

CREATIVITY-DRIVEN GROWTH KNOWS NO END



アニュアルレポート 2005

 住友林業株式会社

目次

- 2 住友林業スナップショット
- 4 財務ハイライト
- 6 全ステークホルダーの皆様へ
- 11 特集:持続性ある成長の実現に向けて
- 18 営業の概況
 - 19 木材・建材事業
 - 22 住宅及び住宅関連事業
 - 25 その他事業
- 26 企業の社会的責任
 - 27 コーポレート・ガバナンス及びコンプライアンス
 - 28 環境・社会への取組み
 - 31 役員
- 32 組織図
- 33 海外ネットワーク
- 34 子会社・関連会社
- 35 財務セクション
 - 36 10年間の財務サマリー
 - 38 財政状態及び経営成績の分析
 - 38 事業環境と経営成績
 - 39 セグメント別の動向
 - 40 財政状態とキャッシュ・フロー
 - 41 事業におけるリスクとリスク管理
- 42 投資家情報
- 43 会社概要

→ C R E A T I N G T O M O R R O W

見通しに関する注意事項

本アニュアルレポートに記載されている、当社及び当社グループに関する計画、経営戦略、目標、見通しなどのうち、歴史的事実でないものは、レポート作成時点における仮定及び予想に基づく将来の見通しです。したがって、実際の業績等は、さまざまな要因によりこれらの見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おき下さい。実際の業績等に影響を与えうる要因には、事業環境、経済情勢、顧客嗜好の変化などの変化を挙げることができます。なお、影響を与えうるリスクや要因は、これらの事項に限定されるものではありません。



FOR ALL STAKEHOLDERS

「総合力」—— それを住友林業は重視します

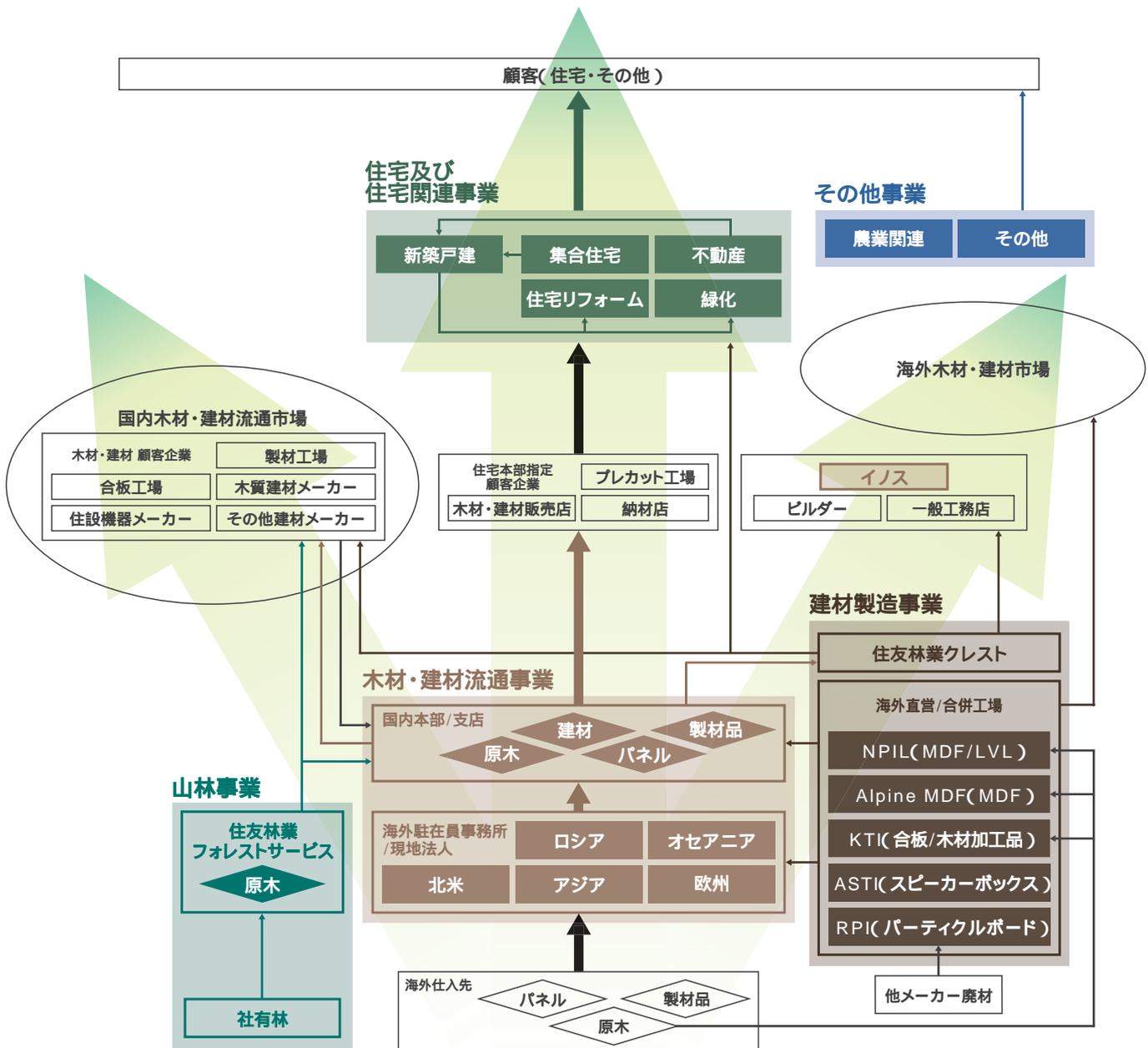
住友林業が人々に支持される「理由」。

それは、人々が住空間素材として最も安心感とぬくもりを感じることができる木に関し、

長い経験に基づく確かな「知識」と「技術力」、

そして木と住まいに関わる川上から川下までの「総合力」を有しているからだと考えます。

総合力と事業間シナジーの最大化で私たちは勝負します



(2005年4月1日現在)

川上から川下まで各分野において差別化を徹底し、確実なシェアの拡大を実現してきました

世界に広がる資材調達ネットワーク

- ・丸太、製材品、合板、MDF国内入荷量 トップクラス
- ・MDF単一工場生産量 環太平洋最大級
- ・パーティクルボード製造量インドネシア国内 1位

技術力とこだわりが支える確かな商品力

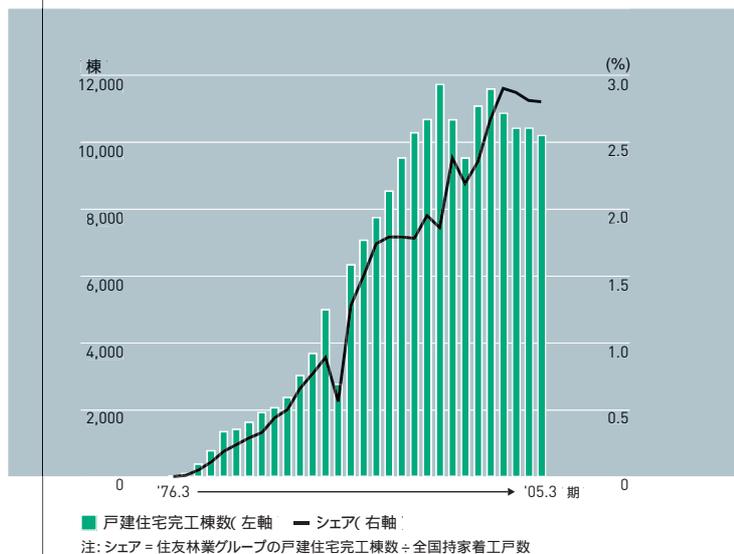
- ・木造注文住宅完工棟数 住宅メーカー中 1位*
- ・業界屈指の建築士数

*住宅産業研究所「2004年 住宅メーカーの競争力分析」

お客様のニーズを的確に捉えるサービス体制

- ・2004年度消費者志向優良企業に対する経済産業大臣表彰を受賞
- ・2003年日経ビジネスアフターサービス調査住宅部門 1位

戸建住宅完工棟数と全国持家着工戸数に占めるシェアの推移

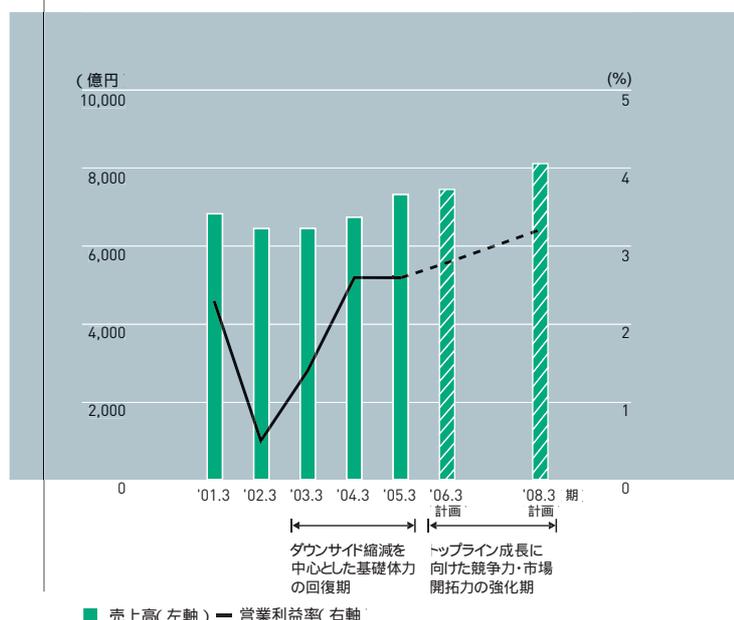


「収益性」の回復を果たした今、「持続性」「成長性」の向上に向けてさらに加速します

2005年3月期までの3か年の経営構造改革では、計画を上回る156億円の住宅生産コストダウン、財務体質の改善、重点育成事業の足場固め、という「次の飛躍に向けた基盤作り」において成果がありました。

これをベースに、2006年3月期以降、私たちは「持続的な成長」に向けてそのアクセルを踏み込みこんでいきます。トップライン成長牽引の2大柱となるのは、主力事業における一段のシェアアップと重点育成事業の拡大です。

売上高と営業利益率の推移



財務ハイライト

住友林業株式会社及び連結子会社
3月31日終了年度

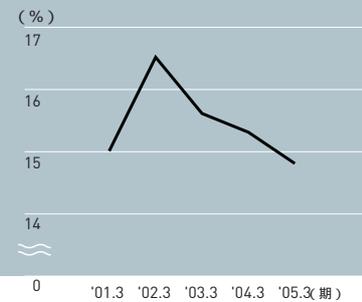
売上高



営業利益と営業利益率



売上高経費比率



注: 売上高経費比率 = 販売費及び一般管理費 ÷ 売上高

	2005	2004	2003	2002	2001	2005
	百万円					千米ドル *1
当期業績:						
売上高	¥ 723,193	¥ 673,779	¥ 645,100	¥ 644,730	¥ 682,375	\$ 6,758,817
売上総利益	125,582	120,778	109,631	109,437	118,064	1,173,666
販売費及び一般管理費	107,116	103,201	100,858	106,397	102,065	1,001,087
営業利益	18,466	17,577	8,772	3,040	15,999	172,579
経常利益	18,692	17,074	9,721	3,731	16,908	174,694
当期純利益(損失)	8,014	9,870	(15,439)	465	6,994	74,900
財務状況:						
総資産	370,684	369,755	357,322	365,531	371,102	3,464,338
有利子負債	15,580	19,929	16,497	18,124	24,517	145,607
株主資本	152,500	146,269	129,727	147,440	150,979	1,425,234
キャッシュ・フロー:						
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,685	25,962	19,734	17,332	3,468	62,474
投資活動によるキャッシュ・フロー	(12,895)	(7,646)	2,026	(16,439)	(1,960)	(120,516)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(7,087)	(735)	(8,171)	(9,716)	(13,873)	(66,231)
	円					米ドル *1
一株当たり情報:						
当期純利益(損失)	¥ 45.28	¥ 55.81	¥ (87.53)	¥ 2.64	¥ 39.64	\$ 0.42
株主資本	866.47	830.50	736.42	835.07	854.91	8.10
配当金	13.00	13.00	10.00	10.00	10.00	0.12

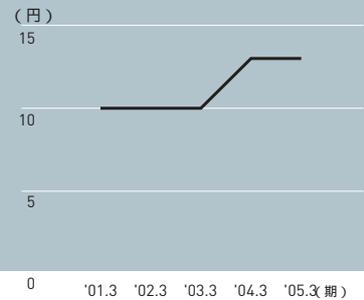
ROAとROE



有利子負債と株主資本比率



1株当たり配当金



	2005	2004	2003	2002	2001
	%				
レシオ:					
営業利益率	2.6	2.6	1.4	0.5	2.3
総資産経常利益率(ROA)* ²	5.0	4.7	2.7	1.0	4.6
株主資本当期純利益率(ROE)* ²	5.4	7.2	(11.1)	0.3	4.7
株主資本比率	41.1	39.6	36.3	40.3	40.7
有利子負債比率* ³	9.3	12.0	11.3	10.9	14.0
	棟・戸				
受注実績:					
戸建住宅(棟数)	10,076	10,529	10,538	10,685	11,377
集合住宅(戸数)	1,776	1,655	1,227	1,075	719
販売実績:					
戸建住宅(棟数)	10,319	10,542	10,552	11,008	11,710
集合住宅(戸数)	1,571	1,266	1,220	822	893
参考データ:					
全国新設住宅着工戸数	1,193,038	1,173,649	1,145,553	1,173,170	1,213,157
首都圏新設住宅着工戸数	419,088	422,750	393,296	393,625	395,086
全国新設持家着工戸数	367,233	373,015	365,507	377,066	437,789

注: 1. ミドル金額は、読者の便宜上、2005年3月31日現在の為替レートより、円相場1米ドル=107円を用いて換算しています。

2. ROA及びROEの貸借対照表科目は、期初期末平均を用いています。

3. 有利子負債比率 = 有利子負債 ÷ (有利子負債 + 株主資本)

全ステークホルダーの皆様へ

住友林業グループの「強み」・「ブランド」

それは、創業以来300年以上にわたり森と共に歩み、人々の暮らしに木を活かした豊かさを取り入れてきた木と住まいのプロとして、住環境に関わるあらゆるサービスをお客様の視点に立って提供できることです。

過去3年間の経営構造改革を通して、攻めへの経営基盤は着実に強化されました。私たちは今、住友林業グループが持つ差別化されたノウハウ・技術・サービスをより多くのお客様に提供できるよう、市場の開拓を加速していくステージに入ります。

市場や付加価値の創造に限界はない。私たちは強くそう信じ、ステークホルダーの皆様から最高の支持と信任を得ることにより、住友林業グループの収益力と企業価値のさらなる向上に向けて邁進します。

2005年3月期の連結業績回顧

全体的には回復感の乏しい展開

2005年3月期のわが国経済は、海外経済の拡大を背景に、輸出や生産が増加傾向をたどり、企業収益、雇用の改善や個人消費に明るい兆しが認められましたが、期の後半に入りIT関連企業の在庫調整や輸出の弱含みから、景気に減速の動きが見られ、先行き不透明感が払拭できない状況が続きました。住宅産業においては、分譲住宅や貸家こそ伸びたものの、当社事業に最も影響を与える持家着工戸数は36万7千戸(前期比1.6%減)と再びマイナスに転じました。一方、木材・建材市場においては、全体では新設住宅着工が増加したこともあり、市況こそ一部の商品において上昇したものの、期の後半においては需給バランスの乱れから、低調のうちに推移しました。

マクロ環境に左右されない着実な成長

このように停滞した事業環境ではありましたが、当社グループの当期の売上高は7,232億円(前期比7.3%増)と3期連続で増収を達成しました。損益面においても、資材コストの高騰、販売促進コストの増加などを、継続的な生産コスト及びその他の経費の削減などで吸収し、経常利益は売上の伸びを上回る同9.5%増の187億円となりました。なお、事業の選択と集中を加速し、今後の成長分野に経営資源を集中していくため、不採算事業でありました木造ユニット住宅事業からの撤退を断行、特別損失として32億円余りを計上しました。このため、当期純利益は、同18.8%減の80億円となっています。

全事業部門で収益力を向上

事業部門別では、すべての部門が増収増益となりました。「木材・建材事業」では、前2004年3月期において不調だった海外建材製造事業が、市況の回復とグループ各社の生産合理化努力などを背景に業績を大幅に回復し、セグメント売上高は9.2%、同営業利益は21.0%と前期比でそれぞれ増加となりました。「住宅及び住宅関連事業」では、完工棟数は昨期並で推移したものの、継続的な高付加価値化戦略が奏功し単価が上昇したこと、新たな成長牽引役として、人員・拠点展開など積極的な拡大を図ってきたリフォーム及び不動産流通からなる住宅ストック事業が順調に伸びたことなどにより、セグメント売上高は前期比6.3%増となりました。なお、37億円に及ぶコストダウンを達成できたものの、一



矢野 龍
取締役社長

方で今後の成長のために積極的な販売促進投資を行ったこと、商品の競争力強化のためのコストアップ、資材コストの高騰や台風や地震など自然災害への復旧費用がかかったことにより、同セグメントの営業利益は前期比2.2%増にとどまりました。

3年間の経営構造改革（2003年3月期～2005年3月期）を振り返って

2005年3月期までの3年間、私たちは「次の飛躍に向けた企業体力の強化」をテーマに、グループ一丸となった経営構造改革に取り組んできました。厳しい事業環境の中にあっても持続的な成長を実現できる「勝ち組」企業は必ず存在します。私たちが目指したのは、まさにその勝ち組の要件である「マクロ環境の変動にも揺るがないエクセレントな経営」を確立することです。

そして「エクセレントカンパニー」への飛躍に必要なもの それは「Strong+Big+Good」の3要素を満たすことであると考えます。「Strong」とは企業体質が強固であること、「Big」とは企業規模が強大であること、そして「Good」とは社会のためになる事業を行っていることです。エクセレントカンパニーに向けた私たちの歩みはまだ道半ばではありますが、過去3年間の改革努力は着実に結実し、経営基盤は以前に比べて大幅に強化されました。その結果は、この3年間で営業利益と当期純利益が、それぞれ約6倍、17倍となったことに見ることができます。

Strong - 筋肉質な収益体質への転換

経済状況に左右されにくい強固な収益性を確保するため、経費圧縮と住宅生産コストの削減に取り組みました。具体的には、ITを活用して仕様や工程進捗を一元管理する住宅生産管理システムNACSS(Network Aided Construction Support System)の全国展開、工法の見直しによる無駄な資材や手間の削減、コストを削減しつつ性能を高めた部材の開発等により、生産効率を大幅に改善しました。その結果、3年間で当初の目標であった150億円を上回るコストダウンに成功し、商品の価格を上げずに質のグレードアップを図ることで顧客満足度を向上させながら、営業利益率を2002年3月期比で2.1ポイント向上させることができました。経費面においても、退職給付制度改革による人件費削減、賃借料や広告宣伝費の抑制などによる経費の圧縮も実施し、売上高経費比率を2002年3月期比1.7ポイント低下させました。

Big - 成長加速に向けた新規事業育成

3年間の改革で行ってきたのは何も「守り」ばかりではありません。特に後半においては、今2006年3月期以降の「攻めの経営」への助走として、「海外事業」、「住宅ストック事業」、「集合住宅事業」の3つの重点育成事業に経営資源を優先的に投入しました。この結果、重点育成事業の売上高及び経常利益(単純合計ベース)は、この3年間で倍増しています。

Good - 健全なマネジメント体制の構築

一方、当社グループは、経営体制の健全度・透明性の向上に努めながら、戦略機能や事業の見直しを行うという経営の「質」の向上にも注力してきました。財務面では、ネット有利子負債がマイナスというもとの強固な体質をさらに強靱

にすべく、退職給付債務の引当不足の解消(2003年3月期)、減損会計の前倒し導入(2004年3月期)などを実施して、バランスシートを健全化するとともに透明性を引き上げました。また、事業の「選択と集中」の一環として、不採算事業からの撤退を断行したことは、既に述べた通りです。

組織面においては、意思決定の迅速化を目指し、執行役員制の導入(2003年3月期)や経営企画部への戦略策定機能の集中(2003年3月期)を行う一方、コンプライアンス・リスク管理を強化し、急速な事業環境変化への対応力の向上に努めました。また、従業員のモチベーションの向上と潜在生産力の顕在化を促進するために、年功序列、終身雇用などの古い制度を改め、個人の能力と実績を重視する「ジョブグレード制」への移行を柱とする新人事制度を構築しました(2004年3月期)。

今後の戦略一攻めの経営に向けて「アクセル全開」

トップライン成長の加速に向けて

過去3年間、私たちはコスト削減を中心に収益力の改善に取り組み、経済変動に左右されない強固な企業体質を作り上げてきました。しかし、この「守り」の姿勢だけでは、今後継続的に収益力を強化し、企業価値を高めていくことはできません。そのため、2006年3月期からは経営の舵を「守り」から「攻め」へと転換し、これまでに培ったブランド力と過去3年間で構築した「高い収益力」及び「強固なマネジメント体制」を基盤として、さらなる市場の開拓に向け、アクセルを全開にしていきます。具体的には以下のような取り組みを行うことでトップラインの成長を加速化し、3年後の2008年3月期において、経常利益の過去最高である255億円の更新を目指します。

1. 既存コア事業(「新築戸建住宅事業」「木材・建材事業」)におけるシェア拡大

国内の新築戸建住宅市場は、建替期を迎えた住宅ストックの増加など、潜在需要は拡大しているものの、依然顕在化しておらず、不透明な展開が続いています。しかし大都市圏においては、地価が反転上昇するエリアが出るなど市場成長力が高いことから、当社グループは当面、この大都市圏に重点を置き、シェア拡大を図ります。まずは東京都内において2年以内に持家シェアNo.1を達成するための取り組みを加速させます。2005年3月期には、3階建て新商品の投入、営業拠点・人員の増強を行い、準備を進めてきました。今2006年3月期は、4月に「首都圏住宅事業部」を新設し組織の見直しを行ったほか、人員・拠点をさらに強化していきます。また、一次取得者層の取り込みに向けて土地対策も強化し、前期から強化した分譲事業にも引き続き注力します。一方で住宅生産コストダウンについても取り組みを続け、体質の維持・強化を図ります。

木材・建材業界は、業界内での生き残りに向けた競争が激化し、経営統合や合併等、業界再編の動きが加速しています。当社グループでは、この大きな変化に対応したマーケット戦略の立案や具体的な資本提携、業務提携について検討しています。その一環として、2006年3月期に入ってから、住宅機器・建材メーカーである東洋プライウッド(株)の株式を購入するとともに、建材商社の安宅建材(株)の株式購入を決定しました。木材や木質輸入建材については、世界各地に仕入拠点を持つ強みを活かし、現状でトップレベルにある直輸入の原木、製材品、合板、MDF等の商品について一層のシェア拡大を図ります。国内建材については、シェアのさらなる拡大に向けて、従来の地域密着型営業の推進に加え、大手問屋、重点メーカーとの取り組みを強化します。

経営構造改革（2003年3月期～2005年3月期）のまとめ

1. 収益性向上に向けた取組み

生産コストの削減	原価管理の徹底と施工合理化 156億円削減(目標:150億円削減)	<p>営業利益率</p>	
経費の圧縮	<ul style="list-style-type: none"> ・36億円の経費削減(2003年3月期) (2004年3月期以降は重点育成事業を中心に経費の先行投資) ・賃貸料や広告宣伝費の削減 ・人事制度改革による人件費増大リスクの低減 		<p>売上高経費比率*</p>
財務体質の改善	<ul style="list-style-type: none"> ・退職給付債務の引当不足解消(2003年3月期) ・販売用不動産の評価損計上(2003年3月期) ・減損会計の早期適用(2004年3月期) ・退職給付制度改革(キャッシュバランスプランの導入)(2004年3月期) ・不採算事業からの撤退(2005年3月期) 		

* 売上高経費比率 = 販売費及び一般管理費 ÷ 売上高

2. マネジメント体制改善に向けた取組み

経営機構改革	<ul style="list-style-type: none"> ・執行役員制度の導入(2003年3月期) ・取締役員数の削減と取締役会の改革(2003年3月期) ・常務会に代わり経営会議を新設(2003年3月期)
本社機構改革	<ul style="list-style-type: none"> ・予算編成、業績管理、IRなどの戦略策定機能を経営企画部に集中(2003年3月期) ・リスク管理委員会(現 リスク管理・コンプライアンス委員会)の設置(2003年3月期) ・コンプライアンス・カウンターの設置(2003年3月期) ・CSR経営への移行を正式決定(2005年4月にCSR推進室新設)

3. 重点育成事業の成長加速に向けた取組み

単位:億円	02.3期		05.3期		増減額	
	売上高	経常利益	売上高	経常利益	売上高	経常利益
海外事業	293	15	435	18	+142	+3
住宅ストック事業	202	6	320	11	+118	+5
集合住宅事業	87	(4)	480	8	+393	+12
3事業合計	582	17	1,235	37	+653	+20

単純合計ベース(連結調整処理実施前)

2. 3つの重点育成事業(「海外」「住宅ストック」「集合住宅」)における業容拡大

国内の持家市場への依存度の大きい事業構造を改善し、より強固な経営基盤を構築するため、既存事業で培った技術とノウハウを活かすことができる3つの重点育成事業に経営資源を集中的に投入します。これらの事業については、事業規模を拡大することが先決と考え、まずはそのための施策を実行します。

「海外事業」では、木質パネル等の建材製造事業を中心に、規模やエリアのさらなる強化・拡大を図るとともに、新規事業の成長を目指します。新規事業の中でも海外での住宅販売では、北米における分譲住宅販売棟数を2005年3月期の52棟から2006年3月期は85棟、2007年3月期は約120棟にまで拡大、同時に中国市場を始めとした他のエリアにも積極的に進出する計画です。これらの結果、海外事業としては、2008年3月期に経常利益37億円(2005年3月期実績は18億円/単純合計ベース)の達成を目標としています。当社グループは、「総合住生活関連事業をグローバルに展開する企業集団」となることをコーポレートゴールとしており、そのためにも「海外事業」だけでグループ全体の3分の1の利益を創出できる体制を早期に確立すべく、積極的な市場開拓を進めます。

「住宅ストック事業」では、2005年3月期に320億円であった売上高(経常利益11億円/単純合計ベース)を、向こう3年間で450億円(経常利益23億円)に拡大します。住宅ストック事業のうちリフォーム事業については、プラン面での差別化や、旧家のリフォームなどの大型物件を得意とする技術力により、積極的に販路を広げていきます。これにより同事業を推進している連結子会社住友林業ホームテック(株)の業界ポジションを業界トップに引き上げたいと考えています。住宅ストック事業のうち不動産流通事業では、同事業を推進する連結子会社住友林業ホームサービス(株)の営業拠点を、2006年3月期においてさらに4拠点増設し、全55拠点とする計画です。

「集合住宅事業」では、2005年3月期において480億円であった売上高を、2008年3月期までに540億円(経常利益15億円/単純合計ベース)まで拡大させることを目指しています。人員増加や営業拠点の拡充を含む営業活動への先行投資を積極的に行うほか、コストダウンを含む既存のノウハウを活かせる木造軸組アパートの比率を増やすなど、当社ブランドを活かした商品戦略にも取り組みます。

終わりに

住友林業グループは、ただ単に高い収益を生み出す企業となることではなく、「お客様最優先」の精神に徹し、すべてのステークホルダーの皆様との間にWin-Winの関係を築くことに注力しています。多くのファンを持ち、真に社会に必要とされる企業だけが持続的な成長を遂げることができるからです。そして、その持続的な成長の先に目指す姿、それは総合住生活関連事業をグローバルに展開し、人々の生活に無くてはならない存在となることです。

過去3年間における経営構造改革の成功は、お客様、株主の皆様のお力添えはいうまでもなく、主体性とプロ意識を持って業務に取り組む従業員の存在なくしては成し得ませんでした。そしてこの新たなる目標の達成にも、全従業員ならびに経営者のチャレンジ精神の向上が欠かせません。教育・研修の拡充による次世代戦力の育成及びセクション間の垣根を越えた「住友林業マインド」の醸成を通じ、グループ一体となって目標の実現に向けて邁進していきます。

今後とも、皆様のご支援と忌憚のないご助言を賜りますようお願い申し上げます。

2005年8月
取締役社長
矢野 龍

矢野 龍

特集: 持続性ある成長の実現に向けて

「豊かさ」と「温かみ」のある住生活をクリエート

住友林業グループは今、一段高い持続性・収益性を伴った新たな成長ステージに入りました。持続性・収益性は、お客様からいただく「プレミアム」の大きさに比例するものです。求めていた「豊かさ」と「温かみ」のある住生活を、住友林業グループならば実現してくれる——そう言っていただけのように、私たちはマーケティング、製品、サービスのすべてにおいて今ある優位性をより強固なものとしていきます。

成長分野・地域において住友林業グループのプレゼンスを高めていきます。

No.1



住宅関連事業を取り巻く外部環境

一期待感は失われていないものの 足下の状況は依然厳しい

1997年3月期のピーク(163万戸)を境に2003年3月期まで下落の一途をたどっていた住宅着工戸数は、分譲住宅の好調に牽引され、2004年3月期には前期比2.5%増、2005年3月期も同1.7%増と緩やかな回復基調を示しています。しかし、住友林業グループ住宅事業のメイン市場である持家については、2004年3月期に一度プラスとなりましたが、引き続き低水準で推移しています。耐震未施工の住宅ストックの老朽化進行、他の先進国に比べて遅れを取っている住居環境、団塊ジュニア世代の住宅取得年齢到達など、一部期待材料はあるものの、依然として膨大に存在すると言われている潜在需要は顕在化しておらず、楽観できる状況ではありません。

住友林業の対応と差別化への取組み

一重要なのはニーズを的確に捉えること

そこにある需要をより多く取り込み、
競争に勝つことこそが肝要

既述の通り、業界全体の環境は楽観できない状況が続くものの、住友林業グループではさらなる成長が不可能であると考えているわけではありません。重要なのは、マクロ環境の動きに左右されることなく、確実に存在する需要を、

いかにより多く、確実に取り込んでいくか、つまりシェアを引き上げていくかということです。私たちはこの点において着実な成果を上げており、これが自信につながっています。実際1995年3月期において1.78%であった当社グループの持家シェアは順調に上昇し、前2005年3月期には2.80%となっています。

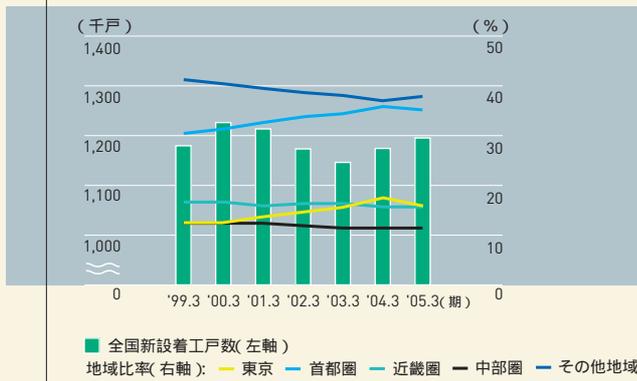
シェアを上げることは、とりもなおさず、
商品・サービスにおいて差別化すること

シェアが上昇するという事は、お客様からより多く支持されるということであり、当社グループが提供する商品・サービスに対して他にはない特別な魅力を感じて下さっているということに他なりません。これがすなわち、差別化することであり、住友林業ブランドの強化であると私たちは考えています。

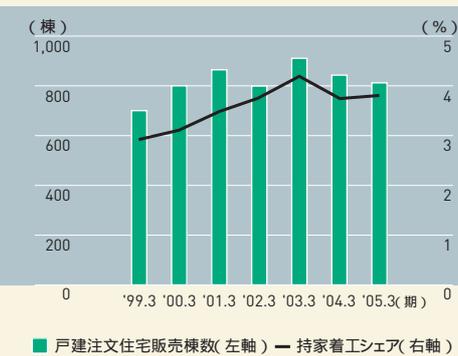
差別化要因1: 設計・商品力

生活スタイルや価値観が多様化してきている時代、お客様は「自分だけのもの」を求めています。自由設計の注文住宅を主力とする当社は、1,800名以上の建築士を有し、受注した住宅一棟ごとに専任の設計士が設計を行うことで、お客様の夢を「家」という形に具現化しています。間取りや外観、内装といったことから、階段の幅や照明器具の位置といった細部に至るまで、お客様のこだわりを形にすることを可能にしています。さらに、住宅商品1棟当たり占める国産材利用率を41%まで高めているほか、木

全国新設着工戸数と地域比率



戸建注文住宅販売棟数と持家着工シェア(東京都内)



材建材の輸入ルートを駆使して特定の優良木材を安定的に調達するなど、部材面でもオリジナル性を高めています。

一方、性能面においては、快適な室内環境のための空気環境、遮音性能、断熱性、安全な暮らしのための耐震性、耐久性、耐火性、防犯性等に厳しい基準を設け、1棟ごとに品質管理と責任施工体制を徹底することで品質を高めています。

差別化要因2: 徹底したお客様最優先

当社は、経営理念の4つの行動指針の1つに「お客様最優先」を掲げ、お客様に100%ご満足いただける家づくりを目指しています。その企業姿勢を最も顕著に表していることの1つが充実したアフターメンテナンスです。

1999年に全国54ヶ所ある拠点ごとに専任のお客様センターを設置するとともに、時間外や休日には専門技術者が常駐するコールセンターにて電話相談に応じる24時間365日体制を構築しています。さらに2003年4月からは、「住友林業の家」に関して60年間ロングサポートシステムを導入し、引渡しから60年間に亘る維持管理・リフォーム提案を含めたメンテナンスプログラムを各邸に提案しています。これら一連の活動は、消費者志向体制に優れた成果を上げているとして、2004年度経済産業大臣表彰を受けました。また、顧客満足度を示す指標の1つである紹介受注比率は、かつての平均15%程度から2005年3月期には30%を超えるまで上昇しています。

差別化要因3: 木のプロとしての総合力と実績

住友林業は、17世紀の創業以来300年以上にわたり森と共に歩み、再生可能な資源である木を活かしてきました。その間、持続可能な森林経営を継続しながら、木材・建材の流通・製造、木造住宅の建築及び住まいの関連事業等へと、「木」と「住まい」を中心として事業範囲を広げてきました。木造注文住宅事業に本格的に取り組み始めたのは1975年であり、国内大手住宅メーカーの中でも決して早い方ではありません。しかし、歴史に裏打ちされた木に対する確かな目と幅広い木材建材の調達力、その木の良さを活かした家づくりの技術力及びお客様最優先の行動がお客様に受け入れられ、現在、木造注文住宅のトップメーカーとなっています。

成長加速と持続性の向上に向けての戦略

一成長地域・分野により軸足を置く

戦略1: 成長地域におけるさらなるシェアの拡大

差別化戦略によるリードをさらに広げるため、今後は需要の高まりが顕著な地域の開拓を優先し、経営資源の投入を行うなど、効率的な営業戦略を行う方針です。戸建住宅の分野では、順次、三大都市圏を中心とした主要都市にターゲット地域を拡大する予定ですが、当面は、東京都内を中心とする首都圏でのシェアアップに向けた競争力強化策を遂行します。目標達成の足がかりとして、2007年3月期までに東京都における持家住宅の着工シェアの首位獲得を目指しています。現在の東京都における持家

重点育成事業の売上高、経常利益目標

単位:百万円	05.3期実績		06.3期計画		08.3期中期計画目標	
	売上高	経常利益	売上高	経常利益	売上高	経常利益
海外事業	43,478	1,765	46,000	2,200	52,000	3,700
住宅ストック事業	32,034	1,111	37,200	1,500	45,000	2,300
リフォーム	25,418	723	29,800	1,200	36,500	1,800
不動産流通	6,616	388	7,400	300	8,500	500
集合住宅事業	47,993	826	43,400	600	54,000	1,500

単純合計ベース（連結調整処理実施前）

着工シェアは2位(891戸:2004年3月期)で、早期に年間着工戸数1,000戸を超えていくことを当面の目標としています。

首都圏戦略推進の背景と現状

当社が東京都の持家着工シェアNo.1を目指すのは、東京及び首都圏の新設住宅着工戸数は、国内全体が低迷した期間も含めて順調に上昇を続けており、今後も高い着工戸数が見込めるためです。また、日本の総人口は2006年にピークに達すると推計されているものの、首都圏については2015年頃まで増加傾向が続き、人口減少への転換が他地域より10年ほど遅行するとみられており*、生産人口比率の低下が小さいのも特徴です。

また、東京は密集地や変形敷地が多く、法規制への対応を含めた高い設計力が求められるため、当社の特長を活かしやすく、他社に対してより強く差別化できます。日本の首都である東京においてシェアNo.1を獲得できれば、ブランドへのプラス効果が期待できます。私たちにとって、東京都のシェアNo.1獲得は通過点の1つであり、これが達成できれば、今後首都圏各県及び近畿や東海の主要な県でのシェアトップを狙います。

* 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成14年1月推計)」

弱点強化に向けた取組み

(1) 都市部向け商品の開発

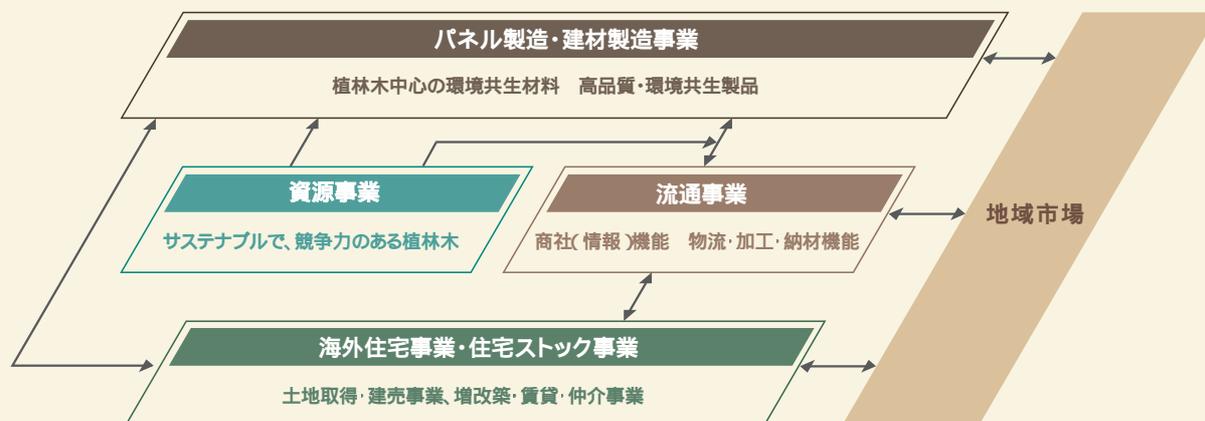
これまで当社では都市圏で需要の高い3階建ての商品層が充実していませんでした。この弱点を強化するため、2005年3月期は木造3階建て住宅の新工法「ビッグフレーム構法」を採用した「Proudio-BF」を発売しました。ビッグコラム(大断面集成柱)で水平力を負担するため、少ない壁で十分な強度が確保でき、大空間の間取り等プランの自由度が大幅に向上しています。また、ライフスタイルの変化に応じて間取りが変更できる「スケルトン(構造体)&インフィル(可変部分)」発想を取り入れ、何世代にも亘って住み継がれるストック重視型住宅を実現しています。

(2) 営業ネットワークの拡充

都内攻略に向けて営業力強化を図るため、今2006年3月期には都内担当の営業員を18名増員し、160名超の体制を整えます。組織も見直し、2005年4月から「首都圏住宅事業部」を立ち上げ、首都圏全域の戦略を包括的に推進できる体制としました。また、提案力を上げるためのプレゼンチームも設置したほか、法人ルート開拓専従のマーケティンググループを新たに設置しました。今後は都内に約14,000件のOB顧客への営業も強化していきます。

人員強化と並行して、住宅展示場の新設・建替も進め、営業拠点の充実を図ります。2005年3月期の新設3ヶ所、建替8ヶ所に続き、2006年3月期は新設1ヶ所、建替3ヶ所を予定しており、都内全体で28拠点体制とします。また、

海外事業関連図



「住まい博」やその他の集客イベント等、住宅展示場以外の営業にもより一層注力していきます。

(3) 土地対策の強化

全国の地場の不動産業者と提携して土地斡旋を行う「土地からサポートシステム」により、一次取得者を中心とする土地を持たない新築顧客の取り込み強化を行っています。2003年3月期は全受注中7.9%であった土地斡旋件数は、2005年3月期には11.4%にまで上昇しています。

また、土地対策の一環として、2005年3月期は本社内に不動産チームを設置し、今後東京都での持家シェアNo.1奪取に向けて土地購入を積極的に行っていける体制を整えました。2006年3月期は、全50区画を購入し、建売分譲住宅や建築条件付土地として、土地なし顧客対策用に活用していきます。

戦略2: 成長分野のさらなる開拓

既述した主力事業における収益拡大は企業の成長にとって最重要課題である一方、企業の収益構造上1つの分野に依存しすぎることは決して健全な経営とはいえません。当社はこの認識に基づき、中長期的にトップライ

の成長をさらに加速させ、持続的な成長を可能にするためのドライバーとして、「海外事業」「住宅ストック事業」「集合住宅事業」の3事業を重点育成事業と位置付け、優先的に経営資源を配分していきます。現在はまだ小さな芽にすぎませんが、当社には1975年に新規事業としてスタートした住宅事業を、連結ベースで売上高比率56%（住宅及び住宅関連事業）にまで成長させた実績があります。新規重点育成事業についても、綿密な調査に基づいて着々と確かな足がかりを構築しており、今後も慎重かつ積極的に進めていく計画です。

海外への展開

当社グループの海外事業は、環太平洋エリアにおける建材製造事業を中心に展開しています。木材・建材流通事業による海外からの輸入業務を足がかりとして相手国との信頼関係を築き、相手国の政治・経済状況を十分調査したうえで展開したもので、高い実績と長い歴史を持っています。製造拠点の中には30年以上の歴史を持つものもあり、現地に確固たる基盤を築いています。そして現在私たちは、中国を筆頭とするアジア諸国の台頭及びアメリカの住宅市場拡大に、新たなる大きなビジネスチャンスを見

海外住宅事業の進捗

	北米	中国
開始時期	2002年9月	2004年11月
実績	現地合弁会社Bennett-SFS L.L.C.設立 シアトル東部で2004年末までに計56棟の販売が完了	派爾剛聯合木製品(大連)有限公司と派爾剛木製品 (上海)有限公司に資本参加 両社の持分を各30%取得
現状	2005年8月現在で約200棟の分譲住宅建築が進行中	2005年2月より上海の高級戸建住宅プロジェクトに参加、7月より建築中
目標値	120棟/年	今後計画策定
今後の方針	ビジネスモデルの確立後は、ブランド化の推進 及び周辺事業や他地域への展開を検討	上海地区の有力なデベロッパーと協力関係を築き、 中国における当社グループの認知度向上及び木造住宅の普及を進め、今後の業容拡大につなげる

ています。2004年4月に発足した国際事業本部を中心に各拠点と連携をとりながら、既存ビジネスで培ったノウハウとネットワークを活用し、新規ビジネスの拡大を図っていきます。

(1) 木材・建材事業のさらなる拡大戦略

木材・建材事業では、日本市場向けだけでなく、シンガポールの現地法人や米国子会社のPacific Wood Products L.L.C.を拠点に、アジア各国や米国、ヨーロッパへ木材・建材の供給を行っています。今後住宅市況が活況なエリアを重点的に第三国間どうしの輸出入を積極化していくことで、新たなマーケットを開拓していきます。

2005年3月期は、韓国の大手建材メーカー、Dongwha Holdings Co., Ltd.と戦略的な業務提携を行い、同グループの中核企業であるDongwha Enterprise Co., Ltd.の発行済株式を10%取得しました。韓国初のMDF工場及び同国最大規模のパーティクルボード工場を保有する同社との提携により、韓国での販路拡大を目指すほか、日本及び各海外拠点とリンクした広域市場開拓を加速させていきます。

(2) 有力市場における住宅事業展開

2002年より米国にてツーバイフォー工法による戸建分譲住宅事業を開始しているほか、2004年11月からは、中国においても木造住宅事業への参入を開始しました。中国では、住宅市場の育成が経済政策の中核に位置付けられており、2004年1月の「木結構設計規範」の施行により木

造住宅が、正式に公認されました。今後、木造住宅の本格普及に向けた環境が整い、市場規模が一層拡大すると考えられています。

文化も事業環境も異なる海外において住宅事業を展開するには、クリアしなければならない課題が数多くあり、当社グループはこれらを決して楽観視してはいません。新たな事業展開を確実に進められるよう、十分なフィージビリティ・スタディに基づき採算性を確認、あらゆる面で多角化を意識した事業展開を行うことでリスクを最小限に抑えながら、慎重に計画を進めています。

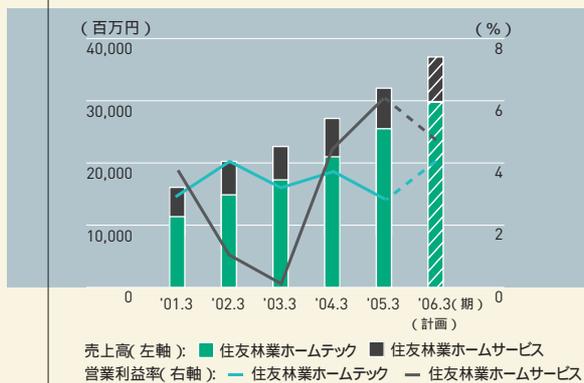
周辺分野への展開

(1) 住宅ストック事業

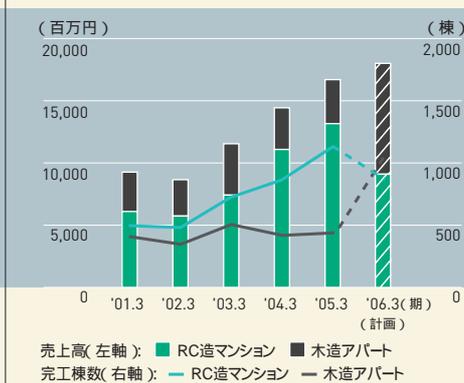
住宅の質の向上による建替サイクルの長期化のほか、老朽化だけでなくライフステージの変化に伴う住み替えや改築も一般的になってきており、リフォーム需要及び中古住宅流通量は今後ますます拡大すると考えられます。住宅政策も、新築偏重からストック活用型の市場整備に転換しており、この傾向はますます顕著になってくると思われます。日本の戸建住宅ストック約2千6百万戸の9割以上が木造住宅であることを考慮すると、木造住宅のエキスパートである当社は、この成長市場において非常に優位な立場にあります。

2005年3月期は店舗網拡大・営業力強化のための経費支出が先行しましたが、売上は着実に増加しており、中期計画の数値目標(2008年3月期:売上高450億円、経常利益23億円)の達成を目指しています。

住宅ストック事業：売上高と営業利益率



集合住宅事業：売上高と完工棟数



リフォーム事業

全国への店舗拡充を終え、現在は市場深耕を推進すべく、即戦力の強化に取り組んでいます。2005年3月期は、中途採用を中心に営業担当者や工事管理者を102名増員し、450名体制としました。さらに一般顧客へのターゲット拡大を目的として、大阪に初のリフォーム専用展示場を出展しました。受注面での実績も向上し、費用対効果の面で優れた結果を出しているため、兵庫に2番目の展示場を出展したほか、今後もさらなる出展を計画しています。

不動産流通事業

地域密着が基本である不動産流通事業では、2005年3月期も引き続き店舗拡大による首都圏の拠点網の充実に努め、5店舗(首都圏3店、近畿圏1店、中京圏1店)増加の計51店舗としました。また、ネット経由の集客力を強化するため、営業人員と顧客間のワン・ツー・ワンコミュニケーションを実現できるウェブログの仕組みを採用した営業支援システム「すみなび」を2004年11月より稼働させています。現在は売買仲介限定ですが、今後は賃貸やリフォームなどに関するコンテンツを追加していく計画です。

(2)集合住宅事業

若年層を中心に、都市部における賃貸需要を取り込むことも重要です。当社集合住宅本部では2003年8月よりグループに加えた(株)サン・ステップとの連携効果の向上に努めており、請負物件に対する賃貸管理のほか、同社との共同営業や同社が管理する賃貸物件オーナーからの土

地情報の提供等のシナジー効果が出ています。

営業・サービス力については、現在3大都市を中心に計8ヶ所ある営業拠点を、今後全国12ヶ所に拡大し、集合住宅本部の人員を2008年3月期までに300名まで増員する計画です。2005年3月期は土地活用の提案能力がある人員を中心に15名増加させ、155名体制としました。

商品面ではアパート商品を強化すべく、戸建住宅で培ったノウハウを活かすことができる初の木造軸組工法によるアパート「Succeed M-trust」を投入しました。

アパート事業については、今後も強化・拡大を行い、将来的には受注比率50%にまで引き上げていく方針です。また、(株)サン・ステップでは、市場の伸びが期待できるマンスリーマンション事業も展開しており、現在自己所有及びサブリース併せて7棟を所有しています。今後も立地条件を十分に見極めながら、積極的な投資を進めていきます。

営業の概況

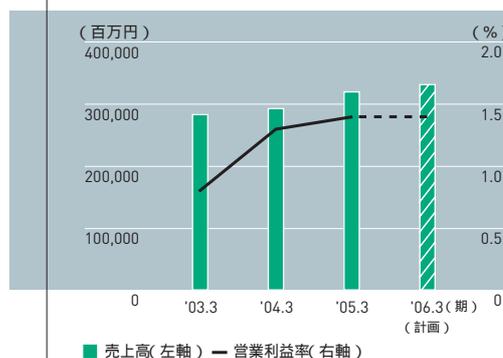
セグメント別売上高内訳



(2005年3月31日現在)

木材・建材事業

売上高と営業利益率



当セグメントは、原木・製材品などの木材から、木質パネル、住宅用建材、住宅設備機器まで幅広い分野を網羅し、売上高規模において業界トップクラスの地位を確立しています。環太平洋地域を中心として世界に広がるネットワークを活用し、高品質な商品を安定かつ確実に供給するとともに、高付加価値商品等の市場開拓や、業界の構造変化を捉えた新しい流通システムづくりにも積極的に取り組んでいます。

2005年3月期の事業環境

2005年3月期の国内建材市況は、上期は木造住宅の新設住宅着工戸数の持ち直しを受けて、合板を中心に活発に推移しましたが、下期には需給バランスが乱れたことにより、木質関連商品は全般的に低迷したものの、住設機器や金属建材は好調に推移しました。また、木材需要は、製材品は前期並みに推移、素材は微増という結果となりました。

一方、海外では、海外経済の拡大を背景に、木材・建材市況ともに好調に推移しました。

2005年3月期の業績と主な施策

流通事業での取扱量の増加及び海外市況の好調に伴い売上が大幅に改善したことより、当セグメントの売上高は、前期比9.2%増の3,202億55百万円(うち外部取引3,016億96百万円(同8.9%増))、営業利益は同21.0%増の46億15百万円と、計画を上回る増収増益となりました。事業内容別(単体)では、木材の売上高は927億92百万円(前期比11.9%増)、建材の売上高は1,856億33百万円(同6.1%増)と、木材・建材ともに好調に推移しました。

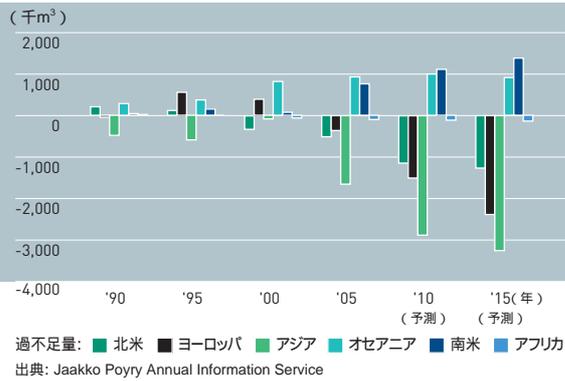
競争力と収益力の向上に向けた基盤強化の取組みが一段落した木材・建材流通事業では、取扱数量を増加させ、トップラインの拡大に乗り出すとともに、引き続き在庫の縮小と与信面の管理を徹底し、取引上のリスク低減に努めました。

セグメント業績ハイライト

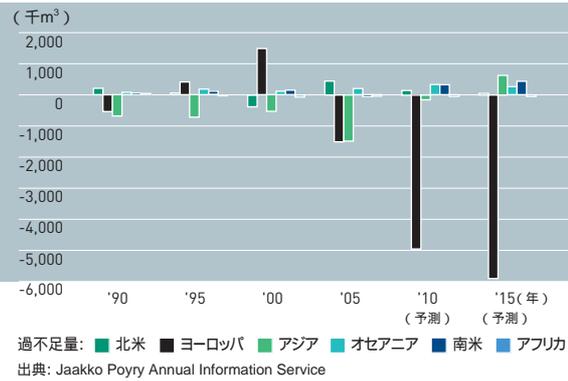
単位:百万円	03.3期	04.3期	05.3期	06.3期計画
売上高	283,517	293,220	320,255	332,000
営業利益	2,238	3,813	4,615	4,800
資産	145,423	146,169	157,840	-
設備投資	2,627	1,723	2,949	-

注: 記載の売上高は、セグメント間の取引による売上高を含んでいます。また、営業利益については、セグメント間の取引及び配賦不能な本社経費を控除する前の「内部利益を含んだ営業利益」を示しています。

世界のMDF需給バランス



世界のパーティクルボード需給バランス



重点施策

1. 市場動向を先取りした建材ラインナップの強化
2. 環太平洋を中心とする製造・販売ネットワークの拡充
3. 国内流通システムの効率化及び質の向上

1. 市場動向を先取りした建材ラインナップの強化 —エンジニアリングウッド製造への取組み

集成材や木質パネルなどのエンジニアリングウッドは、性能のバラツキが少なく、機能面において優れている上、小径木や曲がった部分など、本来木材製品の生産には適さない原木も原料にすることができます。そのため、品質・環境保全の両面から高く評価されており、さらにグリーン購入法の追い風も受けています。

当社グループでは、市場でのエンジニアリングウッド需要の高まりを先取りし、1984年にはニュージーランドでMDF事業推進のための合併会社を設立するなど、業界に先駆けてエンジニアリングウッドの取扱いを進めてきました。現在、海外の生産拠点を中心に、合板のほか、100%植林木を使用したMDFやLVL、木質廃材を有効利用したパーティクルボードの生産量拡大に注力しています。

主要製造エンジニアリングウッド一覧

種類	原材料	製造場所	主要販売地域	主用途	業界ポジション
木質ボード MDF (中密度繊維板)	ラジアータパイン (植林木)	NPIL	オセアニア	家具	輸入量: 日本国内1位 製造量: 環太平洋最大級
		Alpine MDF	アジア(日本含) 米国	建具 内装	
LVL (単板積層材)	ラジアータパイン (植林木)	NPIL	オセアニア 日本 米国	屋根タルキ I-BEAMのフランジ 梁や床根太 コンクリート打設用	-
パーティクルボード	合板工場廃材	RPI	インドネシア	家具、木工、建築用	製造量: インドネシア国内1位
合板	南洋材	KTI	日本、中国 ヨーロッパ	壁、床、内装、 家具、什器	インドネシア国内大手 (初の外資系合板工場)
集成材 スーパーサイプレス	国産ヒノキ (間伐材)	住友林業*	日本国内	柱、土台	-

* 集成材は、住友林業の指定製材工場にて製造しています。

MDF(中密度繊維板)

MDFは、木材チップを繊維状に解繊してから板状に成形する繊維板の一種で、加工性、強度、寸法安定性に優れているため、近年建築用材や家具材としての利用が急増しています。特に、米国、欧州、中国や韓国を中心としたアジアでは、供給量が需要に追いつかず、今後もこの傾向は加速すると予測されています。

当社グループでは、このニーズに早くから着目し、1986年にニュージーランドのNelson Pine Industries Limited(NPIL)にてMDFの製造を開始しました。2002年にはオーストラリアのMDF製造会社を買収し、Alpine MDF Industries Pty Ltd(Alpine MDF)をグループに加えました。2社合計の生産能力は500千m³/年を超え、環太平洋エリア最大級の生産量となっています。現在は、国内外の住宅メーカー、建材メーカー、問屋など約150社に販売しています。

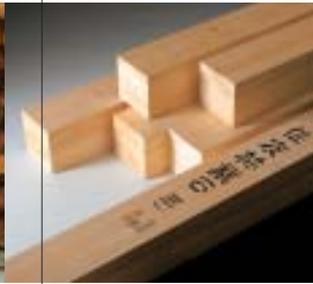
パーティクルボード

パーティクルボードは、主原料である木材チップを高熱・高圧で成形した木質パネルです。汎用性が高く、スピーカーボックス、楽器類、家具などに広く利用されています。

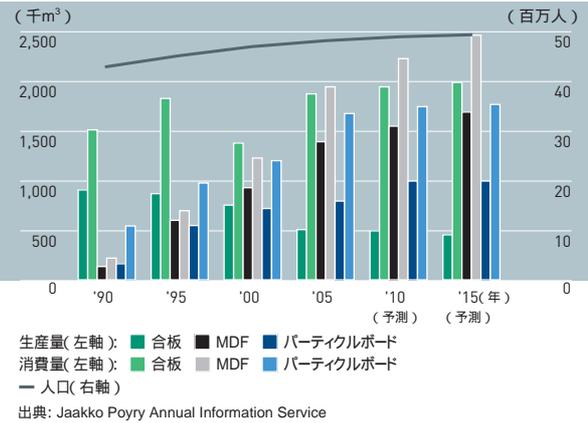
丸太の買い付けを行う
営業担当者



ヒノキの構造用集成材
「スーパーサイプレス」



韓国市場における建材需要推移



当社グループでは、インドネシア中部ジャワ州スマラン近郊のPT. Rimba Partikel Indonesia(RPI)にて、隣接する合板工場など近郊から排出される廃木材を原料としたパーティクルボードを生産しています。インドネシア国内で85%を販売、その他は香港やマレーシアを中心に輸出しています。インドネシア国内ではトップシェアを有していますが、需要が供給を上回る状況であるため、さらなる生産拡大を検討しています。

スーパーサイプレス(ヒノキの集成材)

集成材は、挽き板または小角材を繊維方向がほぼ平行になるように集成接着した加工材で、主に住宅用建材として使われています。節や割れ等、木材の欠点を除去して製造するため、品質が均一になり、無垢材のよさを活かしつつ、強度を高めることができます。住宅金融公庫の調査によると、木造軸組工法住宅の柱材に使用されている集成材の使用比率は、1993年の2%から、2002年には45%まで増加しています。

当社では、ヒノキの間伐材を使用した集成材「スーパーサイプレス」を、戸建住宅の主力商品において柱と土台に全国標準採用しています。耐久性、強度、防霉・防蟻性に優れており、日本の住宅の高級建築材料として長い歴史を持つヒノキを集成材の素材に使用することで、さらなる高精度化、高強度化及び高付加価値化を達成しています。強度は無垢ヒノキの約1.2倍となり、さらに、含水率を約15%まで落とすことで、躯体となってからも収縮変形を防ぐことができます。

2. 環太平洋を中心とする

製造・販売ネットワークの拡充

一業務提携およびM&Aによる新市場の開拓

当社では、世界各地に駐在員を配置し、常に最新の商品やマーケットに関する情報を把握することで、多様なニーズへの対応力を向上させてきました。同時に、各地拠点

を通して通常の国内ルートでは仕入れが困難な材も確実に仕入れることができる仕入れルートを確立してきました。

そして現在、海外ではM&Aや業務提携により環太平洋を中心とした販売網の拡大に注力しています。その一環として、2004年11月には韓国の大手建材メーカーグループであるDongwha Holdings Co., Ltd.と業務提携の合意に至り、同国市場進出の足がかりを構築しました。経済成長に伴い建材市況が好調に推移している韓国にあって、同社グループは、同国最大規模のパーティクルボード工場や同国初のMDF工場を有する韓国建材製造販売のリーディング企業です。お互いのネットワークを共有することで販路拡大を図るほか、ラインナップを補強しあう関係を目指しています。

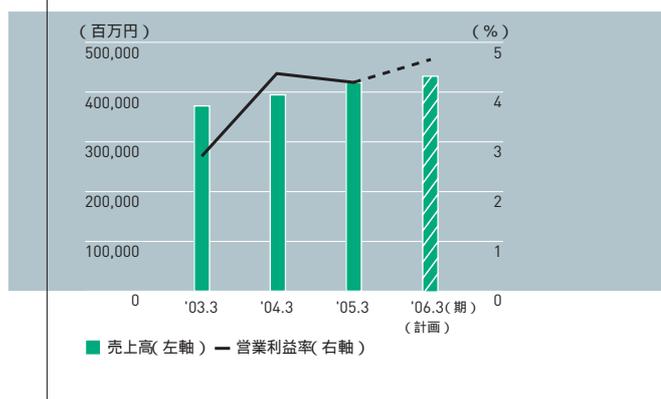
3. 国内流通システムの効率化及び質の向上

住宅部門を持つ当社は、エンドユーザーから得た最新のニーズを木材・建材部門にフィードバックすることが可能で、市場が求める付加価値の高い木材・建材を供給することで、国内流通市場の活性化に貢献しています。木材・建材流通市場において業界再編の動きが強まる現在では、取扱い数量を増加させ、マーケットシェアの拡大を図る一方、主要取引先との関係強化に努めています。

取引上のリスク低減を図るため、在庫管理と与信管理を徹底し、事業の確実性の向上に努めています。国内流通市場の効率化の1つとして行っているのが、工務店等のネットワーク化です。今年で12年目を迎えた「イノグループ事業」では、全国の地域優良建設会社300社余りをネットワークし、会員工務店に対して最新の家づくりのノウハウと高付加価値の資材を提供して業務改革を支援しています。これは、当社にとっては資材売上増加と与信管理面でのリスク低減が図れる一方、工務店にとっては質・量ともに安定した資材供給を確保できるとともに、営業・アフターメンテナンスの体制作りまで様々な支援を受けることができる、まさにWin-Winの関係です。

住宅及び 住宅関連事業

売上高と営業利益率



当セグメントは、木造注文住宅のリーディングカンパニーとして、独自技術を駆使し、高品質な「木の住まい」を提供しています。部材の調達から設計、施工、アフターサービスまでをグループ内にて一貫して行うことにより徹底した品質・性能管理を可能としています。また、この総合力を活用して、集合住宅事業、住宅ストック事業など、周辺事業の拡大にも注力しています。

2005年3月期の事業環境

わが国の新設住宅着工戸数は、前期比1.7%増となったものの、当社事業と関連の深い持家市場は、1.6%減と低迷しました。しかし、持家全体に比べ木造軸組の減少率は小幅にとどまっています。一方、集合住宅市場は、引き続き都市部における住まいの「賃貸化」と「都心回帰」により2年連続前期比プラス成長となりました。また、住宅ストック関連市場(リフォーム及び不動産仲介)では、ライフステージの変化や住環境の向上などによる住み替えやリフォームの目的が多様化していることから、需要の拡大傾向が続いています。

2005年3月期の業績と主な施策

当セグメントの売上高は、完工棟数はほぼ前期並で推移したものの、追加工事の発注などの営業努力によって坪単価が上昇したことにより、前期比6.3%増の4,183億13百万円(うち外部取引4,180億31百万円(同6.2%増))となりました。一方、地震や台風等の自然災害の多発による

顧客対応の経費や、グループ会社における業容拡大のための人材採用への先行投資などにより、営業利益は同2.2%増の175億30百万円にとどまりました。

事業内容別(単体)では、戸建住宅の売上高は3,028億72百万円(前期比1.6%増)とほぼ前期並に推移しました。新築住宅事業では、東京エリアでの持家着工シェア拡大に向けた取組みを開始しました。また、引続き経営体質強化を目的として、37億円の生産コストダウンを実施したほか、成長分野へ経営資源を集中させる方針のもと、木造ユニット新築住宅事業からの撤退を実施しました。

集合住宅事業(単体)では、前期大きく伸ばした受注が当期に完工となり、売上高は167億3百万円(前期比15.4%増)と大幅に増加しました。また、土地情報の効率的な収集に向けた体制の整備や前期に子会社とした賃貸管理会社(株)サン・ステップとの一貫体制の構築により顧客への提案力を向上させるなど営業力の強化を図りました。

住宅ストック事業のうち、リフォーム事業を行う住友林業ホームテック(株)では、新規顧客の取り込みに成功し、売上高は前期比21.1%増の254億18百万円と大幅に増加し

セグメント業績ハイライト

単位:百万円	03.3期	04.3期	05.3期	06.3期計画
売上高	370,421	393,616	418,313	431,000
営業利益	9,920	17,150	17,530	20,000
資産	133,010	108,160	108,705	-
設備投資	1,417	3,162	4,403	-

注: 1. 2004年3月期より住友林業ホームサービス(株)は、「その他事業」から「住宅及び住宅関連事業」にセグメントを変更しています。

2. 記載の売上高は、セグメント間の取引による売上高を含んでいます。また、営業利益については、セグメント間の取引及び配賦不能な本社経費を控除する前の「内部利益を含んだ営業利益」を示しています。

GODAI One's Story (外観)



落ちついた雰囲気のと室



GODAI Navia(外観)



ました。しかし、受注拡大のために大幅に増加させた人員の戦力化が遅れたため、利益面は悪化しました。一方、不動産流通の住友林業ホームサービス(株)の売上高は66億16百万円と前期比8.4%増にとどまったものの、インターネット経由の顧客獲得などによる経費の削減により、営業利益は同51.5%増と収益力が大幅に向上しました。

重点施策

1. 東京エリアを始めとした大都市圏におけるシェア拡大
2. 商品ラインナップの強化
3. マーケティングの強化

1. 東京エリアを始めとした大都市圏におけるシェア拡大

一ニーズの高い地域・分野へ経営資源を集中

新築住宅事業では、2年以内に東京エリアでの持家シェアNo.1の実現を目指します。この戦略を加速するために、分譲用土地を確保する土地戦略を強化し、さらなる需要の取り込みにも注力しています。首都圏で目標を達成した後は、その他の大都市へと順次ターゲットエリアを拡大していく計画です。

都市部においてニーズの高い集合住宅事業では、当面は受注拡大に向けた先行投資として人員・拠点の増

強、販促費の増加を実施します。一方で、コスト競争力増強と収益性の向上を目指し、戸建住宅事業での実績を通して設計や生産コストダウンのノウハウを持つ木造アパートの受注比率を、現在の30%から50%へと高めていきます。

2. 商品ラインナップの強化

一中高級路線を貫きつつ、成長余力のある市場向け商品を充実

当社は、自由設計を基本とし、顧客満足度を高める提案力の強化に注力しています。当社のブランドイメージである中高級路線を堅持するとともに、市場の動向をみながら顧客年齢層やエリアに応じた商品戦略を機動的に実施することで、需要を確実に取り込んでいきます。2005年3月期は、特に一次取得者層向けや都市部向けの3階建て商品の開発に注力し、拡大市場の開拓に取り組みました。2006年3月期は、注文住宅事業30周年を迎えるにあたり、これまでの集大成となる商品を投入する予定です。

建替層向け商品及び企画商品

当社の主力商品である建替層向け商品では、自由度の高い設計、「木」にこだわった内装部材や空間活用の提案を充実させています。特に「GODAI」シリーズは、当社の代表的ブランドとして、ラインナップの充実を図ってきました。

「住友林業の家」主要商品ラインナップ

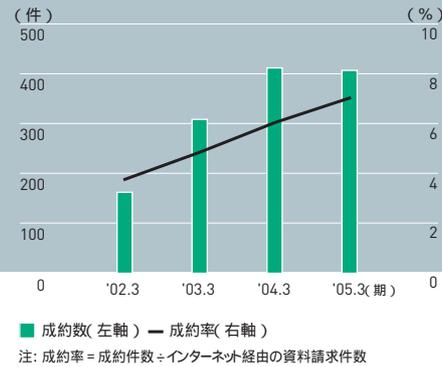
商品	商品名	特徴	売上高構成比(%)*
GODAI	One's Story	2階建て主力商品	43
	One's Story Ground Life	平屋建て	
	和楽	本格和風住宅	
	Navia	一次取得者層向け	
rialt		一次取得者層向け	42
Relaxia		都会的内外装	3
Baum		企画型	5
Proudio	MB(マルチバランス)	木造軸組3階建て	3
	BF(ビッグフレーム)	木造ラーメン構造3階建て	
その他	地方商品など		4

* 売上高構成比は、2005年3月期の実績です。

Proudio-BF(外観)



Proudio-BF(構造)

インターネット経由の成約数と成約率
(新築戸建住宅事業:単体)

戦略的商品としては、木質感を追求した「スーパーナチュラルシリーズ」を2002年より毎年300～500棟限定で販売しています。使用素材に徹底的にこだわり、世界中から調達した素材を使った当シリーズは、産地ごとの木の長を知り、世界に仕入ネットワークを持つ当社にしか実現できないユニークな商品であり、ブランド力の向上にも貢献しています。

一次取得者層向け商品

団塊ジュニア層が住宅取得年齢に達し、住宅市場の主力に躍り出てきています。2002年8月より販売している「rialt」は、デザイン性や生活提案に高いこだわりを持つ20～30代から高い支持を得て、「住友林業の家」の受注棟数に占める比率は50%近くまで達しました。また2004年10月には、一次取得者層向け商品第2弾として「GODAI Navia」を発売しました。住みたい家をイメージしやすいよう外観、内装、間取りについて、いくつかのパターンを示すことで家づくりの入口へ入りやすく工夫した商品で、「rialt」の後継商品として順調に受注を伸ばしています。

3階建て商品

狭小敷地の多い首都圏で競争力を高めるためには、3階建てのプランを提示できることは大きな強みとなります。これまでは木造軸組工法による「Proudio-MB」により、限られた敷地を活かせるセンチ単位での設計が可能な自由設計の強みを活かしたプランを提案してきました。しかし一方で、構造上柱の数が多くなり、大空間がとりにくいなどの制約がありました。そこで、2005年3月期は独自の木造ラーメン構造による新工法「ビッグフレーム工法」を開発し、新商品「Proudio-BF」として市場投入しました。ビッグコラム(大断面集成柱)の適用により室内側に柱型を出さず、大空間や大型の開口部、ロングスパンの張り出しキャンティなど、大胆な空間利用を可能にしています。

また、各階の柱の位置を自由に決めることができるなど、プランの自由度も大幅に向上しています。

3. マーケティングの強化

—ITの積極活用

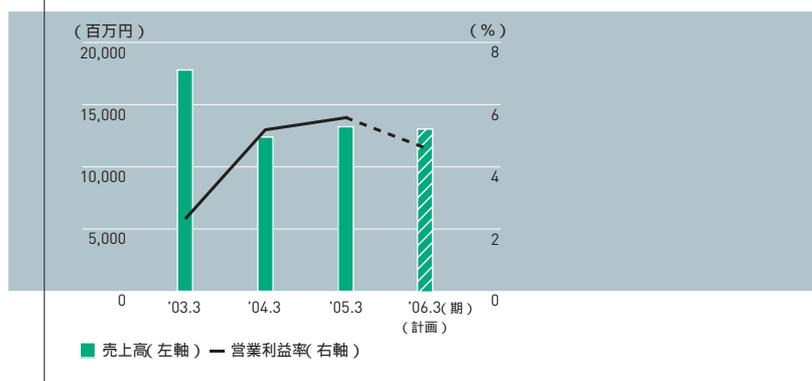
当社のマーケティングの基本は、実際に木にふれることのできる住宅展示場や「住まい博」等のイベントです。展示場については、2003年3月期にはエリア戦略の見直しにより大幅な整理統合を実施しましたが、その後は、高い費用対効果が期待できる場所に限って8ヶ所増設し、2005年3月期には313ヶ所となりました。これに伴い、これまで工期短縮、生産コスト削減など、生産現場を中心としていたIT活用の範囲を、展示場や各種イベントへの集客などのマーケティング分野へと広げています。

新築戸建住宅事業においては、メールマガジンの配信やホームページの充実による顧客との接点拡大に取り組んでいます。メールマガジンでは、地域別情報やユーザーの関心が高い情報を充実させたほか、顧客の要望に合わせて配信情報を個別に決定することで相互コミュニケーションを実現しています。一方、ホームページでは、一般向けの情報提供のほかに、OB顧客専用サイトを設置し、維持補修や増改築をネット経由で相談できるサービスを開始しています。また、携帯電話サイトにおいても、展示場、地域別イベント、ショールームの検索を可能にし、来場促進を図っています。

不動産流通事業においては、ウェブログの仕組みを採用した情報サービスサイト「すみなび」を導入しています。担当営業員各自のページが売買希望の顧客ごとのマイページと完全連動することで、一対一のオンライン営業が可能となり、提供可能な情報の幅も拡大しています。導入前は3%以下であった成約件数全体に対するネット経由の成約件数の比率が、2005年3月期は37%まで上昇しており、今後内容をさらに充実させるとともに、成約率の上昇、成約数の増加を目指していきます。

その他事業

売上高と営業利益率



当セグメントは、豊かな暮らしと社会を支えるサービスを多角的に展開しています。環境やリサイクルの観点から農業を考えるアグリ事業やゴルフ場経営により、暮らしのゆとりを創造。また、損害保険代理店業やコンピュータシステムの開発、人材派遣業など、現代のビジネスシーンが求めるサービスを提供しています。

2005年3月期の業績回顧

当セグメントの売上高は、前期比6.8%増の131億85百万円となりました。これは、保険代理店業やリース業を中心としたサービスを展開しているスミリンエンタープライズ㈱による住宅顧客向け火災保険の販売が好調であったことが大きく貢献しています。また、収益の増加に加え、同社及び園芸用培土や花卉類を製造販売するスミリン農産工業㈱の収益体質の改善により、営業利益は、売上の伸びを上回る同14.6%の増加を示し、7億38百万円となりました。

2006年3月期以降の施策と見通し

スミリンエンタープライズ㈱やスミリン農産工業㈱以外では主にグループ向けのサービス事業が中心となっているため、今後もグループ内の事業活動を円滑に進めることに貢献し、グループ全体の収益性を高めていくためのシステムづくりに注力していきます。スミリン農産工業㈱については、住友林業筑波研究所と協力して独自の研究成果を実用化・商品化し、収益力を高めていきたいと考えています。

セグメント業績ハイライト

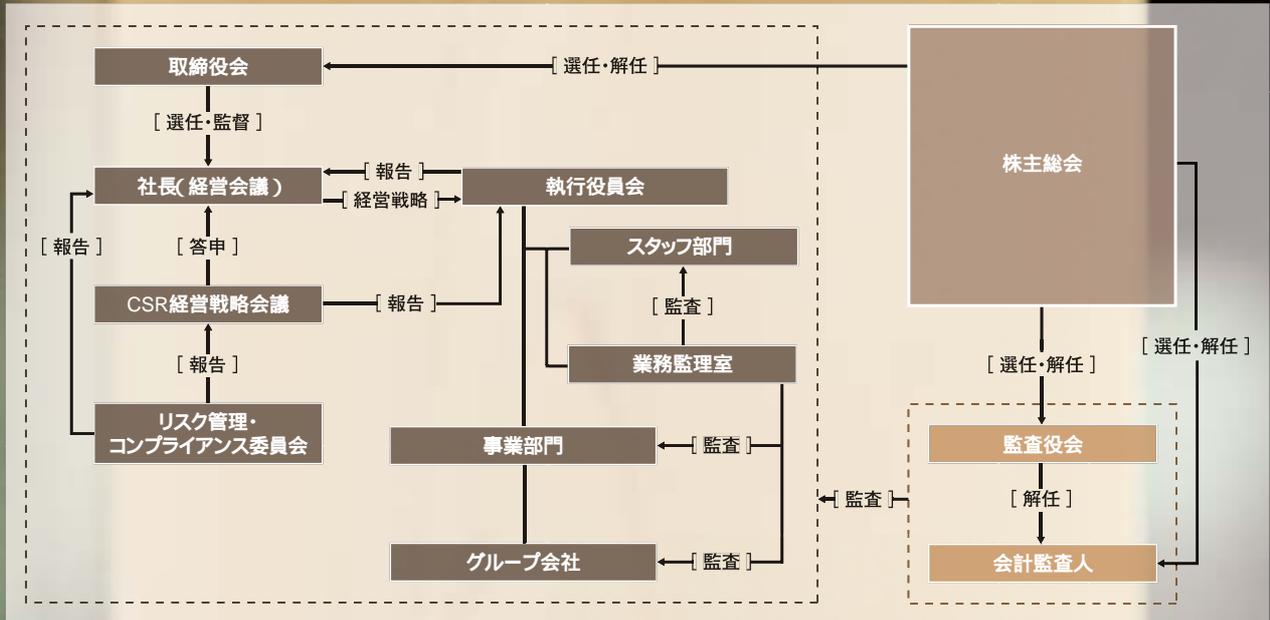
単位:百万円	03.3期	04.3期	05.3期	06.3期計画
売上高	17,882	12,350	13,185	13,000
営業利益	415	644	738	600
資産	31,934	7,893	8,650	-
設備投資	581	999	754	-

注: 1. 2004年3月期より住友林業ホームサービス㈱は「その他事業」から「住宅及び住宅関連事業」にセグメントを変更しています。

2. 記載の売上高は、セグメント間の取引による売上高を含んでいます。また、営業利益については、セグメント間の取引及び配賦不能な本社経費を控除する前の「内部利益を含んだ営業利益」を示しています。

企業の社会的責任

業務執行・経営監視体制



コーポレート・ガバナンス及びコンプライアンス

住友林業は、コーポレート・ガバナンス及びコンプライアンス体制の充実及び強化を最重要課題の1つと位置付け、経営の透明性確保及び迅速な意思決定・業務執行に向けて、継続的な取組みを行っています。

コーポレート・ガバナンス

当社は、2002年6月より執行役員制度を導入し、意思決定・監督機能と業務執行機能を分離することにより、経営のスピードアップ、監督機能の強化及び責任の明確化を図ってきました。

また、経営環境の急激な変化に対応し得る迅速かつ機動性の高い意思決定を可能にするため、併せて経営会議体の改革も行いました。原則月1回開催する取締役会は、重要事項に関する意思決定と業績等の確認を行うとともに、職務執行の監督機能を果たしています。戦略の方向付けは、同様に原則月1回開催している経営会議で審議し、全執行役員で構成される執行役員会にて、業務進捗状況に関する報告を行っています。

監査体制については、現在2名の社外監査役を含む計4名の監査役がいます。監査役は、健全で持続的な経営に資するため、取締役会ならびに経営会議に出席するほか、3か月に1回のペースで代表取締役とコーポレート・ガバナンスに関する幅広い意見交換を行っています。内部監査については、業務監理室が担当し、監査役と連携しながらグループ全体を対象に、日常業務の適正性に関する監査を実施しています。また、監査役の監査機能強化を図るため、日本監査役協会が2004年2月に改正した「監査役監査基準」に準じて、当社も「監査役監査規程」、「監査役会規則」を改定するなど、良質な企業統治体制の確立に努めています。

コンプライアンスとリスク管理

当社では、あらゆるステークホルダーの皆様の期待に誠心誠意応えることこそが、社会から信頼される企業を築くための基本であると考えており、コンプライアンスを経営の最重要課題ととらえています。

1997年に「住友林業倫理憲章」及びコンプライアンス推進のガイドラインである「倫理行動指針」を作成しました。全従業員の意識向上を図るため、倫理憲章を社員手帳に掲載するとともに、月刊グループ報やグループイントラネット上に「コンプライアンス勉強会」のコーナーを連載し、従業員の啓蒙に努めています。また、総務部長と顧問弁護士を相談窓口としたコンプライアンス・カウンター（内部通報制度）を設置し、会社及び社員の違法行為や企業倫理に反する行為について、プライバシーを守りながらグループ内から情報提供を受けることができる仕組みを設けるなど、通常の業務プロセスで解決しにくい課題の早期発見・解決に努めています。

リスク管理については、総務部長を委員長とする「リスク管理・コンプライアンス委員会」を設置し、事業環境の変化に伴い発生する新たなリスクを洗い出し、対応策を検討・指導しています。緊急事態発生時に備え、全グループ従業員を対象とした専用回線「緊急ホットライン」を設置しており、いつでも迅速かつ適切な対応が行える体制を整えています。また緊急事態発生情報は、社長まで2時間以内で報告するというルールを設け、経営トップが先頭に立ってリスク対策を行う体制を確立しています。

環境・社会への取組み

住友林業グループのルーツ それは、17世紀に住友家が開鉱した四国の別子銅山にて必要となった建築用、燃料用等の木材を調達するために始めた銅山備林経営です。以来300年以上にわたり、当社は森とともに歩み、森の大切さ、木の素晴らしさを学んできました。その経験は、森の持つ公益機能を尊重しつつ木材の生産を行うため、永続的に植林と再生産を繰り返す「保続林業」へと発展しました。そして、「保続林業」によって培われた「持続可能性(サステナビリティ)」重視の姿勢は、現在の当社グループに引き継がれ、事業活動の中にしっかりと根付いています。

住友林業グループは、この姿勢をより明確にし、社会と共生しながら継続的に発展できる企業であり続けるため、CSRの考え方を基軸にした経営にシフトします。そのため、2005年4月に「CSR推進室」を設置し、グループが一丸となってCSRに取り組むための体制を確立しました。今後は、「持続可能性(サステナビリティ)」の考え方をあらゆる企業活動の基本とし、経済・社会・環境の3つの側面のバランスを図りながら、豊かな未来に貢献する「総合住生活関連事業」を展開していきます。そして、各事業をCSRの観点から見直すことを通じて、企業ブランドと企業価値の向上を図っていきます。

事業における環境への取組み

環境マネジメント

環境マネジメントシステム

当社では、環境への取組みを経営の最重要課題の1つとして捉え、1996年3月期より国際規格ISO14001に基づいた環境マネジメントシステムの構築を進めてきました。1997年に住宅業界初の認証を受け、その後国内全部門へと順次拡大、2002年8月には全社統合の認証に更新しました。現在は認証範囲をグループ会社に拡大しており、国内4社を認証範囲に組み入れています。また、海外3社がISO14001の認証を取得しています。

さらに、環境保全活動を日常の事業活動の中に浸透させて持続的な取組みとするため、予算管理のしくみで環境管理を行うシステムを構築し、2005年3月期より運用を開始しました。2006年3月期は、京都議定書の発効を受け、グループ共通の目標として、地球温暖化の主な原因である二酸化炭素(CO₂)の排出削減目標を設置し、その達成に取り組んでいます。

環境会計

企業経営において環境保全活動をより効率的かつ効果的に推進するため、当社では、環境保全活動にかかるコストとその効果を定量的に把握し、「2001年環境報告書」より公表を開始しました。2005年3月期は、環境情報の開示および運用、グリーン購入に係るコストなどが増加したことにより、管理活動コストは大幅に増加しましたが、それ以外のコストは減少しています。

2005年3月期の環境会計

分類	保全コスト(百万円)		保全効果
	費用額	対前期比	
事業エリア内 地球環境保全 資源循環	552	-18	社有林によるCO ₂ 吸収量231,605t-CO ₂ など
	3,826	-37	当社住宅建設に伴う廃木材リサイクル量26,650t 流通事業による廃木材リサイクル量(チップ換算)687,605m ³
管理活動	406	+304	使用済みパソコンのリユース、リサイクル率 100%
研究開発	232	-73	「ビッグフレーム構法」商品化 など
社会活動	70	-25	富士山「まなびの森」でのボランティア活動 160名(7回実施) 「フォレスターハウス」来場者数4,632名(学習会3回実施)
合計	5,085	+150	

持続可能な森林経営と国産材の利用促進

当社は、日本の国土の約1,000分の1にあたる40,497ha(人工林49%、天然林42%)の社有林を保有しており、そのすべてで保続林業を実施しています。保続林業とは、年々の木材収穫量を年間生長量の範囲内にとどめることで、山林の持つ治山治水などの諸機能を保つことができる、環境保全に配慮した森林経営方法です。木材の収穫方法も、一帯の山林を一斉に伐採するのではなく、必要量だけを抜き伐りする群状択伐施業を実施しており、地域生態系に配慮しています。

日本の林業は、高い人件費、機械化の遅れなどからコスト競争力を維持できず、世界第2位という大きな市場を内在しながら、需要の大部分を外材が占めているという状況にあります。その結果、国内森林の荒廃が進み、環境・経済の両面で林業の活性化が求められています。当社は、地方商品等を除く全住宅商品の柱と土台に標準仕様で国産ヒノキ材を使用し、1棟当たりの国産材使用比率を41%まで高めています。また、北海道のカラマツや四国・九州のヒノキなど、社有林を住宅商品に積極活用することで、社有林を通じた国内林業の振興にも貢献しています。

環境配慮型商品

木材資源の有効活用

間伐材や未利用材など、これまで利用が限られていた資材について、強度や精度を向上させる技術を駆使して積極的に活用しています。例えば、現在「住友林業の家」の標準的な壁下地材「きづねパネル」は、製材時に発生する端材や間伐材などの小径木をも原材料にすることができます。しかも、高い強度と通気性を兼ね備えており、木質資源の有効利用と住宅性能の向上を図ることができます。

当社では個々の製品だけでなく、製造体制全体においても資源の有効活用に取り組んでいます。例えば、ニュージーランドのNelson Pine Industries Limited(NPIL)では、計画的に植林されたラジアータパインだけを原材料として採用し、比較的太くて通直な部分をLVL(単板積層材)に、それ以外の部分をMDF(中密度繊維板)へと加工しています。また、樹皮や、製造工程で発生する不良品も燃料として利用することで原材料の100%利用に取り組んでいます。

また国内においては、住友林業筑波研究所が中心となって開発した木材乾燥システムMIZDASによって、含水率が高く、乾燥が難しいスギ材を、短時間に割れが少なく乾燥することを可能にしました。これにより、乾燥にかかるエネルギーの削減と、基準外製品の削減による木材資源の有効利用を実現しました。

環境保全型建材

商品	主材料	特徴
壁下地材 「きづねパネル」	国産材の間伐材	スギ材等を格子状に組み、高い強度と通気性を実現
ヒノキ集成材 「スーパーサイプレス」	国産材の間伐材	ヒノキの長所はそのままに、無垢材を上回る高精度化、高強度化を達成
カラマツ集成材	社有林産カラマツ	従来変形しやすいため利用困難だったカラマツの乾燥技術を確立し、集成材として利用
パーティクルボード	合板工場廃材	廃木材をフレーク状に破碎し、接着剤と混合して板状に成型 汎用性が高い
国産材利用の合板	国産スギ材	最新の設備を導入し、乾燥の難しい国産のスギ材を利用した合板の生産を積極化

**国内社有林のCO₂吸収量と
国内グループ事業活動によるCO₂排出量**



インドネシアでの植林の様子



KTI教育財団の奨学金を受けた生徒達



省エネルギー住宅

当社では、使用材料における環境負荷低減だけでなく、断熱材の使用や外通気工法などの使用により、入居後のエネルギー消費量を減らし、二酸化炭素放出量の低減を目指しています。その結果、住宅金融公庫の基礎基準に比べ熱損失量を最大60%低減することに成功しています。

グリーン調達

住宅建設事業が地球環境に与える負荷を軽減するため、当社では独自の「グリーン調達ガイドライン」を策定し、2004年3月期より資材調達に適用しています。2005年3月期は、JIS基準、グリーン購入法調達基準などの改定に伴い、ガイドラインの見直しを行いました。パートナー企業の協力を得て、現在は80%の取引先、96%の商品が評価基準に合致する結果となっています。

温暖化ガス及び廃棄物の削減

地球温暖化の主な原因である二酸化炭素の排出を抑制するため、事業活動に伴う二酸化炭素の排出量と国内の社有林による吸収量を調査しています。2005年3月期は、グループ全体で90,433t-CO₂を排出、うち62.3%は住宅の生産・建設部門、21.6%は部材・資材製造・加工部

門から排出されています。一方、国内の社有林による二酸化炭素の吸収量は、231,605t-CO₂となっており、排出量の2.5倍相当量を吸収していることとなります。

廃棄物削減に向けた取組みとしては、独自の木くず(建設廃棄物)リサイクルシステムを構築しています。当社の2005年3月期の木くずリサイクル率は、新築系84%、解体系で89%となっており、解体系では国が掲げる2010年より5年早い2005年にリサイクル率95%を達成する予定です。また、主要構造材のプレカット率100%をほぼ達成し、新築工事現場における廃棄物の発生抑制・適切処理を実行しています。今後は、解体工事時に発生する瓦、石膏ボード、その他の混合物についても再資源化手法の確立に取り組んでいきます。

企業市民としての取組み

当社グループでは、森林のプロフェッショナルとしての知識と経験を活かし、地域社会に貢献する活動に取り組んでいます。主な活動としては、植林をはじめとする生態系復元の取組みや小学生を中心とした子供達への教育支援などがあります。

主な社会貢献活動

活動	場所	概要
植林 富士山「まなびの森」自然林復元活動	富士山南麓 国有林	1998年4月より富士山麓に自生する樹種にて植林・育林。累計33,295万本植栽。植生・鳥獣生息のモニタリング実施。
熱帯雨林再生プロジェクト	インドネシア 東カリマンタン州	1991年から13年間実施し、2004年3月に終了。約277ha(累計植栽面積503ha、累積植栽本数738,000本)に及び森林を再生。
教育 フォレスターハウス	愛媛県別子山	森林・林業の情報発信を目的とした展示、体験学習の開催。
住友の森エコシステム	愛媛県別子山	新しい森林管理の形を目指した森林整備。フォレスターハウスと社有林を一般公開して、体験学習の場を提供。
KTI教育財団	インドネシア	経済的事情により就学困難な小中学生に奨学金を授与することを目的に2000年に設立。2004年は、小学生74名、中学生29名に奨学金を授与。

役員



上山 英之
常務執行役員

高橋 渉一
専務執行役員

甲斐 和男
専務執行役員

能勢 秀樹
常務執行役員

植田 晃博
執行役員副社長

矢野 龍
執行役員社長

菅野 寛治
執行役員副社長

取締役

取締役社長	矢野 龍
取締役	菅野 寛治
取締役	植田 晃博
取締役	甲斐 和男
取締役	高橋 渉一
取締役	能勢 秀樹
取締役	上山 英之

は代表取締役

監査役

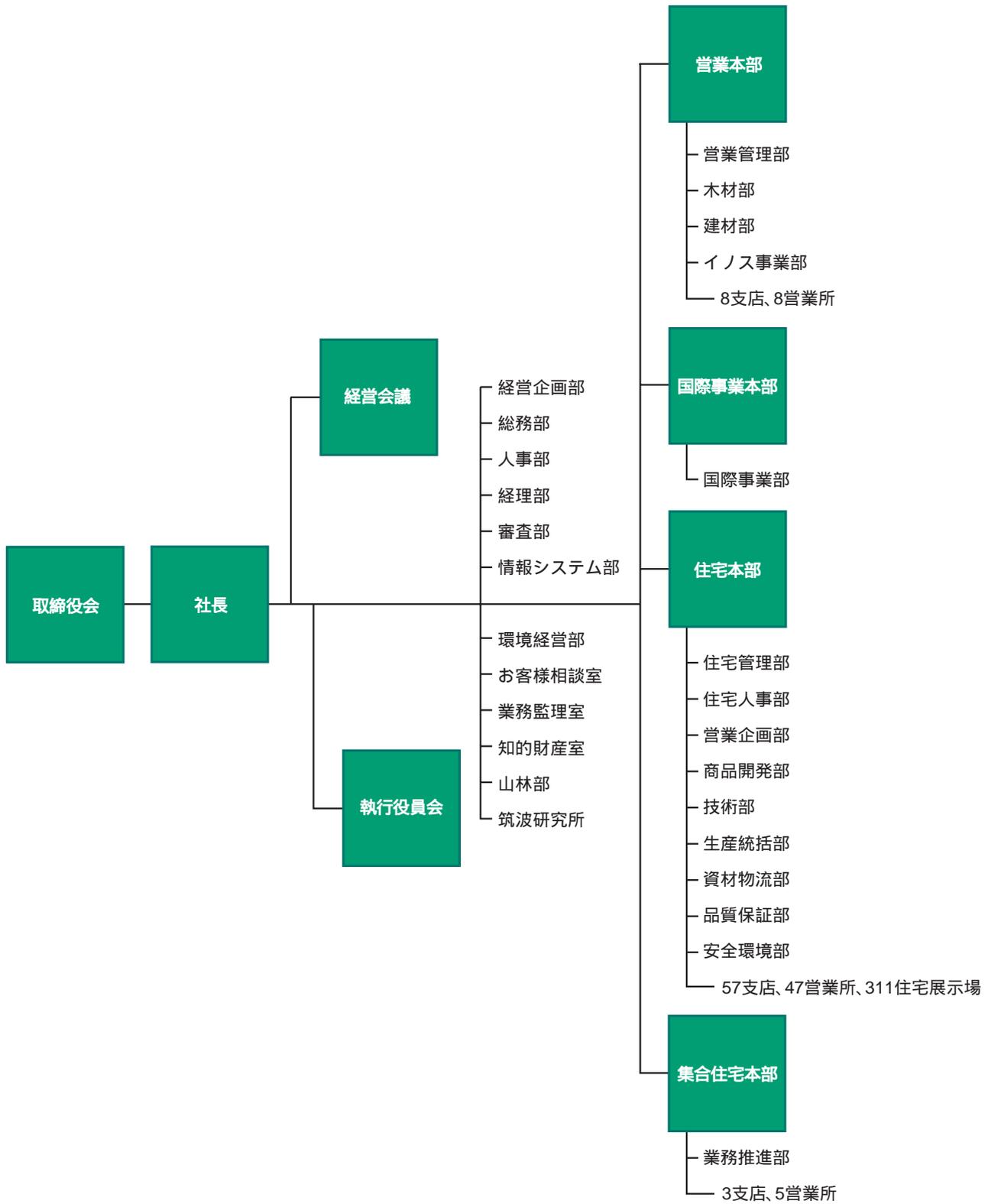
常任監査役(常勤)	北村 修次
監査役(常勤)	小東 壽夫
監査役	三木 博
監査役	佐々木恵彦

執行役員

執行役員社長	矢野 龍
執行役員副社長	菅野 寛治
執行役員副社長	植田 晃博
専務執行役員	甲斐 和男
専務執行役員	高橋 渉一
常務執行役員	能勢 秀樹
常務執行役員	上山 英之
常務執行役員	金井 英夫
執行役員	高山 隆一
執行役員	三宅 晨一
執行役員	井上 守
執行役員	石渡 裕祥
執行役員	西村 政廣
執行役員	豊田 丈輔
執行役員	塩崎 繁彦
執行役員	早野 均

(2005年6月29日現在)

組織図



(2005年4月1日現在)

海外事業所及び子会社

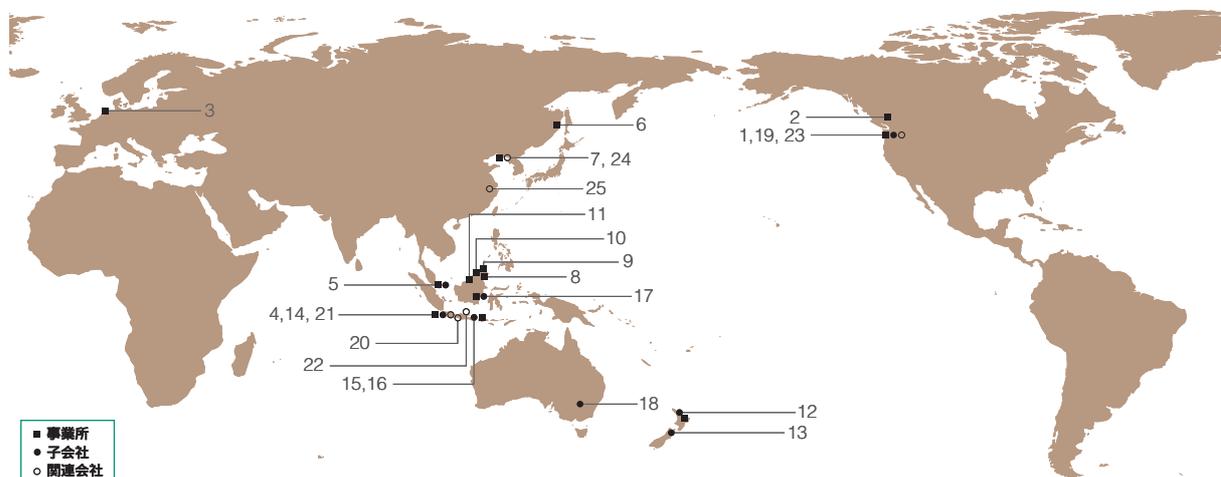
1. シアトル出張所/シアトル住友林業
11235 SE 6th Street, Suite 120,
Bellevue, Washington 98004, U.S.A.
Tel: 1-425-454-2355
Fax: 1-425-454-1106
E-mail: sfs@sumiforsea.com
2. バンクーバー駐在
460, 1140 West Pender Street,
Vancouver, British Columbia,
Canada, V6E 4G1
Tel: 1-604-681-8184
Fax: 1-604-681-6568
E-mail: sfc1@sfcvcr.com
3. アムステルダム駐在
Rivierstaete Building, 3rd Floor
No. 22, Amsteldijk 166 1079LH,
Amsterdam, The Netherlands
Tel: 31-20-646-4140
Fax: 31-20-646-5372
E-mail: sfc3@smtforums.nl
4. ジャカルタ出張所
Summitmas II, 8th Floor, Jl. Jend.
Sudirman Kav. 61-62, Jakarta 12190,
Indonesia
Tel: 62-21-5200268
Fax: 62-21-5202069
E-mail: sfcjkt@cbn.net.id
5. シンガポール出張所/
シンガポール住友林業
6 Raffles Quay #14-04/05,
John Hancock Tower,
Singapore 048580
Tel: 65-6435-0150
Fax: 65-6435-0151
E-mail: adm@sfsapore.com.sg
6. ハバロフスク駐在
"PARUS HOTEL" 208,
5, Shevchenko Street,
Khabarovsk 680000, Russia
Tel: 7-4212-32-68-58
Fax: 7-4212-32-83-61
E-mail: sfc@inter.global-one.ru

7. 大連駐在
Senmao Building, 11th Floor,
147 Zhongshan Road,
Xigang District, Dalian, 116011, PRC
Tel: 86-411-8367-8060
Fax: 86-411-8367-8061
E-mail: dalian@sfc-cn.com
8. タワウ駐在
P. O. Box 946, 91008, Tawau,
Sabah, Malaysia
Tel: 60-89-772979
Fax: 60-89-761060
9. コタキナバル駐在
Lot 1-5-E4, 5th Floor,
Centre Point Sabah, No. 1,
Jalan Centre Point, 88000,
Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia
Tel: 60-88-242031
Fax: 60-88-268031
E-mail: sfctwu@tm.net.my
10. ミリ駐在
P. O. Box. 493, 98007, Lot 231
No.15, Hokkien Road, Miri,
Sarawak, Malaysia
Tel: 60-85-413459
Fax: 60-85-413598
E-mail: sfcmiri@tm.net.my
11. シブ出張所
P. O. Box. 1563, 96008, No. 11,
2nd Floor, Lane 1, Jalan Rakyat,
Sibu, Sarawak, Malaysia
Tel: 60-84-312777
Fax: 60-84-317635
12. オークランド駐在/
ニュージーランド住友林業
P. O. Box. 91219, Auckland Mail
Centre, Level 11, Westpac Tower,
120 Albert Street, Auckland,
New Zealand
Tel: 64-9-309-0012
Fax: 64-9-309-0014
E-mail: sfnz@xtra.co.nz/

13. Nelson Pine Industries Limited
リンロン パイン インダストリーズ (ニュージーランド)
P. O. Box. 3049, Lower Queen Street,
Richmond, Nelson, New Zealand
Tel: 64-3543-8800
Fax: 64-3543-8890
E-mail: sfc@nelsonpine.co.nz
14. PT. Kutai Timber Indonesia
クタイ ティンバー インドネシア (インドネシア)
P. O. Box. 6913/JKSST,
Summitmas II, 8th Floor,
Jl. Jend. Sudirman Kav. 61-62,
Jakarta 12190, Indonesia
Tel: 62-21-2521260
Fax: 62-21-5200313
E-mail: ktijkt@cbn.net.id
15. Probolinggo Factory
P. O. Box. 101 Probolinggo,
Jl. Tanjung Tembaga Baru, Pelabuhan,
Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia
Tel: 62-335-42-2412
Fax: 62-335-42-1669
E-mail: pr@kti.co.id
16. Surabaya Branch
P. O. Box. 306, Surabaya, Jl. Kusuma
Bangsa No. 19, Surabaya 60272,
Jawa Timur, Indonesia
Tel: 62-31-5343835
Fax: 62-31-5343838
E-mail: ktisby@kti.co.id
17. Samarinda Branch
Jl. Manggis Mo. 48/40
Samarinda 75123,
Kalimantan Timur, Indonesia
Tel: 62-541-741966/737926/748116
Fax: 62-541-741967
18. Alpine MDF Industries Pty Ltd.
アルパイン エムディエフ インダストリーズ (オーストラリア)
Lot-1 Crosher Lane, Wangaratta
VIC 3677, Australia
Tel: 61-3-5721-3522
Fax: 61-3-5721-3588
E-mail: enquiries@alpinemdf.com.au
19. Pacific Wood Products L.L.C.
パシフィックウッドプロダクツ (アメリカ)
16310 NE 85th Street, Suite 100,
Redmond, Washington 98052, U.S.A.
Tel: 1-425-885-1777
Fax: 1-425-885-0057
E-mail: sfs@sumiforsea.com

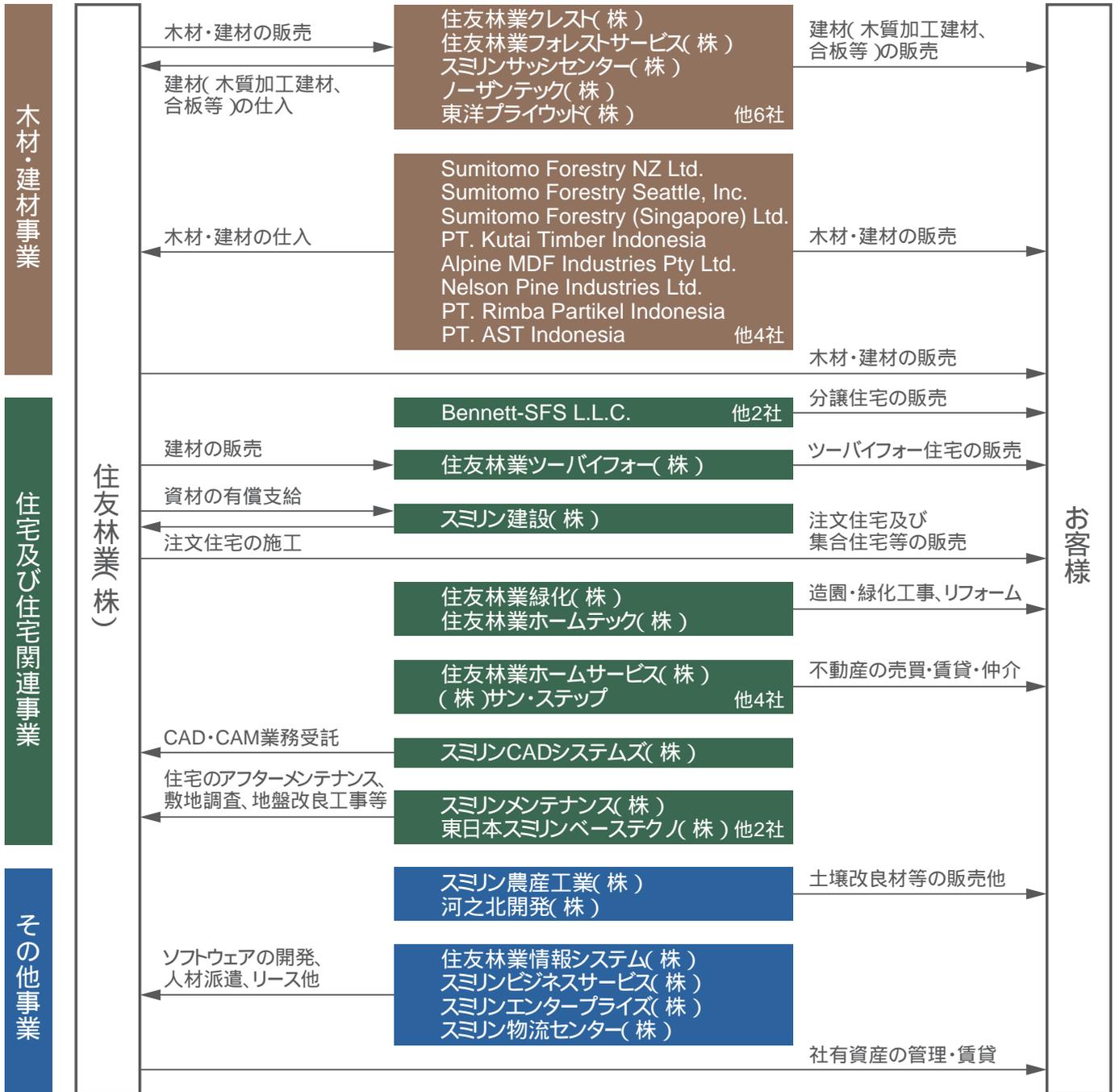
関連会社

20. PT. Rimba Partikel Indonesia
リンバパーティクル インドネシア (インドネシア)
P. O. Box. 127 KENDAL
Desa. Mororejo, Kaliwungu, Kendal,
Jawa Tengah, Indonesia
Tel: 62-24-8662990
Fax: 62-24-8662988/8662993
E-mail: rpisrg@indosat.net.id
21. Jakarta Office
Gedung Idola Tunggal Slipi,
Jl. Letjen S.Parmar Kav.67,
Jakarta 11410, Indonesia
Tel: 62-21-5321637
Fax: 62-21-5301313
E-mail: rimbajkt@cbn.net.id
22. PT. AST Indonesia
アスト インドネシア (インドネシア)
KITW Technopark Blok A-01,
Jl. Raya Semarang-Kendal Km. 12,
Semarang, Indonesia
Tel: 62-24-8664800
Fax: 62-24-8664801
E-mail: asti@ast.co.id
23. Bennett-SFS L.L.C.
ベネット エスエフエス (アメリカ)
c/o Sumitomo Forestry Seattle, Inc.
11235 SE 6th Street, Suite 120,
Bellevue, Washington 98004, U.S.A.
Tel: 1-425-454-2355
Fax: 1-425-454-1106
E-mail: sfs@sumiforsea.com
24. 派爾剛聯合木製品(大連)有限公司
Paragon Wood Product (Dalin) Co., Ltd.
中華人民共和國大連市中山区
港湾街2号深業大厦15E 〒116001
15E Shum Yip Building, #2 Gangwan
Street, Zhongshan District, Dalian,
116001, PRC
Tel: 86-411-82720838
Fax: 86-411-82720698
E-mail: paragonkenji@aol.com
25. 派爾剛木製品(上海)有限公司
Paragon Wood Product (Shanghai) Co., Ltd.
中華人民共和國上海市古浪路
415弄5号1楼 〒200331
1st Floor, Building No5, Lane 415,
Gulang Road, Shanghai, 200331, PRC
Tel: 86-21-52842871
Fax: 86-21-52842853
E-mail: paragonkenji@aol.com



(2005年8月1日現在)

子会社・関連会社



連結子会社
持分法適用関連会社

(2005年8月1日現在)

- 36 10年間の財務サマリー
- 38 財政状態及び経営成績の分析
 - 38 事業環境と経営成績
 - 39 セグメント別の動向
 - 40 財政状態とキャッシュ・フロー
 - 41 事業におけるリスクとリスク管理

10年間の財務サマリー

住友林業株式会社及び連結子会社
3月31日終了年度

百万円(別途単位記載のものを除く)

	2005	2004	2003
当期業績:			
売上高	¥ 723,193	¥ 673,779	¥ 645,100
木材・建材事業*1	320,255	293,220	283,517
住宅及び住宅関連事業*1	418,313	393,616	370,421
その他事業	13,185	12,350	17,882
消去又は全社	(28,560)	(25,408)	(26,721)
売上総利益	125,582	120,778	109,631
販売費及び一般管理費	107,116	103,201	100,858
営業利益	18,466	17,577	8,772
木材・建材事業*1	4,615	3,813	2,238
住宅及び住宅関連事業*1	17,530	17,150	9,920
その他事業	738	644	415
消去又は全社	(4,418)	(4,030)	(3,802)
経常利益	18,692	17,074	9,721
当期純利益(損失)	8,014	9,870	(15,439)
財務状況:			
総資産	¥ 370,684	¥ 369,755	¥ 357,322
運転資本*2	67,579	66,377	60,260
有利子負債	15,580	19,929	16,497
株主資本	152,500	146,269	129,727
キャッシュ・フロー:			
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 6,685	¥ 25,962	¥ 19,734
投資活動によるキャッシュ・フロー	(12,895)	(7,646)	2,026
財務活動によるキャッシュ・フロー	(7,087)	(735)	(8,171)
現金及び現金同等物の期末残高	55,928	69,312	52,029
資本的支出*3:			
有形固定資産	¥ 7,016	¥ 4,040	¥ 2,761
ソフトウェア	1,673	1,468	2,077
その他	549	883	283
合計	9,237	6,392	5,123
減価償却費	6,452	6,447	5,985
一株当たり情報:			
	円		
当期純利益(損失)	¥ 45.3	¥ 55.8	¥ (87.5)
株主資本	866.5	830.5	736.4
配当金	13.00	13.00	10.00
レシオ:			
	%		
売上総利益率	17.4	17.9	17.0
営業利益率	2.6	2.6	1.4
経常利益率	2.6	2.5	1.5
総資産経常利益率(ROA)*4	5.0	4.7	2.7
株主資本当期純利益率(ROE)*4	5.4	7.2	(11.1)
株主資本比率	41.1	39.6	36.3
有利子負債比率*5	9.3	12.0	11.3
流動比率	137.4	135.7	132.6
インタレスト・カバレッジ(倍)	18.6	21.9	18.3

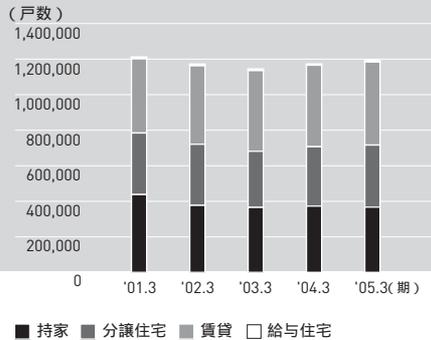
注: 1. 2001年3月期より、住宅資材取引に係るセグメントを「木材・建材事業」から「住宅及び住宅関連事業」に変更しています。
 2. 運転資本 = 流動資産 - 流動負債
 3. 資本的支出の開示については、2000年3月期から行っています。
 4. ROA及びROEの貸借対照表科目は、期初期末平均を用いています。
 5. 有利子負債比率 = 有利子負債 ÷ (有利子負債 + 株主資本)

百万円(別途単位記載のものを除く)

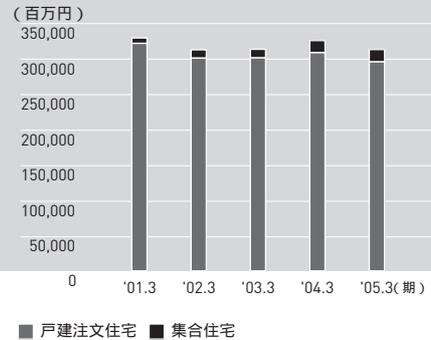
2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
¥ 644,730	¥ 682,375	¥ 699,594	¥ 620,615	¥ 713,728	¥ 817,949	¥ 698,461
270,856	279,811	340,988	294,411	333,941	402,795	330,459
381,978	405,150	370,692	335,782	380,781	412,124	361,966
18,050	16,978	15,481	13,900	10,818	17,072	17,501
(26,154)	(19,565)	(27,568)	(23,480)	(11,812)	(14,043)	(11,465)
109,437	118,064	112,269	99,692	107,877	124,586	116,745
106,397	102,065	98,720	93,481	102,072	100,949	97,004
3,040	15,999	13,549	6,210	5,805	23,637	19,740
1,882	5,128	14,770	11,341	6,870	15,380	11,823
4,961	16,631	5,141	942	1,832	13,155	11,351
579	519	569	1,315	985	1,425	1,721
(4,384)	(6,279)	(6,933)	(7,388)	(3,882)	(6,324)	(5,155)
3,731	16,908	12,541	6,305	6,694	25,500	20,728
465	6,994	5,708	134	2,145	13,158	10,886
¥ 365,531	¥ 371,102	¥ 360,935	¥ 346,293	¥ 341,325	¥ 430,217	¥ 397,202
60,477	61,319	68,892	71,746	62,992	56,099	41,614
18,124	24,517	35,720	40,059	47,188	54,076	50,891
147,440	150,979	144,914	139,301	140,357	139,353	128,103
¥ 17,332	¥ 3,468	¥ (3,281)	¥ 26,715	¥ 9,561	¥ 20,946	¥ 10,889
(16,439)	(1,960)	(3,330)	2,068	(6,200)	2,952	(7,035)
(9,716)	(13,873)	(5,351)	(8,257)	(9,100)	1,597	2,508
38,873	47,476	59,916	71,971	51,302	57,090	31,594
¥ 7,705	¥ 4,448	¥ 4,373	¥ —	¥ —	¥ —	¥ —
2,194	1,889	1,264	—	—	—	—
225	252	303	—	—	—	—
10,124	6,590	5,941	4,556	13,172	11,448	10,171
5,289	4,551	4,756	5,060	5,057	4,944	4,842
円						
¥ 2.6	¥ 39.6	¥ 32.4	¥ 0.8	¥ 12.2	¥ 74.6	¥ 61.7
835.1	854.9	821.6	789.8	795.8	790.1	726.3
10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	12.00	9.00
%						
17.0	17.3	16.0	16.1	15.1	15.2	16.7
0.5	2.3	1.9	1.0	0.8	2.9	2.8
0.6	2.5	1.8	1.0	0.9	3.1	3.0
1.0	4.6	3.5	1.8	1.7	6.2	5.4
0.3	4.7	4.0	0.1	1.5	9.8	8.9
40.3	40.7	40.1	40.2	41.1	32.4	32.3
10.9	14.0	19.8	22.3	25.2	28.0	28.4
131.8	131.1	137.7	141.6	137.4	121.0	117.0
7.8	22.6	18.6	5.8	4.3	17.5	8.9

財政状態及び経営成績の分析

新設住宅着工戸数



受注高



事業環境の回顧

2005年3月期の日本経済は、期の前半はアジアの景気拡大に伴う輸出の好調、更新需要の増加による設備投資の活発化により順調に推移しましたが、後半は円高による輸出の減速、原油価格の高騰、IT関連企業の在庫調整などにより、一転して「踊り場」を迎えました。

住宅業界においては、消費・雇用の回復と住宅ローン減税の段階的縮小に伴う駆け込み需要もあって、新設住宅着工戸数は、前期比1.7%増の119万3千戸となりました。しかし、この成長は分譲住宅の好調に牽引されたもので、持家の着工戸数は、同1.6%減の36万7千戸にとどまりました。

木材・建材業界におきましては、住宅市場の持ち直しを受け、期の前半は活発に推移したものの、後半では需給バランスが乱れ、木材関連商品を中心に低迷しました。

経営成績

1. 受注高・売上高

売上高は、3事業セグメントのすべてにおいて増加した結果、前期比7.3%増の7,231億93百万円となりました。また、戸建注文住宅の受注状況につきましては、業界全体の環境が厳しかったことに加え、当社グループが木造ユニット住宅事業から撤退したことなどが影響、金額では同4.2%減の2,957億57百万円、棟数では同4.3%減の10,076棟となりました。なお、単体における期末受注残棟数につきましては、ほぼ前期並となっています。

2. 販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費の総額は、前期比3.8%増の1,071億16百万円となり、収益の増加に対して小幅な増加にとどまりました。増加額39億15百万円のうち、単体の増加分約18億円は外形標準課税の導入及び広告宣伝費の増加が主な内容です。またグループ会社においては、リフォーム事業を行う住友林業ホームテック㈱や不動産流通事業を行う住友林業ホームサービス㈱において、人材採用や拠点を積極的に拡大したこと及び主に賃貸管理事業を行う㈱サン・ステップの決算期間が2005年3月期において15ヵ月間の変則となったという特殊要因が主なものです。

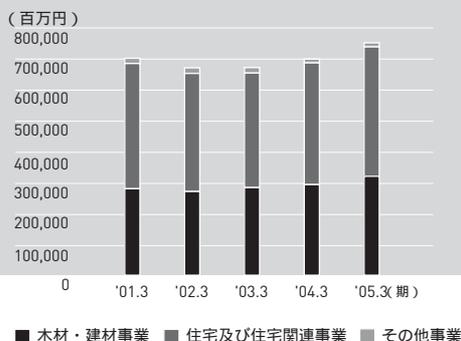
3. 営業利益

以上の結果、営業利益は全体で前期比5.1%増の184億66百万円となりました。セグメント別には、木材・建材事業、住宅及び住宅関連事業、その他の事業のすべてにおいて増益となりました。

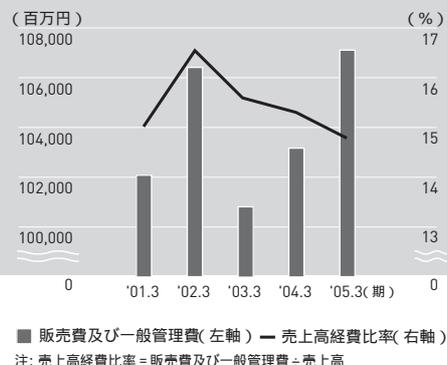
4. 営業外損益・経常利益

営業外損益では、持分法適用会社であるインドネシアの建材製造会社のPT. Rimba Partikel IndonesiaやPT. AST Indonesiaの持分法投資利益の増加や、販売用不動産等評価損の減少等により、営業外損益全体では前期の5億3百万円の損失から当期は2億26百万円の利益に転じました。これにより、経常利益は前期比9.5%増の186億92百万円となりました。

売上高



販売管理費及び一般管理費と売上高経費比率



5. 特別損益

特別損益の総額は、前期比110億15百万円減となり、30億26百万円の損失となりました。前期は、退職給付制度の改定に伴い過去勤務債務償却額等を特別利益に計上したため、今期はその差額が発生したこと、木造ユニット住宅事業からの撤退に伴って事業整理損失を32億84百万円計上したことが主な要因です。同損失以外の主な内容として、特別利益は投資有価証券売却益8億6百万円、特別損失は住友林業本社移転費用5億9百万円を計上しています。

6. 当期純利益

経常利益段階の増益に関わらず、既述した特別損益の悪化が主因となって当期純利益は前期比18.8%減の80億14百万円に、一株当たり当期純利益は、10円53銭減少の45円28銭となりました。また、株主資本当期純利益率(ROE)は、同1.8ポイント減少して5.4%となりました。

セグメント別の動向

1. 木材・建材事業

木材・建材事業の連結売上高は前期比9.2%増の3,202億55百万円(うち外部取引3,016億96百万円)、営業利益は同21.0%増の46億15百万円となりました。木材では北洋材、建材では輸入合板の売上が好調で、単体の当該セグメント売上が前期比で205億75百万円(8.0%)増加したこと、MDFや合板等の市況回復により、生産活動を行うすべての海外連結子会社の売上が二桁成長をとげたことが、既述のセグメント売上伸張の主な要因です。また、営業利益については、海外生産子会社各社において市況回復に加えて販売先エリアの絞込みや生産合理化等のコスト削減による利益率の改善に努めた結果、売上高の伸びを大幅に上回る増益となりました。

2. 住宅及び住宅関連事業

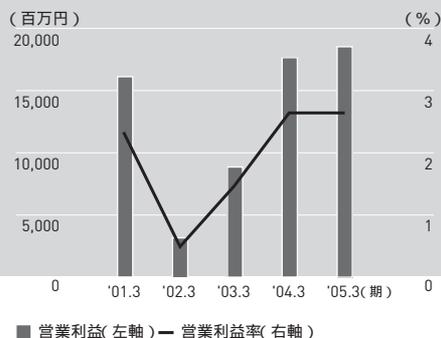
住宅及び住宅関連事業の連結売上高は、前期比6.3%増の4,183億13百万円(うち外部取引4,180億31百万円)、営業利益は同2.2%増の175億30百万円となりました。売上増の背景には、単体において住宅セグメント売上が

事業セグメント別業績

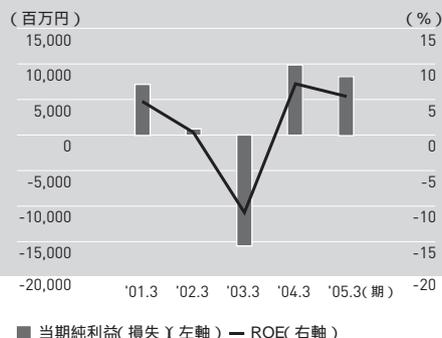
単位:百万円	木材・建材事業		住宅及び住宅関連事業		其他事業	
	05.3期	04.3期	05.3期	04.3期	05.3期	04.3期
売上高	320,255	293,220	418,313	393,616	13,185	12,350
営業利益	4,615	3,813	17,530	17,150	738	644
営業利益率	1.4%	1.3%	4.2%	4.4%	5.6%	5.2%

注: 記載の売上高は、セグメント間の取引による売上高を含んでいます。また、営業利益については、セグメント間の取引及び配賦不能な本社経費を控除する前の「内部利益を含んだ営業利益」を示しています。

営業利益と営業利益率



当期純利益(損失)とROE



前期比69億28百万円増加したこと、住友林業ホームテック(株)や住友林業ホームサービス(株)が業容を拡大したこと、(株)サン・ステップにおいて15ヵ月間の変則決算となったことなどがあります。

一方、当該セグメントの営業利益率については、単体において、受注促進のための広告宣伝費の増加や、台風・地震等自然災害の復旧費用、資材コストアップ等により経費が増加したこと、グループ会社においては住友林業ソーバイフォー(株)の不振があったことから、前期に比べ低下しました。

3. その他事業

その他事業の連結売上高は、前期比6.8%増の131億85百万円(うち外部取引34億66百万円)、営業利益は同14.6%増の7億38百万円となりました。

財政状態とキャッシュ・フロー

1. 財政状態

2005年3月期末の総資産は、前期末比930百万円増加し、3,706億84百万円となりました。流動資産が同42億62百万円減の2,480億66百万円であったのに対し、固定資産は同51億92百万円増の1,226億18百万円となりました。流動資産では、木材建材事業の売上増加に伴う売掛債権の増加に加え、単体における分譲住宅用の土地購入に伴い、販売用不動産が同47億80百万円増となった一方で、借入金返済等による余資運用の減少により有価

証券及び現預金が大幅減となりました。固定資産の増加は主として、韓国の建材製造会社Dongwha Enterprise Co., Ltd.の株式購入等による投資有価証券の増加や、(株)サン・ステップが行う賃貸用マンションの購入による建物の増加、本社移転に伴う固定資産増加によってもたらされたものです。

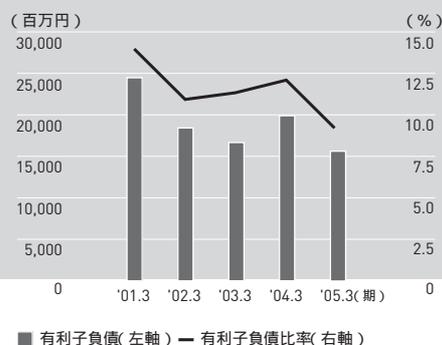
一方、負債合計は、前期末比54億37百万円減の2,176億63百万円となりました。そのうち流動負債は、同54億64百万円減の1,804億87百万円、固定負債は同27百万円増の371億76百万円となりました。なお、借入金については、単体において、100億円のコミットメントライン設定に伴って短期借入金36億円を全額返済したほか、業績が回復した海外子会社を中心に、一部の長期借入金を返済したため、合計で同42億89百万円減少しました。その結果、有利子負債残高は、同43億49百万円減の155億80百万円となりました。

資本合計は、前期末比62億31百万円増の1,525億円となりました。利益の増加に加えて、為替換算調整勘定が同4億31百万円増加しています。

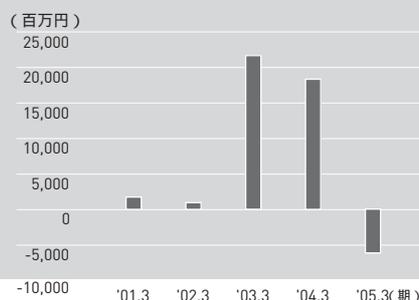
2. キャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、主に木材・建材事業において輸入商品の取扱増加に伴い売上債権が増加したこと、住宅及び住宅関連事業において販売用不動産の取得を行ったこと及び法人税等の支払額が増加したことなどにより、前期比192億77百万円減となり、66億85百万円のインフローとなりました。投資活動によるキャッ

有利子負債と有利子負債比率



フリー・キャッシュ・フロー



シュ・フローは、建材製造子会社の生産設備の更新、マンションや土地の購入などの有形固定資産の取得、韓国の建材製造会社への出資などから128億95百万円のアウトフローとなりました。財務活動によるキャッシュ・フローは、短期及び長期借入金の返済と、配当金の支払いにより同63億52百万円減となり、70億87百万円のアウトフローとなりました。以上の結果、現金及び現金同等物の期末残高は、前期と比べて133億84百万円減少し、559億28百万円となりました。

込み需要を喚起し、一時的に住宅需要を増加させるものの、駆け込み需要一巡後の反動減をもたらす可能性があります。また、地価の上昇は、土地を所有していない顧客層の住宅購買意欲を冷え込ませる可能性がある一方、地価の下落は土地を所有している層に対して資産デフレをもたらし、建替え需要を減退させる可能性があります。

為替変動により一時的にコストが影響を受けたり、輸出先国の通貨に対して生産国の通貨が高くなる場合も、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

事業におけるリスクとリスク管理

当社グループの業績は、住宅及び木材・建材市況の動向以外に、金利、地価、為替レートの変動、税制及び法的規制の変更などの影響を受ける可能性があります。当社グループでは、継続的な商品力の向上、コスト削減、展開事業と地域の多角化、為替予約などにより、これらリスクの軽減を図っていますが、完全にこれらのリスクをコントロールすることは不可能な状態です。

1. 金利、地価、為替レートの変動

金利変動とわけ長期金利の上昇は、ローンによる支払いを行うケースが多い戸建住宅の顧客や、土地活用のために集合住宅等の建築物を建てる顧客にとって、支払総額の増加をもたらすために、需要を減退させる可能性があります。一方、金利の先高観は、金利上昇に伴うローンによる支払い総額の上昇を回避するための駆け

2. 税制及び法的規制の変更

住宅事業を取り巻く法規制には、建築基準法、建設業法、宅建業法、都市計画法、国土利用計画法、住宅品質確保促進法、廃掃法(廃棄物の処理及び清掃に関する法律)などに加え、新たに施行された個人情報保護法など様々な規制があり、これらは施工方法や商品内容に大きな影響を与えます。よって、関係する法規制の改廃や新設が行われた場合、当社グループの業績に大きな影響を与える可能性があります。また、住宅ローン減税や消費税の税率などへの変更全般は、当社グループの受注の大きな変動要因となっています。

投資家情報

上場証券取引所: 東京、大阪

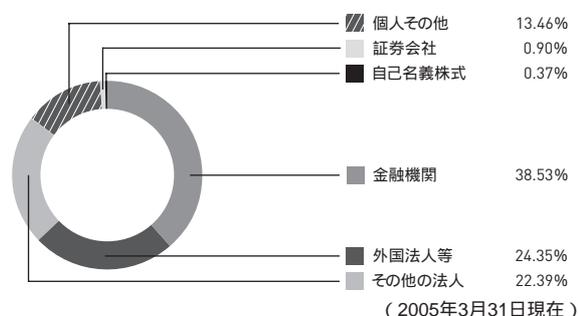
会社が発行する株式の総数: 400,000,000株

発行済株式総数: 176,603,881株

株主総数: 11,555名

定時株主総会: 6月

株式分布状況:



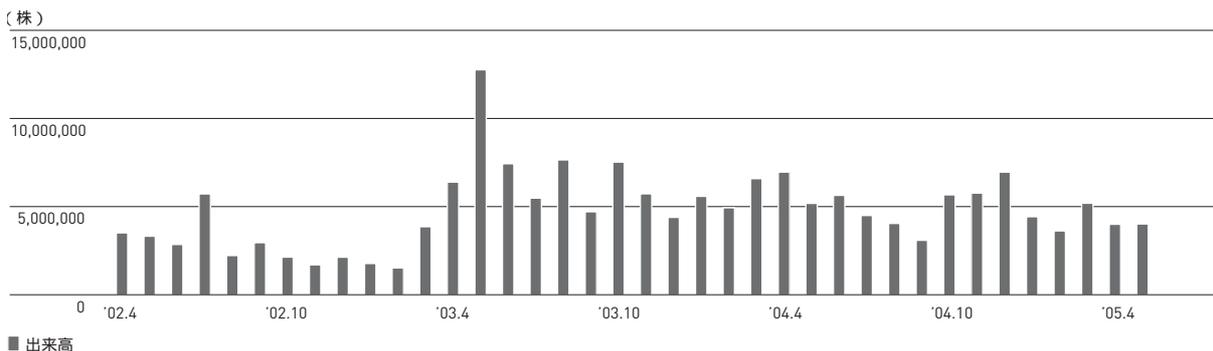
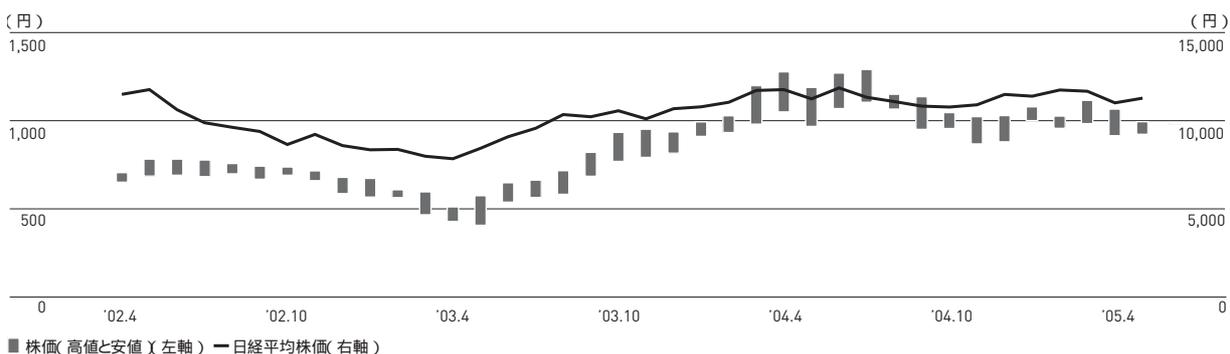
大株主の状況:

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	15,875	8.99
住友金属鉱山株式会社	10,110	5.72
株式会社伊予銀行	5,850	3.31
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	5,220	2.96
住友商事株式会社	4,383	2.48
住友生命保険相互会社	4,227	2.39
株式会社百十四銀行	4,198	2.38
株式会社三井住友銀行	4,136	2.34
野村信託銀行株式会社(投信口)	4,000	2.26
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	3,789	2.15

(2005年3月31日現在)

株価・出来高の推移:

(大阪証券取引所)



会社概要

企業名: 住友林業株式会社

創業: 1691年

設立: 1948年

資本金: 27,672百万円

本社: 〒100-8270 東京都千代田区丸の内一丁目8番1号
(丸の内トラストタワーN館)
Tel: 03-6730-3500
Fax: 03-6730-3504

子会社: 40社(内 海外10社)

関連会社: 6社(内 海外5社)

従業員数(連結): 10,477名

ホームページURL: <http://www.sfc.co.jp>

会計監査人: 新日本監査法人

名義書換代理人: 住友信託銀行株式会社

同事務取扱場所: 〒100-8233 東京都千代田区丸の内一丁目4番4号
住友信託銀行株式会社 証券代行部

(郵便物送付先): 〒183-8701 東京都府中市日鋼町1番10
住友信託銀行株式会社 証券代行部

(電話お問合せ先): 住所変更等用紙のご請求 0120-175-417
その他ご照会 0120-176-417

同取次所: 住友信託銀行株式会社本店及び全国各支店

(2005年3月31日現在)

お問合せ先:

住友林業株式会社
経営企画部

Tel: 03-6730-3506

Fax: 03-6730-3507



〒100-8270 東京都千代田区丸の内一丁目8番1号 丸の内トラストタワーN館
TEL 03 (6730) 3500 FAX 03 (6730) 3504
URL: <http://www.sfc.co.jp>