



潮田 洋一郎
代表取締役会長
兼CEO

住生活グループは環境に配慮した快適で安心・安全な住空間を創造することを目指します。

住生活グループは、わが国の住宅関連業界の中で極めてユニークな経営を行っています。単独の製品やサービスを提供する企業にはできることにも限界がありますが、いくつもの領域を包括、統合した当社グループでは、住宅全体の品質を向上させ、コストを抑えることに大きく寄与することが可能です。当社グループが目指すものは高い快適性と低い環境負荷を追求すること、そして、安心・安全な住空間を提供することです。情報システムの活用と信頼できる納品体制ならびに施工サービスの提供などによって、さらに住宅の質の向上に努めていきます。

住生活グループをとりまく経営環境

昨年来の世界的不況の中で、日本の住宅関連産業も需要が減少しました。特にマンションなど分譲住宅の着工戸数は、都市部の不動産価格高騰による販売の低迷を受けて大きく落ち込みましたが、その後の販売価格下落などによって在庫は徐々に減少しており、今後は分譲住宅の着工戸数も緩やかに回復するものと見えています。申し上げるまでもなく、「住」は生活の根幹であり、厳しい経済環境にあっても衣食住にかかわる需要には底堅さがあります。日本政府もまた、住宅市場の活性化を景気対策の主要項目の一つとして掲げており、2010年3月期の後半には住宅ローン減税などの需要刺激策の効果が徐々に現れ、ある程度の回復が期待できるとの見方もあります。

住生活グループはこれまで、国内の住宅市場の成熟化が進む中で粘り強く無駄を削り、事業の生産性向上に邁進してきました。需要が減少する中で収益面では前期計画が未達に終わりましたが、キャッシュ・フローは堅調であり、今後にも必要な設備投資を継続しながら次の成長に向けた準備をしっかりと進めています。

事業の展望

当社グループの現在の事業構造は、モノづくりによる収入が全体のおよそ8割を占め、残りの2割はサービス提供によるものとなっています。

1) サービス分野の成長

この領域の事業は、新築着工数減少の直接的な影響を受けにくいこともあり、2009年3月期はホームセンター分野で前期比8.5%の増収、住宅関連サービス分野（住宅FC、不動産仲介、住宅瑕疵担保責任保険、地盤関連サービス等）では新規連結の影響もあって同11.9%の増収となりました。ホームセンター事業では、営業

利益でも増益を果たし、来期も引き続き好調と見込まれます。

ホームセンター業界全体を見渡すと、多くの小売企業同様、消費低迷の煽りを受けて売上高の伸び悩みが見られますが、その中で当社グループが成長している背景には、日用雑貨型から脱するべく店舗フォーマットの改良を続けてきたことがあげられます。“Do It Yourself”が定着しない日本では、“Do It For You”型のリフォームサービスにも成長のチャンスがあります。一般生活者のみならずプロユーザーのリピート客も増やすことで、来期も増収増益を目指します。

また、住宅の品質、信頼性を向上させ

家の長寿命化を図る国の方針のもとで、地盤改良や建物の検査は不可欠のサービスとなりました。2009年の秋に始まる住宅瑕疵担保履行法のもとで、当社グループが提供する住宅の品質保証に対するニーズはさらに高まるものと見ています。

2) モノづくりにおけるサプライチェーン改革

モノづくりの事業領域では、サッシ、トイレ、バス、キッチン、インテリア建材、タイル、サイディング、構造体など幅広い商品群を製造販売しています。当社グループではこれまで、研究開発からアフターサービスまでのプロセスの付加価値

グループの総合力を結集し、「トータルハウジング」を実現します。

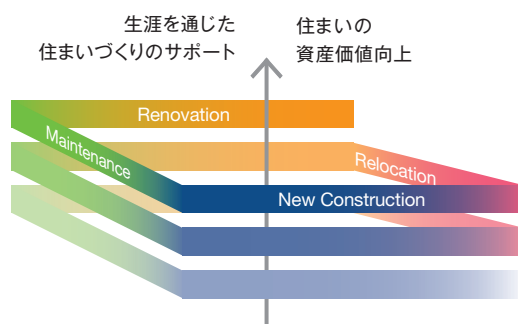
当社グループでは、「トータルハウジング」という概念のもと、幅広い住宅関連事業を展開しています。「新築」から「メンテナンス」、「リフォーム」、「建て替え・住み替え」まで住宅のライフサイクルすべてにおいて、最適なサポートを実践することで、住まいの資産価値向上を図っています。

Renovation [リフォーム]

グループの豊富な商品群を工務店や工事店とのネットワークを活用して販売、さらにホームセンターにリフォームコーナーを設置し、お客様のニーズに応えるリフォームをお手伝いしています。

Maintenance [メンテナンス]

商品を最も良いコンディションで使っていただくため、お客様相談窓口や修理対応などのサポート体制を充実させています。



Relocation [建て替え・住み替え]

居住者のライフサイクルの変化に合わせたリフォームや建て替えのお手伝い、さらに住み替えのための不動産仲介も実施しています。

New Construction [新築]

新築住宅建築に必要な建材・設備機器を製造販売するとともに、快適な暮らしのための空間づくりや内装のコーディネートも提案しています。さらに地盤調査や住宅瑕疵担保責任保険業務も行っています。

とコストを点検し、生産性の改善に取り組んできました。今後は事業会社間で重複するプロセスについて、統合・効率化を加速させます。具体的には、資材等の購買や物流を各事業会社から切り出して統合し、スケールメリットを拡大させます。また、水回り商品の中でINAXとトステムとで重なっている部分は開発と生産をどちらかに集約することで経営資源の有効活用を進めます。将来はさらに統合の範囲を拡大して、住宅建材産業の中で最大規模、かつ生産性の最も高い供給基盤の構築を目指します。

3) 海外展開

建築材料産業は、地域によって生活習慣や品質に対する常識が大きく違うことなどから、カーテンウォールや衛生陶器、タイル等を除けば、これまでは「最も国際化しにくい産業の一つ」と言われてきました。例えば、窓から雨や風が侵入しないのは日本では当然ですが、雨漏りがしても砂埃が入っても驚かない国も多くあります。当社グループでは、水密、気密が優れていて台風にも強い窓、あるいは少しの水で洗浄できるトイレやシャワートイレといった「高精度で高機能の建材や設備」がやがて世界に受け入れられるチャンスが十分にあるとの信念のもと、海外でのマーケティングを強化しています。2010年、INAXとトステムは上海万博の日本産業館でブースを構えて販促活動を行うことを計画中です。

4) M&Aについての考え方

持株会社としての住生活グループは、「住」の領域に特化した投資会社という側面をもちます。事業のポートフォリオを磨き上げ、さらに強固なものにするための手段として、これからも事業提携やM&Aを行ってまいります。その対象は、既存事業とのシナジーで業績が改善できる企業や、当社グループがあまりカバーしていない事業領域を補完できる企業などが該当します。

昨今の世界的な不況も、やがては底を打つこととなります。当社グループではその先に広がる環境下で業界がどうあるべきかを熟慮し、経営陣が一丸となってグループの強化に努め、トータルハウジングを高度化する力を集積します。株主、投資家の皆様には、いっそうのご支援、お引き立てを賜りますよう、お願い申し上げます。

潮田洋一郎

代表取締役会長兼CEO