

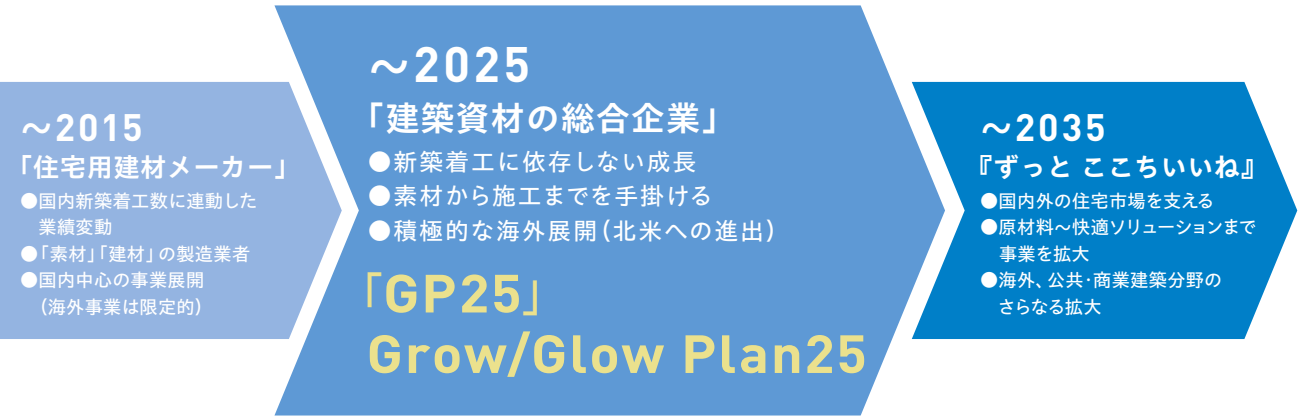
2016～2025年

長期ビジョン「GP25」

2015年、DAIKENグループは2025年度を見据えた長期ビジョン「GP25 (Grow/Glow Plan25)」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、新たな市場への挑戦を通じて、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、ありがたい姿(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中期経営計画を策定し、事業活動を展開しています。



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

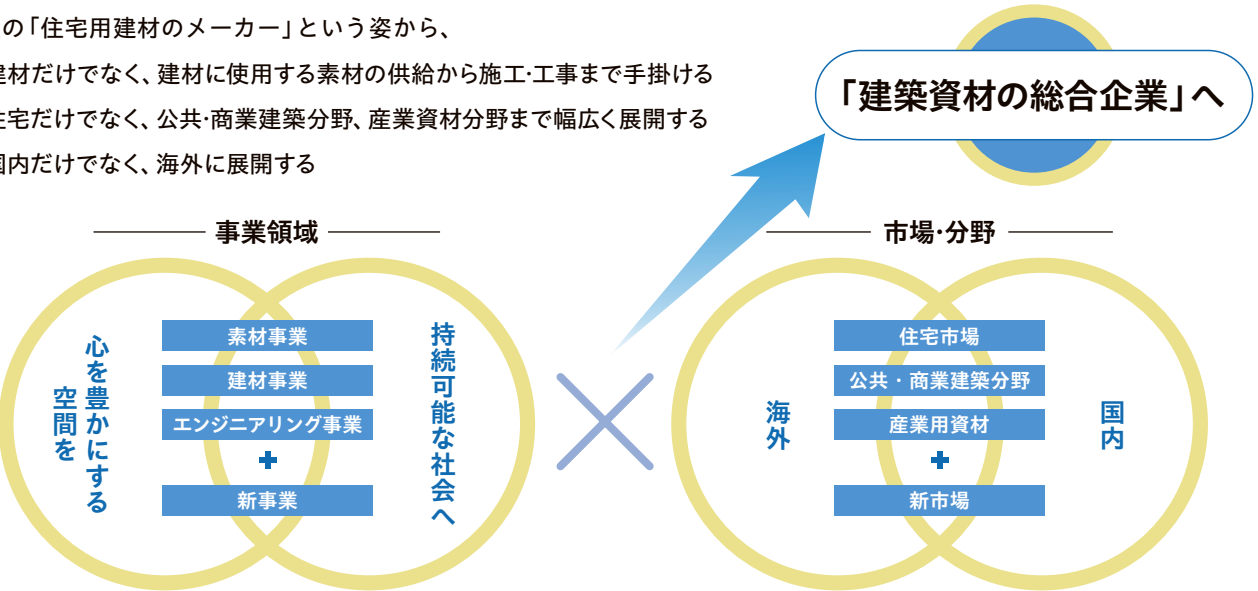
2025 年のありがたい姿

- 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



中期経営計画「GP25 3rd Stage」の進捗

中期経営計画



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	ニューノーマル時代のユーザーニーズの充足
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	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	財務基盤	ガバナンス
● 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	● 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

実績推移

I . 成長戦略の実行

(億円)

	GP25 3rd Stage		
	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績
売上高	2,288	2,106	2,163
国内市場	1,641	1,654	1,682
海外市場	646	453	481
営業利益	98	59	77
営業利益率	4.3%	2.8%	3.5%

II . 経営基盤の強化

非財務

	GP25 3rd Stage		
	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績
E 温室効果ガス国内外総排出量※1	△4.0%	△15.8%	△27.5%
品質に関する重大事故・違反※2	0件	0件	0件
S ダイバーシティ総合指数※3	+18.3pt	+25.9pt	+40.7pt
従業員満足度※4	54.4pt	57.4pt	57.3pt
G 重大コンプライアンス違反※2	1件	0件	0件

※1：2022年度～2024年度実績は国内外総排出量(Scope1+2)の2021年度比

※2：中期経営計画期間

※3：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～2024年度実績は、2021年度比

※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