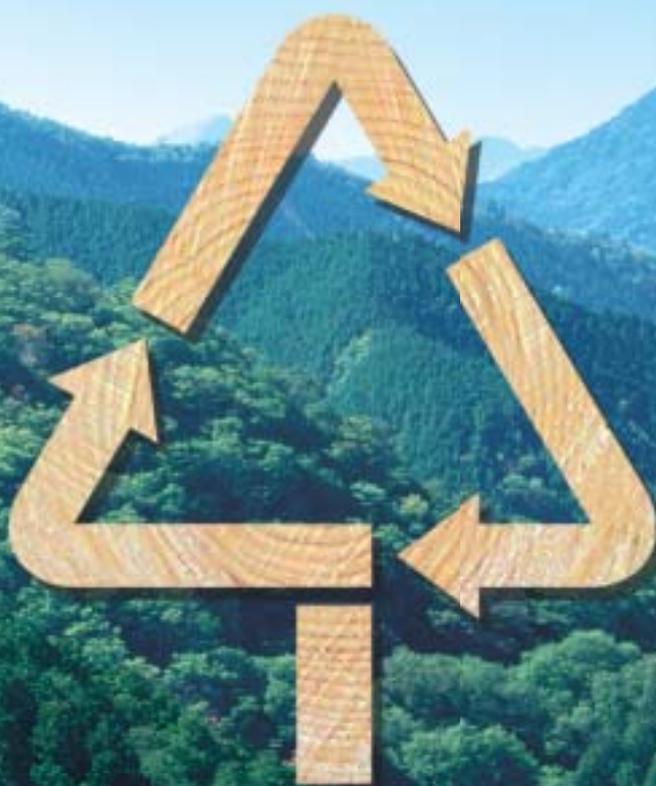


FURTHER ENHANCE OUR STRENGTH TO  
BECOME A TOTAL HOUSINGLIFE SPECIALIST



# 木に学び、木を育み、木を活かす

再生可能な自然素材である「木」。また、人々の生活に欠かせない「木」。住友林業は、300年以上にわたり、木に学び、木を育み、木を活かす「知識」と「技術」を蓄積するとともに、約30年前から、木の特性が際立つ「木造住宅」事業に進出しました。現在では、川上から川下まで手掛ける「総合住生活関連企業」として、木を活かし、住生活に関するあらゆるサービスを通じて、豊かな社会づくりに貢献することが当社グループの使命となっています。



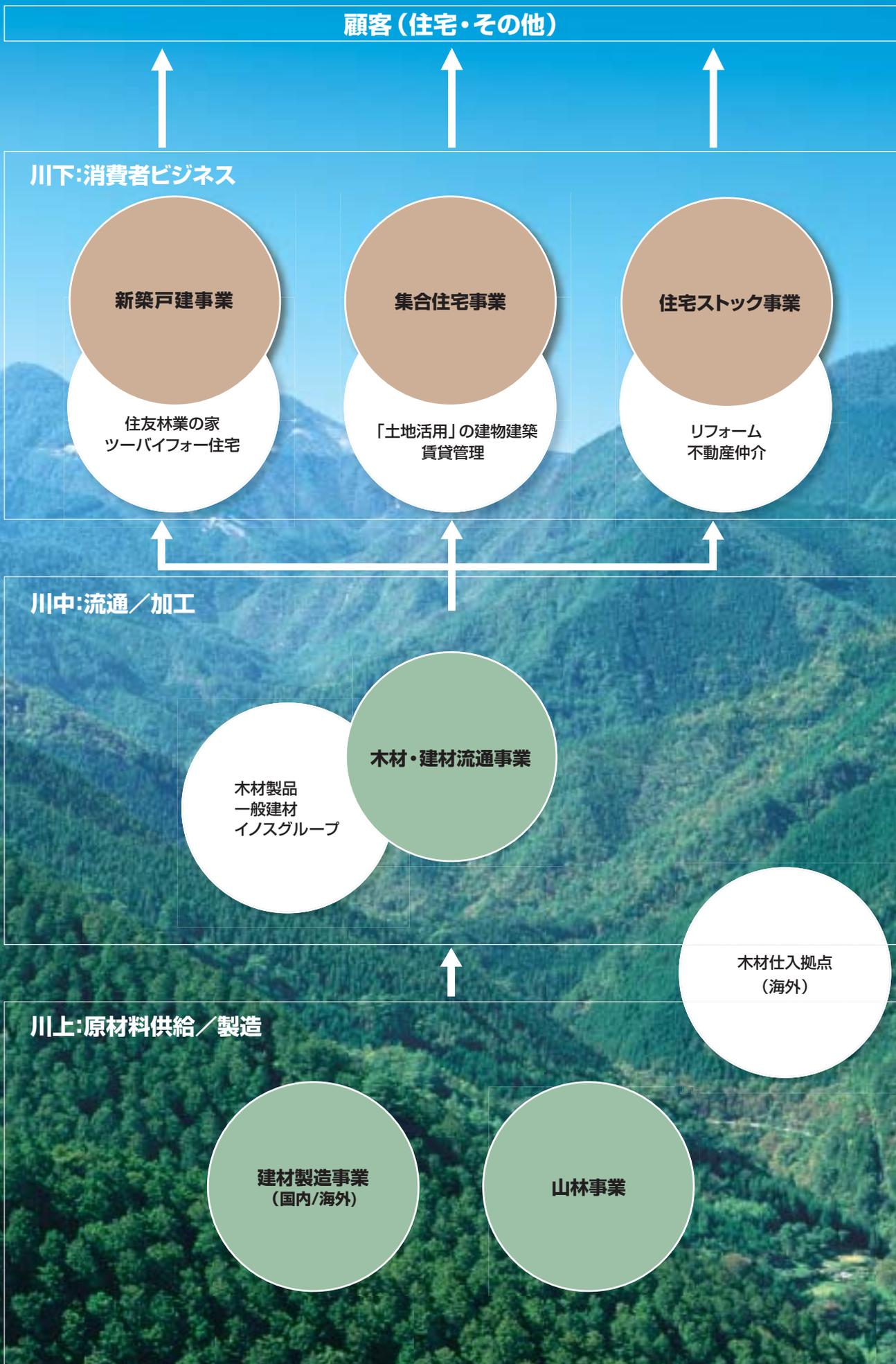
※上記マークは、当社のサステナブルな取り組みを表すマークです。

## 目次

2	4	6	11	19	29
At a Glance	財務ハイライト	全ステークホルダーの皆様へ	特集	営業の概況	企業の社会的責任
36	37	38	39	46	47
組織図	海外ネットワーク	子会社・関連会社	財務セクション	投資家情報	会社概要

## 見直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、見直しなどのうち、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。



顧客(住宅・その他)

川下:消費者ビジネス

新築戸建事業

住友林業の家  
ツーバイフォー住宅

集合住宅事業

「土地活用」の建物建築  
賃貸管理

住宅ストック事業

リフォーム  
不動産仲介

川中:流通/加工

木材・建材流通事業

木材製品  
一般建材  
イノスグループ

木材仕入拠点  
(海外)

川上:原材料供給/製造

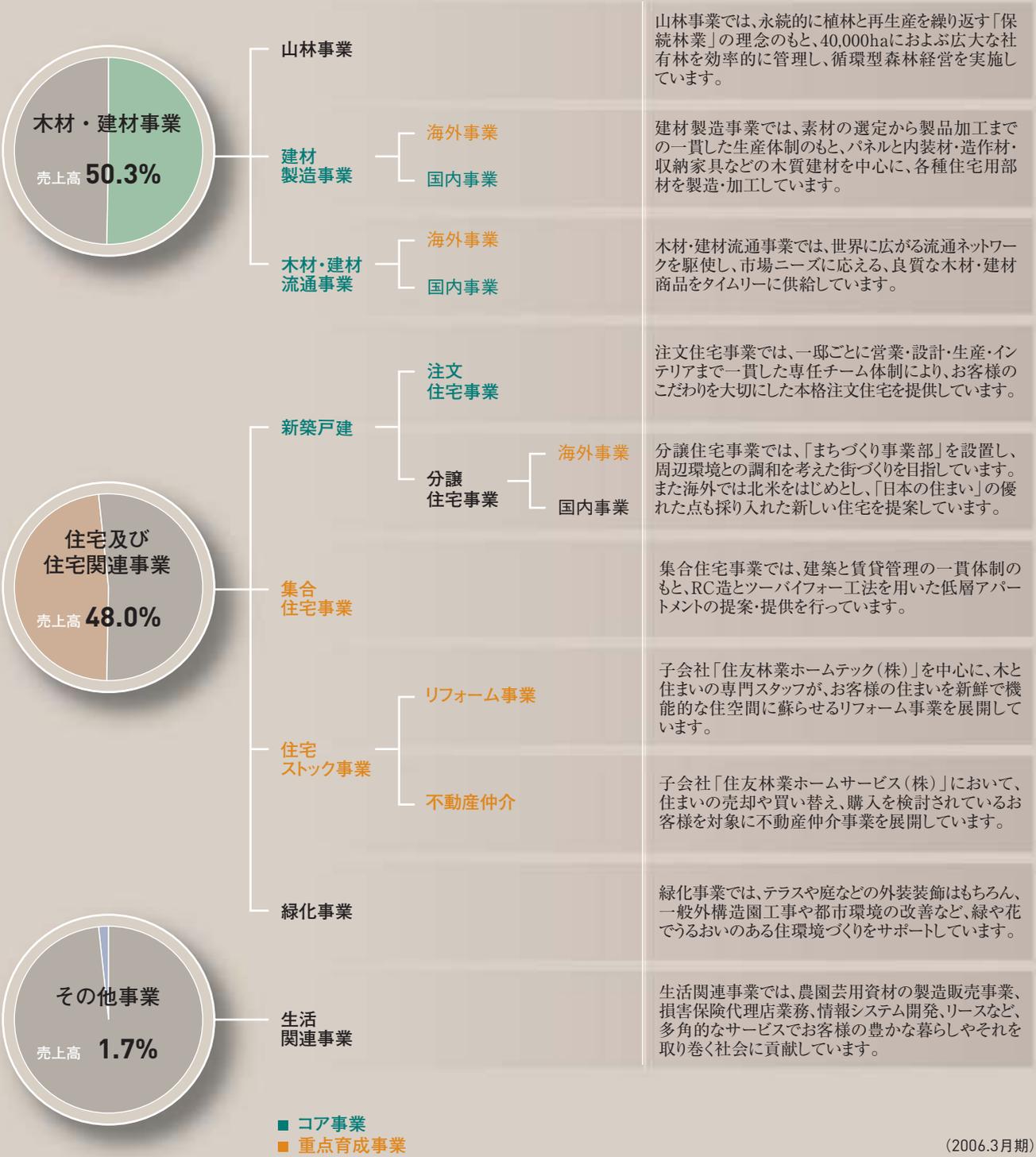
建材製造事業  
(国内/海外)

山林事業

# At a Glance

## 住友林業の事業構造

住友林業グループは、自然の恵みである「木」を、より豊かな暮らしと社会の実現に役立てるために、森林の育成から木材・建材の製造・加工・流通、木造住宅の建築・販売、中古住宅の流通・リフォームまで、木と住まいに関わる様々なサービスへと事業領域を広げています。



(2006.3月期)

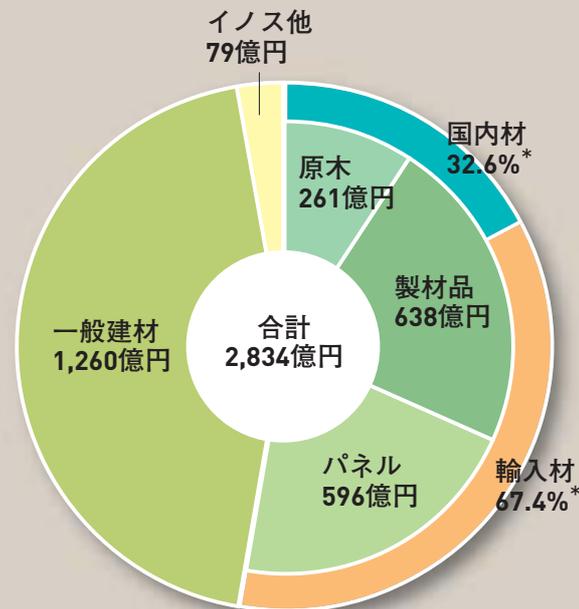
### 木材・建材取扱高国内No.1

山林事業を原点とする当社グループは、木材・建材の流通事業から国内・海外の製造事業へ事業を拡充してきました。またそのネットワークは、北米・ロシア・東南アジア・中国・オセアニア・ヨーロッパと、グローバルに広がっています。

当社グループが川上から川下までカバーすることによって得られる情報量とそれをフル活用する社員一人ひとりの専門性の融合は、新しい資材の調達提案から、資材にとどまらないノウハウを提供する流通システムまで業界に効果的なソリューションを提供しています。

木材・建材におけるこの巨大なネットワークが、取扱高No.1の地位を支えています。

木材・建材流通事業の売上高構成(単体)



(2006.3月期)

※ 仕入先比率は、原木・製材品・パネルの3製品の合計売上高における比率で計算しています

### 木造注文住宅No.1

当社グループは、「木」と「住まい」のスペシャリストとして、木造注文住宅を提供しています。

「木」に関するノウハウ・技術を結集して生み出される「木の家」は、お客様一人ひとりの夢やライフスタイルに合わせた自由設計に基づく丁寧な家づくりによって生まれます。

家づくりに対するお客様からの高い評価によって、木造注文住宅No.1\*の実績は支えられています。

※「'05年住宅メーカーの競争力分析」(住宅産業研究所発行)より

戸建注文住宅販売棟数と全国持家着工棟数に占めるシェアの推移



# 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

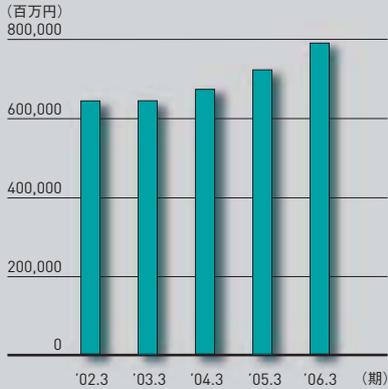
	2006	2005	2004	2003	2002	2006
	百万円					千米ドル <sup>※1</sup>
<b>当期業績:</b>						
売上高	¥ 791,128	¥ 723,193	¥ 673,779	¥ 645,100	¥ 644,730	\$ 6,704,477
売上総利益	127,853	125,582	120,778	109,631	109,437	1,083,504
販売費及び一般管理費	112,407	107,116	103,201	100,858	106,397	952,603
営業利益	15,446	18,466	17,577	8,772	3,040	130,901
経常利益	16,800	18,692	17,074	9,721	3,731	142,371
当期純利益(損失)	10,842	8,014	9,870	(15,439)	465	91,880
<b>財務状況:</b>						
総資産	464,193	370,684	369,755	357,322	365,531	3,933,836
有利子負債	22,067	15,580	19,929	16,497	18,124	187,010
株主資本	175,206	152,500	146,269	129,727	147,440	1,484,797
<b>キャッシュ・フロー:</b>						
営業活動によるキャッシュ・フロー	16,626	6,685	25,962	19,734	17,332	140,900
投資活動によるキャッシュ・フロー	(8,998)	(12,895)	(7,646)	2,026	(16,439)	(76,258)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(14,039)	(7,087)	(735)	(8,171)	(9,716)	(118,972)
<b>一株当たり情報:</b>						
当期純利益(損失)	¥ 61.28	¥ 45.28	¥ 55.81	¥ (87.53)	¥ 2.64	\$ 0.52
株主資本	996.03	866.47	830.50	736.42	835.07	8.44
配当金	13.00	13.00	13.00	10.00	10.00	0.11
<b>レシオ:</b>						
営業利益率	2.0	2.6	2.6	1.4	0.5	
総資産経常利益率(ROA) <sup>※2</sup>	4.0	5.0	4.7	2.7	1.0	
株主資本当期純利益率(ROE) <sup>※2</sup>	6.6	5.4	7.2	(11.1)	0.3	
株主資本比率	37.7	41.1	39.6	36.3	40.3	
有利子負債比率 <sup>※3</sup>	11.2	9.3	12.0	11.3	10.9	
<b>受注実績:</b>						
戸建住宅(棟数)	9,251	10,076	10,529	10,538	10,685	
集合住宅(戸数)	1,288	1,776	1,655	1,227	1,075	
<b>販売実績:</b>						
戸建住宅(棟数)	9,807	10,319	10,542	10,552	11,008	
集合住宅(戸数)	1,082	1,571	1,266	1,220	822	
<b>参考データ:</b>						
全国新設住宅着工戸数	1,249,366	1,193,038	1,173,649	1,145,553	1,173,170	
首都圏新設住宅着工戸数	432,005	419,088	422,750	393,296	393,625	
全国新設持家着工戸数	352,577	367,233	373,015	365,507	377,066	

※ 1. 米ドル金額は、読者の便宜上、2006年3月31日現在の為替レートより、円相場1米ドル=118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)

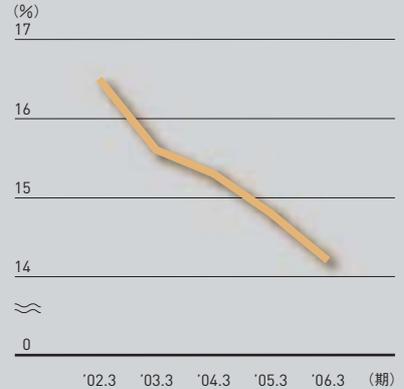
### 売上高



### 売上高

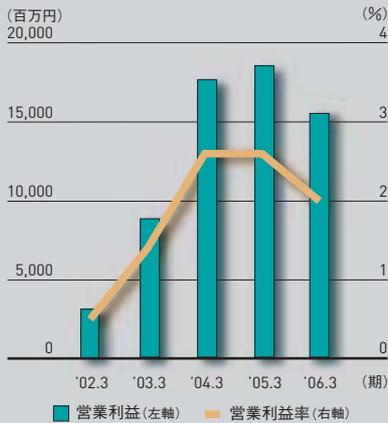
木材・建材事業は、安宅建材、東洋プライウッドの2社を子会社化し、新規連結した影響が987億円あり、前期比28.7%増となりました。半面、住宅及び住宅関連事業は同5.8%減となりました。

### 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

### 営業利益と営業利益率



### 営業利益と営業利益率

営業力の強化と将来の事業拡大のため人材採用や拠点拡充を行ったものの、戸建注文住宅の販売棟数が前期比5.2%減少したことにより営業利益は30億円減少し、営業利益率は、0.6ポイント低下しました。

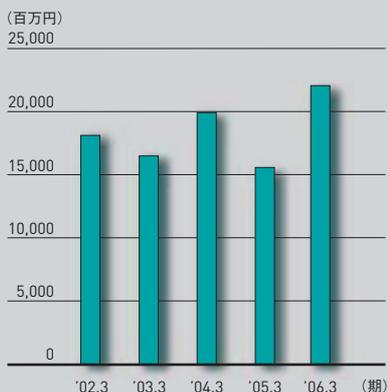
### ROAとROE



### ROAとROE

ROAは、総資産の増加に対し、経常利益が前期比10.1%減となり、前期比1.0ポイント低下しました。ROEは当期純利益が28億円の増加となり1.2ポイント上昇しました。

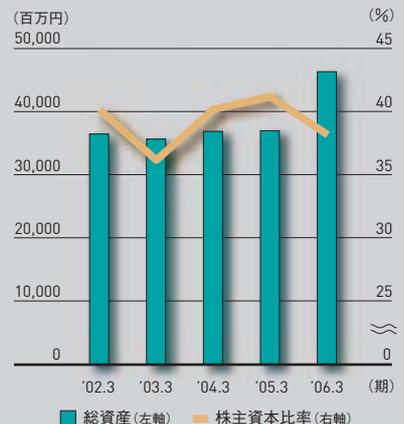
### 有利子負債



### 有利子負債

新規連結をした安宅建材、東洋プライウッドの借入金等が加わったことにより短期借入金を中心に有利子負債は64億円増加しました。

### 総資産と株主資本比率



### 総資産と株主資本比率

株式相場上昇による保有投資有価証券の時価上昇や、新規連結による営業債権の増加により総資産は935億円増加しました。総資産および負債の増加により、株主資本比率は3.4%低下しました。

## 全ステークホルダーの皆様へ

当社は2005年度、過去3年間の経営構造改革を経て、「守り」から「攻め」に軸足をシフトしました。具体的には、「木を極め、お客様一人ひとりに最適な住環境を提供する」という原点回帰の発想のもと、①営業力・商品力の強化と②重点事業の育成に経営の舵を切り、経営資源を積極投入してきました。将来の持続的な成長を見据えたこの戦略を着実に進めていきます。

矢野 龍  
取締役社長



### 2005年度を振り返って

#### <連結業績概説>

#### 持家着工戸数の減少など厳しい環境続く

2005年度の国内景気は、企業収益の拡大とともに設備投資が増加し、雇用環境や個人消費にも回復の兆しが見られました。こうした中、住宅業界においても、低金利、地価の下落、雇用・所得環境の好転を背景に、一次取得者層の購買意欲が一段と高まり、マンションを中心に分譲住宅が前期比6.0%増となったほか、不動産ファンドの拡大などにより賃貸住宅も同10.8%増となり、新設住宅着工戸数は同4.7%増の124万9千戸と1997年度以来の高水準になっています。しかし、当社グループと関連の深い持家着工戸数は、前期比4.0%減の35万2千戸にとどまりました。さらに、木材・建材業界では、原材料である原木や原油の価格高騰が収益を圧迫する厳しい環境となりました。

#### M&A効果で増収ながら、利益は減少

このような厳しい環境下、当社グループの売上高は7,911億円（前期比9.4%増）となりました。しかし、このうち約1,000億円は木材・建材事業におけるM&Aの影響によるものであり、既存事業による売上は伸び悩んだというのが実感です。

損益面では、退職給付会計上の数理差異が前期比28億円のプラス要因となりましたが、既存事業の伸び悩み、原材料コストの上昇、コア事業及び重点育成事業の拡大を図るために実施した42億円の先行投資などにより、営業利益は154億円（同16.4%減）、経常利益は168億円（同10.1%減）となりました。当期純利益は、前期に実施した木造ユニット住宅事業撤退に伴う税務上の損失が確定したため法人税が減少したことから、108億円（前期比35.3%増）となりました。

## 売上高と営業利益率の推移



## <セグメント別業績概説>

### 木材・建材事業—M&Aにより商圏を大幅拡大

木材・建材セグメントの売上高は3,956億円(前期比31.1%増)、営業利益は28億円(同39.2%減)となりました。同セグメントでは、木材・建材の流通事業において再編が加速するなか、新しい顧客基盤の確保と取扱い商品の拡充を図るべく2005年10月、安宅建材株式会社を新たに当社グループに加えました。同社は、特に地域密着の営業力と窯業建材の取扱いに強みを持ち、当社グループとの大きな相乗効果が期待できます。また、建材製造事業においては、強化・拡充を図っている木質建材の製造部門に経営資源を集中させるため、同年6月に木質建材メーカーの東洋プライウッド株式会社を新たに当社グループに加えました。こうしたM&Aを通じた業容拡大が、木材・建材セグメントの売上高を押し上げました。しかし、持家着工戸数が前年割れしているように需要が低迷している状況下では、原材料コストの高騰分を販売価格に100%転嫁することができず、同セグメントの営業利益は大幅に減少しました。

### 住宅及び住宅関連事業—営業の質的転換に注力

住宅及び住宅関連セグメントの売上高は3,921億円(前期比6.2%減)、営業利益は163億円(同6.6%減)となりました。また、戸建注文住宅の受注は9,251棟(前期比8.2%減)となりました。同セグメントでは、営業人員増強、店舗・営業網の拡充などの投資を積極的に行いました。一方で、一次取得者層の増加と同業他社との競争激化という環境下で、契約から着工までの期間が長期化してきたことと契約後の計画変更による解約物件が増加してきたことから、着工への移行を重視した契約を進めるべく「営業の質的転換」を推進しました。こうした取組みを推進したことで、一時的に新規受注は減少しましたが、この施策は、既に注文住宅の受注単価の上昇につながっています。そして、これらの投資と「営業の質的転換」を同時に行うことによって、確実に着工に結びつく受注の増加が期待できます。

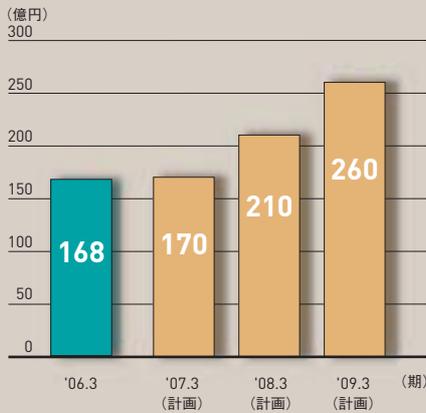
住宅及び住宅関連セグメントの重点育成事業である「集合住宅事業」において、建築と賃貸管理の一貫体制を強化し、人員増強も行いましたが、大型物件市場で大手建設会社との競合が激化し、受注は1,288戸(前期比27.5%減)、137億円(同21.5%減)となりました。同じく事業拡大に注力している「住宅ストック事業」のリフォーム事業の売上高は237億円(前期比6.7%減)となりました。しかし、リフォーム事業は、戸建注文住宅の保証工事の売上移管の影響を除外すれば、増収となりました。一方、首都圏での営業力の強化を行った不動産仲介事業は、大型物件の仲介増加により、売上高を69億円(同5.0%増)に伸ばしました。

## 中期経営計画(2006年度～2008年度)のコンセプトと目標

### 多様な収益源を持つ「総合住生活関連企業」を目指す

2004年度までの3年間、当社グループは「経営構造改革」を実行し、150億円を上回る住宅生産のコストダウンを始めとする収益体質の改善を行いました。また、持家着工戸数の縮小傾向など日本市場が抱える構造的な問題に左右されがちな収益構造を改め、注文住宅依存型から多様な収益源を持つ「総合住生活関連企業」へと脱皮するべく、「海外事業」「集合住宅事業」及びリフォーム、仲介など

## 経常利益目標



の「住宅ストック事業」の3事業を重点育成事業と定め、積極的に強化しています。そこで、収益拡大と新規ビジネス拡充を目指し、①戸建住宅のシェア拡大②木材・建材事業の収益性の強化③3つの重点事業の育成を主要課題として取り組んでいます。

### 2006年度の見通し—「攻め」の戦略が徐々に顕在化するとき

2006年度の事業環境については、原材料価格の高騰といった不透明要因は残るものの、景気回復に伴う金利の先高観が住宅需要の刺激となることや、団塊ジュニア世代の旺盛な購買意欲などから、前期比4%減となった持家着工戸数は今期2%増の36万戸になるものと予想しています。こうした中、これまでの戦略が徐々に成果となって現れてくるものと見ており、2006年度の業績は売上高8,800億円(前期比11.2%増)、経常利益170億円(同1.2%増)を予想しています。なお、経常利益は、2005年度に退職給付会計上の数理差異30億円を計上した影響を除けば、32億円の増益予想となります。

### 2008年度の目標—バランスのとれた収益構造を確立し、過去最高益更新

2006年度を含めた3ヵ年中期経営計画は、2008年度に1996年度の経常利益(255億円)を上回る過去最高益(260億円)の達成を目指します。そのためには、持家シェアの上昇だけでなく、リフォームなどの重点育成事業を伸ばし、将来的には戸建注文住宅部門とそれ以外の部門の収益構成バランスを1:1に均衡するレベルにしなければならないと考えています。

## 中期経営計画の基本戦略

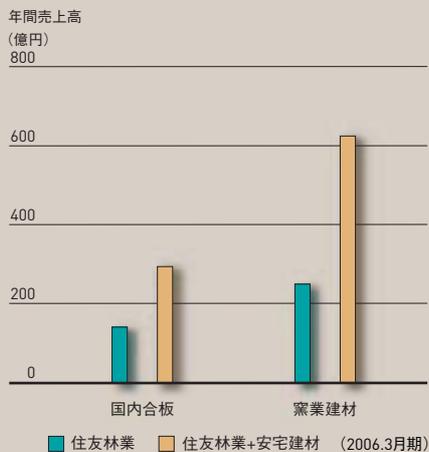
### 1. 戸建住宅のシェア拡大—完工棟数10,000棟は必達目標

持家市場は長期的には緩やかな縮小傾向にあります。年間35万戸前後の需要は当面のボトム水準であると予想されます。そのような環境下において、完工棟数10,000棟以上(2005年度実績単体 9,401棟)は、当社のブランド力から十分確保できる水準と考えており、完工に確実に結びつく受注を商品戦略とエリア戦略によって、積み上げていきます。

## 経常利益(単純合計ベース) (単位:億円)

		中期経営計画目標値						
		2005/3期 実績	2006/3期 実績	2007/3期 予想	2008/3期 予想	2009/3期 中間計画	最終年度 06/3期差	
コア事業	国内木材建材事業	41	36	44	51	62	+26	安宅建材合併によるシナジー 国内製造会社の収益力向上
	国内戸建住宅事業	176	148	166	188	215	+67	完工年間10,000棟 商品力と提案力の強化
重点事業	集合住宅事業	8	△1	7	11	13	+14	投入した人員の戦力化 木造軸組商品の提案力強化
	住宅ストック事業	11	6	9	11	14	+8	投入した人員の戦力化 耐震リフォーム商品を梃子に
	海外事業	18	10	12	27	37	+27	製造会社の収益力向上 海外流通拠点の強化
	その他	△67	△31	△67	△78	△81	△51	退職給付会計上の数理差異 30億円を費用減として処理
	合計	187	168	170	210	260	+92	

## 安宅建材(株)との合併によるシナジー効果



### ① 商品戦略

商品戦略では、2005年10月に、住宅事業30周年の集大成として、「環境共生」「木へのこだわり」を基本コンセプトとした商品「MyForest(マイフォレスト)」を発売しました。この商品は、自然の風や光を利用する日本の伝統的木造家屋の設計手法を活かした住まい方を提案する戦略商品で、中高級志向のお客様から高い評価を得ています。2006年度は、「マイフォレスト」の魅力をより幅広い層に訴求するため、年齢層によって様々な外観、間取りのプランを用意し、受注拡大を目指していきます。

### ② エリア戦略

エリア戦略では、「東京都における持家シェアNo.1」の目標を掲げ、支店長が地域戦略を進めやすくするために拠点規模の適正化を行い、地域密着型の営業展開を推進しています。その成果は既に現れており、住宅受注が全体的には伸び悩んだ2005年度においても、東京都の受注棟数は前期比3.1%増となりました。最重要エリアの東京都で持家トップシェアを目指すとともに、他の都市部でも営業体制を強化し、シェアの拡大に取り組んでいます。

### ③ 戸建分譲事業に参入

また、2005年12月に、戸建分譲住宅を推進する独立組織として「まちづくり事業部」を設置、戸建分譲事業に本格参入しました。一次取得者を中心に、持家と分譲の両面からアプローチできる事業体制を構築していきます。

## 2. 木材・建材事業の強化—さらにスケールアップ

木材・建材事業は、2006年4月安宅建材株式会社と合併し、売上高・取扱量で圧倒的No.1の地位を確立するとともに、営業体制も強化されました。今後は、川上・川中・川下まで「木のスペシャリスト」として展開する他の事業部門との連携を深め、売上・利益の拡大を図っていきます。

さらに、2006年度より、海外での建材生産・住宅事業と国内の建材製造事業を統合した「事業開発本部」に組織を改め、グローバルベースで飛躍も目指します。

## 3. 新規事業領域の育成—3つの重点育成事業を強化

### ① 集合住宅事業

「集合住宅事業」では、2003年に当社グループに加わった賃貸管理会社である株式会社サン・ステップとの連携によって顧客層を広げ、2005年度以降の積極的な人員増強によって営業力の強化を図っております。また独自技術により木造アパートのデザイン・性能を高めるとともに、簡易見積もりシステムを活用し土地オーナーにスピーディーな提案を行い、事業拡大に注力しています。

### ② 住宅ストック事業

リフォーム市場は、2010年には8兆円(2004年度は6兆円)にまで拡大すると予測されており、当社グループは人員増強を推進しています。特に、ストック住宅の大半が木造住宅であるリフォーム市場では当社グループは大きな優位性を持っています。例えば、技術開発面では、需要増加が予想される耐震リフォーム開発に力を入れており、2006年2月には独自の耐震リフォーム技術「スミリンREP(レップ)工法」が東京都から「安価で信頼できる耐震改修工法・装置」の一つとして選定

されました。リフォーム事業を担う住友林業ホームテック株式会社は、地域に密着するため全国の住友林業本体との連携をより緊密にしていきます。

### ③ 海外事業

海外事業は、製造事業において、主要原材料コストの上昇、販売数量の伸び悩みと販売価格の下落、さらに製造現場でのトラブルなどの要因が重なり、厳しい結果となりました。しかし、当社グループが中長期的に安定成長していくためには、日本市場だけに依存せず、海外市場を開拓すべきだと考えます。そこで、今後もMDF(中密度繊維板)やPB(パーティクルボード)や植林木を利用した合板などエンジニアリングウッドを中核に据え、各地域のニーズに最適な高付加価値商品によって差別化を図り、海外市場の開拓を推進していきます。

## 終わりに

### 株主の皆様への利益還元について

当社は、株主の皆様への利益還元を重要な経営の責務であると認識しており、安定的、継続的な利益還元の実施を基本方針とし、当期の業績結果に対しては、前期同様1株当たり13円とさせていただきます。今後の方針としては、成果によって得られた果実は長期的な視野に立った投資とのバランスを勘案したうえで積極的に株主の皆様へ還元させていただきたいと考えております。

### 2010年度、売上1兆円を見据えて

足下、景気回復を受け、持家市場にも薄日が差している状況ではありますが、住宅ストックの量の充足、少子高齢化・人口減少時代の到来などを受け、長期的には住宅業界の構造変化は避けられない状況です。こうした中、私たちは「持続可能(サステナブル)」な成長を目指すうえで今、岐路に立たされていますが、川上から川下まで広がる事業領域で蓄積した「木」のノウハウには絶対の自信を持っています。成熟した市場で成長に向けた課題を克服するには、独自ノウハウを最大限活用した商品力とそれをお客様に伝えていく営業力、そしてより多くのお客様との信頼構築が不可欠です。そのために、「現場で汗をかき、その汗は必ずかえってくる」という現場の基本に立ち返るとともに、いかにして社会の役に立つかということを常に問いかけながら、チャレンジを続けていきます。

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。

2006年7月  
取締役社長  
矢野 龍

矢野 龍

## 特集：長期展望を踏まえた、当社グループの勝機

日本では少子高齢化が加速し、2005年から人口減少時代に入りました。これに伴い長期的には新設住宅着工戸数の伸びも緩やかに縮小していくことが予想されます。とはいえ、当面は、団塊ジュニアが牽引役となり、一定量の戸建住宅需要が見込まれます。また、時代の移り変わりとともに住宅に対する「価値観」も変化し、買換え、建替え、リフォームといった需要増加が期待できます。こうした長期展望に立ち、住友林業グループは、「木のプロフェッショナル」としての強みを活かし、住生活に関するあらゆるニーズに応えることで、持続的成長の事業基盤を構築していきます。



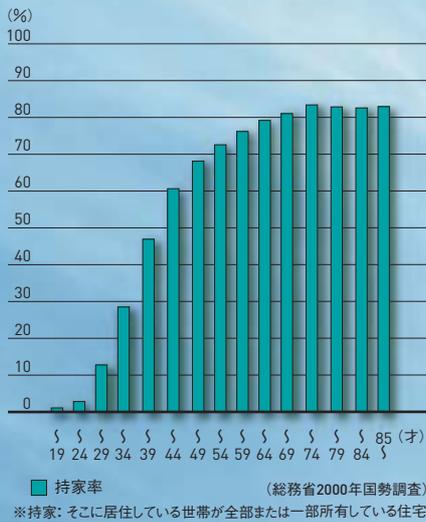
### 目次

<b>12</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>18</b>
戸建住宅業界の 将来を展望	三位一体の魅力が 「勝者への道」に つながる	「お客様最優先」 の現場	改革が進み始めた 営業現場

再生可能な資源である木材を利用して、新開発の金属接合方式により垂直荷重（建物自重など）と水平荷重（地震などの横揺れなど）を断面の大きな柱と梁のみで強固に支えることを可能にした日本初の本質梁勝ちラーメン構造、「BF（ビクフレーム）構法」

# 戸建住宅業界の将来を展望

主世帯の年代別持家率の割合



## 現在の市場環境

### 持家市場も底入れ環境整う

日本の住宅着工戸数は、バブル経済が崩壊した1991年以降、消費税率が引き上げられた1996年度の163万戸をピークに、2002年度には114万戸まで急減しました。その後、地価下落、低金利、住宅取得促進税制、不動産ファンドの相次ぐ設定などを背景に、マンションブームと貸家市場の拡大が牽引役となり、2005年度には、前期比1.5%増の124万戸となるなど、新設住宅着工戸数は底堅い状況となっています。しかし、当社グループの主な事業領域である持家市場は、1996年度の63万戸から減少傾向に歯止めがかからず、2005年度も前期比4.0%減少し35万戸となりました。もっとも、こうした逆風下で、当社グループの持家着工戸数に占めるシェアは、年間販売戸数9,500棟以上を維持しながら、1996年度の1.86%から2005年度は2.76%となっており、当社グループのプレゼンスはむしろ高まっています。また、以下で説明するフロー（新設住宅）、ストック（既存住宅）の両市場分析から、持家市場の当面の底入れ環境が整ってきていると認識しており、厳しい環境ではありますが、将来を展望した「攻め」の構造改革を着々と進めています。

## 長期展望

新設住宅着工戸数は、現状の年間115～120万戸の水準から、2015年以降は、ストック数や空き家の増加、世帯数の減少などの影響が現れ、緩やかに100万戸水準に向かうとみられています。既に量的には充足されている日本の住宅市場において、2005年度から人口減少社会を迎えたことを考えると、長期的に緩やかな住宅市場の縮小は避けられない状況です。しかし、住宅への投資額は、増改築やリフォームによる投資額の増大を受け、住宅投資額全体では微増傾向になると見られています。量的には充足されていても、ライフステージの進行やライフスタイルおよび社会環境の変化により、住宅に対する価値観も変わり、それとともに、「理想の住宅」を追求し、住替え（買換え）、建替え、リフォームによる質的レベルアップへのニーズは強まると予想されます。こうしたニーズは、景気の回復に歩調を合わせ、徐々に顕在化してくるものと考えられ、当社をはじめ自由設計の強みを活かした注文住宅の巻き返しが期待できます。

## フロー（新設住宅）市場の展望

### 地価下落で住宅メーカーの真価が問われる

1990年前後のバブル経済時には、一般給与所得者が、著しい地価の高騰を受け、マンションならまだしも、都心で戸建を購入することは極めて困難な状況に陥りました。また、戸建住宅の購買動機も、豊かな住生活という本来的な取

住宅ストック数と建築時期別比較

(単位:万戸)

	平成10年調査		平成15年調査		平成10年比	
	総数	うち持家	総数	うち持家	総数	うち持家
住宅ストック総数	4,392	2,647	4,686	2,867	294	220
1980年以前に建築	2,122	1,408	1,760	1,220	-362	-188
1981年以降に建築	2,271	1,239	2,927	1,646	656	408

(出典:総務省2003年住宅・土地統計調査)

## 木造住宅の耐震補強が必要な戸建て住宅数の推計結果

(単位:万棟)

木造住宅の耐震調査機関	内容	耐震補強が必要な全木造住宅数	耐震補強が必要な戸建て住宅数
建築学会調査	耐震数に欠ける危険住宅数	1,221	1,165
木耐協	倒壊または大破の危険	1,409	1,373
中央防災会議	「全壊」想定住宅数	1,493	1,437

(出典:日刊木材新聞 2006.1.26)

## 雇用と賃金の推移



得目的から外れ、もっぱら土地インフレに関心の中心が置かれていました。しかし、その後のバブル経済の崩壊で地価が適正価格へと下落する一方、景気が持ち直し、雇用・所得環境が好転してきていることから、住宅需要者の戸建て住宅に対する購買力は急速に高まっているとと言えます。これからは、上物としての住宅の魅力によって、住宅メーカーの真価が問われる時代が到来すると見えています。従って、一次取得者層の絶対数は縮小するとしても、本格的な少子高齢化時代を迎え、長期間快適に家族が暮らせる「我が家」、あるいは「個性」を重んじる多様化ニーズなど、それぞれの価値観を捉え実現できる住宅企業がシェアを伸ばし、必ずしも、マンションの大量供給に押された「戸建て住宅減少、マンション拡大」という構図ではなくなってくるものと予想しています。

## 期待されるマンションからの買換え需要

また、2010年からは、現在のマンションブームの主役である団塊ジュニアの二次取得需要にも注目できます。団塊ジュニアとは第2次ベビーブームの1970年代前半に生まれた人口構成比の高い層(約980万人)です。日本では、借家からマンション、そして最終的には都心のベッドタウンに戸建て住宅を取得するという伝統的な住宅取得ステップ、いわゆる「住宅双六」と言われる傾向が見られました。今後もこの「住宅双六」が当てはまるとすれば、団塊ジュニアが40～45歳となる2010年代半ばから、比較的流動性の高い都心のマンションを売却し、世代を超えて引き継ぐことができる資産価値の高い戸建て住宅を購入する動きが顕著になってくる可能性があります。

## ストック(既存住宅)市場の展望

## リフォーム、建替え需要の潜在需要は膨大

現存する住宅ストックは、1980年以前の高度成長期に住宅戸数の不足を補うことを重視して建てられたものが多く、適切なメンテナンス不足により老朽化・陳腐化が進んでいるものが少なくありません。また、1981年に耐震性能の基準を定めた建築基準法が大幅に改正され、新耐震基準が施行されたものの、住宅ストックのなかにはそれ以前に建てられ、耐震基準を満たしていない木造住宅は、1,200万～1,500万戸存在すると推定されています。ここに、膨大なリフォームおよび建替えの潜在需要が存在します。特に、政府も2006年度から「耐震改修促進税制」を設けるなど、国策としてストック市場の適切な更新を促進しています。また、単に老朽化した部分の修繕にとどまらず、スペースの有効活用、快適性の向上、高齢化への対応など、ライフステージの進行とライフスタイルの多様化により、リフォーム・建替えニーズは多岐にわたっています。しかも、日本の戸建て住宅ストック約2,600万戸の9割以上が木造住宅であることを考慮すると、「木」を知り尽くした当社グループにとっては、見逃せない成長市場です。

## 世帯主の年代別一世帯あたりの修繕費比率

(全世帯の平均値を100として計算)

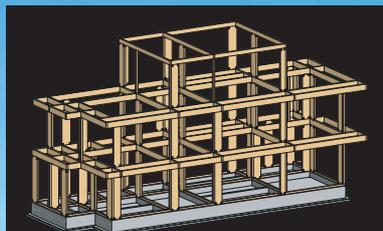
項目	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～
設備修繕・維持	60.3	81.5	86.0	108.7	218.2	271.8

(総務省2000年国勢調査)

## 三位一体の魅力が「勝者への道」につながる

既述のように、量の充足、人口の減少など、住宅市場におけるフローの拡大は、将来的に期待できない状況です。しかし、以下の事例でご紹介させていただき、当社グループの「三位一体の魅力」をさらに磨きあげるとともに、これらの魅力を一人でも多くのお客様に伝え、長期にわたる信頼関係を築いていく現場の力によって、木造注文住宅No.1企業としての新たな成長の道が開かれるものと考えています。

### 「ビックフレーム構法」



一般的な住宅の構法では、垂直荷重（建物自重など）を柱と梁（ハリ）で支え、水平荷重（地震などの横揺れなど）を耐力壁で支えています。それに対し、当社独自の木質ラーメン構造では、垂直荷重と水平荷重を柱（ビックコラム＝大断面集成柱）と梁（ハリ）で支える構法です。



科学的解析に基づいて開発されたBFジョイント金物：ネジ形状にすることにより、木部と接する表面積を増やすことで、ガタや狂いを排除し強固に固定することができます。

### 1.商品力

#### 「夢をかなえる独自技術」で差別化

木という自然の恵みは、日本の暮らしに深くかかわっています。当社グループは、創業来300年以上にわたり森と共に歩み、木の優しさで、暮らしにうるおいをもたらす家の魅力を追求してきました。

2005年における、その代表的な成果としては、国土交通大臣の構造型式認定を取得した「ビックフレーム構法」が、木造3階建て住宅構造に革新をもたらしました。これは独自の「木造ラーメン構造技術」と「金属接合技術」を融合したもので、耐力壁を必要とすることなく柱と梁（ハリ）で高耐震性と高剛性を実現し、一般的な構法と比べ必要な壁や構造を半分以下に削減できる画期的な構法です。この新構法を採用することにより、3階建ての吹き抜けタイプなど、木造住宅では難しいとされていた自由度の高い空間設計を可能にします。また、都心に多い狭小敷地であっても、敷地の可能性を最大限にひきだし、開放感豊かな大空間を実現します。さらに、ライフステージの移り変わりを見越した優れた可変性を備え、二世帯三世帯にわたって建物を良質な資産として引継げる、こうしたお客様志向の発想から、「ビックフレーム構法」を生み出しました。

また、2005年度に投入した「MyForest」にも、木の格調高い雰囲気をかもしだすため随所に独自技術が盛り込まれています。そのひとつが、ウイスキーの樽として使用された樹齢百年を超すホワイトオークを再生したピュアモルト・フロアです。このフロア材は風合いだけでなく、キズにも強い優れた特徴がありますが、入手が極めて困難な素材でもあります。そこで当社は、半世紀以上ウイスキーとともに貯蔵庫で眠り続けた樽を解体して得られる湾曲した樽材を、効率的にまっすぐにして建材に再生する「湾曲矯正治具装置」を開発しました。これにより、他社では不可能な最上級の百年オーク無垢柾目板の安定供給を実現しています。



「住まい博」での設計担当によるプランプレゼンテーションの様子:プレゼンテーション終了後、観覧していた多数の入場者がプランのデッサン画を希望しました。



プレカットされた木材:プレカット加工機により加工された木材の接合部は、日本古来の伝統的な手法で接合されます。同時に、最新の構造金物でさらに強度を高めていきます。

## 2.自由設計の企画力・創造力

### 「お客様の価値観を語る家」を実現

当社グループの木造注文住宅の強みとして、「木」を知り尽くし、一人ひとりのお客様が「理想とする居住空間」をゼロから実現する自由設計の企画力・創造力が挙げられます。当社グループは従業員(単体の戸建て住宅事業)約3,600名のうち約1,700名の建築士を擁しています。こうした専門家によって、受注案件ごとに、設計、生産、インテリアなどの専任チームが結成されます。この専門家チームが一丸となってお客様一人ひとりのニーズにきめ細かく対応し、完成した家がおお客様の価値観を語るまさに理想を100%実現する家づくりを目指します。また、相反するご要望、例えばプライバシーと無駄のない動線(人の動き回る道すじ)を両立するなどの困難な課題にも、人間の生理面・心理面から考察するデザイン力と長年の経験を活かした設計力によって克服していきます。

さらに、少子高齢化という時代の変化を見据え、独自の「ユニバーサルデザイン」思想をベースとした提案を行っています。すなわち、そこに住む家族一人ひとりにとって、安全で使いやすく、快適で、これから先もずっと暮らせる「我が家」を実現するために、廊下幅から天井の高さまで、お客様のパーソナルなご要望にミリ単位でお応えすると同時に、「住友林業筑波研究所」では専任の研究員が技術開発に取り組んでいます。

## 3.総合力

### 「川上から川下まで一貫した縦のシナジー」の発揮

当社グループは、「木」を活用した総合住生活関連企業として、森を育てる「山林事業」、世界各国から最適な原材料を調達あるいは加工・製造する「木材・建材事業」、自由設計の家を建てる「新築戸建事業」、新鮮で機能的な住空間へ蘇らせる「住宅ストック事業」から成り、住宅のライフサイクルを川上から川下まで一貫してサポートできる数少ない企業集団です。特に、川下において消費者ニーズを把握し、川上・川中で最適な原材料を低コストで調達でき、最新の流通市場の情報からいち早くニーズに合った製品を開発できる「縦の総合力」は、当社グループの特徴的なシナジー効果と言えます。

例えば、世界最古の木造建築である法隆寺を1300年間支え続けている木として安心していただけることから、当社はヒノキ集成材を住宅業界で初めて柱と土台に標準採用しました。もともと、ヒノキは非常に高価な木材であるため、川上部門の努力によって、例えば長さが柱一本の長さに足りないヒノキ丸太などを有効利用するために集成材に加工し、かつ反りなどの欠点も克服して、価格を抑えて供給しています。さらに川中の木材・建材流通事業において当社のパートナーである全国に広がるプレカット工場にて、お客様の仕様に合わせた加工が施されます。このように、「縦の総合力」が、住宅素材として高価なヒノキ集成材の標準採用を可能にしています。

## 「お客様最優先」の現場

お申し込みと同時に、行動指針の一つである「お客様最優先」に従って、設計、生産、インテリアなど各専門スタッフのチームが結成され、お客様の理想の家をカタチにしていきます。そして完成後も、充実したアフターサポート体制でお客様との信頼関係を構築し、サステナブル(持続可能)なおつきあいを続けています。



「住友林業の家」展示場

### お申し込み制度

「お申し込み金」(5万円)をお預かりした時点で、営業担当者、設計担当者、インテリア担当者などからなる専任チームを編成。外観や間取り、インテリア、外構などについて、お客様が100%満足いただける理想の家づくりに向け、お客様との打合せを通じて情報収集がスタートします。



敷地調査

### 調査

お客様とご契約の前に最適なプランをご提案するために、綿密な敷地調査を実施します。地盤調査にはじまり、敷地の測量、法的規制調査、隣地との高低差、周辺状況など多項目にわたって綿密に調査します。この事前の綿密な調査をしっかりと行うので、正確なプランと予算をご提示することができます。



専任スタッフの打合せ

### 提案

お客様の夢やご要望をもとに、専任チームのスタッフがあらゆる角度から検討を重ね、理想の家づくりの方向性を決定します。これに基づいて、専任の設計担当者がオリジナルプランをご提案します。そして、平均3~5回のご提案を経て、お客様に納得いただいた時点で、建築工事請負契約を交わします。

実施計画

施工

アフター  
サービス

### 実施計画

お客様のどんな要望にもお応えする自由な設計を住まいづくりの基本として、注文住宅という受注形態こそがまさに当社グループの強みであり、ブランドとなっています。ご契約後は、内外装や設備、照明やカーテン等のインテリアまで、実感できるギャラリー等でご覧いただきながら、詳細にわたってお客様と打合せをし設計を開始します。同時に、独自のCADシステムにより設計段階から構造計算を行うことで、建物および基礎の構造安全性を確保した住宅をご提案しています。



お客様と理想のイメージを共有するため、その場で図面を手書きで描きます。

### 施工

工事に入る前に、生産責任者(現場責任者)は、まず現場を訪ねます。工事中に迷惑をかける近所の様子や工事用の駐車の問題等あらゆる状況を想定して事前に対処します。そして、各段階で170項目にもおよぶ厳格な管理体制を敷いたうえで、高精度な部材を使用した独自の「マルチバランス構法」により丁寧に施工していきます。またお客様専用WEBサイトにより建築状況をご自宅のパソコンに配信することで、お客様自身で工事の進捗状況をチェックできます。



「剛床パネル」は地震などの横揺れの力を分散し、1カ所の壁に負担をかけない重要な役割を果たします。

### アフターサービス

当社グループでは、お客様の快適な居住生活を通じて、信頼関係を構築するべく充実したアフターサポート体制を確立しています。24時間365日電話相談に対応する「お客様センター」をはじめ、60年間の定期点検ロングサポートシステム体制など、お引渡し後も、「お客様最優先」の精神を貫いています。また、住まいや設備のメンテナンスをはじめリフォーム・ガーデニングなど「住まい」に関するすべてのご相談に専門の技術者が責任を持って対応しています。



「お客様センター」

## 改革が進み始めた営業現場

理想の家を実現する自由設計の注文住宅が、お客様の真の支持を得るには、地域密着型の営業力をより一層強化していく必要があります。そこで「地域の皆様から愛される住宅会社」を目指した営業現場の改革に取り組んでいます。

### 地域密着型営業の強化

#### 店長制を導入

地域密着型の営業強化の一環として、営業現場の管理体制を見直しています。具体的にはエリアごとによりきめ細かい営業戦略を実行するため、「店長制」を導入しました。店長は従来の管理業務にとどまらず、現場の第一線の責任者として、地元の皆様とのコミュニケーションを密にし、お客様の真のニーズを把握する一方、競合相手はどこか、どうやって地域シェアの拡大を図っていくのか、といった各エリア戦略を立案し実践していく新しい営業体制です。



東京都世田谷区の「街角一番」

#### 売却型展示場の推進

集客力強化として、総合展示場以外のチャンネルの構築が急務となっています。特に、今後活性化が予想される建替需要に向け、「街角一番」(売却型展示場)の建設を積極化していく方針です。「街角一番」は、住宅街に1棟単位でモデルハウスを建設。その地域の街並みや周辺環境に溶け込んだ外観・空間などを体験できるモデルハウスを地元の皆様に開放し、料理や英会話の教室、地域の集会・社交場として利用していただきます。この「街角一番」を通じ、地元の皆様に「住友林業の家」の魅力を実感していただくとともに、建替需要などの確保を推進していきます。



# 営業の概況



## 目次

20

木材・建材事業

24

住宅及び  
住宅関連事業

28

その他事業

耐力壁を一切必要としない「BF（ビックフレーム）構法」が可能にした大きな開口部から、光や風を取り込み、屋外と一体感のある広々とした空間が生まれます。

# 木材・建材事業

当セグメントは、グローバルネットワークを通じ木材製品から一般建材までトータルに取扱っています。そこから生まれる幅広い提案力により、木材・建材取扱高において国内トップの地位を確立しています。そして、そのスケールメリットをより活かすため、機能・サービスの追求を積極化します。

売上高と営業利益率



メイプルフロア:メイブルの木肌は、淡く白っぽい色調です。そのため、空間をすっきり広々と感じさせ、明るく清潔感あふれるイメージでつつみこみます。

セグメント業務ハイライト

(単位:百万円)

	04.3期	05.3期	06.3期	07.3期計画
売上高	293,220	320,255	412,182	490,000
営業利益	3,813	4,615	2,806	4,800
資産	146,169	157,840	237,265	—
設備投資	1,723	2,949	5,701	—

※ 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おります。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。

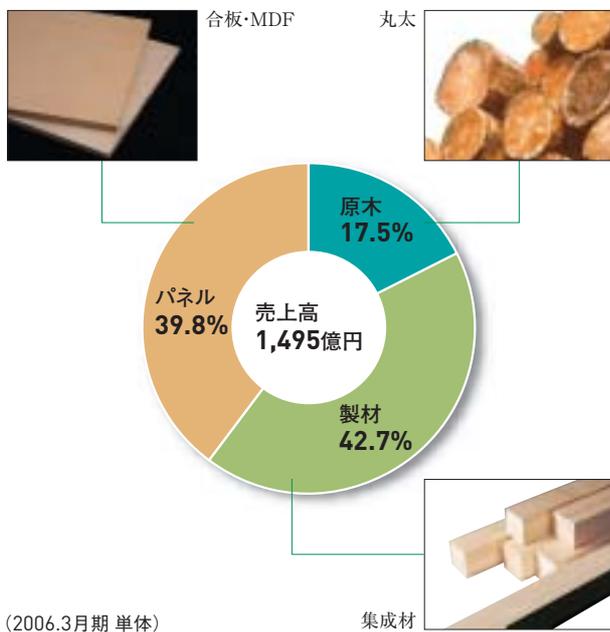
主要関係会社の営業利益推移

(単位:百万円)

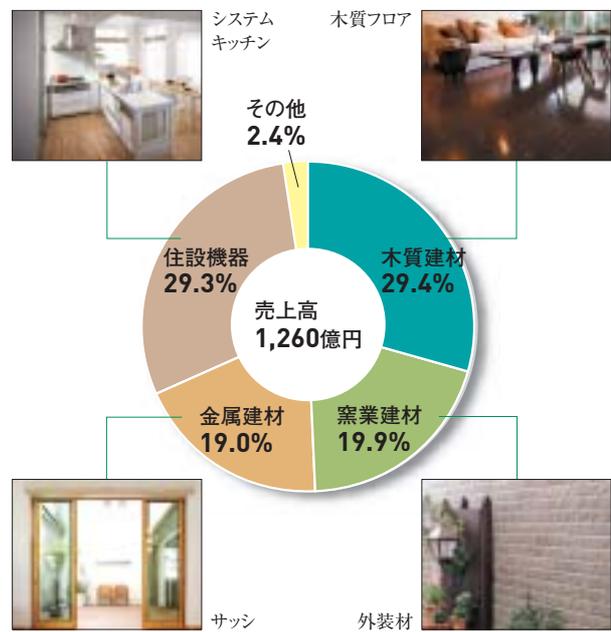
会社名	05.3期	06.3期	07.3期(予想)
住友林業クレスト(株)	841	252	570
海外関係会社	04.12期	05.12期	06.12期(予想)
PT. Kutai Timber Indonesia (Indonesia)*	620	△56	△110
Alpine MDF Industries Pty Ltd (Australia)*	239	84	300
Nelson Pine Industries Limited (New Zealand)*	749	231	900

※ 海外関係会社の計算は以下のレートにて円換算しています。  
 05.3期 : US\$=108.14 / AU\$=79.59 / NZ\$=71.76  
 06.3期 : US\$=110.17 / AU\$=83.91 / NZ\$=77.56  
 07.3期(予測) : US\$=115.00 / AU\$=86.00 / NZ\$=78.00

木材製品 売上比率

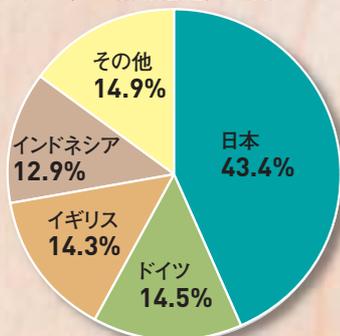


一般建材 売上比率



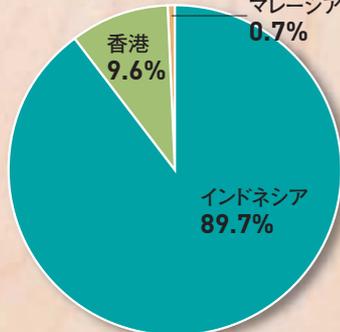
海外製造子会社 輸出先

KTI\* <インドネシア/合板製造、建材加工業>



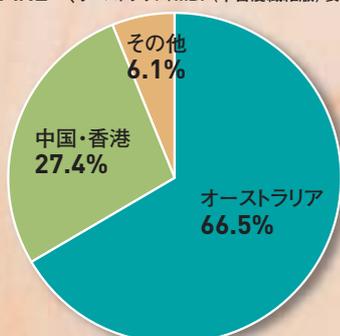
(2005.12月期金額ベース)

RPI\* <インドネシア/パーティクルボード(繊維板)製造>  
マレーシア



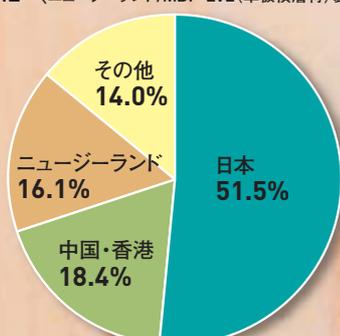
(2005.12月期数量ベース)

ALPINE\* <オーストラリア/MDF(中密度繊維版)製造>



(2005.12月期数量ベース)

NPIL\* <ニュージーランド/MDF・LVL(単板積層材)製造>



(2005.12月期MDF数量ベース)

※ KTI (PT. Kutai Timber Indonesia)  
RPI (PT. Rimba Partikel Indonesia)  
ALPINE MDF (Alpine MDF Industries Pty Ltd)  
NPIL (Nelson Pine Industries Limited)

## 2005年度のレビュー

### 事業環境—世界的な木材需要の高まり、国内需要は低調

2005年度の木材・建材業界は、国内と海外では対照的な環境となりました。海外市場では、建設ラッシュが続く「世界の工場」として著しい発展を遂げている中国需要と、住宅投資が活発な米国需要が増加基調となりました。一方国内市場では、新設住宅着工戸数の44%を占める木造住宅が前年度比0.6%増(54万5千戸)と低水準でした。

### 業績総括—原材料高騰で大幅減益

当社は、これまで以上に付加価値の高いサービス提供と営業力の強化を目指し、2005年10月に建販商社の安宅建材株式会社を新たに当社グループに加えしました。これにより国内の木材建材流通事業において、品揃えの充実度と取扱高において「国内No.1木材・建材商社」となりました。一方製造事業において、2005年6月に木質建材メーカーの東洋プライウッド株式会社を新たに当社グループに加えたものの主要原材料のコスト上昇、販売数量の低迷、販売価格の下落など、主要販売先である国内市場の環境は一段と厳しくなる中、海外製造現場でのトラブルが収益悪化に追い討ちをかける状況となりました。

これらの結果、当セグメントの売上高は2社のM&Aにより、3,956億50百万円(前期比31.1%増)となりましたが、営業利益は悪化し28億6百万円(同39.2%減)となりました。

### 各事業部の営業概況

木材・建材流通事業において木材製品の取扱いは、中国・米国需要の高まりを背景に上昇基調を強めた海外仕入価格を、日本国内では流通価格に100%転嫁するのが困難な状況が続きました。国内需要の低迷とこうした価格転嫁の遅れにより、木材の売上高\*は前期比2.1%減少し908億67百万円となりました。しかし、建材の取扱いは、主力仕入先ならびに有力大手販売先・地域有力店との関係強化が進み、一般建材の4商品(木質建材、窯業建材、金属建材、住設機器)はいずれも売上を伸ばすことができました。その結果、建材の売上高\*は前期比3.7%増の1,925億円69百万円となりました。

※ 売上の構成—木材:原木、製材品他・建材:パネル、一般建材、イノス他

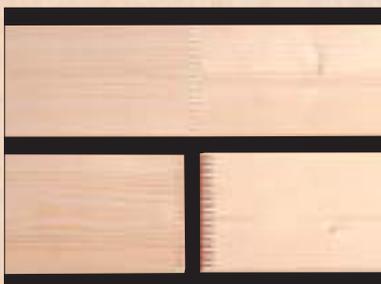
## 2006年度の重点施策

### 1. 情報力と専門性で多様化する顧客ニーズを確保

当社グループは原木調達から木造住宅販売にいたる一貫体制により事業を展開しているため、当セグメントの社員は世界各地の木材・建材事情に精通しているだけでなく、エンドユーザーについても的確な情報を迅速に得ています。こうした需要、供給サイド双方についてリアルタイムの情報力と木材・建材の専門家集団である強みを発揮し、多様化するお客様のニーズに的確に応え、既存商圏はもちろん、M&Aで獲得した顧客基盤を従来以上に伸ばしていきます。

## 集成材

集成材は、比較的直径の小さな丸太や長さの短い丸太を有効利用し、結合力の高いフィンガージョイント\*でつなぐことで、優れた寸法安定性と高い強度を誇ります。年輪が粗く狂いやすい木が増えて住宅の施工クレームが多くなってきたとき、あるいは機械による木材の自動加工を行うプレカットの普及により住宅工期が短縮化され、木材の乾燥が不十分なまま施工現場まで運ばれる未乾燥木材が問題になったとき、そうした問題に対して当社が他に先駆けで出した回答のひとつが集成材でした。品質が均一で高強度という特性から、全国の木造軸組工法住宅の柱材での集成材使用比率は急速に高まり、柱での使用比率は約70%、梁・桁での使用比率は約45%となっています。



※フィンガージョイント(集成材の製造工程):木口部分を歯形状に切削し、フィンガー同士を強固に結合します。ラミナという集成材を構成する板材にします。



海外製造事業:インドネシアの合板工場であるKTI社から世界に向けて、製品を船積みします。



東洋プライウッド(株)が提案する玄関まわり:ナチュラルにまとめられた玄関まわりを、シャープな縦格子の引戸で、モダンな和のテイストを演出します。

## 2.海外商品の調達力を活かした国内事業の拡大

当社グループは、グローバルなネットワークをもつことで、海外商品の調達力に強みを持っています。なかでも木造軸組工法で普及が進んでいる集成材\*の取扱いを、年間20%前後拡大することを目指しています。優秀な機能や設備を持った木材流通業者やプレカット工場と役割を分担して、競争力のある事業展開をパートナーである販売先に提供していきます。

## 3.M&Aによる効果を最大化

2006年度は、東洋プライウッド株式会社と安宅建材株式会社との統合元年となります。そこで、この2つのM&Aによるシナジー効果の発揮に注力していきます。

### (1)東洋プライウッドの体質強化

2005年6月、当社グループで建材製造を担う「住友林業クレスト株式会社」を通じて、木質建材総合メーカーである「東洋プライウッド株式会社」を新たに当社グループに加えしました。東洋プライウッドは、持続的に供給可能な植林木\*であるポプラなどを自ら調達し利用する製品開発力に特徴を持っています。また、両社は、販売先、工場立地においてほとんど重複はなく、補完関係にあります。2006年度は、東洋プライウッドの事業強化を優先課題として取り組みます。具体的には、地元中部圏以外の営業力強化と住友林業クレストのフォロー体制を導入することにより、生産・品質・保証体制の改革を行っていきます。

※植林木:熱帯雨林などの天然木ではなく、計画植林された木

### (2)安宅建材の地域密着型営業スタイルとの融合によるシナジー効果

木材・建材流通事業において2006年4月、建販商社である安宅建材株式会社(2005年度売上高1,233億円、営業利益6億円)と合併しました。当社が木質建材の取扱いを得意としているのに対し、安宅建材は窯業建材の取扱いを得意としています。また、双方の顧客基盤についても補完関係があります。もともと、得られるものは、こうしたスケールアップだけではありません。地域と密着し、キメ細かな対応によって幅広い取引先と長期的な信頼関係を築く営業スタイルは、業界でも高く評価されていました。営業力の強化を重点課題としている当社グループでは、こうした地域密着型の営業スタイルを得意とする安宅建材との合併により非常に大きなシナジー効果が期待できます。今後は、住友林業グループのグローバルなネットワークと、安宅建材株式会社の地域密着型営業を融合し、今期から全国を4つに分割したブロックを核として、より付加価値の高いサービスを目指します。

## 4.安心・安全ニーズへ対応強化

昨年の構造計算書偽装問題をきっかけに急激に強まっている安心・安全ニーズに対して、イノス事業\*を通じた対応強化を図っています。具体的には、住友林業が有するCAD積算・構造計算、技術ノウハウに裏付けられた安心・安全対応システムを、エンドユーザーに対する地元工務店の有効なソリューションとして全国のイノス会員会社に提供し、その会員ネットワークを広めることによって、グループの

## 【新組織体制の現場からインタビュー】

私は、安宅建材で20年間仕入先・販売先とのパイプを太くしながら合板に限らず幅広い建材商品を取扱ってきましたが、今回の合併を機に新設された国内合板チームのマネージャーを担当することになりました。他社との競争において、取扱う木材製品ごとの高度な専門知識と情報力が重要な強みとなりますが、住友林業グループの一員となったことで、仕入先である国内合板メーカーに原木を販売している原木グループとの情報交換ができるようになりました。また輸入合板チームやMDFチームと共同で国内合板の用途開発に取り組んでおり、安宅建材単独では得られない様々な機能やメリットを実感しています。現在、こうしたメリットをフルに活用して、これまで以上に高付加価値のサービスでお客様のニーズに応え、国内合板の取扱量で業界トップの座を目指したいと思っています。



営業本部 木材部  
パネルグループ  
国内合板チーム  
チームマネージャー  
久保田 恒勝

拡大を目指しています。

※住友林業と提携している全国の地域優良建設会社(イノス会員会社)をネットワークし、資材流通のみならず技術やノウハウを提供する新しい流通システムを構築する事業



「ミズダス」乾燥システム:材全体が空気に触れるように隙間を開けて角材を積み上げ、乾燥機の中に入れます。

MIZDAS (ミズダス) 取扱量と  
MIZDAS乾燥機の全国設置累計台数



## 研究開発

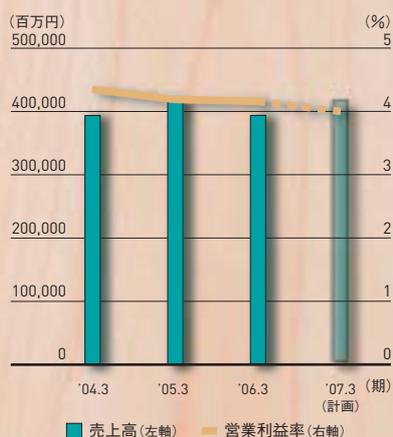
### 木材乾燥システム「MIZDAS (ミズダス)」の新機能開発

杉・檜などの角材は乾燥中に材面割れが起こりやすいため、当社筑波研究所で研究を進め、2000年10月、木材に取り付けたセンサーにより乾燥状態をリアルタイムに測定し、温度・湿度・風速の適正条件を乾燥炉内につくり、短時間で含水率15%以下の高品質乾燥材を供給する木材乾燥システム「MIZDAS (ミズダス)」を開発しました。そして2006年3月、この「MIZDAS (ミズダス)」に、乾燥条件を抑制する機能の向上・改良を加え、従来に増して木材の割れを抑制する高精度の乾燥技術を開発しました。木材の収縮、膨張を直接計測する機能を付加し、乾燥中に起こる木材の割れの発生タイミングを事前に把握することにより、割れを抑える新技術です。この技術開発により、割れの低減はもちろん、ねじれ、反りなどの変形や変色がこれまで以上に減少し、乾燥材の歩留まり向上と高品質化が見込まれます。今後、この新機能を付加した「MIZDAS (ミズダス)」を全国の木材加工メーカーや製材所に普及することによって、低コストで高品質な国産乾燥材の安定供給体制を確立し、同時に当社の「MIZDAS (ミズダス)」材の取扱量も増やしていきます。

## 住宅及び住宅関連事業

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「木」を知り尽くした独自技術と、部材の調達から設計、施工、アフターサービスまでグループ内で一貫して対応できる総合力により、「木」の素晴らしさを余すところなく引き出した高品質の「木の家」を提供しています。また、こうした強みを活かし、集合住宅事業、住宅ストック事業などを強化し事業領域の拡充を図っています。

売上高と営業利益率



セグメント業務ハイライト

(単位:百万円)

	04.3期	05.3期	06.3期	07.3期計画
売上高	393,616	418,313	393,868	410,000
営業利益	17,150	17,530	16,370	16,500
資産	108,160	108,705	105,579	—
設備投資	3,162	4,403	3,737	—

※ 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。

主要関係会社の営業利益推移

(単位:百万円)

会社名	05.3期	06.3期	07.3期(予想)
住友林業ツーバイフォー(株)	△ 586	△ 487	20
住友林業ホームサービス(株)	406	423	540
住友林業ホームテック(株)	711	195	350
スマリン建設(株)	522	515	780
(株)サン・ステップ*	351	281	400

※ 2005.3月期に決算期を12月期から3月期に変更したため、2005.3月期は15月分の実績を計上しています。

## 2005年度のレビュー

### 事業環境—持家市場は低迷続く

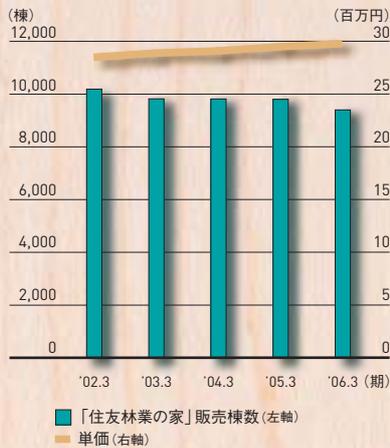
景気回復基調の強まる中、分譲マンションと賃貸住宅が牽引役となり、新設住宅着工戸数は、前期比4.7%増の124万9千戸となりました。しかし、当セグメントと関連の深い持家市場はローン減税の縮小に伴い、同4.0%減の35万2千戸となりました。一方、賃貸住宅市場は、土地所有者の資産運用と単身世帯向けワンルーム需要の高まりを受け前期比10.8%増の51万戸となり、3年連続のプラス成長となりました。また、リフォーム市場では、老朽化住宅の更新需要だけでなく、高齢化社会を背景とした住宅の質の向上に対するニーズが高まっています。

### 業績総括—営業強化の先行投資で減益

こうした中、当セグメントの売上高は3,921億31百万円(前期比6.2%減)、営業利益は163億70百万円(同6.6%減)となりました。営業人員増強や店舗・営業網の拡充など将来の成長に向けた先行投資を積極的に行ったものの、主力事業である戸建住宅の販売数は9,807棟(前期比5.0%減)となり、減収減益となりました。

メイプルフロア:メイブルの木肌は、淡く白っぽい色調です。そのため、空間をすっきり広々と感じさせ、明るく清潔感あふれるイメージでつつみこみます。

「住友林業の家」販売棟数と単価の推移



サン・ステップがオリジナル開発したタイルがアクセントとして映えています。

住友林業ホームテック(株)の受注における一般顧客比率



## 各事業部の営業概況

### 【新築戸建事業】—競争力強化を推進

木造軸組戸建住宅事業では、成熟化している市場においても将来にわたり安定的な棟数を販売するため、独自性を積極的に訴求することによる競争力強化に取り組みました。

そこでまず、成熟化市場の中でも依然ポテンシャルの高い都市部での競争力強化を目指し、首都圏における組織改正と人員増強に取り組みました。次に、当社が提案する「住まい方」をお客様にはっきりご理解頂くため、「木を極めた」魅力を最大限訴求した新商品「MyForest(マイフォレスト)」を発売しました。さらに、お客様との契約に関しては、確実に着工に結びつくように契約内容の見直しを進め営業の質的転換を図りました。

しかし、競争力強化の途上とあって、受注棟数は8,890棟(前期比9.3%減)となり、完工高は2,803億12百万円(同3.2%減)となりました。もともと、生産コストの削減に継続的に取り組んだことで売上総利益率は高水準を維持し、1棟あたりの受注単価も営業体制の強化と新商品の投入により、前期比5.7%増の30.9百万となりました。

一方、住友林業ツーバイフォー株式会社が担うツーバイフォー工法による新築住宅事業では、中高級仕様商品を軸とした戦略シフトが浸透し、受注高は115億61百万円(前期比31.3%増)、完工高は102億22百万円(同22.8%増)といずれも大幅な伸びを示しました。

### 【集合住宅事業】—人員の戦力化に時間を要する

集合住宅事業では、人員増強と戦略経費の投入を行い、受注拡大を目指しました。しかし、補強人員の戦力化に時間を要する一方、大型物件市場では大手建設会社との競争が激化し非常に厳しい事業環境となりました。その結果、受注高は137億33百万円(前期比21.5%減)、完工高は114億92百万円(同31.2%減)となりました。しかしながら翌年度に完工となる案件の比率が高まった期末受注残は、前期比16.5%増加となりました。今後は、グループ会社との連携を各地域で緊密に行うことで情報収集力の強化や木軸アパートのコストパフォーマンスの積極訴求など、グループの総合力をより活かした戦略により、受注高と収益率の向上を図ります。

### 【住宅関連事業】

#### 住宅ストック事業—積極的に先行投資を継続

リフォーム事業は、住友林業ホームテック株式会社において、受注拡大のために人員の増強を積極的に行いました。これに伴い、販管費が前期比9億円増加しましたが、売上総利益は前期比4億円増にとどまったため、営業利益は前期比5億円減少となりました。

今後は営業兼設計担当者がほぼ全員2級建築士以上であるスペシャリストとしての強みを活かすため、後方支援体制の強化による業務効率化とサービスの高付加価値化を図ります。また、戸建住宅事業で培った技術力を活かし、住友林業で住宅を建築されたOB顧客はもちろんのこと、一般顧客の木造住宅リフォームの受注拡大を目指していきます。

### まちづくり事業部一戸建分譲事業に本格参入

2005年12月、戸建分譲事業を推進する独立組織として「まちづくり事業部」を設置し、戸建分譲事業に本格参入しました。今後は、中高級路線の商品イメージを大切にしつつ、デザイン性を重視した商品を投入し周辺環境との調和を考えた街づくりを推進していきます。そして、一次取得者を中心に持家と分譲の両面からアプローチできる事業体制を構築します。



MyForst 外観

## 2006年度の主な取り組み

### 重点目標

#### 「MyForest (マイフォレスト)」の魅力を広範囲の顧客層にアピール

2005年10月より、「地球環境との共生」と「木を極め、暮らしを極める」をコンセプトにした新商品「MyForest (マイフォレスト)」の販売を開始しました。「社会の役に立ち、会社の利益にも貢献できる、自信を持って取り組める仕事」として木造注文住宅事業で培った技術と住友林業グループの総合力を集大成した新商品が「MyForest」です。冷暖房中心ではなく日本の伝統的木造家屋の設計手法により、木の強さを活かした、住みやすく健康で安心・安全な家を具現化した商品です。既に、展示場では中高級層のお客様から好評価を得ており、若年層や一次取得者層向けのラインナップも充実させ、幅広い層からの受注拡大を目指していきます。

「MyForest」の内装には暮らし方に合わせ、世界に広がるネットワークを持つ住友林業グループだからこそ安定調達できるオーク、チーク、メイプル、バンブーというそれぞれ特徴のある多彩な樹種を使用しています。例えば、太陽の光や照明によって、空間の表情が変わるのも木ならではの特徴です。さらに、外装のアクセントとして国産杉を採用し、日本の街並にとけ込み、どこか懐かしく、それでいて本物の木の重厚感、上質感にこだわっています。まさに、当社グループにしかできない資産性の高い「木の家」と自負する商品です。

### 事業部別販売状況

(単位:百万円)

			2003	2004	2005	2006	2007(予想)
住友林業	住友林業	金額	283,798	285,513	289,564	280,312	290,000
		棟数	9,824	9,817	9,805	9,401	9,300
	住友林業ツーバイフォー	金額	10,905	10,297	8,325	10,222	12,700
		棟数	446	394	279	338	410
	住友林業システム住宅	金額	5,538	6,970	4,711	—	—
		棟数	223	285	191	—	—
戸建注文住宅 計		金額	300,242	302,780	302,600	290,534	302,700
		棟数	10,493	10,496	10,275	9,739	9,710
戸建分譲住宅		金額	1,119	973	907	1,421	1,900
		棟数	59	46	44	68	80
戸建住宅 計		金額	<b>301,362</b>	<b>303,753</b>	<b>303,507</b>	<b>291,955</b>	<b>304,600</b>
		棟数	<b>10,552</b>	<b>10,542</b>	<b>10,319</b>	<b>9,807</b>	<b>9,790</b>
集合住宅 計	RC造マンション	金額	7,415	11,086	13,163	6,670	9,400
		戸数	720	856	1,134	461	870
	木造アパート	金額	4,129	3,346	3,534	4,822	7,300
		戸数	500	410	437	621	810
		金額	<b>11,545</b>	<b>14,432</b>	<b>16,697</b>	<b>11,492</b>	<b>16,700</b>
		戸数	<b>1,220</b>	<b>1,266</b>	<b>1,571</b>	<b>1,082</b>	<b>1,680</b>

## 【展示場の店長へのインタビュー】

当地区では新設持家着工のうち70%が新築のため、お客様は若年層の一次取得の方が中心で、土地込み予算総額が一定の価格帯に集中しています。ただ、当店での相談は「我が家」に対し、細部にこだわりをお持ちの本物志向のお客様が多いのが特徴です。そこで、当社の強みである「木の家」の素晴らしさをアピールしつつ、限られた面積を最大限有効活用するプランや税制を含めた住生活全体のご相談にも対応しています。

また、潜在的なお客様が「いざ建替えしよう」と思ったとき、当社に指名をもらえるように地道に需要の掘り起こしを進めています。地元の不動産業者さんと緊密な関係を構築し、効率的な情報収集を行うことで、土地手当ての橋渡し役も積極的に担います。店長としてより具体的な地域戦略を立案し、それを行動に移し、チーム全員がやりがいを感じながら、地域No.1の住宅会社を目指しています。

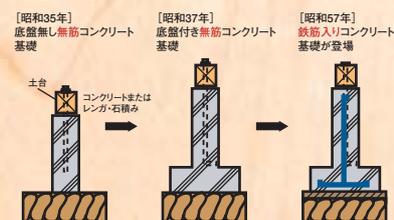


住宅本部  
東京南支店  
上鶴間店 店長  
荻原 琢



帯鋼とアラミド繊維によるコンクリート基礎補強実験の様子:アラミド繊維は高強度で耐久性に優れており、宇宙産業用、航空機などの最先端の分野でも利用されています。

### 住宅基礎の変遷



加えて、「MyForest」の耐震性能は高性能部材(それぞれの部材の説明はP33参照)と邸別最適基礎設計により生み出され、その構造躯体は、阪神・淡路大震災で観測された最大地動加速度の1.2倍の振動を加えても損壊がないことを実大の振動実験で確認しており、自然災害等においても「安心・安全」な商品です。

また、日本初の「木質梁勝ちラーメン構法」の3階建て商品「Proudio-BF」を首都圏に続き、近畿圏・中京圏でも発売を開始しました。土地の狭い都心部でニーズのある3階建市場においてもシェア拡大のきっかけになると期待しています。

## 研究開発状況

### 画期的な耐震リフォーム技術を開発

住宅ストック事業では、リフォーム事業を行う住友林業ホームテック株式会社において、新しい耐震リフォーム技術「スミリンREP(レップ)工法」を開発しました。この技術により、既存の床や天井を解体せずに壁の補強や開放的な広い空間、採光の確保をしたうえで、地震に対抗する強い構造体を作るリフォームが可能となります。

なかでも基礎補強工法である「スミリンARC工法」は、帯鋼とアラミド繊維により補強することで耐震性向上と工期短縮・費用軽減を実現する画期的な技術であり、リフォーム事業の成長を促進するものと期待しています。国土交通省推計\*によると、2003年の戸建木造住宅約2,450万戸の内、1981年以前に建てられた約1000万戸(約40%)の耐震性が不十分とされ、その多くが無筋コンクリート基礎による住宅と考えられています。

\*2003年の住宅・土地統計調査(総務省)を基にした国土交通省推計

## その他事業

住友林業グループは、快適な住まいを提供するだけでなく、農園芸用資材の製造販売事業、損害保険代理店業務、情報システム開発、リースなど、多角的なサービスで、お客様の豊かな暮らしとそれを取り巻く社会環境に貢献しています。

売上高と営業利益率



住友林業の創業にゆかりのある愛媛県新居浜において林業経営に不適地の有効活用策として「滝の宮カントリークラブ」を運営しています。

セグメント業務ハイライト

(単位:百万円)

	04.3期	05.3期	06.3期	07.3期計画
売上高	12,350	13,185	13,549	14,000
営業利益	644	738	841	600
資産	7,893	8,650	9,139	—
設備投資	999	754	980	—

※ 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。

### 2005年度のレビュー

当セグメントの売上高は、前期比2.8%増の135億49百万円となりました。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株式会社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や愛媛県新居浜で河之北開発株式会社が経営するゴルフ場が来場者数を大きく伸ばしたことによる増収が貢献しています。営業利益は、8億41百万円(前期比13.9%増)となりました。

### 2006年度の重点施策

当セグメントでは、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。スミリンエンタープライズ株式会社については、2005年度に当社住宅顧客の約4割に対し販売している火災保険のシェアを拡大することで、収益力を高めていきたいと考えています。

# 企業の社会的責任



## 目次

<b>30</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>38</b>
役員	住友林業の マネジメント体制	企業の 社会的責任 (CSR)	組織図	海外ネットワーク	子会社・関連会社

耐力壁を一切必要としないことで向上した自由な室内空間は、実際の床面積以上に縦と横の広がり感を与えます。また「BF (ビックフレーム) 構法」が可能にした深い軒は、表情豊かな外観を与えるとともに、太陽の傾斜が高い夏には直射日光を遮り暑さをやわらげます。

# 役員



早野 均 常務執行役員      塩崎 繁彦 常務執行役員      井上 守 常務執行役員      上山 英之 常務執行役員      能勢 秀樹 常務執行役員      高橋 渉一 専務執行役員      矢野 龍 執行役員社長

## 取締役

※取締役社長 矢野 龍  
 ※取締役 高橋 渉一  
 取締役 能勢 秀樹  
 取締役 上山 英之  
 取締役 井上 守  
 取締役 塩崎 繁彦  
 取締役 早野 均  
 ※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

監査役三木博氏及び佐々木恵彦氏は会社法第2条第16号に定める社外監査役です。

## 執行役員

※執行役員社長 矢野 龍  
 ※専務執行役員 高橋 渉一 営業本部長、環境経営・知的財産・山林担当  
 ※常務執行役員 能勢 秀樹 集合住宅本部長  
 ※常務執行役員 上山 英之 住宅本部長、筑波研究担当  
 ※常務執行役員 井上 守 事業開発本部長  
 ※常務執行役員 塩崎 繁彦 人事本部長、総務・業務監理担当  
 ※常務執行役員 早野 均 経営企画本部長、財務・まちづくり事業担当  
 常務執行役員 安藤 浩 営業本部副本部長  
 執行役員 高山 隆一 住友林業緑化(株)取締役社長  
 執行役員 石渡 裕祥 スミリンエンタープライズ(株)取締役社長  
 執行役員 西村 政廣 住友林業ホームテック(株)取締役社長  
 執行役員 豊田 丈輔 情報システム部長  
 執行役員 竹下 薫 住友林業ツーバイフォー(株)取締役社長  
 執行役員 高田 幸治 住友林業クレスト(株)取締役社長  
 執行役員 渡部 日出雄 集合住宅本部副本部長兼  
 集合住宅本部東京営業部長  
 執行役員 山本 泰之 住宅本部副本部長兼住宅本部商品開発部長  
 兼住宅本部技術部長  
 ※は取締役兼務者

(2006年6月27日現在)

# 住友林業のマネジメント体制

## 経営理念

住友林業グループは、再生可能で人と地球にやさしい自然素材である「木」を活かし、「住生活」に関するあらゆるサービスを通じて、豊かな社会の実現に貢献します。

## 行動指針

### 住友精神

公正、信用を重視し、積極かつ堅実な経営を行う。

### 人間尊重

一人一人が高い士気と誇りを持ち、自由闊達な企業風土をつくる。

### 環境保全

事業を通じ、自然環境、生活環境に貢献する。

### お客様最優先

お客様満足を最優先に行動する。

## 経営管理・推進体制

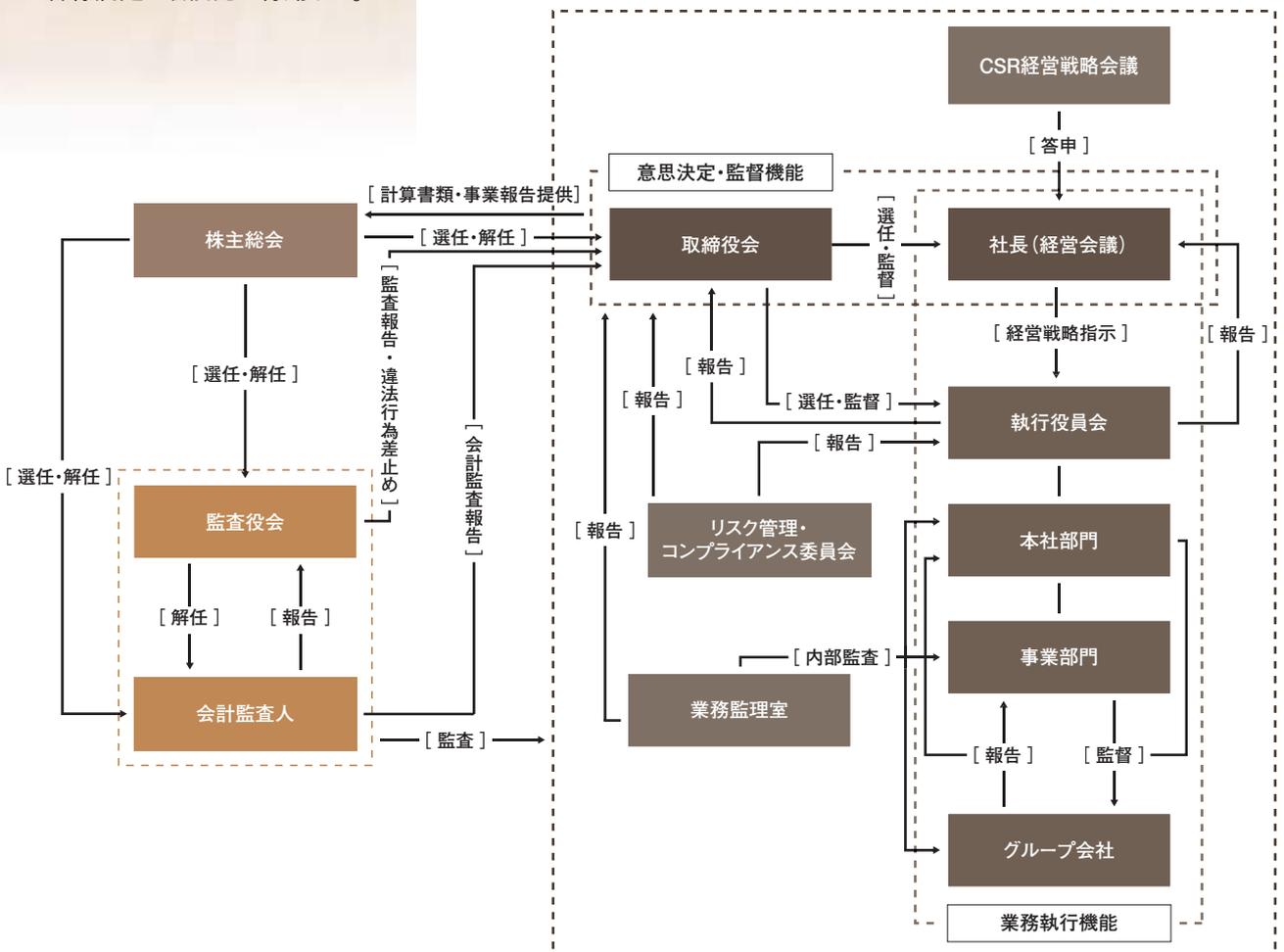
当社グループは、住生活に関するあらゆるサービスを提供する企業として、社会と密接な関わりを持っています。コーポレート・ガバナンス及びコンプライアンス体制の充実・強化は、持続的な企業価値向上につながる継続的な取組みと位置づけています。

また、社員一人一人が高い士気と誇りを持った自由闊達な企業風土の維持や促進のために、「住友精神」「人間尊重」「環境保全」「お客様最優先」を行動指針とした経営理念を掲げており、その重要性を全社員に向けて、広報メディアを通じ継続的に訴えています。

## コーポレート・ガバナンス

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」を分離することで、スピードを重視した経営を行うと同時に、業務執行に関する監督機能の強化、業務執行責任の明確化を図っています。

## 業務執行・経営監視体制



### 取締役会

経営環境の急激な変化に対応するため、原則取締役会を月1回、経営会議を月2回開催しています。取締役会では、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、業務執行の監督機能を果たしています。経営会議では、当社グループの経営戦略を審議しています。また、全執行役員（2006年6月27日現在で16名）で構成される執行役員会にて、業務の進捗状況に関する報告を行っています。

### 監査役制度

当社では、監査役制度を採用しています。監査体制については、現在2名の社外監査役を含む計4名の監査役を置いています。監査役は取締役会ならびに経営会議に出席するほか、3ヶ月に1回のペースで代表取締役と監査環境の整備に関する意見交換を行い、また主要グループ会社の監査役による情報交換会を3ヶ月に1回のペースで開催するなど、監査の充実に努めています。

### IR活動

経営の透明性を高め、株主の皆様とのよりよい信頼構築のため、積極的なIR活動を通して適切な情報開示を行っています。また、株主総会の活性化及び議決権行使の円滑化に向けて、招集通知を総会開催日の3週間前に送付するほか、招集通知の英訳を当社ホームページに掲載しています。

## コンプライアンスとリスク管理

2005年、住宅業界では、誠に残念なことに、アスベスト問題・構造計算書偽装問題など業界の信頼を失墜させ、お客様に不安・不信を与える問題が発生しました。このような事態に対し、当社グループではお客様の信頼を回復するため、安全・安心で快適な住空間を提供することが使命と再認識し、コンプライアンスを最重要課題の一つとして徹底した業務体制の構築を推進していきます。

アスベスト問題に関しては、使用状況を調査し、2005年現在、アスベストを含む建材は使用していないこと、2002年11月（集合住宅では2004年5月）以前にアスベストを含有する建材を一部使用していた時期がありましたが、セメント等で固定されている非飛散性アスベストであり、通常の住宅での使用において、アスベストが飛散される恐れがないことを確認しました。調査結果をホームページやお客様への情報誌に公開すると同時に、「お客様センター」において、お客様からのご質問・ご相談にお答えしています。

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、緊急事態発生情報は、社長まで2時間以内に報告というルールを設け、経営トップが先頭に立ってリスク管理を行う体制を確立しています。

## 企業の社会的責任 (CSR)



住友林業の企業の社会的責任に関する活動の詳細は、「環境・社会報告書2006」でご覧いただけます。

当社グループは、300年を超える歴史の中で「保続林業」を実践し、「持続可能(サステナブル)」という企業哲学を住友林業のDNAとして持ち続けています。

私たちは、CSRを「原点に立ち返ってサステナブルという企業哲学を見つめなおすこと」と位置づけ、社会に必要とされる企業として認め続けられることを目指しています。



耐震性の高い良質な住宅を供給することは住宅会社の責務です。当社は基礎・床・柱・壁の強靱な構造バランスである「マルチバランス構法」により地震に強い木の家をつくります。

### 事業における環境への取組み

#### 環境ビジョン

当社グループでは、「環境共生」を経営の座標軸に置き、環境負荷の低減とコストダウン、環境差別化戦略による社会への貢献と業績の向上など、経済と環境を両立させる真の環境経営を実現させる「環境経営中期方針」を2005年に策定しました。事業においては、具体的に次のようなことに取り組んでいます。

#### 1. 国産材の利用促進

日本は国土の7割弱が森林でそのうち約4割にあたる1,000万haが植林された人工林という豊富な木材資源をもっています。しかしながら外国産材の輸入増加に伴い、国産材製品の使用量は減少し森林の手入れが行き届かず、間伐や枝打ちなどがされずに放置された森林が増加しています。

森林は国土保全やCO<sub>2</sub>吸収など公益的機能を持っており、戦後植林され収穫期を迎えている国産材を適正に伐採し利用していくことは、森林整備の推進につながりその結果、国内山林が活性化されます。そこで、当社では住宅建築に国産材を積極的に使用しています。2005年に発売した「MyForest」では、主要構造材に占める国産材比率は51%にもなっています。

#### 2. 環境マネジメント

住宅業界でいち早くISO14001の認証を取得し、全社において環境マネジメントシステムに取り組み環境負荷削減を推進しています。同時に、廃棄物・アスベスト・

#### 「MyForest」における国産材を使用した主要構造材

使用部位 / 部材名	使用している国産材	特徴
壁下地材 「クロスパネル」	スギ・カラマツ	小幅板を格子状に組むことで、地震エネルギーの高い吸収能力と通気性を実現
柱・土台 「スーパー檜」	ヒノキ	集成材にすることで、ヒノキの長所はそのままに無垢材を上回る高精度化、高強度化を実現
床下地材 「剛床パネル」	スギ	利用が進んでいないスギを利用した合板で、剛性の高い床構造を生み出す

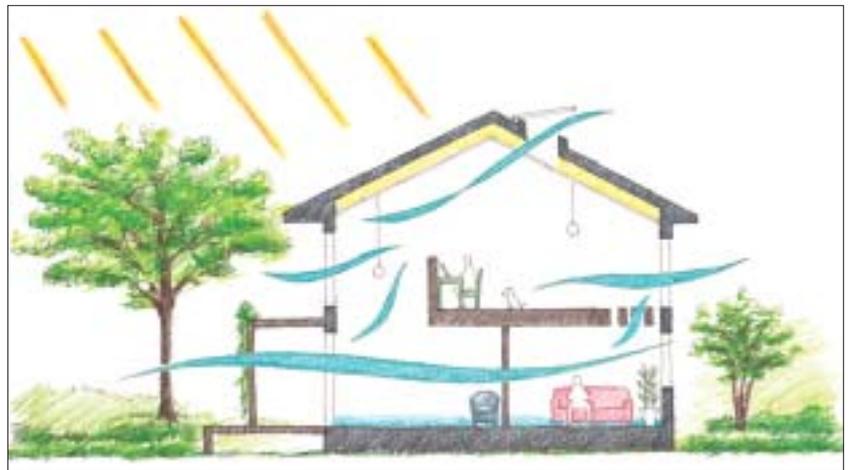
違法伐採・土壌汚染など、事業活動にとって重要なリスクを洗い出し、内容を把握し、それぞれについて対策を立てています。

なかでも、違法伐採された木材の取引を防止するため、当社が取扱う木材や木材製品の合法性を証明する木材調達基準を2006年中の完成を目指し策定中です。基準策定が完了している商品については合法性の確認を行っていますが、産出国の事情により合法性の証明が困難な商品については、駐在員が取引先及び商品の合法性を調査するとともに、早急な基準作成の作業を行っています。

### 3. 地球温暖化防止

CO<sub>2</sub>排出量の削減は重要な社会的責任と考え、事業活動で発生するCO<sub>2</sub>だけでなく、お客様の居住段階での排出も視野に入れてCO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。

「MyForest」の部材生産から建築、居住、回収、廃棄に至る全ライフサイクルを通して排出される30年間のCO<sub>2</sub>量を試算したところ、居住時が65%を占めることが分かりました。この居住時の環境負荷を減らすためにお客様と一緒にエネルギー消費の削減を目指し、日本の伝統的な住まい方である自然の力を上手に取り入れた「涼温房」を設計思想として生み出しました。また2005年度から断熱性能を、従来の「新省エネルギー基準」よりもエネルギー使用量が29%削減した「次世代省エネルギー基準」に対応した仕様を標準設定しています。



涼温房:毎日を健康で快適に過ごすために、自然の力を上手に取り入れます。日本人が長い時間をかけてつくりあげてきた住まいの考え方を、現代のテクノロジーで実現しています。

### ステークホルダーの皆様とのコミュニケーション

サステナブルを体現する新しいシンボルキャラクターとして「木のスピリット・きこりん」が誕生しました。人と自然とが一体になって快適な未来を創っていくために、住友林業の真の姿をフレンドリーに伝えていきます。



きこりん

## 1. 取引先とともに

当社では「グリーン調達ガイドライン」を策定し、ビジネスパートナーである取引先とともに環境保全に取り組んでいます。また「安全衛生管理要領」を定め、工務店と共同で建築現場における労働災害の削減に向けた取り組みを実施しています。

## 2. お客様とともに

高い品質の住宅やサービスを提供することはもちろんのこと、長期的な視点でお客様の期待に応えることが重要だと考えています。そのため、お引渡し後の住まいを60年間サポートする「ロングサポートシステム」や、24時間365日体制でご相談に対応する体制を整えています。また、定期点検時にアンケート調査を実施するなど、お客様の声に耳を傾け、お客様満足の向上に取り組んでいます。

## 3. 社会とともに

良き企業市民として社会に開かれた企業であるために、学生の社会見学の受入れや、セミナーでの講演など、企業姿勢の社会への発信に努めています。

また、2005年度より日本経済新聞社主催の「日経CSRプロジェクト」並びに朝日新聞社主催の「サステナブル・ジャパン」に参加し、企業と社会のコミュニケーションを重視し、持続可能な社会づくりに向けた情報を発信しています。

## 4. 社員とともに

社員こそが企業の財産、「人財」であると考えています。「一人一人が高い士気と誇りを持ち、自由闊達な企業風土をつくる」という行動指針を実現するため、以下の基本方針による人事制度を採用しています。

- 
- ・社内風土改革を促し、組織の活性化を進める
  - ・人財の開発・育成を強化し、意欲と能力のある人財にチャンスを与え、より前向きで主体性をもった企業集団をめざす
  - ・仕事の成果に対して適正に報いる
  - ・評価における透明性と納得性を確保し、高い目標意識と活力のある職場を実現する
- 

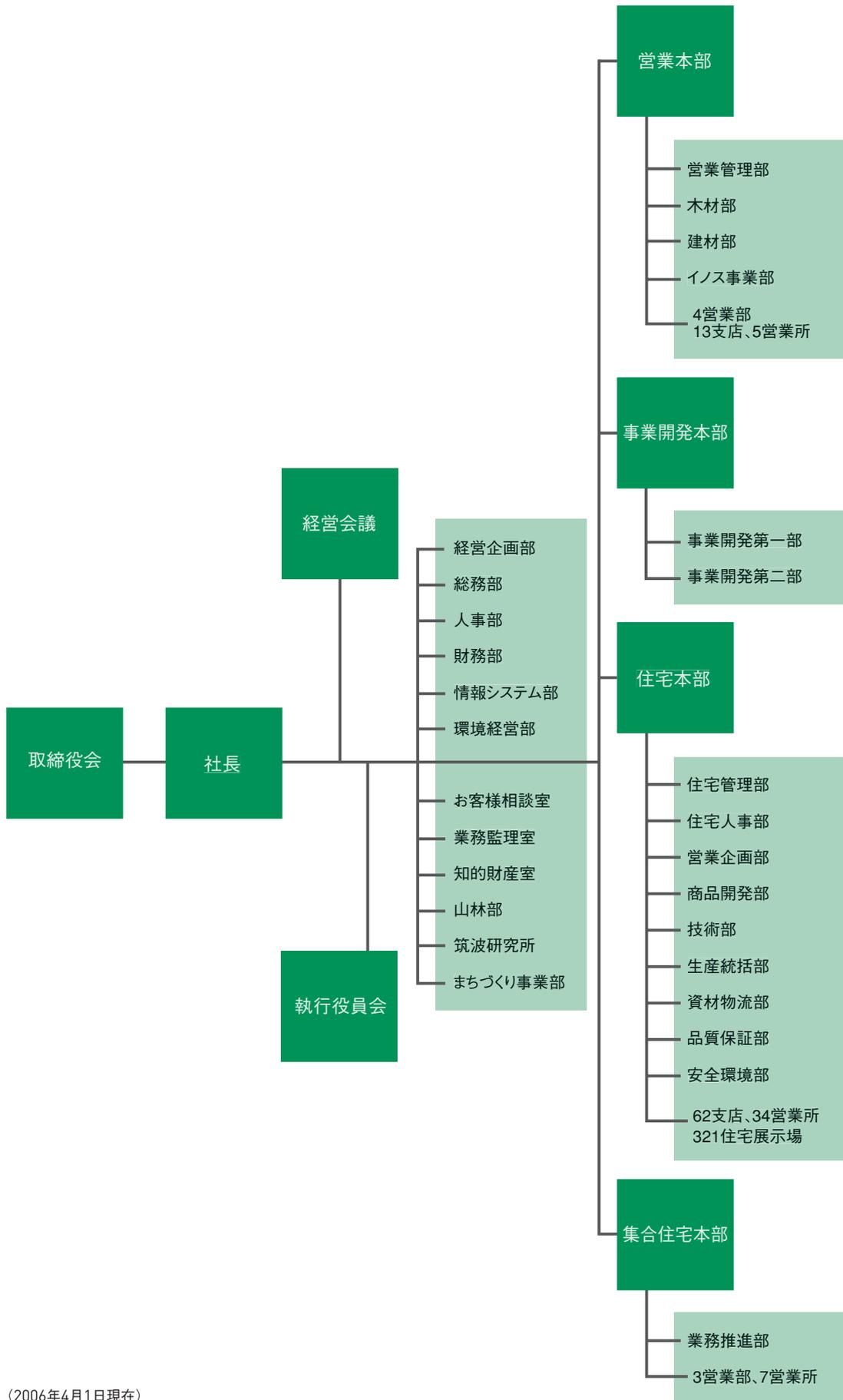
2006年度の採用方針では、「心の強い、気持ちいい人」を理想的な人財像としています。

## 5. 株主とともに

適切な情報開示を通じて透明性を高め、経営の質の向上を図るとともに、株主、投資家の皆様とより良い信頼関係が構築できるよう、積極的な広報・IR活動を行っています。また、社会的責任投資（SRI）が注目を集める中、当社は2004年よりFTSE社のSRI指数「FTSE4Good Global Index」に組み入れられおり、2005年にはモーニングスター社の「モーニングスター社会的責任投資株価指数（MS-SRI）」とダウジョーンズ社の「Dow Jones Sustainability World Index（DJSI World）」にも採用されました。



# 組織図



(2006年4月1日現在)

# 海外ネットワーク

## 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@sfspsore.com.sg

**6. ハバロフスク駐在**  
Room 1007, Hotel Intourist, 2,  
Amurskiy Blvd, Khabarovsk,  
68000, Russia  
Tel: 7-4212-41-33-60  
Fax: 7-4212-41-33-62  
E-mail: sfc@sovintel.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**  
TB3473, 6th Floor, Wisma Indotani,  
Jalan Masjid, Tawau, Sabah, Malaysia  
Tel: 60-89-772979  
Fax: 60-89-761060

**9. コタキナバル駐在**  
Suite 1, 8th Floor,  
Wisma Perindustrian, Jalan Istiadat,  
Likas, 88400 Kota Kinabalu,  
Sabah, Malaysia  
Tel: 60-88-242031  
Fax: 60-88-268031  
E-mail: sfcwu@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. オークランド駐在所/  
ニュージーランド住友林業**  
P. O. Box. 91219, Auckland Mail  
Centre, Level 11,  
Rifleman Tower120 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**  
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**  
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**  
Lot-1 Crosher Lane, Wangaratta  
VIC 3677, Australia  
Tel: 61-3-5721-3522  
Fax: 61-3-5721-3588  
Email: enquiries@alpinemdf.com.au

**19. Pacific Wood Products L.L.C.**  
P.O. Box. 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**  
P. O. Box. 127 KENDAL  
Desa. Mororejo, Kaluwungu, 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**  
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

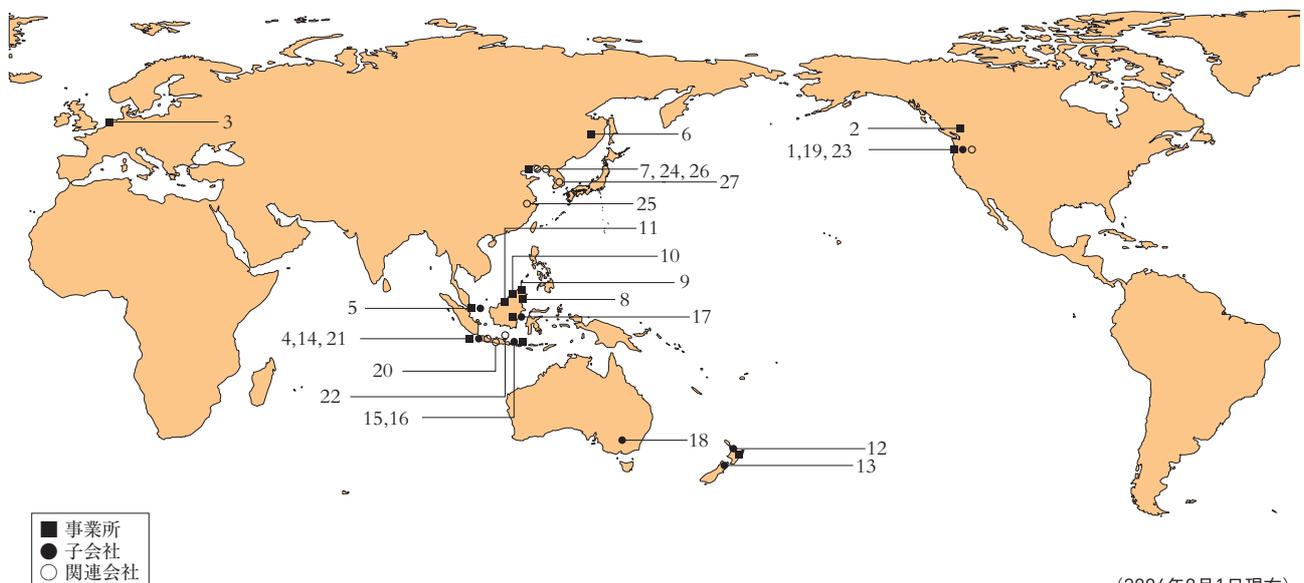
**23. Bennett-SFS L.L.C.**  
c/o Sumitomo Forestry Seattle, Inc.  
11235 SE 6th Street, Suite 120,  
Bellevue, Washington 98004, U.S.A.  
Tel: 1-425-454-2355  
Fax: 1-425-454-1106  
E-mail: sfs@sumiforsea.com

**24. 派爾剛聯合木製品(大連)有限公司  
Paragon Wood Product(Dalian) Co., Ltd.**  
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.**  
1st Floor, Building No.5, Lane 415,  
Gulang Road, Shanghai, 200331,PRC  
Tel: 86-21-52842873  
Fax: 86-21-52842853  
E-mail: paragonkenji@aol.com

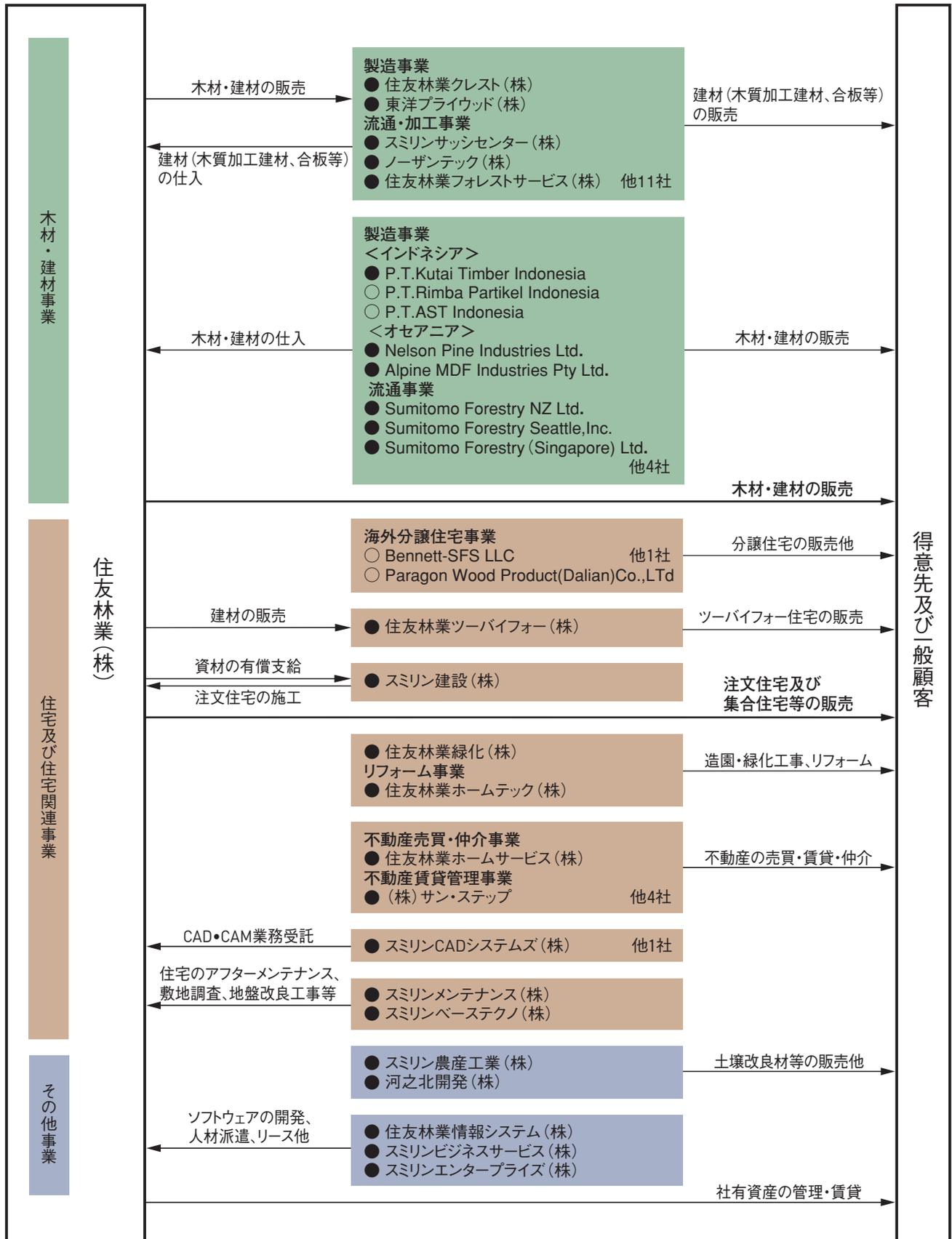
**26. 大連住林信息技术服务有限公司  
Dalian Sumirin Information Technology  
Service Co., Ltd.**  
5F-E, International Finance Tower, 15 Renmin  
Road, Zhongshan District Dalian 116001, China  
Tel: 86-411-8250-6071  
Fax: 86-411-8250-6072  
E-mail: sfdln@sfits-cn.com

**27. Dongwha SFC Housing Co., Ltd.**  
Dongwha Bldg. 192-4, Nonhyeon-Dong,  
Gangnam-Gu, Seoul, 135-010, Korea  
Tel: 86-2-3218-8970  
Fax: 82-2-3445-2891



(2006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

(2006年4月1日現在)

## 財務セクション

### 目次

<b>40</b>	<b>42</b>	<b>46</b>	<b>47</b>
10年間の 財務サマリー	財政状態及び 経営成績の分析	投資家情報	会社概要

# 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)		
	2006	2005	2004
<b>当期業績:</b>			
売上高	¥ 791,128	¥ 723,193	¥ 673,779
木材・建材事業*1	412,182	320,255	293,220
住宅及び住宅関連事業*1	393,868	418,313	393,616
その他事業	13,549	13,185	12,350
消去又は全社	(28,471)	(28,560)	(25,408)
売上総利益	127,853	125,582	120,778
販売費及び一般管理費	112,407	107,116	103,201
営業利益	15,446	18,466	17,577
木材・建材事業*1	2,806	4,615	3,813
住宅及び住宅関連事業*1	16,370	17,530	17,150
その他事業	841	738	644
消去又は全社	(4,571)	(4,418)	(4,030)
経常利益	16,800	18,692	17,074
当期純利益 (損失)	10,842	8,014	9,870
<b>財務状況:</b>			
総資産	¥ 464,193	¥ 370,684	¥ 369,755
運転資本*2	68,037	67,579	66,377
有利子負債	22,067	15,580	19,929
株主資本	175,206	152,500	146,269
<b>キャッシュ・フロー:</b>			
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 16,626	¥ 6,685	¥ 25,962
投資活動によるキャッシュ・フロー	(8,998)	(12,895)	(7,646)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(14,039)	(7,087)	(735)
現金及び現金同等物の期末残高	49,628	55,928	69,312
<b>資本的支出*3:</b>			
有形固定資産	¥ 8,132	¥ 7,016	¥ 4,040
ソフトウェア	1,857	1,673	1,468
その他	454	549	883
合計	10,443	9,237	6,392
減価償却費	6,403	6,452	6,447
<b>一株当たり情報:</b>			
		円	
当期純利益 (損失)	¥ 61.28	¥ 45.3	¥ 55.8
株主資本	996.03	866.5	830.5
配当金	13.00	13.00	13.00
<b>レシオ:</b>			
		%	
売上総利益率	16.2	17.4	17.9
営業利益率	2.0	2.6	2.6
経常利益率	2.1	2.6	2.5
総資産経常利益率 (ROA) *4	4.0	5.0	4.7
株主資本当期純利益率 (ROE) *4	6.6	5.4	7.2
株主資本比率	37.7	41.1	39.6
有利子負債比率*5	11.2	9.3	12.0
流動比率	129.3	137.4	135.7
インタレスト・カバレッジ (倍)	10.8	18.6	21.9

- ※ 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)

2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997
¥ 645,100	¥ 644,730	¥ 682,375	¥ 699,594	¥ 620,615	¥ 713,728	¥ 817,949
283,517	270,856	279,811	340,988	294,411	333,941	402,795
370,421	381,978	405,150	370,692	335,782	380,781	412,124
17,882	18,050	16,978	15,481	13,900	10,818	17,072
(26,721)	(26,154)	(19,565)	(27,568)	(23,480)	(11,812)	(14,043)
109,631	109,437	118,064	112,269	99,692	107,877	124,586
100,858	106,397	102,065	98,720	93,481	102,072	100,949
8,772	3,040	15,999	13,549	6,210	5,805	23,637
2,238	1,882	5,128	14,770	11,341	6,870	15,380
9,920	4,961	16,631	5,141	942	1,832	13,155
415	579	519	569	1,315	985	1,425
(3,802)	(4,384)	(6,279)	(6,933)	(7,388)	(3,882)	(6,324)
9,721	3,731	16,908	12,541	6,305	6,694	25,500
(15,439)	465	6,994	5,708	134	2,145	13,158
¥ 357,322	¥ 365,531	¥ 371,102	¥ 360,935	¥ 346,293	¥ 341,325	¥ 430,217
60,260	60,477	61,319	68,892	71,746	62,992	56,099
16,497	18,124	24,517	35,720	40,059	47,188	54,076
129,727	147,440	150,979	144,914	139,301	140,357	139,353
¥ 19,734	¥ 17,332	¥ 3,468	¥ (3,281)	¥ 26,715	¥ 9,561	¥ 20,946
2,026	(16,439)	(1,960)	(3,330)	2,068	(6,200)	2,952
(8,171)	(9,716)	(13,873)	(5,351)	(8,257)	(9,100)	1,597
52,029	38,873	47,476	59,916	71,971	51,302	57,090
¥ 2,761	¥ 7,705	¥ 4,448	¥ 4,373	¥ —	¥ —	¥ —
2,077	2,194	1,889	1,264	—	—	—
283	225	252	303	—	—	—
5,123	10,124	6,590	5,941	4,556	13,172	11,448
5,985	5,289	4,551	4,756	5,060	5,057	4,944
円						
¥ (87.5)	¥ 2.6	¥ 39.6	¥ 32.4	¥ 0.8	¥ 12.2	¥ 74.6
736.4	835.1	854.9	821.6	789.8	795.8	790.1
10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	12.00
%						
17.0	17.0	17.3	16.0	16.1	15.1	15.2
1.4	0.5	2.3	1.9	1.0	0.8	2.9
1.5	0.6	2.5	1.8	1.0	0.9	3.1
2.7	1.0	4.6	3.5	1.8	1.7	6.2
(11.1)	0.3	4.7	4.0	0.1	1.5	9.8
36.3	40.3	40.7	40.1	40.2	41.1	32.4
11.3	10.9	14.0	19.8	22.3	25.2	28.0
132.6	131.8	131.1	137.7	141.6	137.4	121.0
18.3	7.8	22.6	18.6	5.8	4.3	17.5

# 財政状態及び経営成績の分析

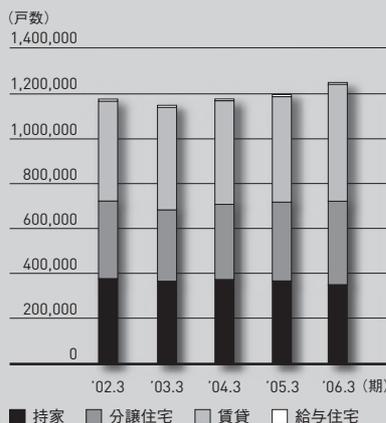
## 事業環境の回顧

2006年3月期の日本経済は、企業の収益が改善し設備投資が増加したことから、雇用情勢の改善、個人所得、個人消費の増加傾向が見られ、緩やかながら回復基調となりました。しかし、原油価格の高騰、金利の上昇不安など先行き不透明感を払拭できない状況が続きました。

住宅業界においては、低金利、地価の下落、並びに一次取得者層の旺盛な購買意欲に支えられて、新設住宅着工戸数は124万9千戸（前期比4.7%増）となりました。しかし、持家の着工戸数は35万2千戸（同4.0%減）にとどまりました。

木材・建材業界においては、期を通じて、原材料価格・製造コストに影響を及ぼす原木や原油の価格高騰が恒常的に続く非常に厳しい環境となりました。

新設住宅着工戸数

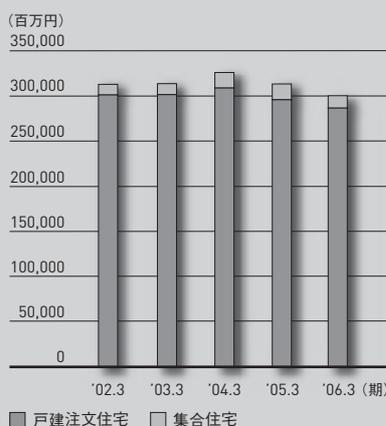


## 経営成績

### 1. 受注高・売上高

売上高は、7,911億28百万円（同9.4%増）となりました。主な要因は、木材・建材事業における新規連結によるものです。木材・建材流通事業において業界の再編が加速するなか、新しい顧客基盤の確保と取扱商品の拡充を図るため安宅建材株式会社を、製造事業において木質建材の製造に経営資源を集中させるため木質建材メーカーの東洋プライウッド株式会社を新規連結しました。一方、戸建注文住宅の受注状況は、住宅ローン減税の段階的縮小の影響もあり、金額では2,865億19百万円（同3.1%減）、棟数では9,251棟（同8.2%減）と厳しい状況になりました。

受注高



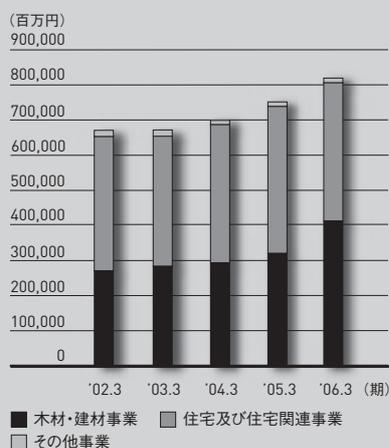
### 2. 販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費の総額は、1,124億7百万円（同4.9%増）となりました。将来の事業拡大のために住宅及び住宅関連事業において人材採用や拠点拡大を積極的に推進したことに加え、特殊要因として、①新規連結した2社の経費増加分57億52百万円と②退職給付会計上の数理差異27億65百万円の減少分がありました。

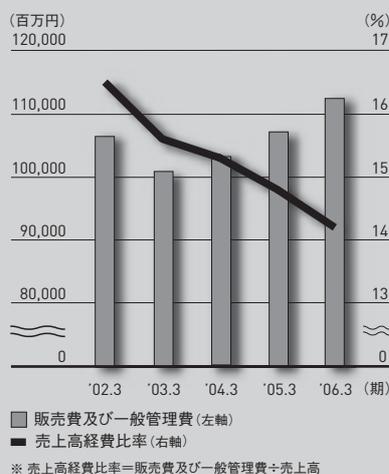
### 3. 営業利益

以上の結果、営業利益は154億46百万円（前期比16.4%減）となりました。また、セグメント別営業利益は、主力の木材・建材事業、住宅及び住宅関連事業ともに減益となりました。

## 売上高



## 販売費及び一般管理費と売上高経費比率



## 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		その他事業	
	06.3期	05.3期	06.3期	05.3期	06.3期	05.3期
売上高	412,182	320,255	393,868	418,313	13,549	13,185
営業利益	2,806	4,615	16,370	17,530	841	738
営業利益率	0.7%	1.4%	4.2%	4.2%	6.2%	5.6%

※ 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。

## 4. 営業外損益・経常利益

営業外損益は、保険金収入の計上もあり、11億27百万円改善しました。この結果営業外損益は13億53百万円の利益となり、経常利益は168億円(同10.1%減)となりました。

## 5. 特別損益

特別損益は、前期比22億61百万円の改善となり7億65百万円の損失となりました。当期は主な特別損失として、前期撤退した木造ユニット住宅事業の固定資産売却損4億92百万円と統合関連費用4億55百万円の計上にとどまったことによります。なお、特別利益の主な項目としては、営業移転利益2億29百万円を計上しました。

## 6. 当期純利益

当期純利益は、108億42百万円(同35.3%増)となりました。過年度に計上した繰延税金資産のうち、一部取崩し処理を行ったため、法人税等調整額が増加しました。また、前期に撤退した木造ユニット住宅事業の運営子会社の清算完了により税務上の損失が確定し、法人税額が減少しました。

これに伴い、一株当たり当期純利益は、16円増加の61円28銭となりました。また、株主資本当期純利益率(ROE)は、同1.2ポイント上昇して6.6%となりました。

## セグメント別の動向

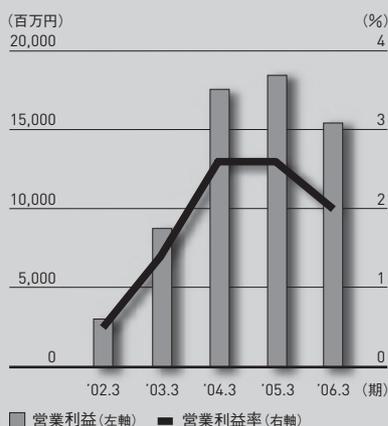
### 1. 木材・建材事業

木材・建材事業の売上高は前期比28.7%増の4,121億82百万円、営業利益は同39.2%減の28億6百万円となりました。特殊要因として2社の新規連結(993億82百万円)が売上増加に大きく寄与しました。流通事業において、丸太等の輸入素材の低迷で木材の売上は減少しましたが、パネル・一般建材など建材の売上は堅調で木材の低迷をカバーしました。しかし、営業利益については、海外生産子会社各社において原材料コストの高騰が利益圧迫要因となりました。以上の結果、増収減益となりました。

## 2. 住宅及び住宅関連事業

住宅及び住宅関連事業の売上高は、前期比5.8%減の3,938億68百万円、営業利益は同6.6%減の163億70百万円となりました。営業力の強化と将来の事業拡大のため人材採用や拠点拡充を行ったものの①住宅ローン減税の段階的縮小に加え、競争激化の影響もあり戸建注文住宅の販売棟数が前期比5.2%減少したこと②集合住宅事業において、大型物件市場で大手建設会社との競合が激化し非常に厳しい環境になったことにより減収減益となりました。

営業利益と営業利益率



## 財政状態とキャッシュ・フロー

### 1. 財政状態

2006年3月期末の総資産は、前期末比935億9百万円増加し、4,641億93百万円となりました。流動資産が同523億65百万円増の3,004億31百万円となり、固定資産は同411億43百万円増の1,637億61百万円となりました。流動資産の増加は、新規連結に伴う営業債権の増加によるものです。固定資産の増加は主として、株式市況の改善に伴う保有株式時価の増加によるものです。

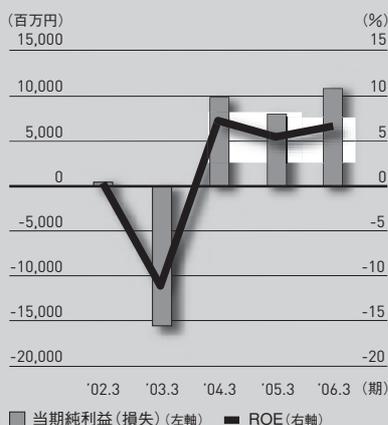
一方、負債合計は、前期末比681億99百万円増の2,858億62百万円となりました。そのうち流動負債は、主に上述の新規連結に伴う営業債権の増加により同519億7百万円増の2,323億94百万円、固定負債は主に上述の保有株式時価評価増加に伴う繰延税金資産の増加により同162億93百万円増の534億69百万円となりました。なお、有利子負債残高は、同64億87百万円増の220億67百万円となりました。

資本合計は、前期末比227億6百万円増の1,752億6百万円となりました。利益剰余金の増加に加えて有価証券評価差額金が同128億82百万円増加しました。

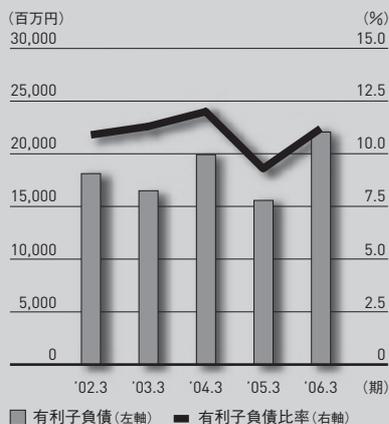
### 2. キャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、前期に比べて住宅ローン減税効果による12月末の完工増加がなかったこと等により期末にかけての工事代金支払額が減少したこと、また、法人税等支払額の減少もあり、前期比99億42百万円増の166億26百万円の収入となりました。投資活動によるキャッシュ・フローは、東洋プライウッド株式会社や安宅建材株式会社の株式取得、及び子会社の事業用地や賃貸用不動産の購入等により、同38億97百万円減の89億98百万円の支出となりました。財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払及び子会社の有利子負債の返済等により、同69億52百万円増の140億39百万円の支出となりました。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63億円減少し、496億28百万円となりました。

当期純利益(損失)とROE



### 有利子負債と有利子負債比率



### 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、①継続的な商品力の向上②コスト削減③展開事業と地域の多角化④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

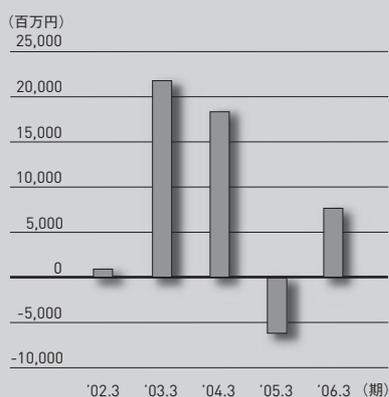
金利変動とりわけ長期金利の上昇は、ローンによる支払いを行うケースが多い戸建住宅の顧客や、土地活用のために集合住宅等の建築物を建てる顧客にとって、支払総額の増加をもたらすために、需要を減退させる可能性があります。一方、金利の先高観は、金利上昇に伴うローンによる支払い総額の上昇を回避するための駆け込み需要を喚起し、一時的に住宅需要を増加させるものの、駆け込み需要一巡後の反動減をもたらす可能性があります。また、地価の上昇は、土地を所有していない顧客層の住宅購買意欲を冷え込ませる可能性がある一方、地価の下落は土地を所有している層に対して資産デフレをもたらし、建替え需要を減退させる可能性があります。

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。

#### 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、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。

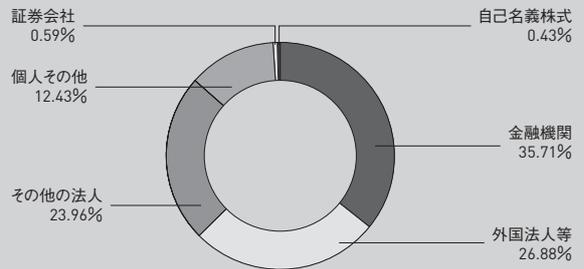
### フリー・キャッシュ・フロー



# 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:** 11,663名  
**定時株主総会:** 6月

## 株式分布状況:



(2006年3月31日現在)

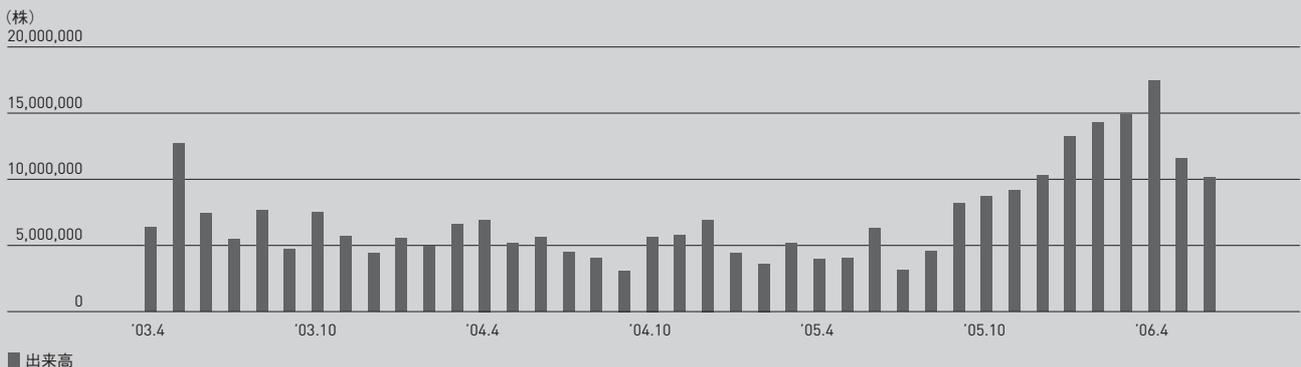
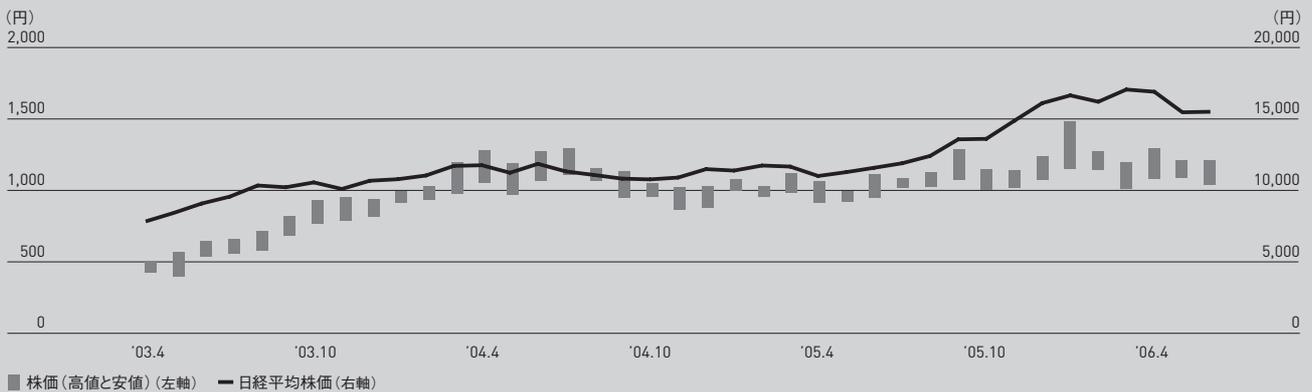
## 大株主の状況:

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)	13,063	7.40
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
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー	4,702	2.66
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	4,396	2.49
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
住友信託銀行株式会社(投信口)	3,408	1.93

(2006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:	47社(内海外12社)
関連会社:	6社(内海外5社)
従業員数(連結):	11,997名
ホームページURL:	<a href="http://www.sfc.co.jp">http://www.sfc.co.jp</a>
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

(2006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



# 住友林業株式会社

〒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

URL: <http://www.sfc.co.jp>