Daiwa House Group

Corporate Social Responsibility
Report 2009 Digest

Daiwa House®
Group

共に創る。
共に生きる。

大和ハウスグループ

CSRレポート2009 ダイジェスト版

未来を、つなごう
We Build ECO

大和ハウスグループのCSR活動のご報告にあたって

大和ハウスグループのCSR活動

「共に創る。共に生きる。」をテーマに、CSR活動を推進しています。

当社グループは、「共に創る。共に生きる。」をテーマに、当社グループに関わるさまざまなステークホルダー（利害関係者）を意識し、企業市民として社会の要請に応え続けることで、社会から求められるCSR活動を推進しています。当社グループは持続可能な社会の構築に向け、社会的課題の解決に積極的に取り組んでいます。

共に創る。共に生きる。

建築を通じて社会と共にあること、生活のサービスを通じて暮らす人と共にあること。
私たちはこの「共創共生」の精神を基本姿勢に、社会と向き合うことが大切であると考えています。この精神こそ当社グループの原点であり、「人・街・暮らしの価値共創グループ」として、住宅をはじめ商業建築、ホテル、リゾート、医療介護などを通じ、社会に新しい価値を築きます。

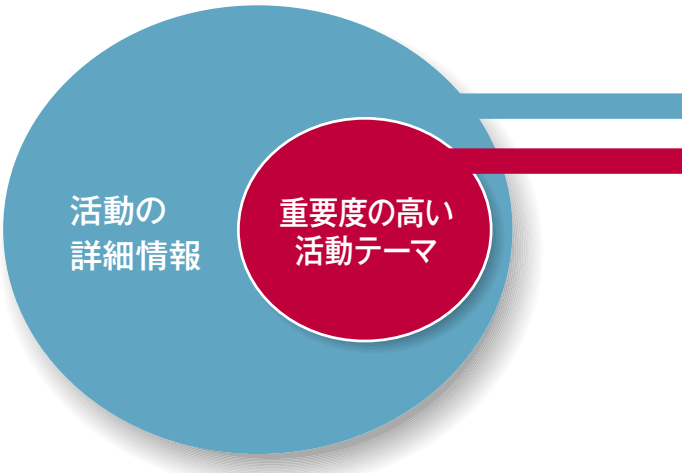
CSR活動をご報告するための方針

冊子とwebサイト一体で、大和ハウスグループのCSR活動についてご報告します。

昨年度に引き続き、冊子（ダイジェスト版）とwebサイト（詳細版）に分けることで、それぞれの特性を活かした情報開示を目指しました。

冊子では「読みやすさ」を追求し、当社グループが特に大切であると考えているテーマについて掲載しています。

webサイトでは具体的な取り組み内容やデータなど、より詳細な情報を掲載することで幅広いステークホルダーに対応できるご報告に努めました。



活動の改善へ

報告の改善へ

皆さまからのご意見

当社グループへのご意見・ご要望を、今後のCSR活動やご報告の改善に活かしています。

CSR活動の指標である「CSR自己評価指標」は、ステークホルダーミーティング等でいただいたご意見・ご要望をもとに適宜改定を行っています。本冊子の特集2（P.19 ～ P.42）では今回の改定内容とともに、同指標の各分野に沿った取り組みをご報告しています。

社外からのご意見を聞く機会の一例

●ステークホルダーミーティング
●社団法人 企業研究会
CSR推進フォーラム
→本冊子 P.21～P.22に掲載

●本レポートへの第三者意見
→本冊子P.49に掲載

詳細版の目次はこちら

大和ハウスグループ CSRレポート2009 webサイトトップ

http://www.daiwahouse.co.jp/csr/

webサイト（詳細版）
詳細な情報・データをご報告

PDF（詳細版）
冊子形式での閲覧・印刷機能

詳細をwebサイトでご報告

重要度の高いテーマについて冊子でご報告

冊子（ダイジェスト版）

想定している読者対象
お客さま、株主・投資家、お取引先、従業員、地域社会、NPO・NGO、行政など幅広いステークホルダー（利害関係者）を対象としています。

報告対象組織
大和ハウス工業を中心に大和ハウスグループ全体（2009年3月31日現在、連結子会社56社および持分法適用関連会社13社）について報告しています。

報告対象期間
2008年度（2008.4.1～2009.3.31）を基本として、必要に応じて2007年度以前・2009年度以降の活動内容も掲載しています。

発行日
2009年7月
（次回発行予定：2010年7月）

参考にしたガイドライン
環境省「環境報告ガイドライン（2007年度版）」、GRI（Global Reporting Initiative）「サステナビリティリポーティングガイドライン第3版」
＊本レポートとこれらのガイドラインとの対照表を、webサイトに掲載しています。

将来の見通しに関する注意事項
本レポートには当社グループの過去から現在までの実績や事実のみならず、経営方針に基づく将来予測・計画などが含まれています。これらは、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、実際の業績や活動結果はその後の経営環境の変化により将来予測や計画と異なったものとなる可能性が含まれます。読者の皆さまには、以上をご了承いただきますようお願いします。

本レポートについてのお問い合わせ先
大和ハウス工業株式会社
CSR推進室 TEL：06-6342-1435／環境部 TEL：06-6342-1346

大和ハウスグループ CSRレポート2009 ダイジェスト版　目次

1 大和ハウスグループのCSR活動のご報告にあたって
2 ダイジェスト版 目次
3 詳細版 目次
5 トップコミットメント 会長から皆さまへ
7 大和ハウスグループのCSR
9 大和ハウスグループの概要
11 大和ハウスグループの2008年度CSR活動ハイライト（抜粋）
13 トップコミットメント 社長から皆さまへ

15 特集1 社会的課題への対応
ストック型社会の形成に向けて
～長期優良住宅～

19 特集2 ステークホルダーとの共創共生
CSR自己評価指標（CSRインディケーター）

25 「お客さま」との共創共生
個客思考のソフト提案
～ハッピーハグモデル～

29 「取引先」との共創共生
取引先とのWin-Winの関係を深める
～大和ハウス工業 協力会連合会～

33 「従業員」との共創共生
ワークライフバランスの推進
～いきいきと働くために～

37 「社会」との共創共生
地域密着型の社会貢献活動
～浜松支店の取り組み～

39 「環境」との共創共生
持続可能な都市基盤のために
～環境に配慮した建築～

43 エンドレス グリーン プログラム 2010
47 従業員一人ひとりが支える コーポレート・ガバナンス
49 第三者意見

大和ハウスグループCSRレポート2009 詳細版 目次

P.○○～ 本冊子に関連情報を掲載しています

CSR経営の基盤

■ トップコミットメント
●会長から皆さまへ P.5～
●社長から皆さまへ P.13～
■ 理念体系 P.7～
■ 従業員一人ひとりが支える コーポレート・ガバナンス P.47～
■ CSR推進組織体制
■ コンプライアンス・リスクマネジメント
■ クライシスマネジメント
■ サプライチェーン・マネジメント

事業を通じた社会的課題の解決

■ 特集：ストック型社会の形成に向けて ～長期優良住宅～ P.15～
■ 建物の安全と長寿命化に向けて
●[地震から建物を守る]
●[物理的劣化から建物を守る]
●[社会的劣化から建物を守る]
■ 防犯に配慮した住まいと街づくり
●防犯配慮の住まいづくり
●防犯配慮の街づくり
■ 住宅の資産維持につながる街並み保全をサポート
●[事例]阪南スカイタウンB1地区
■ 都市の再生～市街地再開発の取り組み
●札幌駅前再開発
■ 少子高齢社会に向けた住まいと施設づくり
●フレンドリーデザイン
●少子高齢社会の多様なニーズへの対応
●少子高齢社会に向けた産官学連携
●ロボットスーツ事業への参画
■ 健康に配慮した住まいづくり
●空気環境への配慮
●健康管理支援への取り組み
●睡眠環境の向上に向けて
■ 通信インフラの構築に向けて
●「サービスインフラ」として住まいのあり方を追究 ～ホームサーバーの研究と開発～
■ 食の安全・安心に向けて
●食品衛生技術顧問団との連携サポート
●HACCP（ハセップ）高度化認定支援
■ 健康や自然を志向したスローライフをサポート
●田舎暮らしの定住サポート（森林住宅）
●健康志向のライフスタイルを支援（スポーツクラブ事業）
●カンボジア井戸掘りツアー
■ 中国における取り組み
●「住まい」の質の向上

CSRマネジメント

■ CSR自己評価指標とは P.19～
■ 指標改定のプロセス P.21～
CSR自己評価指標の設定方法、
課題と改定ポイント
社外からのご意見
■ CSR自己評価指標 2008年度実績 P.23～
2008年度実績と2009年度目標
分野別の実績
■ お客さまとの共創共生
●特集：個客思考のソフト提案 ～ハッピーハグモデル～ P.25～
●CS理念、CS委員会
●品質へのこだわり
・品質保証体制
・設計品質と施工品質（戸建住宅・賃貸住宅）
・設計品質と施工品質（マンション）
・設計品質と施工品質（商業施設・業務施設）
●長期保証とアフターサービス
・長期保証とアフターサービス（戸建住宅・賃貸住宅）
・長期保証とアフターサービス（マンション）
・アフターサービス体制（商業施設・業務施設）
●お客さまとのリレーション体制
・ダイワファミリー倶楽部（住宅）
・オーナー会（集合・流通）
・テナント会（流通）
■ 株主・投資家との共創共生
●特集：IR活動を推進するためのコミュニケーション強化
●積極的なIR活動
●決算の方針
■ 取引先との共創共生
●特集：取引先とのWin-Winの関係を深める ～大和ハウス工業 協力会連合会～ P.29～
●資材調達先との関係
●施工協力先との関係
●設備機器調達先との関係
●作業環境の労働安全
●適正な支払い
■ 従業員との共創共生
●特集：ワークライフバランスの推進 ～いきいきと働くために～ P.33～
●雇用と処遇
●人権尊重
●健康への配慮
●人財育成
●働きやすい職場
■ 社会との共創共生
●特集：地域密着型の社会貢献活動 ～浜松支店の取り組み～ P.37～
●社会貢献活動の総括

詳細版は、PDF形式での印刷・ダウンロードが可能です。
http://www.daiwahouse.co.jp/csr/2009/download/index.html

本レポートの内容、並びにCSRへの取り組み状況は、webサイトでもご覧いただけます。
http://www.daiwahouse.co.jp/csr/

●社会貢献活動【環境】
●社会貢献活動【福祉】
●社会貢献活動【教育】
●社会貢献活動【その他】
●義援金・募金活動
●今後に向けて

■ 環境との共創共生

●特集：持続可能な都市基盤のために
～環境に配慮した建築～ P.39～
●環境ビジョン
●環境マネジメント
・環境マネジメント体系
・社長表彰制度の創設
・環境マネジメントシステムの拡大
●環境負荷マテリアルフローと環境会計
●エンドレス グリーン プログラム2010の実績と自己評価
・基本方針 P.43～
●地球温暖化防止への取り組み
・考え方、実績・自己評価
・事業活動プロセスの取り組み
考え方、実績・自己評価
自社施設への自然エネルギーの導入
（事務・建設系部門）
事務部門の取り組み
車両部門の取り組み
生産部門の取り組み
輸送部門の取り組み
施工部門（住宅事業、商業建築事業）の取り組み
グループ会社（大和リース・ダイワラクダ工業）の取り組み
（サービス部門）
リゾート・スポーツ施設の取り組み
ホームセンターの取り組み
ショッピングセンターの取り組み
都市型ホテルの取り組み
物流サービスの取り組み
・商品・サービスの取り組み
考え方、実績・自己評価
戸建住宅事業の取り組み
賃貸住宅事業の取り組み
マンション事業の取り組み
住宅リフォーム事業の取り組み
商業建築事業の取り組み P.39～
環境エネルギー事業の取り組み P.39～
●廃棄物削減への取り組み
・考え方、実績・自己評価 P.39～
・生産部門の取り組み
・施工部門（住宅事業、商業建築事業）の取り組み
・グループ会社（大和リース・ダイワラクダ工業）の取り組み
●資源保護（水）への取り組み
・考え方、実績・自己評価
・リゾートホテルの取り組み
・都市型ホテルの取り組み
・スポーツ施設の取り組み
●有害化学物質削減への取り組み
・考え方、実績・自己評価、マテリアルバランス
・生産部門（住宅事業、商業建築事業）の取り組み
・グループ会社（大和リース・ダイワラクダ工業）の取り組み
●グリーン購入・調達への取り組み
・考え方
・グリーン購入の取り組み
・グリーン調達（住宅事業、商業建築事業）の取り組み
●自然環境との調和～生物多様性保全に向けて～
・考え方
豊かな自然環境の維持保全
サプライチェーンを通じた森林育成
自然と調和した街づくり
・住宅事業の取り組み
環境共生住宅の推進
・商業建築事業の取り組み P.39～
●環境コミュニケーション
・考え方
環境行動スローガンの策定
・環境情報の発信
・展示会、環境関連イベントへの出展
・次代を担うこどもたちとの対話
●環境リスク低減
・考え方、法規制管理のフロー
・廃棄物管理
・土壌汚染対策
・大気汚染防止
・水質汚濁防止

サイトレポート
東北工場/新潟工場/栃木二宮工場/竜ヶ崎工場/
中部工場/三重工場/奈良工場/堺工場/岡山工場/
九州工場/鹿児島工場

グループ会社の活動 P.11～
大和リビング/ダイワハウス・リニュー/日本住宅流通/
ダイワラクダ工業/大和リース/大和情報サービス/ダイワロイヤル/
大和小田急建設/大和リゾート/ダイワロイヤルゴルフ/
日本体育施設運営/ロイヤルホームセンター/大和物流/エネサーブ/
大和エネルギー/伸和エージェンシー/大阪マルビル/ロック開発

第三者意見 P.49～

ガイドライン対照表

業績ハイライト P.9～

CSR活動のあゆみ

大和ハウスグループの概要 P.9～

主な受賞歴

トップコミットメント

会長から皆さまへ

Commitment 1

量的確保から質的充実へ、住み継がれる住まいと街を創る

米国の金融危機に端を発した世界同時不況は、雇用情勢の悪化をはじめ日本経済に大きな打撃を与えました。また高齢社会の到来や温暖化に代表される地球環境問題など、多くの社会問題が顕在化しています。

そのようななか、大和ハウスグループはさまざまなステークホルダーと共に新しい価値を創造していく「人・街・暮らしの価値共創グループ」として、社会的課題の解決を目指した事業活動に注力しています。

これまでの日本の住宅産業は、経済成長を背景としてスピーディーに効率よく住宅を供給していく住まいの「量的確保」に重点を置いていました。しかし、いまや日本では住宅戸数が世帯数を上回り、今後は人口の減少も予想されていることから、住宅供給の力点を「量的確保」から一層の「質的充実」へと移していく必要があります。また、それには耐震強度やメンテナンスしやすい構造など建物単体の問題だけに取り組むのではなく、環境共生や美観を備えた街づくりなど総体的な視点も必要です。これら社会的課題に対し事業を通じて答えを出していくことは、まさに当社グループにとってCSRの実践そのものであると考えています。

当社グループは、住宅産業におけるこのような課題を解決するため、“住み継ぎ”をコンセプトに『長期優良住宅』の創出に取り組んでいます。（詳細は特集1 ／ P.15～P.18）「いつまでも愛着をもって世代を超えて住み継いでいける」あるいは「建物自体の資産価値を維持したまま第三者への転売を可能にする」そういったモデルを具現化するために、耐久性・耐震性・省エネなどハード面での基本性能を重視するとともに、家族構成やライフスタイルの変化に対応できる住宅にも注力しています。このような私たちの提案は、国土交通省が推進する「長期優良住宅先導的モデル事業」としても採択されました。

社会にとって必要と

当社グループは、暮らしのさまざまなシーンに関わる事業を展開して、住まいづくり・街づくりに取り組んでいます。今後も「長期優良住宅」の計画的な普及に努め、豊かなコミュニティを構築できる自然環境と調和した持続可能な街を創造します。併せてリフォーム事業を強化することで、良質なストック社会の構築を進めていきます。

Commitment 2

社会的課題を見据えた新しい価値を創造する

当社グループは、住宅だけではなく、近い将来求められるであろう社会のニーズに応えていくため新規事業の拡充にも取り組んでいます。

特に深刻さを増す「地球温暖化」に対する取り組みの一つとして、2009年4月に「環境エネルギー事業部」を新たに発足させました。現在、CO_2排出量を大幅に削減できる「白色LED照明システム」や、既存の蛍光灯とセットで活用する「高効率反射板」などの省エネ・省CO_2商品の普及を進めています。

今後は、これらの商品に加えて、太陽光発電システムやエネルギーの「見える化」サービスなどの拡充を図るとともに、既存事業との連携を強化することによって、「環境負荷の低減」と「快適な暮らし」の両立に貢献していきます。

（詳細は特集2 ／ P.39～P.42）

また、以前からの取り組みである「リチウムイオン電池」や「ロボットスーツ」、「農業の工業化」をさらに推し進めるなど、今後もお客さま視点に立った新分野の開拓を通して、社会から求められる価値の創造に挑戦していきます。

Commitment 3

人財（人材）を育成し、CSRを実践する

創業者・石橋信夫は、社会に貢献できる事業を開拓するという「夢」を生涯持ち続けました。そして、そのためには「積極精神」をもった従業員が中心となって会社を支えてくれる必要があると感じていたのです。

私は、常々「凡事徹底」というキーワードで、従業員に対して日々の積み重ねの大切さを説いてきました。仕事の知識はもちろん大切なのですが、「謙虚に教えを請う、周りに感謝する」といった人としての道を踏み外さないこと、「あいさつや約束を守る」といった当たり前のことを実践できる、日頃の心構えや姿勢が重要なのです。

特に、経営者には「先見力・判断力・決断力・統率力」といった総合的な「人間力」が必要不可欠ですが、グループ全体を見渡して「人間力」を備えた人財を見極め育てるのは非常に難しいことです。そこで、2008年度に「大和ハウス塾」という場を設けました。塾生は40代が中心で、経営の基礎知識を学ぶ講習だけでなく、戦略立案に向けたディスカッションや面接も実施しています。こういった過程のなかで「人間力」を見極めながら、次代を託す人財の発掘・育成に努めていきます。

当社グループは創業以来「事業を通じて社会に貢献する」というCSRの実践を日々の事業活動を通じて続けてきました。未来を見据えた新規事業の展開による雇用の創出や地球環境との共生も、社会にとってなくてはならない企業の使命であり、私たちは「夢」と「人間力」で、その使命に挑戦し続けます。

代表取締役会長

樋口武男

される企業グループであり続けます。

大和ハウスグループのCSR

当社グループの理念体系は、企業理念(社是)、経営ビジョン、社員憲章の3つで構成されています。その理念体系をもとにCSR指針を策定しています。

企業理念(社是)

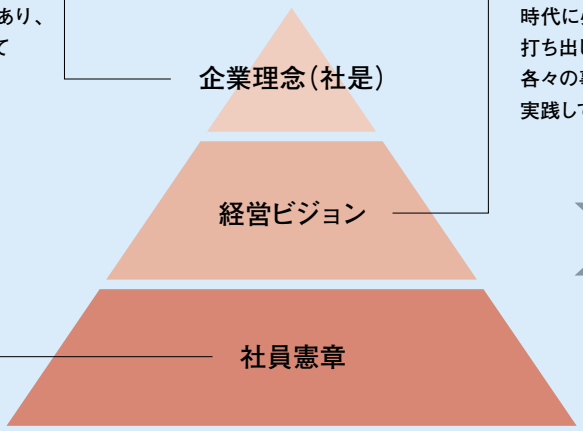
一. 事業を通じて人を育てること
一. 企業の前進は先づ従業員の生活環境の確立に直結すること
一. 近代化設備と良心的にして誠意にもとづく労働の生んだ商品は社会全般に貢献すること
一. 我々の企業は我々役職員全員の一糸乱れざる団結とたゆまざる努力によってのみ発展すること
一. 我々は相互に信頼し協力すると共に常に深き反省と責任を重んじ積極的相互批判を通じて生々発展への大道を邁往すること

経営ビジョン

心を、つなごう

私たちは「人・街・暮らしの価値共創グループ」として、
お客様と共に新たな価値を創り、活かし、高め、
人が心豊かに生きる社会の実現を目指します。
そして、お客様一人ひとりとの絆を大切にし、
生涯にわたり喜びを分かち合えるパートナーとなって、
永遠の信頼を育みます。

グループの根幹を成す考え方であり、将来にわたって私たちが共有していくものです。



時代に必要とされる存在となるために打ち出したグループの方針であり、各々の事業において実践しているものです。

大和ハウスグループCSR指針

私たちの行動の指針であり、日々の活動において常に意識しているものです。

社員憲章

私たちは、「人・街・暮らしの価値共創グループ」の社員として

一. 品質、技術、情報力の向上に努め、環境に配慮した安全で確かな商品、安らぎとくつろぎの空間を提供します。[企業の視点]
一. 誠意をもってお客様と向き合い、感動と喜びを分かち合います。[お客様の視点]
一. 社会規範に基づく公明正大な行動により、社会的評価を高め、企業価値の向上に努めます。[株主の視点]
一. 感謝の気持ちを忘れず、公正であることに努め、取引先と共に成長・発展を図ります。[取引先の視点]
一. 仕事を通じて自らの成長と幸せを追求します。[社員の視点]
一. 「共創共生」を基本姿勢に、心豊かに生きる暮らしと社会の実現を目指します。[社会の視点]

Daiwa House Group

私たち大和ハウスグループは、
事業を通じて社会と共にあること、
そして商品やサービスを通じ、暮らす人と共にあること。
この「共創共生」の姿勢を持ち続け、
誠実に社会と向き合うことが大切であると考えています。

大和ハウスグループシンボル **エンドレスハート**	「お客さまとの絆、永遠の信頼」「大和ハウスグループの連帯感と絆」を意味します。また、「メビウスの輪」を想起させるとともに、この正円は原点である“和”を表現しています。

大和ハウスグループCSR指針

社会性・環境性・経済性の3つの側面から、バランスのとれた事業活動を意識するとともに、ステークホルダー（利害関係者）と誠実に向き合い、企業市民として社会の要請に応え続ける。

1. 独自技術・ノウハウにより事業を通じて社会に貢献する。
2. ステークホルダー（利害関係者）との関わりや対話を通じて当社に対する要請を理解し、企業市民としてそれに応えるよう努める。
3. 企業倫理・コンプライアンスの確立に努める。

CSR自己評価指標（CSRインディケーター）

▶特集2／P.19～P.42をご覧ください。

共に創る。共に生きる。

お客さま
株主 投資家
お取引先
従業員
地域社会
地球環境
NPO NGO
行政

大和ハウスグループの概要

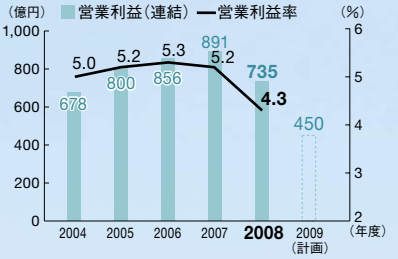
当社グループは、「人・街・暮らしの価値共創グループ」として、すべての人が心豊かに生きる暮らしと社会の実現を目指し、「ハウジング」「ビジネス」「ライフ」の3つの分野をベースに、「住宅」「商業建築」「リゾート・スポーツ施設」「ホームセンター」「その他」の5事業を展開しています。

人・街・暮らしの価値共創グループ

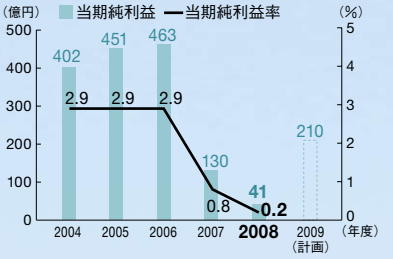
業績ハイライト

売上高(連結・単体)／連単倍率
16,909億円(連結)　1.47倍

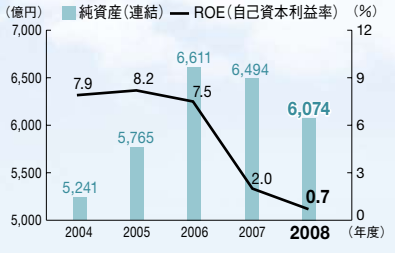
営業利益／営業利益率
735億円　4.3%



当期純利益／純利益率
41億円　0.2%

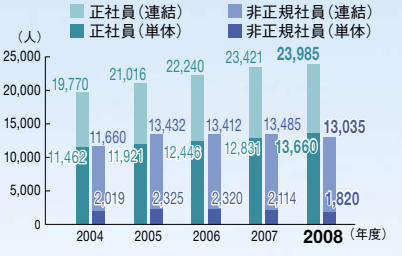


純資産／ROE(自己資本利益率)
6,074億円　0.7%



総資産／自己資本比率
18,105億円　33.5%

従業員数(連結・単体)
正社員(連結)23,985人



web ・財務情報
http://www.daiwahouse.co.jp/company/kessan/s_index.html

・大和ハウスグループ
http://www.daiwahouse.com/groupbrand/index.html

住宅事業
（住宅・賃貸住宅・マンション）

9,590億円
54.1%

●住宅等の企画、請負、販売
大和ハウス工業（株）

●賃貸住宅、マンション管理
大和リビング（株）
（株）ダイワサービス
ダイワマンスリー（株）
日本住宅流通（株）

●地盤調査、地盤改良
大和ランテック西日本（株）
大和ランテック東日本（株）

●リフォーム工事請負
ダイワハウス・リニュー（株）

●不動産の仲介、斡旋
日本住宅流通（株）
大和エステート（株）

●住宅部材の製造
（株）シンクローラー
ダイワラクダ工業（株）

商業建築事業
（流通店舗・建築）

5,451億円
30.8%

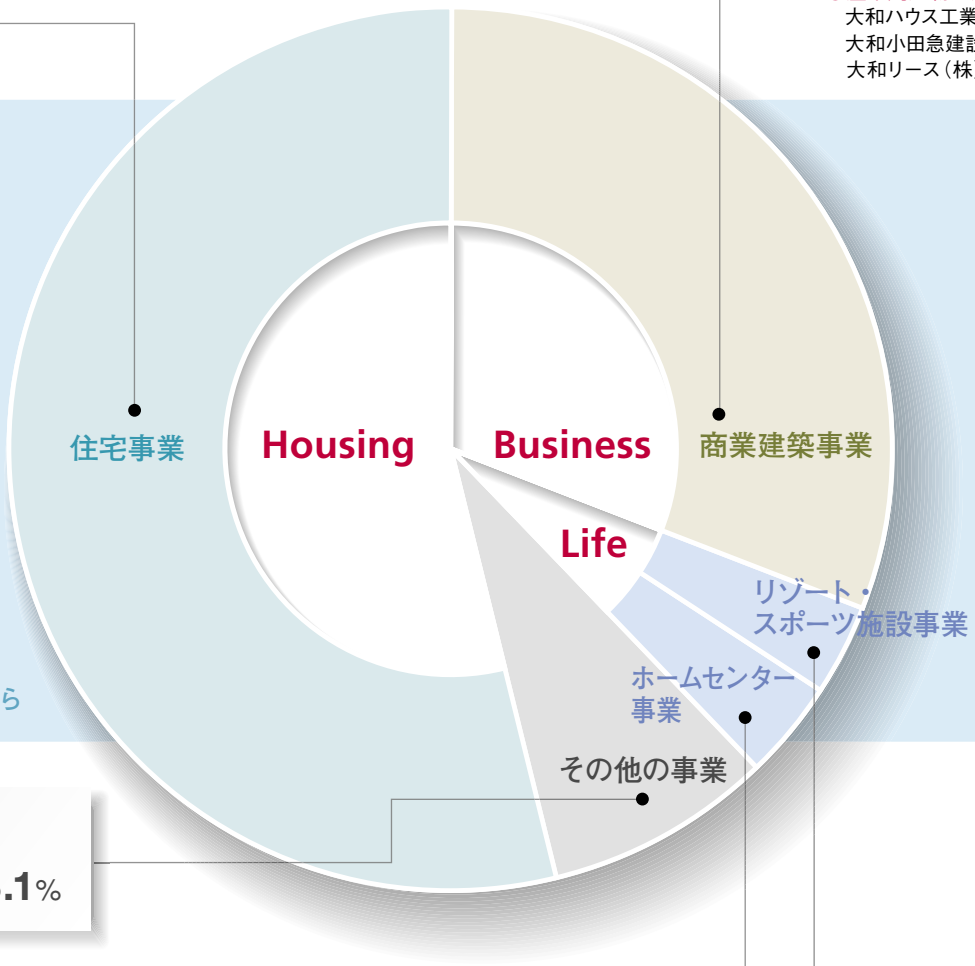
●商業施設の企画、開発、設計
大和ハウス工業（株）
大和リース（株）

●商業施設の管理、運営
大和ハウス工業（株）
大和リース（株）
大和情報サービス（株）
ダイワロイヤル（株）

●店舗、事務所等の賃貸
大和情報サービス（株）
ダイワロイヤル（株）

●産業用建物の建築請負
大和ハウス工業（株）
大和小田急建設（株）
大和リース（株）

2008年度 セグメント別 グループ会社・ 売上高・売上比率



大和ハウスグループの
2008年度CSR活動
ハイライト（抜粋）はこちら

その他の事業
1,440億円 8.1%

国内
大和物流（株）【物流事業】
エネサーブ（株）【電気設備の保守点検】
（株）寿恵会【介護付有料老人ホーム経営】
（株）伸和エージェンシー【広告代理店事業】
大和エネルギー（株）【ESCO事業、エネルギー管理事業】
（株）ダイワサービス【人材派遣事業】
大和ハウスインシュアランス（株）【損害保険代理業】
大和ハウス・リート・マネジメント（株）【投資運用業】
ダイワロイヤル（株）【ビジネスホテル事業】
（株）メディアテック【情報通信サービス事業】
（株）大阪マルビル【ホテル事業】
（株）東富士【物流工業団地開発事業】
大和ハウス・モリモト・アセットマネジメント（株）【投資運用業】
大和ハウスフィナンシャル（株）【クレジットカード事業】

海外
大和事務処理中心（大連）有限公司【事務処理業務受託】
大和房屋（蘇州）房地産開発有限公司【分譲マンション開発・販売】
天津九河国際村有限公司【賃貸住宅経営】

ホームセンター事業
635億円 3.6%

●ホームセンターの経営
ロイヤルホームセンター（株）

リゾート・スポーツ施設事業
601億円 3.4%

●別荘地の企画、販売、管理
大和ハウス工業（株）

●ホテル、ゴルフ場等の経営、運営管理
大和リゾート（株）
ダイワロイヤルゴルフ（株）

●スポーツクラブの経営
日本体育施設運営（株）

大和ハウス工業株式会社 コーポレートデータ
（2009年3月31日現在）

創業	1955年4月5日
資本金	110,120,483,981円
本社	〒530-8241　大阪市北区梅田三丁目3番5号
支社・支店	全国84箇所（本店含む）
工場	全国11箇所
研究所	総合技術研究所（奈良市）
研修センター	大阪・東京・奈良

大和ハウスグループの2008年度CSR活動ハイライト（抜粋）

Housing

屋根点検カメラ

優良ストック住宅推進協議会［スムストック］
SumStock

◀ダイワハウス・リニューアル株式会社
環境対応リフォーム事業の展開

オーナーさまの建物点検を通じ、住まいの資産価値を守り、長く快適にお住まいいただくために、リフォーム事業を展開しています。塗装工事や防水工事などの推奨メンテナンス工事をはじめ、高効率給湯器などの省エネリフォームや、太陽光発電システムの設置などの環境対応リフォームを行っています。

Business

大和リース株式会社▶
屋上緑化システム ecoヤネの販売

夏場のヒートアイランド対策や省エネを目的とし、屋上緑化システムに取り組んでいます。屋上に植物を敷き詰めることで室内の温度が下がり、CO_2削減をはじめ経費削減にもつながります。

ecoヤネ

Life

浜名湖ロイヤルホテル空調熱源

◀大和リゾート株式会社
省エネ型空調設備の導入

リゾートホテルでは、夏は冷水を作り空調熱源としていますが、その冷却水発生機を2007年度から省エネ型に切り替えています。今後も、設備機器更新の際には省エネ型への転換を図るとともに、継続してエネルギーの使用量削減を推進していきます。

その他の事業

寄贈した井戸

▲株式会社伸和エージェンシー
カンボジア井戸寄贈プロジェクトの実施

当社が企画したロイヤルツアーにおいて発展途上国のこどもたちにきれいな水を提供すべく井戸寄贈ボランティアに取り組んでおり、2008年度は22基の井戸を寄贈しました。今後もロイヤルツアーの企画・販売を通じ、きれいな水を届けていきます。

大和物流株式会社▶
エコドライブ活動の推進

2003年6月から「エコドライブ」活動を推進しています。また、アイドリングストップ車両や、新長期規制をクリアした車両などの導入も積極的に行っています。今後も運転技術の向上とともに、車両性能も向上させて環境負荷低減を図っていきます。

アイドリングストップ車両

大和エネルギー株式会社▶
風流鯨（かぜながすくじら）の開発・販売

地球温暖化防止を目的に、ニッコー株式会社と共同開発した風流鯨（風力発電機）を開発・販売しています。2009年5月末現在、全国に11機の風流鯨が泳いでおり、CO_2削減に貢献しています。

web 大和ハウスグループの2008年度CSR活動ハイライト（詳細）
http://www.daiwahouse.co.jp/csr/2009/associates/index.html

◀日本住宅流通株式会社　優良ストック住宅の普及

優良ストック推進協議会によって定義された条件を満たす住宅を「スムストック」とし、その認定を受けた住宅の売却・購入をお手伝いしています。スムストックの認定には耐震性能や補修制度などの基準があり、資産価値が高く、長く安心してお住まいいただける住宅を提供しています。（詳細は特集1／P.15～P.18）

芯材を廃止し、梱包レスに改善したエアーキャップ

◀ダイワラクダ工業株式会社
簡易梱包で廃棄物排出量の削減

建築部材を製作・販売しており、製品梱包用にエアーキャップを使用しています。今年度は、3R活動の一環として、リデュースの観点からエアーキャップの芯材やビニールの外装を取りやめる簡易梱包などに取り組み、工場での廃棄物排出量を2007年度比13.6%削減できました。今後も引き続き、リユース策の検討や梱包レス化を推進し、廃棄物排出量の削減に取り組んでいきます。

収集したペットボトルキャップ

▲大和リビング株式会社
ペットボトルキャップの収集

職場に回収箱を設置し、発展途上国のこどもたちに必要なワクチンを贈るためペットボトルキャップの収集活動を行っています。2008年度は約4,800個のペットボトルキャップを集めることができました。

ロック開発株式会社▶
環境に配慮したショッピングセンターの運営

太陽光と風力の長所を活かした「ハイブリッド照明システム」や、植物で建物の壁面を覆い表面温度を下げる「壁面緑化」、「氷蓄熱式空調システム」などを設置することで、環境に配慮したショッピングセンターを手掛けています。

ハイブリッド照明システム

大和小田急建設株式会社▶
土壌や地下水の調査・浄化

土壌・地下水浄化の「GRCシステム」は、調査から汚染の浄化対策工事に至るまでをトータルに提供。地球環境と土地という大切な資産を守るため、土地の状況に応じた最適なご提案をするとともに、土壌・地下水汚染によるリスクの低減や環境保全、健康被害の防止に貢献しています。

土壌試料採取

店舗内に温度センサーを設置して室温を図り、適切に温度制御を実施

◀ロイヤルホームセンター株式会社
エネルギードクターサービスの導入

店舗における電気使用量は、照明と空調が大半を占めます。そのエネルギーをムダなく使うために、「エネルギードクターサービス※」を導入しました。これにより、店舗照明の自動化による電気の消し忘れや空調機の温度制御などを実施した結果、2008年度は電気使用量を約1,508千kWh削減できました。また、その結果をパソコンで「見える化」することで従業員の省エネ意識が高まり、さらなる省エネ活動につながっています。

※既存設備の効率的な使い方のアドバイスや、運用改善の提案を行うサービス

水中安全教室

◀日本体育施設運営株式会社
水中安全（着衣水泳）教室の開催

水難事故を防ぐため、毎年小学生を対象に「夏の水中安全（着衣水泳）教室」を開催しています。溺れた場合の泳ぎ方や溺れている人を発見した際の対処など、簡単なノウハウを身につけることで水難事故は防ぐことができます。尊い命を守るために、これからも自分たちでできる事故防止方法を広く伝えていきます。

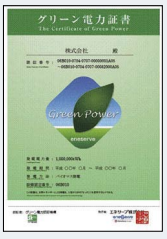
株式会社大阪マルビル▶
卒園茶話会へのケーキの提供

地域に密着した社会貢献活動として、2006年より児童養護施設の卒園茶話会に参加し、ケーキ・ソフトドリンクを提供しています。2008年度もこの茶話会に参加し、15名のこどもたちの卒園をお祝いしました。今後も地域社会とのつながりを大切に、社会貢献活動を実施します。

会場をセッティングするスタッフ

エネサーブ株式会社▶
グリーン電力証書の発行・販売

グリーン電力証書を購入すると、証書に記載されている電力量が新エネルギー発電（CO_2の発生がゼロ）の電気を使用したとみなされ、地球温暖化防止に貢献したと評価されます。エネサーブではこの証書を発電者の方から購入し、グリーン電力証書として発行・販売を行っています。



グリーン電力証書

風流鯨

ダイワロイヤル株式会社▶
こどもたちへのお話し会の実施

ホテル・書店を経営しており、地域書店のスペースを利用し地域の児童を集めて「お話し会（読み聞かせ）」などのイベントを実施しています。「心温まるストーリーで、人を思いやる心を育んで欲しい」「文字と触れあうことを通して、本の魅力を知ってもらいたい」「もっと本を好きになってもらいたい」という想いから、児童育成の一助となることを目指し活動しています。

書店でのイベント

トップコミットメント

社長から皆さまへ

Commitment 1
全従業員参加型の企業経営で「いい会社」を創る

私が考える「いい会社」とは、お客さまや地域社会をはじめとするステークホルダーの皆さまから、愛され評価される会社です。そうした会社を創る上で、必要不可欠な要素となるのが、従業員一人ひとりの高い志です。常に夢を持ち続け、働きがいと生きがいを感じながら目標に向かって邁進できる。そして、自分の会社のことを家族をはじめ、周りの人々に誇りをもって話ができる。そんな従業員を一人でも多く育て、「人間力」をしっかりと備えた従業員と共に、大和ハウスグループをもっと「いい会社」にしていきたいと考えています。

そこで重要となってくるのが、全従業員参加型の企業経営の推進です。2005年には当社グループの新しいシンボルマーク「エンドレスハート」を導入し、グループの一体感の醸成を図りました。今では組織の枠を越えて、お互いに連携し合うことの大切さが企業文化として定着しつつあります。さらに従業員の士気を高めることを目的に、以前より実施していた「優秀社員社長賞」の対象範囲を2007年度から拡大しました。受注実績に優れた従業員だけでなく、仕事と家庭を両立している女性従業員やスパンの長い開発事業の担当者など、事業所で一生懸命頑張っている人にスポットライトを当て、数値では示すことができない個々の努力も表彰しています。またCSR活動をより一層浸透させるために、社会貢献活動や環境改善活動で優れた取り組みを行ったチームや事業所を顕彰することを始めました。（詳細は特集2 ／ P.37～P.38）

私は、「入社して良かった」と思える会社を従業員と一緒に創っていきたいと考えています。これからも、従業員との対話を通じて現場の声を反映させ、一人ひとりが経営参画の意識を持ちながら、ステークホルダーの皆さまと共に新しい価値を創造していく「人・街・暮らしの価値共創グループ」として成長していきます。

ステークホルダーの皆さま

Commitment 2

「攻めと守りのバランス経営」でCSRを実践する

私は社長に就任して以来、一貫して「攻めと守りのバランス経営」という考え方を大切にしています。「攻め」とは、文字通り、現状に立ち止まることなく、真に価値ある商品・サービス・技術を創出し、新しいお客さまとの出会いを積極的に広げていくこと。そして、既存のお客さまに対しては、継続的な提案活動と充実のサポート体制を通して、エンドレスな関係を構築していくことを意味しています。一方、「守り」とは、透明性の高いコーポレートガバナンスの確立はもとより、従業員一人ひとりが三識※（意識・認識・知識）を踏まえたコンプライアンスや企業倫理の徹底、また個人情報の保護など、企業の発展に欠かせない信頼性の向上に努めることを意図しています。「攻め」だけではなく「守り」の姿勢を大事にし、社会から高い評価をいただけるよう日々努力を重ねています。
（詳細はP.47～P.48）

また、次世代のリーダーを見据えた人財（人材）育成に加え、従業員がいきいきと快適に働ける職場環境を実現するためのワークライフバランスの充実にも力を入れていく考えです。

※【三識】私たちの企業活動は、多くのリスクに囲まれているという「意識」
小さな不祥事が会社全体を揺るがせることもあるという「認識」
不祥事を防ぐための、プロとしての「知識」

Commitment 3

「CSR自己評価指標」の継続的改善で、社会の要請に応える

当社グループは、「事業を通じて社会に貢献する」という創業精神の具現化と同時に、ステークホルダーの想いに応えていく「共創共生」に向けたCSR活動を積極的に展開しています。そして、2006年4月から当社独自の仕組みとして、「CSR自己評価指標」を導入しています。これは、「お客さま」「株主」「取引先」「従業員」「社会」「環境」という6つの分野を主軸に据え、トータルで34項目の指標を定めたものです。1年ないし半年ごとの成果を数値として「見える化」し、全社的に活動の進捗を共有できるようにしています。

私が重視しているのは、目標値の100%達成に固執するのではなく、達成できなかった項目に対して、その原因を深く掘り下げていく過程です。つまり、今まで見えなかった問題点を洗い出すことにより、「社会から求められているレベル」と「大和ハウスグループの現状」とのギャップを着実に埋めていくことが重要だと認識しています。そして、時代の変化に合わせ社会的課題を指標に組み入れることで、より時代に適合した社会的責任を果たしていきたいと考えています。

「CSR自己評価指標」への取り組みは特集2でご紹介しています。

●CSR自己評価指標
「お客さま」との共創共生「個客思考のソフト提案」
「取引先」との共創共生「取引先とのWin-Winの関係を深める」
「従業員」との共創共生「ワークライフバランスの推進」
「社会」との共創共生「地域密着型の社会貢献活動」
「環境」との共創共生「持続可能な都市基盤のために」
※「株主」との共創共生は、webサイトでご紹介しています。

当社グループの従業員一人ひとりが、社会からの要請に応えるため、ステークホルダーの皆さまと共に考え・共に行動しながら、よりよい未来の創造に挑戦していきます。

代表取締役社長
村上健治

から、愛され評価される企業を目指します。

特集
1
社会的課題への対応

ストック型社会の形成に向けて
～長期優良住宅～

社会的課題に対する大和ハウスグループの考え方

「少子高齢化の進展」「福祉負担の増大」「廃棄物の増加」など、さまざまな社会的課題を抱える現在の日本。住宅の供給戸数は潤沢とはいえ、平均すると30年程度で建て替えられています。これまでの“つくっては壊す”フロー消費型が次世代に及ぼす経済的・環境的負担を軽減するためには、住宅産業が積極的にストック型社会の形成に貢献していくことが重要と考えます。

当社グループは、年間1万戸を超える住宅を供給する立場から、住宅を社会の資産として循環利用し、豊かな住生活の実現を目指す「長期優良住宅の普及・啓発」の取り組みを始めています。

今回の特集では、この「長期優良住宅の普及・啓発」の考え方を、政府・国土交通省主導の「長期優良住宅先導的モデル事業※1」に採択された提案内容を主軸に、従業員の声を通じて紹介しています。また、社外ステークホルダーの声として、長期優良住宅を実際に購入された東山様と、住宅産業の専門誌「ハウジング・トリビューン」の中山編集長からコメントをいただいています。

営業本部　住宅事業推進部
事業戦略グループ　主任
宇杉 大介

営業本部　住宅事業推進部
販売推進グループ　主任
田子山 順明

技術本部　大阪デザイン事務所
街づくりグループ　グループ長
柴垣 保平

日本住宅流通（株）
ソリューション事業部
総合企画部　部長
間宮 昭次

「長期優良住宅」を具現化した
当社の分譲住宅をご購入いただいたお客さま
東山 英司様　真紀子様

※1【長期優良住宅先導的モデル事業】
国土交通省管轄の事業。「いいものをつくってきちんと手入れして長く大切に使う」というストック社会の住宅のあり方について、広く国民に提示し、技術の進展に資するモデル事業を、国が公募し、建設工事費等の一部を補助する取り組み。

共に創る～“長期優良住宅”について～

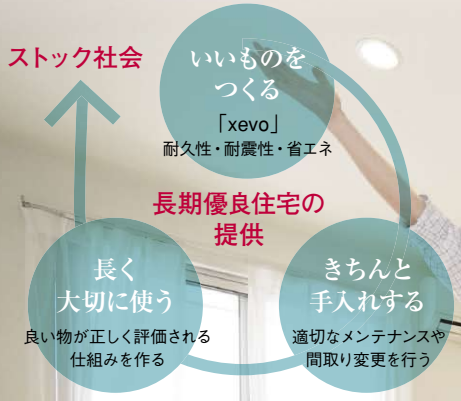
“住み継ぐ”をテーマに、長く愛される住宅を提供する。

宇杉　私たちは、長期優良住宅によって成熟社会にふさわしい豊かな暮らしの実現に寄与するため、「一度建てた家を“住み継ぐ”」という考え方を住まいづくりに取り入れています。

“住み継ぐ”とは、住みにくくなったら建替えるのではなく、きちんと手入れをし、家の間取りを変化させながら次世代にわたって長く大切に使おうという考え方です。

そしてこの考え方を「目に見えるプラン」として具現化したのが、国と協働して取り組んでいる「長期優良住宅先導的モデル事業」です。そこには、「耐久性」「耐震性」「省エネ」という優れた基本性能を備えた当社の基幹商品「xevo（ジーヴォ）」が最大限に活かされています。

●大和ハウスグループが提供する長期優良住宅



●長期優良住宅先導的モデル事業への提案内容

平成20年度（第1回）超長期住宅先導的モデル事業
住宅の新築（戸建）部門　「住み継ぎ～第三者間～」分譲モデル棟全国展開・「住み継ぎ～家族間から」街角期間限定モデルハウス全国展開

平成20年度（第2回）超長期住宅先導的モデル事業
情報提供及び普及部門　体感型モデルハウス「時を愉しむ家」提案

平成21年度（第1回）長期優良住宅先導的モデル事業
住宅の新築（戸建）部門　住まい手実効型家づくり提案「時を育む家」（鉄骨造/木造）
維持管理・流通等部門　『住宅性能評価比較.com』による既存マンション情報蓄積及び流通時の情報活用

本文中の呼称は、「長期優良住宅」に統一しています。

田子山　まず初めの提案では、「どのような住み継ぎがあり得るのか」に焦点を当て、「住宅の新築（戸建）部門」に2プランを応募しました。

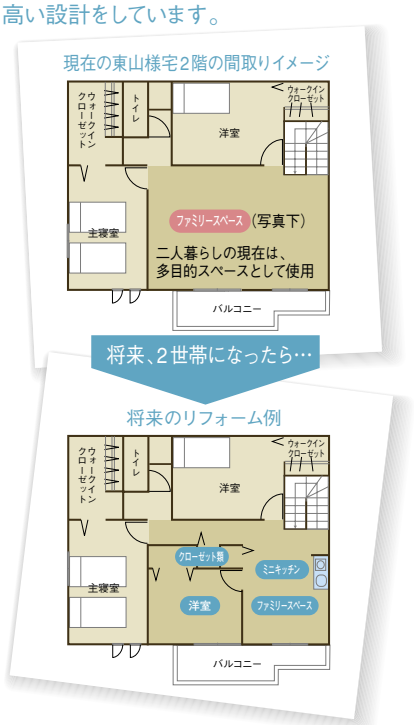
一つ目のプランは世代を超えて「いつまでも愛着を持って住み継いでいける可変性のある暮らし」を想定した「家族間住み継ぎ住宅」です。これは、東山様宅の場合のように、ライフステージの変化に伴い、家族構成や住まい方が変化しても、高齢者住宅や三世代同居住宅として柔軟にプランニング=“可変”していくという内容です（右上図参照）。

柴垣　二つ目のプランは住宅の資産価値を維持しながら第三者へ転売するという「第三者間住み継ぎ住宅」です。「いつまでも新しく、誰にでも住むことができる普遍的な住宅」として、不特定多数の人々から受け入れられる汎用性の高いプランニングを行っています（右下図参照）。また、一団の分譲地においては、住宅の機能性だけでなく、街全体の資産価値を高めていくために、「街並みに配慮していること」「住宅を含めて街並みの維持管理が容易であること」にも重点を置いています。そのために、当社独自の「街づくりガイドライン」を基準として外構や植栽などの設計を行っています。住まわれている方々がお互いの暮らしを尊重し、いつまでも美しい街・誰もが住みやすく愛される街が自然なカタチで育まれることを目指しています。

「住み継ぎ～家族間～」

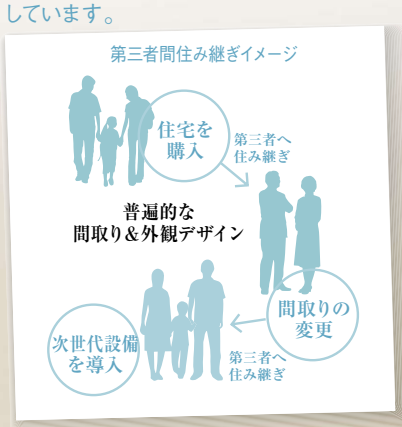
例：東山様宅の場合

あらかじめ、ミニキッチン用の配管や壁・クローゼット・エアコンの設置を想定し、比較的安価にリフォームできる「可変性」の高い設計をしています。



「住み継ぎ～第三者間～」

資産価値を維持しながら第三者へ転売できるよう、汎用性のあるプランニング、美観の維持、設備機器の入れ替えなど、スムーズに対応できるようインフラを整備しています。



東山様「家族の暮らし方を広げるフレキシブルな間取りが理想でした。」

特集 1 社会的課題への対応
ストック型社会の形成に向けて
～長期優良住宅～

料理が趣味の真紀子様ご希望の広々としたキッチン。奥には洗面所とお風呂があります。

東山様
「大切に手入れをしながら暮らしていきたい」。

自浄作用を持つ外壁塗装「XE(ジー)コート」は、新築時の美しい塗装状態を保持することができ、資産価値の維持につながります。

家族の健康を「見える化」する「インテリジェンストイレ」。使用する際に尿糖値や血圧等を手軽に確認できます。

田子山　大和ハウス工業の“住み継ぎ”という考え方を反映した長期優良住宅を広く社会に普及させるため、第2回目の提案では、「情報提供及び普及部門」に「住み継ぎを疑似体験できる体験型モデルハウス」という内容をご提案しました。家の購入時は、数十年先の家族構成や住まい方の変化を現実的にイメージしづらいと思います。そのため、長期優良住宅の価値を伝えるには、この点を実感していただく必要があると考えました。

柴垣　一般的な展示場では5年ほど同じカタチのまま公開されていますが、この提案では、展示場を約半年周期で改修し、住まいの変化の過程を映像等で記録する計画を立てました。つまり「リフォームを体感」していただける工夫を施しているのです。また、「長期優良住宅」への理解促進のためイベントや見学会を開催し、地域のコミュニティスペースとしても機能させていく予定です。

●「体験型モデルハウス～時を愉しむ家～」平面図イメージ

共に生きる
～“ライフサイクルコスト”について～

住宅を多角的に捉え、長期的にお客さまをサポート。

宇杉　日本の一般的な生涯支出入の比較※2を見れば、「お金が住まいのあり方に随分と左右される」ことが分かります。この視点から新たな提案を行いました。

田子山　これは、「住宅の新築（戸建）部門」への応募で、長期優良な「暮らし」のためのライフサイクルコストをテーマにしています。当社の営業担当は、住宅メーカーの意識から、どうしても建物中心のご提案になってしまいがちです。それを避けるために、住宅購入や維持管理がどれだけ家計を圧迫するのか、家以外のライフサイクルコストまでも包括的に考えられるようなシミュレーションソフトなどをご提供し、お客さまの長期的な「ゆとりある暮らし」をサポートしようと考えています。

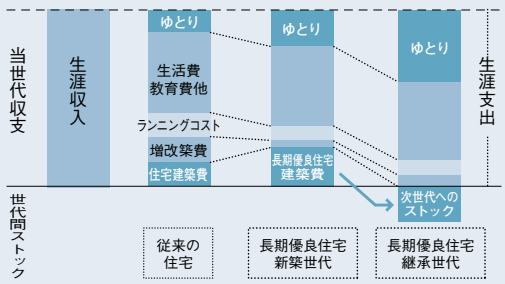
宇杉　先導モデル事業対象物件では、住まいの維持・管理や環境対策、毎日の健康管理を「見える化」するシステムを導入しています。

太陽光発電システムの発電量・消費電力量・売買電力量などを、リアルタイムで“見える化”する「カラー電力モニター」。

東山様「エコ意識が高まり、電力のムダ遣いを控えるようになりました」

その一つである、当社独自の「住宅履歴システム※3」は、「住まいの履歴書」といった意味合いを持っています。引き渡し時の竣工図面やメンテナンス記録の更新、点検時期の確認などを住まい手自身が手軽に閲覧でき、住まいの維持・管理費を踏まえたライフサイクルコストの見当をつけやすくするためのものです。

※2 従来の日本の住宅と長期優良住宅、そしてその家を住み継いだ継承世代の生涯収入・支出を比較（イメージ）



※3【住宅履歴システム】
SMILEプロジェクト
（http://www.kke.co.jp/smile/）
東京大学生産技術研究所
野城研究室と共同で検討したシステムモデルをベースに開発。

この住宅履歴は、主要住宅メーカー 9社が主体となり発足された「優良ストック住宅推進協議会」が優良ストック住宅として認定する住宅「SumStock（スムストック）」ブランドの基準項目の一つでもあります。

Stakeholder's Voice

大和ハウスさんとは、こどもたちの代になっても信頼できる関係が続くといいなと思っています。

東山 英司 様 真紀子 様

私たちの住まい方のビジョンは、その時々の家族のありように合わせて間取りを変化させながら、一生暮らしていくことです。“住み継ぎ”をテーマにしたこの家に足を踏み入れた時は、私たちが想い描いていた間取りがカタチになっていると思いました。

気に入っている間取りの一つは2Fの壁や扉のないファミリースペースという広間が、将来の個室はもとよりミニキッチンや物入れを設置できる基礎を備えているところです。両親を迎えたりこどもが増えるといった将来の可能性を受け止めてくれる。そんな懐の深い間取りであることに安心感があります。

暮らし始めてからは、住まい方に対する新たな価値観が生まれました。そのひとつは、「家負けしないこと」です。家負けしないとは、長もちする家の機能性に頼り切らず、きちんと掃除や整頓をして丁寧に暮らしていこう、という私たち夫婦の心がけのようなものです。

また、エコロジーやエコノミーに対する意識も高まりました。これは、太陽光発電と共に搭載されているカラー電力モニターで、発電量、電力消費量などをタイムリーに確認できることが影響していると思います。

営業の瀬戸口さんは、真面目で一生懸命に私たちに接してくれました。共働きでなかなか打ち合わせの時間を取れないなかでも、メールでの報告や日程変更に応じていただくなど、誠実な対応に感謝しています。

私たちは、これから何十年と住み続けている限り、ずっと大和ハウスさんのユーザーであると思っています。ですから、大和ハウスさんには建てて売りっぱなしではない対応をしていただき、私たちのこどもの代に渡っても良い関係を継続していただくことを期待しています。

「長期優良住宅」の普及に努めます。

瀬戸口　東山様のお住まいは、「長期優良住宅」の先導的モデル事業の一環で設計された分譲住宅です。ご夫妻は「長期優良住宅」という言葉を念頭に住まいを探しておられたのではありませんが、住まい方に対するお考えが私たちの提供する「家族間住み継ぎ住宅」とぴったりだと思い、ご紹介したのです。

今後も、「長期優良住宅」の普及に尽力していきます。

営業担当
大阪北支店 住宅営業所
営業課 法人・不動産担当
瀬戸口 裕大

この住宅履歴は、今後の中古物件の流通において「優良な住まいが備えている価値の目安」としても非常に重要な役割を果たすと考えています。

今後の想い　ストック型社会の形成に向け、取り組みを強化していきます。

間宮　私ども日本住宅流通は、従業員の「教育」を課題としています。一人ひとりのスキルアップを図り、ストック住宅の価値を広く社会へアピールしていきます。

田子山　海外に比べて、日本では中古住宅の価値がなかなか認められないのが現状です。「住まいを創る」時はもとより、「住まいが生きる」間にも目を向け、良い住宅が正しく評価される仕組みづくりに取り組むことこそが、当社グループらしい社会的課題への対応になるのではと考えます。

柴垣　いくら「家」が高機能でも、治安面・美観面に環境の悪い街では、その住宅の資産価値は下がってしまいます。「全ての住民が安心して長く住み継げる街」を築くために、自主的に街を維持管理する仕組みづくりのサポートを行っていきます。

宇杉　私たちは、「人・街・暮らしの価値共創グループ」として、お客さまと共に、よろこびをつないでいきます。“戸建住宅事業”という企業視点からではなく、“暮らしの中の住宅”という「個客」視点から住宅に関するさまざまな接点でサポートし、グループ全体が長期的にお客さまとつながっていくことを目指しています。

Stakeholder's Voice

株式会社　創樹社
ハウジング・トリビューン
編集長
中山 紀文 様

弊誌「ハウジング・トリビューン」では、住生活産業の総合ジャーナル誌として、住生活産業のみならず、住まいや生活をさまざまな角度から論じようとしています。

長期優良住宅の背景には、単に住まいの耐久性を向上させるだけでなく、より良質な住まいを長く大切に使っていくことで、将来世代の居住費負担や地球環境負荷を軽減しようという狙いがあります。換言すれば、住宅を通じて成熟社会にふさわしい豊かさを実現しようというわけです。それだけに、住宅事業者の長期優良住宅の普及促進に向けた取り組みは、将来の社会や地球環境問題に対して重要な意味を持っているのです。

特集
2
ステークホルダーとの
共創共生

CSR自己評価指標
（CSRインディケーター）

大和ハウスグループは、今まで以上に持続可能な社会に貢献する企業グループとなることを目指し、企業市民として社会の要請に応え続けるCSR活動に取り組んでいます。

そこで、CSR活動の成果を定量的に測定し、「見える化」を図るため2006年4月に「CSR自己評価指標」を策定し、活動を推進しています。CSR自己評価指標は、ステークホルダー（6分野）別に具体的指標を定め、バランスのとれた事業活動（経営）ができているかどうかを測り、社会的課題解決への取り組み成果を自己評価する内容になっています。

この指標は、得点を上げることだけにこだわるのではなく、結果から現状把握、課題抽出、改善をするために活用することを目的としています。

今後も「もっといい会社になる」ことを従業員一人ひとりの胸に刻み、ステークホルダーと誠実に向き合い活動することで、社会から必要とされ信頼される企業であり続けるよう努めていきます。

web ・CSR自己評価指標（CSRインディケーター）の詳細

ステークホルダー（6分野）別に、優先実施項目を設定しています。

大和ハウスグループでは、当社グループと関わりの深いステークホルダー（6分野）別に優先実施項目（34指標）を定め、CSR活動を推進しています。具体的指標を定め目標を数値化し目標の達成度合いを明確にすることにより、ステークホルダー別に取り組み状況の進捗を確認し、PDCAサイクルに則った改善を推進しています。

お客さま

○住まいの質的充足
○住まいの安全・安心
○住まいの長寿命化

本冊子P.25 「お客さま」との共創共生 個客思考のソフト提案 ～ハッピーハグモデル～

環境

○地球温暖化防止
○廃棄物削減
○有害化学物質削減
○自然環境との調和
○環境活動の輪の拡大

本冊子P.39 「環境」との共創共生 持続可能な都市基盤のために～環境に配慮した建築～

株主

○財務の収益性
○財務の成長性
○財務の安全性
○財務の健全性・効率性
○事業活動の客観的評価の確保

webサイト 「株主」との共創共生 IR活動を推進するためのコミュニケーション強化 またはアニュアルレポートで詳細にご紹介

大和ハウスグループ

社会

○地域社会・国際社会への貢献
○情報セキュリティ（個人情報の保護）
○リスクへの対応
○情報発信・対話機会の充実

本冊子P.37 「社会」との共創共生 地域密着型の社会貢献活動～浜松支店の取り組み～

従業員

○ダイバーシティの推進
○人財の育成
○ワークライフバランスの推進
○福利厚生制度の充実（従業員の持家取得推進）
○事業活動の客観的評価の確保

本冊子P.33 「従業員」との共創共生 ワークライフバランスの推進～いきいきと働くために～

取引先

○サプライチェーン（労働安全衛生の充実）
○サプライチェーン（環境への取り組み）
○公正な取引の実施
○有事の際の事業継続
○事業活動の客観的評価の確保

本冊子P.29 「取引先」との共創共生 取引先とのWin-Winの関係を深める ～大和ハウス工業 協力会連合会～

より社会からの要請に応えるため、指標を改定しました。

指標の内容や測定方法は、さまざまな要因で常に変化する社会からの要請に伴い適宜改定しています。

3度目の評価年にあたる2008年度は、社会からの要請を客観的に捉えるため、社外有識者を含むステークホルダーのご意見をヒアリングし、社内関連部門と協議を行い、大幅な改定を行いました。

(2008年度実績と2009年度目標はP.23〜P.24でご紹介しています)。

CSR自己評価指標の基本的な設定方法

- ●各分野(ステークホルダー)にとって代表的な指標であること
- ●結果が毎年定期的に公開されるか、または把握できること
- ●会社の努力で数値を向上させることができること
- ●社会・環境面だけでなく経済性(業績)も含む指標であること

ステークホルダーミーティング開催概要

●日時:2008年11月6日(木)13:30〜17:30　●場所:大和ハウス本社ビル

●参加ステークホルダー(計24名):企業のCSR・環境担当者7名、NPO・NGO3名、学生8名、取引先2名、教育・研究機関1名、従業員2名、その他一般消費者1名)

step 1 改定前　さまざまな機会を通して、社外から指標に対するご意見の収集を行いました。

CSR自己評価指標の改定にあたっていただいたご意見の一部をご紹介します。

ステークホルダーミーティング

ディスカッションテーマに挙げ、さまざまな方からのご意見をいただきました。

下記はCSR自己評価指標の改定にあたっていただいたご意見の一部です。
その他のご意見と当社からの回答は、webサイトに掲載しています。

■ ご意見／**配点や評価基準が不明確である。(指標間の格差)**

■ **回答** ／ CSR自己評価指標では分野(ステークホルダー)ごとに代表的な指標を設定したため、「指標の数」が分野によって異なっています。分野ごとの満点は一律であるため(200点満点×6分野)、指標数が多い分野は個々の指標の配点が低く、指標数が少ない分野は個々の指標の配点が高くなる傾向があります。したがって「指標によって配点が大きく異なる(指標間の格差がある)」などのご意見をいただいたものだと思います。

配点・評価基準に関しては、「CSRレポート2008 詳細版」(webサイト)にて掲載していますが、配点方法を見直すとともにその決定プロセスについても今後公開したいと考えています。

■ ご意見／**目指す姿が見えない。(達成したらどういう企業になるのか)**

■ **回答** ／ CSR自己評価指標の得点をバランスよく上げる(目標達成する)ことで、「経済性」・「社会性」・「環境性」の3つの領域(トリプルボトムライン)をより拡充することができ、その結果、当社は今まで以上に「持続可能な社会に寄与する会社」になっていくものと考えています。これが当社の社長が常に口にしている「もっといい会社を実現する」に近づくことであると捉えています。

(社)企業研究会 CSR推進フォーラム

社外有識者およびCSRご担当者(12社)とKPI※設定に関するワーキング(討議)を行いました。

■CSR自己評価指標を1テーマとした際にいただいたご意見(抜粋)

- ・女性活躍のための指標(女性役員登用、女性管理職比率など)を新設してはどうか。
- ・ISO26000やSRI評価などにもっと目を向けるべきではないか。
- ・社内CSR意識調査で重要視する設問があれば、それをKPIとして採用してはどうか。
- ・事業所の優れた取り組みはCSRレポートなどで社外にも公開してほしい。
- ・自己評価結果をもとに、どう改善を進めるのか(進めたのか)説明が必要。

※【KPI】(Key Performance Indicator:重要業績評価指標)　業務の達成度を定量的に把握するための指標のこと。

step 2 改定実施　社外からのご意見を踏まえてCSR自己評価指標の課題を抽出し、指標の改定を行いました。

改定前の課題A

ステークホルダー（6分野）別に具体的指標を設定し運用するなかで、ステークホルダーにとって「指標選定の理由」が分かりづらいものでした。

改定ポイントA

ステークホルダー（6分野）別に考えられる「社会的課題」を洗い出し、その社会的課題に対して当社グループが推進すべき事項を指標として設定することで、「指標選定の理由付け」を行いました。

改定前の課題B

一分野を200点満点とし指標数に応じて点数配分を行っていましたが、分野によって指標数が異なるため、指標の配点に大きなバラつきがありました。また、配点と重要度のバランスが不均衡で、「配点の高い指標」が必ずしも「重要度の高い指標」ではありませんでした。

改定ポイントB

「各分野200点満点」を廃止し、一指標の配点を基本60点に統一したうえで重要視する指標の配点を100点に設定しました。重要度の高い指標の配点ウエイトを高めることで「見える化」を行いました。

改定前の課題C

具体的指標の選定にあたり、社外のステークホルダーの声を充分に反映できていませんでした。

改定ポイントC

2008年度のステークホルダーミーティングのテーマの一つに取り入れるなど、制度改定にあたってさまざまなお立場のステークホルダーのご意見をヒアリングしました。社外からいただいたご意見を参考にしながら社内関連部門と協議を行い、具体的指標を改定しました。

step 3 改定後　改定後の指標に対して、ご意見をいただきました。

（社）企業研究会 CSR推進フォーラムのワーキングメンバー（他社CSRご担当者）

■ Gさんのご意見／ 企業研究会のワーキングで一年間KPIに関して勉強させていただき、たいへん参考になりました。

御社は、KPIを他社に先駆けて継続して公開しただけでなく、設定した指標をステークホルダーの声や社会的な課題解決の点から改定するなど、本業とCSRの関係を定期的にチェックする指標としてKPIを上手に活用していることが、たいへん素晴らしいです。

御社は、国内の市場を中心にKPIを組まれていますので、今後は海外展開を考えた場合のKPIの設定に是非トライしていただけたらと思っています。

■ Aさんのご意見／ KPIの公開は、企業のCSR活動の“見える化”の促進につながります。御社のKPIの特徴はわかりやすさだと思います。KPIをステークホルダーごとにカテゴライズし、主要指標で構成する方法は、それぞれのステークホルダーに対して何を大切にしているかが直感的に理解できます。指標の中に、「30歳以上の従業員持家取得率」「環境共生住宅認定率」など、住宅会社ならではのユニークなものを設けていることも、“企業の顔”が見えることにつながっていると思います。また新たに改定した指標では、社会的課題ごとに整理が行われた結果、バランスがよくなり、一層理解しやすくなりました。今後も経年変化がわかる形で掲載を続けていただければ幸いです。

今回の改定ではすべてのご意見に応えることはできませんでしたが、さまざまなご意見をいただくことにより多面的に制度改定を行うことができました。その他のご意見に対しても真摯に受け止め今後の改定に活かしていきます。

2008年度実績のふりかえりと2009年度目標に向けての取り組み

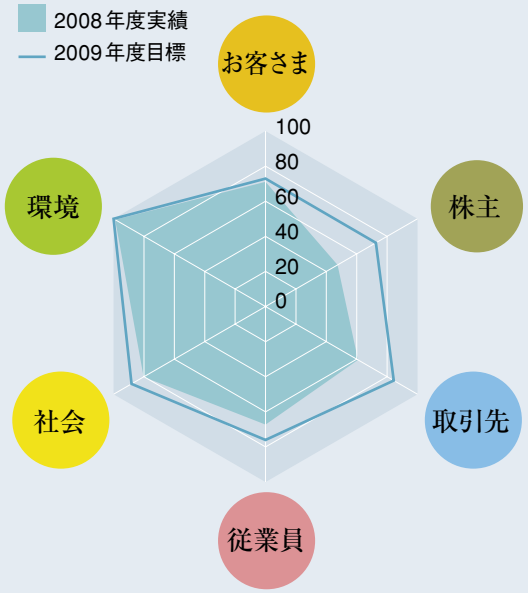
2009年度の取り組みを開始するにあたって「CSR自己評価指標」の制度改定を行い、新たな指標（10指標）を追加しました。2008年度は制度の移行期間に当たるため、2009年度より新制度の目標設定を行っています。

そのため、今回は新制度での2008年度実績と2009年度目標についてご報告します。

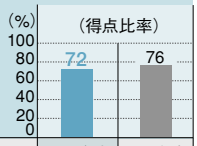
2008年度実績に関し、ステークホルダー（分野）別では「お客さま」・「社会」・「環境」分野の得点比率（満点に対する実績得点の比率）が高い一方で、「株主」・「取引先」・「従業員」の3分野は得点比率が70%を下回る結果となりました。

・CSR自己評価指標の分野別得点比率

各分野の満点を100とした場合の得点比率
（満点に対する実績得点の比率）



全分野



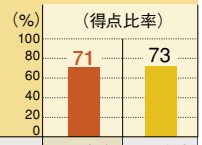
社会的課題	具体的指標（★は重点実施指標）	各指標の配点（満点）	2008年度実績	2009年度目標
CSRの基盤づくり	●社内CSR意識調査※1★	100点	72.07点（72点）	76点（76点）

※1【CSR意識調査】　社内アンケートで、人権意識、法令遵守、環境保全など、48の設問項目で構成しています。また、結果を独自に点数化し、設問項目ごとに分析しています。（毎年実施）

お客さま

＜2009年度に向けた考察＞

昨今の景気悪化による市場の冷え込みを受け、2009年度は「販売戸数」に関しては前年度に比べマイナスの目標になっています。「オーナー様（入居者）満足度」による「住まいの質的充足」など、他の指標に関してさらなる向上を図ります。



社会的課題	具体的指標（★は重点実施指標 newは新規指標）	各指標の配点（満点）	2008年度実績	2009年度目標
住まいの質的充足	●販売戸数※2（住宅、アパート、マンション）★（前年度増減率）	100点	△1.8%（40点）	△8.4%（20点）
	●オーナー様（入居者）満足度★（アンケート評価による満足率）	100点	95.6%（96点）	100%（100点）
	new ●オーナー様（入居者）からの紹介販売率（住宅・アパート）（前年度増減率）	60点	+4.3%（40点）	+4.2%（40点）
住まいの安全・安心	new ●耐震性能（住宅）※3（最高等級取得率）	60点	90.4%（54点）	95.0%（57点）
住まいの長寿命化	new ●リフォーム事業の受注高（前年度増減率）	60点	+2.2%（40点）	+57.9%（60点）

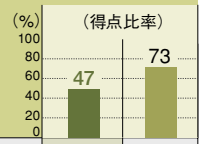
※2 販売戸数については当社の販売している主力商品が耐震仕様などの性能を備えていることから質的充足に分類しています。

※3【耐震性能（最高等級取得率）】お客さまの住まいに対するご要望や建設場所・積雪条件によって、最高等級に対応できない場合があります。

株主

＜2009年度に向けた考察＞

当社グループが目標とする経営指標（売上高・営業利益・営業利益率・ROE）をもとに指標を設定しており、「お客さま」分野同様、市場の冷え込みが2008年度実績に大きく影響しました。2009年度においても、当社グループの中期経営計画に則って経営の改善を進めていきます。



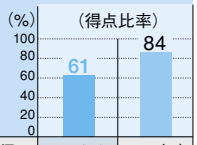
社会的課題	具体的指標（★は重点実施指標 newは新規指標）	各指標の配点（満点）	2008年度実績	2009年度目標
財務の収益性	●収益性★（営業利益率より計算したものを点数化）	100点	60点（60点）	70点（70点）
財務の成長性	●成長性★（売上高、営業キャッシュフローの成長率を点数化）	100点	45点（45点）	55点（55点）
財務の安全性	●安全性★（金利負担能力を点数化）	100点	60点（60点）	65点（65点）
財務の健全性・効率性	●ROE※4★（自己資本利益率）	100点	0.7%（10点）	9.0%（100点）
事業活動の客観的評価の確保	new ●外部機関による調査得点を点数化	60点	72.0点／100点（43点）	73.0点／100点（44点）

※4 ROE9.0%は、「大和ハウスグループ第二次中期経営計画」最終年度（2010年度）の目標数値です。

取引先

＜2009年度に向けた考察＞

2009年度より新規に実施する取り組み（2項目）を指標設定しました。2009年7月からお取引先を対象とした通報窓口（パートナーズ・ホットライン）を社内に新設し、お取引先とのWin-Winの関係を強化していきます。



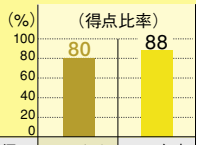
社会的課題	具体的指標（★は重点実施指標 newは新規指標）	各指標の配点（満点）	2008年度実績	2009年度目標
サプライチェーン（労働安全衛生の充実）	●労災件数（施工現場）★（前年度増減率）	100点	△12.1%（40点）	△20%（80点）
	●労災件数（工場）★（前年度増減率）	100点	△58.1%（80点）	△20%（80点）
サプライチェーン（環境への取り組み）	●環境マネジメントシステム導入工場率	60点	100%（60点）	100%（60点）
公正な取引の実施	new ●お取引先通報窓口（パートナーズ・ホットライン）への通報対応※5（解決率）	60点	2009年度より実施（36点）	80%以上（60点）
有事の際の事業継続	new ●BCM（事業継続管理）※5（安否確認システム報告率）	60点	2009年度より実施（36点）	100%（60点）
事業活動の客観的評価の確保	●当社社員の行動に関するお取引先アンケート調査★（調査結果を点数化）①回答率②「問題ない」の回答が全体に占める比率の合計にて算出	100点	①42.0% ②62.5%（40点）	①50% ②70%（65点）

※5 2009年度より新規実施のため、2008年度実績（得点）は満点の60%をベースに設定（配点）しています。

社会

＜2009年度に向けた考察＞

社内に社会貢献活動の輪が広がり、各事業所での活動件数やボランティア休暇取得率が年々増加しています。経団連1%クラブ※7に入会している企業グループとして、今後も社会貢献活動を全従業員に広め、継続的に活動を行っていきます。



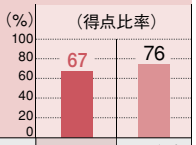
社会的課題	具体的指標（★は重点実施指標 newは新規指標）	各指標の配点（満点）	2008年度実績	2009年度目標
地域社会・国際社会への貢献	●社会貢献活動、NPO・NGOとの 協働活動、社会貢献活動費用★ ①社会貢献活動（本社活動件数・事業所実施割合） ②NPO・NGOとの協働活動（本社活動件数・事業所実施割合） ③社会貢献活動費用 社会貢献活動費用が経常利益（前年度までの過去5年間の平均）に対して占める比率の合計にて算出	100点	①本社37件 事業所79.2% ②本社13件 事業所3.1% ③1.3%（93点）	①本社40件 事業所80% ②本社15件 事業所5% ③1.0%（96点）
	●ボランティア休暇取得率	60点	16.2%（45点）	17%（45点）
	●寄付、募金活動（従業員参加率）	60点	37.2%（30点）	50%（60点）
情報セキュリティ（個人情報の保護）	new ●個人情報の盗難・紛失事故件数の前年度増減率★	100点	△40.7%（80点）	△25%以上（80点）
リスクへの対応	●企業倫理ヘルプラインへの通報対応（解決率）	60点	80%以上（60点）	80%以上（60点）
情報発信・対話機会の充実	new ●ステークホルダーミーティング（参加者満足度）参加者へのアンケート結果で①ディスカッションにおいて「発言しやすい雰囲気であった」が全体に占める比率②当社の説明内容が「分かりやすい」が全体に占める比率	60点	①66.7% ②83.3%（45点）	①70% ②85%（47点）

※7【経団連1%クラブ】「経常利益の1%以上を社会貢献活動に支出するように努め、幅広い分野で社会に貢献する活動を推進する企業」を支援する日本経団連が設立した組織です。当社グループは2008年1月に「1%クラブ」へ入会しました。

従業員

＜2009年度に向けた考察＞

2009年度は有給休暇取得率を前年度比＋10%にする目標を掲げました。取得率向上だけにとらわれるのではなく、ワークライフバランスの推進に一層取り組むことで結果として取得率が上がるものと考えています。



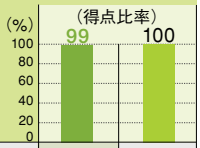
社会的課題	具体的指標（★は重点実施指標 newは新規指標）	各指標の配点（満点）	2008年度実績	2009年度目標
ダイバーシティの推進	●障がい者雇用率※6★	100点	1.84%（20点）	1.80%（20点）
人財の育成	●従業員人権研修受講者率	60点	96.3%（58点）	100%（60点）
	●有資格者数★（一級建築士、一級建築施工管理技士、宅建主任者）①一級建築士②一級建築施工管理技士③宅地建物取引主任者の有資格者をそれぞれ30点満点に換算。①②③とも満点であれば10点加算し100点とする	100点	①1,820名 ②2,245名 ③4,584名（85点）	①1,900名 ②2,300名 ③4,700名（85点）
ワークライフバランスの推進	●有給休暇取得率★	100点	34.3%（60点）	38.0%（80点）
福利厚生制度の充実（従業員の持家取得推進）	●30歳以上の従業員持家取得率	60点	55.4%（50点）	56.0%（60点）
事業活動の客観的評価の確保	new ●職場の総合満足度調査（社内CSR意識調査実施時に調査）	60点	78.8%（50点）	80%（60点）

※6 障がい者雇用率は、法定雇用率1.80%を最低基準として設定しています。

環境※8

＜2009年度に向けた考察＞

当社グループの環境行動計画（エンドレス グリーン プログラム2010）の一部をCSR自己評価指標の指標として取り入れています。2009年度は、一部の指標の目標を上方修正し、より一層の環境負荷低減に取り組んでいきます。



社会的課題	具体的指標（★は重点実施指標 newは新規指標）	各指標の配点（満点）	2008年度実績	2009年度目標
地球温暖化防止	●CO_2削減貢献度★	100点	117.1%（100点）	100%（100点）
廃棄物削減	●建設系廃棄物排出量★	100点	349.9%（100点）	100%（100点）
有害化学物質削減	●PRTR対象有害化学物質使用量	60点	284.3%（60点）	100%（60点）
自然環境との調和	●環境共生住宅認定率（分譲住宅）	60点	92.7%（56点）	100%（60点）
環境活動の輪の拡大	new ●グリーン購入比率（主要6品目）	60点	100.7%（60点）	100%（60点）

※8 環境分野は「エンドレス グリーン プログラム2010」の年度目標の達成度を点数に換算しています。

「お客さま」との共創共生

考え方と今後の課題

商品開発プロセスを改め、生活者の視点やニーズを取り入れます。

当社グループのシンボルマークである「エンドレスハート」はお客さまとの永遠の信頼を表現しており、創業以来、お客さまに「豊かな生活空間と快適な暮らし」を提供してきました。

顧客のライフスタイルや価値観の多様化を受け、徹底的に生活者の視点やニーズを取り入れた商品開発を行っており、現在の「xevo（ジーヴォ）」は耐久性、省エネ性に優れているだけでなく、生活者視点での進化を常に心掛けています。

また商談の場においては、個々のニーズを具現化し、ニーズの裏にある問題点を営業だけでなく、設計・工事・アフターの四位一体で解決していく手法を推進しています。

このような「お客さまとの共創共生」を深めることによって、お客さまに喜んでいただき、その成果としてご紹介をいただく、ということが住宅の原点だと考えています。

入居されてからのお客さま満足度向上に注力していきます。

「お客さまとの共創共生」は新築時点だけではありません。「xevo」は長期優良住宅に標準で対応しており、点検・メンテナンスを行うことで長期に維持することができます。今後の課題としては、お客さまの暮らしの変化に応じたリフォーム提案を行い、新築時点の喜びを継続していただくことだと思います。またお客さまの要望に対して、住替（Sum Stock（スムストック）の活用）や賃貸（移住住替支援の活用）など、ソリューション解決の提案営業を強化していくことも重要になってくると考えています。

取締役　常務執行役員
住宅事業全般担当
渦居 隆司

個客思考※1のソフト提案

～ハッピーハグモデル～

幸せを育む住まい HAPPY HUG（ハッピーハグ）

社会的背景と大和ハウスグループの取り組み

お客さまの住宅への要望は多様化しており、従来の「強くて丈夫で安心できる家」という志向に加えて、「より自分らしく暮らせること」への欲求が高まっています。

当社グループは、「商品を起点とする提案」から「個客思考に基づくお薦め提案＝ソフト提案」への進化を図っています。なかでも、（株）ベネッセコーポレーションの「たまひよ幸せ倍増プロジェクト※2」との協働で開発された「ハッピーハグモデル」は、子育て層に向けた当社の個客思考商品として重要な役割を担っています。

今回の特集では、ハッピーハグモデルの要素を取り入れた村田様のご自宅に営業担当の田中が訪問し、「理想の暮らし方へと導くソフト提案」についてのご感想をお伺いしました。

Profile

（写真：左から5人）
村田様ご家族とご両親
石川県羽咋市に注文住宅を建てられた村田様ご家族。そしてご近所にお住まいで、子育てのサポートをされているご両親。

（写真：右端）
営業担当
金沢支店 羽咋営業所
所長 **田中 建**
村田様の住まいづくりをサポートした営業担当者。

※1【個客思考】大和ハウス独自の造語。個々のお客さま一人ひとりを大切にし、お客さまの立場に立ち、プロにしかできないご提案をすることによって本当に喜んでいただけるサービスをご提供しようという考え。

※2【たまひよ幸せ倍増プロジェクト】妊娠、出産、育児を応援する雑誌『たまごクラブ』『ひよこクラブ』『こっこクラブ』発の赤ちゃん・子どもとママ、パパの幸せを応援する活動。新商品・サービス開発、企業とのコラボレーションなどを行う。

共に創る～“ソフト提案”について～

生活のイメージをより具体的に想像いただくことから始まる

田中　今年の2月に完成し、ご入居されてから4ヵ月が経ちましたね。暮らし心地はいかがでしょうか？

村田様（奥様）　ハッピーハグモデルの機能の中で、特に気に入っているのは、1Fの「ファミリーライブラリー（写真下）」です。保育所からの連絡用紙や郵便物を壁面のホワイトボードに貼っておけますし、小物は上部の棚にしまっておけるので大変便利です。

田中　このスペースは、「コミュニケーションキッチン」から目の届く場所にあり、将来はお料理をしながらお子さまの宿題を手伝うこともできそうですね。

村田様（奥様）　キッチンからはリビングとタタミスペースを見渡すことができるため、家族がどこにいても声をかけられるんです。（写真右下）

ファミリーライブラリー
ここでは、パソコンを使用し、家族のアルバム整理に大活躍。

田中　私は、村田様の暮らし方に対するご要望を伺っているうちに、きっとハッピーハグモデルがぴったり合うと思い、モデル棟にご案内しました。

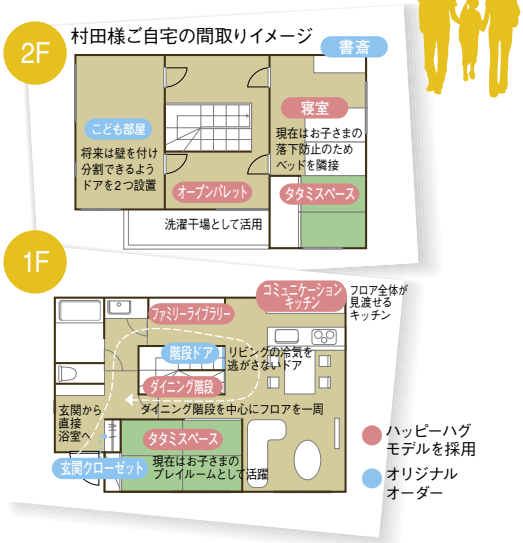
村田様（奥様）　色々なモデルハウスを見学しましたが、ハッピーハグモデルには、今までに見たことがない機能がいっぱいでした。

村田様（ご主人）　あと、設計担当の方が、「こういうのはどうでしょう？」と図面を広げながら次々とアイデアを出してくれたので、住まいや暮らし方に対してどんどん想像が膨らみ、プランが固まっていきました。モデル棟からの帰りには、「これにしよう」と二人で決めていましたね。

村田様（奥様）　1階は、ダイニング階段を中心に玄関から各スペースを一周できる動線にしました。実際に暮らしてみるとやはり使い勝手が良く、私たちの生活スタイルにしっくりきています。

田中　村田様との出会いは、当社の戸建て商品ブランド「xevo（ジーヴォ）」の構造見学会の時でしたね。

タタミスペース
ここで遊ぶお子さまの姿をキッチンから見ることができて安心です。



村田様（ご主人）　私の両親の自宅近くに土地を用意できたので、あとはどこのハウスメーカーに頼もうか、という時期でした。見学会を通じて、「xevo」は耐震性能や環境性能などが優れていることが理解できたので興味を持ちました。

田中　ありがとうございます。「xevo」という“箱”の基本性能は、主に見学会や建築現場で工事担当者がご紹介し、住まいの“中身”については、営業と設計担当者がお客さまとコミュニケーションを重ねながら創りあげています。

営業本部 住宅事業推進部
事業戦略グループ グループ長
金田 健也

住まいづくりのプロによる四位一体（営業・設計・工事・アフターサービス）の事業活動で、多様なお客さまニーズにお応えしていきます。

金田　ハッピーハグモデルのモデル棟は「個客思考を導きだすためのコンセプトハウス」であり、「パッケージ化された商品」ではありません。あくまで、私たち専門家が考えた子育てに適した住宅をご覧いただくことをきっかけに、お客さまの子育てのニーズを聞き出し、よりお客さまにフィットするプラン（＝ソフト提案）をお客さまと共に考えるものと位置づけています。

ソフト提案にあたって重要なことは円滑なコミュニケーションです。まず、営業担当者が潜在ニーズを聞き出し、設計担当者がそれに見合う住宅設計のアイデアを次々と提案しプランを固めます。また、工事担当は構造と施工の「性能面」について説明しご安心いただいた上で施工を行います。そして完成後にお客さまをサポートさせていただくアフターサービスを加えた「営業・設計・工事・アフターサービスの四位一体の住まいづくり」は、社内用語として現場に浸透させている事業活動スタイルです。「ハッピーハグモデル」モデル棟における子育て視点での提案では、特に「スタッフの説明が良い」などの反響をいただきました。今後も、各担当者の力を合わせ、お客さまの満足度を高めていきます。

村田様（ご主人）　以前に住んでいた集合住宅との大きな違いは、とにかく室内があたたかいこと。早朝に気温が氷点下になる日も、あまり寒さを感じませんね。

田中　それは、設置していただいた蓄熱暖房機が効果を発揮しているのでしょう。蓄熱暖房機の大きな特徴は、電気代が安いこと。加えて、夜間の蓄熱中にふく射暖房で室内を温めることがあげられます。「xevo」は高度な断熱気密性能を備えていますから、あたためられた空気が外へ逃げません。

村田様（奥様）　日本海側は、湿度が高く寒いので結露が大量に発生するのですが、そんな心配は必要ありませんでした。夜に室内干しをすると翌朝には乾くということを主人の母が知った時、「これは助かるわね」と驚いていました。

田中　蓄熱暖房機は、直接空気をあたためないので水蒸気が発生せず、結露の発生を抑えます。それと、リビングの壁材に使用した「エコカラット」（右上写真の壁材）も、湿度調節に貢献しているんです。

村田様（ご主人）　生活・地域性・経済性などさまざまな条件を加味して提案してくださったのですね。

壁材の「エコカラット」は、お料理などの生活臭を吸収する機能も備えています。

村田様（奥様）　壁・ドアをあえて無くし、ベッドと収納に特化したモデル棟のこども部屋のアイデアは採用しませんでした。私はこどもにもプライベートスペースを与えたいと考えているからです。

田中　そうでしたね。あれは、整理整頓など、こどものしつけを考えた機能です。しかし、「子育て」と一口で言っても、個々の家庭によって志向やそれに対する答えはさまざまです。当社は、あのモデル棟を通じて「子育て層の想いを込めたハッピーハグモデルという一つのカタチ」を実際に体感していただくことで、ご家族の「理想の暮らしを叶える住まい」をご想像いただき、そこからぴったりのプランをつくっていく、というオーダーメイド感覚の住まいづくりを心がけています。

共に生きる〜“今後の暮らし”について〜

お客さまの将来にわたって、快適な暮らしのサポートを続けます。

村田様（奥様）　田中さんからの提案は、選択肢もあり、プランの長所・短所の説明が分かりやすくて、納得できました。なにより私の職場復帰の時期を見据え、家づくりを進めてくれたことが助かりました。

田中　お二人は学校の先生で、奥様は4月の始業式から職場復帰を考えておられました。お子さまは、お近くに住むご両親がみられるとはいえ、新しい生活に慣れるまでの期間が必要かと思いましたので。

村田様（ご主人）　全くの偶然ですが、田中さんの奥様も教師をされているんですよね。だから私たちの生活スタイルを理解していただけたのでしょうか。

田中　それはもちろんありますが、すべてのお客さまに対して、ライフスタイルや家族構成をはじめ、今どのような状況にあるのか、将来はどうなるのかなどを深く考えてご提案するよう努めています。

村田様（ご主人）　「xevo」の基本プランにはない瓦屋根を採用したのも、

玄関クローゼット
泥の付いた三輪車やガーデニング用の上着などを収納されています。

生活スタイルを考えて、玄関のすぐ脇に浴室・洗面所を設置しました。使用しない時は常にドアを閉め、突然のお客さまが来ても中が見えないようにされています。

オープンパレット
石川県では、冷え込む屋外に干すよりも室内干しが一般的。ここには昇降する物干パイプを活用されています。

寝室
お子さまが、万一ベッドから足を踏み外しても大丈夫なように、タタミスペースにベッドを隣接しています。

書斎
ご主人念願の書斎。趣味のスペースにされるそうです。

子育て層の住まいへのニーズに応え続けていきます。

金田　ベネッセコーポレーションと大和ハウス工業がコラボレートする「ハッピーハグモデル」は、2009年7月に第2弾として日本家屋の機能を取り入れた「ハッピーハグモデルⅡ」という新たなコンセプトを発表しました。また、多くの方のご協力により、カンボジアに「Happy Hug ロムチェック小学校※3」を無事に建設することができました。引き続き、子育て層アンケートなどを実施し、今後の展開に活かす予定です。

※3【Happy Hug ロムチェック小学校】社会貢献活動の一環として、地元で活動しているNGO団体と連携して寄付を募り建設（2009年2月に開校）。

ハッピーハグモデルⅡ
“日本の子育て”のよさを再発見

ヒロマ&フキヌケ

家族はもちろんご近所とも自然につながるコミュニケーション空間
『きずなスペース』

みんなのイバショ

空間をシェアすることで思いやりの心をはぐくむ空間
『はぐくみスペース』

田中さんのアイデアに、“なるほど”と思ったからですよ。

田中　このエリアの方は、気候風土的に瓦屋根に対する志向が強いのです。これから長くお住まいいただくわけですから、建てる時の条件やご本人の意向だけではなく、ご両親・ご親戚の方からも納得してもらえる方がいいとご説明しました。

村田様（ご主人）　暮らし始めてまだ4ヶ月ですから、今後この住まいに対してさまざまなことを感じると思います。この子に弟や妹ができた時には、こども部屋の真ん中に壁をつけて2部屋に分けようかなと、今から想像しています。

田中　それは楽しみですね。将来にわたり快適な暮らしづくりをサポートさせていただきたいと思っていますので、今後ともよろしくお願いいたします。

今後の想い　「ソフト提案力」を強化します。

田中　村田様とは、くり返しお話をさせていただき、住まいのご提案をいたしました。今後は地球規模の環境保全だけでなく、お客さまの志向やライフスタイルの面においても有益だということを分かりやすくご説明し、納得いただくよう努力していきます。そして、多様化するお客さまニーズへの柔軟なアプローチはもちろん、当社の力を結集して、お客さまの理想の暮らし方を叶える提案を強化していきます。

大和ハウスグループの今後の考え方

住宅の基本性能の向上については今まで通り業界のパイオニアとして「xevo」のブランドのもと、積極的に取り組んでまいります。さらにソフト提案のバリエーションを増やしていくことで、お客さま個々のライフスタイルに適した「暮らし」のご提案を強化してまいります。

2008年度のハッピーハグモデル第1弾に引き続き、2009年度も第2弾を発表しており、実際に住まわれているお客さまのご意見・ご要望も踏まえながら、お客さまの期待以上のソフト提案ができるように努めてまいります。

column

“ライフスタイル・テーマで選ぶ”住まい方のご提案

当社では、ソフト提案の一環として、さまざまなテーマの暮らし方を住宅設計に反映した商品を開発しています。新築や建替のプランニングのヒントとしてもご提案しています。

<テーマー例>

- ●子育て住宅（ハッピーハグ）
- ●二世帯住宅
- ●平屋を楽しむ
- ●ペットと暮らす家
- ●賃貸併用住宅
- ●近居・育孫
- ●エディブルガーデン
- ●耐震・制震・免震
- ●間取りプラン
- ●インテリジェントトイレ
- ●快適収納の家
- ●照明採光にこだわる家
- ●デザイナーズ住宅

web　・ダイワハウスからの住まい方のご提案
http://www.daiwahouse.co.jp/jutaku/lifestyle/index.html

ご主人のご両親が住むお宅は、家の窓から見えるほどの距離にあります。ご夫婦が出勤中は、お子さまを預けられているそうです。

ガーデニングのお花が色鮮やかに映えるお庭には畑もあります。旬の野菜を収穫するのは楽しみですね。

お客さまの将来にわたって、ソフト提案を継続していきます。

金田　住まいとは「暮らし」の拠点です。ペットを飼う、家族が増える、家庭菜園などの趣味を持つなど、暮らし方が変わってくれば、新築当初は満足していた住まいでも「こうだったらいいのに」という想いが生まれてくるでしょう。多様で常に変化するお客さまの暮らし方や価値観を引き出すためのコミュニケーションは、非常にプライベートな内容にまで及びます。さまざまな想いや事情を抱えたお客さまの胸の内に飛び込み、「ソフト提案」というカタチでお応えするには、従業員自身の公私にわたる経験の積み重ねに左右されることは否めません。従業員一人ひとりのソフト提案力をレベルアップするために、個々が培ったノウハウを全社に水平展開する「ナレッジマネジメント」を構築していきます。

web　・お客さまとの共創共生　・ハッピーハグモデル
・xevo（ジーヴォ）　http://www.daiwahouse.co.jp/jutaku/shohin/xevo/index.html

「取引先」との共創共生

考え方と今後の課題

「品質はお客さまとの約束 安全は社会との約束」という基本理念をベースに取り組みを推進しています。

大和ハウスグループは、お取引先とよりよいパートナーシップを継続・強化し、質の高い建物を共につくり続けることで共存共栄の実現を目指しています。

特に作業現場における労働安全の確保は、当社グループが取り組むべき重要課題の一つです。そのため、『品質はお客さまとの約束 安全は社会との約束』という基本理念のもと、労働者の健康と安全を確保するさまざまな活動を継続的に行っています。2008年度の労災件数の前年度増減率は、施工現場では12%減、工場では58%減となりました。

私は中央安全委員長として、これらの数値結果を診断しています。結果の良し悪しはもとより、前年度結果をチェックし、今年度にどう活かしたのかを具体的に洗い出しています。これこそが「安全面の改善」だと考えています。

「信頼と挑戦」をキーワードに協働し、より高い個客満足を追求していきます。

大和ハウス工業では、お取引先との協働体制として「資材調達先」「施工協力先」「設備機器調達先」「事務用品・機器調達先」からなる4つのサプライチェーンの会を組成しており、各会ごとに重点課題を抽出し、それらに基づく取り組みを推進しています。

昨今の厳しい経済環境を背景に、工事の平準化が求められています。現在、当社では、受注した仕事をエリア内で調整・配分し、そこから施工会社への発注を平準化するという仕組みの導入を実験的に行なっています。

今後も、「信頼と挑戦」をキーワードに、お取引先と共に真に価値ある商品・サービスを創出していく考えです。そして、改善を重ねることで、個客満足を高いレベルで実現していきます。

代表取締役 専務執行役員
技術本部長
西村 達志

取引先とのWin-Winの関係を深める

～大和ハウス工業 協力会連合会～

大和ハウス工業協力会連合会
会長
四国工営(株)代表取締役
岡 美文様

大和ハウス工業協力会連合会
建築部会 部会長
(株)信澤組　代表取締役
信澤 勝三様

大和ハウス工業協力会連合会
住宅部会 部会長
(株)飛鳥ハウジング 代表取締役
鍋田 安伸様

社会背景と大和ハウスグループの取り組み

急変する経済環境や住宅着工件数の減少を背景に、景気の先行きが不透明ななか、競争力の向上に向けたお取引先との連携強化は、当社グループにとっての重要課題の一つとなっています。

当社では、施工会社を統括した「大和ハウス工業 協力会連合会（会員数4,856社／2009年3月末時点）」を設置し、お取引先とのWin-Winの関係づくりを進めています。

今回の特集では、協力会連合会会長・住宅部会部会長・建築部会部会長と、当社の担当者が「改善」「パートナーシップ」といったテーマについて話し合いました。

改善事例報告会

技術本部
統括管理部
大和ハウス工業
協力会連合会事務局
グループ長
森本 稔彦

共に創る～改善活動～

現場の職方さん※からのアイデアが改善を牽引する。

岡様　大和ハウス工業協力会連合会（以下、協力会連合会）は、高い施工品質を実現するために、4M（マン＝人、マシン＝機械、マテリアル＝モノ、メソッド＝工法）に重点を置いた現場発信の改善活動に注力しています。

森本　その中の「マテリアル＝モノ」の改善活動の一つに「改善事例報告会」があります。支部から地区、そして全国という流れで現場改善のアイデアを発表し、優秀賞に選ばれたものについては、実用化・商品化して社会に還元しています。

信澤様　2008年度の建築部会から出たアイデアを基に「KS-壁つなぎ控え」を商品化しました。これは足場設営の作業効率を高める部品で、安全面の向上にも大きく寄与しています。

協力会連合会
会長　岡様

現在では、他社からの注文もあり大変好評です。他の事例としては「ブッシングいらず2号機」も商品化しています。（下部参照）

森本　施工会社の職方さんのアイデアをサポートし具現化していくのは当社の役割です。そのために「改善提案取扱規程」を制定し、商品開発への出資・共同出願・出願費の負担・売上のロイヤリティ配分などを細かく定め、発案者の権利を保護しています。また、他社権利の抵触確認や改善提案の実現性についての審査会もきっちりと行っています。

信澤様　改善アイデアの商品化は、会社の成長だけではなく、発案者個人による社会貢献にもつながりますからね。

※【職方】建設作業員

改善事例報告会フロー
（件数は2008年度実績）

優秀賞5件

支部協力会 81支部 1,295件 → 地区協力会 10ヵ所 510件 → 全国連合会 60件

建築部会改善事例から生まれた商品

建築部会
部会長 信澤様

ブッシングいらず2号機

照明器具を取り付ける際に、天井に穴を開け配線保護用のゴム「ブッシング」を取り付けるのですが、この工法ではブッシングが外れたり、ブッシングを取り付けなければ配線が軽鉄とこすれて火災につながる可能性などがありました。現在は同機器を使用することで穴あけ作業の効率化と品質面（貫通穴・ツバの形状）及び安全性が保たれ、良い評価が得られています。

住宅部会
改善事例から
生まれた商品

ダンボールの袋詰め用器具

住宅部会
部会長 鍋田様

施工現場で不要となったダンボールは大きさや形が異なることから、ビニール袋1枚に詰められる量や大きさがまばらで作業スペースを圧迫していました。そこで、(ビニール袋をセットした)同器具にダンボールを集め、大きさや形・重さを統一することで整理がしやすくなり、作業スペースを圧迫することなく円滑に作業を行えるようになりました。

鍋田様　住宅部会の2008年度のアイデアは、一般家庭のゴミ箱にビニール袋を入れる要領をヒントにした「ダンボールの袋詰め用器具」です。これを導入したことにより、現場で多量に発生するダンボールを効率よく分別・収集できるようになりました。(上部参照)その他にはハンガーパイプの取り付けを一人でも楽な体勢でできる工具を実用化しています。

岡様　改善活動においては解決にまで至らなかった課題もありますね。

森本　残された課題については協力会連合会のwebサイト“WEB Ren”で公開し、会員間で情報共有を図っています。また、現場の職方さんからの生の意見を本社にダイレクトに提案していただく「フィードバックシート」というものがあります。関連部門にその情報を迅速に伝え、提案者に対して適切な回答をする。ぜひこれをどんどん活用していただき、活発な改善活動にしたいですね。

信澤様　一職方さんの改善アイデアを、地区や部会全体の取り組みへと発展させるなど、ヨコのつながりを活かしながら完成度を上げていく考えです。

鍋田様　「改善事例報告会のための業務」ではなく、どんな小さなことでも吸い上げる仕組みの構築が今後は重要になってくるでしょう。

岡様　財産ともいえる職方さんからの情報を共有化し、より一層競争力を高めていきます。

web ・取引先との共創共生

共に生きる
～大和ハウス工業のパートナーとして～

大和ハウス工業の仕事に誇りを持ち取り組んでいただくために

森本　パートナーとして結束を強めるため、会員会社を対象とする福利厚生制度の充実に努めています。職方さんは身体が資本ですし、施工会社が優秀な人財を確保するためにも、年金保険などにはしっかり加入していただいています。「建設業退職金共済制度」の掛金についても当社の基準を満たした被共済者に対して当社が負担するなど、独自のサポート体制を敷いています。

↓協力会連合会webサイト“WEB Ren”

2009年4月、会員が閲覧できるwebサイト“WEB Ren”が掲載内容の充実と情報共有の迅速化を目指しバージョンアップしました。
各地区ごとのCSR活動への参加の呼びかけも行っています。

(写真)
協力会連合会
活動の一例

岡様　協力会連合会の入会には審査があり、基準は厳しいものです。

森本　技術・ノウハウを共有する関係ですから、互いの信頼を高めるためにも基準は必要です。技術面では当社独自の施工主任技能者検定を入会基準としており、そのための技術研修も提供しています。協力会連合会の会員会社は技術力が高く事故率が低いと数字に出ています。これは協力会連合会内の工場部会や、青年部会など各機能部会の自発的な活動が人財の能力を高めているのでしょう。

信澤様　私は、施工会社自身が安全やマナーの向上についても率先して取り組むべきだと考えます。会員の名刺やユニフォームにも「エンドレスハート」のマークが入っていますから、お客さまや周辺住民の方にとっては施工会社も“大和ハウスグループの一員”なのです。それにアフターメンテナンスを継続するのは地元の施工会社の役割でもあるので、地域社会とのコミュニケーションの機会にも積極的に参加しています。

森本　施工会社の後継者を育てる青年部会の「後継者塾」では、「雨水の活用」「マイ水筒持参」などの環境保全活動も浸透してきています。

鍋田様　かつて現場の職方さんに必要な要素として「KKD（経験・勘・度胸）」という言葉がありました。現在はそれに加えて、マナーや安全を職方さんの心根に浸透させ、お客さまの期待を超える感動を追求しなければ今の時代に取り残されてしまうでしょう。

信澤様　大和ハウス工業は「xevo」の例をとっても進化のスピードが速いですから、それに応えていきたいですね。

鍋田様　私は部会や自身の会社で、「何事も感謝が必要」だと言い続けています。お客さまが家を建ててくださることで、施工会社に仕事が入ります。それにより自分の家族を養っていけるという「感謝」の気持ちがあれば、現場の美化・周辺地域への配慮・作業の確実性など、すべてが向上するものと考えています。

地域とのコミュニケーション

青年部会での活動（研修）

工場部会での活動（溶接技能コンクール）

column

お取引先アンケートの実施

当社従業員のお取引先との関わりにおける問題点を顕在化し、クリーンな企業体質を醸成するために、2006年度より協力会連合会の会員会社を対象にアンケート調査を実施しています。年1回の調査結果は協力会連合会webサイト“WEB Ren”にて公開し、いただいたご意見を社内の業務改善に活かしています。

また、今後は協力会連合会会員会社からのご意見に適宜対応するための仕組みづくりとして、協力会連合会 会員会社を含むお取引先からの通報制度「パートナーズ・ホットライン」を開設をしました。

お取引先アンケート調査 設問（抜粋）

- 弊社担当からの値下げの要求で度が過ぎることはありましたか？
- 弊社担当の工事代金その他の支払いにおいて支払遅延はありましたか？
- 弊社担当より各現場における環境保全に向けての取り組みは推進されましたか？
- 貴社との共存共栄の精神に反する要求行為はありましたか？

など11の設問にて調査

08年度結果 のべ1,827通

今後の想い

協力会連合会との絆を強化します。

森本　協力会連合会のスケールメリットを活かした会員会社へのサポート体制の強化はもちろん、発注量の平準化を進め、共に発展していくことを目指します。また、会員会社は、強い絆で結ばれたパートナーであるという意識を当社の全従業員に根付かせていきます。

岡様　CSRもそうですが、それぞれの立場の人が「品格」をあげ、感性を養っていくことが大切です。協力会連合会のさまざまな活動を通じて「品格」をグレードアップさせ、世間から高く評価される組織として団結を強めていきます。

大和ハウスグループの今後の考え方

品質の高い商品・サービスをお客さまに提供し、信頼を得るためには、「改善」という挑戦が必要だと考えます。社会の要請やお客さまのニーズは多様で変化するものですから、それらに応えていく改善を終わりなき道と捉え、お取引先と共に切磋琢磨しながら努力を続けていきます。

「従業員」との共創共生

考え方と今後の課題

経営戦略の一環として「ワークライフバランス」を推進しています。

加速する少子高齢化により国内の労働人口は年々減少し、企業にとって組織の労働生産性を高めることは喫緊の課題となっています。今後、事業活動を継続・拡大していくには、限られた人員と限られた時間で今まで以上の成果を出すことが必要であり、従業員一人ひとりの業務効率（生産性）を高め、仕事の付加価値を上げることが不可欠となります。

大和ハウスグループでは、従業員を事業活動の担い手であるとともにステークホルダーの一員であることを認識し、CSR自己評価指標の導入当初（2006年4月）から「従業員」に関する指標をCSR活動の管理項目として取り入れています。2009年度からは、「ダイバーシティの推進」、「人財の育成」、「ワークライフバランスの推進」などを社会的課題と捉え、従業員に関する具体的指標を設定しました。

また、従業員に対する「CSR意識調査※1」や「View Research 100※2」により、従業員の意識や職場の現状を定期的に調査し、働きやすい職場環境づくりの推進を図っています。

今後も各種制度の制定や職場環境の整備を行うことで、従業員の多様な価値観やライフスタイルに柔軟に対応できる社内風土を醸成していきます。

※1【CSR意識調査】社内アンケートで人権意識、法令遵守、環境保全など48の設問項目で構成。結果を独自に点数化し、設問項目ごとに分析しています。（毎年実施）

※2【View Research 100】社内アンケートで職場環境、人事制度、労務問題など100の設問項目で構成。結果を分析し、人事制度の改定などに活かしています。（大和ハウス工業のみ。4年ごとに実施）

取締役　上席執行役員
経営管理本部人事部長
河合 克友

ワークライフ
～いきいきと働くために～

お取引先（電気設備担当）
株式会社 小野電気
代表取締役
小野 利己様

社会背景と大和ハウスグループの取り組み

21世紀は「個の時代」とも呼ばれ、従来の仕事中心型社会からワーク（仕事）とライフ（生活）のバランスを考慮した働き方へと転換が進んでいます。ワークとライフのいずれに重きを置くかは働き手の価値観やライフスタイルによって変化するものであるため、企業が従業員の働き方に対する想いに応えていくことが一層求められています。

大和ハウス工業では「Waveはあと推進室※3」を設置し、“ワークライフバランス”の視点から制度策定や人財育成を推進しています。

今回の特集では、集合住宅を建築する際のエピソードを通じて、工事監督を担当した当社の女性社員・小部とその上司・同僚・お取引先が、仕事と生活の両立について話し合いました。

Profile

小部 慶美

1995年4月、大和ハウス工業に入社、戸建住宅工事担当、相談センター等を経て、現在集合住宅工事担当として勤務。家族構成は、夫・娘（5歳）・義母、そして第二子（取材時 妊娠5ヶ月）。現在も体調を第一に考えながら、現場に立ち続けています。

※3【Waveはあと推進室】経営を支える人財の確保と育成の更なる強化を基本方針に、女性社員の能力開発と働き続けられる職場環境づくりからスタートし、ダイバーシティの推進とワークライフバランスの向上を目指す組織

バランスの推進

共に創る～“ワーク”について～

「仕事を退く」という選択肢ははじめから持たなかった。

小部　お客さまと対話をしながら建物を作っていきたい。それが私の入社動機でした。配属の第一希望は設計でしたが、先輩方から「現場でも建てる喜びをお客さまと一緒に感じられるよ」というアドバイスを受け、第二希望に現場の仕事を挙げました。そして今では工事監督として働き始め15年目になります。私は新入社員の頃から「仕事を辞める」という考えはありませんでしたが、実際に結婚・出産を経験して感じたことは、社内の理解や協力が大きな支えになったということです。

また、私はよく「(お取引先は)女性監督の指示をきいてくれるの？」という質問をされます。しかし職方さんもプロなので、監督の性別に関係なく、納得のいく要求にはきちんと応えてくれます。

小野様　小部さんとは今回初めて現場で一緒に仕事をしましたが、現場の一体感や穏やかな雰囲気を生み出すなど、私たち取引先の心をつかむのがうまいと思いましたね。

大宮　お取引先から工事担当の良い評判を聞くと信頼されていることが分かり、営業担当としても安心できます。

河村　2008年10月から上司として彼女を見ていますが、細やかな気配りには感心させられます。例えば現場事務所に大きな鏡を置くことで、職方さんに身だしなみを意識してもらうといった、単純だけど大切なことに目が行き届いているのです。

小部　“監督としてするべきことはしたのか”、これは常に自分に問いかけている言葉です。例えば現場の近隣宅の敷地に誤ってトラックを停めないよう、ご了承をいただいた上でカラーコーンを設置するなど、監督として近隣のお叱りや事故の発生を未然に防ぐ方法はたくさんあります。

河村　新しく現場に入っていただくお取引先への説明会「新規入場者教育」において、小部は400人程の参加者を前に講演をしました。堂々としていて非常に頼もしい。あれは刺激になりましたよ。

小部　以前、第一子の妊娠で、現場を離れる時期がありました。しかしその間に協力会連合会(P.29～P.32参照)を通じて得た安全教育の知識が、今では私の武器になっています。まだまだ仕事面で成長を図りたいですね。

「ワークライフバランス」とは、男女を問わず、働く社員全員のためのもの。

上田　当社では、「ワークライフバランス」の推進にあたり、まずは出産・育児などさまざまな事情を抱えながら働く「女性」に目を向けています。それは単なる女性活躍の意味だけではなく、少子高齢化が進む社会で、将来的には男性も育児や介護に関わる機会が増えていくことを見据えており、女性が活躍できる場の提供は男性の働きやすい職場環境にもつながると考えるからです。

2005年度より営業・設計・工事職といった女性が少なかった職種への配属を開始し、性別を問わず多様な人財を活かす職場風土を作るとともに、時間的制約があっても能力が発揮できる働き方の改革を目指しています。

お取引先から、小部の評判はよく聞いていました。現場から信頼を得ていたので、安心して任せられましたよ。　営業担当　大宮

社内外からの信頼獲得まで、
大変な苦労があったでしょう。
周囲に対して「早く帰らせて！」ばかりでは
理解を得ることはできませんから。　上司　河村

共に生きる～“ライフ”について～

今は、重心を「少し家庭寄り」にバランスをとっている期間。

小部　夫は現場で共に試行錯誤を重ねてきたお取引先の職方で、私の仕事内容をそばで見ていた良き理解者です。それに同居する義母からのサポートや、「お母さん、仕事がんばってね！」と出勤を見送ってくれる5歳の娘の励ましにも毎日感謝しています。

多くの働く女性にとって、出産は喜びと同時に「今の仕事を続けられるのだろうか」という不安もあるでしょう。しかし私は仕事と生活においては“バランス”が重要だと考えています。これからの長い会社生活を踏まえたうえで、30代の今は「ライフ」の方に少し重点を置いています。そのために、与えられた仕事を効率よく終わらせる工夫を行い、周囲の協力を得ることで、よい結果を出すことを目指しています。また、後輩に仕事を任せるということは、人の成長も見守ることができ、進捗をチェックし、フォローすることで自身の管理能力を高めることにもつながります。

河村　常に“無制限一本勝負”では、心身ともに疲れてしまい、従業員にとっても会社にとっても大きな損失となります。当社では近年、長時間労働の抑制に向けた制度が整備されてきましたが、一人ひとりが時間内に成果を上げ、その上でチームが助け合い、新たな価値を生み出していくことが重要になるでしょう。

小部　河村課長は、仕事を一人で抱え込まずにみんなで完成させていこうという、チームワークを尊重した職場づくりを進めてくださっています。

河村　ここ1～2年でずいぶん事業所内の働き方が変わってきたなと感じています。一人ひとりがワークとライフのバランスを大事にしながら、組織として高品質の施工を実践する。それがチームを率いるリーダーとして常に心がけていることです。

小部　私は、機会があれば娘を現場の近くに連れて行くことがあります。娘は、当社グループの赤いマーク（＝エンドレスハート）を見ると「ママの会社だ！」と喜ぶので、そうした姿を見ると、働くことに対して誇らしく、また身が引き締まる思いがします。

小野様　社会では、女の人は家の中のことを何でもしなければいけない、男の人は職場で夜遅くまで仕事をするという暗黙の常識のようなものがありますが、実際にはそんな単純に役割を分担できないのではないでしょうか。

大宮　そうですね。小部は家庭と仕事のバランスをうまく保っているため、家庭のことを仕事に持ち込むことが無く、男性との違いは感じませんよ。

小部　これからは男性も子育てに限らず、介護や自己啓発のために、「ライフ」に時間をかける時代になります。社内外の方や家族、いろいろな人の支えがあってこそ私は仕事を続けていられます。バランスをとりながら個々が力を発揮し合うチームになれば、「もっといい会社」へと発展していくのではと思います。

はじめは「女性が現場に立つのは難しいのでは？」という不安がありましたが、小部さんの働きぶりに触れて、「女性ならではの良さをもっと現場に活かしてほしい」という期待に変わりました。
お取引先　小野様

職方さんがたくさんいる中で、
小部さんはとてもしっかりしているな、
働く女性はすてき、と感じました。
敷地内に残した畑の野菜を笑顔いっぱいで
受け取ってくれました。
オーナー様　岡島様

互いのワークライフバランスを尊重できるような“企業風土”を、従業員から生み出していきたい。

上田　「ライフ」を充実させるためには「ワーク」の効率化が不可欠です。実際に制度を利用している人の多くが、効率的に時間を生み出しているようです。「育児休業制度」を利用した男性社員は「育児休業の取得を通じて、自分自身が何のために働くのかを客観的に考えることができました」と語っていました。とはいえ仕事を「人生」の一部として捉える自立した考えを持ちながらも、上司・同僚などを気遣って制度を利用しない人が多いのではと憂慮しています。

「ライフ＝仕事以外の生活面」を大切にする社員は、暮らし方における経験の引き出しを幅広く持つことができ、その個人の能力を仕事で最大限に発揮することにつながると確信しています。今後は制度の充実だけでなく年齢・性別の枠を超えたワークライフバランスの理解促進を強化し、働きやすい組織風土の確立を目指していきます。

子育てサポートしています
2008年認定事業主

●次世代育成支援対策推進法に基づく認定『くるみん』を取得

今後の想い

女性工事監督という道を後輩に残していきたい。

小部　実は今、第二子を妊娠中ながらも労働基準監督署に確認した上で現場に出ています。妊婦も社会との接点を持ちながら働くことができるんだということを自身でやり遂げたいからです。また、同僚や現場のお取引先にその姿を見てもらい今の働く女性の一端を感じてほしいですね。また、全国の女性工事担当者に対しては「ずっと仕事ができるんだ」という安心感を伝えていけたらと思っています。

大和ハウスグループの今後の考え方

政府は2007年に「仕事と生活の調和（ワークライフバランス）」に関する憲章と行動指針を制定し、「仕事と生活の調和」の重要性を示しました。

企業としても、従業員の「健康保持」・「充実した生活時間の確保」・「地域活動への参加」などのため、ワークライフバランスに対し積極的に取り組むことが一層求められています。従業員がワーク（仕事）とライフ（生活）の双方を充実させることは、豊かな「人財」を育むことにもつながります。当社グループは、ワークライフバランスを推進することは人財確保や効率経営といった経営課題の解決や企業の継続的発展のための戦略であると考えています。ワークライフバランスに関連する諸制度を整備するとともに、制度が有効に利用できる職場づくりを行い、従業員にとっての「モデルケース」を増やし、従業員一人ひとりの意識向上を図っていきます。

web ・従業員との共創共生

column

ワークライフバランス支援制度の利用状況

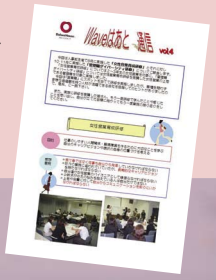
当社では、2007年4月よりワークライフバランス支援制度を導入した結果、結婚や出産を理由に退職する女性社員の数が少なくなってきました。また、家族の看護休暇やホームホリデーなど、育児以外でも多くの社員がワークライフバランスを実現できるような制度設計を目指しています。今後は制度を利用しやすい環境作りが課題です。

■ワークライフバランス支援制度の利用状況（2008年度）

制度	利用人数	前年度比
育児休業制度	153名	+36名
妊娠・育児短時間勤務制度	115名	+26名
家族の看護休暇	555名	+70名
ハローパパ休暇 ※1	191名	+21名
ホームホリデー ※2	13,309名	+908名
次世代育成一時金制度 ※3	（年度内の出生児数）724名	+41名

※1 出産した配偶者をもつ男性社員が出生日から連続5日間の休暇を取得できる制度。
※2 有給休暇を四半期に1日、計画的に取得する制度。
※3 誕生したこども一子に対し、100万円を支給する制度。

Waveはあと通信



Waveはあと推進室では2ヶ月に1回、社内報としてワークライフバランス支援制度を利用している社員の声や、いきいきと働いている社員の紹介、ダイバーシティやワークライフバランスを推進するための取り組みなどについて情報発信を行っています。一人でも多くの従業員に読まれるような紙面づくりを心がけています。

小部とご家族

「社会」との共創共生

考え方と今後の課題

「社会」にまつわる昨今の社会的背景に関する問題点

昨今の社会的背景を振り返りますと、「ニートやフリーターといった若年層の就労意欲に関する問題」や「地球温暖化や生物多様性をはじめとする環境問題」あるいは「難民問題や食料不足といった地球規模での問題」など、ビジネスのアプローチだけでは解決の難しい問題点が散見されます。

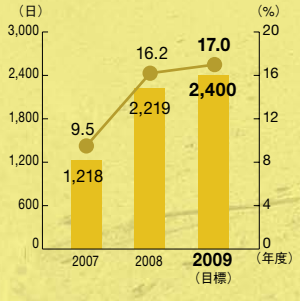
大和ハウスグループでは、こういった社会的背景を踏まえて、活動によっては本業のノウハウや経験を活かしながらも、決して自己満足に留まることなく、地域の皆さまやお取引先やNPO・NGOといった方たちの意見を取り入れながら、あるいは活動そのものに一緒に取り組んでいます。従業員一人ひとりのレベルで「できることから、できる範囲で続けていける」社会貢献活動を活発化させるため、社内の各種制度を整え「社長表彰制度」で活動の顕彰も行っています。

今後の課題について

各事業所での社会貢献活動は年々広がりを見せていますが、会社全体で取り組める内容の活動も推進していこうと考えています。「一部の従業員だけが活動に取り組む」というスタンスから脱却し、一人でも多くの従業員が参画できる社会貢献活動を目指していきます。

また、活動が活発化している事業所では、一段のレベルアップを目指して社会的背景を意識した活動に積極的にチャレンジしていきます。

ボランティア休暇の取得日数と取得率



代表取締役副社長
CSR担当
石橋 民生

地域密着型の社会貢献活動

～浜松支店の取り組み～

社会背景と大和ハウスグループの取り組み

当社グループは、全国の各地に事業所を配置して事業を展開しています。わたしたち各事業所では本業だけでなく、地域社会の一員としての役割も担っていくべきだと考え、社会貢献活動に取り組んでいます。

静岡県にある大和ハウス工業の浜松支店では、従業員とその家族が、協力会社や周辺住民の皆さまと一緒になって社会貢献活動を継続して実施しています。

今回の特集では、浜松支店の支店長・井上と「社会貢献推進委員」の永野が、事業所が推進する社会貢献活動について語り合いました。

生まれたての小亀の放流と会場である中田島砂丘のごみ拾い『アカウミガメの放流会』
2008年度
152人参加

浜名湖周辺海岸の
ごみ清掃
『浜名湖クリーン作戦』
2008年度
203人参加

浜松支店支店長
井上 清貴

社会貢献推進委員
永野 雅照

活動内容や従業員を紹介する、浜松支店のオリジナル広報誌「住まいる浜松」。

Stakeholder's Voice

青少年健全育成への支店を挙げたサポートに感謝しています。

NPO法人 青少年を育てる会・浜松幹事長
TKC全国会中央研修所所長
TKC全国政経研究会幹事長
坂本 孝司 様

当会は、青少年のみずみずしい生活感覚を育て、その情操を豊かにし、明るい未来に導いていくことを目的に、静岡県西部地域の企業・経営者を中心に活動を推進しているNPO法人です。幹事の井上支店長には主要事業であるミュージカルやコンサートの開催に参画していただいています。浜松支店の皆さまには、イベント当日の運営や動員のご協力をしていただき大変感謝しています。皆さまの地域社会に対する無償の奉仕には感激しており、地域密着とはこのような行動から始まるものと改めて実感しました。今後も変わらず継続していかれることを期待しています。

共に創る～参加しやすい活動～

多くの方が気持ちよく参加できる活動を目指しています。

井上　浜松支店では、地域に根ざした独自の社会貢献活動に取り組んでいます。私たちの活動のポリシーは、「一人でも多くの方と心を通わせながら、長く続けること」です。そして、「全員活動」を基本方針とし、従業員の家族・協力会社・周辺住民の方々が気軽に活動に参加でき、楽しい思い出として心に残していただけるよう努めています。

永野　2008年度に配布された社内啓発用DVD「私たちにもできる社会貢献活動～入門編～」をきっかけに、自主的に活動に参加する「事業所風土」がよりいっそう高まりましたね。

井上　そのDVDは、“地域貢献活動は業績向上と並ぶ全社的ミッションである”という内容で、浜松支店の活動が特徴的な事例として取り上げられていました。会社の想いや方針、社会貢献活動の意義を見える化したことで、従業員の胸にダイレクトに届いたのでしょう。

永野　協力会社の方々にもそのDVDをご覧いただき、積極的なイベント参加につなげることができたのも良かったと思います。

共に生きる～活動の継続～

活動を継続した結果、うれしい反響をいただきました。

井上　浜松支店独自の活動「浜名湖クリーン作戦」と「アカウミガメの放流会」は今年で5年目です。ここにきて地域社会からの反響を感じるようになりました。

永野　この活動が地元新聞に掲載された時は、初めてお会いするお客さまから話題にあげていただいたと、営業担当が喜びの報告をしてくれましたね。

井上　私は、NPO法人「青少年を育てる会・浜松」（右上囲み参照）の幹事をしています。そこで知り合った浜松に本拠を置く有力企業の方に「大和ハウスが地元企業以上に地域のために活動しているようだから、我が社もがんばらなければ」と賛辞をいただいたことは大変嬉しく誇らしいことでした。

永野　そういった反響が、従業員の仕事のやりがいや喜びにつながり、本業に対する意識にもつながっていくのだと感じています。

↑社長との記念写真
浜松支店 支店長　井上（写真右）と永野（左）

↓三重工場 工場長 平戸幸広（写真右）と
社会貢献推進委員 松原建明（左）

column

社会貢献活動優秀事業所・社長表彰

当社では、事業所での社会貢献活動をより活発化するために、2007年度から「社長表彰制度」を実施しています。2008年度の優秀事業所には、従業員や社外のステークホルダーの参加人数が多いことが評価された「浜松支店」と、地元自治会との連携を図りながら、幅広い分野で数多くの活動を展開したことが評価された「三重工場」が選ばれました。

今後の想い

地域での存在感を高めていきます。

永野　従業員とその家族、協力会社に限定していた「アカウミガメの放流会」ですが、2008年度実施後、他の事業所から「ぜひ参加したい」という声がありました。活動の裾野はこのような反響の積み重ねで一歩一歩広がっていくものだと思います。地道な活動ながらも信念を持ち続け、社会貢献の輪を地域全体に拡大していくことを目指します。

井上　今後も、支店長として、活動のリーダーシップを取り、地域社会との絆を深めるという職責を果たしていきます。そして、この浜松エリアにおいて当社グループのさらなる信頼獲得に貢献していきます。

大和ハウスグループの今後の考え方

本業を通じて「快適な住まいと暮らし」を提供し、社会に貢献する私たちにとって「地域密着」は欠かせないキーポイントです。全国の各事業所で社会貢献推進委員を中心に活動していますが、一人でも多くの従業員が社会貢献活動を通して、ビジネスでの関わりだけでは得ることのできない「新しい気づき」や「地域社会とのコミュニケーション」を深めていけるような活動の推進と実施に努めていきます。

web ・社会との共創共生

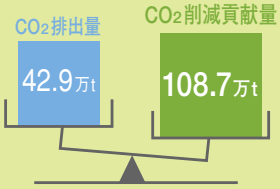
「環境」との共創共生

考え方と今後の課題

全事業プロセス、全事業領域で、地球温暖化防止への取り組みを推進しています。

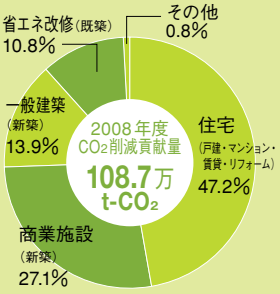
大和ハウスグループは、2008年に環境行動計画「エンドレス グリーン プログラム 2010（P.43参照）」を策定。地球温暖化防止を最重要テーマに、「CO_2ダブルスコアの達成」の中核目標に向けて取り組みを進めています。これは、2010年度までに、当社グループが提供する商品・サービスを通じたCO_2削減貢献量を、事業活動プロセスで発生するCO_2排出量の2倍以上（＝ダブルスコア）にすることで、地球環境にかけた負担の2倍以上地球に貢献しようという計画です。

2008年度は事業活動プロセスにおけるCO_2排出量が42.9万トン（前年度比7.3%削減）、商品・サービスによるCO_2削減貢献量が108.7万トン（前年度比23.2%増加）で、CO_2削減貢献度（詳細はP.43～P.46）は2.53倍となり、2009年度の目標を前倒しで達成しました。



環境に配慮した建築を通じて、持続可能な都市基盤の形成を目指します。

国内における業務部門のCO_2排出量は著しく増加※1しています。当社グループは、店舗・オフィスをはじめ、工場や倉庫、ショッピングセンターなど、幅広い用途の施設を全国で提供する立場から、より環境に配慮した省エネ型建築の普及を推進し、持続可能な都市基盤の形成に貢献していくことが、当社の社会的使命であると考えています。



今後は、お客さまの省エネニーズを先取りし、これまで以上に最適な提案を行っていくとともに、数多くある既存建築物に対しても、省エネリフォームを通じて積極的にCO_2削減に取り組んでいきます。

※1　2007年度の国内における業務部門のCO_2排出量は、1990年比43.8%増加

取締役　常務執行役員
環境エネルギー事業担当
濱 隆

持続可能な都市基盤のために ～環境に配慮した建築～

社会背景と大和ハウスグループの取り組み

国内の地球温暖化対策において、「業務部門におけるCO_2排出量の削減」が最大の課題とされています。

当社グループは、住宅のみならず、多様な業務用施設の提供を行うグループ※2として、環境に配慮した建築の普及に向けた取り組みを進めています。

今回の特集では、大和ハウス工業の担当者が、2008年度に取り組んだ環境配慮型プロジェクトを中心に、持続可能な都市基盤の形成について話し合いました。

※2 独自の土地活用提案システムと自社工場によるシステム建築を軸に、店舗から工場まで幅広い用途の施設を提供しています。住宅を除く、商業建築事業の2008年度の売上高は、5,451億円でした。

写真2
屋上緑化

写真／京都銀行 門真支店（大阪府門真市）

Q：国内業務部門のCO_2排出量が増加しています。その課題は何ですか。

A：**斉藤**　近年、大企業を中心にCO_2削減対策が進んでいますが、中小規模事業者の業務施設や、全国展開している物販・飲食店舗の多くは一つひとつが小規模なため、省エネ法の規制対象ではなく、対策が進んでいません。また、数多くある既存建築物への対策も大きな課題の一つと言えます。

- 課題1　中小規模事業者の業務施設への対策
- 課題2　全国展開している小規模店舗への対策
- 課題3　既存建築物への対策

しかし、改正省エネ法の施行により、より多くの事業主様に省エネ規制が課せられることになり、今後はお客さまからの省エネニーズの高まりが予想されます。当社では、そのような動向を先取りし、2009年1月に「環境配慮設計ガイドライン」を策定。これまで設計担当者が個別に対応していた環境配慮設計のノウハウを集約し、省エネルギー設計の手法やグリーン調達基準などをまとめ、全国の事業所で運用を開始しました。

・当社が建設した環境配慮施設の一例

小型風力発電機（大阪府）

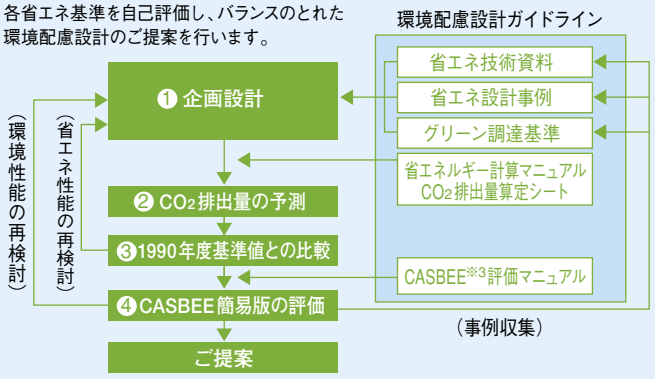
教育施設（東京都）

自動車整備工場（福岡県）

研究センター（茨城県）

・設計業務フロー

各省エネ基準を自己評価し、バランスのとれた環境配慮設計のご提案を行います。



課題1　中小規模事業者の業務施設への対策

Q：2009年6月に竣工した「京都銀行門真支店」は、どのようなコンセプトで建設されたのでしょうか。

A：**加藤**　「京都銀行門真支店」のコンセプトは『森の中の銀行』です。建築主さまの“住民の方に憩いと潤いをご提供したい”という強い想いを取り入れています。

1階ロビー前には鎮守の森をイメージした庭園（写真1）、そして2階の一部と屋上にも緑地（写真2）を設け、敷地全体の約36%を緑化しています。

A：**加治木**　樹種は地域在来種の常緑樹を中心に選定しました。4.5m以上の高木を植えるなど、野趣のある「森」の造形と、緑の存在感にあふれる銀行を目指しました。

Q：自然エネルギーを活用した環境配慮技術などはありますか？

A：**加藤**　「屋上緑化（写真3）」による断熱性の向上に加え、外観を特徴づけている「ファサードのカーテンウォール（次ページ写真6）」には、熱線吸収ガラスを採用し、年間の空調負荷の削減に配慮しています。また、「太陽光発電パネル（写真5）」を設置し、施設の電力使用量の一部をまかなうとともに、お客さまが目にしやすい1階のロビーに「太陽光発電システムのモニター（写真4）」を設け、発電状況をリアルタイムに掲示することで、お客さまの環境意識の啓発に役立てています。

こうしたさまざまな環境配慮技術の導入により、CASBEE※3評価ではAランクの評価となりました。

※3【CASBEE】建築物総合環境性能評価システム。国土交通省が主導し開発された建築物の環境性能評価システム。ランクは、S・A・B+・B-・Cの5段階評価。

写真6　ファサードのカーテンウォール

Q：コスト面など課題もあったと思いますが？

A：**加藤**　確かにコスト面が大きな課題で、太陽光発電など単体では初期コストを数年で回収することが難しいものもありますが、運用コストを含めたライフサイクルコストの観点から建物・設備のトータル提案を行えば、ご理解いただける感触はあります。何よりも、建築主様と「建築物は社会的資産の一部」というビジョンを共有して創り上げていくことが重要だと思います。

幸い、京都銀行様には今回の取り組みを高く評価していただき、他の支店でも、環境配慮型店舗の計画がスタートしています。

課題2　全国展開している小規模店舗への対策

Q：次に、全国に展開されている物販や飲食店舗の環境配慮はどうでしょう？

A：**中根**　ロードサイドに建つこれらの施設は、市場環境の変化に伴い、使用可能な状態でも解体・新築を繰り返す場合があります。そこで、当社では廃棄物削減と資源の有効利用を同時に実現する「リ・ストア&リ・ビルドシステム」を開発、その普及を進めています（詳細右）。また、2008年度は改正省エネ法※4の施行に伴う顧客ニーズを先取りし、この躯体システムに別途開発した白色LED照明システム『グレース ルミノ』を組み合わせた省エネ型店舗を開発、2009年3月から販売を開始しました。

A：**宇野**　『グレース ルミノ』は、「ECOモニタリングシステム」といって、照明器具の電力消費量・CO_2排出量などを一元管理できるシステムを備えています（詳細右）。さらに今後、「エネルギーの見える化」や「エネルギーの分析および改善」「エネルギー調達から運用に至るトータルマネジメント」など、事業者様の幅広いニーズに対応していきます。

Q：企業様の反応はいかがですか？

A：**中根**　省エネ型店舗のモデル棟は、完成以来10社以上、延べ約50名の企業担当者様にご見学いただいています。ご見学者の方からはさまざまなご意見をいただいており、改良を加えながら個別の顧客ニーズへの対応を進めているところです。

しかしながら、「商業施設は短期での資金回収が鉄則であり、初期費用の増加は受け入れがたい」というご意見が多いのも確かです。

Q：そのようなご意見に対する解決策は？

A：**宇野**　「LED照明」は、省エネ・省CO_2効果がありますが、高い初期費用が課題となっています。そのため、省エネ・省CO_2の設備機器をシステム化しリース会社で一括管理することで、初期費用をかけずに月々のサービス使用料だけで導入していただけるモデルを検討中です。本サービスが普及すれば、初期費用負担の軽減に大きく貢献できると考えています。

※4　2009年4月の改正により、一定規模以上のフランチャイズチェーンなどにも規制対象が拡大されました。

庭園に面した会議室

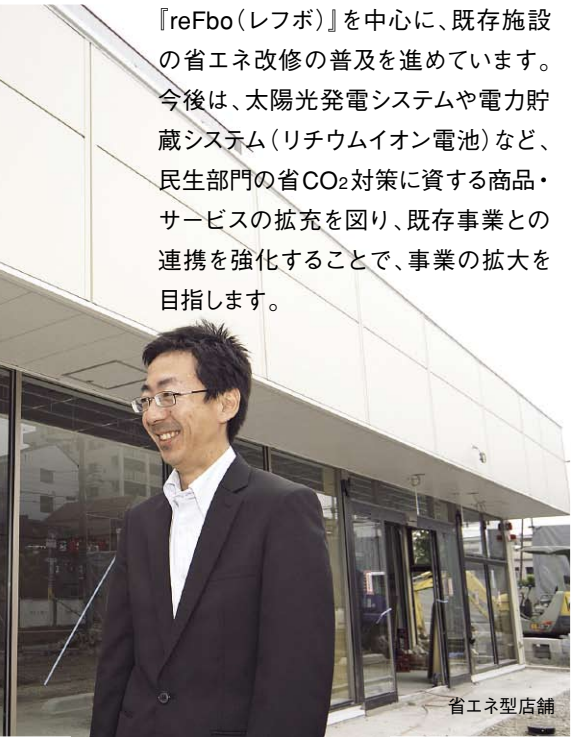
web ・地球温暖化防止への取り組み>商業建築事業、環境エネルギー事業
・廃棄物削減への取り組み>再生・再建築可能な「リ・ストア&リ・ビルドシステム」の開発・普及

コンビニは利用者が多いので、省エネ型店舗が全国に普及すれば、利用者の環境意識やその他の施設への波及効果も大きいと思います。

課題3 既存建築物への対策

Q：最後に、圧倒的なボリュームを占める既存建築物への対策についてお聞かせください。

A：**宇野**　当社は、2009年4月に「環境エネルギー事業部」を立ち上げ、全国25事業所、総勢約200名の人員を配置しました。この事業部では、改正省エネ法による企業単位でのエネルギー管理が求められる事業所などをターゲットとし、『グレースルミノ』や、高効率反射板『reFbo（レフボ）』を中心に、既存施設の省エネ改修の普及を進めています。今後は、太陽光発電システムや電力貯蔵システム（リチウムイオン電池）など、民生部門の省CO_2対策に資する商品・サービスの拡充を図り、既存事業との連携を強化することで、事業の拡大を目指します。


省エネ型店舗

今後の想い　設計業務を通じて、環境保全に貢献していきます。

加藤　近年、お客さまの環境へのニーズは確実に高まってきていますが、初期コストの増加が大きな壁となっているようです。これまで、設計を進める上で、「CO_2削減」への意識はあまり高くはありませんでしたが、環境問題が注目されるなか、省コストと省CO_2を合わせて積極的に提案していけば、お客さまに必ず受け入れていただけると感じました。今後も設計業務を通じて、持続可能な都市基盤の形成に貢献していきたいと考えています。

次世代型省CO_2店舗の開発

再生・再建築可能な「リ・ストア&リ・ビルドシステム」

「リ・ストア&リ・ビルドシステム」は、資源循環型の物販・飲食店舗向けの躯体システムです。建てて間もないにもかかわらず、使用されなくなった建物を廃棄するのではなく、分解して移設・再建築することで、廃棄物削減に貢献しています。

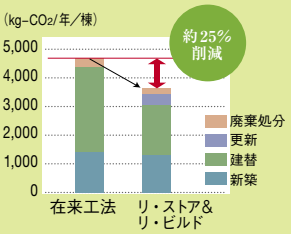
設計段階から解体時のことを考慮し、基礎や外壁、屋根など建物を構成する主要な部材は全て工場で生産しています。解体後も一つひとつの部材を検査、再生処理をして、次の新しい建物の一部として利用します。

このシステムでは建物全体で約7割（金額比）※5の部分がリユース（再利用）でき、ライフサイクルCO_2を在来工法に比べて約25%削減できます。

2005年より全国展開のコンビニエンスストアなどを中心に普及を進め、2009年3月現在、全国で121棟の建設実績があります。

※5 当社試作棟での検証結果

●ライフサイクルCO_2の比較



＊建て替え周期15年、評価期間45年での比較（物販店舗167m²）
＊建物使用時のエネルギーは含みません

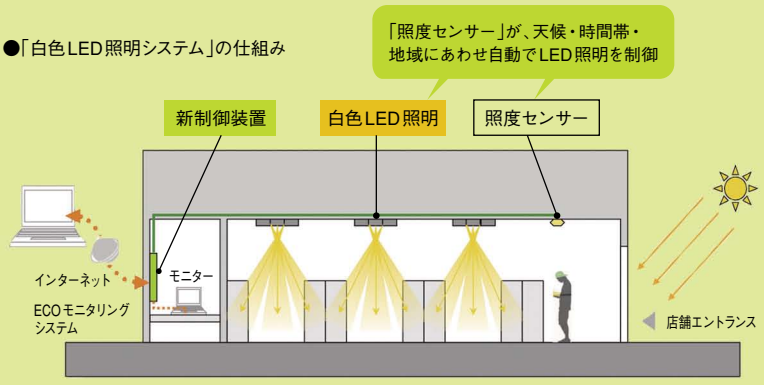
長寿命の白色LED照明システム「グレース ルミノ」

コンビニエンスストアでは、店舗のエネルギー消費のうち電力が半分以上を占めます。そのため、室内の照度レベルを落とさずに、いかに照明の消費電力を抑えられるかが大きな課題の一つでした。

当社が販売している「白色LED照明システム」は、現在市販されているLED照明に比べ約2.5倍となる約10万時間※6の長寿命化を実現しています。また、世界的な照明家・豊久将三様の監修を得て、店舗用途に応じた照明配置や制御方法を徹底的に検証し、最適な室内照度を保ちつつ省エネルギー効果の高いシステムを構築しました。

その結果、照明の消費電力やそれにかかるCO_2排出量は、蛍光灯と比べて最大53%※7削減でき、ランニングコストも抑えることができました。

●「白色LED照明システム」の仕組み



※6 促進試験で期待寿命時間10万時間を確認しています。
※7 コンビニ既存店舗（約200㎡）の店舗内照明の蛍光灯を今回のシステムに置き換え、70%点灯した場合。

当社提案のコンビニエンスストア向け次世代型省CO_2モデルが

平成21年度（第1回）住宅・建築物省CO_2推進モデル事業※8に採択されました

※8 国土交通省が推進する事業で、住宅・建築物におけるリーディングプロジェクトを公募し、省CO_2の推進に向けたモデル性、先導性が高いものが選定されます。

当社の「コンビニエンスストア向け次世代型省CO_2モデル」におけるエネルギーマネジメント・太陽光発電システム・LED照明システム・蓄電池のトータルシステムによる提案は、省CO_2推進に向けた新たなビジネスモデルであること、その他の建築物への波及に対する期待が大きいことなどが評価され、マネジメント部門で唯一採択されました。

エンドレス グリーン プログラム 2010

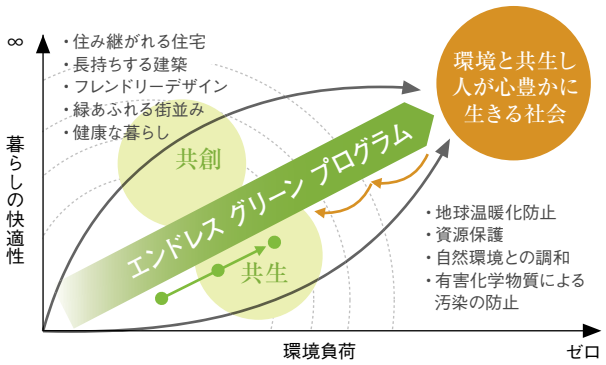
2008年度から、新たな中期環境行動計画をスタート。グループ13社で数値目標を設定し、取り組みを推進しています。

■「エンドレス グリーン プログラム」とは？

環境ビジョンである「環境と共生し人が心豊かに生きる社会」の実現には、環境負荷の削減と暮らしの快適性を両立させることが必要です。

大和ハウスグループでは、その実現に向け、中長期的な環境戦略を立て、その具体的な計画を『エンドレス グリーン プログラム』として3ヵ年毎に策定しています。

2008年度より、新たな中期環境行動計画「エンドレス グリーン プログラム 2010」をスタート。部門ごとに数値目標を設定し、実績の評価と改善を繰り返すことで環境活動を推進しています。

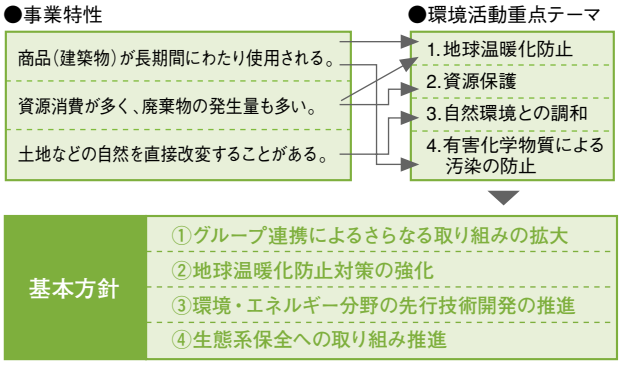


■「エンドレス グリーン プログラム2010」の基本方針

環境課題の観点から建設業の主な事業特性をあげると、「商品（建築物）が長期間にわたり使用されること」、「資源消費が多く廃棄物も多いこと」、「自然環境を直接改変すること」などが考えられます。

そこで当社グループでは、これらの事業特性をふまえ、「地球温暖化防止」、「資源保護」、「自然環境との調和」、「有害化学物質による汚染の防止」という4つのカテゴリーを「環境活動重点テーマ」とし、環境に配慮した商品・サービスの開発と普及を継続的に進めています。

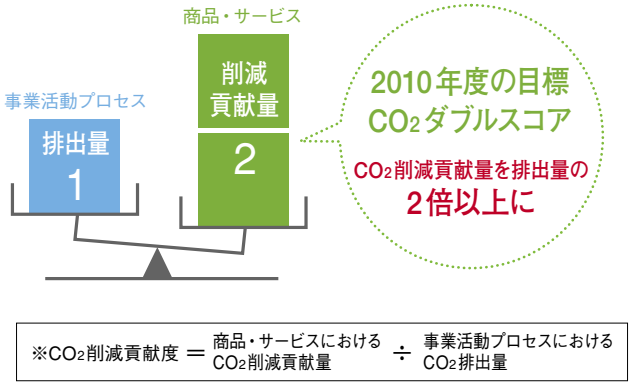
「エンドレス グリーン プログラム 2010」では、これまでの活動の成果をふまえ、右の4つの基本方針を策定しました。



■CO_2ダブルスコアの達成に向けて

「エンドレス グリーン プログラム 2010」では、「地球温暖化防止」を最重要テーマに、「私たちの事業で地球にかけた負担（CO_2排出量）以上に地球に貢献（CO_2削減量）しよう」という思いから、当社グループの事業が地球温暖化防止に貢献できた度合いを測る指標として、『CO_2削減貢献度※』を導入、2010年度の目標を2倍以上（CO_2ダブルスコア）に設定しました。

この目標達成に向け、当社グループのオフィス・工場・ホテル等での省エネ対策によりCO_2排出量を削減するとともに、住宅や建築物における省エネ対策を積極的にお客さまへ提案、全事業領域で取り組みを推進していきます。

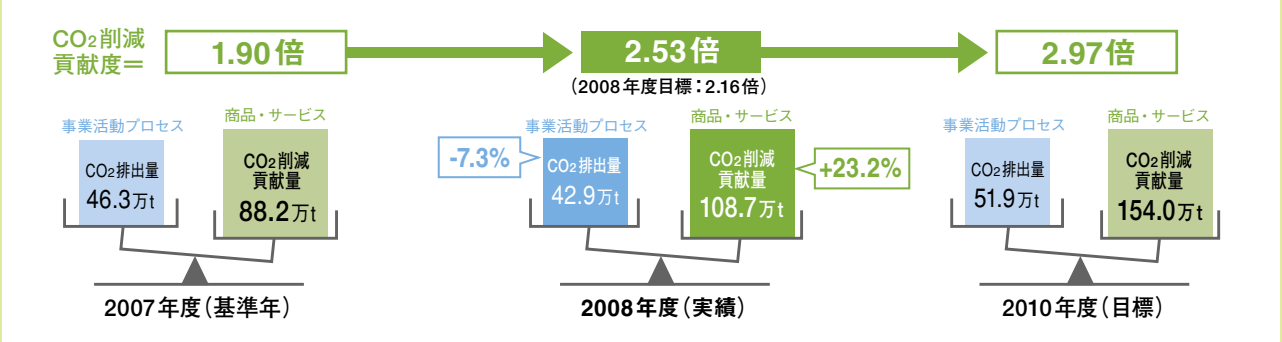


2008年度のCO_2削減貢献度

2008年度は、事業活動プロセスにおけるCO_2排出量は42.9万t-CO_2、環境配慮型商品・サービスの提供によるCO_2削減貢献量は108.7万t-CO_2、CO_2排出量に対するCO_2削減貢献量（=CO_2削減貢献度）は2.53倍となり、2008年度の目標を達成しました。

これは、事務所やホームセンターでのエネルギーの「見える化」による運用改善の徹底、ホテル・工場での熱源改修工事など、全部門においてCO₂削減の取り組みを推進した結果です。

一方、CO_2削減貢献量については、戸建商品「xevo（ジーヴォ）」の高断熱や太陽光発電システムの設置、リフォーム事業での断熱改修や高効率給湯器の設置、環境エネルギー事業における高効率照明器具の設置などを進めたことがこの結果につながりました。



2008年度の実績と自己評価

地球温暖化防止
～CO_2ダブルスコア達成への取り組み～

自己評価基準

- 2007年度実績よりも改善し、2008年度目標も達成しました。
- 2007年度実績よりも改善しましたが、2008年度目標は達成できませんでした。
- 2007年度実績よりも悪化し、2008年度目標も達成できませんでした。

分類	2010年度目標（グループ全体）	2008年度実績（グループ全体） ■目標 ■■実績	自己評価（グループ全体）	2008年度実績（部門別） 部門	08年度目標	08年度実績	評価
事業活動プロセスにおけるCO_2削減	CO_2排出量 -9%※（2007年度比）	事務・建設系部門 −8.7%	2007年度比8.7%削減となり、3ヵ年目標である4%削減を前倒しで達成することができました。これは、全国のオフィスに導入したモニタリングシステムを活用したエネルギーロスの削減や物流ルートの最適化、工場でのボイラー燃料の転換などの効果によるものです。2008年度の実績を受け、2010年度の目標は2007年度比9%削減と上方修正しました。	大和ハウス 計	−1.6%	−6.7%	☺
				事務	−2.0%	−6.5%	☺
				車両	−1.0%	+1.9%	☹
				生産	−3.0%	−18.2%	☺
				輸送	−2.0%	−11.5%	☺
				施工（住宅系）	−0.3%	+0.2%	☹
				施工（建築系）	−0.7%	−0.4%	😐
				その他	−1.0%	−23.9%	☺
				グループ会社 大和リース	−1.0%	−3.4%	☺
				ダイワラクダ	−1.0%	−9.2%	☺
	売上高あたりCO_2排出量 -12.5%※（2007年度比）	サービス部門 −11.9%	2007年度比11.9%削減となり、3ヵ年目標である6%削減を前倒しで達成することができました。これは、ホテルなどエネルギー多消費型の施設を中心に、老朽化設備の高効率化など、エネルギー削減とサービスの質の向上の両立を図る省エネ改修を進めた結果といえます。2008年度の実績を受け、2010年度の目標は2007年度比12.5%削減と上方修正しました。	リゾート・スポーツ施設 リゾートホテル	−3.0%（利用客1人あたり）	−1.4%（利用客1人あたり）	😐
				ゴルフ場	−3.0%（利用客1人あたり）	−2.7%（利用客1人あたり）	☺
				スポーツクラブ	−2.0%（会員1人あたり）	+12.6%（会員1人あたり）	☹
				ホームセンター	−3.3%（売場面積あたり）	−11.6%（売場面積あたり）	☺
				ショッピングセンター 大和ハウス	−2.0%（共用部面積あたり）	−8.5%（共用部面積あたり）	☺
				ダイワロイヤル	−2.0%（共用部面積あたり）	−7.7%（共用部面積あたり）	☺
				大和情報サービス	−2.0%（共用部面積あたり）	−8.9%（共用部面積あたり）	☺
				大和リース	−2.0%（共用部面積あたり）	−1.4%（共用部面積あたり）	😐
				都市型ホテル ロイネットホテル	−2.0%（利用客あたり）	−2.0%（利用客あたり）	☺
				大阪マルビル	−2.0%（利用客あたり）	−6.9%（利用客あたり）	☺
				物流サービス	−2.0%（トンキロあたり）	−3.2%（トンキロあたり）	☺
商品・サービスによるCO_2削減	CO_2削減貢献量 154.0万t-CO_2以上※（1990年時との比較）	108.7万t-CO_2	2007年度比23.2%増加となり、単年度目標を達成することができました。世界同時不況の影響もあり新規施工面積が落ち込み、いくつかの事業では目標を達成できませんでしたが、環境エネルギー事業でお客さまの省エネニーズに対応したリフォームを大きく拡大できたことが、今年度の結果につながりました。2010年度の目標は、2009年度に発足した「環境エネルギー事業部」における省エネ改修工事の増加を見込み、2007年度比75%増加と上方修正しました。	戸建住宅	40.9万t-CO_2	40.1万t-CO_2	😐
				賃貸住宅	7.6万t-CO_2	6.2万t-CO_2	😐
				マンション	2.0万t-CO_2	3.0万t-CO_2	☺
				住宅リフォーム	1.9万t-CO_2	2.2万t-CO_2	☺
				商業施設	31.5万t-CO_2	29.4万t-CO_2	😐
				一般建築	17.6万t-CO_2	15.1万t-CO_2	😐
				環境エネルギー	0.6万t-CO_2	11.8万t-CO_2	☺
				共同調達	0.8万t-CO_2	0.9万t-CO_2	☺

※印をつけた目標は、2008年度の実績が目標を大きく上回ったため、2009年度以降の目標を上方修正しています。（±は2007年度比増減率）

街区まるごとCO_2削減への取り組みで第18回「地球環境大賞」の「大賞」を受賞

2009年2月、当社の「自然と調和した街づくり-街区まるごとCO_2削減-」の取り組みが評価され、フジサンケイグループが主催する第18回「地球環境大賞」の「大賞」を受賞しました。

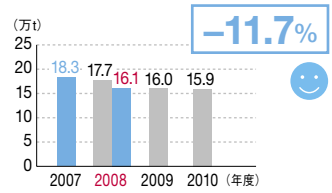
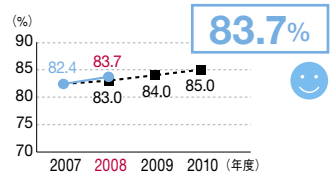
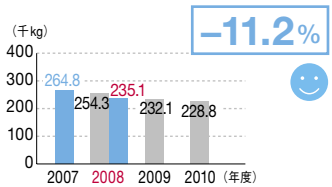
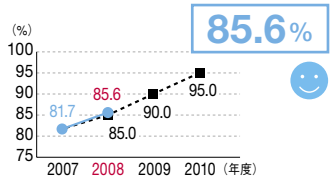
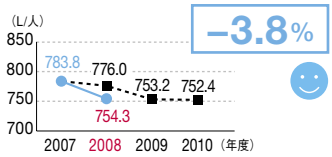
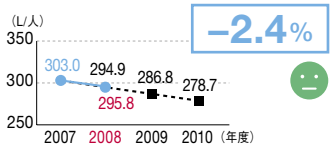
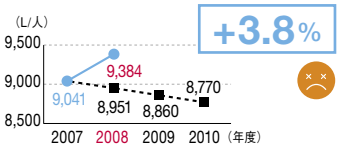
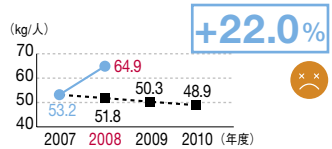
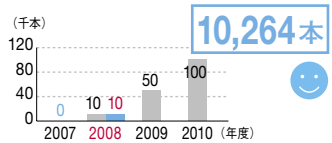
当社は、長年にわたり全国で「環境共生住宅」の普及をリードするとともに、地域の自然を最大限に活かして街全体でCO_2を削減する取り組みを進めています。その先導的な事例の一つとして、2008年に街開きした「越谷レイクタウン（埼玉県）」で、当社は戸建住宅街区とマンション街区の一体開発を行い、風・太陽・水といった地域の自然を活かして、街全体で20%以上のCO_2削減を目指しました。

越谷レイクタウン内の「レイクタウン美環の杜」「D' グラフォート レイクタウン」が「CASBEE-まちづくり」のSランク認証の第一号になりました。

web ・地球環境大賞受賞（詳細） http://www.daiwahouse.co.jp/eco/award1/

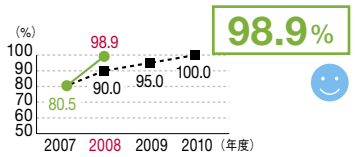
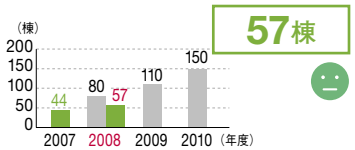
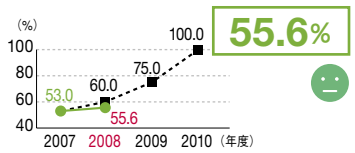
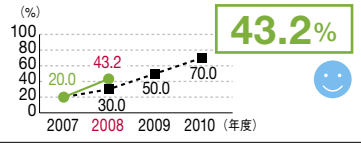
越谷レイクタウンにおける戸建住宅街区とマンション街区の完成予想図

事業活動プロセスにおける環境負荷低減

環境目的	2010年度目標（グループ全体）	2008年度実績（グループ全体）■目標 ●実績		自己評価（グループ全体）	2008年度実績（部門別）				
					部門		08年度目標	08年度実績	評価
廃棄物削減	建設系廃棄物排出量 -13%※（2007年度比）※解体を除く	工場・施工現場	 −11.7%	2007年度比11.7%削減となり、3ヵ年目標である10%削減を前倒しで達成することができました。2008年度の実績を受け、2010年度の目標を2007年度比13%削減に上方修正しました。	大和ハウス	生産	±0%（総量）	−8.0%（総量）	☺
						施工（住宅）	−3.3%（1棟あたり）	−24.7%（1棟あたり）	☺
						施工（建築）	−10.0%（売上面積あたり）	−15.5%（売上面積あたり）	☺
					グループ会社	大和リース	−1.7%（売上高あたり）	+29.2%（売上高あたり）	☹
						ダイワラクダ	±0%（総量）	−18.5%（総量）	☺
	建設系廃棄物リサイクル率 85%以上（2007年度比）※解体を除く	工場・施工現場	 83.7%	リサイクル率は83.7%となり、単年度目標である83%を達成することができました。今後は商業建築のリサイクルルートを見直し、リサイクル率の向上に努めます。	大和ハウス	生産	100%	100%	☺
						施工（住宅）	93.0%	96.6%	☺
						施工（建築）	87.0%	84.8%	☹
					グループ会社	大和リース	70.0%	68.5%	😐
						ダイワラクダ	60.0%	58.8%	😐
有害化学物質削減	PRTR対象有害化学物質使用量 -13%※（2007年度比）	工場	 −11.2%	商業建築部門で鉛・クロムフリー塗料への代替を進めた結果、3ヵ年目標である5%削減を前倒しで達成することができ、2010年度の目標を2007年度比13%削減に上方修正しました。	大和ハウス		−7.4%	−18.8%	☺
						住宅事業	+1.8%	+8.2%	☹
						商業建築事業	−20.4%	−57.0%	☺
					グループ会社	大和リース	−0.9%	−4.1%	☺
						ダイワラクダ	±0%	−11.3%	☺
環境活動の輪の拡大	グリーン購入比率 95%以上 ※主要6品目（金額比）	大和ハウス	 85.6%	2008年度の主要6品目におけるグリーン購入比率（金額比）は85.6%となり、単年度目標を達成することができました。今後はグリーン購入比率95%の目標達成に向け、購入比率の低い事務用品類に関して推奨品を設定し重点的に取り組んでいきます。	紙	コピー用紙	90.0%	99.3%	☺
						帳票類	90.0%	98.6%	☺
						カタログ類	90.0%	97.8%	☺
					事務用品類		70.0%	42.7%	☹
					オフィス家具		90.0%	97.7%	☺
					OA機器		90.0%	99.5%	☺
	グリーン調達基準書の運用徹底	大和ハウス住宅	【2008年度実績】2004年度から運用してきた「グリーン調達基準書」を継続して運用、2008年度は、「環境配慮9項目」について、各サプライヤーから賛同書を提出していただきました。	【今後の取り組み】新規材料調達時には、継続して「環境配慮9項目」への取り組み状況を確認するとともに、主要建材について化学物質の含有情報の調査・ヒアリングを実施します。					
	グリーン調達現場比率 80%以上	大和ハウス建築	【2008年度実績】一般建築物件において、特に採用を進める環境負荷の小さい材料を「グリーン調達品目（30品目）」として定めました。	【今後の取り組み】一般建築物件において、今回制定したグリーン調達30品目の採用を進め、30品目中10品目以上採用できた物件を「グリーン調達現場」とし、2010年度までに全物件の80%以上が「グリーン調達現場」となるよう推進していきます。					
資源保護	利用客あたり水使用量 -4%※（2007年度比）	リゾートホテル	 −3.8%	利用客あたりの水使用量は2007年度比3.8%削減となり、3ヵ年目標である3%削減を前倒しで達成し、使用量総量も同9%削減となりました。これは、ホテルの厨房やバックヤードでの節水推進、シャワーヘッドへの節水器具設置を進めた結果です。2008年度の実績を受け、2010年度の目標を2007年度比4%削減に上方修正しました。						
	利用客あたり水使用量 -8%（2007年度比）	都市型ホテル	 −2.4%	利用客あたりの水使用量は2007年度比2.4%削減となり、わずかに単年度目標である2.7%削減には達しませんでした。今後は、節水コマの設置やシャワーヘッドの改善を進めるとともに、ユニットバスへの水位適正マークの設置など、お客さまへの呼びかけも推進していきます。						
	会員数あたり水使用量 -3%（2007年度比）	スポーツクラブ	 +3.8%	2008年度は、店舗数が増加したものの、新規店・既存店への節水コマの設置などを進め、水使用量の総量を削減することができました。しかし、会員数あたりの水使用量は2007年度比3.8%増加となり、目標を達成できませんでした。今後は効果のあった施策を水平展開するとともに、ポスターの掲示など会員様への呼びかけも進めていきます。						
	従業員あたり紙使用量 -6%（2007年度比）	大和ハウス	 +22.0%	2008年度は、2007年度比22%増加となり、目標を達成できませんでした。今後は、出力枚数や費用等を可視化し、出力枚数の抑制を行うとともに、技術資料や図面類等の電子媒体化の推進に取り組みます。						
自然環境との調和	植樹本数 100,000本以上	大和ハウス工場	 10,264本	2008年度は地域に合った樹種を選定後、計画以上となる10,264本の植樹を行いました。2009年度以降は、自分たちでどんぐりを拾い植え付けるところから始め、苗木の育成活動へ発展させていきます。					

※印をつけた目標は、2008年度の実績が目標を大きく上回ったため、2009年度以降の目標を上方修正しています。（土は2007年度比増減率）

商品・サービスにおける環境負荷低減

環境目的	2010年度目標（グループ全体）		2008年度実績（グループ全体） ■目標 ●実績	自己評価
資源保護（高耐久・資源循環型商品の普及）	高耐久商品※1の採用率 100%	戸建鉄骨商品		2008年度の鉄骨商品における高耐久商品（xevo）の普及率は、98.9%となり目標を達成することができました。「長期優良住宅認定制度」が始まるなど高耐久住宅に対する関心が高まるなか、今後も高耐久商品の販売を積極的に推進していきます。
	資源循環型商品※2の採用棟数 年間150棟以上	小規模店舗		2008年度は、全国に多店舗展開されているコンビニエンスストアや飲食店舗などのテナント様を中心に提案を行い、12のテナント様にご採用いただき、2007年度比30%増となる57棟を建設しましたが、目標の80棟には達しませんでした。 今後は、店舗内の省エネシステムとのパッケージ化を図り、環境配慮型店舗としてテナント様への積極的な提案を行い、2010年度には年間150棟の建設を目指します。
自然環境との調和（緑化の推進）	環境共生住宅※3認定率 100%	戸建分譲住宅		2008年度の戸建分譲住宅における環境共生住宅認定率は55.6%となり、2007年度比2.6ポイント増加しましたが、目標の60%にはわずかながら達しませんでした。しかしながら、分譲住宅以外の請負住宅についても認定取得を進めた結果、分譲・請負住宅を合わせた認定戸数は、昨年度の1,458戸から1,788戸に増加し、過去最高となりました。 今後は認定率の低い木造住宅での認定取得を推進し、2010年度までに分譲住宅での100%認定取得を目指します。
	自主緑化指針※4適合率 70%以上	賃貸住宅		2008年度は、設計担当者への外構計画研修を実施、大型開発案件を中心に敷地内の緑化の充実に努めた結果、「自社緑化指針」適合率は43.2%となり、目標の30%を達成できました。 今後は、大型開発案件での取り組みを継続・強化するとともに、小規模物件においても緑化の推進を図ります。
	自主緑化指針※5適合率 50%以上	マンション	【2008年度実績】 2008年度は、緑化に関する過去の施工事例を収集し、「自主緑化指針」を策定。設計基準書に追加しました。	【今後の取り組み】 今回策定した「自主緑化指針」を新規着工する分譲マンションの計画に活用、全国の分譲マンションで緑化を進め、2010年度までに分譲マンションでの適合率を50%以上とすることを目指します。
	グリーンモデルプロジェクト※6 年間15件以上	商業建築	【2008年度実績】 2008年度は、商業建築事業での「自然環境との調和」への取り組みの実態を把握するため、2000m²超物件においてCASBEE簡易版による自己評価を実施し、[Q3室外環境（敷地内）]評価点の現状調査を行いました。調査の結果、評価対象プロジェクト35件のうち、評価点3.5以上となる物件は2件（5.7%）でした。	【今後の取り組み】 2009年度以降、商業建築事業での「自然環境との調和」への取り組みを測る指標としてCASBEE自己評価における[Q3室外環境（敷地内）]評価点を採用、評価点が3.5点以上の物件を「グリーンモデルプロジェクト」とし、2010年度までに年間15件以上の実施を目標に掲げ、推進を図ります。

※1 躯体保証:20年、防水保証:15年
※2 システム建築商品「フレスト」の小規模タイプ（リ・ストア&リ・ビルドシステム含む）
※3 人と住まいをとりまく[環境]をより良いものにしていくために、「地球環境を保全する」「周辺環境に親しむ」「健康で快適な居住環境」という3つの考え方に基づいた住まいづくりのことで、（財）建築環境・省エネルギー機構が認定するもの。
※4 法定緑化面積の1.1倍以上の緑地面積を確保すること。法定緑化面積の定めが無い場合は敷地面積の3%以上とする。
※5 マンションの玄関周りに「シンボルツリー」として高木を配置し、敷地面積に応じた「接道部緑化率」の指標に基づいて街路に面した箇所を緑化する。
※6 CASBEE（建築物総合環境性能評価システム）における[Q3室外環境（敷地内）]の評価点SQ3が3.5以上のプロジェクト。

環境経営の基盤強化

項目		2008年度実績（グループ全体）	自己評価
環境マネジメント	グループ環境マネジメント体制の構築	環境データの集計体制の整備、グループ環境推進責任者による委員会活動、グループ環境経営評価制度の導入	グループ13社の環境パフォーマンスデータの集計体制が整い、課題と対策の抽出が可能となりました。2009年度は、グループ環境経営評価制度の運用を開始し、環境マネジメント体制の強化を図ります。
	環境教育の充実	環境eラーニングの実施（大和ハウス） グループ環境研修の実施（マルビル他）	2008年度より、限られた時間での集合研修を補完するため、環境eラーニングを実施、計3回の受講者は延べ2万人となりました。また、大阪マルビルなど、グループ会社への環境教育も継続的に実施しています。
	環境業績評価の実施	社長表彰制度の創設（大和ハウス）	2008年度は、各事業所における環境への取り組みを評価するため「事業所評価」の見直しに着手しました。また、各事業所で取り組む環境活動を顕彰するため、『環境優秀事例社長表彰制度』を創設し、117件の応募事例から最優秀2事例を選出、水平展開を進めています。
環境コミュニケーション	情報発信・対話機会の充実	グループ環境データの情報開示、サイトレポートの発行、環境行動スローガンの策定、環境リーフレットの発行	当社の環境への取り組み姿勢を示す「環境行動スローガン」を策定、リーフレットを発行し、社内外への情報発信を強化しました。加えて、グループ13社の環境報告書をWEBサイトで公開しました。
	社会貢献活動の充実	「こどもエコ・ワークショップ」の継続開催（全国で5回・参加者数215人）、環境出張授業の実施（15校・参加者数1,345人）	2008年度はこれまで実施してきた「こどもエコ・ワークショップ」を、事業所単位での開催へシフトし、計5ヶ所で試行しました。今後は、事業所での展開をより一層進めていきます。

従業員一人ひとりが支える
コーポレート・ガバナンス

本冊子では、2008年度に実施した「CSR意識調査」と「職場の総合満足度調査」を中心にご紹介します。その他のコーポレート・ガバナンスへの取り組みに関してはwebサイトをご覧ください。

web ・コーポレート・ガバナンス　・企業倫理
・コンプライアンス　・リスクマネジメント

考え方と今後の課題

従業員の意識向上を図り、「もっといい会社」を目指します。

大和ハウスグループでは、継続的な企業価値向上やステークホルダーの信頼を高めるという観点から、コーポレート・ガバナンスの強化を経営上の重要課題と位置づけています。そして、2006年5月に定めた「内部統制システム構築の基本方針」のもと、経営の透明性・健全性・遵法性のより一層の向上を図っています。

コーポレート・ガバナンスの仕組みを有効に作用させるためには、事業活動の担い手である従業員の当事者意識が必須です。当社グループでは、2004年に企業倫理綱領・グループ行動指針を制定し、それらに基づく各種研修の実施や、教育用冊子の配付、さらには独自の「CSR意識調査」を1年単位で実施するなど、従業員の意識改革を推進しています。2008年度には、意識調査から一歩発展させた「職場の総合満足度調査」も行いました。

昨今報道されている企業不祥事を見ますと、「遵法意識の欠如」「職場の風通しの悪さ」「仕事に対するモチベーションの低さ」など、「職場に対する満足度」が強く影響していると感じます。当社グループでは、不祥事防止策の一つ、ならびにコーポレート・ガバナンスの強化策として、「職場の総合満足度を高めるために何から対策をとるべきか」を職場ごとに抽出し、具体的な改善に結びつけています。

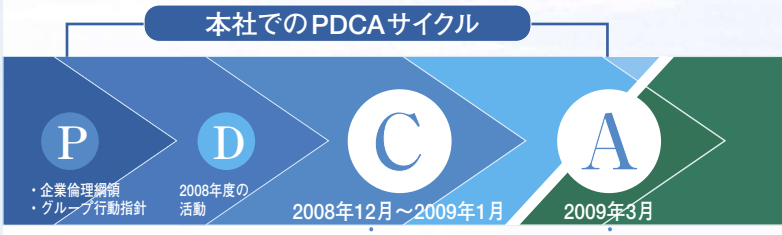
2009年4月に旧札幌工場において重油漏れ事故が判明し、適宜対応をしておりますが、反省すべき点・改善すべき点はまだまだ残されています。今後も引き続き、グループ全従業員の三識（意識・認識・知識）の向上を図り、ステークホルダーの皆さまの期待にお応えできる「もっといい会社」を目指していきます。

代表取締役副社長
経営管理本部長
小川 哲司

グループを含めた全従業員の意識向上を図り、コーポレート・ガバナンスを強化します。

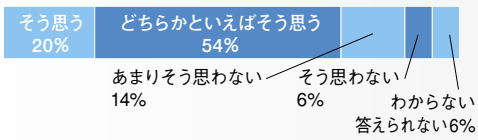
当社グループは、コーポレート・ガバナンスの確立について、監査体制の強化などによる組織的な活動はもちろん、従業員一人ひとりが当事者意識をもってCSRに取り組む「ボトムアップ型」の企業風土づくりが重要と考えます。

● CSR意識調査をもとにしたCAP-Doサイクル

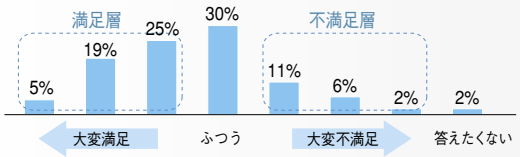


C 当社グループの全従業員を対象に、「CSR意識調査」「職場の総合満足度調査」を実施。

例：A支店のCSR意識調査
Q「私は今の職場にやりがいを感じている」

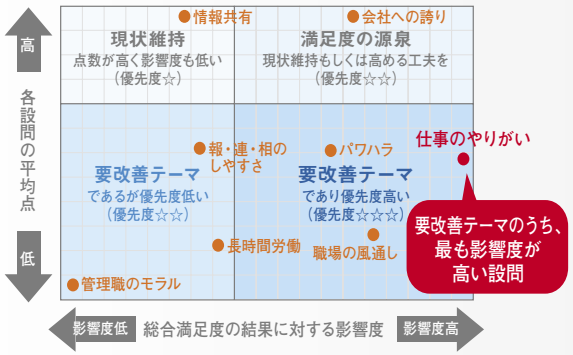


例：A支店の職場の総合満足度調査
Q「あなたは総合的に考えて、今の仕事・会社・職場にどの程度満足していますか？」



A 調査結果を基に、各事業所の「要改善テーマ」を分析・抽出し、「CSR意識調査に関する対応策ガイド」※とともに、それぞれにフィードバック。

例：A支店の傾向　職場の風土・雰囲気に関する分析



●大和ハウスグループが実践するコーポレート・ガバナンス

大和ハウスグループの コーポレート・ガバナンス

○取締役会　○監査役会
○内部統制システム　○リスク管理体制
など

不祥事を起こさないための職場環境の改善

各種教育・研修

大和ハウスグループの従業員

CSR意識の高い従業員一人ひとりの日々の業務／経営参加
○大和ハウスグループCASE BOOK
○企業倫理ヘルプラインの運用
○CSR意識調査と改善策の実施

「職場の総合満足度調査」を新たに実施

企業倫理綱領への理解度を確認するため、当社グループの全従業員（パート・アルバイト含む）を対象に、2004年度から「CSR意識調査」を行ってきました。5回目となる2008年度は、その意識調査に加え、「職場の総合満足度調査」を実施。各職場が抱える課題を抽出し、具体的な改善に結びつけることを目的としています。

今回の調査では、従業員一人ひとりの意識レベル・満足度レベルを把握するため、「P＝プラン」からではなく「C＝チェック」から始める「CAP-Do」サイクルの考え方を取り入れました。各職場によって異なるさまざまな課題を抽出することで、より効果的な対策を展開できると考えます。社長が常に口にしている「もっといい会社」をつくっていくため、従業員一人ひとりが能力を十二分に発揮できる、働きやすい職場環境を構築していきます。

事業所でのPDCAサイクル

P（2009年5月）　D（2009年5月以降）　C　A

職場環境の改善、従業員意識のボトムアップで「もっといい会社」へ

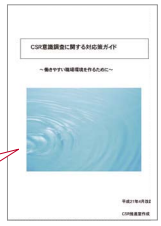
P 各事業所は、「要改善テーマ」と「CSR意識調査に関する対応策ガイド」をもとに、職場単位の改善計画を策定し、「職場環境の改善対策報告書」としてCSR推進室に提出。

例：A支店の職場環境の改善対策報告書
「従業員が今の職場でやりがいを感じる」ための改善策

理由・原因	目標を達成した従業員がいてもあまり「誉める」ということをしていない。
改善策	目標を達成した従業員を朝礼等で「誉める」機会を作る。 また、小さいことでも「誉める」ことを意識する。
いつまでに、どのくらいやるか	2009年4～9月中に、毎月の契約者の発表を行う機会を作る
実施担当者	B所長

※【CSR意識調査に関する対応策ガイド】
全国の事業所で実施されているさまざまな取り組みを掲載し、具体的な事例として活用できるようにしています。

例：「仕事のやりがい」への対応策
やりがいを感じるシーンを上司が積極的に作ることで、部下はモチベーションを高めて働くことができます



D 各事業所は、「職場環境の改善対策報告書」の完遂に向け、取り組みを実行。
例：B所長が、目標を達成した従業員を朝礼で発表。
イントラネット等で取り組み事例を紹介、情報を共有。

Employee's Voice

もっと働きやすい会社を目指して

倉敷支店　経理総務課
課長　嘉多山 学

働きやすい会社については、人事制度面の拡充など、会社側が努力しなければいけない部分もありますが、従業員一人ひとりが考え、行動することが重要です。CSR意識調査にて自分の職場の改善点を認識し、「誰かがやってくれるだろう」ではなく、みんなで考え、みんなで実施していくことが大切だと思います。

当支店においても改善点の一つに「コミュニケーションの活性化」があります。組織を横断した委員会活動の活性化や、上司への傾聴訓練などを実施し、風通しのよい職場を醸成していきます。

旧札幌工場敷地内での重油漏れについて

2009年4月、当社の旧札幌工場（北海道恵庭市）の敷地内におきまして、地中配管から施設暖房用の重油約5万7千リットルが漏れ出していたことが判明しました。札幌工場は2008年3月の操業停止後、設備解体工事を行っておりましたが、その際、誤って地下に埋設した重油を送る配管を損傷させたことが原因でした。

当社では直ちに恵庭市消防本部に報告、重油の汲み取り及び敷地外への流出防止処置を行うとともに、地下水、周辺河川への影響調査を実施し、敷地外への重油の流出がないことを確認しています。

なお、漏洩した重油を速やかにかつ安全に回収するため、旧札幌工場内に常駐組織として「生産部 環境対策プロジェクト室」を設置し、恒久対策の実施を進めています。また再発防止として、他工場においても地下埋設配管及び地下タンクの地上化を行うとともに、施設解体の際の事前調査基準を整備し、リスク評価を実施いたします。

web ・重要なお知らせ
http://www.daiwahouse.co.jp/importantnews/index.html

第三者意見

（社）日本フィランソロピー協会
理事長
高橋　陽子氏

進化するCSR自己評価指標

昨年来の経済危機に直面し、厳しい経営を強いられる今こそ、CSR経営の本領を発揮するための好機です。そうした意味においても、2006年からのCSR自己評価指標を軸に据えた全社が一丸となっての継続的で地道な取り組みは、週刊東洋経済においても優良賞として評価されたように、「もっといい会社になる」ための積極的な実践として高く評価できます。これは、ステークホルダー別の指標になっており、項目もわかりやすい区分となり、現状と課題を明快に理解することができます。経営ビジョンにも謳われている“共創共生”に関しても、ステークホルダーごとに分けて特集しており、顔の見える、そして心のつながりを実感できるものとなっています。ただ、座談会の模様を紹介しているページがありますが、資源削減が言われる中、紙媒体で紙幅を割くよりもwebサイト上でじっくり読める記事構成にしていくほうが時機にかなっているかもしれません。議論が待たれるところです。

本業を核にした社会貢献に可能性

住み継がれる住宅をコンセプトとして「長期優良住宅先導的モデル事業」に採択された基幹商品「xevo（ジーヴォ）」は、ソフト面でのハッピーハグモデルを含め、子育て・介護などのライフステージに合わせた住まい方、住み継ぎ方が示され、汎用性のある提案として評価できます。これは、最近言われ始めている“住育”の視点からも重要な要素を含んでいますから、社会貢献の分野でも、本業と関わりを持ったプログラムを考えていくと、広がりも深みも出てくるように思います。

社会貢献への参加は、24ページの「社会」の項目にも記載されているように、79.2%と非常に高く、各事業所の従業員に広く浸透してきたことが窺えます。11〜12ページのグループのハイライトでは、さまざまなCSR活動が紹介され、多様な広がりを感じさせ、今後に期待できるところです。さらに、事例紹介で登場する浜松支店のアカウミガメの放流プロジェクトは、従業員だけでなく、家族や地域住民も参加しているもので、各事業所でも大いに参考にできる好例でしょう。これは、支店長のリーダーシップ、担当者はじめ従業員の熱意とフットワーク、ネットワーク、チームワークが大きな要素であり、まさに仕事そのものにおいて要求されるポイントと同じです。エンドレスハートの精神を忘れず、各事業所で積極的に広げていただきたいものです。

人・街・暮らしの価値共創グループに向けて

従業員分野の項目では、ワークライフバランスの推進が重要項目に掲げられていますが、これは、能力とやる気のある人の可能性を生かし、働きやすい基盤整備と意識改革をすることに他なりません。そういう意味でも、女性活用だけでなく、さらに昨今大きな課題となっているメンタルヘルスへの積極的な対応などを入れることが、ワークライフバランスを実効的なものにするためにも必要ではないでしょうか。

環境分野では、地球温暖化防止を最重要課題に掲げ、2010年度に向けてグループ全体で取り組みの拡大・強化を図り、部門別・目的別での細かい数字と目標が出されており、グループ全体、全従業員の取り組みとして捉えられていることに、覚悟ある姿勢を感じます。2010年10月には「生物多様性条約第10回締約国会議」（COP10）が愛知県で開催されます。「人・街・暮らしの価値共創グループ」が果たすべきミッションの一つとして、生物多様性への取り組みも不可欠な要素だと思います。

厳しい経済環境の下での果敢なCSR経営への挑戦こそ、「人・街・暮らしの価値共創グループ」としての使命を果たすための試金石です。全従業員がそれぞれの立場で創意工夫し、それを総合的に組み立てながらたゆまぬ実践を期待します。

CSRレポート2008にいただいたご意見を踏まえての取り組み

1.自己評価指標の進化

第三者意見より

CSR自己評価指標は課題達成のための強い動機付けになるが、数字だけでなく進まない理由や今後の課題などがあると、問題の所在をより明確にし、目標達成も実効的なものになると思います。

ご意見をふまえての取り組み

今回のレポートでは、自己評価指標の分野ごとに特集を組み、当社の考え方と今後の課題を明らかにした上で、目標達成に向けた具体的な取り組みを掲載しています。

また、2009年度からは新たに各分野の重点実施指標を定め、より実効性の高い改善に努めてまいります。(詳細はP.21～P.24)

2.社会貢献活動でのコミュニケーション強化

第三者意見より

エンドレス・ハート募金の参加者を増やし、CSR意識の向上を図るためにも、寄付先との双方向のコミュニケーションを工夫することが人の心を起こすことにつながり、いい波及効果を生むのではないか。

ご意見をふまえての取り組み

従業員から集めた募金について、寄付先へただ単純に寄付するだけではなく、寄付先からの「喜びの声」や「募金の使用状況」について報告をいただいております。そして、その結果をイントラネット等で従業員にフィードバックすることにより、従業員の募金に対する意欲を高めています。今後は寄付先との協働件数を増やし、より深いコミュニケーションを目指します。

第三者意見を受けて

高橋様には昨年に引き続き、当社グループのCSR活動の改善に活かすために、忌憚のないご意見を頂戴しておりますことを改めて御礼申し上げます。

今回のCSRレポートは当社のCSR活動の主軸である『CSR自己評価指標』をもとに、6つのステークホルダー(お客さま・株主・取引先・従業員・社会・環境)との関わりにおける現状と課題を明確にし、ステークホルダーとの「共創共生」を表現するよう心がけました。昨年に引き続き冊子の軽量化を図っておりますが、ご意見をいただいております掲載内容のwebサイトへの更なる移行については、2010年度版にて検討していきます。

社会貢献活動について、グループ会社を含めた各事業所での取り組みも年々進んでおり、定着してきた実感があります。今後は次のステップとして、さまざまなステークホルダーと協働した活動、本業と関わりをもった独自性のある活動の推進など、「量」だけではなく「質」にもこだわった、より社会から求められる活動を模索していきたいと考えています。

ワークライフバランスに関しては、女性活用だけでなく多様な人財による新しい価値の創造を目指した各種取り組みを進めていますが、それらを包含した「働きやすい職場環境づくり」が欠かせないと考えています。ご意見いただきましたように、「働きやすい職場環境」を実効あるものにするには、メンタルヘルスへの取り組みも不可欠です。そのため、「予防策」を中心とした積極的な取り組みが重要だと考え、従業員アンケートや相談窓口の設置だけでなく、メンタルヘルスやコミュニケーションに関する研修などを継続して行っていきます。

環境分野では、生物多様性への取り組みとして「自然環境と調和した街づくり」を推進しています。2009年2月には、このような取り組みが評価され、第18回「地球環境大賞」を受賞し、あらためて「人・街・暮らしの価値共創グループ」として、私たちの役割と責任の大きさを再認識しました。今後、既存事業と環境エネルギー事業が連携し、より一層、環境に配慮した住まいと街づくりを推進していきます。

今後もなお一層、CSR活動を発展させることにより、社会から必要とされる会社を目指します。何卒ご理解、ご支援の程、お願いいたします。

代表取締役副社長
CSR担当
石橋　民生

web ・2008年度CSRレポート　http://www.daiwahouse.co.jp/csr/pdf/index.html

大和ハウス工業株式会社

森林育成紙TM使用

私たち大和ハウスグループは、「共創共生」の基本姿勢のもと、
健全な森林育成のために、当冊子には森林育成紙TMを使用しています。

「エンドレスハート」は、大和ハウスグループの経営のシンボルであり、日本およびその他の国における登録商標または商標です。
© Copyright 2005-2009 DAIWA HOUSE INDUSTRY CO.,LTD. All rights reserved.