

Okahata

NEWS LETTER

Business updates, new ideas and more
from Okahata

2020
08



台湾のニューノーマル：
フラワーアレンジメント教室でチームビルディング！

岡畑典裕です。

皆さん、夏休みはいかが過ごされましたか？

私はリアルお墓参りとオンライン法要のハイブリッド
型、まさに2020年の夏体験。

弊社のWithコロナ経営も半年経過。先行事例から学び、
いち早くWeb営業と柔軟な出勤体制に振り切って、改
善を重ね続けた結果、それなりの戦い方とタフネス

(変化耐性)が身に付いてきた様に感じます。

さて、今月も盛り沢山、特集からの学びと感じた事から。

1. コロナでもイノベーションは加速し続けること(と、僕らは、そこに足を突っ込むのが好きだなということ)。
ビーガン・レザーなんて、もはや、Beyond Meatならぬ、Beyond Leather。

2. 決して“元には戻らない“ということ。

台湾で対面面談がプレコロナ比3割減(感覚値、笑)。
その理由が、感染防止と関係なく、無駄な対面機会を減らしただけ(オンライン面談を取り入れて)、というのがなかなかイケてます。

3. “オンライン信頼貯金”という大発見！

オンラインでも濃厚なコミュニケーションができるのは、過去の“信頼貯金“のおかげであるのは揺るぎない事実ですが、実は、コロナ期間に新しく積み重ねている“オンライン信頼貯金”もあることに気付いてしまいました！

ONLは、毎号400通超をお届けしていますが、実はリアルでお会いしてない方、プレコロナで取引がなかった先も多いのです。まさに、オンラインで得た新しい信頼貯金！(生臭い喩えですいません…)

だからこそ、リアルで会えた時に、どんな(不思議で)豊かなコミュニケーションが待っているのか、今からとても楽しみで仕方がありません！

4. コロナ対策のその先へ：三密(と唾液)の回避、換気

&距離対策の先にあるのは、働き方の平準化。

皆が、同じ時間、同じ場所、同じ期間に働き、休むのは、もう過去のこと。

Withコロナで得た、柔軟なマインドセットとオンラインツールがあれば、パフォーマンスを落とさずに、働き方(と休み方)の平準化は十分可能。

密を作らず、疎を楽しめる社会に向けて、まずは自分たちの会社から変わっていこう。そんな事を考えながら、早速特集に進みましょう！

トピックス

シューズ業界のサードウェーブを目指す

ビーガン・シューズを作れ…

イノベーションに食らいつくOKHK最新レポート

海外からの速報

隣国のコロナ:取引先との開国タイミングを探る。

ビーガン・シューズを作れ???… 破天荒イノベーションに食らいつく OKHK(台湾)からの最新レポート (米本 弘)

岡畑興産フットウェア事業担当役員、米本です。

世界のスポーツシューズ開発、受託生産会社は大別すると、韓国系、台湾系に二分され、台中市に材料販売拠点を置くOKHK（岡畑香港、台湾ですが。経緯はまた別途）は、もちろん台湾系に強いポジション。

私、米本は、欧米・東南アジアと飛び回る出張をいつものようにこなし、3月上旬に帰台して以来、コロナ禍鎖国の台湾に留まっています。複数国を跨ぐ取引が多く、リアル出張とWeb会議のハイブリッドが当たり前だったので、素材を触りながらのニュアンスある議論を詰めづらいことを除けば、ニューノーマルもお手のものと自惚れていたりもしています。

さて、我々の属するスポーツシューズの業界は、コロナで大苦戦中。とはいえ、さすが大手ブランドは歩みを止めることなく製品開発を貪欲に進めており、我々も先を見据えた材料開発、提案、フォローアップと忙しい毎日を送っています。プロアスリートの足元を支えながら、ファッションアイコンとしても重要なシューズにブランドが求めてきたスペックは、機能性と意匠性。そこに（ようやく）加わってきたのが“サステイナブル”。今までもエコ・リサイクルな

材料開発に取り組んでいましたが、供給側の自己陶醉な面もあったでしょうし、顧客目線で見れば、コストが上がるし、機能性・意匠性でも従来品に劣り、採用に踏み切れないという歴史(壁)がありました。

大きく潮目を変えたのは、ミレニアム世代、Z世代(Gen-Z)に代表される若い消費者層の誕生。スポーツシューズ=石油由来プラゴミ排出=格好悪い!と考えるこの世代、新しい感覚を持った市場に向けて、ブランドもサステイナブルの切り口から製品企画をするようになり、一気にサステイナブルな素材が注目を浴びるようになりました。

“サステイナブル”の切り口は多種多様ですが、現在ブランドと取り組んでいるのが、“ビーガン製品”。
????なんのこっちゃですが、要は“動物由来ではない”製品。化学品専門商社の我々が扱うのは、人工皮革などの化工品、つまりは既にビーガン対応済みかということ、それも簡単ではないようで…。

ベジタリアンよりも厳格な“ビーガン”(卵も乳製品もNG)としているのは、主原料のみならず、副原料や工程用薬剤まで、動物に由来しないという厳格なコンセプト故。人工皮革製品に当てはめると、天然皮革を使用していないからビーガン、という単純な話ではなく、人工皮革のコラーゲンたんぱく質の繊維部分は100%リサイクルポリエステル繊維を使用し、表皮をつかさどるウレタン部分は有機溶剤を使用しない樹脂を使用。その他原料、例えば顔料分散剤や活性剤なども、徹底的に植物由来に切り替える徹底っぷり。

食でいうところのビーガンと本質は異なりますが、“ビーガンプレミアムレザー”と名づけ、動物由来は一切使わないばかりか、代替に使う(石油由来の)プラスチックまでサステイナブルに配慮してるんだぜと、というブランディング。スポーツシューズ＝ビーガン＝クールな製品として、環境意識の高い若い世代に訴求しようという、凄まじい(破天荒な)マーケティング力。そして、それを支えるのが、我らがケミカルのカ。

化学屋目線で、我々の時代がきた！と勝手にワクワクしてしまいます。化合物を元素まで分解してしまえば、そこから再度なんでも作れるということはいえなくもない。おおげさではなく、ケミカルリサイクル、天然原料を使用せず、永遠の原料の使いまわし。廃棄なし、環境は損なわない、まさにサステイナブル&ビーガンなコンセプト。出来ることが決まっている天然原料と比べて、ケミカルの可能性はまさに無限大。活躍できる海は広大なパシフィックオーシャン。こんなワクワクを感じながら、有名ブランドの商品開発センターが集中する台湾(そしてコロナ対策先進国)からケミカルの無限の力を発信し続けるOKHKにぜひともご期待ください！(米本)

”隣国のコロナ” …

取引先との開国タイミングを探る。

(林正圭/米本)

感染抑え込みフェーズになかなか入れない日本社会。
企業としては、取引先との
芳醇なコミュニケーション・イノベーションの機会損失を
いつまで続けるのか、悩ましいところ。
先を進む隣国はどうなんだろう？
韓台の現地個会社トップからの速報メモです。

韓国 (OKK 林正圭)

1. 8月20、21日の感染者数

8/20 324名

8/21 332名

2. 現時点での規制

- 室内50人以上、屋外100人以上の
集まり・行事を禁止
- スポーツ:無観衆
- クラブ、カラオケ:営業中断
- 学校:集団感染発生地域はネット授業、
その他地域は3割登校+ネット授業を並行
- 出勤:時差通勤制、在宅勤務 推奨

3. 自社の出勤率と、勤務体制

現在、OKKは全員事務所出勤。

しかし、状況によって50%在宅勤務を検討中。

4. 主な取引先の出勤率と勤務体制

8月15日まではほぼ100%出社か、週1日在宅勤務。

感染者が増え、8/17から在宅勤務が少しずつ

増えている状況。

5. 対面面談の実施状況(プレコロナ比)

40%水準だったのが、8月15日以降は20%水準に。

大手企業は対面面談禁止が多く、急ぎの事案については部署長の事前承認で可能(実際には担当の判断で一部対面面談が進められているケースも)。中小企業はほぼ対面面談が可能。

6. 食事会・接待などの実施状況

大手企業の取引先との公式な食事会は不可。親しい関係の2~3人程度の少数の非公式食事は可能だが、お酒飲む接待は不可。中小企業とは食事会程度は可能。

7. 実生活はどう変わった？(市民目線で、プレコロナ比)

手洗い増/マスク着用などの衛生観念の改善
公共交通機関でマスク着用義務付け

街中で7割程度マスク着用

できるだけ公共交通の利用を避ける(外出の減少)

レストランの訪問利用自粛、お弁当と出前の増加

会食禁止によって帰宅が早くなり、家庭・趣味・運動時間が増加。ジムなどの集合運動は難しくなり、自転車・山登りなどが増加

台湾 (OKHK/OTW 米本弘)

1. 8月20、21日の感染者数

8/20 ゼロ

8/21 1

2. 現時点での規制

特に政府からのmandatoryなる規制はありません。

8つの大衆場所でのマスクの着用を奨励のみ。主催者側、経営者によって独自の設定はあり。

3. 自社の出勤率と勤務体制

OKHK/OTW は100%事務所出社

マスク着用なし、帰社時の消毒はあり。

4. 主な取引先の出社比率と勤務体制

金曜日の出社無しとなっている取引先がほとんど。
仕事減による強制有給取得を命じ、生産減に対応であって、感染対策とは全く関係なし。
(感染対策面はもう気にしていないといってもよい)

5. 対面面談の実施状況(プレコロナ比)

70%の実施。これも感染を気にしてではなく、Web面談の工夫を織り交ぜた結果。

6. 食事会・接待などの実施状況

基本的に、どこでも、いつでも会食は実施。
取引ブランド、靴工場とはlunch, dinnerも普通にしているし、特に禁止事項もない。ただし、弊社は独自で、感染対策のしっかりしている店などを選択して行うように徹底。

7. 実生活はどう変わった？(市民目線で、プレコロナ比)

すべてが元にもどったということがいえる。だいたいですが、三割の人がマスク着用、ソーシャルディスタンス、密を避けるなど一見平時にもどった台湾でも慎重さをもって行動している。7割の人がもう元通り、といった感じ。

街ではマスクをしていない人のほうが多い。政府は最近の緩みを気にしてか、強制ではないが、少し声を大にし、感染防止の徹底をいい始めている程度。

レストラン、観光地のホテルは週末、休日は満員。コロナ禍反動の需要、海外旅行に行けないので、域内での憂さ晴らし的に台湾内の活動は活況。

■ 編集後記

「見える化」

(社内報Gazette2020年8月号第2便より引用)

収束する兆しが見えない新型コロナウイルス禍の中で「新しい日常」をポジティブに過ごす皆さんの様子が手に取るようにわかる今号です。

再び巣ごもり生活になり、外食もままならず、自宅で料理に励む方も多いと思います。もともと外食の苦手な私にとって、スーパーマーケットで様々な食品を見るのはストレス解消のひとつでしたが、コロナ禍で買い物の仕方にも変化が起きました。スーパーにはなるべく1人で行き、滞在時間は短く、食品はあれこれ手にせず一度手に取ったらそれを買うといった配慮が必要となりました。

成人病防止に欠かせない塩分と糖分のチェックのために必ず確認する成分表示。ところが成分表示の多くは商品の裏側に、しかもかなり小さな字で印刷されており、近視&老眼の私には見づらく、眼鏡を外してかなり顔の近くに商品をもってこなくてはなりません。一度商品を手に取って塩分の多さに、周りの人の目を気にしつつ棚に戻したり、端っこをつまんでみたりと四苦八苦……。少なくとも主な成分表示は商品の表側に印刷して欲しいな、と思う今日この頃です。

そこで思い出したのがイギリスの成分表示です。イギリスで買い物をした経験のある方はご存じだと思いますが、イギリスでは栄養成分表示制度により食品の容器包装の正面(消費者が最も見やすい面)に、過剰摂取が心配される栄養素の情報を信号形式で表示してあります。

表示されている栄養素は、エネルギー(カロリー)、脂肪分、飽和脂肪酸、糖分、塩分。含有量と1日の摂取基準に占める割合(%)の数字と共に、量の多いものは赤、少ないものは緑、中間はオレンジ、と色分けしてあります(エネルギーは白)。これならいちいち商品を手に取って裏返しする必要もないし、一目瞭然。子

供にもお年寄りにも親切ですね。



日本人の1日の塩分摂取量は、男性 11g、女性 9.3gです。厚生労働省は、男性7.5g未満、女性6.5g未満を目標としています。WHOは5g未満を推奨しています。STAY HOME でポテチを片手にDVD鑑賞。気が付いたら一袋食べていた……なんてことがないように、成分表示の「見える化」をお願いしたものです。
(kiki)

岡畑興産株式会社 ニュースレター／毎月発行
2020年8月29日号
発行：岡畑 典裕

岡畑興産株式会社

大阪府大阪市中央区島之内1-5-6

TEL：06-6251-8252 FAX：06-6251-8278

Okahata
OKAHATA&CO.,LTD

OKAHATA NEWS LETTER
2020.8.29 / Issue 004

© 2020 オカハタとアイデアと