

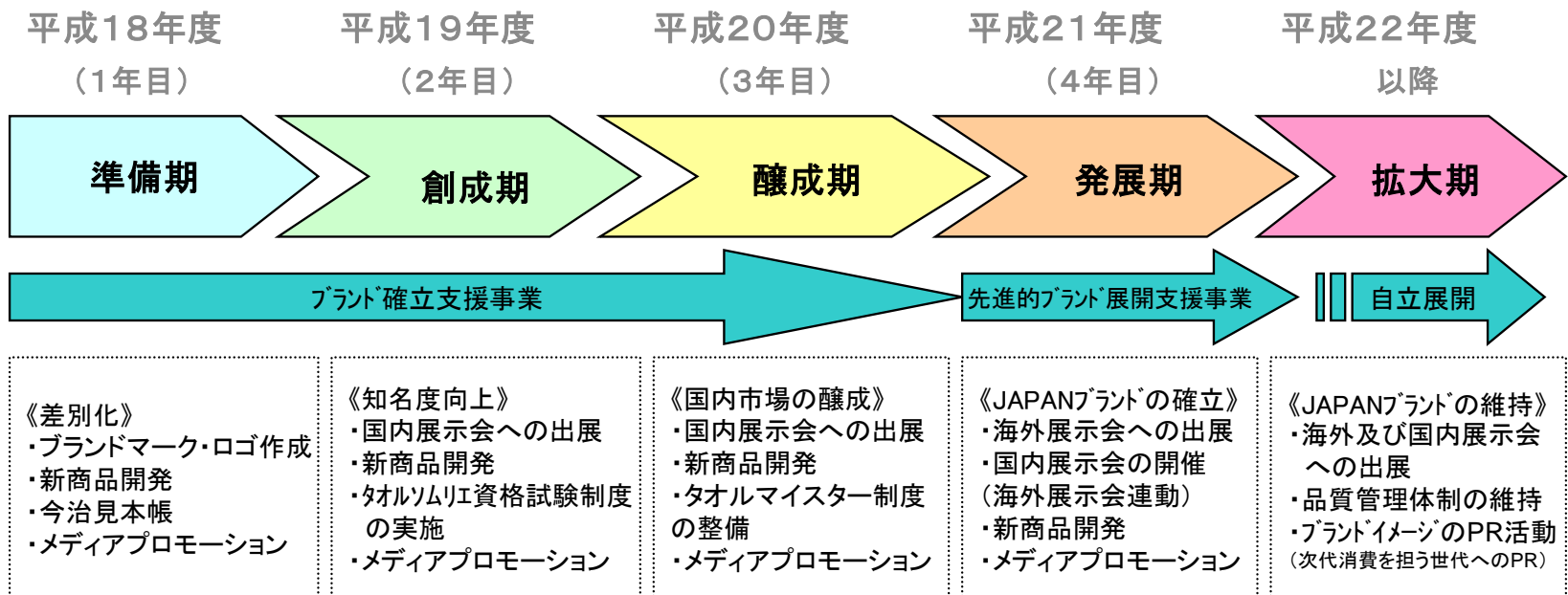


imabari towel
Japan

今治タオルプロジェクト
～歴史と伝統 新たなる挑戦～

今治市役所 産業部 営業戦略課

「今治タオルプロジェクト」の取り組みの推移(俯瞰図)



＜今治タオル産地の課題＞

- ・希少価値のある製品づくり(高級タオル)
- ・新素材への挑戦、デザイン力の強化、産地ブランドの確立
- ・マーケット戦略(技術力と事業性の融合)
- ・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)
- ・産地の技術集積

産地ブランドの確立

⇒『世界に通用する』今治タオル産地のイメージを確立

- ・本物志向層をターゲットに、支持される産地としてイメージの定着
- ・牽引力となる個別メーカーブランドの創出 (各メーカーによるオリジナルブランドの創出とその相乗効果)
- ・『imabari towel』ショップを産地情報の発信拠点としてブランド化
- ・『いまばりタオルブティック』を産地のセレクトショップとしてブランド化
- ・産地ブランドの品質管理・維持の徹底(認定基準など)
- ・海外展開に向けた課題の解決 (プロモーション戦略、流通システムなど)

「今治タオルプロジェクト」での取り組み

A：ブランドマーク＆ロゴの作成・導入

B：新商品開発

C：世界一の産地づくり〈世界観のある話題づくり〉

D：メディアプロモーション

E：海外展示会への出展

クリエイティブディレクター
佐藤 可士和 （さとう かしわ）氏

今治タオルプロジェクト全体監修
グラフィックデザイン、アートディレクション等
新商品デザイン、展示会ブース構成案



「今治タオル」ブランディングのキーポイント

1. 厳格な品質基準をクリアした製品にのみブランドマークを付与。
2. 早い段階での成功事例の創出。
3. 企業同士の有機的な連携。
4. 強いリーダーシップを持つ牽引者の存在。
5. 国の「JAPANブランド」育成支援事業の有効活用。
6. メディアの有効活用。
7. 佐藤可士和氏との出会い。



+ α. 行政の後方支援

海外展示会への出展

- 実施プロジェクト名：今治タオルプロジェクト
- プロジェクト概要：

「今治タオルプロジェクト」として、2009年9月にフィンランドのヘルシンキで開催された北欧インテリア・雑貨関連見本市「Habitare09」に出展、2011年・2012年・2013年1月にイタリア・ミラノで開催された「マチェフ国際ホームショー（Macef-International Home Show）『マチェフ展』春」に出展することにより、商談を通じた顧客ニーズの把握と、企業連携およびグローバルな視点での新たなものづくりを進めることで、海外市場開拓のための環境整備を図りました。



Habitare 09の出展状況



マチェフ展の出展状況

Japanese Sweets Fair in Taipei

～日本政府が進めるクールジャパン戦略の一環として開催～

平成25年11月10日、11日 台北で開催

日本政府が進めるクールジャパン戦略の一環として開催されたもので、日本の洋菓子製造技術・材料・デザインを用いたスイーツを通じて、世界に誇る日本の文化や「おもてなし」などの日本の魅力を海外にPRするために実施。イベントではスイーツだけではなく、スイーツ関連製品も出展され、クールジャパン推進会議民間議員で「今治タオル」の愛好家としても知られる評論家の金美齡氏にご推薦いただき、9社131点の商品を出展。

当日は「今治タオル」の象徴である白いタオルやスイーツをモチーフにしたタオルギフトセットなどを展示した。



海外展示会への出展(2014)

- 海外見本市出展（2014年度）

2014年9月にイギリス・ロンドンで開催された「100%デザイン」へ、15年2月にバーミンガムで開催された「スプリングフェア」に出展しました。

【100%design開催概要】

開催日時：2014年9月17日-20日

開催場所：Earls Court Exhibition Centre 2

出展社：計14社、 出展商品数：36点

名刺交換数：153枚、 データ取得数：484名

【スプリングフェア開催概要】

開催日時：2015年2月1日-5日

開催場所：THE NEC Birmingham

出展社：計13社、 出展商品数：36点

また、15年3月にアジア全体をターゲットとするシンガポールで開催された「メゾン・エ・オブジェアジア」にタオルメーカー15社が出展しました。



出展状況:100%design



出展状況:スプリングフェア

期間限定アンテナショップ設置・運営

- 実施事業名：今治市今治タオル海外販路開拓支援事業
- 事業概要：

2015年、今治タオルブランドをグローバルブランドへと展開するステップとして、展示会出展で培ってきた欧州市場を、更に深める活動が重要と考え、期間限定のアンテナショップを設置・運営します。海外でのアンテナショップ設置は、消費者が実際に商品に触れることができる場の設置であり、今治タオル商品の認知獲得に向けての消費者やメディアへのPR活動の一環です。また、海外市場で一定の認知を得ることで、商品に付加価値を付け、他の市場（国内にも）での販路拡大にもつなげようとするものです。

