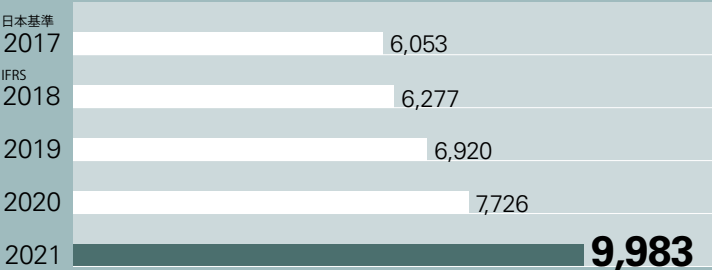


財務ハイライト

2017年度は日本基準、2018-2021年度はIFRSの数値を記載

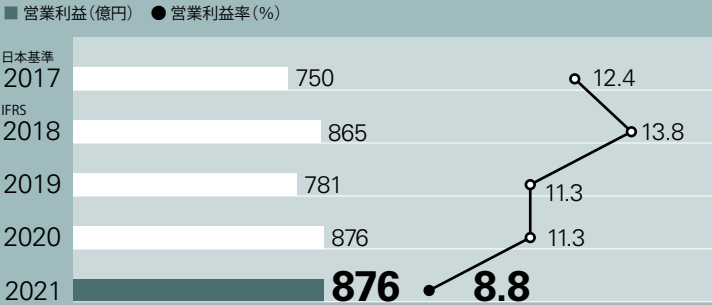


売上収益



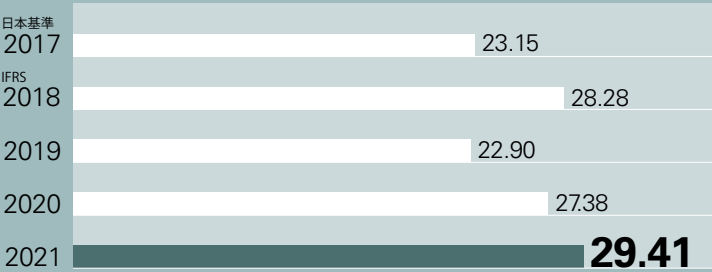
2017年度に米州塗料メーカー、2019年度に豪州とトルコの塗料メーカーを買収したことに加え、中国を中心にアジアでの建築用事業の拡大が奏功しました。2021年度は、インドネシア事業の買収や各地域での製品値上げの浸透、円安が貢献し、5年連続の増収・過去最高の売上収益を達成しました。

営業利益／営業利益率



2020年度の営業利益は買収効果や中国事業の成長により、過去最高を達成しました。2021年度は原材料価格の高騰や中国での引当金などの計上も、増収効果や固定費削減により前年並みを維持しました。2021年度の営業利益率は原材料費率の上昇などにより、前年を下回りました。

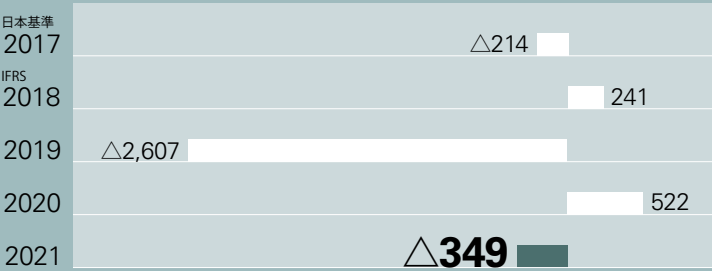
1株当たり当期利益(EPS)※



※ 2021年4月1日付で1:5の株式分割を実施したため、2017年1月に行われたものと仮定し、算出

1株当たり当期利益(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。2021年度はアジア合併事業100%化・インドネシア事業の買収のために第三者割当を実施したものの、当期利益の大幅な増加により、EPSは増加しました。

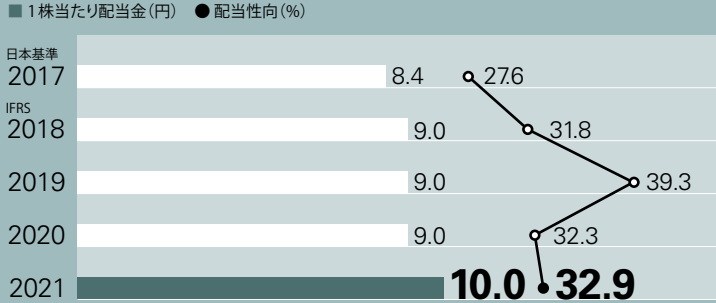
フリー・キャッシュ・フロー



塗料業界は比較的設備投資負担が軽くキャッシュ・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。2017年度、2019年度、2021年度は海外塗料メーカーを買収したことで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。



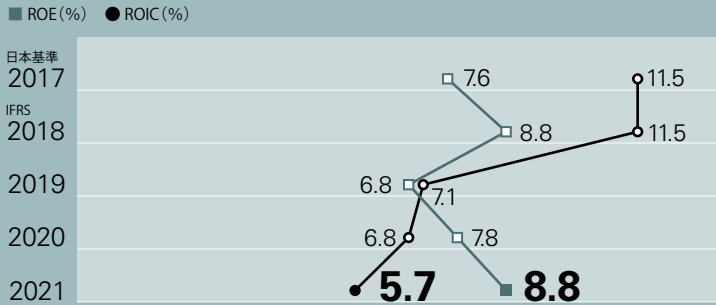
1株当たり配当金※1／配当性向※2



※1 2021年4月1日付で1:5の株式分割を実施したため、2017年1月に行われたものと仮定し、算出
※2 2017年度の配当性向は、日本基準数値にのれん償却額を調整し、算定

安定的かつ継続的な配当を基本方針とし、配当性向30%の維持を目標に掲げています。2018年以降、30%を上回る配当性向を維持しており、2021年度は創業140周年の記念配当1円を含めた年間10円を配当し、配当性向は32.9%となりました。

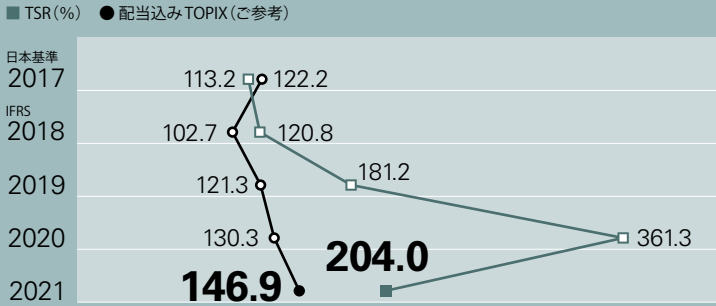
自己資本利益率(ROE)／投下資本利益率(ROIC)※



※ ROIC(日本基準)：税引後営業利益÷(ネット・デット+純資産合計) ROIC(IFRS)：税引後営業利益÷(ネット・デット+資本合計)

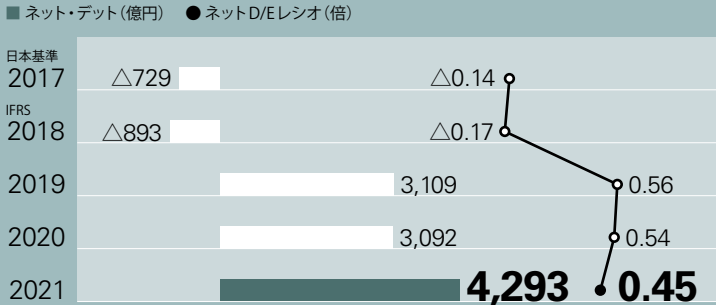
2019年度のROEは当期利益の減少により前年比で低下したものの、直近は概ね8%前後の水準で推移しています。ROICは、2019年度、2020年度、2021年度にM&Aを実施したことやアジア合併事業100%化に伴う有利子負債の増加、株主資本の増加によって投下資本回転率が低下したことで、2019年以降低下しています。

株主総利回り(TSR)



TSRは増配基調や株価上昇により、2019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。2021年度は増配効果もあり204.0%となりました。

ネット・デット※／ネットD/Eレシオ



※ 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))

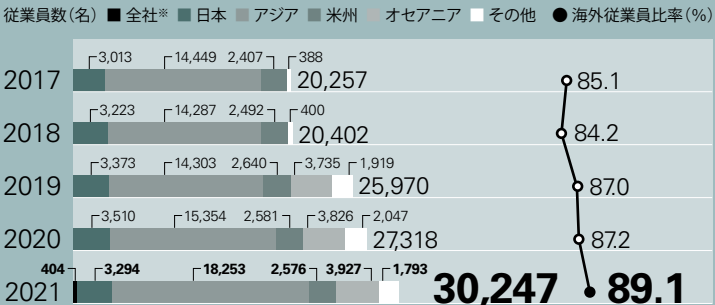
塗料業界は比較的設備投資負担が軽くキャッシュ・フローを創出しやすいため、ネット・デットはマイナス推移してきましたが、2019年度以降はM&Aを目的とした金融機関からの資金の借り入れによりプラスで推移しています。2021年度のネットD/Eレシオは、第三者割当によって自己資本が増加した結果、低下しました。

非財務ハイライト



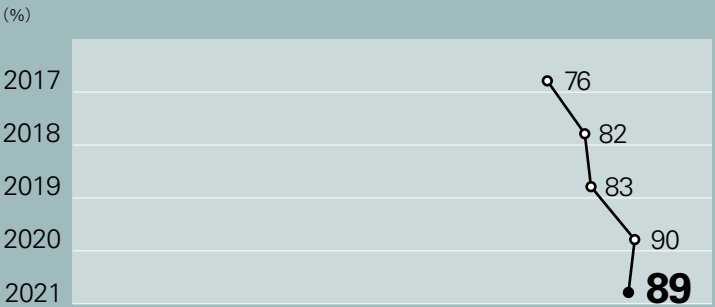
人材・組織

従業員数・海外従業員比率



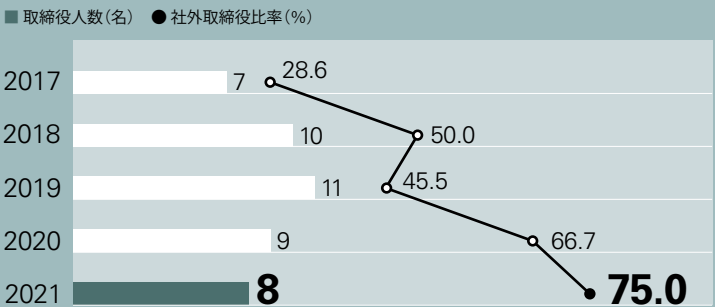
※ 日本ペイントホールディングス(NPHD)の従業員数は2021年度から、従来の「日本」セグメントから「全社(共通)」に変更

従業員満足度(日本)※



※ 日本ペイント労働組合調査

取締役人数※・社外取締役比率※



※ 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

建築用塗料事業におけるNo.1シェアの国・地域数



2017年度に米州塗料メーカー、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それぞれ買収するなど、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、2017年度の85.1%から2021年度は89.1%へと4ポイント上昇しています。また、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。

日本の従業員満足度は、2017年度以降上昇傾向にあり、2020年度に過去最高に達し、2021年度も引き続き高い水準を維持しています。事業環境が大きく変化する中、ビジョン・方針への共感、会社への信頼や安心感の項目で評価がやや低下した一方、2020年度に課題とされた働きやすい環境整備などで改善が見られました。

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ました。2021年度には、筆頭独立社外取締役が取締役会議長を務めるとともに、取締役8名のうち独立社外取締役が6名を占める体制を整えました。

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国・地域数が増加しました。2019年度以降は、DuluxGroupやBetek Boyaを買収したことで、豪州やトルコなどで1位となりました。



ブランド

中国のブランド評価機関からのブランド賞

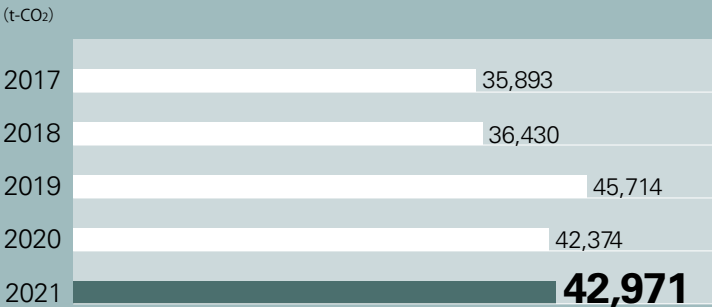


1992年に中国に進出後、高品質の「立邦」ブランド製品の浸透を進め、中国国内トップのブランドを確立しています。中国のブランド評価機関が主催するブランド指数(C-BPI)において、壁面用塗料部門で6年連続1位を獲得しています。



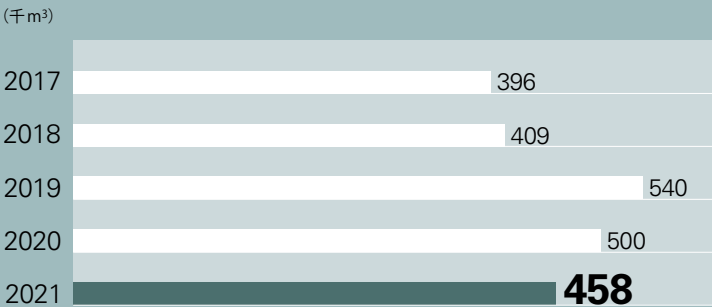
自然・環境

日本のCO₂排出量(スコープ1,2)※



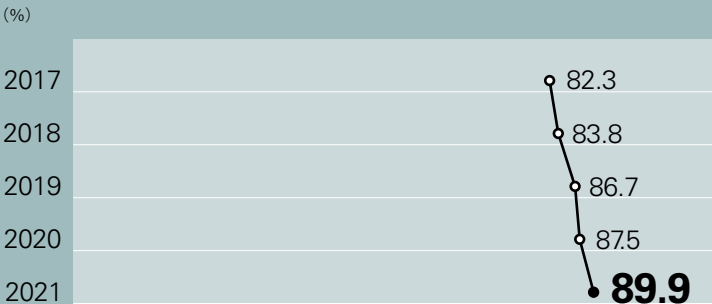
※ 2017年度以前は、日本ペイントホールディングス(NPHD)、日本ペイント(NPTU)、日本ペイント・オートモーティブコーティングス(NPAC)、日本ペイント・インダストリアルコーティングス(NPIU)、日本ペイント・サーフケミカルズ(NPSU)、日本ペイントマリン(NPMC)の6社が対象。2018年度以降は、日本ペイントマテリアルズ(NPMJ)を加えた7社が対象

日本の水使用量※



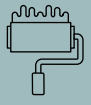
※ 2017年度以前は、日本ペイントホールディングス(NPHD)、日本ペイント(NPTU)、日本ペイント・オートモーティブコーティングス(NPAC)、日本ペイント・インダストリアルコーティングス(NPIU)、日本ペイント・サーフケミカルズ(NPSU)、日本ペイントマリン(NPMC)の6社が対象。2018年度以降は、日本ペイントマテリアルズ(NPMJ)を加えた7社が対象

建築用塗料事業における水性塗料の出荷割合(グローバル)※



※ 水性塗料出荷量(万トン)÷総出荷量(万トン)で計算。日本ペイント(NPTU)、NIPSEA(ともに2016年～)、Dunn-Edwards(2017年～)、DuluxGroup(2019年～)の4社が対象

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、水性塗料の出荷比率は年々高まっています。



顧客基盤