

Section 1

長期ビジョンと マテリアリティ

社長メッセージ	7
創業から積み上げてきた 積水ハウスのコーポレートストーリー	11
積水ハウスのマテリアリティ	15
グループビジョンとマテリアリティ	16
マテリアリティと提供価値	17
マテリアリティの背景にある積水ハウスの技術と思想	18
良質な住宅ストックの形成と KPI	22
持続可能な社会の実現と KPI	26
ダイバーシティ&インクルージョンと KPI	32

社長メッセージ



「国内の“安定成長”と海外の“積極的成長”」を推進し、
世界中に「幸せ」という付加価値の提供を目指す

代表取締役 社長執行役員 兼 CEO

仲井 嘉浩

グローバルビジョンに対する想い

100年という長い人生を心豊かに暮らすため、
住まい手の「幸せ」づくりを支える

当社は1960年の創業以来、常に時代に先行し、先進的な技術で課題を解決しながら、ハード面の圧倒的な強みを蓄積してきました。

30年を一つの区切りとして、1990年までの第1フェーズでは、お客様の命や財産を守る「安全・安心」な住まいの提供を最優先しました。続く2020年までの第2フェーズでは、住まい手にとって快適さと環境配慮を追求する住宅の提案を行うことにより、新たな価値の創出を行ってきました。

そして、次の30年、つまり2050年に向けての新たな価値は、いかにあるべきか。キーワードは「幸せ」です。私たちは、第1フェーズと第2フェーズで築いた時代をリードする耐震技術、断熱・省エネルギー技術の上に、「幸せ」という付加価値を創出することとし、2020年に“「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を発表しました。

社長メッセージ

住宅は生活の基盤であり、長期にわたって使用される耐久財です。さらに、人生100年時代を心豊かに暮らすためには、健康や友人・家族とのつながり、さまざまな体験・スキルといった価値を住宅から提供し、住まい手の「幸せ」づくりを支えることが求められます。当社は2018年に「住生活研究所」を新設し、企業では日本初となる「幸せ」研究にも着手しました。その成果は、戸建住宅事業の好調な業績を牽引している、大空間リビング「ファミリー スイート」などにすでに表れています。今後も家族やライフスタイルの多様な変化に対応する「幸せ」のノウハウを、科学的・理論的に明らかにしていく考えです。

一方で、お客様に「幸せ」をお届けするためには、住まいづくりに携わる私たち自身と、その家族も幸せであることが欠かせません。グローバルビジョンの実現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り組みを推進しています。

また、事業を通して社会に貢献することも企業市民としての使命です。具体的には、ESG経営のリーディングカンパニーになることを目指しています。中でも環境に配慮した商品やサービスの提供を目指す「グリーン

ファースト」と、子育てを応援し、感性豊かな成長を支援する「キッズ・ファースト」の2つを軸に、お客様や時代が求める新しい価値を提供します。

グローバルビジョンを掲げてから早3年が経ちましたが、30年ビジョンのうちの3年であり、なすべきことはまだまだ多くあります。しかしながら、第3フェーズの始ま

りである第5次中期経営計画において、策定当初の目標を大きく上回る実績を挙げたことから、ビジョンを達成する道のりのスタートにふさわしい3年であったと考えています。

マテリアリティの特定について

持続可能な未来に向けた重要課題は、
普遍的な価値観に基づくものであるべき

2022年には、積水ハウスが果たすべき使命を明確にするため、持続可能な未来に向けたマテリアリティの見直しを行いました。私はマテリアリティとは一過性のものではなく、普遍的な価値観に基づいて、50年、100年かけて達成しなければならないものだと考えます。1960年代、高度経済成長期の住宅の確保と、住まいの基本性能の確立に貢献した当社は、以来一心に住まいの「安全・安心」「快適性・環境配慮」を追求し、技術の進化を図ってきました。こうした私たちの取り組み自体がマテリアリティそのものであると認識し、そして人生100年時代を迎えたこれからは、住まいを通じた「幸せ」を実現するうえで、「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」という3つを、経営の重要課題に位置づけました。

国内の住宅市場は、人口減少によって縮小していくと考えられがちですが、状況を詳しく見れば、空き家を含めた日本の住宅ストック約6,200万戸のうち、戸建住宅ストックに限定すると約2,900万戸、そのうち現在の耐震基準に満たない戸建住宅が約500万戸あり、さらに断熱という点では現行の基準を満たす戸建住宅は、わずか11%という現実があります。

日本という国は、気候変動による激しい四季があり、地震大国であることを考えると、第1フェーズや第2フェーズにおける社会課題はいまだ解決の途にあると感じます。耐震性、断熱・省エネ性に優れた住宅を日本に

普及させていくために、今後は地域ビルダーとパートナーシップを組んで、積水ハウスの技術を共有し良質な住宅ストックの創出を実現することを視野に入れています。

住宅のストック価値には、住まい手の感性に合った美しさも含まれます。また、循環型社会の実現が課題となっている今、カーボンニュートラルの実現に向けて、サステナブルであることも不可欠な要素です。

第5次中期経営計画を振り返って

コロナ禍の中でベクトルを一つに
社会課題と向き合い、成長トレンドを維持

第5次中期経営計画(2020年度～2022年度)は、計画を発表した直後に新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言が発令され、初年度の売上高は2兆4,469億円、営業利益は1,865億円と目標の大幅未達で始まりしました。しかし、2年目には未達分をほぼ取り戻し、売上高2兆5,895億円、営業利益2,301億円へ伸長し、最終年度の売上高は2兆9,288億円、営業利益2,614億円へと大幅に上方修正できました。これは各事業セグメントの戦略が正しかったことと、その戦略を実行してくれる従業員の努力の結果だと感謝しています。

市場環境の変化が著しい近年は、中期経営計画の意義を疑う声もありますが、毎年のように激しい社会変動が起こる中、単年度では、計画できる範囲が限られてしまいますし、想定外の出来事にリソースを割けないといったケースもあるでしょう。反対に5～10年と長ければ予測がより困難になります。その点、3年後を見据えて策定する中期経営計画であれば、実現できることが広がり、ある程度の予測が可能です。中期的な経営計画に沿って経営を行い、変化する外部環境の影響に応じて検証・見直しを加えながら、経営資源の有効な調達・配分を見込める中期経営計画を重視しています。



社長メッセージ

もちろん、計画の達成のためには全従業員がビジョンを共有し、各部署・各人が自ら考え、創意工夫して行動することが重要です。

「イノベーション＆コミュニケーション」を合言葉に定めたのも、事業を改革していくためには多くの従業員のアイデアが必要だからです。会社を変えるイノベティブなアイデアを持っているのは、さまざまな事業分野で創意工夫をして取り組んでいる従業員だと確信しています。「イノベーション＆コミュニケーション」を実践するためには、全員がビジョンにベクトルを合わせるとともに、現場の意見・提案をしっかり汲み上げて、戦術レベルに落とし込むことが重要です。努力する従業員を会社は惜しみなくサポートする一方、リーダーには「インテグリティ」と「グリット（やり抜く力）」、そして「人財育成力」の3つを必須条件として求めています。インテグリティを体現できる従業員を育み、リーダーとして活躍する組織をつくることで、当社はさらに、多様性にあふれた活力ある企業に進化できると確信しています。

ESG経営のリーディングカンパニーへ

当社は、お客様と共に理解を深めながら、本業を通じたESG経営に取り組んできたことが今、大きなアドバンテージになっています。

始まりは、「住宅1階の南面リビングの窓をペアガラス（二重ガラス）にする」などの小さな取り組みでしたが、次に窓のサッシを断熱にし、さらに家全体の断熱性を高めてCO₂排出量を30%削減する家や50%削減できる家を建てるなど、技術開発陣の努力で実現してきました。こうした先人の築いてきた実績のうえで、さらに先頭を走ることを使命と考え、「ESG経営のリーディングカンパニーを目指す」と表現しました。

現在は、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH）を、累計で約7万棟供給するまでになり、当社の戸建住宅におけるZEH比率は、2022年度（2022年4月～2023年3月）に93%にまで高まっています。このZEHを

集合住宅にも広げています。賃貸住宅でZEHを体験した方は、環境貢献の意義を実感することになり、環境課題の解決にも重要だと考えています。

また、新築の建物にその地域の在来樹種を植えて、生物多様性に貢献する「5本の樹」計画も、2001年から実施して20年以上が経過しました。これまでに全国で1,900万本以上をお客様のご協力のもと植樹し、その効果を琉球大学と共同検証した結果、住宅地に呼び込める鳥の種類が2倍に、蝶の種類が5倍になる可能性があることが判明し、生物多様性へ貢献していることが証明されました。

第6次中期経営計画策定にあたって

ニーズの多様化とテクノロジーの進化に対応

2023年3月9日、当社は第6次中期経営計画（2023年度～2025年度）を発表しました。最終年度の2025年度には、売上高3兆6,760億円、営業利益3,180億円を目指しています。

市場環境については、2030年までの新設住宅着工戸数は80万戸台で推移すると予測しています。先述した通り、現在も耐震性や断熱性に不十分な住宅が存在するため、建替えやリフォーム促進は今後の事業戦略の柱であり、社会的使命でもあると認識しています。また、With/Afterコロナによるライフスタイル・価値観の多様化、気候変動に伴う自然災害の激甚化などを背景に、「安全・安心」「快適性・環境配慮」を両立する高品質な住宅ニーズが高まると考えています。

テクノロジーの進展にも対応していかなければなりません。その中心となるのは、やはりDXです。当社が60年にわたって蓄積してきた顧客情報や膨大な設計データを、新しい事業やサービスに活用することも大きなテーマです。

DXの目標は、テクノロジーを活用して住まい手の「幸せ」をサポート

することです。住まい手のプライバシーを保ちながら、特に意識することもなく、自然体で人を見守っている住宅を目指す「プラットフォームハウス構想—HED-Net」がその最終形だと考えています。

キーワードは、「国内の“安定成長”と海外の“積極的成長”」

「国内の“安定成長”と海外の“積極的成長”」は目新しい言葉ではありませんが、国内市場にはまだまだ成長できる余地があることを伝えるメッセージとして重視しています。政府の住宅政策とも合致しており、この方針が正しかったことは過去3年間のトラックスレコードでも証明されています。

海外ではアメリカ、オーストラリアを中心に事業を展開しています。当社は、住宅技術において耐震性、断熱性だけでなく、高耐久性や防音性能、防風性能、防火性能など、あらゆる面で最高の技術を提供していると自負しています。ただし、どの性能がその国や地域にマッチするかは検討を要します。したがって、海外市場で何が受け入れられるかを見極めるため、住宅の提供の仕方を含めた検討を行っているところです。そもそも工業化住宅のビジネスモデルは日本にしかなく、これを世界に普及させ、「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」というビジョンの達成を目指しています。

実際に、アメリカ最大の住宅見本市IBS（International Builders' Show）において、当社の木造住宅「シャーウッド」を船便で送り、当社の最新の技術を搭載した仕様で建設しました。その評価は、海外の市場関係者から高い関心をいただくこととなりました。

海外進出には、M&Aによる規模の拡大と当社技術の移植という2つの進め方で事業の推進をしております。第6次中期経営計画の最終年度にはグローバルな実績として1万戸を目標にしています。

社長メッセージ

ビッグデータを活用した新たなサービスの創出

第6次中期経営計画で実現したいDXは、大きく3つあります。

1つ目はCRM(Customer Relationship Management)です。現在、当社にはお客様との接点が大量にあります。出会いからアフターサービスまでを一元的に管理して、より満足度の高いお客様起点での価値提供につなげるべくDXを活用しています。

2つ目は、賃貸住宅の入居者様向けDXです。賃貸住宅への入居においては、何度も書類を書き、実店舗に足を運ばねばならず、煩雑かつ手間がかかっています。これを解決し、ワンストップでサービスを提供することが目標です。ブロックチェーンと連携したウェブサイトを活用し、入居に至るフローそのものを革新させることで、住まい全体のサービス強化につなげたいと考えています。

3つ目は、「健康」「つながり」「学び」を軸としたサービスを提供する、プラットフォームハウス構想です。その第1弾となる間取り図連動型スマートホームサービス「PLATFORM HOUSE touch」が好評です。また、住まい手にストレスをかけない非接触型センサーを採用した在宅時急性疾患早期対応ネットワーク「HED-Net」をはじめ、住環境やライフスタイルに関わる住まいのビッグデータを活用し、新しいサービスを随時インストールすることを計画しています。

ESG経営についても引き続き、本業を通して全従業員が参画することが重要だと考えています。当社が建てる住宅は「良質な住宅ストックの形成」につながり、循環型社会に貢献することができます。ESG経営のリーディングカンパニーであり続けるために、会社がESGに参画するのではなく、ESGの中に会社があるという意識を徹底したいと考えています。

また、サステナブルな社会を実現するためには、環境、人財、顧客や地域住民との良好な関係構築が必要です。例えば、当社の住宅1棟は1万点以上の部材で構成されていますが、CDP フォレスト(森林に関する情報開示

要請プログラム)やSBT(温室効果ガス排出削減目標)、そしてサーキュラーエコノミーなどは、サプライヤーとの協創がなければ実現できない課題です。調達先へ「SBT 認定の取得」や「RE100への参加」を促し、当社のノウハウを提供して「サプライヤーの脱炭素化」をサポートする取り組みを開始しました。幸い当社には、サプライヤーと長年にわたって築き上げた強固な信頼関係があり、連携のとれた取り組みが進んでいます。

サプライヤーとの「運命協同体」というべき絆が生まれたのは、創業から約10年目に積和建設(現 積水ハウス建設)を設立し、直接施工に切り替えたことがきっかけです。代理店や販売会社を介さず、直接お客様と家づくりをする中で、これからもサプライヤーと共に課題に取り組み、持続可能な社会づくりに向けて行動します。

人的資本経営

「イノベーション&コミュニケーション」を合言葉に人財価値の向上と社会価値の向上を図る

人財価値の向上は、企業の成長のドライバーです。当社はその価値を「従業員の自律×ベクトルの一致」という独自の式で計ろうと考えています。従業員一人ひとりの自律度が高く、なおかつ組織のベクトルと一致すれば、最高の人財価値になります。

キャリア自律は、従業員が積水ハウスグループという資源を利用しながら、一人ひとりが主体的に行動し、継続的にキャリア開発に取り組むことが重要です。自律的なキャリア形成を促すために、人事制度も含めて、従業員と企業が共に持続可能な成長を実践できる環境や仕組みづくりを進めています。ベクトルを一致させる役割を担うのは「イノベーション&コミュニケーション」ができるリーダーです。会社のビジョンや戦略を伝え、波及させていくインテグリティの高いリーダーの存在が不可欠です。

マテリアリティの一つである「ダイバーシティ&インクルージョン」のもとで、障がいの有無や年齢、性別、国籍などを問わず、誰もが自分らしく働き、その能力を最大限に発揮できる環境や制度づくりを推進するとともに、多様な働き方ができる柔軟性の高い勤務制度の導入・運用を、積極的に進めています。

当社の根本哲学は、相手の幸せを願い、その喜びを我が喜びとする「人間愛」にあります。そして、事業ドメインを「住」に特化した成長戦略に基づき、社会に価値を提供するという社会的使命があります。「人間愛」の精神のもと、住宅メーカーとして、「幸せ」を提供する役割を果たしていくとともに、ESG経営のリーディングカンパニーを目指し、「イノベーション&コミュニケーション」を合言葉に、さまざまな場面でステークホルダーの皆様とコミュニケーションを図っていきたくと考えています。

新型コロナウイルス感染症は社会にさまざまな影響を及ぼしました。少しずつ以前の日常が戻りつつある中、今後も感染対策には注意を払いながら、この経験を活かして事業を前進させたいと考えています。大きな成長を企図し、新たな経営計画の達成に邁進する積水ハウスにぜひご期待ください。



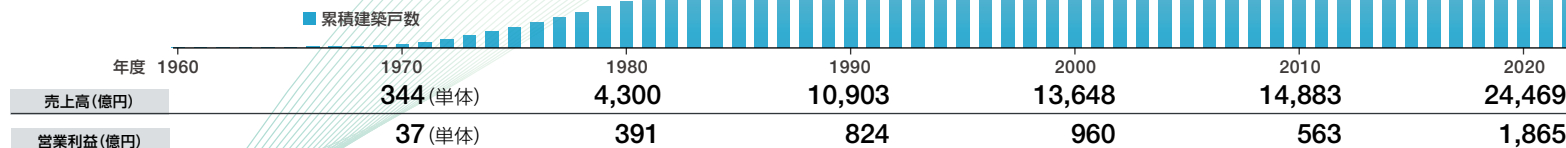
創業から積み上げてきた積水ハウスのコーポレートストーリー

～創意と挑戦のDNAを受け継ぎ「人生100年時代の幸せ」を担う～

積水ハウスは、創業以来、社会課題の解決に貢献しながら発展を遂げてきました。その歩みは、積水ハウスが考える住まいの在り方・役割に基づき、それを追求してきた30年を一区切りとした第1フェーズ「住宅性能の向上」、第2フェーズ「先進的技術の開発」に区分することができます。

第1フェーズ「住宅性能の向上」では、「安全・安心」な住宅を、第2フェーズ「先進的技術の開発」では、「快適性・環境配慮」を追求し続けてきました。現在は、第1・第2フェーズにおける追求を継続するとともに、第3フェーズ「高付加価値の提供」として、住まい手の「幸せ」につながる「健康・つながり・学び」を追求し、新たなサービスを提供することで「人生100年時代の幸せ」を担う社会づくりを目指しています。

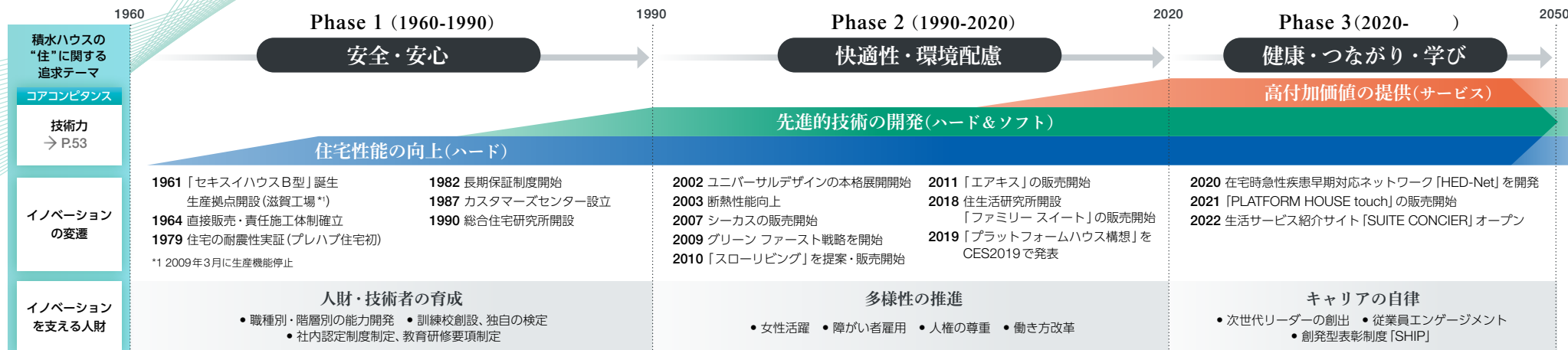
積水ハウスは、これからも住まい手のニーズに寄り添っていくとともに、持続可能な社会の実現に向け、グローバル企業としての歩みを止めることなく挑んでいきます。



コアコンピタンス
顧客基盤
施工力
→ P.53

2022年度
売上高 2兆9,288億円
営業利益 2,614億円

人生
100年時代の
幸せ



創業から積み上げてきた積水ハウスのコーポレートストーリー

Phase 1 (1960-1990)

安全・安心

高品質・高性能かつ安全・安心な住宅づくりを追求した30年

積水ハウスは、高度経済成長期における需要急増に伴う住宅難の解消を創業の使命とし、短工期の工業化住宅の普及を推進することで、戦後復興の一翼を担ってきました。また災害の多い日本において、人命と財産を守るシェルター機能の役割を果たす住宅を提供し、お客様の安全・安心を確保。業界初メーターモジュールの採用など、住宅業界を牽引しました。

イノベーションへの取り組み

▶ 主力商品の原点「セキスイハウスB型」誕生(1961年)

住宅業界初「メーターモジュール(1,000mm)」を採用。従来の尺モジュール(910mm)に比べ、ゆったりとした空間を実現。さらに当社独自の鉄骨軸組構法「ユニバーサルフレーム・システム」が設計の自由度を向上させました。窓にはアルミサッシを採用し、断熱性能の向上を図りました。



▶ 生産拠点(滋賀工場*)の開設(1961年)

高品質な住宅の提供のためには、自社工場で責任を持って部材を生産すべきという考えのもと、急増する住宅需要に対して、品質の確保と安定供給を可能とする生産拠点を設置。現在は国内外6拠点での生産体制を構築しています。



*1 2009年3月31日生産機能停止

▶ 直接販売・責任施工体制の確立(1964年)

代理店販売方式から直接販売方式へと転換。契約後は完成まで全責任を持ち、アフターサービスも請け負う「責任施工体制」を確立しました。基礎工事も直接施工による高品質保証を目的に、積和工事(現 積水ハウス建設)各社を設立しました。



▶ 当社住宅の耐震性を実証(1979年)

プレハブ住宅初の実大振動実験を国立防災科学技術センター(現 国立研究開発法人防災科学技術研究所)で実施。当時の最新式起震台装置で大地震を再現し検証を重ねた結果、当社の建物が大地震にも耐えうる耐震性があることを実証しました。



▶ 長期保証制度の開始(1982年)

新築住宅の瑕疵保証に対する「住宅性能保証制度」が開始される中、「クレームには自らの企業責任において対応すべき」との考えのもと、当社をはじめとする一般社団法人プレハブ建築協会は、構造躯体や防水の保証期間を2年から10年に延長するなど「プレハブ住宅自主管理基準」を改定しました。

▶ カスタマーズセンターを設立(1987年)

オーナー様の声を直接聞きアフターサービスの提供や事業活動に活かし、安心して末永くお住まいいただくために、カスタマーズセンターを設立。2004年には休日受付センターも開設し、緊急の修理対応や相談をいつでも受けられる体制を確立しました。

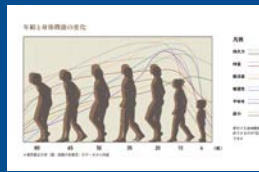


イノベーションの成果

住宅性能の向上

「生涯住宅思想」の確立

高齢者や障がいのある方のための「配慮住宅」から「すべての人が生涯にわたって利用できる住宅」へと変化。「いつも今が快適」という住宅設計思想を確立。



お客様に大きな安心を提供

「直接販売・責任施工」「長期保証制度」「カスタマーズセンター」を通じて、お客様に大きな安心を提供する体制を確立。

「総合住宅研究所」を設立(1990年)

住宅の基本性能の検証や評価、先進的技術の研究開発を行う総合住宅研究所を設立。積水ハウスの技術研究開発を支える研究所。



イノベーションを支える人材

人材・技術者の育成

- ▶ 職種別・階層別の能力開発
- ▶ 訓練校創設、独自の検定
- ▶ 社内認定制度制定、教育研修要項制定



創業から積み上げてきた積水ハウスのコーポレートストーリー

Phase 2 (1990-2020)

住宅の快適性と環境対策を推進した30年

快適性・環境配慮

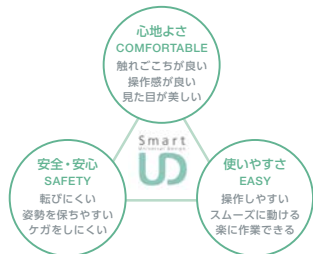
イノベーションへの取り組み

▶ ユニバーサルデザインの

本格展開開始 (2002年)

「生涯住宅思想」を原点に、暮らしやすさを実感できる「SH-UD」*1を全戸建住宅に適用。2010年からは「心地よさ」まで追求した「スマートUD」に進化させました。ユニバーサルデザインの観点で住まいづくりができる人財の養成も開始し、快適性をデザイン面からも追求しています。

*1「積水ハウスユニバーサルデザイン」の略



イノベーションを支える人財

多様性の推進

- ▶ 女性活躍
- ▶ 障がい者雇用
- ▶ 人権の尊重
- ▶ 働き方改革



私たちは、従業員の多様性を推進することがグループ全体の「イノベーション&コミュニケーション」の促進、活力ある風土の醸成へと通じ、その結果さらなる企業価値の向上につながると考え、さまざまな取り組みに注力しています。

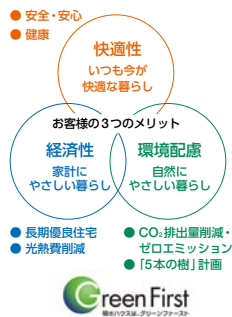
▶ 断熱性能の向上 (2003年)

国が定めた断熱・気密・換気システムの3条件をクリアした「次世代省エネルギー仕様」を大手住宅メーカーで初めて新築戸建住宅に標準採用。従来に比べ床の断熱性能を約20%向上させるなど、環境負荷低減に貢献しました。



▶ グリーンファースト戦略を開始 (2009年)

住宅業界のトップランナー企業として、快適で経済性が高く、環境にやさしい暮らしを提供する環境配慮型住宅「グリーンファースト」の販売を開始。高い断熱性と省エネルギー技術で消費エネルギーを抑え、太陽光発電システムや家庭用燃料電池「エネファーム」による創エネルギーで消費エネルギーを相殺することで、居住時のCO₂排出量を60～80%削減できる住宅です。「グリーンファースト」は現在、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス (ZEH) に進化を遂げています。



▶ スローリビングの提案 (2010年)

室内外の空間をつなぐ「スローリビング」を提案・発売。「居心地のよさ」を科学的視点で分析した結果、フルフラットサッシなどの開発を通じて、屋内から軒下空間、屋外までを連続した空間として演出する大空間を実現しました。



▶ 住生活研究所を開設 (2018年)

「住めば住むほど幸せ住まい」をテーマに、無形価値がもたらす幸福の醸成を実現する住まいの在り方やライフスタイルを調査・研究。多様化するライフスタイルに応じた、ハードとソフトの融合から生まれる次代の住まいづくりを推進・提案しています。



イノベーションの成果

先進的技術の開発

オリジナル制震構造の「シーカス」

「シーカスダンパー」が、地震動エネルギーを熱エネルギーに変換し揺れを吸収。建物の変形量を1/2以下*2に抑え、震度7クラスや繰り返しの地震に効果を発揮。

*2 当社耐震構造と比較



空気環境配慮仕様「エアキス」

いちばん影響を受けやすい子どもを基準に、化学物質（ホルムアルデヒドなど）の抑制や換気・空気清浄により、快適な室内の空気環境を実現します。

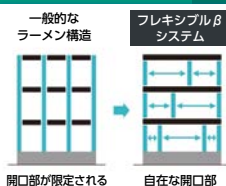


「グリーンファースト ゼロ」(ZEH)

「グリーンファースト」を進化させたZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）。



「フレキシブルβシステム」



高強度柱と高強度梁で通し柱のいらない梁勝ちラーメン構造。各階の柱を自由な位置に配置でき、コーナーにも窓が設置できるなど、柔軟なプラン提案が可能。

創業から積み上げてきた積水ハウスのコーポレートストーリー

Phase 3 (2020-)

健康・つながり・学び

「健康」「つながり」「学び」を軸に、住宅からさまざまな価値を提供

新型コロナウイルス感染症の世界的大流行の影響による在宅時間の長時間化や生活様式の変化を背景に、住宅取得への関心、需要の高まりとともに、「住まい方」に対するニーズも多様化しました。「人生100年時代」を迎えるにあたり、これからの積水ハウスの住宅には、ハード・ソフト・サービスを融合した新たな価値の提供を加速していきます。

イノベーションへの取り組み

私たちは「人生100年時代の幸せ」を提供することを目指し、第1フェーズ、第2フェーズで培った技術をさらに進化させ、それらを基盤としながら住まい手の人生に寄り添う取り組みを推進していきます。

▶ IoT技術の活用

IoT技術の積極的活用により、生産性を向上しながら、高品質・高性能な住まいづくりを実現。多様化する住宅ニーズに対応すべく、事業の変革を実現する手段として、デジタル技術を活用しています。

▶ プラットフォームハウス構想

「家」を起点に積水ハウスの事業領域を住まい手の生活サービスにまで拡大することで、人生100年時代の幸せをアシストする役割を果たす新しい住まいづくりを提案。プラットフォームハウスでは、「健康」「つながり」「学び」という3つのテーマでサービスをインストールすることができ、住まい手に応じたサービスを提供します。

一在宅時急性疾患早期対応ネットワーク「HED-Net」(2020年)

室内の非接触型センサーで心拍・呼吸を感知し、異常時は緊急通報センターに連絡して安否確認などを行う世界初の仕組み「HED-Net」を開発。現在は、実証実験により商品化に向け検証を重ねています。



一PLATFORM HOUSE touch (2021年)

プラットフォームハウス構想の第1弾として、「PLATFORM HOUSE touch」を開発。住まいのビッグデータを活用し、外出先や室内から住宅設備の遠隔操作を可能にする間取り連動スマートホームサービスです。



一SUITE CONCIER (2022年)

プラットフォームハウス構想の第2弾として、「SUITE CONCIER」を開発。「健康・つながり・学び・生活の基盤」という4つのテーマに基づくさまざまなサービス（医療相談、オンライン英会話、アートの定額レンタルなど）を提供し、お客様の幸せ体験価値を高めていくことを目的とする生活サービス紹介サイトです。



イノベーションの成果

高付加価値の提供

「ファミリー スイート」

ハードとソフトを融合した先進的技術の開発により、従来のLDKの概念を覆す仕切りのない大空間を実現しました。



「SMART-ECS」(スマート イクス)

①ゾーニング、②換気、③空気清浄の3つのシステムによって、住まいの空気を常にきれいな状態に保ち、室温もコントロールします。



ハード・ソフト・サービスの融合

ハードとソフトによる技術と住まい方提案に「プラットフォームハウス構想」を融合させ、「健康・つながり・学び」に関連するサービスを住宅にインストールしていきます。



イノベーションを支える人材

私たちは、従業員の自律的なキャリア形成を支援し、イノベティブな企業風土を醸成するために取り組みを推進しています。

キャリアの自律

- ▶ 次世代リーダーの創出
- ▶ 従業員エンゲージメント
- ▶ 創発型表彰制度「SHIP」

SHIP

Sekisui House
Innovation & Performance
Awards

積水ハウスのマテリアリティ

当社は環境や社会課題と向き合い、事業を通じてその解決に大きく貢献しています。ステークホルダー（お客様、取引先、従業員、株主・投資家、地域社会）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、当社のコーポレートストーリーをあらためて作成するとともに、マテリアリティの見直しを行いました。

創業からの当社の軌跡が企業価値の創出に直結していること、そしてこれが当社グループの「マテリアリティ」そのものであることに、当社グループの「独自性」と「強み」があると考えています。



マテリアリティ選定プロセス

創業から将来に至るまでの重要課題と社会的使命を含む当社独自のマテリアリティ

積水ハウスグループを語る 重要テーマを再認識

創業以来歩んできた積水ハウスグループの足跡をたどり、過去・現在・将来にも通じる事業や取り組みには、積水ハウスグループを語るうえで普遍的かつ重要なテーマが8つ^{*1}あることを再確認。

^{*1}「耐震性能」「景観・美観」「生態系保全／生物多様性」「耐熱性能／CO₂削減」「健康・つながり・学び」「雇用の維持と人材育成」「資源循環」「地域社会と共生」

重要テーマをもとに コーポレートストーリーを作成

これら8つのテーマを連想させる代表的なキーワードを抽出し、積水ハウスグループの事業・取り組みと結び付け、相関関係を整理。これまで創出したイノベーション、それらを支えた人材は当社の根本哲学「人間愛」に通じるものであることを再認識し、この両輪から、30年を1フェーズとして整理した積水ハウスグループのコーポレートストーリーを作成。

コーポレートストーリーから 3つのマテリアリティに収束

コーポレートストーリーから「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つのキーワードを抽出。これらは積水ハウスグループのDNAであることを再認識。同時に、社会的課題の解決を図ることが普遍的な積水ハウスグループの使命であるとして、積水ハウスグループのマテリアリティとして選定。

コーポレートストーリー作成／
フェーズ分解・整理

マテリアリティの抽出

代表取締役との意見交換

ESG推進委員会にて審議・承認

取締役会にて承認

積水ハウスの
マテリアリティ

グループビジョンとマテリアリティ

積水ハウスグループは、企業理念に基づいた積水ハウスならではの価値創出を目指し、さまざまな事業を展開しています。

現在は、2020年に発表した“「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」のもと、人生100年時代への住まい手価値の創出を目指し、「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と着実に変革を進めています。

さらに、加速度的に変化していく社会環境を見据え、ステークホルダーと共に積水ハウスグループが持続的に価値を創造していくために、中長期における目指す姿と課題・目標を設定した「サステナビリティビジョン2050」を定め、これを事業戦略に反映することで、企業価値向上と社会価値向上の同時実現に取り組んでいます。

私たち積水ハウスグループは事業活動を進めることにより、従業員一人ひとりに根づいた企業理念の根本哲学「人間愛」を実践しています。

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

私たちの根本哲学

人間愛

☑ (公開サイト) 企業理念

マテリアリティ

人間愛の実践と2つのビジョンの実現に向けて、私たちが優先的に取り組むべき重要課題

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

脱炭素社会へ先導

住まいのライフサイクルにおけるCO₂ゼロ

人と自然の共生社会へ先導

事業を通じた生態系ネットワークの最大化



資源循環型社会へ先導

住まいのライフサイクルにおけるゼロエミッションの深化



健康・長寿先進社会へ先導

住まいづくりを通じた健康・長寿の実現



ダイバーシティ社会へ先導

誰もが自分らしく能力を発揮できる社会の実現



☑ サステナビリティビジョン2050

持続可能な社会への主体的な貢献

環境変化に対応する自律的なガバナンス体制の確立

積水ハウスの
マテリアリティ

マテリアリティと提供価値

積水ハウスは創業以来、企業理念の根本哲学「人間愛」を根幹に、事業を通じて常に「お客様の幸せ」「社会の幸せ」「従業員の幸せ」を追求し、これらを実現させることでさまざまな価値を提供してきました。これまでの60年超の取り組みの積み重ねが、まさに積水ハウスの存在価値であり、同時にこれが「積水ハウスのマテリアリティ」につながるものであると確信しています。

その考えのもと、2022年に「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」を新たに特定しました。これらマテリアリティを基軸に先進的な価値を提供し続け、グローバルビジョン“「わが家」を世界一幸せな場所にする”のために、人生100年時代の幸せの実現に向けて、積水ハウスはこれからも歩み続けていきます。

グローバルビジョン

「わが家」を世界一幸せな場所にする

人生100年時代の幸せの実現へ

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

お客様の幸せ

安全・安心

快適性

資産価値の創出

住宅の長寿命化

社会の幸せ

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

従業員の幸せ

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

Phase 3 (2020以降)

Phase 2 (1990-2020)

Phase 1 (1960-1990)

コーポレートストーリー
(確立した付加価値)

健康・つながり・学び

高付加価値の提供／キャリアの自律

快適性・環境配慮

先進的技術の開発／多様性の推進

安全・安心

住宅性能の向上／人材・技術者の育成

企業理念 根本哲学「人間愛」

積水ハウスの
マテリアリティ

マテリアリティの背景にある積水ハウスの技術と思想

良質な住宅ストックの形成

住宅性能向上の技術が生む安全・安心

積水ハウスは、住宅の寿命・精度の要である地盤と基礎に強いこだわりを持っています。軟弱地盤の多い日本では、基礎を支える地盤の調査が不可欠ですが、高額で大掛かりなボーリング調査を戸建住宅の建設で事前に実施することはほとんどありませんでした。そうした中、積水ハウスでは1976年から、現在では一般的になっている「スウェーデン式サウンディング試験」を導入し建築地の地盤状況について事前調査を開始しました。これは、当時の民間住宅メーカーとして初めての試みでした。



基礎については、1972年から基礎工法の研究を重ね、1974年には、メタルフォームを使用した基礎枠型に生コンクリートを一気に流し込むことで、均質で強固、作業効率にも優れた「1260基礎」を開発。その後、品質安定と省力化、耐久性向上の研究開発に着手し、1992年には、土台を介さず、躯体と基礎を直接ジョイントさせる当社独自の「1660基礎」を開発・導入しました。これにより、1995年の阪神・淡路大震災でも当社の建物は全壊・半壊ゼロ棟という実績を出し、当社の基礎の完成型として現在も使われています。

また、積水ハウスは地震対策技術により、安全・安心の効果を実証しています。地震対策には耐震・制震・免震技術の3つがあり、建物の耐震性の実証実験は1979年から行ってきました。阪神・淡路大震災で当社建物の全壊・半壊が1棟もなかったことは、基礎の完成度の高さに加え、耐震性の高さも証明することになりました。2003年には免震住宅を、そして2007年、国土交通大臣認定のオリジナル地震動エネルギー吸収システム「シーカス」を発表しました。この革新的な技術の開発・普及により、住宅の長寿命化にも寄与することになりました。

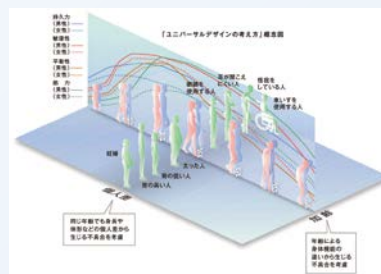
☞ (公開サイト) 独自の制振構造「シーカス」



「生涯住宅思想」で住まいの快適性を追求

住まいの快適性の追求は、1996年、「セントレージΣ」で標準採用した高性能遮熱断熱複層ガラスによる断熱性能向上や、1999年、「グルニエ・ダイン」シリーズにいち早く標準採用した「次世代省エネルギー仕様」にさかのぼります。のちに、これらは全戸建住宅に標準採用となり、環境負荷低減に貢献しています。このほか、品確法（住宅の品質確保の促進等に関する法律）最高レベルの「空気環境」を実現する空気環境配慮仕様「エアキス」も全戸建住宅に標準採用するなど、住まう人の快適性に配慮した住宅の提供は、現在、ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）の推進へと継承しています。

積水ハウスは、1989年に「いつも今が快適」という「生涯住宅思想」を確立しています。耐久性に優れ、家族のライフスタイルの変化にも対応可能な自由度があり、加齢や疾病などの心身機能の変化にも対応する、安全性・



自立性・介助性を確保できる住まいの実現。これは、1975年から研究・開発を進めてきた「高齢者・身体障がい者配慮住宅」を通じて生まれた考えです。当社の企業理念の根本哲学「人間愛」を具体的に実現する設計思想と言えます。この研究と実績に基づき、2002年には「SH-UD」（積水ハウスユニバーサルデザイン）を確立しました。現在、暮らしやすさを実感できる住宅のユニバーサルデザインをすべての戸建住宅に適用しています。

☞ (公開サイト) 積水ハウスのユニバーサルデザイン

美しさの追求・ブランド化による資産価値の創出

1973年、すべての都道府県で住宅数が世帯数を上回り、住宅は質の時代を迎えました。積水ハウスでは創業当初から、お客様一人ひとりに対応した「邸別自由設計」をベースに、1971年には従来に比べワンランク上の設備やモダンなデザインを取り入れるなど、上質を求めるお客様のニーズに応えるプレハブ住宅の高級化を進めました。1978年には、本格的なマーケティング手法で開発した「グルニエのある家」を発売。性能や構法などのハード面の強調とともに、デザインや「どのように住まうか」という提案をより強く打ち出し、美しいシルエット

マテリアリティの背景にある積水ハウスの技術と思想

と「暮らし方」の提案で住宅のブランド化を目指していきました。

1984年、当社が独自に開発した最高級外壁材「ダインコンクリート」を初めて採用した「イズ・フラット」を発売。高い耐久性と強度とともに、防耐火性・断熱性・遮音性にも優れており、手づくりのような質感と洗練された優雅さを醸し出す「ダインコンクリート」の外観デザインとその表情に魅了されたお客様から支持を得ました。細長い敷地や変形敷地のような都市型住宅にも対応し、親から子へ、子から孫へと、何世代にもわたって住み継がれる「100年住宅」を積水ハウスはこの時代にすでに構想しており、社会資産としての住まいの豊かさや快適さ、価値の維持を追求していました。1987年には、断熱性・遮音性を高め、ゆとりある空間を実現した当社の最高級商品「イズ・ステージ」が誕生。その後も「イズ」シリーズは発展し続け、ブランド化にも成功し、現在もなお当社のフラッグシップ商品であり続けています。



2001年に発売した陶版外壁「ベルバーン」もまた、焼き物の風合いや土の質感、デザインにこだわりを持つお客様のニーズに応える、木造住宅「シャーウッド」のオリジナル外壁として、上質な「シャーウッド」のブランド化に貢献しています。

[\[公開サイト\]](#) 戸建住宅商品情報

資産価値を高め続けるためのまちづくりの思想

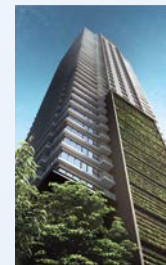
積水ハウスが本格的なまちづくりに取り組んだ当初から大切にしてきたものは、年月を経るごとに資産価値が高まり、将来にわたってすべての人が快適に、永く住み継がれるサステナブルな「まち」をつくることです。これこそが、積水ハウスが目指す「経年美化」のまちづくりです。日々の暮らしの基礎となる住宅が集まった「まち」は、住む人の生活を支える舞台となり、住む人同士の交流によって、地域社会、地域文化を育む土壌となり、ひいては社会資産の形成、そして地方創生にもつながります。そこで、積水ハウスはまちづくりにあたって、配棟計画や道路設計などの基本計画に加え、植栽、公園・共用スペースの配置も重視し、住む人同士の交流を育みコミュニティを活性化



させる仕組みを提案してきました。住宅性能の向上に創意工夫を重ねる一方、地域社会とのつながりや自然環境と協調しながら暮らす住まい方にも焦点を当て、積水ハウスはまちづくりに「コモン」(Common: 共有の)の思想を取り入れています。1989年からは自然環境と調和する「人にやさしいまちづくり」を、2002年には安心して暮らせる「タウンセキュリティ」を導入したまちづくり、2007年にはまちぐるみで環境配慮に取り組む「燃料電池タウン」、2009年にはコミュニティ形成をサポートする「隣人祭り」を企画・実施するなど、これらの取り組みはすべてまちの持続性の向上につながるものです。

まちづくりで培ったノウハウは、賃貸住宅「シャーマゼン」や分譲マンション「グランドメゾン」、複合開発やオフィスビル開発にも活かされています。それらは海外での事業にも取り入れており、オーストラリアの「Gledswood Hills (グレッズウッドヒルズ)」では、「コモン」の思想に基づくまちが設計されています。積水ハウスはまちづくりを通して、地域社会・環境への配慮を行った住空間・住環境を創出し、高い評価を得ています。

[\[公開サイト\]](#) 積水ハウスのまちづくり



人生100年時代に向けた住宅の長寿命化

積水ハウスでは、人生100年時代の住宅を提供する中で、アフターメンテナンスやリフォーム事業などを通じて住宅の長寿命化に取り組んでいます。1985年のオーナー様情報のシステム化とオーナー様訪問の開始をきっかけに、1987年には、東京に「カスタマーズセンター」第1号を開設しました。「カスタマーズセンター」という名称には、「会社の財産としてお客様を大切に守っていく」という想いが込められており、現在では全国で30カ所に設置しています。リフォーム事業の始まりは、1999年に神奈川と大阪に第1号を設置した「リフォームセンター」です。お客様へお引渡し後のきめ細かなサービスを通じて、家族構成やライフスタイルが変化した時でも、



[\[公開サイト\]](#) 充実のアフターサポート

お客様の暮らしが20年、30年、50年後も「いつも今が快適」であり続けるために、最適な生活提案を行い、満足を提供し続けていくことを事業の目的に、2005年にはリフォーム事業を分社化して積水ハウスリフォームを設立しました。カスタマーズセンターとも連携して、提案力の強化に努めています。

マテリアリティの背景にある積水ハウスの技術と思想

持続可能な社会の実現



社会的使命として環境負荷低減から脱炭素化へ

1999年、積水ハウスは「環境未来計画」を発表し、住宅メーカーとしての社会的使命を果たすために、全社を挙げて環境対策への取り組みを本格化させました。住宅建設から居住時・廃棄までに使用されるエネルギーは、当時の日本全体のエネルギー消費の約2割を占めていたことから、住宅においても環境対策として、資源・エネルギーの有効活用が必要不可欠であるという考えのもと策定しました。まず、環境憲章を掲げ、その中で、「地球環境の保全」「住まいの環境の向上」「社会への貢献」の3つの柱からなる「環境基本方針」を定めました。そして、この基本方針をより具体的な行動目標によって示す「環境行動指針」を定めました。この指針に基づき、①断熱性向上などによるCO₂排出量の削減、②資源の有効活用と廃棄物削減、③建物の長寿命化による住宅ストック価値の向上、④地域にやさしいまちづくりを推進、これら4つを行動の具体策として提示しました。

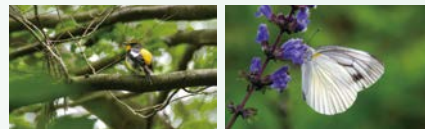
「脱炭素」という言葉がまだ使用されていなかった当時、近年地球規模で直面している地球温暖化による気候変動問題を見据えた内容を行動指針、行動具体策に示している通り、住宅メーカーとしての社会的使命としてこれらの解決に真剣に向き合い、考え、行動する積水ハウスの企業姿勢を表しています。この「環境基本方針」「環境行動指針」は時を経て現在、ESG経営のリーディングカンパニーとして住宅業界を牽引すべく、ZEHをはじめとする環境への取り組みの推進・継続に活かされています。

 (公開サイト) 積水ハウスの環境への取り組み



事業活動を通じた生物多様性保全と資源循環

積水ハウスでは事業を通じた生物多様性保全に向け、2001年から生態系に配慮した造園緑化事業「5本の樹」計画を進めています。「3本は鳥のために、2本は蝶のために、地域の在来樹種を」という想いを込め、庭木として利用可能な樹木を「5本の樹」と定めたものです。小さな点である住宅の庭の集まりが住宅地・まちとして面となり、里山など地域の自然とつながることで、住宅の庭が生き物の生息や活動を支えて、生態系ネットワークを維持・復活させることを狙いの一つとしています。取り組み開始から20年を経て、これまでの累積植栽本数は



生物多様性保全活動のもう一つの柱である持続的な木材調達においては、「フェアウッド」の利用促進があります。持続可能な再生可能資源の安定的確保のほか、「事業を通じて生態系ネットワークを最大化する」という目標を掲げ、サプライヤーに積極的に働きかけています。そのほか、2007年には、10の調達指針を定めた独自の「木材調達ガイドライン」を策定し、運用しています。

積水ハウスでは、すべての人の暮らしを支えるためには、資源の循環利用が必要と考え、2003年には各生産工場に「資源循環センター」を建設業界の中ではいち早く開設し、取り組みを進めてきました。廃棄物の発生抑制やリサイクルにとどまらず、社会ストックとなった住宅資材を長く使い続けられるよう、アフターサービス、リフォーム事業にも注力し、ライフサイクル全体を通じた資源の最適利用を目指しています。

 (公開サイト) 環境と共生する住まいづくり



ダイバーシティ&インクルージョン



時代の変化とともに深化し続ける人財育成

積水ハウスは1960年の創業以来、人財の育成に力を入れてきました。当初は実際の業務を通じたOJT (On the Job Training) が中心でしたが、1980年代には、高度経済成長とともに多様化するライフスタイルを背景に住宅業界の競合が激化し、営業力の強化が求められるようになり、当社では営業職の従業員を対象に研修するなど、その動きを一気に加速させました。

このような流れを受け、当社は1987年に従業員の能力開発の基本方針を定めた「教育研修要項」を制定しました。その中で、研修の目的を「顧客に対して満足度の高い商品およびサービスを提供するために必要な人財の育成」「優れた社会人・企業人であるとともに、創造性・革新性に富んだ人財の育成」とし、教育研修の基

マテリアリティの背景にある積水ハウスの技術と思想

本方針と実施体制などを明文化しました。これに基づき、従業員研修体制を飛躍的に整備し、内容も一層充実させました。技術系従業員のスキルアップを支援する社内認定制度も充実しており、チーフアーキテクト、チーフコンストラクター、構造計画スペシャリスト、プラチナスペシャリストは、設計や施工部門における有能な社内認定資格者です。こうした専門知識の強化に加え、自律性の向上を図るために、現在では、従業員一人ひとりがスキルを磨き、モチベーションを高めています。また、個々の能力向上を図ることでお客様に満足していただける人財となるべく、従業員が自らビジョンを掲げて主体的に行動する自律型人財になるための「キャリア自律」を人財育成のテーマに掲げており、これらの人財が当社のさまざまなベクトル（方針）と掛け合わせることで、無限の人財価値が創出されると考えています。

→ P.187-191 人財の育成・開発



積水ハウスの「技と心」を継承する技能者育成

積水ハウスには「運命協団体」という言葉があります。これは、1963年に積水ハウス産業から積水ハウスへと商号変更した時に誕生し、のちに「会社は人により成り立つもので、従業員一人ひとりの心の持ち方と関係の在り方こそが事業・経営の根幹を成すものであり、社会に貢献する根源である」として、1989年に制定した「企業理念」の根本哲学「人間愛」に通じるものとなります。

この「運命協団体」は社内に限ったものではありません。住宅産業は多くの方々協力によって成り立つ事業であり、それゆえ協力工事店・協力事業者の方々との強い絆を結ぶことが大切です。積水ハウスでは、施工品質の向上に向けたグループ力強化、技術の伝承や人財を育成するために、1982年に技能者育成のための「職業訓練校」を神奈川に開校、1987年までに茨城・滋賀・山口が増え全国4ヵ所^{*1}に拡充しました。住宅施工の実践的技術のほか、社会人としてのマナーや一般教養など、幅広い知識と積水ハウスの「心」を学ぶことができる点が一般的な学校とは大きく違うところです。お客様の幸せの実現には「心」が大切であり、技術とともに心の伝承



→ P.44 アココンピタンスを支える技術・施工人財

[\[公開サイト\] 積水ハウスの施工体制](#) [\[公開サイト\] 積水ハウスの施工事業／積水ハウス建設](#)

が必要であると当社は考えているからです。施工力の強化に貢献するものの一つに、当社独自の検定・認定制度があります。1983年に始めた「セクスイハウス主任技能者検定」、リフォーム現場の施工品質の向上を目指して制定した「積水ハウスリフォームマイスター制度」など、積水ハウスと運命協団体である協力工事店の技能者への人財育成にも注力しています。

^{*1} 現在は3ヵ所（神奈川が開校）

多様性の尊重とキャリア自律で従業員の幸せへ

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”を実現するためには、まず従業員が幸せでなければならないと考えています。従業員にとっての「わが家」は職場であり、職場が幸せな場所になるためには、従業員の多様性尊重やそれに伴う各種制度の充実、働き方改革、そして従業員自らのキャリア形成が大切です。

積水ハウスでは、多様な働き方を重視して、2004年からさまざまな制度を導入しています。代表的なものでは、2006年の育児支援制度と2014年の介護支援制度の拡充があります。また、2018年には男性育児休業制度を開始、2021年には新たに男性産後8週休を導入し、男性育児休業の質の向上に努めています。

キャリアアップやキャリア自律支援の代表例としては、「キャリアアップ・チャレンジ制度」の開始があります。2014年から開始している「積水ハウス ウィメンズ カレッジ」では、実力ある女性従業員の適正な管理職登用に向けて計画的かつ効果的な人財育成を実施しています。2021年からは、上司とメンバー間の充実したコミュニケーションをベースにしたキャリア面談を導入しました。従業員の自律的なキャリア形成を推進し、会社主導ではなく自らキャリアビジョンを描き、その実現に向けてチャレンジする企業風土づくりに努めています。

多様性の尊重では、国籍や人種、性別、性的指向、性自認、年齢、障がいの有無、学歴などを問わず、自分らしくいきいきと活躍できる機会の拡大を推進しています。2019年の異性事実婚・同性パートナー人事登録制度新設など、誰もが安心して幸せに暮らせる住まいの提供を目指すうえで、職場におけるLGBTQなどのセクシュアル・マイノリティへの理解と活躍支援の取り組みを進めており、2022年にLGBTQに関する取り組み



を評価する「PRIDE指標2022」において、「レインボー認定」を取得しました。このほか、2020年の障がい者雇用推進室設置により、雇用促進と活躍の場の拡大に取り組んでいます。さらに、国際事業を中心に多くの異なる国籍や文化的背景を持つ人財が活躍しており、2019年にベトナムに開設した技能訓練施設では、多くの外国人技能実習生が安心して働けるサポート体制を整えています。

[\[公開サイト\] ダイバーシティ&インクルージョン](#)



積水ハウスの
マテリアリティ

お客様の幸せを実現

良質な住宅ストックの形成と KPI

積水ハウスは、「最高の品質と技術」を目標に、安全・安心・快適性を実現する高い住宅性能と美しい外観デザインの追求を通じて、お客様に永く住み継いでいただける価値ある住宅をご提供しています。



提供価値

安全・安心・快適性

住宅にとって最も基本的かつ重要な要素は、「安全・安心・快適性」であり、お客様にこれらを価値として提供し、長期にわたりお客様の幸せの実現に貢献することが私たちの使命であると積水ハウスは考えています。当社グループでは、これらをお客様目線および取り組みの進捗状況で把握するために、2つの成果指標を KPI に選定しています。2022年度の実績をご覧ください。

✓ 達成 ✕ 未達成

1. 戸建住宅お客様満足度

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
96.0% (目標: 95% 以上)	✓ 96.3% (目標: 95% 以上)	95% 以上

お客様アンケート^{*1}の上位評価3項目の割合を集計した指標。2022年度は96.3%と前年度に引き続き目標を達成。これまでのアンケート結果を踏まえた改善および各担当者(営業、設計、建築、アフターサービス)の総合力によるサービスの提供により、お客様から高評価を獲得。

^{*1} 当社では、戸建および賃貸住宅のオーナー様にそれぞれ入居後1年、引渡し後2年のタイミングで、アンケートを実施。アンケートで伺った総合満足度の7段階評価(「非常に満足」「満足」「まあ満足」「どちらともいえない」「やや不満」「不満」「非常に不満」)や、建物・各部位・創りネ機能、当社担当者などに対する満足度および自由記述欄から、サービス体制や新たな部材、商品開発、設計・施工の改善などに役立てている。



2. 賃貸住宅入居率

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
97.9% (目標: 97% 以上)	✓ 97.8% (目標: 97% 以上)	97% 以上

積水ハウスの賃貸住宅「シャームゼン」の一括借上げ^{*2}物件の入居率を表した指標。2022年度は97.8%と目標を達成。「シャームゼン ZEH」やホテルライク仕様など高品質・高性能な賃貸住宅を新たに供給し続けるだけでなく、既存の物件についても間取り変更や設備導入などのリノベーションを推進。また、入居者専用アプリを通じたサービスの提供など、ハード・ソフト・サービスを融合し入居者様の幸せな賃貸生活を実現。



^{*2} 当社グループでは、賃貸住宅オーナー様の賃貸経営の手間やリスクを軽減し、長期安定経営を実現するため、40年以上前から積水ハウス不動産各社による一括借上げを行っている。空室の有無にかかわらず毎月一定の賃料をお支払いするとともに、入居者募集や建物の維持管理など賃貸経営のすべてをサポート。

提供価値

資産価値の創出

住宅の資産価値を高めていくためには、「安全・安心・快適性」という住宅の基本性能に加え、お客様のライフスタイルや人生設計に合わせた生活提案を行い、さらにはまちづくりの観点から歳月を経るごとに美しさを増す「経年美化」などにも力を注ぐ必要があります。当社グループでは、提供価値「資産価値の創出」の進展を把握するために、3つの指標をKPIに選定しています。2022年度の実績をご覧ください。

達成 未達成

3. ハード・ソフト・サービスの新たな提案

2021実績	2022実績	2023(目標)
ファミリー スイート おうちプレミアムⅡ 開始	SUITE CONCIER 開始	— 実績のみ開示

積水ハウスがこれまでに蓄積してきた先進的技術(ハード)と住生活研究所による住まい方提案(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)の実績を指標に。2022年度は、お客様の幸せな暮らしをアシストするサービス「SUITE CONCIER」を発売。



SUITE CONCIER

スイート コンシェル



いつもの空間を特別に演出するサービス



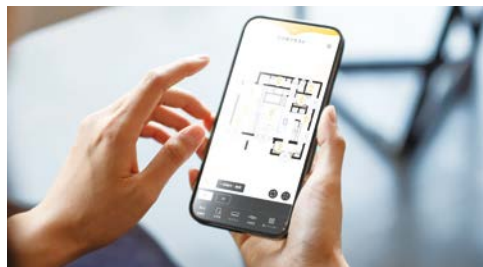
住まいと暮らしをもっと豊かにするサービス

4. 人生100年時代の幸せをアシストする、プラットフォームハウス構想の推進

2022年度までのKPI

2021実績	2022実績	2023(目標)
「PLATFORM HOUSE touch」 発売	PFH touch 受注時採用率 43%	グループ会社に展開

プラットフォームハウス構想とは、「健康」「つながり」「学び」をテーマにサービス提供し、住まい手の無形資産を蓄積する住まいづくり。2022年度のPLATFORM HOUSE touchの新築戸建受注時採用率は、世界的半導体不足の影響で販売制限も行ったものの43%に。今後、グループ会社にも展開し、サービスを拡大。

5. 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)

2021実績	2022実績	2023(目標)
68% (目標: 50% 以上)	全体 77.5% (3rd レンジ 83.9%) 目標: 全体 70% 以上 (3rd レンジ 85% 以上)	目標: 全体 80% 以上 (3rd レンジ 90% 以上)

まちの財産となる「美しい家づくり」の推進に向けて、戸建住宅を対象に2017年に創設した「レジデンス評価指針*1)」をもとに算出した指標。評価項目は、環境やまちなみへの配慮など客観的に評価および見える化が図れるよう、「外構・植栽計画」「建物外観デザイン」に関する10項目で構成。2022年度は戸建住宅全体で77.5%と前年度に引き続き目標を達成したものの、3rdレンジでは83.9%と目標未達。

*1) ★1～★5の5段階で評価し、★4以上の割合をKPIに設定。



達成 未達成

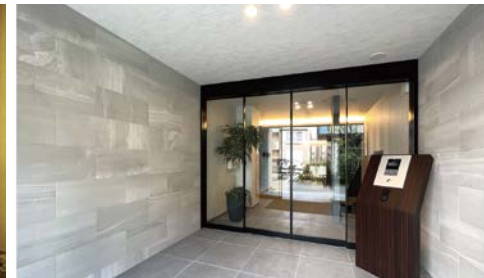
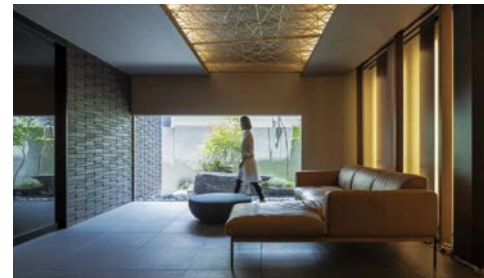
6. 景観を意識し、入居者様の安全・安心・快適性を重視した 魅力ある賃貸住宅の社内基準評価(シャームゼン ガーデنز)

2021実績	2022実績	2023(目標)
55% (目標: 50% 以上)	56% (目標: 55% 以上)	57% 以上

賃貸住宅において、景観や入居者の観点から「4つの環境プレミアム^{*1}」という独自の評価指標を策定し、魅力ある物件を「シャームゼン ガーデنز^{*2}」と命名し社内で認定。入居者様の住環境の向上ならびにオーナー様の資産価値向上に寄与し2022年度は前年度を上回る56%に。

^{*1} ①「まちなみ景観の向上」②「経年美化への配慮」③「安全・安心の住まい」④「快適な住まい」を指標とし、すべての評価指標を満たす割合をKPIに設定。

^{*2} 「5つの環境プレミアム」における評価が★4以上の物件の総称。



提供価値

住宅の長寿命化

「つくっては壊す」フロー消費型の社会から、「いいものをつくって、きちんと手入れして、長く大切に使う」ストック型社会への転換が求められています。当社グループでは、オーナー様の資産価値最大化を目指し、「住宅の長寿命化」を提供価値の一つと定め、2つの指標をKPIに選定しストック型社会への転換を推進しています。2022年度の実績をご覧ください。

7. 戸建住宅の長期優良住宅認定取得率

2021実績	2022実績	2023(目標)
93.4%	92.1% (目標: 90% 以上)	90% 以上

国が定めた長期優良住宅認定制度の基準^{*3}をクリアし、行政の認定を受けた当社グループの住宅数の割合を表した指標。2022年度も前年度同様92.1%と、優れた技術で長期間安全で快適に永く住み続けられる住宅を提供。

^{*3} 戸建住宅の基準: 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、災害配慮といった認定基準を満たすことが必要。

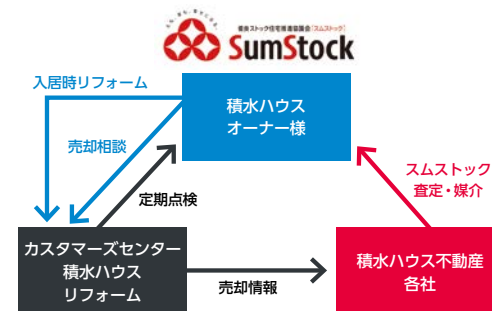


8. グループ内の既存住宅流通におけるスムストック比率

2021実績	2022実績	2023(目標)
70%	63% (目標: 75% 以上)	800件 (2023年より成約件数に変更)

当社グループ内で取り扱う既存住宅流通のうち、「スムストック^{*4}」の認定を受けた既存住宅の比率。積水ハウスの優良な既存住宅の資産価値を積水ハウス不動産各社が明確な基準で適正評価。グループ連携により住宅の長寿命化と既存住宅の流通活性化の促進を推進。2022年度は63%と目標を下回る結果に。

^{*4} 日本は諸外国に比べ、住宅の使用期間が約30年と大幅に短く、優良な既存住宅を社会の共有資産として住み継ぐための仕組みづくりが求められ、大手ハウスメーカー10社が協力して2008年に「優良ストック住宅推進協議会」を設立し、参加メーカーの住宅で共通の基準を満たすものを「スムストック」対象建物として認定。



マテリアリティの取り組みに向けたテーマ・KPI

良質な住宅ストックの形成の実現に向けて、「安全・安心・快適性」「資産価値の創出」「住宅の長寿命化」の3つの提供価値別に、第6次中期経営計画3ヵ年のKPIを以下に定めました。

提供価値	No.	指標	役員報酬指標 PSU*1			中期経営計画		社長表彰 ESG 指標	2022年度		2023年度	2024年度	2025年度	備考
			1	2	3	5次	6次		目標	実績	目標	目標	目標	
安全・安心 快適性	1	戸建住宅お客様満足度							95%以上	96.3%	95%以上	95%以上	95%以上	
	2	賃貸住宅入居率							97%以上	97.8%	97%以上	97%以上	97%以上	
	3	国際事業における戸建住宅販売戸数 ※新規					○			—	—	—	10,000戸	
資産価値の創出	4	ハード・ソフト・サービスの新たな提案							—	[SUITE CONCIER] 発売	—	—	—	実績のみ開示
	5	特許出願件数 (R & D) ※新規								109件	100件	100件	100件	
	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)						○	全体 70%以上 3rd レンジ 85%以上	全体 77.5% 3rd レンジ 83.9%	全体 80%以上 3rd レンジ 90%以上	全体 80%以上 3rd レンジ 90%以上	全体 80%以上 3rd レンジ 90%以上	★4以上
	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 (シャーメゾン ガーデنز)						○	55% 以上	56%	57% 以上	58% 以上	60% 以上	★4以上
	8	賃貸住宅リノベーション戸数 ※新規					○			6,035戸	6,800戸	7,600戸	8,400戸	
住宅の長寿命化	9	戸建住宅の長期優良住宅認定取得率							90% 以上	92.1%	90% 以上	90% 以上	90% 以上	
	10	グループ内の既存住宅流通におけるスムストック比率 (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)*2							75% 以上	63%	800件	860件	900件	

*1 PSU (Performance Share Unit) : 業績連動型株式報酬 PSU1 : 2020年度～2022年度、PSU2 : 2021年度～2023年度、PSU3 : 2022年度～2024年度
*2 2023年よりスムストック比率から、スムストック成約件数に変更

積水ハウスの
マテリアリティ

社会の幸せを実現

持続可能な社会の実現と KPI

積水ハウスでは、「人」「まち」「地球」の調和と社会課題の解決を社会的使命とし、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んでいます。



提供価値

脱炭素化

日本全体のCO₂排出量において約16%を家庭部門が占めている現状から、日本の住宅において、高断熱化や省エネルギー化に向けた取り組みの充実・強化が不可欠となっています。当社グループでは、住宅供給事業者としてまず取り組むべきことは「省エネ住宅の普及」であると考えており、提供価値「脱炭素化」の推進のために8つの成果指標をKPIに選定しています。2022年度の実績をご覧ください。

✓ 達成 ✕ 未達成

9. 戸建住宅 ZEH 比率 / 10. 賃貸住宅 ZEH 比率 / 11. 分譲マンション ZEH 比率

	2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
戸建住宅	92% (目標: 89% 以上)	✓ 93% (目標: 90% 以上)	90%
賃貸住宅	8,501 戸 (目標: 1,800 戸)	✓ 65% / 15,064 戸 (目標: 50% / 2,500 戸)	70%
分譲マンション	192 戸 / 39.4% (目標: 196 戸 / 35%)	✓ 585 戸 / 88.8% (目標: 540 戸 / 85%)	100%

戸建住宅 積水ハウスが当年度に建築した戸建住宅*1に占める ZEH*2の割合を表した指標。2022年度は93%と前年度に引き続き目標を達成し、日本全体における ZEH 比率 18.5%*3を大きく上回った。なお、当社が ZEH の販売を開始した2013年度からの累積棟数は76,509棟(2023年3月時点)に達している。

*1 本指標の計算においては、北海道の賃貸・分譲住宅は除く。

*2 net Zero Energy House の略称。省エネ・創エネにより、快適な室内環境の実現と年間的一次エネルギー収支ゼロを目指す住宅。

*3 集計対象は一般社団法人環境共創イニシアチブの ZEH ビルダー実績報告に基づく。

賃貸住宅 当年度に受注した賃貸住宅「シャームゼン」に占める ZEH 戸数*4の割合を表した指標。2022年度は、15,064戸と前年度を大きく上回った。一般的な賃貸住宅に比べ CO₂ 排出量が93%*5削減可能かつ、入居者売電方式で仕様の入居者メリットが好評の「シャームゼン ZEH」の普及を通じて、脱炭素化社会の実現に貢献。

分譲マンション 当社の分譲マンション「グランドメゾン」における ZEH 累積竣工戸数および比率*6を表した指標。2022年度は累計で585戸の ZEH マンションを竣工、比率88.8%と目標を達成。断熱性能の高い高性能複層ガラスを採用することで、マンションの魅力である大開口による眺望を確保し、ZEH 基準と快適性の同時実現を可能に。



*4 ZEH Ready 以上 (入居者売電に限る、2021 年までは戸数)。国が定める集合住宅の ZEH 基準は、住戸および住棟それぞれに、一次エネルギー収支で100%以上削減する ZEH、75%以上削減の Nearly ZEH、50%以上削減の ZEH Ready、20%以上の ZEH Oriented、の4つに区分。

*5 2019年度に建設した447戸の「シャームゼン ZEH」について、国立研究開発法人建築研究所による消費性能計算プログラムの一次エネルギー消費量計算結果から当社が算出(調理、家電製品のエネルギー消費は除く)。

*6 ZEH Oriented 以上の累積竣工戸数。比率は単年度における ZEH Oriented 以上の販売比率。

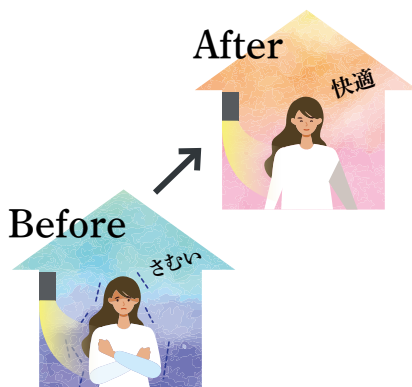
達成 未達成

12. 既存住宅の断熱改修工事数(いどころ暖熱戸数)

2021実績	2022実績	2023(目標)
1,338戸 (目標: 1,200戸)	1,601戸 (目標: 1,250戸)	1,800戸

住まいの中で多くの時間を過ごす「いどころ(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「いどころ暖熱^{*1}」の工事戸数を表す指標。築20年以上の既存住宅でも快適な暮らしを実現。2022年度は、1,601戸と前年度に引き続き目標を達成。

^{*1} 断熱性能に劣る築20年以上の既存戸建住宅を、新築ZEHと同等のZEHレベルの断熱性能までの向上を目指す「プレミアム」と、1日施工で効果的な断熱改修を図る「ペーシック」の2商品を提案。



15. RE100進捗率

2021実績	2022実績	2023(目標)
33.5% (目標: 25%)	55.1% (目標: 35%)	2040年度までに100%

RE100^{*6}の推進に向けて、積水ハウスグループ全体の電力消費量に占める、「積水ハウスオーナーでんき」によって購入された再生可能エネルギー電力量等の割合を表す指標。2022年度は、55.1%と目標を達成。

^{*6} 再生可能エネルギー100%を目標に掲げる世界の主要企業が加盟する国際イニシアチブで、当社は、2017年に日本企業では2番目、住宅業界では初めて加盟。

13. 新築住宅からのCO₂排出削減率／14. 事業活動におけるCO₂排出削減率

	2021実績	2022実績	2023(目標)
新築住宅	50.0% (目標: 2030年度までに45%削減)	55.3% (目標: 2030年度までに45%削減)	2030年度までに55%削減
事業活動	46.6% (目標: 2030年度までに75%削減)	50.9% (目標: 2030年度までに75%削減)	2030年度までに75%削減

新築住宅 当社グループで建築した新築住宅の居住段階における消費エネルギーに起因するCO₂排出量の削減率(2013年度比)^{*2}を指標として設定。2022年度は、55.3%と前年度に引き続き目標を達成。

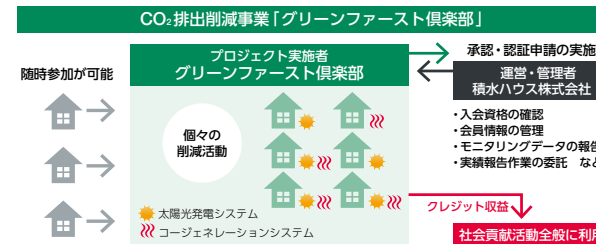
事業活動 当社グループの事業活動全体で直接的に排出するCO₂(スコープ1)と、調達電力など間接的に排出するCO₂(スコープ2)を2013年度比で表した指標^{*3}。当社グループでは、「全業務用車両の電動化^{*4}」や「当社活動拠点の建築物のZEB(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)化」、RE100を目指す「積水ハウスオーナーでんき^{*5}」などに取り組むことで、2022年度は50.9%と前年度を上回った。

^{*2} スコープ3カテゴリ11排出量の2013年度比削減率。2022年度より対象範囲を拡大。2013年度の排出量についても、2022年度の対象範囲に合わせ拡大。

^{*3} 詳細な注記は、P.140を参照

^{*4} 電気自動車、燃料電池車、プラグインハイブリッド車、ハイブリッド車などを含む。

^{*5} 再生可能エネルギーの固定価格買取制度(FIT制度)の買い取り期間が満了(卒FIT)したオーナー様から余剰電力を買い取り、当社の事業用電力として利用することでRE100達成を目指す取り組みのこと。



16. サプライヤーSBT目標設定率

2021実績	2022実績	2023(目標)
22.2%	31.9%	2030年度までに80%

当社の主要サプライヤーにおけるSBT^{*7}目標の設定率を表した指標。2022年度は、31.9%と前年度を上回った。

^{*7} 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)

提供価値

生物多様性保全

気候変動対策に続き、生物多様性保全に向けた機運が世界中で高まる中、単なる自然や生き物の保護だけでなく、自然を回復に向かわせる取り組み（ネイチャー・ポジティブ）が求められています。当社グループでは、ネイチャー・ポジティブを目的とする「生物多様性保全」に関する取り組みとして、劣化の激しい都市緑地の回復や、森林減少の抑制などへの貢献が期待できる2つの成果指標をKPIに選定しています。2022年度の実績をご覧ください。

達成 未達成

17. 持続可能な木材調達比率

2021実績	2022実績	2023(目標)
97.2% (目標: 97.2%)	97.1% (目標: 97.4%)	97.4%

木材サプライヤーから購入する木材を、2007年に策定した当社独自の「木材調達ガイドライン」に沿って数値評価およびランク付け（4段階）を行い、上位2ランク（S、A）の木材の購入割合を表した指標。2022年度は、97.1%と目標未達の結果となった。



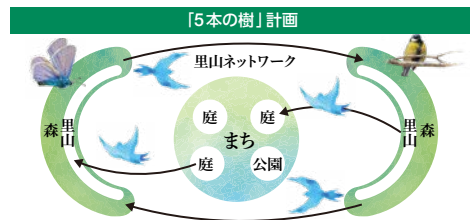
18. 生物多様性に配慮した植栽（「5本の樹」計画）

（累積植栽本数）

2021実績	2022実績	2023(目標)
1,811.6万本 (目標: 1,800万本)	1,900.3万本 (目標: 1,900万本)	2,000万本

住宅の建築と同時に生態系に配慮した造園緑化事業「5本の樹^{*1}」計画を2001年より進め、その進展指標としてお客様の庭に植えた植栽の累積本数を設定。2022年度は、1,900.3万本と前年度に引き続き目標を達成。

^{*1}「3本は鳥のために、2本は蝶のために、地域の在来樹種を」との想いを込め、地域の在来種の中でも、特に鳥や蝶との関係が深く、庭木として利用可能な植物を「5本の樹」と定め、庭木の提案を実施。



提供価値

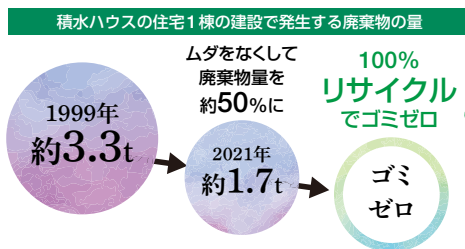
資源循環

より質の高いリサイクル実現の要請や化石燃料由来プラスチック廃棄物の処理コストの増加がリスクシナリオとして想定されている中、資源の効率的・循環利用の要請および脱プラスチックへの意識変革が求められています。これに対し当社グループでは、提供価値「資源循環」推進のために3つの成果指標をKPIに選定しています。2022年度の実績をご覧ください。

19. 廃棄物比率（新築）

2021実績	2022実績	2023(目標)
5.4% (目標: 5.5%)	5.6% (目標: 5.2%)	5.0%

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を表す指標。非住宅物件の増加により、生産原材料及び資源投入量の減少に比して廃棄物量が微増しており、2022年度は5.6%と目標未達の結果となった。



20. 廃棄物リサイクル率（新築）／21. 廃棄物リサイクル率（アフターサービス・リフォーム）

	2021実績	2022実績	2023(目標)
新築	100% (目標: 100%)	100% (目標: 100%)	100%
アフターサービス	95.6% (目標: 90%以上)	94.6% (目標: 90%以上)	90%以上

新築 新築住宅の建築時に発生した廃棄物の総量に対し、リサイクルされた廃棄物の割合を表す指標。2005年度の新築施工現場ゼロエミッション達成以来、自社施設である資源循環センターへと回収したすべての廃棄物をリサイクルしているため、毎年「100%」という結果になっている。

アフターサービス 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し、リサイクルされた廃棄物の割合を表す指標。回収した廃棄物は、上記「新築」同様すべてリサイクルされること前提にあるものの、「石綿含有建材」など有害物質を含む建材は全量リサイクルの対象外となる。

提供価値

地域社会との共生

地域の幸せを願い、すべての人が人間らしく豊かな暮らしを実現できるよう、住宅メーカーとして事業活動と社会貢献活動の2方向から社会課題の解決を図る取り組みを行っています。当社グループの提供価値「地域社会との共生」において、事業・社会貢献を通じた地域共生として掲げるKPIは、以下の2つの指標です。2022年度の実績をご覧ください。

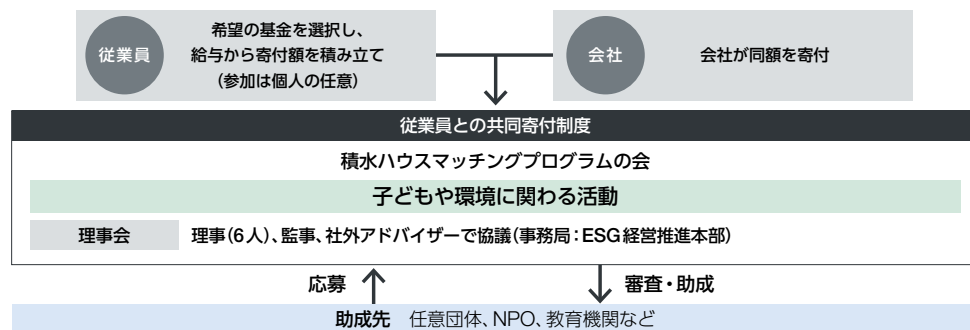
達成 未達成

22. 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)

2021実績	2022実績	2023(目標)
31% (目標: 30%)	32% (目標: 35%)	— 実績のみ開示

社会的活動を担うNPO団体などへの支援を通じて、子どもや環境に関わる社会課題を解決し、地域の幸せづくりに貢献するため、2006年度より開始した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」の加入率を指標に設定。2022年度は、32%と目標未達の結果となった。

「積水ハウスマッチングプログラム」の仕組み



23. 地方創生事業「Trip Base 道の駅プロジェクト」の推進

(累積)

2021実績	2022実績	2023(目標)
5府県14施設 1,053室 (目標: 5府県14施設 1,053室)	10道府県23施設 1,848室 (目標: 9道府県20施設 1,582室)	14道府県29施設 2,336室

マリオット・インターナショナルと共に展開している、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「Trip Base 道の駅プロジェクト」を展開。積水ハウスグループが施工するホテルの居室数を指標として設定。2022年度は、新たに5道府県9施設795室が加わり、累計10道府県23施設1,848室と目標を達成。



提供価値

労働安全衛生・
サプライチェーン

当社グループは、安全活動の基本事項の徹底実践を継続し、より安全で幸せな施工現場実現に向けた取り組みを推進しています。また、多様なサプライヤーと協働し、「CSR調達ガイドライン」に基づく持続可能な調達を推進しています。当社グループの提供価値「労働安全衛生・サプライチェーン」についてのKPIは、以下の指標です。2022年度の実績をご覧ください。

達成 未達成

24. 施工部門の休業災害度数率

2021実績	2022実績	2023(目標)
2.49 (目標: 2.15)	2.55 (目標: 2.13)	2.27

「積水ハウス」「積水ハウス ノイエ」「鴻池組」が委託した施工業者（一人親方・事業主を含む）における建築現場で発生した休業労災の頻度を表す指標。負傷療養のために1日以上休業せざるを得ない労働災害による死者数を、100万延べ実労働時間数で割って算出。2022年度は、2.55と目標未達の結果となった。

26. CSR調達カバー率 2022年度までのKPI

2021実績	2022実績	2023(目標)
93.8% (目標: 89.0%)	94.8% (目標: 90%)	—

全サプライヤー（調達先）に対するCSR評価の実施割合（調達金額ベース、主要な原材料メーカーを含む）を表す指標。2022年度は94.8%となり、主要サプライヤーのカバーが完了。

28. CSR調達人権・労働スコア 2022年度までのKPI

2021実績	2022実績	2023(目標)
90.9ポイント (目標: 90.4ポイント)	92.5ポイント (目標: 91.0ポイント)	—

全サプライヤーに対して実施したCSR評価（人権・労働に限定）をスコア化（100ポイント満点）した指標。2022年度は、92.5ポイントと前年度に引き続き目標を達成。

25. 施工部門の業務上疾病度数率

2021実績	2022実績	2023(目標)
0.20 (目標: 0.33)	0.35 (目標: 0.31)	0.30

「積水ハウス」「積水ハウス ノイエ」「鴻池組」が委託した施工業者（一人親方・事業主を含む）における建築現場で発生した業務上疾病の頻度を表す指標。1日以上休業せざるを得ない業務上疾病による件数を、100万延べ実労働時間数で割って算出。2022年度は、0.35と目標未達の結果となった。

27. CSR調達スコア 2022年度までのKPI

2021実績	2022実績	2023(目標)
91.9ポイント (目標: 91.5ポイント)	92.1ポイント (目標: 92.0ポイント)	—

全サプライヤーに対して実施したCSR評価^{*}をスコア化（100ポイント満点）した指標。2022年度は、92.1ポイントと前年度に引き続き目標を達成。

^{*}1 2023年度よりKPIを「CSR調達 人権・労働・サプライチェーンスコア」に変更。

→ P.218 「4. 指標及び目標」

[CSR調達ガイドライン](#)

マテリアリティの取り組みに向けたテーマ・KPI

持続可能な社会の実現に向けて、「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」の5つの提供価値別に、第6次中期経営計画3ヵ年のKPIを以下に定めました。

提供価値	No.	指標	役員報酬指標 PSU ^{*1}			中期経営計画		社長表彰 ESG指標	2022年度		2023年度	2024年度	2025年度	備考
			1	2	3	5次	6次		目標	実績	目標	目標	目標	
脱炭素化	11	戸建住宅ZEH比率	○	○	○	○		○	90%	93%	90%	90%	90%	
	12	賃貸住戸ZEH比率	○ ^{*2}	○ ^{*2}	○	○	○	○	50%	65%	70%	73%	75%	入居者売電に限る
	13	分譲マンションZEH比率				○		○	85%	88.8%	100%	100%	100%	
	14	既存住宅の断熱改修工事数(いどころ暖熱戸数)				○		○	1,250戸	1,601戸	1,800戸	—	—	
	15	新築住宅からのCO ₂ 排出削減率							—	55.3%	—	—	—	2030年55%
	16	事業活動におけるCO ₂ 排出削減率							—	50.9%	—	—	—	2030年75%
	17	RE100進捗率							35%	55.1%	—	—	—	2040年100%
	18	事業所電動車比率 ※新規							—	11%	19%	32%	35%	2030年100%
	19	サプライヤーSBT目標設定率							—	31.9%	—	—	—	2030年80%
生物多様性保全	20	持続可能な木材調達比率							97.4%	97.1%	97.4%	97.5%	97.5%	
	21	ゼロ・デフォレステーション比率 ※新規								88%	91%	92%	93%	2030年100%
	22	生物多様性に配慮した植栽(「5本の樹」計画)							1,900万本	1,900.3万本	2,000万本	2,100万本	2,200万本	累積本数
資源循環	23	廃棄物比率(新築)							5.2%	5.6%	5.0%	—	—	
	24	廃棄物リサイクル率(新築)							100%	100%	100%	100%	100%	
	25	廃棄物リサイクル率(アフターサービス・リフォーム)							90%以上	94.6%	90%以上	—	—	
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)							35%	32%	—	—	—	2023年より実績のみ開示
	27	地方創生事業「Trip Base 道の駅プロジェクト」の推進							9府県 20施設 1,582室	10道府県 23施設 1,848室	14道府県 29施設 2,336室	—	3,000室	累計室数
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							2.13	2.55	2.27	2.25	2.12	
	29	施工部門の業務上疾病度数率							0.31	0.35	0.30	0.30	0.30	
	30	CSR調達人権・労働・サプライチェーンスコア ※新規							—	85.7ポイント	85.8ポイント	85.9ポイント	86.0ポイント	

*1 PSU (Performance Share Unit) : 業績連動型株式報酬 PSU1: 2020年度～2022年度、PSU2: 2021年度～2023年度、PSU3: 2022年度～2024年度

*2 賃貸住宅ZEH戸数でPSU1・2に設定

積水ハウスの
マテリアリティ

従業員の幸せを実現

ダイバーシティ&インクルージョンとKPI

「わが家」を世界一幸せな場所にするためには、まず、従業員の「幸せ」が重要と考えています。積水ハウスでは、従業員にとっての「わが家」である職場の幸せを実現する人財を育成するために、ダイバーシティ&インクルージョンに取り組んでいます。



提供価値

ダイバーシティ推進

積水ハウスグループは、「女性活躍の推進」「多様な人財の活躍」「多様な働き方の推進」をダイバーシティ推進方針の3つの柱として、従業員と企業が共に持続可能な成長を実現できる環境や仕組みづくりに日々取り組んでいます。当社グループの提供価値「ダイバーシティ推進」の進展を把握するKPIは、以下の5つの指標です。2022年度の実績をご覧ください。

✓ 達成 ✕ 未達成

29. 女性取締役人数(単体) / 30. 女性管理職人数(グループ)

	2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
女性 取締役	3人 (目標: 3人)	✓ 3人 (目標: 3人以上)	3人以上
女性 管理職	273人 / 4.31% (目標: 240人以上)	✓ 302人 / 4.60% (目標: 260人)	300人

女性取締役 当社取締役会におけるダイバーシティ推進のため、女性取締役の人数を指標として設定。2022年度は3人と目標を達成。

女性管理職 「女性活躍推進法」に基づく「当社グループ*1 女性活躍推進行動計画」で掲げた目標の一つである女性管理職の登用を指標として設定。2022年度は302人、4.60%と目標を達成。

*1 積水ハウス、積水ハウス不動産、積水ハウス建設、積水ハウス ノイエ、積水ハウスリフォームが対象。



31. 女性正社員比率(グループ) / 32. 女性新卒採用比率(グループ)

	2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
女性 正社員	28.1% / 6,454人 (目標: 27.5%)	✓ 28.9% / 6,743人 (目標: 28.0%)	29.2%
女性 新卒	41.2% / 278人 (目標: 41.1%)	✓ 44.6% / 350人 (目標: 42.0%)	40.0%

女性正社員 女性従業員の活躍を推進するため、当社グループ*2における女性正社員の割合を指標として設定。2022年度は28.9%、6,743人と目標を達成。

女性新卒 当社グループのダイバーシティの推進に基づく採用計画において、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を指標として設定。2022年度は44.6%、350人と目標を達成。

*2 積水ハウス、積水ハウス不動産、積水ハウス建設、積水ハウス ノイエ、積水ハウスリフォームが対象。



達成 未達成

33. 障がい者雇用率(単体)

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
2.90% (目標: 2.61%)	2.97% (目標: 2.61%)	2.97%

当社従業員のうち、障がいのある方々の雇用割合を指標として設定。2022年度は2.97%と目標を達成(2023年4月現在法定2.30%)。「各部署1~2人以上の障がい者雇用と定着」を目標に、今後も積極的に雇用促進し活躍を推進。



提供価値

従業員の幸せ・健康

お客様や社会に幸せという価値を提供し続けるためには、まず従業員一人ひとりが心身ともに健康で、いきいきと幸せに働くことができる環境づくりが大切だと考えています。当社グループの提供価値「従業員の幸せ・健康」の進展を把握するKPIは、以下の4つの指標です。2022年度の実績をご覧ください。

34. 定期健康診断2次健診受診率

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
97.8% (目標: 89%)	98.7% (目標: 98.0%)	95%

当社グループでは、従業員の健康維持・増進を促進するため、定期健康診断における2次健診の受診率を指標として設定。2022年度までは営業部門の受診率を記載。2023年度以降、単体の全部門の受診率を開示予定。



35. ウォーキングチャレンジ参加者数と平均歩数

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
19,691人 / 5,641歩	20,816人 / 6,600歩	— 実績のみ開示

当社グループの定期健康診断結果から、生活習慣病リスク保有者の低減を目指し、その予防を含む生活習慣の改善策の一つとして推進している歩行促進イベント「ウォーキングチャレンジ^{*1}」の参加人数・平均歩数を指標として設定。2022年度は20,816人、6,600歩と前年度を上回った。

^{*1} 定期健康診断結果から、当社の40歳以上の男性従業員における肥満リスクが、5割を超え、脂質リスク保有者は約7割、血糖リスク保有者も5割弱に達しており、所属している健康保険組合の他社比較でも高い割合であることが判明。「生活習慣病(メタボリックシンドロームを含む)の予防」が喫緊の課題であると認識し、2019年度からアプリを開発。自身の歩数を記録して健康意識を高め、従業員同士や部署間で楽しく競うことのできる歩行促進イベント「ウォーキングチャレンジ」を開始。

36. ESG対話の実施率(事業所ベース)

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
積水ハウス従業員 グループ職責者 (目標: 積水ハウス従業員 グループ職責者)	100% (目標: グループ会社含め事業所単位での実施率100%)	100%

「全従業員参画のESG」の目指す姿「ESGの中に企業がある」に向けて、従業員一人ひとりがESGを「自分事」として捉え、自発的な行動やイノベーションへと発展させる機会をつくる取り組みの一つである、事業所単位におけるESG対話^{*2}の実施率を指標に選定。2022年度は、グループ会社を含め全事業所で対話を実施し、実施率100%と目標を達成。

^{*2} 各職場において4~5人程度のグループを作り、「幸せ」などのテーマで対話を実施。

37. 「幸福度診断 Well-Being Circle」総合値

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
65.75ポイント	65.86ポイント	— 実績のみ開示

当社は従業員の「幸福度」を、仕事とプライベートを含む人生全体の指標と考え、個人と職場の幸せの相関関係を見える化し、従業員が働きがいを感じ幸せに働ける環境をつくるために、2020年度から全従業員を対象とした「幸せ度調査」を実施。個人と組織それぞれの「幸福度」調査の中から、従業員の多面的な幸せを診断する「Well-Being Circle」^{*3}における平均値を指標に選定。2022年度は、65.86ポイントと前年度を上回る結果となった。

^{*3} 「幸せ度調査」のうち、「幸福度診断 Well-Being Circle」における11カテゴリ34項目の平均値。

提供価値

多様な働き方／働きがい／
人財育成／キャリア自律

積水ハウスグループでは、従業員がいきいきと活躍できる幸せな職場を目指し、働き方改革や従業員自らキャリアビジョンを描ける企業風土づくりを推進しています。当社グループの提供価値「多様な働き方／働きがい／人財育成／キャリア自律」を推進するためのKPIは、以下の4つの指標です。2022年度の実績をご覧ください。

✓ 達成 ✗ 未達成

38. 男性の育児休業取得率

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
100% (目標: 100%)	✓ 100% (目標: 100%)	100%

「積水ハウスグループ 女性活躍推進行動計画」で掲げた「当社グループ全体の男性育児休業取得率」を指標に選定。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。2022年度は、100%と前年度に引き続き目標を達成。



39. 1人当たり月平均総労働時間

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
177.64時間 (目標: 176時間)	✓ 170.73時間 (目標: 175.5時間)	175時間

働き方改革の推進を目的に、当社グループ従業員*1 1人当たりの月平均の総労働時間を指標に選定。2022年度は、170.73時間と目標を達成。

*1 管理職を含む・休業中従業員を除く

40. 年次有給休暇取得率と取得日数

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
52.7% / 9.5日 (目標: 58%)	✓ 73.1% / 13.1日 (目標: 60%)	70%

働き方改革関連法に基づき義務化された年5日取得の促進及び総労働時間削減への取り組みを推進するため、当社グループ従業員*2の年次有給休暇の取得率を指標に設定。2022年度は、73.1%、13.1日と目標を達成。

*2 管理職を含む

41. 業務上必要な主要資格の累積取得者数

2021 実績	2022 実績	2023 (目標)
22,940人 (目標: 22,700人)	✓ 23,608人 (目標: 22,900人)	24,100人

「一級建築士」「1級建築施工管理技士」「FP2級」「宅建建物取引士」の4つの国家資格を含む、業務上必要な主要資格である計11の資格を対象に、当社グループ従業員における資格取得人数(累計)を指標として設定。2022年度は、23,608人と前年度に引き続き目標を達成。

マテリアリティの取り組みに向けたテーマ・KPI

ダイバーシティ&インクルージョンの実現に向けて、「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」の3つの提供価値別に、第6次中期経営計画3ヵ年のKPIを以下に定めました。

提供価値	No.	指標	役員報酬指標 PSU*1			中期経営計画		社長表彰 ESG指標	2022年度		2023年度	2024年度	2025年度	備考	
			1	2	3	5次	6次		目標	実績	目標	目標	目標		
ダイバーシティ 推進	31	女性取締役人数							3人以上	3人	3人以上	3人以上	3人以上		
	32	女性管理職人数	○	○	○	○		260人	302人 (4.60%)	300人	310人	320人 以上			
	33	女性正社員比率							28.0%	28.9% (6,743人)	29.2%	29.5%	29.8%		
	34	女性新卒採用比率							42.0%	44.6% (350人)	40%	40%	40%		
	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33社(単体含む)							2.61%	2.97% 2.86%	2.97% 2.86%	2.97% 2.86%	2.97% 2.86%		
従業員の幸せ・ 健康	36	定期健康診断2次健診受診率							○	98.0%	98.7%	95%	97%	100%	*2 2023年度より範囲変更
	37	ウォーキングチャレンジ参加者数と平均歩数							○	—	20,816人 6,600歩	—	—	—	実績のみ開示
	38	ESG対話の実施率(事業所ベース)							100%	100%	100%	100%	100%		
	39	「幸福度診断 Well-Being Circle」総合値							—	65.86ポイント	—	—	—	実績のみ開示	
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	○	○	○	○		100%	100%	100%	100%	100%			
	41	1人当たり月平均総労働時間		○	○			○	175.5時間	170.73時間	175時間	175時間	175時間		
	42	年次有給休暇取得率	○						60%	73.1% 13.1日	70%	70%	70%		
	43	人財育成投資 ※新規							—	886百万円	1,435百万円	1,478百万円	1,522百万円		
	44	業務上必要な主要資格の累積取得者数							22,900人	23,608人	24,100人	24,600人	25,100人	延べ人数	
	45	DX研修受講率 ※新規							—	—	100%	100%	100%		
	46	「SHIP」登録参加率、投稿・応募目標件数 ※新規							—	26.9% 2,176件	30% 2,500件	33% 2,700件	36% 3,000件		
	47	キャリア自律関連研修受講者数 ※新規							—	16,987人	18,936人	20,505人	22,030人		

*1 PSU (Performance Share Unit)：業績連動型株式報酬 PSU1：2020年度～2022年度、PSU2：2021年度～2023年度、PSU3：2022年度～2024年度
*2 2022年まで積水ハウス営業部門のみ。2023年以降は積水ハウス単体