

# 総括・社外意見を受けて

## 環境に関する分野

今回のCSR報告書では、CSV(共有価値の創造)で表現させていただきましたが、当社の事業モチベーションは創業当時から「住宅を通して、お客様に喜んでいただき、社会を良くしていく」ということですので、CSVの表現がCSRより適していると思います。例えば、本文中にあるように、政府が2020年までに標準的な新築住宅とするネット・ゼロ・エネルギー・ハウスを先取りした「グリーンファースト ゼロ」は、お客様に快適な暮らしをしていただきながら、エネルギー問題や環境問題を解決する新しい暮らしの価値を提供するもので、「グリーンファースト ゼロ」の販売そのものがCSVです。外構造園事業も良い家は建物だけでなく庭も含めて考えられるものであり、お客様に自然に包まれた癒やしの暮らしをしていただきながら、生物多様性の保護にもつながると考えて事業を推進しています。この結果、日本一の外構造園業者になっています。これらは第三者意見でも高く評価していただいている通りです。

当社はプロダクトアウトではなく、ユーザー目線を大切に「エネルギーのために家を建てる方はいないだろう」という考え方に立ち、お客様の敷地やライフスタイルに合った家を設計させていただき、その上でネット・ゼロ・エネルギー・ハウス化を行っております。これが「グリーンファースト ゼロ」比率

の高い理由ですが、CSR社外委員の方からは繰り返し「顧客目線が重要である」といわれます。また、我々は、毎年少しずつ高い目標を設定していますが、CSR社外委員の方からは「もっと大胆な目標」を設定すべきだとのご指摘をいただきました。これらを受け「お客様のためにできることは何か」を踏まえ「より高い目標」を掲げて前進できる環境戦略を推進したいと思います。

さらに、当社は「安全、安心、快適に末永く住んでいただく」住まいづくりを目指していますが、ストックオーナー様に対する「グリーンファースト」化は第三者意見にありますように、まだまだといわざるを得ません。今後は「グリーンファースト」の目指す快適で環境問題にも対応した暮らしをできるだけ多くのストックオーナー様に提供することで、ストック価値の向上を支援させていただきたいと思っております。



執行役員  
環境推進部長 兼 温暖化防止研究所長  
石田 建一

## 社会性に関する分野

古くから「衣食住」と表現されるように「住宅」は人々の生活や暮らしの基本ですが、現在は「社会の中心」といっても過言ではありません。地球温暖化、生態系ネットワークの危機、エネルギー不安など地球規模の社会課題から、日々の健康や高齢・介護社会対応、家族関係やコミュニティの再生など、地域や家庭が抱える社会課題まで、「住宅」にはそれら社会課題を解決に導くパワーがあります。当社は本業である「住」に特化した事業展開を通じて価値や利益を生み出しながら、社会に貢献していると自負しています。その意味でもこれまであまり打ち出してこなかったCSV(共有価値の創造)を本冊子の中で折に触れて表現しています。その代表例が、「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス(ZEH)」への先駆的な取り組みであり、導入初年度から採用比率が5割近くに達しているという実績であると考えています。

着実な成長戦略の展開には従業員の力が必要であり、多様な従業員が働きやすい職場づくりを推進することは、企業が提供できる付加価値を一層高める上でも欠かせません。2014年2月には「ダイバーシティ推進室」を組織化しました。住宅・建設業界として初年度(2013年)

に「なでしこ銘柄」に選定されたという評価を誇り・自信としながらも、現状の課題をしっかりと認識し、まずは「女性活躍の推進」「ワーク・ライフ・バランスの推進」に一層注力してまいります。

東日本大震災から3年が経過しました。2013年は当社オリジナルの陶版外壁「ベルバーン」の生産ラインを東北工場に新設し、東北の雇用拡大や地産地消の取り組みを進めました。被災地企業が生産・販売する商品を購入することで支援する取り組みにも積極的にかかわっています。まだまだ道半ばの復興において住宅メーカーとして何ができるのか、引き続きグループの総力を挙げて被災地のニーズに応えていく所存です。

本年度もCSVを強く意識しながら、CSRを経営の基軸に据えて「社会の公器」としての役割を果たしてまいります。



コーポレート・コミュニケーション部長 兼 IR室長  
畔柳 均