

大中华



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, 2014年3月决算期的目标销售额约为1,900亿日元(比前年度增108%)。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

2013年3月决算期中国的年度国内生产总值(GDP)成长率, 由于欧洲的金融危机等引起的世界经济减速造成出口减少, 受国内产业的库存调整延迟等影响, 隔13年之久打破8%降至7.8%, 但仍然维持高水平发展。

另一方面, 自日中关系恶化的9月以后, 日资品牌的汽车和家电产品等的销售降低, 对于包括本公司在内的关联业界的日资企业来说, 是非常严峻的一年。

中国政府将2013年的GDP成长目标定为与前年度相同的7.5%, 继续维持着积极财政和稳健的金融政策, 致力于使经济走入安定成长的轨道。在经济成长方面, 政府在基础设施投资方面占很大比率这也是事实, 在大气污染等环境问题、收入差距、领土问题、过热化的房地产投资等方面, 抱有诸多难题, 但是在具有巨大国内消费市场的持续且坚固的成长动力之下, 目前以美国为首, 由于全球经济恢复可望外需扩大, 所以在全世界中是仍具有很强成长力的地域。

TOPICS

在厦门设立用于显示屏的玻璃薄型加工工厂

2012年7月, 在中国福建省厦门建成了, 由长濑电子科技股份有限公司(台湾)100%出资的“长濑电子科技(厦门)有限公司”的工厂。朝向2014年3月决算期的正式投产, 进入最终准备阶段。



2013年3月决算期的战略展开和成果

2013年3月决算期, 由于国内产业的库存调整延迟, 出口低迷等中国经济整体的减速, 在后半期以广州和天津地区等为中心, 用于汽车的商材的销售曾一时急速下降。但是, 智能手机和平板电脑等电子领域的新商材销售扩大, 整体销售额为1,759亿6千万日元(比前年度增加13.0%)。

在食品、化妆品等生活、健康护理领域开始展开事业的林原制品, 创设了以当地员工为主的横贯地域的扩大销售部队“林原小组”, 开展了收集中国市场需求和需要家庭的信息, 推进着性销售的全国性展开和新用途开发等。

“Change-S2014”以及2014年3月决算期的战略展开

在“Change-S2014”中, 包括中国大陆、香港和台湾推进着使大中华事业“进一步提高水平和朝向变革努力”。以“地域发信事业的创造”、“自主创造”为口号, 在华南、台湾、中西部、华东、华北的地域, 各自都搞活, 并且作为大中华全体, 目标是要对在事业之间和地域之间的相乘效果, 达到能够实际感受的状态。瞄准将继续维持高度成长力的中国市场, 将环境和能源、电子、汽车、生活、健康护理置于重点领域的地位, 在预见成长的领域重点投入经营资源, 努力扩大事业。同时也致力在功能素材、加工材料、汽车和能源、电子生活关联的5个事业部门之间, 取得平衡和最优化。

在基础事业的电子、加工材料、汽车事业方面, 努力通过全球协作, 进一步充实商材, 不仅限于日资企业, 还要以中国内资企业以及在中国投资的外国企业为目标, 推进扩大销售。另外, 在功能素材事业部门, 开拓成本竞争力较高的中国原材料, 充分利用集团的销售网络, 努力在东南亚等地展开事业。

在培育事业的生活关联事业方面, 以从2012年开始活动的“林原小组”为中心, 通过和林原总公司协作, 一边努力加强专业性; 另一方面进一步深耕中国的市场营运、销售网的扩充, 以及新用途的开发。在环境和能源领域, 则以LIB、PV、LED关联为重点目标, 努力扩大商务。

在展开市场营运和销售功能的同时, 扩充在中国的生产和开发功能, 努力加强符合中国市场需求的的产品开发和需要用户的支援。今年春季, 在常州与轻化学工业株式会社合资的树脂和精细化工关联产品的受托生产工厂开始投产, 继长濑电子科技厦门工厂在本年内正式投产之后, 秋季预定在无锡以环氧树脂为中心的研发中心即将竣工, 并开始活动。

在运营管理方面, 以长濑企业管理(上海)有限公司为中心, 推进人事战略和加强内部统治, 并通过对IT基础设施的引进、维护、运营体制的完善, 加强地域的管理和支援功能, 支持不断扩大的中国商务。

东盟中东



执行董事
东盟·印度 CEO
聚合物全球客户事业部部长
若林 市廊

东盟过去一直作为以廉价劳动力为强项的生产据点受到瞩目, 但是以近年来的经济成长为后盾, 作为消费市场其存在感以及China plus one(中国加一)也日益增高。本公司除了已往的东盟各国, 还加上印度、中东、大洋洲的10个国家(销售公司8家, 支店、事务所8所, 生产公司9家), 在此范围实施地域战略。以这些广泛的集团网络基础为背景, 努力开展着现地主导型事业。

主要市场的动向

以日本为首的先进国的景气恢复不透明之中, 由于外资企业旺盛的投资意愿和中间层的扩大, 预计东盟地区的景气将持续坚挺。

2013年3月决算期的战略展开和成果

2013年3月决算期, 以泰国为中心汽车商务发展、包装材料商务的进展、中东等化学品商务的增长, 以及以OA行业为中心的投资企业的交易扩大等, 销售额达到858亿8千日元(比前年度增加17.8%)。

另一方面, 运营方面在各地开展了增强人员和事务所的扩大等, 朝向持续成长进行超前投资。此外, 致力引进共同基础系统和加强地域统管功能等, 努力达到安定的企业运营。

“Change-S2014”以及2014年3月决算期的战略展开

在“Change-S2014”当中, 设想2年后的形势, 在维持和扩大树脂关联事业的同时, 加速发展其他领域(电子、化学、生活科学), 实现事业领域和地域之间达到平衡的事业体。

2014年3月决算期在事业基础的功能素材和加工材料领域, 进一步提高日本和中国地域之间的协作, 同时继续进行供货商的扩充和加强OA厂商的应对, 力图进一步扩大事业。另一方面, 作为要培育的事业, ①扩大包装材料业务, ②在汽车和能源事业方面, 以泰国为中心进一步地域展开, ③电子事业方面, 在马来西亚和新加坡继续重点开发, ④加强林原事业的营业体制等, 同时在经济成长地域的加强VIP(越南、印度尼西亚、菲律宾), 以及加速在孟加拉国、湄公三角洲3国(缅甸、柬埔寨、老挝)的开拓地域的展开, 致力达到持续成长。在管理方面, 努力做到地域事业扩大的迅速化, 以及为顺畅进行风险管理, 加强地域管理功能。

TOPICS

Regional Operating Centre的设置

在“创造事业领域和跨地域完成型商务, 以及创造以当地地域为发信源的中日协作商务”的营业方面, 以及在“加强伴随参与新地域和商务的风险管理”的两个管理方面, 以不断加强为目的, 设置了具有地域统管功能的Regional Operating Centre (ROC)。

营业的活动战略

- ①林原商务项目
目的: 林原商务的顺利的开始, 以及完善统一管理的扩销体制
- ②包装商务项目
目的: 包装商务的扩大
- ③树脂购买商务项目
目的: 加强购买力、加强地域内协作
- ④化学商务项目
目的: 商务模式的横向展开、投资项目的提案
- ⑤汽车事业项目
目的: 加强汽车行业的地域内协作
- ⑥电子事业项目
目的: 扩大以Nagase FineChem Singapore (Pte) Ltd. 为中心的电子商务
- ⑦新参事业项目
目的: 促进地域发起的事业投资、促进地域内新参事业

