

今治タオル 奇跡の復活

起死回生のブランド戦略

佐藤可士和・四国タオル工業組合 [共著]



いまや全国的に知られるブランドとなり、
欧州やアジアの市場へと攻勢を強める今治タオル—。

そこにいたる道のりは、まさに試行錯誤の連続だった。
小さな実践をひとつひとつ積み重ね、
消費者からの信頼を勝ち取るまでの軌跡に、
地域再生・JAPANブランド復活のヒントを探る。

「いいモノをつくっているだけでは売れない」は、
「いいモノをつくっているからこそ売れる」に変えられる！

朝日新聞出版から「11月20日（木）」発売！
全国の各書店でお求めいただけます。

単行本 四六判・並製 224ページ
定価 1,620円（税込）
ISBN978-4-02-331339-2

答えは相手の中にある—— 地域再生、JAPANブランド復活のストーリー

【著者プロフィール】

●佐藤可士和(さとう・かしわ)

クリエイティブディレクター／アートディレクター。1965年東京生まれ。多摩美術大学グラフィックデザイン科卒。株式会社博報堂を経て、2000年にクリエイティブスタジオ「サムライ」を設立。主な仕事に、ユニクロ、楽天グループ、セブン-イレブン・ジャパン、今治タオルなどのブランドクリエイティブディレクションのほか、カップヌードルミュージアム、ふじようちえんなどのトータルプロデュースや、国立新美術館などのシンボルマークデザインがある。毎日デザイン賞、東京ADCグランプリほか、数多くの賞を受賞している。慶応義塾大学特別招聘教授、多摩美術大学客員教授。ベストセラーとなった『佐藤可士和の超整理術』（日本経済新聞出版社）など著書多数。

●四国タオル工業組合

1952年に、四国タオル工業組合の前身となる中四国タオル調整組合が、国内タオルの生産数量を制限する生産設備登録制度の運営管理を主な事業として設立される。近年は、日本一のタオル産地・今治においてさらなる発展を遂げるべく、タオル製造業に関する指導・教育をはじめとしたさまざまな事業に日々取り組み、その活動範囲を海外へと広げつつある。