

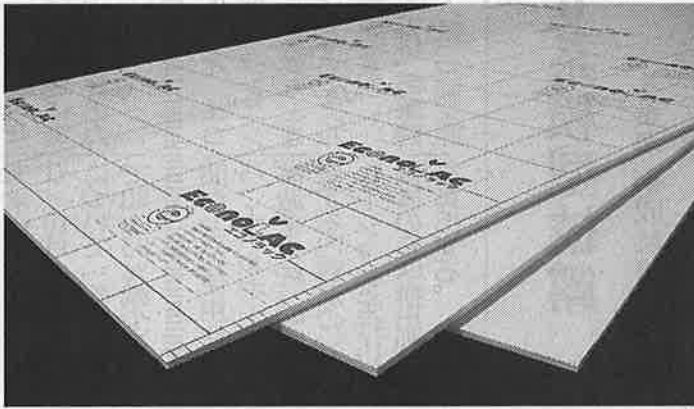
ベルアドワイズ 再生プラ60%使用

# ディスプレイパネル拡販

メッセナゴヤへ出展、共通資材に採用

## 売り上げ30億円めざす

広告関連資材卸のベルアドワイズ（本社名古屋市中区新栄2の42の28、小森弘道社長、電話052・238・1411）は、再生プラスチックを使用したディスプレイ用パネル「エコノラック」の販売を強化している。27日から開かれるメッセナゴヤに出展しアピールするほか、同イベントの共通資材として採用される。製品ラインアップの拡充を進め、5～10年をめどに売り上げ30億円を目指す。（堤元太郎）



販売強化を進める「エコノラック」

「エコノラック」は、泡スチレンボード。芯「コマーク認定を受けて同社が2009年6月 材に再生プラスチック いる。「スチレンボードから販売している低発」を60%以上使用し、エドのカテゴリーで同認

定を受けている商品は「エコノラックだけ」

（同社）という。

今年9月には表面紙と芯材の間にアルミを使い、長期間の使用に対応したアルミタイプを導入。現在、4タイプの商品を取り扱う。

メッセナゴヤには主力商品である「エコノラックW」を出品。同商品を使用した広告展開の見本を展示する。環境をテーマとしたイベントで、エコマーク表示ができるなどの商品特長をアピールする狙い。また、昨年に引き続きイベントの共通資材に採用されており、全ブースの出展番

号の表示などに使われる。

担当者は「製造、回収を行う業者と協働体制をつくり、再生利用の仕組みを確立したことが最大の強み」と話す。

今後の商品展開について小森社長は「ラインアップの拡充や周辺商品と合わせた提案を進め、スチレンボードでの全国シェア10%、

30億円の売り上げを目指す。ステーションナリ

一業界などでのシェア拡大も進めたい」としている。

同社は、今年4月にベル春日井から社名変更したベルマネジメントワイズ（本社同、同社長）の傘下。同グループには食品包装資材の製造と販売を手がけるベルグリーンワイズがある。