

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

合板

1946 特殊合板

接着剤の技術開発により耐久性・耐水性を付与した車両用等の特殊合板を開発



売上高(億円)

2,500

1958 インシュレーションボード

製材端材や建築解体木材を活用した木質繊維板「インシュレーションボード」生産開始



床材

収納

ドア

音響製品

外装材

住宅設備

畳

インシュレーション

ボード

ダイロートン

内装工事

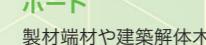
1964 ダイロートン

製鉄時の副産物ロックウールを活用した不燃天井材『ダイロートン』生産開始



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

ドアのファッショナリゼーションを推進、モダンデザインの業界標準を創造



1976 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



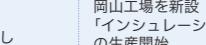
1982 音響製品

住宅防音に関する一貫したサービス体制を整備



1989 畳

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



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

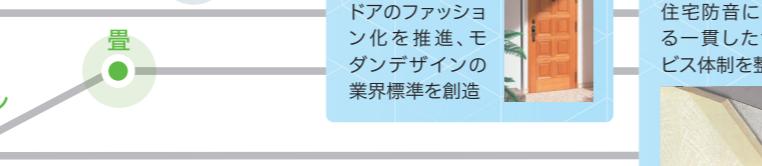


2008 MiSEL

デザイン性を追求した魅せる収納

2015 トリニティ

立体感のある高意匠床材



事業の特長と強み

建材事業

高付加価値の建材開発力と内装空間のトータル提案力

素材事業

独自の素材開発力

エンジニアリング事業

建材の機能を活かす施工力

目標
2,500

長期ビジョン
GP25 実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

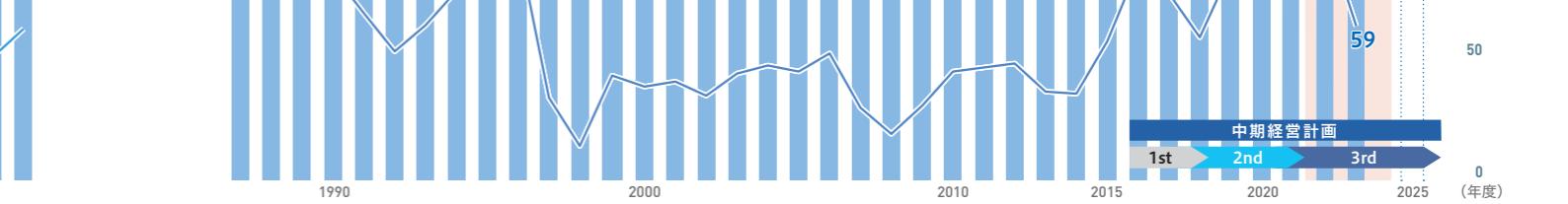
150

100

50

0

(年度)



中期経営計画
1st 2nd 3rd

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン「GP25」実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

150

100

50

0

(年度)

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン「GP25」実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

150

100

50

0

(年度)

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン「GP25」実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

150

100

50

0

(年度)

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン「GP25」実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

150

100

50

0

(年度)

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン「GP25」実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

150

100

50

0

(年度)

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン「GP25」実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

150

100

50

0

(年度)

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン「GP25」実現へ

GP25
3rd Stage
目標

着工戸数
(万戸)

営業利益
(億円)

200

150

100

50

0

(年度)

2025 年度実現への挑戦

目標
2,500

長期ビジョン