

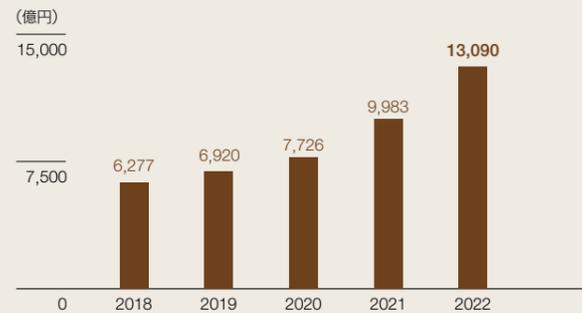
価値創造の成果(財務・非財務ハイライト)

財務ハイライト

財務基盤



売上収益



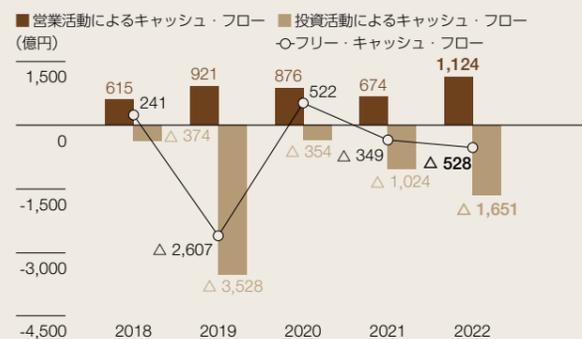
2017年度に米国塗料メーカー、2019年度に豪州とトルコの塗料メーカー、2021年度にインドネシア事業を買収したことに加え、中国を中心としたアジアの建築用事業が大きく成長したことで、売上成長が加速しています。2022年度は、欧州塗料メーカー2社の買収や製品値上げの浸透、円安が貢献し、6年連続の増収・過去最高の売上収益を達成しました。

営業利益/営業利益率



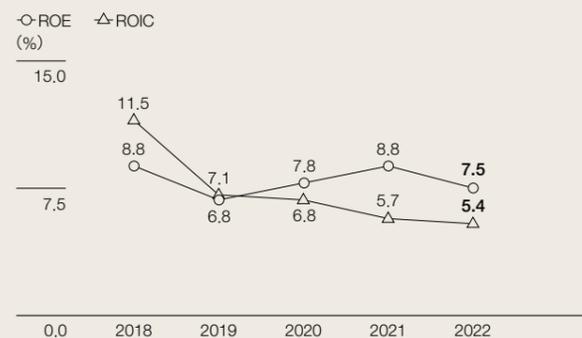
2019年度は、欧州・インドの自動車用事業における減損損失の計上により減益となったものの、2020年度以降は3年連続の増益を達成しました。2022年度は、原材料価格の高騰や中国での引当金の追加計上、トルコにおける超インフレ会計適用の影響があったものの、増収効果により、過去最高益となりました。営業利益率については、2019年度は減損損失の計上により低下し、2021年度以降は原材料費率の上昇などにより8%台で推移しています。

キャッシュ・フロー



塗料・周辺事業は設備投資の負担が比較的軽く、キャッシュ・フローを創出しやすいため、プラスで推移する傾向にあります。2019年度、2021年度、2022年度は海外塗料メーカーを買収したことでフリー・キャッシュ・フローはマイナスに転じましたが、営業キャッシュ・フローは毎年安定的に推移しています。

自己資本利益率(ROE)/投下資本利益率(ROIC)*



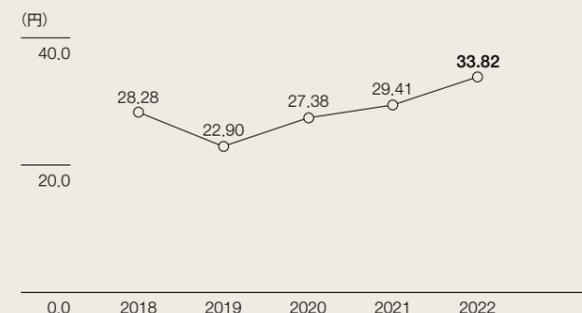
2019年度のROEは、減損損失の計上などによる当期利益の減少により前年比で低下したものの、直近は概ね8%前後の水準で推移しています。ROICは、2019年度、2020年度、2021年度、2022年度に実施したM&Aやアジア合併事業100%化に伴う有利子負債の増加、株主資本の増加によって投下資本回転率が低下したことで、2019年度以降低下しています。

* ROIC(IFRS)：税引後営業利益÷(ネット・デット+資本合計)

財務基盤



1株当たり当期利益(EPS)*



EPSは、営業利益などの利益項目の推移に概ね比例しています。2019年度は減損損失の計上による減益により減少しましたが、2020年度以降は、増収効果に伴う営業増益により、3年連続で増加しました。

* 2021年4月1日付で1:5の株式分割を実施したため、2018年1月に行われたものと仮定し、算出

株価収益率(PER)



PERは、当社の将来的な成長期待の表れとして、TOPIX化学業種平均を上回って推移しています。なお、2020年度は、株式市場におけるグロース銘柄の選好や当社におけるM&A実施などの複合要因が重なり、大きく上昇しました。

1株当たり配当金*/株主総利回り(TSR)



配当性向30%を目標に安定的かつ継続的な配当を基本方針としています。創業140周年の記念配当1円を含めた年間10円を配当した2021年度、年間11円を配当した2022年度と2年連続で増配しました。TSRは株価上昇や増配基調により、2018年度以降、比較指標である配当込みTOPIXを上回って推移しています。2022年度は増配効果などもあり、152.5%となりました。

* 2021年4月1日付で1:5の株式分割を実施したため、2018年1月に行われたものと仮定し、算出

ネット・デット*/ネットD/Eレシオ



塗料・周辺事業は設備投資の負担が比較的軽く、キャッシュ・フローを創出しやすいため、ネット・デットはマイナス推移する傾向にありますが、2019年度以降はM&Aを目的とした金融機関からの資金の借入れによりプラスに転じています。2022年度のネットD/Eレシオは、欧州塗料メーカー2社の買収に伴う有利子負債の増加により、上昇しました。

* ネット・デット：有利子負債(社債及び借入金(流動・非流動)+その他の金融負債(流動・非流動))-手元流動性(現金及び現金同等物+その他の金融資産(流動))

価値創造の成果(財務・非財務ハイライト)

非財務ハイライト

人材・組織

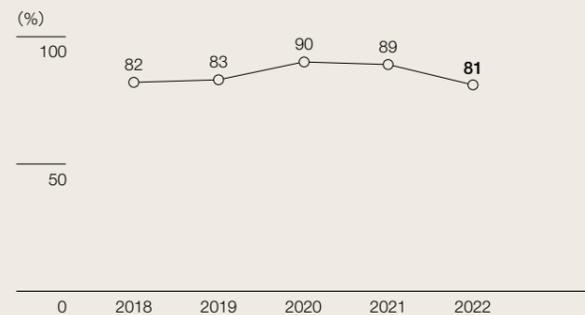


従業員数/海外従業員比率



2017年度に米国塗料メーカー、2019年度に豪州とトルコの塗料メーカー、2021年度にインドネシア事業、2022年度に欧州塗料メーカー2社を買収するなど、積極的なM&Aを背景として海外従業員比率は上昇傾向にあり、アジア・オセアニアなどでは、さらなる成長に向けて人材の増強・増員にも取り組んでいます。海外従業員比率は2018年度の84.2%から2022年度は89.2%へと5.0ポイント上昇しています。

従業員満足度(日本グループ)*



日本グループの従業員満足度は、2020年度に過去最高に達したものの、2021年度、2022年度と2年連続で低下しています。収益性改善を目指した変革を進める中で、「労働時間」「休暇取得」などの項目が改善した一方、希望退職制度を実施したことで「ビジョンや方針への共感」「在籍会社への信頼や安心感」などが低下しました。

* 日本ペイント労働組合調査。その他のパートナー会社における従業員満足度については、P71「人材戦略」をご覧ください。

取締役人数*/社外取締役比率*



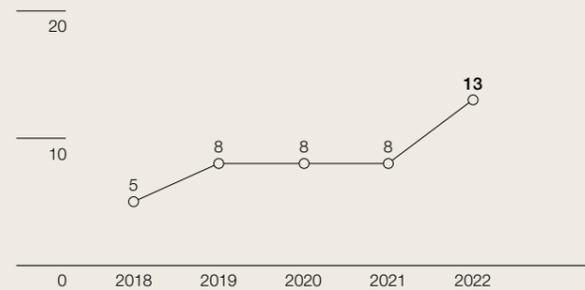
当社は「アセット・アセンブラー」モデルのもと、中長期的な成長と少数株主利益の保護に向けて、先進的なコーポレート・ガバナンスの構築に取り組んでおり、2020年3月に指名委員会等設置会社へ移行し、2021年度からは筆頭独立社外取締役が取締役会議長を務めています。2022年度は、取締役11名のうち独立社外取締役が8名を占めています。

* 当期中に開催された定時株主総会終了後に就任した取締役数。ただし、2021年度は2021年4月28日以降の取締役数

顧客基盤



建築用塗料事業におけるNo.1シェアの国・地域数



日本では長期にわたりNo.1シェアを維持するとともに、1967年以降、ASEAN事業を積極的に拡大したことで、順次No.1シェアの国・地域数が増加しました。2022年度はCromology、JUBの買収に伴い、イタリアやクロアチアなどの欧州5カ国が新たに加わりました。

ブランド



ブランド評価機関からのブランド賞(中国)

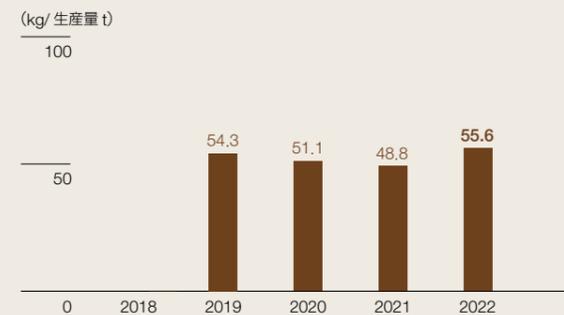


1992年に中国に進出後、高品質の「立邦」ブランド製品の浸透を進め、中国国内トップのブランドを確立しています。中国のブランド評価機関が主催するブランド指数(C-BPI)において、壁面用塗料部門で7年連続1位を獲得しています。

自然・環境



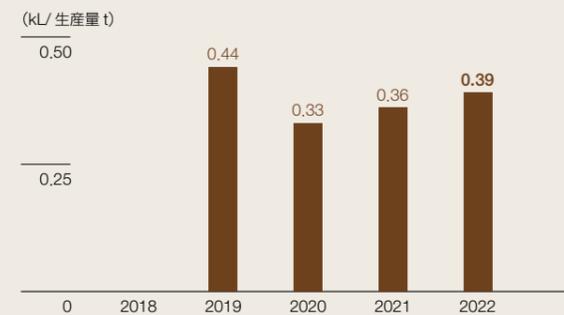
温室効果ガス排出量(スコープ1, 2)(グローバル)*



当社グループは、温室効果ガス排出量(スコープ1, 2)を2030年までに2020年度比37%削減する目標をグローバルで掲げており、省エネルギー活動の積極化、再生可能エネルギーの利用開始などの取り組みを順次進めています。2022年度は、NIPSEAグループの生産構成の変化により増加しました。

* 日本グループ、NIPSEAグループ、DuluxGroup(Cromologyは2022年～、JUBは除く)が対象

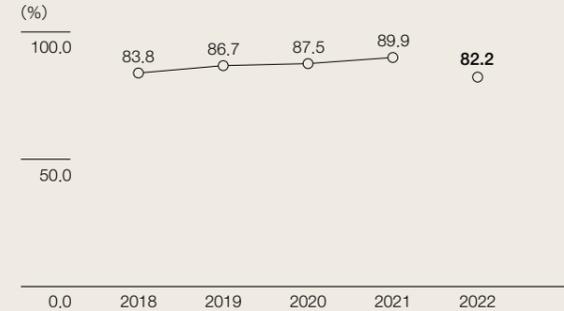
水消費量(グローバル)*



当社グループは、マテリアリティ「資源と汚染」の1項目として「水資源の効率的利用」を掲げ、原料用の水の効率的な使用や製造工程における水使用量の削減、水の再利用などを進めています。2021年度は集計対象拡大(Betek Boya)により、2022年度はCromology、JUBの買収や洪水被害を受けたDuluxGroup工場の清掃、NIPSEAグループの生産構成の変化により増加しました。

* 日本グループ、NIPSEAグループ、DuluxGroup(Cromology、JUBは2022年～)、Dunn-Edwards(2020年～)が対象

建築用塗料事業における水性塗料比率(グローバル)*



世界的な環境意識の高まりや環境規制の強化に伴い、水性塗料の需要が拡大しています。当社の強みである技術力を活用した競争優位性の高い水性塗料製品をグローバルで積極的に開発しており、水性塗料の比率は年々高まっています。

* 2018～2021年は水性塗料出荷量(万トン)÷総出荷量(万トン)で計算。2022年からは水性塗料販売量(トン)÷総販売量(トン)で計算。2022年の数値の低下は集計定義を変更したためであり、水性塗料比率を高める傾向に変化はありません。日本ペイント(NPTU)、NIPSEA(ともに2016年～)、Dunn-Edwards(2017年～)、DuluxGroup(2019年～)、Cromology、JUB(ともに2022年～)の6社が対象