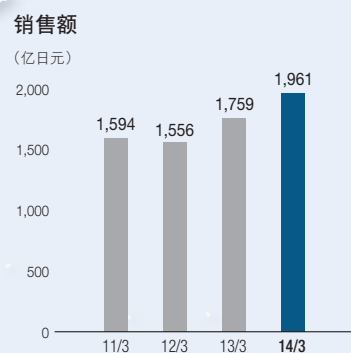


大中华地域



执行董事
Greater China CEO
山口 胜久

在大中华地域(中国大陆、香港、台湾),本公司展开着超过40处的包括销售公司、生产公司、支店和事务所,2015年3月决算期的目标销售额约为2,260亿日元。在各据点展开着与顾客以及市场紧密相接的事业活动,同时最大限度驱使长濑集团的综合力致力于据点之间的协作和全球展开,努力开拓商务。



主要市场的动向

中国的GDP成长率2013年度全年为7.7%依然保持着较高水平。汽车产业在日中问题背景之下从一度低落呈现出顺利恢复,预测下一季度以后也将保持安定成长。在智能手机和平板电脑等电子行业方面,虽然市场整体正在大幅度成长,但是畅销商品和部材的需求平衡与价格等在短期间内会有戏剧性变化而成为一个非常严峻的行业。OA机器和家电用品等比较安定的发展,但是包括电子关联在内一部分供应链向东盟诸国转移,不断发展成为“中国·加一”的状况。在太阳能电池行业方面,2014年3月决算期仍处于严峻状况,2015年3月决算期以后,看来将渐渐恢复。在食品等生活关联行业,由于收入水平的提高以及文化度的成熟,需求的多样化等,今后中国的内需仍将继续强劲成长。

TOPICS

环氧树脂的研究开发楼建成

2013年底,在无锡建成了环氧树脂的研究开发楼。在中国市场加深与顾客的技术对话,构筑着能够做到尽早的提出符合顾客用途产品的提案功能。



ECO

长濑的ECO

在中国和台湾开展着作为世界生产据点的太阳能电池和锂离子蓄电池用途方面,硅单晶片、电池模块、外装用树脂、银浆、正极材等,各种各样的部材。



2014年3月决算期的业绩

2014年3月决算期的销售额,由于汽车行业的恢复,电子关联部材的发展等,销售额达到1,961亿日元(与前年度比增加11.5%)。作为营业措施,智能手机和平板电脑以及笔记本电脑等对于具有很大市场占有率的中国和台湾品牌,展开独具特征的日本部材的“中国·终端客户项目”,与具有国际竞争力的中国化学品厂家缔结战略合作伙伴关系,充分活用本公司全球网罗的海外“中国原材料项目”,林原事业开发组等,将大中华作为一个整体推进着在多数地区横向的展开事业。

2015年3月决算期的战略展开

在大中华方面,通过加强顾客应对力和扩充附加服务,促进着推进在重点领域的事业扩大和事业分配的最合理化。

在林原事业方面,在上海设置了L广场,完善了林原技术人员常驻体制。还计划设立半导体和电子部件关联装置的演示室,面向智能手机和平板电脑的应用实验室。继常州的树脂和精细化工委托生产工场之后,厦门的显示屏用玻璃薄型加工工场开始正式开工,生产机能也得到扩充。

从中国向海外市场的出口销售,除了上海分析实验室的质量检查以外,致力于加强对包括中国制造厂家的工场监督和现场指导在内的质量保证功能。

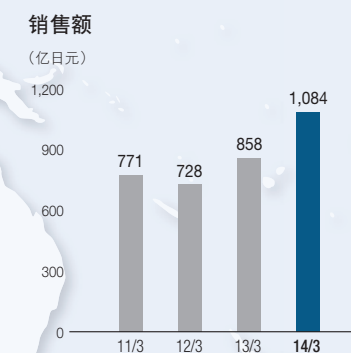
在核心事业的为汽车和OA、家电设备的树脂销售方面,也继续努力加强与地区紧密结合的致密的顾客应对和物流功能,促进着新用途和非日资顾客的开发,开展着全球水平的协作。

东盟中东



执行董事
东盟和印度 CEO、聚合物全球客户事业部长
若林 市廊

在世界诸多国家和地区经济不景气之中,东盟地区的经济处于坚挺状态,由于中间层和富裕层的扩大,作为消费市场的存在感急速提升。并且,作为新的投资对象对柬埔寨、老挝、缅甸等湄公三角洲地区的关注度日益增高。本公司除了已往的东盟各国,还在印度、中东、大洋洲的10个国家(销售公司9家,支店、事务所9所,生产公司9家)拥有据点,在这样的集团网络基础上,在广泛的地区开展着事业。



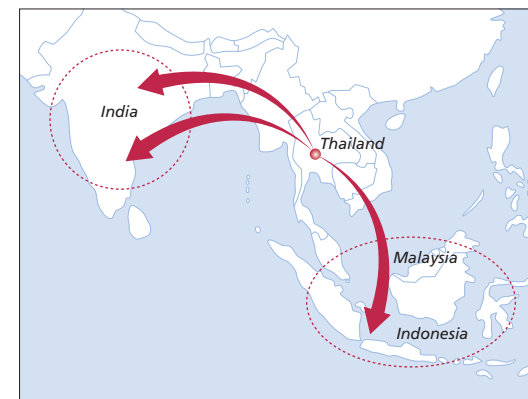
主要市场的动向

在日资事务机械厂商不断加速向越南、菲律宾等参与之中,在汽车产业虽然印度2013年新车销售台数与前年度相比减少9%为324万台,东盟的新车销售台数与前年度比增加2%为355万台,新车生产台数也比前年度增加5%为444万台呈现出坚挺的发展趋势。在先进国家景气恢复不透明当中,由于外资企业旺盛的参与意欲和中间层的扩大,预测今后东盟地区的景气仍然坚挺的顺利发展,2015年3月决算期将获得增收。

TOPICS

Thailand Spec Business的地区展开

通过将各汽车厂家和部件厂家的总括功能以及R&D功能集结在泰国,在泰国决定各地汽车模式规格的事例有所增加。本公司以使在泰国的实绩确实的在地区展开的ROC(Regional Operating TOPICS Centre)为中心,致力于加强地区内的协作。



2014年3月决算期的业绩

2014年3月决算期,虽然主要据点的泰国汽车产业减速发展,以新加坡和马来西亚为中心的电子业务处于低迷状态,在成长地域的VIP(越南、印度尼西亚、菲律宾)呈现大幅度成长。

另一方面,通过地域综括功能的ROC(Regional Operating Centre),还推进了林原业务的地区横向市场营运和地区内展开配套商务以及加强集中购入树脂。并且,在运营方面,努力致力于引进共同基干系统和加强人事系统等,继续贯注于安定的企业运营。在业绩方面,由于OA和家电、汽车关联商材的销售有所增加,销售额达到1,084亿日元(比前年度增加26%)。

2015年3月决算期的战略展开

在“Change-S2014”期间,在维持和扩大树脂关联业务的同时,使其他领域(电子、化学、生活科学)加速发展,达到事业领域和地区都成为获得平衡的事业体的目的。

2015年3月决算期,在功能素材和加工领域,在提高日本和中国地区协作关系的同时,致力于和主要供货商维持关系,达到在中东开发业务的目的。另外,在OA和树脂关联领域,扎实的获取和在地区内投资企业的业务关系同时继续加强扩充来源。

另一方面,作为培育事业①在包装材料业务方面加强地区内的开展,向中国地区扩展,②在汽车和能源业务方面,将泰国规格商务继续向印度尼西亚和印度开展,③在电子业务方面以马来西亚和新加坡为基轴扩大销售本公司集团产品,④在林原业务方面,通过地区实验室功能进行扩大销售等。进而加强成长地区VIP(越南,印度尼西亚,菲律宾)和加速开拓地区孟加拉,湄公三角洲(柬埔寨、老挝、缅甸)的业务展开。