

積水化学グループ中期経営計画2009-2013



GS21-SHINKA!

2nd stage ローリングプラン 記者説明会

2011年8月31日

積水化学工業株式会社

代表取締役社長

根岸 修史

SEKISUI

■ オリジナルプラン振り返り

SEKISUI

グループビジョン

積水化学グループは、際立つ技術と品質により、
『住・社会のインフラ創造』と『ケミカルソリューション』の
フロンティアを開拓し続け、
世界のひとびとのくらしと地球環境の向上に貢献します

基本戦略

● 「3つのSHINKA」による成長と改革

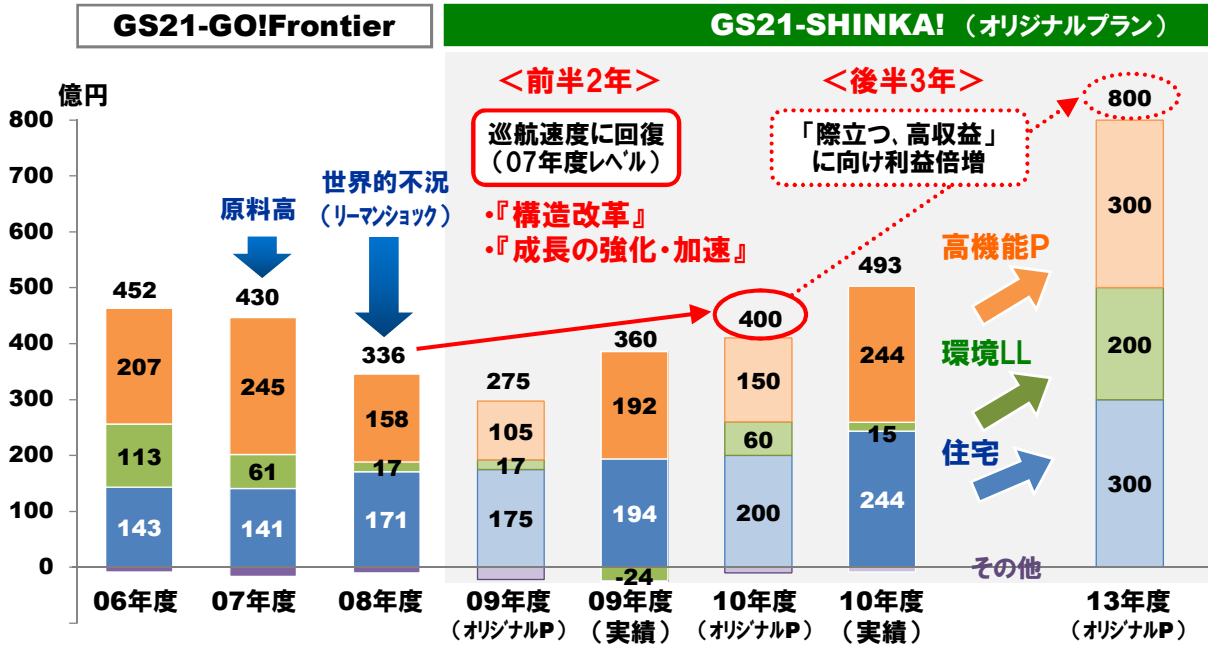
フロンティアSHINKA

モノづくりSHINKA

人材SHINKA

● CSR経営のさらなる強化

営業利益推移

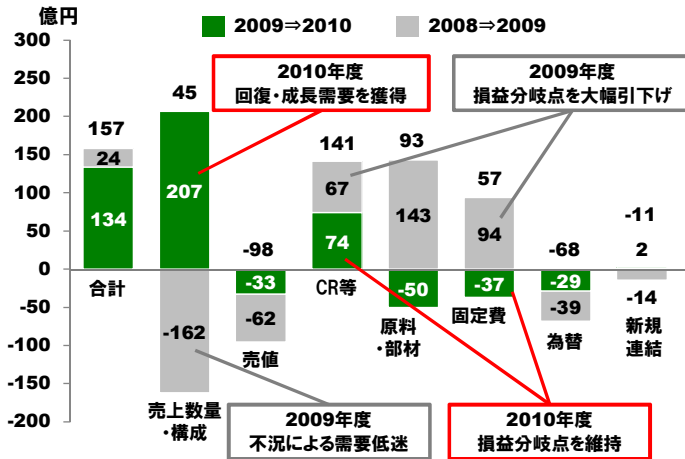


- 前半2年は、『構造改革』と『成長の強化・加速』に取り組み、一定の成果
- カンパニーにより差はあるが、全社では想定以上の業績をあげられた

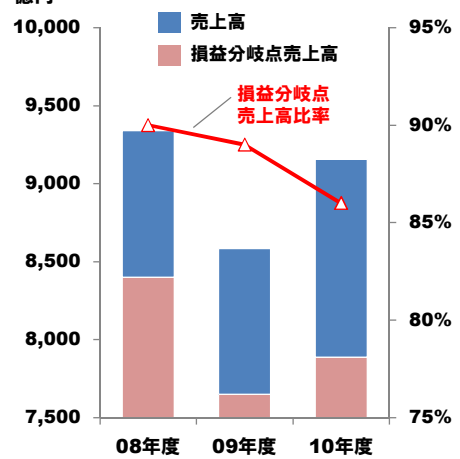
2009-2010年度総括

- ① 2010年度の回復・成長需要獲得に成功
- ② 損益分岐点引下げに成功(固定費削減、CR進捗)

【2009+2010年度営業利益要因分析(2008年度比)】



【損益分岐点売上高】



【事業強化策】

海外拠点数 2008年度末 65社→2010年度末 70社

2009年度	米国・欧州	PVA樹脂事業買収	中間膜事業の原料安定確保
2009年度	欧州	欧州フォーム事業会社買収	フォーム事業の拡大
2009年度	アジア(タイ)	住宅生産・販売会社設立	住宅事業の海外市場進出
2010年度	米国・欧州	米大手検査薬事業買収	MD事業の本格海外展開

- ③ さらなる成長のための戦略投資・事業強化が進む

SHINKA本番!

従来の延長線でない
『ビジネスモデルの変革』
に着手

外部環境

事業環境の構造的な変化
- 国内外での市場構造変化
（新興国・先進国、人口、ストック）
- 資源の不足、エネルギーとCO2...

内部環境

既存モデル成長頭打ち懸念
- 国内成熟市場に翻弄される販売量
- 海外市場の伸びに合わせた補強必要

経済危機、政変、大災害...

・市況の波を捉えて
想定以上の回復

・うねりを捉えるための
手も打ってきた

SHINKA本番！ 新たな際立ちの舞台へ

進化・深化・新化

— 中期経営計画 **GS21-SHINKA!** 2nd stageスタート—

- ローリングプランの概要 -

事業目標

2013年度 営業利益 800億円

◇F7支柱化・基盤事業成長継続 / ◇海外売上高倍増(前中期末比)

事業計画

3年で営業利益を300億円上積みし、800億円を達成

(億円) (%)	2010年度実績				→	2013年度目標			
	全社	住宅	環境LL	高機能P		全社	住宅	環境LL	高機能P
売上高	9154	4186	1955	2816		11200	5000	2400	3600
営業利益	493	243	15	243		800	340	150	360
営業利益率	5.4	5.8	0.8	8.7		7.1	6.8	6.3	10.0

計画取組みにむけた枠組み

グループビジョン 2つの領域

ポートフォリオ区分	2nd stageの 方向性	グループビジョン 2つの領域		
		住・社会のインフラ創造	ケミカルソリューション	
次世代事業	・NEXTフロンティア	先進インフラソリューション	ES* ケミカルズ <small>*ES:Energy Solution</small>	ライフ サイエンス
フロンティア7	・収益の柱へ ・グローバルNo.1	住宅ストック	管路更生、 水インフラ海外、 機能材	IT(電子材料)、 AT(車両材料)、 MD(メディカル)
基盤事業	・着実な増益 ・収益性向上	住宅新築	水インフラ(国内)、 建材、 住宅資材、他	テープ、フォーム、 フィルム、接着剤、 他
		住宅	環境LL	高機能P

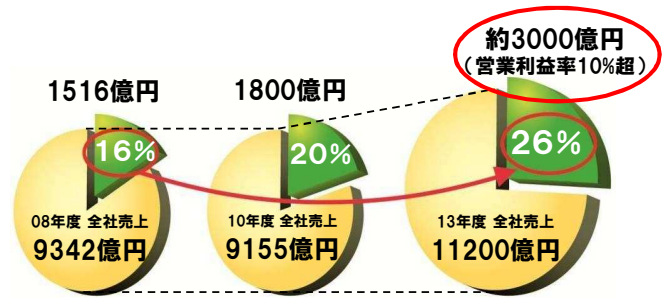
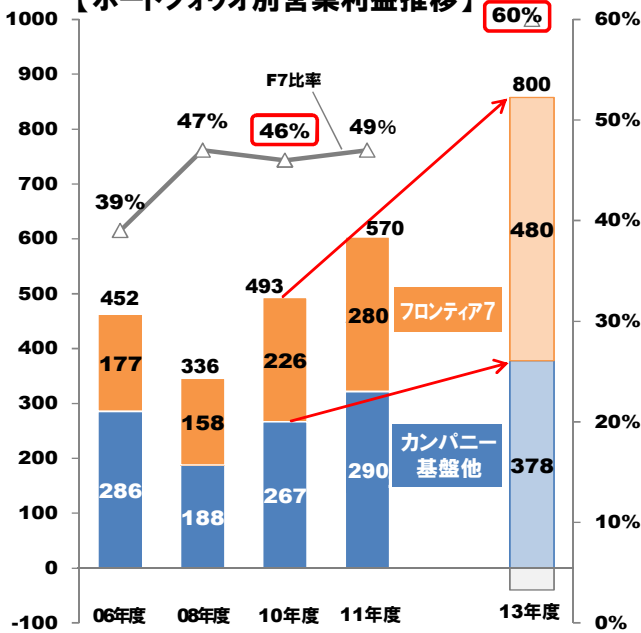
カンパニー区分

F7・基盤事業

海外売上高

【ポートフォリオ別営業利益推移】

【全社海外売上高推移】



- 売上: 約2倍
- 比率: 10Pアップ(前中期比)
- 営業利益率: 10%以上

- F7事業 : 全社収益の柱にする(倍増以上)
- 基盤事業 : 再び成長モデルに衣替える(100億円増)

各カンパニー別施策(11→13年度)

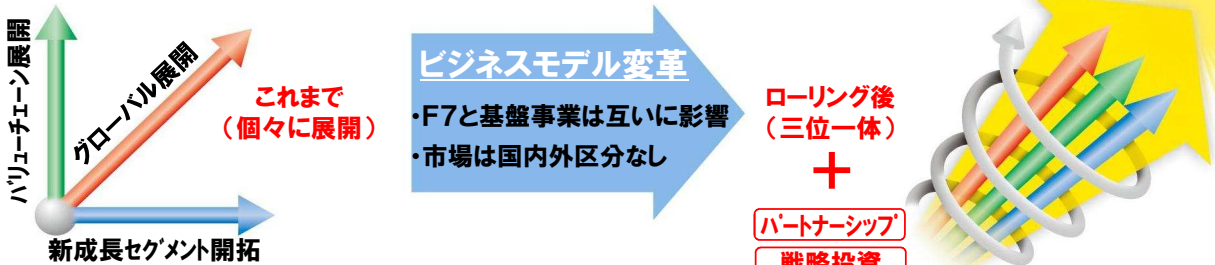
	施策
住宅	<ul style="list-style-type: none"> ・「先進性」「コストパフォーマンス」「オーナーサポート」の進化 ・収益性の進化 ・タイ住宅事業の本格化
環境LL	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスモデル変革 ・市場変革 ・ポートフォリオ変革
高機能P	<ul style="list-style-type: none"> ・戦略事業分野強化(車両、IT、メディカル) ・海外事業拡大 ・新製品、新事業推進

基本戦略

● 3つのSHINKAをさらに磨きあげ、「ビジネスモデルの変革」を実現する

フロンティアSHINKA

ーバリューチェーン展開を核に、3つの軸を関連させつつ「ビジネスモデルを変革」



ー次世代事業は方向性を絞り込み創出を加速(添付資料参照)

モノづくりSHINKA

ー技術革新による「新化」とモノづくり基盤力「深化」

人材SHINKA

ーグループ人材力の強化

フロンティアSHINKA

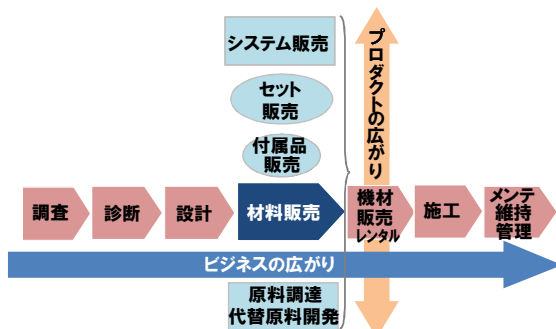
フロンティア

モノづくり

人材

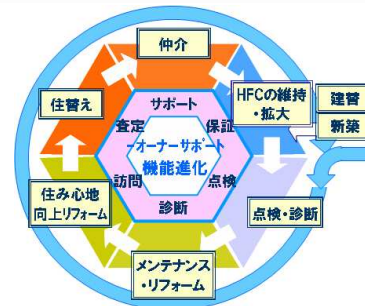
①バリューチェーン展開⇒カンパニーごとにバリューチェーン(VC)の考え方を明確化 (添付資料参照)

(環境LL) 2つの方向のVC



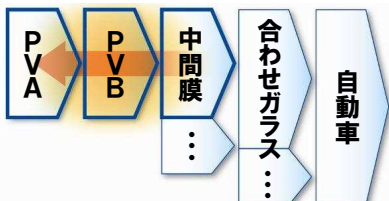
ー「ビジネス」「プロダクト」2つの方向のVC展開

(住宅)顧客循環型VC



(高機能P)複合化VC 際立つ製品・事業を核とした複合化

AT分野



ー上流工程を事業に取り込み競争優位確立

IT分野

ー 際立つ製品からシナジーのある隣接分野への展開 (液晶パネル関連材料等)

MD分野



ー機器ビジネスでの事業拡大

②グローバル展開

⇒『3つのグローバル戦略』を推し進め、成長と収益性強化を実現する

『アロケーション』(AT分野)

グローバルレベルでの生産・販売の最適オペレーション

『ネットワーク』(管路更生分野)

米欧施工パートナー網拡充

『エリア拡大』(MD分野)

3極体制(北米/欧州/アジア)でのシナジー追求

地域戦略機能/統括機能の強化
(70数社、5千人超を支える機能)

- 全社海外売上高 13年度3000億円
(同売上高比率 13年度26.8%)
- 同営業利益率 13年度10%以上

③新成長セグメント開拓

⇒ 3つのキーワードにおいて、ターゲットを明確化し開拓を加速

環境

環境貢献製品売上比率を13年度40%に

エネルギー

エネルギーを切り口とした市場開拓を促進

- 省エネ関連製品売上 13年度200億円
- ソーラー搭載住宅棟数 13年度15万棟

ストック

成熟市場でも成長確実なストックマネジメントに注力

- ストック関連事業売上 13年度2200億円

<住宅>

- 戸建
- ・ HTFC約50万戸
 - ・ ライフステージ対応

- マンション
- ・ 30年超百万戸
 - ・ 長寿命化

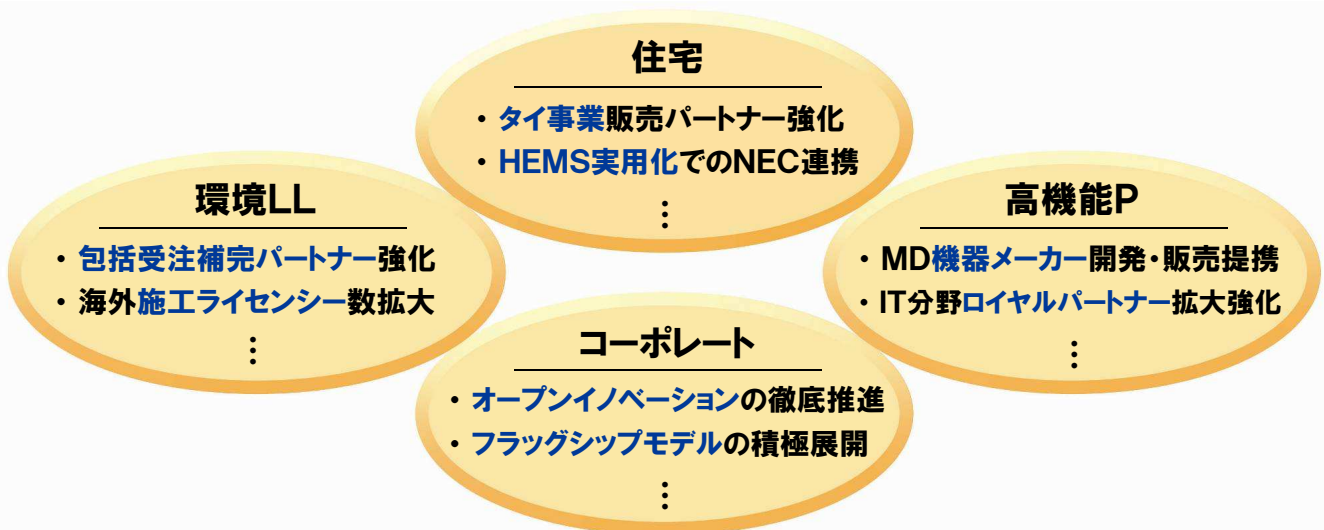
<インフラ・工場・ビル等>

- 管路ソリューション
- ・ 下水道老朽化対策
 - ・ 水道管耐震化

- 工場・ビル
- ・ 環境対策
 - ・ エネルギー対策

ビジネスモデル変革の加速 - 1

● 積極的なパートナーシップで事業展開の速度を上げる



⇒ VC強化や次世代事業創出において、自社のみでは不足する機能や知見を外部との提携や協業で補う

ビジネスモデル変革の加速 - 2

● 前半同様、積極的にM & A等戦略投資を実施

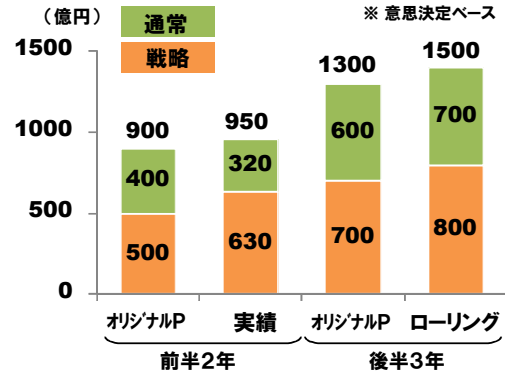
【前半2年の主な戦略投資】

年度	主要案件	エリア	分野
09年	PVA事業構築	日米欧	AT等の原料
09年	欧州フォーム事業買収	独	AT・基盤
09年	タイ住宅JV設立	タイ	住宅
10年	検査薬事業買収	欧米	MD

【後半3年の対象】

11年 ~ 13年	住宅 : タイ量産工場建設
	環境LL: F7海外3分野強化
	高機能 : 戦略3分野(AT・IT・MD)事業強化 IT分野において鈴寅社買収

【投資額】



戦略・通常とも後半3年間の投資額を原計画より拡大

⇒ 前半2年で上積みした利益分も投資にまわし成長を加速する

モノづくりSHINKA中期方針

モノづくりSHINKAを
グローバルで一気呵成に仕上げる！

➡ 際立つモノづくり(生産力)メーカーへSHINKA

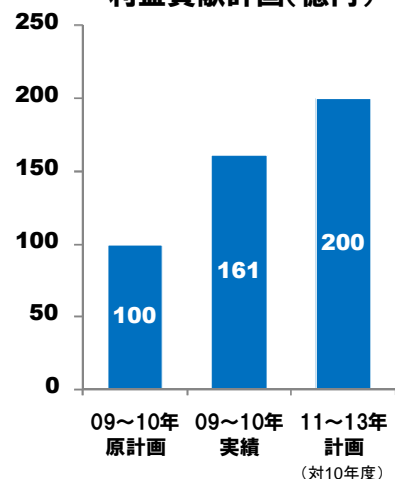
◆モノづくりSHINKA利益貢献

: 11~13年度 利益貢献金額「200億円」(2010年度比)

◆「不良ゼロ」「生産性2倍」「エネルギー1/2」達成のための
「技術革新(技術JUMP UP)」を進める

◆グローバル基盤力(安全力・改善力)の「深化」をベースに
海外での「モノづくり新化」を進める

利益貢献計画(億円)



CSR経営と人材SHINKA

● CSR中期方針

- 際立ちを進化させ社会に貢献するとともに
CSRの基盤を徹底し社会からの信頼を向上させる



「人材」の際立ちについては人材SHINKAの
実施項目としても目標を定め推進

● 人材SHINKA

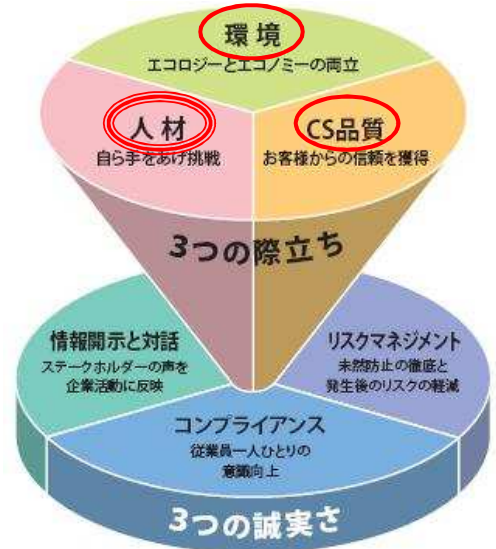
— 際立つ人材づくりと人が活きる環境づくり

- ・グローバル人材づくり
- ・自ら手を挙げ挑戦する人材づくり
- ・多様な人材の活躍

- ①人材育成 ②外国人・留学経験者採用拡大
- ①人材・研修公募の展開 ②キャリアサポート
- ①グローバル人材 ②女性 ③熟練社員

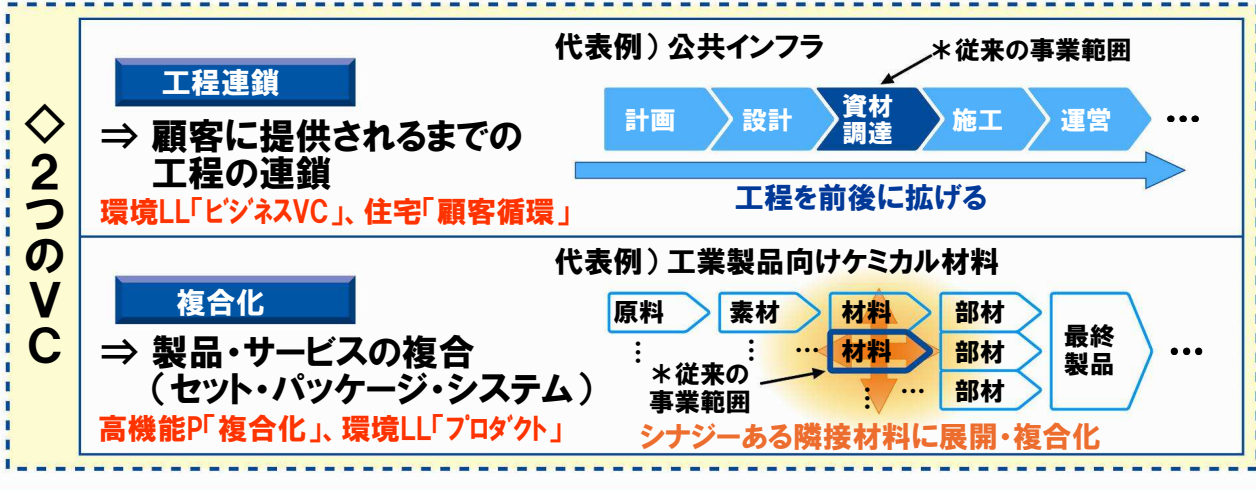
— グループ人材力の向上

- ・グループ従業員の積極登用



当社の2つの「バリューチェーン展開」

「バリュー」=顧客に提供され実現する価値・・・企業理念「社会的価値を創造」
 「バリューチェーン」=上記の価値を生み出す連鎖
 「バリューチェーン展開」=事業として価値を創造・提供する範囲を拡大すること



● 強みある事業の貢献範囲を縦横に広げ早期の成長を目指す

NEXTフロンティアへの挑戦

● 方向性を絞込み、今中期で3つの次世代事業を開花させる

GS21-SHINKA! 2nd stage

先進インフラソリューション
(オリジナルプラン:新興国インフラ整備)



ビジネスモデル構築

ESケミカルズ
(オリジナルプラン:FFケミカルズ)



13年度売上100億円

ライフサイエンス
(オリジナルプランからさらに明確化)



13年度売上30億円

次 期 中 期 以 降

今後10年程度で売上の一翼を担う事業に拡大 (売上規模2000億円程度)

住・社会のインフラ創造領域

ケミカルソリューション領域

(参考:次世代事業2)

先進インフラソリューション

- 独創性のある強み (高度工業化住宅・ビジネスVC) を活かし、グローバルに先進インフラを提供



(GS21-SHINKA!)

新興国への高度工業化住宅の提供



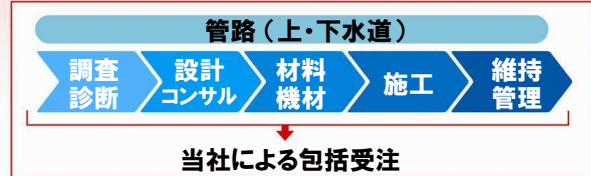
タイ住宅事業

- ・ アジアスタンダードモデル (コスト、量産技術) 確立
- ・ タイ大手ディベロッパーへの販売モデル確立

2013年目標 1000棟販売

(GS21-SHINKA!)

包括受注モデルでのビジネス展開



- ・ バリューチェーン強化による体制構築 ・ 小規模モデル受注推進

2013年目標 ビジネスモデル確立

- 先進エネルギーシステム -

大型事業創出に向けた開発、実証 ・蓄電システム実証実験 ・TEMS*要素技術開発 ・再生可能エネ技術探索 ・グローバル展開モデル検討

(次期中期以降)

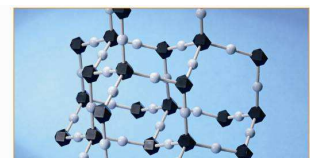
今後10年で売上規模1000億円を目指す

*TEMS: Town Energy Management System

(参考:次世代事業3)

ESケミカルズ

- エネルギー関連分野におけるケミカルソリューションの提供で、新しい社会と地球環境の向上に貢献する



省エネ

LED 部材



創エネ

太陽電池部材



蓄エネ

リチウムイオン電池部材



- ・ 開発から事業推進へのステージ移行 ・ エネルギー関連部材事業の基盤確立

2013年 売上目標 100億円

製品・技術の展開拡大

「複合化」「システム化」への挑戦 ・ 多機能複合化デバイス

(次期中期以降)

今後10年で売上規模500億円を目指す

ライフサイエンス

- 遺伝子・細胞などの独自解析技術を創出・提供し、診断や創薬支援の領域で「ヒト」の健康に貢献する



(GS21-SHINKAI!)

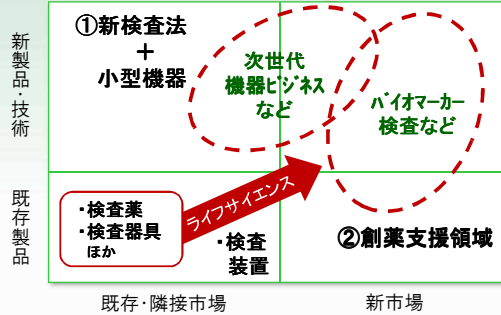
① 次世代の機器ビジネス

機器ビジネスによる新たな検査方法の創出



② 独自分析技術による創薬支援

高機能樹脂によるバイオマーカー検査



・機器メーカー共同開発進め順次製品上市
2013年 売上目標 30億円

個別化医療に資する創薬支援領域更なる展開 ・ コンパニオンバイオマーカーから診断薬へ

(次期中期以降)

今後10年で売上規模500億円を目指す

住宅カンパニー

2011年8月31日

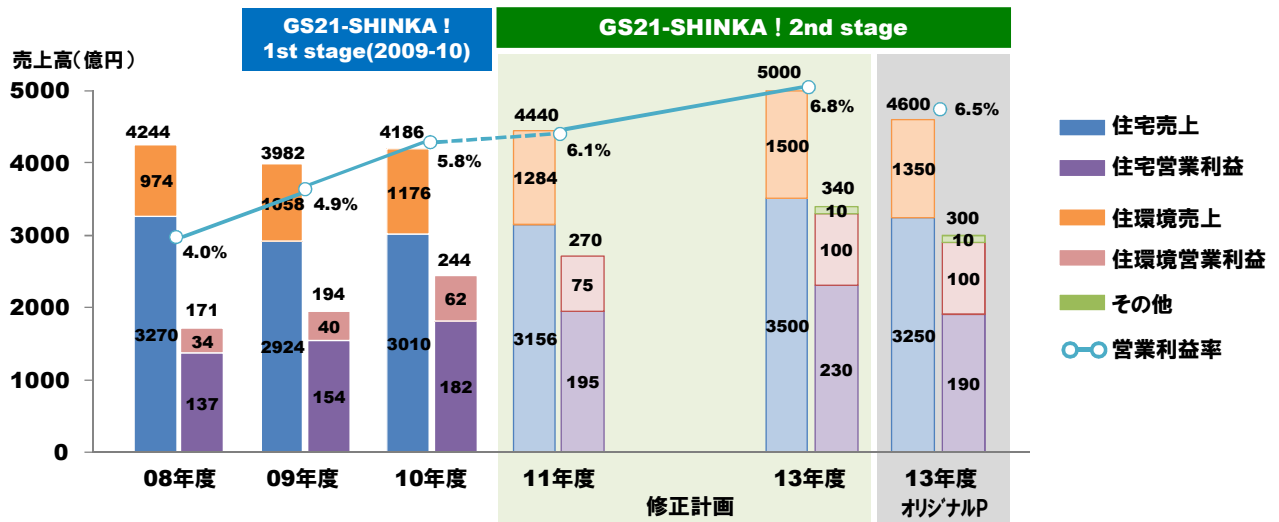
プレジデント
高下 貞二

SEKISUI

中期経営計画の進捗状況

SEKISUI

業績推移と振り返り



GS21-SHINKA !
1st stage(2009-10)

収益体質の強化

契約、売上棟数は減少するも、それを上回る
BEP棟数の引き下げで、着実に収益体質を強化

10年度：直近10年で最高益の244億を達成

GS21-SHINKA !
2nd stage(2011-13)

成長に軸足を移す

成長に軸足を移し、シェアの拡大を図る

13年度：
売上5000億、営業利益340億を達成させる

事業ミッション

地球環境にやさしく60年以上安心して快適に住み続けることのできる住まいの提供

事業ビジョン

セキスイハイムらしさの追求で、
3つの際立ち「先進性」「コストパフォーマンス」「オーナーサポート」を進化させ、
永く住み継がれる住まいを提供する エリアNo.1企業を目指す

「セキスイハイムらしさ」

最高の住み心地と省エネルギーを両立させた、工業生産だから可能な短工期で高品質な住宅を、実感できるコストパフォーマンスで提供し、生涯にわたるメンテナンス・リフォームと独自の査定流通システムで高い資産価値を維持する

目指すべき姿

「永く住み継がれる住まい」

最高の住み心地が永続し、社会資産として永く住み継がれる住まい

「エリアNo.1企業」

エリアで最もシェアの高い、最も評判の高い住宅会社

実施施策(概要)

1. 『先進性』『コストパフォーマンス』『オーナーサポート』の進化

- 先進性の進化
ソーラーNo.1からスマートハウスNo.1へ
- コストパフォーマンスの進化
構法革新としくみ革新で、コストパフォーマンスの追求
- オーナーサポートの進化
ファミエス事業の最大化で、リフォーム1000億事業へ

2. 収益性の進化

東阪名を生販一体体制に移行(7月)

3. 成長への投資

人員強化による受注体制強化
(採用 2011年:500名 / 2012年:500名)

4. タイ住宅事業

1000棟体制の新工場に投資

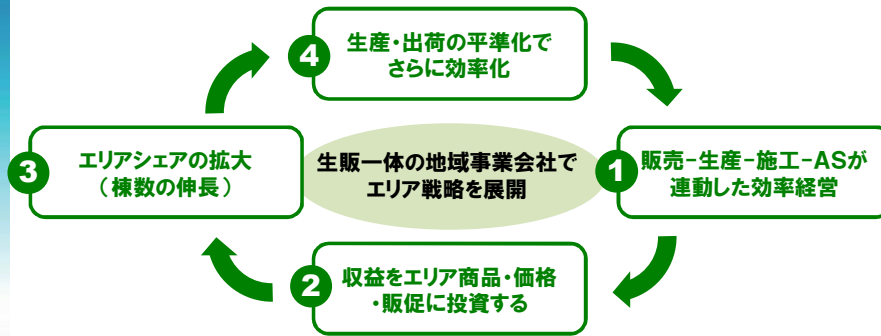
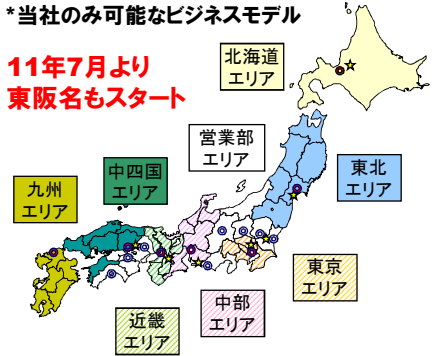
重点施策1 生販一体化の完成

東阪名を含めた全国7エリアで生販一体体制を完成させる

【生販一体体制によるエリアNo.1】

工場を持つエリア住宅会社
*当社のみ可能なビジネスモデル

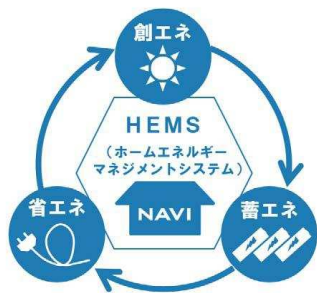
11年7月より
東阪名もスタート



エリアシェア拡大(棟数の伸張)	効率経営
<p>「権限委譲」によりエリアに応じたマーケティングを展開</p> <ul style="list-style-type: none"> 販売価格への戦略投資 (エリア商品、エリア価格等) コストパフォーマンス商品への投資 差別化メニュー(ソーラー、快適アリアー)への投資 	<p>販売-生産-施工-AS-FSが連動した効率化の推進 「財布は一緒」</p> <ul style="list-style-type: none"> 平準化(生産、出荷、施工) 生産-施工の工程分担見直し 物流改善 業務統合等

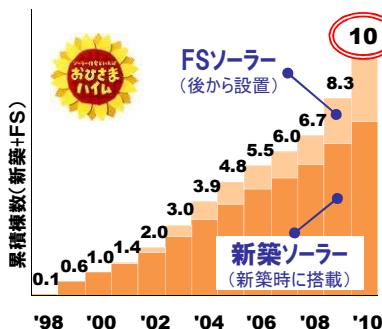
重点施策2 先進性の進化

先進住宅



創エネ

累積ソーラー搭載住宅数**10万棟**達成
※累積国内設置77万件の12%に相当



09年度 新築搭載 (矢野経済研究所調べ)
セキスイハイム: 8520件
積水ハウス: 7030件
大和ハウス: 2955件
パナホーム: 2300件

ソーラー搭載率
100%を目指す

省エネ

光熱費ゼロ邸が**73%** *当社調べ
HEMSによる省エネコンサルティング!

表示型	制御型
<ul style="list-style-type: none"> 家庭におけるエネルギー使用のモニタリングを主とするHEMS 省エネなどの形で普及開始 <p>電気使用量、電気料金、CO2排出量のほか、創エネ製品の発電量の把握</p>	<ul style="list-style-type: none"> 従来の家電製品等の遠隔操作に加え、エネルギー使用の自動最適化をめざす遠隔操作レベルの制御も最適化制御も、現状は対象となる機器も少なく研究段階。制御型の登場の見通しは、早くても2014~15年

現在、HEMSは2種類
ハイムは第3のHEMSを提案

ハイムのHEMS=スマートハイム・ナビは

SMARTHEIM コミュニケーション型
<p>使用量を表示するだけでなく、光熱費コンサルティング(診断)や使いこなしアドバイスなどのさまざまなサービスを提供することを可能にした。</p>

蓄エネ

「スマートハイム・ナビ」

+

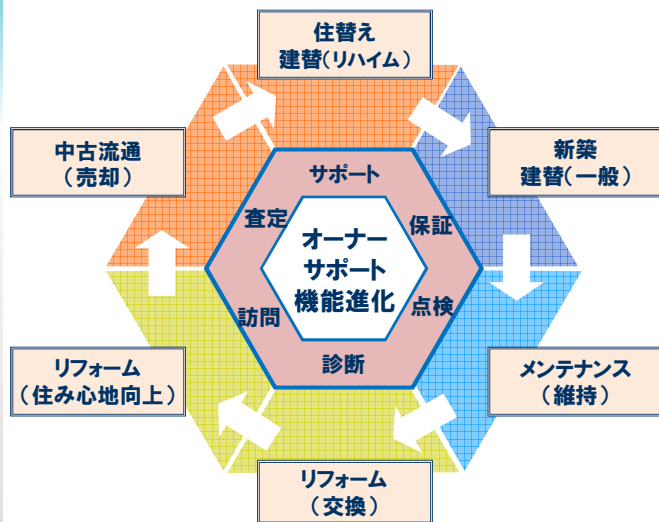
蓄電池付ソーラー住宅の実証実験をスタート

蓄電池付次世代スマートハイムの先行テスト販売も視野に入れ、全国5電力会社管轄地域におけるHEMSやPVとの連動性や、深夜電力利用によるピークカット等を検証。

オーナーサポートの進化

＜顧客の循環型事業モデルの確立＞

「永く住み継がれる住まい」を提供し、
お客様のライフステージに合わせて、
維持・管理・リフォーム・流通を提案



タイ住宅事業展開の本格化

● 建売のモデル



● 量産工場(1000棟)完成イメージ



環境・ライフラインカンパニー

2011年8月31日

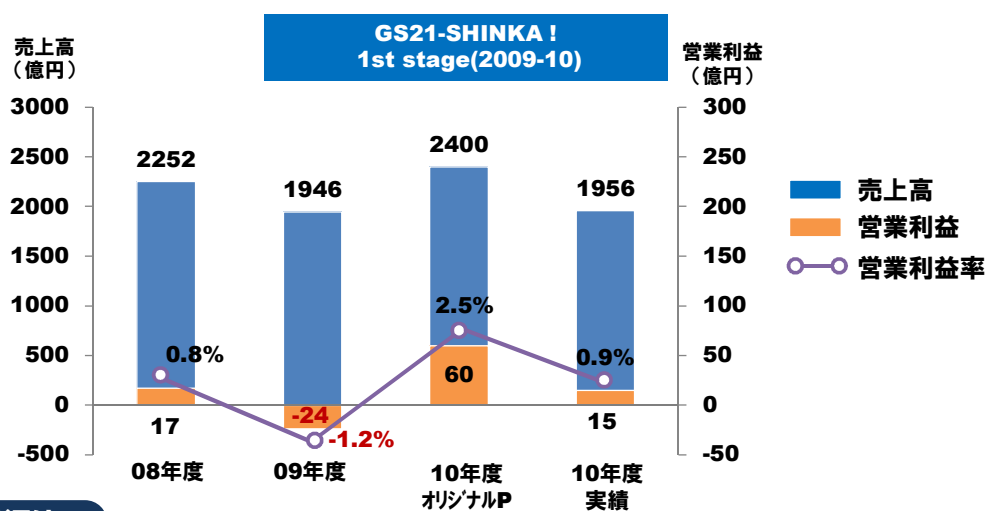
プレジデント
高見 浩三

SEKISUI

前半2年の状況

SEKISUI

業績推移



09-10年度の振り返り

- リーマンショックに端を発する世界同時不況の影響を受け国内外で損益大幅悪化、営業利益については、原中期から1年遅れの進捗
- 固定費削減・CRの推進により、国内事業の収益体質改善進む
- ストック分野のバリューチェーン体制(調査・診断～設計～製品販売～施工)強化が進む

カンパニービジョン

「**結集**」と「**変革**」を切り口にカンパニーの基盤再構築をはかり、
バリューチェーンビジネスで際立つカンパニーへSHINKAする

<結集>

総合力の発揮：際立ちの結集

「人材(叡智)」「技術」「想い」を結集し、
カンパニーの総合力で勝ちきる

<変革>

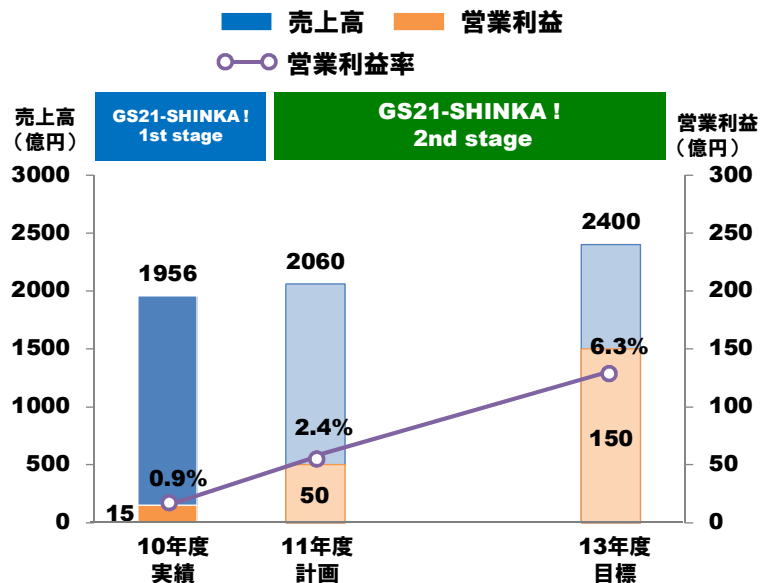
成長軌道への転換：3つの変革の推進

ビジネスモデルをSHINKA

(全事業バリューチェーン化→包括受注体制構築)
させ、製品単体での差別化競争から脱皮する

収益基盤の磐石化：国内事業の高収益化

70万戸時代到来時も国内事業の高収益化を
目指し、徹底した効率経営を実施

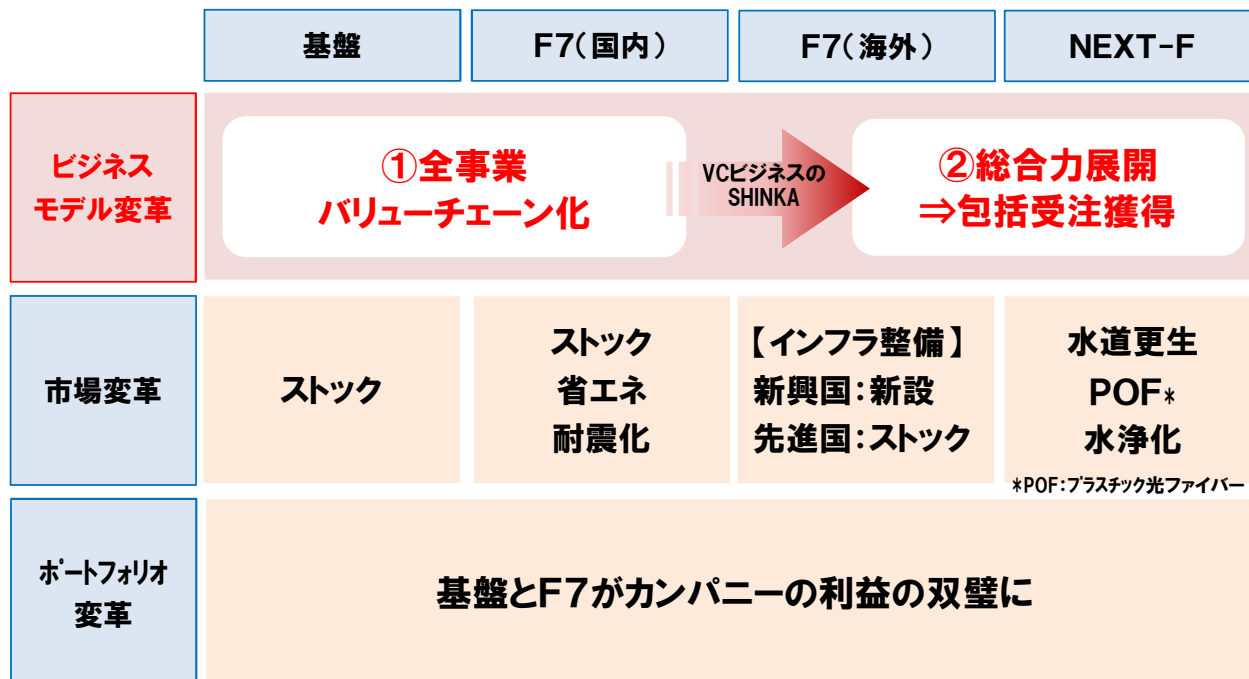


ローリングプラン方針と基本戦略

方針

カンパニーの**総合力発揮**と**3つの変革の完遂**により、
過去最高益(2013年度営業利益:150億円)を狙う

基本戦略



*POF:プラスチック光ファイバー

ビジネスモデル変革 ①全事業バリューチェーン(VC)化

単品販売中心の事業領域を**2軸のVCにより大きく拡大する**

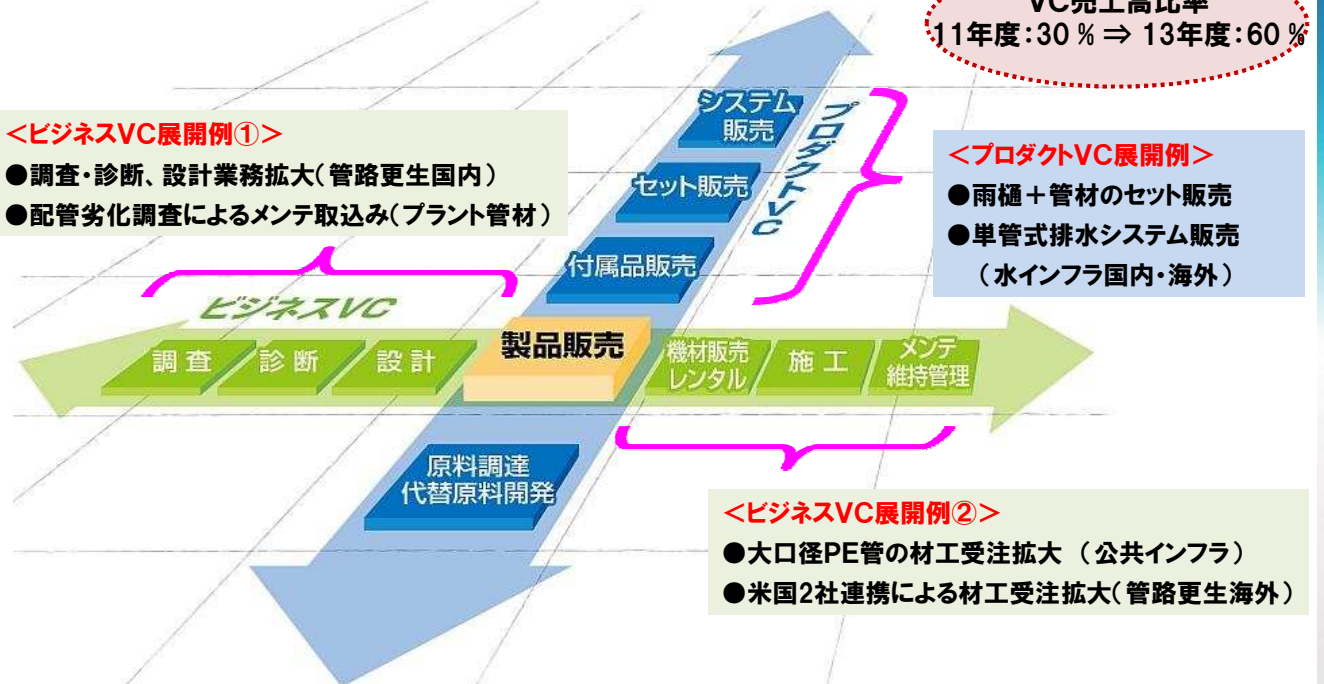
VC売上高比率
11年度:30% ⇒ 13年度:60%

<ビジネスVC展開例①>

- 調査・診断、設計業務拡大(管路更生国内)
- 配管劣化調査によるメンテ取込み(プラント管材)

<プロダクトVC展開例>

- 雨樋+管材のセット販売
- 単管式排水システム販売 (水インフラ国内・海外)



<ビジネスVC展開例②>

- 大口径PE管の材工受注拡大 (公共インフラ)
- 米国2社連携による材工受注拡大(管路更生海外)

プロダクトVC : 製品単品に他製品・システムを組み合わせることで、製品販売の付加価値を高めるVC
 ビジネスVC : 調査・診断～設計～施工～メンテまで、事業全体の付加価値を高めるVC

ビジネスモデル変革 ②総合力展開

社内資源を最大活用し、**国内外で総合力を発揮**

⇒ドメイン毎にVCマトリックスを完成させ、**包括受注体制を構築**する

<VCマトリックス>

		事業領域(ドメイン)																	
		マンション リニューアル				戸建住宅				民間工場 新設・改修				公共土木					
↑ ビジネスバリューチェーン ↓	調査 診断	管テック	アクア(建築)														RRL	Heit kamp	
	設計																コンサル 連携		
	材料 機材	設備 配管	給水 タンク	ユニット バス	仕入品	システム 配管	雨樋 サイフォン	フェノバ ボード	回転 円板	プラント 管材	SPR 国内	水道 ハイパー	FFU カバー	SPR 海外	GRP 海外				
	施工	アクア(建築)															NNT	アクア (土木)	Heit Kamp /KMG
	維持 管理	(協力工事店)															清流 メンテ		

※ 現行体制 自社経営資源活用領域 M&A、業務提携を軸に補完

包括受注例(水処理施設+管路)

<水ing株式会社と業務提携(5月)>

国内外の上下水道分野における複合委託案件(管路と水処理施設が複合して委託される案件)の受注獲得に向け共同営業・受注活動を開始

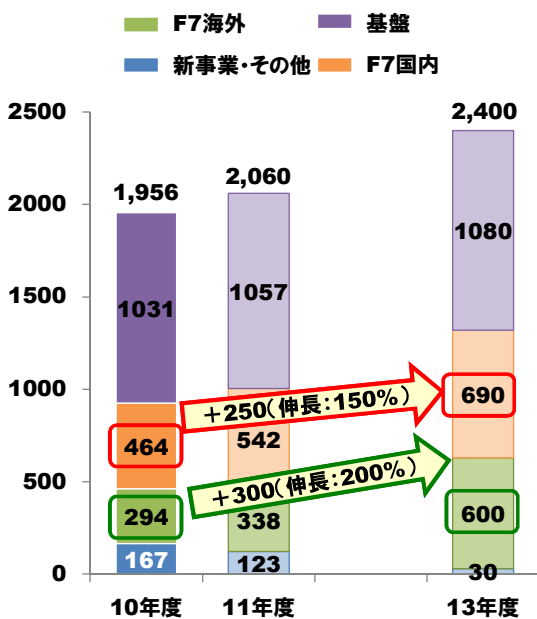
「水処理施設 + 管路施設の運営・維持管理」

までをカバーする包括案件を形成し、お客さまにとってより投資効果の高いストックマネジメントを提供します。



各種数値目標

国内・海外売上高



ポートフォリオ別営業利益

(億円)	10年度	11年度	13年度
基盤	31 (72%)	32 (41%)	60 (38%)
F7国内	11 (26%)	31 (39%)	50 (31%)
F7海外	1 (2%)	16 (20%)	50 (31%)
PF合計	43 (100%)	79 (100%)	160 (100%)
新事業・その他	-28	-29	-10
総合計	15	50	150

F7事業を収益の柱に

※カッコ内はPF合計を100とした営業利益シェア



SEKISUI

高機能プラスチックカンパニー

2011年8月31日

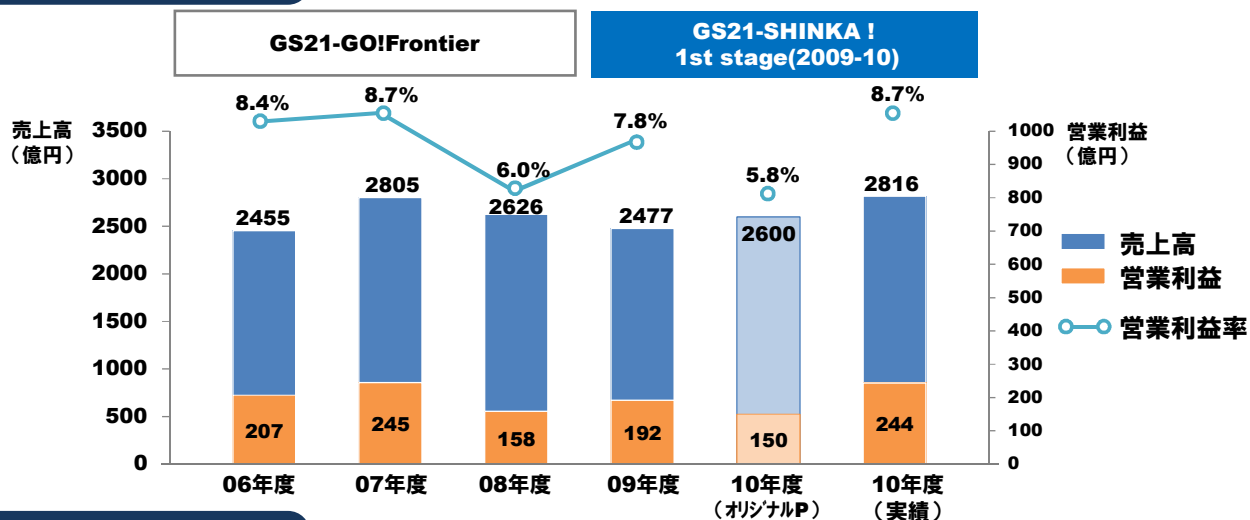
プレジデント
松永 隆善

SEKISUI

前半2年の状況

SEKISUI

業績推移



振り返り

狙い		施策	課題
再建策		固定費抑制/限界利益増	市場変動 ⇒ 生産対応
成長戦略	戦略事業強化	能力増強/事業補強/新製品開発	為替対策 ⇒ アロケーション
	海外事業拡大		新製品大型化
	新製品・新事業推進		
経営基盤強化	体質強化/CSR	革新活動/人材マネジメント強化	グローバル人材育成

"Chemistry for your Win"

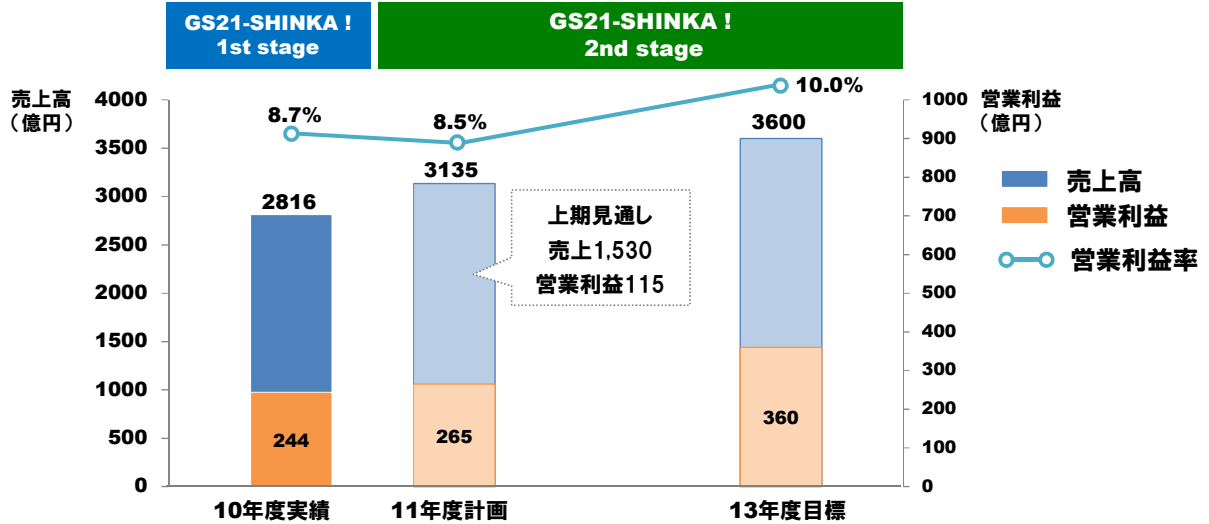
高収益カンパニー 営業利益360億円、利益率10%

I. 成長戦略

1. 戦略事業強化 2. 海外事業拡大 3. 新製品・新事業推進

II. 経営基盤強化

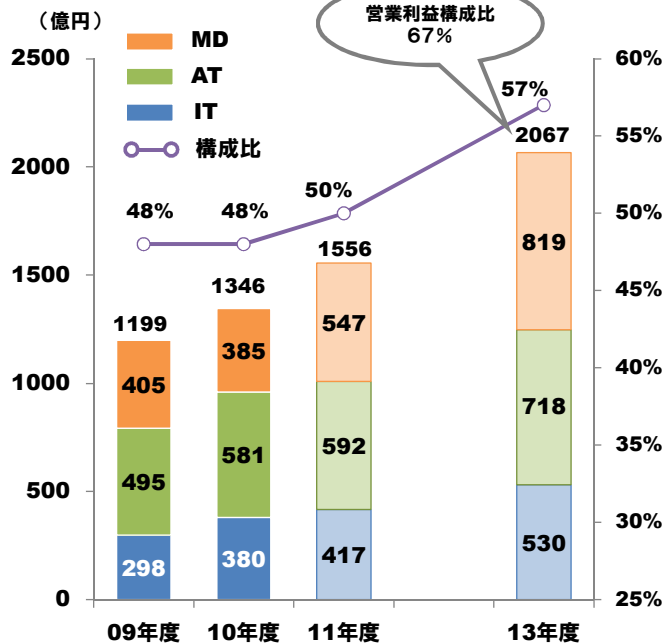
1. 事業構造の見直し 2. 革新活動 3. 原料対策 4. 人材マネジメント強化
5. 品質・安全の追求



成長戦略1

戦略事業強化

【戦略事業分野売上】



MD

- 海外事業拡大 M & A3社本格稼働
- 機器ビジネス、新製品開発

AT

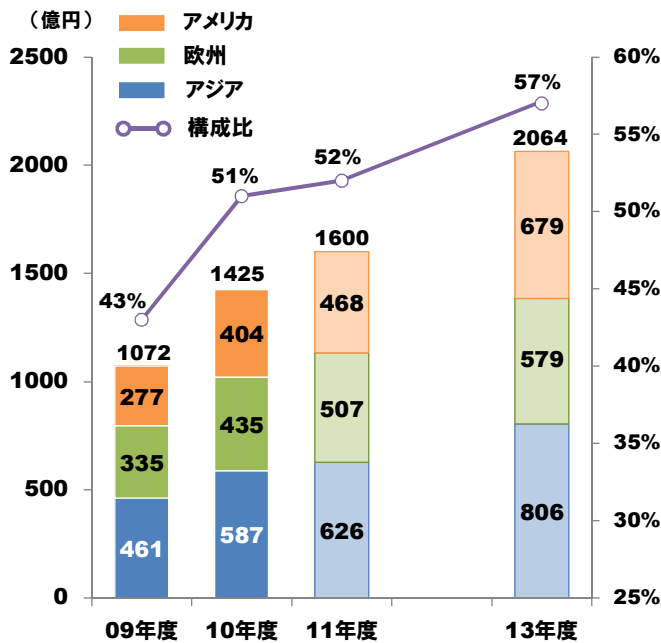
- 最適生産アロケーション
- 新興市場強化(インド、ブラジル等)
- SSCシナジー発現

IT

- 事業補強(M & A) FC、工業テープ等
周辺事業・技術
- 新製品上市 エネルギー、半導体関連

中期2nd stage('10-'13増分(億円)(伸長率))
IT 150(139%) / AT 137(124%) / MD 434(213%)

海外事業拡大

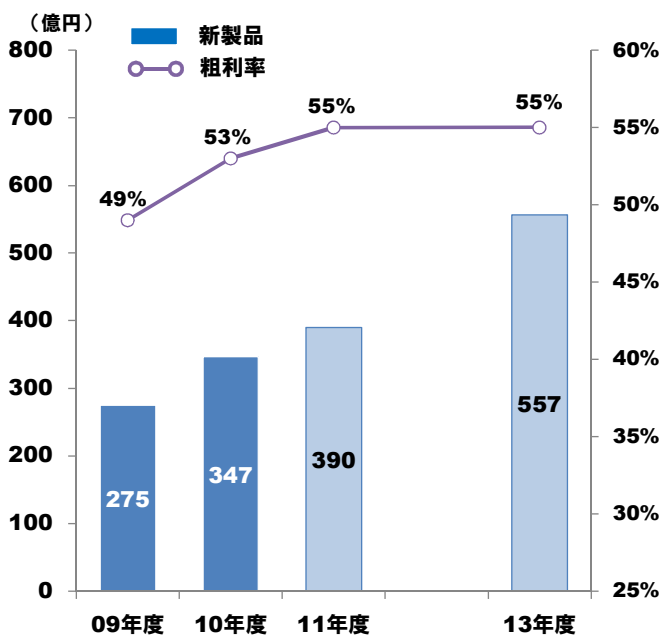


- ・現地事業強化
 - マネジメント強化
 - 技術、技能移転
- ・海外人材の確保と育成
- ・フロンティア開拓(新興市場)

中期2nd stage('10→'13増分(億円)(伸長率))
 アジア219(137%) / 欧州144(133%) / 米州275(168%)

新製品・新事業推進

重要テーマの強化と
 次期大型テーマの絞り込み



事業補強(M&A活用)

MD

重点領域強化

新興市場販路強化(中国、インド等)

AT

海外フロンティア(インド、東南アジア他)

IT

工業テープ、液晶パネル関連
ベンチャー投資、新技術導入

MD分野の強化

◇11年1月Genzyme Corporationの検査薬事業買収
(現、Sekisui Diagnostics)

重点領域強化

重点領域	積水メディカル	SD社
生化学	HDL・LDLコレステロール	HDL・LDLコレステロール
血液凝固	FDP・Dダイマー	国内シェア一位
糖尿病	HbA1c、グリコアルブミン	HbA1c、グルコース
感染症	インフルエンザ	インフルエンザ
先端技術	遺伝子測定	

海外販売網の活用 (欧米6拠点)

SD社の欧米販売拠点や営業スタッフを活用し、積水メディカル製品拡販。

海外生産拠点の獲得 (欧米5拠点)

SD社の領域ごとの専門工場を活用し、積水メディカル品を現地生産。

AT分野の強化

◇11年8月インド合併会社設立
(事業会社では初のインド進出)

- ・会社名 : Sekisui DLJM Molding Private Limited
- ・事業内容: 車輻部品成型 (二輪/四輪)
- ・出資比率: 積水化学51% DLJM社49%

[積水テクノ成型が事業主体]

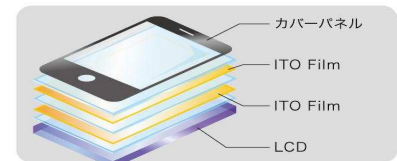
- ・本社 : インド・デリー市
- ・生産拠点: 2ヶ所

IT分野の強化

◇11年4月株式会社鈴寅買収
(現、積水ナノコートテクノロジー株式会社)

当社の狙い	内容
新分野進出	IT関連フィルム製品で新分野進出 (大型の光学用途向け構成材料)
グループ経営資源活用	ITOフィルムの拡販スピードアップ
新製品開発	エネルギー分野(太陽電池、燃料電池)における高機能フィルム開発

<静電気容量式タッチパネル>



フィルム型 Film type

