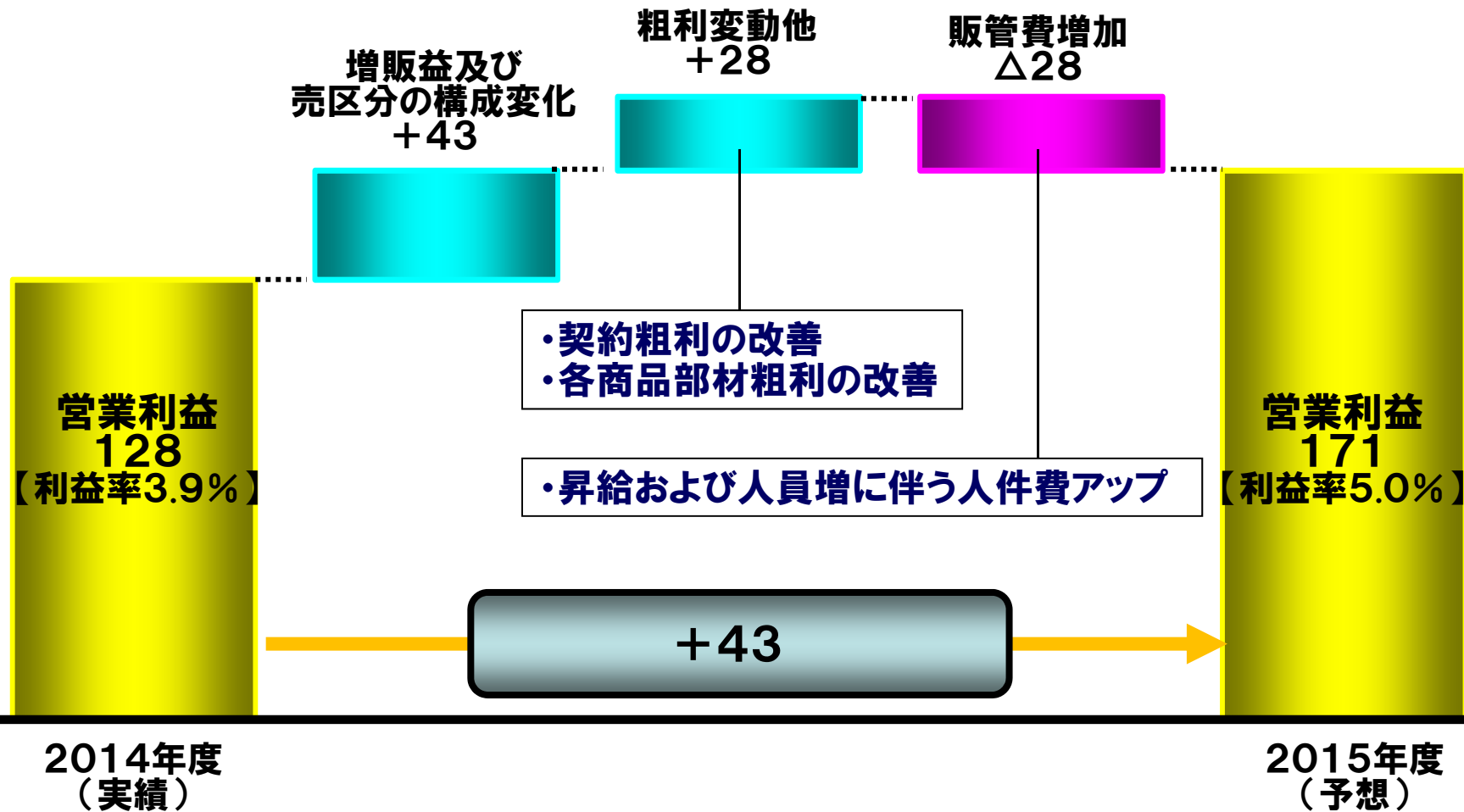
(単位:億円)	2015年度 予 想	2014年度 実 績	前期差	前期比
戸建	1,252	1,193	+59	105%
集合	591	559	+32	106%
住宅部材	194	194	±0	100%
新築請負計	2,037	1,946	+91	105%
分譲土地・建物	451	447	+4	101%
マンション	84	134	△50	63%
街づくり計	535	581	△46	92%
増改築	485	413	+72	118%
不動産流通	300	280	+20	107%
ストック計	785	693	+92	113%
計	3,357	3,220	+137	104%
海 外	93	36	+57	260%
合 計	3,450	3,256	+194	106%

2015年度 売上高増加要因



2015年度 営業利益増減予想

(単位:億円)



2015年度 部門別受注予想

【国内】市場の緩やかな回復を見込み、全事業分野で前期比増加を目指す
【海外】新たな事業展開で前期比5倍を見込む

(単位:億円)	2015年度 予 想	2014年度 実 績	前期差	前期比
戸建	1,268	1,196	+72	106%
集合	568	525	+43	108%
住宅部材	194	193	+1	101%
新築請負計	2,030	1,914	+116	106%
分譲土地・建物	451	401	+50	112%
マンション	163	99	+64	165%
街づくり計	614	500	+114	123%
増改築	486	405	+81	120%
不動産流通	300	280	+20	107%
ストック計	786	685	+101	115%
計	3,430	3,099	+331	111%
海 外	230	45	+185	505%
合 計	3,660	3,144	+516	116%

2014年度(2015年3月期)

決算説明資料

2015年度 事業方針

■ 2014年度 総括

■ 2015年度 取り組み

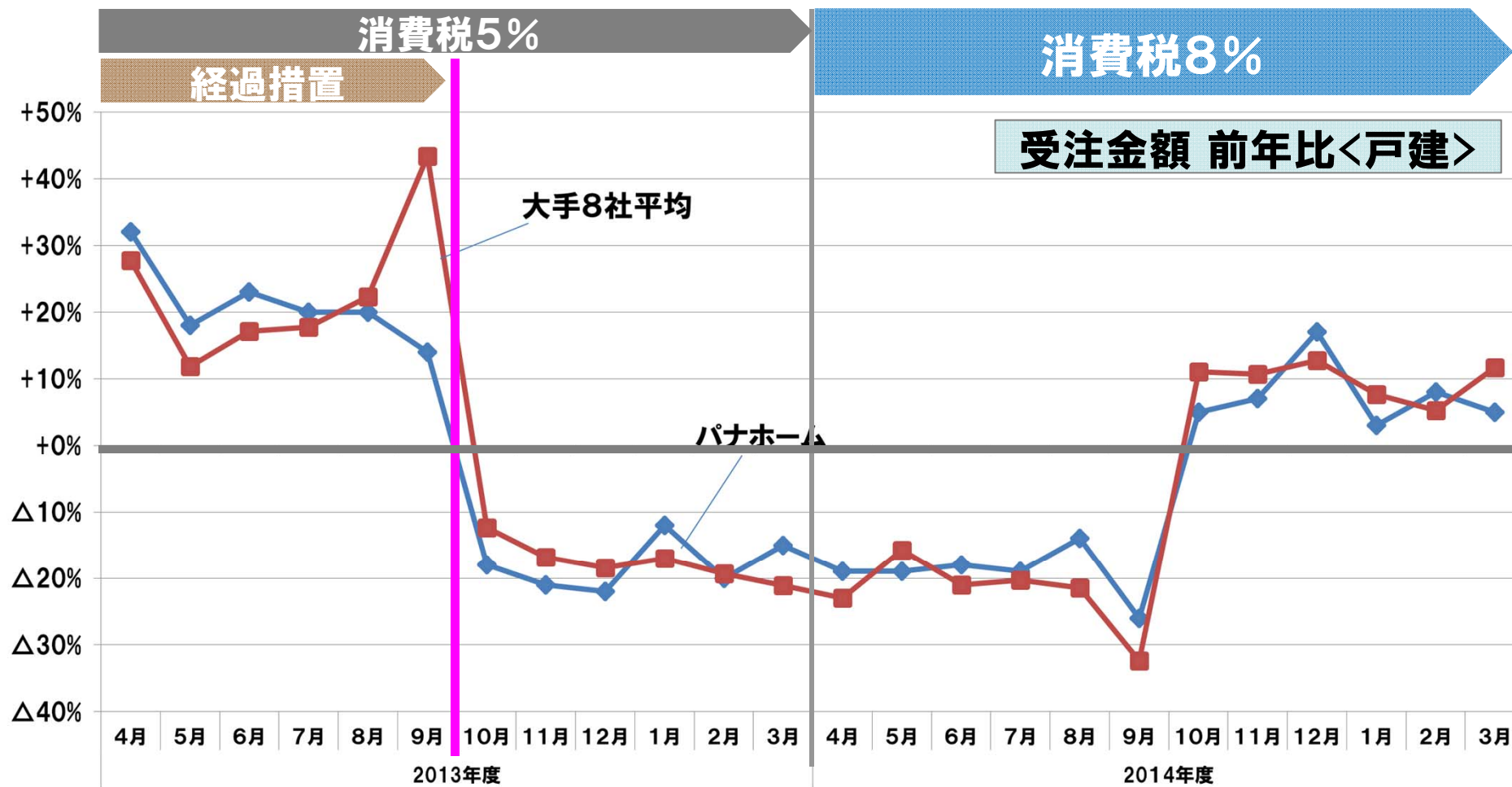
■ 2018年度に向けて

商機を取り込み、事業別 成長戦略 を展開

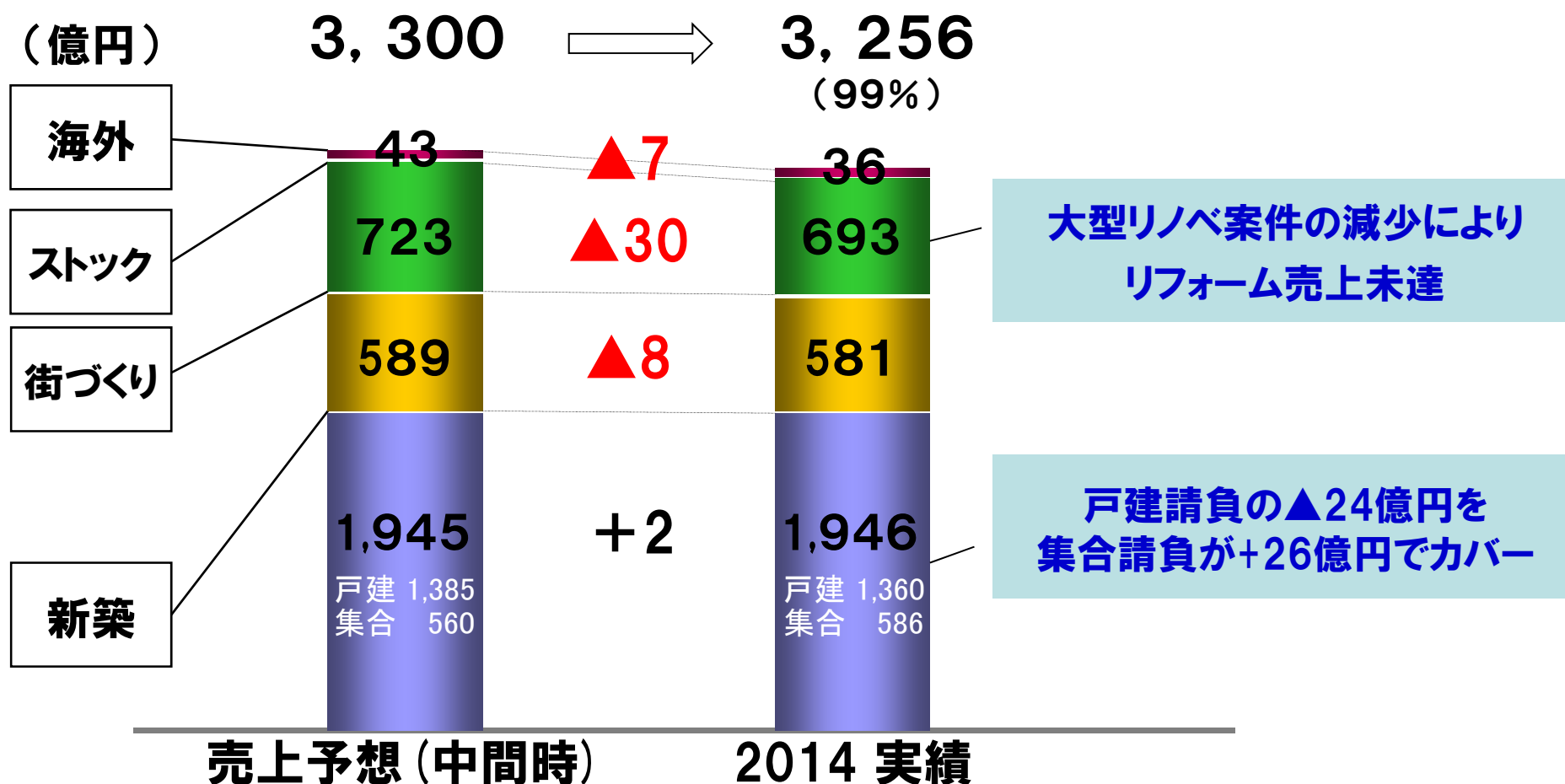
新築 請負事業	スマートハウス	主力事業の 競争力強化
	多層階住宅(賃貸併用)	
	スマート賃貸住宅	
	高齢者向け住宅	

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)	

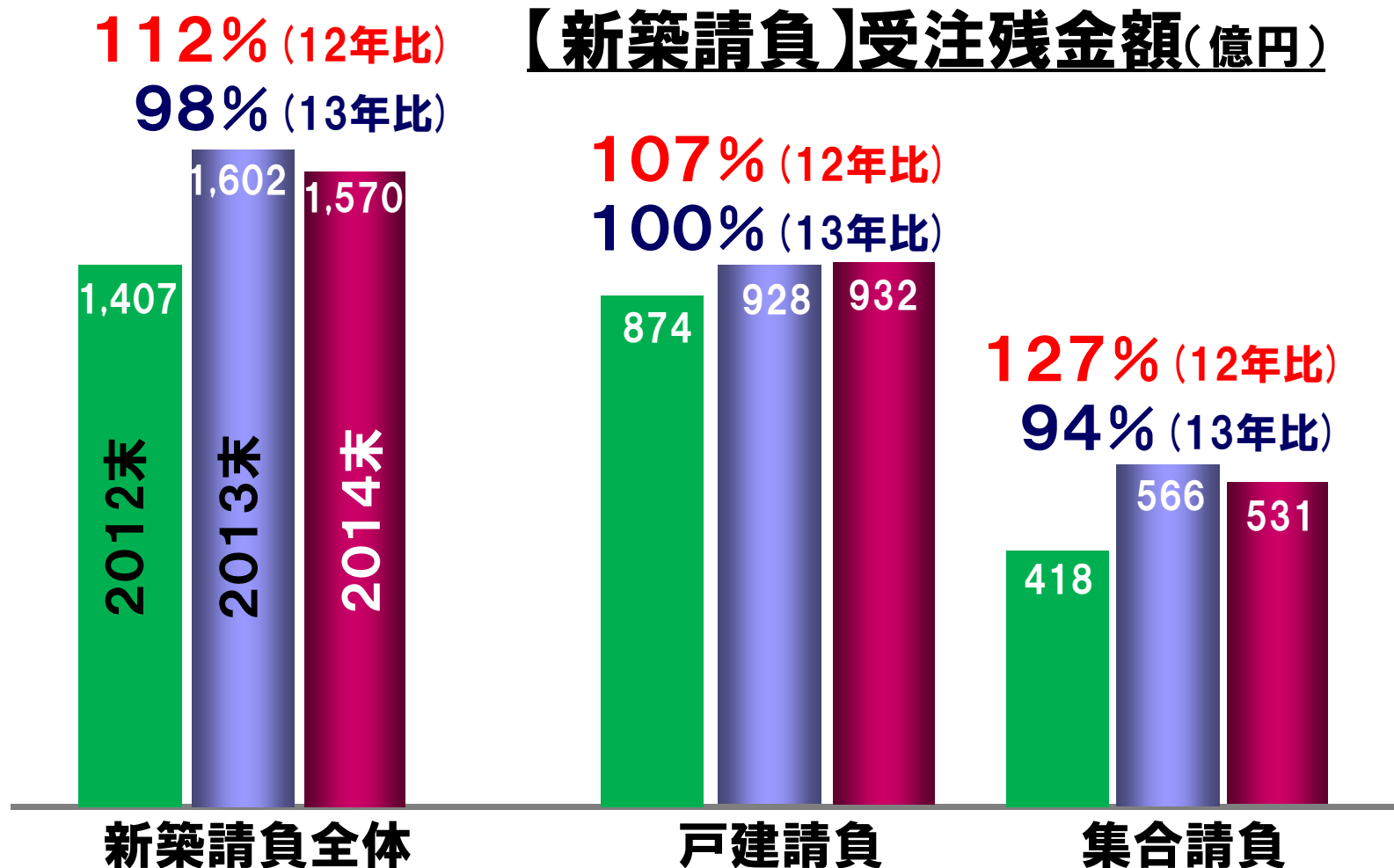
消費増税反動減が想定以上に長期化



戸建とリフォームが公表未達となるも 売上高は中間時予想をほぼ達成



受注残は前年並みを確保 (12年比は112%)



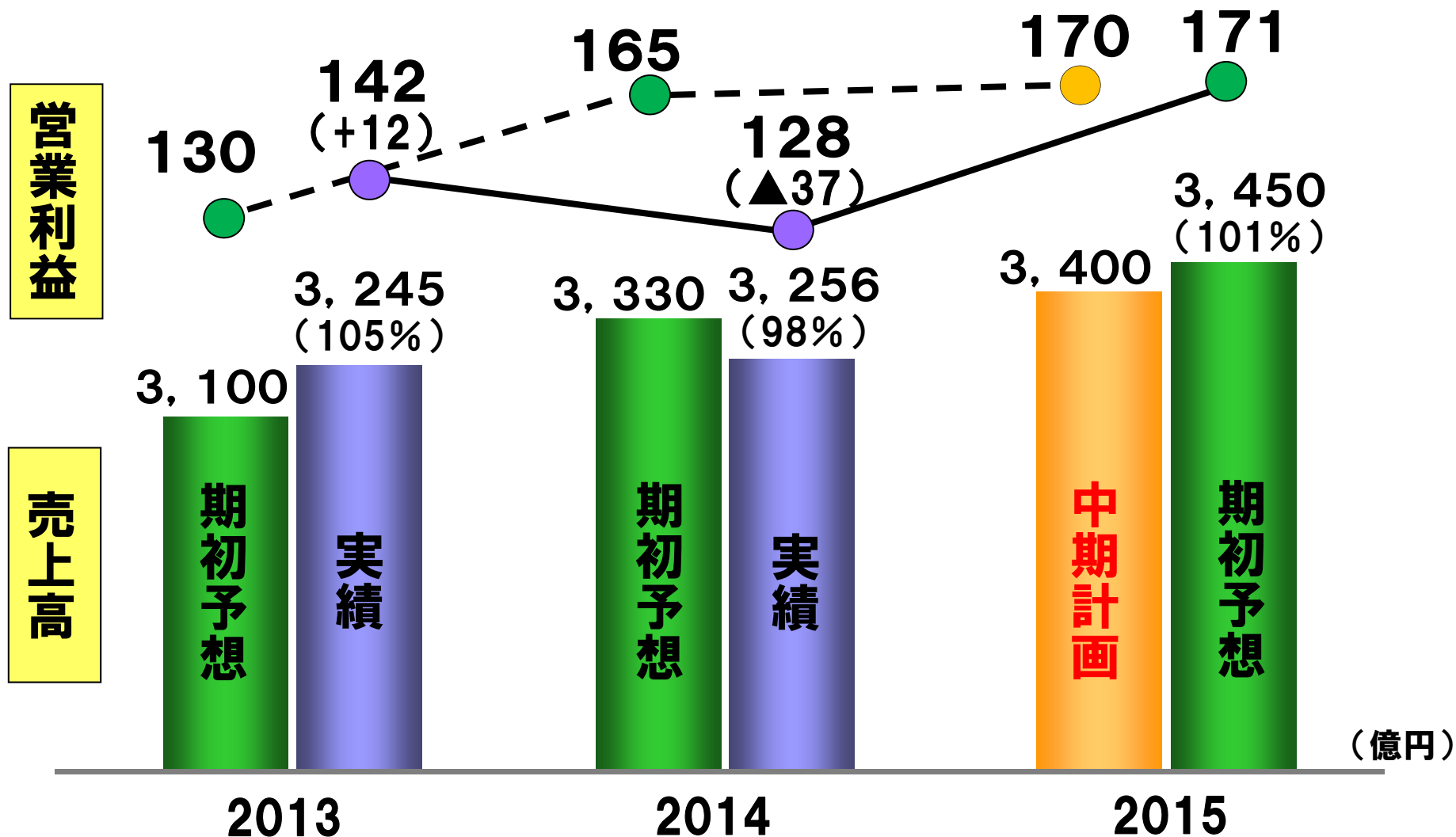
■ 2014年度 総括

■ 2015年度 取り組み

■ 2018年度に向けて

2013-15中期計画

成長と収益性(5%)にこだわり、中期計画必達



2014
総括

消費増税反動減と、再生エネの売電接続保留により受注苦戦

2015
取組み

エネルギー収支ゼロ (ZEH) を超える「ゼロエコ」推進

2020年未来標準「ゼロエコ」を展開 <4月>

- ・「太陽光 + 蓄電システム」
- ・「家まるごと断熱」+「10枚換気HEPAﾌﾟﾗｽ」
- ・「HEMS」+「ﾌﾟﾗｲﾊﾞｰﾄﾞ・ﾋﾞｴﾗ」

“ゼロエコ” 新商品 NEW『カサート』発売<4月>

- ・目標 2400棟／年
- ・主要部材の大型化による省施工化

新商品



NEW『カサート』



エコルティスII



ビューノ

《戸建(低層)》

〔売上高〕

14年度 実績

935



15年度 目標

958億円(前年比102%)

〔受注高〕

前年比103%

2014
総括

4階建以上の受注241億円(前年178%)。

2015
取組み

「店舗・事務所併用」発売と、拠点展開

店舗・事務所併用「ビューノ・プロ」発売<4月>

- ・業界No. 1のプラン対応力で大空間を実現
(9mスパン、3mオーバーハング、天井高3.15m、高強度ALC床)
- ・当社の戸建商品と同様の長期保証



ビューノプラザの展開による販売拡大

- ・川崎・大塚・中野に続き、「新宿、浅草、横浜、名古屋」へ展開



6階建展示場 (4月/新宿)

「多層階事業本部」設置<4月>

《戸建(多層階)》

〔売上高〕	14年度 実績	15年度 目標	〔受注高〕
	258	294億円(前年比114%)	前年比115%

2014
総括

ラシーネ受注90億円(前年228%)。「テーマスタジオ」、提案営業が効果

2015
取組み

『ラシーネ』全国展開と、地方向け大型物件対応

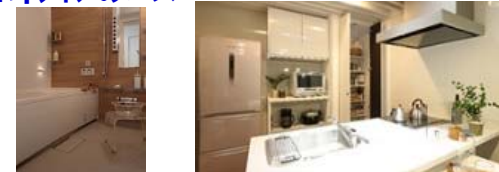
ラシーネの全国展開

- ・東京・近畿に続き、全国の主要都市部へ展開

<ラシーネ・テーマスタジオ(千里)の成果>

- ・集客：861名
- ・名簿：130件(前年比3倍)
- ・契約：27棟(ラシーネ以外含む)

「ラシーネ・テーマスタジオ」
1坪タイプのバス 対面キッチンとパントリー



地方向け大型物件対応商品の開発

- ・エリア：茨城・栃木・静岡・兵庫・岡山・広島・九州
- ・架構設計見直しによる大型化対応(妻面、桁入)



ラシーネ五条

《集合住宅》

〔売上高〕

14年度 実績

439

15年度 目標

495億円(前年比113%)

〔受注高〕

前年比105%

2014
総括

介護事業者向けのTVCM放映、グループ呼称『エイジフリー』に統一

2015
取組み

グループ連携強化と、医療法人ルート強化

コムハート・エイジフリー案件の受注促進

呼称	コムハート	介護サービスセンター
施設名称	エイジフリーハウス●●	パナソニックエイジフリー●●
運営会社	パナソニックコムハート(株)	パナソニックエイジフリーサービス(株)
種目	サ高住＋小規模多機能	ショートステイ＋デイサービス
出店目標(15/18年)	25棟/累計150棟	30棟/累計200棟
PH建設目標(同上)	12棟/累計50棟	8棟/累計50棟

医療法人ルートの開発促進

・ルート開拓（医療機器、リース会社、調剤薬局など）



医療関係の異業種交流会

《高齢者住宅》

〔売上高〕

14年度 実績

120



15年度 目標

96億円(前年比80%)

〔受注高〕

前年比129%

2014
総括

・土地仕入競争激化の中、計画達成(期末在庫495億円)
・元麻布(23戸)、南麻布(20戸)、潮芦屋(83戸)の分譲マンション完売

2015
取組み

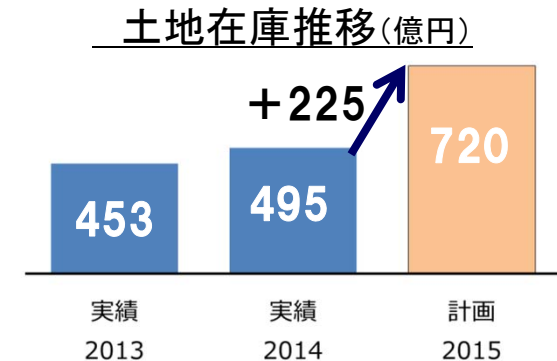
優良土地の仕入強化

パナソニックグループの遊休土地活用による分譲用地の確保

・藤沢に続き、神奈川、大阪、四国での計画検討中

東北復興支援による社会貢献

・復興公営住宅の建設および応札への積極参加
・落札物件：石巻(木造15戸)、釜石2件(ビル146戸)
・応札予定：東松島、釜石、女川、石巻、名取など



中部地区に環境開発部門を設置し、東名阪展開を確立する

《分譲戸建・マンション》

〔売上高〕

14年度 実績

581

15年度 目標

535億円(前年比92%)

〔受注高〕

前年比123%

2014
総括

リノベーション事業の500万円超の大型案件が苦戦

2015
取組み

リソース強化と、名簿取得力強化

リソースの強化(営業・設計・工事、店舗)



- ・4月よりパナホーム「パナホームエンジニアリング(HEG)」のリフォーム部門をパナホームリフォームへ統合するとともに、店舗展開を図る。

名簿取得力強化



- ・カスタマー部門との連携強化で、施主リフォーム(戸建・集合住宅)受注推進
- ・売買仲介事業(スムストック含む)とリフォームの連携
- ・合人社計画研究所との連携によるマンションリフォームの推進

《リフォーム》

〔売上高〕	14年度 実績	15年度 目標	〔受注高〕
	413	485億円(前年比118%)	前年比120%

2014
総括

売買仲介の体制強化(18名)で、成約件数前年比143%

2015
取組み

賃貸管理戸数拡大と、売買仲介事業拡大

賃貸管理戸数の拡大 目標:3.8万戸 → 4.2万戸

- ・管理できていない当社建築物件を取込む(専任体制、途中借り上げ制度)
- ・ラシーネ推進で新築アパートの賃貸管理率の向上

売買仲介事業の拡大 目標:売買仲介件数 149件 → 280件

- ・東名阪への人員強化(+5名で23名)
- ・「スムストック」の積極活用
- ・「不動産情報サイト」の立上げと活用

まち再生事業への新たな取組み

国土交通省「住宅地帯既存住宅流通促進モデル事業」
かわい浪漫
PROJECT

奈良県西大和N T <国交省・住宅流通促進モデル事業採択>で
居住誘致など、既存住宅の活用や流通を促進

《不動産流通》

〔売上高〕

14年度 実績

280

15年度 目標

300億円(前年比107%)

2014
総括

受注堅調。海外初のマンション請負工事完成。

2015
取組み

JVによるデベ事業への参入と、エリア展開

- 「スケルトン+インフィルの一体提案」と、「グループの総合力によるスマートマンション」を差別化ポイントとし、JVによるデベ事業へ参入
 - ・4月より、子会社2社を統合
(PH台湾<建設請負>とPH台湾レジデンス<内装施工>)

案件例：桃園-A建設



地上22階
地下3階
221戸
2014年
11月着工済

- 台北から台中、台南、高雄への商圈拡大



初の分譲マンション
・新北市「ウイゾンチン」
・地上12階/地下2階
・21戸

案件例：中山北路-B開発



地上13階
地下3階
62戸
2015年
4月着工済

《台湾》

〔売上高〕	14年度 実績	15年度 目標	〔受注高〕
	29	70億円(前年比238%)	前年比11倍

2014
総括

商品(W-PC構法)と販売体制(PHアジア パシフィック)の確立

2015
取組み

地域統括会社を核に、ASEAN各国へ展開

マレーシア、インドネシア、ベトナム等でデベ展開

- ・パナホーム・アジア・パシフィック 4月設立
- ・各国でのJVデベ推進

ボリュームゾーン向けW-PC構法で拡販

- ・モデル棟建設中<マレーシア / 6月オープン>
(モデル棟2棟目をインドネシアで建設予定)
- ・現地企業と提携し、スマートシティの受注促進

W-PCによる商品



短納期で、断熱・防水の高品質

《ASEAN》

〔売上高〕

14年度 実績

7



15年度 目標

23億円(前年比360%)

〔受注高〕

前年比143%

■ 2014年度 総括

■ 2015年度 取り組み

■ 2018年度に向けて

住宅関連事業で 2 兆円達成を目指す

2018年度 売上目標 10兆円

売上高:兆円
(14年度対比)

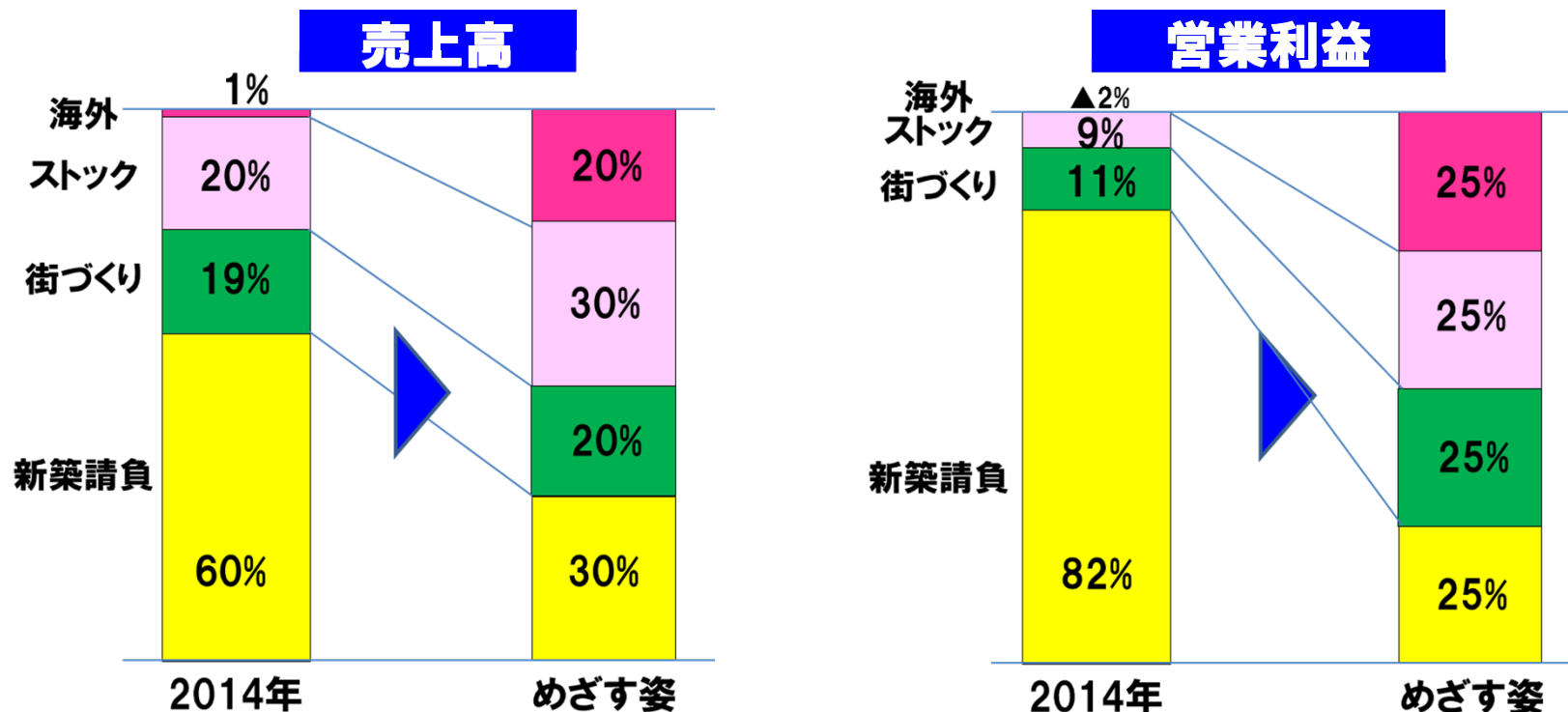
	日本	欧・米	海外戦略地域	合計
家電	1.0 (103%)	0.4 (92%)	0.9 (160%)	2.3 (116%)
住宅	1.6 (138%)	0.1 (429%)	0.3 (225%)	2.0 (151%)
車載	0.7 (137%)	1.1 (207%)	0.3 (159%)	2.1 (169%)
BtoB ソリューション	1.2 (124%)	0.8 (132%)	0.5 (163%)	2.5 (133%)
デバイス	0.2 (67%)	0.2 (100%)	0.7 (93%)	1.1 (88%)

3/26 パナソニックグループ事業方針説明より

2018年度に向けての重点戦略 ①

「国内新築」依存型経営から脱し、
新築請負・街づくり・ストック・海外の4本柱へ事業構造を転換

積極的な戦略投資でポートフォリオ経営を実現



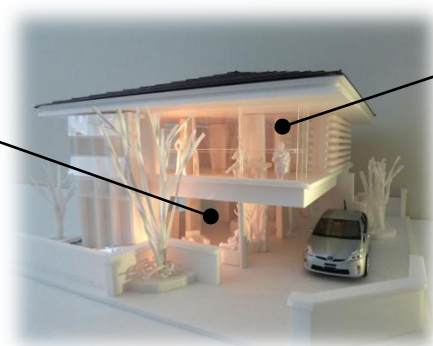
クロスバリューイノベーションによる “憧れの暮らし”の実現

設備×家電×住宅の掛け合わせで新しい暮らし価値を提供

暮らし起点



友人を招いてのホームパーティ



自然と寄り添う、
人工的でない快適性

設備×家電×住宅
クロスバリュー



見せるキッチン
みんなで囲むキッチン

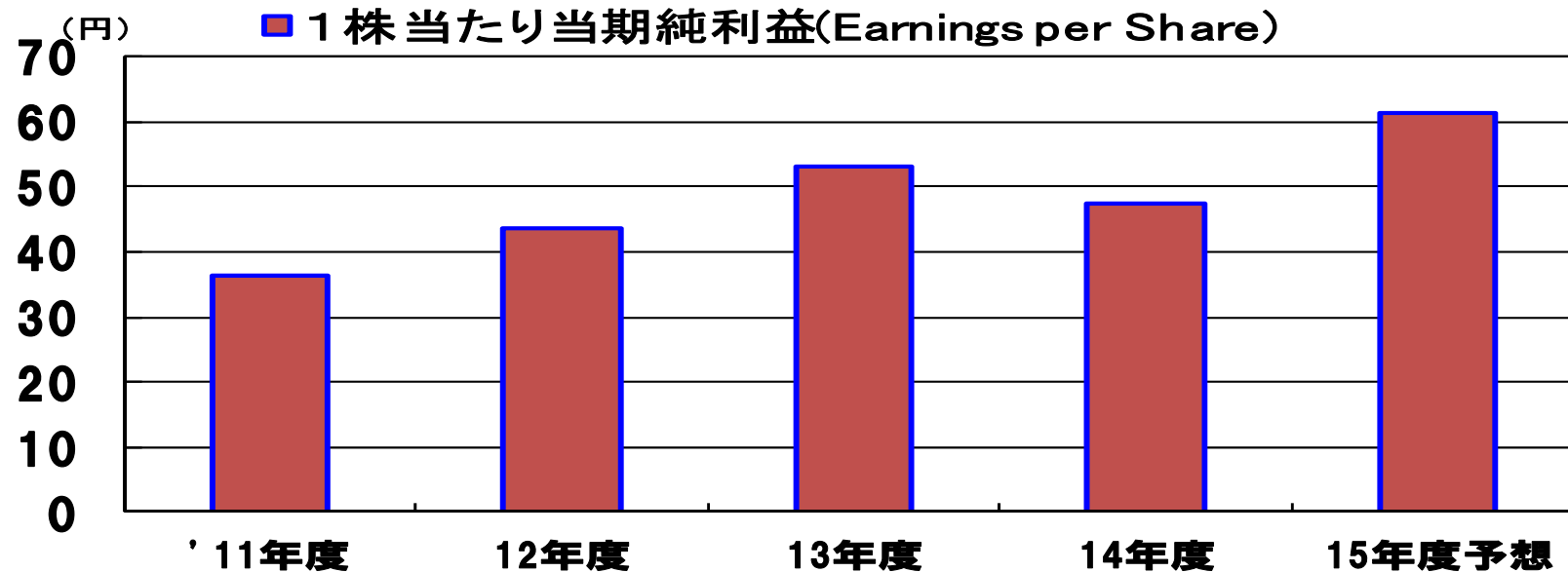


先進技術+自然の
快適住環境(空気・温熱)

株主還元について

20円配当を継続

	2011年度 実績	2012年度 実績	2013年度 実績	2014年度 実績	2015年度 予想
配当額	15円	15円	20円 (内 記念配当5円)	20円	20円
配当性向	41.2%	34.4%	37.6%	42.0%	32.6%



**(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。**