

## インタビュー



ホリアキ 取締役社長  
堀 隆氏

昨年市場状況をみると、前年の消費税増税による需要の落ち込みから若干脱した感じがあるものの、スーパーなど流通の合併や、それらに伴う商流の変化

# PB、企画商品が更に活発化

## 福岡、東京のアグロ展で反響

計画通りとなる見通しです。既存マーケットの敵しさは変わりませんが、ここ数年コソコソと続けて

入れ先のさらなる連携強化を進めてまいりました。前者では、ニッチ分野を中心に「売れ

(PB)の販売比率が高まってきており、特に農業分野で、東京会場も私どものブースは盛況で、特に愛知・静岡・東北

での初開催として反響がありましたし、東京会場も私どものブースは盛況で、特に愛知・静岡・東北

して、農産物向けの製品・システムを展示いたしました。

特に、東京会場では、一つは「計量・結束」をテーマに、計量機で計量した商品「粘着テープ」「クリップ」「ブラ針」の3素材で結束する実践を行いました。

今一つのテーマは、「ラップフィン・ベジシューターワイド」の公開です。既存の「ベジシューター」は長物用として大きな実績がありま

すが、「ワイド」は小松菜・水菜・ほうれん草などの葉物野菜を三角袋で包装する際に用いるものです。

別の分野として、企画開発商品である、防災備蓄用として開発した「インスタントイレ」は、使用後のメタンガス、大腸菌、アンモニア臭に対し薬剤を使わずフィルムで閉じ込め、菌や悪臭による二次災害を防ぐ簡易トイレとして全国の自治体で採用が

増大しています。また、家庭向けにはインスタントイレ「マイバッグ」や管理組合・自主防災会向けにはインスタントイレ「フルライン」など、お客さまの要望から生まれた製品も高く評価されています。

さらに、ギフトボックスやラッピングアイテムを小ロットからご提案するウェブサイト「チームハコバナ」箱詰（「teamhacobana」）を開設し、さまざまなお問い合わせを頂き、反響を頂いております。

地域展開として、全国14カ所の営業所を通じて地域密着の展開を行うとともに、若手のフォロワーアップ研修など人材育成にも注力しています。

これからも「世の中のお困りごとを解決する」を基本に、地道にかつ着実に事業を展開していく所存です。

きた新規分野の開拓が功を奏し、既存の減少分をカバーしているものです。

昨年自社オリジナル商品の拡販や仕

る商品作り」に取り組みながら、化成品、結束材、ネット、省力機器などの動きも活発化するなど、自社のオリジナル商品は農産物である九州

11月に東京ビッグサ

イトで開催された「アグロ・イノベーショ展」に出展し、単体でなく「タール」にサポートし解決する」を基本姿勢と

など農産物の来場者が目立ちました。

西展では、「二品