

昭和興産

昭和興産は現在推進している中期経営計画において、今後成長が見込まれる新規商材の育成と海外展開の強化を推進していく。

同社の中計「SK2020 価値創造企業への挑戦」では、最終年度の2020年度(1、12月期)に

売上高1000億円(国内単純合算)の達成が目標。海外での事業拡充と営業力強化、国内事業基盤の強化、事業構造の変革を重点テーマと設定している。

新設部署である新規事業開発部ではさまざまなテーマを探索している。強化テーマの一つであるアグリ・食品分野では、複数案件が徐々に具体化しつつある。食肉用殺菌剤として使用されている次亜塩素酸ナトリウムは取り扱いに手間がかかるため、代替品として扱いが易しい過酸化水素系殺菌剤を提案している。

新テーマとしてセルロースナノファイバーの市場開拓にも取り組む。

20年度に売上高1000億円

む。同製品を製造する製紙メーカーとこれを使用する合成樹脂メーカーの橋渡しを行う。資源ビジネスでは触媒としても使用できる三酸化モリブデンを中国から輸入し、潤滑剤用の原料として顧客に訴求する。

海外展開では、17年度からインドネシアにパンの増粘剤として使用されるCMC(カルボキシメチルセルロース)を日本から輸出、ローカル企業と連携して同地で販売する試みを開始した。現在サンプル提供中だが、高い評価を得ている」

(田淵明雄社長)という。タイでは情報電子材料の販売に注力。上海(中国)はローカルスタッフが成長し、日本人の出張者も活動しやすくなった。また、新設の広州連絡事務所が本格的な運営を展開し、成果を上げつつある(同)と評価する。

社内体制では、8月からERP(基幹情報システム)が稼働を開始、迅速な経営判断に生かす。