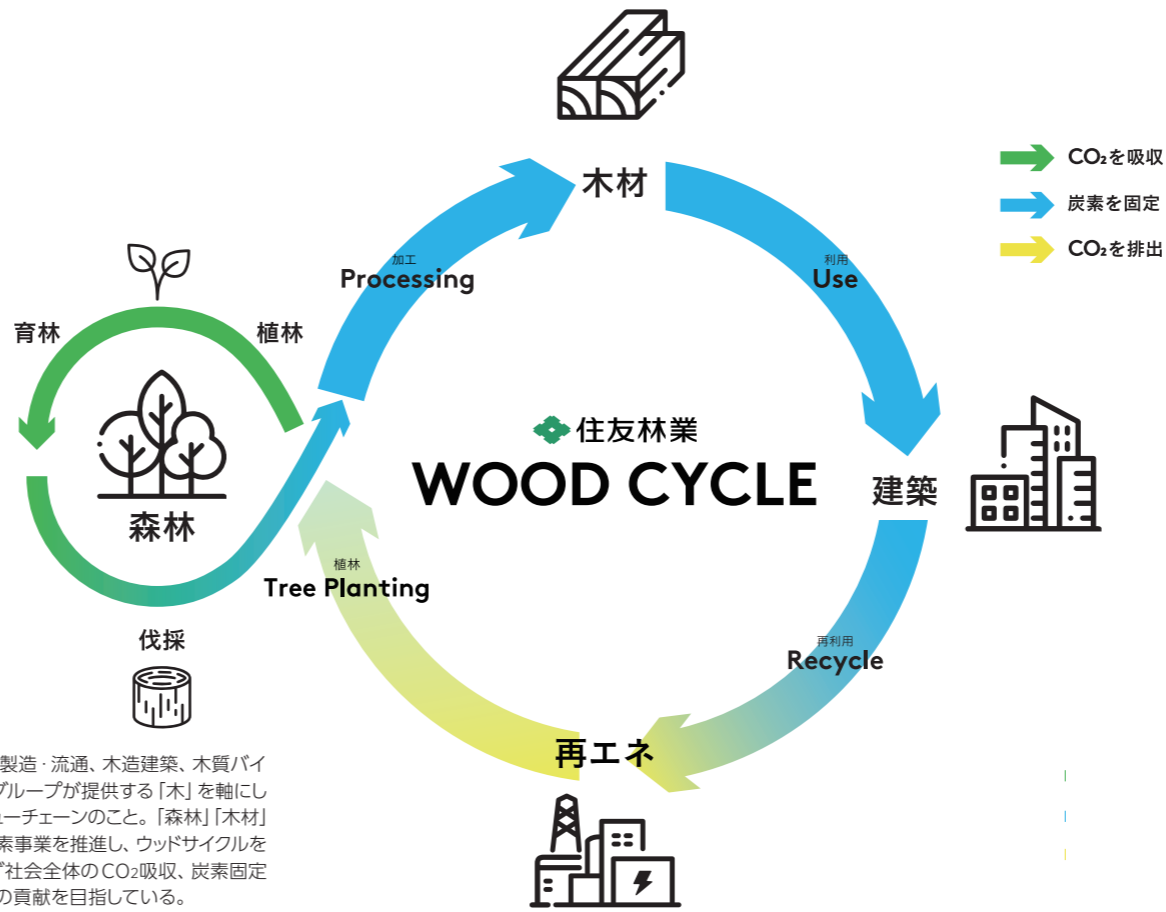


価値創造プロセス

経営理念

住友林業グループは、公正、信用を重視し、社会を利するという「住友の事業精神」に基づき、人と地球環境にやさしい「木」を活かし、人々の生活に関するあらゆるサービスを通じて、持続可能で豊かな社会の実現に貢献します。



ウッドサイクルとは
森林経営から木材建材の製造・流通、木造建築、木質バイオマス発電まで、住友林業グループが提供する「木」を軸にした川上から川下までのバリューチェーンのこと。「森林」「木材」「建築」の3つの分野で脱炭素事業を推進し、ウッドサイクルを回すことで、自社のみならず社会全体のCO₂吸収、炭素固定を促し、脱炭素社会実現への貢献を目指している。

インプット (2022年12月期) > P.32

自然資本

- エネルギー投入量：12,046TJ
- 木材および木材製品の取扱量：8,290千m³
- 水使用量：2,937千m³

製造資本

- 木質バイオマス発電所：5拠点(国内)
- 製造工場数(木材建材)：4拠点(国内)、9拠点(海外)
- FITP事業*1拠点数：1拠点(米国)

*1 パネル設計から、製造、配送、施工までを一貫して提供するFITP(Fully Integrated Turn key Provider)事業。

人的資本

- 連結従業員数：21,948名(うち海外9,037名)
- 社員一人当たりの研修費：105千円(単体)、35千円(国内子会社)
- 1級建築士数：1,035名(単体)、405名(国内子会社)
- 2級建築士数：1,348名(単体)、1,419名(国内子会社)

知的資本

- 研究開発費：2,576百万円

社会関係資本

- 累計住宅引渡数：約34万棟(国内)、約9万戸(海外)

財務資本

- 株主資本：5,263億円
- 有利子負債：3,483億円
- 投融資：626億円

事業活動

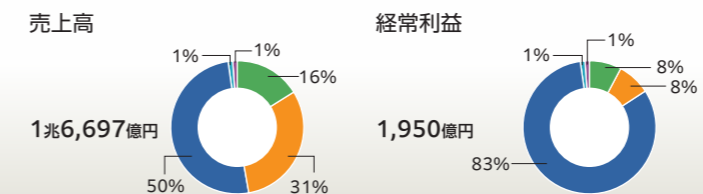
中期経営計画 基本方針 1 木材資源の活用による脱炭素化への挑戦 2 収益基盤の強化の推進 3 グローバル展開の加速 4 持続的成長に向けた経営基盤の強化 5 事業とESGの更なる一体化	森林 資源環境事業 > P.52	森林保有・管理面積 (2022年12月末時点) 国内 約4.8万ha 海外 約24.0万ha
	木材 木材建材事業 > P.44	木材および木材製品の取扱量 (2022年12月期) 製造 1,712千m ³ 流通 5,533千m ³
	住宅事業 > P.46 海外住宅・建築・不動産事業 > P.48	年間住宅供給戸数 (2022年12月期) 日本 9,416戸 米国 10,244戸 豪州 2,787戸 その他 3,405戸

アウトプット (2022年12月期)

セグメント別構成比*2

■ 木材建材 ■ 住宅 ■ 海外住宅・建築・不動産 ■ 資源環境 ■ その他

*2 2023年1月よりセグメント名称を住宅・建築事業は住宅事業に、海外住宅・不動産事業は海外住宅・建築・不動産事業に変更しています。また、建築事業は海外住宅・建築・不動産事業に移管しています。2022年12月期の売上高、経常利益は日セグメントによる実績です。



アウトカム (2022年12月期)

地球環境への価値

- 森林の炭素固定量：6,637.0万t*3
- HWP*4の現存炭素固定量：2,435.7万t
- 輸入木材製品仕入先におけるサステナビリティ調達調査実施率：100%(木材建材事業)
- サプライチェーンにおけるサステナビリティ調達調査実施率：97.2%(住宅事業)
- 流通事業における持続可能な木材および木材製品の取扱比率：100%(木材建材事業) > P.76
- 戸建住宅の主要構造材における持続可能木材使用率：100%(住宅事業)
- ZEH比率(受注ベース)：77.2%(住宅事業)

人と社会への価値

- 社員満足度：77.0%(単体) 58.9%(国内子会社)
- 女性従業員比率：23.1%(単体) 33.4%(国内子会社)
- 育児休業取得率*5(男性)：49.0%(単体) 25.4%(国内子会社)
- 育児休業取得率*5(女性)：110.3%(単体) 114.3%(国内子会社)
- 長期優良住宅認定取得率*6：96.3%
- 入居時アンケート(単体NPS値*7)：53.2pt

市場経済への価値

- 1株あたり年間配当金額：125円
- TSR(年率)：過去1年10.4% 過去10年13.1%

*3 森林の炭素固定量の計算式：立木材積量×容積密度×バイオマス拡大係数×(1+地上部に対する地下部の比率)×炭素含有率(樹種毎にそれぞれ固有の数値を使用)。
 *4 HWP(Harvested Wood Products)：伐採木材製品。
 *5 育児休業取得率=当該年度に育児休業を開始した人数/当該年度に子どもが生まれた人数。
 *6 専用住宅かつ該当床面積以上に制限。
 *7 NPS(ネットプロモータースコア)。顧客ロイヤルティ(企業やブランドに対する「信頼」や「価値」の度合い)を測る指標。