

次代へ 平成の東海から

「斎藤の鬼神丸国重は鐔の十字形が特徴なんです。十字の角度はもっと緩やかにしましよ」

昨年12月中旬、関市の刃物メーカー「ニッケン刃物」3代目社長の熊田祐士さん(34)は、新商品の新選組隊士・斎藤一の愛刀を模した日本刀形ペーパーナイフについて、試作品を手にはベテラン社員と議論を重ねていた。

関の刃物 室町時代には孫六兼元、兼定らの刀匠を生み、最盛期には300人以上の刀匠を有する刀の産地として栄えた。江戸時代以降、包丁やハサミなど家庭用刃物の産地へと移り変わった。2014年の国の工業統計調査によると、関市の刃物メーカーは約100社で、部品製造なども含む刃物関連全体では約400事業所が集積する。

伝統の刃物に遊び心

鎌倉時代から続く関の刃物の伝統を引き継ぎながら、熊田さんは新たな価値を生み出す商品作りに挑戦している。

◇

熊田さんが刃物業界に身を投じたのは、2014年。中国製品の台頭などもあり、メーカーを辞め、祖父の代から

成に入って関市の刃物製品出荷額は減少し、平成元年(1989年)の470億円余りから、2014年は約369億円にまで落ち込んでいた。

そのような状況下、熊田さん

は7年間勤めた大手電機メ



①新商品について、従業員と意見を交わす熊田社長②現在も現場に立ち、ハサミの切れ味を従業員と確認する熊田会長(いずれも関市東貸上のニッケン刃物で)

新製品 刀ブーム乗る

約70年続く家業を継いだ。2歳違いの兄がサラリーマンを続けること決めたとき、迷わず自分から手を挙げた。「刃物の製作現場に幼いときから入りし、自分がもの作りに携われることにワクワクした」と振り返る。

入社直後、自社のベテラン営業マンから「最近、新商品が出ていない。何か特徴あるものを考えて」と頼まれ、社内の若手と考え出したのが、日本刀形のハサミだった。「とにかくいいハサミを作ろう。日本刀のように刃文を入れたらいいのでは」とアイデアを練った。

15年2月に、完成した日本刀形ハサミを東京で開かれた業者向けのギフトショーに出展すると、多くの注文が舞い込み、「おみやげグランプリ2016」で最高賞の観光庁長官賞も受賞した。

◇ 「刃物に遊び心なんていらない。切れ味が何より大切」。熊田さんの父で会長を務める幸夫さん(71)は当初、熊田さんの試みを冷やかに受け止めていた。

販売され、人気を呼んでいく。

日本刀形ペーパーナイフの商品化では、商品アイデアを示してネット上で出資者を募る「クラウドファンディング」で、出資額も目標の100万円を大幅に超える約1600万円に達した。昨年も第2期のクラウドファンディングの目標額に達し、目撃額が20倍に達するまで、人気となった。

粘土で日本刀形ハサミの試作品を作ったアイデア息子にも協力することはなく、「作った金型分も回収できないんじゃないかと心配していた」という。

しかし、思わぬヒットに「発想の転換で、従来とは異なるマーケットも開拓できるのか」と驚いた。

新しい時代の到来を感じた幸夫さんは昨年10月、新社員完成と同時に社長の座を息子に譲った。熊田さんは昨年4月から、地元の若手経営者約160人で構成する関商連(会議所青年部の事務局長も務め、業界の未来も担う)。

ただ、業界は現在も、後継者不足などの様々な課題に苦しみ、必ずしも順風とはいえない。こうした状況にも、熊田さんは「関には、刃物文化の発信に取り組んでいて、刺激し合う若手の経営者がいる。次の時代も、仲間と一緒にこの素晴らしい伝統産業を引き継いでいきたい」と笑顔で前を向いた。



近年は名刀を擬人化した人気ゲーム「刀剣乱舞」の影響で、刀剣女子と呼ばれる女性ファンも増え、計20種類作られた日本刀形モデルは、累計10万本以上を売り上げる商品へと成長した。

日本刀形のペーパーナイフは、これまでも新選組の沖田総司らの愛刀モデルなどが

(佐野泰彦)