新 神内治の 大化け前の 関西中小企業

広伝社

町並み・美観に配慮したオリジナルの「和風看板」を商品化。独自商品の開発を進め、メーカーとして一人立ちを目指す老舗の看板屋。

本社・大阪市中央区、☎06・6641・3390
ホームページのアドレス
http：／／www.koucensya.com

「和風看板」広がる表現

オリジナルで勝負 技術力生かす

なんばグランド花月（NGK）の観覧客や買い物客でごったがえす、師走の大阪・難波千日前。NGKのある吉本会館の東南角から堺筋まで、わずか100㍍ちょっとの通りを「サウスロード千日前」という。「家具屋筋」とも呼ばれ、家具店が軒を連ねる。

その通りのほぼ中央に、電飾看板などさまざまな種類の看板を軒先に並べた店舗がある。広伝社。半世紀もの間、この地で店を構えてきた老舗だ。

「この界隈では、最も古い店の1つじゃないでしょうか」という宮本光基さん(36)は、同社の3代目。父の宮本将臣社長に代わり、実質的に販売・制作・施工の指揮を執る。

飲食業などの店舗で使用する看板を店頭販売するが、全体の70％を占める主業務は、屋外広告や店舗ディスプレーの制作・施工。ビルの屋上看板にネオンサイン、ウインドディスプレー…小さいものでは表札から扱う。JRの駅の時刻表なども手がけている。看板の店頭販売と屋外広告の制作・施工を兼業するケースは珍しいという。

だが、屋外広告などの受注は、大半が下請け。看板の店頭販売も、これまではメーカーの既製品を売るのがほとんどだった。下請けではなく、広伝社オリジナルのビジネスをしたい—3代目はそう考えた。

「看板は店の顔です。ありきたりのものではなく、少しでも他の店とは違ったものを求められます。その店に合うものを、オーナーの注文に応じて、いちから作る。当社にはそれができた」

その技術力を生かして開発、商品化したのが「和風看板」だ。

〝もてなし〟の気持ちを看板で表現（京都・祇園）

透明素材で内部にさまざまな演出

従来の電飾看板は、店名などが書かれた広告面に乳白色のアクリル板を使用。内部の照明を点灯することによって、表の文字や絵を目立たせるというものだった。看板の内部は、見えてはいけなかった。

そんな発想を逆転、透明のアクリル板を使うことで、内部を見えるようにした。看板内部に演出を施すことで、看板自体が表現手段になった。

底面に小石を敷きつめ、背面にはすだれ。和風のぬくもりと落ち着いた雰囲気を醸し出している。手作りの和紙提灯を提げたり、おすすめメニューなどを書いた黒板を置くこともできる。2年がかりで開発。昨年7月には意匠登録も済ませた。

ラインアップは、スタンダードの「魁」9万7000円と、木目の額縁でくくった「和み」9万9000円、バックに黒竹を配し、和紙提灯をセットした「癒し」10万5000円の3種類（いずれも税込）。

「看板は飲食店の好不況に左右されやすい。客足が伸びないと、看板にお金をかけようとはしません。けれど、この和風看板はまったく逆。看板で客を引きつけることができます」

販売実績は着実に増え、問い合わせも多い。和風に続いて、洋風やカフェ風など、業種別に対応できる商品の販売も予定している。

「和風看板を第1号に、これから自社のオリジナル商品をどんどん開発していきたい。夢は、ひとつのメーカーとして大きくなることです」

聞けば、この半年から1年以内に実用新案を申請する予定の、まったく別の新商品も、すでにあるそうだ。

気になる かぶ カブ 株

今年の活躍企業

任天堂、ラ・パルレ 今後も注目

2006年の株式相場もいよいよ幕を閉じようとしている。振り返ってみると、調子よく始まった06年相場はまず1月のライブドア・ショックで大きくつまずいた。6月には村上ファンド代表が逮捕され、阪急阪神HDが誕生。7月にはゼロ金利政策が解除されるなど、波乱含みの1年であったが、何とか日経平均は年足で陽線を確保して終わろうとしている。

今年の活躍企業を大証で探してみると、まず、やはり「任天堂」（797
4）
40
から
した株価は、こ
3万円大台を回
している。携帯
によって、女性
など今までゲー
じみのなかった
を開拓したこと
れている。ただ
資には300万
資金が必要でな
投資家にとって
づらい。株式の
らかの施策を期
ところだ。

一方、ヘラク
で活躍が目立っ
ステチェーンの
ルレ（4357
初30万円近辺
価は、

新製品情報