

# 事業報告書【第74】

2024年1月1日～2024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	3
1. 機能化学品事業部	4
2. Okahata Korea Co., Ltd.	5
3. 岡興（上海）貿易有限公司	6
■フットウェア事業	7
1. 靴材料販売事業部：Okahata Hong Kong & Co., Ltd. Okahata America, Inc.	7
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	8
■国内個会社	9
1. 岡畑織化株式会社	
2. オカハタ東海株式会社	
◎2025年度の経営組織	10
◎資料	11
■売上高の推移	
■経常利益の推移	



## 株主の皆さまへ

---

いつものように事業の詳細は事業責任者のペンに任せ、経営と人と数字のお話をさせていただきます。

### 1) “Confronting the Brutal Facts”

ジム・コリンズのボルダー経営塾は朝 8:00 キックリ「おはようございます、皆さんが向き合っている残酷な現実 (Brutal Facts) トップ 5 を今すぐ書き出してください」で容赦なく全力スタートする、らしい。目を逸らしたくなるような、厳しい現実に向き合う規律を持つ会社だけが Good から Great に飛躍すると説く、ジム・コリンズらしいガチ・エピソード。(引用: 「Good to Great」 Jim Collins)

### 2) “水を運ぶ人” の発展系、“Glue Guy”

成果を出し続ける組織には、Glue=糊の役を担うリーダーや水を運ぶ人がいる。オシム監督が好んで使った “Water Carrier” のオリジナルは、デシャン (現サッカーフランス代表監督) というのは余談ですが、“水を運ぶ人” をさらにリーダーシップに寄せた言葉が、“Glue Guy (繋ぎ、成果を出す人)”。

Glue Guy には、“利他なハードワーク” に加え、俯瞰した危機察知+対応力 (引き出しの多さ) が必要とされ、チームを繋ぎ留めるのに最も大事なものは、スポットライトの当たらない場所、練習場、ロッカールームでも、日々、目配りとハードワークを怠らず、反省と学習を反復できる規律。たとえ 1 点も取らずとも、チームを glue できる、静かな “内面的” リーダー。(引用: Glue Guy と Water Carrier については「Captain Class」 Sam Walker をご参照ください)

### 3=1+2) バケツの穴を塞ぐ人たち(ときに喜んで)

2024 年も、バケツから “水がじゃじゃ漏れ” という残酷な現実を (誰よりも早く) 察知しては、(誰よりも早く) その穴を塞ぎ続ける 1 年でした。例年と違うのは、国境を越え、弊社の Glue People であるリーダーたちが自ずと塞ぎに動き出してくれたこと。もうひとつの違いは、バケツ総容量 (=任せていただくお仕事) が国境を越えて圧倒的に増えたこと。

海外に人を送り (情報と商売の) 流れを変えることができました。開発案件を増やすことができたのは、2022 年ポートランド、23 年上海、24 年ソウルへと次々に送り出した海外駐在員たちが “情報と商売” の流れをこちらに向けてくれた結果です。中堅若手の駐在員が海外社員を glue して新しい商売を獲得し、その穴をリーダー達が喜んで塞ぎに飛び回る、海外駐在員から始まった “弾み車” が回り始めました。25 年は、インド駐在、海外拠点から日本への逆駐在、アメリカ増員など、この新しい弾み車をさらに加速させる予定です。

### 4) Brutal Brutal Facts : 見事に横ばい

“人と組織のフィット” 作りも、坂出と米本が後述する事業展開も、攻めて攻めてやり切ったつもりですが、数字を見ると、23 年と 24 年は、社員数的にも、損益計算書的にも、横ばいでした。これだけやって横ばいという Brutal Facts。

Brutal Facts の出発点は、僕らは、常に弱小後発であるという現実。今までにないポテンシャルの高い商材は揃いましたが、結果が出るまで数年かかるのも Brutal Facts。2025 年も、攻めて攻めて攻めてやり切ります。

#### 〔2024 年の業績ハイライト〕

単体: 128 億円 / 3.5 億円 (売上 / 経常利益)、粗利 10 億円

グループ: 280 億円 / 9 億円 (売上 / 経常利益)、粗利 27 億円

## <原点:2016年>

単体：79億円／1.7億円（売上／経常利益）、粗利6.5億円

グループ：211億円／3.5億円（売上／経常利益）、粗利17億円

## 5) コンテンツのこと

2024年、皆で書きまくったブログは総数115本。3日に1本。有効問い合わせ数は、200件弱。2日に1件。Okahata News Letter (ONL) やブログをきっかけにお声かけ、ビジネスに繋がるケースも格段に増えました。採用を意識して書いている“熱い人々ブログ”は、アクセス当たりの滞在時間が4分弱。しっかり読んでいただけているからこそ、弊社にフィットした人財が集まり始めたと考えます。

### コンテンツ概要：

- ・ホームページ
- ・靴：くつナビ（ブログ）＋靴こだわりを形に（靴受託専門ページ）
- ・化学品：どこ展（オンライン展示会）＋興産ブログ＋ちょこ展（メール便）
- ・熱い人々（企業文化と採用ブログ）
- ・X & YouTube チャンネル
- ・Gazette（社内報：社員記事＋編集後記）
- ・Okahata News Letter（社外報）

2024年お届けした Okahata News Letter（監修・編集：岡畑典裕）：

ONL35：12月：（新年号）人財育成しません宣言

ONL36：05月：今しか言えない父のこと、“滑らせる”離型剤

ONL37：07月：今しか言えない Part2、ややこしい靴とソウルフード

ONL38：10月：全員熱人、キングダムと隗より始めよ、浚渫から土木へ

ONL39：12月：シン・本社、4タイプ解説と泣いて馬謖を斬る

## 6) 最後に

2024年は、多くの取引先様に新しいお仕事を任せていただきました。この場を借りてお礼を申し上げます。業績は横ばいながら、皆様のおかげで伸び代しかない会社になりました。2025年、期待を数字に伸び代を見える形に変えるため、引き続き厳しい現実に向き合い続けます。

去年は、（Bを捨て、Aを選ぶ）トレードオフの話を書きました。実は、本当に狙っているのは、AもBを欲しければ、さっさとAをやり、Bも終わらせる。誰よりも早く先へ、次へ、答えに近づける会社作りです。

研究開発も生産設備もない、非上場オーナー系専門商社ですので中期計画はありません。だからこそ活かせるアジリティーを使い倒し、次世代に「仕事は面白い」という希望（のかけら）を見せ続けられる会社、数字は狙わずの射抜ける会社を目指します。

万博やご出張で大阪にお越しの際は、弊社シン・本社にもぜひお立ち寄りください。シン・本社でしかできない議論とアイデア、希望のかけらをお見せできるかもしれません。2025年、大阪島之内から、世界のイノベーションに食らいつく、岡畑興産グループを引き続きよろしくお願ひします。

2025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4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。

【日本拠点】 岡畑興産：機能化学品事業部

日本・アジアに販売する化学品事業の司令塔

【韓国拠点】 Okahata Korea Co., Ltd.

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

【中国拠点】 岡興（上海）貿易有限公司

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

【台湾拠点】 台湾岡畑股份有限公司

21年から化学品事業に仲間入り、日本・韓国向けの化学品ソーシング

【インドパートナー】 Black Rose Industries Ltd.

30年来のパートナー、日本向けの化学品ソーシング

本年も、日本、韓国、中国、台湾の各社が、あたかもひとつの会社のように、“強い商材”を集め、用途開発を進めることができ、最重要視している売上利益においても、4年連続で対前年増を達成しました。さらに積極的な人財採用を進めた結果、2024年時点で総勢53名の体制となり、この5年間で組織規模は1.5倍に拡大、陣容がより一層強化されつつあります。

注力分野のトピックスは以下の通りです。

#### <香粧品分野>

- ・日本・韓国・中国で取り組む当プロジェクトは、売上29億円（前年比106%、10年前比300%）を達成。
- ・日本から韓国に1名赴任、組織間連携を強化。
- ・2025年は、CITE JAPAN（新横浜）、PCHi（中国・広州）への出展を予定。

#### <機能材分野>

- ・韓国製1,2-ヘキサンジオールの本邦での販売開始に合わせ、日本製原料を韓国メーカーへ供給するという新たなビジネススキームを確立。アジア拠点間の連携を最大限に活かした取り組みが進展。
- ・浚渫、土木作業における土砂落ち改善を目的とした離型剤の市場開発にも着手。メーカーの全面協力を得ながら、新分野へのチャレンジを積極的に進めています。

2025年は、化学品事業全体でさらに7名の増員を計画しており、将来的な事業拡大に向けた体制強化を図ります。さらに、新たなインド拠点設立も計画しており、アジア市場でのソーシングおよびマーケティングの多様性をより一層深めていく方針です。

## 1. 機能化学品事業部（萩田良一 事業部長）

機能化学品事業部は、輸入原料を多く取り扱っており、長引く円安の影響を強く受けました。価格競争の激しいバルク商材については苦戦を強いられました。2024年の売上は、110億円と昨年比横ばい、売上利益については7.6億円と微増の結果となりました。

化粧品分野は、売上10.7億円（前年比110%）と着実に業績を伸ばしています。特にヘアケア向けAOS（ $\alpha$ -オレフィンスルホン酸Na）の販売が牽引しました。また、アミノ酸系界面活性剤の開発も順調に進んでいます。スキンケア分野の販売は苦戦しましたが、保湿成分であるヒアルロン酸やグリセリンなどの戦略を見直し、販売拡大を目指します。新商材としてはエモリエント剤の開発が順調に進んでおり、今後楽しみなテーマとなっています。

電子材料分野のディスプレイ材料については、売上15.8億円（前年比109%）となりました。ディスプレイ分野は今後も新技術の導入や用途展開が進んでおり、さらなる深耕を目指します。

その他の大きな動きとしては、日本の大手メーカーから機能材料のマーケティングを任せられました。ゼネコン、建機リースや電鉄会社、土壌インフラ関係企業様といった、弊社が未開拓の異業種への展開はチャレンジングな取り組みです。機動力は当社の得意とするところであり、リアルとデジタルの二刀流でご期待に応えてまいります。

組織力強化にも力を注いだ一年となりました。採用も順調で、4名の新たなメンバーが加わりました。岡畑社員のリアルトーク「岡畑の熱い人々」は求職者とのカルチャーフィットに一役買い、精度の高い採用ができました。また、長年続けている毎月の“営業マインド研修”への参加率も上がり、社員の学びの習慣化に大きな手応えを感じています。

デジタルコンテンツ「どこ展」や「岡畑興産ブログ」は多くの新規案件を創出しました。2024年は生成AIの台頭で検索需要にも大きな変化がありましたが、適宜SEO対策を講じ、選ばれるコンテンツ、お客様にとって有益な情報を自ら考え、発信していきます。新たな取り組みとして、メールマーケティングもスタートしました。その名もOkahataメール便【ちょこ展】、進化を続ける岡畑興産のデジタルコンテンツにご期待ください。お取引の皆様からの新商材の展開、用途開発のご依頼も、お待ちしております！

## 2. Okahata Korea Co., Ltd. (林 正圭 社長)

2024 年も各分野で前年を上回る実績を達成しました。特に脂肪アルコールの販売数量増加と相場上昇が寄与し、売上は 627 億ウォン（前年比 130%）となりました。

化粧品分野では、コスト削減の傾向が強まる中、既存ビジネスは決して順風満帆ではありませんでしたが、以下のマーケットニーズに迅速に対応することで着実に実績を伸ばしました。

- ・サステナブルな原料へのニーズが高まる中、RSPO 認証を受けた両性界面活性剤や乳化剤を積極的に紹介し前年比売上倍増。
- ・安全性を重視する消費者の関心に対応し、EWG グリーン等級のマイルドな両性活性剤 (Lauryl Betain) の販売数量を 230 トンまで拡大（前年比 130%）。
- ・バイオディーゼル由来のグリセリンや植物由来のカプリル酸ソルビタンなど、ユニークな製品を日本・中国市場に展開。

食品分野も安定成長を続けています。2024 年度にはサプライヤーと共同で韓国食品展ソウルフードに初出展し、様々な食品添加剤や健康機能食品用原料を展示し、予想を上回る反響を得ることができました。特に乳化油脂については、誰もが知る大手企業との共同開発プロジェクトに発展しています。

健康機能食品用原料市場においても、以下の取組を行うことで販売を大きく伸ばしました。

- ・車前子皮 (Psyllium husk、車前子の皮) やグルコン酸マグネシウムなど、主力アイテムの価格戦略を見直し拡販（前年比 150%）。
- ・薬局流通に強みを持つ顧客と密接に連携し、ヘム鉄 (hem iron) などのアイテムを共同開発し、汎用市場に横展開することで売上拡大。

油脂分野では、大口ユーザー向けにステアリアルアルコールの販売を開始し、今後のさらなる拡大（多品目採用）に向けた基盤作りを実現しました。産業分野においても、日本・中国と連携し、新規ビジネスを創出することができました。特殊アラムド用原料の開発も順調に進んでおり、2025 年度には実績化の見通しです。

化学物質の取り扱いに関する法規制が厳しくなる中、K-REACH 登録など、事業展開に欠かせない化学法規に対応する体制も着実に整備しています。

2024 年 9 月に日本から営業 1 名が駐在し、25 年には営業人財を 2 名増員予定です。これにより、今後の成長に備えた体制の強化を図っていきます。

### 3. 岡興（上海）貿易有限公司（徐 黎文 総経理）

2024 年、中国経済は回復の兆しを見せつつも、多くの課題を抱える 1 年となりました。北京や上海などの大都市では消費が減少し景気低迷が続く中、主要販売先である日系企業の業績低迷の影響を受け、厳しい状況に直面しました。しかし、“強い商材”作りを目指し、新たに発掘した製品（15 品目）の種まきを徹底的に行うことで、2025 年以降の飛躍に向け着実に前へ進んでいます。

化粧品分野において、長年中国市場へ販売している化粧品用防腐剤が安価なローカル中国品との競合激化に直面しましたが、関連商材により落ち込みをカバーし、日系、韓国系既存顧客だけでなくローカル系（10 社）に対しても新規商材の開発を進めています。中国品ソーシングでは、アジア拠点連携をさらに進め、特にアミノ酸系界面活性剤は、日本・韓国市場への販売元年となりました。さらに体制強化の一環として、化粧品原料の研究経験者を営業職に採用し、より高いレベルで提案営業ができる体制を整備しました。

機能材分野では、日系向け既存ビジネスは苦戦しましたが、PET フィルム大手に対する原料販売を大きく（1 品目から 6 品目へ）伸ばし、さらなる拡大に向け取り組んでいます。また、日本向けソーシングでは、高機能エンブラとして従来から取り扱っていたポリエーテルケトンケトン（PEKK）に加え、汎用タイプのポリエーテルケトン（PEEK）の出荷を開始することができました。

2025 年も引き続き化粧品分野への原料販売を強化していきます。美容意識が高まり、年率 8%の成長が見込まれる中国化粧品市場での新規取引先の開拓を推進するとともに、広州で開かれる化粧品原料展示会 PChi に以下の製品の出展を決定。中国市場開拓に弾みをつけたいと思っています。

- ・ヒアルロン酸マイクロニードル（日本製）
- ・プロテオグリカン（日本製）
- ・ $\alpha$ -オレフィンスルホン酸 Na（韓国製）
- ・カプリル酸ソルビタン（韓国製）

また、中国国内で魅力的な化粧品原料を発信し、日本・韓国市場向けソーシングビジネスのさらなる拡大に取り組みます。

2025 年は日本・韓国からの出張者のビザが免除され、さらに人の往来が活発になる見通しです。処理水問題が解決に向けて進展することで、私たちのビジネス環境も一層有利になると期待しています。追い風に乗れ、営業人員を 1 名増員し、組織体制をさらに強化していきます。



## 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@香港、台中/台湾)  
Okahata America, Inc. (ポートランド/アメリカ)
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と香港に拠点を構え、日本の誇るハイエンドな機能素材を世界各国の靴製造拠点に販売しております。

2024 年には Okahata America, Inc. を設立し、イノベーションが生まれる場所から、さらなる飛躍を狙います。

岡畑興産、靴受託事業部は国内外ブランド向けに“道具としてのこだわり靴”づくりを材料の力で形にすることを生業とし、岡畑興産が営業、顧客サービスを、台湾岡畑が開発、生産、品質管理を行う二社体制で経営しています。

2024 年も、“Material Excellence” = 卓越した材料の力こそ、靴づくりにおける当事業の根幹という方針を継続し運営してきました。米国 Nike 社への材料販売が過去最高の売上を達成すると同時に靴受託事業部も目標を達成、事業全体で売上 74 億円（前年比 109%）を上げることができました。

当社の強みが、靴材料専門家による“Material Excellence”の実践にあることが、各リーダーおよびスタッフに根付いたことを実感しています。この強みをさらに磨きをかけ、お客様にとって唯一無二の存在のパートナーになることに努力を重ねていきます。

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

“イノベーションに食らいつけ”は弊社が Okahata News Letter や、デジタルインフラで発信しているスローガンのひとつですが、この言葉を最も地でいくのは、当社です。

当社の主要販売先の米国 Nike 社はどん欲に最先端材料、技術を用いた靴開発を推し進めます。その攻撃的なイノベーションに振り落とされることなく、むしろ、イノベーションのその向こうの答えを用意できる体制にすべく、2023 年にポートランドに駐在員を送り込み、24 年には Okahata America, Inc. を設立。最重要拠点であるオレゴン州ポートランド、アジア開発の要の台湾の二極の拠点の充実を進めてきた結果、最先端情報が流れるポートランドにおけるプレゼンスが向上し、今まで以上に密度の濃い情報交換が可能になりました。材料議論にダイナミズムが生まれ、他材料、化学品の引合いもいただけるようになり、アッパーのみならず、エッジな靴商材を全方位で扱う靴のトータル・ソリューション・カンパニーを目指します。

## 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）

日本向けを中心とする靴受託事業は“Material Excellence”＝卓越した材料の力で、“道具としてのこだわり靴”を形にする提案営業を引き続き事業の根幹として活動しています。

ゴルフシューズ、バイクシューズなどの専門性の高い特殊靴の生産には高い開発技術と品質管理が欠かせません。厳選した靴工場パートナーと安定生産と品質管理を徹底したことで大きな不良もなく2024年を終えることができました。「くつナビ」からの問い合わせも多く、和装靴、癒し、疲労軽減に特化した専門靴といったユニークなカテゴリー製品の開発も始まり、収益化まであと一歩のところまでできております。

### 台湾岡畑の独自ビジネス：

台湾岡畑は日本の靴受託事業部の現地開発、生産、品質管理、デリバリーを支える後方支援部隊とも言えますが、30年以上の靴生産の経験を活かし、台湾岡畑が直接営業を行い、日本以外のお客様との直接取引の靴受託ビジネスも育ちつつあります。中国内クリーツ靴専門ブランド、米国のベアフット向けのこだわり靴や、スノーブーツなどの企画も獲得し、来年度の収益化が見込める仕事になってきています。

“Material Excellence”を武器に靴開発提案を本格化させることで、材料販売の引合いの機会も増えてきており、台湾、中国発信の機能材料、環境対策材料を日本向けに販売する仕事も台湾岡畑の独自の仕事として着実に実を結んでいます。

2025年も、日本市場とグローバル市場の両方で岡畑興産と台湾岡畑が“Material Excellence”を活かし、“道具としてのこだわり靴”づくりの攻めのご提案を進めてまいります。

## 国内個会社（奥本道宏 社長）

国内個会社は、以下の2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

### 1. 岡畑織化株式会社

2024 年は、日本全体ではコロナ禍から立ち直り、インバウンドも増加し 2020 年以降落ち込んでいた業績は、徐々に回復してきています。当社は染色加工業界と化学品業界への販売で成り立っています。主力の染色加工業は、引き続き厳しい経営環境が続いており、12 月には和歌山地区の染工場が自己破産を申請したばかりです。ニットの染色加工は昨年と同様に好調を維持していますが、綿織物のプリント加工は相変わらず低迷が続いています。

もう一方の化学品市況は、年間を通じ原材料の値上基調が続き、得意先はアップ分を製品に転嫁しきれておらず、採算性悪化を余儀なくされています。

当社は値上げ幅の圧縮、実施日の先送り交渉、旧値在庫確保による対応等で、顧客サービスを行ってきました。全体の業績は売上 1,393/売上利益 183.4（百万円）、前年度比 100/100（%）で、コロナ禍前の 2019 年度と比較しても 99/102（%）となりました。

2025 年も染色繊維加工業、化学品業とも厳しいビジネス環境が続くものと考えられます。当社は今後も地域密着、相手の立場に立って考え且つ素早い行動をモットーとした営業活動を日々実践してまいります。

### 2. オカハタ東海株式会社

2024 年度は、世界的な紛争、地球温暖化による食料不足などによる価格上昇が続き、化学品も例外なくその余波を被りました。日々仕入れ先メーカーや得意先様への価格交渉にエネルギーを費やした 1 年であったと言っても過言ではありません。

当社の実績は、売上 2,948/売上利益 191（百万円）、前年比 94/92（%）の結果となりました。昨年の一部の得意先への大口スポット販売があり、それを除けば売上、利益とも前年並みでした。

当社主力の自動車、電子、住設等、業界では緩やかな回復基調にあるという声もありますが、工場停止や生産調整等もあり、全体的にはまだ厳しい環境が続いています。他にも安定供給に対し得意先から仕入れ先メーカーや当社に対して心配の声が顕在化してきました。

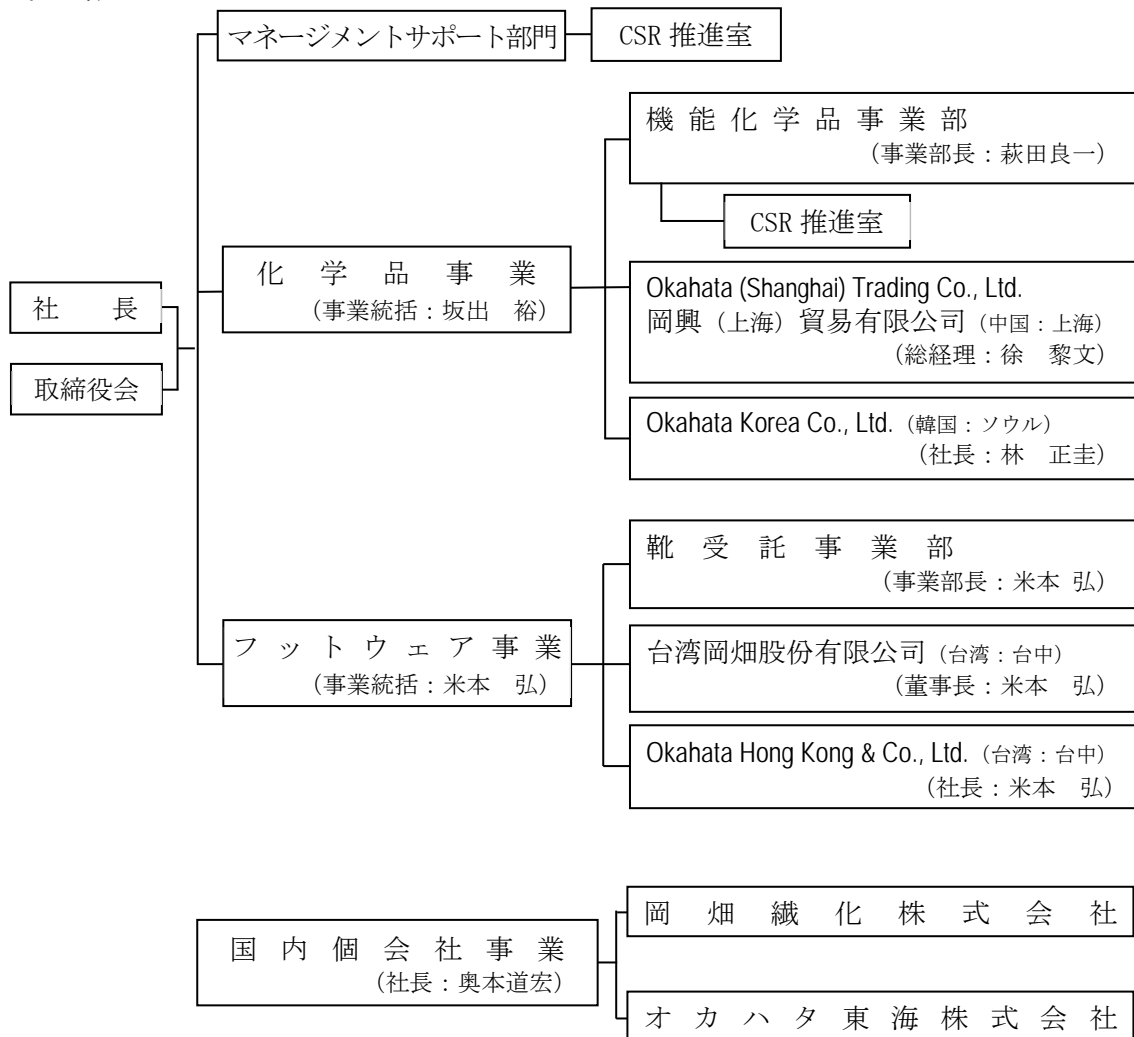
2025 年度も引き続き仕入れ先様、得意先様との連携を密にし、事業環境の変化にも柔軟に対応し、課題の克服を進め、共に成長してまいります。

## ■2025年度の経営組織

### □役 員

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

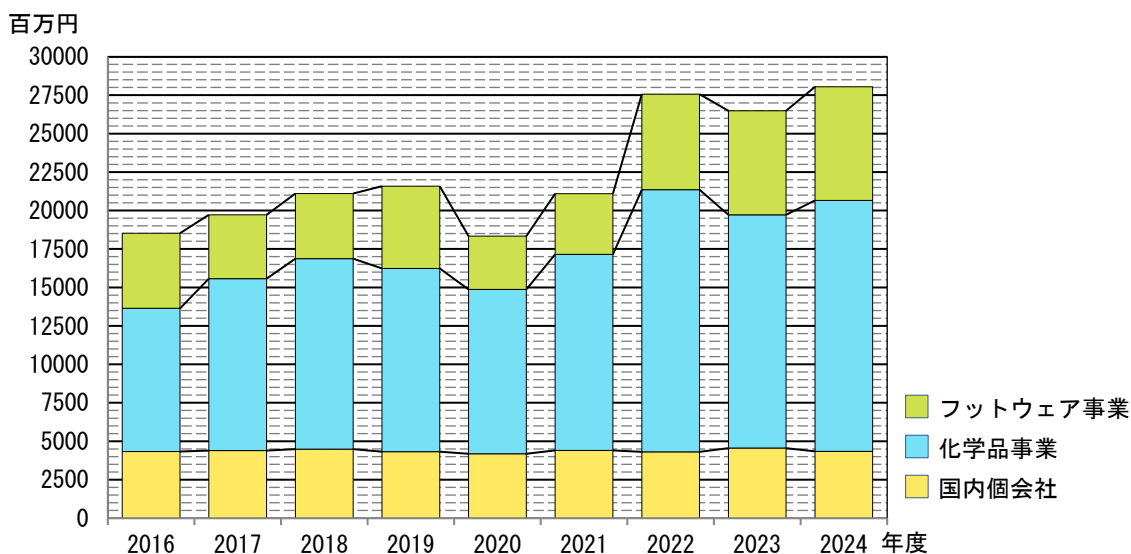


### □社員数 (2024年12月31日現在)

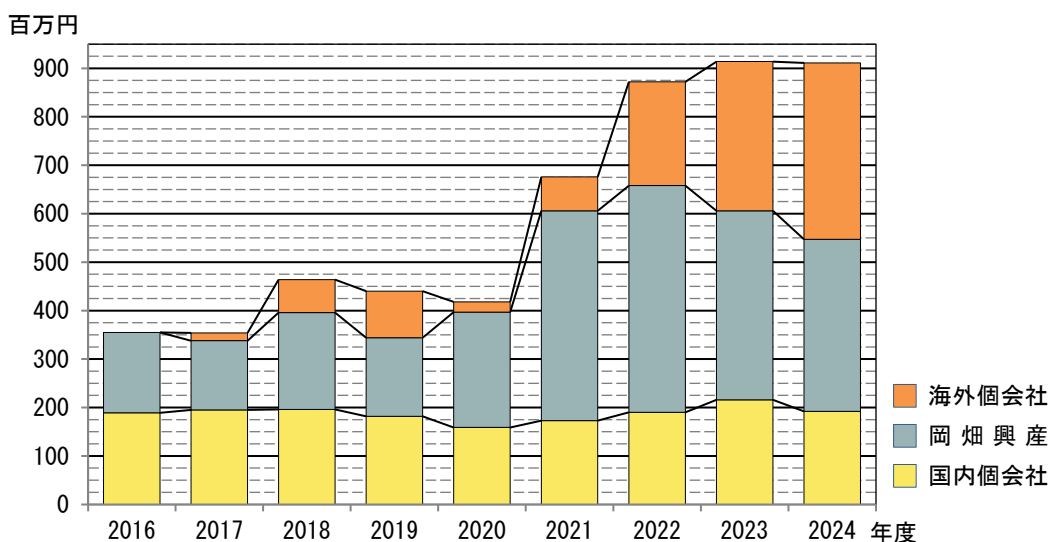
国内2支店 (大阪・東京)	47名
海外個会社 4社	56名
国内個会社 2社	13名

■資料

◇売上高の推移



◇経常利益の推移



◇概要 (2016~24)

- 2016 岡畑典裕代表取締役社長就任
- 2018 新経営体制、Direction 発表
- 2019 中国工場撤退決断、Okahata Awards 開始
- 2020 「やり直し」：工場撤退 13 億円の特損計上、靴受託 “背水の陣”  
OKK 林 正圭社長就任  
Okahata News Letter 発行
- 2021 「答え合わせ」：デジタル三河屋
- 2022 「区切り」：コンテンツ大縄跳び
- 2023 「トレードオフ」：イノベ型商社と弾み車
- 2024 「Brutal Facts」：横ばい、Glue Guys

●  
2025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  
●

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>