

TAKING EARNINGS TO THE NEXT LEVEL

特辑：新中期经营计划“WIT21”之概要

在从2000年至2002年的3年之间，长濑集团推行了中期经营计划“WIT2000”。在继承这一基本方针的同时，结合计划的实现情况以及市场的环境变化，重新制定了今后3年的中期经营计划“WIT21”（W：Wisdom、I：Intelligence、T：Technology）。

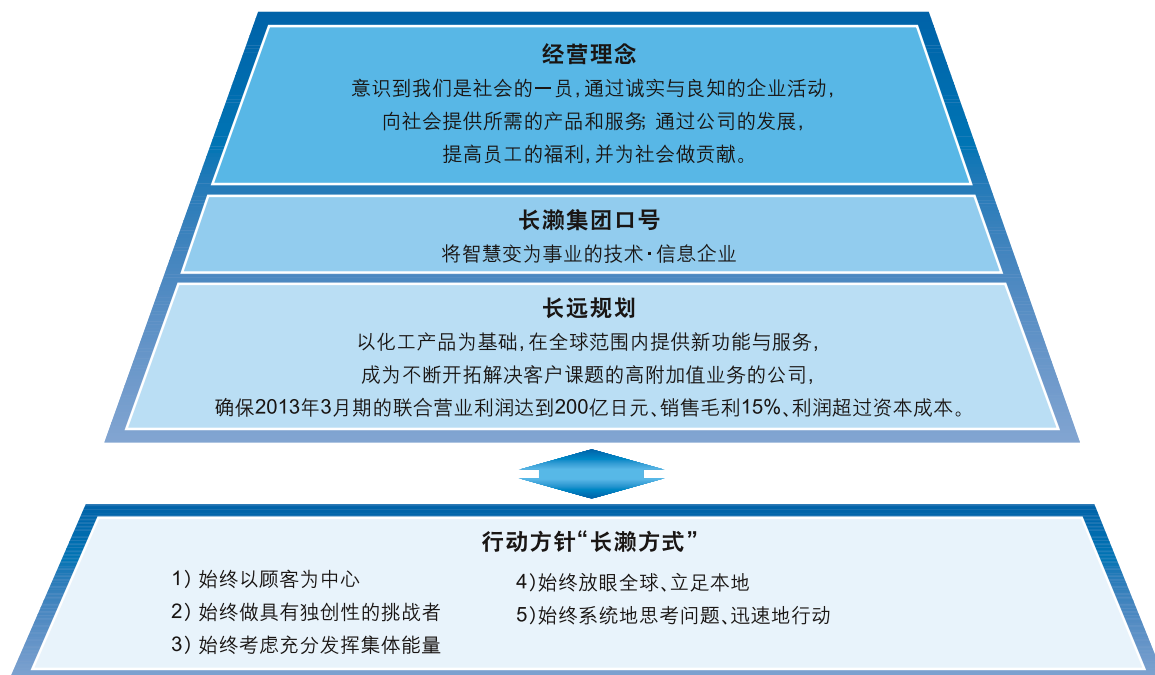
正如“总裁致辞”中所谈到的那样，在市场环境之严峻大大超过了制定“WIT2000”计划时所作的预测的情况下，当时的业绩目标长濑式ROE(N-ROE)7%未能达成。但是，还是取得了企业集团盈利能力的提高以及经营体质的强化等实质性的结果。

“WIT2000”采用长濑利润及N-ROE作为经营指标。为了致力于提高经营盈利能力，另外，由于在保持和提高财务体质的同时，以在中长期内获取高于资本成本之利润为目标，所以“WIT21”将营业利润作为经营指标，2005年度（2006年3月期）联结营业额目标为5,500亿日元，联结营业利润目标为110亿日元。

长濑集团的经营形象是“以化工产品为基础，在全球范围内提供新功能与服务，不断开拓解决客户课题的高附加值业务的公司”。长远目标则是：从2003年开始，力争每年的营业利润增长率超过10%，10年后（2012年度）的联合营业利润达到200亿，联合销售毛利达到15%。

以“所有的答案皆在于市场”的概念，彻底奉行客户中心论，在本公司所拥有的“技术”和“信息”的基础上，外加含丰富经验的“智慧”，创造出超越单纯中介业务的事业，面向全球提供本公司的“功能”和“服务”，拓展商机，不断提高经济效益，这就是本经营形象的具体含义所在。

按照这个长远规划，我们一直在推行“WIT21”。



从“WIT2000”到“WIT21”

“WIT2000” (2001年-2003年3月期)

(单位: 亿日元)

		2003年3月期实际业绩
销售额		5,036
	国内	3,375
	海外	1,661
营业利润		84

[基本战略]

- ① 挑战战略：事业投资的促进、新事业的培育
- ② 能动战略：事业的选择与集中
- ③ 集团战略：制造型公司的强化、销售公司销售能力的强化
- ④ 人才战略：专家的培养
- ⑤ 机能开发战略：事业模型的建立、推广所带来的营业能力的强化

[经营目标]

将长濑式ROE提高至7%

[战略领域]

电子领域、健康护理领域

“WIT21” (2004年-2006年3月期)

(单位: 亿日元)

		2006年3月期目标
销售额		5,500
	国内	3,300
	海外	2,200
营业利润		110

[基本战略]

- ① 奉行客户中心论、促进商品的领先地位
- ② 加强市场主导事业的培育
- ③ 利用集团机能与独有性进行业务创新

[经营目标]

合并营业利润110亿日元 重视资本成本

[战略领域]

电子领域、生命科学领域、汽车关联领域、海外业务

“WIT21” 重点战略领域

电子设备领域	<ul style="list-style-type: none"> · 扩大面向电子设备行业的高性能化工产品。 · 扩大面向显示器、半导体、通信行业的业务。 · 在全球范围扩展 Nagase ChemteX Corp.、Nagase Finechem Singapore (Pte) Ltd.、长濑精细化工(无锡)等集团制造功能。
生命科学领域	<ul style="list-style-type: none"> · 扩大医药农药中间体的委托合成、临床试验委托服务等药物研发业务。 · 通过强化上门销售及店铺销售，扩大化妆品和健康食品的销售量。 · 强化医疗信息器械，检查系统等医疗事业。 · 改善长濑研制开发中心的新药合成程序，推进天然提炼物的应用研究。
汽车相关行业	<ul style="list-style-type: none"> · 通过扩充在日本、北美、欧洲、泰国、中国的业务点，扩大业务范围。 · 在全球范围扩展模具低硬度工程技术业务。 · 扩大零部件及成品业务。
海外事业	<ul style="list-style-type: none"> · 强化集团的生产机能。 · 推进海外业务的本地化。 · 通过设立合资公司、支援海外业务，扩大业务范围。