

## 盾、トロフィー、メダルなどを 作り続けて3代目

バッジや盾、トロフィーなどの徽章(記章)は、贈る側にも贈られる側にも感慨をもたらすものではないだろうか。今回は、「徽章業発祥の地」である東京・飯田橋で1919(大正8)年から営業している(株)マスキンス代表の増田勝仁氏に、顧客対応で心掛けていることやニーズの変化、徽章業界の課題などについて伺った。

### 「徽章」とは

——こちらが手掛けている「徽章」とはどのようなものですか。

**増田** 私は、徽章の役割は「しるし」と「称える」の大きく2つに分けられると考えています。「しるし」は、社章や校章など帰属の証しとなるものと、証明書や認定証、許可証など有資格の証しとなるものことで、その代表はバッジです。

もう一方の「称える」の代表は盾やトロフィーで、スポーツをはじめとした各種

競技会や企業が行う営業表彰など、多くの場合、人前や壇上で賞として授与されるものです。また、この「称える」には、「人生の門出を祝す」という意味合いも込められていて、卒業式や成人式などに贈られる記念品も含まれます。

——歴史のある会社と伺いましたが、いつ創業されたのですか。

**増田** 祖父の増田四郎吉がカップやメダルの製造を始めたのは、今から95年前の1919(大正8)年です。当社のある千代田区飯田橋付近は、1885(明治18)



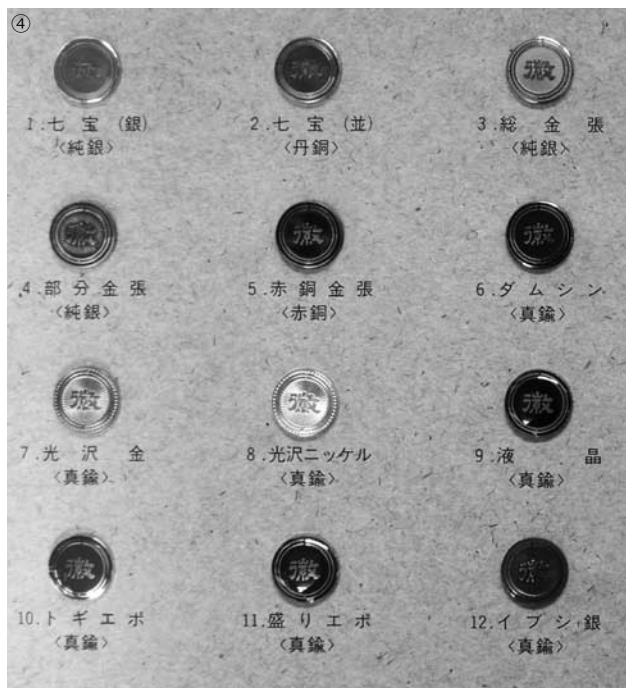
(株)マスキンス  
代表取締役  
増田勝仁氏 Masuda Katsuhito



千代田区飯田橋1丁目にある「徽章業発祥の地」の碑。

年に鈴木梅吉が民間初の徽章製造工場である「日本帝国徽章商会」を興したことから、「徽章業発祥の地」として知られています。

日本の徽章業は、戦争で功績を上げた軍人を称える勲章作りから発展しました。



① 日本で開催された世界柔道選手権2010のメダル。モチーフは講道館柔道の創始者である嘉納治五郎。

② 小学校の卒業記念品として配られた文鎮。基本の金型を作れば、校章が入ったオリジナルで1点1,000円程度。

③ ネームプレート。基本の版代7,000円+1点1,500円程度でオーダーできる。これなら歯科医院でも？

④ 同じロゴでも素材や着色、加工によって仕上がりのイメージが全く違うことが分かるよう、見本を見せて説明している。

⑤ フルオーダーのトロフィー。3Dレーザーとサンドブラストという2種類の工法を使って作製した。



た。この辺りにはかつて「軍人会館」と呼ばれた九段会館があるなど、軍人と深い関わりのある土地柄だったこともあり、勲章作りに携わる徽章製造業者が数多く集まってきました。こうした経緯から、全盛期に比べるとかなり少なくなりましたが、今でも歴史ある徽章業者がこの地に残っているのです。

## 「フェイジーオーダー」と「フルオーダー」

——現在、この周辺に徽章業者は何軒ぐらいあるのですか。

**増田** 私が知る限りでは6軒です。しかし、今でもオリジナル商品を一から製造・販売している所は、当社を含めて2軒だけになってしまいました。今は、いわゆる大卸であるカタログメーカーが業界の主流で、同業者のほとんどが、メーカーが発行するカタログ商品を扱う取次店のようになっています。

一般的にこうしたケースでは、カタログに掲載されている盾やカップ、トロフィーなどのプレート部分に文字彫刻を

施す「イージーオーダー」の受注が主な仕事になります。当社は図案を起こすところから始める「フルオーダー」により重点を置いています。

——「フルオーダー」について具体的に教えてください。

**増田** もともと徽章業は、カップ作りに欠かせない絞り専門の職人や、色を入れるのに欠かせない七宝専門の職人、他に溶接職人やメッキ職人など、各分野に特化した職人がいて、作業が細分化していました。言うならば、この業界では昔からアウトソーシングが進んでいたのです。

そのため、お客さまからフルオーダーの注文が入った場合、元請けである当社がその要望に応えられる下請け、すなわち信頼できる職人に仕事を発注するとともに、彼らを統括する役目を担ってきました。お客さまの細かな注文を形にしていくなは、専門分化の進んだ職人をどれだけ知り、まとめることができるかが重要な鍵となるのです。

ただ、今では徽章のフルオーダーがで

きるということを知っている人の方が少ないかもしれませんね。初めて利用されるお客さまは、「カップやメダルの値段なんて全く見当がつかなかった」とおっしゃいます。

恐らく多くの方は、「金属を使って作られたものは高価」「フルオーダーのものは高い」というイメージを持っているため、出来上がったカップやメダルを手にした時に、「こんなに立派なものがある値段で作れるなんて思わなかった」と驚くのだと思います。

そういった意味では、もっと広く、もっと多くの方に私たちのことを知っていただく努力をしていくことも、今後の課題の一つと考えています。

### プロだからいこうと伝えられる

——インターネットでも購入できるようですね。

**増田** 以前はインターネットでの購入にも力を入れていましたが、今はインターネットは当社を知っていたいただくための「入り口」と捉えています。ネット販売を

始めた当初は、取り扱う商品の珍しさを手軽に購入できるということが受けて、手ごろな価格のカップやトロフィーがよく売れたのですが、しばらくするとあまり売れなくなりました。

その理由を考えた時、数ある贈り物の中でも、当社が扱う商品はそもそもインターネットで買うようなものではないだろうという結論に達しました。今は直接ご来店いただくか、電話やファクスなどでどのような場面で使用するのか聞いた上で、個々のケースに合ったアドバイスをさせていただくのが望ましいと考えています。打ち合わせをするかしらないかで、お客さま自身の商品に対する満足度も全く違うものになると思うのです。

——確かにインターネットは便利ですが、現物を見られないのは不安なため、相談に乗ってもらえると安心できるでしょうね。

**増田** 当社では、完成品の見栄えや色、重さなど、贈る相手と授与する場面にまで配慮したアドバイスをしています。また、イージーオーダーでも、標準品とし



て付けられているプレートをオリジナルのプレートに付け替えるだけで、ぐっと見栄えが良くなるものです。

フルオーダーの場合は、せつかく金属を使つて作るので、金属ならではの特性を生かすため、また上品さを損なわないためにも、あまり大きさに飾り立てない方がよいことや、あえて着色しない方がよいといった選択肢もあることなどをお伝えしています。

決めるのはお客さま自身ですし、そうした提案を聞き入れてもらえるケースは半分ぐらいですが、プロの目から見てお客さまにとってより良い選択になるであろうことは、きちんと伝えたいと思っています。

——相手に聞き入れられるかどうかは考えず、まずは提案してみるという意味ですか。

**増田** その道のプロだからこそ、ある程度、先が見通せることがあると思うのです。例えば、あるお客さまがイージーオーダーで歯科医師の先生にメダルを贈りたいと希望されたとします。歯科医師

の先生は普段から治療で金属を扱い、また金属の勉強をされているので、金属に対して目利きであることが推測できます。

そこで、お客さまの要望に添いながら、より良いものにするための工夫が何かできないだろうかと考えるのです。「地色の光り方が美しくなる分、見栄えが良くなるので、文字彫刻をする部分をアルミから真ちゅうに換えてみてはどうですか？ これなら、カタログに載っているものとあまり変わらない値段でできますよ」といった提案をしてみます。

### 時代による顧客ニーズの変化

——お客さまの中には、どのようなこだわりを持つ方がいるのですか。

**増田** 特にゴルフ関係者は、昔から「銀杯」にこだわる方が多かったです。いざという時に売ることができるといった認識があったからだと思います。そのようなこだわりがあるお客さまに、銀よりも安価だからと真ちゅうやアンチモニーを薦めても、「こんなまがい物ダメだ！」と

逆に怒られてしまうこともありました。

しかし、時代とともに、金属の種類にこだわる人は少なくなってきた、今はどちらかというと、デザインにこだわる人の方が増えているように感じます。

——他にも、お客さまのニーズが変わったと感じられることはありませんか。

**増田** 昔は当たり前のように作られていた「社章」の注文が、一時期かなり減りました。しかし、IT企業などを立ち上げる若い起業家が増えたことから、注文がまた増え始めました。

最初の注文数は5個、10個と少ないのですが、得意のパソコンを駆使したオリジナルティアーあふれるデザインが多くて、出来上がった社章を受け取った方のうれしそうな様子が印象に残っています。

### 下請けを守る責務

——ご自分で手掛けてきたものに対する愛着はありますか。

**増田** 愛着とは少し違うかもしれませんが、これまで手掛けてきたものはほとんど

ど覚えていきます。これは私だけでなく、下請けの職人たちにも共通していえることです。かなり昔に作ったものを発注しても、「これと同じデザインなら、サイズ違いを3種類と色違いも作った」などとすぐに言い当てられるほど、実によく覚えているのです。

今では70〜80歳ぐらいの職人も多いのですが、手先を使った細かい作業をしているためか、本当に記憶力が良くて、実際の年齢よりも若く見える人が多いですね。

——職人の方の高齢化が進むと、技術の伝承も大きな課題になるのではないのでしょうか。

**増田** 勤と経験がものをいうこの世界で、職人たちが少なくなっているのは確かに大きな懸念材料の一つです。当社のように小ロットでオリジナル製品を中心に手掛けている所は、円安が進み原材料費が上がる中でも、腕の立つ職人を確保しておかなければならないからです。

——何か対策はお考えですか。

**増田** 目先の利益だけを追求して値引き

合戦に加わると、結局は全て自分の身に跳ね返ってきて、自分で自分の首を絞めることにもなりかねません。そのため、安易に安売りなどをせず、そのものの価値に見合った適正な価格で販売していく努力を怠らないようにしたいと考えています。

小売りもしている当社には、下請けに対する責務があります。今いる職人たちを保護し、やりがいを持って仕事をしてもらうためにも、後継者となる人材の育成・確保につなげるためにも、さらには仕事の海外流出を防ぐためにも、自分たちの仕事の価値を見誤らないようにしたいと思うのです。

### 「褒める」文化の掘り起し

——最後に、今後の抱負をお聞かせください。

**増田** 2020年に開催される東京オリンピックへの関心が高まる中で、注目アイテムになるであろう金・銀・銅メダルを中心に据えて、「褒める」文化のさらなる掘り起こしを図っていきたいと考えて

います。

最近も、小学生の子どもがいるお父さんから、「子どもが毎日マラソンの練習を頑張っているので、ご褒美として、名前と日付と『努力勝』という文字を彫刻したメダルを贈りたい」という注文がありました。努力賞の「賞」を「勝」に変えたのは、お子さんに「努力して勝つこと」の大切さを伝えるためとのことでした。

イーजीオーダーのメダルは1個3000円ぐらいで作れますし、お子さんにとっては、現金で3000円をもらうよりも、はるかに価値のあるプレゼントになったのではないかと思います。

私たちが手掛ける盾やカップ、メダルやトロフィーなどは、感動の瞬間を封じ込めたり、思い出や喜びを演出する力を秘めています。また、大切なものとして、授与された方の手元に長く残るものなので、フルオーダーでもイーजीオーダーでも、お客さまへの助力を惜しまずに、お客さまに喜ばれるものをお届けしたい、そのための努力を今後も続けていきたいと思っています。