



積水ハウス株式会社

第71期 中間報告書

2021.02.01 > 2021.07.31

BUSINESS REPORT

ビジネスレポート

Top Message

トップメッセージ



代表取締役社長執行役員兼 CEO
仲井 嘉浩

「幸せ住まい」を追求し、持続的な成長へ。 社内のイノベーションを積み重ね、 さらなる企業価値の向上にまい進します。

新型コロナウイルス感染症により、お亡くなりになられた方々やご家族の皆様にご挨拶申し上げます。また、罹患された方々や、影響を受けられた皆様には、心よりお見舞いを申し上げます。積水ハウスは、感染拡大の抑止のために必要な対応・対策を継続しながら、社会の発展に向けて全力で貢献する決意です。

感染症拡大により、経済の先行きは不透明な状態が続いていますが、積水ハウスの業績および受注状況は好調に推移しています。実直に付加価値の高い最高の品質と技術を提供し、住生活の研究に基づく新たな生活提案を行ってきた取り組みが、このような状況下で期せずして、その訴求力を高めることとなりました。

コロナ禍の影響により、人々の生活様式が変化し、住まいへの新たなニーズが生まれています。積水ハウスは、「健康」「つながり」「学び」を軸にしたサービスを提供する「プラットフォームハウス構想」を推し進めています。住宅に様々な技術、情報、環境等をインストールすることで住宅に求められる新たな価値を創出することが、社会課題を解決することにもつながり、私たちの使命と認識しています。

そして、「幸せ」をキーワードにした事業展開が、事業を取り巻くステークホルダーの共感を生み、好調な業績に結びついていることに、意を強くしています。

深化と挑戦の原動力、「イノベーション&コミュニケーション」を合言葉にした社内風土の改革により、従業員一人ひとりの創意工夫が目に見える成果を上げています。積水ハウスは、グループが一体となった取り組みで、“住”に特化した成長戦略を強力に推進し、ビジネスチャンスの拡大、一層の企業価値向上に努めてまいります。どうぞご期待ください。

Question 1

**コアビジネスである住宅事業の業績が好調。
その理由と今後の見通しについての考えは？**

「住まい」について考え、家族で話し合う機会、時間が増えてきました。それはそのまま、新たな住宅取得、リフォームへの意欲、市場拡大につながっています。

積水ハウスでは「ファミリースイート」の存在が販売面で大きなウエイトを占めています。仕切りのない大空間で、家族が程よい距離感を保ちながら、つながりあえる暮らし。Withコロナ、Afterコロナ時代を見据え、多くのお客様からご支持をいただいています。次世代室内環境システム「スマート イクス」と合わせ大変好評です。

今年8月、全国5カ所で展開する住まいのテーマパーク「住まいの夢工場」が「Tomorrow's Life Museum」としてリニューアルオープンしました。家族が体験を通じてそれぞれの「幸せ住まい」を考え、一日ゆっくりと楽しめるミュージアムです。

個性的なライフスタイル、幅広いニーズにフレキシブルにお応えできるソフトの提案、高い付加価値の提供は、中高級路線を堅持する積水ハウスにとって最大の武器、競争力の源泉となるものです。結果として、収益性のさらなる向上にもつながると確信しています。

Question 2

**新しい生活様式の定着、ワクチン接種普及と
経済活動が再開する中、積水ハウスが目指す姿は？**

ハード、ソフト、サービスを融合させ、家を「幸せ」のプラットフォームとして進化させる。この取り組みに変わりはありません。第一弾として、スマートホームサービス「プラットフォームハウスタッチ」を発売しました。インターネットを直接介さないセキュアな環境で、間取り図と連動した視覚的に直感操作できるスマートフォンアプリを使い、外出先での住宅設備の確認や操作を可能にします。今後、様々な住環境データを蓄積し、そこから導き出された新たなサービスをお客様に提供してまいります。

積水ハウスが圧倒的な優位性を誇る賃貸ZEHの拡販も、ESG経営のリーディングカンパニーを目指す企業としての重点テーマです。入居者ファーストの思想で、高い入居率、投資利回りなど、確かなオーナー様メリットを生み出しています。

また、アメリカにおいても、財政出動、低金利などの追い風を受け、国内同様の提案型に比重を置いた住宅販売にトライしています。

人生100年時代、住まい手の生涯に寄り添う「幸せづくりのパートナー」としての取り組み。積水ハウスグループは、独自の道を切り拓き続けます。

Question 3

**イノベーション&コミュニケーション。
その進捗、成果、今後の展望は？**

厳しい環境下での好業績。それを支えているのは、「イノベーション&コミュニケーション」です。従業員の創意工夫、権限委譲による自律的成長により、積水ハウスの総合力が底上げされていると感じます。それに伴い、新しい企画が、次々に誕生しています。改革が、新たな改革を生む。ベクトルを合わせて、従業員が互いに刺激し合う環境、いい循環が生まれています。

こうした動きを加速させるために社内表彰制度も刷新しました。イノベーション意識を誘発する創発型の表彰体系とし、未来志向のイノベーションと企業価値向上の好循環を図ります。

住宅ストック数が総世帯数を上回り、日本の住宅は「量的には充足」と言えます。逆に言えば、住宅は完全に「質を追求」する時代に入ったということです。「『わが家』を世界一 幸せな場所にする」、まさに積水ハウスの出番です。グループ一体となって、イノベーションを積み重ね、住まい手の「幸せ」につながる価値をお届けする。そして、私たちの“強み”を社会課題解決のためにお役に立てください。我々の存在意義はそこにあるのだと考えています。

業績報告

連結決算ハイライト

売上高

前年同期比 4.8%

1兆2,236億円

営業利益

前年同期比 18.4%

1,096億円

経常利益

前年同期比 22.8%

1,113億円

親会社株主に帰属する当期純利益

前年同期比 22.1%

725億円

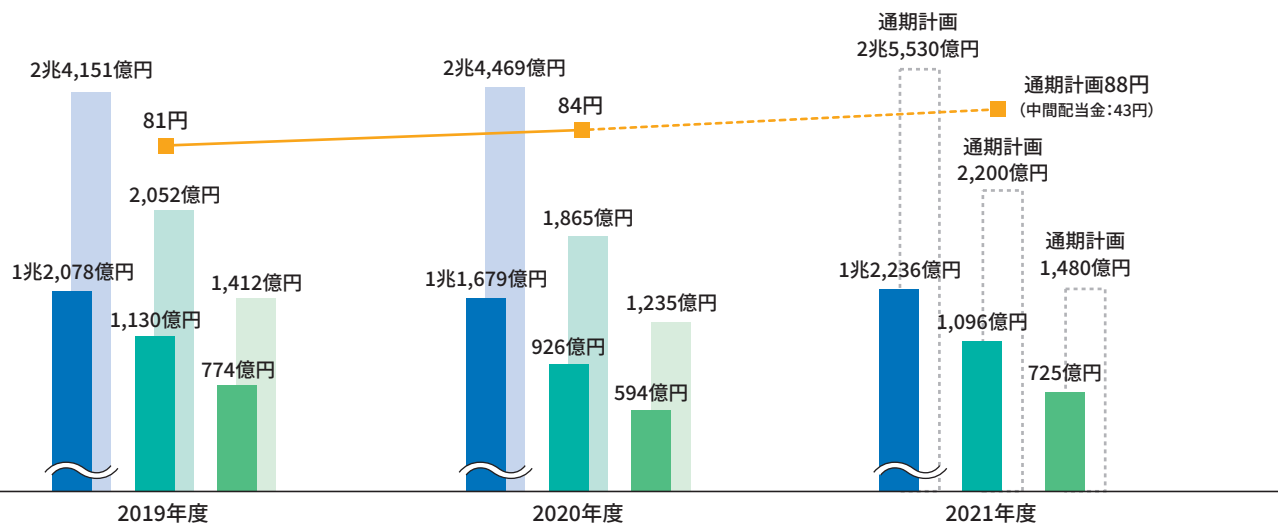
累積建築戸数

前年度末比 +18,363戸

252万4,961戸

2021年度第2四半期決算は、新型コロナウイルス感染拡大等の影響により厳しい事業環境が続きましたが、生活様式の変化をはじめとする住まいへの関心の高まりに対し、当社の事業戦略が奏功し、売上高1兆2,236億円と、第2四半期として過去最高の売上高を達成しました。また、営業利益は、利益率の改善も進んだことから前年同期比+18%の1,096億円と、大幅に増加しました。このような業績の進捗に加え、国内外における受注獲得が好調であること等から通期計画を売上高2兆5,530億円、営業利益2,200億円に上方修正いたしました。配当金は、期末配当金を期初計画から2円増額し、通期で前年度比4円増配の1株当たり88円を予定しております。

売上高 (■第2四半期・■通期) 営業利益 (■第2四半期・■通期) 当期純利益 (■第2四半期・■通期) 通期配当金



貸借対照表

(単位:億円)

	2020年度末	2021年度 第2四半期末
流動資産	17,807	18,670
固定資産	8,451	8,436
資産合計	26,258	27,107
流動負債	8,357	8,290
固定負債	4,212	4,359
負債合計	12,569	12,649
純資産	13,688	14,457
負債・純資産合計	26,258	27,107

キャッシュ・フロー

(単位:億円)

	2020年度 第2四半期	2021年度 第2四半期
現金及び現金同等物の期首残高	5,832	6,002
営業活動によるキャッシュ・フロー	397	754
投資活動によるキャッシュ・フロー	△408	△398
財務活動によるキャッシュ・フロー	△332	△588
現金及び現金同等物に係る換算差額	△49	140
現金及び現金同等物の期末残高	5,440	5,931

請負型ビジネス

(単位:億円)

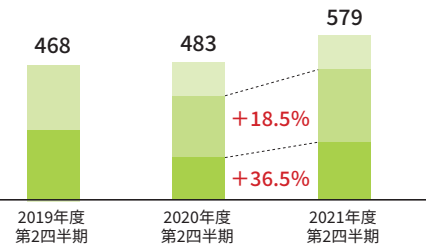
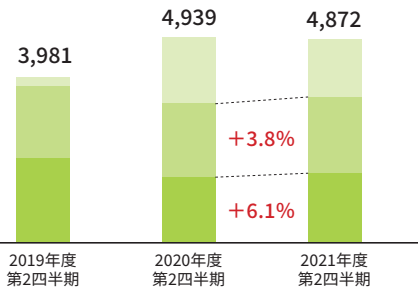
売上高

戸建住宅、賃貸住宅ともに好調な受注状況と工事が順調に進捗したことにより増収。建築・土木は前期の大型物件売上の反動により減収。

営業利益

各事業において利益率が改善。戸建住宅、賃貸住宅ともに付加価値提案の推進に伴い1棟当たり単価が上昇し増益。建築・土木も前期並みの利益を確保。

■ 戸建住宅事業 ■ 賃貸住宅事業 ■ 建築・土木事業



ストック型ビジネス

(単位:億円)

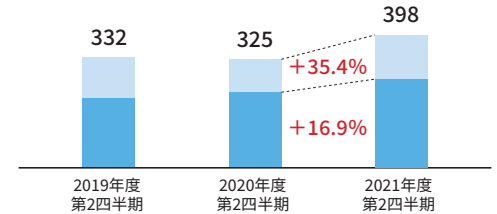
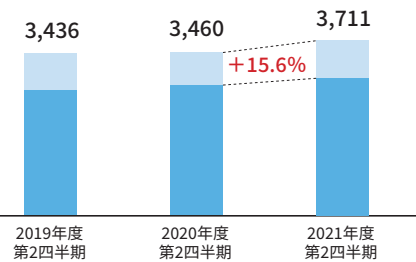
売上高

不動産フィー、リフォームともに増収。生活様式の変化等に応じた提案型リフォームおよび省エネ等の環境型リフォームが、大きく伸長。

営業利益

リフォームは、大型案件の受注割合の増加等により利益率の改善が継続し増益。不動産フィーにおいても高水準の入居率と賃料を維持し増益。

■ 不動産フィー事業 ■ リフォーム事業



開発型ビジネス

(単位:億円)

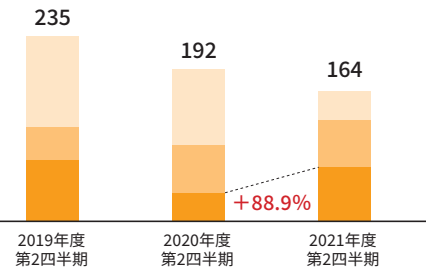
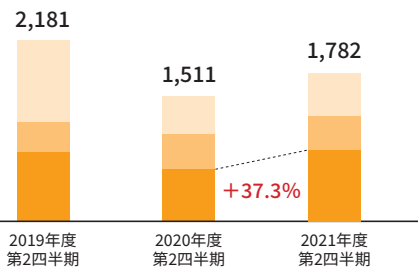
売上高

分譲住宅は、旺盛な需要に対する継続的な優良土地の仕入れ等により大幅な増収。販売が好調なマンション、都市再開発は計画通りに進捗。

営業利益

分譲住宅は、売上高の増加および付加価値提案の推進に伴う利益率改善により増益。都市再開発は前期売却物件との利益率の差により減益。

■ 分譲住宅事業 ■ マンション事業 ■ 都市再開発事業



国際ビジネス

(単位:億円)

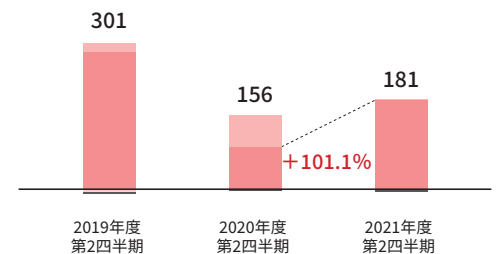
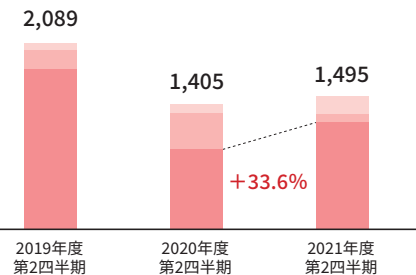
売上高

米国において旺盛な住宅需要を背景に住宅販売事業および宅地開発事業が好調に推移し増収。豪州および中国は計画通りに進捗。

営業利益

米国の物件売却を含めた売上高の増加に伴い、利益率も改善し、米国は前年同期比92億円の大幅な増益。

■ アメリカ ■ 中国 ■ オーストラリア ■ その他





特集

“脱炭素”を支える エシカルな住まい

入居者様・オーナー様も納得！ 新たなニーズをつかむシャーマゾンZEH

いち早く環境に配慮した戸建住宅に取り組んできた知見を、賃貸住宅にも展開中。

今号では、脱炭素社会の実現に貢献するシャーマゾンZEHを特集します。

エシカルとは地球環境や人、社会、地域に配慮した考え方のこと。

ZEH(ゼッチ)とはネット・ゼロ・エネルギー・ハウス(Net Zero Energy House)の略。省エネと創エネで、

使うエネルギーをプラスマイナスゼロにすることを目指す住宅のこと。

カーボンニュートラルの目標とエシカル消費の広がり

戸建住宅に比べ、普及が遅れている賃貸住宅のZEH化 光熱費とCO₂排出量を抑制する新たな選択肢

2020年10月26日、菅総理は臨時国会の所信表明演説において、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロとするカーボンニュートラル、すなわち脱炭素社会の実現を宣言しました。これは、年間12億トンを超える温室効果ガスを排出する日本にとって、挑戦的な目標です。

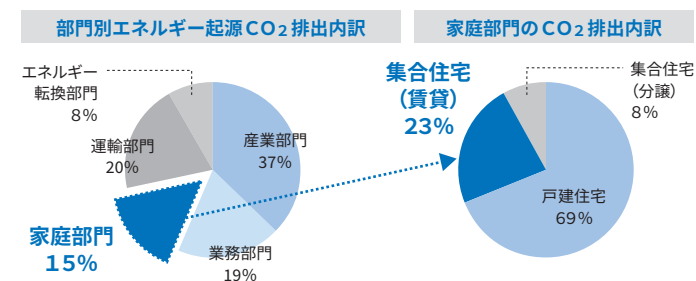
現在、国内のCO₂総排出量の部門別内訳をみると、家庭部門は全体の15%。そのうち23%を占める賃貸住宅において、脱炭素化に向けたZEH化は、戸建住宅と比べると大きく遅れていました。その理由は、オーナー様が事業として取り組む賃貸住宅は、資金の早期回収のため、初期投資を抑制する傾向があるからです。ところが、脱炭素社会へ向けた動きにより、その考え方に変化が起きつつあります。

人々の消費行動に注目すると、1980～1995年生まれのミレニアル世代、1996年以降に生まれたZ世代の若者を中心に、プラスチックゴミによる地球環境破壊やフードロスの問題など、社会・環境への意識が高まっています。消費者庁の「令和元年度エシカル消費に関する消費者意識調査報告書」によると、エシカル行動を「実践している」と回答したのは全体の36%。具体的な行動の質問では、「マイバッグ・マイ箸・マイカップ等の利用」が86%と最も多く、「電気をこまめに消す等の省エネ」「食品ロス削減」「リサイクル活動・購入」は60%を超えています。コロナ禍で在宅の時間が増えるなか、光熱費の抑制にも関心が高まっており、一般的な賃貸住宅と比べて光熱費を39%、CO₂排出量を93%も削減できる賃貸ZEHは、エシカル消費のニーズをつかむ新たな選択肢となるかもしれません。



2020年7月1日よりスタートした、スーパーやコンビニでのレジ袋の有料化。エコバッグを利用する買い物客が増えている。

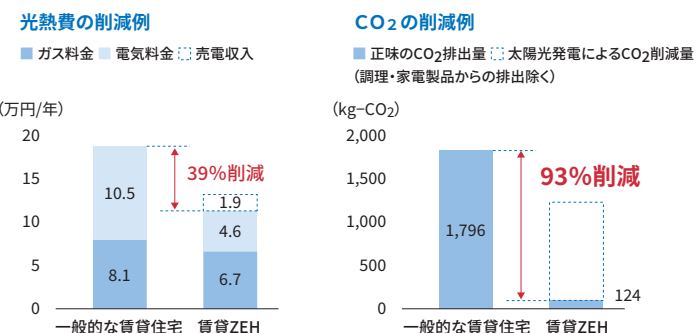
家庭部門及び賃貸住宅から排出されるCO₂の割合



出典：国立環境研究所 2019年度電気・熱配分後部門別CO₂排出量の割合

出典：「(総務省)平成30年度住宅・土地統計調査」及び「(環境省)平成30年度家庭部門のCO₂排出実態統計調査」から推計

賃貸ZEHにした場合の光熱費・CO₂排出量 ※当社シミュレーションに基づき作成



シャーマゾンZEHの創エネ&省エネ

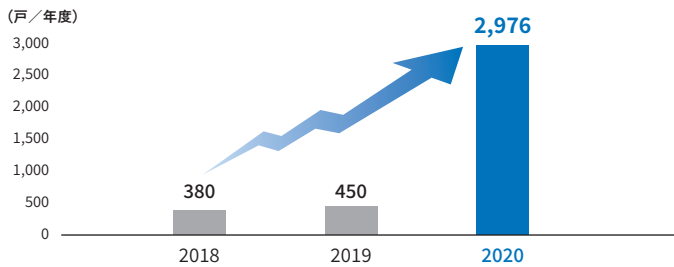


太陽光発電（創エネ）

エネルギー管理タブレット
（創エネ・省エネ）

断熱効果（省エネ）

シャーマゾンZEH 受注戸数実績



シャーマゾンZEHの入居者アンケート結果

入居者満足度



※不満・非常に不満との回答はなし

満足の理由（複数回答）

■：シャーマゾンZEHに関連する項目

順位	入居後の満足の理由	件数	順位	入居後の満足の理由	件数
1.	新築だから	189	9.	外観、外構が気に入ったから	63
2.	広さや間取りが気に入ったから	123	9.	断熱性能が高いから	63
3.	交通アクセスが便利	116	11.	防犯性が高いから	58
4.	光熱費が安くなるから	114	12.	周辺環境がよい（公園、見晴らし等）	46
5.	太陽光発電があるから	99	13.	省エネで環境にやさしいから	42
6.	周辺施設が近い（スーパー、病院、学校等）	98	14.	家賃が妥当だから	39
7.	内装が気に入ったから	91	15.	停電時でも電気を使えるから	15
8.	設備などが便利そうだから	88		その他	42

※シャーマゾンZEHにお住まいの方を対象にしたアンケート（N=290）

戸建ZEHの知見を活かし、賃貸ZEHを力強く推進

若年層を中心に、エシカル消費のニーズを満たす

シャーマゾンZEHの累計受注戸数は3,500戸を突破

積水ハウスは1999年、業界に先駆けて「環境未来計画」を発表。さらに2008年には、2050年までに住まいのライフサイクルCO₂排出ゼロを目指す「2050年ビジョン」を掲げ、いち早く環境にやさしい住まいづくりに向き合ってきました。その後、高い環境性能を持つ戸建ZEH「グリーンファースト ゼロ」を開発。2013年の発売以来の累積棟数は、戸建ZEHとしては日本最多の60,843棟（2021年3月末時点）を誇ります。

これらの実績と知見を活かし、2017年に「シャーマゾンZEH」の建設をスタート。賃貸住宅をZEH化すると、建設費用は1戸当たり約60万円の増加となり、オーナー様の負担は増大します。しかし、入居者の多くを占める若年層にとって、賃貸ZEHに住むことはエシカル消費のニーズを満たします。このため、オーナー様にとっては高水準の家賃設定が可能になり、資産価値の向上や経営効率の改善につながります。実際、シャーマゾンZEHに入居された方の評価は高く、入居者アンケートでは、光熱費の削減効果や快適性を中心に高い満足度が示されています。

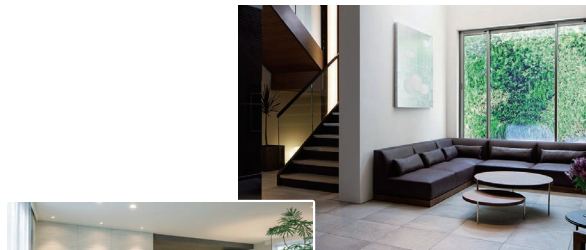
積水ハウスでは“入居者ファースト”の考え方から、オーナー様だけがメリットを享受できる「住棟ZEH」ではなく、入居者様もメリットを享受できる「住戸ZEH」を推進することで、入居率を高め、オーナー様の長期安定経営を支える提案をしてきました。着実に実績を積み上げ、2020年度の年間受注戸数は2,976戸に。第5次中期経営計画の最終年度の目標である2,500戸を初年度で実現し、累積でも3,500戸を達成しました。シャーマゾンZEHは、日本全体の賃貸ZEH建設棟数の約4割を占め、国内No.1の実績を誇ります。

新たな価値を生み出し続ける「シャーメゾン」

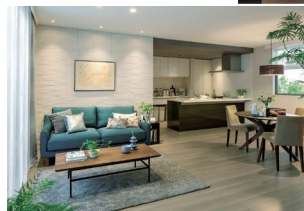
社会や業界に先駆けて、ニーズを先取りした賃貸住宅を提案。
入居者様の満足度を高め、オーナー様の長期安定経営に貢献。

積水ハウスの「シャーメゾン」は、オーナー様の確かな不動産経営を支える賃貸住宅ブランドです。入居者様の「いつも今が快適な暮らし」をかなえるため、優れた耐震性や遮音性、断熱性、空気環境への配慮、セキュリティなど、戸建住宅と同レベルの居住性能を保有。上質な居住空間、内廊下やエントランスホールなど共用部へのホテルライクなこだわりなど、入居者様に選ばれ続けるクオリティを実現してきました。また、シングル・カップル・ファミリーのニーズや地域特性を分析し、オーナー様にご提案。不動産への深い愛着に応え、次の世代へと長く価値を引き継いでいくため、幅広いサポートでオーナー様を支援しています。その結果、入居者様への退去時アンケートでは、建物外観や間取りに対して約9割の方が「満足」と評価。いつの時代も「入居者ファースト」の姿勢で、98.0%（2021年7月末時点）という高い入居率を維持しています。

グローバルビジョンに基づきエシカル消費のニーズをとらえ、入居者様の快適な暮らしと光熱費の削減、停電時の緊急対応に応えるのがシャーメゾンZEH。未来に向けた新たな価値の提案により、オーナー様の長期安定経営に貢献します。



優雅に迎え入れる
エントランスホール



入居者様を魅了する上質な居住空間



揺るぎない強さと自由度の高い設計から生まれる、重量鉄骨賃貸マンション「BEREO(ベレオ)」

目指す姿：積水ハウスのグローバルビジョン

「わが家」を世界一 幸せな場所にする



ハード・ソフト・
サービスを融合し
幸せを提案



ESG経営の
リーディング
カンパニーに



積水ハウス
テクノロジーを
世界のデファクト
スタンダードに

住を基軸に、融合したハード・ソフト・サービスを 提供するグローバル企業へ

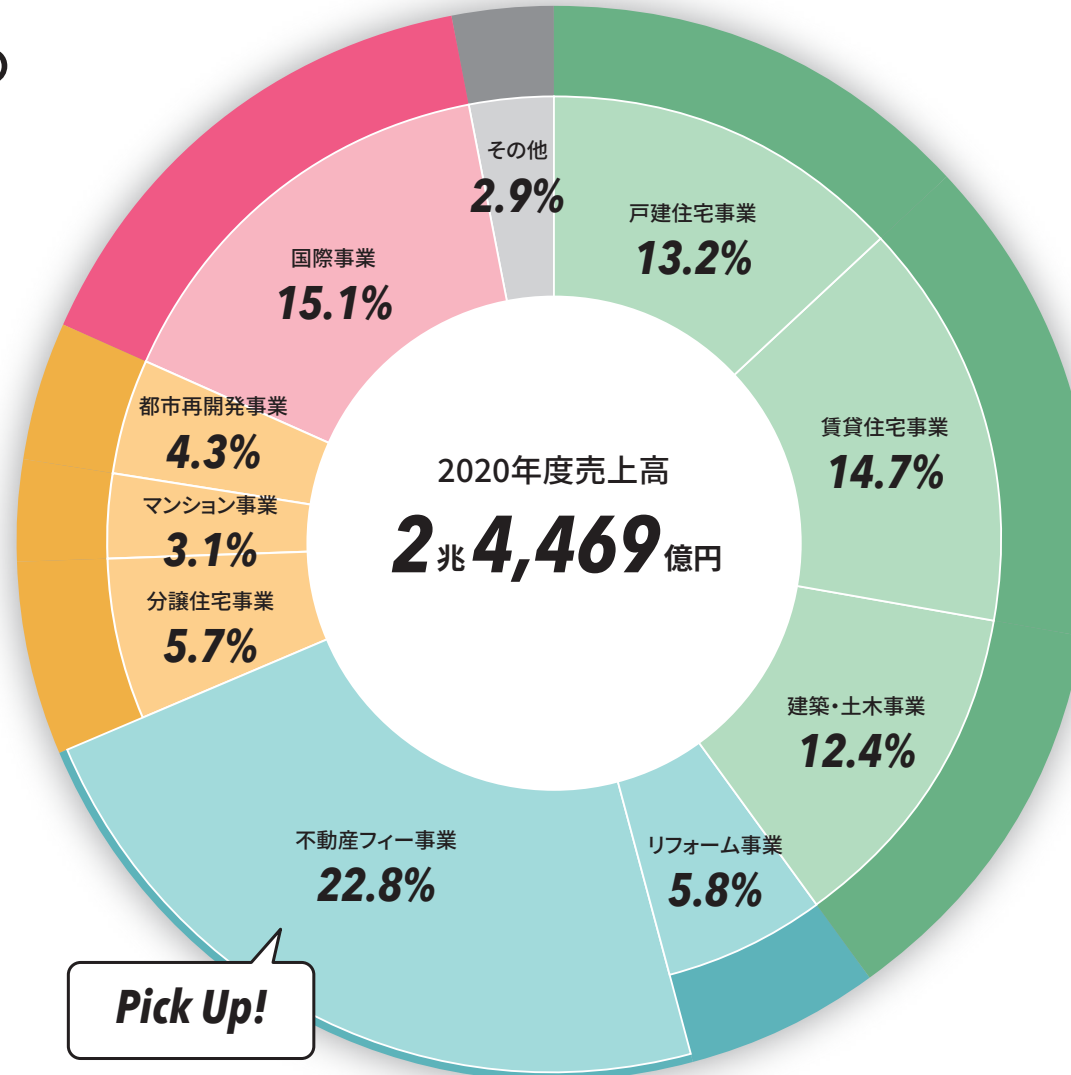
2020年11月、賃貸住宅のZEH市場創出を目指した取り組みが評価され、環境省主催「令和2年度気候変動アクション環境大臣表彰」で最高位の「気候変動アクション大賞」を受賞しました。



事業領域

4つの分野で収益向上へ

積水ハウスグループの 事業ポートフォリオ



Pick Up!

国際ビジネス

15.1% 3,706 億円

国内で培ってきた最高品質と先端技術で、海外の住宅ニーズを開拓。各国の不動産事情に合わせ、SEKISUI HOUSEブランドを広げます。

開発型ビジネス

13.1% 3,211 億円

魅力的なエリアにおいて、コミュニティを重視した高品質な建物の開発を行うことで良質なまちづくりを図ります。

請負型ビジネス

40.3% 9,849 億円

お客様の保有する土地に、付加価値の高い住宅や事業用建物を提供。良質な社会資本の形成に貢献します。

ストック型ビジネス

28.6% 6,987 億円

住宅のリフォームや賃貸住宅の管理を通じて資産価値の維持と向上を図り、循環型社会の構築を推進します。

Pick Up!

不動産フィー事業

入居率98.0%を誇るシャームゾンの管理室数は66万室に

不動産フィー事業の柱の一つである賃貸事業は、積水ハウスが建築する賃貸住宅「シャームゾン」のオーナー様の資産価値の最大化を図るべく、様々な取り組みを行っています。積水ハウス不動産グループがシャームゾンを一括して借上げ、空室の有無にかかわらず、毎月一定の賃料をオーナー様にお支払いする「一括借上げシステム」を提供。既存物件に対しては、時代のニーズに合ったリフォーム・リノベーションを提案し、賃料の維持・向上及び入居率の確保を目指します。これらの取り組みによるオーナー様とのリレーション強化がシャームゾンの長期安定経営を支えています。

また、入居者様へのサービスレベルの向上にも日々努めています。2021年1月からは、入居者様の負担を軽減すべく内見・申込み・契約ほか引越し時に発生する手続きをワンストップ化する、ブロックチェーンを活用した業界初のサービスを開始しました。全国の各地域に根差した約3,000の特約店「シャームゾンショップ」が入居者様の窓口となり、賃貸借契約を結ぶ積水ハウス不動産グループが、質の高い物件管理と各種サービスを提供しています。

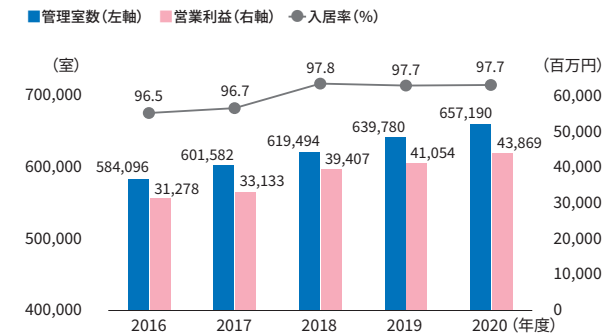
都市部を中心とする入居ニーズの高いエリアへの集中戦略と、ホテルライク仕様や高い居住性能・魅力ある居住空間といったシャームゾンの新規供給によって、管理物件数は、2021年7月末時点において66万室、入居率は98.0%と高い水準を維持しています。

これら賃貸事業は、「シャームゾン」の新規供給と賃料収入により、安定成長を継続していることが特長。さらに、不動産フィー事業のもう一つの柱である住宅や土地等の売買仲介を行う仲介事業が業績を上積みし、事業全体の成長を図ります。

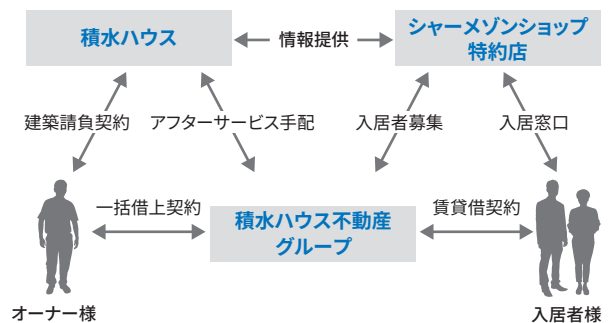


高付加価値型賃貸住宅「シャームゾン」

管理室数・営業利益・入居率の推移



オーナー様と入居者様を3者でサポート



TOPICS

お客様の「幸せ」とサステナブルな社会の実現に貢献するために。
ESG経営のリーディングカンパニーを目指して、さまざまな活動を行っています。

男性社員の育児休業の完全取得を推進し続け、 社員、職場、会社、お客様すべてに、幸せの好循環を

厚生労働省によると、2019年度に7%と低迷が続けてきた男性の育児休業取得率は、翌2020年度に12%と伸び、官民の取り組みが、数字に表れ始めてきたといえるでしょう。これに先立つ2018年9月、積水ハウスは「特別育児休業」制度の運用を開始し、キッズ・ファースト企業として、「男性社員の育児休業1か月以上の完全取得」を目標に取得促進に注力。2021年7月末時点で、取得期限を迎えた男性社員1,020名全員が、1か月以上の育児休業を取得しました。2021年6月には育児・

介護休業法が改正され、男性の育児参加に対する社会全体の動きも益々加速していくものと思われます。

お客様に幸せをご提案するには、まずは社員とその家族が幸せになってほしいという想いからスタートした男性育児休業の取り組み。男性社員の積極的な育休取得により、職場には助け合いの風土が醸成され、お客様にも高い評価をいただけるようになってきました。今後もこの取り組みを継続し続け、幸せの輪を社内外に広げていきたいと考えています。

お互いの役割分担を“見える化”する家族ミーティングシート

育休を取得する目的や家族のありたい姿などを家族でしっかり話し合っておくことは、育休を有意義なものにするために大切なポイントです。取得対象者はまず、家事・育児の役割分担においても、現状を振り返ったうえで育休中、さらには職場復帰後の役

割分担をこのシートで話し合ってもらうことからスタートします。



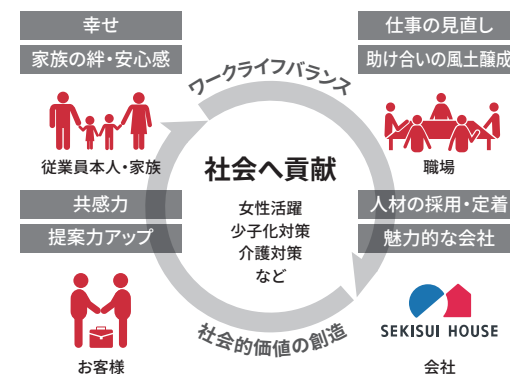
「家族ミーティングシート」

<https://www.sekisuihouse.co.jp/library/ikukyu/pdf/meeting-sheet.pdf>

トピックス①

男性育休が もたらす価値

幸せな男性育休がもたらす価値



育休取得者から育児・家事の何気ない一コマを切り取った写真を投稿してもらい、社内サイトで紹介する「積水ハウスのパパたち写真展」。家族の前での意外な素顔を見せる仲間たちを見て、「幸せ」について考えるきっかけとなっています。

トピックス②

住まいづくりの
ニューノーマル住宅展示場への来場前の情報収集が活発に
SNSを中心としてコンテンツの充実を図り、顧客接点を拡大

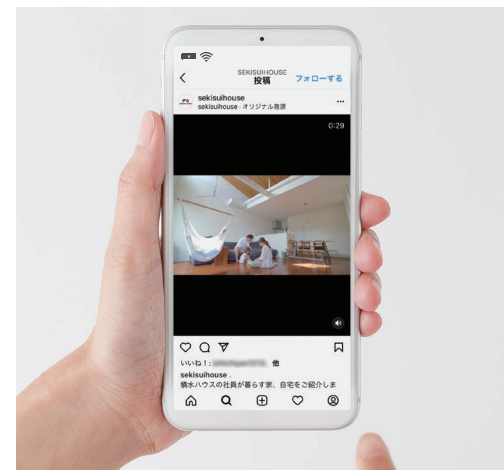
昨今、お客様が住まいづくりを考える際、情報収集の方法に大きな変化が見られます。それは、対面での折衝の前に、ご自身で情報収集を行い、熱心に勉強されるお客様が増えていること。また、住宅生産振興財団と住宅展示場協議会の調査によると、2020年度の住宅展示場への来場者組数は前年度比で22%減。お客様の嗜好や行動の変化を、コロナ禍が助長する結果となりました。

この変化をいち早くとらえ、積水ハウスでは、お客様がご自宅で住まいづくりを検討できる環境を整備してきま

多様な情報収集コンテンツ「おうちで住まいづくり」

インターネット上で、お客様が住まいを検討できる「おうちで住まいづくり」は、設計や間取り、プランニングはもちろん、土地の調査、資金計画などの悩みを、自宅にしながら解決することができます。「社員の自宅紹介」「バーチャル展示場見学」「おうちで土地

した。例えば、インスタグラムなどのSNSの活用があります。ここでは、住まいの情報発信だけでなく、積水ハウスのオーナー様ご家族による写真や動画の投稿が可能に。ロイヤリティの高いオーナー様は投稿に積極的であり、コミュニティの場になっています。住宅購入の意欲が高まった後は、住宅展示場などへの来場をご案内。さらに、「Tomorrow's Life Museum」での体験等を通じ、住まいのご提案につなげています。



インスタグラムでは、当社からの情報発信のほか、オーナー様からの投稿が多数。お客様にとっては、リアルティのある情報収集が可能に。



「おうちで住まいづくり」

<https://www.sekisuihouse.co.jp/ouchi/>

株主様

オンライン工場
見学会のご案内

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、当社工場見学会を開催いたします。

当社が推進する“幸せ住まいづくり”を支える生産現場や、“完全邸別生産”を経て建築された住まいの見学を予定しております。

コロナ禍に伴いオンラインでの開催となりますが、オンラインならではの特性を活かしたLive配信、また、株主の皆様との活発な“コミュニケーション”を可能とするさまざまな仕掛けをご用意する予定です。皆様のご参加をお待ちしております。

応募方法

ご応募にあたり、事前に株主様のご関心事項などを把握し、株主の皆様とのコミュニケーションに向けたご意見などをお聞かせいただきたく、簡単なアンケートにお答えください。アンケートの回答をもって、参加のご応募とさせていただきます。下記URLよりアクセスのうえ、アンケートのご回答をお願いいたします。



<https://q.srdb.jp/1928/>

応募締切 2021年10月20日(水) 23時59分

- ◆アンケートにご回答いただいた後、当社よりご登録いただきましたメールアドレス宛にご参加時のURLをお送りいたします。
- ◆ご応募により当社が取得する株主様の個人情報は、本工場見学会を実施する上での業務以外には使用いたしません。

お問い合わせ先 積水ハウス株式会社 株主様オンライン見学会係(IR部)

03-5575-1790
9時～18時(土・日・休祝日除く)

✉ investor.relations@sekisuihouse.co.jp



開催日時

2021年11月22日(月)

13時00分～14時30分(予定)

開催方法

Zoom ウェビナー

通信費等は株主様のご負担とさせていただきます

対象者

2021年7月31日現在
当社株式をご所有の株主様

会社情報／株式情報

会社概要

社 名：積水ハウス株式会社
 設立年月日(実質上)：1960年8月1日
 本 社：〒531-0076
 大阪市北区大淀中一丁目1番88号
 (梅田スカイビルタワーイースト)
 TEL.06-6440-3111(代)
 資 本 金：2,025億9,120万円

取締役および監査役一覧 (2021年7月31日現在)

代表取締役社長執行役員兼CEO：仲井 嘉浩
 代表取締役副会長執行役員：堀内 容介
 代表取締役副社長執行役員：西田 勲平
 代表取締役副社長執行役員：田中 聡
 取締役専務執行役員：三浦 敏治
 取締役専務執行役員：石井 徹
 取締役(社外)：吉丸 由紀子
 取締役(社外)：北沢 利文
 取締役(社外)：中島 好美
 取締役(社外)：武川 恵子
 常任監査役：岩田 晴幸
 常任監査役：伊藤 みどり
 監査役(社外)：小林 敬
 監査役(社外)：榎村 久子
 監査役(社外)：鶴田 龍一
 監査役(社外)：和田 頼知

株式の状況 (2021年7月31日現在)

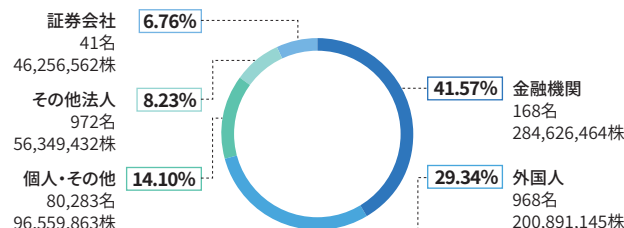
発行可能株式総数：1,978,281,000株
 発行済株式の総数：684,683,466株(うち自己株式9,201,010株)
 単元株数：100株
 株主数：82,432名

大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	77,811,600	11.52
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	37,021,800	5.48
積水化学工業株式会社	30,608,027	4.53
SMBC日興証券株式会社	22,257,600	3.30
積水ハウス育資会	18,425,822	2.73
株式会社日本カストディ銀行(信託口7)	14,924,300	2.21
第一生命保険株式会社	12,158,730	1.80
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	11,767,399	1.74
株式会社三菱UFJ銀行	10,899,615	1.61
株式会社日本カストディ銀行(信託口5)	10,601,000	1.57

※持株比率については、持株数を発行済株式の総数より自己株式を控除した数で除して算定しています。

所有者別株式分布状況



株主メモ

事業年度：2月1日から翌年1月31日まで
 定時株主総会：4月
 基準日：期末配当金 1月31日 中間配当金 7月31日
 株主名簿管理人：三菱UFJ信託銀行株式会社
 特別口座の口座管理機関：三菱UFJ信託銀行株式会社
 同連絡先：〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号
 三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部
 TEL.0120-094-777(通話料無料)

上場証券取引所：東京証券取引所・名古屋証券取引所 市場第1部

- 各種お手続きについて
- 株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)にお問い合わせください。
 - 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。
 - 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

※本株主メモは2021年7月時点の情報をもとに作成しております。

掲載項目以外の内容については、
 当社ウェブサイトをご参照ください。



<https://www.sekisuihouse.co.jp/company/>



Vol.02

積水ハウス広告コレクション

新CM「技術の違い」シリーズ

新たなCMの顔として、女優の安藤サクラさんが登場。

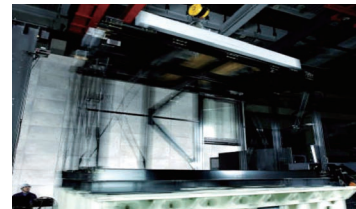
積水ハウスの高い技術力と、それがもたらす暮らしのメリットを「それ、技術の違いなんだ。」

というキャッチフレーズとともにわかりやすく展開しています。

“全3タイプ” WEB CMにて公開中！

耐震性篇

開放感あふれる大空間、ダイナミックな部屋づくりを実現しつつ、高い安全性も確保。耐震性と部屋の広さ、ふたつを両立させる積水ハウスの耐震技術をご紹介します。



カスタマーズセンター篇

1,500名のスタッフが家の状態をしっかりと把握。家を建てた後の耐久性に大きく貢献するカスタマーズセンターをご紹介します。



断熱性篇

窓は熱が逃げやすい、けれども大きな窓は欲しい。断熱性と大きな窓、このふたつを両立させる積水ハウスの断熱技術をご紹介します。



3つの動画は
こちらから！

