

アクセルプランギアⅢ 『再発進』 2018～2023

昭和ゴム株式会社／昭和ゴムアジアカンパニー

ミッション

顧客の『大切』を守る社会の守護者

外部環境

- 日本のゴムライニングは市場は新規参入企業がなく、生き残り戦略（施工業者の確保）により残存者利益が期待できる。
- アジアの発展途上国の経済成長によるインフラ需要が拡大している。
- アジアの環境汚染が深刻化している。
- アジア諸国での衛生用品の高度化需要。
- ゴムライニング製品の顧客要求は、低品質、短寿命時代から高品質、長寿命の製品要求が高まっている。

顧客の利益

- アジア地域のゴムライニングユーザーが、高品質で長寿命製品を最適地生産により適正価格で得られる
- ファブレス化による最適地生産、顧客自国生産の実現
- 環境問題改善

自社の強み コアコンピタンス

- ゴムライニングの配合・製造技術により多様な耐蝕製品を供給できる。
- 工程ノウハウ・生産技術力があり、各国に指導ができる。
- アジア各国にフットワークの軽快な拠点がある。

基本方針 商社化シフト

アジアのネットワーク、製品開発から製造技術のノウハウを活かし、提携先を拡大して防食、環境、民生分野に特化した専門商社化シフト

重点施策

- 1 ライニング強化**
- 2 アジア提携戦術**
- 3 グローバル商社機能強化**

重点施策 1 ライニング強化

- ① 技術・実績データのデータベース化により、顧客が要求する情報をスピーディに提供
- ② 日本の施工者の増強及び技術者の育成
- ③ アジア地域の産業高度化対応する高品質、長寿命製品の供給
- ④ 最適地生産により適正価格での供給
- ⑤ 遠隔保守点検方法による、遠隔保守管理サービスによるSV費用減及び、遠隔低コストでの現地パートナーへの技術供与

重点施策 2 アジア提携戦術

- ① アジア地域の環境・衛生の高度化に対応する民生品の供給
- ② アジア地域で提携先を増加させ、ファブレス生産によるロジスティクスコストの低減と短納期対応
- ③ 提携会社に技術・管理等の知的財産を提供し、商社化へシフト
- ④ 防食・環境・民生分野での提携先獲得
- ⑤ 大型一体成形品の探索

重点施策 3 グローバル専門商社機能強化

- ① ファブレス化による、経営資源の製造から営業・開発へのシフト
- ② 大手企業が参入しないニッチ市場への積極的参入
- ③ アジア各国にセールスエンジニア・研究人材の確保
- ④ 言語力の強化

ビジネスモデル

＜アジア提携＞

海外提携先の増加
提携先の製造スキル向上

最適解のスピード提供

技術・情報提供

ネットワークの
良い専門商社

実績データベース化
技術者育成

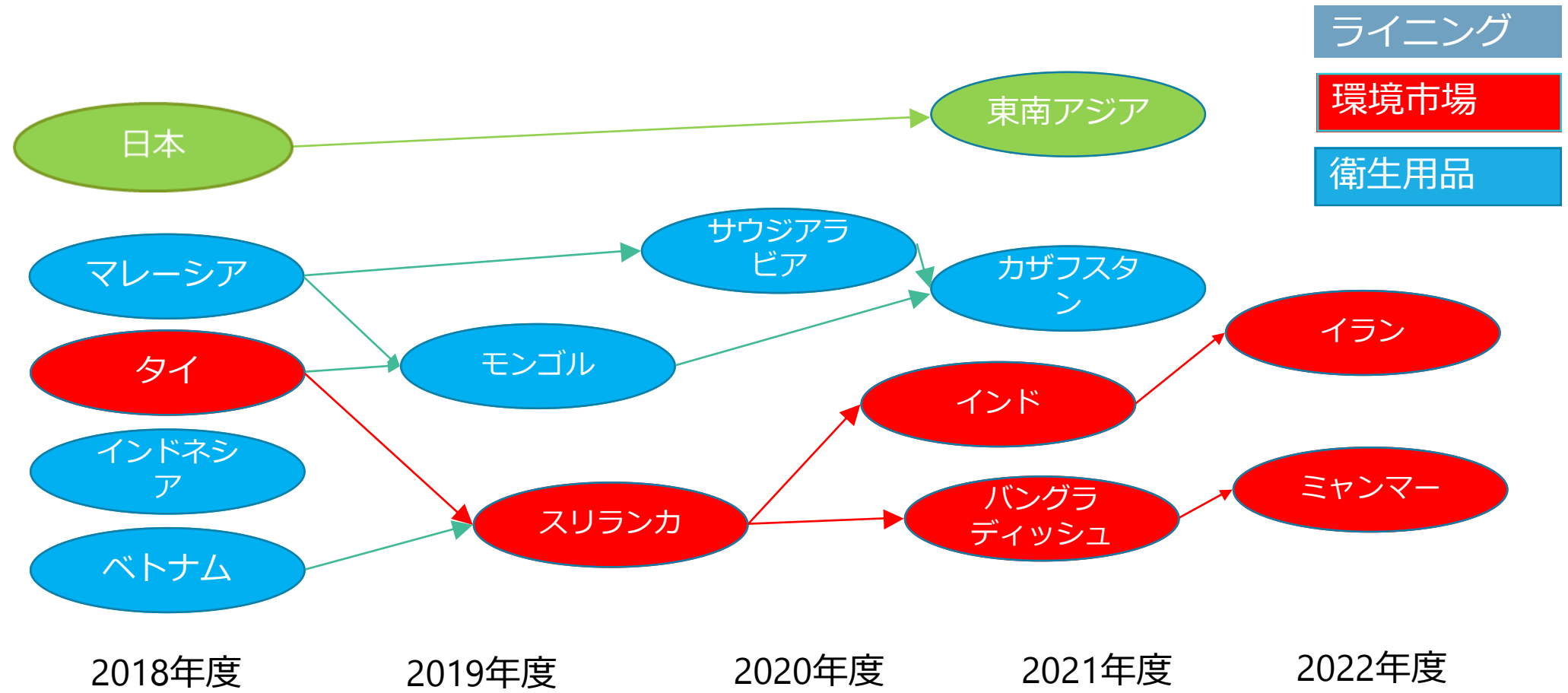
ファブレス化
販路拡大
言語力強化

＜ライニング強化＞

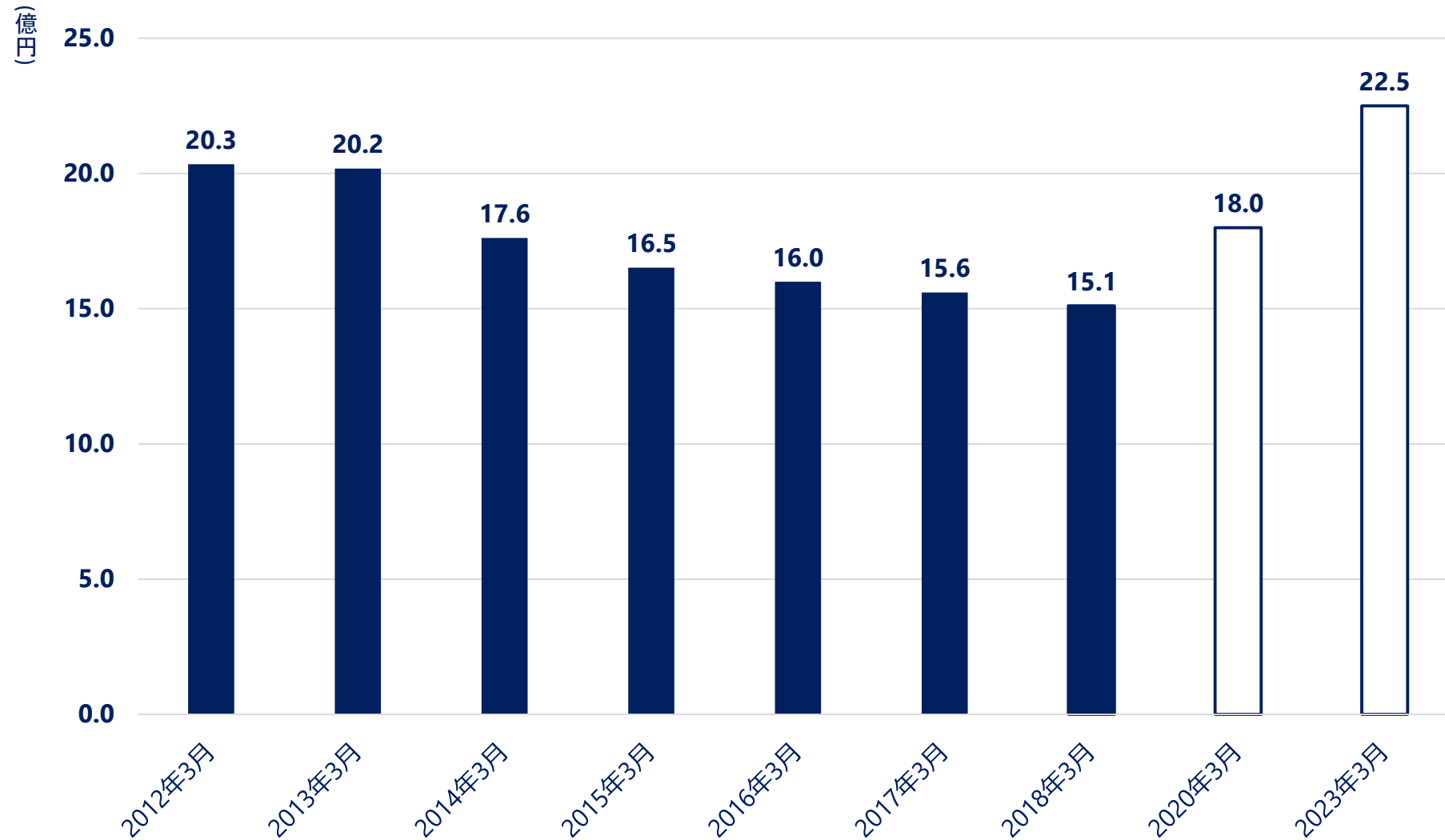
最適地生産

＜商社機能強化＞

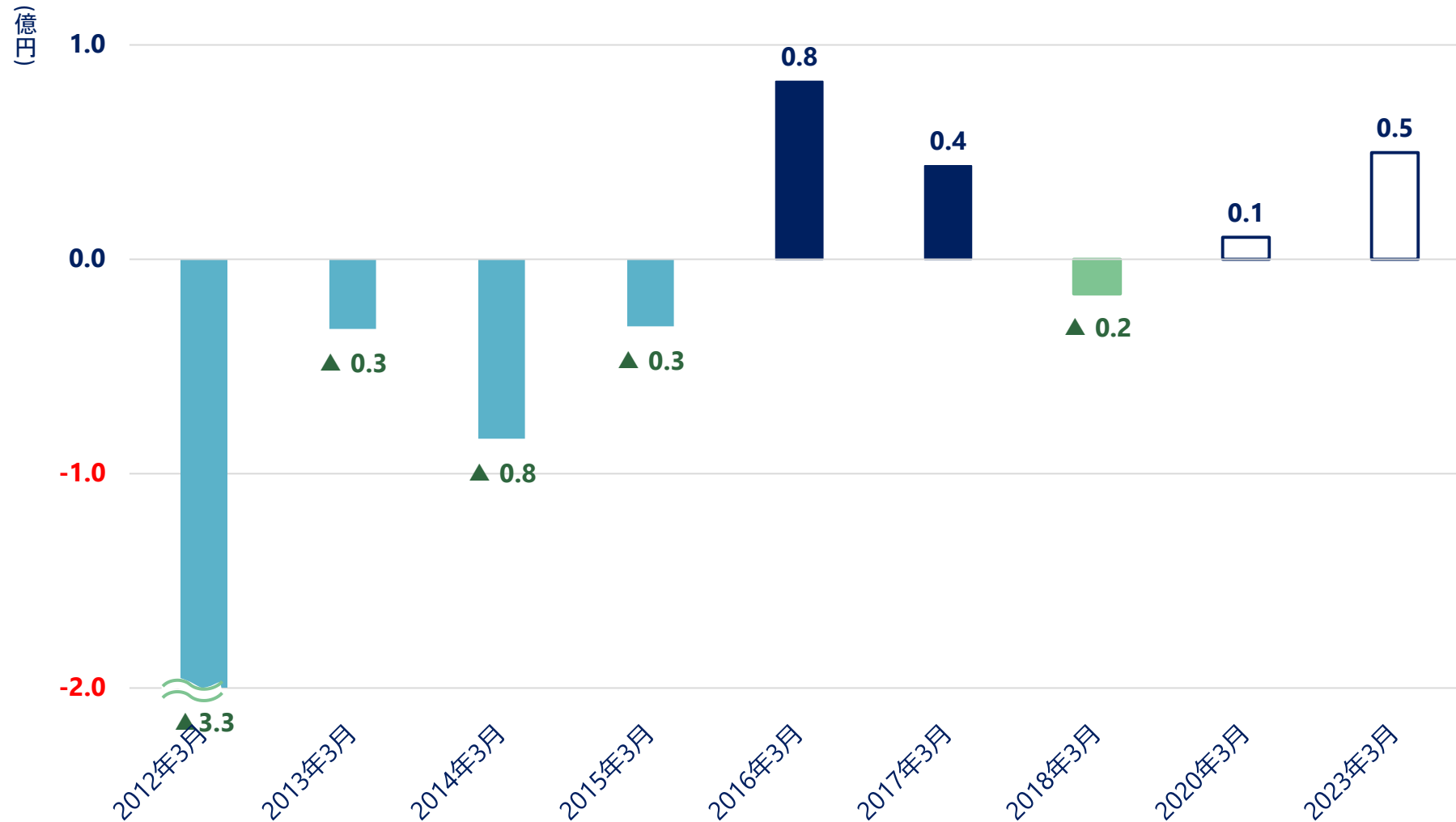
販売エリア拡大イメージ



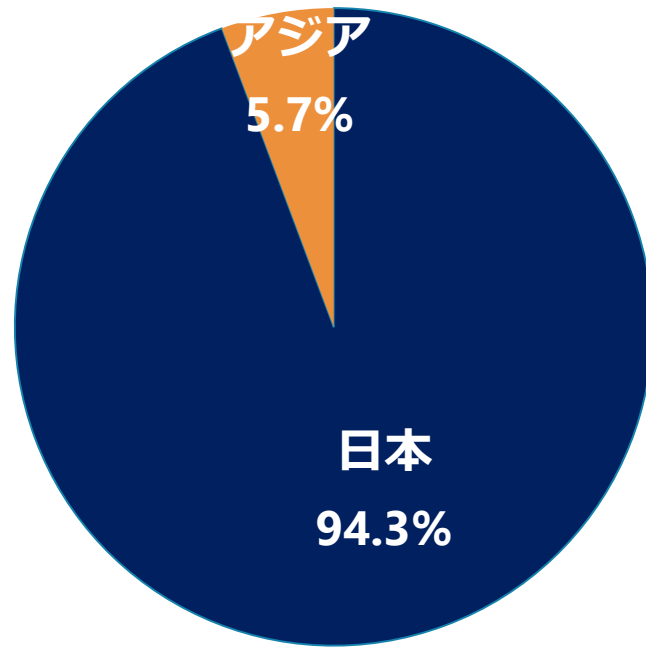
ゴム事業 5年後 売上目標



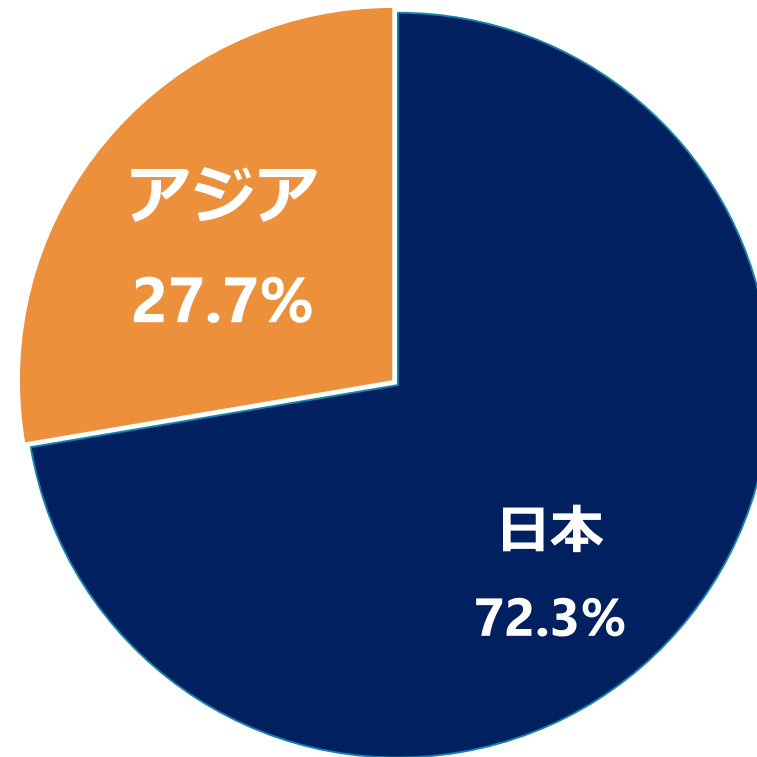
貢献利益目標



売上比率



2018年3月期



2023年3月期

スローガン

商社機能強化による 市場拡大

CHALLENGE FOR THE FUTURE