

HOTTA CARPET

2021-2022



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。

そして日々のものでぐ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

カーベットの「気持ち良い暮らし」を伝えること

カーベットの文化にしていくためには、カーベ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。そのためには、堀田カーベットのカーベットの選ぶ人、使う人とのコミュニケーションを大切に、カーベットの気持ちがいい暮らしを日本中に広めていきます。

カーベットの「ものづくり」を維持発展させること

堀田カーベットのメーカーです。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。

カーベットの身近に「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、カーベットの今でも「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。お客様にカーベットの知識を共有し、身近に楽しく買っただけの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

堀田カーベットの業界で一番働きたい会社になることで、カーベットの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。



A worker in a dark hoodie with "HOTTA CARPET" on the back, working in a carpet factory. The worker is seen from behind, wearing a dark cap and glasses. The background shows industrial machinery and a large roll of carpet.

》 HOTTA CARPET 2021

2021年を振り返って

皆様のおかげで2021年も無事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。

2020年に引き続き、コロナ禍の環境の中、ホテル、商業系のビジネスは厳しい年となりましたが、一方で、昨年に立ち上げた自社ECでの販売、自社ブランド woolflooring、COURT、WOOLTILE は堅調で、これまで弊社が取り組んできた「カーペットの暮らしを伝えていく」というミッションが、少しずつ浸透してきたことを実感できる年でもありました。

大型受注につながるホテル、商業系ビジネスの低迷により、生産数量が大きく減少したことで、泉州ウールカーペット産地の環境は引き続き厳しく、今後の大きな課題となっています。

2021年は、以下の取組を行ってきました。



1. WOOLTILE第2段「LINES」発表

2019年、DIYカーペットをコンセプトに立ち上げたWOOLTILEは、「アキスタイル」という織機を使って生産する、ウール素材を用いた、世界で弊社でしかつくることができないタイルカーペットです。1枚50cm×50cmのサイズで、様々なデザインのものがあり、組み合わせてパズルのようにお客様自身で床をデザインできる商品です。その第2段「LINES」を発表しました。

東京浜町にあるHAMACHO HOTELのコンセプトルーム「Tokyo Craft Room」プロジェクトに参画し、デンマークのデザイン

ユニットAll the Way to Parisとともにつくりました。はじめての海外デザイナーとの取り組みで、コロナ禍で来日もできずオンラインでの打ち合わせがメインとなりましたが、彼女たちのやりたいこと、WOOLTILEのコンセプトをすり合わせながら、とても素敵な商品ができました。



2. 新プロジェクト発表

カーペットは、購入する機会が少なく、カーペットというコミュニケーションだけでは、なかなかリーチできないお客様がいる。そんな課題を解決していくために、立ち上げたプロジェクトが「ACCESSORIES FOR CARPET LIFE」です。

本プロジェクトでは、カーペットの暮らしにまつわるもの、堀田カーペットがカーペットのものづくりに向きあってきたからこそできるもの、にフォーカスし、プロダクト化していくプロジェクトです。2021年は2つのプロダクトを商品化しました。

「カーペットクリーナー」と「SHEEP PLAYING CARDS (トランプ)」です。

カーペットクリーナーは、大阪の老舗石鹸メーカーである木村石鹸さんと共同開発し、ウールカーペットの素材を傷めず簡単に汚れが落とせるクリーナーができました。トランプは、弊社が素材として扱う「羊」にフォーカスし、世界中に生息している3000種類ほどの羊のうち、52種類の羊、2種類のヤギ (Joker) をピックアップし、オリジナルイラストでトランプに仕立て、羊開発系譜図もつけることで、かわいくもあり、羊そのものに興味を持っていただくきっかけとなるプロダクトになりました。

3. 社内整備

これまで手書きで管理していた在庫を、システム化しました。お問い合わせの中で最も多い内容の在庫確認について、正確性が向上し、効率化をはかることができました。

また工場入口ファサード改修、駐車場スペースのコンクリート工事、現場事務所改修を進め、ご来社いただけるお客様を気持ちよくお迎えできるとともに、職人の休憩の場も一新し働きやすい環境づくりに取組まれました。

4. 人事ポリシー

「職人の見る目と心を養う」

「カーペットを日本の文化にする」というビジョンを掲げてから、どうやって社内に自分ごととして感じてもらうのか？というのが大きな課題でしたが、その第一歩が人事ポリシーの制定でした。私達は、ウィルトン織機という世界でも少なくなった、職人にしか操ることが難しい織機をつかってカーペットをつくっています。一人ひとりの職人が、自分の目指すべき職人像を描き、ものづくりをしていくことは、「ものづくりを維持・発展させていく」礎となります。この人事ポリシーの基、より良い企業文化をつくり、より良いものづくりをしていきたいと思っています。

5. バッキング加工内製設備稼働

紡績→撚糸→染色→ワインダー→製織→加工。大きく6工程にわかれるウィルトン



カーペットのものづくりのうち、これまでワインダー、製織だけを担ってきた弊社ですが、加工工程の一部を社内に整備し、糸が納品された以降は社内で反物の完成までできるようになりました。

2021年も生産数量は減少し、生産基盤の脆弱性は大きな課題ではありますが、私たちがやるべきことを見極め、「ものづくりの維持・発展」をしていけるように、生産基盤づくりを進めていきたいと思っています。

6. 日本工芸産地博覧会大阪2021出展

2021年11月27日～29日に開催された日本工芸産地博覧会に出展し、堀田カーペットとしてはじめてとなる「チェアパッド製作体験」ワークショップを開催いたしました。50名近くの方にご参加いただき、大阪のカーペット産地のことを、ウールカーペットのことを知っていただくきっかけになりました。なによりご参加いただいた皆様が本当に楽しそうに取り組んでくださっている姿がとても印象的で、私たち自身がとても楽しい時間となりました。

2021年、「カーペットを日本の文化にする！」というビジョンにむかっている感覚は、これまで以上に手応えがある年になりました。2022年、弊社のミッション「カーペットの気持ち良い暮らしを伝える」、「カーペットを楽しく選び買える環境をつくる」、「カーペットのものづくりを維持・発展させる」、「インテリア業界で一番働きたい会社をつくる」、により直結する取り組みを行っていききたいと思います。

HOTTA CARPET 2022 >>



2022年に向かって

2022年、堀田カーベットの60周年を迎えます。「カーベットの日本の文化にする！」というビジョンのもとでこれまで進めてきた活動を、より広く、深く進めていきたいと思っています。

1. 新しい流通づくり

「材工での販売地域拡充」

2017年頃から、ゆっくりとはじめてきた、自分たちでつくったカーベットの、自分たちの手で施工までする、という取り組みが定着してきました。しかし、関西圏内にとどまり、他の地域に関してはまだまだです。2022年は、各地域にパートナー企業をつくり、全国でカーベットを選び買える環境をつくるきっかけとなる年にしていきたいと思っています。

2. 人財育成

「インハウスデザイナーの採用」

これまでグラフィックデザイン業務はすべて社外のパートナーと取り組んできましたが、自社ブランド品の商品開発スピードアップ、自社ブランド品のグラフィック領域へのチャレンジ、催事での深いコミュニケーション実現のためにインハウスデザイナーの採用を実施します。

「カーベット施工職人づくり」

ロールカーベットの施工職人の高齢化は長年の課題です。次世代の担い手をつくっていくために、社内でロールカーベットの一般技能士試験に興味のある人財をつのり、まずは自社内で施工職人の育成にも取り組んでいきたいと思っています。

3. toBコミュニケーション

弊社ではこれまで「COURT」「WOOLTILE」「ACCESSORIES FOR CARPET LIFE」など、一般のお客様にカーベットの暮らしを伝えていくためのプロダクトを開発してきました。今後もこれらの活動は継続していきますが、同時に、ホテルなどの大型プロジェクトの施主、デザイナーなど、よりプロフェッショナルな領域の方々にもアプローチしていきたいと思っています。具体的には、ウィルトンカーベットだからこそできる織り表現を、試作織機で製作し、ウェブサイトに公開していくプロジェクトを立ち上げます。プロユーザーが特注カーベットをつくる際のデザインソースとしてお使いいただけるようなコンテンツを目指していきます。



2021年、ビジョン「カーベットの日本の文化にする！」に向かっている実感が持てた年ではありましたが、一方で今の活動の延長線上だけでは、「文化にしていく」までには至らないのではないか？とも思っています。現在の住宅におけるカーベットの面積が0.2%、文化にする！というレベルにしていくためには、5%~10%（現在の25倍~50倍）にはしていかなければならない。現在の生産基盤や流通事情からすると、積み上げだけでは達成できないと思っています。2022年、ビジョンをもう一度見つめ直し、解像度を高めていけるような一年にしていきたいと思っています。

社員一同、よりよい未来のために一丸となって取り組んでいきますので、皆様の後押しを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