

02 Enduring Value

果たし続ける、 未来への約束

Our Commitment to the Future

2050年。

夢中になれることがある。

新しい体験に心が躍る。

自分らしく生きている。

ここに描いたのは、

住まいが、よりアクティブな存在として、

一人ひとりの幸せを育む未来です。

その幸せを社会へ、未来へとつないでいく。

「わが家」を世界一幸せな場所にする。

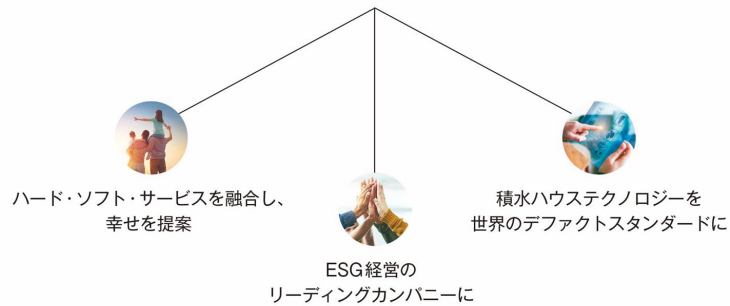
それが、私たちのグローバルビジョンです。



グローバルビジョン

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



グローバルビジョンへ込めた想い

誰もが願う幸せ、そのかたちは一人ひとり違っています。
時代の変化とともに、そのありかたも変わってゆきます。
積水ハウスは、感じる心と技術の力で、そのひとにとって
いちばんの「幸せな場所」となる「わが家」をつくります。
私たちがつくるのは、住まいの「空間」だけではありません。
そこにある「暮らし」の、やすらぎや、たのしさや、すこやかさ。
ひとの絆や、安心の守り、未来への希望など、すべての大切なこと。
どんなときも、どこにいても、帰ることがよろこびとなるような、
かけがえのない、世界に一つだけの「わが家」です。

「わが家」を世界一幸せな場所にする

一人ひとりの幸せを、かたちにする未来

私たちが描く未来は、誰もが幸せに暮らせている日常。嬉しいと感じる瞬間、美しいと感じる時、
幸せが訪れる時間は一人ひとり異なります。だからこそ、一人ひとりが描く幸せのありかたまでつくりたい。グローバルビジョンには、こうした積水ハウスグループの想いが込められています。

これからの時代、大切な価値は、目に見えるものから、日々の中で感じるものへと移っていきます。そうした中で、私たちはどのような幸せをつくり、広げていくのか。グローバルビジョンは、その方向性を示しています。

グローバルビジョンと
3つのサブビジョン

サブビジョンの着実な実現が、
グローバルビジョンの達成へとつながっていきます。

ハード・ソフト・サービスを
融合し、幸せを提案

創業の使命である命と財産を守る住まい（ハード）、暮らし方の提案（ソフト）、暮らしを支えるサービスを融合し、新たな価値を創造します。

 P.23 住まいから創造する価値

ESG経営の
リーディングカンパニーに

事業活動を通じて社会に貢献する新たな価値を創造し続けることで、社会の持続可能性と企業の持続的成長を実現します。

 P.39 ESG経営

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

創業以来築き上げてきた高品質な積水ハウステクノロジーを世界へ移植することで、各地域に根差した新たな価値の提供を目指します。

 P.98 国際ビジネス



グローバルビジョン

人生100年時代の幸せを、住まいから

人生100年時代を迎えるこれからの社会。金融資産や不動産といった有形資産だけでなく、心の豊かさや時間の過ごし方といった無形資産が、より大切になっていきます。100年という長い時間を幸せに暮らし続けるために、私たちが導き出したのは、「健康」「つながり」「学び」という3つの価値です。

住まいが人の健康をそっと支え、日々の変化に寄り添う。家族や友人たちとのあたたかなつながりを育み、心を通わせる時間を重ねていく。そして、経験や学びを広げながら、一人ひとりの世界を豊かにしていく。そのとき「わが家」は、帰るだけの場所ではなく、幸せをつくり出す場所へと変わっていくのです。

つくりたいのは、家だけではない

朝、目覚めると、住まいがさりげなく体の変化に気づき、その日の自分にやさしく寄り添ってくれる。遠く離れて暮らす家族とも自然につながり、空間を超えて互いの存在を感じられる距離感の中で、同じ時間を分かち合う。休日には、世界中の文化や芸術に触れる体験が、住まいの中からひらいていく。見たことのない景色との出会いが日常に溶け込み、新しい発見や感動が積み重なって、豊かな感性へとつながっていく。

一人ひとりの中にある幸せが、気づかぬうちに引き出され、広がっていく風景。住まいが幸せをつくり出す日常を、2050年の「当たり前」にしていくこと。それが私たちの描く未来です。

描く未来へ、歩み続ける積水ハウスグループ

住まいづくりを通じて、新たな価値を創造する使命のもと誕生した積水ハウスは、技術革新や研究開発を積み重ね、創造と挑戦を繰り返しながら、常に新たな時代を切り拓いてきました。その歩みは、住まいという生活の拠点を超え、住まい方という文化や、住まう人の未来へと広がっています。

美しい住まいやまちなみを未来へ継承していく私たちは、そこに暮らす人々にも幸せであり続けてほしいと願っています。だからこそ、これからの社会に求められる価値を自ら描き、かたちにしていく。まだ誰も見たことのない未来の実現に向けて、私たち積水ハウスグループは、歩み続けていきます。

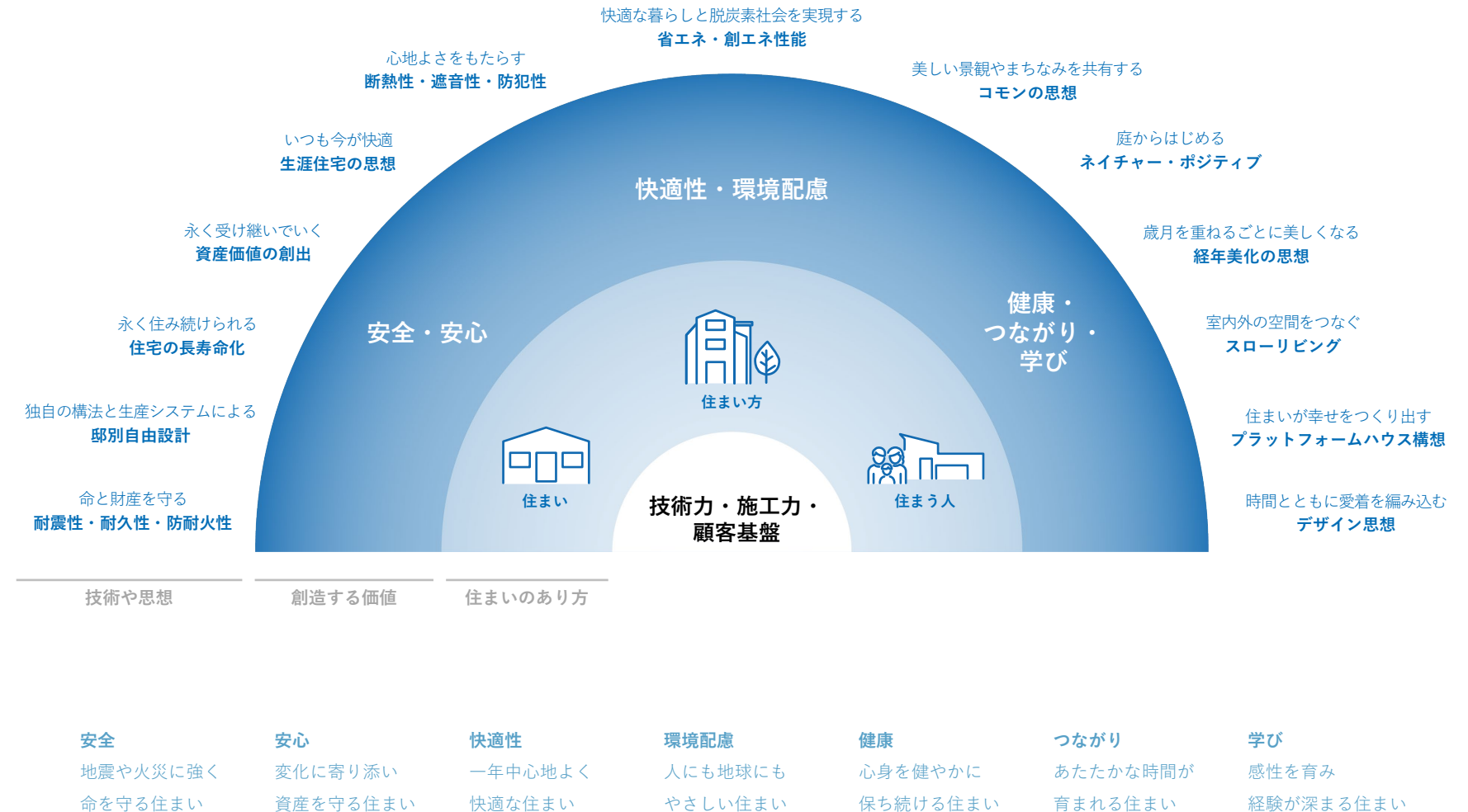
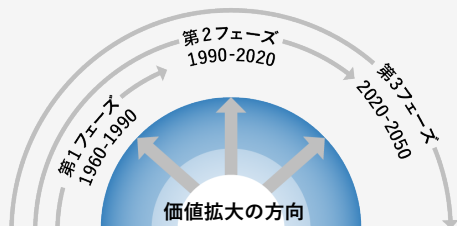


住まいから創造する価値

積水ハウスグループの価値創造は、住まいのあり方を創造することから始まります。創業以来、人々の命と財産を守ることを使命としてきた第1フェーズ。快適性や環境への配慮を追求してきた第2フェーズ。そして現在、2020年から始まった第3フェーズでは、これまでの価値を広げながら、健康・つながり・学びという新たな価値を加え、人生100年時代の幸せづくりに取り組んでいます。

イメージ図が表すもの

コアコンピタンスである技術力・施工力・顧客基盤を活かし、さまざまな技術や思想を生み出すことで、住まいのあり方を切り拓く積水ハウスグループの歩みと、価値拡大の方向性を表しています。



住まいから創造する価値

幸せをかたちにする、イノベーション

「わが家」を世界一幸せな場所にする。それは、誰もが容易に実現できるものではありません。グローバルビジョンを現実の未来として実現していくために、私たちはその具体化の一つとして、ハード・ソフト・サービスの融合を掲げています。

住宅品質（ハード）を追求してきた積水ハウスグループは、住まい方の提案（ソフト）を重ね、さらに暮らしを支えるサービスを組み合わせることで、新たな価値創造を実現していきます。



住宅性能の向上 | 第1フェーズ



1961
生産拠点開設
滋賀工場



1962
邸別自由設計
の思想確立



1964
直接販売・
責任施工確立



1973
基礎工事
専門会社設立



1987
カスタマーズ
センター設立



1990
総合住宅
研究所開設



1999
「環境未来
計画」発表



2003
資源循環
センター稼働



2009
グリーン
ファースト戦略



2018
住生活研究所*開設
*現しあわせ住まい研究所



2019
プラットフォーム
ハウス構想



2020
在宅時急性疾患早期対応
ネットワーク実証実験開始

先進的技術の開発 | 第2フェーズ

高付加価値の提供 | 第3フェーズ

住まいから創造する価値

幸せを育む、住まいの進化

積水ハウスの住まいは、時代ごとに求められる役割に引き合いながら進化を重ねてきました。安全・安心を支えることから始まり、快適性や環境への配慮へと広がり、そして今、人生100年時代における幸せを育む住まいへ。その歩みの一つひとつが、次の時代の住まいの基準をつくってきました。そんな積水ハウスの住まいは、これからも社会の変化に寄り添いながら、進化し続けていきます。

2020-2050年

第3フェーズ | 健康・つながり・学び 住まいが健康を守り、つながりを深め、学びを支える、人生100年時代の幸せにつながる住まいづくりに取り組んでいます。



2020

勾配天井と軒下を活かした樹下のような豊かな空間をつくり、まちなみに調和する切妻屋根の木造住宅を実現



2021

外出先から家族と住まいを見守れる、間取り連動のスマートホームで、設備の遠隔操作や状態確認ができる暮らしを提案



2023

感性を映し出す設計提案と、心地よさやまちなみと調和するエクステリアで、時間とともに愛着が深まる住まいを提案



2024

米国初のシャウッドコミュニティは独自構法の安全性・快適性・美しいデザインが評価され住宅業界で多数の賞を獲得



1990-2020年

第2フェーズ | 快適性・環境配慮 豊かさを再定義する時代を迎える中、自然と共生しながら、エネルギー効率の高い住まいや快適な居住空間を実現してきました。



1995

シャウッド構法の新たな木造住宅シリーズを開発



1996

複層ガラス標準採用で断熱・遮熱性を向上した暮らしを提案



1997

強度と設計自由度の高い新構法で3階建て住宅を実現



1998

陶器瓦屋根とダインコンクリート外壁で住み継げる家を実現



2000

屋根一体型太陽光発電で景観・快適性・自然との共生を実現



2007

制震システムシーカス標準搭載の鉄骨住宅で耐震性を向上



2013

省エネ仕様と創エネ設備でエネルギー収支ゼロを実現



2018

高断熱・耐震性を備えた大空間リビングと軒下空間を実現

1960-1990年

第1フェーズ | 安全・安心 住宅は木造が常識の時代に、人々の命と財産を守る高品質な住まいを安定的に供給する体制を築き、多くの人々の暮らしを支えてきました。



1960

洋風キッチンやダイニングルームを備えた暮らしを拓く



1961

メーターモジュールとアルミサッシ窓で広い空間を叶える



1962

強度を保ち設計自由度の高い2階建て住宅を実現



1978

屋根勾配を活かし屋根裏部屋グルニエのある住宅を叶える



1981

棟飾り付き屋根で若年向け洋風モダンな住まいを実現



1984

強度と耐久性の高いダインコンクリート外壁を採用



1986

ルーフバルコニーと屋根上バルコニーで新たな空間を提案



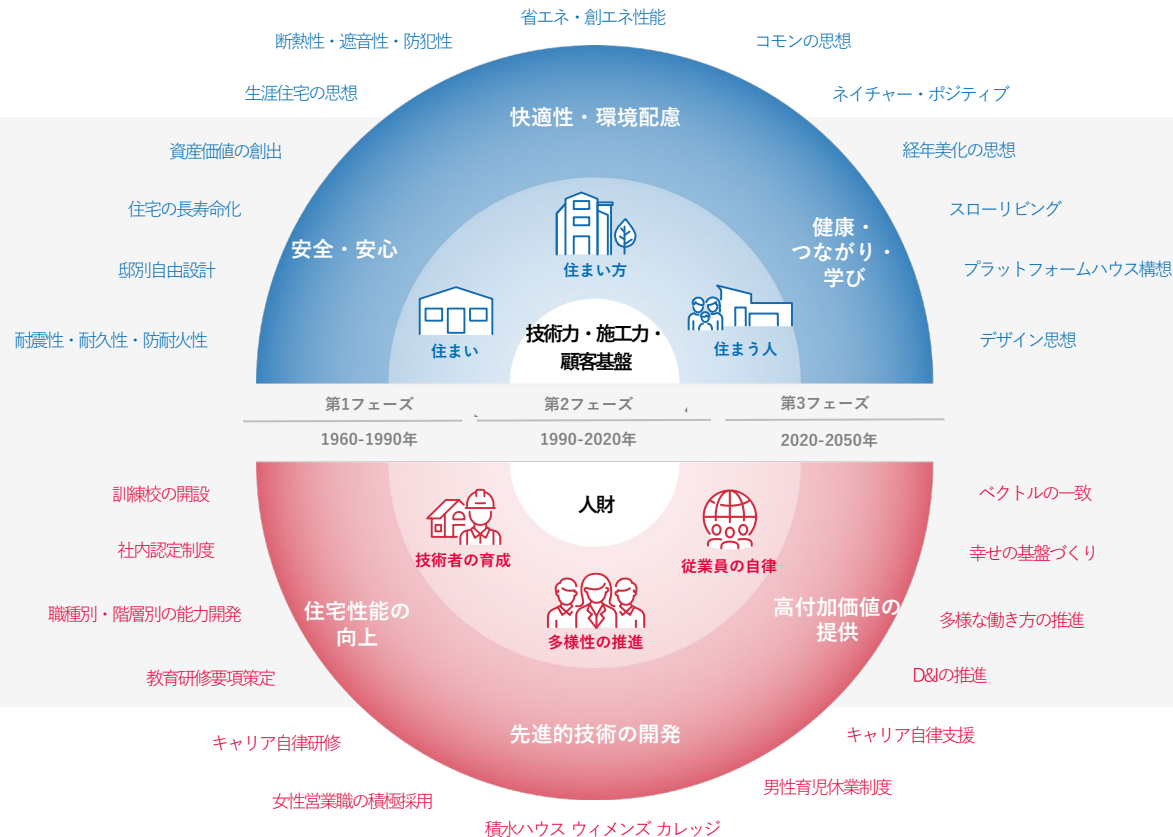
1987

ダインコンクリート最高級住宅がグッドデザイン賞を初受賞

住まいから創造する価値

未来へつながる価値創造の歩み

積水ハウスグループの価値創造は、事業の進化と、それを支える人と組織の変革が一体となって重なり合いながら育まれてきました。3つのフェーズを通じて積み重ねられてきた取り組みは、それぞれの時代における価値として結実するとともに、超長期にわたり果たすべき使命としてのマテリアリティと未来への約束へとつながっています。



第1フェーズ | 安全・安心

人の命と財産を守るため、住宅の基本性能を向上する革新的な技術開発と技術人財の育成に注力しました。

第2フェーズ | 快適性・環境配慮

気候変動が顕在化する中、先進的技術の開発につながる多様な人財の活躍推進に注力しました。

第3フェーズ | 健康・つながり・学び

幸せにつながる高付加価値の提供に向け、従業員の自律を起点としたイノベーション創出に注力しています。



未来への約束

超長期にわたり、果たす未来への約束

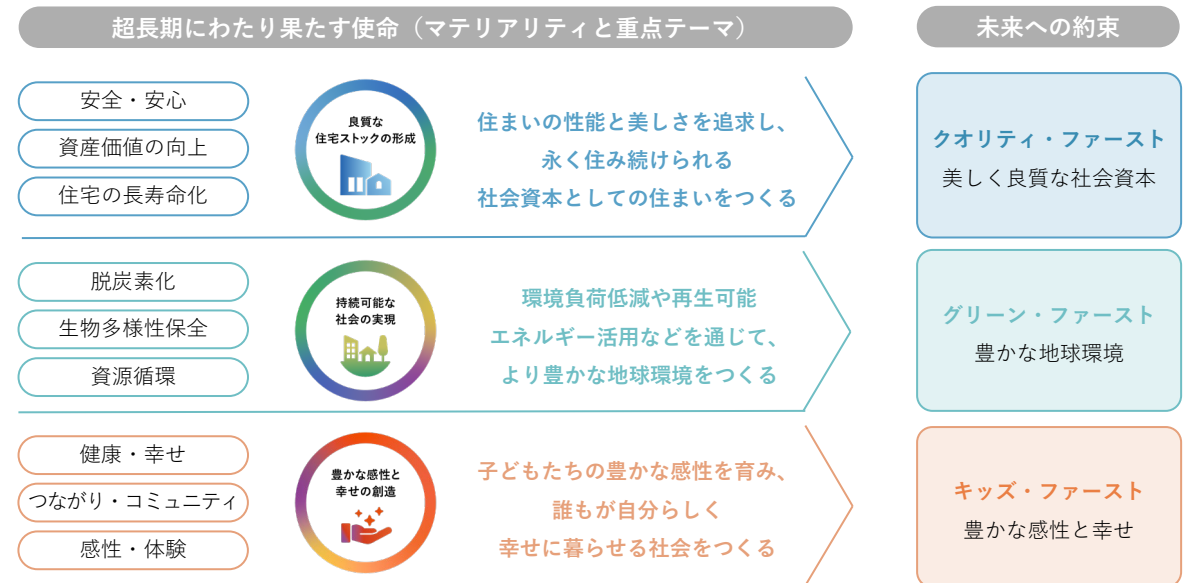
未来に何を残すことができるのか。企業の存在意義とは、この問いに向き合い、その答えを具体的なかたちとして実現し続けることにあると考えています。新たな価値を創造し続けてきた積水ハウスグループの歩みの中で育まれてきたもの。それは、美しく良質な住宅ストックを形成する「クオリティ・ファースト」、豊かな地球環境を守る「グリーン・ファースト」、そして子どもたちの豊かな感性を育む「キッズ・ファースト」です。これらは、私たちが果たし続けていく未来への約束です。

積水ハウスグループの歩みを実現する、マテリアリティと未来への約束



未来への約束をかたちにする、価値創造のマテリアリティ

こうした未来への約束を実現するため、私たちはマテリアリティを定めています。積水ハウスグループにとってのマテリアリティは、一過性の目標ではなく、価値創造の方向性を示すものです。創業以来培ってきた技術や知見、事業の歩みは、これらのマテリアリティを通じて具体化され、あらゆる事業活動が未来への約束と深く結びついています。すなわち、私たちの歩みそのものが、マテリアリティを起点に価値を創出し、未来への約束をかたちにしています。



価値創造のマテリアリティ | 良質な住宅ストックの形成



積水ハウスの歩み

高品質で長寿命な住宅提供を通じて住まいの価値を高め、業界の先駆けとしてストック型社会の基盤を築いてきました。現在は、リノベーション事業や共同建築事業を強化するとともに、スマートホーム技術や感性技術を取り入れ、より価値ある住まいづくりを推進しています。

マテリアリティ特定の背景

自然災害の多い日本では、耐震・断熱性能不足や老朽住宅が大きな課題です。海外でも住宅不足が進み、安全で価値を保つ住まいの確保が求められています。良質な住宅ストックの形成により、暮らしの質向上と資産価値の創出、地域と地球環境への貢献を目指しています。

重点方針

時代や地域の特性に対応した住宅の供給と維持管理を進化させ、住まいの長寿命化と資産価値向上を実現します。

積水ハウスの歩みと重点テーマ

価値を紡ぎ、

幸せをつくり、

未来を変えていく



1973
基礎工事
専門会社設立



1967
地盤状況の
事前調査



1979
実大
振動実験



1992
1660基礎
開発



2003
免震
住宅



2007
制震構造
シーカス



2021
PLATFORM
HOUSE touch



2023
SI事業

安全・安心・ 快適性

進化する安全・安心の住まい

- ・技術革新・品質競争力強化
- ・先進技術導入による新たな価値創出

安心が支える豊かな暮らし

- ・災害に強い住まいでの安心
- ・環境に配慮した住環境による暮らしの質向上

災害に強い社会の実現

- ・防災・減災に優れた住まい
- ・安全性の高い住宅供給で社会のレジリエンス向上



1976
賃貸住宅
経営サポート



1984
ダイコンク
リート外壁材



2000
賃貸住宅
シャーマン



2001
陶版外壁
ベルバーン



2005
経年美化の
まちづくり



2009
海外での
まちづくり



2024
米国での
分譲地開発

資産価値 の向上

価値が続く住まいの創出

- ・設計力や技術力の強化
- ・高品質住宅の供給による信頼の向上

住まいが支える豊かな人生

- ・価値が続く住まいの安心
- ・美しいデザインと品質で住まいへの愛着を育む

価値が循環する住宅市場

- ・住宅価値が地域の魅力拡大
- ・価値の高い住宅ストックによる持続可能な社会の実現

1982
10年長期
保証制度



1999
永年保証制度
「ユートラスシステム」

2000
20年長期
保証制度



2004
積水ハウス
リフォーム



2020
カスタマーズ
センター
オーナーデスク



2025
積水ハウス
サポート
プラス

住宅の 長寿命化

長く選ばれる住まいづくり

- ・性能向上で住宅価値の強化
- ・リフォーム・リノベーション事業拡大

世代を超えて続く幸せ

- ・思い出と価値の継承
- ・永く住み続けられる住環境で安心を提供

循環する住まいの社会

- ・資源消費の抑制
- ・住み継がれる住宅ストックで循環型社会に貢献

価値創造のマテリアリティ | 良質な住宅ストックの形成

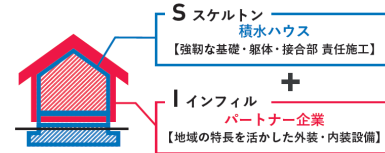
積水ハウスがつくる、地震に強い家

新耐震基準を満たさない日本の住宅約840万戸のうち、約500万戸は深刻な耐震性不足が懸念されています。積水ハウスは、これまでの大地震で全壊・半壊ゼロ*を維持しています。その要因の一つが、基礎と柱を直接緊結する独自技術「基礎ダイレクトジョイント」です。揺れの方を問わず建物全体の強度を保ち、柱の抜けや外れを防ぎます。日本に良質な木造住宅を提供したいという想いのもと、この技術に基づく構造躯体をパートナー企業へ提供し、共同で推進する「SI事業」を2023年9月に開始しました。

* 地盤移動や津波によるものは除く

快適さと安心、どちらも叶える住まい

「SI事業」では、住宅の耐震性を支えるスケルトン部分を積水ハウスが設計し、積水ハウス建設が施工します。インフィル部分はパートナー企業が担い、積水ハウスの耐震技術・施工力と、地域に根差した提案力・販売力を融合した住まいづくりを実現します。それにより、パートナー企業とともに、快適な住み心地と安心を兼ね備えた住まいを届けていきます。



* 積水ハウスとパートナー企業の役割分担は、地域によって異なる場合があります。

地震に強い日本を、住まいから

2023年9月の「SI事業」開始以降、良質な住宅ストックの形成に向けて志をともにするパートナー企業は、2026年6月時点で9社となり、北海道から九州まで幅広い地域で、安全・安心な木造住宅を提供できる体制を整えています。今後も、全国のパートナー企業との連携を深め、良質な木造住宅の普及を通じて、地域社会の安心と未来の幸せに貢献していきます。



積水ハウス | 耐震性に優れた安全・安心を提供

パートナー企業 | より快適な住み心地を提供

良い技術は、
もっと社会に広げたい

積水ハウス
戸建事業戦略部
SI戦略室長
上野 浩司



積水ハウスには、創業以来培ってきた耐震技術や施工技術があります。それらを自社だけにとどめるのではなく、社会全体の価値として広げ、日本全体の住宅品質向上につなげることも私たちの役割だと考えています。「SI事業」は、そうした想いから生まれました。現在は耐震性能に加え、大空間や大開口など、新たな価値の提供にも取り組んでいます。パートナー企業の皆様と技術や知見を共有しながら住まいの可能性を広げ、良質な住宅ストックの形成に貢献していきます。

[SI-COLLABORATION](#)

[建築事例・お客様の声](#)

共同建築事業「SI事業」が創造する価値

Drive Positive Impact | 価値を紡ぎ

1973	1974	1979	2004	2022
基礎工事専門会社「積和工事」を設立し責任施工体制を強化	責任施工を果たすため均質で強固な一体打ち基礎工法を開発	住宅業界初の実大振動実験により当社住宅の耐震性を実証	地震力を基礎に直接伝える「基礎ダイレクトジョイント」を開発	木造住宅「シャーウッド」で耐震性の高い住宅を普及

Create Happiness | 幸せをつくり

2023「SI事業」開始	パートナー企業との連携
- 独自耐震技術と高精度な施工による貢献 - パートナー企業との連携・共創強化 - 施工力不足の解消に寄与 - 許容応力度設計による構造計算提供	- 北海道から九州までの供給体制構築 - 戸建住宅の耐震性不足解消に貢献 - 快適な住み心地と地震への安心を実現する住まいの普及

Transform Society | 未来を変えていく

日本により多くの安全な木造住宅を
- 安全・安心な住まいの提供 - 住宅の耐震性能向上 - 資産価値の向上 - 良質な住宅ストックの形成

価値創造のマテリアリティ | 持続可能な社会の実現



積水ハウスの歩み

環境と共生する住宅・まちづくりを目指し、国の基準に先駆けて環境課題に取り組み、大規模開発プロジェクトにもまちづくりの思想を取り入れてきました。現在は、ZEHの普及促進や事業活動の脱炭素化など環境負荷低減を実現する、さらなる技術開発を進めています。

マテリアリティ特定の背景

気候変動の深刻化や資源循環の停滞の中、自然資本に依存する企業にとって生物多様性保全是事業継続に不可欠な使命です。住宅分野での省エネや循環型社会への移行を技術開発で推進し、環境価値の高い住まいを提供することで持続可能な未来の実現に貢献します。

重点方針

人・まち・地球の調和を目指し、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めます。

積水ハウスの歩みと重点テーマ



価値を紡ぎ、

幸せをつくり、

未来を変えていく

脱炭素を牽引する住まいの進化

- ・技術開発で新たな価値創出
- ・省エネ・高断熱住宅の普及で環境性能を強化

環境と調和する快適な暮らし

- ・環境負荷の少ない暮らし
- ・省エネ性能の向上で快適性と経済性を両立

脱炭素社会の実現

- ・家庭部門の脱炭素化加速
- ・住宅の省エネ化を通じてCO₂排出削減に貢献

自然と共生する住まいの価値

- ・緑化・植栽で新たな価値創出
- ・持続可能な木材調達で資源価値を向上

自然とともに生きる暮らし

- ・暮らしの質を高める
- ・緑豊かな環境で心の豊かさや安らぎを提供

生物多様性が守られる社会

- ・自然と共生する社会の実現
- ・森林保全や都市緑化で生態系の回復に貢献

循環を生む住まいの進化

- ・循環型ビジネスモデル構築
- ・廃棄物削減とリサイクル高度化で資源効率を向上

環境に良い持続可能な暮らし

- ・資源を無駄にしない安心
- ・環境配慮が日常に根付く豊かな暮らし

循環型社会の実現

- ・環境負荷低減への貢献
- ・資源の効率的利用・廃棄物削減を推進

価値創造のマテリアリティ | 持続可能な社会の実現

グリーン・ファースト

積水ハウスの考えるグリーン・ファーストとは、自然との調和を大切にしながら、快適な暮らしと環境への配慮を両立する住まいづくりを目指す取り組みです。私たちは、事業活動を通じて、断熱性能の向上や省エネルギー化といった技術革新を重ねながら、お客様とともにその意義を共有し、豊かな地球環境に寄与する住環境の実現を進めてきました。

自然との共生と生物多様性保全

お客様のご協力のもと進めてきた取り組みの一つに、「5本の樹」計画があります。地域の気候や風土に適した在来樹種を用いた庭づくりを行うことで、これまでに多くの樹木が植えられ、生物多様性保全への貢献というかたちでその成果が広がっています。さらにこの取り組みは、海外の住宅開発にもその思想が共有され、自然と人が共生する持続可能なまちづくりへとつながっています。

積水ハウスグループの「5本の樹」計画が創造する価値

2001

「5本の樹」計画開始

地域の在来樹種を中心とした庭づくり「5本の樹」計画を開始。「3本は鳥のために、2本は蝶のために」という想いを込め、都市の生態系保全の推進を開始しました。

🔗 [「5本の樹」計画](#)

2021

都市に広がる生物多様性保全

累積植栽本数は1,700万本*を突破。生物多様性ビッグデータを用いた分析で、都市部の在来種数や飛来する鳥・蝶の種数増加を定量的に証明しました。
* 2025年度末時点 2,143万本

🔗 [生物多様性の定量評価](#)

2021

社会と共有する方法論

都市の生物多様性を評価する「ネイチャー・ポジティブ方法論」を公開。活動成果を可視化し、財務価値化への道を拓くことで、社会全体での保全活動を促進しています。

🔗 [ネイチャー・ポジティブ方法論](#)

2024

ウェルビーイングへの広がり

東京大学との共同研究で、在来種の庭が住まい手の幸福感向上やうつリスク低減に寄与することを解明。生物多様性の保全がウェルビーイング向上につながることを科学的に示しました。

🔗 [ウェルビーイングの向上](#)

2024

生物多様性可視化提案ツール

建築地ごとに最適な植栽をシミュレーションする「生物多様性可視化提案ツール」を開発。設計段階で保全効果を見える化し、より「質」の高い緑化提案を実現しました。

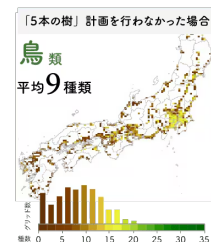
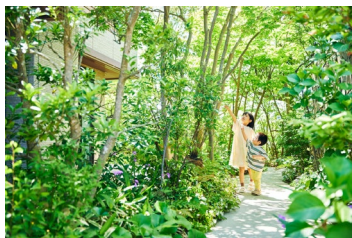
🔗 [生物多様性可視化ツール](#)

2030

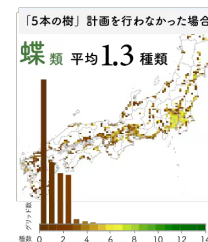
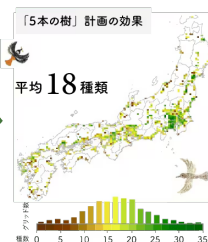
ネイチャー・ポジティブの実現

生物多様性の損失を食い止め、回復させる(ネイチャー・ポジティブ)未来の実現に向け、事業を通じた生態系ネットワークの最大化と、森林減少・土地転換ゼロ(DCF)の達成を目指します。

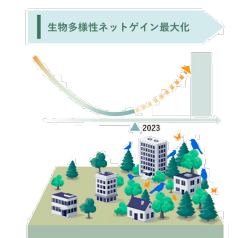
🔗 [生物多様性保全](#)



2倍



5倍



価値創造のマテリアリティ | 持続可能な社会の実現

従業員が語る

「5本の樹」計画



積水ハウス
環境推進部
八木 隆司

心地よい暮らしを願って始まった「5本の樹」計画

2001年に開始した「5本の樹」計画は、樹木や庭づくりを通じて、お客様に少しでも心地よさや喜びを感じていただきたいというシンプルな想いから始まりました。それから25年間。地球環境の悪化や生物多様性の危機が深刻化する中で、この取り組みは単なる庭づくりにとどまらず、自然と人をつなぎ、社会に新たな価値を生み出す活動へと広がってきました。

お客様の暮らしを見てみると、庭が“外の空間”ではなく、生活の一部になっていると感じることが多くあります。季節の移ろいを感じたり、生きものの存在に気づいたり。そうした小さな体験が、日々の暮らしの彩りにつながっているという声をいただく機会も増えています。そこで私たちは、「5本の樹」計画の庭が住まう人の健康や幸せにどのような影響を与えているのかを、より深く明らかにしたいと考えました。



積水ハウス
環境推進部
松田 弘一郎

見えてきた、幸せとのつながり

東京大学大学院との共同研究により、「5本の樹」計画の在来種を中心とした植栽に囲まれた家に住み、庭に訪れるさまざまな生きものとよくふれあう人は、そうしたふれあいのない人に比べ、うつ病の発症リスクが20ポイント低いことが分かりました。さらに、幸福感や生活の充実感が高く、環境配慮意識も高いことが確認されました。

本研究を通じて見えてきたのは、「どれだけ植えるか」だけでなく、「どんな緑なのか」が重要だということです。「5本の樹」計画は、生物多様性保全に貢献するだけでなく、住まう人のウェルビーイング向上にも寄与する取り組みといえます。小さな庭づくりから始まった取り組みが、お客様の暮らしや地域の緑化、さらには人々の健康や幸せへとつながり、社会の変化とともにその価値を広げてきたのだと感じています。



積水ハウス
環境推進部
園田 拓司

生物多様性を通じて描く、未来の姿

今年度、「5本の樹」計画の意義を生態学的な観点から体系化したホワイトペーパーを公開しました。生きものの増加や生態系のつながりといった視点から整理し、その価値をより客観的に発信しています。住まいづくりの中で自然とどう向き合うべきか、その指針としても広く共有していきたいと考えています。

2030年に向けて「ネイチャー・ポジティブ」、つまり自然の損失を止めるだけでなく、回復へと“反転”させる社会の実現に貢献していきたいと考えています。

「5本の樹」計画は、生きものを呼び戻し、人と自然の関係を育む取り組みです。一本一本は小さな樹かもしれませんが、それらがつながることで、未来の風景を変えていく力になる。25年間この取り組みに関わる中で、私たちはその可能性を強く感じています。

[🔗 人と生きものの心地よい未来を創る\(ホワイトペーパー\)](#)

「5本の樹」計画、ロゴに込めた想い

“「わが家」を世界一幸せな場所にする”

私たちはこのグローバルビジョンを実現していく象徴として、新たに「5本の樹」計画のロゴを制作しました。このロゴには、木を植えるという行為が本来もつ“幸せを広げる力”を表現しています。木を植えることは、鳥や昆虫などの生きものにとって幸せな行為

であり、地域社会にとっても、国にとっても、そして地球全体にとっても幸せをもたらします。その積み重ねは、やがてそこで暮らす人々の幸せへと巡り返っていきます。人、自然、地域がともに幸せになる未来へ。このロゴは、そんな願いと決意を込めた私たちのメッセージです。

[🔗 生態系に配慮した造園緑化事業「5本の樹」計画25周年](#)



価値創造のマテリアリティ | 豊かな感性と幸せの創造



積水ハウスの歩み

人々が心豊かに暮らせる住まいを目指し、生涯住宅思想やユニバーサルデザイン、コミュニティ形成に取り組み、幸せ研究の成果も反映してきました。現在は、多様な価値観や感性に応える設計や体験機会を広げ、豊かな感性と幸せを支える住環境の創出を推進しています。

マテリアリティ特定の背景

超高齢化や価値観の多様化により、健康で豊かに暮らせる住環境の重要性が高まる一方、孤独や社会的つながりの希薄化が課題です。多様な人々がつながり、学び、未来を生きる子どもたちが感性を豊かに育み、自分らしく幸せに暮らせる社会の実現を目指しています。

重点方針

感性価値と科学的知見を融合し、多様な人々が心豊かに暮らし続けられる住環境や新たな体験の機会を提供します。

積水ハウスの歩みと重点テーマ



価値を紡ぎ、

幸せをつくり、

未来を変えていく

健やかさを支える住まいの進化

- 多様な商品・サービス拡充
- 健康を支える設計の高度化で新たな価値を創出

自分らしく生きる暮らし

- 健やかな成長を支える安心
- 一人ひとりの個性に寄り添う暮らしを実現

健やかに育つ社会

- 多様性を尊重する暮らし拡大
- 住まいが健康や健やかな成長を生み出す未来の実現

つながりを生む住まいの価値

- コミュニティ形成支援強化
- 子どもから高齢者まで交流を生む空間を創出

つながりが育む安心の暮らし

- つながりが生む安心
- 世代を超えた交流が日々の喜びや幸せを育む

人と地域がつながる社会

- 支え合う地域社会形成
- 人と地域のつながりを再生する共生社会に貢献

感性価値を高める住まい創造

- 感性を育む価値の創出
- 体験価値を取り入れた住まい・サービスの展開

感性がひろく豊かな暮らし

- 感性や創造力を育む環境
- 日常の体験が学びや成長の喜びにつながる

感性や学びがひろがる社会

- 学び続けられる環境創出
- 豊かな感性や幸せを育む文化を社会へ広げる

価値創造のマテリアリティ | 豊かな感性と幸せの創造

キッズ・ファースト

未来の宝である子どもたちの幸せ。それが、積水ハウスの考えるキッズ・ファーストです。私たちはこれまで、事業活動を通じて子どもたちの幸せに寄与する取り組みを重ねてきました。安心して過ごせる住まい、のびのびと成長できる住空間、感性や創造性を育む機会、そして家族や地域とのつながりづくり。こうした一つひとつの積み重ねが、子どもたちの暮らしを支え、豊かな感性を育む一助となり、やがて未来の幸せへと広がっていきます。私たちはこれからも、社会とともに子どもたちの幸せに向き合いながら、幸せづくりを広げていくキッズ・ファーストの取り組みを推進していきます。

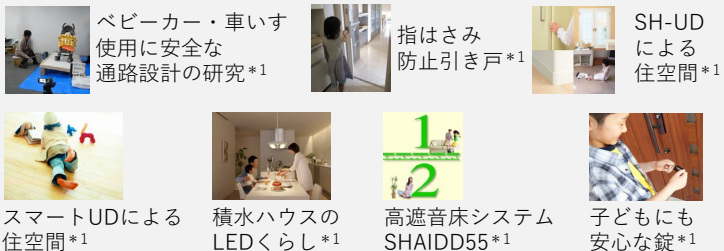
豊かな感性と幸せの創造

私たちはこれまで、「幸せとは何か」を問い続けてきました。その中でたどり着いた答えの一つが、「豊かな感性を育む」という考え方です。人は誰もが感性を秘めており、それはさまざまな体験を通じて育まれ、日々の暮らしに彩りをもたらします。感性豊かに育った子どもたちは、自分にとっての幸せを見つけながら成長し、やがて社会の中で新たなイノベーションを生み出す存在へと広がっていきます。その想いのもと、私たちは、子どもたちの幸せのはじまりとなる住環境や体験の機会を大切にしながら、さまざまな人や地域とともに、その価値を未来へ広げていきます。

積水ハウスグループのキッズ・ファーストの歩み *1 キッズデザイン賞受賞 *2 国際ユニヴァーサルデザイン協議会 (IAUD) が主催するIAUD国際デザイン賞2025において大賞受賞

子どもたちを、安心して育てられる住環境

防犯・防災・ユニバーサルデザイン



安全に暮らせる住まい・まちを社会全体に普及



子どもたちの感性や創造性を、豊かに育む住空間

家族のつながり

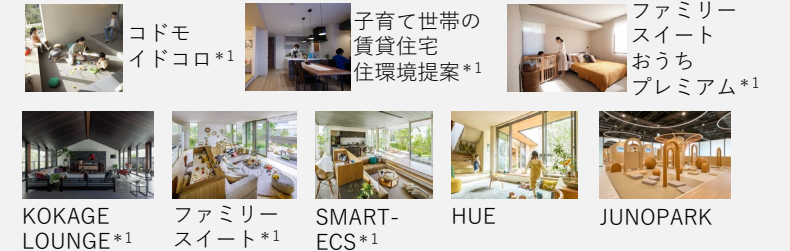


成長・学び

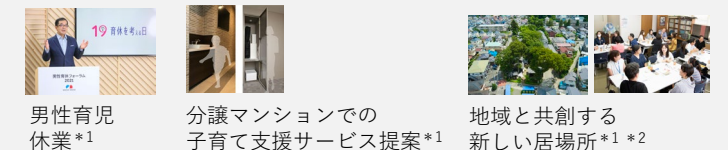


子どもたちの幸せを、社会とともに育む

自分らしさの発見



地域・社会との未来共創



価値創造のマテリアリティ | 豊かな感性と幸せの創造

心が動く瞬間を、子どもたちへ

未来を生きる子どもたちに、積水ハウスができること。その一つが、日々の暮らしを通じて、幸せを感じる心を育むことです。心が動く瞬間を一つでも多く届けたい。そんな想いを込めて、2025年8月、小学生向け体験型エデュテイメント施設「JUNOPARK」を京都府木津川市に開館しました。

2025年8月の開館以降、約7万人の方々にご来場いただいています。
(2026年7月末時点)



豊かな感性を育む、夢中体験

JUNOPARKでは、小学校高学年を主な対象に、積水ハウスが考える「暮らしの中で育まれる6つの感性」をテーマとしたプログラムや展示を展開しています。「楽しい」「やってみたい」という気持ちが自然に湧き上がる体験を通じて、自分らしい「好き」や「大切にしたいこと」を見つけ、いく場を提供しています。



キッズ・ファーストな、未来のために

AIが人類の知性を超えていく未来が近づいている中、自分の「好き」から始まる「感性」の重要度がさらに高まっています。日常生活において一人ひとりが「感性」を大切に育んでいけるように。キッズ・ファースト企業として、多くのパートナーとともに子どもたちへ「感性」の大切さを働きかけていきたいと考えています。



“好き”から生まれる感性が、いま芽吹いている

積水ハウス(株)
コミュニケーションデザイン部
JUNOPARK 館長
枚田 栄次



JUNOPARKは、子どもたち一人ひとりが自分の「好き」や「大切にしたいこと」に出会い、感性を育む場です。暮らしを起点とした多様な体験の場で、仲間と関わりながら、迷い、試し、前に進んでいく。その積み重ねが、“自分で感じ、自分で決めていいんだ”という確かな手応えとして、子どもたちの中に芽生え始めています。ここで生まれる小さな気づきや発見が、日常やその先の人生につながっていく——そうした感性が自然と育まれる場を、これからも磨き続けていきます。

JUNOPARKが創造する価値

Drive Positive Impact | 価値を紡ぎ

1990	1992	2000年代初期	2006
総合住宅研究所に体験型研究施設「納得工房」併設	住まいづくり講座「すまい塾」を納得工房にて開講	全国の「住まいの夢工場」で体験プログラムを提供	小中学生への住まい・環境に関する出張授業を開始 出張授業参加者数 28,520人 (2008-2025年度) ESG Fact Book P.119

Create Happiness | 幸せをつくり

2025 JUNOPARK開館	子どもたちの体験機会の拡充
「感性」をテーマにした体験型パーク開館 - 子どもたちへの体験機会の提供 - 好きや夢に出会うきっかけづくり - 感性を育む新しい体験の場の創出	- 自分の好きや大切に気づく - 感性や表現力が育まれる - 仲間との違いを尊重し合う - 幸せづくりへの共感の広がり

Transform Society | 未来を変えていく

子どもたちの幸せづくりへ貢献
- 感性豊かな子どもたちの成長 - 主体的に選択し行動できる人の増加 - 多様な価値観を受け入れる社会の醸成 - 新たな価値やイノベーションの創出

価値創造のマテリアリティ | 豊かな感性と幸せの創造

大切にしている、一人ひとりの想い

積水ハウスは、住まいやまちづくりで培ってきた技術や知見を活かし、地域課題の解決や多様な人々のつながりを支える事業を展開しています。これらの事業で大切にしているのは、施設利用者や、その地域で長く暮らしてきた方々の声に耳を傾け、その土地の歴史や記憶、価値への理解を深めることです。その土地に息づく想いを未来へつないでいくことも、私たちの大切な役割です。対話を重ねながら、その場所がこれから求められる価値を捉え、地域にとっての幸せな「わが家」となるコミュニティづくりを目指しています。

地域と共創する、新しい居場所

こうした考えから生まれた取り組みの一つが、和歌山県有田市の産院整備です。地域から分娩機能が失われる課題に対し、行政や医療機関との共創により新たな産院を実現し、約2年間で300人以上の新しい命が生まれました。さらに本施設は、子育て世代や地域の人々が自然につながる場としても機能しており、「新しい居場所」で生まれる幸せが、日常の中に育まれています。

産院では看護師・助産師など約30人の雇用創出にも貢献しています。



幸せを育む、人と人とのつながり

人と人のつながりが生まれ、誰もが安心して暮らせる環境が地域に広がっていく。積水ハウスの「価値創造」は、住まいや施設をつくるだけでなく、そこに集う人々の関係性や、その先に続く暮らしの豊かさまで見据えています。こうして生まれるつながりの積み重ねが、地域の中に幸せを育み、一人ひとりが自分らしく暮らし続けられる幸せな未来の実現につながります。



つながりを紡ぎ、未来へつないでいく

積水ハウス
建築事業戦略部
佐藤 哲



地方創生事業は、一度つくって終わるものではなく、使い続ける中で価値が育まれていくものだと感じています。だからこそ私たちは、建物だけでなく、その後に生まれるつながりまで見据えて設計しています。人が集い、自然に交流が生まれ、やがて地域の中で新しい価値として根づいていく。そうした“使われ続ける場”をつくるのが、私たちの役割です。地域で大切に受け継がれてきたものを、未来へとつないでいくために、皆様とともに考え、かたちにしていきます。

地域ごとの特性や想いに寄り添って創る「新しい居場所」

歴史を受け継ぎ、つながりを育む居場所

住宅地に長年残されてきた屋敷林を活用し、障がいのある方のグループホームやカフェ、ギャラリーが共存する場として生まれた施設です。樹齢約300年の樹木や、そこに刻まれた家族の記憶を大切な地域の歴史的資源として捉え、多世代が穏やかに過ごせる地域の居場所を創出しています。



地域に開かれ、つながりが広がる拠点

開設後は、カフェやギャラリーを中心に多様な人々が集い、交流が生まれる場へと成長しました。地域住民や子どもたちも関わりながら、新たな活動やコミュニティが生まれ、世代や立場を超えて人と人をつなぐ地域の拠点となっています。



アプローチ手法の共有で「幸せな居場所」を全国に

積水ハウスは、これまでの取り組みから得た知見を体系化し、共有するためのコミュニケーションツールの開発を進めています。自治体などと連携し、類似の課題解決に活用することで、つながりから生まれる新たな「幸せな居場所」を全国へ広げていきます。



マテリアリティの再整理

マテリアリティの再整理

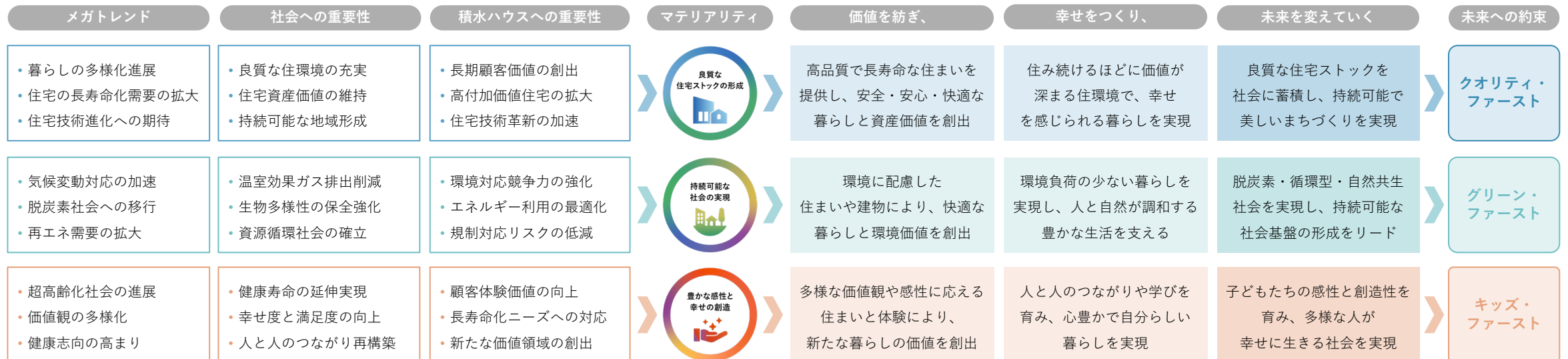
積水ハウスは2026年度から、新たに「豊かな感性と幸せの創造」をマテリアリティとして掲げました。私たちは超高齢化や価値観の多様化など社会の変化を見据え、住まいやまちづくりを通じて提供する価値について、社内外のステークホルダーと継続的に議論を重ねてきました。その結果、2022年に整理した「良質な住宅ストックの形成」「持続可能な社会の実現」は継承しながら、私たちが事業活動を通じて創造する価値をより明確に示すため、「豊かな感性と幸せの創造」を新たに位置付けました。また、これまでマテリアリティとして位置付けてきた「ダイバーシティ＆インクルージョン」は、価値創造を支える重要な経営基盤として整理しています。

価値創造の広がり

マテリアリティの再整理にあたっては、社会にとっての重要性和、積水ハウスグループにとっての重要性の双方の観点に加え、創出した価値がどのように広がっていくのかという視点を取り入れました。私たちは、マテリアリティを起点に、「価値を紡ぎ、幸せをつくり、未来を変えていく」という価値創造の広がりを描いています。一般的な「アウトプット、アウトカム、インパクト」の枠組みも、指標の区分としてではなく、創出した価値がお客様や社会の幸せにつながり、さらに未来へと広がるプロセスとして捉えています。こうした価値創造の積み重ねが、「未来への約束」の実現につながっていきます。

🔗 P.27 未来への約束

価値を紡ぎ、幸せをつくり、未来を変えていく、積水ハウスグループの価値創造 | 2026-2028年度の第7次中期経営計画における価値創造の広がりを示しています。



マテリアリティの再整理

マテリアリティの策定と再整理

積水ハウスグループでは、関係部門や社外有識者を含むステークホルダーとの継続的な対話を通じて、当社グループが経済・環境・社会に与える影響や、価値創造に影響を及ぼす中長期的な課題やリスク・機会を分析しています。こうした検討を踏まえ、取締役会の諮問機関であるESG推進委員会での議論を経てマテリアリティを整理し、同委員会の承認のもと、グループ全体の経営および事業活動に反映しています。

🔗 [コーポレートガバナンス基本方針](#)

マテリアリティ特定・再整理プロセス

1. 重点テーマの整理：創業以来の普遍的なテーマと事業活動との関係を整理
2. コーポレートストーリー構築：長期的視点で価値創造ストーリーと重要項目を抽出
3. 優先要素の審議：経営層およびESG推進委員会にて重要テーマや優先要素を審議
4. マテリアリティの特定：取締役会の承認を経て2022年に3つのマテリアリティを特定
5. マテリアリティの再整理：ESG推進委員会の議論を踏まえ2025年に価値領域を再整理

🔗 [積水ハウスグループのマテリアリティ](#)

マテリアリティの実行と管理

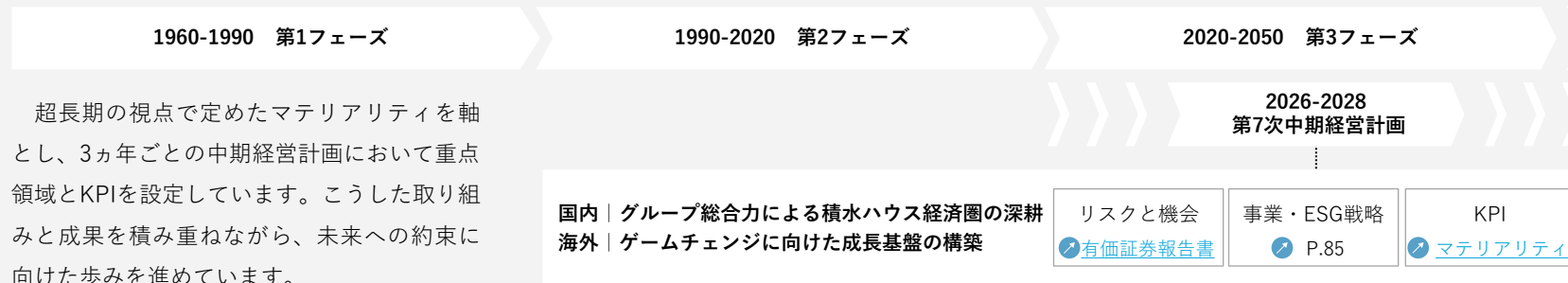
各マテリアリティに重点テーマとKPIを設定し、具体的な取り組みを推進しています。その進捗状況はESG推進委員会のもとで管理・評価し、取締役会への報告や社外委員との議論を通じて継続的な改善につなげています。KPIは事業環境や社会課題の変化を踏まえて見直しを行い、その内容を当社ウェブサイトなどで適宜開示しています。また、一部の指標を社長表彰や役員報酬と連動させることで、取り組みの実効性向上を図っています。

🔗 [有価証券報告書](#)

マテリアリティ再整理への社外委員の評価

マテリアリティを価値創造の観点から再整理し、「豊かな感性と幸せの創造」という新たな領域を位置付けた点は、積水ハウスの価値創造の方向性を明確に示すものと評価しています。経営戦略との関係も整理され、同社の強みを活かした価値創造の軸として適切であると考えます。マテリアリティの考え方については、制度要請と企業の価値創造の視点をどのように整理し、両立させるかが、日本企業全体に共通する課題であると考えます。

マテリアリティと中期経営計画のつながり



超長期にわたり果たす使命と未来への約束



ESG経営

新たな価値を創造する、ESG経営

2020年、グローバルビジョンの実現に向け、「ESG経営のリーディングカンパニーに」をサブビジョンに掲げました。私たちが考えるESG経営のリーディングカンパニーとは、社会や暮らしの変化に向き合い、前例のないイノベーションを通じて、ポジティブなインパクトを創出し続ける存在です。その考えのもと、幸せを新たな価値として創造し、社会や未来へと広げていくESG経営を推進しています。

その具体化として、中期経営計画を通じ、マテリアリティに基づく重点テーマに沿った取り組みを推進しています。進捗は、価値創造の成果と経営基盤の強化を測る指標により可視化し、両者を一体で管理することで、持続的な価値創造を支えています。

ESG経営の推進体制のもと、これらの取り組みを従業員一人ひとりの実践につなげることで、経営戦略とグローバルビジョンを連動させ、新たな価値を創造するESG経営を推進しています。

ESG経営を支える、推進体制

ESG経営の確実な推進に向け、ESG経営推進担当執行役員が全体を統括し、ESG経営推進本部を中心に、中期経営計画の基本方針の策定や取り組みの実行管理を行っています。併せて、取締役会の諮問機関として、社外有識者2人を含むESG推進委員会を設置し、年4回以上開催しています。

本委員会では、取り組みの進捗や課題を多角的に議論し、継続的な対話と改善を通じて実効性の向上を図っています。議論内容は取締役会に報告・審議され、取締役や監査役、職責者などもオブザーバーとして参加しています。議事内容や議事録は全従業員に公開し、透明性を確保しています。

また、本委員会のもとに環境・社会・ガバナンスの3部会を設置し、各部会が旗振り役となって部門横断で連携しながら、取り組みやKPIの浸透を推進しています。これにより、全従業員の理解と主体的な参画を促進し、ESG経営をグループ横断で実践しています。

グローバルビジョン

「わが家」を世界一幸せな場所にする

3つのサブビジョン



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

マテリアリティ

価値創造の重要領域と未来への約束



クオリティ・ファースト



グリーン・ファースト



キッズ・ファースト

中期経営計画

重点テーマを設定し具体的な施策として展開

新たな価値を創造する、ESG経営のリーディングカンパニー

2026-2028年度 第7次中期経営計画 ESG戦略

[第7次中期経営計画](#)

KPI

取り組みの進捗を指標で管理し成果を測定

価値創造の進捗を測る指標

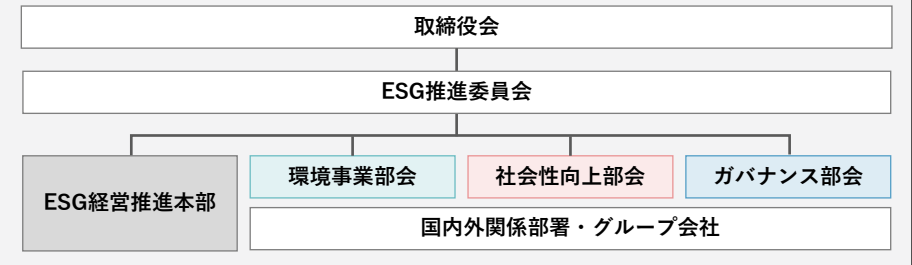
マテリアリティに紐づくKPI

経営基盤の強化を測る指標

人的資本とガバナンスKPI

推進体制

グループ横断での取り組みを推進



ESG経営

価値創造を続けてきた、ESG経営の歩みと進化

イノベーションで価値をつくる、ESGの原点

積水ハウスグループのESG経営の原点は、創業以来の事業活動にあります。1960年代、深刻な住宅不足に対し、安全で快適な住まいをいち早く届けるため、工業化住宅の開発や住宅性能の向上に挑みました。住まいの質を高める革新的な取り組みの積み重ねが、人々の暮らしに新たな文化をもたらしました。こうした住まいを起点とした価値創造の姿勢は、現在のESG経営へとつながっています。

全従業員参画型ESG経営

あらゆる価値創造の主役は、一人ひとりの従業員であるという考えのもと、私たちは2020年度より「全従業員参画型ESG経営」を推進してきました。お客様や社会、仲間の幸せを考え、企業理念「人間愛」を日々の業務で実践することが価値創造につながるという考えを共有し、従業員同士の対話や創発型表彰制度「SHIP」を通じて、主体的に価値創造に関わる風土を育んできました。

価値創造型ESG経営

こうした取り組みを踏まえ、私たちは2026年度より「価値創造型ESG経営」へと歩みを進めています。ESGをリスク対応や評価のための枠組みにとどめるのではなく、創造する価値とインパクトを起点に、事業活動そのものを進化させていく考え方です。その視点を示すものとして、「価値を紡ぎ、幸せをつくり、未来を変えていく」という考え方を Our ESG Compassとして位置付けています。

実質的なインパクトを生む、ESGの進化

ESG Compassを手がかりに、私たちは一つひとつの施策が実質的なインパクトを生み出しているかを問い、施策の見直しや経営資源の最適な配分を進めています。その目的は、施策の数を増やすことではなく、企業の成長や人と社会の幸せ、未来の変革につながる価値創造に集中することです。こうした考え方を全従業員と共有しながら、創業から受け継いできた価値創造を、さらに深めていきます。

ESG経営の進化の方向性

価値創造型ESG経営

あらゆる事業活動から、新たなESGの価値を創造する

全従業員参画型ESG経営

全従業員がESGを自分ごと化し、主体的に考え、行動する

Our ESG Compass | ESG経営のリーディングカンパニーとしての推進要素

価値を紡ぎ、
Drive Positive Impact

ESGは、新たな価値の創造。イノベーション&コミュニケーションを通じて、あらゆる事業活動からポジティブなインパクトを生み出します。

幸せをつくり、
Create Happiness

ESG経営の目的は、お客様・社会・従業員の幸せの実現。全員が幸せづくりに関わる企業文化を育み、価値創造を広げていきます。

未来を変えていく。
Transform Society

リーディングカンパニーとして、自社の枠を超え、業界と社会を先導。ステークホルダーとともに、より幸せな未来を共創します。

価値をはかる3つの視点 | ESGの必要性



企業の成長

事業成長と結びつき、企業価値を高めるか



幸せの創出

それが、誰かの幸せになっているか



社会の変革

その幸せが、社会に広がっているか

2020 - 2025年度

2026年度 -

ESG経営

第7次中期経営計画における、ESG戦略

2026-2028年度の第7次中期経営計画では、「新たな価値を創造する、ESG経営のリーディングカンパニー」を基本方針に掲げています。この基本方針のもと、美しく良質な住宅ストックを形成するクオリティ・ファースト、持続可能な社会を実現するグリーン・ファースト、豊かな感性と幸せを創造するキッズ・ファーストに寄与する事業活動を推進しています。あわせて、人財価値の向上やガバナンス強化、ステークホルダーとの対話と連携を、事業活動と一体的かつ横断的に捉え、価値創造の最大化を図っています。

本ページでは、第7次中期経営計画における環境 (E)・社会 (S)・ガバナンス (G) の各戦略について、部会長が説明します。なお、人財戦略やコーポレートガバナンスについての詳細は、本レポートの別セクションでも紹介しています。

第7次中期経営計画

P.74 人財戦略

P.121 コーポレートガバナンス

E 環境戦略

ステークホルダーとの連携による
環境インパクト創出とグローバル展開

環境事業部会 部会長
業務役員
環境推進部長
井阪 由紀



環境の視点から、社会にポジティブなインパクトを生み出すこと。それが私たち環境事業部会の使命です。多様な部門が連携し、脱炭素社会の実現、生物多様性の保全、資源循環の取り組みを横断的・統合的に推進しています。新築戸建住宅・集合住宅・非住宅建築物のZEH/ZEB普及拡大や、25周年を迎えた「5本の樹」計画における研究データに基づく提案ツール開発、House to Houseプロジェクトでの業界内・バリューチェーン連携のスタートなど、具体的な施策が進捗しています。今後もお客様のウェルビーイングや幸せにつながる環境価値創出を先導し、グローバル展開も見据えながら、さまざまなステークホルダーとの連携・共創を実践していきます。

S 社会性向上戦略

幸せな未来を育む価値の創造と、
人財価値の向上による価値創造の最大化

社会性向上部会 部会長
業務役員
人事総務部長
山崎 賢一



社会性向上部会では、人財価値の向上と社会価値の創出を一体で推進しています。人財価値の向上においては、「従業員の自律」と「ベクトルの一致」を軸に、一人ひとりが主体的に価値を生み出す力を高めるとともに、多様な人財が能力を最大限に発揮できる環境づくりを実現していきます。また、社会価値の創出においては、住まいや暮らしに触れる機会の創出を通じた子どもたちの感性アップ支援や、地域との共創による新たな需要の創出など、住まいを起点とした中長期的な価値提供を推進していきます。今後は、これらの取り組みを事業と一体となった価値創造としてさらに深化させ、社会に対するポジティブなインパクトの創出を先導したいと考えています。

G ガバナンス戦略

トップマネジメント・事業マネジメント・
グローバルマネジメントのガバナンス強化を推進

ガバナンス部会 部会長
執行役員
コーポレート管理部長
河村 直樹



第7次中期経営計画においては、国際事業の拡大を踏まえ、トップマネジメント・事業マネジメントに加え、グローバルマネジメントを強化し、各レベルにおけるガバナンスの強化を推進します。具体的には、グループ各社に則したガバナンス体制のデザインと強化、海外グループ会社におけるコーポレート機能の高度化を通じて、国内外一体となったグループガバナンスのさらなる強化を図ります。また、グローバルレベルでのリスク・アセット管理体制の整備・強化を進め、情報セキュリティをはじめリスクマネジメントの高度化に取り組めます。さらに、2026年2月に制定した「積水ハウスグループ インテグリティ・コード」の浸透を軸にした企業文化の醸成と人権尊重をグローバルで推進していきます。

ESG経営

価値創造を担う、3部会の活動と取り組み

積水ハウスグループでは、環境・社会・ガバナンスの3つの部会が、各部門や国内外のグループ会社と連携しながら、ESG経営の推進を担っています。

各部会は、それぞれの専門性を活かし、重点テーマやKPIの推進を通じて実効性の高い取り組みを展開しています。また、取り組みやKPIの進捗をESG推進委員会に共有するとともに、課題や改善提案をフィードバックすることで、理解と浸透を図り、価値創造の取り組みをグループへと広げています。

本ページでは、各部会の活動内容と主な取り組みを紹介するとともに、関連する掲載ページを示しています。なお、取り組みの方針や具体的な施策、KPIおよび詳細データについては、ESG Fact Book、ESG Data Book、有価証券報告書をご参照ください。

🔗 [ESG Fact Book](#)

🔗 [ESG Data Book](#)

🔗 [有価証券報告書](#)

E 環境事業部会

グループ全体の脱炭素化、生物多様性保全、資源循環に向けた環境マネジメントを計画・実行するとともに、環境関連情報を年次で集計・開示しています。社内外のステークホルダーと連携しながら環境意識の向上と環境負荷低減を図り、環境負荷や事業リスクの低減と事業機会の創出に努めています。

主な取り組みと関連ページ

脱炭素化

- 🔗 [戸建住宅によるZEHの推進 P.7](#)
- 🔗 [非住宅建築におけるZEBの推進 P.12](#)
- 🔗 [事業活動の脱炭素化 P.13](#)
- 🔗 [サプライチェーンの脱炭素化 P.16](#)
- 🔗 [TCFD*1提言に沿った情報開示 P.22](#)

生物多様性保全

- 🔗 [木材調達 P.33](#)
- 🔗 [生態系に配慮した「5本の樹」計画 P.30](#)
- 🔗 [TNFD*2提言に沿った情報開示 P.40](#)

資源循環

- 🔗 [「積水ハウスゼロエミッションシステム」 P.58](#)
- 🔗 [サーキュラーエコノミーに向けた取り組み P.55](#)

*1 気候関連財務情報開示タスクフォース

*2 自然関連財務情報開示タスクフォース

S 社会性向上部会

本社各部門およびグループ会社と連携し、人財価値および社会価値の向上に向けた施策の推進・進捗管理を行っています。部会の傘下に人財価値向上ミーティングや社会価値向上ミーティングなどを設置し、多様なステークホルダーに関する課題やリスク・機会を組織横断で共有し、施策の成果や改善に向けた議論を行っています。

主な取り組みと関連ページ

人財価値の向上

- 🔗 [キャリア自律支援 P.80](#)
- 🔗 [D&Iの推進 P.87](#)
- 🔗 [多様な働き方の推進 P.98](#)
- 🔗 [幸せの基盤づくり P.103](#)
- 🔗 [ベクトルの一致 P.109](#)

社会価値の向上

- 🔗 [キッズ・ファースト P.116](#)
- 🔗 [人権の尊重 P.121](#)
- 🔗 [地方創生事業 P.127](#)
- 🔗 [お客様への取り組み P.132](#)
- 🔗 [労働安全衛生 P.139](#)
- 🔗 [サプライチェーン・マネジメント P.146](#)

G ガバナンス部会

本社コーポレート部門と国内外のグループ会社各社が連携し、ガバナンス人財の育成・適正配置、コンプライアンス意識の現状把握、議論などを行っています。2026年度からは、人権尊重およびインテグリティ・コードの浸透をテーマに加え、グループガバナンスの一層の強化に取り組んでいます。

主な取り組みと関連ページ

トップマネジメントレベル

- 🔗 [コーポレートガバナンス P.123](#)
- 🔗 [役員報酬 P.128](#)
- 🔗 [取締役一覧 P.138](#)
- 🔗 [監査役一覧 P.139](#)

事業マネジメントレベル

- 🔗 [リスクマネジメントの強化 P.131](#)
- 🔗 [コンプライアンスの推進 P.132](#)

対談 | 価値をつくるESG経営



同志社大学大学院
ビジネス研究科教授
(Value Model 創出者)

須貝 フィリップ

神戸大学大学院
経営学研究科教授
(ESG推進委員会社外委員)

國部 克彦

積水ハウス株式会社
専務執行役員
ESG経営推進担当役員

豊田 治彦

対談 | 新たな価値を創造する、ESG経営

積水ハウスは、企業理念「人間愛」のもと、相手の幸せを願い、社会に価値を届ける事業活動を積み重ねてきました。その姿勢は、ESGという言葉が広がる以前から、従業員一人ひとりの行動に息づき、価値創造を支えています。近年、ESGに関する取り組みや情報開示は大きく広がっています。一方で企業は何を価値とし、その価値を誰に、どのように届けているのか。私たちは、その問いにどこまで応えられているのでしょうか。本対談では、こうした問いを起点に、積水ハウスグループのESG経営を紐解きながら、新たな価値を創り続けるESG経営のあり方について、考えていきます。

積水ハウスのESG経営

■ 國部 | 2020年から積水ハウスのESG推進委員会の社外委員として関わる中で強く感じているのは、会社全体としてESGに真剣に向き合っているという点です。特に印象的なのは、トップマネジメントの関与の深さです。ESG部門が熱心な企業は少なくありませんが、経営層自身が強い熱意をもって関わり続けている企業は多くありません。その姿勢が、創発型表彰制度「SHIP」やグループ会社を含めた取り組みにも、表れていると感じています。ESGをめぐる議論が企業活動の周縁ではなく、戦略の中心に深く組み込まれていることが、社外の立場からでも大変よく分かります。

■ 豊田 | 社内では、ESGに対する認知や理解の段階を超え、価値創造を意識した取り組みへと、徐々にシフトが進んでいます。お客様に最も近い従業員からのアイデアが増え、地域や直接のお客様ではない層にも価値が広がり始めています。お客様の幸せを起点に事業を考えてきた企業理念「人間愛」の延長線上にESGがあり、その考え方が自然に浸透してきたことが、今の積水ハウスの特徴なのかもしれません。

■ 須貝 | 私が評価しているのは、ESGを制度対応としてではなく、価値創造の文脈で捉えよう

としている点です。社外からの評価やスコアは結果としてついてくるものですが、企業の存在意義はあくまで価値を生み出すことにあります。その姿勢が、積水ハウスの取り組みからは、一貫して感じられます。

■ 國部 | 積水ハウスの従業員の皆さんは、日々、社会と直接向き合っています。より良い住まいをどう届けるかを考える中で、地域や社会のニーズにも自然と気づいていく。一人ひとりがそうした課題に触れ、「自分に何ができるか」「積水ハウスのリソースをどう活用するか」を考え始めるだけで、価値創造の質は大きく変わると思います。

■ 豊田 | 「SHIP」にも、そうした現場起点のアイデアが多く寄せられています。日々の業務の中で感じる違和感や、お客様のお住まいの地域が抱える課題が出発点となり、新たな取り組みへと発展している事例もあります。「SHIP」での従業員のプレゼンテーションを聞いてみると、お客様や社会の幸せの実現に向けて、自然と価値と幸せが結びついて語られており、その意識が広がっていることを実感します。多くの従業員が当たり前のようにそう考え、言葉にするようになったことは、ここ数年の大きな変化だと感じています。

対談 | 価値をつくるESG経営

ESGと幸せの関係

■ **豊田** | ESGと幸せは、あまり結びつかないものだと思うがちです。けれど私たちは、ESGを「対応するもの」としてではなく、「自ら価値をつくりに行く」、アクティブな経営のあり方として捉えてきました。ESGを通じてポジティブな価値を生み出し、そのインパクトを社会に広げていく。この考え方は、國部教授が「ESGの中に企業がある」という言葉で示されたように、私たちがこれまで事業を通じて実践してきた、価値創造のあり方そのものだと思っております。

ための枠組みとして発展してきましたが、積水ハウスが語っているのは、社会やステークホルダー全体の幸せをどう実現するかという、より大きなビジョンです。ESGは制度の言葉であり、幸せは価値の言葉。この2つは、同じ座標軸で語られてきたものではありません。

■ **國部** | ESGの前提には、環境・社会・経済を一体で捉える考え方がありました。現在のESGは整理された一方で、サステナビリティ開示基準はリスク偏重の面があり、価値創造と切り離されやすい構造になっている面があります。だからこそ、「ESGをどう価値創造と結びつけるのか」という問いは、多くの企業が共有するテーマだと思います。事業の周辺にある社会のニーズと自社のリソースをどう組み合わせれば価値が生まれるのかを、改めて考える必要があります。

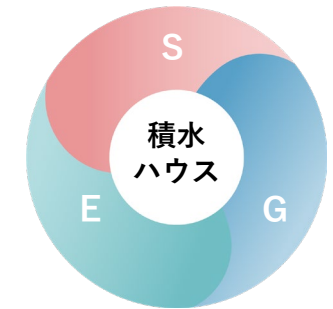
■ **豊田** | まさにそのとおりです。私たちはその違いを理解したうえで、ESGが生み出す価値やインパクトを、「幸せ」と定義し、経営の中心に据えてきました。一般的なESGの捉え方から見れば少し異質に映るかもしれません。

■ **須貝** | しかし、その異質さこそが重要だと思います。ESGを要請対応として扱うだけでは、未来につながる思想にはなりません。企

業がESGを通じて社会の価値を高め、その結果として自らの価値も高まっていく。そうした循環を描けて初めて、ESGは意味を持つのだと思います。企業はあらゆるステークホルダーに価値を生み続けるために存在しているのですから。

■ **豊田** | 積水ハウスは、ESGをそのように解釈してきた、ということだと思っています。そのうえで私たちは、価値を創る主役は一人ひとりの従業員という考えのもと、全従業員参画型ESG経営として積み重ねてきた実践を、今、価値創造型ESG経営として推進しようとしています。だからこそ次に問われるのは、その幸せを誰が、どう生み出しているのかという点です。ESGを経営の考え方として語るだけでなく、日々のどんな行動として表れているのかに目を向けていく必要があると考えています。

「ESGの中に企業がある」という考え方



私たちのESG経営は、企業理念の実践です。お客様の幸せを願い、協力し合う心。職場を「わが家」のように思い、仲間のために行動する心。こうした姿勢をESGの本質と捉え、「ESGの中に企業がある」という考え方を取り入れています。これは、2020年7月の第1回ESG推進委員会において、國部委員から示された視点です。ESGを企業活動の一部として捉えるのではなく、企業活動そのものがESGの中に位置付けられるという考え方であり、以来、私たちのESG経営の起点となっています。

ESGの価値が高まれば、企業価値も高まるという認識に立ち、事業活動を収益基準だけで評価するのではなく、お客様・社会・従業員の幸せからも継続的に評価し、ESGの観点から事業戦略や意思決定を行っています。

■ **須貝** | その捉え方は、本質を突いていると感じます。ESGは企業活動を多面的に捉える



対談 | 価値をつくるESG経営

価値は、具体でなければいけない

■ **國部** | 新しい価値創造を進める時、必ず突き当たるのがこれまでの慣習の壁です。「それをやると評価が下がるかもしれない」と感じた瞬間、人は動けません。従来の収益率中心の評価軸では、ESG的な価値創造は推進しにくいのが現実です。社会価値は「率」ではなく「量」。どれだけの幸せを生み出したかという絶対値として捉え、経済的成果と社会的価値の2つの軸で見えていく必要があります。

■ **豊田** | そうした社会へ広がる価値の視点を、日々の活動や事業とどう結びつけ、次の行動につなげていくのかは、これからの大きなテーマだと感じています。

■ **國部** | その際に重要なのは「あなたが達成すべき目標は何か」ではなく、「あなたは何かができると思うか」という問いです。目標として掲げると、達成しなければならないという意識が先に立ち、平凡な目標を立ててしまいがちです。一方で、評価とは関係なく、自分はこれができると考え、やってみる。その結果を振り返り、さらに行動していく。その積み重ねが価値創造につながっていきます。本業では、目標達成型のマネジメントが必要です。しかし、ESGの価値創造においては、自分がコントロールできる資源から出発するという、エフェクチュエーションの考え方がより実践に合うはずです。

■ **須貝** | 「何ができると思いますか」という問いを投げかけるなら、その答えは、具体的な価値として示される必要があります。「それはいい考えですね」で終わってしまうような議論では、行動にも変化にもつながらない。誰に、どのような価値を生み出すのか。そこまで具体的に考えて初めて、価値創造は現実のものになります。

■ **國部** | 「住」に特化してきた積水ハウスの事業の周辺には、まだまだ大きな可能性があります。たとえば不動産の管理や運営は、地

域での雇用の創出や高齢者への働く場の提供、地域のお困りごとの解決など、住宅を建てることとは異なる社会価値にもつながっています。住宅に不動産管理を掛け合わせることで、価値創造の幅は広がる。従業員一人ひとりが「自分の事業の外側にはこんな価値の可能性がある」と具体的にイメージできることです。収益率だけでなく社会的価値も含めて捉えれば、事業の可能性は広がり、結果として住宅そのものの価値を高めていく。それが、第7次中期経営計画で示された「積水ハウス経済圏」をより立体的にしていけるのだと思います。

■ **豊田** | 当社の事業活動を振り返ると、価値は複数のステークホルダーに広がっていることが多くあります。目の前のお客様の幸せを起点に、その先にある地域や社会、未来へと価値をつないでいく。そうした広がりこそが、価値創造型ESG経営だと考えています。

■ **國部** | その実践において避けて通れないのが、ブランドとの向き合い方です。名称や事業の位置付けを工夫し、価値の届け方に幅を持たせることで、その価値に共感する人が、別のかたちで関われる余地が生まれます。そうした外側への広がりが、結果として既存のお客様にとっての価値も厚くしていきます。



そこではターゲティングの捉え方も変える必要があります。ESGの価値を必要としている人や地域は、積水ハウスが事業として想定してきた範囲よりもはるかに大きいはず。従来の事業ターゲティングだけを見続けていては、見えてこない価値創造の可能性が存在しています。外側に向けて価値を生み出すことで、結果として社会にポジティブな価値が広がっていく。それが実践できてこそ、ESGは本業の価値創造を拡張する戦略になっていくのだと思います。その社会価値の蓄積が、時間をかけてビジネスの価値要素として効いてくる。そうした循環こそが、「ESGの中に企業がある」という考え方につながっていくのではないのでしょうか。価値創造を担う従業員の皆さんには、事業のターゲティングを超えた視点でも価値を考えてほしいと思います。



対談 | 価値をつくるESG経営



価値は、誰が決めるのか

■ **須貝** | 企業の非財務情報開示は任意から必須へと移行しつつあります。一方、開示と実際の行動や価値創造との間にずれが生じている場面もあります。企業が「価値を創っている」と語ること自体は難しいことではありません。しかし、いかに高度な取り組みであっても、価値として受け取られていなければ意味を持ちません。仮に私が「自分は優れた教授だ」と主張しても、その評価は私一人では決められません。むしろ学生にも判断されるべきで、学生たちは異なる見方をするかもしれません。価値とは、つくる側と受け取る側との関係の中で成立するものだと思います。

■ **豊田** | その視点を取り入れた「バリューモデル*」をもとに、これまでの当社の開示情報を読み解くと、施策の方針や枠組みは一定程度整っていることが分かりました。一方で、誰に、どのような価値として伝わっているのかが十分に見えていない領域もあることが分かってきました。外部から求められる枠組みに沿って整理してきた情報が、必ずしもステークホルダーにとって意味のある価値として届いていなかった。その矛盾が、あらためて浮かび上がってきたと感じています。たとえば私たちは、環境や人的資本、人権といった重要課題に着実に取り組み、その進捗を「ESG Fact Book」などで開示してきました。こうした定量情報は現状を客観的に示すうえで重要です。しかし、開示はどうしても、ある時点の数字や実績を切り取って示すことが中心になります。その数字が生まれた背景や、なぜその取り組みを続けてきたのか、さらにはどのような価値につながり、未来にどのような意味を持つのかまでは、数字だけでは語り尽くせません。

■ **須貝** | スコアは、あくまで現在地を確かめるためのものです。重要なのは、時間とともにどの価値を積み上げ、どの価値を選ばな

かったのかというプロセスです。すべてを良く見せるのではなく、何を優先し、何を選ばないのかまで含めて語ることが、企業としての戦略的な判断になります。

■ **豊田** | 当社のESG推進委員会でも、進捗管理にとどまらず、施策が誰に、どのような価値を生み出しているのかという視点を踏まえ、価値の議論を深めていく方向へと舵を切っています。企業が語る価値と、ステークホルダーが受け取る価値を、丁寧に照らし合わせていくことが重要だと感じています。企業が長く存続しているということは、それだけ社会に必要とされ続けてきた理由があるということでもあります。当社にも住まいを通じて社会に価値を届け続けてきた歩みがあります。ESGを個別の取り組みや評価項目として捉えるのではなく、当社の歴史や強みを紐解きながら、これまで生み出してきた価値を起点に、これから目指す成長や価値創造の姿をグループ全体で考え、伝え続けていくことが大切だと感じています。

■ **國部** | ESGの枠組みだけで考えると複雑に見えますが、本業の価値や利益創出という視点に立てば、収益力や成長力は比較的整理しやすいはずで。企業として外部に対して示

すべき価値は何か、本業の競争力をさらに高める価値は何か。そこに立ち返って考えればよいと思います。ESGの情報開示はプリンシプルベースであるという原則を踏まえたうえで、何を重視し、何を選ぶのかを自分たちで決める。しかし、その判断を外部基準に委ねてしまうならば、開示の主体性を失いESG経営の形骸化につながるのではないのでしょうか。

■ **須貝** | 過去の開示や実績を整理することは大切です。ただ、投資家や社会が本当に知りたいのは、積水ハウスがこれからどのような価値を創り、どのようなインパクトを生み出そうとしているのか、そしてその価値が、ステークホルダーにどう届いていくのかという点ではないでしょうか。自社の現在地を把握しないまま、「価値を創っている」と語り続けることの方が最大のリスクです。まずは、自分たちが生み出している価値が見える状態(value visibility)にする。それが、「価値を誰が、どう決めるのか」という問いから逃げずに向き合うための、価値創造の新たな出発点なのかもしれません。

* [● バリューモデルに基づくESG評価におけるアウトカム指標の分析](#)

対談 | 価値をつくるESG経営



価値を、自分たちの言葉で語るということ

■ 須貝 | 世界を見てきて強く感じるのは、情報開示に携わっている企業の方々自身の多くが、幸せではないという現実です。制度対応や評価への要請に追われる中で、何のために価値を創っているのかが、見えにくくなってしまふことがある。一方、日本を俯瞰すると、人口は世界の1.5%にすぎないにもかかわらず、200年以上続くいわゆるヘリテージ・カンパニーの約半数が日本に存在しています。これは偶然ではありません。「三方よし」に代表されるように、企業の目的を目先の利益や評価にとどめず、社会全体の価値へと広げて考えてきた歴史があるからだと思います。価値創造を起点に事業を続けてきたこと自体が、

結果として持続性につながってきた。これこそが、本当の意味でのサステナビリティではないでしょうか。実際、積水ハウスの「Value Report」を拝見して印象的だったのは、評価を前提に示すのではなく、どのような考え方で価値を創ろうとしているのかが、自分たちの言葉で誠実に語られていた点です。価値創造は、評価軸に合わせて語るものではありません。考え方そのものが明確で、その思想が経営や事業の中に息づいていることが感じられ、あたたかい気持ちになりました。

■ 國部 | 積水ハウスは創業期に、「できることを試す」ことから燃えない家生まれ、そこから価値が創出されていきました。最初に完璧な目標を置くのではなく、できることから始めることで価値が広がっていきました。



ただ、ビジネスモデルが固定化し、KPIや評価を強化するほど、そうした創業時の精神が発揮しにくくなる側面もあります。だからこそ、事業としてのターゲティングと、ESG経営における価値創造のターゲティングを同一にしないことが重要です。ビジネスは戦略的に対象を絞る必要がありますが、ESGの価値創造は、より広く社会に開かれているべきです。この2つをどう設計し、結びつけていくのか。それを実践として示していくことができれば、積水ハウスは、日本だけでなく、世界をリードするESG経営のモデルになる。まさにそこに、日本企業、とりわけ積水ハウスの強みと可能性があると思っています。

■ 須貝 | 価値を生み出すことを目的と捉えれば、評価やランキングは結果として必ずついてきます。逆に、評価を目的にしてしまうと価値は絶対に生まれない。評価やレーティングは足りない点に光を当てがちですが、企業は、ネガティブな側面を語るために存在しているのではないはずです。どんな目的のもとで、どんな価値を創ろうとしているのか。それを自分たちの言葉で語れるかどうか、これからますます問われていくのだと思います。価値が曖昧で、言葉だけがきれいな取り組み

には、いずれ限界が来る。だからこそ、積水ハウスが続けてきた「価値を起点に考える」という姿勢には、これからの時代に向けた意味がある。私はそこに希望を感じています。



対談を終えて

私たちはこれまでも、積水ハウスグループが歩んできた価値創造の軌跡を紐解き、その先に広がる未来をお伝えしたいという想いで「Value Report」を発行してきました。本対談を通して、私たちが改めて感じるのは、数字だけでは見えてこない価値があるということです。その価値を生み出した人々の想いや挑戦にも光を当てながら、価値創造の物語を自分たちの言葉で伝えていきます。

02 Enduring Value

Summary | 幸せを、未来へつないでいく

美しく良質な住宅ストックを築くこと。

豊かな自然環境を守ること。

子どもたちの幸せに貢献すること。

クオリティ・ファースト、グリーン・ファースト、キッズ・ファーストに
込められているのは、長い時間をかけて果たしていく使命です。

私たちの事業活動の一つひとつが、未来への約束を果たす歩みなのです。



Reflection | 私たちの、未来への約束

目の前のお客様に向き合うこと、
暮らしの中の小さな声に耳を傾けること。
自然や、子どもたちの幸せを想うこと。
その一つひとつから、
まだない幸せを生み出していく。
遠い未来への約束も、
はじまりは、今日の仕事なのだと思います。