

昭和興産は創立80周年を迎える2023年度(12月期)を最終年度とする3カ年中期経営計画「SKICHALLENGE」を推進している。計画2年目の22年度には23年度目標だった売上高880億円の前倒し達成を視野に入れる。引き続き海外関連ビジネス、新規開発分野、環境関連など5つの重点戦略分野を強化していく。

同社の22年度上半期の業績は原料価格を背景とする値上げの影響もあり増収増益となる見通し。新収益認識基準適用後も好業績を維持していく。

中計では重点戦略分野として環境関連、情報・通信、メディカル・ヘルスケア、国内インフラ、モビリティの5テーマを設定した。環境関連ではカーボンナノファイバー(CNF)のプラスチック代替品としての利用を想定し23年度をめぐりに具体化を狙う。メディカル・ライフケアでは注射器や医療用カテーテル用部材など医療関連製品の扱いを進める。モビリティではEV

## 売上高目標前倒し視野に

(電気自動車化でエンジン回りの商材の需要減が予測される一方、車体の軽量化に寄与する合成樹脂やアルミ、充電池周辺部材の需要増が見込まれるためその取り扱いにより一層注力する。新規分野では昆虫原料ビジネスへの本格進出を目指している。注目を集める昆虫食に関連する商材でイスラエル企業と連携、同社が製造するフルーツフライ(ミバエ)を原料とするパウダーおよびオイルを水産養殖用飼料や化粧品原料として供給することを計画している。

海外展開ではタイ、インドネシア現地法人も順調に業容を拡大し、ロックダウンの影響が懸念された中国現法も前年比ではプラスを確保する見込み。

社内体制ではエンゲージメント調査を開始、社員の発言する機会を増やし職場満足度の向上を目指す。また業務効率化の一環として社員自らRPA(ロボットによる業務自動化)のプログラムを70作成しており今後もIT化を促進する。