

DAIKEN
GROUP
REPORT
2024

大建工業グループの価値創造

目指す姿
グループ企業理念
の実現

▶ P.3

DAIKEN 地球環境
ビジョン2050

▶ P.4

長期ビジョン「GP25」

▶ P.29-30

中期経営計画「GP25 3rd Stage」

▶ P.31-32

OUTCOME

経済的価値の創出
財務成果

社会的価値の創出
事業を通じた価値創造(CSV)

OUTPUT

DAIKENを支える5つの基盤

人財基盤

従業員数
連結 **3,627**名
人財投資額
4,723万円
▶ P.47-50

生産基盤

生産拠点数
20カ所
(国内**13**カ所、海外**7**カ所)
製造人財
2,619人
設備投資費
3,802百万円
▶ P.55-56

研究開発基盤

研究開発費
1,687百万円
開発人財
130名
▶ P.43-44

顧客基盤

取引先数
853社
※清田工業、カルテル、CIPA社取引先は除く
営業部門数
26営業部
(国内営業**23**部門、海外営業**3**部門)

財務基盤

売上高
210,642百万円
営業利益 自己資本比率
5,938百万円 **47.1**%

INPUT

強みを活かす事業・市場戦略

素材事業

▶ P.13-14

建材事業

▶ P.15-16

エンジニアリング事業

▶ P.17-18

海外市場

▶ P.33-36

公共・
商業建築分野

▶ P.37-40

産業資材分野

住宅リフォーム・
リノベーション市場

▶ P.41-42

国内新築住宅市場

▶ P.41-42

経営資源の
再投入

編集方針

大建工業グループでは、全てのステークホルダーの皆様へ、中長期的な企業価値向上に向けた取り組みを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」の進捗を示すとともに、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。

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

2023年度(2023年4月1日～2024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。

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	11
強みを活かした3つの事業	
素材事業	13
建材事業	15
エンジニアリング事業	17
ビジネスモデルと強み	19
リスクと機会・マテリアリティ	21
事業を通じた価値創造	23

価値創造の戦略

長期ビジョン「GP25」	29
中期経営計画 「GP25 3rd Stage」の進捗	31
海外市場	33
公共・商業建築分野	37
国内住宅市場	41
研究開発	43
環境戦略	45
人財戦略	47
コーポレートガバナンス	51

データ編

ESG目標	53
会社情報	55

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

私たちの使命

ミッション

私たちは、技術と発想と情熱で、笑顔があふれる未来に貢献します

私たちが目指す企業像

ビジョン

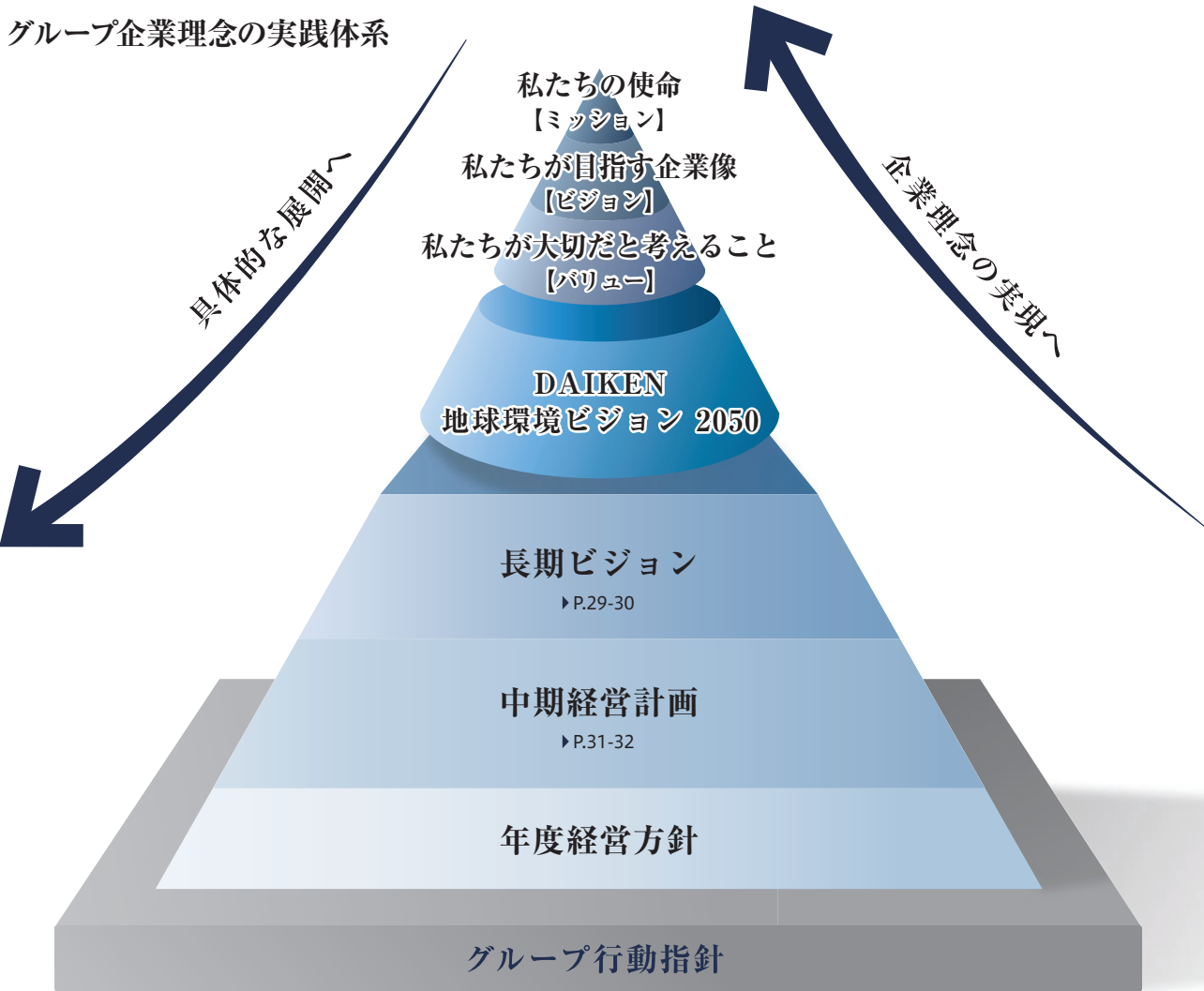
私たちは、豊かな社会と環境の調和を第一に考え、期待を超える新たな価値を提供し、あらゆる人に愛される企業であり続けます

私たちが大切だと考えること

バリュー

みんなが笑顔になるために、私たちは

- 環境・社会・人の調和を大切にします
- 安全・安心・健康・快適にこだわります
- 勇気をもって新しいことに挑戦します
- 変化や機会を捉えて俊敏に行動します
- あらゆる人と誠実に接します



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。

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 — 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。 2 気候変動の緩和 — カーボンニュートラルの実現 — 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。 3 自然との共生 — 生物多様性の保全 — 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。	1 廃棄物の再資源化率100% ● 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 2 温室効果ガス排出量ネットゼロ ● 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 3 自然環境への負荷低減 ● 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

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

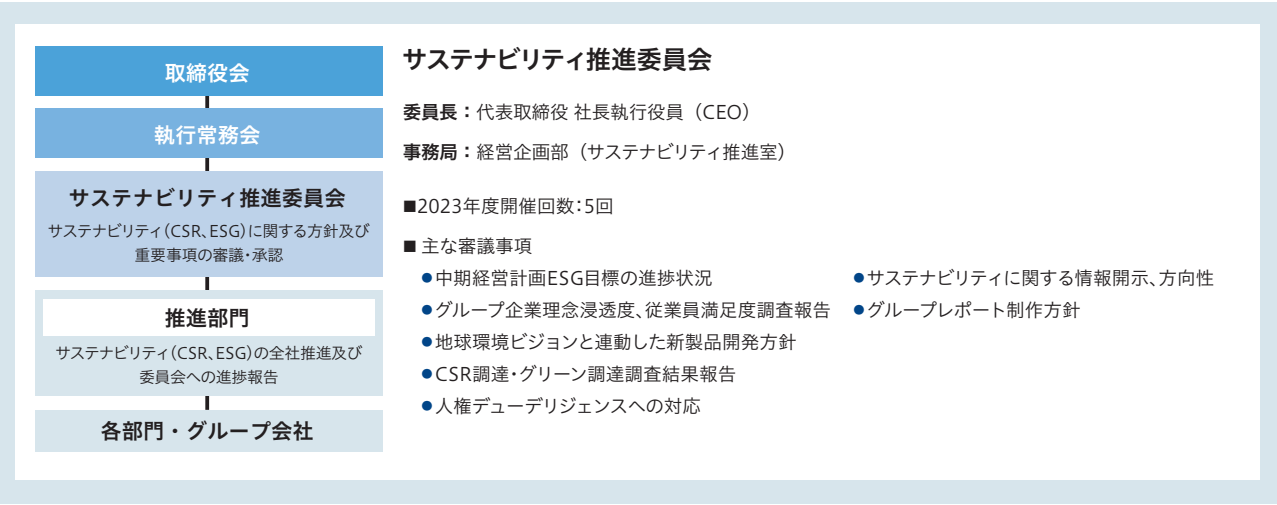
働きがい向上等による人財価値の最大化、様々なステークホルダーとのエンゲージメントの強化などにより、変革に不可欠な価値創造力を維持・強化します。

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

2022年度より、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」を設置し、全社でサステナビリティを推進する体制を設けています。



トップインタビュー

経営基盤の強化で
「強み」をさらに磨き上げ
国内建材業界で
抜群の存在感を
示していく

代表取締役 社長執行役員 CEO

徳田 正則

Q 2024年3月期、当社を取り巻く事業環境は
どのように変化しましたか。

この1年間の事業環境を振り返ると、国内の住宅市場は、生産年齢人口減の影響が、工事・施工キャパシティの低下という面で色濃く現れてきていると感じます。また、資材価格や工事価格の上昇等を背景に住宅価格が高止まりする中で、実質賃金の伸び悩みもあり、住宅取得マインドが低下しており、2023年度の新築住宅着工件数は、前年度の86万戸から6万戸減の80万戸となりました。2年続けて減少した持ち家をはじめ、前年度まで好調だった分譲、貸家も減少に転じるなど、新設住宅市場の縮小トレンドはより鮮明になりつつあり、今後もこの傾向は変わらないと受け止めています。

一方で、公共・商業建築分野については、東京・大阪・名古屋の大都市圏でオフィスを中心に各種建設プロジェクトの着工が相次ぎ、内装工事の需要は増加傾向で推移しました。しかし、建設資材価格や労務費の上昇により、工事の採算性

については厳しい環境が続いています。

海外に目を移すと、米国の住宅市況は依然として金利高止まりの影響を受けて停滞感が漂っていましたが、今年に入り回復の兆しが見えつつあります。一方で、建材、家具の下地材としての採用が多いMDFについては、世界的な建築需要の低迷により市況価格が低水準で推移しました。

Q そのような環境下での、
当社業績の振り返りを聞かせてください。

2023年度は、2025年を見据えた10年間の長期ビジョン「GP25」の締めくくりとなる中期経営計画「GP25 3rd Stage」（2022-2025年度）の2年目として、各種施策を積極的に展開してきました。

国内では、エンジニアリング事業が工事の需要増を背景に増収増益となりましたが、建材事業では変動費の高騰が、

特に上半期の利益を大きく圧迫しました。下半期は、お客様の多大なご理解の下、価格改定が徐々に浸透してきたことにより、利益の回復へとつなげることができました。

海外事業については、2023年3月期までは当社業績を大きく牽引してきましたが、素材事業の主力製品のひとつであるMDFの収益性低下の影響に加え、北米の住宅市況の低迷、さらには、これまで連結子会社としていた米国Pacific Woodtech Corporation社(PWT社)が2022年8月に持分法適用関連会社に移行した影響もあり、前期までとは対照的に業績にプレーキがかかりました。その結果、2024年3月期の売上高は前期比8%減の2,106億円、営業利益は同40%減の59億円、親会社株主に帰属する当期純利益は同61%減の39億円の減収減益となりました。

▶ P.31-32 中期経営計画「GP25 3rd Stage」の進捗

Q 2025年3月期の
事業環境はどのように見えていますか。

2025年3月期に向けては、特に物流と建設工事の二つの分野における事業環境の変化に対処する必要があります。

変化の起因となるのが、国内の物流・建設業界で働く方々の時間外労働に対する規制がより一層強化される「2024年問題」です。物流面では、南北に長い日本列島をこれまでのように一気に配送することが難しくなる中で、大きさ・形状などから運搬しづらい商材である建材を、物流費の高騰にも対処しながら効率的に配送することが求められます。以前から進めてきた物流システム改革に加えて、物流も見据えた生産体制の最適化が必要不可欠と認識しています。

建設工事の分野では、残業規制の強化に加えて建設工事業に従事される方々の高齢化による人手不足も問題となっています。旺盛な工事需要に対処していくためにも、グループ8社の工事関連会社のみならず、協力会社様における処遇や働く環境など、多角的な改善を進めてまいります。

▶ P.18 エンジニアリング事業における施工体制

Q 2025年3月期の
重点的な取り組みを聞かせてください。

前述した二つの事業環境の変化に対応しながら、同時に、これまでの「モノ売り」だけでなく、設計・工事も含めた一気通貫での「コト売り」提案も進めてまいります。

当社は、「音」「空気」「におい」など、住環境の困りごとにアプローチできる、機能性の高い素材・建材を数多く取り揃えており、同業他社との差別化を図っています。また、空間においてそれら素材・建材の機能がどれだけ発揮されているのか、より効果的に発揮するためにはどのように設置すべきかといった、測定し、設計するノウハウを有していることは、

当社の大きな強みであると自負しています。オフィスやクリニック、宿泊施設など、人が多く集まる場所においては、特にこうした機能へのニーズが高まっており、製品の販売だけでなく、建材の機能を最大限に活かせる空間設計、工事のご提案を拡大していきます。

例えば、コロナ禍を経てリモート会議等が定着する中で、空間における音環境の快適性については、住宅・非住宅を問わず関心が高まっています。当社は1982年から40年以上にわたり、住宅分野を中心に吸音天井や防音ドアなど、音響製品の開発・製造・販売を続けており、そこで蓄積してきた技術・ノウハウを非住宅分野にも展開し、オフィス等での音環境の改善要望に向けた新たなビジネスとして、音環境ソリューション事業にも着手しています。さらにその研究開発力、技術力に磨きをかけるべく、今年1月には、岡山工場の敷地内に、音響設計の新たな開発拠点として音響実験棟の建設を決定しました。

▶ P.44 新たな音の設計開発拠点

また2024年1月には能登半島地震が発生しました。亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、被災された方々に心よりお見舞い申し上げます。能登半島地震の被災状況を目の当たりにし、改めて住宅における「安全」「安心」の重要性を痛感させられるとともに、当社が果たすべき社会的役割について深く考えさせられました。災害が頻発する日本では、耐震性能や建物の安全性に対する注目度が高まっていますが、例えば、今回の震災で『ダイケンハイブリッド天井』を採用いただいていた施設では、建物全体の損傷に対し天井の脱落や破損が生じなかったことを確認できました。当社の技術力に裏打ちされた製品を「安全・安心な空間づくり」という視点でも広くお客様にご提案する意義を強く感じます。また、被災者の方々が避難生活を送られる体育館などは、冷暖房設備がない、または備わっていても空調効果にムラがあるとお声も聞かれます。当社には、輻射熱を利用し空間全体に均一に空調効果を届けるシステムもあり、少子化による学校の統廃合に伴って体育館等施設の見直しも進む中、避難所としての活用も見据えた建物の在り方として、提案を強化してまいります。

▶ P.37-40 公共・商業建築分野

2024年4月には、価値ある空間作りを担う組織として、「建築事業本部」を新設しました。当社グループの持つ「モノ」としての建材・素材だけでなく、機能性を切り口とした「コト」としてのコンサルティング、そしてそれらを設計・施工する機能を最大限に活かし、皆様の集う空間価値の向上につながるご提案を強化していきます。

トップインタビュー

Q 伊藤忠商事グループの傘下に入りました。これまでの経緯と、それによる今後の変化について教えてください。

伊藤忠商事との関係は、当社の創業時まで遡ります。1945年9月26日、大建工業は、伊藤忠商事、丸紅、呉羽紡績などが母体である大建産業の林業部が独立することで誕生しました。以来78年の長い歴史の中で、伊藤忠商事とは相互に企業価値を最大限高め合えるパートナーとして、海外事業を中心にさまざまなプロジェクトに共同で取り組み、着実に成果を積み重ねてきました。そうした経緯もあって、2018年に改めて資本業務提携を締結し、その翌年には、伊藤忠



商事の完全子会社であったカナダの単板工場であるCIPA Lumber社(CIPA社)と、米国のLVL製造会社であるPWT社を当社グループ化しました。

国内住宅市場が年々縮小していく中で、当社は国内ではリフォーム市場や、非住宅の公共・商業建築分野に軸足を移しています。同時に、成長が期待される海外市場での展開を見据えた場合、大建独自に事業展開を行うよりも、海外での豊富な知見と人財を有する伊藤忠商事とワンストップで迅速果断な意思決定が行える関係性へと発展させることが、当社の躍進につながると考えました。先述した北米の2社以外にも、潜在的なM&Aの可能性も含め、新事業の展開を伊藤忠商事と共に検討し始めています。また国内においても、伊藤忠商事グループの強固な不動産ネットワーク、さらには顧客基盤を活用することで、既存の製品・事業の売上拡大と同時に、快適な空間づくりを訴求するためのコンサルティング、設計・内装工事等、隣接事業への展開も進むものと期待しています。

人財面においても相互交流を活性化させていきます。今後さらなる活躍が期待されるグローバル人財やデジタル人財の確保・強化を通じた業務効率化はもちろん、多様性の拡充によるイノベーション、ひいては組織全体の強靱化につなげたい考えです。こうした人財交流の活性化は、チャレンジ精

伊藤忠商事の完全子会社化への移行の背景について

1941年	伊藤忠商事(株)、(株)丸紅商店(現 丸紅)、(株)岸本商店の3社が合併し、「三興(株)」を設立
1944年	三興(株)、呉羽紡績(株)(現 東洋紡)、大同貿易(株)の3社が合併し、「大建産業(株)」を設立
1945年	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
2018年	伊藤忠商事(株)と資本業務提携

2023年 両社のさらなる企業価値向上を目指し、伊藤忠商事(株)の完全子会社となる

伊藤忠商事の完全子会社化への移行の狙い

海外市場展開	非住宅分野	人財基盤の強化
● 北米での住宅関連事業の展開 ● グローバルなネットワークと資金力を背景に、M&Aなどの拡大戦略の加速	● 既存事業の売上拡大 ● 事業主に対するコンサルティング、空間設計等の隣接事業への事業範囲拡大	● 人財交流の活発化 ● 相互の知見、ノウハウの共有 ● 人財多様性の実現

神の旺盛な社員にとっても新たな活躍の場が広がるチャンスになると考えています。建材業界の中で、大建工業の存在感を大いに発揮しながら、事業成長と働く社員のやりがい・働きがいの向上に尽力していきます。

昨年12月21日の完全子会社化に伴い、1949年5月から74年間続いた株式上場の歴史に幕を下ろしました。この場をお借りし、改めてこれまで株主として当社をご支援いただいた皆様に感謝申し上げます。また、この大きな決断に際し、私自身もお客様・お取引先様をはじめとするさまざまなステークホルダーの方々に、直接ご説明してまいりました。その中で、多くの方々に私どもの決断を理解いただき、後押ししていただけたと感じております。

伊藤忠商事グループの一員となったことで、今後、従来からの当社の強みにより一層磨きをかけ、これまで以上の価値提供ができるよう、積極的に自らを変革すると同時に、ステークホルダーの皆様から一層信頼を得られる企業へとステップアップし、お取引先様・お客様と共にさらなる飛躍に向け、ギアを上げてチャレンジしていきます。

▶ P.11-12 価値創造の変遷

Q これまで経営の軸としてきた「サステナビリティ」に変更はありますか。

当社はこれまでも、そしてこれからも「サステナビリティ」を経営の軸とし事業活動を推進し、持続的な企業価値向上を目指します。創業以来、木材を余すことなく活用する技術を磨き、そしてさまざまな機能を付与した素材・建材を開発してきた知見と、サステナビリティを追求する発想や着眼点、そして技術力は、当社の最大の強みです。2022年に策定した「DAIKENサステナビリティ基本方針」に沿った事業活動を推進し、特に、木質資源については、炭素の貯蔵効果に関する定量データなども活用することで、お客様の脱炭素化に向けた取り組みにも貢献するご提案を強化していきます。

▶ P.5-6 DAIKENが目指すサステナビリティ

木質資源の一例を挙げると、建築解体木材などを主原料とするインシュレーションボードは、事業化して66年が経過し、現在も、畳床や建設現場の養生材等として供給していますが、環境という価値に基づく、新たな用途開発・提案の可能性はまだ拡大していると言えるでしょう。また、MDFに使用する接着剤については、従来の化石燃料由来のものから木質由来のものへと切り替える生産技術を確立したほか、従来の性能を担保しつつ、原材料の使用量や物流負荷の低減を実現する「低密度化」の技術開発にも取り組んでいます。

▶ P.44 木材などの持続可能な資源を活用した素材の開発

Q 最後に、ステークホルダーの皆様に向けて一言をお願いします。

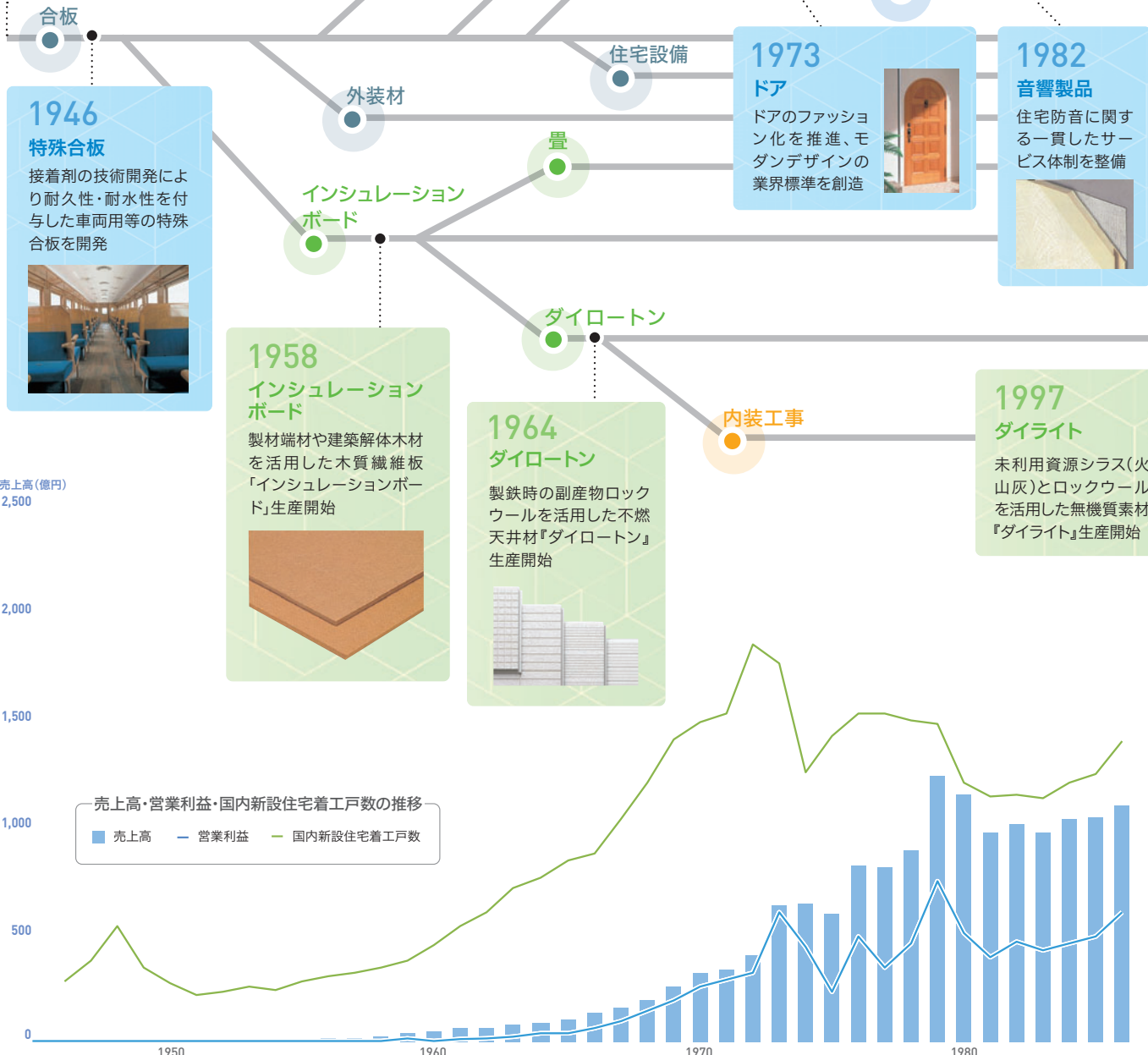
当社を取り巻く事業環境が、大きく、そして急速に変容を続ける中で、当社はその変化にマッチした「モノづくり」と、空間としての価値を向上する「コトづくり」を進めていきます。こうした取り組みを推進するにあたって、伊藤忠商事の完全子会社となり、伊藤忠商事グループの持つさまざまな資本を活用できるようになったことの意義は大きく、他社にはない強みと受け止めています。

長期ビジョン「GP25」の実現まで、残す時間は2年となりました。2025年3月期は、まさに長期ビジョン「GP25」の総仕上げに向けた大事な1年になります。ビジョン策定当初から、社内外の環境は大きく変化しましたが、これまで強固に築き上げてきた素材・建材・エンジニアリングの事業基盤を軸に、国内住宅では新築からリフォーム・リノベーション、そして公共・商業建築などの非住宅分野へとシフトを進め、成長ドライバーとして位置付ける海外市場とともに持続的成長を図っていきます。今後もステークホルダーの皆様の期待を超える新たな価値を提供してまいりますので、変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

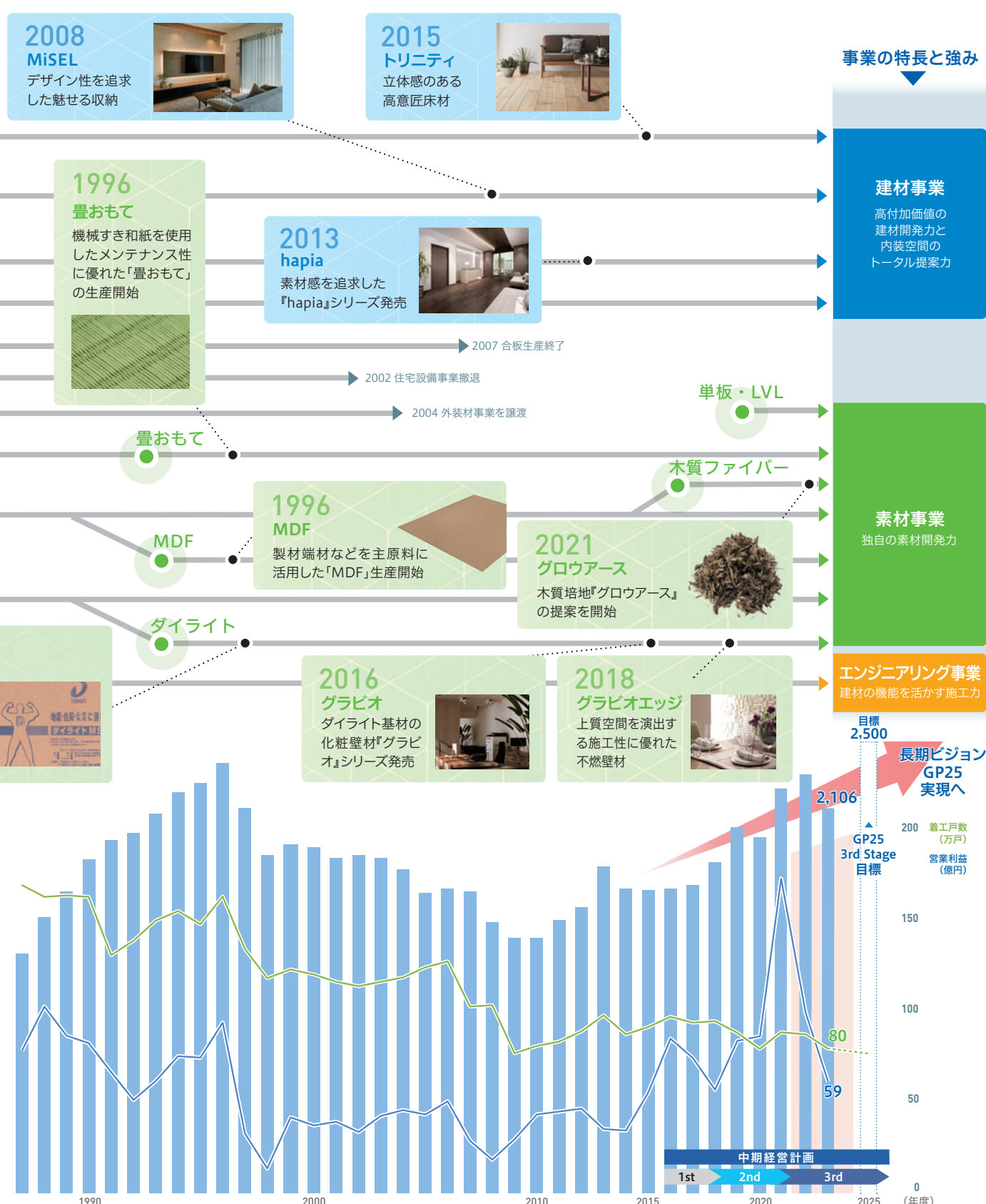
価値創造の変遷

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
1941 伊藤忠商事(株)、(株)丸紅商店、(株)岸本商店の3社が合併し「三興(株)」設立 1944 三興(株)、(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、(株)富山興井波工場にて「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務部を設置 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



選択と集中期	新挑戦期	長期ビジョン「GP25」実現への挑戦
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 鉾工業(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 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 三恵(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 マンションリノベーション会社 (株)バックシステムをグループ化 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センターを開設 ●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(株)リフォームキューをグループ化 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 2023 ●システム収納の製造及び施工会社(株)カルテル・株スタッフをグループ化 ●空調設備工事会社 (株)清田工業をグループ化 ●伊藤忠商事(株)の完全子会社となり、上場廃止

大建工業グループの価値創造
価値創造の戦略
データ編

強みを活かした3つの事業

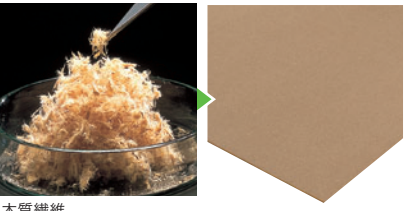
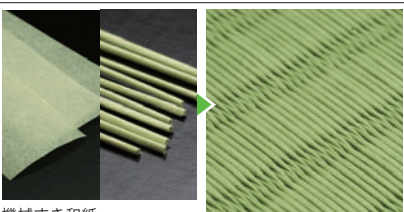
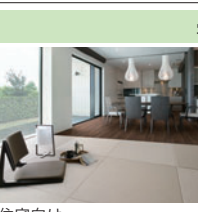
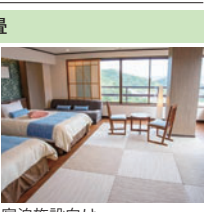
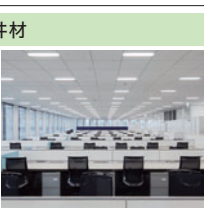
素材事業

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

構成比
35%

概要		主な特長・機能	主な用途	
木質資源を有効活用	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		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 
	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		寸法安定性 表面平滑性 加工性 耐水性	床材の基材  建材・家具の基材 (ドア、収納、窓枠等の芯材) 
	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		寸法安定性 高強度 加工性	I-Joist  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		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
鉱物資源を有効活用	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質繊維板		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 未利用資源スラシ(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		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  不燃壁材

日本アーキテクチャ
建材・設備メーカー
ランキング
2023

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
2023年11月23日号

国内
MDFシェア

No.1

(当社推計)

国内
インシュレーション
ボードシェア

No.1

(当社推計)



事業別戦略

■ 持続可能な資源を活用した素材開発と販路拡大を通じ、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

① 素材の可能性を広げる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

② 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

● 環境配慮型MDF生産開始に向けた検証

● 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

● MDF4工場での事業構造改革を推進

執行職 MDF事業部長
本田 貴久

執行役員 エコ事業部長
遠藤 稔

MDF事業部は、マレーシア2工場、ニュージーランド2工場の生産体制で、日本のみならず、世界各国で販売しています。2023年度は高止まりする原油価格に、世界的なMDF市況の低迷と、円安の影響により厳しい経営環境となりましたが、コスト削減努力や構造改革の推進を通じて、この局面に対応してきました。

2024年からは、マレーシアでPEFC認証を取得したMDFの商業生産を初めて開始し、ニュージーランドのFSC認証材利用とあわせて、植林木利用率の向上と、森林認証材利用率の拡大を推進していきます。

今後は、MDFの新規用途開発を推進するとともに、次世代に求められる新たな素材の立案を、事業部一丸となって挑戦していきます。すでに従来以上にサステナブルなMDFの開発にも着手しており、木質由来の接着剤を用いたMDFや、原材料の使用量を減らし、低密度でも同等性能を発揮する製品など、環境負荷を軽減したMDFの安定生産・安定供給に努めます。そして、より多くのお客様にご採用いただけるよう取り組むことで、木質素材製造のトップランナーとしての存在感を示していきます。木材のカスケード利用において、小径木や製材廃材など、未利用材が活用できるMDFは炭素固定機能の観点からなくてはならない素材となりました。今後もグローバルな視野で、社会課題解決に資する挑戦を続けていきます。

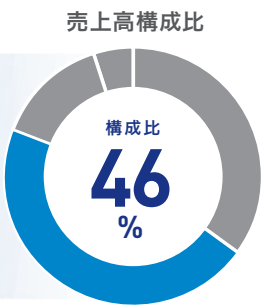
エコ事業部では、未利用資源や再生可能資材を活用した、「インシュレーションボード」、「ダイライト」、「ダイロートン」及び「畳おもて」という多様な素材を製造しています。昨年は地政学的なリスクが紛争という形で表面化したことに加え、為替の急激変動も重なったことから、事業活動では資材の調達環境を整えることを優先事項としてきました。そのような環境変化の中、当社では素材から床や壁、天井といった建材製品を設計できるという大建工業の強みを生かし、空間価値向上を切り口に新たな製品提案を行っています。例えば、『ダイロートン』を基材とした天井材は、吸音性、消臭、調湿性能など、居住空間を快適にする機能を訴求することにより、住宅市場でご採用いただくケースが増えています。また、『ダイライト』は不燃性能を生かした化粧板、軒天、ルーバー材としてのご採用が増加しています。2023年度には、東海道新幹線の再生アルミと当社の『ダイライト』を組み合わせた新製品を発売し、サーキュラーエコノミーに貢献するとともに、多くの人が集う公共・商業空間に対してデザイン性と不燃材料という点での安全性を両立させる提案を充実させました。

他にも、インバウンド需要が期待される畳に関して、当社独自の機械漉き和紙を原料とした畳おもては、耐傷性や撥水性という機能を有しています。また、畳のある空間での生活の豊かさや、心地よさを訴求、提案することで、和文化の継承・発展に寄与していきます。

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。



住宅向け

床材

美を極めた床

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



ドア

多彩なデザインと豊富なバリエーション

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



収納

収納問題の解決

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



音響製品

音を楽しむ空間

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



公共・商業施設向け

土足でも傷がつきにくい床

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



施設用途に合わせた機能ドア

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



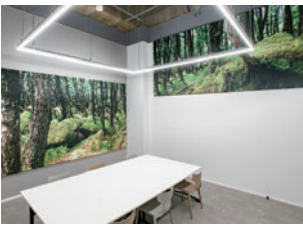
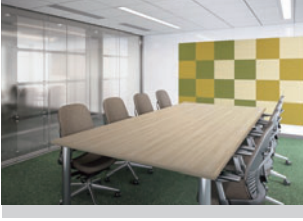
おもいやり発想の収納

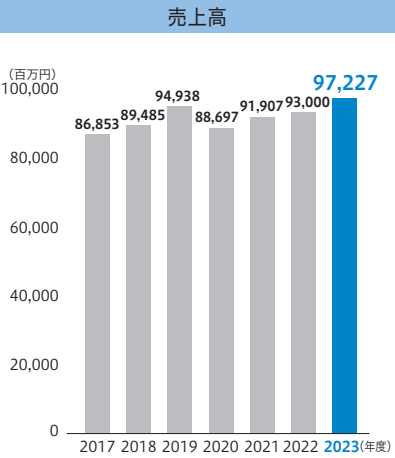
利用者のさまざまなリスクを軽減し、安心して使用できる収納



快適な音環境

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





事業別戦略

- 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

① 「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促進

② 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

● 防災意識の高まりにコミットする耐震性を備えた製品提案

● 空間価値向上に貢献する製品の拡販

● 一部製品シリーズのリニューアルによるコスト削減

● オープンイノベーションによるサステナブルな製品の開発・発売

執行職 内装材事業部長
神元 俊憲

内装材事業部では、建材事業の主力製品である床材の生産・供給を行っています。2023年度は、新設住宅の着工数が顕著に減少する中、床材事業としては、公共・商業施設向けを中心に新たな製品が必要不可欠と考え、製品開発に注力しています。現在、ビルや商業施設ではOAフロアやタイル床材などが主流となっており、木質床材の採用はそれほど進んでいません。しかし、木材が持つ安らぎや情緒的な価値が、ウェルビーイングな空間に寄与するとの認識が広がりつつあり、オフィスなどの内装の木質化需要が高まっています。また、全国の地域産材を用いた床材が公共・商業施設向けに採用された実績は、8年間で30都道府県産材、102物件に拡大しました。地域の林産業の活性化や、施設利用者が愛着を感じるといった観点からも、ご好評をいただいています。このような木質化需要にお応えすべく、新たな製品開発の取り組みと同時に、空間としての価値のご提案に力を入れていきます。環境への貢献の観点では、床の基材には当社のMDFやインシュレーションボードなど、サステナブルな素材を積極的に採用し、化粧面への生物由来材料の積極使用や、製造過程における石化原料の使用量削減などを通じて、環境負荷を軽減したサステナブルな製品づくりを進めます。これからも空間の価値向上とサステナビリティを軸に、床材事業のさらなる発展に取り組んでいきます。

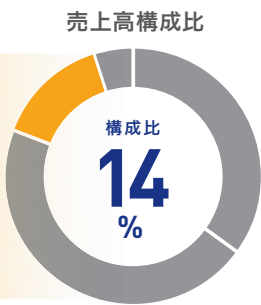
執行職 住機製品事業部長
森川 大

住機製品事業部では、住宅や公共・商業施設向けにドア、造作材、収納、階段製品を生産しています。2023年度は、世界的なインフレや急激な為替変動により、輸入原材料のコストが高騰する厳しい事業環境となりましたが、その中で、製品仕様や調達の見直しを進めることで対応を図りました。2024年度は物流業界において、時間外労働に対する規制がより一層強化される「2024年問題」への対応が迫られます。製品の形状や重量の観点から、物流事業者様にとって運びづらい建材は、輸送の敬遠や、コストの増加につながるおそれがあります。当社では、工場出荷時における配送先の仕分けや製品の軽量化などを通じて、運送過程での負荷の軽減を図り、お客様に安定して製品を供給できるよう努めていきます。また、積載率を上げる梱包や配送効率の改善等の物流対策は、当社の推進するサステナブルな経営にもつながります。今後は、製品の物流まで見据えた、最適なサプライチェーン体制の構築を図っていきます。住機製品事業部の最大の強みは、今ある部材や技術を融合し、これまでにない新しい価値を生み出す力にあります。ミリ単位での特注対応に加え、短納期で製品をご提供できる体制は、一般住宅から公共・商業施設まで、幅広いお客様からのご信頼につながっています。日々の暮らしの中で手に触れる身近な建材だからこそ、これからも高い品質と機能を有した製品を提供し、ユーザーの皆様の快適な生活に寄与できるよう最善を尽くしていきます。

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。

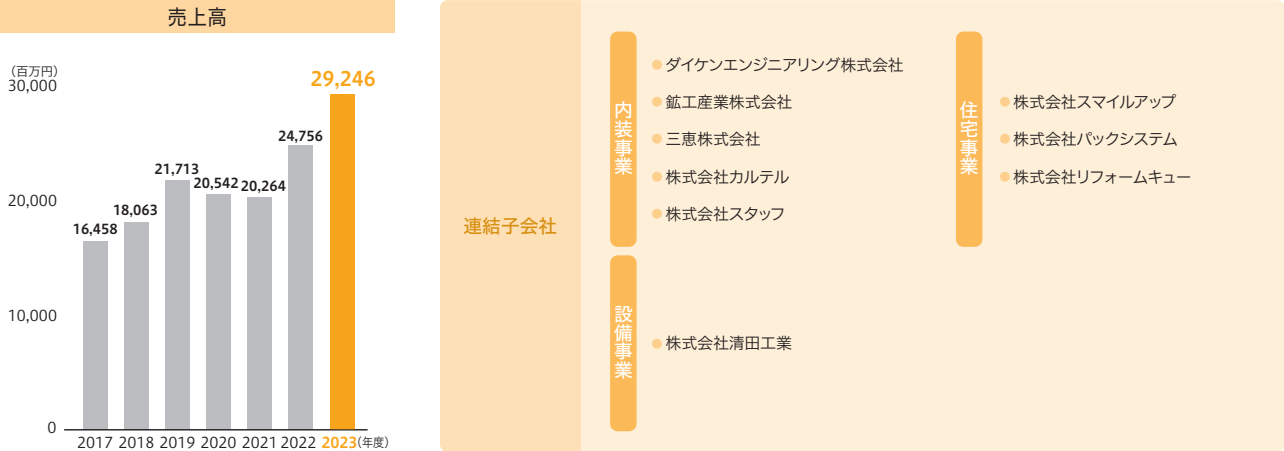
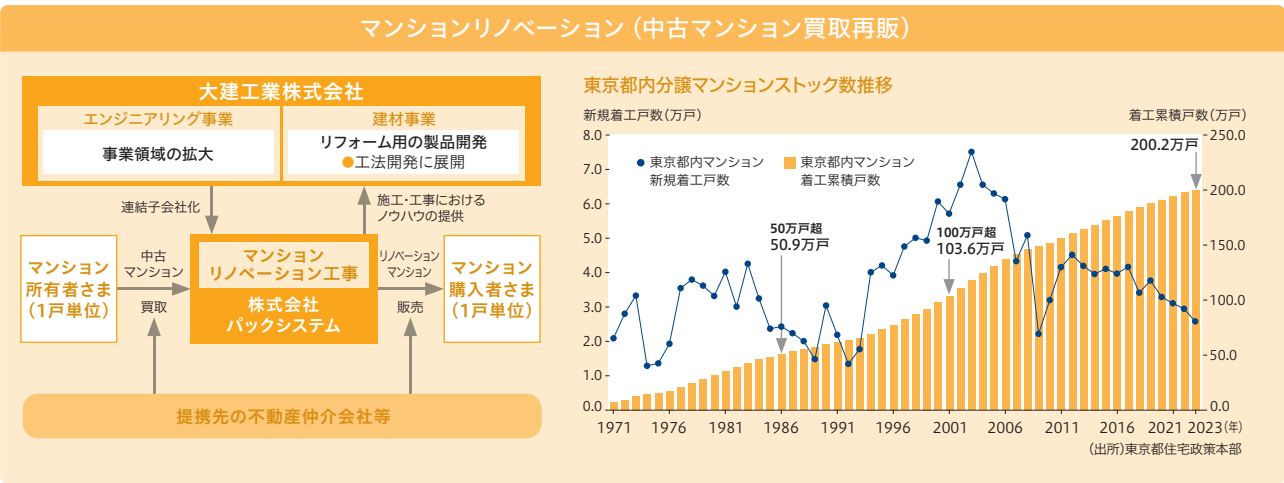


公共・商業物件



施工事例

マンションリノベーション



事業別戦略

■ 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

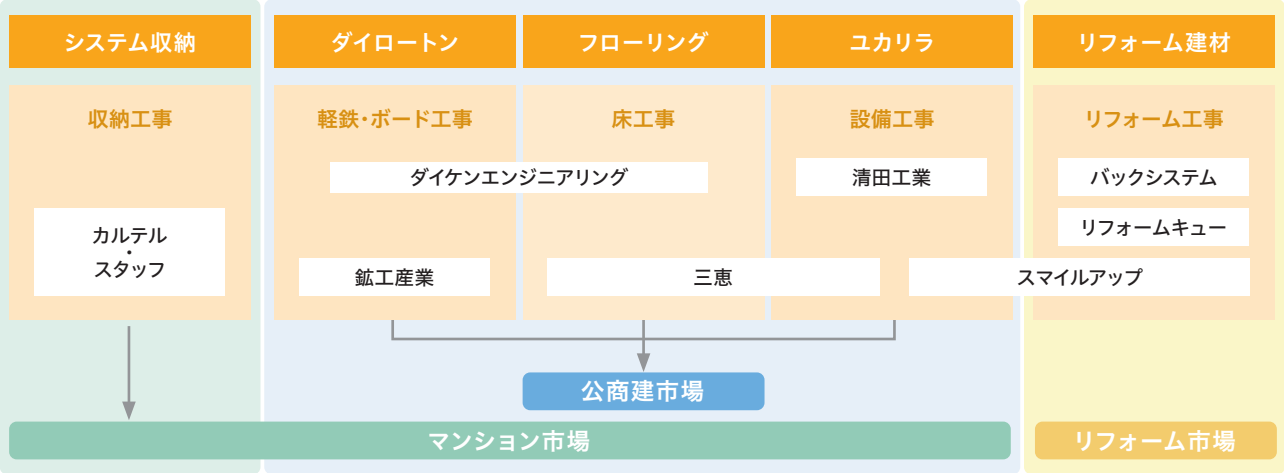
① グループの製品力を生かした工事領域の拡大、
材工一貫受注体制の強化

② 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

● 材工一貫受注体制拡大のため、複数の工事会社を新たにグループ化



執行役員
エンジニアリング
事業統轄部長
寺岡 直人

深刻で、時間外労働の上限規制、週休二日等休日確保により、工期遅延や労務費の増加等、事業環境の悪化が予想されます。

住宅市場においては、新築マンション価格の高騰に伴い、利便性の高い立地の中古マンションに対する需要が強含みで推移しています。首都圏でマンションリノベーション販売を手掛けるバックシステム社の業績も順調に推移しており、当社の新しい事業の柱となりつつあります。このような市場特性を踏まえ、従来よりも省施工・工期短縮・騒音軽減につながる商品や工法の開発を進めるとともに、バリューアップした高意匠製品の投入で、より良い空間づくりに貢献していきます。

さらに、今期より新たな取り組みとして、空間の音環境、温熱環境を向上させる当社独自のビジネスモデルの構築を進めています。空間の企画設計からコンサルティング、そして材工一貫体制による責任施工体制を整え、人々が集う空間のさらなる価値向上を目指し、エンジニアリング事業一丸となって取り組んでいきます。

エンジニアリング事業では、公共・商業施設、宿泊施設等の内装工事、住宅リフォーム工事、マンションリノベーションの3つの事業を手掛けています。

2023年度の公共・商業建築分野においては、首都圏を中心に大型商業施設・オフィスビルの竣工が相次ぎました。今後も、大阪万博やIR開発が控える関西圏を含め、旺盛な工事需要が継続する見通しです。一方で2024年問題に端を発する建設業における労働力不足は

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・高機能な製品の研究開発、生産から販売、施工までをグループ一体で実施する一貫体制、長年にわたり築き上げてきたプロフェッショナルな取引先との信頼関係に基づく顧客基盤という強みを活かし、持続的な価値創造に取り組んでいます。

持続可能な素材・高機能製品の開発

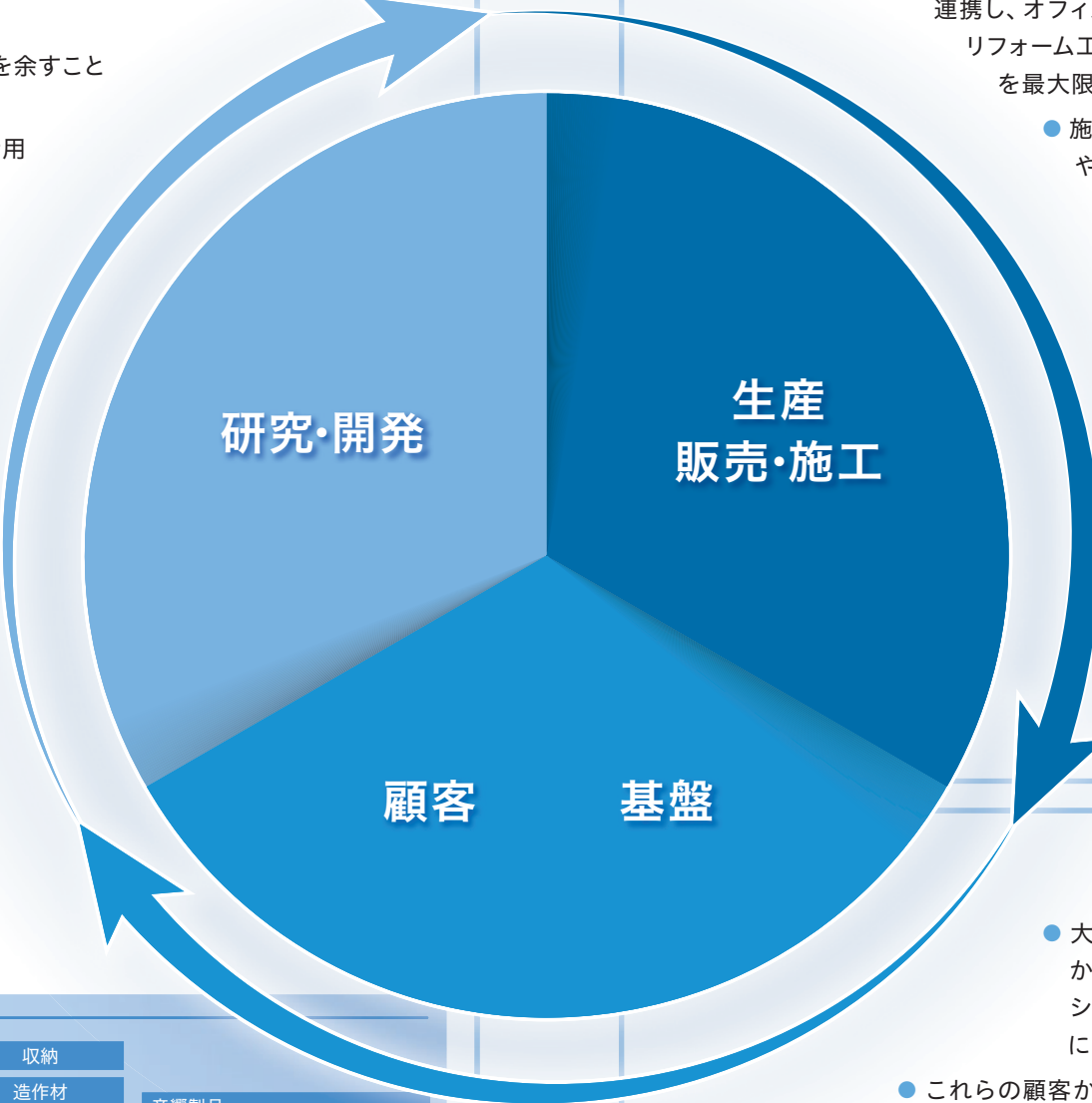
- 大建工業は、終戦直後、木材を貴重な資源として有効活用し、戦後復興を通じて社会に貢献することを目指し創業しました。
- 木材を有効活用する技術として、①木材の弱点を克服し良さを引き出す、②木材を余すことなく使い尽くす、という2つの考え方を軸に研究開発を行っています。
- 木材以外への展開として、木質繊維を扱う技術に応用し、未利用の鉱物資源を活用する技術開発も進めてきました。
- これらの持続可能な資源を基材とし、付加価値を高めた建材、さらには人々が安全・安心・健康・快適に過ごせる空間づくりへと展開しています。
- 幅広い製品展開力が変化への対応力となり、事業の持続可能性にもつながっています。

▶ P.43-44 研究開発



一貫体制に

よる競争力

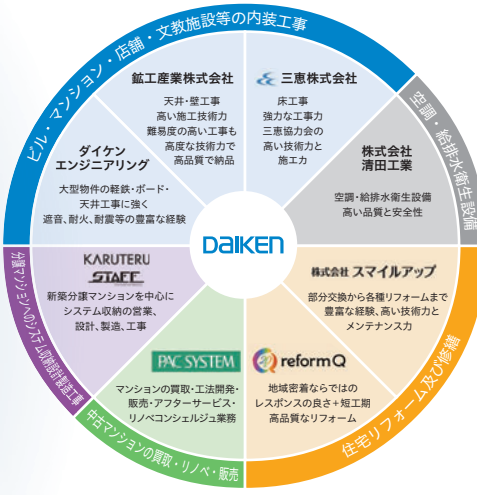


生産から施工・工事までを手掛ける

- 自社グループ工場での高品質・安定供給の実現に向けた生産体制、国内外に展開する営業網により、幅広い市場に製品を提供しています。
- 素材や建材の販売にとどまらず、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、製品の性能を最大限に生かす施工体制を整えています。
- 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。



施工・工会社

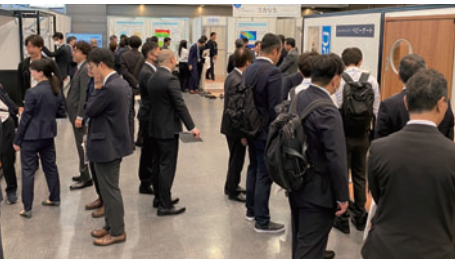


海外営業拠点

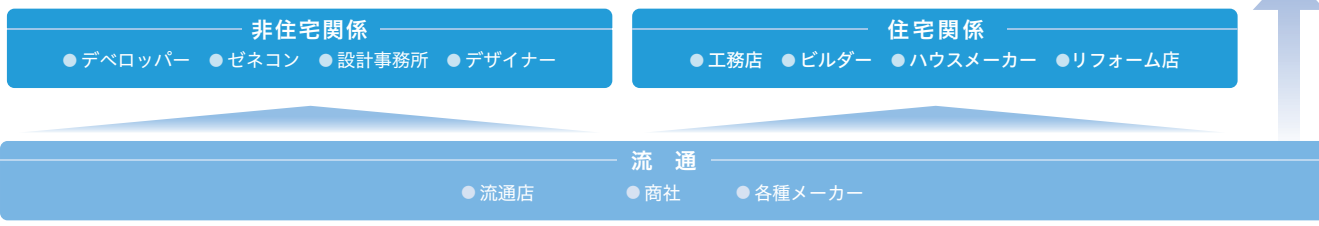


プロフェッショナルな顧客との信頼関係

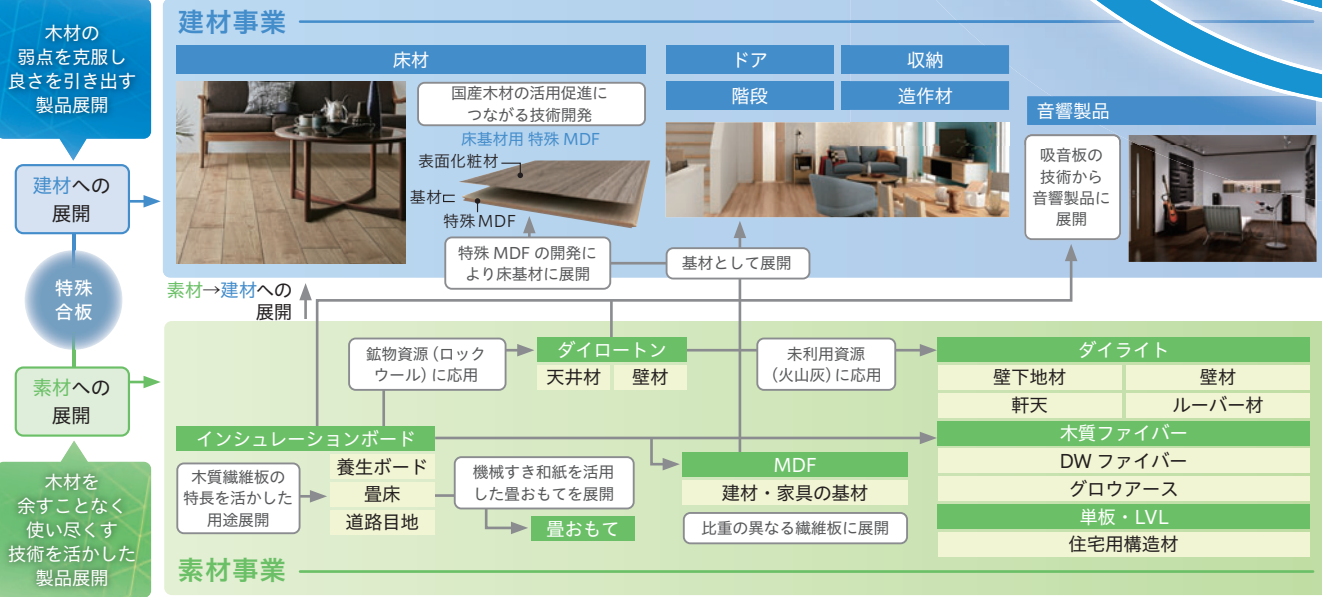
- 大建工業グループは、住宅・建築業界から各種メーカーまで、幅広いプロフェッショナルな顧客との長年にわたる取引により信頼関係を構築しています。
- これらの顧客からの要望や情報提供を次なる素材・建材の開発にフィードバックすることで、新たな価値を提供し続けます。



事業主・施主・一般ユーザー

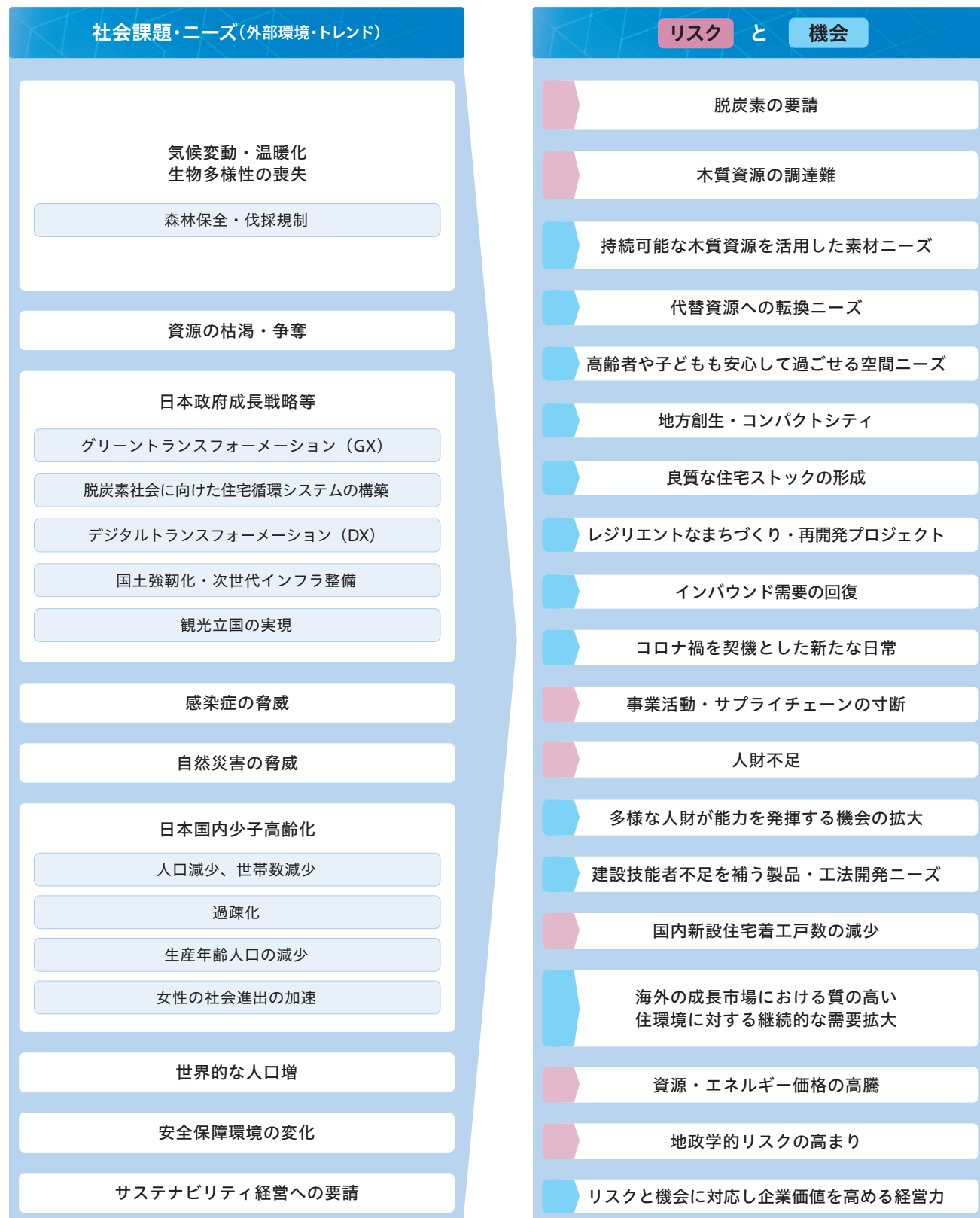


大建工業グループ



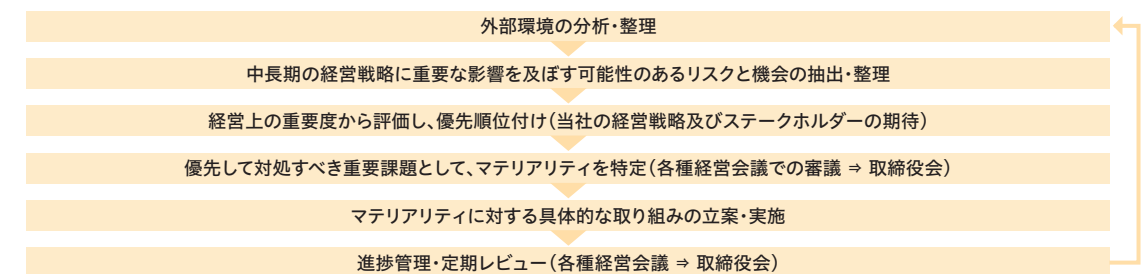
リスクと機会・マテリアリティ

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。



※「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



事業を通じた価値創造

1 木質素材の可能性拡大

社会課題・ニーズ

木質資源を活用し、カーボンニュートラルに貢献

CO₂ C 炭素として固定・貯蔵

CO₂

森林は炭素を吸収して固定する「炭素の貯蔵庫」

木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ることが可能に

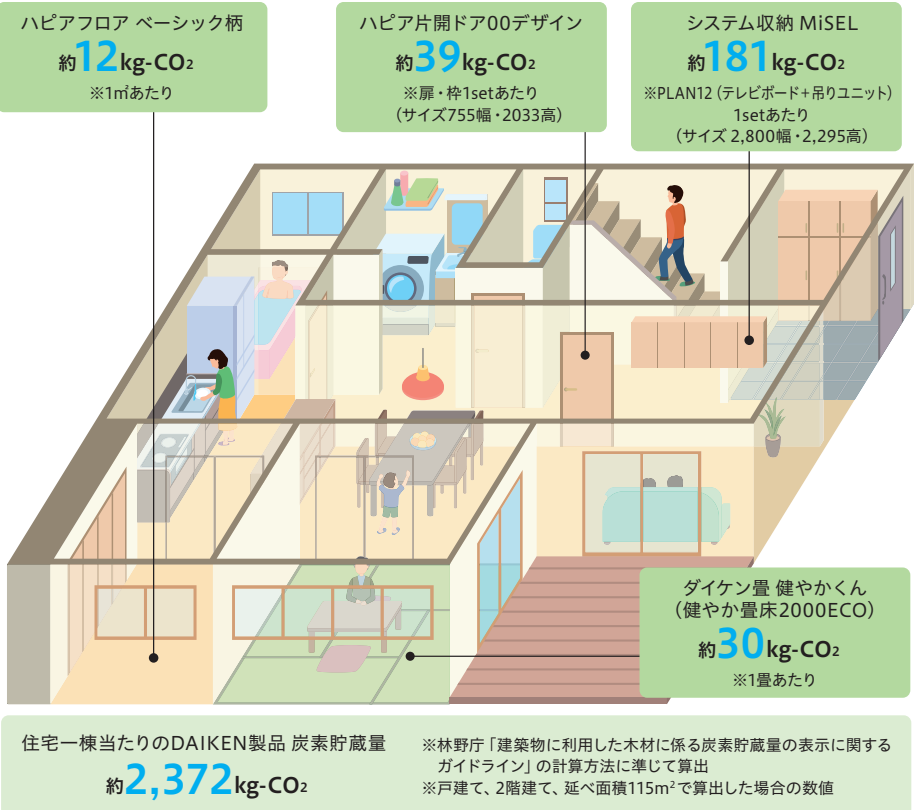
木材の価値を最大限に引き出し、マテリアルとして長く使い続けるための事業活動を行っています。

木材の活用により「第2の森林」を形成

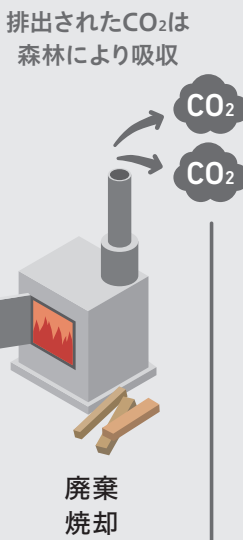
公共空間・住空間

CO₂を吸収し、炭素として固定している木材を建築物に利用することで、長期間にわたって炭素を貯蔵することが可能になります。公共空間・住空間を「第2の森林」として育て、人々の生活空間の豊かさとカーボンニュートラルの両立を目指します。

DAIKEN製品を住宅に使用した場合の炭素貯蔵量



燃やさずにマテリアルとして長く使い続けるためのサイクル



事業を通じた価値創造

社会課題・ニーズ

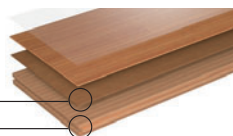
国産木材を積極的に活用し、森林を健全に保つ

耐水性に優れた特殊 MDF で国産木材の活用を促進

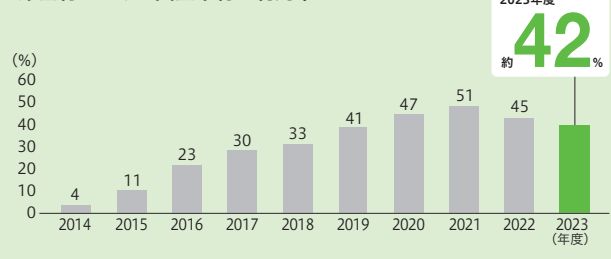
床材のトップメーカーとして培ったノウハウと、耐水性や表面の平滑性に優れた DAIKEN 独自の MDF 技術を活かし、国産木材を用いた床基材の開発を進め、その後も改良を重ねてきました。2023年度は主力製品の基材変更等により国産木材の利用率が42%に減少する結果となりましたが、引き続き国産木材の魅力を引き出す製品開発を進め、活用促進を図っていきます。

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

木材組織にプラスチックを染み込ませて固める DAIKEN 独自の「WPC[※]技術」により、優れた表面硬度を有する国産天然木化粧材を用いた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。

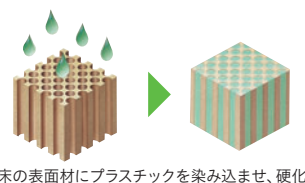
※ WPC: Wood Plastics Combination の略

WPC 技術による
地域材製品化実績

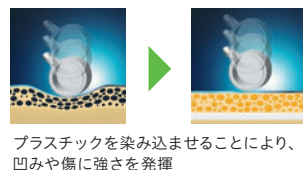
30
都道府県



WPC 床材



床の表面材にプラスチックを染み込ませ、硬化



プラスチックを染み込ませることにより、凹みや傷に強さを発揮

木質素材の新たな用途展開

国産木材を木質繊維として活用するという着想のもと、未利用材や製材端材等を解繊処理した木質ファイバーを利用し、有機質の土壌改良材や園芸資材として、『DW ファイバー』『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環境配慮型資材として、健全な森林資源の保全やカーボンニュートラルの取り組みに寄与します。

	DW ファイバー	グロウアース
特徴	① 軽量で施工性が良い ② フルボ酸添加による植物の活性化 ③ 飛散しにくく、耐久性に優れる	① 可燃ごみとして処理が可能 ② 軽量で建物の屋上などで利用できる ③ 生育阻害物質抑制により単独で栽培可能
用途	外構、造園のマルチング、土壌改良(土木工事事務) DW ファイバーによる斜面の緑化事例 土壌改良材『DW ファイバー』	屋上プランター、花卉栽培 菜園スペース(野菜) ベランダ・室内栽培 菜園での使用事例 木質培地『グロウアース』 GLOW EARTH

2023年4月より、都市部のオープンスペースの新たな活用法として、『グロウアース』を用いた『みんなのエコ菜園』を事業化しています。都市型菜園のプランニングから運営までをワンストップでサポートし、ウェルネスな空間づくりによる建物価値向上に貢献します。



みんなのエコ菜園

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

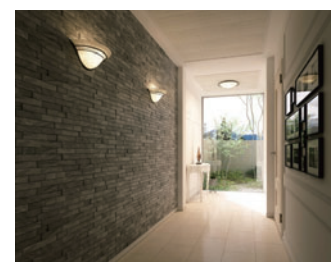
2 未利用資源の有効活用

社会課題・ニーズ

持続可能な生産に向けた未利用資源の活用

耐久性に優れた不燃素材による未利用資源の活用拡大

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。



リアルな陰影感と多色感が魅力の
デザイン不燃壁材『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」



3 ウェルビーイングへの貢献

社会課題・ニーズ

心身の健康と充実した生活を実現する快適な空間提案

誰もが安心して過ごせる空間づくり

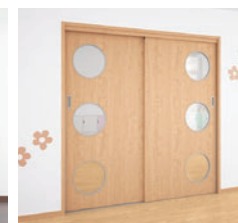
高齢者施設や在宅介護を行う住宅など、利用者のニーズにきめ細かく対応できる製品ラインアップにより、年齢を重ねても安心して暮らせる生活空間を提供しています。また、これらの製品開発ノウハウを活かし、より安全性・快適性の求められる幼稚園・保育施設に向けた製品群の展開を行うことで、各施設に求められる様々な課題解決をサポートしていきます。



高齢者・医療施設向け建材
『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』



子どもたちの安全に配慮した
『おもいやりキッズドア』

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)』

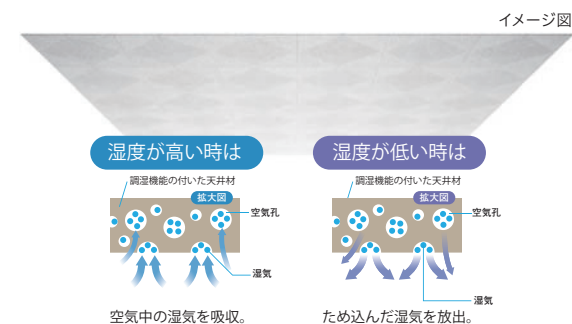


快適な生活環境の提案

住宅の省エネ水準向上に伴う高気密化により、湿度、におい、音の問題が顕在化するようになりました。このような室内の困りごとへの対応として、「ダイロートン健康快適天井材」の提案を行っています。一般的なクロス貼り天井と比べ、陰影が際立つ立体的なデザイン性を実現。また、調湿性能や消臭性能、不快な音の響きを抑える吸音性能を備えており、空間全体を健やかで快適に演出します。



調湿・消臭・吸音性能などを備える
「ダイロートン健康快適天井材」



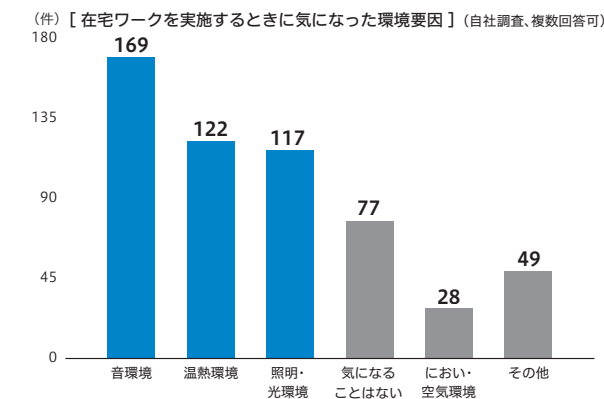
部屋干し比較実験

<https://www.daiken.jp/buildingmaterials/ceiling/cleartone/case02/roomdrying.html>

事業を通じた価値創造

音を通じた空間価値向上

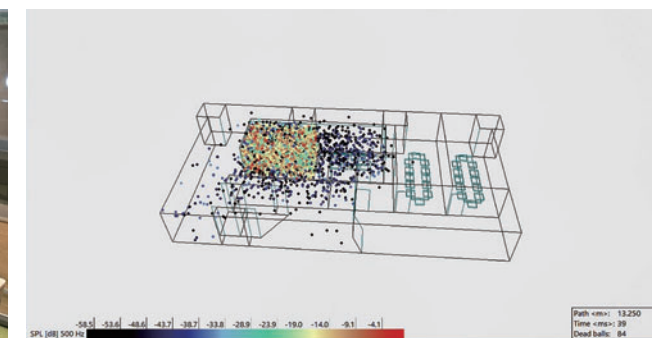
生活空間の快適さを追求する中で、1980年代から音響製品を手掛け、さまざまな音の課題に向き合ってきました。以来、40年以上にわたる音研究の技術とノウハウの蓄積により、遮音、吸音性能を持つ製品開発にとどまらず、最適な音環境を実現するための空間提案を行っています。楽器演奏やシアタールームのような、高い防音性能とハイクオリティな音の響きを目的とした本格的な「音づくり」だけでなく、リビングや寝室といった生活空間における物音や話し声への悩みを解決するための防音工事まで、幅広い製品群と提案力により、心地よい生活環境の実現を目指しています。



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ます。当社も新たなビジネスモデルの1つとして、公共・商業建築分野を中心に音環境改善を主軸とした、空間価値向上に資する設計・企画・コンサルティングから、製品開発・調達・製造・材工受注まで、一気通貫で対応できる体制の構築に向けて活動を始めています。従来、建物を施工した後に顕在化した音問題への対処が中心であった音環境のコンサルティングを施工前の建物にも拡大し、建築の技術的知識を持つプロジェクトマネージャーを新たな提案ターゲットとしました。これにより、測定・改善提案から材販に留まっていた当社の事業分野を、「音環境のコンサルティング」というコト提案に展開することができます。音の広がりや遮音性能を視覚的に確認できるシミュレーションソフトを用いるなど、提案方法についても新たな手法を開拓しています。



会議室内の反響音を抑制する製品の設置

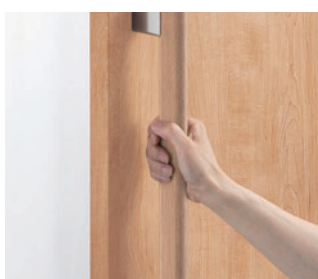


音の広がりを視覚的に確認するシミュレーションシステム

抗ウイルス製品の拡充

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、業界に先駆けて抗ウイルス機能『ピオタスク[®]』を実用化しました。2020年以降も、コロナ禍におけるウイルス対策へのニーズにあわせ、高齢者施設・幼保施設・クリニックなど、高い衛生管理が求められる施設向けの製品を中心に、抗ウイルス機能を付与した製品群を拡充しました。今後もさらなる技術開発に向けた研究をおこない、ウイルスの脅威低減に貢献することを目指す取り組みを進めています。

※『ピオタスク』: 抗ウイルス機能に対する当社独自の名称(当社商標登録)



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

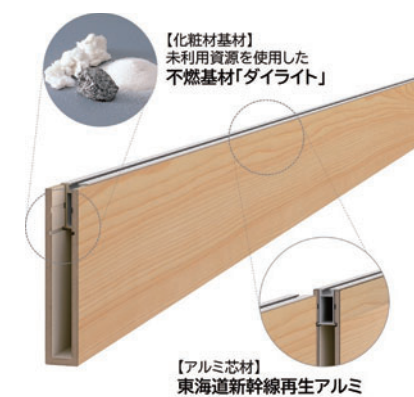
4 新たな価値創造への挑戦

社会課題・ニーズ

サステナブルな製品を通じた新しいビジネスモデルの構築

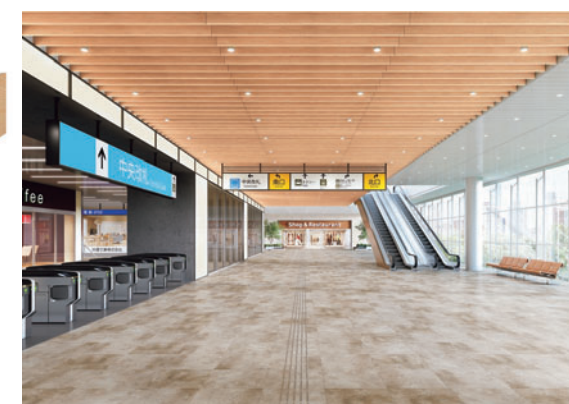
アップサイクルによる廃棄物の削減

サステナブルな社会の実現に向けた新たな取り組みとして、JR東海及びジェイアール東海商事と連携し、東海道新幹線の引退車両をリサイクル活用した、駅舎や店舗などの天井を立体的に演出する内装建材『グラビオールバー US ボルト固定式 新幹線再生アルミ芯タイプ』を3社で共同開発しました。『東海道新幹線再生アルミ』は、アルミを新製する場合に比べ、製造時に必要なエネルギーを抑えられるため、CO₂排出量を97%削減することができ、環境負荷軽減にもつながる素材です。この度共同開発したルーバーは、天井固定用の芯材に新幹線再生アルミを使用しており、化粧材基材には、未利用資源である「シラス(火山灰)」や製鉄時の副産物である「スラグ」を有効活用したエコ素材『ダイライト』を使用しています。環境に配慮した素材同士を組み合わせたサステナビリティ性の高さに加え、表面材に地域産材を使用することも可能なため、地域経済および林業の活性化にも貢献します。今後も地域との共生を図りながら、資源を廃棄せずマテリアルとして再利用し、サーキュラーエコノミーの実現に貢献できる製品の開発を積極的に進めています。



【化粧材基材】未利用資源を使用した不燃基材「ダイライト」

【アルミ芯材】東海道新幹線再生アルミ



『グラビオールバー US ボルト固定式 新幹線再生アルミ芯タイプ』駅舎天井への施工イメージ



※「東海道新幹線再生アルミ」のロゴは、ジェイアール東海商事(株)の登録商標です。

5 安心と省施工の両立

社会課題・ニーズ

職人不足への対応・建築物の安全性確保を両輪で実現する

省施工製品・工法の開発による工期短縮と防災強化

東日本大震災以降、建築基準法の改正による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。工事に携わる職人不足が見込まれる中、安全性と施工スピードの向上の両立を目指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。また、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』の開発や、木造住宅用耐力面材『ダイライト』による木造住宅の耐震性能向上など、災害大国の日本における防災強化に向けて、製品開発力で貢献します。

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』

『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」

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サステナブル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

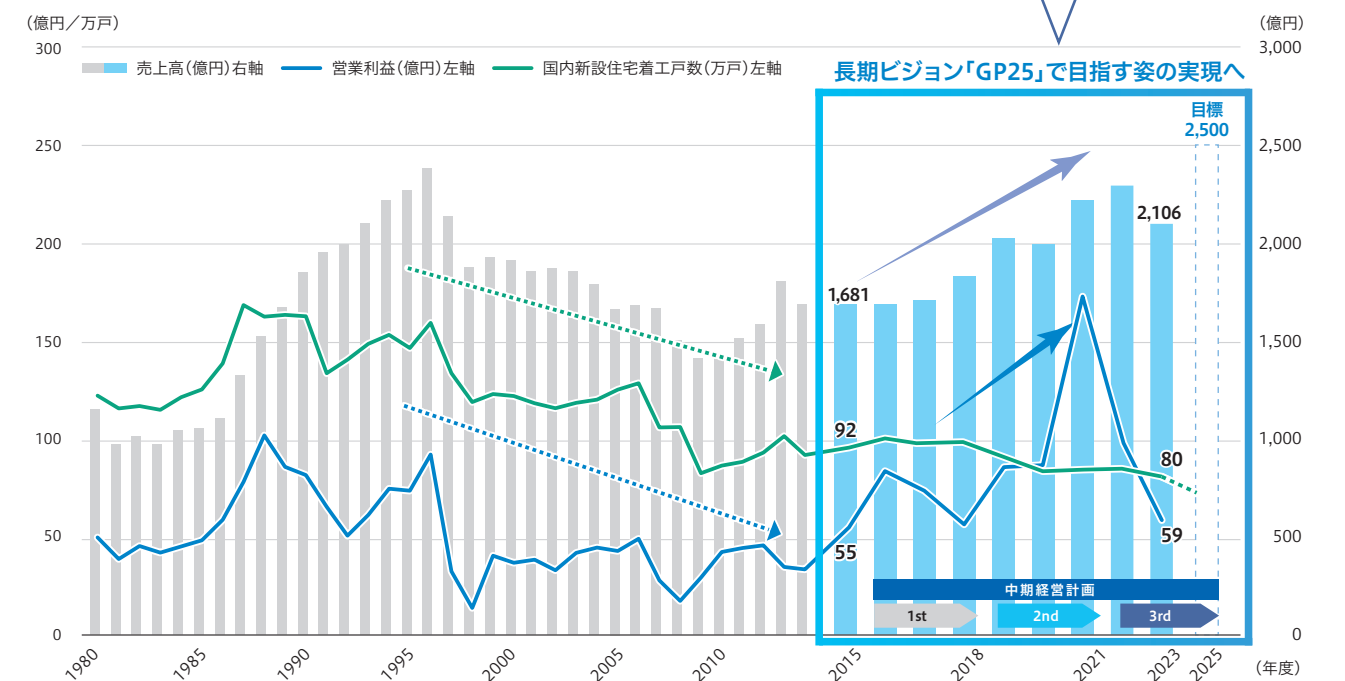
2025年 長期ビジョン「GP25」 実現に向けて



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



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	事業基盤
- 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	- 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	ガバナンス
- 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	- 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

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 2021年度 2,233 → 2025年度 2,500億円（+266億円）↑【+478億円】※↑				
	+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	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	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	建材事業				素材事業 北米
	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				キャパシティ拡大 販路を活用した新商材投入
	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				素材事業 MDF
	エンジニアリング事業				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 国内				建材事業
	代替需要の獲得・キャパシティ拡大・新素材開発				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 グループ関連連携強化・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

	GP25 3rd Stage		
	2022年度 実績	2023年度 実績	2025年度 目標
売上高	2,288	2,106	2,500
国内市場	1,641	1,654	1,835
海外市場	646	453	665
営業利益	98	59	150
営業利益率	4.3%	2.8%	6%
親会社株主に帰属する当期純利益	103	39	100

II. 経営基盤の強化

財務

		GP25 3rd Stage		
		2022年度 実績	2023年度 実績	2025年度 目標
財務健全性	自己資本比率	45.0%	47.1%	40%以上
	D/E レシオ	0.36倍	0.32倍	0.5倍以下

非財務

		GP25 3rd Stage		
		2022年度 実績	2023年度 実績	2025年度 目標
E	温室効果ガス国内外総排出量※1	△4.0%	△15.8%	△10%
	ダイバーシティ総合指数※2	+18.3pt	+25.9pt	+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	54.4pt	57.4pt	60pt
G	重大コンプライアンス違反※3	1件	0件	0件

※1：2022年度、2023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。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。
2022年度、2023年度実績、2025年度目標は、2021年度比
※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

2023年度の成果と課題

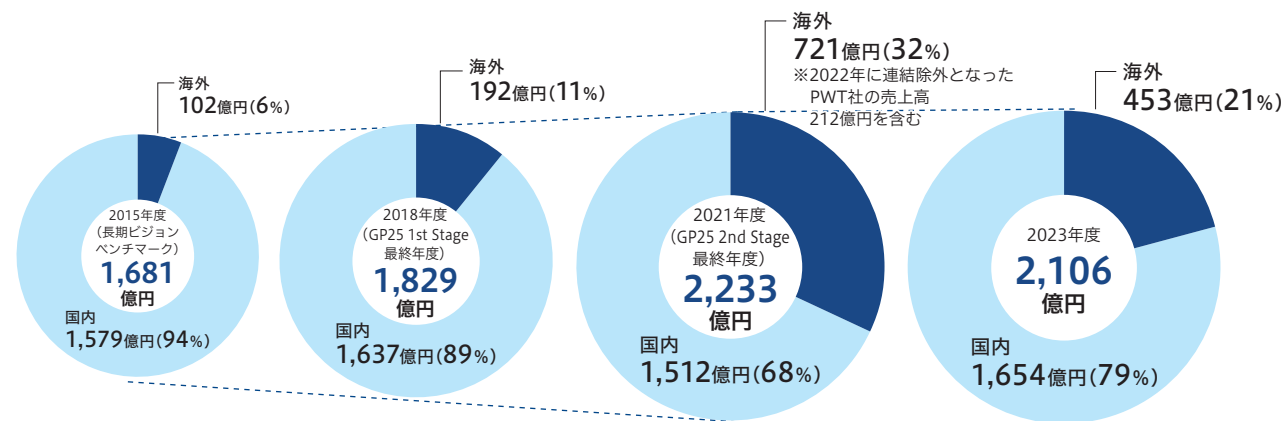
- オフィスビル等の内装工事需要継続、マンションリノベーション市場が好調に推移したものの、世界的な木質素材の需要減少などにより売上高は減収となり、資材価格の高騰やMDFの売上減、PWT社の連結除外などの影響により減益となりました。
- 国内市場については、下期以降販売価格の改定が浸透し、適正な価格で販売ができたことにより収益性が回復しました。海外市場については、家具・建材需要の落ち込み、北米の住宅需要が足踏みしたことによりMDF、LVLの販売価格が低調に推移し、減収減益となりました。
- 首都圏マンションを中心にシステム収納の材工販売を展開する「株式会社カルテル」、空調設備工事会社である「株式会社清田工業」の株式を取得し、設計提案、材料供給、施工、アフターサービスまでをワンストップで対応する“新たなビジネスモデルの構築”の足掛かりとしました。

中期経営計画「GP25 1st Stage」の情報は、ホームページに掲載しています。<https://www.daiken.jp/about/mediumterm1st.html>
中期経営計画「GP25 2nd Stage」の情報は、ホームページに掲載しています。<https://www.daiken.jp/about/mediumterm2nd.html>

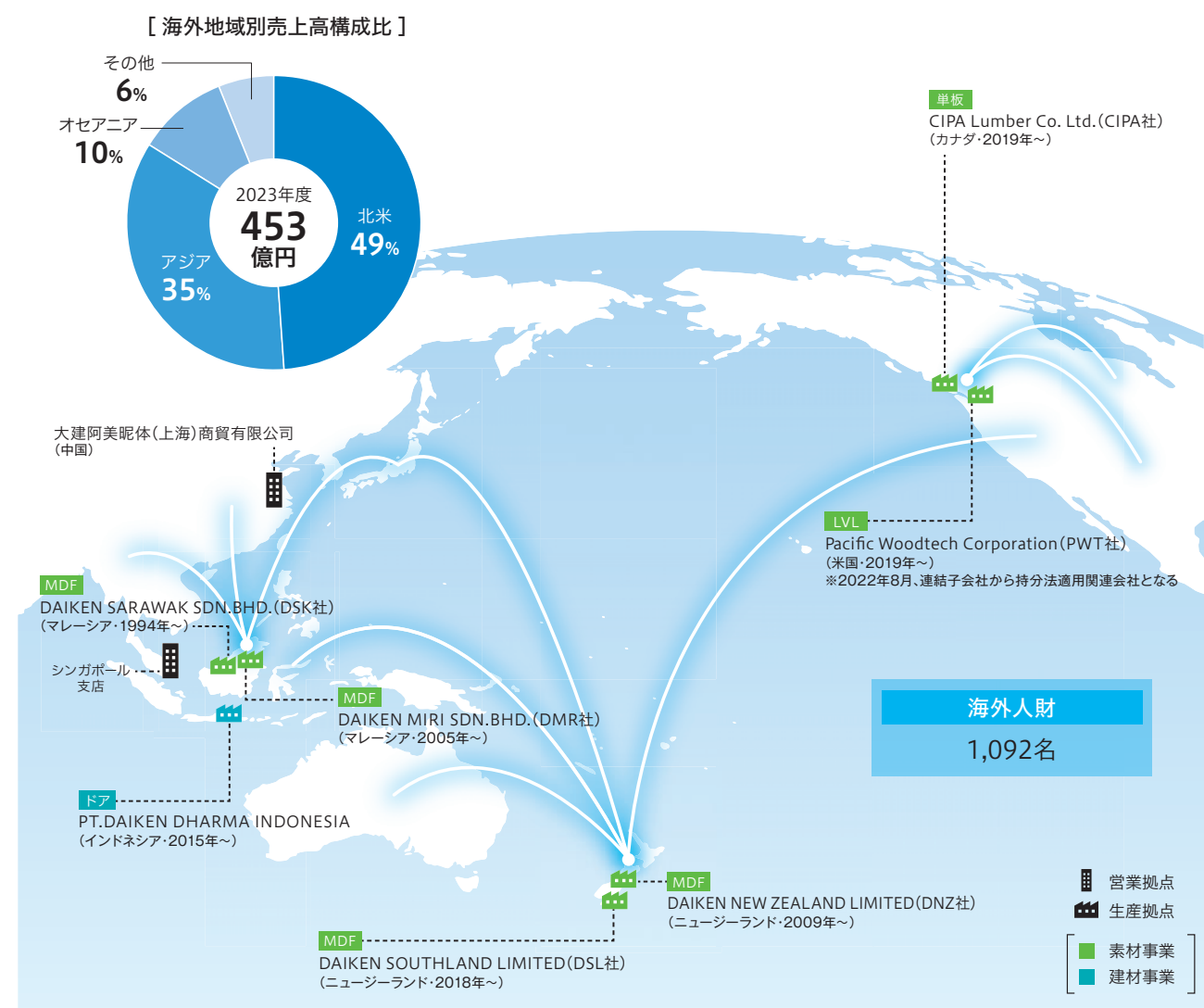
海外市場

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、米国で単板、LVLを中心とした木質素材の生産・販売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。

国内・海外売上比率推移



海外拠点



MDFによる展開

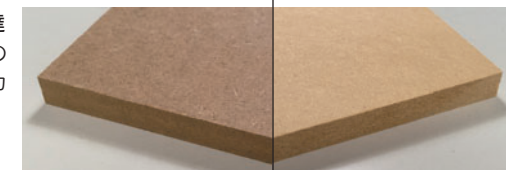
製品の特長

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

樹種：広葉樹「TEKWOOD」

- 優れた寸法安定性
高温・高湿でも寸法変化が小さく反りが起こりにくいため、収納、建具などに広く利用されています。
- 優れた耐水性
水や湿気を吸収した時の膨れが小さいため、耐水・耐湿が要求される窓枠(サッシ枠)やフロア・台板などでも使用が可能です。
- 未利用資源の活用、原材料の安定調達
製材・合板工場から出てくる端材などの未利用資源の活用に加え、植林木(アカシア)の利用を促進しています。



ニュージーランド

樹種：針葉樹「CUSTOMWOOD/DSL MDF」

- 表面化粧に影響を与えにくい淡色表面
下地が透けやすいシートをラミネートしても化粧表面に影響がでにくいのが特長です。
- 滑らかな表面性
長い木質繊維を活かした表面は滑らかであり、ラミネートや塗装などに適しています。
- 未利用資源の活用、原材料の安定調達
工場が立地するニュージーランドは、計画的に植林された針葉樹が豊富にあり、この針葉樹を主な原料として使用することにより、原材料を安定的に調達しています。

生産拠点

DAIKEN SARAWAK SDN.BHD. (DSK社)



設立:1994年5月
年間生産能力:120,000m³
取得認定:
JIS A 5905, PEFC CoC
CARB, EPA TSCA Title VI

DAIKEN MIRI SDN.BHD. (DMR社)



設立:1996年9月
→ 2005年2月にグループ化
年間生産能力:120,000m³
取得認定:
JIS A 5905, PEFC CoC
CARB, EPA TSCA Title VI

DAIKEN NEW ZEALAND LIMITED (DNZ社)

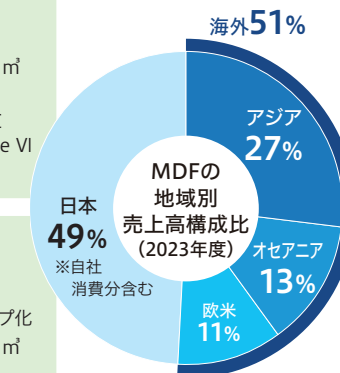


設立:1976年
→ 2009年2月にグループ化
年間生産能力:110,000m³
取得認定:
JIS A 5905, FSC CoC
CARB, EPA TSCA Title VI

DAIKEN SOUTHLAND LIMITED (DSL社)



設立:1993年11月
→ 2018年4月にグループ化
年間生産能力:200,000m³
取得認定:
JIS A 5905, FSC CoC
CARB, EPA TSCA Title VI

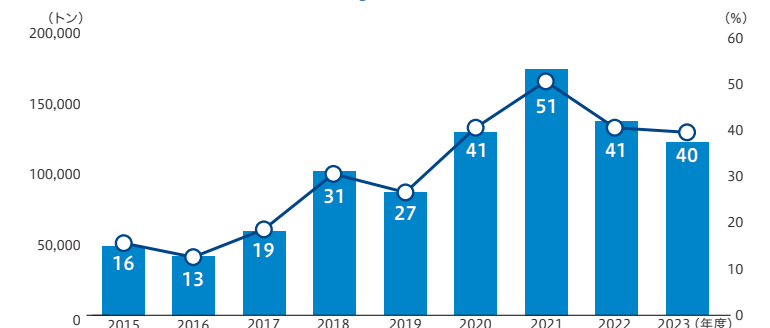


マレーシアでの植林活動

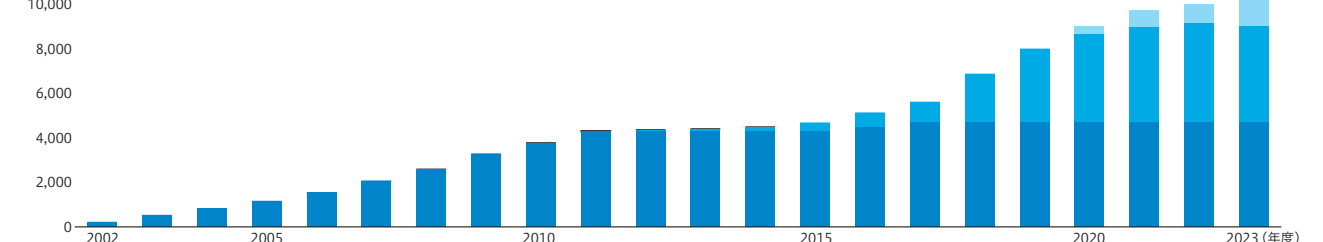
木質原料の安定調達の実現に向け、2002年からマレーシアのサラワク州でアカシアの植林を開始し、累計植林面積は10,500ha以上となりました。マレーシアで製造するMDFについては、2025年度に木質原料の植林木比率を100%に高めることを目指し(2023年度の植林木比率40%)、植林木の管理育成と共に、自社植林地の拡大を進めています。



【マレーシア植林木比率推移】



【マレーシア サラワク州における植林累計面積】



北米における木質素材の展開

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、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。

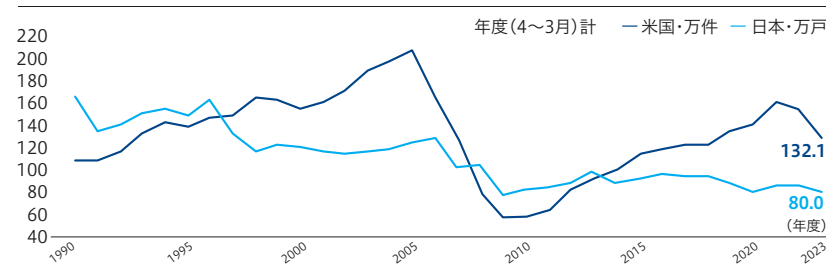
③ 素材開発力を活かしたシナジーの追求

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。

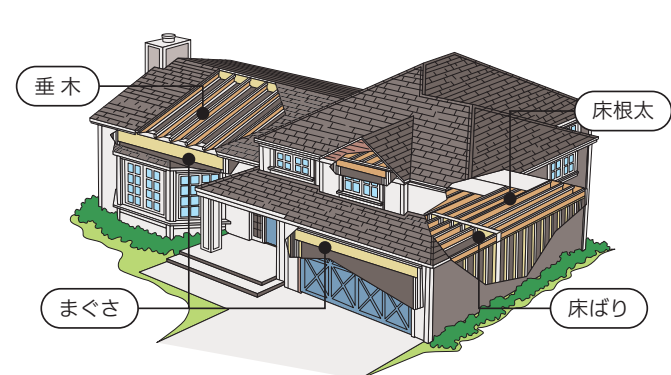
世界最大の木造住宅市場

世界最大の木造住宅市場である米国の2023年度の住宅着工件数は約132万戸で、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1.6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、金利動向などの不確定要素はあるものの、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



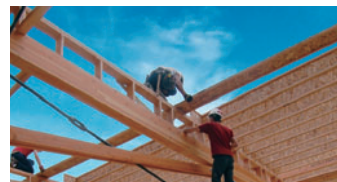
主な用途



住宅の構造用LVL

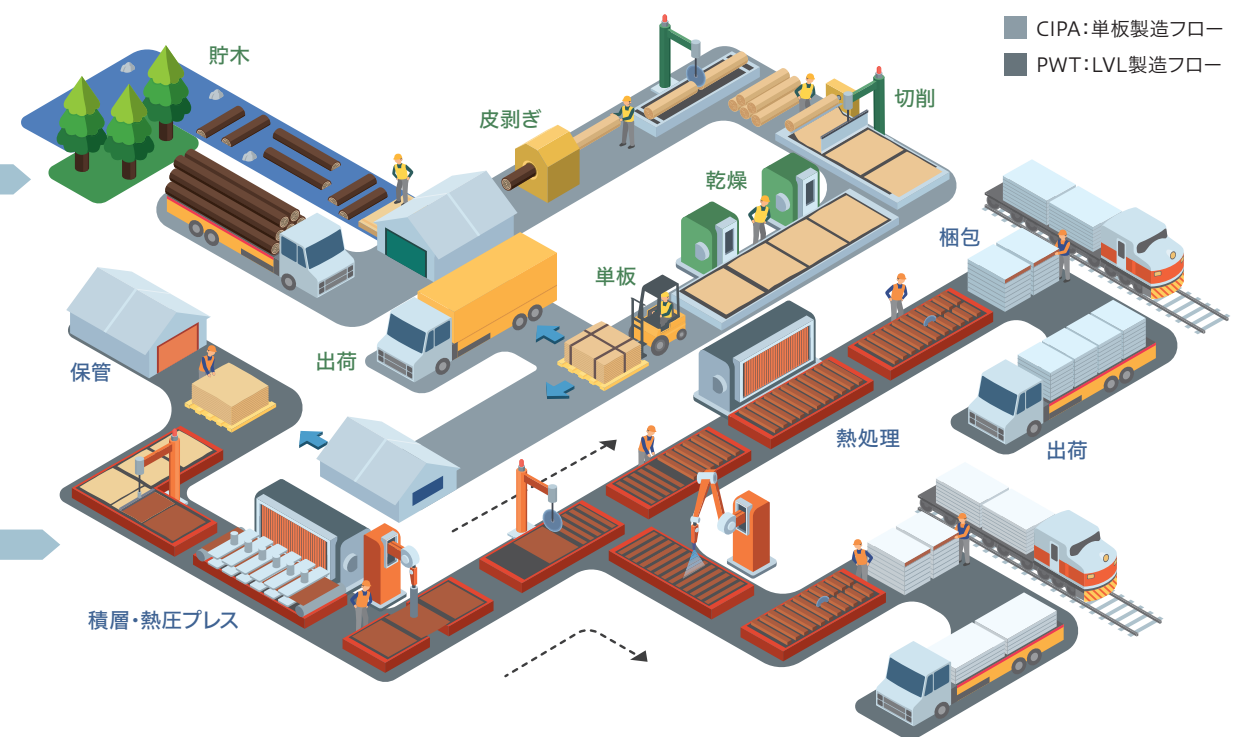


ウッドデッキに施工した防腐LVL



住宅の根太に施工するI-Joist

事業フロー

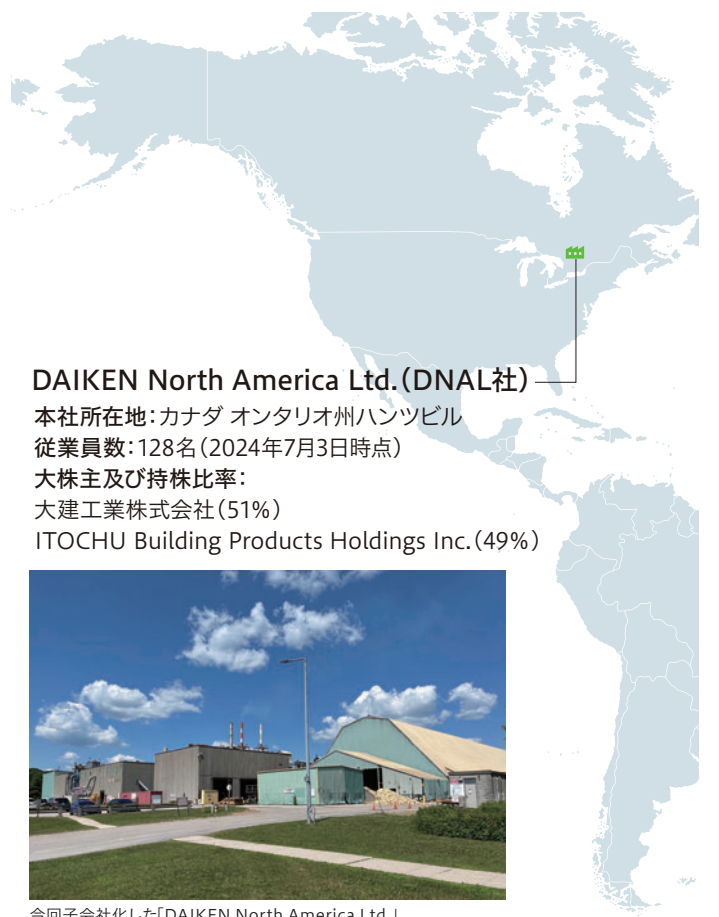


新規木質ボード事業化に向けた取り組み

2024年7月、米国ラミネート製品製造会社Panolam Industries International Inc.の傘下で、カナダ オンタリオ州ハンツビルで低圧メラミン化粧板※を製造するPanolam Industries Ltd.の株式の51%を取得し、子会社化しました。(現在の商号はDAIKEN North America Ltd.(DNAL社))

当社は、長期ビジョン「GP25」において海外市場を拡大すべき重点市場と位置づけており、伊藤忠商事と連携しながら事業拡大を進めています。その中でも、世界最大の木造住宅マーケットを擁する北米エリアは、木質素材の需要が大きいことから、従来よりMDFの供給や、LVLの製造・販売などに注力しており、今回のDNAL社の子会社化は事業拡大のさらなる足掛かりとなります。DNAL社では、低圧メラミン化粧板の製造・販売にとどまらず、当社が開発を進めてきた「新規木質ボード」の製造拠点として活用していきます。「新規木質ボード」は優れた寸法安定性や剛性のほか、平滑で均質な色調の表面性など、合板代替として求められる優れた性能を有しており、持続可能な木材の循環利用を可能とする地産地消を想定した環境配慮型の製品です。今後は、2026年度中の「新規木質ボード」の生産開始を当面の目標に据え、低圧メラミン化粧板も含めた北米事業の拡大を進めていきます。

※化粧紙(チタン紙)にメラミン樹脂を含浸させた化粧層(含浸紙)と、基材である木質ボード(パーティクルボード)を低圧で熱圧成型した化粧板



DAIKEN North America Ltd.(DNAL社)

本社所在地: カナダ オンタリオ州ハンツビル
従業員数: 128名(2024年7月3日時点)
大株主及び持株比率:
大建工業株式会社(51%)
ITOCHU Building Products Holdings Inc.(49%)



今回子会社化した「DAIKEN North America Ltd.」

公共・商業建築分野

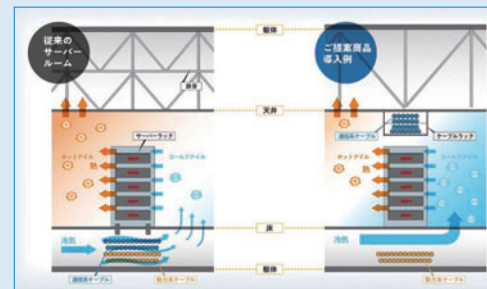
住宅用建材のメーカーとして培ってきた安全性・耐久性・不燃性・快適な音環境の提供など、当社独自の技術やノウハウを活かし、公共・商業建築分野の各施設に求められる機能を付与した製品シリーズによる空間提案を進めています。

オフィス

ワークスタイルの多様化に伴い、オフィス空間は「業務を行う場所」としてだけでなく、快適性や安全性、生産性の向上といった、「働きやすさ」の要素が重要視されるようになりました。オフィス特有の音環境ニーズやコミュニケーションスペースなどの提案を通じて、快適で働きやすいオフィスづくりを目指します。



DAIKENとつくるオフィス <https://www.daiken.jp/qr/bm/office/>



他社共創型コンソーシアム「point 0」での音環境改善と内装木質化への取り組み

当社はpoint 0が運営するコワーキングスペース「point 0 marunouchi」内で、ウェルビーイングに着目して、快適な音環境の改善や内装木質化の空間感価値の向上につながるオフィス空間づくりに向けた実証実験を行っています。また、point 0の共創コンソーシアムでは、IoTネットワークインフラ、参画企業が保有するデータをプラットフォームで共有し、「効率・快適」「創造」「健康」をキーワードとして新たな価値創出を目指しています。



印刷技術と当社の吸音パネルを組み合わせたデザイン性の高い『オフトーン マグネットパネルN インクジェット特注対応』の開発をはじめ、内装木質化による音環境改善や生産性向上の効果検証、ウェルビーイングの考え方をもとにした、働く人の快適性や健康向上に寄与するオフィス設備の検討など、「生産性・快適性」を高めるワークスペースに向けた空間ソリューション開発の実現に向け、企画・開発・販売までのスピードを加速させていきます。

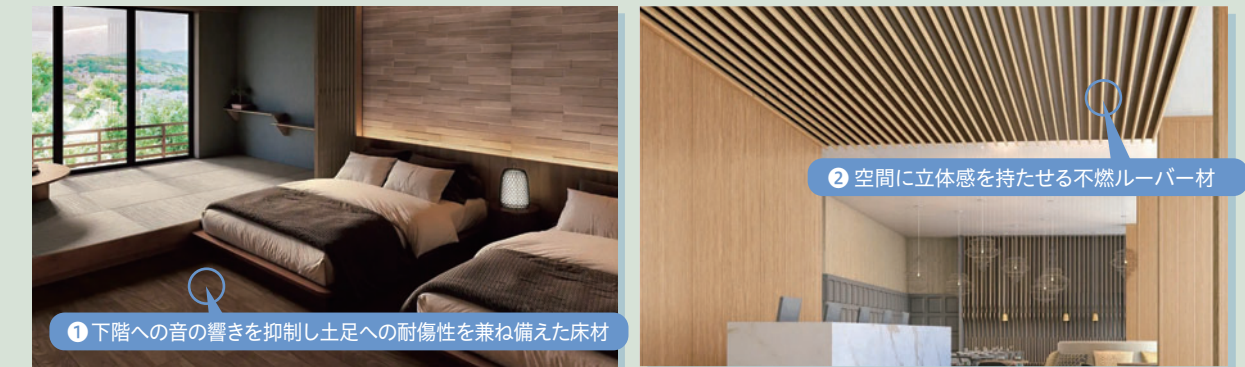
『オフトーン マグネットパネルN インクジェット特注対応』

内装木質化実証実験

快適性を高める環境音設備、オフィス内緑化

宿泊施設

インバウンド需要の高まりにより、ホテルや旅館、民泊などの宿泊施設が増加する中で、これまで以上にホスピタリティのある空間が求められています。施設の雰囲気演出するインテリア性と、宿泊施設ならではの物音に対する問題を解決する機能性を両立し、宿泊者の満足度向上に寄与します。



DAIKENとつくる宿泊施設 <https://www.daiken.jp/qr/bm/hotel.html>



DAIKEN和紙畳

<https://www.daiken.jp/qr/bm/tatami/>

商業施設

不特定多数の人が利用する商業施設では、内装のデザイン性の高さに加え、施設内の掃除の容易さやメンテナンス性も重要視されます。施設利用者が快適に過ごせることはもとより、運営者が清潔感を保ちやすく維持しやすい、ハイブリッドな空間演出をお手伝いします。



DAIKENとつくる商業施設

<https://www.daiken.jp/qr/bm/commercial.html>

公共・商業建築分野

幼保施設

園舎には保育室や遊戯室をはじめ、さまざまな用途の部屋があります。ケガのリスクを低減する『おもいやりキッズドア』や、傷や汚れに強い床材など、園舎設計に求められる課題を多彩な製品で解決し、園児も先生も安心して使用できる施設づくりに貢献します。

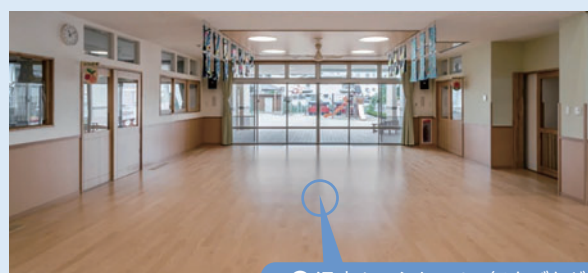


① 室内の雰囲気に合わせて色や形が選べる吸音パネル



② 指はさみ防止、のぞき窓など安全配慮機能が充実したキッズドア

幼保向け製品 <https://www.daiken.jp/qr/bm/kindergarten/>



③ 温度ムラやホコリの舞上げなどが起きにくい冷暖房システム



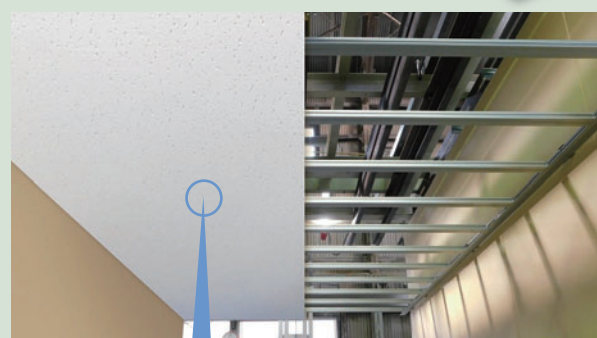
床ふく射冷暖房システム『ユカリラ』
<https://www.daiken.jp/qr/bm/flooring/yukarira/>

文教・公共施設

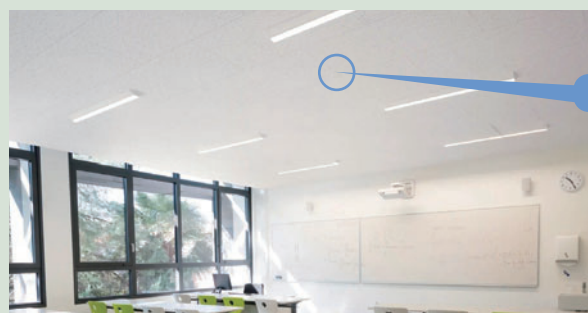
地域の人々が集う文教・公共施設は、耐震性などの安全性能はもちろんのこと、誰もが使いやすいインクルーシブデザインを反映した建物づくりが必要です。また、地域材を利用した建材の採用や設計を通じて、利用者が親しみや愛着を持てる、地域のシンボルとしての建物づくりをサポートします。



① 『WPC技術』により地域産材活用を実現する床材



② 万一の際の安全を守る廊下用の耐震対策天井



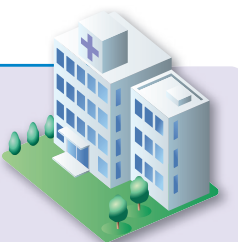
③ 話者の声が聞き取りやすい文教施設向け吸音天井板

DAIKENとつくる学校・文教施設
<https://www.daiken.jp/qr/bm/school.html>

DAIKENとつくる公共施設
<https://www.daiken.jp/qr/bm/public.html>

医療施設

クリニックや診療所は、健康にトラブルのある人が訪れる場所であり、不安な心理に寄り添える空間が必要です。清潔感や衛生対策はもちろんのこと、診察内容などセンシティブな会話が漏れないようにするための音環境の整備についても関心が高まっています。



① 手すり・ベンチが付属した下駄箱

② 滑りに配慮した歩きやすい床材

③ 汚れや傷に強く手軽に設置できる置き敷き畳

④ 消臭性能の高いダイロートン天井材

⑤ スピーチプライバシーに配慮した音漏れしにくい吊り戸



⑥ 反響音を抑制し会話を聞き取りやすくする吸音パネル

医療施設向け製品情報
<https://www.daiken.jp/qr/bm/medicalfacilities/>

高齢者施設

高齢者の方が生活する施設では、転倒防止や感染症対策など、一般的な住宅とは異なる性能を有した建材が求められています。車いすでの移動を想定した間口の広いドアや、歩行を助ける手すりなど、使用者の安全性に配慮した機能製品で、施設の課題をサポートしています。



① 省スペースで広い間口を確保する『ひきドア』



② 感染症対策の抗ウイルス加工を施した手すり



③ 軽い力でも開閉しやすいアシストドア

高齢者施設設計ポータル
<https://www.daiken.jp/qr/bm/elderlyfacility/>

国内住宅市場

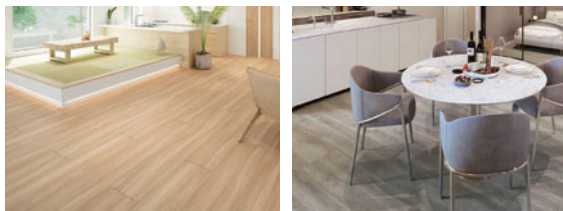
新築住宅

住宅用建材のトップメーカーとして、さまざまなライフスタイルに寄り添う豊富な製品をラインアップしています。空間全体をトータルコーディネートするためのシリーズ製品から、こだわりの暮らしを叶える高意匠製品まで、住む方のニーズに応える製品展開力を活かし、価値ある空間づくりを提案しています。

住宅向け製品情報 <https://www.daiken.jp/qr/bm/housing/>

床 材

床材は室内の大部分を占め、インテリアの要となる建材です。使用場所や使う方に合わせたご提案ができるよう、多彩な機能性・色柄をラインアップしています。



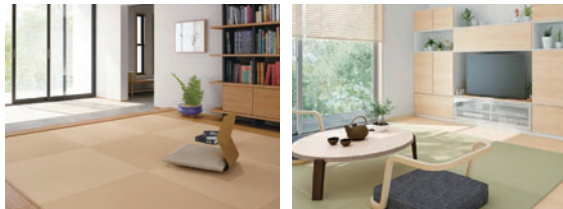
ド ア

空間を仕切るドアは、デザイン性だけでなく、開閉性、安全性、防音性等の観点も重要です。開閉方式や採光部、ドアハンドルまでさまざまなバリエーションでくらしやすさをご提供します。



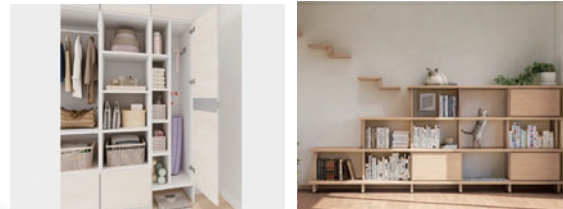
畳

機械すき和紙をこより状により合わせ、イ草に近い手触りや質感を再現しています。イ草畳よりも耐摩耗性、耐水性、耐汚染性に優れ、快適な和の空間を演出します。



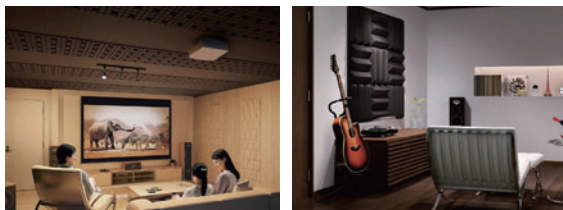
収 納

空間とモノに合わせた収納提案により、ライフスタイルに寄り添いながらお部屋を整えることができます。インテリアとしてのデザイン性と、限られたスペースを最大限活用する機能性の両立を叶えます。



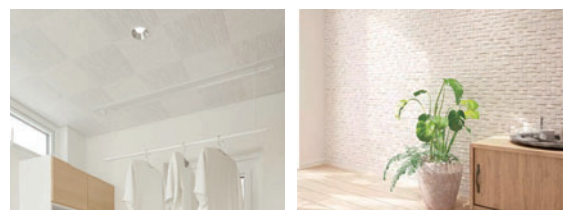
音 響

本格的な防音室から日常的な音環境の改善まで、幅広い音響ニーズに対応する製品を取り揃えています。音響事業40年のノウハウを活かし、音に関する困りごとの解決に貢献します。



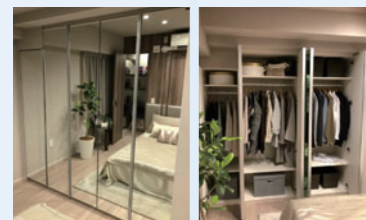
壁 材 ・ 天 井 材

一般住宅ではクロス貼りが主流の壁材や天井材において、立体感のある意匠や、調湿・消臭・吸音等の機能により差別化を図り、心地よい空間を実現します。



カルテル社のグループ化について

2023年10月、当社はシステム収納の材工販売会社である株式会社カルテルの全株式を取得し、連結子会社としました。首都圏のマニション市場におけるシステム収納の材工販売で高い実績を誇るカルテル社は、受注から設計・製造・工事までを一気通貫で管理する独自開発したシステムを運用しており、業務の合理化と固定費の削減によって実現する、高い価格競争力が大きな強みとなっています。カルテル社の特色である材工販売スキームに加え、建具や床、壁、天井など、収納以外の当社製品を含めたトータルな空間づくりによる提案力強化を図ります。



リフォーム・リノベーション

リフォーム・リノベーション物件では、今の住まいをより良くするための建材が求められており、インテリアトレンドの反映やくらしを快適にする機能性の付加価値に対するニーズが高くなっています。

リフォーム・リノベーション向け製品情報 <https://www.daiken.jp/qr/reform/>

ライフスタイルの変化による新たな空間需要

ライフステージが移り変わることで、くらしに求められる機能も変わっていきます。子どもの年齢に応じた収納スペースの確保や、リビング学習をはじめとする収育[※]に寄与する収納プランにより、家族全員の豊かな生活空間を確保。また、寝室や書斎といったお部屋の状況に合わせたワークスペースのご提案により、在宅勤務においても快適な仕事環境を整えることができます。

※収育とは、一般社団法人日本収納検定協会が提唱する、片づけを通して大人も子どもも「幸せに生きる力と知恵」を学び育むことを目指し、収納と「育児・教育・育成」を組み合わせた言葉。



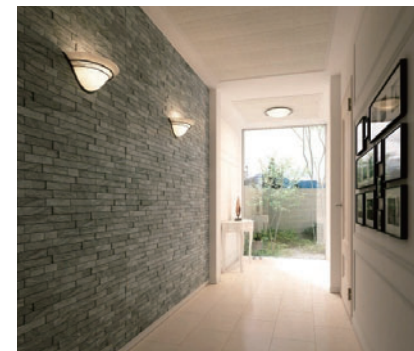
理想のくらしから住まいをコーディネートするリノベーション

豊富なカラー展開と室内をトータルコーディネートできる建材ラインアップで、テーマ性のある自分スタイルのインテリアを実現。「くらし」から「住まい」を見直すマニションリノベーションにより、デザイン性だけに留まらない動線や耐久性を兼ね備えた、実用的な空間を叶えることができます。



空間デザインを叶える高意匠製品

くらしのグレードアップが求められるリフォーム・リノベーションの建材においては、意匠性の高さも重要です。表面の質感にこだわり、立体感のあるデザインを実現する床材『トリニティオトユカ45リフォーム・リノベ専用』をはじめ、一般的なクロスや塗装では表現できない自然な陰影による高級感を演出する壁材『グラビオエッジ』を取り揃え、上質な間取りづくりに貢献します。



『グラビオエッジ』

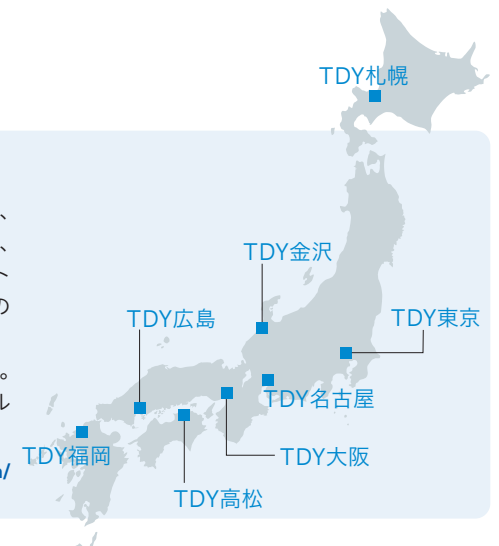


『トリニティオトユカ45リフォーム・リノベ専用』

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、時代に合わせた新たなくらし価値を提供してきました。また、TDY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展示し、内装、水回り、エクステリアまで、くらしのトータルイメージをご提案しています。

TDYリフォーム情報サイト <https://www.daiken.jp/reform/>



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。

研究テーマ

R&Dセンターでは、「エコ」と「空間の質的向上」の観点から、社会課題の解決、持続可能な社会に貢献する研究開発を推進しています。



国内初の「WELL Performance Rating」取得

2024年4月、R&Dセンターにおいて「WELL Performance Rating (WPR)」を取得しました。本認証は、人の健康とウェルビーイング(身体的、精神的、社会的に良好であること)に影響を与えるさまざまな機能を測定・評価するWELL認証から派生した、建物の室内環境品質に特化した評価制度であり、室内空気質、水質管理、照明測定、温熱条件、音響性能、入居者体験の6つの視点で構成されています。今回認証を取得したR&Dセンターは、当社が訴求する空間環境ソリューションの実証実験の場としても活用しており、「音」と「空気測定」の分野において、実際のオフィスにおける環境性能の測定知見を深めることができました。従業員自身がウェルビーイングな職場環境で働くことにより、さらなる研究開発力の向上やアイデアの創出機会を図り、顧客や社会のニーズを先取りした製品・サービスの開発に努めていきます。



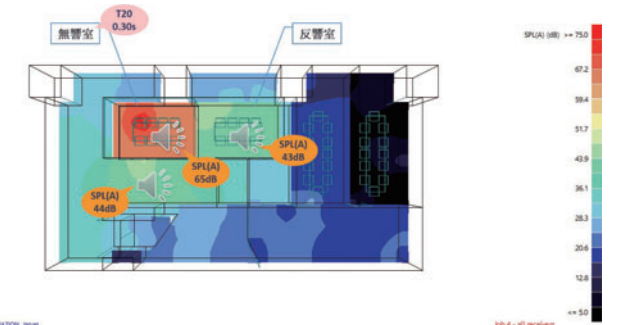
重点テーマ 1 木材などの持続可能な資源を活用した素材の開発 (環境配慮型MDFの開発)

大建工業では、創業時から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。2022年度には「木質由来成分からなる接着剤」を用いたMDFの試作に成功し、現在は2025年度の生産開始に向け、原材料の安定調達を進めています。最終的には植林木を活用し、天然素材比率100%のMDFの開発・発売を目指していきます。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。



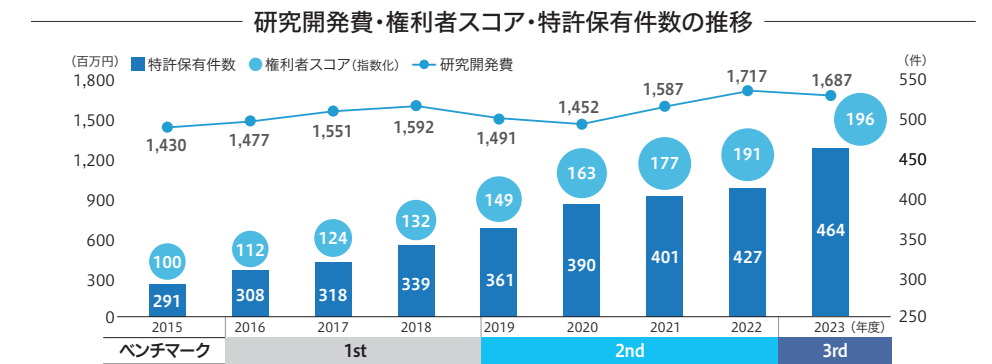
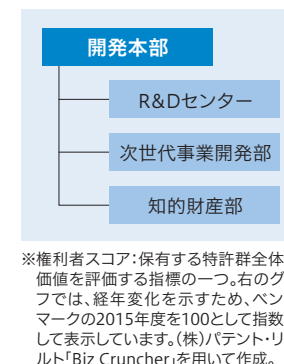
重点テーマ 2 安全・安心・健康・快適な空間を創出する技術開発 (新たな音の設計開発拠点)

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うえで欠かせない、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評価に向けた分析評価を行っています。2025年10月の運用開始を見据え、新たな音響設計の開発拠点となる音響実験棟の建設が決定しました。JIS規格に基づく高精度な測定をはじめ、吸音・遮音性能や床衝撃音などの性能値を解析予測するなど、機能・性能の実験・評価を行います。1982年から40年以上建築音響製品の開発・製造・販売を続けてきた当社の強みを活かし、オフィス等の音環境改善提案を行うための「音環境ソリューション事業」の構想もスタートしており、本開発拠点を基幹施設として、さらなる音響事業の拡大を進めます。



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。現在、この新体制のもとさまざまな技術チャレンジが行われ、新たな事業・開発の芽が生まれています。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。



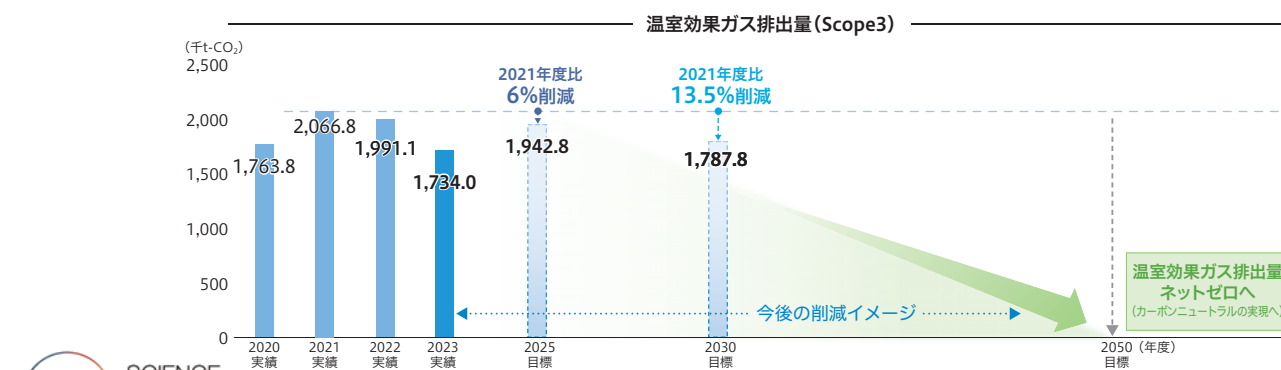
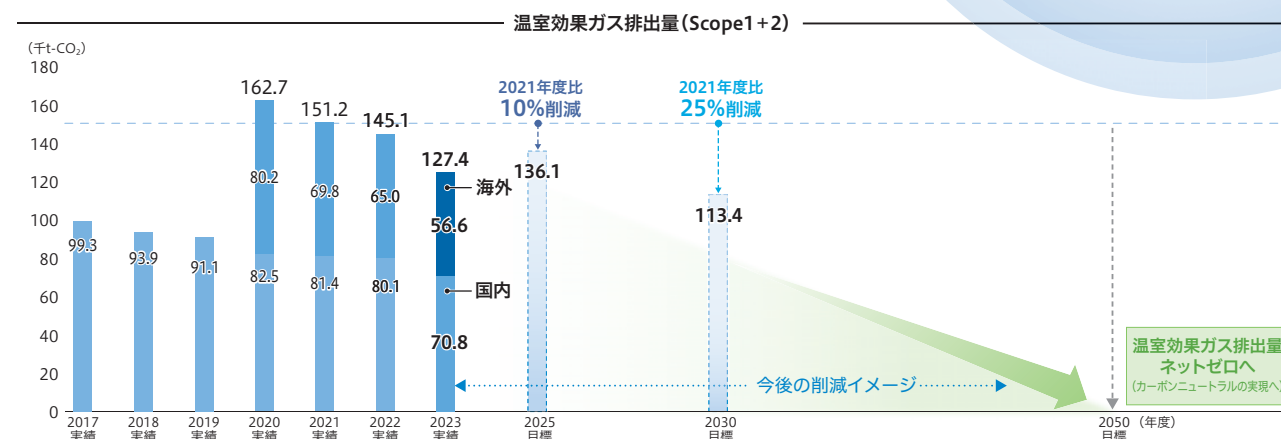
環境戦略

「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。

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年度の温室効果ガス排出削減目標を2021年度比で設定しています。2025年度の目標は、中期経営計画ESG目標の一つとして、Scope1+2は10%削減、Scope3は6%削減を掲げています。また、2030年度はScope1+2で25%削減、Scope3で13.5%削減を目標に掲げており、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℃を十分に下回る目標(Well-below 2℃)」として2023年6月に国際的なイニシアチブSBTi(The Science Based Targets initiative)の認定を取得しています。2023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ことに加え、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15.8%の削減、Scope3は16.1%の削減となり、2025年度の目標値を上回りました。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。



環境データの詳細はこちら <https://www.daiken.jp/sustainability/esgdata.html>

資源循環の推進 —廃棄物の削減、資源の再利用—

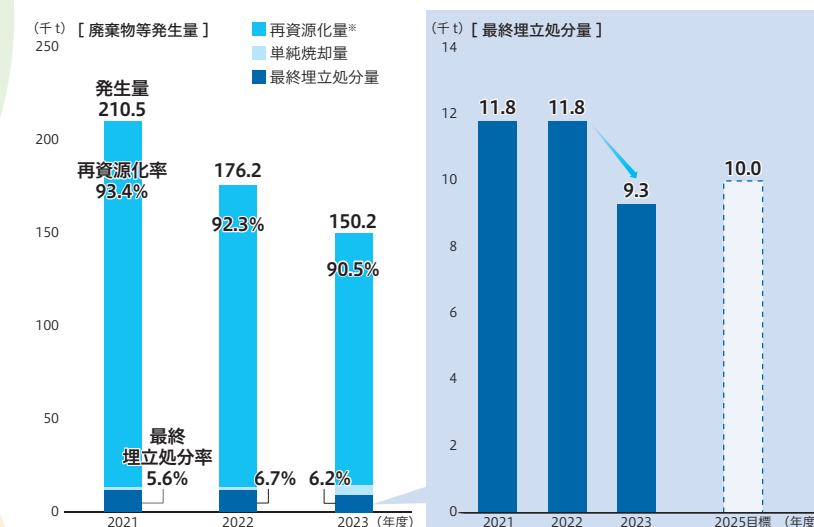


自然との共生 —生物多様性の保全—

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。2023年度は、土壌改良への利用等マテリアルリサイクルを推進し、その結果として、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年目標:2021年度比15%削減)を達成しました。引き続き目標達成を維持できるよう、目標最終年度の2025年度に向け削減に努めていきます。

※再資源化量=有価物量+マテリアル利用量+サーマル利用量

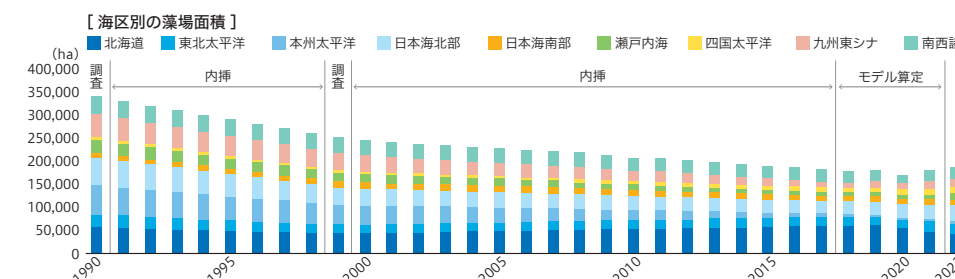


「海洋生態系の再生」に向けた新たな取り組み

森林や都市の緑など、陸上の植物が吸収する炭素のことを「グリーンカーボン」と呼ぶのに対し、海草(アマモなど)や海藻、植物プランクトンなど、海の生物の作用で海中に取り込まれる炭素は「ブルーカーボン」と呼ばれ、近年、炭素吸収源の新しい選択肢として注目が集まっています。ブルーカーボン生態系は水産資源の供給や水質浄化、生活文化の醸成など、さまざまなコベネフィット(相乗便益)をもたらすことが知られており、その中でも藻場は、海中の生物に隠れ場所・産卵場所などを提供するため、生物多様性の観点からも非常に重要な役割を果たしていますが、地球温暖化による海洋環境の変化により、世界的に磯焼け※という問題が顕在化しています。この課題に対し、大建工業グループでは、既存の事業で

培ってきた未利用資源の活用や素材開発の技術を活かし、藻場の再生につながる海洋資材の研究開発をはじめました。当社はこれまでも、木材の利活用による炭素貯蔵の観点から環境負荷の低減に貢献してきましたが、海洋環境の改善という新たな分野にチャレンジすることで、2050年のカーボンニュートラルを超えるさらなる価値創造を見据えています。今後は自治体や研究機関・企業とも連携しながら取り組みを進め、新たな炭素吸収源の確保のみならず、海洋生態系の多様性維持、保全活動を通じた地域の活性化といった、リジェネラティブな社会の実現を目指します。

※磯焼け: 浅海の岩礁・軟石域において、海藻の群落(藻場)が季節的消長や多少の経年変化の範囲を超えて著しく衰退または消失して貧植生状態となる現象



出典: 我が国インベントリにおける藻場(海草・海藻)の算定方法について(環境省)より引用
URL: <https://www.env.go.jp/content/000203000.pdf>



社外イベントへの登壇 photo: miyography

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なく発揮し、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。



ダイバーシティ推進 ライフステージに寄り添い、多様な人財の活躍を目指す

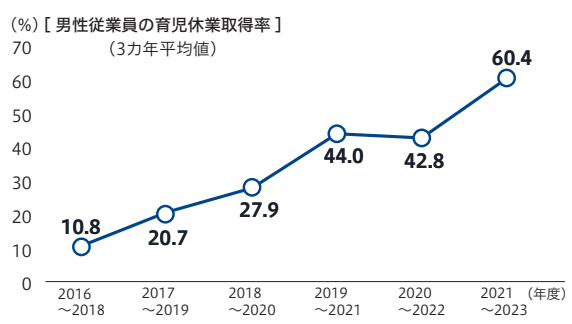
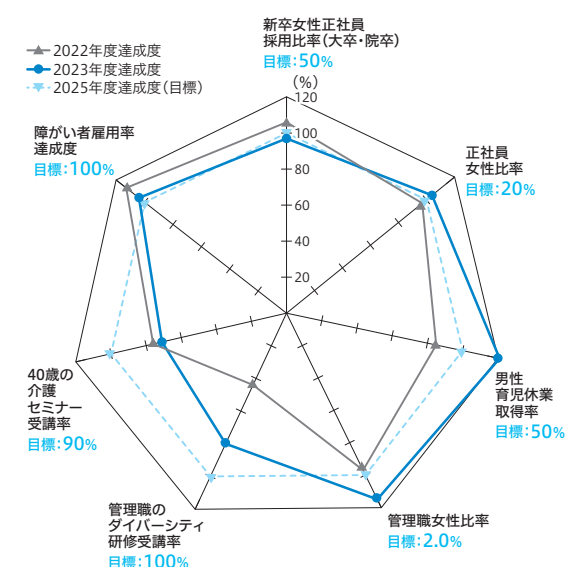
ダイバーシティ推進の取り組みを着実に実施するため、中期経営計画「GP25 2rd Stage」より、ダイバーシティに関する7項目を数値化した「ダイバーシティ総合指数」を当社独自指標として設定し、取り組みを推進しています。▶ P.53-54 ESG目標

特に、男性育児休業取得率については、リーフレットの配布等による社内周知の効果により、グループ全体として2025年度目標の50%を上回る60.4% (2023年度実績) に到達しています (取得日数中央値: 11日)。これまで当社が推進していた女性従業員の採用比率向上などの取り組みとあわせ、男女問わず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働くための土台づくりにもつながっています。

また、従業員の子もたちが職場訪問を行う「DAIKEN キッズデー」を開催し、従業員家族への理解を深める機会とするとともに、「働きやすい・家族を大切にする職場の雰囲気づくり」を醸成し、ワークライフバランスを再認識するための取り組みを行っています。



キッズデーの様子



ダイバーシティ推進方針 <https://www.daiken.jp/sustainability/social/diversity.html>



ワークライフバランスの実現に向けた働きやすい職場づくり

働き方改革を推進し、従業員がグループの一員であることを「幸せ」だと感じられるようにします。それにより、個人のパフォーマンス、ひいてはグループの力を高め、新たな価値を創造し続けていきます。

▼労働時間の適性化

従来より取り組んできた「ノー残業デーの設定」や「事務所の20時一斉消灯」に加え、2017年からは「19時半から翌朝7時までのパソコンの自動シャットダウン」を実施することで、適正な労働時間の保持を行っています。また、管理職を含めた個々の残業状況についても進捗管理を行うことで長時間労働を未然に防止し、業務配分の適正化や効率化に役立てています。

▼柔軟な働き方の整備

一人ひとりの自律性を高め、時間や空間の制約にとらわれない働き方を実現することで、ワーク・ライフ・バランスを向上させていきます。

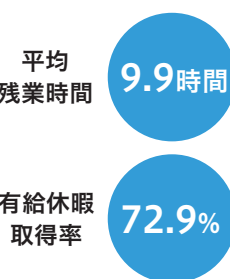
在宅勤務制度	オフィス及び自宅で働く
フル在宅勤務制度	原則出社をせず、自宅で働く
時差勤務制度	7時～10時半の間30分間隔で始業時間を設定できる
サテライトオフィス	契約するサテライト型シェアオフィスを利用できる
フレキシブル退社	終業時刻の15分前をフレキシブル退社時間とし、業務が終了すれば自由に退社ができる

▼休暇制度の整備(主な休暇制度)

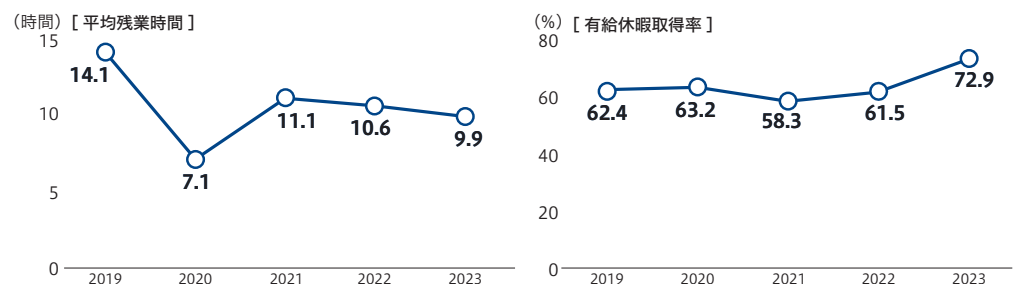
従業員の健康的、効率的な働き方を実現するため、十分な休暇を取得できる体制を整えています。

半日・時間単位の有給休暇制度	半日・1時間単位で有給休暇を取得できる
連続年次有給休暇取得制度	半期に一度2日ないし3日の連続休暇を取得する制度
リフレッシュ休暇	勤続20年 …… 連続3日以内 勤続30年 …… 連続5日以内(旅行券10万円分支給)
ボランティア休暇	1年間に1人当たり5日まで休暇を付与
不妊治療休暇	1年間に1人当たり10日まで休暇を付与
生理休暇	女性従業員で生理日の就業が著しく困難な場合に、届出によって休むことができる制度

▼2023年度実績



▼実績推移



働き方改革推進方針 <https://www.daiken.jp/sustainability/social/workingreform.html>

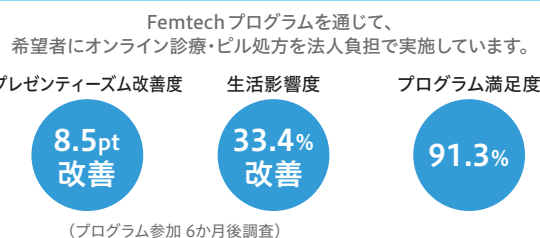


心身の健康保持・増進に向けた取り組み

従業員の健康がグループの持続的な成長・発展に欠かせない基盤であるという考えのもと、従業員自身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、「健康増進手当の支給」や、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や、健康セミナーの実施など、心身両面の健康施策の充実に取り組んでいます。2024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「健康経営法人(大規模法人部門)」に3年連続で認定されました。今後も施策の効果を測る指標の設定や、健康増進活動に意欲的な従業員への積極的な支援などに取り組み、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。

※ Femtech…Female(女性)とTechnology(技術)を掛け合わせた造語であり、女性が抱える健康課題をテクノロジーで解決できる商品やサービスのこと。

2023年度Femtechプログラムアンケート結果



健康経営方針 <https://www.daiken.jp/sustainability/social/health.html>

健康経営優良法人認定の主な要因

- ウォーキングアプリを利用した全社ウォーキングイベントの実施
- Femtechプログラムの運用
- 健康増進手当の支給(禁煙対策への取り組み)等



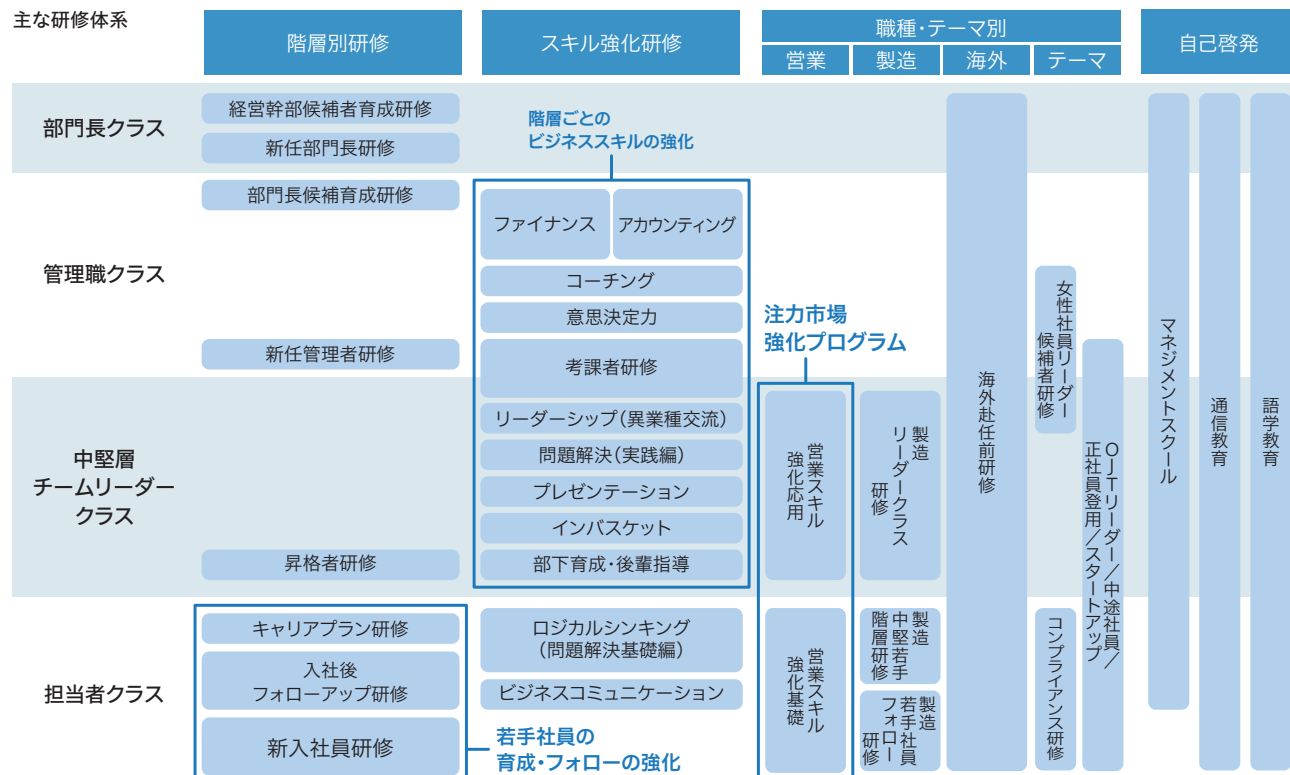
人財戦略



次世代を担う人財の育成

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



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、従来の教育研修に加え「攻めと守りの戦略を支える IT 人財の育成」および「拡大市場と経営基盤強化に必要なスキルの強化」をテーマに、「スキル強化研修」を新設し、階層ごとに求められる能力の向上を図っています。また、重点的に教育する分野を定め、①IT 人財育成のための IT リテラシー教育と関連資格取得、②海外事業拡大に向けた語学教育と関連資格取得、③エンジニアリング事業拡大に向けた関連資格取得を奨励し、当社指定資格を取得した従業員に対しては、資格取得奨励金として2万円を支給するなど、積極的な人財育成投資を行っています。これらの人財基盤強化プログラムの参加件数は816件となり、次世代の経営を担う従業員が、自ら主体的に学ぶ風土が醸成されています。

※自律型人財…自ら学び考え(探求)、困難に立ち向かい(挑戦)成果を出していく(成し遂げる)人財



人財育成方針

<https://www.daiken.jp/sustainability/social/talent.html>



さらなる成長に向けた挑戦風土の醸成

中期経営計画「GP25 3rd Stage」の達成に向け、「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」の実現を目指し、従業員の挑戦を支える各種制度の整備に取り組んでいます。社員からビジネスアイデアを募る「社内ベンチャー制度」を2021年度に開始、第一号案件として事業化承認された『みんなのエコ菜園』は、2023年から提案活動を本格化させています。都市部のマンションやビルの屋上などのオープンスペースで緑あふれる菜園を運営するなど、これまでになかった新たな事業領域を切り開くと共に、今後の成長事業とすべく、取り組みを強化しています。また、社内ベンチャー制度のさらなる充実のために、新たなアイデア発想の手法を学ぶための「アイデア創出ワークショップ」を開催するなど、従業員の挑戦を支援し、挑戦志向の風土の醸成を推進しています。

企業理念浸透に向けた取り組み

2023年度の取り組み

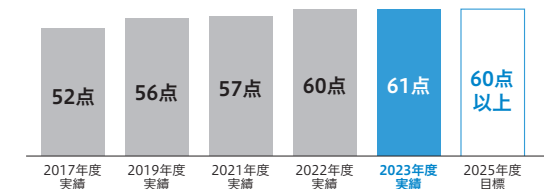
グループ従業員を対象に実施する「グループ企業理念浸透度調査」の結果を踏まえ、「発信・共有・評価」の3つの観点で浸透策を展開しています。「発信・共有・評価」の“理念浸透サイクル”を継続的に回すことで、日常業務における理念の浸透促進を図るとともに、定期的に浸透度をモニタリングし、より効果的な施策への見直しを行っています。▶P.3 グループ企業理念



グループ企業理念浸透度調査の実施

2017年度より「グループ企業理念浸透度調査」を実施し、グループ企業理念に対する従業員の意識の変化をもとに浸透施策を検討・推進しています。2023年度の得点は前年度より1pt 上昇し61点となり、「GP25 3rd Stage」の最終年度である2025年度の目標値60点を昨年に続きクリアしました。全社的な浸透施策展開に加え、部門長をリーダーとした部門単位での浸透施策展開が貢献していると考えられ、引き続き理念浸透度の向上に向けた取り組みを推進します。

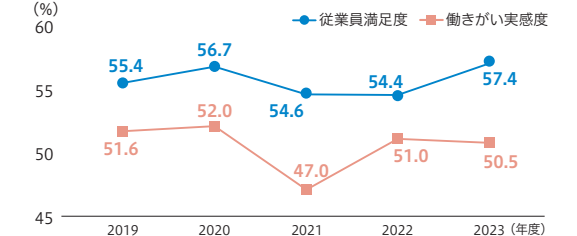
グループ企業理念浸透度得点推移



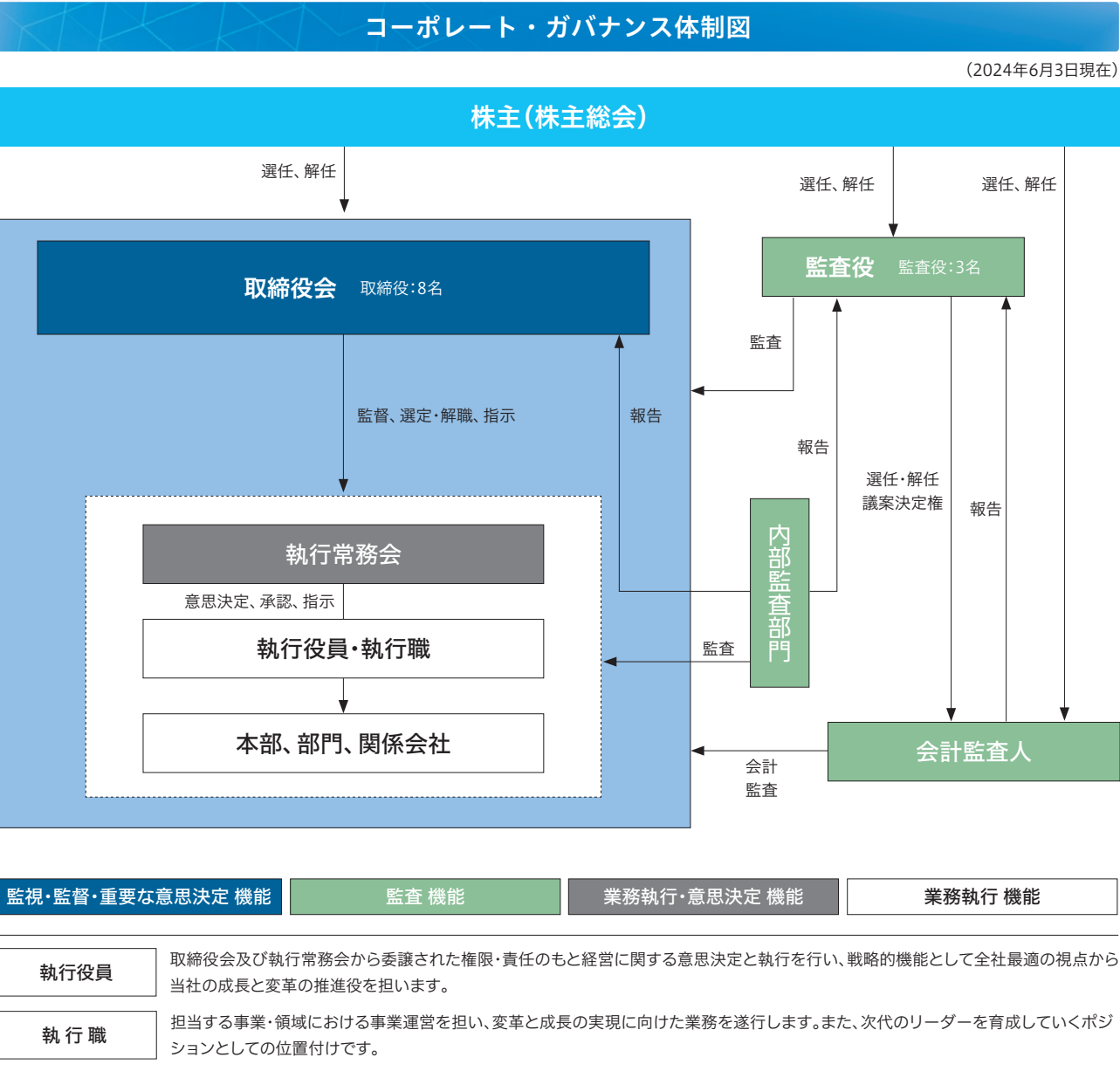
従業員満足度調査の実施

2019年度より当社独自の指標として「従業員満足度」及び「働きがい実感度」の調査を実施しています。従業員の仕事観や仕事に対する動機づけ要素・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、職場全体の満足度向上を目指しています。2023年度は従業員満足度が前年度から3.0pt 改善し57.4%となった一方で、働きがい実感度は0.5pt 減少し50.5%となりました。調査結果は業務内容や仕事量、職場の環境等、さまざまな角度から分析し、今後の人財戦略・施策に反映し、両指数の向上を目指します。

従業員満足度と働きがい実感度



コーポレート・ガバナンス



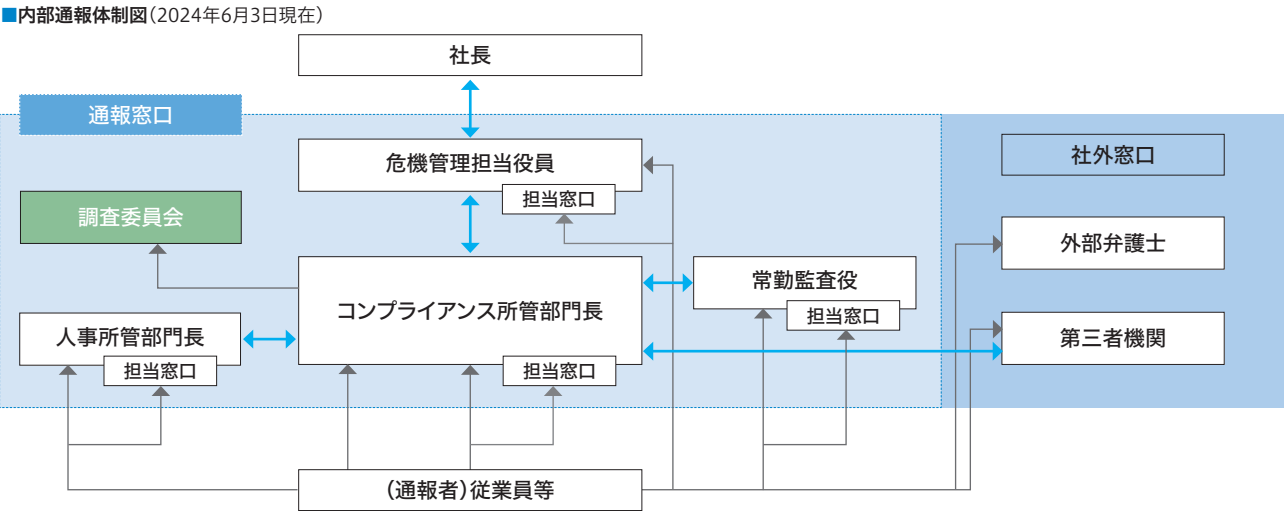
役員一覧 (2024年6月3日現在)

取締役	執行役員
代表取締役 億田 正則	社長執行役員 CEO 億田 正則
代表取締役 清洲 忠洋	専務執行役員 COO 清洲 忠洋
取締役 永田 武	専務執行役員 永田 武
取締役 真木 正寿	常務執行役員 郷原 秀樹
取締役 郷原 秀樹	常務執行役員 CFO 森野 勝久
取締役 森野 勝久	常務執行役員 上田 浩二
取締役 川上 哲司	常務執行役員 金田 正樹
取締役 小澤 尚	執行役員 伊藤 圭
	執行役員 遠藤 稔
	執行役員 澤田 知世
	執行役員 CAO 川上 哲司
	執行役員 寺岡 直人
	執行役員 頃安 延幸
	執行役員 CSO 熊丸 敦

監査役
常勤監査役 野村 孝伸
常勤監査役 伊藤 雅英
監査役 瀬部 哲也

内部通報体制

大建工業グループでは、2013年4月から役員及び従業員等(嘱託・契約社員・派遣労働者・パート・アルバイトを含む)からの組織的又は個人的な不正行為に関する通報及びそれに関する相談を適切に処理するため内部通報制度を整備し、不正行為の未然防止、早期発見及び是正を図り、コンプライアンス経営の強化に努めています。当社の内部通報体制は以下のとおりです。



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	廃棄物の最終埋立処分量(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の推進	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	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
	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	0件 100% 100%
S 社会	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%(2021年度比) 70% 60pt
	人財育成の強化	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
	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
G ガバナンス	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	2022年度実施 90% 年1回
	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)

2023年度 進捗状況

2023年度実績
21.2%削減 土壌改良への利用等マテリアルリサイクルを推進し削減
15.8%削減 省エネ活動および生産性向上などにより削減 16.1%削減 生産拠点の合理化により削減
国内:50% 海外:36%
672.1千t-CO ₂ /年
8.9%増加
7.0%削減 グループ会社が新規に加入したため増加
5.1%削減
2.2%削減 軽量化の推進により削減
1件 海外工場にて製品原料が河川へ一部流出
0件 100% 100% 新入社員への研修、全社員への情報発信
調査票改訂中のため調査未実施
0件 25回 コンプライアンス行動規範などの研修
+25.9pt 48.5% 21% 60% 法改正や制度の拡大により取得率が向上 2% 64% 80% 104% 3.2pt差
75.3% 16.2点 ウォーキングイベント、睡眠セミナーの実施 28.8%
2.0% 70.7% 57.4pt 組織ごとの目標設定や、研修の新規実施
11.6% 入社3年目までのフォロー研修の継続実施 100% 55% 81%
0件 国内:100% 海外:50% 診断フォーマットの作成、安全診断の再開
100% 100%
国内外19拠点のうち17拠点で計93回開催
11.1% 61点
87% 1回開催
0件 +1.32pt 研修の継続実施

人権への取り組み

大建工業グループでは2019年に「DAIKEN 人権方針」を策定し人権尊重への取り組みを進めてきました。2022年9月に経済産業省が「責任あるサプライチェーンにおける人権尊重のためのガイドライン」を公表したことを踏まえ、人権方針の改定や人権デュー・デリジェンスなどの取り組みの見直しと強化を進めています。



調達先に対しては、サステナビリティの観点から調達先に求める事項を定めた「CSR 調達基準」に、「公正な取引」や「環境」の項目に加えて「人権」や「労働」等の要素を盛り込んでいます。本基準に基づき調達先と共有・連携し、サプライチェーン全体での人権尊重を目指して取り組んでいます。

- DAIKEN CSR調達基準
- 1 | 人権の尊重 6 | 環境
2 | 法令等の遵守 7 | ガバナンス
3 | 労働 8 | 情報の管理
4 | 公正な取引 9 | サプライチェーン
5 | 品質・安全性 10 | 社会との共生

取り組み事例

お取引先様交流会での情報提供

お取引先様との関係性の強化を目的として、国内事業を対象に「お取引先様交流会」を開催し、当社グループの経営方針や環境に関する考え方をご説明しています。2024年度には人権に関する情報提供を行いました。



パートナーシップ構築宣言に参画

内閣府や中小企業庁などが推進する「未来を拓くパートナーシップ構築推進会議」の趣旨に賛同し、サプライチェーンの取引先や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることを通じて、新たなパートナーシップを構築することを目的とした【パートナーシップ構築宣言】を策定・登録しています。



※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

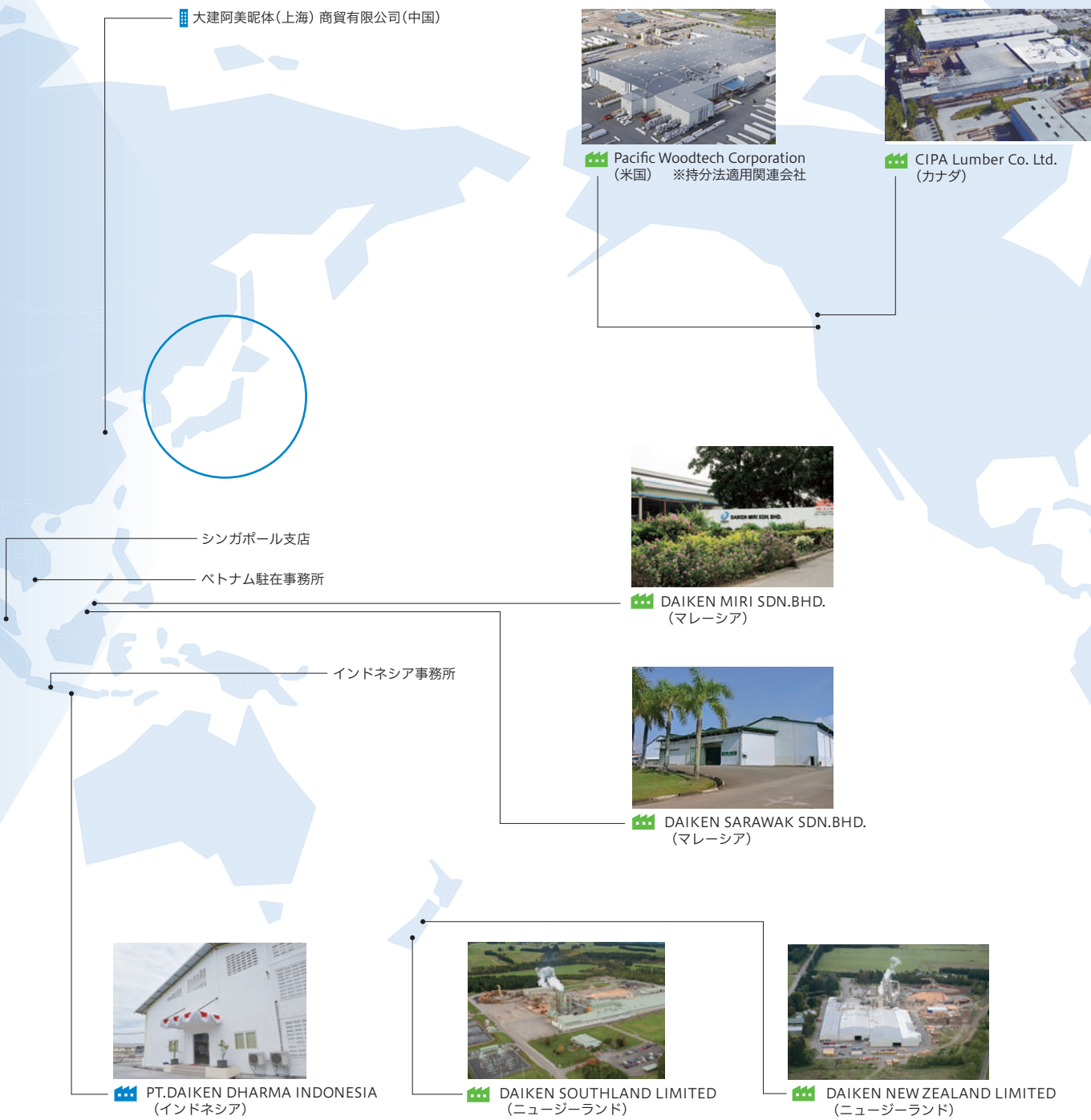
会社情報(2024年3月31日現在)

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
決算日	3月31日	東京事務所	東京都千代田区外神田三丁目12番8号
定時株主総会	6月	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
		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)

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 2024年11月

[175-22] KK2024.11 [WIS] (P17.2-03)



DK17522