代表取締役社長
喜田 益夫

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
- 抗ウイルス塗料などの新製品・新需要の創出力

Weaknesses 弱み
- 生産物流設備の老朽化

Opportunities 機会
- 新型コロナウイルス感染症による抗ウイルス塗料のニーズ拡大
- 環境対応ニーズの高まり

Threats 脅威
- 人口減を背景とする国内市場の伸び悩み
- 新型コロナウイルスの社会・経済的影響
- 原材料価格の高騰

市場の見通し

民間企業などの建設投資需要は2020年度の落ち込みからの反動が期待できる一方、新型コロナウイルスの影響により、リテール領域における改修意欲の減退、さらに新設の需要回復には時間を要すると想定

2021-2023年度の戦略骨子

国内汎用塗料事業において、技術・サービスで競合を引き離し、名実ともに業界トップの地位を確立する

日本ペイント株式会社(NPTU)

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開発、製造および販売を手掛ける。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。

2021-2023年度の成長戦略

当社(NPTU)事業は、技術・サービスのさらなる躍進を図り、競合他社に勝る計画を随時実行することで、国内汎用市場の市況以上の成長を見込んでいます。これまでも着実にシェアアップを遂げてきましたが、各事業領域でのさらなるシェアの獲得・向上を目指し、例えば、最大需要地区である関東においては、優れた技術・サービスで競合を引き離し、名実ともに業界トップの地位を狙います。

マーケティング・営業戦略としては、安全・健康配慮製品の一つとして抗ウイルス製品の拡充・普及に注力します。また、次世代製品の浸透に向けた営業・プロモーションの強化や顧客へのサービス向上に向けた取り組みを加速していきます。

開発・製品戦略では、次世代製品の第一弾として新型コロナウイルス感染症の拡大でニーズの高まる抗ウイルス市場に着目し、2020年に抗ウイルス塗料ブランド「PROTECTON」シリーズの第一弾を発売しました。今後も継続的に業務用から家庭用まで、塗料のみならず幅広い抗ウイルス・抗菌製品をラインアップし、拡販を推進していくとともに、社会課題の解決に貢献していきます。

またその他にも、次世代型高意匠塗料や超高耐久塗料、水性技術など、建築、鉄構、AR(自動車補修用塗料)の各領域におけるさまざまな市場ニーズに対応すべく、多くのテーマへの取り組みを進め、製品開発を推進していきます。

生産設備については安全、品質の確保を維持・向上させるとともに、供給能力に影響が出ないよう、老朽化が進んでいるものから順次計画的に設備の更新を行います。また、シェア拡大を支える供給力を確保するとともに、受発注システム、輸送システムの自動化など、適宜見直しを行い、お客様の利便性向上とコスト低減を強化していきます。

さらに、上記計画の達成とこれを上回るシェア拡大・売上拡大・収益性向上を見据えています。そのために、当社事業の基盤となる人材の計画的な育成はもとより、既存市場における競争力の強化や新市場への進出に加え、抗ウイルス製品の開発など、世界共通課題の分野で日本ペイントグループの海外パートナー会社とのグローバルシナジーを創出していきます。