

昭和興産

昭和興産は、今年度からスタートした2020年度を最終年度とする5カ年の中期経営計画「SK2020 価値創造企業への挑戦」に沿って、とくに新規事業の育成と海外展開強化を推進する。中計最終年度には、国内と海外の単純合算で売上高1000億円以上を目指す。

昭和興産の上半期(1~6月)の売上高は、ナフサ安と円高の影響を受けて減少を余儀なくされ、通期も前年比減少を想定している。田淵明雄社長は「数量的に健闘した製品はあるが、単価下落によって売上げが減少した」としている。同社は遂行中の中期経営計画で、アジアをはじめとする海外での事業拡充と営業力強化、国内事業基盤の強化、事業構造の変革推進を重点テーマとしている。新規事業開発部では情報電子関連をはじめ、さまざまなテーマを探索している。

新規事業と海外展開に力

今後の強化テーマの一つとして挙げるのがアグリ・食品分野への展開で、このほかに本社およびインドネシアの2拠点に農業の専門アドバイザーを採用した。すでにインドネシアではハーブ関連製品について現地メーカー企業と日系企業の3社で業務契約を締結、17年に同製品を出荷できるよう準備を進めていく。

アグリ・食品事業強化のため人材拡充にも努める。すでに農学系出身者の新卒採用を進めており、また専門家の登用も検討している。

新規事業のターゲット分野として掲げる再生可能エネルギー、食品、高齢者向け市場、都市インフラにも力を入れる。高齢者向け市場として、大人用おむつ原料や医療機器用樹脂など特徴のある製品を拡販していく。