



DAIKENグループ
CSR報告書2015

CSR REPORT

大建工業株式会社

本社 〒530-8210
大阪市北区堂島1丁目6番20号
<http://www.daiken.jp/>



発行 | 2015年8月

[175-09] CS2015.08 [KU] (P9.1-05)



大建工業株式会社

住空間・エコ・エンジニアリングの 3つのコア事業で 新たな『暮らし価値』を創造します

家族がいて、笑い声が部屋に響く。

そんな当たり前の生活にこそ、なにより大切な価値がある。

そのために住まいは、安心・安全で、家族一人ひとりにとって心地よくあってほしい。

自然の恵みを大切に、環境にもやさしい健康な暮らしを私たちはお届けします。

人と空間・環境の調和をテーマに 顧客本位の経営を行う

DAIKENグループは1945年の創業以来、経営理念として「人と空間・環境の調和をテーマに顧客本位の経営を行う」を掲げ、社会の変化、そしてお客様のニーズの変化にマッチしたさまざまな製品やサービスを提供してきました。

これからもこの経営理念のもと、

DAIKENグループは

「住空間事業」

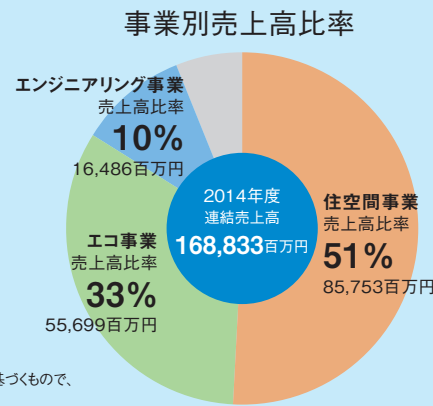
「エコ事業」

「エンジニアリング事業」の

3つのコア事業で、

新たな『暮らし価値』を

創造していきます。



※売上高比率は、2014年度の連結売上高に基づくもので、その他の事業が6%あります。

住空間事業

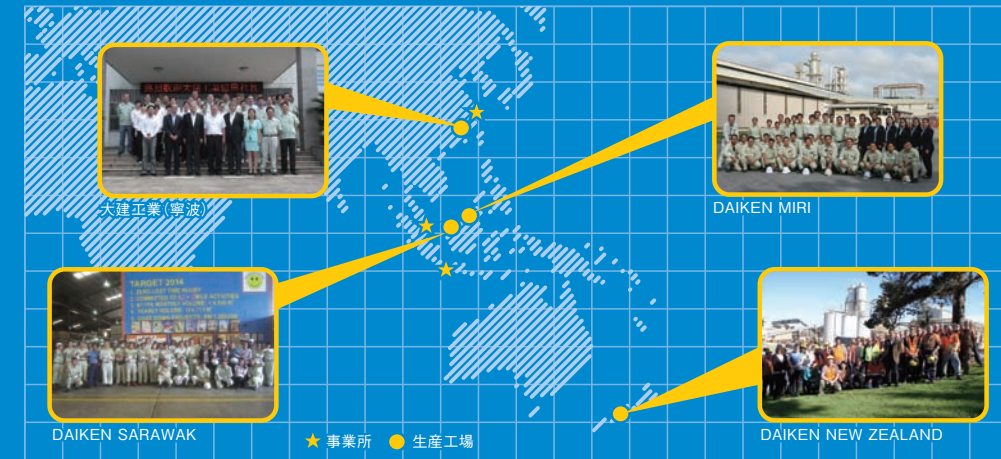
お客様の暮らしを考えた
機能・品質をプラス

住まいづくりに欠かせない床材や壁材、天井材、下地材をはじめ、収納や建築音響製品まで、幅広い住宅用建材を製造。安全・安心・快適・便利・健康という視点で暮らしを見つめ、また環境にも配慮し、あらゆる人にとっての住み心地の向上を目指した製品を提供しています。



アジアを中心にグローバルに展開

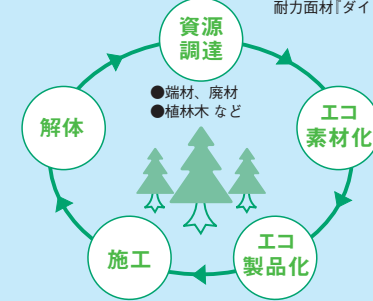
DAIKENグループは、アジアを中心にグローバルに事業を展開しています。事業所は上海、シンガポール、インドネシアの3拠点、生産工場は中国、ニュージーランド、マレーシアの3カ国4拠点があり、日本を含め世界で約3,200名の従業員が働いています。



エコ事業

地球にも人にもやさしい
モノづくり体制を確立

資源循環型企業のリーディングカンパニーとして、“木質資源の有効利用”と“未利用資源の有効活用”を図ったエコ素材の開発・製造に積極的に取り組んでいます。断熱・吸音・調湿・耐震性などの機能を持たせて製品化することで、地球環境への配慮と暮らしの快適性を両立させました。



エンジニアリング事業

快適な空間づくりをトータルで
サポート

施設・オフィスなどの内装工事や工事部材の生産・仕入れ・販売から、設計・施工のコンサルタント業務など、トータルで空間づくりをサポートする体制を整えています。多種多様な工事部材と、その性能を最大限に引き出す専門的なノウハウと技術を活かして、快適な空間を提供しています。



- 内装工事
- 工事部材の生産・仕入れ・販売
- 設計・施工のコンサルタント業務
- 技術指導

会社概要

(2015年7月)

商号:

大建工業株式会社
DAIKEN CORPORATION

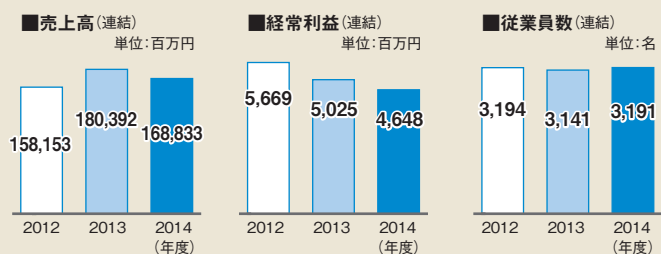
設立年月日:

1945年(昭和20年)9月26日

資本金:

131億5,003万9,080円

決算月:3月



※2015年3月末現在

【本社および事業所】

- 本店:富山県南砺市井波1番地1
- 本社大阪事務所:大阪市北区堂島1丁目6番20号
- 東京事務所:東京都千代田区外神田3丁目12番8号

【ショールーム】

- 札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、岡山、広島、高松、福岡

【海外事業所】

- 上海、シンガポール、インドネシア

【国内生産工場】

- 井波工場(富山県南砺市)
- 岡山工場(岡山市)
- 高萩工場(茨城県高萩市)
- 三重工場(津市)
- (株)ダイフィット(鳥取県倉吉市)
- (株)ダイウッド(三重県伊賀市)
- セトウチ化工(株)(岡山市)
- 富山住機(株)(富山県砺波市)
- (株)ダイタック(岡山市)
- 会津大建加工(株)(福島県会津若松市)

【海外生産工場】

- 大建工業(寧波)有限公司(中国)
- DAIKEN NEW ZEALAND 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)

【編集方針】

- 本報告書は、DAIKENグループのCSRに対する取り組みや考え方をステークホルダーの皆様にご理解いただくよう、分かりやすい編集を心がけ、具体的な活動事例を中心に紹介しています。より詳細な取り組みにつきましては、当社ウェブサイトにて随時掲載していきます。
- 対象期間:2014年度(2014年4月1日~2015年3月31日) ※一部対象期間外の情報も掲載しています。
- 報告範囲:大建工業株式会社および大建工業グループ ※環境パフォーマンスは、一部範囲が異なります。
- 大建工業グループを示す場合は「DAIKEN」、大建工業グループを示す場合は「DAIKENグループ」と表記します。
- 発行月:2015年8月発行 ※ウェブサイトの更新は、9月を予定しています。
- 次回発行月:2016年7月(予定)

詳しくは、当社ホームページをご覧ください。→

<http://www.daiken.jp/>

事業概要 01

トップコミットメント 03

DAIKEN HISTORY 05

長期ビジョン『GP25』 08

DAIKEN グループの CSR 09

さまざまな領域で活躍する DAIKENの『エコ素材』『高機能建材』 11

特集:

1.循環型社会の実現 13

2.高齢者も安心して暮らせる住環境の整備 17

3.住宅、ビル、公共建築物の耐震化促進 19

4.国産材の活用促進 21

活動ハイライト

- ・お客様との関わり 23
- ・従業員との関わり 24
- ・地球環境との関わり 25
- ・地域社会との関わり 27
- ・マネジメント 28
- ・中期CSR活動計画の取り組み状況 29
- ・中期環境計画の取り組み状況 31
- 第三者意見 32

これからも“エコ”にこだわり、 “空間の質的向上”にこだわり続けます。



TOP COMMITMENT

新たな価値を社会に提供し続けて70年

大建工業株式会社は2015年9月に創立70周年を迎えます。当社の創立は、1945（昭和20）年9月26日。終戦直後の荒廃と混乱の中、「復興資材として木材・製材品を生産し、日本の社会や国民の生活の再建に役立ちたい」という先人の熱い志のもと、各種木製品と床材を製造したのが事業の始まりです。以来当社は、独自技術を基軸に、地球環境に配慮したエコ素材と、消費者目線に立った質の高い住環境を創出する製品を開発し、提供してまいりました。

創立から現在に至る70年の歴史を振り返った時、そこに浮かび上がるのは“エコ”にこだわり、“空間の質的向上”にこだわり、追求し、新たな価値を社会に提供し続けてきた、あくなき挑戦の歴史であると受け止めております。そして、この2つのこだわりこそが当社の社会における存在意義であり、CSRの根幹であると考えます。

「DAIKENらしさ」を追求し、 広く社会に貢献する

これからの企業には、社会が抱えるさまざまな課題に対して、自社の特長や強みを発揮して解決策を見出していく姿勢が求められています。社会と共通の価値を生み出していく姿勢と言ってもいいでしょう。もっと主体的、能動的に事業活動の一環としてCSRに取り組み、社会の期待・要請に応えることが重要だということです。

「DAIKENグループが保有する財産を活かし、DAIKENらしさを追求し、DAIKENでなければ創出できない価値を提供し続け、広く社会に貢献すること」-これがDAIKENグループのCSR基本方針です。社会との共通価値創造という考え方を全社で共有し、よりレベルの高い活動へと発展させるため、昨年、新たに策定しました。そして、“エコ”と“空間の質的向上”へのこだわりを、「DAIKENらしさ」そのものであると位置付けました。

サステイナブルな社会への貢献は 当社ビジネスそのもの

“エコ”にこだわること、これは単に「環境にやさしく」という通り一遍なスローガンではありません。

創立以来、当社は、合板、インシュレーションボード、MDF、国産材利用など、木を徹底的に無駄なく使うことに関しては、業界の先陣を切って取り組んでまいりました。また、木以外にも製鉄の副産物であるスラグや火山灰であ

るシラスといった無機系の再生資源にも早くから着目し、これらを有効活用した日本初、世界初の素材を世の中に送り出してきました。

つまり、当社にとって「資源を有効活用すること」は、持続可能な社会へ貢献するための行動原理であり、「サステイナブルな社会への貢献」は当社ビジネスそのもののものです。

機能価値、感性価値の高い製品で 快適性・安全性を追求

“空間の質的向上”にこだわること、そこには当社が提供しているモノの価値は、床や壁、天井などの製品単体だけでなく、それらが形づくる空間、つまり人々が集い、暮らす空間そのものであるとの想いが込められています。

目指したのは、当社が提供する建材・素材・施工により形づくられた空間が、人々に快適や安心を提供し、心を豊かにすること。その想いを実現するための手段が、消費者目線に立った機能価値、感性価値の高い製品の開発であり、その製品の品質・価値を活かす施工技術の開発だと考えます。

今や住まいづくりにおいて当たり前になっている断熱、耐震、防音、調湿といった機能のほとんどは、当社がスタンダード化したものといっても過言ではありません。日本の住宅における質的向上の牽引役として、当社が果たしてきた役割は非常に大きいものであると自負しております。そして、我々の活動のフィールドは住宅分野だけにとどまることなく、ビルや公共建築物といった非住宅分野へと拡大し続けているのです。

より成長し、より輝くために 新たな歴史の創造にチャレンジ

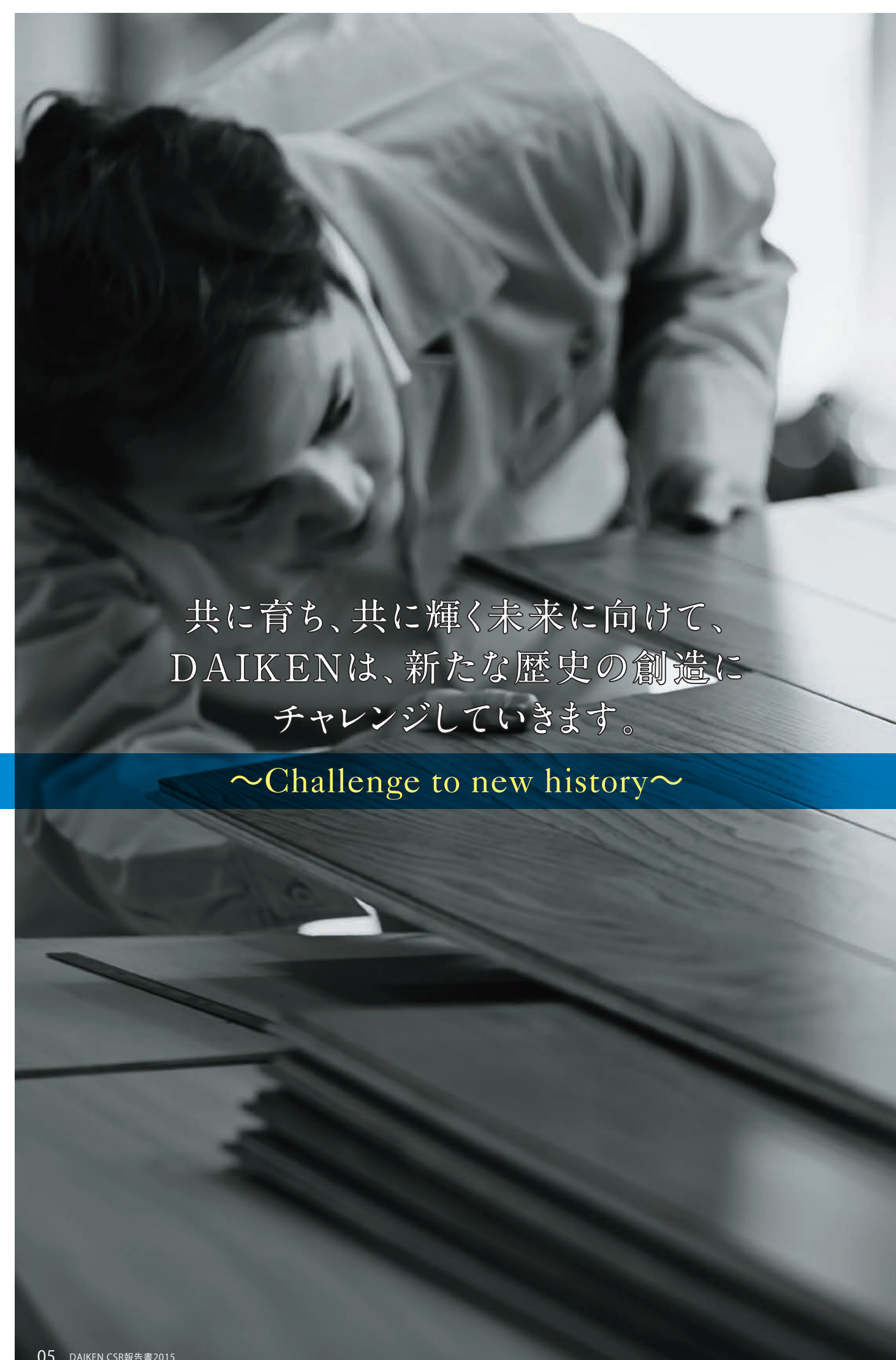
経済・社会構造がめまぐるしく変化し、世界規模での競争が激化する中、当社が社会から評価され続け、持続的な成長を遂げるためには、常に変化を読み、先んじること、挑戦することが求められます。そこで、今年、創立70周年を迎えるに当たり、10年後の2025年に向けて、当社がより社会に貢献できる企業へと「成長=GROW」し、社会から評価される魅力的な企業へと「輝く=GLOW」ことを目指し、長期ビジョン「GROW/GLOW PLAN25」を策定しました。

これら「GROW」と「GLOW」は当社だけのことではありません。すべてのステークホルダーの皆様とともに「成長」と「輝き」を築いていこうという決意でもあります。

DAIKENグループは、70周年を機に、新たな歴史の創造にチャレンジしてまいります。

代表取締役 取締役社長

鹿田 正利



共に育ち、共に輝く未来に向けて、
DAIKENは、新たな歴史の創造に
チャレンジしていきます。

~Challenge to new history~

2025年を目指した長期ビジョン

『GP25』

(GROW/GLOW PLAN25)

限りある資源の有効利用と、より快適・安心な空間づくりを通じて、
成長し(GROW)、輝く(GLOW)DAIKENグループへ

DAIKENの存在意義・志

素材開発・機能開発・用途開発と販売(普及)活動を通じて

エコへのこだわり

限りある資源の有効利用を通じて
サステイナブルな社会の実現に貢献する

空間の質的向上への
こだわり

より快適・安心な空間づくりを通じて
心豊かな社会の実現に貢献する

2025年にDAIKENが目指す姿



長期ビジョン「GP25」策定の目的と背景

2015年、DAIKEN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」を策定しました。単に収益だけを追求するのではなく、より社会に貢献できる企業へとDAIKENを成長させたいという想いを、そして社員が活き活きと活躍し、社会からも評価される魅力的な企業へとDAIKENを輝かせたいという想いを、GROW(成長)とGLOW(輝く)の2文字に込めました。「GP25」は、ステークホルダーの皆様へのお約束でもあります。事業環境が目まぐるしく変化する現在を、「ビジネスの転換期」として前向きに捉え、環境変化を先取りし新たな価値提供に挑戦し続けることで、このあるべき企業像の実現に取り組んでまいります。

「G」に込めた2つの想い

1. GROW(成長): 消費者や市場の期待に応え、より社会に貢献できる会社へ成長したい。
2. GLOW(輝く): 社員が活き活きと活躍し、社会からも評価される魅力的な会社になりたい。

「25」の意味

2025年の将来像を描こう。

DAIKENらしさを追求し、 新たな価値創造に挑み続けた70年

第二次世界大戦の終戦直後に創立したDAIKEN。
現在に至る70年の歴史、それは新たな価値創造に挑み続けた歴史でもあります。
戦後復興に始まり、高度成長時代、オイルショック、空前のバブル景気とその崩壊、環境志向の高まり、そして大震災。
この70年、DAIKENは大きく変化した、多様化していくニーズをいち早く捉え、あくなき探究心とそれを支える技術力で、
業界に先駆けた素材、製品を開発してきました。“エコ”にこだわり、“空間の質的向上”にこだわる。
この「DAIKENらしさ」を核に、我々の挑戦はこれからも続きます。

■ エコ素材の開発
■ 空間の質的向上

1945

1980

1990

2000

2010

1945 創立

1959 **エコ素材**

高機能建材という市場を開拓

木質繊維板
『インシュレーションボード
(製品名:ダイケンボード)』発売

断熱性・吸音性・耐湿性などの機能性に加えて、施工性にも優れるという特長を有する。当時の日本では、まだなじみがない高機能建材という分野を確立した。



1964 **エコ素材**

不燃化の市場ニーズに素早く対応

鉱物質繊維板
『ダイロートン』発売

「建築物の高層化」と「不燃化」という時代の要請に対応。建設省(現国土交通省)から建築防火材料の認定を受け、発売翌年には全国的な市場を確保した。

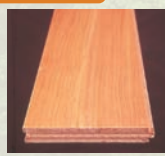


1970 **床材の高機能化**

WPCで床材の高機能化を牽引

『WPC床材
えんこう宝松』発売

木材にプラスチック樹脂を充填し、美しく肌触りの良い木の特性と、均質で摩耗に強いプラスチックの特性を兼ね備えた日本で初めての「WPC床材」を発売。



1974 **断熱**

「家ぐるみ断熱」を提唱し、
社会の省エネ志向をリード

シージングボードキャンペーン

枠組壁工法(ツーバイフォー工法)の技術基準が告示され、シージングボードが耐力壁面材の一つに指定。オイルショックに伴う省エネ意識の高まりから、在来工法の住まいにもシージングボードが活用されるようになり、防音面でも高い評価を得る。

1977 **収納のビルトイン化**

美しく快適な暮らしをビルトイン式
収納で実現

収納セットキャンペーン

暮らしの快適さに十分な収納スペースが求められるようになった1970年代。そういったニーズをいち早くキャッチし、1971年、当社初のビルトイン式収納を発売。1977年からは「収納セットキャンペーン」を開始し、同年発売の「収納H型」は大ヒット。当社住機製品は業界で確固たる地位を築くこととなる。



1979 **断熱**

単なる省エネではなく、
住まいの長寿命化も提案

省エネキャンペーン

工務店様を対象とした省エネ研究会を開催し、単に断熱建材を使用するだけの省エネではなく、壁体内結露を防止して住まいを長持ちさせるなど、より本質的な省エネ・省資源を目指した「トータル断熱」を提唱。

1981 **耐震**

木造住宅に壁耐力の
考え方を提唱

壁耐力キャンペーン

建築基準法の改正で、従来の枠組壁工法に加え木造軸組工法でもシージングボードの壁倍率が1.0倍と認定され、これを受けて「壁耐力キャンペーン」を開始。省エネ性に加えて強度も認められたことで、外壁下地材としての市場評価が高まった。



1983 **防音**

音を切り口に
住まいの
快適性を追求

防音キャンペーン

1982年に当社初の防音製品を発売し、防音分野へのトータルアプローチを開始。翌年には「防音キャンペーン」を実施。さらに販売店様・工務店様などを対象に音環境づくりのプロを養成する「サウンドセミナー」も開講。これら活発な提案活動を通じて「音のDAIKEN」の評価を固めていった。



1985 **トータルコーディネート**

コーディネート
提案で
時代をリード

コーディネートプラン

『DUSIC(ドゥシク)』発表

DAIKEN独自のインテリアのコーディネートプランを発表。



1996 **エコ素材**

培った技術と
経験を發揮し、
MDF事業に進出

木質繊維板
『MDF(製品名:テクウッド)』
発売

製材端材など未利用資源を原材料とする木質繊維板を発売。

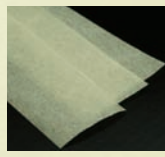


1996 **快適**

イ草から和紙へ!
畳おもての
工業化に挑戦

『健やかおもて』発売

機械すき紙をこよりにして樹脂コーティング処理を施すことで、耐摩耗性、耐水性、耐汚染性などを高めることに成功。



1997 **エコ素材**

無機系耐力面材の
パイオニア、
世界初の新素材

『ダイライト』発売

これまでの無機系素材では実現できなかった、軽量、高強度、高耐久、防耐火、加工性、通気性という耐力面材に求められるすべての性能を備えた世界初の新素材。発売と同時に、住宅の耐震性能を向上させる「ダイライト構法」を開発。ダイライトを単なる素材として販売するのではなく、「新しい住宅構法のあり方」を提案し、需要を自ら創造していった。



2003 **低ホルムアルデヒド**

シックハウス問題に素早く対応

F☆☆☆☆大臣認定第1号取得

建築基準法が改正され、建材のホルムアルデヒドの放散量の表示が「F☆☆」に統一。当社は改正建築基準法対応プロジェクトを発足し、全製品の新たな対応を推進。2003年、「F☆☆☆☆大臣認定第1号」を取得し、新法対応の早さを実証した。

2005 **エコ素材**

フロー-基材の
エコ化に業界で初めて成功

『エコベースフローボード』開発

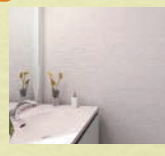
植林木利用合板と樹脂強化層を組み合わせたハイブリッド基材「エコベースフローボード」の開発に業界で初めて成功。翌年、同基材を採用した環境配慮型床材を発売。その後、この技術をさらに高め、2008年には植林木合板と特殊MDFを組み合わせたエコ基材「Eハードベース」を開発。

2008 **調湿**

室内の湿度環境の
快適性を建材で実現

『調湿建材登録・表示制度』
登録第1号取得

湿度を調整する高性能な調湿建材「さらりあ〜と」が、(社)日本建材・住宅設備産業協会が運用する「調湿建材登録・表示制度」の登録第1号を取得。

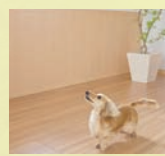


2008 **ペット共生**

建材にペット視点の
機能を付加

ペット共生住宅用
フローリング
『ワンラブフロア』発売

「ペットと一緒に暮らしたい」というニーズの高まりに対応し、犬の歩行に配慮した「滑りにくさ」というペット視点の機能はもちろん、傷に強い、汚れにくい、変色しにくいといったユーザー視点の機能も併せ持つペット共生住宅用フローリング「ワンラブフロア」を発売。



2012 **安心**

バリアフリーの
その先を提案

高齢者の暮らし
住空間向け建材
『おもいやりシリーズ』発売

安心・くつろぎ・健やかをキーワードとした、一歩先をいく建材群で、住宅はもちろん、老人ホームやサービス付き高齢者向け住宅など、さまざまなシーンで質の高いパフォーマンスを発揮。



2012 **和の美しさ(感性価値)**

樹が導く
新たな価値を提案

国産樹種の内装建材
『日本の樹』シリーズ発売

杉や栗、枺など、古くから家具や生活用具などの材料として用いられ日本人に馴染み深い樹種を採用した内装建材シリーズを発売。日本の樹が持つ木目の美しさ、やさしい風合い、そしてそれらが創り出す上質感ある空間という、新しい価値を提案した。また、国産材を積極的に活用することで、日本の森の再生にも貢献。



社会・時代背景

- 1945 → 第二次世界大戦 終戦
- 1958 → 岩戸景気始まる
- 1961 → 国民所得倍増計画

- 1964 → 東海道新幹線開業
東京オリンピック開幕
- 1973 → 第一次オイルショック
- 1978 → 「防火木造」「非木造」住宅増加

- 1979 → 第二次オイルショック
- エネルギーの使用の合理化に関する法律(省エネ法)施行

- 1981 → 建築基準法改正(新耐震設計法の導入)
- 1986 → 住宅新設着工数2ケタ成長

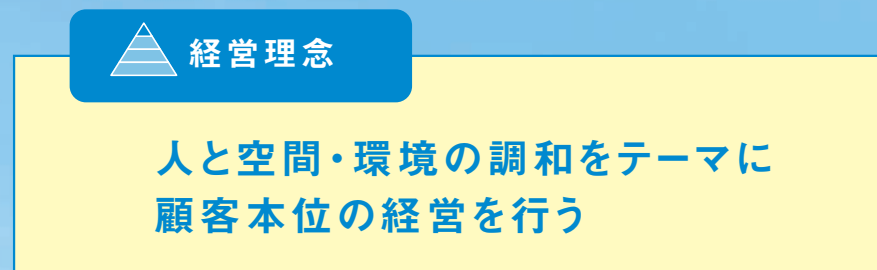
- 1992 → マレーシア・サラワク州の木材、伐採制限で原木輸出が制限
- 1995 → 阪神・淡路大震災
- 1997 → 京都議定書採択

- 1998 → シックハウスが社会問題化
- 2000 → 住宅性能表示制度スタート
- 2003 → 建築基準法改正(シックハウス対策)

- 2010 → 「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」施行
- 2011 → 東日本大震災

人と空間と環境の調和を、 環境発想のモノづくりで実現する。 それが、DAIKENグループのCSR。

DAIKENグループでは、経営理念「人と空間・環境の調和をテーマに顧客本位の経営を行う」を実践するため、「中期経営計画」とともに「中期CSR活動計画」を策定。「企業行動基準」に基づいて従業員一人ひとりがCSR活動に取り組んでいます。



企業行動基準

- | | | |
|----------------------------|--------------------|----------|
| 1. 法令等の遵守 | 5. 環境問題への積極的取組 | 9. 国際協調 |
| 2. 安全・安心で、社会に有用な商品・サービスの提供 | 6. 社会貢献 | 10. 周知徹底 |
| 3. 公正な取引 | 7. 働きやすい職場環境の実現 | 11. 率先垂範 |
| 4. 企業情報の開示 | 8. 反社会的勢力および団体との対決 | |

※企業行動基準の全文は、ウェブサイト「会社情報」に掲載しています。

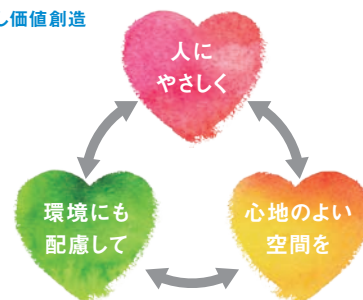
中期経営計画

ビジョン

ずっと暮らす。地球と暮らす。
「くらし価値」創造企業DAIKEN

方針

大転換・大躍進
～消費者目線での取り組みへの転換・成長市場での売上の大幅拡大
▼くらし価値創造



中期CSR活動計画

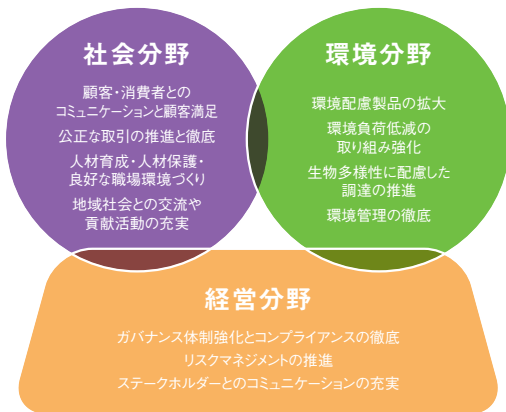
ビジョン

資源循環型企業のリーディングカンパニーとして、人と環境が共生できる持続可能な社会の実現を目指します。

方針

社会的使命として「震災復興」に全社を挙げて取り組み、エコ素材の生産・供給をとおし社会に貢献する。

▼CSR活動分野



CSR基本方針

DAIKENグループが保有する財産を活かし、DAIKENらしさを追求し、DAIKENでなければ創出できない価値を提供し続け、広く社会に貢献すること

CSR活動テーマ

循環型社会の実現

“木質資源の有効利用”を図ったエコ素材の開発・製造・販売を通じて、循環型社会の実現に貢献すると共に、“未利用資源の有効活用”も推進します。



→P.13

高齢者も安心して暮らせる住環境の整備

高齢者にも配慮した製品開発を進め、安全・快適な住空間を提供し、住環境の質的向上に貢献します。



→P.17

住宅、ビル、公共建築物の耐震化促進

高性能、省施工、安全・安心な製品および工法を開発し、住宅の耐震化率の向上およびビル・公共建築物の安全性向上に貢献します。



→P.19

国産材の活用促進

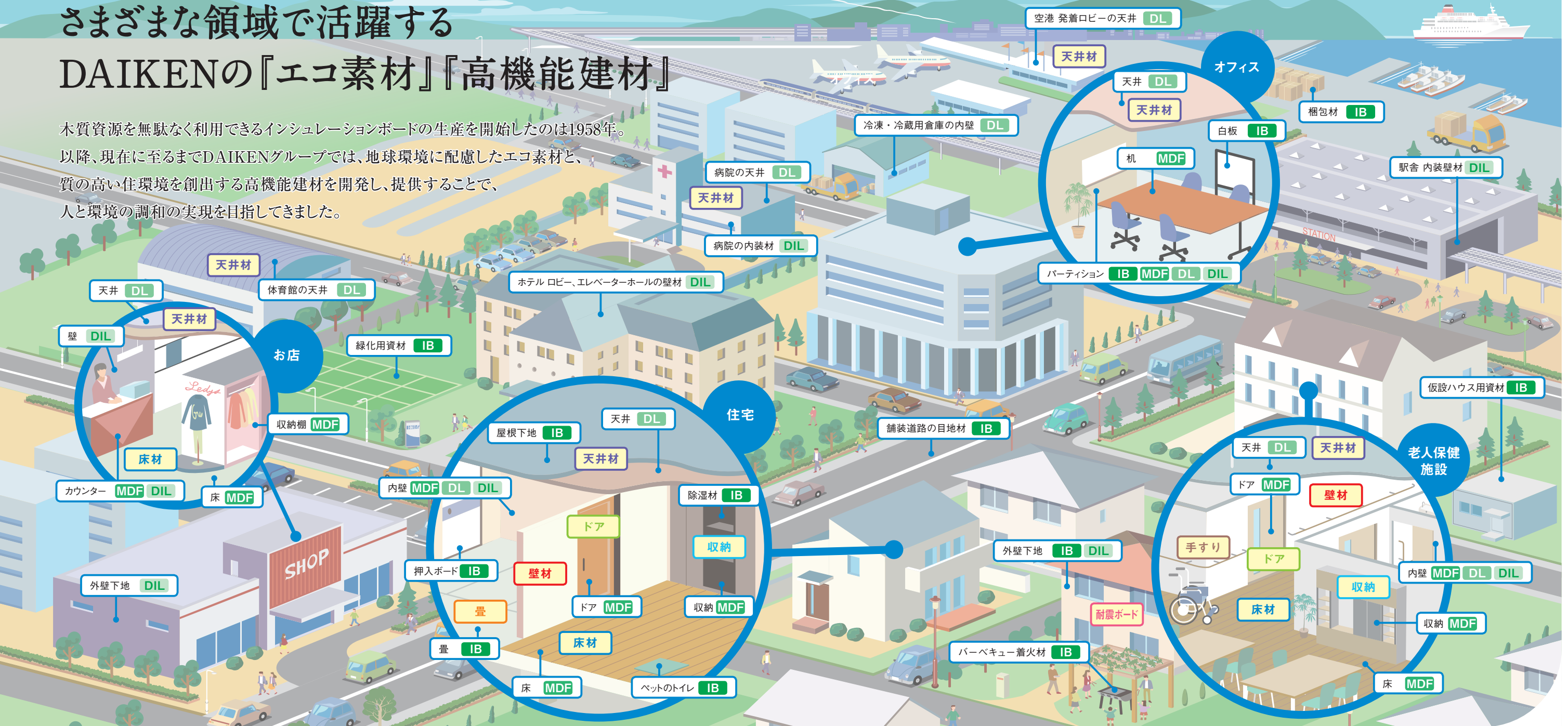
当社技術力で国産材の欠点を克服した製品展開、国産材の良さを際立たせた製品展開を進め、国産材を積極的に活用します。



→P.21

住宅から非住宅まで さまざまな領域で活躍する DAIKENの『エコ素材』『高機能建材』

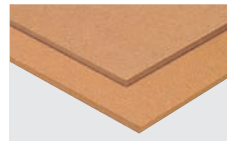
木質資源を無駄なく利用できるインシュレーションボードの生産を開始したのは1958年。以降、現在に至るまでDAIKENグループでは、地球環境に配慮したエコ素材と、質の高い住環境を創出する高機能建材を開発し、提供することで、人と環境の調和の実現を目指してきました。



エコ素材

木質資源を有効利用

インシュレーションボード IB
建築解体時の廃木材などを原材料に使用しているグリーン購入法特定調達物品に該当する木質繊維板。

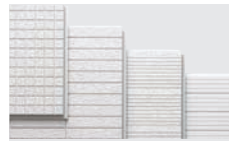


MDF
製材端材などを原材料に使用しているグリーン購入法特定調達物品に該当する木質繊維板。



鉱物資源を有効活用

ダイロートン DL
製鉄時の副産物であるスラグを繊維化したスラグウールを主原料としたロックウール吸音板。



ダイライト DIL
再生材料であるスラグウールと未利用資源であるシラス(火山灰)を有効活用した無機質パネル。



高機能建材

さまざまな機能を付加した製品をラインナップ。

- 床材** 抗菌、凹み傷・すり傷に強い、車イスOK、耐キャストター、ワックス不要、水濡れに強い、ペット対応 など
- 畳** 防カビ、耐摩耗、日焼けや色あせしにくい、撥水、断熱、調湿、ホルムアルデヒドを吸着・分解 など
- 壁材** 抗菌、水掛かりに強い、消臭、調湿、ホルムアルデヒドを吸着・分解、不燃、ペット対応 など
- 天井材** 吸音、断熱、不燃・準不燃、消臭、調湿、ホルムアルデヒドを吸着・分解 など

- 耐震ボード** 低VOC、高強度、防腐・防蟻、準不燃、透湿、断熱 など
- ドア** 抗ウイルス、バリアフリー、音配慮、ラクラクローズ*1、ショートストロークレバーハンドル*2、ペットドア など
- 収納** 抗ウイルス、大容量、ラクラクローズ*1、耐震ロック、デッドスペース活用、調湿、消臭 など
- 手すり** 抗ウイルス、LED照明付、滑りにくい(グリップ付、ディンプル加工付) など

*1:ラクラクローズ:扉を閉める直前にブレーキがかかり、扉がゆっくり閉まります。
*2:ショートストロークレバーハンドル:軽く触れるだけでドアの開け閉めができる、高齢者や力の弱い方でも使いやすいレバーハンドル。

循環型社会の実現

木質資源の
有効利用

「木を植える」から
「木を活かす」へ
環境と性能を両立させた
植林木100%のMDFを開発

当社がマレーシアで植林事業をスタートしたのは2002年。
2011年には植林面積が4,271haに達し、植林地使用許可を得たエリアにおける植林活動は完了し、
同年より伐採とそれに続く二次植林を開始。当社植林事業は植林と伐採を繰り返す循環型事業へとシフトしています。
課題は伐採した植林木の利用価値の向上。
DAIKENグループが出した答えは、植林木100%のMDF「テクウッド-A」の開発でした。

海外3工場体制でMDFを世界各国に供給

MDFは木質繊維板の一種で、材質が均質で表面は硬く平滑なことから、家具や建具、内装製品などの面材や基材に用いられるなど、その用途は多岐にわたります。また、製材端材などを原材料とし、木質資源を無駄なく活用できる点も高く評価され、南洋材合板の代替資材として広く普及しています。

DAIKENが地球環境保全、そして木材の高度利用という観点からMDFの事業化に着手したのは1992年。その後、製材工場や

合板工場が多数存在し、原材料となる端材の調達が可能である点などを考慮し、マレーシア・サラワク州にMDF工場・ダイケンサラワク社を設立。実際にMDFの製造を開始したのは1996年、今から19年前にさかのぼります。さらに2005年にマレーシアで2つ目のMDF工場となるダイケンミリ社を、2009年にはニュージーランドにダイケンニュージーランド社を設立し、現在、海外3工場体制で日本を中心に東南アジア各国にMDFを供給しています。

DAIKENの想い

「木を大切に利用し、
使い続けることで、
循環型社会と低炭素社会の
実現を目指します」

ダイケンミリ社 工場長
Tony Hwang Huat Bing
(トニー ファン フアット ビン)

社会的背景

2013年に第三次循環型社会形成推進基本計画が策定

政府は、天然資源の消費を抑制し、環境負荷を低減する「循環型社会」を形成することを目的に、循環型社会形成推進基本法を2000年に施行。さらに、同基本法に基づき循環型社会形成推進基本計画を策定し、総合的・計画的にさまざまな施策が講じられてきました。2013年に閣議決定された第三次循環基本計画では、基本的方向性として循環型社会の質の向上や国際的取り組みの推進が掲げられ、再生産可能な資源である木質バイオマスが担う役割はさらに増大しています。



インシュレーションボードやMDFといった木質繊維板の原料となる木質チップ

天然木と植林木の
特性の違いに悪戦苦闘

植林木をMDFの原材料として活用することは、マレーシア・サラワク州政府が提唱する持続可能な森林経営プロジェクトに参画し、植林事業を開始した2002年当時から検討されてきました。将来的に天然木の減少に伴い製材量も減り、製材端材自体も調達難に陥ることが容易に想定されたからです。

「2006年から、植林木であるアカシア100%のMDFの製造に何度かトライアルしましたが、安定した品質を維持することができず、断念せざるを得ませんでした」とトニーは語ります。アカシアは植林木の中では硬い部類に入り、耐水性も優れますが、天然木に比べると劣るのも事実。それだけに、樹種の特性を踏まえた上で、木繊維の大きさやプレスの圧力など、さまざまな段階で微調整を繰り返す必要があり、当時はアカシア100%の原材料に適した製法技術を確認することができなかったというわけです。

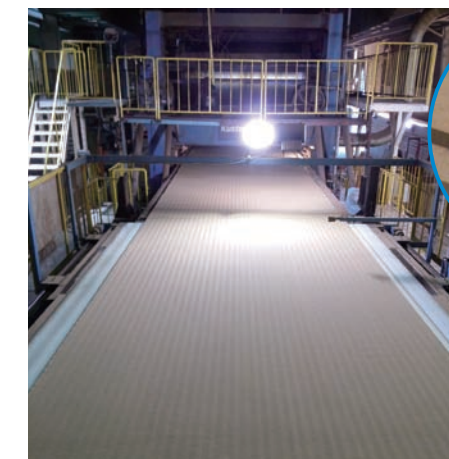
その後、アカシアの活用については、天然木の端材との混合利用へと方針を転換。最大30%まで混合比率を高めることに成功しました。

試行錯誤の果てに、アカシア100%の
MDF「テクウッド-A」が誕生

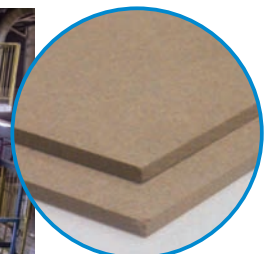
アカシア100%のMDF製造に再チャレンジすることになったのは、2011年に入ってからのこと。「今までと同じことをやっても、結果は見えています。大幅に組成を変えてチャレンジするしかないと考え、品質レベルを従来の汎用タイプからよりハードルの高い耐水タイプへと位置付け、開発に取り掛かりました」とトニーは言います。試行錯誤を繰り返す中で、2013年により安定した品質で製造できるポイントが明確となり、それから1年半を費やしてアカシア100%のMDF「テクウッド-A（エース）」の製品化にこぎつきました。

「テクウッド-A」の特長として、高強度で寸法安定性に優れることが挙げられます。特に強度については、同じ耐水タイプの当社MDFと比べても格段に優れ、今まで切り崩せなかった薄物合板市場への提案も可能となりました。「開発段階で苦しめられた樹種の特性が、プラスとして活かしました。さまざまな樹種を

混ぜて製造する従来のMDFと違い、単一樹種という点も非常に大きかった」とトニーは振り返ります。



MDFの製造工程



アカシア100%のMDF「テクウッド-A」

日本市場という枠に捉われない
商品開発にチャレンジしていく

当社植林地4,271haから出材されるアカシアを有効活用する上で、「テクウッド-A」を製造することは非常に重要なことですが、サラワク州全体で行われている植林面積の70%、実に24万haがアカシアで占められていることを考えると、その重要性はさらに高まります。地域全体としてアカシアをどう有効活用していくかが大きな課題となっているからです。その意味でも、DAIKENは「テクウッド-A」の製造・販売に注力していくとともに、アカシアという潤沢な資源のさらなる有効活用に向け、MDFという枠に捉われず、日本市場という枠にも捉われない新たな商品開発にチャレンジしていきます。



当社マレーシア植林地

未利用資源である 「シラス」の エコ素材としての可能性を追求

1997年、当社は製鉄時の副産物であるスラグと未利用資源であるシラス(火山灰)を主原料とする、世界初の新素材『ダイライト』を発売しました。これまでの無機系素材では実現できなかった、軽量、高強度、高耐久、防耐火、加工性、通気性という性能を兼ね備えた『ダイライト』は、無機系耐力面材という新たな市場を開拓。また、その特長や機能を活かして住宅分野から公共商業建築分野へと、活躍のフィールドは拡大し続けています。

未利用資源の有効活用は、地域貢献にもつながる

DAIKENが世に送り出してきたエコ素材の一つ『ダイライト』。当時、大量のシラス(火山灰)を建材の原料として活用することは、世界でも前例のないことでした。稲作にも向かず、土石流の原因でもあるシラスは、現地の人々にとって「百害あって一利なし」の存在であり、モノづくりに携わる人々からもまったく見向きもされない材料でした。「使い道がなく廃棄されたり、邪魔物扱いされたものに価値を見出し、有効活用するDNAは、創業以来、脈々と受け継がれています」と川邊は言います。独自に研究を重ね、一から製造設備

をつくり出し、改良を加えながら問題を一つひとつクリアしていく。そんな地道な活動の積み重ねの末、1997年、九州のシラスを活用した世界初の新素材『ダイライト』が誕生しました。現在、シラスを採取した跡地は土壌改良が行われ、水田が広がるなど、かつて不毛の地と呼ばれていた面影は見当たりません。「未利用資源を有効活用することは、社会に役立つことはもちろん、地域に貢献するという意味でも非常に価値あることだと自負しています」と川邊は胸を張ります。

DAIKENの想い

「未利用だった資源に
価値を見出し、
製品としての用途を広げることで
循環型社会に貢献します」

大建工業株式会社
エコ事業部 開発課 リーダー
川邊 伸夫

社会的背景

日本の循環型社会実現には、未利用資源の有効活用が不可欠

再生資源・未利用資源の有効活用は、天然資源の消費抑制、環境負荷の低減につながることから、循環型社会を実現する上で欠かすことのできない取り組みの一つです。特に、エネルギーや廃棄物処理問題など多くの問題を抱える日本にとっては、その重要性はさらに高まっており、未利用資源を付加価値のある製品に変え、ビジネスとして成り立たせることを目指し、産官学が連携しながらさまざまな取り組みが進められています。



九州のシラス採掘現場

単なる素材ではなく、 「新しい住宅構造のあり方」を提案

これまで当社が培ってきた開発力・技術力を結集して生み出された新素材『ダイライト』は、軽量、高強度、防耐火といった特性を活かし、木造住宅用耐力面材として発売しました。当時、木造住宅ではあまり馴染みのなかった耐力面材でしたが、全国の販売店様、工務店様を対象に説明会を積極的に展開。『ダイライト』を単なる素材として販売するのではなく、「新しい住宅構造のあり方」として提案することで徐々に市場に浸透していきました。

そして現在、木造住宅の構造として耐力面材工法が広く普及する中、『ダイライト』は無機系耐力面材市場において断トツのシェアを獲得し、トップブランドとして大きく成長しました。また、2004年には天井や床をこわすことなく耐震改修できるダイライト耐震かべ『かべ大将』を発売するなどラインアップの強化を図ることで、さらなる住宅の耐震化を推進しています。



耐力面材「ダイライトMS」施工例

耐火建築物という 新市場開拓に挑む

これまで住宅分野を中心に製品展開を進めてきた『ダイライト』ですが、ここ数年、新用途展開として公共商業建築分野向けの製品開発にも積極的に取り組んでいます。

この分野の建築物の多くは鉄骨造で、建築基準法により耐火

建築物であることが求められることから、外壁には耐火性能に優れたALC(軽量発泡コンクリート)や金属サンドイッチパネルなどが一般的に使用されてきました。「着目したのは『ダイライト』の最大の特長である不燃性と軽量性。外壁下地材に『ダイライト』、仕上げ材に金属外装材を組み合わせることで、施工性、意匠性に優れた外壁が実現できると考えました」と川邊。

開発は2013年からスタート。今まで経験のない分野だけに、市場調査から開始し、求められる品質の特定から製品設計に至るまで試行錯誤を繰り返し、製品仕様を固めていきました。そして2015年1月には、この市場で戦っていくための必須条件として掲げていた外壁耐火60分の認定を取得し、製品化への道筋をつけることができました。

発売に向け急ピッチで詰め作業が行われる中、事前に行った市場ヒアリングでは、耐火性能はもちろん、デザイン性、施工性に対する反響が大きく、発売を心待ちにしているとの声も多数聞かれるなど、川邊は手応えを感じています。

「エコ素材の特性を活かし、用途展開を積極的に進め新たな市場を開拓する」—これも創業以来、代々受け継がれてきたDNAです。無機系耐力面材という新市場を切り拓き、『ダイライト』をトップブランドに成長させた実績と自信を胸に、耐火建築物という新市場開拓に向けたDAIKENの挑戦は続きます。

「ダイライト」の原料であるシラス(火山灰)の搬入倉庫



「ダイライト」を生産する岡山工場

10年、20年後も、暮らしやすいわが家であるために『備えるリモデル』で未来の安心をプラス

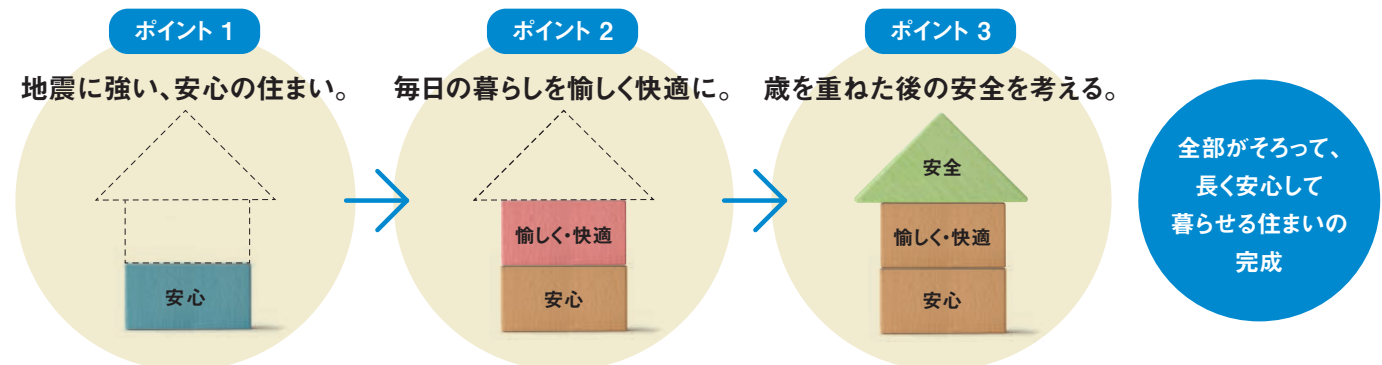
歳を重ねた後も、暮らしやすいわが家であるためには、身体の変化、暮らしの変化に備えて住まいのかたちを見直すことも必要です。もしものときも「安心」して、毎日を「楽しく快適」に、そして歳を重ねても「安全」に。『備えるリモデル』はそんな想いから生まれた提案コンセプトであり、住まいづくりのプロとして新たな価値の創造に挑み続けてきたDAIKENの次なる一歩です。

高齢者が安心して暮らせる住まいづくりを探求

住まいづくりのプロとして、DAIKENはこれまでも高齢者が安心して暮らせる住まいとはどうあるべきかを考え、製品開発を進め、提案してきました。それは、住宅の中の段差を解消するバリアフリーという考え方に始まり、誰もが使いやすいものというユニバーサルデザインに発展。2013年には、高齢者に安心してお使いいただくことはもちろん、お世話をする方々や施設に携わる方々にも便利でスムーズにお使いいただけるモノづくりを目指した『おもいやりシリーズ』を発売し、介護を必要とする高齢者を想定した製品展開を進めてきました。

そんな中、DAIKENが提案するのが『備えるリモデル』です。対象として考えたのは60代前後のいわゆるアクティブシニアの方々であり、リフォーム市場におけるボリューム層でもあります。この年代の方々の大半は自立されており、子どもが独立した中で、ようやくつくれた自分たちの時間を、趣味などを通じて有意義に過ごされています。『備えるリモデル』は、そんなアクティブシニアの方々に対して、10年後、20年後の将来を見据えて、身体の変化、暮らしの変化に「備えて」リフォームすることを提案しています。

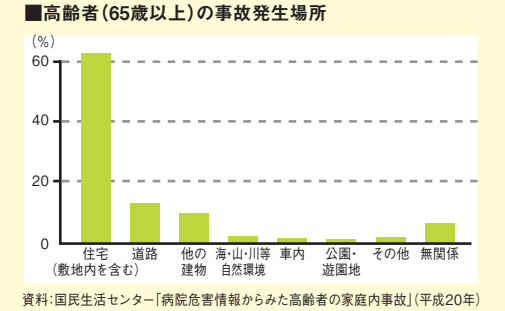
■『備えるリモデル』大切な3つのポイント



社会的背景

国民の4人に1人が65歳以上

日本は、先進国の中でも急速に高齢化が進んでおり、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。しかしながら住環境がそれに追いついていないのが現状です。高齢者がみまわれるアクシデントの6割以上が、家庭で起きているという事実がそれを物語っています。高齢者の方々が住みなれた住まいで暮らし続けるために、身体能力の低下や高齢期の多様な居住形態に対応した構造、設備が求められています。



今の暮らしを前提にするのではなく、加齢後の安全をプラス

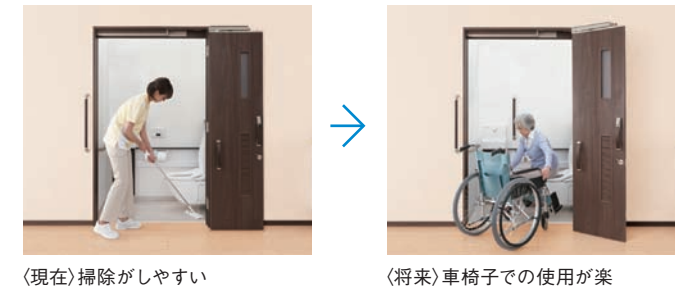
「リフォームをしようとする場合、どうしても今の暮らしを前提にして考えてしまい、その結果、自身や家族の健康・加齢による身体変化があった際に、再度大規模なリフォームが必要となるケースも出てきます」と高桑は言います。もちろん、リフォームの動機として最初に挙げられるのは、安全性であり、快適性であるということも言うまでもありません。住宅の耐震性を高めいつまでも安心して暮らしたい、今の暮らしの不便さを解消して快適に暮らしたい、そういったニーズにお応えすることが大前提だということです。

そして、これら安心・快適に、歳を重ねた後も暮らしやすい住まいであり続けるために、加齢後の安全をプラスしたものが『備えるリモデル』なのです。「今は必須アイテムとは感じないかもしれませんが、将来に備えた要素を取り入れる。その提案の中に、今の暮らしも便利に楽しくなるような要素を盛り込むことが『備えるリモデル』のポイントだと考えます」と高桑。

スペースも確保できる高齢者向けの高機能ドアですが、扉が大きく広がることで「掃除のしやすさ」という今のメリットを訴求することができます。また、2015年度の新製品では、ドアやクローク収納で一般的に使われている取手を廃し、扉の上から下まで手掛かり用の溝を通した「通し引き手」というコンセプトを提案しています。これによりデザイン性を損なわずに、さまざまな年代の方にも開け閉めしやすいという要素を付加することができるなど、DAIKENがこれまで培ってきた住空間の発想や技術を、製品開発に活かしています。

「『備えるリモデル』の提案はスタートしたばかり。実際に展示会等でお客さまに見ていただく機会もまだ少ない状況ですが、ご自身の親の介護の時を思い出され、「備える」ことの重要性について納得いただけるケースが多くありました」と高桑は手応えを感じています。お客さまがリフォームを行う際の一つの大切な考え方として『備えるリモデル』を社会に浸透させること、そしてこれら活動を通じて暮らし価値を高めることがDAIKENの担うべき責任と捉え、今後も安全、安心、快適な住空間を追求してまいります。

■『おもいやりシリーズ ひきドア』提案事例



『備えるリモデル』を社会に浸透させ、暮らし価値を高めたい

例えば、引戸と開き戸の機構を組み合わせるという新発想により、トイレの広さはそのままに大開口を実現した『おもいやりシリーズ ひきドア』。車イスでも楽に出入りすることができ、付き添いの方の



DAIKENの想い

「住まいづくりのプロとして、安心、安全、快適な空間づくりをサポートします」

大建工業株式会社
マーケティング部
高桑 健一

耐震性、施工性に優れた天井工法 『ダイケンハイブリッド天井』 で建築物の耐震化に貢献

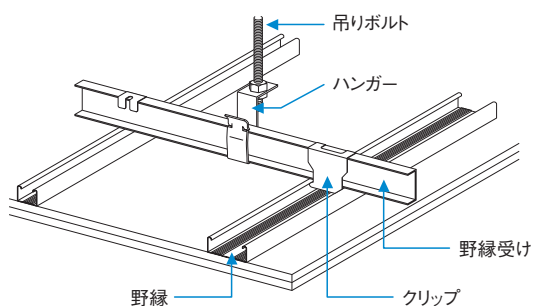
東日本大震災では、一般的な天井工法である「吊り天井」の崩落被害が多数発生し、その危険性が社会問題として大きくクローズアップされています。天井材の供給メーカーであり、施工も手掛けるDAIKENグループとしても、施工性に優れ、かつ耐震性能を向上させる天井工法を提供することを喫緊の課題と受け止め、開発に着手。そして今回、満を持して発売したのが『ダイケンハイブリッド天井』です。

天井構成の違いで特性も大きく異なる

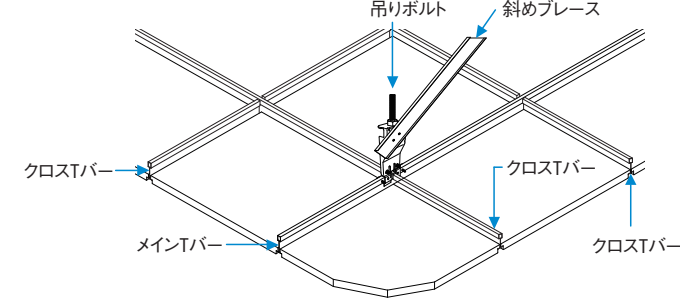
「ビル、公共施設等で採用される天井については、大きく分けて在来天井とシステム天井の2つに分類することができます。天井の耐震化を考えるに当たって、この2種類の天井の構成と特性の違いをしっかりと押さえておく必要があります」と平林は言います。在来天井の一般的な構成は、吊りハンガーで上階の躯体から野縁受けを吊り、それに直交する形で野縁をクリップ留めすることで天井下地を形成します。そこに石膏ボードやロックウール吸音板(当社製品名:ダイロートン)などを張って仕上げるというものです。システム天井(グリッドタイプ)も吊りハンガーを使って天井下

地をつくる点は一緒ですが、その構成は大きく異なります。最大の違いはスチール製のTバーを使用する点。上階の躯体から吊るされたメインTバーに、クロスTバーを両側から差し込むことで格子を組み、そこにロックウール吸音板などを落とし込んで仕上げます。在来天井は、天井の付帯設備のレイアウトの自由度が高く、仕上げ材の選択肢も多いことから、一般的な天井工法としてさまざまな用途の建築物に採用されています。また、システム天井は格子組みによる高い耐震性や施工性の良さ、レイアウト変更が容易な点などが評価され、オフィスビルなどで採用されています。

■在来天井の施工姿図



■システム天井の施工姿図



社会的背景

世界有数の地震国「日本」

日本は、地球の表面を覆う岩盤(プレート)の境界に位置しているため、東日本大震災をはじめとして、今まで幾度となく大きな被害を受けてきました。そして、近い将来にも、首都直下地震や南海トラフ巨大地震などの巨大地震が高い確率で起こると予測されています。こうした大災害による被害を最小限に食い止めるためには、建築物の耐震化は有効な手段であり、政府や地方公共団体では支援制度を設け、住宅や建築物の耐震化を後押ししています。



東日本大震災で被災した当社仙台事務所

東日本大震災で浮き彫りになった「在来天井」の課題

「東日本大震災では、水平方向の力に対して弱いということと、天井そのものが大変重いという在来天井の課題が浮き彫りになりました」と平林は言います。天井崩落の主な原因は、吊り天井自体がブランコのように揺れ動き、端部が建物本体や壁などに衝突することや、揺れや衝撃によって野縁と野縁受けを連結するクリップが破損することなどが挙げられます。そして、天井が重ければ重いほど、各部材にかかる力、衝撃力は大きくなります。在来天井で耐震性を向上させるためには、部材同士を補強金物でビス留めして強固に緊結したり、天井下地の剛性を高める斜め部材(ブレース)の設置数を大幅に増やすことが必要で、施工手間は従来の3~4倍程度になるといわれています。

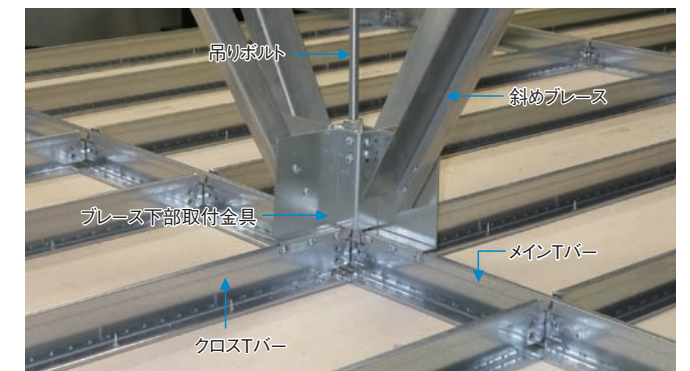
行うことで、地震の揺れに対して変形しにくい高い剛性を実現しました。また、Tバー同士の連結は差し込み式を採用し、適切に施工できた場合は「カチッ」と音がするように工夫するなど、施工性を大幅に向上している点も特徴の一つです。さらに、天井を軽量化することを目的に、石膏ボードといった下地を使用することなく、『ダイロートン』を仕上げ材として直接施工することを推奨しており、Tバーもそれを想定した幅の広いサイズを採用するなど、さまざまな面でDAIKENならではの発想が盛り込まれています。

こうして誕生した『ダイケンハイブリッド天井』は、2015年1月に発売を開始。「安全に対する関心が高まる中、お客様の評価も非常に高く、手応えを感じています」と平林。天井の耐震化のニーズは、今後、着実に広がっていくことが想定されます。『ダイケンハイブリッド天井』は、これらニーズに対するDAIKENの現時点での答えですが、これが完成形だとは考えていません。耐震天井の市場を活性化させることがDAIKENの使命と受け止め、より安全、より安心な製品へとさらに進化させるため、当社のモノづくりの挑戦は続きます。

「在来天井」と「システム天井」の良さをハイブリッド

そこで当社が思いついたのが、耐震性に優れたシステム天井の特性を在来天井に活かすということでした。「システム天井に関する技術開発と普及には、1970年代から携わってきただけに、技術の蓄積という点では絶対の自信があります」と平林は胸を張ります。

「在来天井」と「システム天井」の良さを融合(ハイブリッド)させることをコンセプトとした製品開発は、東日本大震災発生の翌年、2012年からスタート。各種金具の形状から一つひとつ見直しを



各種金具の形状を一つひとつ見直した『ダイケンハイブリッド天井』

DAIKENの想い

天井材供給メーカーの
パイオニアとして
皆様に安心をお届けしたい

大建工業株式会社
エコ営業部 部長
平林 茂



特集:4

国産材の活用促進

「富山県産 スギ不燃パネル」 を開発し、新幹線駅舎に採用

これまでDAIKENグループでは、国産針葉樹のフローア―基材への採用や、杉や栗といった国産樹種の表面化粧材への採用などを通じて、豊富な国内の森林資源の活用を促進してきました。そして現在、地元産の木材を積極的に活用する取り組みが、全国各地の地方公共団体で進められている中、公共建築物への国産材活用に向けた製品開発にも着手。今年開通した北陸新幹線黒部宇奈月温泉駅と富山駅の内装に、「富山県産スギ不燃パネル」が採用されました。

『日本の樹』シリーズで国産材の付加価値を生み出す

DAIKENが国産材を活用した製品開発に着手したのは、政府が「森林・林業再生プラン」を策定した翌年の2010年のことでした。「木を多く扱う建材メーカーが先陣を切って製品化に取り組むことで、国産材活用の動きが活性化すると考えました」と新田は言います。

バイオマス燃料として国産材を活用する動きもありますが、市場取引価格が非常に安くなってしまうため、当社はそれでは活性化にはつながらないと考えます。国産材を使う以上、国産材の良さをよ

り活かすことのできる用途、そして適正な価格で扱われるべきだからです。その点においても、国産材の意匠性を活かした建材用途として、価値を付けて製品化することに意味はあると考えます。

国産樹種を表面化粧材として採用した『日本の樹』シリーズは、2年の開発期間を経て2012年に発売。ドア、収納、床、壁など空間全体を構成できる製品ラインアップを揃えたことで、お客様に国産材の美しさ、独特の風合いをより分かりやすく伝えることができ、また、市場に大きなインパクトを与えることができました。

DAIKENの想い

「日本の木の美しさを伝え
国産材の活用につなげたい」

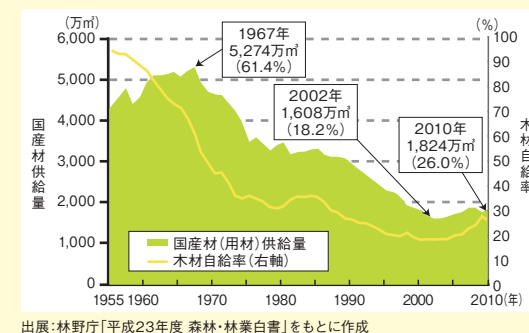
大建工業株式会社
井波工場 住機開発課 課長
新田 健

社会的背景

2020年までに木材自給率50%以上を目指す

日本は、国土の約7割を森林が占める世界有数の森林大国です。一方で、国内林業の衰退により、木材自給率は3割弱に留まっています。そのため政府は、「森林・林業再生プラン」を2009年に策定し、2020年までに「木材自給率50%以上」を目標に掲げるとともに、2010年には公共建築物における木材の利用を促進することを目的に「公共建築物等木材利用促進法」を施行するなど、国産材の活用拡大に取り組んでいます。

■国産材供給量と木材自給率の推移



富山県産材の活用推進を目指し、 共同開発がスタート

『日本の樹』シリーズの発売と並行して当社は、今後、国産材を活用した製品展開をさらに進めるためには、より安定した品質、より高い意匠を実現できる技術が必要と考え、以前から関係のあった富山県農林水産総合技術センター木材研究所(以後、木材研究所)に共同開発を提案。ちょうどその頃、富山県では公共建築物への県産材活用を推進するため、新幹線駅舎への採用に向けアプローチを行っていたところでした。「提案を持ちかけたタイミングと富山県の取り組みが重なり、すぐに駅舎の壁材・天井材として県産材を使用した製品を共同開発することで、話が進みました」と新田は言います。

一つの採用実績が、 DAIKENの信用と自信につながる

採用に向け最初に取り組んだ物件が、黒部宇奈月温泉駅です。事業主から求められたのは、安定品質と不燃性、そして意匠性でした。品質と不燃性については、当社エコ素材である不燃パネル『ダイライト』を採用することでクリアすることができましたが、

意匠性については苦心したと新田は振り返ります。意匠に対する要望は、富山県産の杉を使うこと、一目で天然木と分かること、そして大面積に使っても統一感があることの3つ。木目や色調、節の有無などさまざまな組み合わせを検討するとともに、木材研究所からは木の選定方法や使用する部位などについてアドバイスをいただきながら、試行錯誤を繰り返す中でようやく要望される意匠を実現することができました。

続く富山駅では、すでに上下の板を少しずつ重ねて張り上げる下見板風のデザインが決定している中での開発作業となりましたが、特殊加工を施した富山県産スギ材とアルミ基材を組み合わせることで、要求された高い意匠性と施工性、そして安定品質を実現しました。これら2タイプの「富山県産スギ不燃パネル」は市場から非常に高い評価をいただっており、同じ様な雰囲気の製品を提供してほしいとの要望も、北陸新幹線開業後、多数寄せられています。

「物件ごとに求められる機能、意匠性は異なってくるだけに、この分野における開発業務にゴールはありません。しかし、一つの採用実績がDAIKENの信用につながり、我々の自信につながります」と新田は語ります。公共建築物への国産材活用に向けたDAIKENの取り組みは始まったばかりですが、お客様の要望に真摯に耳を傾け、その実現に注力することで、今後も推進してまいります。



北陸新幹線黒部宇奈月温泉駅の壁・天井に採用された不燃パネル



北陸新幹線富山駅の柱・壁に採用された不燃パネル

出展:2014年8月5日黒部宇奈月温泉駅 北陸新幹線W7系新型車両両歡迎セレモニー

お客様とのつながりを大切にし、 お客様満足度の向上に努めます。

DAIKENグループは、安全に機能し、安心して使用できる製品の提供を目指した「製品安全に関する基本方針」や高機能製品および環境負荷低減を追求する「品質・環境方針」を定め、お客様満足度の向上に努めています。

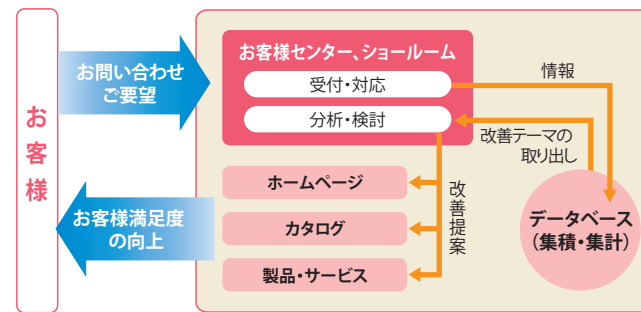
TOPIC

1 お客様の声にお応えする情報活用システム

お客様からのさまざまなご意見や製品に関するご相談などを直接お伺いする「お客様センター」では、お客様から寄せられた生の声に素早く真摯に対応することで、お客様からの信頼向上に努めています。

お客様センターやショールームで得られた多様な情報は、自動的にデータベースに集積・集計されます。このデータベースから重要課題を抽出し、社内の関係部門にフィードバックすることにより、ホームページやカタログの改善、新製品の開発につなげ、お客様の声に応えるモノづくりとサービス向上につなげています。

お客様の声を製品・サービスに活かすフロー



TOPIC

2 品質監査と品質教育を通じて品質向上を目指す

品質監査と品質教育を通じて品質保証体制の強化と製品の品質・安全性確保に取り組んでいます。品質監査では、DAIKENグループ各部署に対する内部監査、製品監査、OEM先に対する二者監査等を通して、品質マネジメントの改善指導を行っています。また、内部監査では、他部署の内部監査員を監査チームに加えた相互監査を実施し、QMS(品質マネジメントシステム)の定着・浸透を図っています。

さらに、品質教育では、OEM先ごとの課題内容に合わせた研修会を開催し、指導・教育を実施しています。2014年度は、製造現場におけるヒューマンエラーによる不良流出を防止すべく、ヒューマンエラーの原因と対策について演習形式の研修会を実施し、OEM先を含めた32名が受講しました。



ヒューマンエラー防止研修会

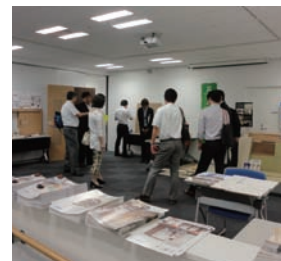
TOPIC

3 お客様への情報提供の拡充

一般のお客様から販売店様まで、さまざまなお客様のニーズにお応えするため、一般のお客様向けのセミナーや販売店様向けの情報交換会などを定期的で開催しています。2014年度は、秋葉原ショールームにて、整理収納アドバイザーを対象とした収納セミナーを開催し、46名の方に参加いただきました。また、大阪ショールームで開催した4日間の新製品提案会では、182組382名の方に参加いただきました。今後もお客様満足度を高めるために、さまざまな活動を展開していきます。



収納セミナー



新製品提案会



- 製品の品質・安全確保への取り組み
- お客様満足度の向上



- 心身ともに健康で働きやすい職場環境づくり
- 次世代を担う人材の育成
- 労働安全・防災活動

「個」を尊重・育成し、安心して のびのび働ける職場環境を整えます。

DAIKENグループは、従業員の個性を尊重し、キャリア形成や能力開発を支援するとともに、公平・公正な機会の均等の実現に努めています。また、心身ともに健康で働きやすい職場づくりを推進します。

TOPIC

1 2020年度末までに女性総合職社員の20%を管理職に

企業が成長していくために、多様な人材の活用が不可欠です。そのため、当社では、女性社員や海外のローカル人材の登用、熟練者の活用を積極的に進めています。2020年度末までに女性総合職社員の20% (10名以上)を管理職にするという目標を新たに設定し、2014年6月には「女性社員育成・強化プロジェクト」を設置しました。その一環として、2014年11月、入社2年目から9年目の商品開発や広報業務の分野で活躍している女性社員5名と、当社の人事制度の現状や将来像について、また女性スタッフが活躍する上で必要なことについて、億田社長と意見交換を行いました。



億田社長との意見交換会

TOPIC

2 ローカルスタッフの人材登用

マレーシア・サラワク州のダイケンサラワク社で業務副部長を務めていたエドワード(Edward Lim Su Bang)氏が2014年6月に取締役役に就任しました。エドワード取締役は、1995年に同社に入社以来、工務部で電気・機械・動力等の設備分野のプロフェッショナルとして業務に当たってきました。ローカルスタッフが取締役に就任するのは、今回が初めてですが、今後も引き続き、ローカル人材の育成と登用を積極的に進めていきます。



ダイケンサラワク社の現地スタッフ



エドワード取締役

TOPIC

3 火災リスク撲滅を目指し、防火診断チームを新設

安全管理のレベルアップを目的としたDAIKENグループ相互安全診断を、年1回、国内製造グループ会社8社10工場を対象に実施しています。今回は、新たに防火診断を取り入れ、火災リスクの高い設備・場所の特定状況から、火災防止策や各種検知器の設置状況、有事の際の作業手順の整備状況等について聞き取り調査を実施。その上で現地視察を行い、過去の火災発生箇所における再発防止策などを中心に対応状況进行评估しました。今後、外部診断も導入し、安全診断のレベルアップを図っていきます。



安全診断の様子

グループ全体で環境活動の改善を図り、環境保全と汚染の予防を図ります。

DAIKENグループでは、環境経営をCSR経営の重要テーマの一つと位置付け、環境活動のレベルアップを図り、事業活動における環境保全と汚染の予防に取り組んでいます。

TOPIC 1 グループ全体で環境経営を推進

当社グループの国内拠点においてはマルチサイトにてISO14001認証を取得し、海外の生産拠点においては個別にISO14001認証を取得し、環境パフォーマンスを改善しています。

- ・ISO14001認証取得事業所の割合
- ①国内全事業所に占める取得事業所の割合 (連結従業員数ベースで、95.8%)
- ②海外全事業所に占める取得事業所の割合 (連結生産拠点ベースで、100%)

ISO14001認証取得状況



TOPIC 2 廃棄物管理の強化

産業廃棄物の適正処理を推進するため、産業廃棄物処理委託業者との適正な契約維持、マニフェスト交付・回収状況の管理などのチェック強化に努めています。また、2012年8月より全社にて電子マニフェストシステムを導入し、2014年度には電子マニフェスト交付率が97%まで向上しました。

電子マニフェスト交付率



TOPIC 3 環境監査で、品質・環境マネジメントの運用を検証

環境監査の一環として、品質・環境マネジメントシステム(以下、QEMS)を運用している国内グループにおいて、年1回の外部審査*と内部監査により、QEMSが有効に機能しているかを検証し、改善につなげています。

2014年度に実施した外部審査では、環境管理面で、化学物質の管理と法的要求事項の特定に一部不備があるとの指摘を受け、直ちに是正しました。

2014年度の環境監査の状況(2014年度)

	(単位:件)	
	外部審査	内部監査
軽微な不適合	2	3
観察事項	8	19



*一般財団法人建材試験センターによる品質マネジメントシステムと環境マネジメントシステムの複合審査。

TOPIC 4 再生可能エネルギー※の利用促進

2005年度以降、重油やLPGに比べCO₂排出量がより少ないLNGと再生可能エネルギーの一つであるバイオマスへの燃料転換を進めてきた結果、2014年度の温室効果ガス排出量は、1990年度比24%減の112千トン-CO₂となりました。現在、エネルギー総投入量に占めるバイオマスの割合は40%ですが、2015年度には、さらにLNGからバイオマスへの燃料転換を進め、その使用比率は47%まで高まる見込みです。

※「エネルギー源として持続的に利用することができる」と認められるものとして、太陽光、風力、水力、地熱、太陽熱、大気中の熱その他の自然界に存する熱、バイオマスが規定されている。

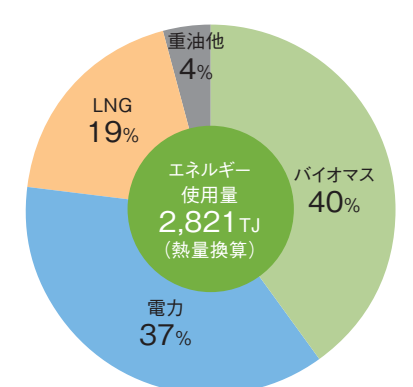
再生可能エネルギーの使用割合



温室効果ガス排出量(2014年度)



使用エネルギーの内訳(2014年度)



TOPIC 5 リサイクル利用進展により、社外埋立量を大幅に減少

2014年度の社外埋立量は、ばいじん、燃え殻のリサイクル利用が進展したことにより、2010年度比28%減の3,475トンで、再資源化率*は91%となりました。井波工場では、木質ドアや造作材から発生する端材3,500トン/年を木粉ペレット等に加工し、有価物化を推進しています。

*再資源化率=(有価物量+マテリアルリサイクル量+サーマルリサイクル量)/(有価物量+総廃棄物量)
*総廃棄物量=マテリアルリサイクル量+サーマルリサイクル量+単純焼却量+社外埋立量

廃棄物の排出・再資源化の状況



廃棄物処理の内訳(2014年度)

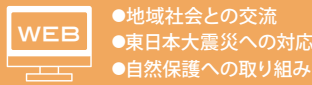
有価売却	4,630t	9.9%
マテリアルリサイクル	26,616t	56.8%
サーマルリサイクル	11,358t	24.2%
単純焼却	820t	1.7%
最終処分(埋立処分)	3,475t	7.4%

TOPIC 6 塩化メチレン全廃を目指す

胆管がんの原因物質と問題視されている塩化メチレン(ジクロロメタン)の全廃を目指し、ラッピング用接着剤の無溶剤化に取り組んでいます。2014年度は、無溶剤型の接着剤に切り替えるべく新たに設備を導入しました。これにより、2015年度末の塩化メチレン全廃の目処が立ちました。

塩化メチレン使用量(2014年度)





地域社会との共生を目指し、さまざまな社会貢献活動に取り組みます。

生産拠点や営業拠点では、地域に根付く社会貢献活動を実施し、地域社会との交流を図っています。

TOPIC 1 年間約600名の一般のお客様が井波工場を見学

2014年11月、富山県西部の観光施設や企業などを回るバスツアー「大人の社会見学」(北日本新聞社主催)が開催され、県内各地からのツアー参加者75名が井波工場(旧井波大建工業(株))に到着されました。

井波工場見学者数(年間)

約600名



ドア加工ラインを見学

工場見学は、当社の製品を直に知っていただける貴重な機会であり、年間約600名の一般のお客様に会場していただいています。

TOPIC 2 商品開発企画をテーマにインターンシップを開催

学生に就業体験の機会を提供し、仕事を通じて自社を含めた業界・仕事への理解促進につなげることを目的に、2013年度よりインターンシップを実施しており、2014年度は大学・大学院生12名を受け入れました。

「商品開発企画体験」をテーマに、5日間のスケジュールで実施したインターンシップでは、畳表と床の新規用途に関する開発のプロセス体験や展示会の見学のほか、グループワークによる課題取り組みなどを行いました。これら体験を通じ、参加者には住宅・建築業界への理解を深めていただけたものと考えます。

インターンシップにつきましては、今後も社会貢献活動の一環として推進していきたいと考えております。



インターンシップの様子

TOPIC 3 大阪府の「児童虐待防止推進月間」に賛同・協力

大阪府による平成26年度「児童虐待防止推進月間」オレンジリボンキャンペーン*の啓発活動が、2014年11月、当社がオフィシャルスポンサーを務めるガンバ大阪の試合会場(万博記念競技場)において行われました。当社の大阪ショールームでは、2013年度に引き続き賛同・協力し、試合観戦を主とする来場者にオレンジリボンキャンペーンを紹介する啓発チラシを配布するなどして児童虐待防止を呼びかけました。



万博記念競技場でのキャンペーン



大阪ショールーム内に展示したオレンジリボンメッセージツリー

*大阪府が、児童虐待防止推進月間である11月を中心に、児童虐待問題に対する社会的関心を高めるため、市町村や関係・協力団体と連携しながら実施している集中的な広報・啓発活動。



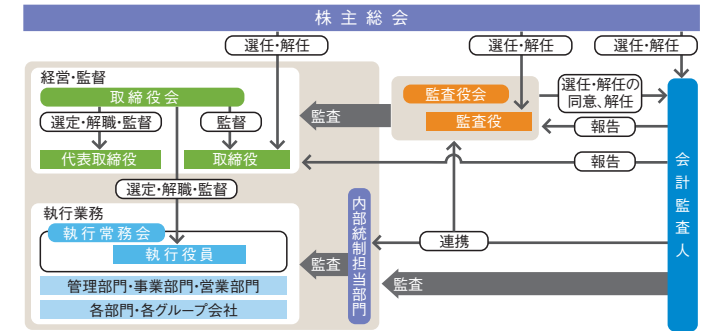
健全で透明性の高い経営を実現し、企業価値の持続的向上を目指します。

DAIKENグループは、経営理念「人と空間・環境の調和をテーマに顧客本位の経営を行う」のもと、企業価値の持続的向上を目指し、経営体制や経営組織、内部統制システムを整備しています。

TOPIC 1 企業価値の持続的向上を目指す

持続的な企業価値向上を目指し、経営体制や経営組織を継続的に整備し、必要な施策を実施しています。取締役会は、経営に関する重要事項を決定するとともに、取締役の職務執行を監督。また、取締役会の意思決定の迅速化、監督機能の強化のため執行役員制を採用し、執行役員は各社内規程に従って一定分野の業務執行に従事。業務の執行状況を執行常務会等に報告し、効率的な業務執行に努めています。

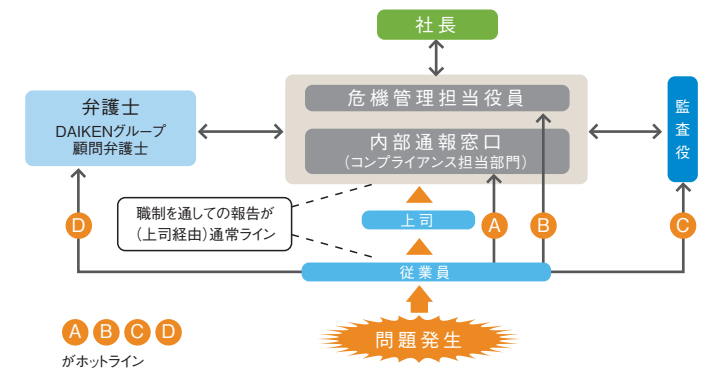
コーポレート・ガバナンス体制



TOPIC 2 内部通報窓口(ホットライン)を周知

法令や会社規則などの違反の未然防止ならびに早期発見に取り組むため、通常の職制を通じた報告が困難な場合の直通報告ルートとして、内部通報窓口(ホットライン)を設定しています。窓口として、Aコンプライアンス担当部門、B危機管理担当役員、また役員レベルの事案への対応としてC監査役、さらに社外窓口であるD顧問弁護士の4つのルートを設定しています。

コンプライアンス・ホットラインフロー



2015年度より、社内イントラネット「D-Portal」のトップ画面にホットラインを掲載し、直通電話番号やメールアドレスを従業員に周知しています。

TOPIC 3 BCP(事業継続計画)とBCM(事業継続マネジメント)に高い評価

DAIKENグループでは、大規模地震等の災害が発生した場合に、当社経営への被害および取引先その他のステークホルダーへの悪影響を最小限に抑えることを目的として、BCPを策定し、運用しています。2014年度は、三井住友銀行の「SMBC事業継続評価私募債」制度にて、①事業部門ごとにBCMに関連する活動の計画が策定・承認され、実施状況や進捗の確認・是正措置が実施されている点、②各部門に対して定期的に実施している「安全診断」の中で、BCMIに関する取り組み状況が確認・評価できている点など、当社の事業継続マネジメントに関する取り組みが高く評価されました。



安全診断の様子

中期CSR活動計画(2011~2015年度)の取り組み状況

2014年度のCSR活動の主な活動実績と2015年度の主な取り組みは以下の通りです。

【自己評価】◎:目標以上 ○:おおむね目標通り △:未達成

取り組み課題	方針	2014年度の計画	2014年度の実施内容・結果	自己評価	2015年度の計画	関連頁
経営分野	ガバナンス体制強化とコンプライアンスの徹底	グループガバナンス体制の強化・維持・透明性の向上。(継続) コンプライアンス教育プログラムの体系化。(継続)	証券取引所へ独立役員届出書、コーポレートガバナンス報告書を提出。取締役会を計12回開催し、審議・決議・報告を実施。 年次・階層別研修の継続実施。 ・新入社員、新任管理職・部門長を対象に集合研修を実施(計63名受講)。 ・入社5年目まで、および新任管理職を対象にe-ラーニング研修を実施(延べ456名受講)。	○	コーポレートガバナンスコードに基づく対応と適切な開示。 平成26年改正会社法の施行に対する適切な対応。 階層・職種別研修の継続実施。 個人情報管理に関するe-ラーニング実施。 追加研修プログラムの立案。	P.28
	リスクマネジメントの推進	国内営業拠点、海外生産拠点(中国)でBCPを策定する。国内外の贈収賄リスクの防止ルールを制定。	営業拠点のBCP第1版策定完了。海外拠点(中国)でBCPを策定。「不正な利益供与の禁止に関する規程」を制定し、運用開始。	○	国内、海外拠点のBCP維持・更新。	
	ステークホルダーとのコミュニケーションの充実	株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを図り、積極的に企業情報を正確かつ公正に、適時開示する。	株主・投資家などとのコミュニケーションを促進する。(継続) ステークホルダーに対して、情報を適時・適切に開示する。(継続)	「2014年3月期決算説明会」を開催(5月)。「2015年3月期第2四半期決算説明会」を開催(11月)。機関投資家への訪問説明(四半期ごと)を計画通り実施。 社外向けホームページに、IR情報、イベント情報等の最新情報77件を掲載。アクセス数は、2013年度比約10%増。	○ ○	決算説明会の開催、機関投資家への訪問説明の継続実施。 業績情報のみならず必要とされている情報のホームページへの適時開示。
顧客・消費者とのコミュニケーションと顧客満足	品質ISOをグループ展開し、消費者目線の品質マネジメント体制を確立する。	有効性監査を推進し、品質マネジメントシステムを強化する。 海外拠点における生産・販売製品の設計審査を強化する。	内部監査員研修、監査リーダー会議を実施し、プロセスの有効性監査を推進。専任監査員による「文書管理プロセス」を重点項目とした監査を実施。 海外拠点における生産・販売製品に対する製品監査の仕組みを見直し、実施。	○ ○	内部監査員研修の継続実施、監査員のレベルアップ。 海外事業の管理体制の定期的確認の実施。	ウェブサイト
	品質管理能力に長けた人材を育成する。	品質管理能力強化の研修を実施するとともに、仕組みの改善を行う。	設計審査時のインプット情報の精度を高めるべく、設計審査要領の改定、仕組み改善を推進。協力工場ごとの課題内容に合わせた研修会を実施。	○	品質上の問題を未然防止・早期発見するための設計・開発プロセスにおける品質管理チェックの仕組み改善。	
	製品のトレーサビリティ体制を強化する。	取扱説明書、展示会、ショールームなどの機会を活用し、ユーザー登録を促進する。目標7,000名。	ユーザー登録の特典、ホームページでの周知方法を見直し、登録を促進した。(ユーザー登録者数:2015年3月末現在5,500名)	△	ユーザー登録制度の認知度を上げる施策の検討。	
	消費者目線の商品開発を推進する。	「お客様の声データベース」を商品企画やお客様への問い合わせ対応に活用する。	社内報や研修を通じて、「お客様の声データベース」システムの活用を促進。入力精度の向上とデータ活用を図るべく、システム更新のための要件を抽出。	△	事業部門への情報提供強化。 システム改善(文字情報分析システムの活用)。	P.23
	消費者との接点を拡大し、コミュニケーションを強化する。	ショールーム等にて、新製品の体系が分かる展示、価値が伝わる空間展示を行う。ホームページのサポート情報ページの充実を図る。	新製品の発売に対応した展示改装を実施。 サポート情報ページのコンテンツ見直しを実施。ホームページ来訪者の実態について、現状分析を開始。	○	新製品の計画的設置とプロモーションの実施。 実態を把握するための分析の継続実施とリニューアル案の立案。	
公正な取引の推進と徹底	下請との取引の適正化を徹底する。	書面調査ならびに発注書面の現物確認を行う。	下請法ならびに消費税税額に関する書面調査を実施し、適正な対応が行われていることを確認。	○	書面調査ならびに発注書面の現物確認の継続実施。入社5年目までの従業員を対象とした下請法のe-ラーニング研修の実施。	ウェブサイト
	反社会的勢力との取引排除を徹底する。	反社会的勢力排除の条項を盛り込んだ契約書を締結する。	新規取引先とのすべての契約において、反社会的勢力排除の条項の記載を確認。	○	すべての取引先に対し、反社会的勢力排除の契約の維持。	
	知的財産権保護の重要性を浸透させ、他者の知的財産権侵害に対するリスク管理を強化する。	関係部門へのリスク啓発、保護活動、研修を継続実施する。	開発、マーケティング部門と知的財産に関する交流会、勉強会を継続実施。 知的財産をテーマとしたe-ラーニング研修を継続実施(延べ280名受講)。	○	関係部門へのリスク啓発、保護活動、研修の継続実施。入社5年目までの社員を対象とした知的財産保護のe-ラーニング研修の継続実施。	
社会分野	グリーン調達を徹底し、CSR調達への展開を図る。	グリーン調達基準の定着を図る。	グリーン調達基準の関係書類の入手を推進(入手率100%)。	○	グリーン調達基準の運用維持と、CSR調達の推進。	
	ワーク・ライフ・バランスを推進する。	過重労働、長時間労働を抑制する。	ノー残業デー(火、木曜日)の継続実施。	○	「ノー残業デー」を厳正に実施。	
	多様な人材の就労確保を促進する。	育児休暇取得を促進する。	産休取得者3名、育児介護休暇の取得者は7名。	○	育児休暇取得の推進。	P.24
	従業員の人格・個性を尊重する。	法定障がい者雇用率(2.0%)を達成する。	障がい者雇用を継続(障がい者雇用率実績2.16%)。	○	法定雇用率の遵守。	
	従業員の個性を尊重し、従業員のキャリア形成や能力開発を支援する。	管理職に対し、ハラスメント防止の教育を実施する。	新任管理職28名にハラスメント防止のe-ラーニング研修を実施。	○	e-ラーニングによる教育の継続実施。	
雇用および処遇における差別を行わず、機会の均等を図る。労働災害を防止し、安全な職場環境づくりを支援する。	総合的な人材育成プログラムを再構築する。	アカウンティング、戦略などに関する知識習得やケーススタディを盛り込んだビジネス研修に、12名派遣。 自己啓発の通信教育の募集・支援を継続(496名受講)。	△	外部講師を活用した研修への派遣推進。 WEB案内等による意識付け、通信教育の受講者数の拡大。		
地域社会との交流や貢献活動の充実	震災復興に全社を挙げて取り組む。	市場の変化や要望に対して柔軟に対応できる体制を継続する。 ・消費税駆け込み需要も加わる旺盛な需要に対して、安定した供給を維持できる体制をとる。 ・災害復興住宅や高齢者向け住宅への供給を強化する。 地域社会の健全発展に向けた取り組みを行う。 福島県会津若松市で製造する量表の供給を安定化させるとともに、完成量の供給を開始する。	東北エリアの営業部門に配置した「復興推進室」の活動を継続し、災害復興住宅への提案を強化。 東日本大震災で亡くなられた方々を供養する気仙沼みちびき地蔵堂の奉賛会に入会。 量表の供給体制を強化し、完成量の供給を開始した。	○	現地拠点の強化継続。	
	生産拠点と地域コミュニティとの交流を深める。	行政機関との交流の機会を増やし、地域社会とのコミュニケーション活動の活性化を図る。	学習体験・インターンシップや地域とのイベント共催に加え、市役所職員を対象とした工場見学会の実施や産学官金・交流会への参画等を通じて、行政との交流を活性化。	○	継続実施。	
	社有林の保全と有効活用の取り組みを進める。	地元の森林組合の協力の下、社有林地にて植林活動を継続実施。	和歌山社有林(大松山林)にて、搬出間伐 [※] を1ha実施。岡山社有林(万才山林)にて、新入社員植樹研修を実施。 [※] 林地の手入れと木材の収穫を兼ねた間伐。	○	継続実施。	ウェブサイト
	マレーシアにて計画的な植林地伐採、製品化を繰り返し、事業と環境整備を両立させる。	マレーシア植林活動の継続実施。	約80haの伐採と二次植林を実施。	○	約90haの伐採と二次植林を実施。	
	マレーシアの林業を支える人材育成を継続的に支援する。	マレーシア奨学基金への継続支援。	マレーシア現地2法人(ダイケンサラワク社、ダイケンミリ社)がマレーシア・サラワク木材協会と奨学基金延長の覚書を締結し、支援金を拠出。	○	継続実施。	
	「DAIKENらしさ」を発揮した社会貢献活動や伊藤忠グループと連携した社会貢献活動を継続的に実施する。	伊藤忠グループ東日本大震災ボランティアに参画する。 CSR委員会が決定した「攻めのCSR」定義および活動テーマについて、社内外への浸透を図り、具体的な活動に展開するための下地づくりを行う。	社内募集、参加社員の活動支援(1名参加)。 「CSR報告書2014」で「攻めのCSR」の具体的な取り組みを掲載し、当社の活動を社内外に打ち出した。CSR委員会「攻めのCSR」の次期中期経営計画への折込みについて道筋をつけた。	○	2015年度の実施計画を適時確認。必要に応じて社内募集、参加社員の活動支援。 CSR報告書で「攻めのCSR」の打ち出しを継続。	
		「ボルネオ島での熱帯林再生および生態系の保全プログラム」への拠出は、2013年度で完了。プログラムが計画的に実施されるよう継続フォローする。	伊藤忠商事・WWFからの定期報告確認。		—	
環境分野	中期環境計画(2011~2015年度)にて目標展開(P.31参照)。	中期環境計画の目標と進捗結果に取り組み結果を記載(P.31参照)。				P.25~26

中期環境計画(2011~2015年度)の取り組み状況

2014年度の主な活動実績は、下表の通りです。

【自己評価】◎:目標以上 ○:おおむね目標通り △:未達成

取り組み内容	指標	2014年度の目標等	2014年度の実績	評価
1 環境配慮製品を拡大する。				
①国産材を利用した製品開発を進める。	—	・信州F-POWERプロジェクト*1への参画 ・非住宅向けの製品開発	・信州F-POWERプロジェクトに正式参画。 ・NPO法人木材・合板博物館と共同で、「内装木質化ハンドブック」を編纂。 ・社外とのワーキングチームを編成し、製品開発に着手。	○
2 環境負荷低減				
1. 温室効果ガス排出量を削減する。 2020年度までに1990年度比25%削減する。				
①生産拠点の排出削減	CO ₂ 排出原単位* ※原単位=排出量÷売上高	年平均1%以上削減 4%削減(2010年度比) 2.09t-CO ₂ /百万円以下	年平均2.9%削減(直近4カ年) 11%削減(2010年度比) 1.94t-CO ₂ /百万円	◎
②物流・輸送部門の排出削減	エネルギー使用原単位* ※原単位=使用量÷輸送量	年平均1%以上削減 2%以上削減(2012年度比) 45.0kl/百万トンキロ以下	年平均0.2%削減(直近4カ年) 1.1%削減(2012年度比) 46.6kl/百万トンキロ	△
③事務部門の排出削減	CO ₂ 排出量	15%以上削減維持(2010年度比) 1,830t-CO ₂ 以下	26%削減(2010年度比) 1,690t-CO ₂	◎
2. 廃棄物排出量を削減する。				
①生産拠点での排出削減	社外埋立量	20%以上削減(2010年度比) 3,850t以下	28%削減(2010年度比) 3,475t	◎
②営業・事務部門での排出削減	廃棄物総排出量	廃木製パレットのリサイクル利用を推進。 20%削減(2010年度比) 総排出量1,560t以下	18%削減(2010年度比) 1,610t	○
3. 化学物質の排出量を削減する。				
①PRTR*2対象化学物質を削減する。	PRTR対象化学物質の排出量・移動量	塩化メチレン全廃に向け、無溶剤型接着剤の設備化検討。	設備化完了。 塩化メチレンの排出量・移動量は、2010年度比36%減の38t。	○
3 生物多様性配慮				
1. 生物多様性に配慮した木材資源の調達を推進する。				
①合法性が確保された木材調達を確実にする。(仕組みを確立する。)	合法性木材の調達率	合法性確保を維持し、証明書を整備する。 (2014年度目標100%確保)	合法性木材関係の証明書入手率98%	○
②森林認証材、国産材、植林木、リサイクル材等の調達を推進する。	—	国産材活用を推進する。 (未利用間伐材を含めて活用推進)	未利用間伐材を含めて、国産材活用を推進。	○
2. グリーン調達ガイドラインを定着させる。				
①グリーン調達ガイドラインをサプライチェーンにまで適用し、業務に定着させる。	適用会社のカバー率	グリーン調達基準に対する同意書の入手を推進する。 (2014年度目標100%確保)	協力同意書の入手率100%	○
4 環境管理				
1. 環境マネジメントシステム(EMS)を拡充・拡大する。				
①国内拠点のEMS統合	ISO14001認証の統合・拡大	2012年1月に完了。	EMSを継続的に改善。	○
②海外の生産拠点のEMSを構築する。	ISO14001認証の取得	2014年3月に完了。	EMSを継続的に改善。	○
2. 環境法令の遵守を徹底する。				
①グループ全体に環境法令遵守の仕組みを構築し、運用する。	環境監査の計画立案・実施	廃棄物管理を強化すべく、グループ全社にて電子マニフェストを運用する。	グループ全社にて電子マニフェストの運用を徹底。電子マニフェスト交付数の比率:97%	○
3. 環境教育を全社展開し、推進する。				
①環境e-ラーニングによる教育を推進する。	環境教育の計画立案・実施	階層別、職種別に教育が実施されている。	新入社員研修、新任部門長研修、e-ラーニング等により実施。	○

※1: 長野県、塩尻市および、征矢野建材(株)が、東京大学や信州大学との産学連携により、林業再生や循環型地域社会の形成、地域の活性化を図る総合的な森林バイオマス資源活用事業。
 ※2: Pollutant Release and Transfer Registerの略で、化学物質排出移動量届出制度。
 有害性のある多種多様な化学物質が、どのような発生源から、どれくらい環境中に排出されたか、あるいは廃棄物に含まれて事業所の外に運び出されたかというデータを把握・集計し、公表する仕組み。

第三者意見



特定非営利活動法人
循環型社会研究会
代表
山口 民雄 氏

循環型社会研究会:

次世代に継承すべき自然生態系と調和した社会の在り方を地球的視点から考察し、地域における市民、事業者、行政の循環型社会形成に向けた取り組みの研究、支援、実践を行うことを目的とする市民団体。研究会内のCSRワークショップで、CSRのあるべき姿を研究し、提言している。
 URL: <http://junkanken.com/>

本意見を執筆するに当たって、報告書担当者との意見交換とショールームの見学を実施しましたが、DAIKENグループの目指す方向性の理解に大いに役立ちました。

本報告書は、特集としていますが、4つのCSR活動のテーマに沿って報告され、いずれも「社会的背景」「DAIKENの想い」が的確に述べられ、取り組みが紹介されています。そのため、未利用資源の活用をはじめ、高齢化社会、耐震強化、木材自給率などの社会的課題に対してDAIKENグループが課題の克服に向け注力し、社会的価値と同時に企業価値を創出していることが伝わります。従業員をはじめ多くの読者は、こうした記載によって「GROW/GLOW PLAN25」の基軸となる「DAIKENの存在意義」を実感することができます。このことは、ステークホルダーの企業評価や従業員のモチベーション向上に大きく寄与することは必至です。

本報告書は32頁と簡潔にまとまっており、特集はストーリー性を持った記載で分かりやすく高く評価できます。

一方、P29~P30の取り組み状況一覧を拝見しますと経営、社会、環境の3分野で、最重要報告課題である木材輸入に伴う環境、社会への配慮をはじめ、多くのステークホルダーが注目している取り組みの概要が記述されています。そのため、これら項目の詳細な記載(取り組みのプロセス、成果、課題など)をウェブに期待しますが、昨年度までのウェブでは必ずしもこの期待に十分応えきれていないので、今後改善されることを要望します。また、基本的に第三者意見は冊子とウェブを総合的に精査し執筆するものと考えますので、冊子と同時にウェブを公開(本年度は9月予定)できるように努力していただきたいと思います。

ステークホルダーの記載内容への要請は、大きく変化してきています。そのため、この数年ISO26000をはじめ、ガイドライン、コードなどが公開されてきました。ぜひ、グローバル企業を目指す貴社においてはこれらを参照され、報告書を検証して報告内容を深耕するとともに、3~5年の情報開示戦略を確立されることを期待します。

第三者意見を受けて



大建工業株式会社
執行役員 経営企画部長
石原 修二

山口代表には、昨年度に引き続き貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。

今年度、当社は創立70周年を迎えるに当たり、長期ビジョン「GP25」を策定し、その中で“エコ”と“空間の質的向上”へのこだわりを、当社の存在意義と位置付けました。今回の報告書では、これら2つのこだわりを核に、新たな価値を追求し続けてきたこれまでの歴史と、4つの社会的課題に対する直近の活動内容を中心に報告しました。

山口代表には、これら特集企画を通じて、「DAIKENの存在意義」が実感できたとの評価をいただき、大きな励みとなりました。一方で、ウェブ対応については、厳しいご指摘も頂戴しております。

ご指摘の課題は重く受け止め、ウェブ対応を含む情報開示のあり方については検討を進めるとともに、長期ビジョンで掲げた成長し(GROW)、輝く(GLOW)企業像の実現を目指し、これからも新たな価値提供に挑戦し続けてまいります。