

# 2009年度決算説明会

積水化学工業株式会社  
代表取締役社長  
根岸 修史

2010年4月27日

カンパニー別 売上高・営業利益

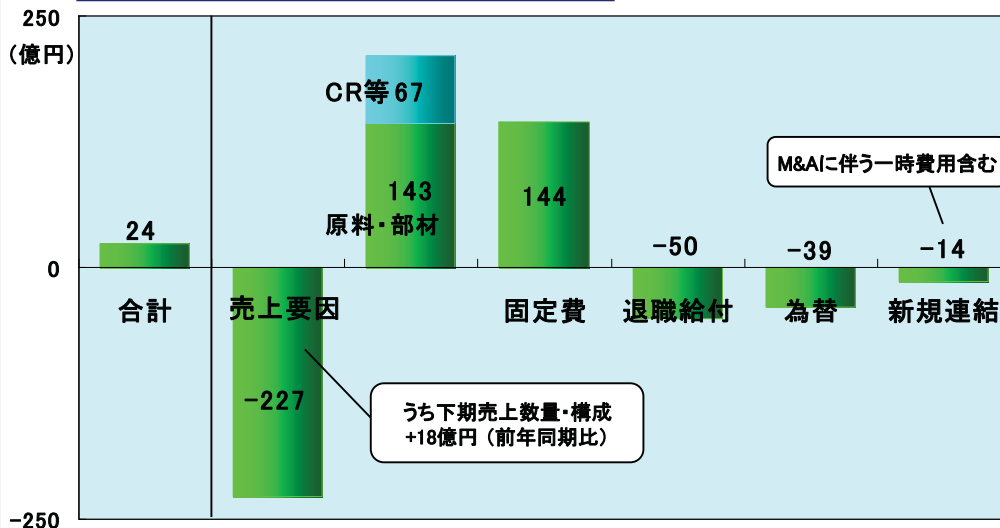
(億円)

	2009年度		2008年度		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
住宅	3,982	194	4,245	171	-262	23
環境LL	1,946	-24	2,252	17	-306	-41
高機能P	2,477	192	2,626	158	-150	34
その他	428	3	462	-7	-34	10
消去又は全社	-248	-6	-243	-3	-5	-3
合計	8,585	360	9,342	336	-757	24

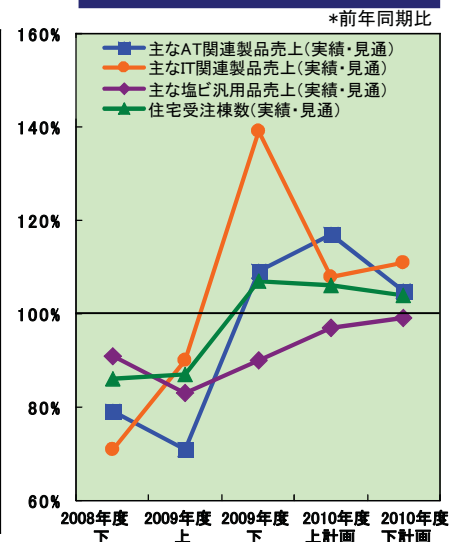
2009年度総括

1. 固定費削減・コストダウンが進捗、2010年度に向けた損益分岐点大幅引き下げに成功
2. スプレッド(売値-原料・部材、CR含む)を計画通り確保
3. グローバル戦略事業(AT・IT・MD)の需要が順調に回復
4. 上期住宅受注計画未達も、回復しつつある市場環境下で下期計画達成 ※3Q説明会時修正計画

2009年度営業利益要因分析(前年比)



主要事業の受注・売上高推移



市場見通し

- ・ 内需はペース緩やかながら回復基調
- ・ 中国等アジアを中心に新興国は力強く回復
- ・ 米国は回復基調、欧州はソプリンリスク等の影響で停滞

事業リスク

- ・ 主要原料価格が上昇傾向
- ・ 対ドル円安傾向も先行き不透明、対ユーロ円高傾向

	分野	事業環境	事業機会
グローバル事業	自動車関連分野	アジアを中心に米国も回復	補助金延長によるエコカーへの買い替え後押し 自動車軽量化・省エネ化ニーズの高まり
	IT・電子材料分野	液晶・半導体とも需要堅調	FPD材料の需要拡大 新エネルギー関連製品市場の拡大
	メディカル関連分野	市況に比較的左右されづらく 需要堅調	景気回復とともに新薬開発投資増 アジアを中心に新興国でも検査薬ニーズ増
	海外水インフラ関連分野	新規投資は新興国中心に潜在需要大 更生・更新需要は先進国中心に拡大	都市部既設インフラの老朽化 グローバル水問題深刻化
国内事業	国内水インフラ関連分野	建設投資は緩やかながら回復基調 新設等の公共工事は縮小	既設インフラ(施設・管)の老朽化、 耐震化ニーズ増
	住宅分野	景気回復基調で住宅取得マインドも 改善、政策効果も発現	高性能・高耐久住宅に対するニーズ増 ソーラー搭載住宅に対する政策後押し



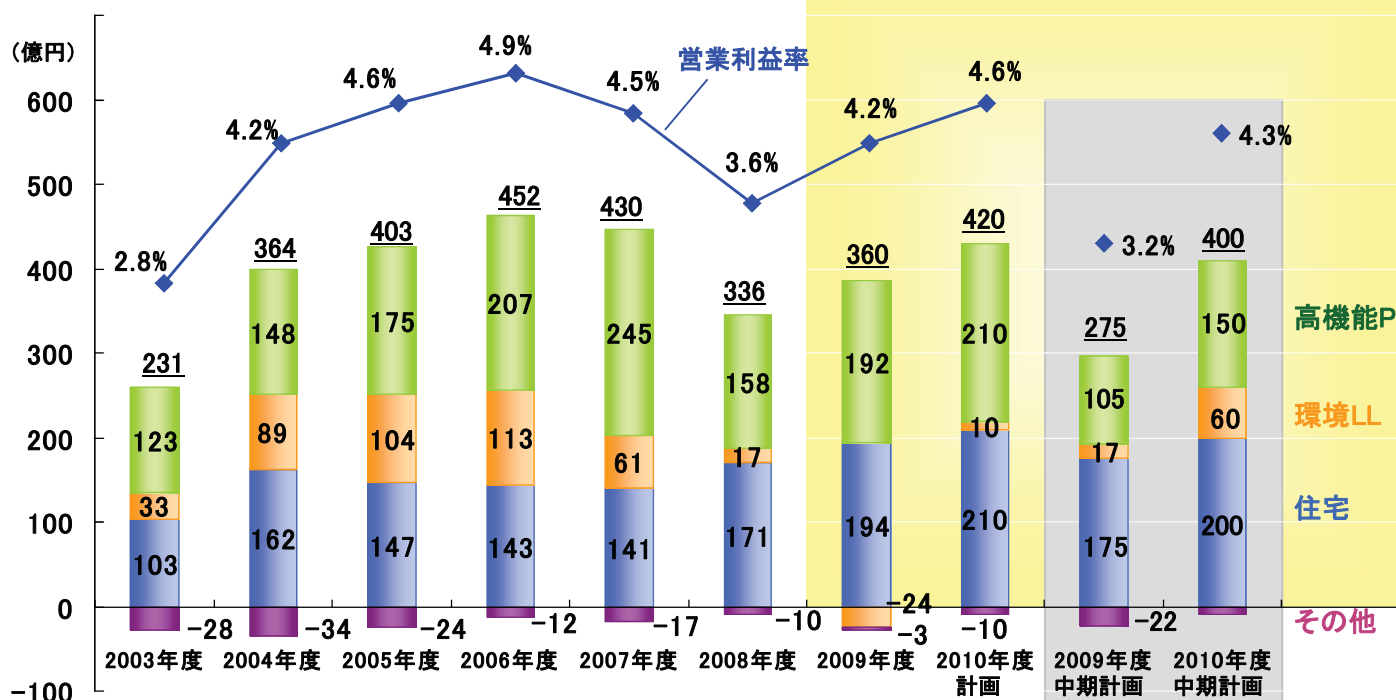
カンパニー別 売上高・営業利益

(億円)

	2010年度計画		2009年度実績		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
住宅	4,150	210	3,982	194	168	16
環境LL	2,030	10	1,946	-24	84	34
高機能P	2,850	210	2,477	192	373	18
その他	450	-5	428	3	22	-8
消去又は全社	-280	-5	-248	-6	-32	1
合計	9,200	420	8,585	360	615	60



営業利益推移



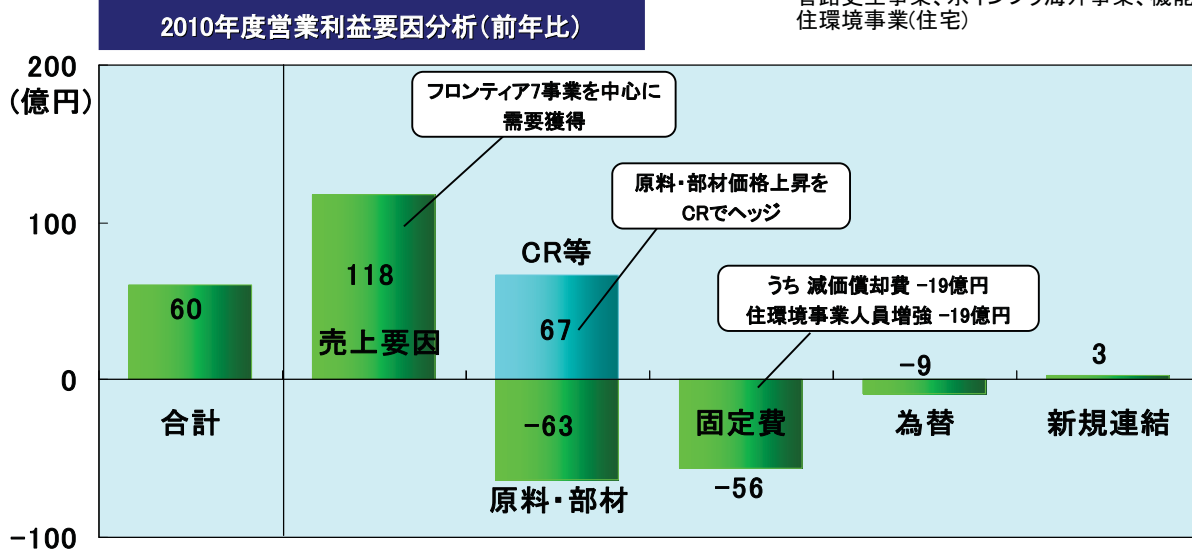
2007年度の利益水準を回復し(巡航速度への復帰)、2011年度以降の成長基盤を整える



2010年度計画概要

1. フロンティア7事業\*を中心に成長需要を的確に取り込み、成長路線への復帰を果たす
2. 2009年度に引き下げた損益分岐点水準を維持
3. 効率化の仕上げを行い、2011年度以降の利益成長に向けた強固な収益体制を完成する

\* フロンティア7事業：  
 AT関連事業、IT関連事業、MD関連事業（高機能P）  
 管路更生事業、水インフラ海外事業、機能材事業（環境LL）  
 住環境事業（住宅）



2010年度重点施策

成長需要の的確な取り込み

- グローバル戦略事業の確実な需要取り込み
  - ・高機能中間膜・IT関連製品のさらなる拡販
  - ・管路更生事業の日米欧亜の強化・拡大
- アジアを中心とした高成長マーケット攻略
  - ・増大するニーズへ対応（AT、IT関連製品等）
  - ・中国での検査薬拡販体制強化（MD関連事業）
- 環境・ストックマネジメント関連需要獲得
  - ・環境貢献製品拡販（高機能中間膜・ソーラー搭載住宅等）
  - ・住環境事業・管路更生事業のさらなる成長・拡大

収益体質強化の仕上げ

- 固定費のコントロール（経営基盤のさらなる強化）
  - ・成長投資以外の固定費を増やさない
  - ・不採算・低採算事業に対する方針早期確定
  - ・需給バランスに見合った体制づくり（環境LL）
- 変動コストダウンの追求（事業効率化の完成）
  - ・原料・部材価格上昇リスクをCRでヘッジ
  - ・「モノづくりSHINKAI」によるコスト大幅低減
  - ・2010年度計画：2008年度比-130億円
  - ・生販一体運営の推進による収益最大化（住宅）

持続的成長に向けた3つの軸

1. グローバル展開の加速
  - ・タイ住宅事業・LIBYA ESLON社の立上げ、ADI・XenoTech社の欧米での拡販 など
2. バリューチェーン展開による収益拡大
  - ・PVA樹脂事業の原料シナジー発現 など
3. 新成長セグメント開拓
  - ・LED関連部材・太陽電池部材 など



(億円)

	2010年度計画	2009年度実績	増減
売上高	9,200	8,585	615
売上総利益	2,665	2,524	141
売上利益率	29.0%	29.4%	-0.4%
販売費および一般管理費	2,245	2,164	81
営業利益	420	360	60
持分法投資損益	16	15	1
その他営業外損益	-36	-64	28
経常利益	400	311	89
特別利益	0	10	-10
特別損失	70	87	17
税引前利益	330	233	97
法人税等	142	105	37
少数株主利益	13	12	1
当期純利益	175	116	59
配当 (円/株)	10	10	0

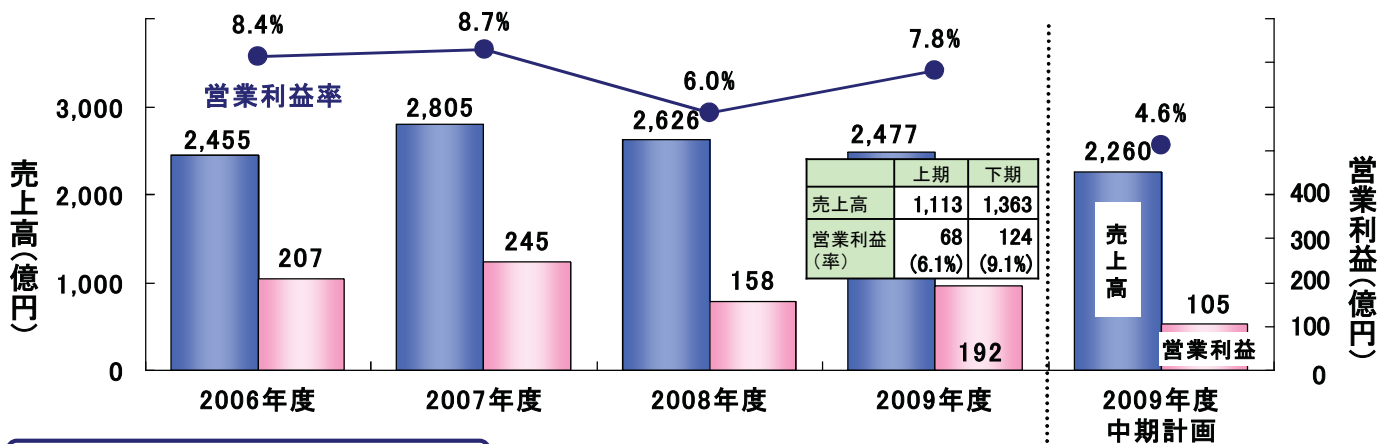
※為替レート的前提は、90円/US\$, 127円/ユーロ



# 高機能プラスチックカンパニー

カンパニープレジデント  
松永 隆善

### 売上高・営業利益推移



### 2009年度総括

再建策に目処をつけ、中期営業利益計画を前倒し

1. 損益分岐点売上高の引き下げ
2. 戦略3事業、海外事業強化(投資、M&A)
3. 需要回復

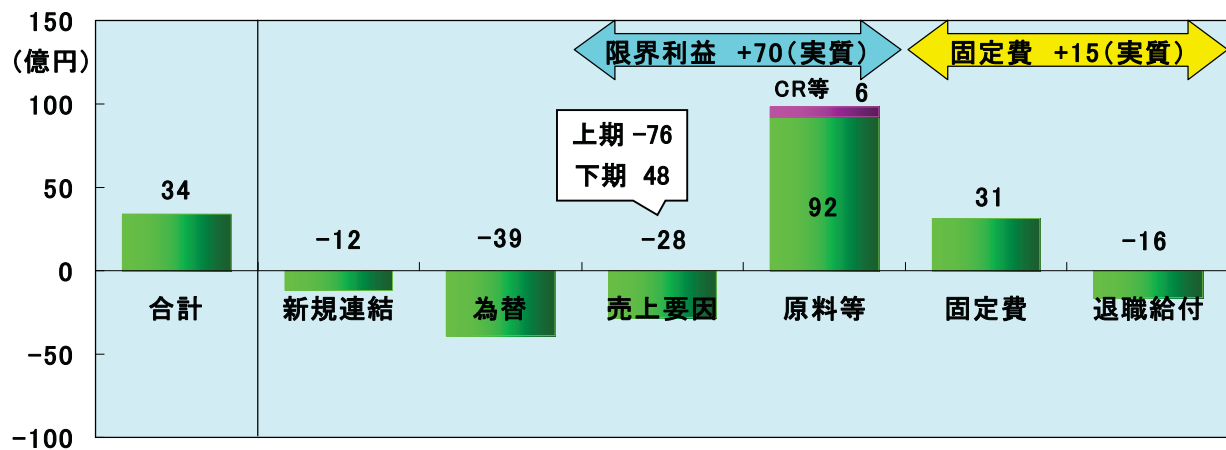
営業利益増減要因

AT: 高機能中間膜の拡販によりシェアUP、PVA事業の獲得により事業補強

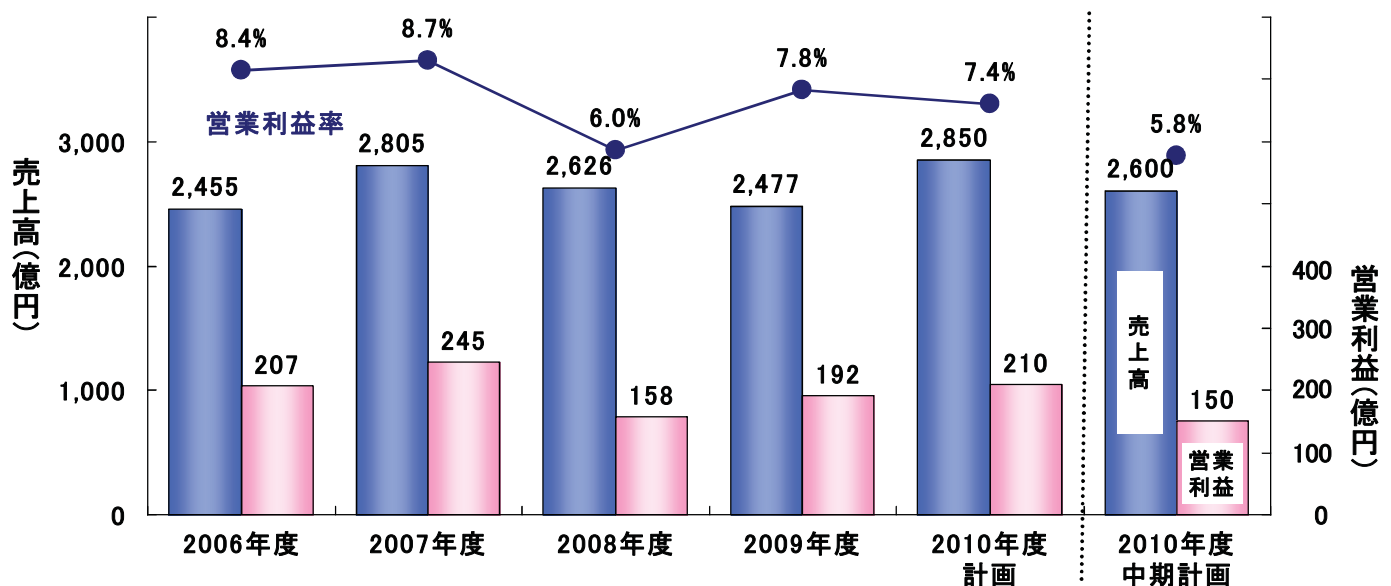
IT: 液晶関連材料の需要が早期に回復

MD: 海外展開加速と新型インフルエンザ流行による売上増

2009年度営業利益要因分析(前年比)



売上高・営業利益推移



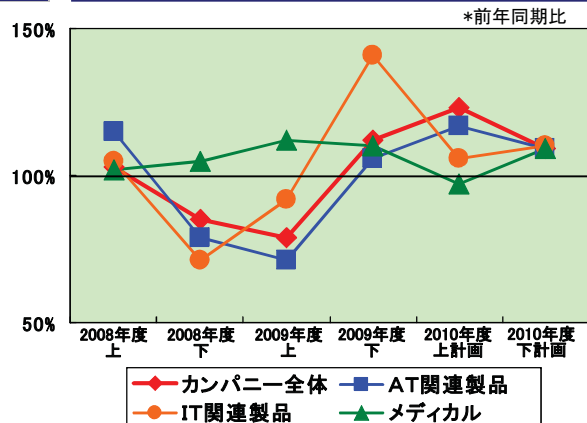
2010年度事業方針 “Chemistry for your Win”

戦略事業分野別売上高推移

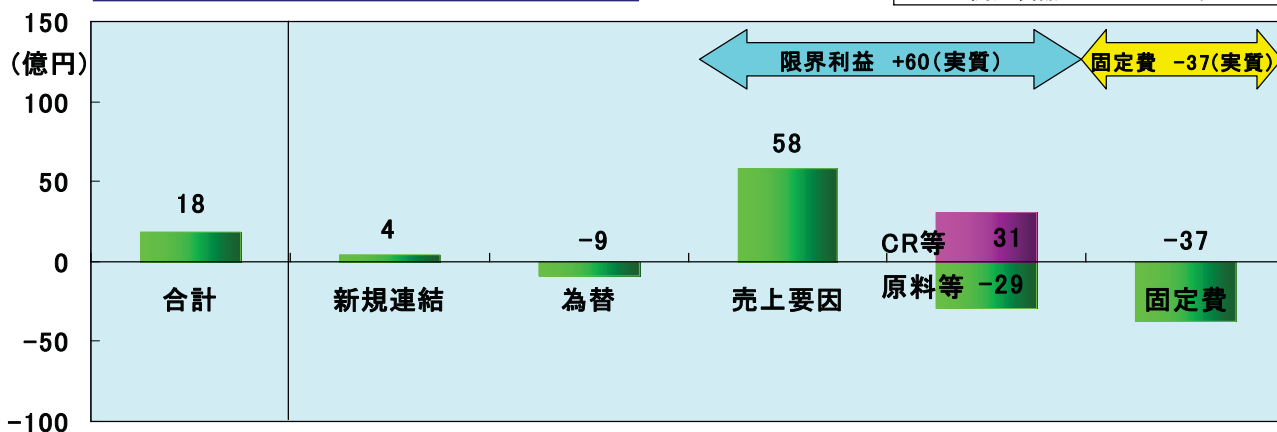
《成長の加速と基盤強化》

営業利益300億円(2013年度中期)に向け弾みをつける

1. 成長戦略  
戦略事業強化、海外事業強化、新製品・新事業推進
2. 経営基盤強化  
革新活動、ポートフォリオ改革、人材マネジメント強化、品質・安全の追求



2010年度営業利益要因分析(前年比)

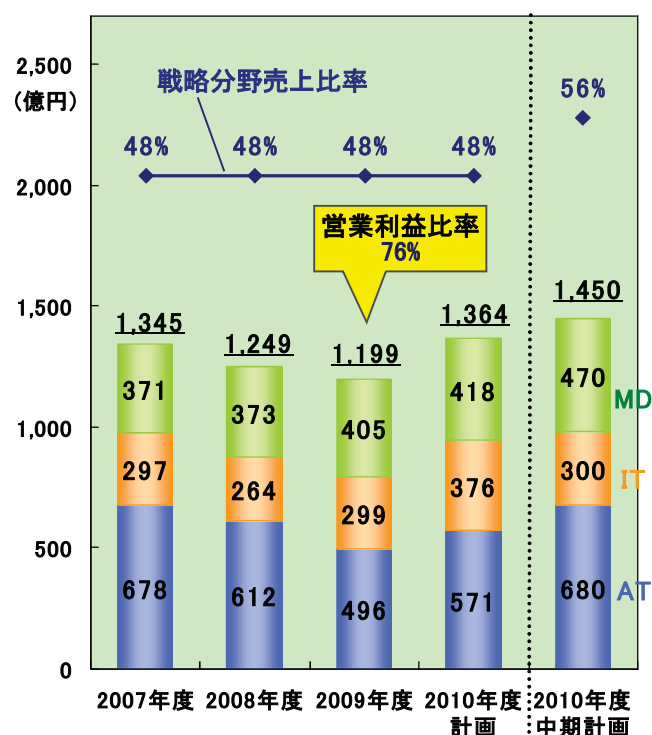


戦略事業強化

投資回収

1. 生産能力増強
  - 1) 中間膜  
国内高機能膜/樹脂、中国、欧州原料
  - 2) 工業テープ  
多賀、武蔵
2. 事業補強
  - 1) メディカル  
米国 ADI社、XenoTech社
  - 2) 中間膜  
米欧 SSC社、国内 DSポパール社
  - 3) フォーム  
欧州 Polymer-Tec社

戦略事業分野別売上高





海外事業強化

1. 現地生産強化
2. 輸出拡大(アジア市場対応)
3. フロンティア開拓(新興国対応)

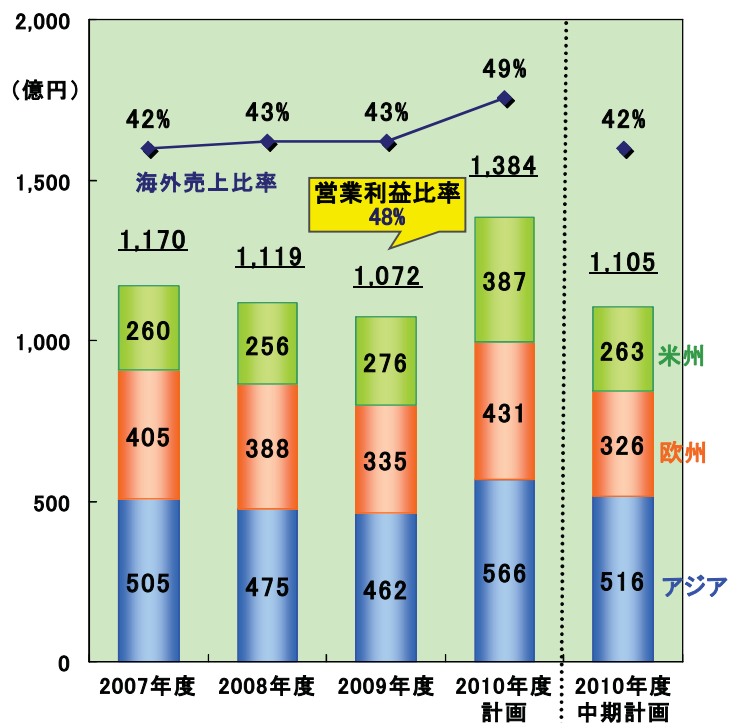
海外生産拠点数

	2008年度	2009年度
米州	7	10
欧州	4	5
アジア	11	11
計	22	26

SSCA+2  
ADI+1

SSCE+1

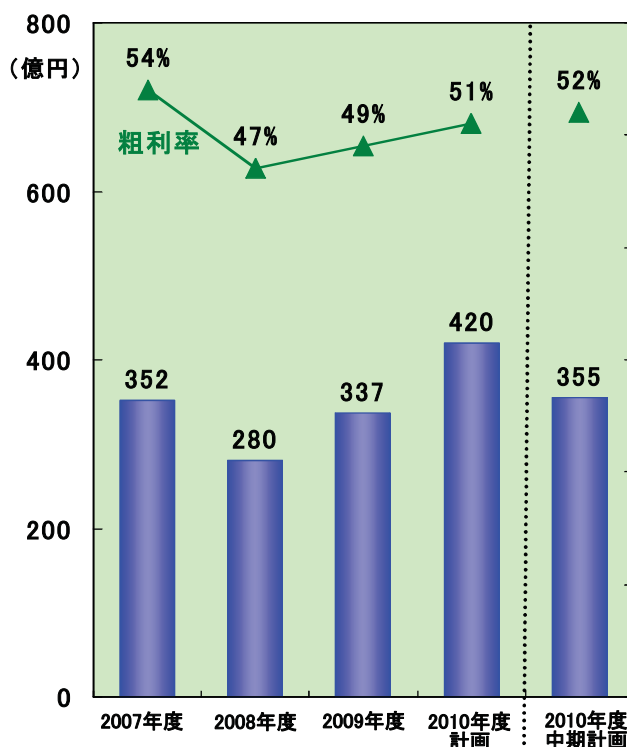
海外売上高



新製品・新事業推進

1. 戦略3分野での新製品拡販  
高機能膜、光学用テープ、検査薬など
2. 新事業推進  
FP事業拡大とOS事業基盤構築  
LED関連部材、太陽電池用部材

新製品売上高



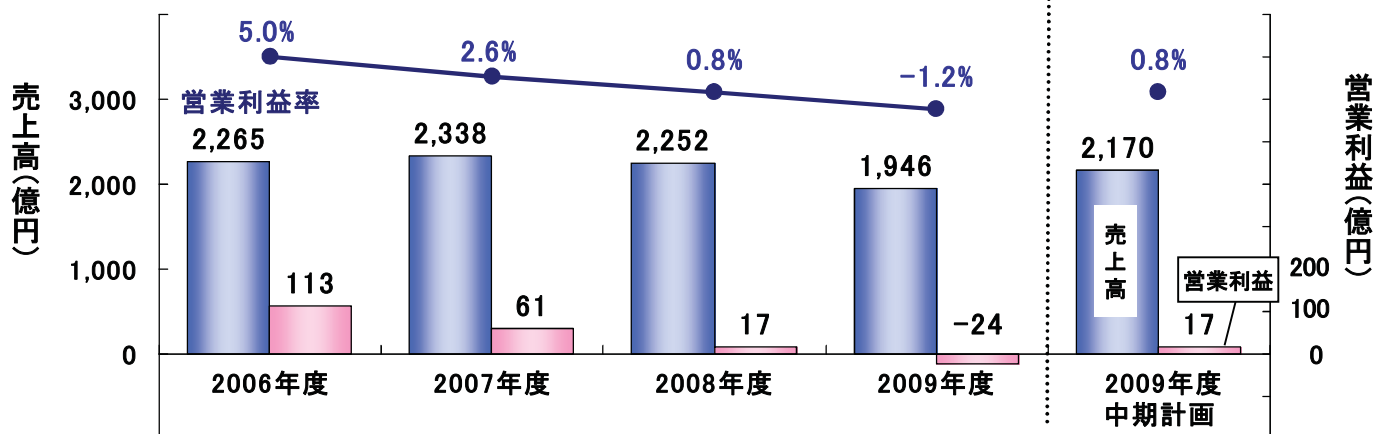
# 環境・ライフラインカンパニー

カンパニープレジデント  
滝谷 善行

## SEKISUI 環境LL 2009年度実績

GS21-SHINKAI

### 売上高・営業利益推移

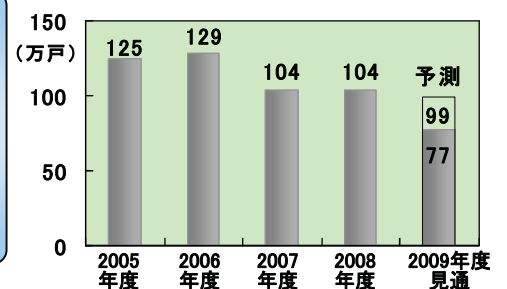


### 2009年度総括

構造改革を推進するも、  
急激な市場悪化に伴う国内外の収益減少をカバーできず

- 1.国内基盤事業の損益分岐点引き下げ
- 2.成長製品(耐震化、ストック対応)が伸長
- 3.新興国での中長期的水環境需要を取り込みリビアへ進出

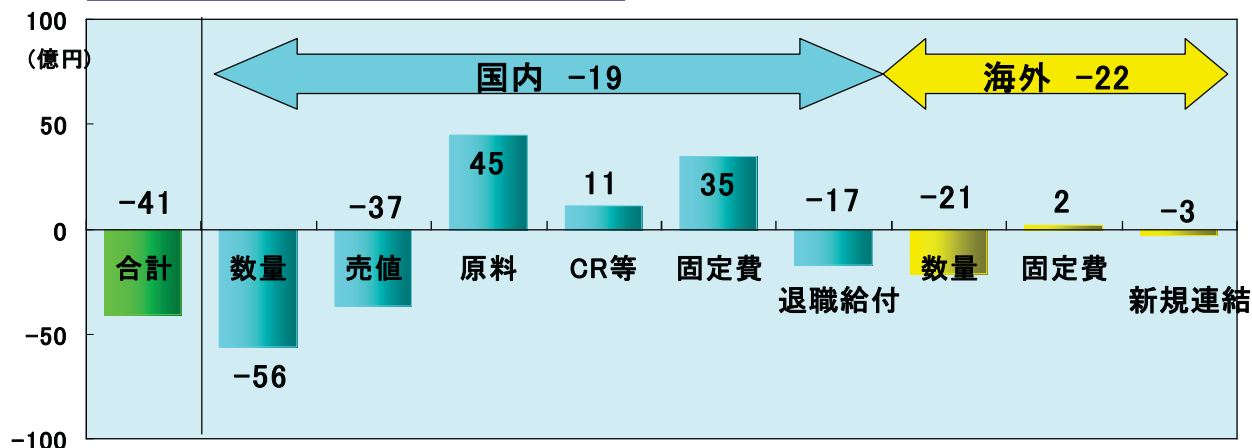
### 新設住宅着工戸数の推移



営業利益増減要因

1. 国内住宅着工の激減により国内汎用品数量苦戦
2. 海外需要回復遅れと天候不順による発注延期等で売上減
3. 不採算事業の整理、生産拠点の最適化などの実施により固定費削減

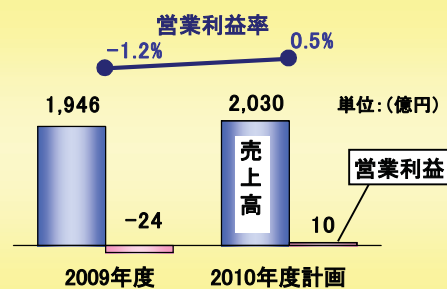
2009年度営業利益要因分析(前年比)



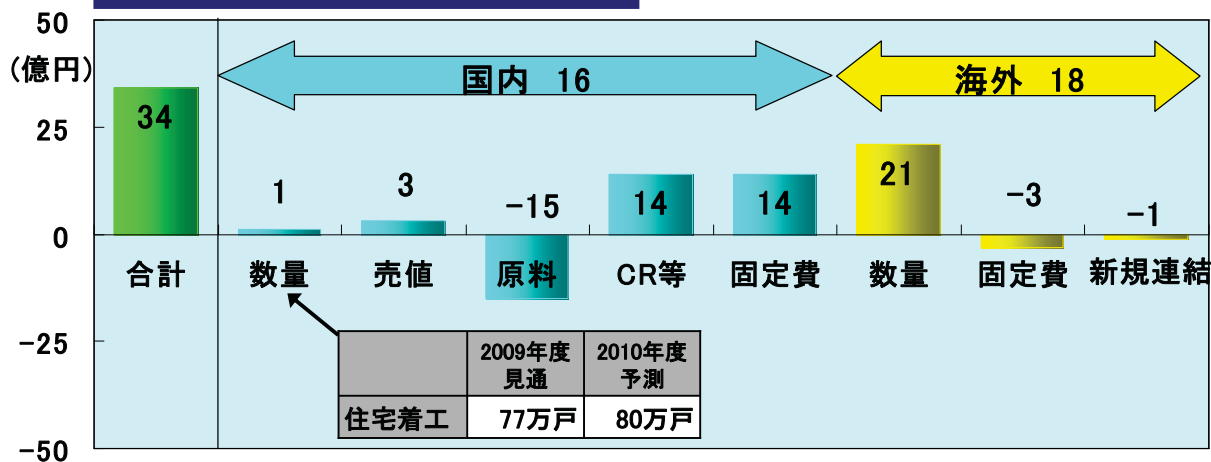
2010年度 事業方針

足元固めと成長スピードの加速に全力をあげ、  
V字回復を成し遂げる

1. 国内基盤事業の収益力強化
2. ストック分野を中心とした成長事業の拡大
3. 海外事業の拡大(業績回復⇒更なる成長へ)



2010年度営業利益要因分析(前年比)





国内基盤事業の収益力強化

1. 着工80万戸時代における収益基盤づくり

1) 体質強化

損益分岐点の継続的引き下げ  
(CR・固定費削減)

2) 塩ビコア製品の販売量確保

3) 成長製品の拡大

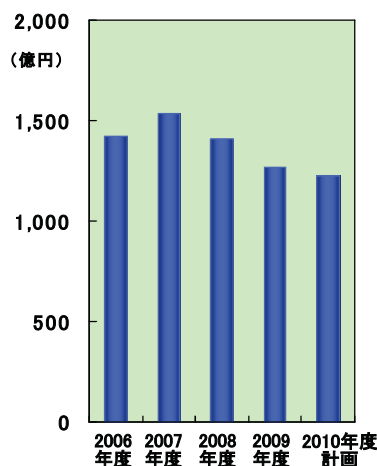
耐震化、建築ストック需要対応製品  
ハイパー、耐火VP、CCBOX等

国内基盤事業 売上高・営業利益

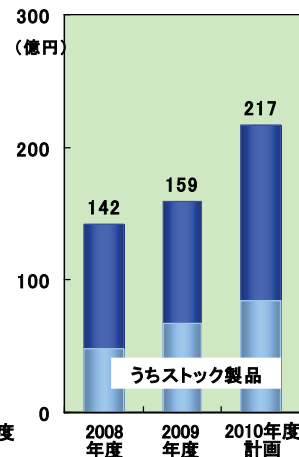
(億円)

		2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 計画
管材 強プラ管 建材 ホームテクノ	売上	1,485	1,287	1,262
	営業利益	21	5	12

損益分岐点売上高



成長製品売上高 (国内基盤事業)



国内成長事業の拡大

1. 社会インフラストック分野

(管路更生事業)の拡大

1) バリューチェーンビジネスの領域拡大

2) 品揃え強化

圧力更生工法、SPR-PEなど

2. プラント管材事業の収益力回復

1) 新規販売ルート開拓

2) 海外生産シフトの拡大(積水塑膠)

3. 新規事業の事業化検討

1) 水浄化分野

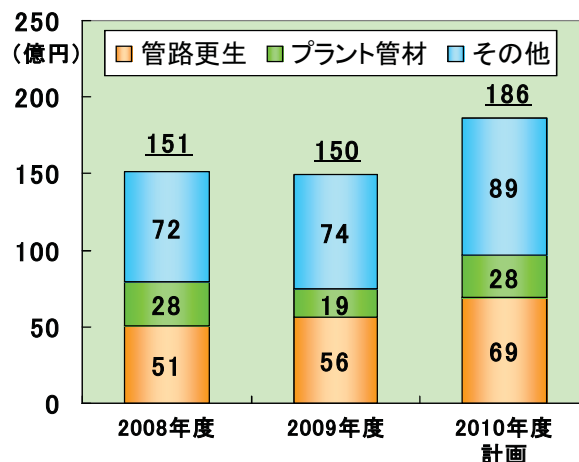
2) 情報インフラ分野

国内成長事業 売上高・営業利益

(億円)

		2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 計画
FFU 管路更生国内 プラント管材(国内) アクアシステム	売上	442	389	424
	営業利益	-2	-10	-2

成長製品売上高(国内成長事業)





**海外事業の拡大**

～ 業績回復⇒更なる成長へ～

**1. 収益基盤の建て直し**

- 1) 赤字会社再建
- 2) 機能材事業の利益回復
- 3) 管路更生事業の実績化  
各国景気刺激策により更生市場に追い風  
規格取得、施工パートナー増により  
折込物件急増

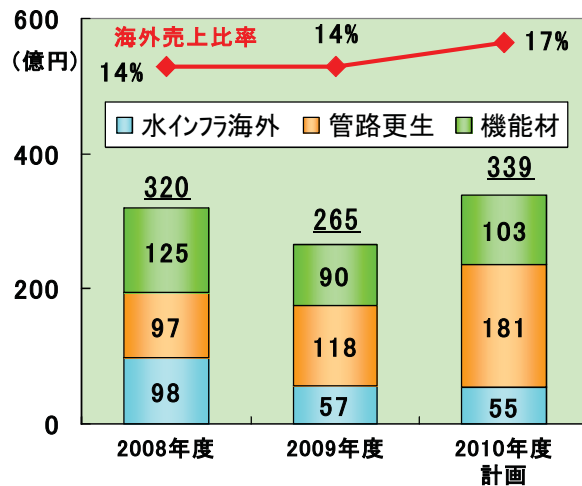
**2. 新領域の強化・拡大**

- 1) 強プラ管 LIBYA ESLON社の立上げ  
2011年1月生産開始
- 2) FFU 欧州事業化検討

**海外事業 売上高・営業利益**

		(億円)		
		2008年度 実績	2009年度 実績	2010年度 計画
水インフラ海外 管路更生海外 機能材	売上	320	265	339
	営業利益	6	-16	2

**海外事業別売上高**

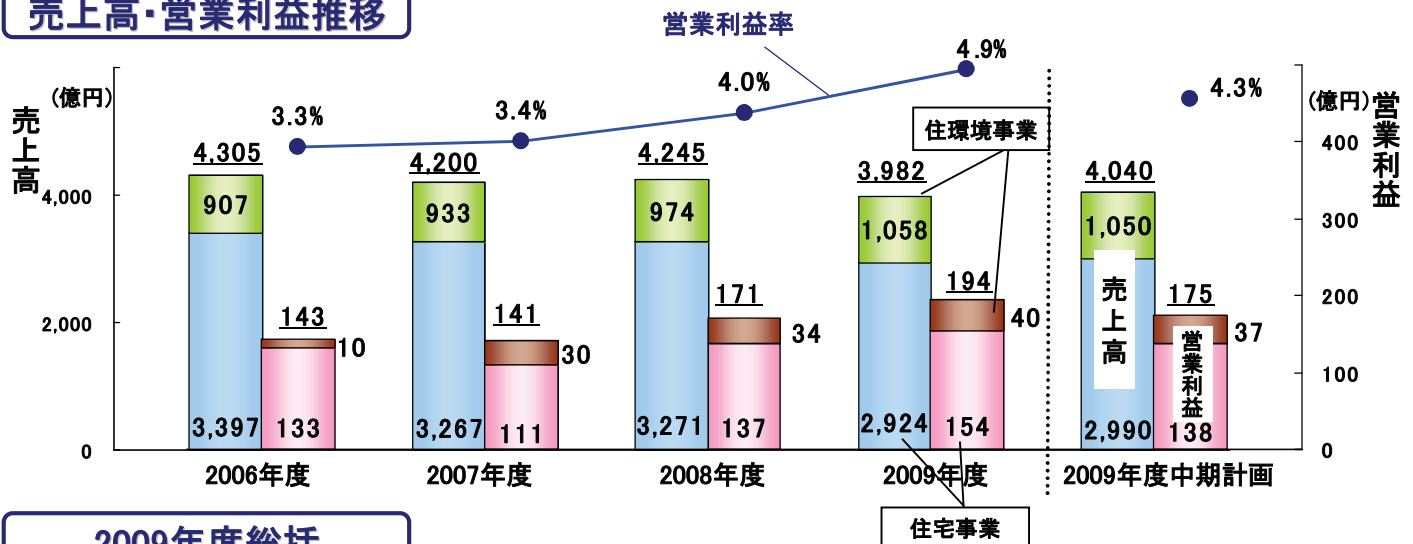


\*機能材:プラント管材、シート、FFU  
\*輸出を除く

**住宅カンパニー**

カンパニープレジデント  
高下 貞二

売上高・営業利益推移



2009年度総括

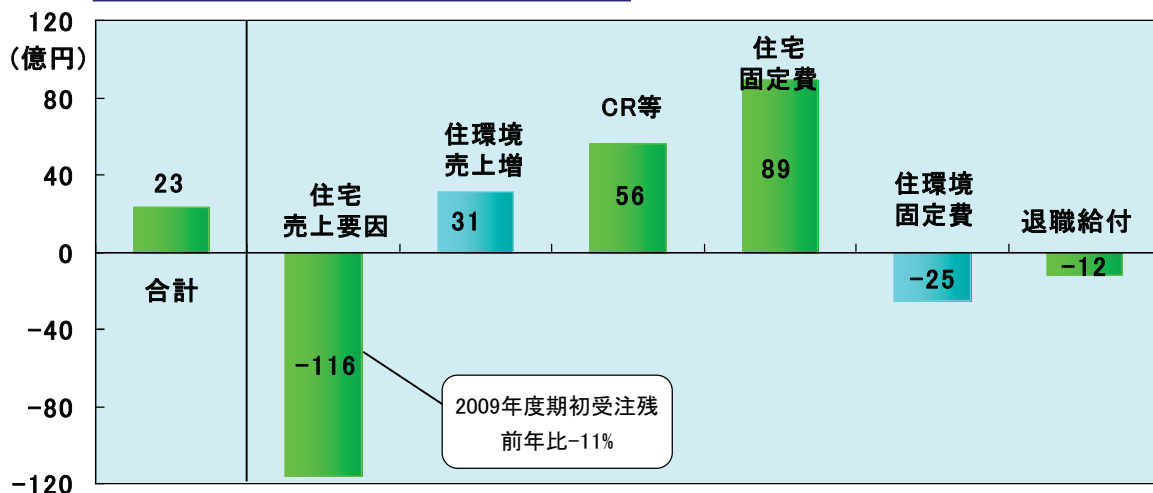
1. 収益体質強化策を計画通り完遂し、損益分岐点を大幅に引き下げ
2. 高性能訴求による差別化が奏功し、回復しつつある市場環境下で下期住宅受注計画達成  
 2009年度実績 高性能OP搭載比率 ソーラー77% 快適エアリー67%
3. 住環境事業の体制を強化し、売上・営業利益とも順調に拡大

2009年住環境事業人員 200名増強

営業利益増減要因

1. 2008年度下期、2009年度上期受注減により住宅事業の売上減
2. 固定費削減、部材等のCRをほぼ計画通り実施
3. 住環境事業売上が大幅伸長

2009年度営業利益要因分析(前年比)





2010年度 事業方針

安全・コンプライアンスをさらに徹底し、「3つのNo.1」の着実な実現と、受注量増大に向けた積極施策により、営業利益計画210億円を達成する

※「3つのNo.1」：「環境No.1」「CS・品質No.1」「収益性No.1」

1. 住宅事業－2009年度引き下げた損益分岐点の維持と受注の完全回復

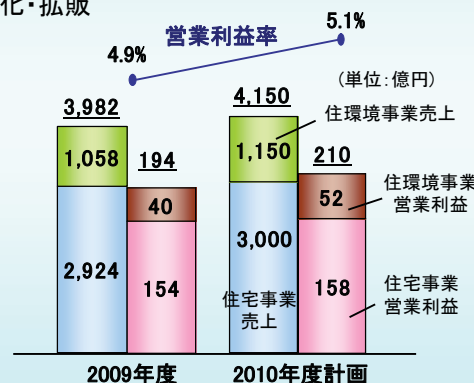
- ・生販一体運営（北海道・東北・中四国・九州エリア）と広域販社化（東京・中部・近畿エリア）の完成
- ・時流を捉えた先進住宅による差別化を徹底（ソーラー、快適エアリー、新商品等）
- ・「生産・施工、購買・施工」の進化でコストパフォーマンス実感商品を強化・拡販

2. 住環境事業－成長・拡大を加速

- ・リフォーム事業の拡大・成長  
さらなる人員増強と早期戦力化、設計・施工の強化  
ソーラー、快適サッシを軸とした重点商材の拡販
- ・オーナーサポートを軸とした循環型ビジネスモデル確立

3. 海外（タイ）住宅事業の立ち上げ

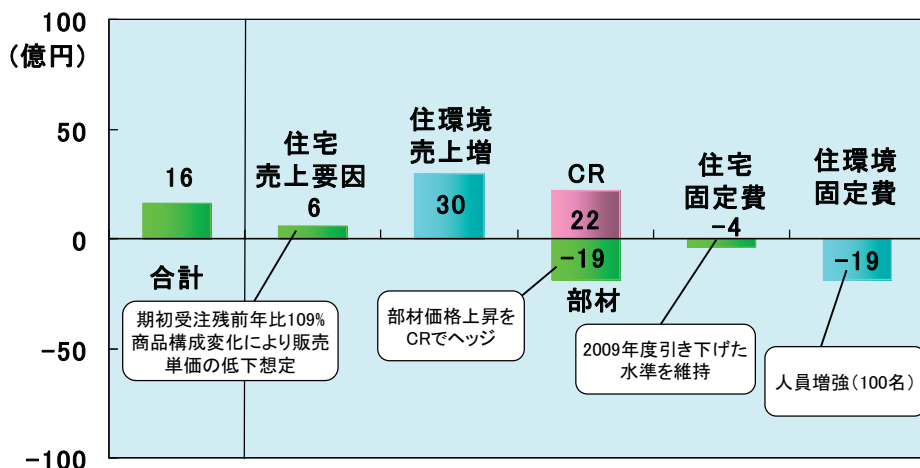
4. CSR経営の強化



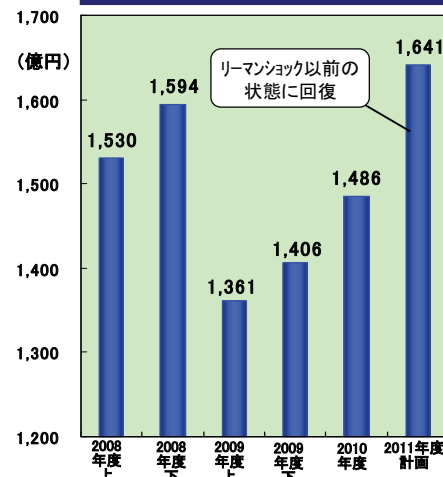
2010年度計画概要

- 住宅受注の回復 2010年度住宅受注棟数計画 前年比104%
- 期初受注残の回復 - 2011年度以降の安定成長基盤の確立
- 部材価格上昇リスクをCRでヘッジ、固定費水準の維持
- 住環境事業のさらなる成長・拡大 2010年度住環境事業売上計画 前年比109%

2010年度営業利益要因分析(前年比)



期初受注残額



### 2010年度 受注獲得施策

2010年度住宅受注棟数計画

上期106% 下期103% 通期104%(前年同期比)

#### 基本戦略

(大容量ソーラー・快適エアリー・CC外壁等)  
先進高性能住宅による徹底差別化

#### 商品戦略

##### ■コストパフォーマンス実感商品のさらなる拡販

- ・2009年度 CP実感商品受注 前年比111%
- ・「新ハイムbj」-Familin Heim- 4月発売
- ・「クレスカーサ」-かげやまモデル2010- 4月発売
- ・「ツューホームJXシリーズ」 4月発売

#### エリア戦略

##### ■都市部:多様化するニーズに対応

- ・「BRシリーズ」 4月全国発売
- ・3階建アパート新商品 7月発売

##### ■地方部:生販一体運営によるエリアマーケティング展開

- ・エリア商品、エリアプライシングによるシェア拡大

#### 販促

##### ■キャンペーンによる需要喚起とクロージング強化

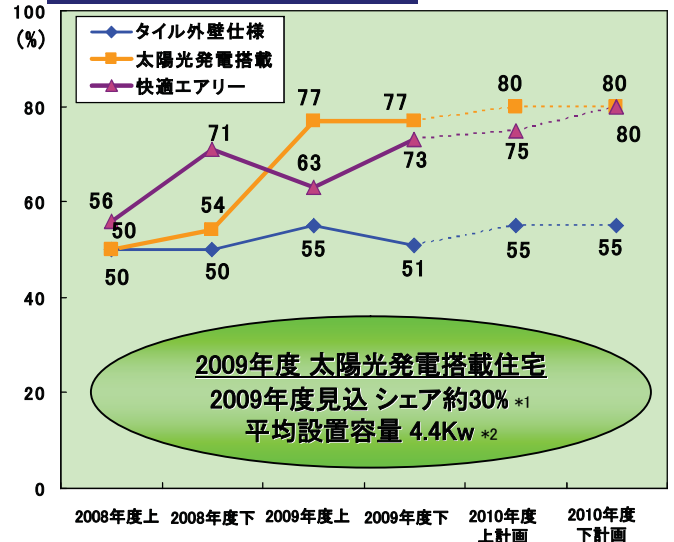
- ・大容量ソーラー&快適エアリー「快適なソーラー住宅」訴求
- ・「おひさまハイムプラスキャンペーン」 4~8月実施

### 2010年度 市場見通し

各種政策効果等により市場環境改善傾向も、楽観視できず  
顧客の環境・高性能ニーズと価値感要求は引き続き高まる

- ・住宅版エコポイント制度浸透
- ・「フラット35」金利優遇・住宅ローン低金利継続
- ・住宅取得目的の贈与税非課税枠拡充
- ・ソーラー設置補助金延長・電力倍額買取制度普及

### 高性能オプション装着比率



2009年度 太陽光発電搭載住宅  
2009年度見込 シェア約30%\*1  
平均設置容量 4.4Kw\*2

\*1 2009年度見込 全太陽光発電システム搭載新築戸建住宅中の当社シェア(容量ベース)  
\*2 (株)茨野経済研究所「ヤノレポート」(2010年4月25日号)より  
\*2 当社除く新築戸建平均は3.86kw(当社推定)

### 住環境事業の成長・拡大加速

2010年度売上高計画 109%(前年比)

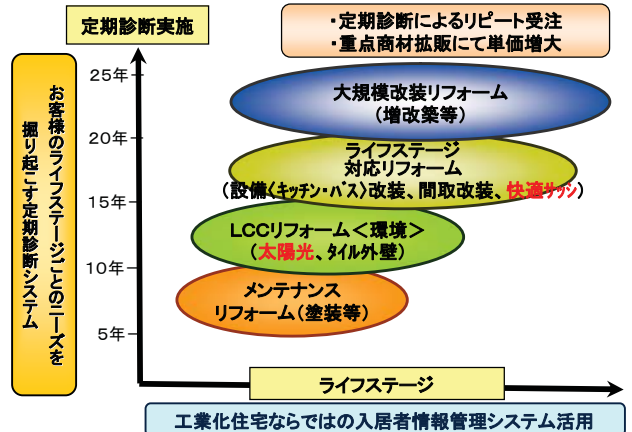
#### ■ 持続的成長のための基盤強化

- さらなる人員増強と分業体制の確立
  - ・2010年度 リフォーム営業マン50名増強
  - ・設計・施工担当の増員による質的向上
- 入居者との関係強化
  - ・「お住まい状況全邸確認活動」実施
  - ・「お客様窓口」の一元化推進

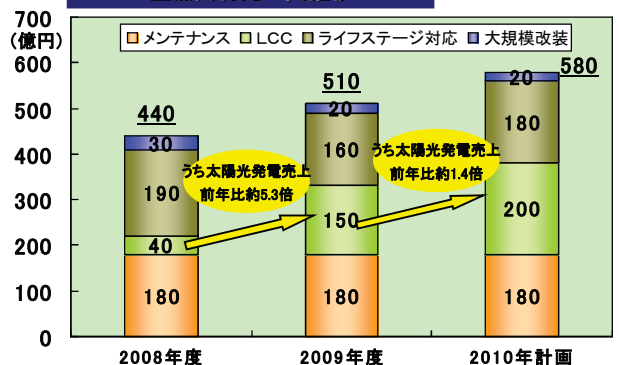
#### ■ 重点商材の拡販

- 太陽光発電のさらなる拡販
  - ・補助金・電力倍額買取制度による追い風活用
  - ・太陽光受注をきっかけとした複合工事提案強化
- 快適サッシを軸としたエコメニュー拡販
  - ・住宅版エコポイント制度による追い風活用

### リフォーム事業のビジネスモデル



### 重点商材売上高推移





## 2009年度決算内容

経営管理部担当  
常務執行役員 田頭 秀雄



### 連結対象会社数

	2010年3月末	2009年3月末	増加	減少
連結会社	153社	150社	SSC America、 SSC Europe、 ADI、 Polymer-Tec等	SSPREの再編等
持分法会社	8社	8社		

### 連結会社増減による影響額

(億円)

売上高	+173	SSC America +68 *(1)、 SSC Europe +57 *(1)、 SSPR Europe +33 *(2)
営業利益	-14	SSC America -4、 SSC Europe -2、 SSPR Europe -3

\*(1): 2009年度第3四半期より新規連結

\*(2): 2008年度第3四半期より新規連結



## 損益概要

(億円)

	2009年度	2008年度	増減	
売上高	8,585	9,342	-757	*(-930)
売上総利益	2,524	2,538	-14	
売上利益率	29.4%	27.2%	2.2%	
販売費および一般管理費	2,164	2,202	-38	
営業利益	360	336	24	* (38)
持分法投資損益	15	14	1	
その他営業外損益	-64	-56	-8	
経常利益	311	294	16	
特別利益	10	7	3	
特別損失	87	173	-85	
税引前利益	233	128	105	
法人税等	105	115	-10	
少数株主利益	12	3	9	
当期純利益	116	10	106	
配当 (円/株)	10	10	0	

\* 新規連結影響を除く増減



## 連結キャッシュ・フロー

(億円)

	2009年度	2008年度
営業活動によるキャッシュフロー	750	356
投資活動によるキャッシュフロー	-555	-354
財務活動によるキャッシュフロー	-57	139
現金及び現金同等物の増減額	143	103
現金及び現金同等物の期末残高	549	405
フリーキャッシュフロー = 営業活動CF + 投資活動CF - 配当支払	151	-78



## 貸借対照表(資産)

(億円)

	2010年3月末	2009年3月末	増減
現金及び預金	452	408	43
売上債権	1,465	1,424	41
棚卸資産	1,072	1,200	-128
その他流動資産	446	273	174
有形固定資産	2,570	2,388	182
無形固定資産	338	338	0
投資有価証券	1,166	1,099	67
投資その他の資産	364	434	-70
<b>資産合計</b>	<b>7,873</b>	<b>7,565</b>	<b>308</b>

譲渡性預金 +100

 PVA樹脂事業 +96  
 中間膜(欧州)設備 +54  
 多賀新工場建設 +55


## 貸借対照表(負債・純資産)

(億円)

	2010年3月末	2009年3月末	増減
無利子負債	3,025	2,963	61
有利子負債	1,331	1,294	37
<b>負債合計</b>	<b>4,356</b>	<b>4,257</b>	<b>98</b>
資本金等	2,093	2,093	0
利益剰余金	1,544	1,469	74
自己株式	-108	-108	0
有価証券評価差額金	-10	-112	102
少数株主持分	92	83	8
その他純資産	-92	-118	26
<b>純資産合計</b>	<b>3,517</b>	<b>3,307</b>	<b>210</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>7,873</b>	<b>7,565</b>	<b>308</b>

社債発行 +100



## 減価償却費・資本的支出

(億円)

	減価償却費			資本的支出		
	2009年度	2008年度	増減	2009年度	2008年度	増減
住宅	81	87	-7	64	62	2
環境LL	76	78	-2	51	62	-12
高機能P	161	171	-10	307	191	116
その他	20	23	-2	7	19	-12
消去又は全社	7	6	1	12	10	1
合計	345	365	-20	440	345	95



(億円)

	2010年度計画	2009年度実績	増減
減価償却費	353	345	7
資本的支出	340	440	-100
研究開発費	250	240	10



(億円)

	2010年度計画	2009年度実績	増減
売上高	9,200	8,585	615
売上総利益	2,665	2,524	141
売上利益率	29.0%	29.4%	-0.4%
販売費および一般管理費	2,245	2,164	81
営業利益	420	360	60
持分法投資損益	16	15	1
その他営業外損益	-36	-64	28
経常利益	400	311	89
特別利益	0	10	-10
特別損失	70	87	17
税引前利益	330	233	97
法人税等	142	105	37
少数株主利益	13	12	1
当期純利益	175	116	59
配当 (円/株)	10	10	0

※為替レートの前提は、90円/US\$, 127円/ユーロ



スライドに記載されている見込、計画、見通しなど歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から得られた当社経営者の判断に基づいて作成されております。従って、実際の業績は、様々な重要な要素の変化により大きく異なる結果になりうることを、ご承知おきください。

## 住宅カンパニー実績・計画について

### 1.住宅事業の主要データ

	2009年度			2008年度			2007年度	
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期	
連結	売上高(億円)	1,964	2,019	3,982	2,119	2,126	4,245	4,200
	住宅	1,456	1,468	2,924	1,631	1,639	3,271	3,267
	建物	1,393	1,406	2,799	1,554	1,579	3,133	3,123
	土地	63	62	125	78	61	138	144
	住環境	508	551	1,058	488	486	974	933
	リフォーム	346	376	722	328	328	657	635
	インテリア・エクステリア	23	31	54	27	24	51	56
	不動産	138	144	282	133	134	267	242
その他	1.販売戸数(戸)	6,120	6,480	12,600	6,900	7,650	14,550	14,350
	戸建て	4,700	4,780	9,480	5,000	5,300	10,300	10,100
	ハイム	3,850	3,890	7,740	4,050	4,300	8,350	8,050
	ツーユー	850	890	1,740	950	1,000	1,950	2,050
	アパート	1,420	1,700	3,120	1,900	2,350	4,250	4,250
	2.主なデータ							
	単価<全国販社・戸建>(百万円)	29.6	29.8	29.7	29.5	29.4	29.5	29.3
	坪単価<全国販社・戸建>(万円)	75.3	76.2	75.8	73.9	74.5	74.3	73.4
	床面積(m <sup>2</sup> )	129.7	129.0	129.3	131.7	130.3	131.0	131.7
	展示場数(棟)	393	—	382	416	—	407	438
	営業マン数(人)	2,325	—	2,212	2,463	—	2,327	2,370
	建替え比率(%)	31	34	33	36	35	35	36
	紹介契約比率(%)	35	36	36	34	35	34	34

※建替え比率と紹介契約比率は受注ベース

### 2.受注状況

(単位:百万円)

	2010年度			2009年度			2008年度		
	上期計画	下期計画	通期計画	上期	下期	通期	上期	下期	通期
期初受注残	148,600	158,100	—	136,100	140,600	—	153,000	159,400	—
伸び率	+9%	+12%	—	-11%	-12%	—	+2%	+11%	—
新規受注	190,806	193,957	384,763	180,754	189,225	369,979	197,277	169,808	367,085
伸び率	+6%	+3%	+4%	-8%	+11%	+1%	+6%	-14%	-4%
建物売上高	181,306	187,957	369,263	176,254	181,225	357,479	190,877	193,108	383,985
伸び率	+3%	+4%	+3%	-8%	-6%	-7%	-1%	+2%	+1%
期末受注残	158,100	164,100	—	140,600	148,600	—	159,400	136,100	—
伸び率	+12%	+10%	—	-12%	+9%	—	+11%	-11%	—

### 3.住宅着工戸数

(単位:戸)

	2009年度			2008年度			2007年度
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
住宅着工戸数	384,175	385,825	770,000	580,964	458,216	1,039,180	1,035,598
上記での持ち家着工=A	148,292	139,208	287,500	175,676	134,988	310,664	311,803
当社販売戸数	6,120	6,480	12,600	6,900	7,650	14,550	14,350
当社戸建販売戸数=B	4,700	4,780	9,480	5,000	5,300	10,300	10,100
持ち家での当社シェア=B/A	3.2%	3.4%	3.3%	2.8%	3.9%	3.3%	3.2%

\*2009年度下期と通期の“住宅着工戸数”と“上記での持ち家着工”は見直し

### 4.高性能住宅仕様装着比率

	2009年度			2008年度			2007年度
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期
太陽光発電搭載	77%	77%	77%	50%	54%	52%	43%
タイル外壁仕様(ハイムJXタイプ)	55%	51%	53%	50%	50%	50%	52%
オール電化	93%	92%	92%	91%	92%	91%	88%
快適エアリー	63%	73%	67%	56%	71%	64%	55%