

事業報告書【第71期】

2021年1月1日～2021年12月31日

Okahata

CONTENTS

◎株主の皆さまへ	1
◎事業別営業概要	
□化学品事業	2
1. 機能化学品事業部	3
2. Okahata Korea Co., Ltd.	3
3. 岡興（上海）貿易有限公司	4
□フットウェア事業	5
1. 靴材料販売事業部：Okahata Hong Kong & Co., Ltd.	5
2. 靴受託事業部：岡畑興産（東京・大阪）/台湾岡畑股份有限公司	6
□国内個会社	7
1. 岡畑織化株式会社	
2. オカハタ東海株式会社	
◎2022年度の経営組織	8
◎資料	9
■売上高の推移	
■経常利益の推移	
■社員数の推移	

株主の皆さまへ

2020 年は、やり直しの年

化学品受託事業からの撤退と、靴受託事業の抜本的な組織改革を断行し、大きな痛み（単体
税前純利益：-11 億円）を計上。得意な原材料販売で“やり直す”と宣言しました。

2021 年は、答え合わせの年（カッコ内は 20 年、単位：億円）

岡畑興産単体決算：

売上：107 億円(97)、経常利益：4.3 億円(2.4)

税前純利：4.3 億円(-11)

グループ決算ハイライト：

化学品材料販売部門経常利益：3.7 億円(2.6)

フットウェア事業経常利益：0.9 億円(0.4)

工場撤退に奔走する仲間にも胸を張れる結果を出せ、ほっと胸をなでおろしております。

2021 年は原点回帰の年でもありました。お客さまのお役に立てることを、自分たちの“強みのカード”から組み立てていく、経営の原点回帰。我々の存在価値“Why Okahata”を、デジタルコンテンツに乗せて、お客さまに広く知っていただき、より幅広いお客さまのサプライチェーンや SDGs、ビジネス立ち上げなどの課題解決のお手伝いをさせていただけるようになりました。

“デジタル三河屋”という広告の通り、デジタルとアナログの二刀流の営業スタイルも定着しました。手探りから始まったコンテンツも、「Okahata News Letter」（以下、ONL）は第 20 号をお届けし、「くつナビ」は、アクセス数がゼロから約 4 万 PV/月へと飛躍的に増加。ビジネスに繋がる問い合わせも多数いただき、お客さまの課題解決のお役に立つ本格派ブログに育ちました。

「どこ展」、「岡畑興産ブログ」、YouTube「岡畑興産チャンネル」でも発信を続け、岡畑興産の“得意”を名刺代わりにご紹介できる公式 Webs もリニューアル。既存のお客さまだけでなく新しいお客さまからも、“こんな事やれない？”という潜在課題/イノベティブな課題をいただき、“イノベーションに食らいつけ”を裏スローガンにやってきた当社にとって、これ以上の喜びはありません。

答え合わせの最後は、組織改革による人財の活性化です。21 年に設立した新規事業開発室（以下、BDO）の瀧谷は、顧問のアドバイスや充実したコンテンツを追い風に、持ち前の猪突猛進な営業力を発揮し、化学品や靴の専門家が見過ごしている盲点を探り当て、台湾 BDO も立ち上げる位に、新規案件の積み上げに成功しました。また、20 年事業部内でバラバラに仕事をしていた瀧谷、鈴木、犬塚が、BDO、靴受託事業営業リーダー、くつナビ編集長という新しい役回りを期待以上に果たしてくれたこと、化学品事業が岡畑興産グループの屋台骨として、成長の手応えを掴みはじめたことは、21 年のいちばんのハイライトです。

知りたいと困ったなのすぐそばに（数クリック先）、デジタル三河屋、岡畑興産を今後ともよろしく願います。

<https://okahata.co.jp/>



2022年 1 月
代表取締役社長 岡畑 典裕

事業別営業概要

■ 化学品事業（坂出 裕 統括）

化学品事業は以下の3拠点+台湾（フットウェア拠点）、1パートナー体制（印）でアジア一体経営をしています。

【日本】岡畑興産：機能化学品事業部/SPG（Specialty Chemicals Group）

日本・アジアに販売する化学品事業の司令塔

【韓国】Okahata Korea Co., Ltd. /OKK (Okahata Korea)

韓国市場への販売（香粧品原料、食品添加剤、油脂、各種機能化学品）

日本・中国向け韓国化学品ソーシング

【中国】岡興（上海）貿易有限公司/OKS (Okahata Shanghai)

日本・韓国向けの中国化学品ソーシング+中国市場への販売

大時化の航海が続く中、2021年が終わりました。

大手化学メーカーのフォースマジュール、石化原料、天然油脂原料ともに高騰が続き、世界的なコンテナ不足、人手不足から海運における物流混乱への対応。さらには中国での電力不足や大気汚染等の環境問題も価格・供給を不安定にさせ、中・韓・台・印・東南アジアとアメリカを中心にビジネス展開している当社は価格改定、玉確保、代替品探しに奔走し続ける1年でした。

そのような状況下でも、売上は化学品事業トータルで昨年実績を上回り（107億→127億、前年比119%）、売上、収益ともに過去最高の成果を上げることができたのは、例年にも増して、感に堪えない思いです。

グローバルで牽引したのは、香粧品分野です。中国現地生産を加速させる韓国大手化粧品メーカーへの原料販売も好調で、グループ売上20億円（前年比113%）を記録しました。22年には、Okahata Koreaはヘアケアラボを設立し、アジア×天然系の化粧品原料なら岡畑興産という確固たる地位を作ります。

韓国では食品添加剤・健食分野にも参入。韓国大手メーカー向けに機能性食品添加剤が複数アイテム採用となり、開発領域も製菓からベーカリーへと拡大しました。岡畑にとっては、全くの新規参入=伸び代な食品・健食分野での今後の広がり期待しています。

21年のデジタルの取り組みは、必要に迫られたリアル代替策だった20年から進化を遂げ、事業部の「強みのカード」となりました。既存顧客を深耕するためのONL、常設オンライン展示会「どこ展」や「岡畑興産ブログ」は、新規顧客開発の武器として定着しています。

お客さまの“イノベーションに食らいつく”ことで、脱炭素、クリーンエネルギー、EV化など、潮目の変化を感じながら、「どこ展」では、アジアの天然系化粧品原料を全面に押し出し、地に足付いたSDGs時代に適応してまいります。アジア市場において、デジタル×化学品商社というカテゴリーでのトップを目指して、引き続きチャレンジを続けます。

1. 機能化学品事業部（萩田良一 事業部長）

2021年、機能化学品部門は、お取引先皆さまのおかげをもちまして、売上94億円（20年度比112%、19年度比100%）の増収増益を達成しました。

- ・化粧品分野は日本国内でも注力しており、売上は約8億円（20年度年比140%）。アジア×サステナブル素材という当社らしいSDGsコンセプトで、中国、韓国との相互取引を強化、スキンケア素材の販売が伸張しました。
- ・ディスプレイ関連分野は、売上14億円（20年度比140%）と事業成長に貢献。この大時化の中で、最先端分野向けの特種化合物を作り上げる受託ビジネスは、難易度の高い仕事でした。原料調達から委託先の選定、さらにはBCP対応まで国境を越えてのコーディネートは、化粧品ビジネス同様、化学品事業におけるアジア一体運営のなせる技でした。

事業部を預かり早4年、目指す姿をスローガンに込め、浸透に努めてまいりました。18年「今、考動」、19～20年の「個の質の向上」に続き、21年は「超高速、試行錯誤」をデジタル三河屋らしい取り組みで若手に浸透させました。ひとりひとりの学びを、動画発表することによって、個々の成長を共有することができました。若手メンバーのボトムアップのみならず、中堅・ベテランへのリスクリングにも繋がる仕掛けとして、これらの取り組みを今年も継続していきます。

我らが主戦場である東アジアでは、年初の北京オリンピックから始まり、韓国大統領選、秋の中国共産党大会など、VUCAな状況が続きますが、不透明な時代こそ、「超高速、試行錯誤」の働きどころ。現状維持バイアスを越えて、チャレンジを続けられる組織を目指します。

「超高速、試行錯誤」の結果、確実に見えてきたものは、コンテンツを活用したデジタルマーケティングの可能性、そしてリアルとの接点が生み出す人と人との化学反応です。この両輪の大切さを身をもって感じたからこそ生まれたのが、22年のスローガン「リアルとデジタル二刀流」。リアルとデジタルで、お客さまとのさらなる情報交換に加え、新たな気づき、発見を生み出し、お客さまの「ナンバーワン・パートナー」を目指します。

2. Okahata Korea Co., Ltd.（林 正圭 社長）

2021年度は韓国内需低迷、物流混乱でビジネス環境は決して順風ではありませんでしたが、売上410億ウォン（前年比125%）という結果を出すことができました。

化粧品分野においては、成長市場である洗浄剤および衛生関連市場での新規採用が進み、売上150億ウォン（前年比110%）となりました。環境対応型商品（バーションプーなど）向けに中国品ソーシングも行うなど、岡畑グループのアジアネットワークを活かしたビジネスの組み立てを促進することができました。

油脂分野は基礎原料価格が急騰、供給不安面で非常に厳しい環境ながらも、売上は210億ウォン（前年比130%）を達成しました。差別化が難しい分野だからこそ、日頃からの顧客とのパートナーシップ/信頼関係の賜物だと自負しています。

21年は食品添加剤ビジネス幕開けの年。韓国大手食品メーカーへ日本の機能性添加剤納入が本格的に始まりました。健食分野では、インナービューティー市場に注力し、ヒアルロン酸やコラーゲンなどが複数の顧客で採用されました。食品分野を第3の柱となる事業に育てていきます。

デジタルの取り組みでは、非対面時代に対応してハングルでのOkahata KoreaのWebsiteを本格アップデート。また、岡畑本社が展開するブログ、「どこ展」などと連携したデジタル営業活動も積極的に実施してきました。

22 年は事業面でもデジタル取り組みでも、岡畑ネットワークの強みをフル活用し、既存事業に加え、食品分野でも、さらに羽ばたいていきたいと思えます。

3. 岡興（上海）貿易有限公司（徐 黎文 総経理）

2021 年は、石炭不足、工業用電力不足、相場高騰等など、原料ソーシングを生業にする当社にとっては大騒ぎの 1 年でした。そんな逆風下においてこそ、日中往来困難の中でコンテンツを活用し、濃密なコミュニケーションを行いながら、最適なサプライヤーの紹介を行ってきました。

日本向けソーシング（1160 万ドル：前年比 160%）も大きく伸張しました。質・スピード両面でのレベルアップと、岡興（上海）の存在価値を示すことができた 1 年であったと自負しています。

中国国内販売も好調に推移しました。韓国系化粧品メーカーへの販売は、前年比 240%と記録的とも言える実績を上げることができました。中国市場では外資のみならず、台頭するローカルメーカーに対しても日・韓の特徴ある原料の市場開発を行い、大きく実績を伸ばしています。ローカルメーカーへの開発営業に拍車をかけるため、「日中化粧品国際交流協会」主催オンラインセミナーで、当社、張が商品説明を行うという新たな仕掛けも行い、早速、複数ユーザーでサンプル評価も始まっています。中国ローカルメーカーへの販売は一筋縄ではいかないですが、今後も様々な打ち手を繰り出し、新規市場開発を推進していきます。

22 年、北京オリンピック、杭州アジア運動会開催等、ビジネスへの影響懸念はありますが、新たな人材も採用し、今のビジネス気運をさらに盛り上げて行きます。

フットウェア事業（米本 弘 統括）

フットウェア事業は以下の二つのビジネスで構成しています。

1. 靴材料販売事業部：Okahata Hong Kong & Co., Ltd. (OKHK@台中/台湾)
2. 靴受託事業部：岡畑興産（大阪、東京）、台湾岡畑（OTW@台中/台湾）

Okahata Hong Kong & Co., Ltd. (OKHK) は、靴のグローバルブランドが開発拠点を置く台湾に拠点を構え、日本の誇るハイエンドな機能素材を世界各国に販売しております。靴受託事業部は日本国内ブランド向けに、営業の岡畑興産、品質生産管理の台湾岡畑股份有限公司の2社体制で経営しています。

2021年は靴サプライチェーンの脆弱性を感じた1年でした。欧米の経済回復の兆しを受けて、スポーツ業界は前年に比べ活況を取り戻したものの、世界の生産拠点であるアジア物流の滞りにより、旺盛な需要に応じて、製品が作れない/運べない、というサプライチェーンの脆弱性をさらけ出しました。その影響を受け、Nike向け材料販売が主体のOKHKは、販売金額が前年比マイナスとなりました。一方、日本市場向け靴受託事業は、思い切った構造改革の成果が表れ、受注足数は前年から落としながらも、黒字化を見込める事業組織へ回復し、フットウェア事業全体を支えました。事業全体業績は、売上40億円（前年比114%）となりました。

今後も、材料販売、靴受託の両軸で、靴材料を通じて、靴ブランドのお客さまの困り事を解決し、お客さまの企画構想を最短距離で実現する先導役、ナンバーワン・パートナーとしての地位をより強固なものにしていきます。

1. Okahata Hong Kong & Co., Ltd.（米本 弘 社長）

当社の事業の基軸は帝人コードレの人工皮革および機能性ポリウレタンフィルム材料、その他機能性材料を Nike はじめグローバルスポーツブランドに販売することです。アッパー材料供給のみならず、ソール材料供給も始まり、靴材料のトータルソリューションカンパニーとして、日本のハイエンド靴材料なら“OKAHATA”へ、という認知を高めるべく営業しています。

2021年も20年同様、海外渡航が困難な状況が続き、海外のブランド本社やアジアに点在する生産拠点への対面営業ができない状況が続きました。NIKE 本社（通称キャンパス）の出社制限も継続されており、ポートランドに駐在員を送ることは見合わせ、Web 会議を駆使した企画営業を中心に活動しました。NIKE 社との取引を30年以上行ってきた当社はその節目においてゲームチェンジャーとなる製品に材料を供給し続けてきた歴史があり、新企画や材料においてお困りの際には真っ先にお声をかけていただけるという関係性が大きな資産です。実際、今年の会えない状況下でも活発な材料に関する引き合い、問い合わせをいただいております。

引き合いの多くは、サステナブル案件となりました。欧米の若い消費者が、サステナブル＝クールだと捉えはじめた変化を発端に、靴業界でも、ヴィーガン材料という言葉が当たり前になるような、時代の変わり目を迎えています。機能、品質に加え、サステナブル要素も加わらない素材は使わない、全く新しい時代の到来です。

カーボンニュートラルの観点からも、天然皮革よりも人工皮革の優位性が再認識されたことに加え、人工材料はイノベーションとエンジニアリングで、さらに新しい機能付加も可能です。共同開発から納入実績まで進んだスピード案件もあるほど、この潮流は加速する一方です。

お客さまから戦略パートナーとして変わらぬ期待をいただき、真っ先に声がかかる当社のクレジットをさらに増やしていくために、化学の力で解決する材料提案ができる当社ならではの仕事を続けていきます。“cutting edge”なイノベーションと、帝人コードレのベトナム生産品でさらに広がる製品層を追い風に、販売代理店として営業力の拡充を図ってまいります。

2. 岡畑興産/靴受託事業部（米本 弘 事業部長） 台湾岡畑股份有限公司（米本 弘 董事長）

日本国内市場向けの靴受託事業は、事業の存続をかけ国内外の組織のスリム化を断行し、フットウェア事業の「強みのカード」機能材料提案力を基軸とした営業戦略を徹底しました。全方位の靴受託ではなく、こだわりを持つお客さまのギアに近い靴づくりのお手伝いを材料専門家目線で形にすることこそが、我々の勝負できる土俵と位置付けた事業改革でした。

日本の靴市場は低迷する一方ですが、新しいターゲットである、こだわりの“趣味の靴”需要は、底堅いと認識しています。当事業を「靴素材の力で、こだわりを形にするお手伝い」と再定義し、お客さまのこだわりのつまんだ道具としての靴製品開発のお手伝いに特化した結果、受注足数は43万足（前年比11%減）に落としながらも、収益が出せる目処をつけることができました。

こだわりの持つ新しいお客さま（“まだ見ぬ君”）とのご縁を取り持ってくれたのは、「くつナビ」です。月間PV4万、実ビジネスに繋がるお問合せも多く、24時間働く敏腕営業ブログです。その真の強さは犬塚編集長をはじめ、全記事を社員が書いていること。YouTube「岡畑興産チャンネル」でも、受託工場/職人の働く様子や、新素材を紹介しています。デジタル×「靴素材の力でこだわりを形にするお手伝い」という新しい事業は始まったばかりです。

引き続き、靴材料販売事業の知見を活かし、当社の靴受託事業がお客さまから頼りにされる、唯一無二の存在になるよう、努力を重ねてまいります。

国内個会社（奥本道宏 社長）

国内個会社は、以下の3社で運営をしています。

【岸和田】岡畑織化株式会社

当社創業からの染色加工業界を担当

【名古屋】オカハタ東海株式会社

東海・北陸地区に特化し化学品・樹脂・染色加工業界を担当

【和歌山】紀泉ターミナル株式会社

倉庫業

1. 岡畑織化株式会社

2021年度も20年度と同様にコロナ禍の影響を大きく受け、売上は前年比99%という結果に終わりました。

主力事業の染色加工業が、未だに19年度以前の状況に戻っていないことが大きな要因となりました。さらにコロナ起因による原燃料の値上がりと玉不足が顕著な年でもありました。そのような状況下で当社は値上げ幅の圧縮、数ヵ月分の旧値在庫の確保等に務め、引き続き質の高い顧客サービスを行ってまいりました。

22年も増々厳しいビジネス環境が続くものと考えられます。今後も地域密着、素早い行動をモットーとした営業活動を実践してまいります。

2. オカハタ東海株式会社

岡畑織化と同様に当社も引き続きコロナ禍の影響を受けましたが、一部の業種で回復傾向も見られ、売上は前年比108%という結果となりました。

21年度は電子部品関連の需要回復は進みましたが、自動車部品関連等の回復が遅れており、19年度実績までの回復とはなりません。また、半導体不足や中国の電力問題等々、仕入先についても素材の供給問題や事業撤退等の課題に直面する1年となりました。

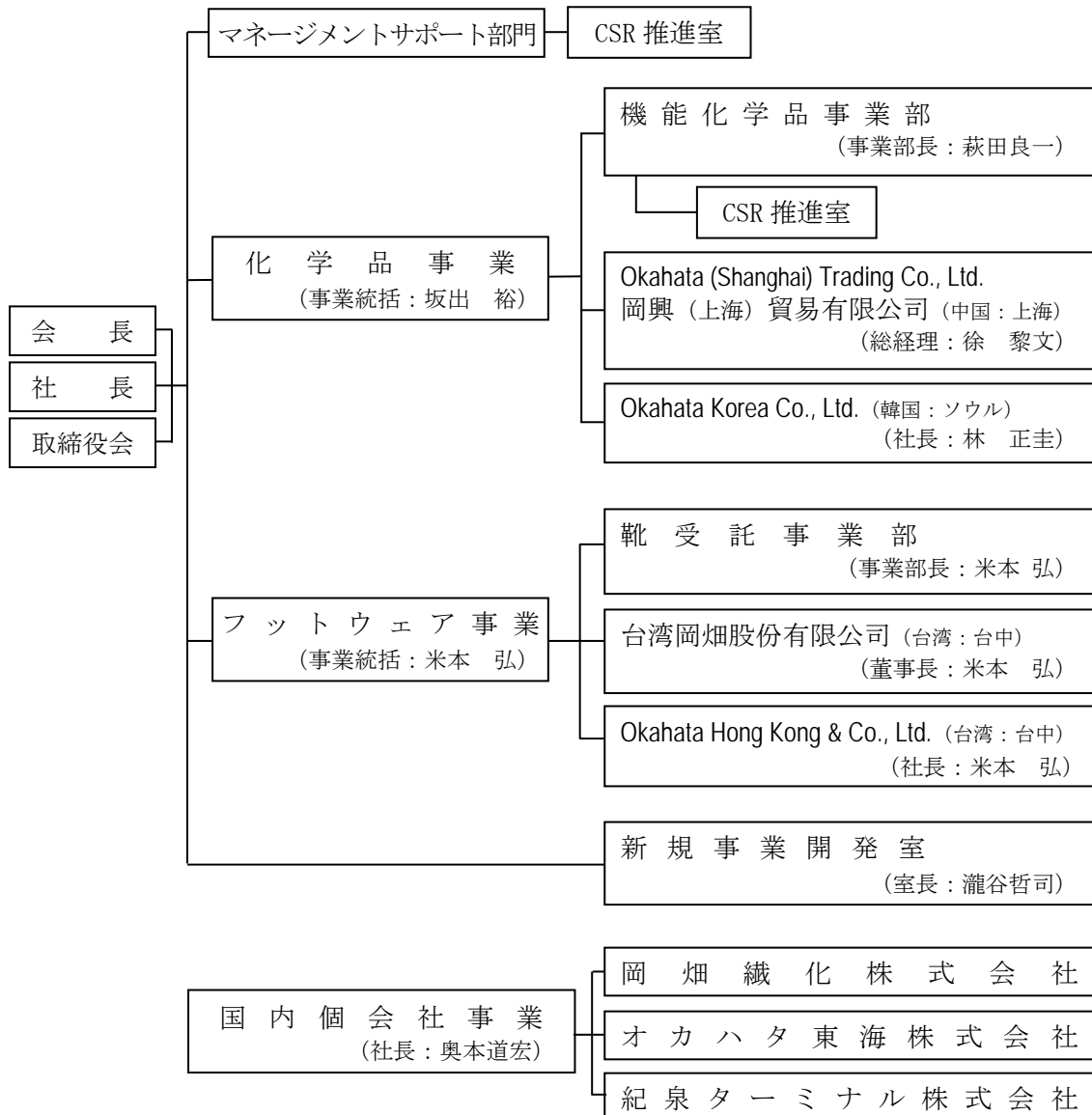
22年度も引き続き厳しい事業環境となると思いますが、得意先さまとの協力体制を維持し、課題の克服や、脱炭素化社会の実現等、大きな環境変化にも柔軟に対応し、顧客サービスに邁進します。

■2022年度の経営組織

□役員

取締役会長 岡畑精記
 代表取締役社長 岡畑典裕
 取締役 坂出 裕 化学品事業統括
 取締役 米本 弘 フットウェア事業統括
 監査役 市川欽一

□組織

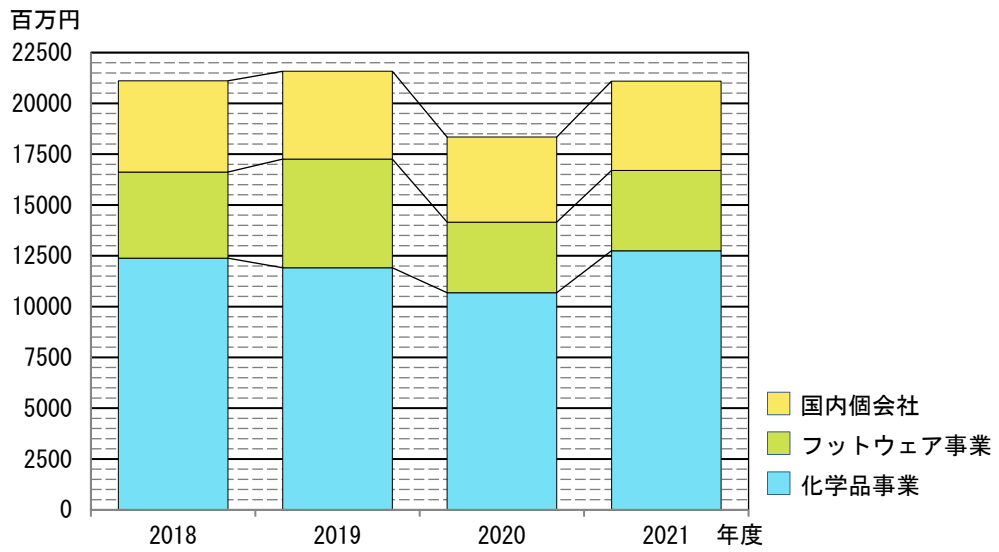


□社員数 (2021年12月31日現在)

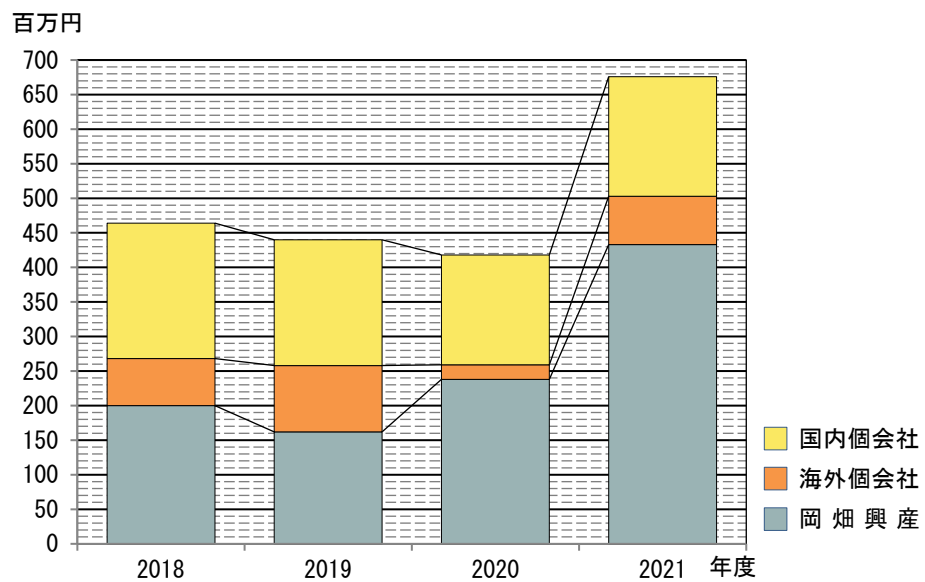
国内2支店 (大阪・東京)	40名
海外個会社 4社	53名
国内個会社 3社	16名

■資料

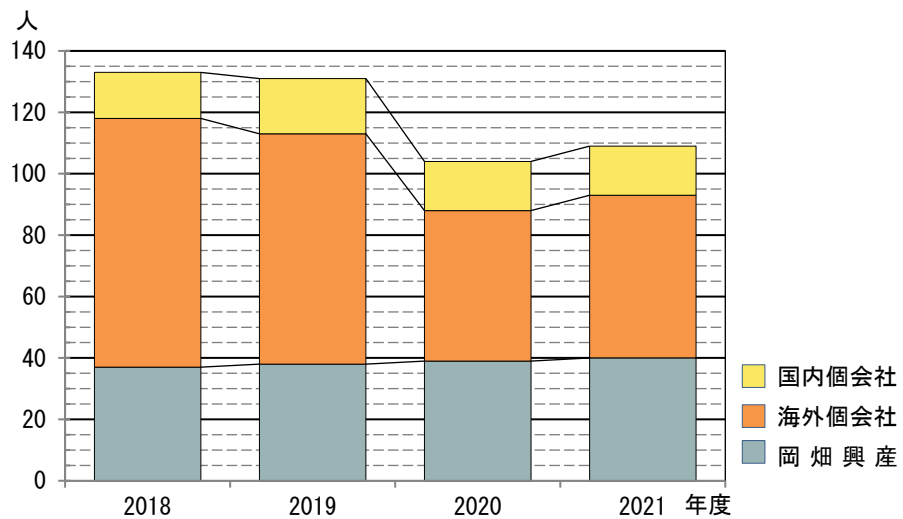
◇売上高の推移



◇経常利益の推移



◇社員数の推移



●
2022年1月31日発行

●
発行：岡畑興産株式会社 マネージメントサポート部門
〒542-0082 大阪市中央区島之内1丁目5番6号

●

岡 畑 興 産 株 式 会 社
〒542-0082 大阪市中央区島之内1丁目5番6号
<http://www.okahata.co.jp>