



昭栄薬品株式会社

# 会社説明資料

2016年  
3月

Company Presentation

# 1. 沿革

## 1937年～ 化学品事業

## 1965年～ 土木建設資材事業

## 1987年～ 日用品事業

| 1937      | 51                                    | 60            | 62                              | 63                   | 65                      | ... | 87          | ... | 93                              | 2005                            | 07                               | 09   | ... | 14  |
|-----------|---------------------------------------|---------------|---------------------------------|----------------------|-------------------------|-----|-------------|-----|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--|-----|---|
| ● 化学品卸を創業 | ● 花王石鹼株式会社（現花王株式会社）の脂肪酸及び脂肪酸誘導体の販売を開始 | ● 昭栄薬品株式会社に改組 | ● 東京都中央区に「東京営業所」開設（76年に東京支店に改組） | ● 愛知県名古屋市に「名古屋営業所」開設 | 始 ● 土木建設業界向けに関連資材の販売を開始 |     | ● 家庭用洗剤を商品化 |     | ● 東南アジア諸国への輸出拡大を目的に「シンガポール支店」開設 | ● 中国での販売強化を目的に「昭栄祥（上海）貿易有限公司」設立 | ● ISO14001認証取得（大阪本社・東京支店・名古屋営業所） | ● 東南アジア諸国への拡販を目的に、タイに合弁会社を設立（12年に合弁を解消し、社名を現在のSHOEI TRADING (THAILAND) CO., LTD.に変更） |     | ● 大阪工場を閉鎖し、オレオケミカル関連商品の生産から撤退（生産開始は1960年） |

営業拠点

東京支店（開設時は営業所）

名古屋営業所

シンガポール支店

連結子会社

中国

タイ

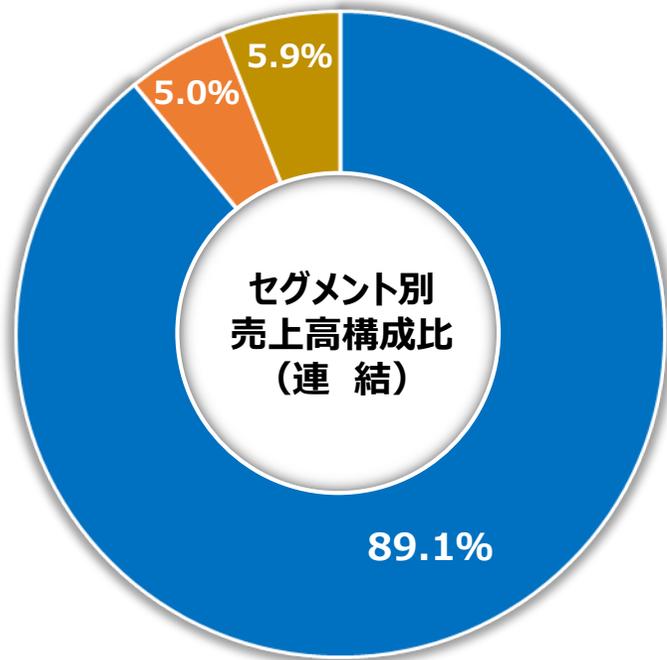
## 2. 会社概要

|        |  |
|--------|--|
| 社名     | 昭栄薬品株式会社   |
| 代表者    | 代表取締役社長 藤原 佐一郎   |
| 本社     | 大阪府大阪市中央区安土町1丁目5番1号  |
| 国内事業所  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 東京支店（中央区東日本橋）</li><li>● 名古屋営業所（名古屋市中村区名駅）</li></ul>                        |
| 海外現地法人 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 中国：昭栄祥（上海）貿易有限公司</li><li>● タイ：SHOEI TRADING (THAILAND) CO., LTD.</li></ul> |
| 資本金    | 96,024千円（2015年11月末現在）  |
| 従業員数   | 70人[連結/常用者数]（2015年11月末現在）  |
| 事業内容   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 化学品事業</li><li>● 日用品事業</li><li>● 土木建設資材事業</li></ul>                         |

### 3. 事業の概要

#### 2015年3月期（連結）

売上高 17,897 百万円  
 経常利益 325 百万円  
 当期純利益 219 百万円



■ 化学品事業 **89.1%**

オレオケミカル並びに界面活性剤等の仕入販売

■ 日用品事業 **5.0%**

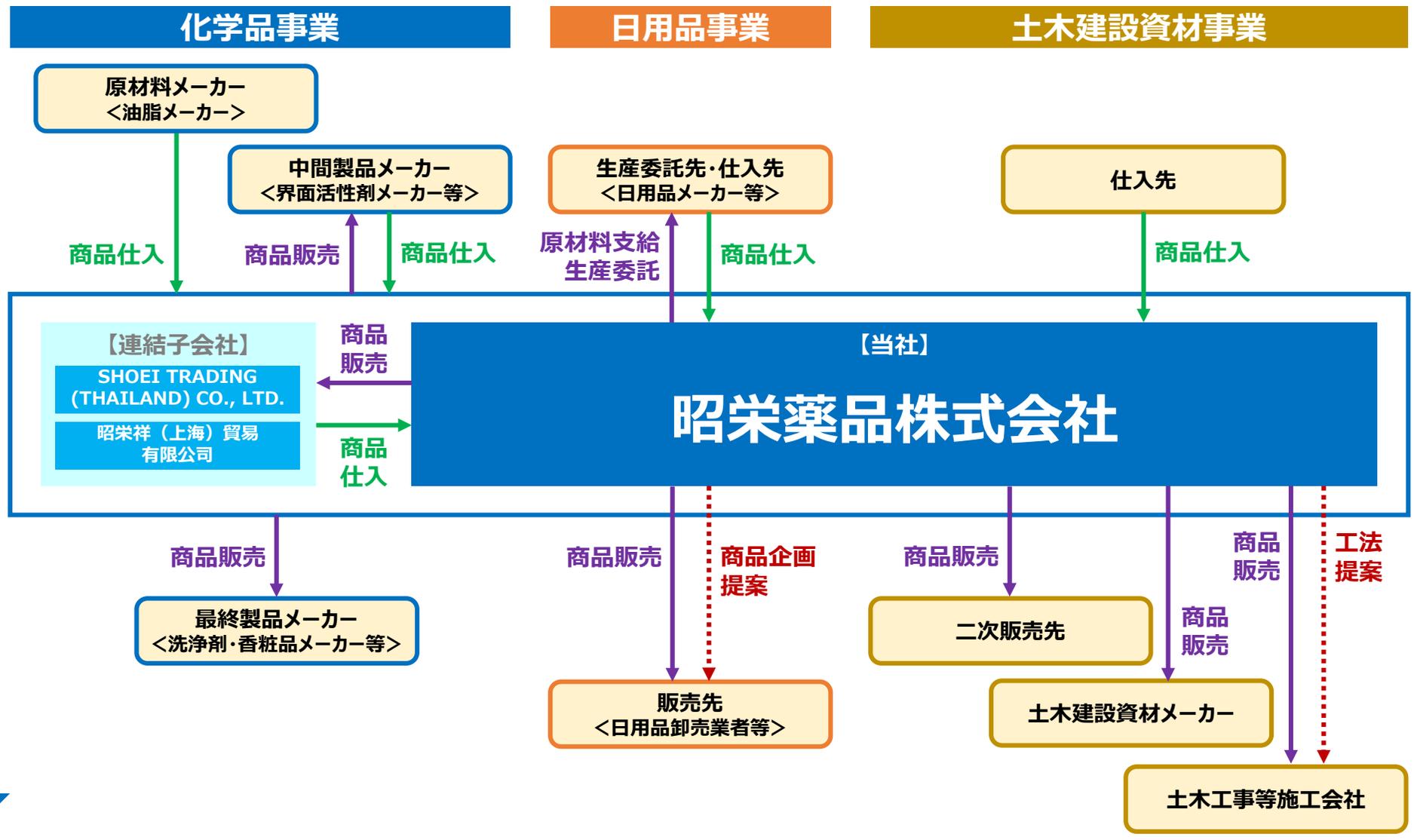
家庭用洗剤を中心とした日用品の企画及び仕入販売

■ 土木建設資材事業 **5.9%**

地盤改良やコンクリートの補修補強材料等の仕入販売

# 4. セグメント別のビジネスモデル

川上から川下まで広くカバー



## 5. 昭栄薬品とは…

### 主に植物系の天然油脂を原材料とする オレオケミカル\*を中心とした化学品商社

\*パーム油、ヤシ油、パーム核油など主に植物系の天然油脂を原材料として製品を生み出す化学のこと  
(石油化学品とは異なり、再生産が可能であること、及び環境負荷が低いこと等が特徴)

### “事業間のシナジー効果”を重視した関連多角化 により、3セグメント\*の事業を展開

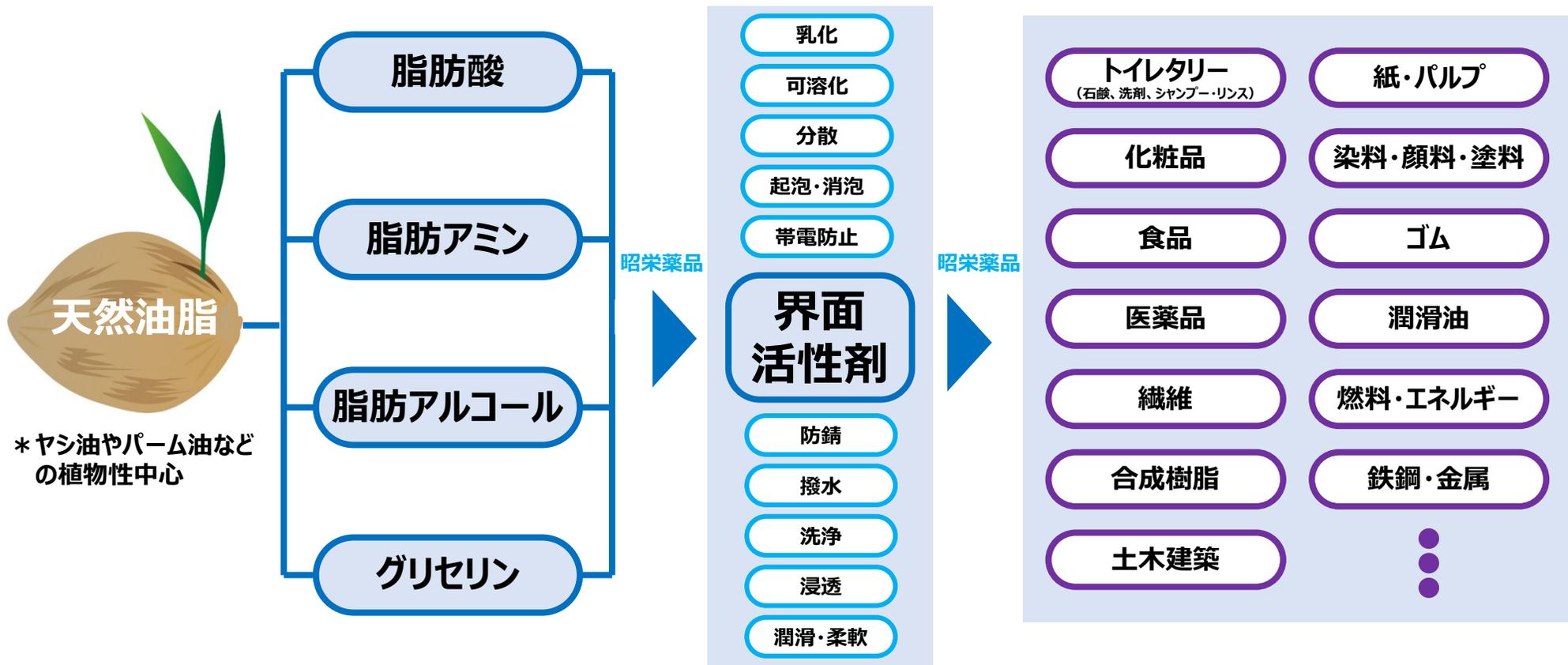
\*化学品事業、日用品事業、土木建設資材事業

### タイと中国（上海）の海外連結子会社を含め 3社のグループ編成でビジネスモデルを構築

## 6. 主な取扱商品【化学品事業】

- 主に\*植物系の天然油脂を原材料とするオレオケミカルを取り扱い、販売先は広範な業界に亘る

\*原油・鉱物・天然物等を活用した高機能化学品も販売



## 7. 海外展開

### ● 海外に2社の連結子会社を有し、グローバルな視野に立った事業運営の基礎を構築

- ✓ 販売先は、東南アジアに進出している日系メーカーを中心に、現地企業への拡販も展開
- ✓ 日本からの輸出に加え、三国間貿易も展開
- ✓ 商品販売だけでなく、グローバル情報の収集を行い、情報力を強化



## 8. 経営方針

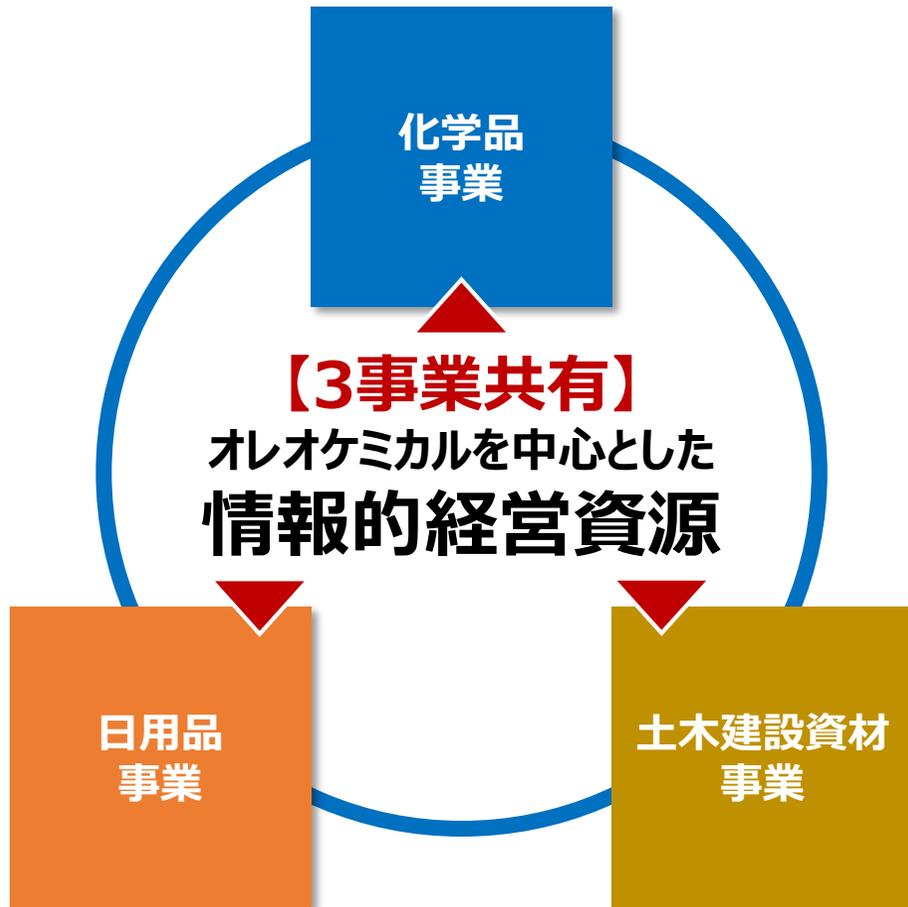
### 【経営理念】

私たちは**環境と安全に配慮した価値ある商品の提供**と、**新しい市場の開発**を通じて、真の顧客満足を実現し、企業の発展と社会への貢献を果たします。  
私たちは事業の目的を達成する為、業務の有効性及び効率性を高める為の取り組みと、正しい財務報告と資産管理、社会正義に則った法令遵守を継続していきます。

### 【経営基本方針】

- 一、一人ひとりが商道の本質を理解し、ステークホルダーの評価を高めていきます。
- 一、**地球環境に貢献する商品**を優先的に扱います。
- 一、**中国・東南アジアを中心としてグローバルな仕事に力を入れ、利益拡大を図ります。**

## 9. ビジネスモデルが有する基本的な強み 【情報的経営資源】



オレオケミカルを中心とした  
情報的経営資源

- 化学知識
- 国内外の製品情報
- メーカー情報
- 営業ノウハウ など

各事業の業務推進に活用

- 商品企画の参考情報
- 原材料選定の参考情報
- 仕入先や生産委託先選定の参考情報
- 仕入先の共有 など

効率的な事業拡大へ

## 10. ビジネスモデルが有する基本的な強み 【提案力】

蓄積された情動的経営資源がもたらす「提案力」

企業に広がるオープン・イノベーション志向  
(当社グループが開発テーマや製造上の課題をヒアリングできるチャンスが増大)

～ 商社機能の枠を超えた“付加価値”を顧客企業に提供～

化学品事業

顧客企業の  
新商品開発支援

日用品事業

新商品の  
共同開発

土木建設資材事業

技術情報の提供と  
技術サポート

同業他社に対する販売面での優位性

## 11. 化学品事業の特徴・強み

「事業間シナジー×国内外間シナジー」を追求した事業運営

国内化学品事業

国内外間シナジー  
(協業)

海外化学品事業

事業間シナジー

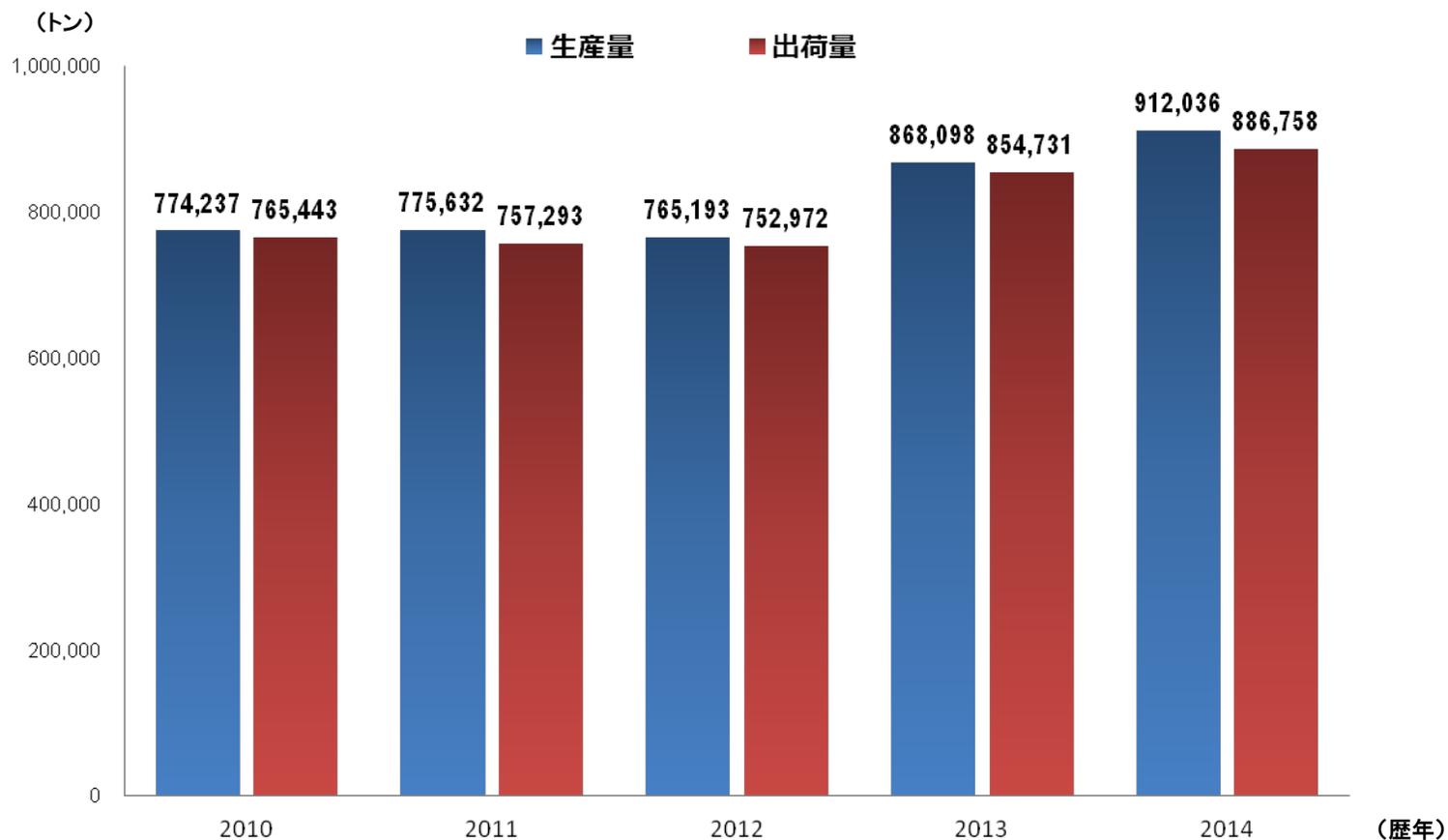
土木建設資材事業

日用品事業

得意先が求める顧客価値の実現を支援

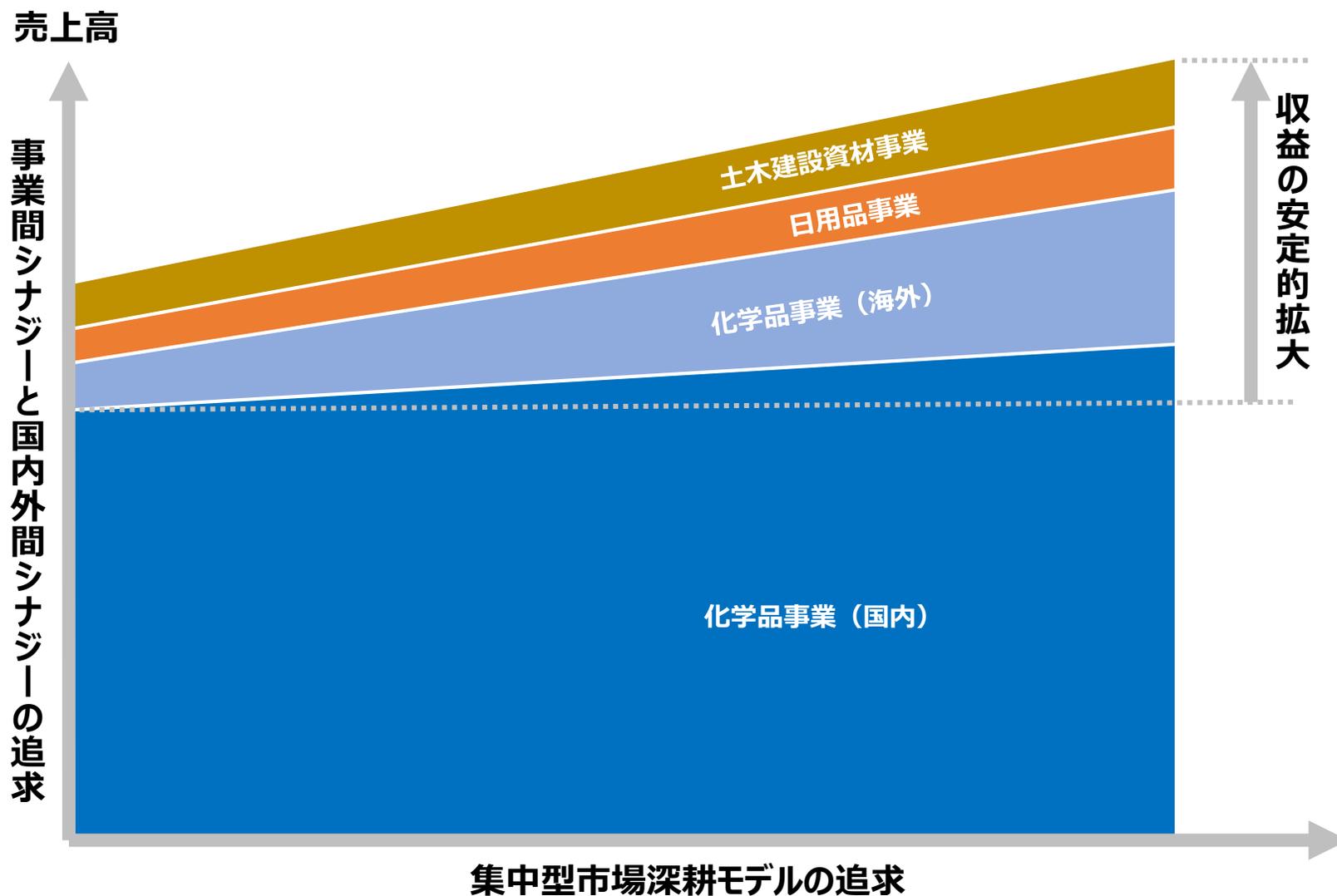
# 12. 市場環境

## 産業用界面活性剤の動向



(出所: 経済産業省鉱工業生産動態統計)

# 13. 今後の成長イメージ



## 14. 基本戦略

### 1 グローバル・ネットワークの構築

海外における提案力を国内と同等レベルに押し上げ、国内事業だけでは成し得ない新たな顧客価値を創造する

### 2 コア・コンピタンスの継続的な向上

- |          |                                    |
|----------|------------------------------------|
| (化学品)    | 得意先が求める顧客価値の実現を原材料選定の面から支援する仕組み    |
| (日用品)    | 小ロットでも安価で効率的かつ機動的に商品を生産できるサプライチェーン |
| (土木建設資材) | 新工法の開発支援、工事目的に応じた工法提案等の技術サポート力     |

## 15. 「化学品事業」の戦略

### 戦略-1 新興国化学品の販売拡大

#### 【背景】

品質向上を背景に  
新興国メーカーが生産  
する化学品を採用する  
企業が増加傾向

#### 【具体的戦略】

新興国における仕入先開拓を推し進め、国内外で販売を強化

- 洗浄系添加剤を戦略商品と位置づけ、取引拡大を図る
- 新たな戦略商品の導入により、事業拡大を図る

### 戦略-2 海外における日系企業を中心とした新規得意先開拓

情動的経営資源の共有化により、国内外間で生まれつつある好循環の拡大を図る

- 国内取引実績のある企業 ⇒ 海外拠点でも取引開始
- 国内取引実績のない企業 ⇒ 海外拠点で取引開始 ⇒ 国内でも取引開始