

価値創造プロセス

大建工業グループは、独自の強みを活かした事業活動を通じて、SDGs(持続可能な開発目標)をはじめとする社会課題の解決に貢献することにより、持続可能な社会の実現と、経済的・社会的価値の創出を目指しています。

目指す姿
グループ企業理念の実現

長期ビジョン「GP25」

DAIKEN地球環境ビジョン2050

▶P.3-4

▶P.4

▶P.47-50

新中期経営計画

GP25 3rd Stage(2022~2025年度)

▶P.35-38



社会課題・ニーズ
(外部環境・トレンド)



リスク 機会

マテリアリティ

▶P.21-22

中期経営計画
GP25 2nd Stage
(2019~2021年度)
▶P.30-32

ビジネスモデルと強み
▶P.19-20

強み④
一貫体制

素材・建材の開発から
施工・工事までを手掛ける

強みを価値創造につなげる
事業・市場戦略

中期経営計画
GP25 1st Stage
(2016~2018年度)
▶P.29

強み③
顧客基盤

プロフェッショナルな
顧客との信頼関係

素材事業

海外市場

建材事業

公共・商業建築分野

産業資材分野

エンジニア
リング事業

住宅リフォーム・
リノベーション市場

国内新築住宅市場

事業別・市場別戦略
▶P.31-32、P.37-38

強み②
製品展開力

高機能製品で新たな
スタンダードを生み出す

強み①
研究開発力

持続可能な素材の可能性と
安全・安心・健康・快適な
空間を追求

Input

人財戦略

事業基盤

財務戦略

ガバナンス

グループ行動指針

経営資源の投入

Output

強みを活かした製品の提供 ▶P.15-16

素材事業

木質資源や鉱物資源を有効活用し、
さまざまな機能を付与した素材を提供

MDF	単板・LVL
インシュレーションボード	畳おもて
ダイライト	ダイロートン

建材事業

安全・安心・健康・快適という視点で
空間を形づくりの高機能な建材を提供

床材	音響製品
ドア	収納
階段	造作材

エンジニアリング事業

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

ビル・オフィス内装工事
住宅リフォーム工事
マンションリノベーション

Outcome

経済的・社会的価値の創出

事業を通じた価値創造 (CSV)
▶P.23-28

- 01 木質資源の活用による
カーボンニュートラルへの貢献
- 02 国産木材の活用促進
- 03 未利用資源の有効活用
- 04 安全・安心・健康・快適な空間づくり
- 05 省施工製品及び工法の開発

2021年度

財務成果

売上高:	2,233億円
営業利益:	173億円
EBITDA*:	245億円
親会社株主に帰属する当期純利益:	78億円
ROE:	10.9%
配当金総額:	26億円
配当性向:	33.1%

*営業利益+減価償却費+のれん償却額

非財務成果

木質素材事業による炭素貯蔵量:	803千t・CO ₂ /年
床基材における国産木材の利用率:	51%
CO ₂ 国内総排出量(2013年度比):	△36%

※2021年度