中期計画自己評価指標

当社グループでは、環境、社会への活動の成果を測定し、「見える化」を図るため、2006年度より「CSR自己評価指標」を導入し、活動の改善につなげています。

第6次中期経営計画のスタートにともない、「エンドレス グリーン プログラム 2021」および「エンドレス ソーシャル プログラム 2021」を策定し、その実績については評価指標を用いて年度ごとに各担当部門が進捗を管理（運用期間2019年度～ 2021年度）することで、業績目標の達成および経営基盤の強化を目指しています。

2020年度の自己評価の結果は以下の通りとなりました。

◎：2020年度目標達成
○：2020年度目標未達成（達成率90%以上）
△：2020年度目標未達成（達成率90%未満）

環境行動計画（エンドレス グリーン プログラム 2021）の実績と自己評価

❶総合

重点テーマ		管理指標（KPI）	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
商品・サービス	環境を切り口にした商品・サービスを開発・販売し、環境と企業収益の両立を推進	環境貢献事業の売上高	グループ	11,172億円	12,277億円	12,000億円	**12,564億円**	◎	14,000億円	022、172

❷気候変動の緩和と適応（エネルギー）

重点テーマ		管理指標（KPI）	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
調達	主要サプライヤーにおける目標設定および取り組み推進に向けた支援	主要サプライヤーの温室効果ガス削減目標設定率	グループ	54%	70.6%	80%	**80.4%**	◎	90%（自主目標）	028、032、175、185
事業活動	新築施設のZEB化、既存施設の省エネ運用改善および計画的な設備更新の継続	GHG排出量（売上高あたり）2015年度比	グループ	26.3%削減	31.9%削減	30%削減	**39.3%削減**	◎	35.0%削減	032、175
		エネルギー効率（EP100）2015年度比	グループ	1.27倍	1.34倍	1.3倍	**1.46倍**	◎	1.4倍	176、185
	再生可能エネルギー(風･太陽･水･バイオマス)による発電事業の拡大	再エネ利用率（RE100）	グループ	0.23%	0.30%	7%	**8.5%**	◎	10%	177、186
		再エネ発電率	グループ	84%	96%	100%	**133%**	◎	100%	177、186
商品・サービス	ZEH・ZEB・グリーンビルディング認証の推進	商品の使用によるGHG排出量（面積あたり） 2015年度比	グループ	20%増加	19%増加	4%削減	**14%増加**	△	6%削減	179
		ZEH 販売率	大和ハウス工業	29%	41%	55%	**58.0%**	◎	70%	036、179
		ZEB 販売率	グループ	22%	33.4%	35%	**39.6%**	◎	40%	179
		グリーンビルディング認証取得率	大和ハウス工業	15%	5%	50%	**75.5%**	◎	80%	037、180

中期計画自己評価指標

◎：2020年度目標達成
○：2020年度目標未達成（達成率90%以上）
△：2020年度目標未達成（達成率90%未満）

❸自然環境との調和（生物多様性保全）

重点テーマ		管理指標（KPI）	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
調達	持続可能な木材調達の推進	Sランク木材比率	グループ	94.9%	94.3%	96%	**95.1%**	○	97%	043、045、187
		Cランク木材比率		2.1%	0.6%	0.5%	**0.5%**	◎	0.0%	
事業活動	自社・グループ会社施設における緑化の推進	緑あふれる※自社施設の開発件数 ※JHEP、ABINC、SEGES		4件（累計）	7件（累計）	8件（累計）	**8件（累計）**	◎	9件（累計）	043、187
	サービス施設におけるプラスチック3R活動	レジ袋購入量 2017年度比	ロイヤルホームセンター 大和リゾート	–	0.7%増加	2.0%削減	**50.6%削減**	◎	70%削減	044
商品・サービス	開発・街づくりにおける緑の保全・創出の推進	自主基準適合率	グループ	100%	100%	100%	**100%**	◎	100%	043、188

❹資源循環（長寿命化・廃棄物削減）

重点テーマ		管理指標（KPI）		対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
事業活動	建設廃棄物における3R活動の推進	建設廃棄物排出（売上高あたり）	生産	グループ	61.9kg/百万円	61.4kg/百万円	62.0kg/百万円	**61.2kg/百万円**	◎	62.0kg/百万円	049、191
		建設廃棄物排出量（㎡あたり）	新築		19.3kg/㎡	18.7kg/㎡	19kg/㎡	**21.1kg/㎡**	△	19kg/㎡	
		リサイクル率			96.6%	97.1%	97%	**97.7%**	◎	97%以上	
		廃プラスチックのリサイクル率			90.1%	91.2%	90%	**91.7%**	◎	90%以上	

❺水環境保全

重点テーマ		管理指標（KPI）	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
事業活動	水リスクの把握と低減 自社施設、住宅・建築物の水使用量削減	売上高あたりの水使用量 2012年度比	グループ	28.2%削減	30.5%削減	33%削減	**41.5%削減**	◎	34%削減	049、192
商品・サービス		居住用途およびホテルにおける節水器具の採用率		94%	89%	96%	**97%**	◎	97%	053、194

❻化学物質による汚染の防止

重点テーマ		管理指標（KPI）	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
事業活動	生産段階における化学物質の削減	PRTR対象化学物質排出・移動量（売上高あたり） 2012年度比	グループ	49.9%削減	57%削減	57%削減	**63.0%削減**	◎	57%削減	055、195
		VOC排出量（売上高あたり） 2013年度比		20.4%削減	12%削減	12%削減	**23.7%削減**	◎	15%削減	
商品・サービス	居住系施設における室内空気質のさらなる改善	自主基準達成率		100%	97%	100%	**96%**	○	100%	055

❼環境教育

重点テーマ	管理指標（KPI）	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
環境経営人財の育成、全社員の環境意識・知識の向上	eco検定合格者数	グループ	4,402名	8,218名	10,000名	**11,818名**	◎	15,000名	025、173
	グリーン購入比率		–	96%	95%	**96%**	◎	95%	174

中期計画自己評価指標

◎：2020年度目標達成
○：2020年度目標未達成（達成率90%以上）
△：2020年度目標未達成（達成率90%未満）

社会性中期計画（エンドレス ソーシャル プログラム 2021）の実績と自己評価

❶イノベーション基盤

重要課題	評価指標（KGI）指標	評価指標（KGI）ベンチマーク	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
1. 社会課題の解決に資するイノベーション体制の構築	社会課題解決に資する新規事業・研究開発に関するイノベーション創出の協業数	2018年度実績より設定	大和ハウス工業	数値は非開示				◎	2018年度をベンチマークに量・質の高水準を維持	077～079
2. 不動産開発における社会的包摂（インクルージョン）の推進	まちづくりガイドラインに基づいた大型案件・各事業部大型物件の開発比率	制度構築前のため数値なし	大和ハウス工業	なし（制度構築前）	体制構築	70%	**体制構築**	―	70%	078、081

❷人財基盤

重要課題	評価指標（KGI）指標	評価指標（KGI）ベンチマーク	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
3. 従業員の働き方改革（成果の最大化と安全かつ健康な職場環境の両立）	従業員全世代の「働きがい」に関する実感度 ※Sustainability Surveyの「働きがい」に関する設問より算出。	2018年度：65%	大和ハウス工業	65%	65%	70%	**71%**	◎	80%	088～089
4. 人財育成と採用強化（2030年の企業グループを見据えた体制構築）	若年社員（入社3年目まで）の定着率	2017年度：82.6% ※2015年4月入社社員	大和ハウス工業	73.9%	75.4%	90%	**78.6%**	○	90%以上	089～090
5. ダイバーシティ＆インクルージョン	ダイバーシティ＆インクルージョン総合指数 ※下記項目より算出。最終年度の翌年度4月1日数値を把握	2017年度（2018年4月1日実績）より設定	大和ハウス工業	―	―	―	―	―	―	089～090
	①管理職女性比率	3.3%		3.6%	4.1%	4.5%	**4.5%**	◎	5%	090、101
	②女性管理職ライン長比率	27.6%		24.1%	25.0%	35%	**21.5%**	△	40%	090
	③女性工事比率	4.3%		4.6%	4.9%	5.5%	**4.9%**	○	6%	090
	④女性営業比率	9.1%		9.9%	10.2%	12%	**9.9%**	△	13%	090、101
	⑤新卒採用女性比率	28.4%		27.2%	24.8%	30%	**23.5%**	△	30%	090、101

❸技術・ものづくり基盤

重要課題	評価指標（KGI）指標	評価指標（KGI）ベンチマーク	対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
6. 施工現場の安全・安心の徹底	施工現場労働災害の度数率 ※100万延実労働時間あたりの労働災害による死傷者数（休業4日以上）	2018年度：0.23	大和ハウス工業	0.23	0.19	0.21	**0.16**	◎	0.21	102～103
7. 取引先企業との連携によるものづくりの生産性向上	施工現場の休工日	2018年度：77日	大和ハウス工業	77日	88日※1（4週6休）	100日（4週7休）	**100日※2（4週7休）**	○	112日（4週8休）	103～104
	工場年間休日	2017年度：105日	大和ハウス工業	108日	111日	114日	**114日**	◎	117日	103～104
8. グループCSR調達の促進と効率化	①主要取引先におけるCSR調達ガイドライン適合比率（80点以上を適合と判定）	制度構築前のため数値なし	グループ	―	42.4%	60%	**44.2%**	○	70%	103～104
	②全取引先へのCSR調達ガイドラインにともなうセルフチェックの回答率	15.1%	グループ	―	19.7%	60%	**43.5%**	○	70%	103～104

※1　施工現場の2019年度目標休日88日に対して実績は現状未確認。2018年度の目標休日77日については93%の取引先が取得（取引先アンケート調査2019より）
※2　顔認証入退場現場の集計。指定休工実施を平均約80%の現場で達成

中期計画自己評価指標

◎：2020年度目標達成
○：2020年度目標未達成（達成率90％以上）
△：2020年度目標未達成（達成率90％未満）

④顧客基盤

重要課題	評価指標（KGI）		対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
	指標	ベンチマーク								
9. コーポレートコミュニケーションの強化（対生活者（将来の顧客））	①インターブランド社 Japan’ s Best Domestic Brand／ブランド価値金額	595百万USD	グループ	668百万USD	700百万USD	900百万USD	**700百万USD**	○	1,000百万USD	115～116
	②日経企業イメージ調査／好感度（一般個人）	45.1%	グループ	52.5%	44.1%	65%	**52.4%**	○	70%	115～116
	③日経企業イメージ調査／一流評価（ビジネスパーソン）	63.4%	グループ	73.6%	71.7%	85%	**68.7%**	△	90%	115～116
10. 顧客長期リレーション対応の促進	顧客基盤を活かした受注率（住宅紹介販売率）	39.6%	大和ハウス工業	38.7%	37.4%	60%	**39.9%**	○	70%	115～116

⑤コミュニケーション基盤

重要課題	評価指標（KGI）		対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
	指標	ベンチマーク								
11. 財務・非財務コミュニケーションの一体化・システム強化（対投資家・省庁・専門家＋社内）	財務・非財務コミュニケーションの制度・仕組みの確立と、統合経営への理解促進	制度構築前のため数値なし	グループ	ESGスモールミーティングの開催	④運用開始	④運用開始	**④運用開始**	◎	④運用開始	121～122
12. 激変するコミュニケーション環境への対応（従業員のITリテラシーの向上）	個人の情報武装を実現させるコミュニケーション変革基盤の確立 ※運用開始後、提供しているコミュニケーションツールの活用ログとシステム改善数により定量化	制度構築前のため実績なし	大和ハウス工業	—	—	—	—	—	—	122
	①社内外ステークホルダーとの各種情報を共有できる機能を構築	制度構築前のため実績なし	大和ハウス工業	—	④運用開始	④運用開始	**④運用開始**	◎	④運用開始	122
	②社内情報を有効活用できる機能を構築	制度構築前のため実績なし	大和ハウス工業	—	③体制構築	④運用開始	**③体制構築**	○	④運用開始	122
	③当社グループ会社へコミュニケーション基盤導入支援	制度構築前のため実績なし	大和ハウス工業	—	③体制構築	④運用開始	**③体制構築**	○	④運用開始	122

⑥リスク対応基盤

重要課題	評価指標（KGI）		対象範囲	2018実績	2019実績	2020目標	2020実績		2021目標	該当ページ
	指標	ベンチマーク								
13. 災害・異常気象を前提とした事業実施体制の確立	事業継続体制スコア【点】※3（6つのテーマの取り組み状況をスコア化し、BCM部会メンバーにて評価）	制度構築前のため数値なし	グループ	—	44点	60点	**66点**	◎	100点	129～130
14. 人権デューディリジェンスの確立	工場における人権デューディリジェンスプロセスの手法を確立	制度構築前のため実績なし	大和ハウス工業	なし（制度構築前）	①未着手	③体制構築	**②情報収集**	○	④運用開始	129～130
15. 企業倫理・コンプライアンスの確立	内部統制体制充実度スコア※4	2017年度：388 ※15%の上昇を2021年度の目標とする。	グループ	408.1	397.4	436	**705.2**	◎	447	130
16. グローバル展開に向けた長期視点での経営基盤の構築	海外拠点における Sustainability Survey スコアの改善率 ※大和ハウス工業100%出資の海外グループ会社の従業員を対象	制度構築前のため数値なし	グループ	制度構築前のため数値なし	情報収集	運用開始	**運用開始**	○	ベンチマーク＋5pt	130～131

※3　6つの指標の進捗度より算出 ①従業員の安全確保 ②電源確保および情報システムのバックアップ体制強化 ③引渡し済顧客の支援体制強化 ④生産購買機能の維持 ⑤グループ全体の機能維持 ⑥顧客の長期リスクをふまえた開発体制の確立

※4　右記より算出。　1. 内部統制体制の充実度 ①情報収集・共有体制（リスク情報などの報告・共有状況）②管理・監督体制（内部統制委員会などの管理・監督機関の運用状況）③研修・啓発体制（社内研修や社内通達などの啓発活動の実施状況）
2. 損害・損失の程度 ①経済的損失の程度や、重大案件の発生状況など