

DAIKEN

DAIKEN GROUP REPORT 2023

大建工業株式会社

キノウを超える、ミライへ。

創業以来、限りある資源を活かした、たくさんの「機能」は、
皆様の声に耳を傾け、ともに作りあげてきたものです。

私たちは、素材・建材・空間づくりで、

そんな「昨日」を一つずつ積み重ねてまいりました。

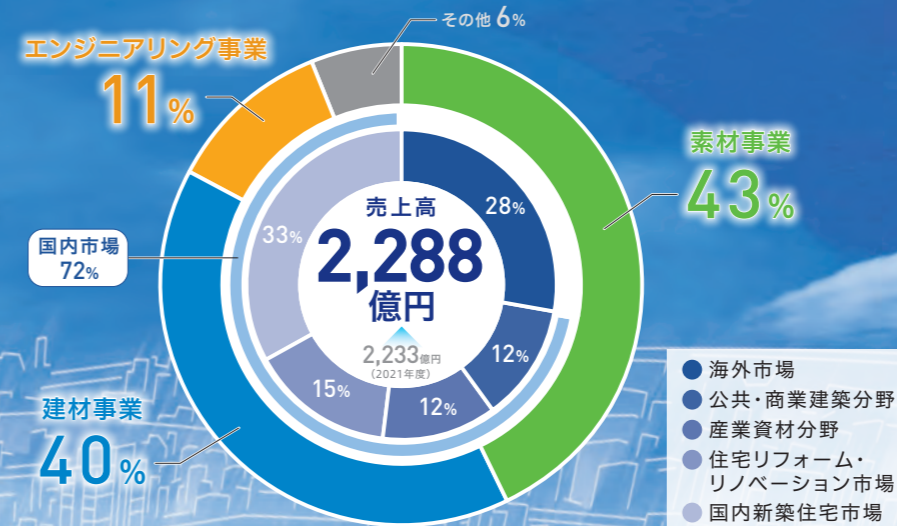
これからもずっとつづく、心豊かで、こちよ未来のために。

これまでにない機能を見だし、昨日を超えていく。

人々がもっと輝くミライへ。

私たちは、新たな可能性に挑戦しつづけてまいります。

事業別・市場別売上高構成(2022年度)



数字でみる大建工業グループ(2022年度)



報告範囲
大建工業株式会社及び大建工業グループ
※環境データ等は、一部範囲が異なります。

対象期間
2022年度(2022年4月1日~2023年3月31日)
※一部上記期間以外の内容も掲載しています。

参考ガイドライン
●IFRS「国際統合報告フレームワーク」
●ISO26000

【将来の見通しに関する注意事項】
このレポートに記載されている予想・見通しは、現時点で入手可能な情報に基づくものであり、将来の予測数値や、施策の実現を約束したり、保証するものではありません。

編集方針

大建工業グループでは、すべてのステークホルダーの皆様に、中長期的な企業価値向上に向けた取り組みを、財務・非財務の両面からご理解いただくことを目的に、「DAIKEN グループレポート」を発刊しています。本レポートでは、長期ビジョン「GP25」の実現に向けた最終ステップである中期経営計画「GP25 3rd Stage」の初年度の進捗を具体的に示すとともに、サステナビリティを経営の軸に据え、社会課題解決の追求に基づく成長戦略の実現に向けた取り組みについてご紹介しています。

CONTENTS

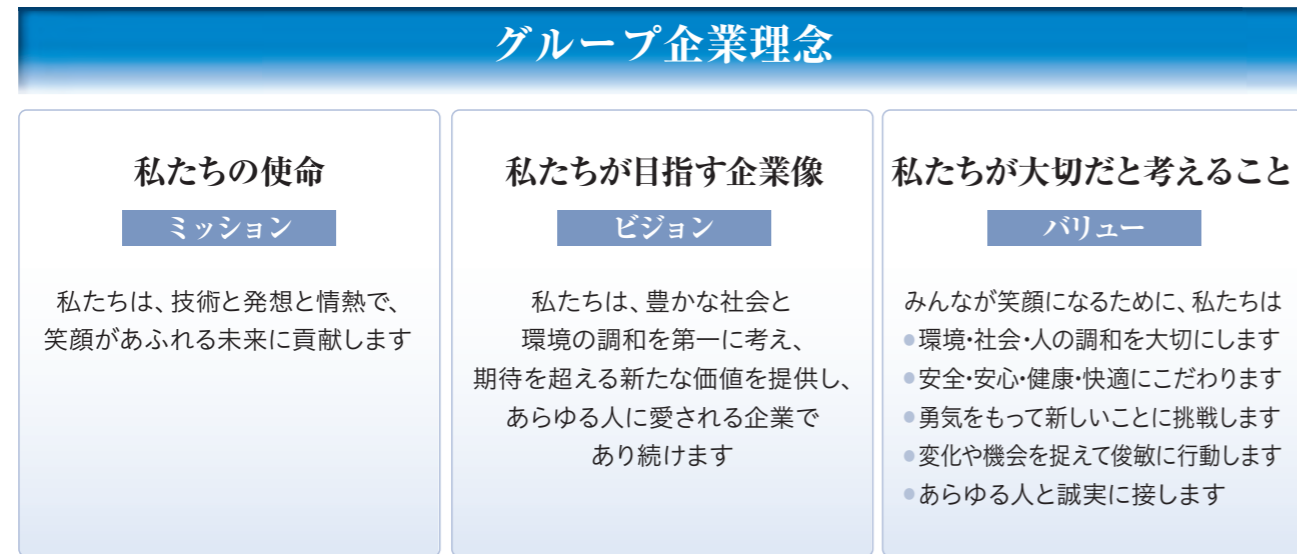
大建工業グループの価値創造	
大建工業グループの目指す姿	3
DAIKENが目指すサステナビリティ	5
トップインタビュー	7
価値創造の変遷	13
強みを活かした3つの事業	
素材事業	15
建材事業	17
エンジニアリング事業	19
価値創造プロセス	21
ビジネスモデルと強み	23
リスクと機会・マテリアリティ	25
事業を通じた価値創造	27

価値創造の戦略	
長期ビジョン「GP25」	33
長期ビジョンの実現に向けた 中期経営計画の進捗	35
中期経営計画 「GP25 3rd Stage」の進捗	37
事業別・市場別戦略	39
注力市場への取り組み	
海外市場	41
公共・商業建築分野	45
住宅リフォーム・リノベーション市場	47
研究開発	49
環境戦略	51
人材戦略	55

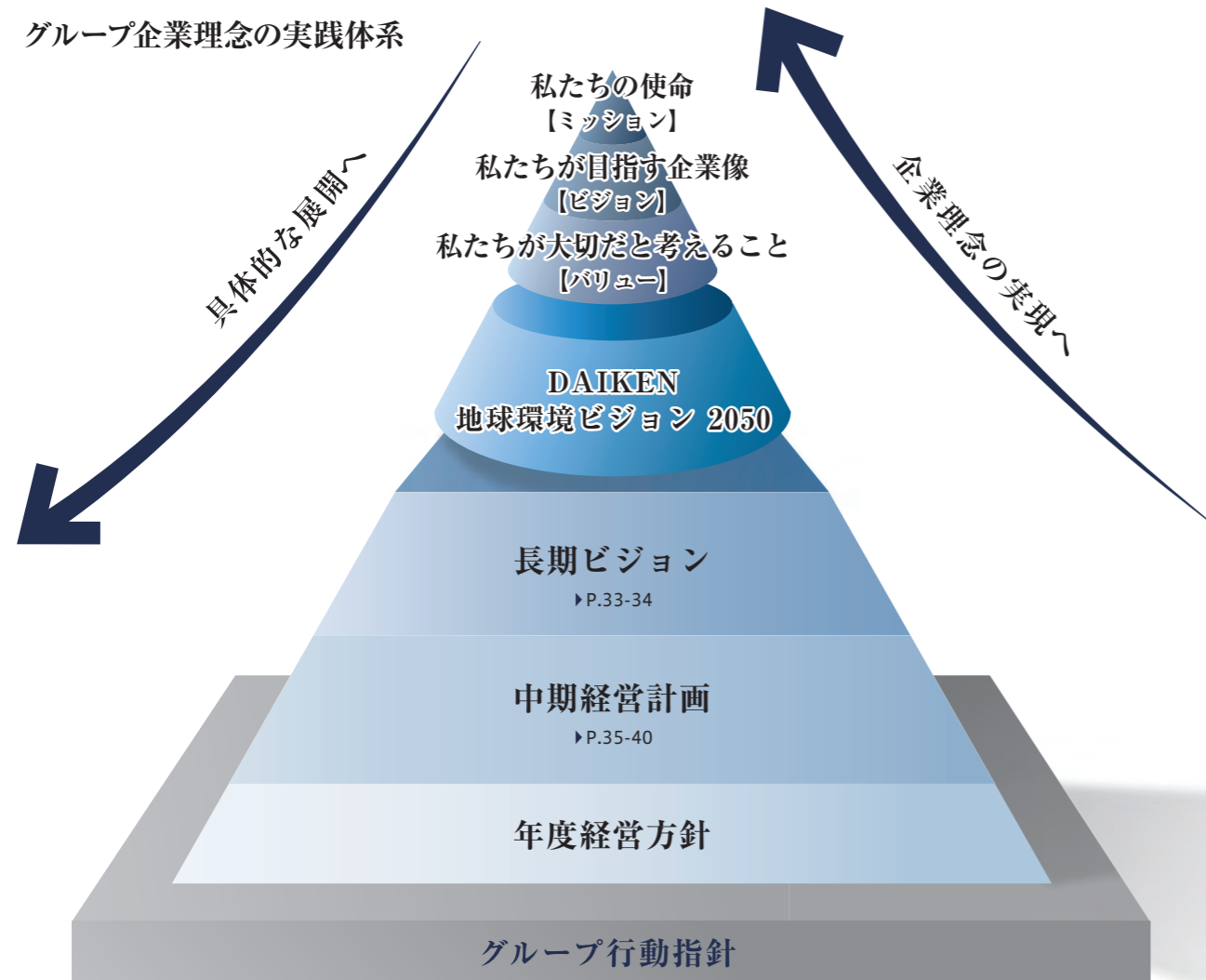
データ編	
役員一覧	59
11年間の財務サマリー	61
ESG目標	63
ESGデータ集	65
会社情報	67

大建工業グループの目指す姿

大建工業グループは、グループの全従業員で共有し、進むべき方向性を合わせていくため、「私たちの使命【ミッション】」「私たちが目指す企業像【ビジョン】」「私たちが大切だと考えること【バリュー】」の3つの要素から成る「グループ企業理念」を定めています。本理念実現に向け、事業活動を展開することにより、持続的な企業価値の向上を目指しています。



グループ企業理念の実践体系



DAIKEN 地球環境ビジョン 2050

ビジョン

“笑顔あふれる未来”のために

大建工業グループは、2050年に向け、資源循環の推進、気候変動の緩和、自然との共生を通じて、持続可能な社会の実現をめざしていきます。

環境方針	長期目標
<p>1 資源循環の推進 — 廃棄物の削減、資源の再利用 —</p> <p>適切に管理された森林資源の積極的な活用により、森林循環を促進するとともに、廃棄ではなく、マテリアルリサイクル、サーマルリサイクル等による資源の再利用を通じて、サーキュラーエコノミーの実現に貢献し、社会全体での持続可能な資源循環をめざします。</p> <p>2 気候変動の緩和 — カーボンニュートラルの実現 —</p> <p>自社の温室効果ガス排出量削減はもちろんのこと、サプライチェーン全体で削減し、森林・木材資源の活用により、炭素貯蔵の拡大、吸収源の維持・循環に貢献し、社会とともにカーボンニュートラルの実現をめざします。</p> <p>3 自然との共生 — 生物多様性の保全 —</p> <p>生物多様性に配慮し、環境の負荷低減、保全、修復への貢献により、生態系が保たれた持続可能な自然環境との共生をめざします。</p>	<p>1 廃棄物の再資源化率100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ● カスケード利用を前提に、マテリアルリサイクル、サーマルリサイクルの推進 ● 廃棄物の最終埋立処分量ゼロ ● 原材料の調達から製品の使用、廃棄までの一連の流れの中での廃棄物の削減 等 <p>2 温室効果ガス排出量ネットゼロ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 生産性向上、効率化による省エネの推進 ● 再生可能エネルギー利用の拡大 ● 炭素を貯蔵している木質素材、製品の拡大 ● 管理された森林の積極的な活用により、再造林の推進に貢献 ● 植林によるCO₂吸収源の維持・循環への貢献 等 <p>3 自然環境への負荷低減</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ラワン材の使用ゼロ ● 化学物質の適正管理・排出量削減 ● 水資源の有効利用促進 ● 化石燃料由来のプラスチック使用量削減 等

グループ行動指針

- 1 ニーズや社会の変化を先取りし、安全・安心・健康・快適で魅力あふれる製品・技術・サービスを提供することで、お客様の満足と信頼の向上に努めます。
- 2 公正、透明、自由な競争と適正な取引を行います。
- 3 株主はもとより、広く社会とコミュニケーションを取り、積極的かつ公正に情報開示し、企業活動の透明性を高めます。
- 4 従業員の人權・多様性・意欲を尊重し、安全で働きやすく、活気に満ちた職場をつくります。
- 5 企業活動を通じて環境課題に積極的に取り組み、地球にやさしい、人にやさしい持続可能な社会の実現に貢献します。
- 6 各国、各地域の文化や慣習を尊重し、社会貢献活動に積極的に取り組みます。
- 7 各国、各地域の法律を遵守し、高い倫理観を持って行動します。
- 8 常に「挑戦する心」、「探究する心」、「成し遂げる心」をもって、取り組みます。
- 9 自らを磨き続け、周囲の意欲を高めて、共に成長します。
- 10 経営トップは、企業理念および行動指針を自らが実践するとともに、グループ内の第一線にまで広く浸透させ、遵守されるよう努めます。

DAIKENが目指すサステナビリティ

企業経営において、社会・地球環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題への対応の重要性が高まる中、大建工業グループが目指すサステナビリティ像をより明確化し、取り組みを強化するため、2022年6月、従来の「CSR基本方針」を改定・進化させ、「DAIKENサステナビリティ基本方針」を制定しました。本方針に基づき、これまで以上に“社会・地球環境のサステナビリティへの貢献”と“当社事業のサステナビリティ”との連動性を高めることにより、好循環を形成し、持続的な企業価値向上を目指していきます。

DAIKENサステナビリティ基本方針

DAIKENグループは、「グループ企業理念」に基づき、事業を通じて「未来へ続く豊かな社会と環境に貢献」することで、従業員を含む様々なステークホルダーに「新たな価値と笑顔」をもたらすとともに、強靱な経営基盤を形成し、DAIKENグループの長期的な成長の実現を目指します。

① 持続可能な社会・地球環境・経済の実現に貢献します

持続可能な社会・地球環境への貢献と、事業活動の持続可能性の両立へ向け、あらゆる活動を絶えず見直し、変革を推進します。

② 企業としての持続可能性を追求します

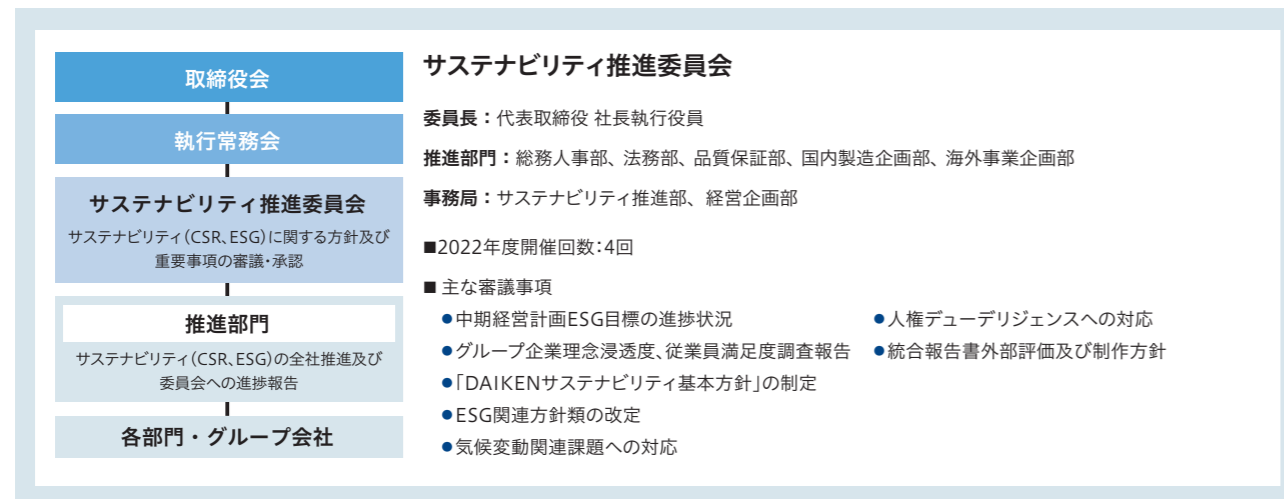
働きがい向上等による人財価値の最大化、様々なステークホルダーとのエンゲージメントの強化などにより、変革に不可欠な価値創造力を維持・強化します。

③ 持続的な企業価値向上に努めます

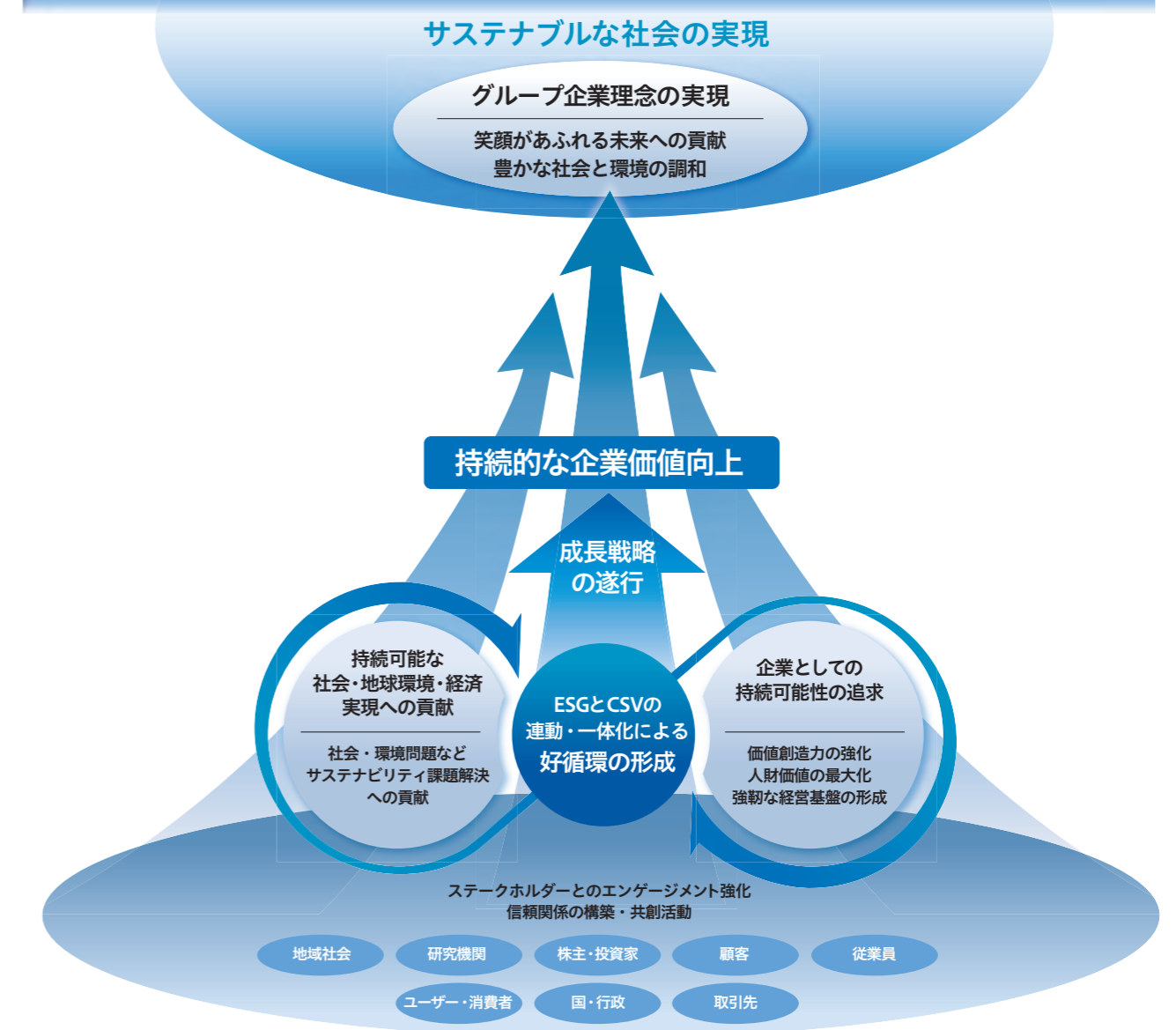
「持続可能な社会・地球環境・経済への貢献」と「企業としての持続可能性の追求」、2つの好循環により、持続的な企業価値向上の実現を目指します。

サステナビリティ推進体制

グループベースでのサステナビリティに関する取り組みを強化するため、2022年度より従来の「CSR委員会」を「サステナビリティ推進委員会」に改編しました。



「DAIKENが目指すサステナビリティ」全体イメージ



サステナビリティ(ESG)関連の方針体系

大建工業グループではサステナビリティ課題への取り組みのグループ展開を図るため、ESGの各分野における重要テーマを中心に、各種方針を定めています。

分野	方針	
サステナビリティ(ESG、CSV)	DAIKENサステナビリティ基本方針	
E	環境	DAIKEN地球環境ビジョン2050
	製品の品質と安全	製品の安全に関する基本方針
S	公正な取引	DAIKEN調達方針・DAIKEN CSR調達基準 カルテル・談合防止基準
	人財	DAIKENダイバーシティ推進方針
		DAIKEN働き方改革推進方針
		DAIKEN人財育成方針
	人権	DAIKEN健康経営方針 DAIKEN労働安全衛生方針
地域との共生	DAIKEN人権方針 DAIKEN社会貢献活動方針	
G	ガバナンス	コーポレートガバナンスに関する基本方針 内部統制システム構築の基本方針 コンプライアンス行動規範

各方針の詳細は、サステナビリティサイトに掲載しています。

<https://www.daiken.jp/sustainability/>

トップインタビュー

SXを軸に成長投資を通じて
「建築資材の総合企業」の姿を確立する

Q 長期ビジョン「GP25」の最終ステージである中期経営計画「GP25 3rd Stage」の初年度が終わりました。まずは、「GP25 3rd Stage」で重視していることを聞かせてください。

当社は、2025年を見据え、これまでの「住宅用建材メーカー」から「建築資材の総合企業」へと成長することを“目指す企業像”として掲げた長期ビジョン「GP25」を2015年に策定し、以来、10年間のロードマップを、第1フェーズ、第2フェーズ、第3フェーズに分けて、中期経営計画を策定し推進してきました。

「建築資材の総合企業への第一歩を踏み出す」と銘打った2016年度からの第1フェーズでは、既存事業の深耕を図りながらも成長の鍵となる新規事業の基盤づくりに着手し、続く2019年度からの第2フェーズは、目指す姿の実現に向けて成長戦略を加速させるステージと位置付け、海外を中心とした積極的な成長投資の遂行と、国内事業ポートフォリオの見直し、そして経営基盤の強化を進めてきました。

2022年度は、これまでの6年間の成果を受け継いだ最終ステップとなる中期経営計画「GP25 3rd Stage」の初年度でした。第3フェーズの4年間で、当社は「建築資材の総合企業としての姿を確立」するために、さまざまな施策を遂行していきます。

長期ビジョン「GP25」 ▶ P.33

中期経営計画の進捗 ▶ P.35

今、改めてこの1年間を振り返ると、一言で言えば、さまざまな要因により事業環境が激変を続ける中で、環境変化への対応に翻弄された、課題の多い1年だったということです。新型コロナウイルスによるパンデミックも収束しきらない中で、2022年2月にはロシアによるウクライナ侵攻が勃発し、それに伴う原燃料価格の高騰や急速なインフレがあり、欧米を中心とした金利の上昇や米国での金融機関の破

綻など、事業環境の不確実性は、今も高まっています。

そのような中で改めて大建工業の強みを見直すと、1945年の創業時から、サステナブルな社会の実現に資する事業を一貫して続けてきたことにあると私は考えます。製材の端材や建築解体木材を何かに活用できないかという発想から、廃木材チップなどの木質再生原料を主原料とする木質繊維板「インシュレーションボード」の生産を開始したのは1958年にさかのぼります。畳床や養生ボードなどに使われるこの製品は、断熱性や調湿性、さらにはクッション性や軽量化といった新しい価値を社会に創出しながら、木質素材をマテリアルとして使い続けることで炭素を貯蔵し続けています。生産開始当時は、今ほど気候変動への危機感や脱炭素化に対する社会的要請は高くなく、炭素の貯蔵機能を顧客に訴求することもありませんでした。しかし当社から当社の中に浸透していた、貴重な資源を余すことなく使い尽くそうという発想と技術は、今も当社に脈々と受け継がれています。

グローバル全体が「環境」価値に、より重きを置く方向へ変化してきたことで、限りある資源を活用するために大建工業が磨き続けてきた発想と技術は今、社会の要請と合致し、当社の飛躍的な成長を支える大きな基盤となっています。

私は、「GP25 3rd Stage」を策定するにあたり、当社の強みである「サステナビリティ」を経営の軸に据え、事業を通じた社会課題解決の追求をもとに、成長し続けることを基本方針として掲げました。ですが、この方針は「GP25 3rd Stage」だけにとどまるものではありません。その先の未来においても、絶えず念頭に置いて経営を進めていくべきものと捉えています。なぜなら、当社の持続的な成長が、私たちの暮らす社会そのもののサステナビリティの実現につながることを確信しているからであり、それこそが当社の存在意義でもあるからです。

中期経営計画「GP25 3rd Stage」 ▶ P.37

代表取締役 社長執行役員

億田正則

トップインタビュー

Q 2022年度の市場動向にも触れながら 当期の振り返りを聞かせてください。

国内の新築住宅着工戸数は2022年度には86.1万戸と、コロナ禍を通じて大きな減少を見ることなくほぼ横ばいで推移しました。その中身を見ると、2022年度に入って持ち家の弱含みが続いた一方で、賃貸は好調に推移し、また戸建分譲住宅も前年度の水準を維持しました。日本国内は人口減により、今後、住宅着工戸数の大幅な増加は望めないものの、社会全体が脱炭素に資するサステナブルな方向へと大きく舵を切っている中、環境視点で多彩な品ぞろえを持つ当社の強みを訴求することで、さらなるシェアの獲得につなげていきたいと思えます。一方、住宅リフォーム・リノベーション市場は、コロナ禍でテレワークが増え、家の中での過ごし方に対する生活者のいろいろな気づきが、さまざまな需要の拡大につながっています。「音」や「におい」「湿気」など、これまで気づけなかったり、気づいてもさほど大きく捉えていなかった問題が顕在化したことで、ユーザーニーズの拡大は一時的な反動としてではなく、しばらく続くものと見ています。国内の住宅リフォーム・リノベーション市場は6～7兆円に上るとする調査結果も出ており、生活者ニーズに対応した製品・空間の提案の強化を進めることで、成長機会を逃さず捉えています。

注力市場への取り組み：住宅リフォーム・リノベーション市場 ▶ P.47

公共・商業建築分野では、「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」が2010年に施行されて以来、国が率先して木材利用の促進を図っており、当社には追い風が吹いています。その一つの例が公立学校施設の木質化に向けた取り組みです。文部科学省によると、2021年度には新築公立学校施設の7割以上に木材が使用されましたが、校舎の木質化によって、子どもたちの「ストレスが緩和され落ち着いた」「集中力が向上した」「地域木材や自然への関心が高まった」といった効果も発表されており、木質化の動きがさらに広がることで当社の事業機会の拡大にもつながると期待しています。当社はまた、「地産地消」を軸に、地域材をフローリングや壁材に活用する取り組みも行っており、さまざまな分野での内装木質化を切り口に、当社の各種機能建材を通じて、快適な空間づくりを提案してきました。またオフィスビル等に関しても、東京・大阪で数多く再開発案件が進行するなど、市場は活況が続いており、人手不足の懸念はあるものの、内装工事等で回復する需要を取り込むことができました。

注力市場への取り組み：公共・商業建築分野 ▶ P.45

海外市場では、世界最大の木造住宅市場である北米事業が2021年度には大きく利益貢献した一方で、2022年度は金利上昇の影響で住宅着工の減少傾向が続いています。「ウッドショック」と呼ばれた木材製品の価格高騰も、2022年度後半からは、LVL、単板ともに調整局面に入っています。2022年8月にはLVLの製造・販売を手掛ける米Pacific Woodtech Corporation社（PWT社）が、事業拡大を目的に増資したことで、当社の連結子会社からはずれ、持分法適用関連会社になりました。その影響で、2022年度の海外売上高の比率は、前期から4ポイント縮小し28.3%となりましたが、海外市場を成長ドライバーとしていく方針に変更はありません。そして、この方針を遂行するにあたり、インドネシアのドア事業については、販路を従来の英国だけでなくヨーロッパ市場へと広げていくなど、新市場の開拓にも注力しています。また、マレーシアとニュージーランドで製造する当社素材事業の主力製品であるMDFについては、収益性改善に向けた構造改革を推進しながら、コスト増に伴う売価への転嫁を順調に進めることができました。

注力市場への取り組み：海外市場 ▶ P.41

このような市場環境の中でも、2022年度は課題の多い1年だったと申し上げたのは、2021年度第4四半期に発生した建材事業の納期遅延、受注制限による販売減の取り戻しや、原材料等の急激な高騰によるコスト増へのリカバリーなど、この1年、事業環境の変化への対応が総じて後手に回ったためです。特にコスト増に対する合理化やコストダウン、売価への転嫁などの各種施策は、大きく遅れたと言わざるを得ません。その結果、売上高は前期比2.4%増の2,288億円に対し、営業利益は同43.2%減の98億円、経常利益は同30.5%減の130億円となりました。なお、親会社株主に帰属する当期純利益はPWT社の異動に伴う特別利益の計上で、同31.2%増の103億円となりました。

Q 中計初年度を終えて積み残した課題と その対応策や、初年度に見られた成果を 聞かせてください。

最大の課題は、1年を通して後追い・守りの行動を強いられたことで、収益性向上に向けた事業構造改革が遅れていることです。また、素材こそ常に新たな用途を開発していく必要性を感じていながらも、直面する課題への対応を優先し、新規用途開発や新規顧客開拓が後手に回ったことも否めません。まさに変化への対応力が問われており、不確実性の高い事業環境が続く中でも、先を見越した手立てを講じなければなりません。

そこで2023年4月には組織改編を実施し、マーケティング・



企画機能の強化を図ることで市場の変化に柔軟かつ迅速に対応できる体制を構築しました。またコンフォート事業統轄部を新設し、製造・販売・工事が一体となった体制を構築し、公共・商業建築分野をメインターゲットとした新たなビジネスモデルの推進を加速します。

一方で、着実な成果が見られた取り組みの一つが他社とのオープンイノベーションを通じた新製品開発です。未来のオフィス空間を実現するための協創型コンソーシアムでは、当社の吸音パネルを他社の技術と融合させた新たなソリューションを開発しています。もう一つが、社内ベンチャー制度で新事業として発足した、都市部のオープンスペースで手軽に野菜などが栽培できる菜園システム「みんなのエコ菜園」です。高層階から都会を眺めると屋上の活用ができていない建物はとても多く、その殺風景な屋上を緑に変えて地域の緑化率向上につなげるこのサービスには、多くのお問い合わせをいただいています。当社が技術開発した木質培地「グロウアース」もこの菜園には活用されており、都会の緑を増やしながらか績も伸ばしていきたいと思えます。こうした取り組みからは、当社が従来の主軸である住宅領域の枠を超え、公共・商業建築分野などにも目を向けて知恵を出していることが手ごたえとして感じられ、「建築資材の総合企業としての姿を確立」しつつあると嬉しく思います。

事業別・市場別戦略 ▶ P.39

Q サステナビリティを経営の軸に据えた背景と、 そのことによる企業価値への影響を 聞かせてください。

国内市場を見渡せば、2022年には約78万人の人口が減少しており、建築作業に従事する人材も、高齢化に加え従事者数そのものが減少しています。こうした大きな趨勢の中において、歴史的に住宅を中心に事業展開していた当社が、「建築資材の総合企業」を目指す姿に掲げるのは必然的な流れであり、日本国内では住宅市場は新築からリフォーム・

リノベーション市場へ、住宅市場から公共・商業建築分野へと事業ドメインを拡張し、日本だけでなく海外市場への展開にも注力しています。

競合メーカーと異なり、当社は素材・建材といった製品の販売だけでなく、工事も手掛けているという特徴があります。この素材からエンジニアリングまでの事業を、非住宅領域でも展開することで、人口減の中でも成長する市場を確実に捉えることができていると、2015年に長期ビジョン「GP25」で打ち出した方向性は間違っていないと自負しています。

先ほど、大建工業の強みを、創業以来磨き続けてきたサステナブルな発想と技術だと申し上げましたが、その取り組みは木質素材だけにとどまりません。天井材などにご利用いただいている「ダイロートン」は、製鉄時の副産物であるロックウールを活用して板状に成形したもので、未利用の鉱物資源の持つ不燃性や吸音性を活かして開発した素材です。また火山国の日本には大量の火山灰が未利用のまま眠っていますが、この火山灰とダイロートンで使われるロックウールを活用することで、不燃性に加えて防蟻性、防腐性、高強度を特長とする「ダイライト」を、住宅やオフィスなどの壁材に活用しています。

世界を見れば、ウクライナ紛争等の地政学リスクや、資源・エネルギー価格の高騰、インフレや為替変動といったリスクも認識していますが、気候変動危機への対応や循環型社会の実現に向けて、個人レベルでもSDGsへの意識が高まっている大きなうねりもあります。環境に資する当社製品の品ぞろえは、先人の努力による恩恵もありますが、私はその先人たちから脈々と受け継いだ、限りある資源に対する姿勢こそが、ことさら、これからの時代により大きな強みを発揮すると考えています。

「GP25 3rd Stage」の作成時には、最終年度の2025年度よりさらに先の2035年を見据えて、「資源循環・循環型社会の実現」「ニューノーマル時代のユーザーニーズ」「働

DAIKEN のサステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)展開概要

		中期視点(2025年度に向けた主な施策)	長期視点(2030~2050年度に向けた主な施策)
成長の最大化 (トレードオン・ビジネスにより成長を最大化)	売上拡大機会の獲得	木質資源の活用によるカーボンニュートラルへの貢献 ・インシュレーションボード、MDFの用途展開によるプラスチック成形材料の代替需要獲得 ・インシュレーションボード、MDFの用途展開による天然木南洋材合板の代替需要獲得 ・国産材を活用した新規木質ボード事業の立ち上げ ・脱化石燃料由来接着剤仕様MDFの生産及び量産技術の確立 ・脱化石燃料由来表面化粧材・塗料の開発及び製品仕様確立	・国産材を活用した新規木質ボードによる床基材販売拡大(天然木南洋材合板代替) ・脱化石燃料由来接着剤仕様MDFの販売拡大 ・脱化石燃料由来表面化粧材・塗料仕様建材の販売拡大
	既存コストの削減	MDFの低密度化による木質原材料の投入量削減 ・MDFの低密度化技術の確立及び市場投入 サプライチェーンにおける環境負荷低減 ・生産プロセスにおける水資源使用量の削減(2021年度比4%削減) ・生産プロセスにおける廃棄物削減(国内外生産拠点における廃棄物最終埋処分量2021年度比15%削減)	・低密度化MDFの販売拡大 ・生産プロセスにおける水資源使用量の削減 ・生産プロセスにおける廃棄物削減(2050年 産業廃棄物最終埋処分量ゼロ)
リスクの最小化 (予想されるリスクの最小化)	売上減少リスクの回避	CSR調達の推進 ・国内外の調達先へのCSR調査実施(実施率100%)及び基準未達企業への改善アプローチ 人権デューデリジェンス ・バリューチェーンにおけるリスクの特定及び対応	・CSR調査実施率100%の維持及び調査項目の継続的な見直し実施 ・実施プロセスの継続実施
	コスト増加リスクの回避	インターナルカーボンプライシング導入による事業ポートフォリオの見直し ・新規投資及び既存事業評価プロセスへの組み込み及び事業撤退・イグジット基準の設定	・基準に基づく撤退事業の選定・実行
		サステナブルな木材利用促進 ・認証材使用比率の向上 ・自社管理植林地の拡大(2021年度比100%増) ・床基材への天然木南洋材合板使用量削減(2021年度比使用量50%削減)	・認証材使用比率の向上 ・自社管理植林地の拡大 ・床基材への天然木南洋材合板使用量削減(2050年使用量ゼロ)
		販売製品のリサイクル推進 ・インシュレーションボード回収リサイクルスキームの確立	・インシュレーションボード回収リサイクルスキームの運用拡大

きやすさ、働きがい向上による多様な人材基盤」を優先的に取り組むべきマテリアリティ(重点課題)に設定しました。こうした私たちが目指すサステナビリティについては、「DAIKENサステナビリティ基本方針」で明確化しており、持続可能な社会・地球環境・経済の実現に貢献することと、企業としての持続可能性の追求が、異なる2軸ではなく相互に連動し好循環を形成することで、持続的な企業価値の向上につながると考えています。

リスクと機会・マテリアリティ ▶ P.25

DAIKENが目指すサステナビリティ ▶ P.5

そして、その実行に向けた中長期的成長戦略として、サステナビリティ課題に対する重点施策と目標値を「成長の最大化」と「リスクの最小化」の2つの視点で定め、時間軸も中期と長期の2軸でプロットしたサステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)を展開していきます。環境、事業活動におけるさまざまな取り組みを、SXの考え方のもと整理を行い、実行に向けたロードマップを社内でも共有することで、

取り組みの実効性が高まるものと期待しています。

環境戦略に関しては、2021年10月に策定した「DAIKEN地球環境ビジョン2050」で、「温室効果ガス排出量ネットゼロ」「廃棄物の最終埋処分量ゼロ」「天然木のラワン材使用ゼロ」の3つのゼロ達成を含む長期目標を掲げています。これらの取り組みについては、私が委員長を務めるサステナビリティ推進委員会において進捗をモニタリングし、推進を図っており、中でも「天然木のラワン材使用ゼロ」を含む「自然との共生」のテーマについては、森林破壊の防止だけでなく、地域住民や林業に従事する人たちの人権への配慮も徹底していきます。また、こうした取り組みと並行して、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)に沿った情報開示の充実化・高度化も進めています。

2023年5月には、木質由来の接着剤を用いたMDF製造技術を確認しました。これにより、将来的には化石燃料由来の接着剤等を使用しない、天然素材比率100%のMDFの実現が可能になると考えます。他社製品との差別化につながるだけでなく、製品を生み出す技術から製品を循環さ



せる技術へと進化を図ることで、当社と社会のサステナビリティを同時に実現することを目指します。

環境戦略 ▶ P.51

Q 経営基盤の強化について、重要な経営資源である人材基盤やガバナンスについての考え方を聞かせてください。

自社の強みを改めて見直し、人、モノ、カネだけでなく、当社が長年培ってきた技術やノウハウなどあらゆる資源を投入して強化を図ることで、中長期にわたる成長を支える事業基盤を創っていきます。中でも、当社の強みである技術や発想力、ノウハウはすべて「人材」が生み出していることから、当社の価値を増幅させ続ける「人材」への投資はとても重要です。重点市場である公共・商業建築分野の売上を牽引するセールスエンジニアや、海外市場の展開を加速するグローバル人材、そして新たな価値創造に不可欠な研究開発人材の確保・育成は、喫緊の課題と位置付けています。同時に、ダイバーシティや、コロナ禍で定着しつつある柔軟な働き方も強力に推し進め、男性社員の育児休暇取得なども積極的に促しながら、多様な経験・バックグラウンドを持つ人材が集う組織としての強みを引き出していきます。技術の伝承などでデジタルを活用して品質を担保し、よりクリエイティブな分野に人材の持てる力を最大限発揮できるよう、人員配置の最適化も行っていきます。

また、大建工業の強みの源泉となっている企業理念については、一朝一夕には浸透が進みません。長い時間をかけて企業風土として定着させることが求められます。私は経営トップとして、情報を発信し続け、理念についても考え、討議する場を設けながら、理念実践の行動を称賛するサイクルを先頭に立って回し続けます。そして、そうした社員との対話を深めていくことが、若手の登用など、組織の活性化にもつながると感じています。

人材戦略 ▶ P.55

事業基盤の要となるガバナンスに関しては、2021年に監査等委員会設置会社に移行して、社外取締役3名を含む9名からなる取締役会を中心に、実効性の高いガバナンス体制を構築し、公正かつ透明性の高い経営に努めています。取締役会では毎年、実効性を評価しており、そこで抽出された課題は、社外取締役が委員長を務め、過半数を社外取締役で構成されたガバナンス委員会も積極的に関与しながら、内部統制の強化やガバナンス体制の改善につなげています。

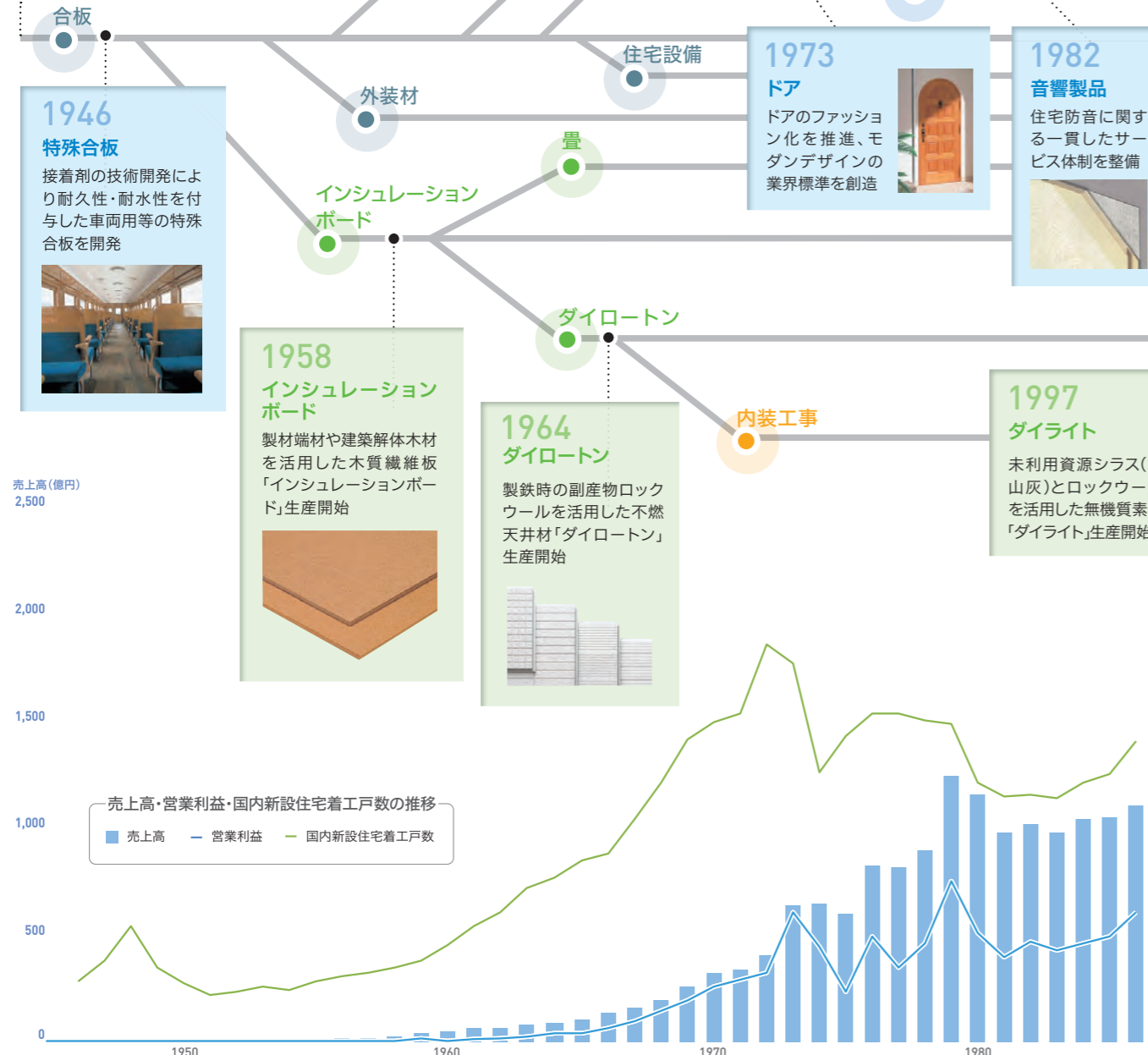
Q 最後に、ステークホルダーの皆様へ一言、お願いします。

経営環境が目まぐるしく変化し、先行きの不透明さが増している現在において、より多くのステークホルダーの皆様から当社の取り組みを説明し、さまざまな意見を広く収集して、企業経営に取り入れていくこと、即ちステークホルダーエンゲージメントの重要性は今まで以上に高まっています。今後につきましても、持続的成長に向けた成長戦略とその進捗や、当社の強みであるサステナビリティの取り組みなど、さまざまな観点からステークホルダーの皆様への情報発信や継続的な対話を強化してまいりますので、引き続きご支援いただけますようお願い申し上げます。

価値創造の変遷

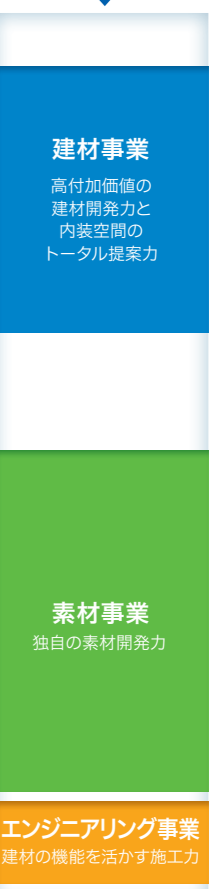
大建工業グループは、創業以来、常に社会課題やニーズに応えるため、技術革新を重ね、暮らしに役立つさまざまな製品を開発してきました。これまでの歴史で積み重ねてきた強みを活かし、「住宅用建材のメーカー」から「建築資材の総合企業」へ、新たな価値を創出する企業への成長を目指します。

1945創業



創業期	拡大期	飛躍期	選択と集中期	新挑戦期	長期ビジョン「GP25」実現への挑戦		
1941 伊藤忠商事(株)、榎丸紅商店、榎岸本商店の3社が合併し「三興(株)」設立 1944 三興(株)、呉羽紡績(株)、大同貿易(株)の3社が合併し「大建産業(株)」設立 1945 大建産業(株)林業部の全事業を継承し、富山県井波工場にて「大建木材工業(株)」として創業	1954 特殊合板の製造を目的とした名古屋工場を新設 1958 岡山工場を新設「インシュレーションボード」の生産開始	1967 「大建工業株式会社」に社名変更 1969 内装工事等を手掛ける工事を設置 1970 ●名古屋工場で「WPC床材」の生産開始 ●特殊合板の製造を目的とした富山工場を新設	1977 インシュレーションボード事業の拡張 高萩工場を新設 1984 内装工事会社 ダイケンエンジニアリング(株)を設立 1987 床材事業の拡張 三重ダイケン(株)(現 三重工場)を設立	1989 ●井波工場でのドア・階段など住機製品の生産開始 ●高萩工場での外装材の生産開始 1994 マレーシアMDF製造会社 DAIKEN SARAWAK SDN.BHD.設立 1995 井波工場に内装ドア生産ラインを建設	1996 岡山工場に「畳おもて」及び「ダイライト」生産ラインを設置 1999 内装工事会社 鉦工業(株)をグループ化 2000 内装工事部門を ダイケンエンジニアリング(株)に統合 2002 ●TOTO(株)、YKK AP(株)とリモデル分野で提携 ●大建工業(寧波)有限公司を設立 2005 マレーシアMDF製造会社をグループ化 DAIKEN MIRI SDN.BHD.発足 2009 ●ニュージーランドMDF工場をグループ化 DAIKEN NEW ZEALAND LIMITED 設立 ●名古屋工場の床材事業を三重工場に集約	2010 ●パナソニック(株)と生産・調達面で業務提携 ●内装工事会社 三惠(株)をグループ化 2012 ホクシン(株)とMDF生産・供給面で業務・資本提携 2015 インドネシア内装ドア製造会社 PT.DAIKEN DHARMA INDONESIA 設立 2016 マンシヨリノバージョン会社 株式会社をグループ化	2018 ●ニュージーランドMDF製造会社をグループ化 DAIKEN SOUTHLAND LIMITED 発足 ●DAIKEN R&Dセンターを開発 ●伊藤忠商事(株)と資本業務提携 2019 ●カナダの単板工場CIPA Lumber Co. Ltd.、米国のLVL工場 Pacific Woodtech Corporationをグループ化 ●リフォーム会社リフォームキューをグループ化 ●無垢床材事業を手掛ける株式会社フローリングをグループ化 2020 LVL用単板加工会社 日南大建(株)にて生産開始 2022 ●Pacific Woodtech Corporationが増資に伴い、連結子会社から持分法適用関連会社となる

事業の特長と強み



1970 WPC
木材を樹脂により硬化するWPC技術を開発

1971 システム収納
初の住宅機器「収納セット」発売、単体製品からシステムへ発展

1973 ドア
ドアのファッション化を推進、モダンデザインの業界標準を創造

1982 音響製品
住宅防音に関する一貫したサービス体制を整備

1997 ダイライト
未利用資源シラス(火山灰)とロックウールを活用した無機質素材「ダイライト」生産開始

2008 MiSEL
デザイン性を追求した魅せる収納

1996 畳おもて
機械すき和紙を使用したメンテナンス性に優れた「畳おもて」の生産開始

2013 hapia
素材感を追求した「hapia」シリーズ発売

2015 トリニティ
立体感のある高意匠床材

1996 MDF
製材端材などを主原料に活用した「MDF」生産開始

2021 グロウアース
木質培地「グロウアース」の提案を開始

2016 グラビオ
ダイライト基材の化粧壁材「グラビオ」シリーズ発売

2018 グラビオエッジ
上質空間を演出する施工性に優れた深彫調不燃壁材

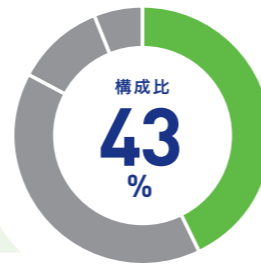
強みを活かした3つの事業

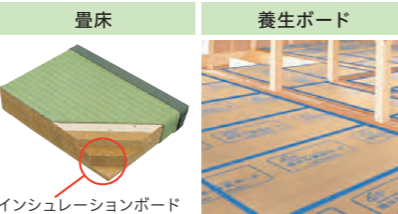
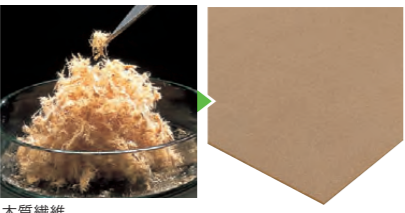

素材事業

機能性の高い素材を開発・提供

サステナブルな視点で木質資源や鉱物資源を有効活用し、不燃、耐震、断熱、吸音、調湿など、人々の生活シーンに求められるさまざまな機能を付与した素材を提供しています。

売上高構成比



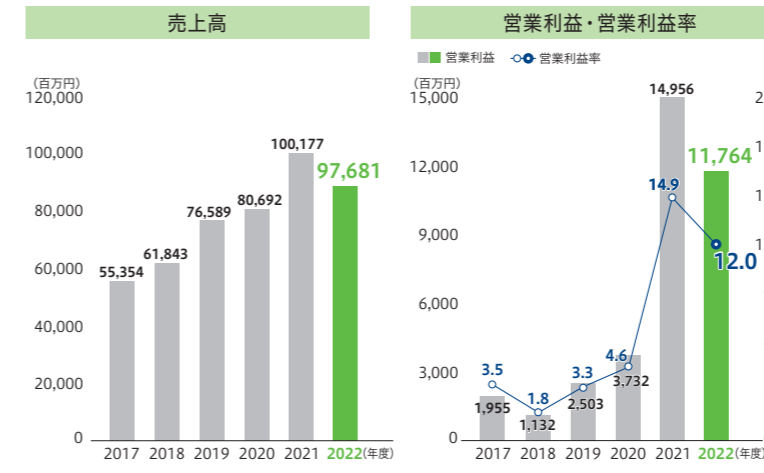
概要	主な特長・機能	主な用途
インシュレーションボード 建築解体木材などを主原料に活用し、板状に成形した木質繊維板 	<ul style="list-style-type: none"> 断熱性 調湿性 クッション性 軽量 	畳床 インシュレーションボード 養生ボード 
MDF 製材端材などを主原料に活用し、板状に成形した木質繊維板 	<ul style="list-style-type: none"> 寸法安定性 表面平滑性 加工性 耐水性 	床材の基材 MDF 建材・家具の基材 (ドア、収納、窓枠等の芯材) MDF 
単板・LVL 単板: 丸太を切削したもの LVL: 単板を繊維方向にすべて平行にして積層・接着した木材加工品 	<ul style="list-style-type: none"> 寸法安定性 高強度 加工性 	I-Joist LVL 構造材 
畳おもて 機械すき和紙をこより状により合わせ、樹脂コーティングした後、織り上げた畳おもて 	<ul style="list-style-type: none"> 耐光性 撥水性 調湿性 カラーバリエーション 	畳 住宅向け 宿泊施設向け 
ダイロートン 製鉄時の副産物ロックウールを活用し、板状に成形した鉱物繊維板 	<ul style="list-style-type: none"> 不燃性 軽量 吸音性 加工性 	天井材 住宅向け オフィス向け 
ダイライト 未利用資源シラス(火山灰)とロックウールを活用し、板状に成形した無機質素材 	<ul style="list-style-type: none"> 不燃性 軽量 高強度 加工性 透湿性 防蟻性 防腐蚀性 	壁下地材 住宅向け外壁下地材 壁材 不燃壁材 

木質資源を有効活用

鉱物資源を有効活用



無機系耐力面材部門 2位
 読者を対象に、建材・設備メーカーの製品採用意向等をアンケート調査
 2022年11月24日号




- 連結子会社**
- 株式会社ダイタック
 - 会津大建加工株式会社
 - 日南大建株式会社
 - エコテクノ株式会社
 - DAIKEN NEW ZEALAND LIMITED(ニュージーランド)
 - DAIKEN SOUTHLAND LIMITED(ニュージーランド)
 - DAIKEN SARAWAK SDN.BHD.(マレーシア)
 - DAIKEN MIRI SDN.BHD.(マレーシア)
 - CIPA Lumber Co. Ltd.(カナダ)
- 生産工場**
- 岡山工場
 - 高萩工場

2022年度の実績

2022年度の素材事業の売上高は、国内外でのMDFの販売価格の上昇や、国内の住宅市場、公共・商業建築分野向けのダイライトの販売増はありましたものの、2022年8月1日以降のPWT社連結除外に伴う減収に、米国での木材製品の市況価格下落によるCIPA社の減収の影響が加わり、減収となりました。


営業利益については、PWT社連結除外に伴う減益の影響に加え、原材料価格の上昇に対し、売価への転嫁を進めましたものの、吸収するには至らず減益となりました。上記の結果、売上高は976億81百万円(前期比2.5%減)、営業利益は117億64百万円(前期比21.3%減)となりました。

※2022年度より、各セグメントの事業をより適切に評価するため、本社等の一般管理部門に係る費用のうち、報告セグメントに直接関連するものは各報告セグメントに配賦し、直接関連しないものについては、全社費用として計上する方法に変更しています。なお、2021年度の数値は変更後に組み替えた数値で表記しています。



執行職 MDF事業部長
河原 章人

2022年度は、地政学リスクによるエネルギー問題、木質資源高騰、海上物流の混乱であらゆる変動費が上昇する中、業界のプライスリーダーとして価格転嫁を進めるとともに、工場の構造改革を実行することで、収益改善につなげました。2023年度は、不透明な経済環境が続くと予測しています。当事業に与える影響としては、エネルギーコストと木質資源高によるコストアップです。そして、世界の再生可能エネルギーの割合が高まるにつれて木質資源の調達難は続くと思われる。MDF事業部では、所有する植林地を再植林することで森林を活かしながら守るというサイクルをつくり、サステナブルな社会の実現と事業化を目指します。販売面では、MDF事業がコモディティ化しないように、「新規用途開発」、「新規顧客/市場開拓」、「新事業立案」の3つの「新」の方針に掲げ、勇気を持って挑戦します。また、国内外問わず優秀な人材の確保と、若手社員には各種研修を通じて、海外で通用するグローバルマインドセットを持った「人」を育成してまいります。MDFを含む木質ボード事業は、木材が吸収した二酸化炭素を固定化し、建材に使用され、廃材という形でリサイクルされるサステナブルなビジネスです。安定調達、安定品質、安定販売に努め、社会貢献したいと考えております。



執行役員 エコ事業部長
遠藤 稔

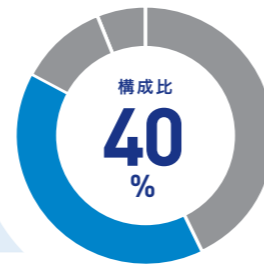
エコ事業部では、木質系のインシュレーションボード、畳おもて、鉱物系のダイライト、ダイロートンという4つの素材を国内で製造しています。インシュレーションボードは、主に畳の芯材や建築現場での養生ボードとして使用いただいておりますが、原材料にリサイクルチップを用いており、長期に炭素を固定し続けられるという環境特性から、プラスチック代替や合板代替としての用途開発を進めています。機械すき和紙を原材料とする畳おもては、耐久性が高く、またメンテナンスも容易なことから、商業施設・宿泊施設への提案を強化するとともに、畳のある暮らしの魅力を、伝統と新たな価値を交えながら積極的に発信していきたいと考えています。ダイライトについては、木造住宅の強度を支える耐力面材としてだけでなく、不燃でありながら加工性に優れるという素材特性を活かして開発したルーバーや軒天が、公共・商業物件を中心に採用され、販売が広がっています。また、天井材ダイロートンについては、室内の音環境改善に効果を発揮する吸音特性などがコロナ禍において改めて見直され、ビル・店舗向けだけでなく、住宅向けでも採用実績が増えています。今後につきましても、サステナブルで機能性豊かな素材をいくつも有する強みを活かし、新たな空間価値を提案してまいります。

強みを活かした3つの事業

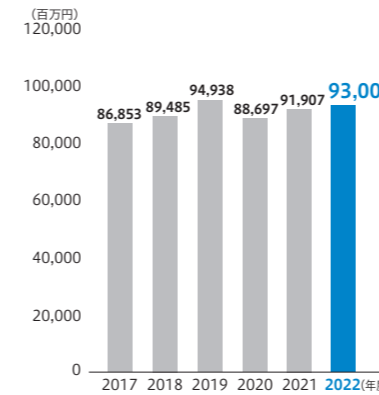
建材事業

さまざまな建物の内装に最適な建材を開発・提供
住宅から公共・商業施設に至るまで、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しています。

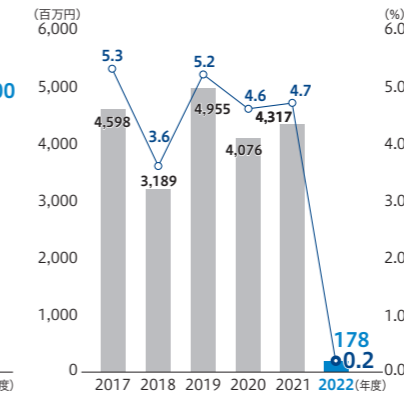
売上高構成比



売上高



営業利益・営業利益率



連結子会社

- 株式会社ダイフィット
- 株式会社ダイウッド
- セトウチ化工株式会社
- 富山住機株式会社
- 株式会社テーオーフローリング
- 大建工業(寧波)有限公司(中国)
- 大建阿美昵体(上海)商貿有限公司(中国)
- PT.DAIKEN DHARMA INDONESIA(インドネシア)

生産工場

- 井波工場
- 三重工場

床材	ドア	収納	音響製品
<p>美を極めた床</p> <p>表面の質感や耐傷性、長持ちする美しさ、デザイン、高機能・高性能などにこだわったラインアップ</p>	<p>多彩なデザインと豊富なバリエーション</p> <p>使いやすく機能性に優れ、自在にコーディネートできる室内ドア</p>	<p>収納問題の解決</p> <p>充実の収納力、機能性、省スペース利用など、空間に適したさまざまな収納をラインアップ</p>	<p>音を楽しむ空間</p> <p>ホームシアターから楽器練習室、オーディオルームなど、さまざまな音の要望に応える充実のラインアップ</p>

土足でも傷が付きにくい床	施設用途に合わせた機能ドア	おもいやり発想の収納	快適な音環境
<p>傷に強い天然木化粧の床材から防音性能、転倒衝撃を緩和する床材まで、土足対応床材を幅広くラインアップ</p>	<p>高齢者施設、幼稚園・保育施設、医療施設、店舗など、施設特性に合わせた機能性を付与した室内ドア</p>	<p>利用者のさまざまなリスクを軽減し、安心して使用できる収納</p>	<p>防音ニーズや残響音低減などの用途に合わせて豊富な製品をラインアップ</p>

2022年度の実績

2022年度の建材事業の売上高は、ウェブ会議の急増やテレワークの定着などニューノーマルな生活様式の浸透を背景に、防音や遮音といった音環境改善に対するニーズが高まる中、提案活動を強化した音響製品で増収となり、前第4四半期連結会計期間に発生したドアの納期遅延や一部床材の受注制限による販売減の影響からも回復基調で推移したことから、増収となりました。

営業利益については、合板等の原材料価格の上昇に対して、2022年4月出荷分よりカタログ価格の改定を実施するなど、売価への転嫁を進めることで、第3四半期連結累計期間までの損失計上の状況からはようやく脱したものの、大幅な減益となりました。

上記の結果、売上高は930億円(前期比1.2%増)、営業利益は1億78百万円(前期比95.9%減)となりました。

※2022年度より、各セグメントの事業をより適切に評価するため、本社等の一般管理部門に係る費用のうち、報告セグメントに直接関連するものは各報告セグメントに配賦し、直接関連しないものについては、全社費用として計上する方法に変更しています。なお、2021年度の数値は変更後に組み替えた数値で表記しています。

執行職 内装材事業部長 神元 俊憲

建材事業の軸である床材を当社グループ5工場、協力会社4社で生産しています。2022年度は重点市場である公共・商業建築分野に対し、新たな土足対応WPC床材の発売と生産工程の増強を行いました。その結果、店舗等への採用が進み、同分野における床材販売を拡大することができました。住宅リフォーム・リノベーション市場については、高意匠マンション用防音床材「トリニティオユカ45 リフォーム・リノベ専用」の市場投入を行い、ラインアップの強化を図りました。環境負荷軽減活動につきましては、床材に植林木等の循環資源材料及び国産材の利用を進めており、循環資源材については約85%、うち国産材については約45%の進捗となりました。また、7年前から全国の地域材を用いた床材の生産に取り組んでおり、活動開始以降、28都道府県の地域材を用いて、87物件に採用いただきました。「地元の木材でできた床材」として、お客様からも高い評価をいただいております。今後、床材には循環資源材料の100%利用を目指すとともに、表面化粧材や塗料などについても生物由来の資源採用に向けた検討を進めてまいります。また、地域材利用床材についても取り組みを進展させ、国産材の利用拡大に寄与するなど、環境対応度を上げながら、床材事業を進展させていきたいと考えております。

執行職 住機製品事業部長 森川 大

住機製品事業部では、ドアや造作材、各種収納製品などを中心に提供しています。2022年度は海外ではコロナ禍によるサプライチェーンの寸断やウクライナ情勢の長期化、国内では木質ボードのサプライヤーの災害、資源価格の高騰などにより、調達面では先行きが見通せない状態が続きました。その中で、リスクも踏まえた調達先開拓を積極的に進め、安定した製品供給に努めてまいりました。住機製品事業部の強みは、今ある部材や技術をアッセンブルし新しい価値を生み出すことです。例えばカタログには多種多様な品ぞろえの製品が掲載されていますが、その大部分においてミリ単位での特注対応が可能で、かつ短納期で提供することができます。その強みは、規格サイズだけでは対応することが困難な住宅のリフォームや、高齢者施設、幼稚園・保育施設といった公共・商業建築分野向け製品の提供に活かされています。ドアや収納製品は毎日手に触れる身近なものだけに、これまで培ってきた経験やノウハウを土台にした独自のこだわりは、製品の細部に至るまで盛り込まれています。当社製品をお使いいただくことで取引先様の取り組みにどう貢献できるのか、ユーザー様のお住まいがどう安心・快適に変わるのか、その価値を丁寧にお伝えしていきたいと思っております。

日経アーキテクチュア 複合フローリング部門 1位

読者を対象に、建材・設備メーカーの製品採用意向等をアンケート調査
2022年11月24日号

日経アーキテクチュア 住宅用室内ドア部門 1位

読者を対象に、建材・設備メーカーの製品採用意向等をアンケート調査
2022年11月24日号

国内床材シェア **No.1** (当社推計)

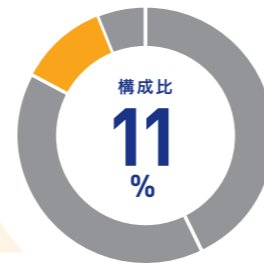
強みを活かした3つの事業

エンジニアリング事業

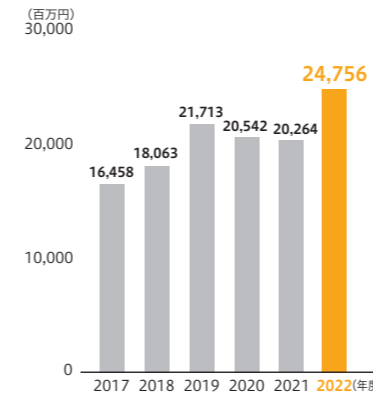
建材の提供から施工まで空間づくりをトータルにサポート

オフィスビル、ホール、学校などの公共・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を手掛けています。

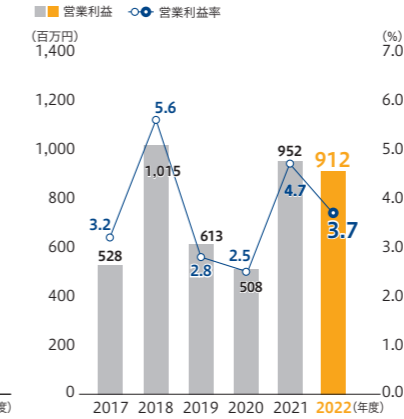
売上高構成比



売上高



営業利益・営業利益率



連結子会社

- ダイケンエンジニアリング株式会社
- 鉱工業株式会社
- 三恵株式会社
- 株式会社スマイルアップ
- 株式会社リフォームキュー
- 株式会社パックシステム
- 株式会社テーオーフローリング(工事)

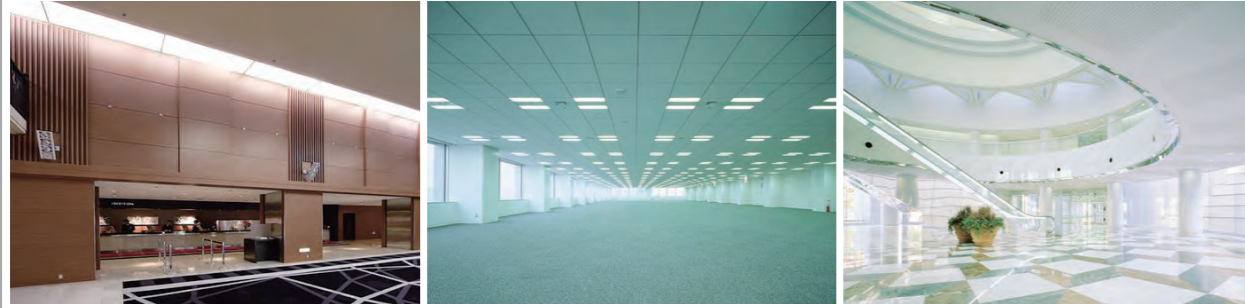
公共・商業物件



東京都庁(東京)

京都駅ビル(京都)

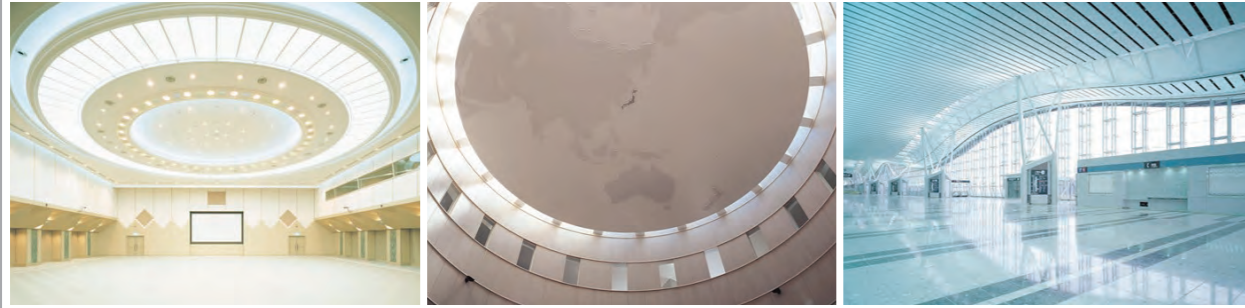
関西大学(大阪)



ホテル日航大阪(大阪)

丸の内北口ビル(東京)

ワールドビジネスガーデン(千葉)



りんくうゲートタワービル(大阪)

常盤大学(茨城)

仙台国際空港(宮城)

施工事例

マンションリノベーション



2022年度の実績

2022年度のエンジニアリング事業の売上高は、オフィスビル等の内装工事の需要回復や、首都圏で手掛けるマンションリノベーションが好調に推移したことにより増収となりました。営業利益については、建設資材価格や労務費の上昇などにより減益となりました。上記の結果、売上高は247億56百万円(前期比22.2%増)、営業利益は9億12百万円(前期比4.2%減)となりました。*

※2022年度より、各セグメントの事業をより適切に評価するため、本社等の一般管理部門に係る費用のうち、報告セグメントに直接関連するものは各報告セグメントに配賦し、直接関連しないものについては、全社費用として計上する方法に変更しています。なお、2021年度の数値は変更後に組み替えた数値で表記しています。

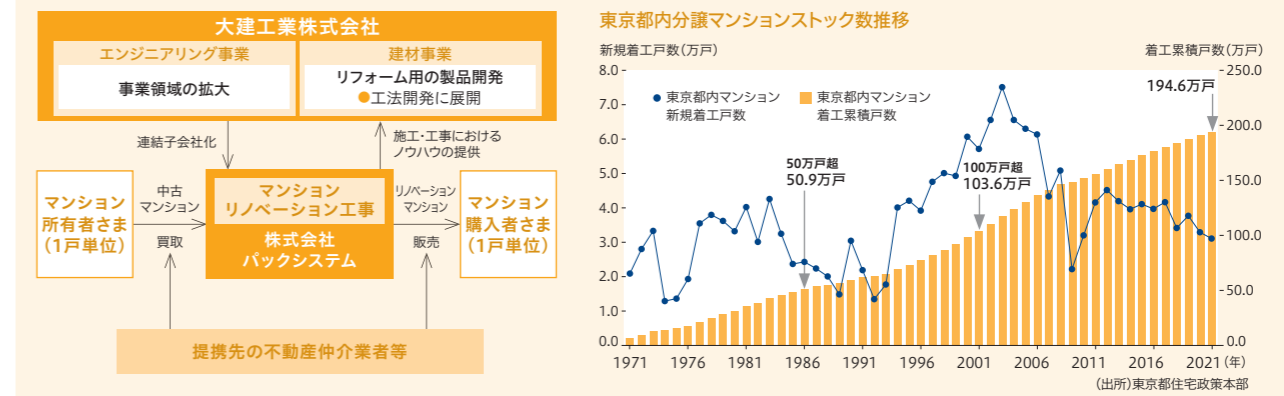


執行職
エンジニアリング事業統轄部長
寺岡 直人

エンジニアリング事業では、施工・工事を手掛ける7つのグループ会社を擁し、オフィスなどの内装工事、住宅リフォーム工事、首都圏でのマンションリノベーションの主に3つの事業を手掛けています。オフィスなどの内装工事では、東京五輪後に各種建設プロジェクトが再開・進行中、首都圏、関西圏を中心に天井や壁といった建築物の内装の仕上げ工の受注を拡大してきました。引き続き、2025年の大阪万博などの国際イベントもあり、建設業全体では2022年度から2025年度まで年平均1.2%成長すると予想されています。工事需要が旺盛な一方、現場管理者や建設技能工の不足が大きな課題であり、これら人員を効率的に配置できるかが採算性を確保するための重要なファクターにもなっています。大建工業グループでは、半世紀以上にわたる事業活動を通じて、多くの工

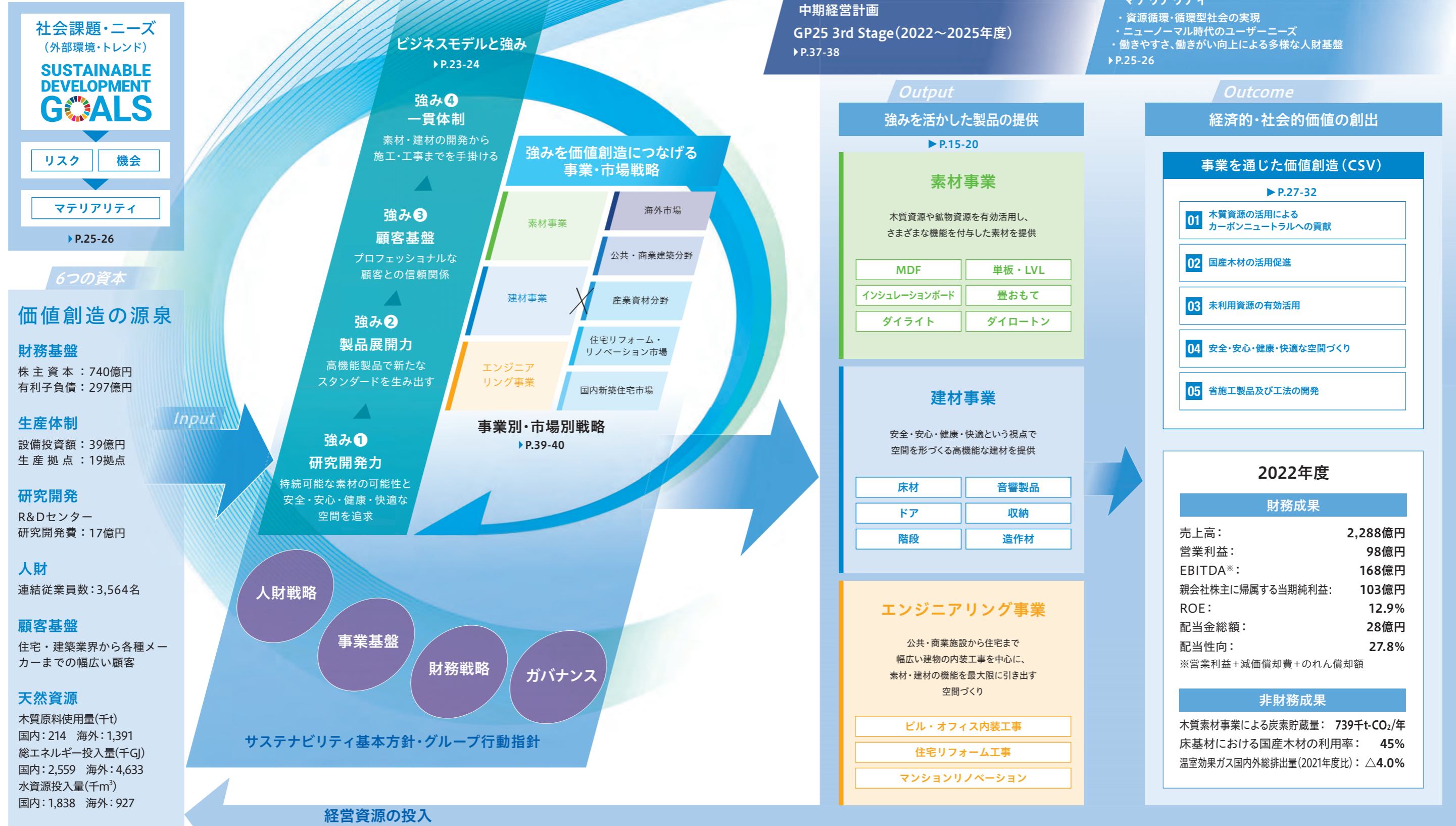
業者様と信頼関係を築き、連携を深めてまいりましたが、引き続き、より強固で最適な施工・工事体制の構築に注力してまいります。また、首都圏で手掛けるマンションリノベーションについては、新築マンションの価格高騰が続く中、利便性の高い立地の中古マンションを全面改装しバリューアップして住むスタイルが広がり、これらのニーズに対し、2016年にグループ化したパックシステム社を軸に業容の拡大を進めてきました。リノベーションにおける意匠、品質のみならず、採算性を強化するため、製品開発を担う当社事業部門とも連携しながら、工期短縮や工事の騒音抑制につながる工法・製品の開発も進めています。今後も素材・建材の製造・販売だけでなく、これらを活かした空間づくりまでを手掛ける大建工業グループの強みの一翼を担う事業として、一層の強化を図ってまいります。

マンションリノベーション (中古マンション買取再販)



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。



※2022年度

ビジネスモデルと強み

大建工業グループは、持続可能な素材の可能性と安全・安心・健康・快適な空間を追求する「①研究開発力」、さまざまな機能を付与した素材・建材を生み出す「②製品展開力」、幅広いプロフェッショナルな顧客と長年にわたり構築してきた「③顧客基盤」、そして素材・建材の開発から空間づくりの施工・工事までを手掛ける「④一貫体制」の4つの強みを活かし、持続的な価値創造に取り組んでいます。



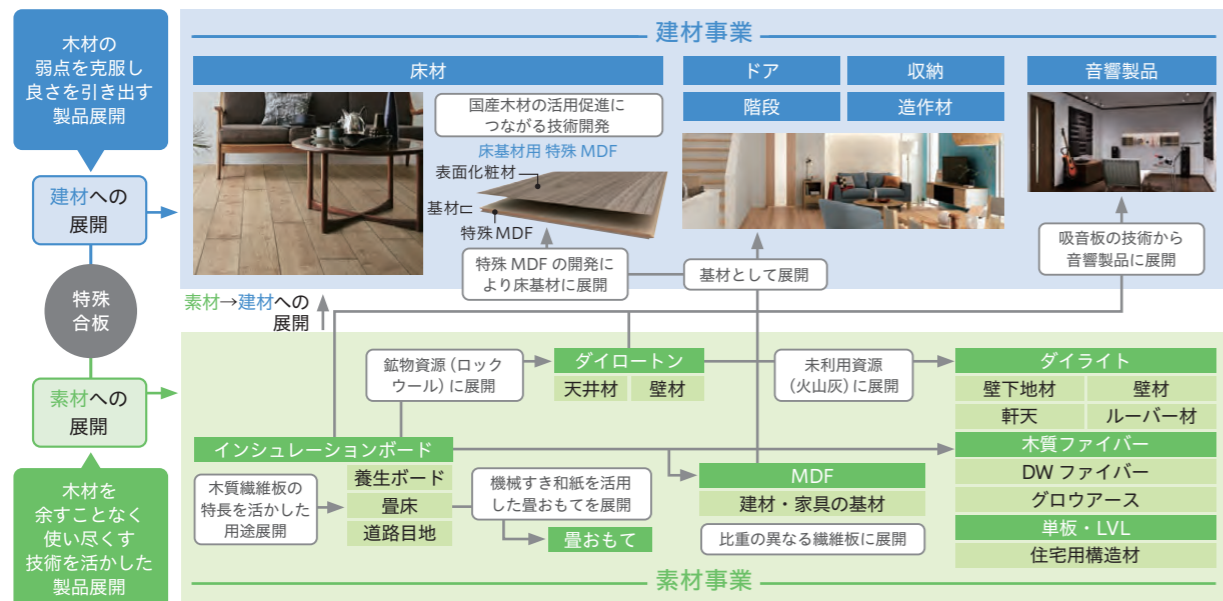
強み1 研究開発力 持続可能な素材の可能性と安全・安心・健康・快適な空間を追求

- 大建工業は、終戦直後、木材を貴重な資源として有効活用し戦後復興を通じて社会に貢献することを目指し創業しました。
- 木材を有効活用する技術として、①木材の弱点を克服し良さを引き出す、②木材を余すことなく使い尽くす、という2つの考え方を軸に研究開発を行っています。
- 木材以外への展開として、木質繊維を扱う技術を活用し、未利用の鉱物資源を活用する技術開発も進めてきました。
- さらに生み出した素材や技術を活かすフィールドとして、人々が安全・安心・健康・快適に過ごせる空間を追求する研究開発にも展開しています。



強み2 製品展開力 高性能製品で新たなスタンダードを生み出す

- 大建工業グループには、再生可能資源である木材や未利用資源であった火山灰など持続可能な資源を活用した素材を活かし、人々が日常を過ごす空間を安全・安心・健康・快適にする機能を付与した製品で、新たなスタンダードを生み出す力があります。
- 創業当時の事業である特殊合板で培った技術をベースに、木質資源から鉱物資源を活かした素材に、また素材を基材として利用しながら、さらに付加価値を高めた建材へと展開しています。
- これらの製品展開力が、変化への対応力となり、事業の持続可能性にもつながっています。



強み3 顧客基盤 プロフェッショナルな顧客との信頼関係

- 大建工業グループは、住宅・建築業界から各種メーカーまで幅広いプロフェッショナルな顧客との長年にわたる取引により、信頼関係を構築しています。
- これらの顧客から得られるニーズや情報を、品質や使いやすさといった日々の改善の取り組みに反映することはもとより、次なる素材・建材の開発、さらには研究開発にフィードバックすることで新たな価値を提供し続けています。

主要なお客様

事業主・施主・一般ユーザー					
デベロッパー	リフォーム店	工務店	ビルダー	ハウスメーカー	各種メーカー
ゼネコン	設計事務所・デザイナー	流通店			

大建工業グループ

強み4 一貫体制 素材・建材の開発から施工・工事までを手掛ける

- 素材や建材はそのままでは機能せず、性能を発揮させるには施工・工事が必要です。
- 大建工業では、素材・建材といった製品の販売だけでなく、施工・工事を担うグループ会社と連携し、オフィスビルや公共施設などの内装工事から、住宅リフォーム工事、マンションリノベーションまで3つの領域で施工・工事、空間づくりを手掛けています。
- 川上に位置する素材から建材、さらには空間づくりである施工・工事まで一貫して手掛けることにより、バリューチェーン全体で価値を提供することができます。
- 施工・工事の現場で得られたニーズを省施工製品や工法の開発につなげています。



リスクと機会・マテリアリティ

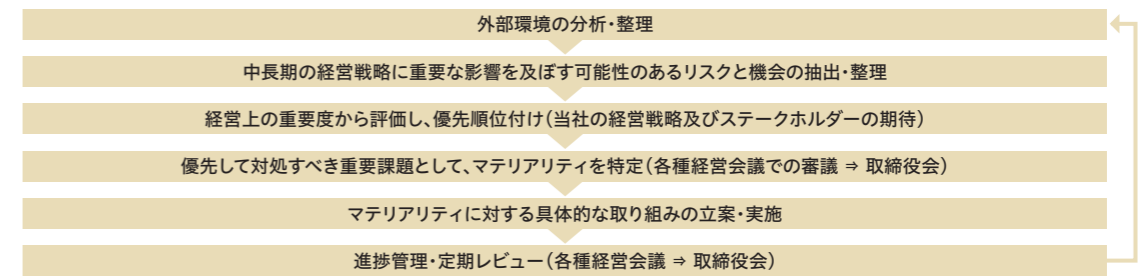
大建工業グループの中長期の経営戦略に重要な影響を及ぼす可能性のあるリスクと機会に加え、これらを踏まえて優先して対処すべき重要課題として、マテリアリティを以下のとおり特定しています。特定にあたっては、各種経営会議における審議を経て、取締役会の決議により決定しています。またマテリアリティは、中期経営計画の方針、重点施策に連動させるとともに、目標を設定した上で取り組みを進めています。

社会課題・ニーズ(外部環境・トレンド)
気候変動・温暖化 生物多様性の喪失 森林保全・伐採規制
資源の枯渇・争奪
日本政府成長戦略等 グリーン転換フォーメーション (GX) 脱炭素社会に向けた住宅循環システムの構築 デジタル転換フォーメーション (DX) 国土強靱化・次世代インフラ整備 観光立国の実現
感染症の脅威
自然災害の脅威
日本国内少子高齢化 人口減少、世帯数減少 過疎化 生産年齢人口の減少 女性の社会進出の加速
世界的な人口増
安全保障環境の変化
サステナビリティ経営への要請

リスク と 機会
脱炭素の要請
木質資源の調達難
持続可能な木質資源を活用した素材ニーズ
代替資源への転換ニーズ
高齢者や子どもも安心して過ごせる空間ニーズ
地方創生・コンパクトシティ
良質な住宅ストックの形成
レジリエントなまちづくり・再開発プロジェクト
インバウンド需要の回復
コロナ禍を契機とした新たな日常
事業活動・サプライチェーンの寸断
人財不足
多様な人財が能力を発揮する機会の拡大
建設技能者不足を補う製品・工法開発ニーズ
国内新設住宅着工戸数の減少
海外の成長市場における質の高い住環境に対する継続的な需要拡大
資源・エネルギー価格の高騰
地政学的リスクの高まり
リスクと機会に対応し企業価値を高める経営力

※「事業等のリスク」の詳細につきましては、有価証券報告書に記載しています。

リスクと機会・マテリアリティの特定プロセス



マテリアリティ
資源循環・循環型社会の実現
ニューノーマル時代のユーザーニーズ
働きやすさ、働きがい向上による多様な人財基盤

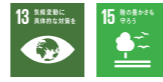
マテリアリティへの取り組み
事業を通じた価値創造 (CSV)
01 木質資源の活用によるカーボンニュートラルへの貢献 ▶ P.27-28
02 国産木材の活用促進 ▶ P.29
03 未利用資源の有効活用 ▶ P.30
04 安全・安心・健康・快適な空間づくり ▶ P.30-32
05 省施工製品及び工法の開発 ▶ P.32
環境戦略 ▶ P.51-54
人財戦略 ▶ P.55-58

事業を通じた価値創造

01

マテリアリティ「資源循環・循環型社会の実現」に向けた取り組み

木質資源の活用によるカーボンニュートラルへの貢献



木質資源のマテリアル利用を追求することで生活空間を“第2の森林”に

社会課題・ニーズ

気候変動対策がグローバルな喫緊の課題となる中、省エネや再生可能エネルギーへの転換など、温室効果ガスの排出量を削減するための取り組みに加え、CO₂を吸収し、炭素として貯蔵できる機能を持つ森林を守り育て、木質資源をマテリアルとして活用していくことの重要性がますます高まっています。

DAIKENの強みと価値創造

大建工業は、木材を貴重な資源として有効活用し、社会に貢献することを目指し創業しました。創業以来、木材の弱点を克服し良さを引き出す技術や、木材を余すことなく使い尽くす技術を磨き、さまざまな機能を付与した素材・建材を開発してきました。木はその成長過程でCO₂を吸収、炭素として固定し、また、マテリアルとして利用し続けることで炭素を貯蔵し続ける働きがあります。木材は再生可能な資源であることから、森林を適切に管理し、利用し続けるサイクルをつくりあげることにより、持続可能な社会の実現やカーボンニュートラルに貢献することができます。①適切に管理された木材の活用、②森林を守るための木材の活用、③余すことのない木材の活用、の3つの視点で持続可能な木質資源の活用を追求していくことで、社会的・経済的な価値を創出し続けていきます。

CO₂ C 炭素として固定・貯蔵

CO₂



※2022年度 林野庁「建築物に利用した木材に係る炭素貯蔵量の表示に関するガイドライン」の計算方法に準じて算出

事業を通じた価値創造

02

マテリアリティ「資源循環・循環型社会の実現」に向けた取り組み
国産木材の活用促進



社会課題・ニーズ

日本は国土の約3分の2が森林で覆われる世界有数の森林大国です。CO₂の吸収や土砂災害防止など、さまざまな機能を果たす森林を健全に育てるため、国産木材の積極活用が求められており、政府は2025年までに木材自給率を50%に高めることを目指しています。

耐久性に優れた特殊 MDF で国産木材の活用を促進

DAIKENの強みと価値創造 ①

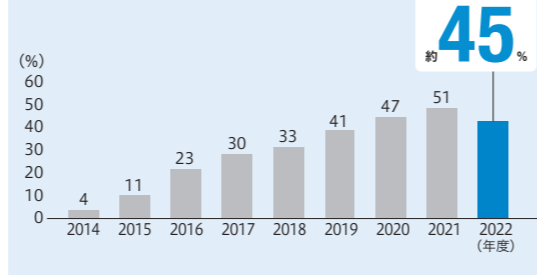
床材のトップメーカーとして培ったノウハウと、耐久性や表面の平滑性に優れた DAIKEN 独自の MDF の技術を活かし、国産木材を用いた床基材の開発を進め、その後も改良を重ねてきました。2022年度は、世界的に木材調達環境が悪化する中、植林木と国産木材の調達バランスの見直しを行うことで製品の安定供給に努めたため、国産木材の利用率が45%に減少する結果となりましたが、引き続き国産木材の魅力を引き出す製品開発を進め、活用促進を図っていきます。

国産木材を用いた
床基材の断面イメージ



DAIKEN 独自の特殊 MDF
国産木材の合板

床基材における国産木材の利用率



木材硬化技術で国産木材の活用シーンを拡大

DAIKENの強みと価値創造 ②

木材組織にプラスチックを注入・充填して硬化させる DAIKEN 独自の WPC*技術により、国産天然木を表面化粧材に用いた、優れた表面硬度を持つ床材の提供が可能になりました。国産樹種の多くは軟らかい材質であるため、床材として使用するには耐久性が低いことが課題でしたが、この技術を活かし、地域材活用のニーズにも応えながら、国産木材の活用の幅を広げていきます。

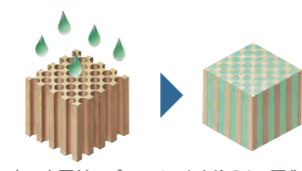
※ WPC: Wood Plastics Combination の略

WPC 技術による
地域材製品化実績
28

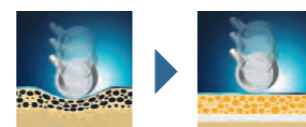
都道府県



WPC 床材



床の表面材にプラスチックを注入し、硬化



プラスチックの充填により、凹みや傷に強さを発揮

木質素材の新たな用途展開

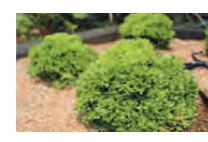
DAIKENの強みと価値創造 ③

国産木材の新たな可能性を模索する中で、木質繊維として活用するとの着想のもと、製材端材を解繊処理して植物の生育促進効果のあるフルボ酸を添加した土壌改良材「DW ファイバー」や、木材から植物の生育を阻害する要因物質を無害化し、最適な栽培環境を整えることができる木質培地「グロウアース」を開発しました。これらの製品は、森林から切り出された木が培地となり、次なる植物の生育を助け、再び土に還るという資源循環を実現するとともに、土木・造園分野や農業・園芸資材分野に展開することで、国産木材の新たな用途展開にもつながっています。

グロウアース



木質培地「グロウアース」



菜園での使用事例



GLOW EARTH

DW ファイバー



土壌改良材「DW ファイバー」



DW ファイバーによる斜面の緑化事例

03

マテリアリティ「資源循環・循環型社会の実現」に向けた取り組み
未利用資源の有効活用



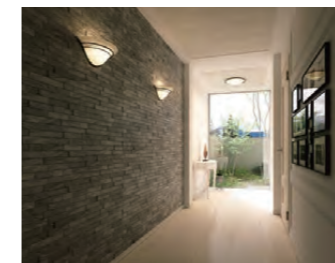
社会課題・ニーズ

日々の生活がより便利で豊かになる一方で、地球上の限りある資源やエネルギーは大量に消費され、天然資源の枯渇が懸念されています。これらの課題に対応するためには、再生産可能な資源や未利用資源の有効活用、廃棄物の削減など、持続可能な生産と消費の追求が不可欠となっています。

耐久性に優れた不燃素材による未利用資源の活用拡大

DAIKENの強みと価値創造

未利用資源であるシラス(火山灰)を主原料に用いて、従来の無機質素材では実現できなかった、軽量、高強度、防耐火などの性能を備えた世界初の新素材「ダイライト」を開発し、1997年から発売を開始しました。「ダイライト」は当初、住宅の強度を高める耐力面材が中心でしたが、現在は不燃性と意匠性を兼ね備えた壁材やルーバー材としても提案を行っています。未利用資源に価値を見だし、用途を拡大することで持続可能な社会の実現に貢献しています。



ダイライト基材の深彫調不燃壁材
「グラビオエッジ」



ダイライト基材の不燃造作材
「グラビオルーパー」



自然界に存在する未利用資源「シラス」



04

マテリアリティ「ニューノーマル時代のユーザーニーズ」の充足に向けた取り組み
安全・安心・健康・快適な空間づくり



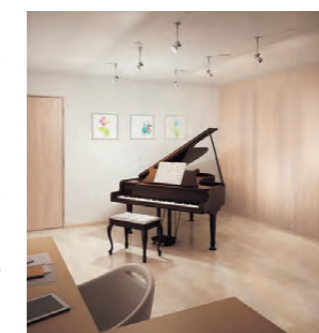
生活空間の音環境改善

社会課題・ニーズ

時代の変遷とともに日常生活の中での音に関する課題が多様化しています。特にコロナ禍では在宅勤務やウェブ会議の増加により音漏れや反響防止などに対するニーズが急速に高まりました。

DAIKENの強みと価値創造 ①

生活空間の快適さを追求する中で、1980年代から音響製品を手掛け、さまざまな音の課題に向き合ってきました。以来、40年にわたる技術とノウハウの蓄積により、遮音、吸音機能を持つ製品開発にとどまらず、最適な音環境を実現するための空間提案を行っています。昨今は、オフィスや店舗、医療施設などでも、音に関する新たな課題が顕在化していることを受け、各施設のニーズに応じた製品ラインアップの拡充を図っています。快適性を大きく左右する音の課題の解決を通じて、より心地よい生活空間を実現していきます。



楽器演奏に対応した防音室



防音室用天井材「オトテン」

事業を通じた価値創造

高齢者と一緒に安心して暮らせる空間づくり

社会課題・ニーズ

先進国の中でも急速に高齢化が進んでいる日本では、4人に1人が65歳以上という超高齢社会を迎えています。老老介護の社会問題化も懸念される中、年齢を重ねても安心して暮らせる生活空間が求められています。

DAIKENの強みと価値創造 ②

これまでに培ってきた住空間の発想や技術を製品開発に活かし、高齢者の方だけでなく、家族や介助に携わる方も含めたすべての利用者の視点に立ったものづくりに取り組んできました。近年は、高齢者施設や在宅介護に配慮した住宅など、施設ごとに異なるニーズにきめ細かく対応できる仕組みを整えるとともに、安全性や機能性を兼ね備えた多彩な製品ラインアップを展開しています。



高齢者の方の暮らしやすさ住空間向け建材「おもいやりシリーズ」採用事例



高齢者との暮らしに配慮した業界初の開閉機構を採用した「ひきドア」

子どもたちが安全に過ごせる空間づくり

社会課題・ニーズ

女性の社会進出の増加に伴い、ますます重要性の高まる保育施設においては、施設が不足する待機児童問題に加え、より安全性の高い施設づくりや保育士の方々の負担軽減への対応も急がれています。

DAIKENの強みと価値創造 ③

保育施設の中でも特にけがのリスクが高いドアまわりに求められる性能を徹底的に考え、これまでの住宅や高齢者施設向けのドアづくりで培ったノウハウを活かしながら、幼稚園・保育施設に特化した「おもいやりキッズドア」を開発しました。安全性や快適性の向上、さらには保育士の負担軽減に向け、保育施設に求められるさまざまな課題解決を独自の技術と多彩な製品でサポートしていきます。



おもいやりキッズドア
子どもたちの安全に配慮したドア



『キッズデザイン賞』受賞
※「子どもたちを産み育てやすいデザイン部門」
天井吸音パネル「KIN TONE(キントーン)」

耐震化・防災強化

社会課題・ニーズ

東日本大震災をはじめ、これまで幾度となく地震による被害を受けてきました。今後も南海トラフ地震などの巨大地震が高い確率で発生すると予測されており、政府も耐震化率の目標を掲げ、住宅や建築物の耐震化や防災強化を後押ししています。

DAIKENの強みと価値創造 ④

これまで、鉱物繊維や未利用資源のシラス(火山灰)を主原料とする無機系の木造住宅用耐力面材「ダイライト」の開発により、日本の木造住宅の耐震性能向上に貢献してきました。また、耐力面材だけでなく、ダイライトが持つ特長を活かし、不燃性や防火性に優れた製品ラインアップを多数展開することで、防災強化も推進しています。当社の独自基材により、木造住宅や公共・商業建築物など、さまざまな生活空間の安全性向上を図っていきます。

ダイライト採用戸数(累計) ※当社推計

約100万戸(2022年3月末時点) → 約105万戸(2023年3月末時点)



耐力面材ダイライトMS

抗ウイルス製品の拡充

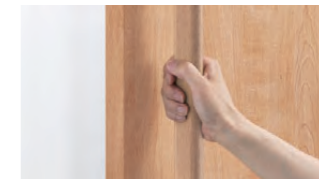
社会課題・ニーズ

世界的な感染症の流行に伴い、健康や清潔な環境に対する意識が急速に高まっており、住空間や人々が集まる公共空間における衛生対策や安全性に対するニーズが広がっています。

DAIKENの強みと価値創造 ⑤

2009年の新型インフルエンザの流行をきっかけに抗ウイルス機能に着目し、2011年に開発に着手。翌年、抗ウイルス機能「ビオタスク[®]」として業界に先駆けて実用化しました。コロナ禍のニーズに対応し、抗ウイルス機能を付与した製品バリエーションを拡充するとともに、抗ウイルスのメカニズムから見直し、ウイルスへの脅威低減に貢献することを目指す取り組みも進めています。

※ビオタスク:抗ウイルス機能に対する当社独自の名称(当社登録商標)



抗ウイルス機能を付与した製品



R&Dセンター 微生物測定室

緑あふれるコミュニケーションスペースの創出

社会課題・ニーズ

コロナ禍によるライフスタイルの変化に伴い、屋外で密を避けながら楽しめる家庭菜園が注目される中、都心部では貸し農園などが不足している状況にあります。また、空きスペースを活用した屋上菜園なども広がりを見せているものの、使用する土の重量が重く、建物の耐荷重制限などから、導入できる物件に限られるという課題がありました。

DAIKENの強みと価値創造 ⑥

土壌と比べて軽量で、手が汚れにくく、燃えるゴミとして廃棄できる手軽さが魅力の国産木質培地「グロウアース」を使用し、ビルの屋上などで手軽に野菜が栽培できる菜園システム「みんなのエコ菜園」の提案を、2023年4月から開始しました。「都市部で手軽に植物を育てる」という「コト」提案を通じて、人が集まり、緑あふれる開放的なコミュニケーションスペースの創出を目指します。



屋上菜園(イメージ)



国産木質培地「グロウアース」

05

マテリアリティ「ニューノーマル時代のユーザーニーズ」の充足に向けた取り組み

省施工製品及び工法の開発



省力化工法の開発により天井耐震化に貢献

社会課題・ニーズ

建設業界における人手不足が深刻化しています。一方で東日本大震災後の建築基準法改正では、大型公共建築物などの天井に、より高い耐震性能が求められる中、一般的な在来天井の耐震化には大きな施工手間がかかるという課題がありました。

DAIKENの強みと価値創造

東日本大震災以降、特に、大型公共建築物等の天井耐震化のニーズに応えるため、省施工・短工期で耐震化が可能な独自の天井工法「ダイケンハイブリッド天井」を開発しました。この工法により、在来天井を耐震化する場合に比べ、約25%の施工手間を削減することが可能となりました。さらに、災害時には避難経路となる廊下専用の天井システム「マモローカ」も開発しました。天井に限らず、リフォーム用建材などでも新たな工法の開発という切り口で、さらなる省施工の実現を目指していきます。

在来天井の耐震化と比較したダイケンハイブリッド天井の施工手間削減率 ※当社推計

約25%



ダイケンハイブリッド天井

長期ビジョン「GP25」

2015年、大建工業グループは創立70周年を迎えるにあたり、10年後の2025年を目指した長期ビジョン「GP25 (Grow / Glow Plan 25)」を策定しました。

長期ビジョン「GP25」では、既存事業の深耕と拡大、新たな市場拡大を通じて、これまでの「住宅用建材メーカー」から「建築資材の総合企業」へと成長することをめざす姿(企業像)として掲げています。また、その実現に向けたロードマップとして、3ステップの中期経営計画を設定し、事業活動を展開しています。

2025年 長期ビジョン 「GP25」 Grow / Glow Plan 25



存在意義・志

- 1 限りある資源の有効活用を通じて持続可能な社会の実現に貢献する
- 2 より快適・安心な空間づくりを通じて人々の心を豊かにする

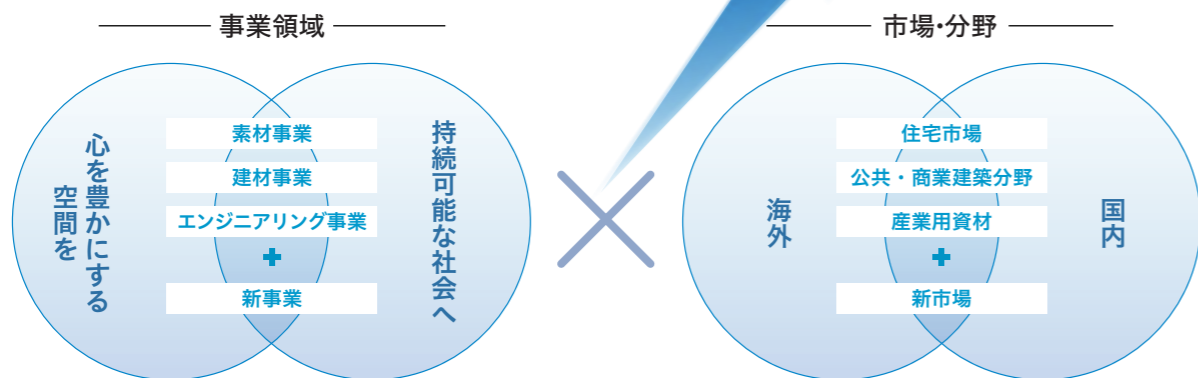
2025年のありたい姿

- 1 木材などの持続可能な資源を活用した素材の開発・グローバル市場への普及を通じて、循環型社会に貢献する
- 2 ニューノーマル時代のユーザーニーズを捉えたソリューション提案により、誰もが安全・安心・健康・快適な空間を創出する
- 3 挑戦を支える仕組みを確立し、挑戦を称賛する風土が醸成され、新たな事業領域への挑戦が進んでいる
- 4 多様性のある人材が働きやすく、働きがいのある職場環境を実現するとともに、公正・透明な経営が持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を支えている

長期ビジョン「GP25」で目指す事業領域と市場・分野

現在の「住宅用建材のメーカー」という姿から、

- 建材だけでなく、建材に使用する素材の供給から施工・工事まで手掛ける
- 住宅だけでなく、公共・商業建築分野、産業資材分野まで幅広く展開する
- 国内だけでなく、海外に展開する



長期ビジョン「GP25」のアップデート

中期経営計画「GP25 3rd Stage」の策定にあたり、2025年以降の事業環境の変化やマテリアリティの再確認を踏まえ、2025年のありたい姿をアップデートしました。

長期ビジョン実現に向けた中期経営計画

2025年 長期ビジョン「GP25」 実現に向けて

2022～2025年度

GP25 3rd Stage

「建築資材の総合企業」としての姿を確立する

サステナビリティを経営の軸として、事業を通じた社会課題解決の追求をもとに成長戦略を実行し、「建築資材の総合企業」としての姿を確立する

2019～2021年度

GP25 2nd Stage

「建築資材の総合企業」に向け成長戦略を加速させる

2016～2018年度

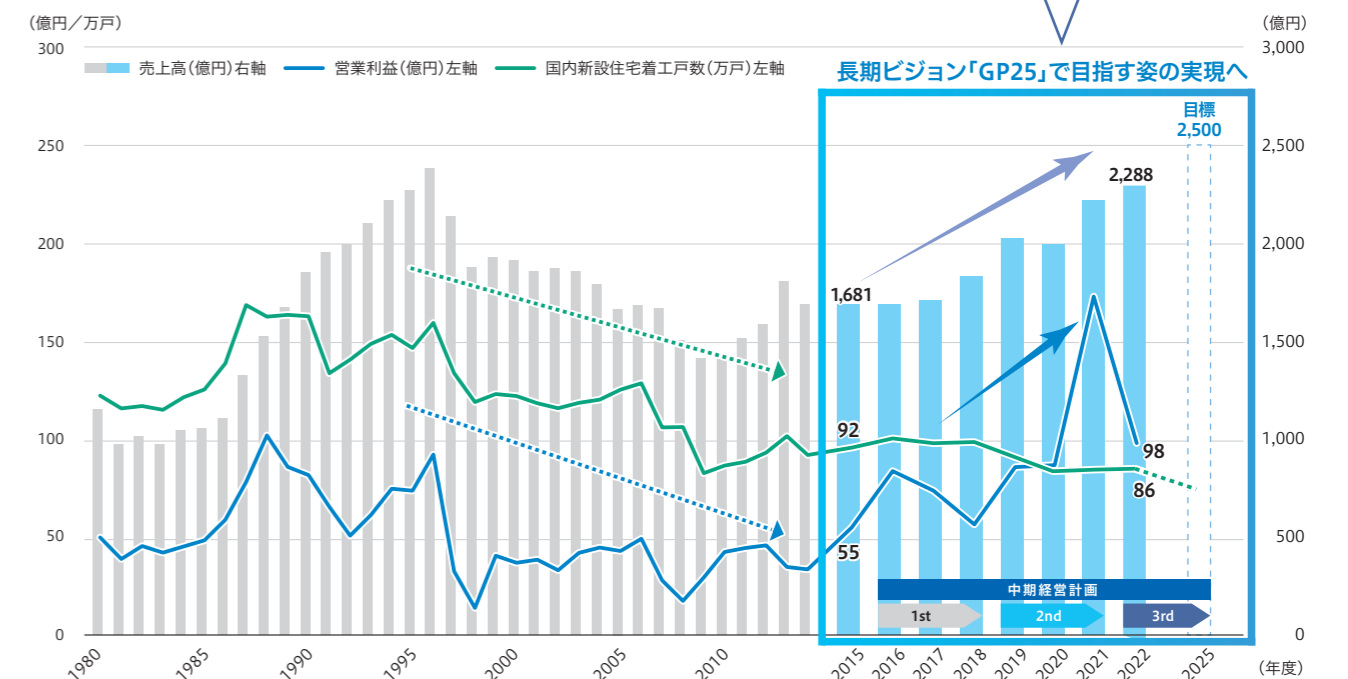
GP25 1st Stage

「建築資材の総合企業」への第一歩を踏み出す

長期ビジョン「GP25」で目指す成長軌道

今後、日本国内の新設住宅着工戸数の減少が見込まれる中、新築住宅市場でのシェアアップに加え、注力市場と位置付ける「海外市場」「公共・商業建築分野」「住宅リフォーム・リノベーション市場」の拡大を目指しています。これら注力市場に経営資源を積極的に投入することで、国内の新設住宅着工戸数が減少する中でも、成長し続ける企業への変革を進めていきます。

国内新設住宅着工戸数が減少する中でも、成長し続ける企業へ



長期ビジョンの実現に向けた中期経営計画の進捗

2016年度からスタートした中期経営計画「GP25 1st Stage」(2016~2018年度)では、“建築資材の総合企業への第一歩を踏み出す”ため、既存事業の深耕を図るとともに、成長の鍵となる新規事業の基盤づくりに着手。2019年度からスタートした「GP25 2nd Stage」(2019~2021年度)では、“建築資材の総合企業に向け成長戦略を加速させる”ステップと位置付け、海外市場を中心とする積極投資の実行や、国内の事業ポートフォリオの見直し、経営基盤の強化などを進めました。

中期経営計画「GP25 1st Stage」(2016~2018年度) 「建築資材の総合企業」への第一歩を踏み出す

基本方針

- 既存事業の深耕を図るとともに、成長の鍵となる新規事業の基盤づくりを行う
- エコ素材、省エネルギー、国産木材活用など、環境関連技術の開発を積極的に進める
- 重点市場と位置付ける公共・商業建築分野、海外市場に積極的に経営資源を投入する
- メーカー×エンジニアリングのシナジー効果を最大限に発揮し、稼ぐ力を高める
- 社員が活き活きと活躍できる職場環境のもと、将来を担う人材を育成する
- ダイバーシティを経営戦略の一つとして位置付け、多様な人材が発揮する能力を成長エンジンとする
- ガバナンスを強化し、中長期的な企業価値向上を図る

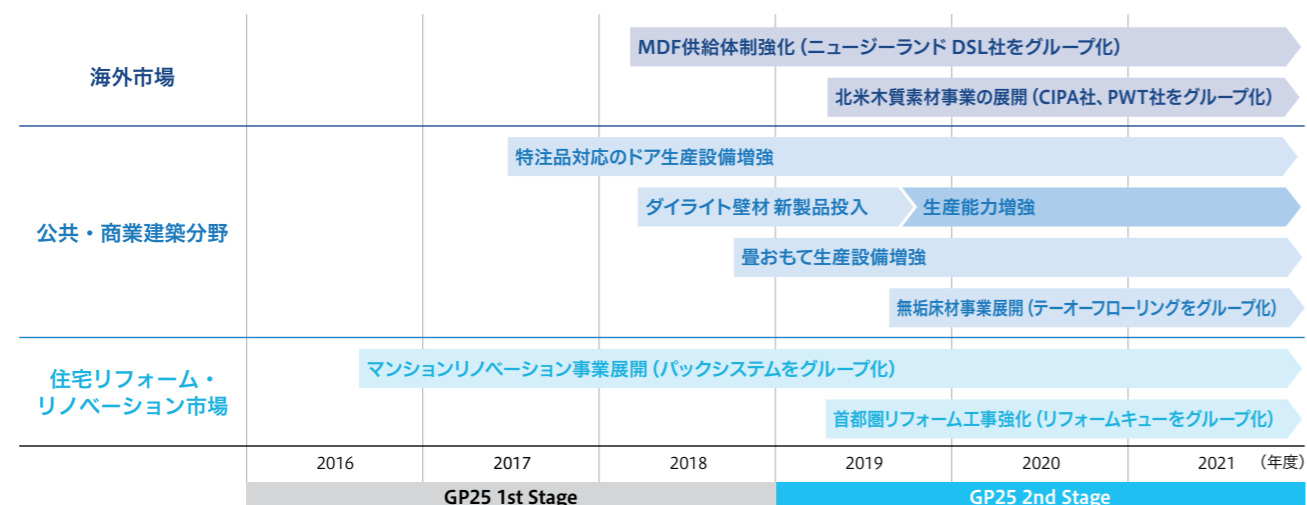
経営目標に対する実績

	ベンチマーク		実績		目標
	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2018年度
売上高	1,681	1,688	1,705	1,829	1,800
営業利益	55	85	75	57	70
経常利益	52	90	87	68	70
親会社株主に帰属する当期純利益	39	51	58	44	43
ROE	9.8%	11.7%	11.7%	7.8%	8%
配当性向	30.4%	30.1%	30.3%	42.4%	30%以上

成果と課題

- 経営目標に対しては、売上高、純利益で目標を達成しました。
- 営業利益については、前3カ年から収益性を高め、2年連続で目標を達成できましたが、原材料調達及び受発注システムのトラブルにより、最終年度では目標達成とならず、事業インフラ再構築に課題が残る結果となりました。
- 素材事業の海外展開強化のためのM&A、大規模な新製品投入による公共・商業建築分野向けの製品ラインアップの拡充、R&Dセンター開設、バイオマスボイラー増設など積極投資を行い、次なる成長のための施策を着実に実行しました。
- 株主還元については、配当性向30%以上の方針に従い、充実を図りました。

注力3市場での拡大に向けた主な投資



中期経営計画「GP25 2nd Stage」(2019~2021年度)

「建築資材の総合企業」に向け成長戦略を加速させる

基本方針

強靱な経営基盤のもと、事業を通じた社会課題解決を追求することで、「建築資材の総合企業」に向けた成長戦略を加速させる

I. 成長戦略の加速

- 国内：事業（市場）ポートフォリオの見直し
- 海外：積極投資による事業拡大、新たな市場への進出

II. 経営基盤の強化

- 1 財務基盤の最適化
- 2 強く、柔軟な事業インフラの再構築
- 3 ESG経営の実践

経営目標に対する実績

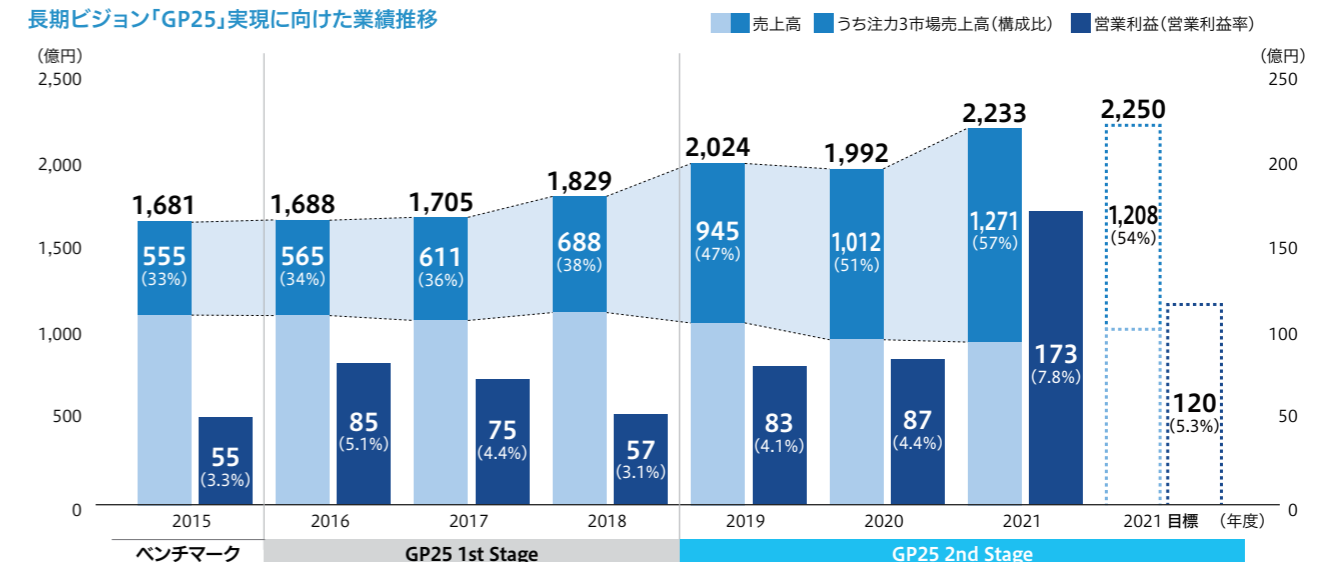
	実績			目標			
	2019年度	2020年度	2021年度	2021年度			
I. 成長戦略の加速	売上高	2,024	1,992	2,233	2,250		
	営業利益	83	87	173	120		
	営業利益率	4.1%	4.4%	7.8%	5.3%		
	親会社株主に帰属する当期純利益	54	56	78	70		
II. 経営基盤の強化	財務	効率性	ROE	9.5%	9.1%	10.9%	10%
		ROA	5.5%	5.8%	10.5%	7%	
	健全性	自己資本比率	32.7%	39.4%	41.7%	40%	
	株主還元	配当性向	33.4%	32.4%	33.1%	30%以上	
	非財務	E	CO ₂ 国内総排出量 ^{※1}	△28%	△35%	△36%	△26%
		S	ダイバーシティ総合指数 ^{※2}	+19pt	+19pt	+30pt	+20pt
			品質に関する重大な事故・違反	1件	1件	0件	0件
		G	グループ企業理念浸透度 ^{※3}	+4pt	—	+5pt	+10pt

※1: 2013年度比 ※2: 女性管理職比率などダイバーシティ8項目を指数化した当社独自指標(2018年度比) ※3: グループ企業理念に関する従業員の理解・共有・実践を指数化した当社独自指標(2017年度比)

成果と課題

- 成長ドライバーと位置付ける海外市場での拡大に向け、2019年度にM&Aによりグループ化した北米2社での木質素材事業が全体の業績を大きく牽引し、利益目標や財務指標など、売上高を除く経営目標をすべて達成しました。
- 海外市場での拡大が進む一方、国内ではコロナ禍による影響を受け、宿泊施設・商業施設等の建設需要が急減し、公共・商業建築分野での拡大目標は未達となりました。
- 2021年度の後半にかけて、国内での想定を上回る受注増に海上輸送の混乱による原材料の入荷遅れが重なり、建材事業の一部製品で納期遅延が発生。受注制限を行わざるを得ない状況となり、サプライチェーン全体のBCPに課題が残る結果となりました。
- 非財務の目標に対しては、事業活動と連動した再生可能エネルギーの活用により、CO₂国内総排出量の削減目標を達成したことに加え、当社独自指標であるダイバーシティ総合指数について、男性の育児休業の取得促進などにより、当初目標を大幅に上回り達成することができました。

長期ビジョン「GP25」実現に向けた業績推移



中期経営計画「GP25 3rd Stage」の進捗

基本方針

I. 成長戦略の実行 ～社会課題解決の鍵（CSV）～

循環型社会への貢献

循環管理された木材資源・廃棄物を活用した素材の開発、用途開拓によりグローバル市場への展開を加速させる

ニューノーマル時代のユーザーニーズの充足

あらゆる空間において、より高まった安全・安心・健康・快適を求めるユーザーニーズに対し、多様な製品（素材・建材）、空間評価・分析機能、施工機能を有する強みを活かしたソリューション提案力を強化する

II. サステナビリティを軸とした経営基盤の強化

人財基盤

- 多様な人財が活躍できる職場環境・風土づくり
- 成長を支え、変化に対応できる人財育成
- 挑戦を称賛、支える制度・仕組みの確立
- バランスの取れた人財基盤の構築

事業基盤

- サプライチェーンにおける環境負荷低減とリスクマネジメントの両立
- 強く柔軟な事業インフラの再構築
- 事業ポートフォリオの最適化（選択と集中）
- 提供価値の根源である品質の徹底
- 攻め/守りのデジタル戦略
- 効率的、最適な物流体制の構築

財務基盤

- 成長のための積極的な投資
- 成長を支える強固な財務基盤の構築

ガバナンス

- 企業価値の向上を支える公正で透明性の高い経営
- 情報発信の強化と対話の充実によるステークホルダーエンゲージメントの向上

中期経営計画「GP25 3rd Stage」戦略のサマリー

※米国PWT社異動に伴う売上減212億円除く場合

市場	国内市場				海外市場
	国内新築住宅市場	住宅リフォーム・リノベーション市場	公共・商業建築分野	産業資材分野	
	収益基盤の確保（新築住宅でのシェアアップ、ストック、非住宅ヘシフト、素材の用途開拓）				成長ドライバー
市場別売上高	売上高 2,233 → 2,500億円（+266億円）↑【+478億円】*↑				
構成比	+51億円↑	+69億円↑	+138億円↑	+72億円↑	△56億円↓ 【+156億円】*↑
構成比	34 → 32%	15 → 16%	10 → 15%	9 → 11%	32 → 27%
市場環境	国内新設住宅着工の漸減トレンド 在宅勤務・リモートワークの浸透	中古流通、マンションリノベーションの活性化	オフィス空間のあり方の変化 再開発プロジェクト インバウンド需要の回復	新規・代替用途開拓 (合板、プラスチックから木質繊維板へ)	米国 中長期の底堅い住宅需要 東南アジア 回復・成長
成長戦略の実行 事業別売上高	建材事業 ニューノーマル時代のユーザーニーズに対応した機能製品によるシェアアップ リモートワーク対応、音環境改善、抗ウイルス機能等 省施工製品拡充 温熱環境改善提案 首都圏でのマンションリノベーションの拡大 再開発プロジェクトでの内装工事の拡大 エンジニアリング事業				素材事業 北米 キャパシティ拡大 販路を活用した新商材投入検討 素材事業 MDF 構造改革・キャパシティ拡大 高付加価値製品の比率向上
	素材事業 +38億円↑ 【+250億円】*↑ 建材事業 +120億円↑ エンジニアリング事業 +132億円↑	素材事業 国内 代替需要の獲得・キャパシティ拡大・新素材開発 建材事業 欧州・アジアへの供給拡大			
経営基盤の強化	物流体制の最適化 グループ間連携強化・生産体制の最適化 デジタル技術を活用した業務効率化・生産性向上、基幹システムの再構築 原材料のサステナビリティ追求 / 脱ラワン材(南洋材天然木)への取り組み サプライチェーンにおける温室効果ガス排出量削減 ダイバーシティ、柔軟な働き方の推進 営業体制・人員の最適化(注力市場へのシフト) / 注力市場強化プログラム 成長・基盤強化投資、財務の健全性、株主還元を最適化するキャッシュアロケーション				

経営目標

I. 成長戦略の実行

(億円)

	GP25 2nd Stage	GP25 3rd Stage		
	2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 予想	2025年度 目標
売上高	2,233	2,288	2,350	2,500
国内市場	1,512	1,641	1,800	1,835
海外市場	721	646	550	665
営業利益	173	98	80	150
営業利益率	7.8%	4.3%	3.4%	6%
親会社株主に帰属する当期純利益	78	103	60	100

II. 経営基盤の強化

財務

		GP25 2nd Stage	GP25 3rd Stage		
		2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 予想	2025年度 目標
資本効率性	ROE	10.9%	12.9%	7.1%	10%以上
	ROIC	11.1%	6.1%	-	8%以上
財務健全性	自己資本比率	41.7%	45.0%	-	40%以上
	D/E レシオ	0.37倍	0.36倍	-	0.5倍以下
株主還元	配当性向	33.1%	27.8%	52.1%	35%
	DOE (自己資本配当率)	3.6%	3.6%	3.7%	3.5%

非財務

		GP25 2nd Stage	GP25 3rd Stage		
		2021年度 実績	2022年度 実績	2025年度 目標	
E	温室効果ガス国内外総排出量*1		△36%	△4.0%	△10%
	ダイバーシティ総合指数*2		+30pt	+18.3pt	+30pt
S	品質に関する重大事故・違反*3		0件	0件	0件
	従業員満足度*4		54.6pt	54.4pt	60pt
G	重大コンプライアンス違反*3		0件	1件	0件

*1: 2021年度実績は国内外総排出量(Scope1+2)の2013年度比。2022年度実績、2025年度目標は国内外総排出量(Scope1+2)の2021年度比
 *2: 女性管理職比率などダイバーシティ関連項目を指数化した当社独自指標。2021年度実績は2018年度比、2022年度実績、2025年度目標は2021年度比。2022年度からの中期経営計画「GP25 3rd Stage」スタートにあたり、「ダイバーシティ総合指数3rd Stage」として、算出方法に係る7項目を再設定
 *3: 中期経営計画期間 *4: 従業員のやりがい、職場の働きやすさなどを評価軸とした調査に基づく当社独自指標

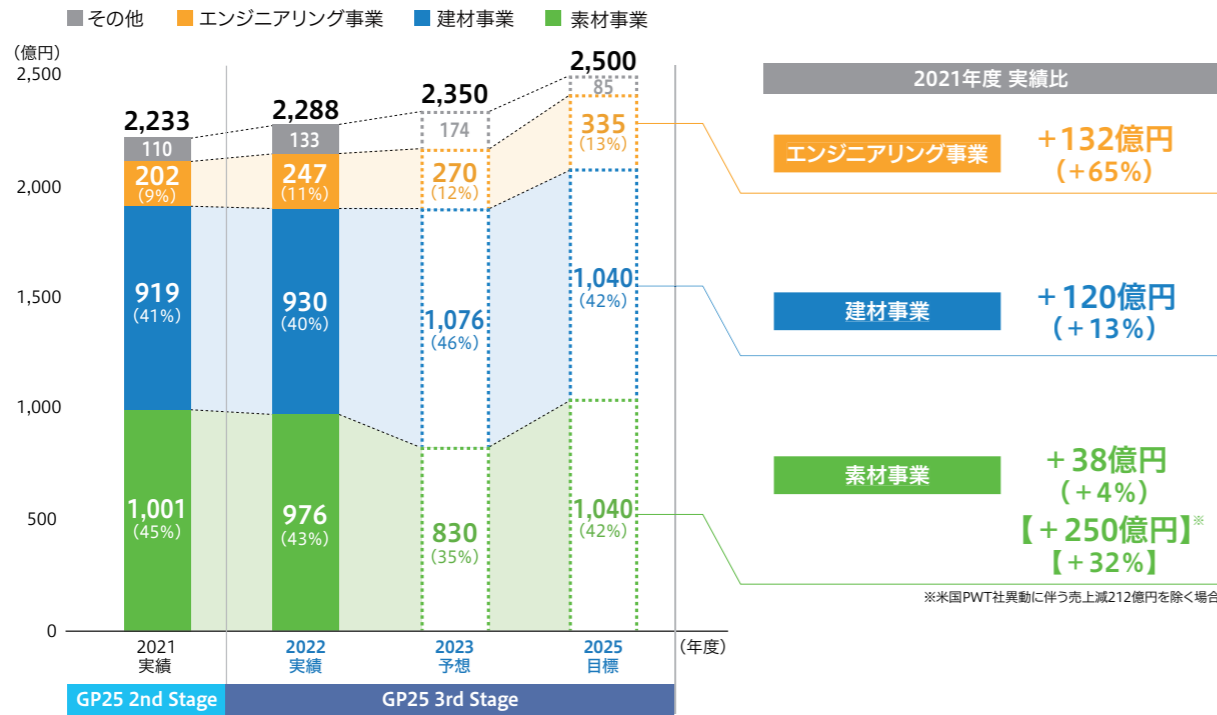
2022年度の成果と課題

- MDFの販売価格改定や内装工事の需要回復などにより、売上高については過去最高となり、子会社の持分変動に伴う特別利益を計上したことから親会社株主に帰属する当期純利益についても過去最高を記録しました。
- 一方で、営業利益については、原材料等のコストアップの影響が大きく、売価転嫁を進めたものの吸収するには至らず、減益となりました。
- 他社共創による新製品開発や、菜園システム「みんなのエコ菜園」の新規立ち上げなど、一部で進捗はあったものの、急激なコストアップへの対応など、終始、後追いの行動、守りの行動を強いられたため、素材の新規用途開発や新規顧客開拓、新規プロモーション展開など、“新規”への取り組みに遅れが生じました。
- 非財務目標の進捗については、当社関係会社である三恵株式会社において、内装工事に係る施工管理業務の建設業法違反行為により、大阪府から行政処分を受けるとの、重大コンプライアンス違反事案1件が発覚しました。今回の事態を厳重に受け止め、同様の事態を二度と発生させないよう、チェック体制を強化するとともに、コンプライアンス教育のさらなる徹底を図り、グループ全体で再発防止に取り組んでまいります。

事業別・市場別戦略

事業別戦略及び進捗

事業別売上実績と目標



事業別戦略

素材事業

- 持続可能な資源を活用した素材開発と販売拡大を通じ、グローバル市場での社会課題解決に貢献
- 収益性改善に向けた事業構造改革の実行

価値創造

- 素材の可能性を拓く用途開拓及びサステナビリティ視点での代替需要の獲得
- 不燃製品、畳用資材等の公共・商業建築分野向けの製品力強化と販売拡大

- 事業拡大を目的とする増資に伴い、PWT社が連結子会社から持分法適用関連会社となる
- MDFグループ4工場での事業構造改革を推進
- 環境配慮型MDFの開発推進
- インシュレーションボードやMDFなど、木質素材の新規用途展開の推進
- ルーバー材、軒天井を含むダイライト基材の不燃化粧材の拡販

建材事業

- ニューノーマル時代のユーザーニーズに応える機能建材の拡充と提案力強化
- デジタル技術を活用した生産性向上と業務効率化による収益性の改善

価値創造

- 「誰もが安全・安心・健康・快適な空間」を創出する機能建材の開発推進
- 音環境、温熱環境など空間の性能測定と評価を通じた機能建材を活かすソリューション提案の強化

- 衛生面に配慮した製品や、デザイントレンドを先取りした製品の発売
- 事業開始40周年を迎えた音響製品の提案強化
- BCPの観点及び品番削減による効率化のため、一部製品シリーズの構成見直し
- 新規サプライヤーの立ち上げなど、木質原材料を中心に調達マネジメント強化

エンジニアリング事業

- 素材・建材事業製品と工事機能とのシナジーの追求
- ニューノーマル時代の空間ニーズに対応した工事領域の拡大

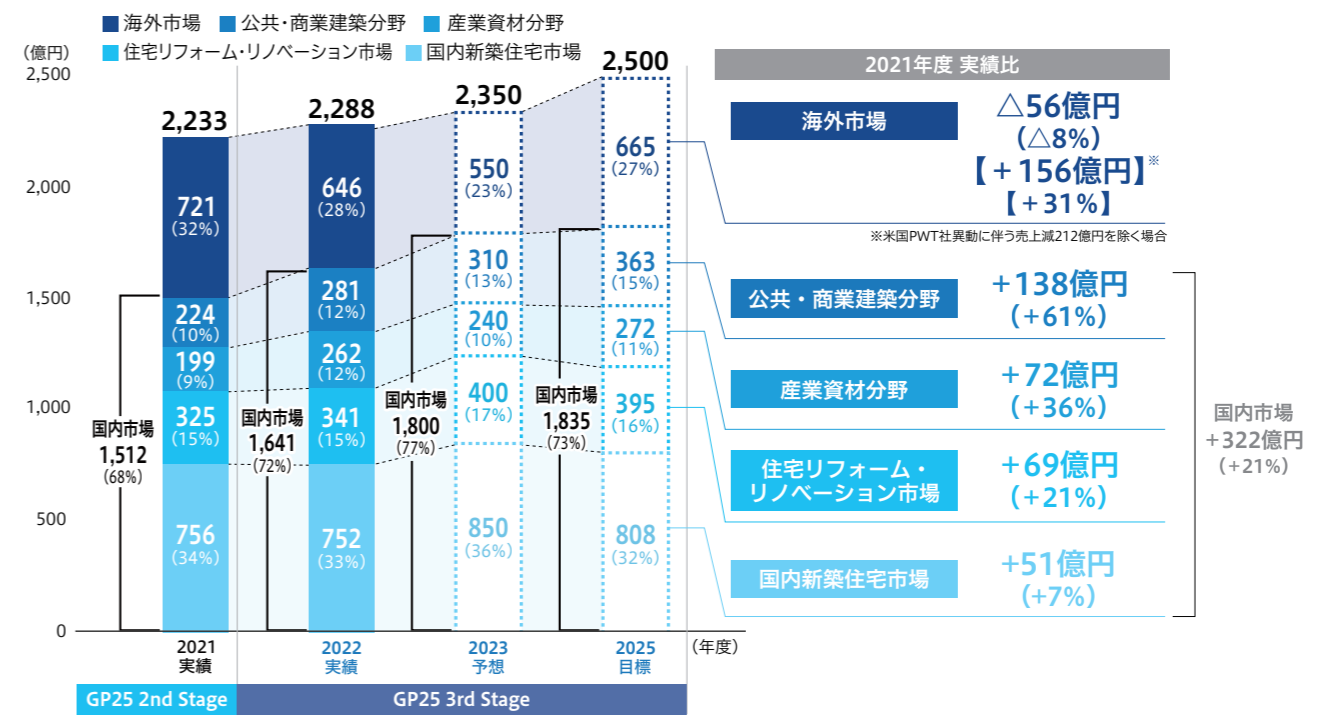
価値創造

- グループの製品力を活かした音環境・温熱環境などの改善による新たな空間価値を提供するため、工事領域の拡大、技術力向上を進め、材工一貫受注体制を強化
- 工事ネットワークを活用し、短工期、省施工などの工事ニーズを取り込んだ工法開発、製品開発の支援

- 首都圏エリアでのリフォーム・マンションリノベーションの売上拡大及び収益性向上
- 大都市圏を中心に各種再開発プロジェクトの再開などにより、内装工事の受注拡大
- 収益性改善に向け防音工事の提案強化、幼保施設などで受注拡大

市場別戦略及び進捗

市場別売上実績と目標



市場別戦略

海外市場

- 持続可能な資源を活用した素材・建材製品の普及を通じ、海外市場の深耕を加速

- コスト高騰に対するMDFのタイムリーな売価転嫁
- 北米市場向け新規木質素材展開に向けた市場調査実施
- インドネシア工場製ドアのヨーロッパ市場への販路拡大
- 木質原料の調達安定化に向けた取り組み推進

公共・商業建築分野

- ニューノーマル時代のユーザーニーズに応える機能建材の拡充と提案力強化による成長加速

- 他社共創による新製品や新たな提案方法の開発推進
- デジタルツールやインサイドセールス、提案会などを活用した顧客との接点獲得
- 不燃、音響製品、畳資材、地域材活用床材など、機能製品による提案強化
- オフィスビルなどの内装工事の受注拡大
- 働く人の健康・快適性を追求した「Well-Being」な職場環境や空間の提案に向けた企画立案

産業資材分野

- 持続可能性や環境負荷低減を強みとした新たな素材開発による新市場・新分野の開拓

- 農業・園芸市場向け木質培地「グロウアース」の採用拡大に伴い、製造設備を増強
- ビルの屋上などで手軽に野菜が栽培できる菜園システム「みんなのエコ菜園」事業の立ち上げ
- 新規商材（植林木合板、LVS他）の取り扱いの拡大

住宅リフォーム・リノベーション市場

- ニューノーマル時代のユーザーニーズに応える機能建材を拡充するとともに、短工期、省施工、省廃棄物といったマンションリノベーション工事需要に応じた工法モデルの確立・普及

- 空間をスタイリッシュに演出するデザイントレンドを先取りした製品の開発
- 首都圏でのマンションリノベーション、リフォーム工事の拡大
- WEBやショールームを活用したライフスタイル視点のリフォーム提案強化
- リフォーム・リノベーション専用床材（トリニティオトコカ）の生産設備導入と製品投入

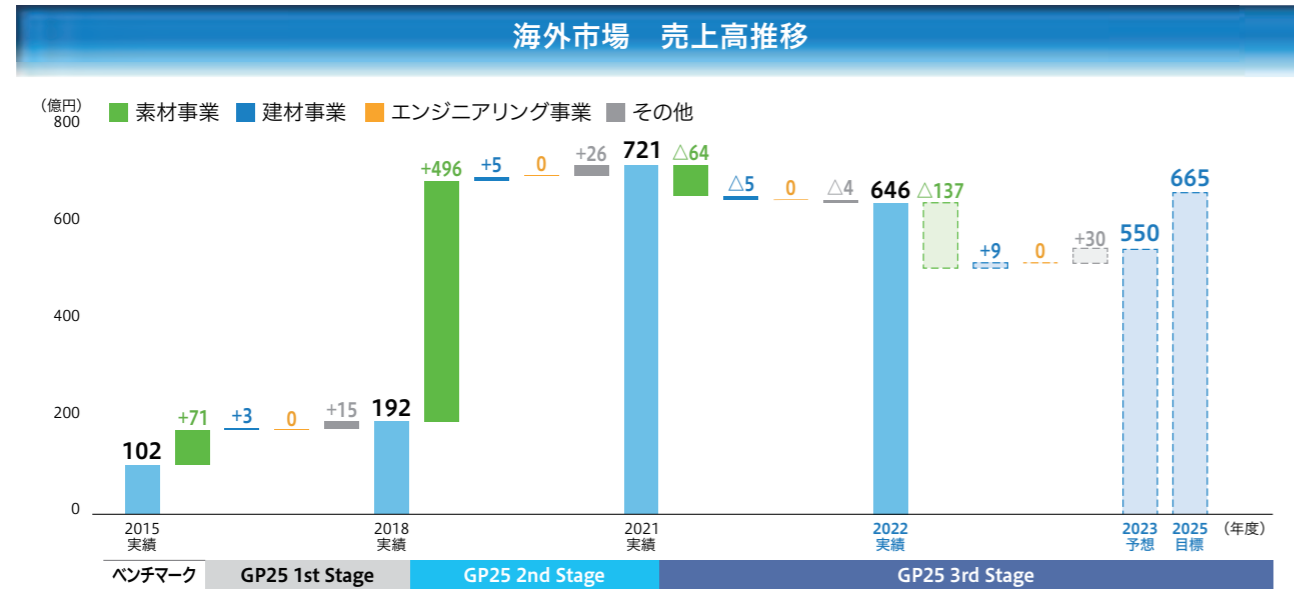
国内新築住宅市場

- 市場縮小の影響を最小限にするため、ユーザーニーズへ迅速に対応した差別化製品の開発と提案強化によるシェアアップ
- デジタル技術を有効活用した効率的な提案・受注体制の整備

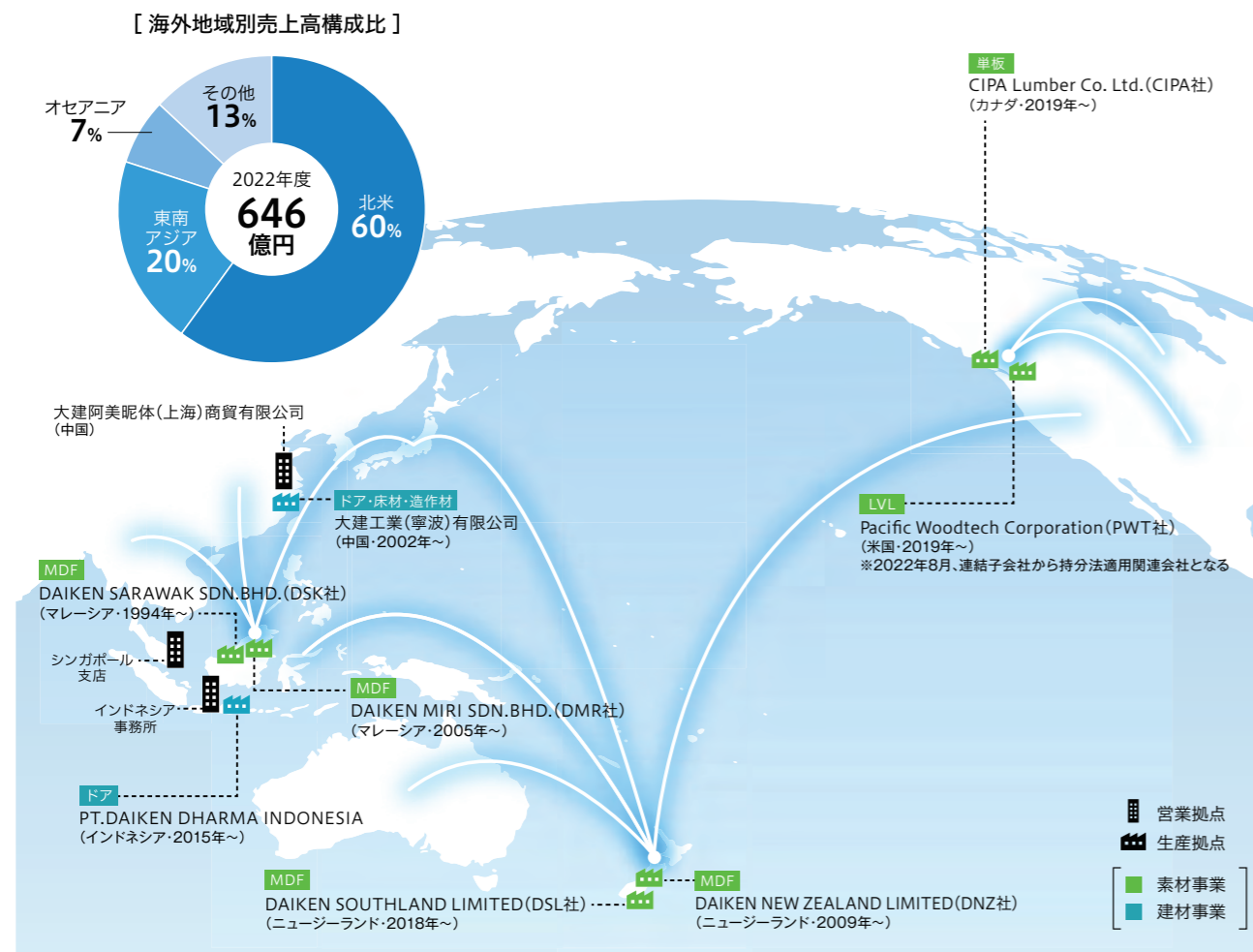
- ユーザーニーズの変化に対応した製品提案・空間提案の強化
- デジタルツールを活用した情報発信力の強化
- 機能性を切り口とした提案によるダイロートン健康快適天井材の販売拡大
- ドアの納期遅延、一部床材の受注制限による販売減の影響からの回復

海外市場

海外市場の素材事業では、マレーシア、ニュージーランドで生産するMDFの販売に加え、カナダ、米国で生産する単板、LVLを中心とした北米木質素材により拡大を図っています。建材事業では、巨大な市場規模の中国、住宅需要拡大が見込まれるインドネシアで内装ドアを中心に展開しています。



海外拠点/海外地域別売上高構成比



MDFによる展開

製品の特長

マレーシア、ニュージーランドの2カ国4工場体制で木材の端材を有効活用したMDFの生産を手掛けています。樹種や製造ラインの特長を活かし連携を図ることで、新たな価値を付与した製品の展開と海外市場でのさらなる販路拡大を推進していきます。

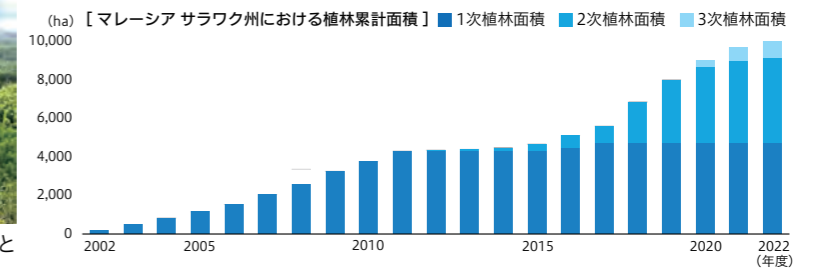
マレーシア	ニュージーランド
<p>樹種: 広葉樹</p> <p>マレーシア国内の合板・製材工場などから排出される端材を有効活用した褐色のMDF。優れた耐久性、寸法安定性が求められる床材の基材などに使用されています。</p> <p>特長</p> <p>DSK社は高付加価値の特殊MDFを生み出すなどMDFのマザー工場。2005年のM&AでDMR社と2工場体制に。植林木であるアカシア100%のMDFも開発し、新たな用途展開も進めています。</p>	<p>樹種: 針葉樹</p> <p>ニュージーランドの植林木ラジアタパインを使用した白色のMDF。軽さや滑らかな表面性などが求められる家具や建材の基材などに使用されています。</p> <p>特長</p> <p>「Customwood」ブランドでグローバルに認知されるMDF。超軽量MDFなど顧客ニーズに対応した製品開発に加え、DNZ社、DSL社のそれぞれの製造ラインの特性を活かし生産品目の最適化を図っています。</p>

生産拠点

DAIKEN SARAWAK SDN.BHD. (DSK社)	DAIKEN NEW ZEALAND LIMITED (DNZ社)
<p>設立: 1994年5月 生産能力: 120,000m³/年 取得認定: JIS A 5905, PEFC CoC CARB, EPA TSCA Title VI</p>	<p>設立: 1976年 → 2009年2月にグループ化 生産能力: 107,000m³/年 取得認定: JIS A 5905, FSC CoC CARB, EPA TSCA Title VI</p>
DAIKEN MIRI SDN.BHD. (DMR社)	DAIKEN SOUTHLAND LIMITED (DSL社)
<p>設立: 1996年9月 → 2005年2月にグループ化 生産能力: 110,000m³/年 取得認定: JIS A 5905, PEFC CoC CARB, EPA TSCA Title VI</p>	<p>設立: 1993年11月 → 2018年4月にグループ化 生産能力: 195,000m³/年 取得認定: JIS A 5905, FSC CoC CARB, EPA TSCA Title VI</p>

マレーシアでの植林活動

木質原料の安定調達の実現に向け、2002年からマレーシアのサラワク州でアカシアの植林を開始し、累計植林面積は9,800ha以上となりました。DSK社では、2025年度にはMDFに使用する木質原料の植林木比率を100%に高めることを目指し、植林木の育成管理の強化に努めるとともに、自社植林地の拡大も進めていきます。



今後の展開

- | | |
|----------------------|---|
| ① 生産体制の最適化による収益性向上 | 拠点ごとの特性を活かした生産品目の最適化により、収益性向上を図る。 |
| ② 新たな用途開発・提案の強化 | 合板やプラスチックの代替素材としての需要に対応した新たな用途開発や提案を強化する。 |
| ③ 原材料サステナビリティのさらなる追求 | 自社植林地の拡大や認証材比率の向上に加え、新たな技術開発により原材料のサステナビリティを追求する。 |

北米木質素材による展開

2019年6月のカナダ単板工場CIPA社及び米国LVL工場PWT社のグループ化により、世界最大の木造住宅市場である米国市場への本格展開を開始。2022年8月には、PWT社がLouisiana Pacific社よりLVLの製造販売を中心とする住宅用構造材製造事業を取得し、事業規模が大きく拡大しました。なお、事業取得を目的とする増資に伴い、PWT社は当社連結子会社から持分法適用関連会社となりましたが、引き続きCIPA社との連携を強化するとともに、全米エリアに拡大したLVLの製造・販売網をベースに、日本で培った大建工業グループの技術力を活かし、より付加価値の高い製品展開を進めることで、北米木質素材事業のさらなる拡大を図っていきます。

単板

CIPA Lumber Co. Ltd. (CIPA社)

設立:1968年4月 → 2019年6月にグループ化
所在地:カナダ(ブリティッシュコロンビア州デルタ市)
事業内容:単板製造・販売



LVL

Pacific Woodtech Corporation (PWT社)

設立:1998年1月 → 2019年6月にグループ化
→ 2022年8月、持分法適用関連会社となる
所在地:米国(ワシントン州バーリントン市)
事業内容:構造用LVL及びI-Joistの製造・販売



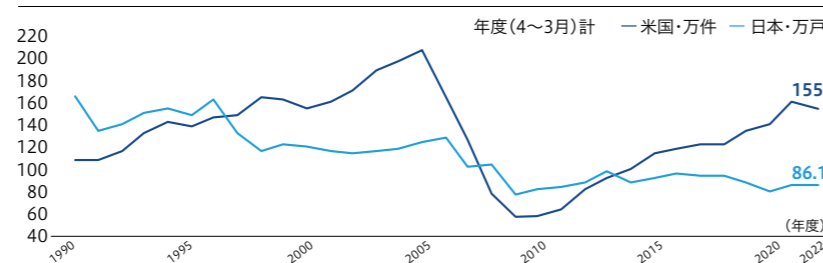
グループ化の意義

- ① 海外市場での拡大: 日本国内の新築住宅市場の縮小が見込まれる中、長期ビジョンで注力市場と位置付ける海外市場での拡大を図る。
- ② 世界最大の木造住宅市場への進出: 日本国内の約2倍の住宅を供給する世界最大の木造住宅市場で、かつ、年間200万人以上の人口増が見込まれている成長市場である北米市場への進出を図る。
- ③ 素材開発力を活かしたシナジーの追求: 素材に技術を注入し、付加価値を高めることで拡大してきたビジネスモデルを北米市場で展開することにより、さらなる拡大を図る。また、素材を軸に市場を捉えることにより、新たな用途展開を目指す。

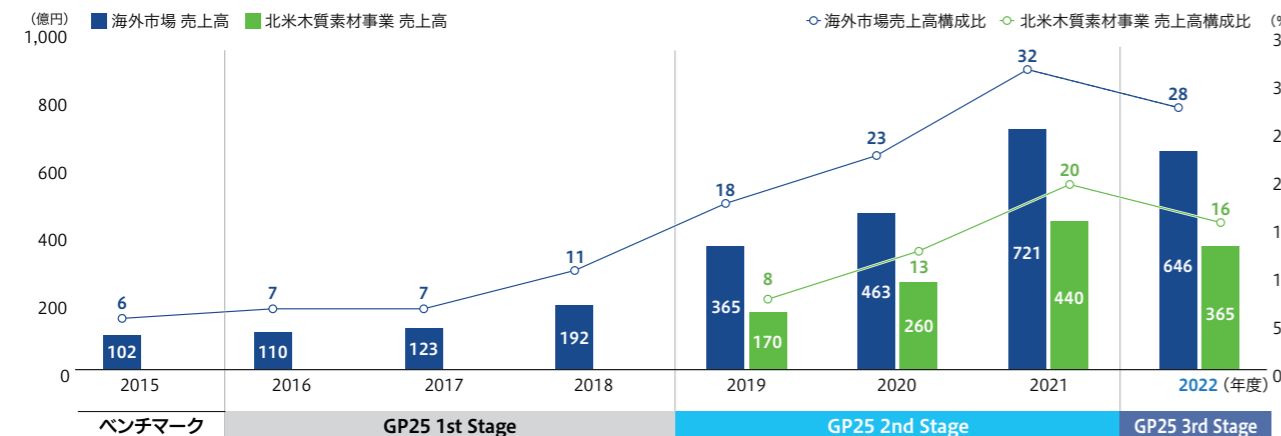
世界最大の木造住宅市場

世界最大の木造住宅市場である米国の直近2022年度の住宅着工件数は約155万件で、住宅価格の高止まりや政策金利引き上げの影響を受け、前年度から減少しましたが、それでも日本の約1.8倍の市場規模を誇ります。今後の市場動向につきましては、移民政策による中長期的な人口増に加え、リーマンショック後の住宅ストックの不足、ミレニアル世代の持ち家比率の増加などを背景に、底堅い住宅需要が見込まれます。

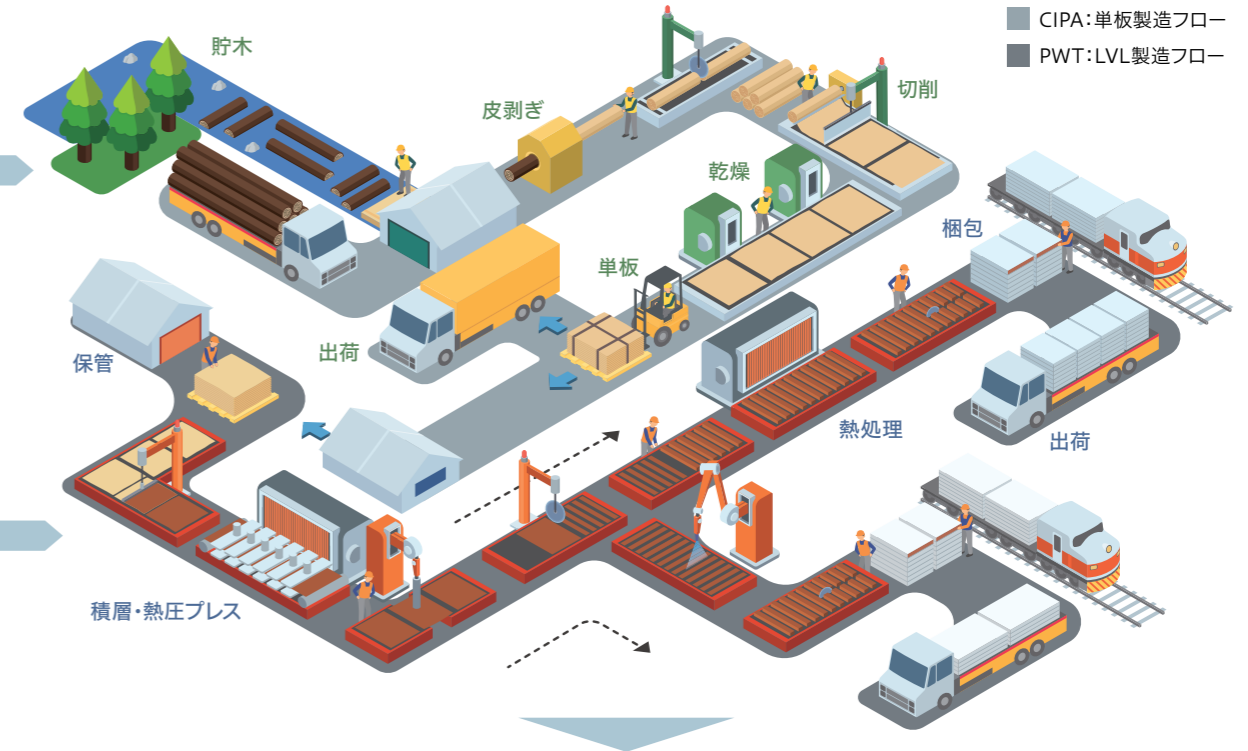
米国・日本住宅着工推移



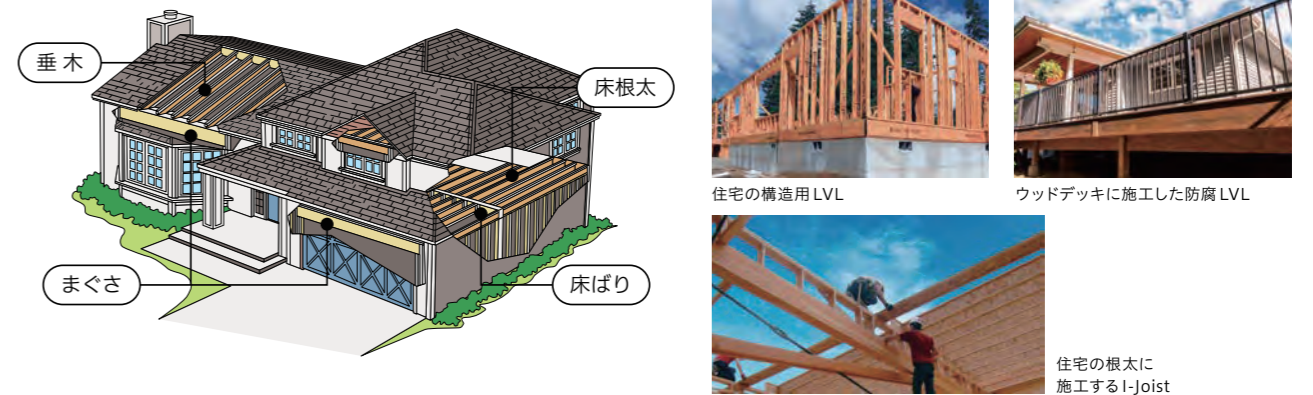
北米木質素材事業を軸とした海外市場での拡大



事業フロー



主な用途



新たな用途展開・高付加価値製品の開発

木造住宅の梁などに使用する通常のLVLやOSBとLVLを複合した「I-Joist」に加え、LVLをさらに積層して強度を高めた高強度LVL「Billet Beams」や腐食しにくい処理を施した防腐LVL「Treated」といった付加価値を高めて新たなニーズに対応するためのLVLを新製品として投入し、拡販を進めています。

今後の展開

- ① CIPA社とPWT社との連携強化: CIPA社において単板生産能力増強に向けた投資を実施し、LVLの生産規模を大きく拡大させたPWT社への単板供給量の増加を図る。
- ② CIPA社の収益性向上: 原木の安定調達、生産効率向上を進めることにより、さらなる収益性向上を図る。
- ③ 新たな商材への展開: 単板やLVLの販路や現地ネットワーク等を活用し、シナジーの期待できる新たな商材への展開の検討を進める。

公共・商業建築分野

住宅用建材のメーカーとして培ってきた安全性・耐久性・不燃性・快適な音環境の提供など、当社独自の技術やノウハウを活かし、公共・商業建築分野の各施設に求められる機能を付与した製品シリーズによる空間提案を進めています。

施設別・機能別製品シリーズによる空間提案

音響製品

吸音性 遮音性

音の響きを整え、施設の特性に応じた心地よい音環境を提供



診察室




幼稚園・保育施設



カラオケボックス

オフィスの音環境改善

音の響きを抑える天井材や遮音性の高い防音ドアなど、音に配慮した建材により、新しい働き方に適したオフィスの音環境を実現します。



音響事業40周年

2022年4月、音響事業が40周年を迎えました。当初、住宅向け防音製品の提案からスタートし、その間に培った音に関する技術・ノウハウを活かして、現在は公共・商業建築分野における潜在的な音の課題に対する提案活動も行っています。40周年を機にウェブサイトでも音に関するコンテンツを拡充し、公共・商業建築分野でのさらなる拡大に向けた積極的なプロモーションを展開しています。



抗ウイルス建材の空間提案

高まる抗ウイルスへのニーズに対応し、空間全体での提案が可能な製品ラインアップを拡充しています。



天井材

不燃性 耐震性 軽量性 吸音性 調湿性

耐震性能や調湿機能を備え、安全・安心・快適な空間を実現する天井



耐震天井工法



吸音・調湿天井材



廊下専用天井システム「マモローカ」



ドア

安全性 耐久性 メンテナンス性

利用シーンに合わせて安全性や耐久性を追求したドア



ハピアパブリック
公共・商業施設向けドア

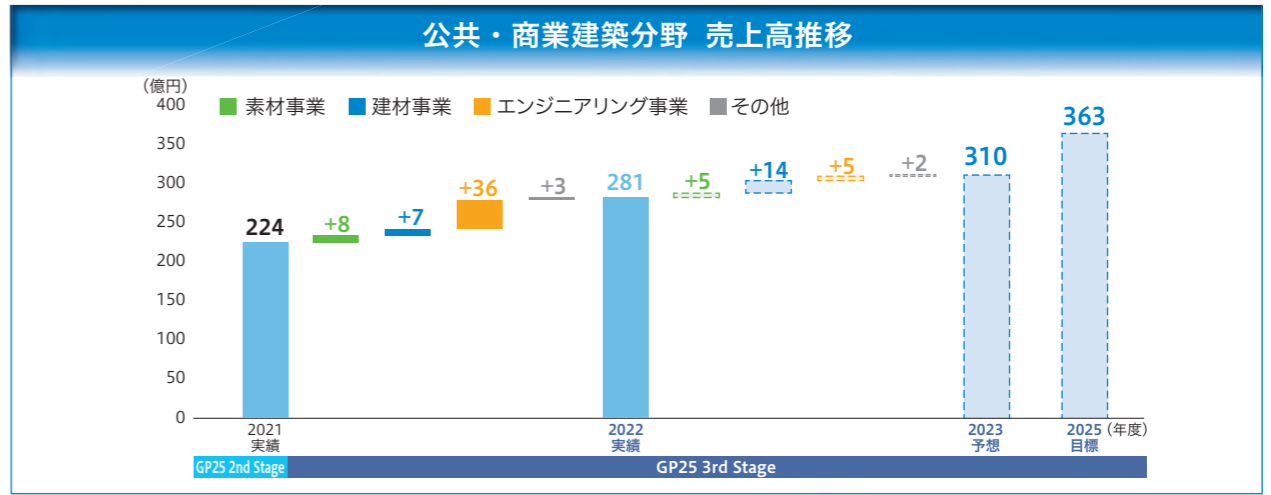
おもいやりシリーズ



幼稚園・保育施設向けドア



高齢者施設向けドア



壁材

不燃性 加工性 意匠性

不燃性と意匠性を兼ね備えた空間を彩る壁





不燃壁材



意匠壁材

不燃製品の展開強化

壁だけでなく、天井や軒天、ルーバー材まで、不燃性を備えた製品で、デザインを統一した空間を実現します。

畳

メンテナンス性 耐久性 撥水性 カラーバリエーション

多彩なデザインで、モダンな空間にも最適な和紙畳



宿泊施設



商業施設

床材

耐傷性 防音性 安全性

地域産材も活用しながら、木質空間を演出する床



土足対応シート化粧フローリング



土足対応WPC防音フローリング


国産木材、地域産材の活用促進

公共・商業施設では使用が難しかった杉や檜などの国産木材を、当社の独自技術を用いて、床材や壁材など幅広い部位で積極的に活用しています。





他社共創型コンソーシアム「point 0」への参画


昨今のワークスタイルの多様化に伴い、オフィスの需要が変化する中、公共・商業建築分野での提案力強化を目的に他社共創型コンソーシアムを運営する「point 0」に2021年から参画しました。当社は、ワークキングスペース「point 0 marunouchi」にて、快適な音環境の改善提案やオフィスの内装木質化など、新しいオフィス提案に向けた実証実験に取り組んでいます。



ワークキングスペース



内装木質化実証実験



音環境改善導入事例

住宅リフォーム・リノベーション市場

リフォーム向け製品の豊富なラインアップ展開、TDYコラボレーションショールームでの空間提案、施工・工事を手掛けるエンジニアリング事業との連携、現場視点に立った製品の開発・生産により、グループ全体で幅広いリフォームニーズに応えられる体制を構築しています。グループの連携をさらに強化し、時代の変化や市場のニーズに迅速に対応することで、住宅リフォーム・リノベーション市場全体での拡大を図っていきます。

グループ連携による一貫体制

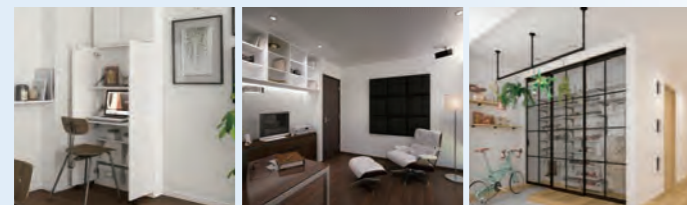
短期間でのリフォームを実現する省施工製品



吸着フローリング オンクロス対応天井材 hapia ラインフレーム

ライフスタイルの変化、新たなトレンドに対応した提案

リフォーム・リノベーション物件では、トレンドを意識した空間テイストが好まれるとともに、ウィズコロナによる在宅勤務の普及や自宅で過ごす時間の増加といった新たなライフスタイルに合わせて、より便利で快適な空間を実現したいというニーズが高まっています。このような市場のニーズを受けて、人気の高いブラック色を基調に空間をスタイリッシュに演出する製品をはじめ、省施工でのワークスペースの確保や、音漏れ・反響といった音問題の改善などに対応した製品の開発を強化しています。



テレワークスペースの設置 音問題の改善 スタイリッシュな空間の実現

立体感が好評のシート化粧床材「トリニティ」にリフォーム用防音タイプを追加

環境配慮・安定調達の側面から新たにオトユカ用 MDF 基材を開発

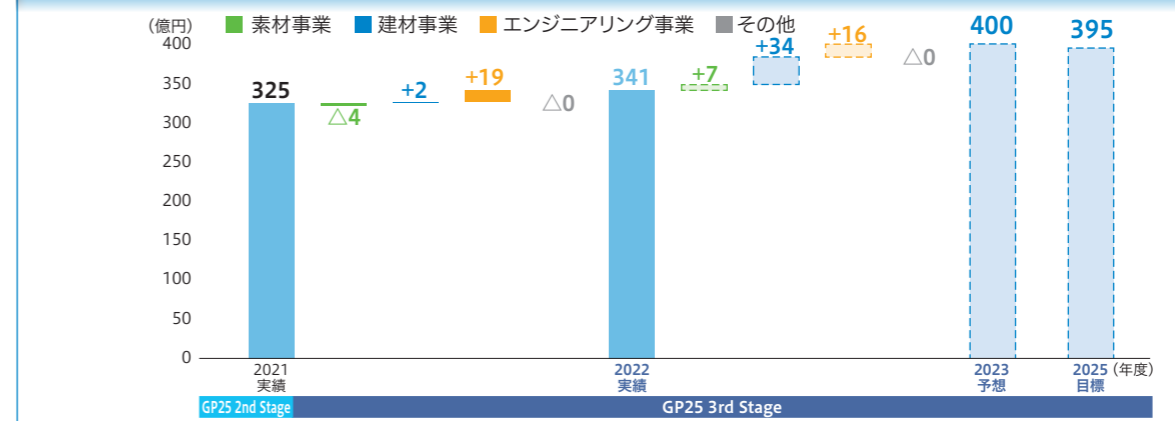
立体感のある意匠性と機能性に優れた床材として市場より高い評価をいただいている「Trinity (トリニティ)」シリーズのラインアップに、マンションのリフォーム・リノベーション専用の「トリニティオトユカ 45 リフォーム・リノベ専用 (144 幅タイプ)」を追加し、2022 年 10 月より発売いたしました。本製品の基材には、環境配慮・安定調達の観点から、当社が新たに開発したオトユカ用 MDF 基材を使用しています。サステナビリティへ貢献するとともに、より上質で個性的な空間が望まれるマンションリノベーション市場に向けた、他社にはない高意匠シート化粧床材として提案を進めています。



立体感のある張り上がりを実現 (特許取得済)



住宅リフォーム・リノベーション市場 売上高推移

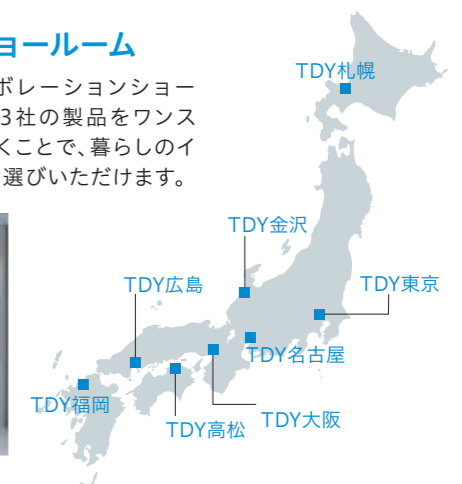


TOTO、YKK APとの3社連携によるリフォーム提案強化

TOTO、DAIKEN、YKK AP(以下、TDY)の3社は、リモデルの空間提案を強化し、お客様へ期待以上に満足していただける快適な住空間を提供することを目的に、2002年、商品企画・開発や販売支援体制などで業務提携を締結。モノ(製品)からコト(住まい方)への消費動向の変化を受け、商品起点ではなく、ライフスタイル起点の提案にシフトするなど、次代に合わせた新たな価値を提案してきました。

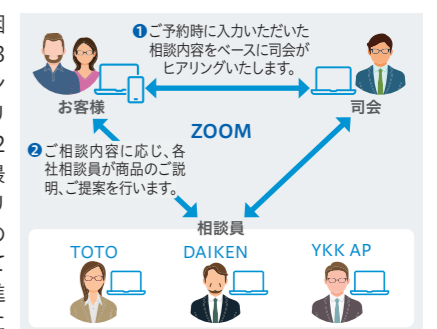
TDYコラボレーションショールーム

TDY3社による共同運営のコラボレーションショールームを全国主要8拠点で展開。3社の製品をワンストップで見て、触れて、体感いただくことで、暮らしのイメージが膨らみ、納得して商品をお選びいただけます。



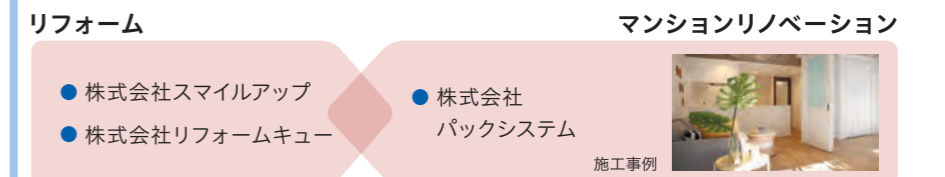
「オンラインリフォーム相談センター」開設

リフォームを進める上での困りごとや不安に対して、TDY3社の専門スタッフがオンラインで幅広く応える「オンラインリフォーム相談センター」を2022年10月に開設。リフォームに最適な商品の紹介だけでなく、リフォームの進め方や工事業者のご案内など、お客様が安心してリフォームの次のステップに進められるように、幅広い悩みに対応します。



「オンラインリフォーム相談センター」のイメージ図

住宅リフォーム・リノベーション市場におけるグループ施工体制

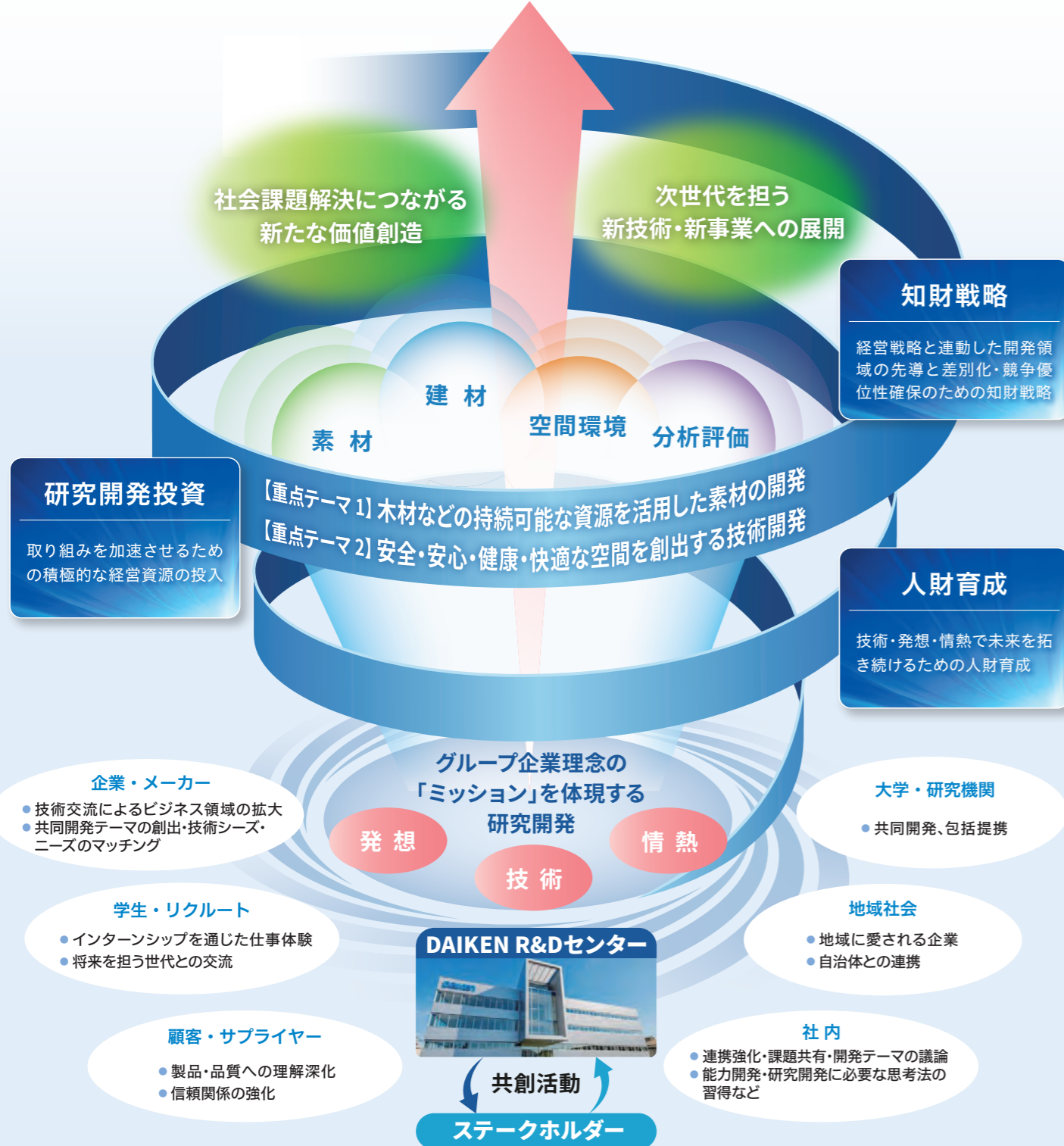


研究開発

大建工業グループは、R&Dセンターを中心に「木材などの持続可能な資源を活用した素材の開発」と「安全・安心・健康・快適な空間を創出する技術開発」を重点テーマと位置付け、社会課題解決につながる新たな価値創造と次世代を担う新技術・新事業への展開を目指した研究開発を進めています。また、未来を見据えた研究開発のスピードアップと領域拡大を図るため、さまざまなステークホルダーとの共創活動にも積極的に取り組んでいます。

- 方針**
- 社会課題解決のための新技術開発と、共創（オープンイノベーション）の積極活用による事業拡大及び次世代に向けた新事業の創出
 - 新たな事業領域に挑戦できる仕組みづくりによる、挑戦を称賛・支援する風土の醸成

笑顔があふれる未来



技術開発

重点テーマ 1 木材などの持続可能な資源を活用した素材の開発

木材を余すことなく有効活用する素材・建材の技術開発に取り組んでいます。新分野への挑戦として、木材をナノレベルで繊維化した「セルロースナノファイバー（CNF）」を活用する技術開発を進めています。CNFは木質繊維板に使われる木繊維にはない特徴を持っており、環境に配慮した新規用途などへの切り口につながります。

また、既存事業における新たな挑戦として、「石化原料を使用した接着剤」などを一切使用しない、究極の環境配慮型MDF（中密度繊維板）の製造技術確立に向けた取り組みを進めています。この度、その第1ステップとなる「木質由来成分からなる接着剤」を用いたMDFの製造試作に成功しました。

今後も「木質資源の有効活用及び循環利用する技術」を軸に、環境配慮やSDGsに貢献する研究開発への取り組みを強化します。 木質由来の接着剤を用いたMDF試作品



重点テーマ 2 安全・安心・健康・快適な空間を創出する技術開発

素材の可能性の追求に加え、素材や建材に新たな機能を付与するための研究開発も進めています。分析評価技術をベースに空間環境を把握し、人々が心地よく過ごす上で欠かせない温度、湿度、音環境といった視点での深掘りを進めると同時に、アスベストやホルムアルデヒドなどの有害物質の対応に向けた分析評価を行っています。

また、脱炭素社会の実現に向けて建物のさらなる省エネルギー化が求められる中、素材・建材の機能によって暮らしの快適性と消費エネルギー削減を両立する「温度・湿度」に関する研究にも注力しています。

人々が空間環境に求める性能が時代とともに変化する中、この先必要となる性能は何かを常に考えて機能建材の技術開発を進めることで、「安全・安心・健康・快適な空間づくり」を実現していきます。



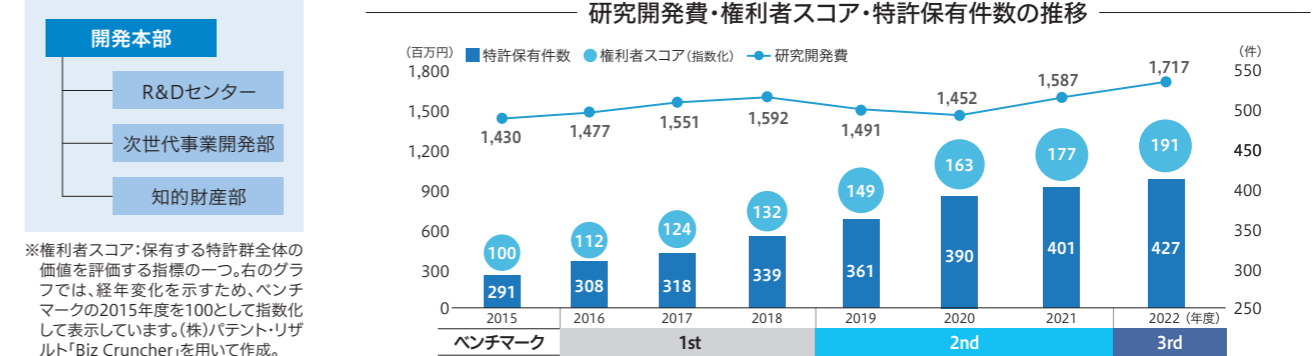
研究開発テーマ

R&Dセンターでは、4つの分野において、「エコ」と「空間の質的向上」に取り組み、持続可能な社会に貢献する研究開発を推進しています。

<p>素材</p> <p>既存素材のさらなる改良と新規市場攻略の鍵となる素材の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 木質ボード・無機ボードの高機能化 ● 木材の新規分野への用途開発 ● 未利用資源の活用技術開発 ● 建材以外の新市場へ向けた素材の研究開発 	<p>建材</p> <p>これからの社会に必要なとされる安全で安心な新しい建材の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 環境配慮型建材の開発 ● 高機能塗料・塗装技術の開発 ● 建材の新しい施工方法の開発 ● 木材の高付加価値化
<p>空間環境</p> <p>快適な暮らしを実現する空間や建材の開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 省エネや室内環境改善技術の開発 ● 温熱・湿度・通風環境のシミュレーションによる解析 	<p>分析評価</p> <p>研究開発で培ったノウハウによる空間・建材の各種測定・分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 空気質の測定 ● 建材の発熱性試験 ● 防音性能評価 ● アスベスト分析

知財戦略強化に向けた組織体制及び経営資源の投入

2022年4月、中期経営計画「GP25 3rd Stage」のスタートにあたり、新規事業への取り組み強化と新たな技術開発、商品開発の加速を目的に「開発本部」を新設し、その傘下に技術開発の中核となる「R&Dセンター」、次世代に向けた新規事業の具体化を担う「次世代事業開発部」、事業・開発戦略をより効果的なものにするための知財戦略を行う「知的財産部」を置くことで、組織体制の強化を図りました。2022年度は、この新体制のもとさまざまな技術チャレンジが行われ、新たな開発の芽も生まれました。引き続き、大建工業グループの強みの源泉である「研究開発力」を確固たるものにするため、経営資源を積極的に投入し、中長期的な企業価値向上につなげていきます。



環境戦略

「DAIKEN 地球環境ビジョン 2050」実現に向けた取り組み

2021年10月、大建工業グループにおける環境課題への長期的な取り組み姿勢と方針、目標を定めた「DAIKEN地球環境ビジョン2050」を策定しました。本ビジョンの実現に向けて「資源循環の推進」「気候変動の緩和」「自然との共生」の3つの視点で持続可能な社会の実現に貢献することを目指し、環境課題をはじめとする社会課題解決に取り組んでいきます。

DAIKEN 地球環境ビジョン 2050

ビジョン

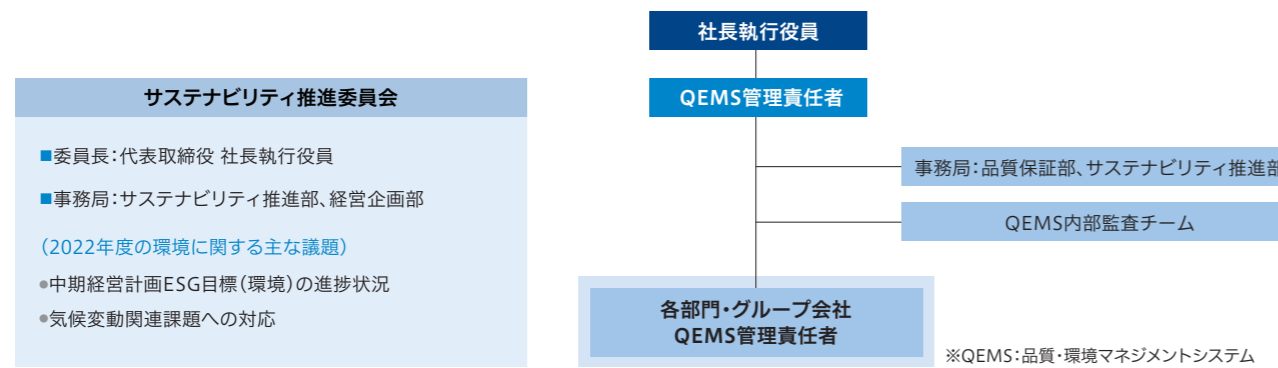
“笑顔あふれる未来”のために

大建工業グループは、2050年に向け、資源循環の推進、気候変動の緩和、自然との共生を通じて、持続可能な社会の実現をめざしていきます。

地球環境ビジョン2050で掲げる方針と長期目標

環境方針	長期目標
1 資源循環の推進 — 廃棄物の削減、資源の再利用 —	廃棄物の再資源化率100%
2 気候変動の緩和 — カーボンニュートラルの実現 —	温室効果ガス排出量ネットゼロ
3 自然との共生 — 生物多様性の保全 —	自然環境への負荷低減

環境マネジメント推進体制



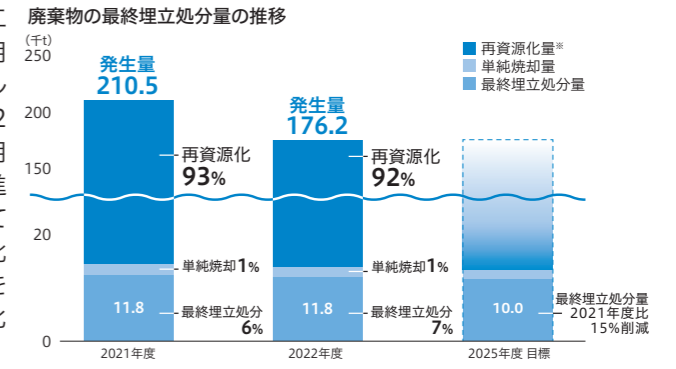
ISO14001認証取得状況(2023年3月末時点)

(1)国内全事業所に占める取得事業所の割合：90.8%(連結従業員数ベース)	(2)海外全事業所に占める取得事業所の割合：71.2%(連結従業員数ベース)
9社44事業所・工場	5社5事業所・工場

1 資源循環の推進

廃棄物の最終埋立処分量の削減

大建工業グループでは、循環型社会の実現を目指し、製造工程で発生した不良品等を可能な限り製品原材料として再利用し、製品原材料として使えない場合でも、燃料としてサーマル利用するなど、廃棄物の再資源化に取り組んでいます。2022年度は、バイオマスボイラーの安定稼働によるサーマル利用に加え、廃棄物のマテリアル利用率を高める取り組みを推進しました。一方で、中期経営計画ESG目標の一つに設定している廃棄物の最終埋立処分量(2025年度目標:2021年度比15%削減)は、昨年度実績から横ばいで推移しており、課題を残す結果となりました。目標の達成に向け、さらなる再資源化策の検討及び実行に取り組んでいきます。

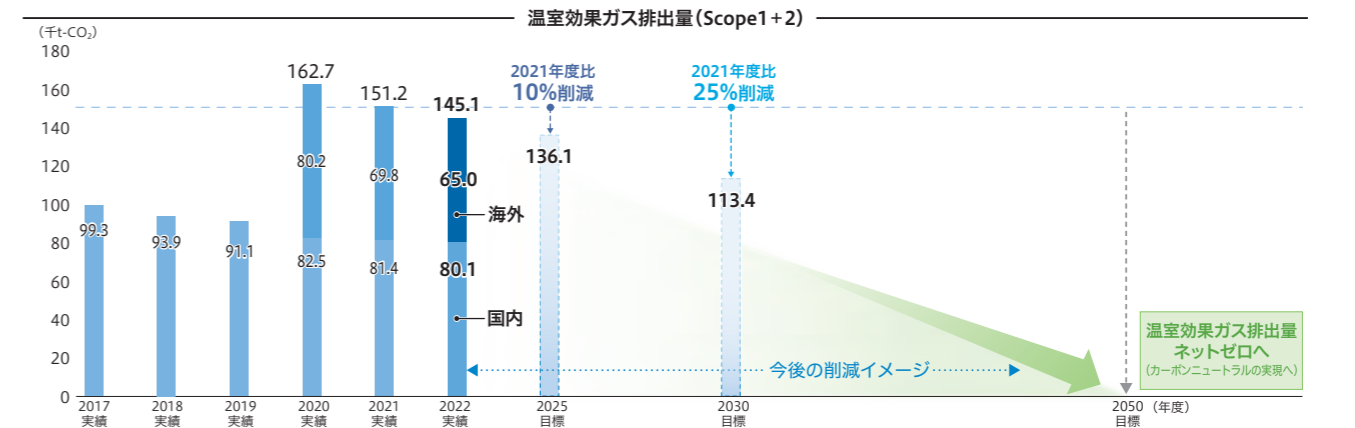


※再資源化量=有価物量+マテリアル利用量+サーマル利用量

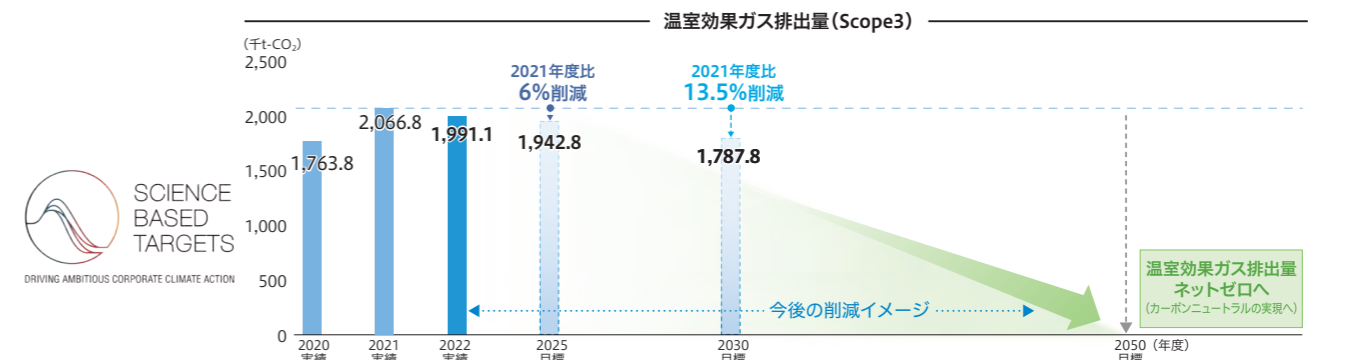
2 気候変動の緩和

事業活動と連動した温室効果ガス排出削減の取り組み

大建工業グループでは、「DAIKEN地球環境ビジョン2050」で掲げるカーボンニュートラルの実現に向けたマイルストーンとして、2025年度までと2030年度までの温室効果ガス排出削減目標を設定しています。2025年度までの目標は、中期経営計画ESG目標の一つとして、Scope1+2の2021年度比10%削減、Scope3の2021年度比6%削減を掲げています。また、2030年度までの目標はScope1+2の2021年度比25%削減、Scope3の2021年度比13.5%削減を掲げており、これはパリ協定が求める水準と整合する科学的な根拠に基づいた「2°Cを十分に下回る目標(Well-below 2°C)」として、2023年6月に国際的なイニシアチブSBTi(The Science Based Targets initiative)の認定を取得しました。2022年度は、再生可能エネルギーの活用や省エネ活動、生産性向上の取り組みを推進したに加え、生産拠点合理化及び電気事業者の排出係数の変動の影響もあり、Scope1+2は2021年度比4%の削減、Scope3は2021年度比3.7%の削減となりました。引き続き、カーボンニュートラルの実現を目指して削減の取り組みを進めていきます。



注1)2020年度実績から海外グループ拠点の排出量を合算
 注2)2021年度以降の値は、SBT認定取得に伴い見直した算定方法を用いています。また、2022年8月より連結子会社から持分法適用関連会社となったPacific Woodtech Corporationの実績を除外した値となっています。



注1)国内外排出量の合算数値
 注2)2021年度以降の値は、SBT認定取得に伴い見直した算定方法を用いています。また、2022年8月より連結子会社から持分法適用関連会社となったPacific Woodtech Corporationの実績を除外した値となっています。

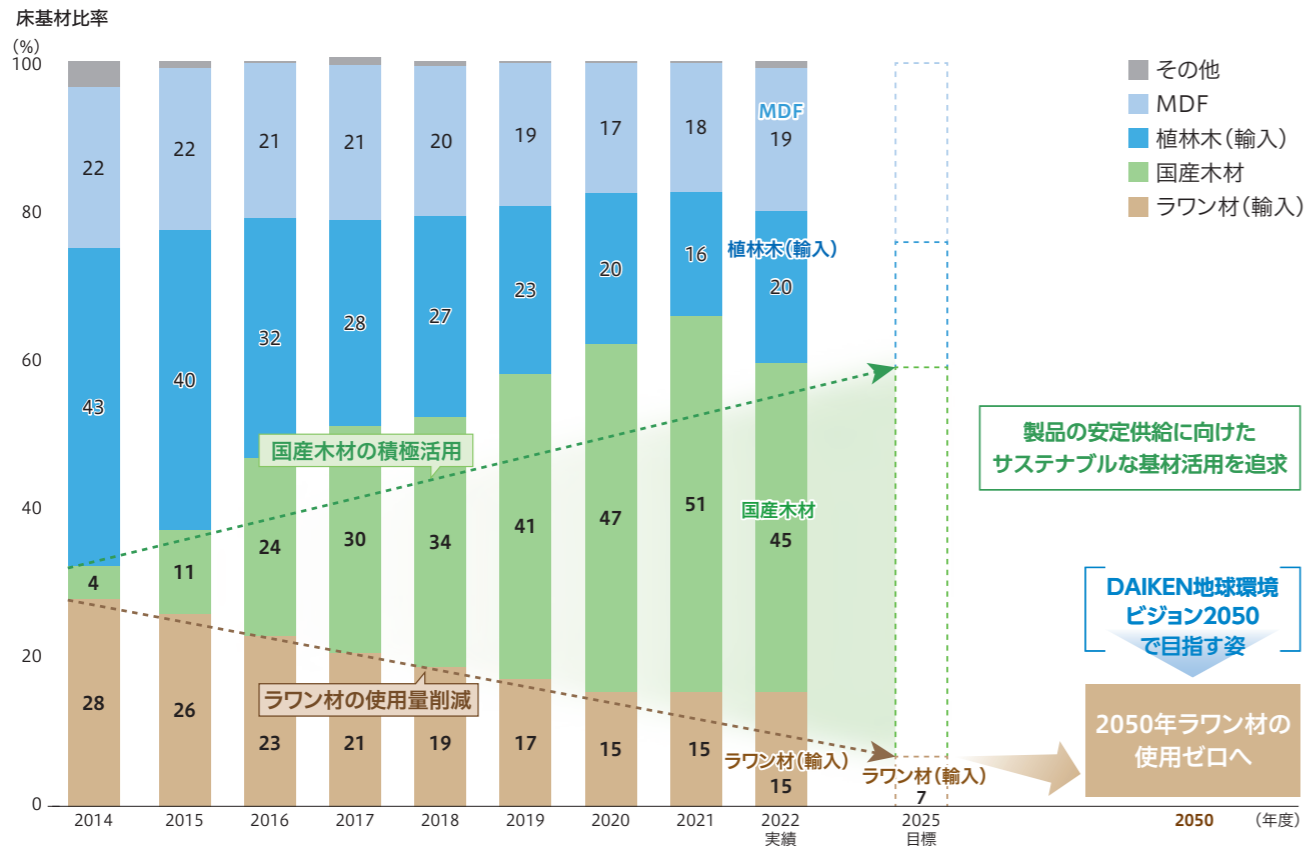
削減に向けた今後の取り組み

- 生産拠点での生産性向上・効率化の追求
- 再生可能エネルギーの利用拡大やグリーン電力購入の検討など
- 投資判断へのインターナルカーボンプライシング導入の検討
- 技術開発、価格動向等を踏まえた燃料転換、ネガティブエミッション(CO₂回収・貯留)などの検討

3 自然との共生

ラワン材の使用ゼロに向けた取り組み

環境負荷の低減に加え、木材の安定調達や為替変動リスク低減を目的に、大建工業グループで生産する床材の基材を天然ラワン材から植林木やMDF、国産木材へと切り替えを進めています。2022年度は、ラワン合板基材のマンション用フロアについて、MDF基材の新製品を投入しましたが、発売が年度後半だったため、削減効果として数値に現れるのは2023年度以降に持ち越しとなりました。また、世界的に木材調達環境が悪化する中、植林木と国産木材の調達バランスの見直しを行うことで、製品の安定供給に努めたため、国産木材の使用比率が45%に減少する結果となりました。木材調達環境は引き続き厳しい状況にありますが、植林木とMDF、国産木材のバランスの最適化と安定調達を図りながら、中期経営計画ESG目標の一つとして設定した「床基材におけるラワン材利用率：2021年度比50%削減」の達成、さらにその先の「DAIKEN地球環境ビジョン2050」で掲げる「2050年ラワン材使用ゼロ」の実現に向け、さらなる技術開発に取り組んでいきます。

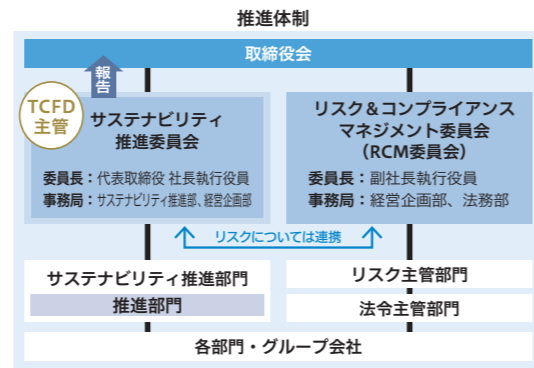


TCFDへの対応

環境への取り組みの長期的な方向性を示す「DAIKEN地球環境ビジョン2050」のもと、大建工業グループでは2021年10月にTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言への賛同を表明しました。気候変動をはじめとする環境対応は、事業におけるリスクと機会につながる経営の重要課題の一つと認識し、TCFDが推奨する開示項目である「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」について情報開示を行っています。

ガバナンス

代表取締役社長執行役員を委員長とするサステナビリティ推進委員会において、重要な気候変動関連リスク・機会を特定し、各部門・グループ会社へ展開し、適切にマネジメントを行っています。また、リスクについては、副社長執行役員を委員長とするリスク&コンプライアンスマネジメント委員会(以下、RCM委員会)を設置し、各部門・グループ会社へ展開を図っていることから、気候変動関連リスク・機会への対応は、サステナビリティ推進委員会を主管とし、RCM委員会と連携を図り進めています。これらの結果については定期的に取締役会に報告を行っています。今後についても、引き続き「DAIKEN地球環境ビジョン2050」の推進を通じて、気候変動が大建工業グループの事業ならびにバリューチェーンにもたらすリスクと機会、それに伴う財務影響などを分析し、経営戦略への組み込みと情報開示を行っています。



気候変動に関する影響について、大建工業グループの事業と関連性のあるリスクと機会を把握し、重要なリスクと機会を整理しました。整理するにあたり、RCM委員会でこれまで行ってきたリスクの洗い出し・評価・対応等の実績も踏まえて行いました。2022年度は、TCFD提言に基づき、2°C(1.5°C)シナリオ及び4°Cシナリオを参照し、当社グループの事業活動や影響評価を行いました。シナリオ分析の結果を活用し、対応策の立案や計画の策定につなげていきます。

シナリオ分析の前提条件等

1 想定期間	● 短期: 2025年度(「GP25」最終年度) ● 中期: 2030年度(SBT目標年度) ● 長期: 2050年度(「DAIKEN地球環境ビジョン2050」目標年度)
2 対象範囲	● 国内市場(物理的リスクは国内生産拠点)
3 シナリオ設定の概要	<p>2°C(1.5°C)シナリオ: 2050年カーボンニュートラルに向けて、政策・規制導入や市場変化が急速に進行することで、地球の平均気温上昇が産業革命前の水準に比べ2°C(1.5°C)に抑えられるシナリオ ※参照した主な外部シナリオ: RCP2.6、IEA WEO など</p> <p>4°Cシナリオ: CO₂排出量削減に向けた政策・規制や社会の取り組みが進まず、地球の平均気温上昇が産業革命前の水準に比べ4°Cとなる。災害などの気候変動による影響が甚大化するシナリオ。 ※参照した主な外部シナリオ: RCP8.5、IEA WEO など</p>
4 影響	大: 50億円以上、中: 5億円以上、50億円未満、小: 5億円未満

気候変動のリスクと機会

分類	項目	シナリオ	時間軸	影響	対応策
移行リスク	政策・規制	● バイオマス発電の推進による木材チップ(製品原料、燃料)の入手難 ● 木材価格高騰(伐採規制等)による調達コスト増	2°C(1.5°C)	大	● 調達先の拡大(新規開拓) ● 環境配慮製品の新規開発・新規事業化による売上拡大 ● 相場変動が少ない材料への変換
	市場(顧客の要望の変化)	● 製品・材料に関するトレーサビリティ、ライフサイクル対応によるコスト増 ● 環境に配慮した原材料・資材切り替えによる調達リスクとコスト増			● 認証材、カーボンフットプリント等への対応 ● 環境配慮製品の新規開発・新規事業化による売上拡大
	省エネ・脱炭素規制	● 既存生産設備の脱炭素対応に伴うコスト増(設備投資他) ● 再生可能エネルギーの利用拡大やグリーン電力証書の導入コスト増			● 環境配慮製品の新規開発・新規事業化による売上拡大 ● 補助金を活用した設備投資 ● 生産拠点での生産性向上・効率化の追求
物理リスク	台風・豪雨の頻発	● 自然災害による生産及び販売拠点の損害・操業停止、物流網寸断による部材調達遅延・出荷納品遅延 ● 自然災害によるサプライヤー・物流倉庫被災による物品納品の遅延	4°C	大	● 生産及び販売拠点のBCP対策強化 ● 自然災害による被害に対する保険による対応
	平均気温の上昇	● 冷房コストの増加			● サプライヤー、物流倉庫のBCP対策強化
機会	資源効率	● 原材料の循環利用による顧客への訴求(企業価値の向上) ● リサイクル材の使用比率増による顧客への訴求(企業価値の向上) ● 効率的輸送によるコスト減 ● 温室効果ガスを排出しない製造工程確立による需要増	2°C(1.5°C)	短期~長期	● 資源循環の体制強化による企業価値の向上、環境配慮製品の拡大
		● デジタル技術の活用による輸送の最適化			● 生産拠点での生産性向上・効率化の追求 ● 再エネへの移行、燃料転換など
	製品・サービス、市場	● 省エネ対応製品、環境配慮製品の市場形成・需要拡大(新木質素材等) ● 気候変動緩和・適応製品の販売拡大(炭素貯蔵の視点から木材製品の販売拡大)により、売上が増加 ● 当社の木材利用技術の強みを活かした環境配慮製品の開発・新規事業化による企業価値向上			● 自然破壊ゼロへの対応強化 ● 石油由来から自然由来への変更強化
		● BCP対策投資活性化によるサプライチェーンの信頼性向上			● サークルエコノミー、カーボンフットプリント等を踏まえた製品の設計基準の見直し ● 環境配慮製品の拡大 ● 木材利用技術の訴求
レジリエンス	● BCP対策投資活性化によるサプライチェーンの信頼性向上		小	● BCP対策の強化	

リスク管理

気候変動は重要な外部リスクの一つであり、全社で取り組むリスクと認識しています。サステナビリティ推進委員会とRCM委員会が連携し、環境マネジメント体制や全社的なリスクマネジメント体制の中で進めていくことで、実効性を高めています。今後は、さらに気候変動関連リスクを評価するためのプロセスの充実に取り組んでいきます。

指標と目標

「DAIKEN地球環境ビジョン2050」の環境方針において、「気候変動の緩和-カーボンニュートラルの実現-」を一つの柱とし、2050年に向けた長期目標として「温室効果ガス排出量ネットゼロ」を目指しています。気候変動に大きな影響を及ぼす温室効果ガス削減に向けて、2050年のあるべき姿からバックキャストし、中期経営計画「GP25 3rd Stage」のESG目標で2025年度目標を設定し、積極的に取り組んでいます。また、中期目標として2030年度の削減計画と目標を設定し、2023年6月にSBTイニシアチブより認定を受けました。

2025年度目標 (GP25 3rd Stage目標)	温室効果ガス	国内外総排出量 (Scope1+2)	10%削減(2021年度比)	2030年度目標 (SBT目標)	温室効果ガス	国内外総排出量 (Scope1+2)	25%削減(2021年度比)
		国内外総排出量 (Scope3)	6%削減(2021年度比)			国内外総排出量 (Scope3)	13.5%削減(2021年度比)

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
	健康増進手当支給率	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%
	マネジメント層養成研修プログラム研修受講率	80%
ガバナンス強化	重大災害	0件
	工場相互安全診断実施率	100%
ガバナンス強化	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

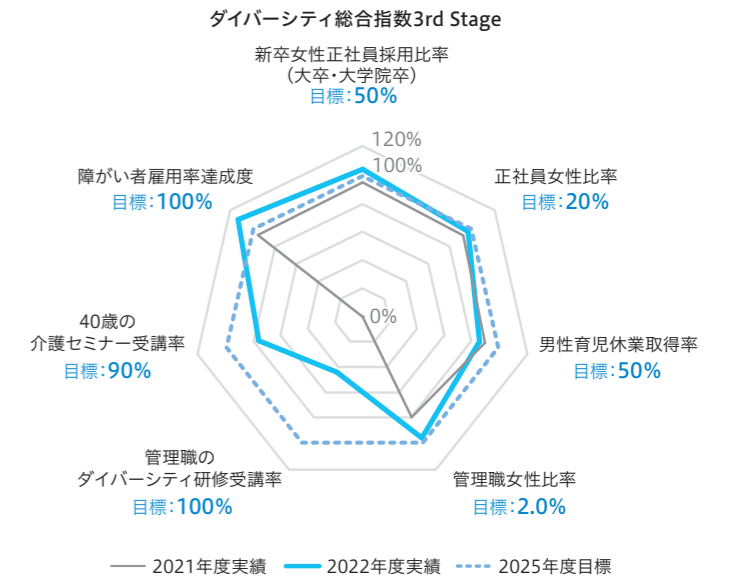
心身の健康保持・増進に向けた取り組み

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

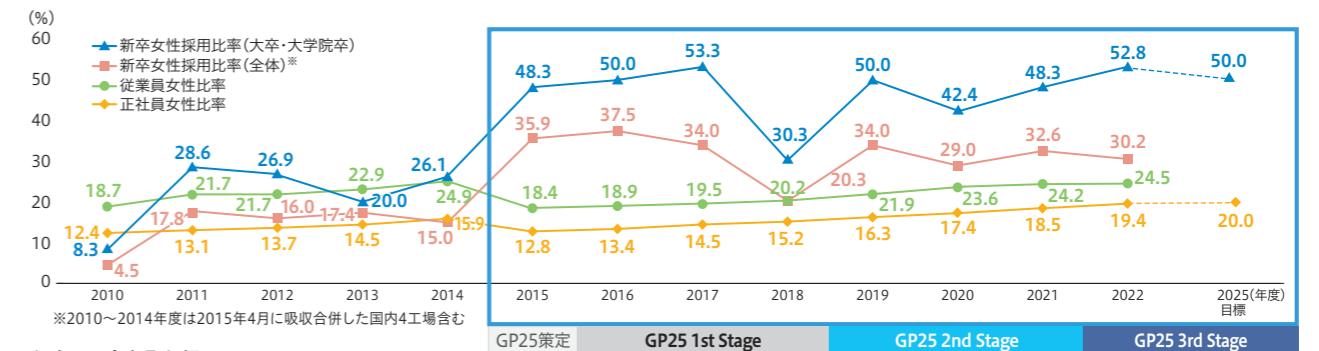
ダイバーシティ推進の取り組みをバランスよく着実に推進するため、中期経営計画「GP25 2nd Stage」より、ダイバーシティに関する8項目を指数化した「ダイバーシティ総合指数」を当社独自指標として設定し目標を管理しています。2022年度からは、多様性を活かす組織づくりに向け「新卒女性採用比率」「管理職のダイバーシティ研修受講率」「介護セミナー受講率」を新たに指標に加え、「ダイバーシティ総合指数3rd Stage」として取り組みを推進しています。2022年度の総合指数は目標値を上回る結果となり、Femtechプログラムの導入などダイバーシティ関連の取り組みに対し、一定の成果を認めることができま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



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。

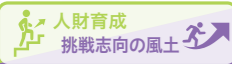
新卒女性採用比率・従業員女性比率 推移



これまでの主な取り組み

方針・制度	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*
	パソコンの自動シャットダウン開始	在宅勤務の試行	在宅勤務の試行	在宅勤務の試行	フル在宅勤務制度
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・育児時の三者面談	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

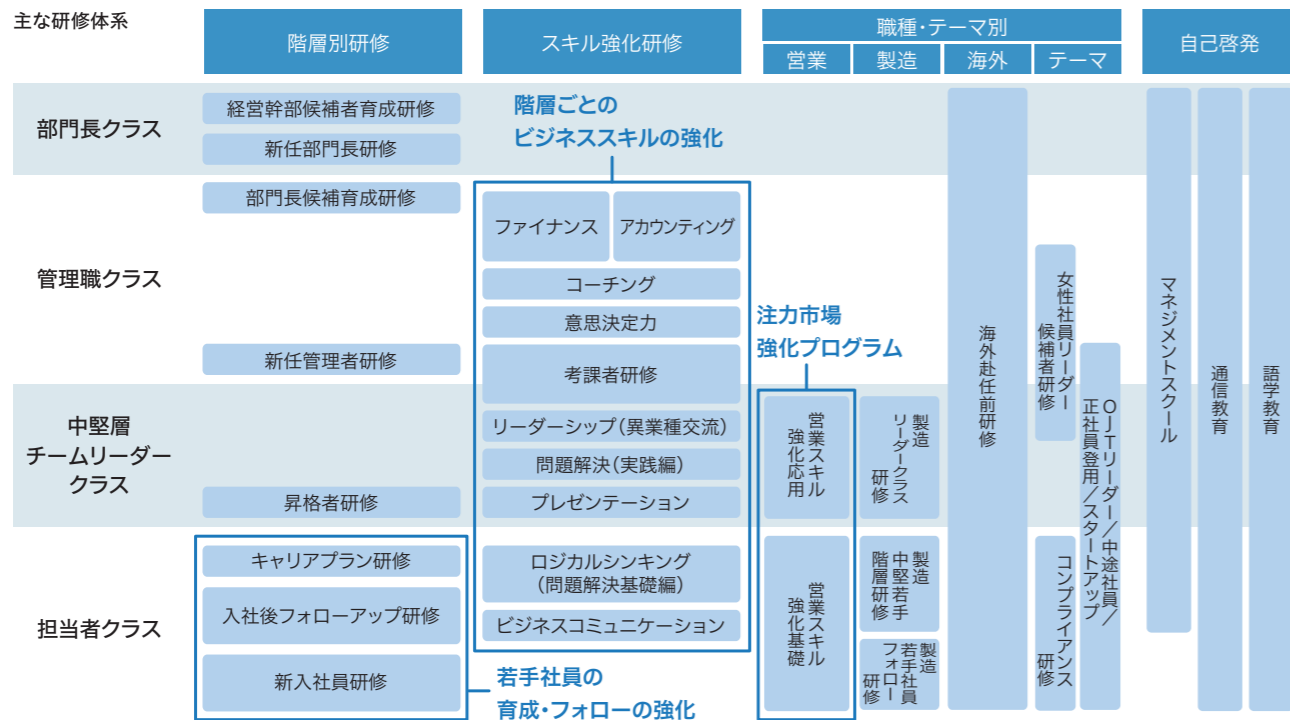


成長戦略の実現と次代を担う人財の育成

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。

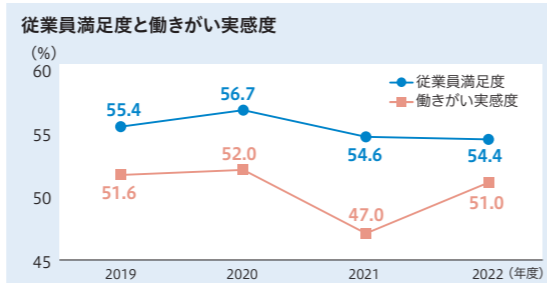
DAIKEN 人財育成方針の3つの柱

- 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。

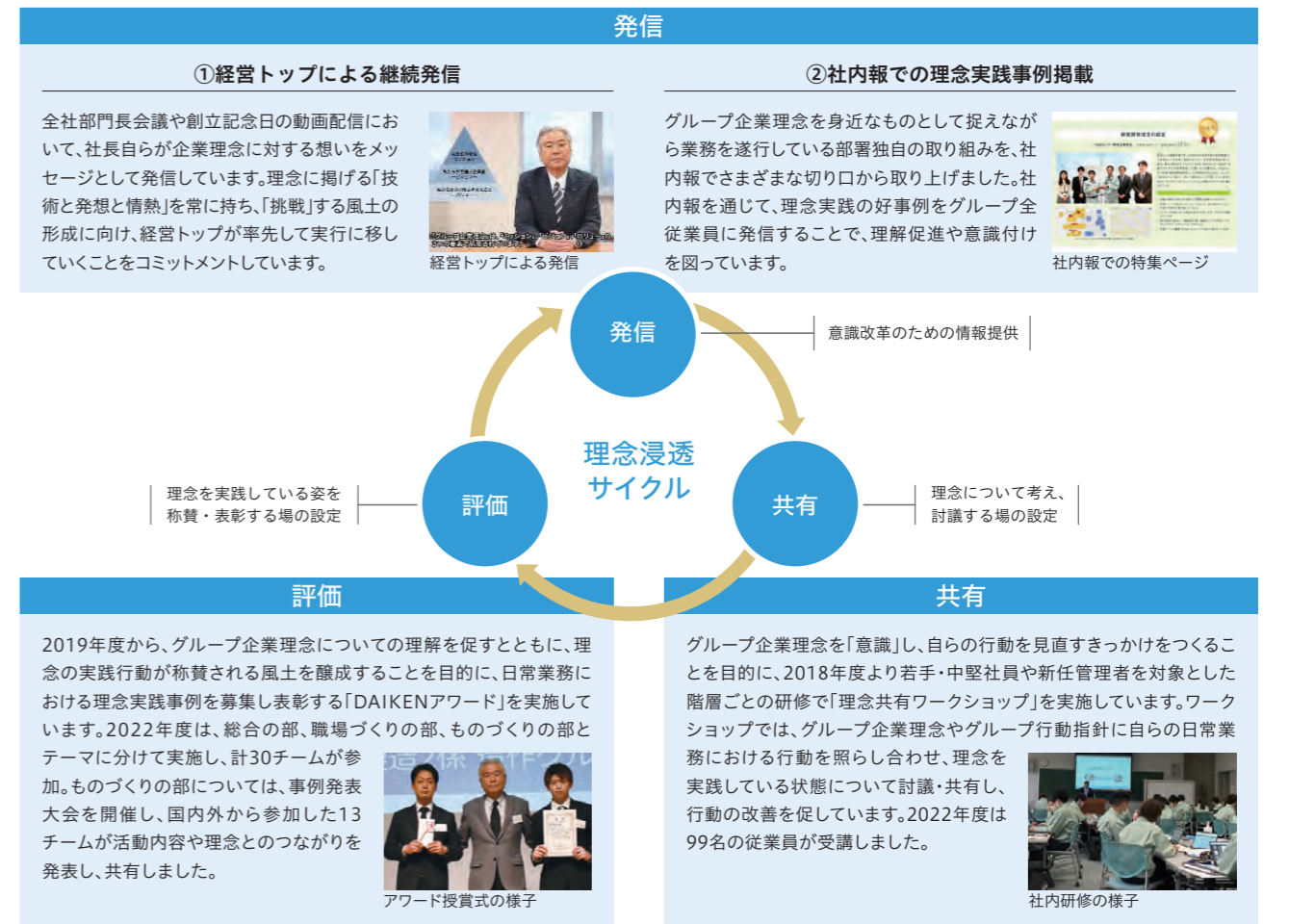


グループ企業理念浸透に向けた取り組み

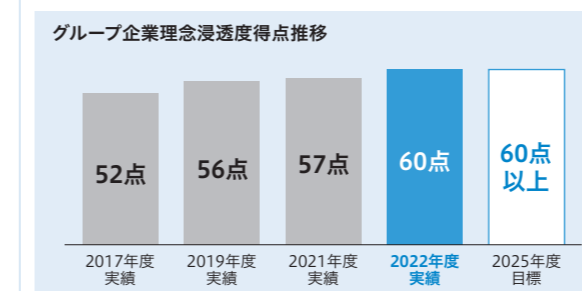
グローバル化や人財の多様化が進む中、企業としてさらなる成長を実現するためには、「共通の使命」「目指すべき企業像」「大切にしている価値観」を全従業員で共有し、進むべき方向性を合わせる事が重要になっています。そこで当社グループでは、持続的な企業価値の向上と、理念に基づく経営強化を目指し、2017年4月にそれまでの「経営理念」を進化させ、「グループ企業理念」を制定しました。特に長期ビジョンや中期経営計画で描く成長戦略を実現するためには、「技術と発想と情熱」「新たな挑戦」「変化や機会を捉えた俊敏な行動」といった、グループ企業理念に掲げた姿を、グループ全従業員が実践し、行動に移していくことが不可欠です。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

役員一覧 (2023年6月23日現在)

※取締役会・監査等委員会出席状況は2022年度の状況です。
※所有株式数は2023年3月末時点の所有数です。

取締役 (監査等委員である取締役を除く)

代表取締役 社長執行役員
億田 正則

ガバナンス

- 取締役会出席状況: 15/15回(100%)
- 所有株式数: 55,060株

1974年4月 当社入社
2007年4月 執行役員 東部建営業統轄部長
2008年4月 上席執行役員 住建営業統轄部長兼東部営業統轄部長
2008年6月 取締役 上席執行役員
2009年4月 取締役 常務執行役員 東京代表兼住建営業統轄部長
2010年4月 住建営業本部長
2011年6月 営業本部長兼新規開発営業部長兼東京本部長
2012年4月 取締役 専務執行役員 東京本部長
2013年6月 代表取締役 専務取締役 専務執行役員
2013年10月 調達改革本部長兼東京本部長
2014年4月 代表取締役 取締役社長 執行役員社長
2018年6月 代表取締役 社長執行役員(現在)

代表取締役 専務執行役員
野村 孝伸

- 取締役会出席状況: 10/10回(100%)
- 所有株式数: 10,230株

1983年4月 当社入社
2006年4月 大建工業(寧波)有限公司部長
2011年4月 当社住空間事業開発部長
2013年4月 内装材事業部長
2015年4月 執行役員 国内事業本部副本部長兼住空間事業部長
2016年4月 国内事業本部副本部長兼新規事業開発部長
2017年4月 上席執行役員 財務経理部長
2018年4月 経営企画部長
2019年4月 総合開発本部長兼IT・物流本部長
2020年4月 常務執行役員 国内製造本部長
2021年4月 国内製造本部長兼住機製品事業部長
2022年4月 国内事業統括、国内新規事業担当 東京本部長(現在)
2022年6月 代表取締役 常務執行役員
2023年4月 代表取締役 専務執行役員(現在) 情報管理、情報渉外担当(現在)
2023年6月 情報システム担当(現在)

取締役 専務執行役員
永田 武

- 取締役会出席状況: 10/10回(100%)
- 所有株式数: 12,100株

1985年4月 伊藤忠商事株式会社入社
2006年1月 同社木材・建材部長代行兼木質建材課長
2009年2月 DAIKEN NEW ZEALAND LIMITED (SENIOR EXECUTIVE DIRECTOR) (クライストチャーチ駐在)
2012年6月 伊藤忠インドネシア会社(ジャカルタ駐在)
2014年4月 伊藤忠商事株式会社木材・建材部長代行
2014年7月 同社木材・建材部長代行兼住生活・情報経営企画部
2015年4月 当社海外事業本部副本部長
2017年3月 伊藤忠商事株式会社退社
2017年4月 当社執行役員 海外事業本部長兼海外事業企画部長
2017年6月 ホクシン株式会社社外取締役(現在)
2019年4月 当社上席執行役員 海外事業本部長
2020年4月 海外事業統括本部副本部長兼MD F 事業本部長
2021年4月 海外事業本部長兼アジア事業部長兼北米事業部長
2022年4月 常務執行役員 海外事業統括、海外新規事業担当 北米事業部長(現在)
2022年6月 取締役 常務執行役員
2023年4月 取締役 専務執行役員(現在)

取締役
真木 正寿

- 取締役会出席状況: 9/10回(90%)
- 所有株式数: 0株

1987年4月 伊藤忠商事株式会社入社
2000年4月 同社建設部建設第二課長
2005年4月 同社建設部長代行
2006年4月 同社建設第一部長代行
2009年4月 同社建設第二部長
2011年4月 同社中国建設・不動産グループ長(上海駐在)兼上海伊藤忠商事有限公司
2013年4月 同社中国住生活・情報グループ長(上海駐在)兼上海伊藤忠商事有限公司
2014年4月 同社建設・金融部門長代行
2015年4月 同社建設・物流部門長代行
2016年4月 同社建設・物流部門長
2019年4月 同社執行役員(現在) 同社建設・不動産部門長
2022年4月 同社住生活カンパニープレジデント(現在)
2022年6月 当社取締役(現在)

監査等委員である取締役

取締役 監査等委員(常勤)
照林 尚志

- 取締役会出席状況: 15/15回(100%)
- 監査等委員会出席状況: 14/14回(100%)
- 所有株式数: 15,210株

1980年4月 当社入社
2011年4月 執行役員
2012年4月 上席執行役員 総務人事部兼秘書室長
2013年4月 常務執行役員 経営企画部長兼秘書室長
2013年6月 取締役 常務執行役員
2014年4月 経営企画部長兼新規事業開発室長兼秘書室長
2015年4月 財務経理部長
2017年4月 取締役 専務執行役員
2017年6月 代表取締役 専務取締役 専務執行役員
2018年6月 代表取締役 専務執行役員
2019年6月 常勤監査役
2021年6月 取締役 監査等委員(常勤)(現在)

取締役 監査等委員(常勤)
飯沼 友明

- 所有株式数: 7,321株

1983年4月 当社入社
2008年4月 デザイン研究所長
2013年4月 住機製品事業部副事業部長兼住空間事業開発部長
2014年4月 住機製品事業部長兼住空間事業開発部長
2015年4月 井波工場長
2016年4月 執行役員 住空間事業部長兼井波工場長
2016年10月 住空間事業部長兼井波工場長兼デザイン部長
2018年4月 上席執行役員 総務人事部長
2020年4月 常務執行役員 総務人事部兼IT・物流本部長
2021年4月 管理本部長
2023年4月 管理本部シニアアドバイザー
2023年6月 取締役 監査等委員(常勤)(現在)

社外取締役 監査等委員
石崎 信吾

独立役員
ガバナンス 委員長

- 取締役会出席状況: 15/15回(100%)
- 監査等委員会出席状況: 14/14回(100%)
- 所有株式数: 0株

1979年4月 山一證券株式会社入社
1998年4月 メリルリンチ日本証券株式会社(現BofA証券株式会社)入社
2001年7月 Ufjキャピタルマーケティング証券株式会社
(現三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社)入社
2004年10月 みずほ証券株式会社入社 投資銀行グループ統括部長
2009年4月 同社常務執行役員関西投資銀行グループ長
2010年4月 同社常務執行役員関西・西日本投資銀行グループ長
2015年6月 積水ハウス株式会社特別顧問 積水化成工業株式会社特別顧問
2018年4月 SI.Management株式会社代表取締役社長(現在)
2019年6月 当社社外監査役
2020年6月 当社社外取締役
2021年4月 朝日放送グループホールディングス株式会社顧問(現在)
2021年6月 当社社外取締役 監査等委員(現在)

社外取締役 監査等委員
浅見 裕子

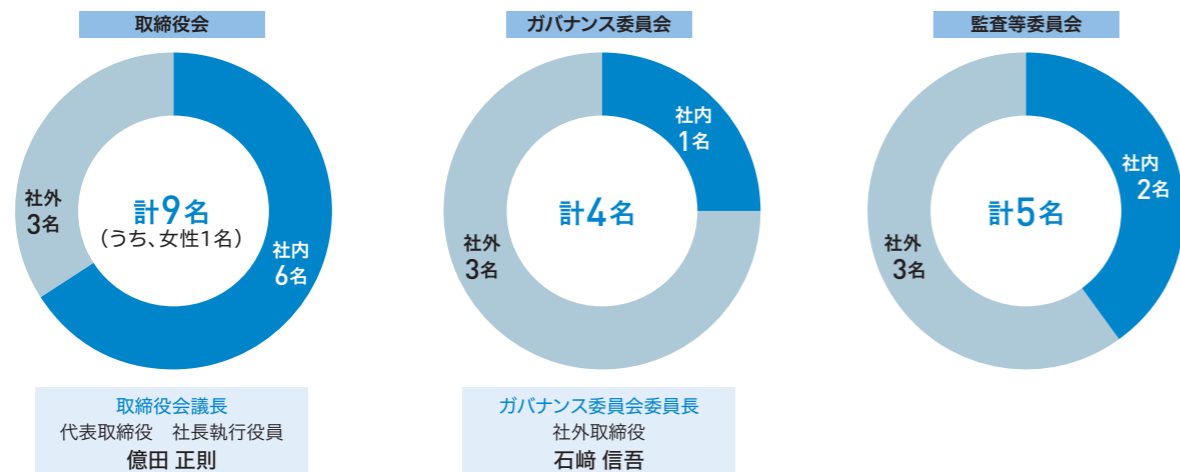
独立役員
ガバナンス

- 取締役会出席状況: 14/15回(93%)
- 監査等委員会出席状況: 13/14回(93%)
- 所有株式数: 0株

2000年4月 学習院大学経済学部専任講師
2002年2月 企業会計基準委員会業績報告プロジェクト委員
2003年4月 学習院大学経済学部助教授
2008年4月 学習院大学経済学部教授(現在)
2010年2月 財務省 独立行政法人評価委員会委員、同委員会中小企業基盤整備機構部会会長代理
2012年2月 金融庁 企業会計審議会臨時委員
2012年4月 文部科学省 大学設置・学校法人審議会大学設置分科会経済学専門委員会委員
2014年4月 学習院大学副学長
2018年6月 当社社外監査役
2019年4月 学習院大学大学院経営学研究所科委員長・教授(現在)
2019年6月 金融庁 公認会計士・監査審査会委員(現在)
財務会計基準機構 企業会計基準諮問会議委員(現在)
日本学術振興会 科学研究費委員会専門委員
2019年12月 国税庁 税理士試験委員
2020年1月 国立大学法人茨城大学監事(現在)
2020年9月 当社社外取締役 監査等委員(現在)
2021年6月 株式会社スプリックス社外取締役 監査等委員(現在)
2022年12月 金融庁 企業会計審議会臨時委員(現在)
2023年6月 産業経理協会 評議員(現在)

各種機関の概要 (2023年6月23日現在)

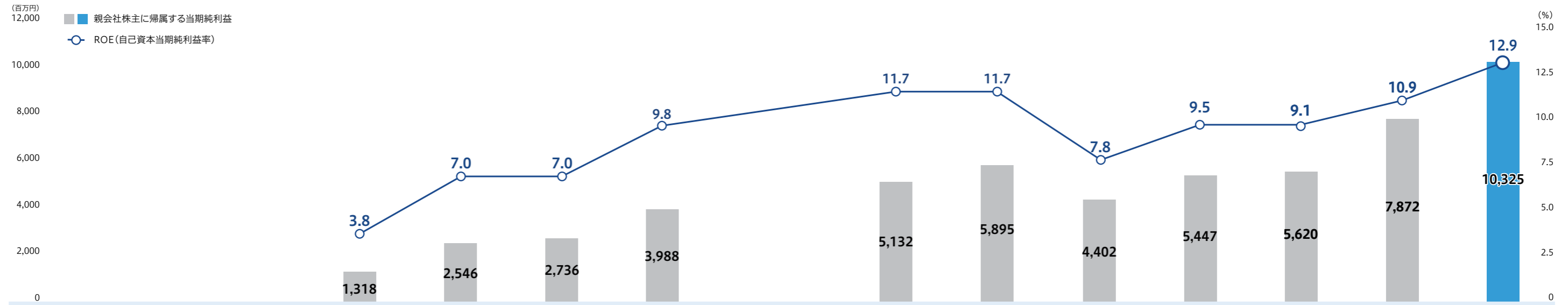
■ 組織形態



社外取締役の選任理由

氏名	選任理由
石崎 信吾	石崎信吾氏は、長年にわたり証券会社の投資銀行業務に携わっており、その経験を通じて培った金融に関する豊富な知見を有しております。当該知見を活かして特に財務会計について専門的な観点から取締役の職務執行に対する監督、助言等を行っていただくことは、当社のさらなるガバナンス強化に寄与するものと判断しております。
浅見 裕子	浅見裕子氏は、学習院大学経済学部の教授であり、また、財務省、金融庁等の委員を歴任するなど、財務及び会計分野に関する十分な知見を有しております。当該知見を活かして特に企業会計について専門的な観点から取締役の職務執行に対する監督、助言等を行っていただくことは、当社のさらなるガバナンス強化に寄与するものと判断しております。なお、同氏は過去に社外役員となること以上の方法で会社の経営に関与された経験はありませんが、上記の理由により、社外取締役としてその職務を適切に遂行できるものと判断しております。
向原 潔	向原潔氏は、長年にわたり金融機関の経営に携わっており、その経験を通じて培った金融及び経営に関する豊富な知見を有しております。当該知見を活かして特に企業経営について専門的な観点から取締役の職務執行に対する監督、助言等を行っていただくことは、当社のさらなるガバナンス強化に寄与するものと判断しております。

11年間の財務サマリー



(百万円)	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
売上高	158,153	180,392	168,833	168,141	168,841	170,581	182,962	202,481	199,210	223,377	228,826
売上原価	119,121	137,693	131,657	127,452	125,201	127,946	139,289	151,442	148,328	160,210	170,399
売上総利益	39,031	42,699	37,175	40,689	43,640	42,635	43,673	51,038	50,881	63,167	58,427
販売費及び一般管理費	34,327	39,121	33,722	35,102	35,108	35,116	37,940	42,653	42,102	45,805	48,570
営業利益	4,703	3,577	3,452	5,586	8,532	7,519	5,733	8,384	8,779	17,361	9,856
経常利益	5,669	5,025	4,648	5,281	9,033	8,760	6,838	9,108	9,935	18,725	13,008
税金等調整前当期純利益	2,373	4,617	1,373	6,875	7,247	8,342	7,301	8,871	10,970	18,264	18,522
親会社株主に帰属する当期純利益	1,318	2,546	2,736	3,988	5,132	5,895	4,402	5,447	5,620	7,872	10,325
ROE(自己資本当期純利益率)	3.8%	7.0%	7.0%	9.8%	11.7%	11.7%	7.8%	9.5%	9.1%	10.9%	12.9%
ROA(総資産経常利益率)	4.4%	3.8%	3.4%	4.0%	6.9%	6.4%	4.5%	5.5%	5.8%	10.5%	7.0%
売上総利益率	24.7%	23.7%	22.0%	24.2%	25.8%	25.0%	23.9%	25.2%	25.5%	28.3%	25.5%
販売費及び一般管理費率	21.7%	21.7%	20.0%	20.9%	20.8%	20.6%	20.7%	21.1%	21.1%	20.5%	21.2%
営業利益率	3.0%	2.0%	2.0%	3.3%	5.1%	4.4%	3.1%	4.1%	4.4%	7.8%	4.3%
経常利益率	3.6%	2.8%	2.8%	3.1%	5.4%	5.1%	3.7%	4.5%	5.0%	8.4%	5.7%
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,624	9,663	9,299	6,016	10,566	9,158	10,052	16,807	12,254	16,834	△107
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,033	△5,168	△4,072	△5,972	△4,201	△2,711	△15,079	△17,863	△910	△6,636	575
財務活動によるキャッシュ・フロー	224	△1,054	△2,635	△5,486	△6,734	△6,342	11,165	1,468	△11,369	△10,737	247
フリー・キャッシュ・フロー	591	4,494	5,227	43	6,364	6,447	△5,027	△1,056	11,344	10,198	468
設備投資額	4,036	3,274	3,206	3,508	4,757	3,081	6,586	5,490	3,697	2,864	3,924
減価償却費	4,107	3,990	4,093	4,068	3,506	3,768	4,134	5,079	5,563	5,546	5,192
研究開発費	1,453	1,342	1,349	1,430	1,477	1,551	1,592	1,491	1,452	1,587	1,717
総資産額	131,618	135,890	135,596	130,315	132,171	140,776	160,158	170,638	172,553	183,391	185,797
純資産額	39,870	41,419	44,984	43,833	49,086	56,979	61,741	62,975	76,771	90,563	92,318
自己資本	36,002	37,154	40,573	40,789	46,614	54,244	58,904	55,778	68,043	76,487	83,523
自己資本比率	27.4%	27.3%	29.9%	31.3%	35.3%	38.5%	36.8%	32.7%	39.4%	41.7%	45.0%
有利子負債	34,506	34,599	34,204	31,438	26,338	21,952	30,784	43,876	35,508	28,500	29,700
D/Eレシオ(倍)	0.96	0.93	0.84	0.77	0.57	0.40	0.52	0.79	0.52	0.37	0.36
ROIC(投下資本利益率)	4.0%	3.0%	3.1%	5.1%	7.9%	6.6%	4.6%	5.5%	5.5%	11.1%	6.1%
税引後営業利益	2,918	2,219	2,223	3,741	5,891	5,202	3,979	5,820	6,094	12,052	6,842
運転資本	12,963	13,005	7,303	12,745	15,101	16,837	18,776	22,771	26,173	27,720	33,302
固定資産	59,596	60,139	64,592	60,980	59,760	63,540	68,528	82,612	84,752	81,077	78,552
投下資本	72,560	73,144	71,895	73,726	74,862	79,226	87,305	105,383	110,926	108,798	111,854
1株当たり純資産額(BPS)(円)	1,434.53	1,480.47	1,669.47	1,692.28	1,933.99	2,250.58	2,264.10	2,142.99	2,612.54	2,935.31	3,203.58
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	52.53	101.46	111.70	164.67	212.96	244.60	174.55	209.32	215.83	302.18	396.10
1株当たり配当額(円)	37.50	37.50	37.50	50.00	64.00	74.00	74.00	70.00	70.00	100.00	110.00
配当性向	71.4%	37.0%	33.6%	30.4%	30.1%	30.3%	42.4%	33.4%	32.4%	33.1%	27.8%
DOE(自己資本配当率)	2.7%	2.6%	2.4%	3.0%	3.5%	3.5%	3.4%	3.2%	2.9%	3.6%	3.6%
配当総額	941	941	914	1,210	1,542	1,783	1,925	1,821	1,823	2,605	2,867
時価総額	32,249	35,260	32,931	37,842	49,675	60,545	56,039	44,143	57,402	56,597	59,443
従業員数(連結)(人)	3,194	3,141	3,191	3,060	3,071	3,073	3,287	3,807	3,852	3,965	3,564

(注) 1. 2016年10月1日付で5株につき1株の割合で株式併合を実施しています。過去の数値についても比較がしやすいよう遡って調整計算をしています。 2. 財務諸表の詳細につきましては、当社のウェブサイト
3. フリー・キャッシュ・フロー=営業活動によるキャッシュ・フロー+投資活動によるキャッシュ・フロー 4. D/Eレシオ(デット・エクイティ・レシオ)=有利子負債÷自己資本(倍) 5. DOE(自己資本配当率)

に掲載されている有価証券報告書等をご覧ください。 <https://www.daiken.jp/ir/>
=年間配当額÷期首・期末平均自己資本×100(%)

ESG目標

2022年度より、これまでの中期 ESG 計画を中期経営計画と一体化した上で、ESG 視点で取り組むべき重要テーマと目標値を ESG 目標として設定しました。

ESG目標(2022~2025年度)			
分野	テーマ	目標 (2025年度)	
E 環境	廃棄物のリサイクル利用、有価物化の推進	廃棄物の最終埋処分量(国内外グループ生産拠点)	15%削減 (2021年度比)
	温室効果ガス排出削減 ^{*1}	温室効果ガス 国内外総排出量 (Scope1+2) 温室効果ガス 国内外総排出量 (Scope3)	10%削減(2021年度比) 6%削減(2021年度比)
	再生可能エネルギーの利用促進	再生可能エネルギー利用率	国内:50%以上 海外:40%以上
	木材利用による炭素貯蔵量拡大	木質素材事業による炭素貯蔵量 (MDF、インシュレーションボード)	1,100千t-CO ₂ /年
	生物多様性に配慮した木材調達	床基材におけるラワン材の利用率	50%削減 (2021年度比)
	化学物質の適正管理・削減	PRTR法対象物質排出量・移動量	70%削減 (2021年度比)
	水資源の有効利用促進	水資源の投入量(国内外グループ生産拠点)	4%削減 (2021年度比)
	化石燃料由来のプラスチック使用量削減	プラスチック容器包装の使用量削減	4%削減 (2021年度比)
	環境リスクマネジメント強化	国内外の環境事故・違反件数(行政指導や罰金を伴うもの)	0件
	S 社会	品質管理体制強化 ^{*1}	新たな開発製品での設計起因事故件数 製造・製品監査の実施カバー率 製品安全・品質向上教育実施率
CSR調達の推進		CSR調査の実施率	100%
公正な競争・取引の徹底		独禁法・下請法重大違反 部門別・職種別啓蒙活動の計画開催	0件 年20回
ダイバーシティ推進 ^{*1}		ダイバーシティ総合指数 3rd Stage ^{*2} 女性正社員採用比率(新卒全国コース) 正社員女性比率 男性育児休業取得率(3カ年平均) 管理職女性比率 介護セミナー受講率 ダイバーシティ研修受講率(管理職) 障がい者雇用率達成度 年齢別人員構成(世代別差)	+30pt(2021年度比) 50% 20% 50% 2% 年90% 100% 100% 10pt差以内
健康経営の推進		健康増進手当受給率 健康得点(運動・休養・栄養) プレゼンティーズム損失割合	80% 20点 25%
働き方改革の推進 ^{*1}		総労働時間削減率 年次有給休暇取得率 従業員満足度 ^{*3}	3%削減(2021年度比) 70% 60pt
人材育成の強化		3年以内離職率 若手社員キャリアプラン研修受講率 重点市場強化プログラム受講率 マネジメント層養成研修プログラム研修受講率	15%以内 100% 50% 80%
労働安全衛生の強化		重大災害 工場相互安全診断実施率	0件 100%
人権推進活動		人権啓蒙研修受講率 管理職ハラスメント研修受講率	100% 100%
地域連携の社会貢献活動		地域連携企画の計画開催(各グループ生産拠点)	年1回
G ガバナンス	ガバナンス強化	役員女性比率(取締役) グループ企業理念浸透度 ^{*4}	10%以上 60点以上
	ステークホルダーとの対話充実	顧客・取引先とのエンゲージメントを図る指標と手法の確立及び目標設定 顧客による当社理念・活動への共感度 調達先向け方針説明会の開催 自社IRサイトページビュー数	2022年度実施 90% 年1回 200%(2021年度比)
	コンプライアンスの徹底 ^{*1}	重大コンプライアンス違反 コンプライアンス意識度 ^{*5}	0件 +5pt(2021年度比)

2022年度 進捗状況	
実績	
0.4%削減	
4.0%削減 省エネ活動及び生産性向上などが影響 3.7%削減 販売MIX変動及び生産拠点合理化が影響	
国内:49% 海外:39%	
739.4千t-CO ₂ /年 MDF生産量の変動が影響し減少	
2.7%増加	
27.3%削減 対象物質を用いる製品の廃番により削減	
2.4%削減 シール水回収設備の導入及び再利用量増加により削減	
4.7%削減 生産量の変動が影響	
0件	
0件 100% 100%	
84% 調査対象範囲を拡大して実施	
0件 27回	
+18.3pt 52.8% 19.4% 42.7% 1.9% 68.6% 43.7% 113% 障がい者雇用率:2.6% 6.0pt差	
76.4% 16.4点 28.1% 女性特有の健康課題へのアプローチを開始	
0.94%削減 有給休暇の取得増などにより削減 62.8% 54.4pt	
15.9% 100% 58% 75%	
0件 国内:100% 海外:新型コロナウイルスの影響により中止	
100% 100%	
国内外19拠点のうち18拠点で計87回開催	
11.1% 60点	
左記指標を設定 左記指標を設定 135.7% サイト内容の拡充を継続的に実施	
1件(当社関係会社での内装工事に係る施工管理業務の建設業法違反行為) △1.29pt	

サステナビリティ推進部所管 経営戦略本部長コメント



常務執行役員
森野 勝久

当社グループは、「DAIKENサステナビリティ基本方針」のもと、事業を通じて未来へ続く豊かな社会と環境に貢献すること、それにより当社グループの長期的な成長を実現することを目指しています。2022年度よりスタートした中期経営計画「GP25 3rd Stage」では、社会課題解決につながる成長戦略(CSV)の実行とともに、サステナビリティを軸とした経営基盤強化を基本方針としており、特にESGに関する重要テーマについては、管理指標及び2025年度までに目指すゴールを「ESG目標」として定めています。また、「ESG目標」の環境分野は、環境への取り組みの長期的な方向性を示す「DAIKEN地球環境ビジョン2050」のマイルストーンとしても位置付けています。

さて、2022年度の実績ですが、環境分野におきましては、設備導入等による水資源投入量の削減や、PRTR法対象物質使用製品の廃番による排出・移動量の削減などのテーマにおいて、目標達成に向けて良いスタートが切れた一方で、製品開発の遅れや生産拠点の合理化によるMDFの生産量減少の影響を受け、床基材におけるラワン材の利用率や木質素材事業による炭素貯蔵量といったテーマで進捗が遅れが生じました。社会分野においては、製品安全・品質向上、公正取引等に関する研修を継続実施し社内啓蒙を徹底するとともに、人財価値の最大化に向け、女性特有の健康問題へのアプローチやダイバーシティマネジメント研修の導入などに取り組みました。そのような中でガバナンス分野において、重大コンプライアンス違反が1件確認されたことは、大きな反省材料として受け止めており、コンプライアンス教育のさらなる徹底を図り、グループ全体で再発防止に取り組んでまいります。

中計初年度の進捗をしっかりと分析し、対策を講じた上で、グループ企業理念の実現、その先にあるサステナブルな社会の実現を目指し、引き続き、事業活動とESG活動への一体的な取り組みに注力してまいります。

^{*1}中期経営計画における非財務の経営目標に設定
^{*2}女性管理職比率などダイバーシティ関連項目を指数化した当社独自指標。2022年度からは「ダイバーシティ総合指数 3rd Stage」とし、算出方法に係る項目を見直し再設定
^{*3}従業員のやりがい、職場の働きやすさなどを評価軸とした調査に基づく当社独自指標
^{*4}グループ企業理念に関する従業員の理解・共有・実践を指数化した当社独自指標
^{*5}法令遵守・倫理観・体制・風土等の視点で従業員のコンプライアンス意識度を測る当社独自指標

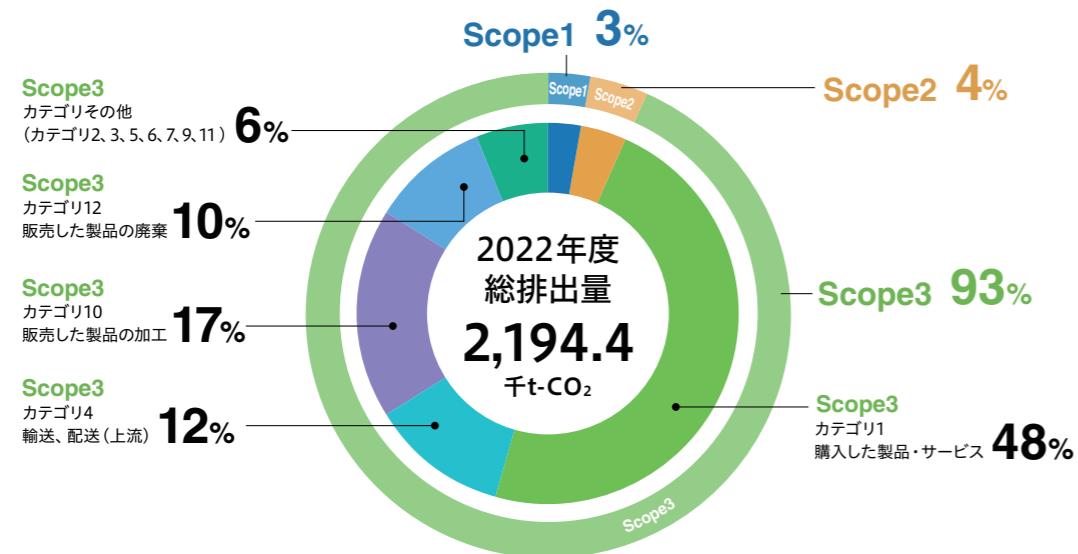
ESG データ集

E 環境

範囲		単位	2018	2019	2020	2021	2022(年度)	
総エネルギー投入量	国内グループ生産拠点	千GJ (熱量換算)	2,874	2,914	2,667	2,711	2,559	
	海外グループ生産拠点		-	-	5,032	5,210 (4,980)	4,633 (4,552)	
再生可能エネルギー割合	国内グループ生産拠点	%	50	50	50	50	49	
	海外グループ生産拠点		-	-	36	37 (39)	38 (39)	
水資源 有効利用	取水	国内グループ生産拠点	1,943	1,865	1,799	1,859	1,838	
		海外グループ生産拠点	-	-	754	973	927	
		グループ生産拠点	-	-	2,553	2,832	2,765	
	排水	国内グループ生産拠点	1,455	1,381	1,331	1,408	1,356	
		海外グループ生産拠点	-	-	367	362	335	
		グループ生産拠点	-	-	1,698	1,770	1,691	
廃棄物等 (生産拠点)	発生量	国内グループ生産拠点	48.6	47.5	43.7	47.1	45.8	
		海外グループ生産拠点	-	-	126.5	163.4	130.4	
		グループ生産拠点	-	-	170.2	210.5	176.2	
	最終埋立処分率	国内グループ生産拠点	7.6	7.2	5.9	5.8	5.6	
		海外グループ生産拠点	-	-	5.1	5.6	7.1	
		グループ生産拠点	-	-	5.3	5.6	6.7	
PRTR	排出量・移動量	国内グループ生産拠点	17	16	8	7	5	
環境事故・違反件数	国内グループ生産拠点	件	0	0	0	0	0	
温室効果ガス 排出量	Scope1(直接排出)	グループ連結	千トン-CO ₂	-	-	73.5	73.7 (73.5)	70.0★ (70.0)
	Scope2(間接排出)			-	-	89.2	87.9 (77.6)	78.7★ (75.1)
	Scope3 合計			-	-	1,763.8	2,212.9 (2,066.8)	2,045.7 (1,991.1)
	Scope1+2 計			-	-	162.7	161.5 (151.2)	148.7★ (145.1)
	Scope1+2+3 計			-	-	1,926.5	2,374.5 (2,217.9)	2,194.4 (2,136.2)

※()内の値はSBT認定取得に伴う算定方法の修正や、2022年8月より連結子会社から持分法適用関連会社となったPacific Woodtech Corporationの実績の除外を反映した値
 ※★マークのついた値は第三者認証を取得
 ※Scope3については、環境省・経済産業省「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン」に準拠。また、排出量が小さく、サプライチェーン排出量全体に与える影響が小さい拠点や活動については一部除外

2022年度 温室効果ガス排出量構成比(グループ連結)



S 社会

従業員数

範囲		単位	2018	2019	2020	2021	2022(年度)	
従業員数(連結)	グループ連結	人	3,287	3,807	3,852	3,965	3,564	
日本			2,268	2,411	2,449	2,461	2,446	
海外			1,019	1,396	1,403	1,504	1,118	
平均年齢	大建工業(株)	歳	41.6	41.6	41.6	41.9	42.1	
女性			38.6	38.8	38.8	39.2	39.5	
男性			42.4	42.4	42.4	42.8	43.0	
平均勤続年数			年	17.7	17.5	17.6	17.7	17.7
女性				11.6	11.6	11.4	11.7	12.1
男性				19.3	19.2	19.4	19.6	19.5

自己都合離職率

自己都合離職率(正社員)	大建工業(株)	%	2.2	1.9	1.3	2.3	2.6
--------------	---------	---	-----	-----	-----	-----	-----

女性活躍

従業員女性比率	大建工業(株)	%	20.2	21.9	23.6	24.2	24.5
女性採用比率			20.3	34.0	29.0	32.6	30.2
管理職女性比率(課長相当職以上)			1.04	1.23	1.62	1.63	1.90

育児休業

育児取得者数	大建工業(株)	人	12	28	17	37	30
男性			7	20	7	24	16
女性			5	8	10	13	14
育児復帰率		%	100	100	100	100	100

障がい者雇用

障がい者雇用率	大建工業(株)	%	2.03	1.95	1.96	2.14	2.61
---------	---------	---	------	------	------	------	------

年次有給休暇

有給休暇取得率*	大建工業(株)	%	53.9	64.9	65.8	61.4	62.8
----------	---------	---	------	------	------	------	------

*当社では時間単位の年次有給休暇を認めており、有給休暇取得率は時間単位休暇を含めています

CSR調達

CSR調達調査実施率	グループ連結*	%	100	100	100	98	84
------------	---------	---	-----	-----	-----	----	----

*2021年度以前は国内グループ連結実績。2022年度より国内及び海外を合わせたグループ連結実績

労働安全

労働災害発生率	従業員	国内グループ生産拠点	-	1.23	0	1.65	2.46	1.24
	請負業者		-	-	-	-	4.98	
工場相互安全診断実施率		%	100	100	100	-*	100	
労働災害死亡者数	従業員	大建工業(株)	人	0	0	0	0	0
	請負業者			0	0	0	0	0

*コロナ禍により工場現場訪問による診断は中止となるも安全管理者によるオンラインでの情報共有を強化

従業員満足度

従業員満足度*1	国内グループ連結*2	pt	-	55.4	56.7	54.6	54.4
----------	------------	----	---	------	------	------	------

*1 従業員満足度:従業員のやりがい、職場の働きやすさなどを評価軸とした調査に基づく当社独自指標

*2 関係者フォローリングを除く

G ガバナンス

取締役構成

範囲		単位	2018	2019	2020	2021	2022(年度)
取締役数	大建工業(株)	人	9	7	8	9	9
社外取締役数			2	2	3	3	3

*人数は各年度6月末時点

取締役会開催状況

開催回数	大建工業(株)	回	15	13	12	13	15
社外取締役出席率		%	100	100	100	100	98

コンプライアンス

コンプライアンス研修参加者数	国内グループ連結	延べ/人	863	1,337	1,471	3,951	2,107
内部通報件数		件	6	14	8	12	15

より詳細な情報はウェブサイトに掲載しています。

<https://www.daiken.jp/sustainability/esgdata.html>

会社情報 (2023年3月31日現在)

国内



商号	大建工業株式会社 DAIKEN CORPORATION	本店	富山県南砺市井波1番地1
設立年月日	1945年(昭和20年)9月26日	本社大阪事務所	大阪市北区中之島三丁目2番4号
資本金	153億円	東京事務所	東京都千代田区外神田三丁目12番8号
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場	主要な営業所	札幌、仙台、東京、さいたま、新潟、名古屋、金沢、大阪、広島、高松、福岡、シンガポール
証券コード	7905	生産工場	井波工場(富山県南砺市) 岡山工場(岡山市) 高秋工場(茨城県高萩市) 三重工場(津市)
決算日	3月31日		
定時株主総会	6月		

海外



キノウを超える、ミライへ。

DAIKEN

大建工業株式会社

本社
〒530-8210 大阪市北区中之島三丁目2番4号
中之島フェスティバルタワー・ウエスト 14F
<https://www.daiken.jp/>



発行 2023年9月

[175-19] IR2023.09 [WIS] (P17.1-07)



DK17519