日本ペイントグループ
会社説明会

2021年10月4日
日本ペイントホールディングス株式会社
インベスターリレーション部長　田中　良輔

皆さま、こんにちは。日本ペイントホールディングスのインベスターリレーション部 部長の田中良輔です。

本日は、当社の会社説明会にご参加いただきありがとうございます。

今日は、塗料産業の魅力や当社の成長性についてお話させていただきます。ちなみにこの表紙にある建物は左上がシンガポールのラッフルズホテル、右上が大阪の和宗総本山 四天王寺、右下がオーストラリアの学校ですが、いずれも当社の塗料が使われています。

本日の内容

1. 社会を支える塗料 … P.3
2. 当社について … P.10
3. 当社の強み … P.19
4. 新中期経営計画（2021-2023年度） … P.33
5. SDGs・ESGへの取り組み … P.36
6. 株主還元 … P.42

2

具体的に、私からご説明する内容はご覧のとおりです。

まず塗料、ペイントが社会を支える製品であることをご説明したうえで、当社の企業概要、明治時代からの歴史、塗料市場の成長性、事業地域展開、強み、戦略などや、中期経営計画、ESG戦略、株主還元、についてお話しいたします。

NIPPON PAINT GROUP

社会を支える塗料

01

まずは塗料が果たす社会的役割について、ご紹介します。

塗料の社会的役割は「皆さんの生活に、①安心、②快適さ、③彩」を与える、
大きく３つの役割があると考えておりますので、少し具体的にご説明します。

最初は「構造物」です。六本木ヒルズなど、さまざまな施設に「耐火塗料」が使われています。耐火塗料とは、火災時に発泡して断熱層を形成し、鉄骨を倒壊から保護する塗料です。耐火塗料は膜が薄く構造物のデザイン性を保てるため、安心とデザイン性の両立を実現しています。

次に「高架道路」です。

コンクリートは丈夫で長持ちする材料の代表でしたが、近年、酸性雨や塩害などによる早期劣化や老朽化が問題となっています。これに対し、「塗るだけ」でコンクリート構造物を保護して剥落を防止する画期的な工法を開発し、塗料の力で、長寿命化や剥落事故の防止に貢献しています。

続いて「道路」ですが、都心部で問題となっているヒートアイランド現象ですが、その原因の一つが、アスファルト面の蓄熱です。そこで、太陽熱を効果的に反射する「遮熱塗料」を開発し、道路に塗装することにより、日中の日射を反射して蓄熱を抑え、夜間の放射熱を低減しています。過ごしやすい街づくりの一端を、塗料が担っています。

住宅で使用される「内装」用塗料では、豊富なカラーで気分転換したり、防かび、抗菌、抗ウイルス、消臭性などの特殊機能を備えた「環境配慮型内装塗料」によって、快適な暮らしを実現しています。

また「自動車」用塗料もあります。自動車ボディには、さまざまな役割を持つ塗料が何層にも塗り重ねられています。その塗膜の厚みはわずか0.1ミリ、お札の厚さとなります。ここに世界最先端の塗料・塗装技術が凝縮され、サビやキズ、紫外線による劣化、あるいは酸性雨によるダメージなどから車を守っています。

そして「船舶」用塗料では、汚れが付きにくい塗料を船底に塗ることで燃費効率を向上させるなど、二酸化炭素の削減（地球温暖化防止）に貢献しています。

このように、塗料の役割は、彩で美観を整えるだけでなく、道路や建物などの社会インフラを雨風や紫外線などから守り長寿命化を助ける、抗ウイルスにより人々の暮らしを守るなど、社会を支える黒子役として活躍しています。

当社について

02

ここからは日本ペイントグループの概要をご説明します。

ここに特徴的な数字を挙げていますが、世界で4位、アジアで1位、当然日本でも1位の総合塗料メーカーです。

売上は約7,800億円、海外売上80%と、グローバル展開を進めており、直近の時価総額は3.8兆円、日本で約40番目の大きさで、パナソニックやキヤノン、資生堂などよりも上位にランクしています。

2-2. 日本ペイントグループの歴史①

社会問題を解決したい。その志が創業の原点

1879年（明治12年）
当時の日本で多くの人を悩ませていた白粉（おしろい）の「鉛中毒」を解決するため、無毒性の「亜鉛華」の精製に日本で初めて成功

伊藤博文より亜鉛華の製造免許を許諾される

創業者 茂木重次郎

1880年（明治13年）
当時の洋式塗料は輸入品であり、高価格品であったことから、独自に塗料技術の研究に着手し、日本初の国産塗料を完成

1881年（明治14年）
東京・三田に「共同組合光明社」設立（日本ペイントグループの創業）

亜鉛華製造免許

日本初の国産塗料

次に、当社の歴史ですが、創業は約140年前となります。この頃は板垣退助が自由党を結成した時期であり、そのような時代に社会課題を解決したいという志から誕生した会社となります。

当時、役者さんが使うおしろいに含まれる鉛で中毒に苦しむ人たちを見て、無毒性の製品を作ったり、塗料ニーズの高まりに応えるべく日本初の国産塗料を作り出しました。

その結果、当時内務卿であった伊藤博文から製造免許許可証を与えられていました。

この創業の志は、現在にも引き継がれており、その時代時代において社会インフラを支えたり、人々の快適な生活を守る塗料を提供してきました。

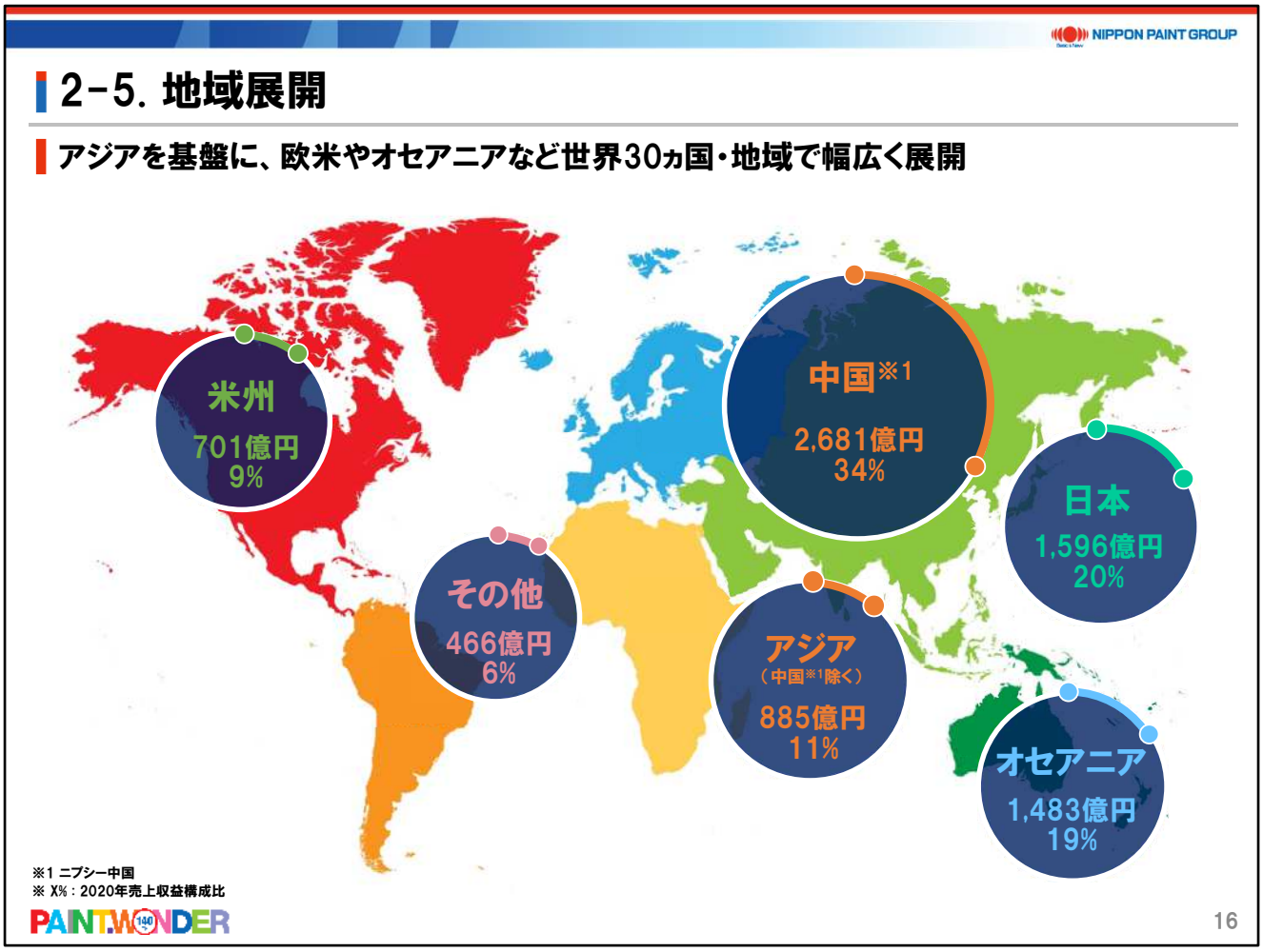
その結果、売上も年々着実に増加し、約7,800億円の売上に成長しています。

2-3. パーパス（わたしたちの存在意義）

この140年間の企業活動を踏まえ、今年、日本ペイントグループとしての存在意義を改めて整理しました。

わたしたちの存在意義は、科学や想像のもつ無限の力で、画期的な技術を生み出し、この世界を守り、より豊かにすることであり、引き続き、社会課題の解決を通じて、経営のミッションである株主価値最大化に取り組んでいきます。

次に、当社の事業内容ですが、建物の内装・外装や自動車用塗料などが売上の約70%を占めており、これらを中心に、幅広い分野で塗料・コーティング技術を生かした事業展開を行っています。



地域展開としては、中国・アジアを中心に、日本・欧米・オセアニアなど世界30ヵ国・地域で幅広く展開しており、売上の80%が海外となります。

塗料は、使われる用途や地域によって内容が異なりますので、市場需要に合わせて製品ラインアップを拡充しています。

特徴のある事例としては、一番右下にある船舶用塗料で「うなぎ塗料一番」という製品です。これはうなぎのヌルヌルとしたボディのように滑らかに航行できるよう開発された塗料となります。

次に、当社の塗料が使われた最終製品の一例を並べています。

国立競技場、大阪の和宗総本山四天王寺、シンガポールのラッフルズホテル、新幹線、自動販売機など至るところで当社塗料が使われているのは、高品質や高いサポート力など企業としての総合力・ブランド力が評価されている証と考えています。

NIPPON PAINT GROUP

当社の強み

03

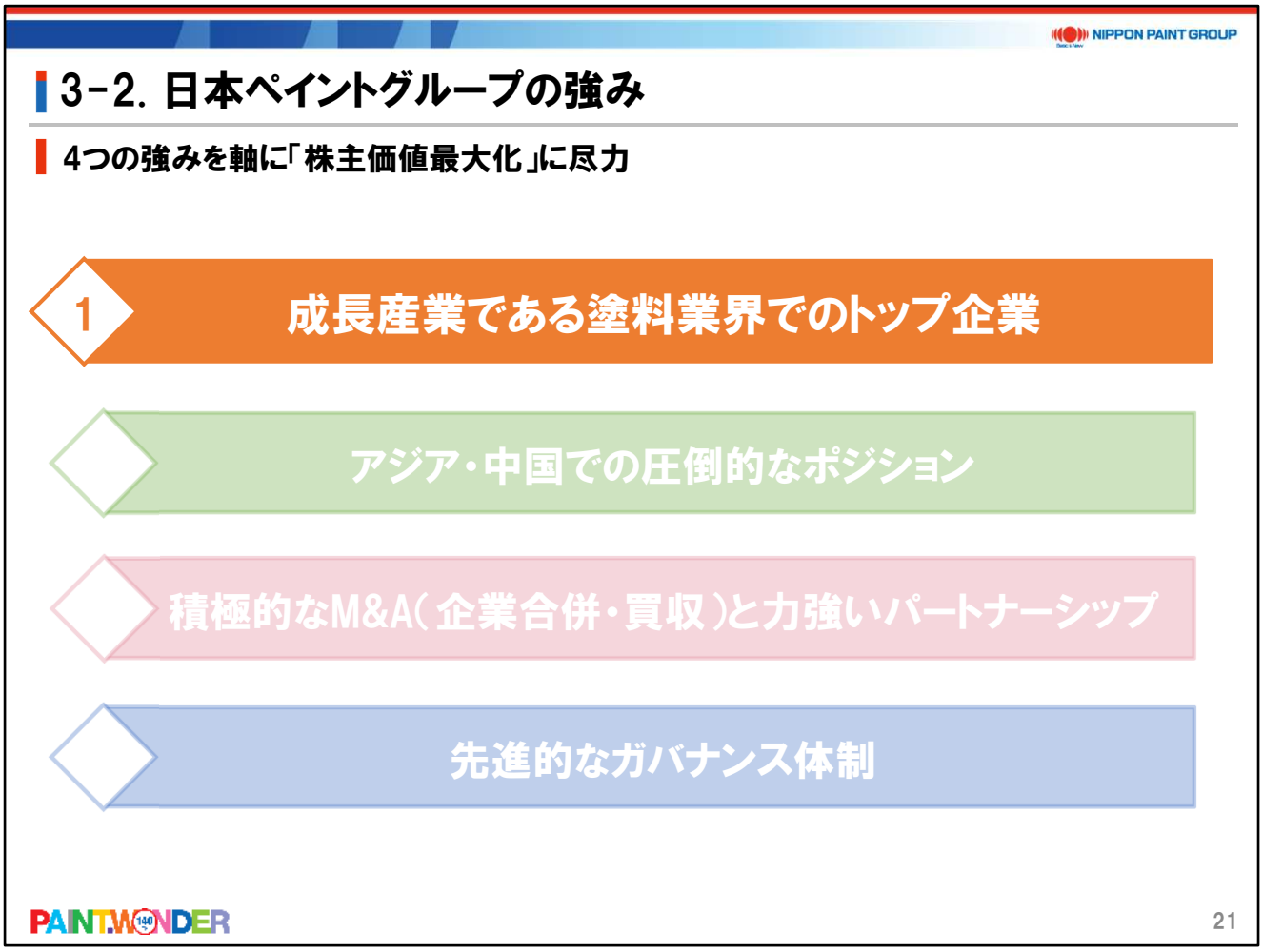
次に、当社の強みご紹介します。

3-1. 日本ペイントグループの強み

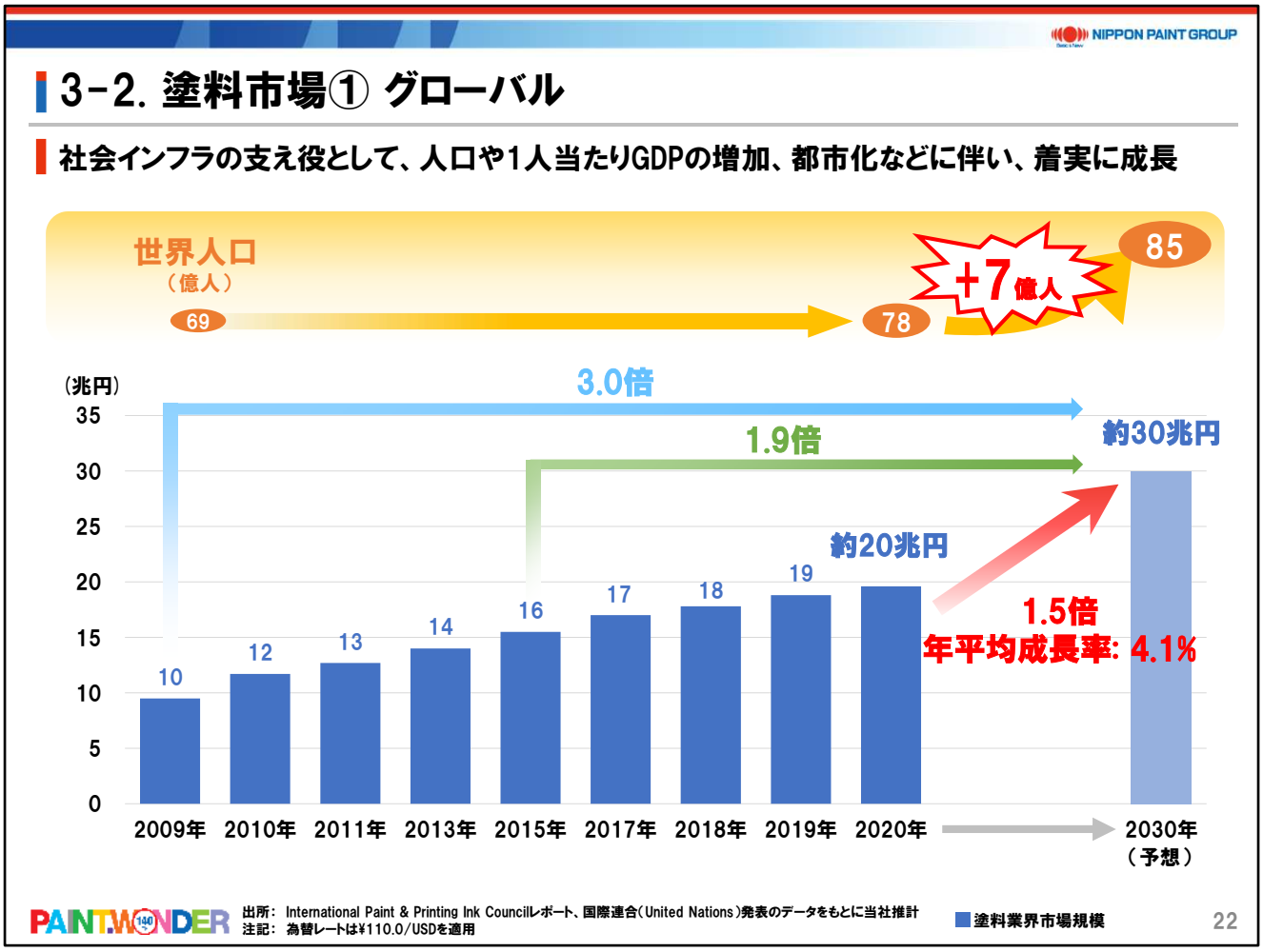
4つの強みを軸に「株主価値最大化」に尽力

1. 成長産業である塗料業界でのトップ企業
2. アジア・中国での圧倒的なポジション
3. 積極的なM&A（企業合併・買収）と力強いパートナーシップ
4. 先進的なガバナンス体制

当社の強みは大きく４つあります。

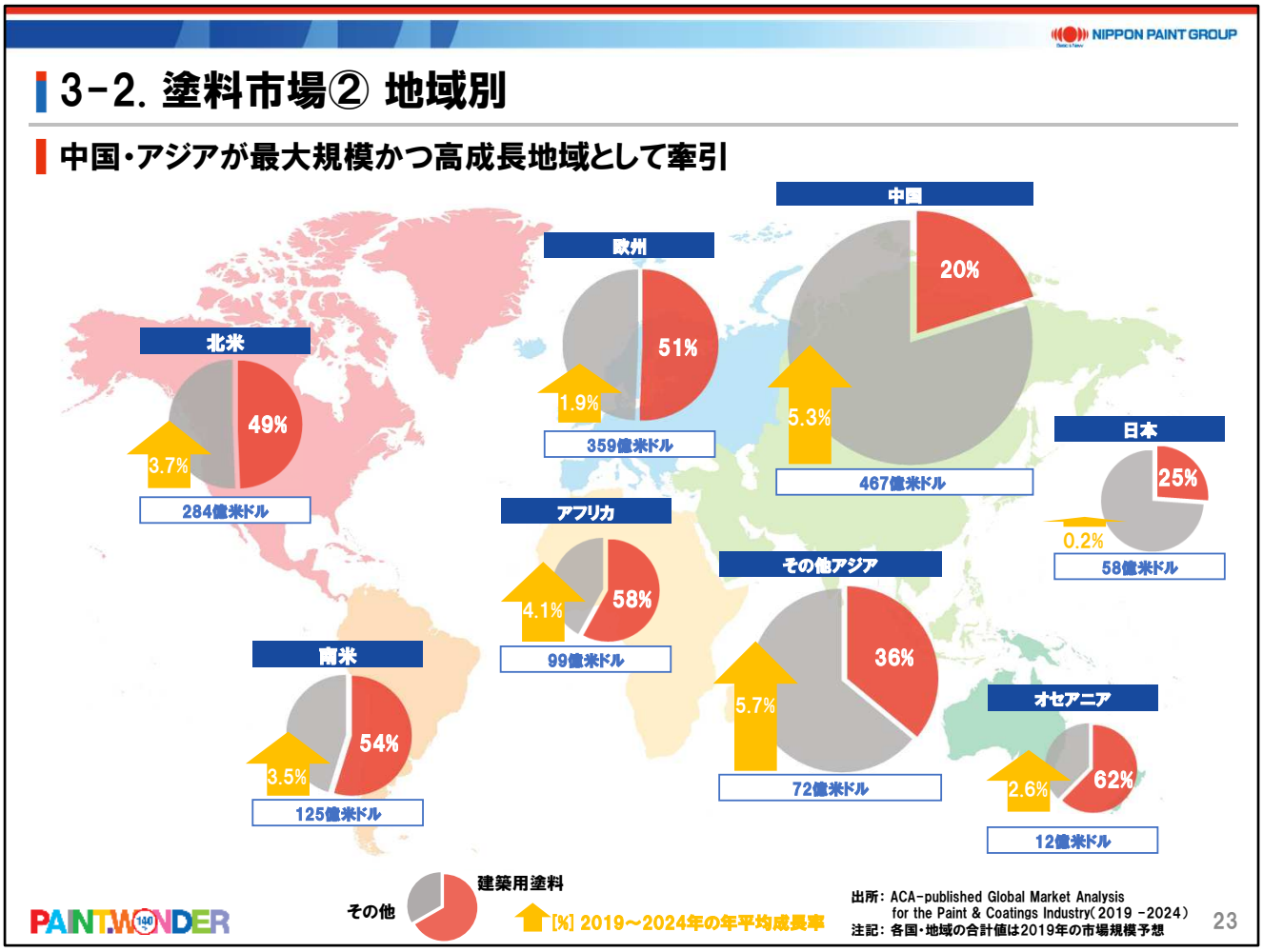


1つ目は、「成長産業である塗料業界でのトップ企業」であることです。



まず、塗料市場は世界の視点から見ると、成長産業であり、人口や1人あたりGDPの増加、都市化などに伴い塗料の需要は増加してきました。そして塗料産業は一般的な化学産業のように変動が激しいわけではなく、安定した成長が見込まれる、という点です。

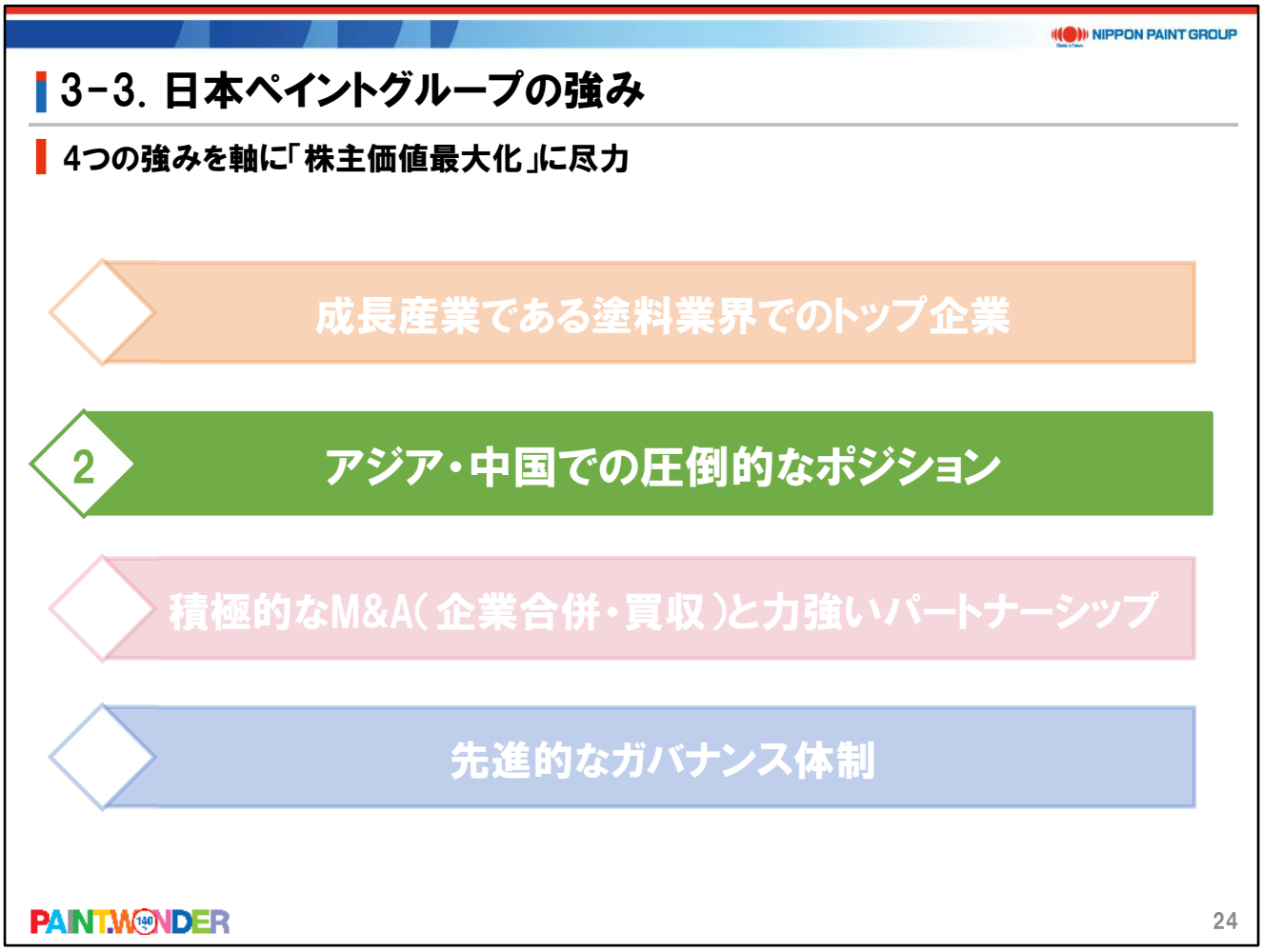
今後10年間で世界人口は78億人から85億人への増加が見込まれます。7億人増加するということは、つまり日本が6個分、または中国の2分の1の需要が新たに創出されるということであり、塗料が今後も潜在需要の高い国際市場であることをお分かりいただけるかと思います。



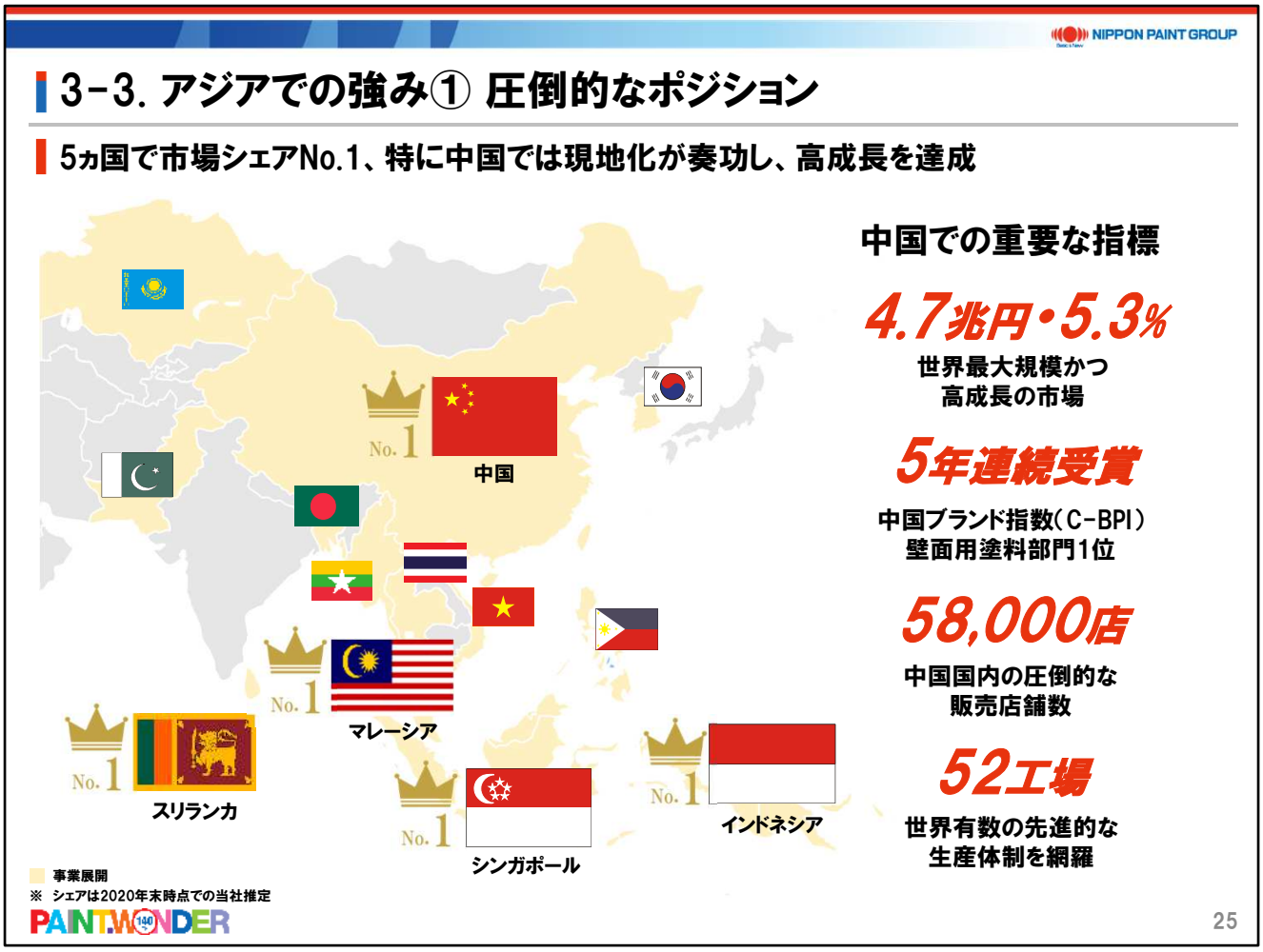
こちらは、塗料市場の地域別・事業別の構成です。

ポイントは２つあり、１つは、中国やアジアが最大市場であり、かつ高成長が見込める地域であることです。2つ目は、自動車用や工業用塗料よりも建築用塗料の市場構成比が高いことです。

したがって、この２つの特徴、「中国・アジア地域」と「建築用塗料」を抑えることが重要となります。



2つ目の強みは、「アジア・中国での圧倒的なポジション」であることです。



このスライドは、当社が「中国・アジア市場」および「建築用塗料」で圧倒的なポジションを構築している点のご説明です。

当社はアジア地域を主な事業基盤としており、アジア5ヵ国、「中国・マレーシア・シンガポール・インドネシア・スリランカ」の建築用塗料市場でシェアNo1.を獲得しています。

特に、中国は約30年前にいち早く市場参入したことで、ここに数字を記載しているとおり、高い優位性を確保しています。

3-3. アジアでの強み② 中国での圧倒的なブランド力と販売網

「立邦」ブランド独占販売店を中心に全国津々浦々まで網羅した販売網、積極的なテレビCMや品質の高さにより、消費者からの高い信頼を獲得

スポンサーを務める中国のリフォーム番組

ブランド独占販売店

ブランド賞

PAINT.WONDER 26

次に最大の塗料市場である中国でなぜ当社が強いのかをご説明します。

ポイントは、ブランド力と販売網の２つとなります。海外では、住宅内装は日本のようにクロス張りではなく、消費者自身が定期的に塗料を塗るのが一般的です。したがって、消費者に選んでもらうため、知名度が高いこと、高品質などが信頼されていること、つまりブランド力があるかが鍵になります。また、広い中国国土のどこにいても買いたいときに購入できる店が近くにあること、つまり販売網の充実も重要です。

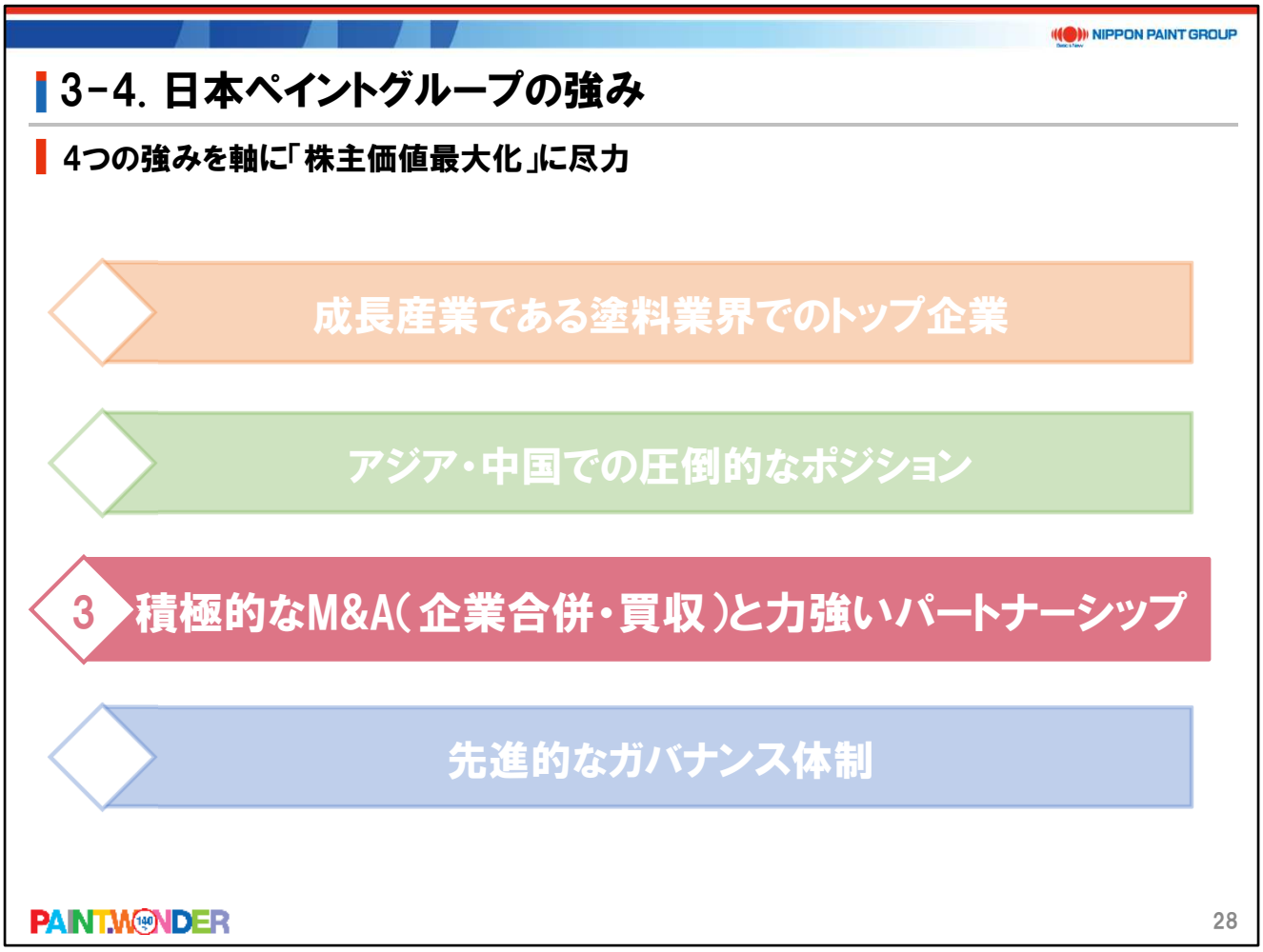
当社は、現地で展開している「立邦」というブランドのもと、独占販売店を含め約58,000店舗の販売網を構築していることや、積極的なテレビCM、品質の高さ、品ぞろえで、中国で非常に高い信頼を獲得しています。

例えば、現地では、日本でいう「劇的ビフォーアフター」のような住宅改装番組のスポンサーもしており、番組内で当社塗料もアピールしています。

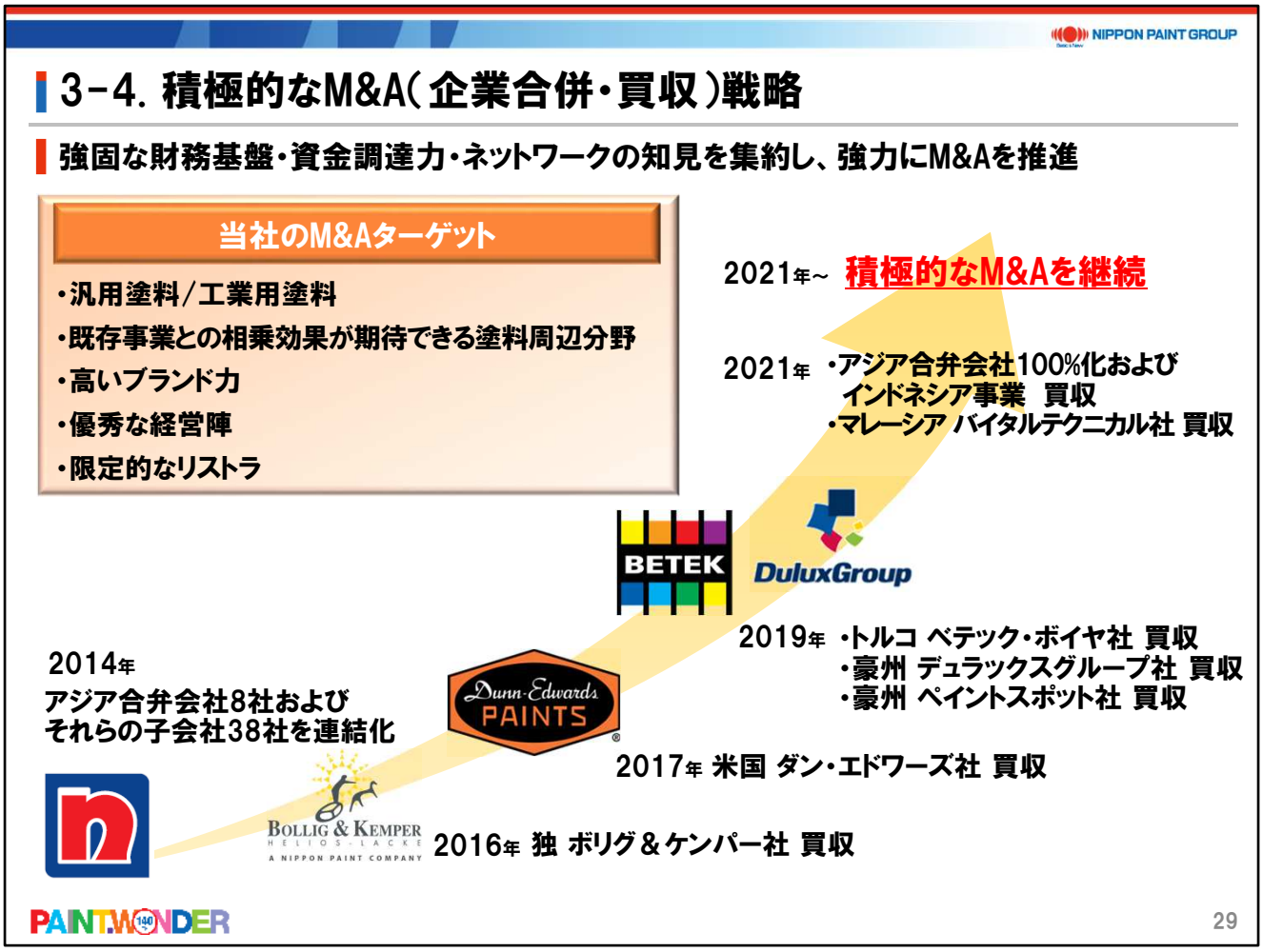
もう1点、中国における強みは、先進的かつ全国を網羅する生産体制です。

例えば、全国にある工場の生産状況や配送状況がリアルタイムで分かるシステムを構築しており、瞬時に今どのような状況かを把握することができます。

また工場も、全自動化が進んでおり、基幹工場でも従業員20人以下で運転しています。このような高い生産性がNo.1シェアの礎となっています。



強みの3つ目は、「積極的なM&A（企業合併・買収）と力強いパートナーシップ」です。



M&A は当社の成長戦略の重要な要素であり、今後も新たなパートナーの参加を積極的に検討するなど、M&A の積極的活用を継続します。

M&A の対象となる企業は、建築用や工業用、そして既存事業との相乗効果が期待できる周辺塗料分野において、高いブランド力・優秀な経営陣を有していることが 1 つの目安となります。

また、当社の M&A で特徴的なのは、買収後のリストラが限定的であることです。当社の買収は人材も対象にしたうえで実施していますので、買収後も執行を続けてもらう一方、当社の強みである財務健全性や資金調達力、グループ会社での成功事例の共有や優位性の活用で、買収後の経営を強力に支援していきます。

次に、「力強いパートナーシップ」についてご説明します。

当社の主力事業である汎用（建築用）塗料事業には、「地産地消」という特徴があります。そのためホールディングス（持株会社）である当社がグループ全体を横断的に統制することは、あまり意味がありません。むしろパートナー会社が互いに学べるものは学び、グループとしての相乗効果を創出していくことこそ重要と考えています。

そこで当社グループが編み出したのが、国内外のパートナー会社で自由闊達に協力し合い、シナジーを発揮させることを目的とした「力強いパートナーシップ」という手法です。

これは中央集権的なコントロールではなく、グループ共通の“パーパス”のもと、各地のパートナー会社が各社間で有機的な連携・協働を進め、自律的な成長を追求するという考え方です。

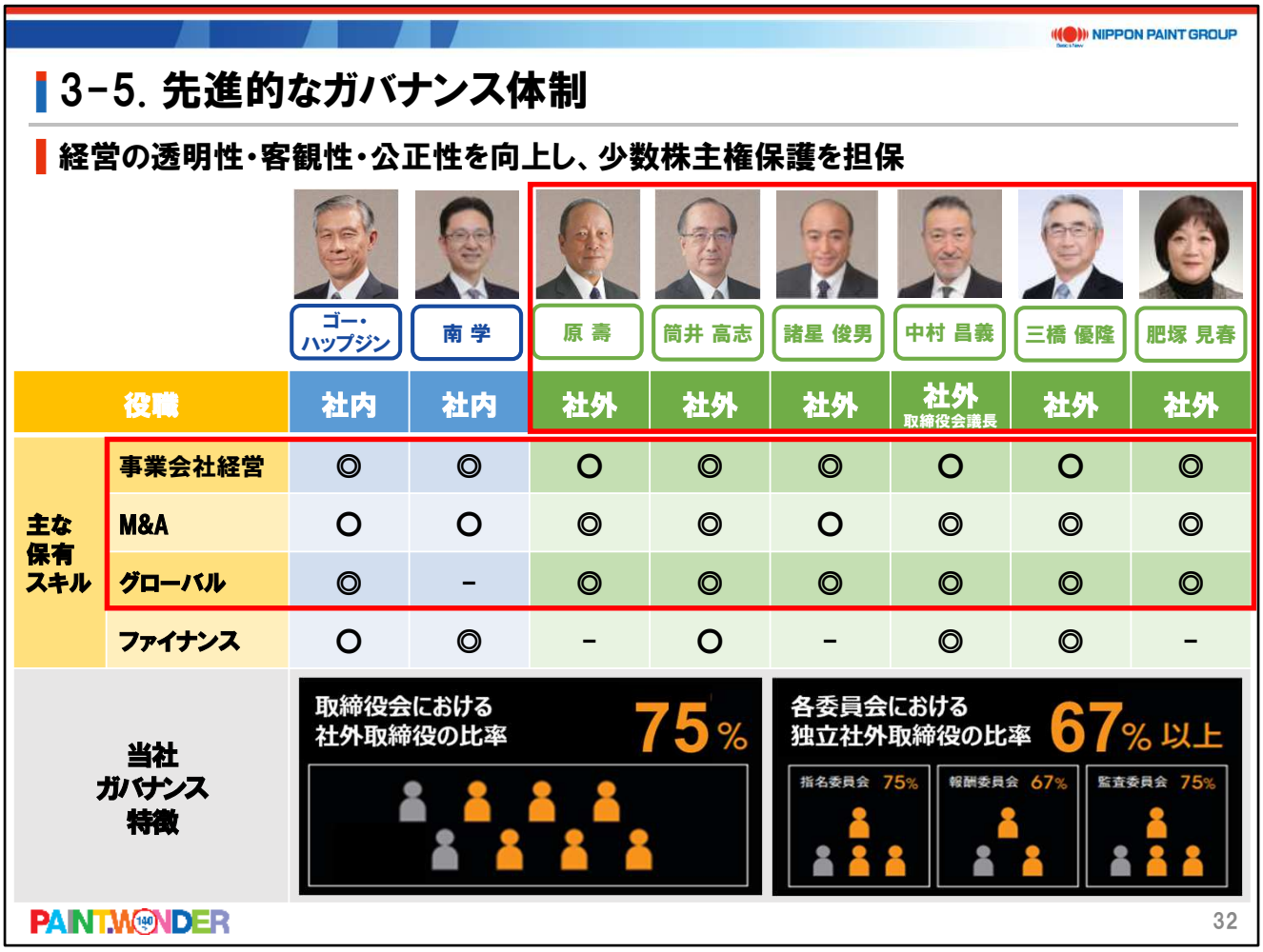
したがって、当社グループでは親会社、子会社で上下関係というものを設けずに、各グループ会社が売上・利益成長に向けて、情報共有しながらも、自律的に邁進していく経営スタイルが当社グループのユニークな強みとなっています。

3-5. 日本ペイントグループの強み

4つの強みを軸に「株主価値最大化」に尽力

- 成長産業である塗料業界でのトップ企業
- アジア・中国での圧倒的なポジション
- 積極的なM&A（企業合併・買収）と力強いパートナーシップ
- 4 先進的なガバナンス体制

強みの４つ目は、「先進的なガバナンス体制」です。



当社は、日本企業では約80社しか採用していない指名委員会等設置会社に移行するなど、ガバナンス機能を強化しています。

当社のガバナンスの特徴としては、大きく２つあります。１つは、取締役8名中6名、75%を社外取締役が占め、経営の透明性・客観性・公正性を担保していることです。

2つ目は、取締役全員が事業会社経営経験、グローバル経験、M&Aの知識があるということです。
一般的に、社外取締役には大学教授や弁護士の方を招聘するケースが少なくないのですが、経営の監督においては、実務経験がないとやはり合理的な判断が難しいと考えていますので、当社では実務経験・実務知識のある方を社外取締役に選任しています。

NIPPON PAINT GROUP

新中期経営計画（2021-2023年度）

04

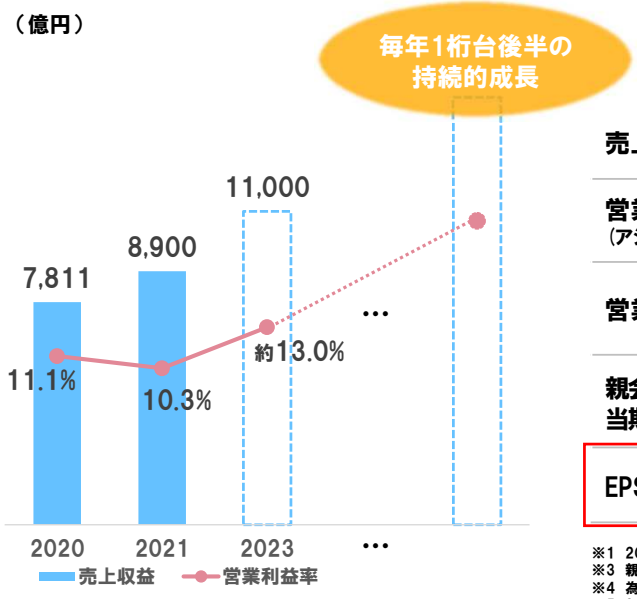
次に新中期経営計画についてご説明します。

NIPPON PAINT GROUP

4-1. 新中期経営計画(2021-2023年度)① ※2021年3月5日発表資料より抜粋

持続的成長を達成するため、常に5年先を見据え経営する一方、当面の中期目標を設定

2023年に売上収益1兆1,000億円、営業利益1,400億円、EPS※1 225円を目標



	2020年実績	2021年予想	2023年目標※4
売上収益	7,811	8,900	11,000
営業利益(アジアJV費用考慮前)	869	920※2	1,400
営業利益率	11.1%	10.3%	約13.0%
親会社に帰属する当期利益※3	446	670	1,050
EPS※1 (円)	139	143※5	225

※1 2021年4月1日の株式分割(5:1)前の数値　※2 一過性費用除く
※3 親会社に帰属する当期利益の目標値は、営業利益に想定実効税率を乗じて算出
※4 為替レート前提 円/米ドル:106.0 円/人民元:15.7 円/豪ドル:75.0 ナフサ価格:40,000円
※5 2021年1月25日付増資による増加後の株式数をベースに算出(期間按分除く)

PAINT.WONDER　34

長期的な目標として、当社がベンチマークしている大手競合企業の売上の年間平均成長率目標は 4～6%ぐらいですが、当社は 2024年以降、1桁台後半の持続的成長を目標としています。

また、営業利益は、売上成長に伴う限界利益の貢献で、利益率を向上させていきます。

3年後の目標としては、2023 年に売上1兆 1,000 億円、営業利益 1,400 億円、株式分割前のEPS(1株利益)225円を目標としています。売上は現在約7,800億円ですから毎年10%プラスの成長率、営業利益率は 2.7ポイント改善、1株利益は 毎年25%増加させるというものに致しました。

デジタル革命や環境問題対応など、現在のような変化の激しい経営環境においては、常に5年から10年先を見据えて、経営環境の変化に果敢に対応していくという姿勢が望ましいと考えています。

従って、3年の中期経営計画は、そうした経営の考え方を前提とした 3年後の経過目標として位置づけています。

4-2. 新中期経営計画(2021-2023年度)② ※2021年3月5日発表資料より抜粋

地域・事業戦略～強固な成長基盤をさらに強化・見えてきた課題に積極的に対応

1. アジア・トルコは、収益性を確保しつつ売上収益拡大により利益成長
2. オセアニアは、市場成長率を上回る売上・利益成長を確保
3. 日本は、合理化投資により競争優位性と生産性向上を実現・新需要創出を図る
4. 自動車用事業は、技術力の向上等によるシェア拡大・新規取引獲得を目指す
5. 塗料周辺事業は、他地域での経験を活かし中国・アジア地域で展開

サステナビリティ・M&A戦略～持続的成長・利益率の改善を実現すべく、主要な施策を実施

1. グループ全体の存在意義である“パーパス”の策定
2. SDGs・ESGへのコミットメントによりビジネス成長機会の獲得
3. デジタル化を活用した業務変革
4. サプライチェーン改革で日本の持続的成長・競争優位・生産性向上を実現
5. 積極的なM&Aの推進

35

次に、「地域・事業戦略」の側面ですが、これについては、前回の中計期間中に構築した成長基盤をさらに強化するとともに、新たな課題に積極的に対応していきます。

まず、中国を含むアジアやトルコなどの高成長市場では、収益性を確保しつつ売上の拡大により利益を増加する方針です。

第二に、安定した市場成長が見込まれるオセアニア（オーストラリア）では、市場成長を上回る売上・利益を確保していきます。

第三に、日本市場では、中長期的な観点から設備更新やＤＸを活用した合理化投資を実施し、競争優位性と生産性向上を実現すると共に、シェア拡大や新需要の創出を図っていきます。

第四に、自動車用塗料事業では、新体制のもと、顧客ニーズをグローバルベースで捉え、技術力の向上と品質保証体制の強化によって、シェア拡大や新規取引の獲得を目指します。

最後に、グループ会社が有する密封材や接着剤、断熱材などの事業経験を活かし、塗料周辺事業を中国・アジア地域で展開していきます。

続いて、持続的成長や利益率の改善を実現するためのサステナビリティ戦略や Ｍ＆Ａ 戦略などの概略をご説明します。

日本ペイントグループ全体の存在意義を定義した「パーパス」を策定しましたので、これを経営の根幹に据え、求心力のあるグループとしてグループ経営を進めてまいります。

第二に、当社は SDGｓ・ESG 視点を中核に置いた経営を心がけてきていますが、今後より一層、グループ全体で地球規模の課題解決に取り組むことで、そうした課題の解決に貢献すると共に、新たな事業機会を獲得していきたいと考えております。

第三に、デジタル化の活用により、業務改革を推進すると共に、サイバーセキュリティなどのリスク対策を強化してまいります。

第四に、特にこれまで投資を大幅に抑制してきた日本においては、各種 ＤＸ を活用したサプライチェーン（供給体制）改革を進めることにより、競争力や生産性の飛躍的向上に取り組みます。この分野では、幸いなことに、パートナー会社の知見を十分に活用することが可能です。

最後に、引き続き積極的な M&A を継続してまいります。2019年に買収したオーストラリアやトルコの会社の業績は非常に好調であり、1株利益増加にも貢献しており、今後も買収の成功事例を増やしていきたいと思います。

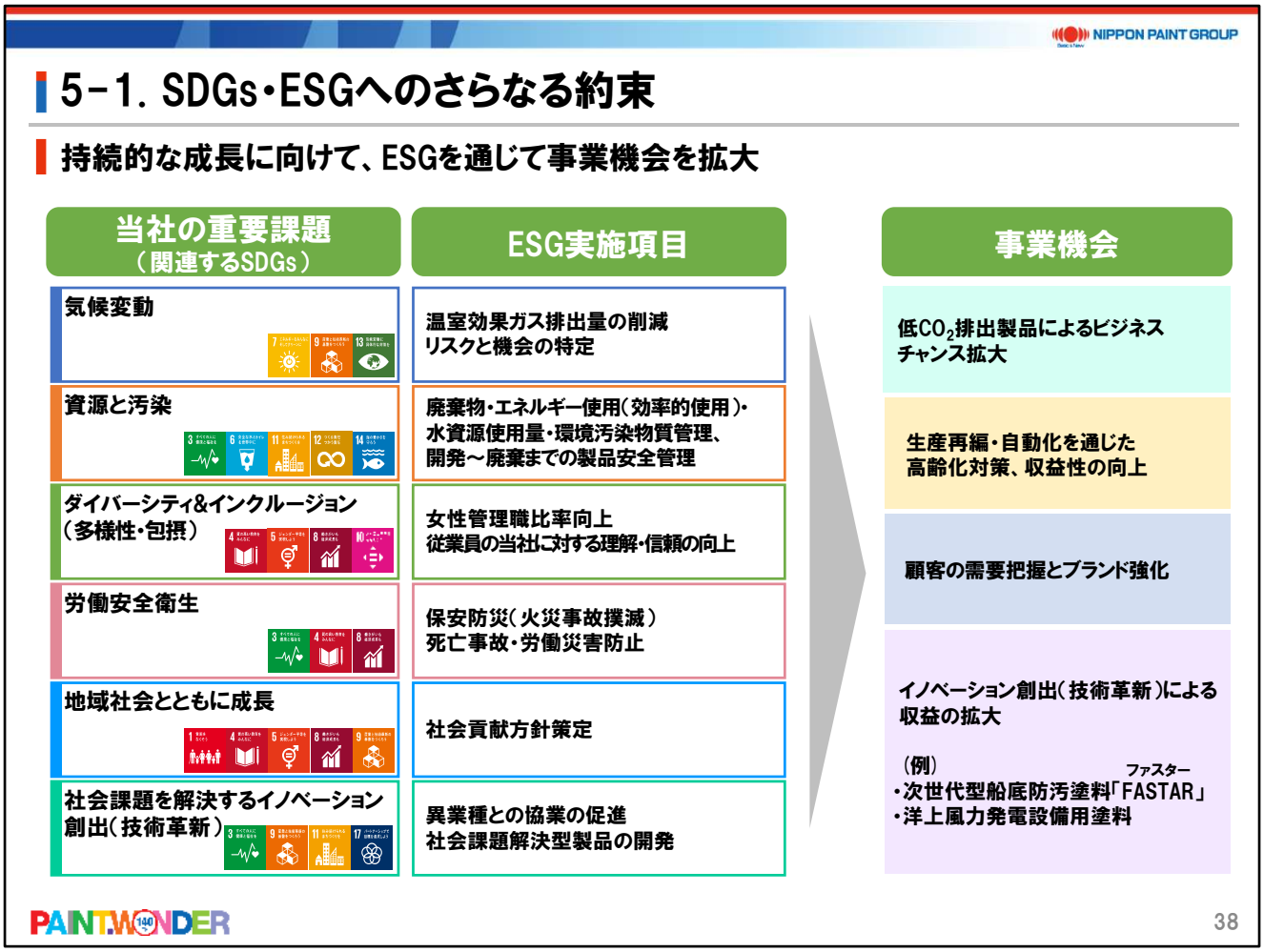
こうした施策を実行していくことにより、2023 年の売上 1 兆 1,000 億円、営業利益1,400 億円、株式分割前のEPS225 円を目指します。

NIPPON PAINT GROUP

SDGs・ESGへの取り組み

05

次に、「SDGs・ESGへのさらなる約束」についてご説明します。

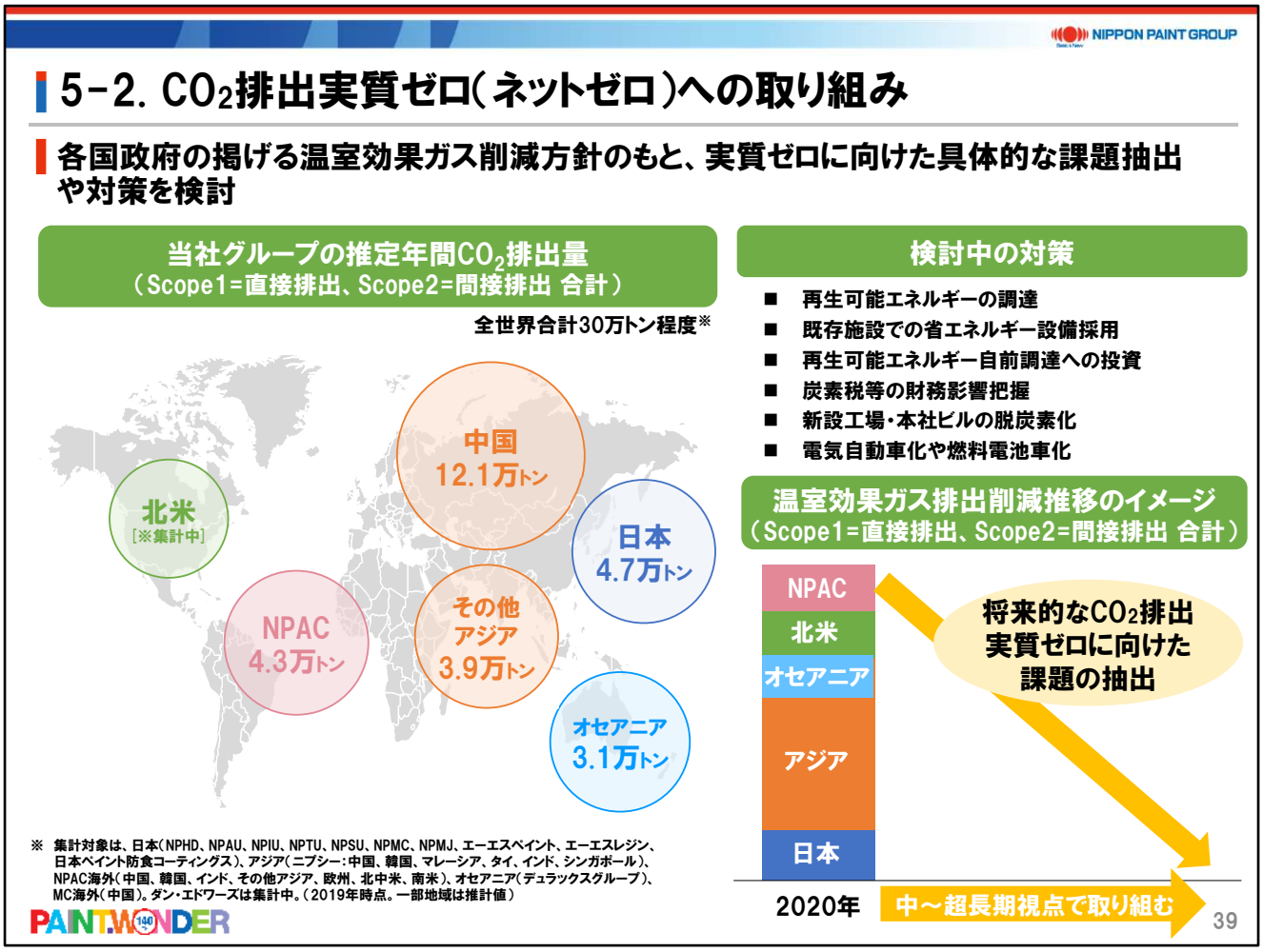


SDG s とは「持続可能な開発目標」のことであり、2015年9月に国連サミットの中で世界のリーダーによって決められた、国際社会共通の目標です。

当社はこれまでも SDGs・ESG 視点を中核にした経営を推進してきており、この中計の期間中は、具体的なESGアクションを前進させるとともに、ESG に貢献するような事業機会を発見していきます。

特に B to B ビジネスにおいて、低 CO_2排出製品に対する顧客の需要が高まっています。具体的には、洋上風力発電設備用塗料や次世代型船底防汚塗料などがあります。

また、抗ウイルス製品などの新たな製品の創出は、正にそこにある社会課題に対応することで収益にも寄与するものであり、昨年に引き続き今年も新製品をいくつか発表する予定です。



次に、CO_2排出実質ゼロに向けては、既に具体的な課題抽出や対策の検討を開始しています。

例えば、グループ全体では、再生可能エネルギーの調達やカーボンプライシング（炭素価格付け）の財務影響を把握するとともに、世界各地で省エネルギー設備の採用や再生可能エネルギーの自前調達に向けた投資も検討しており、CO_2対策と収益力向上の両面から対応していきたいと考えています。

5-3. 外部連携による技術革新の強化

東京大学と連携した共同研究・人材交流で、社会課題を解決する技術開発を推進

また、社会課題を解決する技術開発を推進し、新たな事業機会を創出する取り組みの一つとして、東京大学と連携した共同研究・人材交流があります。

当社としては、積極的に外部の知見も取り入れ、技術革新を図ってまいります。

NIPPON PAINT GROUP

5-4. 社会課題解決型製品の開発①

抗ウイルス・抗菌製品に特化した新ブランド

- 抗ウイルス・抗菌製品に特化した新ブランド「PROTECTON（プロテクトン）」を2020年9月に発表
- 第一弾製品として、室内の照明でウイルスと菌を99.9％抑制※1する日本初※2の家庭用塗料を販売
- 家庭用から工業用まで、塗料に限らないさまざまな抗ウイルス・抗菌製品を順次開発予定

PROTECTON ロゴ

■PROTECTON特設サイト：
https://www.nipponpaint.co.jp/products/feature/protecton/

次世代型船底防汚塗料「FASTAR」を発売

- 防汚剤の溶出量を従来型と比較して最大50%削減
- CO_2排出量とコストを削減し、改修期間も短縮
- 船舶の効率的な運航と環境負荷低減に貢献
- 全世界のお客様のESG経営を支える

FASTAR 施工例

※1 エマルション塗料従来品とのウイルス感染価および黄色ブドウ球菌数の比較（当社試験）
※2 2020年9月自社調べ

PAINT.WONDER

このページでは、社会課題解決型製品の一例をご紹介します。

抗ウイルス・抗菌機能を持った製品のブランド展開を行っています。第1弾の製品は、室内照明でウイルスと菌を99.9%抑制する日本初の家庭用塗料となります。

また、船底塗料も次世代型として、さらに環境負荷を低減できる仕様にしています。

5-4. 社会課題解決型製品の開発②

船底用塗料「アクアテラス」が環境賞「GREEN4SEA TECHNOLOGY AWARD」を受賞

- SAFETY4SEA社が主催する「環境賞」を受賞
- 世界初の完全防汚剤フリー塗料を実現
- 環境への負荷が低い側面が、欧州で高く評価
- 環境配慮に取り組むクルーズ船会社を中心に採用

アクアテラス 施工例

「高耐久性道路用遮熱塗料」の開発技術で「2020年環境技術賞」を受賞

- 近畿化学協会主催の「環境技術賞」を受賞
- 遮熱塗料は、太陽からの光エネルギーを吸収し、地球温暖化に影響する路面温度の上昇を抑制
- ヒートアイランド抑制と地球温暖化防止に寄与

当社の遮熱塗料が舗装されたJR品川駅東口周辺

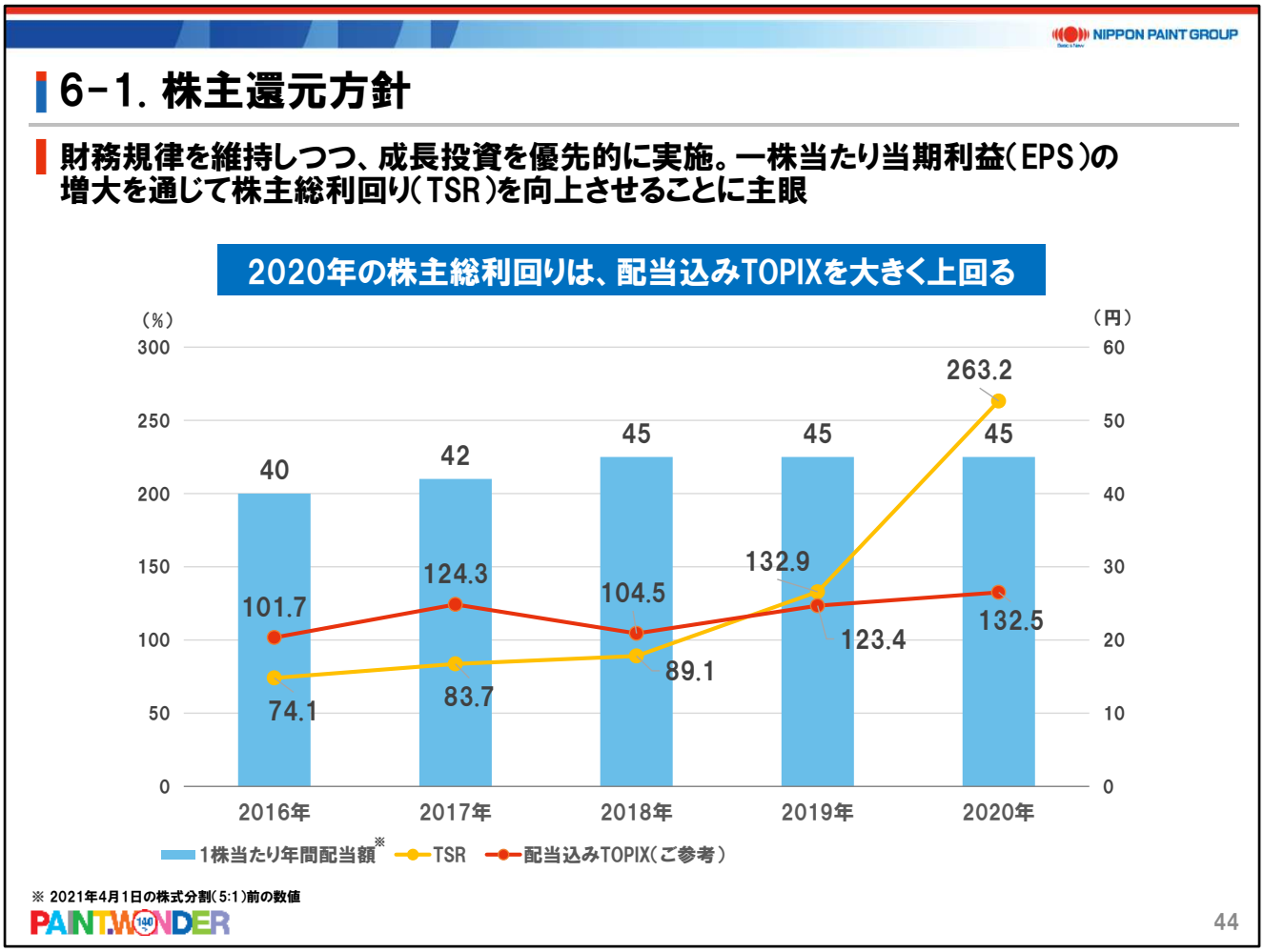
こちらも世界初の技術を使った環境配慮型製品になります。

また、遮熱塗料の開発技術で「環境技術賞」を受賞するなど、当社の取り組みが高く評価されています。

株主還元

06

最後に株主還元についてご説明します。



当社の基本的な考え方は、M&Aを含めた成長投資を優先し、株主の皆様には1株当たり当期利益の増大を通じ、株主総利回り（株価の上昇＋配当金）の向上を主眼に置いています。

配当方針としては、業績動向、投資機会、配当性向等を総合的に勘案しながらも、安定的かつ継続的に行う方針としています。なお、配当性向は30%を維持してまいります。

2020年の株主総利回りは263%と、配当込みTOPIX133%を大きく上回っています。

なお、こちらに記載の1株当たり配当金は株式分割前の数字となります。

本日のまとめ

- 140年に亘り、塗料を通じて社会インフラの保護に貢献
- 塗料事業は、グローバルで持続的成長が期待できる魅力的な産業
- 当社は「アジア×汎用塗料」を軸に、市場成長を上回る成長を実現
- 持続的な成長に向けて、ESGを通じて事業機会を拡大

持続的成長により、「株主価値最大化」を実現する
（例：1株当たり当期利益の増加）

45

最後に、本日のまとめとなります。

当社は創業から140年に亘り、戦後復興をはじめ、塗料を通じて社会インフラ「建物の外装・内装、道路、橋梁、車、電車、船舶」の保護に貢献してきた会社です。

塗料は、人口や1人当たりGDPの増加、都市化に伴い需要が増えてきており、グローバルで持続的な成長が期待できる産業です。

その中で、当社は、市場規模が大きく成長率の高いアジア地域と、最も規模の大きい事業である建築用事業の2つの領域をしっかり抑えており、これらの事業基盤とM&Aにより、市場成長を上回る成長を実現していきます。

また、社会課題の解決「抗ウイルス製品の開発、道路用遮熱塗料の開発」を通じて事業機会を拡大していきます。

これらにより、世界4位、アジア1位、日本1位の総合塗料メーカーとして、持続的な成長を果たし、株主価値最大化、1株当たり当期利益の増加を実現してまいります。

本日ご参加の皆さまにおかれましては、ぜひ今後の日本ペイントグループの成長に注目いただければと思います。

今後の最新情報、詳細情報は当社IRサイトや9月末に発行した2021年版統合報告書を是非ご覧ください。

特に、決算発表後に行われるアナリスト向けミーティングや各種説明会も動画でライブ中継しておりますので、どなたでも社長の説明を聞くことができます。

また今日お話しした内容は、統合報告書にも分かりやすく記載していますので、当社IRサイトからご覧いただければと思います。

NIPPON PAINT GROUP

本日は、ご参加いただき
ありがとうございました

続いて、
質疑応答に入ります

<お問い合わせ先>

日本ペイントホールディングス株式会社

インベスターリレーション部

TEL:050-3131-7419

https://www.nipponpaint-holdings.com/ir/

本書は、当社及び当社グループの企業情報等の提供を目的としており、日本国内外を問わず、
一切の投資勧誘又はこれに類する行為のために作成及び公表されたものではありません。
また、本書に記載されている当社及び当社グループの目標、計画、見積もり、予測、
予想その他の将来情報については、本書の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、
実際の当社及び当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、国内外の経済情勢、
企業の動向、他社との競業、法令規制の変化、技術革新、為替その他の幅広いリスク・要因の影響を受け、
実際の経営成績等が本書の内容又は本書から推測される内容と大きく異なることがあります。

PAINT.WONDER

47

本日は、ご参加いただきありがとうございました。