

～ 新ビジョンに連動したコーポレートメッセージへと刷新し、  
社会に“ずっと ここちいいね”を提供する企業へ ～

## DAIKEN グループ経営計画 次期長期ビジョン『TryAngle 2035』を策定

大建工業株式会社(大阪市北区、社長:億田正則)は、2025年度に創立80周年を迎えるにあたり、この度、2026～2035年度までの経営の羅針盤となる次期長期ビジョン『TryAngle 2035』を策定しました。また、コーポレートメッセージ(タグライン<sup>※1</sup>)についても、同ビジョンで新たに目指す姿と連動させ、現在の「キノウを超える、ミライへ。」から、「ずっと ここちいいね」へと刷新します。

今後当社は、『TryAngle 2035』の達成に向けて、ステークホルダーの皆様にはサステナブルで快適な体験を提供し、「Well-Cycle<sup>※2</sup>」の実現を目指すとともに、あらゆる空間で、あらゆる人に、「ずっと ここちいいね」をお届けしてまいります。

※1タグライン:企業の提供価値を示すフレーズ。当社ではDAIKENブランドロゴの上に併記しています。

※2Well-Cycle:サステナブルなモノづくりによる資源循環、Well-beingにつながる互換の快適性、共感と称賛による良い相互作用、これら3つの意味を含んだ好循環を総称した当社独自の用語です。

### ●新コーポレートメッセージ(タグライン)について

「ずっと ここちいいね」には、あらゆる場所であらゆる人に心地よさを感じてもらい、「Well-Cycle」を届けていきたいという当社の想いを込めています。

この「ずっと ここちいいね」の実現のために、快適性の向上やサステナビリティ社会への貢献に挑戦していくとの方針を定めたものが、次期長期ビジョン『TryAngle 2035』です。

ずっと ここちいいね  
**DAIKEN**  
新タグラインを用いた DAIKEN ブランドロゴ  
(4月1日より運用)

【新コーポレートメッセージ】

ずっと ここちいいね

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 ここちいいね」を届けます

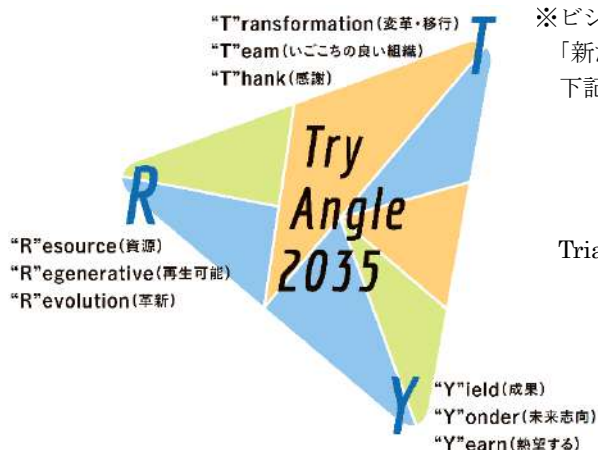
大建工業株式会社はDAIKEN株式会社へ

ずっと ここちいいね  
**DAIKEN**

### ・「ずっと ここちいいね」に込めた想い

- ず っ と** : ◎ステークホルダーとの持続可能な関係性を大切にする  
◎住空間のみにとどまらず、あらゆる生活空間に新しい価値を届ける
- こ ち っ い** : ◎Well-beingな空間を実現し、「環境・社会・人」すべての心地よさを追求する
- い い ね** : ◎あらゆる人に愛され、選ばれる企業となる  
◎互いに共感し、「いいね」と言い合える社内風土をつくる

## 【次期長期ビジョン『TryAngle 2035』】



※ビジョン名『TryAngle 2035』には、「新たなチャレンジによって成長していく姿」をイメージし、下記のような意味合いを込めています。

Try(トライ) : 快適向上、

サステナブル社会の実現に「トライ・挑戦」する

Angle(アングル) : 成長に向けた新たな視点・方向性、右肩上がり

Triangle(トライアングル) : 三方よし、(楽器のように) 打てば響く

### ● 2035年度にありたい姿とその実現に向けたカギ

長期ビジョンに掲げる「ずっと こちいいね」の実現を目指すために、具体的な「2035年度にありたい姿」として下記を定めました。

#### 【2035年度にありたい姿】(目標)

- ・ サステナブル素材における、グローバルな影響力を獲得する
- ・ 生活空間をアップグレードし、選ばれる「新スタンダード」を創出する
- ・ 社会課題解決に向けて、共創を通じた様々な新規領域へと進出する

また、それらありたい姿の達成に向けて必要となる4つのカギを、以下のように設定しています。

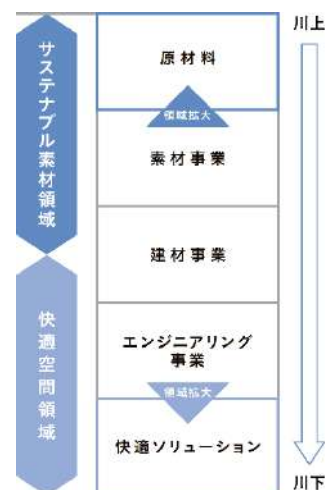
#### 【達成に向けた4つのカギ】(取り組み)

- ① 素材・建材・エンジニアリングの技術力を核としたバリューチェーンの構築
- ② DAIKENの企業価値を向上させるブランディング強化
- ③ グループネットワークを中心とした共創力の向上
- ④ 多様な人財が自らキャリアの機会を育み、熱意を持って働き、成長を実感できる組織づくり

### ● 事業領域の拡大

現在の当社主力事業は、サステナブルな「素材」、その素材を用いた「建材」、そしてそれら建材を施工する「エンジニアリング」の3つの事業となっています。このうち、川上である「素材事業」と、川下である「エンジニアリング事業」における取り組みを拡張し、これまで以上に範囲を広げた事業展開を目指します。

「素材事業」では、原材料分野にまで視野を広げ、IBの回収・リサイクルや廃棄物の再利用にチャレンジし、「エンジニアリング事業」では空間環境の改善ソリューション等にも着手します。当社の強みである「モノ」づくりを軸に、原材料等のサステナブル領域から快適ソリューションを含む「コト」提案に至るまで、幅広い領域を担う企業へと躍進します。また、上記とは異なる新たな事業領域についても、他社との積極的な共創に取り組みつつ、方向性を模索してまいります。



### ● 事業・市場別戦略

上記の事業領域拡大と並行して、以下の事業・市場戦略にも取り組みます。

- ・ 公共商業建築分野: 快適ソリューションを起点とする提案・工事力強化
- ・ 建材事業: リフォーム・リノベーション需要の高まりに対応した、高機能製品の投入、および施工体制の構築
- ・ 海外素材: 北米での新素材の事業化、およびアジア市場を中心とした素材事業強化
- ・ 新規領域: 社会課題解決を起点とした新たな領域への進出

## ●人財基盤・事業基盤の強化

人財基盤の強化として、自らのキャリアを自らで計画し、自立的・積極的な自己啓発や挑戦の姿勢を育むことを目的としています。これら姿勢を育むために、自身の業務領域にとらわれず、組織を横断したコミュニケーションを促すような、人事、評価、育成・教育制度へと見直します。

事業基盤については、組織間連携強化による事業展開の最大化を図る「組織基盤」、価値創造のための業務効率向上に向けたデジタル化を推進する「業務基盤」、継続的な成長と人に選ばれる会社となるための「企業風土・ブランディング」の強化に取り組みます。

以 上

※ここに掲載されている情報は発表時のものであり、ご覧いただいている日と情報が異なる場合があります。あらかじめご了承ください。