

ブッシュクラフト(中央区矢部)は、日本初のブッシュクラフト専門メーカーとして、ユーザーから高い評価を獲得しています。「ブッシュクラフト」とは、自然の中で生活する知恵や技術を意味します。同社では、ナイフや火起こし器、水筒、安全・サバイバルグッズといったアウトドア用品を製造販売・輸入するほか、キャンプ場の運営事業なども展開しています。同社が扱っている商品群は、どれも今の便利なキャンプグッズとは、むしろ対極にあり、使いこなすには、本物のスキルが求められるそうです。そこには、相馬拓也社長の強いこだわりがあります。

■古くて新しいキャンプのあり方

同社はアウトドア用品を扱うよりも前に、懐中電灯などのサバイバルグッズを販売していたことから、主要取引先には陸上自衛隊や消防署なども含まれています。相馬社長は「サバイバルグッズはかなりマニア向けでした。そこでもっと手軽に、一般の方々がこだわりのキャンプをやるようなイメージで、ブッシュクラフトを事業化しました」と説明します。

同事業では、自然の中で火を起こすための道具として、金属製メタルマッチや火打石、太陽の火おこしセットなどを販売しています。

昨今のキャンプブーム。ただ、道具の音楽を流したり、自分たちの痕跡を残して帰ったりする人たちがいる中で、相馬社長は「自然の楽しみ方が不自然になっていきます」と指摘します。

同社では「森と生きる知恵」を持っていた先人たちに倣い、自然の中でナイフワークとファイヤーメイキング(火起こし)

し)から始め、お湯を沸かしたり、フライパンで食材を調理したりする「古くて新しいキャンプのあり方」を提案しています。

■ユーザーにスキルを求める道具

相馬社長は自社商品について「他のキャンプ用品と違って、ポンとお金を出せば便利に使えるものではありません。確

自然の知恵をアウトドアに スキルが必要な道具を提案

ブッシュクラフト(株)
代表取締役社長

相馬 拓也さん

かに、道具はお金を出せば買えますけれども、(当社商品)それなりのスキルや経験が求められます。上手に使いこなすには、誰でもある程度の時間や経験が必要で、そこが当社商品の良いところだと思えます」と力説。あらゆるユーザーにとって平等だとしています。

お金をかければ立派なキャンプ道具がそろつようになった現在、同社のスタンスは時代に逆行するようにも映りますが、時間をかけて経験を積むほど豊かになつていくのが真髓のようです。

■ブームに左右されず

アウトドア業界における最近のトレン

ドや、これからはやりそうなグッズについては「自分の軸がぶれてしまうので、他社のことは気にしていません」(相馬社長)ときっぱり。あくまでも独自路線を追求します。

そして今後の事業戦略についても「自分の軸がぶれないようにすること、事業を長く続けられることを基本的に考えていきたいです」と語っています。

売上高や時価総額といった数値目標に対するこだわりはなく、「好きなことをやって好きな生き方をしている、面白い社長がいるといった風に認知されたいです」と語り、ブームに惑わされることなく、地に足の着いた経営を進めています。

