

Okahata

NEWS LETTER

vol.42

2025
10

はたらく 化学品

土木・インフラ分野で広がる
「ルナクリア」「ルナフロー」の可能性



はたらく化学品は、 土木・インフラ分野へ

イチ推し **ルナクリア** と **ルナフロー** を携えて、
弊社営業は、地下水が流れるところ、
雪や砂／油／汚れの付着固着や
洗浄コストでお困りなところへ、
全国飛び回り中！

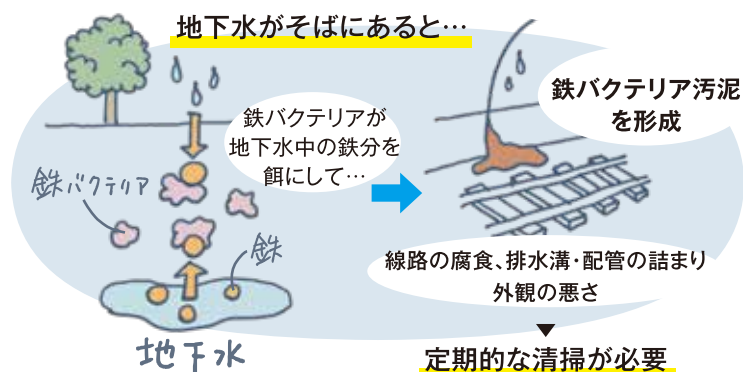


鉄バクテリア汚泥除去剤

ルナクリア

地下水があるところに、 鉄バクテリア汚泥あり。 洗浄ニーズ拡大の可能性

地下鉄構内の水漏れ箇所などで、錆の混じったような泥状の付着物を見かけることがあります。これは、土壌中の鉄バクテリアが**地下水中の鉄分**を餌に、増殖し発生させた「鉄バクテリア汚泥」です。見た目が悪いだけでなく、排水溝の詰まりやレールの錆の原因にも。そのため、定期清掃を行います。除去に手間がかかる上に汚泥は産業廃棄物扱い＝多大なコストがかかります。[興産ブログ](#) [Link](#)



この頑固な付着物「鉄バクテリア汚泥」の清掃負担軽減の救世主として開発されたのが、花王株式会社さまの**ルナクリア**。泡の力と花王独自の分散技術のパワーで、汚泥にルナクリアを吹き付けるだけで、水を流すだけで楽に汚泥を落とすことができます。

ルナクリアは天然由来の原料を使用。**ルナクリア**で軟化させた「鉄バクテリア汚泥」の成分も自然のものなので、環境への負荷が少なく、作業も手軽で、**大幅な洗浄時間の短縮が可能**です。また、散布することによって、予防保全的効果もある、画期的な製品なのです。



ポテンシャル用途 地下水があるところ

鉄道(地下鉄・トンネル)

壁面や配管の漏水部分

工場

排水溝や地下水使用施設

アンダーパス

地下水や雨水がしみ出る部分

高速道路トンネル

工事中の構造物の付着汚れ

空港内デアイサー

地下水タンクを使っている場合

道路の排水溝、地下配管

雨水や地下水がたまる

下水処理施設

水処理プラント、配管設備など

ダム

構造部分、通水部など

メリット 洗浄作業の時間・手間を大幅削減

優れた洗浄性

鉄バクテリア汚泥を軟らかくし、こすらずに除去

作業効率向上

専用装置は小型で持ち運びやすく、手軽に作業可能

環境にやさしい

天然由来の原料を使用。包装容器にはBLP(ボトルライクパウチ)を使用

ルナクリアがはたらくフィールドは、**地下水が流れ、使われる場所**。そのポテンシャル、あなたの街の道路や線路から、世界へと広がっていきます！

詳しくは→ 鉄バクテリア汚泥の除去・清掃助剤ルナクリア [🔗Link](#)
(LUNACLEAR)TB-100(花王様開発品)

「すべる」表面を持続させる水系離型剤

ルナフロー

またの名を、砂／油／雪／汚れを 「すべらせ」付着防止剤！

土木分野へ踏み込むさきがけとして、
弊社からグラブ浚渫用途デビューした
「すべらせる」水系離型剤。[Link](#)

問合せ殺到！用途開発に奔走しながら、気付いたのは、
こいつは、もはや離型用途の枠を超えた、（物理的に）
大型、砂／油／汚れ、そして雪をも「すべらせる」付着防止
剤なのです。

従来の「はじく」コーティングは、超親水・超撥水で、ど
ちらも0度以下の状況だと性能・耐久性が低下しますが、こ
ちら「すべる／すべらせる」付着防止剤 **ルナフロー** は、
塗布した表面にCNFのゲル膜が潤滑油を液体のまま保
持するので、極寒の中でも、表面に付いたものをすべら
せる＝付着防止させることができるのです！

ポテンシャル用途 砂利、油、雪、汚れの付着防止に

グラブ浚渫

砂型鑄物の型抜き

アスファルトフィニッシャー

ダンプカー

除雪車

落書き対策

鉄道車両（の着雪や汚れ対策）

メリット 清掃・除去作業が容易に。コストも大幅削減

使用方法が簡単

対象物にスプレーなどで吹き付け、
乾燥させるだけ！

長期耐久性

CNFゲル膜が離型成分を維持、
離型性能を長続きさせます

環境にやさしい

フッ素化合物、VOC成分（有機溶剤など）を
含まない、完全水系製品

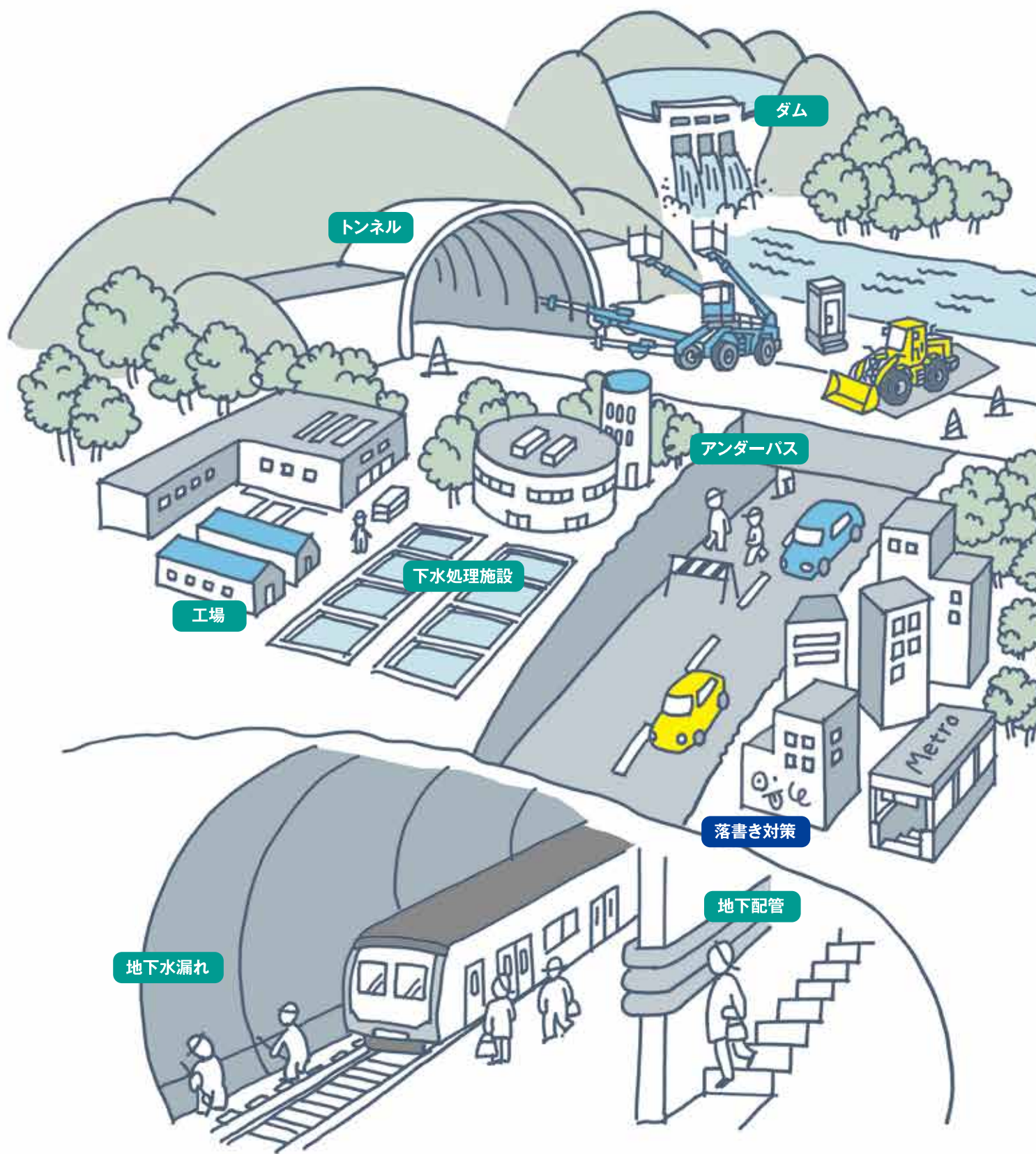
砂利やら油やら、雪や汚れ（鉄粉など）、はたまた、落書き
インクを、**表面をすべらせることで付着させない／固着**
させないので、清掃もゴシゴシ要らず。

もしくは、キツイ溶剤や人海戦術要らずの、完全水系で
サッと落とせる、スゴイヤツ **ルナフロー** ！

詳しくは →どこ展／ルナフロー RA-200 [Link](#)

ルナクリア

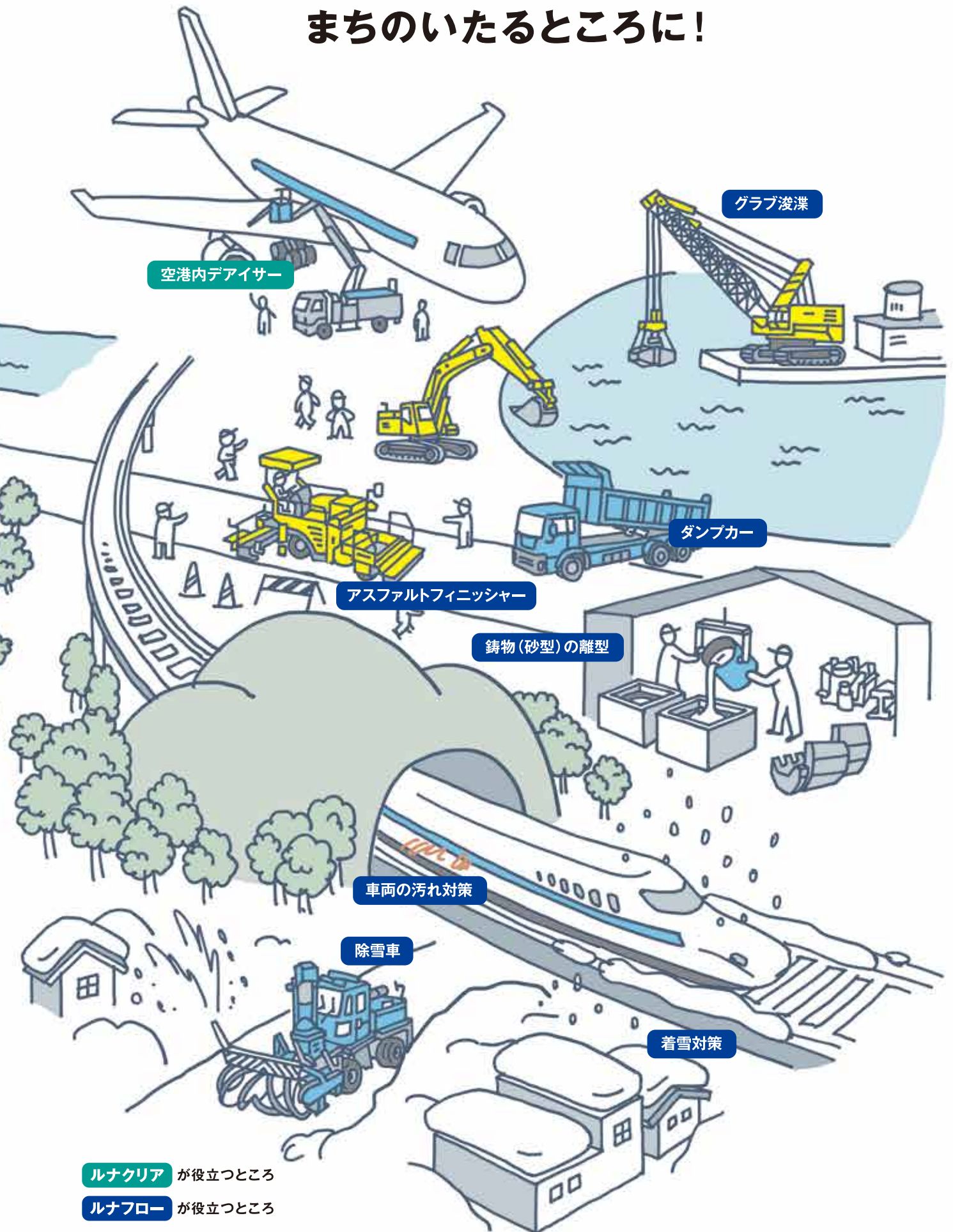
ルナフロー がはたらく場所を
俯瞰してみると↓



ルナクリア が役立つところ

ルナフロー が役立つところ

力を発揮できる場所は、 まちのいたるところに！



最近の くつナビ

by犬塚



8月、9月と続けて中国・広東省の靴工場を訪問、中国オフィスのスタッフにも会いに出張へ行ってきました。真夏の工場はエアコンが効いていない場所も多く、生産ラインを歩くだけでサウナに入ったように汗が噴き出します。やはり夏の出張は体力勝負ですね。

そして、今年の夏も本当に厳しい暑さでした。そんな中、涼をとるための工夫も年々進化していて、昔ながらの扇子や団扇に加え、ハンディファン、冷却シート、冷感スプレーといった便利グッズまで、今では選択肢がずいぶん広がっています。

少し前にワークマンから「扇風機内蔵ジャケット」が登場したときには、「これは誰が着るの？まるで漫画の世界だな」と思ったものです。ところが今や、真夏の屋外で働く方々にとって欠かせない存在となり、街中でも当たり前のように見かけるようになりました。

私も来年の夏は「扇風機内蔵ジャケット」を着て工場を訪問しようかと、、、

改めて、人間の工夫の力ってすごいですね。時に「普通じゃない」と笑われるような発想が、新しい価値を生み出し、やがて社会のスタンダードになる。そんな瞬間を身近に感じます。私たちも柔軟な発想と挑戦心を大切にしながら、一步先の未来を切り拓いていきたいと思います。

さて今回のくつナビからのお勧めは

- **和紙の用途・活用例をご紹介します！** [Link](#)
特徴や魅力もチェック！
- **モノマテリアルとは？** [Link](#)
メリットや今後の課題も確認しよう
- **EVA素材とは？** [Link](#)
その特徴や使われる製品をご紹介します！



鳥瞰俯瞰ズームアウトな景色から、

➕ 社長へズームイン(古い)



社長から:

“没入”と 没入の向かう 場所

:終わらない

エモーショナル・インテリジェンスの話

岡畑 典裕

➕ 1) 没入:

没入できるって、すごいこと。

例えば①:この弊社の土木、交通インフラ取り組み俯瞰イラスト↑。ゼロからのスタートでしたが、この2年間の没入で、それなりの知見と勘所を掴めた気がします。

例えば②:この原稿やONL編集。脱線迷走／無駄な調査読書を繰り返し、あっという間に幾つもの週末が潰れていく(笑)、幸せなTHE“没入”仕事。

没入とは、「よっしゃ」とさえ思わずに、何時間でも深く掘っていけること。好きとか得意なことだと、没入しやすいけれど、トリガー次第で、いろんなことに没入できるようになるとさらに強い。

知的好奇心は、没入のサブセット：知的好奇心の幅＝没入の幅。未知であろうが面白いと思えたら、没入可能！「得意と仕事を近づけると強いぞ」という話でもある。

せっかくの没入を、成果に繋げるのが経営。さかながない場所で没入しても釣れないし、ONL41的に言えば、さかながいても、競合(＝もっと没入できる人)が隣にいたら、やっぱ釣れない。

安宅和人さんの名著「イシュー本」の、脱“犬の道”にも近い。掘る穴釣る池(没入先)はちゃんと選べ。ちなみに、安宅さん新刊『「風の谷」という希望―残すに値する未来を作る』は没入度も本の厚さもかなりヤバイ。“目次と巻末資料、出典・参考文献、索引”だけで、知的好奇心のトリガーを引きまくるハイテンションな良著です。

没入が、**さかながいて競合がいない場所**に向かえば、釣果＝成果はおのずとついてくる。

2) 没入の競争戦略： └ 強い没入を向かわせる場所

A 没入の組み合わせで、
強い没入＝競争優位を作り出すこと

B 強い没入を、お客さまの課題解決に繋げること

没入の競争戦略を考えるため、**一旦ズームアウト。よっこらバルコニーに登ってひと休み、俯瞰目線・外的視点で自分たちの取り組みをぼーっと眺めてみると**、新しい気づきは多いものです。近くにある成果の上がりそうなビジネスチャンス(low-hanging fruits)を平気でスルーしながら、その隣で、現場が頑張っているからという内的視点で、“レッドオーシャンに丸腰、インパール作戦”な取り組みが繰り広げられていたりしませんか？

マンガーとの妄想やり取り

マンガー：「失敗するとわかってる場所には、
絶対行くなよ」



“All I want to know is where I’m going to die, so I’ll never go there.”

岡畑典裕：「失敗するとわかってる場所＝競争優位なき没入、撲滅します。希望なき戦いでは没入も続きませんから」

マンガー：「“才を求めるより、愚を避けよ”、
“be consistently not stupid”だ、
よー覚えとき」



“It is remarkable how much long-term advantage people like us have gotten by trying to be consistently not stupid, instead of trying to be very intelligent.”

岡畑典裕：「凡ミスを潰す。low-hanging fruits
を刈る。それだけでまだまだ伸びます！」

弊社の競争戦略的に筋の良さそうな没入先、といえば、
化学品事業のインド展開。来年は**Okahata India**
設立と、HPCI India 2026にブース出展！ [⇒Link](#)

韓国×中国×日本でのニッチ化粧品原料ノウハウか～ら
～の～、30年来のパートナーBlack Roseがいるイン
ド市場への“没入”。刈り取りは随分と先になるでしょう
が、没入するに値する、楽しい展開→今頃、坂出川野
がインド没入出張中。

没入→俯瞰へ

③ 岡畑興産の仕事：

道のりは長く、関係者は多い故、
ポシャるリスクもね～。

俯瞰しても(見たいものしか見ない僕らが)、見逃すのは、

① 自分の立ち位置と競争優位性

お客さまのお困り度、競合に対しての自分たちの立ち位置と競争優位性。これを見誤ると、知らず知らずのうちに「インパール作戦」状態。現場が没入していればいるほど、見落としがちだからこそ、リーダーも一緒に俯瞰して“言いにくいを言うべき”案件。俯瞰視点で見れば、ただの凡ミス—— マンガーに怒られるやつです。

② 受注までの道のりの長さと、 関わる人たちの気持ちの揺らぎ

化学品はそもそも事前検証プロセスが長い。靴の新素材開発も数年越し。実際、採用実績なきスゴイ原料を売る仕事を進めていると、アーリーアダプターなひとりの勇敢なお客さまが、よっしゃオモロいと弊社提案を信じ、リスクを背負って、社外社内のたくさんの関係企業と部門の説得に奔走し、稟議を通す—— ここまでで1年。その後、サプライチェーン全体の確認や調整を経て、実発注までさらに1年。そんな仕事です。

道のりが長いということは、途中、誰かがNOと言い出すリスクも高い。だからこそ、堂々とリスクを探し対応すべき(なのに皆やらないよね)。担当のお客さまはノリノリでも、部門長が変化を嫌う方だったら?その先の大手企業さまがNOと言ったら?とにかく、直接会って聞きに行こう。熱量やズレ補正で超えていけるのか、そもそも無理筋なのか。マイナス情報ほど、早く知りたーい!

脱線
②

没入からサプライチェーン各社を巻き込んだ、 「佐藤の匂わない話」

某プラ設備大手A社さまのマテリアル・リサイクル・ループを実現するプロジェクトが軌道に乗りそうです。

A社さまに加えて、廃プラ回収会社さま、粉碎工場さま、リサイクラーさま、プラ成型メーカーさま、花王さまとの連携が必要な中、**各社各様な気持ちやインセンティブの揺らぎ**をまとめ切ったのは、佐藤の“没入”と巻き込み力。この「佐藤の匂わない話」プロジェクトは、佐藤の知的好奇心xお客さまの熱量が相まって、いつの間にか企画提案書がv21(いやもっとか)まで唸り上がってたTHE没入仕事。ONL43で取り上げますので、乞うご期待!

④ “気持ち・インセンティブマップ”： └ エモーションとインテリジェンス

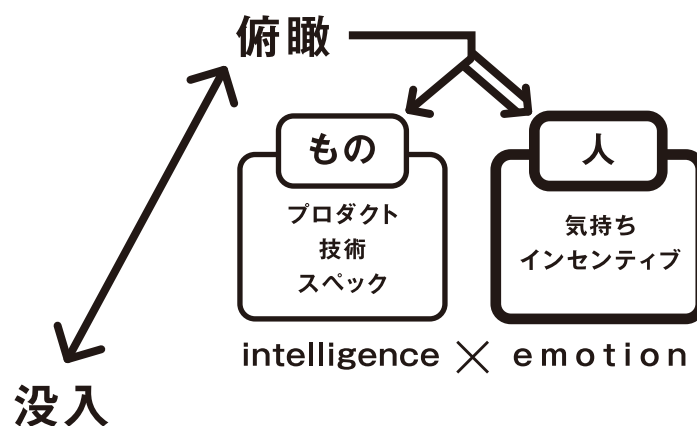
■ 決めるのも人、止めるのも人：

行動心理学的には、人間は「決める」より、「止める」方が得意だったりする。

■ 「誰得？」と問うマップ：

道のり長く、関わる会社も多いとなると、ポシャリスクも高め。心配症なワタクシは、心配しても仕方ないので、決定に関わる人の気持ちやインセンティブを書き出します。

俯瞰して、組織図や名前を眺めながら、「このビジネスは誰得？」と問いながら、[得、得なし、ニュートラル、知らない] を書き添えていくだけで、“気持ち・インセンティブマップ” 完成(大袈裟(笑)、実はただのメモ)。



担当のお客さまのことは分かっていて、上司の方、所属組織の意向、その先の関わる会社さまの考え等々、意外に[知らない]が多い。近くに[知らない]が多いと、“失敗しそうな場所” 行きの悪い予感。今すぐ会いに行きましょう。。。

■ エモーション + インテリジェンス =エモショナル・インテリジェンス：

プレゼンをビシッと決めるのがインテリジェンスだとすれば、決める人たちのエモーションも押さえるのが、エモショナル・インテリジェンス。相手が欲しいスペックを考えるのがインテリジェンスだとすれば、相手が何に喜び／得を感じるか、気持ちサイドの損得勘定を考えるのが、エモショナル・インテリジェンス。

インテリジェンス（例：正論で正面突破）だけでも、エモーション（例：とにかく気に入られる）だけでもダメ。合理と気持ち、インテリジェンスとエモーションの両方を拾わないと、道のり長い原料販売は成り立たない。

「**大事なのは“気持ち”と“仕事”、両面での損得勘定。**仕事は当然として、“**気持ち”サイドの損得勘定**=“よっしゃ岡畑興産のために一肌脱ぐか”とっていただけるか」(ONL41号)

皆、気持ちサイドの損得勘定は後回しにしがちですが、決める人／止める人の（気持ちの）所在くらいは、先に知っておいた方がいいと思うんだよなあ。先に気持ちマップ（メモ笑）を書いた方がいい。

■ 次の次の次を読む：

俯瞰→マップ上でポシャリそうな（後戻りできない）所を見つけ→先に手を打つ

次の次の次を読む、なんて難しそうでいて、気持ちマップを書くだけで出来ること。

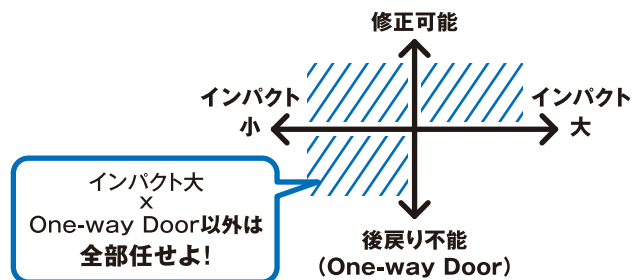
気持ち・インセンティブマップが書けないうちは、思考ではない。ビジネスにはなり得ない。

（このマップの元ネタは、大昔受けた日本IBM新人研修。
Thank you, IBM Japan）

社長のマトリックス好きは、 俯瞰癖／失敗恐怖症から来ている

ワタクシの「書いてみよう」癖（だから会社はホワイトボードまみれ）、なんでもマトリックス化する癖（よくイジられます（笑））は、俯瞰癖、もっと掘り下げると、失敗恐怖症（fear of failure）から来ている、はず。「そんなうまくいくはずない」「どこかに見落としがあるはずだ」ってずっと思っているの、不安に駆られて俯瞰する。

マトリックスといえば、先日富山経営合宿で熱く語ったのは、“任せ方についてのマトリックス”（元ネタはお馴染み、「スケーリング・ピープル」）。



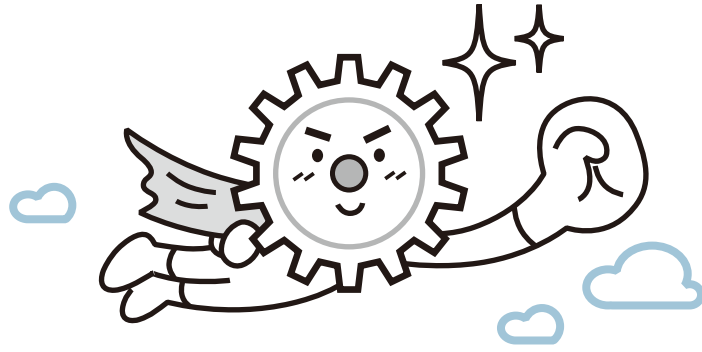
5) シン・岡畑興産は、

キレッキレの歯車になりたい：

└ 没入俯瞰を爆速で回す、
エモーショナル・インテリジェンス

坂出曰く、化学品事業約50名のうち、4割は2021年以降の入社。全社的にもきっと同じ（雑）。昔の岡畑興産を知らない＝現状維持バイアスに引きずられない、頼もしいシン・岡畑興産のシン・“没入びと”たち。

カッコつけて俯瞰しちゃうと、日本が不得意とする「自らの手で、ゲームのルールを作り上げる」ことを、日本経済の隅っこで続けてきた小さな自負もある。さらに俯瞰すれば、僕は、お客さまを中心としたサプライチェーンの中で、キレッキレの歯車になりたい。「この歯車入ると、周辺の動きが良くなって、機械全体の調子がめちゃ良くなるですよ～」と言われたい。



歯車？ そう、歯車。お客さまのイノベーションになくてはならない、とびっきりのキレッキレの歯車、戦略的歯車（笑）を目指します。

キレッキレの歯車として、今日も明日も没入と俯瞰を行ったり来たり。組織一体、爆速で視点を切り替え、凡ミスを潰し、エモーショナル・インテリジェンスを発揮して、今日もあの人に会いに行く。没入→俯瞰→没入、その往復を繰り返す訳であります。

ボーナス：

岡畑典裕：「実は、エモーショナル・インテリジェンスにも、マトリックスがありまして、縦軸が没入、横軸が俯瞰で。。。。」

マンガー：  ええ加減にせえよ （とマンガーの声が聞こえるようです・笑）

岡畑典裕：「お後がよろしいようで、ワタクシの没入に最後までお付き合いいただき、ありがとうございました。」

参考／没入した書籍たち

『失敗の本質 ― 日本軍の組織論的研究』

著：戸部良一・寺本義也・鎌田伸一・杉之尾孝生・村井友秀・野中郁次郎

初版：ダイヤモンド社（1984）

／文庫版（中公文庫 新装版）：中央公論新社（2024）

『CURIOUS ― 子どもは40000回質問する』

著：イアン・レズリー／訳：須川綾子

単行本：光文社（2016）／文庫版：光文社（2022）

『RANGE〈レンジ〉 知識の「幅」が最強の武器になる』

著：デイビッド・エプスタイン／訳：東方雅美／解説：中室牧子

日経BP（2020）

『「風の谷」という希望 ― 残すに値する未来をつくる』

著：安宅和人

英治出版（2025）

『スケーリング・ピープル 人に寄り添い、チームを強くするマネジメント戦略』

著：クレア・ヒューズ・ジョンソン／訳：二木夢子

日経BP（2025）

■ 編集後記

ヒートアイランド・練馬

(社内報Gazette2025年9月号より転載)

もう9月半ばだというのに、相変わらず猛暑が続いています。気象ニュースを見るたびにうんざり、買い物もなるべく日が沈んだ頃に行くことにしています。昔は「黄昏時」(誰ぞ彼どき)なんて粋な言葉で表現され、団扇を持ってそぞろ歩き……といったところでしたが、今はひたすら必需品を買って家に帰り、速攻シャワーを浴びるのが習慣になってしまいました。私の住んでいる練馬は東京23区内ですが、NHKの気象ニュースの地図を見ると、練馬は東京の隣に別枠で書かれており、友人からは「練馬って東京都じゃないよね」とよく言われます。何故練馬は別枠なのか。それは練馬が東京23区の中でほぼ、というかいつも「最高気温」を記録するからです。何故練馬はそんなに暑いのでしょうか。それは湾岸に林立した高層マンションによる「ヒートアイランド現象」によるものだと言われています。ちなみに練馬区にはタワマンらしきものは、ほぼ見当たりません(一番高いのは練馬区役所でしょうか)。

TBSアナウンサーの安住紳一郎氏が8月3日放送のラジオ番組「安住紳一郎の日曜天国」で、「むちゃなこと言ってる」と断りつつも「私が都知事になったら、湾岸の高層マンションは全部解体して風の通り道をつくる」「港区に田んぼを作る」と発言し、反響を呼びました。

安住氏の言う「風の通り道」は、ドイツのシュトゥットガルト市の都市計画で採用されたもので、内陸部の街を呼吸させるという発想から幅100mの緑地帯を設けたヒートアイランド対策です。日本でも湾岸開発計画が始まろうとする2008年の東京都「環境基本計画」の中で初めて「風の道」という言葉が使われました。東京は海に近いことから「海風の道」を作り内陸部に涼しい風を通そうという構想で、以降「風の道を活用した都市づくり」など、ヒートアイランド現象緩和に対する立派な都市づくりガイドラインが何度も作られています。ところがヒートアイランド現象緩和どころかドンドン、ドンドン高層ビルが湾岸地域に立ち始め、今では「100年に一度の再開発」と銘打ってステレオタイプのタワマンと商業施設が各地で作り続けられており、もはやヒートアイランド現象緩和も温暖化対策も片隅に追いやられてしまっているように感じます。

「風の道」か～、「街の呼吸」か～、何と美しい言葉だろうと思いつつ、気象ニュースの「練馬」の文字を見るたびに、国連のグテーレス事務総長の言葉「地球温暖化の時代は終わり、地球沸騰化の時代が到来した」が脳内を駆け巡ります。加速する温暖化と林立するマンション群から生じる熱風の滞留による「東京で一番暑い区・練馬」。そこで営み続けている東京都唯一の牧場や味噌蔵、近くの農家の新鮮野菜は、100年後、いや10年後には消滅しているかも知れません。(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10月7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
2025.10.7 / Issue 042

© 2025 オカハタとアイデアと