

サステナブル社会の実現に向けて

サステナブル社会実現への 責任と取り組み

- サステナブル・ビジョン
- 経営ビジョン

積水ハウスグループのCSV戦略

CSV戦略① 住宅のネット・ゼロ・エネルギー化

CSV戦略② 生物多様性の保全

CSV戦略③ 生産・施工品質の維持・向上

CSV戦略④ 住宅の長寿命化とアフターサポートの 充実

CSV戦略⑤ ダイバーシティの推進

サステナブル社会実現への責任と取り組み 「持続可能性」を経営の基軸に、 新たな価値を創造

当社は1989年に、お客様本位の姿勢、最高の品質を目指す誇り、協力工事店を含めた人間関係において、原点を確認する「心のよりどころ」として「企業理念」を制定しました。その後、住宅産業が社会や地球環境、未来に与える影響の大きさを認識した上で、真摯に取り組んでいくため、2005年に「持続可能性」を経営の基軸に据え、「経済」「環境」「社会」に住宅産業の特性から独自に「住まい手」という「4つの価値」によるバランスのとれた経営を目指す「サステナブル宣言」を行いました。そして、2012年には、お客様の豊かで心地よい暮らし（SLOW）を先進の技術（SMART）で実現する「SLOW & SMART」をブランドビジョンに掲げ、社会ニーズに応えながら「持続可能性」を追求しています。

SLOW & SMART

ゆっくり生きてゆく、住まいの先進技術。



2012年

SLOW & SMART

住まいの基本性能と「いつもいまが快適」な暮らし提案に関する先進の技術（SMART）でお客様の豊かで心地よい暮らし（SLOW）を実現し、理想の未来を構築します。

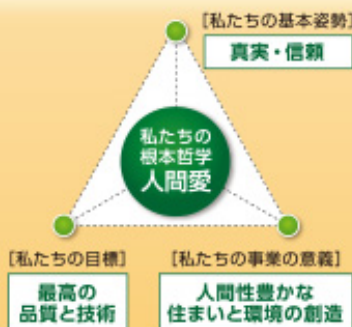


●「サステナブル・ビジョン」に基づく「4つの価値」と「13の指針」

2005年

サステナブル・ビジョン

当社は、目指すべき「持続可能な社会」をビジョンとして定義し、それを実現・検証するために「経済」「環境」「社会」「住まい手」の「4つの価値」による「バランスのとれた経営の実践」を宣言しました。また、2006年には「4つの価値」を盛り下げた「13の指針」を定めました。



1989年

企業理念

会社は人間によって成り立っており、社員一人ひとりの心の持ち方と関係のあり方こそが、事業・経営の根幹をなすものであり、社会に貢献する根源であると考えています。

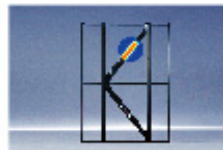
- 2013 「グリーンファースト ゼロ」発売
エネルギー収支ゼロとなる、時代を先取りした住宅
- 2011 「グリーンファースト ハイブリッド」発売
世界初3電池運動制御のスマートハウス
空気環境配慮仕様「エアキス」発売
子どもを基準に化学物質室内濃度を国の指針値の2分の1以下に
- 2010 ● 累積建築戸数200万戸達成
- 2009 「グリーンファースト」発売
快適性・経済性・環境配慮を同時に実現する環境配慮型住宅
- 2008 「エコ・ファーストの約束」
業界初の環境省認定「エコ・ファースト企業」へ
「ゼロエミッションハウス」建設協力
北海道洞爺湖サミットで公開
- 2007 「エバーループ」事業開始
資源を有効活用する「再生住宅」の新市場を創出
「木材調達ガイドライン」制定
持続可能な木材利用を目指す「フェアウッド調達」を推進
制震システム「シーカス」発売
地震エネルギーを熱に変換し吸収する大臣認定の「制震構造」
- 2005 「まちづくり憲章」制定
時とともに美しさが増し社会の財産となる「経年美化」のまちづくりを宣言
- 2004 中期経営ビジョン「S-Project」発表
すべてのステークホルダーに誠実に責任を果たすことを宣言
「省エネ・防災住宅」発売
被災後の自立生活を支える住宅を提案
- 2003 戸建住宅に次世代省エネルギー仕様を標準化
戸建住宅の断熱性能を向上
- 2002 「工場ゼロエミッション」達成
住宅のライフサイクル全体を自社グループで支える資源循環を実践
- 2001 「5本の樹」計画開始
地域の自生種や在来種中心の庭づくりで生物多様性を保全
- 2000
- 1999 「環境未来計画」発表
業界に先立ち、全社横断的な環境活動を開始
- 1997 「ソーラーΣ・A」発売
太陽光発電システムを標準採用
- 1996 「セントレージΣ」発売
高性能遮熱断熱複層ガラスなどを標準化
- 1993 ● 累積建築戸数100万戸達成
- 1990 「総合住宅研究所」開設
研究者と生活者が共に住まいを考える公開型の研究所がオープン
- 1982 「PSH-21(パッシブソーラーハウス)」発売
自然エネルギーを利用してエネルギー問題に対応
- 1981 日本初の「障がい者モデルハウス」建設
社会課題にいち早く対応
- 1980
- 1977 「コモンライフおさゆき」分譲開始
コモン(共有)がテーマの分譲地を計画・販売
- 1973 積和工事設立
「責任施工」体制を強化し、自社管理で高い施工品質を確保
- 1961 「B型」発売
業界初のメーターモジュールで設計自由度の高い工業化住宅を提案
- 1960 ● 積水ハウス創立
(年)



「グリーンファースト ゼロ」



「ゼロエミッションハウス」建設協力



制震システム「シーカス」



「5本の樹」計画



「ソーラーΣ・A」



「PSH-21」



「B型」

「環境配慮」と「快適性」両立の時代

住宅の「質」と性能向上の時代

「デザイン」「性能」「健康」「親自然」の時代

工業化住宅の基礎確立の時代

2011
東日本大震災

2010
生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)開催
2009
長期優良住宅認定制度開始

2006
住生活基本法施行

2005
京都議定書発効

2002
建設リサイクル法全面施行

2000
住宅の品質確保の促進等に関する法律(品確法)施行

1997
京都議定書採択

1995
阪神・淡路大震災
1993
環境基本法施行
1992
ブラジルで地球サミット開催
1985
オゾン層保護のためのウィーン条約採択

1981
新耐震設計基準施行

1979
エネルギーの使用の合理化に関する法律(省エネ法)施行

1973
第1次オイルショック
工業化住宅性能認定制度創設
1963
プレハブ建築協会設立

サステナブル・ビジョン

サステナブル・ビジョン

当社は2005年4月に「サステナブル宣言」を発表しました。その「サステナブル・ビジョン」を具体化し、事業活動レベルに落とし込むため、日々様々な取り組みを行っています。

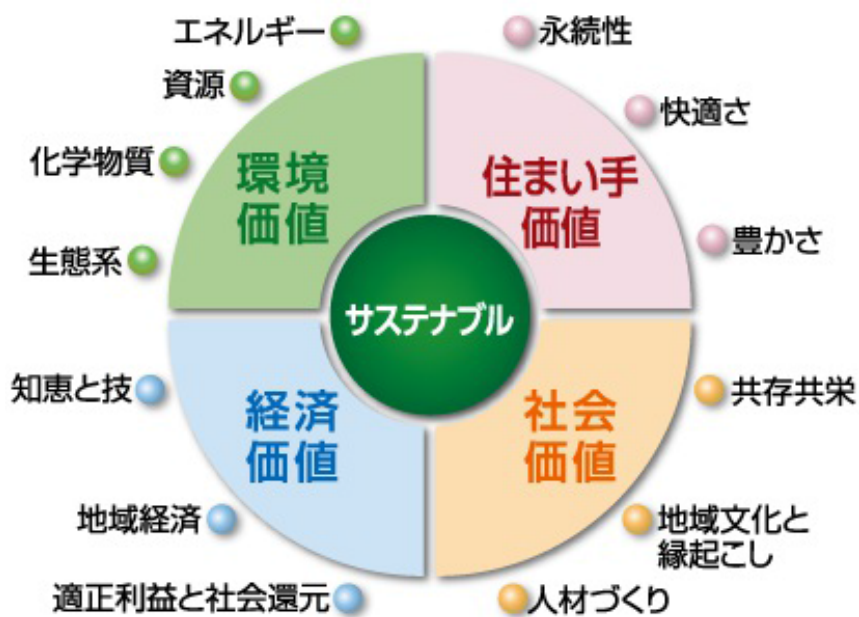
環境・経済・社会・住まい手の4つの価値に沿った具体的課題や指針を整備し、その上で研究開発部門、施工部門、CSR室、人事部、環境推進部など社内各部署が横断的に連携し課題解決を図っています。また、ビジネスシステムにおいては、経営企画部を主管部署とし、「サステナブル宣言」のもとに展開する重点施策について事業方針の企画、目標設定、結果の検証を行っています。

また、4つの価値を具体化するために、13の指針を定めました。4つの価値を深く掘り下げた13の指針は、私たちの企業活動を持続可能な方向へ導く道しるべとなります。

サステナブル・ビジョン

持続可能な社会とは、地球生態系本来のバランスを基本とし、将来にわたってすべての人々が快適に暮らせる社会のこと。積水ハウスはお客様にご満足いただける住まいの提供を通じて持続可能な社会の構築に寄与するとともに、その社会の中で暮らしの提供をリードしつづける「住環境創造企業」をめざします。

「4つの価値」に基づく「13の指針」(2006年の策定)



■ サステナブル・ビジョン4つの価値

- 環境価値
- 経済価値
- 社会価値
- 住まい手価値

関連項目

- > [「サステナブル宣言」ニュースリリース](#)
- > [CSR推進体制と組織マネジメント](#) (p.83)

サステナブル・ビジョン

環境価値

私たちの社会と暮らしが大切な地球の資源とそこに成り立つ多様な自然から生み出されたことを常に意識しています。環境保全、地球温暖化防止に貢献する住宅産業の役割と責任を自覚し、私たちは住宅が環境に与える影響をライフサイクルを通して把握し、その負荷を削減するための対策を進めています。



エネルギー

化石燃料に依存しないエネルギー利用の実現

二酸化炭素など温室効果ガスを排出する石油、天然ガスなど「化石燃料」の使用量を減らします。また、未来にわたって持続可能に使用できるエネルギーの普及を促進し、その再生可能な範囲内で利用します。

化学物質

自然界に異質で分解困難な物質の濃度を増やしつづけない

化学物質の利用の影響が自然の分解能力の範囲内に収まるよう、使用する化学物質の種類と使用量を抑え、またその影響が不明な場合には事前に関係者と協議して進める予防原則を踏まえて利用します。

資源

自然生態系の再生能力を超えない資源の利用

3R(リデュース・リユース・リサイクル)を通じて廃棄物を発生させない資源の利用を達成し、同時に、いずれ枯渇する自然資源の使用を、再生可能な資源またはリサイクル資源に置き換え、その持続可能な供給範囲内で資源を利用します。

生態系

自然の循環と多様性が守られるよう配慮する

何万年もの歴史を経て地球上の生き物の生存を支え、浄化・再生能力によって我々の暮らしを成り立たせつづけてきた微妙な生態系、生物の多様性を尊重し、これを維持保全することをめざします。

■ サステナブル・ビジョン4つの価値

[> 環境価値](#)
[> 経済価値](#)
[> 社会価値](#)
[> 住まい手価値](#)

サステナブル・ビジョン

経済価値

住宅産業は広く社会や経済の活性化に寄与する裾野の広い事業です。新しい技術やサービスも持続可能な社会、住環境と暮らしを豊かにするために還元していきます。魅力的な付加価値を多くの人に提供し、得られた利益を社会に還元する経済の良好な循環をめざしています。



知恵と技

「サステナブル」な価値を創造する知恵と技術の蓄積

資源・エネルギーと時間の生産性を高め、環境・社会と調和する知恵、技術、プロセスを開発、蓄積し、「サステナブル」な商品とビジネスモデルを提供しつづけます。

地域経済

地域経済の活性化

住まいの提供を行う各地域において、地元の材やサービスを活用し、その波及効果を創り出すことを通じて、地域内での価値の循環による経済の活性化を図ります。

適正利益と社会還元

適正な企業利益の追求と社会への還元

事業の持続的成長をめざして適正な利益を追求し、またその過程において関与するお客様、取引先、従業員、株主、地域などのさまざまな関係者への適正な経済価値の配分を行います。

■ サステナブル・ビジョン4つの価値

- > [環境価値](#)
- > [経済価値](#)
- > [社会価値](#)
- > [住まい手価値](#)

サステナブル・ビジョン

社会価値

暮らしの器である住まいを提供することは、生活文化を継承し、創造していくこと。美しいまちなみといきいきとしたコミュニティを育むことが私たちの役割です。コンプライアンスをすべてのペースとしつつ、豊かなコミュニケーションを推進し、新しい社会の構築に寄与します。



共存共栄

社会のさまざまな関係者との信頼と共感に基づく共存共栄の関係の構築

法の遵守はもちろん、企業市民として積極的に社会貢献活動に従事するとともに、企業活動を通じてつながる現在および未来のすべての人々との双方向コミュニケーションと協働を深め、信頼と共感を醸成し、公正かつ共存共栄の関係を築きます。

地域文化と縁起こし

地域文化の継承・醸成とコミュニティ育成

地域の多様な文化を継承・醸成しながら、年が経つとともに美しいまちなみ・景観をつくり、「血縁」「地縁」「知縁」の「縁起こし」の拠点となるコミュニティ育成に貢献します。

人材づくり

「サステナブル」な価値を創出する人材づくり

従業員の多様性を高め、視野を広げ、人間愛に満ちた「サステナブル」な価値創出の能力を開発し、業務を離れた場面においても社会に貢献できる人材をつくります。また、従業員のワーク・ライフ・バランスを整え、やりがいを提供することで、能力を発揮できる環境を整えます。

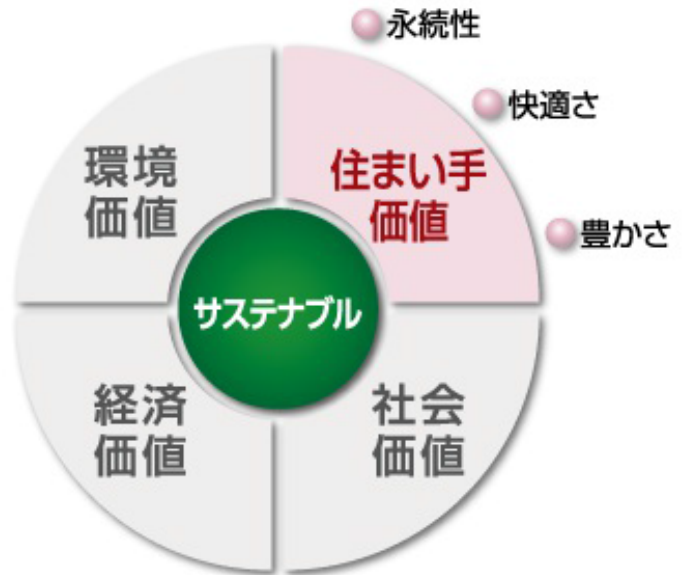
■ サステナブル・ビジョン4つの価値

- ▶ [環境価値](#)
- ▶ [経済価値](#)
- ▶ [社会価値](#)
- ▶ [住まい手価値](#)

サステナブル・ビジョン

住まい手価値

家族の想いに応える住まいを提案し、すべての人々が生涯、安全・安心で快適に暮らせるための性能を提供します。永く住み継がれる住まいづくりに努め、住まいの資産価値を守ることも私たちの役割です。自然や社会との関係を考えて提案によって末永く快適な暮らしを支え、住まい手の価値を高めます。



持続性

末永く愛され、時とともに値打ちを高める住まいづくり

年月とともに成熟する佇まいを持ち、暮らしの変化に対応して永く愛され、住み継がれる住まいを創り、適正なライフサイクルコストを実現し、時とともに値打ちの出る住まいの提供をめざします。

快適さ

穏やか、健やかで快適な暮らしの提供

ユニバーサルデザインや防災、防犯、カスタマーズサポートや最適リフォーム提案などすべての人にとって安全、安心、健康、快適な住まいを提供します。

豊かさ

永きにわたる豊かさの提供

家族の想いに応えるコンサルティング・ハウジング（「私だけの一邸」）を通じて、家族や近隣、自然とのふれあい、美しさ、楽しさを創り出し、永きにわたり住まい手の心の豊かさを実現する住まいを提供します。

■ サステナブル・ビジョン4つの価値

〈環境価値〉 〈経済価値〉 〈社会価値〉 〈住まい手価値〉

経営ビジョン

経営ビジョン

2004年10月に策定・発表した中期経営ビジョン「S-Project」では、従来のCS(顧客満足)、SS(株主満足)、ES(従業員満足)の三位一体の向上に加え、CSRを経営の基本とし、すべてのステークホルダーに対して誠実にその責任を果たす企業となることを目標に掲げました。

関連項目

- > [CSR推進体制と組織マネジメント](#) (p.83)

経営ビジョン

中期経営ビジョン

中期経営ビジョン「S-Project」

2004年10月に策定・発表した中期経営ビジョン「S-Project」では、従来のCS(顧客満足)、SS(株主満足)、ES(従業員満足)の三位一体の向上に加え、CSRを経営の基本とし、すべてのステークホルダーに対して誠実にその責任を果たす企業となることを目標に掲げました。

財務体質の健全化が2003年に完了したことを踏まえ、単なる売上・利益成長ビジョンにとどまらず、業界のトップ企業としての社会的な責任を果たし、新たに企業としての「成長」を強く意識した構造改革として位置付けています。

■ 中期経営ビジョン「S-Project」



関連項目

> [CSR推進体制と組織マネジメント](#) (p.83)

経営ビジョン

ブランドビジョン「SLOW & SMART」

中期経営計画とブランドビジョン

積水ハウスグループは2010年度中期経営計画が順調に進んだことを踏まえ、事業ドメインを「住」に特化した成長戦略を展開し、成長を加速するため2012年11月に新たに中期経営計画を策定しました。

新たな中期経営計画では、これまで手掛けてきた多岐にわたる先進技術や暮らし方の提案等を、統一したブランドビジョン「SLOW & SMART」に集約しました。

心地よさの実現とそれを支える技術

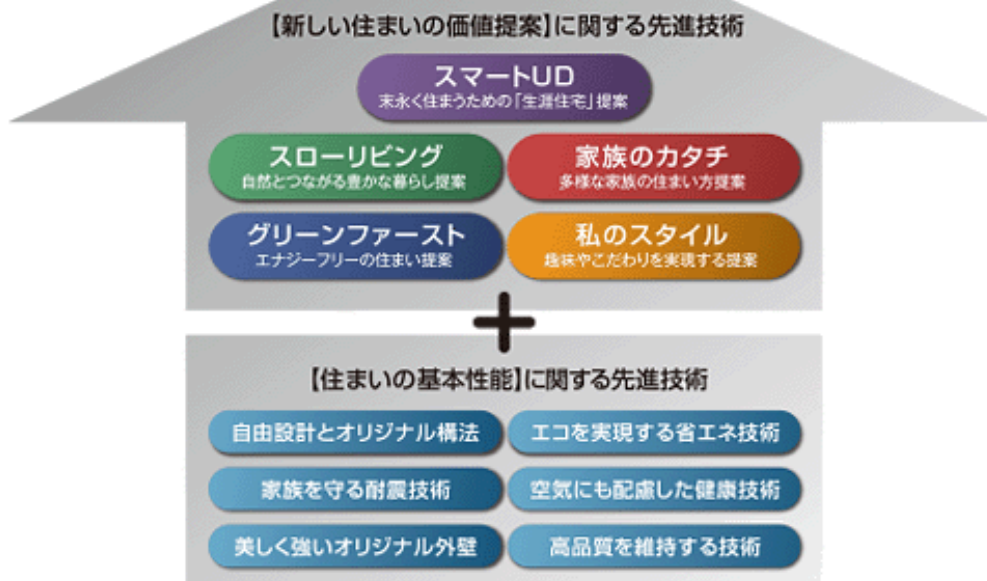
やすらぐ、くつろぐ、味わう、楽しむなど、住宅の普遍的な価値はその心地よさにあります。そして、これらを実現するためには確固たる先進技術が必要になります。当社はこの考えを「SLOW & SMART」ということばで表現しています。お客様にご満足いただき、社会的責任を果たすためのブランドビジョンとして位置付け、日々業務に取り組んでいます。

[「SLOW & SMART」ホームページ](#) 

住まいの基本性能(6要素)と「いつも今が快適」な暮らし提案(5要素)に関する技術力でお客様の豊かで心地よい暮らしを提供することが「SLOW & SMART」の具現化です。

SLOW & SMART

ゆっくり生きてゆく、住まいの先進技術。



住まいの基本性能に関する先進技術

■ ①自由設計とオリジナル構法

お客様にとってオンリーワンの住まいをオーダーメイドで設計します。安全・安心を実現する構法はユニバーサルフレーム・システム(軽量鉄骨構法)、βシステム構法(重量鉄骨構法)、シャーウッド構法(木造住宅)です。

[「積水ハウスの戸建住宅」ホームページ](#) 

■ ②エコを実現する省エネ技術

省エネ・創エネで快適な生活を実現するとともに地球環境にも配慮します。

[地球温暖化防止](#)

■ ③家族を守る耐震技術

地震に耐える耐震構造の他、揺れを抑える制震構造、免震構造などを用意しています。

[「ユニバーサルフレームシステム」ホームページ](#) 

[オリジナル制震システム「シーカス」](#)

[「地震と住まい」ホームページ](#) 

■ ④空気にも配慮した健康技術

5つの化学物質(ホルムアルデヒド、トルエン、キシレン、エチルベンゼン、スチレン)について居住時の濃度を国の指針値の2分の1以下に低減した空気環境配慮仕様「エアキス」を用意しています。

[空気環境配慮仕様「エアキス」の開発と普及](#)

■ ⑤美しく強いオリジナル外壁

美しく意匠性に富み、耐久性も考慮した多様な外壁を用意しています。

[「DYNE・CONCRETE\(ダイコンクリート\)」ホームページ](#) 

[「ECORDEC\(エコルデック\)」ホームページ](#) 

[「SHウォール」ホームページ](#) 

[「シャーウッド構法」ホームページ](#) 

■ ⑥高品質を維持する技術

生産品質、施工品質の向上に取り組んでいます。

[「生産体制」ホームページ](#) 

[「施工体制」ホームページ](#) 

[CSV戦略③生産・施工品質の維持・向上](#)

■ ①スマートUD ～末永く住まうための生涯住宅提案～

心地よさをプラスした独自のユニバーサルデザインをご提案しています。

[「スマートユニバーサルデザイン」ホームページ](#) 

■ ②家族のカタチ ～多様な家族の住まい方提案～

家族が集まって住むカタチは多様です。お客様のライフステージに応じて、1.5世帯、2世帯、2.5世帯、3世帯などn世帯分のスタイルを提案しています。

[「積水ハウスのキッズでざいん コドモイドコロ」ホームページ](#) 

[「トモイエ 共働きファミリーが暮らす家」ホームページ](#) 

■ ③スローリビング ～自然とつながる豊かな暮らし提案～

生活スピードをゆるめ、ゆったりした時間をとりもどす空間を提案しています。

[「BeSai+e\(ビー・サイエ\)」ホームページ](#) 

■ ④私のスタイル ～趣味やこだわりを実現する提案～

ご家族のライフスタイルやこだわりを様々な提案で実現に導きます。

[「ライフスタイル提案」ホームページ](#) 

■ ⑤グリーンファースト ～エネルギーフリーの住まい提案～

ご家族のライフスタイルやこだわりを様々な提案で実現に導きます。

次世代の「快適性」、「経済性」、「環境配慮」を実現します。

[「Green First\(グリーンファースト\)」ホームページ](#) 

積水ハウスグループのCSV戦略

～住宅を通じて社会課題を解決し、CSV(共有価値の創造)を実現～

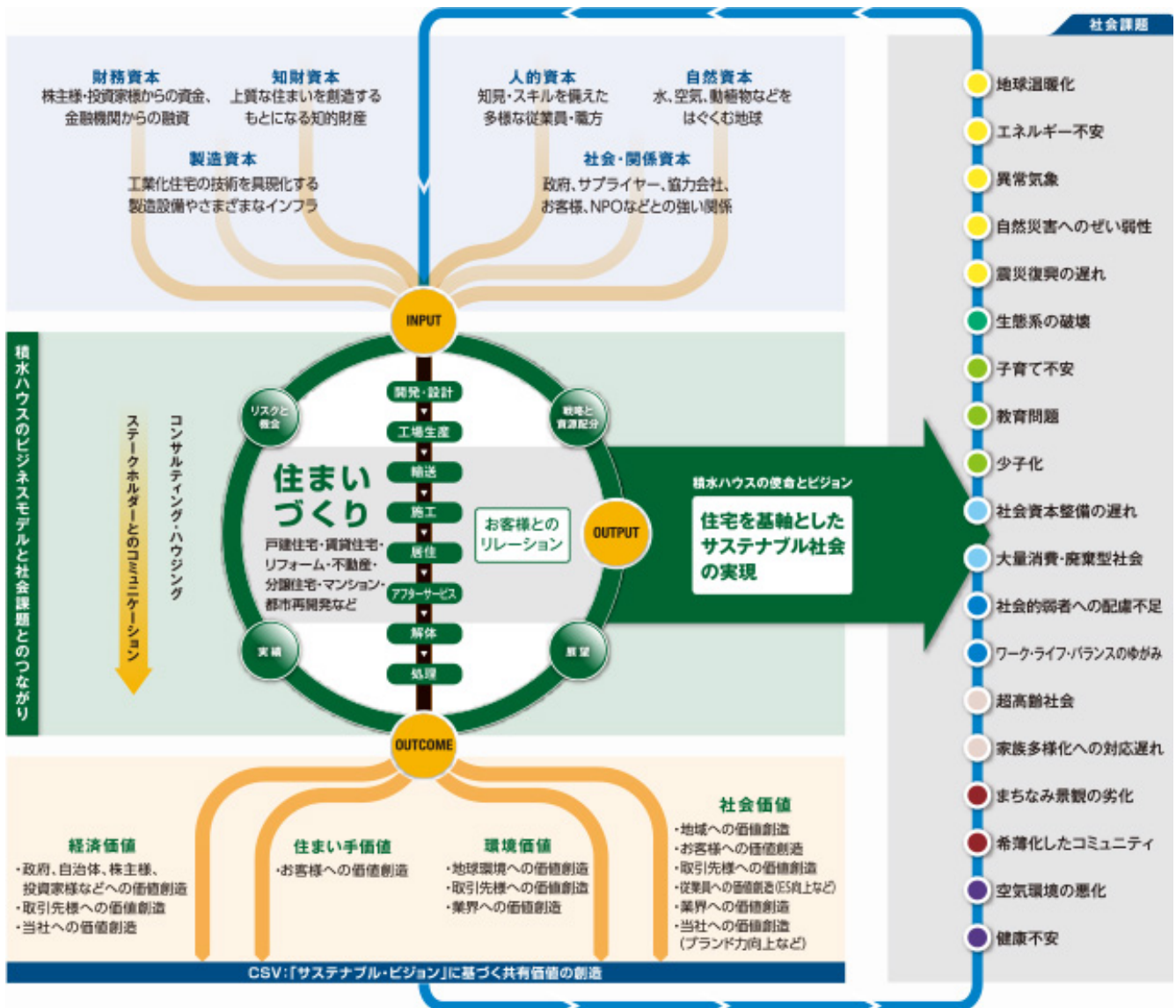
住宅はさまざまな社会課題を解決する中心的存在である、と当社は考えています。

積水ハウスグループは、住まいづくりを通じて「サステナブル・ビジョン」に基づき、

多様なステークホルダーに対して、価値を創造・共有することにより、社会課題の解決に取り組んできました。

このたび重点的に取り組む五つのテーマを特定し、「CSV戦略」として位置付け、活動のさらなるレベルアップを図っています。

これら一連のプロセスを以下に図示します。



五つのCSV戦略

1 住宅のネット・ゼロ・エネルギー化 ▶

省エネと創エネで住宅のエネルギー収支をゼロにする住宅の普及推進

2 生物多様性の保全 ▶

「5本の樹」計画、「木材調達ガイドライン」などを通じた生態系保全の取り組み

3 生産・施工品質の維持・向上 ▶

安定的に高品質な住まいを提供できる生産・施工体制の強化

4 住宅の長寿命化とアフターサポートの充実 ▶

住宅の耐久性向上、ユニバーサルデザイン推進、メンテナンス・リフォーム体制の充実など

5 ダイバーシティの推進 ▶

多様な人材が創造性・革新性を発揮し、事業を通じたイノベーションを実現する仕組みづくり

VOICE

CSRを通じた価値創造

CSRの現代的課題の一つは、いかに経営戦略と結びつけるかにあります。そのためにはマテリアリティ(重要性)に関する分析を通じて対象を絞り込み、具体的な事業活動との関連性を明確にする必要があります。また、バリューチェーン※全体の見直しと強化も重要な課題として注目されています。

積水ハウスのお二人の経営トップと面談させていただき、企業の社会的な活動を重視されていることを十分に感じました。また、そのような活動を社会にもっと目に見える形で示したいとの意欲も強く見受けられました。

積水ハウスは、自社のビジネスモデルをこの視点から見直して、「4つの価値」を示しています。これは、まさに積水ハウスのCSV(Creating Shared Value)と言えると思います。今後は個々に具体的な数値目標を設定されてKPIとして活用されれば、新しい形の価値創造が見える化されると思います。

※ 製品やサービスを顧客に提供するという企業活動を、調達／開発／製造／販売／サービスといったそれぞれの業務が、一連の流れの中で順次、価値とコストを付加・蓄積していくものととらえ、この連鎖的活動によって顧客に向けた最終的な「価値」が生み出されるとする考え方。



神戸大学大学院
経営学研究科長
國部 克彦 氏

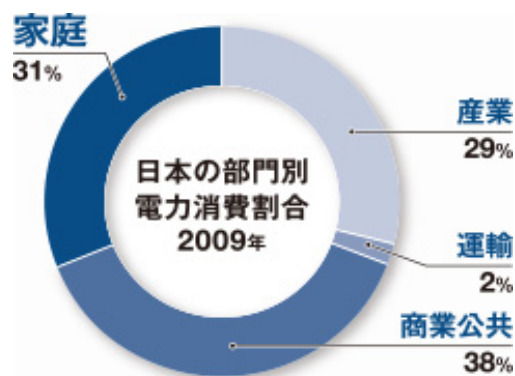
住宅のネット・ゼロ・エネルギー化

省エネ技術と創エネ技術を組み合わせ、
2009年より取り組んできた「グリーンファースト」シリーズ。
2013年からは、さらに「ネット・ゼロ・エネルギー化」を推進し、
エネルギー問題に制約されずに暮らしの質と環境配慮を
高いレベルで実現する住まいを社会に普及させています。

II 背景

地球温暖化問題と、震災で直面した日本のエネルギー問題。
これらの解決に向けて住宅メーカーとして取り組むべきCSV戦略を考える

これまでの地球温暖化防止対策としてのCO₂排出量削減に加え、現在は震災後の日本が直面するエネルギー問題と家庭生活への影響低減への取り組みも避けては通れません。日本の家庭部門でのエネルギー消費量はこの40年で2倍に増加し、また火力発電比率が90%を占める状況でCO₂排出量の増加という事態を招いています。一方で、日本で消費される電力の3分の1は家庭が占めているという事実もあります。家庭生活での省エネ推進は進みつつあるといわれていますが、我慢や節約の意識だけではこの問題は解決できません。これらの社会問題に住宅メーカーとしてどう対処し、それを持続可能な事業とするかが問われます。その解決策が環境問題を改善しながら、積水ハウスのコア事業を継続・発展できるビジネスモデル「グリーンファースト」戦略です。快適に暮らすことと、家計のエネルギーコスト削減と生活時のCO₂排出量削減を両立させる仕組みを、積水ハウスの住まいを通して社会に広げます。



出典：国際エネルギー機関 経済協力開発機構
IEA/OECD Electricity Statistics

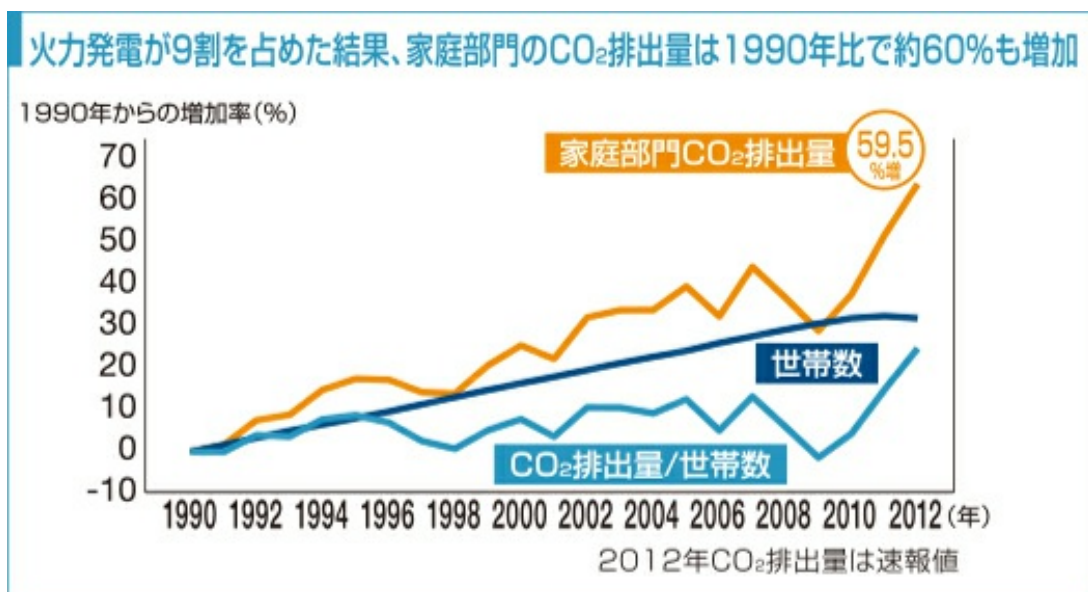
目指す姿

家庭での無理のない省エネ推進と電気エネルギー自給率を高め、エネルギー問題に制約されずに暮らしの快適性を追求できる住まいを普及させる

家庭でのCO₂排出量削減には、積水ハウスの売上高の48%超を占めるコア事業「住宅請負事業」の取り組みが、持続可能で実態効果も一番期待できます。2005年に住宅の省エネ技術でCO₂排出量削減1990年比6%（対策を講じない場合から20%）を目指す「アクションプラン20」をスタート。2009年には創エネ技術を加えた「グリーンファースト」（太陽電池や燃料電池搭載の住宅）へと継続し、2013年には「グリーンファースト ゼロ」の推進をスタートさせ、1990年比で62%（5万t）のCO₂排出量の削減を達成しました。

2014年のCO₂排出量削減は「グリーンファースト ゼロ」で住宅のネット・ゼロ・エネルギー化をさらに推進・普及拡大し、65%を目標にしています。

生活者の努力や行動に依存するのではなく、積水ハウスの家に快適に住むことが、暮らしの質的向上とエネルギー問題の改善にもつながる、積水ハウスの住宅が増えることが、日本のCO₂排出量を大幅に削減し、地球温暖化の抑制ならびに国政に効果的に寄与する、という計画です。



日本国温室効果ガスインベントリ報告書および住民基本台帳データに基づき作成

活動方針

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 (ZEH) 」を先取りした「グリーンファースト ゼロ」を積極推進する

政府はエネルギー基本計画（2014年4月閣議決定）で2020年には標準的な新築住宅をZEH（Zero Energy House）とすることを目標にしています。

重要なステークホルダー

- お客様・取引関係会社（設備メーカー等）・エネルギー供給会社

商品としての改善項目

（従来の「グリーンファースト」から「グリーンファースト ゼロ」へ）

1 高断熱化

ハイグレード断熱仕様、アルゴンガス封入複層ガラスを標準採用

2 総合的な省エネルギー

高効率空調設備、節湯型機器、LED照明、HEMS標準装備

3 自然エネルギー利用

方位別ガラス、日射制御＋通風配慮設計



取り組みの概要

- 1 政府のZEHに準じたエネルギー収支ゼロの住宅新商品「グリーンファースト ゼロ」を開発し、市場投入。
- 2 販売事業所においては特別な事情がない限り、すべてのお客様に標準仕様として提案。

事業目標



取り組みの体制

- 1 自社内で「ネット・ゼロ・エネルギー」の達成度を把握できる専用の計算プログラムを開発。
- 2 販売事業所への徹底した知識と体制の落とし込みや、全国ショールームの整備。
- 3 ZEH補助金申請にあたる事前の勉強会やマニュアル、社内のチェック体制の強化。

リスクマネジメント

環境対策によるコストアップに対する負担削減の取り組みと、「快適で幸せな暮らし」という視点に立ったコンサルティング・ハウジングを徹底

リスク.1 ZEH仕様にする事による住宅のコストアップ

対応.1

政府のZEH基準に対応するには、現在の日本の標準的な住宅の仕様に、断熱や設備機器など省エネ性能の大幅なグレードアップが必須になります。もともと積水ハウスの住宅は一般住宅と比較し、高いレベルの省エネ性能を標準仕様としているので、ZEH仕様に対応するためのコストアップは比較的少なく済みます。それでもイニシャルコストのアップは避けられず、お客様の負担をできる限り抑える取り組みが必要です。全戸建住宅の半数以上を「グリーンファースト ゼロ」仕様とすることを前提に、省エネ、創エネ機器メーカーへ推進への理解と、集中購買での協力等を求めています。「グリーンファースト ゼロ」は省エネ技術と創エネ技術により光熱費が極めて少なく済むことが特長ですが、そのメリットを安定させるため各エネルギー会社と目的を共有しながら、燃料費等のお客様負担を抑える調整にも取り組んでいます。

リスク.2

社会状況の変化によって補助金や太陽光発電買取価格が減額することによるユーザーコスト負担の増大

対応.2

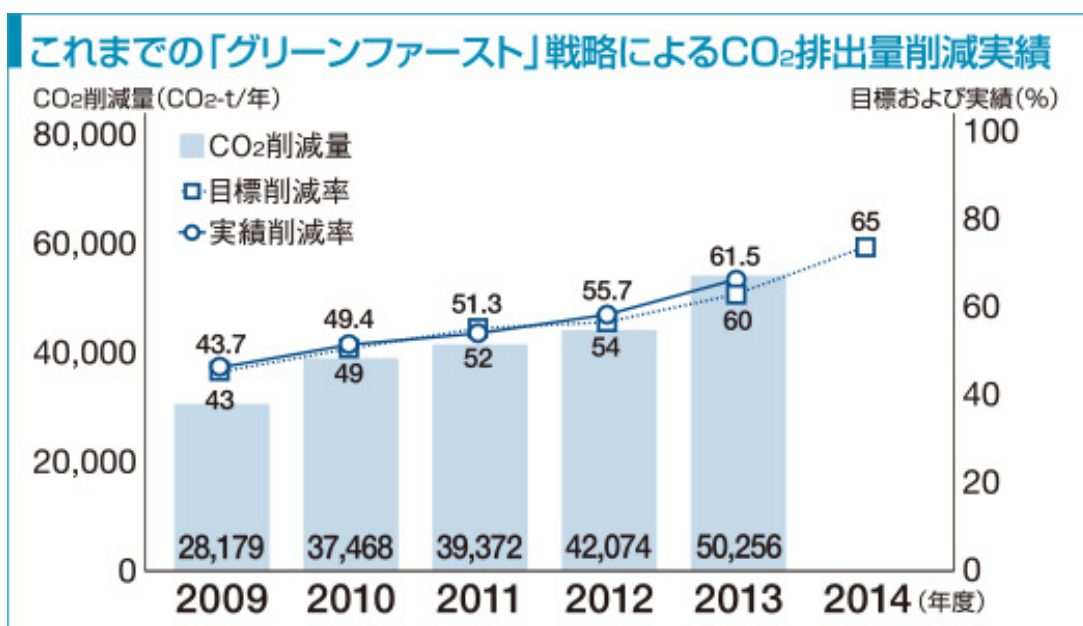
直接販売に携わる事業所の従業員の意識向上と説明能力を強化。「グリーンファースト ゼロ」のユーザーメリットは、経済性だけにとどまらず、多角的な暮らしの質向上に貢献できる未来に向けた住まいであることを伝えるスキルをアップ。また、一部の導入コストは積水ハウスの環境推進費として捻出し、ユーザーの負担軽減につなげています。

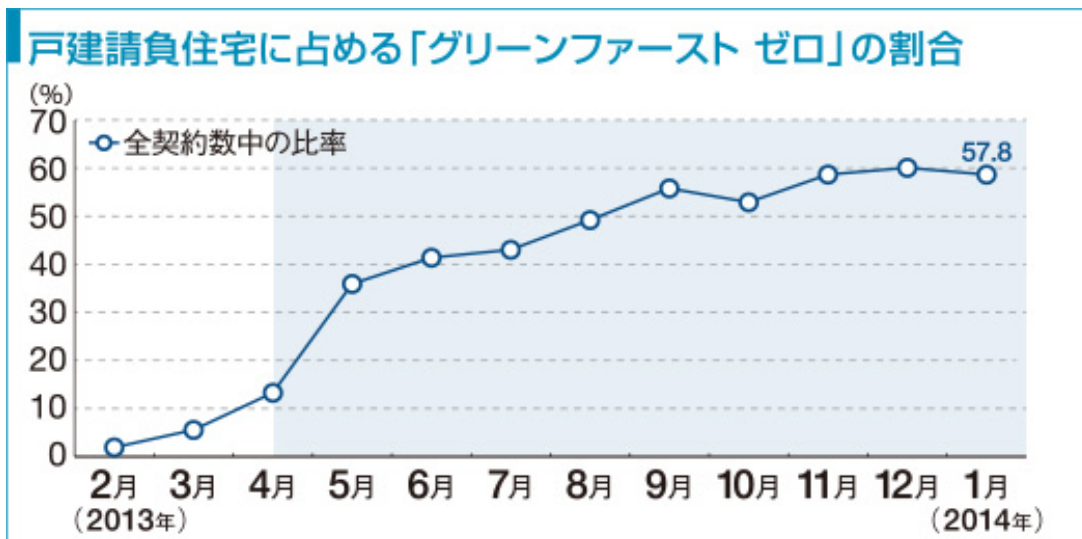
II 活動の実践

経営陣から販売事業所まで一丸となって「グリーンファースト ゼロ」を推進

積水ハウスではCSV戦略の重要項目として「グリーンファースト」の推進に取り組んでおり、2009年から販売を開始しました。さらに2013年からは、政府が2020年の標準化を目指している「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス(ZEH)」を「グリーンファースト ゼロ」で先取りしています。

「グリーンファースト ゼロ」は発売前に全国の事業所で営業担当の研修を行い、知識習得に努めました。政府のZEH補助金申請開始に合わせ、2013年4月に販売をスタート。新築予定のお客様に対し、建築コストは上がるものの、光熱費の大幅削減と今までにない快適性が得られること、未来の住宅を先取りできることなどの説明を行って受注活動を推進。その後も、各地のショールームの展示を「グリーンファースト ゼロ」についての理解を深める内容に改装したり、お客様向けのセミナーを各地で開催したりして普及に努めた結果、2014年1月には戸建請負住宅の全契約の約6割に達しました。



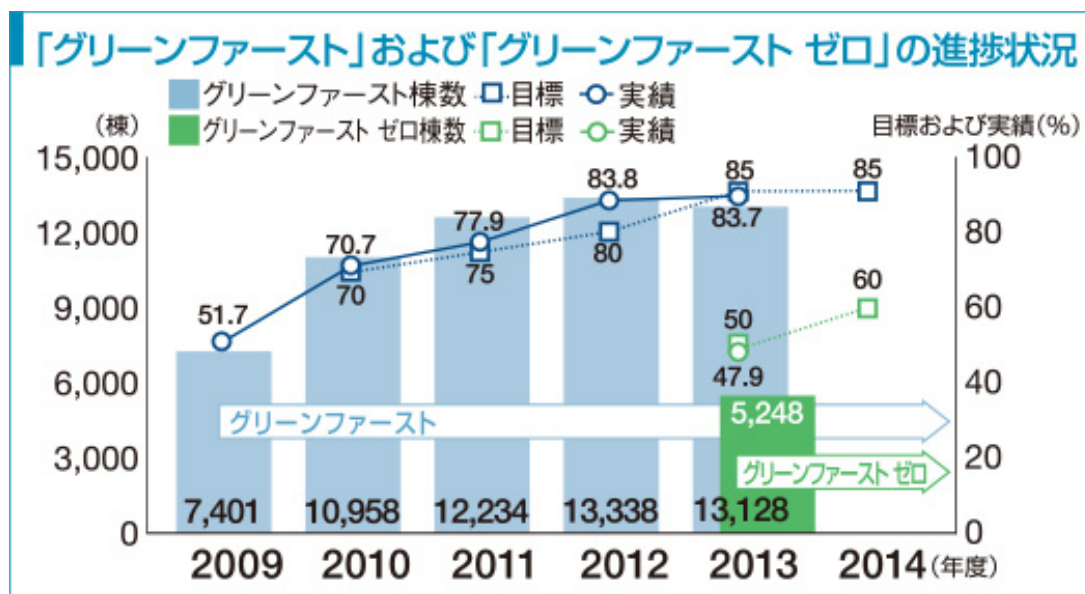


II 評価

2013年度の目標、全戸建請負住宅の50%をほぼ達成。2014年度は60%を目指す

2009年にスタートした「グリーンファースト」は2012年度で当面の目標であった85%をほぼクリアしています。

2013年4月から新たな戦略としてスタートさせた「グリーンファースト ゼロ」は、当初目標の全戸建請負住宅の50%に少し欠ける48%でしたが、単月では2013年11月以降ではほぼ60%に至っていることもあり、当初目標はほぼ達成したと評価しています。



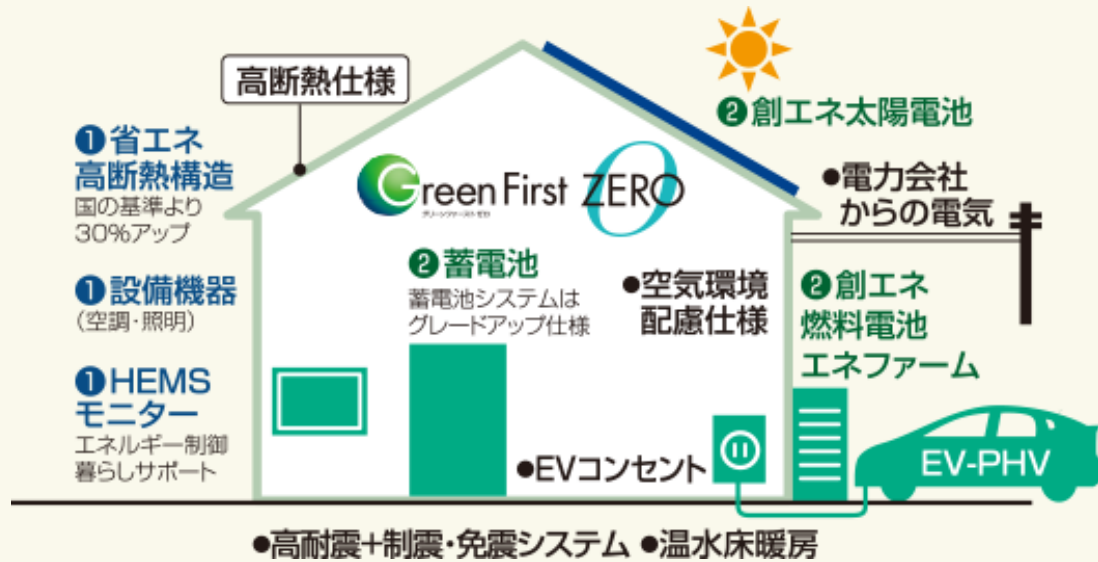
2014年度への取り組み

「グリーンファースト ゼロ」の実績は、直近では全国でほぼ60%に達していますが、地域差が見られます。2014年度の強化推進策として「グリーンファースト ゼロ」をより提案しやすい、より大容量の太陽光パネル搭載が可能な新商品モデルを2014年3月に発売しました。

さらに多雪地域対応の太陽光パネルを新たにラインアップに加えました。また、お客様のコスト負担を軽減するために、2014年度の政府のZEH補助金を十分に活用するための仕様の見直しや申請体制の強化を図っています。

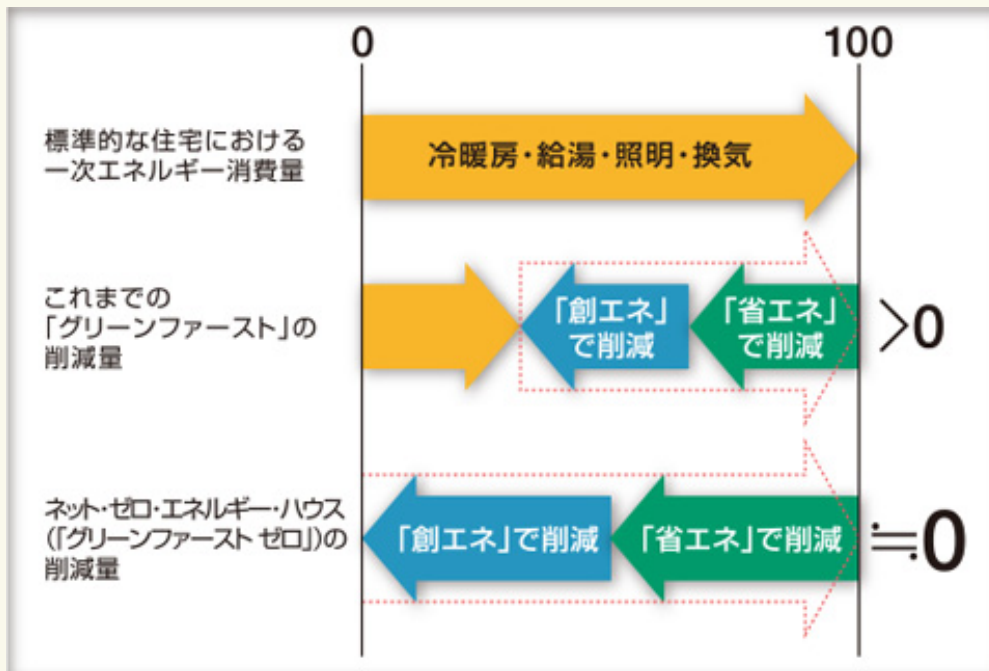
ネット・ゼロ・エネルギー・ハウスを先取りした積水ハウスの「グリーンファースト ゼロ」。
 これまでの「グリーンファースト」を進化させ、
 より「快適性」を高め、「経済性」に優れ、「環境にも配慮した」暮らしを目指す

「グリーンファースト ゼロ」の概要



■ ネット・ゼロ・エネルギーの考え方

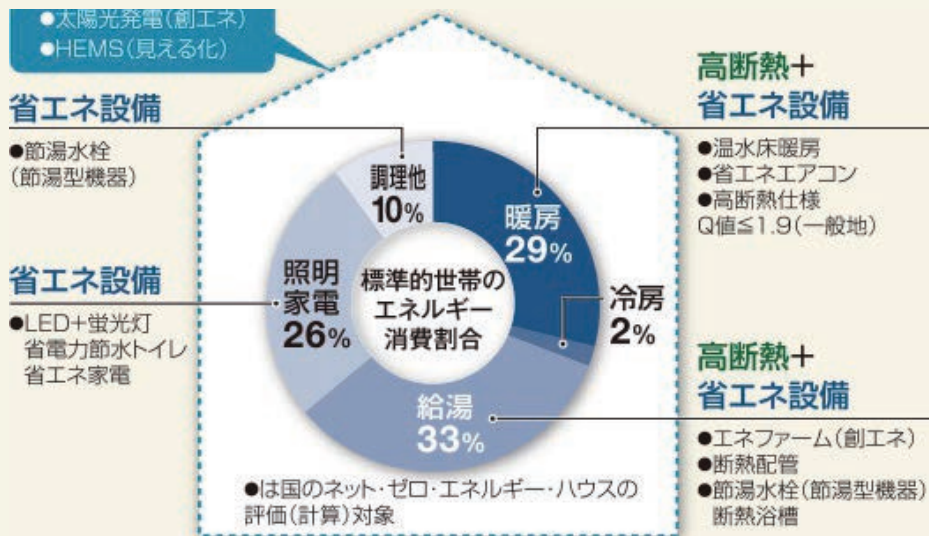
「グリーンファースト ゼロ」は、快適な暮らしを維持しながら、断熱対策や設備機器の高効率化などで①「省エネ」を図り、従来の消費エネルギーを半分程度に削減。残りの半分のエネルギーを②「創エネ」機器の導入により自分で創る（発電）ことで、使用エネルギーを相殺してゼロ以下にするという、いわばエネルギーの自給自足を目指す住宅です。



平成25年度(2013年度)「住宅・ビルの革新的省エネ技術導入促進事業費補助金(経済産業省)」の評価方法に基づき「エネルギー収支ゼロ」であることを個別計算で確認しています。

■ 家庭でのエネルギー消費の割合と省エネ対策

「省エネ」とは、このような家庭生活でのエネルギー消費の場面と、それぞれの削減のためのきめ細かい対策や技術の積み重ねです。大切なのは我慢や無理を強いることではないということです。



■ 開発要件や新たな取り組み

1 快適性と健康配慮：断熱仕様の強化

国の断熱基準より約30%性能をアップさせた高断熱仕様を標準化。特に開口部はアルミ樹脂複合断熱サッシとアルゴンガス封入複層断熱ガラスに強化し、大開口の「スローリビング」提案で快適性も向上しました。



2 先進IT：オリジナルHEMSサービス開始

HEMSを標準化すると同時に、日本アイ・ビー・エム株式会社と共同でHEMSプラットフォームを立ち上げ、エネルギー利用データを一元管理します。エネルギーの見える化を洗練させると同時に、暮らしのサポートなどを行うオリジナルHEMSサービスを開始。IT技術を暮らしの質向上につながる付加価値として展開。ガーデニングやお手入れ、防犯情報など暮らしに役立つ情報をお客様に合わせてご提供します。



3 創エネ：エネファームの販売強化

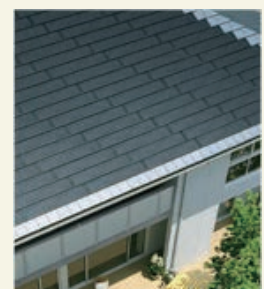
各メーカーやガス供給会社との協力体制が取られています。お客様の満足度調査実施とその分析結果のフィードバック、機器特性の説明不足など不満要素の改善、お客様の負担を抑える販売価格や燃料費の策定など、普及促進に努めています。



4 創エネ：太陽電池の発電量アップとコストダウン

各メーカーと協議を重ね、普及促進のための性能向上やコストダウンに取り組み、より高い経済メリットを得るための搭載方法の開発と、セミナーや研修を通して、その理解と推進に努めました。1棟当たりの搭載量が8%アップ。

オーナー様の光熱費削減と同時に、再エネ比率が高まり、CO₂排出量削減にも貢献します。



生物多様性の保全

生物多様性のもたらすさまざまな便益(生態系サービス)は、企業においても原材料・エネルギーなどの形で事業を成立させるための不可欠な要素です。また、緑豊かで快適な自然環境は住まい手の生活の質を高めてくれます。生物資源に対する依存度の高い住宅事業の特性から、自然資本や生態系サービスは成熟や回復に長い時間を要することを直視し、サプライヤーも巻き込んだ実践的なシナリオを描いて長期的な視点で事業に組み込んでいます。



II 背景

住宅産業は、大量の「自然資本」を利用する半面、本業を通じて自然環境や快適さに直接の影響力を発揮できる業種

住宅産業は、住宅建築に大量の木材資源を使用するだけでなく、庭や街路の緑化、開発などで地域の自然に直接影響を与えます。同時に、きれいに手入れされ成熟した緑は、住宅の価値を高めて住まい手に満足感を与え「まちの財産」ともなります。

生態系の破壊により世界規模で生物資源の減少が進行する中で、年間30万m³を超える木材を用い、お客様の外構緑化で年間約100万本を植栽する、わが国最大級の造園業者でもある当社にとって、生物資源の利用は「ヒト・モノ・カネ・情報」同様、経営を支える重要な「自然資本」です。従って、これを定量的に評価して長期的な事業継続を図り、お客様の満足度向上と自然の回復力への寄与の両立を進めることが必要です。その一環として「調達」を自然資本の戦略的活用の軸に位置付けて、原材料調達にかかわるサプライヤーとの良好な信頼関係構築を進め、生活者への新たな価値提案でこれを支えることが、長期的に企業の将来価値や業績を左右すると考えています(下図)。

II 目指す姿

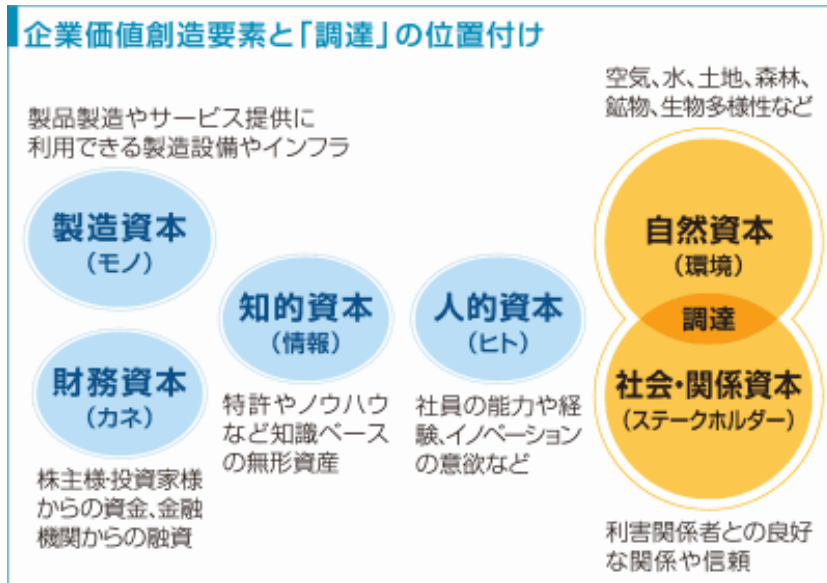
生態系に配慮された住宅で暮らす快適さをお客様に実感いただき、それを支える調達のメリットをサプライヤーと共有する

■ 到達点を共有するところからスタート

当社では、持続可能な社会を実現するために、経営において重視する「4つの価値」と「13の指針」(2006年制定)の中で、目指すべき姿について次の通り示して取り組んでいます。

資源 自然生態系の再生能力を超えない資源の利用

生態系 自然の循環と多様性が守られるよう配慮する



活動方針

競争力の源泉は優良な原材料に由来。サプライヤーとの信頼関係を高め、生活者の快適さ向上を支える自然資本の安定的な調達を確保すると同時に、この事業過程と成果を通じて自然環境の保全を進め、スパイラルアップを図ることを重視

重要なステークホルダー

- 生活者・サプライヤー・環境NGO

取り組みの体制

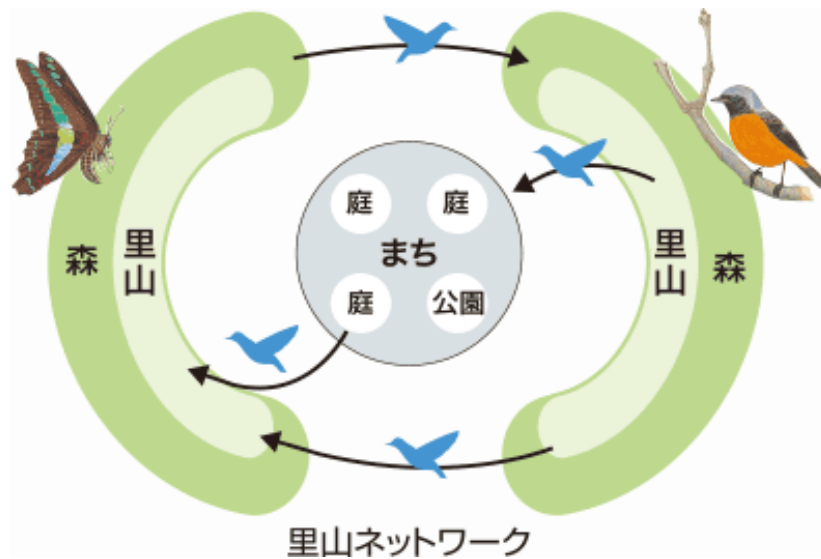
- 木質建材の主要なサプライヤー 約60社...資材部等を通じた情報共有(「方針説明会」の実施や評価・教育)
- 庭木の植栽に使う樹木の生産者・造園業者約50社...全国の業者とのネットワーク

取り組みの概要

「5本の樹」計画 ～生態系に配慮した樹種を用いた緑化事業～

造園緑化において植栽する植物について、園芸種・外来種のみを多用するのではなく、生態系に配慮し、地域の生き物にとって活用可能性の高い「自生種・在来種」の樹種を積極的に提案する「5本の樹」計画と名付けた造園緑化事業を2001年から推進してきました。

実施に際しては、地域の植木生産者・造園業者のネットワークと連携し、それまで市場での流通が少なかった自生種・在来種の樹種の生産を依頼。安定的な供給体制を確保するとともに生活者に対して生き物と共生した暮らしの楽しさや意味を提案しています。



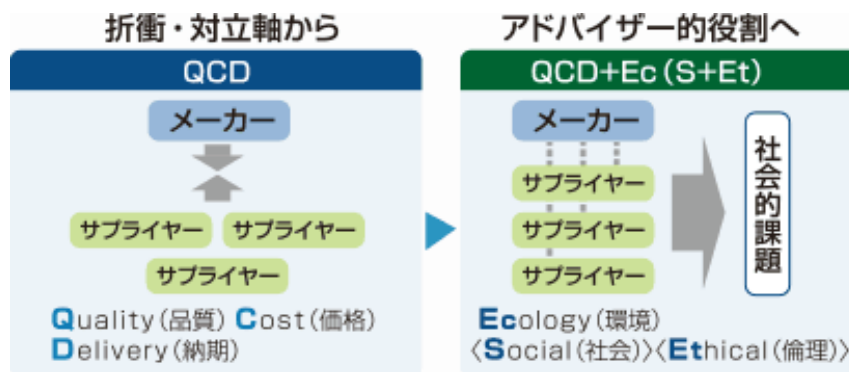
「5本の樹」計画を反映した庭や街路が増えることで、生き物とつながって暮らす楽しさが実感でき、都心の小さな庭や空間がつながってネットワークを生み出し、生態系のネットワークの重要な一部が形づくられます。

■ 「木材調達ガイドライン」の運用 ～持続可能な木材利用の推進～

当社が住宅建築に用いる木質建材に関して、絶滅危惧種でないか、貴重な生態系が形成されている地域からの木材でないかなど、生物多様性等に配慮した持続可能性の高い「フェアウッド(公正な木材)」の調達を2006年から進めてきました。

取り組みは、当社に対して木質建材を納入している主要なサプライヤーを集めて、その必要性の学習会を始めることからスタート。「持続可能な木材」とはどのようなものかを検討し、国際環境NGO FoE Japanの協力を得て10の指針からなる独自の「木材調達ガイドライン」を策定。配点基準に従って、サプライヤーから当社に納入された木材を数値評価し、改善に向けたPDCAを回しています。

調達プロセスを通じて、サプライヤーと信頼関係を強め、共に成長することが企業価値を高めると位置付けています。



企業調達においてメーカーがサプライヤーに対して一方的にQuality・Cost・Deliveryのみを求めるだけでは本物の協力関係は生まれません。

当社は、メーカーの役割は変化しなくてはならないという姿勢のもと、生物多様性をはじめとする社会的課題について、両者が認識を共有し、事業を通じて、その課題の解決に向かうことが重要だと考え、改善の取り組みを進めています。

|| リスクマネジメント

■ 木材調達

リスク.1 国際的な木材取引の規制強化の流れの中で、伐採・輸出・流通が制約されて、自社で安定的に木材の調達ができなくなる恐れ

対応.1

伐採地の規制動向等の最新情報は現地環境NGOが捕捉していることが多いため、国際環境NGOとのネットワークで把握し、早期に木質建材サプライヤーと共有することで当社に対する優先的な木材の供給体制の見直しを準備してもらうことができます。

「5本の樹」計画

リスク.2

「5本の樹」計画コンセプト普及の下で、他社が同様の提案を行うことで当社の提案の価値が相対的に低下する恐れ

対応.2

植木生産者ネットワークとの長年の連携を生かして市場ニーズに沿った樹種の提案を積極的に進めるとともに、設計の提案力アップ研修や施工体制の強化によって、より満足度の高いトータルなエクステリアデザインで差別化を図ります。

期待できる効果

「木材調達ガイドライン」の運用

EU木材規制、米国レーシー法等、木材のトレーサビリティが強化されても、他社に先行して、各サプライヤーの状況まで把握しながら対応を進めておくことで、既存サプライヤーとの優先的な調達確保ができるとともに、新規採用の際のルール構築も容易となる。

「5本の樹」計画のもたらす価値の拡大

当社が2012年から進めるブランドビジョン「SLOW & SMART」の下で、大開口サッシからの緑豊かな庭の景色を取り込んだ快適な暮らしを「スローリビング」と位置付けているところ、「5本の樹」計画をその要素として積極的に発信することで、建物の差別化、居住価値のアップにも役立てられる。

活動の実践

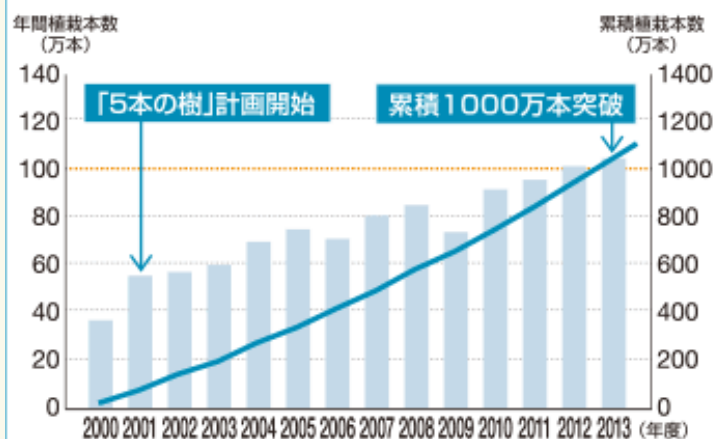
取り組み効果を報告

1 「5本の樹」計画

「5本の樹」計画に基づいて当社が植栽した樹木は2013年度に年間約106万本となり、2001年の取り組み開始からの植栽本数は累積で1000万本を超えました。

分譲地での植栽ルール化やマンションでの緑被率目標の設定などを進めてきた結果、緑化植栽を含む当社の造園事業の売り上げも、これに伴って年間500億円規模となっています。わが国最大級の造園業者として、この取り組みを推進することで、今後も生き物と共存する庭の楽しさを多くのお客様に提案していきます。

年間植栽本数・累積植栽本数の推移



2 木材調達

「木材調達ガイドライン」10の指針（2012年度改定）

- 1 違法伐採の可能性が低い地域から産出された木材
 - 2 貴重な生態系が形成されている地域以外から産出された木材
 - 3 地域の生態系を大きく破壊する、天然林の大伐採が行われている地域以外から産出された木材
 - 4 絶滅が危惧されている樹種以外の木材
 - 5 生産・加工・輸送工程におけるCO₂排出削減に配慮した木材
 - 6 森林伐採に関する地域住民等との対立や不当な労働慣行を排除し、地域社会の安定に寄与する木材
 - 7 森林の回復速度を超えない計画的な伐採が行われている地域から産出された木材
 - 8 計画的な森林経営に取り組み生態系保全に寄与する国産木材
 - 9 自然生態系の保全や創出につながるような方法により植林された木材
- 1 資源循環に貢献する木質建材

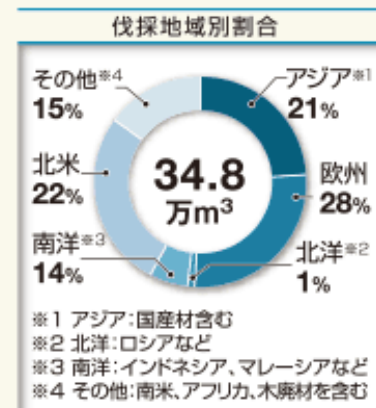
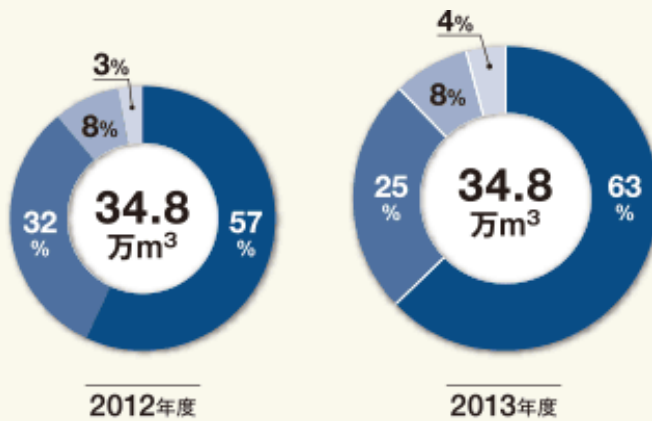


指針の合計点で調達ランクを決定

| 合計点（最大43点） | 調達ランク |
|-------------|----------|
| 34点以上 | ■S |
| 26点以上、34点未満 | ■A |
| 17点以上、26点未満 | ■B |
| 17点未満 | ■C |

各調達指針の合計点で評価対象の木材調達レベルを高いものから順にS、A、B、Cの四つに分類。10の指針の中で特に重視している1、4に関しては、ボーダーラインを設定。

取り組みの推移



CSVとしての「造園緑化」提案強化の必要性

～生活者、住まい手にとっての価値提案の充実～

2001年に当社が「5本の樹」計画を発表し、生物多様性について配慮した造園緑化の提案を行った時期には、市場には自生種・在来種はほとんど流通しておらず、こうした樹種は山野から採取してくることが一般的でした。しかし、当社のサプライヤーを中心とした各地の植木生産者、造園業者が生産を始めたこともあり、日本人の美意識にも沿った「雑木の庭」に対する市場の評価は次第に膨らみ、近年、住宅だけでなく都市部の商業施設などでも日本の在来種の活用は広がりつつあります。こうした提案が受け入れられて植栽本数累積1000万本を達成できました。

しかし、こうした都会の緑が人の暮らしにどのような安らぎを与えるのか、庭の緑化がどれだけ建物の価値を高められるのか、その楽しさや魅力を生活者にどう伝えていくのか等、お客様にとって生き物と共存する庭の「価値」はまだ十分に伝えきれていないと思われます。

当社では、自然と触れ合いながら、ゆったりとした時間を取り戻す「スローリビング」の考え方を住まい手にとっての大きな価値として提案しています。

「5本の樹」計画をベースに、自然の恵みを住まいの心地よさに変えていくことで、自然とつながる暮らしを実現していくためのさまざまな提案を進めていきます。

課題に対する現在の取り組み

スマートフォンやタブレットなどを使って、 庭の魅力や楽しさを実感していただくためのAR(拡張現実)等の導入

住宅建築を検討する段階でも「5本の樹」計画の庭の楽しさを理解していただき、緑化に関心を持っていただくために「庭木セレクトブック」などで、楽しさを提案しています。

※ 下記ショートムービーでも一部をご覧ください。

【ショートムービーの楽しみ方】

①スマートフォンアプリ「junaio」を、App Store(iPhone・iPadの方)、または、Google playストア(Androidの方)で、ダウンロードしてください(無料)。



②スマートフォンアプリ「junaio」を起動して、カメラマークの付いた写真にかざしてください。読み込み完了後、ショートムービーを楽しむことができます。

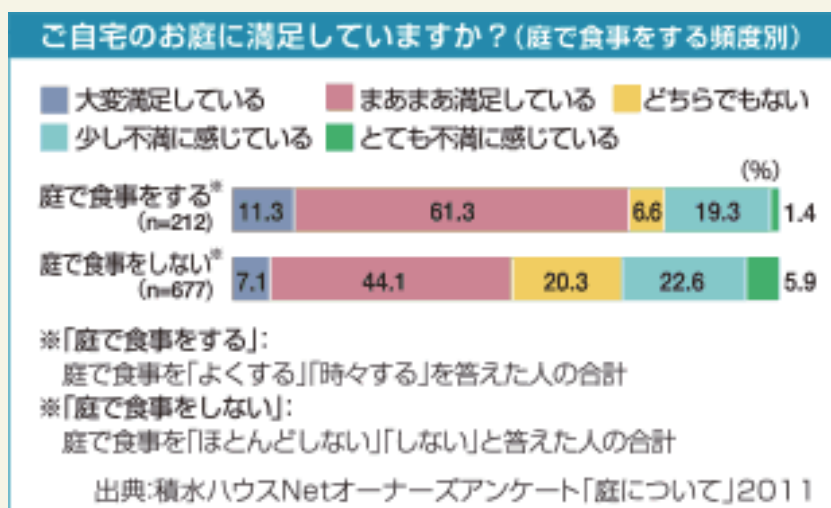


※ アプリ利用の際の通信料はお客様負担となります。
一部対応できない機種があります。

庭の楽しさを伝えるためのライフスタイル提案

庭のデザインや利用に対するヒアリングや調査を進め、これに対して庭を利用するための設計や提案を強化しています。

例えば、庭で食事をする人ほど庭に対する満足度が高いが、道路や近隣からの視線、配膳の手間などが課題でした。そこで、開放感とプライバシーを両立し、室内との行き来が容易な「インナーコート」などの提案を行っています。



リビング・ダイニングとつながる「インナーコート」

生産・施工品質の維持・向上

昨今、建設業就業者の減少および高齢化が日本全体で課題となっています。
 安全・安心・健康・快適で、世代を超えて住み継ぐことのできる
 質の高い住まいを提供することが、積水ハウスグループの使命です。
 お客様に満足いただける住まいを提供するために、
 協力会社と連携しながら、永続的に優秀な人材を確保し、
 安定的に高品質の住まいを供給できる体制づくりを進めています。

背景

すべての住まいに、同じ安全・安心・快適を提供するために

積水ハウスグループでは、企業理念の中で「私たちの目標」として「最高の品質と技術」を掲げています。営業・設計・生産・施工・アフターサービスなど、住まいづくりのすべてのプロセスにおいて最高の品質、すなわちお客様の信頼と満足を得ることができるもの（サービス）を提供することを目指しています。中でも工業化住宅という特性上、生産現場・施工現場における品質の維持・向上は重要なテーマです。

多岐にわたる性能検証を繰り返し行い、一定の基準に則って、工場生産された部材を現場で施工して完成させるのが工業化住宅です。部材のほとんどが工場生産されるため、品質や精度が安定し、計算通りの性能を確保できることが大きな特徴です。

しかし、部材を最終的に現場で「家」にするのは「人」。施工従事者の技能の差によって、性能値や完成度にばらつきが生じないようにすることが大切です。設計通りの性能を発揮する家になるかどうかは、いかに優れた人材を確保し、徹底した品質管理体制のもとで、部材の生産品質や現場での施工品質の精度を高め、均質に維持するかに懸かっています。優れた性能設計～高品質で高精度な部材生産～確実な施工が一貫して行われてこそ、工業化住宅のメリットが生かされるのです。

目指す姿

優れた人材を確保し、高品質な住まいを安定的に供給する体制を構築

住宅の性能向上に伴い、部材生産において要求されるパフォーマンス水準は高まり続けています。一方、日本の建設業就業者は、3人に1人が55歳以上であり、高齢化が進行しています。今後も高齢者の引退による施工従事者の減少は続き、新規入職者の確保・育成と定着率向上が建設業界全体の課題となっています。

積水ハウスでは、永続的に優れた人材を確保し、高品質の住まいを安定的に提供する能力・体制を確保することを目指して、さまざまな施策を講じています。

活動方針

生産力・施工力の強化により品質向上・お客様満足向上を実現

重要なステークホルダー

- お客様・従業員・協力会社(購買・加工・物流・施工)・工場および建築現場周辺にお住まいの方

体制

生産については、各工場および生産部が業務の企画・立案・調整を行っています。施工については、施工部が施工上の品質管理、施工技術の研究開発、施工協力会社等の安全衛生・福利厚生、施工全般の教育研修に関する事項を掌理しています。

営業部門、技術開発部門、施工部門、生産部門、システム部門およびグループ会社、協力会社が連携し、生産力・施工力の強化に取り組んでいます。

取り組みの概要(実践)

鉄骨2階建て住宅の構法を統一、高品質・高性能を標準化

2014年3月から鉄骨2階建て住宅の構法を統一し、大幅な再編を実施。構法を「NewBシステム」による「進化したユニバーサルフレーム・システム」に統一することで、耐震性と制震性を強化しつつ、設計自由度を高め「スローリビング」などの大空間・大開口設計が可能になりました。また、外壁のメンテナンスサイクル30年、開口部の高断熱化、居室の化学物質低減仕様など、重要な基本性能において高品質・高性能を標準化。同時に、3シリーズだった商品編成を2シリーズに再編し、約400万点あった部材を約250万点に削減。設計・生産・施工効率が改善されました。

これにより、すべてのお客様に「より強く、明るい住まい」を提供しやすくなりました。当社はこれまでも時代を先取りし、耐震性能や環境性能において高性能の仕様を標準採用してきました。今回の標準化により、さらに一步業界をリードし、日本の住宅のスタンダードを引き上げていきます。



安全性と設計の自由度をハイレベルで両立する独自の構造躯体「ユニバーサルフレーム・システム」



耐震性と制震性を保ちつつ「スローリビング」などの心地よい空間を実現

コンピューター制御による自動化推進

1棟の住宅を建てるのに必要な部材は、数万点に上ります。「邸別自由設計」が基本の積水ハウスでは、必要な部材も一邸ごとに異なります。自社工場では、柱・梁をはじめとする主要構造材や外壁材などのオリジナル部材を製造。多品種の「邸別生産」と、工業化住宅のメリットである合理性を両立させつつ、常に性能・品質が安定した高精度な部材を供給するため、工場ラインの整備や自動化を推進しています。

2010年、兵庫工場(兵庫県加東市)でダイパネル(外壁材)製造改革を行い、17台のロボットを導入しました。同年、静岡工場(静岡県掛川市)に鉄骨構造システムを生産する、127台のロボットによる自動化ラインを導入。従来60%だった自動化率を95%に高め、24時間生産体制や、自由設計で受注した住宅ごとに生産を行う「完全邸別生産」を実現しました。後工程である施工現場の工期に合わせて生産することで、出荷や施工効率の向上にも寄与しています。2013年には、関東工場(茨城県古河市)にも同様のロボットラインを新設。量産体制が整いました。



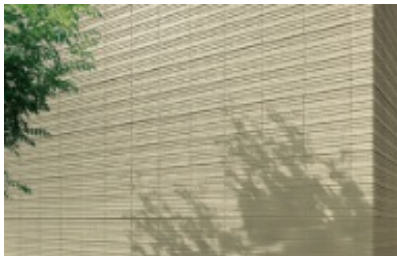
多品種の軸組を「完全邸別生産」できる
自動化ラインは住宅業界初



熟練の作業者に匹敵するセンシングカメラを搭載した溶接ロボット

■ 自社生産の拡大

2012年に静岡工場、2013年には東北工場（宮城県加美郡色麻町）に、シャーウッド住宅（木造住宅）向け陶版外壁「ベルバーン」の製造ラインを新設し、生産を開始しました。「ベルバーン」は、優れた耐候性・耐水性・防耐火性・強度を誇るオリジナルの外壁材です。新製造ラインの完成により、生産能力が月産8万m²（住宅約510棟分相当）に拡大。より多くのお客様の要望に応えられる体制が整いました。東日本大震災被災地の工場に新製造ラインを設けたことで、東北における雇用拡大や地産地消の推進にも貢献しています。



陶版外壁「ベルバーン」は2012年度「グッドデザイン賞」を受賞



十分に練り上げた材料を金型に通して「ベルバーン」の基本的な形と柄を成形



センサーカメラで一邸ごとの寸法や色調・光沢をチェックし、精度を確認

■ 生產品質管理体制の整備

全工程において品質管理を徹底するため、製造ラインごとに専任担当者を配置。原材料の入念な納入検査、部材の抜き取り検査や品質検査、工場技術者の定期的な技能試験などを実施しています。こうした生產品質管理体制の優秀性が認められ、1998年に品質マネジメントシステムの国際規格「ISO9001」を業界で初めて生産部門一括で取得しました。

また、自社工場では、そのすべてで発生した廃棄物を100%リサイクルするなど、環境への配慮を徹底しています。



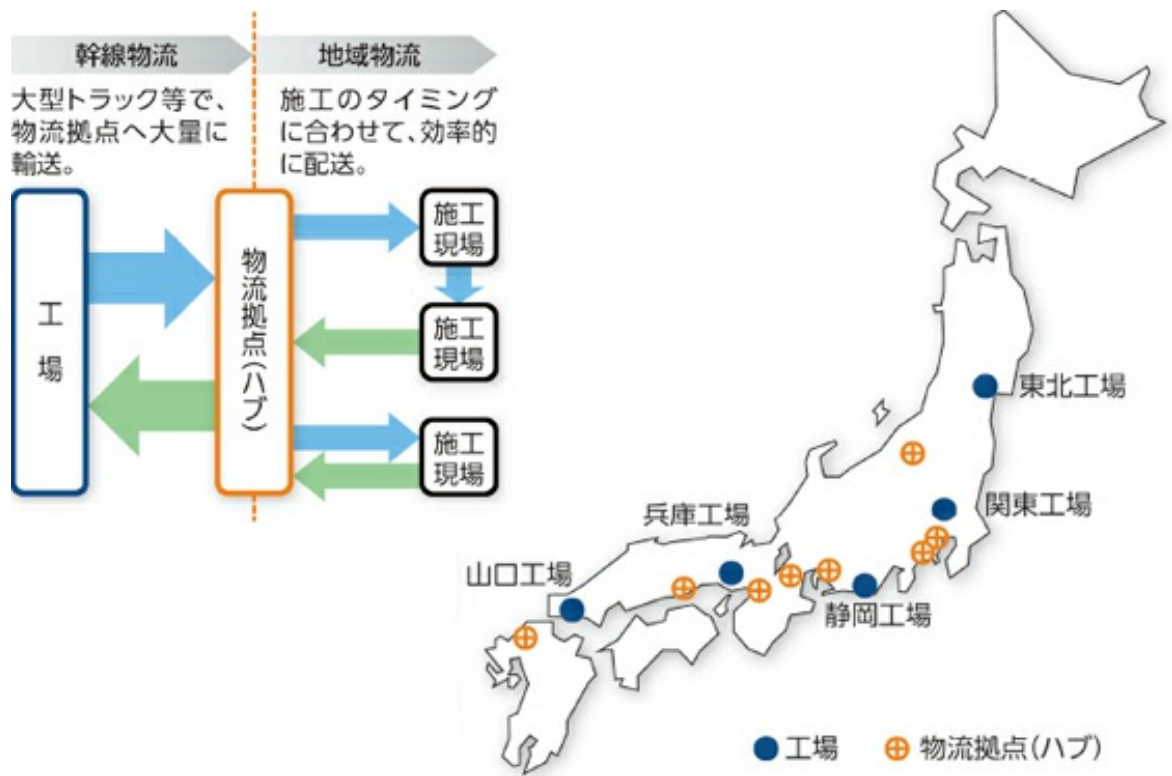
シャーウッド構造材の梁の曲げ強度試験。徹底した生產品質管理を実施

■ 物流拠点の拡充による配送効率化

全国8カ所（東京・神奈川・新潟・愛知・滋賀・大阪・岡山・福岡）に物流拠点を設置しています。物流拠点では自社工場から建材を集めて施工現場に配送。工事の進行に合わせ、必要な建材を必要な時に届ける「ジャストインタイム物流」を推進しています。併せて、物流拠点を出発したトラックが複数の現場を回り、廃棄物や輸送アイテムを回収して物流拠点に戻る効率的な配車システムを構築。さらに、物流拠点で建材の一部を組み立てる作業も行い、施工現場における作業の効率化に寄与しています。



各地に物流拠点を設け、工場生産部材やメーカーから集荷した部材を効率的に配送



施工力強化に向けた合理化の推進

限られた人的資源を最大限に活用し、施工力増強を果たすには、施工従事者が気持ち良く効率的に仕事に取り組める環境づくりが不可欠です。施工現場の声を重視しながら、業務プロセスの効率化に取り組んでいます。現場作業軽減と施工品質安定を目的に、プレファブ리케이션（工場での部材の複合化・プレカット化・プレセット化）を大幅に推進。現場での加工削減は、省力化のみならず、粉塵などの近隣環境への配慮による現場美化にもつながっています。現場の要望・提案を受け、迅速に対応し、順次メニューを増やしています。また、現場での作業効率を向上させるため、分納システムの再構築（施工手順、作業効率を考慮した配送）、賃貸住宅「シャーマゾン」施工現場への階別・エリア別搬入、世帯別表示と部材識別（製品ラベルの工夫）などを進めています。



構造用金物を正確に取り付けた状態で出荷することで、施工現場での作業を軽減



母屋野地パネルなどの大型部材についても複合化を推進

運命協同体である「積水ハウス会」との協働

積水ハウスグループの最大の強みが、創業以来「運命協同体」として強いきずなで結ばれ、共存共栄を図ってきた「積水ハウス会」の存在です。積水ハウス会は、施工に携わるグループ会社や協力工事店によって結成されている任意組織です。2014年2月1日現在、グループ会社（積和建設、ランドテック積和）20社と、全国の協力工事店約7000社が加盟しています。それぞれの地域で積水ハウスの各事業所と協力し、施工品質の向上はもとより、お客様や近隣の皆様への対応、安全対策、現場美化、ゼロエミッション活動、人材の育成、労働環境の整備など、さまざまな取り組みを進めています。また、各施工現場や各協力工事店が抱えている課題を共有して解決策を検討する情報交換の場や、研修・勉強の場を設け、業務改善や技術向上に努めています。



均質で高精度な施工を実現するには、施工従事者の職能教育も重要

「教育訓練センター・訓練校」で若い技能者を養成

将来にわたって施工力を確保し、施工品質の維持・向上を図るため、人材の育成や次代を担う若い技能者への技術の継承に力を入れています。その一環として、教育訓練センター・訓練校を設け、技能者の養成に取り組んでいます。東日本教育訓練センター・訓練校(茨城県知事認定)、西日本教育訓練センター・訓練校(山口県知事認定)は、積水ハウス株式会社が直接運営する認定職業能力開発校。積水ハウスの施工現場に従事することを条件に、積和建設各社、積和不動産各社、協力工事店に採用された若者に、技術・技能をはじめ、社会人として必要な教養やマナーを身につける訓練を行い、第一線で活躍できる人材を育てることが目的です。施工に必要な知識と技能だけでなく、お客様の満足を実現するために大切な積水ハウスの理念を学ぶところが他の学校とは大きく異なる点です。修了生は全国各地で技能工や施工管理者として活躍しています。

訓練校修了後も、教育訓練センターで実施している研修に参加し、継続して技術・技能向上に取り組んでいます。基礎研修、外装研修、内装研修、部位別研修など、多彩なカリキュラムを用意。実務経験やレベルに応じて受講することができます。



外装組立技能者・施工管理者を育成する「普通課程」の2階複合外壁施工(玉掛け)実習



内装組立技能者を育成する「内装課程」の天井石こうボード施工実習

厚生労働省認定「セキスイハウス主任技能者検定」

「セキスイハウス主任技能者検定」は、国家検定に準ずる、積水ハウス施工業者による自主運営の検定制度です。基礎・外装・内装の施工に携わる技能者の技能を公正・的確に評価することが目的です。2013年度は157人が合格しました。検定合格者は現場責任者(現場作業のリーダー)として、施工品質の向上に寄与しています。

評価基準は、主任技能者にふさわしい人間性を兼ね備え、図面および仕様書などに基づく施工内容の詳細を理解し、規定通りの工事ができ、必要な専門知識と技能を有する作業者であって、円滑かつ確実な業務の遂行ができること。学科試験と実技試験の両方に合格すると「セキスイハウス主任技能者」として認定され、認定証とヘルメットが与えられます。検定合格後、経験を積み重ね「施工マスター」への道が続いています。



青いヘルメットは「セキスイハウス主任技能者」資格保有者の証し

優れた技能者を顕彰する「施工マスター制度」

全国で活躍する優秀な技能者を顕彰する制度として「施工マスター制度」を設けています。施工現場における「匠」の顕彰により、技能を評価し、次世代に継承することを目的として、2010年に創設しました。対象者は、基礎・外装・大工の技能工(主任技能者)で、豊富な施工実績があり、技術・技能が優れているばかりでなく、後進の指導育成に秀でているなど、厳しい認定基準をクリアした方々です。認定者には認定証などが授与され、奨励金が支給されます。施工品質への貢献、高度な技能の伝承など、他の範となることで、すべての施工従事者のモチベーション向上に資することが期待されています。



「施工マスター」認定者に授与されるワッペン

|| リスクマネジメント

リスク.1 材料費高騰

対応.1

- 歩留まり向上施策の推進
- 製造効率向上施策の推進
- 代替部材、新規部材の導入(製造対応)

リスク.2 労働人口減少(労働力不足)

対応.2

- ライン整備、自動化推進による生産の省人化、効率化
- 製造リードタイム短縮
- プレファブリケーション推進による現場作業の省力化
- ジャストインタイム物流の推進による現場作業の効率化
- 無理・無駄のない工程計画、施工従事者の適正配置による労働力の最大限の活用
- 「教育訓練センター・訓練校」運営による若い技能者の養成
- 職場環境整備、福利厚生充実、研修や資格取得推進等による定着率向上
- 外国人実習生の受け入れ、研修

リスク.3 トラック不足、ドライバー不足

対応.3

- 物流拠点を中心にした幹線物流と地域物流の確立
- 多運行化による回転率向上
- 住宅設備メーカーからの調達を含む物流システムの全体最適化
- 配送計画、運用の一元管理
- ドライバーの負荷軽減(作業省力化、輸送距離短縮)

リスク.4 自然災害

対応.4

- 協力会社と連携したBCP(事業継続計画)の推進
- 物資の備蓄、工場の避難場所としての活用

|| 期待できる効果

- 生産能力・生産品質の維持・向上による競争優位性の維持
- 自動化・省人化・生産効率向上による生産コスト削減、市場競争力強化
- 施工能力・施工品質の維持・向上による競争優位性の維持
- 施工従事者の技能・モチベーション向上による施工品質の向上
- 製品精度・品質向上によるお客様満足の向上
- 企業イメージ、商品ブランド力の向上

実績

| | 2012年度 | 2013年度 |
|-----------------------|---------|---------|
| 1人当たり生産性(工場出荷金額÷従業者数) | 100.0 | 110.1 |
| 施工従事者(基礎・建方・大工)人数 | 10,249人 | 10,899人 |
| 教育訓練センター・訓練校修了者(累計) | 2,208人 | 2,294人 |
| セキスイハウス主任技能者検定合格者(累計) | 14,301人 | 14,458人 |
| 施工マイスター認定者 | 205人 | 314人 |

住宅の長寿命化とアフターサポートの充実

住まいの長寿命化は、解体による大量の廃棄物発生を防ぐと同時に、建て替えに伴う資源・エネルギーの利用を抑えることとなります。「いつもいまが快適」な暮らしを実現するために、リフォーム、住み替えなどをトータルにサポートできるサービスが求められています。



背景

多世代にわたって末永く付き合える住宅の提供を通じて社会資産を形成していくことが望まれる

欧米に比べて日本では住宅が一般的に短期間で解体されるため、住宅の資産価値は比較的低いものとなっています。建物の耐久性を高くし、住み続けたいものになれば「個人資産」である住宅の資産価値が高まり、それが増加すれば「社会資産」となり、地域の文化的豊かさまで支える社会となります。

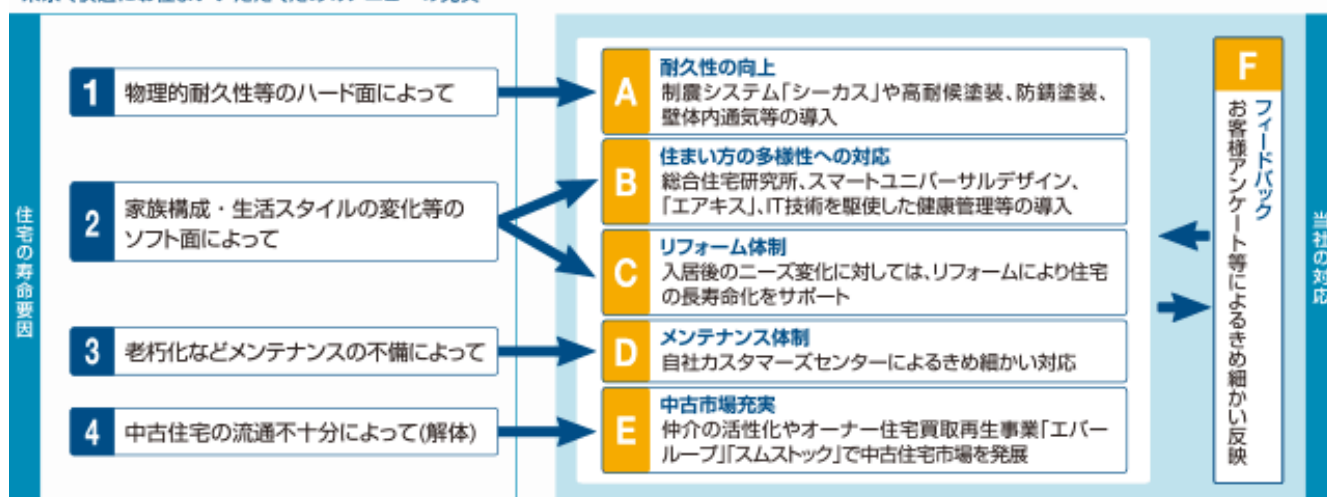
また、長く住み続けるためには、多様化しつつある家族形態に柔軟に対応できる住宅であることも必要です。そのような住宅を普及させ、快適に心豊かに暮らせるまちを提供することが当社に求められていると認識しています。

目指す姿

耐久性の向上と快適で豊かな暮らしの追求を通じて、多様な形態の家族の暮らしを支援

風雪、経年劣化、地震等の自然災害に対する耐久性を高め、住まい方の変化にも容易に対応し、住まい手の愛着を生み出す工夫を通して、住宅を長期にわたる良質な社会資産とします。

■末永く快適にお住まいいただくためのメニューの充実



活動方針

住まいのニーズと資産価値をグループ力で支える

重要なステークホルダー

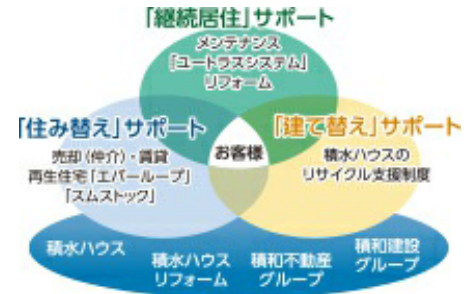
- お客様・入居者様・地域社会・株主様・投資家様

取り組みの体制

住宅の耐久性向上の研究・開発のために「総合住宅研究所」(京都府木津川市)で、住宅の基本性能の検証や評価を行っています。住宅の耐久性向上だけでなく、来場者(2013年度は年間3万2854人)を対象に、体験学習等によって、住まい手のニーズの変化を直接聞き取り、快適を永続させるソフト面の研究も行っています。

また、既に積水ハウスにお住まいいただいているお客様のニーズを適時に把握するために、各営業本部に「カスタマーズセンター」(30事業所)を設置しています。カスタマーズセンターには積水ハウス全従業員の1割に相当する約1400人を配置しています。

このほか、入居後のニーズ変化に対応するために、リフォーム専門の100%子会社である積水ハウスリフォームを設立しています。また、積和不動産グループは賃貸住宅「シャーマゾン」の管理運営と中古住宅市場の活性化を担い、7社合計1922人を配属しています。積水ハウスグループのトータルサポート



積水ハウスグループのトータルサポート



カスタマーズセンター休日受付センター

取り組み事例の紹介

対応A 耐久性の向上

部材の耐久性の向上と地震対策技術開発の二つの方向で取り組んでいます。耐久性の向上のために、「3重防錆処理」「壁体内通気工法」をすべての鉄骨住宅に取り入れています。また、地震に耐える構造としては、揺れのエネルギーを熱エネルギーに変換して吸収することで、建物の変形を約半分に低減する制震システム「シーカス」を採用しています。

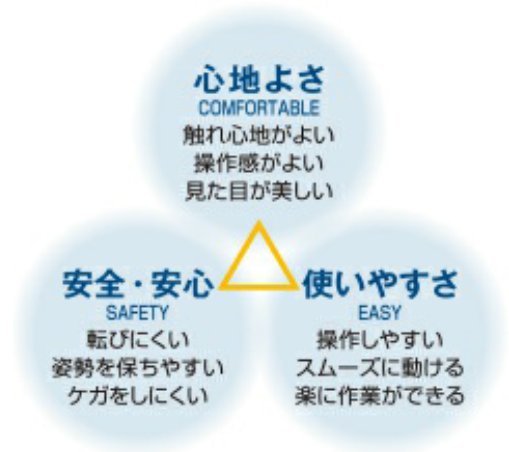


制震システム「シーカス」

対応B 住まい方の多様性への対応

住まい方や社会ニーズへの対応

子どもの発育に合わせて間取りを適合させる仕組み「コドモイドコロ」や共働き夫婦の生活様式に適した「トモイエ」、多世帯の住まいに適した「カゾク・ト・カゾク」などの多様な家族形態に合ったプランを、お客様に提案しています。また床とサッシ下端に段差のない「フルフラットサッシ」や、握りやすい手すりや取っ手といった身近なアイテムにもユニバーサルデザイン(UD)を採用しており、「安全・安心」と「使いやすさ」に「心地よさ」を加えた「スマートUD」を目指しています。



空気環境にこだわった商品の開発

化学物質の室内濃度を国の基準の2分の1以下に抑えた内装仕様「エアキス」を鉄骨系戸建住宅で標準採用しており、末永く健康に住み続けられる住宅を推進しています。賃貸住宅「シャームゾン」でも取り組みを始めました。2013年には「化学物質の抑制」にとどまらず、「換気」「空気清浄」「温湿度」など室内空気環境全般にまで配慮するため、全熱交換システムに全館調湿機能を加えた「エアココチ」を新設し、湿度においても快適な空気環境を提案しています。

■子どもの空気摂取量は大人の約2倍
(体重1kg当たり換算)



出典:東京都福祉保健局
「化学物質の子どもガイドライン」



竣工時に空気を採取



第三者機関で分析



「性能評価証」を発行

対応C リフォーム体制

通常のリフォームのほか、省エネルギーに敏感なおお客様のニーズに合わせて、最新の省エネ給湯機器や断熱窓への交換、太陽光発電システムの設置を推進しています。

対応D メンテナンス体制

自社の「カスタマーズセンター」が入居後のお客様と継続的にコミュニケーションを取ることでメンテナンス等に関するお客様のニーズを適時に把握し、適切なメンテナンスの提案を行っています。

対応E 中古市場充実

積和不動産グループによる中古住宅仲介のほか、当社が中古住宅を買い取り、修繕・改築・再生して販売する「エバーループ」や、住宅履歴情報のある質の高い住宅を独自の査定方式で適切に評価する「スムストック」など、さまざまなメニューを通じて、中古住宅の資産価値を減却させずに再度市場へ投入しています。

対応F フィードバック

入居時および入居1年後または2年後にオーナー様にアンケートを実施し、住まいの満足度調査を行っています。お客様のニーズを検知し、調査結果を関係各部署にフィードバックして、日常業務の改善はもちろん、新たな部材や商品の開発、設計・施工の改善などに役立てています。

期待できる効果

住宅が末永く愛着を持って使い続けられることで、わが国でもヨーロッパのように寿命の長い「まちの財産」として本来の社会資産となる住宅と住文化の構築をリードできる。同時に、急速な社会変化の中でも住まい手が常に最先端の利便性と快適さを得られるように「いつもいまが快適」なリフォームや適切なサービスの提供で住まいの価値向上につなげられる

- 住まいの建て替え時期が延び、世代を超えて住み継がれる資産となり、ローン負担などが減少することによって、住まい手の経済的負担は軽減されます。上質な住まいの経済的メリットが理解され、積水ハウスの支持者が増えることでブランド価値が向上します。
- お客様との関係がより持続的で強固なものになることで、お客様の家族構成やライフステージの変化に応じたメニュー提案の幅と機会が広がり、当社側もそれを支える事業体制の安定が見込まれます。



リフォーム前



リフォーム後

実現に向けての取り組み

邸別に住宅の情報を管理しており、リフォームする時期や詳細な部材の情報を把握しているため、それらを活用して、今後リフォーム事業の拡大が見込まれます。

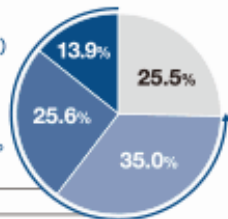
当社グループにおけるリフォームの強み

- カスタマーズセンター(全国30事業所100拠点)などお客様との強固な信頼関係
- 豊富なストック数

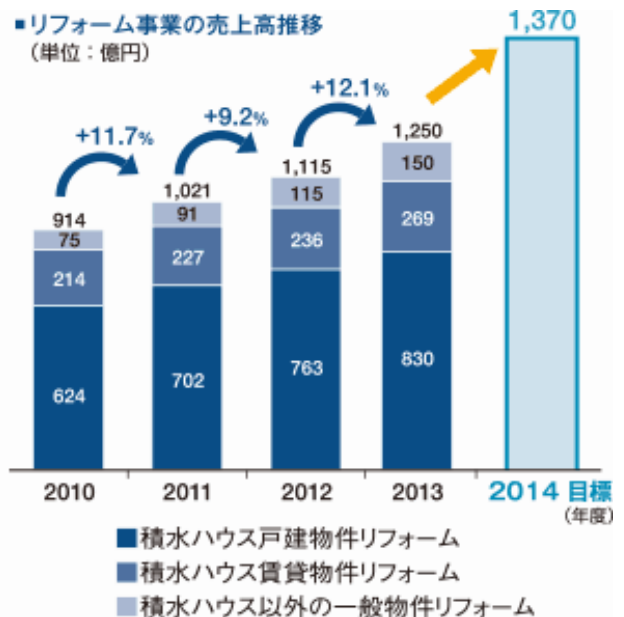
- 築年数別ストック構成(戸建住宅 + 賃貸住宅、棟数)

リフォームの依頼が増える
築10年超住宅が約75%を占めています。

■ 30年超 ■ 21~30年 ■ 11~20年 ■ 10年以内



■ リフォーム事業の売上高推移 (単位: 億円)



II 活動の実践・評価

物理的耐久性を向上させるために、国土交通大臣認定のオリジナル制震システム「シーカス」の採用は12ポイントも増加しています。

また、鉄骨戸建住宅において居住時の快適性を高めるために室内空気質について厚生労働省の指針値の2分の1以下の室内濃度を実現する「エアキス」仕様の採用も安定的に浸透し、当社の差異化要素として評価を高めています。

国が、構造躯体の劣化対策、耐震性、維持管理・更新の容易性、可変性、バリアフリー性、省エネルギー性の性能等一定の要件を満たした住宅の認定を与える「長期優良住宅」についても、採用は92%となっています。

リフォーム事業では、累積建築戸数218万戸を超える住宅の供給ストックを生かし、人員を増強するなど、積極的な事業展開を進めた結果、売上高も前期比12.1%増に至りました。

| | 2012年度 実績 | 2013年度 実績 |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| シーカス搭載率(%) | 75.0 | 87.0 |
| エアキス採用率(%) | 76.3 | 77.8 |
| 長期優良住宅 ^{※1} の認定取得率(%) | 92.1 | 92.1 |
| お客様満足度調査の「非常に満足」の割合(%) | 39.6 | 41.0 |
| リフォーム事業の売上高(億円) | 1,115 | 1,250 |
| オーナー様シェア ^{※2} (%) | 43 | 46 |

※1 長期にわたって良好な状態で使用するための措置(所管行政庁により認定)が講じられた優良な住宅

※2 オーナー様建物の管理棟数に対するリフォーム工事履歴がある物件の比率(2005年2月の管理棟数を基準)

II リスクマネジメント

リスク.1 住宅が長寿命化することにより、建て替えによる新築の住宅市場全体のパイが縮小していく

対応.1 国内の住宅市場における当社シェアは現在5%程度です。しかし、今後、社会に長寿命で質の高い住宅の資産価値のメリットが浸透していけば、商品力・提案力の強いメーカーの製品のシェアはまだまだ拡大余地が見込まれます。世帯内容やライフスタイルに応じた新しい住まい方と、それを実現するために独自性の高い提案を進めることにより、シェアを広げていきます。

リスク.2 社会的にリフォーム市場とサービスが広がる中で一般の業者との競合の可能性が出てくる

対応.2 当社が建設し、お引き渡しした建物について邸別に詳細な履歴を把握し、メンテナンス時期やリフォーム時期を把握できているために、最も適した安心感の高い「純正リフォーム」をタイムリーに提案可能。また、最新の設備機器についても、新築をベースに大量の購入を行っているため調達のコストメリットを生かした質の高い提案ができ、これによって差異化を図ることができます。

II 今後の課題

新しいユニバーサルデザインの可能性としてのITやロボット技術等の導入

65歳以上の要介護者等認定者数は、2010年度末で490万人に上り、2001年度末から203万人増と急速に増加しており、実に男性の42%、女性の30%が「自宅での介護」を希望しています。いつまでもわが家で快適に暮らしていきたいという高いニーズがある半面、老老介護や介護者の負担の増加などが社会課題となっています。

高齢期の身体や暮らしのニーズに柔軟に対応し、末永く住み続けていくためには「生涯住宅思想」のもと、ユニバーサルデザイン(UD)への注力を今後も行っていく必要があります。HEMSによる見守りなどのIT技術の導入とともに、ロボット技術の住宅への導入と住空間設計の融合により、「生涯住宅」にふさわしい技術研究開発を進めています。

※ 内閣府「高齢社会白書平成25年版」

「ロボティクス」技術による生活支援の検証

当社は、UD研究によるノウハウやスマートハウス、スマートタウンに関する実績を有しますが、ロボティクス研究を行ってきた本田技研工業株式会社との共同研究で、将来にわたり人の暮らしをサポートする新しいロボティクス技術を住宅内でストレスなく活用することについて検証を開始しました。

例えば、「高齢者の自立度の変化パターン」(下図)のステージ1~2の段階に対しては「健康寿命を伸ばす」ことを重視しています。

これは「UNI-CUB」や「体重支持型歩行アシスト」などのロボティクス技術を居住空間でどのように生かせるかを検証し、評価していきます。




将来的には高齢者や障害のある場合も、こうした技術を活用しながら生活の質を落とすことなく普段に近い暮らしを行うことが可能となります。研究の成果を定期的に発信しながら、両社の「共創」により、ロボティクス技術の住宅内での実用化に向けたプロセスの加速を目指します。

また、ステージ2~3の段階でも人に優しいロボット技術の導入による高齢者在宅介護の支援や、人とロボットの双方の得意分野を生かすことができる住空間、自然に共存できるロボットのあり方などについて研究を進めています。マッスル株式会社と共同で、負担を軽減する移動介護ロボット技術を活用し、要介護者の風呂などの水回りや庭などの戸外空間へのスムーズな移動を可能にする空間設計について検証していきます。



体重支持型歩行アシスト

高齢者の自立度の変化パターン

- | | | |
|------------------|---|--|
| ステージ 1 |  健常自立 | 社会的引退を迎えた前期高齢者。趣味や、家族、友人とのコミュニケーションを楽しむ。 |
| ステージ 2 |  軽・中度介護 | 身体機能低下による歩行困難、車いす利用。支援を得ながら自立した生活を楽しむ。 |
| ステージ 3 |  重度介護 | 身体機能低下による移動困難。在宅医療・介護などの社会サービスが重要。 |

ダイバーシティの推進



背景

本格的な少子高齢社会を迎え、性別や年齢、障がいの有無や国籍にかかわらず、多様な人材が実力を発揮できる企業文化の構築が、企業が持続的に成長していく上での最重要課題となっています。

当社では、2006年3月に、従業員と企業がサステナブルな成長を図れるよう、「女性活躍の推進」「多様な人材の活用」「多様な働き方、ワーク・ライフ・バランスの支援」を三つの柱とした「人材サステナビリティ」を宣言。同年本社内に「女性活躍推進グループ」を設置し、特に「女性活躍の推進」に注力してきた結果、2013年には東京証券取引所と経済産業省による「なでしこ銘柄」に選定されるなど、社会からもその取り組みを評価していただけるようになりました。グループを挙げて、より積極的に取り組むため、2014年2月には経営企画部内に「ダイバーシティ推進室」を設置しました。

目指す姿

多様な人材が創造性、革新性を発揮する組織下で、従業員がいきいきとした社会生活を送れるようになり、同時に明確な共通目標に向かって取り組むことで従業員の力が結集され、事業を通じたイノベーションを実現します。

その結果、高付加価値を生み出す企業集団として世の中に必要とされ、継続的な成長が見込める存在となります。

活動方針

女性活躍とワーク・ライフ・バランス、障がい者雇用を重点テーマに掲げて推進

重要なステークホルダー

- 従業員・学生や主婦など求職者・投資家様

取り組みの概要

- 女性活躍の推進

方針

女性総合職(営業職・技術職)を引き続き積極的に採用します。同時にその能力の伸長を支援し、総合職としてのモチベーションを向上させ、ならびにライフイベントに応じた働き方を提供して、管理職となる人材を育成していきます。

営業職

住宅営業職は、夜遅くお客様宅に伺って打ち合わせをすることも多く、長年にわたり、男性中心の仕事でした。お客様ニーズの多様化が進む中、住まいづくりにも「女性目線」が重要であり、企業対応力の幅を広げようと2005年から女性営業職を積極的に採用し、育成・定着に向けた戦略を推進しています。

具体的な取り組み

- 1 全国の女性営業職が一堂に会する「全国女性営業交流会」を毎年開催。優績社員表彰・成功事例発表・グループ討議などによりスキルアップやモチベーション向上を図っています。
- 2 女性営業職20人を推進委員に任命し、各エリアで女性営業職対象の研修を企画・実施。推進委員が集う女性営業推進委員会も開催し、全国の取り組みを共有。担当エリアの施策に生かしています。
- 3 ロールモデルとなる女性営業職を対象に、結婚後、育児終了までの間、個人の状況に合わせて定休日・所定勤務時間の変更、結婚・配偶者の転勤による勤務地の変更などを認めています。
- 4 女性営業職向けの社内ホームページを開設し、ロールモデルとなる活躍事例などを紹介。女性営業職全体のスキルアップやキャリアビジョンの構築につなげています。

当社グループの積水ハウスリフォームでは、「リフォームアドバイザー（営業）」として、育児経験のある女性を積極採用。働き方に多様性を持たせることで、多くの従業員が仕事と家庭生活の両立を実現。全営業職の61%（630人）が女性であり、2014年3月には、女性役員2人も誕生しています。

技術職

技術職は営業職と比較すると、女性の登用が進んでおり、管理職候補の層も厚くなってきています。その一方で、仕事と育児との両立が課題として挙がってくるようになりました。

そこで、女性技術職が長期的に活躍することを目的として、2012年に「女性技術系社員活躍推進ワーキング」を立ち上げました。また、ロールモデルの登用に取り組み、2013年には、設計長2人、チーフアーキテクト※4人に増加しました。

加えて、2013年から女性技術職を対象に在宅勤務のテスト導入も開始。育児や介護のため、勤務時間の制約を受けてしまう従業員に週に1～2回自宅で業務を行うことを認めています。

※ 高い設計能力や折衝能力をはじめ、周囲からの信頼度をもとに選定する社内資格

■ ワーク・ライフ・バランスの推進

方針

時間外労働の削減、年休取得率の向上や男性の育児休業取得の促進、多様な働き方を支援する制度の充実

お客様とのきめ細かい打ち合わせが必要な住まいづくりの仕事は、長時間労働になりやすいという問題を抱えています。しかし、従業員一人ひとりに、人生を充実させてほしいという考えから、業務効率や生産性を向上させ、時間外労働の削減、年休取得の促進に取り組んでいます。また、仕事と家庭の両立支援の観点から、育児・介護の支援制度充実を図っています。

■ 障がい者雇用の促進

「1事業所に1人の障がい者雇用」を目標に、目標未達の事業所の総務担当者と本社の人事担当者がハローワーク等の主催する雇用マッチングイベントへの参加や、ハローワークや大学の就職指導課等への訪問・照会を行っています。

目標・タイムフレーム

| | 2013年度 | 目標 |
|-----------|----------------------|--|
| グループ女性管理職 | 65人(1.52%) | 2020年度 200人(5%) |
| 女性店長 | 7人 (16営業本部中6営業本部) | 2014年度 全16営業本部に1人以上 (店長が難しい場合は店次長) |
| 障がい者雇用率 | 1.97% | 2014年度 2.00% |

(参考) 2014年4月1日現在

女性役員2人、女性管理職85人(1.89%)

リスクマネジメント

リスク.1 女性総合職を積極的に採用し始めて10年弱となり、結婚・出産などのライフイベントを迎える時期に。ライフイベントに合わせた離職やパフォーマンス低下などが発生するリスク

対応.1 短時間勤務制度や勤務時間の繰り上げ・繰り下げ制度など、弾力性の高い勤務制度の導入・運用と、キャリアビジョン構築への啓発により、影響の最小化を図ります。また、営業職・技術職(男女共通)を対象に「セルフエスティーム向上セミナー(3年次)」「キャリア自律コース(7年次・繰り上げ参加可)」と、自身のキャリアについて考える研修を行っています。さらにロールモデル事例を、交流会や社内ホームページを活用して共有しています。

リスク.2 育児休業者や時短勤務者が同時期に多数現れ、一時的に人材不足を引き起こすリスク

対応.2 直販体制で営業部門、技術部門を含めて統轄し、全社共通の仕組みが共有されているため、人材の適正な配置がスムーズに行え、人材の偏在化や不足の影響を最小化します。

期待できる効果

1 女性従業員の増加を図ることにより、営業面でも技術開発面でも、お客様ニーズの多様化に合わせた対応力を強化できます。男性だけ、女性だけでなく、男女が一緒に議論を行うことで、さまざまな視点からのアイデアが生まれる可能性が広がると考えています。

実現可能性の評価

十分に可能。営業職と比較して女性の進出が先んじていた技術職(技術部門)では、既に商品開発やソフト提案の場で実現しています。

実現に向けての取り組み

女性の積極採用とジョブローテーションの推進

2 仕事と生活の両立による生きがいの創出は仕事に対するモチベーションの高揚にもつながり、より効率の良い有意義なアウトプット(アイデア等)を生み出します。併せて、従業員満足度の向上と離職率の低下につながります。

実現可能性の評価

十分に可能。離職率が低下すると学生からの人気が高まり、より優秀な人材が集まってくるのが期待できます。

実現に向けての取り組み

メディアや社内ホームページ、社内誌などを活用した社内外への告知

3 障がい者との協働により、ユニバーサルデザインへの意識が高まり、お客様への提案力を強化できます。

実現可能性の評価

十分に可能。

実現に向けての取り組み

インターンシップの受け入れ、事業所ごとの採用目標を設定した採用活動や障がい者(またはその支援団体)とのコミュニケーション強化

今後も多様な働き方の導入を検討し、従業員が力を存分に発揮し、成長できる環境づくりに取り組んでいきます。

グループ実績

| ★については積水ハウス単体 | | 2012年度 | 2013年度 |
|---------------------------|-----|----------------------|-----------------------|
| 女性管理職の比率 | | 1.68% | 1.52% |
| 女性管理職の人数 | | 65人 | 65人 |
| 平均勤続年数 | 男 | 16.83年 | 16.87年 |
| | 女 | 9.18年 | 9.41年 |
| | 男女差 | 7.64年 | 7.46年 |
| 育児休業取得者数 | 男 | 19人 | 16人 |
| | 女 | 131人 | 210人 |
| 介護休業制度利用者数 | | 6人 | 11人 |
| ★育児休業復職率 | 男 | 100% | 100% |
| | 女 | 94.1% | 93.0% |
| ★育児休業復職者の 12カ月後の定着率 | 男 | 95.5% | 100% |
| | 女 | 98.8% | 100% |
| 年休取得率 [※] | | 27.3% | 27.5% |
| ★障がい者雇用率 | | 1.89% | 1.97% |
| ★1人以上の障がい者が 勤務する事業所の割合 | | 54.2% (91/168事業所) | 59.4% (101/170事業所) |

※ 年休取得率データは3月11日～翌年3月10日