



2015年3月期 決算説明資料

2015年5月
大建工業株式会社

2015年3月期 連結実績

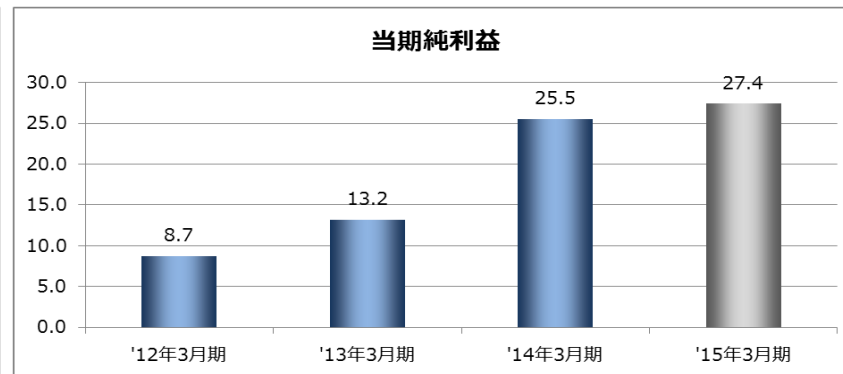
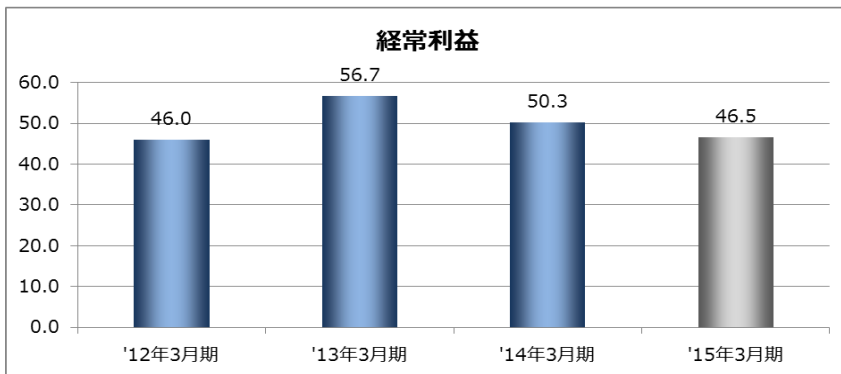
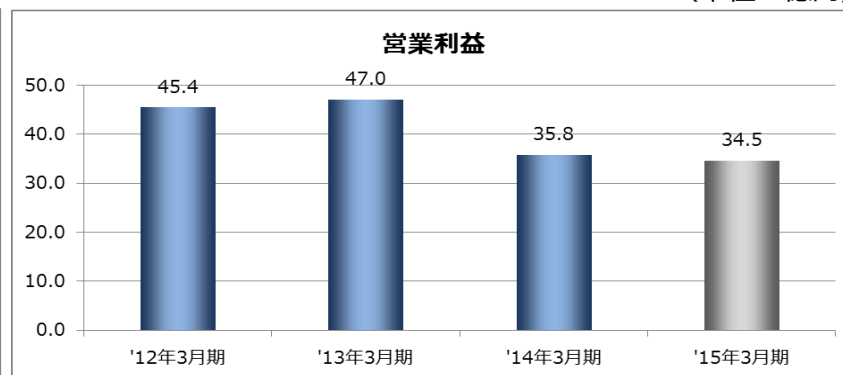
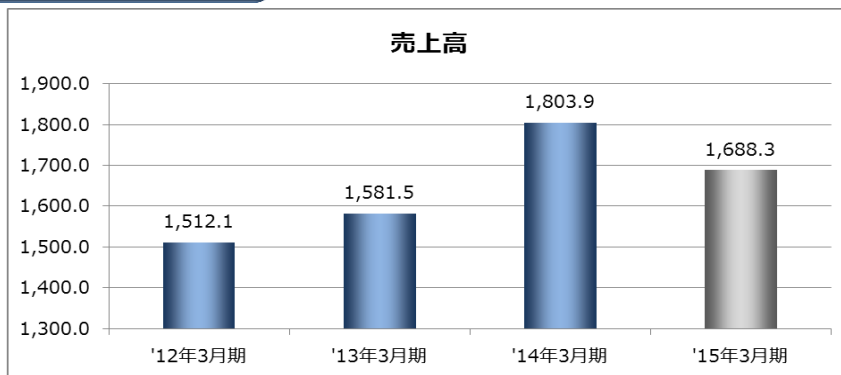
2015年3月期連結実績

実績

売上高	1,688億33百万	前期増減率	△6.4%
営業利益	34億52百万	前期増減率	△3.5%
経常利益	46億48百万	前期増減率	△7.5%
当期純利益	27億37百万	前期増減率	+7.5%

実績推移

(単位：億円)



◆ 連結業績

(単位：百万円)	2015年3月期					
	第2四半期累計期間			通期		
	実績	前年同期比較		実績	前年同期比較	
		前年実績	比較		前年実績	比較
売上高	82,588	85,698	△ 3,110	168,833	180,392	△ 11,559
<増減率>			△3.6%			△6.4%
売上総利益	18,385	20,225	△ 1,840	37,175	42,699	△ 5,524
(粗利益率%)	22.3%	23.6%	△1.3P	22.0%	23.7%	△1.7 P
販売費及び一般管理費	16,946	18,426	△ 1,480	33,722	39,121	△ 5,399
営業利益	1,438	1,798	△ 360	3,452	3,577	△125
<増減率>			△20.0%			△3.5%
(営業利益率%)	1.7%	2.1%	△0.4P	2.0%	2.0%	0.0P
営業外収支	682	926	△ 244	1,195	1,448	△ 253
経常利益	2,120	2,725	△ 605	4,648	5,025	△ 377
<増減率>			△22.2%			△7.5%
(経常利益率%)	2.6%	3.2%	△0.6P	2.8%	2.8%	0.0P
特別損益	-107	-249	142	-3,275	-407	△ 2,868
税金等調整前当期純利益	2,013	2,475	△ 462	1,373	4,617	△ 3,244
法人税等合計	561	1,028	△ 467	-1,645	1,699	△ 3,344
少数株主利益	138	168	△ 30	281	371	△ 90
当期純利益	1,313	1,278	35	2,736	2,546	190
<増減率>			2.7%			7.5%

◆セグメント別売上実績

(単位：百万円)	2015年3月期					
	第2四半期累計期間			実績	通期	
	実績	前年 実績	前年比較 増減率		前年 実績	前年比較 増減率
工事業	27,675	28,779	△3.8%	55,699	60,184	△7.5%
住空間事業	41,597	44,495	△6.5%	85,753	93,552	△8.3%
エンジニアリング事業	7,521	8,149	△7.7%	16,486	17,714	△6.9%
その他	5,793	4,273	35.6%	10,893	8,941	21.8%
(合計)	82,588	85,698	△3.6%	168,833	180,392	△6.4%

2016年3月期 連結業績計画

◆ 連結業績計画に影響を与える主な項目

新設住宅着工戸数

前年水準を予想
貸家：堅調

リフォーム市場

緩やかな回復

原材料コスト増

為替総合対策

- ①床材基材 国産材へシフト
- ②MDF 日本への輸出比率
第3国へシフト
- ③輸出増 天井材・床材
- ④中国工場 日本向け撤退
- ⑤コストダウンおよび値上げ

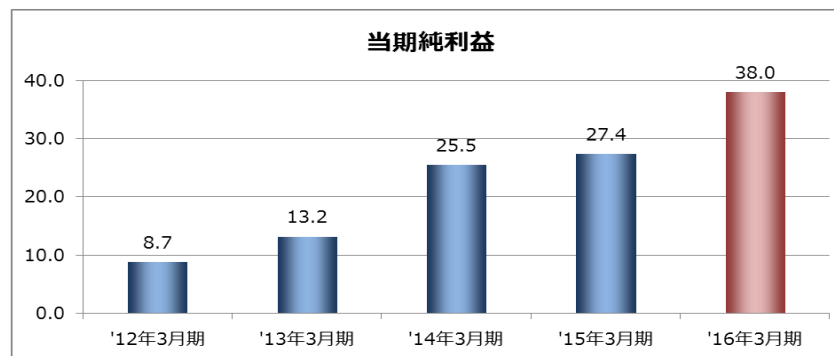
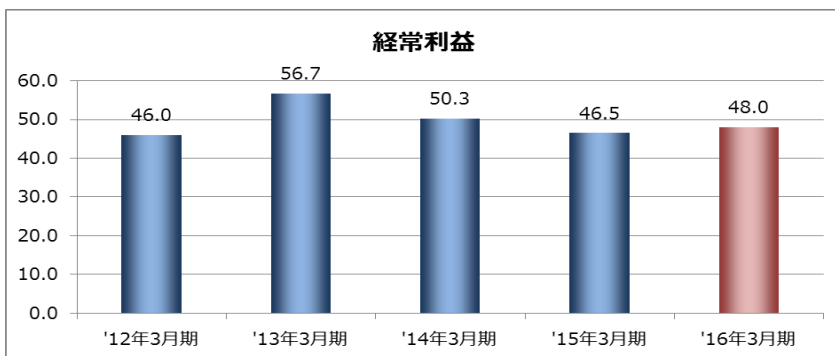
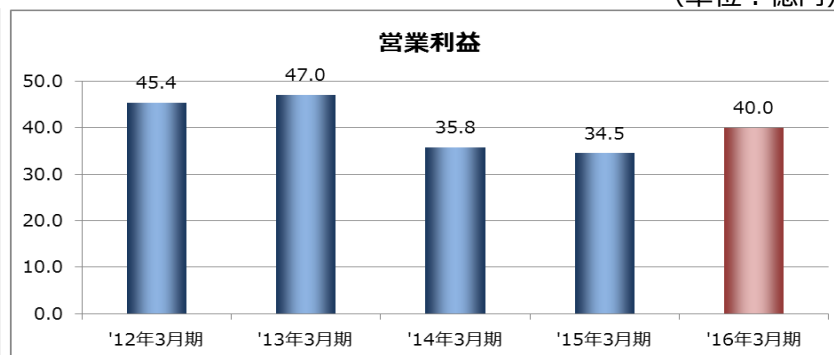
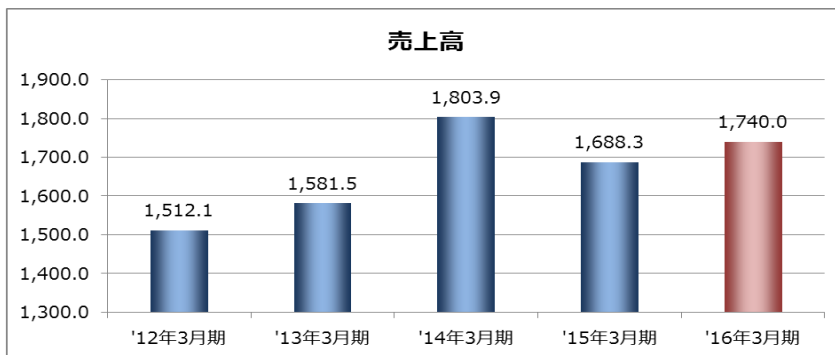
創立70周年

- ①長期ビジョン“GP25”
- ②新製品発売
- ③記念配当

計 画

売上高	1,740億円	前期増減率	+3.1%
営業利益	40億円	前期増減率	+15.9%
経常利益	48億円	前期増減率	+3.3%
当期純利益	38億円	前期増減率	+38.9%

(単位：億円)



◆ 連結業績計画

(単位：百万円)	2016年3月期					
	第2四半期累計期間			通期		
	計画	前年同期比較 実績	比較	計画	前年同期比較 実績	比較
売上高	85,000	82,588	2,412	174,000	168,833	5,167
<増減率>			2.9%			3.1%
売上総利益	18,900	18,385	515	38,500	37,175	1,325
(粗利益率%)	22.2%	22.3%	△0.1P	22.1%	22.0%	0.1P
販売費及び一般管理費	17,200	16,946	254	34,500	33,722	778
営業利益	1,700	1,438	262	4,000	3,452	548
<増減率>			18.2%			15.9%
(営業利益率%)	2.0%	1.7%	0.3P	2.3%	2.0%	0.3P
営業外収支	400	682	△ 282	800	1,195	△ 395
経常利益	2,100	2,120	△ 20	4,800	4,648	152
<増減率>			△1.0%			3.3%
(経常利益率%)	2.5%	2.6%	△0.1P	2.8%	2.8%	0.0P
特別損益	2,100	-107	2,207	1,500	-3,275	4,775
税金等調整前当期純利益	4,200	2,013	2,187	6,300	1,373	4,927
法人税等合計	1,500	561	939	2,300	-1,645	3,945
少数株主利益	100	138	△ 38	200	281	△ 81
当期純利益	2,600	1,313	1,287	3,800	2,736	1,064
<増減率>			98.0%			38.9%

◆セグメント別売上計画

(単位：百万円)	2016年3月期					
	第2四半期累計期間			計画	通期	
	計画	前年 実績	前年比較 増減率		前年 実績	前年比較 増減率
工事業	28,600	27,675	3.3%	57,200	55,699	2.7%
住空間事業	42,700	41,597	2.7%	87,800	85,753	2.4%
エンジニアリング事業	7,800	7,521	3.7%	17,900	16,486	8.6%
その他	5,900	5,793	1.8%	11,100	10,893	1.9%
(合計)	85,000	82,588	2.9%	174,000	168,833	3.1%

経営方針

1. 拡大4市場＋非住宅建築分野拡大のための組織力の強化

⇒ 5本部による重点市場別組織

営業	住建営業本部（ルート営業）	国内新築住宅市場、リフォーム市場 非住宅建築分野
	特需営業本部（特定顧客営業）	国内新築住宅市場 非住宅建築分野、リフォーム市場 産業資材分野
事業	国内事業本部（国内製造）	国内新築住宅市場、産業資材分野、非住宅建築分野、リフォーム市場
	海外事業本部（海外製造・営業）	海外市場（A S E A N、東アジア）
	エンジニアリング事業本部（工事）	エンジニアリング市場、非住宅建築分野

2. 人材の流動化による組織の活性化および開発・製造・営業の一体化により経営の効率化を図る

⇒ 2015年4月1日 主力製造子会社（4社）の統合合併

3. 新規事業への取り組み強化

- ⇒ 1) 国産木材活用による新規事業
2) 異業種とのコラボレーションによる新規事業

4. 創立70周年記念事業の展開

5. コーポレート・ガバナンスの強化

■市場別概要(国内)

新築住宅市場

：機能製品の採用増

①賃貸

賃貸住宅メーカーへの防音建材の採用拡大

：防振吊木、防音階段の需要増

防振

遮音

：更新性フロアの採用拡大

耐傷

メンテナンス

■傷んだフロア 1枚だけの部分貼替えが容易に！！

②持家

ハウスメーカー：オプション製品の提案・販売強化

耐久

調湿

吸音

地場工務店：地域流通との協業強化

③その他(分譲マンション)

・床以外(建具・収納他)の需要を材工受注で獲得

■専門部隊新設

■市場別概要(国内)

リフォーム市場

：国策により醸成されるリフォーム需要への対応強化

TDYアライアンス強化による需要獲得

- ：TDYグリーンリモデルフェア開催(3社動員：7万人超)
- ・TDY+住宅関連メーカー7社によるコラボ
- 『“空間の快適性能アップ”と“環境配慮”の両立』を提案



職人不足問題への対応強化

- ：省施工製品の品揃え拡充(2015年10月発売予定)
- ・**リモデル用床暖房仕上げ材 サーモプラス**

業界初！ ■既存床暖房の上から貼るだけ



＜サーモプラス＞

性能UP(耐震・防音)リフォーム需要への対応力整備

他社との差別化！ ■グループ内特殊工事力の強化

■市場別概要(国内)

産業資材分野

：MDF、エコ素材の用途拡大による販売増

床用MDFの拡大

◆植林木・MDFの床基材利用開発技術
2015年度 木材加工技術賞 受賞!

合板からMDFへの切り替え拡大

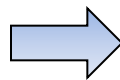
：環境問題による代替需要の拡大

ダイライトの不燃壁材基材への採用増

：国策主導による公共建築物・商業施設向け不燃壁材需要の獲得
「公共建築物等木材利用促進法」(2010年10月施行)
⇒低層公共建築物の木造化、内装の木質化へ

【現在の主流】

ケイカル板 + 現場シート張り



【需要増加傾向】

「不燃壁材(ダイライト)」+「木質内装仕上げ材」

■市場別概要(国内)

エンジニアリング市場

： 施工力強化・施工領域拡大による工事受注の拡大

施工力強化

- ： 首都圏注力
- ： 施工品質の強化



施工領域の拡大

- ： 積極的なM&A、業務提携
- ・ オフィスリフォーム・商業施設のリニューアル工事への対応力強化



工事受注の拡大

- ： 物件当たりの工事金額の拡大と顧客の開拓



<あべのハルカス>

■市場別概要(国内)

非住宅市場

: 技術力で需要獲得

ダイケンハイブリッド(耐震天井)の普及強化

- ・耐震性、省施工、軽量化(崩落時の安全性確保)
- ・特定天井に対する耐震化基準法制化による需要増
(※特定天井:高さ6m、面積200㎡、重さ2kg/㎡の基準をそれぞれ超えるもの)
- ・緊急性を有する学校施設への吊り天井落下対策

地域産材を活用した内装仕上げ材の提案

- “木材自給率50%以上へ”国産木材需要が拡大
⇒針葉樹(スギ・ヒノキ) **“WPC技術”**で床材に使用
※国内では**当社**のみ対応可能

店舗・倉庫向け耐火壁下地材の普及強化

- ・軽量化による省施工(職人不足への対策)
- ・鋼板仕上げによる意匠性の向上



＜ダイケンハイブリッド天井＞



＜WPC加工を施したナラ床材＞

■市場別概要(海外)

海外市場

: ASESAN地域、東アジアでの販売拡大

インドネシア

- ・合弁会社(施工販売)による販売網の拡大
- ・室内ドア製造拠点を計画
→室内ドアを中心とした住宅向け内装建材の
販売拡大

シンガポール

- ・MDF販売の拡大と調達先の拡大
→日系企業向けから現地ローカル企業
に向けた販売拡大
- ・ロックウール吸音天井材の輸出拡大

東アジア(中国・韓国・台湾)

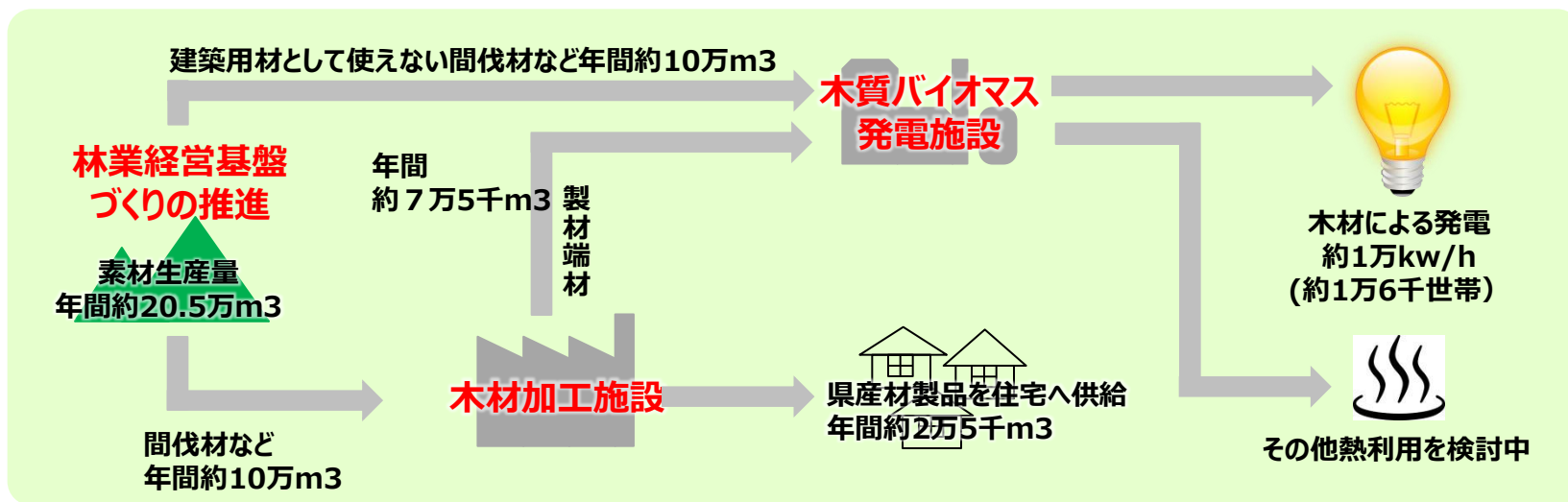
- ・輸出販売拡大
 - ①ダイロートン(中国・韓国・台湾)
※吸音性への需要の高まり
 - ②床材(中国・韓国)
- ・製品別販売拡大
 - ①MDF(中国)
 - ②羽目板(韓国 桧ブーム)
 - ③中国工場ドア直販売(台湾)

■ 新規事業への取り組み強化 – 1

1) 信州Fパワープロジェクトへの参画(征矢野建材へ出資) 総事業費：約109億円

プロジェクト推進体制：長野県、塩尻市、森林組合、東京大学、信州大学
征矢野建材(株)、大建工業(株)、他

産官学連携



プロジェクトでの当社の役割：①木材加工の技術支援、②木材加工製品の販売

<住宅用>

- ・床材：アカマツ、広葉樹(ナラ・クリ他)を樹種に追加
- ・内部造作：カウンター、階段部材(アカマツ・カラマツ)

<公共商業施設用>

- ・土足用床材
- ・不燃壁材

森林資源を無駄なく活用し、林業の復活と森林の再生、木材産業の振興を図る

■ 新規事業への取り組み強化 – 2

2) 壁材事業の本格化

① 公共・商業施設

- ・信州Fパワー産出材 + 不燃基材“ダイライト”を活用した**国産材突板不燃壁材**製品の拡販
⇒「国産材突板不燃壁材」製品の販売スキームを活かした、**化粧シート不燃壁材**の受注拡大

② オフィスビル

- ・「音」に対する要望への対応強化
⇒会議室などでの「反響音」を軽減する**音響壁材**の開発

③ 住宅

- ・キッチン用不燃壁材のシェア拡大
- ・内装用壁材「化粧シート」仕上げ ⇒ 「木質」仕上げへ切替提案
⇒キーワード：「**意匠性**」・「**機能性**」、**「省施工**」



＜ダイライト＋スギ突板による不燃壁材＞
【北陸新幹線 黒部宇奈月温泉駅】

壁材事業を床材事業につぐ柱へ

■ 新規事業への取り組み強化－3

3) 防音建材の拡大

異業種との住宅向け事業タイアップ

【楽器メーカー】

・ローランドとの販売連携強化・・・防振ベース



【音響システム会社】

・共同開発による「組立式防音室」の材工販売



新規チャネルとの協業活動、材工販売の強化

■ 創立70周年記念

1) 長期ビジョン“GP25”

- ・10年後(2025年)を見据えた、当社グループのありたい姿・意志・進むべき方向性を明確化

2) テクビジネスフェア開催(2015年11月開催予定)

- ・テーマ：70周年記念新製品、技術開発、公共・商業建築、産業資材
⇒新製品・技術開発コンセプトモデルの提案展示

3) 記念配当

基準日	1株当たり配当金		
	第2四半期	期末	年間
平成28年3月期予想	5円25銭 (普通配当3円75銭) (記念配当1円50銭)	4円00銭 (普通配当4円00銭)	9円25銭 (普通配当7円75銭) (記念配当1円50銭)
(ご参考) 平成27年3月期見込	3円75銭 (普通配当3円75銭)	3円75銭 (普通配当3円75銭)	7円50銭 (普通配当7円50銭)

■ 創立70周年記念

1) 長期ビジョン“GP25”（策定）

Grow/Glow Plan 25

Grow … 成長

- 売上や規模の拡大はもちろん、質的にも成長する
- 持続的に利益を創出できる
- 事業を通じて今以上に社会に貢献できる
- 全てのステークホルダーと共に成長する

Glow … 輝く

- ガバナンス強化と環境配慮、社会貢献の取り組みにより、企業として高く評価される
- 社員が生き活きと活躍する

■ 創立70周年記念

1) 長期ビジョン“GP25” (骨格)

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」

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・安心な空間作りを通じて人々の心を豊かにする

2025年のありたい姿

1. 素材/建材/エンジニアリングで一步先行くグローバル企業へ
2. 新たな事業領域に挑戦し続け、第四の柱を育てる
3. 消費者目線の商品開発力、提案力、課題解決力、組織力でプロフェッショナルから圧倒的サポートを受ける
4. 挑戦を賞賛する風土、挑戦を支える仕組みが確立されている
5. ガバナンスが強化されており、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。

■ 創立70周年記念

1) 長期ビジョン“GP25”（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

「建築資材の総合企業」へ

グループ売上高目標：2,500億円

[事業領域]

素材事業

建材事業

エンジニアリング事業

新事業

心を豊かにする空間を

持続可能な社会へ

[市場・分野]

住宅市場

公共・商業建築分野

産業用資材

新市場

海外

国内

成長への扉を開ける鍵

(注記)

本資料は情報提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。
本資料（業績計画を含む）は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその確実性・完全性に関する責任を負いません。

ご利用に関しては、ご自身の判断にてお願い致します。

本資料に掲載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。