

信頼の深化 アセットのさらなる強化

価値創造モデル

価値創造モデルを支えるのは、①既存事業のEPS向上、②M&Aを活用したEPS向上、③PERの最大化、の3つです。

OUTCOME MSV

株主価値最大化
EPSの最大化 PERの最大化



ステークホルダーへの責務の充足

▶ P22 参照

INPUT

経営モデル

OUTPUT

財務・非財務リソース ▶ P39 参照

人材・組織

- 多様な人材が活躍できる職場づくり
- 変革を受け入れ、働き方を見直す
- 「Purpose」「グローバル行動規範」の浸透
- リスクマネジメントの実効性向上

技術

- 技術系人材の育成
- 研究開発の強化
- 生産設備などの維持・増強
- サステナブル製品の開発

社外パートナー

- 大学・研究機関などとのオープンイノベーションの推進
- 自動車メーカーなどとの共同研究の推進
- 投資家、ステークホルダーとの対話の促進
- ウットラムグループとのパートナーシップの進化・深化

顧客基盤

- 世界各国の消費者への供給を可能にする販売網の構築
- 不動産ディベロッパーなどとの戦略的提携の推進
- 自動車メーカーなどとの強固な信頼関係の構築

ブランド

- 広告宣伝・マーケティング活動の推進
- 消費者からの認知度向上
- 国際コンペティション「AYDA Awards」開催
- 社会貢献活動の推進

財務基盤

- 財務規律の徹底
- 負債調達を優先、レバレッジ余力の維持
- 金融機関・格付機関との対話促進
- グローバルな投資家基盤の構築

自然・環境

- 地球温暖化防止への取り組み
- 適切な水利用
- 環境配慮型製品などの開発を通じて環境負荷の低減

「アセット・アSEMBラー」による中長期経営モデル ▶ P35 参照

「アセット・アSEMBラー」モデルによる飽くなき成長の追求



Paint++

塗料のみならず、さらにその周辺領域へ

M&Aによる拡大

既存事業の拡大

競争優位性 ▶ P37 参照

- 1 低ファンディングコストのメリットを十分に活用できる力
- 2 持株会社の介入によらず、アセット会社のEPS寄与を維持・拡大する力
- 3 当社の経営モデルに共感する世界中の優秀な経営クラスのタレントを惹き付ける力

中長期経営戦略 ▶ P49 参照

中期経営計画(2021-2023年度) ▶ P51 参照

アセット別戦略 ▶ P85 参照

財務戦略 ▶ P55 参照

M&A戦略 ▶ P59 参照

サステナビリティ戦略 ▶ P41 参照

サステナビリティ基本方針
マテリアリティ

価値創造を支える基盤

コーポレート・ガバナンス ▶ P99 参照

リスクマネジメント ▶ P121 参照

グローバル行動規範 ▶ P124 参照

外部環境

世界人口・1人当たりGDPの増加、都市化の進展

世界的なインフレーションの進行

地政学リスクの増加

AI・デジタル技術の進化

気候変動、環境意識の高まり

競合他社との競争激化