



Chairman and Chief Executive Officer
パトリック・フーリハン

PROFILE

1989年にDuluxGroup入社、2007年から最高経営責任者（CEO）を務め、2019年にCEO兼取締役会長に就任。CEO就任前は、R&D、セールス、マーケティング、経営統括など、さまざまな分野でシニアリーダーとしての役割を果たす。マドック小児研究所の会長、メルボルン大学セントメリーズカレッジの諮問委員会、豪州政府の公的機関であるIndustry Innovation & Science Australiaの理事会メンバーを務めるとともに、Australian Institute of Company Directors (AICD) のメンバーを兼務。豪州の経済団体Business Council of Australia、Manufacturing Australiaにて、当社代表として参与。理学士号（優等学位）、MBAを取得。

SWOT分析

<p>Strengths 強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●安定的かつ回復力のある市場におけるリーディング・ポジション ●消費者の特性を理解し、マーケティングやイノベーションへの継続的な投資によって構築したリーディング・ブランド ●営業力やサプライチェーンに基づく顧客重視の姿勢 	<p>Weaknesses 弱み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●他のビジネスと同様、原材料価格の変動など経済環境の変化による影響（当社は、この影響を可能な限り軽減するため、慎重にビジネスを組み立て、事業やエンドマーケットを選択。逆境でも力強く利益成長を遂げてきた優れた実績がある）
<p>Opportunities 機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ●Eコマースなどのデジタルプラットフォームやダイレクトマーケティングを活用した顧客エンゲージメントの向上 ●「Selleys」ブランドの接着剤や密封剤、充填剤により、アジア・欧米DIY市場における日本ペイントグループの地位を高めることに貢献 	<p>Threats 脅威</p> <ul style="list-style-type: none"> ●中核となる豪州やニュージーランド市場は、相対的に成熟市場であり成長率が低い。短期的には、新型コロナウイルス感染症対策に伴う国境制限により、純移民や人口増加が抑制される可能性 ●多国籍企業との競争

市場の特徴・見通し

- 安定したGDP成長や低金利、好調な住宅市場に支えられた力強い消費者マインド
- 建築用事業では、補修・改修市場が拡大の見通し

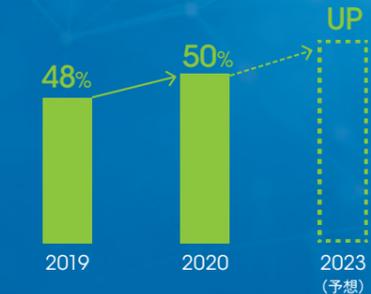
2021-2023年度の成長戦略

- 強固な営業力やイノベーションにより、補修・改修市場への展開を加速
- デジタルプラットフォームを活用した顧客エンゲージメントの向上
- 小売・業務用市場において、オムニチャネル化や物流の最適化を推進
- プレミアムブランドの育成、イノベーション、主要小売パートナーとの協働による顧客サービスの充実に注力

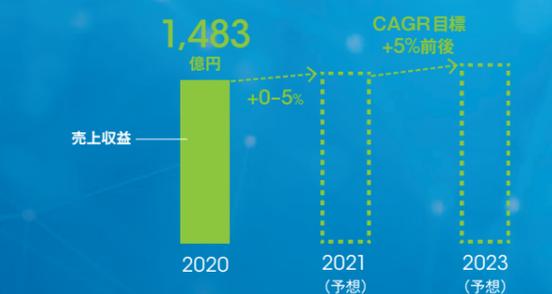
市場成長率
(建築用：豪州)※1



市場シェア
(建築用・数量：豪州)※2



業績※3



※1 ACA-published Global Market Analysis for the Paint & Coatings Industry (2019-2024), <https://paint.org/market>
 ※2 豪州建築用塗料市場データより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13億円

営業利益率 (PPA償却前)※4 11.6%

DuluxGroup



当社(DuluxGroup)は、豪州やニュージーランドにおいて、塗料、密封剤、接着剤、その他の住宅リフォーム製品を手掛けるマーケットリーダー。ブランド認知度は98%を超え、長年にわたって豪州で最も信頼できる塗料ブランドに選ばれています。

市場の特徴・見通し

当社(DuluxGroup)は、人々の生活空間や職場環境を改善、保護、維持するプレミアムブランド製品の製造・販売を手掛けています。当社は全ての事業活動の中心に、消費者と顧客を据え、魅力的かつ安定した市場にしっかりと注力することで、持続的な成長や高収益を実現しています。

豪州やニュージーランドにおける既存住宅の補修・改修市場は、当社売上収益の約3分の2を占めており、今後とも力強い収益力を伴った成長が続くと予測されます。両市場は、安定したGDP成長率や低金利、比較的堅調な消費者信頼感、好調な消費支出など、概ね良好を維持しています。なお、2020年は新型コロナウイルス

感染症を背景に巣ごもり需要が発生し、市場は非常に好調でしたが、中期的には「通常」の成長率に戻ると予想しています。

当社の主力事業とする建築用市場は、歴史的に見て毎年約1%ずつ拡大する市場です。一方、当社の売上収益は、これまで年間平均で約5%成長しており、常に市場を上回る成長を遂げてきました。

当社はこれからも、全ての事業活動の中心に消費者と顧客を据え続けることにより、市場におけるリーディング・ポジションを確固たるものにしていきます。

2021-2023年度の成長戦略

当社は今後も、中核とする豪州・ニュージーランド事業で安定的な成長を果たしていきます。さらに、日本ペイントグループが「株主価値最大化(MSV)」の実現に向けてグローバルな成長を加速するために、当社もグループの総合力を発揮していきます。

当社の成長戦略における3つの柱は、次の通りです。

1. 豪州やニュージーランドにおいて、市場をけん引する「Dulux」、「Selleys」、その他リフォーム事業を持続的に成長
2. 日本ペイントグループが保有するSAF(密封剤、接着剤、充填剤)や建設化学製品(CC)の売上成長に貢献
3. 特に欧米市場において、日本ペイントグループの建築用、特殊コーティングの成長に貢献

当社がさらなる成長を果たすためには、「プレミアムブランドの育成」「戦略的マーケティング」「デジタルオムニチャネルを活用した消費者エンゲージメント」「イノベーション・技術力」「営業力」「小売・業界顧客チャネルの強化」「サプライチェーンの最適化」など、優先度の高い分野や中核事業への継続的な投資が欠かせません。

加えて、経験豊富で有能な人材や、成果を重視する企業文化も不可欠です。当社の従業員は、当社が掲げる価値観や行動指針のもとに団結し、消費者や顧客に対して、より洗練された、市場をリードするソリューションを継続的に提供しています。これらは、世界トップクラスの従業員エンゲージメントにつながっています。重要なのは、当社の戦略目標に沿った新しいスキル、能力、人材開発への投資を継続することだと考えています。

当社は103年にわたり、豪州・ニュージーランド市場において確固たる地位を

築いてきたマーケットリーダーであり、創業140年を迎えた日本ペイントグループのグローバル成長を加速させる重要な役割を果たしていきます。グループ間の連携により、既に相乗効果が創出され利益をもたらしています。この優位な市場機会を活用して、グループの総合力をさらに発揮し、MSVの実現に取り組んでいきます。

データ

従業員数：3,912人
所在地：豪州、ビクトリア州
持株比率：100.0%