



- ① 看板フレーム
- ② 研磨作業も慎重に
- ③ 製作中の看板フレーム
- ④ フレームの溶接にもプロの技

にしき てっ こう しょ 有限会社 錦鉄工所



代表取締役社長
やまがみ まさみ
山上 昌三 さん

組み立て方のノウハウに技あり
オリジナルデザインを支える

創業以来、看板のフレームと塗装仕上げを中心に求められれば現地に看板を取り付けに行くことまで対応してきました。個人商店がまだ元気だった頃から大型店の時代へ移行してきた今日に至るまで、看板を通して街の変遷を彩ってきました。コストと納期の徹底した対応で厳しい時代を乗り切ってきた当社は、SNSを使った営業活動で新しい顧客の獲得に力を入れています。製品も看板だけでなく、旗物の取り付け部材やLED周りの部材などの建築物関係に手を広げています。長年の鋼材の組み立て方のノウハウがこれらオリジナルデザインを支えています。

- 主な事業内容
看板枠やそれらに関連する金物類の製作
- 主な取引先（納入先）
（衛平成美装、オーエム工業㈱、ファンファクトリー㈱）

住 所 / 〒570-0042
大阪府守口市寺方錦通4-2-26
TEL / 06-6998-6924
FAX / 06-6998-6927
創 業 / 昭和51年4月
設 立 / 平成 4年5月
資本金 / 300万円
従業員 / 3名

<http://y45.jimdo.com/>

SNSを活用した営業 多様化するデザインを支える

事業内容と沿革

看板のフレームと塗装仕上げで時代を乗り切る

昭和51年4月現社長の山上昌三氏が創業、看板のフレームと塗装仕上げを中心にこれまでやってきた。5年から6年前より経営を実質上任されている山上繁則取締役が大学卒業後すぐに入社したのはバブル全盛期。平成2年4月から9月の間、大阪市鶴見区と大阪府守口市にまたがる鶴見緑地で開催された「国際花と緑の博覧会（花の万博）」でもパビリオンや飲食店の看板を請け負ってきた。

そして、平成4年5月には有限会社として設立。まさに順風満帆な時代だった

が、意外にも山上取締役は当初事業を引き継ぐ意思はなく、大学卒業に当たって就職活動に精を出していたという。一転して入社したのは、ちょうど現社長が仕事でけがをして入院するなど、一時現場を離れざるを得なかった状況があったから。しかし、その若さでバブル後の厳しい時代も乗り切ってきた。

昔と異なり今は看板もさまざまなデザインで人目を引くことに主眼が置かれる時代。同社はそんな看板を支えることで、街の移り変わりを演出していく。

強み

昔はメール便、 今はSNSで営業活動

バブルがはじけ、急速に仕事が減ったのは山上取締役がまだ入社して2年から3年目の頃。その逆境に対抗すべく、それまでほとんどせずに済ませてきた営業活動に本格的に身を乗り出した。

まず会社案内の冊子を手作りで作成し、平成9年ヤマト運輸が始めたメール便を使って、狙ったエリアごとに順番に送り続けた。今月は北大阪、次は南大阪、そして京都、兵庫、奈良といった具合に、看板の取扱業者などに向け、新規のつながりを求めて行動し続けた。

結局、軌道に再び乗ったのは冊子を送り出して半年ほど経ってから。驚いたことに、そのときに発送した冊子を見た顧客から、数年経って問合せを寄せられたこともあった。

そのときの営業活動は、今はフェイスブックなどのSNSを使ったものになっている。仕事でも多くの企業がフェイスブックなどを活用しているが、山上取締役は独学でそれらをマスターし、投稿し続けている。

取り組み

仕入先の工夫や ネットの活用で コスト低減

看板業も生き残りを賭けた競争の時代。同社では当然コスト低減などの対策にも力を入れている。以前なら材料や工具も、安全でしかも手軽さゆえ、ずっと決められた仕入先から購入してきた。しかし、今は例えば鋼材なら板材とパイプ材とでそれぞれに強い業者から別々に仕入れるなどの工夫をしている。「材料メーカーも生き乗りの時代。材料をただ売るのでなく加工も手がけている」という流れを積極的に利用している格好だ。

加えて、インターネット業者などの活用も積極的だ。例えば仕上げに用いる研磨材は価格もさまざまだが、もちろんどれを使うかで製品の仕上がりも変わる。それを街にある専門店などで買うと「1つのアイテムの数が多すぎて、後まで残り、無駄になってしまう」。ねじでもボルトでも同じこと。必要数だけを仕入れることで無駄をなくす。一つひとつの金額はたかが知れているが、それが集まって全体のコストを下げるのに効果を上げている。そこにインターネットを役立てているというわけだ。

今後の展開

多様化する デザインを支える ノウハウで勝負

これまで大手スーパーや金融機関、ロードサイド専門店などの看板を手がけてきたが、看板もさまざまに変化してきている。中でも最近目立つのが、FRP（繊維強化プラスチック）などを使った立体造形によるオリジナルデザインのもの。

しかし、これら立体造形を始めとするデザインに凝れば凝るほど、中の鋼材の組み立て方に工夫の差が出てくる。どんな材料をどんなプロセスで、どう組み立てていくかでコスト、耐久性などが決まる。同社はそのノウハウで勝負をしていく。

また、看板以外の新規分野への進出も徐々にではあるが始めている。例えば看板の代わりに旗物の取り付けに使う部材や、照明器具がLEDに置き換わってきているのに伴い周囲のデザインの自由度が高まっており、マンションの玄関ホール周りの建築物関係を手がけることも多くなってきている。

当初からとにかく何でも「まずはやってみる」の精神は変わらず、これからもそれをもち味に、未来に挑戦し続けていく。