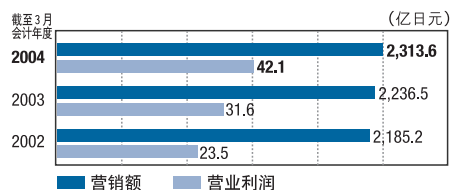


CHEMICALS

化学合成制品事业



本年度在化学合成制品部门中，营销额有所上升的是汽车相关行业的聚氨酯业务部门、特殊化学部门的油剂相关特殊化学品以及涂料部门。营销额比上期增长 3.4%，达 2,313 亿 6 千万日元，营业利润增加 33.1%，达 42 亿 1 千万日元。

► 色材事业部

色材事业部向市场提供左右颜色流行的色材、光和数据显示（形象）等信息传递的最尖端材料等，与“色与光”有关的材料和系统。随着日本市场的结构转型，为了适应客户的全球化趋势，积极开拓广范围的海外市场。

(2004年4月合并了以前的染料部、机能化学品事业部的机能色材部、涂料·形象材料事业部的影像·记录材料部，成立了色材事业部。)



长濑起源于染料事业，迄今为止各自独立发展起来的业务经过整合，成立了色与光相关产品业务部门，我们这个事业部是本发明的核心部门之一。本公司是唯一的一家统筹经销从色彩派生出来的一系列相关材料的商社，也只有商社才能够做到这一点。我们的目标是使长濑不愧为“色彩之长濑”的称号，在“色与光”的领域里成为独一无二的存在。

色材事业部部长
花本 博志

的结晶。同时，以“色和薄膜”为突破口的业务正逐步扩展到液晶用反射垫、地铁等的充值卡、饮料罐和改写卡等领域。

影像记录材料方面，平板显示器色素，喷墨打印机墨盒等销路顺畅，弥补了国内感热纸、感压纸材料营销额的减少，总体上是增收增利。感热色素在国内销路低迷，但在美国的合资生产却进展顺利，并超过了计划目标。

战略与成果

纤维染料业在国内市场呈缩小趋势，但因受非典疫情和日元升值的影响，转移到海外的纤维加工业一部分又返回到了日本国内；加上厂商、客户间供应链的重组，使本公司的订货有所增加，面向中国市场的纤维涂层加工领域走上正轨也起到了积极的推动作用，致使整个染料部门的营销额基本保持了原有水平。

提倡打破行业和国境界限的纤维业“BOAT21(Borderless Action in Textile Field)”项目迎来了第二个年头，染料销售子公司 Nagase Colors & Chemicals Co., Ltd. 设置了海外营业部，正式开展以中国为中心的亚洲业务。

尤其是开展了以下业务，即：

与日资纤维厂家合作，向他们的海外工厂派遣技术人员，提供从规划到具体生产的援助服务。在中国启动了上海技术中心，提供本公司积累起来的技术秘诀，旨在提高合作企业的质量管理水平。

在环保型染料方面，继本公司的特色产品 DENAWOOL 之后，又推出了 DENAPLA，引起了市场的关注。

功能色材领域，受国内彩色薄膜行业旺盛需求的支持，加之在海外已有一定基础的中国业务发展顺利，使本年度得以增收增利。

本年度还致力于开拓具有高透明度、耐候性的有机颜料分散体的销路，比如打入持续发展的手领域和室外外观设计用途领域。它的商品化是“色”与“混合技术”融合

今后的业务发展

国内纤维染料市场在量上一直踟躇不前，但是随着需求的多样化，颜料、色素等色彩的用途和作用却在不断扩大。只要充分发挥本公司长期积累的经验 and 智慧，就有进一步扩展各种业务的可能性。从小批量而独具匠心的商品到批量化生产的商品，谋求色材领域广泛的业务发展。2001 年开始的“彩色工作房”是同用户一起利用多功能色材创造色彩的一种尝试，我们今后还将进一步在这上面倾注力量。

在海外，我们要强化以日资企业为中心的作为在中国的生产销售

伙伴的当地销售能力。在印刷行业内，中国对日本市场的印刷业务继上期之后，本期又新接受了游戏·玩具大型厂商的游戏卡印刷业务的

订货。从本年度起，物资材料的采购也由长赖负责。

光学领域的发展前景看好。眼下，我们要提高以平板显示器和 DVD-R 等

色素及其应用产品为中心的营销额。

在感热纸业务方面，我们推进经营资源的外部化发展，在中国采购材料，并开拓全球化市场的销路。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

应用于新的印刷制版技术 CTP (Computer to Plate) 的各种新产品就是“将智慧变为事业”的良好实例。我们正在积极发展联机实时印刷的喷墨打印和升华型印刷，而 CTP 是与它们并驾齐驱的堪称可改变产业结构的技术，作为未来的照片制版技术而备受瞩目。在该领域本公司一直经销柯达产品，因此拥有有关的技术秘诀和商品采购网络，从印刷油墨、纸张和薄膜等被印刷体，到印刷工艺的材料，业务范围极为宽广，是长濑发挥综合实力，有用武之地的领域。目前，向海外市场销售 CTP 原料，将来计划利用长濑长期积累和培育起来的知识、网络和技术，扩大 CTP 相关业务。

近来备受瞩目的印刷技术 CTP



► 机能化学品事业部

机能化学品事业部是以化学为本的本公司核心事业部门，经销从日用化工产品到高附加价值产品的广泛的石化产品。并通过强化事业基础切切实实地提高了长濑的存在价值。伴随着客户的全球化趋势，我们对出口和海外生产也倾注了力量。同时，充分发挥长濑集团的综合实力，通过与其他业务部门和相关企业的合作，开辟新的商机。

(2004年4月，涂层技术·形象材料事业部的涂层材料部合并到原有的机能化学品部内，成立了本部门。)



本事业部是化学技术相关事业的母体。这次涂层技术部门与机能化学品部门的合并，就是出于要充分调动各部门之间相辅相成的综合作用的目的。以前它们之间的关系是：机能化学品部门主要向化学合成中间体厂家提供原料，而加工好的产品则由涂层技术材料部购入后再销往涂料、油墨界。现在，将它们编入同一个系统，从原料到产品，提供高质量的信息和方案，从而得以在更广阔的天地里开展业务。今后，我们还将与其他业务部门密切合作，把力量倾注于如何构筑新的商务模式上。

执行董事 机能化学品事业部部长
山口 俊郎

J. Yamaguchi

战略与成果

尽管涂料、油墨业在日本国内的增长率停滞不前，但由于在此之前加强了 Dow Chemical 和 Eastman Chemical 进口产品的销售，同时扩充开发功能和客户服务等一系列强化业务基础的措施取得了良好成效，涂层材料部门达成了超越上期的营销额，提高了市场份额。

从上期开始，我们把众多客户的货物集中装在一个集装箱内，向海外发运，从而降低了客户的物流

成本，简化了出口业务，该物流支援服务系统“每周满集装箱服务”启动后，扎扎实实地提高了效益。

通过与其他部门的合作，在海外不仅销售原材料，还开始了涂料制品销售援助业务，这也是应客户需求而设，并赢得了客户满意的一个很好的实例。充分发挥本公司综合实力的提案对国内业务也产生了良好的影响。

机能化学品部包括聚氨酯业务、过滤器业务、日用化工品业务和功能树脂添加剂业务。由于积极发展

以中国为主的面向汽车行业的海外业务，聚氨酯事业发展顺利。与客户合资成立的生产聚氨酯产品的东洋佳嘉(宁波)海绵制品有限公司和广州仓敷化工制品有限公司于2002年正式投入运营。目前正全负荷运行，并计划扩增生产能力。

有关过滤器业务，本公司利用专利而独家生产的“Dena 过滤器”的销售和清洗业务发展顺利。

日用化工品事业正逐步向海外市场转移，由于受伊拉克战争和非典流行的影响，开展不顺，发展停滞不前。功能树脂添加剂业务也因以韩国为主的出口量的下降，低于上一年度。

环保型产品和净化环境业务方面，目前正在加紧奠定业务基础。以往的涂料因大量使用被称为 VOC (挥发性有机化合物) 的溶剂，成为污染空气的元凶。我们正在开发并提倡新溶剂的使用，促进“VOC 少

量化”和“水性化”的发展。并与工程技术公司和建筑总包商共同研究对策，如何利用在涂料用颜料生产过程中产生的副产品来净化土壤和水。

自上期开始实施的“提高客户满意度活动”(CS: Customer Satisfaction)，客户调查成效显著，因此本年度将调查对象从客户企业的采购负责人扩大到技术负责人，并将调查范围扩展到海外的当地法人。我们充分利用这些来自不同角度的客观的评价和分析结果，开展进一步扎根于客户和市场的业务活动。

今后的业务发展

日用化工品和功能性树脂添加剂业务去年业绩不佳。我们重新部署战略目标，通过发挥其他部门以及部门内部之间相辅相成的综合效应，强化该业务部门，继聚氨酯和薄膜之后继续开发新的商务模式。在海外业务方面我们启动了以下两个项目：一，

强化支援体制项目，以适应国内客户向中国和东盟各国的生产基地的转移。二，强化全球化产品的中国业务项目，使全球化产品从日本国内的展开推广到中国。在整个机能化学品部门彻底贯彻以客户为中心的理念，同时充分调动本公司的集团机制，计划早日提高海外营销额比率。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

与仓敷纺织株式会社合资的广州仓敷化工制品有限公司以及与 Toyo Quality One Corporation 合资的东洋佳嘉(宁波)海绵制品有限公司，已在中国投入生产。受汽车等发展势头强劲产业的带动，工厂全负荷运转，营销额不断上升。本年度还计划扩增生产设备，有望得到更进一步的发展。



► 特殊化学事业部

特殊化学事业部向界面活性剂以及其他化学品中间体等的有机合成行业提供电子化学、家居产品原料、界面活性剂、氟化学、硅胶等产品。彻底奉行客户至上、行业至上的理念，把力量倾注于如何提高附加价值和销售系统的生产率。

(2004年4月本事业部从机能化学品事业部中独立出来。)



本事业部的目标是成为有能力向客户和供货方提供业务方案的“专家集团”。创造附加价值的根本在于个人和组织的行动力，只要提高和扩大行动力的质和量，就自然能形成一个专家集团，同时也能扩大商业权。因此，我们致力于提高组织机构的能力，包括IT的充分利用和后援部队的强化等。同时，从长远观点出发，加强培训推销人员高水平的专业职能。

特殊化学事业部部长
三桥 一夫

战略与成果

本年度 Nagase ChemteX Corp. 生产的特殊环氧化合物的出口停滞不前，但国内油剂类特殊化学品销量有所增加，加之中国进口产品销路也有所扩大，使营销额和营业利润均有所上升。

本事业部的战略目标不在于扩大营销额，而是要通过高附加价值和效率化来提高利润率。在我们的努力下，使利润率成为化学合成品事业中最高事业部之一。

我们以有机合成和界面活性剂这两种业务为核心选择客户，并贯彻实施以客户为中心的营销活动。与 Nagase ChemteX 的机能化学品事业部携手合作，策划如何发展该公司的产品和进出口业务战略，开展营销活动。在中国的业务展开上，派遣技术人员，确保独一无二的分析功能和建立专用工厂，在发挥长濑优势的同时，营造事业基础。

在骨干事业方面，从以往以供应原料为主发展到提供应用方案，

业务内容不断得到充实。尤其是以电子技术和能源市场为对象，通过与骨干事业的协作单位、客户以及电子事业部的协作，在产品开发上倾注力量。目前正在实施的一种业务模式就是一个很好的事例：Nagase ChemteX 委托本事业部的客户加工生产，产品由电子事业部进行推销，该业务模式已取得了一定的成效。我们还着力于开发在汽车市场需求量有望大增的化学产品。

今后的业务发展

本年度我们还将继续充分发挥特殊成长型领域内本集团所拥有的信息能力和活动能力，推动高效益事业的发展。“WIT21”计划目标有可能提前一年完成，我们已把注意力转向下一个中期计划，探讨设定利润达 1.5 至 2 倍的战略目标。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

本事业部最为关注的项目之一是开发有机合成的新材料。有机合成领域有发展前景的可数汽车、电子化学和新一代能源元件等。具体来说，就是与不同领域的企业协作，共同探讨未来的需求和应对可能性及必然性，并具体落实到材料的开发中去。将开发课题公布于客户，在预见可能性的阶段，与客户企业联手共同开发。经过反复尝试和失败，以期开发出划时代的新材料。



► 精细化学事业部

本事业部属于“WIT21”计划重点战略部署的生命科学领域，经销医药品、生物制品和农药、生活环境相关产品等，广泛提供多功能的商品和服务。



为了将本公司独一无二的发酵技术应用于功能性食品和保健食品，我们与其他厂家以及本公司美容保健事业部进行协作，致力于开创生命科学领域的新事业。充分利用商社和厂家双方的丰富经验，开拓和发展作为生命科学领域核心的精细化学事业部的医、食、住相关事业，力求进一步提高长濑的综合实力。

执行董事
精细化学事业部部长兼
主管研究开发中心
野尻 增浩

战略与成果

新药中间体销路的扩大弥补了向欧美出口食品添加剂的减少，本年度精细化学事业部的营销额总体上有所增加。

制药行业世界规模的收买合并(M&A)不断深入，随着制药公司的减少，开发的新药数目也呈减少趋势。而另一方面，日本国内计划于2005年实施药事法修改，制药公司对外部的委托生产不断扩大，受托生产的竞争日趋激烈。Nagase ChemteX Corp. 以开发新药中间体和受托生产为主开展业务，在福知山工厂对应c-GMP小规模生产的设备建造完工，

于本年度开始投入运营。

在酵素方面，长濑拥有丰富的经验，不仅仅把酵素当作一种原料，同时致力于运用自家开发的酵素来开发其他独创性的高功能原材料；并将有机合成技术这一本公司的优势与酵素、发酵技术紧密结合起来，在高附加价值发酵制品的受托生产业务上倾注力量。

在试剂方面，健康关怀部门的试剂相关业务被合并到本事业部内，确立了向制药企业、新药研发企业推销新试剂，谋求相辅相成的综合效应的体制。本年度本公司和荣研化学株式会社、美国 Polymedco,

Inc. 三家公司签定了销售合同，在美国销售检查便潜血的试剂和设备。该合同的基本内容是：荣研化学株式会社生产的这些产品经由本公司委托 Polymedco 销售。预计五年后美国市场将发展到 200 亿日元的规模，因此我们要在美国获取销售权，利用 Polymedco 的销售网发展事业。

在农药方面，中国和印度的中间体进口业务正逐步扩大，今后也将对此倾注力量。

今后的业务发展

在医药受托制造商的竞争日趋激烈的形势下，我们在目前的以新药中间体业务为支柱的基础上，重新探讨新的战略和发展方向。

本集团伞下的长濑医药品株式会社专门从事注射药物的生产，今后可考虑发挥本集团从原体、中间体直至制剂均有能力生产的集团综合力，发展业务，重新构筑医药品受托业务体制。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

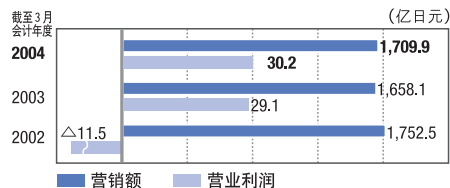
本事业部正采取各种举措，争取实现非天然氨基酸的批量化生产。所谓非天然氨基酸不仅具有天然氨基酸镜像体的意义，还包括非天然产物的 α 、 α 二置换氨基酸等，是指广义上的非天然氨基酸。利用京都大学丸冈启二教授开发的高功能手性相关移动催化剂制成非天然氨基酸的技术已成为可能。我们的方针是在 2005 年之前，开发出批量化生产技术，将它作为医药中间体或新药研发试剂向制药公司推销。计划到 2008 年 3 月会计年度发展成为 50 亿日元规模的事业。



非天然产物氨基酸的一例

PLASTICS

合成树脂事业



本年度的合成树脂事业，日本的出口有所减少，但是大中国圈的销售业绩以当地采购产品为主有所上升，营销额同比增长3.1%，达1,709亿9千万日元，营业利润同比增长3.7%，达30亿2千万日元。

► 合成树脂第一事业部

合成树脂第一事业部负责开辟合成树脂领域的新兴事业，并扩大出口和海外业务。以国内外形形色色的市场、行业为对象，营销合成树脂、副资材、包装材料、机械设备和软件等产品。



交易厂家对商社的需求已不满足于仅仅购买产品，而发展到了要求对包括海外业务的配合在内的整体业务的应对，即所谓的“商业伙伴功能”。本集团的优势在于拥有国内外众多的子公司和人际关系、业务网络，客商对本集团应对能力的信赖度越来越高。这使我们完全有可能不停留于本事业部，而是通过与所有业务部门的协作发展具有更高附加价值的商务模式。我们今后也将在这方面倾注力量。

执行董事
合成树脂第一事业部部长 兼 主管中国地区
小泽 进

区均可委托同一家公司办理，因而赢得了客户的好评。

同时我们还努力做到明确区分长濑总部和集团公司的不同作用，以发挥综合实力。总公司的任务是开创新事业和高附加价值的事业，而走上正轨的现有业务则尽量转移到联合企业。2003年10月，将营销额100亿日元规模的业务转交给Nagase Plastics & Co., Ltd.，该公司因此增强了合成树脂方面的人员配置。

战略与成果

伴随着客户向大中国圈的生产转移，我们扩充了销售点以强化推销能力，这一措施取得了成效，使功能性树脂的海外营销额有所上升。以台湾为主的数字家电液晶导光板相关材料和成型机的出口也大幅度增长。

但另一方面，光盘用途类的出口产品却因激烈的价格竞争而减少；东南亚的销售业务也受客户生产基地移至中国的影响而缩小，从整体上看略有所增。

电气、电子器械用途方面，手机用途类的销售市场扩大，另外新增了产业用电子器械零部件业务，进展顺利。

关于大中国圈的业务展开，在以发展迅猛的上海为中心的华东地区奠定了事业基础，使综合而有效

的产品供应成为可能。具体来说，整合了与老业务伙伴台资企业成立的合资公司的业务，以此为开端，强化组织机构，由日资、台资和当地企业构成的复杂的供需体制正逐步形成，强化了该地区的竞争力。

与集团内制造商的协作关系也在不断深化。与加工厂商寿化成工业（株式会社）合资成立的长濑精密塑料（上海）有限公司，生产电脑的记忆模块外壳，本年度通过与本公司销售部门的合作，销量稳定增长，本年度还计划扩建。

生产工程塑料化合物的Setsunan Kasei Co., Ltd.接受订货后，其树脂的销售由本事业部负责，我们着重加强从加工到销售的一贯制的业务开展方式。对于客户来说，加工、销售以及开展业务的所有地

今后的业务发展

我们要继续推进“WIT21”计划中指出的在大中国圈内的业务扩展以及核心事业的重新构筑。2003年11月成立的天津长濑国际贸易有限公司的前身是汽车树脂销售公司，而现在贸易洽谈已扩展到了汽车行业之外的多种领域。业务网覆盖了幅员辽阔的整个中国，我们要与其他部门携手合作，强有力地推动新商务模式的展开。

在海外事业方面，业务部门之间或同当地法人之间负责的地区有部分重复现象。今后要加以改进，构筑能够更高效、更有效地发挥集团实力的商务模式。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

大中国圈内合成树脂事业基础的健全和充实工作大有进展。目前，大中国圈内由七个制造基地和七个销售基地来开展着业务。本年度整合并强化了销售公司上海华长贸易有限公司，加强了与非日资用户的关系和各基地的人员配置，奠定了正式开展业务的基础。我们还积极开展当地职员的教育工作，让当地聘用的台湾、中国新职员在长濑总公司接受 13 个月的教育培训。另外，自本年度起还实施了新的业务训练，使他们秉承本公司的经营理念，继承长濑的 DNA。



► 合成树脂第二事业部

本事业部经销“WIT21”计划重点战略部署领域之一的汽车行业的原料和产品。不仅销售塑料原料和制品、成型机械、附带设备装置，同时在“联合不同行业实现世界最优采购”的概念下，以 Design & Die Co., Ltd. 为中心，完善了从零部件设计、试制到模具的一条龙供应体制，甚至在客户的海外网点实施代购业务，在国内外广泛开展与全球化的汽车产业各个公司的业务。



日资汽车厂商所打入的海外市场的所有地区，本公司是否也设有网点；是否配置有汽车专业人员，这在业务展开上已成为一项重要的条件。为此，我们超越事业部的框架，充分利用以往由各个事业部独自设立的当地集团公司，以对应客户的需求。此外，化学合成制品、电子和合成树脂部门携手合作，从不同的突破口向客户进行推销，推进协作推销方式。

执行董事
合成树脂第二事业部部长
日高 政雄

2003 年 11 月成立了天津长濑国际贸易有限公司。

当今，汽车厂家的系列化体制正逐步瓦解，这给本公司提供了新的商机。汽车厂家对降低成本、缩短开发日期以及包括设计和零部件采购在内的经营资源外部化的要求日趋高涨。能够对应这种要求正是本集团的优势所在，通过从零部件设计到模具的订货乃至材料、产品采购的一贯制业务运作，这项事业将大有发展前景。

战略与成果

本年度海外事业的营销额比上期增长 30%，取得了长足进展。不仅如此，在国内也因彻底奉行客户至上原则和充实代理购买功能的结果，使整个部门的营销额大幅度增长。

在战略上以时间为轴线来贯穿原材料、地区、协作和联盟，通过筛选和集中，扩大国内外汽车行业的业务。举一个实例：Design & Die 承包从零部件外观设计到试制乃至批量生产的模具等一系列业务，这

种新商务模式的运作进展顺利。不仅配合成车厂家，还适应零部件厂家向海外市场的进发，于 2003 年 10 月对 Design and Die USA Inc. 进行了资本投入，并在中国成立了长濑塑料制品设计(天津)有限公司，不必说日资厂家，今后还可望发展中国厂家和欧美厂家的客户。

我们与客户的海外进发步调一致，在充实和强化海外基地上也倾注了力量。将伦敦的代表处改组为总公司直接管辖的分公司，确立了可开展经营活动的体制。此外，

今后的业务发展

我们今后的目标是不停留于以往的原材料上，要发展新的商务模式，并通过联手协作扩大业务和产品。同时与其他事业部合作，开发具有吸音功能和消臭功能的座垫、桌布和环保型树脂等。通过开发和供应高附加价值产品，为客户提供最优解决方案。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

有一个实例可以说明只有发挥长濑集团综合实力才能实现的新商务模式。即本集团印度尼西亚工厂生产的大型塑料制品，由伦敦分公司以看板方式向英国的某日资汽车厂家供货，本集团参预并完结从材料、零部件采购到产品管理的所有生产过程。受到客户的高度好评，客户称之为“只有长濑集团才能做到的项目”。



塑料制品“内装野营餐桌”

► 合成树脂第三事业部

本事业部提倡“环保生活”概念，围绕这一概念开展业务。我们力争在有关人类生活、居住和环境的领域内，从上游生产活动直至下游生产活动，确立一条龙的业务体制，推动事业的发展。所谓上游生产活动是指向建材、住宅设备、办公自动化和家电厂家这一类生产资料的企业供应原材料，所谓下游生产活动就是经由建筑业总承包商和流通界，或直接向最终用户提供以自家产品为主的商品和服务。



“WIT21”计划实施期间，我们力求摆脱以往材料厂商和加工厂商之间单纯的中介业务功能，实现向自身主导型业务的飞跃。在市场上游到下游的贯穿一体的流程中，以自家产品“Pluswood”以及独自的服务为核心，并联合其他公司的产品和原材料，对应客户广泛的需求。

执行董事
合成树脂第三事业部部长
北口 治

O. Kitaguchi

战略与成果

我们着力于实现在建材、住宅设备、办公自动化和家电领域里本公司得以发挥主动权的业务形态的转变，使本年度营销额增长了约10%。

其中，使用以木材和非氯乙烯塑料为成份的新原材料制成的“Pluswood”产品，其营销额比上期翻了一番以上。该产品兼备木料的质感和塑料的高功能性，并以加工简单见长，不仅适应了环保需求，

同时在普遍追求“精神蔚籍”，热爱木纹格调的内装和摆设品的社会风气中而备受青睐，大型项目的订单接踵而至。本公司因没有建材的普通销售渠道，目前正在加紧开辟独自的渠道，并很快取得了成果。我们已获取了众多大医院、老年人专用公寓和一流宾馆内装的订单。

此外，以本公司为主体进行销售的他家产品树脂制混凝土模板也取得了成效。

新开始的产业电子器械塑料成型零部件业务也进展顺利，营销额大幅度增加。在构筑通信器械厂家的树脂回收利用系统和推进住宅设备厂家的国际采购援助业务的同时，也促进了原材料销售的增长。

今后的业务发展

为了实现整体优化，于2004年4月重组了事业部内的“战略部署单位”(SBU: Strategic Business Unit)，根据不同功能将原来的九个单位改组为四个单位。今后要使每一个单位尽早发挥实效。

我们还重新估算物流费用、销售费用和外协加工厂的成本，力求提高利润率。对于已经开始的“Pluswood”网上销售，我们正致力于完善电子商务的基础建设，以提高营销额。

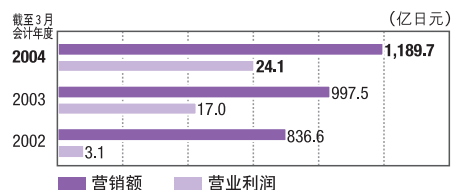
CLEARLY DEFINED PRIORITIES

“Pluswood”销路顺畅，日前，帝国饭店（东京）实行全面改装，全客房的内装材料决定采用我们的“Pluswood”产品，用于部分墙壁和天花板。通过这一实际成绩，今后大有可望打入宾馆、办公楼和店铺等新的领域。



ELECTRONICS

电子事业



电子部门是“WIT21”计划重点领域电子技术相关事业的核心。本年度，液晶领域业务发展极为顺利，营销额达 1,189 亿 7 千万日元，比上期增长 19.3%；营业利润大幅度增加，高达 24 亿 1 千万日元，比上期增长 41.2%。带动了全公司良好的发展势头。

► 电子第一事业部

本事业部生产的材料和设备用于各行各业半导体、液晶、电子元件的制造工艺。本事业部还开展向各行各业提供系统解决方案的业务。积极发展在中国、台湾、新加坡和东南亚等的海外业务，力求成为融合制造功能和商社功能的高收益部门。



本事业部的优势在于将制造功能和商社功能融为一体，能够为区别于其他公司的利基市场（niche market）提供高附加值的产品。同时，在全公司中最接近终端市场的位置上收集信息，得以率先推进与其他部门的协作，在“WIT21”计划重点战略领域电子技术领域的业务开展中起到牵引作用。

电子第一事业部部长
伊藤 富隆

我们在国内还着力于新产品和特色产品的开发、生产，以弥补转移到海外的那一部分空缺，从而增加营销额、提高收益能力。

2002 年与大阪瓦斯集团合资成立的 OnFine Co., Ltd. 以新的商务模式开展业务，即由大阪瓦斯化学株式会社生产原料，由 Nagase ChemteX 进行加工，而产品则由 OnFine 销售。

此外，我们还积极与拥有特殊技术的厂商合作，共同开发防反射膜和薄膜加工材料等光学系统的产品，发展有效的共同开发和销售的新商务模式。

战略与成果

本年度受数字家电市场销路顺畅的带动，总体上取得了好成绩。

在半导体和液晶制造用药液领域，以本集团 Nagase ChemteX Corp. 的产品为中心发展顺利，与相关设备的销售一起销量大增。

功能性材料领域，除了 Nagase ChemteX 的产品销量顺利增长外，销往重电、弱电行业的变性环氧树脂销量以及半导体密封材料的销量也都保持坚挺势头。但另一方面，由于受生产基地移向海外的影响，一部分电子元件绝缘材料的国内销量略有下降。

本事业部兼有商社和制造功能，我们要充分发挥这一特长，力求实现“WIT21”计划提出的目标，即彻底奉行客户至上原则，谋求与其他企业的差异。同时，随着客户相继把生

产基地转移到海外，本公司采取步调一致的做法，进一步强化了亚洲的生产基地。

2002 年秋投入运营的 Nagase Finechem Singapore (Pte) Ltd. 除了生产用于制造半导体和液晶板的药液外，还建成了堪称本公司国内强项的重复利用药液的循环再生设备，并于本年度起投入运行。Nagase CMS Technology Co., Ltd. 经销半导体和液晶的生产设备，韩国的子公司 Nagase Engineering Service Korea Co., Ltd. 也自本年度起开始在当地生产和销售该生产设备。中国的变性环氧树脂制造商长濑精细化工(无锡)有限公司也于2003年12月正式投入运行。

由于生产基地的海外转移以及生产能力的加强，日用化工品的海外批量生产体制日趋完善，而同时

今后的业务发展

本年度的目标是争取已花了大量投资的海外事业和面向国内利基市场的各项业务早日取得成效。在联手战略上，计划把目标瞄准历史悠久的中等规模化学厂家，积极推进面向利基市场的具有高附加价值的商品开发。

事业部之间的信息共有化尚存改善的余地。本公司所经销的商品从上游至下游，范围极其广泛，我们要汇总这些技术秘诀，提高对客户建议的创导能力。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

2003年末，变性环氧树脂制造商长濑精细化工（无锡）有限公司以年生产量3,000吨的规模投入正式运营。2004年6月增产至4,000吨。该公司的目标是成为变性环氧树脂产品规模和品种中国第一，将来要扩大到年产5,000的生产体制，产品计划供应当地企业和出口东南亚各国。



► 电子第二事业部

电子第二事业部经销的产品有：接近电子技术下游市场的液晶显示体以及生产和加工该液晶显示体所需要的材料、光学薄膜、用于半导体加工的泥浆等精密研磨材料和表面缺陷检查装置，除此之外还从事玻璃加工业务。同时，向普通消费者供应DVD及周边机器等，并以手机基地局零部件制造商Gigatec Inc.等为中心，集结了集团力量，积极提供符合市场需求的产品。



电子技术行业的变化可谓日新月异，在筛选业务伙伴等方面迅速而准确地做出判断开展业务是至关重要的。我们彻底奉行客户至上的原则，收集信息，构筑商务模式，预测风险，积极开展工作。同时，当需要本集团没有的关键技术和生产技术时，我们还着力于同其他厂家的有效协作。

董事兼执行董事
主管电子第一事业部、第二电子事业部、
第二电子事业部部长、医疗保健产品事业部部长

永岛 一夫

年3月成立了长濑国际电子有限公司，其目的在于充实中国华南地区的生产加工基地，并提高效率。

中国通信市场发展迅猛，PHS、手机等移动通信基地局的功率放大器厂商Gigatec业务获得了扎扎实实的发展。该公司属于无生产线厂家(fabless)，自行从事功率放大器的开发设计和元件的采购、性能检查，而组装则委托外协工厂。

目前正在开发新的下一代移动通信基地局功率放大器成套设备、用于半导体生产工艺的高频电源的等离子发生器、地面数字播放的中继机等。

战略与成果

得益于半导体和液晶行业的盛况，本年度大幅度超标完成了计划任务。

液晶领域，国内的显示器材料销售以及以大中国圈为中心的出口显示了极其良好的发展势头，同时模块等的销量也大有所增。而且，一直作为重点战略部门而倾注了大量心血的海外的元件组装和加工也进展顺利。

通信元件领域，中国的无线电基地局元件，因市场需求已过一巡，销量有所下降，但从整体上来看依然保持着坚挺的势头。

精密研磨材料领域，以亚洲为中心的出口发展顺利，硬盘驱动器元件实现了增收。硅胶晶片的加工材料也有很大进展，并争取到了新的客户。

近年来，作为下游活动展开的一环而倾注力量的DVD周边机器、外围记录媒体产品的销售，以及面向普通消费者的DVD电影软件的网上

销售均大有突破。在最终消费资料的销售方面，为了通过改善销售效率强化竞争力，我们积极进行了各种投资，使DVD机器业务部门引进了客户管理、库存管理等一系列经营管理系统，加强了人员配置。

本事业部的关键词是“可持续发展”(Sustainable Growth)，本年度我们也积极采取了各种举措，以建立“可持续发展”的业务结构。

显示器和通信元件领域，由于元件界的需求变动剧烈，要想持续稳定地提高收益，必须对市场动向有先见之明，提前采取行动。为此，于2004

今后的业务发展

手机等中小型显示器市场、个人电脑、电视机等大型显示器市场，以及手机、ADSL、宽带等的通信市场，预计将有飞跃性的发展。要在这些成长型领域内，抓住客户对于技术革新、物流合理化等多样化的需求，着力于构筑适应客户需求的新商务模式。

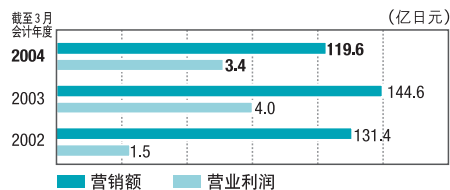
CLEARLY DEFINED PRIORITIES

2004年3月成立的长濑国际电子有限公司，统筹实施本集团在中国华南地区生产基地整体的生产管理和劳资管理等，担负着提高该地区生产效益的职能。长濑集团通过该公司使在中国从生产到销售的综合实力得到了强化。



HEALTH CARE

健康关怀事业



本年度的健康关怀事业，虽然化妆品、保健食品领域和医疗信息、临床检查领域均与上期保持相同水平，但因放射线测定部门有所下降，营销额降至 119 亿 6 千万日元，比上期减少 17.3%，营业利润也下降了 15.6%，为 3 亿 4 千万日元。（本文和图表中的数据包括其他部门的业务。）

► 美容保健产品事业部

本事业部的理念是：“提倡综合美，提供安全而高品质的商品和服务，为创造充满美和健康的富裕的社会做贡献。”生产并销售面向普通消费者的化妆品、保健食品和美容食品。全国有四万名推销员进行挨户推销，Herbal Care Co., Ltd. 展开店铺销售。在全国各地设置了美容沙龙，作为挨户推销的新网点，并利用高新技术器械开展咨询服务。



本年度实施了以改革重组销售体制为首的一系列充实、强化基础建设的措施，在此基础上，今后将继续在市场投放适应消费者多样化需求以及适合挨户推销、店铺销售等不同销售渠道特点的新产品，力求扩大业务

执行董事
美容保健产品事业部部长 兼
生命科学事业推进室室长

小野 诚

度起会呈现出效果。

2002 年 Herbal Care 开始实施的店铺销售“pour toi”（法语，意为 For you）于本年度新增了店铺，目前有七个店铺开展业务。核心销售对象是从 20 岁年龄段到 30 岁年龄段的消费者，在芳香疗法这一概念指导下，通过咨导和施疗的方式推销化妆品和其他商品。

战略与成果

本年度的美容保健事业，Nagase Beauty Care Co., Ltd. 成为独立的销售公司，我们力求通过这种地区紧密结合型营业体制来强化企业的机动性，搞活挨户推销机构。为了使销售渠道多样化而设置的店铺销售网点“pour toi”以首都圈的百货商场为中心已形成了 7 个店铺的体制。但是，本年度这些努力尚未获得明显效果，整体营销额停留在原有水平上。

同时，我们生产和销售增长迅猛的保健食品以及独自开发的迷迭香配方抗衰老高级化妆品。其主要力量就是开展挨户推销业务的全国四万名推销员。挨户推销同时也是一种地区共同体的形成活动，是一

种人际关系比什么都重要的销售形态。我们充分掌握了这一特点，从各方面使顾客满足的美容沙龙的开设工作进展顺利。美容沙龙有两种。一种是全国各地的 28 个 Nagase Beauty Care 的办事处改装成的沙龙，另一种是挨户推销经理在自己家开办的。有关后者，目前有 600 名推销经理相继在自家开办沙龙，长濑提供开办沙龙所必需的美容器械和招牌等，在设备方面提供援助，实施肌肤咨导、面部保健、化妆等技术训练，努力提高服务质量。沙龙的运作率很高，顾客们亲自试用商品，推销员的介绍能使自己信服后才会购买，这种倾向越来越强。沙龙业务进展速度之快大大超出了本公司的预计，我们期待下一个年

今后的业务发展

为了实现与其他公司的差别化，独创性商品的开发至关重要。为此，我们与外部的研究机构和长濑 R&D 中心合作，继续开发新产品。下一个年度我们计划将以“迷迭香”配方为主的护肤品和“护肤养肤从体内做起”的概念指导下开发的美容食品投放市场。

挨户推销今后依然是我们的主流，同时为了适应顾客多样化的需求，积极利用店铺、沙龙等各种渠道，甚至考虑发展通信销售业务。在广告方面，除了社区的介绍广告之外，下一年度还将在向消费者宣传商品和品牌上增加力度。

CLEARLY DEFINED PRIORITIES

我们继续推进外部研究机构和长濑 R&D 中心共同研究的有关迷迭香提炼物美容效果的研究报告在学会发表，同时在新产品的开发上加大力度。新美容液“塞拉美白精华 V”自 2002 年 4 月投放市场以来，备受消费者青睐，是迷迭香研究成果的结晶。在这一系列产品中，本年度新增了新产品“塞拉美白面膜 (Cella White Mask)”。从迷迭香中最新发现了促成骨胶原透明质酸生成的物质 (genkwanine)，该物质配方制成的防皱面膜 (Sanage AW Excellent Concentrate Mask)、女用生发剂 (Alphametics Tufteep Affect) 新近投放市场，赢得了顾客的好评。



► 医药保健产品事业部

本事业部主要针对医疗机关销售医疗器械，在此基础上还经销医疗信息、临床检查系统等各类系统。我们充分利用 30 多年以来在医疗界建立起来的关系网，着力于拓展成长型商品的销路。

医药保健制品事业部所担负的使命是强化和深入发展“WIT21”重点战略部署领域之一的健康关怀事业，它是有广阔发展前景的市场，而同时也是竞争极为激烈的市场。长濑在临床检查领域内积累了 30 多年的丰富经验，建立了与客户和代理商之间牢固的关系，我们要充分利用这一财产，开展产品销售和服务。与此同时，医院、医疗机构对电子化的需求日趋高涨，我们要重新部署以开发提供与这一市场需求相适应的系统为核心的战略方针。

战略与成果

本年度，医疗信息、临床检查领域的业绩保持上期原有水平，但在放射线测定领域，对提高上期收益作出了贡献的设备销售却没有新的起色，营销额下降。作为业务重组改革的一环，将试剂方面的业务整合到以期更好地发挥相辅相成综合效应的化成品事业医药部门，因此总体营销额有所下降。

切切实实地提高了业绩的可数与佐贺医科大学附属医院共同研发

的感染症控制系统。该系统是利用医院内联网，在医院内的任何地方都可迅速查询到细菌检查结果等感染症的有关信息，有望对早期诊断、预防交叉感染、甚至削减药剂费用作出贡献。已获得了以大型大学附属医院为首的许多医疗机构的高度好评，并已推广到全国各地的医院。

今后的业务发展

在医疗信息、临床检查领域，继感染症控制系统之后，我们还致

力于开发本公司的独创型系统，经销新的血沈、血液气体、电解质、过敏症等各种分析仪器。并和作为实干部队的 Nagase Medix Co.,Ltd. 一同彻底渗透成本意识，努力扩大销路。在细菌检查方面，继续开发细菌培养基判定装置、192 孔培养基等。在放射线领域，与法国的 synOdys 集团签定了代理商合同，以核燃料公司和核电站的安全管理为目标市场开展业务。