

人財戦略

大建工業グループでは、グループ企業理念とその実践体系に基づいて、「成長を支え、変化に対応できる自律型人財の育成」(人財育成方針)と「人財がその能力を如何に発揮し、また共に刺激しあい成長・挑戦する組織の追求」(社内環境整備方針)を方針として掲げ、「ダイバーシティ推進」「働き方改革」「人財育成」「健康経営」「挑戦志向の風土」の観点から取り組みを推進しています。5つの切り口で継続的に施策を展開することにより、好循環を生み出し、個人のパフォーマンスの向上による人財価値の最大化、さらにはグループ全体の企業価値向上につなげていきます。



中期経営計画「GP25 3rd Stage」における重点施策及び目標

テーマ	重点施策	2025年度目標・KPI
ダイバーシティ推進	ダイバーシティ総合指数 3rd Stage	+30pt (2021年度比)
	女性正社員採用比率(新卒全国コース)	50%
	正社員女性比率	20%
	男性育児休業取得率(3カ年平均)	50%
	管理職女性比率	2%
	介護セミナー受講率	年90%
	ダイバーシティ研修受講率(管理職)	100%
健康経営の推進	障がい者雇用率達成度	100%
	年齢別人員構成(世代別差)	10pt 差以内
	健康増進手当受給率	80%
働き方改革の推進	健康得点(運動・休養・栄養)	20点
	プレゼンティーズム損失割合	25%
	総労働時間削減率	3% 削減(2021年度比)
人財育成の強化	年次有給休暇取得率	70%
	従業員満足度	60pt
	3年以内離職率	15% 以内
労働安全衛生の強化	若手社員キャリアプラン研修受講率	100%
	注力市場強化プログラム受講率	50%
ガバナンス強化	マネジメント層養成研修プログラム研修受講率	80%
	重大災害	0件
	工場相互安全診断実施率	100%
	役員女性比率(取締役)	10% 以上
	グループ企業理念浸透度	60点 以上

経営戦略の実現及び企業価値向上へ



健康経営

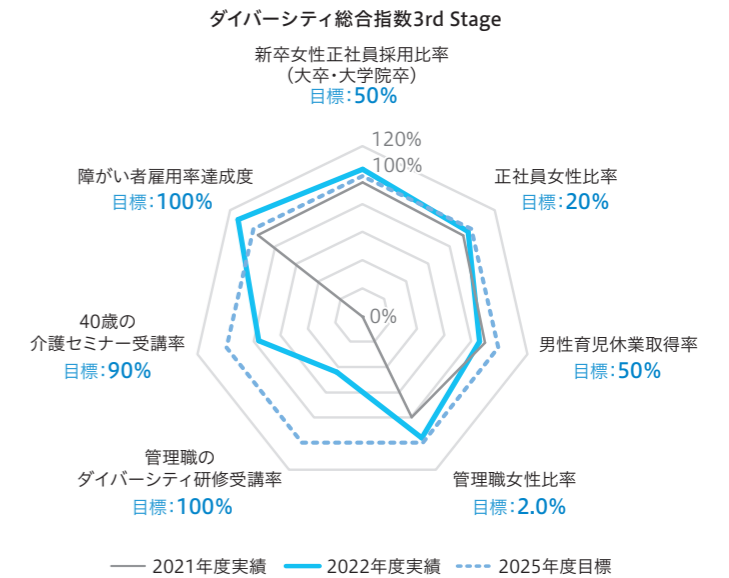
心身の健康保持・増進に向けた取り組み

従業員の健康がグループの持続的な成長・発展には欠かせない基盤であるという考えのもと、一人ひとりの健康に対する意識を高めるとともに、心身の健康保持・増進に向けた取り組みを行っています。2021年には「DAIKEN健康経営方針」を制定し、以降、「健康増進手当」の支給や従業員に卒煙を促す「卒煙チャレンジ」の実施、健康動画の配信、月経・PMS、不妊治療相談など、女性特有の健康課題にアプローチするFemtechプログラムの導入、会社主導のウォーキングイベントの実施など、心身両面の健康施策の充実に取り組んでいます。2023年3月には、経済産業省と日本健康会議が共同で選定する「健康経営優良法人(大規模法人部門)」に、2年続けて認定されました。今後も施策の効果を測る指標の設定や健康増進活動に取り組む従業員への積極的な支援などに継続的に取り組み、生産性の向上と企業の成長の好循環を生み出していきます。



ダイバーシティ推進 着実なダイバーシティ推進に向けた独自指数による目標管理

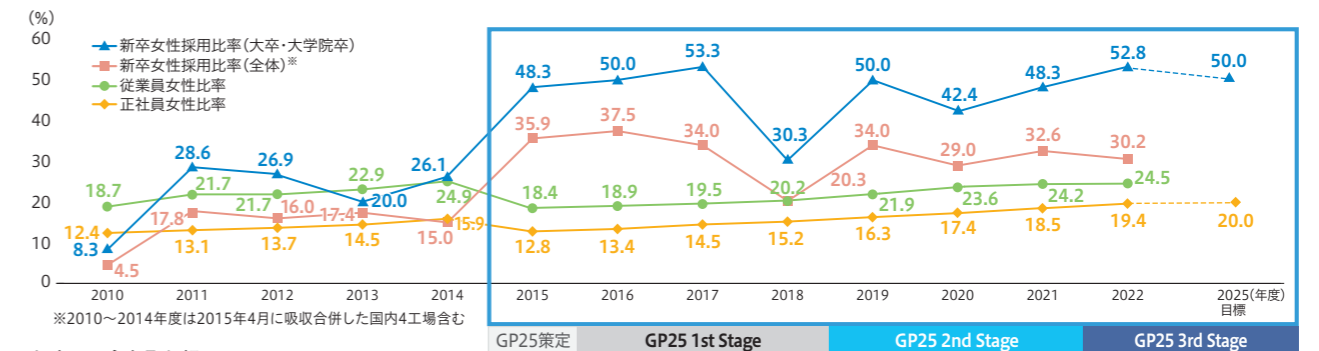
ダイバーシティ推進の取り組みをバランスよく着実に推進するため、中期経営計画「GP25 2nd Stage」より、ダイバーシティに関する8項目を指数化した「ダイバーシティ総合指数」を当社独自指標として設定し目標を管理しています。2022年度からは、多様性を活かす組織づくりに向け「新卒女性採用比率」「管理職のダイバーシティ研修受講率」「介護セミナー受講率」を新たに指標に加え、「ダイバーシティ総合指数3rd Stage」として取り組みを推進しています。2022年度の総合指数は目標値を上回る結果となり、Femtechプログラムの導入などダイバーシティ関連の取り組みに対し、一定の成果を認めることができました。



働き方改革 女性従業員の活躍を促すための施策を展開

多様な価値観を持つ人財が能力をいかんなく発揮するためには、これまでの発想にとらわれないより柔軟な働き方への転換が必要なことから、ダイバーシティ推進と働き方改革を連動させ、方針・制度の策定、意識改革、スキルアップのための教育研修などの取り組みを一体で推進しています。特に近年は、より中長期的な企業価値の向上を見据え、女性従業員の活躍を促すための施策を多数展開しています。その結果、2010年度には約8%だった新卒女性採用比率はGP25策定後の8年間の平均で46.9%に上昇し、女性従業員の比率も年々高まっています。これらの取り組みは女性従業員の活躍だけでなく、働き方改革や、さまざまなライフイベントを迎える従業員がより柔軟に生き生きと働くための土台づくりにもつながっています。今後も中長期的な視点で多様な人財の能力を最大限に活かすことができる職場づくりを進めていきます。

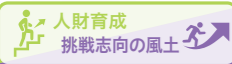
新卒女性採用比率・従業員女性比率 推移



これまでの主な取り組み

	働き方改革推進室 設置	働き方改革推進方針制定	ダイバーシティ推進方針制定	ダイバーシティ総合指数目標設定	カムバック制度*
方針・制度	パソコンの自動シャットダウン開始 時間単位の有給休暇制度導入				
意識改革	働き方改革宣言 イクボス宣言	部門長ハラスメント防止講習会	ハラスメント防止研修 多様性マネジメント研修	ダイバーシティ交流会	ダイバーシティマネジメント研修
スキルアップ	女性交流会 ~契約社員に展開	~職種別に展開	次世代営業提言プロジェクト	コミュニケーション交流会	
両立支援	産休・育休時の三者面談	女性リーダー候補者研修 仕事と育児の両立支援制度説明会			仕事と育児の両立支援セミナー 仕事と介護の両立支援セミナー

*カムバック制度:自己都合退職者の正社員再雇用制度の通称

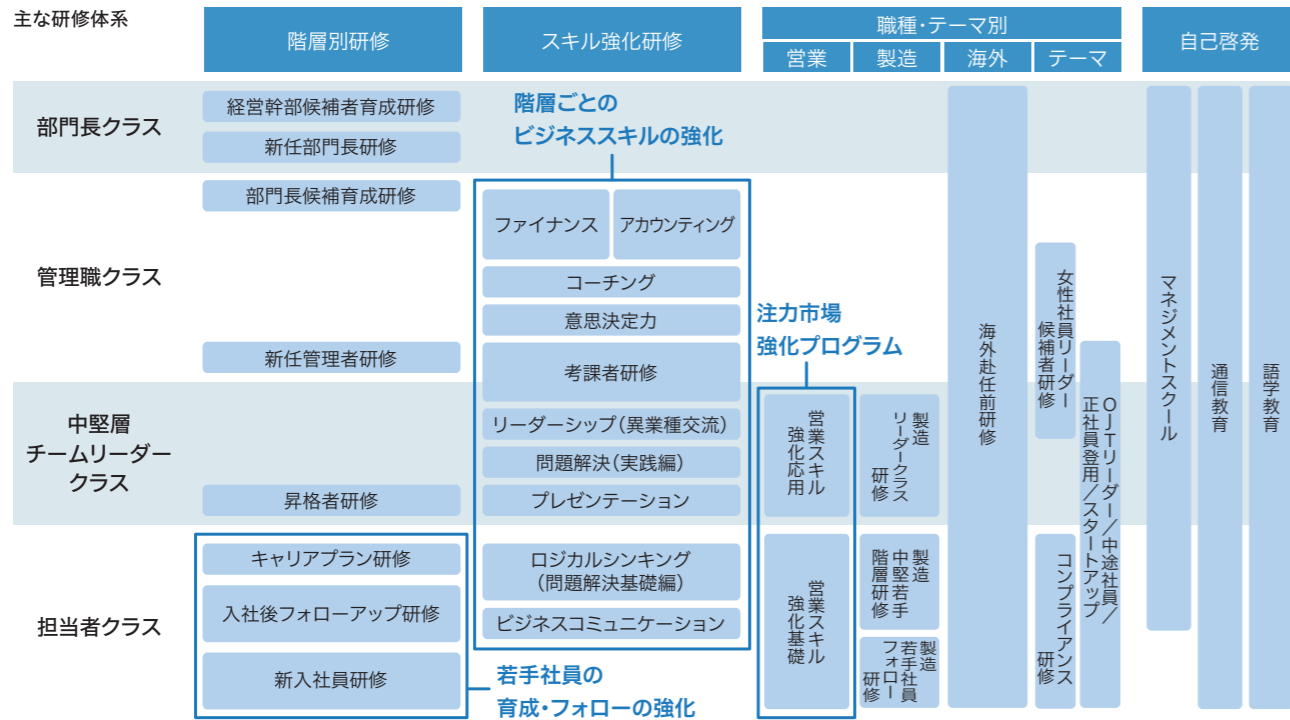


成長戦略の実現と次代を担う人財の育成

成長戦略を加速させ、持続的な企業価値向上を実現するには、自律型人財の育成が不可欠との考えのもと、さまざまな知識や技能の習得を目的とした研修を、年次や階層、職種別に体系化して設定しています。中期経営計画「GP25 3rd Stage」からは、「スキル強化研修」を新設し、階層ごとに求められる能力の強化を図っています。また、長期ビジョン実現に向け、注力市場と位置付ける3つの市場で活躍できる人財を育成するため、注力市場強化プログラムを中心に、積極的に人財育成への投資を行っています。さらに、「新たな事業領域への挑戦」、そして「期待を超える新たな価値の創出」の実現に向けて、新たなことに挑戦する姿勢と行動が必要不可欠であると考え、挑戦を称賛、支える各種制度の整備に取り組んでいます。社員から事業アイデアを募る「社内ベンチャー制度」では、第一号案件として選出された菜園システム「みんなのエコ菜園」の事業化が決定し、2023年4月から本格的な提案がスタートしました。

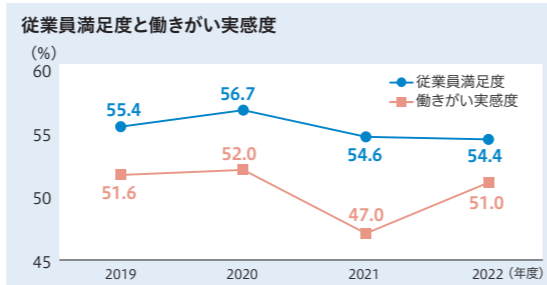
DAIKEN 人財育成方針の3つの柱

- 1. 学ぶ機会の提供 事業を通じてステークホルダーの期待に応え、社会に貢献するための学び、成長する機会の積極的な提供
- 2. キャリア形成の支援 個性を尊重した中長期的な視野でのキャリア形成の支援
- 3. OJT 活性化と自ら学ぶ風土の形成 自ら磨き続け、周囲の意欲を高めて、共に成長できる組織風土の醸成



従業員満足度調査の実施

2019年度より、中期 ESG 計画の中で「従業員満足度」を当社独自指標として設定し、目標を管理しています。また年に1度の調査を通じて「働きがい実感度」も数値化し、従業員の仕事観や仕事に対する不安要素を把握することで、「働きがいのある職場づくり」に役立て、職場全体の満足度の向上を目指しています。2022年度の従業員満足度は、前年度から0.2pt減少し54.4%となり一方で、働きがい実感度は大きく落ち込んだ前年度から4.0pt改善し51%となりました。調査結果については、業務内容や仕事量、職場での人間関係など、さまざまな角度から分析し、今後の人財戦略・施策に反映させ、両指針の向上を目指します。

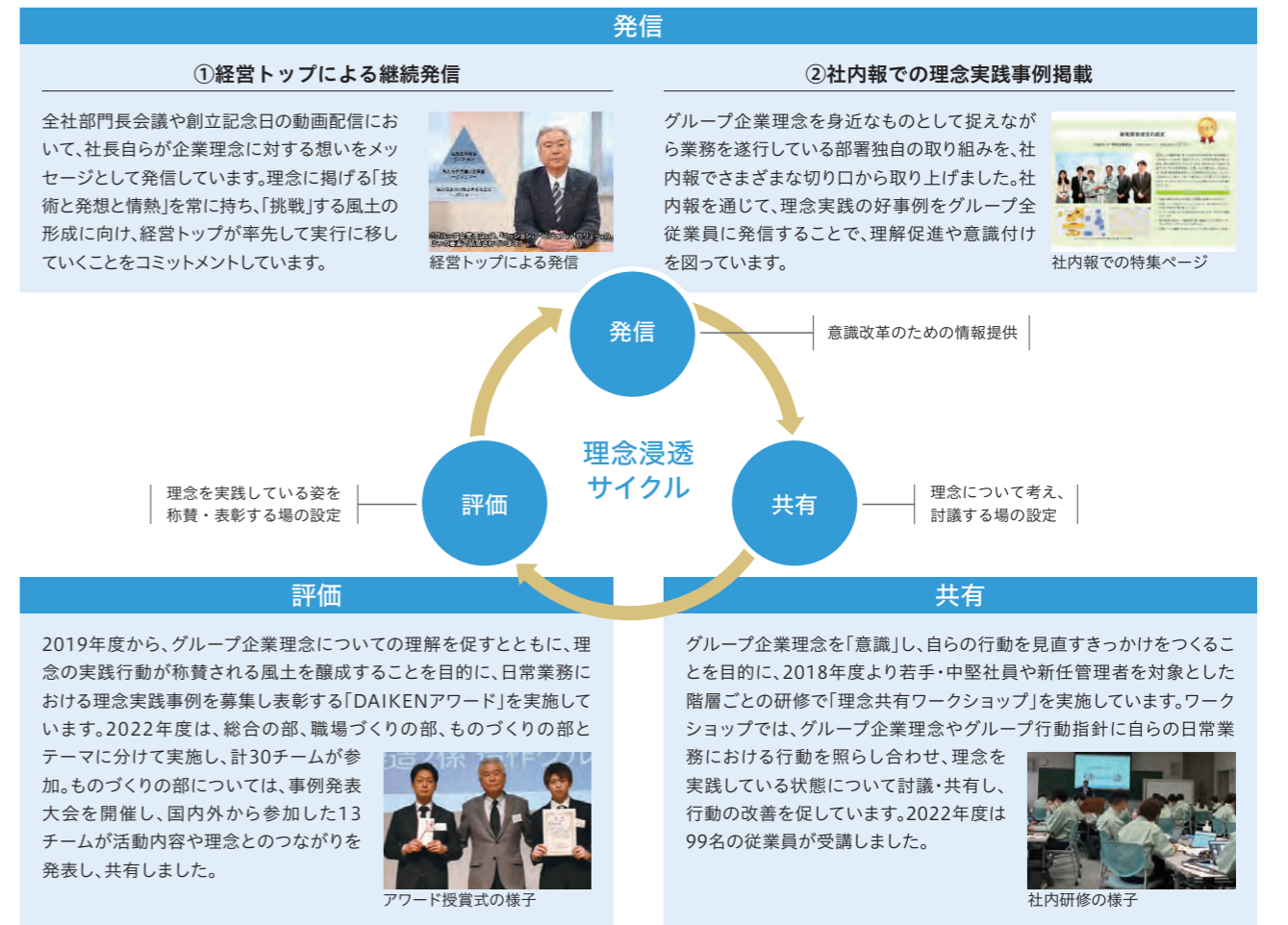


グループ企業理念浸透に向けた取り組み

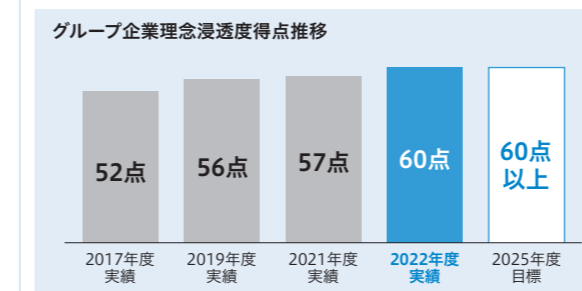
グローバル化や人財の多様化が進む中、企業としてさらなる成長を実現するためには、「共通の使命」「目指すべき企業像」「大切にしている価値観」を全従業員で共有し、進むべき方向性を合わせる事が重要になっています。そこで当社グループでは、持続的な企業価値の向上と、理念に基づく経営強化を目指し、2017年4月にそれまでの「経営理念」を進化させ、「グループ企業理念」を制定しました。特に長期ビジョンや中期経営計画で描く成長戦略を実現するためには、「技術と発想と情熱」「新たな挑戦」「変化や機会を捉えた俊敏な行動」といった、グループ企業理念に掲げた姿を、グループ全従業員が実践し、行動に移していくことが不可欠です。このような考えのもと、2019年度から ESG 視点の重要テーマとして「グループ企業理念浸透度」を設定し、浸透・実践度を高めるための取り組みを進めています。

2022年度の取り組み

グループ従業員を対象に実施する「グループ企業理念浸透度調査」の結果を踏まえ、「発信・共有・評価」の3つの観点で浸透策を展開しています。「発信・共有・評価」の「理念浸透サイクル」を継続的に回すことで、日常業務における理念の浸透促進を図るとともに、定期的に浸透度をモニタリングし、より効果的な施策への見直しを行っています。



グループ企業理念浸透度調査の実施



2017年度より2年に1度、「グループ企業理念浸透度調査」を実施してきましたが、従業員の意識の変化をよりこまめに把握し、それに対応する形で浸透施策を検討・実施するために、2022年度より年1回の実施に変更しました。2022年度の得点は、前年度から3pt上昇し60点となり、中期経営計画「GP25 3rd Stage」の最終年度である2025年度目標の60点以上をクリアしました。特に、部門長方針書を通じた部門単位での浸透施策展開が大きく貢献したものと推測され、引き続き部門ごとの浸透活動を継続するとともに、好事例の発信・共有を強化するなど、浸透度のさらなる向上に向けた取り組みを推進していきます。