

産業用品事業

顧客ソリューションの提供により、
ロイヤル顧客獲得を目指す

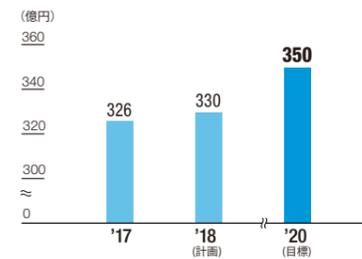
代表取締役
専務執行役員 掬川 正純



連結売上高構成比
(日本基準)



売上高*



※外部売上高、IFRS 基準 (2017 年度実績は概算値であり、会計監査人による監査は受けていません)。

海外事業

ヘルスケア習慣の普及を通じ、
アジアの人々の快適で健康な生活づくりに貢献する

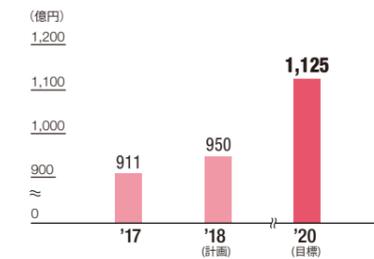
代表取締役
専務執行役員 掬川 正純



連結売上高構成比
(日本基準)



売上高*



※外部売上高、IFRS 基準 (2017 年度実績は概算値であり、会計監査人による監査は受けていません)。

V-2 計画および 2017 年度の振り返り

産業用品事業は、化学品分野と業務用洗浄剤分野で構成されています。V-2計画において、化学品分野では化学品事業会社の統合および事業の選択と集中に取り組むことで、業務用洗浄剤分野では中食市場での新たなビジネスに果敢に挑戦することで、収益性の向上に努めました。2017年度化学品分野では、新製品開発に取り組むと同時に、自動車等の重点分野でのグローバル展開を加速させました。業務用洗浄剤分野においては、拡大しているカット野菜市場のニーズに対応した、野菜洗浄工程で使用する洗浄剤および洗浄システムの新規顧客(食品工場等)の獲得を中心に事業の拡大を図りました。

中期経営計画「LIVE 計画」における事業戦略

▶ 化学品分野

- ・「自動車」、「電気・電子」分野に経営資源を集中し、主要顧客に対する取り組みを強めて顧客ごとに異なる課題の発見とソリューションの提供によって製品の付加価値化、ロイヤル顧客の獲得を目指します。
- ・グループ内の海外拠点を活用し、現地密着型事業モデルの構築により、事業のグローバル化を推進します。

▶ 業務用洗浄剤分野

- ・野菜洗浄工程で使用する洗浄剤および洗浄システムの顧客獲得を継続するとともに、さらなる事業拡大を狙って野菜洗浄関連分野を次世代コア事業と位置づけ、経営資源の重点投下を行います。

2020 年度に向けて

化学品分野においては、収益性改善や成長体質の獲得を目指すとともに、広く外部との協業体制を構築し、「グローバルニッチ No.1」商品・事業の獲得を目指します。

業務用洗浄剤分野においては、需要創造型ソリューションの提供とイノベーションの追求により、「安全で安心できる衛生的な環境づくり」に貢献できる事業となることを目指します。

V-2 計画および 2017 年度の振り返り

V-2計画では、「システム」や「KODOMO」等のグローバルブランドの育成やEC事業の強化等により、事業規模の拡大を図りました。また、サザンライオン有限公司(マレーシア)の連結子会社化、台湾事業の再編等、事業基盤の整備を行い、収益性の向上に努めました。2017年度は既進出国における新規分野への拡大も進め、総売上高は2014年対比139%*、セグメント利益は2014年対比385%*拡大しました。

*為替変動による影響は含まない。

中期経営計画「LIVE 計画」における事業戦略

▶ 1. グローライゼーションによる海外事業の成長加速

- ・「各国別のきめ細かな事業展開」に加え、北東アジア、ASEANという市場特性に共通性がある2つの地域ごとに各国間の融合やシナジーを追求する組織運営により、事業の効率化とスピードアップを実現します。

▶ 2. 新規エリア・新規チャネル開拓強化による事業拡大

- ・最重点国である中国では、オーラルケアのブランド強化およびEC事業者との戦略的提携拡大でステージアップを図ります。
- ・越境ECでは、グループシナジーを最大限に発揮し、各推進部門は有機的に連携した全社横断的な取り組みを開始します。
- ・市場や流通環境に合わせた柔軟な進出形態(M&A・アライアンス等)により、参入エリアの拡大を目指します。

2020 年度に向けて

アジアの人々が心と身体両面から健康で快適な暮らしを送ることができるように、楽しく、前向きなヘルスケア習慣を広める活動を推進してまいります。その第一歩として、日本で成果を上げつつある予防歯科(セルフケアとプロケアの融合による総合的オーラルケア)活動をアジア地域の実情に合わせた形で展開してまいります。