# 価値創造プロセス

大建工業グループは、独自の強みを活かした事業活動を通じて、SDGs（持続可能な開発目標）をはじめとする社会課題の解決に貢献することにより、持続可能な社会の実現と、経済的・社会的価値の創出を目指しています。

## 社会課題・ニーズ（外部環境・トレンド）

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

リスク　機会

マテリアリティ

▶P.21-22

## 6つの資本

### 価値創造の源泉

**財務基盤**

株 主 資 本 ：663億円
有利子負債：285億円

**生産体制**

設備投資額：28億円
生 産 拠 点 ：20拠点

**研究開発**

R&Dセンター
研究開発費：15億円

**人財**

連結従業員数：3,965名
全国展開の支店・営業所網と市場・顧客別専任の営業人員
グループ７社の施工管理体制

**顧客基盤**

住宅・建築業界から各種メーカーまでの幅広い顧客

**天然資源**

木質原料使用量(千t)
国内：219　海外：1,565
総エネルギー投入量(千GJ)
国内：2,711　海外：5,210
水資源投入量(千$m^3$)
国内：1,859　海外：973

※2021年度

## Input

## ビジネスモデルと強み

▶P.19-20

中期経営計画 GP25 2nd Stage（2019～2021年度）
▶P.30-32

中期経営計画 GP25 1st Stage（2016～2018年度）
▶P.29

**強み❶ 研究開発力**
持続可能な素材の可能性と安全・安心・健康・快適な空間を追求

**強み❷ 製品展開力**
高機能製品で新たなスタンダードを生み出す

**強み❸ 顧客基盤**
プロフェッショナルな顧客との信頼関係

**強み❹ 一貫体制**
素材・建材の開発から施工・工事までを手掛ける

## 強みを価値創造につなげる事業・市場戦略

| | |
|---|---|
| 素材事業 | 海外市場 |
| 建材事業 | 公共・商業建築分野 |
| | 産業資材分野 |
| エンジニアリング事業 | 住宅リフォーム・リノベーション市場 |
| | 国内新築住宅市場 |

**事業別・市場別戦略**
▶P.31-32、P.37-38

人財戦略　事業基盤　財務戦略　ガバナンス

**グループ行動指針**

**経営資源の投入**

## 長期ビジョン「GP25」

▶P.4

## DAIKEN地球環境ビジョン2050

▶P.47-50

## 目指す姿 グループ企業理念の実現

▶P.3-4

## 新中期経営計画 GP25 3rd Stage（2022～2025年度）

▶P.35-38

## Output

### 強みを活かした製品の提供 ▶P.15-16

#### 素材事業

木質資源や鉱物資源を有効活用し、さまざまな機能を付与した素材を提供

| | |
|---|---|
| MDF | 単板・LVL |
| インシュレーションボード | 畳おもて |
| ダイライト | ダイロートン |

#### 建材事業

安全・安心・健康・快適という視点で空間を形づくる高機能な建材を提供

| | |
|---|---|
| 床材 | 音響製品 |
| ドア | 収納 |
| 階段 | 造作材 |

#### エンジニアリング事業

公共・商業施設から住宅まで幅広い建物の内装工事を中心に、素材・建材の機能を最大限に引き出す空間づくり

- ビル・オフィス内装工事
- 住宅リフォーム工事
- マンションリノベーション

## Outcome

### 経済的・社会的価値の創出

#### 事業を通じた価値創造（CSV）

▶P.23-28

01 木質資源の活用による カーボンニュートラルへの貢献
02 国産木材の活用促進
03 未利用資源の有効活用
04 安全・安心・健康・快適な空間づくり
05 省施工製品及び工法の開発

#### 2021年度

**財務成果**

| | |
|---|---|
| 売上高： | 2,233億円 |
| 営業利益： | 173億円 |
| EBITDA※： | 245億円 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益： | 78億円 |
| ROE： | 10.9% |
| 配当金総額： | 26億円 |
| 配当性向： | 33.1% |

※営業利益＋減価償却費＋のれん償却額

**非財務成果**

| | |
|---|---|
| 木質素材事業による炭素貯蔵量： | 803千t-$CO_2$/年 |
| 床基材における国産木材の利用率： | 51% |
| $CO_2$国内総排出量（2013年度比）： | △36% |