

6つの資本分類

日本ペイントグループの経営資源

価値創造における
経営資源の重要性

経営資源の
競争優位性(強み)

主な外部評価

特に関連するマテリアリティ

➡「マテリアリティ」の詳細は、P.41 参照

「力強いパートナーシップ」による
経営の高度化、資源の有効活用

➡「力強いパートナーシップ」の詳細は、
P.22 参照

経営資源の積極活用、シナジー
創出に向けた具体的な事例

人的資本

人材・組織

- 地産地消や多様な用途のある塗料市場では、社会課題や顧客ニーズを的確に把握し、ソリューションを迅速に提供できる多様な人材・強い組織力が不可欠

- 各国市場に精通した海外人材(海外29ヵ国・地域に計23,808人、全従業員数に占める割合:87%)
- 積極的なダイバーシティ&インクルージョン(女性従業員比率(グローバル)24.0%、幹部職に占める女性比率(グローバル)23.8%)
- 高い従業員満足度(日本90%) ➡P.39、P.113参照
- 独自の企業文化、ノウハウを有し、各市場で高いプレゼンスを誇る国内外パートナー会社(NIPSEA、DuluxGroupなど) ➡P.53-76参照

- 「MSCI 日本株女性活躍指数(WIN)」に2年連続で選定(2021年6月)

- ダイバーシティ&インクルージョン
- 労働安全衛生

- 国内外パートナー各社が有する成功事例やノウハウの共有により、適切な人材配置や組織構築、経営の高度化を実現(NIPSEAやDuluxGroupが有する各事業でのシェア向上策やESG対応など)

製造資本

技術

- 高い技術は、社会課題や顧客ニーズに応えるためのイノベーションを創出するとともに、製品の安定供給を可能にするなど競争優位性を高めるために必要不可欠

- 塗装技術、材料合成分散技術、界面表面技術などのコアテクノロジー
- 社会課題解決型製品の開発力
 - ①次世代自動車産業・脱炭素社会を見据えた「加飾フィルム」 ➡P.72参照
 - ②抗ウイルス・抗菌塗料 ➡P.35、117参照
 - ③高耐久性能道路用遮熱塗料 ➡P.26参照
 - ④次世代環境配慮型船底防汚塗料 ➡P.117参照
- 工場の自動化を促進するなど、世界有数の先進的な生産体制(中国、豪州など)

- 船底防汚塗料「アクアテラス」が環境賞「GREEN4SEA TECHNOLOGY AWARD」を受賞(2021年4月)
- 「高耐久性能道路用遮熱塗料」の開発技術で「2020年環境技術賞」を受賞(2021年5月)

- 気候変動
- 資源と汚染
- 社会課題を解決するイノベーション創出

- 国内外の技術・研究部門、技術者同士の交流を通じた技術共有
- 世界最先端の生産技術・ノウハウの共有

社会関係資本

社外パートナー

- 世界中の顧客に質の高い製品やサービスを提供したり、社会課題を解決するイノベーションの創出には、産学協創をはじめ社外のパートナーとの連携は非常に有用

- 大学・研究機関などのアカデミアとの積極的なオープンイノベーション活動(東京大学など) ➡P.118参照
- 自動車塗装技術に応用した自動車メーカーとの共同開発(トヨタ自動車株式会社など)
- ウットラムグループとの60年にわたるパートナーシップ ➡P.29参照

- 気候変動
- 資源と汚染
- 労働安全衛生
- コミュニティとともに成長
- 社会課題を解決するイノベーション創出

- 産学協創で生まれた日本発の技術や製品をグループ間で共有し、グローバルに展開
- ウットラムグループからの経営アドバイス(世界の塗料業界に関する最新情報など)をグループ間で共有し、経営・事業を強化

顧客基盤

- 各事業の顧客との長期にわたる信頼関係に根差した強固な顧客基盤は、収益や製品供給の安定化において重要な要素であり、製品やサービスの改善にも貢献

- 中国汎用(建築用)事業を支える圧倒的な販売網(58,000店) ➡P.53参照
- 中国不動産トップディベロッパーとの戦略的関係 ➡P.56参照
- 日米欧を代表する自動車メーカー、自動車部品メーカーとの長期安定的な関係 ➡P.71参照
- 工業用や塗料周辺事業などのBtoBビジネスにおいて、国内外で高シェアを可能にする顧客との強固な信頼関係

- 「中国不動産ディベロッパーが選ぶ塗料企業」で10年連続1位を獲得(2021年3月)

- 気候変動
- 資源と汚染
- 労働安全衛生
- コミュニティとともに成長
- 社会課題を解決するイノベーション創出

- 自動車メーカーなどグローバル展開する顧客情報のグループ間共有や、顧客へのきめ細かなサポートにより、顧客との関係強化を実現

- 抗ウイルス・抗菌ブランド「PROTECTON」の開発を通じた「株主価値最大化(MSV)」の実践 ➡詳細は、P.35参照

知的資本

ブランド

- 顧客や消費者は製品・サービスに対する信頼度を重要視している。信頼の証である企業ブランドや製品ブランドは世界で幅広く事業展開する上で必要不可欠な資源

- 技術力・品質の高さを示す「NIPPON PAINT」ブランド(グローバル) ➡P.29参照
- 「立邦」ブランドの高い認知度(中国) ➡P.53参照
- インドネシア汎用(建築用)において「Top of Mind」として高い消費者評価 ➡P.59参照
- 「Dulux」「Selleys」など、DuluxGroupが有する各種ブランドの圧倒的な消費者の認知度(豪州) ➡P.65参照

- 「壁面塗料ブランド認知国内1位」(中国)を獲得(2021年1月)
- 「中国ブランド指数(C-BPI)」でゴールドブランドを獲得(2021年4月)
- 豪州ブランド表彰にてDuluxGroupの各種ブランドが1位を獲得(2021年4月)

- 資源と汚染
- 労働安全衛生
- コミュニティとともに成長
- 社会課題を解決するイノベーション創出

- 技術力・品質の高さを示す「NIPPON PAINT」ブランドの海外展開
- 高い認知度を誇るブランド製品をグループ間で共有し、グローバル展開(豪州「Selleys」ブランドのアジア展開など)
- 建築やインテリアデザインを学ぶ学生を対象とした国際コンペティション「Asia Young Designer Awards (AYDA)」の開催(アジア16ヵ国・地域で実施、エントリー総数8,400名超)

財務資本

財務基盤

- 持続的成長を実現するには、M&Aや新技術・最先端設備へ継続的に投資可能な潤沢な資金が必要であり、キャッシュ創出力の向上と強固な財務基盤は必要不可欠

- 日本という安定通貨・安全市場での調達力を最大限に活用
- 塗料ビジネスは設備投資負担が軽くキャッシュ・フロー創出力が高い(フリー・キャッシュ・フロー:522億円) ➡P.37参照
- アジア事業一体化に伴い、強固な財務基盤を確保(ネットD/Eレシオ:0.46倍、資本の部:8,771億円)
- ※ アジア合併事業100%化による変動を2020年度末時点のB/Sの数値に反映させたもの(未監査)

- R&I格付:A- ➡A(2021年2月) ➡P.80、P.128参照

- 気候変動
- 資源と汚染
- コミュニティとともに成長
- 社会課題を解決するイノベーション創出

- 強固な財務基盤や資金調達力を背景に、国内外パートナー会社のM&Aや最先端設備への積極的な投資を可能にし、グローバルでの成長を実現

自然資本

自然・環境

- 塗料メーカーとして、原材料や電力、水などの資源は必要不可欠であり、サステナビリティの観点からも重要

- エネルギーの使用量削減による地球温暖化防止への取り組み(日本など) ➡P.105参照
- 先進的な生産体制による自然環境への影響を低減(米国、豪州、中国など)
- 自主基準に基づく適切な管理による水利用(日本など) ➡P.109参照
- 化学物質の適切な管理に向けたレスポンス・ケア活動の推進(日本) ➡P.110参照
- 競争優位性の高い水性塗料、船底防汚塗料、遮熱塗料などの開発を通じた環境負荷の低減 ➡P.116参照

- 「S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数」に選定(2020年12月)
- 「SOMPOサステナビリティ・インデックス」の構成銘柄に10年連続で選定(2021年6月)
- 中国建材検査認証グループ(CTC)による日本ペイントチャイナ初の中国グリーン製品認証を取得(2021年3月)

- 気候変動
- 資源と汚染
- 社会課題を解決するイノベーション創出

- 塗料工場で使用する先端技術のグループ間での共有、社会課題解決型製品のグループ間共有、グローバル展開を通じた環境負荷の軽減