
昭和ゴム株式会社
SHOWA RUBBER MALAYSIA
中期事業行動計画
アクセルプラン 2012

2012年7月
昭和ゴム株式会社

ゴム事業の3年間の集中項目

- ①ASEAN、日本のインフラ市場、医療市場を開拓する
- ②ライニングアジアNo1を目指す
- ③全社技術者集団化

ゴム事業のミッション＝社会的意義

顧客の「大切」を守る社会の守護者

顧客の「大切」を守る社会の守護者

ライニング ⇒顧客のタンクや配管
プレス成型 ⇒顧客の各種産業機材
乳首 ⇒デリケートな赤ちゃんの唇

ゴム事業のゴムはいつも、顧客の「大切な何か」を守って
来ました。それは単に製品を作って売るという単純なものでは
なく間違いなく顧客の「大切な何か」を守るという「安全」という
価値を提供しています。

これまではゴムの性質を使い、特に耐酸、耐アルカリ、耐熱、
耐摩耗などに取り組んできましたが、この度新しく耐振動という
新しい技術が加わりました。

ゴム事業の事業領域



ゴム事業

ゴム産業材消費財の
製造及び販売



事業の本質である顧客への価値提案



顧客の「大切」を守る

価値提案の高める方向性

- ①より顧客のニーズに適合する
- ②もっと早く
- ③新しい地域の顧客にも価値を提供する
- ④別の危険からも守る

事業成功の中心となるべきビジネスモデル

3
年
後

- ①顧客密着による提案商品実現力
- ②開発スピード
短納期対応
新製品の早期標準化
- ③海外市場の開拓
- ④新分野技術の習得

製販技などの事業活動実績
から得られた情報を活用
することで、応用力を高め事業活動の
スピード化、質の向上により開拓し続ける

私たちが目指す事業の好循環モデル



マクロ経済ならびにゴム事業に関する現状認識

- ①これまでのゴム事業の売上は日本ゴム市場の規模との相関性が高く、市場が大きくなれば大きくなり、小さくなれば小さくなる状態と言える。つまり、シェアは増加も減少もしていない状況で、競争力は並でしかないと言える。
- ②ゴム市場は国内の企業設備投資との相関性が高いが、人口減などにより日本の市場は縮小傾向にある。
- ③市場縮小が予測されるので、ゴム事業の売上も縮小すると予想される。

当社の今後の取り組みに向けて

厳しい現状認識を受け、ゴム事業の行動指針は以下となる

①市場

今後も継続する市場と、成長する市場を見出し、
そこにある顧客を開拓し続ける

②競合

自己の競争力が高い市場への注力と、当該部門
の収益性の向上を目指す

③自社

自社の持つ「強み」を発見し、これを磨き上げつつ、
自社にない新しい「強み」を習得して開拓する

①成長市場への選択と集中

成長市場への選択と集中

日本

- 日本のインフラ市場開拓
- 医療市場開拓

ASEAN

- 原発新設開拓
- 鉄道などインフラ整備開拓
- 工業プラント新設開拓

②アジアでゴムライニングNo1を目指す

- ・SRMを中心としたマラッカ海峡経済ベルト＝マレーシア・インドネシア・シンガポール市場開拓



②アジアでゴムライニングNo1を目指す

- ・今後経済発展が予想されるメコンデルタ経済ベルト＝
タイ・カンボジア・ベトナム・ミャンマー市場開拓



③ 全社技術者集団化

3年後

- 製造の持つ加工、製造技術データ
- 営業の持つ顧客、競合データ
- 開発の持つ化学的技術
- 品証・工務など社内支援部門の持つデータ
- 各個人に蓄積された、知識、ノウハウ

バラバラのデータを資料化する=インフォメーション化
インフォメーションを加工して応用力を上げる=インテリジェンス

私たちが目指す事業の好循環モデル



重点実行施策

□ 全社技術者集団化

- データを分類・整理し情報とし、応用する事により知恵とする
- 顧客要求に合わせて、スピード開発スピード提案を行う

□ Pull型営業への転換

- 顧客密着型
- 顧客利益提案

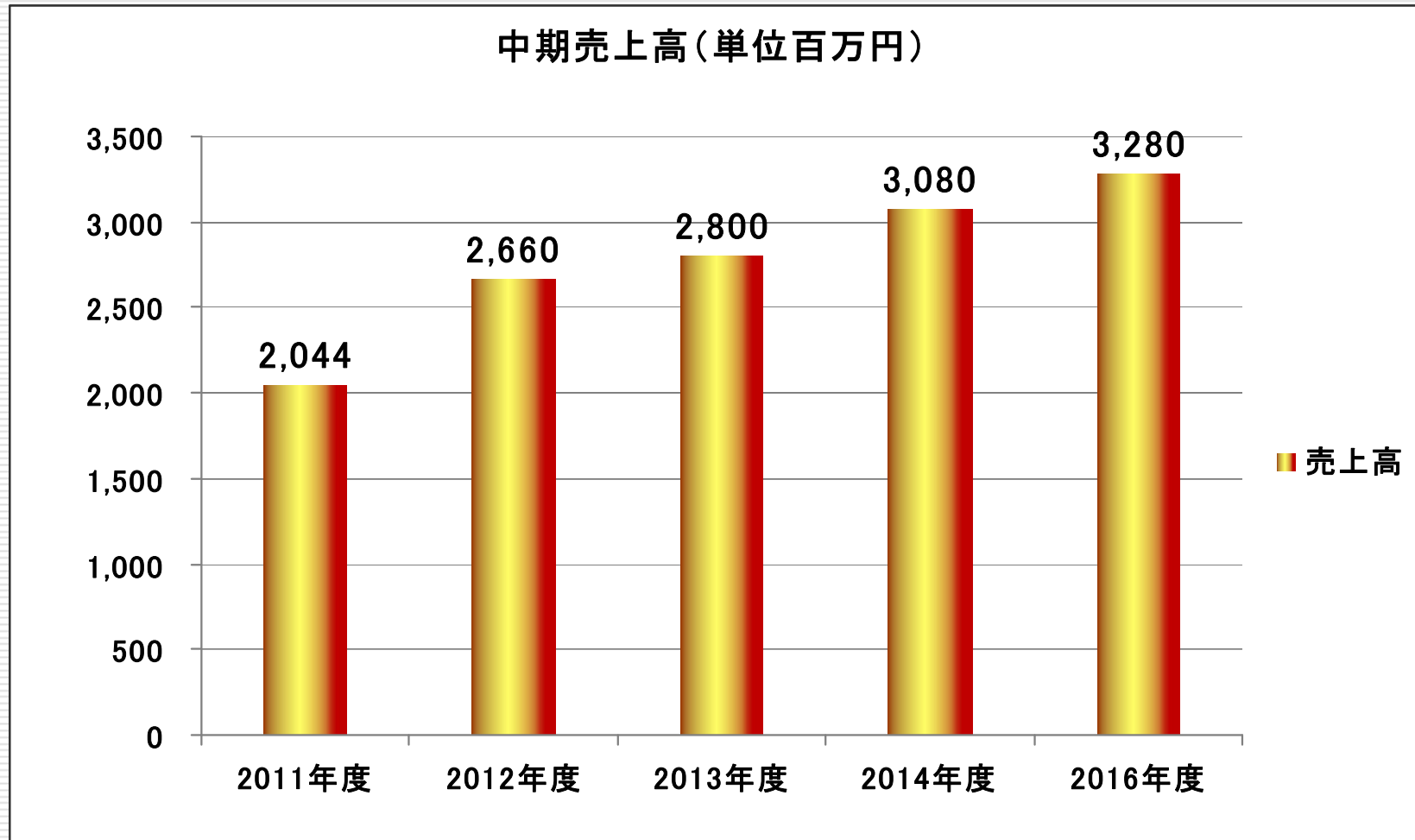
□ ライニング アジアNo.1

- ASEANでライニング市場を開拓
- 施工技術者と開発技術者の育成

□ インフラ市場開拓

- 震災により見直しされる住宅の防振事業への参入
- ASEANインフラ需要における市場開拓

売上の数値目標



顧客の「大切」を守る社会の守護者