

# わが社の戦略

## シヨウワ

### 差別化で新たな市場創出

新型コロナウイルス感染症拡大を受け、新たにマスク事業を立ち上げたが、順調な推移を見せている。10月には月産500万枚体制を作り、年内には同1200万枚に増産する。ただ大手も相当数の生産や輸出を始めようとしている。当社では量的に対抗するだけではな



藤村 俊秀社長

く、検査を含めた完全自動化ラインを構築し、差別化を図る。また、生産装置もオリジナル化し、2021年

からは販売も並行して進める考えにある。マスク以外にも食品ロス対策や農業関係など、新たな事業展開を計画する。以前のような「選択と集中」の時代ではなく、中々しているからだ。成功の力ギは人材が握って

いる。一人では対応できず、事業ごとにキーパーソンを配置しないと成り立たない。社内でカバーできればベストだがそうもいかないだけに、リクルートに注力する。ホームページや会員制交流サイト(SNS)活用など、新たなスタイルを構築する。

今年最大の重要なフアクターはスピード感。社内をけん引しつつスピードは落とさないことを強く意識して取り組んでいく。その上で、28年4月期には100億円企業という目標を掲げるが、そこに到達できるかどうか、1、2年で決まるかもしれない。