

DAIKEN

DAIKEN GROUP REPORT 2025



DAIKEN

ずっと こちいいね

いつもの場所が
ホッと安心する場所に
そこでは、ココロが自然とほぐれて
カラダもなんだか軽くなる

わたしたちが目指すのは
そんな「こちいいね」と思ってもらえる空間
そこでは、笑顔があふれ、
健やかになって、温かい気持ちになれる

DAIKENは
これからも、あなたに、みんなに、地球に、
「ずっと こちいいね」を届けます

DAIKEN株式会社

2025年9月26日
大建工業株式会社は
DAIKEN株式会社へ



CONTENTS

DAIKENグループの価値創造	3
DAIKENグループの目指す姿	5
長期ビジョン「GP25」	7
次期長期ビジョン「TryAngle 2035」	9
トップインタビュー	13
価値創造の変遷	17
80周年記念事業	19
素材事業	21
建材事業	25
エンジニアリング事業	29
次の10年を創る総合力	33
他社との共創	35
研究開発	37
公共・商業建築分野	39
国内住宅市場	43
海外市場	47
ESG目標	51
環境戦略	53
人財戦略	57
ガバナンス	63
会社情報	65

編集方針

DAIKENグループでは、全てのステークホルダーの皆様の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」の進捗とともに、次期長期ビジョン「TryAngle 2035」の全体像をお示ししています。サステナビリティとウェルビーイングを経営の軸に据え、社会課題解決の追及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。

財務のチカラ

P.8

・売上高 : **2,163** 億円
・営業利益 : **77** 億円

製造のチカラ

P.21~

・製造拠点数 : **21** 拠点
(国内**13**拠点 海外**8**拠点)
・設備投資費 : **52** 億円

研究のチカラ

P.37~

・研究開発費 : **170** 百万円
・特許件数 : **470** 件

営業のチカラ

P.39~

・営業部門数 : **26** 部門
(国内**23**部門 海外**3**部門)
・取引先数 : **823** 社
※個人顧客は除く

環境対応のチカラ

P.53~

・植林 : **2002**年 開始
2025年 PEFC-FM認証取得
・炭素貯蔵量 : **657.9** 千t-CO₂

人財のチカラ

P.57~

・連結従業員数 : **3,689** 名
・教育研修費 : **39** 百万円

新たな
価値創造の
源泉

OUTPUT
経済的価値の
創出

INPUT
経営資源の
投入

目指す姿
グループ企業理念

長期ビジョン

年度経営方針・中期経営計画

OUTCOME
社会的価値の創出

素材

P.21~

創立以来のDNAを
受け継ぐ基幹事業

〈木質資源〉

インシュレーションボード



木質ファイバー



LVL



〈鉱物資源〉

ダイロートン



ダイライト



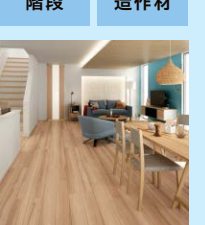
特殊MDFの開発により基材に展開
国産木材の活用促進につながる技術開発

床材

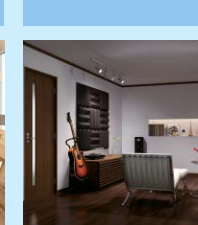


吸音板の技術から
音響製品に展開

ドア
階段
収納
造作材



音響製品



建材

P.25~

時代に合わせた暮らしを
支える高機能な建材

価値創造の源泉
R&Dセンター

研究開発

P.37~

研究開発理念 “「未踏」への先駆け”

・素材に技術革新を起こして資源がめぐる社会に
・ココロとカラダを科学してここよさを日常に



DAIKEN R&Dセンター

システム 収納	ダイロートン	フローリング	ユカリラ	リフォーム 建材
収納工事	軽鉄・ ボード工事	床工事	設備工事	リフォーム 工事
	ダイケン エンジニアリング		清田工業	バック システム リフォーム キュー
カルテル スタッフ	鉱工業業	三恵	スマイルアップ	

公共・商業建築分野

マンション市場

リフォーム
市場

自社製品の強みを
最大限に活かす施工体制

エンジニアリング

P.29~

報告範囲

大建工業株式会社及びDAIKEN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

2024年度(2024年4月1日~2025年3月31日) ※一部期間以外の内容も掲載しています。

【将来の見通しに関する注意事項】

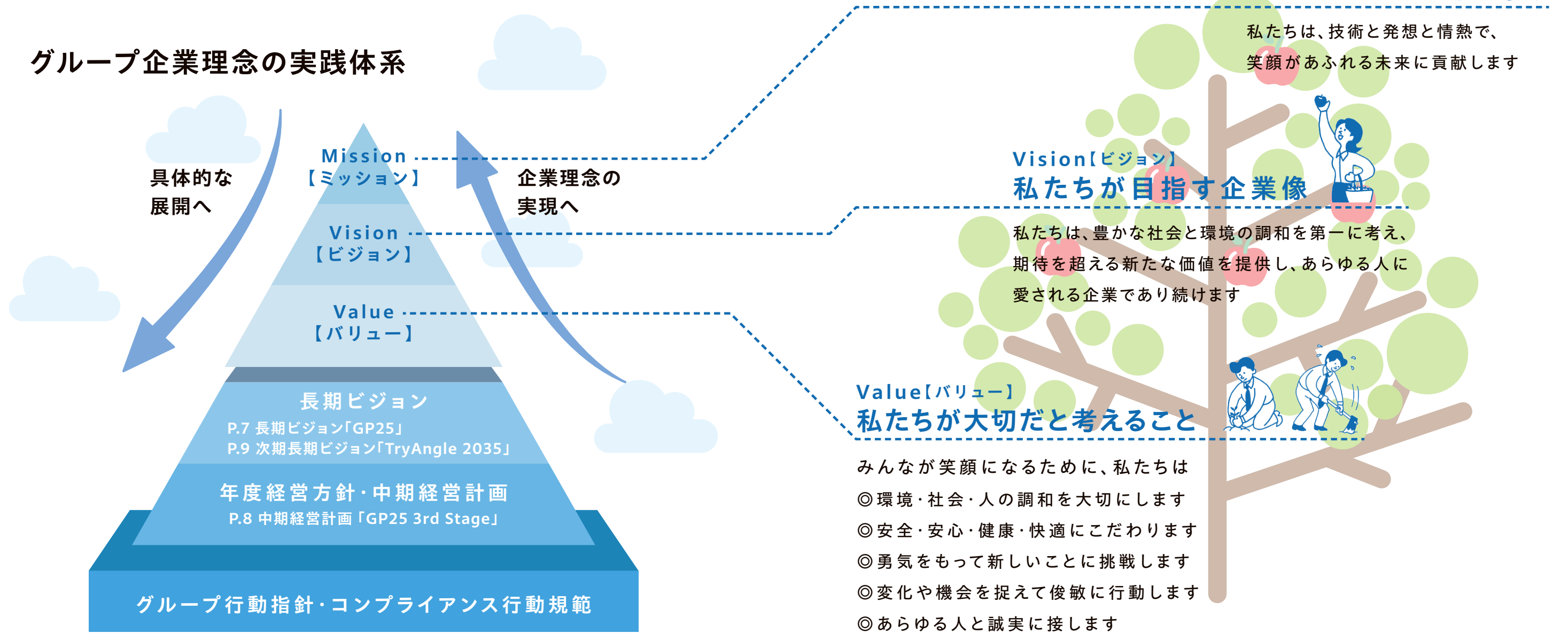
このレポートに記載されている予想・見通しは、現時点で入手可能な情報に基づくものであり、将来の予測数値や、施策の実現を約束したり、保証するものではありません。



DAIKENグループの目指す姿

DAIKENグループでは全従業員が想いを共有し、進むべき方向を合わせていくために、「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つの要素からなる「グループ企業理念」を定めています。理念実現に向けて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。

グループ企業理念の実践体系



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 従業員の人権・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。

グループ企業理念・行動指針



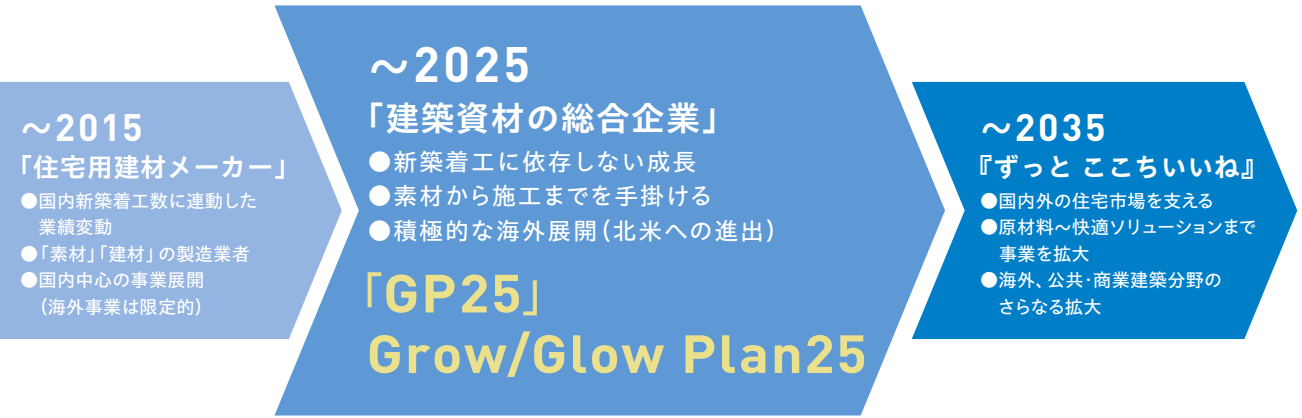
2016～2025年

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

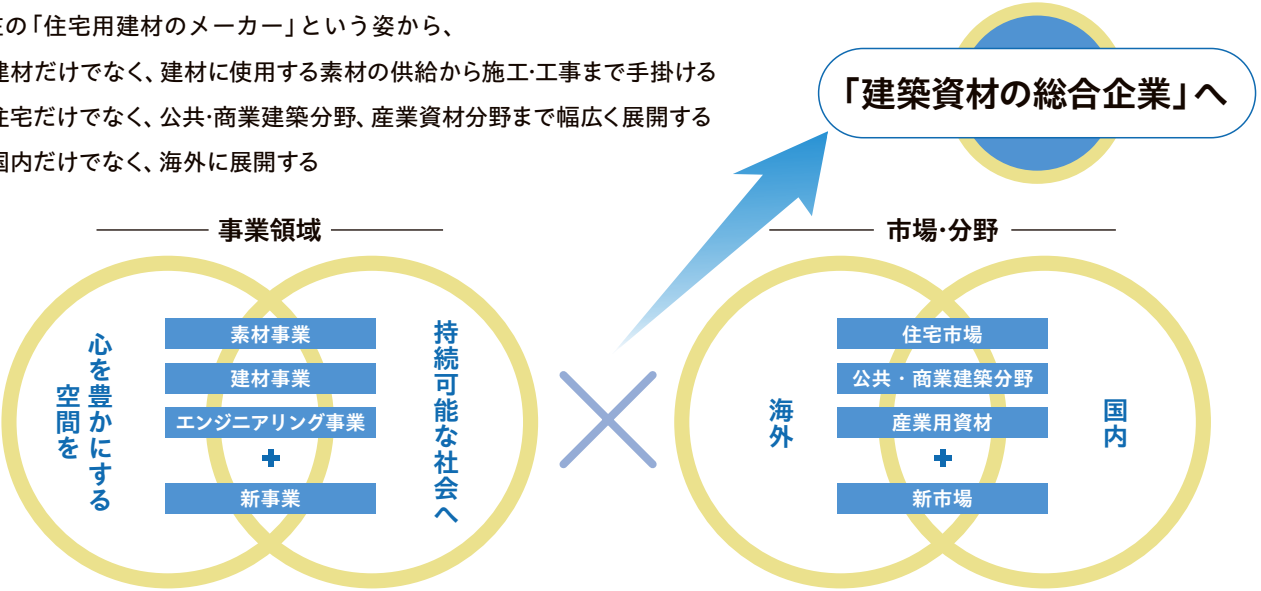
2025 年のありがたい姿

- 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 多様性のある人財が働きやすく、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	● 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	● 成長のための積極的な投資	● 企業価値の向上を支える公正で透明性の高い経営
● 成長を支え、変化に対応できる人財育成	● 強く柔軟な事業インフラの再構築	● 成長を支える強固な財務基盤の構築	● 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
● 挑戦を称賛、支える制度・仕組みの確立	● 事業ポートフォリオの最適化(選択と集中)		
● バランスの取れた人財基盤の構築	● 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		

実績推移

I . 成長戦略の実行

	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	1,529
海外市場	646	453	635
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※3	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

2026～2035年

次期長期ビジョン「TryAngle 2035」

DAIKENグループでは、「GP25」での変革を引き継ぎ、2026年度から2035年度までの10年間を見据えた、新たな長期ビジョン「TryAngle 2035」を策定しました。創立以来大切にしてきたサステナビリティ（環境への貢献）とウェルビーイング※（快適性の向上）を事業の軸とし、当社に関わるあらゆる人に『ずっと ここちいいね』を届ける企業となるための指針を定めています。

※ウェルビーイング：身体的・精神的・社会的に良い状態にあることをいい、短期的な幸福のみならず、生きがいや人生の意義などの将来にわたる持続的な幸福を含む概念



「TryAngle 2035」に込めた想い

Try

快適向上・サステナブル社会実現に「トライ・挑戦」する

Angle

成長に向けた新たな視点・方向性、右肩上がり

Triangle

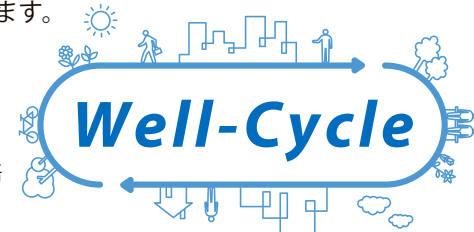
三方良し、（楽器のように）打てば響く



「TryAngle 2035」で目指す姿

あらゆる場所で、あらゆる人に『ずっと ここちいいね』を提供する企業へ。
DAIKENから社会へ、いい循環＝「Well-Cycle※」を届けます。

※Well-Cycle: ①サステナブルなモノづくりによる資源循環
②ウェルビーイングにつながる五感の快適性
③共感と称賛による良い相互作用
3つの意味を含んだ好循環を総称した当社独自の用語



「TryAngle 2035」で目指す姿 『ずっと ここちいいね』の実現へ

「TryAngle 2035」策定の経緯

GP25の間に起きた変化

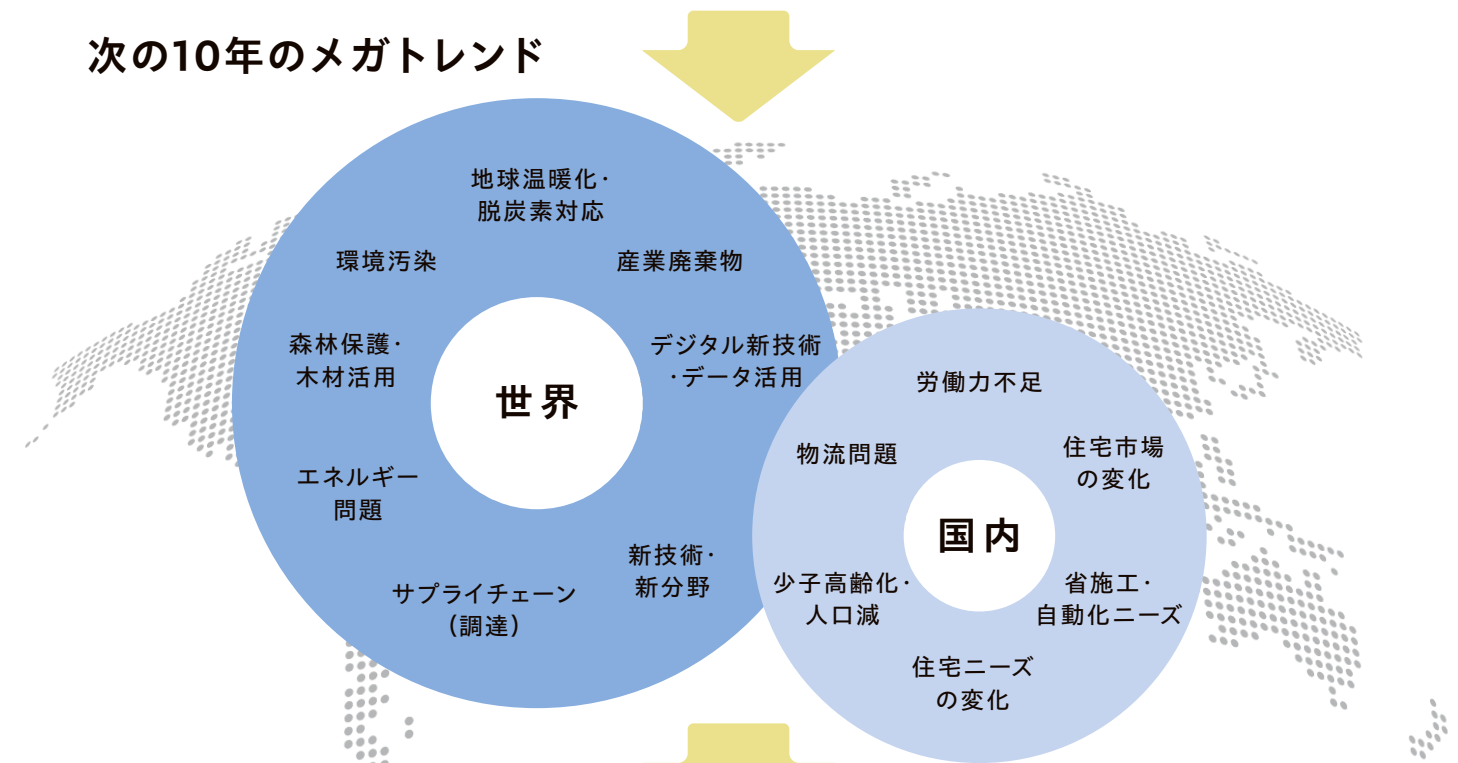
【外部環境】

- パリ協定によるCO₂削減義務
- 長時間労働の規制強化
- 消費税増税
- ウッドショック
- 新型コロナウイルスによる生活様式の激変
- 地政学リスクの増大
- 世界的インフレに伴う大幅な賃上げ

【内部環境】

- 海外市場への積極的な展開（北米市場への注力）
- 公共・商業建築分野の拡大
- 働き方改革の推進（PC稼働時間の制限、男性育休取得推進、在宅勤務・時差通勤制度の整備など）
- 伊藤忠商事（株）完全子会社化に伴う上場廃止

次の10年のメガトレンド



リスク

- 新設住宅着工の激減
- 物流費の高騰
- 業界再編
- 経済停滞+インフレ進行
- 天然資源枯渇
- 人財獲得競争激化

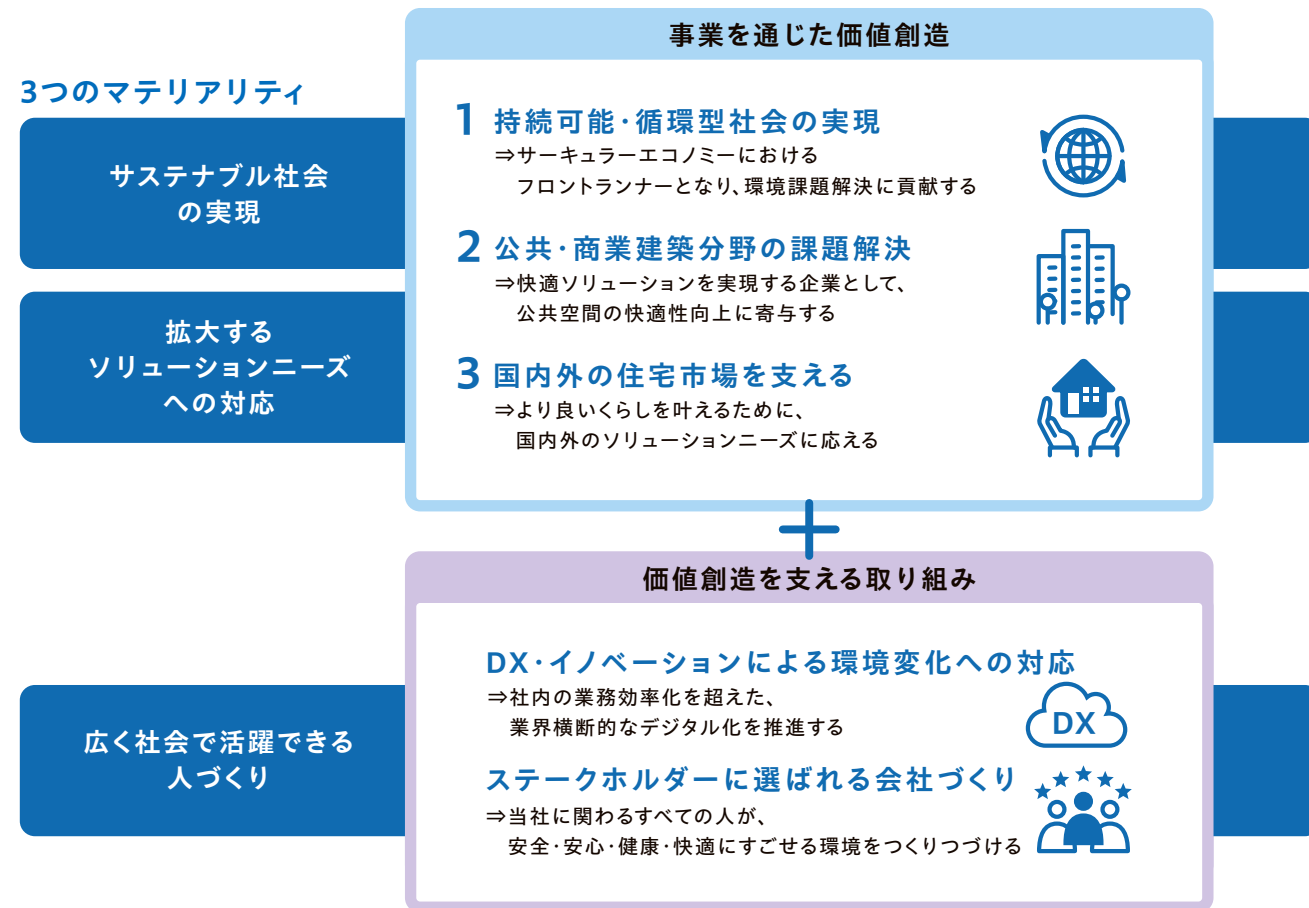
機会

- サステナブル社会貢献につながる商機拡大
- 新技術導入による生産性向上
- 海外における素材・建材事業拡大
- 環境規制を先取りした展開
- 社会課題解決による新市場創造
- ウェルビーイングニーズの増加

11ページにつづく

次期長期ビジョン「TryAngle 2035」

3つのマテリアリティと対応方針



10年後のDAIKEN

「GP25」ではこれまでの「住宅用建材メーカー」という姿から、国内の住宅市場にとどまらず、公共・商業建築分野や海外にも積極的に展開する「建築資材の総合企業」へと成長し、輝くことを、ありたい姿・企業像として掲げてきました。「TryAngle 2035」では、2035年にDAIKENがどのような企業になりたいのか、3つの視点で将来像を描きました。

サステナブル素材において、グローバルに抜きん出た影響力を獲得している

- 創業時から培ってきた「素材」の力を、国内外に広く展開していく
- 安定調達・安定供給の実現により、バリューチェーンから信頼される企業となる

生活空間をアップグレードし、選ばれる「新スタンダード」をつくっている

- 「音・光・温度・湿度・におい」など、五感に訴える価値で生活を支えていく
- 住宅のみならず、公共・商業建築分野においても存在感を示す

社会課題解決に向け、共創を通じてさまざまな新規領域への挑戦・進出が進んでいる

- 社会課題解決のため、積極的な共創に取り組む

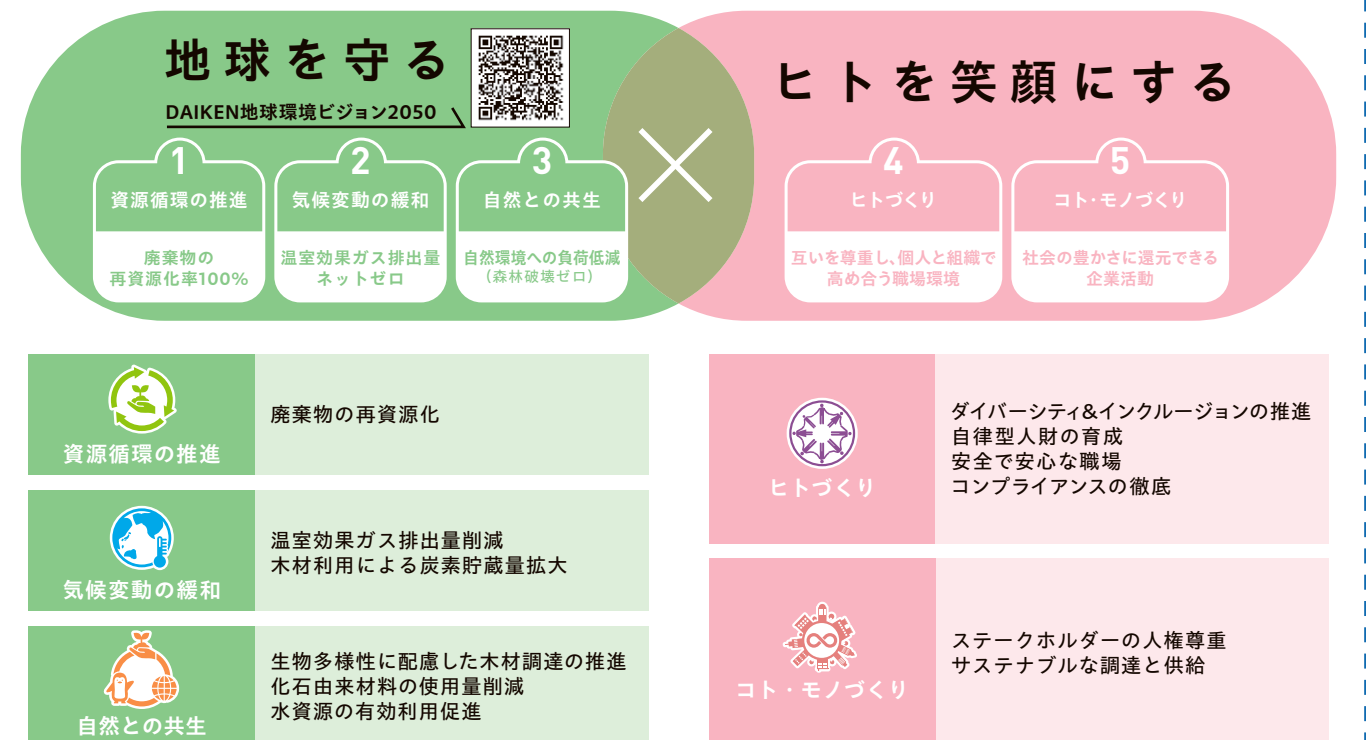
ありたい姿達成に向けた4つの鍵

10年後に当社が目指す企業像を叶えるため、4つの重要な要素=鍵を定めました。この鍵を磨き、強みとしていくことで、持続的に成長し、社会に貢献しつづける企業となります。



「DAIKENサステナビリティ・アクションプラン2035」

次期長期ビジョン「TryAngle 2035」の推進ドライバーとして「DAIKENサステナビリティ・アクションプラン2035」を策定します。マテリアリティであるサステナブル社会の実現（持続可能・循環型社会の実現）や広く社会で活躍できる人づくり（ステークホルダーに選ばれる会社づくり）に貢献するための成果目標を「環境」と「ヒト」の二軸で設定しました。



創立80周年を節目に 更なる飛躍と変革へ踏み出し、 新しい DAIKEN に生まれ変わる

代表取締役 社長執行役員 CEO

鹿田 公利



私自身、入社以来半世紀にわたり DAIKEN とともに歩み続け、気づけば社内では最も社歴が長くなりました。思い起こせば経済に合わせて会社が大きく成長した時期、事業の存続が危ぶまれるような出来事など、山あり谷ありで決して平坦な道のりではなかったように思います。経営側に立ってからも、数多くの新たな取り組みに携わるとともに、いくつかの

事業撤退も目の当たりにしてきました。市場環境の変化に伴う取捨選択には厳しい決断が伴いますが、どのような時もお客様やお取引先様と真摯に向き合ってきたことで、信頼される企業に成長してこられたと感じております。今日まで続くステークホルダーの皆様とのつながりは、当社にとっても私にとっても、何物にも代えがたい財産となりました。

ご自身にとっては代表取締役社長就任から12年目となりますが、この間に起こった出来事で印象的なことを教えてください。

最も印象に残っているのは、やはり COVID-19 の世界的な流行です。当社においても2020年4月1日、新年度を迎えるその日に社内で感染者が発生し、混乱の中でリモートワークへの切り替えを指示しました。図らずもこの大きな外的要因により、当社を含めた多くの企業で従業員の働き方や勤務地に対する議論が進み、DXの重要性を再認識させられたと感じています。さらに現在進行形ではありますが、地政学的な懸念の増大による紛争の勃発や、他国の政治体制の変化による事業リスクの高まりにより、海外でビジネスを行う難しさを痛感することとなりました。いずれも現長期ビジョン「GP25」の策定時には想定しきれなかった

変化であり、企業の長期的な舵取りがいかに困難かを物語っていると思います。また、私が社長に就任した翌年の2015年には、国連サミットにおいて、よりよい社会を目指すための国際目標としてSDGs(持続可能な開発目標)が採択され、世界的にサステナビリティへの取り組みが一段と加速された年でもありました。これは創立以来、「エコ製品」を強みにしていた当社にとっては大きな追い風でした。「GP25」においても「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」ことを掲げており、企業に求められる環境に関する社会的要請は、当社が長年取り組んできた事業と深くリンクしています。

大きな変化に見舞われた10年とのことでしたが、本年は長期ビジョン「GP25」の最終年度となります。2015年の策定時から注力されたことや、達成度についてお聞かせください。

長期ビジョン「GP25」は「Grow(成長)」と「Glow(輝き)」をテーマに、「住宅用建材メーカー」から「建築資材の総合企業」への変革を目指してスタートしました。特に注力したのは海外市場の拡大と、公共・商業建築分野への進出です。

私の経歴の中ではビルダー・工務店などへの建材営業経験が長いのですが、当時から新設住宅着工数によって業績が左右される様子を体感しており、早い時期から国内の新築依存に危機感を抱いていました。そのため、漸減傾向が明らかな国内新築住宅市場から軸足を移し、多角的な事業展開が必須であると考え、海外と公共・商業建築分野という新たな市場への挑戦を強く推進してきました。従業員のマインドや旧来の組織体制を転換させることは非常に困難でしたが、一人ひとりが変わらなければならないというメッセージを根気強く発信し続けたことで、ポートフォリオ変革

に向けて大きく舵を切ることができたと感じています。2019年に北米の2社(CIPA・PWT)をグループ化し、事業展開のグローバル化を進めるとともに、事業の川下である工事分野についてもM&Aによる強化を実施しました。現在では幅広い工事能力を有した関係会社がDAIKENグループを支えています。「GP25」期間中最大の転換点は、やはり2023年12月の伊藤忠商事(株)子会社化および上場廃止です。非常に大きな決断ではありましたが、「GP25」で目指す姿を達成し、2025年以降もさらなる成長を推し進めるためには必要不可欠な判断でした。上場廃止という話題に不安を感じられる方も多かったと思いますが、トップ自らが変わるという姿勢を社内外に示し、そのシナジーを最大限活用することを訴求したことで、ステークホルダーの皆様にもご理解をいただけたと考えています。

P.7 長期ビジョン「GP25」

2025年3月期の業績と、今期の展望をお聞かせください。

2024年度は中期経営計画「GP25 3rd Stage」(2022-2025年度)の3年目として、経営基盤の強化と成長に向けた取り組みを進めてまいりました。

国内においては、新設住宅着工戸数が引き続き減少傾向にあるものの、価格改定の浸透やコストアップ抑制、変動費削減策を着実に実行したことで、収益面において改善が進みました。また、エンジニアリング事業はオフィスビルなどの内装工事やリフォーム・リノベーション市場の需要を取り込み、業績を牽引しました。これは、当社が次期長期ビジョン「TryAngle 2035」の拡大領域として掲げる「快適ソリューション事業」の展開にとって前向きな材料であり、大きな期待を寄せています。

一方で海外事業については、急激な為替変動や市況低迷により、中核事業であるMDF事業の収益が悪化し、課題

を残す結果となりました。しかしながら、昨年グループ化したDAIKEN North America Ltd.(DNAL社)において、新木質ボード『DIO woodcore』のプロトタイプが完成し、2026年4月の生産開始を目指して量産・市場投入の準備に入るなど、海外での事業拡大に向けたさまざまな施策が着実に進んでいます。これらの取り組みの結果、2025年3月期の売上高は前期比2.7%増の2,163億円、営業利益・経常利益についても前期比で増益となりました。

2025年度は中期経営計画「GP25 3rd Stage」の最終年度であり、この10年間の総仕上げの1年となります。縮小する国内新設住宅市場、各地の紛争や米国の通商政策などにより不透明感の増す世界経済など、マイナスの要素は数多くありますが、その中でも地に足を付けた事業展開を行い、次の10年を見据えた着実な成長を目指していきます。

2025年9月に創立80年となりますが、節目の年を迎えるにあたっての所感をお聞かせください。

当社は戦後間もない1945年9月に大建木材工業株式会社として創立して以来、常に社会課題や世の中のニーズに応えるために技術革新を重ね、お客様の期待を超える製品、サービスを提供してきました。その理念や想いが多くの皆様

に届いたことで、80年という長きにわたり事業を継続できたと考えております。改めまして、これまで当社を支えてくださったお客様、お取引先様をはじめステークホルダーの皆様へ深く御礼を申し上げます。

「GP25」に続き、2026年度からは 次期長期ビジョンである「TryAngle 2035」が始動します。 本ビジョンの策定経緯や「GP25」との違いについてお聞かせください。

先述のとおり、「GP25」の期間中、新市場拡大によるポートフォリオの見直しや既存製品の新規用途開発などを進めてきましたが、環境変化がさらに加速する次の10年を正確に見通すことは極めて困難です。そのように不安定な環境下でも、当社が掲げる企業理念の達成に向けた羅針盤となるのが、長期ビジョンであると考えています。

次期長期ビジョン「TryAngle 2035」の策定に関して、「GP25」の時と最も大きく異なる点は、旧来のトップダウンではなく若手・中堅社員を中心としたボトムアップ方式で草案を策定したという点です。若い世代の自由で柔軟な発想から「10年後のありたい姿」を思い描き、その達成に向けた事業展開を検討しました。



また、「TryAngle 2035」では新たな試みとして、左記の通り視覚的にビジョン内容を訴求するためのロゴを作成しました。

トライアングルという言葉は一般的に三角形のことを指しますが、3点がバランスよく成り立っていることから、近江商人の「三方良し」の精神にも通じるところがあります。さらに、「挑戦」を意味するトライ、「角度」から転じて「右肩上がりの視点」の意味を込めたアングルなど、次期ビジョンのタイトルにはさまざまな想いを込めました。ロゴの三角形を構成する色は、当社の主力事業である「素材」「建材」「エンジニアリング」のイメージカラーであり、次期長期ビジョンのタイトルとロゴには、2035年に当社が目指す姿が凝縮されています。

P.9 次期長期ビジョン「TryAngle 2035」

新たな長期ビジョンの策定に加え、 本年9月には新社名「DAIKEN株式会社」となることが発表されていますが、 社名の変更にはどのような狙いがあるのでしょうか。

現在の「大建工業株式会社」という社名は、1967年から約60年間使用してきた商号です。歴史ある本社名を変更するに至ったのには大きく2つの理由があります。1つ目は、当社の提供価値を「モノ」から「コト」に変革する姿勢を示すためです。社会が求める価値は徐々に変化し、消費の形態も「所有」から「経験」へと移り変わっています。「工業」という言葉には材料を加工して製品を作るという意味があることから、いわゆる「製造業」のイメージが強く印象付けられるのではないのでしょうか。今回、社名から「工業」を外すことで、当社が推進する「コト」提案の姿勢を表現しました。しかしながら、「コト」提案の根底には当社の「モノづくり」への想いが根ざしていることには変わりません。これからも、確かな品質と新しい技術で

皆様のくらしを豊かにする製品・空間の提供に努めてまいります。

2つ目の理由は、DAIKENをアルファベット表記にすることで、「GP25」で推進してきたグローバル展開をさらに加速させるためです。既に海外では「DAIKEN Corporation」の表記を使用しており、社名変更を契機に国内外の垣根を越えて「DAIKEN」ブランドの浸透を図っていきたいと考えています。

これまで当社がステークホルダーの皆様と積み重ねてきた歴史とブランドイメージを大切にしたいという想いから、「DAIKEN」という名称を残すこととなりました。新社名となった後も、引き続きご愛顧いただきますようお願いいたします。

社名変更、次期長期ビジョンの策定を筆頭に、 本年度は80周年に関するさまざまな取り組みが進んでいます。 取り組みの内容や期待される効果についてお聞かせください。

80周年事業のメインイベントとして企画したのが、DAIKENのミライに向けた取り組みを皆様にご紹介する展示会「EXPAND THE FUTURE ～ DAIKEN TryAngleフェア～」です。同フェアは、2025年6月4日・5日に東京、7月9日・10日に大阪で開催し、おかげさまで盛況のうちに閉幕しました。両会場合わせて9,000名近いお客様が来場され、DAIKENが考える10年先、20年先のミライの“空間”、ミライの“素材”、そしてミライの“こころよさ”を見て、触れて、体感いただき、理解を深めていただく機会となりました。DAIKENが目指す「ミライ」に向けたビジョンに共感いただい

たステークホルダーの皆様とともに、今後も『ずっと こころいい』関係性を構築していきたい所存です。さらに、7月1日からは80周年を記念し、新製品などを広く認知いただくことを目的とした「DAIKEN販売コンテスト80」を開催しており、全国のお取引先様とともに製品拡販・市場シェアの拡大を推進しております。他にもさまざまな施策を予定しておりますが、これら80周年の取り組みを形式的な記念行事で終わらせることなく、さらなる成長戦略の実現と経営基盤の強化につなげてまいります。

P.19 「80周年記念事業」

最後にステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします。

世界的な先行きの不透明感は増すばかりで、当社の事業環境も決して楽観視できるものではありません。しかし、そのような状況だからこそDAIKENグループ一丸となって、常に新しいことに挑戦しつづける姿勢を大切にしたいと考えています。次期長期ビジョンで掲げている事業の軸は「サステナビリティ」と「ウェルビーイング」の2つですが、これはまさに創業時から綿々と受け継がれてきた「環境

への貢献」と「快適な生活空間の提供」に他なりません。当社のDNAを大切にしつつも、時代に合わせたアップデートを続け、これからも長くステークホルダーの皆様から愛される「DAIKENさん」を目指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。

億田 正則(おくだ まさのり)

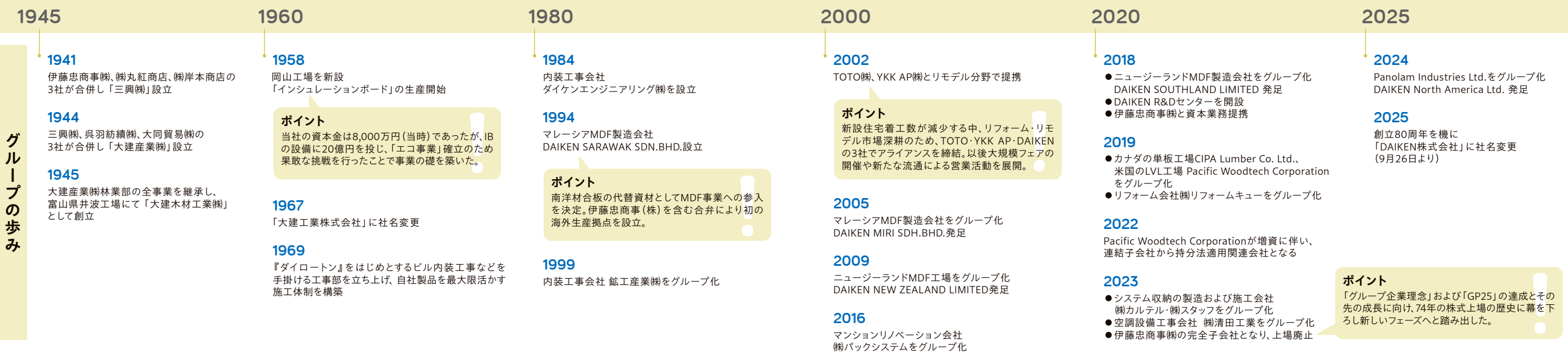
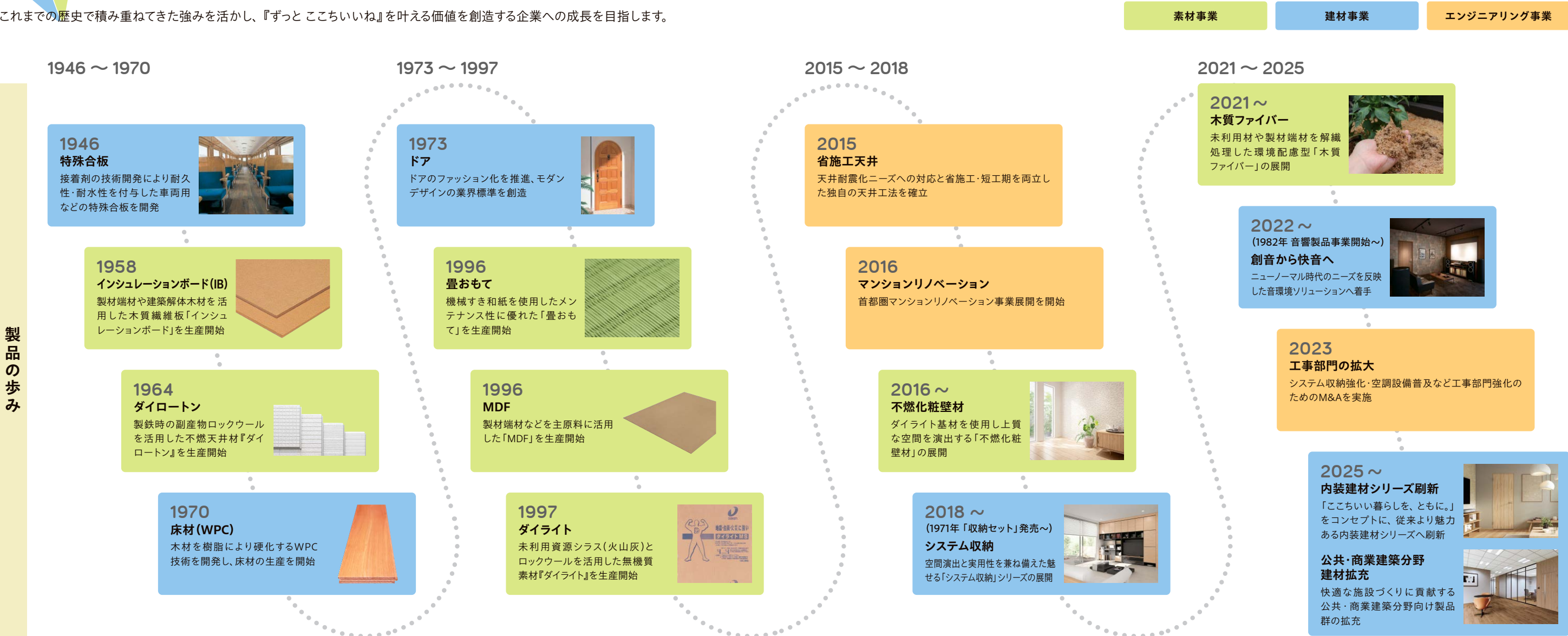
1950年4月25日生
滋賀県出身

1974年4月 当社入社
入社後、建材営業、量材営業などを担当
2008年 取締役 上席執行役員
2009年 常務執行役員
2012年 専務執行役員
2014年 代表取締役 取締役社長
2024年 代表取締役 社長執行役員 CEO
以後、現職



価値創造の変遷

DAIKENグループは創立以来、常に社会課題やニーズに応えるために技術革新を重ね、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、『ずっと ここいいいね』を叶える価値を創造する企業への成長を目指します。



80周年記念事業

DAIKENグループは2025年9月26日に創立80年を迎えます。
この節目を機にさらなる飛躍と挑戦の姿勢を示し、
ステークホルダーの皆様とともに新しい DAIKENとなるべく、
さまざまな施策に取り組んでいきます。

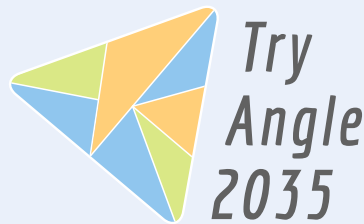


①2035年に向けた経営指標の確立

【次期長期ビジョン「TryAngle 2035」の策定】

『ずっと こちいいね』をキーワードに、DAIKENの2035年までの取り組みや目標を定めました。本ビジョンの策定により、10年後の「ありたい姿」や「目指す方向性」をステークホルダーと共有し、当社の事業方針についての共感度を高めることを目指しています。また、長期ビジョンの推進ドライバーとして「DAIKENサステナビリティ・アクションプラン2035」をあわせて策定しました。

P.9 次期長期ビジョン「TryAngle 2035」



②コーポレートアイデンティティ再構築によるステークホルダーの好感醸成

【社名・コーポレートメッセージの変更】

ステークホルダーのエンゲージメント向上を目的に、社名およびタグライン（コーポレートメッセージ）を刷新しました。これまで以上にグローバルな展開を進めるとともに、「モノ」から「コト」へ提案価値の転換を推進していきます。

P.1 新社名・コーポレートメッセージ



③人的資本経営を軸とした意識改革

【新人事制度の策定】

次期長期ビジョンに即した新たな人事制度、および人財育成制度の運用を開始します。新たな人財育成の運用は、2025年度より人的資本経営の考え方に基づいた研修などをスタートしており、新人事制度は、2026年度の運用開始を予定しています。

【ユニフォーム刷新】

国内製造部門の工場、および製造部門の関係会社で着用するユニフォームを刷新します。実際に工場で働く従業員の意見を取り入れた、機能的で働きやすいユニフォームデザインへと切り替える予定です。

④新たな商機開発

【新規事業アイデアの公募】

サステナブル社会への貢献とウェルビーイングな空間提供を実現するための新規事業の創出を目指し、社外の方々の柔軟で新しい発想を取り入れるため、「ビジネスアイデアコンテスト」を初開催しました。頂いたアイデアを元に社内にて検証を行い、事業化を検討していきます。



Wemake: ビジネスアイデアを募集するプラットフォーム運営会社

【最先端の音研究施設】

当社の強みである「音」の研究開発力をより一層強化し、あらゆる空間における快適な音環境を提供するため、新たな音響技術の開発設計拠点『音環境ラボラトリー』（愛称:『音ラボ』）を建設中です。11月の稼働開始を予定しています。



『音ラボ』外観イメージ

80周年記念展示会の様子

【周年フェアの開催】

2025年には創立80周年を記念し、展示会「EXPAND THE FUTURE ~DAIKEN TryAngle フェア~」を東京(6/4,5)と大阪(7/9,10)の2会場で開催しました。流通業者や住宅会社、内装工事業者といったお取引のあるお客様・業者様だけでなく、さまざまなステークホルダーの皆様にご来場いただき、節目を祝う貴重な機会となりました。

会場では、80周年を迎えた当社の歩みや企業理念、長期ビジョンを紹介し、『ずっと こちいいね』をテーマに10年後のミライの“空間”“素材”“こちよさ”を体験できるコーナーや他社との共創事例、新製品の展示を行いました。来場されたお客様からは『ずっと こちいいね』の実現に向けた姿勢を実感したとの声が多く寄せられ、今後のお取引や協業への期待が高まったことが確認されました。



DAIKEN TryAngle フェア

ミライの“空間”を考える

10年後の空間のあり方について「暮らす-シェアハウスプラン-」「働く-オフィスプラン-」「集う-公共空間(駅)-」の3空間を表現しました。

ミライの“素材”に挑戦する

創業以来培ってきた素材の力で、未利用資源をアップサイクルした新素材や、生態系の回復など資源循環に着目したミライの技術を紹介しました。

ミライの“こちよさ”を体感する

「音」にフォーカスした新たなソリューション、さらには温度・光・気流などを可視化した五感で感じる快適性を表現しました。



入口の様子



80年の歴史コーナーの様子



ミライの“空間”を考えるコーナーの様子
※展示品はミライのイメージで、実際に発売する製品やサービスではありません。

Voice of Executive

80周年記念事業を契機に、次の10年に向けた関係構築を強化

当社は1945年の創立以来、「三方良し」の精神をもとに社会の変化に対応しながら、日本の森林資源を活用した建材・製材品を提供してきました。

80周年の節目にこれまでの歴史を振り返り、我々の事業の根底には「こちよさ」を皆様にお届けしたいという思いがあったことを再確認し、今年度からコーポレートメッセージを『ずっと こちいいね』に改め、次の10年間の方針である「TryAngle 2035」では、くらしの「こちよさ」と地球環境の「こちよさ」を追求するとともに、海外展開を加速することを目指していきます。

さらに、80周年事業の一環として、9月26日より社名を「DAIKEN株式会社」に変更し、提供価値を「モノ」から「コト」へ転換させる姿勢、さらなるグローバル化を推進する姿を表現していきます。そのほかにも、工場従業員のユニフォーム刷新や、従来の販売コンテストをバージョンアップした「DAIKEN販売コンテスト80」など、新しい試みへの挑戦、変革の姿勢を社内外に披露していく予定です。また、「ミライの可能性を広げる」をテーマに6月・7月に東京・大阪で開催した80周年記念展示会「EXPAND THE FUTURE ~ DAIKEN TryAngle フェア~」は、両会場合

執行役員 CMO
頃安 延幸



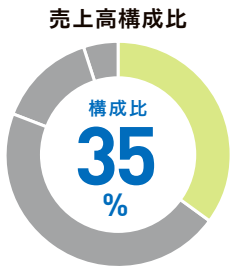
せて9,000名近いお客様に来場いただき、盛況のうちに閉幕しました。当社の歴史や今後の事業展開をはじめ、未来の「こちよさ」を支える技術や商材の展示により、長らくお取引のあるお客様は勿論のこと、これまで当社と接点のなかった多様な分野の方々にもご来場いただき、ともにミライに向けて共創していただける関係構築の契機になったと考えています。

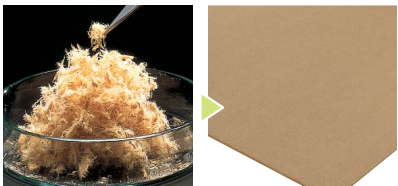
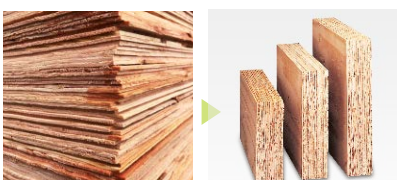
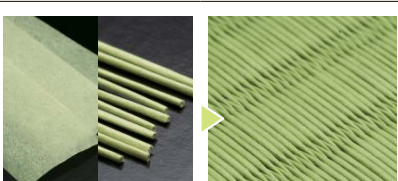
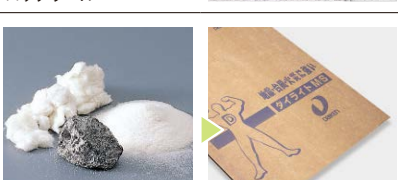
DAIKENはこれからも時代の変化に対応し、『ずっと こちいいね』を皆様にお届けしつつけることを目指しております。今後とも変わらぬご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

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。



	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  木材チップ	- 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 養生ボード 
	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  木質繊維	- 寸法安定性 - 表面平滑性 - 加工性 - 耐水性	建材・家具の基材 (ドア、収納、窓枠等の芯材)  MDF
	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  単板 LVL	- 寸法安定性 - 高強度 - 加工性	I-Joist  LVL 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  機械すき和紙	- 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  ロックウール	- 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 未利用資源シラス(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  ロックウールとシラス	- 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 壁材  不燃壁材



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
2024年11月28日号



Voice of Employee



岡山工場
製造部 FB加工課
FB加工1係 係長
清水 亮長



高萩工場
製造部 製造課
製造2係 製板組長
加藤 達也

私は岡山工場でダイロートン加工ラインの製造係長として生産進捗や品質管理に携わっています。所属するFB加工課は、製造における最終工程である表面加工(模様加工、塗装、梱包など)を担当しています。『ダイロートン』はオフィスビルや商業施設、学校や住宅などで活用されているロックウール天井材です。1964年の生産開始から60年以上にわたり、常に安全・品質・生産性を念頭に置きながらリニューアルを重ねてきましたが、実は製品をより良くするためのヒントの多くは日常のコミュニケーションの中に潜んでいます。課員の指導は私の重要な業務の一つですが、作業で困っていることをヒアリングしたり、仕事に関する話題を引き出すことで、自分でも気づかなかった新しいアイデアに出会うことができます。また、製造ラインのメンバーは年齢層が広いので、ベテランの経験豊富な知識や若手ならではの発想など、多くの意見から最善の改善策を考えていくことが、今の仕事の楽しさであり、やりがいでもあります。吸音や調湿など多様な機能を携えたロックウール天井材は快適な生活空間を実現する素材です。より多くの方に使っていただけるような製品づくりに邁進するとともに、技術継承に留まらないさらなる進化を目指していきます。

高萩工場では建築廃材を主な原料とするインシュレーションボードを製造しています。インシュレーションボードは住宅の外壁下地や集合住宅の床下材、畳の中芯など、建物の見えない部分を支える重要な素材であり、当社で最も長い歴史を持つ製品のひとつです。私はその製造ラインで製板工程を担っており、ボードの厚さや強度など、品質に関わる業務に従事しています。なかでも厚みの調整は0.1mm単位で行う繊細な工程であり、高品質な製品づくりに欠かせません。責任の重い仕事ですが、「良い製品を作りたい」という想いから、日々製造ライン全体の状態把握を徹底し、最適な調整を心がけています。また、インシュレーションボードの製造ラインは成型から完成品が仕上がるまでが1つのラインでつながっており、ラインに携わる全員が一体とならなければ品質を担保することができません。そのため、他のメンバーとしっかりと信頼関係を築き、仕事に対する足並みを揃えられるように関わっていくことが、リーダーとして大切にすべきことだと考えています。今後も職場全体の品質意識の向上に努めるとともに、新たな商品開発にも積極的に取り組んでいきます。



素材事業

事業の方向性

- サステナブル素材のグローバル展開と社会課題解決を起点とした新市場開拓
- 回収、再利用、未利用資源など、環境負荷低減に貢献する製品の普及

「事業を通じた価値創造」に向けた取り組み

事業を通じた価値創造
公共・商業建築分野の課題解決



木材硬化技術による地域産材製品化

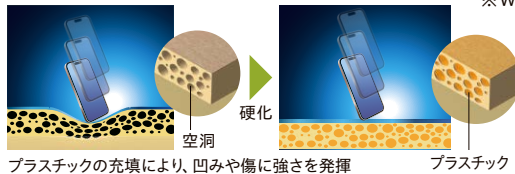
木材組織にプラスチックを注入・充填して硬化させる DAIKEN 独自の WPC※技術により、優れた表面硬度を有する国産天然木化粧材を用いた床材の提供が可能になりました。国産樹種の多くは軟らかい材質であるため、床材として使用するには耐久性が低いことが課題でしたが、この技術を活かし、地域産材活用のニーズに応えながら、国産木材の活用の幅を広げていきます。

WPC 技術による
地域材製品化実績

30
都道府県



WPC 床材



※WPC: Wood Plastics Combination の略

プラスチックの充填により、凹みや傷に強さを発揮

プラスチック

事業を通じた価値創造
持続可能・循環型社会の実現



環境配慮型資材による健全な森林資源保全

国産木材をマテリアルとして長く活用するという想いのもと、未利用材や製材端材などを解繊処理した木質ファイバーを利用した有機質の環境配慮型資材を開発しました。これらの製品は、森林から切り出された木材が、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し、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。

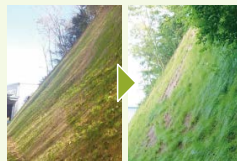
DW ファイバー(土壌改良材)

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

主な用途

土壌改良(土木工事用途)



『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』

Deco マルチ(マルチング材)

特徴

- ① 日光遮断による雑草予防・地温安定化
- ② 国産未利用木材100%の環境配慮型資材
- ③ 景観を損ねない天然素材ならではの仕上がり

主な用途

外構・造園のマルチング



マルチング材『Deco マルチ』

グロウアース(木質培地)

特徴

- ① 園芸用土と比較して軽量であり、建物の屋上などで利用できる
- ② 生育阻害物質の抑制により単独で植物の栽培が可能

主な用途

屋上菜園・ベランダ(室内)栽培



木質培地
『グロウアース』



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』



事業を通じた価値創造
国内外の住宅市場を支える

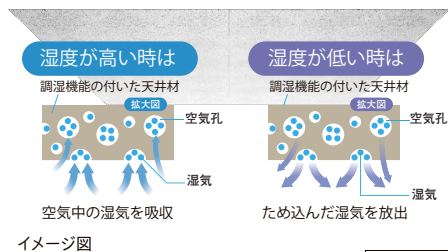


快適な生活空間の創出(調湿)

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。



『ダイロートン健康快適天井材』



イメージ図

部屋干し比較実験



Voice of Executive

執行役員 エコ事業部長
遠藤 稔



執行職 MDF事業部長
本田 貴久



2024年度は未利用資源を活用した『ダイライト』を基材とした不燃化粧材『グラビオ』シリーズが公共・商業建築分野を中心に販売を伸ばしました。『グラビオ』シリーズは不燃材でありながら軽量かつ加工性に優れ、多彩な意匠を表現できる点が市場に評価されたものと思われます。今後もより幅広い用途展開を模索し、不燃性が求められる空間の価値を高める建材へ育てていきたいと考えています。

天井材『ダイロートン』は、住宅・工事・海外向けにそれぞれマーケティングをおこなっています。特に住宅向けの販売においては高い調湿性能をPRし、部屋干し需要にアプローチすることで共働き世代を中心としたニーズの深耕に注力しました。木質素材のインシュレーションボードは製造時の環境負荷が低く、原材料に建築解体木材などを焼却せず利用することで炭素貯蔵量の維持にも寄与しています。主力製品である養生ボード・畳ボードの供給のみならず、新たな用途開拓をすすめ、サステナブルなマテリアルとしての認知度を高めていきたいと考えています。

また、昨今のインバウンド需要の復調を受け、業界全体で畳文化を盛り上げていく施策を検討しています。当社が製造する畳おもてを含め、くらしに根差したインテリアとしての「畳」を継承・発展させる一助となるよう、事業部一丸となって取り組んでいきます。

MDF事業は1994年の事業開始(DSK社設立)から30周年を迎えました。現在はマレーシア2工場、ニュージーランド2工場の生産体制で、世界各国にMDFを供給しています。2024年度は世界的なMDF市況の低迷、為替の不安定化、ニュージーランドの電気代高騰に加え、大規模な大雨・洪水被害と激動の経営環境の連続でしたが、事業部一体となりコストダウンや構造改革を推し進めてきました。

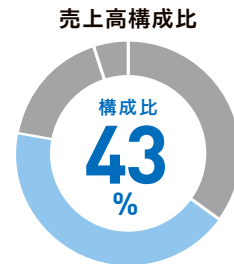
昨今、欧州を中心に合法伐採木材への対応機運が高まる中、ニュージーランドのFSC認証材や、マレーシアの自社植林地で新たに取得したPEFC※-FM認証の材を原材料に使用するなど、MDFの認証材比率拡大を推進しています。また製造時・運搬時の環境負荷を低減するため、従来品と同等性能を維持しながら軽量化したMDFの開発も進めてきました。加えて、2024年度は新製品としてMDF野地板、パレット用途など新規用途の開拓にも注力しており、常に挑戦するマインドを体現した1年だったと感じています。

事業の不確実性が増す中で、さらなる構造改革や情勢変化を素早く捉える組織体制の構築が必要不可欠です。引き続き品質改善・安定供給に努めるとともに、社会課題解決に寄与できるような製品作りに邁進し、業界のリーダーとして選ばれる存在であり続けたいと考えています。

※PEFC: 国別あるいは地域別などのさまざまなレベルで設立された森林認証制度を相互に承認し、環境の保全とこれに関わる産業の繁栄を目指す国際統括組織

建材事業
さまざまな建物

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

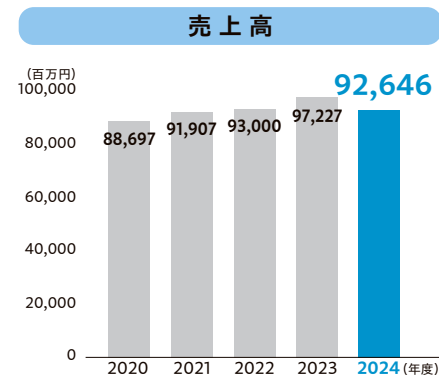
公共・商業施設向け



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
2024年11月28日号



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
2024年11月28日号



生産工場

連結子会社

主要な事業内容

- | | |
|-------------------------------------|----------------------|
| ●井波工場 | 室内ドア・造作部材製造 |
| ●三重工場 | 木質フローリング・一般住宅向け床暖房製造 |
| <hr/> | |
| ●株式会社ダイフィット | 集合住宅向け防音直床、土足用途直床製造 |
| ●株式会社ダイウッド | WPC床材・玄関造作材製造 |
| ●セトウチ化工株式会社 | 木質フローリング・一般住宅向け床暖房製造 |
| ●富山住機株式会社 | 玄関収納・システム収納・造作部材製造 |
| ●大建阿美昵体(上海)商贸有限公司(中国) | 建材・住宅機器販売 |
| ●PT.DAIKEN DHARMA INDONESIA(インドネシア) | 内装ドア製造 |

Voice of Employee



井波工場
製造部 製造3課
1班(ラッピング工程)
班長
鶴見 広和

井波工場ではドアや造作材などの内装建材を製造しており、私は窓枠や巾木といった建築用造作材生産のラッピング工程で班長を務めています。ラッピング工程とは、化粧シートに接着剤を塗布し、成型機を使って基材に貼り付ける工程です。この工程は、気温などの外的要因により品質が変動しやすいため、基材の温度管理や接着剤の塗布量の調整が非常に重要であり、ヒーター設備の制御などを通じて、常に安定した品質の製品を提供できるよう努めています。

現在井波工場ではTPM※活動にも力を入れており、私自身も小ロット生産に対応するための時間短縮や樹脂テープくずの飛散防止対策など、生産性向上・廃棄物削減につながる改善活動に取り組んでいます。これらの取り組みを通じて、工程内の環境改善にも貢献することができました。

近年では若手社員の入社も増えていることから、班長としてこうした活動を通じてコミュニケーションの場を広げ、誰もが意見を出しやすく、やりがいを感じながら働ける職場づくりにも力を入れています。「笑顔で出社し、笑顔で帰宅できる職場」をモットーに、これからも安全・安心で働きやすい環境の整備と、さらなる品質向上に努めていきたいと思っています。

※ TPM：Total Productive Maintenanceの略。製造工場および設備におけるロスゼロをすることを目的とした、設備管理と生産性維持のためのマネジメントシステム



三重工場 製造部
河芸製造課 製造2係
更新性組 組長
森 吉顕

私は三重工場で「更新性フロア[※]」の製造に携わっており、組長としてラインにおける実加工（さねかこう）の加工工程と、その後に緩衝材を貼って梱包する仕組工程の2つの工程の生産管理を担当しています。それぞれの工程に特有の調整や段取りがあるため、品質維持・安定生産のためにはライン全体を正確に稼働させることが必要不可欠です。前職では約10年間プレス金型の設計に携わっていたのですが、その経験で得た知識や視点を活かしながら、現場での課題に柔軟に対応し、品質の向上と生産の効率化を目指して日々工夫を重ねてきました。

現在三重工場では、高意匠床材である『トリニティ オトユカ』の生産に注力しているのですが、本床材は繊細な加工が求められる製品であり、0.01mm単位での調整が必要になることもあります。製造過程において想定通りにならないことも多いですが、治具の工夫といった技術的な改善に加え、ラインのメンバーと試行錯誤を繰り返しながら課題を解決できた時の達成感は、なにもに代えがたいものがあります。

今後は作業標準書などのマニュアルを充実させることで作業者の理解や納得感を高めるとともに、業務の属人化を防ぎ、安定した生産体制を継続できる現場づくりを目指していきたいです。

※更新性フロア：一枚ずつ交換可能な DAIKEN 独自の床材



建材事業

事業の方向性

- 誰もが快適に“こちよく”すごせる空間を実現する機能建材の開発強化
- 環境／快適価値提供の観点から業界をけん引する新たなスタンダードの創出

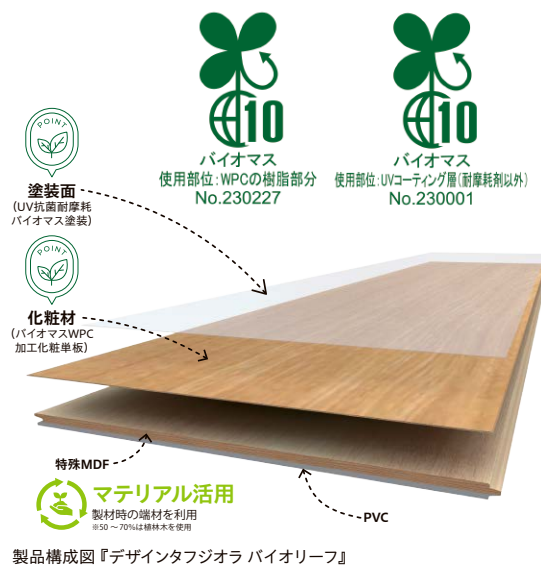
「事業を通じた価値創造」に向けた取り組み

事業を通じた価値創造
持続可能・循環型社会の実現



環境負荷低減と耐久性を両立する床材開発

当社では環境への配慮と製品の高性能化を両立させることを目指し、製品開発に取り組んでいます。2023年に発売された『デザインタフジオラ』は表面を天然木薄単板で仕上げることで高い意匠性を保ちつつ、WPC加工により土足にも対応できる耐久性を実現しています。また、2024年6月には、公共・商業施設向けのWPC床材『デザインタフジオラ』と『コミュニケーションタフ』において、WPC樹脂とUVコーティング層に植物由来の原料を配合することで、石油由来材料の使用量を削減した『バイオリーフ』シリーズを発売し、環境への配慮と高意匠・高耐久の調和を実現しました。本製品の一部はバイオマスマークを取得しており、環境負荷の低減への寄与が認められた床材です。また、木質素材を用いた住宅建材は、廃棄・焼却処分されるまでの間、炭素を貯蔵することができるため、これらの建材を使用することで公共空間・住空間を「第二の森林」として育てることにつながります。『デザインタフジオラ バイオリーフ』においては1㎡あたり約3kgの炭素を貯蔵(CO₂換算)することから、カーボンニュートラルの推進にも貢献しています。



事業を通じた価値創造
公共・商業建築分野の課題解決



心身の健康と充実した生活を実現する快適な空間提案

高齢者施設や病院で使用される内装建材は、入居者や患者の皆さまだけではなく、介護者など施設で働く方々にとっても安全で使いやすいことが重要です。そのため当社では、施設関係者の方々に日々の困りごとなどに関する定期的なヒアリングを実施し、新たな製品開発に反映しています。これらの意見を元に、2024年6月から公共・商業施設向けの片開きドアに、ICカードや顔認証と連携することで利便性とセキュリティを高める電気錠を設置できるようになりました。停電時にも開錠・施錠の自動切り替えを行うことができ、非常時における安全性も担保しています。一般的な住宅よりも安全性・快適性が求められる施設に対しても積極的に製品を展開し、誰もが安全・安心にくらすことのできる快適な空間づくりに貢献していきます。



『OMOIYARI』シリーズ製品の高齢者・医療施設への施工イメージ



『OMOIYARI』ドア 片開き(電気錠オプション追加)を使用した空間イメージ
※通電金具より先の配線やシステム構成は現場対応



電気錠の配線イメージ

事業を通じた価値創造
国内外の住宅市場を支える



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『ビオタスク※』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きます。

※『ビオタスク』：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

Voice of Executive

執行役員
住機製品事業部長
神元 俊憲



住機製品事業部では、ドア・収納・造作材・階段などの生産・供給を行っています。2024年度は新設住宅着工数の減少に加え、平屋住宅が増加したことにより内装建材の需要が落ち込み、生産量が減少しました。加えて、労働人口減少や円安の影響に伴い、資材価格・物流費・人件費などあらゆるコストが上昇し厳しい事業環境となりましたが、新ラミネートラインの稼働をはじめとした合理化を進め、骨太の体質への変革、新製品投入による販売強化に努めてきました。

2025年度は建材の主力シリーズをリニューアルし『ハピア』から『イエリア』に刷新します。意匠やデザイン性の向上だけでなく、製品の軽量化や戸当たりなどの樹脂部品の小型化(従来品に比べプラスチック使用量を20%削減)を実現したことで、建設現場での作業負担軽減に貢献するとともに環境にも配慮した設計となっています。

今後は設備投資や工程改善によりさらなる体質強化を進めるとともに、グリーン電力およびオンサイトPPA※の導入を計画しており、温室効果ガスの削減をはじめとする環境対応とモノづくり力強化の両輪で、広く社会に貢献していきます。

※オンサイトPPA：発電事業者(PPA事業者)が需要家の敷地内に発電設備を設置して、電気を提供する仕組み

執行職
内装材事業部長
森川 大



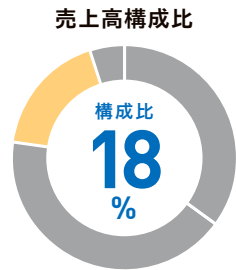
内装材事業部では、建材事業の主軸である床材の生産・供給を行っています。近年は平屋住宅の人気の高まっていることから一戸当たりの床面積が減少傾向にあり、新設住宅着工数の落ち込みと合わせて向かい風の状況が続いています。このような事業環境の中、高い意匠性や環境への配慮にこだわった製品展開によりリフォーム市場、公共・商業建築分野を中心に拡販を行ったことで、改めて当社製品の付加価値を感じていただくことができました。特に、国産材活用の一環として地域産材にWPC加工を施した床材は、森林資源の活用・林業活性化・地域住民のエンゲージメント向上にも寄与し、本床材を採用いただいた庁舎や病院などは100件を超え、高い評価をうけています。公共・商業建築分野では内装木質化の要望が高まることから予想されており、オフィスや商業施設向けの製品開発にも注力していきたい考えです。

同時にさらなる環境負荷低減に向けた取り組みも必要不可欠です。かつて床基材は南洋材合板が主流でしたが、当社はMDFと植林木を組み合わせたエコ基材へとシフトチェンジさせ、床材のスタンダードを作り上げてきました。今後はサステナブル材料の導入や石化製品使用量削減などを加速させ、常に挑戦する姿勢を大切にしながら、新たなスタンダードを作り上げる製品や価値提供を目指していきます。

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



東京都庁(東京)



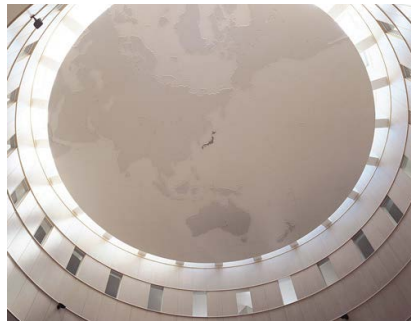
京都駅ビル(京都)



ホテル日航大阪(大阪)



りんくうゲートタワービル(大阪)

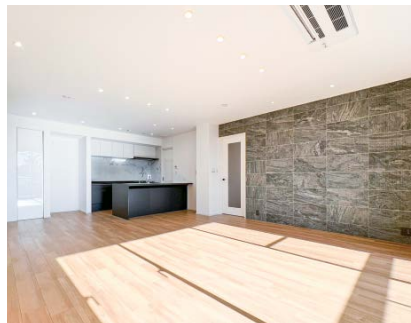


常磐大学(茨城)



仙台国際空港(宮城)

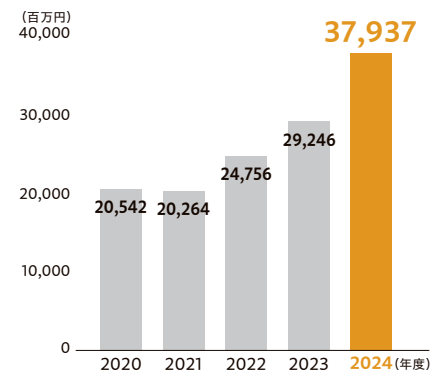
マンションリノベーション



DAIKENの工事力

ビル・マンション・店舗・文教施設などの内装工事			空調・給排水衛生設備	住宅リフォーム及び修繕		中古マンションの買取・リノベ・販売	分譲マンションへのシステム収納設計製造工事
ダイケンエンジニアリング	鉱工業株式会社	三恵株式会社	株式会社清田工業	reformQ	株式会社 スマイルアップ	PAC SYSTEM	KARUTERU STAFF
DAIKEN製品を活用し、多岐にわたる工事を実施。防音・耐火など特殊施工にも対応	軽量鉄骨やボードなど天井・壁工事で高い施工技術力を持つ	高い技術力と施工力であらゆるメーカーの床工事に対応	さまざまな技術と文化を取り入れ、高度な品質と安全性を提供	地域密着ならではのレスポンスの良さ＋短工期・高品質なリフォーム	部分交換から各種リフォームまで豊富な経験、高い技術力とメンテナンス力	マンションの買取・工法開発・販売・アフターサービス・リノベコンシェルジュ業務	基幹システム連携で徹底した業務の合理化・省人化

売上高



連結子会社

- 内装事業
- ダイケンエンジニアリング株式会社
 - 鉱工業株式会社
 - 三恵株式会社
 - 株式会社カルテル
 - 株式会社スタッフ

- 設備事業
- 株式会社清田工業

住宅事業

- 株式会社スマイルアップ
- 株式会社バックシステム
- 株式会社リフォームキュー

Voice of Employee

ダイケン
エンジニアリング(株)
大阪支店 支店長付
福田 恵介



(株)バックシステム
営業部 RE5課 課長
村上 広宗



私は、ダイケンエンジニアリングで工事営業職として、ゼネコンへの訪問や物件の受注活動、工事見積の対応、技術協力や共同製品の開発など多岐にわたる業務に従事しています。また、工事に関する現場管理業務や、各仕入先との購買管理も担当しています。

当社が手がける工事現場は、ひとつとして同じものではなく、施主・事業主・設計者それぞれに強いこだわりがあるため、ゼネコン各社と密に連携し、ご要望に寄り添った提案を行うことを常に意識しています。時には困難な課題に直面することもあります。その都度最善の方法を模索し、解決に向けて取り組んできました。これまで携わってきた大型プロジェクト案件(大阪万博関連施設、国立病院、半導体工場、大型商業施設など)においては、建物ごとに異なるさまざまな要望を形にしていく醍醐味があると感じました。また、当社には技術力の高い職人の方が多数在籍しており、その誠実な仕事ぶりから「現場に寄り添う DAIKEN」として、多くのお客様より感謝と信頼をいただいています。

当社は現状に甘んじることなく工期短縮、省施工につながる工法・製品の開発、提案力強化など、日々新たな挑戦を行っています。孤軍奮闘するのではなく、先輩方の豊富な知識と経験を学び取り、チーム一丸となって成長を続けていきたいと思っています。

私が所属する部署は、当社がリノベーションを手がけた物件を直接お客様にご紹介・販売する部署です。従来はリノベーション会社として、販売業務を外部の不動産会社に委託していましたが、物件の魅力を的確にお伝えできるよう、自社での販売体制を整えることとなりました。不動産を取り扱う販売者としてはもちろんのこと、リノベーションの企画・施工を手がけるメーカーとして、物件の価値や特徴を多角的に伝えることを心がけています。新設された部署ではありますが、日々の業務は非常に充実しており、多くの学びややりがいを感じることができます。なかでも、「この物件を選んで良かった」とお客様からお言葉をいただいたときには、大きな達成感と喜びを感じました。当社は物件の仕入れから設計・施工、販売まで一貫して手がけているため、いただいたお声がダイレクトに私たちの改善や品質向上につながることも、モチベーションになっていると感じます。

今後は当課でも物件の仕入れ業務に携わっていくため、お客様の声にもっとも近い部署として、そのご要望にしっかりと耳を傾け、「本当に求められている住まい」の提供に努めていきたいと考えています。

エンジニアリング事業

事業の方向性

- グループ間のシナジーを活かした競争力の強化、工事領域の拡大
- 「音」を切り口とした付加価値提案の強化と快適ソリューションの確立

「事業を通じた価値創造」に向けた取り組み

事業を通じた価値創造
公共・商業建築分野の課題解決



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など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、施工手間を約25%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 **105** 万戸
(2023年3月末時点)

約 **109** 万戸
(2025年3月末時点)



耐力面材ダイライトMS

事業を通じた価値創造
国内外の住宅市場を支える

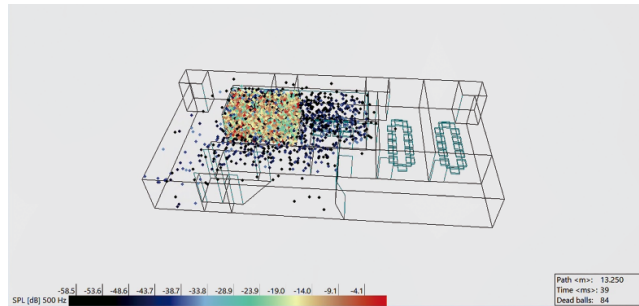


音を通じた空間価値向上

1980年代より音に関する課題解決に取り組み、遮音・吸音性能を活かした製品開発にとどまらず、生活空間における悩みを解決するための防音工事までグループ内で完結できる体制を整えています。近年では、住宅に限らずオフィスや店舗、医療施設など公共・商業建築分野においても、音環境改善のニーズが高まっていることから、施工後の相談や対応が中心であった音環境コンサルティングを、計画中の段階から提供できる体制を構築し、設計・企画から製品開発、調達、工事まで一気通貫で対応しています。プロジェクトマネージャーへ向けた提案も進めており、音の広がりや遮音性能を視覚化できるシミュレーションソフトを活用するなど、提案手法も進化させながら、ここちいい環境の実現を目指しています。



すぐれた防音性能と光の反射を抑える天井材



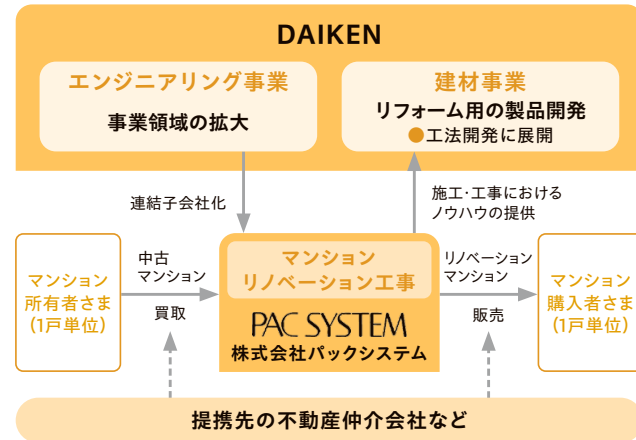
音の広がりを視覚的に確認するシミュレーションシステム

事業を通じた価値創造
国内外の住宅市場を支える

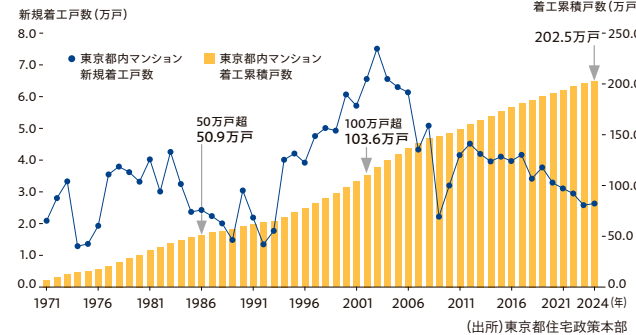


マンションリノベーションと高品質リフォームの2軸による取り組み

マンションリノベーション (中古マンション買取再販)



東京都内分譲マンションストック数推移



Voice of Executive

エンジニアリング事業では、公共・商業施設の内装工事およびリフォーム・リノベーション事業を手掛けています。2024年度は大都市圏の大型商業施設やオフィスビルの竣工が相次ぎ、内装工事の業績は堅調に推移しました。今後も関西圏のIR開発や首都圏のオフィス供給を中心に旺盛な工事需要が見込まれます。一方で資材価格の高騰や職人不足は深刻な問題であり、工期遅延や労務費増加といった収益悪化要因への対応が必要不可欠だと感じています。

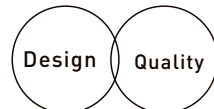
また、リフォーム・リノベーション事業においては、首都圏を中心に新築物件の価格高騰が続いており、利便性が高い立地の中古マンション需要が高まったことで、マンションリノベーション事業の業績も好調に推移しました。省施工・工期短縮・騒音軽減に寄与する製品や工法の開発を進めるとともに、2025年6月にリニューアルしました建材シリーズ『イエリア』の市場投入により、これまで以上に高意匠な製品で上質な空間価値を提供していきます。

高品質リフォーム



オーダーメイドリフォームを強みとし、マンション・戸建て・ビルの改修工事や新築マンションの設計変更など、幅広い住環境のニーズに対応する事業を展開しています。今後は「リフォーム」にとどまらず、「住まいに関わる企業」としてのさらなる進化を目指し、既存事業に加えて増改築工事や新築工事などにも領域を拡大し、より多様なお客様のご要望に応じていきます。

強み



想いの創造

お客様の要望や想いをデザインし、「美しさ・心地よさ・感動」をカタチにします。

高品質なリフォーム

長い経験の蓄積を活かした確かな知識と技術によって地域密着を図り、お客様に高品質なリフォームを提供します。

サービス事例



マンションリフォーム
中古マンションに新たな価値を付与し、新築以上の住み心地を実現



戸建リフォーム
ライフスタイルの変化に対応し、長く暮らせる住まいへ

事業エリア

都内城南エリアを中心に事業を展開。地域に密着した施工体制を構築しています。



※世田谷区・大田区・中央区は一部エリアを除きます

執行役員
エンジニアリング事業
統轄部長
寺岡 直人



次期長期ビジョンでも示しているとおり、エンジニアリング事業は快適ソリューション事業への領域拡大にも積極的に取り組んでいます。音・光・温度・湿度・においといった「ここちよさ」の提供において、企画設計から工事までを一気通貫で行う新たなビジネスモデルの構築が急務であるとともに、グループ傘下の工事会社が有する強みやノウハウを共有することで他社にはないシナジーを生み出せると考えています。DAIKENグループのさらなる飛躍のドライバーとなる事業として、素材・建材事業との連携や事業体制の強化を図っていきます。

次の1
幅広い分野から
匠材料事業(有

10年後の事業領域

新規領域

公共・商業建築分野

国内住宅市場

海外市場

事業領域

原材料事業

素材事業

建材事業

エンジニアリング事業

快適ソリューション事業

拡大

拡大

バリューチェーン

調査・回収

研究・開発

設計・製造

販売・工事

測定・分析

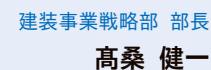
素材再利用スキームの確立

企画設計、シミュレーション、測定パッケージ強化

北米素材事業から建材事業への展開

目指しています。快適ソリューションを事業として確立するためには、提案力・工事力・ガバナンスの強化が必要不可欠であり、伊藤忠グループネットワークを活用した営業連携などを含め、製販一体の取り組みがますます重要になります。

「GP25」最終年度となる2025年度は快適ソリューション事業の基礎を十分に固め、次の10年を創る「シン」事業創出に向けた勢いをつけていきたいと考えています。



他社との共創

社会課題解決に向けて、企業の垣根を超えた共創活動に取り組んでいます。成長の歩みを止めないために、環境変化に負けないスピード感で事業化・開発を進めていきます。

「事業を通じた価値創造」に向けた取り組み

事業を通じた価値創造
持続可能・循環型社会の実現



環境負荷低減と原材料の安定調達

2024年12月、積水ハウス(株)による「循環する家(House to House)」プロジェクトの記者会見が開催され、サプライヤー企業と取り組む資源循環の取り組み事例の一つとして、当社と連携した「インシュレーションボードの水平リサイクル」が紹介されました。この取り組みでは、積水ハウス(株)が持つ廃棄物回収・分別機能と、当社のインシュレーションボード製造における原料化技術を組み合わせることで、これまで実現が困難とされていた使用済み量からインシュレーションボードを回収・再資源化することに成功しました。循環型社会の実現には企業の枠を超えた連携と、循環資源を新たな価値として顧客に届ける発想が必要不可欠です。当社ではこの取り組みを自社製品における資源循環のモデルケースと位置づけ、今後は他の製品への応用・展開も視野に入れていきたいと考えています。



記者会見の様子

事業を通じた価値創造
公共・商業建築分野の課題解決



業界を超えたマテリアルリサイクル

循環型社会の実現に向け、東海旅客鉄道(株)およびジェイアール東海商事(株)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内装建材『グラビオールバー 新幹線再生アルミ芯タイプ』を3社で共同開発しました。この製品の芯材には、アルミ新製時と比較してCO₂排出量を97%削減できる「東海道新幹線再生アルミ」を使用し、環境負荷を大幅に低減。基材には、未利用資源の「シラス(火山灰)」や製鉄副産物「スラグ」を活用した当社のエコ素材『ダイライト』を採用しています。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で地域社会のエンゲージメント向上にも貢献します。これから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きます。



『グラビオールバー 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。

事業を通じた価値創造
国内外の住宅市場を支える



物流の最適化

伊藤忠商事(株)の高度物流人財[※]との協業により、物流の最適化を目指しています。当社の物流データを多角的に分析したシミュレーションにより、物流体制の維持・配送効率の向上を目指すとともに、配送拠点の新設などを通じて、より良い物流ネットワークの再編に取り組んできました。また、従来、物流業者に依存していた倉庫管理システムの自社開発に取り組み、物流運用の柔軟性確保と業務標準化を目指します。2024年から同システムを地域配送センターに導入しました。今後も他社とのシナジーやデジタルツールを最大限に活用した物流システムの構築を目指していきます。

※高度物流人財：全体の視点から物流の効率化と高付加価値化を図るための企画・提案ができる人財



西日本流通センター



他社共創型コンソーシアム「point 0」を通じたマテリアリティ解決に向けた取り組み

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、音環境の改善や内装木質化など、空間価値の向上につながる実証実験を行っています。

共創事例

欄間オープン個室における音環境改善

共創先：TOA株式会社



オンライン会議の需要が高まり、オフィスに個室を設けるケースが増加する中、「完全個室」よりコストメリットのある、出入り口上部に欄間を設けた「欄間オープン個室」における音漏れ・秘密情報漏洩問題が顕在化しています。実験を通して、当社の吸音パネルとTOA(株)の自然音マスキングを組み合わせると、「欄間オープン個室」におけるブース内での会話の内容を隣り合う個室へ伝わりにくくする効果が得られました。



室内干し時における調湿建材による乾燥時間短縮の効果実証

共創先：ライオン株式会社 ※2024年時点での point 0 参画企業



近年の共働き世帯増加や、花粉・PM2.5への対策意識の高まりを考慮し、ライオン(株)の室内干しに関する知見と、当社の調湿建材『クリアトーン12SII』を掛け合わせた、空間価値向上に向けた実証実験を実施しました。当社の調湿建材を使用した空間で洗濯物の乾燥への影響を検証したところ、一般的なクロス仕上げの空間と比べて、乾燥スピードの向上や高湿度の抑制に効果があることが確認されました。これらの成果は、2024年6月に開催された日本繊維製品消費科学会でも報告されています。



インクジェット吸音パネルの共同開発

共創先：セイコーエプソン株式会社



当社の「吸音パネル」とセイコーエプソン(株)の昇華転写プリンターを使った「インクジェット技術」を組み合わせることで、吸音性能とデザイン性を両立させた吸音パネル『OFF TONEマグネットパネルNインクジェット特注対応』を共同開発しました。複数枚の吸音パネルを組み合わせることで1つの大きな画像を表現することもでき、空間を彩ります。



WELL認証 v2プラチナランクの取得に当社のソリューションが貢献



会議室の音環境測定を通して、音響調整部材を挿入



企業にゆかりのある土地の風景を吸音パネルとして表現



栄養士を招いた食育セミナーの実施

2024年10月、「point 0 marunouchi」は国内のコワーキングスペースで初めて「WELL Building Standard™ v2」の最高ランク「プラチナ」を取得しました。本取得には、当社のソリューションが貢献しました。

WELL 認証取得に貢献



DAIKEN R&Dセンターが「WELL Performance Rating」を国内で初取得

point 0のWELL 認証のコンサル事業を活用して取得。R&Dセンターは、当社が訴求する快適空間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。



研究開発

DAIKENグループはR&Dセンターを中心に「リジェネラティブな社会の実現」を目指して、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。

研究開発理念 “「未踏」への先駆け” に基づく方向性

DAIKEN R&D Vision

素材に技術革新を起こして 資源がめぐる社会に

資源の可能性を最大限に引き出し、暮らしと環境に寄り添う素材の技術開発を通じて、持続的に循環する社会を築く

ココロとカラダを科学して ここちよさを日常に

人・モノ・空間を科学的に分析し、暮らしに新たな価値をもたらすモノづくりと空間設計で、一人ひとりに快適な日常を届ける

研究領域

植物由来素材の活用
未利用資源の開拓
自然環境の再生・保全
建築プロセスの再設計

研究領域

快適な室内環境の創出
暮らしの音デザイン
健康を支える環境設計
安全性をかたちにする設計



新たな価値創造を発信する研究施設「R&Dセンター」

研究開発 (R&Dセンター)

- 学生・リクルート
 - インターンシップを通じた仕事体験
 - 将来を担う世代との交流
- 顧客・サプライヤー
 - 製品・品質への理解深化
 - 信頼関係の強化
- 大学・研究機関
 - 共同開発、包括連携
- 社内
 - 連携強化：課題共有・開発テーマの議論
 - 能力開発：研究開発に必要なスキルの習得など
- 企業・メーカー
 - 技術交流によるビジネス領域の拡大
 - 共同開発テーマの創出・技術シーズ・ニーズのマッチング
- 地域社会
 - 地域に愛される企業
 - 自治体との連携

事業開発

研究開発グループ
— 目指す未来 —
リジェネラティブな社会の実現

知財戦略

持続可能な価値創造を目指す 新規事業の推進

次世代事業開発担当では、既存事業の深掘りとし新規領域の探索をテーマに、新規事業開発を進めています。他社との共創、自社の強みの再認識、社内ベンチャー制度など、さまざまな事業開発手法を駆使し、新たな事業を迅速に生み出すことを目指しています。不確実性の高い外部環境でも、経験や勘に左右されないスキームを構築しつつ、既存事業の枠にとらわれない柔軟な活動を行います。開発を推進し、社内外と広く連携することで、「新たな価値」の創造と「新たな事業」の創出に取り組んでいます。



異業種とのアイデア創出

持続的成長を支える、戦略的な共創と価値創出型知財

知的財産部門では、新たな価値を権利化し、事業の利益を守る管理担当と新技術・新事業の実現に向けた新しい価値創造に貢献する戦略担当が一体となり、経営資源である知的財産を防御の手段にとどめず、事業成長をけん引する戦略的資産として活用することに力を入れています。さらに、2025年4月には特許の質と量を増強することに加え、発明者の意欲を高めるため、知財報奨制度を7年ぶりに改定しました。今後は、知財戦略を立案し、経営・開発の方針と連携させることで、当社の事業サイクルを内側から支え、拡大を目指す「価値創出型知財」を実現していきます。

権利者スコア・特許保有件数の推移

■ 特許保有件数 ● 権利者スコア (指数化) ※

年度	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
特許保有件数	291	308	318	339	361	390	401	427	464	470
権利者スコア (指数化) ※	100	112	124	132	149	163	177	191	196	205

ベンチマーク 1st 2nd 3rd

※権利者スコア：保有する特許群全体の価値を評価する指標の一つ。右のグラフでは、経年変化を示すため、ベンチマークの2015年度を100として指数化して表示しています。(株) パテント・リザルト「Biz Cruncher」を用いて作成。

DAIKEN R&D Visionに紐づく取り組み

研究領域 「植物由来素材の活用」

木質由来の接着剤を用いた環境配慮型 MDFの製造技術を確立

当社では創立当時から木材を余すことなく有効活用する素材・建材の技術開発を行っています。2019年からは、「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の製造技術確立に向けた取り組みを進めており、2022年度には「木質由来成分からなる接着剤」を用いたMDFの試作に成功しました。2025年度中に天然資源比率98%のMDFを市場投入することを目標としており、現在は仕様の確立・量産体制の整備に向けた試作を実施しています。さらに、これまで使用されていなかった木質資源の原料化技術に関する技術にも着手しており、当社のMDF事業がこれまで以上に環境負荷低減やカーボンニュートラルに貢献できるよう、取り組みを強化していきます。



木質由来の接着剤



アカシア樹皮

研究領域 「暮らしの音デザイン」

新たな音響技術の開発設計拠点『音環境ラボラトリー（音ラボ）』

当社では、素材の可能性を追求するだけでなく、素材や建材に新たな機能を付加し、快適な空間づくりを目指した研究開発にも取り組んでいます。なかでも、快適性の重要な要素である「音」に着目し、40年以上にわたる建築音響製品の開発・製造・販売の実績を活かして、「音環境ソリューション事業」を展開してきました。シミュレーション技術や測定技術を駆使し、公共・商業建築分野を中心に音環境の課題解決に貢献しています。さらに、音響事業の拡大を見据え、2025年11月には新たな開発拠点『音環境ラボラトリー（音ラボ）』が竣工予定です。JIS規格に準拠した高精度な測定や吸音・遮音性能、床衝撃音などの性能評価が可能な設備を導入し、音響技術の高度化と快適な空間設計の実現を加速させていきます。



『音ラボ』外観イメージ



音 ラ ボ

Voice of Executive

当社は創立以来、環境に配慮した数多くの素材・建材の開発を行い、常に業界をリードする存在として研究開発に力を注いできました。数あるサステナブル素材のなかで、近年最も大きな成果の一つがR&Dセンターにおける基礎研究から誕生した新木質ボード『DIO woodcore※2026年春発売予定』です。本製品はこれまで品質面から代替が困難だったラワン合板の代用品として注目を集めており、現在はカナダに拠点を置くDNAL社で量産に向けた準備が進められています。

当社の研究開発は、単なる素材や建材といった「モノ」の開発にとどまりません。次期長期ビジョンの軸となるウェルビーイングへの貢献やソリューション提案といった「コト」の提供を支えられるよう、研究領域を拡大し、快適な空間づくりに寄与する多様なテーマに取り組んでいます。その一環として2025年11月には『音ラボ』の竣工を予定しており、新たな音環境ビジネスの創出に

向けたプロジェクトを始動します。音環境の改善は生活の質を高める重要な要素であり、東アジアをはじめとする新興国においても音トラブルに対する関心が高まっていることから、防音建材の需要拡大が見込まれています。日々変化する国内外の生活空間改善ニーズに応えるため、音環境をはじめとした「こころよさ」に関する研究開発にも注力し、より快適でサステナブルな暮らしの実現を目指していきます。

執行役員 CTO
竹原 章宏



37 DAIKEN GROUP REPORT 2025

DAIKEN GROUP REPORT 2025 38

公共・商業建築分野

戦略

快適ソリューションを実現する企業として、
公共空間の快適性向上に寄与する

住宅用建材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。

事業×市場の成長戦略



「事業を通じた価値創造」に向けた取り組み

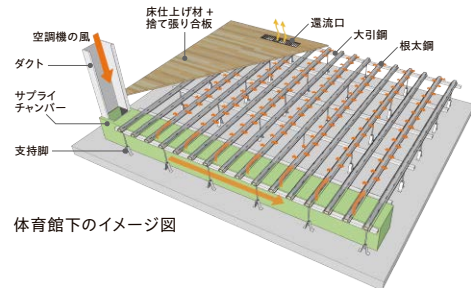
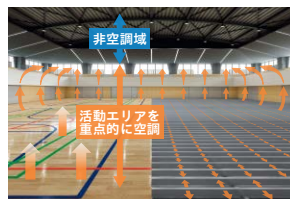
事業を通じた価値創造
公共・商業建築分野の課題解決



非常時でも快適にすごせる施設の整備

床下に風を送り、床を冷やしたり温めたりすることで空間全体をムラなく快適に空調する冷暖房システム『ユカリラ』は、保育園や高齢者施設、マンション、体育館など幅広い施設に導入可能な全空気式床輻射冷暖房システムです。2024年4月には空調設備工事会社の（株）清田工業を子会社にしたことで製品ラインアップの拡充や床工事の受注に留まらず、空調の設計・工事までを含めたトータルでの材工提案が可能となりました。施設内の活動エリアを重点的に空調できる設計は、熱中症対策や災害時の避難所に活用できるため、今後は体育館の空調改善を中心とした採用活動に取り組んでいきます。

ユカリラ



Voice of Employee

当社は首都圏における公共・商業建築分野での提案力強化および受注拡大を目的に、2025年4月にパブリック営業部を新設しました。私は営業1課の課長としてその立ち上げに携わっています。パブリック営業部では、ハウスメーカーの非住宅部門やゼネコン、工事店、設計事務所といった多様な取引先に対し、横断的な営業活動を展開しています。特に建具・家具工事などを材工一体で求められる案件が多く、パートナー工事店との連携や関係構築が喫緊の課題となっています。そうした中、グループ内のリソースを積極的に活用し、スマイルアップ（防音対策）、三恵（床工事）、清田工業（ユカリラ）など、材工一括対応を強化することにより受注獲得につなげてきました。

公共・商業建築分野では案件ごとに関係者が異なるため、課題の特定や良好な関係性を維持することが非常に難しいと感じる場面が多々あります。だからこそ長期的な視点で人と人とのつながりを築き、継続的にお声がけいただけるような信頼関係を構築することが、何よりも重要だと考えています。今後もDAIKENグループの総合力を活かし、事業主・設計事務所・工事店といった新たなパートナーとの関係を広げながら、積極的に市場を切り拓いていきたい所存です。

パブリック営業部
営業1課 課長
高橋 秀幸



開発営業部は公共・商業建築分野への展開に特化し、カタログ製品に加え相対製品や造作家具の企画提案を行っています。私自身もお客様や現場の課題に耳を傾け、問題解決に加えて“プラスα”の価値を提案することや、スピード感を持って対応することを常に意識しています。たとえば、教育施設を運営する企業様から造作家具の相談を受けた際、可動式ロッカーの前で園児が昼寝をしているという実態を知ったことから、低重心構造で安定性が高く災害時のリスクを低減した仕様を提案し、採用につながりました。自身の「子を持つ親としての視点」を活かすことができた好事例です。一方で、納品後に製造工程での不具合が発覚しご迷惑をおかけしたのですが、製造部門と連携し誠実に対応することで信頼回復に努めました。品質管理の重要性を再認識するとともに、日頃からの社内でのコミュニ

ケーションの重要性を痛感した出来事でした。開発営業部は部内で商品開発できることや社外品をアッセンブルできることが最大の強みです。既存の自社製品を販売するだけでなく、お客様のニーズに合わせた幅広い対応が可能であり、非常にやりがいのある仕事だと感じています。今後も部内の連携を強化し、「三方よし」の考え方のもと、新たな市場開拓と価値創出に挑戦していきます。

開発営業部
営業課
萩原 洋和



Voice of Executive

これまで当社は公共・商業建築分野において、高齢者施設、文教施設、医療施設、商業施設を中心に事業展開を進めてきました。2025年度はこれらの既存施設に加え、これまで以上に攻略視野を広げることで潜在的な市場への挑戦を本格化させていきます。その一環として今期新設したパブリック営業部では、首都圏を起点に公共・商業建築物件へのアプローチを開始。将来的に全国規模で当社の製品を普及させることを目的としています。現場の声を反映した製品を通じて「本当に必要なとされる価値」を提供していくことが、当社の使命であると考えています。公共・商業建築分野では、オフィスの音環境改善、職人不足に伴う省施工製品需要、持続可能な社会の実現に貢献

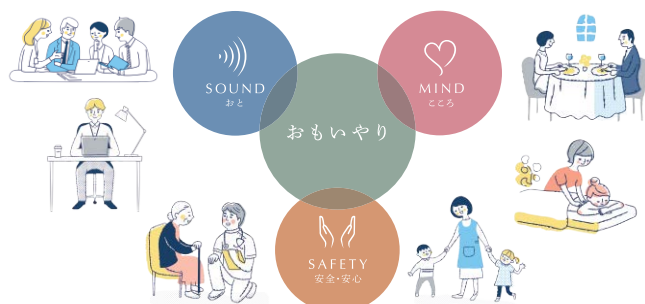
するサステナブル製品開発、地域林業活性化のための県産材活用、空間価値を高める温熱環境対策など、多岐に渡る課題が存在しています。これらを事業拡大の機会と捉え、多角的なアプローチにより当社の強みを発揮しつつ、お客様との共創というシナジーを最大限に活かし、社会課題の解決と質の高い空間づくりに貢献していきます。

執行職
特需営業統轄部長
木下 司



公共・商業建築分野

すべての公共・商業施設へ「おもいやり」を



「おもいやり」は、施設を訪れる人やそこで働く人それぞれの「ここちいい」を大切に、空間づくりのコンセプトです。「おと」「こころ」「安全・安心」へのおもいやりを軸に、音環境への配慮と心身の安全・安心を両立。遮音・吸音性能により快適な会話や集中しやすい空間を実現するとともに、高齢者施設では転倒時の衝撃軽減や清掃性にも配慮し、誰もがいつでも・どこでも快適にすごせる空間の実現に貢献します。

快適な施設づくりに「3つの視点」でアプローチ

「おと」に関するお悩みを、遮音&吸音性能ですっきり解消

オフィスや店舗、医療施設などでの音に関する課題に対し、音環境改善を主軸とした空間価値向上に取り組んでいます。計画中の案件に対しても「音環境のコンサルティング」というコト提案を展開し、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を構築しています。



「こころやすらぐ」空間づくりを木質感とこだわりの意匠で

当社は創立当時から木材と向き合い、強みを熟知しています。木質空間のリラックス効果、湿気を吸収・放出する働きによる調湿作用などの特長を最大限に活かした、快適な空間づくりを提案します。



機能への細やかな配慮で「安全・安心」を効率よく実現

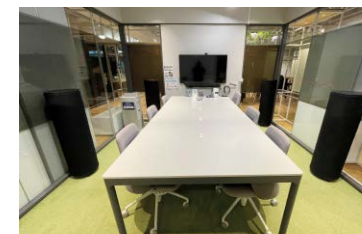
超高齢社会を迎え介護に関する問題が大きくなるなかで、年齢を重ねても安心して暮らせる生活空間が求められています。これまでに培ってきた快適な住空間の発想や技術を活かし、利用者のニーズにきめ細やかに対応できる製品を整えています。



快適な空間づくりへの貢献

『サウンドトロン』の設置により、会議室内の音の響き(残響時間)を改善

当社が参画するコワーキングスペースである「point 0 marunouchi」では、会議室の壁がガラスの内装仕上げ材であるため、明るく開放的である一方、話し声が響いてしまい聞き取りにくいという課題がありました。現状の会議室内の残響時間を測定・シミュレーションで把握するとともに、最適な音環境にするための吸音材『サウンドトロン』の数量を算出・導入し、会議室内の音の残響時間を改善させることができました。



吸音材『サウンドトロン』を設置した会議室

文化・地域性を取り入れたデザインパネルの設置

「point 0 marunouchi」では、優れた吸音性能はそのままに、製品表面にオリジナルデザインがプリントできる『OFF TONE マグネットパネル Nインクジェット特注対応』を採用しています。「point 0 marunouchi」の個性を表現したアートや、point 0 に参画する企業にゆかりのある土地の自然の風景を吸音パネルとし、視覚的な意匠性の向上と音環境の改善を両立しました。



ワークスペースに設置した『OFF TONE マグネットパネル N インクジェット特注対応』

シェアオフィスの内装木質化による効果検証と音環境改善効果の実証

働き方改革の一環として業務効率化や生産性の向上が求められるなかで、働く空間の快適性は非常に重要です。木質空間にはリラックスやストレス軽減などの効果があることが報告されており、オフィスの快適性向上に寄与する可能性を秘めています。当社は東京大学およびセイコーエプソン(株)と共創し、オフィスの個室空間を木質化した際の心理的・身体的な影響を検証しました。その結果、非木質化空間と比べて生産性の向上や心理的な快適性向上に加え、脳血流の改善や疲労感の軽減といった身体的な好影響が示されています。さらに、この効果検証をもとに別途行った取り組みでは、木材を活用した音響調整パネルを用い、木質化による印象向上と音環境改善の効果について検証し、視覚的印象と音環境の印象向上の効果を確認しました。この商品は「JAPAN WOOD DESIGN AWARD 2023」を受賞しました。



木製の音響調整パネルを設置した個室

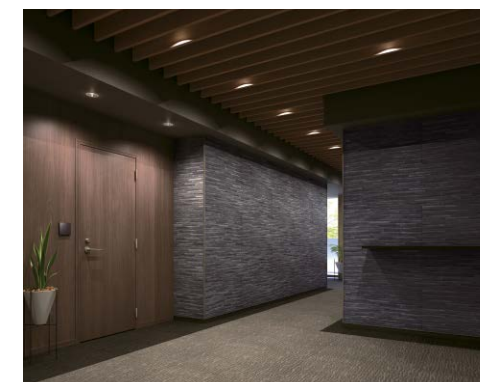


『OMOIYARIシリーズ』へとアップデート

2025.6 公共・商業施設用 室内ドアは、『OMOIYARIシリーズ』へ



「音」や「安全・安心」に配慮した機能・性能に加え、「こころやすらぐ」木質感を兼ね備えた公共・商業施設向け室内ドアシリーズは、施設を利用するすべての人の「ここちよさ」を目指し、2025年6月より『OMOIYARIシリーズ』へアップデートされました。オフィス・商業施設から高齢者・医療施設まで、誰もが快適にすごせる空間づくりをサポートします。



『OMOIYARIドア』片開きドアインセットタイプ
AXデザイン(ダークブラウン柄)(オプション:電気錠対応)

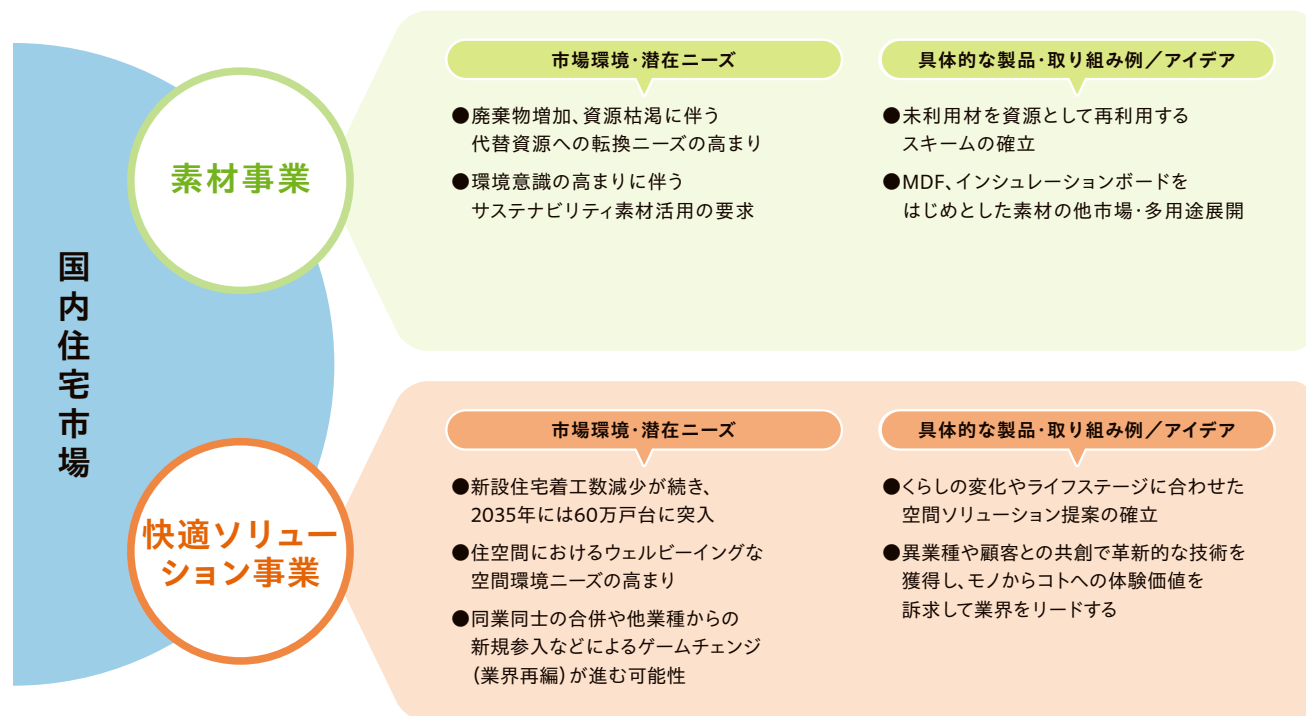
国内住宅市場

戦略

室内空間のトータル提案で、 建材業界のトップランナーとしての存在感を示す

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、価値のある空間づくりを提案しています。

事業×市場の成長戦略



「事業を通じた価値創造」に向けた取り組み

事業を通じた価値創造
国内外の住宅市場を支える



防音建材を活用したより良い住空間の提供

当社は1980年代より40年以上にわたり、快適な音環境の実現に向けた製品開発および空間提案に取り組んできました。こうした技術とノウハウを活かし、三井不動産レジデンシャル(株)が展開する全戸防音仕様の賃貸マンションに対し、防音建材の提供および設計協力を行っています。昨今、楽器の演奏が可能な賃貸物件は増加傾向にありますが、防音性能が不十分であったり、夜間の演奏が制限されるケースが多く、時間帯を問わず安心して音を出せる住環境へのニーズが高まっています。当社では建物の主体構造から各居室を弾力性のある素材で支持する「浮き構造工法」をはじめ、遮音性に優れた壁・天井・扉などの製品提案が可能であったことから、上記防音マンションへの採用が決定しました。

本物件は、防音性能に対して高い評価を受けており、音楽関係の専門家から音楽大学の学生、趣味で楽器を演奏される方まで、幅広いお客様にご満足いただいています。今後も多様なご要望に応える音空間づくりを通じ、より豊かな住環境の提供に努めていきます。



室内の様子

Voice of Employee

私は住宅営業部で首都圏エリアのシェア拡大や新規アイテムのスペックインなど、幅広い営業活動に取り組んできました。現在は、新しいビルダー様へのアプローチに加え、公共・商業建築分野の開拓にも注力しています。私が担当している広域ビルダー様は事業エリアが全国にまたがるため、自身の提案が思いもよらぬ地域で採用されることがあります。そのため、提案時には製品の流通過程や地域ごとのルール・商習慣を想定し、事前に障害となりうる点を予測するなど細心の注意を払っています。十分な情報収集ができない場合でも、「仕事に縛られず、これまでの経験全てを活用する」というマインドを大切にし、想像力を働かせて柔軟に課題解決に取り組むことを心がけてきました。また、社内外の連携や周囲を巻き込んで仕事を進めていく

ことも非常に重要だと感じています。私の業務は、自らの提案が人々のくらしに直接影響する非常に意義のある仕事であり、自分の提案次第で、世の中をより良くしていけると実感できる点に、大きなやりがいを感じています。今後も、より多くの方に『ずっとここいいね』を届けられるよう、日々精進していききたいと思います。



住宅営業部
埼玉営業課
曲谷 拓和

私が所属する首都圏住設支店リノベーション営業所は、中古マンションの買取再販・リノベーション市場に特化した部署であり、不動産会社様や協力工事店様に向けて提案活動を行っています。流行のデザインや意匠への感性が高いお客様が多いため、セミナー参加やSNSを活用した情報収集は欠かせません。提案先と対等に会話ができることが信頼獲得につながり、採用のチャンスも広がります。一方で、マンションごとに異なる管理規約による配送対応の難しさもこの市場ならではの課題です。メーカー単独での対応には限界があるため、集合住宅への納品に強みを持つ流通業者様との連携に力を入れてきました。営業活動を通じて得られる現場の声や、リノベーション市場特有のニーズを社内にフィードバックすることで、新たな製品開発やカタログの企

画などに自身の経験を反映しやすいこともやりがいの一つと言えます。今後、新築戸建はますます減少し、物価・金利の上昇といった住宅購入マインドの低下につながる環境変化も確実に進行していくことでしょう。その中で高い利便性と値ごろ感のある中古マンション市場は堅調に推移すると見込まれます。激化する競争のなかでも製販一体となり、お客様のニーズに合った製品開発に貢献していきたいと考えています。



首都圏住設支店
リノベーション営業所
加藤 俊介

Voice of Executive

国内の新築住宅市場は人口減少に伴い縮小の一途をたどっており、大幅な着工数の増加が見込めない中でハウスメーカー各社は「量」から「質」への転換を進めています。そのため、これまで以上に付加価値の高い製品が求められることは言うまでもありません。部屋干しによる湿気、ペットの匂い、生活音問題など、現代の住宅ニーズに対応した製品をラインアップするだけでなく、高意匠床材やドアなどのコーディネートを含め、室内空間をトータルで提案できることが当社の強みです。また、近年増加している大規模な木造集合住宅に対しては、当社の得意分野である住戸間の遮音や上下階の衝撃音対策に特化した防音建材を提供しています。これらの製品は2025年11月に竣工予定の『音ラボ』を活用し、お客様のニーズに基づいた製品改良を進めるとともに、エンジニアリング部門が持つ施工力を活かした工事提案と組み合わせた材工一貫体制構築の足掛かりとしたい考えです。

一方、リフォーム・リノベーション市場では、既存の躯体構造を壊さずに施工可能な製品のニーズが高まっています。当社は、天井材・壁材・床材・収納・畳など、複数部位にわたる豊富な製品を取り揃えており、他社にはない施工性の高さも魅力であると自負しています。世の中のインフレがかつてない勢いで進む中、今後は価格競争ではなく、空間価値を高める機能や営業の提案力といった「コト売り」に注力することで、国内住宅市場での販売拡大を目指していきます。



常務執行役員
国内営業本部長
上田 浩二



国内住宅市場



ここちいい暮らしを、ともに。



イエリア

ハピアから『イエリア』へ

住宅向け内装建材シリーズを刷新し、2025年6月に新シリーズ『イエリア』を発売しました。豊富な色・柄・素材でトータルコーディネートを実現するとともに、長くここちよく住まうための機能性建材をラインアップ。

「ずっと使う、ともにくらす」をテーマに、長く使い続けられる高品質な製品の提供を通じて、ユーザーのくらしに寄り添う姿を目指します。

『イエリア』が描く空間スタイル

ieria Standard

十人十色の嗜好や暮らしにフィットする、多彩なトーンとテイストからなる8スタイルをご提案



ieria Select

より自分らしさやこだわりを大切にする方に3つの空間スタイルをご提案

Precious time な空間



樹の温かみあふれる
やすらぎの空間

Material plus な空間



エッジのきいた素材を使った
大人の上質空間

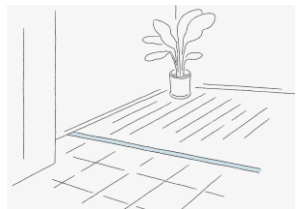
Mindful life な空間



新しさと懐かしさを兼ね備える
こだわり空間

『イエリア』の主な製品と特長・機能

床材の張り分けに使用でき、見た目をすっきりさせる造作材



リモデル造作材 床見切(金属調化粧シート仕様)

石目柄と相性がよく、床の張り分けにもアクセントとなる幅8mmの金属調見切で、厚さ6～12mmの床材に対応可能。安全性に配慮した樹脂製見切で、簡単にカットでき、かつ曲線を描くような曲げながらの施工もできます。



現場搬入時や取付時の負担を軽減する軽量化したドア枠



イエリア リビングドア

従来品に比べて約25%軽量化したことで取り回しがよくなり、現場搬入時や取付時の負担が軽減できます。

※対応機種
片開きドア・トイレドア・親子ドア・二方枠ドア・引戸・吊戸・ベットドア・ねこゲート・巾広引戸・巾広吊戸・間仕切り戸(折戸タイプを除く)・戸襖



ドア開閉時の耳障りな音を小さくするように配慮した消音ラッチ・戸先側の戸当り



イエリア リビングドア 開き戸

開閉時に鳴りがちな「カチャッ」という音を抑えるように配慮した消音ラッチと、戸先側の枠に付いた特殊な気密パッキン付きの戸当り仕様です。



工事力を伴った材工販売体制の構築

2023年10月、当社はシステム収納の材工販売会社である(株)カルテルの全株式を取得し、連結子会社としました。首都圏のマン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。製造子会社である(株)スタッフも、25年度末の生産能力増強に向けて着実に準備を進めています。現在は首都圏が主戦場となっている中、今後はエリア拡大など当社のネットワークを活用し、シナジー創出による両社のさらなる飛躍を目指していきます。

会社概要

(株)カルテル	(株)スタッフ
(株)カルテルの100%子会社	(株)カルテルの100%子会社
本社所在地	埼玉県狭山市
本社所在地	栃木県那須塩原市
事業内容	システム収納家具の営業・設計・販売・施工
事業内容	システム収納家具の製造



施工事例

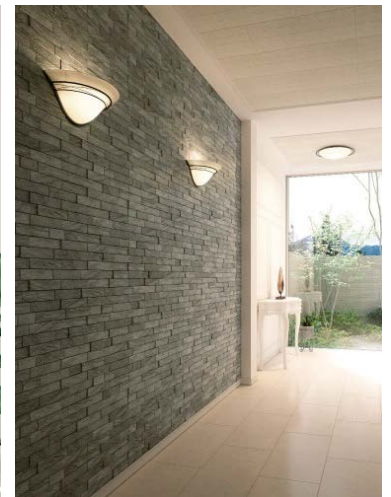


変化するくらしに応えるリフォーム・リノベーション

ライフステージの変化に応じて、収納や在宅ワーク環境など、日々のくらしに求められる機能は変化していきます。入居者様のご要望に応えるため、当社はお客様の成長に合わせた収納計画や学習スペースの確保、寝室や書斎を活用した快適なワークスペースなど、今ある住まいを長く大切に使い続けていただくためのご提案を続けてきました。また、豊富なカラーバリエーションや機能性建材のラインアップにより、住まい全体を統一感のあるデザインでトータルにコーディネートすることが可能になり、ワンランク上の質感にこだわった床材や、高級感を演出する壁材を取り入れることで、機能性だけでなく意匠性にも優れた空間を創出します。



施工事例

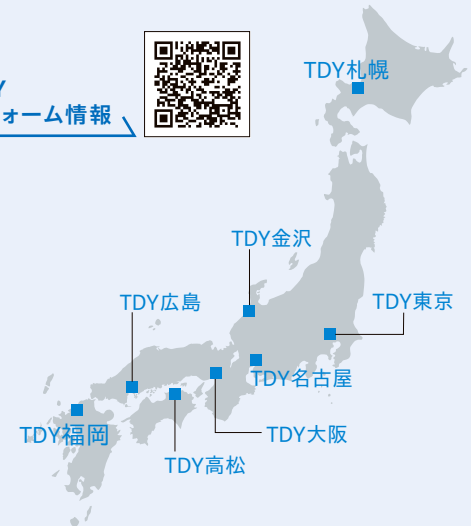


TOTO(株)、YKK AP(株)との3社連携によるリフォーム提案強化

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実施。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



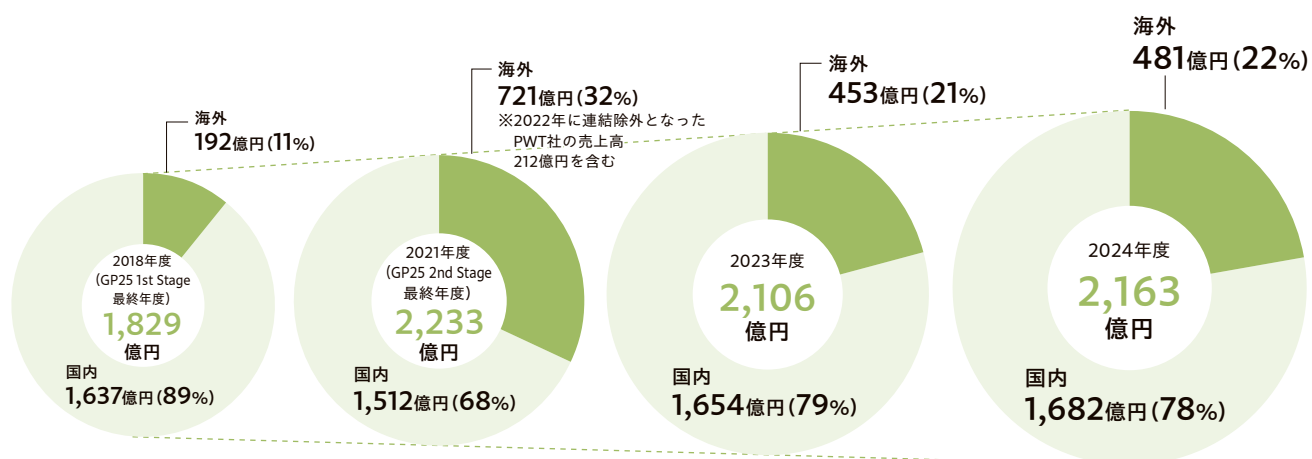
戦略 サステナブル素材を強みとしたグローバル展開の加速

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、低圧メラミン化粧板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。また、素材を活用して海外での建材事業も拡大していきます。

事業×市場の成長戦略



国内・海外売上比率推移



Voice of Employee

海外事業戦略部は海外拠点の管理を主な業務としており、私は品質管理、新製品開発、各種認証や安全関連といった定性的な分野を担当しています。また、本社部門と海外拠点をつなぐ“懸け橋”としての役割も担っており、駐在員やナショナルスタッフへ業務を依頼する際には、「わかりやすさ」を常に意識しています。特にメールやWeb会議といった非対面のやりとりでは、相手にこちらの真意が正しく伝わらないこともあるため、丁寧な説明と日々のこまめなコミュニケーションが肝要です。海外事業に関わるメンバー全員が同じ方向を見据え、一体となって業務を進められるような信頼関係の構築を大切にしてきました。また、当部は2025年4月の改称に伴い人員の拡充を行いました。これまでのサポート中心の業務から、定量的な管理や

内部統制の強化へと役割が広がっており、今後はより戦略的な機能を担っていきたいと考えています。そのためには国内での管理業務だけではなく、海外拠点でも自律的に活躍できる人財の育成が不可欠です。今期からスタートする「海外経営人財育成プログラム」を通じて、より多くの社員に海外市場や拠点への理解を深めてもらい、海外事業のさらなる発展に貢献していきたいと思っています。

海外事業戦略部
リーダー
坂本 一輝



私は海外営業部シンガポール支店で、MDFを中心とした木質素材の営業を担当しています。フィリピンやインドネシアといった東南アジアの非日系顧客への対応をはじめ、近年は欧州および北米市場の新規開拓にも注力しています。海外での営業活動は、日本国内とは異なる文化や価値観、商習慣に対応する力が求められ、コミュニケーションを取るのにも苦労が多いと感じます。日本人的な感覚で海外の方々と仕事をするとうまくいかないことも多いため、相手の立場や文化を理解したうえで仕事の進め方や物事の伝え方を工夫するようにしています。これまでシンガポール支店ではアジア・オセアニア圏を中心に事業を展開していましたが、海外事業の多角化に伴い、木質素材の需要が高い欧州・北米市場にも積極的に営業

活動を行っております。時差の関係で、連絡や打ち合わせの時間調整に苦労する場面もありますが、自分の提案が新たな販路につながり、海外市場の売上拡大に貢献できることに大きなやりがいを感じています。今後も市場の動向を的確に捉え、各地域に適した製品提案を行いながら、当社のグローバル展開をさらに推進していきたいと考えています。

海外営業部
シンガポール支店
畠山 大輝



Voice of Executive

海外事業本部では現長期ビジョン「GP25」で掲げる海外市場拡大のため、世界最大の木造住宅市場である北米を中心に積極的な投資を行い、事業規模の拡大を図ってきました。北米市場が順調に成長する一方で、長らく海外事業の中核を担ってきたMDF事業は、世界的な需要低迷、急激な変動費高騰、為替変動などの外部環境の影響によって低下した収益力の改善が喫緊の課題です。データ分析を活用した販売戦略・体制の再構築、横断型コスト最適化プロジェクト、AI検査システムの導入や環境対応製品開発など、新技術も積極的に取り入れ、事業構造を抜本的に見直す改革を製造・販売一体となって進めています。また、2024年7月にグループ化した DAIKEN North America Ltd. (DNAL社) では、当社R&Dセンターが独自に開発した新木質ボード『DIO woodcore』の生産体制を整えており、

2026年春ごろの販売開始を目標としています。南洋材合板と同等の性能を担保しつつ、サステナブルな木材資源を活用した『DIO woodcore』は、合板代替の新素材として北米市場拡大を牽引する製品となるでしょう。これらの重点課題を確実に実行するとともに、次世代の海外活躍人財を育成する「人的資本経営推進プロジェクト」など、海外事業の基盤強化を進め、次期長期ビジョン「TryAngle 2035」の好スタートにつなげていきたいと考えています。

執行役員
海外事業本部長
伊藤 圭





海外市場

MDFによる展開

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。

製品の特長

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）やフロー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.

設立：1994年5月
所在地：マレーシア
サラワク州ピンツル
年間生産能力：120,000m³



DAIKEN NEW ZEALAND LIMITED

設立：1976年
→ 2009年2月にグループ化
所在地：ニュージーランド
カンタベリー地区ランギオラ市
年間生産能力：110,000m³



DAIKEN MIRI SDN.BHD.

設立：1996年9月
→ 2005年2月にグループ化
所在地：マレーシア
サラワク州ミリ
年間生産能力：120,000m³



DAIKEN SOUTHLAND LIMITED

設立：1993年11月
→ 2018年4月にグループ化
所在地：ニュージーランド
サウスランド地区ゴア市
年間生産能力：200,000m³



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。今後も、植林木の管理育成と共に、自社植林地の拡大を進めていきます。



苗畑の様子

建材の展開

PT.DAIKEN DHARMA INDONESIA

設立：2015年
所在地：インドネシア共和国
ジャワ島東ジャワ州スラバヤ市
事業内容：住宅機器製造



北米における木質素材の展開

当社は2019年、カナダの単板工場CIPA社と米国のLVL（単板積層材）工場PWT社をグループ化し、北米の木造住宅市場への本格参入を開始しました。2022年にはPWT社がLouisiana Pacific社から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、事業規模を拡大。2024年7月には、カナダ・オンタリオ州で低圧メラミン化粧板を製造するPanolam Industries Ltd.（現 DNAL社）の株式51%を取得し、子会社化しました。これらの取り組みにより、当社は北米における木質素材の供給体制と製品ラインアップを強化しています。2024年の米国住宅着工件数は136万4000戸※で、日本の約1.7倍と大きな市場規模を維持しており、今後も移民政策による人口増加や住宅供給不足、ミレニアル世代の需要拡大などを背景に、底堅い住宅需要が続くと予測されます。当社はこうした市場環境を追い風に、北米での木質素材事業の持続的成長と収益拡大を目指します。

※2025年1月17日にアメリカ商務省が発表



生産拠点

DAIKEN North America Ltd.

設立：2024年
所在地：カナダ オンタリオ州
ハンツビル
事業内容：低圧メラミン化粧板の製造、販売



CIPA Lumber Co. Ltd.

設立：1968年
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



Pacific Woodtech Corporation

設立：1998年
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Wood
I-Joistの製造



新木質ボード事業化に向けた取り組み

少子化などによる国内住宅市場の縮小が見込まれるなか、DAIKENグループは、世界最大の木造住宅市場である北米を重点戦略地域と位置づけ、海外での木質素材事業の拡大を推進しています。DNAL社の子会社化は、MDFやLVLに続く製品ラインアップの拡充を目的としたものであり、現在開発に着手している自社開発の新たな木質ボードである『DIO woodcore』は、持続可能な地域材を活用する「地産地消型」の製品開発にも貢献する見通しです。DNAL社では、既存の低圧メラミン化粧板の製造に加え、高性能かつサステナブルな木質ボード『DIO woodcore』の開発・製造拠点としての活用を計画しており、2026年4月の生産開始を目指しています。既にプロトタイプの開発は完了しており、現在は製品化に向けた準備が着実に進んでいる状況です。『DIO woodcore』は、合板に代わる高強度・高剛性・高平滑性を備えた木質ボードで、カナダ産材を原料とした地域循環型の環境配慮製品です。2024年4月には、米国で開催された展示会「NWFA Expo」にて床材用途として初めて出展し、市場から高い評価を得ました。今後は、床材基材をはじめとする多様な用途での展開を視野に入れ、量産および市場投入に向けた体制整備を進めていきます。



「NWFA Expo」出展の様子



『DIO woodcore』を床基材に用いたイメージ



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。



分野	テーマ	目標（2025 年度）		2024年度実績
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)	23.3% 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)	27.5%削減 (2021 年度比) 35.3% 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	国内：54% 海外：43%
	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	657.9 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)	3.5%増加 (2021 年度比)
	化学物質の適正管理・削減	PRTR法対象物質 (2021年度時点) 排出量・移動量	70% 削減 (2021 年度比)	17.4%増加 (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)	8.1%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削減量	4% 削減 (2021 年度比)	12.3%削減 (2021 年度比)
S 社会	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	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・製品監査の実施カパー率 製品安全・品質向上教育の実施率	0 件 100% 100%	0 件 100% 100%
	CSR 調達の推進	CSR 調査の実施率	100%	82.7%
	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	0 件 年 26 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か年平均) 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	+40.7pt (2021 年度比) 47.5% 21.5% 67.0% 2.8% 年 66.7% 91.7% 101.6% 5.0pt 差
	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%	75.2% 16.5 点 27.7%
	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%削減 (2021 年度比) 70% 60pt	1.4%削減 (2021 年度比) 72.0% 57.3pt

分野	テーマ	目標（2025 年度）		2024年度実績
S 社会	人財育成の強化	3年以内離職率 若手社員キャリア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%	25.6% 96.0% 54.8% 83.6%
	労働安全衛生の強化	重大災害 工場相互安全診断の実施率	0 件 100%	0 件 国内：100% 海外：80%
	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%	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)	各拠点年 1 回	20 拠点中 19 拠点で開催
G ガバナンス	ガバナンス強化	グループ企業理念浸透度 ^{※4}	60 点以上	60 点
	ステークホルダーとの対話充実	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	90% 年 1 回	87.5% 年 1 回
	コンプライアンス徹底 ^{※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)	0 件 +1.65pt (2021 年度比)

※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

サステナビリティ

■ 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、従業員を含むさまざま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

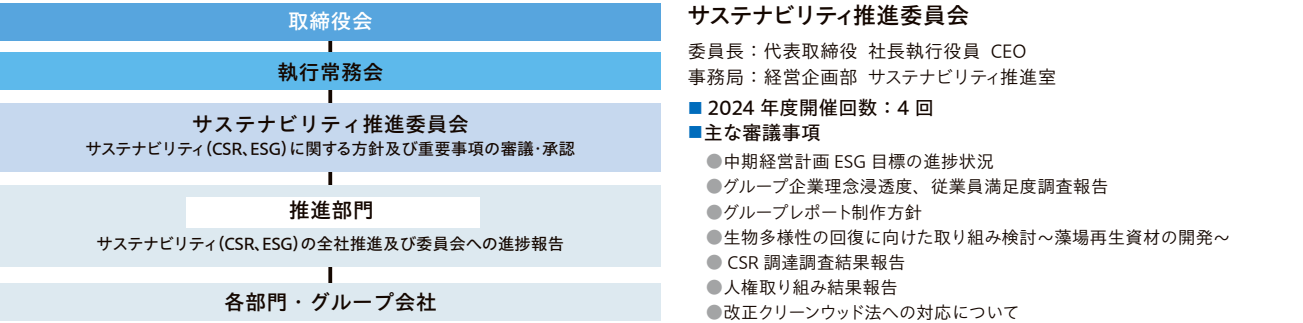
持続可能な社会・地球環境への貢献と、事業活動の持続可能性の両立へ向け、あらゆる活動を絶えず見直し、変革を推進します。
- ② 企業としての持続可能性を追求します

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。

■ 推進体制

2022年度より、代表取締役 社長執行役員 CEOを委員長とする「サステナビリティ推進委員会」を設置しています。全社でサステナビリティを推進する体制を設けることで、持続的な企業価値向上を目指していきます。





環境戦略

DAIKEN 地球環境ビジョン 2050 実現に向けた取り組み

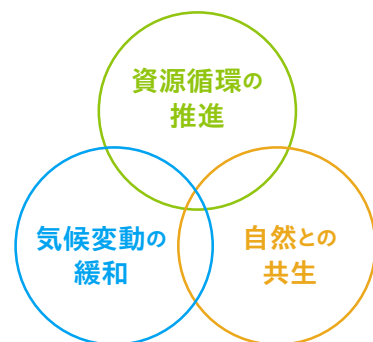
DAIKENグループにおける環境課題への長期的な取り組み姿勢と方針、目標を定めた「DAIKEN地球環境ビジョン2050」を2021年10月に策定し、2025年4月に改定しました。本ビジョンの実現に向けて「資源循環の推進」「気候変動の緩和」「自然との共生」の3つの視点で持続可能な社会の実現に貢献することを目指し、環境課題をはじめとする社会課題解決に取り組んでいきます。

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

DAIKEN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



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など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。

長期目標

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削減
- 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
- 資源回収と再利用の促進 など

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
- 製品のライフサイクルでのCO₂排出量抑制に貢献する製品設計の強化
- 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 など

3 自然環境への負荷低減(森林破壊ゼロ)

- 持続可能な木材調達の推進
- 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
- 生態系の保全や回復に向けた取り組みの推進 など

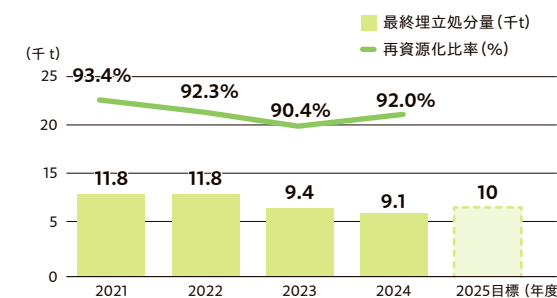


資源循環の推進 — 廃棄物の削減、資源の再利用 —

廃棄物の最終埋立処分量の削減

最終埋立処分量 23.3%削減 ※ 2021年度比

DAIKEN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など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、廃棄物の再資源化を推進しています。2024年度は土壌改良材としての活用によりマテリアルリサイクルが進み、2023年度に比べて最終埋立処分量が減少し、再資源化比率も改善しました。引き続き再資源化を推進していきます。



木材の資源循環

DAIKENグループでは、建築解体木材や製材廃材などの木質資源を活用し、木質繊維板の製造やそれらを使用した内装建材などを製造しています。木材はCO₂を吸収して成長する再生可能な資源であることから、適切に管理された木材や間伐材などの利用、さらに余すことのない木材活用を推進することで資源循環を行い持続可能な社会に貢献していきます。



サーキュラーエコノミーの実現へ

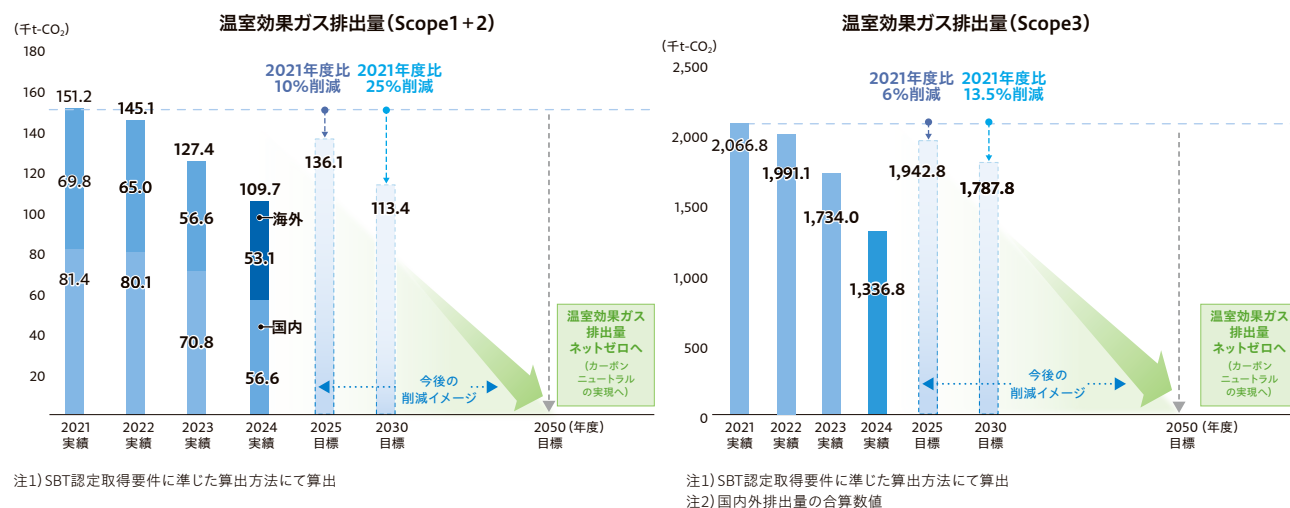
木質資源の有効利用として、マテリアルリサイクル、サーマルリサイクルなどの資源の再利用を推進しています。また、現状廃棄されているものも資源としてとらえ、リサイクルなど効果的な利用を行うことでサーキュラーエコノミーの実現を目指していきます。





気候変動の緩和 — カーボンニュートラルの実現 —

温室効果ガス排出削減の取り組み **Scope1+2 27.5%削減** **Scope3 35.3%削減** ※ 2021 年度比



DAIKENグループでは、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。2030年度目標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による排出量削減に努めていきます。



木質素材事業 (IB、MDF) の炭素貯蔵量 **657.9 千t-CO₂**

木材は成長過程でCO₂を吸収したあと炭素として固定し、その後マテリアルとして利用し続けることで炭素を貯蔵し続けます。当社の木質素材事業での2024年度の炭素貯蔵量の実績は、657.9千t-CO₂でした。一方、当社のScope1+2+3は約1,447千t-CO₂でした。今後は貯蔵量を増やししながら温室効果ガスの削減活動を進め、炭素貯蔵量が自社の温室効果ガス排出量を上回る姿を目指して、カーボンニュートラル社会に貢献していきます。

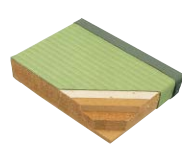
製品単位の炭素貯蔵量を開示

木質素材を使用する主要製品の一部において、製品ごとに含まれる炭素貯蔵量 (CO₂換算) を、開示しました。



イエリアフロアスタンダード

炭素貯蔵量 約**12** kg-CO₂
※1m²あたり



ダイケン畳 健やかくん (健やか畳床 2000ECO)

炭素貯蔵量 約**30** kg-CO₂
※1畳あたり



イエリア片開きドア 00デザイン

炭素貯蔵量 約**35** kg-CO₂
※扉・枠1setあたり (サイズ:755幅・2033高)

住宅一棟に使用される
DAIKEN 製品の炭素貯蔵量



床材製品の一部で SuMPO EPDを取得

床材の主力8製品にて、環境製品宣言ラベルであるSuMPO EPDを取得しました。第三者検証を実施し、定量的な環境情報を開示しました。



※EPD: Environmental Product Declarationの略。ISOに準拠し、製品の環境情報を透明性高く算定・開示する枠組みのこと。(SuMPOは日本におけるEPDの運営組織)



EPDを取得した床材
『コミュニケーションタフII DW』

SuMPO環境ラベルプログラム
『SuMPO EPD』取得製品一覧



自然との共生 — 生物多様性の保全 —

持続可能な木材調達に向けて

ダイケンサラワク社の植林地でPEFC-FM 認証を取得

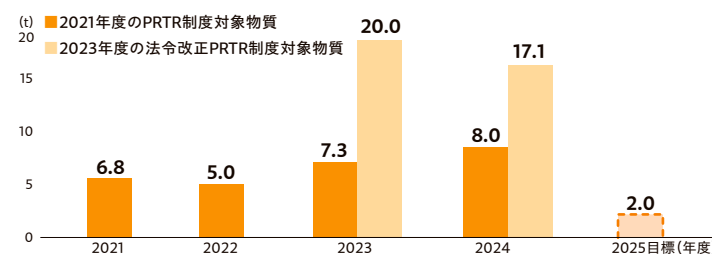
木質原料の安定調達の実現に向け、2002年からマレーシアのサラワク州でアカシアの植林を行っています。2025年の3月には連結子会社であるDSK社が所有する林地 (広葉樹林) において、PEFC-FM 認証を取得しました。本認証は持続可能な森林の基準・指標に従って森林経営が行われていることを評価・認証する森林認証の一つです。DSK社では、優れた耐水性を特長とする広葉樹系MDFを製造しており、DAIKENグループとして国内で初めて認証された広葉樹を原材料とする認証材MDFを供給できるようになりました。日本国内における「MDFおよび木質系床材」のリーディングカンパニーである当社が、他社に先駆けて広葉樹系認証材MDFの生産体制を確立することで、今後の床材業界における認証材使用の機運を高めるとともに、持続可能な社会の実現にも、より一層貢献していきます。



化学物質の排出量削減

PRTR 制度対象物質 **17.4%増加** ※ 2021 年度比

PRTR制度対象物質排出・移動量の推移



DAIKENグループでは、PRTR制度の対象となる物質について、排出量・移動量の把握と削減に努めています。2023年度より新たに子会社が加わったことで増加傾向にありましたが、代替品の検討は完了しており2025年度には減少の見込みです。今後も他の対象物質の削減に継続的に取り組み、グループ全体での環境負荷低減を推進していきます。

水性接着剤への代替を通じて、環境負荷低減へ

木質系複合フローリングの生産工場にて、「水性接着剤」の塗布設備を増設しました。従来「ポリウレタン系接着剤」を使用していた製品について、可能な限り水性接着剤に切り替えて環境に配慮した製品の生産に努めていきます。



Pickup

小学校で環境に関する出張授業を実施

環境への意識・興味を育むことを目的として、都内の小学校にて森林保護や木材活用に関する授業を実施しました。生き物の棲み家である森林や木をテーマに、「森の手入れとして木を切り、切った木を使うことが森を守ることにつながる」という木材活用の意義の説明や、木材チップを画用紙に貼りつけ生き物の家を作ってもらうワークを開催し、児童たちが自然や生き物に関心を向けるきっかけづくりを行いました。

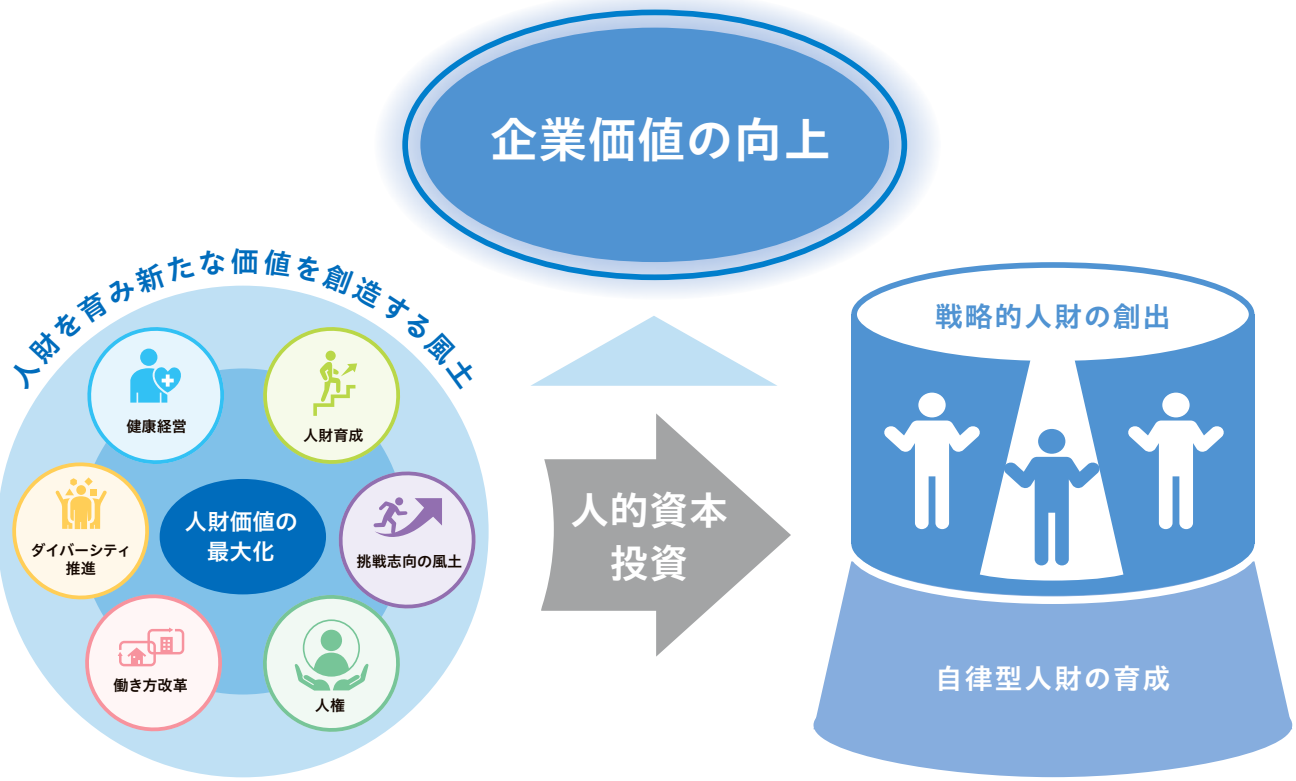




人財戦略

DAIKENグループでは、成長戦略を加速させ持続的に企業価値を向上させるために「自律型人財の育成」が不可欠と考え、そのために組織基盤の強化・風土醸成に取り組むとともに、経営戦略実現のため強化すべき人財像を明確にし、戦略的に育成しています。従業員一人ひとりの力を最大化するために、成長の機会を提供しながら働きやすい基盤を構築し、企業価値向上につなげていきます。

DAIKENグループの人的資本経営



Voice of Executive

当社は現長期ビジョン「GP25」で掲げる ESG 目標達成のため、ダイバーシティ推進や人財育成の強化に注力し、多様な人財が活躍できる環境づくりを推進しています。女性正社員の採用比率や男性の育児休暇取得率などに具体的な数値目標を設定し、毎年の実績を公表することで、着実な進捗を図っています。また、労働基準法をはじめとした各種法令への対応や社内制度の充実によって、育児・介護・治療などさまざまなライフイベントを迎える従業員が、ワークライフバランスを保ちながら長く安心して働きつづけられる職場環境を整えてきました。2024年度は会社が求める「戦略的人財」として8つの人財像を明確化しました。これらの人財像を通じて、従業員自身が「自分はどのような人財になりたいか」「どんなキャリアを築きたいか」を考える機会を与えるとともに、目標に応じた研修や自己学習の機会を提供。グループ全体

で従業員のスキルアップやキャリア形成をサポートしています。また、次期長期ビジョン「TryAngle 2035」では、「多様な人財が自らキャリアを育み、熱意を持って働き、成長を実感できる組織づくり」をありたい姿の達成に向けた鍵の1つに掲げています。当社の人事部門では、これからも会社の成長戦略を支え、遂行する人財づくりと、製造・販売・開発・管理などあらゆる分野で活躍する従業員が『ずっと ここちいいね』と感じながら働ける環境・制度の整備を推進していきます。

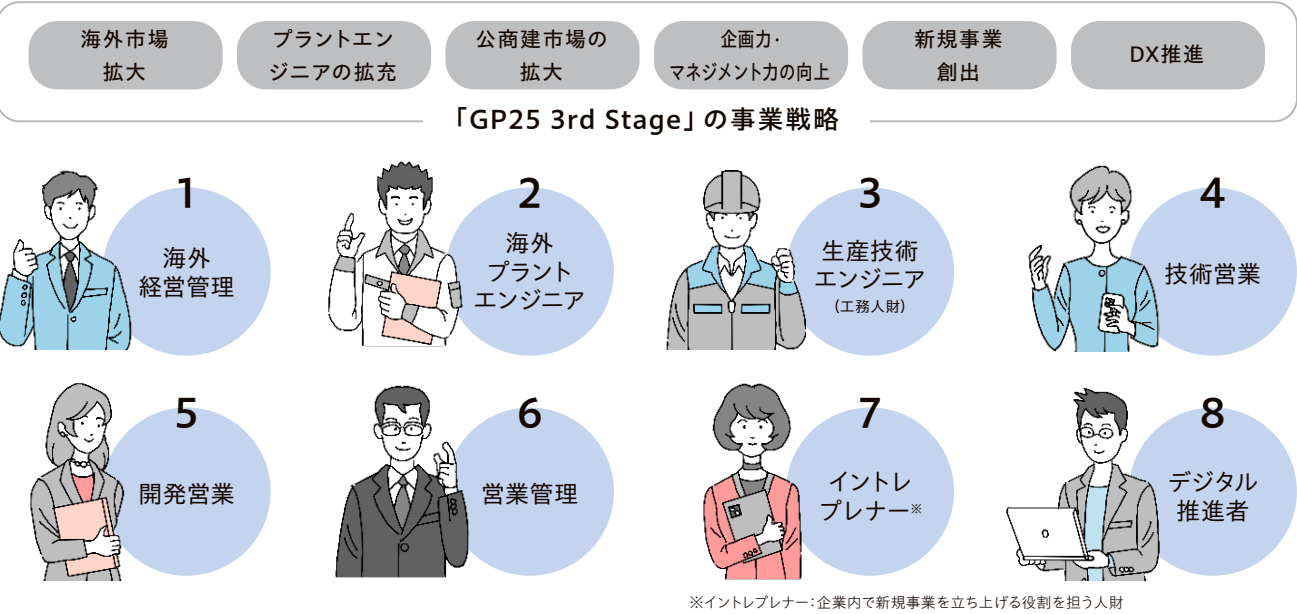
執行役員 CHRO
澤田 知世



戦略的人財の創出

経営目標達成に向けた戦略の一環として、将来を担う人財の選抜・育成を行っています。現在は中期経営計画「GP25 3rd Stage」の経営戦略に基づき必要な人財のポスト&ジョブを抽出し、以下8つのキータレントマネジメントを実行しています。

キータレントマネジメント



Pickup

海外経営管理

グローバル展開をさらに加速するためには、海外関連会社において、リーダーとして陣頭指揮をとり、経営を行うスキルが求められます。海外では、経営管理スキルだけでなく、異文化コミュニケーションスキルも必要です。これらを集中的に学び、実践できるようにするために、経営全般に必要な基本的なスキルの習得、海外経験者による実例の解説、そして海外関連会社への派遣研修を実施しています。



生産技術エンジニア（工務人財）

お客様に『ずっと ここちいいね』と感じていただける製品をお届けするためには、安全で安定した工場稼働が必要となります。その為に必要となる「機械、電気、メカトロニクスなど」の専門知識と技術を体系化し、研修を通じてエンジニアを育成しています。



※イントレプレナー：企業内で新規事業を立ち上げる役割を担う人財

自律型人財の育成

全従業員を会社の資本と捉え、その価値を最大化することを目的に、グループ企業理念に基づいた「自律型人財」の育成を進めています。



人財価値の最大化 以下の観点で働きやすい組織基盤の強化・風土醸成に継続して取り組んでいます。



人財育成

次世代を担う人財を育てるため、さまざまな知識や技能の習得を目的とした研修を実施。自らのキャリアを考え、主体的に学び成果を出していく人財を育成しています。

人財育成

■研修体系

期待される役割を認識し、キャリアプランを考える「階層別研修」を始め、ビジネス経験に応じて必要なスキルを自ら選択し学ぶことのできる「スキル強化研修」、社外ビジネススクールへの派遣や英会話、通信教育などの「自己啓発プログラム」を準備しています。

自律型人財の育成

階層別研修	スキル強化研修	自己啓発
研修目的 役割・期待の認識 キャリアプランの明確化	研修目的 ビジネススキルアップ	研修目的 自律的な成長と能力向上
研修プログラム ● 新入社員研修 ● 1、2年目フォロー研修 ● 昇格時研修 ● キャリアプラン研修 など	研修プログラム ● ビジネスコミュニケーション ● ロジカルシンキング ● コーチング ● アカウンティング など	研修プログラム ● ビジネススクール通学 ● オンライン英会話 ● 通信教育 ● Eラーニング など

内容は一部抜粋

新入社員研修

ビジネスマナー研修やさまざまな実習を通じて社会人としての基礎力を習得し、製品学習・工場研修を通じて当社社員としての基礎知識を身につけます。

ビジネスコミュニケーション研修

若年層のうちに、ビジネスにおけるコミュニケーション力を習得できるよう、自らのコミュニケーションスタイルを振り返り、フィードバックを受ける研修機会を設けています。

Voice of Employee

DX人財の戦略的育成

データ・デジタルを活用し業務変革や新規ビジネスの提案ができる人財を戦略的に育成するため、①社内研修、②IT関連資格の取得支援、③手上げ式で希望者へのサブスク型動画学習サービスの提供を行っています。

＜デジタル推進者育成研修＞

2024年度からは組織課題をデジタルで解決する手段を実践的に学ぶ「デジタル推進者育成研修」を公募で実施しています。As-is/To-be分析によって現状の課題を正確に把握し、解決策の立案からデジタル技術の理解までを一貫して学ぶことで、実際にデジタルを用いた具体的な提案を行います。特に優れた施策については、PoC(概念検証)段階から本番環境への導入・定着化を行い、現場への実行力を高めることとしています。

私はR&Dセンターで、建材や空間が人に与える影響(心拍数やストレス状態、作業効率など)について研究を行っています。身体的・心理的な反応がどう変化するかを評価し、心身にプラスの影響を与える建材や空間づくりを目指しています。業務を進めるなかで、膨大な実験データの処理に時間がかかり、肝心の分析や考察に十分な時間が取れていないと感じていました。その課題を解決するためには、ITやDXの知識が不可欠だと考え、DX人財育成の社内プログラムに参加しました。もともとIT分野には苦手意識がありましたが、部署を超えたメンバーと協力しながら学べる環境に魅力を感じたことが参加の決め手でした。

特に印象的だったのは、講師や他部署の参加者との対話を通じて、自身の業務を俯瞰し、課題や改善のヒントを得られたことです。今後は、プログラムで学んだ知識を活かして、データ活用をより効率化し、柔軟かつ革新的な研究開発につなげていきたいと考えています。

R&Dセンター
加工技術開発室
長崎 美歩

挑戦志向の風土

従業員からビジネスアイデアを募る「社内ベンチャー制度」を始め、新規工場立ち上げメンバーの公募など個人のキャリアを開発し挑戦する風土を醸成しています。

■社内ベンチャー制度

従業員からビジネスアイデアを募集する「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が承認された『みんなのエコ菜園』は2023年から事業を本格化し、ビルやマンションの屋上などのオープンスペースで菜園を運営する提案活動を行っています。

■社内公募制度

従業員が自ら手を挙げて新たなプロジェクトなどに挑戦できる仕組みを設けています。意欲ある従業員に実践の場を提供することで、そこでの経験を通じて、視野を広げ、スキルを高め、将来の組織を支える人財としての成長を促すことを目的としています。

Voice of Employee

海外工場の立ち上げメンバーを公募で派遣

グローバル展開をさらに加速するため海外で幅広く活躍できる人財の育成に、取り組んでいます。2024年度はDNAL社における新木質ボードの事業化にあたり、現地での事業立ち上げにかかわる人財を公募し、チャレンジの門戸を広げるため、職歴・等級不問で応募可能としました。派遣メンバーは、新規事業の立ち上げに関わりながら、さまざまなスキル・専門性を習得し、将来的には国内外の事業の中核を担う人財となることを期待されています。

P.47 海外市場

私はDNAL社に駐在し、パーティクルボードの品質管理および新木質ボードの開発に携わっています。入社時はやりたいことや目標が明確に見えておらず、自分の視野を広げたいという思いがありました。そんな折、入社2年目の際に海外で新規事業の立ち上げがあると知り、またとないチャンスだと考え社内公募に応募しました。赴任当初は、言語や文化の違い、自身の経験や知識不足もあり、現地スタッフとの意思疎通に苦労する場面ばかりでした。しかし、相手の文化や価値観を理解することを心がけ、ジェスチャーや図解を交えたシンプルな言葉で伝えることで、少しずつ信頼関係を築いていきました。20代前半のキャリアの若い段階で海外工場へ赴任し、異文化の中で仕事に取り組める環境は、貴重な学びの連続です。今は目の前の課題解決に取り組みつづ、語学力・適応力、ひいては人間力を磨いています。将来的には経験を糧に、自身のキャリアの方向性をしっかりと定めていきたいと思います。

DNAL社 品質管理課
秋本 紗弥

人権

安全で安心な職場の基盤として事業活動の中に人権の視点を取り入れ、人権が尊重された持続可能な社会の構築が必要と認識し、あらゆるステークホルダーの人権に配慮するよう取り組んでいます。

人権

■人権デュー・デリジェンス

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。

Pickup

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。

人権デュー・デリジェンスのプロセス

救済



働き方改革

柔軟な働き方を実践するため在宅勤務や時差勤務制度、フレキシブル退社制度を整備するほか、ペーパーレスの促進やRPA※導入など、デジタル技術を活かした業務の効率化に取り組んでいます。

※RPA…Robotic Process Automation の略称。一連の作業・業務をデジタルで自動化する技術



働き方改革

■多様な働き方

定時勤務時間は9:00～17:45ですが、業務効率や生産性の確保・向上を前提にプライベートなどの都合に合わせて働く時間や場所を選択することができます。



8:00 始業
16:45 終業
17:30 スポーツ観戦、ジム

退勤後はスポーツ観戦や、ジムで汗を流すなど、プライベートとの両立がしやすくなりました。

時差勤務



9:00 始業
17:30 終業
18:00 子のお迎え

子どもをお迎えに行くため、在宅勤務とフレキシブル退社を利用しています。限られた時間で業務を行うため、生産性を意識した働き方になりました。

在宅勤務

勤務時間

■代表的な制度

- ・在宅勤務制度…入社4年目以降は、週4日迄在宅勤務が可（サテライト型シェアオフィスの利用も可）
- ・時差勤務制度…勤務開始時間は7時～10時半の間、30分間隔で設定
- ・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、業務が終了すれば退社可
- ・PCの自動シャットダウン…PCの稼働時間は7時～19時半

休暇

- ・連続年次有給休暇…半期に1度2日ないし3日の連続休暇を取得できる制度
- ・時間単位の有給休暇…1時間単位で有給休暇を取得できる制度
- ・リフレッシュ休暇…勤続10年・20年・30年に連続有給休暇の付与
- ・生理休暇…生理日の就業が著しく困難な場合に休むことができる制度
- ・不妊治療休暇…1年間に1人あたり10日までの休暇を付与

時間外労働／有給休暇取得率

■月平均時間外労働時間

●有給休暇取得率

年度	月平均時間外労働時間 (時間)	有給休暇取得率 (%)
2020年度	7.1	65.8
2021年度	11.1	61.4
2022年度	10.6	62.8
2023年度	9.9	70.7
2024年度	10.9	72.0



ダイバーシティ推進

多様な能力・価値観を持った人財が、個として輝き、能力をいかんなく発揮できるよう、育児や介護などのライフイベントとの両立を支援する制度の整備や利用促進に取り組んでいます。



ダイバーシティ推進

■仕事と生活の両立支援

育児・介護・治療などと両立中であっても単なる就労継続にとどまらず、中長期的にキャリアアップできるように支援しています。その考えのもと育児・介護休業、子の看護等休暇、育児・介護短時間勤務などの各種制度の整備・拡充を図り、働きやすい職場環境の整備に努めています。

■社内風土の醸成

管理職向けのダイバーシティ研修、40代従業員向けの介護セミナーの実施など、ダイバーシティ推進の取り組みを着実に実施するための風土醸成を行っています。

風土醸成



●キッズデーの実施
●女性の健康に関する基礎知識の動画配信 など

周知



●リーフレットの配布
●ポスターの掲示 など

取得支援



●仕事と育児の両立支援セミナー
●育児休業期間10日間は有給
●女性の育児休業・復職前後の面談制度
●男性育児休業者説明会 など

モニタリング



●ESG目標管理
●くるみん取得 など

Pickup

副業制度

社内では得られない新たなスキルや経験の獲得を目的とし、2024年から副業制度を導入しました。従業員のスキルアップにつなげ、自律的な成長やキャリア形成を促進しています。

Voice of Employee

男性社員の育児休業取得促進の取り組み

男性社員の育児休業取得は個人のワーク・ライフ・バランス実現に寄与するだけではなく、休業期間中の組織内でのフォロー体制・業務分担・働き方を見直す機会になるものとして推奨しています。育児休業を取得しやすくするために、10日間を有給扱いとするよう制度を改定し、育児休業制度に関する説明会の実施やガイドブックの配布を通じて啓蒙活動を行っています。また対象者へ男性育児役立ち情報を発信し、取得の意義やメリットについて訴求しています。2024年度における男性の育児休業については、対象となる従業員の82.6%が取得しました。

〈主な取り組み〉

- ◆男性社員の育児休業取得を促すポスターを各事業所で掲示
- ◆男性社員対象の育児休業制度説明会の実施
- ◆ガイドブックの配布（本人が取り組む意義やメリットを訴求）
- ◆育児役立ち情報配信
- ◆育児休業取得対象者とその上司への取得奨励

私は現在3人の子どもの育児に携わっています。初めての子どもは双子だったのですが、妻と私の双方とも両親のサポートを受けることが難しく、里帰りをせずに東京で出産することを選択。双子の出産はリスクが高いため、妻一人に育児を任せることにならないよう、3ヶ月の育児休業を取得する決意をしました。当時所属していた営業部門では男性社員が長期の育休を取得するケースはほとんどなく、自身も長年同じ顧客を担当していたこともあり、半年かけて同僚へ引継ぎを行いました。しかし職場の理解と協力のおかげで無事育休を取得でき、育休中や復職後も行政の支援や会社の制度（休暇中の一時的な業務対応、在宅勤務制度、時差出勤など）を活用することで、仕事と育児の両立を叶えることができています。昨今は社内でも男性社員の育休取得が増加しており、相談を受ける機会が増えたと感じます。私自身、育休を経験して仕事への取り組み方について新しい気付きがたくさんありました。現在は上海での語学研修を経て、中国に赴任しています。これからもワークライフバランスを大切にしつつ、支えてくれた会社に対して貢献していきたいと思っています。

海外事業本部
大建阿美呢体(上海)商貿有限公司 出向
石野 篤





健康経営

従業員の健康がグループの成長・発展に欠かせない基盤であるとの考えのもと、一人ひとり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。



健康経営

■Femtechプログラム

プレゼンティズム※改善のひとつとして月経・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」を導入しています。プログラムを通じて希望者にオンライン診療・処方箋を会社負担で実施しています。



体調が安定することで、仕事のむらがでにくく感じます。一生懸命働いても体調不良でうまくいかないことがなくなったので、仕事に前向きになれたと思います。



通院や費用などのハードルが高くビルの服用を躊躇していました。プログラムではオンライン診療で会社からの補助もあるため服用を開始したところ、PMSの症状が驚くほど軽くなりました。

※プレゼンティズム…世界保健機関(WHO)が提唱する「不調でありながら我慢する」、「不調を自覚しないまま働き続けている」状態による、企業の生産性低下・損失を表す指標
※Femtech(フェムテック)…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

■健康経営優良法人4年連続認定

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4年連続で認定されました。今後も健康増進手当の支給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きます。

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) など



健康経営優良法人
Health and productivity



ガバナンス

役員一覧

(2025年6月2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 兼 CSO	清洲 忠洋
取締役	永田 武	専務執行役員	永田 武
取締役	郷原 秀樹	常務執行役員	郷原 秀樹
取締役	森野 勝久	常務執行役員 CFO	森野 勝久
取締役	川上 哲司	常務執行役員	上田 浩二
取締役	真木 正寿	常務執行役員	金田 正樹
取締役	高橋 康弘	執行役員	伊藤 圭
監査役		執行役員	遠藤 稔
		執行役員 CHRO	澤田 知世
		執行役員 CAO	川上 哲司
		執行役員	寺岡 直人
常勤監査役	野村 孝伸	執行役員 CMO	頃安 延幸
常勤監査役	伊藤 雅英	執行役員 CTO	竹原 章宏
監査役	岩村 俊文	執行役員	神元 俊憲

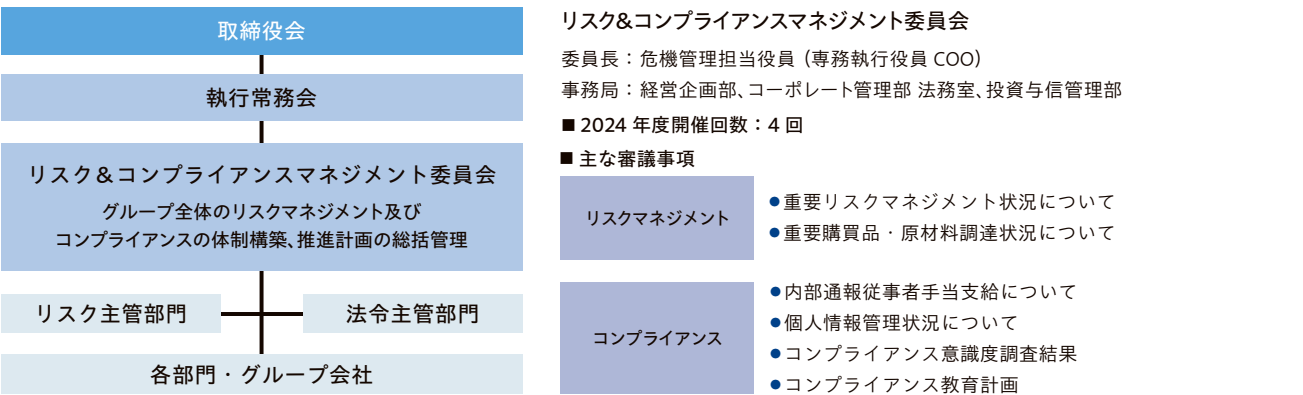
コンプライアンス・リスクマネジメント

コンプライアンスの軸となる「グループ企業理念」「グループ行動指針」を定めるとともに、企業経営に影響を及ぼすさまざまなリスクを排除し、継続的な発展を維持するためのマネジメントに積極的に取り組んでいます。

■コンプライアンス行動規範の制定

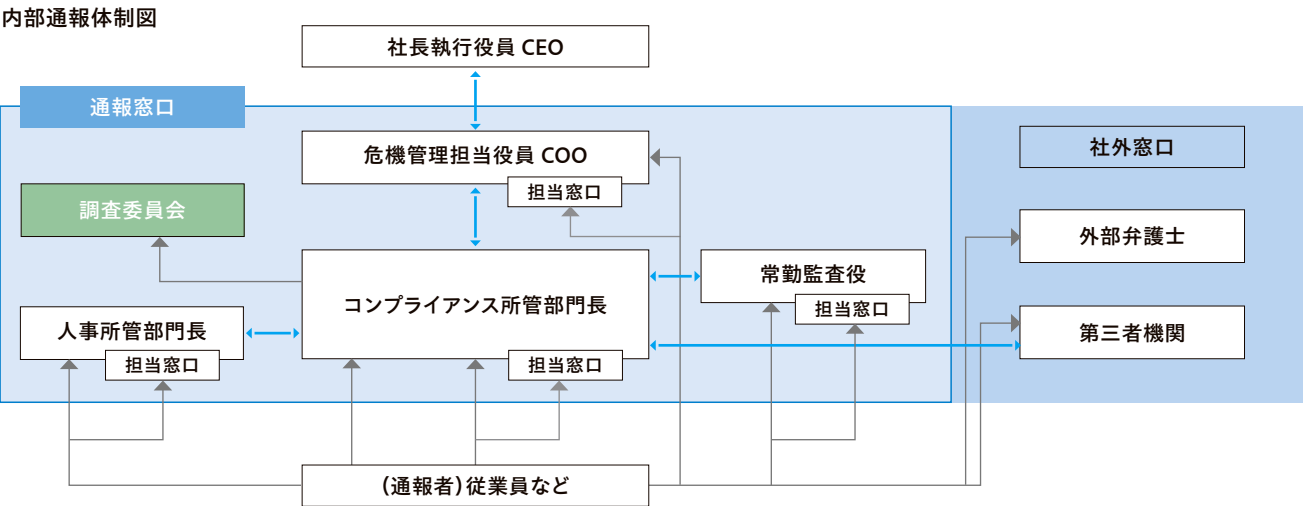
2020年10月、グループ全従業員のコンプライアンスの意識と理解を高めることにより、企業としての社会的責任を果たし、ステークホルダーからの信頼を得ることを目的として「コンプライアンス行動規範」を制定しました。本行動規範は、グループ従業員一人ひとりが日常の業務や活動においてどのように行動すべきかについて具体的に定めたものです。本行動規範に基づいた社内教育などにより、今後ともステークホルダーから信頼される企業として社会的責任を果たしていきます。

■推進体制



■内部通報体制

DAIKEN グループでは、2013年4月から役員及び従業員など（嘱託・契約社員・派遣労働者・パート・アルバイトを含む）からの組織的また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。



商号	大建工業株式会社 DAIKEN CORPORATION ※2025年9月26日より『DAIKEN株式会社』に商号変更
設立年月日	1945年(昭和20年)9月26日
決算日	3月31日
定時株主総会	6月

本店	富山県南砺市井波1番地1
本社大阪事務所	大阪市北区中之島三丁目2番4号
東京事務所	東京都千代田区外神田三丁目12番8号
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)

国内

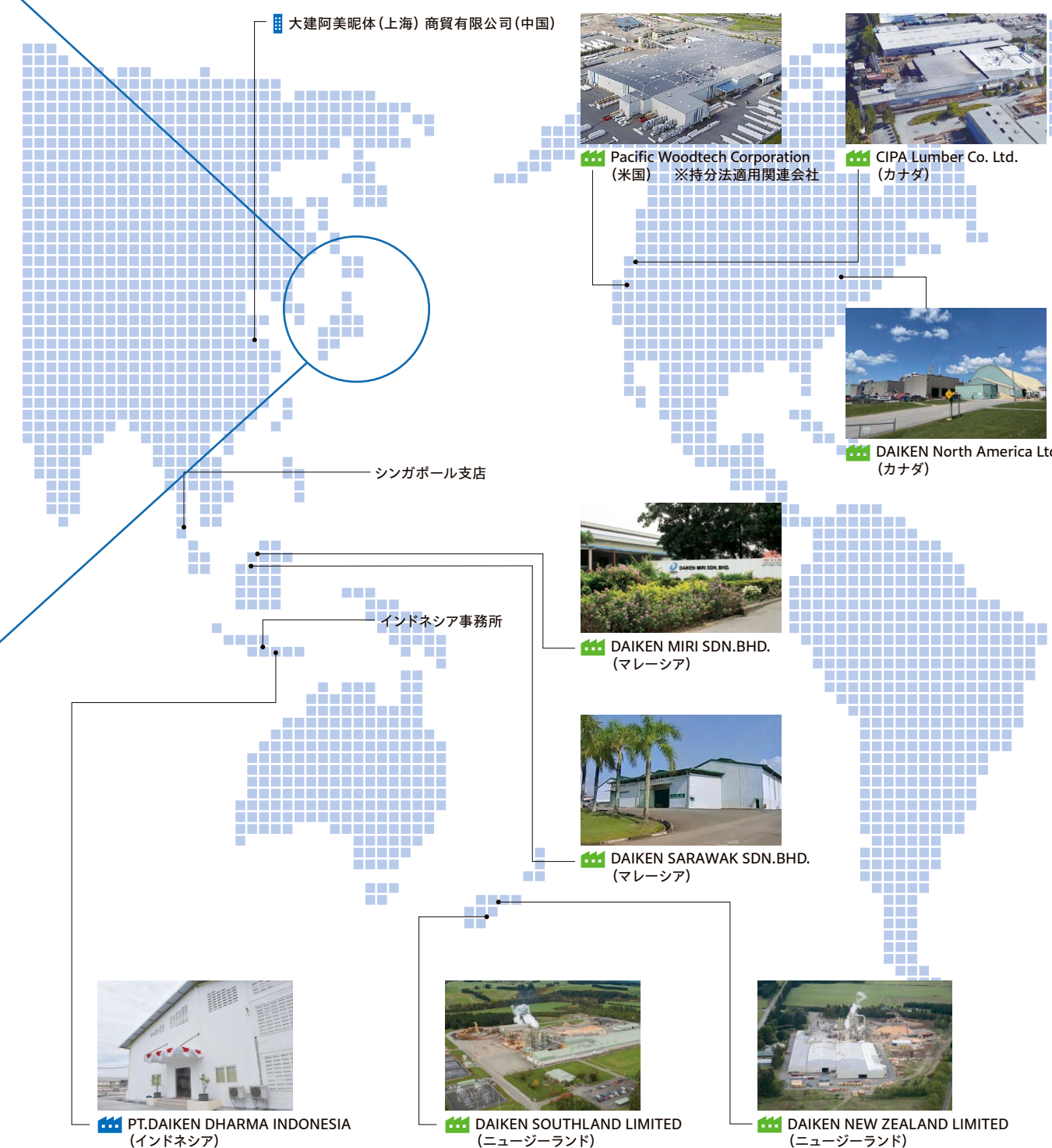


 連結子会社
 生産拠点
 素材事業
 建材事業
 エンジニアリング事業

■ TDYコラボレーションショールーム

DAIKENの床材、ドアなどの内装建材だけでなく、TOTOの水まわり、YKK APの窓、エクステリアなど、TDY3社の商品をワンストップでご覧いただけるショールームです。

海外





大建工業株式会社 2025年9月26日から「DAIKEN株式会社」に改称します

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 2025年8月

[175-23] KK2025.08[SC/SI] (P18.1-12)



DK17523