

事業報告書【第70期】

2020年1月1日～2020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.	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	
◎2021年度の経営組織	10
◎資料	11
■売上高の推移	
■経常利益の推移	
■社員数の推移	

株主の皆さまへ

2020年は、中国張家港の受託製造事業からの撤退、靴事業部の建て直し、そして、非接触社会での専門商社の存在価値の模索に明け暮れました。模索のはじまりは、対面で会えないからこそ、新たな繋がり方を！ との思いで取引先様にお届けし始めた“OKAHATA NEWS LETTER (ONL)”から。5月創刊号のジャック・アタリの“ポジティビズム”から始まり、クライフ、3倍コミュニケーション、ヴィーガンレザー、オンライン展示会を経て、岡畑興産はYou Tuberとなり、24時間営業を始めるまでに至りました。毎日打席に立ち続けた結果、商社営業のデジタルな引き出しを増やすことができ、非接触社会での専門商社ならではの“お役に立ち方”が、少し見えたような気がします。ONL バックナンバーは、<https://okahata.wixsite.com/oksite/onl>をご覧ください。

化学品事業では、辰科化工（張家港）有限公司（CCC）の閉鎖を決断いたしました（事業撤退は進行中ですので、詳しくは完全撤退を終えた後にご説明いたします）。多くの思いとエネルギー、お金を費やしたものの、道半ばに終わった事業撤退は財務的に大きな痛みを伴いますが、そこから見えたのは、我々のDNAと得意不得意。我々は根っからの営業集団、お客様とビジネスを繋げるために動き回ることに喜びを感じ、それが得意であったことは、2016年の社長就任からの4年間、岡畑興産と海外個会社の材料販売で約2億円の利益純増で実証してきました。化粧品や機能材分野の伸長、若い世代の成長、新しい組織文化作りの手応えも、決断の後押しとなりました。CCC閉鎖は原点回帰宣言。化学品事業は専門商社・材料販売業を徹底的にやり直し、新たな成長路線に踏み出すことを、ここに宣言します。中国での商社事業、中国市場への販売や中国品ソーシングも、今まで以上に注力して参りますので、引き続き、よろしく願いいたします。

フットウェア/靴受託事業は、以前からの経営課題に手をこまねいたまま、国内アパレル靴市場同様に大幅受注減に見舞われ、予見されたトラブルも回避できず、粗利が前年比1.1億円マイナスでほぼ半減。経営者としての甘さを痛感させられた悔しい1年でした。2021年の靴受託事業部は事業継続を賭けた勝負の年として、リーダーも経営スタイルも刷新。混乱期は、皆が同じスタートラインに立てる建て直しのチャンス。メンバーが失敗を恐れず、手数を打ちまくれる、時代に合った組織牽引を、若いリーダーに期待しています。材料販売（岡畑香港）は売上は落としましたが、NIKE向けは堅調に推移しており、フットウェア事業の成長部門として、日本人若手営業を1名増員し、人財投資を続けます。

2021年の新しい組織的チャレンジは、役員会直下の新規事業開発室の創設です。既存事業（化学品、靴）にカテゴラズされない化学品・素材からインスパイアされた新規事業の創出、NIKE向けのESG系新規材料の開拓を、岡畑興産のMr.フットウェアの瀧谷に託します。既存ビジネスの制約から解放され、顧問や外部の知恵もフル活用し、新規材料、新規事業の可能性、次の成長の柱探しを具体化します。

また、2020年3月から時差出勤×コアなしフレックス×在宅勤務体制を始め、5月から

は年2回5万円ずつのWEB営業×在宅勤務支援金の支給を開始しました。これは、働くこと、学ぶこと、場所、時間、全てをゼロリセットで見直す取り組みなので、用途は問いません。最終ゴールはひとつ、柔軟な労働時間の概念の中、どこに居ようが、お客様の役に立ち、チームの役に立つこと。社員一人ひとりが、新しい環境に合った新しい営業や働き方の形を、固定概念を捨て、デジタルをフル活用して考え直す機会になればと切に願っています（2021年はYou Tuber 手当もありかもしれません）。

2021年、VUCAのCはChaosだったと思わせるような混迷の日が続きます。毎日皆が同じスタートラインに立つと考えれば、我々のような挑戦者にとっては大きなチャンス。続けることこそが我々の武器だった2020年と同様に、本年も多少の空振りは気にせずに、打席に立ち続けます。

2021年も引き続き、岡畑興産グループをよろしく願いいたします。

2021年1月
代表取締役社長 岡畑 典裕

○2021年度 財務ハイライト			
○単 体		○グループ連結	
売上総利益	6.5 億円	売 上	183 億円
経常利益	2.4 億円	経常利益	4.2 億円
特別損益	-13.1 億円		
税前純利益	-10.7 億円		

○2021年成長ハイライト（グループ）		
海外材料販売	経常利益	1.4 億円
化学品材料販売	経常利益	2.6 億円

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3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】岡畑興産：機能化学品事業部/SPG（Specialty Chemical Group）

日本・アジアに販売する化学品事業の司令塔

【韓国】Okahata Korea Co., Ltd. /OKK (Okahata Korea)

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】岡興（上海）貿易有限公司/OKS (Okahata Shanghai)

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

2020年はコロナにより社会情勢と我々のビジネスを取り巻く環境が著しく変化しましたが、メンバー全員、変化を奇貨として捉え、攻めの営業を展開いたしました。化学品事業トータルの売上は、前年比89%の131億円となりましたが、逆境の中でも善戦し、数字には表せない将来に向けた「見えざる資産」も着実に築きつつあると自負しています。

国境が寸断したとも言える状況ですが、日・韓・中の拠点+インドパートナー（Black Rose）と連携できる強みを活かし、“人は動けずともビジネスを動かす”という考えに徹し、WEBを最大限活用し、“情報の質と量”を最大値に引き上げるべく活動してきました。

Okahata Korea、岡興（上海）では、2020年より現地生え抜きのリーダーが組織運営の舵を握ることになりましたが、コロナ対応で先陣を切る日本に呼応、ベクトルを合わせてビジネスを推進することができました。これら有事になし得たアジリティーは今後の財産になると信じています。

各拠点で共通にビジネスを展開する香粧品分野は、メイクアップ領域で苦戦しましたが、開発テーマの刈り取りが進み、グループで売上20億円（前年比109%）をあげることができました。現在取り組んでいる開発は、天然由来成分はじめコロナにより社会的ニーズが高まった洗浄剤・消毒剤向け原料など、ESG視点での開発が主流となってきています。

2021年は、ESGと事業成長の両輪を回す経営を行い、今を常態と捉え、WEBとデジタル+従来型の営業手法のハイブリッドで、さらなるサービス向上を図っていききたいと思います。

中国受託工場の閉鎖を決定した今、顧問、フットウェア事業、新規事業開発室との連携やWEBデジタルコンテンツ展開から新たな発想を生み出し、化学品事業のフィールドから新たに始まる“ひと味違う何か”を探求していきます。

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日本のお客様、メーカー様を中心に、韓国、中国、インドといったアジアの優良メーカーとの相互取引を行っております。

2020年を振り返ると、4年続けてきた機能化学品事業部の粗利ベースでの増収増益が止まり、忸怩たる思いはありますが、営業利益ベースでは増益を死守できました。コロナを逆手に新たな仕掛けを続ける中で、組織・個人の専門性・営業力の成長の手応えを感じられた1年でもありました。

業績としては、ディスプレイ関連商品がタブレット需要増の後押しにより、前年比15%増と大きく伸張しました。色素関連、特に衣料繊維染料や感熱色素、自動車に絡むゴム原料分野は苦戦し、前年比30%の減益となりました。スキンケア素材に特化した化粧品原料は、堅調に推移しました。事業部の売上は84億円（前年比87%）となりましたが、営業利益は、増益を守ることができました。

営業活動においては、“コロナを言い訳にしない”を合言葉に、3月からWEB営業や在宅勤務を常態と捉えて、バージョンアップを繰り返した結果、“不自由”と思いがちな非接触社会をむしろ“チャンス”としたことで、メンバー一同、お客様との「接点」を激増させることができました。

また、「ケミカル・マテリアル2020 online」に出展したことも大きな転機となりました。デジタルコンテンツを持たない丸腰からのスタートだったものの、Zoom画面を使った会社紹介動画や、生分解性カプセルなどのESGに訴えるデジタルコンテンツを超速で準備し、2000名以上の方にオンライン来場いただき、多くの面談につなげることができました。WEBを通したお客様とのコミュニケーション、動画発信のハードルが下がり、今では、化学品事業YouTubeを定期アップするまでに至っています。

人財育成についても、継続投資しています。営業マインド育成を目的に、幹部社員及び若手社員の月一勉強会を継続し、特に若手勉強会ではNLP理論（Neuro Linguistic Programming/神経言語プログラム）を通して、目標達成マインドの醸成、VUCAの環境下における変化耐性、メンバーの当たり前の基準が上がってきたことを実感しています。フィリピン語学研修はオンラインに切り替えて実施、インド・プロジェクトなどの海外ビジネス推進が加速することを期待しています。

2021年も、我々のありたい姿である、お客様の「ナンバーワン・パートナー」を目指し、今期の事業部キーワードを超高速「試行錯誤」としました。「試行錯誤」の前に超高速をつけた意図は、昨年身につけたITリテラシーをフル活用することで、これまでの「時間」や「場所」の概念を超越したいとの思いです。

2021年も超高速「試行錯誤」の岡畑興産・化学品事業部をよろしく願いいたします。

2. Okahata Korea Co., Ltd. (林 正圭 社長)

2020 年は、主力の香粧品分野が牽引し、売上は 326 億ウォン（前年比 100%）と前年並みの実績を上げることができました。

香粧品分野ではコロナの影響で急成長したハンドソープなどの洗浄剤市場で新たなビジネスを作り上げ、売上は 131 億ウォン（前年比 113%）となりました。また、伸長している衛生関連市場へ対応するため、日本、中国、そしてインドのパートナーと協業し、殺菌剤、増粘剤、洗浄基剤などの開発に着手しています。逆境を逆手にとった新たな取り組みは、価値ある経験となり、今後の成長が楽しみです。

油脂分野は、洗浄剤市場拡大による洗浄基剤向け高級アルコールの販売が増加しましたが、樹脂安定化剤向け販売が落ち込み、売上は前年比 91%となりました。

機能性材料分野では防腐剤の中国向け輸出及び繊維用撥水剤（コロナ防護服向け）、塗料向けの乳化剤の販売増加で売上は前年比 140%と伸張しました。また、韓国市場での食品包装素材変更（PVC→PE）の機会を捉え、PE 向け帯電防止剤の開発にも着手しています。

今後の成長分野(DF)と位置づけているのが、食品分野と電子材料分野での開発です。食品分野は、2020 年にヒアルロン酸が採用となり、最注力している機能性乳化油脂は食品大手への実績化が目前に迫っています。電子材料分野は、韓国での生産拠点を求める日系顧客のニーズに応じ、最適な受託先の選択、そして原料調達など、受託コーディネートを日本と連携し進めています。中期目標として、2024 年にこの 2 分野で売上 80 億ウォンを目指し、OKK としてさらなる成長を目指します。

本年も国内外の取引先との対面接触が難しい状況が続きますが、WEB 会議システムなどを有効に活用し、コロナ下においても韓国に拠点があり、ローカル企業以上の“パリパリ”（韓国語）なスピード感を感じていただける営業活動を実践していきます。

3. 岡興（上海）貿易有限公司（徐 黎文 総経理）

2020年はコロナ感染拡大により、3ヵ月間、ほぼ中国全土でロックダウン状態となり、暗雲立ちこめました。早期に回復。今では取引先とも普通に対面商談ができる状態となりました。

日本での衣料繊維分野の落ち込みなどにより、既存のソーシングビジネス（日本向け輸出）は前年より大きく減少しましたが、組織強化は着実に行うことができました。2020年より、日本で営業経験を積み、化粧品分野にも強い中堅中国人スタッフが赴任。日中双方のビジネス文化を理解した戦力がうまく噛みあったことで、日本のお客様に対する新しい原料の提案力やサービスの質は着実に高まってきたと自負しています。

中国国内販売に関しては、化粧品分野において、日本、韓国との連携が功を奏し、売上（1,700万元）は過去最高を記録。現地原料調達を本格的に始めた韓国系化粧品大手2社への販売が拡大したことが大きな要因です。日系、韓国系会社の現地原料ニーズに合わせて、弊社及び日・韓の営業と連携し、最適な原料提案を行う姿勢と専門性をご評価いただいた結果だと感じております。

新たな開発として医薬分野にもチャレンジしています。お客様での認証作業等も着実に進んでおり、2021年度中には少量から販売が立ち上がる見通しで、中長期的な成長に寄与する取り組みとなっています（2024年売上目標1,000万元）。

中国本土は、コロナの影響は限定的で、弊社スタッフも中国国内を自由に飛び回って活動しております。日本との人の往来が難しい今だからこそ、“日本品の中国市場販売”、“中国品ソーシング”で我々の存在価値を存分に発揮することができる信じ、本年も邁進したいと思っています。

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@台中/台湾)
2. 靴受託事業部：岡畑興産（大阪、東京）、台湾岡畑（OTW@台中/台湾）

海外個会社の 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に拠点を構え、人工皮革製品を中心に、日本の誇るハイエンドな機能素材を世界各国に販売しております。靴受託事業部は日本国内ブランド様向けに、営業の岡畑興産、品質生産管理の台湾岡畑股份有限公司の2社体制で行っております。

2020年、全世界的にヒト・モノ・スポーツの動きが止まった結果、靴商品の需要が激しく落ち込み、靴生産足数の低減、新規企画の見送りと、負の連鎖の中で、NIKE 向け材料販売 OKHK では、売上は前年比6割強に落ち込み、日本市場向け靴受託は受注半減、フットウェア事業は大きな苦戦を強いられました。

苦戦の中でも光明を見出しているのは、靴材料販売の OKHK です。売上減でも収益は確保、主要顧客の NIKE 社は年間6億足以上を販売、直近四半期レポートでも売上高を前年同期から大幅に伸ばしており、材料販売事業は、まだまだ成長余地の大きい主力事業として位置付けております。

一方、日本国内市場向けの靴受託事業は受注半減、拠点と組織スリム化も間に合わず、大きな赤字を計上。20年後半より、事業継続を賭けた組織改革に着手し、事業の原点、「強みのカード」である材料提案力と、ギアに近い靴作りこそが、我々の「見えざる資産」と捉え直し、“岡畑ならでは”の靴受託事業への変革は、数量を追わず、ニッチ分野のお客様の“こだわりを形”にするための最良のお手伝いができるプロ集団と位置付けし、事業改革を進めていきます。

2020年の事業全体業績は、売上35億円（前年比66%）と大幅減となりましたが、材料販売商社として、材料を通じて靴ブランドのお客様が困っていることを解決し、企画構想を最短距離で実現する先導役、ナンバーワン・パートナーとしての地位をより強固なものにしていきます。

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

当社の事業の基軸は、帝人コードレの人工皮革、機能性ポリウレタンフィルム材料及びその他機能性材料を Nike はじめグローバルスポーツブランドに販売することです。19年より、アッパー材料以外の靴材料販売も始まり、靴材料のトータルソリューションカンパニーとしての一步を踏み出し、靴材料なら“OKAHATA”へ、という認知をさらに高めるべく、引き続き多様な機能材料の販売提案を続けています。

2020年、NIKE 本社（通称キャンパス）も出社制限がかかり、素材を触りながらのクリエイティブな対面型営業はできなくなりましたが、米・台・日、世界中の生産拠点とのバーチャル会議は、従来から実践しており、オンライン化された「Material Show 2020」にも出展し、積極的にお客様との接点を繋いできました。主要なお客様とはサイバースペースを共有、デジタルコンテンツを通じた製品紹介、情報交換を実践し、非接触社会においても、お客様がお困りの際には必ずお声がけいただける分厚い信頼関係を築いていると自負しております。

コロナ抑え込み先進国、対面営業が可能な台湾に営業拠点を置く強みをフル活用し、北米ブランドの台湾開発拠点に積極的に対面営業を仕掛け、生産足数・企画数が減少する中でも、競合他社より一歩先行く営業でシェアアップにも成功しました。今後も続く非接触社会に適応し続けるため、在宅勤務のNIKE 社クリエイティブ職の皆様は“WOW”という感嘆と共に、思わず OKAHATA に連絡してしまうような動画コンテンツ営業も仕掛け、未曾有の社会激変の中でお困りのお客様にそのプレゼンスをより感じてもらえるようなチャレンジを続けて参ります。

2021年は主要扱い製品供給元である帝人コードレのベトナム生産も本格的に立ち上がり、販売代理店として、大きな期待と重責を実感すると共に、日本人営業パーソンの北米常駐ほか、営業力の拡充を計画どおりに実行に移して参ります。

先の見えない今だからこそ、靴材料販売事業に専念してきた“Shoe Dog”である弊社の先導的役割が活きる、お役に立てる環境と自負しています。お客様がお困りの際には常に OKHK に振り向いてもらえるよう、頼っていただける会社として成長させていく所存です。

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）

弊社受注足数は年々減少し、20年は40万足（18年比30%減）となりましたが、これは、元々の市況悪化にコロナ不況が重なった受注減ではなく、市場変化に適応できなかった結果と受け止めています。これを機に、“なんでも受託”という全方位受け身営業を見直し、「靴素材の力で、こだわりを形にするお手伝い」を、当事業の生業と再定義し、靴受託事業をリスタートさせます。

一見厳しい市場環境でも生活スタイルの潮流変化、消費者嗜好の細分化に合わせて、自分たちのスタイルやイノベーションを追求するお客様は多くおられます。これら潜在需要の掘り起こしを能動的に行う営業スタイルを貫くために、新しいリーダーシップの下、“くつナビ”ブログ、You Tube・コンテンツ SEO を徹底したデジタル・マーケティングを開始。変わりゆく市場環境に適応できる新しい営業スタイルを見出し、“靴素材の力でこだわりを形にするお手伝い”をブランド様からご評価いただき、将来的に安定収益の出せる組織に変革させていきます。

国内個会社（奥本道宏 社長）

国内個会社は、以下の3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

【和歌山】紀泉ターミナル株式会社

倉庫業

1. 岡畑織化株式会社

2020年度はコロナの影響を大きく受け、約15%の減収減益となりました。主力の染色加工業の急激な業績の落ち込みが大きな要因ですが、現状においてもコロナは第三波として猛威をふるっており、今後の見通しが全くたたない状況となっています。また営業活動においても、お取引先訪問や対面自粛などが制限されたことも従来にはなかったことでした。年末には一部の主力仕入先メーカーが採算是正の名目で生産品目の中止や値上げを打ち出し、ユーザーに混乱が生じております。

今後メーカーの撤退、ユーザーの廃業、倒産等、何が起こっても不思議ではありませんが、当社は地域密着という従来の方針を貫き、厳しい逆風の中でも顧客のニーズに応じて信頼を得るように日々実践していきたいと思っております。

2. オカハタ東海株式会社

2020年度は対前年比増収減益となりました。電子部品関連は、5G対応、引籠り需要等、一部に回復傾向が見受けられますが、一方で、コロナ感染拡大の影響で、自動車、建材等、様々な業種での需要減少の影響を受けました。

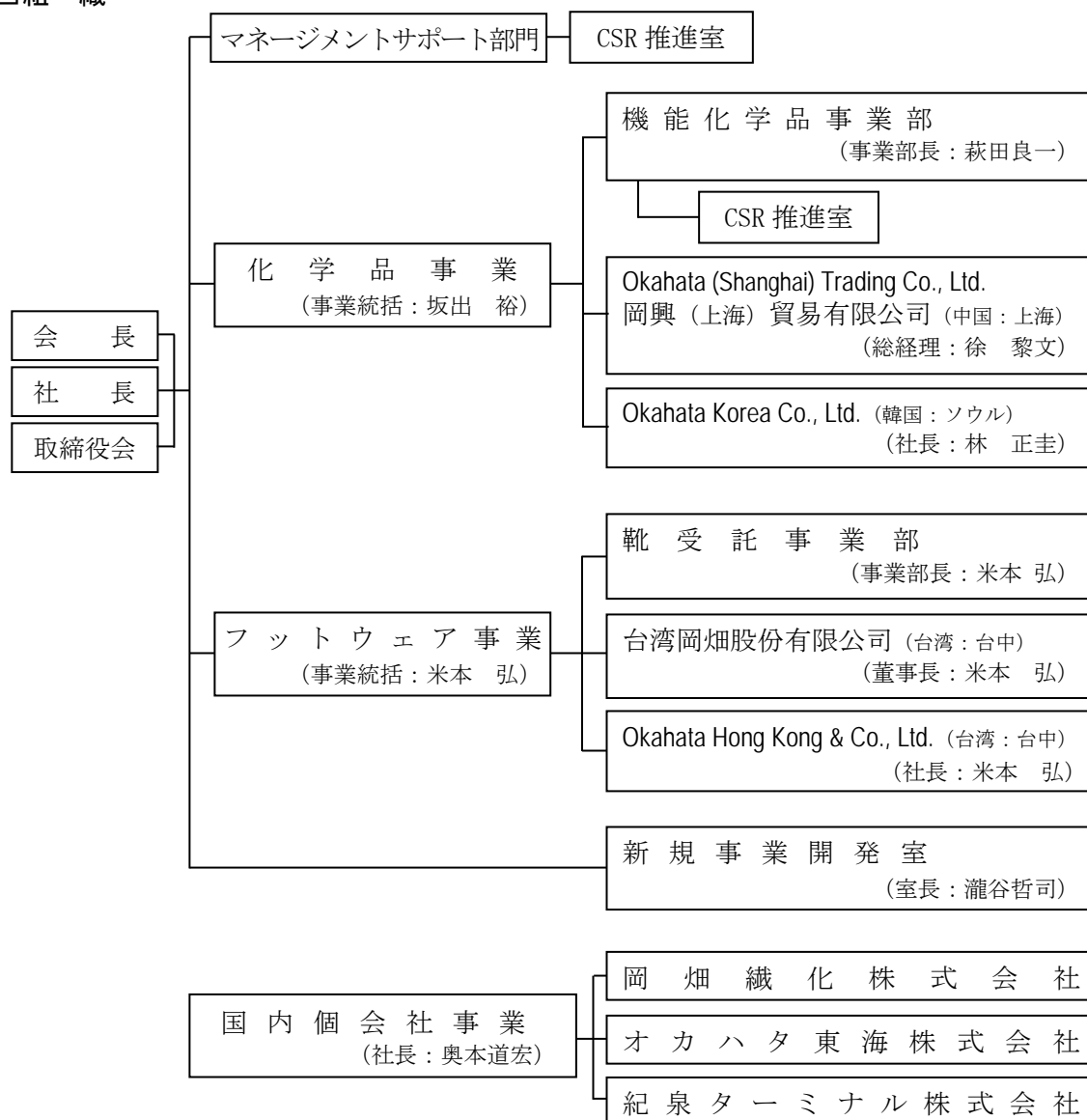
2021年度も引き続きコロナの影響を受けるものと思われませんが、特に自動車や建材等の分野で大きな環境変化が起こると思われれます。その中で2021年度当社は他業種などにも注力して新規得意先の開拓に取り組み、東海、北陸地区を中心に、環境にも配慮した技術型の提案営業に徹して得意先に貢献したいと思っております。

■2021年度の経営組織

□役員

取締役会長 岡畑精記
 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



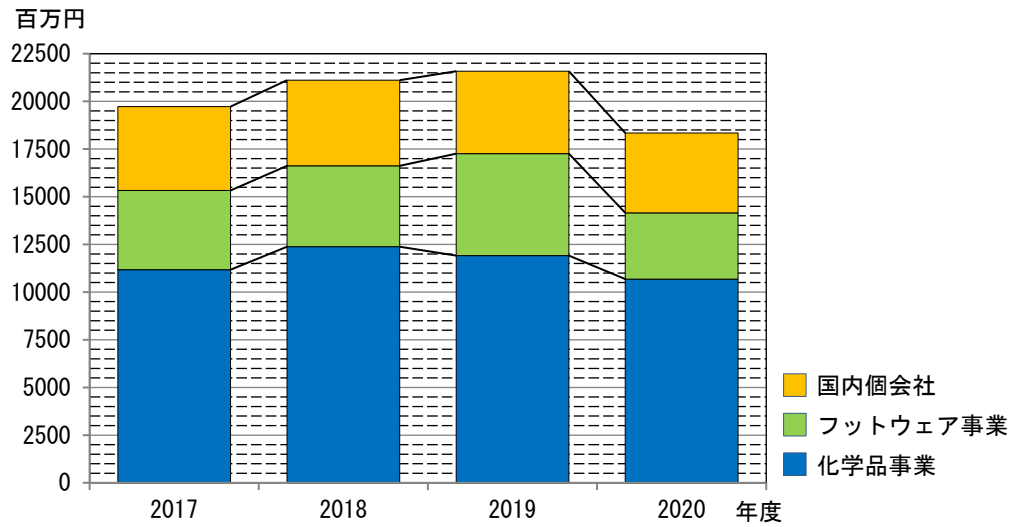
□社員数 (2020年12月31日現在)

国内2支店 (大阪・東京)	39名
海外個会社 4社	49名
国内個会社 3社	16名

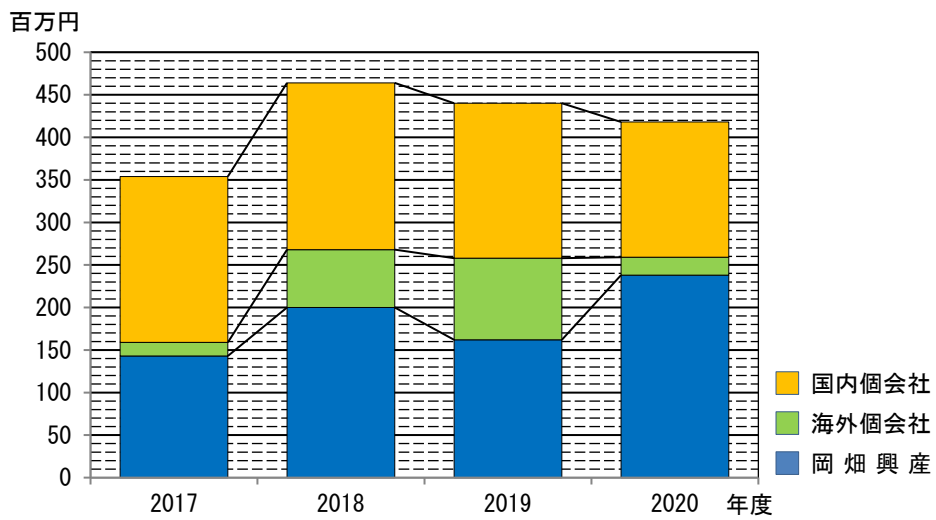
資料

◇売上高の推移

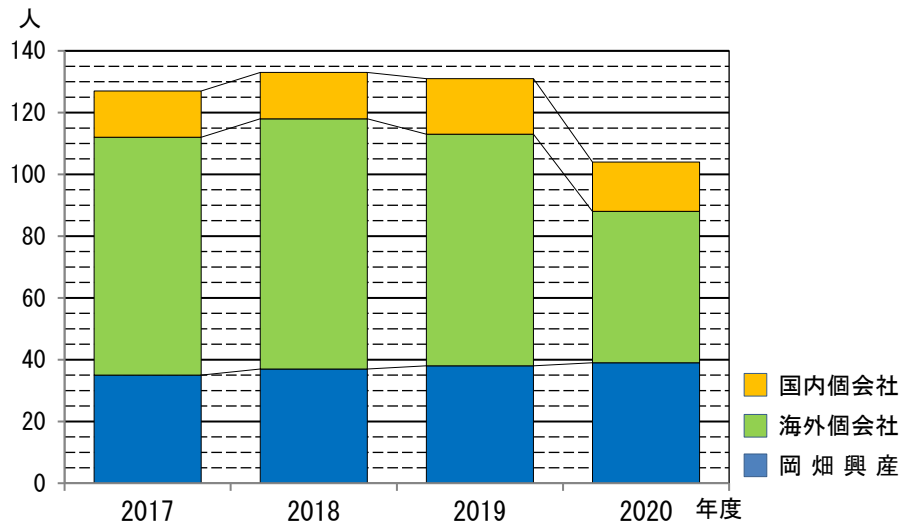
(単位：百万円)



◇経常利益の推移



◇社員数の推移



●
2021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
〒542-0082 大阪市中央区島之内1丁目5番6号

●

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>