

ステークホルダーコミュニケーション

積水ハウスグループは、住宅事業を通じて社会に貢献する企業として、お客様はもとより、すべてのステークホルダーに対して誠実に接し、共に発展することを目指しています。

協力工事店・取引先の皆様に対しては、「お客様満足の実現」という共通の目標に向かって、公正で対等な取引に努め、温かい共存共栄関係を築いています。従業員に対しては、個々が能力を存分に発揮し、創造的成長を遂げられるように、職場環境の整備や制度の充実を図っています。そして、株主の皆様に対しては、健全な成長による利益の実現と企業価値向上のために、公正で透明性の高い企業経営に努めています。



事業にかかわる、すべての人に対して誠実に接し
信頼関係をはぐくみながら、共に成長・発展します

■ ステークホルダーコミュニケーション指針

お客様とのコミュニケーション

- ▶ CS(お客様満足)に関する方針と体制
- ▶ グループ全員で実践するCSアクション
- ▶ お客様アンケートの分析とフィードバック
- ▶ オーナー様とのコミュニケーションツール
- ▶ 賃貸住宅における入居者満足の向上

取引先とのコミュニケーション～サプライチェーンマネジメント

- ▶ サプライチェーンマネジメント
- ▶ 調達方針
- ▶ お取引先様との相互コミュニケーション
- ▶ セキスイハウス会労働保険事務組合
- ▶ セキスイハウス協力会(福利厚生制度)
- ▶ 施工従事者のマネジメント

従業員とのコミュニケーション

▶ 人事基本方針

女性活躍の推進

- 女性活躍推進企業として東証「なでしこ銘柄」に選定
- 女性営業職の活躍推進
- 女性技術職の活躍推進
- 展示場接客担当者の活躍支援
- 女性のキャリア促進と管理職登用

子育てと仕事の両立支援

- 次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画
- 育児に向けた支援制度

ワーク・ライフ・バランスの支援

- ワーク・ライフ・バランス支援制度
- 看護や介護に向けた支援制度及び休職従業員へ向けた各種支援制度

▶ 障がい者雇用の推進

人材育成

- 人材育成の考え方
- 新卒採用に向けた取り組み
- 経営力強化に向けた取り組み
- 自己啓発の支援
- 社内資格制度
- 資格者の管理徹底
- 社内公募制度

ステークホルダーコミュニケーション

労働安全衛生

- 労働災害発生状況
- 労働安全衛生マネジメントシステム
- 施工現場での労働安全衛生活動
- 安全衛生教育研修の実施

従業員とのコミュニケーション

- 経営トップと従業員・協力工事店との対話
- 職場環境改善やCSR推進を目的とした従業員参加型のさまざまな活動
- 従業員をつなぐグループ誌「積水ハウス」
- 月刊メールマガジン「CSRコラム」

■ 株主・投資家様とのコミュニケーション

地域・社会とのコミュニケーション

- ▶ 地域・社会との対話
- ▶ 「サステナビリティレポート」の発行
- ▶ 住環境の質の向上を目指した団体活動および提言活動
- ▶ 環境イベントへの出展
- ▶ サステナブルブックレットの発行

ステークホルダーコミュニケーション指針

主なステークホルダーと積水ハウスグループの果たすべき責任

積水ハウスグループは、住まいづくり、まちづくりを通じて社会に貢献する企業として、以下の指針に基づき、お客様はもとより、すべてのステークホルダーに対して誠実に接し、共に発展します。

主なステークホルダー	果たすべき責任	エンゲージメントの一例
お客様に対して	大切な資産が長く愛着を持って生かされるように、お客様第一の姿勢でコミュニケーションを大切にします。誠実さと奉仕の心をもって接し、お客様満足度を高めます。	<ul style="list-style-type: none"> ■ お客様アンケートの実施 ■ 情報誌「きずな」「Maisowner」「gm」の発行 ■ 「Netオーナーズクラブ きずな」の運営
消費者の皆様に対して	人間性豊かな社会と暮らしの創造に向けて、良き信頼関係を築けるよう、積極的な情報開示を感性豊かに行います。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 総合住宅研究所 ■ 住ムフムラボ ■ 住まいの夢工場 ■ サステナブル デザイン ラボラトリー ■ 観環居 ■ ゼロエミッションセンター ■ すまい塾 ■ 生活リテラシーブック <p>などを活用したダイアログの実施</p>
取引先の皆様に対して	お客様満足の実現を通じて共に発展していくために、公正で対等な取引に努め、温かい共存関係を育てます。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 積水ハウス会、セキスイハウス協会の組織化 ■ 方針説明会の開催 ■ 取引先評価の実施

従業員に対して	従業員がその能力を生かし、価値ある仕事を通じて創造的成長を遂げられるように、多様な一人ひとりの個性を尊重し、公正かつチャレンジ精神のあふれる職場環境・制度を整備し、ESの向上を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> ▣ 「人材サステナビリティ」に基づくマネジメント ▣ 社内公募制度 ▣ 社内資格制度 ▣ ヒューマンリレーション研修 ▣ ガバナンス意識調査 ▣ 労働安全衛生マネジメントシステム ▣ メンタルヘルスマネジメント ▣ 積水ハウスグループ誌「積水ハウス」発行
株主・投資家の皆様に対して	健全な成長による企業価値の向上と株主様への利益還元のために、社会的価値の高い企業であり続けることを目指し、公正で透明性の高い企業経営を行います。	<ul style="list-style-type: none"> ▣ 株主総会 ▣ 「Business Report」「Annual Report」発行 ▣ 「IRニュースメール」配信 ▣ 株主優待制度
地域・社会に対して	地球環境を守りつつ、すべての人が人間らしい豊かな暮らしを実現できるよう、地域の文化と豊かさをはぐくみ、住まいと暮らし、そして住文化に密着する住宅企業らしさを生かし、社会還元、協力と参画に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ▣ NPO法人西山卯三記念すまい・まちづくり文庫への協力 ▣ 障がい者の自立支援 ▣ NPO法人キッズデザイン協議会への協力 ▣ 積水ハウスマッチングプログラム ▣ 公益信託「神戸まちづくり六甲アイランド基金」
共通項目	コンプライアンスの徹底、環境配慮の徹底、説明責任の遂行	

CS（お客様満足）に関する方針と体制

創業以来、一貫して「お客様第一」に徹し、CS経営を推進

積水ハウスでは「人間愛」を根本哲学とする企業理念のもと「最高の品質と技術」を目指し「人間性豊かな住まいと環境の創造」に取り組んでいます。創業以来、どのような時代にあっても常に変わることなく「お客様第一」に徹した経営を貫いてきました。「CSを高めることが究極の目的である」という経営トップの明確な意志によって、営業・設計・生産・施工・アフターサービスなど、すべての現場で「真のCS」を実現するために日々活動しています。

全社的な活動徹底のため、1998年には本社に専任部署として「CS推進部」を設置しました。CS推進部では、顧客満足向上のためのCS推進、品質管理の総合的な企画・立案・推進および品質保証ならびにお客様の個人情報の適正な取り扱いに関する総括管理、アフターサービスおよび顧客管理の総括管理に関する事項を掌理し、CS推進室・品質保証室の2室を置いて、これを分掌しています。また、グループ会社における当該事項に関する状況把握や支援を行っています。

また、2005年にはCSR委員会のもとに「CS向上部会」（現在は「CS、ES、SS向上 社会貢献部会」に改組）を設置。すべてのお客様に、生涯にわたって心から満足いただくことを目標に、CS経営を推進しています。

グループ全員で実践するCSアクション

「CSアクションガイド」お客様の最高の笑顔に出会うために

積水ハウスは、1960年の創業以来「お客様第一」を経営の原点に、徹底したお客様志向を貫いてきました。長い低成長の時代を迎え、さらに「お客様第一」の姿勢を強化。「良い商品」を「良いサービス」でお届けするという基本の再徹底を図り、「CS向上」を旗印に、全社を挙げてCS活動を推進することになりました。その一環として、1998年、行動のためのガイドブック「CSアクションガイド」を作成。全社員に配布しました。以来、CS活動を企業戦略の要として明確に位置付け、社員の意識・行動の改革および商品・サービスの「質」の向上に取り組んでいます。

2008年には、内容を全面改訂した「CSアクションガイド2008」を発行・配布しました。あらかじめ正解を用意するのではなく、各自あるいは各チームで主体的に考え、具体的な行動に落とし込む構成としました。このガイドブックを活用することで、社員一人ひとりが、お客様の立場で、お客様と向き合って活動しているかを見つめ直し、すべてのお客様に心から「ありがとう」と言っていだける行動に結び付けることを狙いとしています。各職場で勉強会を実施し、社員の意識啓発・業務改善に役立てています。また、協力会社の方々にも読んでいただき、CS活動の連携を深めています。

これまでの取り組み

- 1998年8月 「CSアクションガイド」発行
- 1999年9月 「CSアクションガイド'99」発行
- 2005年～2006年 全支店でCS向上研修会実施
- 2006年～2007年 全カスタマーズセンターでCS向上研修会実施
- 2008年8月 「CSアクションガイド2008」発行



「CSアクションガイド」をもとに、社員一人ひとりがお客様本位のCS活動を実践

お客様アンケートの分析とフィードバック

さらなる品質向上とサービス充実のために

積水ハウスでは、提供した商品・サービスについて、お客様に評価していただくために「お客様アンケート」を実施しています。

「着工前お伺い書」は、納得いただいていない事柄を明らかにすることにより、不安を解消し、着工後の業務をよりスムーズに行うことが目的です。「入居時アンケート」では、打ち合わせから施工までの各業務プロセスにおける満足度などを確認します。「入居後1年アンケート」（賃貸住宅の場合は「引き渡し後2年アンケート」）では、設計提案内容や使い勝手の満足度、アフターサービスの評価などを確認します。「入居時アンケート」「入居後1年アンケート」については、2012年8月度調査分から、積水ハウスオーナー様向け会員制サイト「Netオーナーズクラブ きずな」でも回答ができるようにして、利便性の向上を図りました。

アンケートでは、総合満足度、建物の出来栄え、推薦意向、各部位の満足度、エコ関連の満足度、各担当者の満足度などを伺います。お客様一人ひとりが、住まいの品質および各担当者から提供されたサービスの内容に満足されているかを確認し、今後の品質向上とサービス充実に努めるとともに、不満や不具合がある場合は迅速に対応して解消・改善します。また、自由記述欄を多く設けているため、こだわりや要望、実際に生活してみたの感想など、お客様の生の声を知ることができるのも大きなメリットです。お客様の多様な意見を把握することは、お客様の視点に立った住まいづくりを行う上で不可欠だからです。

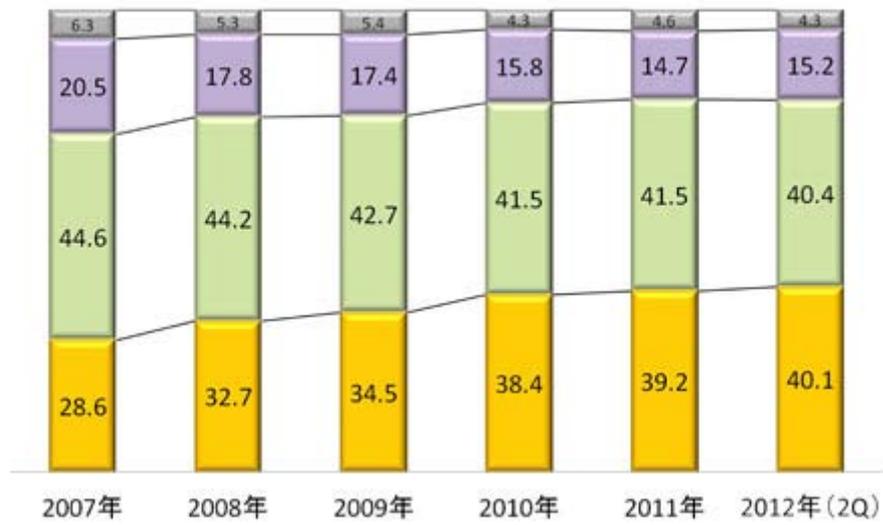
アンケートの結果を集計・分析し、調査結果を関係各部署にフィードバックして、日常の業務改善はもちろん、新たな部材や商品の開発、設計・施工の改善などに役立てています。



提供した商品・サービスに対して、価値を見だし、満足いただけたかを「お客様アンケート」でチェック

● お客様アンケート 満足度調査（7段階評価）

■ 非常に満足 ■ 満足 ■ まあ満足 ■ その他（どちらともいえない、やや不満、不満、非常に不満）



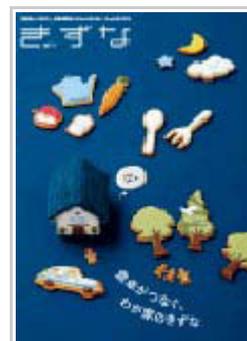
オーナー様とのコミュニケーションツール

積水ハウスでは、お引き渡し後も会員制ホームページや定期発行の情報誌などを通じて、オーナー様への情報提供とコミュニケーションを継続。オーナー様とのきずなを深めています。

戸建住宅のオーナー様向け情報誌「きずな」

戸建住宅のオーナー様には「いつもいまが快適」な暮らしをサポートする情報誌「きずな」を年2回配布しています。住まいづくりを通して結ばれたきずなを大切に、オーナー様の住まいと幸せな暮らしを生涯にわたって見守り続けたいという思いを込めて発行しているものです。1975年の創刊から、2012年末までに126号を発行しました。「きずな」では、環境に優しいライフスタイル、災害時に住まいと暮らしを守るための備え、家族の関係のあり方など、実例を交えながら具体的に紹介しています。また、オーナー様同士のコミュニケーションの場としても好評をいただいています。

2012年に発行した第125号の特集「Do the Garden!」では「経年美化」「ベジ・ガーデン」「生物多様性」「コミュニケーション」「リフォーム」をテーマにオーナー様のガーデニング実例を紹介。併せて、気軽に始められる「週末ガーデニング」のなどを掲載しました。第126号の特集では「『食』がわが家の中心です」と題し、「食」を通じたコミュニケーションを大切にして家族や仲間とのきずなをはぐくんでいるオーナー様の食空間実例のほか、プロに学ぶ「キッチン快適化のコツ」などを紹介しました。また、2012年度は「太陽光発電リフォーム」について特集した特別増刊号も発行しました。



積水ハウスのオーナー様だけの会員制ホームページ「Netオーナーズクラブ きずな」（会員数約20万人）では、毎日の快適な暮らしをサポートする、さまざまな情報を提供しています。住まいのメンテナンスやリフォーム、インテリアやガーデニング、「安全・安心」や「健康」に関する情報、役立つアイテムなどを紹介。多彩なコンテンツでオーナー様と双方向のコミュニケーションを深めています。

積水ハウスならではのお手入れ情報やアドバイスを部位別に詳しく紹介する「メンテナンス」のコーナーでは、オーナー様ご自身でできる修理・調整の方法を動画で見ることができます。携帯電話やスマートフォンの画面を見ながらお手入れや修理ができるよう、モバイルサイトも用意。QRコードを読み込んで簡単にアクセスすることができます。

お手入れ、リフォーム、インテリア、ガーデン、住まいの保険など、住まいに関する疑問や悩みをインターネットで気軽に相談できる「相談室」も設けています。質問や相談には、各部門の専門スタッフが直接お答えします。



緊急時に役立つ「震災住宅サポート情報」。トップページからログインせずに即アクセスできます

関連項目

■ 「Netオーナーズクラブ きずな」

賃貸住宅のオーナー様向け情報誌「Maisowner（メゾナー）」

「シャーメゾン」（積水ハウスの低・中層賃貸住宅商品の総称）のオーナー様には、年に2回、情報誌「Maisowner（メゾナー）」を配布しています。最新の賃貸住宅の動向や実例紹介のほか、税・法律の知識、リフォーム提案など、賃貸住宅経営や資産運用に役立つ情報を掲載しています。

2012年は、巻頭に「メゾナーインタビュー」と題した記事を掲載。春号では造園家の荻野寿也さん、秋号では医師・作家の鎌田實さんのお話を紹介しました。また、太陽光発電リフォームによる「発電経営」について特集した特別増刊号も発行しました。



分譲マンションのオーナー様向け情報誌「gm（ジーエム）」

積水ハウスの分譲マンション「グランドメゾン」のオーナー様には、年に3回、情報誌「gm（ジーエム）」を配布しています。全国の物件紹介、より豊かで快適な暮らしを楽しんでいただくための提案や生活リテラシーなど、幅広い情報を提供しています。

2012年に発行した第30号～第32号では、「MANSION考」で集合住宅における既存樹の生かし方・守り方、集合住宅における「防火」、集合住宅における「防犯」について特集。「生活リテラシー」では、心地よさのためのインテリア術として「ふだんの上質インテリアメイク」「子どもだって楽しいインテリア」「ぐっすりーぷインテリア」を紹介しました。



これまでの取り組み

- 1971年 お客様向け情報誌「住居溜（スマイル）」創刊（現在は廃刊）
- 1975年 戸建住宅のオーナー様向け情報誌「きずな」創刊
- 1986年 新規・継続のお客様向け情報誌「こんにちは」創刊（2012年3月～「sumai smile」に名称変更）
- 2001年 「Netオーナーズクラブ きずな」開設
- 2002年 分譲マンションのオーナー様向け情報誌「gm（ジーエム）」創刊
- 2006年 賃貸住宅のオーナー様向け情報誌「Maisowner（メゾナー）」創刊
- 2009年 「きずなガーデンコンテスト」開始
- 2011年 「節電アクションコンテスト」開始

賃貸住宅における入居者満足の向上

積水ハウスグループでは、賃貸住宅に入居している方々の満足向上を目指し、さまざまな取り組みを推進しています。

入居者向けサービス「MASTクラブ」

「MASTクラブ」は、積和不動産グループが管理する賃貸住宅の入居者を対象にしたサービスです。「MASTポイントサービス」として、毎月の家賃1000円につき1ポイントを付与。たまったポイントは、積和不動産グループでの住み替えや不動産の購入・売却、積水ハウスでの注文住宅建築の際などに利用できます。引っ越しや旅行、レンタカーなどを割引料金で利用できる特典も付いています。2013年1月末時点の会員数は、約48万4000人です。

「MASTクラブ」会員には、快適な暮らしをサポートする有料サービスとして「クラシエルジュ」「積和入居者保険」「らくらくパートナー」を用意しています。

「クラシエルジュ」は、レジャーやスポーツなど、毎日の暮らしを楽しむ多彩なメニューが優待価格で利用できるサービスです。「ご出産お祝い品プレゼント」などの特典も受けることができます。

「積和入居者保険」は、賃貸住宅入居者の暮らしと家財を守る保険。24時間365日、事故の連絡・相談をフリーダイヤルで承ります。加入者の急な発病やけがをアシストするサービスも行っています。

賃貸住宅を借りる時に悩む方が多いのが、連帯保証人探し。そんな方のために、保証人不要プラン「らくらくパートナー」を用意しています。「らくらくパートナー」がサポートする保証人不要プランの対象は、全国の積和不動産グループが管理する、すべての賃貸物件。約50万室の中から選んでいただけるので、お部屋探しの幅が限定されることはありません。

関連項目

[▶ 「MASTクラブ」](#)

入居者アンケートの実施

積水ハウスの賃貸住宅「シャーメゾン」に入居されている方々にアンケートを実施。結果を詳細に分析し、新商品の開発、生活ソフトの提案、サービスの提供など、多様な取り組みに役立てています。

調査結果は、積水ハウスの「土地活用・賃貸住宅経営サイト」などで公開しています。

関連項目

[▶ 土地活用・賃貸住宅経営サイト](#)

サプライチェーン・マネジメント

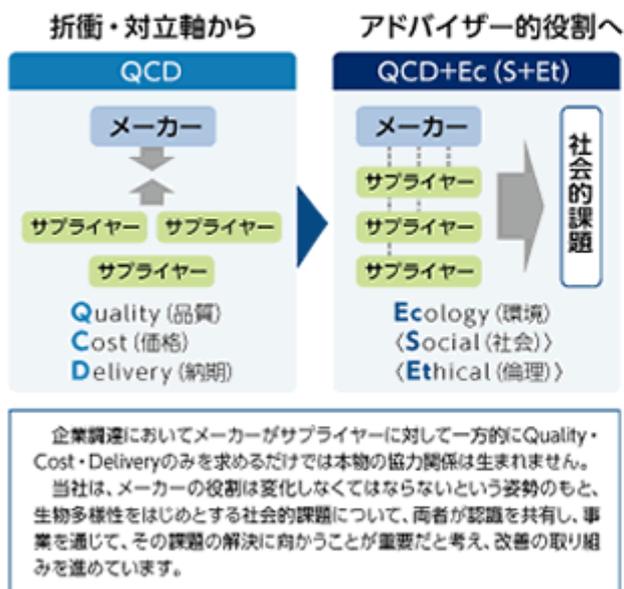
積水ハウスグループの事業は、生産から施工、アフターサービス、リフォームに至るまで、資材調達先や施工協力会社などさまざまな取引先様の協力の下に成り立っています。当社グループではこれら取引先様を「運命協同体」ととらえ、信頼関係の維持向上に向けたサプライチェーン・マネジメントを実施しています。

資材調達に関しては、「方針説明会」を定期的で開催し、資材の「最高品質」「最適価格」「最適な供給」「環境配慮」実現に向けたさまざまな取り組みを実施しています。

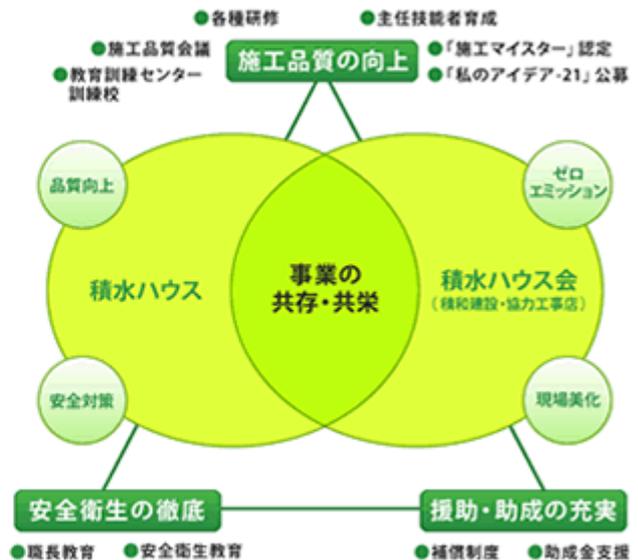
施工に関しては、積水ハウスの各支店が地域の「積水ハウス会」（積水ハウスの施工に携わるグループ会社や協力工事店によって結成されている任意組織）と共に、施工現場や協力工事店が抱えている課題を共有して解決策を検討する情報交換の場や、研修・勉強の場を設け、業務改善や技術向上に努めています。さらには、協力工事店等における人材育成、施工現場の安全対策・美化、積水ハウスのオーナー様や近隣の皆様への対応向上など、さまざまな取り組みを積水ハウス会と共に進めています。

当社グループはこれからも、お客様満足・品質の向上、コンプライアンスの徹底、安全対策、環境配慮、災害対応、事業継続などの課題にお取引先様と共に取り組み、共存共栄と持続可能な社会づくりに向けて行動していきます。

資材調達に関して

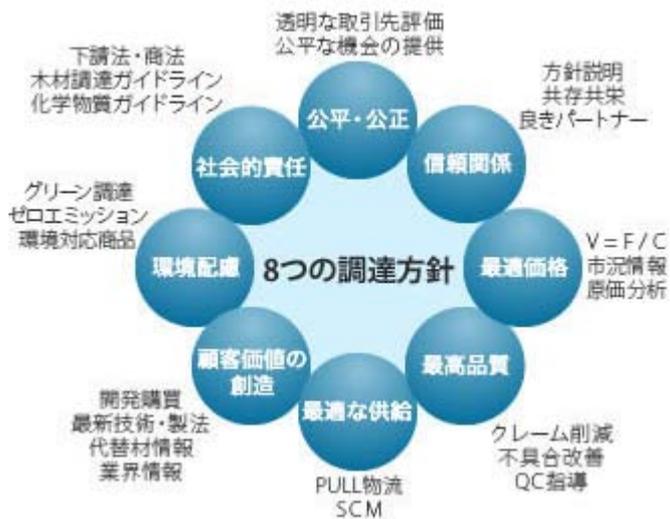


施工に関して



調達方針

積水ハウスグループでは、「企業理念」「企業行動指針」に基づく実践的調達活動を遂行するため、「最高品質（Q）」「最適価格（C）」「最適な供給（D）」「環境配慮（G）」を中心とした8つの「調達方針」を掲げ、それを遵守推進することを基本方針としています。その「公正・公平」な実践こそが、最も重要な事業活動のパートナーであるお取引先様との「信頼関係」の構築と、円滑かつ良好なお取引関係の実現にもつながるものと考えています。



QCD+Gの推進

原材料規格・製品仕様書に基づいて、購買・海中先の評価・指導に努める	最高品質 Q	最適価格 C
	環境配慮 G	最適な供給 D
グリーンファーストの視点をベースに環境、快適性、経済性を追求する	供給責任を果たし、安定供給に努め、効率的な物流を追求する	

お取引先様との相互コミュニケーション

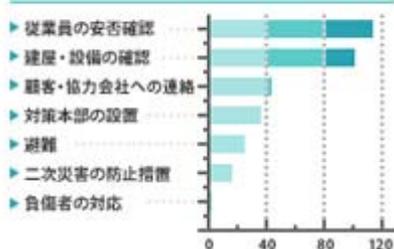
方針説明会の開催

住宅資材のお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っていくために、年2回「方針説明会」を開催しています。「方針説明会」では、当社より経営概況、中期経営計画、調達方針等について説明させていただくとともに、お取引先様における具体的な商品改善の事例紹介を交えるなど、今後の方針展開の参考になるように構成し、お取引先様との相互理解を深めています。

近年、重要テーマの一つとして「BCM（事業継続マネジメント）」を取り上げていたところ、2011年3月の東日本大震災が発生しました。お取引先様の尽力により、特殊な事情を除けば操業を一日も止めることがなく、事業を継続することができました。この信頼関係をより強固なものとするために2011年度に実施したお取引先様へのアンケート結果を基に、2012年度は「災害初動体制訓練」「災害総合訓練」を実施しました。この訓練を通じて、各お取引様で構築頂いているBCMを確認するとともに、実践から課題を発見し、具体的な改善活動を実施して頂き、BCMをより効果的なものとして頂くことができました。

東日本大震災アンケート

Q.初動時に行ったことは何ですか？



Q.今後の災害への対策は？ (企業数)



Q.今後の災害への対策として具体的な内容は？



また、お取引先様との連携を一層強化することを目的として「方針連携強化活動」の取り組みを2012年度から開始しています。「方針説明会」での当社からの発信内容について、お取引先様によって誤解や実践度合いのバラツキが生じることがないようにするものです。「方針連携強化会議」を中心に、各社の方針展開の仕組み等について討議を実施し、お取引先様との合意形成を図っていきます。

＜「改善事例発表会」を同時開催＞

方針説明会に合わせてお取引先様の企業体質改善の好事例を紹介する「改善事例発表会」（2012年で31回目）を同時開催し、お取引先様相互のレベルアップの場としても生かしています。

方針説明会や改善事例発表会にご参加頂いたお取引先様には、相互コミュニケーションの一環として改善活動の自社展開や当社への期待等に関するアンケート調査を実施し、ご回答いただいた内容を「方針説明会」の運営改善に役立てています。

資材調達における「最高品質（Q）」「最適コスト（C）」「最適物流・安定供給（D）」「環境配慮（G）」を実現に導く取り組みの一つとして、今後も継続的に当社方針の説明と改善活動の横展開をお取引先様と共に実行していきます。

お取引先様の企業体質改善サポート

各お取引先様における改善点の抽出、対策立案、フォローならびに企業体質改善の促進を目的に当社工場品質管理部と連携して、「訪問先チェックシート」を活用した主要なお取引先様への「工場訪問」と「QC診断」を継続的に実施しています。

2012年度は、お取引先様の製造現場における技術・製造の担当者から管理者までを束ねる経営層の方々向けに「方針管理研修」を昨年に引き続き開催しました。お取引先様における企業体質の改善、目指すべき方針の策定方法など経営計画全般にわたる実践的なプログラムを提供しました。

「取引先評価」の実施

「公平・公正」なお取引を実施するため1998年より「取引先評価」を実施しています。2009年以降は、お取引先様の体質改善にお役立ていただけるよう評価結果を公開しています。評価は、社内関係部署（開発・生産部門）との連携で実施し、評価項目や基準は定期的に見直しを行っています。

2012年度は、品質・納期・価格・会社の資質・技術力協力度・提案・経営状態・環境配慮の8項目について評価を実施しました。品質および価格の評価方法を、より高いレベルでQCD+Gを実践頂けるものに見直しました。取引先評価は単なる「評価」と「表彰」だけに終わるのではなく、具体的な評価ポイントや改善事例を紹介することで、お取引先様におけるPDCAをより実践的なものとし、改善アクションにつなげていくことを第一の目的としています。今後も、「取引先評価」を通じたお取引様の体質強化と、より透明性の高い「取引先評価」による、公平・公正なお取引を実施していきます。



「取引先評価表」イメージ
評価項目に基づき、A～Eの5段階で総合評価。バランスチャートを用いて強みと課題を可視化。

セキスイハウス会労働保険事務組合

「セキスイハウス会労働保険事務組合」は、1977年に発足した、各地域の積水ハウス会（施工協力会社事業主の団体）を母体とし、その事業の一環として、労働保険（労働者災害補償保険、雇用保険）に関する事務手続きを代理で行う団体です。事業主の法的義務を果たし、福祉の充実や技能の向上などを図ることを目的に運営されており、現在、全国に18の事務組合があります。



全国18カ所に「セキスイハウス会労働保険事務組合」を設置

職方や一人親方が安心して働ける環境づくりを支援

労災保険は本来、労働者の負傷・疾病・死亡等に対して国が保険給付を行う制度です。しかし、労災保険が適用されない事業主・一人親方（誰も雇わずに請負で仕事をしている人、雇っていても年間延べ100日未満の場合や家族のみで仕事をしている場合も一人親方）および家族従事者に対して、特別に任意加入を認めているのが「労災保険特別加入制度」で、これに加入すると保険給付が適用されます。「セキスイハウス会労働保険事務組合」では、この特別加入制度の加入促進を図っています。

さらに、特別加入者労災上乗せ補償制度（国の労災保険給付とともに事務組合からも給付）、技能検定資格取得祝い金制度、死亡弔慰金制度、健康診断助成金制度など「セキスイハウス会労働保険事務組合」ならではの独自制度も持っています。

協力工事店事業主の事務を代行し、事務処理にかかる労力の大幅な軽減に貢献するとともに、職方が安心して働ける環境づくりをバックアップしています。

セキスイハウス協力会（福利厚生制度）

施工現場で一緒に仕事をする協力工事店の職方が安心して働ける環境を提供することは、積水ハウスの重要な責務の一つです。規模が小さい工事店では、社会保険への加入や福利厚生システムの構築が難しい場合もあります。そのため、積水ハウスでは、福利厚生を主な目的とした任意団体「セキスイハウス協力会」を1982年に設立しました。

2012度、「セキスイハウス協力会」諸制度への積水ハウスの助成金額は、積水ハウスが別途実施している諸制度を含め、15.0億円でした（下表の※印が対象）。

施工従事者の福利厚生の充実を目指しています

「セキスイハウス協力会」は、積水ハウス株式会社を含む全国の施工協力会社が集まって組織されています。施工協力会社における福利厚生の推進、雇用管理の指導、援助助成を行い、雇用環境の改善と施工従事者の福祉増進を図っています。さまざまな補償制度のほか、施工従事者の知識・技能や労働意欲の向上を促すための奨励金制度なども設けています。「セキスイハウス協力会」運営により、施工従事者に安心して仕事に取り組んでもらうことで、安定した施工力の確保にもつながっています。2013年度からは、若手大工職の確保と育成を図る新しい助成金制度を設置予定です。

また、施工協力会社の事業主および雇用管理担当者のための「雇用管理通信」を発行しています。協力会業務に関する最新情報を共有するとともに、専門知識習得に役立つ情報なども紹介し、啓発を図っています。

「セキスイハウス協力会」が運営管理する諸制度

制度名	対象	主目的
業務上災害弔慰見舞金補償制度	協力会社職方（事業主・一人親方・労働者）	現場施工従事者が死亡、または障害が残った場合の労働災害の法定外補償（ただし、事業主・一人親方で特別加入制度未加入者は対象外）
第三者損害賠償補償制度		過失により近隣、施主、通行人等第三者に損害を与えた場合の損害賠償の補填
現場盗難事故補償制度		現場で大工道具・工具が盗難にあった場合の損害による費用を補填
入院補償制度	協力会社に所属する事業主・一人親方・労働者・事務作業員	国民健康保険加入者（業務外休業の場合、傷病手当金が出ない）の入院時にかかる費用負担の軽減。労災事故の場合も給付あり
がん保険制度	協力会社に所属する事業主・一人親方・労働者・事務作業員と、その2親等以内のご家族の方	がんで入院、手術時にかかる費用負担の軽減
積立年金制度※	積水ハウス施工2年以上の専属職方（事業主・一人親方・労働者）	退職金制度等を設けていない協力会社の職方のための個人年金制度

積水ハウス株式会社が抛出する諸制度

制度名	対象	主目的
健康診断補助金制度※	基礎・外装・内装の職方および施工管理者（事業主・一人親方・労働者）、その他専属施工職方および施工管理者	現場施工3職種その他積水ハウス施工専属の職方等を対象に定期健康診断の費用の補助
在職功労金制度※	積水ハウス施工5年以上の専属の基礎・外装・内装職方（事業主・一人親方・労働者）	基礎・外装・内装職方の労働意欲、定着率の向上による、基幹職種施工人材の確保・育成
主任技能者技能奨励金制度※ 施工マイスター奨励金制度※	主任技能者または施工マイスター有資格者で資格該当業務に従事している職方（事業主・一人親方・労働者）	職方の技能の向上と技術習得意欲の向上
積立年金制度※	本制度には積水ハウスからも助成金支給	

施工従事者のマネジメント

施工に携わる協力会社・協力工事店の施工従事者のマネジメントは、法令遵守徹底、施工品質向上、CS（お客様満足向上）、安全衛生管理、教育研修、福利厚生観点から重要です。当社は2005年から「施工従事者データベース」を運用し、施工従事者マネジメントに活用しています。

施工従事者データベースの主な活用目的と管理内容

施工従事者の安全衛生管理

- 労働災害への対応
- 現場への入場・退出管理
- 安全衛生教育受講記録の管理

施工品質管理およびCS向上

- 有資格者と無資格者の区別による合理的な施工制度の実施
- 主任技能者検定受検資格対象者管理
- 施工体制合理化のための施工従事者状況の把握・分析

施工従事者の福利厚生の増進

- 在職功労金対象者の管理
- 主任技能者技能奨励金対象者の管理
- 福利厚生諸制度の加入状況の管理
- 健康診断記録の管理

施工体制の分析と検証

- 施工現場環境改善のための施工従事者状況の把握・分析
- 年齢構成の把握と高齢化対策の検討

各種法令の要請の趣旨に沿った利用

- 労働保険の保険料の徴収等に関する法律に基づく労災保険申告・納付のための労務管理

人事基本方針

「人材サステナビリティ」

本格的な少子高齢社会を迎え、労働力人口も減少の一途をたどる中、仕事と生活を両立させ、個人の能力や活力を最大限に活かした多様な働き方・生き方のできる環境整備は、我が国全体の重要課題であるとともに、企業の果たすべき社会的な義務の一つとなっています。

一方、企業の継続的な成長のためには、性別をはじめとする多様性を活かし、個人がその能力を十分に発揮する組織であることが必要不可欠です。その実現のためにも、社員が仕事も含めた社会生活において心身ともに豊かで充実していること、多様な人材が創造性、革新性を発揮する組織であることが求められています。

当社では、2006年3月、社員と企業がサステナブルな（持続可能な）成長をはかっていける環境をつくり、社会に対して貢献し続ける企業であることを目指し、「女性の活躍推進」「多様な人材の活躍」「ワーク・ライフ・バランスの推進」を、3つの柱として「人材サステナビリティ」を宣言しました。以来、女性営業の積極採用・育成や、育児休暇制度の拡充、定年退職者の再雇用、人材公募制度など、さまざまな取り組みを行ってまいりました。今後も「人材サステナビリティ」に基づく施策を実行し、「社員が幸せを感じ、いきいきと仕事ができ、目標に向かうことができる企業集団」をめざしてまいります。

● 重点課題

- さらなる女性の積極採用と管理職登用
- 子育て支援の強化
- ワーク・ライフ・バランス推進のための職場環境づくり

女性活躍の推進

女性活躍推進企業として東証「なでしこ銘柄」に選定

2013年2月26日、当社は東京証券取引所が女性活躍推進をテーマに抽出した「なでしこ銘柄」に選定されました。今回選定された銘柄のうち、住宅・建設業界からの選定銘柄となります。

東京証券取引所は、東証一部上場企業の中から特定のテーマや指標をベースに「テーマ銘柄」を抽出し、公表しています。3回目となる今回は、日本経済の再生と就業人口を維持するために、量的な側面だけでなく質的にも女性人材の登用を推進することが期待される中、女性が働き続けるための環境整備を含め、女性人材の活用を積極的に進めている企業が「なでしこ銘柄」として選定されました。



「なでしこ銘柄」ロゴ

当社は、2006年3月、人事基本方針として「人材サステナビリティ」を宣言しました。従業員と企業がともに持続可能な成長を可能にする環境・仕組みをつくり、「女性の活躍推進」「多様な人材の活躍」「ワーク・ライフ・バランスの推進」を3つの柱に、従業員にとって働きがいのある職場づくりを推進しています。

生活面でも多くの経験を積んでいる女性は、当社グループにとってなくてはならない存在です。当社は今後も、仕事と育児を両立する等、あらゆる女性社員が活躍できる機会の創出と環境整備に取り組んでまいります。

(参考資料) [積水ハウスの“なでしこ”たち \(PDF : 3.66MB\)](#) 

「なでしこ銘柄」に選ばれたことを受け、社内外にそのメッセージを伝え、職種・グループ横断的に活躍する社員の事例と取り組みを紹介した冊子です。

(2013年5月発行)



＜当社の「なでしこ銘柄」選定理由＞

積水ハウスでは、住宅の提案には多様な感性が求められるとの認識のもと、多様な人材が力を発揮し、価値を提供できる組織づくりが重要であると考え、「人事基本方針」の大きな柱の一つに「女性の活躍推進」を掲げています。

推進体制の面では、2006年に「女性活躍推進グループ」を設置。女性営業職の積極的な採用を行うとともに、女性営業職員を対象にした交流会やキャリア支援・研修を実施しています。女性の管理職への登用も拡大しており、グループ全体での課長職以上の女性管理職の人数は、2006年が15人だったのに対し、2012年1月末時点では34人にまで拡大しています。

家庭と仕事との両立を支援する「短時間勤務制度」の利用者数も年々拡大しているほか、女性の育児休業取得後の復職率も93.3%（2011年度）と高い水準になっています。

なでしこ銘柄に選定されたことを受け、企業や団体からの講演依頼※が増えました。女性の活躍支援に取り組んでいこうという“輪”が広がっています。

※「なでしこ銘柄」に選定後の「女性活躍推進グループ」への講演依頼数8件 受講者約900名（2013年11月現在）

関連項目

- ▶ [育児に向けた支援制度\(P.444\)](#)
- ▶ [看護や介護に向けた支援制度及び休職従業員へ向けた各種支援制度\(P.449\)](#)

女性活躍の推進

女性営業職の活躍推進

長年にわたり、住宅・建設業界は、営業職・技術職ともに男性中心で、女性は少数派でした（※注）。少子高齢化、女性の社会進出、価値観の多様化、それに伴うお客様ニーズの多様化など、社会が急速に変化し住まいづくりにおいても多様な感性が求められる中、“女性目線”は大変重要であり、当社は企業対応力の幅を拡げようと女性営業職を積極的に採用し、育成していくことを経営方針として掲げ、取り組んでいます。また、住宅の質の向上とともにリフォームをして長く住み継いでいこうという文化も国内に浸透し、積水ハウスが建築した住宅の純正リフォームを担当する積水ハウスのリフォーム株式会社でも“女性目線”でリフォーム提案を行う女性営業職の積極採用と育成を進めています。リフォームでは、お客様の生活が続く中での工事となることが多いことや女性が主導権を握って商談が進むことが多いことから、女性営業職がなじみやすく、両社で女性営業職の活躍推進を図っています。

※注）住宅事業の仕事は、

1. 個人相手の仕事が大半で、土日や夜の打ち合わせが多く、外回りの時間が長い。
2. 施工（工事）現場が小規模かつ点在していて、環境整備が容易でない。
3. 全国に拡がる拠点は数名単位の規模となることが多く、ロールモデルを見出しにくい。

という特性がありました。当社はこれらを正面から捉え、解決のために経営陣から現場までの改革を進めてまいりました。

1998年	積水ハウスで初めて女性営業職を新卒で採用
2005年	営業職（新卒）に占める女性採用率を2割を目標に積極採用開始

当初は、女性営業自身にも受け入れる事業所にも試行錯誤の部分が多く、スムーズに定着するに至りませんでした。女性営業職の育成と定着にフォーカスした取り組みをスタートさせたこともあって、徐々にマネージャーも誕生するなど、着実に経営方針が根付いてきています。配属に当たっては、新人特有の不安を解消するため、人材育成に長けた店長のもとに配属したり、既に女性営業職が在籍する事業所や在籍していない場合は複数の女性営業職を同時に配属したりするなどの配慮をしています。事業所枠を越えたネットワーク構築の機会を提供したり、本社内組織「女性活躍推進グループ」による面談も行っています。

2006年	本社内に「女性活躍推進グループ」設置
2007年	<p>「全国女性営業交流会」をスタート（毎年開催）</p> <p>※全国女性営業交流会とは</p> <p>全国の女性営業を一堂に会し開催している交流会。社長はじめ経営幹部同席のもと、業績表彰・優 績社員の成功事例発表・グループ討議などを通して、仕事の面白さややりがいを実感してもらい、 スキルアップやモチベーションアップを図っています。</p>
	<p>「女性営業推進委員会」による推進体制をスタート（継続実施）</p> <p>※モチベーションが高く、一定の成果を出している自律した女性営業20名を選抜。推進委員とし て、各エリアで女性営業を対象とした研修を定期的・継続的に企画・実施。スキル面だけでなく、 メンタル面でのフォローもできる体制を構築しました。また、年に数回全国の推進委員が集う推進 委員会を開催し、全国の取り組みを共有、担当エリアの施策に活かしています。</p> <p>※女性営業のホームページを立ち上げ、成功事例や女性営業推進委員会で作成した営業ツール等を発 信し、女性営業全体のスキルアップを促進しています。また、ロールモデルとなるママ営業の活躍 事例など多様な働き方を紹介し、キャリアビジョン構築につなげています。</p>
2008年	<p>住宅メーカーによる「女性営業交流会」を企画・運営開始</p> <p>※2008年より住宅メーカー同士の横連携で住宅営業の現場で女性が活躍できる環境づくりについ て意見交換を開始。当社を含め3社でのスタートでしたが、現在（2012年）は9社が参加するまでに 拡大しています。積極的にロールモデルを提供し、住宅業界の女性営業の活躍に向けて取り組んで います。</p>
	<p>個別対応による両立支援の実施</p> <p>※ロールモデルとなる自律した女性営業を対象に、結婚後、育児終了までの間、個人の状況に合わせ て定休日・所定勤務時間の変更、結婚・配偶者の転勤による勤務地の変更などを認めています。 （本制度累計利用者数 13名）</p>
	初の女性支店長就任
2013年	<p>10月現在、女性支店長1名、店長4名が就任。</p> <p>※店長候補も、両立ロールモデルとともに増加しています。</p>

これらの取り組みの結果、業界最多となる222名（積水ハウス単体）の女性営業職が全国で活躍するに至って
います。

リーダー育成のため、全16営業本部に女性店長を1人以上登用することを目指して取り組んでまいります。

● 「全国女性営業交流会」の様子



働き方の事例発表や、情報交換、グループ討議の様子



優績社員へ表彰状を手渡す阿部社長

また、当社グループの積水ハウスリフォーム（株）では、「生活感覚」を持つことがお客様のニーズを引き出し、最適なお提案につながると考え、「リフォームアドバイザー（営業）」として家庭を持ち育児経験のある女性を積極的に採用しています。働き方の選択肢として、正社員・契約社員（入社1年を目途に正社員への移行可能）とともに週休2日制または3日制の選択を可能にしており、育児休業や短時間勤務などの制度も利用して、多くの社員が仕事と家庭生活の両立を実現しています。

新築戸建て住宅の営業職以上に、女性の活躍が順調に進んでいて、女性営業職は527名で全営業職の59%を占めるに至り、既に営業所長3名、店長43名が誕生しています。

女性活躍の推進

女性技術職の活躍推進

営業職と比較すると早くから女性技術職は定着し、1990年代には技術部門を担当する女性取締役も在任していました（1990～1998年／技術本部副本部長や生涯住宅研究室長などを歴任）。技術系の社員採用に占める女性の割合は、特に2004年以降高まっており、約3割を占めますが、結婚・出産・育児などを理由とする離職が減っていない（横ばい）という現状があります。

女性技術職が、長期的にいきいきと活躍できるための職場環境の整備を目的として、2012年に「女性技術系社員活躍推進ワーキング」を立ち上げました。ネットワーク形成のための勉強会・交流会では、営業本部単位で任命された推進メンバー20名が、自ら企画・運営を行い、情報共有を図るとともに、女性技術職のモチベーションアップにもつなげています。さらに、女性技術職の社員専用のホームページを開設。いきいきと働く女性技術職や、結婚・妊娠・出産・介護に関する社内制度などを紹介しています。

また、2013年から女性技術職を対象に在宅勤務のテスト導入を開始しました。育児や介護のため、会社事務所での勤務時間に制約を受けてしまう社員が時間を有効に活用できるよう、週に1～2回自宅で行うことを認める制度であり、随時対象者を増やしなが、制度化の必要性等を検討していきます。

女性技術系社員ホームページ

01. action 02. model 03. data 04. support

女性技術系社員活躍推進ワーキングとは？ / お問い合わせ

女性技術系社員活躍推進ワーキングとは？

2012年度、女性技術系社員の育成と活躍を支援するために発足しました。

各営業本部から選ばれた女性技術系社員1～2人と、営業本部のベテラン社員、本社の社員がメンバーとして活躍しています。定期的に交流会や勉強会を開催し、各地の情報共有を図るとともに、モチベーションアップにもつなげています。

今後は、社内HPでの情報発信や、職場環境向上に取り組み、女性技術系社員がより一層輝ける環境を目指します。



女性活躍の推進

展示場接客担当者の活躍推進

お客様と当社との最初の接点となる「住宅展示場」。展示場接客担当者（展示場内務職）は、お客様が初めて会う積水ハウスの従業員となることも多く、また、営業職不在時には、接客を一任される大変重要なポジションです。そのため、展示場接客担当者には、常に万全の準備を施しお客様をお迎えすることが求められ、当社は、自社社員にその重要な役割を担ってもらうことにこだわり、配属しています（展示場接客担当者の自社社員率85%）。

また、当社では、2010年度から営業部門の社内表彰基準に「展示場接客担当者特別表彰」を設置しています。お客様への最高のおもてなしを目標とし、優秀な成績を収めた社員を表彰する機会をつくりだすことで、さらなるモチベーションアップにつなげています。2012年には全国から延べ130名が結集。参加者からは「優績展示場での成功事例が大変参考になったので自分の展示場でも実践してみたい」「来期こそは表彰台に上げられるようになりたい」など意欲的なコメントが多数寄せられています。

そして、展示場接客担当者から社内の職群転換制度を利用して営業職に転じて優秀な成績を収める社員もおり、意欲的な人材に対して大きく飛躍する機会も提供しています。



「展示場接客担当者特別表彰」の様子

女性活躍の推進

女性のキャリア促進と管理職登用

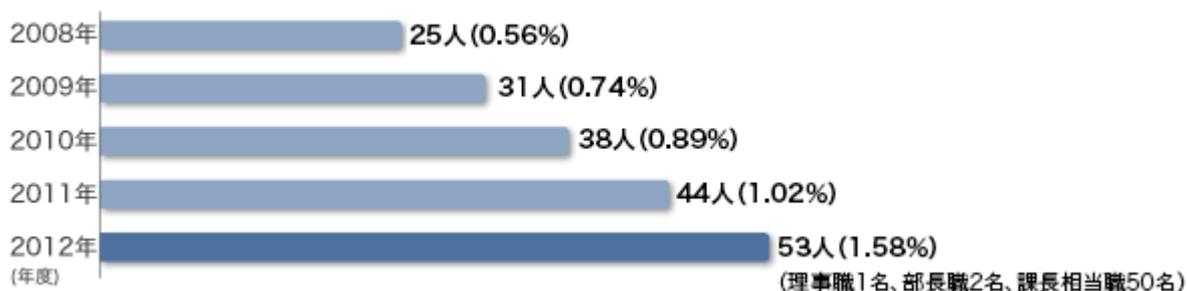
将来管理職を担う人材を多く輩出できるよう、働き方やキャリア形成の手本となるロールモデルづくりを各職種で進めています。積極的な女性のキャリア採用を開始して10年近くが経過し、管理職及び管理職候補者も順調に増加しています。結婚・出産・育児などのライフイベントとどのように向き合い、マネージャーやリーダー、プロフェッショナルとして生き生きと働き続けることができるか、交流会やワーキングなどを通して情報発信を続け、様々な角度から会社全体で支援をしながら更なる管理職候補人材の拡充に取り組みます。

■ 女性管理職の現状

	2012年度 2013年1月末
積水ハウスグループ 営業職	34 (2.56%)
積水ハウスグループ 技術職	16 (1.26%)
積水ハウスグループ 合計	53 (1.58%)

積水ハウスグループは女性管理職を2020年までに200名（5%）輩出します。基盤を固めた上で、女性管理職比率10%を目指して取り組んでまいります。

● 女性管理職の推移グラフ（女性管理職比率）※積水ハウスグループ合計



尚、現在は、女性役員は在任していません。※1990～1998年に社内取締役1名在任

子育てと仕事の両立支援

次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画



日本で急速に進行する少子化を背景に、次世代を担う子どもたちが健やかに生まれ、育成される環境を官民一体で整備するため、2005年4月、「次世代育成支援対策推進法」が施行されました。当社では同法に基づき、行動計画を策定し、社内制度の改定や育児休業の取得促進などに取り組んでいます。その結果、2007年、2009年、2012年に「次世代育成へ積極的に取り組む企業」として厚生労働省より3度の認定を受けています。

2012年4月1日からの3年を第4期行動計画期間として、新たな目標を設定し、子育てと仕事の両立を支援しており、下表のように2つの目標を掲げて取り組んでいます。

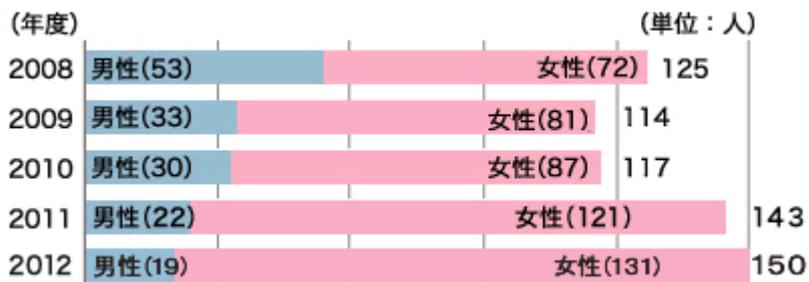
目標	取り組み
育児休業期間中も業務が円滑に行われるような仕組みづくり等をすすめる。	<ul style="list-style-type: none"> • 必要な情報共有を行い、管理者の理解を促す • 見直しを進めるに際し、管理者が相談できる体制を整備する
子どもが生まれる際の父親の休暇取得の促進。	<ul style="list-style-type: none"> • 育児休暇の制度を周知し、制度の浸透を図る • 男性社員も育児休業を取得しやすい職場環境を整備する

子育てと仕事の両立支援

育児に向けた支援制度

2007年8月より、育児休業期間を子が3歳に達するまで取得できるように制度化しました（最初の4日間は有給）。女性だけでなく、男性の育児休業取得を促し、家族や自分自身のために実りのある豊かな時間を過ごせるよう支援しています。

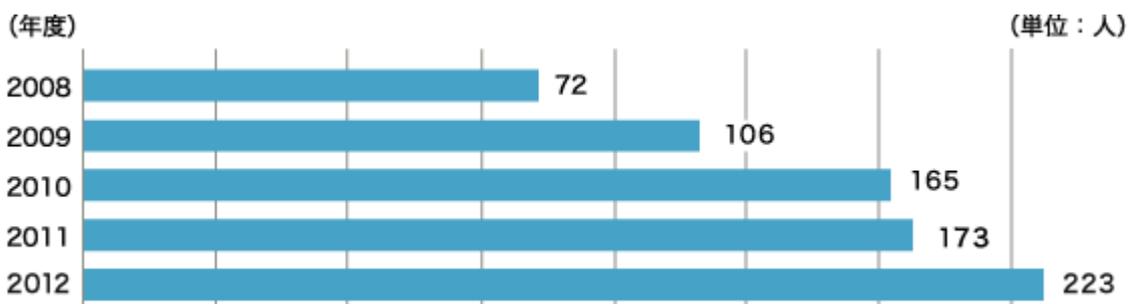
● 育児休業制度利用者数（短期間の利用を含む） ※積水ハウスグループ合計



■ 育児のための所定就業時間変更「短時間勤務制度」「勤務時間の繰り上げ繰り下げ制度」

小学校3年生までの子を持つ場合は、最大1日2時間まで所定勤務時間を短縮することができる「短時間勤務制度」、また、小学校6年生までの子を持つ場合は、所定勤務時間を30分または15分繰り上げ繰り下げできる「勤務時間の繰り上げ繰り下げ制度」があり、年々利用者が増加しています。

● 短時間勤務制度利用者数（新規取得者ベース）



尚、2012年度の利用者数は484名（期間内取得者合計）に及びます。

■ 育児休業者支援プログラム「wiwiw（ウィウィ）」（WEBサイト）の開設

育児休業者へメンタル面からのサポート体制として、2006年には利用できる社内制度を分かりやすくまとめた「次世代育成支援ガイドブック」を作成したほか、育児休業中でも自宅で閲覧可能なWEBサイト「wiwiw（ウィウィ）」を2006年に開設。社内情報の掲示、専用WEB画面による育児休業者同士のコミュニケーションを促進するほか、オンライン講座などのサービスを受けることが可能となっています。

サイトを利用した従業員からは、「掲示板を通じて、会社の情報を知ることができて良かった」「同じ会社の育児休業中の仲間と出会えて心強い」「保育園に入れなかった場合、どうすればいいのかなど細かな相談がしやすい」などの声が寄せられています。



育児休業後の男女別復職率および定着率

「育児休業制度」を本当に意味のあるものにするためには、休業後復職し、定着をすることが重要です。

2012年度、当社において育児休業後の復職率は男性100%、女性94.1%でした。また定着率（2011年度に復職した従業員が12ヵ月後に在籍している割合）は男性95.5%、女性98.8%でした。

2013年度は育児休業中のさらなるコミュニケーションを図り、女性の復職率向上に取り組めます。

● 育児休業取得後の復職率

年度	男性 (%)	女性 (%)
2008	100	92.3
2009	100	95.2
2010	100	92.3
2011	100	93.3
2012	100	94.1

● 12ヶ月後の定着率

年度	男性 (%)	女性 (%)
2008	95.7	100
2009	94.3	100
2010	97.0	98.3
2011	100	97.0
2012	95.5	98.8

ワーク・ライフ・バランスの支援

ワーク・ライフ・バランス支援制度

お客様にとって一生に一度の大きな買い物に寄り添う住宅業界の仕事は、既成品の販売とは異なり、時間をかけた打ち合わせが必要なことから、長時間労働になりやすいという問題を抱えています。社員一人ひとりの業務効率や生産性を向上させ、仕事だけでなく人生そのものを充実させてほしいとの考えから、時間外労働の削減や有給休暇の取得率の向上に取り組んでいます。また、仕事と家庭の両立支援の観点から、社員の家庭事情などに合わせた働き方ができるよう育児や介護を支援する制度の充実を図り、社員のワーク・ライフ・バランスを推進しています。

職場環境づくり

職場の労働環境の改善を図るために、全国の事業所で、「安全衛生委員会」「業務改善委員会」などを中心に、「職場の安全衛生」「業務効率化・改善・改革」などにかかわる項目について、従業員が主体となって行動目標を設定し、様々な活動に取り組んでいます。

本年度もチェックリストを用いた「事業所内安全衛生点検」や労働災害防止に関する勉強会、社外講師を招いたメンタルヘルスセミナーの開催などに取り組みました。長時間労働やサービス残業を排除し、業務改善による生産性向上を図るために、全事業所の職責者と管理職を対象に、適正な労務管理に基づく人材マネジメント推進説明会を2010年度までに開催。全事業所への浸透が図れたことを契機に2011年度以降はエリア対応としています。

また、残業時間を削減するために、営業・生産・本社など部門ごとに業務効率化や労働時間短縮に向けたワーキングやプロジェクトを発足させたり、電子勤態システム上で一定時間の超過勤務時間に達した場合にアラートメッセージが本人と上長に表示されるように設定したり、定時退社日の設定や外出先からの直帰を推奨したりするなどの取り組みを進めています。

さらに、IT化による業務効率の向上を図っており、iPadの活用で外出先での報告書作成が可能になったのと同時に現場での打ち合わせ効率の向上やミスの低減、そして何よりも迅速な対応の実現と明快なプレゼンテーションによるお客様満足度の向上につながっており、営業職から技術職、アフターサービスを専任で担当するカスタマーズサービス職へと順次導入しています。

一人当たり月平均総労働時間	177.98時間
---------------	----------

一方で、社員のリフレッシュや家族とのコミュニケーション機会の増大、属人的な業務遂行によるリスクをヘッジするため、「リフレッシュ休暇」や「アニバーサリー休暇」などの有給休暇取得も事業所ごとに推奨しており、徐々にではありますが取得率も上昇しています。

有給休暇取得率	26.5% (2011年3月11日～2012年3月10日)
	27.3% (2012年3月11日～2013年3月10日)

事業を持続的かつ健全に運営していくためには、従業員が身体のみならず、「心の健康（メンタルヘルス）」も良好に保つことが重要となるため、全社管理職対象の「メンタルヘルスマネジメント研修」や、入社2、3年目の若手社員を対象とした「セルフケア研修」、その他ニーズに合わせて「ライフケア」や「コミュニケーションスキル」などをテーマにした研修を実施して、全従業員のメンタルヘルスに対する理解を深めています。

今後より一層の「生産性向上」や「従業員の満足度向上」を実現するためにも、一人ひとりがコミュニケーション豊かに活力あふれる職場づくりを目指し、メンタルヘルスマネジメントに取り組んでいきます。

2012年度は、2007年に職責者や各事業所のリーダー（店長、設計長、建築長など）に配付した「メンタルヘルス・ハンドブック」を改定して、当社グループの職責者やリーダー2500名に配付しました。当ハンドブックを用いて早期発見による休業長期化の防止、労災認定基準改定を踏まえた長時間労働対策、セルフケア促進によるメンタル疾患の軽減等に取り組んでいます。

ワーク・ライフ・バランスの支援

看護や介護に向けた支援制度及び休職従業員へ向けた各種支援制度

「看護休暇」「介護休暇」については、育児・介護休業法の改正（2010年6月30日施行）に合わせて2010年4月1日から、年5日間（対象者が2人以上の場合は10日間）の有給休暇を付与する制度を設けています。「介護休業制度」については、介護をする人が取得者の他に居る場合でも取得できる（その場合は93日間）など、2006年4月から国が定める基準よりも取得要件を緩和しています。また、取得者自身が介護者の場合は、国の基準（最大93日間）を上回る休業日数（最大365日間）を付与しています。

「介護休業制度」の利用者は2012年度は3人で、累計28人になります。

出産・育児・介護などさまざまな事情で退職せざるを得なくなった社員を、その事由が解消された段階で、要因状況に応じて優先的に再雇用する制度「退職者復職登録制度」を2006年4月に導入しました。2012年度までに計13名の社員が、正社員として復職し、これまでに身につけた知識・スキルを活かして活躍しています。

また、業務外の傷病によって長期欠勤（休職）した従業員が、職場復帰を希望する場合に、円滑に職場復帰できるように2006年8月に「職場復帰支援制度」を導入しています。

積立年休制度（2006年4月導入）

自身の傷病治療や家族の介護・看護などの理由から、日常想定している範囲を超えて仕事を休まなければならない場合でも、従業員が安心して対処でき、再び十分な活躍ができる環境を整えることを目的に、2006年4月に「積立年休制度」を導入しました。通常、年次有給休暇は、権利発生後2年間を超えると無効となります。この制度は、本来なら失効する年休を積み立て、一定の事由が生じた場合に、年休と合わせて最大100日の使用を可能とした制度です。社会貢献活動への参加を促進する目的から、一定の要件を満たすボランティア活動もこの制度の対象としています。

ボランティア休職制度（2004年8月）

国際的な社会貢献活動に参加する従業員を積極的に支援する制度で、2012年度までに6名の従業員が本制度を活用しています。独立行政法人国際協力機構が実施する青年海外協力隊として派遣される勤続3年以上の従業員が対象で、最長2年6カ月（派遣準備期間を含めて）の取得が可能です。

本制度を利用して、海外での活動を経験した従業員からは、「日本という国、積水ハウスという会社を外部から客観的に見ることができ、今までには気付かなかった面が見れるようになった」、「海外のモノの見方や経験面で大きな可能性を与えてくれるため、この制度を社内にもっと広めていきたい」といった感想が寄せられています。

仕事と家庭の両立サポートに関連するデータ（2012年度）

項目		実数値
男性育児休業取得人数 ※短期間の利用も含む		15人
有給休暇取得率		27.3%
柔軟な勤務制度の活用人数（期間内取得者合計） 「短時間勤務制度」「勤務時間繰り上げ・繰り下げ制度」		484人
平均勤続年数	男性	16.83年
	女性	9.18年
	男女差	7.64年
実労働時間数		177.98時間

障がい者雇用の推進

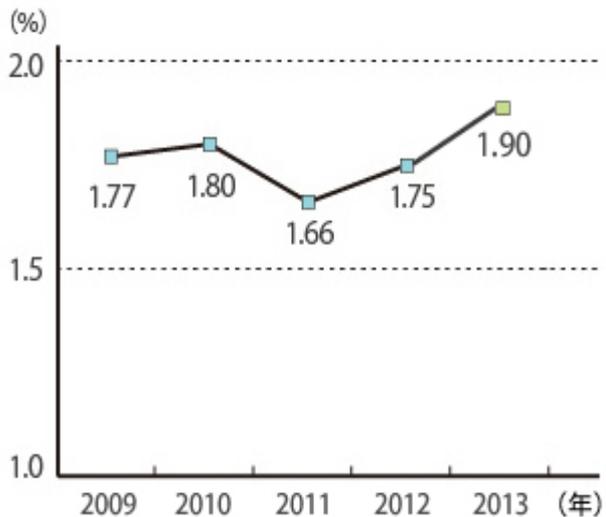
当社は、障がい者雇用の促進について、「生涯住宅」を提供する企業としての社会的使命ととらえ、全国の合同説明会に積極的に参加するなど継続的な雇用促進に取り組んでいます。

2012年度は大学生を対象にインターンシップの受け入れを実施、1人が職業体験に取り組みました。

当社の障がい者雇用率は、2012年は1.75%でしたが、2013年は1.90%となり、法定雇用率（1.8%）を達成しています。

今後、2013年4月1日より改定された法定雇用率（2.0%）を達成することはもちろん、「1事業所に1人の障がい者雇用と定着」を目標に、積極的に雇用を促進します。同時に、障がい者を含めたすべての従業員が、活力にあふれて仕事に取り組む企業を目指します。

● 障がい者雇用率（各年2月1日集計）



人材育成

人材育成の考え方

当社は、相手の幸せを願い、その喜びを我が喜びとする「人間愛」を企業理念の根本哲学としています。この「人間愛」を具現化できる従業員を育成することが、社会から信頼される企業となる原動力であると考え、従業員の能力開発と人材育成を積極的に進めています。

人材育成の基本的な考え方は、自律型人材の育成とキャリア構築の重視です。職務発揮能力と役割（職務）・成果を人事制度全般の基軸として、新たな実力主義を展開しています。

育成にあたっては職務面談制度を運用し、年度ごとに目標面談→業務遂行→中間面談→業務遂行→振り返り面談→人事評定→評価のフィードバックというPDCAのサイクルを回すことによって育成と評価の連動を図り、従業員の納得性とモチベーションの向上を目指しています。

従業員を対象とした研修では、お客様の住まいへの思いを受けとめ実現する「人間性豊かなプロフェッショナル」を育成することを目的に、階層別および職務別の各種研修を体系的に実施しています。

階層別研修 および 職務別研修

(各種職務別研修)

階層別 キャリア自律コース<7年次>

営業本部別メニュー	職務別研修 (設計上級研修、現場監督基礎研修、 修理初級・中級研修など)	総務上級研修
	設計中級研修	総務中級研修

階層別 セルフエスティーム向上セミナー<3年次>

設計初級研修

階層別 全国住まい体験学習<1~2年次>

コミュニケーション研修	技術系新入社員教育 ・スクーリング ・建方実習 ・積和建設施工実習 ・SIDECS研修	総務初級研修
新入社員営業研修		

階層別 新入社員導入研修

営業

技術

総務

人材育成

新卒採用に向けた取り組み

新卒採用においては会社の考え方、仕事内容と本人の価値観、適性がマッチングし、末長くいきいきと働き、実力を発揮してもらうことが重要です。当社では「新卒採用ガイドライン」を設け、心構え、選考基準、留意事項等を明確化するとともに事前に面接官にガイダンスを行い、公平、公正な選考の徹底を図っています。

公開ホームページの新卒採用サイトでは、学生の企業選択を支援する情報を多く掲載し、積水ハウスグループへの理解を深めていただけるようにしています。また、東京・大阪をはじめとする全国各地で会社説明会を開催し、採用担当者や住まいづくりの現場で活躍する従業員たちによる具体的な企業情報の発信に努めています。

● 新卒採用サイト



[詳細はこちら](#)

● 採用人数

入社年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
営業職	306名	199名	151名	241名	253名
技術職	200名	123名	24名	42名	95名
地域勤務職	208名	119名	-	41名	37名
合計	714名	441名	175名	324名	385名

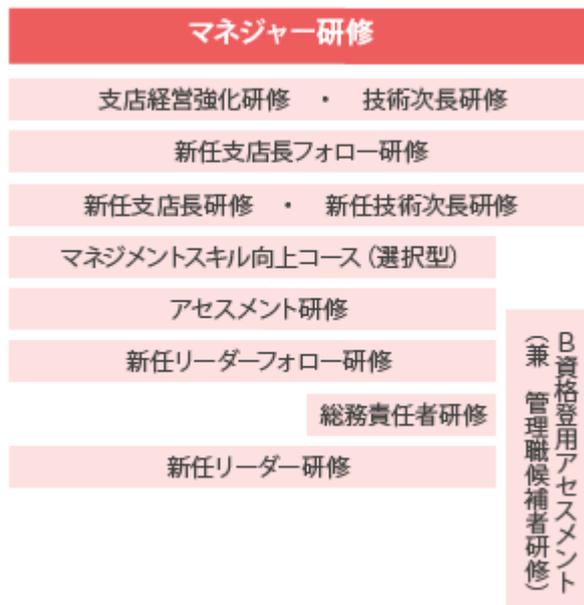
人材育成

経営力強化に向けた取り組み

風通しの良い企業風土を実現するとともに、各支店やチームの経営力を強化するため、当社では着任後すぐに支店長やチームリーダーを対象に「新任支店長研修」、「新任リーダー研修」を実施しています。着任して半年後には、支店長やチームリーダーに期待される行動がとれているかどうかを上長、同僚、メンバー（部下）が観察する「多面観察」を実施。その結果をもとに支店長やチームリーダーが自己分析し、あるべき姿を実現するための行動変容をプランニングするフォロー研修を実施しています。2012年度はフォロー研修を全8回実施、対象者となる者は全員受講しており202人が受講しました。（一人あたりの受講時間：14時間）

その他にも、全支店長を対象にしたマネジメント研修「支店経営強化研修」や、管理職候補者を対象にした「管理職登用アセスメント（管理者候補者研修）」を実施しています。「管理職登用アセスメント」では、管理職候補者として推薦された従業員の能力を量り、自身の強みを見つけることで従業員一人ひとりの経営力強化を図っています。

■ マネジャー研修の概略体系図



人材育成

自己啓発の支援

当社は、自律型人材を育成することを目指し、一人ひとりが自律的にキャリアを構築していけるよう、入社3年目、7年目の従業員に対する支援プログラムを実施しています。

セルフエスティーム向上セミナー

2012年度は333人が受講しました。対象となる者は全員受講しており、2003年度からの累計受講者数は2821人に上ります。（1人あたりの受講時間：20.4時間）

セルフエスティームとは、自分自身に対する気持ちがポジティブで好意的であること、ポジティブな自己概念のことを意味します。

入社3年目に受講するこのセミナーでは、①自己の潜在能力の開発を目指す、②ありのままの自分に気付き、自己概念の変革と拡大を図る、③情熱を持って生き活きと人生の課題にチャレンジしていく強いセルフエスティームを啓発・向上する、④なりたい姿（目標）の検討と具体的な行動指針を得る、ということを目的に実施しています。受講者からは、「自分を改めて見つめ直すことができ、モチベーションアップにつながった」、「セミナーを通じて、自己の潜在能力や“ありのままの自分”“なりたい自分”など多くの気付きが得られた」など好評を得ています。

キャリア自律コース

2012年度は523人が受講しました。対象となる者は全員受講しており、2006年度からの累計受講者数は4673人となりました。（1人あたりの受講時間：23時間）

個人主導のキャリア開発の重要性が増す中、自己理解や環境理解を踏まえ、キャリア自律意識を持った「自律人材」「プロフェッショナル人材」となることを支援するためのワークショップで、入社7年目に受講します。受講者からは、「これからの働き方、生き方を見つめ直すことができ、今後の仕事に対する向き合い方が変わった」「自己理解を深めることで自身の強み、弱みがわかり、目標を明確に設定できるようになった」などの声が寄せられています。

人材育成

社内資格制度

現場監督の社内認定制度「チーフコンストラクター」

2012年度より、特に優れた現場監督を認定する制度「チーフコンストラクター」制度を創設。厳正な審査を経て21人が「チーフコンストラクター」初代認定者となりました。建築に関するお客様や社会の要望は、年々、複雑化、多様化しており、当社の施工現場においても、安全・品質・工期など様々な面でさらなる現場管理能力・生産性の向上が求められています。その中心を担う優れた現場監督を「チーフコンストラクター」として認定することで、さらなる成長を促します。同時に、若手技術者にとっては「チーフコンストラクター」が目標となり、数多くの優秀な技術者の育成につながることを目的としています。

＜「チーフコンストラクター」資格付与のポイント＞

- ①総合施工管理、工事監督両面にわたり高い業務推進能力を発揮し、質・量ともに会社に貢献していること
- ②これらの能力を発揮することにより、お客様からの高い満足、信頼が得られていること
- ③工事店、協力業者育成に精通し、常に現場環境や現場管理業務の改善を実施していること
- ④他の現場監督や施工管理者、協力業者からの信頼度が高く、後輩等からのよき相談役になるなど、目標とされる人物であるとともに、業務を円滑に遂行するための対人折衝能力とプロセス管理能力を備えていること

設計の社内認定制度「チーフアーキテクト」

良質な住まいづくりを支える設計者を育成するために、質・量ともに高い設計能力を有し、他の設計社員の模範となる資質を有する従業員を、独自の多面的な評価をもとに審査し、「チーフアーキテクト」として認定しています（認定期間2年）。2012年10月時点で、94人が認定され全国で活躍、また女性初の「チーフアーキテクト」も誕生しました。2012年5月には認定者が全国から集まり「チーフアーキテクト交流会」を開催、活動報告や人材育成についてグループ討議を行い、相互のレベルアップ向上に努めました。また日常の業務に留まらず、社内で行なう各種研修・勉強会等の講師役としても積極的に参画し、社内人材育成の役割を担っています。

ユニバーサルデザインを支える人材育成「SH-UDマスタープランナー」

2013年1月末現在で511人が研修を修了し、299人が認定されています。

当社は、2002年の「ユニバーサルデザイン宣言」以来、「モノづくり」「人づくり」「場づくり」の3つを柱に、住宅のユニバーサルデザイン化を推進してきました。このうち、「人づくり」の柱として、「SH-UDマスタープランナー」と名付けた社内資格認定制度を設け、認定者を全国の支店に配置しています。

「SH-UDマスタープランナー」は、支店内においてユニバーサルデザインを統括・指導すると共に、高齢社会に不可欠で高度なユニバーサルデザイン（障がい者対応設計を含む）に関する知識・技能を持ち、満足度の高いコンサルティングができる設計担当者です。「SH-UDマスタープランナー」養成に向けて実施される独自の研修を修了し、かつ「福祉住環境コーディネーター2級検定試験」合格者が、「SH-UDマスタープランナー」（社内資格）に認定されます。2009年度より、積水ハウスリフォーム（株）社員も対象者に加え、リフォーム案件でのユニバーサルデザインの実践を推進しています。

造園植栽の専門家「グリーンエキスパート」

「グリーンエキスパート」は、土壌、剪定、肥料、品質管理など幅広い知識を持ち、理論と実務の両面から庭づくりができる“緑の専門家”です。2012年度は36人の「グリーンエキスパート」が全国で活躍しています。また、財団法人日本緑化センターが認定する、「グリーンエキスパート」よりもさらに専門性の高い「樹木医」の資格を13人が取得しています。エクステリア担当者として緑化事業「5本の樹」計画の推進や開発、マンションなどの造園植栽のサポート、エクステリア研修の講師として活躍しています。資格取得後も常に最新の情報で対応できる、研鑽の場としてのフォロー研修も開催しています。

「5本の樹」計画を生かした地域貢献活動の面でも、各エリアにおいて企画立案の中心的役割を担い、社内外への「緑」に関する啓発活動に積極的に取り組んでいます。今後も“緑の専門家”として顧客満足を追求した庭づくりに取り組むための専門的知識と技術力を高め、提案力強化、施工品質向上に努めていきます。

人材育成

資格者の管理徹底

資格管理の徹底によりコンプライアンスを遵守

当社の事業遂行においては、特に建築士法、建設業法、宅地建物取引業法の遵守が必須となります。有資格者でなければ携わることのできない業務もあるため、有資格者の配置状況を常時把握し、法令遵守体制を整備しています。

2012年度の取り組み

2012年度は、元社員（既に懲戒解雇済み）による一級建築士資格の詐称により、建築主様をはじめ各行政庁並びに関係者の皆様に多大なるご迷惑をお掛けしたことに鑑み、1級建築士、2級建築士、木造建築士、1級建築施工管理技士を取得した従業員が社内に資格登録する際に、合格証、登録証などの原本を確認するとともに、登録先の公的機関にも照会することといたしました。

今後も法令遵守体制を強化するとともに、お客様に安全・安心な住まいをご提供するために、従業員に資格取得の推進、支援を続けてまいります。

人材育成

社内公募制度

職群転換（チャレンジ）制度

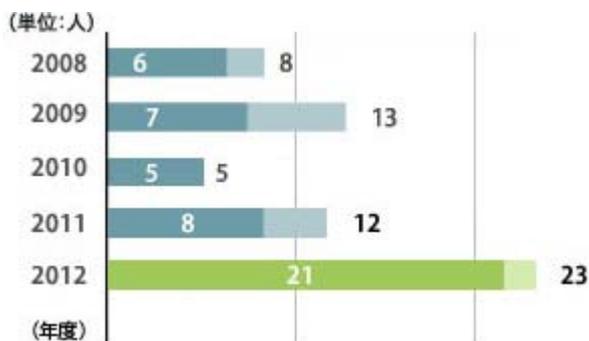
当社では「生産技能職群」並びに「一般事務職群」から「営業技術職群」への職群転換（チャレンジ）制度を導入しており、2012年度は応募者23人中21人が職群を転換しました。

当社の人事制度では、職種や職務内容、将来担うべき（期待される）職務に基づき、従業員を「営業技術職群」「生産技能職群」「一般事務職群」という3つの「職群」にグループ分けしており、人材育成や基本的処遇の面などで、職群の特性に応じた運用を行っています。

2006年度から、「人材サステナビリティ宣言」に基づく、「多様な人材が活躍できる仕組みづくりの推進」、「女性活躍の積極的な推進」の一環として、チャレンジ精神旺盛な人材に対し、さらなる活躍の機会を提供する「職群転換（チャレンジ）制度」を導入。応募者は全員1泊2日の研修に参加し、今までの職務経験を振り返って今後のキャリアについてじっくりと考える機会を持ち、面談等の選考を経て転換します。

● 職群転換応募者数

（白文字は実際に職群を転換した人数）



人材公募制度

当社では2004年度に「人材公募制度」を導入しました。これは意欲ある従業員に活躍のチャンスを提供し、また適材適所に人材を配置することを目的としたもので、特定の事業やプロジェクトで必要となる人材を社内で公募し、従業員が自由に応募できる制度です。公募案件を、社内ホームページや社内文書で告知し、従業員は直接人事部へ応募します。人事部と公募元が書類審査や面談などを実施の上選考し、本人に結果を直接通知しますが、決定までのすべての過程において応募情報が秘匿されます。

2012年度は公募案件がありませんでしたが、今後も引き続き、活用を推進していきます。

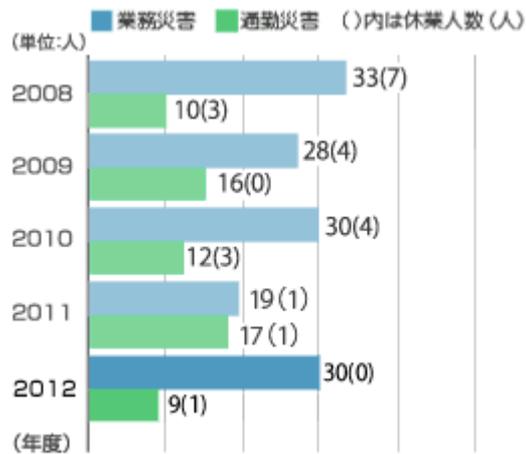
労働安全衛生

労働災害発生状況

2012年度の労働災害発生状況は、営業・本支社・生産部門においては、業務災害が37件のうち休業を伴うものが0件、通勤災害が9件のうち休業を伴うものが1件でした。

発生した労働災害については、安全衛生委員会で事例を共有し、職場の安全衛生に関するPDCAを実施の上、安全衛生意識を高める、注意力の欠如を招くような超過勤務を減らす、などの対策を講じました。

● 労働災害発生状況の推移（営業・本社部門）



● 労働災害発生状況の推移（生産部門）



労働安全衛生

労働安全衛生マネジメントシステム

施工関係者が安全で健康に働ける環境整備を目指して

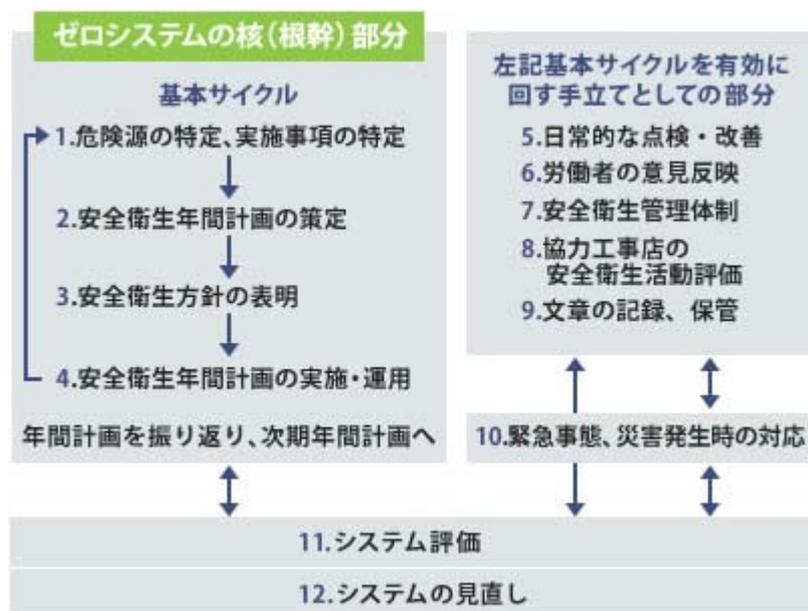
住宅の施工段階では、現場で多くの関係者が業務に関わります。お客様にご満足いただける高い施工精度を保つためにも、施工関係者が安全で心身共に健康に働くことができる環境の整備が重要です。当社では、従業員のみならず関係会社従業員や協力工事店の職方なども含め、グループ一体となった体制整備に注力しています。

独自に構築した「危険ゼロシステム」を運用

危険要因の低減化を図るため、厚生労働省が推奨している「労働安全衛生マネジメントシステム」に、施工現場の特性を加味して独自に構築した「積水ハウス危険ゼロシステム」を運用しています。「危険ゼロシステム」では、全社および事業所ごとに毎年作成する「施工安全衛生年間計画」を核として、当社や協力工事店の従業員が安全で健康に働けるよう、安全衛生管理活動を展開しています。

今後とも具体的で実効性のある災害防止対策や安全衛生教育研修の実施に努め、関係者が一体となって労働安全衛生水準の一層の向上を目指します。

■危険ゼロシステムの概要



労働安全衛生

施工現場での労働安全衛生活動

住宅メーカーの社会的責任として、施工従事者の労働安全衛生を確保

住宅メーカーである当社にとって、施工に携わるすべての従事者の労働安全衛生の確保は基本的な社会的責任であり、重点的に取り組むべき項目の一つです。こうした認識の下、当社では、施工従事者が安全で健康に働くことができるよう「施工安全衛生年間計画」を立案し、これを核に災害防止対策や安全衛生教育研修を実施しています。

「職長と みんなで活かそう作業手順 毎日実践 安全サイクル」を年度スローガンに、災害防止対策や安全衛生研修を実施

施工現場における危険源を排除するための的確かつ具体的対応を年間計画に表現し、徹底して実践することで「危険ゼロ」の職場を形成しています。施工に携わるすべての人の安全衛生を確保するため、2012年度は、以下の年間計画に基づき年度スローガンに「職長と みんなで活かそう作業手順 毎日実践 安全サイクル」を掲げ、以下の取り組みを実施しました。

■ 2012年度 全社施工安全衛生年間計画

(1) 年度基本方針

1. 年間計画を、職長を中心とする現場での日常活動へ落とし込む
特に強化月間は全員参加で具体的な行動を企画実践し、ゼロ災害を達成する。
2. 解体、電気、外構、クロス、足場等の災害は増加傾向にある基礎、外装、内装以外のこれら職種にもスポットを当て災害減につなげる。
3. 作業手順書を現場で活用させて在来型災害の撲滅を図る。

(2) 全社共通重点項目

1. 墜転落災害（脚立、足場）の撲滅
2. 7月を「安全の月」とし、墜転落ゼロ、熱中症ゼロを達成する

2013年度の年度スローガンは
「みんなで守ろう 安全宣言 毎日実施 手順と点検」

年度基本方針として「事業主主体の安全推進により、墜転落災害と電動工具等災害を撲滅する」「各事業所（支店等・各工事店）でポイント（標的、期間）を絞った対策を立て、毎日の安全サイクルに絡めて実践する」の2つを掲げ、全社共通重点対策「事業主の役割の明確化」「墜転落災害（脚立、足場）の撲滅」「電動工具等災害（丸のこ、卓上丸のこ、グラインダー、釘打ち機）の撲滅」（作業手順書の実践及び安全サイクルの実践）、「強化月間の効果的な運用」（7月、12月を「安全の月」）により、墜転落災害ゼロ、電動工具等災害ゼロ、熱中症ゼロを達成していきます。



■これまでの取り組み

1994年度から、「安全管理者選任時研修」を毎年実施

労働安全衛生法に定める安全管理者として必要な実務知識の習得と、安全管理者の資格条件を補完するための新任安全管理者を対象とする研修を社内で毎年定期的の実施しています。

2005年度から、「職種別安全研修」を実施

安全衛生研修の一つとして、施工現場の全施工従事者を対象とする「職種別安全研修」を実施。危険予知活動や作業手順の浸透定着、使用する電動工具や脚立・梯子の正しい使い方、安全衛生保護具の正しい着用などについてOJTで学ぶ研修になっています。

労働安全衛生

安全衛生教育研修の実施

工事関係者全員に安全衛生教育研修を実施

当社は「施工安全衛生年間計画」をもとに、当社グループの従業員だけでなく協力工事店の職方など工事関係者全員に対して、災害防止対策や安全衛生教育研修を実施しています。



グループ・協力会社含め計4万7546人が受講

2012年度も、施工現場の全施工従事者を対象にした「職種別安全研修」や協力工事店各社に集まっていただく「安全推進大会」などの研修を実施し、計4万7546名が受講しました。また、2011年には意識啓発の取り組みの一つとして、全国安全週間に募集した安全標語とポスター図案には、グループ会社や協力工事店を含む従業員とその家族から、標語1万7018作品、図案83作品の応募がありました。

今後も当社グループと協力会社が一体となって、主体的、創造的に労働環境改善、労働災害発生防止に取り組みます。

■2012年度実績

受講人数総計	4万7546人
総括安全衛生管理者研修	220人
安全管理者選任時研修	52人
現場監督研修	91人
事業主研修	3757人
職長教育	1139人
職長教育能力向上研修	3392人
職種別研修	1546人
安全推進大会	2万9013人
その他	8336人

「チーフコンストラクター制度」の創設

当社の現場監督職のトップアップを図ることを目的に、2012年度より新たな社内資格制度として「チーフコンストラクター制度」を設けました。施工現場における優秀な技術者を認定することで、生産性の向上と、従業員のさらなる成長と若手育成を目指していきます。

関連項目

■ [社内資格制度\(P.455\)](#)

経営トップと従業員・協力工事店との対話

「住宅」は、お客様にとって一生に一度の高価な買い物であり、生活の根拠となるものです。積水ハウスは、創業間もないころから、販売からアフターサービスまで従業員が全責任を担う「直接販売・責任施工」体制で、住まいづくりを行っています。

その完遂のためには、経営トップと全国の従業員および協力工事店のスタッフが意思の疎通を図り、経営方針を確実に浸透させるとともに、現場の声を迅速に経営に反映させることが重要だと考えています。

会長・社長が協力工事店と対話

経営トップが積極的に全国の協力工事店の会合に出向き、対話を重視したコミュニケーションによって、経営方針の周知徹底を図っています。各エリアで開催される「積水ハウス会」（協力工事店の親睦組織）の定期会合にも会長・社長が参加。施工体制や現場の安全衛生などについて意見交換し、市場に合致した経営戦略の策定に生かしています。

会長・社長が全国の従業員と対話

全国の事業所に会長・社長が出向き、幹部社員だけでなく、若手や中堅の従業員と交流し、対話する機会を積極的に設けています。また、社内の各種委員会にも可能な限り会長・社長が出席。事業の現状や進め方について、じかに議論しています。さらに、全国の営業会議において発言されたトップメッセージの内容を全従業員へ発信すべく、会議内容をまとめたDVDを全国の事業所へ配信することで、全従業員がトップメッセージを直接聞くことができるよう工夫しています。

このように、トップのメッセージを社内へ発信しつつ、従業員の意見を取り入れながら、全員参加の経営を実践しています。

職場環境改善やCSR推進を目的とした従業員参加型のさまざまな活動

積水ハウスグループ連携委員会

積水ハウスは、2010年8月1日に創立50周年を迎えた節目に、「50周年に向けての基本戦略」を策定しました。これは、今までご愛顧いただいたお客様への感謝の気持ちを表し、CS向上とともに、さらなる事業の発展を目指す取り組みです。取り組みを具体的に推進するため、2009年12月に「50周年推進委員会」を発足。2011年より、「積水ハウスグループ連携委員会」と改め、グループ全体がクロスファンクショで統一した取り組みができるように組織化しています。積和不動産、積和建设、積水ハウスリフォームより代表者が参画し、積水ハウスグループの連携強化による事業拡大、営業本部での推進徹底や取り組みの成功事例の共有の場として活発に推進しています。

2012年度は、上記の取り組みをさらに発展させ、最高のお客様満足を当社の基盤とするために、「明日に向かって、全力で」を統一テーマとし、グループ同士が連携して、戸建、賃貸、マンションなどの事業分野ごとに最高のお客様満足を得ることを最重要課題と位置付け、取り組みました。

CSR推進のために

全国の事業所にCSR推進委員を配置。CSR推進委員を中心とした「CSR委員会」の形成や、各事業所のCSR推進委員が集い、営業本部単位で「CSR研究会」を発足するなど、各職場でCSRを推進しています。CSRについての共通認識を持つとともに、社会貢献のメニューを検討するなど、社員一人ひとりの意識啓発や具体的な活動方針への落とし込みを図るため、自主的に取り組んでいます。

また、「企業理念小冊子」「サステナビリティレポート」「積水ハウス50年史」の読み合わせ、地域に根差した社会貢献活動への自主的な参加、従業員同士の対話など、さまざまな活動により、社員が働きやすい環境づくり、企業理念や行動規範の理解・浸透を図っています。

環境活動推進のために

当社が取り組んでいる「5本の樹」計画の理解促進、太陽光発電システム・高効率給湯器・家庭用燃料電池「エネファーム」の設置推進、グリーン商品の購入促進など、環境啓発活動を推進する「グリーン委員会」が全国各地に発足。ロールプレイングなどを実施しながら活動しています。

2012年度は、昨年に引き続き「本社環境推進委員会」が主体となり、全社的な節電に対する取り組み、意識・啓発を行いました。

ES（従業員満足）推進のために

全社横断的な取り組みとして、会社の将来に向けてのビジョンと、あるべき姿を語り、従業員のモチベーションアップを目指す自主活動や、従業員の提案を具現化するためのワーキングなどを実施しています。

このほか、受注拡大のための活動を促進する紹介委員会、より良い職場環境をつくるための安全衛生委員会、社内の情報共有を促進するイントラネット委員会など、各種委員会活動を積極的に行っています。

従業員をつなぐグループ誌「積水ハウス」

積水ハウスグループ誌「積水ハウス」は、1969年9月1日の創刊以来、2013年1月号で495号を数えます。2012年度は、毎号の誌面に特別連載企画として“東日本大震災復興の今”と題した特集ページを掲載。復興にむけた活動や現地の実態など“今”の状況、お客様からの声等とともに、新入社員による復興支援活動や、最前線で復興に取り組む従業員や現場の様子を紹介してきました。



グループ従業員をつなぐ横断的なコミュニケーションツール

積水ハウスグループ全従業員とその家族を対象にしたコミュニケーションツールとして、隔月で発行しています。会社の動きや経営方針をはじめ社内情報の伝達、会社の歴史の記録・蓄積、成果や課題の共有、連綿と受け継がれてきた積水ハウスの精神の伝承、従業員一人ひとりの意識向上と自己啓発の促進、従業員の自覚・誇り・仲間意識の喚起が役割。これらを通じて「人間愛」を根本哲学とする企業理念を浸透させ、社内の活性化および全員が一丸となって、いきいきと働ける企業風土の創出を目指しています。

編集方針として、従業員参加によるタイムリーかつアットホームな誌面づくりとし、トップダウンではなく、前線に立つ従業員の声を借りて会社の方針・目標・進むべき方向を示すことに主眼を置いています。先進的な取り組みなど、優良な事例を紹介することで、従業員一人ひとりが考え、アクションを起こすきっかけを提供しています。

心を動かし、行動を起こすきっかけを提供

2002年4月号から、従来のコンセプトを踏襲しつつ「ひと」を重視し、情報の共有、気持ちの交流を強化したグループ誌へリニューアル。表紙にサブタイトルとして「ひと」と明記しました。できるだけ多くの従業員を登場させ、さまざまな苦勞を乗り越えて試行錯誤しながら成果を生み出していく姿と、仕事に懸ける熱い思いを紹介することで、従業員の心を動かし、発奮の種を提供しています。目まぐるしく変化する環境の中で、会社が進むべき方向を随時明確に示し、打ち出された方針について、本質を理解した上で一人ひとりが日々の活動に反映できるような情報伝達に努めています。セクショナリズムを排除し、グループ従業員が一致団結して成長へ向かう風土、従業員一人ひとりが夢や希望を持って仕事に取り組む姿勢を尊重し、互いに応援し合える風土の醸成を目指しています。また、従業員一人ひとりが気を引き締め、毅然として取り組まなければならない時代だからこそ、一方で、和やかさ、温かさ、優しさ、ゆとりを大切に誌面づくりを心掛けています。

月刊メールマガジン「CSRコラム」

「CSRコラム」は、月1回、各事業所に配置されたCSR推進委員に送信しているメールマガジンです。従業員がCSRを軸にコミュニケーションを図るツールとして発行しており、2013年1月で63号を数えました。

「CSRコラム」では、全社的な取り組みだけでなく、各事業所におけるCSR活動の事例を紹介しています。2012年度の誌面においては、被災地・東北エリアへの社内旅行実施を通じた経済的支援、ボランティア活動に取り組んだ事業所の声を中心に掲載。全国のCSRコラム読者から、ボランティア活動を実施するにあたっての相談が寄せられました。

コラムを通じて他の事業所の活動状況を把握することにより、新たな社会貢献活動に取り組むヒントとなったり、複数の事業所が合同で活動を始めるきっかけづくりとなるなど、CSR活動の活性化につながっています。事業所間の情報交換の場としても活用されています。

また、社外からの表彰、受賞のニュースについても「CSRコラム」を活用して従業員に情報発信しています。会社が世の中で高く評価されたことの意義を共有し、自信と誇りを持つとともに、その評価に恥じないよう一層気を引き締めてさらなる高みを目指して業務に取り組んでいこうというメッセージを、誌面を通じて従業員に伝え、モチベーションアップにつなげています。



CSRコラム 最新号

株主・投資家様とのコミュニケーション

当社は、株主・投資家の皆様に対して、財務情報や事業活動状況等の経営情報について、各種法令に沿った開示はもちろんのこと、投資判断に影響すると思われる任意情報についても、プレスリリースや当社ホームページなどさまざまな手段を通じて積極的かつ公正に開示しています。また、直接的なコミュニケーションによる積極的な対話にも努め、皆様からいただくご意見を経営判断の参考としています。これらの活動を通じて、当社の企業価値に対する適正な評価を得ることができるよう心掛けています。当社の情報開示に関する基本方針については、ディスクロージャーポリシー（情報開示方針）を制定し、ホームページで公開しています。

株主・投資家様とのコミュニケーション

2012年度は企業、IR情報を掲載したホームページをリニューアルし、掲載内容の充実化を図るとともに検索性や見やすさについて改善しました。また、株主様向けの事業報告書「ビジネスレポート」を半期ごとに発行し、経営戦略および経営計画についてわかりやすく説明することを心掛けています。

直接的なコミュニケーションとしては、各種方面で開催される「個人投資家向けセミナー」に参加し、ご理解を深めていただく機会を設けています。



企業・IRホームページ



事業報告書「ビジネスレポート」

株主様への利益還元

当社は、中・長期にわたる高い利益配分の実現と経営の健全性を維持するため、中期的な平均配当性向については、最低40%を確保することとしています。また、時機に応じて自己株式購入及び償却を行い、資産効率の改善を通じて株主様への利益還元にも努めています。

2012年度の配当については、中間配当は12円、期末配当16円の通期28円を実施しました。

● 1株当たりの年間配当推移（年/1月期）

	2009	2010	2011	2012	2013
配当金 (円)	24円	10円	21円※	20円	28円
配当性向 (%)	140.8	-	46.6	46.6	40.5

※創立50周年記念配当（5円）含む

株主様満足の向上

株主総会の開催にあたり、総会に出席いただくことができない株主様を対象に、書面のほかインターネットからの議決権行使を実施し、利便性の向上に努めています。

このほか、事業報告書として「ビジネスレポート」を半期ごとに発行し、株主の皆様への確かな事業報告を行っています。また海外在住の投資家様向けには、期末事業報告として「アニュアルレポート」を、中間期報告として「セミアニュアルレポート」を発行・送付しており、株主様・投資家様との良好なコミュニケーションづくりにも努めています。

また、「株主優待贈呈制度」により贈呈する「魚沼産コシヒカリ」は、株主様のご辞退やご転居先不明等の理由で受領いただけず当社に返却されるケースがあります。これらについては、株主様のご理解のもと、障がい者福祉施設や高齢者福祉施設・団体等へ寄贈することを2008年度の優待贈呈制度導入時から実施しています。2012年度の寄贈先については以下の通りです。

＜寄贈先＞

- 社会福祉法人高知県知的障害者育成会（高知県南国市）
- 鶴浦医院（岩手県陸前高田市）
- 医療法人社団ハート（茨城県ひたちなか市）
- 医療法人祥仁会（茨城県日立市）

株主優待

当社株式の長期保有促進のため、当社には「株主優待ポイント制度」と「株主優待贈呈制度」の二つの制度を設けています。

株主優待ポイント制度

保有株数と保有期間に応じて半期ごとにポイントを付与し、当社グループとの取引（新築工事やリフォーム等）に利用していただける制度です。

株主優待贈呈制度

単元株式数（1,000株）以上を決算期末時に保有する株主様を対象に毎年1回、「魚沼産コシヒカリ」5kgを贈呈するものです。

関連リンク

[企業・IR情報](#)

地域・社会との対話

さまざまな場面での情報発信に努め、ステークホルダーとの対話を重視しています

多くのステークホルダーとの意見交換は、CSR活動を推進するにあたって新たな発見が生まれる良い機会と考え、日常的な対話を積み重ねています。特に、「サステナビリティレポート」を介した会社の取り組みの発信に力を入れているほか、「総合住宅研究所」「ゼロエミッションハウス」「サステナブル デザイン ラボラトリー」など研究拠点を舞台にした、さまざまな有識者、お客様、市民、研究者、企業関係者との意見交換に努めています。

2012年度は、開設以来多くの方々とのコミュニケーション活動を実施してきた「サステナブル デザイン ラボラトリー」が、業界として初めて「第10回環境・設備デザイン賞」（主催：一般社団法人 建築設備総合協会）優秀賞を受賞しました。

「サステナブル デザイン ラボラトリー」でのワークショップ開催

「サステナブル デザイン ラボラトリー」（東京都国立市）は、日本の伝統家屋における暮らしの工夫や日本古来の生活の知恵など、「地球にやさしく住むための“すべ（＝生活作法）”」を研究するために設けられ、2006年7月から本格的な運用を開始しました。「自然と調和した暮らしを楽しむ」「エネルギーを効率良く利用する」「地球環境に優しい材料を使用する」という3つのテーマを追求し、新しい発想の空間設計や四季の移ろいを感じる暮らし方を提案するとともに、地域の方々とのワークショップ開催や、大学・企業との共同研究のための各種実験・計測も実施しています。2012年度も近隣の国立市立第四小学校6年生の家庭科授業を行うなど、セミナー、ワークショップを開催し、来場者数は延べ5900人となりました。



家庭科の単元のひとつ「冬の住まい方」の学習で、約60名のこどもたちが訪れました

講評（首都大学東京大学院 教授 小泉雅生氏）

高度な機器や設備がオプション的に付加された無味乾燥な実験住宅ではなく、その場所の空間性やそこでの人の振る舞いがきめ細やかにイメージされている。数多くの商品住宅を供給している住宅メーカーがこのような視点で意欲的な住宅建築を作りあげたことは高く評価できる。単に実験に終わらずに、商品住宅に反映され、日本における住まいのあり方、住まい手の環境への意識を変えていく原動力となることを期待したい。

関連項目

■ 「サステナブル デザイン ラボラトリー」ホームページ □

実験住宅「観環居」で、行政、企業、NPO、市民などと協働・コミュニケーション

実験住宅「観環居」（横浜市）では、行政、企業、NPO、大学等との協働、市民参加型のイベントを多数開催し、2012年度は約1300名の方にご参加いただきました。

2010年度に総務省事業「スマート・ネットワークプロジェクト」にて建設した、実験住宅「観環居」（横浜市）は、2011年度から民間コンソーシアムにより第2ステージをスタートしました。以来、スマートハウスの最新技術の情報発信拠点として施設を一般公開しており、2010年11月のオープン以降、総来場者数は約14,000名に達しています。また、見学と合わせて、行政、企業、大学との協働や、NPO・市民と連携したイベントを多数開催するなど、多様な方々とのコミュニケーションの場として展開しています。一般のお客様向けに多様なテーマでゲストの話を聞く「観環居カフェ」。また、NPO等が主催するイベント等を観環居で開催する「観環居カフェコラボ」など、セミナーやイベント等を各種開催しています。観環居のリビングのくつろいだ雰囲気の中で開催するスタイルは参加者の方に大変好評を頂いています。さらに、観環居では横浜市が運営する「ヨコハマ・エコ・スクール（YES）」と連携したイベントも多数開催し、多くの市民が参加する学びの場となっています。また、2011年度の第2ステージスタートとともに、コンソーシアム有志メンバーで、研究会「スマウト（smaUt）」を立ち上げ、活動を行っています。「smaUt（スマウト）」参加メンバーと情報交換を行う「リビングゼミ」もその一つです。また、スマウトの取組みはWEBサイト「smaUt（スマウト）」からも情報発信しています。



第17回観環居カフェ「つくる『～1/100紙模型で描くぼく。わたしの家～』」
夏休み企画で開催した親子向けワークショップ



「みなとみらい秋祭り@観環居」
近隣自治会の秋祭りと連携したイベントを開催



第10回観環居カフェコラボ
「リアルラボ@観環居」日本科学未来館のイベントとコラボしたワークショップの様子

観環居の施設利用、地域連携実績（2012年1月～2012年12月）

取り組み名称	取り組み	参加者実績
リビングゼミ	多分野の研究者や専門家を迎え、未来の暮らしについて情報共有する研究会を開催	計2回 約50名
観環居カフェ	積水ハウスが主催するイベント。企業・大学・団体の方をゲストスピーカーに招き、一般市民向けにさまざまなテーマで開催	計12回 約260名
観環居カフェコラボ	積水ハウスが共催し、NPO、団体等が主催するイベントを観環居で多数開催	計8回 約140名
施設利用	NPO法人、大学、自治会等、各種団体主催の活動の場として、施設を提供	のべ9団体が利用

関連項目

▶ [「観環居」ホームページ](#) 開

▶ [「smaUt」ホームページ](#) 開

「サステナビリティレポート」をコミュニケーションツールとして積極的に活用

「サステナビリティレポート」は、有識者や企業・NPOの研究会等の場において積極的に配布し、意見交換を繰り返しているほか、多くのセミナーやイベント、教育現場等での事例発表の場に赴き、これを重要なコミュニケーションツールとして活用しています。また、会長兼CEOの和田自身が、年間に各方面で多数の講演、事例発表を行う際のテキストとしても、「サステナビリティレポート」を活用しており、CSR・環境活動の社内外の「伝道者」として積極的な発信を強化しています。社内の経営幹部や現場リーダーへも、「サステナビリティレポート」を活用した浸透とコミュニケーションの大切さを伝えています。

近未来型住宅「ゼロエミッションハウス」を広く一般公開

また、2008年7月に開催された「北海道洞爺湖サミット」で公開された近未来型住宅「ゼロエミッションハウス」（当社は建設に協力）が建つ、当社の関東工場（茨城県古河市）内の「ゼロエミッションセンター」も、広く一般公開し、多くの方々との対話の場となっています。

春・夏休みなどを利用した企画「トレジャーハントツアー」を適時開催し、小・中学生に対する環境意識向上にも活用しています。

開設以来の2013年1月末までの来場者数累計は7万1,369人になりました。



ゼロエミッションセンター見学風景

関連項目

▶ [「ゼロエミッションハウス」ホームページ](#) 開

「サステナビリティレポート」の発行

サステナブル社会の実現に向けた積水ハウスグループの取り組みをご理解いただくとともに、取り組みのさらなる向上を目指して読者の方々とコミュニケーションを図ることを目的に、持続可能性報告書「サステナビリティレポート」を発行しています。

社員やステークホルダーの理解促進のために活用しています

「サステナビリティレポート」は、当社グループの2万2000人を超える全従業員にも配布しています。従業員一人ひとりが自社のCSRや環境への取り組みとその課題について理解を深める必要があると考え、そのための重要なツールと位置付けています。

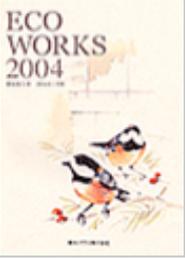
「サステナビリティレポート」で扱うテーマは広範囲にわたるため、WEB版では詳細のデータを幅広く紹介し、冊子版では特に重要と考える活動にテーマを絞り、詳しく紹介しています。また、英語版、中国語版も発行し、より多くのステークホルダーにお読みいただき、コミュニケーションを図っています。

最新版の「サステナビリティレポート2013」では、「グループ連携による震災復興への取り組み」や、「サステナブル社会の実現に向けて」として、積水ハウスのスマートタウン「スマートコモンシティ」プロジェクト、国際事業について特集として報告しています。また、実践報告として「地球温暖化の防止」「生物多様性の保全」「循環型の社会づくり」「ステークホルダーの皆様とともに」などの6つのテーマについて、それぞれの取り組みの詳細や進捗状況について、データを交えながら報告しています。また、より幅広い層の方に当社の取り組みをご紹介することを目的に、小冊子版の発行も予定しています。

これまでの取り組み

1999年	「環境未来計画」を発表
2001年	環境報告書「ECO WORKS」の発行を開始
2005年	環境面だけでなく、社会・経済面の情報公開の充実を図り、持続可能性報告書「サステナビリティレポート」として発行開始

社外からの評価

レポート名	主催	受賞
<p>「ECO WORKS 2004」</p> 	<p>環境省、財団法人地球・人間環境 フォーラム</p>	<p>「第8回環境コミュニケーション大賞」 持続可能性報告優秀賞（理事長賞）</p>
	<p>(株)東洋経済新報社主催</p>	<p>「第8回環境報告書賞・サステナビリティ報告 書賞」 サステナビリティ報告書賞優良賞</p>
<p>「サステナビリティレポート 2006」</p> 	<p>環境省、財団法人地球・人間環境 フォーラム</p>	<p>「第10回環境コミュニケーション大賞」 持続可能性報告優秀賞（理事長賞）</p>
	<p>(株)東洋経済新報社</p>	<p>「第10回環境報告書賞・サステナビリティ報 告書賞」 サステナビリティ報告書賞 優良賞</p>
<p>「サステナビリティレポート 2011」</p> 	<p>環境省、財団法人地球・人間環境 フォーラム</p>	<p>「第15回環境コミュニケーション大賞」 生物多様性報告特別優秀賞 （地球・人間環境フォーラム理事長賞）</p>

住環境の質の向上を目指した団体活動および提言活動

わが国の住宅のレベルの向上、住生活、住環境の向上において、トップメーカーである当社の役割と責任は大きいと考え、政策提言にも積極的に取り組んでいます。多くの業界団体にも所属して、一企業としてだけではなく、業界全体のためにもさまざまな活動を推進してきました。

業界団体での活動や、政策提言によってわが国住宅環境の向上に貢献しています

近年の取り組みとしては、サステナブル社会構築と豊かな住生活の実現に向けて、「住生活基本法」の制定やその推進、「長期優良住宅普及促進法」の制定や展開において、立法、行政、経済界などでのあらゆる発言機会をとらえ、積極的に意見を発し、提言を続けてきました。

加えて、再生可能なエネルギーの利用促進、長寿命住宅の建築促進による良質な住宅ストック確保などのインセンティブ施策や税制についても、積極的に提言してきました。こうした当社の提言によって、住宅エコポイント制度の復活、住宅取得にかかる各種減税措置の延長などが実現しました。

主な所属団体（2013年1月現在）

- 社団法人 日本経済団体連合会
- 社団法人 住宅生産団体連合会（副会長：当社会長兼CEO和田 勇）
- 社団法人 プレハブ建築協会（会長：当社会長兼CEO和田 勇）
- 公益社団法人 関西経済連合会（企業経営委員長：当社会長兼CEO和田 勇）
- NPO法人 キッズデザイン協議会（会長：当社会長兼CEO和田 勇）
- 社団法人 不動産協会
- 社団法人 日本木造住宅産業協会
- 一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会
- 優良ストック住宅推進協議会（会長：当社会長兼CEO和田 勇）
- 長期使用住宅部材標準化推進協議会
- エコ・ファースト推進協議会（副議長：当社会長兼CEO和田 勇）

環境イベントへの出展

社会の環境意識が高まる中、企業の環境に対する取り組みへの関心が一層高まっています。当社は、環境イベントの自社開催や、社外の環境イベントへの参加を通じて、自社の環境への取り組みや環境商品を紹介するとともに、市民環境意識の一層の啓発を図っています。

● 2012年度に出展した主な環境関連イベント

イベント名	概要
第1回エコハウス & エコビルディングEXPO (東京)	「グリーンファースト」や将来を考えた実験住宅「観環居」など、現在と未来を考えた環境配慮型の住まいを説明 (2月～3月開催、来場者数約9.3万人)
朝日住まいづくりフェア2012 スマートハウスEXPO (東京)	新築・リフォーム・趣味空間を提案する総合展示会の中で最新の未来住宅を一堂に集めた専門展示会が実施され、出展 (5月開催、来場者総数3.3万人)
エコ&セーフティー 神戸カーライフフェスタ2012 (神戸)	エコカーを通じた新しいカーライフや暮らしの魅力を紹介するイベントで車と住まいの新しい関係を紹介した (5月開催、来場者総数5.4万人)
ソーラー・デカスロンスペイン大会 (スペイン)	世界の大学対抗の環境に配慮した住宅建築コンペティション。日本から初めて出場した千葉大学チームに協力 (9月、スペイン マドリッド)
国際フロンティア産業メッセ2012 (神戸)	◎「エコものづくり」をキーワードとして、さまざまな産業分野からの出展による総合産業展示会でグリーンファースト等の取組みを紹介 (9月開催、来場者総数2.2万人)
国際ユニヴァーサルデザイン会議2012 in 福岡 (福岡)	「安全・安心～ユニヴァーサルデザインの基本を考える」というテーマのもと、長寿命住宅を支える当社の最先端のユニヴァーサルデザイン事例を紹介 (10月開催、来場者総数1.2万人)
リビングデザイン展2012 (大阪)	キッズデザインの新たな提案である「コドモイドコロ」の実物大の企画展示を行うことで「楽しさ・心地よさ」の発見につながるライフスタイルを提案 (10月開催、来場者総数0.7万人)
TOKYO DESIGNERS WEEK 2012 (大阪)	リビングデザイン展と連携したイベントで、「コドモイドコロ」の実物大の企画展示を行うことで「楽しさ・心地よさ」の発見につながるライフスタイルを提案 (10～11月開催、来場者総数10.1万人)
Smart City Week 2012 (横浜)	当社が面として展開を進める「スマートコモンシティ」のステージと最先端の3電池連動のスマートハウスである「グリーンファースト ハイブリッド」を紹介 (10～11月開催、来場者総数2.2万人)
第34回 Japan Home & Building Show (東京)	建材・部材・住宅設備を中心とした住宅・建築関連の専門展示会でスマートコモンシティの取組みと「グリーンファースト ハイブリッド」の紹介等。 (11月開催、来場者総数3.3万人)

Smart City Week 2012

スマートシティウィーク（以下、SCW）は、2030年までの累積で400兆円を超えられているスマートシティ事業に関する展示会です。スマートシティは、エネルギー等のインフラから医療・介護などのサービスまで幅が広く、昨今の「スマート」のキーワードの元で新しく定義されている分野で、ハイブリッドカーなどと連動する積水ハウスのグリーンファースト蓄電シリーズの技術カピールとスマートコモンシティの紹介等を行いました。

スマートハウスや環境に関連する社会の関心の高さを反映し、住まいづくりにおける環境配慮に興味を持たれている方も多かったため、当社のブースには、エコ関連の企業をはじめ、オーナー様、株主様、就職活動の学生など、さまざまな方にご来場いただきました。



当社ブース



朝日すまいづくりフェア2012 スマートハウスEXPO

「積水ハウス展示ブース」の概要

「メインステージ」「機器展示」「リフォームゾーン」の3つで構成。お客様に積水ハウスならびに積水ハウスリフォームの技術力や先進性を伝えるために、当社は「グリーンファーストハイブリッド」などをご紹介しました。「グリーンファーストハイブリッド」はHEMS（家庭内エネルギー管理システム）により、3電池（太陽電池、燃料電池、蓄電池）を連動させる住まいで、多くの来場者は新しい住まいの姿にご興味をもたれ、熱心に見学頂きました。



正面にはハイブリッドの展示



MCによるメインステージ

サステナブルブックレットの発行

環境問題に対する意識啓発を目的に絵本「サステナブルブックレット」を発行しています。全国の展示場や環境イベントなどでの配布を通じて、一般消費者に対してわかりやすく環境問題を伝えると同時に当社の取り組み姿勢を伝えるためのツールとして活用しています。

「森林に関する問題」「化学物質に関する問題」「生物多様性について」の3冊を発刊

サステナブルブックレットは、森林に関するさまざまな問題と、なぜ適正な調達が必要なのかをわかりやすく伝えるための絵本「クララのもり」、化学物質に関する問題をわかりやすく伝えるための絵本「どこからきたの?」、生物多様性についてわかりやすく伝える「ぐるるるる」の3冊を発刊してきました。

2012年度は、「ecoフェスティバル」<10月大阪市にて開催>をはじめとする環境イベントにおいて「ぐるるるる」を配布して、生物多様性の重要性と当社の環境取り組みの周知に活用しました。



森林に関する問題を伝える
「クララのもり」(在庫終了)



化学物質に関する問題を伝える
「どこからきたの」(在庫終了)



生物多様性について伝える
「ぐるるるる」