

サステナブル社会実現に向けた組織マネジメント

当社はCSRを経営の基本と位置付け、日々事業活動に邁進しています。そのベースになるのが「サステナブル・ビジョン」を実現するための「4つの価値」と「13の指針」です。

積水ハウスの企業理念・CSR方針

積水ハウスグループの企業理念の根本哲学は「人間愛」です。「人間愛」とは、「相手の幸せを願い、その喜びを我が喜びとする奉仕の心を以って何事も誠実に実践する」というもの

■企業理念 (1989年1月制定)



人間愛

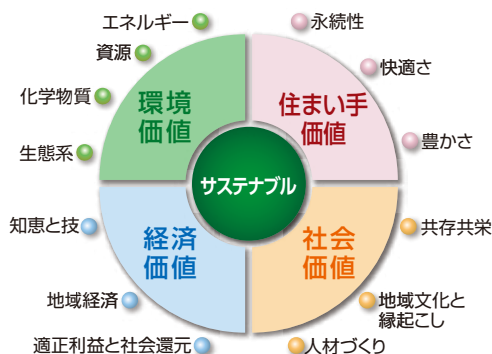
～私たちの根本哲学～

「人間は夫々かけがえのない貴重な存在であると云う認識の下に、相手の幸せを願いその喜びを我が喜びとする奉仕の心を以って何事も誠実に実践する事である」

です。全従業員での討議を経て1989年に制定しました。

そして、その幸せを願う対象となる重要なステークホルダーを「お客様」「従業員」「株主様」としています。つまり、お客様満足(CS)、従業員満足(ES)、株主様満足(SS)を達成することが積水ハウスグループの企業理念を踏まえたCSR方針です。2004年10月に策定・発表した中期経営ビジョン「S-Project」でCS・ES・SSの三位一体の向上に加え、CSRを経営の基本として、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、実践しています。

■「4つの価値」と「13の指針」



「4つの価値」と「13の指針」に基づくCSRマネジメント

積水ハウスグループのCSR活動は「サステナブル・ビジョン」を実現するための行動指針である「4つの価値」と「13の指針」に基づいて方向性を定めています。そして、PDCAのサイクルを確実に回すため、社会性目標・環境目標を設定し、結果を検証することで活動内容の見直しを毎年実施しています。

「4つの価値」と「13の指針」とISO26000の関係

2010年に国際標準化機構から公表されたISO26000は社会的責任に関する国際ガイダンス規格です。すべての組織が社会的責任にどのように取り組むべきかの手引を提供しています。

下表は、当社の「サステナブル・ビジョン」を実現するため

の行動指針である「4つの価値」と「13の指針」が国際規格に照らしてどのような位置付けになるかを整理したもので、ISO26000における七つの中核主題すべてにおおむね当てはまるのがわかります。今後も「4つの価値」と「13の指針」に基づく活動を推進していきます。

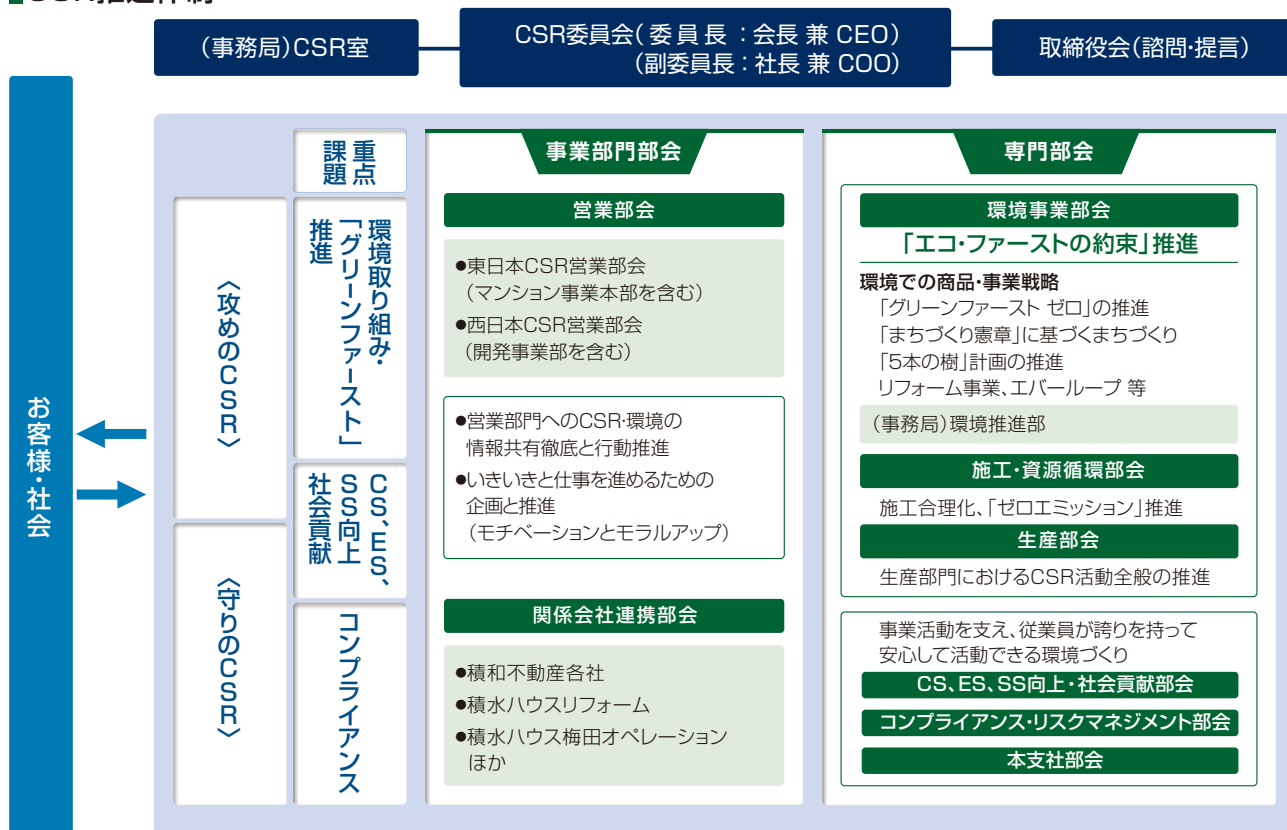
積水ハウスの「4つの価値」と「13の指針」			該当するISO26000の中核主題・課題	
価値	指針	内容	中核主題	課題
環境価値	エネルギー	化石燃料に依存しないエネルギー利用の実現	環境	気候変動の緩和及び気候変動への適応
	資源	自然生態系の再生能力を超えない資源の利用	環境	持続可能な資源の使用
	化学物質	自然界に異質で分解困難な物質の濃度を増やし続けない	環境	汚染の予防
	生態系	自然の循環と多様性が守られるよう配慮する	環境	環境保護、生物多様性及び自然生息地の回復
経済価値	知恵と技	「サステナブル」な価値を創造する知恵と技術の蓄積	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	●技術の開発及び技術へのアクセス ●雇用創出及び技能開発
	地域経済	地域経済の活性化	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	●コミュニティへの参画 ●教育及び文化 ●雇用創出及び技能開発
	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	●組織統治 ●公正な事業慣行 ●コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	●公正な競争 ●富及び所得の創出 ●社会的投資
社会価値	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	●公正な事業慣行 ●コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	●バリューチェーンにおける社会的責任の推進 ●財産権の尊重 ●コミュニティへの参画
	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	●消費者課題 ●コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	●消費者の安全衛生の保護 ●コミュニティへの参画 ●教育及び意識向上
	人材づくり	「サステナブル」な価値を創出する人材づくり	●人権 ●労働慣行	●苦情解決 ●差別及び社会的弱者 ●労働における安全衛生 ほか
住まい手価値	永続性	未永く愛され、時とともに価値を高める住まいづくり	●消費者課題 ●コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	●持続可能な消費 ●消費者データ保護及びプライバシー ●必要不可欠なサービスへのアクセス
	快適さ	穏やか、健やかで快適な暮らしの提供		●健康 ほか
	豊かさ	長きにわたる豊かさの提供		

CSR推進体制と組織マネジメント

当社では、CSRを経営の基本と位置付けています。会長兼CEOを委員長とし、社内委員(社内取締役全員と一部の執行役員)のほか、各界の有識者3人を社外委員として加えた「CSR委員会」を3カ月に1度開催しています。「社外の目」をCSR経営に取り入れ、現在のCSR活動が社会の常識や期待と合致しているかどうかをチェックしながら活動方針を定めていくことで、グループ全体のCSRへの取り組みを充実させています。CSR委員の決定は、取締役会の決議によるものとしています。

CSR委員会の傘下には、二つの「事業部門部会」と六つの「専門部会」を設け、活動の推進と徹底を図っています。事業部門部会の営業部会が本業を通じてのCSR活動の中核的組織として具体策の立案から結果の検証までを行っており、これをサポートする形で専門部会がそれぞれのテーマごとに取り組みを進めています。また、事業所長と連携して事業所内でCSR活動を推進するため、全事業所にCSR推進委員を配置しています。

CSR推進体制



2013年度は、これまで推進してきた「グリーンファースト」戦略を進化させ、政府が2020年までに普及を目指す「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」の販売を4月に開始。これは高い断熱性と最新の省エネ設備で消費エネルギーを大幅に削減し、太陽電池や燃料電池の創エネで「エネルギー収支ゼロ」を目指す先進住宅です。当初の年度目標(当社が受注した戸建住宅に占める「グリーンファースト ゼロ」率40%)を早期に上方修正するなど本業を通じた「攻めのCSR」活動として大きな成果を上げました。

同時に「守りのCSR」活動に注力し、研修やe-ラーニングなどで、従業員のモチベーションやモラルの向上、CS・ES・SSの向上、コンプライアンスの徹底を図ってきました。また、「会社は社会の公器」という認識のもと、社会貢献活動にも全社を挙げて取り組む一方で、東日本大震災の被災地復興支援活動に新入社員を参加させ、企業理念の根本哲学「人間愛」や「行動規範」に基づく相手本位の考え方を身につけ、住宅事業の意義について理解を深めています。本支援活動は継続実施していく予定です。

CSRマネジメントの課題と今後の取り組み事項

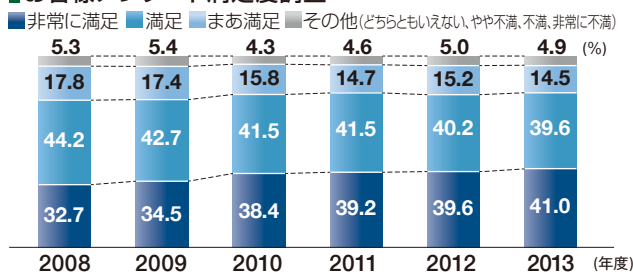
2013年度のCSR活動重点項目を振り返り、2014年度は以下の通り取り組んでいきます。

重点項目 1 お客様満足度のさらなる向上

お客様アンケートの結果分析などにより当社グループの生命線であるお客様満足度のさらなる向上を図ります。

振り返りと今後 2013年度に初めて「非常に満足」が4割を超えました。「非常に満足」の割合が徐々に増えており、これまでのお客様アンケート結果を踏まえた改善の取り組みが奏功しているものと考えています。ただし、あくまで全体の4割のお客様に「非常に満足」とお答えいただいているに過ぎないのも実情です。お客様の年齢や家族構成ごとの分析などをさらに進め、CS向上に生かします。

お客様アンケート満足度調査 (7段階評価)



重点項目 2 サプライチェーンの強化

協力工事店、取引先の皆様とのコミュニケーションを深め、サプライチェーンにおける社会的責任を推進します。

振り返りと今後 取引先各社の会社方針と積水ハウスの購買方針との整合性を図るため、主要な取引先150社を対象に年2回「方針説明会」を開催しています。当社グループの

経営概況などの説明とともに、資材のQCDE(「品質」「価格」「供給」「環境」)における目標設定と意見交換、取引先による改善事例発表を行っています。また、公平・公正な取引を行うため、1998年から「取引先評価」を実施しており、2009年からはサプライチェーンの体質改善に役立つよう評価結果を開示しています。評価は資材部と開発・生産部門が連携して168社(205事業部)を対象に実施し、定期的に評価項目や基準を見直しています。単なる評価にとどまらず、サプライチェーンにおけるPDCAをより実践的なものとし、具体的な改善行動につなげていくことを目的としています。

そして、主要な木材建材メーカー約60社とは、調達情報を開示し合える関係構築に注力し、エシカル調達にも取り組んでいます。

2014年度も重点項目に掲げ、サプライチェーンとともにCO₂排出量の削減、生物多様性の保全など地球環境に配慮した取り組みを一層推進していきます。

重点項目 3 海外でのCSRマネジメントの強化

国際事業の占める比率の上昇に伴い、海外におけるCSRマネジメントを強化し、現地でも必要とされる企業を目指します。

振り返りと今後 国内で行っている危機管理を海外でも適用していこうと本社各部署を横断するワーキンググループを立ち上げ、議論を開始しました。引き続き、重点項目に掲げて取り組んでいきます。また、海外の関係会社が使用するエネルギーについても国内と同様に把握を始めています。

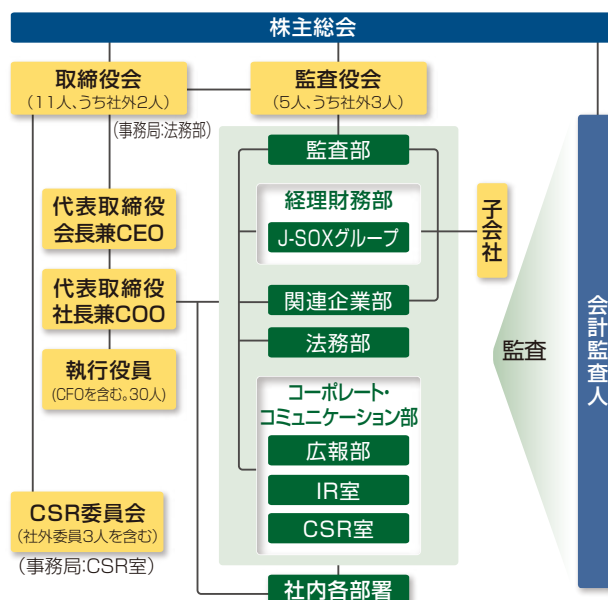
コーポレートガバナンス・内部統制システム

ステークホルダーからの信頼を高めるために、コーポレートガバナンスを経営の重要課題と位置付けています。経営の透明性を確保し、適時・適切なチェック機能と監視機能が発揮できるよう、取締役会に2人の社外取締役、監査役に3人の社外監査役を配置しています。また、執行役員制を導入し、経営責任の明確化と業務執行の迅速化を図っています。

内部統制については、「内部統制システム構築に関する基本方針」に基づくシステムの運用を徹底、その強化に取り組んでいます。

また、グループ全体の金融商品取引法による内部統制(J-SOX)の遵守と徹底は、経理財務部内のJ-SOXグループが中心となって対応しています。

コーポレートガバナンス体制 (2014年4月1日現在)



コンプライアンス推進

コンプライアンスの考え方

コンプライアンスを「法令遵守にとどまらずCSRを念頭に置いたもの」ととらえ、「一時的なものではなく常時取り組むべき経営課題」として位置付けています。そこでCSR委員会の下に副社長を部会長とする「コンプライアンス・リスクマネジメント部会」を設置。人事部、法務部など関係部署の職責者をメンバーとして議論を重ねています。

2013年度は、①秘密情報の漏えい防止に向けた取り組み②業務適正化に向けた取り組み③海外危機管理対策等について重点的に審議しました。また、コンプライアンス推進上の課題は「営業部会」「生産部会」等の部会の下、全国の事業所が、事業所長の率先垂範によりその改善に取り組み、PDCAのサイクルを回す仕組みをつくっています。

コンプライアンス推進活動

当社では、役員および従業員が一丸となってコンプライアンスの徹底と推進を図るため、教育・研修体系を整備し、階層別・役割別の集合研修を実施しています。全従業員が受講する「各種業法 法令研修」では、2013年度は「秘密情報の管理」をテーマに、秘密情報管理の意義や規則などについて理解を深めました。

また、毎年10月に積水ハウスグループ全体で実施する「企業倫理月間」では、2013年度は業務の総点検を実施。ケーススタディーを題材にした職場での意見交換などに

より、「真実・信頼」の姿勢に基づいた業務を一人ひとりが遂行することが風通しの良い職場づくりやCS向上につながることを再認識する機会としました。

主なコンプライアンス推進活動

役員、幹部、リーダーなど階層別、役割別の集合研修実施

e-ラーニングによる研修

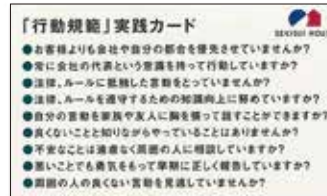
- 「CSR・コンプライアンス」(新入社員)
- 「CS・個人情報保護」(全従業員)

各種業法 法令研修の実施(全従業員)

「企業理念小冊子」の読み合わせと意見交換

「企業倫理月間」(10月)の取り組み

- 業務総点検を実施(内部監査指摘事項への対応等)
- ケーススタディーを活用した意見交換
- 「行動規範」実践カードの活用



- 企業倫理要項等遵守に係る「誓約書」の提出

「飲酒運転撲滅に係る誓約書」の提出

「ガバナンス意識調査」による事業所別コンプライアンス意識傾向の把握

内部通報システムと公益通報者の保護

グループの全従業員が利用できる内部通報システム「SCSシステム(積水ハウスグループ企業倫理ヘルプライン)」を設置しています。これは法令や企業倫理に反する行為に直面した場合に、eメールや電話等により、コンプライアンス事務局に通報できるシステムです。通報者のプライバシー保護や通報内容の守秘、通報を理由とした不利益な取り扱いの禁止などは「ガイドライン」に明文化しています。その他、「セクハラ・パワハラホットライン」や、労務管理全般の相談を受け付ける「人事110番」を開設しています。

従業員には内部通報システムを紹介する冊子を配布するとともに、イントラネットやe-ラーニング、ヒューマンリレー

ション研修などで告知しています。まずは職場内で話し合い、問題を解決するのが理想ですが、このようなシステムがあることを周知し、気兼ねなく相談できるように配慮することも重要と考えています。

また、全従業員を対象に「ガバナンス意識調査」を実施しています。法令の理解や企業倫理意識、職場環境等について定期的に調査することで、現状を把握。組織単位で意見交換の機会を設けながら、より風通しの良い職場づくりに注力し、最終的に内部通報システムの利用者がゼロとなることを目標に取り組んでいます。

リスクマネジメント体制

企業の社会的信頼をき損する可能性のあるリスクを把握・管理し、それらに対処するために、CSR委員会の下、「コンプライアンス・リスクマネジメント部会」を設置し、グループ全体を対象にしたリスクマネジメント体制を整えています。

コンプライアンスや環境リスク、住宅メーカーにとって重要なリスクである品質など、専門テーマごとの取り組みを基本

とし、事業部門部会と連携した従業員教育にも取り組んでいます。また、リスクの洗い出し調査の結果、重要と判断したリスクについては専任プロジェクトを組織し、遵法を徹底する取り組みを継続しています。営業部門については、専門部署による内部監査、事業所のセルフチェック、本社のモニタリングの三位一体の取り組みでリスク管理をしています。