

## 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“色和光”有关的材料和系统。电子技术和被称之为 IT 的业务本来是属于数据处理技术，但它们只有变成影像或信号等被人的眼睛认识后，才能作为信息发挥作用。本事业部经营的多数产品都起到了连接电子技术和人的肉眼的的作用。



色材事业部部长  
花本 博志

### 战略与成果

本年度，我们加大力度发展的原料业务总体上进展顺利，如：用于打印机和复印机的油墨、调色剂原料以及使用于液晶的彩色滤光器用原料等。用于等离子、DVD 化学品的销售额增加；感热纸、感压纸原料彩色模板、其他造纸用药品以及纤维用染料方面基本保持原有水平，但营销额和营业利润均比上期有所回升。

在“WIT21”计划指导下，本事业部数值目标和战略目标的发展计划均进展顺利。

纤维加工业的日本国内市场依然处于缩小趋势，但在对中国出口和新材料的开发上倾注了力量，并取得了成果，尤其是日资企业在中国的生产事业对提高业绩作出了重大贡献。在中国的业务，日资企业在打入中国市场时从采购原料到产品销售，这种提供全面支援的商务模式取得了实效。本年度，除了向上海的技术支援中心（“上海技术中心”）派遣专职要员，为下一年度的正式运作打下基础；此外还与中国的生产销售伙伴合作，强化当地的销售力。

利用多功能色材同用户一起创造颜色的“色彩作坊”于 2001 年启动以来业绩增长迅速。本年度又积累了众多的业绩，如：与手机厂家共同开发新色；浴缸四周树脂着色提案被用户采纳等等。

尤其值得一提的是，对美国的运动鞋厂家，把富于光泽性的材料应用于人造皮革，从颜色的提案到主要材料的一条龙服务受到好评。该项目发挥了只有长濑才具备的优势，也就是说长濑特有的能够与直接的客户站在一起，为用户设计商品方案的系统。

在印刷业务方面，与日资印刷企业合作，本年度继续发展向大型游戏·玩具厂家供应印刷品的印刷项目。油墨和印刷媒体等印刷用原料的销售也不断扩大。从设计方案到原材料，不局限于日本，还开始了向中国、韩国、美国市场的销售活动，全球性地展开“日本起源，中国发货”的印刷相关事业。

影像记录材料方面，以被称之为新兴市场 IT 产业的用于平板显示器和 DVD-R 等的色素及其应用产品为核心，发展顺利。感热纸领域，为了应对销售单价的下跌，根据在中国有关 OEM 生产的可行性报告的结果，决定与中国的化学厂家进行业务合作，开始显色剂、增色剂和增感剂的受托生产。下一年度我们将计划实施以此为目的的市场活动。

### 今后的业务发展

长濑在液晶用彩色薄膜的红颜料、液晶用背景灯的反射板用颜料、涂在等离子显示屏平板（PDP）的特定波长的吸收色素以及感热纸用黑色色素的市场份额居世界之首。今后，在显示器领域，我们将致力于提供涵盖面极广的商品，如：彩色薄膜用颜料、反射板用色材、液晶保护薄膜等的液晶显示用相关产品；特定波长吸收色素及其应用产品、电磁波密封材料、AR 材料、硬膜材料等 PDP 相关产品等等。此外，长濑的汽车用涂料的高级有机颜料、汽车座椅和安全带用染料的市场份额也居日本首位。在汽车相关领域也通过与其他事业部之间的协作关系加强其销售能力。

我们要发展那些大型商社无法办到，其他商社或厂家也无法办到，而只有长濑才能办到的业务领域，从而发挥“光和色”的长濑的优势，谋求事业的发展。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

自家开发的产品有机导电性薄膜“DENATRON”销路顺畅。以往的导电薄膜使用无机黑碳或界面活性剂，因此大多防水性较差；相比之下，“DENATRON”则是透明度高、耐久性卓越的有机导电物。主要用于液晶显示板的保护薄膜，同时在电子元件领域的用途也在不断扩大。在薄膜行业内也是最有发展前途的领域，销售额迅猛增加，预计下年度将比本期翻一倍。



## 机能化学品事业部

机能化学品事业部是承担本公司核心事业——化学相关事业的母体部门。经销范围涵盖了从日用化工产品到高附加价值产品的广泛的石化产品，通过强化事业根基提高了长濑的存在价值。伴随着客户的全球化趋势，我们加强了出口和海外生产的地位，充分发挥集团综合实力，在提供从原料到产品的高质量提案和开拓新的商务模式上倾注了力量。



执行董事  
机能化学品事业部部长  
山口 俊郎

J. Yamaguchi

### 战略和成果

本年度，涂层材料和聚氨酯等主力产品在日本国内市场停滞不前，但作为重点战略部署领域之一，迄今为止成立的一些合资企业已初显成效。具体地说，用作汽车座椅等缓冲材料的聚氨酯原料的营销额，以海外销售为主有所增长。使涂料原料和合成树脂难燃化的添加剂等，也以海外销售为中心有所增加。结果，营销额比上期大幅度增加。

本事业部是由涂层材料、聚氨酯、树脂添加剂、过滤器四大业务组成。

涂层材料业务，尤其是对油墨相关用户的进一步市场开发，扩大了信息记录、显示器相关领域的销路，对提高业绩作出了贡献。同时，作为提案型商务模式而启动的“集装箱满箱周运服务”物流支援服务系统也已稳定运作。其关键在于通过把数家客户的货物由本公司负责集中在一个集装箱内来提高物流效率。通过与长濑的海外据点的协作（Co-Work），在海外为客户开拓其产品的销路，使营销额顺利增长，而同时对加强与客户的关系也起到了很大的作用。

聚氨酯业务方面，以汽车行业为主，在中国的业务继续扩大。在中国，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自2002年投入运营以来，全负荷运转，对扩大营销额作出了贡献。并为了应对旺盛的市场需求，正在积极地进一步扩增产能力。此外，去年12月在广州成立了生产汽车模板的公司，计划于2006年春投入运营。为了构筑汽车相关行业这种从上游的聚氨酯原料到下游的汽车零部件的价值链，我们开展与包括其他部门、相关企业在内的协作。

有关过滤器业务，以薄膜行业为中心，本公司的专利产品“Denafilter”的销售和清洗业务发展顺利。今后我们试图开拓前景看好的光学领域和海外市场。

在日用化工品业务方面，形成了机能化学品部向化成品中间体厂家销售竞争力强的原料，而生产出来的树脂产品由涂层材料部向涂料厂家供货的结构。在这种结构中，重新认识部门之间的关系，加强协作。因此，日用化工品事业在长濑的地位更加明确，通过彻底贯彻客户至上和协作的重要性，充实对客户的服务。

### 今后的业务发展

本年度提前完成了“WIT21”计划的数值目标。今后，把它定位为活跃在广泛领域的长濑集团的根基事业，在保持稳定性的同时，奠定“WIT21”之后计划目标设定的基础，不断开拓新业务的潜力。

下一年度将完善体制根基，进一步促进信息的一元化和与其他事业部的协作，强化全球性对策。在大中国圈内，计划进一步与合成树脂相关部门联手共同开展聚氨酯原料的当地采购业务以及产品加工业务。日用化工品事业力图不受眼前市场变动的影响，而从中长期的角度出发来发展事业。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

传统涂料中大量使用的溶剂是导致空气污染的元凶之一。本事业部作为环保问题解决方案业务的一环，开发以“水性化”涂料为首的“低VOC（挥发性有机化合物：Volatile Organic Compounds）化”原材料，并加大力度开发和销售以排除有害物质为目的的涂料用添加剂。在“静脉业务”（环保有关业务）上，启动了有效利用在颜料生产过程中产生的副产品来分解土壤的有机氯化物的项目，与工程技术公司和建筑总包商共同推进实施该项目。



## 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家居产品、化妆品、界面活性剂、氟化学和硅胶等原料。力图通过彻底奉行客户至上的理念，提高销售系统的生产率以及开发电子化学，提高事业的附加价值。



特殊化学事业部部长  
三桥 一夫

### 战略与成果

本年度在缝隙（Niche）领域充分调动本公司集团的信息力和业务开展能力，在发展效益高的事业上加大了力度，目标是力争提前完成“WIT21”计划的数值目标。结果，以 Nagase ChemteX Corp. 的产品为主，发展势头坚挺。尽管营销额略低于目标，但提前完成了营业利润目标值。

本事业部与有机合成事业、界面活性剂事业以及 Nagase ChemteX Corp. 的功能化学品事业部合作进行 NCX 事业项目，并以该三项事业为核心开展业务。它们都是从以原料供应为主的业务发展特殊化学领域的材料开发和提供应用软件，力求实现高附加价值。尤其是针对电子技术和汽车市场的客户，与现有的外协单位、Nagase ChemteX Corp. 和电子事业部门协作，以产品开发为中心的业务同期比增长了 10% 以上，正在稳步扩大。具体地说，用于电子材料的记录用原材料、电脑和混合车上使用的发展迅猛的可充电型二次电池销路顺畅。

在中国的业务方面，派遣技术人员，拥有独自的分析功能和生产功能等，努力扩大发挥长濑综合功能的商务模式。目前，与色材事业部合作，在上海技术中心开展化学品的质量检验工作，对中国厂家生产的产品在出厂前进行质量检验，确保质量的稳定性。

### 今后的业务发展

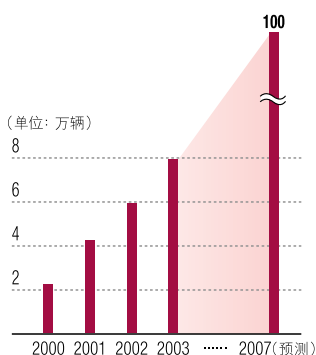
下年度是“WIT21”计划的最后一年，同时为了迈向“WIT21”之后，根据花了一年时间策划的本事业部总体战略，以两个战略部署为核心推动事业的发展。

一个战略部署是：继续改善成本结构，提高人、信息、组织等财富的利用率，提高生产率；另一个战略部署是：提供能使客户提高利润率的“第一和唯一”的产品和服务，进而增加营销额的增收战略。

从下年度起，把 Nagase ChemteX Corp. 的功能化学品事业部与本事业部联合起来，进一步强有力地推进此公司的功能化学品事业的市场功能。

此外，积极对应客户提出的课题，出示解决方案，力争成为能够通过提升企业价值来发展业务的“专家集团”。正因为经销产品的特殊性和高附加价值，其关键在于每一个营销业务员如何发挥工作能力。我们将持续而有计划地培养营销业务员高水平的专业能力，同时，积极强化包括为这些营销业务员提供后援的 IT 的利用和后勤工作在内的机构组织力、分析力和战略策划功能。

### 混合车的世界市场



## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

本事业部新开展的业务之一是利用有机合成技术开发新材料。把主要的目标市场对准汽车、电子化学、新一代能源存储元件领域，具体地说，把力量倾注于装配在汽车上的二次电池、蓄电池等。从探索、挖掘未来的市场需求到结果的最优化，根据不同的开发舞台与不同领域的企业共同开展业务。今后还将与客户融为一体从事开发活动，经过反复的尝试和失败，开发功能差异化原材料。



## 精细化学事业部

精细化学事业部属于“WIT21”计划重点战略部署的生命科学领域，经销相关的医药、生物制品和农药、生活环境产品等，广泛提供与医、食、住相关的多功能的商品和服务。并致力于开发利用独创发酵技术的功能性食品和保健食品，开创新事业。



执行董事  
精细化学事业部部长  
主管研究开发中心  
野尻 增浩

### 战略与成果

精细化学事业本年度为提高效益，重整事业。农业相关领域受其影响，营销额下降。但上半年度萎靡不振的医药相关领域，到了下半年度业绩回升，恢复到上一年度的水平。同时，因淀粉糖用酵素的日本国内销售和香料原料的海外销售有所增长，因此营销额在总体上基本与上年度保持相同水平。

本事业部把“WIT21”计划的基本战略设定为以下三方面：①发展医、食、住（环境）相关的市场前景看好的事业；②开创能发挥集团综合实力的事业；③现存业务实现从中介型到提案型的转型。

在医药领域，伴随国内外的 M&A（收买合并）和行业内整理合并，制药公司越来越少，进而导致了新药数目的减少。随着今年 4 月药事法修改的实施，制药公司的对外委托生产正不断扩大，受托生产竞争日趋激烈。在这种形式下，本年度我们在开发大型药效试验原药、中间体的制造方法、确立分析方法和受托生产等活动方面非常活跃。同时，在新药中间体业务的基础上，充分调动集团综合力，把能够生产从通用品到制剂的业务发展纳入视野，重新构建医药品受托生产事业。

具体地说就是推进以下四方面的基本战略：①继续推动原药、中间体和原料业务；②强化通用品和制剂业务；③药事法的修改使海外生产成为可能，从而扩大中国和印度的业务。④开发尖端技术。

在试剂方面，2004 年 10 月在荣研化学株式会社和美国 Polymedco, Inc. 的合作下，开始在美国销售检查大肠癌的便潜血检查试剂。该产品的特长是因其免疫性检测大便中的血红蛋白，所以饮食内容不会影响检查结果。随着大肠癌检查的普及，健康医疗保险对免疫疗法保险费的支付金额得到提高，预计将发展成为 200 亿日元规模的市场，而我们的目标是获得该市场 10% 的份额。

食品相关业务方面，在国内外食品、功能性食品行业以及相关行业，发酵的研究开发和工业生产领域，以 Nagase ChemteX Corp. 为核心，凝聚集团综合实力，提供独自的解决方案，全球性地开展解决问题、提案型的高收益业务。酵素相关业务方面，致力于应用自家开发的酵素的高功能原材料开发、有机合成技术、酵素和发酵技术融合的高附加值的新发酵制品的开发。在被称之为 1 兆日元规模的发展迅猛的保健食品领域，把重点放在前景看好的保健食品原材料磷脂质的开发上。

在农药相关业务方面，形成了全球性的原料、半成品和成品的供应网，开展提案型、解决方案型的业务。从中国和印度的中间体进口业务继续保持增长势头。家居产品方面，通过进一步的高效化和商品结构调整，谋求利润率改善。

### 今后的业务发展

下一年度是“WIT21”计划的最后一年，我们将从三方面着手发展事业。第一，强化合并事业的运营、经营；第二，充分调动长濑 R&D 中心的技术，开发新业务；第三，充分发挥 Nagase ChemteX Corp. 和长濑医药品株式会社两家公司的生产功能，提供独具特色的解决方案，扩大业务。尤其是在医药业务方面，在继续推动基本战略的实施的同时，针对国内外的制药行业和相关企业，在研究开发和生产领域里凝聚集团综合实力，提供独具特色的解决方案，全球性开展提案型高效益业务。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

为实现非天然氨基酸批量化生产的工作进展顺利。所谓非天然氨基酸，包括非天然产物的  $\alpha$ 、 $\alpha$  二置换氨基酸等，是指广义上的非天然氨基酸。迄今为止， $\alpha$ 、 $\alpha$  二置换氨基酸等的工业生产尤其被认为是很难的，但京都大学丸冈启二教授开发的高功能对映异构体移动触媒，使单独的非天然氨基酸的工业化生产已成为可能。长濑推动了利用“丸冈触媒”的医药中间体、创造新药用试剂的批量生产技术的开发。目前已进入正式投产的探讨阶段，来自制药公司的问讯不断增多。有望对将来大幅度扩大原药和中间体受托制造业务作出贡献。



## 工业材料事业部

工业材料事业部的营销额占合成树脂相关事业的 60% 以上，是主力部门。以除汽车和建筑行业以外的国内外广泛而多样的市场和行业为对象，经销合成树脂及其加工品、辅助材料、包装材料、机械设备和软件等产品。推进与集团内企业的战略性合作，在开拓新的合成树脂相关业务和扩大海外事业上倾注了力量。



执行董事  
工业材料事业部部长  
川尻 俊一

*S. Kawashiri*

### 战略与成果

“WIT21”计划的战略重点——大中国圈的业务，本年度也取得了长足进展。在功能性树脂（工程塑料）和通用树脂领域，为了应对客户向大中国圈生产据点的转移，我们扩充了销售网点，集中投入人力资源，取得了成果，表现在营销额的不断上升。与重要客户的战略性合作也显成效，自本年度起，新近加入本事业部客户行列的办公自动化行业以及用于电脑外围设备框体的树脂原料的销售，国内外营销额均大幅度增长。此外，重点发展领域之一的液晶显示器相关材料、树脂原料、设备包装的促销活动也取得了相应的效果，今后营销额有望增长。

国内业务的发展上，深通过深入开拓和发展重要用户、扩大经销品种，面向包装材料行业和家电行业的树脂原料的销售，总体上保持坚挺的上升势头。本年度，对营销额有突出贡献的是电子设备的树脂成型品等零部件组装业务。营销规模虽然不大，但营销额的增长却十分显著。向 Eastman Chemical Company 供应的特殊聚酯树脂的营销额也有所增加。该产品用途极为广泛，如：利用它的熔融粘度特性开发异型挤压成型新商品；把它的透明度应用于化妆品容器等等。

受本事业部管辖的相关公司也取得了骄人的业绩。经营合成树脂着色和化合物的 Setsunan Kasei Co., Ltd. 把经营重点从通用树脂转移到功能性树脂的战略显现成效，营销额持续增长。此外，生产用于吸尘器、洗衣机等家电用和工业用各类弹性软管和管道的东拓工业株式会社、生产食品包装托盘的寿化成工业株式会社，营销额均有所增长，保持了强劲的发展势头。

### 今后的业务发展

继续加大力度发展大中国圈的事业。加强在数字机器、办公自动化相关领域的国内外合作，构建着重发展重点用户的体制，从而进一步强化销售力。尤其要在液晶显示器相关的销售上加大力度。

除大中国圈以外，客户向越南市场的发展也呈上升趋势。我们致力于强化越南事务所的功能，为将来成立当地法人做准备。

为了强化事业部门的组织能力，通过将以前的 SBU 向部科制的转变，实行有效的人员配置，促进集中而有选择性的核心技术开发。

推进公司内外的合作。今年三月与 Asahi Kasei Chemicals Corporation 成立了特殊树脂的用途开发和生产销售的合资企业，推进特殊树脂产品业务和功能性薄膜的市场开发。通过与公司内显示器事业部和信息与功能器材事业部的合作，开发液晶显示器、记录媒体领域的功能性薄膜；还通过与功能化学品事业部的合作，进一步发展充分应用树脂薄膜的业务。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

伴随着客户进军海外市场，在事业中心逐步向海外转移的形势下，国内市场对高功能产品、特殊化产品的需求日益高涨。为了应对这一市场，我们结合 Asahi Kasei Chemicals Corporation 以原材料开发为核心的技术力量和长濑的树脂市场力量，成立了 Sun Delta Corporation，着眼于解决方案型的业务活动。在下游领域开发加工能力和附加价值高的产品，力争五年之后营销额达到 50 亿日元。



## 汽车材料事业部

汽车相关行业是“WIT21”计划的战略重点领域之一。本事业部在这一领域建立了提供一条龙服务的业务体制,即从原料、产品和相关设备的销售,到零部件的设计、试制、模具制作,乃至在客户海外网点的代购业务。汽车产业的全球化不断深入,今后,我们将与汽车行业的各个公司之间继续开创新的业务,广泛发展国内外事业。



执行董事  
汽车材料事业部部长  
日高 政雄

### 战略与成果

本年度,不仅在国内和扩充了网点的中国等亚洲地区,在北美和欧洲市场的营业额也有所增长,国内营销额同比增长 20% 以上,海外营销额同比增长 50% 以上,取得了长足进展。

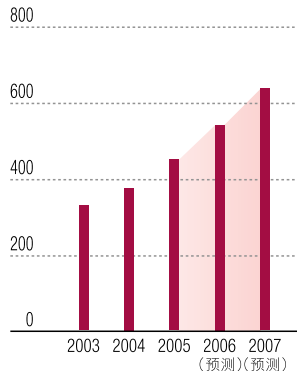
汽车相关领域是“WIT21”计划的战略重点,为了强化和进一步深化该领域的业务,我们把集中和筛选、用户至上、提供解决方案为基本原则,在三个设计据点、十四个生产基地(包括外协企业)、二十七个销售网点的全球化体制下开展业务。在战略上以时间为轴线来贯穿客户、原材料、地区、协作和联盟,通过筛选和集中,扩大国内外汽车行业的业务。迄今为止重点发展的“配套业务”(Package Business)成效显著,它提供从原料到产品和机器设备的涵盖范围广的产品阵容。不仅传统的通用树脂,而且功能性树脂材料也对提高营销额作出了贡献。

Design & Die Co., Ltd. 的商务模式是承包从零部件外观设计到试制乃至模具的批量生产的一条龙业务,它承包了丰田汽车公司与 PSA 标志·雪铁龙汽车公司共同开发的汽车用仪表板的从设计到模具批量生产的一系列业务,进展顺利。在中国的长濑塑料制品设计(天津)有限公司、北美的 Design and Die USA Inc.(底特律)也开展类似的商务模式。

与其他事业部的合作也进展顺利。本年度我们还成功地创造了一种新形式的商流,即:功能化学品事业部把原料客户经销的粉末状聚氨酯作为一种新型的高级汽车座垫用原料进行销售;从色材事业部的客户那儿采购无纺布,再销售给本事业部的客户。

### 中国 Light Vehicle 的产量

(单位:万辆)



### 今后的业务发展

继续推进“WIT21”基本战略,在发展传统的材料商品的同时,扩大新型商务模式,通过联盟推动业务发展、扩大产品业务和软件工程技术业务。在地区上,把焦点瞄准北美、泰国和中国,尤其是除了与在中国的日资汽车厂家的交易以外,还把力量倾注于同中国资本的汽车厂家的交易。中国厂家对强化自身设计能力的需求日益高涨,我们认为本公司集团在这方面有足够的余力提供支援。计划扩大这方面的业务,将来大批增加长濑塑料制品设计(天津)有限公司设计人员的配置。

在中国的模具业务方面,将参与策划中国广州市汽车用模具的合资经营事业(广州广电林仕豪模具制造有限公司)。

向功能化学品事业部出资成立的生产聚氨酯的东洋佳嘉(宁波)海绵制品有限公司和广州仓敷化工制品有限公司供应汽车内装用布料、表皮材料,同时开始了两者生产的聚氨酯车架薄板的销售活动。

此外,我们还推动与不同行业的联合,将在中国广东省佛山市共同出资成立生产、销售汽车精密板弹簧、冲压加工产品、精密冲压加工产品和组装加工产品的合资公司(通威精密金属(佛山)有限公司)。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

本公司承包了丰田汽车公司和法国 PSA 标志雪铁龙公司自 2005 年 2 月开始共同生产的新型小型汽车的仪表板从设计到批量生产的开发业务。长濑负责管理从产品设计到模具制造、检查夹具、成型试制品制造、组装、模具的装船,直至在捷克批量生产开工的整个过程。这是一个通过与业务伙伴和仪表板订货商 Tier1 厂商的合作,充分发挥了长濑综合实力的良好实例。两家汽车公司的合资企业丰田·标志·雪铁龙汽车公司的捷克工厂计划年产量 30 万辆。



## 环保材料事业部

本事业部自今年起改名为“环保材料事业部”，我们的事业理念是：“通过提供亲和环境的材料、产品和系统，为保护地球环境做贡献”。在人类的生活和家居等居住环境领域开展独具特色的业务。以融合木粉和塑料的环境共生木质新材料——自家产品“Pluswood”为核心，同时把建材、住宅设备机械等其他公司的产品和树脂原材料加入到产品阵容中去，以独具一格的服务形态开展业务。将来还要推动循环型资源再生利用和应用聚乳酸等自然原材料，开展更为广泛的环保业务。



执行董事  
环保材料事业部部长  
北口 治

### 战略与成果

本年度，“Pluswood”产品继续保持上升势头，创了销量比上年度翻一倍的记录。同时，充分调动本公司的IPS功能（有效利用海外据点网络的国际采购代理服务），面向住宅设备和建材厂商的树脂、产品销售大幅度增长，使本事业部的营销额同比增加了40%。

“Pluswood”产品是融合木粉和非氯乙烯类塑料原材料加工成兼备木头的质感和塑料的高功能性的环保型产品，具有“不腐烂、不起毛、不褪色、结实而便于加工”的特点。在充分利用这些特长的自家产品（阳台、天窗、天棚、脚墙、扶手）的基础上，把其他公司的优秀产品（树脂框架、双层地板、浴室配套设施、铝栅栏、厨房、盥洗台、门窗、家具）也纳入商品阵容，由本公司的营销业务员直接向建筑总包商、流通行业等介绍产品，并提供施工服务。这种独特的业务形态赢得了发包商、设计事务所、建筑总包商的好评。此外，还充实了电子商务的基础设施，加强了“Pluswood”的网上销售。目前拥有的个人客户已超过一万人，以往只应用于阳台的商品阵容更加多样化，扩充到花园等室外装潢、长凳等用途上。

本年度还力争提高利润率，与生产伙伴携手合作，努力削减制造成本、物流费用和仓储费用。

### 今后的业务发展

构建从上游生产活动直至下游生产活动的一条龙业务体系。所谓上游生产活动是指向建材、住宅厂家供应原材料；所谓下游生产活动就是经由建筑业总承包商和流通行业，或直接向最终用户提供商品和服务。本事业部的理想是形成“三个主心骨”，即：①以自家产品“Pluswood”为主心骨，把其他公司产品容纳到产品阵容内；②以产品业务为主心骨，发展可带来相辅相成的综合效应和回报的原材料业务；③以对法人或个人客户的直接销售形态为主心骨，同时也进行对批量生产厂家的零部件、材料的销售。

下一年度内，为了实现这一理想，我们将实施下列行动计划。

首先，改编事业部的组织机构，在此基础上重新构建事业结构体制，使相关企业 Delta Twenty-One Corp. 成为专门从事“Pluswood”业务的公司。第二，为了发展外国商品和外围业务，扩充外协厂家及其经销产品。同时，通过充实IPS功能，提高产品、树脂的营销额；并计划在聚乳酸等环保材料的市场开发上加大力度。第三，确立最佳业务形态和营销方式。目前，采取的是“承包制营销方式”，即从制定计划到销售和回收，均由推销业务员一人负责。我们要建立一个在每一个过程中为推销业务员提供强有力的支持和后援的体制，使推销业务员能够高效率地完成工作，获得更大的成果。同时继续扩大网络营销。

此外，还要加强与其他事业部的合作。把工业材料事业部和汽车材料事业部用户对再生资源利用的需求和本事业部拥有的开放型再生利用的成果相结合，有望在汽车和办公自动化领域实现再生利用的合作。并探讨针对本事业部建筑、土木行业的客户，与电子化学品事业部合作共同发展环氧树脂业务。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

目前为止“Pluswood”被众多的著名宾馆、医院和护理设施等采用，赢得了高度评价。本年度不仅被个别项目采用，还作为标准装备被全国性建设中的老年人专用公寓的系列项目选中，出现了商品订货的回头客和标准化的动向。这是因为它“设计自由”、“维修简便”的特点得到了专家的承认，作为“超越木材、超越塑料”的新材料已渗透到市场的结果。2005年2月京都议定书生效，对削减二氧化碳排放量的呼声日益高涨，今后环保材料的市场需求将步入正规化。我们期待着“Pluswood”作为新型环保材料，其价值进一步得到社会的公认。



## 电子化学品事业部

电子化学品事业部生产的材料、药液和设备用于各行各业的半导体、液晶、电子元件的生产工艺。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，力求融合生产功能和商社功能，获得高收益。



电子化学品事业部部长  
伊藤 富隆

### 战略与成果

本年度尤其是后半期，因液晶行业的过剩供给而导致的价格下跌、生产调整和数字家电市场的低迷不振，使营销额急剧下降。但是，前半期半导体和液晶行业的良好业绩弥补了后半期的业绩下滑。

以 Nagase ChemteX Corp. 生产的变性环氧树脂为主的业务，在国内市场停留于略有增加的水平，但在中国重电行业的新业务对营销额的增长作出了贡献，因此总体上营销额增加。液晶和半导体生产前工艺流程的光学微影用药液及其供应管理设备的业务，以集团内生产的产品为中心向台湾等海外市场的设备销路顺畅，营销额大增。

本事业部除了拥有商社功能外，还具备生产功能，与八家合并核算的子公司一起发展业务。把“WIT21”计划提出的“贯彻落实客户至上原则，实现差异化”为目标，在日本国内培养技术力量，在海外应对客户生产据点的海外转移，强化亚洲的生产据点。

2003年正式投入运营的变性环氧树脂制造商长濑精细化工（无锡）有限公司本年度实现了单月盈利。加强生产能力，扩大业务，力图使之发展成为在中国生产变性环氧树脂的领先企业。2002年正式投入运营的生产用于生产半导体和液晶板的药液的制造商 Nagase FineChem Singapore (Pte) Ltd.，以尽早实现盈利为目标，同时把力量倾注于新加坡国内的重复利用药液的循环再生事业上。半导体和液晶的生产设备方面，除了 Nagase CMS Technology, Ltd. 外，在韩国的设备生产和销售厂家 Nagase Engineering Service Korea Co., Ltd. 也投入运营，在当地赢得好评，有了一个良好的开端。

日本国内积极推进与拥有特殊技术厂家的联盟，重点发展有效的共同开发和销售的商务模式。今年4月，与美国的诱导体材料厂家 Silecs, Inc. 签定了在日本国内生产销售该公司产品的合同。希望通过这一合作，提高本公司集团对国内半导体厂家的提案能力。

### 今后的业务发展

下一年度是“WIT21”计划实施的最后一个年度，我们继续把重点放在迄今为止投资发展的海外事业上，以及把目标瞄准国内的缝隙市场，力求扩大利润。

经销品种丰富多样的本公司集团与以优秀化学厂家为首的一批交易户建立了良好的关系，我们将进一步紧密加强关系，进一步强化在化学品紧缺的情况下也能稳定供应原材料的体制。挖掘这些交易户和优秀的风险企业，通过推动与它们的联盟，继续倾注力量在半导体、液晶领域里开发高附加值、面向缝隙市场的商品。除此之外，强化针对从上游到终端的交易户的信息接口功能，突出长濑特色，不断满足客户的需求，谋求事业的发展。

公司内部，今年4月改编了组织机构，明确了本事业部的厂商地位，向各事业部发送并共有市场动向、客户需求等信息的作用比以往更大。我们认识到能动性构建合作体制的重大责任，并要努力去完成这一任务。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

研究开发、设计并生产液晶生产设备，尤其是显像液生产管理设备的 Nagase CMS Technology, Ltd. 业绩发展保持强劲的上升势头。2004年以台湾、中国、日本为首的全世界的液晶厂家增设了该设备，其中，该公司的显像液占有90%以上的份额。为了扩大高附加值、高收益的该业务，在韩国成立了生产、销售公司 Nagase Engineering Service Korea Co., Ltd.，也发展顺利，这两家公司应对市场旺盛的需求，赢得了高度评价。





## 信息与功能器材事业部

信息与功能器材事业部由功能材料、通信和影像系统、电子媒体三部分业务组成。以生产半导体前工艺流程和后工艺流程使用的材料、手机基地局的零部件厂家 Gigatec Inc. 的通信元件、影像检查设备“Scantech”为核心,凝聚集团综合力量,提供符合市场需求的产品。电子技术行业、通信行业的技术革新日新月异,我们通过彻底贯彻客户至上原则,根据所收集的信息建立商务模式,推动事业发展。



执行董事  
信息与功能器材事业部部长  
马场 信吾

### 战略与成果

本年度,半导体后工艺流程方面,我们在 Nagase ChemteX Corp. 生产的液体密封材料等高附加值的产品倾注力量。但其营销额基本停留同上年度相同的水平。用于半导体的硅晶片加工等的精密研磨剂相关业务,国内外市场双双增收,保持了强劲的发展势头。

以 Gigatec 为核心发展的用于手机、PHS 通信基地局的功率放大器等通信元件,在中国等市场的需求已趋饱和,我们努力开发适应新一代产品的元件,并积极开展促销活动,但未能恢复业绩,营销额同比大幅度下降。另一方面,光学薄膜等生产过程中使用的影像处理检查设备“Scantech”业务,营销额本身虽然规模不大,但增长顺利。

### 今后的业务发展

本事业部是合并了以前的电子第一事业部的功能材料部和第二事业部的通信、影像系统部、电子媒体部,于今年 4 月成立的。以前采取的是纵向的业务展开,比如说研磨材料由研磨材料部门负责,绝缘材料由绝缘材料部门负责。我们以此为契机,致力于建立一个凝聚长濑的综合实力,针对不同的客户提供丰富多样的解决方案的商务模式。

在化学和合成树脂业务上积累起来的技术秘诀和业务网络是长濑的优势,是其他商社所不具备的长濑的独到之处,本事业部的优良客户对我们寄予了极大的期望。客户向海外市场的发展不断增加,我们认为,在海外市场物流、信息等方面提供支援,长濑有很大的发展余地。

为了有效地推动上述业务,关键在于有效地开展事业部内和事业部之间的合作。例如:汽车行业正在向电气汽车、动力混合汽车发展,在汽车里安装半导体的越来越多。我们预计半导体市场将进一步扩大,因此通过与汽车材料事业部的合作,开拓新的客户。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

通信、影像系统部门在 LCD 面板用视野角度检查设备的销售上倾注了力量。1995 年开始进口销售法国 ELDIM SA 生产的设备。结果,使 ELDIM 的产品成为 LCD 面板测量行业的标准检测仪器,赢得了行业内的高度好评。预计今后 LCD 面板的需求量将大幅度增加,我们将继续进行符合市场需求的产品开发活动。



## 显示器事业部

显示器事业部从事电子技术市场下游产品的液晶显示器、LED 组装及用于其生产和加工的材料、设备、光学薄膜和玻璃的加工业务。



显示器事业部部长  
名波 瑞郎



### 战略与成果

本事业部由显示元件部和电子构件部组成。

本年度业绩，显示元件部门，用于液晶显示体的光学薄膜等前半期业绩呈上升趋势，但到了后半期，随着液晶行业发展势头减弱，其销售额也以海外市场为中心开始下降，总体上与上年度基本拉平。玻璃加工业业绩上升。

电子构件方面，液晶模块等元件受价格下跌的影响，营销额下降。但另一方面，用于便携式电子仪器外装材料的铝材相关业务，营销额大幅度增长，但终未能够弥补显示元件部门营销额的下降。

为了应对市场需求变化剧烈的元件行业，有必要预测市场动向，事先采取措施，为此，2004年3月，作为贴紧客户的生产基地，在中国成立了长濑国际电子有限公司。该公司是中国华南地区生产加工基地的中枢，在工厂与商务伙伴进行密切的技术合作，从事质量稳定的液晶板组装、光学薄膜加工和背景照明组装业务，发展顺利。该公司还充分利用东盟地区的销售网络，致力于进一步扩大业务。

### 今后的业务发展

下年度是“WIT21”计划实施的最后一年，我们将在下面三方面倾注力量。

第一，传统的中介业务。把焦点对准面向平板显示器（FPD）行业的光学薄膜、生产工艺流程中用的机器等的液晶相关元件和材料，充分利用国内外网络，扩大销售。

第二，液晶模块业务。预计到2008年北京奥运会，中国的液晶电视机用液晶显示体的需求将日趋增多，我们要加强营销活动，包括确立销售渠道，以便能够率先对组装厂家扩大液晶显示体的销售。

第三，生产、加工业务。除了长濑国际电子有限公司以外，还计划在台湾、韩国和中国的其他地区增设液晶相关产品的生产、加工基地。

今后将进一步推进与台湾、中国、韩国和新加坡等各地的当地法人的合作，与电子化学品事业部精细流程技术部之间的信息交流和协作关系。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

本事业部向东芝松下显示器技术株式会社供应光学薄膜，获得了该公司颁发的“2004年最佳供应商奖”。该公司是东芝株式会社和松下电器产业株式会社的合资公司，开发、制造和销售液晶显示器，此次获奖是本公司产品的功能赢得了高度好评的结果。



## 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。以全国四万名推销员实施的上门推销形式为核心开展业务。同时，作为上门推销的据点，在全国各地开设了美容沙龙，利用最新的肌肤诊断机器开展肌肤咨询服务。



执行董事  
美容保健产品事业部部长  
小野 诚

### 战略与成果

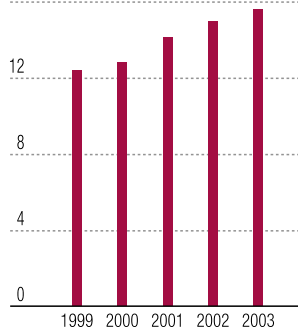
本年度的美容保健产品事业，为了搞活上门推销组织机构，以 Nagase Beauty Care Co., Ltd. 为核心，大力加强地区紧密结合型的销售活动。在肌肤保健方面积极投入新商品，取得了一定的成果，但因现有产品销量减少，营销额停留在原有水平上。

上门推销业务的关键在于如何开拓与顾客的连接点，提高顾客的满意程度。通过亲自试用商品，或推销员的介绍能使自己信服后才会购买，顾客的这种需求倾向越来越强。与顾客接触的场合逐渐从个别的上门推销转移到美容沙龙。长濑的美容沙龙有全国各地 25 个 Nagase Beauty Care 办事处主办的沙龙，和上门推销经理在自己家开办的沙龙。近年来，随着自家沙龙的扩大，我们加大力度对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，并致力于实施以肌肤咨询、面部保健为首的技术训练，结果，数量不断增加，目前有 135 家沙龙实际运营。

本事业部的的主力商品是利用本公司的独创技术开发的迷迭香配方化妆品。本年度，把与外部研究机构和长濑 R&D 中心共同开发的新商品积极投放市场。其中，在拉动营销额上升的基础化妆品行列中推出了“Ecolfie-N”，充实了凭借迷迭香力量预防衰老的高档商品的阵容。同时，为了确立“迷迭香长濑”的形象，广告口号为“把迷迭香的神奇力量注入肌肤”，积极开展宣传活动。此外，以“肌肤保健从体内做起”为基本概念的美容食品新商品也投放市场，两者均获得了高度评价。这些业务活动不仅为营销额的增长作出了贡献，还搞活了该领域。

### 保健食品市场规模的发展变化

(单位：千亿日元)  
16



### 今后的业务发展

为了确立“迷迭香长濑”的形象，我们力求在肌肤保养品基础上充实美容彩妆品，与此同时，充实美容食品、保健食品的阵容，继续倾注力量开发独树一帜的商品。

通过这些策略的实施，重新确立本事业部的独特形象，奠定向增长型事业转换的基础。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

2004年9月上市的“Ecolfie-N”是以迷迭香为原料的抗衰老基础化妆品系列。人体细胞本来是具备击退衰老因素的能力的，“Ecolfie-N”有增强随年龄增长而退化的“衰老抵抗力”的作用。目前为止，长濑的商品有着着眼于迷迭香美容效果的美白美容液“塞拉美白精华V”（医药部外品）和防皱效果显著的美容液“Sanage AW Excellent”（医药部外品）。新的基础化妆品又加入到了商品行列，通过配套使用，相辅相成，可望获得迷迭香提炼物产生的综合效果。



## 医药保健产品事业部

本事业部主要针对医疗机构销售医疗器械和试剂，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 多年以来在临床检查领域建立起来的医疗界关系网和技术秘诀，把焦点集中在成长型商品上，发展事业。



医药保健产品事业部部长  
西尾 敏明

### 战略与成果

本年度，受压缩医疗费宣传的影响，同时因医疗机构的合并整合，客户数减少。面临严峻的事业环境，面向医疗机构的临床检查用试剂、医疗信息和临床检查系统、有关放射线安全管理的放射线检测业务，业绩均徘徊在上一年度的水平。

本年度在“筛选与集中”的方针指导下，明确了本事业部和集团公司的 Nagase Medix Co., Ltd. 的功能分担，致力于高效率的业务活动，重新构建了事业的运营体制。本事业部负责开发和海外业务；Nagase Medix 把力量集中在日本国内的营销业务上，建立起紧密结合地区的国内销售网络。以前自家开发的商品经由批发商销售，开展厂家式的销售活动；但现在转变了方向，为提高投资效率，与其他厂家联合实施委托生产等，追求商社功能。

医疗信息和临床检查业务方面，开始经销血沈、过敏症等各种分析仪器，在致力于扩大销路的同时，倾注力量加强渗透成本意识的营销活动。在细菌检查上，着手开发新型号的 96 孔板彩色判定设备、192 孔板等，计划于 2005 年秋投放市场。

三年前开始经销的患者识别腕带不同于本事业部主力商品的高价医疗器械的一次性交易，由于它是消耗品，因此交易一旦成立，回头交易的可能性高，将对业务的稳定性作出贡献。该商品赢得了市场的好评，发展顺利。

### 今后的发展

在新的业务体制下，进一步强化国内营销业务的同时，众多的医疗机构面临着削减成本的难关，我们必须重新部署以能够降低成本的商品为核心的事业战略。此外，除了自家开发的商品以外，致力于挖掘发展前途广阔的商品，获取销售代理商的权利，与有海外业务的事业部合作，努力开拓海外市场。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

患者识别腕带是为了应对医疗机构日益增强的对医疗事故的防范意识，我们一直坚持不懈地改善原材料，在功能和着带感两方面均获得了好评。除销售单个腕带以外，还在腕带上附加条形码使之与电子病历卡联动等作为系统配套出售。除了通常的营销渠道之外，计划开发通过产品目录销售等的新销售渠道，并考虑向海外发展。



## 名古屋分公司

日本国内众多的汽车厂家和相关零部件厂家都集中在以名古屋为中心的中部地区。以该地区为据点的长濑名古屋分公司在“WIT21”战略重点之一的汽车相关领域起着重要的作用。在其他商社纷纷从化学、合成树脂领域里撤退出来的背景下，我们发挥长濑集团所拥有的技术力量、生产和研究功能、以及在名古屋地区特有的人际关系，以化学和合成树脂领域为核心，发展业务。



执行董事  
名古屋分公司总经理  
竹内 政美

*M. Takeuchi*

### 业务概况

在名古屋分公司的营销额中，汽车相关业务占了60%左右。除丰田汽车公司为首的汽车厂家的直接交易外，还与它们的集团公司和零部件公司进行交易。非汽车相关业务经销聚氨酯等功能化学品、涂层材料、电子相关产品。以前由东京总公司承担的出口业务现在由名古屋分公司负责，业务范围越来越广。

名古屋分公司由化学、合成树脂和电子三个业务部门组成。主管化学、合成树脂和电子的三位负责人努力加强业务部门之间的横向联系，他们交换信息，对同一客户采取统一的行动。在2003年名古屋营业部成立之前，各个部门的负责人通过与总公司的纵向联系开展工作，但名古屋营业部成立以来，加强横向联系的结果使战略重点的汽车相关业务营销额所占比率上升到60%左右。一方面，依然需要保持接受来自总公司各个事业部的后援等的纵向联系，在保持“横向”和“纵向”联系的平衡中发展业务。

### 本年度的举措

本公司近年来，加大力度发展汽车相关零部件厂家的“采购代理业务”。所谓“采购代理业务”是指，不采取每有订货就从仓库发货的直接发货形式，而是由本公司掌管仓库货存量，以“看板方式”应对发货，成为供应链管理（SCM）的一环。

在出口业务方面，随着汽车零部件厂家的生产向海外转移，我们尤其是针对中小厂家，提供向海外发展时必不可少的物资和服务等所有业务，在这方面倾注了力量。客户的海外发展，与日本的国内业务相比，现存商流尚未确立的情况比比皆是，这就给我们带来了扩大业务的商机。

非汽车相关业务方面，化学部门协调不同行业的众多企业从事新产品的开发，由长濑集团的制造公司负责生产，我们开创了这样一种新型商务模式。此外，不仅向客户供应材料等化学产品，同时也销售客户的合成树脂产品，通过这种合作，扩大业务。

### 今后的业务发展

汽车相关业务的发展离不开向客户介绍推荐新材料。正因如此，关键在于如何充分调动长期以来在名古屋培养建立起来的人缘网，尽快捕捉客户需求和市场动态，如何通过与各个事业部合作迅速应对。汽车行业已开始走向混合动力车、燃料电池车的方向，为了应对这一趋势，我们要与化学、电子、合成树脂各部门相互配合，并推进与长濑 R&D 中心的合作。

海外业务方面与事业部联手协作，不仅代理采购，同时完备和充实海外物流据点，通过确立海外服务业务的基础，扩大业务。

## TURNING WISDOM INTO BUSINESS

对环保的关注日益高涨，在汽车室内部装饰上对限制 VOC（Volatile Organic Compounds = 挥发性有机化合物）的要求也越来越高。在应对环保的问题上走在前列的混合动力车的车室地面材料采用了本集团公司 Kyoraku Co., Ltd. 利用漆皮技术开发的地面材料。它是铺在车室的地毯和合成树脂一体成型而成的，在应对 VOC 和独具匠心的设计上受到了好评。该混合动力车在世界各国市场上销售，而且销路顺畅，今后这种车内地面材料的销量可望大增。

