

## 板金職人

# 菅野敬一

写真：瀬尾五平 文：いなもあき



倒産しなかったら、  
「エアロコンセプト」も  
今の僕自身も  
なかったと思う。

「うちの実家も爺さんの代から続く製材所だったんだけど、10年くらい前に倒産しちゃってさ。それから親父、何だかちょっと寂しそうなんだよね」  
白い光があふれる晩夏の昼過ぎ、取材に向かうタクシーの中で、小誌編集長が突然ぼつりとつぶやいた。パブル崩壊以降、中小企業の倒産は珍しいものではなくった。だが、再起を果たせず無念に消えていく会社が多いなか、転んでもただでは起きない、いまだ少年のような目をした職人もいる。  
「アメリカに行ったことがあるんだけど、出発前から、羽の生えたキャテラックのオープンカーなんかで、イーグルスを聞きながら西海岸を走るのが楽しみでさ。そしたら現地で借りたレンタカーが、なんと日本車だった。盗難も多いからオープンカーなんてもってのほかか、だって。しょうがねえからCDだけ買って、車のなかで『ホテル・カ

ルフォルニア』を聞いたよ(笑)」  
埼玉と東京の県境に工場を構える、株式会社深水の代表、菅野敬一。深水の前身、菅野製作所の頃から58年続く、精密板金加工業者の3代目だ。この小さな町工場が「エアロコンセプト」という砲ブランドで、世界中から熱い視線を集め始めたのは、12年前のこと。  
「自分が本当に欲しいと思うもの」を図面化し、0.6mmのジュラルミンに等間隔に穴をあけ、軽くて丈夫なパツグを作り上げた。金属と上質な革の組み合わせ、近未来的なデザインで、ハリウッド俳優のロバート・デ・ニーロやジョージ・クルーニー、F1ドライバーのジャン・アレジなどのセレブリティも顧客に名を連ねる。  
『七転び八起きの人生ですね』ってよく言われるけど、『馬鹿野郎！』35回は転んでるよ』って言い返すんですよ(笑)。あと死ぬまでにも、さらに

何回かは転ぶと思うけど、でも最後に立ち上がればそれでいいんだろ、って」  
その言葉通り、菅野の人生は波瀾万丈だ。父から会社を受け継いだのは、パブル景気も終盤にさしかかった91年。業務の8割5分は、当時最新鋭だったフィルム現像機を作る企業の下請け仕事だった。この現像機が爆発的に売れ、菅野の工場も徹夜で仕事をこなし、積極的に増資した。だが、知らぬ間に得意先は中国に合併会社を作り、部品生産の拠点を移転。仕事の依頼は、ぼつたりと途絶えた。結果、借入金数億円を抱えて倒産。それから、死ぬことばかりが頭をよぎる毎日だった。  
「倒産話なんて珍しくもないと思っていたけど、自分が主人公になるなんて想像もしなかった。毎日銀行から『金を返せ』と催促されるし、人から信用されない立場」に置かれているという状況が、もう理解できないんです。な

んで一瞬にしてこんなふうになっちゃったんだろ、って。それでも従業員に『安心しろ』と言ってやらなきゃいけないわけだ。本当は安心していいかどうかわかんないし、こっちのほうで、だめしてほしいくらいだったけど(笑)」  
だが銀行取引停止状態になり、自宅と工場を失っても「菅野の会社がなくなったら、うちが困る」と言っていて、前払いで仕事を発注してくれる会社があった。そのなかには、飛行機のシートの肘掛け部分を作る仕事も含まれていた。板金加工の世界では、図面からプラスチック0.2mmのスレまでは誤差のうちとするのがお約束。それに対し、菅野の会社では祖父の代から、プラスチック0.05mmの精度を厳守するのが不文律だった。航空会社ごとに細部のデザインが違う部品を一つずつ手作業で作るため、その高度な職人技が必要とされたのだ。

「それで、うちは助かったんです。社員を1人も辞めさせずに済みました。地獄みたいななかにも、ありがたい話はあるんだな、と思ったねえ」  
一方、真剣に死と向き合った経験を通じ、人生はそれほど長くないと痛感。そこで初めて、「どうせなら自分が本当にほしいものを作ってみよう」と思い至る。まずは普段持ち運ぶ図面を入れられるケース、それから名刺入れ。飛行機部品製造で培った、ジュラルミンのフレームに穴をあけて軽量化し、精密加工で強度を上げる技術を取り入れた。自分が使うために作ったから、売れるつもりも、本業で立ち上げるつもりもなかったが、「欲しい」と言う人がぼつりぼつりと現れ始める。  
「これまで数えきれないくらい失敗してきたけど、なかでも倒産は、間違いなく大失敗中の大失敗(笑)。ただあれがなかったら、エアロコンセプトは



「エアロコンセプト」のアタッチケースは、軽量化のための穴が等間隔に並ぶ硬質なジュラルミンのフレームと、柔らかく質のいい革との組み合わせ。ほかにはない存在感が、ハリウッドセレブなど国内外で熱狂的なファンを生んでいる。製造に使う機械は飛行機部品作りのものと同じだ。

人の意見は聞かない。  
自分の「好き」だけでいい。  
みんなが好きなものなんて、  
存在しないから。



生まれてなかったと思う。振り返ってみると、問題なのは転んだことじゃない、その後どう起き上がるか。自力で起きる体力も重要かもしれないし、手を差し伸べてくれる「誰か」も大事な要素なのかもしれない、と思います」

#### 一流ブランドとの「コラボも一蹴」

「甘いおやつ、買って来ました」

「ほんと？ うれしいなあー」

「竹筒に入った水ようかんです」

「いいねえ、風情があつて。これをさ、氷をいっぱい入れた古伊万里の鉢に盛り付けたら、絵になるよね。……うん、うまい！ もう一個食べていい？」

和菓子を豪快に頬張りながら、子どものようにくしゃくしゃな笑顔を見せる。日頃から大切にしている自作の靴に食べこぼしても、一向に気にしない。

「コーヒーカップの跡とか誰かの置いたワイングラスの跡とかも、もちろんこの革なら、拭き取ればきれいに消えちゃうんです。だけど、いいでしょ？ 自分と一緒に歩いて来た証みたいで」

1951年、菅野敬一は東京・麻布で生まれた。自然な成り行きとして、自分もいつか会社の跡を継ぎたいと思うようになる。祖父や父は酒落者だった。菅野もカメラや洋服を愛し、都会っ子らしく、中学になると地元の先輩に連れられて流行のレストランや洋品店に通った。さらに驚くのは、高校に上がった頃のエピソード。アルバイトで初めて稼いだ金を握りしめて地元の

テーラーに直行し、何と白と黒、2着のタキシードを作ったというのだ。

「俳優のフレッド・アステアが、映画のなかでボウタイを結ぶ仕草が格好よくて、どうしてもタキシードが欲しくなっちゃってさ。当然、実際に着る機会なんか一切ないよ。でも持っているだけで幸せだった。まあ、テーラーの親父はビックリしてたけどね（笑）」

菅野を痺れさせるのは、無駄のないスマートな仕草だ。バルナック型ライカにフィルムを二瞬にして装填する姿。あるいはヨーロップのバーなどで見掛ける、マネークリップからさつと札を抜いて支払う、美しい所作もいい。

「板についている、それが男の格好よさの定義だと僕は思うんですよ。いくらいいものを持っていても、使いこなせなければ意味がない。それは、職人がハンマーで金属を叩くときや道具を触るとき、流れるような動きをずっと見て育ったせいかもしれないね」

エアロコンセプトの定番アタッチケースの厚みは50mm以下と、とにかく薄い。必要最小限のものしか入らないため、極めて非実用的とも言える。

「だってこれは、『今日はあなたに会うためにだけにここに来ました』と伝えるツールだから。適度な不便さこそ、優しさかと思いきや、深さを表現できるんです。世の中が便利になればなるほど、格好いい仕草が消え、ものの表現力もどんどん小さくなっていくけど、僕はエアロコンセプトを通して、そういうことを伝えたいんだと思う」

人気は海外にも波及。誰もが知るフランスのラグジュアリーブランドからコラボレーションの話も持ち上がる。

「うちの金属のフレームに、向こうのブランドのモノグラムをプリントした革をつけたら、ってさ。でも、『それは欲しくないな』って断りました」

評価が高まるにつれ、有名テバートやセレクトショップなどからも取り扱いたいというオファーが殺到した。だが、トップが個人的にエアロコンセプトを好きで依頼してきた場合を除けば、今はほとんど断っている。

「彼らは自分の店だけの特別なオーダーをしたがるけど、僕にとってお客さんはみんな一緒。しかも特別な色を一増やすとなると、その革を牛1頭分仕入れなきゃいけないでも売れ残ったらどうすんの？ 作り手のことなんか、考えてないんだよ。そういう思慮の浅い人たちに販売を託したくない」

「人は海外にも波及。誰もが知るフランスのラグジュアリーブランドからコラボレーションの話も持ち上がる。『うちの金属のフレームに、向こうのブランドのモノグラムをプリントした革をつけたら、ってさ。でも、『それは欲しくないな』って断りました」

「評価が高まるにつれ、有名テバートやセレクトショップなどからも取り扱いたいというオファーが殺到した。だが、トップが個人的にエアロコンセプトを好きで依頼してきた場合を除けば、今はほとんど断っている。」

「彼らは自分の店だけの特別なオーダーをしたがるけど、僕にとってお客さんはみんな一緒。しかも特別な色を一増やすとなると、その革を牛1頭分仕入れなきゃいけないでも売れ残ったらどうすんの？ 作り手のことなんか、考えてないんだよ。そういう思慮の浅い人たちに販売を託したくない」

マーケティングなど、ビジネスで重視される手法も言下に否定する。

「人の意見は聞かない。結局みんなが気に入るものなんてないから。だったから、自分の『好き』という軸だけでいい。本音で作りはじめたから、いつまでもそこだけは外したくないですよ」

#### 格好よさの内側に秘める、優しさ

昼頃着いたはずなのに、いつの間にか辺りは赤く染まり始めている。真剣な表情で饒舌にしゃべっていた菅野がふっと黙り、事務所の外に目をやった。

夕陽を反射する瞳が美しい。おもむろに立ち上がり、静かにジャズをかけ始めた。包む空気が柔らかくなり、経営者の顔から少年の顔へと戻っていく。

「ここで一人、電気も付けず、光の色が変化していくのを感じながら、自分が本当に欲しいと思うものの絵をよく描くんだよ。途中で眠くなって、気づいたら真っ暗、ってこともある（笑）。

何にもならねえなとも思うけど、その時間が僕にとっては大切なんだよ」

本来生まれ持った繊細さと純粋さに加え、何度も転んで傷つき血を流すことで、懐深さや優しさも醸成されたのだろう。それを強面の職人気質で武装し、「男たるものこうあるべき」と信じる美学で自分を支えている。これはまさに、エアロコンセプトというブランドと同じ。見た目は格好いいが、融通の利かないところもある。使ってみるとしつくりと馴染み、人を惹き付けるチャーミングさを持っている。プロダクトは作り手自身を写す鏡なのだ。

「今の時代は大量生産が中心で、安いかと常に同じものが手に入ることが重視されて、心のないものばかりが増えちゃった。それが、何かシャクだね。だから今度は、手仕事だけで、『世界にたった一つのもの』を作ってみようかな、と。工業製品として作るものと、アートみたいなもの両方があるって、僕らしいなと思う。

周りは『また社長、変なことやり始めた』って言うてるけど、まあ、いつものこったよね（笑）」

#### 菅野敬一 すがのけいいち

1951年、東京都生まれ。祖父の代に創業した精密板金加工会社「菅野製作所」(現在は「深水」)を3代目として引き継ぐが、93年、倒産。高い板金加工技術が重宝され、飛行機部品製造の下請けで復活を遂げる。2003年、かばんブランドの「エアロコンセプト」をスタート。現在は、かばん作りが生産の9割を占める。