

5. タオル業界の苦悩のはじまり

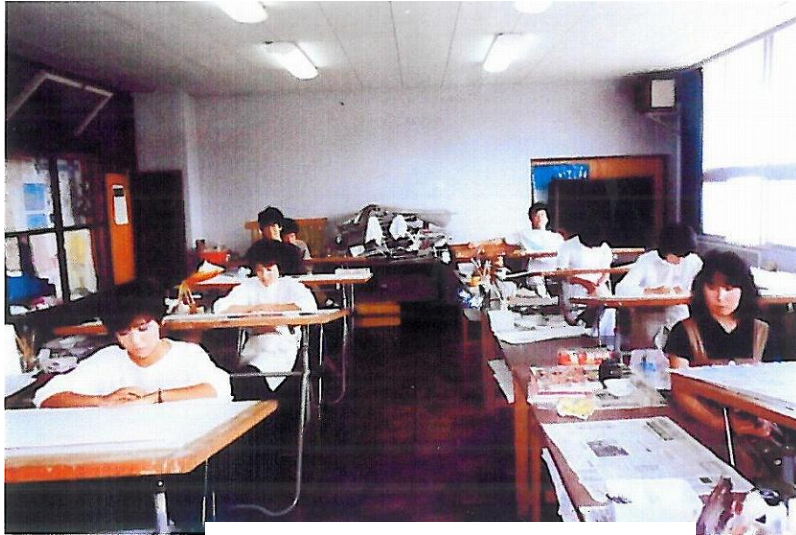
1990年代、「タオルびと」でも何度も言及してきたように、タオル業界の苦悩がはじまる。タオル業界をとり巻く環境の変化やその変化に対応できない業界の体質などが重なり合って、タオル工業全体の低落を導いた。産地の苦境を目の当りにし、染織試験場は巻き返しを図るために、業界団体と協力しながら試行錯誤を繰り返した。高橋俊明氏もそのなかにいた。

先々のことを考えると、産地にデザイナーがいなくなることは致命傷

1997年、高橋氏は、今治のタオルデザイナーの生き残りをかけた組織の再編に着手した。当時、今治にあるデザイン関連団体は、先晒タオルを中心に図案を作成する紋匠デザイン組合とプリント柄をデザインするデザイナー協会の2団体があった。1970年代のブランドタオルの流行を境に、それ以降、商品企画のほとんどは問屋がもち込んだものをベースにデザインを作成するようになっていた。当然、デザイン料も安く、デザイナー一本で生計を立てるにはあまりにも脆弱な体制であったため、産地のデザイン関連企業がどんどん衰退していくのではないかと予想された。そこで、高橋氏は、「先々のことを考えると、産地にデザイナーがいなくなるということは致命傷になりかねない」とおもい、タオル関連に従事する捺染や織物デザイナーはもちろん、グラフィックをはじめさまざまな分野のデザイナーを集結させた、デザイナーズクラブの結成に踏み切った。

しかし、前途多難。デザイナーズクラブを立ち上げたはいいが、デザイナーたちの意識と、かれらをとり巻くタオル業界の意識を変えることがもっとも肝要であり、難しかった。デザイナーたちは、デザインは問屋からの指示で作成するのが通常で、待っていれば仕事をくれるというぬるま湯体質に慣れてしまって、自分から仕事をとりにいく積極性に欠けていた。おなじように、タオルメーカーも、

デザインは問屋がもち込むものとして、問屋依存の体質に疑問すら感じていなかった。



染織試験場でのデザイナー育成のーコマ

（写真：高橋俊明氏提供）

高橋氏は、染織試験場を開放してデザイナーズクラブの勉強会を開催したり、人材育成のための資金を確保したり、各方面に働きかけてデザインの発注をしてもらったり、できることは何でもした。ある程度の成果を出せたとの自負はあるが、引退するまでに自身が描く理想の形にもっていけなかったことはいまでも悔やまれる。

産地を救ったタオルマフラーの誕生

前号に登場した宮崎タオル（株）の社長・宮崎弦氏が四国タオル工業組合の新商品開発事業のもとで設置された新商品開発委員会の委員長を務めていたとき、のちの今治タオルの復活を担う商品、タオルマフラーが誕生した。高橋氏もこの事業に委員として参加していた。

タオルマフラー誕生の経緯は、こうである。新商品開発委員会は、デザイナーから提案してもらったいくつかの企画をもとに組合員の参加企業が商品化するというもので、最後に残った企画を委員長で

ある宮崎氏が自社で商品化することになった。その企画というのが、縮む糸を織り込んだタオル生地で、引きつったような安定しないやっかいなものだった。宮崎氏は、自社で試織をするも、「どうにもならん、何にしたらいいのか」というお手上げの状態のときに、高橋氏に助言を求めた。高橋氏は、この生地をみてすぐさま「これ首に巻くしかないね」と応えると、「そしたら首に巻くもんつくろわい」と宮崎氏。

宮崎氏はさっそくタオルマフラーを商品化し、愛媛県主催の伝統工芸品のコンクールに出品した。高橋氏は、審査補助として審査に係わっていたため、そのときの様子をよく覚えている。審査員たちは、最初、タオルマフラーをファッション性に乏しいものとしてあまり評価しなかったが、高橋氏が「タオルマフラーはタオルの固定概念を破り、従来の用途から脱してアパレルへとその可能性を拡げる、タオル業界においては画期的な試みである」ことを解説した。その結果、各審査員から「これは受賞に値する」との声が出はじめ、審査委員長が「本当の意味でファッションと言える商品に育つことを願って審査員特別賞を贈る」ことに決めたのである。

その後、タオルマフラーはさらに改善され、従来のものとは一線を画すほど色彩も豊かになり、風合いもよくなった。いよいよ市場投入というときに、宮崎氏から「値段は1,000円」という驚きの声が上がったので、つかさず高橋氏は「ファッションのもんやから、もっと値段とろや」と言い返すと、「いいや、安くてええんよ」と宮崎氏。こうして、値段も手頃なタオルマフラーは、あっという間に主力商品に成長していった。高橋氏は、タオルマフラーを販売する前に宮崎氏にこうも言っていた。「特許や意匠登録をした方がいい」と。しかし、宮崎氏は「産地のためにみんながつくったらええんよ」と言って聞き入れなかった。

苦境に立たされていた産地を救ったタオルマフラーに、こんなやりとりがあったとは驚きであり、今治の底力をおもい知らされたような気がする。その後、今治では各企業がタオルマフラーを製造し

はじめ、崩壊寸前の産地に活気をもたらした。

高橋氏は、宮崎氏の功績をどうしても形にしたいとおもい、タオルマフラー商品化の経緯を書類にまとめ、優れたモノづくりに対して評価している団体などに推薦書を送った。そして、思いが通じたのか、宮崎タオルは2003年ちいき経済賞クリエイティブ活力賞（社団法人地域経済総合研究所主催）を受賞した。しかし、宮崎氏は、東京での授賞式に出席し、記念講演をして帰今したのち、体調を崩し病気に倒れた。そして、2005年3月に帰らぬ人となり、その後会社も解散した。

高橋氏が、今回のインタビューでもっとも熱く語ったのが、宮崎氏と一緒に作り上げてきた数々のタオルのエピソードだった。



宮崎 弦氏（左）、藍染めのタオルマフラー（右）

（写真：高橋俊明氏提供）

いま、宮崎氏の意味を継いでタオルマフラーを織っている「タオルびと」がいる。ひとは、かつて宮崎タオルの技術者で独立して工房織座を立ち上げた武田正利氏である。現在の高速でタオルをつくる時代に昔の力織機を蘇らせ、ガッチャンガッチャンと糸にストレスをかけないでタオルを織っていく。工房織座のタオルマフラーは、2009年の第3回ものづくり日本大賞経済産業大臣賞（経済産業省主催）を受賞した。また、宮崎タオル

の4代目の宮崎陽平氏が、「Simple is best」のコンセプトをそのままに父親の手がけたタオルマフラーを委託製造でつくっている。陽平氏の企画した宮崎タオルのタオルマフラーは、2007年にグッドデザイン賞中小企業長官特別賞（公益財団法人日本デザイン振興会主催）を受賞した。



宮崎陽平氏が企画販売している藍染めタオル

（写真：高橋俊明氏提供）

とにかく、業界への積極的な発言と支援で信頼と連携を深めていった

2001年に技術支援室長に就任してからは、とにかく関連団体の開催する会合に委員として出席し、そこで積極的に発言し、できる範囲の支援をおこなうことで、愛媛県繊維産業試験場（1989年に改称。以下、繊維産業試験場）の信頼と連携を深めていった。繊維産業試験場で開く研究テーマについても、四国タオル工業組合などと事前打合せをして、企業が要望するテーマをできるだけ吸い上げ、「行きにくい試験場から行きやすい試験場へ」イメージの向上に努めた。今治市地場産業振興センターとの係わりでは、長年継続されている「繊維まつり」のポスター作成から展示まで全面的に協力し、中心的な役割を果たした。「じばさんプラザ」に「いまばりタオルブ

テック」を開設する際には、店舗設計をおこない、今治市役所（商工労政課）との信頼関係を構築することができた。

その他にも、タオルを多くの消費者に理解してもらうために、数々の講演会でタオルの歴史や繊維産業試験場の仕事、タオル業界の現状などについて話をした。そこでいつも質問されるのは、「素晴らしいタオルがあるのはわかったが、それはどこに行けば買えるのか？」だった。事実、当時はどこでも買えるような状況ではなかったため、消費者の訴えをすぐに四国タオル工業組合や地場産業振興センターにフィードバックした。そしていまでは、テクサポート今治でも、高橋氏が売場を手がけた地場産業振興センターでも、今治国際ホテルでも、容易に手に入れることができるようになった。

タオルの知識を拡げただけではない。レファレンス機能の強化にも尽力した。2008年に愛媛県産業技術研究所繊維産業技術センター（以下、繊維産業技術センター）と改称され、2014年に新施設に移転するにあたり、その目玉のひとつにレファレンス機能の強化が挙げられた。タオル業界は、通常、短期で商品替えをするため資料として残していくという風習があまりなく、100年を超える歴史をもちながら100年の歴史を知る資料が十分に残っていない。そこで、高橋氏は、定年退職前の大仕事として、タオル関連資料および書籍、昔の開発生地、タオル業界から提供された資料やタオルの現物など膨大な資料の収集整理に着手した。

とりわけ、タオル業界から寄贈された資料・製品などの収集には手間を要した。たとえば、タオルメーカーは、「繊維産業技術センターに自社の製品を展示すると、他社にすぐに真似されるので提供したくない」という考えから、なかなか自社製品を表に出したがりなかった。しかし、高橋氏は「センターに置くことで、逆にどこの企業が先鞭を付けて商品を開発したかの証拠になる」などと説得した。また、資料収集と保管の重要性を説明するために、多くの企業を訪問した。地道なとり組みのおかげで、特殊な生地や時代を象徴する話題の製品など多数の資料を企業から提供してもらうことができた。

高橋氏がこうしたタオル関連団体の連携に力を入れたのは、その原点に高校時代の恩師の「大学に行ったら、まず人が敬遠するような難しい先生に飛び込んで行け」という教えがあったからである。

「染織試験場の技術者は職人氣質であり、当時のタオル業界の会社社長も現場を知る職人でした。そのため、当然気難しい人が多かったが、自分を理解してもらい、人脈をつくり、意見を聞いてもらえるようになるには苦労しましたが、あえてその道を重視するようになりまし」と、高橋氏は当時を振り返る。

くわえて、「長くつづいた染織試験場と地場産業振興センターの情報収集に関して、名刺1枚で当時飛ぶ鳥を落とす勢いのダイエーやニチイなどの大型量販店、三越・高島屋・伊勢丹などの有名百貨店、タオル関連問屋などに出向いて情報収集し、情報分析後はタオル業界に向けて情報を発信しました。他地域の公設試験場がなかなか上手く情報を得られないと嘆くなかで、比較的スムーズにどちらかと言えば非常に協力的に情報提供に協力をいただいたのも、あの教えがあったからです。熱意を込め、『この収集結果がやがて産地を成長させるのだから、ぜひご協力を』と丁寧に説明し、相手さんにも自分たちのメリットになることを納得してもらえたからだとおもいます。このときの交渉術や対人的な経験が、退職するまで大いに役立っていたとおもいます。」（次号につづく）

