

全球网络



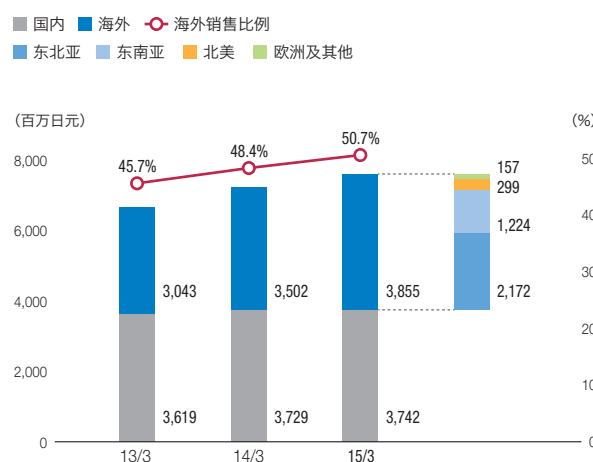
遍布世界的长濑网络

NAGASE集团以化学为基础的“功能素材”、“加工材料”、“电子”、“汽车和能源”、“生活关联”部门，以颜料染色剂、涂料墨水、界面活性剂、OA、电机、家电、汽车、液晶、半导体、医药医疗、化妆品、功能性食品素材等行业为对象，推进着全球性事业。

以创业以来培养积蓄起来的技术和信息形成网络化，通过遍布海外20个国家101家公司而形成的覆盖全世界的据点网络，合并结算企业的员工数达到了6,259人。

现在，在合并销售额中，海外所占比率为50.7%。今后也将在各地域不断加强市场运营的同时，通过对成长地域和领域的投资以及地域之间的协作，创造海外业务。

各地域（国内和海外）销售额结构比例



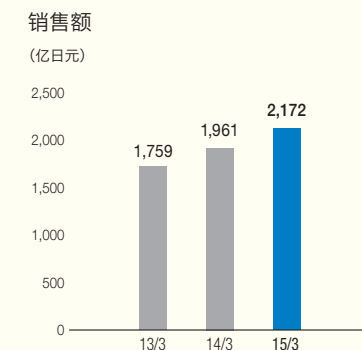
各地域概况

大中华地域



执行董事
Greater China CEO
山口 胜久

本公司在大中华地域(中国大陆、香港、台湾)、展开着超过40处的包括销售公司、生产公司、分公司和事务所。开展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2014年度全年为7.4%，依然保持着较高水平，但是近年来呈现出了放缓的趋势。政府相比于扩大经济规模更重视确保就业和收入增加，推动产业结构向由内需主导的方向转变。2015年的目标也下调至7.0%。本公司认识到企业的事业环境已经进入了与近10年截然不同的阶段。

虽然汽车产业的市场整体依旧在稳定地增长，但是日资汽车厂商为了争夺市场份额纷纷陷入苦战。智能手机和平板电脑等电子产业也是如此，虽然市场在扩大，但是产业本身的竞争日益白热化。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+1 (China + 1)”的状况。

另一方面，在发电、蓄电等能源领域、空气和土壤等环境领域、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，安全和环境意识的强化和需求的多样化等，今后中国的内需仍将继续强劲成长。此外，预计半导体等高科技产业今后在中国的市场也将有巨大增长。

2015年3月决算期的业绩

2015年3月决算期中，面向汽车的树脂及其关联产品的销售额得到了增加。面对智能手机和平板电脑以及笔记本电脑等中国和台湾品牌，通过独具特征的日本部材“中国终端客户项目”推动事业发展。此外，与具有国际竞争力的中国化学厂家缔结战略合作伙伴关系，推动活用本公司全球网络的海外展开“中国原材料项目”，加之林原事业开发组等，将大中华作为一个整体，在诸多地域进行横向型的事业推进。

在上海的地域统括公司，正式大力推动环境和生活关联领域的市场调查和新商品及新技术等的发掘工作。

2016年3月决算期的战略展开

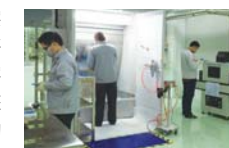
在作为核心事业的树脂销售方面，在各地域实施极为细致的顾客应对，继续推动内陆地区的销售扩大。电子资材和环氧树脂方面，在活用当地的开发和生产功能，致力于用途开发和向当地用户的销售扩大的同时，努力开辟建筑材料和汽车电子设备等新市场，构筑模块设计等新事业项目。功能素材方面，致力于活用与莱依特化工株式会社合作的JV受托工厂的事业扩大，开展面向东南亚、北美、南美的出口商务。以林原产品为中心的食品事业方面，继续努力扩大海藻糖的销售，同时推进开发新用途和协同效应的产品。

作为重点领域的环境和生活关联方面，以食品、医疗、土壤改善为主要课题，发掘中国市场的市场营销、新商品和新技术以及战略合作伙伴。半导体事业方面，在台湾和上海配备专任部队和演示中心，借由包括本公司产品在内的多种商材和服务正式大力进行市场开拓。

TOPICS

深圳分析实验室竣工

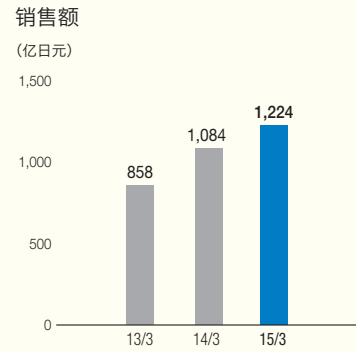
用于进行电子部件的拆解和涂装实验的分析实验室在深圳竣工。我们将与供应商一起，致力于扩充面向当地客户的进口产品的技术后援体制，开发整合了金属筐体和树脂等素材和涂料等的功能材料的面向电子产品的应用，加强出口海外的中国制造设备的质量管理功能。





董事兼 执行董事
东盟和印度 CEO
若林 市廊

在世界诸多国家和地域经济不景气之中，东盟地域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。此外，印度的经济增长引人瞩目，东盟和印度被认为是世界上最宝贵的成长地域之一。本公司在东盟主要国家(新加坡、马来西亚、泰国、越南、菲律宾、印度尼西亚)及缅甸(预定2015年开设)，印度、中东、大洋洲的11个国家拥有事业据点，并以此为集团网络的最大强项，展开面向汽车和家电的以及食品关联的各种各样的事业。



主要市场的动向

在主要交易方日资制造商在本地域的事业展开不断加速的情况下，汽车产业方面，2014年泰国的生产台数为188万台，与前年度相比减少24%，印度的生产台数为384万台，与前年度相比减少2%，而印度尼西亚的产量则连续五年增长，达到了创纪录的130台，与前年度相比增加8%，地域整体呈现坚挺的趋势。在发达国家景气恢复不透明当中，由于外资企业旺盛的参入意欲和中间层的扩大，预测今后东盟和印度地域的景气仍将坚挺地顺利发展。

2015年3月决算期的业绩

2015年3月决算期，虽然主要据点的泰国汽车产业发展减速，新加坡的化学产品处于低迷状态，但是定位于成长地域的越南，印度尼西亚、菲律宾和印度则呈现了大幅度成长。

另一方面，通过地域统括功能的ROC(Regional Operating Centre)，还进一步推进了林原业务的地域横向市场营销和地域内展开配套商务以及加强集中购入树脂。并且，在运营方面，努力致力于活用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。

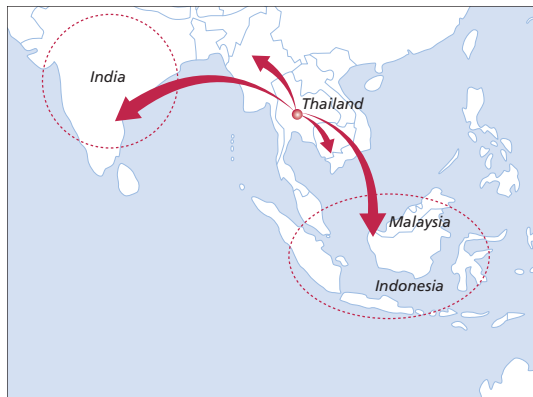
2016年3月决算期的战略展开

2016年3月决算期中，将加强在以ROC为中心的地域和中国地域(中国、台湾)的网络，同时推动本公司集团产品(Nagase FineChem Singapore (Pte) Ltd.、长濑ChemteX株式会社、Engineered Materials Systems Inc.、株式会社林原)的市场营销。在东盟主要三国(新加坡、泰国、马来西亚)，推动地域发信商务，扩大与本地合作伙伴之间的协作。在东盟成长区域(越南、印度尼西亚、菲律宾)发掘和推进投资项目，在开发区域(印度、孟加拉国、缅甸)加强区域内部合作。在现有的网络中加入缅甸、印度南部(金奈)的新据点，致力于进一步的发展。

TOPICS

Thailand Spec Business的地域扩大及据点强化

通过将汽车厂家和部件厂家的统括功能以及R&D功能集结在泰国，在泰国决定各地汽车规格的事例有所增加。本公司为使在泰国的实绩确实地在地域展开、以ROC为中心致力于加强地域内的协作。2014年，事业对象国扩展到了柬埔寨、巴基斯坦，2015年，在印度的金奈开设了支店，努力进一步加强合作。



生产和加工功能 / 研究开发功能

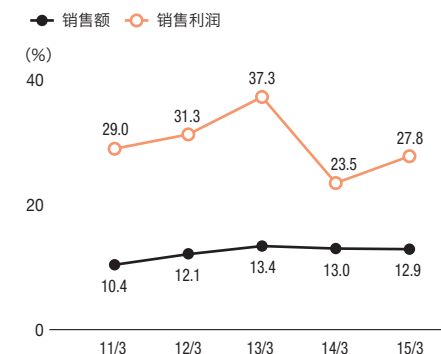


NAGASE集团自创业以来，作为海外的总代理店致力于事业扩大，但是随着日本国内行业结构的不断变化，长濑逐渐失去了优势。其中，NAGASE集团自2000年，朝向构筑新商务模式的目标，提出“强化生产功能”加强生产事业，通过提高附加价值，达到了提高事业质量的目标。现在具有48家生产和加工公司，各企业从事医药、功能性聚酯、电子材料、塑料、化妆品、功能性食品素材等产品的生产和加工，加上已往的中介行业，提供着具有附加价值的产品。另外，NAGASE集团以长濑R&D中心为据点，应对各种课题与各生产公司协作、开展着研究开发活动。如上所述，在强项的商

社功能之上通过融合生产和加工、研究开发功能，致力于将过去的“探索和介绍素材”型营业方式转向“用途提案”、“共同开发”型营业方式，在满足客户的需求同时力争做到与其他公司的差异化。

- 请参考第42页 “长濑ChemteX株式会社”
- 请参考第44页 “株式会社林原”
- 请参考第46页 “长濑R&B中心”
- 请参考第47页 “长濑Application Workshop”

生产业比率(销售额及销售利润)



毛利率

