

2016年度(2017年3月期)

# 第2四半期 決算説明会

---

## 決算概要

# ■ 第2四半期(累計) 連結決算概要

## ■ 連結業績見通し

## 第2四半期(累計) 連結決算概要

2

販売は商談の長期化に加え、天候不順もあり減収  
成長性確保のための先行投資は積極投入

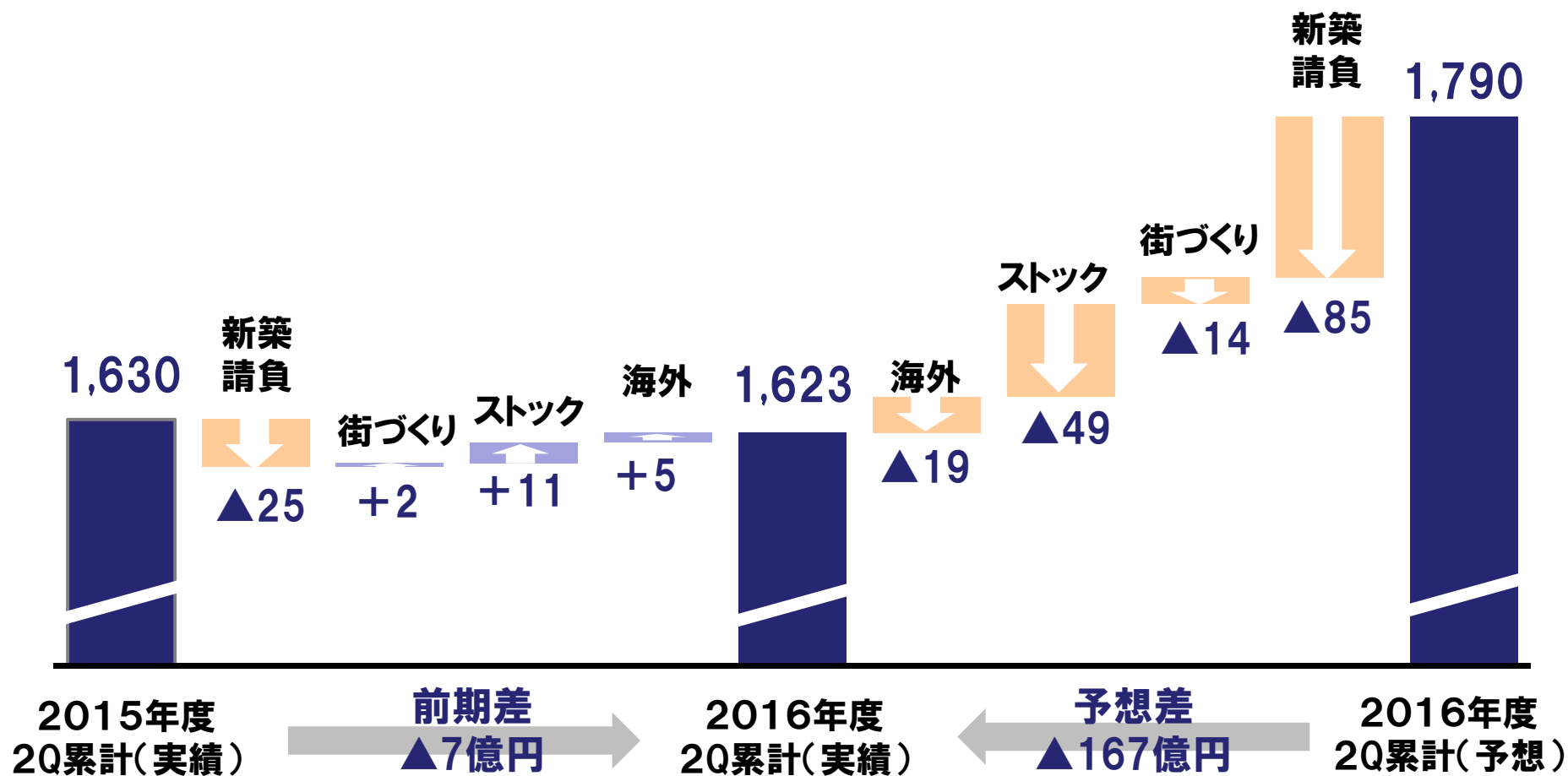
(億円)

	2015年度 2Q累計実績	2016年度 2Q累計実績	前期比・差	2016年度 2Q累計予想	予想比・差
売上高	1,630	1,623	99.6%	1,790	91%
売上総利益 (売上総利益率)	372 (22.8%)	366 (22.5%)	△6 (△0.3%)	413 (23.1%)	△47 (△0.6%)
販管費	324	349	+25	358	△9
営業利益 (営業利益率)	48 (2.9%)	17 (1.0%)	△31 (△1.9%)	55 (3.1%)	△38 (△2.1%)
経常利益	46	15	△31	54	△39
親会社株主に帰属する 当期純利益	27	9	△18	32	△23

# 第2四半期(累計) 売上高増減分析

(前期比)街づくり、ストック、海外各事業は増収、新築請負は減収

(単位:億円)



## 第2四半期(累計) 部門別売上実績

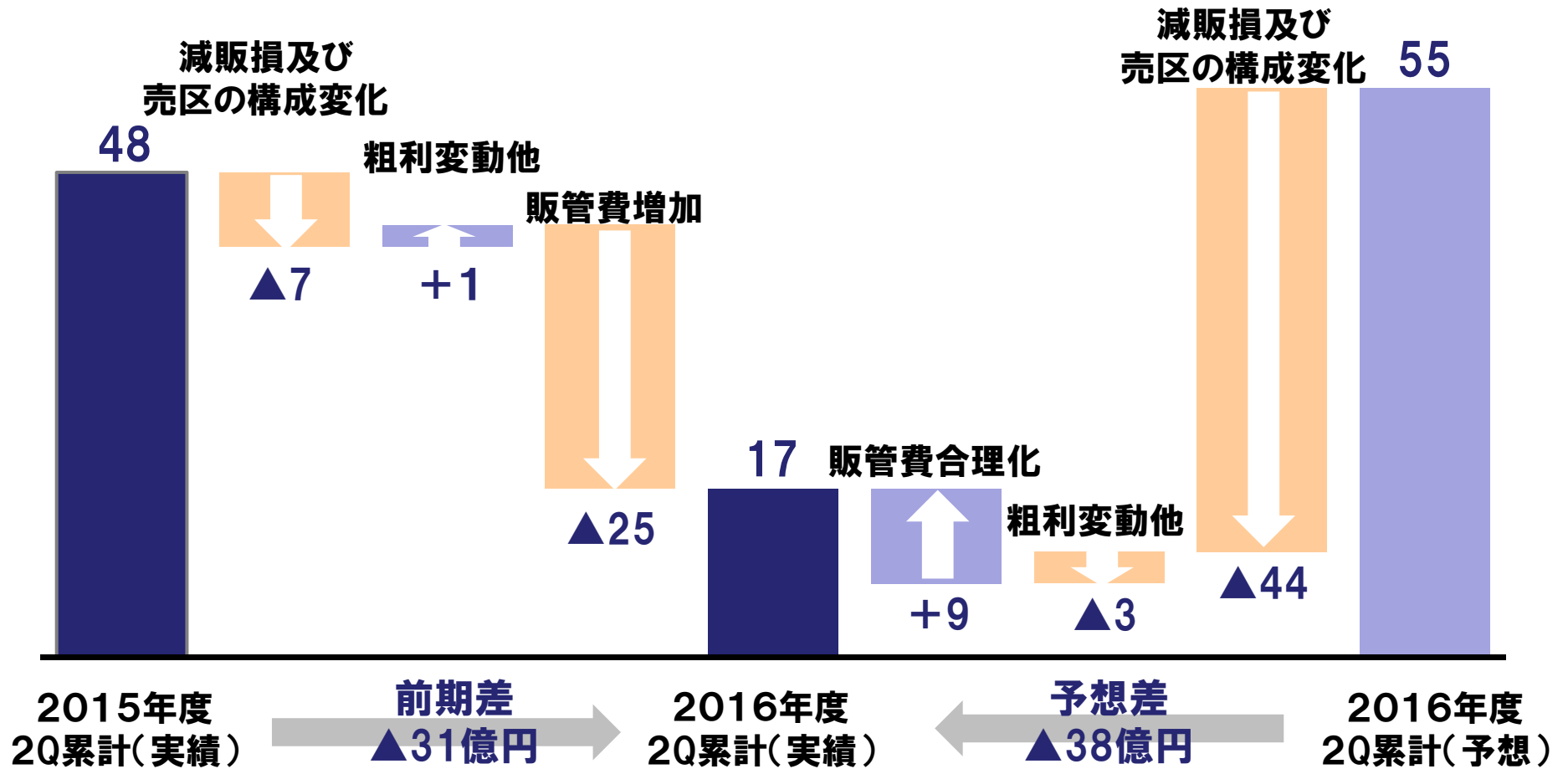
4

(億円)

	2015年度 2Q累計実績	2016年度 2Q累計実績	前期比	2016年度 2Q累計予想	予想比
戸建	634	633	99.9%	677	94%
集合	260	255	98%	296	86%
住宅部材	75	56	74%	56	100%
新築請負計	969	944	97%	1,029	92%
分譲土地・建物	225	233	104%	250	93%
マンション	30	24	81%	21	114%
街づくり計	255	257	101%	271	95%
リフォーム	226	212	94%	265	80%
不動産流通	157	182	116%	178	102%
ストック計	383	394	103%	443	89%
(国内計)	(1,607)	(1,595)	(99%)	(1,743)	92%
海外	23	28	120%	47	60%
(合計)	(1,630)	(1,623)	(99.6%)	(1,790)	91%

# 第2四半期(累計) 営業利益増減分析

(単位:億円)



## 第2四半期(累計) 部門別受注高・受注残高

6

戸建、集合が堅調に推移し、新築請負の受注残は前期比109%

(億円)

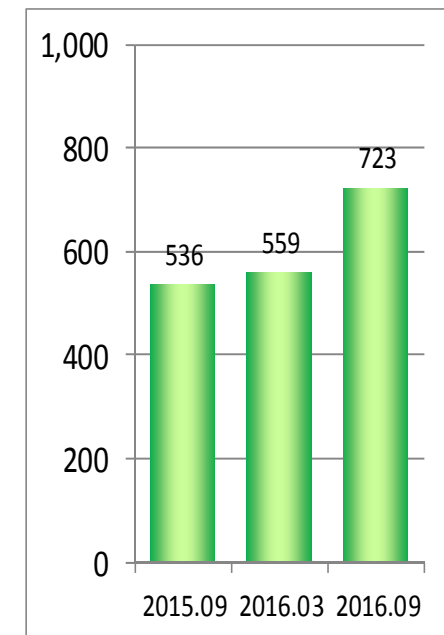
	2016年度 2Q累計受注	前期比	予想比	2016年 9月末受注残	前期比
戸建	665	104%	97%	1,044	104%
集合	377	108%	99%	780	116%
住宅部材	65	87%	116%	89	118%
新築請負計	1,107	104%	98%	1,913	109%
分譲土地・建物	223	89%	83%	89	87%
マンション	42	29%	59%	85	65%
街づくり計	265	67%	78%	174	75%
リフォーム	232	101%	88%	73	121%
不動産流通	182	116%	102%	—	—
ストック計	414	107%	93%	73	121%
(国内計)	(1,786)	(97%)	(94%)	(2,160)	(106%)
海外	68	221%	—	133	239%
(合計)	(1,854)	(99%)	—	(2,293)	(109%)

## 成長に向けた販売用土地仕入等の投資を実施

(億円)

	2015年度 2Q累計実績	2016年度 2Q累計実績	前期差
営業活動によるCF	+30	△156	△186
投資活動によるCF	△1	+76	+77
フリーCF	+29	△80	△109
財務活動によるCF	△23	△2	+21
設備投資	14	20	+6
減価償却費	22	23	+1

【販売用土地在庫】





## ■ 第2四半期(累計) 連結決算概要

## ■ 連結業績見通し

# 2016年度 連結業績見通し

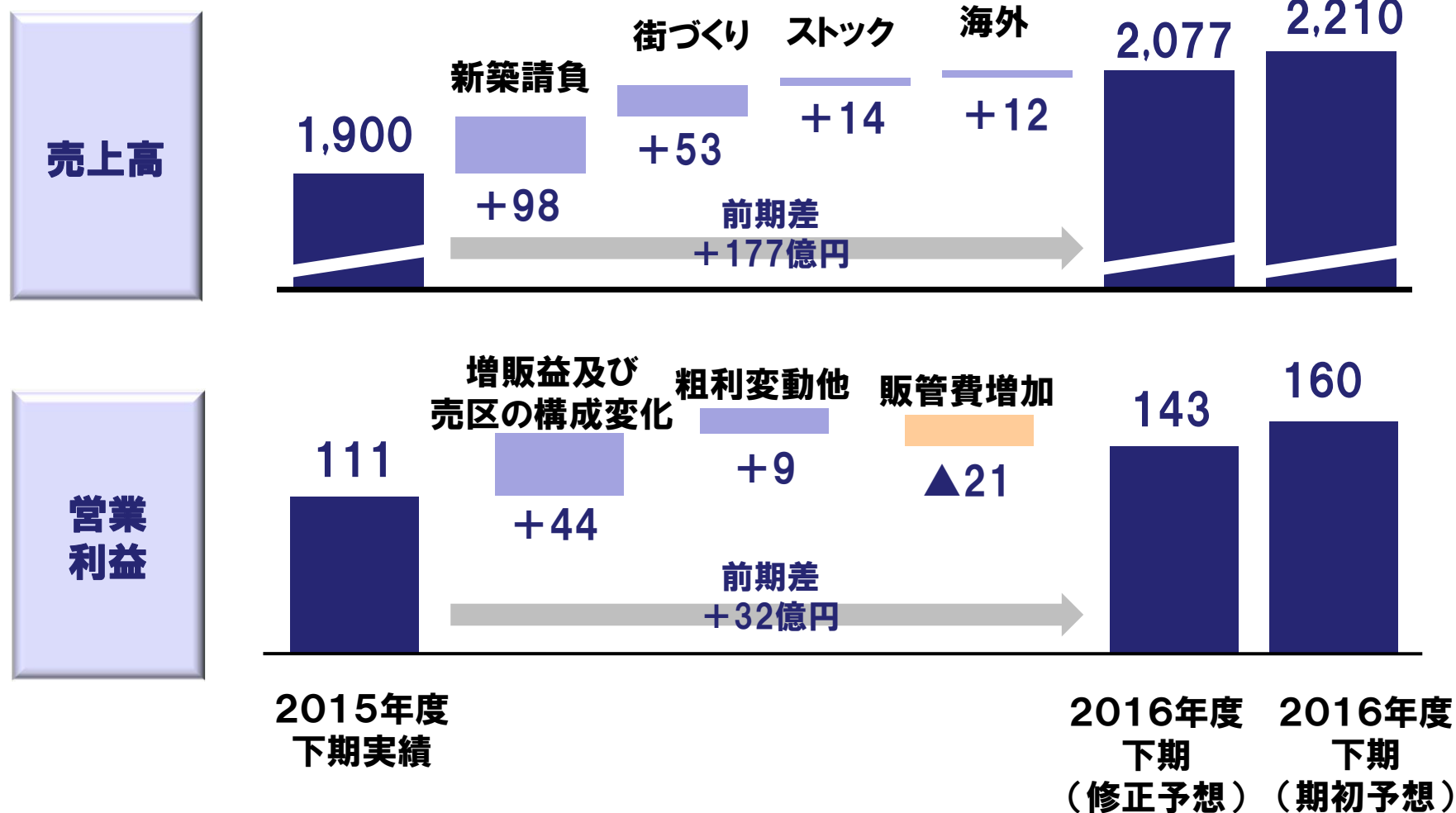
## 先行投資による固定費アップは増販益とコスト合理化でカバー

(億円)

	2015年度 実績	2016年度 修正予想	前期比・差	2016年度 期初予想	期初予想 比・差
売上高	3,530	3,700	105%	4,000	93%
売上総利益 (売上総利益率)	815 (23.1%)	862 (23.3%)	+47 (+0.2%)	933 (23.3%)	△71 (±0%)
販管費	656	702	+46	718	△16
営業利益 (営業利益率)	159 (4.5%)	160 (4.3%)	+1 (△0.2%)	215 (5.4%)	△55 (△1.1%)
経常利益	159	159	+0	215	△56
親会社株主に帰属する 当期純利益	101	101	+0	133	△32

# 2016年度(下期予想) 売上・営業利益増減

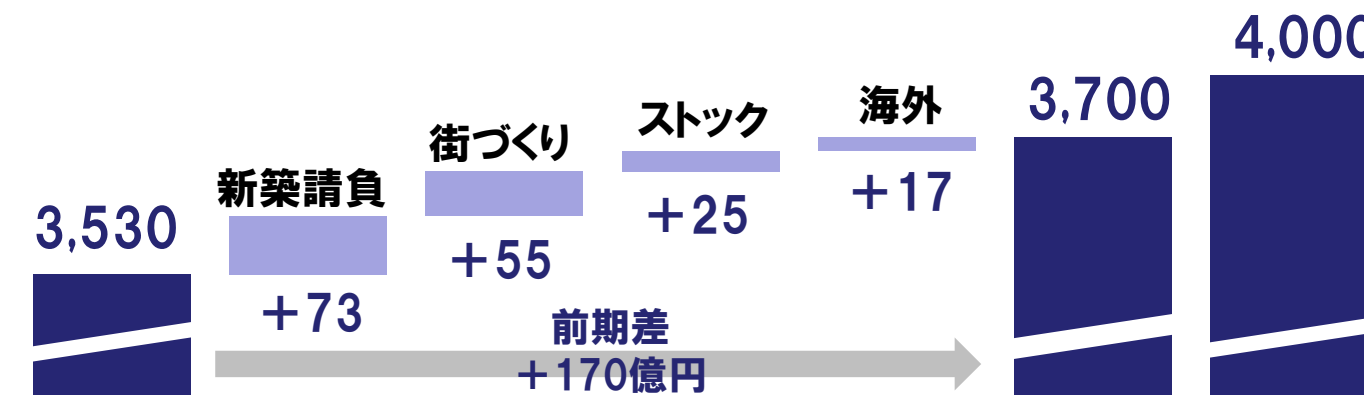
(単位:億円)



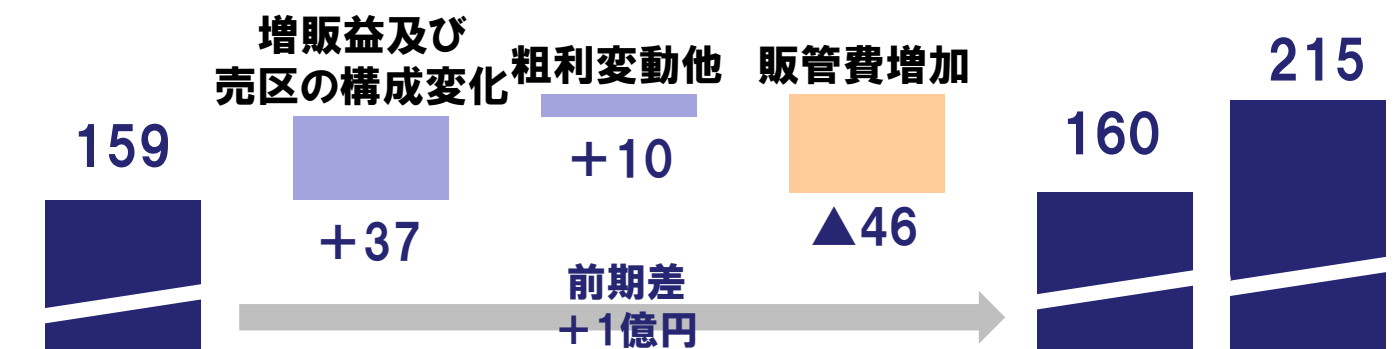
# 2016年度(年間) 売上・営業利益増減

(単位:億円)

売上高



営業利益



2015年度  
実績

2016年度  
(修正予想)    2016年度  
(期初予想)

# 2016年度(年間) 部門別売上予想

(億円)

	2015年度 実績	2016年度 修正予想	前期比	2016年度 期初予想	期初予想比
戸建	1,305	1,349	103%	1,371	98%
集合	635	686	108%	720	95%
住宅部材	139	117	84%	111	105%
新築請負計	2,079	2,152	103%	2,202	98%
分譲土地・建物	474	495	104%	576	86%
マンション	120	154	129%	152	101%
街づくり計	594	649	109%	728	89%
リフォーム	474	462	97%	572	81%
不動産流通	329	366	111%	361	101%
ストック計	803	828	103%	933	89%
(国内計)	(3,476)	(3,629)	(104%)	(3,863)	(94%)
海外	54	71	132%	137	52%
(合計)	(3,530)	(3,700)	(105%)	(4,000)	(93%)

# 2016年度(年間) 部門別受注予想

上期同様 戸建、集合の堅調な伸びを見込み、国内計で前期比103%  
(億円)

	2015年度 実績	2016年度 修正予想	前期比	2016年度 期初予想	期初予想比
戸建	1,323	1,383	105%	1,408	98%
集合	709	757	107%	791	96%
住宅部材	143	126	88%	111	114%
新築請負計	2,175	2,266	104%	2,310	98%
分譲土地・建物	494	499	101%	574	87%
マンション	173	144	83%	173	83%
街づくり計	667	643	96%	747	86%
リフォーム	472	482	102%	562	86%
不動産流通	329	366	111%	361	101%
ストック計	801	848	106%	923	92%
(国内計)	(3,643)	(3,757)	(103%)	(3,980)	(94%)
海外	99	150	152%	270	56%
(合計)	(3,742)	(3,907)	(104%)	(4,250)	(92%)

2016年度(2017年3月期)

## 第2四半期 決算説明会

---

# 今後の取り組み

## 1. 上期の総括と下期の取り組み

## 2. 新中期計画について



# 上期の総括：下方修正の真因

2

<p><b>新築請負</b> (▲85億円)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ <b>期初受注残からの売上不足</b><ul style="list-style-type: none"><li>- 天候不順等による大型案件の引き渡し期ズレ (期末集中の受注体質が背景)</li></ul></li><li>✓ <b>新規受注からの売上不足</b><ul style="list-style-type: none"><li>- 消費増税延期と低金利継続による商談長期化</li></ul></li></ul>
<p><b>リフォーム</b> (▲53億円)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ <b>一般大型リフォームの受注減</b><ul style="list-style-type: none"><li>- 人員増強・営業員育成の遅れ</li><li>- 天候不順、商談～完工の長期化</li></ul></li></ul>
<p><b>海外</b> (▲19億円)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ <b>工事遅延、契約交渉の遅れ</b></li><li>✓ <b>台湾の市況停滞</b></li></ul>

( )は上期売上 期初予想差

上期の反省

売上の見極めが遅れたため、  
先行投資の抑制が効かず 収益悪化

## 下期重点方針

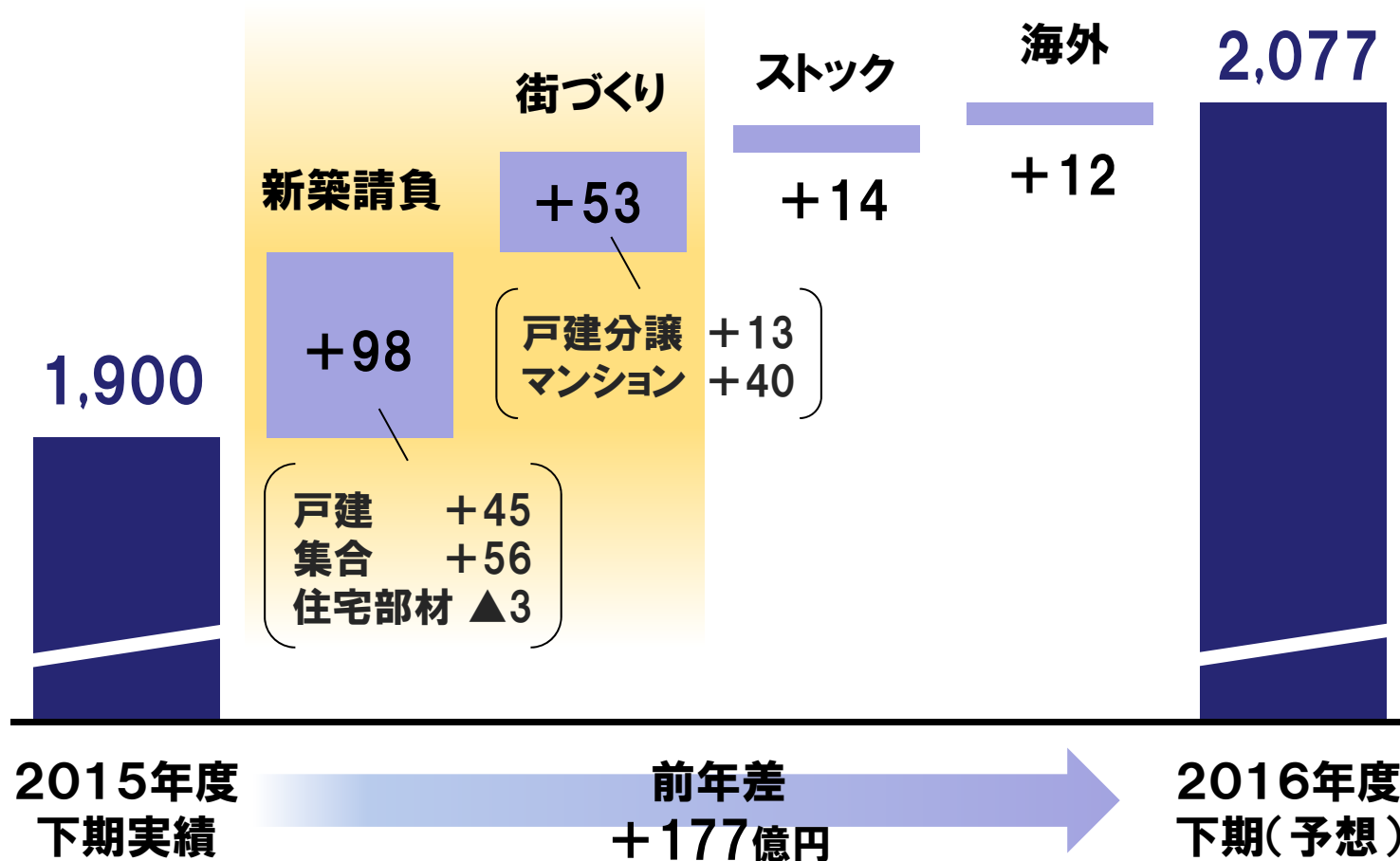
### 修正公表値(業績予想)の達成

- 販管費の見極めとメリハリある先行投資
- 受注残物件の着実な完工
- 経営基盤の再構築に着手

# 下期売上予想

## 新築請負・街づくりが牽引

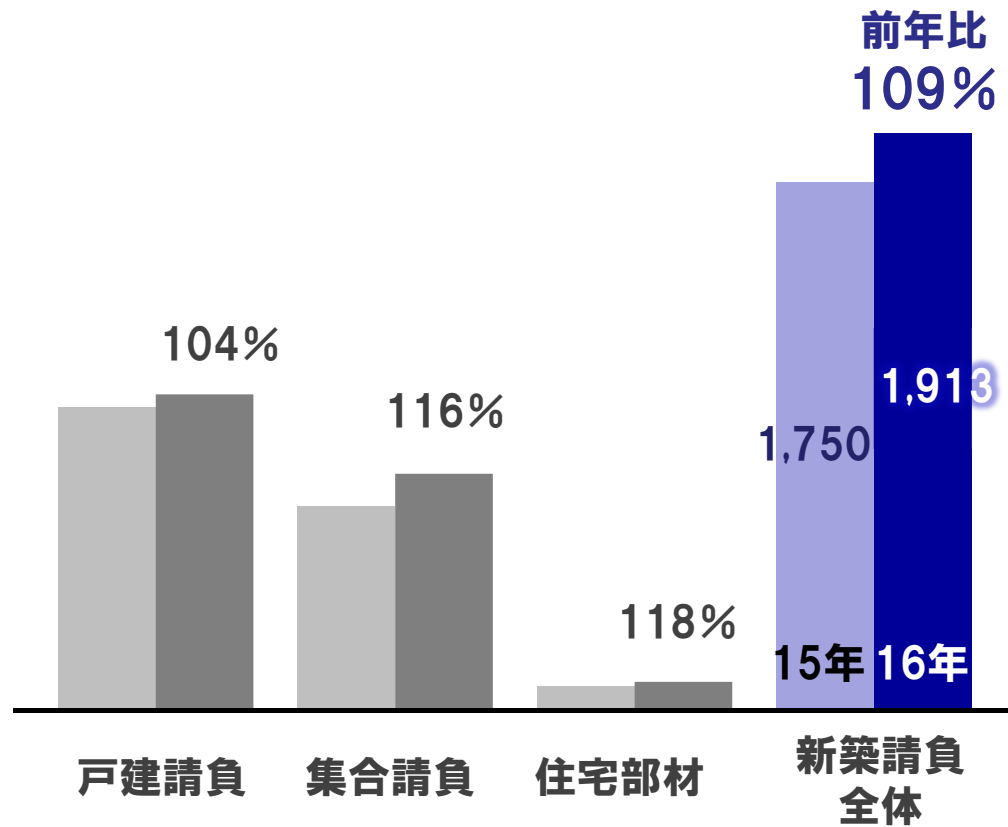
(億円)



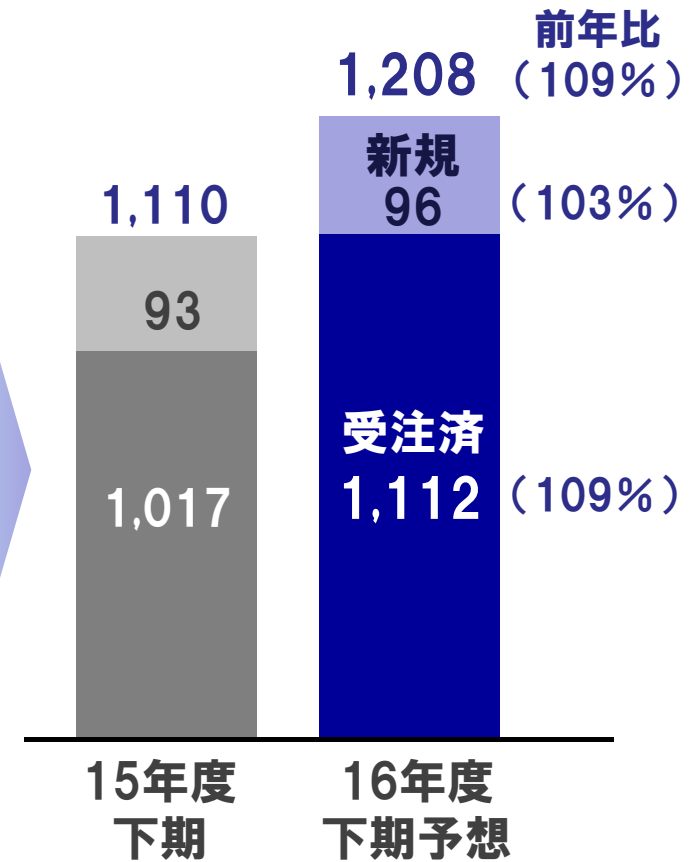
## 9月末受注残により、下期売上予想の92%を充足

(億円)

<9月末 受注残金額>



<下期売上充足状況>



## 確保済物件の販売加速により増販を実現

### ■ 分譲マンション

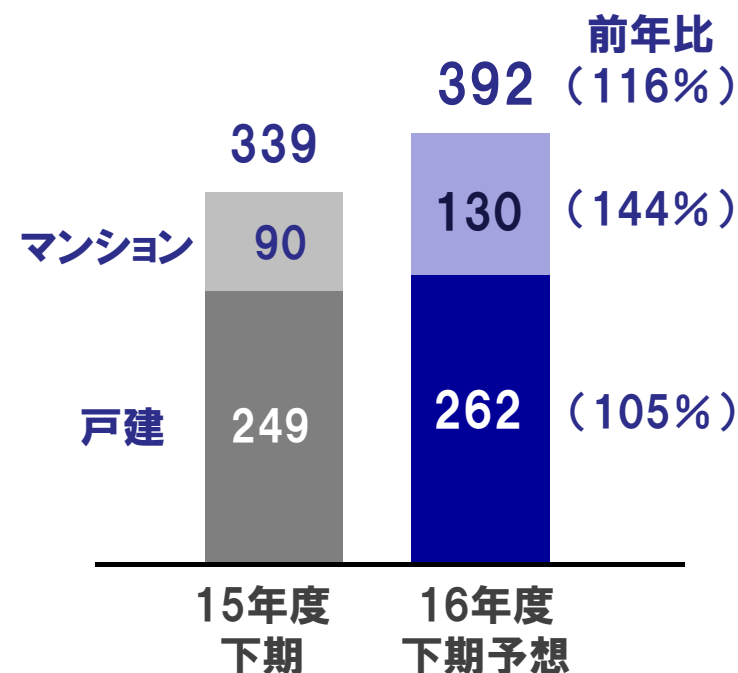
- 下期販売物件：5件 160億円相当  
下期売上予想金額の約60%を受注済

### ■ 分譲戸建

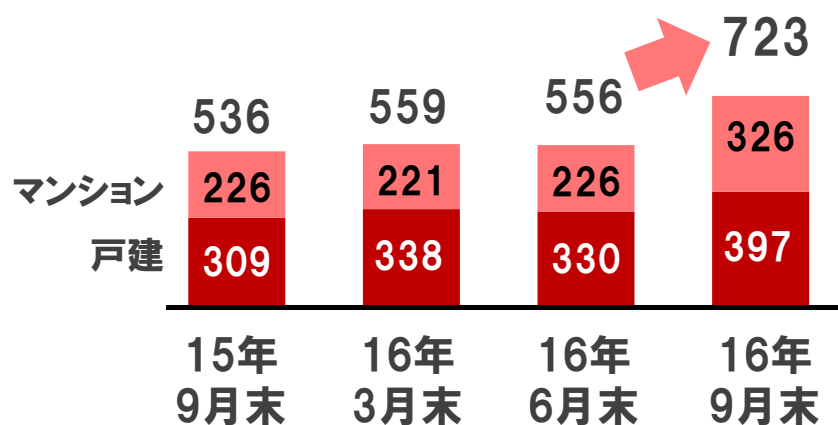
- 販売用土地在庫を確保済

(億円)

<下期売上予想>



<販売用土地在庫推移>



## 展示場の改革

- 価値訴求の高位平準化と、重点エリア(東名阪)への人員シフト
- 全223拠点の市場性を見極め、集約実施

## 販管費の見直し

- お客様満足に繋がらない あらゆる無駄をカット
- 全ての販管費項目を見直し

## 完工の平準化

- 期末完工集中の受注体質是正に向けたベース作り

<b>低層戸建</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ZEH100%提案と、ターゲットを明確にした新商品の訴求による受注拡大（子育て世代向け「カサート シェアデイズ」、高級木造「アーティム」）</li></ul>
<b>集合住宅</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 女性視点「ラシーネ」を核とした他社との差別化</li><li>• 「フィカーサ3」を中心に3階建て賃貸市場を攻略</li></ul>
<b>多層階住宅</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 「ビューノ9」の展開と体制強化により、多層階の訴求を強化、徹底攻勢</li></ul>



集合住宅：女性視点の上質感あるインテリア



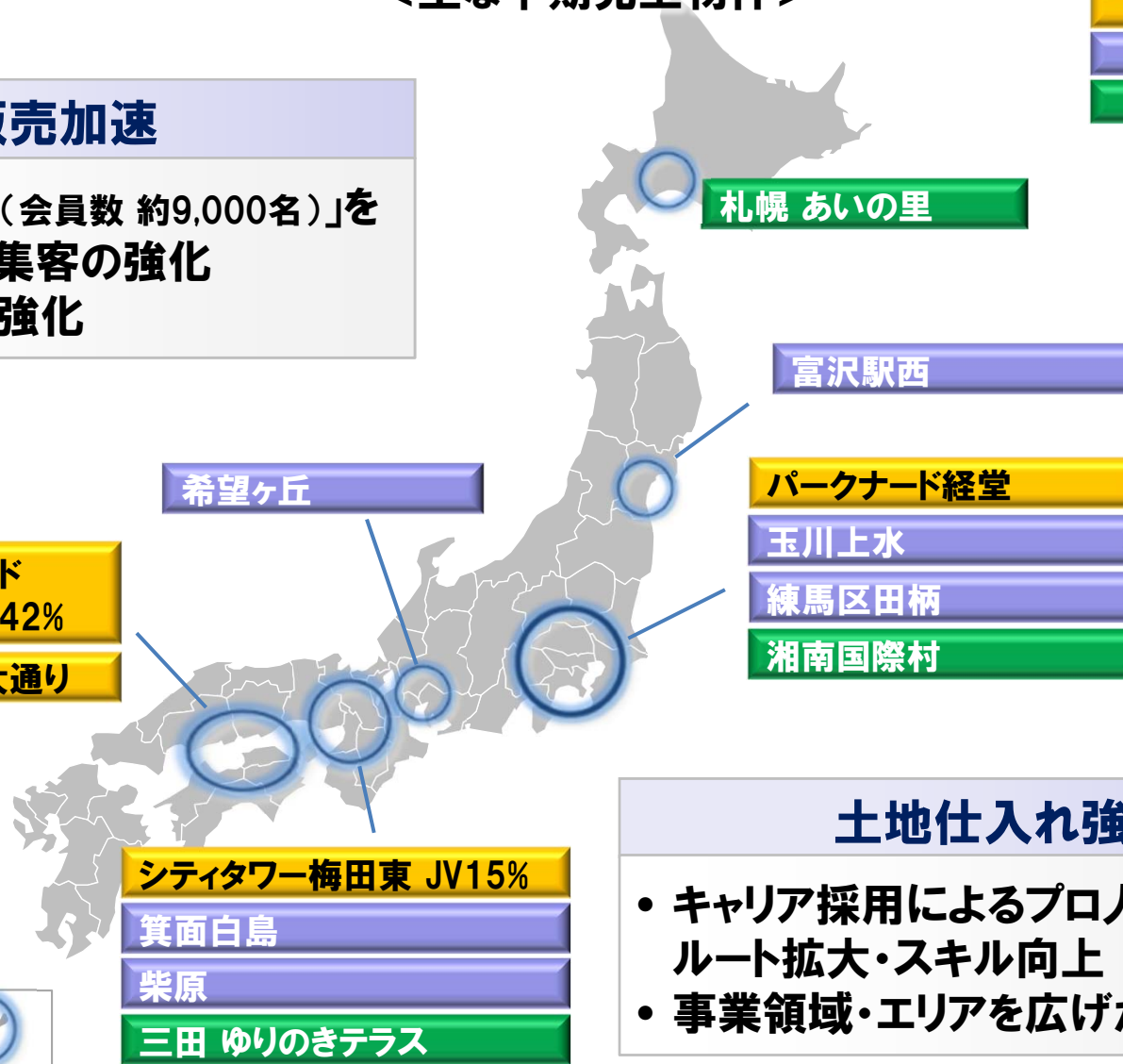
9階建多層階住宅「ビューノ9」

## <主な下期売上物件>

- マンション
- 戸建
- 木造戸建

### 販売加速

- 「分譲友の会(会員数 約9,000名)」を通じた提案・集客の強化
- WEB広告の強化



### 土地仕入れ強化

- キャリア採用によるプロ人材の配置でルート拡大・スキル向上
- 事業領域・エリアを広げた仕入れ推進



## 既存 リフォーム

- 人員増強と、研修を通じた営業力強化
- 重点商材(キッチン、塗装等)の品種拡充と提案促進
- 住宅展示場、パナソニック ショールームとの連携強化
- パナホーム住宅オーナーへの提案強化

## 新規成長

- アライアンス・M&Aも視野に、推進体制を強化



パナソニックリフォーム(株)直営店は現在50店舗  
(16年9月末)



16年度下期:首都圏を中心に6店舗オープン予定

<b>台湾</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• マンション等 建築請負(13件)の着実な建設推進</li><li>• ショールームを基点とした内装請負獲得</li></ul>
<b>ASEAN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• W-PC構法:日本品質での着実な建設推進</li><li>• インドネシア:現地JVと協同で受注推進</li></ul>
<b>体制強化</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 現地の人員増強による意思決定のスピードアップ</li><li>• パナソニック アジア拠点との連携強化により、良質案件の開拓推進</li></ul>



マレーシア「AMANプロジェクト」住宅外観イメージ



マレーシア「Maple @ Hillpark Shah Alam North」街区イメージ

1. 上期の総括と下期の取り組み

2. 新中期計画について

## 事業環境変化への機敏な対応

経営体質の  
更なる強化

事業構造の変革  
(新築偏重からの脱却)

適切なリソース配分  
(人員・資金)

# 中期計画で目指すこと



## 3つの社長直轄プロジェクトを実行

### 経営体質強化

- 仕事のやり方・仕組みの変革  
(完工平準化、営業生産性向上)
- 徹底したコスト削減

### 事業加速化

- メリハリの効いた投資による成長加速と  
新たなビジネスモデルづくり
- 暮らし文化思想を核とした  
ブランド力強化による認知度向上

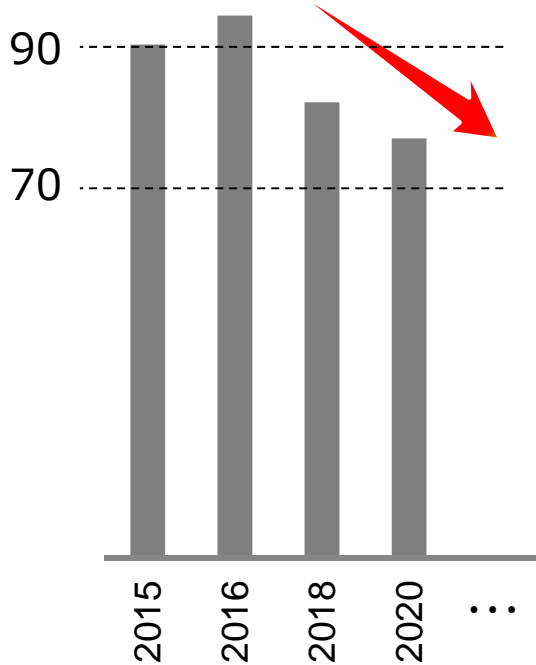
### 会社変革

- 責任と権限の再定義による  
「自創」経営への風土改革
- 人が育つ仕組みづくり

## 国内住宅市場

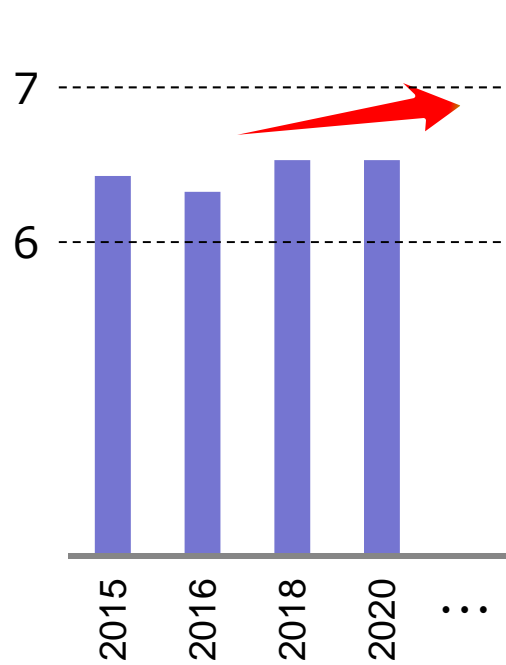
### 新設着工戸数

万戸



### リフォーム市場規模

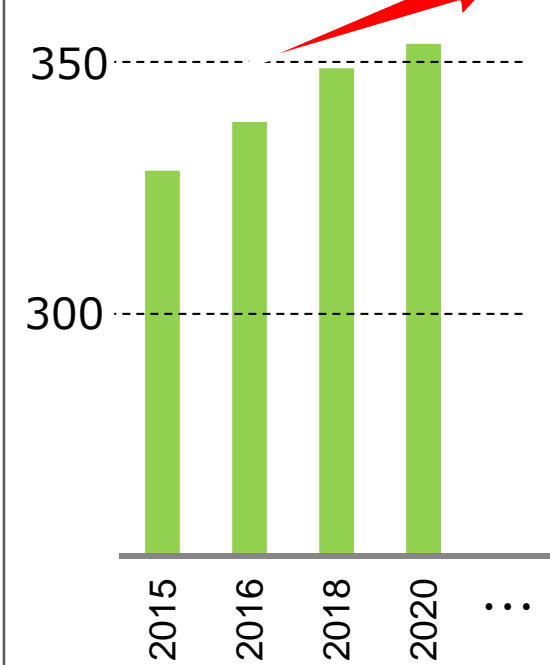
兆円



## 海外住宅市場

### アセアン4カ国※ 新設着工戸数

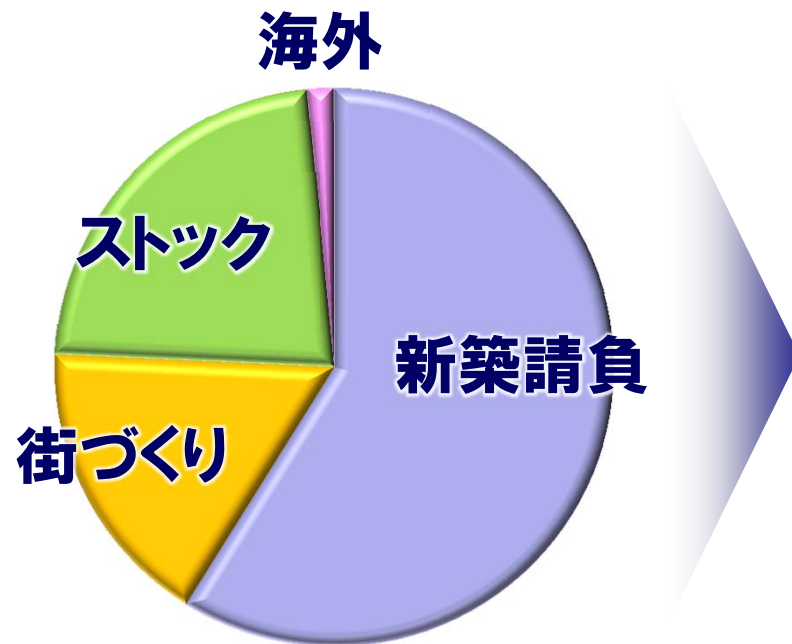
万戸



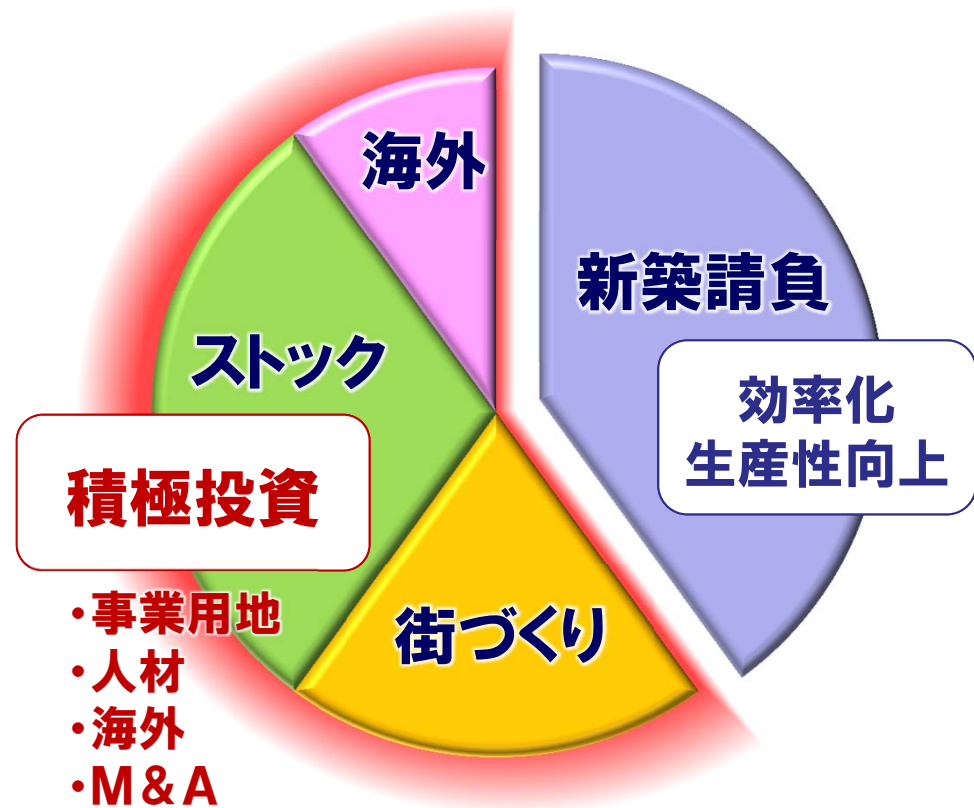
※インドネシア、マレーシア、タイ、ベトナム

4事業を中心とする成長戦略は不変  
バランスの取れた事業構成で成長を実現

15年度 売上構成



目指す姿





**特長のある会社**

**信頼される会社**

**社員が誇れる会社**



## パナホームの原点

住まいは  
人間が生活していく上で  
最も大切なもの、  
それにふさわしい  
良い家をつくりたい

**(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。**