

Okahata

NEWS LETTER

Business updates, new ideas and more
from Okahata

2021

06

これからの 話をしよう。

chapter

1

社長の遠吠え



Web雑談とトータルフットボール



chapter

2



ビーガン・レザーは
マジシャンが飛ばす鳩。
Engineered Leatherで出来る事。



Web雑談と トータル・フットボール

岡畑典裕

最近、お店で買い物してますか?緊急事態宣言下、インターネットで商品情報が手に入るのに、わざわざ、お店に出向き、店員さんと会話して買い物をする理由って…それはきっと「答え合わせとサプライズ」。

専門商社に当てはめると、買い手の皆さまへの事前情報公開(コンテンツとSEO)と、対話機会での「**答え合わせ**」以上の**解決策**をズバツと届けられる専門性。出来ていれば良いのですが…

対話機会はすっかりWebが多くなりましたが、進捗確認系を別にすれば、わざわざ対話するんですから、Relaxin'な雑談は重要。Web画面が醸し出す、話の脱線を許さない圧を越えて、与太話を転がしていく先にこそ、本音がこぼれ、思わず喋った一言にサプライズ=発見があるはず。雑談が生む、予定調和を超えた意見交換こそが、わざわざ対話をする理由だと。

あの独特の“圧”に屈せず、Web雑談やりましょう!

その決意表明として、なんだか必死なバーチャル背景。

それ以外にも、弊社では、

- カメラオンは当たり前、画面の全て使い倒し
(IDもデフォルト放置は厳禁)
- ONLをはじめ、コンテンツ祭りでネタ満載
- 弊社複数参加なら、早めに集まりウォーミングアップ
(ラップアップも忘れずに)

- 雑談準備ではないですが、新しい働き方・環境改善には先立つものを。Web営業と在宅勤務支援金として、半年に1回5万円支給(用途不問)

周到な準備があってはじめて、リアルに近い会話が出来ますし、少し乱暴な話をすれば、そもそもWeb打ち合わせが常態化している時点で、皆が移動時間ゼロ(=考える時間の確保)というメリットを享受し合っているわけで、雑談の質が多少落ちても、プラスの方が圧倒的に大きい、とも思います。

対面1時間の打ち合わせの為に、

- ① 毎回、往復2時間かけるのか、
- ② 時には、事前メモで解像度高くWeb会議をして、フォローアップを充実させるのか。

最終ゴールに合わせて、選択的にやる(分かってやる)というのが、ポストコロナの営業スタイルになるような気がします。

定番クライフのお話ですが、Withコロナは移動時間革命。
”(人は動かず)ボールを動かせ”と、通勤、出張、二日酔い(笑)ゼロで確保した時間を、トータルフットボール、ハイブリッド営業へ。勝つ為には、オフenseもディフェンスもどちらもやるのと同様に、お客様のお役に立つ為には、対面、Web、雑談、コンテンツすべて全力。それが岡畑興産のハイブリッド営業です。

ハイブリッド最新作のどこ展は、日々進化中。日本のメーカーさまに参加してもらったり、ケミカルマテリアル出展に合わせた機能材特集など、せっせと仕込み中。



知りたいのすぐそばに、ハイブリッド営業の専門商社、岡畑興産&どこ展をよろしく申し上げます。

昨年8月ONLで取り上げたビーガン・レザー。
Engineered Leatherは、2022年の靴素材の
主役の座へ。靴素材最前線、弊社取締役
“マジシャン”米本からの緊急報告です。



ビーガン・レザーは、 マジシャンが飛ばす鳩。 Engineered Leatherで 出来る事。

■サステナブル、LCAが素材選定基準の王様に。

サステナブルが、“高かろう、悪かろう”だったのは、もはや過去。タフな環境で高いパフォーマンスを問われる、スポーツシューズでさえ、軽さと強さの両立に加えて、環境対応も当たり前。時には、機能・品質を妥協してでも、サステナブルでない素材は使わない、そんな時代になりました。

バイアス承知で語りますが、このパラダイムシフトのきっかけは、2020年に某N社CEOに就任したJohn Donahoe氏のリーダーシップ。eBayのCEOというキャリアから分かる通り、プロダクトよりも、マーケットの人。市場変化に敏で、一気にサステナブルに舵を切り、明確な社内目標を掲げ、妥協を許さないスタンスは強烈で、我々原料屋にまでビシバシ伝わってくる位(もうちょっと生々しいお話は、雑談の際に・笑)

N社、A社のSDGsの取り組みや、帝人コードレ社のビーガンレザー、ビーガンシューズ記事(ONL2020年8月号)はこちら

靴で出来るサステナブル:

LINK ▶ <https://kutsunavi.com/post-432/>

製造や使用素材については、カーボンフットプリントの観点からCO2排出量を換算し、LCA(Life Cycle Assessment)手法を活用して、環境負荷を定量的に算定。リサイクル原料含有率は、GRS(Global Recycled Standard)という国際的な基準の浸透が進み、サステナブルの可視化が行われるようになりました。

リサイクル・スニーカーとは：

[LINK ▶ https://kutsunavi.com/post-620/](https://kutsunavi.com/post-620/)

ビーガン・プロダクト推進の流れは、単なる動物性製品の”イメージの悪さ”ではなく、カーボンフットプリント上の畜産の微妙な位置付け、製革のなめし過程の有害化合物使用や、天然皮革を使った時の廃棄量の多さも問題視されています。天皮は、位置によってコラーゲン繊維構造が違っていることもあり、靴の箇所に合わせて、特定の位置からの型抜きをしますので、おのずと廃棄量も多くならざるを得ず、LCA手法からみればネガティブに働く要因となります。

靴といえば、天然皮革。革といえば、靴。そんな業界でも、脱天然皮革の潮流ができあがりつつあるのです。

■機能と環境の両立、本物を超える、 “Engineered Leather“の可能性！

軽量性は、スポーツシューズの命です。軽さにおいては、繊維製品、人工皮革は、天皮と比べ大きなアドバンテージを持っていましたが、今や、サステイナブル要素での優位性も加わり、可能性は無限大。天然素材が出来ることは、内部構造上、限界がありますが、人工製品の場合、軽量性、環境配慮、さらに新たな機能付与も、エンジニアリングとイノベーションで実現可能。コストさえ無視すれば、何でもできると言っても過言ではありません。

通気、防水、独特の手触りの表面加工、形状記憶など、まさに顧客のご要望(と無理難題)を次々と叶えていくのが仕事になりつつあり、そろそろ職業**マジシャン**と名乗っても良いですか？

機能と価格(涙)、環境対応全てバッチリな製品を開発しながら、その原料も環境配慮型に切り替えていけば、もはや、究極の素材提案が可能。顧客からの期待値の高まりをビシバシ感じる毎日です。

元来、合繊も人工皮革も、天然品の機能をより安く、大量生産するために始まったので、天然品＝本物、人工品＝偽物、という考え方に陥りがちですが、本当にそうなのでしょうか？

2021年、市場が求めるスポーツシューズの機能や環境配慮へのシフトを考えれば、天然品vs人工品、どちらが本物議論に意味もなく、その余裕もなし。イノベーションは待ったなしです。私たちが扱っている“Engineered Leather”は、模倣から始まった製品作りの概念を超越し、サステイナブルの観点でも優位性のある、究極の高機能素材、まさにEngineered Leatherへと日々進化を遂げているのです。

天然皮革そのものを全否定しているわけでもありませんし、個人的には、天然皮革で作られた靴も愛用しています。経年変化による風合いは自分と歩んできた歴史としての顔を刻み、愛着がもてる部分でもあり、個人的SDGsは何かと聞かれれば、天然か人工か関係なく、“余計なものを買わず、気にいったものを長く、修理しながら(できれば次世代にも引き継がれるように)使用していくこと”、と答えます。

リサイクルといっても所詮は樹脂製品ではないか、という意見もあるかもしれません。となればそのファイバーを天然由来原料で代替、生分解性樹脂に目を向けたりと、機能と環境の両面で時代が求めているものこそが、“Engineered Leather”なのだと私たちは思います。我々をマジシャンと表現しましたが、決してごまかしの道化師ではなく、お客様にWOWと言っていたたくミラクルをお届けする魔法使い。(米本)

靴材料のさらなるengineeringで、次はどんな鳩を飛ばそうか、なんて日々考えられる、夢のある時代になりました。(どんな鳩を飛ばしているのかは、くつナビで！定期チェックをお願いします)

真面目に靴をつくっている会社のブログ **くつナビ**

LINK ▶ <https://kutsunavi.com>

★★どこ展:広告キャンペーン予定

化学工業日報 : 6月下旬の商社特集、7月以降にも記事&広告予定、10月ケミマテ出展も決定。



フレグランスジャーナル : 7月から紙面広告開始

Cosmetic-Info.jp : 6月からバナー広告開始



■ 編集後記

change makes people uncomfortable

(社内報Gazette2021年6月号より転載)

お湯を入れたカップラーメンの蓋の重しにサリンジャーの『ライ麦畑でつかまえて(The Catcher in the Rye)』……、お気に入りアニメ「天気の子」の何気ないワンシーンです。『ライ麦畑で……』は、学生時代、ちょっとひねくれ者で周りとは打ち解けられず友人もいなかった私の愛読書でした。

大人社会の「インチキ(phony)さ」を口語体で投げかける内容が、目標を持たず喪失感を抱いていた当時のアメリカの若者から圧倒的な支持を得た一方で、主人公ホールデンの言葉遣いや態度は保守層(大人)から激しい非難を受け、学校の図書館から追放されるといったことも起きました。

元来人付き合いが苦手なサリンジャーは、第二次世界大戦の過酷な経験によりPTSDを患っていたサリンジャーは、そんな「響きと怒り」から逃れるように、出版業界と決別し、ニューヨークからニューハンプシャー州コーニッシュに居を移し、ホールデンに言わしめた理想とする生活——「だれもぼくを知らず、ぼくもだれも知らないところで……だれとも無益な馬鹿らしい会話をしないですみ……森のすぐ近くに小屋を立ててそこで死ぬまで暮らす」を実践するかのようになり、家の周りに高い塀をめぐらして隠遁者にも似た生活を送りました。

「社会は、純粹さを買ける場所ではない。貫くならば、社会から隔離され孤立する」。それが主人公ホールデンの生き方であり、サリンジャーの生き方でもありました。一方「天気の子」のホダカは「生きにくい世界なら、そんな世界を僕が変えてやる!!」と変化を恐れず「孤立」や旧態依然とした「常識」を軽やかに飛び越え自らの生き方を実践していきます。

折しも大坂なおみ選手が、長い間心の病を抱えていたことを公表し全仏オープンを棄権したことが大きく報道されました。SNSで彼女が発信した言葉の中で、私の心をとらえたのは、“change makes people uncomfortable”。

東京オリンピック2020に対する組織や政府の行動、利権体質、LGBT法案の見送り、入管での人権問題……多くの変えるべきことが停滞しています。そういったニュースを見るたびに、変化を望まない人々、見て見ぬふりをする人々が大きな壁となっているのではないかと感じます。

「何かになりたいって思ったこと、ある？」と聞かれたホールデンは、「ライ麦畑で遊んでいるうちに崖っぷちから落ちそうになった子どもたちをつかまえる人(=キャッチャー)になりたい。馬鹿げてることは知ってるよ。でも、僕がほんとになりたいものといったら、それしかないね」と答えます。

壁を作って孤立の中で暮らすか、変化を恐れず行動するかは次世代を担う若者たちの選択でしょう。大人ができることは、「落ちこちそうになったらいつでもつかまえてやるよ!」と、変化をもっともせず、壁を飛び越えていく若者たちを、一歩下がって温かく見守ることではないかと思います。(kiki)

ニュースレター バックナンバーはこちら

LINK ▶ <https://okahata.wixsite.com/oksite/onl>

岡畑興産株式会社 ニュースレター／毎月発行

2021年6月22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
2021.6.22 / Issue 014

© 2021 オカハタとアイデアと