

# 鑄師の技を伝承し「彫銀」ブランドを育てる

貴金属アクセサリーショップ

『彫銀(ほりぎん)』(有齋藤彫刻)

<http://www.rakuten.co.jp/horigin>

社中小企業研究所常務理事

中小企業診断士 観音寺一嵩



銀製品を主体にした「彫銀」ブランドのメンズアクセサリーのネットショップを運営する齋藤明司さん(四歳)は、この四月に、原宿にオーブンの準備で多忙な日々を送っています。ルーツは江戸の鑄師の職人技に遡るといって「彫銀」ブランドのアクセサリーは、そのクオリティが高い評価を得ています。今年には飛躍の年にしたいという齋藤さんにお話を伺いました。

いささか古い話になるが、江戸時代の本所一帯は、隅田川を越えた場所という意味で川向こうと呼ばれ、いわゆる、江戸市中には入っていない土地だった。その分、規制も緩やかで自由な気風があったようだ。この一帯には職人も多く住み、鉄を加工する彫金師、中でも刀の鑄をつくる鑄師は、技量に優れ「本所派」と呼ばれていた。齋藤彫刻の創業者、つまり、今回紹介する齋藤明司さんの祖父は、本所派の流れを汲む名人だった。その技は、子から孫へと伝承され、現在は、齋藤さんが取締役営業部長、お兄さんが代表取締役社長を務めている。

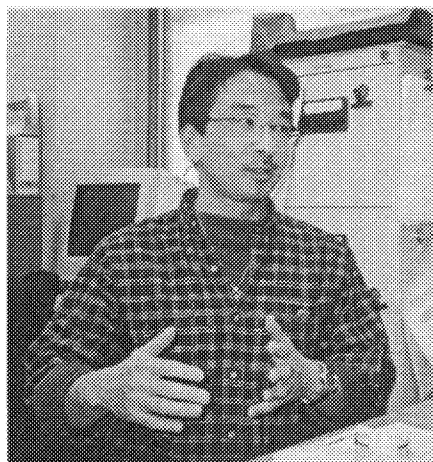
## 本業は金型メーカー ネットで自社ブランドを販売

齋藤彫刻の本業は、金属雑貨、貴金属ジュエリー、アクセサリー用の金型メーカーである。金型とは文字どおり金属の型で、その製作には精密な彫刻技術が要求される。金型があつて初めて、製品の

大量生産が可能になるわけで、その意味では、日本の製造業の基盤を支える技術とも言える。しかし、金型メーカーは、言わば、産業の裏方で、社名や技術の内容が一般に知られることはほとんどない。大学の工学部を卒業した齋藤さんは、二三歳でお父さんのもとで働き始め、家業を手伝うことになった。職人としての技術を磨きながら、独立して、事業をやりたいという夢を抱いていた。

「製造業に携わっている者は、自社製品で商売をしたいと誰でも考えるのではないでしようか。物をつくる技術はある。品質にも自信はある。ただ、販路がない。物はつくれても、売るすべがないというのが現実でした」

しかし、時代は動いている。インターネットが普及し、ネット上のビジネスが目ざされ始めたのだ。齋藤さんはこの動きを見逃さなかった。平成一二年、インターネット販売事業部を立ち上げ、楽天市場にアクセサリーのネットショップをオープンする。



「彫銀」取締役営業部長 齋藤明司氏

「工学部出身と言っても、ホームページの知識はない、物販も初めての経験、デザインも勉強しなければならぬ。すべてが、一からの出発でした。家族は冷ややかに見ていましたしね。昼間は、父の工場で働き、夜は勉強。徹夜が続いたことも、けっこうありました」

それでも、齋藤さんは友人、知人にネットビジネスを始めると、あえて宣言し

てまわった。自分を逃げ場のない場所に追い込むためである。一人で商品をつくり、カメラで撮影し、ホームページにアップするところから、斎藤さんのネットビジネスは始まった。

## 男性向けアクセサリでブランドの評価を高める

アクセサリと言えば、女性市場と考えがちだが、彫銀ブランドは男性向けが主体である。その理由はと問うと、「実は、最初につくったのは女性向けだったので」と斎藤さんは苦笑いする。

「女性は商品を手にとって見て



梵字、千社札、昇龍、曼荼羅などのデザインシリーズ

も、きれいとか、ステキで終わってしまう。男は彫りの深さがすごいとか、線の緻密さがいいとかデザインにこだわって見てくれる。もちろん、女性向けを作らないわけではないありません。でも、今は、男性市場で、ブランドに力をつけてから、女性向けに進出したと思っています。」

ちなみに、ネットショップ開店以来、品質に関するクレームが、一件もないのが、斎藤さんの誇りであり自信である。

斎藤彫刻で製造しているオリジナル商品のブランド名が「彫銀」。アクセサリのブランドとしては、ちょっとユニークな名称である。本業が斎藤彫刻で、扱っている素材がシルバー中心なので、「彫銀」というわけだが、その命名のいきさつを聞いてみた。

「横文字のしやれた名前を考えないわけでもなかったのですが、アクセサリメーカーは数多くあり、後発である当社のブランド名が埋もれてしまう心配がありました。」

デザインが和風路線で、江戸の職人的な香りがするものを狙っていたので、この名前に決めたのです。ただ、時々、刺青のほうの彫り師さんと間違えられることはありますけれど……」

斎藤さんはこういつて笑うが、男性市場への参入といい、ブランドのユニークなネーミングといい、自社製品の独自性をしっかり見据えた、的確な販売戦略がうかがえる。

## リング、ペンダントが売れ筋 二〇代中心に三〇、四〇代も

男性向けアクセサリの売れ筋と言えば、やはり、リング、ペンダントなどが中心となる。取材の折、商品のいくつかを手にとって見せてもらったのだが、繊細で緻密な彫りの技術、文字どおり、いぶし銀の深い光沢、そして、重厚な質感は、ファンにはたまらない魅力だろうと納得させられた。

「二〇代の若いお客様が多いので、価格的には一万五〇〇〜一万六〇〇円が中心単価になりました。ただ、寄せられたメールなどを見ますと、三〇代、四〇代の方にも根強いファンがいて、うれいんですね。名前は言えませんが、現役の有名幕肉力士に、当ブラン

ドのお得意さんがいます。この方は、仲間からどこで買ったと聞かれても店の名前を教えないそうです。世界で、たった一つの自分だけのアクセサリを大切にしているのです。職人としてはうれいのですが、商売としては、ちょっと困ったなと、複雑な気持ちですね」

彫銀の商品は、名前や気に入った文字などを彫り込んでもらえるセミオーダーである。そこが、技術を持った自社製品の強みである。まさに、世界で唯一の品を手に入れることができる。こうしたサービスも含めたクオリティの確保のために、卸は一切せず、ネットによる直営ショップ一本での販売が彫銀のポリシーになっている。

リング、ペンダントに加え、もう一つの売れ筋商品に、ジッポのライターがある。無地のジッポにオリジナルデザインを彫り込んだもので、価格も一万円以下と手頃なことからたいへん人気がある。ただ、このジッポについては失敗談がある。当初、仕入れたジッポに無断で彫刻を施して売ってしまったのである。ある人から「それは違法行為になる」と指摘され、あわてて、総代理店に出向き、正



■楽天店 <http://www.rakuten.co.jp/norigin/>  
 ■モバイル店  
 ■モード <http://i.rakuten.co.jp/999000/>  
 ■スカイ、EZweb ショッピング→楽天市場→影銀



## 江戸の香りを現代に再現するドメス系屈指の老舗ブランド

「影銀」トップページ

式認可をもらいうということもあった。

「ネットショップを始めた頃は、そんなビジネスの基本も知らなかったのです。壁にぶつかり、行き詰まりの連続でした。そのたびに、一つ一つクリアしながらやってきたという事です。ブランドの力を付ける、認知度を高める、その努力は現在も変わりません」

するかどうかは、月商三〇〇万円が一つの分岐点になる。オリジナル製品という事で、かなり高い粗利を確保しているとのことだから、影銀は、今まさに、飛躍の時を迎えている。

### 和風デザイン路線が人気の秘密

「影銀」というブランド名には、和風路線のデザインで職人的な香り、の意味が込められている。これを具体的にしてみると、同社の商品カタログには梵字、曼荼羅、千社札、昇竜などといったデザインシリーズが並んでいる。例えば、守護梵字を彫り込んだジッポ、千社札風の名前を入れたペンダント、精緻な昇竜が浮き彫りされたタグなどである。

若い男性が、梵字入りのアクセサリーを喜んで買っていくというそんな彼らに、梵字の意味を説明すると感心して聞き入るそうである。欧米では、漢字をプリントしたTシャツなどが人気がある一方で、意味はわからなくても、デザインがおもしろいというところらしい。若者の流行センスは、洋の東西を問わず、共通するものがあるということだろう。

和風デザインの提案は、江戸「本所派」の流れを汲む同社にふさわしく、持てる技術を充分に発揮できる分野である。しかし、その一方で、若い人に、どんな商品が欲しいかを、常に聞くことが大切だと斎藤さんは言う。

「大企業が、女子高生をマーケットにして商品開発をしています。が、そういうことも取り入れていく必要があると思います。アクセサリーは、個人の好みがはっきりしている商品ですから、常に勉強が必要です」

「影銀」が最近手がけた商品にボデピアスがある。これは、ネットショップの店長を任せている女性提案したもので、斎藤さん自身は、それを、体のどこに付けるかさえ知らなかったと言う。

「四四歳というのは微妙な歳ですよ。若者の文化や流行がわからなくなってくる。ですから、若い人の声を聞くシステムをつくっておくことが大事になると思います」

### 原宿に実店舗オープン 総合的ブランドを展開

「影銀」では今年四月、原宿に実店舗をオープンする。実店舗はネットショップを始めた時からの夢

で、それが実現することになったのだ。原宿店への期待と、今後の抱負を語ってもらった。

「アクセサリーショップにとつて、原宿発のブランドというのは大きな価値があります。これまで、ブランドとしての認知度を高める努力をしてきましたが、原宿に店を持つことで、その効果が上がることを期待したいですね。また、店を拠点に、影銀デザインのTシャツ販売など、他のジャンルにわたる、総合的なブランド展開ができるのではないかと考えています。実店舗があることで、ネットショップの信用力もアップするでしょうから、その相乗効果にも期待しています」

店は、裏原宿にオープンするのですが、地図を片手に探し当てても、お客様が来てくれるような店になりたいですね。

今年には影銀の飛躍の年にしたいと思っています。この一年、休日のなしの覚悟でがんばるつもりです」  
 鏝師の職人技を伝承し、ネット上で、「影銀」という新しいブランドを大切に育ててきた斎藤さん。原宿から、新たな流行を発信し、職人の新しい展開のお手本を示してくれることを期待している。