



Prime
Life
Technologies

中期経営計画について

(2023年度～2025年度)

プライム ライフ テクノロジーズ株式会社

北野 亮

2023/05/16





はじめに

Mission Vision Value/基本姿勢 3

2030年のあるべき姿 4



——— 暮らしの“あたりまえ”をかえていく ———



——— 5つの事業セグメント ———



メーカー・ビルダーからデベロッパーへ、そして“暮らしサポート事業者”へ進化

Panasonicの設備デバイス/TOYOTAのモビリティ



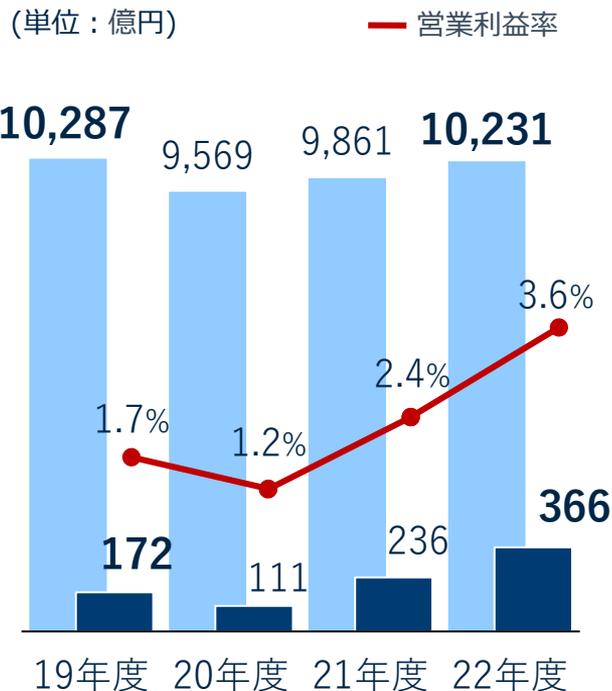


① Phase1 (20~22年度) 振り返り

Phase1 経営実績	6
Phase1 振り返り	7
トピックス	8

19年度に対して増益、22年度営業利益366億円と過去最高益に迫る

過去最高益 = 事業会社5社の過去最高益を合算



連結業績

(単位：億円)

	22年度	
	実績	対19年
売上高	10,231	▲ 55 CAGR 100%
営業利益 (%)	366 3.6%	194 +1.9pt
経常利益 (%)	358 3.5%	180 +1.8pt
当期利益 (%)	233 2.3%	189 +1.9pt

セグメント別

(単位：億円)

	22年度					
	売上	(対19年)	(CAGR)	営業利益	(%)	(対19年)
新築請負セグメント	5,733	▲ 340	98%	87	1.5%	+ 1 +0.1pt
ストックセグメント	2,000	+ 147	103%	100	5.0%	+ 53 +2.5pt
街づくりセグメント	1,132	+ 128	104%	113	10.0%	+ 90 +7.8pt
海外セグメント	637	+ 353	131%	40	6.3%	+ 55 +11.8pt
建設セグメント	572	▲ 233	89%	14	2.6%	▲ 15 ▲1.1pt

収益性改善とポートフォリオ変革は道半ば、シナジー/カルチャー・マインドUPは前進

営業利益の増減要因

(単位：億円)



機能別連携によるシナジー追及

20-22年度
延べ **18**ワーキング
6委員会



カルチャー醸成・マインドUP

情報共有

会話・交流

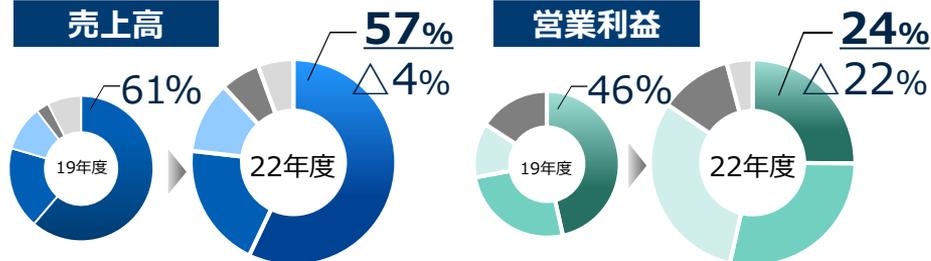
横断活動



事業ポートフォリオ (新築請負セグメント)

売上高

営業利益



戦略・組織能力の再設計

5社経営陣中心にPhase1で検討、Phase2から実行

各社が持つ“資産”を活用し、グループ内連携と技術力強化を具体化

—— ウェリスクエア代田橋 ——



- 所在地：東京都杉並区「複合開発ビル」
- オープン：2022年8月20日
- 敷地面積：2,418㎡
- 延床面積：7,452㎡
- グループ参画会社：ミサワホーム、松村組
パナソニック建設エンジニアリング
- 主な特徴：トヨタグループの企業不動産活用

—— MIYOSHI MIRAITO —— (ミヨシ ミライト)



- 所在地：愛知県みよし市「大規模分譲」
- まちびらき：2020年10月14日
- 開発総面積：198,926㎡
- 総区画数：288区画
- グループ参画会社：プライム ライフ テクノロジーズ、
トヨタホーム、パナソニック ホームズ、ミサワホーム
- 主な特徴：クルマで給電を搭載しレジリエンス向上

—— Suita SST —— (サステイナブルスマートタウン)



- 所在地：大阪府吹田市「複合都市開発」
- まちびらき：2022年4月29日
- 開発総面積：23,379㎡
- 総戸数：362戸
- 当グループの参画会社：パナソニック ホームズ、
パナソニック、プライム ライフ テクノロジーズ
- 主な特徴：日本初の「再エネ100タウン」

—— 建設現場のあたりまえを建設AIでかえていく“CONSAIT” ——

22年度～第一弾として

「配筋検査サービス (AI搭載)」実証の開始

- サービス運営者：プライム ライフ テクノロジーズ
- デバイス技術提供：パナソニック
- プラットフォーム・ソフト開発：パナソニック コネクト
- 共同パートナー：共研20社（松村組含むゼネコン各社）





② Phase2 (23~25年度) 基本方針と重点取組み

環境認識	10
Phase 2 の位置づけ	11
Phase 2 における重点取組みテーマ	12
住宅事業No.1の実現	13
“販売スタイル/生産・物流”革新	14
循環型ビジネスの構築	15
“カーボンニュートラル/DX”ビジネス化	16
海外事業の拡大	17
カーボンニュートラルの加速	18,19
人的資本経営/グループガバナンスの強化	20

持続的成長の実現に向けて、社会課題に対する抜本的な対策が必須

市場縮小

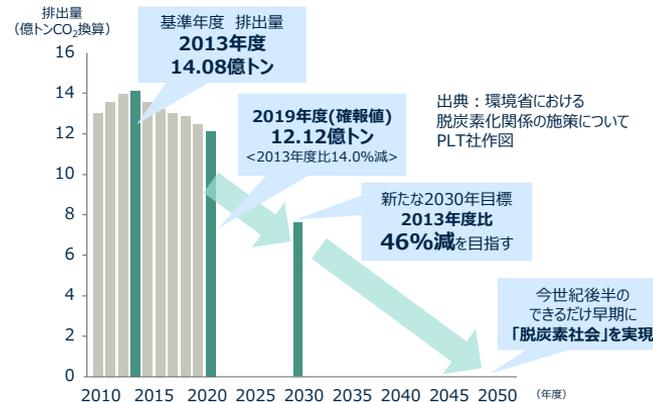
国内・新築住宅着工
縮退必至
60万戸時代へ



脱炭素

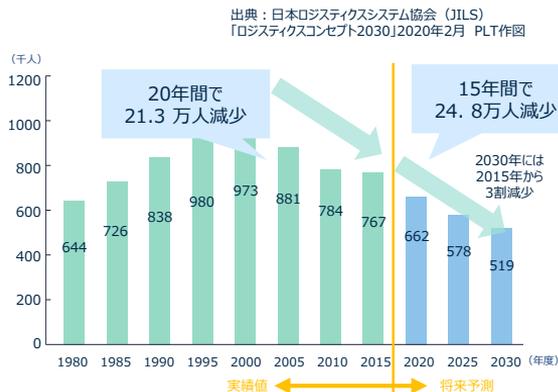
日本の温室効果ガスの
推移と目標

カーボン
ニュートラルを
成長機会へ



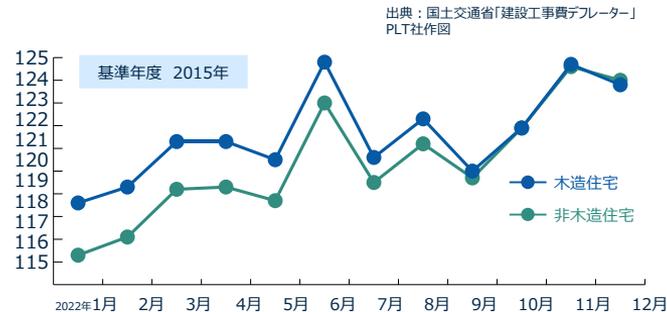
2024年問題

物流分野の
労働需給の予測
物流業の
生産人口減少は
リスクに

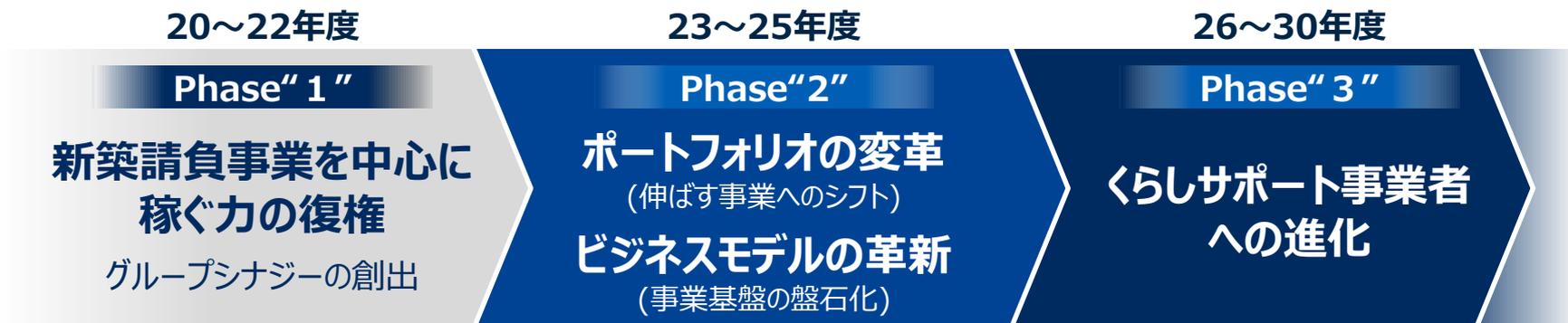


建築費高騰

2022年以降の
建設工事デフレター
複数要因で
止まらぬ
建築費高騰



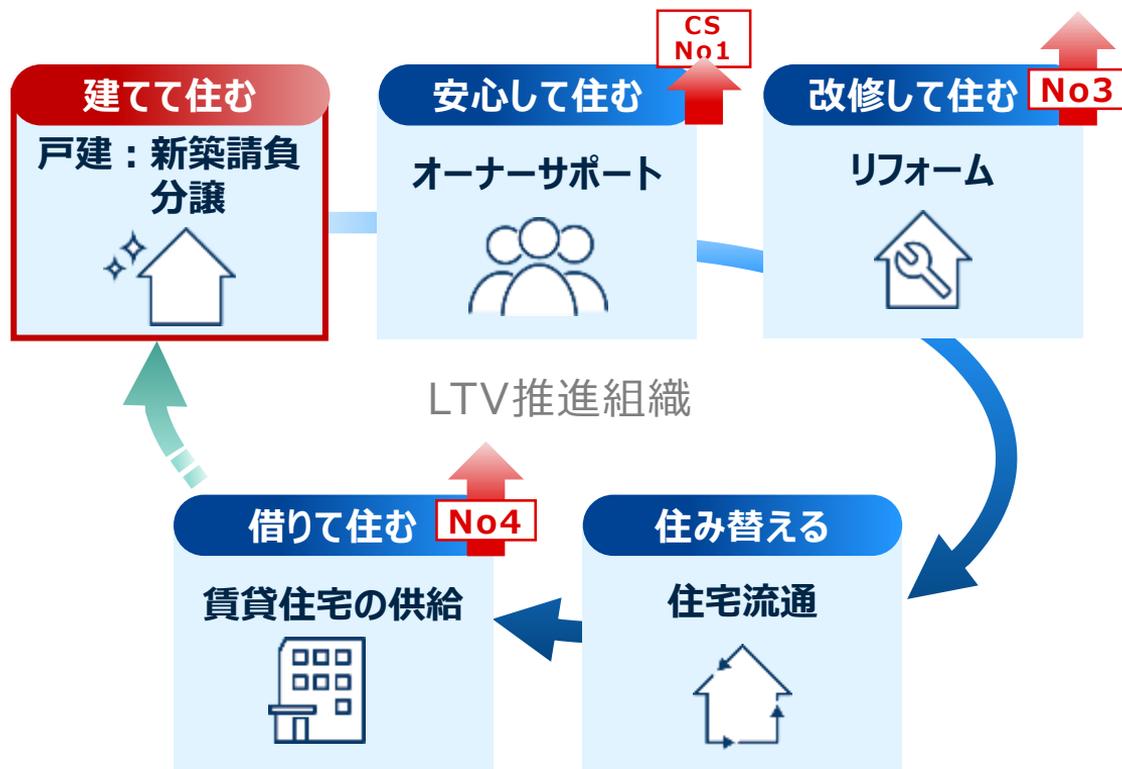
くらしサポート事業者への進化に向けて、“事業構造を変える”フェーズ



7つの重点取組みテーマを設定

	住宅事業	開発事業
ポートフォリオ 変革	① バリューチェーンを結合 住宅事業No.1の実現	③ 売却型→ 循環型ビジネスの構築
	⑤ 領域の多層化 海外事業の拡大	
ビジネスモデル 革新	② “販売スタイル/生産・物流”革新	④ “カーボンニュートラル/DX”ビジネス化
ESG 経営	⑥ カーボンニュートラルの加速 = 社会課題・解決 & 事業機会・創出の両立	
	⑦ 人的資本経営/グループガバナンスの強化	

戸建住宅に加え、賃貸住宅/ストック事業を含めた住宅事業としての業界No.1を目指す



住宅流通事業の拡大

買取再販/買取(保有)賃貸等
新たな需要への対応



多様な賃貸住宅の供給

商品ラインナップをグループ内で補完
2030年賃貸販売No.1を目指す



LTV = Life Time Value(生涯顧客価値)

DX化による新たな販売スタイルの創出と、グループ最適となる生産・物流改革を加速

新たな販売スタイル

脱展示場営業に向けた、デジタル接点を拡充

DXの活用による受注プロセスの変革



共通プラットフォーム

顧客DB

ライフステージに合わせた最適なサービスを提供

生産・物流改革

25年度に物流生産性最大化

24年問題への対応とコスト最適化をグループで実現

25年度
想定物流費
150億円

取組み
事例

生産/加工

生産拠点最適化

調達物流

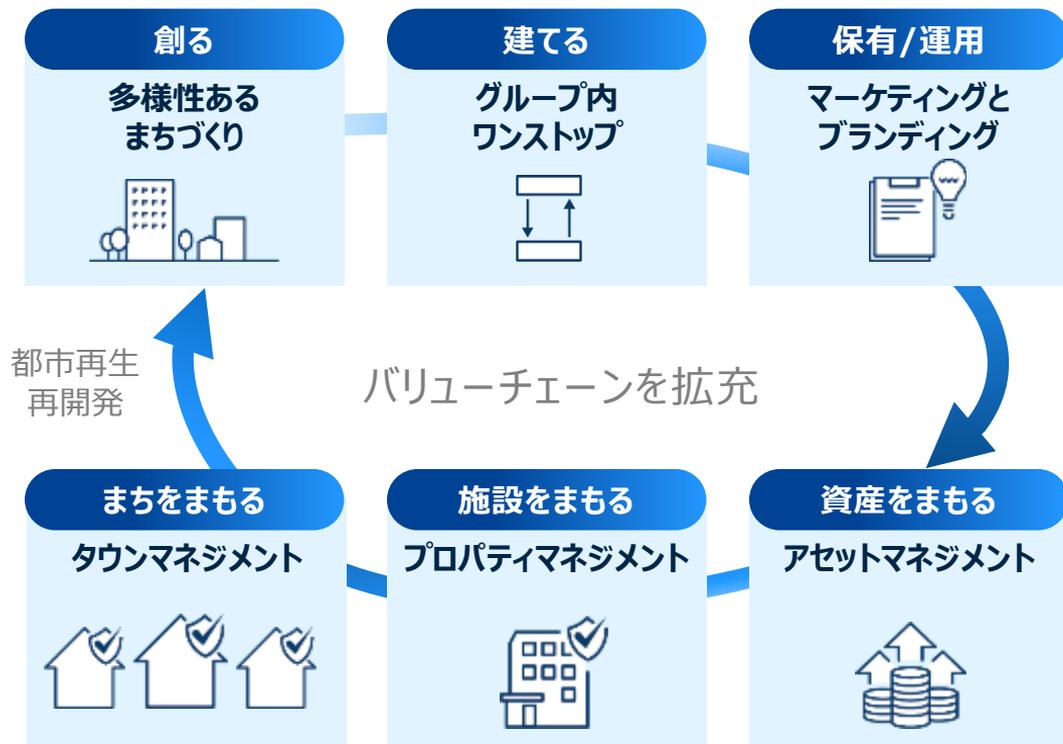
共同輸送

納品物流

輸送能力最適化



「開発売却型」から「保有運用型」へ変革、バリューチェーンを拡充し事業収益を拡大



— グループ街づくり組織発足 —

グループ内リソースを集結
大規模/非住宅開発の専任部門



— 保有資産残高の拡大 —

(単位: 億円)

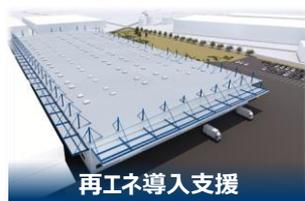


建設事業の新たな成長戦略として、環境ソリューション提案と建設DXをビジネスとして確立

環境ソリューション提案

超省エネ・レジリエンスの強化と再エネ導入支援

用途に合わせたソリューションと低炭素資材の活用



設計提案力強化



建設DX

CONSAIT事業立上げ

「検査」の煩雑な手間をデジタルとAIにより解決



Phase 1

実証実験

Phase 2

汎用アプリ 事業化へ

27年度
売上高

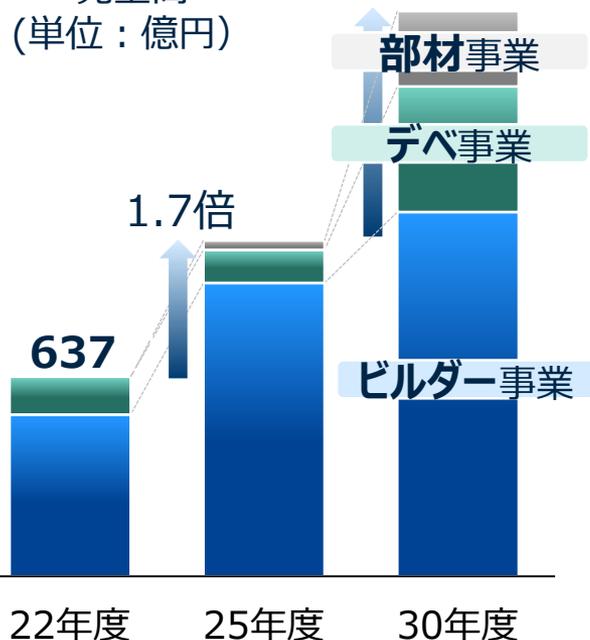
50億円

シームレスなBIM基盤構築



ビルダー事業は非連続に成長、デベ事業/部材事業は新たな収益源として基盤確立

売上高
(単位：億円)



ビルダー事業

米国/豪州で展開地域の拡大と、新たな事業領域の拡充を実現

(展開地域の拡大)

米国：ビルダーM&Aを積極推進

豪州：支店の拡充



デベ事業

アジア分譲事業での持続的成長と、米国賃貸開発事業を加速

米国でビルダー/開発事業を融合

Phase 3に向けて街づくりを習得

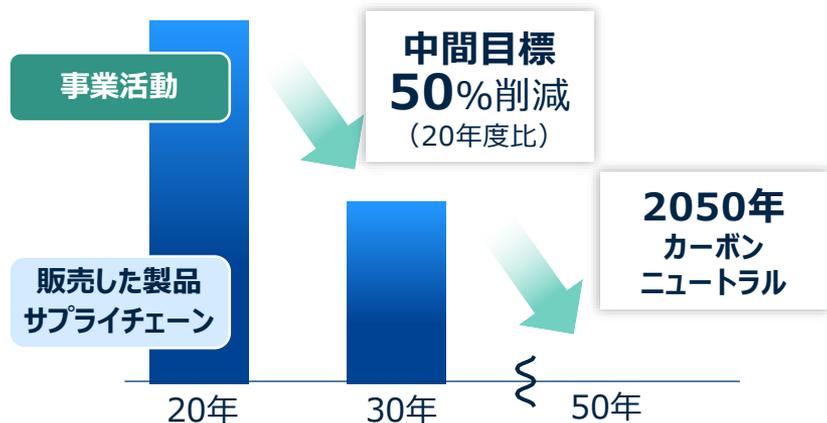


部材事業

ニュージージーランドでの部材販売を開始、事業基盤を構築

建設・住まい・まちづくりを通して、2050年までにカーボンニュートラルを実現

カーボンニュートラルへの挑戦



国際イニシアチブ「RE100」に加盟



2040年
事業活動における
再エネ化率
100%達成

各事業における実施事項 (20年度比)



2030年温室効果ガス排出量50%を目指す

新築	新築戸建 ZEH率	集合住宅	低層住宅 ZEH-M率
	90%		50%
ストック	断熱・省エネリフォームによる 一次エネルギー消費削減貢献量	サプライヤー	主要サプライヤーへの対応 基盤づくりと低減化支援
	30%増		

※新築・集合住宅におけるサプライチェーン全体としての目標値



2030~40年のできるだけ早い段階で、
温室効果ガス排出量を**40%削減** ※建設事業は事業活動Scope1.2のみ



カーボンニュートラルに対応した
サステナブルなまちづくりへの取り組み

オフサイトPPA/FIPを活用した
住宅展示場への再エネ電力の供給

業界初

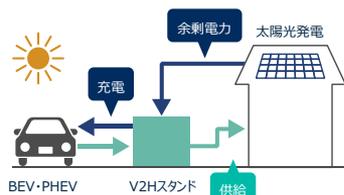
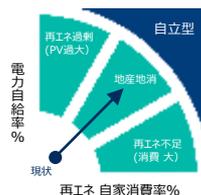
卒FIT電力買取の強化

全ての提供空間でカーボンニュートラルを目指し、「再生可能エネルギーの自立循環」に挑戦

住宅分野

V2Hにとどまらない『V2X』

EV連携で住宅での再エネの自家消費率を高める



住宅で使い切れない再エネを、EVを通してまち全体で活かす



まちづくり分野

再生可能エネルギーのエリア（まち）での循環

コミュニティレベルでの水素エネルギー活用実証への参画



エリア内の水素搬送にUGV（無人地上車両）を活用試行



中期的な企業価値向上に向けてグループ経営を強化

人的資本経営

多様な人材が活躍できる環境づくりと価値創造

人にやさしい経営 = 人材確保

ダイバーシティ&インクルージョン (D&I)

ES (従業員満足度) 向上の取り組みを強化



D&Iポリシー



PLTグループ横断メンバーで策定

グループガバナンス

横断的な組織体系を拡充、牽制と透明性を確保

監視機能の充実とヘルプラインの設置

リスクマネジメント&コンプライアンス

グループ全体で取り組みを強化し、社会的貢献度を最大化

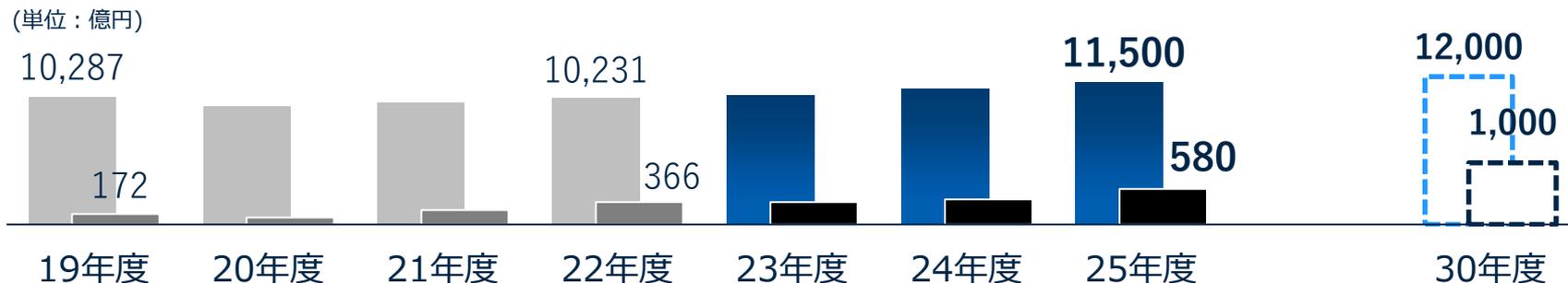




③ Phase2 (23~25年度) 経営計画

Phase2 経営計画	22
Phase2 財務戦略	23
Phase2 投資効果の目論見	24

年度単位での持続的な成長と、25年度に営業利益率5%を実現



(単位：億円)

	22年度				25年度			
	実績		対19年		計画		対22年	
売上高	10,231		▲55		11,500		+1,269	
			CAGR 100%				CAGR 104%	
営業利益 (%)	366	3.6%	+194	+1.9pt	580	5.0%	+213	+1.5pt
経常利益 (%)	358	3.5%	+180	+1.8pt	555	4.8%	+196	+1.3pt
当期利益 (%)	233	2.3%	+189	+1.9pt	357	3.1%	+124	+0.8pt
ROE	6.8%		+5.4%		8.9%		+2.1%	

Phase3に向けて、海外への「成長投資」と国内の「不動産開発投資」を優先

(単位：億円)

キャピタルアロケーション

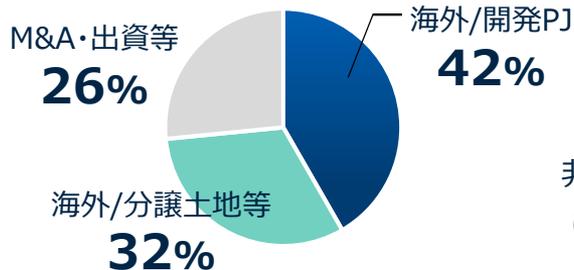


中長期における基本方針

	Phase2	Phase3	
ROE	8%以上	10%以上	資産効率を高め、投資資金を創出
D/Eレシオ	0.7倍	0.5倍前後	一時的に成長投資枠を拡大後、適正化
グロス投資額	7,500億	同水準	国内分譲投資は回転率1.0倍

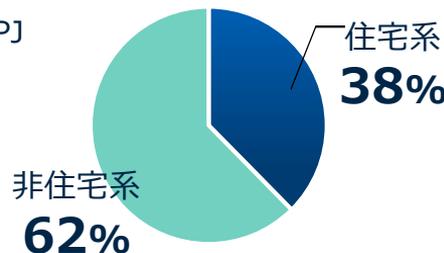
成長投資

海外/M&A等へ積極投資



不動産開発投資

保有資産残高の最大化

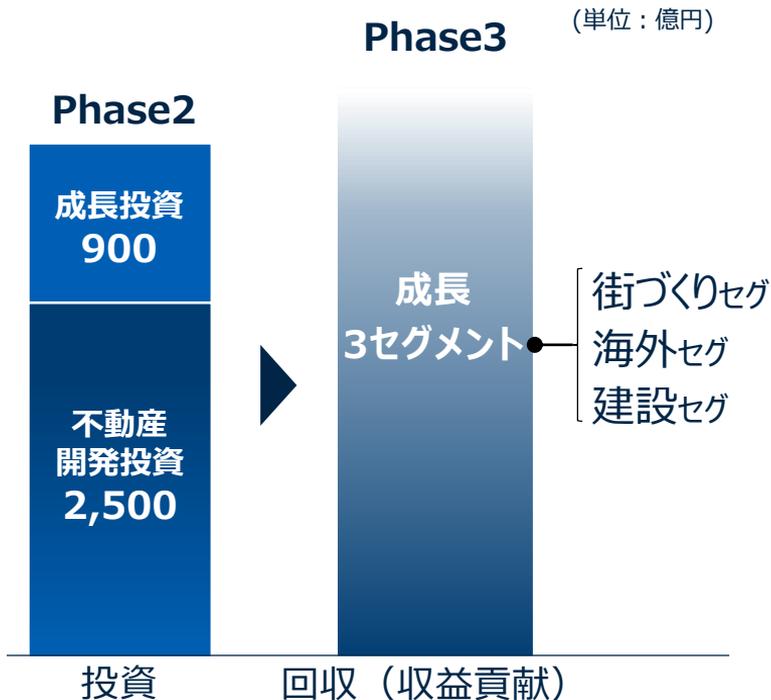


東京都大田区 (複合施設)



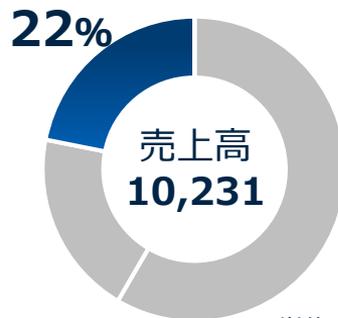
CRE活用 (物流倉庫)

Phase2の積極投資は、Phase3のポートフォリオ変革に貢献



ポートフォリオの変革

2030年に成長3セグメントの売上構成を10%拡大
 新築請負/ストックセグメントは収益最大化



(単位: 億円)



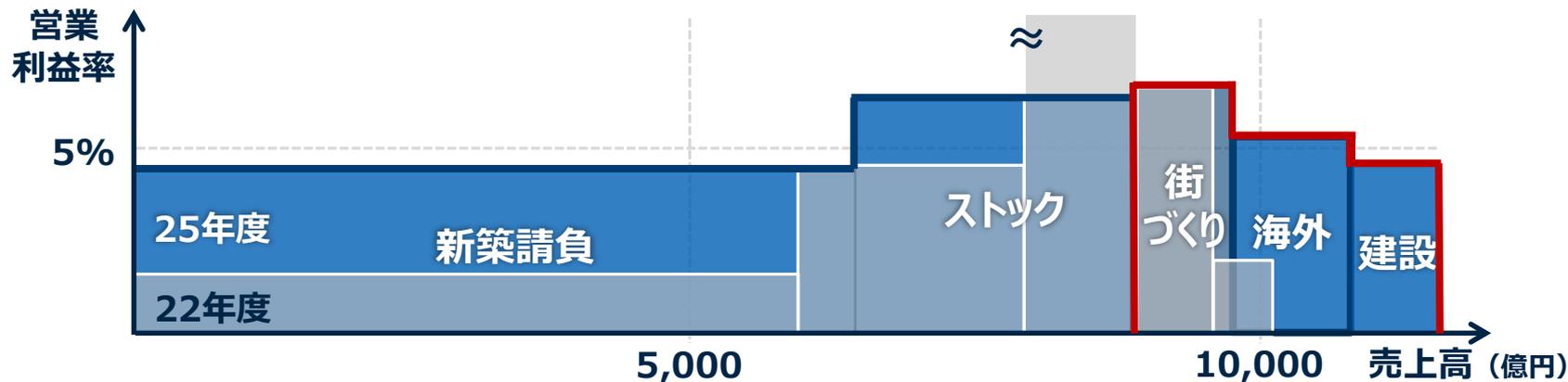
(単位: 億円)



④ セグメント事業計画（23～25年度）

セグメント別 事業計画	26
新築請負セグメント	27
ストックセグメント	28
建設セグメント	29
海外セグメント	30
街づくりセグメント	31,32

新築請負/ストックは収益力改善、街づくり/海外/建設はPhase3に向けた仕込みを優先



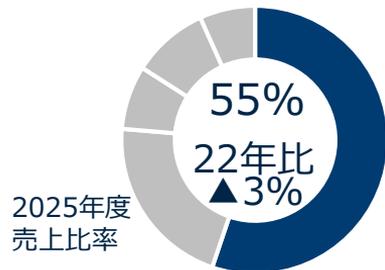
【セグメント構成…22年度実績を組み換え】

- ・新築請負：戸建住宅／特建商品の製造／販売、戸建分譲
 - ・ストック：リフォーム／不動産関連事業
 - ・街づくり：マンション分譲／大型分譲地含む開発事業
 - ・海外：海外事業
 - ・建設：松村組／建設エンジニアリング
- ※上記以外に、その他事業（介護等）と本社／消去あり

(単位：億円)

	22年度			25年度						
	売上	営業利益	(%)	売上	(対22年)	(CAGR)	営業利益	(%)	(対22年)	
新築請負セグメント	5,888	91	1.6%	6,404	+ 516	103%	302	4.7%	+ 210	+3.2pt
ストックセグメント	1,983	93	4.7%	2,452	+ 469	107%	153	6.2%	+ 59	+1.5pt
街づくりセグメント	996	116	11.7%	892	▲ 103	96%	57	6.4%	▲ 59	▲5.3pt
海外セグメント	637	40	6.3%	1,072	+ 434	119%	55	5.2%	+ 15	▲1.1pt
建設セグメント	572	14	2.6%	780	+ 207	111%	35	4.5%	+ 20	+2.0pt

各社の強みを活かした商品/エリア戦略と、機能/技術の相互補完を加速



2025年度
売上比率

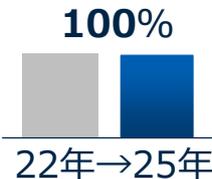
人材 ・再配置/生産性拡大
(設計/建設/営業)

成長 ・戸建受注棟数
25年度 **11,900**棟
※分譲受注を含む
・賃貸受注棟数
25年度 **3,400**棟

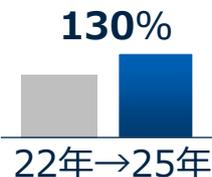
資金 ・販売用在庫
回転率1.0倍

受注棟数の拡大

戸建商品×エリア戦略
一次取得/ボリュームゾーンの攻略
土地/建売/企画型商品の拡充



賃貸住宅販売の拡大
首都圏/愛知中心に人材投下
商品ラインナップの補完



工業化住宅の“進化”

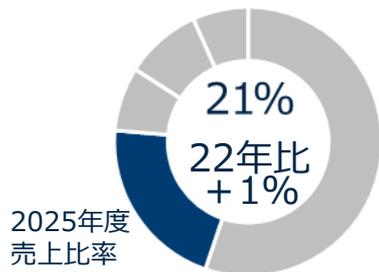
材料高騰に対する原価低減

リードタイム短縮
物流費/現場施工費の低減

機能連携の更なる深耕 Phase3の あるべきバックヤード機能の検討



98万のオーナー様に寄り添い、満足度最大化と社会課題解決を両立



人材

- ・リフォーム人材増強
25年度 **1,900名**
(+270)

成長

- ・オーナーリフォーム売上
25年度 **800億円**
(+160)
- ・買取再販事業
25年度 **450棟**
(+270)

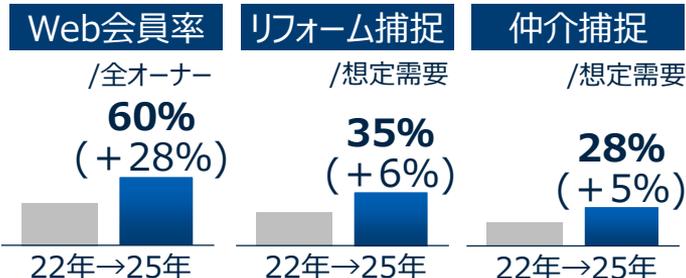
つながり続けるビジネスモデルの創出

くらしサービスの充実

新たな顧客接点の創出/最大化

LTV推進組織の新設

顧客接点のデジタル化と需要創出



事業領域の拡充

付加価値提案型リフォーム

国策連動/商品のパック提案

買取再販、保有賃貸

不動産流通×リフォーム事業の連携

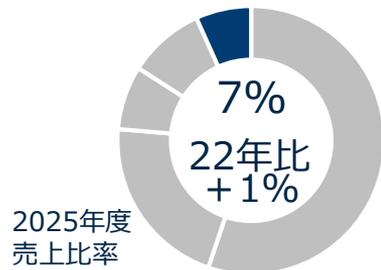
社会課題への挑戦

団地再生/地域の活性化

- ・買取/リフォーム強化
- ・空き家対策の推進



環境ビジネスでの成長と総合建設業としての事業基盤を確立し、街づくり事業に貢献



人材	・建設技術者の獲得 25年度 260 名 (+80)
-----------	---

成長	・グループ内建設受注 25年度 170 億円 (+77)
-----------	---

資金	・M&A推進 ・建設DX投資
-----------	-------------------

() は22年度比の増減

新たな成長戦略

ZEB/グリーン建築
 カーボンニュートラル提案による需要創造



ZEB化設計 : 50%
 ※松村組 : 非住宅設計案件

積極的なM&A推進
 ex土木系ゼネコン等



ZEH-M化 : 50%
 ※松村組 : 住宅系施工案件

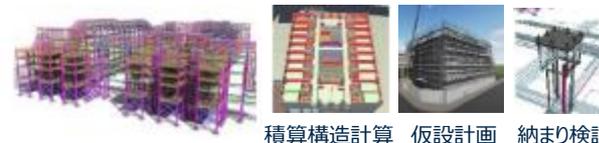
建設技術者の確保/育成

グループ共通施策
 キャリア採用/資格取得/流動化



街づくり事業への貢献

5社連携の日常化
 グループ案件へ川上から参画
 BIM連携(建設コスト最適化)



Phase2は戸建販売棟数を2倍にしつつ、デベ事業を中心に先行投資を加速



人材 ・海外事業人員数
25年度 **500名**
(+140)

成長 ・米国/豪州戸建販売
25年度**2,000棟**
(+920)

資金 ・Phase2投資
累計 **800億円**
うち米国 **700億円**

Phase2

ビルダー事業

米国事業領域の拡大

戸建賃貸事業への参入/宅地開発

豪州事業の事業基盤強化

設計・施工力拡充/中高層開発

米国/豪州 販売棟数

2,000棟



Phase3

デベ事業

アジア分譲プロジェクトの事業化

～2030年供給戸数3,600戸の実現



米国賃貸開発PJへの参画拡大

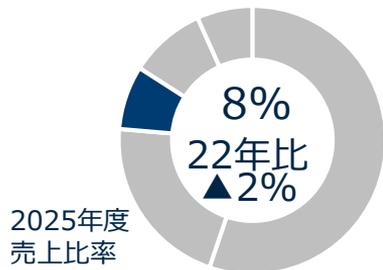
部材事業(NZ)

販売ルート確保と新規受注拡大



() は22年度比の増減

Phase 2 は分譲事業で収益を稼ぎ、開発/保有事業はPhase3に向けて仕込む



人材

- PLTまちづくり人材
25年度 **50名**
(+20)
- AM会社へ出向拡大

**成長
・
資金**

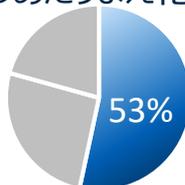
- 分譲事業投資
累計 **1,300億円**
※回転率1.0倍
- 不動産開発投資
累計 **2,500億円**

Phase2

分譲事業

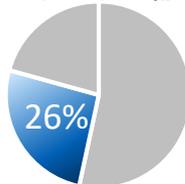
マンション分譲

環境対応 (ZEH-M) のあたりまえ化



戸建大型分譲

共同分譲の加速/街づくりノウハウの融合



Phase3

開発・保有事業

アセットポートフォリオの多様化

インフラ施設(物流)開発
アセットマネジメント機能の強化

保有資産の内訳 (25年度3,000億円)



くらしサービスの多様化

(タウンマネジメントの進化)

フラッグシップPJの事業化

(事業開発力の強化)

() は22年度比の増減

※円グラフは街づくりセグメントにおける売上構成

2030年に実現したい“PLTまちづくり”をPhase2から具体化

東京都 大田区 (複合開発)



宮城県 中核都市 (複合開発)



静岡県 三島市 (複合開発)



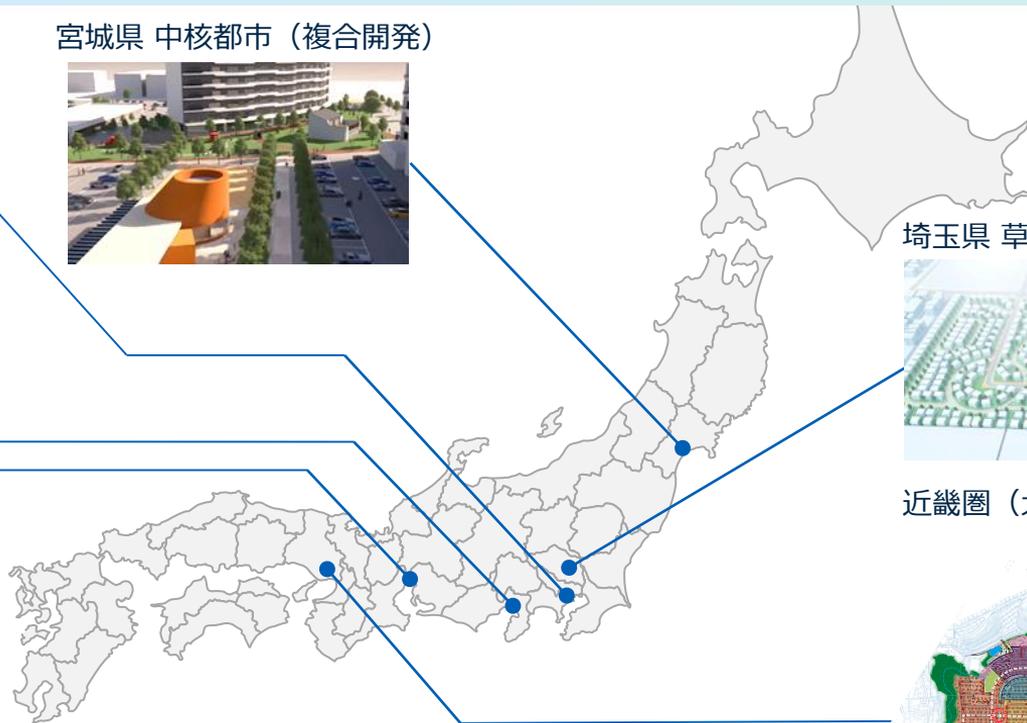
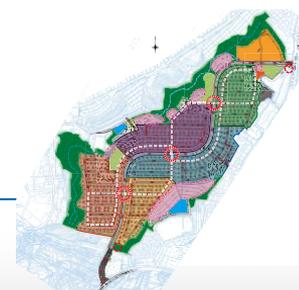
愛知県 名古屋市 (複合開発)



埼玉県 草加市 (大規模分譲)



近畿圏 (大規模分譲)



くらしの“あたりまえ”をかえていく

Prime Life Technologies

本資料は、当社が信頼できる情報に基づいて作成されておりますが、その正確性および完全性に関しては保証出来ません。本資料に記載されている将来予測等に関する情報は、発表日時点での当社の判断であります。

また、当社は将来予想に関する情報を更新または修正して公表義務を負うものではありません。実際の業績等は今後の様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があることをご了承ください。