

キノウを超える、ミライへ。
DAIKEN

DAIKEN GROUP
REPORT
2016

DAIKEN グループ レポート

大建工業株式会社

本社 〒530-8210
大阪市北区堂島1丁目6番20号
<http://www.daiken.jp/>



発行 | 2016年7月



[175-10] CS2016.07 TA・KU/SI (P10.1-07)

大建工業株式会社

Corporate Message

キノウを超える、ミライへ。

創業以来、限りある資源を活かした、たくさんの「機能」は、
皆様の声に耳を傾け、ともに作りあげてきたものです。

私たちは、素材・建材・空間づくりで、

そんな「昨日」を一つずつ積み重ねてまいりました。

これからもずっとつづく、心豊かで、こちよ未来のために。

これまでにない機能を見だし、昨日を超えていく。

人々がもっと輝くミライへ。

私たちは、新たな可能性に挑戦しつづけてまいります。



「住宅用建材のメーカー」から
「建築資材の総合企業」へ

contents

会社の全体像

- 03 トップメッセージ
- 05 価値創造プロセス
- 07 財務・非財務ハイライト

ビジョンと戦略

- 09 長期ビジョン『GP25』／中期経営計画
- 11 トップインタビュー
- 15 特集1:サステナブル社会の実現
- 17 特集2:木材の総合活用とカスケード利用の促進

事業別概況

- 19 住空間事業
- 21 エコ事業
- 23 エンジニアリング事業
- 25 お客様への接点強化

CSR

- 28 DAIKENグループのCSR
- 29 Governance／ガバナンス
- 34 Social／社会
- 37 Environment／環境
- 40 中期CSR活動計画の取り組み状況および重点課題

会社情報

- 41 取締役および監査役／会社概要／株式情報

■編集方針

DAIKENグループは、ステークホルダーの皆様にご報告するべく、企業活動全般をよりわかりやすくお伝えするため、企業の社会的責任に対する取り組みを中心に報告してきた「CSR報告書」を今年度よりリニューアルし、「DAIKENグループレポート」として発行いたします。本レポートを通じて、DAIKENグループの企業価値、成長性などをご理解いただければ幸いです。なお、CSRに関するより詳細な取り組み、環境データなどにつきましては、当社ウェブサイトに掲載しています。

■対象期間 2015年度(2015年4月1日～2016年3月31日)
※一部当該年度以外の内容も掲載しております

■報告範囲 大建工業株式会社および大建工業グループ
※安全衛生や環境に関するパフォーマンスデータは、一部範囲が異なります。

■発行 2016年7月

■参考ガイドライン

GRI「サステナビリティレポートガイドライン第4版」
ISO26000
国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」

【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。



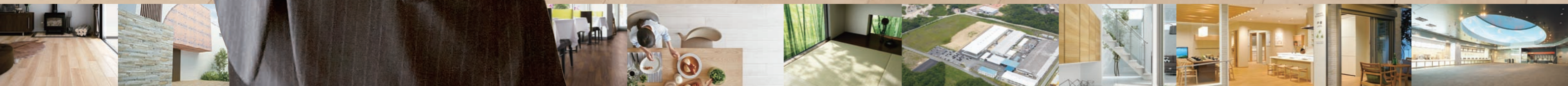
TOP MESSAGE

建築資材の総合企業として、さらなる企業価値向上に挑む。

昨年、当社は創立70周年を迎えるにあたり、
10年後の2025年を目指した長期ビジョン『GP25(GROW/GLOW PLAN 25)』を策定しました。
目指す企業像は、「住宅用建材のメーカー」から「建築資材の総合企業」へ成長し、
社会から評価される魅力的な企業として輝くこと。
これは、ステークホルダーの皆様へのお約束でもあります。
それだけに、DAIKENグループにとって2016年度は、
目指す企業像実現に向けた第一歩を刻む、非常に重要な年となります。
経済・社会構造がめまぐるしく変化し、急速なグローバル化により国際競争も激しさを増す中、
我々の未来への道りは決して平坦ではありません。
ただ、この厳しい環境は、我々が一步先行く企業へ変革するためのチャンスでもあります。
今、我々が成すべきこと、それは、創業以来当社がこだわり続けてきた“エコ”と“空間の質的向上”への取り組みを通じ、
DAIKENならではの新たな価値を創造し、提供すること、そして、社会の変化をいち早くとらえ、
社員一人ひとりの力と勇気を結集し、新たなことに挑戦していくことです。
DAIKENグループは、これからもすべてのステークホルダーの皆様から信頼され、
そして持続的に発展し続ける企業グループとなるべく努力を重ねてまいります。
今後とも一層のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

代表取締役・取締役社長

鹿田 弘利

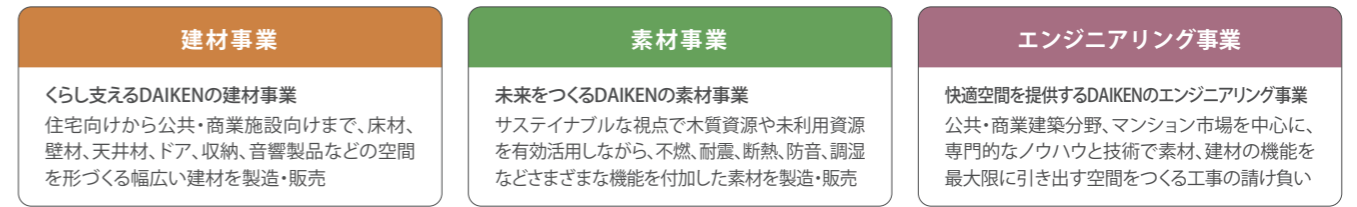


DAIKENグループの価値創造プロセス

“エコ”と“空間の質的向上”にこだわり、追求し、新たな価値を社会に提供することが、DAIKENグループのビジネスの原点であり、存在意義だと考えます。

これまで培ってきた技術、豊富な人財、そして限りある資源を最大限に活用し、社会的課題を事業活動を通じて解決することで、持続的な企業価値向上を実現していきます。

素材、建材、工事まで、空間づくりに幅広くアプローチ
そんなDAIKENだからこそ提供できる価値がある。

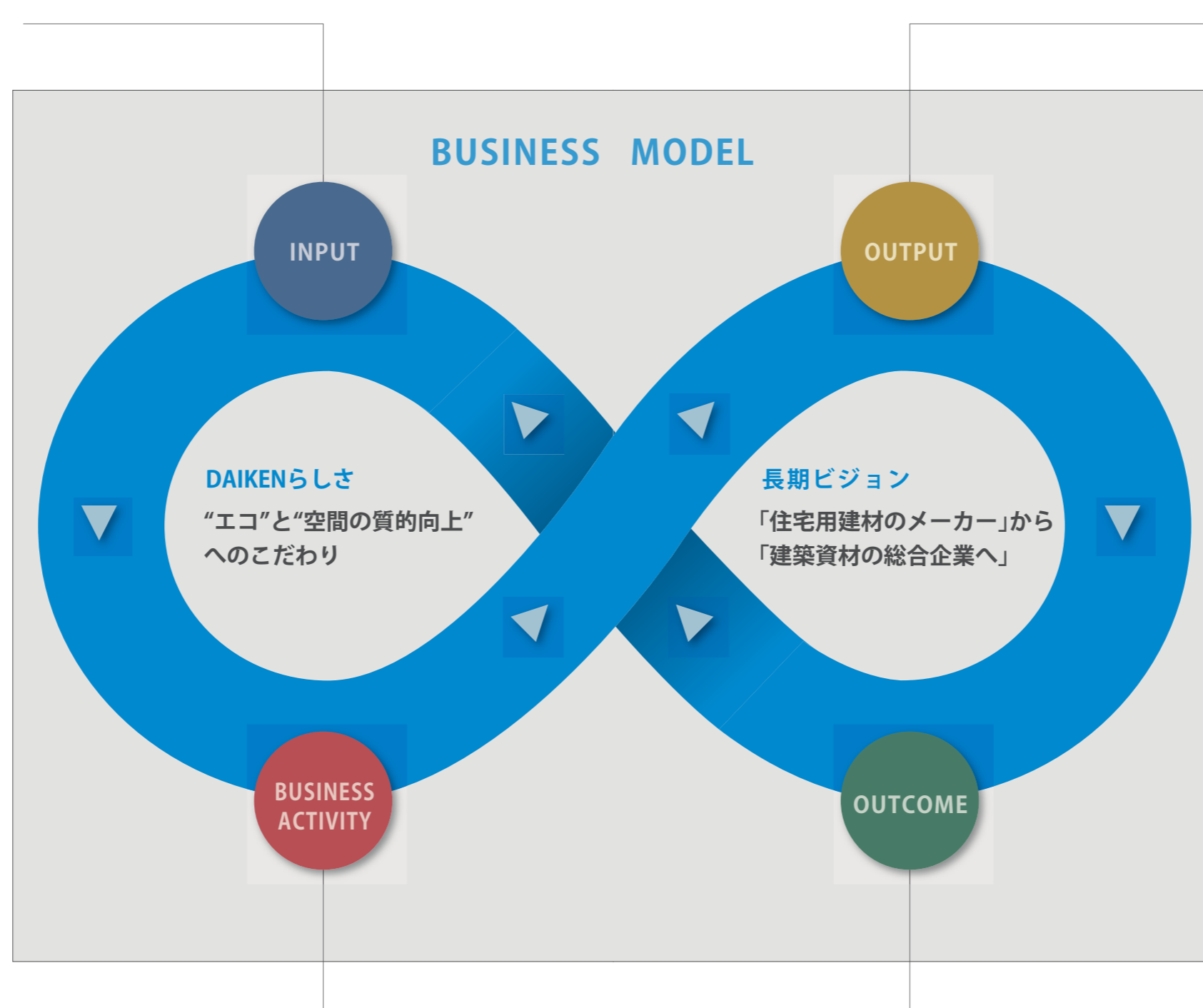


価値創造の源泉

- 技術力**
 70年以上にわたって多様化するニーズをいち早くとらえ、業界に先駆けた素材・製品を開発した技術を磨き続けます。
- 人財**
 DAIKENを形づくるのは一人ひとりの従業員。多様な個性や発想で新たな価値を生み出す人財を育てます。
- 自然資源**
 再生可能な木質資源をいかに有効に活用するかによって他社との差異化を図り、持続可能な利用を進めます。

DAIKENの強みを活かした事業活動

- | | | |
|--|--|--|
| 建材事業 | 素材事業 | エンジニアリング事業 |
| 最新の素材・テクノロジー
意欲的な研究開発により、常に最新の素材・テクノロジーを開発します。 | 資源を無駄なく有効に活用したモノづくり
木質資源や未利用資源なども有効に活用した無駄のないモノづくりを行います。 | ハード・ソフト一体となった提案
素材・建材から空間に至るまで、ハード・ソフトが一体となった専門技術でお客様に提案します。 |



取り組み実績

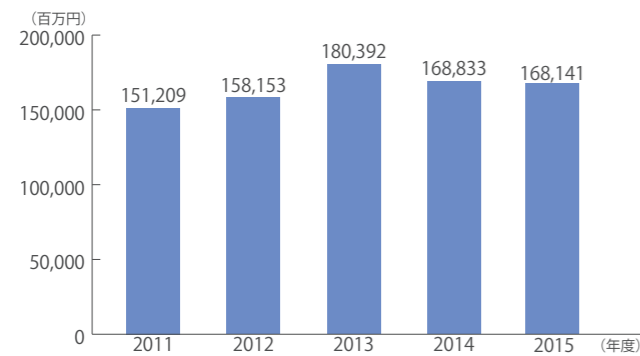
- 国産材活用等による地域社会や地方自治体との「協創」**
 地域材を有効に活用するために地元の方との協働のもと、新しい価値を創出しています。
- 新市場、成長分野への重点的な取り組み**
 公共・商業建築分野と海外市場を重点市場に位置付け、積極的に経営資源を投入しています。
- 木材活用による炭素の固定化**
 木材の循環利用により炭素を空气中に戻さず固定化し、地球温暖化防止にも貢献しています。

社会と共有する価値の創造

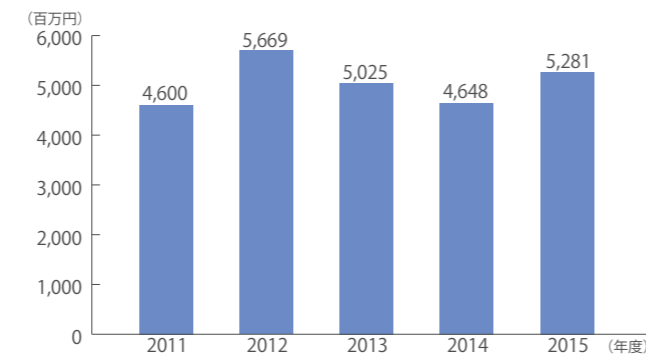
- サステイナブル社会の実現**
 DAIKENグループは、事業活動において社会が抱える課題を解決し、社会と共有できる価値を生み出すことが、企業の持続的成長において最も重要だと考えています。
- 安心・安全・快適な空間の提供**
- 木材の総合活用とカスケード利用の促進**

財務ハイライト

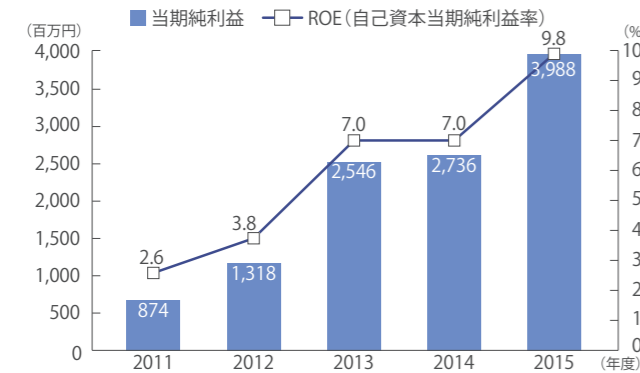
売上高



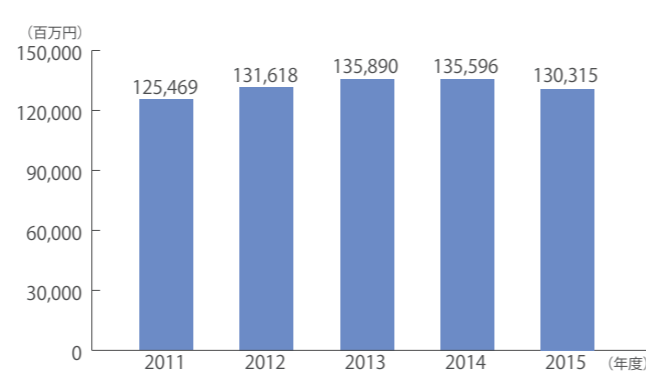
経常利益



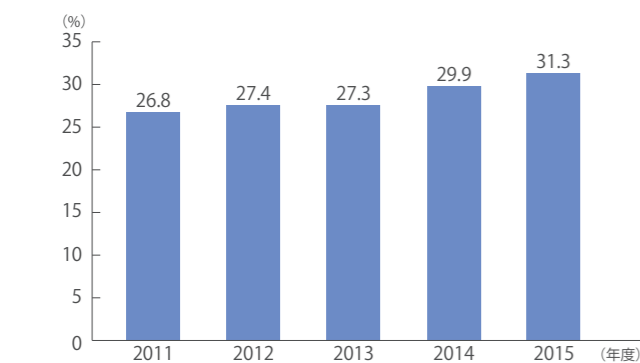
親会社株主に帰属する当期純利益/ROE(自己資本当期純利益率)



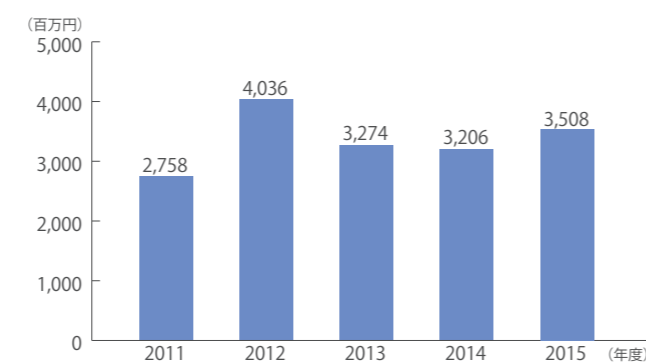
資産総額



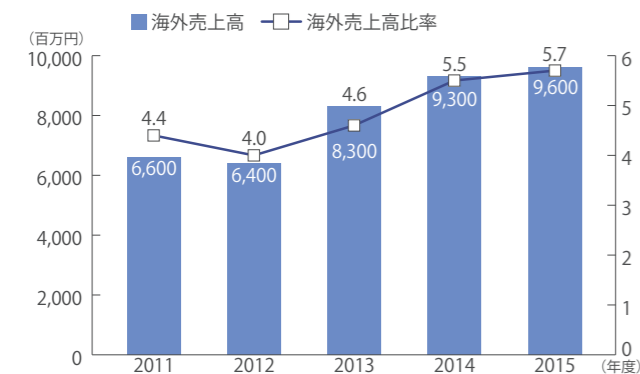
自己資本比率



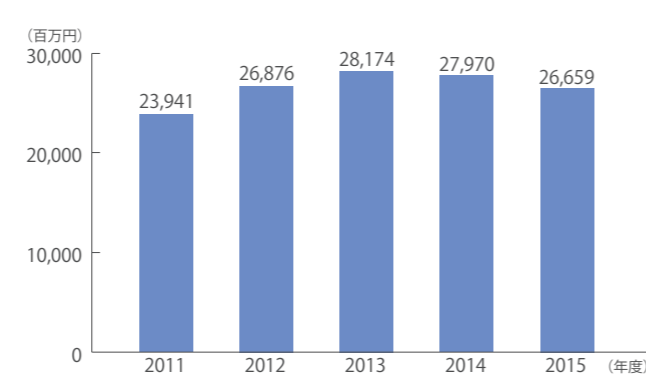
設備投資額



海外売上高/海外売上高比率

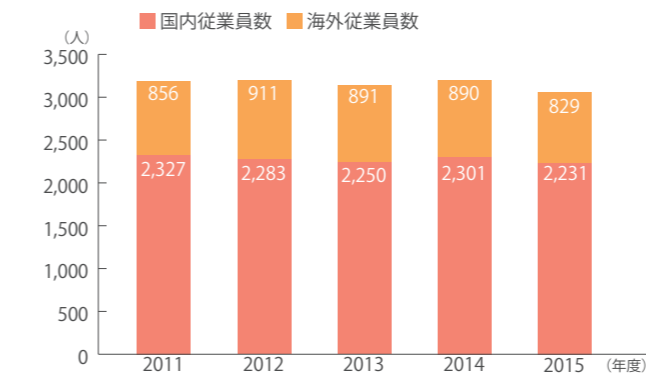


海外事業取扱高

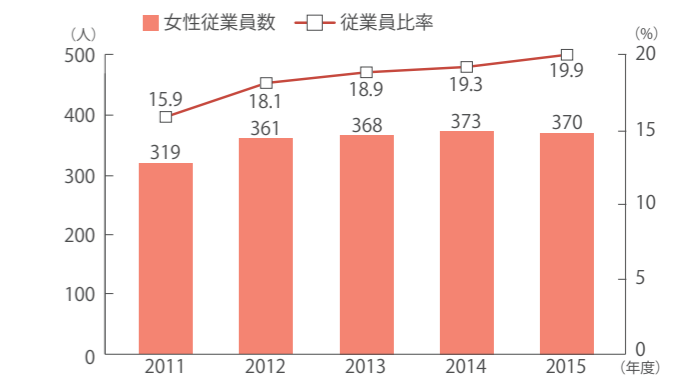


非財務ハイライト

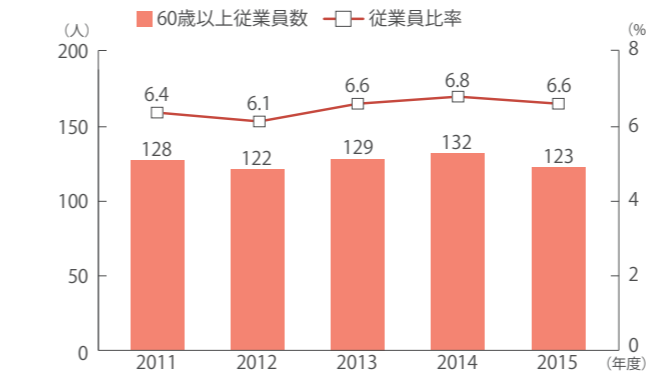
国内・海外従業員数



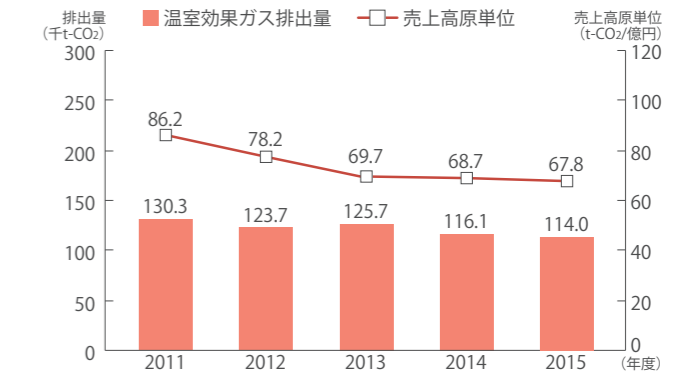
女性従業員数/従業員比率(大建工業単体※1)



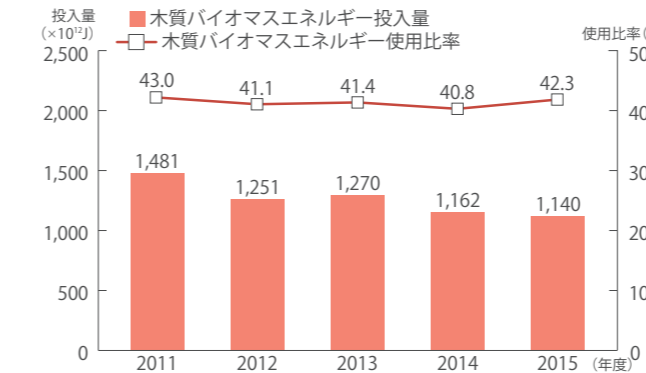
60歳以上従業員数/従業員比率(大建工業単体※1)



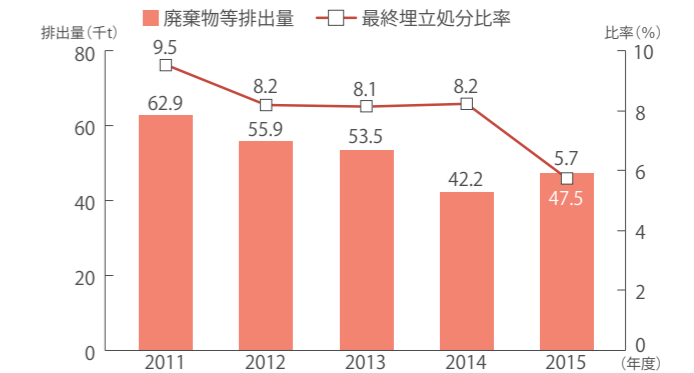
温室効果ガス排出量※2/売上高原単位※3



木質バイオマスエネルギー投入量※2/使用比率※4



廃棄物等排出量※2/最終埋立処分比率※5



※1 2015年度のデータは4子会社を吸収合併後のデータです。2011~2014年度のデータは吸収合併した4子会社のデータを含めています
 ※2 DAIKENグループの国内生産拠点における集計値です。CO2排出量は、省エネ法及び温対法に準じて算定しています
 ※3 売上高に対する温室効果ガス排出量
 ※4 全エネルギー投入量に対する木質バイオマスエネルギー投入量の割合
 ※5 廃棄物等排出量に対する最終埋立処分量の割合

■より詳細な情報はそれぞれ下記のウェブサイトをご覧ください。

財務 <http://www.daiken.jp/ir/>

非財務 <http://www.daiken.jp/csr/>

長期ビジョン『GP25』／中期経営計画

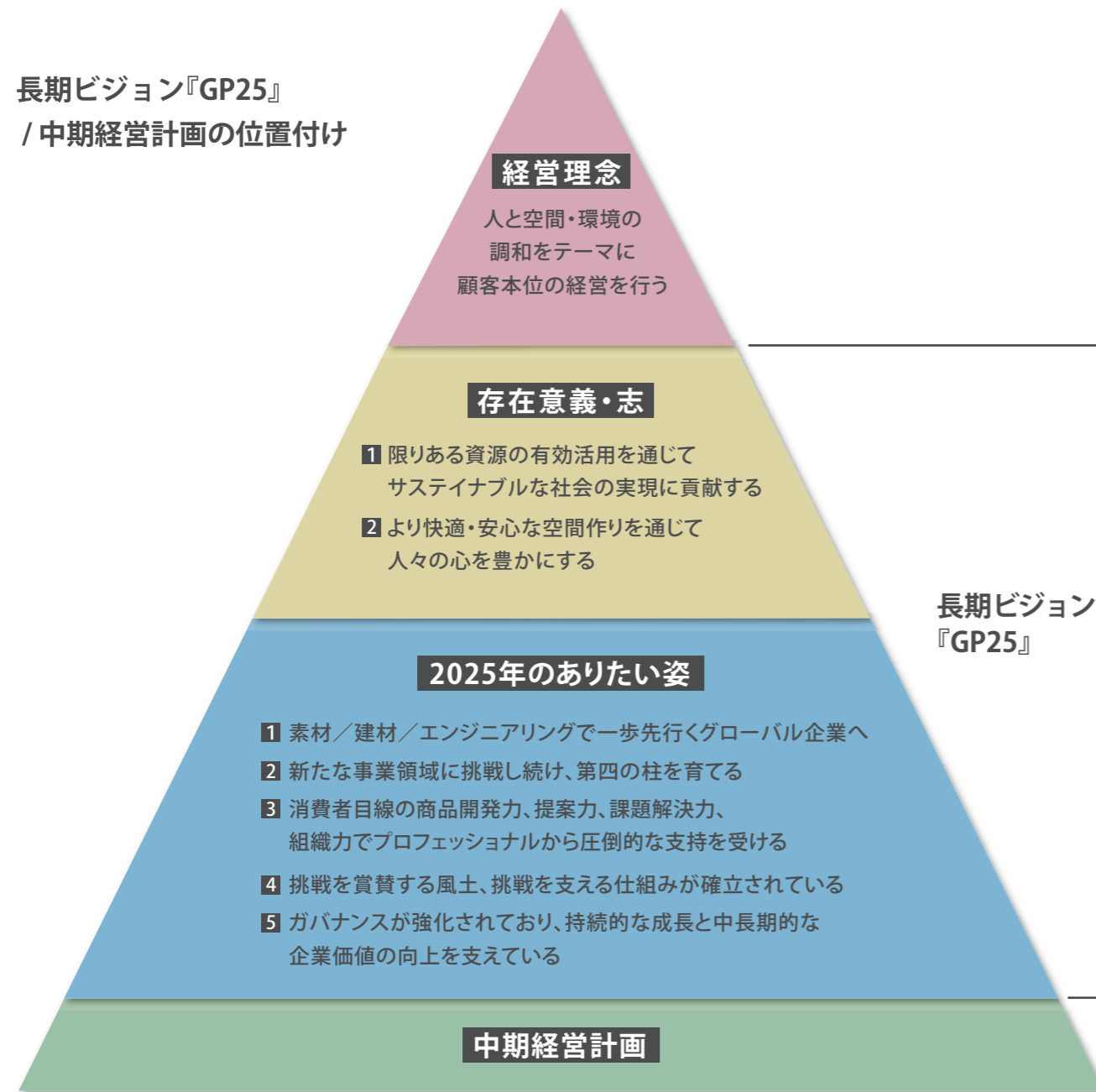
2015年、DAIKENグループは創立70周年を迎えるにあたり、10年後の2025年を目指した長期ビジョン『GP25(GROW／GLOW PLAN 25)』を策定しました。

『GP25』では、既存事業の深耕と拡大、新たな市場拡大を通じて、これまでの「住宅用建材のメーカー」から「建築資材の総合企業」へと成長することを、ありたい姿(企業像)として掲げております。

そして、このありたい姿を実現するための第1ステップとして、2016年4月に新たな中期経営計画『GP25 1st Stage』をスタート。

最終年度を3年後の2018年度とし、売上高1,800億円、経常利益70億円を経営目標に掲げ、事業活動を行ってまいります。

長期ビジョン『GP25』 ／中期経営計画の位置付け



長期ビジョン『GP25』実現に向けたプロセス

長期ビジョン『GP25』は、単に収益だけを追求するのではなく、より社会に貢献できる企業へとDAIKENを成長させたいという想い、そして社員が生き活きと活躍し、社会からも評価される魅力的な企業へとDAIKENを輝かせたいという想いを、GROW「成長」とGLOW「輝く」の2つの言葉に込めました。



消費者や市場の期待に応え、
より社会に貢献できる会社へ成長したい

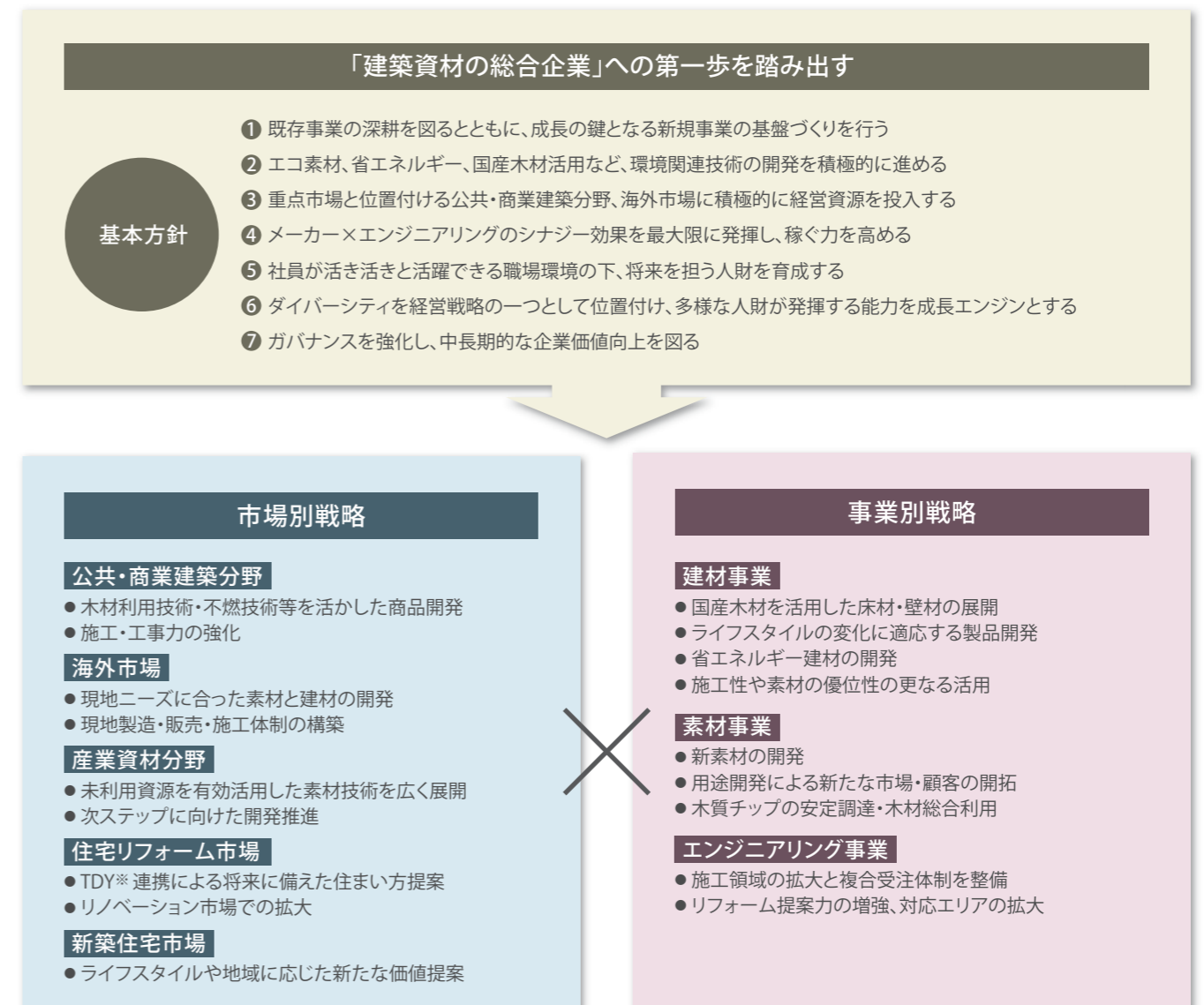


社員が生き活きと活躍し、
社会からも評価される魅力的な会社になりたい

中期経営計画『GP25 1st Stage』〈2016-2018年度〉

今回、新たに策定した中期経営計画『GP25 1st Stage』は、長期ビジョンの実現に向けた第一ステップであり、「住宅用建材のメーカー」から「建築資材の総合企業」へと飛躍するための基盤構築が最大のミッションとなります。

『GP25 1st Stage』では、このミッションを遂行するため、従来の考え方、行動を一から見直し、市場軸と事業軸の2つの観点から戦略を組み立て、重点課題とそれらに対する施策を策定しました。



※TOTO、DAIKEN、YKK APの3社



TOP INTERVIEW

「建築資材の総合企業」になるべく
“エコ”と“空間の質的向上”を通じ
社会と共有する価値を
創造していきます。

Q 2015年度の業績についての
振り返りをお願いします。

A 事業構造の転換などの改革を進めましたが、
減収増益となりました。

2015年度の国内における住宅建設分野の市場環境は、新設住宅着工が前年度比約3.5%増の91万戸と増加したものの、増加した内容は大半が賃貸住宅であるため、床面積ベースでは前年度と比べほぼ同等でした。

このような経営環境のもと、当社グループは、国内の新設住宅着工に左右されない事業構造への転換を進めました。具体的には、主要な4つの国内製造子会社を統合することで経営の効率化と人材の流動化による組織の活性化、開発・製造・営業の一体化を図りました。また、利益面においては円安による原材料の高騰という大変厳しい状況の中、原油安による石化製品やエネルギー

コストの低下、営業部門による価格改定、事業部門によるコストダウンや生産性改善による合理化、スタッフ部門による物流改革や調達改革などの構造改革を実施するなど、改善を図りました。

この結果、第100期(2015年4月1日から2016年3月31日)の業績は、売上高1,681億41百万円(前年度比0.4%減)、営業利益55億86百万円(前年度比61.8%増)、経常利益52億81百万円(前年度比13.6%増)となり、残念ながら減収増益という状況です。

このような厳しい環境の中にあっても増収となっている同業他社もあり、減収となった要因を事業部門、営業部門の両部門で分析し、早急に対策を取ってまいります。

Q 2016年度からスタートする中期経営計画の
ポイントについて教えてください。

A 「建築資材の総合企業」への第一歩を踏み出すべく
新たな市場・事業領域の拡大に挑戦していきます。

2016年度からスタートする中期経営計画は、2015年5月に策定した長期ビジョン『GP(グロウプラン)25』の“ありたい姿”実現のための最初のステップとして、2016年度～2018年度の3カ年を『GP25 1st Stage』としています。

今後の日本社会は人口減少や、それに伴う世帯数の減少から新設住宅着工の減少が予測されており、新築住宅用の資材の需要が減少することは明らかです。そのような外部環境の中、DAIKENグループとして新設住宅着工に依存せず、現在の「住宅用建材のメーカー」から「建築資材の総合企業」となるべく、新たな市場、新たな事業へと果敢に挑戦していく考えです。

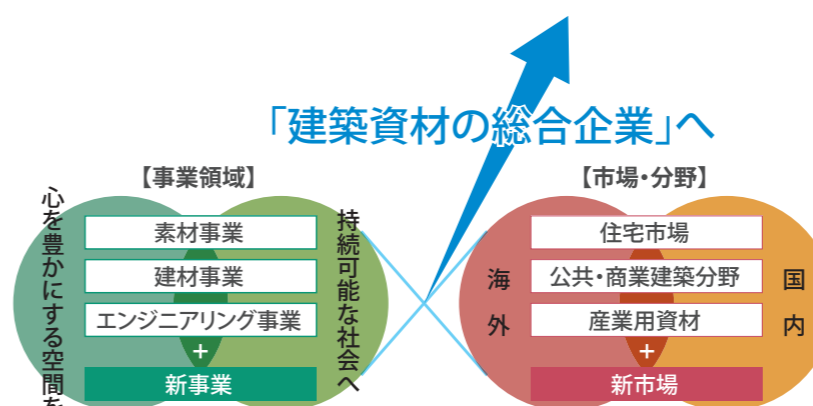
市場軸では、国内の住宅以外の市場である公共・商業建築分野(非住宅)と住宅のリフォーム市場および海外市場での成長を

目指すことがポイントとなります。事業軸では、エンジニアリング事業(工事分野)を大きく伸ばすことがポイントになると考えています。

同時に、第四の柱となる新規事業の創出にも本格的に着手いたしました。社内で誰もが自由に企画を提案できるように公募し、プロジェクトとして具体化するために検討を進めています。また、開発研究所において独自にテーマアップしているさまざまな基礎研究の中から生まれる新たなシーズを、製造側の商品開発部門との協力により新たな事業の創出につなげやすい体制としました。

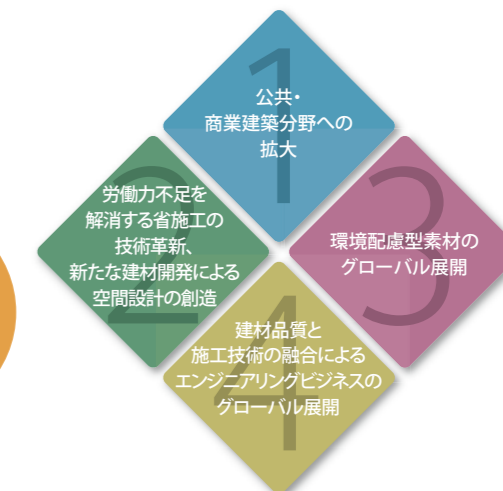
新たな事業の創出に垣根は設けず、幅広く可能性を追求していきたいと考えております。

■「住宅用建材のメーカー」から「建築資材の総合企業」へ



- 重点市場 公共・商業建築分野、海外市場
- 重点事業 エンジニアリング事業

■新たなビジネスモデルへの転換



Q 2016年度の見通しと戦略についてお聞かせください。

A 不透明な経営環境の中においても、公共・商業建築分野と海外市場を重点市場に積極的に投資を行っていきます。

2015年度は、年初来続いた円安・株高の影響で大手輸出企業を中心に各企業の業績は回復してきましたが、今年に入り潮目が大きく変わり、円高・株安となり今後の景気動向が不透明な状況となってきました。

2016年度はそのような経営環境下でスタートしたため、見通しが立てにくい状況であると言わざるを得ません。また、4月に発生した熊本地震では、震度7が2回起きる前例のない災害になるなど、現在の日本経済は全体として様子見という状況ではないかと思えます。現在の住宅ローンは過去最低水準であり、新設住宅着工戸数は昨年度並みか若干の上積みが可能かどうかと予測しております。

また一方で、新設住宅着工だけに依存しない会社へと転換を図ることが重要であり、公共・商業建築(非住宅)分野と海外市場を重点市場として位置付けています。公共・商業建築分野

では、2016年3月に、非住宅市場(公共・商業建築分野)の設計関係者の課題や市場ニーズに対し、当社の技術や素材、製品を提案し、製品開発を行うことを想定した「DAIKEN 秋葉原テクニカルスペース」をオープンしました。また、海外市場については、長期ビジョン『GP25』においても東南アジア地域を中心とした事業の拡大を掲げています。とりわけ、力強い経済成長を背景に住宅の開発が急速に進むと推測されるインドネシアにおいて、内装ドアの生産子会社PT.Daiken Dharma Indonesiaを、現地企業であるPT.Dharma Satya Nusantara社などと合併で設立し、8月より本稼働を開始いたします。

今期は中期経営計画の初年度であり、全社を挙げて取り組んでまいります。

(百万円)	2015年度(実績)	2016年度(業績予想)	2018年度 GP25 1st Stage 最終年度
■ 売上高	168,141	172,000	180,000
■ 営業利益	5,586	6,000	7,000
■ 経常利益	5,281	6,300	7,000
■ 親会社株主に帰属する当期純利益	3,988	4,000	4,300
■ ROE(%)	9.8%	—	8%以上

Q 資本政策、株主還元についてはどのようなお考えでしょうか。

A ROE8%以上、配当性向30%以上を目標に持続的な企業価値の向上を図っていきます。

当社の資本政策は、ROE(自己資本当期純利益率)を重視した効率的な経営に努め、株主の皆様への還元の充実と当社財務の健全性および中長期的な成長に向けた戦略的投資のバランスを最適化することで、企業価値の向上を図ることを基本としています。ROEとは、企業の収益性を測る指標の一つで、自己資本が企業の利益にどれだけつなげているかを示すものです。当社は2016年度からスタートする中期経営計画において、ROE8%以上を安定的に達成できる企業体質を目指します。

また、株主還元方針としては、配当性向30%以上、つまり親会社株主に帰属する当期純利益の30%以上を配当金として株主の皆様へ還元することを目標とし、業績に連動した利益還元を目指しつつ、安定的な配当の維持に努めてまいります。

自己株式の取得につきましては、資本の状況、市場環境等を考慮した上で、総合的に判断してまいります。

そして自己資本につきましては、中長期的な成長と、それを支える強固な経営基盤の確立のために、生産・販売・施工体制の整備・強化や新規事業・海外市場の展開などに有効活用してまいります。



Q 最後に、DAIKENグループの考えるCSR経営と今後についてお聞かせください。

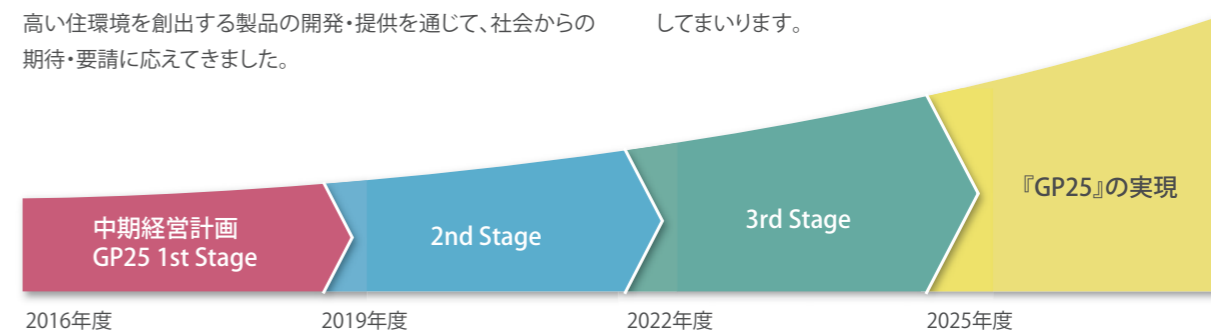
A CSRとは経営そのものであり、社会との共通の価値を創造することでこれからも発展していきます。

当社はCSRへの取り組みを通じて経営理念の実現を目指します。これをCSR経営と考えています。お客様や社会から支持される企業として継続的に発展するためには、企業活動において経営・社会・環境の側面を総合的にとらえ、戦略的にCSRに取り組むことが重要だと考えます。

当社の創立は、1945(昭和20)年9月26日。終戦直後の荒廃と混乱の中、「復興資材として木材・製材品を生産し、日本の社会や国民の生活の再建に役立ちたい」という先人の熱い志のもと、各種木製品と床材を製造したのが事業の始まりです。この先人の志こそが、当社CSRの原点であり、以来、現在に至るまで、地球環境に配慮したエコ素材と、消費者目線に立った質の高い住環境を創出する製品の開発・提供を通じて、社会からの期待・要請に応えてきました。

『“エコ”と“空間の質的向上”への取り組みを通じ、社会と共通の価値を創造し、持続可能な社会の実現に貢献する』CSR活動方針に掲げたこのビジョンは、企業が長期的に繁栄し、すべてのステークホルダーの皆様へ価値を創出するには、同時に社会にとっても価値を創出すべきだという創業以来取り組んできた経営姿勢をより明確にし、向かうべき方向を示したものです。そして、大切なのは私たち一人一人が実際に何をするか、ということに尽きます。

今後もDAIKENグループは、ビジネスプロセス全体を通じて主体的、能動的にCSR活動を推進し、2025年のありたい姿に向かって社会的な責任を果たしていくことで、社会とともに発展してまいります。



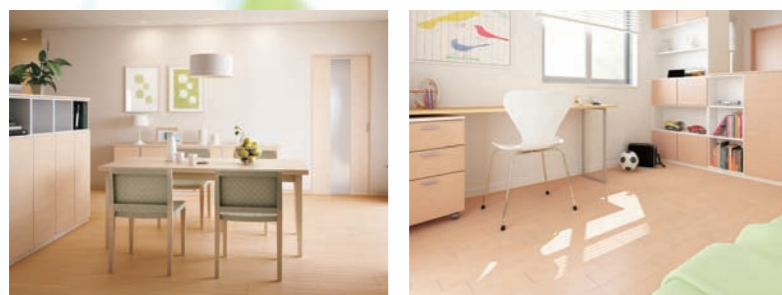
フロア用基材のエコ化への挑戦

『Eハードベース』で木質資源の持続可能性を追求

2000年代、地球環境問題への関心が世界的に高まる中、フロア用基材の脱天然南洋材合板化は建材メーカーにとって避けては通れない大きな課題であり、各社は代替方法の開発にしのぎを削っていました。

そうした中、当社は2005年に植林木を利用した合板と樹脂強化層を組み合わせたハイブリッド基材『エコベースフローボード』の開発に業界で初めて成功。

その後、この技術をさらに高め、2008年には植林木合板と特殊MDFを組み合わせたエコ基材『Eハードベース』を開発しました。



植林木合板とMDFが持つ課題を一つずつクリアし、機能、品質ともに満たすエコ基材を開発

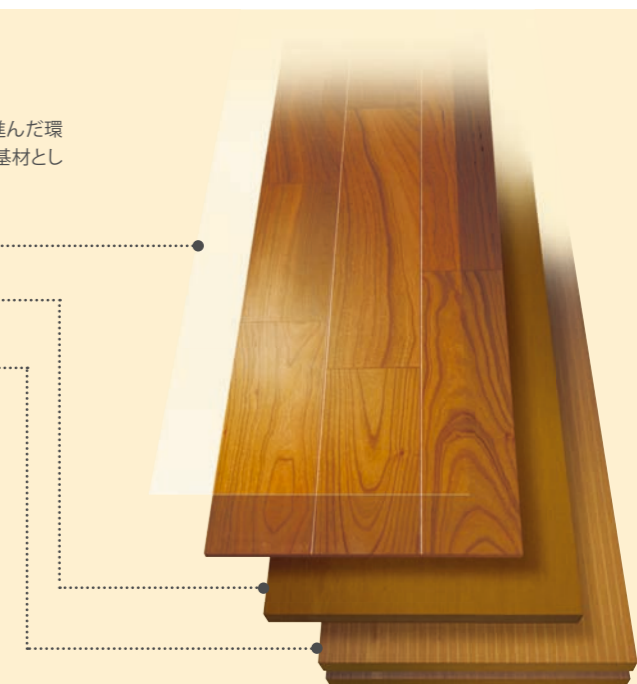
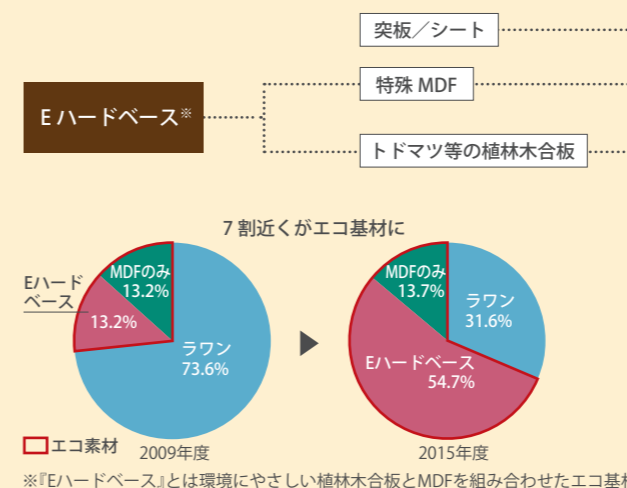
2000年代に入り価格の高騰や環境保護意識の高まりなどに伴い、従来の良質なラワン材の入手が、近い将来困難になるということは明らかでした。そこで、環境にやさしい持続可能な形での南洋植林木を使用した合板と床用に特別に改良したMDFを組み合わせたフロア用基材の開発を始めました。

とはいえ、代替化は容易ではなく、クリアしなければいけない課題が山積していました。まずは、植林木を使うにあたってどの樹種が最も適しているのか、その選定から始める必要がありました。次に、MDFについても床に使用すると

いう用途から耐水性・耐ワックス性など改良を重ねていきました。最も困難だったのは床暖房の仕上げ材としての品質を確保すること。木材の性質上、乾燥などにより反りが発生します。特に日本はフローリングに素足で生活する文化であり、わずかな反りでも重大な品質問題につながる恐れがあるからです。こうした課題を一つずつクリアしていくことによって、当時はなかった『Eハードベース』用のファルカタ合板規格もこの時にでき、現在では広く一般的に使われるようになってきました。

植林木合板+特殊MDFを融合させた次世代型エコ基材『Eハードベース』

環境にやさしい植林木合板と特殊MDFを融合させることにより、さらに一步進んだ環境配慮型のエコ基材『Eハードベース』が誕生しました。南洋材合板の代替え基材として森林保護、CO₂削減に大きく貢献します。



長年のノウハウの蓄積と当社独自の技術の融合により開発した床基材で、地産地消による持続的な国産材の利用を追求

次に私たちが取り組んでいるのは、国産材への応用です。日本はスギなど材質が柔らかい針葉樹がほとんど。2009年に発売した『フォレスハード』は、これまで床材には使用されてこなかったトドマツ植林木を国内で初めて床の基材として採用した製品になります。その後も改良を重ねた結果、国産材の利用率は当初4%程度だったものが2016年には15%にまで増加。さらに、2015年5月には「木質フローリング基材の環境配慮型への変革及び普及価格での提供」「凹みやキャスター傷への強さなど性能UP」「フロア基材の国産材活用に貢献」これらの点が、木質フローリング基材を大きく変えた革新的な木材加工技術であり、木材加工製品の利用と普及に大きく貢献したことが評価され、公

益社団法人日本木材加工技術協会より「第60回木材加工技術賞」を受賞しました。

こうしたことが実現できた背景には、長年床材を扱う中で蓄えられたノウハウがあったことに加え、当社独自のMDFの技術があります。これらが融合したことで生まれた、いわば一つの集大成とも言えるものなのです。さらに、創立当時から扱っていた合板を知る技術者がマレーシアに渡り、指導できたことも成功の重要な要因でした。

現在は約15%程度の国産材の割合を将来的には30%程度にしていくとともに、地産地消のできることを理想に掲げ、これからも持続的な木材の利用を追求していきます。

独自技術で国産材の 公共施設展開に挑む

WPCフロアが「みなとモデル」に採用

国土の約7割を森林が占める日本にとって、国内林業の活性化は喫緊の課題です。政府は「森林・林業再生プラン」を2009年に策定し、2020年までに“木材自給率50%以上”を目標に掲げています。さらに、2010年には公共建築物における木材の利用を促進することを目的に「公共建築物等木材利用促進法」を施行。これを受け、全国の自治体では、国産材を積極的に活用する動きが活発化しています。



「みなとモデル」とは

港区内で建築される5,000m²以上の建築物に対し、一定以上の協定木材※または国産合法木材を使うよう、区が働きかけを行い、実際に使用された国産木材量に相当する二酸化炭素(CO₂)固定量を区が認定する制度。国産木材の使用を促すことで、区内でのCO₂固定量の増加と国内の森林整備の促進によるCO₂吸収量の増加を図り、地球温暖化防止に貢献することを目的としています。

※ 港区と「間伐材を始めとした国産材の活用促進に関する協定」を締結した自治体(協定自治体)から産出された木材を、「協定木材」と呼びます。

WPC技術で国産材を活用した内装木質化に貢献 公共建築への国産材利用を促進し、環境教育にもつなげていく

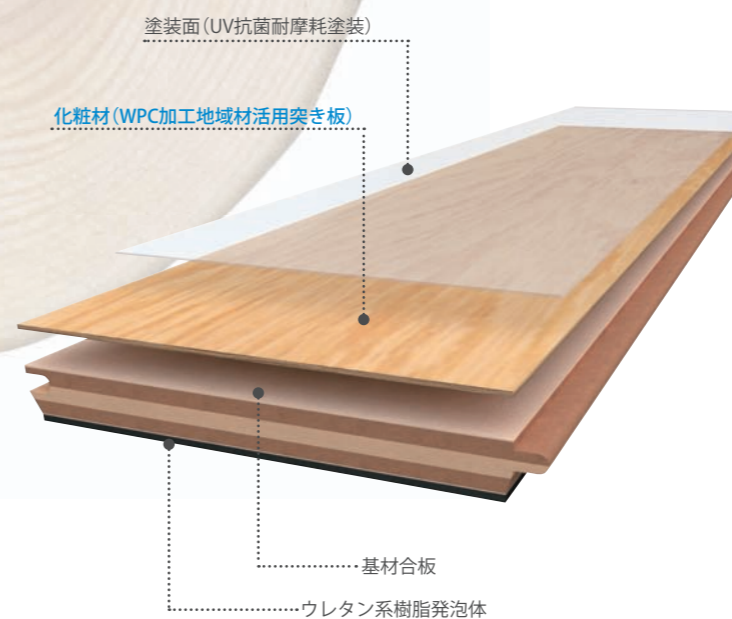
戦後、急速に人工林が造林される一方、建築物については火災への対策から木材利用が減少していきました。また、1964年の木材輸入全面自由化以降、急激に国外から輸入される木材の供給が進み、木材自給率も30%を下回るなど、国産材の利用が著しく低下していました。

そうした状況の中、2010年に木造率が低い公共建築物での木材利用を促し、地域の林業再生までを視野に入れた「公共建築物等木材利用促進法」が施行されたのです。これを受け、全国の自治体においても国産材を積極的に活用する動きが活発化しました。ただ、不特定多数が利用する公共施設では、傷のつきにくさやメンテナンスの容易さなどが求められます。これに対し、日本の森林の多くを占めるのはスギやヒノキなど材質の柔らかい樹種。構造材としての

普及は進んでいるものの、表面の硬さが求められる用途には向かないとされ、特に内装木質化の大きな障壁となっていました。

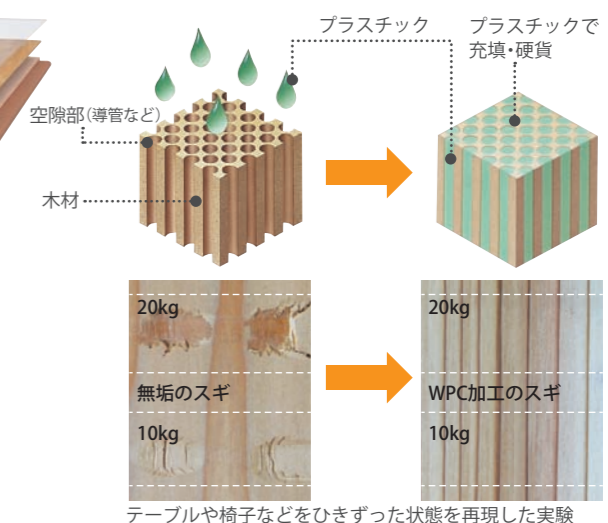
当社は住宅建材で培ってきた技術を活用し、地域の木材をWPCフロアという「建材」に加工することで、内装の木質化に貢献できると考えました。大建工業独自のWPC技術を使い、柔らかいスギやヒノキにも広葉樹を上回る表面硬度を与えることで、床材の化粧材として用いることが可能になります。この技術により木材の自然な風合いと美しさを維持しつつ、耐久性に優れた床材を提供できるようになりました。地域材を目に触れるところで広面積に使えるため、自治体や利用者にとっては、地域への愛着の醸成、環境教育などにもつながっています。

国産材活用のWPCフロア



●WPCの概念図

WPCとは、Wood Plastic Combinationの略。木材の導管部分にプラスチックを注入し、木材の風合いを活かしながら、木に「硬さ」という性能を与え、傷や汚れの問題を改善する木材加工技術。



地域材を活用した自治体向け公共施設の開発・提案を推進し、 豊かな森林や人々の地域への愛着を育む

自治体の国産材活用の流れを受け、東京都港区の行政サービス、生涯学習、健康増進などの機能を有する公共複合施設である「みなとパーク芝浦」に当社の国産材活用WPCフロアが採用されました。港区では協定自治体の木材または国産合法木材を使用することでCO₂固定量を区が認証する「みなとモデル」という取り組みを推進しています。当社はこの先進的な取り組みに初期段階から参画し、実績を上げるとともに、他の地域にも広げています。

各地域の木材を調達するためには、それぞれの森林組合から必要な部材を仕入れることができるようにする必要

があります。当社の持っているネットワークを活用して、各地域の材料を調達し、それらの木材を設計・施工しやすい「建材」にすることで、安心してご使用いただくことができます。

地域が育てた豊かな森林。その森の木を工業製品にすることで、国産材からさらに一歩進んだ地域材活用の可能性は今後ますます広がります。地域の人々がより愛着を持てる、地域材を使った公共施設の開発に向けて、さらなる提案を進めていきます。

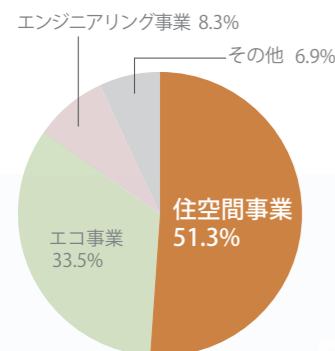
住空間事業

「新規市場の開拓や消費者目線での商品開発で業界No.1シェアを目指します。」

住空間事業は床材・建具・造作材・収納等の製造・販売を担っており、中長期で見ると、新築着工戸数の減少に伴い需要も縮小していくと想定しています。新規市場（公共・商業建築分野等）の開拓や消費者目線での新たな価値創出に向けた商品開発を行うとともに、ものづくり力を強化することでシェアを拡大し、業界No.1を目指して活動していきたいと考えています。

売上高構成比

2015年度



執行役員
住空間事業部長
飯沼 友明

2015年度の実績・概況

2015年度の住空間事業は、消費増税による駆け込み需要後の反動減から持ち家や分譲住宅が回復しつつある市場環境下、売上高862億56百万円（前年度比0.6%増）、経常利益41億14百万円（前年度比43.9%増）となりました。特に床材に関しては業界No.1シェアを維持しており、住空間事業全体の約半分を占めています。

2015年度は会社の創立70周年という節目の年であり、積極的な新商品開発・発売を行いました。立体感のある意匠性で高い品質を兼ね備えたシート化粧床材『トリニティ』、床暖房リフォームを簡易的にできる上貼り床材『サーモプラス』などは業界初の新技术を採用した商品であり、市場で高い評価を受けています。主力とする内装建材『ハピアシリーズ』においても表面シートの性能アップをはじめとした大幅なリニューアルや、職人不足などを意識したアウトセット商品群等の拡充を行うことで、新築住宅市場でのシェアアップおよび住宅リフォーム市場での売上拡大に努めました。

賃貸住宅市場においては、階下や隣室への音に関する市場ニーズが高まる中、防音を切り口とした商品の提案を進めました。公共・商業建築分野においては、木材に樹脂

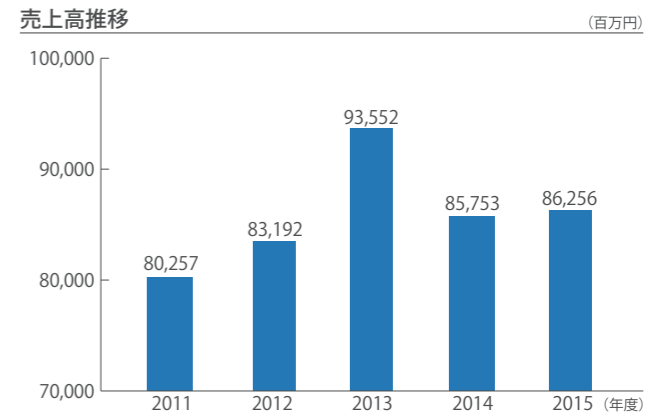
を注入し硬化させる当社独自のWPC技術を活用し、比較的軟らかいとされる国産の杉などを土足用床材として提案しました。これにより、国が推進している国産木材の利用推進に貢献するとともに、同分野での実績づくりを推進しました。また、高齢者施設等においては建具を中心とする『おもいやりシリーズ』を拡充することで、提案の幅を拡大することができました。ものづくりの観点においては自社生産工場の設備投資により床材・建具・収納の生産性アップを図りました。

一方、収益の観点においても輸入品を中心に原材料コストの上昇がありました。各種合理化の推進や歩留り向上、基材変更等の機能購買、販売価格の改定を市場に浸透させることで改善を図りました。

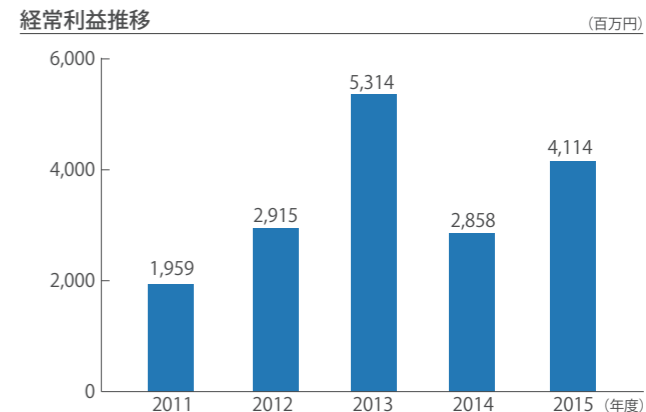


シート化粧床材『トリニティ』

売上高推移



経常利益推移



2016年度の見通し・戦略

2016年度の住空間事業の売上高は880億50百万円（前年度比2.1%増）を計画しています。

既存市場への深耕を図ると共に新規市場の開拓を積極的に行っていきます。

体質強化としては、引き続き原材料のコスト削減や固定費削減など調達・製造の強化を行い、業界No.1工場を目指したいと考えています。

全社の方針である長期ビジョンGP25と、2016年度より開始している中期経営計画に基づき、新設住宅着工戸数の増減に左右されない事業への転換を図ります。

床材事業・建具事業

主力事業である床材事業・建具事業に関しては、自社工場強化を推進するとともに、公共・商業建築分野向け商品の提案強化により拡大を図ります。床材事業についてはWPC技術を活用した国産材活用の提案、建具事業については高齢者施設へのさらなる提案強化と併せて、公共施設・文教施設・宿泊施設等、幅広い市場にも展開を図ります。

壁材事業

壁材事業については、高意匠・国産材活用・自社素材活用（ダイライト・MDF）による商品拡充により、住宅および公共・商業建築分野において提案の幅を広げ、シェア獲得を推し進めます。特に国産材を活用した突板不燃壁材については、基材に自社素材である『ダイライト』が使用されるケースが多いことから、商品としての優位性も含めて開発を推進します。

収納事業

収納事業については、新築・リフォームにおいて住宅の困りごととして収納が常に上位に挙がることから、エンドユーザーの関心は非常に高いと考えています。現在発売しているシステム収納の『ミセル』『フィットシェルフ』、寝室や玄関における内部収納の『リラクロ』『カンタナ』は順調に売上を伸ばしていることから、これらの商品を中心に商品力の強化を図るとともに、施工サービスやプランニングソフトの強化など、新規サービスも充実させていきます。



スタイリッシュファニチャー『ミセル』



システム収納『フィットシェルフ』

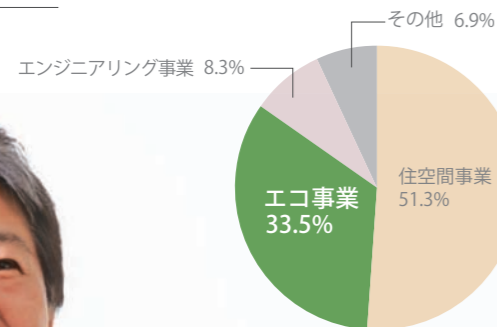
エコ事業

「エコ素材の新たな用途開発を進め、新規市場・顧客への価値の提供を目指します。」

多彩なラインナップを揃えた当社のエコ素材は、基本的には未利用資源である各種原料を繊維状、粒状に加工し、それらをボード状に成形することで製品化してきました。これまで、主に住宅向け建材として培ってきたボード技術を、合板代替や軽量不燃板といった公共・商業建築向け建材に応用するとともに、国産材利用の観点から木質繊維の活用に関する技術開発を新たに林業・農業分野にまで裾野を広げて展開することで、エコ素材の可能性を広げてまいります。

売上高構成比

2015年度



エコ事業部長
伊勢田 正児

2015年度の実績・概況

2015年度のエコ事業は、国内の住宅用途において、消費税後の反動などにより販売が減少傾向となりましたが、産業用途および海外市場においては市況好調の影響を受け、販売量は増加しました。2015年度は次年度に向けた新製品の開発に注力し、また既存の製品は新しい用途として公共・商業施設向けの提案などに努めました。その結果、2015年度のエコ事業の売上高は563億45百万円(前年度比1.2%増)となり、経常利益は8億12百万円(前年度比46.0%減)となりました。

木質繊維板『インシュレーションボード(IB)』『MDF』

建築解体時の木質廃材や製材端材を主原料として製造している木質繊維板『インシュレーションボード(IB)』は、畳の基材(床)や住宅の床の養生用途として使用しています。国内においてはライフスタイルの変化による住宅の和室減少や消費税の影響から販売量は前年度より落ち込みましたが、産業用途としての各種基材は前年並みの販売量となりました。また『MDF』については、国内販売は減少したものの、海外では高品質や納期遵守を前面に出したことにより、競争激化による影響を免れ、国内販売の減少を補うことができました。

2016年度の見通し・戦略

2016年度のエコ事業の売上高については、前年度比3.3%増の582億円を計画しています。今後は新設住宅着工の減少が予測されており、住宅用途製品の販売量拡大が困難であると想定されます。2015年度に開発を行った新製品の業績化や新規用途の開拓、海外での販売拡大を図り、国内の住宅用途に依存しない体制を強化します。

木質繊維板『インシュレーションボード(IB)』『MDF』

木質繊維板『インシュレーションボード(IB)』は、新たに林業・農業分野などへの用途展開を図ります。また自社植林木の製材端材を使い高強度化したMDF『テクウッド-A』を薄物合板代替品として販売を開始します。また『MDF』は高付加価値製品の開発を継続するとともに、床用合板や薄物合板からの切り替え需要に対応し、安定販売を目指すと同時に、好景気が見込まれる米国市場への販売強化を行います。

ロックウール吸音板『ダイロートン』

ロックウール吸音板の『ダイロートン』は住宅用が前年度比5%減少となり、主力の公共・商業施設向け工事用天井材も新製品を秋に発売し実績は出始めましたが、販売増には至りませんでした。天井材以外の産業用途向け各種基材については前年並みとなり、海外向けは前年度から販売量が10%増加しました。

無機質パネル『ダイライト』

ロックウールと火山灰(シラス)を使用した無機質パネル『ダイライト』は、主力の住宅用耐力面材の販売量が減少した一方、新たな用途として、物流倉庫や店舗向けの外壁耐火下地の提案を開始しました。新たな市場へ今後の売上拡大を目指していきます。

畳表、薄物完成畳

機械抄きの和紙を使用した畳表については、ホテル、旅館向けは拡大しましたが、住宅用が減少し、全体では前年度比1%減の販売量となりました。薄物完成畳は発売以来毎年販売量を拡大しており、前年度比12%増となっています。一部屋全面に敷き込むタイプの施工標準化が進んだことが拡大の主要因です。

ロックウール吸音板『ダイロートン』

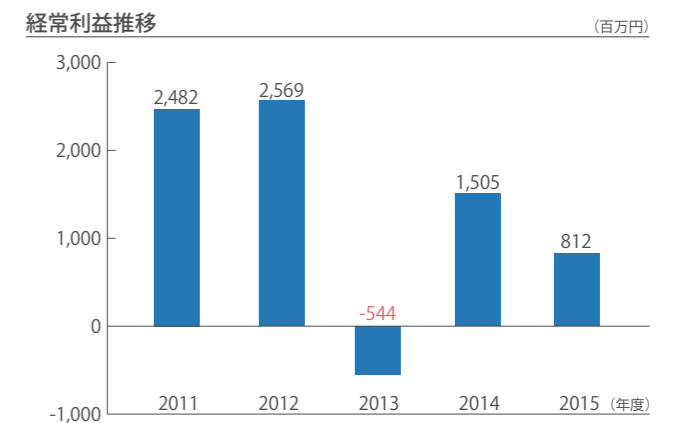
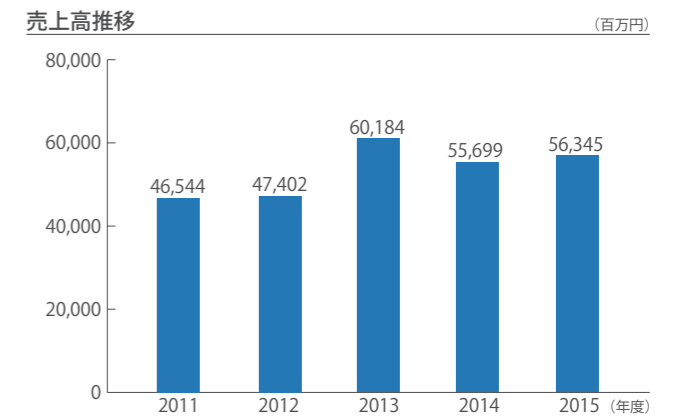
ロックウール吸音板『ダイロートン』は、国内市場においては「耐震化」「省施工」を切り口に、前年度から設計提案を進めているダイケンハイブリッド天井を中心に公共・商業施設向け工事用天井材の販売拡大を図ります。

無機質パネル『ダイライト』

無機質パネル『ダイライト』は「不燃」「軽量」の基本性能を活かした外壁耐火下地材、不燃内装下地材などを、公共・商業施設向けに提案します。住宅を含めた内装用途としての不燃化粧板、住宅向け軒天井板の提案や、産業用途基材の開拓を進めます。

畳表、薄物完成畳

畳表はホテル、旅館等の宿泊施設を重点市場ととらえ、2015年度から実施している提案を引き続き進めます。また、素材として機械抄き和紙織物の新規用途の開拓を開始します。薄物完成畳は新規意匠、機能に注力した品揃えの拡充と、新たな販路の開拓を進めます。



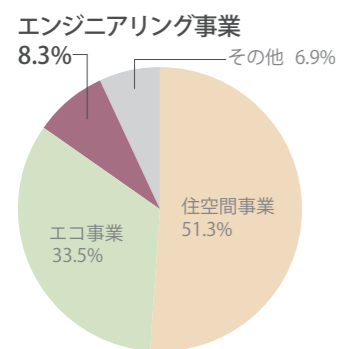
エンジニアリング事業

「2つの方針を確実に
実行に移すことで、
当社グループの成長エンジンの
役割を果たしていきます。」

内装工事業とリフォーム事業を行うエンジニアリング事業は、当社グループのメーカーと工事会社としての連携により、確かな施工でDAIKEN品質を皆様にお届けしています。2016年度からは首都圏エリアでの売上拡大と工事領域の拡大という2つの方針を掲げ、組織改編による人員強化や社内外の連携強化を図っています。2016年度から開始した長期ビジョンGP25の1st Stageである3カ年の中期経営計画において、エンジニアリング事業はグループの売上高構成比を8%から12%まで増加させる計画としており、当社グループの「成長の扉」を開く成長エンジンとしての役割を果たしていきます。

売上高構成比

2015年度



取締役 常務執行役員
エンジニアリング事業本部長
播磨 哲男



2015年度の実績・概況

2015年度のエンジニアリング事業は首都圏エリアでの売上拡大、および工事領域の拡大という2つの方針を掲げスタートしました。

結果として、当連結会計年度の業績は、売上高139億78百万円(前年度比15.2%減)、経常利益2億32百万円(前年度比18.7%減)となりました。

内装工事業

2015年度の非住宅市場は着工床面積の減少に伴い、内装工事業の売上高は前年度より減少しました。技能工の稼働率管理を全国で共有し、無駄の無い計画的な配置をする等、受注の計画性を徹底することで、利益の上がる体質にはなったものの、経常利益については前年度より減少となりました。方針に掲げている首都圏市場への強化については、組織改編による東京への人員シフトや社内外の連携を強化し、拡大しましたが、近畿圏では工事需要が想定より伸びず、苦戦いたしました。

2016年度の見通し・戦略

2015年度は方針に基づき、首都圏エリアでの拡大ができました。2016年度もこの方針を継続し、さらなる拡大を図っていくことで、前年度比3.0%増の144億円を計画しています。また、社内外の連携につきましても、引き続き注力していきます。

内装工事業

オリンピック開催を控えた東京を中心とした首都圏に人口が流入していることに加え、地方にあった大企業の本社も経済、情報の中心である東京への移転が進んでいます。これらにより、今後ますます東京一極集中が進むことが予測され、2016年度の内装工事業においては、引き続き首都圏エリアでの工事受注拡大に注力し、さらなる売上拡大を図ります。また、工事領域の拡大も方針のもう一つの柱であり、現在の軽鉄、ボード貼り工事を伸ばしていくとともに、床、建具などの自社製品の施工はもちろん、幅広い分野の工事を受注し、内装工事一式での受注を目指していきます。

内装工事業の技能工不足が今後顕著になってくることへの対応策として、当社では社会保険未加入問題の解消

リフォーム事業

リフォーム事業においては20年前と比較し、暮らし方が変化するとともに、老朽化に伴うリフォーム需要が増加してきています。国も中古住宅市場の活性化および流通を柱にリフォーム需要の拡大策を多く検討しています。このような背景のもと、住宅工事分野では6年前より新築住宅事業からリフォーム事業へ大きく事業を転換しています。

2015年度は、特に首都圏エリアにおいて、組織改編による人員増強を行い、建材販売営業との連携等により、高齢者施設、保育園などの中小の非住宅の内装工事や当社が得意としている防音工事にも注力しました。しかしながら、新築と同様にリフォーム需要の回復も遅れている環境下で、伸び悩みました。

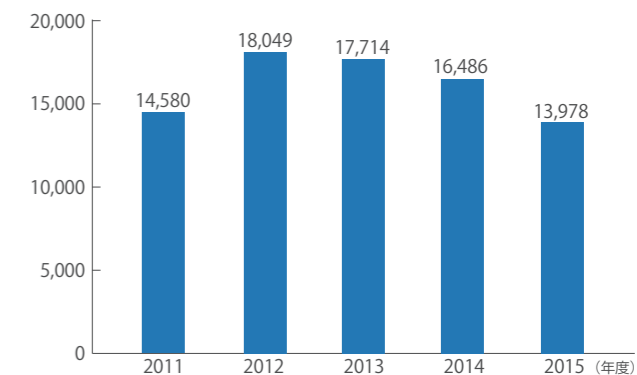
その結果、2015年度の売上高は前年比減少となりました。

に向け、引き続き取り組みを強化するだけでなく、海外からの実習生を招き入れることも検討し、技能工の不足分を補い、売上拡大につなげたいと考えています。現場管理者である従業員についても、協力会社との連携により、資格者、あるいは長年この業種を経験している技能工を従業員化することで管理可能な現場数を増加させたいと考えています。

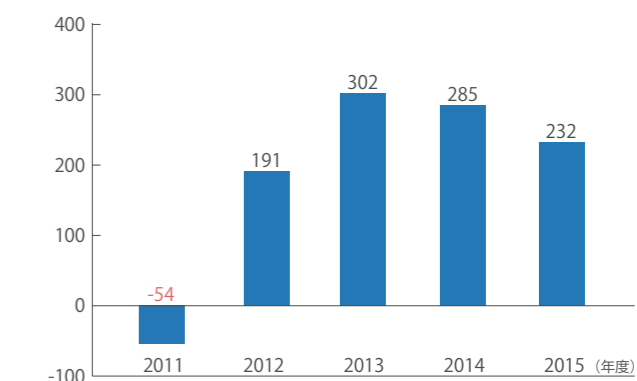
リフォーム事業

リフォーム事業についてはグループ間の連携をさらに強化させ、ハウスメーカー、デベロッパー、ビルダー等との関係を深め、材料販売だけでなく、材料、工事一体となった販売の強化に努めます。また、異業種との新たなスキームによる工事受注や、首都圏で大きく伸びているリノベーション(買取再販)につきましても、新たな事業として検討していきます。

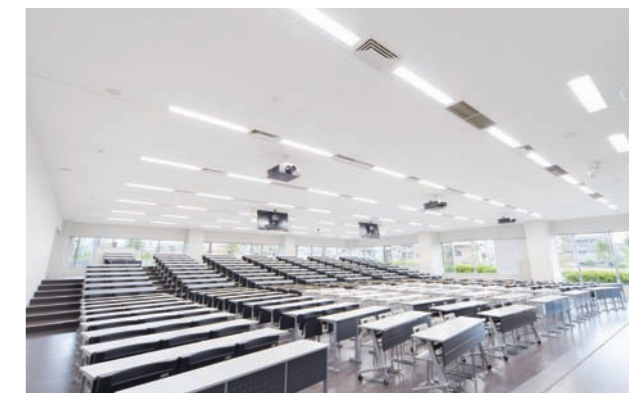
売上高推移 (百万円)



経常利益推移 (百万円)



長野市芸術館リサイタルホール



立命館大学 大阪いばらきキャンパス教室

お客様への接点強化

ショールームの拡充により、お客様や市場への提案と情報発信を行い、多様化するニーズに応えていきます。

DAIKENでは、日本各地にショールームを展開しています。商品を実際に「見る」「触れる」ことで、質感や雰囲気、効果などを体感できるとともに、アドバイザーによる説明やコンサルティングを受けることができます。

これまでは一般の方向けが中心でしたが、建築にかかわるプロの方に向け、当社の「技術・素材・製品」に関する情報発信および提案を行うためのショールームを新たに設けました。新しい取り組みや製品開発のアイデアをとともに創出することで、お客様や市場の多様化する課題やニーズに応えていきます。



TDY3社コラボレーションショールームでさらなるリモデル情報の発信強化

TOTO、DAIKEN、YKK AP (以下 TDY) の3社は、2002年からリモデルの空間提案力を強化し、より快適な住空間を提供するため、商品企画・開発や販売支援体制などで業務提携しています。

3社のリモデルに関する情報発信の拠点となるショールームとして東京・大阪・広島・福岡に加え、2016年3月に「TDY名古屋コラボレーションショールーム」、4月には「TDY金沢コラボレーションショールーム」をオープンしました。3社連携した充実の空間展示とコンサルティングで、環境に配慮しながら快適な暮らしを実現するグリーンリモデル*をご提案しています。

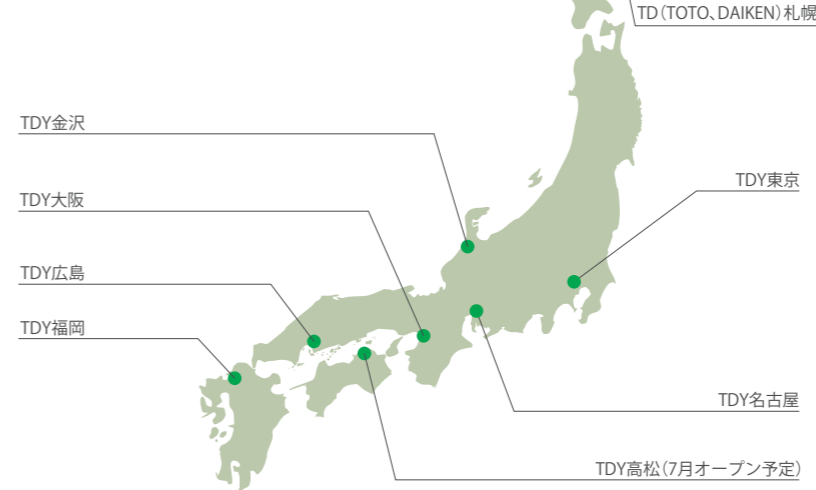
*グリーンリモデルとは

2008年から提唱している、TOTO、DAIKEN、YKK AP 3社共同のコンセプトです。各社それぞれの技術を活かしコラボレーションすることで、「健康配慮」「長もち住宅」「CO2削減」の3つのテーマを実現する商品・空間づくりを提案しています。家族それぞれのライフスタイルや暮らしの夢に答えながら、人にも地球にもやさしい住まいを実現する取り組みです。

※詳しくは「リモデル.jp」(<http://re-model.jp/>)をご覧ください。



■全国のTDY3社コラボレーションショールーム



コミュニケーションスペース活用で新たな価値を共創

「DAIKEN秋葉原テクニカルスペース」

当社は、非住宅市場(公共・商業建築分野)に向けた、当社の技術や素材、製品を提案する『DAIKEN秋葉原テクニカルスペース』を2016年3月にオープンしました。

新築住宅市場の縮小が予想される中、東京オリンピック開催などにより、さらなる活性化が見込まれる非住宅市場に向けた、当社初のショールームです。ドアや床のコーディネートなど、一般住宅のお施主様にお越しいただいている従来の住宅用展示のショールームとは異なり、「技術・素材・製品」を非住宅の仕様決定や設計に係る方に訴求するショールームとしました。設計関係者の課題や事業主のニーズに対し、当社の「技術・素材」を提案し、製品開発を行うことを想定した完全予約制の施設です。

設計事務所、ゼネコン、事業主などの方々とともに課題や新たな試みに取り組む
[D-Studio] シミュレーションスペース

展示品や試作品の大判サンプルを組み合わせ、実寸大で仕上がりやコーディネートを検証できるスペースです。調光、調色可能な照明設備を設置しており、さまざまな条件でのシミュレーションが可能です。



当社への理解を深めていただく
[テクノロジーゾーン]

当社の素材や技術、製品を「音」「床」「国産材」「壁」「畳」「ドア」「天井」の7つのゾーンで、新たな商品開発のヒントとなる製品、技術を体感、事例などのご紹介などを通じて提案いたします。



ホームページ『DAIKENとつくる 公共・商業施設』を開設

『DAIKEN秋葉原テクニカルスペース』オープンに合わせて、公共・商業建築のホームページ『DAIKENとつくる 公共・商業施設』を開設しました。情報発信を充実していきます。



DAIKENグループのCSR

DAIKENグループでは、長期ビジョン『GP25』を段階的に推進していくための中期目標として、「中期CSR活動計画」(2016～2018年度)を定めました。

従来取り組んできたCSRに、新たにCSV(Creating Shared Value＝事業を通じた共有価値の創造)の考え方を盛り込み、活動推進部会を設け、具体的取り組みを推進していきます。

中期CSR活動計画(2016～2018年度)

(P.40参照)

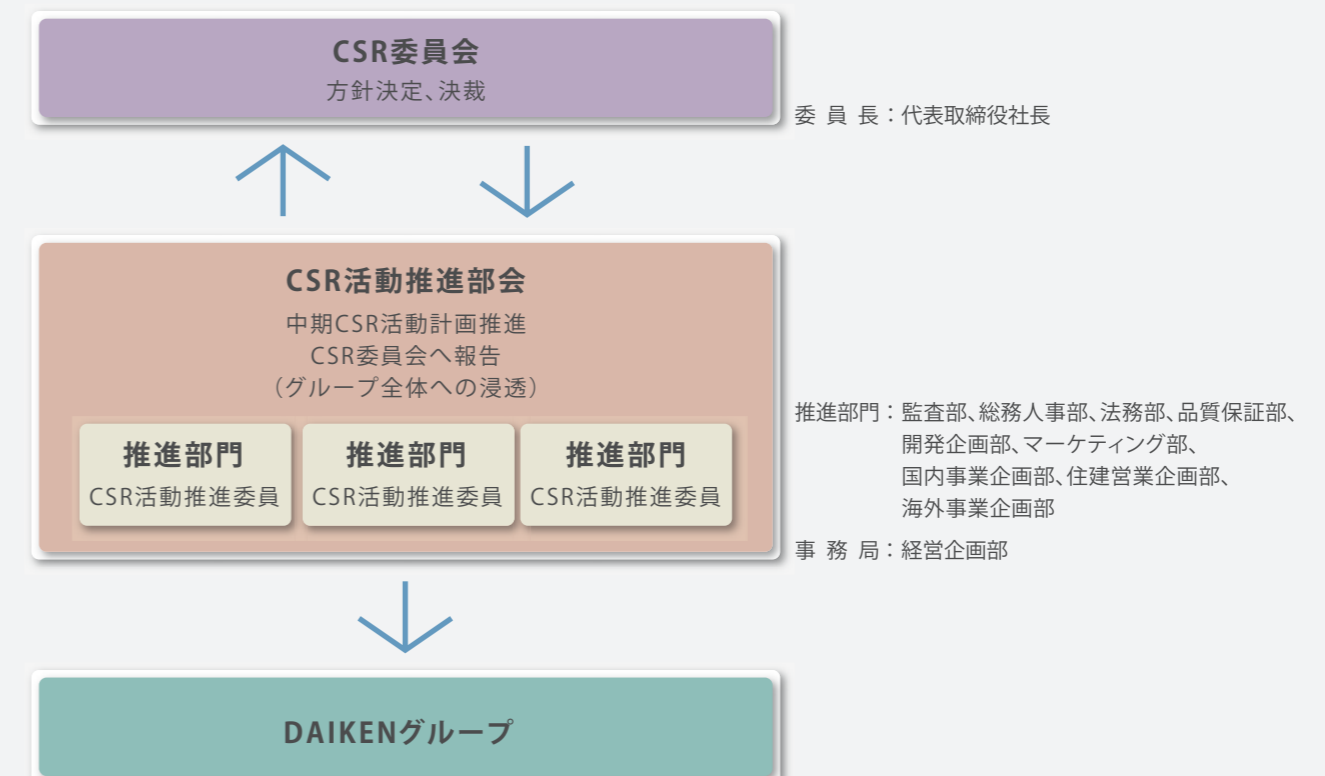
- コンプライアンスをはじめとする基本的CSRを全社展開するための活動計画。
- ISO26000の中核主題に基づき、①組織統治、②人権、③労働慣行、④公正な事業慣行、⑤消費者課題、⑥コミュニティへの参画・発展、の6つのテーマ毎に重点課題・取り組み項目を抽出。
- 中期目標を大枠の定性的な表現に留めることで、活動の自由度を高めた。
- 同計画に基づき各推進部門で毎月に具体的活動計画を立案し、実行する。
- 各推進部門のCSR活動推進責任者をメンバーとするCSR活動推進部会を設け、活動進捗状況の報告や課題等について討議を行うことで、実効性のある活動として展開する。
- より専門的かつ具体的内容を活動計画として掲げる必要のある“環境分野”については、「中期環境計画」として別枠で策定する。

第五次中期環境計画(2016～2018年度)

(P.38参照)

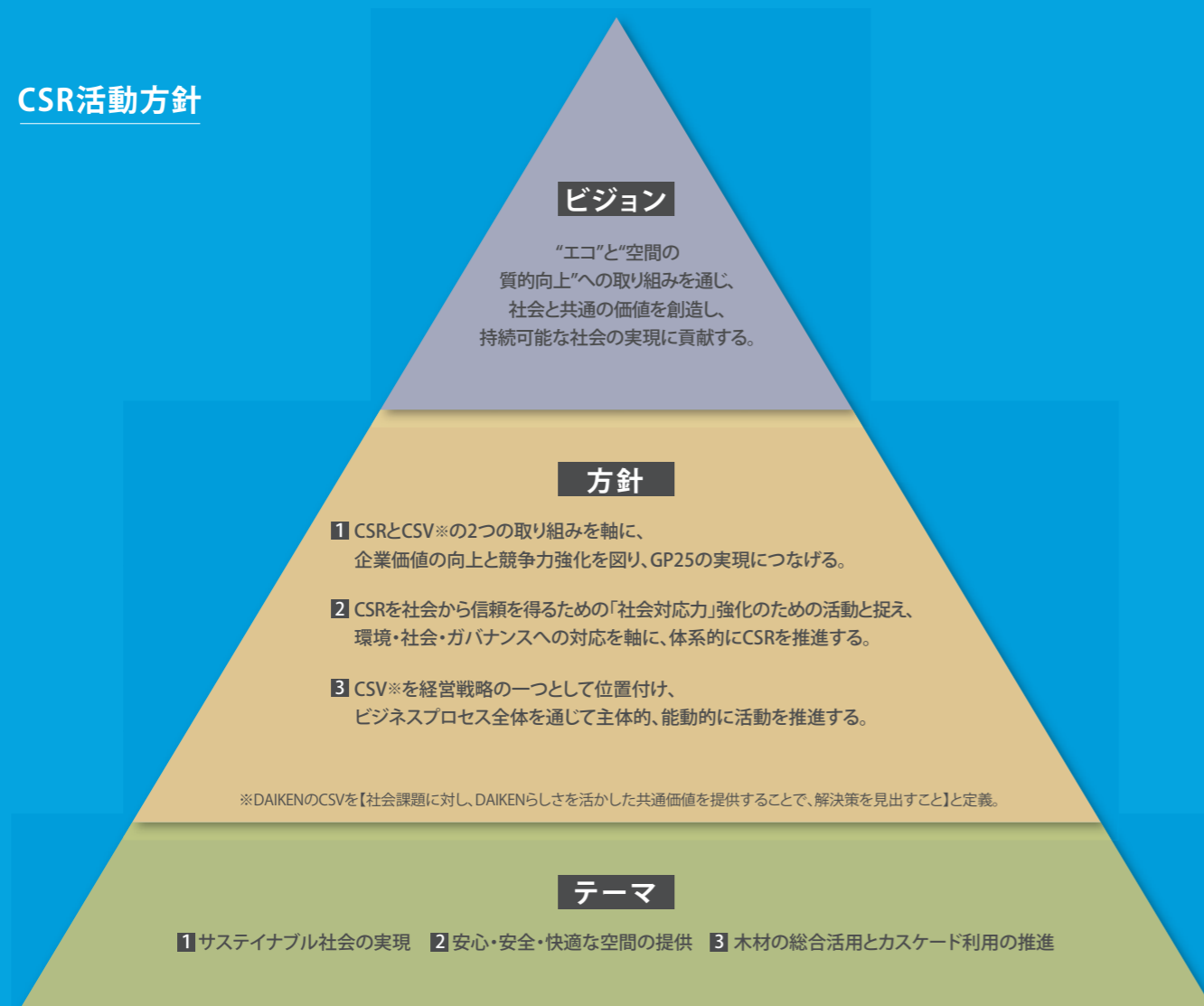
- “環境分野”に特化した活動計画。第一次中期環境計画は2002年に策定。
- 地球環境や社会への影響と経営への影響(リスクと機会)の大きさを評価し、優先度を決めた上で活動テーマを策定。
- 同計画に基づき関係部門で毎月に目標および具体的活動計画を立案し、実行する。

CSR活動推進体制



DAIKENグループのCSR

CSR活動方針



透明性向上のための取り組み

当社グループは、経営理念「人と空間・環境の調和をテーマに顧客本位の経営を行う」のもと、すべてのステークホルダーにとっての企業価値の持続的な向上を目指しています。

コーポレートガバナンスの基本的な考え方と強化に向けた取り組み

常に最良のコーポレートガバナンスを追求し、その充実に継続的に取り組むことで、効率が良く、健全で、透明性の高い経営が実現できるよう、経営体制や組織体制、内部統制システムを整備し、必要な施策を実施していくことをコーポレートガバナンスの基本的な考え方としています。持続的な成長

と中長期的な企業価値の向上を支えるためのガバナンス強化を目的として、「コーポレートガバナンスに関する基本方針」の策定など、以下の施策を行うことを決定しました。

1 「コーポレートガバナンスに関する基本方針」の制定

コーポレートガバナンスに関する重要事項について、5つの項目に整理し、当社の基本的な考え方を明文化しました。本方針に基づき、常に最良のコーポレートガバナンスを追求し、企業価値の永続的な向上を目指します。

「コーポレートガバナンスに関する基本方針」

〈重要5項目〉

1. 株主の権利・平等性の確保
2. ステークホルダーの利益の考慮と適切な協働
3. 適切な情報開示と透明性確保
4. 取締役会等の責務
5. 株主との対話

※詳細は当社ウェブサイト <http://www.daiken.jp/d/governance/basis/> をご覧ください

2 諮問委員会の設置

取締役会傘下の委員会として、コーポレートガバナンス体制構築に関する事項を審議する「コーポレートガバナンス委員会」、取締役等の人事や報酬等に関する事項を審議する「指名・報酬委員会」を設置いたしました。両委員会とも独立社外取締役を委員長（議長）とし、かつ、独立役員が過半数を占める構成とし、取締役等の選任・報酬や企業価値の継続的な向上に対するガバナンス体制の在り方等について、「ステークホルダーの視点」を重視した客観的な立場から検討を行います。取締役会は、これら諮問委員会の答申内容を尊重し、必要な決議を行います。

3 社外役員への情報提供の強化及び連携強化

当社は現在、独立社外取締役2名（取締役の定員9名）、独立社外監査役2名（監査役の定員4名）を選任しております。これら社外役員への情報提供の充実および社外役員間の連携強化を図り、問題提起を含めた、より自由闊達で建設的な議論・意見交換、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定ができる環境を整えてまいります。

ガバナンス体制の概要

当社グループは、コーポレートガバナンスのさらなる強化に向けて、「基本方針の策定」、「諮問委員会（コーポレートガバナンス委員会及び指名・報酬委員会）の新設」、「社外役員へ

の情報提供の強化及び連携強化」の諸施策を行うことと決定しました。

取締役会

取締役会は、取締役9名（うち、社外取締役2名）で構成しています。

取締役会は、経営全般に対する監督機能を発揮して経営の公正性・透明性を確保し、当社の重要な業務執行の決定等を行うことを責務・役割としています。

また、取締役会は、その役割・責務を適切に果たすため、独立社外取締役が中心となる役割を担う仕組み（コーポレートガバナンス委員会、指名・報酬委員会等）を構築し、取締役会による業務執行の監督機能の実効性をさらに高めています。

取締役会は、法令、定款、株主総会決議、「取締役会規則」、「経営理念」および「企業行動基準」に従い、会社の経営方針、経営戦略、事業計画、重要な財産の取得および処分、重要な組織および人事に関する意思決定を行うとともに、当社および子会社の業務執行の監督を行っています。

業務執行体制

当社は監査役制度のもと、意思決定の迅速化、効率化および健全化を図るために2002年6月より執行役員制度を導入しています。現行経営体制は、取締役9名（内、社外取締役2名、執行役員兼務5名）、執行役員11名の総勢20名です。取締役、執行役員および使用人はコンプライアンス経営の軸となる「経営理念」および「企業行動基準」に則って職務を執行します。

監査役会

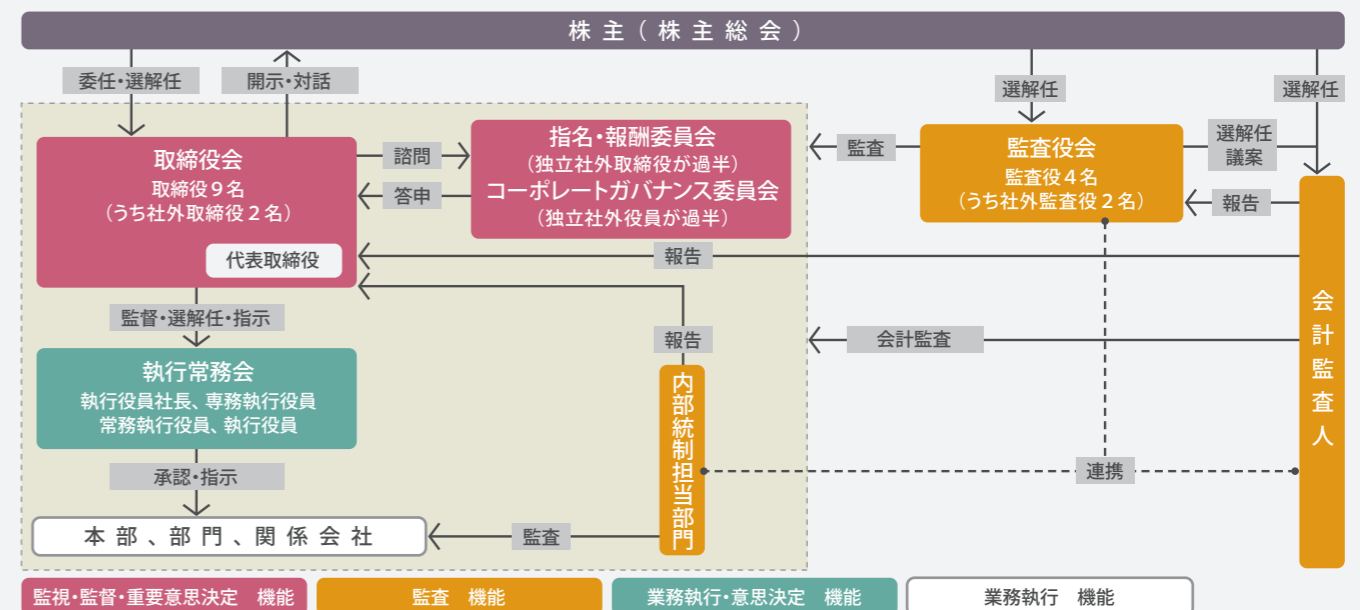
監査役会は、監査役4名（うち、社外監査役2名）で構成しています。監査役は、監査役会が策定した監査計画に従って監査を実施しています。監査役は、法令が定める権限を行使するとともに、会計監査人および内部統制担当部門と連携して、取締役の職務執行の適正性について監査を実行し、業務活動全般にわたってその妥当性や有効性、法令および定款遵守状況等についての監査結果を監査役会に報告しています。

また、重要な経営会議への出席や重要な書類の閲覧などを通じて監査の質の向上を図るとともに、取締役社長との間で定期的な意見交換を行っています。

指名・報酬委員会、コーポレートガバナンス委員会（新設）

当社のガバナンス体制や取締役会の実効性の評価、役員・指名・報酬などの特に重要な事項の検討にあたり、独立社外役員との適切な関与・助言を得ることを目的に、コーポレートガバナンス委員会と指名・報酬委員会の2つの任意委員会を取締役会の諮問機関として設置し、取締役会による業務執行の監督機能を実効性のあるものとしています。両委員会とも独立役員が過半数を占め、委員長は独立社外取締役が務めます。

■大建工業グループのコーポレートガバナンス体制図



独立社外役員を選任

当社では、会社経営の透明性・公正性を確保するために、東京証券取引所の定めに基づく独立社外役員を選任しています。社外取締役および社外監査役が、独立性を有すると判断する基準※を定め、取締役9名中、独立社外取締役2名、監

査役4名中、独立社外監査役2名を選任しています。

※独立性判断基準の詳細は当社ウェブサイト
http://www.daiken.jp/d/governance/independence_standards.html
 に掲載しております。

独立社外役員選任理由および活動状況

独立役員	氏名等	選任理由	活動状況
社外取締役	相原 隆 関西学院大学法学部・ 大学院法学研究科教授、弁護士	大学教授及び弁護士としての幅広い見識と高度な専門知識を当社の経営に反映いただけるものと判断しております	取締役会出席 13回中 13回
	水野 浩児 追手門学院大学経営学部・ 大学院経営学研究科教授 追手門学院大学ベンチャービジネス研究所 所長 中小企業基盤整備機構 企業連携アドバイザー	大学教授として幅広い見識と高度な専門知識を当社の経営に反映していただけるものと判断しております	取締役会出席 10回中 9回
社外監査役	蓮沼 彰夫 TOTO 株式会社顧問	長年にわたる経営者としての豊富な経験と幅広い見識を当社の監査に反映していただけるものと判断しております	取締役会出席 13回中 13回 監査役会出席 14回中 14回
	井上 雅文 東京大学教授 (アジア生物資源環境研究センター)	大学教授としての幅広い見識と高度な専門知識に加え、内閣府の調査員や文部科学省の研究官の経験と幅広い見識を当社の監査に反映していただけるものと判断しております	取締役会出席 10回中 10回 監査役会出席 11回中 11回



社外取締役 相原 隆

長期ビジョン『GP25』を実現するため、健全で透明性の高い会社経営が行われるよう努めていきます。

DAIKENグループの存在意義・志は、素材開発・機能開発・用途開発と販売活動によって「限りある資源の有効活用を通じてサステイナブルな社会の実現に貢献する」「より快適・安心な空間作りを通じて人々の心を豊かにする」ことにあります。

この2つの志をもとに作成した長期ビジョン『GP25』を実現するためには、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行うことができるガバナンスのしくみを構築する必要があり、その点でDAIKENグループのガバナンスは健全に構築されていると評価しています。

私自身社外取締役として、DAIKENグループを取り巻く全てのステークホルダーの利益と信頼性向上を考え、健全で透明性の高い会社経営が行われるように発言をすることを心掛けています。

役員報酬の決定方針

役員報酬に係る算定方法については、取締役会で細則を定めています。報酬の決定は代表取締役による検討案を指名・報酬委員会が審議・勧告し、その結果を踏まえ決定しています。

取締役の基準報酬は、職責に基づき定める「役割報酬(固定部分)」と、会社業績および担当分野への功績・成果に基づき定める「業績報酬(変動部分)」で構成しています。報酬限度額は株主総会において決議(取締役:月額35百万円、監査役4百万円)の範囲内にて決定し、その総額を開示しています。

【役員報酬等】

	2015年度の役員報酬等 ()内は社外役員の内数	
	支給人数	支給額
取締役	11名 (2)	233百万円 (10)
監査役	6 (3)	44 (6)

内部統制システムの運用

DAIKENグループは、企業価値の持続的向上を目指し、経営体制や経営組織、内部統制システムを構築しています。

取締役社長直轄の内部統制担当部門は定期的に内部監査を実施し、取締役社長および監査役にその結果を報告するとともに、指摘・提言事項の改善履行状況についてもフォローアップ監査を実施しています。また監査役との間で、各事業年度における内部監査計画を協議するとともに、定期的に会合を持ち、内部監査結果および指摘・提言事項等について協議および意見交換を行うなど、密接な情報交換および連

携を図っています。

適時開示体制を対象としたモニタリングの整備についても、監査役とともに、独立した立場で適時開示体制が有効に整備・運用され、業務が適法に実施されるよう業務執行の監視を行い、情報開示の適正確保の維持・向上に取り組んでいます。

不断の見直しによる継続的な改善を図ることで、より適正かつ効率的な体制の構築に努めます。

DAIKENグループの真摯な企業風土、強みを活かす視点で責務を果たしてまいります。

ガバナンスの根幹は、経営理念と役員・社員の活動の方向性をつなぐことにあります。

DAIKENグループは、経営理念「人と空間・環境の調和をテーマに顧客本位の経営を行う」の実現に向けて、エコ素材の生産、供給を通じた企業活動を行っており、本年度からの中期経営計画によりその取り組みを加速化させることとなります。そのために、「技術の蓄積に頼る」ことなく、「技術を活かす」考えのもと、全社一丸となった積極的な技術開発・市場開発を進めており、モチベーションは非常に高いものがあります。また、取締役会では活発な議論がなされ、スピーディーかつ密度の高い意思決定がなされており、成長戦略の達成が期待されます。

社外役員として、自己の経験のみに頼ることなく、DAIKENグループの真摯な企業風土、強みを活かす視点で責務を果たしてまいります。



社外監査役 蓮沼 彰夫

お客様満足の上

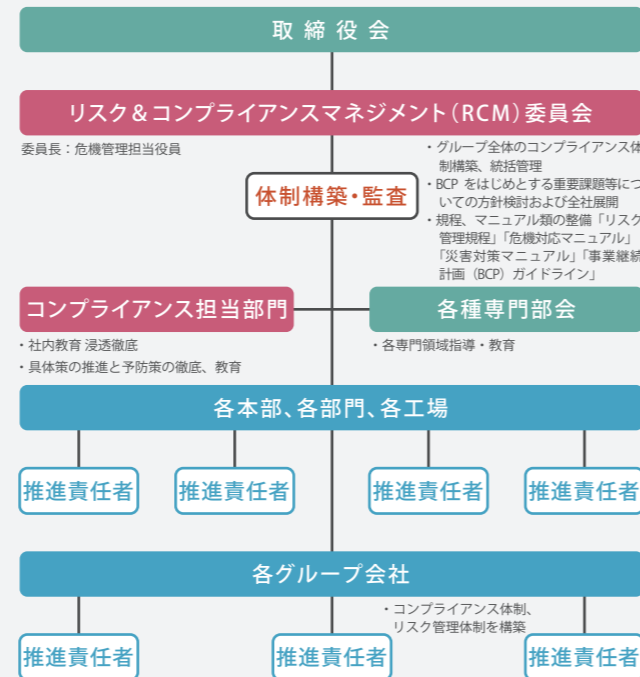
お客様にご満足いただくことはもちろん、安心してお使いいただける製品をご提供するために、当社グループは製品の安全性・品質向上だけでなく、お客様とのコミュニケーションやお客様目線の商品開発に努めています。

コンプライアンス / リスクマネジメント

DAIKENグループでは、危機管理担当役員を委員長とし、経営管理、営業、事業および法務コンプライアンスの各分野の担当役員などをメンバーとする「リスク&コンプライアンスマネジメント委員会」(以下、RCM委員会)を設置しています。RCM委員会ではリスクの洗い出し・評価・対応などの管理体制を有効に機能させるため、各種規程、マニュアルを整備し、DAIKENグループにおけるコンプライアンス、リスクマネジメント推進および課題・対応策の審議・決定を行っています。

また、各子会社にも推進責任者を置き、コンプライアンス体制、リスク管理体制を構築しています。コンプライアンス担当部門は子会社を含む当社グループ全体のコンプライアンス施策を横断的に推進し、管理しています。

■コンプライアンス / リスクマネジメント推進体制

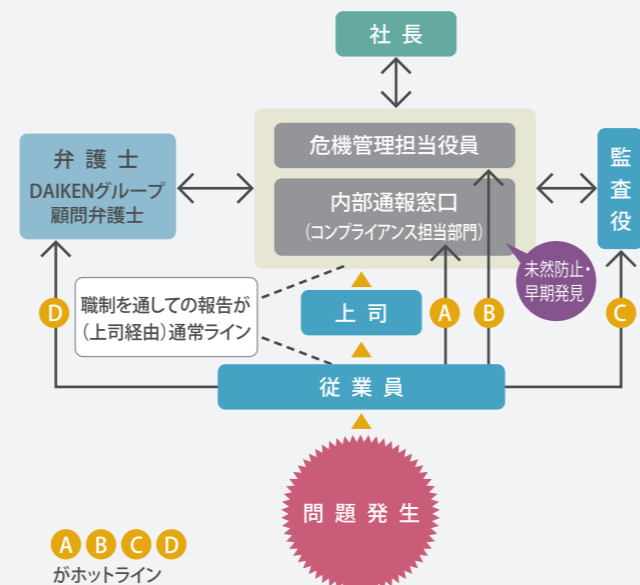


内部通報窓口(ホットライン)の周知徹底

法令等疑義のある事項について情報提供を行う手段として、コンプライアンス・ホットラインフローを定め、リスクの未然防止と早期発見に努めています。

2015年度より、社内イントラネット「D-Portal」のトップ画面にホットラインの直通電話番号やメールアドレスを掲載し、通常の職制を通じた報告が困難な場合の直通報告ルートとして周知徹底しています。

■コンプライアンス・ホットラインフロー

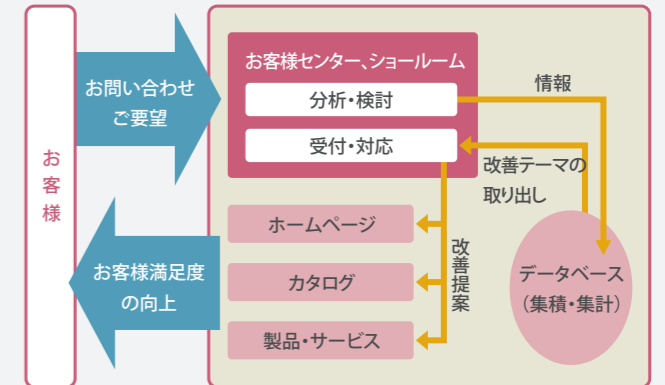


お客様の声にお応えする情報活用システム

お客様からのさまざまなご意見や製品に関するご相談などを直接お伺いする「お客様センター」では、お客様から寄せられた生の声に素早く真摯に対応することで、お客様からの信頼向上に努めています。

お客様センターやショールームで得られた多様な情報は、自動的にデータベースに集積・集計されます。このデータベースから重要課題を抽出し、社内の関係部門にフィードバックすることにより、ホームページやカタログの改善、新製品の開発につなげ、お客様の声に応えるものづくりとサービス向上につなげています。

■お客様の声を製品・サービスに活かすフロー



品質監査と品質教育を通じて品質向上を目指す

品質監査と品質教育を通じて品質保証体制の強化と製品の品質・安全性確保に取り組んでいます。品質監査では、DAIKENグループ各部署に対する内部監査、製品監査、OEM先に対する二者監査等を通して、品質マネジメントシステムの改善指導を行っています。また、内部監査では、他部署の内部監査員を監査チームに加えた相互監査を実施し、QMS(品質マネジメントシステム)の定着・浸透を図っています。

また、2015年度は、設計・開発や購買管理業務におけるリスク回避についての知識を高めるべく、設計・開発・調達部門の担当者に対し、社外の専門家による講演会を3回開催しました。



講演会の様子

お客様への情報提供の継続実施

当社グループはこれまでもお客様への情報提供を積極的に行ってまいりました。特に2015年度は70周年という節目の年であったことから、2015年11月、歴史の中で培ってきた技術を一室に展示・紹介する「DAIKENテクノビジネスフェア」を開催しました。当社の素材技術やWPC技術、地域材・国産材活用に特に高い関心が寄せられました。

また全国4工場において、「工場アニバーサリーフェア」を2015年10月から11月にかけて開催しました。「工場見学ツアー」や、創立70周年記念新製品を展示・紹介する「展示コーナー」のほか、数々のイベントをご用意し、地域の方々と直接触れ合うことができました。



DAIKENテクノビジネスフェア

工場見学ツアー(井波工場)

働きがいのある職場づくり

DAIKENグループでは、社員一人ひとりが能力を発揮し、安心して生き生きと働ける職場環境の整備が会社の活力につながると考え、さまざまな施策の充実に努めています。

女性が働きやすい職場で、女性の活躍を推進

女性の能力を活かして会社力を高めるべく、「女性社員の育成・強化プロジェクト」を設置し推進しています。2020年の女性総合職における女性管理職比率20%を目指し、女性社員の能力を発揮するための施策として、適材適所への配置や管理職教育などのほか、女性社員が出産・育児を経ても働きやすい職場を実現するためのさまざまな制度を充実させています。

2016年1月には、「ダイバーシティ」の実現に向け、「すべての社員が能力を発揮できる環境づくりに必要なこと」について、年代・職種の異なる社員7名(男性3名、女性4名)と当社社長の億田との意見交換会を行いました。

女性社員の出産・育児をサポートするための制度

- ・産前産後休業 ・育児休業 ・子の看護休暇
- ・育児短時間勤務
- ・育児支援サービスが受けられる割引券の導入



億田社長との「ダイバーシティ座談会」

安全診断のレベルアップにより、災害発生を抑制

「安全は全てにおいて優先させる」を原則に、労災および交通事故のない安全な職場環境の維持・向上に取り組んでいます。生産拠点の安全診断のレベルアップを目指し、DAIKENグループ相互安全診断を国内4工場、製造グループ会社7社、海外3社を対象に毎年1回実施しています。

2015年度は井波工場では夜間安全診断を実施し、夜間における作業環境面、防火管理面などの課題抽出や、周辺地域への明かりや音の影響を調査するなど、チェック項目ごとに状況確認を行いました。この中の指摘事項は各工場に水平展開を図り、災害発生抑制につなげることで、安全な職場の実現を目指します。



夜間の安全診断の様子

メンタルヘルスケア

管理職を対象とした「メンタルヘルスケア・ラインケア講習会」を東京(10月)、大阪(12月)で開催し、管理職を中心に東京25名、大阪35名が参加しました。講習会ではうつ病に代表されるメンタルヘルスケア不調者に対し、どのように予防・対応するかについて、ラインケアを中心に、産業医の先生より講演いただきました。



メンタルヘルスケア・ラインケア講習会(大阪)

CSR調達への推進

当社グループでは、「グリーン調達への徹底を目指し、CSR調達へのシフトアップを進めていく」ことを中期経営計画の取り組みの一つとして掲げています。

これを具体化するため、「調達方針」および「CSR調達基準」を定め、サプライチェーン全体にCSR活動を展開していきます。

CSR調達の方針・基準

調達方針(新設)

- 1 法令等の遵守 2 公平・公正な取引 3 優れた価値の共有 4 グリーン調達の推進
- 5 CSR調達の推進 6 信頼関係と相互繁栄

購買管理規程

- 1 品質 2 価格 3 納期 4 技術開発力 5 サービス 6 経営状態

グリーン調達基準

- 1 環境管理体制
- 2 化学物質管理
- 3 木材合法性

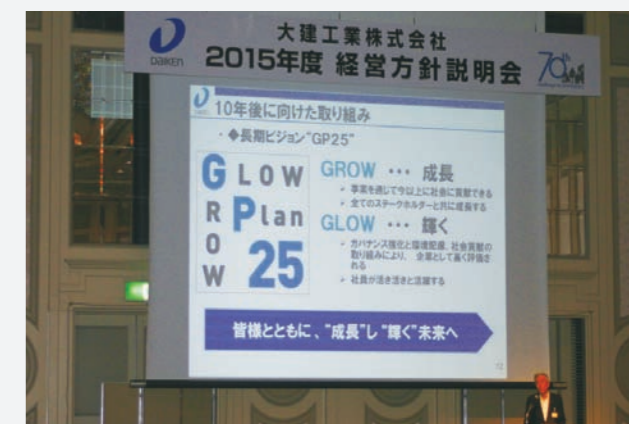
CSR調達基準(新設)

- 1 人権の尊重 2 法令等の遵守 3 労働安全衛生
- 4 公正な取引 5 情報の管理 6 社会との共生

CSR調達基準 調査票(新設)

調達先を招き、説明会を実施

2015年7月、調達先やお取引先119社144名を招き、グランパシフィックLE DAIBA(東京)で合同経営方針説明会を開催しました。当社社長の億田より、業界を取り巻く環境や今期経営方針を発表するとともに、新たに策定した調達方針、CSR調達基準の目的について説明し、CSRに共に取り組んでいくことをお願いしました。

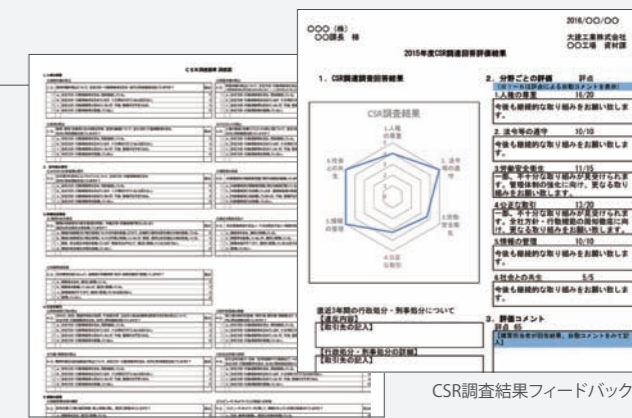


調達先やお取引先を招き開催した合同経営方針説明会

CSR調達の調査を開始

2016年3月、調達先やお取引先のCSRに関する取り組み状況の調査をWeb上で開始しました。まずは井波工場の製造に関わる調達先をテストケースとして始め、2016年度中には全工場に広がっていきます。

評価結果は調達先にフィードバックし、必要に応じて是正・強化を要請することで、CSRに対する取り組みを推進していきます。



CSR調査票例

CSR調査結果フィードバック例

環境への取り組み

DAIKENグループでは、環境経営をCSR経営の重要テーマの一つと位置付け、現在、第五次中期環境計画に基づき、グループ全体で環境保全と汚染の防止に取り組んでいます。

資源循環型社会の実現への貢献

DAIKENグループでは、持続可能な社会の実現を目指し、製品への再生資源等の有効活用と廃棄物の削減・再資源化に取り組んでいます。

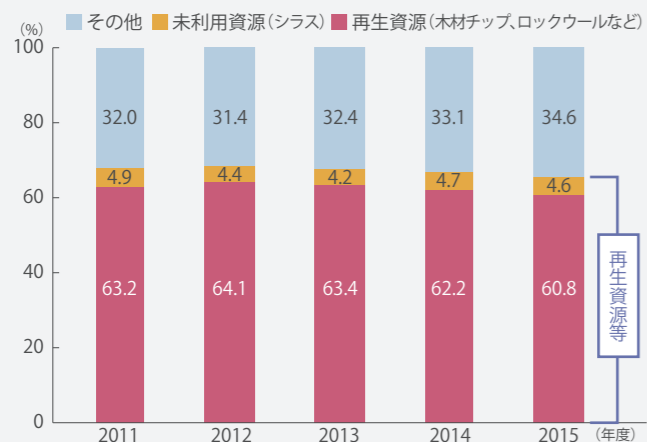
■製品への再生資源等の使用状況

65%
(2015年度再生資源等使用率実績)

DAIKENグループの2015年度の資源総投入量は318千tで、再生資源等使用率※1は65.4%でした。今後も、再生資源等使用率の維持向上に取り組んでいきます。

※1 再生資源等使用率 = 再生資源等投入量 ÷ 資源総投入量 × 100 (%)
再生資源等投入量 = (再生資源 + 未利用資源) 投入量

■再生資源等の使用率の推移



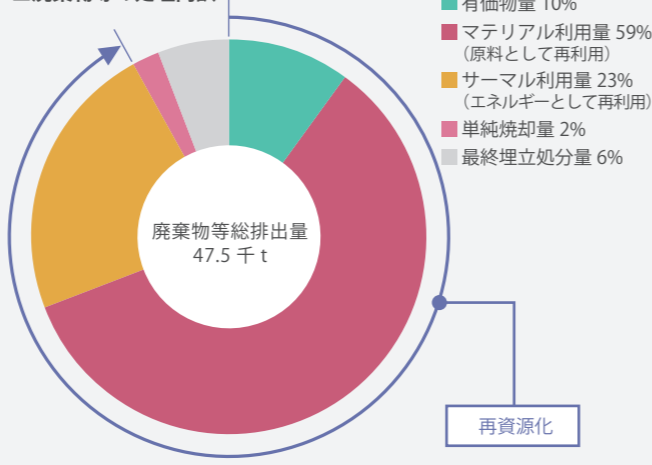
■廃棄物等の再資源化の状況

92%
(2015年度再資源化率実績)

DAIKENグループの2015年度の廃棄物等排出量は47.5千tで、再資源化率※2は92.5%でした。今後も、再資源化率の更なる向上に取り組んでいきます。

※2 再資源化率 = 再資源化量 ÷ 廃棄物等総排出量 × 100 (%)
再資源化量 = 有価物量 + マテリアル利用量 + サーマル利用量

■廃棄物等の処理内訳



中期環境計画 2011～2015年度

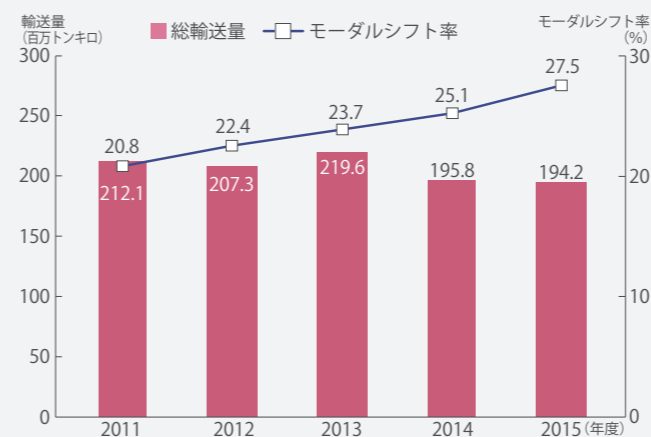
	2015年度目標	2015年度実績
1. 環境配慮製品の拡大	① 国産材を利用した製品開発推進 信州F/パワーPJからの原材料活用も含めた国産材活用事業案の企画・立案	高萩エリアにおける、未利用材の将来にわたる調達スキームを立案
2. 環境負荷低減	① 温室効果ガス排出量の削減	CO ₂ 排出原単位を年平均1%以上削減する 原単位年平均6.4%削減
	② 廃棄物排出量の削減	社外埋立量2010年度比30%削減する 2010年度比42%削減
	③ 化学物質の排出量削減	2015年度末に、塩化メチレンの使用量をゼロにする 5ライン中3ラインにて、非塩化メチレン仕様への切替完了 塩化メチレン使用量2010年度比48%削減
3. 生物多様性配慮	① 生物多様性に配慮した木材資源の調達推進	合法性が確保された木材の調達を維持する 継続実施中
	② グリーン調達基準の定着	DAIKEN調達方針との連携が図れた運用推進 DAIKEN調達方針、CSR調達基準の新規策定と社外への認知を実施
4. 環境管理	① 環境マネジメントシステム(EMS)を拡充・拡大	国内のISO14001認証統合・拡大(2013年2月完了) 海外子会社のISO14001認証取得(2014年3月完了)
	② 環境法令の遵守徹底	フロン排出抑制法に適正に対応する 対象設備を特定し簡易点検を実施(グループ全体で752台)
	③ 環境教育を全社展開し、推進	階層別、職種別に教育を実施する 新入社員研修、新任部門長研修、e-ラーニング等を実施

低炭素社会実現への貢献

エネルギーの効率的な利用を推進するとともに、生産・物流領域において排出されるCO₂量を削減するため、再生可能エネルギーの利用拡大やモーダルシフト拡大に取り組んでいます。2015年6月より、埼玉県久喜市-札幌市の特定区間において住宅部材の輸送方法をトラックから鉄道へ転換するモーダルシフトの取り組みを開始しました。当社を荷主企業とする大建工業

■モーダルシフト率の推移(国内)

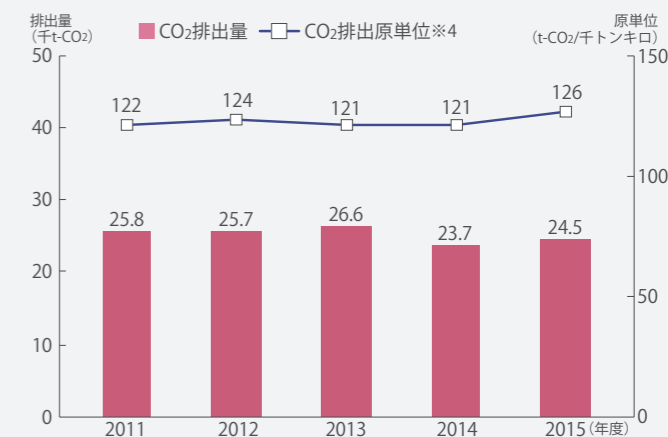
27.5%
(2015年度実績)



株式会社幹線輸送モーダルシフト推進協議会(大建工業株式会社、センコー株式会社、日本通運株式会社)のこの取り組みは、2015年10月、国土交通省に、温室効果ガ排出削減に貢献する運用と認められ、「モーダルシフト等推進事業」として認定されました。この取り組みによりダイケングループ国内全体でのモーダルシフト率※3は27.5%まで高まりました。

※3 モーダルシフト率 = (船舶 + 鉄道) 輸送量 ÷ 総輸送量 × 100 (%)

■製品輸送に伴うCO₂排出量の推移(国内)



※4 CO₂排出原単位 = CO₂排出量 ÷ 総輸送量 (t-CO₂/千トンキロ)

第五次中期環境計画 2016～2018年度

1. 製品の環境配慮	① 環境配慮製品の拡充・拡販
2. 低炭素社会実現への貢献	① 木材利用による炭素固定化の促進
	② エネルギー起源CO ₂ 排出量の削減
3. 資源循環型社会への貢献	① 3Rを推進し、最終処分量の削減
	② 木材のカスケード利用推進
4. 生物多様性への配慮	① 生物多様性に配慮した木材調達の推進
	② サプライチェーンとの連携強化
5. 環境リスクマネジメント強化	① 環境リスクを特定し、未然防止とリスクの最小化
	② 化学物質規制への対応力向上

中期CSR活動計画の取り組み状況および重点課題

2015年度のCSR活動の主な活動実績と、2016年度からの中期CSR活動計画の重点課題は以下のとおりです。

2011～2015年度

	方針	2015年度の計画	2015年度の実績	
経営分野	リスクマネジメント	事業継続マネジメント(BCM)推進	・国内拠点のBCP維持・更新	
		海外でのリスクマネジメント体制構築	・海外拠点のBCP維持・更新	
	ガバナンス・コンプライアンス	効率的で透明性の高い経営の実現	・コーポレートガバナンスコードに基づく対応と適切な開示	・コーポレートガバナンス・コードに対する会社方針の決定と運用状況を確認・管理する枠組みを整備
			・グループガバナンス体制の強化・維持・透明性の向上	・コーポレートガバナンス委員会や指名・報酬委員会等を設置し、グループガバナンスの透明性、公正性の向上を図った
ステークホルダーとのコミュニケーション	株主や社会とのコミュニケーション	・決算説明会の開催、機関投資家への訪問説明の継続実施 ・業績情報のみならず必要とされている情報のホームページへの適時開示	・投資家に対し、計画的な決算説明会を継続開催 ・ホームページにて、トピックス等49件の最新情報を発信	
社会分野	顧客・消費者とのコミュニケーションと顧客満足	品質マネジメント	・内部監査のレベルアップ	・内部監査員研修を継続実施
		品質管理能力の向上	・専門家による研修会等の実施	・設計開発時のリスク予知に関する研修を実施 ・「訴訟から見える課題と改善点」および「化学物質のリスク評価」について講演会を実施
		お客様目線の商品開発推進	・事業部門への情報提供強化。 ・システム改善(文字情報分析システムの活用)	・新お客様の声データベースにより、データ(2015年度約900件)を社内内で共有化した
		お客様とのコミュニケーションの強化	・新製品の計画的設置とプロモーションの実施。 ・実態を把握するための分析の継続実施とリニューアル案の立案	・公共商業建築のホームページをお客様が使いやすい目線で制作 ・第三者による当社ホームページの現状分析を実施
	公正な取引の推進と徹底	取引の適正化	・書面調査ならびに発注書面の現物確認の継続実施。 ・入社5年目までの従業員を対象としたe-ラーニング研修の実施	・公正取引委員会書面調査を実施 発注書面に軽微な違反あり、即時是正を実施 ・下請法に関するe-ラーニングを実施 受講者数44名
		知的財産権保護とリスク管理	・関係部門へのリスク啓発、保護活動、研修の継続実施。 入社5年目までの社員を対象とした知的財産権保護のe-ラーニング研修の継続実施	・継続実施
		グリーン調達からCSR調達へ	・グリーン調達基準の運用維持と、CSR調達の推進	・CSR調達方針・調達基準の社外告知完了 ・Webによる調査システムの構築を完了し、109社に対し調査を実施
	人財育成・人材保護・良好な職場環境づくり	ワークライフバランス推進	・「ノー残業デー」を厳正に実施	・「働き方改革PJ」を新たに設置し、推進
		多様性	・育児休暇取得の推進 ・法定雇用率の遵守	・ダイバーシティに関するe-ラーニング実施 ・男女比率同等の採用を実施
		人財育成	・通信教育の受講者数の拡大 ・就業体験の企画・実施	・Web案内等による意識付けを実施。482名が受講 ・6コース企画し、71名が参加
		労働安全	・生産拠点の安全診断のレベルアップ推進	・安全文化を構築するためのセミナーを開催
		人権	・e-ラーニング等による教育の継続実施	・新任管理者に対し、研修実施
地域社会との交流や貢献活動の充実	地域との交流	・行政を交えたコミュニケーション活動の実施	・各地域にて、行政との交流、清掃活動、工場見学会等実施	
	震災復興	・現地拠点での供給活動の継続	・災害復興住宅への供給を計画通り実施	
	森林・林業育成	・マレーシア植林活動の継続実施	・伐採(285ha)、二次植林(185ha)実施	
環境分野	中期環境計画	(P.37,38参照)		

2016～2018年度

	重点課題	
経営分野	CSRマネジメント	CSR委員会による全社CSR活動の推進
	リスクマネジメント	事業継続計画(BCP)の整備と更新管理
	ガバナンス	最適なコーポレートガバナンスの構築
	コンプライアンス	コンプライアンス体制の強化 コンプライアンス教育のさらなる充実 内部通報制度の整備・運用
消費者課題	製品の品質向上・安全性の確保	品質ISOを軸にした品質マネジメント体制のさらなる強化 品質トラブルの削減・再発防止に向けた体制強化と施策の継続実施 製品トレーサビリティ体制の強化
	顧客満足度の高い商品・サービスの提供	消費者との接点強化による情報収集力の強化 消費者情報を製品開発、製品改善、サービス向上につなげる社内体制の強化 消費者目線に立った新製品開発に向けた推進体制の強化
	お客様とのコミュニケーションの強化	ショールームや展示会などを通じたFace to Faceのコミュニケーションの強化
		営業活動を通じたコミュニケーションの強化
		ホームページなどを通じたコミュニケーションの強化
	株主・投資家とのコミュニケーションの強化	
個人情報の保護	個人情報の厳正な管理の徹底	
公正な事業慣行	公正な競争・取引の徹底	反社会的勢力との取引排除の徹底
	知的財産の保護	知的財産に関する教育の実施継続
	CSR調達の推進	CSR調達のルール整備および適正運用の実施
労働慣行	ワークライフバランスの推進	過重労働・長時間労働の削減推進
	多様性の推進	女性活躍推進につながる人財育成の実施と環境整備
	人財育成の強化	グローバルな人財の育成 キャリア形成や能力開発につながる人財育成プログラムの構築
	安全衛生体制の充実	安全な職場環境づくりの推進強化
人権の尊重	人権に対する意識向上	人権意識を高めるための教育・啓蒙活動の継続実施
コミュニティへの参画・発展	コミュニティへの参画	コミュニティへの参画
	社会貢献	マレーシアでの植林活動の継続実施 国産材の総合利用の推進

会社概要

商号 大建工業株式会社 DAIKEN CORPORATION
 設立 1945年(昭和20年)9月26日
 資本金 131億5,003万9,080円

■本社及び事業所

本店：富山県南砺市井波1番地1
 本社大阪事務所：大阪市北区堂島1丁目6番20号
 東京事務所：東京都千代田区外神田3丁目12番8号
 主要な営業所：札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪
 広島、福岡、シンガポール

■生産工場

三重工場(三重県津市)
 井波工場(富山県南砺市)
 岡山工場(岡山市南区)
 高萩工場(茨城県高萩市)

■連結子会社

(国内)
 株式会社ダイフィット(鳥取県倉吉市)
 株式会社ダイウッド(三重県伊賀市)
 セトウチ化工株式会社(岡山市南区)
 富山住機株式会社(富山県砺波市)
 株式会社ダイタック(岡山市南区)
 会津大建加工株式会社(福島県会津若松市)
 C&H株式会社(大阪府岸和田市)
 エコテクノ株式会社(東京都千代田区)
 ダイケンエンジニアリング株式会社(大阪市北区)
 鉱工業株式会社(東京都千代田区)
 三恵株式会社(大阪府東大阪市)
 ダイケンホーム&サービス株式会社(大阪市北区)
 株式会社スマイルアップ(大阪市北区)
 ダイケン物流株式会社(大阪市北区)

(海外)
 大建工業(寧波)有限公司(中国 浙江省)
 大建阿美呢体(上海)商貿有限公司(中国 上海市)
 PT.DAIKEN DHARMA INDONESIA(インドネシア 東ジャワ州)
 DAIKEN NEW ZEALAND LIMITED(ニュージーランドランギオラ市)
 DAIKEN SARAWAK SDN.BHD.(マレーシア サラワク州)
 DAIKEN MIRI SDN.BHD.(マレーシア サラワク州)

取締役および監査役(2016年6月24日現在)



社外監査役 井上 雅文
 常勤監査役 島田 睦博
 社外取締役 水野 浩児
 取締役 鈴木 憲
 取締役 照林 尚志
 代表取締役・専務取締役 渋谷 達夫
 取締役会長 澤木 良次

株式情報

■株式の状況(2016年3月31日現在)

発行可能株式総数……………398,218,000株
 発行済株式の総数……………125,875,219株
 株主数……………5,004名

■大株主の状況(2016年3月31日現在)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
伊藤忠商事株式会社	31,948,000	26.5
株式会社三井住友銀行	4,934,903	4.1
住友生命保険相互会社	4,656,000	3.9
大建工業取引先持株会	3,529,000	2.9
三井住友信託銀行株式会社	3,440,000	2.9
住友林業株式会社	3,191,000	2.6
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	3,118,000	2.6
丸紅株式会社	2,821,942	2.3
日本生命保険相互会社	2,728,346	2.3
三井住友海上火災保険株式会社	2,608,000	2.2

(注) 1. 当社は、自己株式を5,358,365株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
 2. 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

■株式分布状況(2016年3月31日現在)

