

01 Identity Value

守り続ける、 積水ハウスの原点

About Sekisui House Group

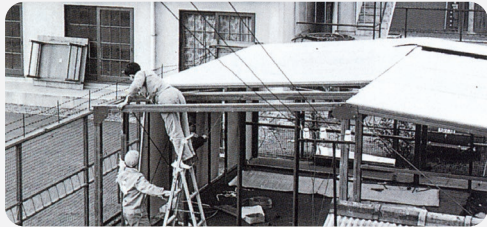
もしも、積水ハウスがなかったら。
今では当たり前の住まいの風景も、
少し違っていただかもしれません。
1960年、人々の命と財産を守るために創業し、
住まいの役割を問い続けてきた積水ハウス。
私たちに何ができるのか。
どうすれば喜んでいただけるのか。
その問いの原点にあるのが、
企業理念「人間愛」です。



創業ストーリー

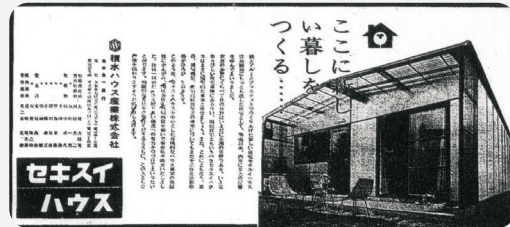
まだ、誰も見たことのない住まいを

1950年代後半、日本では深刻な住宅不足が続いていました。当時の家づくりは「木と紙と土」が中心で火災に弱く、安全な住まいが求められていました。海外誌で見たオールプラスチックハウスをきっかけに、燃えない住まいの可能性を探り始めます。議論と試作を重ね、4人の仲間が知恵を出し合いながら「鉄とアルミとプラスチック」の住まいを形にしていきました。



ここに、新しい暮らしをつくる

1960年8月1日。積水ハウスとして歩みをスタートしました。翌日、「ここに新しい暮らしをつくる」という決意を込めた新聞広告を掲載しました。翌1961年には「セキスイハウスB型」でゆとりある空間と自由設計を実現。品質確保のため自社生産に踏み出し、流通の最適化や直接販売へ転換。つくり方、運び方、届け方を見直しながら、住まいづくりそのものを進化させていきました。



限りなき、チャレンジの日々

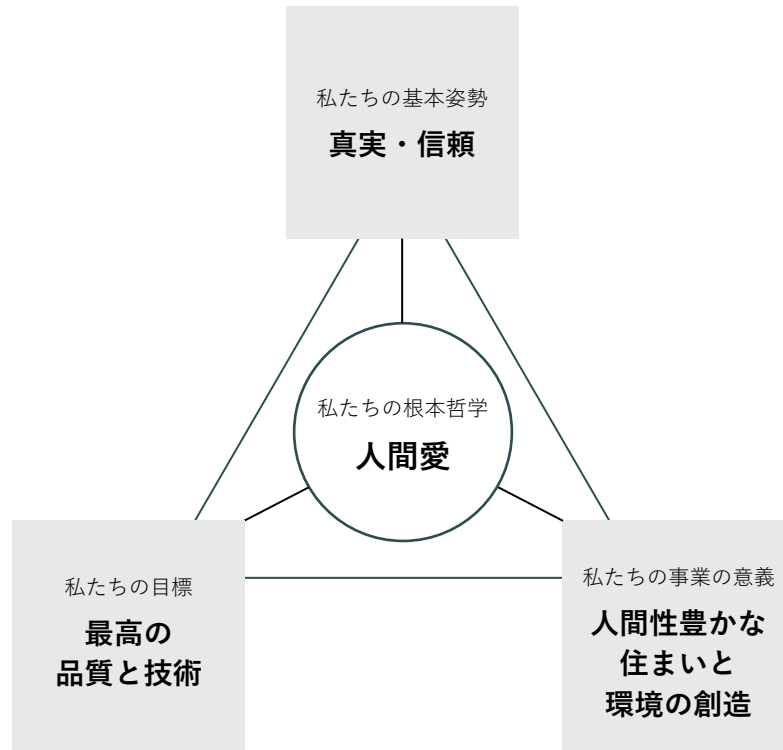
創業当初の従業員は34人。翌年には約60人が一つの事務所に集まり、声を掛け合いながら、住まいの開発に挑み続けました。見習う商品や追いつく相手もない中、頼りになったのは、お互いの知恵と信頼でした。一人ひとりが考え、行動し、役割を越えて意見を出し合う。そうした積み重ねの中で、限界を決めずに挑み続ける姿勢が、積水ハウスの力になっていきました。



心を一つに、受け継がれる原点

その歩みを支えていたのは、技術だけではありませんでした。常識を覆す勇気、夢を追う情熱、お客様に誠実に向き合う姿勢。そして、相手を想い、社会の役に立ちたいという気持ち、人と人をつなぎ、会社、従業員、協力工事店が一つになって創業期を乗り越えてきたのです。「相手の幸せを願い、その喜びを我が喜びとする奉仕の心」。この想いは、今も私たちの原点として受け継がれています。





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。

積水ハウスの原点には、企業理念の根本哲学である「人間愛」があります。人々の命と財産を守るために創業した戦後復興期の日本でも、グローバル企業として歩む現在においても、積水ハウスグループで働く従業員の共通言語として受け継がれ、実践されてきました。この企業理念は、時代が変わっても揺らぐことなく、経営や事業の方向性だけでなく、「何のために取り組むのか」「どの基準で判断するのか」という、あらゆる意思決定を導く「羅針盤」としての役割を果たしています。そして、この普遍的な価値観は、これから見失うことなく、守り続けていきます。



企業理念

受け継がれる「人間愛」

「人間愛」は、私たちの日々の活動や判断の中に息づいています。たとえば、大きな自然災害の際、お客様から「この家に守られた」とのお声をいただくことがあります。それは技術の力だけではなく、一邸一邸に丁寧に向き合い続けてきた積み重ねがあってこそ生まれるものだと考えています。そして、災害が過ぎ去ったあとには、従業員や協力工事店組織である「積水ハウス会」の職人たちが、「あのお客様は大丈夫だろうか」「今できることは何か」と考え、自ら動き始めます。いち早く被災地へ駆けつけ、安否を確認し、必要な物資を届け、少しでも早く日常を取り戻せるよう行動します。その根底にあるのは、お客様の人生に寄り添い、幸せを願う想いです。こうした行動は特別なものではなく、日々の仕事の中で培われた価値観が、そのまま表れているものだと私たちは考えています。「人間愛」は言葉として存在するだけでなく、行動として受け継がれているのです。

企業理念の浸透

積水ハウスグループの特徴は、この理念が日常の中で共有されている点にあります。私たちには体系的な理念教育プログラムはありません。その代わり、経営層や職責者が率先して理念に基づく意思決定を行い、その背景や考えを語り続けています。現場では、「それは人間愛の実践だね」「少し人間愛が足りないかもしれない」といった言葉が自然に交わされます。「なぜ行うのか」という問いに対しても、「人間愛だから」という考え方から出発することも少なくありません。理念は日々の判断や対話の中で確かめられ、磨かれていくものです。その積み重ねが、一人ひとりの行動の基準となり、組織の文化を形づくっています。また、毎年匿名で実施しているガバナンス意識調査を通じて、理念の理解や実践状況を継続的に確認しています。長い年月をかけて受け継がれてきた理念は行動として表れ、積水ハウスグループならではの価値創造につながっています。

私にとっての、「人間愛」の実践



違いを感じたら
間違いではなく
気づきと考える



相手を思いやり
互いに
尊重し合うこと



早い連絡や報告を
積み重ね
信頼を築きます



愛着を育み
幸せを実現する
ものづくり



誠実な対話で
人とのつながりを
大切にする



お話に耳を傾けて
お客様に寄り添って
仕事をする



感性を大切に
心を込めて
幸せを届けること

「人間愛」への理解と行動



2024年 **83.75%** 2025年 **85.79%**

「人間愛」を理解し、
行動していると回答した従業員

ガバナンス意識調査：積水ハウス株式会社および
国内グループ各社（鴻池組グループ除く）

お客様ファーストのDNA

徹底した、お客様ファーストのDNA

なぜ積水ハウスグループは、ここまでお客様ファーストを徹底するのか—そうした問いをいただくことがあります。その答えは、私たちの原点にあります。積水ハウスは、人々の命と財産を守るという使命のもとに生まれました。そして創業以来、一邸一邸の想いに応える住まいづくりを続け、戸建住宅の約98%が注文住宅です。お客様と向き合い、時間をかけて対話を重ね、暮らしや将来のあり方まで共有しながら、世界に一つだけの住まいをともに創り上げていく—このプロセスそのものが、お客様ファーストという価値観を育んできました。さらに、住まいづくりは建てて終わりではありません。入居後のメンテナンスや暮らしの変化にも寄り添い続けることで、お客様との関係は長く続いていきます。そうした積み重ねが信頼となり、私たちのお客様ファーストをより確かなものにしていきます。

文化として根付く、お客様ファースト

世界に一つだけの幸せな住まいづくり。その過程で多くの時間をお客様とともに過ごすからこそ、お引渡し後の暮らしにも自然と心が向きます。「思い描いていた日々を過ごされているだろうか」と気にかけて、住まいを訪ね、より良い技術やサービスにつなげていく。そうした積み重ねの中で、お客様との関係はさらに深まっています。こうした行動は、特別な指示から生まれるものではなく、お客様の人生に関わっているという実感が従業員一人ひとりの判断基準となっていることの表れです。だからこそ、お客様ファーストを大切にする人が自然と集まり、その姿勢が世代を超えて受け継がれていきます。お客様の幸せを起点に考えることで、新たな価値を創造してきた積水ハウスグループは、これからもその想いを変えることなく、お客様に寄り添い続けていきます。

私にとっての、お客様ファーストのDNA



わくわく♪を共有し
夢に寄り添う
家づくり



みどりや樹々で
美しさと愉しみを
住まいに添えたい



お客様の住まいを
預かる者としての
当事者意識



住まいの先にある
暮らしに
向き合うこと



「家具選びにも
ストーリーを」
がモットーです



「私と出会って
よかった」と思い
続けてもらえること



お客様の
暮らしや想いを
最優先に考える姿勢



相手の想いを
理解し
行動で示すこと



科学的エビデンス
から最高の
品質を追求する

トピック | 理念の共有と浸透

グループに広がる、理念の共有

2025年、積水ハウスの創業の精神が最もよく分かる「30年史」を再編集し、グループ会社を含む全従業員へ届けました。お客様の幸せを願い、仲間とともに試行錯誤や改革を重ねてきた先人たちの想いに少しでも触れてほしい—その想いから、グループ会社の仲間たちとの対話を通じて、理念や歩み、価値観の共有を広げています。



グローバルに広がる、理念の理解と共感

積水ハウスグループでは、日々の実践や対話を通じて理念を共有することを大切にしています。海外グループ会社においても、理念を一方向に伝えるのではなく、日常の業務やお客様への向き合い方、従業員同士の対話を通じて、理念の理解と共感を深めています。2025年度は、経営層に加え、技術や組織文化を担う責任者層へと広がり、立場を超えた対話がより一層推進しました。こうした積み重ねが、国や地域を越えて、それぞれの歩みを尊重しながらも、積水ハウスグループらしさへとつながっています。

日々の実践と対話の中で、深まる共感

海外グループ会社との対話は、対面でも積極的に行っています。日本本社から社外取締役を含む経営幹部が現地を訪問する一方、海外グループ会社からも経営トップが毎年来日。支店長クラスの幹部を対象とした日本での研修も行い、2025年以降、複数回にわたり計80人を超える幹部が来日しました。

こうした機会を通じて、企業理念だけでなく当社のブランド・技術・品質に関する考え方を共有し、ディスカッションを重ね、相互理解の促進に努めています。また、来日した幹部を起点に、現場への理念や価値観の浸透も図っています。

当社グループの住宅展示場や施設では、現場環境から従業員一人ひとりの行動まで、お客様に心から満足いただくための、きめ細や

かな配慮や工夫が行き届いています。こうした姿に、海外グループ会社の従業員からは、「人間愛」やお客様ファーストが行動に表れていることへの共感が広がっています。

これからも、グローバル対話を重ねていく

積水ハウスグループにとって理念は、特別な場だけで学ぶものではなく、日々の対話や業務を通じて自然に育まれるものです。そのあり方は、グローバルでも変わりません。

理念を一律にそろえるのではなく、その背景にある価値観や想いをともに理解し、それぞれの現場での実践につなげる。こうした対話と実践の積み重ねが、グループの一体感と持続的な価値創造を支えています。今後も、海外グループ会社との対話を重ね、理念への理解と共感を育んでいきます。



鴻池組の歴史に積水ハウスの価値観が重なることで、これまでにない新たなイノベーションが生まれるのではないかと期待しています。世代や職種を超え、互いの違いさえ楽しめるような対話の場をこれからも生み出していきたいと考えています。

— 株式会社鴻池組



アイダと積水ハウスが、同じベクトルで取り組むことで、1+1が3にも4にもなる可能性を感じています。仲間と意見を交わし、学びを共有し合う中で、日々の業務がお客様の幸せや、世界一幸せな場所の実現につながるという意識がより深まっています。

— 株式会社アイダ



マルホンでは、次世代を担うメンバーによる全社横断型の「イノベーション会議」を実施し、グループ討議を通じてお互いへの理解を深めています。また、そこから生まれたアクションを全社会議でも発表・議論し、実践へとつなげています。

— 株式会社マルホン

01 Identity Value

Summary | 守り続ける「人間愛」

住まいの役割を問い続けながら、
積水ハウスは、時代とともに
住まいの価値を広げてきました。
その歩みの原点にあるのが、
相手の幸せを願い、
その喜びを我が喜びとする
「人間愛」です。
時代が変わっても、この想いを胸に、
私たちは住まいの可能性を広げ続けていきます。

Reflection | 私たちの「人間愛」

誰かのために考えること。
相手の立場になってみること。
その小さな積み重ねが、
誰かの喜びにつながっていく。
幸せを願う気持ちを、行動に変える。
それが、私たちの「人間愛」です。

