

個人投資家向けオンライン会社説明会 Q&A 概要
(2021年10月4日)

Q1	中国の恒大集団の経営危機による影響はあるのか？
A1	<p>中国の建築用塗料事業において、恒大集団は非常に重要な顧客ですが、当社グループ全体で見ると、恒大集団との取引額は連結売上収益の1%以下です。当社としては今後も恒大集団がしっかりと目標を達成し、中国当局からのガイダンスに従うことで工事が中断されることなく継続できるようにサポートしてまいります。</p> <p>また、中国建築用塗料事業の戦略として、これまで不動産ディベロッパー上位30社を中心に推進してきましたが、今後は上位100社までに範囲を拡大していきます。</p>

Q2	為替に対する影響度はどの程度あるのか？
A2	<p>当社で為替影響が最も大きい通貨は中国元です。中国元の為替感応度は、1円の変動で営業利益が約30円変動します。中国元以外にも米ドルや豪ドル、トルコリラなどがありますが、中国元に比べると影響額は非常に小さいです。</p>

Q3	中国に次ぐ大国であるインドや、今後市場拡大が見込まれるアフリカ市場への取り組み状況を伺いたい。
A3	<p>当社グループは中国を中心に東南アジアへ展開し、現在はオセアニアやトルコなどでもシェアNo.1を獲得しています。インドも有望な市場と考えていますが、現状、当社のインドでの存在感は非常に小さく、プレゼンス向上には更なる体制強化や大胆なプロモーションなどの施策が必要であるため、短期的には大幅な追加投資や費用負担が必要となります。</p> <p>そこで、2021年8月10日に発表した「連結子会社の異動を伴う株式の譲渡に関するお知らせ」の通り、当社の大株主であるウットラムグループへ欧州・インド自動車事業やインド建築用事業を一旦売却し、ウットラムグループが短期的な財務負担をすることとしました。当社は今回売却した事業へのコールオプション（株式を買い戻す権利）を保有しているため、一定のプレゼンスに達した時点で当該事業を買い戻し、欧州やインド市場でのシェア拡大につなげたいと考えています。</p>

Q4	新中期経営計画（2021-2023年）の後、5年10年後の長期ビジョンはどのようなものか？
A4	<p>現在の長期目標（2024年以降）は、既存事業の売上を年平均成長率で一桁台後</p>

	<p>半と設定しています。競合他社は年平均成長率の目標値を 4-6%としており、競合他社を上回る水準での成長を目指しています。加えて、当社は積極的な M&A を実施することで、成長を加速していきます。塗料市場は、人口増加や一人当たりの GDP の増加に比例して成長する市場です。長期的な市場の成長見込みに対し、当社は競合他社を上回る成長を果たすことで株主の皆様の期待に応えていきたいと考えています。</p>
--	---

Q5	<p>オセアニア地域で市場成長を上回る売上・利益の拡大と説明しているが、期待する背景は何か？</p>
A5	<p>特にオーストラリアは移民の流入が多く、毎年約 1%の市場成長を見込んでいます。当社はオーストラリアでは 50%の市場シェアを獲得しており、今後も年平均成長率 5%前後を見込んでいます。5%の成長内訳は、販売数量の増加による貢献が 2%、製品価格の値上げに伴うものが 2%、そして市場成長に伴うものが 1%です。この合計 5%の成長を実現することで、現在の 50%ある圧倒的なシェアをさらに拡大できると見込んでいます。</p>

Q6	<p>自動車産業で半導体、部品の供給不足により生産台数が低迷しているが、貴社の自動車産業向け需要への影響を伺いたい。</p>
A6	<p>8 月以降、各自動車メーカーより、半導体不足や一部東南アジアでのコロナ影響による工場稼働率の低下により、自動車生産台数の見通しを下げる発表が出ています。塗装は自動車生産ラインの中で最終工程にあるため、自動車用塗料の売上は基本的に自動車生産台数に比例します。直近の業績に関しては、生産台数の低下に伴い、当社の自動車用塗料の売上も多少影響を受けると見通しています。</p>

Q7	<p>今後の中国市場の展望を教えてください。</p>
A7	<p>現在の株式市場には、中国不動産ディベロッパーの経営危機などを踏まえた、不動産市場の需要減少に対する懸念が浮上していますが、中長期的には中国の塗料市場は持続的な成長を続けると考えています。主な理由として、中古市場での塗り替え需要が新たに発生するという点があります。当社は今まで中国の新築の建築物を中心に扱ってきました。昨年、中国政府から、今後は中古住宅に関してリノベーションを積極的に実施すると発表があり、1980 年以降に建設された多くの大型ビルや住居が今後リノベーション対象となります。この塗り替え市場は新築市場と同程度の市場規模を見込んでいます。足元の不動産市場は若干不透明な要素はありますが、中長期的には新築市場だけでなくリノベーション市場需要が新たに加わるため、持続的な成長が十分可能だと考えています。</p>

Q8	船舶、建築、自動車など複数事業分野があるが、どの事業分野に注力しているのか。また各業界でのシェアを教えてください。
A8	<p>当社で一番売上が大きい事業は建築用塗料事業です。建物の内装・外装向け塗料で、グローバルな市場規模も最も大きい事業です。次に大きい事業は自動車用塗料です。自動車用塗料事業の特徴として、技術的なハードルが高いため、グローバルで自動車用塗料を提供できる塗料メーカーは世界でも 5 社しかいない点があります。当社では、自動車用塗料で培われた基礎技術を、工業用塗料や建築用塗料にも活用しています。</p> <p>建築用塗料事業のシェアは地域によって異なり、オーストラリアでは 50%、シンガポールでは 73%、マレーシアでは 49%、中国の DIY 市場では 33%であり、10 カ国で建築用塗料シェア No.1 を獲得しています。今後は、既にシェア No.1 の国ではさらなるシェア向上を目指し、その他の国では、マーケティング強化や M&A などの施策により No.1 を獲得していきたいと考えています。</p>

Q9	以前はよく有機溶剤が問題となっていたが、現在では塗料の溶剤による健康被害はないのか？
A9	環境配慮やユーザーの健康意識の高まりにより、溶剤塗料から水性塗料への転換が進んでいます。当社の塗料全体に占める水性塗料の割合は 80%を超えており、水性塗料が主力となっています。

Q10	コロナ禍により、各社がサプライチェーンを見直しているが、貴社は検討されているのか？
A10	<p>コロナ禍の初期段階であった 2020 年 1-2 月に中国で一部のサプライチェーンが断絶しましたが、現在では原材料調達に支障が出るようなサプライチェーンの断絶は発生していません。</p> <p>新中期経営計画の中でもご説明した通り、これまでは日本は投資を抑制してきたことに加え、物流費用の高まりなどの影響を受け、日本のサプライチェーンの見直しの必要が出てきており、DX の活用などにより今後 3 年間でしっかり見直していきたいと考えています。</p>

Q11	グローバルでの競争戦略について教えてほしい。
A11	<p>自動車用塗料事業については、グローバルで自動車用塗料を提供できる 5 社のうち、当社は No.3 に位置しており、中長期的に No.1 を目指していきます。</p> <p>建築用塗料事業では、10 カ国でシェア No.1 ですが、今後もシェア No.1 の国を増やしていく方針です。シェア No.1 になると、建築用塗料事業ではプライスリーダーとして積極的な値上げや、売上増加に伴う限界利益の貢献で収益性が改善するため、当社は今後もしっかり競争に打ち勝ち、シェア No.1 を各国で獲得していきます。</p>

Q12	配当金額は 2020 年度が 45 円、2021 年度の予想は 10 円となっているが、金額差の理由を教えてほしい。
A12	<p>2021 年 4 月 1 日付けで株式分割を 1 : 5 の割合で実施しており、2020 年度の年間配当金 45 円は、分割後では 9 円となります。2021 年度の年間配当金 10 円の内訳は、普通配当 9 円と、創業 140 周年記念配当 1 円を足しており、分割前では 50 円となります。分割前では +5 円の増配、分割後比較では +1 円の増配となります。</p>

Q13	貴社の女性管理職比率を教えてほしい。
A13	<p>当社のグローバルでの女性管理職比率は 23.8%です。内訳としてはオセアニア・中国・アジアなどのパートナー会社で比較的高く、日本は多少低くなっています。当社はグローバルでダイバーシティを推進していく方針であり、引き続き日本に限らず各国で積極的な人材登用を進めていきます。</p>

Q14	配当政策について、具体的な配当性向や株主優待はどのような方針か教えてほしい。
A14	<p>配当性向は 30%を維持し、株主還元についてはトータルシェアホルダーリターン(株主総利回り)、いわゆる配当と株価の上昇の 2 つを足したものをベンチマークとしています。今後の資金使途としては、基本的に自己株式の取得ではなく、成長のための M&A や既存事業への設備投資に使用する方針です。一株利益を上げることで、結果として株価の上昇につながると考えています。</p> <p>現時点では株主優待は導入しておらず、株主総利回りでご判断いただければと考えています。</p>

以 上