

HOTIA CARPET

2020-2021



VISION

カーペットを 日本の文化にする！

堀田カーペットは、1962年に大阪府和泉市で創業して以来、職人とともにウールのウィルトンカーペットのものづくりと向き合ってきました。

1980年代には新築住宅の床面積のうち20%程度あったカーペットの暮らしが、現在はその1/100、0.2%にまで減少してしまいました。同時に、大阪泉州のウールカーペット産地でも、当時約400台動いていたウィルトン織機も現在では約20台程度まで減少。日本においてカーペット文化は途絶える寸前にあります。

私たちは、日本にもう一度、カーペットの文化をつくることをビジョンとしています。

私たちは、技術を習得し、お客様にカーペットの気持ちがいい暮らしを伝え共有し、未来に伝達されていくカーペットの文化をつくります。

そして日々のものづくりに誇りをもちながら、ものづくりの楽しさや美しさ、何よりカーペットの気持ちがいい暮らしを、未来につなぎます。

MISSION

カーペットの「気持ち良い暮らし」を伝えること

カーペットを文化にしていくためには、カーペットのことをより深くお客様に伝えていく必要があります。そのために、堀田カーペットはカーペットを選ぶ人、使う人とのコミュニケーションを大切に、カーペットの気持ちがいい暮らしを日本中に広めていきます。

カーペットの「ものづくり」を維持発展させること

堀田カーペットはメーカーです。弊社の価値は、「新しいものをつくり続けること」にあります。日々のものづくりに向き合いながら、新しいものづくりにチャレンジしていくことを忘れず、産地一丸となって取り組みます。

カーペットを身近に「選び買える環境」をつくること

物を購入する環境は大きく変化していますが、カーペットは今でも「どこに買いに行けばよいのか？いくらで買えるのか？」という簡単なことが、とてもわかりにくい商品です。お客様にカーペットの知識を共有し、身近に楽しく買っていただける環境をつくることを目指します。

インテリア業界で「一番働きたい会社」をつくること

堀田カーペットが業界で一番働きたい会社になることで、カーペット文化の礎となっていきたいと思っています。そのために、社員一同で、良い企業文化をつくり、長期的に利益をうみだせる会社になります。



≫ HOTTA CARPET 2020

2020年を振りかえって

皆様のおかげで2020年、59期目を終えることができました。この場をおかりし、皆様に心から感謝申し上げます。

今年は、もともとオリンピックの開催が予定され、期間中はホテルやブティックの改装などは控えられる傾向にあったため、堀田カーペットにとっては厳しい年になることが予想されていましたが、それに加えコロナ禍が重なることとなり、非常に厳しい年となりました。

具体的には、生産量ベースでは、約50%減、売上ベースでも約30%減となり、堀田カーペットだけではなく、泉州カーペット産地にとって非常に大きなダメージとなりました。こういった外的環境の中、以下の取組を行ってきました。

1. 自社ECサイトオープン

弊社ラグブランドCOURTとDIYカーペットブランドWOOLTILEの直販を開始しました。弊社は「BtoCコミュニケーション、

BtoBビジネス」を基本戦略と位置づけていますが、COURT・WOOLTILEというブランドやECサイトは、売上以上にtoCコミュニケーションとしての役割を担っており、弊社ウェブサイトへのアクセス数は2倍以上、サイトからのお問い合わせ件数も3倍程度まで増えてきました。

また、「カーペットのことでわからないことがあればここを見ればわかる」ことを目標にしているウェブコンテンツ「Dictionary」も、月2回の更新を行い、徐々にアクセス数を伸ばしています。

2. オープンファクトリー実施

弊社では初となるオープンファクトリーイベントを11月に開催し、2日間で32組、延べ90名のお客様にご来社いただき、カーペットのもののづくり、ウールカーペットのメンテナンスをご体感いただくことができました。一番遠いお客様は東京から新幹線でご参加くださった方もいらっしゃり、お客様に支えていただいていることを、あらためて実感させていただいた2日間となりました。

本イベントでのもう一つの成果は、弊社職人たちが自分の仕事を直接お客様にご説明させていただき、彼ら彼女らがとてもいきいきと、本当に素敵な笑顔で、皆様をお迎えできたことです。正直なところ、「やる！」と決めたとき、これほど前向きに取り組んでくれるとは思っていませんでした。お客様にカーベットのことを知っていただくきっかけとなったことは大変嬉しいことではありますが、それ以上に、社員一人ひとりが自分の仕事に誇りをもって仕事をしているということを、私自身があらためて知るきっかけになったことは、何よりも嬉しい出来事でした。

3. 工場レイアウトの見直し

カーベット製織の前工程となるワインダーを、弊社本社工場3Fにほぼすべて集約し、生産効率をあげるとともに、これまでやりきれていなかった機械の整備も行うことができました。

本来当たり前のようにできなければならないことが、昨年までなかなか時間をとることができず、やりきれていなかった機械パーツの4S活動も実施し、予備パーツをリスト化することもできました。



2020年を振り返ると、ウィルトン織機を使ったウールカーベットを、未来に残していくことの難しさを感じさせられた年にもなりました。機械をつくっている会社はもうありません。ワインダーやその他織機用の消耗品も、買ってきてそのまま使えるものではなく、自社でつくることがますます求められてきています。分業制で成り立っているカーベットの生産ですが、協力工場の厳しい経営環境は今年ますます拍車がかかりました。

堀田カーベットに何ができるのか。このままで良いのか。という問いにより一層向き合わざるを得ない一年となりましたが、やるべきことをスピーディーにやっていくしかありません。2021年も前を向いて、一歩ずつ着実に進めていきたいと思っています。





HOTTA CARPET 2021 >>



2021年に向かって

2021年は、売上・生産量ともに、2020年を大幅に下回ると予想しております。2019年にはバブル崩壊後最高売上となりましたが、2021年はバブル崩壊後最低売上になってしまうと思います。

堀田カーペットとして、これからの2年から3年をどう乗り切っていくのか、まさしく正念場となります。2021年ローンチに向けて、すでに多くのプロジェクトがスタートしています。

1. woolflooring Tile新商品発表

woolflooring Tileは2008年に発表し、5回目の新商品発表となります。2018年からサイズを50cm×50cmから60cm×60cmに、バックキングを不織布からウレタンに変更し、施工性、踏み心地、おさまりの改善に成功しました。2021年は、はじめて「柄物」に挑戦しようと思っています。これまでの無地商品に加え、新しい感性を刺激する商品になる予定です。

2. WOOLTILE新商品発表

2019年に新ブランドとして発表したDIYカーペットのWOOLTILEですが、第2弾の新商品を2021年上旬にはローンチする予定です。東京日本橋浜町にあるHAMACHO HOTELのコンセプトルーム、「Tokyo Craft Room」とのコラボレーションで、デンマークを拠点としたデザインスタジオの「All the Way to Paris」との商品開発を進めています。

3. 新プロジェクト発表

私たちは、カーベットのものづくりや、カーベットの暮らしを伝えていくことに日々向き合う中で、様々な人やモノに出会います。その中にはカーベットには直結しませんが、埋もれさせるにはもったいないものがたくさんあります。こういったものを具体的なプロダクトとして発表するプロジェクトを予定しています。カーベットは、お客様が実際に買い求めになるタイミングは一生のうちでも数回しかありません。「カーベット」というコンタクトポイントだけではなく、堀田カーベットが持っている様々なリソースを使って、弊社のことを知っていただくきっかけをつくるプロジェクトになります。来年3月ごろを目標に、プロジェクトの概要や商品を発表しますので、どうぞご期待ください。

4. 在庫管理システム導入

DXという言葉がバズワードになっている中で、なかなか進めることができず、まだ手書きで管理していた在庫管理を、システム化していきます。将来的には、弊社ウェブサイト内にアクセス制限を設けた上で公開することで、在庫問い合わせに対する効率化を進めていきたいと思っています。

5. 人事ポリシー制定

堀田カーベットとして、ビジョン・ミッションを2018年に制定しました。それを社内に浸透させていくための取り組みの一つとして、人事ポリシーを制定していきます。

「堀田カーベットは、どんな人と働きたいと思っているのか。どんな集団になっていくのか。」を言語化し、社内外に発信していくことで、業界内で一番働きたい会社になっていくきっかけをつくりたいと考えています。2021年、堀田カーベットだけではなく、産地全体、日本全体が正念場なのかもしれません。私たちがやれることを、前を向いてやっていくことで、少しでも産地に、業界に、日本に、元気を取り戻していく一助になれば、と思っています。



2020年は、本当にいろいろなことを考えさせられました。カーベット製造業だけで生き残っていけるのかということをはじめ自分の中で問いただすこともありました。

ですが、いきついた答えは、やはり私はカーベットのものづくり、カーベットの暮らしが好きだということです。厳しい年になる、正念場だ、という言葉は、今年に関わらず毎年思うことでもあります。事実去年も一昨年も、今年は勝負の年！と思っていました。

2021年も厳しい年、勝負の年になりますが、カーベットの日本の文化にしていけるために、社員一丸となって尽力いたします。

本冊子はこれから毎年作成していく予定です。年賀状、ご挨拶状、会社案内、ビジョンブック、すべてを兼ねた堀田カーベットの今とこれからをご紹介します冊子です。少しずつコンテンツも充実させていきます。

2020年は大変お世話になりました。2021年も何卒よろしくお願いいたします。

堀田カーベット株式会社 代表取締役社長 堀田将矢