

昭和興産は、アジアを中心とした海外ビジネスの拡大と成長分野をターゲットとした新規商材の創出を当面の重点テーマに掲げる。

「付加価値の高い事業に限り組む顧客が必要とする商材を日本とアジアできっちり供給する」(沢瀉一雄社長)ことで存在感を發揮していく。すでにリチウムイオン電池用部材などでは新たな動きも出始めている。

昭和興産は、日本とアジアで活躍できる企業へ向けて事業基盤を強化する“ことを基本方針とする中期3カ年経営計画を推進中。初年度の2010年度(12月期)は売上高が前期比18・7%増の643億9300万円、営業利益が94・2%増の7億9900万円となり、予算をクリアした。

2年目の今年度は東日本大震災の影響もあり「先行きは不透明だが大事な年」と位置付

アジア市場と新商材に的

ける。実際に取引先の被災などによる影響があったものの、1月、2月が順調だったことにより1〜4月の累計売上高は前年同期に比べ約4%増加した模様。自動車がらみの商材が減速傾向にある一方で、復興にもなう電線や壁紙、防水シート向けなどの材料は堅調に推移しているという。

今期の重要テーマの1つが「アジア市場におけるビジネスを着実に伸ばしていく」こと。中計の中で目標に掲げるアジアでの売上比率10%の達成へ向けて、既存の上海、香港、タイの各拠点の機能を強化・安定基盤を確立する考え。

新規商材の開発にも継続的に取り組む。自動車関連、太陽光発電など6分野の全社横断プロジェクトについては「さらに的を絞ったり、違った形にするなど見直しをかける」方向で検討している。