## 積水ハウスグループのCSV戦略

~住宅を通じて社会課題を解決し、CSV(共有価値の創造)を実現~

住宅はさまざまな社会課題を解決する中心的存在である、と当社は考えています。

積水ハウスグループは、住まいづくりを通じて「サステナブル・ビジョン」に基づき、

多様なステークホルダーに対して、価値を創造・共有することにより、社会課題の解決に取り組んできました。

このたび重点的に取り組む五つのテーマを特定し、「CSV戦略」として位置付け、活動のさらなるレベルアップを図っています。 これら一連のプロセスを以下に図示します。

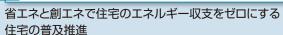
#### 財務資本 知財資本 人的資本 自然資本 株主様・投資家様からの資金、 上質な住まいを創造する 知見・スキル を備えた 水、空気、動植物などを 金融機関からの融資 もとになる知的財産 多様な従業員・職方 はぐくむ地球 製造資本 社会·関係資本 工業化住宅の技術を具現化する 政府、サプライヤー、協力会社、 お客様、NPOなどとの強い関係 製造設備やさまざまなインフラ **INPUT 積水ハウスのビジネスモデルと社会課題とのつながり** 開発・設計 戦略と 資源配分 リスク 機会 コンサルティング・ハウジング ステークホルダーとのコミュニケーション 工場生産 住まい 輸送 積水ハウスの使命とビジョン づくり 施工 住宅を基軸とした お客様との **OUTPUT** リレーション 戸建住宅·賃貸住宅· サステナブル社会 居住 リフォーム・不動産・ の実現 分譲住宅・マンション・ アフターサービス 都市再開発など 解体 展望 処理 **OUTCOME** 社会価値 ・地域への価値創造 ・お客様への価値創造 経済価値 住まい手価値 環境価値 ・取引先様への価値創造 ·政府、自治体、株主様、 ・お客様への価値創造 ・地球環境への価値創造 ・従業員への価値創造(ES向上など) 投資家様などへの価値創造 ・取引先様への価値創造 ・業界への価値創造 ・取引先様への価値創造 ・業界への価値創造 ・当社への価値創造 ・当社への価値創造 (ブランドカ向上など)

CSV:「サステナブル・ビジョン」に基づく共有価値の創造

# 社会課題 地球温暖化 エネルギー不安 異常気象 自然災害へのぜい弱性 震災復興の遅れ 生態系の破壊 子育で不安 教育問題 少子化 社会資本整備の遅れ 大量消費·廃棄型社会 社会的弱者への配慮不足 ワーク・ライフ・バランスのゆがみ 超高齢社会 家族多様化への対応遅れ まちなみ景観の劣化 希薄化したコミュニティ 空気環境の悪化 健康不安

### 五つのCSV戦略

住宅のネット・ゼロ・エネルギー化



2 生物多様性の保全

「5本の樹」計画、「木材調達ガイドライン」などを通じた 生態系保全の取り組み

生産・施工品質の維持・向上

安定的に高品質な住まいを提供できる 生産・施工体制の強化

4 住宅の長寿命化とアフターサポートの充実 住宅の耐久性向上、ユニバーサルデザイン推進、

メンテナンス・リフォーム体制の充実など

5 ダイバーシティの推進

多様な人材が創造性・革新性を発揮し、 事業を通じたイノベーションを実現する仕組みづくり

#### VOICE

#### CSRを通じた価値創造

CSRの現代的課題の一つは、いかに経営戦略と結びつけるかにあります。そのためにはマテリアリティ(重要性)に関する分析を通じて対象を絞り込み、具体的な事業活動との関連性を明確にする必要があります。また、バリューチェーン\*全体の見直しと強化も重要な課題として注目されています。

積水ハウスのお二人の経営トップと面談させていただき、 企業の社会的な活動を重視されていることを十分に感じま した。また、そのような活動を社会にもっと目に見える形で 示したいとの意欲も強く見受けられました。

積水ハウスは、自社のビジネスモデルをこの視点から見直

して、「4つの価値」を示しています。これは、 まさに積水ハウスのCSV(Creating Shared Value)と言えると思います。 今後は個々に具体的な数値目標を設定 されてKPIとして活用されれば、新しい形の 価値創造が見える化されると思います。



神戸大学大学院経営学研究科長 國部 克彦 氏

※製品やサービスを顧客に提供するという企業活動を、調達/開発/製造/販売/サービス といったそれぞれの業務が、一連の流れの中で順次、価値とコストを付加・蓄積していく ものととらえ、この連鎖的活動によって顧客に向けた最終的な「価値」が生み出される とする考え方。