

ヒアリング報告：今治タオル産地と四国タオル工業組合

町田 俊彦

1 今治タオル産地の歴史と日本のタオル産地における地位

(1) 今治タオル産地の歴史

まず横山昭市編著『えひめ・学・事典』（(財)愛媛県文化振興財団、2009年）により、今治タオル産地の歴史を概観しよう。

今治は享保年間(1716～36年)に起こった白木綿の家内工業地であった。明治中期に問屋制家内工業の白木綿が不振に陥ったため、明治27年阿部平助が手織織機4台でタオル地を織り始めた。今治産地は、泉州の後晒白タオル(糊抜)とは異なった先晒色タオル(糊付、後糊抜)の製織で発展、第一次大戦のもうけで力織機を導入し、生産額は三重県を抜いて全国第2位となった。

製品は蒼社川の伏流水で晒した白さと色のよさで名声を博した。県繊維技術センターからの織機の改善、製織・加工の技術援助を受け、高級タオルの産地となり、生産額は1960年には泉州を抜いて全国で第1位になった。

(2) 今治タオル産地の地位

2010年12月31日現在でみると、今治地区(四国タオル工業組合組合員企業)の生産量は9,851トンで全国の52.7%を占め、泉州地区(8,845トン、全国比45.8%)を上回って全国1位である(四国タオル工業組合「今治タオル産地の概要」2011年8月、ヒアリング配付資料)。生産額における今治産地のシェアは60.0%で、泉州地区(全国比40.0%)を上回って全国第1位である。

2 内需、輸入及び今治生産数量の長期的動向

(1) 内需と輸入

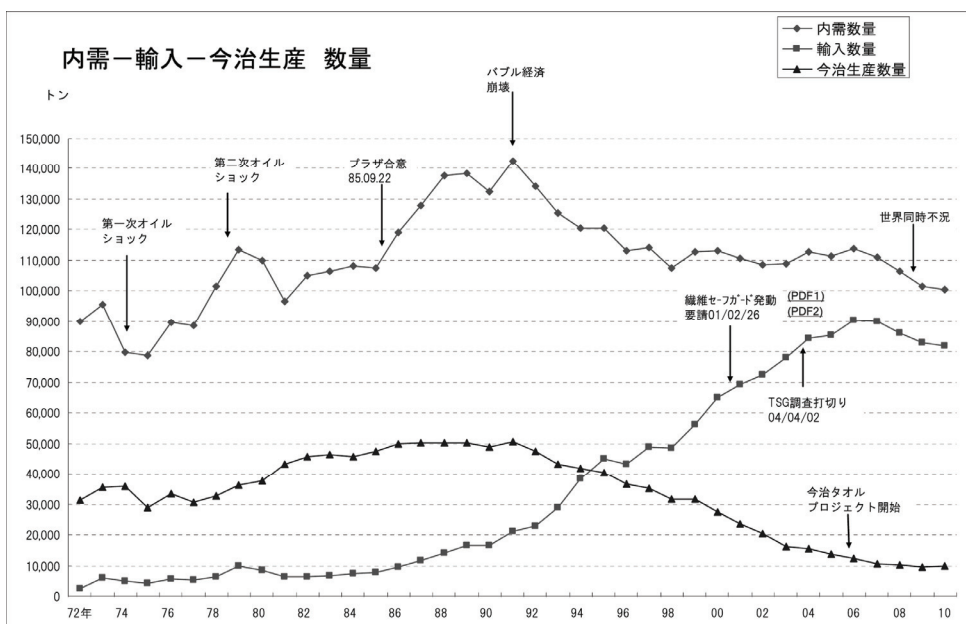
タオルの内需数量の長期的推移をみると、第一次石油危機後、第二次石油危機後に落ち込みをみせたが、1980年代末から1990年代初のバブル好況までは拡大を続けた(図1参照)。バブル崩壊後、1990年代末まで内需は急減した。2000年代に入ると2006年まで内需は横ばいに転じたが、2007年以降は減少に転じ、2010年はほぼ横ばいになっている。

輸入数量は第一次石油危機後なだらかな増大傾向を示したが、バブル好況期に急増した。注目されるのは内需が縮小したバブル崩壊に輸入数量の増加は加速化したことである。内需が横ばいに転じた2000年代半ばまで輸入の急速な拡大は持続した。結局、輸入が減少に転じたのは2007年以降の内需の縮小局面においてであった。

(2) 今治産地の生産

今治産地の生産数量は1970年代後半から1980年代前半まで増大したが、1985年9月のプラザ合意を契機とする大幅な円高により横ばいに転じ、バブル好況期の大幅な内需拡大の恩恵を享受することはできなかった。バブル崩壊後は2009年まで減少の一途を辿り、2010年によく微増となった。

図1 タオルの内需数量、輸入数量、今治生産数量の推移



出所：今治タオルプロジェクト「imabari towel Japan」2011年8月（ヒアリング配付資料）。

3 最近5年のタオル業界の動向

(1) 全国

最近5年間の全国のタオル業界の動向をみると、企業数（工業組合組合員数）は2006年の296社から2010年の226へ約3/4に減少している。国内生産は2006～2009年に2割弱減少し

たが、2010年には横ばいになっている。

輸入浸透率（輸入数量の国内供給量－国内生産量プラス輸入超過量－に対する比率）が80%前後で横ばいとなっているのが特徴的である（表1参照）。タオルとケットに区分すると、ケットの輸入相手国はほとんど中国であるが、タオルの輸入相手国では2006～2010年に中国のシェアが82.4%から75.9%へ低下した反面、ベトナムのシェアが14.9%から20.5%へ上昇している。

少量の輸出は、台湾、中国、香港向けで、ホテルなど業務用である。ヨーロッパでは、硬水であるため、湯を使って強力な洗浄を行う。日本のタオルの風合いの良さではなく、繊維の丈夫さが求められる。

表1 最近5年間の全国のタオル業界の動向

	単位	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
企業数（工業組合員）	社	296	271	252	235	226
国内生産	トン	23,631	21,321	20,676	18,698	18,696
うち今治産地	トン	12,207	10,546	10,276	9,381	9,831
今治産地のシェア	%	51.7	49.5	49.7	50.2	52.7
タオルの輸出数量	トン	152	135	146	88	106
ケットの輸出数量	トン	18	28	14	9	9
タオルの輸入数量	トン	84,645	84,247	80,378	78,071	77,301
中国のシェア	%	82.4	81.6	80.2	75.9	75.9
ベトナムのシェア	%	14.9	16.1	16.5	19.6	20.5
ケットの輸入数量	トン	5,778	5,635	5,172	4,993	4,715
中国のシェア	%	94.4	99.8	99.2	99.0	97.7
国内供給量	トン	113,884	111,040	106,066	101,665	100,597
輸入浸透率	%	79.4	80.9	80.7	81.7	81.5

注：企業数と輸入浸透率は各年12月31日現在。

出所：四国タオル工業組合「今治タオル産地の概要」2011年8月（ヒアリング配付資料）。

（2）今治産地の動向

最近5年間の今治のタオル業界の動向をみると、企業数は2006年の148社から2010年の129社へ12.8%減少しており、減少率は全国よりは低い（表2参照）。従業者数は3,054人から2,508人に17.9%減少しており、企業数の減少を上回るテンポで減少している。

2011年8月31日現在でみると、工業組合員数は123社であり、非組合員数は4社である。

123社のうち製販業者は100社で、残りは販売のみを行っている。123社のうち20～30社は家内工業であり、数年後には廃業すると見込まれる。1990～1995年に6社が00海外進出したが、1社が倒産した。現在の海外進出企業は5社であり、うち1社は100%海外生産である。進出先は4社が中国、1社がベトナムである。

生産数量は2010年に久しぶりに5.0%増加した。全国生産数量は横ばいであったから、今治産地の対全国シェアは2009年の50.2%から2010年の52.7%へ高まっている。後述するような産地のブランド構築にむけての積極的な取り組みが効果を発揮しているとみられる（表1参照）。

2010年の工業出荷額は約400億円である。表2で生産額が150億円となっているのは国内生産分である。残りの約250億円は5社の海外生産分である。今治産地企業の海外生産比率は62.5%に達している。

図2 最近5年間の今治のタオル業界の動向

		2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
企業数	社	148	144	140	135	129
うち工業組合員数	社	145	140	137	132	125
織機実台数	台	2,508	2,385	2,257	2,193	2,061
換算台数	台	4,315.3	4,124.4	3,907.8	3,759.5	3515..1
生産数量	トン	12,207	10,546	10,276	9,381	9,851
前年比増減率	%	10.5	13.6	2.6	1.3	5.0
生産額	億円	174	150	146	133	150
従業員数	人	3,054	2,896	2,730	2,652	2,508

注：1）企業数、織機実s台数、従業者数は各年の12月31日現在。

2）織機台数・従業員数は非組合分を含む。

出所：表1と同じ。

4 「今治タオル産地」ブランド構築の取り組み

(1) 今治タオル産地の課題と産地ブランドの確立

今治タオルプロジェクト「imabari towel Japan」2011年8月（ヒアリング配付資料）によると、産地の課題は次の通りである。

- ①希少性のある製品づくり（高級タオル）

- ②新素材への挑戦、デザイン力の強化、産地ブランドの確立
- ③マーケット戦略（技術力と事業性の融合）
- ④生産基地から開発基地への脱却（問屋依存型から自立提案型へ）
- ⑤産地の技術集積

この課題のうち 2006 年から産地ブランド構築に取り組んできた。2008 年度までの 3 年間でブランド確立支援事業、2009 年度以降先進的ブランド展開支援事業を実施してきた。

（２） ブランド確立支援事業（2006～2008 年度）の取り組み

最初の 3 年間では次のような取り組みを行った。

- ①産地としてのブランドマーク・ロゴの作成
- ②牽引力となる個別メーカーの新商品開発と個別メーカーブランドの創出
- ③世界一の産地づくり（世界観のある話題づくり）

今治商工会議所と共同で 2006 年からタオルソムリエ資格試験を実施。第 1 回（2006 年）から第 5 回（2010 年）までの受験者数は 1,202 人、合格者数は 765 人（今治 275 人、東京 297 人、大阪 193 人）で合格率は 63.6%である。

2008 年からタオルマイスター資格制度がスタート。

- ④メディアプロモーション等

2009 年 4 月以降 2010 年 8 月までに今治タオル紹介番組は 10 件放映された。主な番組は次の通りである。

- 2009 年 6 月 19 日（金） 日本テレビ、NEWS ZERO「地場産業を救え…佐藤可士和の戦略」
- 2009 年 7 月 2 日（木） テレビ朝日、報道ステーション「“日本元気宣言” 存亡の危機から奇跡の復活！ タオル産地・今治の挑戦」
- 2009 年 7 月 31 日（金） NHK、お元気ですか日本列島「日本のものづくり：感性価値創造の取り組み/田中産業」
- 2009 年 10 月 7 日（水） NHK、ためしてガッテン「本当？うちのタオルが高級ホテル並みに変身」
- 2009 年 11 月 17 日（火） テレビ東京、ガイアの夜明け「シリーズ〈進化するリサイクル〉第 1 弾 古着が宝の山となる日」

2007 年 9 月には伊勢丹新宿店に今治タオル常設売場が開設され、首都圏の若い女性に今治タオルが人気を博する契機になった。

(3) 2011年度事業の主な取り組み

①今治ブランドの発信・ブランド力強化

佐藤可士和氏をブランディングディレクターに起用、海外市場イニシアティブ事業（「上海国際ギフト展」への出店、イタリア・ミラノのインテリア雑貨・生活雑貨国際見本市「マチェフ展」への出店）を展開。「今治タオル」アンテナショップ開設（今治国際ホテルに第2号店開設、首都圏に常設店の開設準備）。ブランド管理（ブランドマニュアル2010の周知徹底）

ロゴマークを使用しているのは産地製品のうち約15%である。客が必ずしも求めないので約85%は未使用である。

②タオルソムリエの普及向上

③技能評価検定制度の50年ぶりの復活

④環境問題への取り組み

⑤佐藤可士和プロデュースによる商品開発（第7弾）

⑥産地PRその他