

2004

Annual Report

大きな未来へ

Daiwa House[®]

group

Contents

| | | | | | |
|----|-------------------|----|------------------|----|----------------|
| 2 | 2003年度の日本経済は..... | 26 | 当社役員ならびに主要関係会社社長 | 50 | 企業の社会的責任への取り組み |
| 4 | 株主のみなさまへ | 30 | 事業の概要 | 50 | コンプライアンス |
| 6 | 連結財務ハイライト | 32 | 住宅事業 | 51 | 環境への取り組み |
| 7 | 大和ハウスグループ業績ハイライト | 38 | 商業建築事業 | 52 | 採用・人材育成 |
| 8 | 当社株式の情報 | 42 | 観光事業 | 52 | 社会貢献活動 |
| 10 | 全てのステークホルダーのために | 44 | ホームセンター事業 | 53 | コーポレートガバナンス |
| 12 | 会長メッセージ | 46 | その他事業 | 54 | 研究開発への取り組み |
| 20 | 社長メッセージ | | | 58 | グループネットワーク |
| 24 | 最高財務責任者からの報告 | | | 60 | グループの歴史 |
| | | | | 61 | 財務セクション |

和文アニュアルレポートについて・・・当レポートの記載金額は、百万円未満を切り捨てて表示しています。グラフ中の年表示は、特に注記のない限り、各年3月期を表します。また、暦年の場合はグラフ末尾に(年)を表示しています。

将来予測記述に関する特記・・・このアニュアルレポートの記載内容のうち、将来の業績に関する計画・予測・戦略などは、経営者が現在入手しうる情報に基づいたものであり、未知のリスクや不確実な要素を含んでいます。

セグメント別売上高・・・このアニュアルレポートで用いたセグメント別の売上高は、外部顧客に対する売上高にセグメント間の内部売上高または振替高を加算したものです。また、各セグメント別の売上高比率は、外部顧客に対する比率を表示しています。

大きな未来へ





大和ハウス工業が1955年に誕生してから50年、日本の社会は、高度成長からバブル経済、その崩壊から続く長い停滞へと、さまざまな変化を経験してきました。私たちもまた、住宅から商業建築・ホテル・ホームセンターへと事業を大きく広げ、国内外43社・売上高1兆円超の企業グループへ成長しました。

変わり続ける社会の中で、グループ経営体制の基盤を整えた今こそ、新しい社会から選ばれ支持され続ける信頼のブランドとなるべく、創業時の「パイオニア精神」と、住宅・建築など社会性の高い事業で培った「共創共生」の志を胸に、新たな日本の未来へチャレンジしていきたいと考えます。

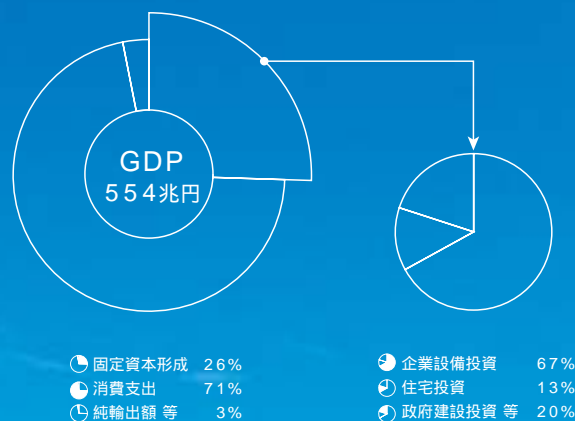
In Japan

2003年度の日本経済は.....

海外の景気拡大を機に、日本でも製造業など外需関連産業を中心に企業業績が回復。倒産・失業も前年度を下回り、GDPは1996年度以来の高い成長(3.2%)となるなど景気回復傾向が鮮明になりましたが、私たちの建設・住宅市場は縮小が続きました。

実質値

2003年度実質GDPの内訳



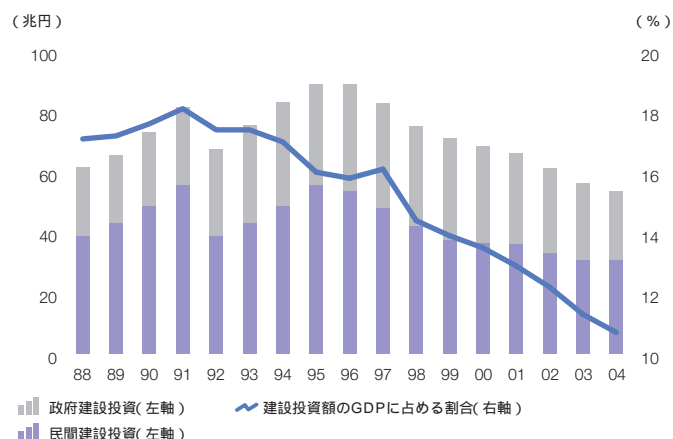
日本の建設・住宅市場

2003年度の建設市場は、1992年度の84兆円をピークに減少を続け53兆8,500億円まで縮小、GDPに占める比率もかつての2割から1割程度まで小さくなりました。中でも政府建設投資の落ち込みは大きく、2年連続で約1割も減少するなど公共事業削減の影響を強く受けました。一方、製造業を中心にした企業の設備投資増加で、建設工事受注には回復の兆しも見られ始めました。

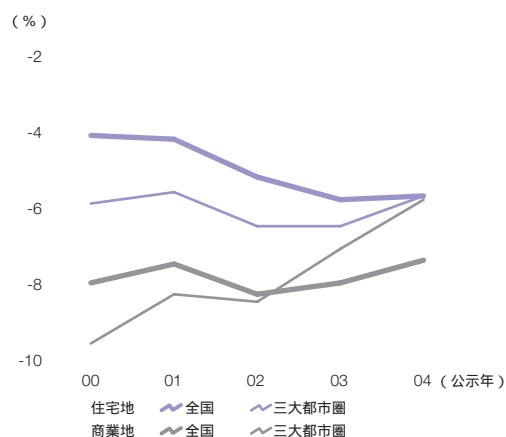
また民間住宅投資も、直近ピーク時(1996年度/28兆円)の2/3、17兆8,800億円となり、減少が続いています。主に民需で構成される新設住宅着工戸数は、住宅ローン減税縮小前の駆け込み需要や、地価の下落、金利低下などを受け、4年ぶりに前期比プラス(2.5%増)の117万3,649戸となりましたが、全体的には、消費税率アップ前で着工が増加した1996年度と比べ約3割も減少。少子高齢化や住宅ストック数の増加により、フロー市場の拡大は依然厳しい状況です。

また日本の地価は、13年連続で下落が続いていますが、東京都区部の住宅地や都心商業地を中心に下げ止まりの傾向が見え、2004年1月時点(公示地価)では6年ぶりに下げ幅が0.2ポイント改善し、前年比6.2%減となっています。再開発で利便性の高まった都心への住宅回帰や、投資資金の流入を背景とした都市部の地価上昇と、下落幅が拡大する地方で、地価の二極化が一段と鮮明になりました。

日本の建設投資(名目値)の推移



公示地価の変動率



Dear Shareholders

株主のみなさまへ

昨年度、私は将来の大きな成長のために、財務面の足場を固める決断をし、創業以来の赤字を計上させて頂きました。この一年は、その約束を実行していく最初の年となりました。

当年度の業績は、連結売上高が前年度比3.4%増の1兆2,246億円となり過去最高を更新、営業利益は同31.8%増の596億6,000万円となりました。純利益につきましても、372億5,600万円の黒字を計上することができ、ご支援頂きました株主の皆様へ、グループトップとして深くお礼を申し上げます。

財務面においては、さらに資産内容を精査し、販売用土地建物の評価損や固定資産減損損失を特別損失として処理したほか、グループ内で残っている有利子負債を45億2,500万円削減(連結期末残高15億1,200万円)し、グループ無借金経営を進めました。

以上より、当期の配当につきましては、1株5円増配し15円とさせて頂きます。また、3年前に一旦中断致しました株主優待制度も、内容を見直し再開させて頂きました。私たちの成長は、日本経済の回復と比べても高い結果となり、株価も前期末比2倍の水準となるなど、皆様のご期待にお応えすることができたと考えております。

新年度からは、さらにグループ経営体制を強化致します。私、樋口が大和ハウス工業会長 & CEOとして、同社長 & COO 村上、同副社長 & CFO 小川と共に、さらなる株主価値の向上を目指します。私たちは高い収益性、誠実な経営、新技術・新規事業への挑戦でグループ価値を高め、グローバル企業に比肩するROE約15%の実現を指針に、2005年度連結売上高1兆5,000億円、2010年度2兆円という目標に向かって進んでまいります。

代表取締役会長

樋口 武男



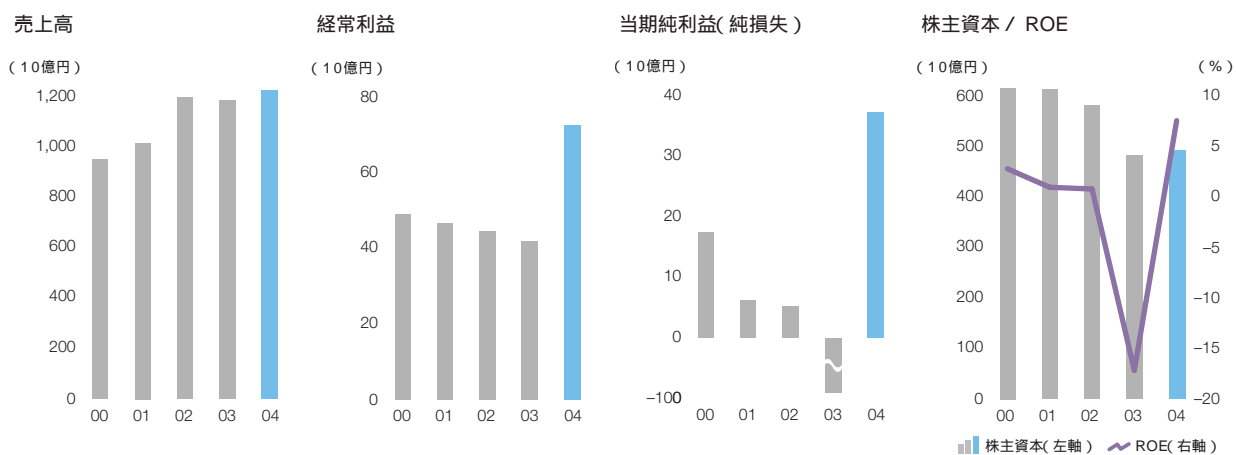
Consolidated Financial Highlights

連結財務ハイライト

大和ハウス工業株式会社及び連結子会社
3月31日に終了した1年間

(単位：百万円)

| | 2004 | 2003 | 2002 |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| 売上高 | 1,224,647 | 1,184,543 | 1,197,924 |
| 経常利益 | 72,590 | 41,851 | 44,635 |
| 特別利益 | 6,633 | 15,725 | 1,732 |
| 特別損失 | 11,327 | 212,734 | 36,829 |
| 当期純利益(純損失) | 37,256 | 91,388 | 5,216 |
| 総資産 | 1,087,658 | 1,094,441 | 1,187,127 |
| 株主資本 | 493,049 | 483,684 | 582,438 |
| 一株当たり当期純利益(純損失) (円) | 68.16 | 167.06 | 9.55 |
| 一株当たり株主資本(円) | 902.32 | 884.55 | 1,066.63 |
| 一株当たり配当金(円) | 15.00 | 10.00 | 10.00 |
| ROE(%) | 7.63 | 17.14 | 0.85 |
| ROA(%) | 3.41 | 8.01 | 0.46 |
| 株主資本比率(%) | 45.33 | 44.19 | 49.06 |



Group Results Summary

大和ハウスグループ業績ハイライト

2004年3月31日現在

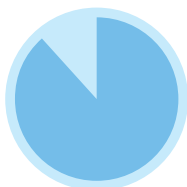


V字回復により株主資本比率が**1.1ポイント**上昇し、**45.3%**へ
厚生年金基金に約**250億円**を一括拠出
退職給付数理差異益**95億円**の発生により、営業外収益が増加
有利子負債を**45億円**削減し、期末残が**15億円**に

グループ中の大和ハウス工業単体の比率

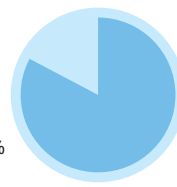
売上高

- 大和ハウスグループ全体：1兆2,246億円
- 大和ハウス工業単体：1兆813億円 88%



営業利益

- 大和ハウスグループ全体：596億円
- 大和ハウス工業単体：493億円 83%



2004年3月期のプラス要因

住宅業界全体

民間企業設備投資(実質値)が前期比12.0%増と5年ぶりに10%超拡大しました。

住宅ローン減税の適用期間が1年間延長されました。

大和ハウスグループ

土地の粗利益率が6.6ポイント向上しました。(大和ハウス工業単体)

観光事業の黒字化を図ることができました。

2004年3月期のマイナス要因

住宅業界全体

公示地価の下げ幅が縮小し、一部には下げ止まりの傾向も見えますが、全体としては依然下落基調が続いています。

新設住宅着工に占めるプレハブ住宅の比率が、4年連続で減少し、13.5%となりました。

大和ハウスグループ

ホームセンター閉店費用ほかで、113億円の特別損失を計上しました。

戸建分譲住宅の販売が、戸数・売上高とも前期に比べ減少しました。(大和ハウス工業単体)

Investor Information

当社株式の情報

2004年3月31日現在

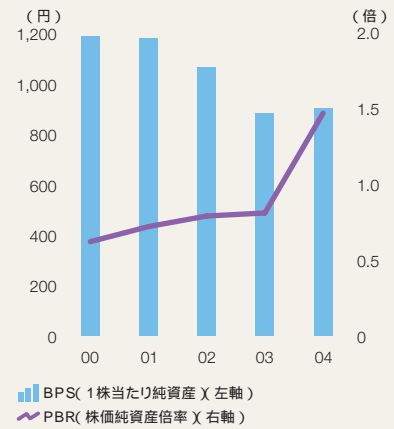
資本金

1,101億2千万円

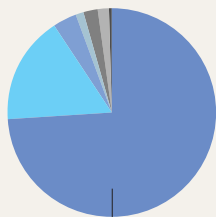
株式の状況

| | |
|--------------|---------------|
| 会社が発行する株式の総数 | 1,900,000,000 |
| 発行済株式の総数 | 550,664,416 |
| 株主数 | 29,621 |

BPS と PBR の推移



株式分布状況



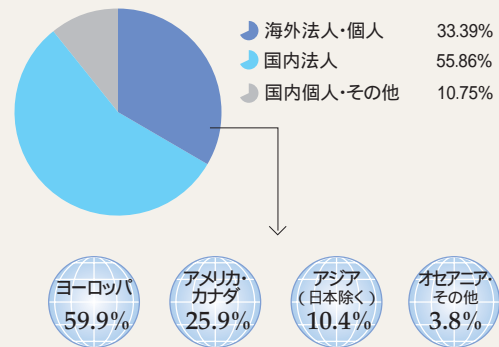
| 株式数(千株) | (%) |
|--------------|-------|
| 1,000,000株以上 | 73.98 |
| 100,000株以上 | 16.70 |
| 10,000株以上 | 3.69 |
| 5,000株以上 | 1.23 |
| 2,000株以上 | 2.22 |
| 1,000株以上 | 1.74 |
| 1,000株未満 | 0.44 |

株主名

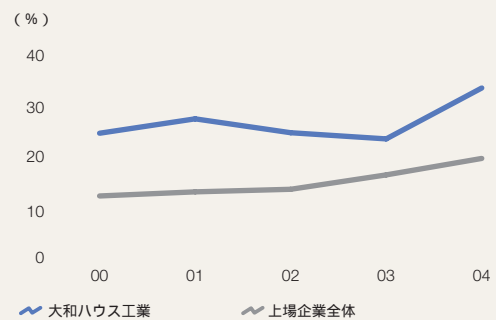
株式数(千株)

| | |
|-------------------------------|--------|
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) | 47,368 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 34,430 |
| ザ チェース マンハッタン バンク エヌエイ ロンドン | 17,434 |
| 日本生命保険相互会社 | 12,839 |
| 第一生命保険相互会社 | 11,065 |
| ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー | 10,471 |
| 株式会社UFJ銀行 | 10,032 |
| 株式会社三井住友銀行 | 10,000 |
| 中央三井信託銀行株式会社 | 9,499 |
| 大和ハウス工業従業員持株会 | 9,336 |

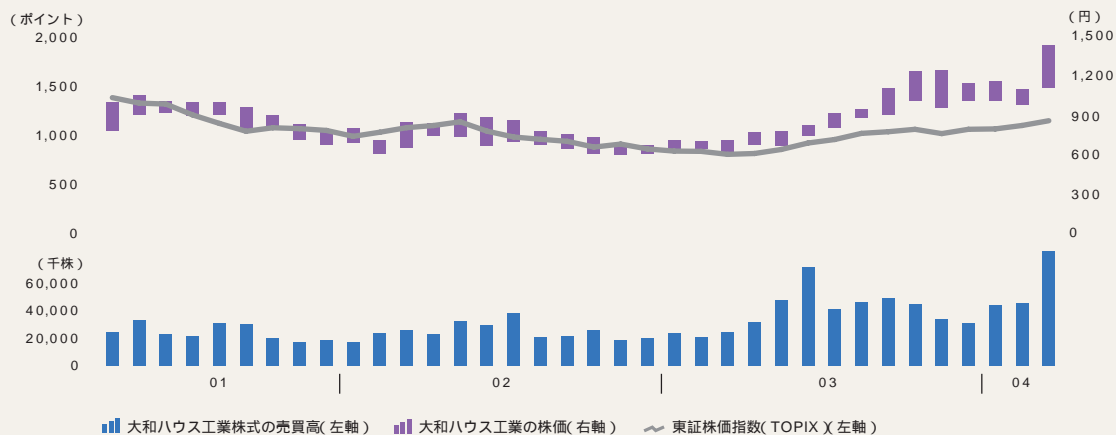
外国人持株保有比率



外国人投資家の持株比率



日本の株価と大和ハウス工業の株価・出来高推移



大和ハウス工業株式会社

本社所在地
 大阪市北区梅田3-3-5 〒530-8241
 TEL: 06-6346-2111(代) FAX: 06-6342-1399(代)

連絡先

ご質問、または補足情報をご希望の方は下記までご連絡下さい。
 大和ハウス工業株式会社 財務部 財務・資金グループ
 TEL: 06-6342-1400 FAX: 06-6342-1419
 Eメール: zaimubu@daiwahouse.jp

大和ハウス工業のホームページ

最新の会社業績やアニュアルレポートなど、さまざまな情報をインターネットでご案内しています。
 日本語: <http://www.daiwahouse.co.jp>
 英語: <http://www.daiwahouse.co.jp/English/index.html>

決算期

毎年3月31日

定時株主総会

毎年決算期の翌日から3カ月以内

名義書換代理人

中央三井信託銀行株式会社
 東京都港区芝3-33-1

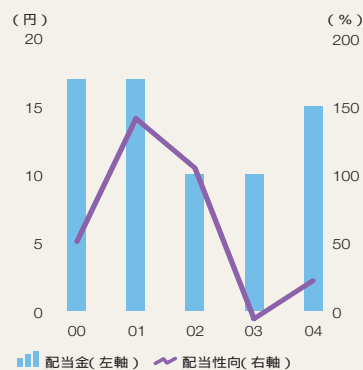
上場証券取引所

大阪・東京

証券コード

1925

配当金と配当性向



大和ハウス工業株式会社

会長 & CEO

樋口 武男 (中央)

社長 & COO

村上 健治 (左)

副社長 & CFO

小川 哲司 (右)



A photograph of a modern building interior. The space is characterized by large, multi-paned windows that offer a view of a lush green landscape with trees and a clear sky. The floor is highly reflective, mirroring the light from the windows and the architectural elements. Two prominent, cylindrical columns with a reddish-brown finish stand in the foreground. The overall atmosphere is bright and clean.

Acting for All Our Stakeholders

全てのステークホルダーのために

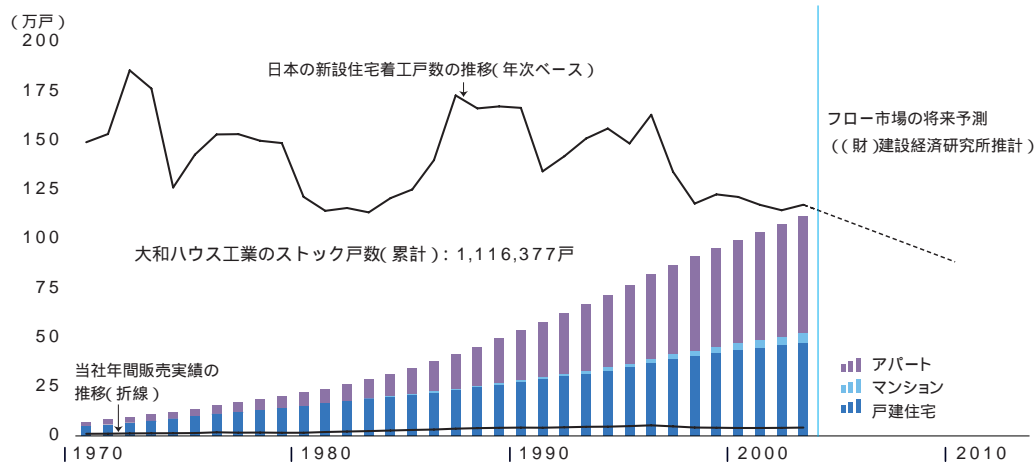
Message from the CEO

会長メッセージ



日本の住の
「大きな未来」に向かって。

日本の新築住宅フロー市場と大和ハウス工業の年間販売実績・ストック戸数



大和ハウスグループの使命は、今いちど日本の住産業に新たな価値を吹き込み、顧客を創造し、全てのステークホルダーと共に「大きな未来」を切り開いていくことです。

20世紀の日本の住宅は、不足から充足の時代を経て、質の時代、豊かさの追求へと、経済・社会の変遷と共に、そのニーズをさまざまに変化させてきました。この高度成長の経済下ではモノの価値が優先され、私たちにとってはフローの市場が成長の源泉でした。

しかし、バブル経済が崩壊し成熟社会となった日本では、人口増から少子高齢化へ、終身雇用から雇用の流動化へと社会環境が変化し、住まいに対する考え方も大きく変わりつつあります。

大和ハウス工業は、戦後の日本にプレハブ住宅という新しい産業を創出し、業界のパイオニアとしてこれまでに約112万户を建築、日本を代表する住産業のリーダーへと発展してきました。私は、これからの成熟社会において、顧客一人一人の暮らしと真摯に向き合い、その人の人生を通じて生涯価値を提供し続けることが、企業成長の基盤だと考えます。グループの業容をフロー中心の事業から、生活とサービス関連事業・新規事業へと拡大し、「住まい」と「暮らし」をつなぐ日本初の複合事業体として、住の明日に「大きな未来」を描いてまいります。新たな暮らしの価値観を創出し、それをグループで実現していくこと - これこそが、住産業を新たなステージへ導く道だと確信しているからです。

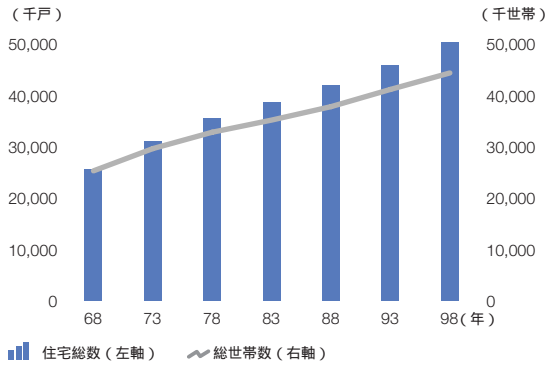


グループ事業をつなぎ「住まい」と「暮らし」の両域へ。

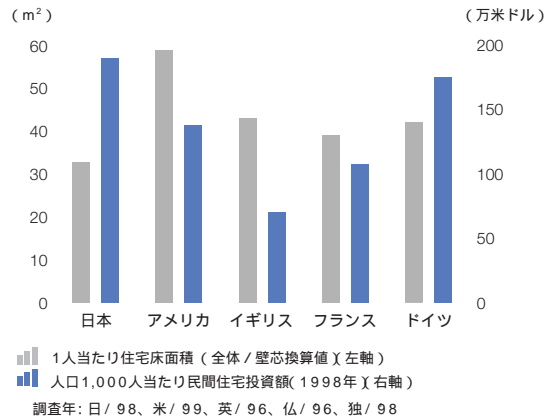
日本における「住」の状況は、総世帯数4,436万を大きく上回る5,025万戸の住宅ストックに対して、約110万戸/年と欧米に比べて高い新規着工水準(人口千人当たりアメリカの約1.7倍)と、狭い住宅(一人当たり床面積/日英独仏米5カ国中最低)など、需要と供給に大きなギャップがあります。また総人口比19%と世界トップクラスの高齢化率や、戦前の半分に減った世帯構成人員(2.67人)など、変わる家族と暮らしの姿は、住に関わるあらゆるビジネスをも大きく変化させました。私は、これからのフローとストック両方のニーズを的確に捉え、新しい顧客価値を提供できる事業グループを目指します。

フロー市場へは、日本の住宅の寿命が25～30年と短く、機能・性能への不満度が高いことから、永く住み継げる資産価値の高い住宅を開発し提供していきます。地震国日本に本来必要な免震技術を始め、省エネ、防犯性能からユニバーサルデザイン、スケルトン・インフィル設計、地域性への配慮まで、これからの社会・環境に向かって、確かな技術で市場シェアの拡大を図ります。

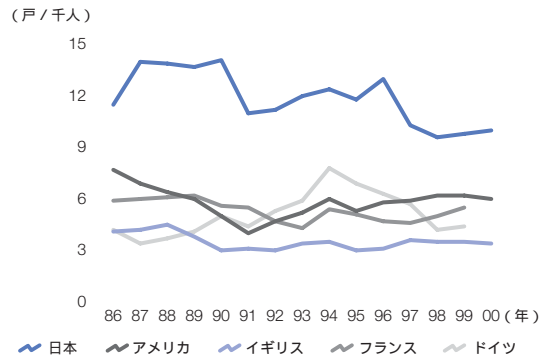
日本の住宅と世帯数



住宅水準の国際比較 / 規模と投資額



住宅の国際比較 / 1,000人当たり新設住宅着工戸数



一方、流通店舗や工場・オフィスビルなどのビジネス建築に対しては、資産コンサルティングシステムによる高度なアセットマネジメントサービスと、鋼管構造を中心とした高い建築技術に加え、食品の安全性をサポートするHACCPや医療開業支援など、日本の建築業界をリードする独自のコンサルティング力で価値ある事業資産を提供していきます。

ストック市場へは、約112万世帯・300万人の住宅顧客を始め、年間約400万人のホテル利用顧客など、ユーザーの暮らしの質を高めるサービスを一層積極的に展開します。増改築(リフォーム)事業やマンション管理、仲介事業などは顧客の資産価値を高める有望な市場です。ホームセンターやホテル事業も、暮らしの豊かさを広げ深める事業としてさらに力を入れると共に、リース・賃貸・引越・保険・旅行代理店・人材派遣など、生活とビジネスの中に私たちのサービス事業を拡げていきます。

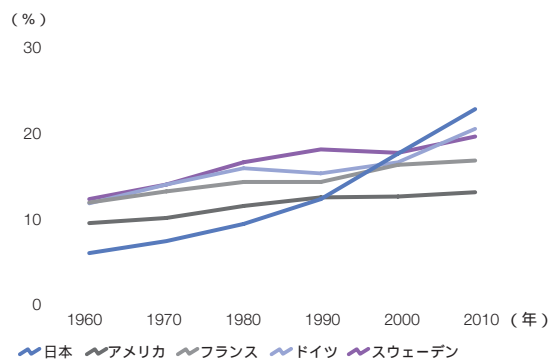
「ふ・か・け・つ」を成長のキーワードに、新市場へ。

私たちは創業以来、住に関わるあらゆる領域で成長の道を見出してきました。アイデアを生み出し、資源を投じ、顧客を創造していく革新の精神こそ、私たちの成長の源泉です。私はこれからの日本で、新市場を開き、自ら成長していくキーワードを『不可欠(ふ・か・け・つ)』と考えています。

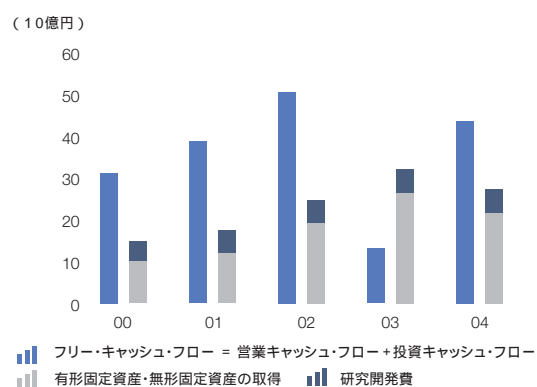
まず『ふ』は、福祉です。介護・福祉関連の建築業界のリーダーシップをとるシルバーエイジ研究所は、老人保健施設から最新の多機能ホームまで、今までに970件の実績を誇ります。これまでに培った施設建設・運営の高いコンサルティング力で、福祉市場のオンリーワンを目指します。

『か』は、環境です。技術の成長が見込める分野であり、建物長寿命化による建築環境負荷の低減、風力・太陽光発電、建築副産物リサイクル、屋上緑化まで多岐にわたる技術研究を異業種や産官学と共同で進め、新たな事業化の可能性を見出しチャレンジしてまいります。

高齢化率の国際比較



社内への投資





そして『け』は、健康です。自宅での健康管理も可能な次世代の住宅設備について研究を進めるほか、空気環境や照明などの住環境の研究成果を住宅商品へ組み込み、競争力を一層高めていきます。

最後の『つ』は、通信です。ブロードバンドの世帯普及率が3割を超えた日本では、IT住宅への期待が高まっており、家庭内ネットワークをモデルハウスに組み込むなど、IT住宅実用化への実験を着実に進めています。

新しい発想と新技術は、新市場で競争を優位に進めるための「大きな力」です。総合技術研究所の強化や、知財・人材などソフトへの投資を積極的に行ってまいります。2004年度の研究開発費は前年度比で12%増の63億円を計画していますが、将来的には200億円程度まで拡大し、グループ売上高10兆円への成長を一層確かなものにしたいと考えています。

これまでの主な改善事項

新グループ経営体制

| | 2001～2002年度 | | 2003年度 |
|------------|---|--|---|
| 制度面 | <ul style="list-style-type: none"> 取締役任期半減(2年→1年) 管理職半減 リスク管理強化 | <ul style="list-style-type: none"> 事業部制(支店制) 支店長(支配人)に年俸制導入 関係会社の整理統合 退職金ポイント制導入 リスク管理委員会設置 インターネットでの招集通知開示(日/英)と議決権行使 | <ul style="list-style-type: none"> 社内起業制度導入 社外監査役を1名増員し、監査役を5名に CSR推進の取り組みを強化 外勤社員への低公害車購入支援(対象:業務に継続使用するマイカー購入) |
| 事業面 | <ul style="list-style-type: none"> 住宅事業累計販売実績100万戸突破 プレハブ初の免震システム搭載住宅 外断熱工法の採用 木造住宅をラインアップ ISO 14001取得(工場・購買部門) 7販社設立 | <ul style="list-style-type: none"> 地域密着の営業・設計・商品開発体制 リフォーム・増改築部門の充実 環境自主行動計画策定 全13工場でゼロエミッション達成 | <ul style="list-style-type: none"> 免震システムを改良しコストダウン 全戸建住宅商品に防犯仕様を標準化 シックハウス対策として改正建築基準法に対応 木造住宅の新工法開発 住宅ローン専門会社およびリフォーム專業会社設立 観光事業の黒字転換 |
| 財務面 | <ul style="list-style-type: none"> 有利子負債削減801億円 土地再評価差額金599億円計上 販管費削減 | <ul style="list-style-type: none"> 退職給付会計の会計処理方法の変更 土地の含み損一掃 単体で無借金経営を実現 厚生年金基金の代行部分返上 関係会社整理損の計上 固定資産臨時償却752億円の実施 | <ul style="list-style-type: none"> 固定資産減損会計の早期適用 株主優待制度の再設定 厚生年金基金に約250億円を抛出 四半期情報の開示開始 |

従来の
価値基準
から

大きな未来へ

「大きな未来」を、私たちと一緒に。

皆様、私たちグループの「夢」をお話ししてまいりましたが、いかがでしたでしょうか。

長い不況の時代を抜け、新たな成長を模索し始めた日本にとって、生活者一人ひとりの「夢」、暮らしを大切にする価値観こそが、次の時代を切り拓く大きな力となります。暮らす人の夢に、私たちグループの夢を重ね、真に良い商品・価値あるサービスを提供し、生活者に選ばれる企業となること。私は、変わる日本社会の今と明日を的確に見据え、「パイオニア精神」と「共創共生」の志で、日本の住産業に新たな価値観を提示、豊かな日本社会を実現していきたいと存じます。

日本企業のリーダーシップをとるべく、積極的な情報開示、環境・社会貢献活動、全てのステークホルダーとの誠実な関係作りを継続し、社会から支持され続ける信頼のグループブランドを築き上げてまいります。

さあ皆様、私たちと共に「大きな未来」を描いて頂けませんか。

代表取締役会長 樋口 武男



Never Stop Growing

2004年1月、創業者故・石橋信夫の像が能登ロイヤルホテルに建立されました。石橋は、戦後の日本にプレハブ住宅を開発。住産業に新たな領域を切り拓き、社会・経済の発展に貢献しました。私たちはこの「バイオニア精神」を受け継ぎ、未来へ向かって止まることなく歩み続けます。



創業者 石橋信夫 像(石川県 能登ロイヤルホテル)

Message from the COO

社長メッセージ



**人を育て、夢を広げ、
住宅事業を No.1 のコア事業へ。**



大和ハウス工業は、毎年4万戸強の住宅・アパート・マンションを建築し、累計で約112万戸の顧客資産を持つ日本の大手住宅メーカーです(住宅事業の連結売上高比率: 65.1%)。しかし、日本の新設住宅市場に占める年間シェアは3.6%しかなく、かつてはプレハブ住宅業界でNo.1を誇ったものの、今は残念ながら第2位に甘んじています。これまで進めた多角化戦略の中で、生活・ビジネスの分野へ広く注力してきましたが、そのグループ経営体制を整えた今こそ、住宅業界No.1シェアを奪回する好機となりました。

その最重点課題の一つは、関東圏でのシェア拡大です。特に東京都は、戸建住宅着工数が全国の9.1%¹、前年度比伸び率も10.6%²と高く、高所得者層も多い国内最大のマーケットです。全国展開の当社にとって拡大が見込めるエリアであり、商品・組織両面の質的・量的充実を進めます。商品面では、都市部の敷地・建築条件をクリアできる3階建住宅等の新商品の市場投入と、より利益に貢献する中高級商品の展示場を開設し、販売を拡大していきます。また分譲住宅は、地価下落による都心回帰と団塊ジュニア層の需要が見込まれることから、確かな宅地造成技術を活かし、都市部での小規模開発から近郊の比較的大規模な分譲住宅まで、競争力のある商品づくりを展開していきます。組織面では、積極的に新規出店を行い、人材教育・人員のシフト、意思決定のスピード化を図り、地域密着の体制でサービス力をさらに拡大します。

もう一つの重点施策が、アフターサービスの強化です。40年にわたる長期保証³を軸に、お客様相談センターによる住まいの定期点検や定期訪問、増改築センターによる自社開発の大型住宅団地(ネオポリス)をはじめとしたユーザーの巡回訪問など、顧客満足度と資産価値の維持向上にさらに力を入れていきます。出会いから契約、お引き渡しとその後に続くリレーションの全てでサービス力を磨き、住宅事業を真にお客様から評価される、No.1のコア事業へと成長させてまいります。

商業建築の分野は、住宅事業に次ぐ力のあるコア事業です(連結売上高比率: 22.0%)。建設投資がピーク時の約2/3に落ち込み、毎年建設業者の約1%が倒産するという厳しい環境の中で、2003年度も11.7%の連結売上増を達成するなど、高い技術とコンサルティング力が評価され、利益に大きく貢献しました。

1: 請負・分譲住宅合計

2: 請負・分譲住宅平均

3: 住宅・アパートに適用(工法により異なります)

ビジネス分野へは、優れたコンサルティング力で。

流通店舗事業は、土地オーナーと出店希望企業を結ぶ資産コンサルティングサービスを基盤に、22,000件の建築実績と3,160社の出店企業、約5,000人の土地オーナー会会員数を誇ります。土地診断から事業計画、テナント仲介、施設建設・管理までの一貫したサポートで、大型化のニーズが高い商業施設や法人の跡地利用を積極的に推進しています。さらに、店舗の改修や再建築によるストック活用を新たなビジネスチャンスとして、新規出店のフロー市場と併せて注力していきます。

また鋼管構造・建築事業では、工場・店舗・オフィスビル・倉庫・学校・病院などに多彩な実績を擁します。最近の市場ニーズは、物流施設の集約・多機能化や、ビルのリニューアル、食品工場の安全性確保や診療所の新規開業など、より専門的なノウハウと技術が要求され、私たちが得意とするビジネス分野が拡大しています。また、高齢化の進展により介護・福祉関連施設へのニーズが多様化する中、シルバーエイジ研究所では専門性を活かした提案を積極的に行うなど、これまでに培ったコンサルティング力をさらに磨き、競争力強化を図っていきます。

当社の最大の資産は「社員」です。年齢・性別・身体的能力などの垣根を取り払い、教育・研修を充実させ、能力ある人材は積極的にリーダー登用し、社会から尊敬されるプロフェッショナル集団に育ててまいります。お客様から愛され、社員が高い誇りを持つ企業風土を育み、グループの中核企業として「大きな夢」のある会社にしていきたいと考えています。

代表取締役社長 村上 健治





Message from the CFO

最高財務責任者からの報告



昨年度、私たちが行った財務改革は、当期の好業績へとつながりました。バブル崩壊後3度目の景気回復と言われながら、建設コストの上昇と、借入金依存度の高さという不安定要因を抱える日本の建設・不動産業界にあって、私たちは上場企業の全体平均¹を上回る増収増益を実現し、ROEは7期ぶりに7%台へと改善しました。また単体の株価は、昨年度のおよそ2倍に上昇し、5円増配し15円の配当(配当性向25.6%)とさせて頂くことができました。グループ全体の財務部門の責任者として改めてお礼を申し上げます。

当期は、バランスシートのさらなる強化を進め、販売用不動産の再精査、固定資産減損会計の早期適用、ホームセンターの店舗整理等で113億2,700万円の特別損失を計上したほか、土地再評価に係わる繰延税金資産についても見直しを行いました。これらの結果、株主資本比率は前期より1.1%高い45.3%となり、日本企業の平均(30.2%:2004年1~3月期)を大きく上回っています。

1: 東証上場内国会社1,382社連結決算 / 売上高+1.8%、営業利益+14.5%

2: 2003年度決算に関わる定時株主総会決議

当期財務諸表の状況

| 科目 | 2004 | 増減() |
|-------------|-----------|---------|
| 売上高 | 1,224,647 | 40,104 |
| 営業利益 | 59,660 | 14,389 |
| その他営業外収益 | 13,867 | 9,167 |
| 特別利益 | 6,633 | 9,092 |
| 税金等調整前当期純利益 | 67,896 | 223,053 |
| 当期純利益 | 37,256 | 128,644 |

| 科目 | 2004 | 増減() |
|------------------|--------|---------|
| 税金等調整前当期純利益 | 67,896 | 223,053 |
| 減価償却費 | 15,165 | 6,221 |
| 退職給付引当金の増減額 | 30,066 | 115,068 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 69,658 | 29,199 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | 25,936 | 1,379 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 6,125 | 51,587 |

| 科目 | 2004 | 増減() |
|-----------------|-----------|--------|
| 流動資産 | 496,290 | 27,995 |
| 固定資産 | 591,367 | 34,778 |
| 投資その他の資産 | 239,635 | 29,354 |
| 投資有価証券 | 76,090 | 26,410 |
| 流動負債 | 279,453 | 10,641 |
| 固定負債 | 295,762 | 23,426 |
| 退職給付引当金 | 103,236 | 33,243 |
| 利益剰余金 | 313,214 | 23,374 |
| 其他有価証券評価差額金 | 12,957 | 12,181 |
| 資本合計 | 493,049 | 9,365 |
| 負債、少数株主持分及び資本合計 | 1,087,658 | 6,782 |

- ① 減価償却費の削減により、営業利益が増加
- ② 増益による営業キャッシュ・フローの増加
- ③ 年金運用好調、掛金一括拠出による退職給付引当金の減少
- ④ 収益面でのV字回復により、資本が充実
- ⑤ 株式の時価が増加したことにより、資本が増大

また、代行返上を行った厚生年金基金に対しては、積立不足解消に向け、約250億円の一括拠出を行いました。2004年9月にも追加拠出を計画しており、年金財政をさらに健全化させていきます。

また資本政策については、グループ経営の視点から、将来のM&Aも視野に入れ、柔軟に意思決定ができるよう、取締役会決議にて自社株取得を可能とする定款変更²を行いました。

大和ハウスグループは、グループの経営体制を整え、さらに「大きな未来」へ向けてチャレンジしてまいります。私は、無借金で健全なバランスシートのもと、キャッシュ・フロー重視の財務施策を進め、グローバル企業に比肩する高い収益力(ROE約15%)を指標に、末永い株主価値の向上を目指してまいります。

代表取締役副社長 小川 哲司

Corporate Management

当社役員ならびに主要関係会社社長

2004年6月29日現在

大和ハウス工業 役員および監査役



代表取締役会長 & CEO
樋口 武男



代表取締役社長 & COO
村上 健治



代表取締役副社長
船津 光男



代表取締役副社長
石橋 民生



常務取締役
小松 公隆



常務取締役
渦居 隆司



常務取締役
東 博司



常務取締役
西川 修己

主な関係会社 社長



大和工商リース(株)
梶本 六夫



ダイワラクタ工業(株)
伊藤 建史



大和物流(株)
舘野 克好



大和リビング(株)
楠 勲



(株)ダイワサービス
織田 紀久



日本住宅流通(株)
藤田 実



代表取締役副社長 & CFO
小川 哲司



専務取締役
石橋 卓也



専務取締役
大野 直竹



常務取締役
梶本 武士



常務取締役
大塚 滋雄



常務取締役
西村 達志



常務取締役
高村 義明

取締役
 木村 宗光
 夏目 剛
 村角 忠
 西 晴紀
 濱田 次男
 青柳 千代広

常勤監査役
 中坊 公平
 小林 弘昌
 江見 壽彦
 武田 英一

監査役
 土井 洋



ロイヤルホームセンター(株)
西尾 正憲



ダイワロイヤル(株)
越智 壯



大和情報サービス(株)
榎本 昌譽



ロック開発(株)
横田 稔弘



大和リゾート(株)
本多 敬一



共創共生

共に創る

共に生きる

大和ハウスグループは、住まいと暮らしの分野に広く事業を展開しています。建築を通じた個人・社会資本の充実から、ビジネス・生活サービスの提供まで、暮らす人や社会と共に、次代へ続く高い生活価値と確かなビジネス基盤を創り続けます。

| | |
|-----------|----|
| 事業の概要 | 30 |
| 住宅事業 | 32 |
| 商業建築事業 | 38 |
| 観光事業 | 42 |
| ホームセンター事業 | 44 |
| その他事業 | 46 |



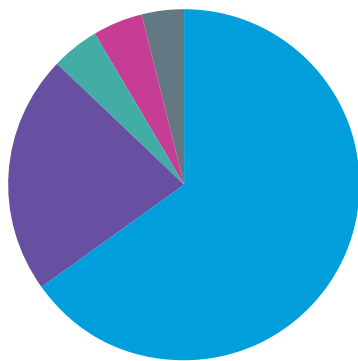
Business Outline

事業の概要

大きな未来へ

Daiwa House[®] group

事業別売上高



- 住宅事業 65.1%
- 商業建築事業 22.0%
- 観光事業 4.4%
- ホームセンター事業 4.6%
- その他事業 3.9%

住宅事業



商業建築事業



観光事業



ホームセンター事業

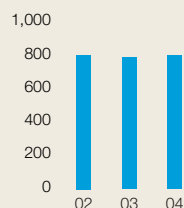


その他事業

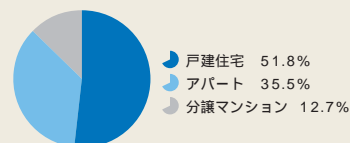


売上高構成比で65.1%を占める当グループの主要事業です。日本全国でプレハブ・木造住宅の請負建築や分譲住宅・分譲マンション・宅地の販売から、アパート建築、リフォーム、不動産仲介・管理まで、主に個人向けに“住”に関する幅広い事業を行っています。現在までに、110万戸を超える顧客資産があります。

売上高 (10億円)

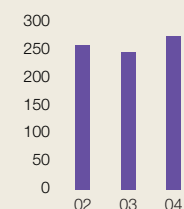


売上高構成比(単体/建物のみ)



住宅に次ぐ第2の主要事業で、土地情報力と建築に関するコンサルティング力を活かし、ビジネスユースの需要を担っています。郊外型商業施設などを建設する流通店舗部門、オフィスビルや物流関連施設、医療・介護施設等の企画・建築・運営サポートを担当する鋼管構造・建築の2部門があり、売上高構成比の22.0%を占めています。

売上高 (10億円)

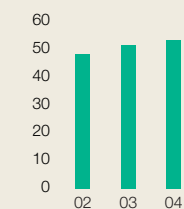


売上高構成比(単体)



北海道から沖縄まで、日本全国に29のダイワロイヤルホテルズと10のゴルフ場を経営し、売上高構成比で4.4%を占める事業です。日本のホテル業界の中ではリゾートホテルというカテゴリーに属し、地域の自然文化との調和を目指したホテル、ゴルフコースを展開しています。ホテル部門とゴルフ部門の売上高比率はおおむね9:1となっています。

売上高 (10億円)

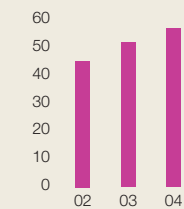


売上高構成比

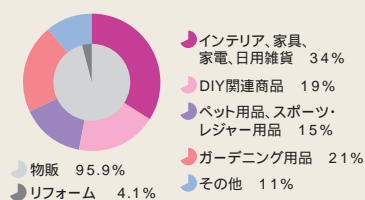


全国で35店舗のホームセンターを経営し、人気の高まるDIY用品を中心に、インテリア・エクステリアからアウトドア、レジャー、ペット用品まで1店舗平均で5万アイテムを揃えています。また、住宅メーカーとしてのバックグラウンドを活かしてリフォーム分野にも力を入れており、売上高構成比で全体の4.6%を占めています。

売上高 (10億円)

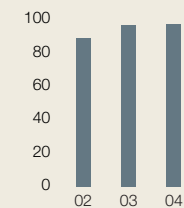


売上高構成比

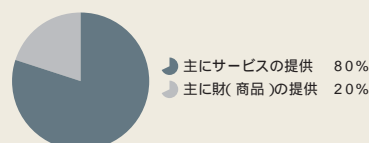


生活サービスを中心に主にグループ会社が担当する分野で、売上高構成比で3.9%を占めています。建築部材の製造・販売、物流全般、建物・自動車リース、ESCO事業など法人向けの事業から、引越、ビジネスホテル、旅行・保険代理店など一般向けの事業まで、大きく15の分野でビジネスと暮らしをサポートしています。

売上高 (10億円)



事業種別(会社数)



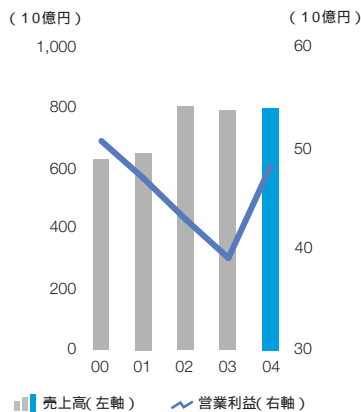
日本の住宅業界におけるNo.1を目指して

単体で販売戸数42,000戸超(前期比3.5%増)を堅持しました。

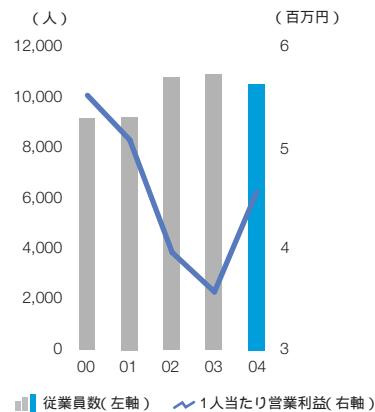


2003年度の住宅市場は、新設住宅着工戸数が前期比2.5%増となるなど4年ぶりの回復傾向を見せました。私たちの住宅事業は、売上高は前期比1.1%増の8,006億3,000万円と微増ながらも、営業利益が同23.3%増の482億6,500万円と大幅に増加しました。販売戸数(単体)も3.5%増と拡大しましたが、アパート・マンションの増加に負うところが大きく、首都圏でのシェア拡大などの地域戦略を含め戸建住宅の強化が今後の課題です。フロー市場での実績をさらに伸ばし、110万戸超の顧客資産を活かすサービス力を向上させ、名実ともに日本の住宅業界におけるNo.1を目指していきます。

売上高と営業利益



従業員数と1人当たり営業利益



住宅事業

戸建住宅



鉄骨2階建て
鉄骨3階建て
鉄骨平屋建て
木造住宅
地域限定商品
提案型住宅

集合住宅



階段室タイプ
片廊下タイプ
メゾネットタイプ
重層タイプ

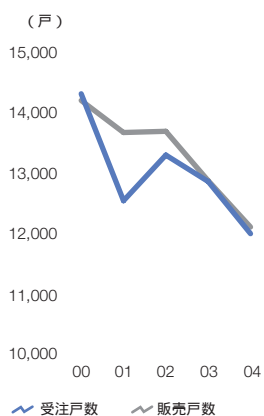
分譲マンション



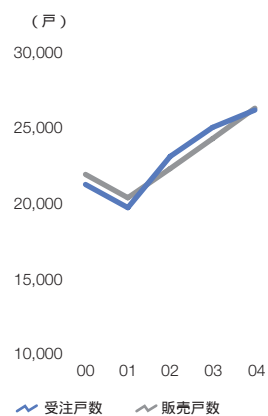
高級邸宅型
都市型
大規模型
タワー型
環境調和型

受注・販売戸数（大和ハウス工業単体）

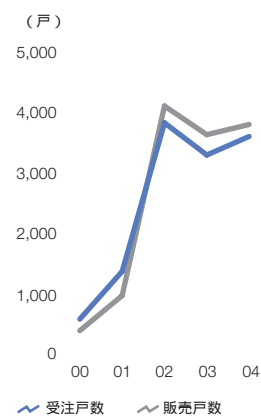
戸建住宅



集合住宅



分譲マンション



戸建住宅



顧客資産は日本全国で累計47万戸を超えました。

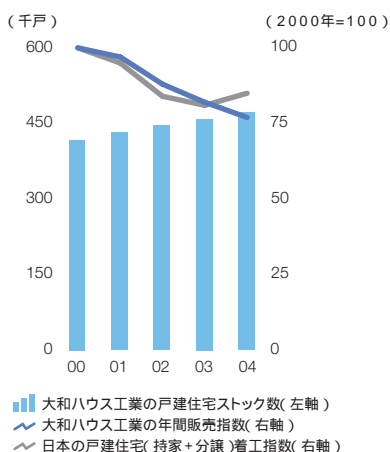
創業以来、プレハブ住宅のパイオニアとして日本の住産業のリーダーシップを担ってきた私たちにとって、最もコアとなる事業です。プレハブから木造軸組、ツーバイフォーまでの幅広い商品ラインアップと、半世紀にわたり培った高い設計・技術力、大型住宅団地開発の豊富な実績を活かし、請負から分譲まで毎年1万数千戸を建築しています。

2003年度の戸建住宅フロー市場は、久しぶりに前期比プラスとなり、持ち家で2.1%増の373,015戸、分譲住宅では11.9%増の129,327戸となりました。私たちは当期も、南北に長く自然災害が多い日本の住宅に求められる基本性能の向上、住宅侵入盗の増加などの社会的ニーズへの対応、環境配慮を進めました。一昨年度、業界に先駆けて商品化した免震システムをさらに改良して、コストパフォーマンスを向上させ、2階建プレハブ全商品への搭載を可能としました。また、業界で初めて全戸建住宅商品を防犯配慮仕様とし、1階全窓に防犯合わせ複層ガラスを標準装備、テレビドアホンや2ロックサッシなど、さらに高い安心を実現しました。一方、シックハウス対策として昨夏改正の建築基準法を超える厳しい自社基準を設定、住宅の高気密化に伴う空気環境への配慮を進めました。大和ハウス工業は、03年度の「環境共生住宅」建設実績1位を達成しました。

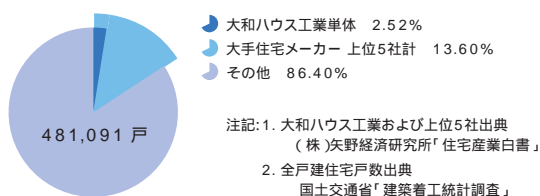
しかし残念ながら私たちの実績は、請負住宅(単体)で前期比微減(0.7%)の10,378戸、分譲住宅で28.1%減の1,765戸にとどまりました。

(財)建築環境・省エネルギー機構による認定。「環境共生住宅(システム供給型)」として322戸を建築。

戸建住宅 / 着工数と販売・累積戸数の推移



日本の戸建住宅市場
(2002年度)



戸建住宅の受注・販売戸数、売上高の推移 (大和ハウス工業単体)

| | 2004 | 2003 | 2002 | 2001 | 2000 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 受注戸数(戸) | 12,033 | 12,895 | 13,332 | 12,577 | 14,345 |
| 販売戸数(戸) | 12,143 | 12,909 | 13,725 | 13,705 | 14,234 |
| 売上高(10億円) | ¥326 | ¥329 | ¥348 | ¥343 | ¥350 |

集合住宅

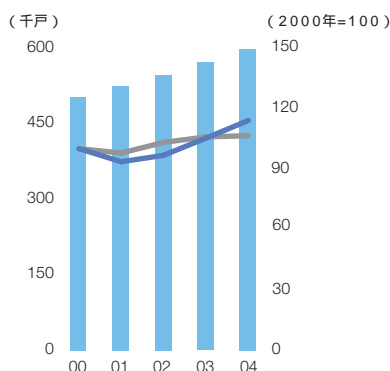


単体で販売戸数8.3%増(26,411戸)、総管理戸数も27.0%増(90,263戸)と大きく伸びました。

低金利やバウンスの全面解禁を前に、新築アパート市場は活況が続いています。新設着工戸数は3年連続で前期を上回り、0.9%増の458,708戸となりました。また「所有から利用へ」の傾向もさらに鮮明になり、「持ち家でなくてもよい」と考える賃貸志向は過去最高(11.8%)、不動産を預貯金や株式と比べて有利な資産と考える人の割合は過去最低(33.2%)となりました。私たちは、多様化するライフスタイルの中で、入居者に選ばれる資産価値の高いアパートと、事業計画から建築、施工、賃貸管理、入居者募集までの総合的なオーナーサポートを、グループ会社の大和リビングと共に展開しています。当期は、戸建て感覚で人気の高いメゾネットタイプの新商品を発売したほか、複数棟のアパートで街並と良好な住環境に配慮した「リビングタウン」の提案を積極的に進めました。「リビングタウン」は、定期借地権を利用し土地オーナーの負担が少ないうえ、入居者の満足度も高く、前期比62%増の932戸と高い伸びとなりました。全国の土地オーナーを結ぶオーナー会の会員も12,000名を超え、インターネットを活用した自社施工賃貸物件の紹介を推進するなど、独自の資産運用コンサルティングサービスをさらに強化しました。これらの結果、当期の単体売上高は7.6%増の2,238億円、大和リビングも22.8%増の580億2,200万円と大きく伸びました。

非保証分も含む。

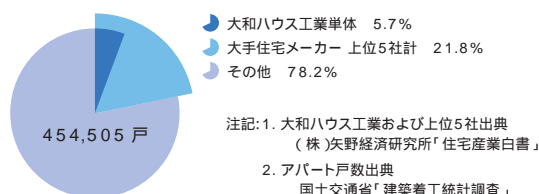
アパート / 着工数と販売・累積戸数の推移



■ 大和ハウス工業のアパートストック戸数(左軸)
 ~ 大和ハウス工業の年間販売指数(右軸)
 ~ 日本のアパート着工指数(右軸)

日本のアパート市場

(2002年度)



アパートの受注・販売戸数、売上高の推移 (大和ハウス工業単体)

| | 2004 | 2003 | 2002 | 2001 | 2000 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 受注戸数(戸) | 26,288 | 25,140 | 23,222 | 19,835 | 21,366 |
| 販売戸数(戸) | 26,411 | 24,392 | 22,416 | 20,490 | 22,031 |
| 売上高(10億円) | ¥223 | ¥208 | ¥193 | ¥176 | ¥186 |

分譲マンション

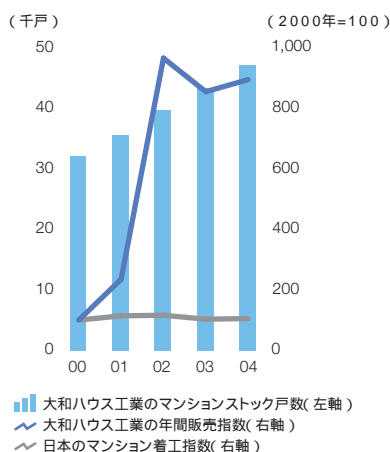


単体で販売戸数は4.6%増(3,838戸)、グループ全体の管理戸数も6.9%増(38,694戸)となりました。

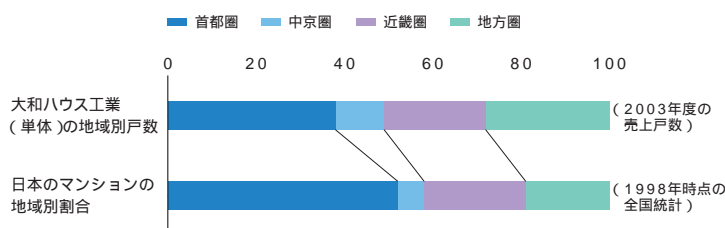
2003年度に分譲マンション市場は、地価下落を背景にした首都圏での需要増や住宅ローン減税を追い風に、2年ぶりに前年を上回り2.0%増の202,376戸となりました。私たちは、都心回帰が鮮明になる中、都市型マンションやタワー型の高層マンションに注力したほか、立地・地域特性に合わせた物件供給を進めました。また当期は、防犯、ブロードバンド対応などのマンションの付加価値を向上させる機能・設備を積極的に取り入れました。先行的に一部の物件で、生体認証(指紋)キーを採用したほか、携帯電話を通じて施錠確認等を行える遠隔操作システム、灯油コージェネレーションシステム(日本初)などを導入しました。また阪神大震災の被災地・神戸では免震構造としては日本一の高さとなるマンションの建設を進めています。

今、日本ではマンションを生涯の住まいと考える永住志向が増加(居住者の約半数)しており、日々の生活サポートや資産としての適正な維持管理がますます重要になっています。マンションの総合管理を行うグループ会社のダイワサービスでは、24時間戸別管理システム(導入実績:約3万戸)や、ISO9001の取得でさらに高いレベルの管理業務を実践しています。さらに自社開発マンションの資産価値を維持する点検履歴ファイルをはじめ、売却時の無料インスペクションやそれに基づく保証制度に取り組むなど、グループ会社の日本住宅流通と共に、日本の中古マンション市場の活性化を目指していきます。

マンション / 着工数と販売・累積戸数の推移



マンション事業の特徴



マンションの受注・販売戸数、売上高の推移 (大和ハウス工業単体)

| | 2004 | 2003 | 2002 | 2001 | 2000 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|------|
| 受注戸数(戸) | 3,640 | 3,333 | 3,864 | 1,409 | 620 |
| 販売戸数(戸) | 3,838 | 3,669 | 4,143 | 1,009 | 429 |
| 売上高(10億円) | ¥121 | ¥120 | ¥132 | ¥27 | |

フローとストックをつなぐ、 確かなビジネスモデルを目指して。

リフォーム事業

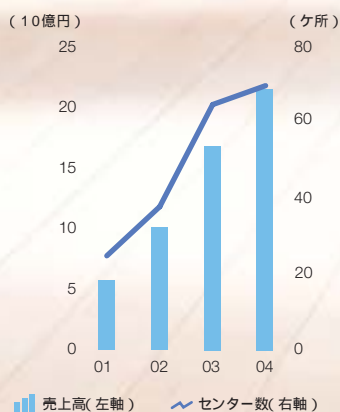
近い将来予測される人口減や超高齢社会、増え続けるストック戸数と住宅の長寿命化は、日本の住のあり方を大きく変えようとしています。私たちは、建築後も続く永いリレーション、40年にわたる長期保証、きめ細かなアフターサービス、各種工法に精通した確かな技術力で広がるリフォーム市場へ向かっていきます。大和ハウス工業の増改築センターは、全国70支店に展開。人員数は前期比32.2%増の386名、売上高も同27.9%増の215億8,500万円と、規模・業績とも大きく伸びています。住宅のメンテナンスに関する相談先として、「現在の住まいを建てた会社」をあげる人が約半数を占める中、自社開発の大型住宅団地に住まうユーザーの訪問に注力しています。また一般顧客(他社施工物件)からの依頼も多く、売上高に占める比率を現在の約3割からさらに拡大していきます。

仲介事業

日米の住宅市場を比較すると、日本の新設住宅着工水準¹はアメリカの2倍、対して既存住宅の流通量²では1/5と、双方に大きな隔たりが見られます。一生に平均して7回住み替え、年数が経っても建物の価値が減りにくいアメリカに比べ、日本では住宅の購入はほぼ一生に1回、しかも約20年で建物価値³がほぼ0に近くなってしまいます。私たちは、アフターサービスなど住まいの適切な維持管理を通じて顧客の資産価値向上を図ると共に、自社販売マンションにおいては、建物価値を適切に評価する取り組みを始めました。またグループ会社の日本住宅流通では、リフォームと仲介をセットで行うオリジナルのシステムが、売主・買主双方に好評で利用者が増加しています。

1: 千世帯当たり / 97年統計 2: 千世帯当たり: 日本 / 94年、米 / 96年 3: 物件により異なります

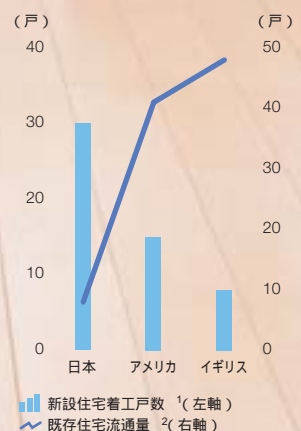
大和ハウス工業 / 増改築センターの実績



日本のリフォーム市場 / 規模と将来推計



既存住宅流通量の比較
(千世帯当たり)



1: 調査年 / '97
2: 調査年: 日 / '94、米・英 / '96

日本のビジネス建築をリードする技術とコンサルティング力

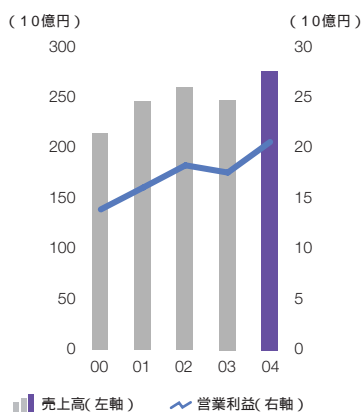
売上高は前期比11.7%増(2,769億8,800万円) 営業利益は17.2%増(206億6,800万円)となりました。



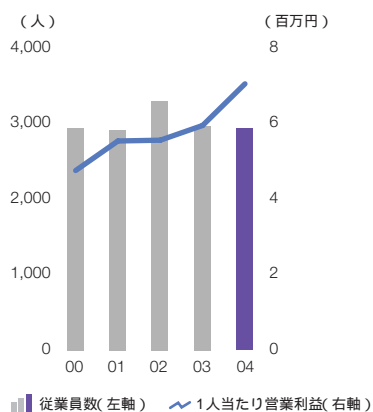
2003年度の建設投資は7年連続の減少となり、中でも政府建設投資は2年連続の約1割減と、15年前の規模にまで縮小しました。日本の大手建設会社50社の国内受注総額が0.2%増にとどまる中で、私たちの受注額は6.3%増の高い伸びとなりました。大型化する郊外型複合商業施設の建築を推進する一方で、統廃合の進む物流施設や高機能化する倉庫、急増するグループホームやデイサービス施設など専門的な知識と技術が必要な施設の建築を積極的に展開した結果、大幅な利益増を達成することができました。

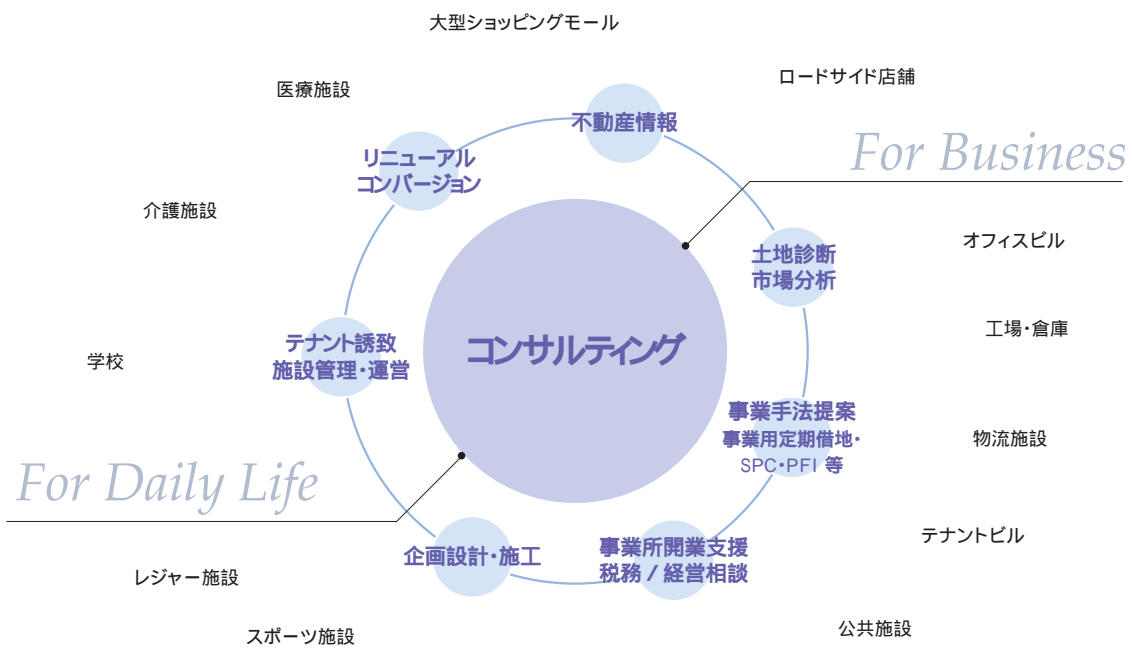
外部顧客に対する受注高

売上高と営業利益

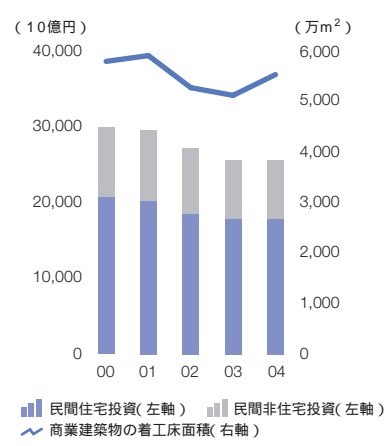


従業員数と1人当たり営業利益

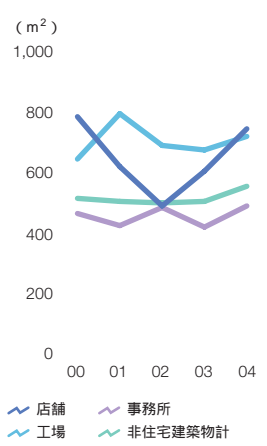




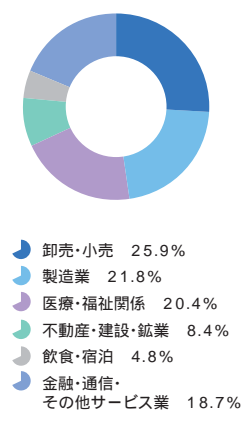
民間建設投資と
商業建築物(着工床面積)の推移



非住宅建築物の規模の推移
(1棟当たり床面積)



日本の大型建築物の用途
(2003年度)



流通店舗



LOCシステムの建築実績は2万2,000件に達し、オーナー会員数も4,600名となりました。

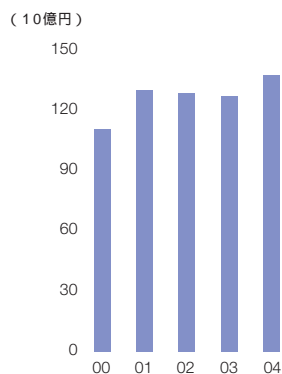
流通店舗部門では、個人・法人の資産活用ビジネスと、まちの活性化を促進する事業を展開し、単体売上高は前期比8.2%増(1,369億円)となりました。

国内景気の好転で個人消費の本格回復に期待が高まる中、外食産業や流通業を中心にロードサイドへの出店が増え始めています。また、拡大を続けるホームセンターやドラッグストア業界、デパートや専門店から需要がシフトしている衣料・食料品スーパー等の小売業にも、開業コストを抑えた好立地への出店サポートニーズが生まれています。私たちは、市場調査・企画立案・各種許認可から、設計・施工・管理運営までを総合的に行う独自の土地活用コンサルティング(LOCシステム)で、出店希望企業と土地オーナー双方のニーズを結んでいます。累計建築実績は2万2,000件に達し、全国の土地オーナー顧客も2万1,000名となりました。

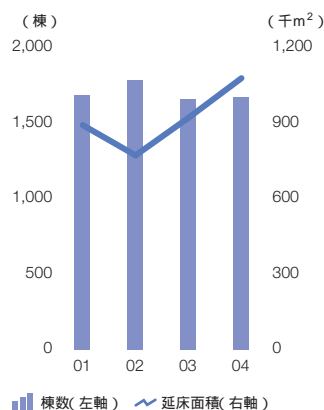
また、前期開業した沖縄県初のアウトレットモール「あしびなー」は、日本初出店のブランドアウトレット店も多く、県内はもちろん県外からの観光客にも好評で、初年度来場者数は約175万人と当初見込みを大きく上回りました。

今後は、既存店舗活用の新たなビジネスモデル構築や、土地オーナーへの収益性向上の提案、不動産証券化をはじめとした専門手法の研究など、さらに積極的な事業展開を行っていきます。

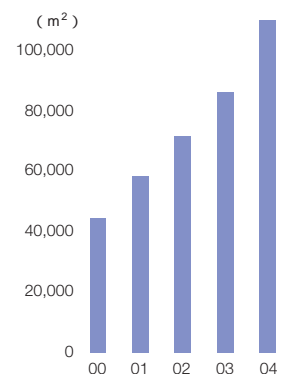
流通店舗部門の売上高
(大和ハウス工業単体)



流通店舗建築棟数と延床面積
(大和ハウス工業単体)



商業建築建物の転貸実績



鋼管構造・建築

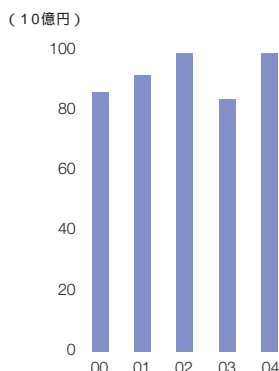


物流施設から、医療・介護施設まで幅広い施設建築。シルバーエイジ研究所の実績は35%増となりました。

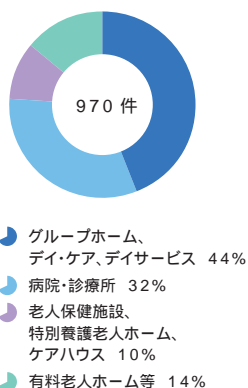
活発な設備投資、集約・多機能化が進む物流施設、HACCPシステムの導入等による食品工場の安全衛生管理など、ビジネス建築にも新たな需要が生まれています。私たちは、物流効率向上の企業ニーズを捉え、物流センター統廃合や受配送拠点の再配置に関わる受注を促進し、単体の売上高は前期比18.4%増(988億円)と大きく伸びました。特に当期は、高い建築技術とコンサルティング力で、厳格な温度・品質管理が要求されるアパレル関係の倉庫や、食品卸売業向けの大型物流センターなどに注力しました。

医療や高齢者介護・福祉分野の調査・研究から企画設計・施工・運営計画まで一貫した事業コンサルティングを行うシルバーエイジ研究所では、病・医院や老人保健施設などの建築実績が970件(前期比35.5%増)約350億円に達しました。日本では、2010年には65歳以上の高齢者比率が総人口の22%に、そのうち痴呆性高齢者の数は2000年の1.45倍に達すると予測されており、小家族化が進む中で、良質な介護サービスと施設へのニーズが高まると考えられます。特に、昨年の厚生労働省方針で示された、通所介護や一時宿泊などを24時間提供する小規模多機能のサービス施設など、新しいタイプの介護施設が注目されています。私たちはこれからも、豊富な実績を誇る介護付き有料老人ホーム、グループホーム、デイサービスセンターから、新しいタイプの多機能ホームまで、確かなソフト力と建築技術で、街並みと共存し、入居者が暮らしやすい施設の提案を続けていきます。

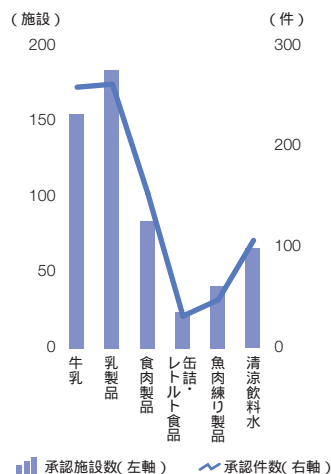
鋼管構造・建築部門の売上高
(大和ハウス工業単体)



シルバーエイジ研究所の実績内訳
(2004年3月末現在)



日本の HACCP システム導入状況
(2004年6月1日現在)



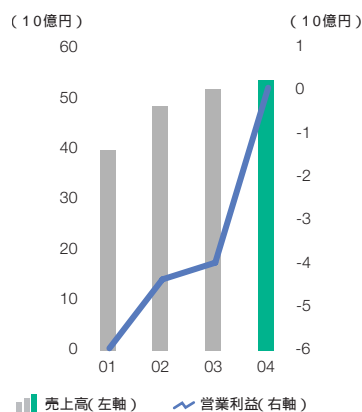
全国に29のリゾートホテルと10のゴルフ場を展開

年間利用者数は400万人を超え、売上高が3.3%増(536億1,200万円)となりました。

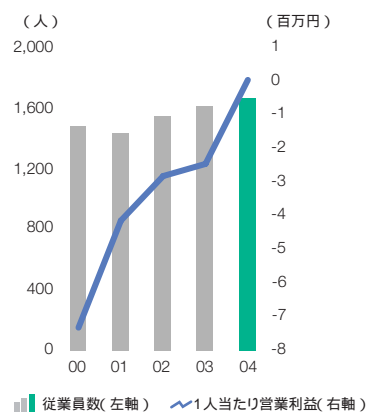


2003年度の日本のホテル業界は、外資系やビジネスホテルチェーンの開業が相次ぐ一方、地方を中心に歴史のある旅館やホテルの倒産が続きました。また、可処分所得の減少や雇用不安を背景に、国内観光旅行回数・日数の減少も止まらず、観光市場が縮小しています。その中で、ホテル部門の宿泊者数は前期比5.4%増(284万7,510人)、客室稼働率も2.1ポイント増加しました。残念ながらゴルフ部門では利用者数・1人当たり利用額ともに減少しましたが、観光事業全体では8,100万円の営業利益を計上することができました。

売上高と営業利益



従業員数と1人当たり営業利益

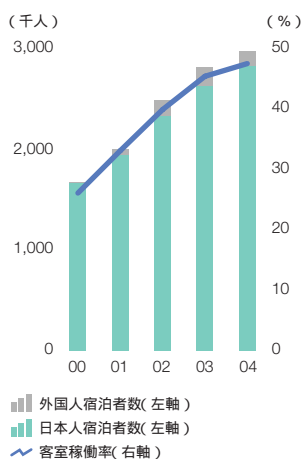




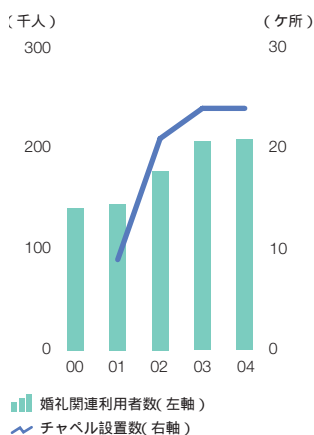
ホテル部門では、増加する海外からの利用者やリゾートライフの変化に対応するために、宿泊・飲食・宴会とも各ホテルの特長を活かした企画に注力しました。付加価値サービスの充実をテーマに、演出・サービス・料理のパフォーマンスを高めた新しい宴会スタイル「新洋風宴会」や、地域の食材を活かした料理、オープンエア型のカフェや森のチャペルなどを展開しています。物販では郷土色豊かなオリジナルおせち料理の宅配サービスが好調で、注文おせちとしては国内最多レベルの約2万1,300セット(前期比22%増)を販売。また国内の婚礼市場は結婚適齢期人口の減少によって縮小が続いていますが、各ホテルともにチャペルウェディングが好評で、婚礼関連の利用者数は前期比1.1%増の20万9,420人となりました。年間約400万人に利用されるホテルでは、他部門に増してCSRへの取り組みが重要です。期初に大きな影響のあったSARSなどの不測の事態に備えたリスク管理、バリアフリー社会の実現を視野に障害者スポーツ大会の支援(宿泊施設提供)などを行いました。

ゴルフ部門では、女性やシニア層に優しいコース作りをコンセプトに、シニア向け商品を中心にショップの充実を図る一方で、奈良県オープン(シプレカントリークラブ)や九州オープン(佐賀ロイヤルゴルフ倶楽部)などプロを招いた競技大会を開催し、幅広いニーズに対応した取り組みを展開しています。

宿泊者数と客室稼働率



婚礼関連利用者数とチャペル設置数



ホテル・ゴルフ場の施設分布図



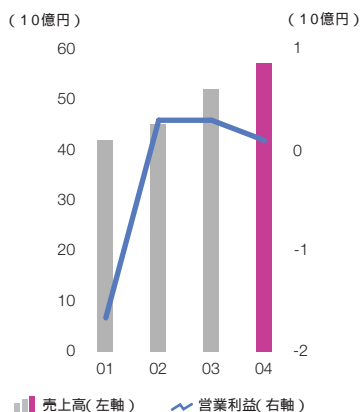
地域密着で全国に35店舗を展開するロイヤルホームセンター

来店者数は前期比12.8%増(2,306万人)で、売上高が9.7%増(572億2,600万円)となりました。

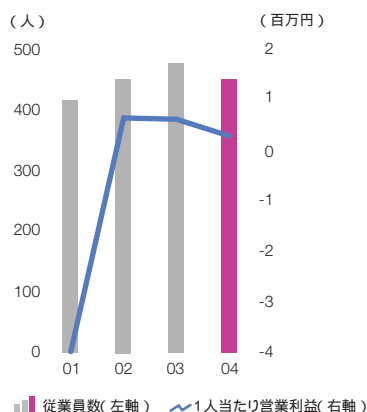


日本のホームセンター業界は小売業の中でも成長著しい分野で、2003暦年の市場規模は過去最大の3兆5,000億円、店舗数も前年比で2.5%伸び、3,600店を超えました。その一方で、大手の寡占化が進み、M&Aや資本提携が活発に行われるなど、再編が進んでいます。当期は伊川谷、習志野の大型店2店舗を新規オープンし、不採算の既存5店を閉鎖しました。年間来店者数は12.8%増で2,300万人を超え、売上高は業界平均の伸び(2.9%)を大きく上回る前期比9.7%増(572億2,600万円)となりましたが、営業利益はデフレの影響から購入単価が下落し、同54.5%減の1億3,800万円にとどまりました。

売上高と営業利益



従業員数と1人当たり営業利益

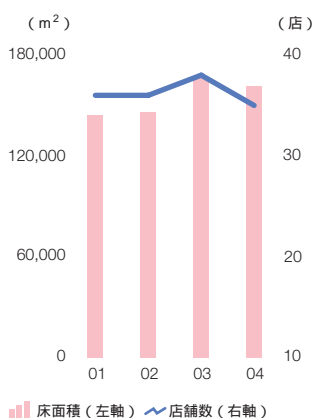




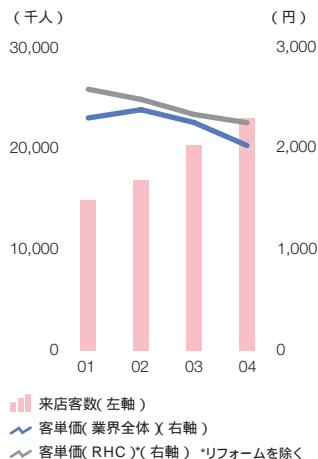
地域ごとのドミナント展開が主であったホームセンター業界も、デフレや消費者ニーズの多様化による商品・流通コストの削減、外資系大手小売業の進出に対抗した店舗規模の拡大や、企業間の再編・提携が進んでいます。他店との差別化が重要となる市場において、ロイヤルホームセンターの豊富な品揃えは、DIYからガーデニング、家電、インテリア、ペット用品、日用雑貨に加え、プロ向けの建築資材や工具まで1店舗平均5万アイテムにのぼり、日本のホームセンターの平均取扱点数約3万2,000点を大きく上回っています。また、住宅メーカーとしてのノウハウを活かし、一級建築士などの専門家によるリフォーム相談を強化するなど、リフォーム部門の売上高比率10%を目標にサービスの充実にも注力しています。

また、園芸館(習志野店)やペット館(小山店)など、需要の拡大が見込まれるカテゴリーの専門売場を新・増設。さらに、取扱商品(医薬品、米など)の幅を広げるなど、全国チェーンでのスケールメリットを活かした商品開発と品揃えを充実させました。今後は、物流効率の向上と一大消費地での売上拡大を目指し、2,500坪クラスの新店を首都圏、近畿圏に集中出店。規模別の店舗支援体制を整え、2005年度50店舗展開に向け事業を拡大していきます。

店舗数と床面積の推移



来店客数と客単価



ロイヤルホームセンターの施設分布図



暮らしの領域へ広がる 15のビジネスカテゴリー



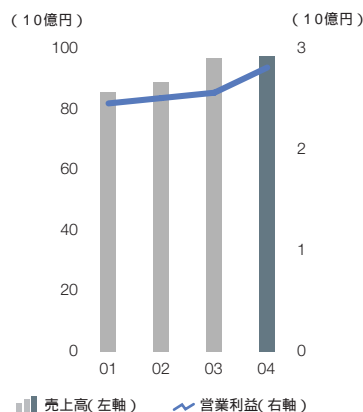
売上高は前期比0.7%増(977億6,600万円)、営業利益9.7%増(28億2,300万円)となりました。

グループのコア事業を支える資材・設備の生産や物流から、引越、旅行・保険代理店、ビジネスホテルなどの生活サービスまで大きく15の事業を展開しています。ビジネス環境やライフスタイルの変化に伴い、新たな成長が見込める分野です。

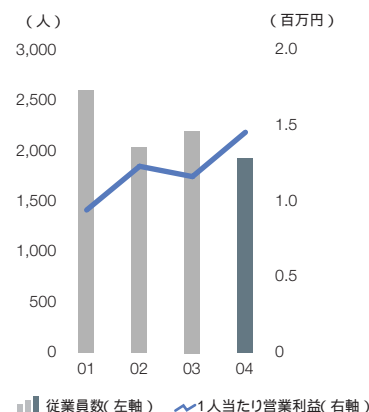
生産システムの再編成と合理化に加え、オリジナルカーテンの新商品投入やマンションモデルルームの内装請負を強化したダイワラクダ工業は、売上高が前期比0.6%増の384億7,000万円、営業利益は19%減の7億1,300万円となりました。住宅の資材・設備物流を得意とする大和物流では、共同輸配送の商品化や調達物流とリサイクル物流などを組み合わせた総合的な物流システムの提案や、多店舗展開企業の什器機材のメンテナンス物流など新たなサービスの開始により、売上高が前期比11.1%増の256億5,004万円、営業利益が同6.2%増の11億5,675万円と、貨物輸送量が減少する運輸業界の中でも増収増益となりました。

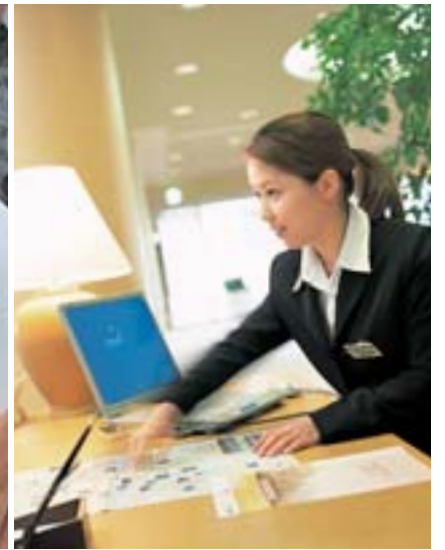
また、都市型ホテル(ロイネットホテル、ロイトン札幌)は稼働率が前期比4.1ポイント向上。経費削減を進めて経営効率を改善しました。さらに今期は、将来予定されている住宅金融公庫の廃止など、新たに広がる住宅ローン市場に向けて、他社と共同で「日本住宅ローン株式会社」を設立しました。

売上高と営業利益



従業員数と1人当たり営業利益








共創共生

共に創る

共に生きる

私たちは創業以来、住の企業グループとして事業・行動の全てを通じて誠実に社会と向かい合ってきました。建築を通じ社会と共にあること、そして生活のサービスを通じ暮らす人と共にあること - この「共創共生」のあり方こそ私たちの変わらぬ姿勢であり、これからの社会に最も求められる資質だと考えています。私たちは、築き上げた信頼の絆を大切に、日本の未来へ共に進んでまいります。



| | |
|----------------|----|
| 企業の社会的責任への取り組み | 50 |
| コンプライアンス | 50 |
| 環境への取り組み | 51 |
| 採用・人材育成 | 52 |
| 社会貢献活動 | 52 |
| コーポレートガバナンス | 53 |
| 研究開発への取り組み | 54 |

Corporate Social Responsibility

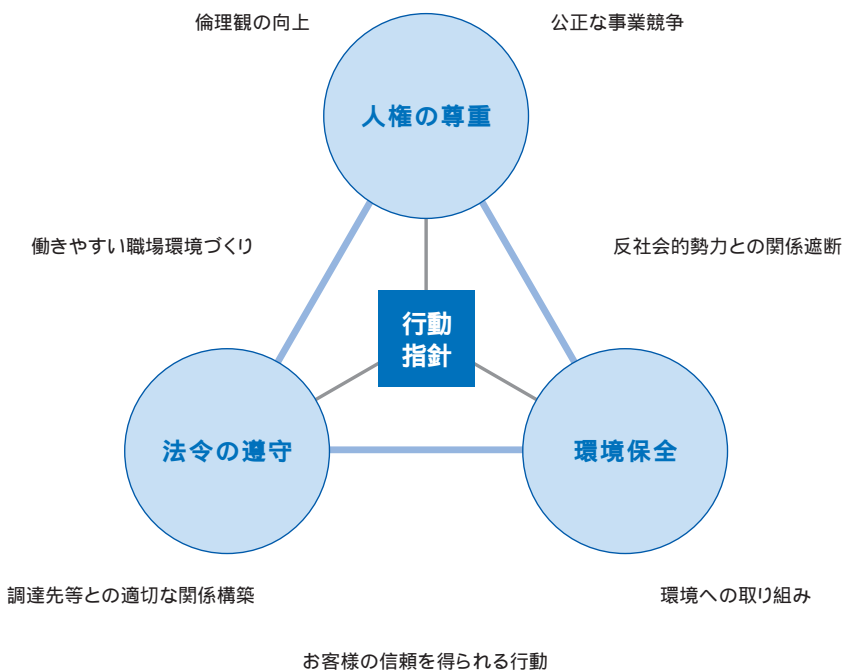
企業の社会的責任への取り組み

コンプライアンス

生活に関係の深い事業を展開する私たちにとって、コンプライアンスの推進は経営上最も重要な課題です。この4月、グループ共通の倫理・行動基準として「大和ハウスグループ企業倫理綱領」および「行動指針」を制定し、企業倫理に関する内部通報制度(ヘルプライン)を整備しました。グループが成長拡大していく中で、もう一度全従業員が、あらゆる法令・規則の遵守、社会規範に則した公正で誠実な行動の実践を確認しています。一層重要性が増しているリスク管理については、2002年4月、大和ハウス工業内にリスク管理委員会を設置。グループを取り巻くリスクの事前回避、発生リスクに対する迅速・的確な対応を行っています。さらに、個人情報保護への取り組みとして内部規定を制定し、2005年4月の法律の施行に合わせ運用を開始致します。

大和ハウス工業ホームページにて公開しております。

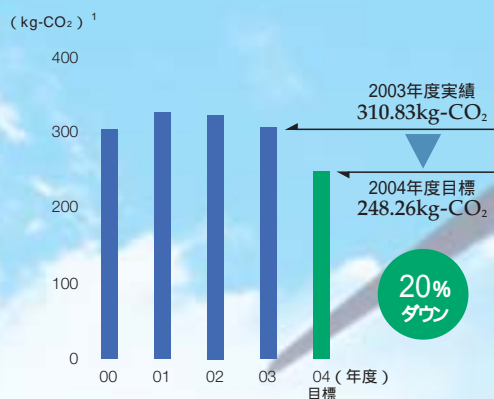
大和ハウスグループ企業倫理綱領



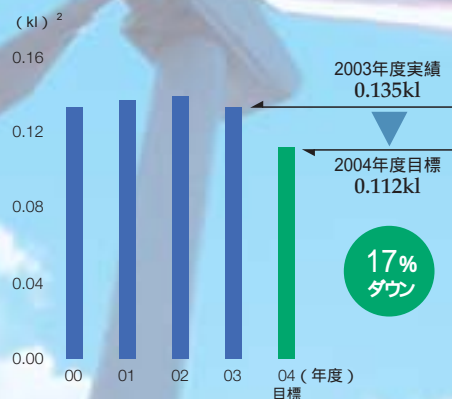
環境への取り組み

大和ハウス工業は、2000～2004年度(廃棄物の最終処分量削減目標のみ2005年度)までの5カ年の環境自主行動計画を策定し、環境負荷低減の継続的改善に取り組んでいます。環境自主行動計画の進捗状況を明確にすることによって、確実な目標の達成を目指します。

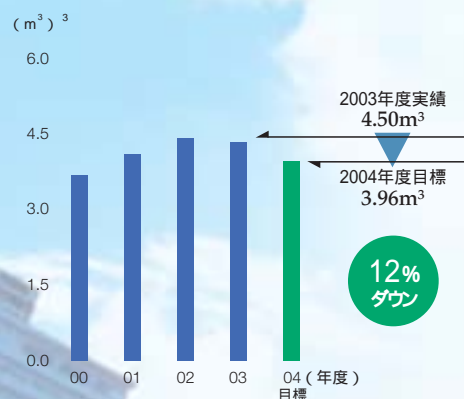
CO₂排出量



エネルギー使用量



水使用量



廃棄物最終処分率



注記：1. 2000年度の数値は、大和ハウス工業単体(大和団地を除く)のものです。
2. グラフの中の 1、2、3は、売上高1百万円(大和ハウス工業単体)当たり換算値を表しています。

採用・人材育成

グループ成長の鍵となるのは「人材」です。グループ1万8,000名の能力を最大限に活かす適材適所の配置を目指すと共に、階層・職種別の研修をグループ全体や各会社毎に行っています。今後は、管理職に対してさらに高い人権・労働安全衛生などの職場環境への配慮と部下のモチベーション向上のための教育訓練、一般従業員へは働き方やキャリアを自己選択し自立して能力開発に取り組んでいける仕組み作りを進めていきます。採用についても、年齢・性別・身体的能力に関わらず個人の資質の尊重を指針に新卒・中途採用を積極化しており、大和ハウス工業では、障害者の法定雇用率1.8%を上回る1.92%（民間企業平均1.48%）を達成しています。また今後は、高い技能を有する定年退職者の再雇用をグループ全体で進め、技術・ノウハウの共有と継承、高い顧客サービスの提供へとつなげていきます。

社会貢献活動

私たちはこれまで、住宅という社会資本の充実、日本の建築技術の向上、リゾート事業による地域振興など、事業を通じた社会貢献に加え、震災復興支援や人道・安全支援、伝統文化の継承や教育支援などさまざまな取り組みを行ってきました。

近年は、次代を担う子供たちへの住環境教育支援として、総合技術研究所およびD-TECプラザ（住まいの先進技術体感施設）への見学受け入れ、自社Webサイトでの学習テーマの提供や小・中・高校への教材提供を積極的に行っています。2003年度の両施設見学者は計1,362組1万488名にのぼり、そのうち約1/5が学校関係者でした。また全国536校でWebサイトの情報が授業に活用されており、教材提供先も学校から教育委員会、NPOまで多岐にわたっています。

また事業面でも、ホテルで視覚障害者の団体会合開催や、知的発達障害者のスポーツ大会の宿泊施設となるなどバリアフリー対応を進め、誰もが安心・安全に暮らせる環境の整備をさらに進めています。



コーポレートガバナンス

大和ハウス工業では、迅速かつ適正な意思決定の強化および透明性が高く効率的な経営体制の確立を基本方針に、コーポレートガバナンスを強化してまいりました。これからも、意思決定・内部統制のシステムをさらに充実させ、グループの中核として企業経営の基本軸を示してまいります。

コーポレートガバナンス充実にに向けた主な取り組み

意思決定のスピード化、経営責任の明確化

1999年6月 執行役員制導入

2001年6月 取締役任期を2年から1年に

2004年6月 取締役会決議による自己株式取得が可能となるよう定款変更実施

ディスクロージャー、説明責任の強化

2002年6月 インターネットでの招集通知開示(日本語/英語)と議決権行使

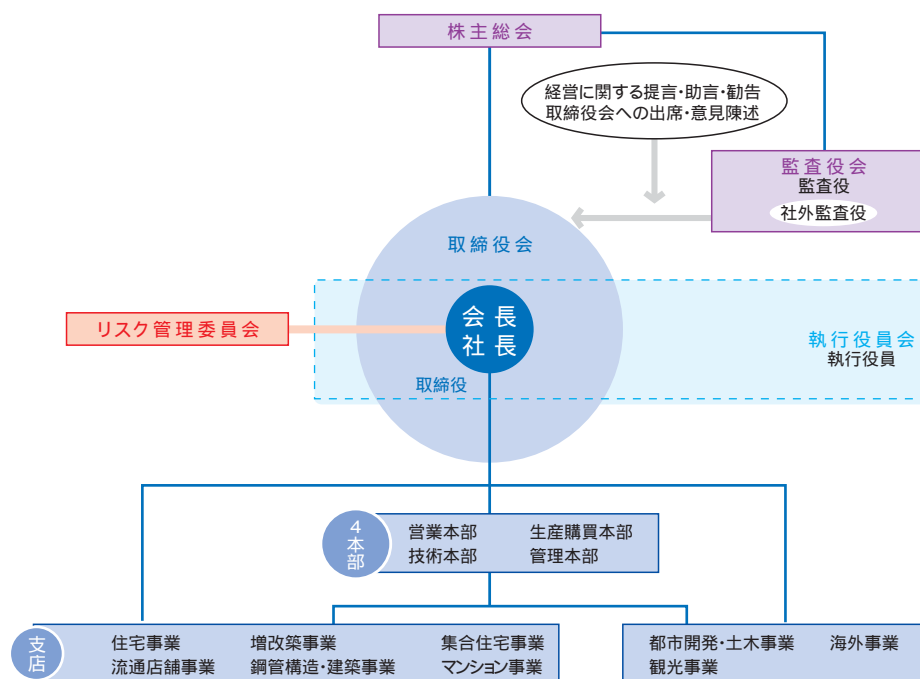
2003年第1四半期より 四半期情報の開示開始

経営の透明性向上

2003年6月 社外監査役を1名増員し監査役を5名に(うち社外監査役は3名)

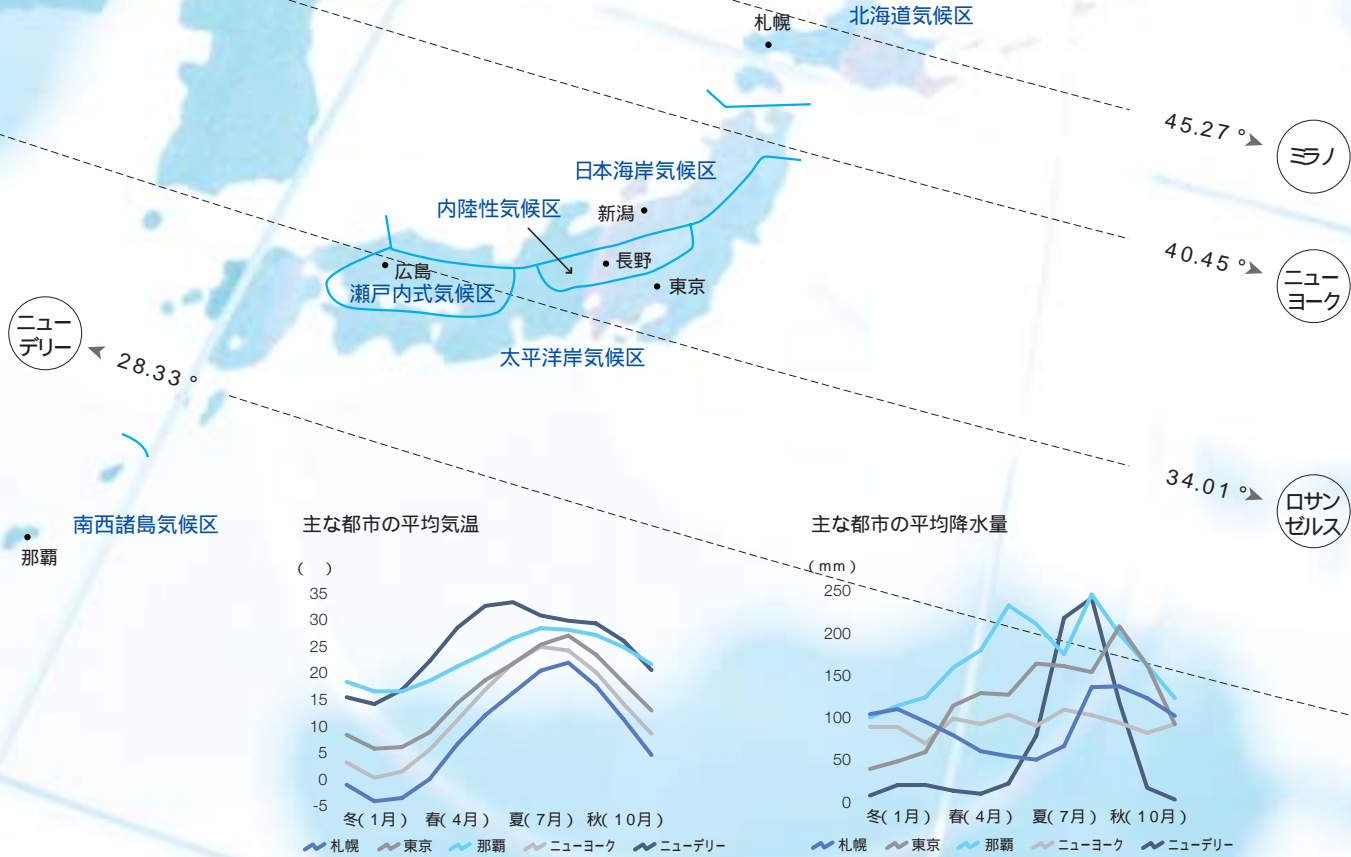
大和ハウス工業コーポレートガバナンス概略図

2004年6月30日現在

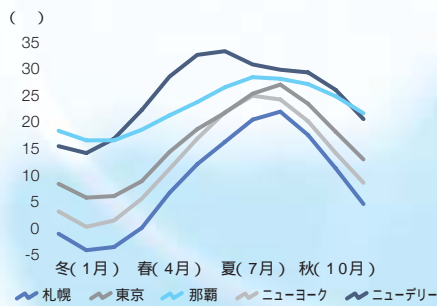


Research and Development

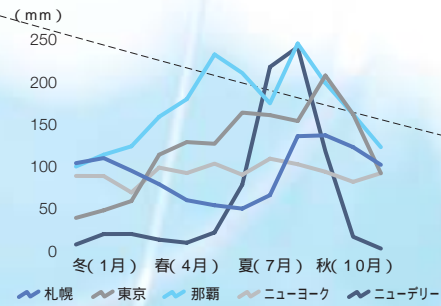
研究開発への取り組み



主な都市の平均気温



主な都市の平均降水量



私たちは気候の変化が大きく、地震の多い国に暮らしています。

日本は、ユーラシア大陸の東の縁に沿って弓形にのびた面積約38万km²の島国です。4つの大きな島と約7,000もの小島が南北に長く連なり、全長はおよそ3,000kmにも達します。温暖な海洋性気候に属し、雨が多く豊かな四季の変化に恵まれていますが、北と南、内陸と沿岸では気候の差が大きいのが特徴です。一国の中に、冷・温・亜熱帯の3気候区と、記録的な多雨/多雪地帯を抱える国は世界でもほとんど類を見ません。また、東アジアは台風の多発地帯で、毎年平均27個が発生、うち4割は日本に接近し、甚大な被害が出ることもあります。周辺の海域では地殻活動が活発で、4つのプレートの境界域に位置する日本には活断層も非常に多く、世界有数の地震国です。四季と地形の変化に富んだ美しい自然と豊かな恵み、そしてその反面の厳しさ - 私たちの国には異なる自然の表情があります。

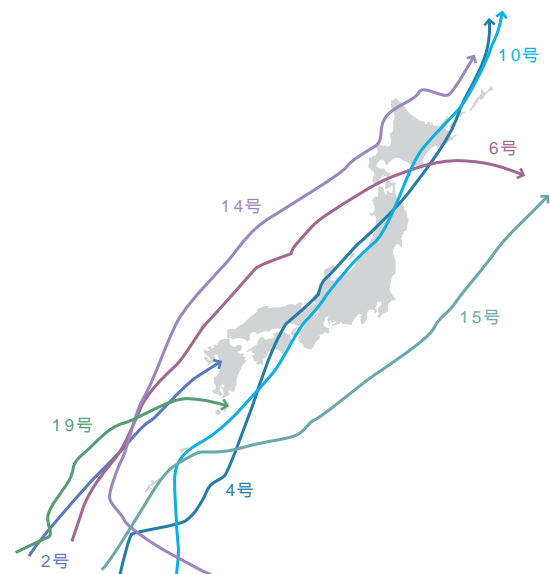


最近の災害をもたらした台風

| 発生年 | 台風番号 | 来襲月 | 最大瞬間風速 | 主な上陸・通過地 | 主な被害 |
|-------|------|-----|---------|----------|-------|
| 2003年 | 14号 | 9月 | 74.1m/s | 宮古島(沖縄県) | 大雨、暴風 |
| | 10号 | 8月 | 69.2m/s | 日本列島縦断 | 大雨、暴風 |
| 2002年 | 21号 | 10月 | 53.0m/s | 関東南部、北日本 | 暴風 |
| | 6号 | 7月 | 46.1m/s | 房総半島 | 大雨、暴風 |
| 2001年 | 16号 | 9月 | 50.8m/s | 沖縄近海 | 大雨 |
| | 15号 | 9月 | 42.9m/s | 関東南部 | 大雨 |
| | 11号 | 8月 | 38.2m/s | 紀伊半島 | 大雨 |

梅雨前線を伴う

2003年の主な台風の経路



台風にも耐える強い住まいを求めて、プレハブ住宅は誕生しました。

昔から日本人は、自然を人間と対立するものとは考えず、その恵みをうまく利用しながら共存してきました。しかし一方、地理・気候的条件から自然災害にみまわれやすく、中でも強い風雨を伴う台風は年間平均で3個も上陸することから、日本の住まいは台風への備えを最も重視してきました。約半世紀前、より高い耐風性を求めて、植物の茎の中空構造にヒントを得たのがプレハブ住宅の始まりであり、私たちの創業者が興したプレハブ産業の第一歩でした。大和ハウス工業の創業から50年、自然の脅威から暮らしを守る技術を磨き、プレハブ住宅はもちろん、木造軸組からツーバイフォーまでの幅広い工法で高い基本性能を確立しました。自然を敬いつつも、その力に正面から向き合える構造・性能を極め、新しい技術で暮らしの安全を守る - 創業者から始まる研究開発の原点は、今も変わることなく受け継がれています。



暮らしを支える確かな性能と技術を確立しました。

地震国日本に欠かせない技術

免震 外力を建物全体で受け止める耐震構造と、地震の揺れを建物に伝えない独自の免震構造の併用で、住む人を守る安全・安心の住まいを開発しました。阪神・淡路大震災(M7.3)レベルの揺れを1/8 ~ 1/11に低減。家具の転倒や器物破損による二次災害も軽減します。当期は、従来比3割のコストダウンにも成功しました。

大和ハウス工業実験値

ますます重要性が高まる防犯対策

防犯 住宅への侵入盗がこの5年で1.5倍に増加しています。狙われにくく侵入されにくい家を目指し、通常の24倍の強度を持つ合わせ複層ガラス や、ピッキングなどに強いドア、不審者を察知するセンサー付ライトやテレビドアホンを組み合わせ、独自の防犯仕様を開発。戸建住宅商品への標準採用を実現しました。

1F全窓への採用

暮らしの中でのエネルギー削減

省エネ省資源 環境問題に多くの関心が集まるようになった今、暮らしの中でも積極的な環境配慮が求められています。一般的な基準 の住宅と比べ、冷暖房費を半分以上削減できる次世代省エネルギー基準住宅への切り替えを進めました。また風力・太陽光発電など、自然エネルギーの利用促進にも幅広く取り組んでいます。

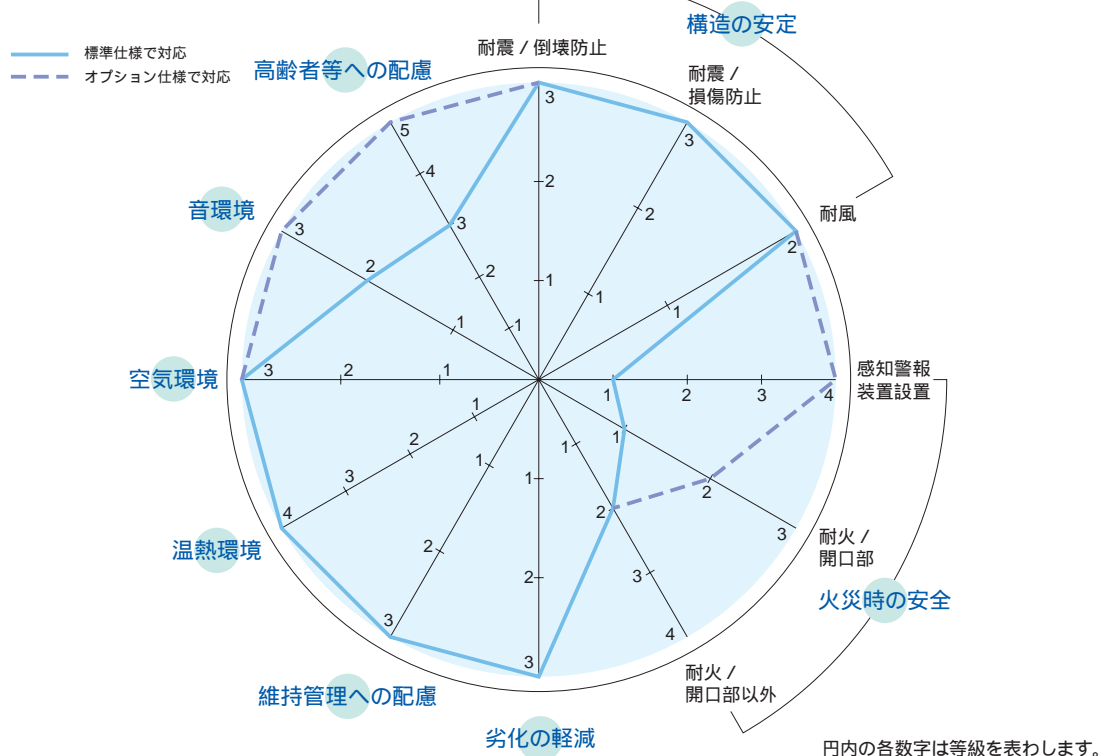
新省エネルギー基準

健康で安全な空気環境の実現

シックハウス 大和ハウス工業では従来から、内装材に世界で最高水準のドイツRAL 基準適合品を採用してきました。昨夏からはもう一歩進んで、改正建築基準法を超える自社基準を設定。規制対象になっていない下地材を含め内装材全てに、有害物質の発散量が極めて少ない最高等級の建材を選定しました。

ドイツ品質保証表示協会

性能表示項目 対応表(I-wishシリーズの場合)





日本の住まいの明日を見据え、研究開発を進めています。

超高齢社会に生きる

日本は今、65歳以上の高齢者が人口の1/5を占め、うち100歳以上はこの5年間で倍増するなど、世界に例を見ない速度で高齢化が進行しています。年令を重ねるほど五感や運動能力は低下し、住宅内での事故も増えています。私たちは今日の高齢化社会をいち早く予測し、1989年にシルバーエイジ研究所を設立すると共に、総合技術研究所でハード・ソフト両面からユニバーサルデザインの研究を進めてきました。安全な家事動線や誰もが使いやすい設備、車イスでの移動を考えたフルフラットフロアや介護しやすい空間設計などの研究を、高齢者対応実験住宅や「シニアポーズ」などを活用して進めています。

高齢期疑似体験システム

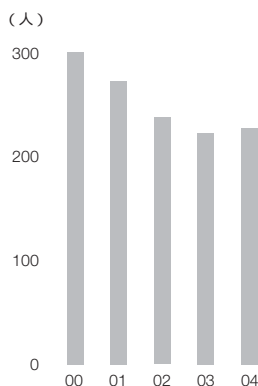
都市に住む

都心回帰の傾向が一層鮮明になる中、都市部での戸建住宅ニーズも高まってきました。狭小地、限られた採光、騒音や振動など都市部特有の事情をクリアできる構造・性能が強く求められています。私たちは、交通振動を軽減する制振技術や、狭小敷地を有効活用でき地震にも強い耐力壁の開発に成功しました。またトップライトによる採光の研究を大学と共同で進めています。一方、築年数の古い都心のオフィスビルの有効活用が課題となっていることから、商業用途から居住用への転換（コンバージョン）にも注目し、改修・修繕の技術から法基準の研究まで、幅広く取り組んでいます。

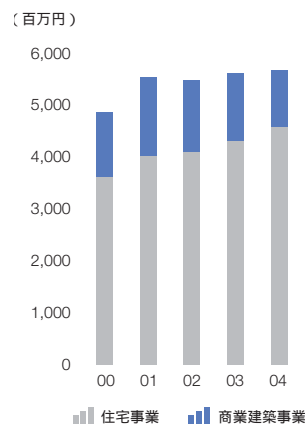
未来を拓く

私たちはこれからも、日本の住の「大きな未来」に向け創造と挑戦を続けます。地球環境に配慮した資源循環型建築のあり方や建築副産物リサイクル、さらにITと通信ネットワークを利用した次世代住宅設備や燃料電池の住宅への適応性研究など、未来を拓く確かな夢の技術を異業種や産官学と共同で開発しています。

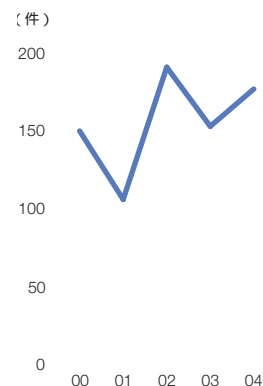
研究部門人員数



研究開発費



大和ハウス工業単体の特許公開件数



Group Network

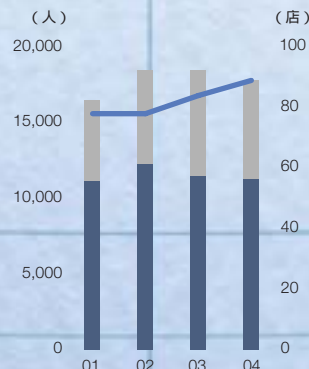
グループネットワーク

2004年4月1日現在

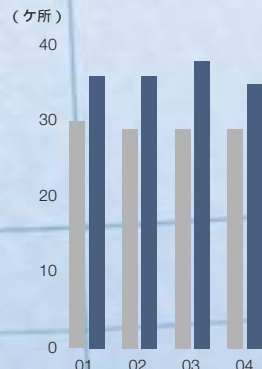
- 本社
- 東京支社
- 支社・支店:89
- 工場:13
(以上、大和ハウス工業の事務所)
- ゴルフ場:10
- ダイワロイヤルホテルズ:29
- ロイヤルホームセンター:35
大和リゾート(株)はロイン札幌、山中湖畔、富士山ロイヤルコテージ、地図上の 也
運営しています。また、ソウル(韓国)(地図上の 印)にも支店があります。
- 海外の子会社および関連会社:9



大和ハウスグループの従業員数と大和ハウス工業の支店数



ダイワロイヤルホテルズとロイヤルホームセンター



■ 大和ハウス工業単体(左軸)
 ■ その他グループ会社計(左軸)
 ~ 大和ハウス工業の事業所数(本社・支社・支店)(右軸)
 ■ ダイワロイヤルホテルズ
 ■ ロイヤルホームセンター

大きな未来へ

Daiwa House®

group

主なグループ会社

大和ハウス工業(株)

大阪市北区梅田3-3-5 〒530-8241
TEL: 06-6346-2111
URL: www.daiwahouse.co.jp

大和工商リース(株)

建物・自動車・ビジネスリース
大阪市中央区本町橋5-20 〒540-0029
TEL: 06-6942-8011
URL: www.daiwakosho.co.jp

ダイワラクダ工業(株)

住設機器 / 家具 / 保険代理店
大阪市西区阿波座1-5-16 〒550-0011
TEL: 06-6536-6111
URL: www.daiwarakuda.co.jp

大和物流(株)

運輸 / 倉庫・保管
大阪市西区阿波座1-5-16 〒550-0011
TEL: 06-4968-6355
URL: www.daiwabutsuryu.co.jp

大和リビング(株)

賃貸住宅の管理・運営
東京都千代田区飯田橋3-13-1 〒102-0072
TEL: 03-5214-2330
URL: www.daiwaliving.co.jp

(株)ダイワサービス

ビル・マンション管理 / 人材派遣 / 引越
大阪市西区阿波座1-5-16 〒550-0011
TEL: 06-6536-6270
URL: www.daiwaservice.co.jp

日本住宅流通(株)

仲介・管理・代理 / 鑑定 / リフォーム
大阪市北区梅田1-1-3-800 〒530-0001
TEL: 06-6344-6356
URL: www.jyutaku.co.jp

ロイヤルホームセンター(株)

DIY / ガーデニング / インテリア
大阪市北区梅田3-3-5 〒530-0001
TEL: 06-6342-1676
URL: www.royal-hc.co.jp

ダイワロイヤル(株)

商業施設賃貸 / ダイワロイネットホテル
東京都台東区上野7-14-4 〒110-0005
TEL: 03-3844-8357
URL: www.daiwaroyal.com

大和情報サービス(株)

土地活用 / 商業施設管理・運営
東京都台東区上野7-14-4 〒110-0005
TEL: 03-5828-8891
URL: www.dis-net.jp

ロック開発(株)

ショッピングセンター開発・運営
東京都千代田区神田佐久間河岸67
〒101-0026
TEL: 03-3864-0609
URL: www.loc-kaihatsu.co.jp

大和リゾート(株)

ホテル・ゴルフ場運営・管理
大阪市北区梅田3-3-5 〒530-0001
TEL: 06-6342-1731
URL: www.daiwaresort.co.jp

住宅販売

ダイワハウス北日本
ダイワハウス関西

ダイワハウス関東
ダイワハウス中四国

ダイワハウス中部
ダイワハウス九州

ダイワハウス北信越

その他各社

グリーンファーム開発(トマト販売)
寿恵会(老人ホーム運営)
シンクローラー(住宅部材製造)
伸和エージェンシー(広告・旅行代理店)
大和エステート(不動産仲介)
大和エネルギー(省エネルギー支援)
ダイワテクニカ(住設機器の製造・販売)

ダイワハウス・リニュー(住宅リフォーム)
テック・アールアンドディス(市場調査)
奈良エース(ゴルフ場経営)
ニック(インテリアドア製造)
日本住宅ローン(住宅ローン融資)
メディアテック(情報システム)

海外の関係会社

上海哈比房屋裝飾有限公司(内装設計・工事)
上海国際不動産有限公司(賃貸住宅の経営)
大連槐城別墅有限公司(賃貸住宅の経営)
天津九河国際村有限公司(賃貸住宅の経営)
ベンチマークテック・コーポレーション(会議場運営)

大和事務処理中心(大連)有限公司(事務処理代行)
大連付家庄国際村有限公司(賃貸住宅の経営)
大連民航大廈有限公司(大連ロイヤルホテルの運営)
北京東苑公寓有限公司(賃貸住宅の経営)

The History of Daiwa House Group

グループの歴史

1955年

大和ハウス工業(株)を設立し、創業商品「パイプハウス」を発売

1957年

日本初の鋼管構造建築として日本軽量鉄骨協会より構造認定書を取得

1959年

大和工商(株)¹、大和梱包(株)²を設立

「ミゼットハウス」を発売

1961年

大和団地(株) 2001年4月大和ハウス工業と合併(株)を設立

大阪・東京証券取引所(現第一部)、名古屋証券取引所市場に株式上市

1965年

奈良工場(初のプレハブ住宅専門工場)を新設

1971年

ダイワ住宅機器(株)³を設立

1978年

能登ロイヤルホテルをオープンし、ホテル経営を開始

1979年

(株)転宅便⁴を設立

1980年

ロイヤルホームセンター第1号店を奈良市にオープン

1983年

上海市、大連市他で住宅等を建設し、中国事業を本格化

1986年

大和情報サービス(株)を設立

1989年

大和リビング(株)を設立

1994年

関西文化学術研究都市内に総合技術研究所を開設

2001年

大和ハウス工業(株)と大和団地(株)が合併

2004年

ホームセンター事業を分社化

現社名

- 1: 大和工商リース(株) 2: 大和物流(株)
3: ダイワラクダ工業(株) 4: (株)ダイワサービス



Corporate Data

大和ハウス工業株式会社コーポレートデータ

2004年4月1日現在

| | |
|---------|---|
| 創 業 | 1955年4月5日(設立 1947年3月4日) |
| 資 本 金 | 1,101億2,048万3,981円 |
| 社 員 数 | 11,698名 |
| 本 社 | 大阪市北区梅田3-3-5 〒530-8241 TEL: 06-6346-2111(代表) |
| 東 京 支 社 | 東京都千代田区飯田橋3-13-1 〒102-8112 TEL: 03-5214-2111(代表) |
| 支 社・支 店 | 全国89ヶ所 |
| 工 場 | 全国13ヶ所 |
| 研 究 所 | 総合技術研究所(奈良市) |
| 研修センター | 大阪・東京・奈良 |



Source

グラフ出典

- P2 内閣府経済社会総合研究所「国民経済計算」
- P3 内閣府経済社会総合研究所「国民経済計算」
国土交通省「建設投資見通し」
国土交通省「平成16年地価公示」
- P8 全国証券取引所「平成15年度株式分布状況調査」
- P13 国土交通省「建築着工統計調査」
- P15 (株)住宅産業新聞社「住宅経済データ集2003年度版」
- P16 総務省統計局「国勢調査報告」
国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」
UN, World Population Prospects: The 1996 Revision
- P34, 35, 36 国土交通省「建築着工統計調査」
- P36 総務省統計局「住宅・土地統計調査」
- P37 (株)矢野経済研究所「住宅リフォーム市場規模推移」
(財)住宅金融普及協会「海外住宅DATA-NOW」
- P39 国土交通省「建設投資(名目値)の推移」
(社)日本建設業団体連合会「建設業ハンドブック2004」
国土交通省「建築着工統計調査」
- P41 農林水産省「食品の製造過程の管理の高度化に関する臨時措置法(HACCP手法支援法)の施行状況について」
- P54 気象庁観測部観測課統計室「日本気候表」
総務省統計局「世界の統計・気象」
- P55 気象庁Webサイト「災害をもたらした気象事例」

<http://www.daiwahouse.co.jp/company/annual/>

The screenshot shows the 'Annual Report Library' page for Daiwa House. The header includes navigation links like 'Home', 'Contact Us', and 'About Us'. The left sidebar contains a menu for 'Company Information' with sub-items like 'Company Profile', 'News Release', and 'Financial Information'. The main content area displays the 'Daiwa House group' logo and a 'What's New' section with two news items. Below this, there are sections for the '2004 Annual Report' and '2003 Annual Report', each with links for 'Visual version' and 'PDF version'. At the bottom, a table lists international annual reports for 'America' and 'Europe'.

| 国・地域 | 会社名 | 年次報告書 | 言語 | ページ数 |
|-------|-----------------------|----------------------|-----|---------------|
| アメリカ | Mercomm, Inc. (アメリカ) | 「ABCアワード」ホームビルディング部門 | 図画 | --- |
| | | --- | --- | --- |
| ヨーロッパ | Enterprise.com (ベルギー) | 「世界トップ200」 | 84枚 | English 494KB |
| | | 「エンサリスレポートトップ20」 | 14枚 | English 30KB |
| | | --- | --- | --- |

大きな未来へ

Daiwa House[®]
group

Daiwa House, the Daiwa House Group logoは、大和ハウス工業株式会社の日本およびその他の国における登録商標または商標です。

当アニュアルレポートの著作権は全て大和ハウス工業株式会社に帰属します。