



日本ペイントホールディングス株式会社

INVESTOR BOOK

NIPPON PAINT GROUP

1 当社概要

- ① グループ概要
- ② 経営陣
- ③ 経営ミッション:株主価値最大化(MSV)
- ④ 「アセット・アセンブラー」モデル
- ⑤ 「PERの最大化」に向けた考え方
- ⑥ オーガニック成長
- ⑦ インオーガニック成長
- ⑧ EPS積み上げを加速する財務戦略
- ⑨ EPS・PERに資するサステナビリティ
- ⑩ アセット会社紹介
- ⑪ 主要ブランド一覧

2 事業環境

- ① 塗料が果たす社会的役割
- ② 世界の塗料市場
- ③ 世界のその他周辺市場
- ④ グローバル競合状況
- ⑤ 塗料原材料
- ⑥ 塗料市場関連データ

(巻末) Appendix

用語集

1

当社概要

写真: DuluxGroup The Ivanhoe Grammar School Senior Years and Science Centre, Australia, by McBride Charles Ryan Architects, a finalist in the 2017 Dulux Colour Awards. Photographer: John Gollings.



- ・塗料市場を中心に、事業会社の枠組みを超えて成長
- ・中国・アジアをはじめ、世界48の国・地域で事業を展開



創業

1881年3月14日

事業展開



売上収益

17,742億円(2025年)



従業員数

連結:34,393人



48

国・地域

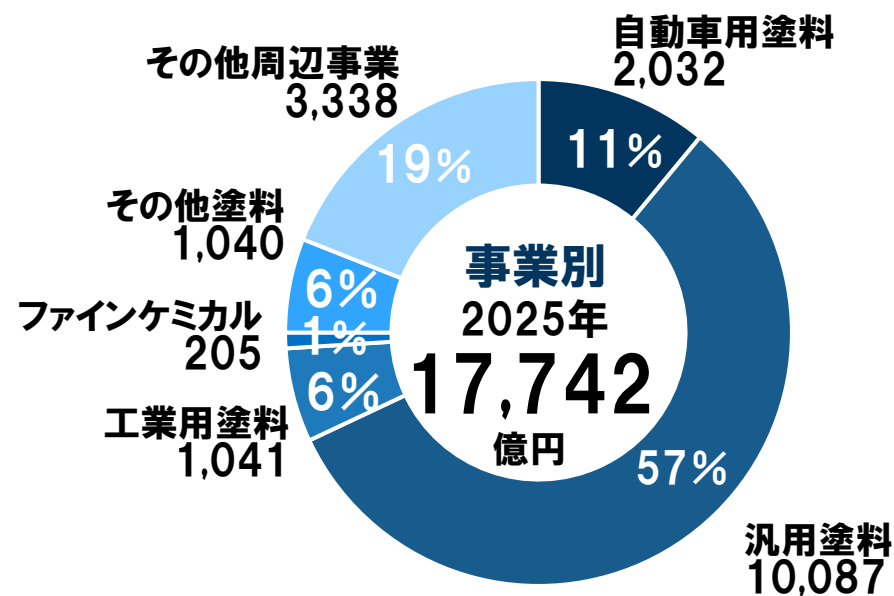
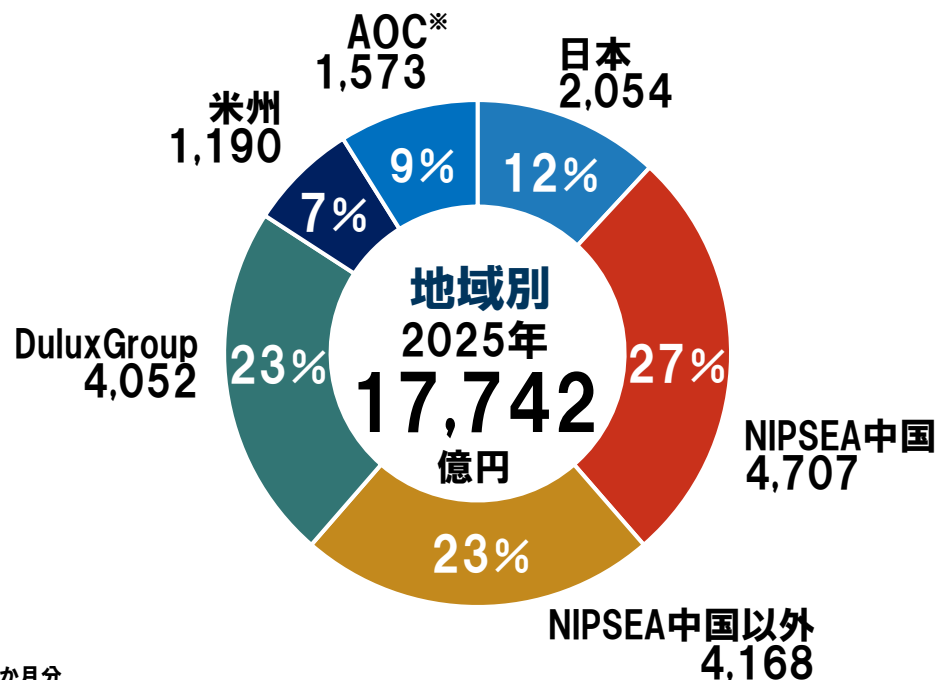


売上ランキング

世界4位／アジア1位



売上収益構成比



- ・事業会社経営・グローバル・M&Aなどの経験やスキルを有する取締役で構成
- ・独立社外取締役比率は63%(8名中5名)

指 指名委員会 報 報酬委員会 監 監査委員会



若月 雄一郎
取締役
代表執行役共同社長



ウィー・シューキム
取締役
代表執行役共同社長



ゴー・ハップジン
取締役会長

指
報



原 壽
独立社外取締役

指



リム・フィーホア
独立社外取締役

報



三橋 優隆
独立社外取締役

監



中村 昌義
筆頭独立社外取締役
取締役会議長

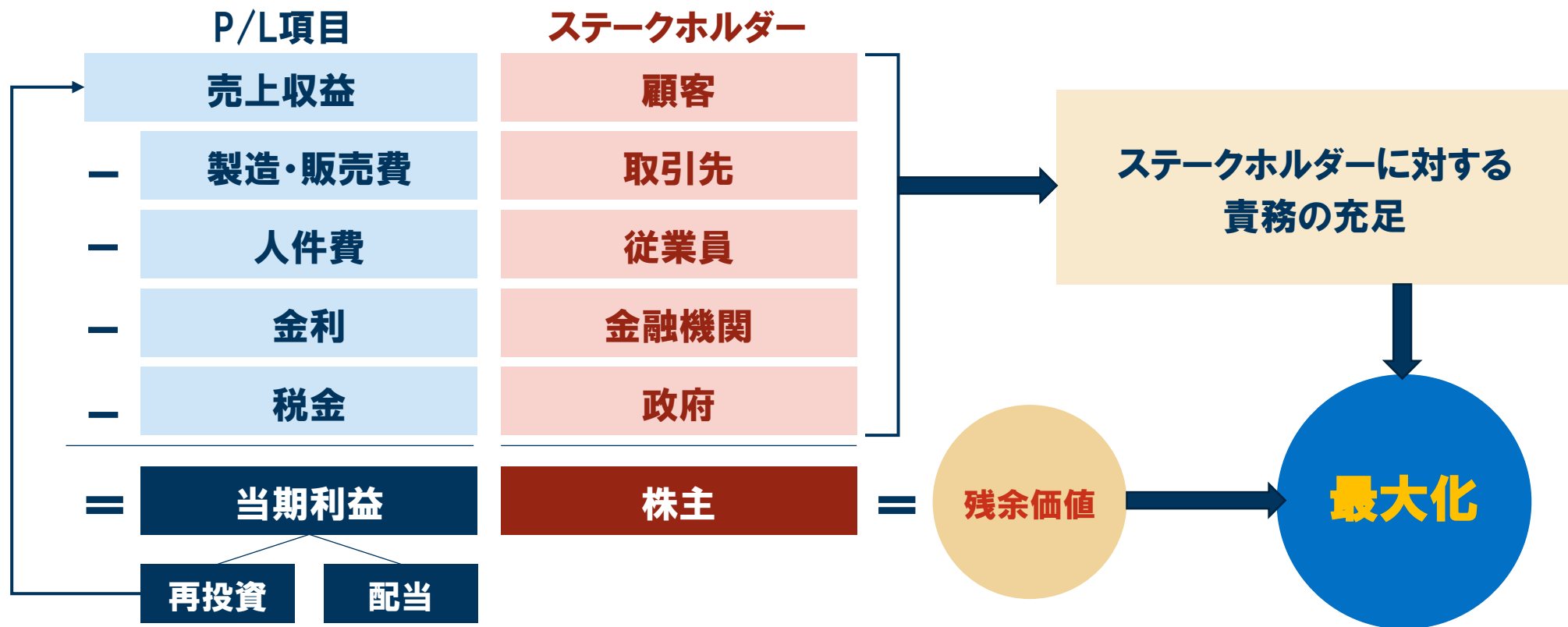
指
報
監



アンドリュー・ラーク
独立社外取締役

監

「株主価値最大化(MSV)」を経営上の唯一のミッションとし、富の創出を図る



顧客、取引先、従業員、社会などへの責務を果たした上で、残存する株主価値を最大化

MSVの実現に向けて、オーガニック・インオーガニックの両面でEPSを積み上げる



競争優位性

インオーガニック
～「小さな本社」が持つ優位性～

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

オーガニック
～「自律・分散型経営」が持つ優位性～

1. 低コスト、高キャッシュ創出力、オペレーティング・レバレッジの活用による優良アセットの自律的成長
2. 当社グループが有するプラットフォーム（資金力、ブランドなど）を活用した成長の加速
3. 優良アセット間の連携によるシナジー、ブレイクスルーの実現

「小さな本社」と「自律・分散型経営」が持つ優位性の相乗効果で、EPS積み上げを加速

財務・非財務目標

インオーガニック

M&Aの機会を積極的に模索し、
EPS積み上げスピードをさらに加速
ローリスク・グッドリターンであれば、
地域・事業・規模問わずノーリミット



オーガニック

2023年の事業ポートフォリオ※を前提とした
連結CAGR（中期）

- ・ 売上収益：1桁台後半（c.+8～9%）
- ・ EPS：2桁台前半（c.+10～12%）

3年という時間軸にとらわれず、あくまで長期視点でMSVを実現

「アセット・アセンブラー」としてのエクイティ・ストーリーの浸透により、資本市場からの期待値を向上

PERの最大化

「持続的EPS積み上げ」に対する資本市場からの期待値向上

「アセット・アsembler」としてのエクイティ・ストーリーの浸透

対話機会の拡充
(年間700社以上)

開示資料の充実
(統合報告書など)

Step 3

**安全なM&A積み上げ実績、
将来M&AによるEPS積み上げ可能性の理解浸透**

Step 2

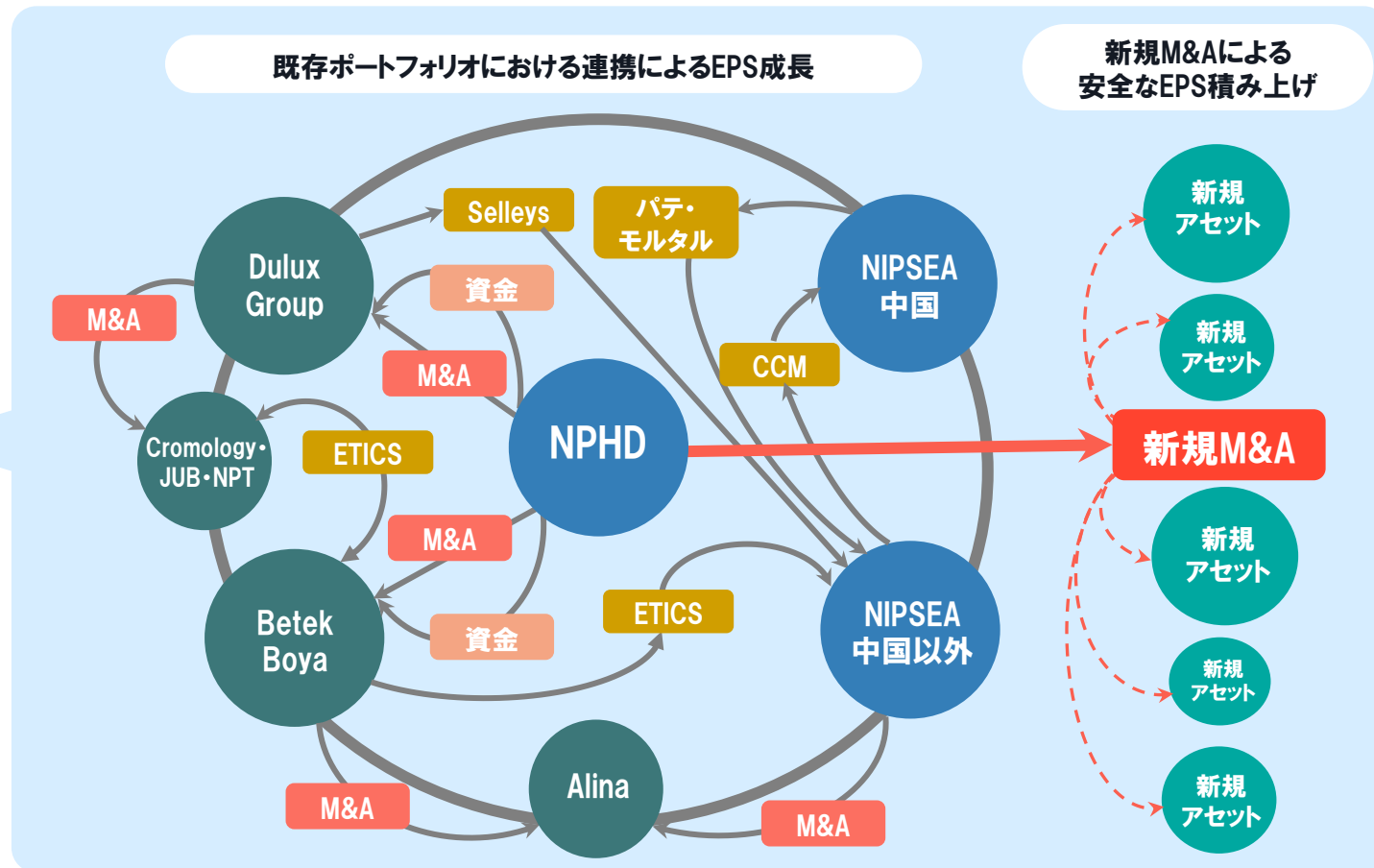
既存ポートフォリオにおける 将来EPS成長期待への理解浸透

Step 1

当社モデル・実績への理解浸透

中国リスクへの 市場不安

当社成長力
過小評価



PER推移(2021-2023年)※

当社:48.3x→21.1x(-27.2pt)、競合他社平均:37.8x→24.5x(-13.3pt)、TOPIX化学業種平均:32.8x→20.8x(-12.0pt)

※出所:FactSet、Bloomberg。PER(今後12ヵ月間のPER)は、株価/EPS(今後12ヵ月間のEPS)で算出。

競合他社には、Sherwin-Williams、BASF、Asian Paints、PPG Industries、Akzo Nobel、Berger Paints India、Axalta、SKSHU Paint、Kansai Paint、TOA Paint、Asia Cuanonを採用

中期経営戦略アップデート公表値 (2026年2月)

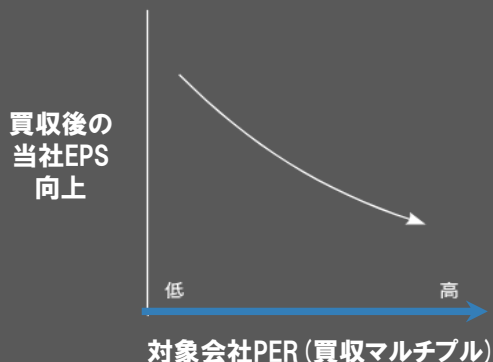
セグメント	当社・中期成長							
	2024年時予想 (現地通貨ベース)		2023-2025年 実績			現中期予想 (現地通貨ベース)		
	売上収益 CAGR	営業利益率 (vs2023年)※1	売上収益 CAGR	調整後 営業利益 CAGR	調整後 営業利益率 (2025年)	売上収益 CAGR※2	調整後 営業利益 CAGR※2	調整後 営業利益率 (vs2025年)※1
日本	+0~5%	↗ (2023年:9.5%)	+1.0%	+6.3%	10.7%	+LSD	+MSD	↗
NIPSEA中国	+10%前後	→ (2023年:12.5%)	-1.3% (+1.1%)※3	+5.9%	14.7%	+MSD	+MSD	→
NIPSEA中国以外	+15~20%	→ (2023年:17.4%)	+20.1%	+20.7%	19.6%	+HSD	+HSD	→
DuluxGroup	+5%前後	↗ (2023年:9.6%)	+6.0%	+6.1%	11.1%	+MSD	+DD	↑
AOC	-	-	-	-	34.1%※4	+MSD	+MSD	↗

※1 ↑: +2%以上、↗: +1~2%、→: -1~+1%、↘: -1~-2%、↓: -2%以下
 ※2 LSD: Low Single Digit (1桁台前半)、MSD: Mid Single Digit (1桁台中盤)、HSD: High Single Digit (1桁台後半)、DD: Double Digit (10%以上)、LDD: Low Double Digit (10%台前半)、Flat (0%前後)
 ※3 NIPSEA中国汎用におけるトレーディング事業の取引形態の見直しを2023年に実施したと仮定した場合
 ※4 10ヵ月分の業績

大型買収でも初年度EPS増加を前提とするM&Aモデルにより、上限なきEPS向上が実現可能

低いPERで良質な買収による持続的EPS成長イメージ

対象会社バリュエーション

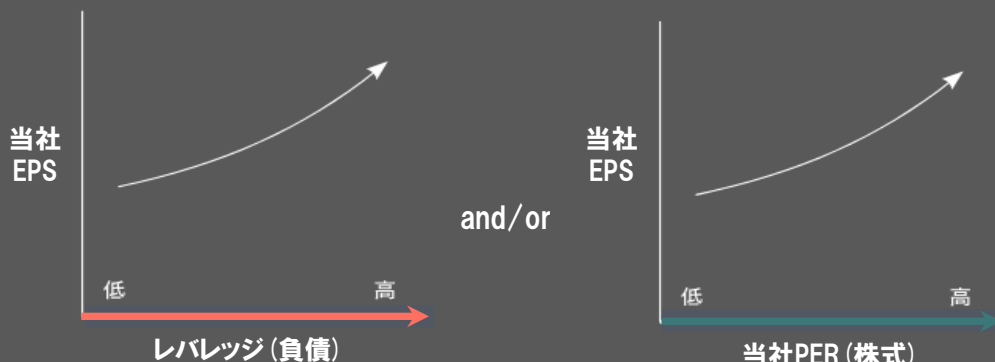


買収対象

- ・ ローリスク・グッドリターン
- ・ キャッシュ創出力
- ・ 地域・事業・規模問わずノーリミット
- ・ リスクとバリュエーションの相対感

当社ファンディングミックス

×



前提

- ・ 初年度から持続性のあるEPS貢献
- ・ 属人的ではない利益創出力
(ブランド・人材・技術などを重視)

例

対象会社

- ・ 当期利益: 500億円
- ・ PER (買収マルチプル): 10~15倍

当社EPSの増大イメージ※

- ・ 全額負債: 当社EPSはc.+20円前後
- ・ 全額株式: 当社EPSはc.+10円前後
- ・ 負債と株式をミックス: 当社EPSは+15~20円が可能

金利水準、対象会社の負債水準、無形資産償却、使用自社株式の評価により変動

当社の強み

- ・ 良質なターゲットを見極める力
- ・ グループ入りした人財のモチベーション維持向上
- ・ 標準化を回避し、自律性とアカウンタビリティを組み合わせたプラットフォーム
- ・ 低ファンディングコスト・負債優先ながら初年度EPS貢献を前提とした株式発行も視野に

当社の資本力、目利き力、潜在力を引き出す力などにより、低リスクで安全なEPS積み上げに寄与するM&Aを継続的に実現

主要トラックレコード※1

	NIPSEAグループ	Dunn-Edwards	DGL(太平洋)	Betek Boya	PT Nipsea	Vital Technical
						
買収年	2014:連結化/ 2021:100%化	2017	2019	2019	2021	2021
国・地域	アジア各国	米国	太平洋	トルコ	インドネシア	マレーシア
事業内容	建築用・自動車用・工業用 など	建築用	建築用・その他周辺	建築用・その他周辺	建築用・自動車用	その他周辺
市場 プレゼンス (NPHD推計)	建築用No.1 中国、マレーシア、シンガポール、 スリランカ	-	建築用No.1 豪州、パプアニューギニア	建築用No.1	建築用No.2	-
買収効果 (売上収益、億円)・ 買収時比	2014年:2,365 ▼ 2025年:8,875 +275.3%	2018年:446※2 ▼ 2025年:723 +68.2%※2	2019年:1,349※3 ▼ 2025年:2,512※3 +86%	2019年:288 ▼ 2025年:948 +223%	2020年:303 ▼ 2025年:659 +117%	-

▶M&Aに関する発表リリースや説明会資料は、当社ウェブサイト参照: <https://www.nipponpaint-holdings.com/ir/library/m-and-a/> (M&A情報ページ)

※1 買収時と現在では、会計基準が異なる場合、市場シェア算出に係る各種前提条件が異なる場合があり、買収時比の値は概算値

※2 Dunn-Edwardsの買収初年度(2017年)は10ヵ月分の業績のため、2018年で比較

※3 2019年はプロフォーマ値。DuluxGroupの開示区分を変更したことにより、2024年はCraig & Rose、Maison Decoを含まず

主要トラックレコード※1

	中国自動車用 連結子会社5社	DGL(欧州)			Alina	NPI	BNPA	AOC
		Cromology	JUB	NPT				
								
買収年	2022	2022	2022	2023	2024	2024	2024	2025
国・地域	中国	欧州	欧州	イタリア	カザフスタン	インド	インド	米国・欧州・アジア
事業内容	自動車用	建築用	建築用・ その他周辺	その他周辺	建築用・ その他周辺	建築用・工業用・ 自動車補修用	自動車用	スペシャリティ・ フォーミュレーター※3
市場 プレゼンス (NPHD推計)	-	建築用No.1 イタリア 建築用No.2 フランス、ポルトガル	内装用No.1 スロベニア、クロアチア、 ボスニア・ ヘルツェゴビナ、コンボ	-	ドライミックス モルタル材市場、 塗料市場 No.1	建築用No.2 タミルナドゥ州、 カルナータカ州	自動車用No.4	北米市場 リーダーポジション より細分化された 欧州市場 リーディングポジション
買収効果 (売上収益、億円)・ 買収時比	-		2021年:1,091※2 2025年:1,539※2 +41%		2024年:258※2 2025年:243※2 -6%	2024年:90 (2カ月分) 2025年:494 -		2025年:1,573 (10カ月分)

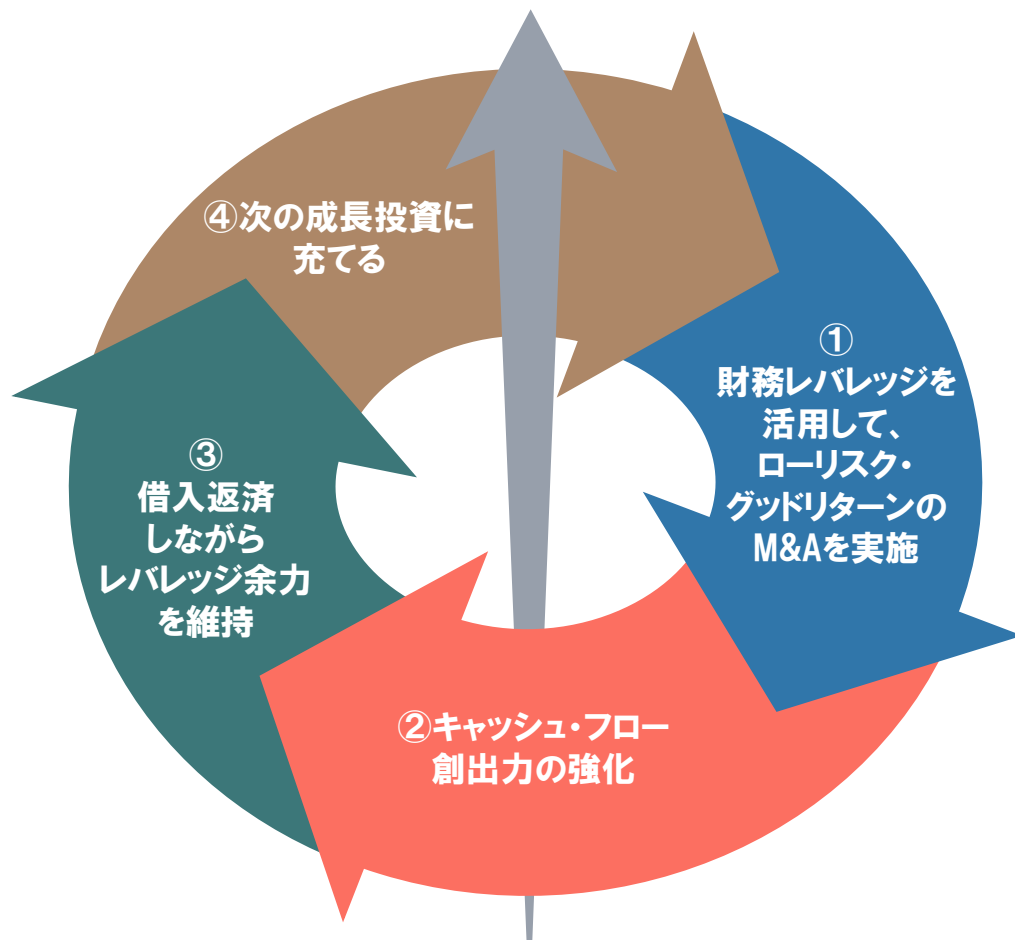
▶M&Aに関する発表リリースや説明会資料は、当社ウェブサイト参照: <https://www.nipponpaint-holdings.com/ir/library/m-and-a/> (M&A情報ページ)

※1 買収時と現在では、会計基準が異なる場合、市場シェア算出に係る各種前提条件が異なる場合があり、買収時比の値は概算値

※2 2021年はプロフォーマ値(Cromology・JUBの合算値)。為替レートは1EUR=138.5円を適用。また、Dulux Groupの開示区分を変更したことにより、2024年はCromology、JUB、NPT、Craig & Rose、Maison Decoの各事業を含む

※3 スペシャリティ・フォーミュレーターとは、建築物・インフラ設備・輸送機器・船舶等で使用されるCASE(Coatings, Adhesives, Sealants and Elastomers:コーティング剤・接着剤・密封剤・エラストマー)や着色剤、複合材料等のコーティング周辺製品向けに、不飽和ポリエステルやビニルエステル等の配合設計・製造・販売を行う企業

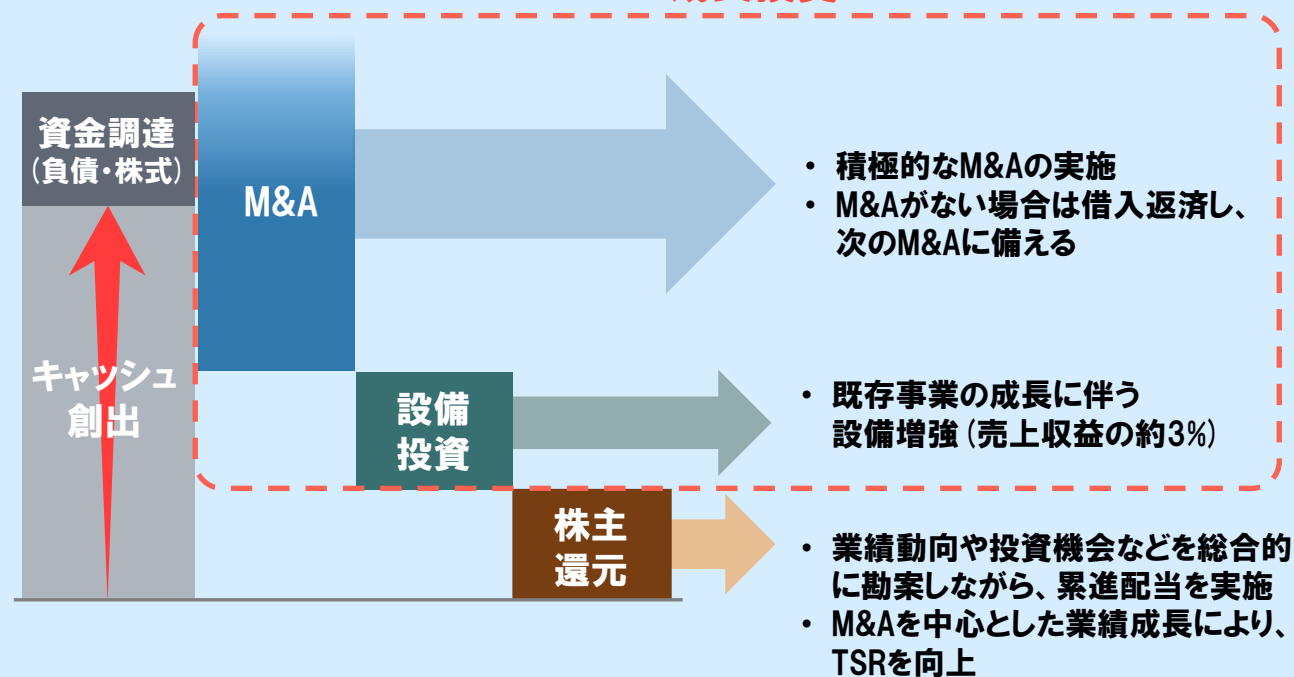
MSV (EPSの最大化×PERの最大化)



財務規律/バランスシート・マネジメント

キャッシュ・アロケーション

成長投資



財務規律

1. 負債調達を優先
2. レバレッジ余力を維持、金融機関との対話を促進
3. EPS増加を前提として資本調達も選択肢

バランスシート・マネジメント

KPI: CCC、キャッシュ・フロー
ROIC、Net Debt/EBITDAなど

サステナビリティ活動を通じて、収益の拡大や期待値の向上を図り、MSVの実現を目指す

MSV (EPSの最大化×PERの最大化)

市場シェア・収益性の向上、市場の期待値向上

当社の目指すもの

テクノロジー・人材の飽くなき追求、
ITの集約的な利用

品質向上、コスト低減、
設備投資の効率化に向けた積極的な追求

「自律・分散型経営」の優位性

「アセット・アセンブラー」としてのプラットフォームの活用
(資金力・ブランド・技術・ノウハウの提供/事業・地域の枠組みを超えた連携プロジェクト)

マテリアリティに基づくサステナビリティ
(サステナビリティチーム)

環境&安全

当社の目指すもの
低炭素・環境配慮型製品の開発
+
労働安全衛生の確保

人とコミュニティ

当社の目指すもの
多様な従業員の確保・育成
+
ステークホルダーからの信頼獲得

イノベーション

当社の目指すもの
サステナブル製品の開発
(NPSI・LCA把握)
+
化学物質管理

ガバナンス

当社の目指すもの
経営の監督
+
リスクテイクの促進

調達

当社の目指すもの
低コストで持続可能な調達
+
環境・人権リスクの抑制

成長の原動力

技術

人材

IT/DX

事業との結び付きを強化したサステナビリティ戦略の推進で、MSVに貢献

マテリアリティ (関連するSDGs)	ESGアジェンダ	ESGアクション事例
気候変動   	- 温室効果ガス排出量の削減 - リスクと機会の特定	- CO₂削減(スコープ1,2) - スコープ3の算定 - TCFDに基づく開示 - 再生可能エネルギーの活用
資源と汚染     	廃棄物・水資源使用量・環境汚染物質の管理	- 廃棄物や水に関するグローバル方針の策定 - 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)の検討
労働安全衛生   	- 保安防災(火災事故撲滅) - 死亡事故・労働災害防止	- 安全などに関する基準開発の準備 - 潜在的重大事故に関する報告体制導入を推進
ダイバーシティ&インクルージョン    	- 女性管理職比率の向上 - 従業員エンゲージメントの向上	- 取締役会と管理職のダイバーシティの推進 - 各パートナー会社にてD&Iワーキングプログラムを開始 - 人権リスクアセスメントの実施
コミュニティとともに成長     	社会貢献活動の戦略的展開	- 日本グループにて「HAPPY PAINT PROJECT」を推進 「3E」(Education/Empowerment/Engagement)を重点分野として設定
社会課題を解決するイノベーション創出    	- 異業種コラボの促進 - 社会課題解決型製品の開発 - 化学物質管理の強化	- 各パートナー会社にて、選別した製品におけるライフサイクルアセスメントを算定 - 懸念化学物質の段階的廃止計画の実行 - 社会課題解決・環境配慮型製品の開発 - オープンイノベーションの推進

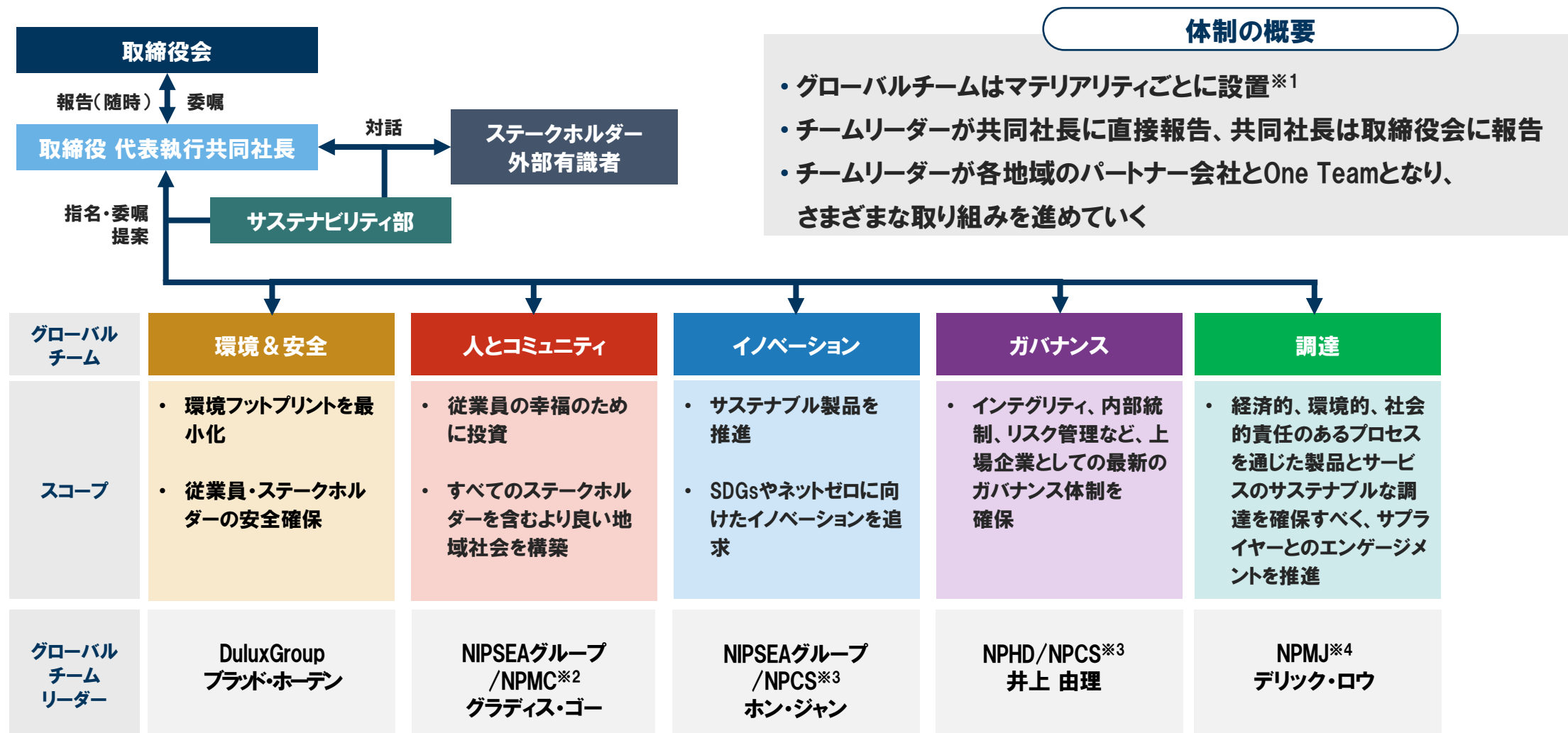
MSVへの貢献

- 低CO₂排出製品により収益拡大
- 人的資本への投資による持続的成長
- コミュニティへの投資によるブランディング強化
- 安全教育やテクノロジーの活用によるリスク抑制
- イノベーション創出による収益拡大

(例)

- ・女性メンターシッププログラムの開始
- ・建築やインテリアデザインの学生国際コンペティション「AYDA Award」開催
- ・EV電池パッケージ用の絶縁粉体塗料の拡販
- ・ELN(電子実験ノート)AIを組み合わせたイノベーションを加速
- ・次世代型船底防汚塗料「FASTAR」の拡販

自律型サステナビリティ体制



※1 ガバナンスチームでは、各マテリアリティを踏まえ、当社の先進的なガバナンスと自律性を高める最善の方向性についてさらに議論する

※2 日本ペイントマリン ※3 日本ペイントコーポレートソリューションズ ※4 日本ペイントマテリアルズ

Nippon Paint China

データ

所在地：中国、上海

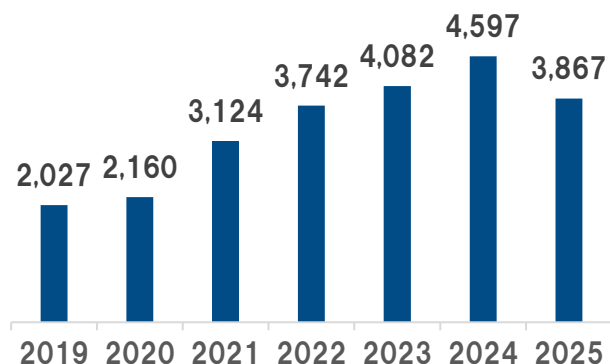
持株比率：100.0%

会社概要：

1992年の設立以来、塗料業界のリーディングカンパニーとして成長。中国の急速な経済・社会の発展とともに、中国全土で事業を着実に拡大

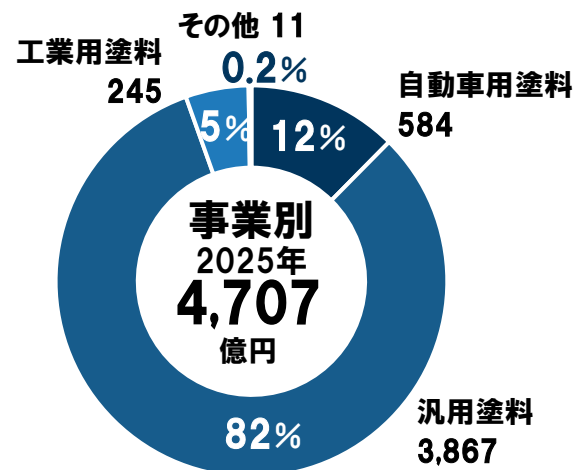
業績推移（汎用）

売上収益（億円）



※NPHD推計

売上収益 構成比



市場シェア推移※

TUC				
2021	2022	2023	2024	2025
23%	24%	25%	25%	25%

TUB				
2021	2022	2023	2024	2025
9%	8%	9%	9%	8%

SWOT分析

Strengths 強み

- ・事業グループと本社機能の合理化による組織の最適化・変革
- ・先進的な生産体制（完全自動化生産ラインなど）
- ・代理店との協力関係や高水準の販売拠点を維持し、TUCでの圧倒的な販売網を確立
- ・高い市場シェアを獲得し、ブランド力をさらに強化

Weaknesses 弱み

- ・市場や顧客ニーズに合わせて、組織体制やビジネスモデルの変革が必要
- ・技術投資を拡大し、業務効率の向上が必要
- ・インセンティブを強化し、能力の高い人材に報いるための人材マネジメント戦略の構築が必要

Opportunities 機会

- ・塗料市場の市場集中度は比較的低く、改善余地が大きい
- ・今後数年間にわたって投資規模の拡大が予想されるインフラ分野において、成長機会を発見するための詳細な市場分析
- ・消費者の消費パターンの変化（特にオンライン消費の増加）
- ・デジタル化による業務効率や組織構造、ビジネスモデルの変革

Threats 脅威

- ・競合他社製品が当社の市場シェアを奪う可能性（競合塗料メーカーの防水製品、防水製品メーカーの塗料製品など）
- ・新規住宅開発の伸び率の鈍化、不動産投機の減少など、不動産サイクルが後退局面
- ・地政学的緊張の高まりによる、川上から川下までのサプライチェーンの影響

Nippon Paint Chinaの競争優位性

組織の最適化と変革

- ・ フロント・ミドル・バックオフィスの構造を基本とし、さまざまな事業グループと本社機能の合理化・最適化を推進
- ・ IPMT(統合グループ管理チーム)とPDT(製品開発チーム)の設置により、製品ライフサイクルを通じた管理を推進



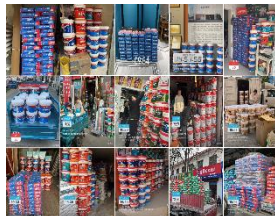
先進的な生産体制

- ・ 新工場の建設には、「スマート・マニュファクチャリング」と「インダストリー4.0(第4次産業革命)」の原則を導入。デジタル技術を駆使した環境に優しい工場を目指す
- ・ 水性塗料の完全自動化生産ラインを設置
- ・ 人的作業の大幅な削減と、生産効率の向上を推進



圧倒的な販売網(TUC)

- ・ 販売網の拡大や人材の強化、代理店との協力関係、高水準の販売拠点を継続して確保
- ・ 既存販売店の水準の向上により、サービスの均一化を図る



- 販売店舗数:約270,000店(2025年)
- CCM設置数:約22,000台(2025年)

高いブランド力

- ・ 多数のブランド賞を毎年継続的に獲得
- ・ 「立邦」ブランドの認知度・評価向上に注力

- 「中国ブランド指数(C-BPI)」で壁面用塗料が9年連続1位、木部用塗料が13年連続1位を獲得(2025年)
- Top of Mindスコア:50%/1位(2025年)



中国汎用事業は、販売チャネルの観点から「TUC」と「TUB」に分けて推進

TUC(Trade Use Consumer):BtoCビジネス

消費者向け事業、DIY事業、
代理店・販売店経由の売上、Eコマースなど

TUB(Trade Use Business):BtoBビジネス

Project顧客や主要建設会社との取引など

前年比推移(現地通貨ベース)

(%)	2019	2020					2021					2022				
	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
DIY	+2	-27	-1	+9	+21	0	+57	+35	+32	+22	+35	+28	+15	+7	-4	+12
Project	+35	-22	+32	+33	+34	+26	+110	+24	+26	+16	+29	-5	-5	-6	-22	-10

	2022	2023					2024					2025					2026	
	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
TUC	+10	+19	+15	+10	+8	+13	+15	+5	+1	+2	+6	+5	-11	+1	-5	-2	-1	-14
TUB	-14	+5	-7	-17	-1	-7	-15	-12	-16	-18	-15	-10	-19	-24	-26	-20	-5	-9

TUC: 圧倒的な販売網と積極的なプロモーションにより、No.1シェアを獲得(約25%)



積極的な広告宣伝



TUB:不動産開発会社との戦略提携により、トップシェアを獲得(約8%)

	項目				
チャネル	住宅		建物改修	社会福祉住宅	非住宅
顧客	全国TOP100 デベロッパー	地域TOP デベロッパー	総合施工業者	病院	学校
塗装ソリューション	壁面塗装システム (IDP・一体板)		床面塗装システム	断熱システム	
地域	全国的大都市		中規模都市	小規模都市	
パートナー	建設業者	デザイナー	地域代理店	プロジェクトディーラー	
ビジネスモデル	製品の販売		デザイン+製品+施工(提携)	デザイン+製品+施工(直接)	

Nippon Paint Singapore



データ

所在地 : シンガポール

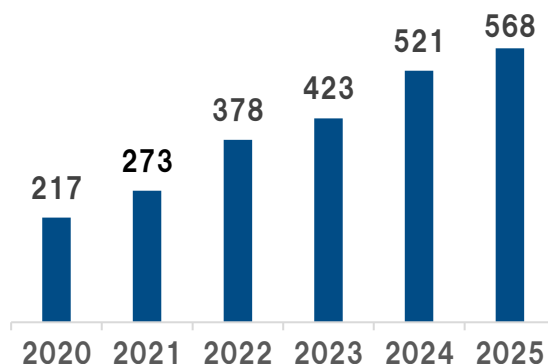
持株比率: 100.0%

会社概要:

1962年設立。シンガポールにて建築用、自動車補修用、工業用、防食用などを網羅したポートフォリオを構築。2020年には「Selleys」事業を買収し、ポートフォリオをその他周辺分野にも拡大。2018年以降、床用塗料、防水材、建材、シーリング材、防食塗料の展開を通じて、「トータル・コーティング&コンストラクション・ソリューション」への注力を強化している。

業績推移(シンガポールグループ全体)

■ 売上収益(億円)



※NPHD推計

市場シェア推移※(汎用(消費者向け))

2021	2022	2023	2024
75%	75%	75%	75%
2025			
75%			

SWOT分析

Strengths 強み

- ・71%の消費者が最初に名前を挙げる「業界トップのブランド認知度」を誇るなど、強力なブランド資産を有する
- ・確立された最大の販売網や、デザイナー・請負業者との強力な連携、塗装工との関わりを深めるエンゲージメントプログラムなどを通じて、シンガポールにおいて大規模な顧客基盤を構築
- ・建築用分野におけるマーケットリーダーとして、幅広い製品を提供
- ・製品ラインアップをフルに活用し、トータル・コーティング&コンストラクション・ソリューション事業の加速と重点的な推進

Weaknesses 弱み

- ・防食用分野では比較的歴史が浅く、市場の信頼獲得にはまだ認知度が不足
- ・グローバル経済の動向やパンデミック、競争環境など、外部要因の影響を受けやすい事業構造
- ・非塗料事業のマネジメント高度化およびトータル・コーティング&コンストラクション・ソリューション事業の成長加速が課題

Opportunities 機会

- ・市場機会を捉えて、建材、CC(建設化学品)、フロアコーティングなどに製品ポートフォリオを拡大
- ・日本ペイントグループが保有する「Selleys」事業を活用し、SAF(密封剤・接着剤・充填剤)などのその他周辺分野へ進出
- ・抗ウイルスや抗蚊など、画期的な消費者向け製品を通じて顧客基盤を拡大
- ・コーティングのトータルソリューションとして、防水やフロアコーティング、密封材などを顧客へ提供
- ・製品ポートフォリオおよび経営資源をトータル・コーティング&コンストラクション・ソリューションへ集中・強化

Threats 脅威

- ・Project市場において大手企業との価格競争
- ・競合他社の活動が増加
- ・建設市場における経験豊富な人材の不足
- ・小売市場におけるEコマースの普及により、中小競合他社の参入障壁が低下

Nippon Paint Malaysia



データ

所在地：マレーシア、セランゴール州

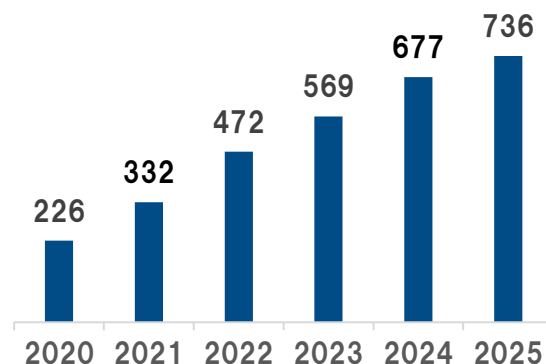
持株比率：100.0%

会社概要：

1967年設立。以降飛躍的に成長。現在ではパキスタン、バングラデシュ、フィリピン、タイ、インドネシアなどの地域におけるマーケットリーダーであり、建築用や自動車用、工業用、船舶用、住宅改修などの多分野で「トータル・コーティング・コンストラクション・ソリューション」を提供

業績推移（マレーシアグループ全体）

売上収益（億円）



※NPHD推計

市場シェア推移※（建築用）

2021	2022	2023	2024
39%	40%	41%	42%
2025			
43%			

SWOT分析

Strengths 強み

- 高い認知度と広範な流通網を備えた塗料業界のリーディングブランド
- 防水、ドライミックス、床材、ツール、アクセサリなど、素地から仕上げに至る総合的に互換性のあるソリューション提供
- 「NIPPON PAINT」ブランドへのロイヤリティ向上に貢献する顧客サービスを重視

Opportunities 機会

- 総合的なソリューションへの高まる顧客ニーズに応える体制を確保（主要なコミュニケーションとして、トータル・コーティング・コンストラクション・ソリューション）
- 競合他社との差別化に向けた顧客重視プログラムの促進により、市場機会を拡大
- CSR 活動を通じてブランドメッセージを発信し、強力な企業ブランドを構築
- ステークホルダーや事業を管理する社内デジタルアプリ[CONNECT PLATFORM]の活用を通じた効率性の向上

Weaknesses 弱み

- 生産リードタイムの長期化、グローバル市場の変化、世界経済情勢などの要因がビジネスに影響。既に事業成長を促進するためのプロセス最適化や戦略見直しに着手
- 市場占有率の高いリーダーとして、特定のディーラーに対しより高い利益率を提供することは、パートナー関係の観点から困難。全てのディーラーに一貫したサポート、トレーニング、マーケティング資源を提供し、高パフォーマンスのパートナー向けには代替インセンティブプログラムも検討

Threats 脅威

- 世界情勢の変化が、消費者の行動や購買活動に影響を与えており、付加価値の高い製品が求められる
- 中国建設業者の海外進出に伴う中国系企業の参入増加による競争激化

PT Nipsea Paint and Chemicals



データ

所在地：インドネシア、ジャカルタ

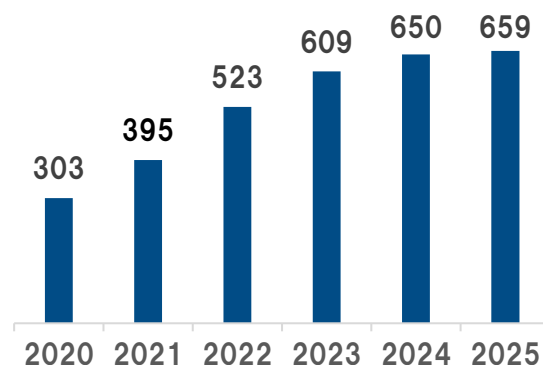
持株比率：100.0%

会社概要：

2021年買収。自動車用分野で圧倒的な存在感を誇り、建築用分野でも市場をリードし、50年以上にわたってインドネシアの消費者に愛され続けている。7,000人以上の従業員を擁し、販売網は全国70カ所に及ぶ

業績推移

■売上収益(億円)



※NPHD推計

市場シェア推移※（建築用）

2021	2022	2023	2024
17%	18%	19%	19%
2025			
20%			

SWOT分析

Strengths 強み

- ・3つの生産拠点と全土を網羅する70の販売拠点を有し、汎用・自動車用・二輪車用市場において圧倒的な地位を確立
- ・日本の伝統と1969年以来インドネシアで長い歴史を持つ信頼のブランド
- ・高い認知度を誇り市場をけん引する汎用塗料ブランドを確立、コンピュータ調色システム(CCM)の国内最大供給網を保有
- ・グローバル自動車OEMメーカーとの協業で培った強いサポート体制

Weaknesses 弱み

- ・原材料価格の高騰など外部環境の影響を受ける。ただし、影響を軽減するべく、徹底したコスト最適化や合理化策を実施
- ・ローカル塗料市場での激しい競争により価格調整の余地が限られ、収益性確保のため継続的な効率改善が求められる

Opportunities 機会

- ・インドネシア市場のさらなる成長により、プレミアム製品や環境配慮型製品の需要拡大が見込まれる
- ・製品やサービスを拡充するべく、塗装用付属品やツール、SAF(密封剤・接着剤・充填剤)、防水分野などにも進出
- ・倉庫や営業所、取引先の拡充により、第2級・第3級都市の販売網をさらに強化

Threats 脅威

- ・貿易戦争の激化に伴う不確実性の高まりにより、全ての経済分野への悪影響、海外からの投資の減少、インフラ整備の遅れ
- ・大手競合企業や新規参入企業との激しい競争による価格低下圧力

Betek Boya



データ

所在地 :トルコ、イスタンブール

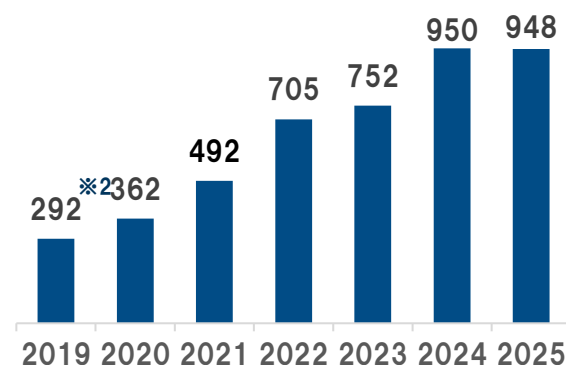
持株比率:99.6%

会社概要:

2019年買収。トルコを代表する塗料・ETICS メーカー。プレミアムブランドから低価格帯まで複数のブランドを展開。トルコの装飾用塗料分野における長年のリーダー企業であり、売上高・生産量・総合パフォーマンスを基準に同国の主要製造業500社をランキングする「Turkiye's Top 500 Industrial Enterprises(ISO 500)」において、塗料ブランドとして毎年最上位にランクインしている。年間塗料生産能力35万トン、断熱材3,000万㎡の生産能力を有し、トルコにおける業界リーディングカンパニーとしての地位を確立している。

業績推移

■売上収益(億円)



市場シェア推移※1 (建築用)

2021	2022	2023	2024
34%	34%	35%	35%
2025			
36%			

※1 NPHD推計 ※2 2019年業績は、当該プロフォーマ値

SWOT分析

Strengths 強み

- ・「顧客中心」を事業の根幹に据え、多様な顧客ニーズへ即応するトルコのリーディングカンパニー
- ・事業成長や環境変化への適応力、イノベーションを加速させる幅広いマルチブランド戦略や製品ポートフォリオ、広範な分野での協業
- ・市場でリーダーシップを発揮し、消費者から高い認知度を獲得するための「戦略的マーケティング」「消費者エンゲージメント」への継続的な投資

Weaknesses 弱み

- ・他の企業と同様に、経済状況や需要の変化、原材料価格の変動、貿易戦争の激化に伴う不確実性の高まりなどの外的影響を受ける。ただし、これらの影響を戦略的に緩和し、着実な成長やイノベーションを継続

Opportunities 機会

- ・ETICSに関する規制変更の発表により、2026年までにトルコの温暖な31の南部都市において新市場創出の見込み
- ・画期的な革新製品を活用し、Project市場におけるポジションを強化(強みと伝統的な消費者チャネルでのリーダーシップを活用し、Project市場においてシェアを向上)

Threats 脅威

- ・経済状況と購買力の低下は、経済や中価格帯セグメントにおける需要の急激な縮小を誘発
- ・競争による価格圧力により、利益率を脅かす中価格帯・高価格帯セグメントの増加
- ・強力な多国籍企業との競争

DuluxGroup

データ

所在地：豪州、メルボルン

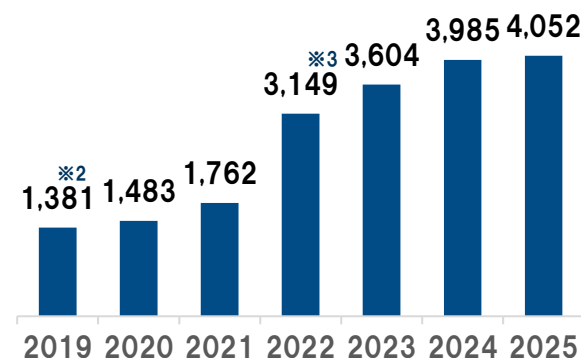
持株比率：100.0%

会社概要：

2019年買収。豪州やニュージーランドにおいて、塗料、密封剤、接着剤、その他の住宅リフォーム製品を手掛けるマーケットリーダー。パプアニューギニアにおいても装飾用塗料分野で高い市場ポジションを有するほか、近年のCromologyおよびJUBの買収を通じて欧州における建築用塗料事業を拡大。さらに、イタリアのNPTへの投資を通じて、欧州における密封剤・接着剤分野でのプレゼンスを強化している。

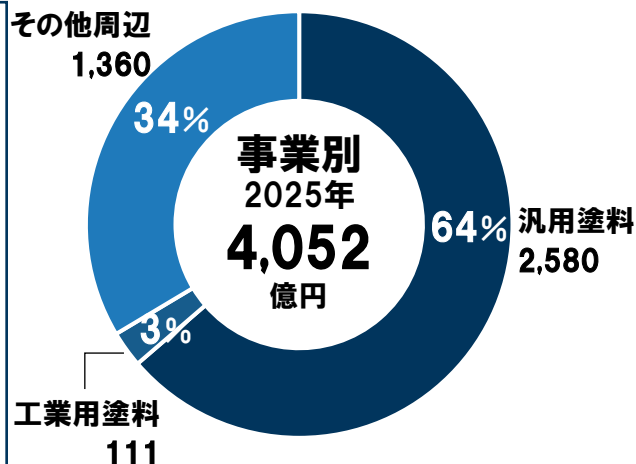
業績推移

売上収益(億円)



※1 NPHD推計(数量ベース) ※2 2019年業績は、当該プロフォーマ値 ※3 2022年以降はCromology社、JUB社の業績を含む

売上収益 構成比



市場シェア推移※1 (豪州建築用)

2021	2022	2023	2024
50%	50%	50%	50%
2025			
50%			

SWOT分析

Strengths 強み

- ・ 安定的かつ回復力のある市場におけるリーディング・ポジション
- ・ 消費者の特性を理解し、マーケティングやイノベーションへの継続的な投資によって構築したリーディング・ブランド
- ・ 営業力やサプライチェーン力に基づく顧客重視の姿勢

Weaknesses 弱み

- ・ 他のビジネスと同様、原材料価格の変動など経済環境の変化による影響(当社は、この影響を可能な限り軽減するため、慎重にビジネスを組み立て、事業やエンドマーケットを選択。逆境でも力強く利益成長を遂げてきた優れた実績がある)

Opportunities 機会

- ・ Eコマースなどのデジタルプラットフォームやダイレクトマーケティングを活用した顧客エンゲージメントの向上
- ・ CromologyやJUB、密封剤・接着剤を手掛けるNPT合併事業を通じて、欧州の成長を促進
- ・ 「Selleys」ブランドの接着剤や密封剤、充填剤により、アジア・欧米DIY市場における日本ペイントグループの地位を高めることに貢献

Threats 脅威

- ・ 中核となる豪州やニュージーランド市場は、相対的に成熟市場であり成長率が低い。短期的には生活コストの消費者に与える影響や、エネルギーコストの上昇、一般経済の不確実性により、制約を受ける可能性
- ・ 多国籍企業との競争

Dunn-Edwards



データ

所在地 : 米国、カリフォルニア州

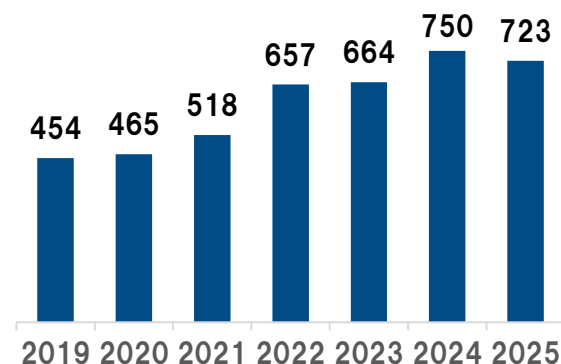
持株比率: 100.0%

会社概要:

2017年買収。1925年の創業以来、米国南西部を代表する塗料サプライヤーとして、塗料、雑貨、機器などの充実した製品ラインアップを提供。カリフォルニア市場で推定13%、他周辺地域で10～20%のシェアを誇る

業績推移 (汎用)

■ 売上収益(億円)



※NPHD推計

市場シェア推移※ (建築用)

2019	2020	2021	2022
2.4%	2.4%	2.5%	2.5%
2023	2024	2025	
2.5%	2.5%	2.5%	

SWOT分析

Strengths 強み

- 優れた顧客サービスの提供に向けて戦略的に配置された店舗網と高度な訓練を受けた人材
- 高品質で革新的な製品の多様なポートフォリオにより、競合他社に対して有意義で測定可能なパフォーマンス上の優位性を提供

Weaknesses 弱み

- 100年以上にわたってプロ向け塗料業界へのサービス提供に注力してきたものの、ナショナルブランドによる継続的な攻勢と人口構成の変化が顧客の嗜好へ影響を与え得る。当社としては、さらなる売上成長を図るため、販売チャネルや新市場の開拓など積極的な措置を講じ、顧客行動に変化を与えている

Opportunities 機会

- 米国南西部、特に北カリフォルニアにおけるプロの塗装請負業者との関係強化
- プロフェッショナルと消費者の両方に対して売上成長を促進するオムニチャネル・Eコマース・ソリューションを開発
- 販売チャネルや製品の拡販施策を通じて、米国における日本ペイントグループの認知度を向上

Threats 脅威

- ナショナルブランドによる大規模なマーケティングや販促活動が顧客のブランド選好に影響

日本ペイント・オートモーティブ コーティングス株式会社(NPAC)



データ

所在地：日本、大阪府

持株比率：100.0%

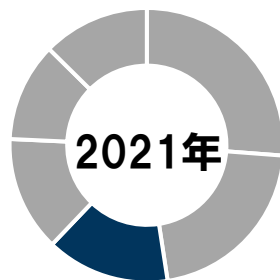
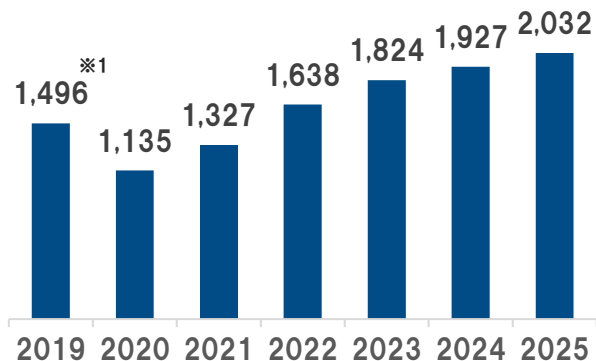
会社概要：

前処理、電着、中塗、ベース・クリアー塗料という自動車ボディ用塗料から、バンパーや内装部品などのプラスチック部品用塗料まで、全てを一社で一貫して提供。近年ニーズが高まりつつある加飾フィルムにも力を入れている、世界屈指の自動車用塗料メーカー

自動車用 業績推移

市場シェア※2

■売上収益(億円)



グローバル
No. 3

日本 No. 2
中国 No. 3
アジア No. 2
北米 No. 4

※1 非継続事業を含む
※2 NPHD推計

SWOT分析

Strengths 強み

- ・世界の自動車用塗料大手の一角としての事業基盤
- ・自動車ボディから内外装プラスチック部品まで、自動車に関わる全てのコーティングを一貫して提供する総合力
- ・アジアを中心に世界中に広がる拠点網を活用した顧客サポート体制

Weaknesses 弱み

- ・欧米における競争力が低位(欧州は事業再編、米国では新生産拠点建設により強化中)

Opportunities 機会

- ・新興国を中心に、今後も大きな自動車産業成長が期待できる
- ・各国での環境規制強化に伴う環境配慮型製品や塗装代替技術ニーズの高まり
- ・「CASE」などの新領域で事業拡大の機会多数

Threats 脅威

- ・塗装代替工法の出現によって既存ビジネスの減少
- ・原材料市況変動による業績への影響

日本ペイント株式会社(NPTU)



データ

所在地：日本、東京都
持株比率：100.0%

会社概要：

住宅やビル、マンションなどの建築用塗料、橋梁やプラントなどの大型構造物用塗料、自動車の補修塗装向け塗料の製造・販売を手掛ける。国内No.1の販売ネットワークを通じて、卓越した塗料の意匠性とコーティング技術を提供。国内汎用塗料市場においてトップシェアを誇る

SWOT分析

Strengths 強み

- ・国内汎用市場でのトップシェア
- ・トップシェアを支える強固な販売網と歴史
- ・総合塗料メーカーとしての幅広い製品（建設、重防食、自動車補修、家庭用など）

Weaknesses 弱み

- ・国内市場成熟による各事業セグメントの市場成長鈍化

Opportunities 機会

- ・人口減少や労働力不足に伴う超高耐久・省工程塗料ニーズの高まり
- ・労働力不足に対応したDXニーズの高まり
- ・環境対応ニーズの高まり

Threats 脅威

- ・人口減少や労働力不足を背景とする国内市場の伸び悩み
- ・原材料価格や物流費の高騰

日本ペイント・インダストリアルコーティングス株式会社(NPIU)



データ

所在地：日本、東京都
持株比率：100.0%

会社概要：

自動車用塗料を除く工業用塗料事業領域全般を担う専門会社。建築資材、住宅外装材、家電、オフィス家具、建設・農業機械、鉄道車両など幅広い工業製品の塗料やファインケミカル分野での機能性材料の製造・販売、および塗装用の設備設計・機器の販売を手掛ける

SWOT分析

Strengths 強み

- ・国内工業用塗料市場においてトップシェア
- ・多様な事業セグメントを幅広く保有しており、市場の成長、機会に合わせて事業の新陳代謝を図るポートフォリオ経営が可能

Weaknesses 弱み

- ・国内市場の成熟化に伴う既存事業セグメントの成長鈍化

Opportunities 機会

- ・環境対応や生産性向上ニーズを取り込んだ高付加価値な製品開発
- ・次世代移動サービス(MaaS)、EV化などの社会変化に伴う新市場創造

Threats 脅威

- ・原材料価格、運賃、労務費の高騰
- ・輸出品の海外現地化

日本ペイント・サーフケミカルズ 株式会社(NPSU)



データ

所在地：日本、東京都
持株比率：100.0%

会社概要：

自動車や一般工業製品、鉄鋼、飲料缶などに使用される塗装下地皮膜と、親水化処理剤に代表される超薄膜で高機能を付加する機能性コーティングを提供する。日中韓の3極R&D体制や産学連携で創出した技術を、アジアを中心としてグローバルに展開

SWOT分析

Strengths 強み

- ・ 塗料技術とセットでの製品開発による高い顧客ニーズ対応力
- ・ 日中韓の3極R&D体制や産学連携で創出した差別化技術
- ・ グローバル顧客に対する塗料とのワンストップ製品供給

Weaknesses 弱み

- ・ 地域影響を受けやすい原材料の購入比率が高く、原材料費の安定化に課題

Opportunities 機会

- ・ 自動車をはじめとした各事業領域での環境対応、工程革新ニーズの高まり
- ・ アジア地域をはじめとした海外市場の成長による表面処理需要の増加

Threats 脅威

- ・ 国内市場の縮小
- ・ 顧客の技術革新に伴う競合の新規参入

日本ペイントマリン株式会社(NPMC)



データ

所在地：日本、大阪府

持株比率：100.0%

会社概要：

NPMCは145年にわたり、船舶用塗料の革新をリードし、40カ国以上のお客様にサービスを提供。当社の防汚・保護システムは、主要な商業船舶分野において、世界中で4万隻以上の船舶に採用されている。強固なグローバル供給・サービスネットワークにより、地域を問わず信頼性の高いソリューションを提供している。高度な研究開発と豊富な海洋分野における専門知識を活かし、単なる塗料にとどまらず、船舶のライフサイクル全体を通して、船舶の性能、運航効率、そして持続可能性をサポート。データに基づいた洞察と技術サポートを通じて、船主の燃料消費量、排出量、運航コストの削減を支援し、資産価値の最大化に貢献している。

SWOT分析

Strengths 強み

- ・ 強力な独自技術および特許技術により、NPMCは超低摩擦防汚システムおよび自己研磨型塗料(SPC)の分野で業界をリードしており、市場で唯一の殺生物剤不使用のSPCであるAQUATERRASもその一つ。これらの技術は、船体表面の滑らかさを向上させ、燃費効率を高め、CII性能をサポートし、排出ガスを削減することで、船主に対し運用面と環境面での両方のメリットを提供している
- ・ 日本ペイントグループが持つグローバル供給・技術サービスネットワークにより、世界中の船主や造船所に信頼性の高いサービスを提供する。

Weaknesses 弱み

- ・ 材料集約型の塗料事業に内在する原材料価格の変動に対する収益への影響あり
- ・ グローバル企業間の激しい競争が、価格と技術の両面で激しい競争を引き起こしている

Opportunities 機会

- ・ 新造船建造計画とドックメンテナンスサイクルからの継続的な需要が、長期的な塗料需要を支えている。
- ・ 脱炭素化、燃費効率、ESGコンプライアンスに対する業界の注目度の高まりが、高度な防汚技術や低摩擦船体コーティング技術の採用を促進している

Threats 脅威

- ・ 殺生物剤の制限や付着物管理要件などによる環境規制強化により、コンプライアンスの複雑さと開発コストが増大している
- ・ 船舶の運航スケジュールの不規則性、ドック修繕の遅延といった運用上の不確実性が、塗装需要のタイミングに影響を与えている

塗料及びその他周辺分野において強いブランドを数多く保有

日本
ペイント

塗料

日本ペイント



PROTECTON

Dunn-
Edwards

塗料

Dunn-Edwards



NIPSEA

Paint & Coatings

NIPPON PAINT



NIPSEA CHEMICAL



立邦



CRF



SUPE



臻捕材



雅士利漆



Acratex



Paint & Coatings

BK&NP



Alina Group



Bollig & Kemper



SELLEYS



V-tech



Alina Group



CMI

Betek
Boya

Paint & Coatings

BETEK



NIPPON PAINT



FILLI BOYA



FAWORI



ETICS

FAWORI



DALMACYALI

Dulux
Group

塗料(太平洋)

Dulux



塗料(欧州)

Cromology



JUB Group



SAF

SELLEYS



PARCHEM



※Licensed brand

その他リフォーム

YATES



B&D GROUP



LINCOLN SENTRY



※Distributed brand

2

事業環境

写真:シンガポール／ REFLECTIONS AT KEPPEL BAY



人々の身近な生活を支える社会基盤(インフラ)を“保護”

美観



建造物(ビル・スタジアムなど)

耐火塗料でデザイン性を保ちながら、
火災時にビルを守る

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、抗ウィルス・抗菌・防カビなどの機能で人々を守る

機能



自動車

0.1ミリの塗料で美しい色つやを表現し、
紫外線劣化やサビ、キズから車体を守る



自動販売機

表面に塗られた粉体塗料は、大気汚染の原因物質の一つとされる揮発性有機化合物(VOC)を
100%削減し、環境へ貢献



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

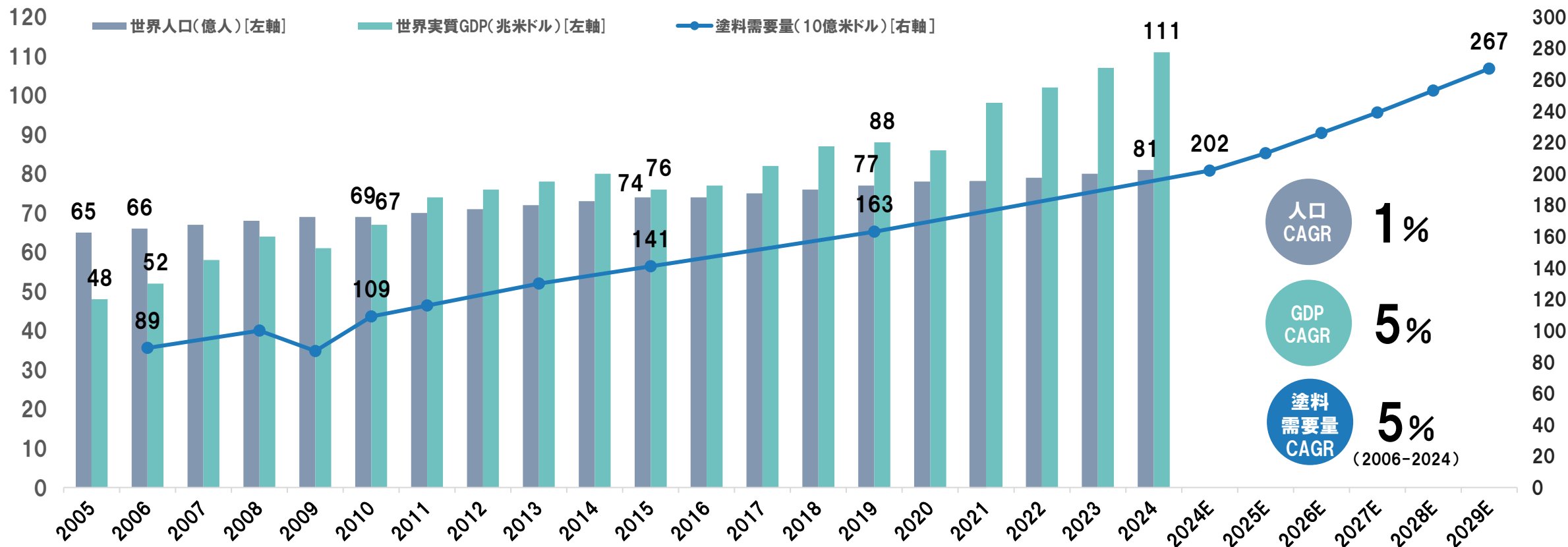


道路

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

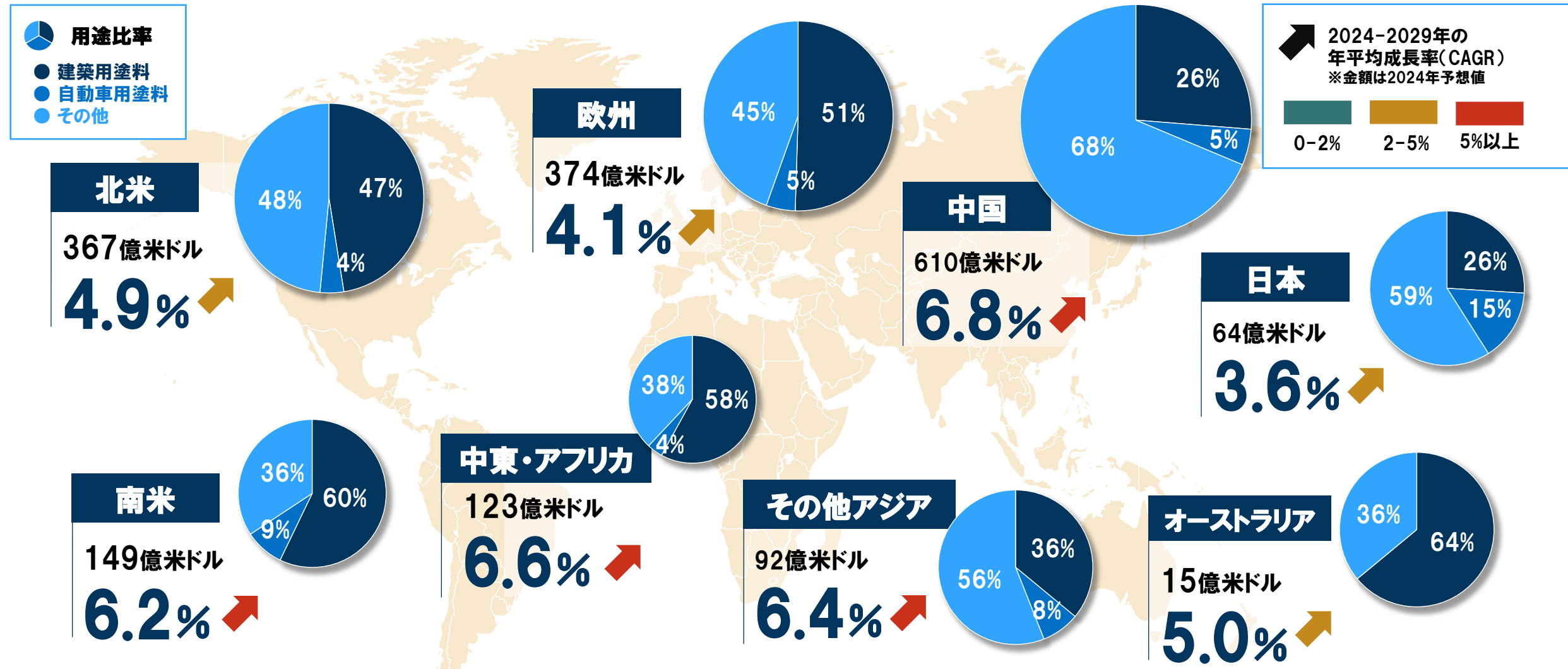
人口・GDP成長に比例しながら成長する世界の塗料市場

人口・GDP・塗料需要量



- ・グローバルの塗料市場は成長産業。人口や1人当たりGDPの増加などに伴い塗料需要は増加
- ・一般的な化学産業のように変動が激しくなく、安定成長が見込まれる

販売数量の増加に加え価格上昇が見込まれ、各地域で中長期にわたる持続的な成長が期待



塗料と同様に、建築需要に伴う市場成長が見込まれる巨大市場



グローバル
市場規模
600億米ドル※1

SAF(密封剤・接着剤・充填剤)



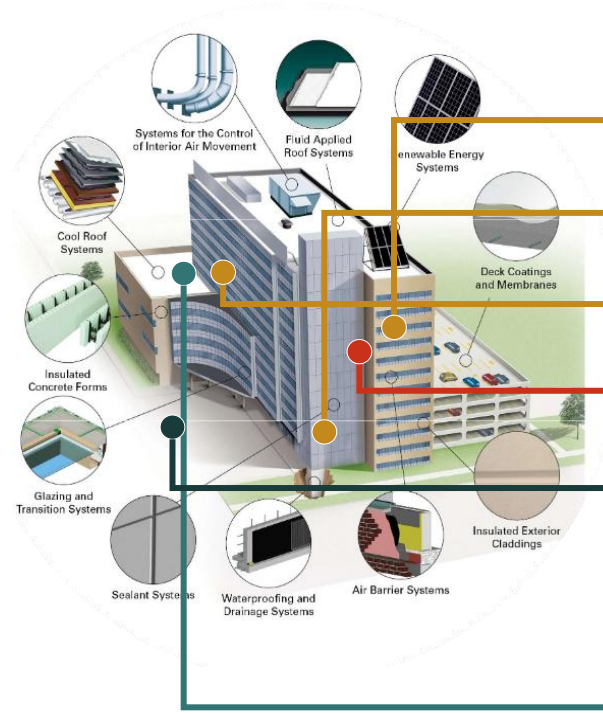
グローバル
市場規模
715億米ドル※2

CC(建設化学品)



欧州市場規模
3,500百万ユーロ※3

ETICS(断熱材)

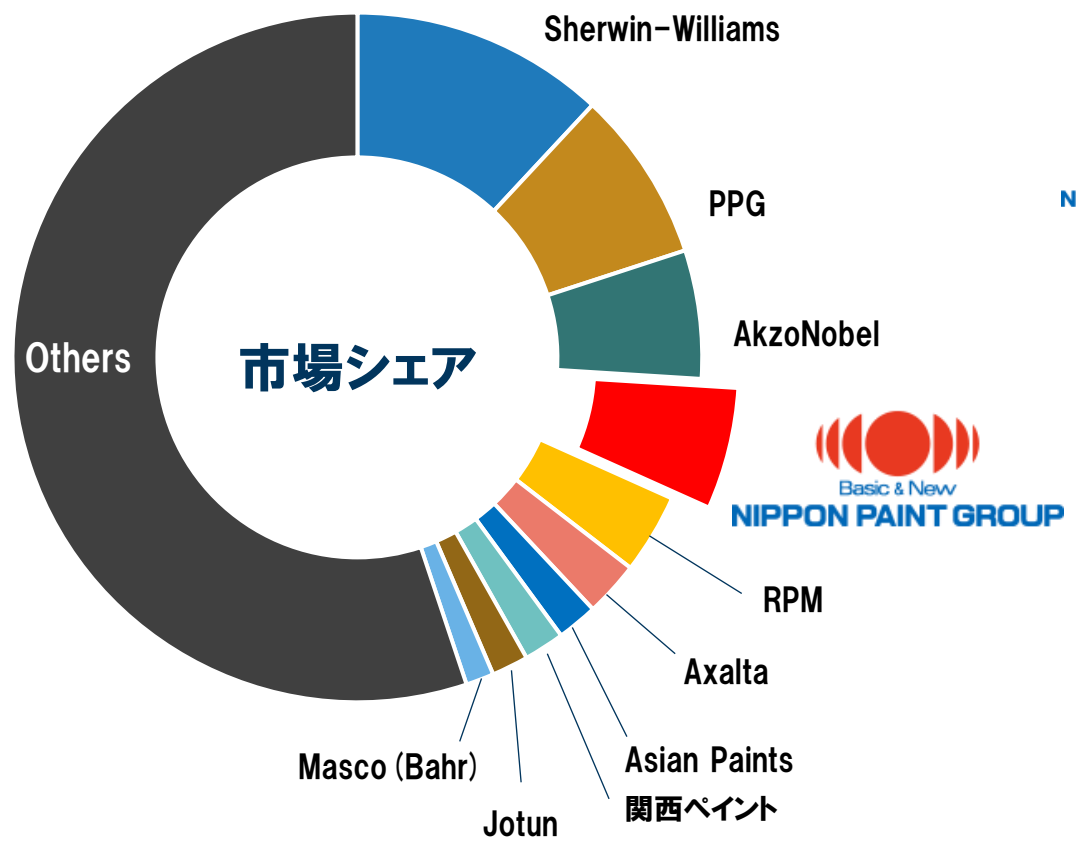


コンクリート補修 + 性能向上	耐摩耗補修材
	混和剤
	表面補修材
	グラウト材・ 補修材
接着剤	SAF
シーリング材	
フィラー材	
耐水被膜	
床用塗料	塗料
コンクリート 保護塗料	
建築用塗料	

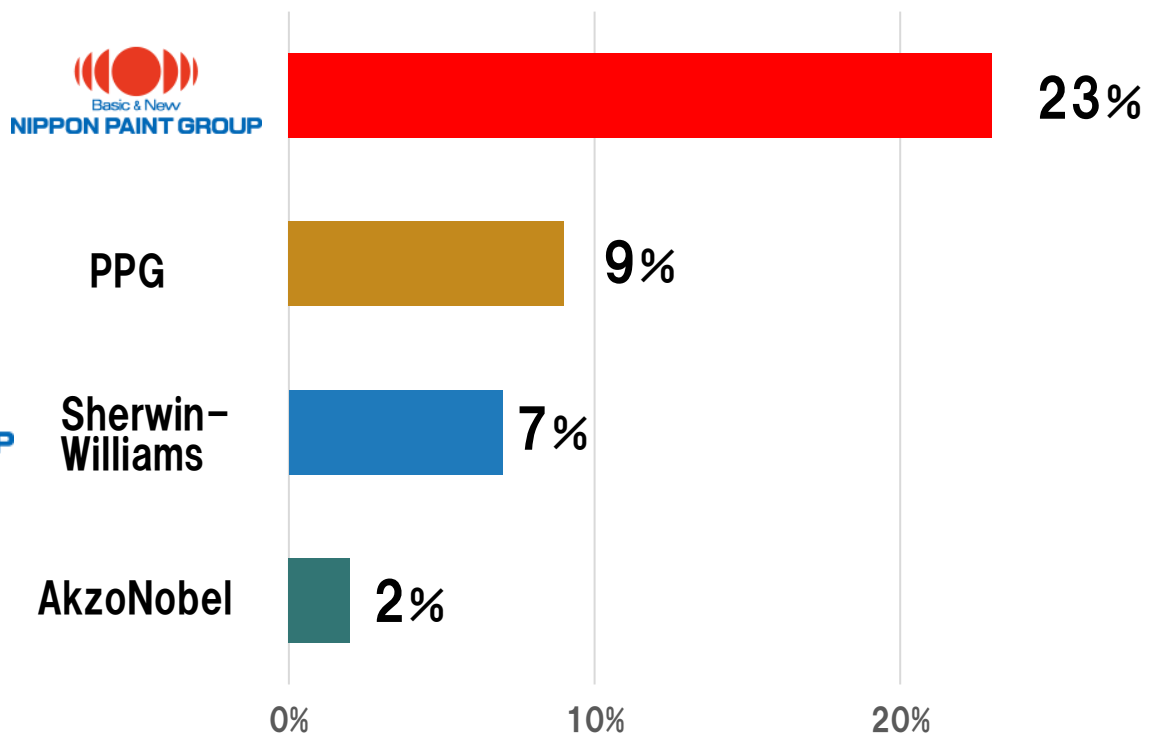


※1 出典: Fortune Business Insights ※2 出典: ReportLinker ※3 出典: European Commission Paper

上位企業にて約半数のシェアを保有。当社はアジア1位・世界4位の規模



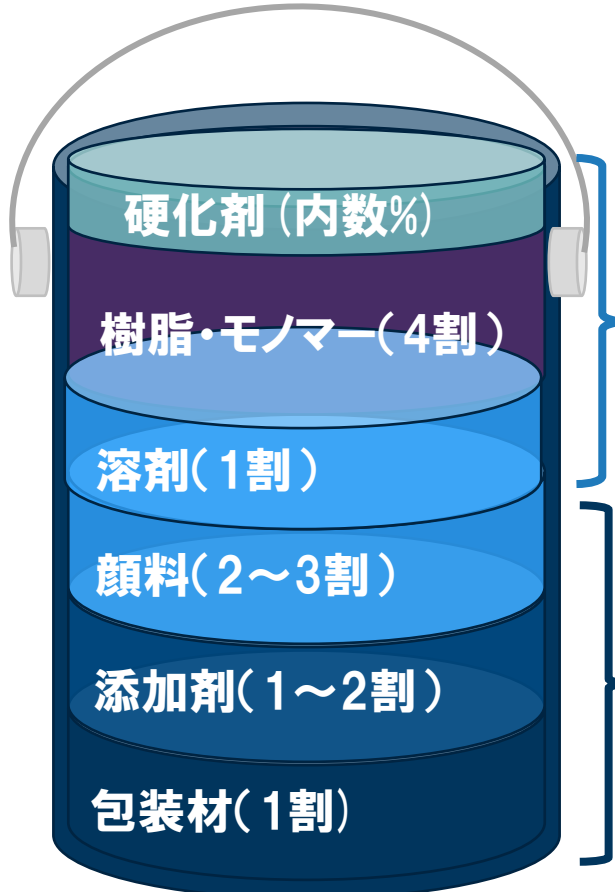
EPS年平均成長率(直近6年間: 2020-2025)※



出典: 当社推計(売上ベース)

※グローバル塗料メーカー売上上位4社での比較。調整前1株当たり純利益(会社発表値)より、当社集計

- ・塗料の原材料は、石油・ナフサ由来の有機化合物や鉱物由来の無機化合物から生成
- ・多くの原材料はナフサに由来するが、特に樹脂・溶剤は価格連動度・即時性が高い

		主な役割	主な原材料
	樹脂・モノマー	塗膜の骨格を作る役割を担う。アクリル、ウレタン、シリコン樹脂などさまざまな種類があり、特に樹脂の種類によって長持ちする度合い(耐久性)が違うことが大きな特徴	・ ナフサ ・ 植物油
	硬化剤	塗装した塗料を化学反応により架橋し、強固な膜とする機能を担う。乾燥により塗膜形成し、硬化剤を含まない塗料もある	・ ナフサ ・ 塩素
	溶剤	樹脂を溶かしたり薄めたりする液体。水性塗料では溶剤の使用量が少なく環境に配慮した設計となっている	・ 石油留分※ ・ ナフサ
	顔料	塗膜の色彩や意匠を作る役割を担う酸化チタン、着色顔料、アルミ顔料や、塗膜の増量や補強を目的に配合される体質顔料も存在する	・ 石油留分※(カーボンブラック) ・ ナフサ(有機顔料) ・ チタン/鉄鉱石(無機顔料) ・ アルミ ・ その他鉱石(炭酸カルシウムなど)
	添加剤	塗装性や塗膜性能を向上させる役割を担う。添加剤には沈降防止剤、たれ防止剤、消泡剤などさまざまな種類が存在。添加剤の選択や組み合わせにより塗装性や塗料性能を決定する	・ ナフサ ・ 植物油/鉱物油/鉱物 ・ シリコン(鉱石から)
	包装材	石油缶やコンテナ、ドラムなどの塗料を包装する役割を持つ	・ 主に鉄素材

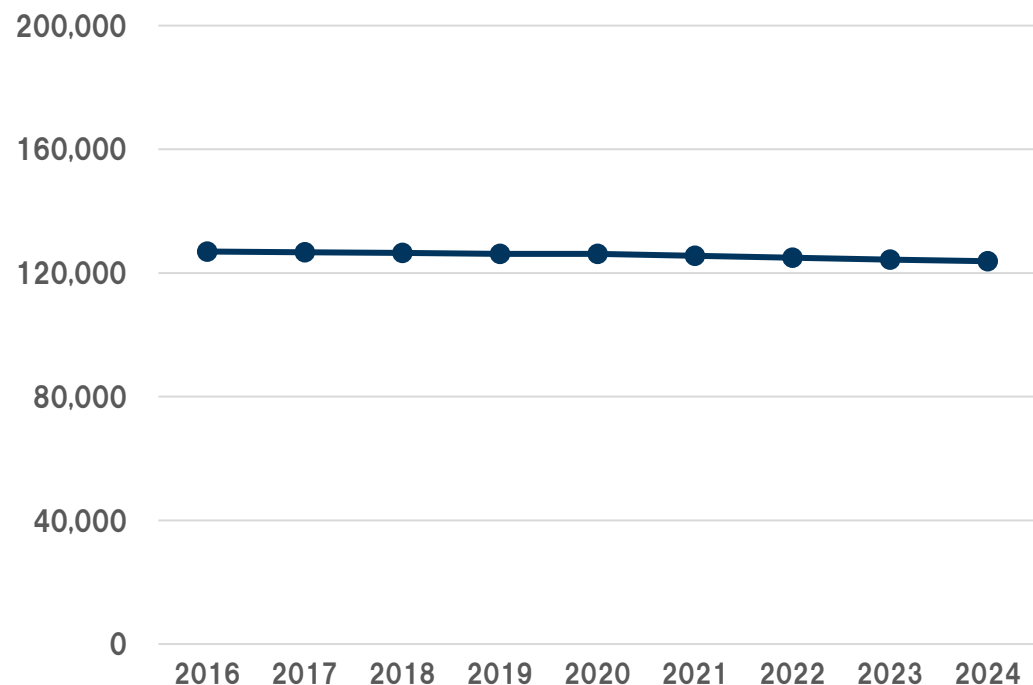
※石油留分：石油を蒸留した際に得られる各成分(ナフサ・ガソリン・灯油・軽油など)

日本 人口

年推移(2016－2024年)

(単位:1,000人)

出典:総務省統計局



日本

塗料販売数量
新築住宅着工戸数

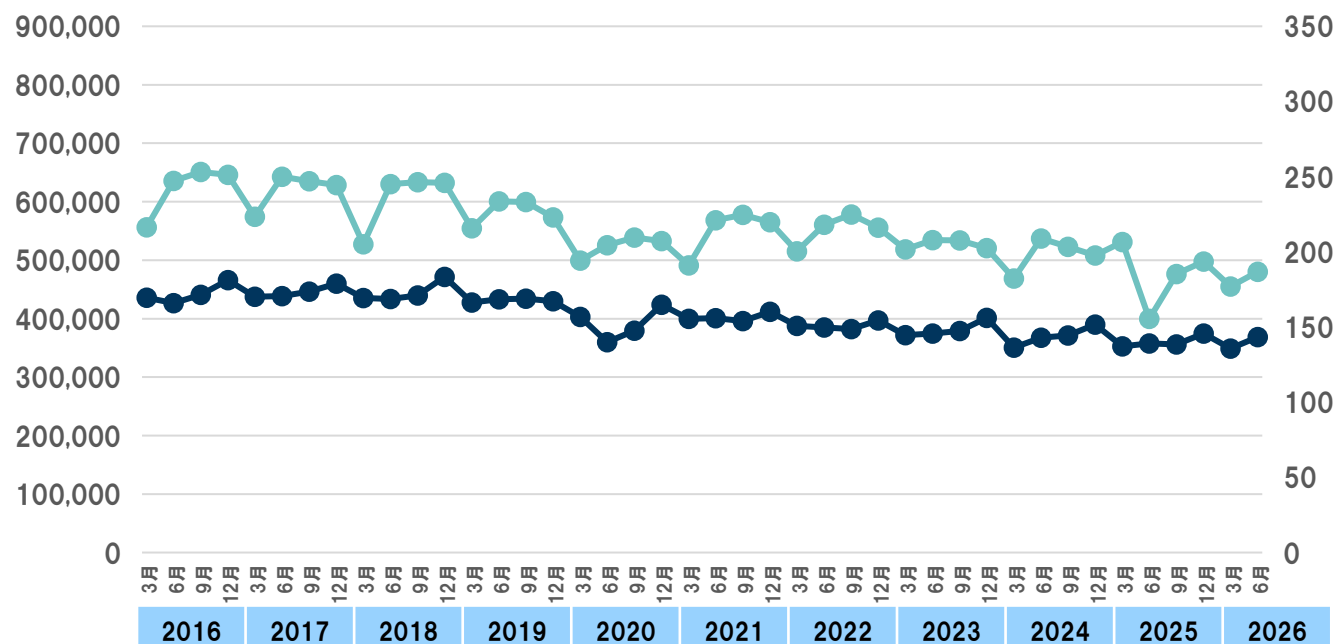
四半期推移(2016－2026年 Q2)

塗料販売数量:左軸(出典:日本塗料工業会)

新築住宅着工戸数:右軸(出典:国土交通省)

(単位:1トン)

(単位:1,000戸)



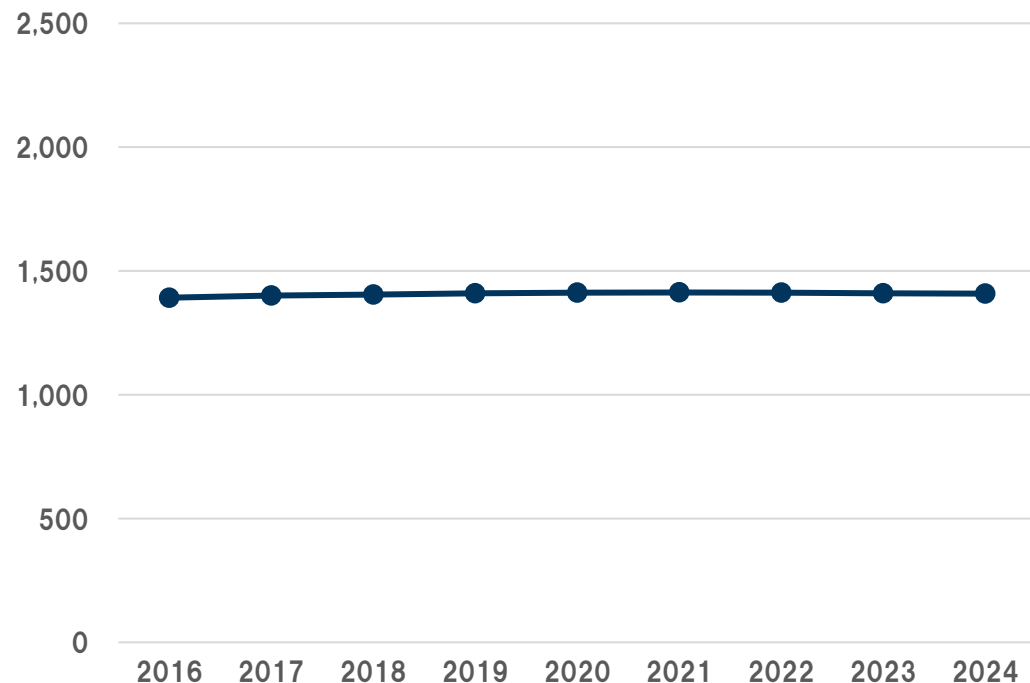
- ・少子高齢化を背景として緩やかに人口減少が進行
- ・塗料販売数量や新築住宅着工戸数はほぼ横ばいで推移

中国 人口

年推移(2016－2024年)

(単位:100万人)

出典:中国国家统计局



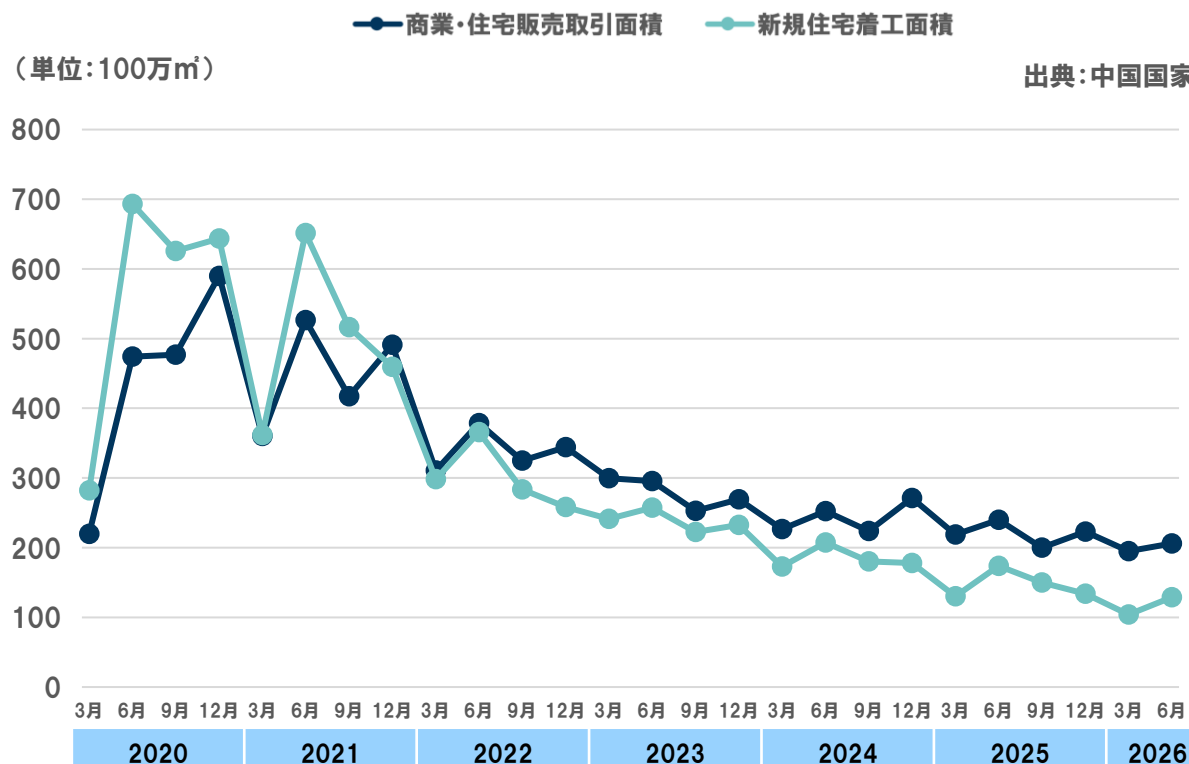
中国

商業・住宅販売取引面積
新規住宅着工面積

四半期推移(2020－2026年 Q2)

(単位:100万㎡)

出典:中国国家统计局



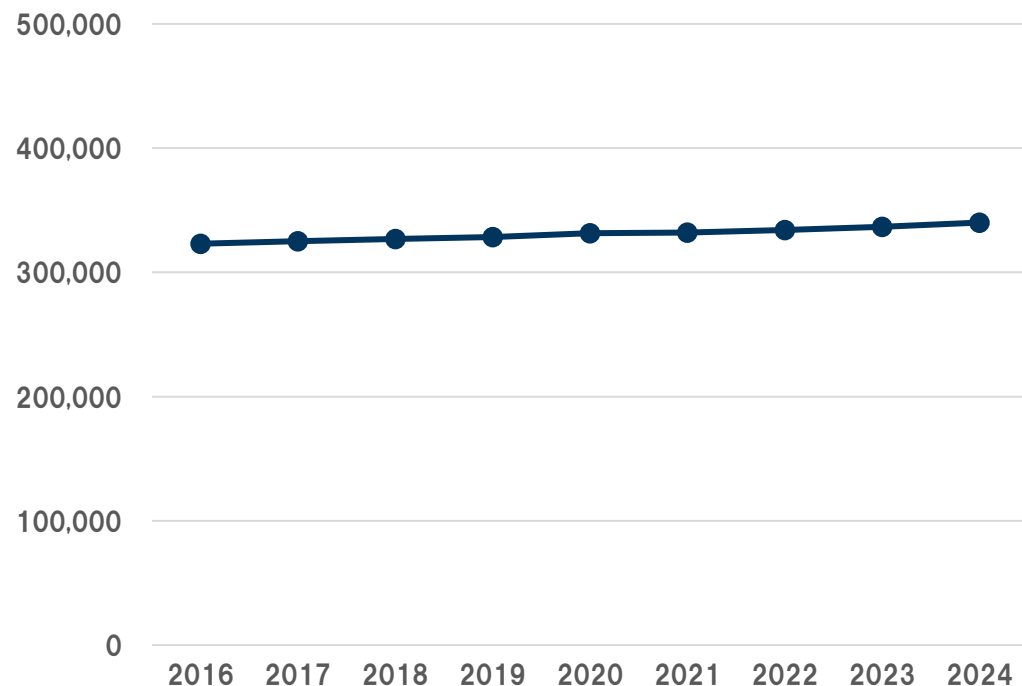
- ・中国人口はほぼ横ばいで推移
- ・2022年以降、中国の不動産市場は低調
- ・市場成長の安定化、不動産セクターや経済全体に対する信頼獲得に向けて、中国政府はさまざまな施策を導入

米国 人口

年推移(2016－2024年)

(単位:1,000人)

出典:米国情勢調査局



米国

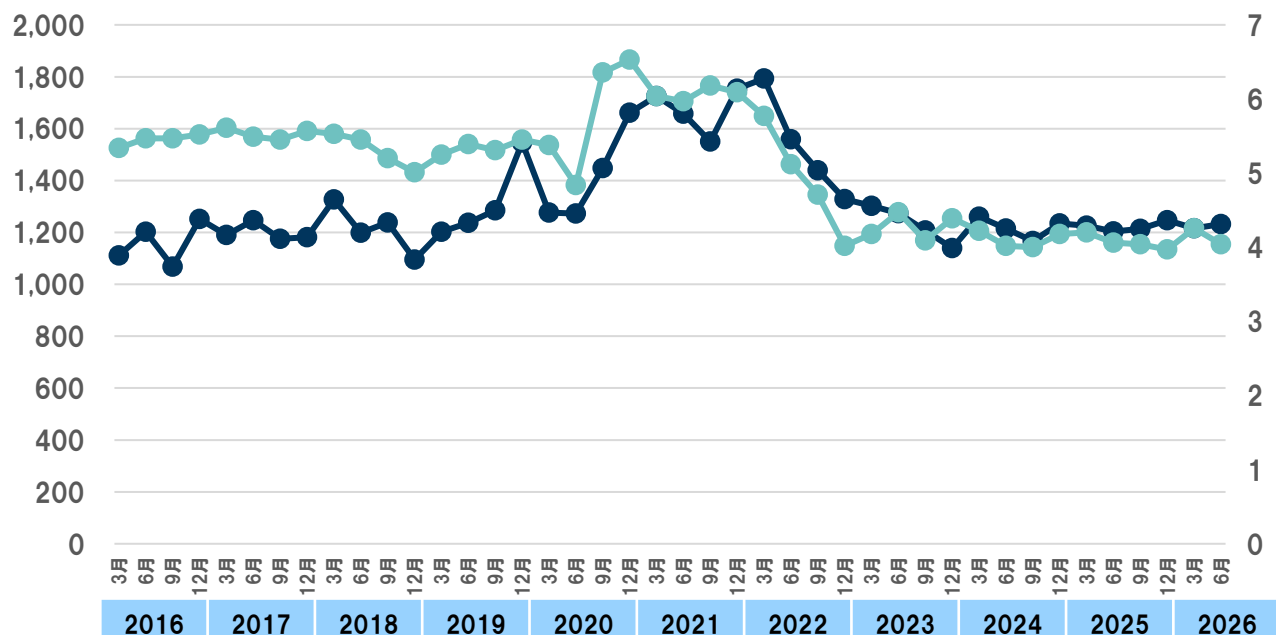
新築住宅着工戸数 中古住宅件数

月次推移(2016－2026年 Q2)

●新築住宅着工戸数:左軸(出典:米国情勢調査局) ●中古住宅件数:右軸(出典:全米不動産業者協会)

(単位:1,000戸)

(単位:100万戸)



- ・移民政策などを背景として人口の増加が継続
- ・高金利の影響を受け、住宅セクターや関連産業の成長は軟化傾向

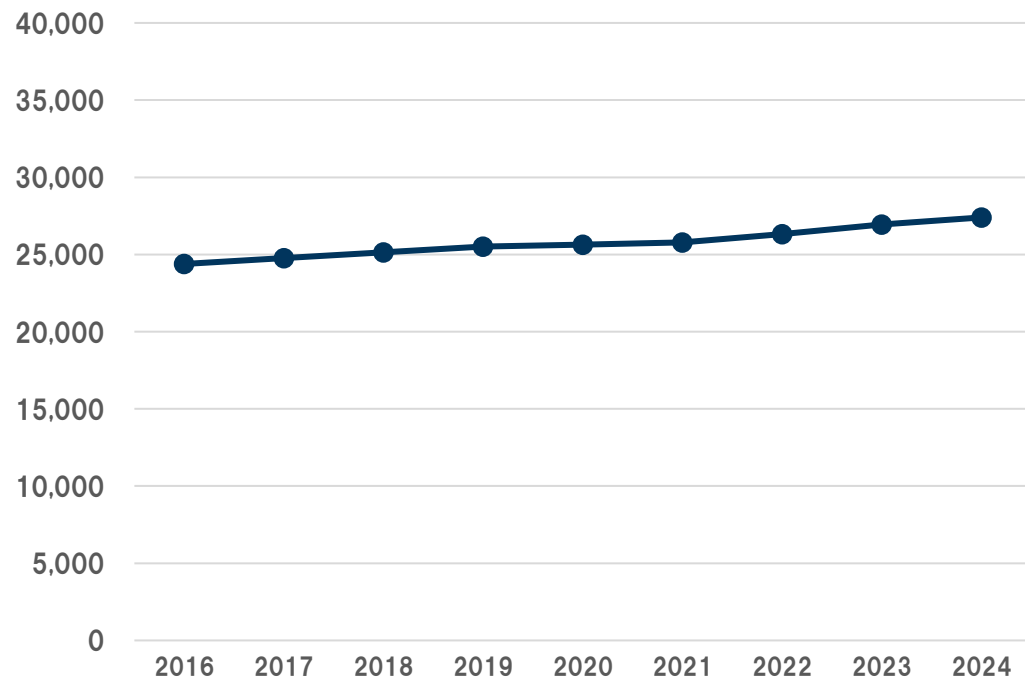
豪州

人口

年推移(2016－2024年)

(単位:1,000人)

出典:オーストラリア統計局



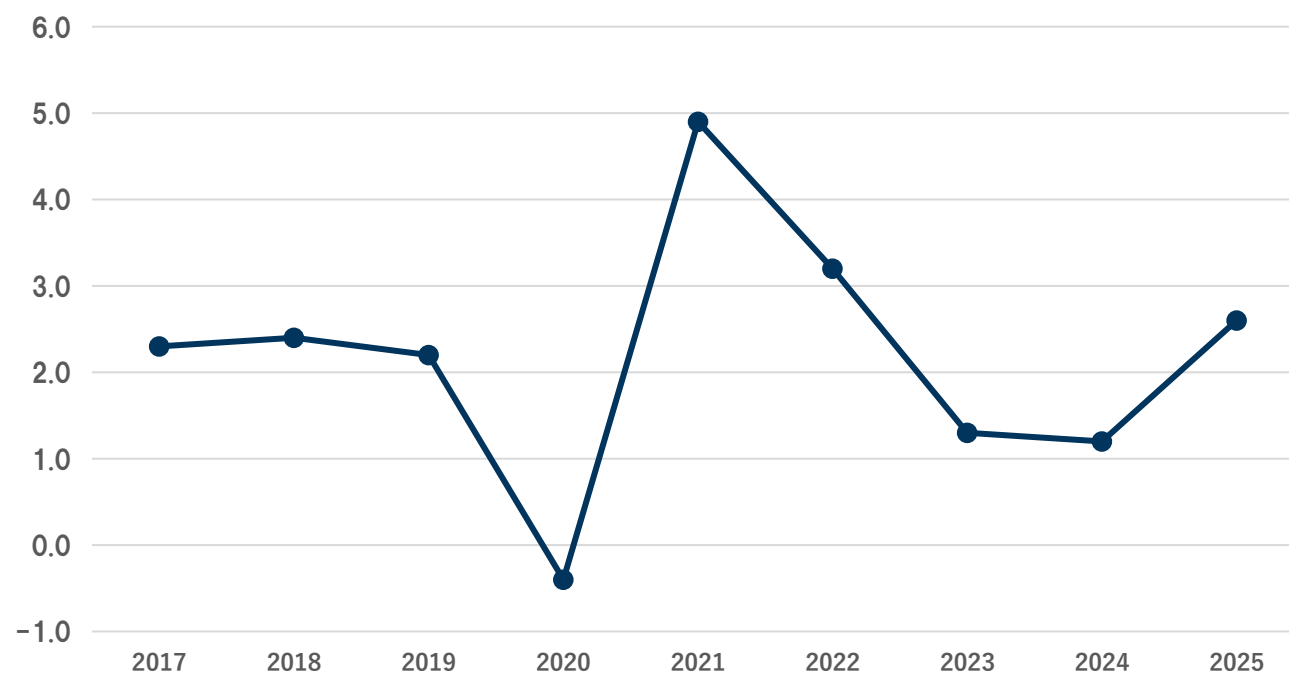
豪州

実質GDP YoY成長率(季節調整済)

年推移(2016－2025年)

(単位:%)

出典:オーストラリア統計局



- ・堅調な人口成長が継続
- ・長期的なGDP平均成長率は概ね2%程度

アセット・アセンブラー

当社の経営モデルであり、MSV追求モデル。既存事業の拡大と積極的なM&Aの両輪により、強力なブランドや優秀な人材を積み上げることで、限定的なリスク下で中長期にわたって成長を加速していく。

Wuthelam(ウットラム)グループ

1949年設立で投資業を営む。当社とウットラムとの協業の始まりは、シンガポールにおいてパン・マレーシア・ペイント・インダストリー社(現日本ペイントシンガポール)を共同設立した1962年までさかのぼる。

株主価値最大化(MSV)

当社の経営上の唯一のミッション。顧客・取引先・従業員・社会などへの責務を果たした上で、残存する「株主価値」の最大化に尽力し、富の創出を図っていく。

自律・分散型経営

当社グループの経営体制。国内外のパートナー会社への「信頼」をベースに、権限委譲と結果責任を組み合わせた経営を推進することで、各地域のパートナー会社が相互に連携・協働し、自律的な成長を追求していく。

塗料・コーティング事業

「自動車用塗料」「汎用(建築用)塗料」「工業用塗料」「ファインケミカル」「その他塗料」の5分野で構成。

その他周辺事業

SAF(密封剤・接着剤・充填剤)、CC(建設化学品)などを指す。塗料と同様に、建築需要に伴う市場成長が見込まれ、設備投資の少ないビジネスであり、塗料の販売網とも共通事項が多い。

NIPSEA(ニブシー)グループ

当社グループのパートナー会社として、28の国と地域で展開し、114の製造施設を持つアジア有数の塗料事業会社。Wuthelam(ウットラム)と当社(NPHD)によって1962年に設立された合併事業としてスタートし、2014年に連結化、2021年に100%化。

パートナー会社

日本ペイントHDの連結子会社の呼称

立邦(りっぼう)

中国塗料市場で展開する当社ブランド。中国経済サミットで「優れたブランド賞」を3年連続で受賞するなど、優れた技術力とマーケティング力を背景に強固なブランド力を構築し、高い顧客満足度を獲得している。

NIPPON PAINT GROUP

<https://www.nipponpaint-holdings.com/>

〈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

Email: ir_kouhou@nipponpaint.jp

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講評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、他社の競業、法令規則の変化、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。