

从“WIT21”到“WIT2008”

对“WIT21”的总结

长濑自 2003 年 4 月起实施了为期三年的中期经营计划“WIT21”（W: Wisdom = 智慧；I: Intelligence = 信息；T: Technology = 技术）。该计划设定的数值目标是在 2005 年度合并营销额达 5,500 亿日元、合并营业利润达 110 亿日元。但在第二年的 2004 会计年度，合并营销额和合并营业利润分别达到 5,756 亿日元和 132 亿日元，提前一年完成了计划目标。而 2005 年度，即最后一个会计年度，我们调高了原计划目标值继续实施“WIT21”计划，将合并营销额和合并营业利润分别重新设定为 6,000 亿日元和 161 亿日元。结果，业绩达到有史以来的最高纪录，圆满完成了三年计划。

长濑集团在“WIT21”所获得的成果的基础上，

于 2006 年 4 月启动了新的为期三年的中期经营计划“WIT2008”。

启动“WIT2008”计划，向更高的目标挑战

在制定“WIT2008”计划之际，我们将长濑的理想设定为以下几点：

- ①不断巩固并扩充可持续发展的牢固的事业基础。
- ②使市场广泛认识到长濑拥有以战略性集约技术为本的有特色的事业形态。
- ③由长濑功能创造出附加价值的“长濑主导型事业”所占的比率越来越高。
- ④在经营上重视 CRS（企业社会责任）。

为了实现我们的理想，为了实现今后的可持续发展，必须趁目前业绩发展顺利之势“强化企业的实力”。在这一认识的基础上，我们的基本方针是把这三年定位为：“增强实力，实现可持续发展”的时期，在即保持“攻”和“守”双方实力平衡的同时，又进一步增强各自的实力。

■ 营销额
■ 营业利润

5,036 亿日元
84 亿日元

WIT2000 (2000-2002)

变革

基本战略

- ①促进事业投资，培养新业务；
- ②业务的筛选与集中；
- ③强化制造业，强化销售公司的营销力；
- ④培养专业人才；
- ⑤通过评定和开展商务模式强化营销力。

重点领域

- ①电子技术领域
- ②生命科学领域

6,480 亿日元
175 亿日元

WIT21 (2003-2005)

推进

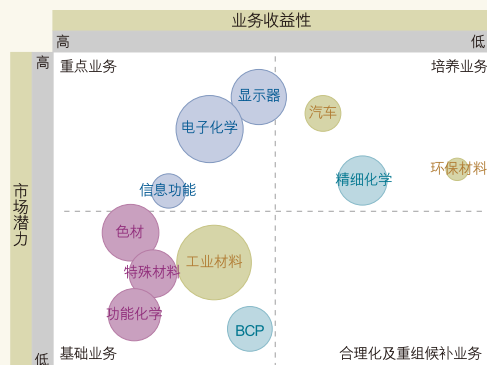
基本战略

- ①彻底奉行客户至上原则，推行与其他公司的差异化；
- ②加强市场主导型事业的培育；
- ③充分发挥集团功能和独创性，开拓商机。

重点领域

- ①电子技术领域
- ②生命科学领域
- ③汽车相关领域
- ④海外事业

■ 业务资源（截止目前）



基本战略

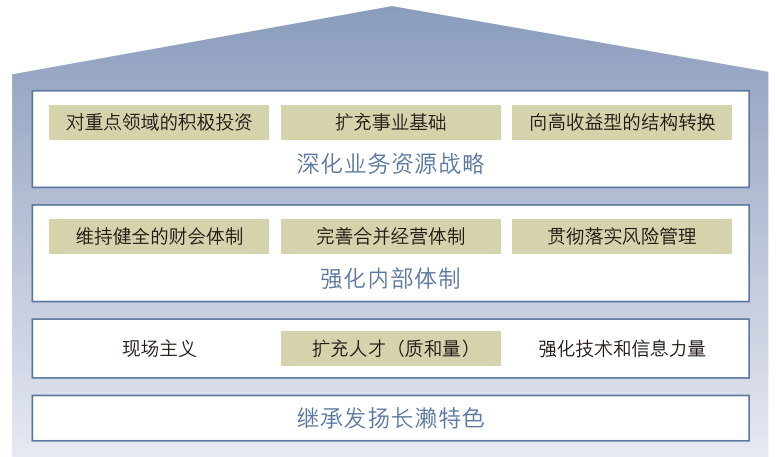
全公司具体战略是展开“攻”和“守”的战略。所谓“攻”，即为了“深化业务资源”；所谓“守”，即为了“强化内部体制”。在重点领域上承袭“WIT21”，继续把“电子技术领域”、“生命科学领域”、“汽车相关领域”和“海外事业”作为重点领域。这些领域均为本公司建立的事业基础中最能发挥优势的领域，同时也是今后市场有望扩大的领域。

目标

7,700 亿日元
240 亿日元

“WIT2008” 基本战略

增强实力，实现可持续发展



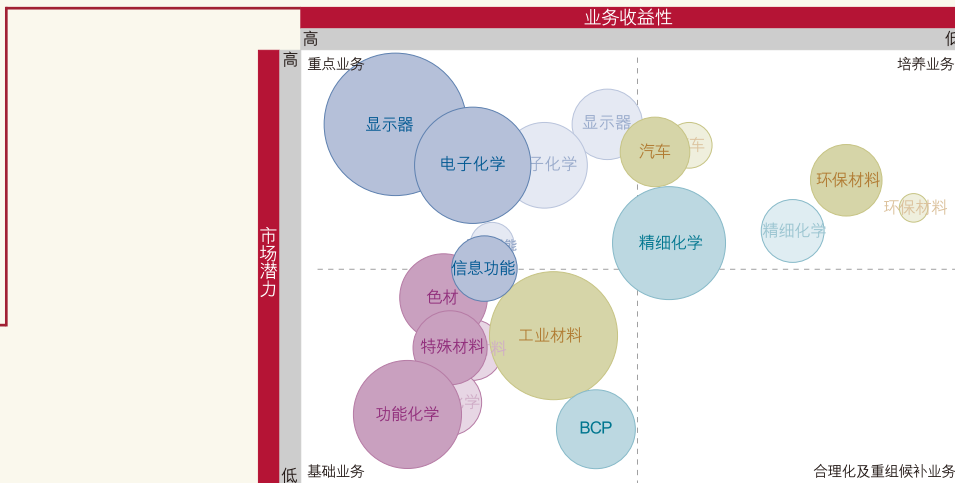
WIT2008 (2006-2008)

扩充与强化

重点领域

- ①电子技术领域
- ②生命科学领域
- ③汽车相关领域
- ④海外事业

业务资源战略的深化



“WIT2008”计划“攻”的战略： 进一步推行业务资源战略



在执行“WIT2008”战略之际，至关重要是长濑集团内的每一家企业、每一个业务部门都能加强和巩固各自领域的功能和业务基础。进一步加强集团拥有的信息收集力、提案能力、生产和物流功能；保持与交易方良好的人际关系；不仅仅应对个别的客户，同时站在行业整体发展的高度提议倡导客户之间的业务合作，进一步加强客户对长濑的信任感，从而提高集团功能，巩固事业基础。

这次重新制定的业务资源战略对标榜技术和信息企业的长濑来说具有划时代的意义，因为不仅对以往的事业战略，对技术战略也进行了深入探讨。从领导层到第一线的工作人员，在探讨投资项目、推进业务和结构调整时，不仅分析与事业战略之间的整合性和收益性，同时还分析是否符合长濑的技术战略，从而预防经营资源的分散。

我的使命是贯彻落实“WIT2008”的基本精神，营造一个良好的工作环境，使在第一线工作的员工能够面向未来专心致志地工作。

代表董事 兼 专务执行董事

营业部门全盘统管；主管美容保健产品事业部、营销业务推进室、
新兴事业开发室和市场规划室

柴田 嘉三

为了“进一步推行业务资源战略”的个别战略

◆ 扩充事业基础

所谓“事业基础”是长濑集团迄今为止建立起来的与众多优良交易方之间的信赖关系；以及以亚洲为中心向全球扩展的众多的业务网点；通过各种业务活动在国内外建立起来的长濑集团的市场信誉。我们认为，巩固并扩充这些事业基础是实现可持续发展的首要条件。

◆ 对重点领域的积极投资

今后要实现可持续发展，对重点领域的集中投资必不可少。我们认为通过这些投资可实现符合时代环境变化的新的功能，构筑新的事业基础。与“WIT21”相比，“WIT2008”计划大幅度

增加了投资额，三年内达到 300 亿日元。针对那些与事业战略、技术战略的整合性得到充分验证的项目进行投资，同时还需要不达目的誓不罢休的锲而不舍的努力。

◆ 改善企业体制，实现高收益

要实现营业利润的目标值，必须提高高收益业务的比率。为此，不仅要提高集团内制造商产品的营销额，还要通过提高长濑主导的高附加价值业务的比率，以提高利润率。同时，还应锲而不舍地追求高效率，不断地重新评价和对待亏损事业。

“WIT2008”计划“守”的战略： 强化内部体制

强化内部体制是为了完成“WIT2008”计划目标的战略之一，最为重要的是建立有效机制，把业务风险控制在最小范围。本公司的风险管理迄今为止是由专业部门来应对的个别应对型，而今后则需要转换为符合时代需求的综合应对型。我认为必须探讨如何完善风险地图以及风险对策，尤其在遵守化学物质的有关法令和化学安全管理方面，必须维持最高水平。在安全保障贸易管理方面，应考虑最新国际形势，全公司上下一致遵守外汇法的规定，贯彻落实风险管理。

在业务方面积极推动合作等集团经营，但在体制方面尚处于发展阶段，因此我们还要积极采取行动，尤其是充实海外的集团运营体制以及确保和录用在开展业务上最为重要的人才。

“WIT21”计划的实施使全体员工对公司的前进方向和行动指针有了深刻的理解，并培养起一种当事人的意识。在执行“WIT2008”计划时，我的使命是把这种日益高涨的意识贯穿到具体的行动计划中去，我认为这一时期是关系到长濑集团在下一个历史时期将获得什么样的发展的极为重要的时期。

代表董事 兼 常务执行董事
管理部门全盘统管；经营管理室室长、
财务部总部长、会计部总部长
鹤冈 诚



强化内部体制的个别战略

◆ 维持健全的财会体制

重视现金流量的经营方式将继续下去。在努力改善经营活动产生的现金流量的同时，不断重新评估审视资产，重视维护健全的财会体制。

◆ 贯彻落实风险管理

在事业结构的转换过程中，预计会产生各种类型的新的风险，长濑集团整体的综合性风险管理体制的建立必不可少。时刻认识并把握这些风险，在实施把风险控制在最小限度的措施的同时，贯彻落实遵纪守法，完善应对法制化的内部管理系统。

◆ 完善合并经营体制

进一步完善历来重视的合并经营体制，争取实现集团内战略和信息的共有，并通过经营资源的高效化利用进一步强化集团经营。新增或重组国内外的关联企业，完善可持续发展的集团运营体制。

◆ 人才的质和量的扩充

我们认识到本公司集团最大的资源是人才，今后也将积极地确保能够应对结构调整和新兴事业的具有高度专业知识的多样化人才。

海外业务的发展

中国事业

中国事业概况

目前，长濑集团在香港、深圳、广州、武汉、上海、苏州、天津、大连、台湾等发展迅猛的所谓大中华圈的网点，主要开展化学、合成树脂和电子技术业务，这些网点由八家销售公司、十家分公司和办事处以及十五家制造商组成。八家销售公司的员工人数合计四百多名。在这些网点里，以日本人为首，台湾、香港和中国的当地员工携手共同推动事业的发展。近几年来，培养了一批具有高度专业知识的优秀的当地员工。

在该地区内危险品、低温管理仓库的设置、应对实时供应的物流网络、环氧树脂、聚氨酯制品、液晶元件材料、塑料薄膜、汽车零部件、金属模具、零部件设计等一系列的相关厂家群，为扩充大中华圈的事业提供了强有力的后援。而另一方面随着业务的扩大，必须应对的课题也在不断增加。回收应收帐款、贯彻落实资信管理、密切注视人民币的升值和其他国家货币动向以强化外汇管理、恰当应对中国法制化的不断进化等，使事业在攻守平衡中向前发展。



执行董事
主管中国地区 北口 治

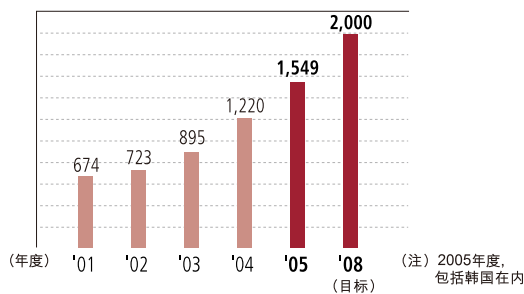
“WIT21”计划的成果和“WIT2008”计划的基本战略

“WIT21”计划实施期间是海外事业突飞猛进的三年。其间，营销额大幅度增长到 1,549 亿日元，是 2002 年度实际业绩的 2.1 倍。从不同部门来看，合成树脂占 60%，化学品和电子技术占 40%。员工人数几乎翻了一番，设立的网点包括关联企业和本公司出资的企业在内达 11 家，其中七家公司是对制造公司的资本参与。从地区来看，华东地区所占的比例扎实上升；从业务领域来看，合成树脂增长显著，而化学品和电子技术也稳步增长。

“WIT2008”计划将 2008 年度的营销额目标值设定为 2,000 亿日元。“WIT21”计划把扩大营销额规模放在最优先地位，“WIT2008”计划将继续扩充现有网点，并增设制造据点，同时完善必要的商务基础设施，扩充事业基础。不仅如此，还要改善并建立健全的财会体制，贯彻落实风险管理，进一步增强实力。与此同时，进一步深入开发大中华圈核心地区香港、台湾和华南地区的市场，把包括上海在内的华东地区的业务发展成为下一个支柱，同时促进培养华北地区的

大中华圈营销额的发展变化

(单位：亿日元)



业务。

今年是“WIT2008”计划的第一个年度，我们将促进台湾、香港和中国等大中华圈内的合作关系，以及与东盟国家等其他地区的合作关系，促进化学、合成树脂和电子技术的合作以及销售公司和制造商的合作关系。加强制造商产品的集团销售能力是提高自主权和利润率的最为有效的战略之一。此外，改善和构建物流系统也是实现差异化的战略。而在执行这些战略上最为关键的就是“人才”，为此我们将把推销人员扩充到五百人的体制，并明确总公司派驻人员的职责，安排恰当的工作岗位。实施重视培养当地工作人员和干部录用的人事方针。

东盟地区事业

东盟地区事业概况

长濑东盟地区的事业由新加坡、马来西亚、泰国、印度尼西亚、菲律宾这五个国家的当地法人组成。东盟地区业务由于受到生产向中国转移的影响，2003年度的业绩比上一年度有所下降，也曾有过一段时期发展困难，但之后又重新回到了发展的轨道上。从产品部门来看，主要由合成树脂、化学合成成品和电子技术相关业务构成，营销额比例构成近年来几乎没有什么变化。

长濑东盟地区业务的特点是：①以集团网络为基础，拥有在当地完结所有业务的能力；②在各国都有当地法人，可以从交易方直接获得市场信息，进一步发展成为新兴事业；③与长期交往的交易方之间保持有一种深厚密切的关系。一方面，继中国之后，越南和印度等国以惊人的迅速崭露头角，开发这些近邻国家的市场成了我们的当务之急。同时，本地区内需求较小，易受美国和中国经济影响的环境，韩国等竞争对手的技术和品牌力量不断上升，如何应对这些课题也是我们的当务之急。



执行董事
主管东盟地区 菅 正道

“WIT21”计划的成果和“WIT2008”计划的基本战略

“WIT21”计划期间，本公司集团东盟地区的营销额增至693亿日元，是2002年度的1.2倍。从产品部门来看，合成树脂的贡献度最大，化学合成成品和电子技术相关业务也基本完成计划指标。

“WIT2008”计划的基本战略是：①扩充印度、越南等近邻国家市场的销售网点；②向现有市场的现有客户提供新的产品和服务；③对重点领域进行积极的投资。从而进一步巩固和扩大事业基础。东盟地区营销额目标为1,000亿日元，是2005年度实际业绩的1.5倍。特别计划向印度和越南两国增派人员，为了在印度成立当地法人，做好把越南（河内、胡志明市）办事处提升为当地法人的筹备工作，并在河内早日建成合资企业。

东盟地区不同业务部门营销额构成比率

