

主力・制御機器部門をテコ入れ オムロン 製品全体を見直し



オムロンは、主力の制御機器システム部門の収益力回復を図るため、営業面、製品開発面でテコ入れを図る。同部門は自動車産業など大手ユーザーが軒並み大幅な減産を強いられていることから業績が悪化している。このため、ユーザー業界の設備合理化の動きに対応した新製品を断続的に発売して、需要を開拓していく。営業面では営業担当者100名を特約店に派遣して、販促体制を強化する。こうした対策によって主力部門の収益力上げ、会社全体の業績回復につなげたい考えだ。

同社はこの4月、一気に17種類の新製品を発売した。センサー7種類、コントロール機器6種類、周辺機器2種類、操作設定機器とリレーが各1種類。製造ライン設置工事の合理化につながるものが共通したセールスポイントで、機能の高さよりも、設置や配線、設定が容易である点を強調している。一つ一つはマイナーチェンジだが、総合的に合理化効果が上がるように製品ラインアップ全体を見直した。

4月発売の主な新製品は、同社が中心になって提

唱している「DeviceNet」対応の視覚センサーや検出距離を従来の2倍に高めた「長距離近接スイッチ(=写真)、基盤に押しつけるだけで装着できる押しボタンスイッチなど。プログラマブルコントローラー(可変制御装置)は、端子の位置や形状を変えて配線を容易にした。

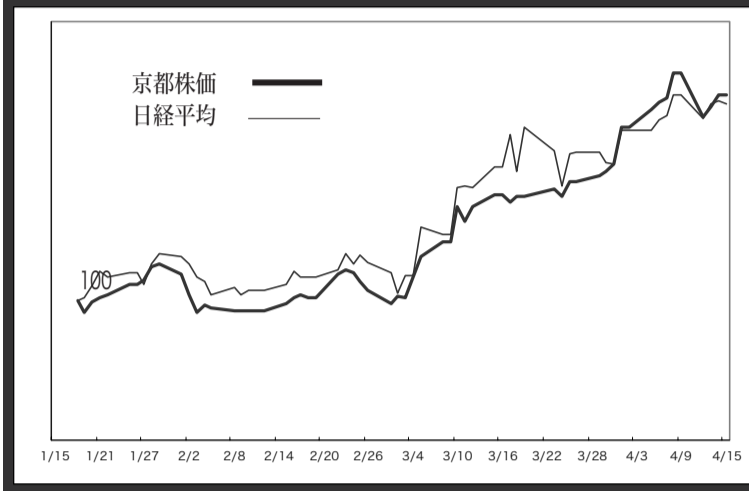
こうした商品の改革をきっかけに、営業体制の充実も並行して進める。

目玉になるのは、同社の営業担当者100名の特約店への派遣。4月から、全国に19ある販売特約店に派遣し、特約店の営業担当者といっしょにユーザー回りをする。

これは同社が推進している人員削減策とは別に進める。同社はこの3月、2002年3月までに正社員を自然減で1,000人減、パート・アルバイトなども1,000人減という人件費削減計画を明らかにしている。



4月15日	終値	前日終値比
京都株価指数	120.17	+0.09
日経平均株価	16727.08	-37.60



協力: ブルームバーグ

豪州で結婚テーマパークを建設 10年かけ整備へ ワタベウェディング

ワタベウェディング(本社京都市上京区烏丸通下立売上ル、渡部隆夫社長)は、ウェディングをテーマにしたテーマパーク、「ウェディング・ワールド」をオーストラリアに

建設することを決め、同国のリゾート地、ゴールドコーストで土地と宿泊施設を取得した。同社はハワイなどでの「海外挙式」で成長してきたが、欧州などでも海外挙式需要

が膨らんできたことから、本格的なパークを建設することにした。今後、10年かけて教会や屋外写真のロケセットなどの施設を順次整備していく。

オーストラリアで取得したのは、日興証券関連会社が保養施設として保有していた23室の宿泊施設と総敷地面積35万坪の土地。ゴルフコース、テニスコートなどを持つ。取得金額は「数億円から10億円の間」(同社)。

日興証券側が資産圧縮のために売却を計画、オーストラリア政府の観光局が斡旋して同社が買い取った。

テーマパークの内容は今後詰めるが、日本だけでなく、アジアや欧米からの海外挙式客を呼び込むことのできる内容にする方針。挙式サービスは2000年からスタートさせる。

ワタベは結婚衣装の製造販売からスタートし、衣装レンタルや結婚式のプロデュースまで総合的にサービスを提供している。国内の結婚式ビジネスは不況のありを受けて厳しい状況が続いているが、同社はハワイなどでの挙式と団体旅行などをセットにした商品の販売が好調で、好業績を維持している。



ワタベが「ウェディングワールド」を建設する豪州ゴールドコーストの航空写真

ユーザー業界を先回り 業績悪化歯止めへ抜本策

オムロンの制御機器部門がフィールドにしている自動車や電機、工作機械などの製造工場は今、大変革期を迎えている。特に自動車は年間1,400万台の生産能力の半が遊休化しており、その廃却と次世代型生産設備への切り替えが待たないにしている。今年後半以降はこうした動きがより活発になるとみられ、需要の変化に応じて生産量や生産体制を変更できる「柔軟な設備」を模索する動きが本格的になってきそう。

製造業界全体で90年代後半以降に大きな潮流になってきたのは、「ベルトコンベアのない工場」の導入だ。部品を可能な限りユニット化し、最終工場ではあたかもプラスチックモデルを組み立てるかのよう、ごく少数で製造を行う。

こうした仕組みは、ユニット部品を開発製造するメーカーの体力アップによって実現している。京都経済を下支えているローム、日本電産などはこうしたユニット部品の有力メーカーだ。ユニット部品はハードウェアとソフトウェアを一体にしたもので、それ自体が最終製品に近いものだ。ユニット部品メーカー各社は東南アジアなどからの強い調達力を武器に、付加価値

の高い経営をしている。京都のエレクトロニクスメーカー各社が比較的好業績を維持している中でオムロンが独り苦戦しているのは、同社の製品が、古い「ベルトコンベア式」生産ラインに適したラインアップになっているからだ。

生産ライン全体を一つの機械に見立てると、同社の制御機器製品は一つ一つの「部品」に当たる。従来の生産ラインではFAコンピューターやNC制御機器などで集中的に制御してきたため、個々の「部品」に「知恵」は必要なかった。

しかし、今後は生産ラインを頻繁に変更する機会が増えるため、部品が知恵を持って変化に対応できるようになる必要が出てきた。

制御機器同士が共通言語でコミュニケーションする「DeviceNet」構想でオムロンが他の大手電機メーカーを脇役にしてまで推進役に戻るには、次世代型生産システムの標準仕様で主導権を握らなければシェア拡大はできないという危機感がある。

製造業界の大変革は、オムロンの経営基盤となっている業界地図を大きく塗り替えることになりそう。

【解説】

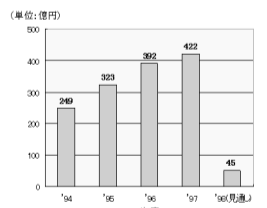
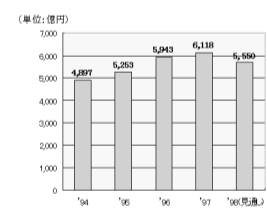
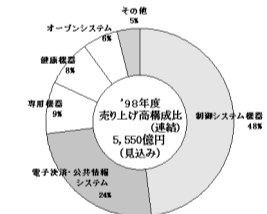
自動車設備 廃却にらむ

現在の不況は、金融危機が引き金になって企業の過剰設備や余剰人員があふり出され、雇用不安が個人消費を冷え込ませるといった複合不況だ。政府は個人消費の底打ちと公共事業費の増産でとどめを景気はこれ以上悪くならないと強調している。しかし、企業の人員削減はむしろこれから。人減らし交渉の過程で企業が大きな設備投資を行うことは考えられないため、設備投資の冷え込みは今後ますます激しくなるというのがアナリストらの見方だ。

そこで、同社はこの4月から導入したカンパニー制の中で、制御機器部門を統括する「インダストリアルオートメーションビジネスカンパニー」の「社長」に、代表取締役副社長の越尾社一旧オープンシステム統轄事業部長を充て、常務格の役員が「社長」を務める他のカンパニーとは一線を画した。従来以上に大きな権限をカンパニー執行部に与え、商品企画、開発、製造、営業が一体となった事業建て直しを図ることを目指している。

次々と発売する新製品が爆発的なヒットになることは考えにくい、積極的な営業推進との組み合わせで、シェア向上を図っていけば、利益率の向上は期待できるだろう。

そのためにも、新インダストリアルカンパニーには、徹底した「マーケット・イン」(需要側から商品供給体系を構築すること)の発想が必要になるだろう。派遣される100名の営業担当者が、どこまで情報を商品企画・開発セクションにフィードバックできるかがカギになりそう。



市内に物流拠点建設、8月に着工

アパレル新興のもくもく 2000年9月期までに約30億円投資

ヤング婦人服の製造小売りのもくもく(京都市中京区六角通高倉東入ル、武斐芳次社長)は、2000年9月期までに総額30億円を超える投資を行う。そのほとんどが99年9月期に集中する。売り上げ200億円規模を想定した自前での物流拠点を建設するほか、ファッション情報の発信地・東京での旗艦店の開設などすべて生産性向上に

つながるものばかりだ。地価下落、金利が史上最低水準の今が好機と判断した。投資資金は金融機関からの借入金で調達する。

自前の物流拠点は、約13億円を投資し京都市内に2,000㎡を超える土地を確保、8月にも延べ1,500㎡の物流センターを着工する予定。現在、市内伏見区の佐川物流サービスに国内・外で生産した商品全量を委託している。今

後の売り上げ200億円規模を想定した、同社の商品供給基地となる。すべて自社物流に切り替え、タイムリーに商品供給できる態勢を構築し、商品の機会損失を防いでいく。完成は1年後を目指す。

2000年9月期業績に貢献する直営の東京店は今年11月にオープンする計画。渋谷区のアパレル中心地のビルを14億円で買収した。1、2階とも

240㎡ある。秋に同じ直営で路面店を仙台に開設、ともに京都に次ぐ旗艦店に位置づけられている。特に東京は全国への主力ブランド「OLIVE des OLIVE」の情報発信の拠点としてPRする。

また東日本には丸井、池袋西武などをはじめ店舗が増え、同時に雑誌へのプレス対応、人事管理の必要性から東京事務所を今秋に設置する。神宮前に隣接する立地で2棟を3億5,000万円

で買収済み。1階部分は店舗にする考えも持っている。このほか市内に3つ目の新本社ビル(京都市中京区蛸薬師通柳馬場下ル)が11月に完成、事業部別に分かれて入居する。

こうした集中的な投資の一方、キャッシュフロー重視の経営を一步押し進める店舗戦略を推進している。SCおよびファッションビルへのテナント出店から、路面単独店への出店に切り替

えていることだ。テナント出店はデベロッパー経由でのキャッシュ化になるが、単独店は日銭が稼げるうえ、販促費、共益費負担がなく、売り上げが増えた分家賃比率が下がる利点がある。全国ブランドになったこと、空き店舗が増えているため路面店戦略が取りやすい環境が背景になっている。

今期はすでに3月末で中間期を終えたが、売り上げは前年を上回る59億

円となった。下期は広島、仙台、大阪・アメリカ村などの路面の新店が寄与するため、最終的には前期比15~20%増の125~130億円の売上増を予想している。

錠剤溶出試験ビジネスに本格参入

島津製作所 薬価安い後発医薬品拡大にらむ

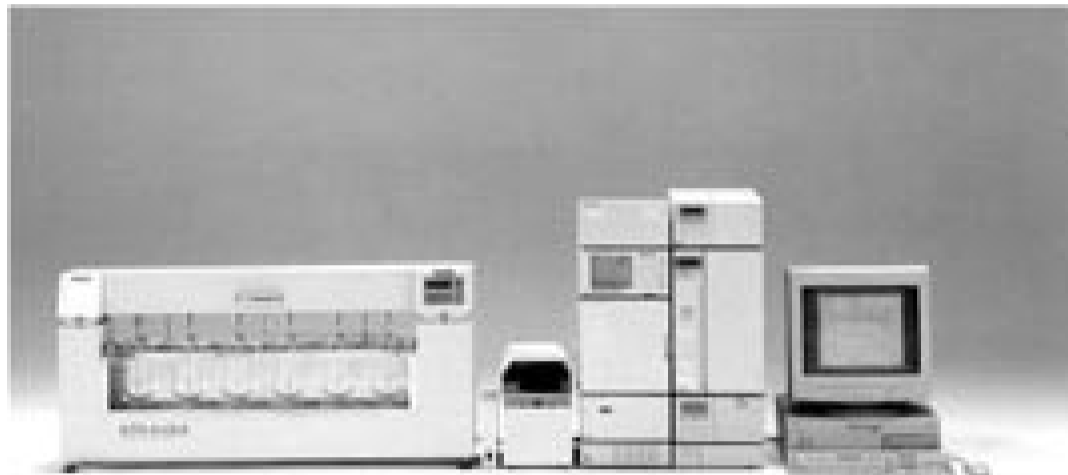
島津製作所はこのほど、錠剤溶出試験測定システムを発売、製薬メーカーを対象にした錠剤の溶出試験ビジネスに本格参入する。ユーザーの製薬業界で、薬価の安い後発医薬品の販促を強化し市場を拡大する動きが活発化していることに着目した。これにより同社にとって中核事業である分析機器事業を強化する。溶出試験ビジネスは世界で200億円市場とみられており、当面10%シェアを目指す。

錠剤溶出試験データは製薬メーカーが医薬品承認申請のときに、データを提出することが義務づけられている。薬剤の品質を確保するための重要なデータ。新薬に加え昨年から新薬と化学的に同じものを売り出す後発医薬品にも承認申請時データの提出が義務づけられた。それにより中小の製薬メーカーまで市場が拡大したため、本格参入に踏み切ったもの。

とくに後発医薬品は、増大一途の医療費抑制策の一環で国内でも増加傾向にあり、将来には欧米並みに医薬品全体の20・30% (現在は7%くらいといわれる) に近づくと予想されている。島津製作所はこれまで、簡易的な錠剤(内用固形薬)用溶出試験測定システムを発売していたが、市場拡大を踏まえ本格的な製品を開発しシェア獲得を図る。

新システムは錠剤を溶出した後分析する液体クロマトグラフと、溶出試験器(富士産業製・大阪市北区、中川清美社長)とで構成される。溶出試験と液体クロマトグラフでの分析を同時に、しかも連続して行い、平均溶出率、最大・最小溶出率、標準偏差などのデータを出力する。このプロセスをすべて自動化し、さらに最大6種類の試料を一度に計測することができるという。従来、溶出試験測定で問題とされていた精度を高めること、自動化で高性能化を実現した。

溶出試験解析ソフトは日米の両規格に準拠している。集中コントロールにより操作は簡単としている。価格はシステム全体で980万~1,052万円。年間50台の販売を計画している。大手製薬メーカーなどは独自で開拓を進めるが、中小および地方の製薬メーカーは代理店を活用し販売を進める。



医療費増大が後発医薬品を後押し 200億円市場でシェア10%狙う

新薬に加え承認申請時にデータ提出が義務づけられた後発医薬品は、薬価基準取裁後一定期間を経て、新薬の特許が切れた後、新薬と化学的に同じものを安く売る後発品のことだ。薬価は新薬より20・60%安く決められており、米、独などでは多く使われているという。

わが国では国民医療費が増大の一途をたどる一方、1997年の健保改正で医療費の

自己負担が増え、コストの面から後発医薬品が拡大する余地が生まれている。すでに後発医薬品を積極的に宣伝する製薬会社も現れているほどだ。そのためこの市場は、今後有望視されていることから島津製作所は本格的な参入の好機とらえ溶出試験ビジネスに乗り出した。

ヒューレットパッカード、国内では中堅の分光光度機器メーカーなどがすでに市場

に参入しており、200億円市場をめぐってしのぎを削ることになる。島津製作所は年間50台、金額で約5億円を初年度にもくろんでおり、早期にシェア10%に高めたい考え。そのためにはきめ細かな営業体制がかぎを握るとみられる。

滋賀銀が外貨宅配サービス

リパブリック銀と提携

滋賀銀行(大津市浜町、高田敏一頭取)は、外貨卸売大手の米リパブリック・ニューヨーク銀行(本店ニューヨーク)と提携して、外貨の宅配サービスを始めた。リパブリック銀が手がけている外貨通販事業の取次店に滋賀銀がなるもので、主要通貨に加えて、従来銀行窓口で扱っていなかった中国元や韓国ウォンなど計35種類の外貨を扱う。同通販の取り扱いが全国の地銀、第二地銀がスタートさせているが、京滋地区では同行が初めてという。

外貨宅配サービスは、顧客が同行の

窓口で外貨購入申し込みをすると、2・4日後に自宅や会社に宅配業者が届ける。代金はその場で代金引換で宅配業者(日本通運)に支払う。滋賀銀にはリパブリック銀から取り次ぎ手数料が支払われる。

宅配送料は2・3パック(1パックは約2万円分)で800円、4・5パックで500円、6パック以上10パックまでが無料と設定している。

ゲームボーイに ポケモンピンボール 任天堂

任天堂(京都市東山区福福上高松町、山内溥社長)は、携帯型電子ゲーム機「ゲームボーイ」用として、新ゲームソフト「ポケモンピンボール」を発売した。

人気アニメ「ポケットモンスター」に登場するポケモン捕獲用の道具「モンスターボール」を弾いて、ピンボールを楽しむもの。ソフトには「振動カートリッジ」が付属しており、同カー

トリッジを接続することでゲーム内の仕掛けに連動して手で振動を感じることができるのが特徴。セット価格は税別で3,800円。

アンティークな雰囲気の特徴 HaRvEST チラシ持参は割引サービス



美容室の「HaRvEST(ハーベスト) (早川昭広代表)はこのほど、西京区の新山陰街道の東側に立地する川岡東小学校横にオープンした。早川代表は、5年前に山科区に美容室「QUEST(クエスト)」を立ち上げており2店目の出店となる。今後、さらに1店舗を出店し、3店舗体制を計画している。

同店が立地している桂周辺には数店舗の美容室があり競合が激しいところ。「たくさんのお店があると、客は店を選ぶことができるし、店同士の競争でサービスの質が高まれば喜ばれる」(早川代表)とプラス思考でとらえている。また、技術面はどの店も差はないと分析し、アンティーク物の家具や

スタンドガラスでオシャレな雰囲気を演出、新店舗としての個性を表現している。

同店では、ナチュラルなヘアスタイルを特徴に、客に納得してもらえるスタイルを提供するという。価格面では、東京資本の大手の美容室などが京都へ進出していることからディスカウント化が進んでいるが、あえて価格競争に参加しない。「ディスカウント化するとサービス感を低下させるをえなくなり、客に満足感を与えられない」ため、価格以上の「もてなし」をすることで、新規の客を獲得し固定客化していく考えだ。

パーマは、8,500円から、カットは

4,000円(男性3,500円)からとなっている。開店後、桂周辺でのチラシのポスティングと情報誌でPRした。配布したチラシを持ち込むと全て30%引きのサービスが受けられる。当面、店周辺の地域の女性を中心に固定客化することを目指す。

- <店舗データ>
●住所 京都市西京区牛ヶ瀬奥ノ防町88
●スペース 26.4㎡
●従業員数 2人
●営業時間 9:00-20:00



「地域」と「経済」という2つの視線が交差するところに生まれるそれが現代のクオリティーペーパーです

日刊京都経済

ローカルな視点からグローバルな視野を

自宅へ、オフィスへ直接配達

購読価格：年間定価35,000円(税別)
配達：宅配制(月～金、週5日)
宅配エリア：京都府南部(その他のエリアは郵送にて宅配致します。)

◆お申し込みは簡単です◆
FAXで
この用紙を切り取り、送信してください。
075-315-8935
フリーダイヤルで
受付時間：9時～21時
0120-385-036

『日刊京都経済』購読申込書

お申込日 月 日

株式会社京都経済新聞社 行

下記のとおり『日刊京都経済』を 月 日より 部購読します。

お支払い方法 / ① 月極 定価3,200円(税別)
② 年間契約 定価35,000円(税別)

■お名前・会社名 _____
■(部署名・担当者名) _____
■ご住所 _____
■電話 _____ ■FAX _____

日刊京都経済は全国エリアで購読でき、宅配も致します

興銀出身の社長を事実上解任

光学機器のコパル 日本電産方式で再建へ

日本電産が大株主の東証一部上場光学機器メーカー、コパル(東京都板橋区志村)は14日、社長の交代や実力主義賃金体系の導入、労働時間の延長などを骨子とする経営再建策を発表した。同社は日本電産の傘下に入った後も業績回復が思わしくなく、99年3月期は赤字に転落したとみられる。このため日本興業銀行出身の亀井真人社長が退任し、生え抜きの島田誠常務を社長に昇格させる。日本電産出身の大西浩志代表取締役副社長は専務に降格とする。これを機に同社は一層日本電産色を強め、電産の一事業部門として再建を目指すことになりそうだ。

亀井社長は5月1日付で取締役相談役に退き、6月25日に開催予定の株主総会で取締役を退任、相談役になる。国内営業のトップの小林和夫常務も取締役を降格させる。亀井社長は2期4年務めた。新しく社長になる島田氏は昭和16年長野県生まれの58歳。昭和40年慶応大学法学部卒業後コパルに入社し、人事部長、光学電子事業部長などを経て取締役コンポネント事業部長、常務海外事業本部長などを務めてきた。

同社はメインバンクの日本興業銀行のもとで経営再建を進めてきたが、98年2月に積極的なM&A政策をとる日本電産の傘下に入った。しかし、興銀出身の亀井社長と永守重信会長(日本電産社長)との間で再建策に関する考えのすりあわせに時間がかかり、その間に経営がさらに悪化するという悪循環になっていた。

このため、今回、亀井氏を事実上解任するとともに、永守氏の信任が厚い島田氏を永守氏が直接指導する形での経営再建に乗り出したものだ。

同社が発表した「企業構造改革」の内容は、
①事業部制を廃止し、日本電産に倣って、事業所や子会社を「プロフィットセンター」(採算管理単位)とする「事業所制」を導入する。併せて関連会社のコパルハイテック(長野県塩尻市)を吸収合併、コパルの六日町工場をコパル精密部品に営業譲渡する。
②実力・実績主義賃金体系に移行し、新しい職能給制度と資格制度に切り替える。
③余剰人員十数名を日本電産の人材プール会社、日本電産総合サービスに転籍させる。
④99年度1年間に限って土曜日を月に1回

出勤日とし、総労働時間を延長する。
⑤社長を交代させ、役員報酬カットの幅を拡大する。
—というもの。

同社は、こうした経営再建策の実施により、年間20億円以上の利益改善効果があり、2000年3月期には黒字に転じるとしている。



同社はこの日、99年3月期の業績下方修正も発表した。

それによると、需要低迷と不採算事業の清算に伴う特別損失などにより、連結、単独とも経常赤字、最終赤字に転落する。

売上高の減少幅は、連結ベースで前期比11.5%減、単独ベースで同13.3%減とみている。

総労働時間も延長

ひと・こえ

「以前は書籍の販売は景気の影響を受けにくいというのが定説でした。ですが、今回の景気落ち込みはその定説を打ち破っている」という上村さん。企業人、サラリーマンともこれまででは景気が悪くなくても、何か書籍から知識を得て仕事にいかそうと買って読んできた。ところが長引く不景気は、大手企業をはじめとする希望退職の実施などから、消費者の将来への不安が増幅、それが書籍までにも影響を与えているとみる。

そんな中であって同社が経営する書籍販売のブックセンター「万葉堂」は売り上げを横ばいにとどめ健闘している。「12月の12月から営業時間を2時間延長し午前零時とした。昨年夏からはインターネットでの書籍販売を始めましたし、いろんな対応策をとってようやく横ばいというのが正直なところ」と厳しい表情だ。何も手を打っていないと聞いたら間違いなく前年割れだったと言いたげだ。

「ある大手の通販会社がネット販売を計画し、そこで当社の絵本を販売したいと言ってきている」とコスモ出版にとっては書籍の販売につながるだけに、前向きに考えていくようだ。営業時間の延長に踏み切った理由は、「立地する国道24号線沿いの宇治市槇島は、夜間人口が多いためなんです。延長後は売り上げがアップしますので、正解だったと考えています。」

ロードサイドの外食チェーンは、若い人の夜更へのシフトをとらえ、軒並み営業時間の延長を実施しており、書籍販売でも逃す手はないと判断したようだ。「何事にもいえるでしょうが守りの姿勢になったらだめです」と社員にハッパをかけているが、自らにもいい聞かしているようでもある。

手焼きの実演販売で職人養成

伊藤 軒

製造部門の継承で決断

和菓子卸の伊藤軒(京都市南区室町通東寺下ル、中井俊将社長)は、自社製造部門でかわらせんべい職人の早期の養成方法として、手焼きの実演販売を体験させ1人前に仕立て上げた。今後も機会をとらえ実演販売を継続し、熟練度を上げていく考えだ。

昨秋に京都・嵐山の「五木茶屋」で手焼きの実演販売をする機会を得た。集客のためだったが、若手の育成のため思い切って2人を出向させた。「目の前に客がいることで真剣に集中してかわらせんべいがやれるのではないか」(伊藤社長)と判断した。1カ月半実演販売し焼き続けたため、「1人前になった」と成果をあげた。

同社は卸中心のビジネス展開が主力。自社製造部門は売上構成比

の約20%とウエートは低いが、かわらせんべいを焼く職人は1人だけ。しかも60歳と高齢に近づいているため、若いかわらせんべいを焼く職人の育成が急務になっていた。

焼き続けたため売れない商品が出てきて、それを「修業せんべい」と名づけ市価の半額で販売した。また、割れせんべいも30kgあったが、1袋90g入り100円に工夫して本家で売っている。

会社人事・機構改革

人事異動・機構改革は、毎週金曜日にまとめて掲載しております。

竹菱電機

(4月14日付・カッコ内旧職)

- ㈱フジテレコムズ代表取締役社長を兼務 取締役大阪支店長 武田 功

ダイニック

(4月16日付・カッコ内旧職)

- 関連担当兼文化事業部長兼商品技術研究所長兼大阪支社営業所長(関連・文化事業担当兼商品技術研究所長兼東京本社営業所長) 取締役北川 文康

- ダイニック・ジュノ(常務(不織布・工業用途・商品・芯地事業担当兼大阪支社営業所長) 取締役上木 邦夫

- 事業部担当兼東京本社営業所長(出版文具・情報・住宅事業担当) 同野沢 次郎

- 商品技術研究所環境事業準備室(アストロパーク天究館館長) 米田 康男

- 衣料用途関連事業部長(ハロニック常務) 石黒 通祐

- 同副事業部長(同取締役営業部長) 興石 仁

- 同兼東京販売課長(衣料用途関連事業部長) 浦野 博

- 特殊材料加工事業部長(桂工業㈱社長) 上南 武司

- 商品関連事業部副事業部長兼ファンシー販売課長(商品関連事業部ファンシー販売課長) 家田 誠一

- アストロパーク天究館館長(アストロパーク天究館副館長) 高橋 進



書籍販売も景気の影響受ける

コスモ出版社長 上村正夫さん

日刊京都経済の使い方、生かし方……【会社人事】

会社人事は経営戦略を浮き彫りにします。

会社人事を読み込め

企業は人で動きます。人をいかに配置するかは、その会社の経営戦略そのものです。

取引先のキーパーソンの動きを、組織改革や他のキーパーソンの動きと結び付けて自分なりに分析してみてください。

無味乾燥な情報の裏側にある真実が見えてくるはず。 「会社人事欄を読み込む」。それが「次」への第一歩です。



人の動きから経営が見える



日刊京都経済では、地域により密着した経済動向の情報として、企業人事の報道に力を入れています。

日頃公表されている人事情報をお寄せください。

小人数でも掲載いたします。これまで人事情報を公開されていない企業の場合も、ぜひ一度おたたくください。

お寄せいただく形式は電子メール、FAXなどなんでも結構です。

電子メールの場合：
info@kyoto-keizai.co.jp
FAXの場合：075-315-8935

■お問い合わせは
京都経済新聞社 編集部まで
電話 075-316-1000