

Section 2

価値創造のこれから

未来への約束	41
マテリアリティ	43
リスクと機会	45
価値創造へのロードマップ	46
指標と進捗	57
ステークホルダーエンゲージメント	61

STORYLINE



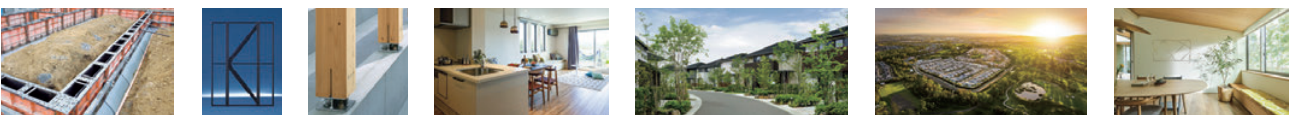
Point

- 事業活動を通じてお客様・社会・従業員の幸せを実現する積水ハウスグループの目指す姿を説明
- 果たすべき使命と、その実現へ向けた取組みを事例や従業員の想いととも紹介

未来への約束



積水ハウスグループは、1960年の創業以来、それぞれの時代に生じる社会課題に対し、事業活動を通じてその解決に貢献してきました。
「わが家」を世界一幸せな場所にする」というグローバルビジョンは未来への約束であり、その実現に向け、さらなる社会価値の創造と企業価値の向上を実現していきます。



安全・安心・快適性 資産価値の創出 住宅の長寿命化

住宅は重要な社会資本の一つだからこそ、長期にわたり住み継がれていく良質な住宅を、次世代へ受け継いでいきます。



脱炭素化 生物多様性保全 資源循環 地域社会との共生 労働安全衛生・サプライチェーン

環境負荷低減や再生可能エネルギー活用、地域との共創を通じて、より幸せに暮らしつづけられる未来を切り拓きます。



ダイバーシティ推進 従業員の幸せ・健康 多様な働き方・働きがい・人育成・キャリア自律

誰もが安心して自己実現や成長の機会を見つけ、特性や能力を活かしながら、活躍できる環境を築いていきます。



マテリアリティ

未来への約束

サステナビリティの基本方針

積水ハウスグループは、これまで「住」を基軸にさまざまな事業活動を展開してきました。2020年からは、「わが家」を世界一幸せな場所にする」というグローバルビジョンのもと、事業活動を通じてお客様や社会を取り巻く課題の解決へ貢献し、持続可能な社会の実現と企業価値向上を目指しています。

受け継がれるESG経営

積水ハウスグループにとって、社会へ貢献する新たな価値を創造することは、企業理念の根本哲学である「人間愛」の実践そのものです。「人間愛」とは、「人間は夫々かけがえのない貴重な存在である」という認識の下に、相手の幸せを願いその喜びを我が喜びとする奉仕の心を以って何事も誠実に実践することであり、3つの意味が込められています。

1つ目は「企業は人の集団である」ことから、一人ひとりが「人間愛」を実践すれば、全員参加の活力ある経営が実現し、企業の持続的な成長への原動力となるということ。2つ目は「お客様の幸せを願う心を持ってその所望に叶った商品を創造提供」することで、お客様満足を実現するとともに、企業の信用向上に寄与すること。そして、3つ目は、商品の開発や環境の創造、新規事業の選択などにおいて「常にお客様の役に立つものか、あるいは社会に貢献できるものかを目指す」こと。

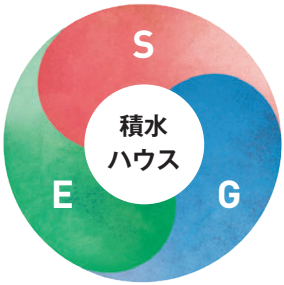
これらの思いが込められた企業理念の根本哲学である「人間愛」は、常に世の中に先駆けて住まいのあり方に対する価値観や人々のライフ

スタイルを変革し、社会課題の解決に貢献してきた当社グループの事業活動そのものです。社会全体の発展に貢献するという創業時の精神は、時代が変化しても変わることなく受け継がれ、現在ではESG経営として実践されています。

積水ハウスグループのESG経営の考え方

積水ハウスグループのESG経営は、企業理念の根本哲学である「人間愛」を実践することです。お客様や社会の幸せを願い、行動を起こす気持ち。働く職場を「わが家」のように思い、職場の仲間や家族の幸せのために協力し合う気持ち。この人としての根源がESGであり、その実践に努めることで、未来を見据えたイノベーションを起こし、新たな価値を創造し続けることができると考えています。

これらにもとづき、「ESGの中に企業がある」という考え方を取り入れています。これは、ESGを、企業としてのあり方を超えた、人間としてのあり方として捉え、収益基準のみで事業活動を評価するのではなく、お客様・社会・従業員へ幸せをもたらすのかという基準で継続的に評価しています。また、ESGの観点から事業戦略の策定や意思決定を行い、ESGの価値が高まれば、企業価値も高まると考えています。



ESG経営の目指す姿 ー新しいESGの価値をつくるー

積水ハウスグループは、1960年の創業以来変わることなく、お客様や社会が直面する課題解決を事業活動と一体的に推進することで、社会への価値を創造し、持続的な成長を実現してきました。一方で、環境問題や災害の激化、少子高齢化や都市部への人口集中、貧困の連鎖など、グローバルで生じているさまざまな深刻な課題があります。

グローバルビジョンを実現するためには、これらの課題にどのように取り組み、どのように社会を良くしていくのか、ということを考え、前例のないイノベーションを起こし続けていく必要があります。つまり、社会や環境に対しポジティブなインパクトを追い求めることで、新たなESGの価値を創造することが、当社グループの目指すESG経営です。

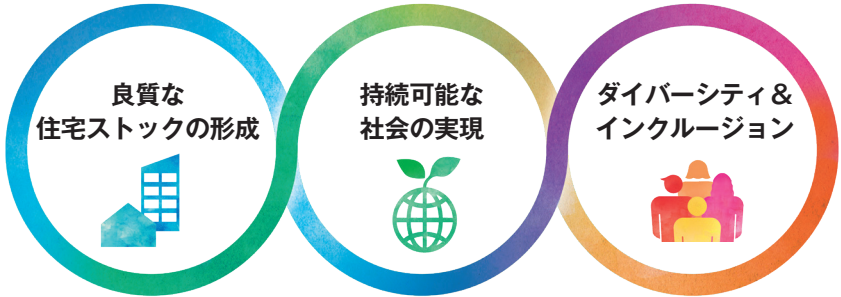
全従業員参画型ESG経営

新たな価値創造の主役となるのは、従業員です。一人ひとりが、お客様や社会、働く仲間に対しどのような価値を生み出すことができるのかということを自発的に考え、行動に移すことができれば、それがお客様や社会、従業員の幸せにつながるという考えのもと、全従業員参画を重視したESG経営を推進しています。

ESGを業務として捉えるのではなく、自分事として考え、自ら実践することで、世界をリードする事業活動を推進し、新たなESGの価値を創造し続けていきます。

→ P.92 ESG経営

マテリアリティ



マテリアリティに込めた想い

良質な住宅ストックの形成

住み継がれる家を、永く愛されるまちをつくる

安全で快適な、美しい住まい。
それは世代を超え、住む人を変えて、永く住み継がれていく。
時が経つほど、その美しさは深まり、
住む人の暮らしを鮮やかに彩る。
そんな住まいが集まれば、そこはやがて、
人々に愛されるまちとなる。
住む人に永く愛される家を、まちをつくること。
それが、私たちの使命です。

持続可能な社会の実現

地球社会にも環境にも良い未来を、快適な暮らしから

住む人が快適に暮らしながら、
地球社会にも、環境にも良い未来をかたち作ること。
私たちは、その大切さにいち早く気づき、
独自の発想と技術で真摯に向き合ってきました。
自然と共に暮らす住まい、再生可能エネルギーによる暮らし、
生産や廃棄における環境負荷の軽減、
地域の活性化、脱炭素に向けた枠組みづくりに、
これからも取り組んでいます。

ダイバーシティ＆インクルージョン

働く人の幸せから、社会の幸せへ

「わが家」を世界一幸せな場所にする。
私たちが掲げるこのグローバルビジョンは、
住まいづくりに携わる一人ひとりが幸せであってこそ、
実現できるはず。
私たち自身が幸せになり、そこからお客様の、
そして社会の幸せへとつなげていくために。
多様な働き方や生き方を支えるさまざまな取組みを、
私たちは推進しています。

積水ハウスグループは、優先して取り組むべき重要課題として、「良質な住宅ストックの形成」「持続可能な社会の実現」「ダイバーシティ＆インクルージョン」をマテリアリティとして掲げています。

これらのマテリアリティは、積水ハウスグループが何のために存在するのかということを示したものであり、価値創造へ向け従業員がベクトルを合わせ進むために特定されたものです。

積水ハウスグループにとってのマテリアリティは、長期にわたり果たすべき使命として位置づけています。一過性のゴールではなく、60年以上にわたる積水ハウスグループのあらゆる事業活動が、果たすべき使命としてのマテリアリティにつながり、創業以来築きあげてきた強みや普遍的な価値観にもとづいた、未来への方向性を指し示すものです。

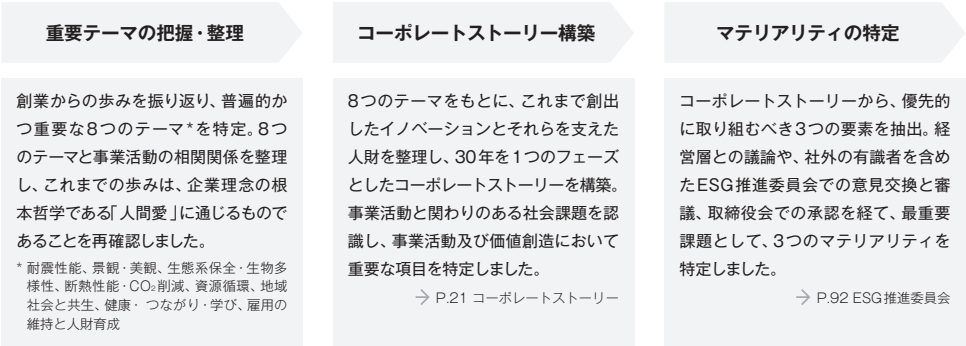
マテリアリティ

マテリアリティ特定プロセス

グローバルビジョンを実現するためには、事業活動を通じて幸せという新たな価値を創造するとともに、お客様や社会を取り巻く課題に対応していくことが求められています。積水ハウスグループでは、ステークホルダーにとって重要かつ当社が経済・環境・社会に与えるインパクトを整理し、2022年にマテリアリティの見直しを行いました。

見直しに当たり、積水ハウスグループが長期にわたり取り組むべき課題は何か、また、その取組みが社会的使命であると捉えられるものは何か、ということを担当グループの歩みとともに全社視点で考え、経営会議などでの議論や、社外の有識者を含めたさまざまなステークホルダーとの意見交換を通じて理解を深めました。その結果、当社グループが長期にわたり果たすべき使命と持続的な成長を遂げるために最も重要な項目を3つのマテリアリティとして特定しました。また、特定したマテリアリティに重点テーマを定め、具体的な取組みと進捗を図る指標を設定し、ESG経営の推進体制を中心にその推進と進捗を管理しています。

→ P.57 指標と進捗

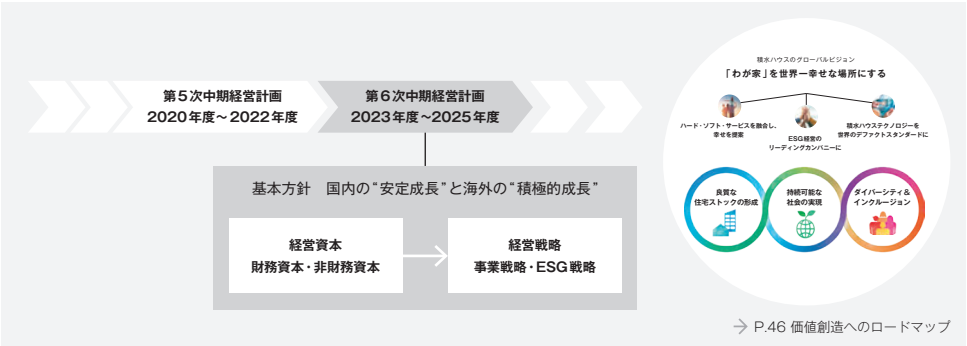


マテリアリティと中期経営計画のつながり

積水ハウスグループは、事業環境の変化やリスクと機会を踏まえ、2010年度に第1次中期経営計画*を策定して以降、事業領域の拡大を続けてきました。2020年には、30年ビジョンとして2050年の目指す姿としてグローバルビジョンを掲げ、3つのサブビジョンと3つのマテリアリティのもと、事業活動を推進しています。その目指す姿の実現のためのマイルストーンとなる中期目標として中期経営計画を位置付け、重点分野への具体的な取組みの最初の3カ年計画を第5次中期経営計画として推進し、着実に成果をあげてきました。

2023年度からスタートした第6次中期経営計画では、「国内の“安定成長”と海外の“積極的成長”」を基本方針とし、外部環境の変化を見据えたさらなる成長戦略と重点施策を策定しました。これまで築きあげてきた強みと資本を活用し、社会価値の創造と当社グループの持続的な成長に向けて着実に前進していきます。

* 中期経営計画では、社会の変化に対応する柔軟性を持ちながら、住まいに関する専門性をより深化し革新的なソリューションの提供を目指した事業ポートフォリオの見直しや経営資源の最適化を示し、3カ年における成長と新たな領域の開拓への土台を築くための戦略を示しています。



→ P.46 価値創造へのロードマップ

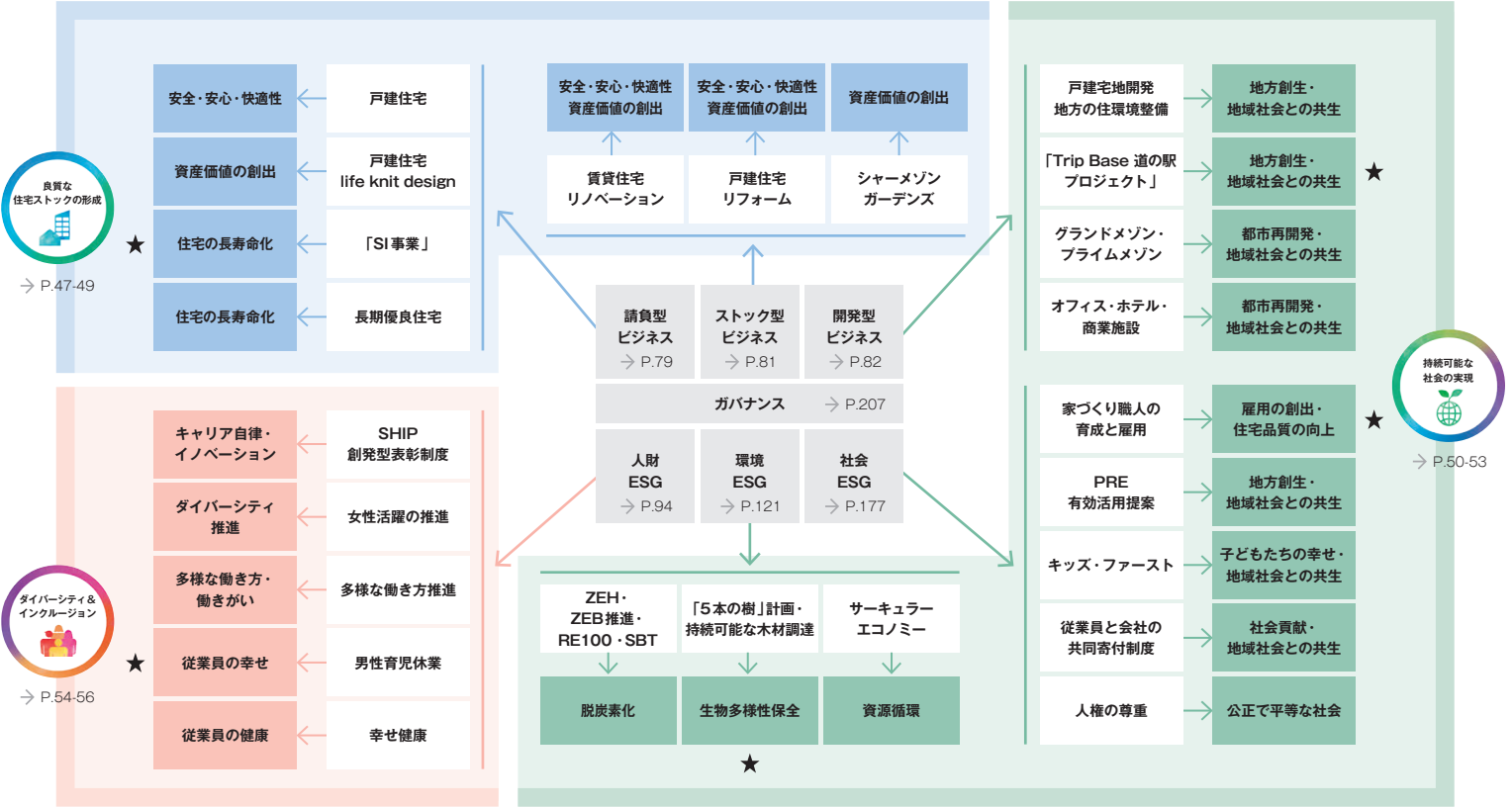
リスクと機会

積水ハウスグループでは、価値創造に影響をもたらす中長期の課題を分析し、外部環境の変化に伴うリスク要因を洗い出すとともに、リスクを将来の事業創出の機会でもある位置付け、事業戦略立案に活かしています。

リスクと機会に対する積水ハウスグループの対応		
外部環境の変化	リスク	機会
社会・生活 ・ 人生 100 年時代の到来 ・ With/After コロナ ・ 健康志向の高まり ・ 人口・世帯数の減少	・ 住宅内の事故増加 ・ 資産継承の複雑化やトラブルの増加 ・ ライフスタイルや価値観の変化への対応不足 ・ 健康に関する先進的技術への対応不足 ・ 新築住宅着工戸数の減少、空き家問題の深刻化 ・ 訪日外国人増加等の情勢変化の対応不足	・ ライフスタイルや価値観の多様化 ・ 既存住宅流通、不動産管理信託のニーズ ・ 健康に配慮した住宅等の需要増 ・ 良質な住宅の需要増 ・ 新たな住宅等のニーズ
住宅・都市 ・ 省エネ基準適合義務化 ・ コンパクトシティの加速 ・ 建設労働者の不足 ・ 住宅の長期優良化、木造建築の耐震化	・ 建設費の増加による需要減 ・ 地方の衰退 ・ 施工力不足による供給能力の低下、施工技術伝承の断絶	・ 省エネルギー性能の高い住宅等の需要増 ・ 地方創生のニーズ ・ 建設労働者の働きがい ・ 高耐久な住宅等の需要増
環境・資源 ・ カーボンニュートラル推進 ・ 生物多様性の保全 ・ サークュラーエコノミー推進 ・ 多発する自然災害	・ 気候災害の激甚化・頻発化 ・ カーボンプライシングの導入によるコストの上昇 ・ 生物多様性の毀損、森林の減少 ・ 大量廃棄による社会問題の増加 ・ 自然災害の激甚化	・ 省エネルギー性能の高い住宅等の需要増 ・ 再生可能エネルギーの増加 ・ 自然資本や生物多様性保全を踏まえた事業機会 ・ 循環型社会を踏まえた事業機会 ・ 高耐久な住宅等の需要増
経済・流通 ・ 地政学的リスクの懸念 ・ 資材価格の高騰 ・ エネルギーコストの上昇 ・ 金利上昇・為替変動	・ 資材供給の不安定化 ・ 建設費の増加による需要減 ・ 需要減少、賃料相場変動への対応不足	・ 事業や体制の見直しによる持続的な成長への機会 ・ 政府による住宅関連政策や税制による事業機会 ・ 地域・顧客ニーズを捉えた事業機会
企業・労働 ・ 人財の多様性尊重 ・ 従業員の自律支援、キャリアアップ ・ 育児や介護との両立 ・ グローバル化の加速	・ 心理的安全性の悪化による生産性の低下 ・ 人財獲得の機会損失と人財の流出 ・ 成長力の鈍化 ・ 政治・経済の不確実性の増加 ・ 人権問題に起因する社会的評価の低下	・ 多様な人財による価値創出 ・ 自律した従業員による価値創出 ・ 保育・介護等の施設の需要増 ・ 海外における良質な住宅の需要増
技術・科学 ・ 多様化する IT 技術 ・ 蓄電技術の発展、EV シフト ・ レガシーシステムの更新 ・ 先端テクノロジーの適用	・ 情報セキュリティ事案発生による社会的評価の低下	・ デジタル技術を活用した事業機会

重点テーマ	マテリアリティ
安全・安心・快適性	良質な住宅ストックの形成 安全・安心・快適性 資産価値の創出 住宅の長寿命化 住まいの性能と美しさを追求することで、最高の品質と技術革新を通じて、永く住み続けていただける価値ある住宅を提供
資産価値の創出	
住宅の長寿命化	
脱炭素化	持続可能な社会の実現 脱炭素化 生物多様性保全 資源循環 地域社会との共生 労働安全衛生・サプライチェーン 住まいづくりの担い手として、人・まち・地球の調和を目指し、サプライチェーンを含めた事業活動を通じて、持続可能な社会を実現
地域社会との共生	
労働安全衛生・サプライチェーン	
住宅の長寿命化	ダイバーシティ&インクルージョン ダイバーシティ推進 従業員の幸せ・健康 多様な働き方・働きがい 人財育成・キャリア自律 従業員にとっての「わが家」である職場の幸せを実現し、自らの意思でチャレンジし続けられる組織と人財の自律を支援
資産価値の創出	
住宅の長寿命化	

価値創造へのロードマップ



事業活動を通じて新たな価値を創造する積水ハウスグループの取り組みを、より具体的な道筋とともに把握するため、第6次中期経営計画(2023年度～2025年度)における事業活動とマテリアリティとの関係を「価値創造へのロードマップ」として整理しました。

具体的には、住宅性能の向上や暮らし方提案、環境への負荷軽減などにより、住宅の長寿命化や資産価値の向上、脱炭素化に貢献します。また、子どもたちを取り巻く課題やダイバーシティ推進も含まれ、未来を生きる子どもたちも幸せに暮らし続けられる持続可能な社会の構築も含まれています。

これらの整理を通じて、当社グループの事業活動がどのような課題解決に貢献し、どのような価値を創造することができるのかを明確にするとともに、重点領域の特定や取組みの評価にも活用していきたいと考えています。

本セクションでは5つのストーリーを、その事業活動に携わる従業員の想いとともに紹介します(左図★印)。

良質な住宅ストックの形成



果たすべき使命

住まいの性能と美しさを追求することで、長く住み続けていただける価値ある住宅を提供します。

重点方針

住宅とは、道路や鉄道、ガス・電気・水道と同様に、重要な社会資本の一つだと考えています。社会資本だからこそ、長期にわたり住み継がれていく良質な住宅を残し、次世代へ受け継いでいくことが当社の使命だと認識しています。

重点テーマ

- 安全・安心・快適性
- 資産価値の創出
- 住宅の長寿命化

マテリアリティ特定の背景

地震などの自然災害が多い日本において、耐震性や断熱性を満たさない住宅が数多く存在するとともに、既存住宅の老朽化も進んでいます。また、海外でも住宅の供給不足が顕著となり、安全・安心・快適性を実現する住宅の提供や長期的な価値の維持は重要な課題となっています。良質な住宅ストックの形成を通じて、人々の暮らしや資産価値の向上とともに、地域社会と地球環境の持続可能な発展に寄与することを目指しています。

未来へ向け創造する社会への価値

→ P.58 指標と進捗

人々の安全と安心

耐震性や耐久性の高い住宅は、人々の安全を守るとともに、防災性能の向上や健康配慮住宅の提供により、安心して暮らして暮らし続けられる住環境を実現します。

快適性の向上

最先端技術の導入やエネルギー効率の向上により、快適で利便性の高い住環境を提供し、快適な生活環境と暮らしやすい地域社会の形成に寄与します。

資産価値の創出

まち全体の景観を損わない優れたデザインと高品質な建材の使用により、長期にわたる資産価値の安定とともに、地域社会の資産価値向上につながります。

住宅の長寿命化

新築住宅の耐久性向上と優良な既存住宅の資産価値向上により、長期にわたり安全で快適に長く住み続けられる住環境の提供と既存住宅の流通活性化の促進を実現します。

主な取組み

人生 100 年時代の幸せをアシストする家

間取り図と連携したスマートフォンアプリで、住まいの状況や家族の居場所をいつでも確認できる PLATFORM HOUSE touch を開発し、人が住まいとつながる新しい暮らし方提案を実現しています。



→ P. 83 積水ハウスの強みとなるハード・ソフト・サービス
☑ PLATFORM HOUSE touch

美しい住まいやまちづくりを海外でも

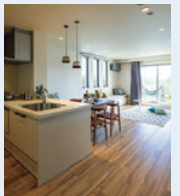
マンションや住宅地などの開発事業を進めている海外でも、日本の里山や時を経るごとに自然の美しさが増す経年美化の思想、先進技術を取り入れ、長く愛される住まいやまちづくりに取り組んでいます。



→ P. 86 国際事業
→ P. 137 経年美化のまちづくり
☑ Gledswood Hills

賃貸住宅の長期安定経営をサポート

賃貸住宅オーナー様の長期安定経営を実現するため、当社の賃貸住宅の一括借上げを行い、入居者募集や建物の維持管理など賃貸経営をサポートしています。



→ P. 81 ストック型ビジネス
→ P. 196 住宅の長寿命化に向けた取り組み
☑ 一括借上げシステム

良質な住宅ストックの形成

パートナー企業との共同建築事業「SI 事業」

新耐震基準を満たさない日本の戸建住宅840万戸

国内の戸建住宅の29%(840万戸)は、40年以上前に施行された新耐震基準以前に建てられ、その中には、耐震性不足の住宅が17%(500万戸)も現存しています*1。また、2016年の熊本地震では、被害が大きい地域において、新耐震基準以降に建築された木造住宅のうち25%が崩壊・倒壊、大破・中破などの大きな被害を受け*2、日本における住宅の耐震性能の向上は喫緊の課題となっています。

*1 「平成30年住宅・土地統計調査」住宅及び世帯に関する基本集計より
*2 国土交通省データおよび日本建築学会大会学術講演梗概集「2016年熊本地震における益城町の悉皆調査結果の分析および考察」より

優れたオリジナル耐震技術を、広く開放

常に国の基準に先駆けて耐震技術を開発してきた当社の建物は、1995年、2011年、2024年の大地震において全壊・半壊ゼロ棟*3を記録。土台を使わず、基礎と柱を直接緊結する「基礎ダイレクトジョイント構法」を採用した耐震技術は、どの方向からの力にも均質な強さを発揮し、柱の抜けや外れが起きにくい構造体を実現しています。

2023年、長年にわたり築きあげてきたこれらの耐震技術を広く開放すると同時に、構造安全性の確認を実現することで、日本における住宅の耐震性能を向上する「SI事業」を開始しました。

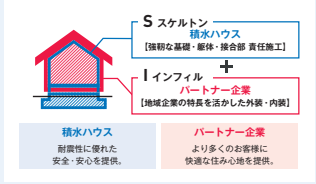
*3 地盤移動および津波によるものは除く

📄 「SI事業」

日本にもっと、良質な木造住宅を

「SI事業」では、木造住宅のスケルトン部分は積水ハウスが設計し、積水ハウス建設が基礎・躯体の施工を行います。インフィル部分は、パートナー企業が施工し販売を行います。

当社グループの技術力・施工力と、パートナー企業の独自性を融合し、高い耐震性を備えた木造住宅を全国に広げ、良質な住宅ストックの形成を推進していきます。



積水ハウスグループの歩み

1961
セキスイハウスB型
販売開始

1973
基礎工事専門会社
「積和工事」設立

1974
均質かつ強固な基礎
「一体打ち工法」の開
発・導入

1976
建築地の地盤状
況の事前調査開始

1979
実大振動実験に
より当社住宅の
耐震性を実証

1987
カスタマーズセンター
設立

1992
土台を介さず、躯体と基礎
を直接緊結する「1660基
礎」を開発

2003
地震に動揺しな
い「免震住宅」販
売開始

2004
地震力を基礎に直接逃
がす「基礎ダイレクト
ジョイント構法」開発

2007
制震構造
「シーカス」開発

2023
「SI事業」開始

資産価値の
向上
住宅の耐震性の
向上

国の耐震基準の変遷

1981	1995	2000
建築基準法施行令一部改正 「新耐震設計基準」実施	建築物の耐震改修の促進に関する 法律(耐震改修促進法)施行	建築基準法改正

良質な住宅ストックの形成

「クラフター」の雇用と育成

加速する、建設技能者の高齢化や就業者の減少

日本の建設業界では、建設技能者の高齢化や若年就業者の減少が進行するとともに、時間外労働の上限規制が2024年4月1日から適用され(「2024年問題」*)、住宅の品質維持と供給の安定などが不安視されています。一方で、国内の住宅需要への対応と、高い耐震性・断熱性等を備えた良質な住宅ストックの形成に向けた担い手が強く求められています。

施工品質の維持と向上を図るため、積水ハウスグループは、強固な施工体制基盤の構築とともに、人財育成や技術の継承に努めてきました。

* 2024年4月1日から時間外労働が規制強化されることに伴い生じる労働力不足などの問題のこと。(建設業においても、他業種同様、1年の時間外労働の上限が720時間になります。)

幸せづくりを支える、クラフター

積水ハウスグループでは、住宅施工の実践的な「技術」と作り手としての「心」を学べる教育訓練センター(訓練校)を全国3カ所に設置し、グループとして技能者の育成に注力しています。

2023年には、建設技能者が誇りをもって働けるよう、住宅建築を担う社員工の名称を「クラフター」と改め、ファッション性と作業性に優れた新ユニフォームを制作。また、処遇改善とあわせ4つの職務等級に変更し、その職務等級と成果に応じた賃金体系を導入しました。加えて、「スキルマトリックス」の導入により、個々の施工技能を可視化し、より客観的な人事評価制度を導入することで、人財育成の取り組みを一層強化しました。

☑ 積水ハウス建設グループ

提供し続ける、最高の品質と技術

これからの住まいづくりには多様な技能を持つ多能工が求められます。そのため、タテにスキルレベル、ヨコにスキルカテゴリーを示した「スキルマトリックス」による育成・評価など、優れた技能を持つクラフターが適切に評価される仕組みと明確なキャリアパスを構築しました。また、クラフターの幸せを実現する働き方改革も強化し、安心して働き続けられる環境づくりを推進します。

熟練した住まいづくり職人の育成と技能の向上を通じて、最高の品質と技術を提供し、良質な住宅ストックの形成を実現していきます。



→ P.190 地方創生事業

「クラフター」の雇用と育成の社会へのインパクト

基礎・建方などを担うクラフターの採用実績 134人 2024年4月入社 (2023年度比3.4倍) 待遇改善 初任給最大 10%増加 (2023年4月も最大11%増加) チーフクラフターの年収 最大約 900万円	訓練校体制強化 ・多能工対応型技能研修の拡充と施設改修 ・約1.7倍(32人)の講師役トレーナーの拡充 新人事制度 ・4つの職務等級・スキルマトリックスによる評価 ・施工技能の可視化と多能工人財育成 福利厚生推進 ・完全週休2日制・年間休日125日・男性育休取得率100%	Output 新名称「クラフター」・スキルマトリックスによる評価 処遇の改善・働き方改革・新ユニフォームの導入 教育訓練センターでの育成	Outcome 職務等級・スキル・評価の見える化 キャリア形成・意欲の向上 生活・就労状態の安定・自身と家族の幸せ 技術・技能の習得と継承・多能工人財の輩出	Impact 住宅品質向上と住宅供給の安定 良質な住宅ストックの形成 雇用の創出・地域経済の活性化
--	---	--	--	---

持続可能な社会の実現



果たすべき使命

環境負荷低減や再生可能エネルギー活用などを積極的に推進し、地域との共創を通じて、より幸せに暮らしつづけられる未来を切り拓きます。

重点方針

人・まち・地球の調和を目指し、サプライチェーンを含めた事業活動を通じて持続可能な社会の実現に取り組みます。

重点テーマ

- 脱炭素化
- 生物多様性保全
- 資源循環
- 地域社会との共生
- 労働安全衛生・サプライチェーン

マテリアリティ特定の背景

世界的に気候変動の脅威や生物多様性の喪失、資源の枯渇などの環境問題が深刻化し、脱炭素社会への移行に向けた対応が喫緊の課題となっています。また、日本の住宅においても省エネ・省CO₂や循環型社会に向けた取組みは重要な課題となっています。

積水ハウスグループは、環境に配慮した住宅や建物、技術開発やサービスの提供、地域社会との共生を通じて、さまざまなステークホルダーとともに持続可能な社会の実現を目指しています。

未来へ向け創造する社会への価値

→ P.59 指標と進捗

脱炭素社会の実現

日本全体のCO₂排出量の約16%を家庭部門が占めていることから、省エネ住宅の普及を通じて高断熱化や省エネルギー化への取組みを強化し、脱炭素化を促進します。

生物多様性の保全

持続可能な木材調達や植栽活動「5本の樹」計画の推進により、森林減少の抑制や劣化の激しい都市緑地の回復などを通じた生物多様性保全に貢献します。

循環型社会の構築

より質の高いリサイクルの実現や廃棄物削減・管理の徹底により、資源の効率的利用の促進と環境負荷の低減を実現し、循環型社会の構築に貢献します。

地域社会の発展

事業活動と社会貢献活動の両面から、地域社会との共創を通じた社会課題の解決に積極的に取り組み、地域経済の活性化やコミュニティの発展に貢献します。

主な取組み

環境にやさしく災害時にも安心な住まい

高い断熱性と省エネ設備による快適な空間の実現と、消費エネルギー削減を両立するZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）を推進し、災害にも備えた地球環境への負荷の少ない住まいを実現しています。



→ P.126 脱炭素社会への取り組み
☑ グリーンファーストゼロ

資源を無駄にせず廃棄物を減らす住まいづくり

新築住宅の建設現場からの廃棄物を100%リサイクルする資源循環センターでは、廃棄物を一つひとつ丁寧に分別することで、廃棄物を新たな資源として再活用するゼロエミッションを実現しています。



→ P.139 サーキュラーエコノミーに向けた取り組み
☑ 資源循環センター

道の駅から始まる地方創生

道の駅を拠点に、「地域の知られざる魅力を渡り歩く旅」を提供し、地域経済活性化に寄与する地方創生事業を展開しています。



→ P.190 地方創生事業
☑ Trip Base 道の駅プロジェクト

地方創生

「Trip Base 道の駅プロジェクト」

「地域の知られざる魅力を渡り歩く旅」

少子高齢化や都市部での人口集中により、地方では過疎化が進んでいます。一方で、自然の豊さ、人のあたたかさ、ゆったりとした時間の流れ、採れたての野菜など、その地域に行かなければ感じられない魅力があふれています。

積水ハウスは、マリオット・インターナショナルとともに道の駅を拠点に「地域の知られざる魅力を渡り歩く旅」を提案する地方創生事業を2020年より展開。日本各地の道の駅の近隣にホテルを建設し、観光促進を通じた地域経済活性化を目指しています。

→ P.190 地方創生事業



Back Story
担当者対談

ホテルは宿泊特化型。地域の人々との交流や道の駅との往來を促すしくみとして、道の駅で購入した新鮮な野菜や果物を調理できる簡易キッチンのある共有スペース、地域の特産品や道の駅で販売されている商品を取り扱うショップの併設、体験ツアーなどを提供。50社を超えるパートナー企業との連携を通して、地域の文化や風土を感じられる新しいホテルのあり方を追求しています。



「道の駅のスタッフは、その地域の外から通勤している人が多い。道の駅の隣に社宅を作ったら便利だと思うんですよ」。こんな会話をきっかけに、地方にホテルをつくることでその地域の魅力をじっくりと堪能できる。それはきっと地域の活性化にもつながるはず。そんな思いから始まったのが「Trip Base 道の駅プロジェクト」です。



このプロジェクトは今までにない新しい試みです。ホテルを建てた後、どうやって人を呼ぶか、地域連携をどのように深めていくかなど、すべてをゼロから考える必要がありました。手探りで進めていくのは大変ですが、アイデアを出し合いその地域ならではの施策を考えるのは楽しいですね。

このプロジェクトでは、直接感謝の言葉をいただける機会が多く、それが幸せな瞬間です。例えば、和歌山県ささみ町は人口が約3,700人の小さな町。「ホテルをきっかけに町を訪れる方が増え、観光客向けのお店を開きたい方が移住してくるという循環が生まれた」と直接お言葉いただきました。



地方には刺激と楽しさにあふれている魅力があるんです。週末にどこに行くかを考えるときに、有名な観光地と同じくらい魅力的な選択肢として、地方への旅行を考えてもらえるようになることが目標です。

「Trip Base 道の駅プロジェクト」の社会へのインパクト

「Trip Base 道の駅プロジェクト」による施設開業累積数

14 道府県

29 施設

2,336 室

旅の拠点は、マリオット・インターナショナルの「フェアフィールド・バイ・マリオット」。従来、休憩・通過点であった道の駅をハブとして、観光資源をネットワーク化することにより、集客ポテンシャルを引き出し、旅の拠点として地域経済の活性化につなげることを目的としています。

Output

ホテル建設

アライアンスパートナー
(地域・自治体・
パートナー企業)

渡り歩く旅 魅力発信
「TRIP BASE STYLE」

Outcome

アメニティ・宿泊施設活用

タイアップ飲食店拡充

タイアップツアー企画・
地域イベントとの連携

周遊・観光・移動・交通の拡充

Impact

地域経済の活性化

新産業・サービスの振興

雇用の創出

生物多様性保全

「5本の樹」計画

お客様の庭に在来樹種を中心に提案する、「5本の樹」計画

1970年以降、都市化に伴い生物の生息地が減少し始めた日本。かつての自然や虫の音を都市でも感じる暮らしをお客様に届けたいとの想いで2001年にスタートした「5本の樹」計画。生きものたちが集まる庭づくりを目的に「3本は鳥のため、2本は蝶のために、地域の在来樹種を」という思いのもと、2001年からの23年間で累計約1,984万本を植樹しています。

「5本の樹」計画の実施により、住宅地に呼び込める鳥の種類は9種類から18種類の2倍に、蝶の種類は1.3種類から6.9種類の5倍にする効果があることが明らかになっています。

→ P.132 「5本の樹」計画

20年間の取組みの効果を検証し、世界と共有

2019年に開始した琉球大学^{*1}との共同研究により、日本の新築物件の30%に「5本の樹」計画が採用された場合、2020年と比較して、2070年には生物多様性保全効果が84.6%まで回復することが確認されました。

この世界初の定量評価を可能としたのは、20年間当社グループが蓄積してきた樹木本数・樹種・位置データ。琉球大学が有するデータと組み合わせることで定量評価の仕組みを構築し、ネイチャー・ポジティブ方法論として公開。2023年には、全国87カ所の企業緑地評価に活用され、緑化促進と生物多様性保全に貢献しています。

^{*1} 琉球大学理学部久保田研究室との共同研究

☞ ネイチャー・ポジティブ方法論

世界初、生き物が豊かな庭の緑と健康・幸せの関係を検証

2022年、積水ハウスグループは、生物多様性と健康に関する新たな共同研究^{*2}を東京大学と開始。生物多様性豊かな庭における身近な自然とのふれあいが、人々の健康や幸せに与える影響を総合的に検証する世界初の試みに取り組んでいます。

また、積水ハウスグループでは、集合住宅や都市再開発、オフィスビルでも「5本の樹」計画を取り入れ、都市の緑化促進とともに、在来樹種の市場や造園業の活性化にも貢献していきます。



^{*2} 東京大学大学院農学生命科学研究科保全生態学研究室との共同研究

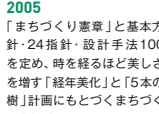
積水ハウスグループの歩み



1977
「コモン(Common: 共有の)」の思想を取り入れ、まち全体デザインを調和させ、美しい景観を住む人たちに共有するまちづくりを開始



2001
「5本の樹」計画開始



2005
「まちづくり憲章」と基本方針・24指針・設計手法100を定め、時を経るほど美しさを増す「経年美化」と「5本の樹」計画にもとづくまちづくりを推進



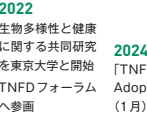
2006
本社の新梅田シティに「新・里山」を造成



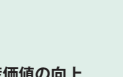
2009
海外でのまちづくり開始



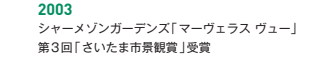
2021
世界初の都市の生物多様性の定量評価の仕組みを構築し、ネイチャー・ポジティブ方法論として公開



2022
生物多様性と健康に関する共同研究を東京大学と開始
TNFDフォーラムへ参画



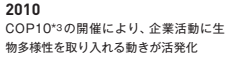
2024
[TNFD Early Adopter]登録(1月)



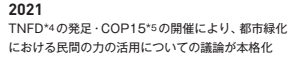
2003
シャーマンガーデンズ「マーヴェラス ヴュー」第3回「さいたま市景観賞」受賞



2006
分譲マンション「東京テラス」グッドデザイン賞受賞



2010
COP10^{*3}の開催により、企業活動に生物多様性を取り入れる動きが活発化



2021
TNFD^{*4}の発足・COP15^{*5}の開催により、都市緑化における民間の力の活用についての議論が本格化

資産価値の向上

生物多様性の保全

^{*3} 生物多様性条約第10回締約国会議
^{*4} 自然関連財務情報開示タスクフォース
^{*5} 生物多様性条約第15回締約国会議

生物多様性保全
「5本の樹」計画



Back Story
担当者対談

「5本の樹」計画は、地域の気候風土に適した樹木を中心に植える庭づくり・まちづくりの取り組みです。地域に適した植物をお庭に植えることで、鳥や蝶などさまざまな生きものたちが喜んで集まる「住まいの中の小さな自然」がつけられていき、やがてわが家の庭そのものが地域の生態系の一員として豊かな環境づくりに寄与する存在となります。

3本は鳥のために、2本は蝶のために。でも実は人の幸せにもつながっています。



私たちの関わっている「5本の樹」計画は生物多様性の保全が大きな目的ですが、その活動は人の幸せにもつながっています。

例えば庭に在来種の樹があると、朝は鳥の鳴き声とともに目覚めたり、木漏れ日のなかで樹々のぬくもりを感じることができます。そうした情景には、自然と親しみながら暮らすことそのものの魅力がありますよね。「5本の樹」計画は、そうした人間の暮らしの豊かさに直結しています。



当社では「経年美化」という考えをお客様にお伝えするようにしています。エクステリアの人工物だけではなく、自然物の樹が庭にあると時間が経つにつれ美しく成長し、多くの表情を見せてくれます。「5本の樹」計画は住まいの景観を彩ることに適しているのです。

戸建住宅だけでなく、分譲地や賃貸住宅でも力を入れています。「5本の樹」計画を取り入れることでまちなみが良くなり、地域の人々にも喜ばれ、その地域の生きものの住みかちも増える。結果的に一石二鳥、三鳥にもなると思います。

緑の話をすると、お客様も私たちも、思わず表情がやわらぎますね。



「5本の樹」計画で印象的だったのは、最初は樹が嫌いだと言っていたご主人が、いざ植樹をしたら家族の誰よりも熱中し、今では水やりや剪定をすすんで行っているというエピソードですね。他にも、庭に蝶がよく訪れるようになり、興味を持った娘さんがわが家の「蝶博士」になったというお話、「庭でこんな楽しいことをしています」というお話をいただくと、お客様が緑とともに暮らす幸せそうな様子が伝わってきます。



お客様の方からも思い入れのある樹のお話などをしていただけることもあります。緑を通してお客様との深いコミュニケーションにつながり、結果的に他社との差別化にも貢献できているんじゃないかなと思います。



戸建住宅のお客様だけでなく、賃貸住宅のオーナー様からも「景観が良くなった」とのお声をいただいています。最初は建設に反対していたご近所の方も、緑豊かに出来上がった賃貸住宅を見て「まちなみが良くなってうれしい」と言われたそうです。住宅の庭だけでなく、街全体にまで笑顔が届けられることは嬉しいですね。

植木業界にも希望を与えられる存在でありたい。



「5本の樹」計画を通じ、造園や園芸など植木業界の問題点も見えてきました。生産や流通業者の数が年々減ってきてしまっているのです。公共工事の減少などで、後継者が生まれにくくなっています。そこを「5本の樹」計画で少しでも元気づけられたらと思います。

お客様や地域の幸せをつくりながら、環境にも貢献でき、実は奥の深い仕事であることが広がれば、若い方にも関心を持っていただけるのではないのでしょうか。植木業界の仕事が、より一層誇りに思えるように、このプロジェクトで貢献したいと思います。



確かにそうですね、実は私自身、実家は造園業を営んでおり、小さいころから草むしりやブロック積みの手伝いなどをしていました。家業を継ぐことも考えていましたが、造園の知識も活かしながら建築にも携われることに魅力を感じ、当社への入社を決めました。

造園業は後継者不足が深刻ですが、住まいや建築が融合していくことで、関心を持ってくれる人がもっと増えるのではないかと考えています。

「5本の樹」計画が世界のスタンダードになったらいいなと思います。



「5本の樹」計画は2001年からスタートし、累計植栽本数はこれまでの23年間で約1,984万本に達しました。「5本の樹」計画の効果は「ネイチャー・ポジティブ方法論」として2021年に公開されています。

これは「生物多様性保全効果の定量化」に成功した世界初の画期的な取り組みで、日々の積み重ねの結果が成果として見えると手応えを感じますよね。



今後のさらなる野望としては、「5本の樹」計画を世界に広げていくことです。

何年先になるかわかりませんが、世界のスタンダードになったらいいなと思います。また単に樹を増やすのではなく、建築と造園の融合をめざしていきたいですね。



個人的には、樹木を取り巻く業界をもっと元気にしていきたいです。植木業界は、現在新しい人、若い人がなかなか入りません。しかし魅力のある業界にしていけば人は必ず集まります。どうやって魅力のあるものにするか、さらなる勉強を重ねて業界全体を元気にしていきたいです。

ダイバーシティ & インクルージョン



果たすべき使命
多様な視点や価値観が認められ、誰もが安心して自己実現や成長の機会を見つけ、特性や能力を活かしながら、活躍できる職場環境を築きます。

重点方針
従業員にとっての「わが家」である職場の幸せを実現し、自らの意思でチャレンジし続けられる組織と人財の自律を支援します。

重点テーマ
ダイバーシティ推進
従業員の幸せ・健康
多様な働き方・働きがい
人財育成・キャリア自律

マテリアリティ特定の背景

人口減少による労働力不足や社会課題の複雑化が進む一方、特定の価値観に捉われない働き方や生き方が広まっています。また、新たな価値を創造するためには、多様な人財による組織構成に加え、お互いの違いが尊重されるインクルーシブな組織文化が重要となります。

従業員の健康と幸せを重視し、イノベーションの源泉となる人財が平等な機会を得て活躍できる職場づくりを推進することで、新たな価値の創造と社会全体の発展を目指しています。

未来へ向け創造する社会への価値

→ P.60 指標と進捗

イノベーションの創発 多様な視点や経験を持つ人財の力を結集することで、アイデアや解決策が生まれ、イノベーションが促進されるとともに、社会に貢献する新たな価値を創造します。	人財の多様化と活躍 多様な働き方を推進し、従業員が自律的にキャリアを築ける環境を提供することで、組織内外でのキャリア形成を支援し、社会全体の人財強化を実現します。	雇用機会の創出 多様な人財を積極的に採用し、地域社会に根差した雇用機会を創出することで、地域経済の発展に貢献し、社会全体の雇用の安定と経済の活性化に寄与します。	インクルーシブな社会の実現 すべての人が平等に機会を得て、その能力を発揮できるインクルーシブな職場環境を実現することで、包摂性が向上し、誰もが活躍できる社会の実現に貢献します。
---	---	--	--

主な取組み

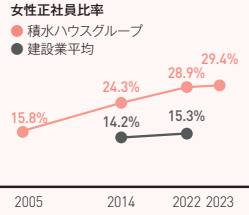
ダイバーシティの推進・従業員の自律

女性活躍の推進、多様な人財の活躍、多様な働き方の推進を3つの柱に、一人ひとりの違いを互いに尊重し認め合う心理的安全性のある職場風土や、自律的にキャリア形成できる職場環境を実現し、従業員と会社がともに成長できる組織づくりに取り組んでいます。

→ P. 94 人的資本

女性の活躍推進

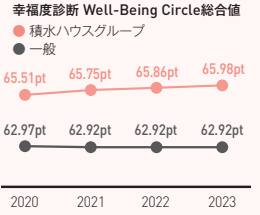
2006年より、女性営業職の積極採用を開始し、2014年より、管理職育成プログラムを実施。多様な人財が活躍する職場環境づくりを目指し、女性の活躍推進をグループ全体で進めています。



→ P.107 女性の活躍推進

従業員の幸せ

2020年より、従業員と職場の幸せを可視化する「幸せ度調査」を実施。調査結果をもとに、職場環境や課題を特定し、多様な意見や価値観を反映した組織文化の醸成に努めています。



→ P.118 幸せ度調査の継続

Story 5

多様な働き方

従業員の幸せを実現する男性育児休業

実現したいのは、従業員と家族の幸せ

2018年、有給休暇の取得でさえ難しかった日本の社会。スウェーデンを訪れた際、平日の公園で幸せそうにベビーカーを押して歩く父親たちや、子どもや仲間と楽しそうにカフェで過ごす父親たちの姿を当社の社長が目にしたことが、男性育児休業(男性育休)を変えるきっかけとなりました。

開始当時は「休まれると困る」という声も社内にはありました。そこで、男性育休取得に対する心理的・経済的なハードルを取り除くための制度づくりと組織風土の改革に取り組み、「従業員と家族の幸せを実現するための男性育児休業」を経営戦略として開始しました。

→ P.116 家族の幸せ支援

最初に取り組んだのは、マネジメント層の意識改革

男性育休開始にあたり、最初に取り組んだのは上司の意識改革。上司が抵抗感を持っている場合、取得者本人や周囲が肯定的な姿勢を取りにくくなります。そこで、対象者とその上司の約1,900人が参加する社内フォーラムを開催。子どもへの影響、支援できない上司の変革の必要性、長期休暇にも対応できる組織づくりの重要性などを伝え、上司が率先して育休取得を支援する環境づくりに注力しました。

社内ではさまざまな事例を紹介し、育休取得が不可能な職種や階層は存在しないという共通認識を持つことで助け合いの風土が醸成され、育休に限らず、誰もが安心して休暇取得や復帰を実現できるようになりました。

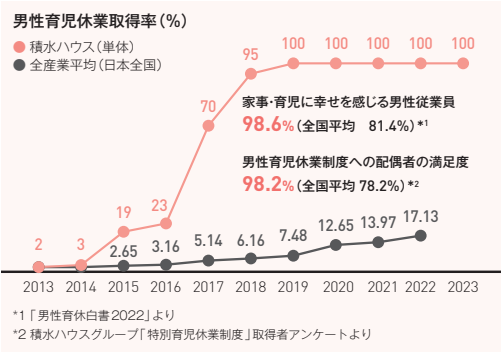
男性育休は、幸せを実現するための第一歩

対象者全員が1ヵ月以上の男性育休取得を5年間継続している積水ハウスグループの目指す姿は、誰もが幸せに過ごせる社会の実現。育休の取得は自然な選択肢であり、例えば、趣味や旅行、学び直しや家族の生活にあわせ長期休暇を取得するなど、一人ひとりが自律的に選択し、その選択を職場全体で応援できる、そんなインクルーシブな社会を目指しています。男性育休は、そのための第一歩と位置付け、賛同企業や団体とともに活動を続けています。



☑ 日本でも男性の育児休業取得が当たり前になる社会へ(©KUKYU.PJT)

積水ハウスグループの歩み



2018
男性育児休業制度運用開始*3
3歳未満の子を持つ従業員対象
・1ヵ月以上の完全取得・最大4分割取得可能
・最初の1ヵ月は有給
*3 積水ハウスグループは2019年から運用開始

2019
9月19日「育休を考える日」記念日制定
「男性育休フォーラム2019」開催(以降毎年開催)*4
「男性育休白書2019」発行(以降毎年発行)*5
*4 2019年、2020年は「イクメンフォーラム」を開催
*5 2019年、2020年は「イクメン白書」を発行



2023
「男性育休フォーラム2023」開催
(119賛同企業・団体)
「男性育休白書2023」発行

2019
国家公務員の男性育児休業
原則1ヵ月以上取得

2020
少子化社会対策大綱
男性育休取得率目標2025年度30%

2021
育児・介護休業法改正

2023
異次元の少子化対策
男性育休取得率目標2025年度50%

多様な働き方の推進
従業員と家族の幸せ

ダイバーシティ & インクルージョン
多様な働き方 「従業員の幸せを実現する男性育児休業」



Back Story
担当者対談

積水ハウスは、2018年9月より「男性社員1ヶ月以上の育児休業完全取得」を推進しています。最初の1カ月は有給とし、最大で4分割での取得も可能に。2021年4月から、配偶者の産後8週間以内は1日単位で自由に取れるように変更し、より柔軟に使える「男性育児」として進化しました。2019年2月の本格運用開始以降、取得率100%を継続しています。

男性も育児を取得できる。そんな当たり前の幸せを実現したい。



男性育児のきっかけは、社長がスウェーデンで見た光景でした。街でベビーカーを押す親のほとんどが父親だったことに驚き、現地の方に聞いてみると「男性が3ヶ月の育児を取るのは当たり前」という答えが返ってきたそうなんです。社長は、育児に携わる父親たちの幸せそうな姿がとても印象に残り、帰国してすぐ、男性育児の推進を経営戦略として打ち出しました。

“誰もが気兼ねなく取得するために、できることにはすべて取り組みました。”



最初に声が掛かったのが、ダイバーシティ推進部と人事総務部でした。新たな男性育児のあり方を実現するため、まずはダイバーシティ推進部で大きな方針決めと各事業部へのヒアリングを担当いただきました。



「スウェーデンのような3ヶ月の育児休業なんて本当にできるのか？」という声も多く上がりました。そこで各事業部と相談を重ねながら、最終的に1ヶ月という期間を目指すことになったんです。



ダイバーシティ推進部のヒアリング内容を受けて、人事総務部で制度や運用を確定するために奔走しました。1ヶ月を4分割できる仕組みをつくったり、1ヶ月は完全に有給にして評価にもまったく影響させないということを経理と確約したりと、誰もが安心して利用できるルールをつくっていきました。



ITデザイン部では、実運用の部分を担当しました。制度を使いやすくするため、社内の動態システムを改善し、それまでエクセルや紙でつくっていた育児の計画書や業務調査をシステム上で管理できるようにしました。



このときにはもう、3部署がチームとして動いていたので、ITデザイン部の方で発案から実装までを自主的に担当してくださることもありました。実際に、ITデザイン部からのアイデアである「2才の誕生日までに取得計画を登録していない社員には動態システムに通知を出す」というシステムは、取得漏れの防止に大きな効果がありました。

“取れる取れない”の議論は、もう誰もしていないんです。



制度が決まった後は「取れない理由をなくす」という方向性で仕組みを考えていきました。例えばご家族の方から「家事育児の分担ができていないまま、ただ休むだけでは何も変わらない」という声があれば、家事や育児の役割分担を明記する「家族ミーティングシート」を製作したり、マネジメント層の理解が不足していれば、意識改革のためのフォーラムでは、取得対象者とその上司のペア参加を必須にしたりと、対策を増やしていきました。



社長が経営戦略として自ら声をあげていたこともあるので、意識改革は進めやすかったのではないのでしょうか。そもそも「取れるか取れないか」という段階の議論はまったく無くて、「どのようにすればさらに取りやすくなるか」に向けて、事業所ごとに取り組んでいたと思います。

日本でも男性の育児休業取得が当たり前になる社会を目指して。



当社は、男性育児を他企業より少し先行して進めていました。そこで、社会とともに男性育児について考えていくきっかけをつくりたいという想いから、9月19日を「育児を考える日」として記念日制定し、2019年から毎年フォーラムを開催しています。



男性育児に積極的な企業は格段に増えましたが、まだまだ社内周知や経営層の説得に苦しむ企業も多いのが現実です。当社がフォーラムを開催し、メリットや仕組みについて発信することで、そうした悩みを持つ企業担当者が社内の制度改正を推進しやすくなるという想いもあります。実際この5年間で、企業の育児休業に対する意識が大きく変わってきていると感じますね。

誰もが幸せに働ける会社を目指して、さらに多様な制度も進めていきます。



男性育児の取得率は100%を継続していますが、ここがゴールとは考えていません。今後は育児に限らずさまざまな背景を持つ社員が働きやすい環境をつくっていく必要があります。



実際に2023年からは、新しい休暇制度がスタートしました。例えば海外留学や資格取得などを支援するための「キャリア自律休業」、子どもの病気や不登校といった事情に寄り添うための「子どもサポート休業」、そして働きながら大学へ進学することを支援する「高度学習支援制度」がありますね。



ちなみにこの新しくできた制度は、従業員が立案し実現したものです。当社グループには、一人ひとりが声を上げる環境があり、会社が同じ方向を見つめ、支えていく土壌が育っています。男性育児を起点に今後はますます、多様な働き方が受け入れられる会社に成長していくと思います。

指標と進捗

マテリアリティマネジメント

積水ハウスグループは、「良質な住宅ストックの形成」「持続可能な社会の実現」「ダイバーシティ&インクルージョン」の3つのマテリアリティに対し重点テーマを設定し中期経営計画の3カ年において重点テーマごとの具体的な取組と、その進捗状況を把握するための指標 (KPI) を定めています。

第6次中期経営計画 (2023年度～2025年度) においては、54 個のマテリアリティ紐づく KPI を設定し、ESG 経営の推進体制を中心にその進捗をモニタリング・評価しています。

→ P.58-60 指標と進捗
→ P.235 指標と進捗

ESG 経営の取り組みの進捗と課題については、取締役会の諮問機関である ESG 推進委員会にて検討後、取締役会に報告する体制としています。また、取締役会は ESG 推進委員会からの報告を受け、当社グループの対応などについての審議・監督を行うこととしています。

第6次中期経営計画 (2023年度～2025年度) の3カ年における非財務 KPI の進捗は、ESG 推進委員会や取締役会へ定期的に報告しています。認識した課題や今後の方針については、専門的知見を有する社外委員や代表取締役を含む経営陣が参加する会議体などで活発な議論を行い、フィードバックを踏まえた施策や指標の見直しを定期的実施しています。

→ P.92 ESG 経営

マテリアリティに紐づく KPI の業績評価への組み入れ

マテリアリティに紐づく KPI の一部は事業所の ESG 指標として設定し、社長表彰に反映することで、従業員が主体となり取り組んでいます。2023 年度の社長表彰に組み入れた重要テーマの一例は以下の通りです。

マテリアリティ	重点テーマ
良質な住宅ストックの形成	資産価値の創出
持続可能な社会の実現	脱炭素化・生物多様性保全
ダイバーシティ&インクルージョン	従業員の幸せ・健康

KPI の一部は、ESG 経営指標として役員報酬の評価にも組み入れ、優先度や達成への道筋を議論し、対象とする評価項目を特定しています。役員の業績連動型株式報酬 (PSU) に係る ESG 経営指標も含めた主な KPI は下記の通りです。

マテリアリティ	指標
良質な住宅ストックの形成	戸建住宅の長期優良住宅認定取得率 賃貸住宅リノベーション戸数
持続可能な社会の実現	戸建住宅 ZEH 比率 賃貸住宅 ZEH 比率 事業活動における CO ₂ 排出削減率
ダイバーシティ&インクルージョン	女性管理職人数 男性育児休業取得率 年次有給休暇取得率

KPI「幸福度診断 Well-Being Circle」

Topics

積水ハウスグループは、KPI の一つに、「幸福度診断 Well-Being Circle」総合値を掲げています。従業員と職場の幸せを多面的に計測し、幸せ度に見える化する取り組みであり、従業員一人ひとりの幸せを追求するための具体策につなげる目的で、2020 年度に開始しました。

→ P.118 幸せ度調査の継続

4 回目となる 2023 年度の調査結果において、女性管理職の幸せ度が高いこと、さらに、女性管理職のいる職場は、女性管理職のいない職場に比べて全体の幸せ度が高い傾向にあることがわかりました。

多様な人材が活躍できる職場づくりの一環として女性の活躍推進を重点テーマと捉え、その実現に向けた取り組みを進めています。今後も、多様な経験や専門性、視点やアイデアを持つ人材が、さまざまな部場所で自分らしく活躍し、個人も組織も成長し続けられる職場環境づくりに努めていきます。



指標と進捗

マテリアリティ	重点テーマ	No.	指標	集計範囲	2023年度		2024年度	2025年度	指標について	参照
					目標	実績	目標	目標		
	安全・安心 快適性	1	戸建住宅お客様満足度	◇1	95%以上	96.0%	95%以上	95%以上	お客様アンケート7段階評価のうち、上位評価3項目(非常に満足、満足、まあ満足)の割合	→ P.195
		2	賃貸住宅入居率	積水ハウス 不動産グループ	97%以上	97.7%	97%以上	97%以上	当社の賃貸住宅「シャーマゾン」の一括借上げ物件の入居率	→ P.81
		3	国際事業における戸建住宅販売戸数	国際事業	—	4,444戸	—	10,000戸		→ P.86
	資産価値の創出	4	ハード・ソフト・サービスの新たな提案	◇5	—	新デザイン 提案システム [life knit design]	—	—	当社がこれまでに蓄積してきた先進的技術(ハード)と住まい方提案(ソフト)、「健康・つながり・学び」といった無形資産(サービス)を融合した新提案(新商品)の数*実績のみ開示	→ P.83
		5	特許出願件数(R&D)	◇1	100件	115件	100件	100件		→ P.25
		6	植栽を含む外観デザインの美しさを追求した まちの財産となりうる戸建住宅の社内基準評価 (レジデンス評価)	◇1	★4以上 全体 80%以上 3 rd レンジ 90%以上	★4以上 全体 81.9% 3 rd レンジ 88.4%以上	★3以上*1 70%以上	★3以上*1 70%以上	戸建住宅を対象とし、2017年に創設した「レジデンス評価指針」をもとに、まちの財産となる「美しい家づくり」として社内認定された(★1～★5の5段階で評価)物件の割合	—
		7	景観を意識し、入居者様の安全・安心・快適性を 重視した魅力ある賃貸住宅の社内基準評価 (シャーマゾン ガーデンス)	◇1	57%以上	65.1%	70%以上*2	72%以上*2	賃貸住宅を対象とし、まちなみ景観や入居者ファーストの観点による独自の評価指標により、社内認定された魅力ある物件「シャーマゾンガーデンズ」の割合	—
		8	賃貸住宅リノベーション戸数	積水ハウス 不動産グループ	6,800戸	7,058戸	7,600戸	8,400戸	賃貸住宅において、間取りの変更を伴い、資産価値の向上が見込める内装・設備リノベーション工事の契約戸数	→ P.81
		9	戸建住宅の長期優良住宅認定取得率	◇1	90%以上	92.3%	90%以上	90%以上	当社が当年度に契約した戸建住宅のうち、国が定めた長期優良住宅認定制度の基準**をクリアし、行政の認定を受けた棟数の割合	→ P.196
	住宅の長寿命化	10	グループ内の既存住宅流通におけるスムストック 成約件数	積水ハウス 不動産グループ	800件	718件	800件*3	850件*3	当社グループ内で取り扱う「スムストック*4」の認定を受けた既存住宅の戸数	→ P.196

*1 ★3は従来の★4相当。2024年度から、より高いレベルで運用するためルールを改訂

*2 目標を上方修正

*3 目標を下方修正

*4 戸建住宅：劣化対策、耐震性、省エネルギー性、維持管理・更新の容易性、居住環境、住戸面積、維持保全計画、災害配慮に関する基準

*5 (一社)優良ストック住宅推進協議会の参加メーカーの住宅で、共通の基準を満たすもの

◇1 積水ハウス(株)

◇2 ◇1に加えて、積水ハウス不動産グループ、積水ハウス建設グループ、積水ハウスリフォーム(株)、積水ハウスノイエ(株)

◇3 ◇2に加えて、(株)鴻池組およびその国内連結子会社

◇4 積水ハウス(株)および国内連結子会社

◇5 積水ハウスグループ(積水ハウス(株)と連結子会社すべて)

指標と進捗

マテリアリティ	重点テーマ	No.	指標	集計範囲	2023年度		2024年度	2025年度	指標について	参照
					目標	実績	目標	目標		
	脱炭素化	11	戸建住宅ZEH比率	◇1	90%	95%	90%	90%	当年度に建築した戸建住宅に占めるZEH (net Zero Energy Houseの略称で、省エネ・創エネにより快適な室内環境の実現と年間の一次エネルギー収支ゼロを目指す住宅)の割合 ※北海道の賃貸・分譲住宅は除く	→ P.126
		12	賃貸住戸ZEH比率	◇1	70%	76%	73%	75%	当年度に受注した賃貸住宅「シャーマゾン」に占めるZEH戸数(ZEH Ready以上)の割合 ※入居者売電に限る	→ P.128
		13	分譲マンションZEH比率	◇1	100%	100%	100%	100%	当年度に竣工した分譲マンション「グランドメゾン」におけるZEH販売戸数(ZEH Oriented以上)の割合	
		14	既存住宅の断熱改修工事数(いどころ暖熟戸数) 既存住宅の断熱改修工事数【改定】	積水ハウス リフォーム(株)	1,800戸	1,699戸	—	—	LDKを中心に部分断熱・断熱リフォームなどによって効率良く断熱性能向上を図る「いどころ暖熟」の工事戸数	→ P.129
		15	新築住宅等からのCO ₂ 排出削減率	*2	—	38.0%	—	—	当社グループで建築した新築住宅等の居住段階における消費エネルギーに起因するCO ₂ 排出量(スコープ3カテゴリー11)を2013年度比で表した指標。2030年目標: 55%	→ P.126
		16	事業活動におけるCO ₂ 排出削減率	◇5	—	56.3%	—	—	当社グループの事業活動全体で直接的に排出するCO ₂ 排出量(スコープ1)と、調達電力など間接的に排出するCO ₂ 排出量(スコープ2)を2013年度比で表した指標。2030年目標: 75%	
		17	RE100進捗率	◇5	—	86.2%	—	—	RE100*の推進に向け、事業活動で使用した電力量に対する「積水ハウスオーナーでんき」が購入した卒FITを迎えた太陽光発電電力量などの比率。2040年目標: 100%	→ P.129
		18	事業所電動車比率	◇5	19%	15.5%	32%	35%	社用車における電気自動車、燃料電池車、プラグインハイブリッド車、ハイブリッド車等の占める割合。2030年目標: 100%	→ P.130
		19	サプライヤー SBT 目標設定率	◇1	—	39.5%	—	—	当社の主要サプライヤーにおけるSBT (Science Based Targets: パリ協定が求める水準と整合した、企業が設定する温室効果ガス排出削減目標)の設定率。2030年目標: 80%	→ P.131
	生物多様性保全	20	持続可能な木材調達比率	◇1	97.4%	97.2%	97.5%	97.5%	当社独自の「木材調達ガイドライン」に沿って購入木材を4段階にランク付けし、上位2ランクが占める割合	→ P.134
		21	ゼロ・デフォレステーション比率	◇1	91%	89.8%	92%	93%	2030年目標: 100%	
		22	生物多様性に配慮した植栽(「5本の樹」計画)	◇1	2,000万本	1,984万本	2,100万本	2,200万本	生態系に配慮した造園緑化事業「5本の樹」計画により、お客様の庭に植えた植栽の累積本数	→ P.132
	資源循環	23	廃棄物比率(新築)	◇1	5.0%	5.9%	—	—	当社グループの新築住宅において使用される生産原材料及び資源投入量に占める廃棄物の割合	
		24	廃棄物リサイクル率(新築)	◇1	100%	100%	100%	100%	新築住宅の建築時に発生した廃棄物の総量に対するリサイクルの割合	→ P.141
		25	廃棄物リサイクル率 (アフターサービス・リフォーム)	積水ハウス(株) 積水ハウス リフォーム(株)	90%以上	94.8%	—	—	当社グループの既設物件の補修・維持修繕・リフォーム時に発生した廃棄物の総量に対するリサイクルの割合	
	地域社会との共生	26	従業員と会社の共同寄付制度加入率(積水ハウス マッチングプログラム会員率)	*3	—	31%	—	—	従業員と会社の共同寄付制度「積水ハウスマッチングプログラム」の加入率(実績のみ開示)	→ P.184
		27	地方創生事業「Trip Base 道の駅プロジェクト」 の推進	◇1	14道府県 29施設 2,336室	14道府県 29施設 2,336室	—	3,000室	マリOTT・インターナショナルと共に展開している地方創生事業「Trip Base 道の駅プロジェクト」において、当社グループが施工するホテルの累積居室数	→ P.190
	労働安全衛生・ サプライチェーン	28	施工部門の休業災害度数率	◇1	2.39	2.87	2.25	2.12	当社が委託した施工業者における建築現場で発生した休業労災の頻度(100万延べ労働時間あたり)	→ P.198
		29	施工部門の業務上疾病度数率	◇1	0.30	0.53	0.30	0.30	当社が委託した施工業者における建築現場で発生した業務上疾病の頻度(100万延べ労働時間あたり)	
		30	CSR 調達人権・労働・サプライチェーンスコア	◇1	85.8pt	88.3pt	85.9pt	86.0pt	全サプライヤーに実施したCSR評価(人権・労働・サプライチェーン)をスコア化(100pt満点)した指標	→ P.204

*1 電力の再生可能エネルギー 100%を目標に掲げる企業が加盟する国際イニシアチブ
*2 積水ハウス(単体)、鴻池組、積水ハウス ノイエ、積水ハウス建設、積水ハウス不動産、SEKISUI HOUSE US HOLDINGS,LLC傘下の住宅販売子会社、SEKISUI HOUSE AUSTRALIA HOLDINGS PTY LIMITED
*3 ◇2、積水ハウスフィナンシャルサービス、積水ハウスアセットマネジメント

◇1 積水ハウス(株)
◇2 ◇1に加えて、積水ハウス不動産グループ、積水ハウス建設グループ、積水ハウスリフォーム(株)、積水ハウス ノイエ(株)
◇3 ◇2に加えて、(株)鴻池組およびその国内連結子会社
◇4 積水ハウス(株)および国内連結子会社
◇5 積水ハウスグループ(積水ハウス(株)と連結子会社すべて)

指標と進捗

マテリアリティ	重点テーマ	No.	指標	集計範囲	2023年度		2024年度	2025年度	指標について	参照
					目標	実績	目標	目標		
	ダイバーシティ推進	31	女性取締役人数	◇1	3人以上	3人	3人以上	3人以上	当社取締役会における女性取締役の人数	→ P.210
		32	女性管理職人数	◇3 (2023年度) ◇4 (2024年度、2025年度)	300人	342人 (4.34%)	350人 *5	380人以上 *5	当社グループにおける女性管理職の人数	→ P.110
		33	女性正社員比率	◇2	29.2%	29.4% (6,965人)	29.5%	29.8%	当社グループにおける女性正社員の割合	→ P.107
		34	女性新卒採用比率	◇3	40%	38.3% (351人)	40%	40%	当社グループで採用した新卒正社員における女性の割合	→ P.108
		35	障がい者雇用率 上段：単体 下段：国内連結会社のうち障がい者法定雇用義務のある28社 (単体含む)	—	2.97% 2.86%	3.00% 2.97%	2.97% 2.86%	2.97% 2.86%	障がいのある従業員の割合	→ P.112
	従業員の幸せ・健康	36	定期健康診断2次健診受診率	◇1	95%	88.1%	97%	100%	定期健康診断における2次健診の受診率	→ P.117
		37	ウォーキングチャレンジ参加者数と平均歩数	◇4	—	21,163人 6,652歩	—	—	当社グループ独自の歩行促進イベントの参加人数・平均歩数(実績のみ開示)	
		38	ESG対話の実施率(事業所ベース)	◇2	100%	100%	100%	100%	事業所単位におけるESG対話の実施率	→ P.115
		39	「幸福度診断 Well-Being Circle」総合値	*2	—	65.98pt	—	—	全従業員を対象とした幸せ度調査のうち、個人と組織それぞれの幸福度調査結果から、従業員の多面的な幸せを診断「Well-BeingCircle」における11カテゴリ34項目の平均値(実績のみ開示)	→ P.118
	多様な働き方 働きがい 人財育成 キャリア自律	40	男性の育児休業取得率	*3	100%	100%	100%	100%	3歳未満の子を持つ男性従業員が、1ヵ月以上の育児休業を取得した割合	→ P.116
		41	1人当たり月平均総労働時間	*4	175時間	169.58時間	175時間	175時間	当社グループ従業員1人当たりの月平均の総労働時間 ※管理職を含む・休業中従業員を除く	→ P.113
		42	年次有給休暇取得率	*4	60%	80.3%	70%	70%	当社グループ従業員の年次有給休暇の取得率 ※管理職を含む	
		43	人財育成投資	◇5	1,435百万円	1,526百万円	1,478百万円	1,522百万円	当社グループ従業員に対する教育研修費	→ P.101
		44	業務上必要な主要資格の累積取得者数 *1	◇1	24,100人	24,566人	24,600人	25,100人	従業員における業務上必要な主要資格 *1 取得者の累積人数 ※退職者は含まない	→ P.102
		45	DX研修受講率	◇1	100%	100%	100%	100%		—
		46	「SHIP」登録参加率、投稿・応募件数	◇4	30% 2,500件	30.8% 2,329件	33% 2,700件	36% 3,000件	創発型表彰制度「SHIP」(Sekisui House Innovation & Performance Awards)への登録参加率およびアイデア投稿・業績応募件数	→ P.104
		47	キャリア自律関連研修受講者数	◇1	18,936人	18,962人	20,505人	22,030人	キャリア自律コースを開始した2003年からの累積受講者数	→ P.101

*1 一級建築士、二級建築士、1級建築施工管理技士、1級土木施工管理技士、1級造園施工管理技士、1級管工事施工管理技士、1級電気施工管理技士、宅地建物取引士、ファイナンシャル・プランニング技能検定1級・2級・3級の計11資格

*2 ◇4(鴻池組およびその国内連結子会社を除く)

*3 2023年度は◇2、2024年度以降は◇4(鴻池組およびその国内連結子会社を除く)

*4 積水ハウス(株)、積水ハウス不動産グループ、積水ハウスリフォーム(株)

*5 目標を上方修正

◇1 積水ハウス(株)
◇2 ◇1に加えて、積水ハウス不動産グループ、積水ハウス建設グループ、積水ハウスリフォーム(株)、積水ハウスノイエ(株)
◇3 ◇2に加えて、(株)鴻池組およびその国内連結子会社
◇4 積水ハウス(株)および国内連結子会社
◇5 積水ハウスグループ(積水ハウス(株)と連結子会社すべて)

ステークホルダーエンゲージメント

積水ハウスグループは、「お客様（オーナー様）」「入居者様」「消費者（潜在顧客）」「取引先／パートナー」「従業員」「株主・投資家」「地域社会」などのステークホルダーの皆様とのエンゲージメントを通じて、さまざまな課題や期待を認識し、それらに真摯に応えていくことで、積水ハウスならではの価値創出に取り組みます。

主なステークホルダー	果たすべき責任	エンゲージメント例	取り組みによる成果
 お客様（オーナー様）	常にお客様に寄り添うことを基本として、よりご満足いただけるよう、お客様起点での価値提供に取り組みます。	・お客様アンケート実施 ・コミュニケーションツールとして情報誌発行 －「さすな」（戸建住宅・年2回） －「Maisowner」（賃貸住宅・年2回） －「gm」（マンション・年3回） ・オーナーデスク ・ハウスセレブレーション	・住宅の長寿命化 ・お客様満足度の向上 ・アフターサポートの充実 ・良質な住宅ストックの形成 ・オーナー様とのリレーション強化
 入居者様	コールセンターによる365日24時間受付・緊急対応体制を準備するとともに会員サービス・各種申請など賃貸生活をサポートする専用アプリにより、ご入居者様に満足いただけるサービスを提供します。	・☒ シャーメゾンライフ CLUB －電子申込・電子契約サービス －ブロックチェーンによるワンストップサービス －サブスクや各種割引サービス －不具合・トラブルの受付サービス ・シャーメゾンライフ POINT －ご入居者様専用ポイントサービス ・シャーメゾンライフ GUARD －入居者様向け火災保険	・ワンストップ、ペーパーレスなサービス提供 ・アフター対応の充実 ・サービス提供による満足度向上と積水ハウスファン化の促進
 消費者（潜在顧客）	「人間性豊かな住まいと環境の創造」に向けて、信頼関係を築けるよう、積極的に情報開示を行います。	・企業ブランドコミュニケーション ・商品ブランドコミュニケーション ・「住まいの参観日」 ・☒ 「Tomorrow's Life Museum」 ・「積水ハウス エコ・ファースト パーク」	・新商品・新技術開発強化 ・「住」関連情報のビッグデータの蓄積 ・積水ハウスへの好意度向上
 取引先／パートナー	お客様満足の実現を通じて共に発展していくために、公正で対等な取引に努め、温かい共存関係を育てます。	・「積水ハウス会」「セキスイハウス協会の会」 ・「積水ハウス本体工事店会」 ・「年度活動方針説明会」 ・「CSR調達」（CSR調達ガイドライン） ・「調達先評価」実施 ・ESG 大会 ・積水ハウス サークュラーエコノミービジョン実践説明会 ・☒ 「フェアウッド調達」（木材調達ガイドライン） ・木材調達ガイドライン改定 説明会 ・積水ハウス大工選手権大会 WAZA 2023 ・SBT 勉強会	・働きやすい施工現場環境の構築（施工合理化、施工平準化、施工体制強化） ・持続可能で強靱なサプライチェーンの構築
 従業員	従業員が個々の能力を活かせるよう、各々の個性を尊重します。「積水ハウスグループで働くこと」を通じ、自らのチャレンジ精神を育み、自律的なキャリア形成ができるよう、多様な働き方の推進・幸せの基盤づくりを通じ、従業員一人ひとりの「幸せ」を追求します。	・☒ 「積水ハウス ウィメンズ カレッジ」 ・障がいのあるお客様対応 e-ラーニング ・創発型表彰制度「SHIP」（チャレンジ・自律） ・キャリア面談 ・積水ハウスグループ全国野球大会 ・WEB 社内報「ひと」 ・スライド勤務制度、テレワーク勤務制度 ・ESG 対話 ・ヒューマンリレーション／コンプライアンス研修 ・幸せ健康経営「チャレンジ6」／総労働時間管理 ・幸せ度調査	・女性をはじめとするさまざまな人財の活躍 ・従業員のキャリア自律支援・成長促進 ・イノベーションの創出 ・従業員間のコミュニケーションの活性化 ・多様な働き方の推進 ・心理的安全性の高い職場風土 ・従業員の健康維持・健康意識の向上 ・従業員の幸せ度の維持・向上
 株主・投資家	健全な成長による企業価値の向上と株主・投資家の皆様への利益還元のために、社会的価値の高い企業であり続けることを目指し、公正で透明性の高い企業経営を行います。	・決算説明会・経営計画説明会 ・機関投資家・アナリストとのミーティング ・定時株主総会 ・VALUE REPORT（統合報告書） ※ TCFD、TNFD の内容を含む ・☒ BUSINESS REPORT（事業報告書）（年2回） ・IR ニュースメール配信 ・個人株主見学会 ・個人投資家向け会社説明会	・情報開示の充実 ・株主・投資家との積極的な対話を通じた信頼関係構築
 地域社会	地球環境を守りつつ、すべての人が人間らしい豊かな暮らしを実現できるよう、地域の文化と豊かさを育み、住宅企業らしさを活かして、社会還元、協力と参画に努めます。	・従業員と会社の共同寄付制度 ☒ 「積水ハウス マッチングプログラム」 ・特定非営利活動法人キッズデザイン協議会などの非営利団体への協力 ・小・中高生へのキャリア教育・出張授業 ・施設見学・体験学習 ・自治体包括連携協定 ・小・中学生への教育プログラム「Dr. フォレストからの手紙」「幸せ住まい学習」	・安全・安心な暮らし ・防犯・防災につながるまちづくり ・次世代育成 ・被災者や障がい者の自立支援 ・ダイバーシティ社会への貢献 ・地方創生 ・地域社会との共生 ・社会貢献活動（災害初動対応・復旧復興支援を含む）

ステークホルダーエンゲージメント

積水ハウスグループでは、ステークホルダーの皆様とのエンゲージメントの重要性から、毎年さまざまなエンゲージメントを実施しています。
このページでは2023年度にステークホルダーの皆様と行ったエンゲージメントについて記載します。

お客様



オーナー様の新築をお祝いする「ハウスセレブレーション」

積水ハウスでは、2023年度より当社の担当スタッフでオーナー様の新築をお祝いする「ハウスセレブレーション」が全国統一イベントとしてスタートしました。

ハウスセレブレーションでは、出張シェフやケータリングを利用する「パーティセレブレーション」のほかに、気軽にお茶やケーキを囲んで楽しむ「ティーセレブレーション」、ご参加いただく招待お客様へオーナー様から感謝の気持ちを伝える「ギフトセレブレーション」と3つのプランを用意しています。このハウスセレブレーションは「積水ハウスでマイホームを建てられたオーナー様への感謝」、そして「オーナー様の門出を“お祝い”する場」と位置づけており、オーナー様の満足度を高めるとともに、オーナー様の友人・知人も招いて実施することで、新規のお客様とのエンゲージメント獲得の場にもつながっています。



積水ハウス ストーリーによるお客様・従業員・新規お客様とのつながり

積水ハウスではウェブサイトに掲載している「積水ハウス ストーリー」という新たなコンテンツで、当社の住宅に住むオーナー様の「幸せ」ストーリーや、商品開発担当者のこだわりなどを社会背景とともにご紹介しています。オーナー様が工夫をされた点やこだわった内容についてもご紹介することで、家づくりを検討されているお客様へのご提案に活かしたり、お客様ご自身の参考にしていただく機会になればと考えています。

[「積水ハウス ストーリー」の詳細はこちら](#)



従業員

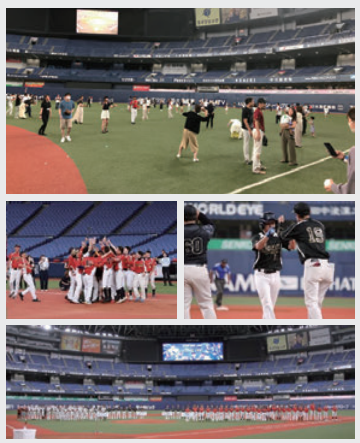


積水ハウスグループ全国野球大会

積水ハウスグループ全従業員のコミュニケーションを促進し、結束力を高めるために約3,500名の選手が参加登録して野球大会を開催しました。

グループ会社も含めて、全国より勝ち上がった4チームが京セラドーム大阪で準決勝・決勝を行いました。大会当日は、選手宣誓や始球式、社歌独唱に加え、野球未経験者も楽しめるよう従業員やそのご家族がグラウンドで自由に遊べるレクリエーションイベントも実施し、大いに盛り上がりました。

場内アナウンスやボールボーイなど、運営スタッフを社内で見習い、従業員で対応することで他部署間の従業員同士のエンゲージメント向上やイノベーションを生み続ける社風を再構築するきっかけにもなりました。



キャリア面談(双方向のコミュニケーション機会の場)

積水ハウスグループでは、「従業員の幸せこそが経営の基盤である」という考えのもと2022年度より上司とメンバーの間での定期的な対話を実施しています。そのような機会を設けることで、双方向のコミュニケーションの量・質を充実させ、メンバー個人の「成長」や「キャリア実現」につなげていきます。日々の業務でチャレンジしたいことやこれからの自身のキャリアビジョンなどを上司との対話を通じて明確にすることで、それらの達成に向けた支援を受けることができます。

ステークホルダーエンゲージメント

株主・投資家



社外取締役と機関株主様とのスモールミーティング

積水ハウスでは、定期的に社外取締役と機関株主様との対話の機会を設けています。昨年2月に実施したスモールミーティングでは、当社取締役会の実効性についての評価や、社外取締役としての役割認識、課題と認識している事項などについて活発な議論が行われました。対話を通じて得られた意見等は、社内取締役役にもフィードバックされ、経営に活かす取り組みにもつながっています。また、このような対話の前提として、日頃から社外取締役が当社の事業の実情を正確に理解することが不可欠です。社外取締役は、社内取締役や執行役員と定期的にコミュニケーションをとるとともに、現場視察も積極的に行っています。2023年度は福岡エリアでの開発事業、オーストラリアでの住宅開発事業の視察および現地経営者層との意見交換を実施しました。

引き続き、企業価値向上に向けた課題や問題認識を共有するべく、社外取締役と機関株主様との継続的なコミュニケーションを図っていきます。



機関株主様とのスモールミーティング



オーストラリア事業視察

個人株主見学会の開催

2023年度の株主見学会では個人株主の皆様へ当社へのご理解を深めていただく機会として、「Tomorrow's Life Museum 関東」見学会を開催しました。対面での開催は4年ぶりとなり、多くのご応募いただきました。株主の皆様には、リアルな暮らしの体験に加え、お客様一人ひとりの“感性”に寄り添う新デザイン提案システム「life knit design」を体感していただきました。そのほか、構造館では当社の構造技術の高さや、資源循環センターでは環境に対する取り組みを実際に目で見てご体感いただきました。見学会後は事業についてのプレゼンテーションを行い、株主の皆様との対話を実施。アンケートにおいて、当社への理解・関心が深まったとお声を多くいただいたことや、見学会への満足度も高かったことから、今後も見学会等を通じて、個人株主の皆様との良質なエンゲージメントを実践していきます。



取引先



積水ハウス大工選手権大会 WAZA 2023

積水ハウスグループでは、2023年11月に「第1回積水ハウス大工選手権大会 WAZA 2023」を開催しました。これは、積水ハウスの魅力ある住まいづくりを国内最高レベルの技術によって支える全国の大工職人へのねぎらいと感謝の気持ちを表し、モチベーションを高めていただくとともに、夢のある職業として大工職の魅力を社外へ発信したいという想いから開催するものです。最高峰の技術を競うこの大会では、全国約5,000人から選ばれた大工職人26名が約2時間半にわたり自慢の腕を競い合い、その中から頂点の大工職人が選ばれました。競技の舞台となったのは、実際の積水ハウスの鉄骨2階建て住宅で組み建てる鉄骨を用いた広さ3.5m四方、およそ7.5畳の空間で、評価項目は積水ハウス独自の施工品質マニュアルに基づく、施工手順・精度・仕上がり・安全・整理などの全77項目です。現場の美化や作業段取りなども含め、実際の品質検査基準から抜粋されたものを、全国の現場品質検査を行う現役の検査員がさまざまな点から審査を実施しました。会場には選手のご家族や会社仲間の方々などをご招待し、実現場とは異なる緊張感の中、確かな技を発揮する選手たちを見守りつつ、応援にも熱が入りました。また、競技の状況はオンラインで全国の支店や協力工事店にも配信され、会場と一体となって盛り上がりしました。



サステナビリティに向けたエンゲージメント

積水ハウスでは、さまざまな環境問題に関連する社会的課題を解決するため、サプライヤーとの協働および連携強化を図り、サプライチェーンのサステナビリティ向上に取り組んでいます。例えば、温室効果ガスの削減目標に関するサプライヤーのSBT取得設定率を定めて、その支援ならびにサステナビリティに係る勉強会である「ESG大会」を開催しました。さらに、サーキュラーエコノミーの実践を見据えた「積水ハウスサーキュラーエコノミービジョン実践説明会」や、当社独自の木材調達における生物多様性コミットメントである「木材調達ガイドライン改定 説明会」を開催しています。

