



日本ペイントグループ 会社説明会

2021年12月18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

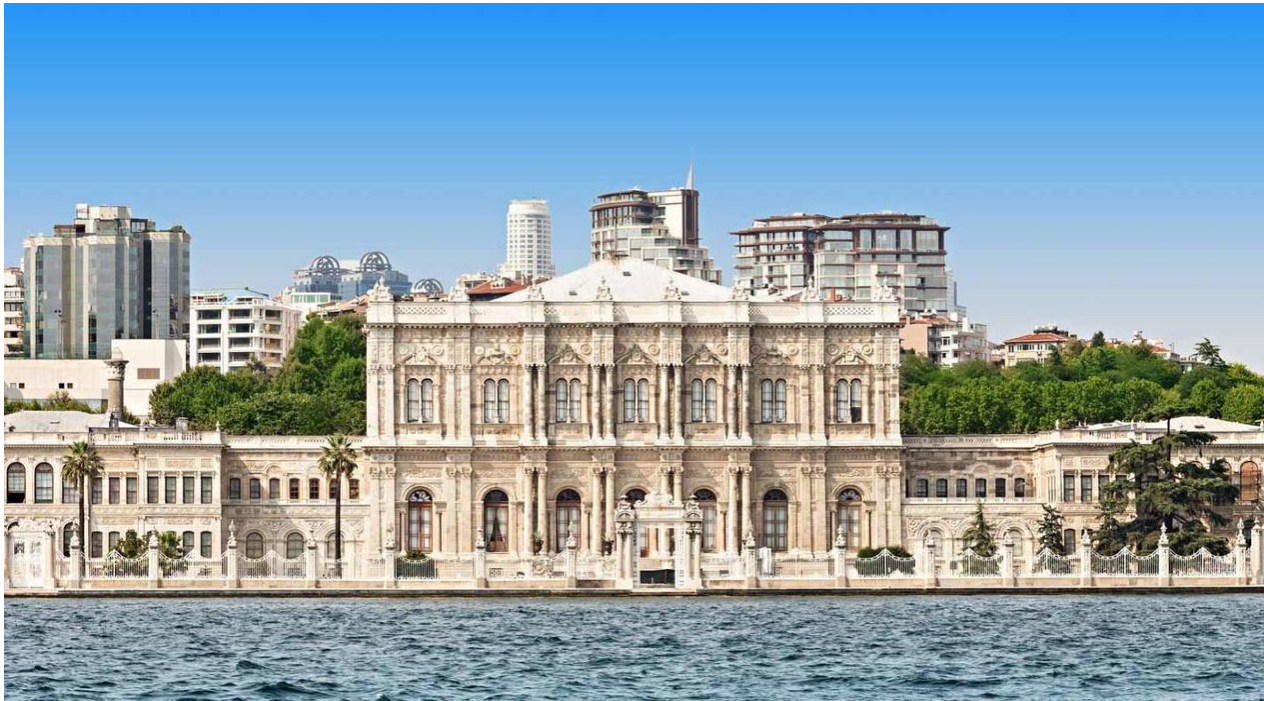


本日の内容

1. 社会を支える塗料 … P.3
2. 当社について … P.11
3. 当社の強み … P.20
4. 新中期経営計画(2021-2023年度) … P.34
5. SDGs・ESGへの取り組み … P.36
6. 株主還元 … P.42



社会を支える塗料



01

1. 社会を支える塗料①



テレビCM映像再生中

https://www.youtube.com/watch?v=ca_jQ4ILm4Q

1. 社会を支える塗料②

人々の身近な生活を支える社会基盤(インフラ)を“保護”



1. 社会を支える塗料②

人々の身近な生活を支える社会基盤(インフラ)を“保護”



1. 社会を支える塗料②

人々の身近な生活を支える社会基盤(インフラ)を“保護”

道路



遮熱塗料で
アスファルト面の
蓄熱を抑え、
過ごしやすい街へ



1. 社会を支える塗料②

人々の身近な生活を支える社会基盤(インフラ)を“保護”



住宅(内装)

豊富なカラーで自分らしい空間の実現だけでなく、
抗菌・抗ウイルス・防カビ
などの機能で人々を守る

1. 社会を支える塗料②

人々の身近な生活を支える社会基盤(インフラ)を“保護”

自動車



0.1ミリの塗膜で
美しい色つやを表現し、
紫外線劣化や
サビ、キズから車を守る



1. 社会を支える塗料②

人々の身近な生活を支える社会基盤(インフラ)を“保護”

船舶



船底塗料で
船舶運航のCO₂を削減し、
地球温暖化防止に貢献



当社について



02

2-1. 数字で知る日本ペイントグループ

世界 **4** 位 アジア **1** 位 **市場シェア※1**
世界での高いプレゼンス

7,811 億円
(2020年)

売上収益※2
アジアを基盤とし、シェア拡大や
M&Aによる高成長

80%
(2020年)

海外売上収益比率※2
M&Aによる
グローバル展開が加速

トップ **60** 位

時価総額※3
時価総額約2.8兆円



※1 当社推計

※2 2021年8月10日に公表したウツラムへの事業譲渡に伴い、欧州自動車用事業およびインド事業を非継続事業へ分類。2020年度業績は遡及修正前の数値

※3 2021年12月2日時点

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

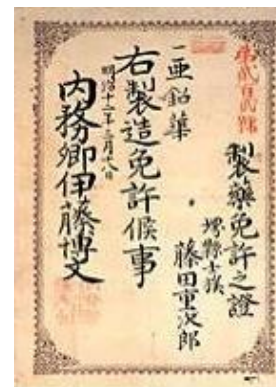
伊藤博文より亜鉛華の製造免許を許諾される



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

2-2. 日本ペイントグループの歴史②

創業以来140年に亘って社会課題の解決に取り組む

1950年代

戦後復興において、
民需の塗料技術で貢献

工場の復旧に全力を傾注しながら、
戦前から培った塗料技術を民需に
活用し、国土の復興・高度成長の
一翼を担う



1990年

世界初、錫フリーの
船底防汚塗料を開発

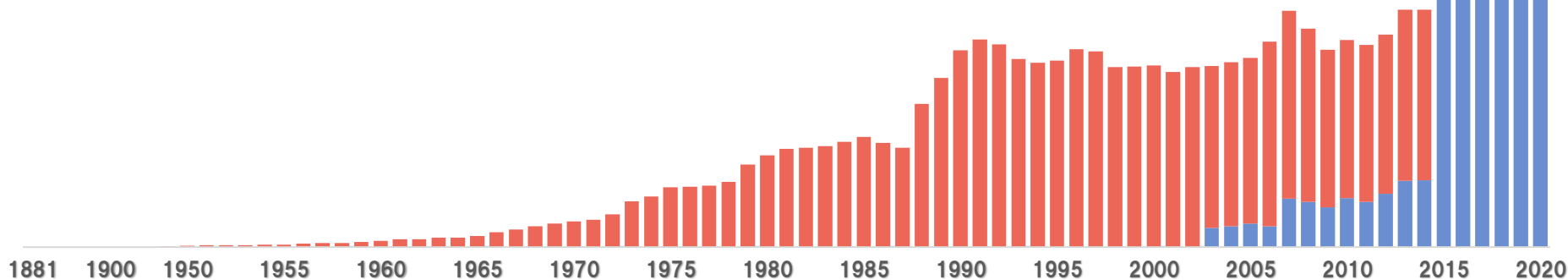
海洋汚染の問題にいち早く目を
向け、1990年に世界で初めて加
水分解型錫フリー船底防汚塗料を
開発



2017年

業界初、抗菌・抗ウイルス
塗料を開発

室内用の抗菌・抗ウイルス塗料
ニッペ パーフェクトインテリア エアー
クリーン(現 PROTECTON インテリ
アウォールVK-500)が、業界初か
つ唯一、PIAJ認証※を取得(当時)



2-3. パーパス(わたしたちの存在意義)

NIPPON PAINT
GROUP

わたしたちの存在意義

科学

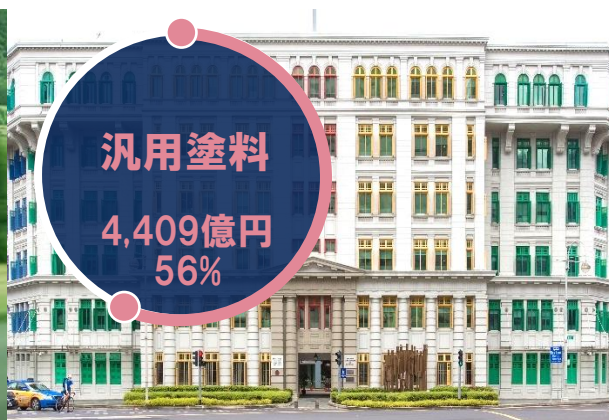
想像

サイエンス＋イマジネーションの力で、
わたしたちの世界を豊かに。

2-4. 事業領域

汎用(建築物の内外装)塗料・自動車用塗料を中心に幅広く展開

塗料・コーティング事業



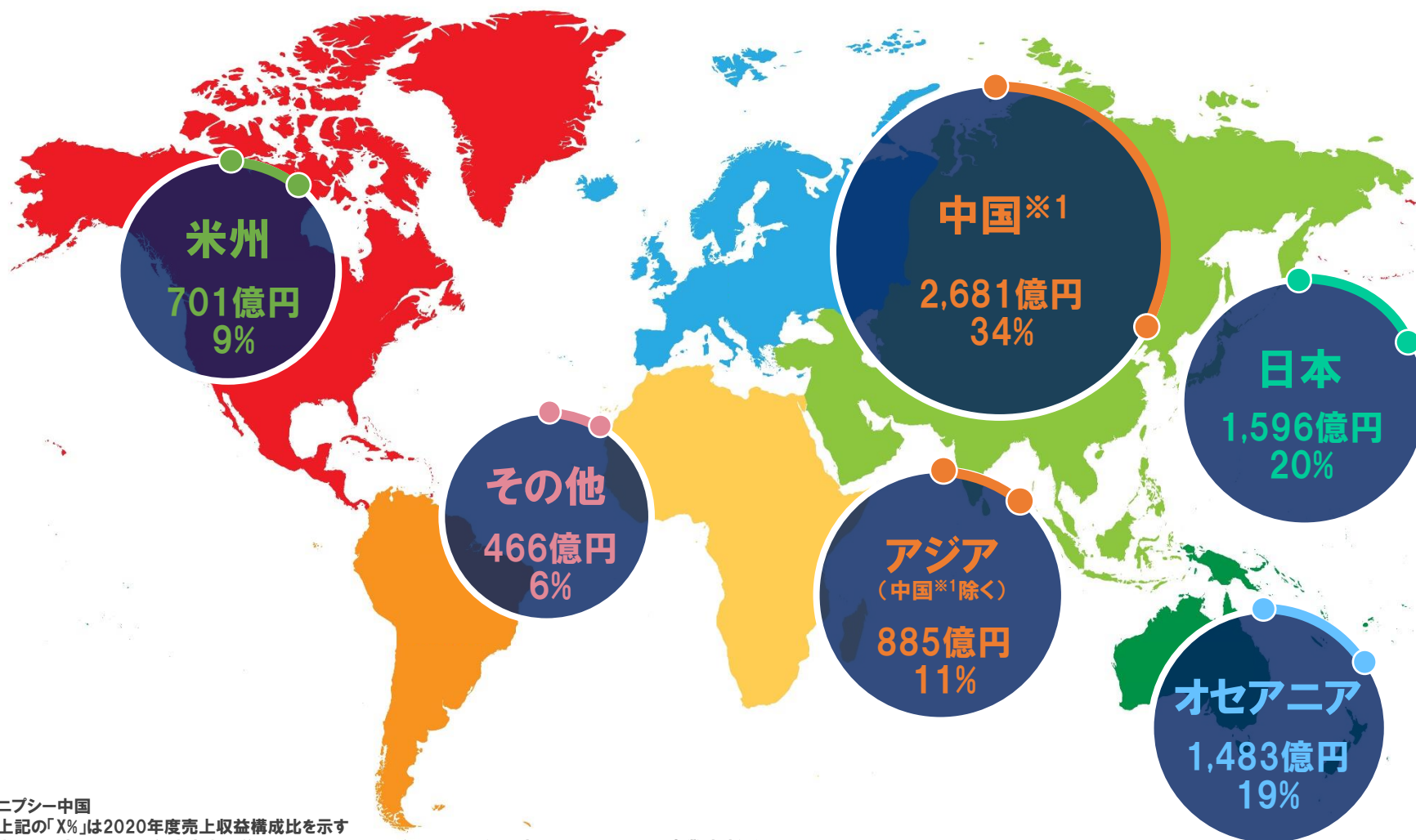
※1 上記の「X%」は2020年度売上収益構成比を示す

※2 上記のX億円は2020年度売上収益を示す。なお、2021年8月10日に公表したウットラムへの事業譲渡に伴い、欧州自動車用事業およびインド事業を非継続事業へ分類しているが、

2020年度売上収益は遡及修正前の数値を使用

2-5. 地域展開

アジアを基盤に、欧米やオセアニアなど世界28ヵ国・地域で幅広く展開



※1 ニブシー中国

※2 上記の「X%」は2020年度売上収益構成比を示す

※3 上記のX億円は2020年度売上収益を示す。なお、2021年8月10日に公表したウツラムへの事業譲渡に伴い、欧州自動車用事業およびインド事業を非継続事業へ分類しているが、2020年度売上収益は遡及修正前の数値を使用

2-6. 製品ラインアップ(一例)

高い技術力をもとに、市場需要に応じて幅広く製品を展開

汎用塗料（建築用）

日本



工業用塗料

溶剤・水性塗料



その他塗料

自動車補修用塗料



トルコ



中国



粉体塗料



電着塗料



船舶用塗料



豪州



米国



塗料周辺



2-7. 最終製品(一例)

高品質・サポートなどの総合力(ブランド)が評価され、社会の至るところに広く浸透

汎用塗料

国立競技場



和宗総本山 四天王寺



ラッフルズホテル(シンガポール)



プラント



橋梁



道路



自動車用塗料



ファインケミカル

飲料缶



工業用塗料

新幹線



農機・建機



自動販売機



その他塗料

船舶



※東日本旅客鉄道株式会社様ご提供

当社の強み



03

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アジアトップ企業

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

3-2. 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アジアトップ企業

2

アジア・中国での圧倒的なポジション

3

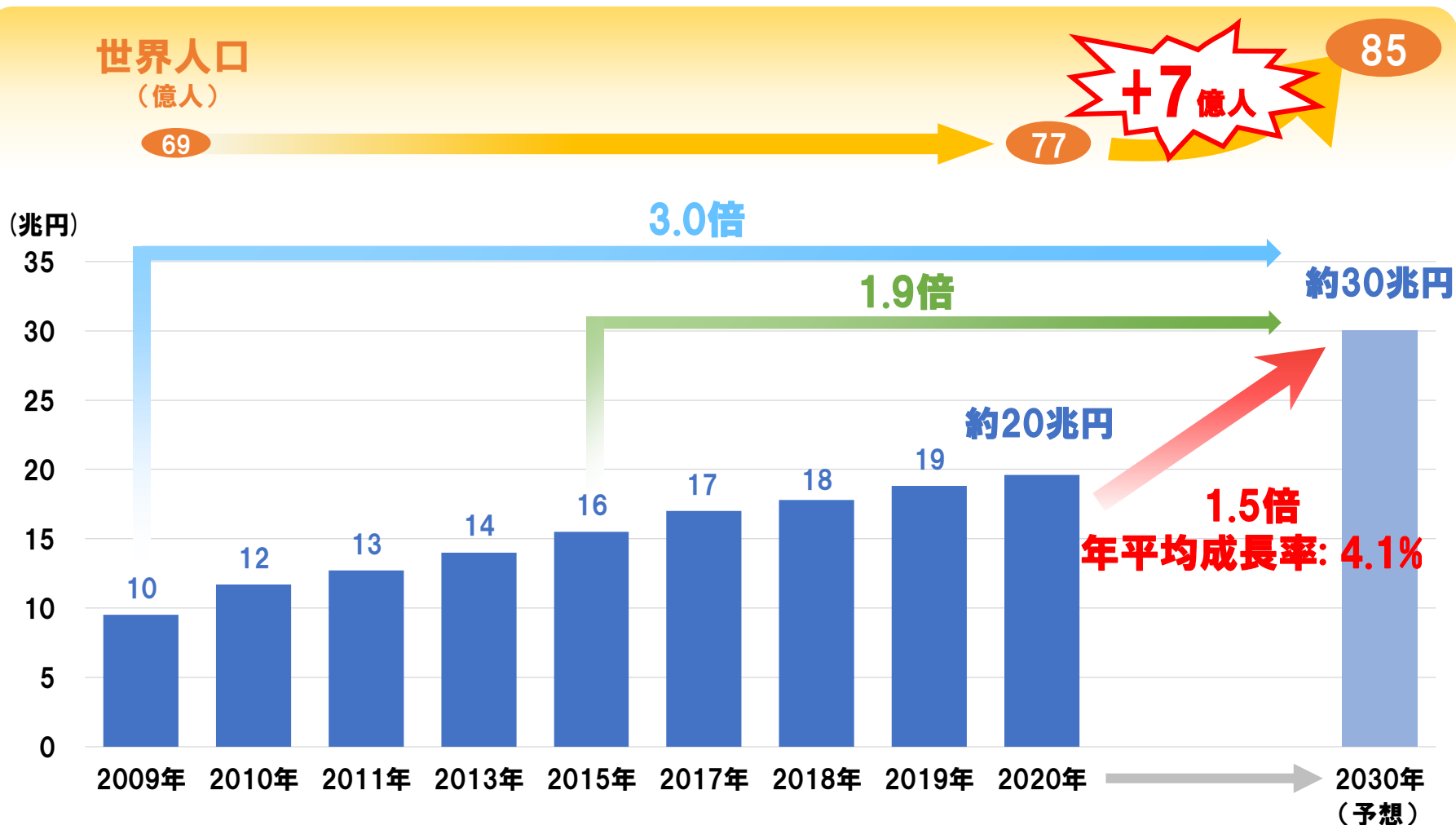
積極的なM&A(企業合併・買収)と力強いパートナーシップ

4

先進的なガバナンス体制

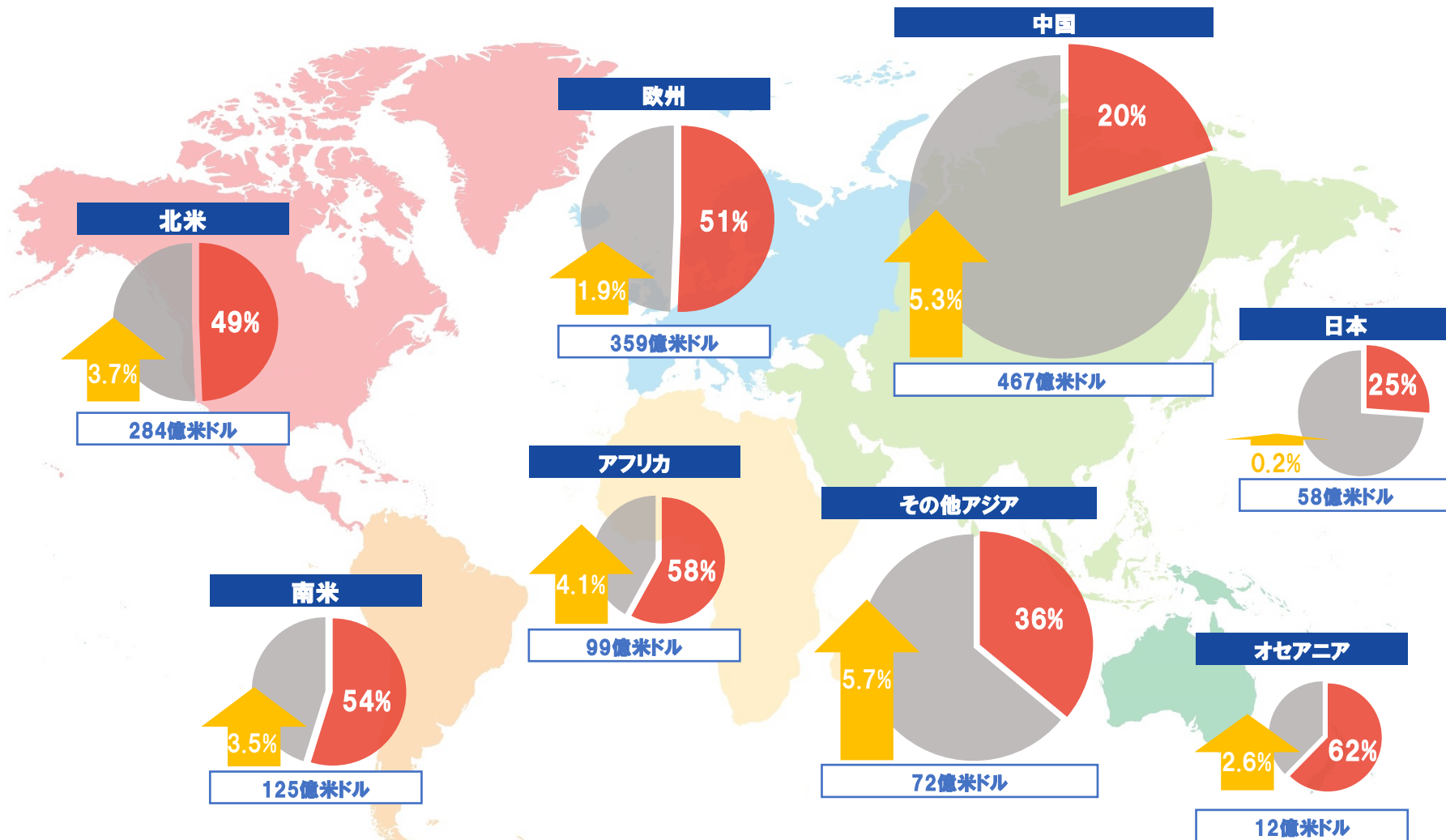
3-2. 塗料市場① グローバル

社会インフラの支え役として、人口や1人当たりGDPの増加、都市化などに伴い、着実に成長



3-2. 塗料市場② 地域別

中国・アジアが最大規模かつ高成長地域として牽引



3-3. 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アジアトップ企業

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

3-3. アジアでの強み① 圧倒的なポジション

5ヵ国で市場リーディングポジション※¹を確立、特に中国では現地化が奏功し、高成長を達成



中国での重要な指標※²

467億米ドル・5.3%

世界最大規模かつ
高成長の市場

5年連続受賞

中国ブランド指数(C-BPI)
壁面用塗料部門1位

58,000店

中国国内の圧倒的な
販売店舗数

52工場

世界有数の先進的な
生産体制を網羅

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

3-3. アジアでの強み③ 中国の先進的かつ網羅的な生産体制

AIを駆使した最先端工場を展開するなど、安定した製品供給体制を確立



3-4. 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アジアトップ企業

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

3-4. 積極的なM&A(企業合併・買収)戦略

強固な財務基盤・資金調達力・ネットワークの知見を集約し、強力にM&Aを推進

当社のM&Aターゲット

- ・汎用塗料/工業用塗料
- ・既存事業との相乗効果が期待できる塗料周辺分野
- ・高いブランド力
- ・優秀な経営陣

2021年～ **積極的なM&Aを継続**

2021年
・アジア合併会社100%化および
インドネシア事業 買収
・マレーシア バイタルテクニカル社 買収

2014年
アジア合併会社8社および
それらの子会社38社を連結化



2016年

独 ボリグ&ケンパー社
(現 日本ペイント オートモーティブ ヨーロッパ) 買収



2017年 米国 ダン・エドワーズ社 買収



2019年
・トルコ ベテック・ボイヤ社 買収
・豪州 デュラックスグループ社 買収
・豪州 ペイントスポット社 買収

3-4. 力強いパートナーシップ

各パートナー会社との信頼に基づく協力関係を形成し、相乗効果を発揮



Basic & New

日本ペイントグループ
国内パートナー企業



パーパス(わたしたちの存在意義)

科学

想像

サイエンス＋イマジネーションの力で、
わたしたちの世界を豊かに。



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

1

成長産業である塗料業界でのアジアトップ企業

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

3-5. 先進的なガバナンス体制

経営の透明性・客観性・公正性を向上し、少数株主権保護を担保



ゴー・ハップジン



南 学



原 寿



筒井 高志



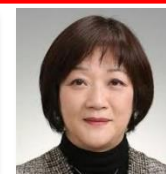
諸星 俊男



中村 昌義



三橋 優隆



肥塚 見春

役職		社内	社内	社外	社外	社外	社外 取締役会議長	社外	社外
主な 保有 スキル	事業会社経営	◎	◎	○	◎	◎	○	○	◎
	M&A	○	○	◎	◎	○	◎	◎	◎
	グローバル	◎	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎
	ファイナンス	○	◎	-	○	-	◎	◎	-

当社
ガバナンス
特徴

取締役会における
社外取締役の比率

75%



各委員会における
独立社外取締役の比率

67% 以上



新中期経営計画(2021-2023年度)



04

4. 新中期経営計画(2021-2023年度) ※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

地域・事業戦略

- 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

- 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

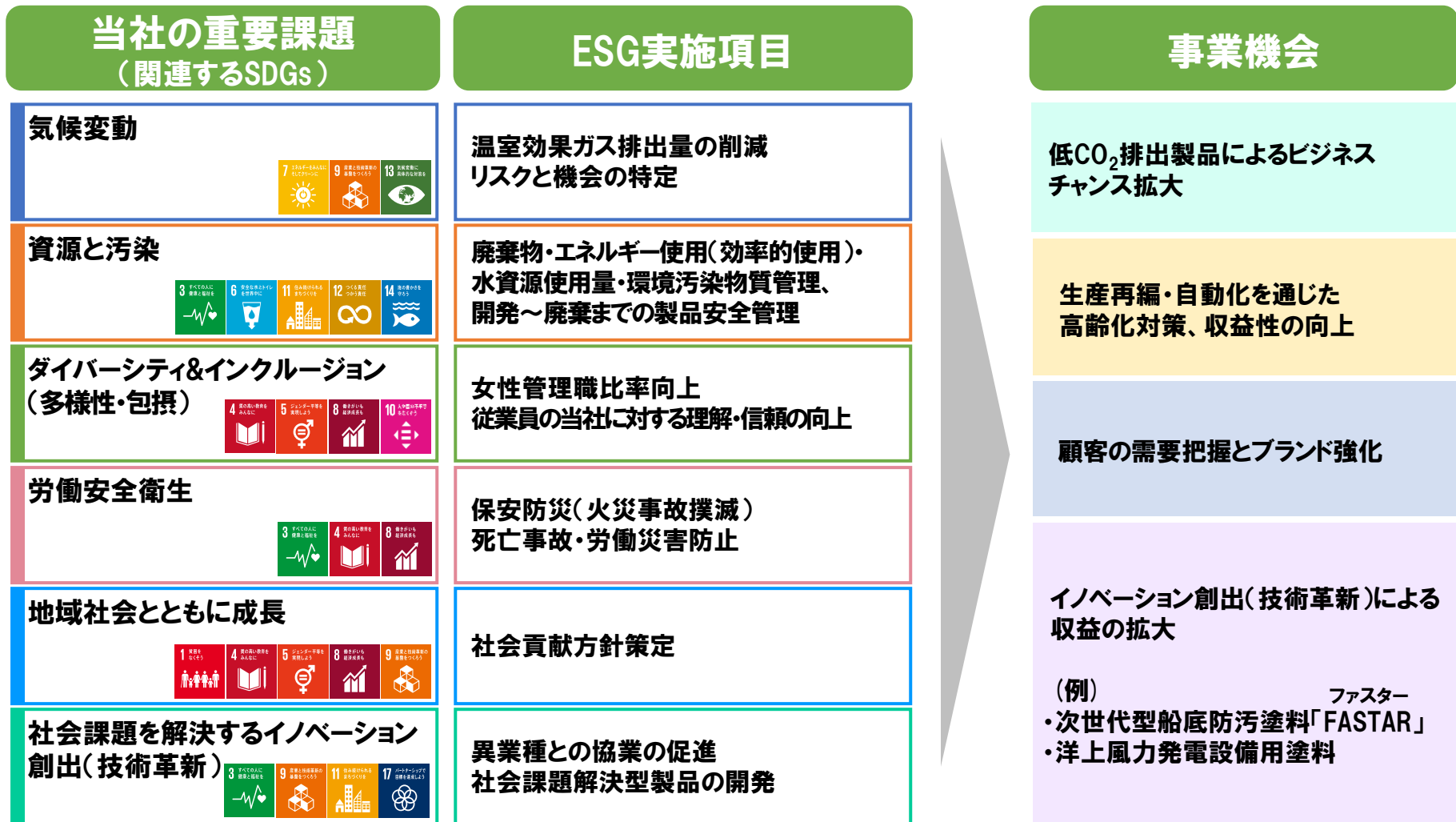
SDGs・ESGへの取り組み



05

5-1. SDGs・ESGへのさらなる約束

持続的な成長に向けて、ESGを通じて事業機会を拡大

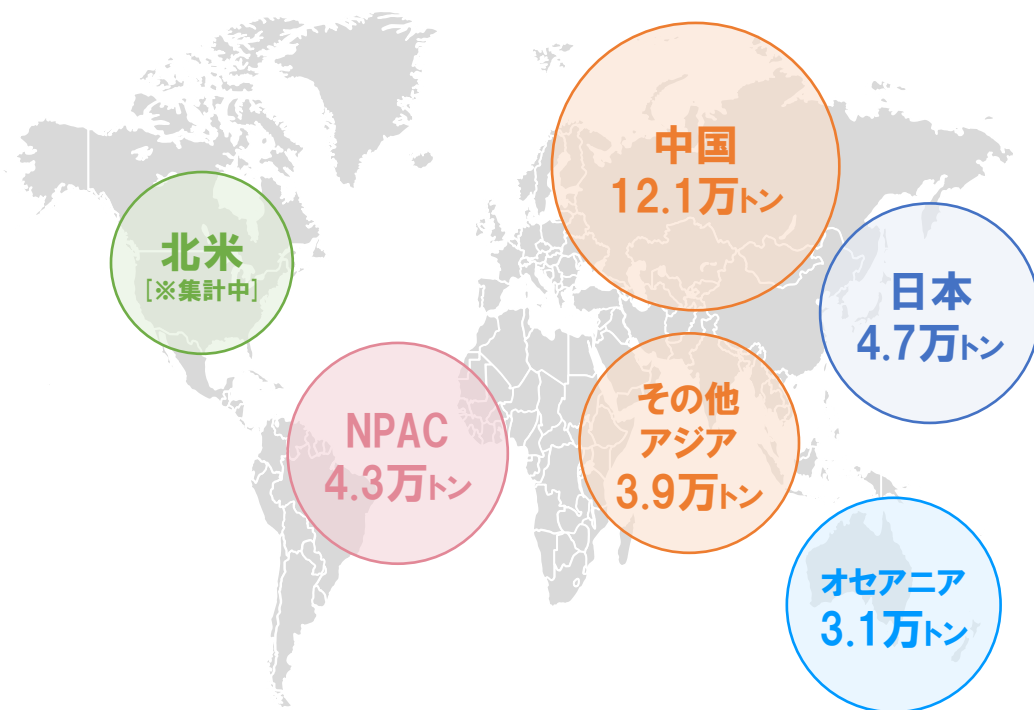


5-2. CO₂排出実質ゼロ(ネットゼロ)への取り組み

各国政府の掲げる温室効果ガス削減方針のもと、実質ゼロに向けた具体的な課題抽出や対策を検討

当社グループの推定年間CO₂排出量
(Scope1=直接排出、Scope2=間接排出 合計)

全世界合計30万トン程度※



検討中の対策

- 再生可能エネルギーの調達
- 既存施設での省エネルギー設備採用
- 再生可能エネルギー自前調達への投資
- 炭素税等の財務影響把握
- 新設工場・本社ビルの脱炭素化
- 電気自動車化や燃料電池車化

温室効果ガス排出削減推移のイメージ
(Scope1=直接排出、Scope2=間接排出 合計)



将来的なCO₂排出
実質ゼロに向けた
課題の抽出

2020年

中～超長期視点で取り組む

※ 集計対象は、日本(NPHD、NPAU、NPIU、NPTU、NPSU、NPMC、NPMJ、エーエスペイント、エーエスレジン、日本ペイント防食コーティングス)、アジア(ニブシー:中国、韓国、マレーシア、タイ、インド、シンガポール)、NPAC海外(中国、韓国、インド、その他アジア、欧州、北中米、南米)、オセアニア(デュラックスグループ)、MC海外(中国)。ダン・エドワーズは集計中。(2019年時点。一部地域は推計値)

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

感染症リスク低減

東京大学
THE UNIVERSITY OF TOKYO

学術
の知見

革新的
コーティング技術の
創生

Basic & New
日本ペイントホールディングス

社会実装
の知見

社会コスト抑制／環境負荷低減

スマート・リモート社会

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「^{プロテクトン}PROTECTON」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
- ・CO₂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 エマルジ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

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

株主還元

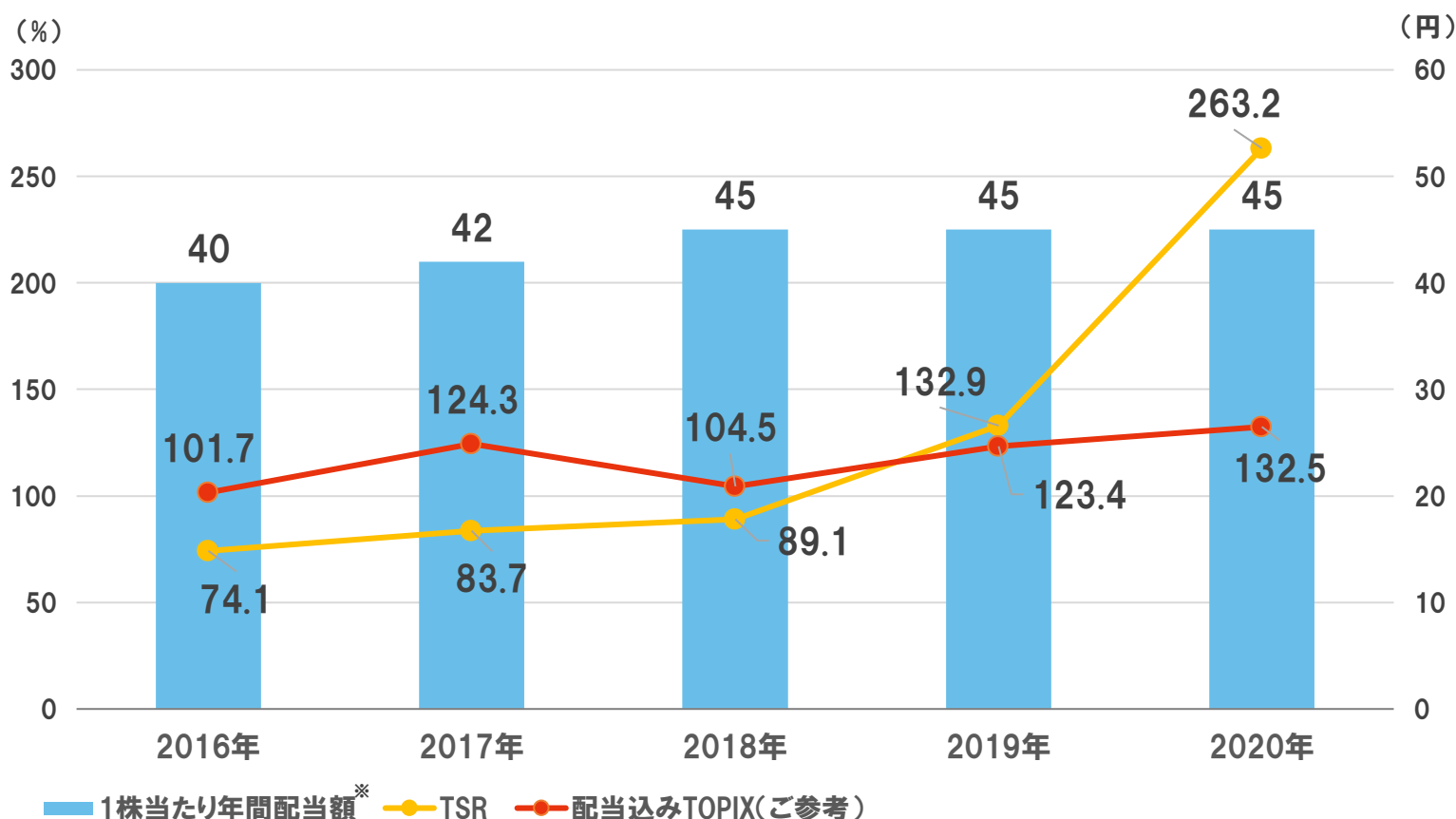


06

6-1. 株主還元方針

財務規律を維持しつつ、成長投資を優先的に実施。一株当たり当期利益(EPS)の増大を通じて株主総利回り(TSR)を向上させることに主眼

2020年の株主総利回りは、配当込みTOPIXを上回る



※ 2021年4月1日の株式分割(5:1)前の数値

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)

株主・投資家様向けIR情報

当社のホームページにさまざまなIR情報を掲載していますので、是非ご覧ください！

日本ペイントホールディングス IR

検索

(当社IRサイト URL: <https://www.nipponpaint-holdings.com/ir/>)

個人投資家様向けIRページ



IRメール配信(当社IRサイトより登録可能)

IRメール配信

最新情報をメールで受け取れます

✉ メール配信登録

各種資料(統合報告書、決算説明資料等)



各種説明会の動画ライブ配信



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、他社との競争、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。

