

事業の方向性と強み

日本ペイントグループは、グローバル企業として成長し続けていくために、中・長期のビジョンとめざす姿を設定しています。世界のトップメーカーと肩を並べる「Global Paint Major」の実現に挑戦していきます。特に、成長が期待できる中国において、高いブランド認知度と全土にわたる販売網を有しています。今後も、中国における更なる事業拡大に注力していきます。

※ NIPSEA・・・
アジア地域で事業を運営する
Nippon Paint South East Asiaの略

成長拡大

基盤づくり



To be a Global

最重要市場である中国での事業拡大、特に汎用塗料のシェア拡大を進めます。

中国市場を最重要市場と位置付ける理由

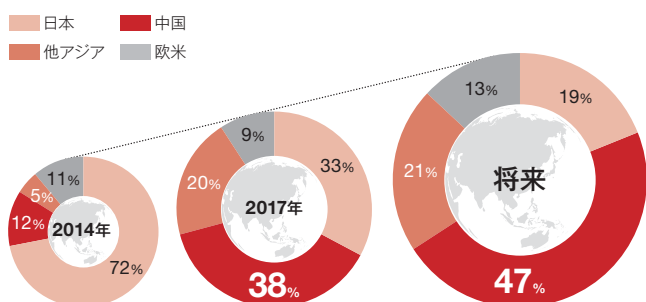
グローバルでの塗料売上高の約45%をアジアが占めると言われていますが、アジアは今後も成長の余地があると考えています。アジアの中でも、特に中国は、経済成長は減速していると言われながらも塗料市場は高成長を続けています。

当社は1992年、中国に現地法人を設立し、「立邦塗料」というブランドで事業を展開、大きな成果を挙げています。今後も更なる拡大が見込めると考え、中国を最重要市場と位置付けています。

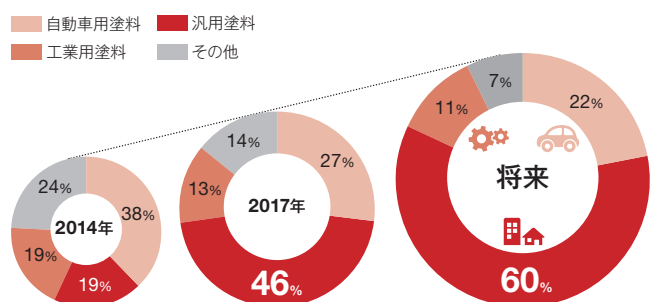
汎用塗料事業(主として建築用塗料)を拡大

グローバルでの塗料売上高の約41%を建築用塗料が占めると言われています。建築用塗料は収益性も高く、また最重要市場の中国において、市場規模が大きく、今後の拡大も見込まれます。立邦塗料は特に建築用塗料において高いシェア(一般消費者向けの住宅内装用塗料の2016年シェア31%)を獲得しており、今後更に拡大を推進します。

「地域」別の連結売上高構成計画



「事業」別の連結売上高構成計画



世界市場を
リード

2020年～
(長期)

戦略事業・戦略地域で
Leading Positionを獲得し、
成長基盤を構築している

Global Paint Major

コーティングス・関連事業が
各々グローバル地域で
Leading Positionを獲得し、
成長基盤を構築している

経営理念・経営ビジョン

Paint Major

中国市場の汎用塗料事業における強み

中国をはじめとするアジア市場における強みとして、シンガポールのウットラムグループ(以下、ウットラム)と展開する協業(パートナーシップ)があります。ウットラムとは1962年以來、技術開発や生産は日本ペイントグループが、ローカルマネジメントとセールス・マーケティングはウットラムが、それぞれの強みを活かした事業運営をアジア一円で展開してきました。

日本ペイントグループの事業の「強み」を支えるものとして、第一にブランド力があります。当社は1992年、中国にまだ住宅内装用塗料が十分普及していない時期から事業を開始しました。高品質な製品と積極的な広告宣伝活動により、中国における当社ブランド、「立邦塗料」の認知度と信頼度は極めて高いものとなりました。英国のマーケティング会社が毎年実施するブランド好感度調査「Super Brands China」において5年連続で中国人が好きな6大ブランドの1つに選定された唯一のブランドとなっています。塗料メーカーとしても唯一選定されています。また自社の調査では、Net Promoter Score(購買者が立邦塗料のサービスを第三者に勧める人から勧めない人を引いた比率)は、2014年の65%から2016年は99%に向上しています。

中国における売上高の過半はB to C領域であり、高いブランド力は売上拡大のために非常に重要です。今後もブランド力の維持・強化のため、関心の高い環境配慮型製品の拡充や積極的な広告宣伝活動、多岐にわたるCSR活動の展開等を通じて、企業としての信頼性の一層の向上に努めます。

第二は、販売網です。事業開始時点から販売網の構築に努め、現在、

中国全土に40,000を超える立邦塗料の専売店・併売店があり、強固な販売チャネルを築いています。大都市圏での浸透度はすでに相当高く、今後は内陸部を中心に更なる販売網の拡充をめざします。また、この販売網を活かし、塗り替え市場の創出とその需要の捕捉に努めています。塗り替えサービスを提供する地域を順次拡大しており、2016年は90都市で展開しています(2015年は61都市)。

重点施策——投資、M&A

中国市場におけるポジションを更に確固たるものにするため、中国での積極的な設備投資を進めています。現・中期経営計画の期間中(2015年～2017年)、設備投資計画総額500億円のうち、約300億円を中国に投じる予定です。主として、生産能力増強と環境規制対応のための投資になります。具体的には、大規模工場2カ所を始めとして、建築用塗料の生産拠点を9カ所新設します。環境配慮型製品の需要拡大や強化される環境規制に対応するためです。

M&Aの方向性としては、地域軸と事業軸で検討し、現事業を補完しシナジーを創出できる案件の結実をめざします。アジア、特に中国でのM&Aにプライオリティを置きます。日本ペイントグループが現在保有しない分野や、特定の分野に突出した強みを持つメーカーと連携する「補完的M&A」が有力な候補になります。

一方で、アジア・中国への過度な偏重を解消するため、米州や欧州において第二・第三の柱を構築することをめざし、地域と事業のバランスを考えながらインオーガニック成長を実現する案件を積極的に検討しています。