

I

# タオルから繋がる、広がる ファンコミュニティ事例

2022年3月16日  
IKEUCHI ORGANIC株式会社  
牟田口武志

## 主な経歴

2002～映画・アニメ会社

2004～CCC (映画レンタル.DVD)

2012～アマゾンジャパン (書籍)

2015～IKEUCHI ORGANIC



「ファンベースなひとたち」  
に掲載 (書籍)

2003年に民事再生→ファンの声で復活した会社の  
ストーリー・モノづくりの姿勢に惹かれて現職にJOIN

# 今治タオルと IKEUCHI ORGANIC

I

今治タオル=会社で  
はなく、約100社の  
メーカーが存在する  
地域ブランドです



imabari towel  
Japan

# IKEUCHI ORGANICについて



オーガニックコットン100%  
(タンザニア・インド産)



全製品赤ちゃんが口にしても  
安全なタオル

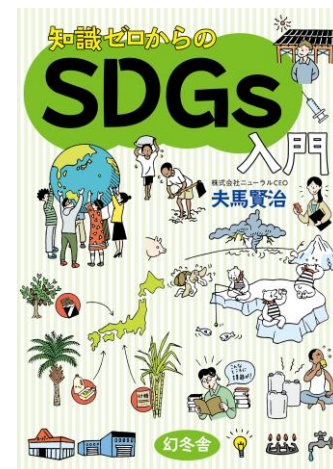
I



今治本社で製造 風で織るタオル



SDGs関連の書籍・メディアに  
多数掲載



# 本日のテーマ

## I

1. 語りたくなる「商品・コンテンツ」

2. 体験を通してファンを「繋げる」

3. コミュニティを通して「広げる」

語りたくなる

「商品・コンテンツ」 I

前提

商品やコンテンツに魅力がなければ、ファンは生まれない。コミュニティの前に、商品・コンテンツに力を注ぐ

# 語りたくなる「商品・コンテンツ」

- ・ 理念/経営者
- ・ 開発ストーリー
- ・ 商品のディテール
- ・ 機能性
- ・ 生活を豊かにするか？
- ・ 作る人の哲学
- ・ 商品愛のあるスタッフ

バズるのが目的にならず、  
表面的なSDGsにならない  
商品づくり



ファンにとって魅力的な商品・コンテンツか？

本日のテーマ

I

2. 体験を通してファンを「繋げる」

3. コミュニティを通して「広げる」



体験を通してファンを  
「繋げる」



体験型店舗（東京・京都・今治）

IKEUCHI ORGANIC Inc

体験を通してファンを  
「繋げる」

I



200回以上洗濯したタオルを試せる体験型のストア

体験を通してファンを  
「繋げる」

店舗イベント

I



1年に3,4回各ストアで直接コミュニケーション

# 体験を通してファンを 「繋げる」

## I

お店はお客様とスタッフの関係を深める場所。イベントを続けると、お客様同士が繋がる（ファンコミュニティ）

# 体験を通してファンを「繋げる」

I



イクウチのヒト。連載初回はベテランのタオル職人、橋田室長。長年培った技術を若手職人に伝承しています。一人前のタオル職人への道のりやIKEUCHIのタオルについて語ってくれました。（上画像クリックで記事本文へ）

## ファンが求めているコンテンツを発信

## 「イクウチのヒト」 全社員のインタビューを公開



タオル職人として、二十歳のリアル / 製織担当 宗雪  
イクウチのヒト、第2回は初回とは違って変わって、フレッシュなヒトが登場です。



伝統と革新、日々修練の若きリーダー / 製織主任 川本  
タオル中心だった時代から、オーガニックな素材を使い織み物などファブリック製品



母として、職人として生きる / 製織担当 近藤  
入社前には、近所にあったIKEUCHI ORGANICのことが知らなかった編織り



熟練工が伝えたいタオルづくりの厳しさ / 生産技術室 阿部  
TV番組サラマシでIKEUCHI ORGANICが登場した時には、若手の宗雪さんを指導した



もっと夢のある職場に先遣としての提言 / 製織担当 松本  
IKEUCHI ORGANICのビジョンを若手職人にも共有して欲しい。変化する時代だから



第2回はIKEUCHI品質をつくる「ヒト」たちが登場 / 番外編  
IKEUCHI ORGANICの人々を紹介する連載企画、「イクウチの人」。第2部となる



食べられるタオルへ導く仕事人 / ISO管理室 曾我部  
タオルの製品開発、設計で水きに選んでタオル開発で活躍してきた曾我部さん。



池内計司に追いつけ品質管理のキーマン / 品質管理主任 矢野  
製織、検品を経て、現在は製品開発、品質管理を担当する矢野さん。見た目のひょう



生産の最適化と生産過程の可視化 / 生産部部长 渡邊 / 黒瀬  
製造メーカーとしてのIKEUCHI ORGANICで生産のハンドリングを行う生産部の渡邊



ひとつひとつを丁寧に織み物と笑顔のヒト / デザイナー 堺  
社内デザイナーで織み物の企画も担当する堺さん。入社きっかけはなんと社員と音



糸と共に15年のあゆみ / 製造課長 芝田  
社歴15年と古参社員の芝田さん。タオルの原材料となる糸の仕入れや管理を担当し



わずかなキズも見逃さず検品を入念に行うヒト / 検品 阿部  
赤ちゃんが読んでも大丈夫なタオル、ホームページに記載されたこの文章を見て、他

体験を通してファンを  
「繋げる」

I

全国からファンが集まる  
工場イベント（2017年～）



今治までの交通宿泊費は自腹+参加費

体験を通してファンを

「繋げる」

全国からファンが集まる工場イベント

I



職人との交流と、徹底したおもてなし

体験を通してファンを  
「繋げる」

全国からファンが集まる  
工場イベント

I



リピーター専用コース（3年連続参加の方もいます）



# 体験を通してファンを「繋げる」

IKEUCHI ORGANICの「オープンハウス2019」

北海道や滋賀県、京都など全国から集まったファンの皆さまと環境のことや地域活性など幅広い分野で意見交換をさせていただきました。ファンの方々の熱量がすごい！

愛媛県にこのような素晴らしい会社があることを誇りに思いました。

#IKEUCHIORGANIC [pic.twitter.com/DvlyJ4DOgH](https://pic.twitter.com/DvlyJ4DOgH)



#今治オープンハウス 次は縫製ワークショップ。へム縫い体験出来るという不器用には鬼門としか言えない内容。でもマニアだから突入します。スマホで写真撮る余裕なかった...スイスイ縫ってた工場の人が担当して3ヶ月と聞いてすげー！と尊敬の眼差し。

## 全国からファンが集まる工場イベント SNS上での広がり

I

ただいま！

イケウチオーガニックの今治オープンハウス ✨  
また来たい、また来ようを繰り返し、3年連続3回目。

今回は工場でのワークショップコースが新設！  
職人の皆さんに手取り足取り教えてもらいながら、タオルの設計・デザイン(池内代表の講評付き👍)、縫製、検品やタオルオリガミと超盛り沢山であつたという間の1日。

皆さんに会いたくて、  
来年また来てしまうやつや

#今治オープンハウス  
#IKEUCHIORGANIC



2019-10-27 07:57:3

# リアルから、オンライン (SNS) へ拡散

# 体験を通してファンを 「繋げる」

I

## コロナによる変化 オンラインイベント



ファンがオンラインを通じて集まり、イベント開催

# 体験を通してファンを 「繋げる」

I

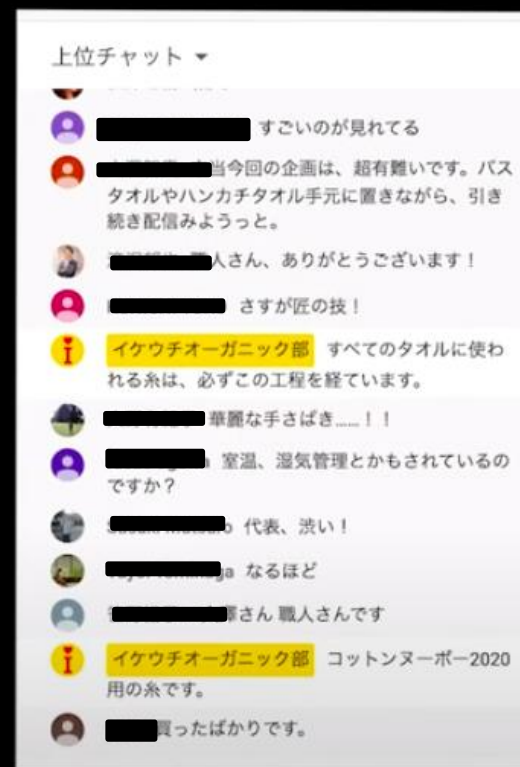
## オンライン接客をスタート オンラインで初対面



体験を通してファンを  
「繋げる」

# オンライン工場見学

I



リアル開催時の8倍の視聴者数に

# 体験を通してファンを 「繋げる」

I



お客様コメント：  
本当に感動です。私がいただいたタオルの綿もここで作っていただいたのですね！タンザニアの様子を初めてみるので本当に感動しています。

# ファンイベント ～綿花の生産地タンザニア～



体験を通してファンを  
「繋げる」

## ファンの価値観

I

Who

- ・ 社会貢献したい (世の中)
- ・ スペック好き (マニア)
- ・ 身の回りから豊かに (愛用)
- ・ 利他思考 (ギフト)
- ・ 会社を応援したい (仲間)

単なるモノを超えた共通点がたくさん  
ある人が集まる場

本日のテーマ

I

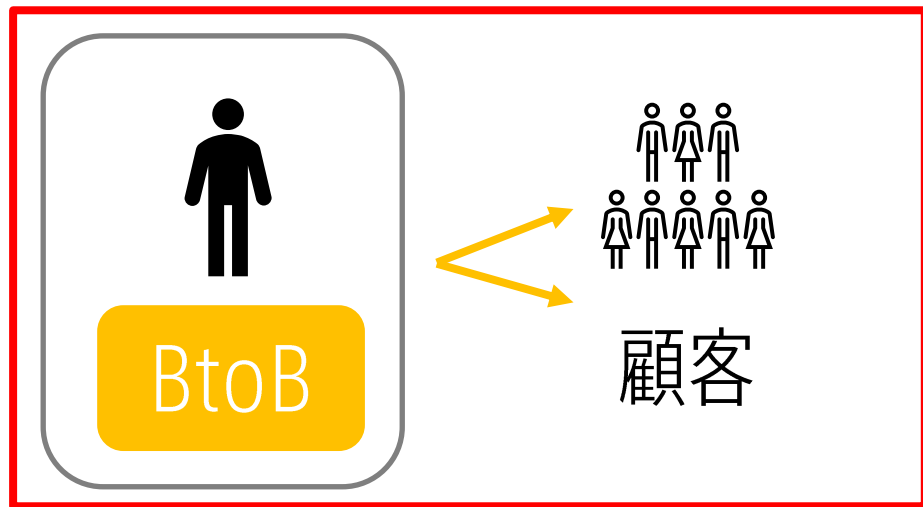
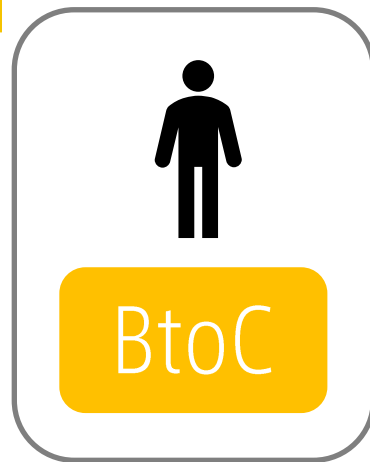
2. 体験を通してファンを「繋げる」

3. コミュニティを通して「広げる」

コミュニティを通して  
「広げる」

Who

I



ファンコミュニティはBtoBも対象になる



# コミュニティを通して「広げる」

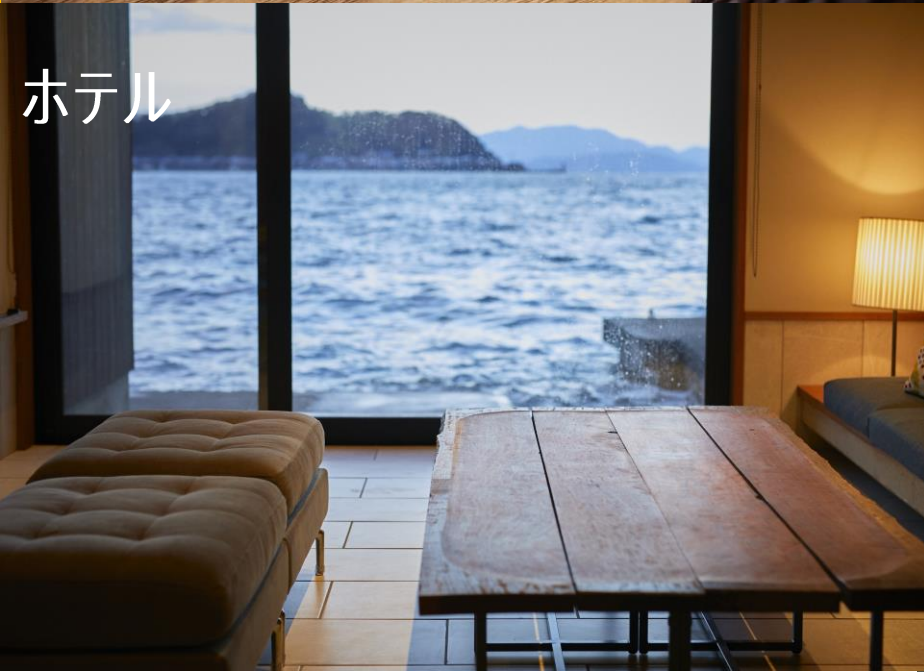
レストラン



美容室



ホテル



銭湯



コミュニティを通して  
「広げる」

自分たちで自分たちを  
良いと言っても、  
信じられない時代

# コミュニティを通して 「広げる」

## オウンドメディア 「イケウチな人たち。」

I

イケウチな人たち。  
BY IKEUCHI ORGANIC

好きな人たちと考える、これからの豊かさ

僕はsioを通じて、IKEUCHI ORGANICの価値を高めたいです。でも、それって、愛がないと先にいけないんです。悪いんですけど、今、僕よりIKEUCHI ORGANICを熱く語れる人はいないっす。僕はこれをバンバン、超イケてるレストランに言っていくんで。いいレストランにはIKEUCHI ORGANIC。標準装備を目指したいです。

プロと一流の差は、愛なんです

- レストラン「sio」オーナーシェフ 鳥羽周作 -



# コミュニティを通して 「広げる」

## おしぼりから選ぶレストランガイド

I

# ミシュラン獲得の 店舗に次々に導入

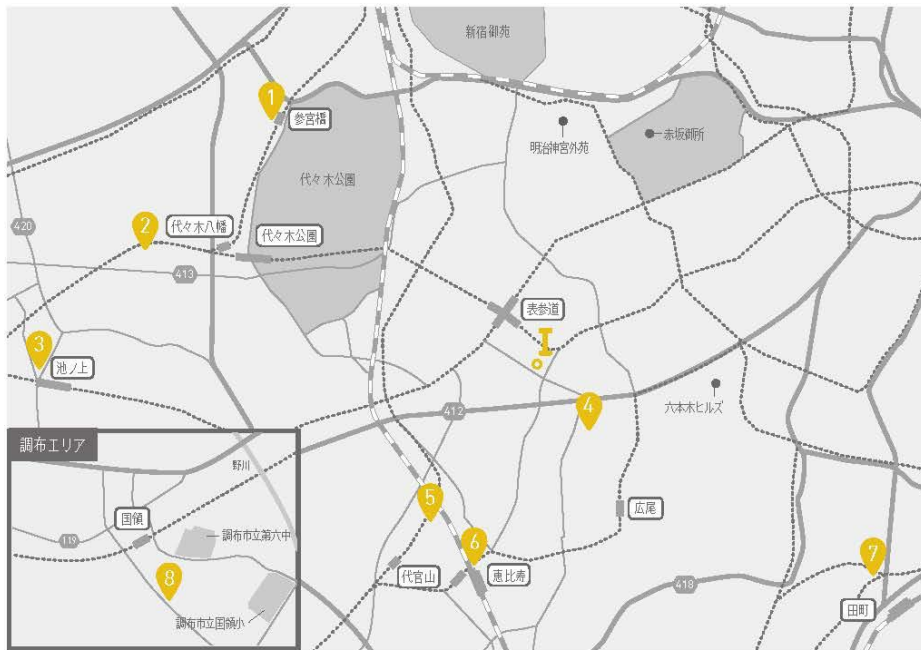


レストランのおしぼりと聞いて最初に何を思い浮かべますか？

すぐに思い浮かぶのは籠おしぼりや、ビニール袋に入ったおしぼりでしょうか。そもそも気にしたことがない、という方も多くかもしれません。

そんな普段全く光の当たっていないおしぼりですが、「神は細部に宿る」という言葉がある通り、レストランにおいて、料理と直接関係のないおしぼりにこだわるお店は、細部にまで気を配り、何事にも妥協せず料理を作るから、美味しくないわけがありません。

毎日の営業時間を終えたあとに、もうひと手間。お店で洗濯し、翌日のためのタオルを自分たちの手で上げてくださっています。徐々に取り扱いが広まり、20店舗となりました。一部をごちらでご紹介いたします！



1

レガール

おしぼり ORGANIC 120

イタリアンレストラン。Levi'sの例えば 501 のような定番のタオル、オーガニック 120 を採用いただいています。イケウチのおしぼりを 1 回の食事と食前と食後の 2 度体験できるは、都内ではレガールだけ。

東京都渋谷区代々木 4-6-2  
☎ 03-6383-3384  
regalo-ristorante.com

2

sio

おしぼり ORGANIC 316

代々木上原のレストラン sio。おしぼりのたたみ方も、水分率の高さもこれまでの常識を覆しています。スタッフの皆さんのおしぼり愛が、タオルにふれるだけで大切にメンテナンスされているのがわかります。

東京都渋谷区上原 1-35-3  
☎ 03-6804-7607  
sio-yoyogiuehara.com

3

ペペロッソ

おしぼり ORGANIC 1340

イタリア全土の「手打ち生パスタ」を豊富にそろえたお店です。おしぼりはイタリア伝統の織り方であるワッフルに、イタリアの色であるリナシメント色で染め上げた別注タオルをつくりました。

東京都世田谷区代沢 2-46-7  
☎ 03-3424-4230  
peperosso.co.jp

4

81

おしぼり ORGANIC 520

劇場型レストラン 81。店内は全て黒で統一されているのに、唯一おしぼりだけは、黒でなかったことを解決されたこととご連絡をいただきました。オーガニック 520 の黒色の別注タオルをつくりました。

東京都港区西麻布 4-21-2  
コートヤード HIROO  
☎ 080-4067-0081  
eightyone.tokyo

5

TACUBO

おしぼり ORGANIC 732

代官山の新発キイタリアン TACUBO。採用いただいているオーガニック 732 は、ホテル仕様として作られたタオルで、手にとるとずっしりと重いのですが安心感がある肌触りです。

東京都渋谷区恵比寿西 2-13-16  
ラングス代官山  
☎ 03-6455-3822  
tacubo.com

6

バーオーディン 恵比寿店

おしぼり ORGANIC 732

提供する食事すべてがオーガニック & 自家製のこだわりで、ついにはおしぼりもオーガニックに切り替えたいとのことで導入いただきました。タフさが特徴のオーガニック 732 を採用いただいています。

東京都渋谷区恵比寿 1-8-18  
K-1 ビル  
☎ 03-3445-7527

7

テラトリア・エッフェ

おしぼり レストラン特別仕様

田町にあるイタリアン。生産者や大地の想いを料理とワインという形で表現しているお店です。導入いただいたのは、おしぼりをこだわりたいレストランのために作った特別仕様のおしぼりです。

東京都港区三田 3-3-5  
☎ 03-6809-6103  
terratratoria-effe.com

8

ドンブラボ

おしぼり レストラン特別仕様

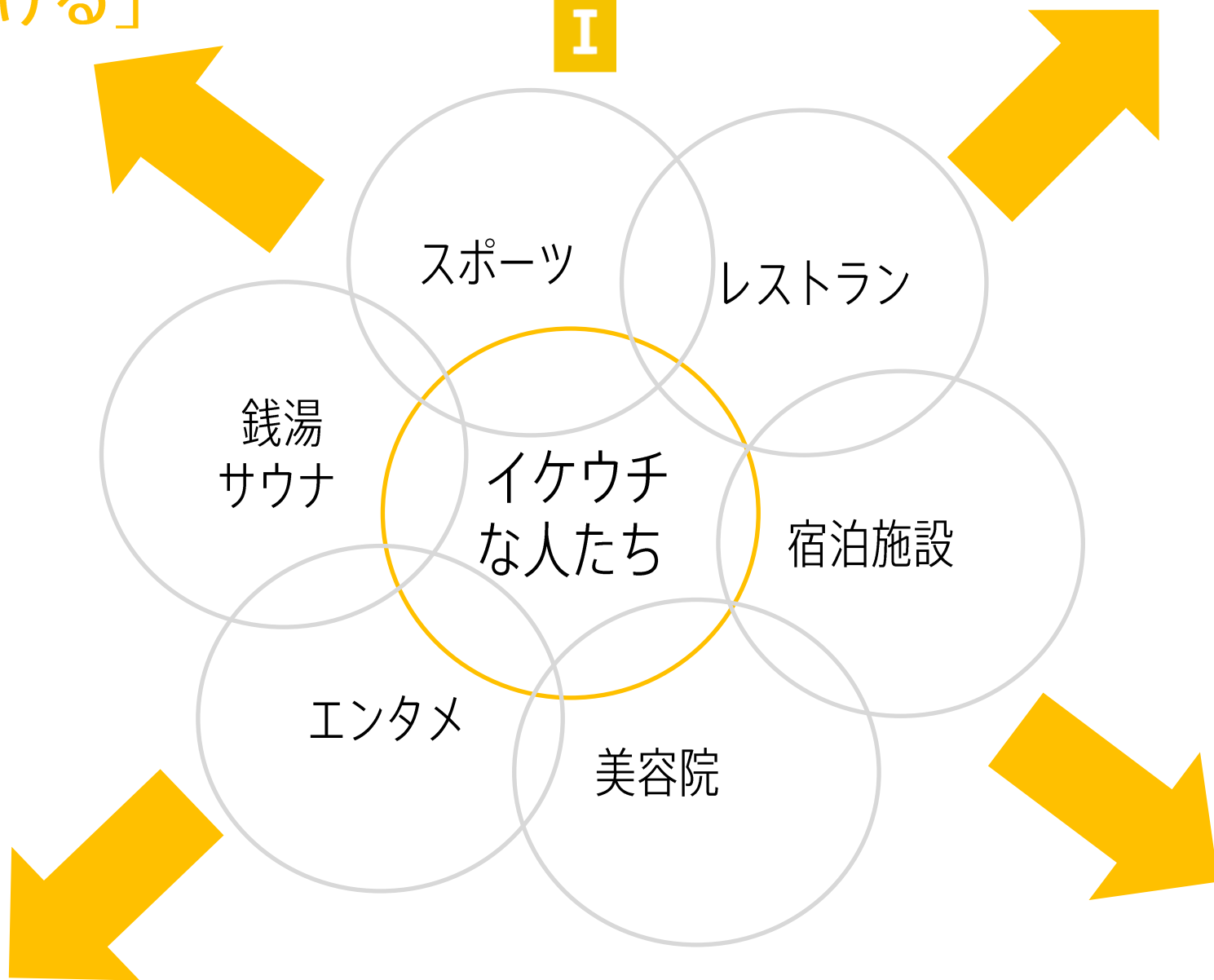
調布市の国領にあるイタリアン。国領の希跡と呼ばれ、密着のピザが絶品！ 受け皿に合う大きさと風合いのタオルをご自身で何度も体験されて、レストラン特別仕様のおしぼりを選んでいただきました。

東京都調布市国領町 3-6-43  
☎ 042-482-7378  
donbravo.net

コミュニティを通して  
「広げる」

コミュニティからコミュニティへ

I



コミュニティを通して  
「広げる」

取引先企業の価値観

I

Who

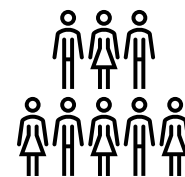
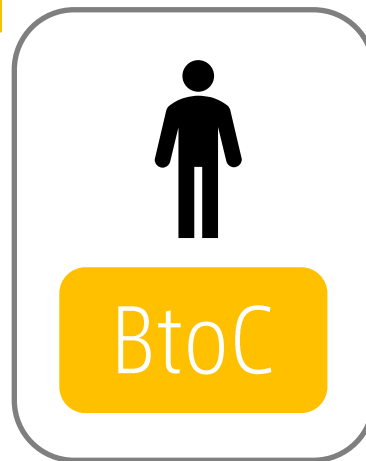
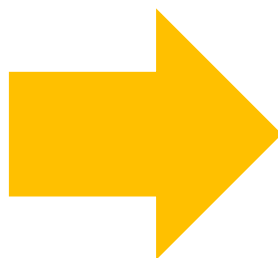
- ・ 業界の異端児
- ・ 顧客中心主義
- ・ プロフェッショナル
- ・ 利他的思考

異業種の似た価値観を持った人を通して広げていく

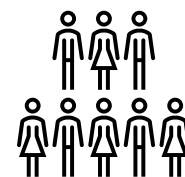
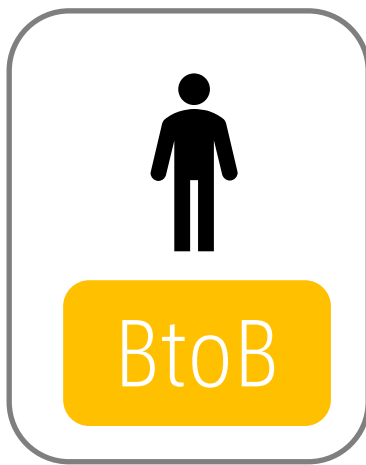
# まとめ

Who

I



顧客



顧客

コミュニティで囲うのではなく、「広げる」

# まとめ

## I

1. 語りたくなる「商品・コンテンツ」
2. 体験を通してファンを「繋げる」
3. コミュニティを通して「広げる」

ご清聴ありがとうございました