

昭和興産は今年度から新中期経営計画「SKICHALLENGE」に取り組んでいる。海外関連ビジネスの強化、既存事業基盤の強化、成長分野へ挑戦の3項目を柱として掲げており、創立80周年を迎える2023年度には売上高880億円の達成を目指す。

同社の20年度(10月期)の業績は新型コロナウイルスの影響もあり減収減益となった。主要4部門のなかで合成樹脂は自動車、電線、建設の国内向けが減少、輸出関連分野向けもダウンした。化学品は日用品向けなど堅調な商材もあったものの、生産減に加えてナフサ市況の低迷もあって減少。産業資材は非鉄金属が自動車分野の需要低下で減少した一方、土木資材は北海道地区での新幹線工事で地盤改良剤などが伸びた。情報電子は回路基板材料がテレワーク化によるPCなどの需要増で増加したが、部門全体としては微減となった。海外展開ではタイが新

売上高880億円達成めざす

型コロナウイルスの影響を大きく受けて苦戦したが、中国とインドネシアはとくに利益面で前年比大きく伸長した。

コロナ禍による影響は昨年9月頃までで一段落し10月以降状況が変化、急速に好転しているという。このため21年度上半期はほぼ19年度並みの業績に回復し、通期でも同様の傾向が続く見通し。

1月にスタートした新中計で同社が進める3つの柱のうち、海外関連ビジネスの強化では、これまで進めてきた輸出版売に加え輸入販売も強化する。商材の開発では先方と双方向でパイプを拡充し、同様の取り組みを既存事業基盤の強化でも展開していく。成長分野への挑戦では環境関連、情報・通信、エティカル・ヘルスケア、国内インフラ、モビリティの5つの重点戦略分野に注力する。さらに今中計の経営基盤戦略として、人材組織戦略とデジタル化ICT戦略、ESG経営を進める。