

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、新型コロナウイルス感染症の拡大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 ●事業展開地域において健康や環境への関心が高まっており、環境配慮型製品など新たな市場機会の拡大 ●DIY 製品に対する消費者の需要が増加する中、主力ブランド「Filli Boya」を活用し、欧米DIY市場における日本ペイントグループの地位強化に貢献	Threats 脅威 ●経済状況の変化が消費者の購買行動に変化をもたらし、低価格帯を求める消費者が増加する可能性 ●強力な多国籍企業との競争

CEO
タイフン・キュチュコール

PROFILE

1988年のBetek Boyaグループ創立当初よりさまざまな役職を歴任し、1995年にBetek BoyaのCEO兼取締役就任。2003年に設立された塗料メーカー協会(BOSAD)の創設メンバーであり、現在も理事を務める。2015年から2017年にかけては断熱・防水・防音・防火材協会(IZODER)の理事長、2020年からは建設資材工業会(IMSAD)の会長も務める。

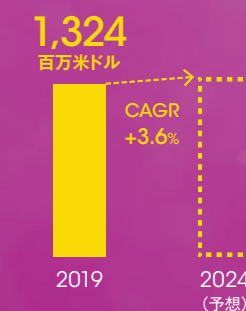
市場の特徴・見通し

- 安定したGDP成長、ブランドロイヤリティ、高い顧客信頼度を背景に、住宅リフォーム市場はさらなる成長が見込まれる
- 建築用塗料は、住宅リノベーション市場の高成長が見込まれる
- 欧州環境規制の厳格化を背景にETICS(断熱材)需要は増加すると予想。トルコにおける建築物の70%は依然非断熱であり、ETICSの市場成長率は年率30%と高水準を維持する見通し
- トルコリラの為替動向に注視が必要

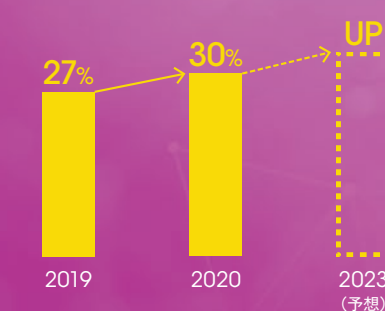
2021-2023年度の成長戦略

- 建築用塗料事業においてマルチブランド戦略を推進し、プレミアムブランドの強化、製品ポートフォリオの最適化、営業活動の強化により市場シェアを拡大
- ETICS事業で市場シェアを拡大し、収益性の高い成長を維持
- 「新世代ディーラー」店舗数の拡大や画期的な製品開発を推進
- トルコ国外におけるブランド構築を継続
- 日本ペイントグループ各社とのシナジーにより、工業用塗料事業での力強い成長を推進

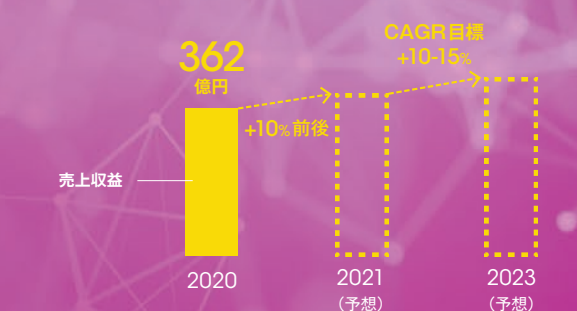
市場成長率 (建築用：トルコ) ※1



市場シェア (建築用・金額：トルコ) ※2



業績 ※3



※1 ACA-published Global Market Analysis for the Paint & Coatings Industry (2019-2024), <https://paint.org/market> ※2 NPHD 推計 ※3 2020年の数値は日本円ベース、2021年の数値および2021-2023年のCAGRは現地通貨ベース ※4 PPA償却費：年10億円

営業利益率 (PPA償却前) ※4

13.8% → →

Betek Boya



当社(Betek Boya)は、トルコを代表する塗料・ETICSメーカーです。プレミアムブランドから低価格帯まで、トルコの塗料市場において複数のブランドを展開しています。建築用事業では、過去21年にわたってトルコの塗料市場をリードしており、7つの生産拠点を保有しています。また、10年以上にわたって塗料市場の評価指数でNo.1の地位を維持しています。近年では工業用製品も展開しており、全製品を30カ国以上に輸出しながら、重点地域でさらなる市場シェア拡大を目指しています。当社は、新型コロナウイルス感染症が拡大する中、トルコで初めて衛生管理証明を受けた企業として、社会的責任を果たしています。

データ

従業員数：1,709人
所在地：トルコ、イスタンブール
持株比率：99.6%

市場の特徴・見通し

当社(Betek Boya)はトルコの塗料・ETICS業界のマーケットリーダーとして、技術やイノベーションへの投資を増やすとともに、建築用や工業用、家具用、防食用塗料などの幅広い製品を顧客に提供しています。これら製品を30カ国以上に輸出しており、今後も近隣地域への進出・市場シェア拡大を図っていきます。

建築用事業は、当社の国内向け塗料売上収益の55%を占めており、年3.6%の市場成長が予測されています。また、同分野は収益性が高く、売上収益全体の約60%を占めているほか、安定的なGDP成長に伴ってリノベーションや補修などの需要が増加すると予想されます。

そのため、今後も同分野の市場は着実な成長を見込んでいます。

健康や環境に関して、2023年までにEU規制が厳格化されることで、環境に配慮した製品需要が高まり、ETICS製品の採用が増加すると予想しています。当社は、革新的なETICS製品を提供することで顧客ニーズに的確に対応し、この分野をさらに成長させることで収益向上を目指します。

トルコにおいて持続的な成長を達成するには、「顧客中心のアプローチ」「強力な販売網」「イノベーションへの継続的な取り組み」の3つの要素が非常に重要です。当社は引き続きこれら3つに注力しながら、さらなる収益成長を実現します。

2021-2023年度の成長戦略

当社は、トルコにおける持続的な成長に加えて、日本ペイントグループのグローバル事業拡大戦略の一翼を担い、「株主価値最大化(MSV)」に取り組んでいきます。

当社の主要な成長戦略は、次の通りです。

1. 幅広い製品ブランドを活用し、建築用塗料の市場シェアを拡大
2. ETICS事業の持続的な成長に注力
3. トルコ近隣地域でブランドの存在感を高める
4. マーケティングや販売チャネルを通じて、シームレスでユニークな顧客体験を提供することで、「顧客中心のアプローチ」を構築
5. 日本ペイントグループとのシナジー創出を通じて、工業用事業における製品・技術への投資を促進

建築用事業における主な成長戦略は、「マルチブランド戦略の強化」や「製品ポートフォリオの最適化」による市場シェア拡大です。具体的には、シームレスな顧客体験や総合的な製品ラインアップを活用し、プレミアムブランドを強化していきます。一方、低価格帯製品については、事業ポートフォリオを抜本的に見直すとともに、マーケティングを強化し、消費者への訴求に取り組めます。

当社は、欧州最大規模のETICS一貫生産体制を有し、トルコ市場で唯一のシステムプロバイダーです。創業ブランドのDalmaçyalıは、競合他社を含めて200を超えるブランドがひしめくトルコETICS市場を代表するリーディングブランドです。当社は成長戦略として、ブランドや先端技術を用いた製品ポートフォリオへ継続的な投資を行い、収益性の高い成長を維持することで、さらに高い市場シェアを獲得していきます。

卓越した顧客体験の提供や顧客の信頼獲得は、引き続き当社のマーケティング戦略の中核となります。シームレスな塗装サービス「Filli Ustam」の開始や、進化したショッピング体験ができるように設計された「新世代ディーラー」店舗を活用し、顧客にオムニチャネル体験を提供します。新型コロナウイルス感染症拡大の終息後を見据え、電子商取引やオンライン契約が成長すると見込まれる状況下、当社は顧客とのつながりを強化し、新しい体験を提供するためにイノベーション創出に向けた戦略を策定していきます。

当社は全製品を30カ国以上に輸出しており、製品ポートフォリオや流通チャネルを最適化・刷新することで、特に重点地域での市場シェアを拡大するとともに、他の地域でも新たな成長機会を獲得していきます。