

四国タオル工業組合（愛媛県今治市）

「今治タオルプロジェクト」

今治ブランドを世界へ！

四国タオル工業組合
専務理事

うだか ふうのり
宇高 福則



1. 今治市の概要

今治市は愛媛県の北東部に位置し、高縄半島の陸地部と芸予諸島からなり、古代より海上交通の要衝として、また政治・経済・文化の中心地として発展してきました。平成17年に近隣12市町村が対等合併し、新しい今治市が誕生。県下第2位、四国第5位の人口を誇る都市となりました。

また、今治市は平成11年に開通した瀬戸内しまなみ海道の四国側の玄関口になります。瀬戸内海の風光明媚な景観や村上水軍城址などの歴史遺産、山海の食材などの多彩な地域資源をはじめ、繊維産業や造船・海運業の他、石材・漆器・瓦などの伝統産業があります。



瀬戸内しまなみ海道（平成11年開通）

2. 今治タオル産地

今治地方は古くから綿が栽培されていたことから綿業の町として栄え発展してきました。江戸時代中期には白木綿という綿織物が生産され、今治藩の奨励もあって綿織物業が盛んになり、殖産興業の先駆けとして産業が確立されていました。

明治に入って、輸入品などに押され衰退した白木綿に替わり、紀州（現在の和歌山県）の綿ネル技術を導入した伊予綿ネルが開発され、その後明治27年にタオルに転換し、今日に至っています。

現在、今治産地にはタオルメーカーや染色等の関連企業200社が集積し、年間生産量は1万トンで、国内生産の53%を占めています。

2. 活動開始の背景・経緯

今治市は、百十余年の歴史を有する国内最大のタオル産地ですが、長年にわたりデザインなどの企画部門を問屋に依存する下請的な産地であったため、自社で企画するといった企画提案力・商品開発力が余りありませんでした。平成に入って、中国などから洪水の如く流入する輸入品に押され、産地の企業数や生産量は減少の一途を辿り、縮小が続いてきました。

このままでは産地が崩壊し雇用が失われるとの危機感から、平成13年に各産地挙って、国に対し繊維セーフガードの発動要請を行いました。しかし、結局のところ、セーフガードは発動されませんでした。その際に策定した「タオル業界構造改善ビジョン」に沿って、輸入品と競合しない高付加価値商品や新用途の開発、海外市場の開拓などの事業を推進してきました。しかし、産地を底上げするまでには至りませんでした。

平成16年に四国経済産業局が行った産地の知名度調査で、「今治タオル」の認知度が36.6%と、3人に1人しか知られていないことが明らかになり、何とか「今治タオル」をブランド化して、もっともっと多くの消費者の皆様へ「今治タオル」の良さやすばらしさを知ってほしいとの思いがありました。

平成18年に「JAPANブランド育成支援事業」という中小企業庁の施策があることが分かり、採択を受けて「今治タオル」のブランディングに取り組むことになりました。

3. ブランド構築に向けた事業展開

早速、四国タオル工業組合と今治商工会議所、今治市の3者が一体となり、「今治タオル」のブランド構築を目指す「今治タオルプロジェクト」を立ち上げ、各種事業に取り組んでまいりました。

■マーク&ロゴの製作・品質基準の策定

まず、このプロジェクトのクリエイティブディレクターにNTTドコモのプロダクトデザイン、ユニクロや楽天のアートディレクションなどを手掛けるアートディレクターの佐藤可士和氏を迎え、ブランドマーク&ロゴの製作とブランドイメージを確立するための独自の品質基準を策定し、平成19年2月、東京においてプレス発表を行いました。



平成19年2月プレス発表（於：東京）

この品質基準は吸水性5秒ルール（水を張ったビーカーの上に1cm角に切ったタオル片を落とし、5秒以内に沈み始めるもの）と言われる厳しい基準を設け、組合が独自に定めた基準をクリアした商品のみ、ブランドマークの使用を認めるというシステムにし、伊勢丹新宿店で「今治タオル」コーナーの展開を図るなど、高級ブランドとしてのイメージ定着を目指しました。

■タオルソムリエ資格制度の創設

また、継続的なメディアプロモーションの必要性から、世界観のある話題づくりということで、一つは平成19年9月、タオルに対する正しい知識をもって「お客様が手にしたい、手に入れたいタオル」を数多くの中から選び勧めるアドバイザーを育成する「タオルソムリエ資格制度」を世界で初めて導入しました。これまで、一般の方も含め全国で1,493名が受験し、936人が合格（合格率62.7%）しています。

資格を取得されたタオルソムリエは現在、北は北海道から南は九州まで全国に散在し、それぞれの地域や職場で活躍されています。



タオルソムリエ資格試験

■タオルマイスター制度の導入

二つ目は今治ブランドを技術面から支える人材の育成と産地のものづくり技術の円滑な伝承を進めるため、平成20年10月に世界初となるタオルマイスター制度を導入しました。

タオルマイスターは最高の技術と技能を身に付け、若手のみならず中級・上級者の範となるべきもので、かつ地域社会に貢献する人格を備え、加えて資格要件の全てを満たす者の中から4名選任しました。

同時にそのタオルマイスターを頂点とする技能評価検定制度も新しく立ち上げました。そして、その制度は高等学校を巻き込む形で整備し、将来的に、工業高校の生徒が卒業時に資格が取れる3級の検定試験を組み入れました。



タオルマイスター叙任式

■地場産業への理解を深める取り組み

一方、若年代から地場産業への理解を深めていただく取り組みとして、一つは今治商工会議所青年部と共催し「小中学生タオルデザイン・アイデア展」を開催してきました。教育委員会等のご協力を得て、地元のみならず、姉妹都市の広島県尾道市・群馬県太田市・米国レイクランドにも呼びかけますが、毎年800点ぐらいの応募があります。この中か

ら、最優秀や特別賞などを決定し、入賞者には賞状のほか、原画をプリントしたタオルハンカチを記念品として贈呈しています。また、入賞作品の中から3点、今治オリジナルブランド「ふわり」として認定し、商品化して地元のショップなどで販売しています。なお、応募作品は秋に行われる「今治タオルフェア」に合わせ、展示を行っておりますが、毎年、大勢の家族連れなどで賑わいます。



小中学生タオルデザイン・アイデア展

二つ目は、地元幼稚園等へのタオルの配布・交流を行っています。今治市役所1階の市民ロビーに展示していた商品を経営者自らが幼稚園等に出向いて子供たちにプレゼントし、交流を図っています。



地元幼稚園でのタオルプレゼント

三つ目は「綿を育ててみようキャンペーン」ということで、地元や紡績工場のある島根県出雲市の小学校等に呼びかけて綿を栽培して頂き、収穫した綿を糸にし、タオルに織り上げて参加した子供たちにプレゼントしています。毎年10～15の小学校・幼稚園などがこの取り組みに参加しています。

そのほか、「今治タオルフェア」と称して春と秋の年2回、2日間の日程で地域還元セールタオル製品展示即売会のほか、参加型の織物体験や糸紡ぎ体験なども行っています。このフェアには毎年、全国から25,000人が来場し、期間中大きな賑わいを見せます。



子供たちによる綿の栽培

4. 活動の成果

平成18年から官民挙げて取り組んできました「今治タオルプロジェクト」は翌19年から雑誌などに掲載されるようになり、それが新聞・テレビへと波及し、メディアに大きく取り上げられるようになりました。特に大きかったのは、平成20年1月のNHK「クローズアップ現代」と平成21年7月のテレビ朝日「報道ステーション」で、これで「今治タオル」は一気に全国区になりました。平成20年10月に行った認知度調査では50.2%と前回(平成16年)より13.6ポイント増加し、今治タオルを知っている人は2人に1人の割合に増えました。一方、組合が一括管理しているブランドネーム等の発行枚数はこのプロジェクトがスタートした平成18年はわずか6,200枚であったものが、22年度には15,496,920枚と大きく伸び、今治ブランドが市場に浸透していることが窺えます。

5. 課題と展望

このプロジェクトのお陰で、ようやく「今治タオル」が全国ブランドになってきました。しかし、一歩外に出ると、世界の人々はまだ殆ど知りません。したがって、今後は「今治タオル」のものづくり技術、品質の良さを世界にアピールし、ワインと言えばフランスのボルドー、刃物と言えばドイツのゾーリンゲンの如く、タオルと言えば日本の今治と言われるように、更なる努力が必要と感じています。既に、平成21年から海外に軸足を移し、欧州やアジアの国際見本市に「今治タオル」を出展しブランド展開を図っていますが、引き続き、品質の良さ、安心・安全をセールスポイントに、世界に今治ブランドを発信し、地域活性化に貢献してまいりたいと考えています。