

Okahata

NEWS LETTER

vol.41

2025

7

釣れますか:2

マンガから学ぶ、 競合の いない場所。

と、思い出すこと

釣具店を
紹介してもらえ



釣れますか:2

Part 1:

さかながいて、
競合がないところで、
糸を垂らせ。

Fish where the fish are
and where the competition isn't.



釣りの原則 その1:

さかながいるところで、糸を垂らせ。

釣りの原則 その2:

その1を忘れるな。

—— チャーリー・マンガー (ウォーレン・バフェットの懐刀)

リンク:マンガー追悼 [Link](#)

この言葉には続きがあります。

「釣り人がごった返している池では、たとえあなたが釣り名人でも、そうそう釣れません。

一方で、さかながいて、誰も糸を垂らしていない池では、素人でも釣れる。投資も同じことだよ」

営業もそうだよーってことで、勝手に原則をv2にアップデート。

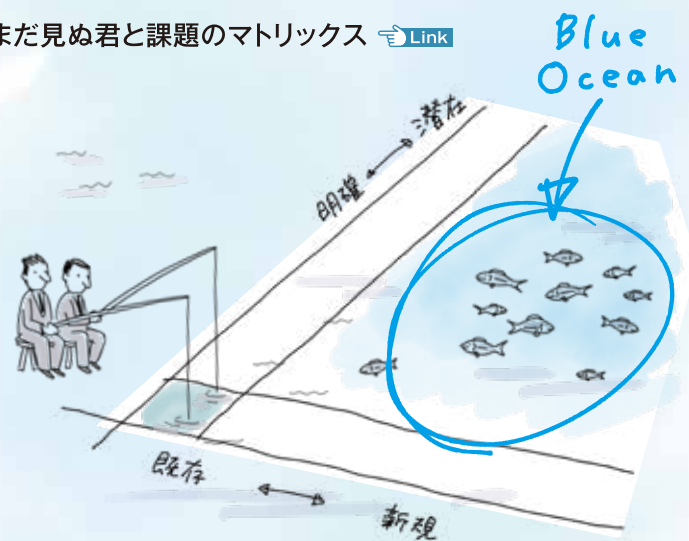
さかながいて、競争がないところで、
糸を垂らせ。

Fish where the fish are
and where the competition isn't.

—— 岡畑 典裕

要は、“勝負する場所⇐競争がないところを、意図を持って選べ”ってことです。もはや僕の口癖ですが、人類皆とは言わないですが、結構な確率で、与えられたことを与えられたまま、営業し、経営し、生きている。いつもの釣り場で、みんなと同じ餌で「釣れません」と、下の挿絵のような釣り人が世の中には多い気がするので、うちの会社では少なくしよう(ズレ補正ズレ補正だよ)、と今日も筆を取る訳です。

まだ見ぬ君と課題のマトリックス [Link](#)



私、池を変えます。とか突然言われても困る💧けど、上手く行っていないなら、せめて自分でエサとか道具は変えてみよーぜ(AIとかさー)。自ら変えられる、選べる幅は思っているより多いよ。自ら、意図を持って、選ぼう。

マンガーの釣り話には続きがあります。マンガーの釣り仲間、投資家の李録(Li Lu)が書くには、
「マンガーと一緒に釣りに行くと、毎回行き先は違うのに、必ず入れ食い。実は、彼はどの池に行くかを、自分では決めていない。ミネソタ・スター島で釣具店を2代にわたり営むガイド、ドニーさんに任せているんです。」

ドニーさんは、島のあらゆる池のこと、島の魚を釣り上げるための道具、エサのことを熟知しているプロ。つまり、経営で言えば「独自ノウハウ(proprietary knowledge)」の持ち主。しかも、彼が案内する池には自分たち以外の釣り人がいないから、よく釣れる。

引用：李録(Li, Lu)著「私たちの時代におけるグローバル・バリュー投資」
2024年12月7日、北京大学にて講演。
出典：Off Piste Investing, 2025年1月公開。
取得元：Global Value Investing in Our Era [Link](#)

釣りの原則 その3：

新しい場所で釣りをするなら、
そのエリアの釣具屋に通おう
(または、
常連の方に口利きを頼ってみよう 🙏)



誰もいない“秘密の池”に連れて行ってもらえるのは、ドニーさんに信頼されている人だけ。釣りでもビジネスでも、**良質な情報や場所は、常連だけの特権**。では、どうやったら、常連になれるか、もしくは常連の方に口利きいただけるのかと言いますと、そりゃ、手土産でしょ笑。

とは冗談で、マジメな話、大事なのは**“気持ち”と“仕事”、両面での損得勘定**。仕事場のプラスをお届けするのは当然として、“気持ち”の損得勘定＝“よっしゃ岡畑興産のために一肌脱ぐか”とあっていただけるか。Emotional Intelligence＝Social Intellingece＝ニコニコ巻き込む技術と私が勝手に呼んでいるスキル。これらについては、次号にて。

CITE JAPAN 2025

ご来場
ありがとうございました！



前回のONLでもご案内したとおり、2025年5月14日～16日にパシフィコ横浜で開催された「CITE JAPAN 2025」に出展し、おかげさまで大盛況のうちに終了いたしました。

今回は、本会場（みなとみらい駅直結）ではなく、少し離れたノース会場。それも一番奥、駅から最も遠いブースが割り当てられており、決定時は正直、少し不安もありました。…が、いざ蓋を開けてみると、3日間で約300名もの方にご来場いただき、弊社ブースへの来場者数は**前回の約2倍**という驚きの結果に！

展示内容やブースデザインの工夫も功を奏しましたが、何より大きかったのは、日・韓・中から約20名が集結し、出展メーカーの皆さんと一体となってブースを盛り上げられたことです。

中でも印象的だったのは、中国メーカーの営業責任者の方。3日間、ずっとブースに立ち、片言の日本語で一生懸命お客さまを呼び込んでくれました。接客の段になると、慌てて弊社営業を探して会場内を小走り…という微笑ましい場面もありましたが、その熱意に刺激を受けた弊社メンバーも「もっとこの製品を日本で広めたい!」という気持ちが高まったはずです。

この展示会を通じて、「ALL OKAHATA」のチーム力がさらに強まったことも、大きな収穫のひとつでした。そして、ONLをご覧いただいている多くのお取引先さまにご来場いただけたことも、心より感謝申し上げます!



次はインド!



「HPCI India 2026」 ムンバイに初出展します

そして来年1月、私たちはインド・ムンバイで開催される「HPCI India 2026」(HPCI=Home and Personal Care Ingredients)にも出展いたします。

インド市場は、いまアジアで最も成長している化粧品市場のひとつ。これまで日・韓・中を軸に展開してきた岡畑興産ですが、ついにインドにも初進出です。

現地パートナーである BLACK ROSE社 と共同でブースを構え、日韓中の原料を紹介予定。現在、インド市場にフィットする素材を社内外で積極的に探索しており、**日本の原料メーカーの皆さまからのご提案也大歓迎です!**

気になる素材やアイデアがあれば、ぜひお気軽に担当営業までお声がけください。

引き続き、岡畑興産の挑戦にご期待ください!

(坂出 裕)

最近の 化学品

by萩田



最近の<香りに夢中な>化学品、香りのことで頭がいっぱいの萩田です。香りって、知れば知るほど奥が深いんですよ～。当社のメンバーも、あちこちから情報を集めて香りを学び続けていますが、苦節何年？手応えあり。やっとキタかも・・・

「ニオイが変われば、ビジネスが変わる？」

ヒントはこちらのブログから。

■ チオグリコール酸アンモニウムとは？ [Link](#)

匂いの特徴や消臭技術の進化に注目

■ ゴム製品の悪臭低減プロジェクト

中間報告、第2 弾 [Link](#)

“練り消しモデル”のサンプル、
「ゴム臭くない、ゴム製品」を嗅いでみませんか？

■ 香りマーケティングとは？ [Link](#)

注目されている理由や導入の流れ・事例も解説

最近の くつナビ

by米本



岡畑香港本社での仕事を終えたあと、高鐵（中国新幹線）に乗って少し足を延ばし、広東省の靴工場パートナーを巡ってきました。

トランプ関税の影響で注目が集まる中国製品ですが、実は弊社受託生産足数が最も多いのは今もなお中国。




靴生産の主戦場はベトナムやインドネシアを中心とする東南アジアに移ったとはいえ、私たちは中国でのモノづくりを続けています。そこには、歴史的に培われた開発・生産技術の高さ、靴づくりに深い造詣を持つ人財の多さ、そして周辺部材が素早く揃うサプライチェーンの強さなど、お客さまの“こだわり”を実現するには、コストだけでは解決できない価値が、中国にあるからなのです。

広東省の靴工場を回ってみると、やはり市場の中心は米国。トランプ関税の先行きが読めない中、どの工場もてんやわんやで生産キャパは満杯、駆け込み需要に沸いていました。

大手靴工場グループでは、すでにブランドからの要請でベトナムなど他国への生産移管が始まっており、グループ内とはいえ中国工場の老板(ボス)たちは「注文を持っていかれた」とぼやきつつも、「うちは品質と技術で差別化できるからな」と悲観的な様子はまったくありません。

日本の報道では“米国向けの中国工場は閑古鳥”といったイメージもありますが、私が見た広東省靴工場の靴づくりは、まだまだ健在。「ミーベン先生(米本の中国読み)、唯一無二、“こだわり”のモノづくりをブレることなく愚直に行うなら、パートナーはうちらやろ」と勇気をもらった次第でした。

そんなフットウェアから今月のくつナビは:

- **ベアフットシューズで得られる効果とは?**  [Link](#)
メリットや注意点もご紹介
- **靴の型紙(パターン)の作り方は?**  [Link](#)
必要な道具も確認
- **接触冷感素材とは?**  [Link](#)
仕組み・種類・メリットもご紹介

釣れますか:2

Part2:

競争がないところ、
で思い出すこと
↓
熱々会社案内
できました。



思い出すこと ①:

「さかながいて、競争がないところで、糸を垂らせ」と書いて真っ先に思い出したのが、**2020年春に始めたこの Okahata News Letter**。オウンド・メディアやデジタル・コンテンツをサクサク使いこなす専門商社という、新しい立ち位置、カテゴリーを作ろうとした試みでした。教科書経営大好きな僕がヒントにしたのは、“**Category of One**”という概念。二番手なんて誰も覚えてない。覚えられたければ、既存カテゴリーの一番になるか、自ら“唯一無二”カテゴリーになるか。「XXといえば、岡畑興産」=“**カテゴリー岡畑興産**”を作る。何個も作る。

おかげさまで、取引先の皆さまには、幾つか小さな“カテゴリー岡畑興産”を覚えていただいた気がします。

コンテンツといえば、**岡畑興産(デジタル三河屋)**。

フットウェアx化学品といえば、**岡畑興産**。

イノベーションに食らいつけ：

最新素材をトップ靴ブランドに響かせるなら、**岡畑興産**。

最先端原料の用途開発なら、**岡畑興産(イノベ型商社)**。

韓国x化学品といえば、**岡畑興産**。

東アジア地区、^{“無茶振り”}緊急BCP原料調達なら、**岡畑興産**。

化粧品原料x^{エッジな}アジア輸入品なら、**岡畑興産**。

インドもそろそろ、**岡畑興産**。

思い出すこと ②：

ピーター・ティールの“**Competition is for losers**”
(競争してる時点で負け)。当時Crazyに聞こえたこの言葉も、今なら理解できる気がする。

理解できないうちは、実現なんて出来っこない。(「書けないうちは思考ではない」と一緒です)

「この件は、岡畑興産しかいないから」というお言葉を、年に何回言っていたか、が一つの指標かもしれない。

目指せ、Category of One。

カテゴリー俺／ワタシならぬ、カテゴリー岡畑興産。

そんなカテゴリー岡畑興産のシン・会社案内がこちら



若者からベテランまで、説明しながら熱が出る(比喻です
比喻)、**熱量高めな一冊**ができましたので、ご興味あれば、
弊社担当に説明してもらってください😊。

■ 編集後記

EMOJI

(社内報Gazette2025年6月号より転載)

先日NTTドコモが6月下旬以降の販売機種から独自に提供してきた「ドコモ絵文字」を終了することを発表しました。1999年「iモード」とともに開発されたドコモオリジナル絵文字は、「Emoji」として海外でも高い評価を受け、2016年には初期の176種類がニューヨーク近代美術館(MoMA)に収蔵されました。今後はグーグルやサムスンなどが提供するEmojiを使うことになるそうですが、最近の絵文字はカラフルで描写も緻密、LINEなどで使われるスタンプは普通のスタンプに加えキャラクターものやサウンドスタンプ、メッセージスタンプなど多種多様で、初期のドコモ絵文字を見るとシンプルでなつかしさを覚えます。

さて、米軍がイエメンの武装組織フーシ派を攻撃する直前、トランプ政権の閣僚が通信アプリ「シグナル」で情報をシェアしていたことが大きな問題となりました。無料の民間アプリを使っていたこと、民間人を招待していたこと、そして何よりも「勝利を祈る」や「作戦成功」のうしろにEmojiを使っていたことに対して、そのはしゃぎぶりや無神経さに大きな批判が寄せられました。米兵の命が失われたかもしれない機密情報漏洩は大問題だが、多くの外国人を殺した軍事作戦に対して政府高官が「Emoji」を使用しているのが許せない——まさしく正論。TEXT、LINE、SNS&Emojiは今ではなくてはならないツールとなっていますが、普通の人間ならビジネスや公的メールなどにEmojiを使うことはまずしないでしょう。

日本で生まれ世界に広がったEmojiですが、その意味も使い方も各国の文化や生活様式で微妙に違うようです。例えば、日本ではよく「お願い」の後に付ける手をあわせたEmojiは欧米ではハイタッチ、インドではお祈りという意味(作戦前にウォルツ大統領補佐官が送っていましたね)。作戦成功と聞いたウォルツ氏はアメリカの国旗、こぶし、火(fire)の絵文字を返していますが、火はいわゆる「イケてる」あるいは「やったー」ということでしょうか。他にも焦った時にしばしばおばさんメールで使われる汗が飛び散ったようなEmojiはナスとともにちょっと怪しげな意味があるとか。マスクなどの宗教的なものも避けたほうがいいとか、顔の色や髪型も人種差別となる場合があるとか、何気なく使った絵文字が思わぬ誤解を生むこともあるので、海外に送る場合は注意をしたほうがよさそうです。

超ローテクな部屋で、スマホを見ながら、延々と続くショートメールを相手を傷つけず何とか終わらせたいのに、もうそろそろ……と書けない気弱な私は、大きめのメッセージスタンプを送ってThe End とすることもしばしば。周りの人からは「もう、終わりにしたいのね。スタンプ送ってくるの超速だよ」と嫌味を言われ、そういう訳ではないんだけど口ごもりつつ、メールも絵文字も……あ〜疲れる、と思う今日この頃。江南さんの16時間ダイエットならぬ12時間ダイエットをやっている私は、夕食を19時に終え翌朝7時までは何も食べないというファスティング生活を送っていますが、同時に12時間スマホダイエットも進行中。テレビもスマホもなければいなくても生きていける! でもラーメンは……ちょっと無理かな?(kiki)

ニュースレター
バックナンバーはこちら



Okahata
NEWS LETTER
—
BACK NUMBER

岡畑興産株式会社 ニュースレター／不定期発行

2025年7月16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
2025.7.16 / Issue 041

© 2025 オカハタとアイデアと