



# 週刊京都経済

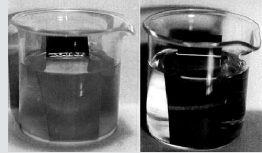
http://www.kyoto-keizai.co.jp/

日刊京都経済改題

The Kyoto Economic Journal

発行所: ©京都経済新聞社

〒600-8815 京都市下京区中堂寺粟田町1  
京都リサーチパーク  
TEL:075-316-1000



好評の「新製品開発物語」。今回は塩素不含有の抗菌剤開発をめぐる物語を追う。(4面)



ドイツで「コミックサロン」が開催された。MANGA ブームが意味するものとは何か。(7面)



消費低迷に悩むオーストラリア牛肉業界。大阪で開かれたフォーラムでは駐日大使みずからPRした。(2面)

## 今週の顔 Face



「京都のコンテンツの豊かさを生かしていく」



「バランスのとれた菌との関係を提案しなければ」



「おじさんにもかっこよく着てほしい」



「最先端の民主主義を実践するだけでいい」



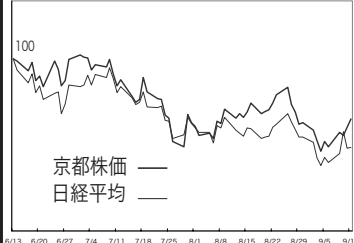
「現場に必要なシステム構築ができます」

### お詫び

編集の都合により、一部地域で本紙の発送が遅れました。お詫び申し上げます。京都経済新聞社

### 京都株価指数

3ヶ月前を100とした変移



### (先週の株価)

前週末の米国株高と円安基調を好感し日経平均は9400円台を回復するが、週末には大幅反落。京都個別銘柄ではニッセン、セラテームが好調の反面、FVCの下げ幅大きい。また、フェイスが東証一部に上場した。

京都株価指数は京都経済新聞社とブルームバーグが共同で算出しています。



## 第1回

# “倒産危機”からの生還

### 株価上昇率4倍半 自力再建果たす

#### ■返ってきた熱気

12日、福井県坂井郡金津町にあるニッセン福井ロジスティクスセンターに証券会社のアナリスト約20人が集まった。ニッセンが初めて開く証券アナリスト向けの施設見学会。参加者の半数は飛行機に乗ってきた東京組だ。

「自動倉庫には25万ケース、商品点数にして約500点分の商品を保管できます。一日あたり最大で20万点の商品発送が可能です」——。よどみなく施設の説明をしていく担当者の話を熱心に聞き入る。センターの見学ツアーでは物流システムの能力をメモにとり、次々と質問を投げかけていく。カメラ付きの携帯電話で一瞬生命写真を撮るアナリストの姿も見られた。

大証2部上場の同社がアナリストの注目をこれほど浴びるのは、1988年の上場以来のことだろう。アナリストたちは皆、数年前まで瀕死の状態だった同社がなぜ一気に復活を遂げたのかを知りたい。 「生産性がどう上がったのか」「具体的にどのように維持するのか」。アナリストたちの質問は真剣そのものだった。



#### ■創業社長の急逝

1999年春。京都の繊維や印刷などの業界で、「ニッセンの手形が落ちないらしい」「社債の償還期限が来ているが資金のめどが立たないようだ」——などと噂が駆けめぐった。

資金繰り倒産はなんとか避けられたものの、続いて悲劇が同社を襲う。創業社長の川島達三(故人)が同年夏に入院したのだ。病名は胃がん。いったん退院するものの、9月に再発。今度はがんが肺に転移していた。

11月に病状はいったん快方へ向かう。開かれた役員会にしろうじて出席

した川島は、会議の最後に言った。「病床で後継者問題について考えていた。片山君に後を任せようと思う」。この瞬間が同社の再起へのスタートラインになった。

ニッセンの事業は、カタログ使った衣料、雑貨の通信販売と、展示会を通じた着物やジュエリーの現物販売の2つが柱になっている。1996年、このうち、1000億円以上を稼ぎ出す通信販売がつまづいた。

ニッセンの連結売上高は95年、1610億円に達していた。翌96年、連結で68億円余りの赤字に転落。売上

高の水準は変らなかった。

通販事業部、常務取締役事業部長の佐村信哉(47)は、「顧客サービスが明らかに悪くなっていった。しかし、冷静になる余裕はなかった」と当時を振り返る。96年上期に、前年と同等水準のカタログ部数を発行した。しかし、思うように商品が売れない。在庫は膨らみ、金額が270億円を超えた。

#### ■「株価は過小評価」

2001年12月、ニッセンは32年目の事業年度を終えた。売上高は1357億円。過去5年間ほとんど変わらない水準だ。

一方利益は経常ベースで前年比59.2%増の45億円を確保した。

同年4月、外資系ファンドのアクティブ・インベストメント・パートナーズ(東京都千代田区)が260万のニッセン株取得。単独の筆頭大株主の座に座る。代表パートナーの青松英男(48)は「業績以上に株価が過小評価されていた」とニッセンを語る。「これから1600万世帯のデータベースが強みになる。バイヤーが身を持って在庫リスクの怖さを経験している。今後株価は4000円台(13日の終値は2190円)にまで乗ってもらつてもいいよ」。

経営管理グループ常務取締役の守本文和(53)は、「外資ファンドの投資を受けたことがニッセンの復活につながったというのは誤解」と力説する。「ニッセンは社内に危機をはねのける原動力があった。自力で業績を回復させてきた。だから新たな投資を受けられた」。

不良在庫、資金繰りの悪化、創業社長の急逝という危機が、ニッセンの眠っていた生命力を刺激したのは間違いないようだ。

では、自律反転はなぜ可能になったのか。(敬称略、つづく=井上朋一)

★次回からは7面に掲載します。

## 座標軸 産業分類の怪・もやし栽培は製造業?

「もやし」の栽培が来月から農業に分類されることになったそうだ。先日何気なく8chの「発掘! あるある大辞典——もやし特集」を見ていたら、そんな話が出てきた。

現在の「日本標準産業分類」(総務省所管)では、もやし栽培は「その他の食品製造業」に分類されていた。ところが、この3月に改訂され10月調査から使用される新しい日本標準産業分類では、晴れて「耕種農業」に分類されることになったという。

番組では、タネから育てられる食品でありながらその栄養価もほとん

ど研究されておらず、産業分類も他の農作物と同列に扱われないもやしの「中途半端さ」をクローズアップしていた。だが実は中途半端なのもやしのせいではない。

今回の改訂でようやく「情報通信業」という大分類が生まれる。今までは「運輸・通信業」という大分類があったが、中分類は「郵便業」と「電気通信業」しかなかった。それに対して新しい「情報通信業」には、「通信業」「インターネット附随サービス業」「映像・音声・文字情報制作業」など5つの中分類が設けられる。

私たちの新聞業は今まで「製造業」の一角に分類されていた。輪転機を回して白い紙に文字を印刷して付加価値をつける産業——という意味だ。しかし今回の改訂で、「映像・音声・文字情報制作業」に移行する。情報を取り扱って著作物を制作する産業——という実態に、ようやく沿う。

今回の改訂はおそらく戦後最大の改革だ。従来は「供給者側」の機能や免許をベースに分類していたものを、今回初めて明確に「需要者」「消費者」のスタンスから整理しなおした点が画期的だ。

もやし栽培の場合も、従来は「農地を持つのが農家であり、農業の担い手」という前提だったから、農業からは排除されてきた。しかし、今は運営形態よりも、私たちの口に入る農作物が安全に安定的に供給されるかどうか大切——という新しい常識が根付いてきたことを表しているように思う。

あなたが属している業種が新しい分類ではどこに入るのか。総務省のホームページから一度確認してみれば、何か新しい発想が生まれるかもしれない。

(編集長・築地達郎)

# Kyoto Econo Last Week

## 6日(金)

### ●欧州の子会社を統合 ローム

ロームは、ドイツなど欧州三カ国にある三販売会社を一社に統合し、営業の効率化を図る。英国、フランス、ドイツの3販売会社を統合してローム・エレクトロニクス・ゲームベーパーを残す。英・仏の販売拠点は統合後も残す。

### ●特定融資枠を設定 ニッセン

ニッセンは、必要に応じて自由に融資を受けられる総額80億円の特定融資枠「コミットメントライン」(シンジケーション方式)を大和銀行、京都銀行など7行との間で設定した。金融機関に手数料を支払い借入枠を確保、枠内で自由に借り入れができる。

## 9日(月)

### ●営業益が50億円黒字に転換 オムロン

オムロンの2002年9月中間決算は、連結営業損益が当初見込みの30億円の赤字から50億円の黒字に転換する見通しとなった。工場や研究所閉鎖、人件費削減など構造改革による固定費削減のため。世界的な景気回復の見通しが不透明なため、2003年3月期の通期予想の変更はない。

### ●民事再生適用を申請 ヤマトマネキン

テーマパークや百貨店向けのディスプレイを製造、販売するヤマトマネキン(下京区)は、京都地裁に民事再生法の適用を申請した。帝国データバンクによると、負債総額は約60億円。

### ●eラーニングシステムを導入して研修 京都銀行

京都銀行は、各店のパソコンや営業用端末機からネットを利用して業務の知識を学べる「eラーニングシステム」を導入。一カ所に集まって行う営業研修を振り替える計画。時間の制約が大きいパートを中心に受講機会が広がり、講習の効率化が進められる見込み。

## 11日(水)

### ●自己株式を99億円で市場買付 村田製作所

村田製作所は、自己株式145万4900株を総額99億8562万円で市場買い付けした。当面は金庫株として保有する。残り枠内での買い付け予定は未定。

### ●米国ソフト開発会社を子会社化 セラーテムテクノロジー

セラーテムテクノロジーは、米国のグラフィック関連のソフト開発販売のエクステンシス社を株式取得により子会社化する。グラフィックデザイナーなど向けのソフトと画像処理技術やセキュリティー配信管理機能技術を組み合わせ、売り上げ拡大を目指す。

### ●メキシコに販売子会社設立 村田製作所

村田製作所は、メキシコに100%出資の販売子会社ムラタ・エレクトロニクス・トレーディング・メキシコを設立し10月から営業開始する。北米の生産・販売子会社の飯石武史社長がメキシコ社長を兼務。アメリカIT企業の電子部品需要拡大を見込む。

### ●人間コピー機で等身大ポスター作製 大日本スクリーン製造

大日本スクリーン製造は20日から3日間、千葉県の幕張メッセで開かれる「東京ゲームショウ」に、人間もコピーできる大型コピー機を出品し、来場者の等身大ポスターを作るサービスを行う。衣装を自作して着飾るコスプレ族へのサービスと、異業種への自社製品のPRのため。1枚2000円で、3日間で150人分を作製予定。

### ●大手ホームセンターの傘下に ニック産業

大手ホームセンターのケーヨーが、ニック産業の発行株式の78.77%にあたる552万5000株を取得した。親会社のダイニックはホームセンター事業から撤退し、ニック産業はケーヨーの傘下に入る。

### ●デジタル動画の画像処理技術を開発 セラーテムテクノロジー

セラーテムテクノロジーは、動画のデジタル映像を高精細で処理できる基礎技術を開発した。同社の静止画の処理技術を応用し、動画の途中で静止すると静止画を取り出すことができる。映画やテレビ番組の制作など向けに製品化・売上拡大を図る。

マニュアル通りの就職活動でいいんですか

**「学割」始めました**

学生さんなら月1000円!

任天堂が子会社である英国有力ゲームメーカーの株式を米マイクロソフトに売却する方向で交渉を進めていることが明らかになった。ゲームソフト開発拠点の世界的な再配置の一環とみられる。任天堂とはゲーム機「X-BOX」で対抗姿勢を打ち出しているマイクロソフトに売却することで、両社の競争関係が変化する可能性もある。任天堂など当事者各社は13日現在、事実確認を避けている。

# 株売却を検討か

## 任天堂 保有の英ゲームメーカー株

9月12日(ブルームバーグ): 任天堂広報室広報課の皆川恭廣課長は12日、同社が49%を出資する英ゲームメーカーのレア社(非公開企業)の株式売却について、「他社から具体的な出資などの提案があった場合は状況

次第で対応を検討する」とコメントした。

一部の報道は11日、米マイクロソフトが任天堂からレア社の株式を取得すると報道。皆川氏はこれを受けて「現時点では具体的な案件はない」と

語った。

レア社は「ゴールデンアイ」など、任天堂の「ゲームキューブ」向けゲームを開発した企業。同機向けの「スターフォックス・アドベンチャー」などのリリースを予定している。

UFJつばさ研究所の岡敬アナリストは、「レア売却という報道内容が現時点で事実かどうか不明であり、レア売却の株価への影響は中立」との見方を示したうえで、「株を売却すれば利益が発生するが、その一方で、任天堂とレアの関係がなくなった場合、(レアが制作を担っている)有力ソフトのドンキーコングを従来のクオリティーを維持しながらどこが制作するのかなどが不透明」と指摘した。

一方、メリルリンチ証券の瓜生憲アナリストは12日付のリポートで、「任

天堂の主要開発スタジオの1つであるレアの売却は競争力低下の懸念を短期的に促す可能性がある。しかし、任天堂は既にカプコンやセガ、ナムコ、ハドソンといった大手ゲームメーカーとの共同制作という新たな手法を確立しており、レア株を売却しても業績への影響は限定的」となどとする見方を示している。

13日付の日本経済新聞朝刊は、任天堂がレア株をマイクロソフトに売却する方針を固めた、と取材源を明示しない形で報じた。売却額は200億-300

億円にみられる、と指摘している。

任天堂は同報道について、「憶測記事であり、現時点では当社が売却方針を固めた、という事実はない。レア社からも(売却に関する)話は来ていない」(広報室・広報課課長、皆川恭廣氏)と報道を否定した。

そのうえで、皆川氏は、レア社から同社株売却に関する話が来れば、「売却も選択肢の1つとして検討することになるだろう」と語った。

レアは任天堂向けに人気シリーズ「ドンキーコング」などの制作を担当してきた。しかし、最近では今年任天堂が発売する家庭用ゲーム機「ニンテンドーゲームキューブ」向けソフトの「スターフォックスアドベンチャー」以外の開発は行っておらず、2001年度の任天堂のソフト部門に占める売上高比率も1.5%にとどまっている。

皆川課長は、仮にレアとの関係がなくなっても、同社が任天堂のゲーム機以外にドンキーコングを制作し供給することはできないとした。

## 「オージー・ビーフォーラム」大阪で開催 駐日豪大使はゲストで参加



参加者の質問に答えるジョン・マッカーシー駐日大使

豪州食肉家畜生産者事業団(東京都港区、以下MLA)は12日、リーガロイヤルホテル大阪で、「オージー・ビーフォーラム」を開催した。

このフォーラムでは、オーストラリア産牛肉の「トレーサビリティシステム」(食肉の生産、加工、出荷の履歴管理システム)などの安全管理体制についてのプレゼンテーションが行われた。

また、ジョン・マッカーシー駐日オーストラリア大使がゲストスピーカーとして参加。「オーストラリアの食肉業界は輸出に依存しており、高い安全性を確保することが必要不可欠。食肉の安全性と品質には細心の

注意を払っている。BSEや口蹄疫の発症もなく、安全性についてはEUの科学運営委員会から最良レベルの認定を受けている」と語った。

オーストラリアは世界最大の牛肉と家畜の輸出国。日本はオーストラリアにとって重要な牛肉輸出マーケットであり、日本における輸入牛肉の約半分のシェアを占めている。

オーストラリア産牛肉は、昨年9月のBSE(牛海綿状脳症)国内発生についての政府発表の影響のあおりを受けて消費量が激減。牛肉にとどまらず食肉全体、食肉業界全体に対する信頼と売上の回復が最大の課題となっている。

## 芸術支援に自社ホールを活用

石田大成社

伝統工芸を主要テーマとした情報誌『京都』を発行している石田大成社(中京区、阿部達三代表)が、9月27日から本社ビルのホールを利用して若手芸術家の支援を開始する。『京都』の誌面で紹介した作家に場所を無料で貸し出して作品展を開く、情報誌と空間の連動企画。

同社はメセナ活動の一環として94年より『京都』を発行してきた。伝統工芸だけでなく京都の芸術も対象テーマにしたい考えと同社のホールを活性化するためのこのほど一致し、連動企画が実現したものの。

一般に芸術作家が作品を展示するには週15~20万円で画廊を借りるが、同ホールでは無料で発表の場を提供して活動を支援する。

2ヶ月に1回に発行する情報誌で各二人ずつ紹介し、毎月1回作品展を開催する予定。12月をのぞき、1年間で11回の作品展を開く。

第1回は9月27日(金)~10月10日(木)片山みやび(版画・油彩)。第2回は10月16日(水)~10月29日(火)松生歩(日本画)。

# おじさんにもかっこよく着てほしい

## TeMas KYOTO 店長 阿部かなえ

8月31日に衣料ショップ TeMas KYOTO がオープンした。もともと SYONENDO (少年堂) というストリート系のセレクトショップがあった場所で、TeMas も SYONENDO で扱っていたブランドだ。

しかし店長の阿部かなえさんは、新しい店のブランドイメージを「ストリート系」の1つの言葉で言いきることを避ける。客のターゲット層などを決めつけず、いろんな年代に幅広く着てほしいと繰り返し言う。

阿部さんは高校を卒業後、すぐに SYONENDO と同じグループの店の販売員になった。現在22歳で、2年前から店長をつとめている。明るく笑顔で接客をしているが、悩みを厳しく押し込めるように顔を一瞬だけ固めて「思い通りにいかずに落ち込むこともある」と語る。

阿部さんは働き始めてから、会社のスタッフの持つ幅広い興味に影響を受けてきた。「カジュアル衣料」というジャンルにとどまらず、音楽、伝統文化、京都の若いアーティストなどと一緒作り上げてきたのが、ブランド TeMas の特徴でもある。TeMas の主力商品は、カジュアル衣料のアパレルメーカー、モフミーが京都の黒染めの老舗京都紋付と共同で開発したものだ。紋付を染める染めの技法「深黒」でキャンバス地を染め、カジュアルなデザインの中に伝統的な文化を生かした。「深黒の商品を扱うようになって、40代や50代の方も来られるようになりました。『僕がこんな店に入るなんて…』と言いながら来られても、年配の方がジャケットを着るとしぶくかかって良くきまります」(阿部さん)。



〒604-8034  
京都市中京区六角通り新京極東入る松ヶ枝町  
452-4 SUPER GROUND BUILD 1F  
TEL/FAX 075-257-1951

店全体も「衣料店」という1つのイメージにとどまらない。内装はシンプルで、レジや棚を暗幕で覆うことができ、じゅうりょうも全て動かすことができる。また壁にブランドマークなどの影を映し出せるようにライトも工夫しており、劇場をイメージさせる。店で音楽のライブをできるように工夫して考えたものだという。

「音楽だけでなく、京都でがんばっているアーティストと一緒にイベントもしたい」。TeMas KYOTO は阿部さんの新しいステージだ。

# 京都人

KYOTOISE

「Kyotoise」(キョウトワーズ)は英語・仏語で「京都人」のこと。伝統を踏まえて未来を見つめる京都人の21世紀が始まった。「Kyotoise プロジェクト」は、それぞれの分野で改革に取り組む新・京都人を発掘していく。

## 祇園の景観支える “最先端の民主主義”

### 祇園町南側地区協議会会長 杉浦貴久造

「最先端の民主主義を実践してるだけですわ」。花見小路四条下ルかいわいの東山区祇園町南側の景観保全に身を投じる杉浦貴久造さん(68)は、地域運営の極意をこう語る。京都五花街の一つ「祇園甲部」を抱える祇園町南側。杉浦さんは同地区町内会の連合組織「祇園町南側地区協議会」会長、そして、NPO法人「祇園町南側地区まちづくり協議会」理事長だ。

自ら知恵を絞って考え抜いた末に定めた会則が独特。「委任状は無効」「定足数は出席者の半分」「事前に公表した議案以外は審理しない」——。まちづくりや景観保全について、他人任せを許さない。しっかりと当事者意識を持ってもらうことに主眼を置いて、組織を運営してきた。日本の民主主義はどこでも「議決権の過半数」が常識。当初はそれを逸脱した会則に批判も出た。だが「国連や米国のコミュニティでも使われている方法です」と説得した。

17人の役員は毎月の役員会にほぼ皆勤という。年に数回の飲み会でお茶を濁すことが多い他の町内会とは際違った違いだ。その結果、数々の成果を勝ち取ってきた。最近では、街の景観の命ともいえるべんがら格子を守るため、防火地区の指定解除に成功した。現在の防火規則では、立替の際に金属製のサッシに取り替えることが義務づけられる。「そうすると祇園が祇園でなくなる」。その代わり、住民による防火体制強化を自らに課した。

NPO法人は私道の整備などで主体的な行動をとるために去年設立した。任意団体の従来の協議会では、私道の持ち主や施工業者との間で契約行為をすることができない。NPO法人ならそれができる。

取材協力・京都経営研究所 花見小路四条の角にどっしり構える赤い壁と、「万」の字

「『コンビニなんてどこでも同じ』って思われたら勝ち残れないですよ。そう思われなないためのことをやってるだけなんです」。

東山の三十三間堂周辺はコンビニエンスストアの激戦区。その中の1つが「ファミリーマートサカタニ京阪七条店」だ。「外から見れば何の変哲も無いコンビニだが、店内を整理し、店員一人一人が大きな声でのあいさつ、顧客に対する笑顔、気配りなど『もう一度寄ってみようかな?』と思わせる」ことが必要だと社長の酒谷宏之さんはいふ。

大阪で生まれた酒谷さんが



〒605-0993  
京都市東山区七条通本町西入日吉町 222 番地  
TEL 075-561-0162  
FAX 075-561-6710

## 未来のコンビニは、超地域密着型

### 株式会社サカタニ ファミリーマートサカタニ京阪七条店 代表取締役社長 酒谷 宏之

京都にきたのは大学入学の時。そして卒業後、大丸百貨店の外商マンとして5年間パブル後の営業を経験する。1996年、28歳の時に結婚。これをきっかけに奥さんの実家のコンビニ家業を継ぐことを決心する。2年間の下積み期間を経て、98年から社長として経営に乗り出す。そこから勝ち残れるコンビニ戦略は始まった。酒谷さんは地域密着型ではなく超地域密着型をとった。

もともとは酒屋を営んでおり、その当時の顧客を会員として囲い込んだ。そして、お酒の配送だけではなくコンビニ商品の同時配送、つまり電話一本で食料品から文房具までをお届けできるというサービスを始めた。そし

て、店員一人一人がお客様のすべての名前を覚えて接客する。「お客を待つコンビニじゃなくて、攻めるコンビニを目指す」と酒谷さんは話す。

「1年後には酒販免許も無くなくなり、どこでもコンビニでもお酒が売られようになる。今までのようにお酒が買えるコンビニだけでは差別化が計れないんですよ。だからお客様が『あそこのファミリーマートやったら顔見知りやし安心やわー』という気持ちを持たせないと勝てないんですよ。手軽さ、気楽さが売りのコンビニエンスストアが顧客との接点を大事にし、地元で安心感を与える。コンビニエンスストアは今、昔の商店街のお店の暖かさを取り戻していく。



TEL: 075-822-0351  
FAX: 075-841-6409  
E-mail: kyonenwd@maple.ocn.ne.jp

を染め抜いた暖簾(のれん)。京の雅の象徴とも言える「一力亭」の親戚筋。幕末の頃の当主の弟が杉浦さんの曾々祖父にあたる。家業の「万治商店」は油商から薪(しん)炭商、石炭商、セメント商へと変わり、仕事場は街並みを避けて西ノ京に移したが、今も祇園町に住む。「特別な街? そんなことおへん。どこの街でもそれぞれに特別でっしょ? 住んでる人間が自意識を持つかどうかの違いです」。

街づくりの課題はいくらでもある。建て替えの際に道路中心線から2m後退するように強いられる「セットバック」。地区の南側に隣接する場外馬券売場の存在。

「でもぼやいていても始まりません。きちっと手続きをして、『住民の総意です』と言える機関を持つこと。それでしか、状況は変えられない。祇園は今、日本の民主主義の試金石になろうとしている。

下記のとおり『週刊京都経済』を 月 日より 部購読します。

お支払い方法 / ① 月極 定価 1,900円(税別)

② 年間契約 定価 21,000円(税別)

■ お名前・会社名 \_\_\_\_\_

■ (部署名・担当者名) \_\_\_\_\_

■ ご住所 〒 \_\_\_\_\_

■ 電話 \_\_\_\_\_ ■ FAX \_\_\_\_\_

◆ 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

インターネットならもっと確実

<http://www.kyoto-keizai.co.jp/>

塩素不含有の  
抗菌剤を開発  
三洋化成工業

新製品開発物語



1990年代半ば、抗菌ブームが起こった。96年に流行したO-157やサルモネラ菌への危機感だけでなく、家電、肌着、ボールペンにまで清潔が求められた。その後の病院での院内感染問題など、時代の変化に伴って抗菌に求める内容は変わってきた。

三洋化成工業で工業用抗菌剤の開発に関わってきたのが医薬化粧品材料研究部の篠田克巳さん。今年7月、塩素を含まない抗菌剤『オスモリン DA-50』を開発した。

菌との“いい付き合い”提案

塩素はすぐれた殺菌力を持つため、従来から抗菌・除菌洗浄剤に使われてきた。しかし、含有塩素がダイオキシンなどの有機塩素化合物に変化する可能性が指摘されている。また、工場の機械や器具を腐食させるデメリットもある。今までも、硝酸銀を使ったり半透膜を使えば塩素を含まない抗菌剤をつくるのが可能だとは考えられていた。しかし硝酸銀を使うと価格を抑えることができず、工業化はしにくい。そこで篠田さんはコストを抑えたハロゲン(塩素やフッ素

など)フリーの抗菌剤の開発に取り組み始めた。

篠田さんは20年以上、家庭で使われる抗菌・殺菌剤に含まれる界面活性剤の開発に携わっている。家庭用の抗菌剤の商品を作っている会社と取り引きするため、家庭のユーザーの声は届きにくい。

そこで開発時にはまず問題点をはっきりさせるために、あらゆる分野の文献を読む。そしてデータや結論を自分の日常生活にひきつけて利用シーンを想像するという。すると風

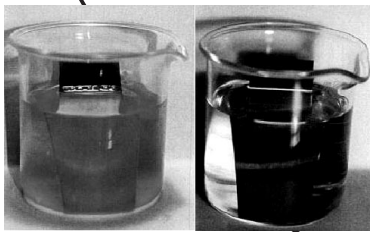
だ。抗菌くつ下を作る際には、繊維に抗菌剤を練りこむ。すると加工するうちに針などの機械が抗菌剤に含まれる塩素でさびる。オスモリンならば、機械のさびを防ぐことができる。

篠田さんは今後「本当に必要な分野で、必要なレベルでコントロールしながら抗菌する製品を作りたい」と語る。

10年前に起こった抗菌ブームに篠田さんは疑問を持つ。なんでも抗菌

をすると、生かしておくべき菌まで殺してしまい、生態バランスが崩れてしまう。また強い抗菌剤を作ると、菌や微生物は抵抗力をつけ、より強い抗菌剤が必要になるという。「菌をなくすのがいいのではない。生活空間の中でバランスの取れた菌との付き合い方を提案しなければ」と篠田さんはいう。「今までは抗菌剤が入っていないと売れない物もあった。でも、ただ抗菌剤が入っているというのでは意味がない。値段が高くても、絶対に必要だからと買ってもらえるような物を作って提案していきたい」。

完成した製品を前に、篠田さんはマーケティングに悩んでいる。「使い方が限定されているものではなくて、こちらから使い方を提案をしていきます。だから『こういった場面から従来のもよりも性能がいいから使ってくれ』と投げかけなければいけないのですが、それが難しい。現在は、食品工場などでの除菌洗浄剤に使われている。工場とのやり取りで使い方を提案できたのは、繊維の加工現場



銅板を1日浸せさせた当社によるさびの比較。左:従来品、右:オスモリン DA-50。

【開発データ】

- ・販売目標 初年度1億円
- ・三洋化成工業株式会社
- ・広報グループ 〒605-0995 京都市東山区一橋野本町11-1
- ・TEL 075-541-4312

タカラバイオ(滋賀県大津市、加藤郁之進社長)は10月4日、有機栽培した明日葉のジュース・スタンド「Ashita-Bar(アシタ・バー)」の直営店を大阪、堂島浜の地下街にオープンする。この店は、同社の明日葉ジュースのアンテナショップ。東京駅八重洲地下街に今年5月オープンした直営店に続き2店目の開店となる。同社は、アンテナショップをテコに、健康食品関連の販売を強化する方針だ。

堂島浜に2号店

タカラバイオのアシタ・バー 健食の販売力を強化

「Ashita-Bar(アシタ・バー)」は、明日葉ジュースを提供するだけでなく、同社がこれまでに開発してきた健康食品や健康飲料も販売する。明日葉茶や明日葉うどんなど明日葉に関連する製品のほか、寒天から作った「飲む寒天」や昆布の抽出成分から作った健康ドリンク「アポイダン-U」も扱う予定にしている。

アンテナショップで提供する明日葉ジュースは、注文に応じて特注のジュースで絞り、販売する。明日葉は、福島県白河と鹿児島県屋久島で有機栽培されたものを使用。有機栽培には、韓国のバイオ関連企業から生産ノウハウの供与を受けている。同社では、独自の明日葉農場が立ち上げることも検討している

5月に開店した東京駅八重洲地下街のショップでは年間の販売目標額は

6,000万円に設定。順調に売り上げを伸ばしているという。この売り上げの伸びをうけ関西地域での出店を決めた。今後はフランチャイズで運営する方式の店舗を増やす予定としている。

また、アンテナショップをきっかけとして個人顧客を囲い込み、生の明日葉とジュースを販売していく。明日葉は直接消費者のもとへ配達する。

タカラバイオはこの春に宝酒造(京都市下区、大宮久社長)から分社した事業子会社。健康食品の研究開発のほか、遺伝子やたんぱく質の解析事業、遺伝子解析用の試薬販売、遺伝子治療薬の開発などを行っている。

明日葉はセリ科の大型多年草で、伊豆諸島を中心とした太平洋岸に自生する日本固有の植物。関東地方では食用となっており、八丈島では薬として用いられるという。

東証一部市場に上場 フェイス

ネットワークコンテンツ配信技術大手のフェイス(中央区烏丸通り御池、平澤創社長)は10日、東証一部市場に上場した。

株式の時価総額が一部基準の500億円を超えたため直接一部への上場が認められたもの。

同社は1992年10月に設立。携帯

電話サービス事業者への音源技術の提供や、コンテンツサービスの制作・配信などで急成長した。2001年9月にジャスダック上場してから1年で東証一部上場を認められた。

上場に伴う普通株式の売り出し価格は一株当たり48万9850円。10日の終値は52万5000円。

築地達郎のグローバル・ビジョン～アントレスピリッツ



KBS 京都ラジオ(1143KHz)との共同プロジェクト。本紙編集長が気鋭の起業家・企業家に本音を聞く。月～木曜日の毎朝9:40から好評放送中。本紙のインタビューは都合により今回は休ませていただきます。

京都府下の公共民間工事を満載 KCD

日刊 建設タイムズ

株式会社 京都建設タイムズ 本社 〒601-8141 京都市南区上鳥羽卯ノ花72番地1 TEL (075) 662-1343 (代) FAX (075) 662-1392 E-mail : info@kyoto-kensetsutimes.co.jp 福知山支局 〒620-0055 福知山市篠尾新町1丁目56番地1 TEL (0773) 24-0675 (代) FAX (0773) 24-0676

http://京都建設タイムズ.jp.io http://www.kyoto-kensetsutimes.co.jp

# アーカイブ技術 動画に應用

## デジタルハイビジョン級も可能に セラータムテクノロジー

高精細デジタル画像関連ベンチャーのセラータムテクノロジー(大阪市北区梅田、新藤次郎社長)は、デジタルハイビジョン級の高解像度動画を画質を落とすことなく流通させることができる画像フォーマット(データ書式)を開発した。同社の画像フォーマットはこれまで静止画対応だけだった。これにより、動画と静止画を組み合わせた新しい画像サービスが可能になるという。同社は、映画制作やテレビCM制作などに幅広い応用が期待できるとみている。

同社が手がける画像フォーマットは「VFZ」と呼ばれるもので、「原画の画質を100%保持することができる」のが最大の特徴。画像を拡大してもギザギザが出るなどの劣化がない。このため美術品のデジタル保存や配信利用に使われている。

今回の技術は、このVFZのフォーマットをそのまま応用して動画向けに改良したものの、1920×1080ピクセルの高解像度で動画を取り扱うことがで

きるほか、動画表示を停止した際の画像も静止画として高い品質を維持でき、取り出して拡大印刷することもできる。また、独自のデータ配信管理機能を組み合わせて、コンテンツごとに暗証を設定してネットワーク上で流通させることができるという。

動画対応版の初期プロトタイプは9月24日に発表する予定。

セラータムテクノロジーは新藤社長が96年に京都で設立したベンチャー

企業。2001年12月にナスダック・ジャパンに株式公開した。

美術品などを高精細のデジタルデータとして保存・活用する「デジタル・アーカイブ」向けの画像フォーマットとセキュリティー配信管理機能を持った、ソフトウェアの開発販売を行っている。現在の従業員数は58人。HPは<http://www.celartem.com/>。

# 可能性調査に9件採用

## ASTEM 地域プラットフォーム事業

京都市の外郭団体、財団法人京都高度技術研究所(ASTEM、京都市下京区中堂寺)は5日、商品化・新事業可能性調査事業の調査テーマに9件を採用することを決めた。(下段に一覧表)

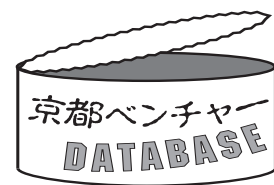
この事業は、ベンチャー起業家や中小企業の経営者などが有している新事業や新商品のアイデアの具体的な可能性を調査するというもの。京都高度技術研究所

が2002年度の地域プラットフォーム事業の一環として取り組んでいる。

今回、6月3日から7月5日まで約1ヵ月間の応募期間中、12件の応募があった。大学教授や企業経営者、専門技術者などで組織した専門委員会が①新規性②独創性③調査計画の妥当性などを中心に審査をし、採用するテーマを決めたという。

採用されたのは、企業や個人が提出したテーマ8件、と大学の研究機関が提出した1件。情報通信技術のほか、観光産業や伝統産業といったテーマやライフサイエンス分野のテーマが選ばれている。

この調査事業では今後、採択されたアイデアの事業性や商品可能性の調査を委託し、成果物を提案者に利用してもらうとしている。また、調査の結果を報告会などで公開する。



File 79  
キララ 21

# CD-ROMで 簡単サーバー

《スタートアップ》

京都の若手中小企業経営者団体、京都機械金属中小企業青年連絡会の中心メンバーなど3人と野村氏が意気投合。4人の均等出資により8月8日に野村氏の個人事業を有限会社化した。

《アントレプレナー》

野村清治氏: 1964年生まれ。京大大学院理学部を88年に卒業後、独立系のソフト開発会社に入社。91年に独立し個人事業としてキララシステムコンサルティングを立ち上げる。中小企業団体を通じて出資者に出会い、2002年8月個人事業を有限会社化、名称をキララ21に改めた。

《ビジネスモデル》

ソフトウェアの開発・販売を



野村清治 キララ21社長

行う。中小企業や営業所などシステム管理者の不足がちな業務の現場で簡便にサーバーを構築できるソフトを開発した。CD-ROMを駆動させるだけでサーバーソフトと無償配布されているパソコンの基本ソフトLinux(リナックス)を組み合わせて、自動的に中古パソコンをサーバーへ転用できる。

また、中古パソコンをリユースや廃棄する際、記憶装置のハードディスク上に残されたデータを消去するソフトも開発。従来製品の数分の一

の価格で販売している。

《アドバンテージ》

「単なるソフト開発ではなく、中小企業など企業実務の現場に必要なシステム構築が可能」(野村氏)であることが強みという。

《ビジョン》

「まずは、企業としての形を作り、収益の基盤を固めていく」(同)。

現在出資者の協力を得てオフィスを構えているため、「スタッフを入れていくと共に自前で事務所を借りられるようにしていく」という。

また、CD-ROMによるソフト販売に組み合わせ、サーバーの保守・管理・運営などインターネット上のサービス提供事業を立ち上げることも視野に入れている。

《ハードル》

「ソフトの販売力が課題」。データ消去ソフトは単価が低いため、「商社などで扱にくい」。このため、インターネット上での販売方法を模索しながら、直販の体制を構築していく方針。

《トピックス》

このほど、京都リサーチパーク内のデータセンターにサーバーを置き、インターネット上のサービス提供を開始することを決めた。

《企業データ》

・住所 京都市伏見区村上町382  
・電話 075-494-6700  
・URL <http://vegetable.21.jp.com/index.htm>  
・E-mail [sales@vegetable.21.jp.com](mailto:sales@vegetable.21.jp.com)  
・スタッフ数 4名

企業名	代表者名	テーマ名	現況	住所	TEL
① 株式会社エックスレイプレジジョン	細川好則	非接触二次元密度・厚さ分布等測定装置の開発と校正試料に関する調査研究	量産に向けた試作品の最終モデルを製作し、今秋頃から客先要望を入れて最終商品化の予定。	〒600-8813京都市下京区中堂寺南町134京都リサーチパーク2階	075-326-3903
② 株式会社エールシステム	植村芳治	水素吸蔵材料への水素吸蔵量測定装置(新型コンパクト・低価格タイプ)の商品化事業	商品化し、引き合い多数あり。全国規模のマーケット展開に向けて方策検討中。	〒605-0981京都市東山区本町17-345	075-551-1664
③	浦瀬一郎	新しい素材及び形状での低周波治療システム電極の研究開発	治療用具用の電極として商品化。テスト販売中。老化防止の分野での商品化に向けて新たな取組中。	—	075-451-0124
④ タカス技研	高巢周平	超小型・超微小トルクセンサの商品化調査事業	本調査により実現可能性の確認、仕様の見極めができた。実用化に向けた課題解決に必要な技術の開発を進めている。	〒610-1101京都市西京区大枝北沓掛町1-5-3サンシティ桂坂ロイヤル参番館409	075-333-3897
⑤ 株式会社アイタンク	橋本孝志	特殊形状銀粉使用高伝導性接着剤の研究調査	関係各社へサンプルを出荷した結果、価格があえば相当量の発注が期待できる。	〒619-0237 京都府相楽郡精華町光台1-7けいはんなプラザラボ棟5階502	0774-95-5256
⑥ 株式会社ツカサ製作所	島崎剛二	連続成形法による燃料電池セパレーターの試作と事業可能性調査	既存商品に優位する性能を有することが確認できた。特許出願に向けた準備を進めている。	〒613-0195京都市伏見区淀原目町214-9	075-631-5161
⑦ 株式会社しゅつ	井上弘之	ASPを利用した中小総合建設業者向け建築工事業務情報総合管理システムの開発	市場調査の結果、客先ニーズの多様性を確認し新製品の開発に反映。	〒604-8852京都市中京区壬生東大竹町36-5ミブテックビル	075-813-0037
⑧ キンシ正宗株式会社	堀野欣哉	微発泡性低アルコール日本酒の開発	市場調査の結果を受け、消費者のニーズを反映した新商品を開発。	〒612-8081京都市伏見区新町11-337-1	075-661-5201
⑨ 株式会社大木工芸	大木武彦	炭化物混合物とその形状付与による①水の浄化を目的としたバクテリアの菌床の研究開発 ②雨水の浄化と土壌改良及び路面の凍結溶解等を目的とした炭化インターロッキングブロックの研究開発	①大学との共同研究の商品開発中。②大手住宅メーカー、大手製薬会社と連携して商品開発中。①②共に1、2年以内の商品化を目標としている。	〒601-8116京都市南区上鳥羽鉾立町11-2京都市創業支援工場A棟A-3	075-661-4452
⑩ 株式会社アムシス	西畑朗	友禅柄(型)の作成支援システムの開発	本調査の結果を反映して、工場、小売店、一般インターネットユーザー各々向けのHPを作成中。	—	090-9166-9043
⑪ 京都工芸繊維大学 地域共同研究センター	河原豊	バイオシートの開発	今年度の国の研究開発事業に採択されて、本調査による成果をさらに進化させて研究開発を進めている。	〒606-8585京都市左京区松ヶ崎御所海道町	075-724-7205

# ビジネス情報

## ■企業経営活力大会 2002～ 京都のダイナミズムとビジネス スフロンティアをめざして～

《主催》京都商工会議所  
 《共催》京都府、京都市  
 《後援》京都経営者協会、京都経済同  
 友会、京都工業会

《日時》10月9日

《場所》京都国際会館

《内容》パネルディスカッション「京

都のダイナミズムを語る」【パネラ

ー】山田啓二(京都府知事)、榎本頼兼

(京都市長)、村田純一(京都商工会議所

会頭)／第1分科会「京都ブランド振興

戦略」【講師】澤茂樹(電通ブラン

ニング・プロデュース局 ソーシャルプロ

ジェクト室長)、松岡正剛(編集工学研

究所・所長)／第2分科会「美感都市・

京都の構築」【講師】佐々木雅幸(立命

館大学政策科学部教授)、若林広幸(建

築家)／第3分科会「イノベーション

都市・京都の新生」【講師】松重和美

(京都大学国際融合創造センター長)、

木下博夫(阪神高速道路公団副理事

長)／第4分科会「新しい経営のかた

ち」【講師】末松千尋(京都大学大学院

経済学研究科助教授)、中村吉郎(ティ

ファニー・アンド・カンパニー・ジャ

パン・インク 営業本部ヴァイスプレジ

デント)

《定員》1,300名(先着順)

《参加費》京都商工会議所会員：無

料、学生：1,000円、一般：3,000円

《問い合わせ》京都商工会議所 中小

企業経営相談センター

TEL: 075-212-6467

FAX: 075-256-9743

E-Mail: soudan@kyo.or.jp

URL: http://www.kyo.or.jp/kyoto/

## ■文系産学官連携推進セミナー

《主催》京都文芸復興倶楽部

《後援》近畿経済産業局(予定)

《日時》10月4日【セミナー】

14:00～17:05【交流会】17:15～18:15

《場所》京都造形芸術大学内 春秋座

《内容》京都文芸復興倶楽部の活動や

文系産学官連携の具体的な取り組みを

紹介するパネルディスカッション。産

学官連携事業に対する中小企業の理解

を深め、同事業の推進と京都の伝統産

業・地場産業の活性化を図る。【コ

ーディネーター】五島洋(弁護士/飛翔

法律事務所共同代表/中小企業ベン

チャー総合支援センター近畿アドバイザー)

【パネリスト】大野木啓人(京都

造形芸術大学空間演出デザイン学科

長)、山田純二(京都造形芸術大学リ

エゾン室長)、尾池貴美子(さん・おいけ

代表取締役)、河内誠(ロマンライブ代

表取締役社長)、中嶋隆宣(京都銀行法

人金融部 部長代理)、松本敏明(近畿

経済産業局 産学官連携推進室長)

《定員》250名

《参加費》無料(交流会は3,000円)

《問い合わせ》京都文芸復興倶楽部

事務局(担当: 山田純二)

〒606-8271 京都市左京区北白川瓜

山2-116 京都造形芸術大学内

TEL: 075-791-9124

FAX: 075-791-9127

E-mail: yamada@office.kyoto-art.ac.jp

## ■同志社大学けいはんな産学 交流会

《主催》京都府中小企業総合セン

ター、同志社大学工学部、同志社大学リ

エゾンオフィス

《日時》10月1日15:00～19:00【申

込締切】9月24日

《場所》同志社大学 知能情報セン

ター3階会議室(京田辺市多々羅都谷I-3)

《内容》企業の技術開発力強化と新技

術・新製品開発や産学人的ネットワ

ーク構築のための交流会。同志社大学

の教授陣がサポート。【講師】片山傳生

(工学部機械システム工学科教授)、藤

## ズームレンズ搭載の コンパクトカメラ発売

京セラ

## 新製品 情報

## ネットでの英語 学習プログラム 発売

ATR

京セラはこのほど、同社のコンパク  
トカメラ「Tシリーズ」で初めてズ

ームレンズを搭載したコンパクトカメラ  
「KYOCERA T zoom」を発売した。

Tシリーズでは被写体の色やコント  
ラストの再現性にすぐれた Carl Zeiss

Tessar T\*レンズを使用し、1984年  
から9機種を販売している。

新シリーズの「KYOCERA T zoom」  
では、新開発した色再現性にすぐれた

2.5倍のズームレンズを搭載。最至近  
50cmから無限遠まで高い精度でピン

トを合わせ、記念写真、風景写真、ポ  
ートレートなど幅広く撮影できる。

撮影条件に  
適応できるようにストロボ  
自動発光や、  
赤目軽減、夜  
景ポートレ

モードを選ぶこ  
とができる。ま  
たリモコンでカ  
メラ前面(約4m  
以内)からの  
シャッター操作  
が可能。

価格は税別  
43,000円(メ  
ーカー希望小売  
価格)。1ヶ月  
10,000台(国内、  
海外計)の販売  
を目指す。

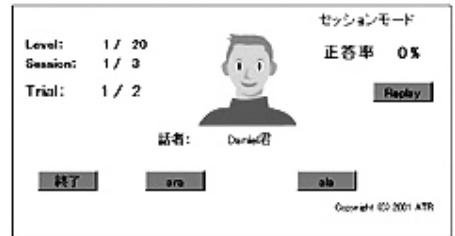


ATR(国際電気通信基礎技術研究所)人間情報科学研  
究所の研究グループがこのほど、講談社と提携して英  
語聞き取り学習プログラムのインターネット販売を  
始めた。人間の音声言語習得に関する研究成果を生か

し、「B」と「V」や「S」と「TH」などの区別しにくい子  
音や母音の聞き取りを訓練するもの。  
男性や女性の声で発話された単語を聞き取って、2つ  
提示されたスベルから正しいと思う方をクリックする。

習熟度に合わせて、発話のスピードなどレベルを選ぶ  
ことができる。間違えれば正解するまで同じ設問を繰  
り返し、反復学習による聞き取り能力の向上をはかる。

講談社のホームページ <http://www.bookclub.ko-dansha.co.jp/books/bluebacks/> から購入を申し込  
む。または <http://college.atrcall.jp> から無料体験もで  
きる(山田玲子研究員のホームページ)。料金は3カ月  
1000円。



井透(工学部機械システム工学科教  
授)

《参加費》会員無料(新規入会の場合  
は今年度分5,000円)  
《問い合わせ》京都府中小企業総合セ  
ンターけいはんな分室

TEL: 0774-95-5027  
E-mail: keihanna@mtc.pref.kyoto.jp

■ものづくり先進工場見学会  
《主催》京都府モデル工場会、社団法  
人京都経営・技術研究会

《日時》9月18日【出発】12:00(JR京  
都駅八条口 観光バスターミナル)  
【見学】14:00～16:30  
《場所》レンゴー株式会社三田工場

《内容》ものづくり企業の経営戦略の  
ヒントを見出すための見学会。今回の  
見学先は「統合生産管理システム(-

IPPAC)」を構築した、段ボールなど  
の製造工場。

《定員》40名程度(定員になり次第締切)  
《参加費》一般:5,000円、京都府モ  
デル工場会、京都経営・技術研究会会  
員:3,000円

《問い合わせ》京都府中小企業総合セ  
ンター産業振興課(担当: 森上、金谷)  
TEL: 075-315-8622  
FAX: 075-315-9497  
E-mail: shinko@mtc.pref.kyoto.jp

■第3回「経営品質セルフア  
セスメント研究会・京都」

《主催》京都府中小企業総合セン  
ター、京都経営・技術研究会  
《協力》関西生産性本部、関西経営品  
質協議会  
《日時》9月24日(以降2003年3

月まで月1回開催)  
《場所》京都府中小企業総合セン

ター《内容》グループワーキングなどを通  
じ、経営品質の自己評価手法や改善へ  
の取り組み方を研究する。【講師】日本

経営品質協議会認定セルフアセッサ  
ーなど  
《定員》30名  
《参加費》中小企業:1企業1人

15,000円/その他の企業:20,000  
円、テキストなどは別途購入(3,000  
円程度)  
《問い合わせ》京都府中小企業総合セ  
ンター産業振興課 経営支援係(担当:  
羽藤)

TEL: 075-315-8622  
FAX: 075-315-9497  
E-mail: quality@mtc.pref.kyoto.jp  
URL: [http://www.mtc.pref.kyoto.jp/kenkyukai/keiei\\_hin/index.htm](http://www.mtc.pref.kyoto.jp/kenkyukai/keiei_hin/index.htm)

## 京都株式値動き 9月13日前場

銘柄	終値	高値	安値	売買高	前週終値	前週比
1790 △2 平和興田	235	235	235	1,000	240	▲5
1897 △2 金下建	400	400	398	18,000	393	▲7
2219 △タカラブネ	74	75	73	13,000	79	▲5
2531 ●宝HD	638	643	632	2,869,000	660	▲22
3002 ●グンゼ	457	462	455	377,000	453	▲4
3009 ●川島織	102	106	102	117,000	98	▲4
3521 ●日レース	42	43	41	188,000	40	▲2
3551 ●ダイニック	100	100	98	63,000	98	▲2
3570 △2 オリカ	205	207	203	18,000	214	▲9
3572 △2 大同染	42	42	37	3,000	50	▲8
3591 ●ワコー	1,005	1,008	995	228,000	961	▲44
3600 △2 フジックス	380	380	380	1,000	380	0
4406 △日理化	330	337	330	22,000	339	▲9
4461 ●一工薬	190	191	189	46,000	189	▲1
4471 ●三洋化	850	859	849	171,000	800	▲50
4516 △日新薬	548	548	544	102,000	529	▲19
4671 △2 ファルコ	1,989	1,990	1,962	7,900	1,950	▲39
4696 △2 ワタベ	1,401	1,450	1,400	3,800	1,395	▲6
4728 ●トーゼ	1,130	1,175	1,110	18,900	1,060	▲80
4735 △2 京進	420	420	420	2,000	420	0
4962 ◆互広化学	640	640	640	26,000	640	0
5928 △2 アルメタクス	122	122	122	89,500	117	▲5
5955 △2 ヤマシナ	39	41	38	950,000	44	▲5
5957 ●日東精	156	156	151	59,000	145	▲11
5966 △2 KITC	318	318	318	1,000	320	▲2
5985 △2 サンコール	316	316	315	9,000	300	▲16
6216 △2 寿工業	20	20	20	3,000	25	▲5
6315 △2 TOWA	1,000	1,050	1,000	13,300	1,140	▲140
6398 △2 電産シンボ	450	450	450	2,000	430	▲20
6482 △2 ユーシン精機	2,630	2,630	2,625	14,600	2,685	▲55
6594 ●日電産	6,540	6,560	6,350	135,800	6,080	▲460
6641 ●日新電	160	161	160	128,000	157	▲3
6645 △オムロン	1,603	1,640	1,602	257,000	1,574	▲29
6748 △2 星和電	932	932	912	6,000	898	▲34
6833 ●電産リード	980	981	980	6,000	980	0
6856 ●堀場製	864	865	864	40,000	857	▲7
6931 ●日電池	202	203	201	309,000	203	▲1
6963 △ローム	15,250	15,500	15,170	162,400	14,350	▲900
6971 ●京セラ	8,270	8,330	8,240	2,543,600	8,100	▲170
6981 △村田製	6,890	6,910	6,810	236,500	6,550	▲340

※株価コード横の、●は東証、△は大証、+は店頭、2は2部、□はナスダックJ  
※※売買が成立しなかった銘柄の「終値」は前日以前の最終の終値です。その場合「前日終値」  
は直近取引日の前の最終取引日の終値です。

銘柄	終値	高値	安値	売買高	前週終値	前週比
6996 ●ニチコン	1,508	1,517	1,474	146,000	1,520	▲12
7105 ●ニチユ	164	164	160	57,000	167	▲3
7510 △2 竹菱電機	845	845	845	2,000	840	▲5
7580 △2 フーズネット	1,050	1,050	1,050	2,000	1,048	▲2
7701 ●島津	275	281	275	391,000	275	0
7735 ●スクリン	519	521	512	470,000	521	▲2
7915 ●日写印	724	734	724	62,000	651	▲73
7919 ●野崎紙	166	166	166	4,000	164	▲2
7974 △任天堂	14,200	14,260	14,080	166,000	13,950	▲250
7979 △2 松風	699	699	699	6,000	700	▲1
8027 △ルシアン	40	41	40	4,000	41	▲1
8115 △2 ムーンバット	105	105	101	78,000	109	▲4
8118 △キング	187	188	187	13,000	188	▲1
8148 △2 上原成	254	254	253	8,000	245	▲9
8244 △京都近鉄	211	211	211	10,000	198	▲13
8248 △2 ニッセン	2,215	2,230	2,190	22,700	1,975	▲240
8276 ●平和堂	1,022	1,022	986	76,000	1,000	▲22
8366 ●滋賀銀	460	460	453	416,000	454	▲6
8369 ●京都銀	438	439	427	665,000	437	▲1
8515 △2 アイフル	7,210	7,320	7,200	116,950	7,440	▲230
8552 △びわこ銀	235	235	235	7,000	235	0
8577 △日栄	558	561	548	107,300	535	▲23
9049 △2 中福電	120	120	120	1,000	120	0
9319 △2 中央倉	515	515	510	3,000	520	▲5
9723 ◆京都ホ	300	300	300	1,000	300	0
9826 △2 JEUIGA	129	129	129	30,000	133	▲4
9936 △2 王将フード	748	748	748	1,000	740	▲8
9981 △2 ニック産業	450	450	450	1,000	520	▲70
1788 +三東工業	160	160	155	2,000	160	0
2658 +ウライ	280	280	280	1,000	280	0
4295 ●フェイス	499,000	512,000	495,000	218	463,000	▲36,000
4798 △2 日本LCA	1,040	1,100	1,040	21,000	1,014	▲26
5820 +三ツ星	160	160	160	1,000	166	▲6
6387 +サムコインター	1,800	1,900	1,800	4,000	1,850	▲50
6414 +川重冷熱	450	460	450	2,000	485	▲35
6654 +不二電機	460	475	460	900	485	▲25
6837 +京写	390	390	390	1,000	400	▲10
6914 △2 オブテックス	1,620	1,649	1,620	1,400	1,620	0
8462 □FVC	53,000	53,000	53,000	12	58,500	

# TOPICS トピックス



市内至る所に MANGA の文字が



日の丸をマントにして歩く「MANGA ファン」

ここ2年間のMANGAについて語られたフォーラム



## グローバル経済が促す? 文化流通

# ドイツで広がる MANGAブーム

### エアランゲン「コミックサロン」から

マンガは有名なメイド・イン・ジャパン。「ポケモン(ポケットモンスター)」をはじめ欧米で人気を博していることはよく知られている。このほどドイツで行われたコミックのイベントでも MANGA がひとつのテーマとして注目をあびた。

#### ■ドイツ語圏最大級のイベント

ドイツ語圏で最大級のコミックイベント「インターナショナル コミック サロン」がこのほど開催された。開催地はドイツ南部の地方都市エアランゲン市。

2年ごとに行われるこのコミックサロンは今回で10回目を数える。コミック本、キャラクターグッズ、原画などの販売会をはじめ、フォーラム、展示会、アニメの上映会などが行われ、街の中心部はコミック一色になる。

ところで、ポケモンブームが1つのきっかけとなり、2年ほど前からドイツで MANGA ブームがおきている。

ドイツでコミックというと、あくまでも「子供が見るもの」という考え方が支配的だ。いかにも「堅物」のドイツ人らしい考え方がいえるが、最近では MANGA ブームで少し事情がかわってきたようだ。

#### ■ドイツの街にアトムが飛ぶ

ドイツではコミックファンと MANGA ファンは少々異なる。同イベントの事実上のプロデューサー、カール・マンフレッド・フィッシャーさん(エアランゲン市文化局)によると、MANGA ファンはあくまでも日本のマンガのファンであり、つきつめると日本語の「原書」で読むこともいとわれないような愛好家だ。それに対して、コミックファンとはドイツ語で発行されているコミック作品を楽しむ層だ。

ところが、この2年で MANGA ファンとコミックファンがだぶるようになってきた。これをうけるかたちで、今回はポスターに鉄腕アトムが採用された。

#### ■MANGA、コミック本市場を救う?

出版事情にも MANGA ブームが反映して

いる。期間中、出版社の MANGA 担当者や、コミック事情に詳しいジャーナリストらで「MANGA、2年間のブームのその後」と題したフォーラムが行われた。

現在ドイツで発行されている MANGA は約40タイトル。この2年間、コミック本全体の売上は思わしくないが、日本の MANGA は「出せば売れる」という状態だという。

一方、同フォーラムでは決して質の高い作品が翻訳出版されているわけではない、という指摘もされた。ビジネスとしてはあくまでも10代前半を中心にした層が市場の中心になることが大きな理由のひとつだという。

ではなぜ、10代前半の子供たちに MANGA が人気なのか。

それは、子供と大人のカルチャーがほぼ同じものになったという事情が背景になっている。かつては大人と子供のカルチャーはわかれていた。文化といえばハイカルチャーだ

った。ところが今はサブカルチャーが主流の時代だ。ロックのイベントがあれば親子で楽しんでいる。そこで、子供たちは親と異なるカルチャーを求め、それが MANGA だというわけだ。

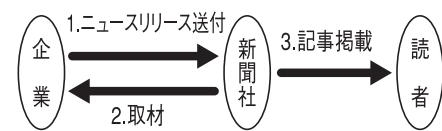
#### ■「片思い文化交流」の突破口か

ところで、日独の文化交流の状況というと、明治以降、日本の「片思い」の状態が長い。そんななか、ドイツが恋した日本文化は MANGA だった。

グローバル化といえば経済が中心の話になりがちで、その弊害を問題視する人も少なくない。しかしながら、大衆的なマーケットのなかに日本文化がドイツに渡り始めている、というのが MANGA ブームの正体ではないか。グローバル経済にのった新たな文化の流通である。

### ニュースリリースって何だ?!

企業側から、知ってもらいたい情報(例えば新製品発売やイベント開催)を、新聞などのメディアに簡潔に伝える資料です。新聞社はニュースリリースをもとに、その企業を取材し、記事として取り上げます。



### 記事掲載は?

お送りいただいた情報の取材・掲載判断は本紙編集部が責任を持っています。また、公序良俗に反する内容の掲載はお断りします。

京都経済新聞社 編集部  
〒600-8815 京都市下京区中堂寺栗田町1 京都リサーチパーク  
TEL075-316-1000 FAX075-315-8935  
info@kyoto-keizai.co.jp http://www.kyoto-keizai.co.jp/

### 報道FAX

貴社名
部署名
ご担当者
ご住所
TEL
FAX

京都経済新聞社行 075-315-8935

- にチェックしてください
- 新製品・新サービス  新規事業
- 業務提携  資本移動
- 人事異動( 役員  幹部  現場責任者)
- 訃報  その他

ニュースリリース

### 発表テーマ

発表内容 (入りきらない場合は自由に用紙をご追加ください)

いつ? \_\_\_\_\_ だれが? \_\_\_\_\_

どこで? \_\_\_\_\_

何を? \_\_\_\_\_

それはなぜ? \_\_\_\_\_

今後どうなる? \_\_\_\_\_

## 月曜インタビュー

# 佳占を聞く

京都放送 (KBS 京都、京都市上京区烏丸一条下ル) がフジサンケイグループ、関西テレビ放送と資本関係を結んで3ヵ月になる。放送を取り巻く環境は、地上波デジタル放送が目前に迫り、広告収入は頭打ちになるなか舵取りの難しさが一段と増している。KBS 京都はどうやって生き残るのか。そもそも京都にとってどのような放送局になろうとしているのか。愛媛放送から KBS 京都の社長に就任した加藤哲夫さんに聞いた。

■社長に就任されて3ヵ月。KBS 京都の現状をどのように認識していますか。

「実際に社長に就任したのは6月末なのでまだ2ヵ月半と言ったところでしょうか。夏休みなしで出社しましたよ。」

「就任直後から、社員6、7人をグループにして懇談会を開いてきました。現場の社員から幹部まで全社員を対象としてこれまで30回以上聞き、約140人の意見や考えを聞いた。」

「その中で見えてきたものは、社員みんなが何か重いものを背負っているような雰囲気であるということです。肩をまるめて歩いている。全体的に元気がないんです。」

「放送局というのは、情報を発信するところです。情報があるふれているこの時代に積極的に勉強して時代の先を一步行くような情報発信をしようという姿勢が足りないと感じた。」

「もちろん一部の若い人には志が見える人もいましたよ。だけど、局の横の通りを歩いている、『このウラで人が働いているんだらうか?』と感嘆してしまう。」

■地上波放送のデジタル化が目前に迫っています。

「2003年に大都市圏など広域の放送局は本放送を始めていく。20↑

06年に県域局の番です。このスケジュールは今後変えることはないと思う。」

「KBSは、いろんな意味で非常に個性的な局なんです。放送のデジタル化でもやはりそうなんです。」

「京都は関西という広域放送の一部にあるんです。一方、KBS自体は独立UHF局として県域的な放送を行っている。そうすると、非常に難しいこ

とが起こるんです。」

「広域局は2003年に地上波デジタルの本放送を開始します。独立U局は2006年まで放送開始を待ってもらえる。しかし、広域局が03年に電波の干渉などがないかなど調整を全部終えているのに、06年に後からデジタル放送を開始すると新たに調整をし直す必要が出てくるんです。」

「この調整にかかるコストは、後発

組がまかなわなくてはならない。そうすると膨大な費用がかかってしまう恐れがあります。」

■どうやって乗り切るんですか?

「ですから今まさに関係各所にいろいろ交渉しています。まず、03年にKBSは試験放送を開始して、広域各局との調整を済ませてしまおう。そし

## 番組販売が柱に

### KBS 京都社長に就任して3ヵ月経つ加藤哲夫さん



かとう・てつお

京都府出身。1958年、日本大学芸術学部映画学科を卒業後、関西テレビ放送へ入社。産経新聞社出向などを経て、1990年、関西テレビ放送総務局長に。93年、取締役編成制作局長へ就任。常務を経て97年、専務。その後、テレビ長崎副社長、愛媛放送の社長を歴任。2002年6月、京都放送の社長に就任した。67歳。

て、06年に改めて本放送を開始するという戦略です。」

「そうすれば、03年には試験放送をやるだけの設備をそろえればよい。03年にいきなり本放送を開始するだけの体力的な余裕は有りませんからね。そのスケジュールを実現するために関西の広域局や担当の行政機関などへ交渉を続けているのです。」

■体力をつけるといっても、広告収入も厳しい状況ですね。

「これまで放送の拡大といっしょに広告が伸びてきたという面がありました。もっとも、一番初期のころは広告媒体としての価値が低かったため、広告を取るのが大変でしたが。」

「ここへきて、広告のパイは決まってしまった。情報過多であることと裏あわせなんです。ある一定の市場規模にある広告を、地上波テレビやBS放送、CS放送などが取り合っているのが現状です。」

「KBS自体も長年広告で収入を立ててきた局なので、1年や2年でガラリ

と入れ替えるわけにも行きません。だからしばらくの間は、広告収入がどうしても柱になってしまう。」

「しかし、長期的には収入競争が激しくなることがわかるわけですから、事業構造の転換を図る必要がある。その転換として、イベントや番組自体の販売を柱にしていく必要があるとみています。」

「そもそも京都にはコンテンツの素材が非常に多い。歴史はもとより、大学、企業、文化、芸能とそれぞれの分野で事欠かず、先端を走っている人が多い。こういう人を取り上げて、お金をかけずに番組のコンテンツにしていくことは十分可能だと思う。」

「番組作りは、20万や30万円もあれば作れるんです。若手俳優や女優を起用して、若手監督がドラマを作る。KBSのホールを使って番組を作ってもいい。お金をかけずに知恵を絞ってアイデアを出せばいいんです。」

「そうするなかで、イベントを創り出すきっかけも生まれるし、なによりKBS 京都に人の流れができてくる。そういう流れをまず作り出すことが、課題ですね。」

## Q&A

### 京都経済新聞社についてよく聞かれる質問にお答えします。

■なぜ「週刊京都経済」には広告が載っていないのですか?

スリムな新聞社経営を追求しているからです。自由度の高い報道をするためにはスリムな経営体質が欠かせませんが、広告に依存する体質になると、組織がどうしても肥大化しがちです。広告営業、制作・製作などに多大な負担がかかるからです。広告を全く拒むわけではありませんが、こちらから積極的な営業活動は行いません。

つまり本紙の経営は読者の皆さんの購読料を基盤にして成り立っています。本紙は読者のための新聞なのです。

■「週刊京都経済」の読者は誰ですか?

本紙は全て読者のご自宅や職場に直接お届けする直売制です。どなたに読んでいただいているかを正確に把握しています。これは一般紙など広告に依存する大部数紙と根本的に異なる点です。

読者の属性は極めて多岐にわたりますが、経営者、管理職、行政の幹部職員、起業を志す学生さんなどが個人でご購読される例が多いようです。引き続き、読者ニーズに耳を澄ませ、新しい視点をお届けしていきます。

■「週刊京都経済」はどこで買えますか?

直売制ですので、一般新聞店や売店などではお買い求めいただけません。本社ホームページよりご購読をお申し込み下さい。ご希望の方には見本紙をお届けします。

■編集長はなんのために京都経済新聞社を創ったのですか?

世界第二位の経済規模を持つこの国で、1億2700万人の国民が皆同じ内容の新聞を読んでいることは問題だと考えるからです。これからは多様性こそが価値の時代。読者に対して「選択肢」を提供し続けたいと思います。

■「他紙とどう違うの? 何が書いてあるの?」

多面的な京都経済を常に「人」にフォーカスすることで報道していこうとしています。京都人のネットワークが見える報道を目指します。

■編集長の経歴は?

京都の大学で工学を学んだ後、大手経済紙で記者12年。東京中心の仕組みの実態と弊害を目の当たりにしてきました。京都に根ざした誰にでもわかる経済報道を心がけています。

■「中堂寺村」とは?

「中堂寺村」には起業を志す人が集まり、数々のベンチャー企業が生まれています。京都経済新聞社もここで情報を集積して発信しています。

■「今までの記事の検索はできる?」

今の所そのようなシステムはありませんが、一面トップ、座標軸、月曜インタビューの過去記事はホームページ上で見られます。まとめて読んでもかなり読み応えがあると思います。ぜひ見て下さい。 <http://www.kyoto-keizai.co.jp>

本紙編集局へのお問い合わせ、情報提供は

info@kyoto-keizai.co.jp

FAX 075-315-8935 まで