2001年 中国WTO加盟

2008年 リーマンショック

2007年 ベトナムWTO加盟

#### 財務,企業情報

# アジアで「日本ペイント」ブランドを不動の 地位に押し上げた戦略的パートナーシップ

当社とWuthelam(ウットラム)グループは、1962年にアジア合弁事業(NIPSEA事業)を立ち上げて以降、強固なパートナー シップを着実に深め、進化させてきました。アジアで「日本ペイント(NIPPON PAINT)」ブランドを不動の地位に押し上げた この戦略的提携は、2021年1月にアジア合弁事業100%化が完了したことで、名実ともに完成しました。60年にわたる 「日星パートナーシップ」の軌跡を振り返ります。なお、現在のウットラムグループは、投資業を営む資産管理会社です。



ブランドカ(NIPPON PAINTブランド) UP! プレゼンス(市場シェア) UP! リターン(売上・利益) UP!

1960年代の「日星パートナーシップ」の姿

日本ペイント ホールディングス

- ●「日本ペイント(NIPPON PAINT)」ブラント
- ●日本発の塗料ノウハウ
- ●塗料技術・生産技術(自動車用など)
- ●塗料技術者の育成
- ●ファイナンス

アジア事業の拡大

生産支援

NIPSEA事業

### Wuthelam 市場開拓支援 (ウットラム)グループ\*

- ●アジア市場に対する知見・ネットワーク ●現地の市場理解・消費者理解に基づく
- セールス・マーケティング
- ●塗料生産の現地化、現地発の製品開発
- ●創業者の目利き力・企業家精神

WIN-WIN

NIPPON PAINT

アジア市場

LFG(Lean For Growth:無駄のない成長)

マインドを持った豊富な人材・組織

PAINT

※ 現在のウットラムグループは、資産管理会社として投資業を営む

#### 時代背景

1962

設立期

1963年 マレーシア成立 1965年 シンガポール独立 1967年 ASFAN結成

「日星パートナーシップ」の軌跡

アジアの販売代理店としてウットラムと提携、

アジア合弁事業(NIPSEA事業)の開始

(日本ペイントHDの出資比率: 40%)

1971年 ニクソン・ショック 1972年 米中共同声明 日中国交正常化

1973年 第4次中東戦争 第1次オイルショック 1975年 サイゴン陥落 1978年 日中平和友好条約

1979年 米中国交正常化 イラン革命 第2次オイルショック

1985年 プラザ合意 1995年 米越国交正常化 1997年 アジア通貨危機

ウットラムグループとの

60年にわたる

パートナーシップを

深化・進化させ、

アジアー体化を実現

1992

1994

中国進出

ベトナム進出

アジア合弁事業 100%化・ インドネシア事業の買収 (日本ペイントHDの 出資比率: 100%)

アジア合弁事業の連結化 (日本ペイントHDの出資比率:51%)

1980年頃

現地生産の推進・ アジア建築用市場の開拓 1992年 2000年頃

アジア自動車用・ 工業用市場の開拓 急拡大する中国・ アジア市場の取り込み

### NIPSEA事業の歴史

1962 パン・マレーシア・ ペイント・インダストリー (現日本ペイント・ シンガポール)を 共同設立

1967 マレーシア進出 タイ進出

1969 インドネシア進出 1970 香港、中国進出

フィリピン進出 1977 韓国進出

1976

2004 台湾、中国進出

2006 インド進出 2007 パキスタン進出

2011 バングラデシュ進出 2012 スリランカ進出 2014 UAE進出

2017 ミャンマー進出 2019 トルコ進出

エジプト進出

### 拡大するアジア塗料市場の将来性を見込んで 誕生した「日星パートナーシップ」

### ウットラムとのパートナーシップの原点

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(現日本ペイント・シン ガポール)を共同設立した1962年までさかのぼります。①住宅 建設ラッシュ中のシンガポールなどの東南アジア諸国は、今後 大きな塗料市場になり得ること、②日本から東南アジアに塗料を 輸出するにはコストと納期で劣るため、競争力を高める必要がある こと、③1961年、シンガポール政府が輸入塗料に高い関税を かけると発表したことなどを背景に、当時既に事業交流のあった 両社が技術提携と資本出資に合意し、新工場の建設に踏み切り ました。これが、現在の「NIPSEA (Nippon Paint South East Asia) 事業 lの出発点です。

当社の小畑千秋専務取締役(当時)は新工場の設立に関して、

「パンマレイシアペイントの設立が実現すれば遠く赤道直下に 日の丸の国旗がひるがえることになり、そこを基地として広大な 地域に発展し得る可能性が生まれ、当社のみならず日本の塗料 工業界としても大きな喜びである」(当社社内報)と期待を込めて 語っています。また、パートナーであるウットラムに対する印象に ついて、「われわれの接する人々は実によく働く。物事を徹底的に 追求する。引受けたことは責任をもってやりとげる。安易な先入観 をもっていてはこれらの人々におくれをとる」と称賛するとともに、 日本の従業員に向けて「せまい日本国内での競争ではない。広い 世界市場においての競争である。本懐というべきであろう」という 先見的なメッセージを発信しました。

こうして誕生した新工場は、敷地面積8,000平方メートル、 月産300トンの生産能力を持つ現地唯一の近代工場として立ち



## 「NIPPON PAINT」ブランド×現地マーケティングカで アジア各国を席巻

新製品発売を記念したイベント

上がりました。1965年4月15日に現地で開催した竣工式には、 政府要人や両社の経営陣、従業員、需要家など総勢約600人が 参加。その模様は現地新聞でも大きく報道され、「両国間の経済 発展と親善に大きく貢献」「その成果は東南アジア諸国の関心事だ」 などと報じられました。

### 互いの強みを掛け合わせ、 アジア塗料市場を次々に開拓

パン・マレーシア・ペイント新工場の竣工式(1965年)

30周年を記念し塗料缶を模したケーキに入刀する

ゴー・チェンリャン氏(ウットラムグループ創業者)

AINT (S) CO PTE LTD

当社は1933年頃からアジア各国へ進出していましたが、 ウットラムとの協業を皮切りに、両社のそれぞれの強みを生かした 事業運営が可能になりました。以降、当社は日本の技術者を現地 に派遣するなど、塗料技術や生産ノウハウを供与しながら、 「NIPPON PAINT」ブランドを冠した製品の拡販を後押しする 一方、ウットラムはアジア現地市場における知見やネットワークを 牛かしてローカルマネジメントやヤールス・マーケティングを担う など、互いの強みを掛け合わせながら生産の現地化と事業拡大を 推進しました。1970年代にかけては、タイやマレーシア、フィリ ピン、韓国など、アジア地域全体に事業を広げるとともに、1980 年代には、日系の自動車メーカーや家電メーカーの相次ぐ現地 進出と歩調を合わせて、それまでの建築用塗料にとどまらず、 自動車用や工業用市場の開拓にも次々と取り組みました。

そして1992年、巨大市場である中国本土へ進出を果たすと ともに、ベトナムやインド、スリランカ、トルコ、エジプトなどにも 展開。急拡大するアジア市場の旺盛な塗料需要に積極的に応える ことで、高い成長を実現してきました。

こうして当社とウットラムとは、60年前に設立したNIPSEA

## アジアでの「圧倒的 No.1」と、 「株主価値最大化(MSV)」の実現に向けて

事業を通じて、時代とともに「日星パートナーシップ」を深め、進化 させてきました。そして、NIPSEA事業は2014年の連結子会社化 を経て、2021年1月には100%化に至るなど、パートナーシップ の形は名実ともに完成しました(P.89「取締役会の議論」参照)。今後は グローバル一体経営をより一層加速していきます。

### 当社グループ独自の経営資源をMSVの実現に

日星パートナーシップの成果であるNIPSEA事業は現在、 22の国と地域で展開し、アジア5カ国とトルコで建築用塗料市場 シェアNo.1を獲得しています。アジアにおける2020年度の売上 収益は3,566億円、営業利益は550億円に上り、当社グループ にとって成長の大きなけん引役となっています。特に中国市場で は、2019~2024年に年平均5.3%と引き続き高い成長が見込

まれる中、「立邦」の高いブランド力と強力な販売網を武器に市場 優位なポジションを確立するなど、高成長を続けています(P.05「世界 の塗料市場」参照)。

当社はこれからも、ウットラムと60年にわたって深め、進化させ てきたパートナーシップを当社グループ独自の経営資源として 大切にしながら、アジアでの「圧倒的 No.1」の地位を盤石なもの とし、「株主価値最大化(MSV)」の実現を目指していきます。

31 Nippon Paint Holdings Integrated Report 2021 Nippon Paint Holdings Integrated Report 2021 32