

中期経営計画 「GP25 3rd Stage」 (2022~2025年度)

2022年7月19日
大建工業株式会社
(証券コード:7905)

大建工業グループの目指す姿

グループ企業理念	03
DAIKEN地球環境ビジョン2050	04
リスクと機会・マテリアリティ	05
長期ビジョン「GP25」(アップデート)	06
長期ビジョン「GP25」で目指す成長軌道	07

中期経営計画「GP25 3rd Stage」(2022～2025年度)

前中期経営計画「GP25 2nd Stage」の振り返り	09
新中期経営計画「GP25 3rd Stage」の位置付け	12
基本方針	13
経営目標	14
戦略のサマリー	15

Ⅰ. 成長戦略の実行

事業セグメント別売上目標 / 増減内訳 / 戦略	16
事業セグメント別利益目標 / 増減内訳	19
市場別売上目標 / 増減内訳 / 戦略	21
研究開発	24

Ⅱ. 経営基盤の強化

人財基盤	25
財務基盤	
成長及び基盤強化のための投資	26
目指すバランスシート	27
株主還元	28
政策保有株式縮減の取り組み	29
ESG目標	30

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

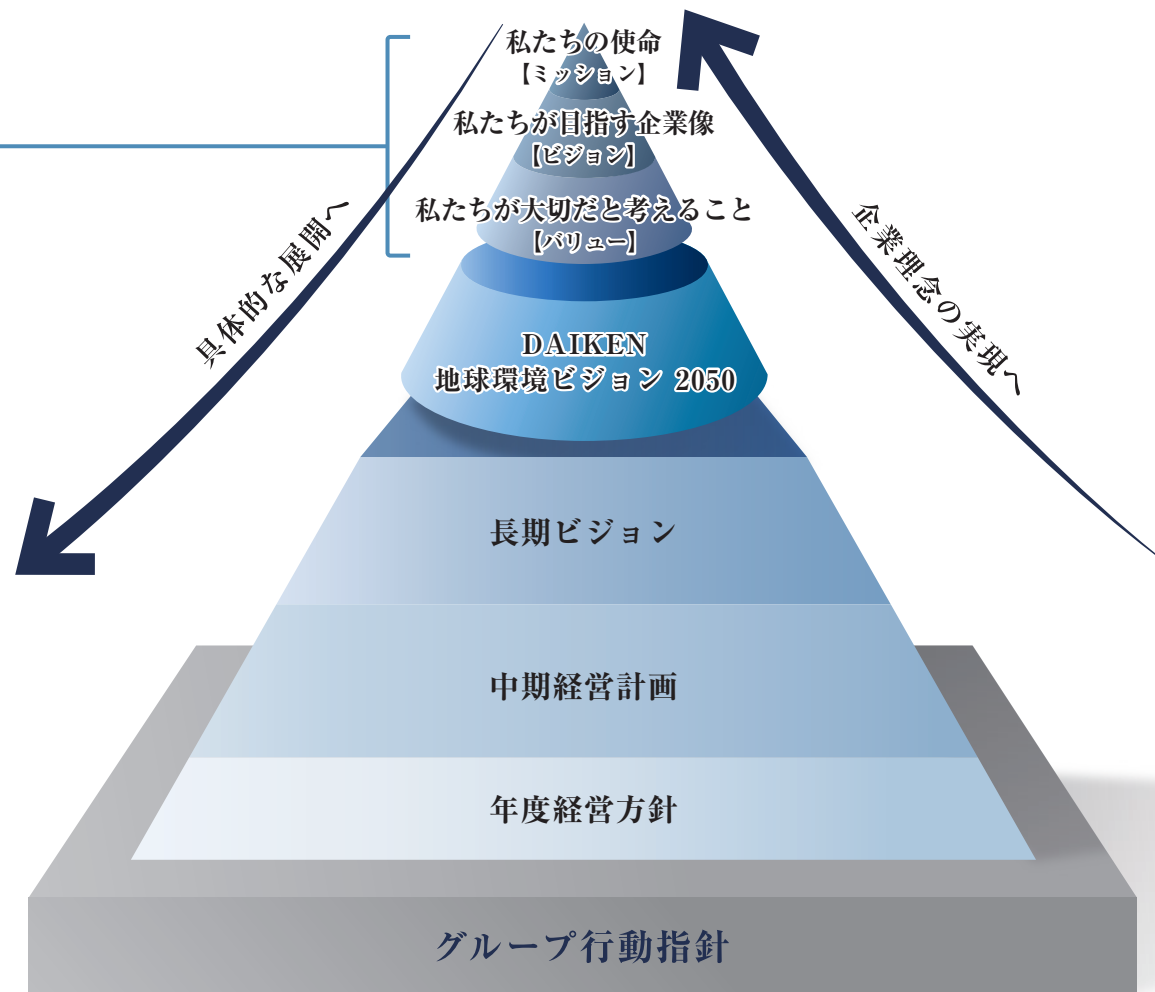
— 私たちが目指す企業像 — 【ビジョン】

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

— 私たちが大切に考えること — 【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

グループ企業理念の実践体系



| 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

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。

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

社会課題・ニーズ (外部環境・トレンド)

気候変動・温暖化
生物多様性の喪失

森林保全・伐採規制

資源の枯渇・争奪

日本政府成長戦略等

グリーントランスフォーメーション (GX)

脱炭素社会に向けた住宅循環システムの構築

デジタルトランスフォーメーション (DX)

国土強靱化・次世代インフラ整備

観光立国の実現

感染症の脅威

自然災害の脅威

日本国内少子高齢化

人口減少、世帯数減少

過疎化

生産年齢人口の減少

女性の社会進出の加速

世界的な人口増

安全保障環境の変化

サステナビリティ経営への要請

リスク と 機会

脱炭素の要請

木質資源の調達難

持続可能な木質資源を活用した素材ニーズ

代替資源への転換ニーズ

高齢者や子供も安心して過ごせる空間ニーズ

地方創生・コンパクトシティ

良質な住宅ストックの形成

レジリエントなまちづくり・再開発プロジェクト

インバウンド需要の回復

コロナ禍を契機とした新たな日常

事業活動・サプライチェーンの寸断

人財不足

多様な人財が能力を発揮する機会の拡大

建設技能者不足を補う製品・工法開発ニーズ

国内新設住宅着工戸数の減少

海外の成長市場における質の高い
住環境に対する継続的な需要拡大

資源・エネルギー価格の高騰

地政学的リスクの高まり

リスクと機会に対応し企業価値を高める経営力

マテリアリティ

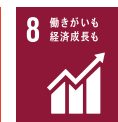
資源循環、循環型社会の実現



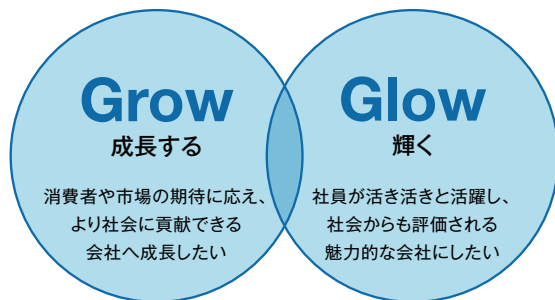
ニューノーマル時代のユーザーニーズ



働きやすさ、働きがい向上による多様な人財基盤



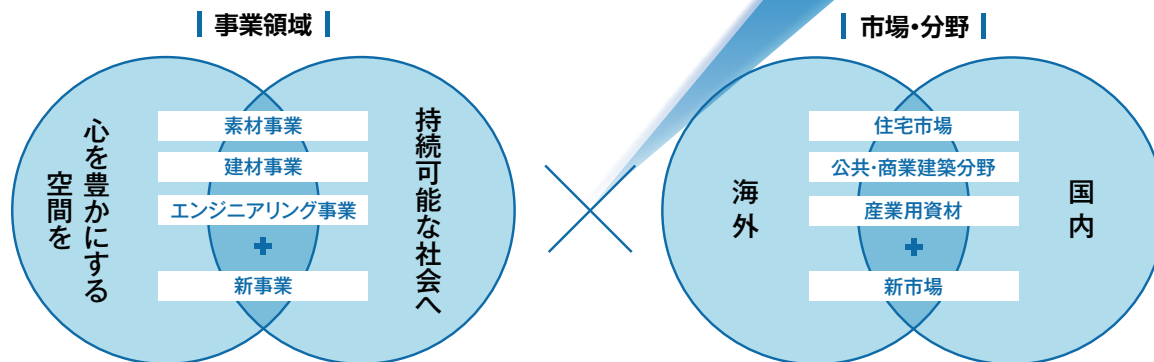
2025年 長期ビジョン 「GP25」 Grow / Glow Plan 25



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



存在意義・志

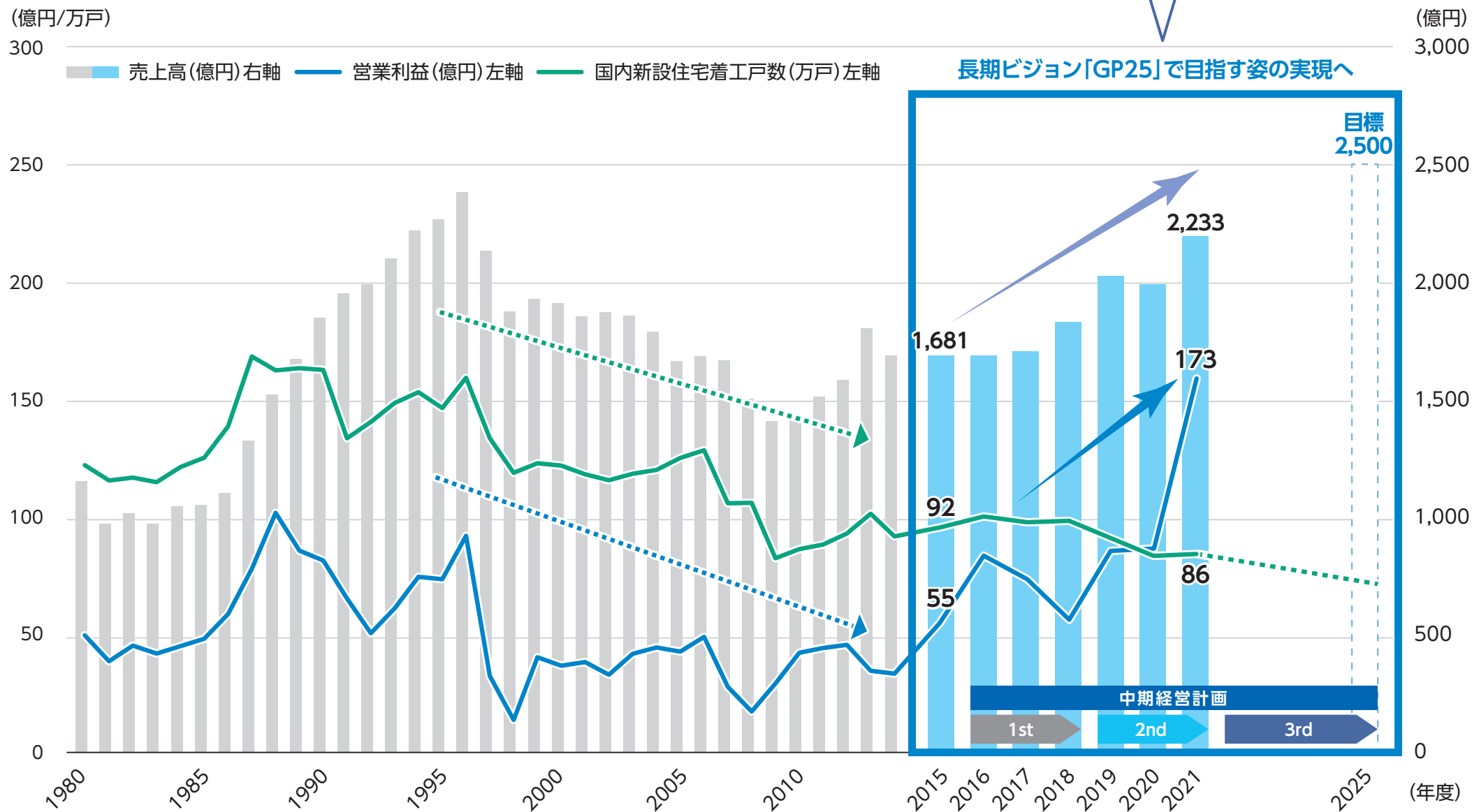
- 1 限りある資源の有効活用を通じてサステナブルな社会の実現に貢献する
- 2 より快適・安心な空間づくりを通じて人々の心を豊かにする

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

「建築資材の総合企業」へ

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



DAIKEN

中期経営計画

「GP25 3rd Stage」

(2022~2025年度)



中期経営計画「GP25 2nd Stage」(2019~2021年度)

「建築資材の総合企業」に向け成長戦略を加速させる

基本方針

強靱な経営基盤のもと、事業を通じた社会課題解決を追求することで、「建築資材の総合企業」に向けた成長戦略を加速させる

I. 成長戦略の加速

国内:事業(市場)ポートフォリオの見直し
海外:積極投資による事業拡大、新たな市場への進出

II. 経営基盤の強化

- 1 財務基盤の最適化
- 2 強く、柔軟な事業インフラの再構築
- 3 ESG経営の実践

経営目標に対する実績

(億円)

I. 成長戦略の加速

	GP25 1st Stage	GP25 2nd Stage			
	2018年度 実績	2021年度 実績	増減	2021年度 目標	目標との差
売上高	1,829	2,233	+404	2,250	△16
営業利益	57	173	+116	120	達成 +53
営業利益率	3.1%	7.8%	+4.6pt	5.3%	達成 +2.4pt
親会社株主に帰属する当期純利益	44	78	+34	70	達成 +8

II. 経営基盤の強化

財務	効率性	ROE	7.8%	10.9%	+3.1pt	10%	達成 +0.9pt
		ROA	4.5%	10.5%	+6.0pt	7%	達成 +3.5pt
	健全性	自己資本比率	36.8%	41.7%	+4.9pt	40%	達成 +1.7pt
		株主還元	配当性向	42.4%	33.1%	△9.3pt	30%以上 達成 +3.1pt
非財務	E	CO ₂ 国内総排出量 ※1	-	△36%	-	△26%	達成 +10pt
	S	ダイバーシティ総合指数 ※2	-	+30pt	-	+20pt	達成 +10pt
		品質に関する重大な事故・違反	-	2件 ※4	-	0件	2件発生 ※4
	G	グループ企業理念浸透度 ※3	-	+5pt	-	+10pt	△5pt

※1:2013年度比 ※2:女性管理職比率などダイバーシティ8項目を指数化した当社独自指標(2018年度比) ※3: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(2017年度比) ※4:2019年度、2020年度 各1件、2021年度 0件

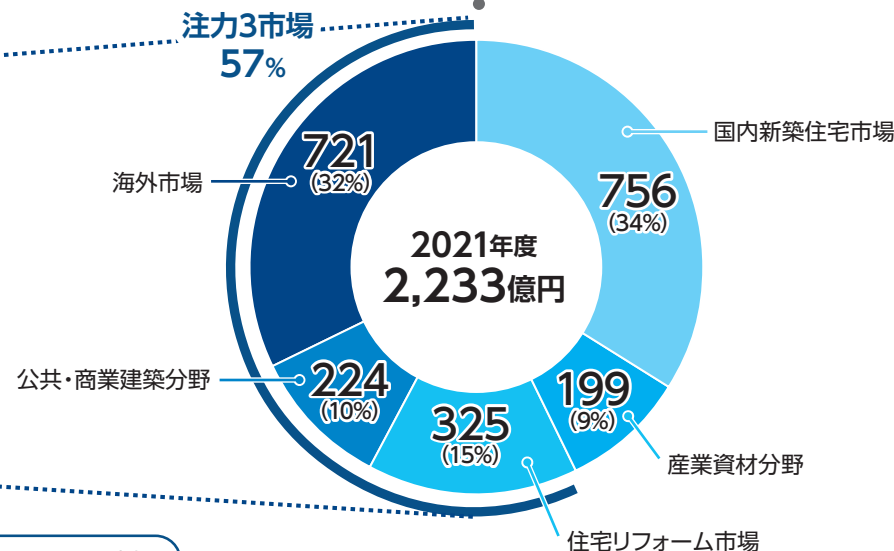
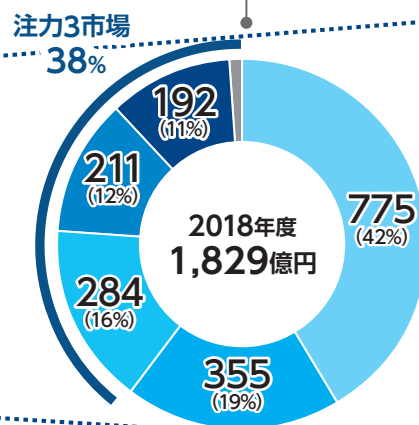
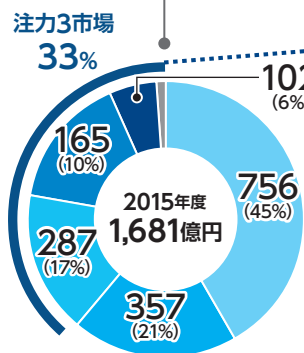
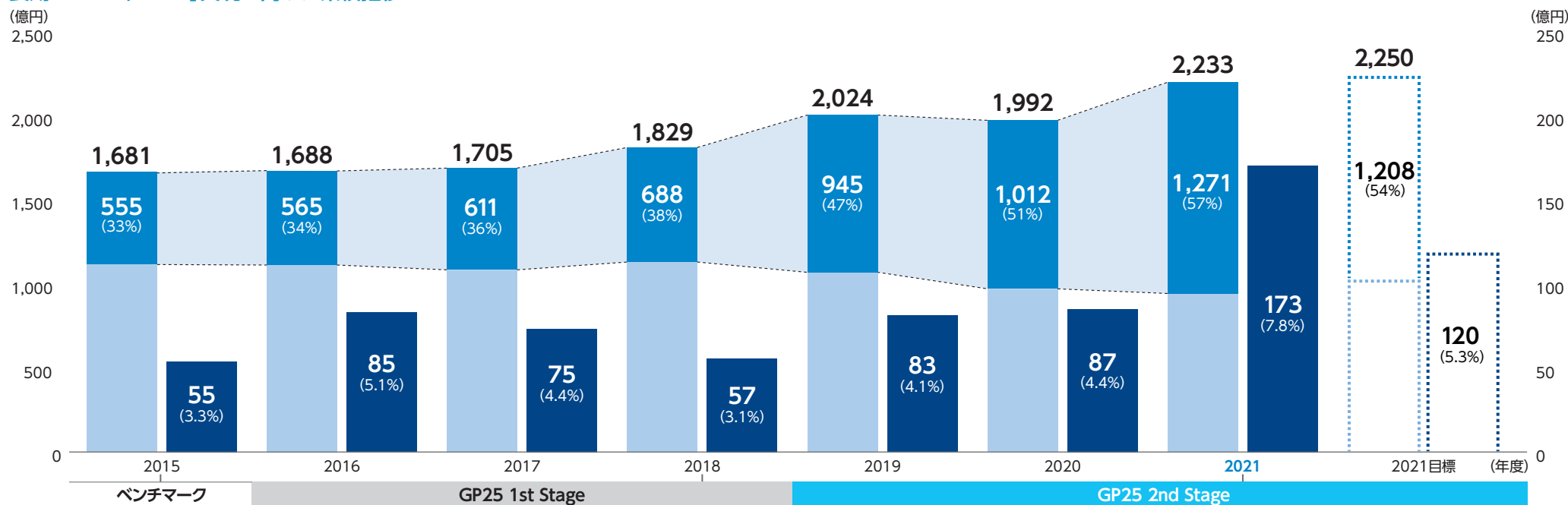
前中期経営計画「GP25 2nd Stage」の振り返り②

DAIKEN

長期ビジョン「GP25」実現に向けた業績推移

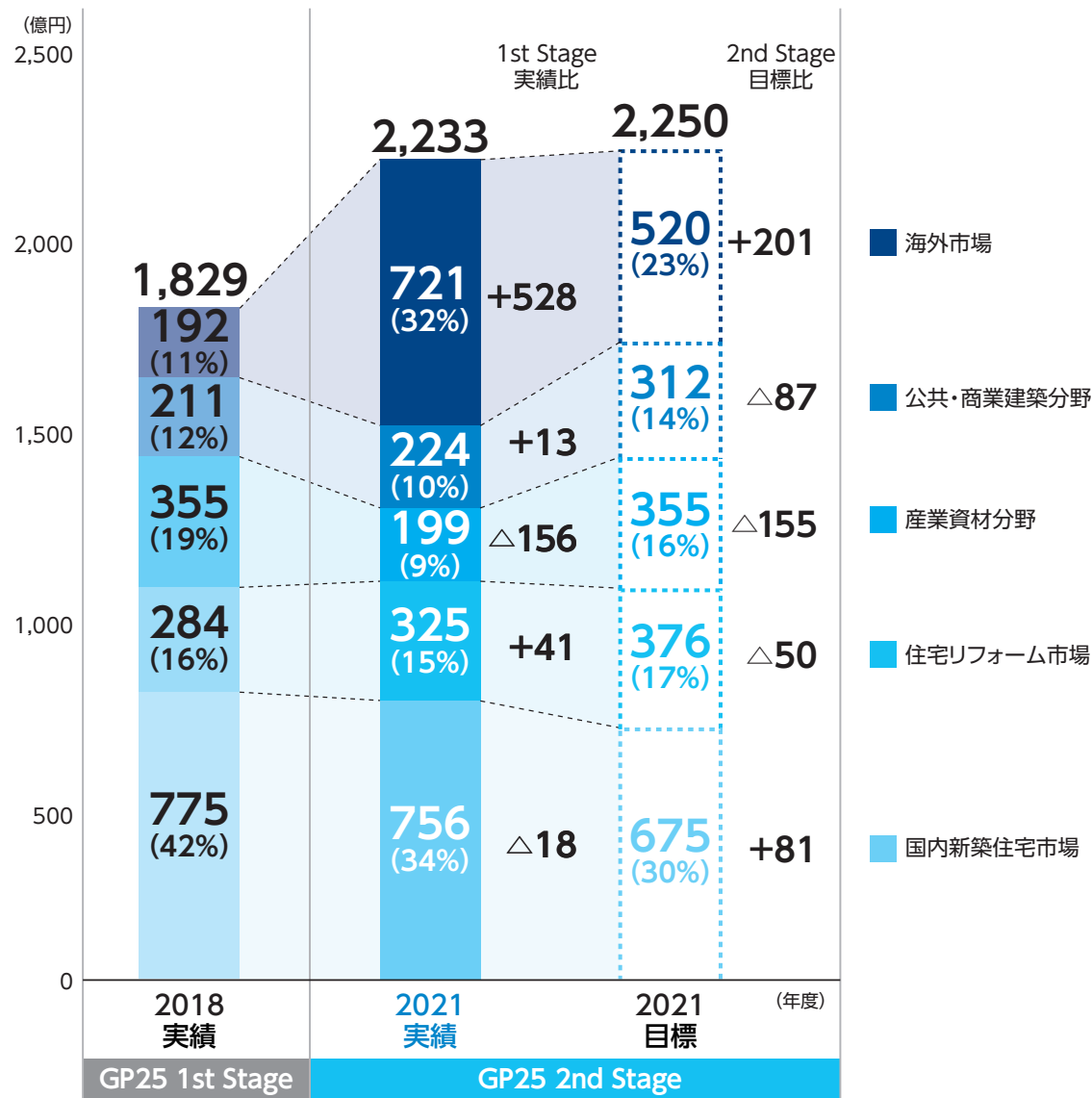
(億円)
2,500

売上高 うち注力3市場売上高(構成比) 営業利益(営業利益率)



注力3市場 海外市場 公共・商業建築分野 住宅リフォーム市場

市場別売上高推移



成果

■ 成長ドライバーと位置付ける海外市場での拡大

- 国内の新設住宅着工の減少が見込まれる中、成長ドライバーと位置付ける海外市場での拡大に向け、木質素材事業を手掛けるカナダのCIPA社及び米国のPWT社をグループ化し、新たに北米市場への展開を開始。その後の好調な米国住宅市場の需要を確実に取り込み、収益性を高めた。

■ 経営目標の達成

- 上記の北米木質素材事業が全体の業績を牽引し、営業利益、営業利益率、親会社株主に帰属する当期純利益、ROE、自己資本比率など、売上高を除く経営目標を達成した。

課題

■ 国内の公共・商業建築分野での拡大未達

- コロナ禍に伴うインバウンド需要の急減や外出自粛の広がりにより、宿泊施設・商業施設向けの販売が想定どおり伸びず。
- 当初想定より住宅市場が堅調に推移したため、営業人員のシフトや拡大に向けた商材の拡充に遅れが生じた。

■ 最終年度における納期遅延

- 2021年度後半にかけ、国内での想定を上回る受注増に海上輸送の混乱による原材料の入荷遅れが重なり、建材事業の一部製品で納期遅延が発生し、受注制限を行わざるを得ない状況となった。

2025年 長期ビジョン「GP25」 実現に向けて

2022～2025年度

GP25 3rd Stage

「建築資材の総合企業」としての姿を確立する

サステナビリティを経営の軸として、
事業を通じた社会課題解決の追求をもとに成長戦略を実行し、
「建築資材の総合企業」としての姿を確立する

2019～2021年度

GP25 2nd Stage

「建築資材の総合企業」に向け成長戦略を加速させる

2016～2018年度

GP25 1st Stage

「建築資材の総合企業」への第一歩を踏み出す

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

- 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

事業基盤

- 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

- 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

ガバナンス

- 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

I. 成長戦略の実行

(億円)

	ベンチマーク 2015年度 実績	GP25 1st Stage 2018年度 実績	GP25 2nd Stage 2021年度 実績	GP25 3rd Stage 2025年度 目標	増減	
					2nd Stage実績比	ベンチマーク比
売上高	1,681	1,829	2,233	2,500	+266	+818
国内市場	1,579	1,637	1,512	1,835	+322	+255
海外市場	102	192	721	665	△56	+562
営業利益	55	57	173	150	△23	+94
営業利益率	3.3%	3.1%	7.8%	6%	△1.8pt	+2.7pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	39	44	78	100	+21	+60

II. 経営基盤の強化

財務

		2025年度目標
資本効率性	ROE	10%以上
	ROIC	8%以上
財務健全性	自己資本比率	40%以上
	D/E レシオ	0.5 倍以下
株主還元	配当性向	35%
	DOE(自己資本配当率)	3.5%

非財務

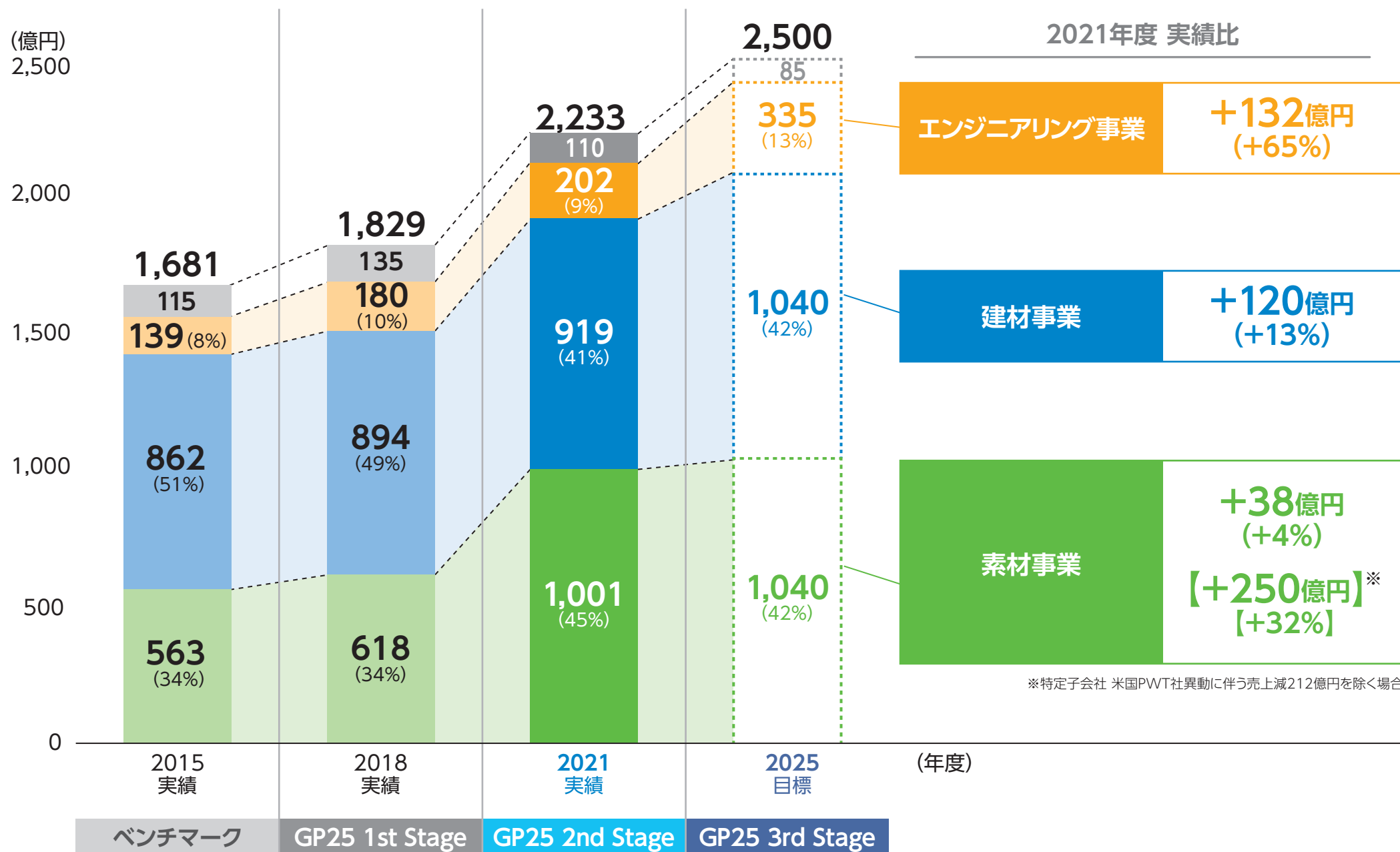
		2025年度目標
E	温室効果ガス国内外総排出量※1	△10%
S	ダイバーシティ総合指数 3rd Stage※2	+30pt
	品質に関する重大事故・違反※3	0 件
	従業員満足度※4	60pt
G	重大コンプライアンス違反※3	0 件

※1 Scope1+2 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 2021年度比。2022年度からの中期経営計画「GP25 3rd Stage」より「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。

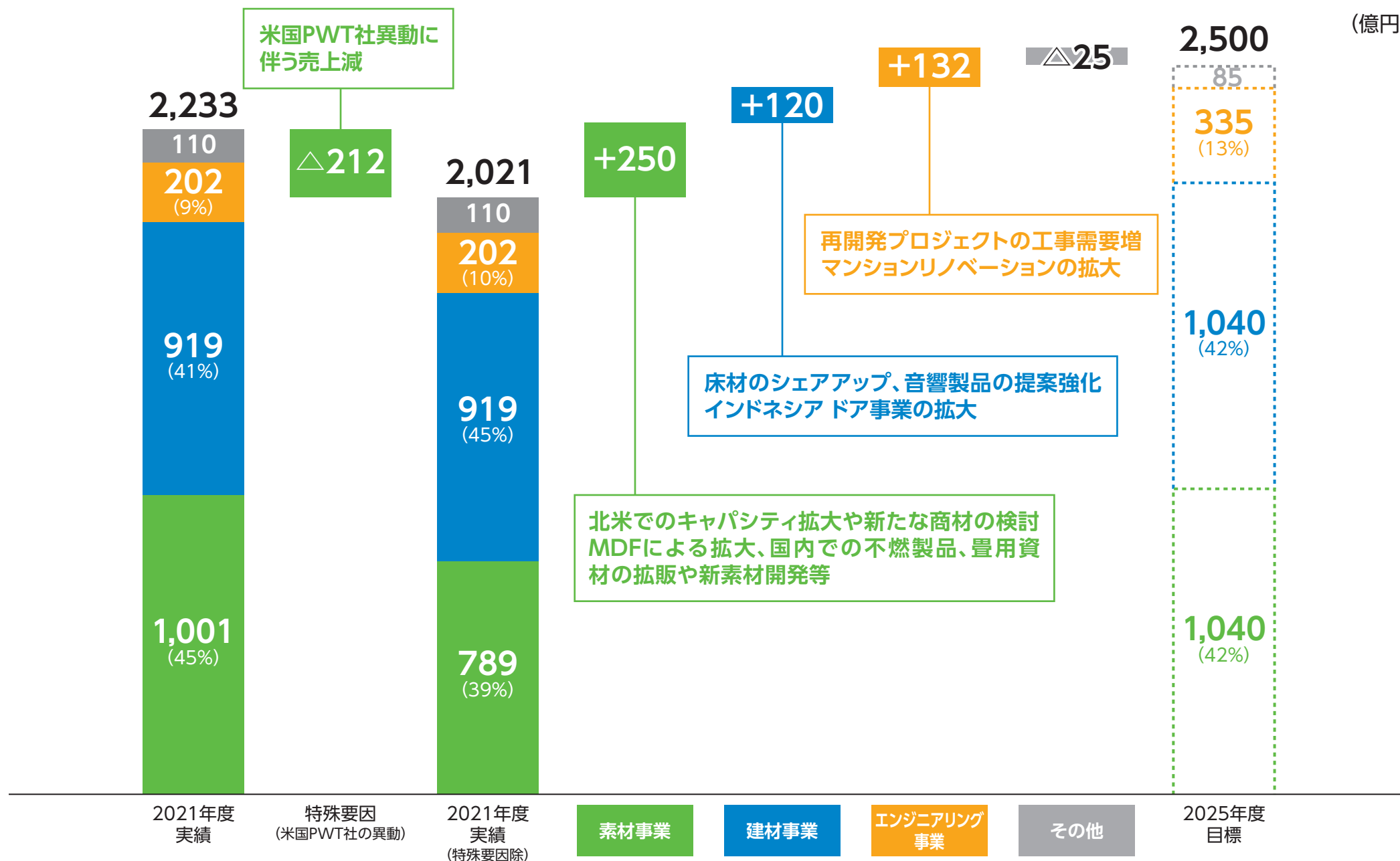
※3 中期経営計画期間中 ※4 従業員のやりがい、職場の働きやすさなどを評価軸とした調査に基づく当社独自指標。

※特定子会社 米国PWT社異動に伴う売上減212億円を除く場合

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、ストック住宅、非住宅へシフト、素材の用途開拓）				成長ドライバー
市場別売上高	売上高 2,233 → 2,500億円 (+266億円) ↑ [+478億円]* ↑				
構成比	+51億円 ↑	+69億円 ↑	+138億円 ↑	+72億円 ↑	△56億円 ↓ [+156億円]* ↑
市場環境	国内新設住宅着工の漸減トレンド 在宅勤務・リモートワークの浸透	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 インバウンド需要の回復	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 事業別売上高	建材事業 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 在宅勤務・リモートワーク対応、音環境改善、抗ウイルス機能等 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 エンジニアリング事業 素材事業 国内 代替需要の獲得・キャパシティ拡大・新素材開発				素材事業 北米 キャパシティ拡大 販路を活用した新商材投入検討 素材事業 MDF 構造改革・キャパシティ拡大 高付加価値製品の比率向上 建材事業 欧州・アジアへの供給拡大
素材事業 +38億円 ↑ [+250億円]* ↑ 建材事業 +120億円 ↑ エンジニアリング事業 +132億円 ↑					
経営基盤の強化	物流体制の最適化		グループ間連携強化・生産体制の最適化		
	事業基盤		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		
	人財基盤		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		
	財務基盤		成長・基盤強化投資、財務の健全性、株主還元の充実を最適化するキャッシュアロケーション		



(億円)



GP25 3rd Stage(2022~2025年度)

素材事業

- 持続可能な資源を活用した素材開発と販売拡大を通じ、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

- 素材の可能性を広げる用途開拓およびサステナビリティ視点での代替需要の獲得
- 不燃製品、量用資材等の公共・商業建築分野向けの製品力強化と販売拡大

建材事業

- 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

- 「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推進
- 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

エンジニアリング事業

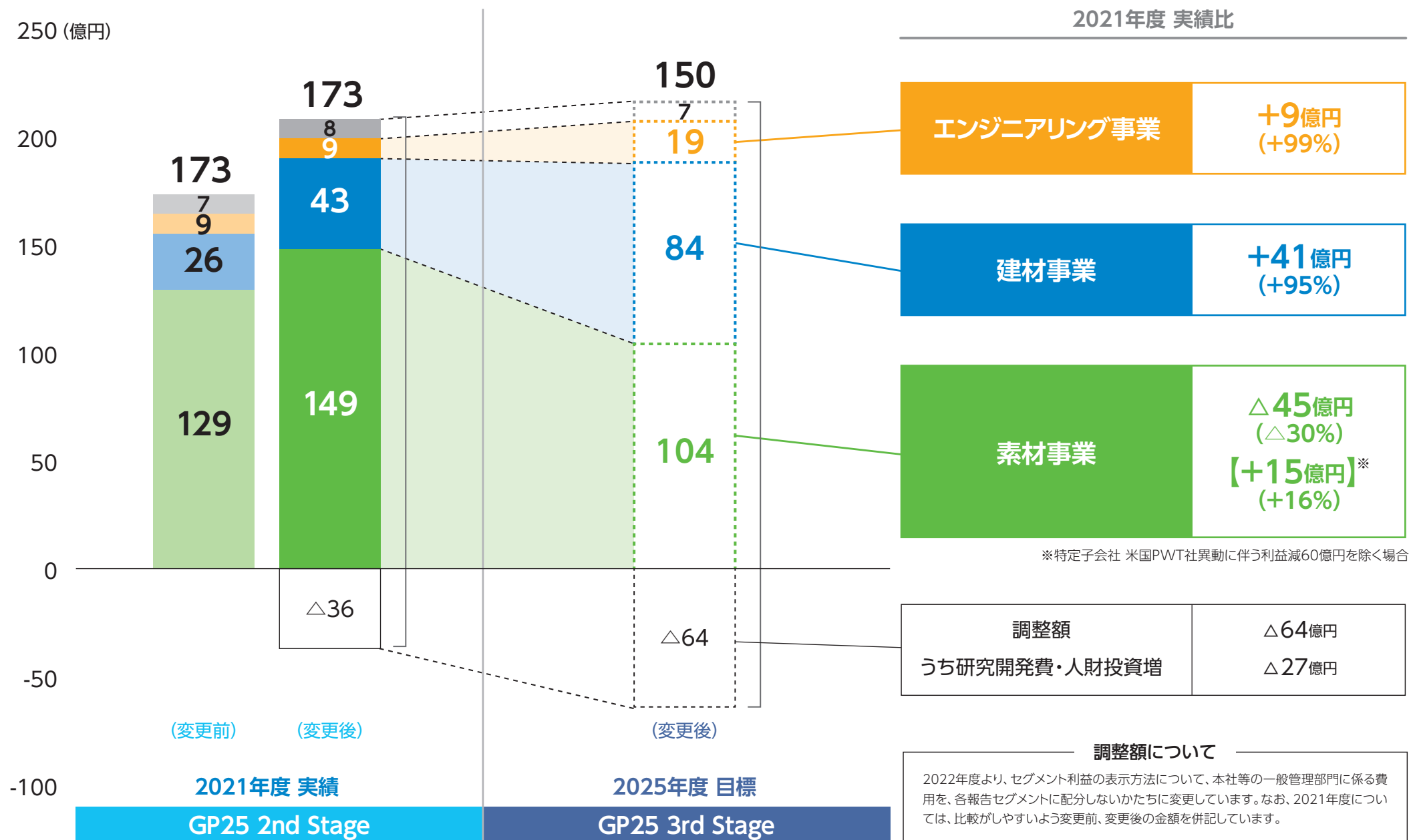
- 素材・建材事業製品と工事機能とのシナジーの追求
- ニューノーマル時代の空間ニーズに対応した工事領域の拡大

価値創造

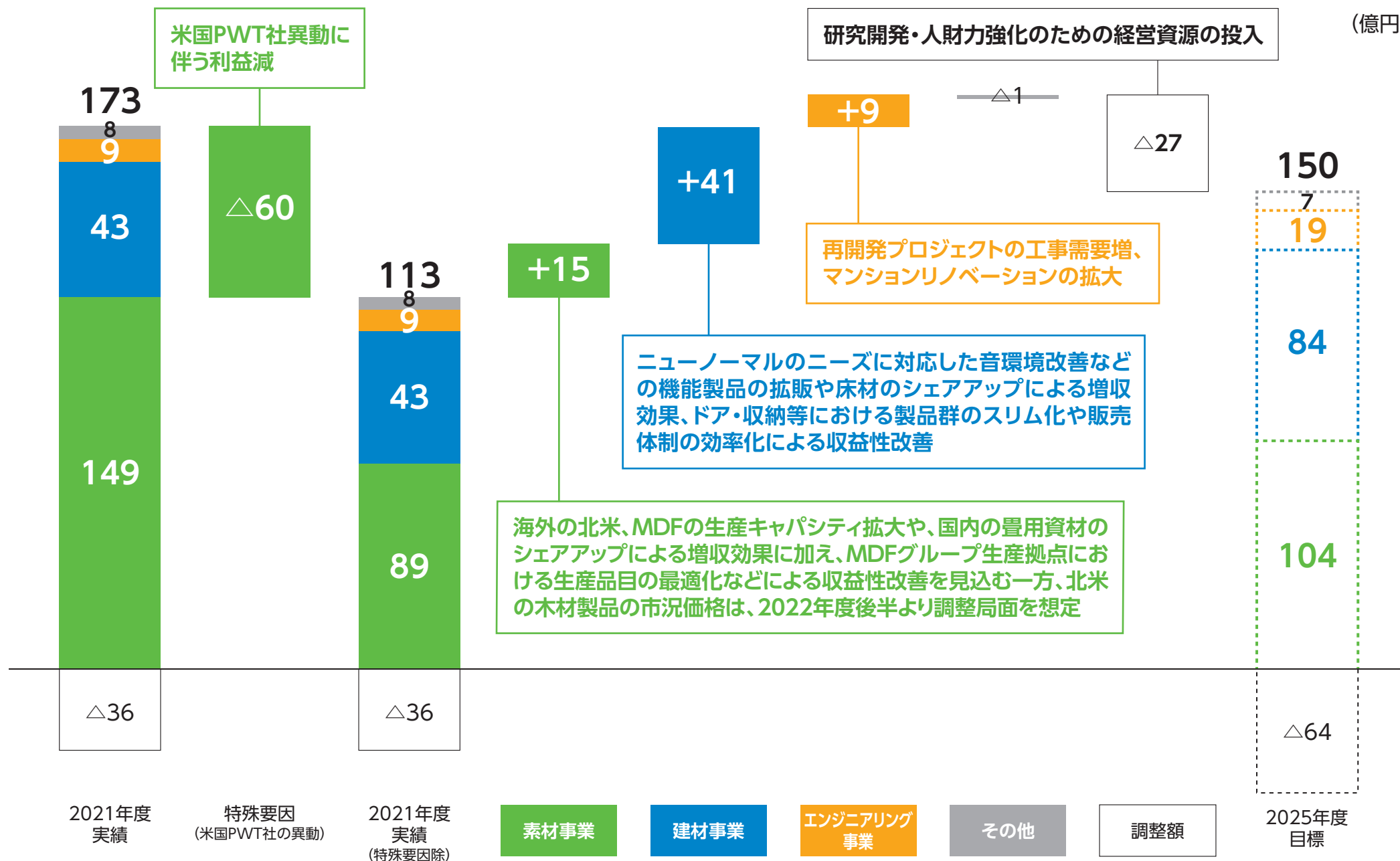
- グループの製品力を活かした音環境・温熱環境などの改善による新たな空間価値を提供するため、工事領域の拡大、技術力向上を進め、材工一貫受注体制を強化
- 工事ネットワークを活用し、短工期、省施工等の工事ニーズを取り込んだ工法開発、製品開発の支援

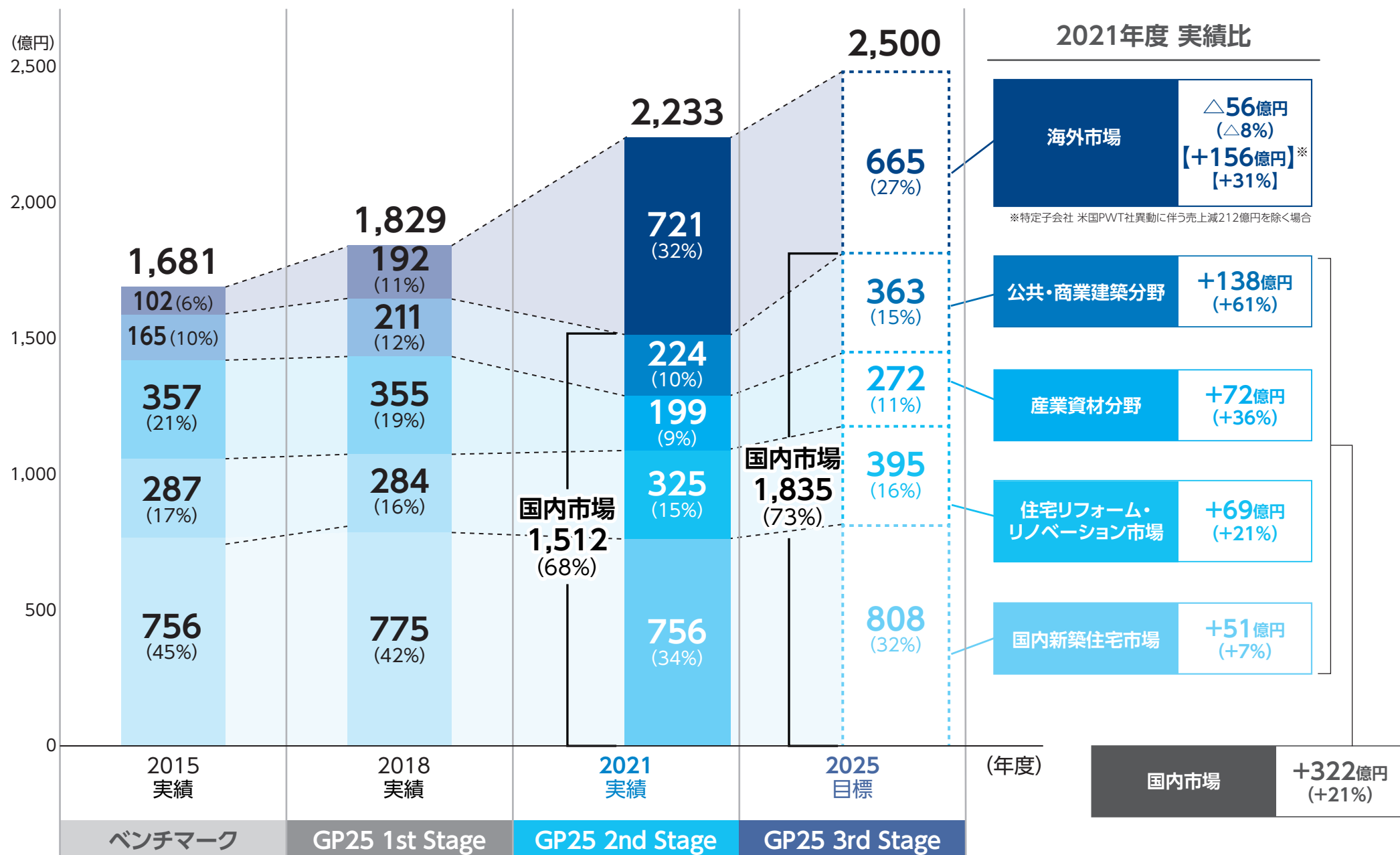
事業活動の変革

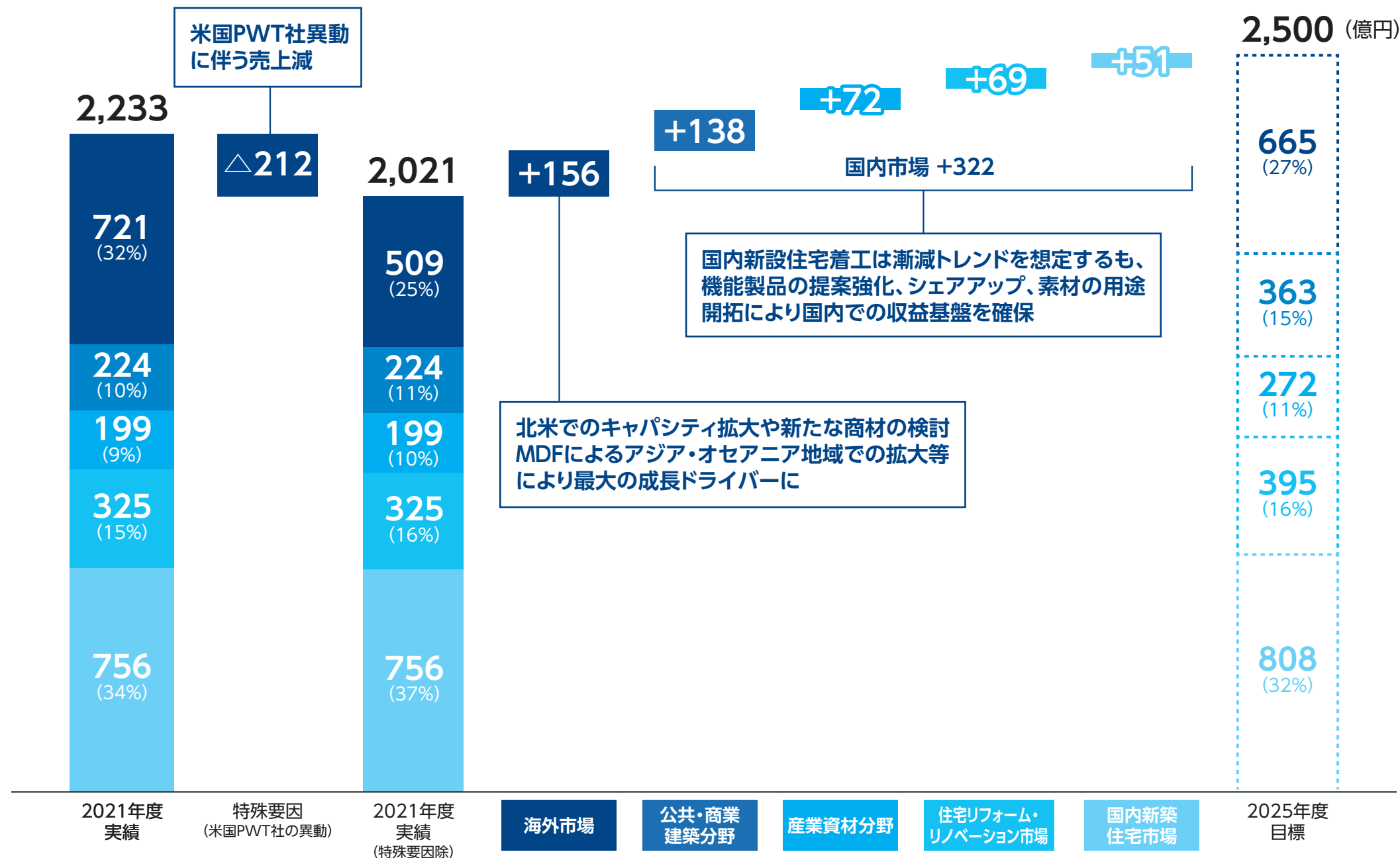
- グループ間連携強化による生産体制の最適化
- 事業別ROIC等による事業ポートフォリオの最適化
- 原材料のサステナビリティ追求
- サプライチェーンにおける温室効果ガス排出量削減
- 製造時、販売時、販売後の廃棄物削減・再利用（サーキュラーエコノミー）
- 物流軸での生産拠点の再編、最適化
- デジタル技術を活用した事業活動の効率化
- 人材育成およびデジタル技術を活用した1人当たりの受注・工事請負高の向上



(億円)







GP25 3rd Stage(2022~2025年度)

海外

海外市場

持続可能な資源を活用した素材・建材製品の普及を通じ、海外市場の深耕を加速

- 北米市場に向けた持続可能な素材の安定供給と、新たな市場への事業展開のための経営資源投入
- アジア・オセアニア地域の当社製造・販売ネットワークをフル活用・拡大し、北米、中国、欧州等の需要地に対する素材・建材の供給体制の強化
- 木質原材料の調達において、管理された持続可能な木質資源(認証材・植林木)へのシフトを加速し、これらを活用した素材の開発、普及に注力
- グローバル市場への展開を加速するための人材育成、新たな市場、ターゲットを見極めるマーケティング力の強化

公共・商業建築分野 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による成長加速

- 新たな生活様式、購買スタイル、ワークスタイル浸透に伴う利用者のニーズへ対応するため、安全・安心・健康・快適な空間を創出する機能建材の拡充
- 空間の性能測定と評価を通じ、機能建材を活用したソリューション提案に注力
- 共創活動によるマーケティング活動、アジャイル開発
- 音環境・温熱環境などの改善による新たな空間価値提供に向けた、グループの経営資源をフル活用した材工一貫受注体制の充実
- デジタル手法を活用した営業効率化と提案力強化

産業資材分野

持続可能性や環境負荷低減を強みとした新たな素材開発による新市場・新分野の開拓

- 木質材料への知見を強みに、農業などの新市場・新分野へ挑戦
- 研究、開発分野にとどまらず、あらゆる事業活動において、多様な企業との共創活動を加速
- 持続可能な資源を活用した素材を武器に、住宅用途のシェアアップ、産業用途の拡大
- 持続可能な資源を原料とする多様な素材と製品・機能を活かした、顧客の課題を解決する用途拡大

国内

住宅リフォーム・リノベーション市場

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を拡充するとともに、短工期、省施工、省廃棄物といったマンションリノベーション工事需要に応じた工法モデルの確立・普及

- 新たな生活様式浸透に伴う施主ニーズへ対応する安全・安心・健康・快適な空間を創出する機能建材の充実
- マンションリノベーション向け工法・製品を開発し、提案を強化することで同市場専用製品を拡大
- リフォーム市場における物流を含めた供給体制の強化、およびTDY、重点流通との連携を強化
- 首都圏エリアの住宅需要拡大に即した買取再販物件の供給、リフォーム工事体制の拡充

国内新築住宅市場

市場縮小の影響を最小限にするため、ユーザーニーズへ迅速に対応した差別化製品の開発と提案強化によるシェアアップ
デジタル技術を有効活用した効率的な提案・受注体制の整備

- ニューノーマル時代の新たな施主ニーズに応じたキーアイテムの開発、提案強化
- デジタル技術、アウトソーシング等の導入による営業・受注体制の効率化
- 需要に応じた営業体制の再構築による確実な受注と供給

方針

- 社会課題解決のための新技術開発と、共創（オープンイノベーション）の積極活用による事業拡大および次世代に向けた新事業の創出
- 新たな事業領域に挑戦できる仕組みづくりによる挑戦を称賛・支援する風土の醸成



方針

- 多様な価値観、能力を有する従業員が、成長戦略および個々の志向に基づき、その能力や働きがい高めながら、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に貢献することで、大建工業グループの一員であることを「幸せ」だと感じられる企業を目指す

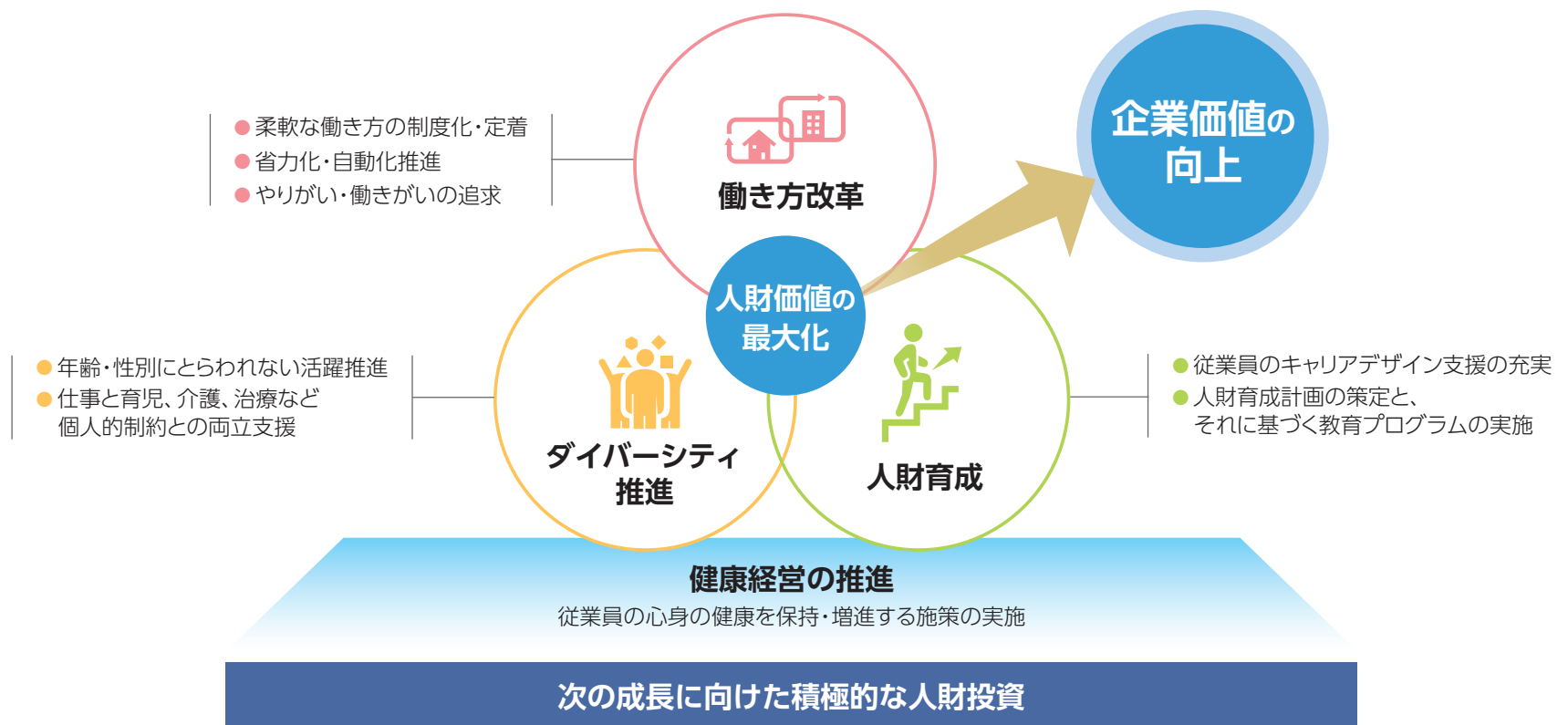
ミッション

1. 多様な人財が活躍できる職場環境・風土づくり

3. 挑戦を称賛、支える制度・仕組みの確立

2. 成長を支え、変化に対応できる人財育成

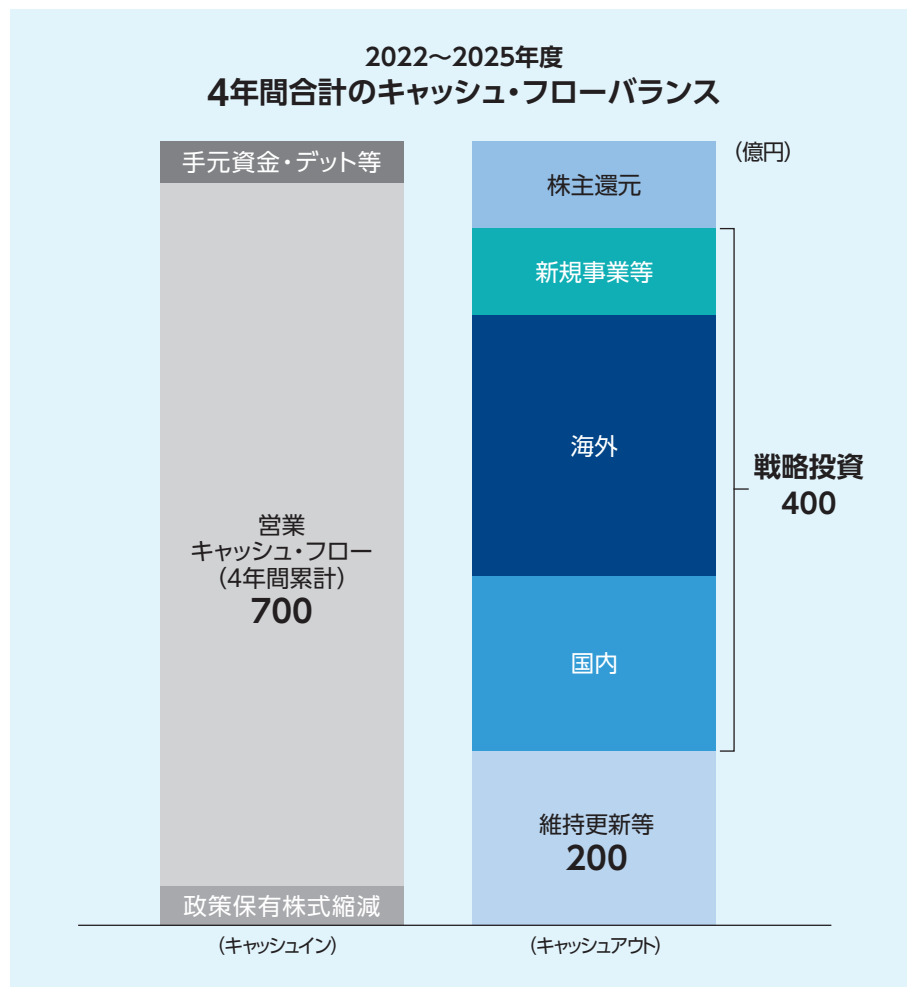
4. バランスの取れた人財基盤の構築



GP25 3rd Stage(2022~2025年度)

中期経営計画(4年間)の目標

- 長期ビジョン「GP25」実現に向けた成長のため、リスクとリターン、資本コストを考慮した積極的な投資スタンスを継続
- 成長戦略・基盤強化のための積極投資、財務の健全性、株主還元の充実の最適化を図るキャッシュアロケーションを実施



主な戦略投資の概要

共通

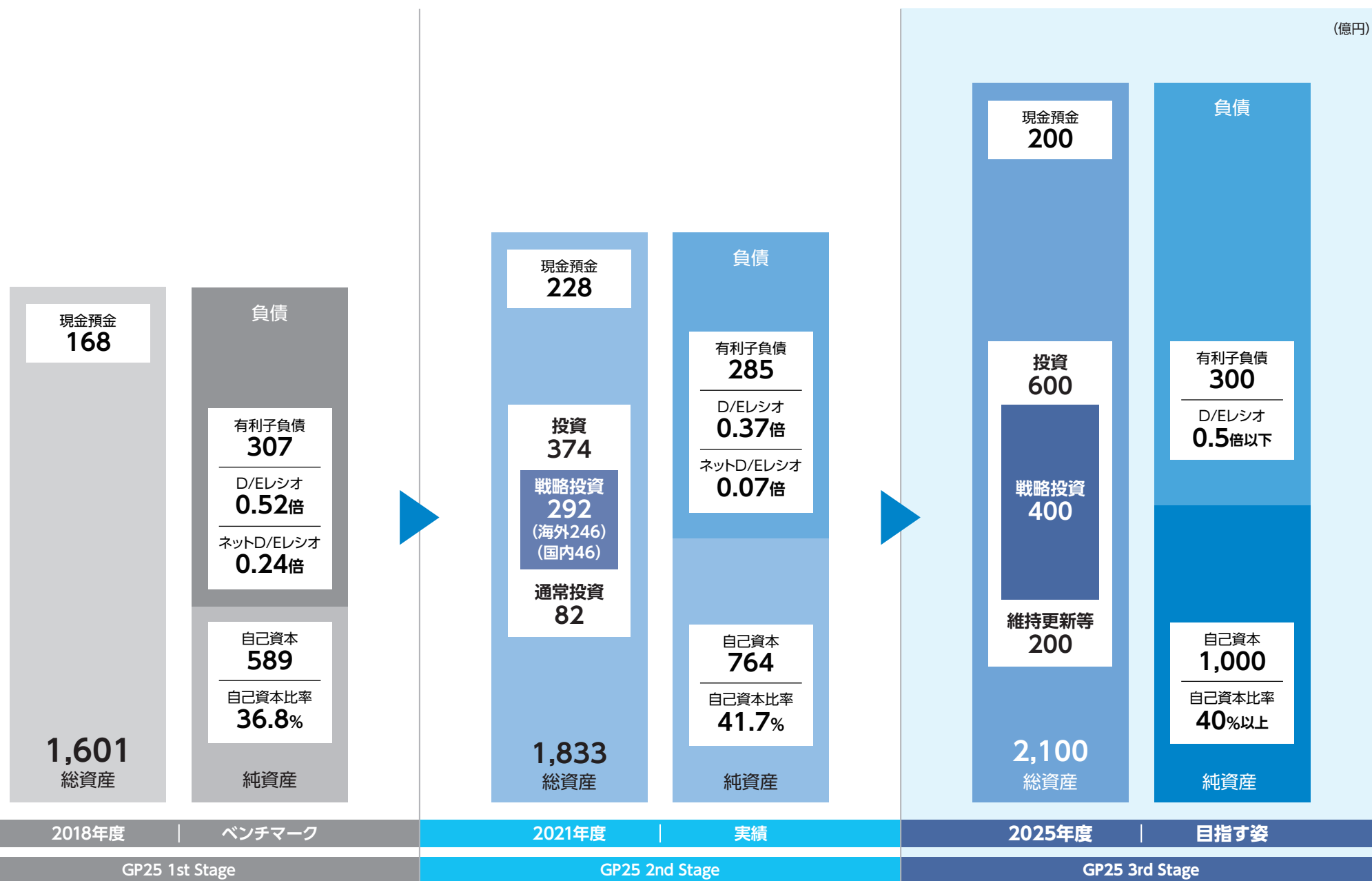
- 研究開発体制の強化 (新素材開発、空間環境測定)
- M&Aを含めた新たな事業領域への進出
- 事業活動における環境負荷低減

海外

- 高需要地への供給・販売体制拡充
- 新たな素材の開発と新市場・エリアへの進出

国内

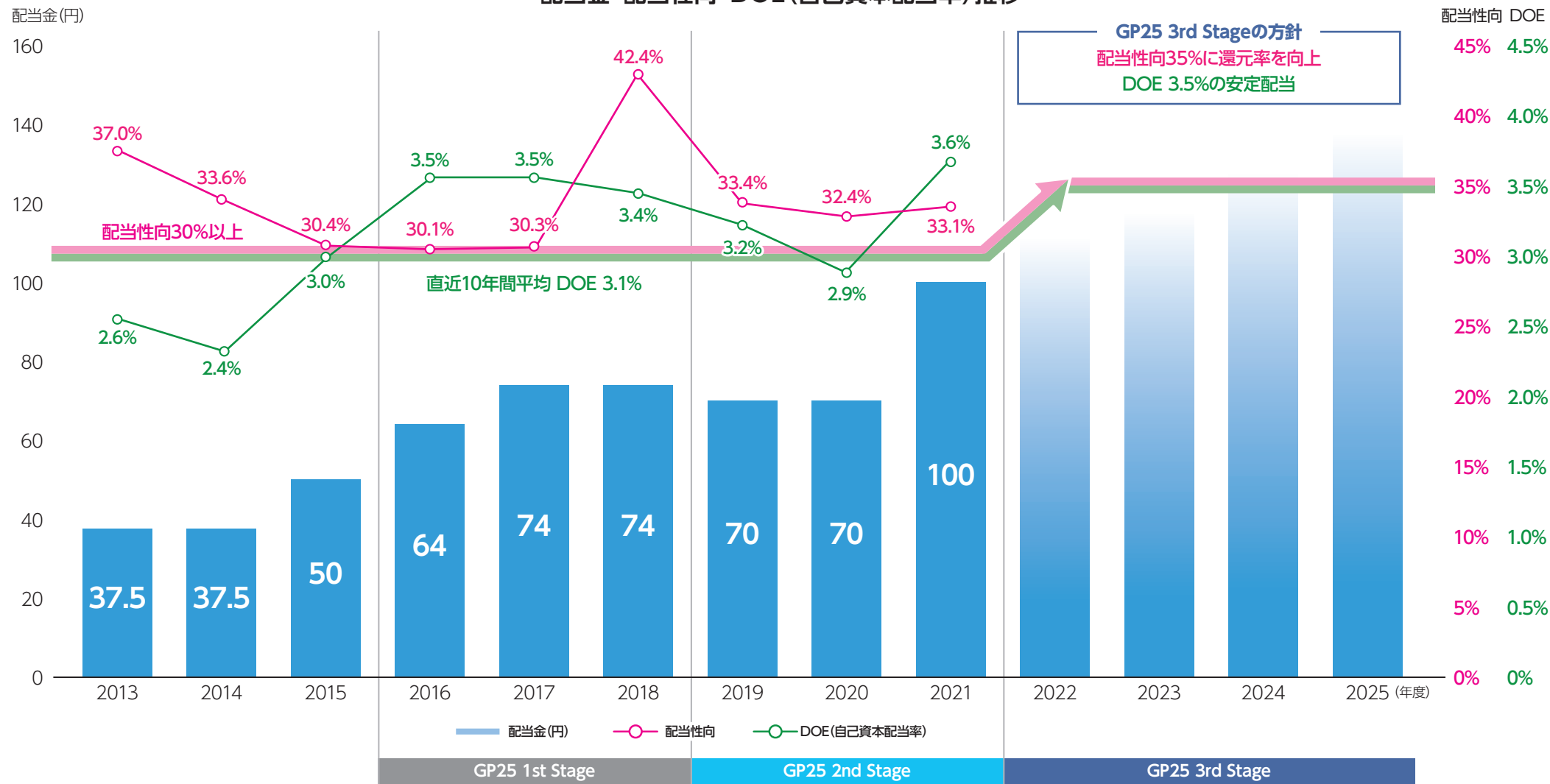
- 需要に合わせた製品供給網の再構築
- 空間性能を高める材工受注体制の強化
- 受発注システムの刷新、業務効率化



中期経営計画「GP25 3rd Stage」の株主還元方針

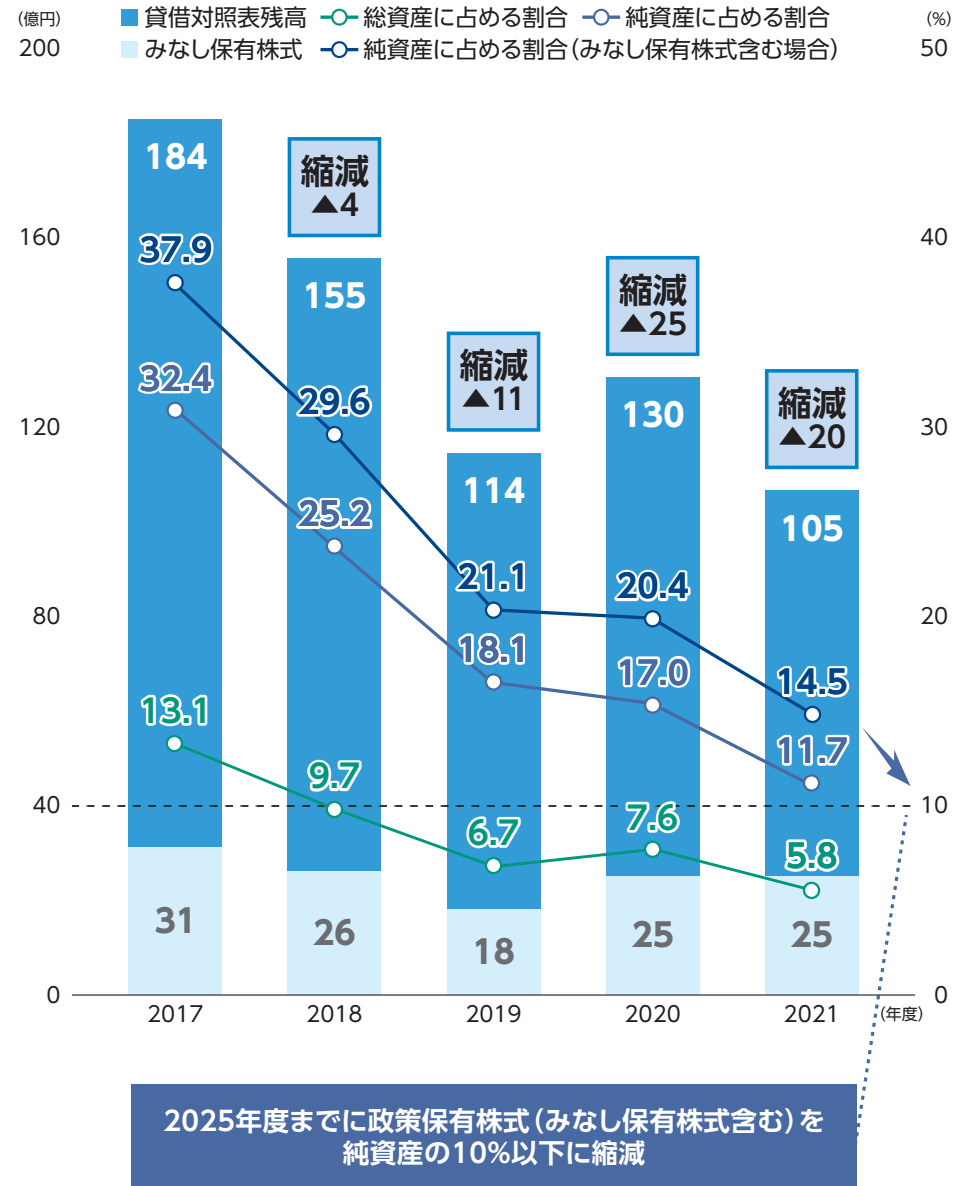
- 中期経営計画「GP25 3rd Stage」(2022~2025年度)の4年間における株主還元は、業績に連動した利益還元の充実と、短期的な利益変動に左右されにくい安定的な配当の維持を重視し、配当性向35%およびDOE(自己資本配当率)3.5%を目標とした配当を実施します

配当金・配当性向・DOE(自己資本配当率)推移



政策保有株式推移

		(億円)				
		2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
貸借対照表 残高	上場	183	154	112	129	104
	非上場	1	1	1	1	1
	合計	184	155	114	130	105
みなし保有株式		31	26	18	25	25
貸借対照表残高 及び みなし保有株式 合計		216	182	133	156	131
売却額		0	△4	△11	△25	△20
取得額		0	0	0	0	0
縮減		0	△4	△11	△25	△19
銘柄数	上場	25	24	19	18	17
	非上場	25	24	24	22	23
	みなし保有株式	3	3	3	2	2
	合計	53	51	46	42	42
	減少	0	△2	△6	△4	△1
	増加	1	0	1	0	1
	縮減	1	△2	△5	△4	0
総資産		1,407	1,601	1,706	1,725	1,833
総資産に占める割合		13.1%	9.7%	6.7%	7.6%	5.8%
純資産		569	617	629	767	905
純資産に占める割合		32.4%	25.2%	18.1%	17.0%	11.7%
純資産に占める割合 (みなし保有株式含む場合)		37.9%	29.6%	21.1%	20.4%	14.5%



中期経営計画「GP25 3rd Stage」において、ESG視点で取り組むべき重要テーマと2025年度に向けた目標を「ESG目標」として設定しています。
主な重要テーマ、目標値、重点施策は以下のとおりです。

	重要テーマ	2025年度 目標	重点施策
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)	分別によるリサイクル利用拡大等
	温室効果ガス排出削減	温室効果ガス 国内外総排出量 (Scope1+2) 10%削減(2021年度比)	生産性向上、ロス低減、生産プロセス合理化等 再生可能エネルギー設備の追加導入
		温室効果ガス 国内外総排出量 (Scope3) 6%削減(2021年度比)	温室効果ガスの排出が少ない資材の 開発・代替の推進、サプライヤーとの連携強化
	生物多様化に配慮した 木材調達の推進	床基材におけるラワン材の使用率 50%削減(2021年度比)	ラワン材からエコ基材へ製品仕様の切り替え
S 社会	ダイバーシティ推進	ダイバーシティ総合指数3rd Stage ※1 +30pt(2021年度比)	多様な働き方・価値観を支える制度化、教育・啓蒙、 採用・登用等の継続的な施策の立案・実行
	健康経営の推進	健康得点(運動・休養・栄養) 20点	健康施策の継続実施
	人財育成の強化	注力市場強化プログラム受講率 50%	注力市場強化プログラムの構築・実施
G ガバナンス	ガバナンス強化	グループ企業理念浸透度 ※2 60pt以上	グループ企業理念浸透度調査の継続実施と 分析に基づく施策の実施
		役員女性比率 10%以上	取締役会における多様性、ジェンダー平等の推進

※1 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」より「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。

※2 グループ企業理念に関する従業員の理解・共感・実践を数値化した当社独自指標。

キノウを超える、ミライへ。

DAIKEN

本資料は情報提供を目的としており、本資料により何らかの行動を勧誘するものではありません。

本資料(業績予想を含む)は、現時点で入手可能な情報に基づいて、当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその確実性・完全性に関する責任を負いません。

ご利用に関してはご自身の判断にてお願い致します。

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