

大和インベスター・リレーションズ 個人投資家向けオンライン説明会 質疑応答要旨
(2022年5月28日)

Q1	直近の原材料高騰の影響、及び対応策を教えてください。
A1	<p>国際物流の混乱継続や散発的なプラントトラブルによる不安定な供給の継続、英米のロシア産原油の禁輸措置により原油・ナフサ価格が一段と上昇しており、現時点で原材料価格が短期間で下落する可能性は低い状況です。</p> <p>加えて鉱石価格の継続的上昇や光熱費・物流費の高騰、需給バランスの不均衡などにより価格が一段と上昇しています。</p> <p>ただし、対応策として汎用塗料は全地域で販売価格の値上げを実施しており、今後も全地域・事業にて販売価格の値上げを進めていきます。また、代替品の調達、販管費の見直しも並行して実施していきます。</p> <p>昨年第4四半期より利益率は改善傾向で、今後も販売価格の値上げを戦略的に実施し、緩やかな利益率改善を見込んでいます。</p>

Q2	ロシアのウクライナ侵攻での影響はあるのか？
A2	<p>当社はロシア・ウクライナへの多少の輸出はありますが、当社事業への直接的な影響は極めて少ないと考えています。また、原油などの原材料価格の高騰が消費行動へ影響し、例えばリフォーム欲求への心理抑制が働くなどの可能性は多少あると想定しています。</p> <p>ただし、業績の観点からすれば、工業用や自動車用事業において、半導体不足による生産遅延が解消されることの方が影響としては大きい側面があります。</p> <p>経済全体の視点では、スタグフレーション(景気停滞の中で賃金は上昇せず、物価は上昇する状況)が世界中で発生した場合の懸念はありますが、当社は各地域で市場特性が異なり、各地域の状況を色濃く反映していく経営モデルであり、例えばオーストラリアやアジア全般での塗料需要は引き続き堅調と見込んでいます。</p>

Q3	今後の研究開発の重点分野は何か？
A3	<p>人々の暮らしを支える塗料製品として、抗ウイルス・抗菌製品をアジア及び日本で開発し、順次販売しています。直近では東京大学との共同研究において、当社の抗ウイルス・抗菌製品ブランド「PROTECTON」の5製品にて、アルファ型の変異株を含む新型コロナウイルスの不活化効果を確認しました。今後も人々の暮らしを支える製品開発により、社会課題の解決に取り組んでまいります。</p>

Q4	自社株買いの方針を伺いたい。
A4	塗料業界は成長市場であるため、余剰資金は既存事業の拡大や M&A など事業投

	資に活用することを優先しており、結果的に利益の増加やキャピタルゲインへの貢献に繋がると考えています。したがって、現時点では自社株買いの予定はありません。
--	--

Q5	自動車用塗料事業の現況を教えてください。
A5	昨年より、コロナ影響による半導体や部品不足等もあり、各自動車メーカーの工場稼働率が低下したことで、自動車生産台数は低下しています。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。現在も自動車生産台数低下の影響を受けていますが、自動車生産台数の回復に備え準備していきます。

Q6	今後の海外を含めた販売戦略を伺いたい。
A6	塗料市場は「地産地消」であり、ビジネスモデルも地域毎に異なるため、各地域の特性に合った販売戦略を推進しています。 中長期戦略としては、経営モデル「アセット・アSEMBラー」を駆使して、既存事業と新規 M&A の両輪で成長を加速させていきます。このモデルのポイントは、グループ間で技術力、販売網、購買力、ノウハウ、ブランドなどを共有し既存事業でシナジーを生み出します。さらに新しく買収した会社が積み上がることで、加速的な成長を実現することが可能です。

Q7	複数の事業展開があるが、最も売上の多い事業はどこになるのか？
A7	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、2021 年度の売上収益構成比 61%を占めています。次に大きい事業は自動車用塗料で売上収益構成比 13%になっています。 全体の成長率としては、建築用塗料事業が人口の増加や都市化に伴う市場成長性を含め、当社成長の原動力となっています。

Q8	コロナ禍での経営への影響を教えてください。
A8	地域や事業によって状況は異なりますが、第1四半期において、自動車用は、世界的な半導体不足やコロナ影響に伴う部品供給の停滞継続を背景に自動車生産台数が減少し、前年並みや減収となる地域もありました。一方、建築用塗料事業ではコロナ影響からの回復が進み、全地域において増収となりました。 なお、足元の第2四半期では中国の一部都市がロックダウンされたため、中国事業の回復は当初想定と比較して若干緩やかになると見込んでいます。

Q9	グローバルでの競合他社との違いや優位性は何か？
----	-------------------------

A9	<p>当社は、日本を含むアジア圏での市場シェアが高い一方、グローバルでの競合他社はアメリカやヨーロッパなどで市場シェアが高く、それぞれ有利なポジショニングを築いている地域が異なります。</p> <p>また、当社の特長は、経営モデル「アセット・アセンブラー」による既存事業の拡大とM&A 実施の両輪による事業成長にあります。この経営モデルを実現する要因の1つとして、当社は現地の社長の能力を信頼して、現地の事業運営を任せています。当然、放任ではなく、本社長は現地社長とお互いに頻繁にコミュニケーションして方向性を合わせるとともに、結果責任も求めています。権限を与えられた現地の社長は、受け身ではなく自律的な志向のもとに、グループ内のノウハウやブランドを活用により高い成長を実現できる点に当社の優位性があります。</p>
----	--

Q10	<p>円安の影響を教えてください。また、原材料高騰への対策として、価格転嫁を実施しているのか？</p>
A10	<p>塗料ビジネスは基本的に現地生産・現地販売のため、為替変動によるビジネスへの直接の影響はそれほど大きくありません。なお、決算においては、円貨で計算するため、円安は収益にプラス効果を生み出す傾向にあります。</p> <p>原材料高騰の影響は対応策として、汎用塗料は全地域で販売価格の値上げを実施しており、今後も全地域・全事業にて市場や競合他社の動向を見て顧客との関係性を維持しながら、価格転嫁を進めていきます。</p>

Q11	<p>競合他社はどこですか？</p>
A11	<p>グローバルでは、Sherwin-Williams 社、PPG 社、AkzoNobel 社の3社が市場シェア上位企業です。国内では関西ペイント株式会社が当社に次いで売上規模の大きい企業となります。</p>

Q12	<p>原油価格高騰による売上収益への影響を伺いたい。</p>
A12	<p>原油価格高騰は原材料価格の上昇へ繋がり、費用の増加につながります。一方、全地域・全事業で価格転嫁を実施しており、短期的には原油価格高騰の影響を受けていますが、長期的にはコスト増を吸収し、過年度の利益率水準に回復可能と見込んでいます。</p>

Q13	<p>海外の M&A を積極的に実施される中で、地政学的リスクへの対応を教えてください。</p>
A13	<p>地政学的リスクは買収時の重要な検討事項であり、地域の市場成長性だけでなく、為替リスクや経済リスクなども加味した上でもリターンが見込めるか判断し、M&A を実施しています。</p>

Q14	本社を海外に移す計画はあるのか？
A14	本社を海外に移す計画はありません。日本円ベースの強みや、流動性の高い東京証券取引所での上場、日本の金融機関からの借入が低金利である点など優位性も多くあるため、日本を拠点としてグローバル展開しています。

Q15	株主優待はありますか？
A15	当社は海外機関投資家の保有比率が高く、株主平等の原則などを考慮し、株主優待は実施していません。株主還元としては、TSR(株主総利回り)を重視しており、「アセット・アSEMBラー」モデルを駆使し EPS・PER を増大させることで、キャピタルゲイン(株価の上昇)と配当金による還元を軸に据えています。