



ザ・ターニングポイント

会社発展の契機となった転換点を紐解く

長きにわたる企業の歴史のなかにはいくつもの転換点があります。異分野への事業展開、新しい取引先の獲得、技術開発によるブレイクスルー、あるいは苦境から脱した契機など、現在の発展につながった各社の「ターニングポイント」を紹介합니다。(この連載では創業から半世紀以上の会員企業にフォーカスします)

第16回 堀富商工 株式会社

麻袋など繊維製品の製造で創業

堀富商工株式会社は、大阪府堺市に本拠を置く包装物流マテリアルのメーカーです。

麻布や麻袋の生産、堺緞通の北米への輸出など、繊維の製織業【織る】から始まり、製鉄コイルや銃器を錆びから護る防錆紙【塗る】、自動車・機械部品のキズ防止用積層梱包紙【貼る】というように、織る・塗る・貼るを事業の核とされています。

創業は1885(明治18)年、初代堀畑徳治郎氏が17歳の時に勤め先の大阪の洋糸(イギリスからの輸入綿糸)問屋から独立した時に遡ります。

当時から大阪は、河内・和泉・摂津という日本有数の木綿生産地があり、綿・綿糸・綿実油を大量に江戸へと送り出していました。

堺はその木綿を原料にした、織物・敷物産業が盛んでした。徳治郎氏は、まず慣れ親しんだ綿糸を商うことにしました。そして、輸入綿の梱包に使われていた麻袋の販売。さらに、江戸期から作られるようになった綿糸を使った手織り絨毯、堺緞通(さかいだんつう)の製造も手掛けました。



創業者 堀畑徳治郎氏

手始めに、自宅横に織機二台を置いて堺緞通の小さい工場を作りました。廉価な堺緞通は明治の初め頃からアメリカへ輸出され、需要が伸びていました。

しかし、アメリカ側の関税引き上げと、堺緞通の粗製乱造によって評判を落としたこともあり、緞通業界は衰退しました。徳治郎氏も在庫を抱え、事業を清算せざるを得ない状況にまで追い詰められました。その苦境を見ていた父・利八氏は、家財道具まで惜しげもなく売り払い、事業の整理資金を都合してくれました。

こうして緞通事業から撤退し、商いの原点であった綿糸からゴロス(麻布)、帯鉄類の梱包資材関連事業へと集中、転進を果たすのでした。

徳治郎氏は33歳の時に、元手僅か30円で堀富商店を構えました。商いはそれまでから扱っていたゴロスが中心でした。当時インドから大量の綿が紡績のため日本に輸入され、堺に持ち込まれていました。その綿は麻で作られたゴロスで包まれ、帯鉄といわれる鉄製のベルトで梱包されていました。徳治郎氏は、綿を出した後に不要になるゴロスと帯鉄の再販・再利用・再生品製造に勤しみました。そして、やがてはアスファルトで防水加工を施したターポリン麻布の製造などに事業を拡大していきました。



ゴロス

ゴロスは「ドンゴロス」とも呼ばれる目の粗い麻布。丈夫で耐久性がある。

株式会社組織に変更

1918年3月、資本金20万円で堀富商工株式会社を設立しました。

堀富商工の『商』は、その時代時代に応じてどのような商品も世界中から探し出してお客様へ提供するという、変化に柔軟に対応し何の躊躇いもなく世界に飛び出す堺商人の気風を表し、『工』には、初代徳治郎氏から連綿と続けられてきた「織る」「塗る」というものづくりの核心を込めています。

この1918年の終わりに、第一次世界大戦が事実上終結し、ヨーロッパの軍需が冷え込むと、外需に依存していた日本はいきなり不景気に見舞われることになりました。このような不景気な時代に、多くの銀行は預金獲得競争に没頭して、中小の商工業者への融資は全く顧みられませんでした。

徳治郎氏は「これでは伸びるべき企業でも伸び得ない」と考え、1918年11月、友人らとともに堺信用組合を組織し、中小企業への融資の便宜を図ることにしました。徳治郎氏は組合の幹部として組合員の拡充、地域の事業の進展に力を尽くしました。

その後、ヘッシュンクロス（ジュート麻（黄麻）で作られた織物）に防水加工を施したターポリン（麻布）の改良に着手しました。

このターポリンは輸出向けの綿糸・綿布の包装防水に使用され、製造には魚油やアスファルト蒸留時の樹脂状の残滓を使用していました。この物質は融点が低く、往々にして内容物を汚損してしまうという欠点がありました。

そこで、当時、広く民間企業への技術指導を行っていた大阪市立工業研究所（現（地独）大阪産業技術研究所）に、ターポリンの品質改良への指導・協力を求め改善していきました。

1930年、このターポリン紙布に特許が認められました。ターポリン紙布は、戦前から戦中にかけて同社の主力製品として経営の柱となりました。耐寒・耐熱・耐水・耐油など優れた特性を備えたターポリン紙布は、戦後、ポリプロピレン・ポリエチレンが誕生するまでは、鉄鋼・薬品・肥料などの包装に幅広く利用されることとなりました。



ターポリン紙布

国産によるメタライト防錆紙開発

1965年、日本は「3C時代」と言われ、車、カラーテレビ、クーラーを持つことが国民大多数の夢であり、また、それを追い求める家庭が増えていきました。

この年、堀富商工は国産によるメタライト防錆紙の開発に成功しました。この防錆紙は、クレープ紙に含ませた防錆剤が徐々に気化し吸着することにより、鉄・非鉄金属表面の錆を防止し、長期間の保存を可能にする画期的なものでした。

メタライト防錆紙の技術は、アメリカのシェル石油とドーバーケミカルの特許でした。日本では日本加工製紙がシェル石油の代理店として、王子製紙がドーバーケミカルの代理店として、それぞれがメタライト防錆紙を製造し、両社で国内市場のほとんどを占めていました。そんな中、堀富商工だけが唯一の例外的存在で、八幡製鉄（現日本製鉄（株））の八幡・珪素鋼板工場へコイル包装のため、国産初のメタライト防錆紙の納品を可能にしました。

経営再建への新しい取り組み

1968年、日本のGNPは世界第二位になりました。しかし、日本全体の経済が大きく成長する中、堀富商工の経営は一進一退を続けていました。

当時、取締役就任していた堀畑益敏氏（現社長・堀畑敏一氏の父）は危機感を募らせ、経営不振の原因を徹底的に分析・究明しました。そして、3つの大きな課題の迅速な解決をしなければ堀富商工の将来はないと考えました。社長に相談し、了解を得ながら再建案をまとめあげ、ひとつひとつの課題に取り組んでいきました。

3つの課題とは、①社会の変化に追いついていない経営陣の意識改革と組織改革、②経営資金の確保、③包装材のゴロスからPP・PEクロスへの時代変化への対応です。なかでも、安価なPP・PEクロス時代の時代が訪れているにもかかわらず、漫然と継続していたゴロスの取引が重要な問題でした。

同社は当時、十大紡績会社全てからの指定を受けた全国的ゴロス業者四社の内の一社でした。それまでの経営陣には、その立場を放棄するという発想は全くありませんでした。

また、得意先に一流企業が多いこともあり、新たな販路開拓や、製品開発に懸ける意欲にも欠け、ゴロスの独占的な取引に流され続けていました。従来のゴロス取引は利益率が15%の割の良いビジネスでしたが、これをPPに変えれば大幅に利益率が下がることが予想されました。

益敏氏は、ゴロス取引から脱却することこそが自社の存続を可能にする道であると考え、長年にわたり根幹事業であったゴロスについて大きな決断を下しました。紡績業界も合成綿に移行する時代に対応し、同社はゴロスの入札に応札しないことを決定したのです。

第三代社長の就任と企業理念の制定

1977年、益敏氏が38歳の若さで社長に就任しました。営業を中心に会社全般を統括し、弟の好秀氏が専務取締役就いて社長の留守を預かり、工場を担当しました。この兄弟による強い絆で経営は強化され、問題の先送りはされなくなりました。

さまざまな経営の危機を乗り越えてきた益敏氏は、堀富商工の企業理念を掲げました。益敏氏が常に考えていたのは、「事業は生き物である」ということ。従って、時代の変化を読み、適切に対応して変化しなければ企業の存続はあり得ない。そこで、現在の商品に固執することなく、新製品や新素材の開発に熱意を燃やし、経営に関わる要素の90%は「変えなければならないもの」としてしました。



変えなければならないもの

その一方で、10%はいかなる時代であろうとも「絶対に変えてはいけないもの」であり、それは常に『信義』を重んじ、『誠実』な態度で接し、取引先のみならず地域・社会と『共栄』する精神であるとしました。



Turning Point

「どうせ捨てるもの」からの脱却 “フレコンバッグ”の製造を開始

現社長・堀畑敏一氏が同社に入社した1992年は、まさにバブルが崩壊し日本が不況に突入を始めた時期でした。それまで順調に成長を続けていた同社のメインユーザーである製鉄会社、合成繊維会社においても、需要の激減とともに急激な価格破壊に見舞われました。

顧客からは「包装資材は必要悪、どうせ捨てるもの。無ければ無いに越したことはない」という言葉を何度も聞いてきました。どうすれば「おたくの包装材は必要不可欠」と言ってもらえるか？どうすれば「同業他社と当社の見積書を机に並べて安いところから買う」という消耗戦から脱却できるか？と苦悩する日々が続きました。

その当時、合成繊維メーカーは綿の生産を海外へ移管し、国内では化学原料の生産で利益を上げつつありました。それらPET、ポリカーボネート、アクリル、ナイロンの化学原料（ペレット）は、フレコンバッグと呼ばれるポリプロピレン織物を縫製して作られた袋に充填され、国内需要家のみならず、世界へ輸出され、不況下においても高い技術で日本の成長産業となりつつありました。



フレコンバッグ

そんな中、世界中のフレコンバッグメーカーを探しまわるうちに、2002年、オランダのGAMBO社と巡り合いました。

GAMBO社はブーツ社長と夫人、娘と技術エンジニアの4人だけの会社でしたが、画期的なフレコンを発明して世界特許を取り、生産は各国の大手メーカーに委託、別に認定した販社に営業させて販売し、世界展開をしていました。ブーツ社長がタイ、中国、韓国と、生産委託先を探して訪問する先々で、堀富商工や堀畑氏の名前を聞き、どこに行っても「堀畑氏に一度会うべきだ」と進言されたそうです。

ブーツ社長は来日の機会をつくり、堀畑氏と面談しました。ブーツ社長は「フレコンはどうせ捨てるもの」からの脱却を信念としており、堀畑氏と意気投合し、GAMBO社との世界で唯一のパートナー会社となりました。

世界的に有名なGAMBO社のフレコンバッグでしたが、コンセプトはよいものの不良品があれば不良枚数だけを良品と交換すればよいという考え方でした（世界ではそちらが主流。買い手は購入時に工場監査をして、品質を見極めて購入するという考え方）。それでは日本では販売できないことから、GAMBO社のコンセプトをもとに、同社のフレコン生産委託工場にて、堀富商工独自の品質管理、工程改善を推し進めました。ホリキューブはそれまでの化合織メーカーだけでなく、主要大手化学メーカー各社でも採用され、堀富商工は日本の高品質フレコンバッグ製造会社の一角をなす会社となり、現在も主要製造販売品目のひとつとなっています。

Turning Point

「ホリフトウォーター」の開発

2011年3月、東日本大震災が発生。地震による損傷で水道管が破裂し、いわき市全域で約1ヵ月にわたり断水、放射能汚染の風評により、ガソリン、食料物資が途絶えました。同年4月、いわき市を震源とした直下型地震があり、断水が解消しつつあった地域でまたも1ヵ月の断水が発生しました。

人間の生命維持には一人一日3ℓの水が必要であるといわれています。堀富商工は自社商品のIBC容器を改造し、応急給水タンクとして断水解消まで社内でも活用しました。さらに自分たちが使いやすい

ように次々と改造しながら、外販に向けて使い勝手を向上していきました。

また、2015年鬼怒川氾濫により茨城県常総市にて断水が発生したことから、自社の応急給水タンクに水を入れ、常総市役所へ給水支援ボランティアに出動し、地域の方々に喜ばれました。ボランティアとともに、役に立つ防災を目指し「ホリフトウォーター」として販売を開始しました。

翌2016年の熊本地震、2018年広島尾道豪雨、2019年東日本台風、2021年熱海土砂災害、2022年静岡県清水区豪雨災害においても、従業員有志とともに、応急給水支援ボランティアを行い、その都度、被災地避難所の方々の意見を聞きながら改良を加えていきました。

ホリフトウォーターは、被災経験から生まれ140年にわたり培ってきた包装物流技術の結晶であり、また、歴代経営者が幼稚園や養老院を寄贈してきたDNAを受け継ぎ、社会に貢献する企業として、今後の発展が期待されます。



ホリフトウォーター



<会社概要>

本社所在地	大阪府堺市西区 浜寺石津町東3-5-23
事業内容	包装物流マテリアル製造
創業	1885(明治18)年
資本金	3,460万円
従業員数	85名(2025年5月現在)

同社ホームページにリンクします▶

