

## メーカーならではのきめ細かな対応で 鎧ファンの裾野拡大に挑む

### 丸武産業（株）

代表取締役社長 田ノ上 賢一 氏

聞き手＝西村道子（本誌発行人）

鹿児島に本社を構える丸武産業（株）は、映画や時代劇、各地のお祭りなどで使われる鎧兜を数多く手掛ける一方で、Webサイトや店舗を通じて個人客向けにも商品を販売している。同社の代表取締役社長である田ノ上氏は、イベントの開催などによって、多くの人の「一度は鎧を着てみたい」というニーズに応えていきたいと語る。企業の沿革や事業の概要、これからの戦略などについて聞いた。

### 前社長の趣味が高じて 鎧メーカーに転身

——御社の沿革をお聞かせいただけますか。

田ノ上：もともとうちの会社は、1958年に鹿児島県で創業した丸竹産業という釣竿メーカーで、竹を使って手作業で釣竿を作っていました。

しかしファイバーのような新しい素材が出てきて、機械で大量生産されるようになる中で、事業は次第に低迷していきました。そのような時にたまたま、骨董の趣味を持つ現会長である私の父が、傷んだ鎧を6,000円ぐらいで安く手に入れ、自分で修理してオークションに出したところ、20万円ぐらいで売れたのです。それ以後たびたび同じようなことを繰り返していく中で、鎧に詳しい方に出会って作り方のアドバイスをいただいたりして、技術もどんどん向上し、修理だけでなく鎧のレプリカの制作も手掛けるようになっていきました。そしていよいよ本格的にこちらの商売に切り替えようということになり、鎧のカタログを作成した

のです。

今から約36年前、私が20歳の時に、そのカタログを携えて京都の太秦（うずまさ）映画村に父とふたりで営業に行きました。これが、うちの鎧が映画で使われるようになったきっかけです。

それ以前、映画に使う鎧は、道具屋さんが骨董屋から借りていました。けれども骨董品では今の役者さんの体型には合いませんし、撮影で使えば傷みもはげしくなります。そこで道具屋さんから、「新しい鎧を作ってほしい」という要望を受け、納品するようになったわけです。

映画やテレビで大勢の役者さんに着ていただくようになると知名度が上がり、全国で行われている甲冑武者行列のようなお祭りでも使われるようになって、どんどん業績は伸びてきました。今では鎧のほかにも、姫かご、ろうそく立て、行灯などの小道具や、和太鼓も作っています。

先日は京都にある宮内庁の道具ご用達係から蹴鞠（けまり）の注文をいただいて、納品させていただきました。全国には後継者がいないため

に消えていく伝統工芸品がたくさんあります。将来的にはそういったものも会社として手掛け、未来に残していけたらよいと思っています。

### ニーズに応じて作り分け 大量の注文にも対応

——お客さまはどういった方々なのでしょう。

田ノ上：売上げの比率で言いますと、お祭りで使うなど、役所からの注文が約10%、販売やリースを行う個人商店や人形メーカーなどの流通チャンネルが約30%、リースを含めて個人のお客さまが約60%といったところです。

——それぞれのお客さまによって、商品への要望も異なるのでしょうか。

田ノ上：商品の方向性は大きく3つあります。お祭りや映画で使うものは軽く、着やすく、動きやすいものを、展示用や個人のコレクター向けにはより本物に近いものを、そして人形メーカーなどにはかわいらしいものを作っています。

先日は三谷幸喜監督の映画で西



高校卒業後、1974年、京都嵯峨美術短期大学陶芸科入学。1976年、京都・清水の近藤潤氏（人間国宝、近藤悠三氏の次男）に師事。1977年、佐賀県・有田で赤給付を勉強。1979年、鹿児島県川内市水引町に平佐焼復興のため「光山窯」を設立。その後、数々の陶芸展に出品・受賞。沖縄那覇・クラフト国吉ギャラリー、福岡・岩田屋、鹿児島・丸屋（現三越）、鹿児島・山形屋、大阪・阪急百貨店、東京・京王百貨店など全国各地で数多くの作陶展を開催。1990年、川内戦国村オープン後、丸武産業（株）取締役役に就任、その後、代表取締役社長に就任し、現在に至る。

田敏行さんが着る鎧を、ファイバーを使って大変軽く作り、喜んでいただきました。また、仙台市博物館から依頼を受けて、伊達政宗の鎧の複製を作らせていただいたこともあります。

昨年は丸ビルで「大甲冑展」を開催したのですが、1週間で6万5,000人が来場されました。滋賀県彦根市で行われる同様の催しにも、鎧を貸し出しています。うちの商品を見て、今まであまり関心のなかった一般の方にも鎧に興味を持っていただければ嬉しいですね。

最近の新しい試みとしては、甲冑を着て結婚披露宴を行う「甲冑ブライダル」があります。同様のサービスを提供しているところはほかにもありますが、うちはメーカーですので、着る人のサイズに合わせた新しい鎧を提供できることが強みです。

——競合企業はあるのですか。

田ノ上：家内工業のようなかたちで甲冑を作っているところはありますが、大量の注文を受けられるところはほかにはないのではないかと思います。

例えば黒澤明監督の「乱」には、鎧を着た大勢の侍が群れをなして走るシーンがあるのですが、これもうちの会社があったからこそ実現できたのだと自負しています。また、大量の鎧を揃えられるようになったことで、各地の武者行列祭りの規模や様相も変わってきています。

B to Bに関しては、最近、映画などはCGの発達で需要が減っていますので、お祭りなどにより力を入れていきたいと考えており、お祭りの提案書を作成して、お役所に働き掛けたりしています。

## 個人客への知名度を上げ 直取引を増やしたい

——個人向けに関しては、いかがですか？

田ノ上：うちの会社はこれまで裏方で、表に出ていなかったのですが、最近ではインターネットなどを通じて多くのお客さまに知っていただけるようになりました。これからはもっと、個人のお客さまとの接点を増やしていきたいと考えています。

——個人で甲冑を楽しまれている方の年代層は？

田ノ上：30代から40代が中心です。ゲームの影響もあって、小中学生のファンも少なくありません。

——個人のお客さまの平均単価は？

田ノ上：鎧は15万円から数百万円までありますが、売れ筋は25～30万円ぐらいのもので、着てみたいという方が増えています。

——B to Cの販売チャネルは？

田ノ上：自社サイトと、店舗と、楽天市場です。

——楽天市場に出店されたきっかけは何ですか？

田ノ上：約5年前に出店しましたが、