

世界に誇れる

「5つの魅力」

海運・造船・舶用工業が集積する
1.

日本最大の
海事都市

2.

高品質で
世界を魅了する
今治タオル

海と島をつなぐ絶景の
3.

しまなみ海道

丹下健三氏など著名建築家による
4.

建築群

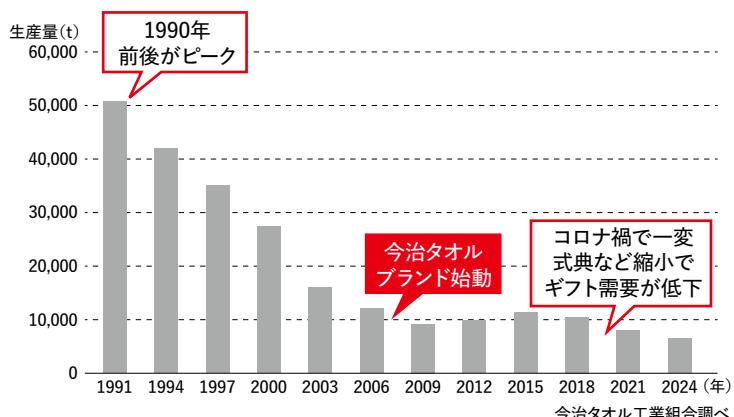
地域と共に挑戦を続ける
5.

FC今治



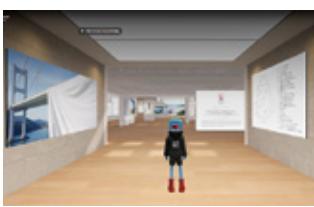
シリーズでお伝えしている今治の5つの魅力。今回のテーマは「今治タオル」です。ほかのコンテンツと比べても圧倒的な知名度を誇り、今や象徴的な存在となっています。一方で、需要の変化などに伴い、生産量が減少している現状がある中、それに対峙し未来を切り拓こうとする思いを、業界を牽引する方々に伺いました。

今治タオルの「今」



タオルを活用した新たな取り組みや、産地に親しむ活動

デジタルアートギャラリー



©2024 oncyber



©2024 Annie Chiu

CSR活動

CSR活動は、企業活動そのものを社会・環境に配慮した形にする取り組みです。

今治タオル工業組合では、今治の森林やタオルづくりに欠かせない水について学ぶ活動「今治タオルと水の森」が行われています。



▲2025年度活動の様子
「今治タオルと水の森」

広報いまばり 令和8年2月号

今治という地なくして 今治タオルは存在できない

今治タオル工業組合 田中 良史理事長



今治タオルは、タオル工場だけで完結する産業ではありません。染色、プリント、刺繍といった周辺加工に加えて、糸や薬品、機械、物流など、本当に多くの事業者が関わっています。高校を卒業したばかりの若い人からベテラン世代、子育てや介護をしながら働く人、通勤が難しい方の在宅勤務など、働き方も多様です。こうした裾野の広さこそが今治タオル産地の大きな特徴であり、地域の雇用を支えてきた力があります。今でこそ多くの人にブランドの質を知っていますが、この名声を支えているのは今治に蓄積された技術と歴史、ネットワークです。これらを維持し育していくことは絶対の使命です。

今治タオルには「完成形」はありません。長い歴史のなかで、多種多様なニーズに応えてきました。知名度という大きな土台のもと、海外展開や販路開拓の道も見えていますが、一つの方向ばかり注力するのではなく、多様性や各社の価値観を生かし今のニーズに応えることが大切です。分業体制のなかでそれが専門性や個性を発揮していますが、「産地を大切に思い、良くしていきたい」という大きなベクトルは一緒です。ブランド20周年間近になり、改めて『チーム今治タオル』として産地全体の未来図を描いていきたいと考えています。

あらゆる交流が 壁を突破する

今治タオル工業組合青年部会 藤高 亮会長



現場に近い若い世代が集まるのが青年部会です。メーカーだけでなく、周辺産業のメンバーも多く参加し、例会などを通じて本音で語り合っています。私が一番強く意識しているのは、「サプライチェーンをどう守るか」という視点です。中には、今やごく少数の会社しか担っていない工程もあります。青年部会では単価の適正化や生産性向上、環境づくりなどの議論も重ねており、現場のリアルな声を持ち寄れる場としても、青年部会の役割は大きいです。

私がこの1年、部会のテーマに掲げたのは「交流」です。これまで距離があった大阪・泉州タオルの方とも意見交換を行いましたし、「他社の工場はのぞかない」という暗黙のルールをあえて越えることで新しいアイデアや気づきが生まれました。また、今治タオル工業組合の各委員会に青年部会メンバーが参加し、産地の方針決定の場に若い世代の視点が加わっています。この内部交流も、実はこれまでなかなかできていなかったんです。産地内外・企業同士のこうした交流は、画期的な一歩だと感じています。

産地内からは「タオルをつくって良かった」と胸を張るように、県外からも今治タオルに憧れてたくさんの方が訪れてくれるような産地を目指していきたいと思っています。

▼一般的なブランドマークの認知度



早稲田大学大学院 経営管理研究科(MBA)修了
グローバルラグジュアリーブランド勤務
田宮 江梨氏調べ

ここまで知名度が高い
地域ブランドはほとんどない



▲青年部会 会議の様子

青年部会の60周年記念事業として作成した
「Imabari towel color collection」



周辺産業も「ここにしかないタオル」を支える大事なファクター

愛媛県繊維染色工業組合 山本 敏明理事長



タオルになる糸や生地に色をつけたり、逆に白くしたり、やわらかさや吸水性を引き出したり——「染色」の仕事は、名前以上に、今治タオルの色と風合いを陰で支える大切な工程です。今治タオルの厳しい品質基準をクリアするためには、この工程が必要不可欠なんです。

一方で、現場には環境面の課題も多いです。お湯や蒸気でエネルギーをたくさん使いますし、大きな設備も必要です。だからこそ、産地全体でできるところは共同化し、力を合わせて効率化していくことが大切だと考えています。競争と協調のバランスをとりながら、染色業界全体としても、今治タオル産地全体としても強くなっていくのが理想です。

染色業界としては、「染色パーク」という未来像を描いています。染色の仕事を含めて、産地のものづくりを伝える場はまだまだ足りないと感じています。設備の共同化をしながら、染色の技術でさまざまな困りごとを解決しつつ、タオルの色や品質の裏側にある仕事を知ってもらえるような、開かれた場所にしたいと考えています。

そうした取り組みを通じて、「今治でつくる意味」を大切にしながら、多様な今治タオルをこれからも生み出し続けていければと思っています。



ブランドマークを掲げた20年の歩みの中で、今治タオルは全国に、そして世界にその名前を広げてきました。

タオルをつくる人はもちろん、周辺産業に携わる人、売り場でお客様に商品の良さを伝える人、そして、日々の暮らしや贈り物で今治タオルを選んでくださる皆さん——。その一人一人が、今治タオル産地を支える大切な一員です。

これからも、「今治だからこそできるタオル」と一緒に育ていきましょう。



WE ❤ IMABARI TOWEL



▲染色パーク イメージ図



2 IMABARI color show2025

① 染色パーク構想

染色産業が一丸となり設備などを共有することによって、環境への負荷を抑え効率的な生産体制を維持する拠点づくり構想。地域に開かれ、産業の発信や交流の場となることも目指しています。

② IMABARI color show

染色産業やその技術を発信するイベント。2017年より開催。染色した糸や生地で芸術作品を制作しています。