



# 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



大日本スクリーン製造が「東京ゲームショー」に超大型コピー機を出品。人間を等身大でコピーできるという。(2面)



好評の「ニッセンの研究」第2回。今回はニッセンが経営危機に陥った要因を鋭く描き出す。(7面)



NPOが運営するアンテナショップが竹製品を扱い始めた。(5面)

## 今週の顔 Face



「毎日の結果が見える仕事は面白い」



「埋もれていた商品を届けたい」



「町屋を通じてつながりを生み出したい」



「胸を張って親父の後を継げるコックになりたい」



「提案型のウェブコンテンツを作ってます」

友禪の絵柄をきものだけでなく、洋服や水着など他の素材へ活用しようとする動きが広がっている。このほど、下京区の染工場が柄をアロハシャツに応用し、実際に販売するショップを開店した。インターネットで友禪柄のアロハシャツを販売する店舗でも売り上げが伸びているほか、新しい用途を開発中だ。友禪の絵柄をデジタル化するプロジェクトからは、衣料だけでなく生活用品全般に活用しようとする取り組みも本格化した。不況が続く和装産業の“活力剤”になる可能性が出てきたといえそうだ。

## 友禪柄をアロハに 型の転用・活用すすむ

婦人服などに用いられる布生地のハンドスクリーンプリントを手がける亀田染工場(京都市下京区西院西溝崎町、亀田和明社長)はこのほど、友禪染めの柄意匠の型で染めたアロハシャツのショップを本社工場内に設け、本格的な販売活動に乗り出した。開店したショップは、「Pagong Shop(パゴンショップ)」。



アロハショップを開店した亀田富染工場の亀田和明社長。

Pagongは、ブルネイなどの現地語で亀を意味するという。同社は、本社建物の1階部分にあった約10㎡ほどの倉庫を改造。竹材などで店内をあしらひ、アロハシャツ約100枚を販売している。

亀田染工場は1919年(大正8年)に創業した会社。友禪柄を中心に和装関連の染色を手がけていた。1993年頃に和装関連の染色が落ち込み、洋服



亀田富染工場で販売しているアロハシャツ。鶴の柄があしらわれ、鮮やかな朱色で染められている。

などに使う布生地の染色事業へシフトしてきた。しかし近年、アパレルメーカーや問屋からの注文が減り、季節によって受注量の変化が激しくなってきたことから友禪柄を応用した独自の商品開発を模索していた。

2001年夏に、亀田社長が「自分でアロハを着てみたい」と思ったことがきっかけで友禪柄のアロハシャツを試作。評判が良かったことからショップを開店することにしたという。

2001年から独自にインターネット上で友禪柄のアロハシャツを企画・販売しているたまねぎ工房はこのほど、デニム風に染色した布生地の商品開発を開始した。婦人服のほか、小物、Tシャツなどの商品を企画している。

1999年頃からコーディネーターの川添貴之さんが、「趣味の延長で」友禪染めの型を用いてアロハシャツを作成。自分自身で着ていたほか、フリーマーケットなどで販売を始めた。露店での販売などもするうちに、客からの要望を受け、本格的に事業として



2001年からネットでもアロハを販売する川添貴之さん。

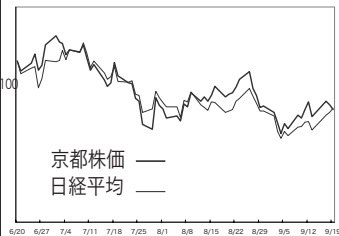
アロハシャツ制作を始めたという。染工場のほか、縫製会社や服飾デザイナーなどの協力を得て、現在ワンシーズン(6月～9月頃)で600万円ほどを売り上げるとしている。川添さんは今後、「冬でも売れるような商品も開発していく予定にしている」と話している。

京都では、このほか和装産業でも染織に携わる職人で作る任意団体、「クロス・ザ・ポイント」が友禪の絵柄を最初からデジタル的に描画する手法を確立。これまでスポーツ用品大手ミズノの水着にその絵柄が採用されている。

亀田社長は「店が五条通りに面しているので車で通りかかる人も見に来てくれる。このアロハを来てピアガーデンに行くというイベントも開催した。40代、50代の男性が気軽に着て欲しい」と話している。

### 京都株価指数

3ヶ月前を100とした変移



### 【先週の株価】

日経平均は、日銀が銀行保有株の直接購入の方針を示したことを好感し反発。9600円台まで回復した。京都銘柄では任天堂、ニッセンが堅調。一方、アイフル、FVC、TOWA、フェイスの下げ幅大きい。

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。

## 座標軸

「責任者、出てこい!」

漫才師の人生路さんが存命の頃。この決まり文句を聞いた時に、なんとなく溜飲が下がったものだ。「三角形のおにぎりは食べにくい」だのナンセンスな話題に持ち込んでは、最後に「責任者、ででーい!」とぶちかまして、会場の爆笑を取る。

でも、なぜかこの話題も、「へえ、私が責任者で」などと誰かが舞台の袖から現れてきそうな、不思議なリアリティーがあったような気がする。

世間というもの、誰かが必ずどこかできちんと最終責任をとっている——そういう暗黙の了解を、私たちが無意識に感じ取っていたからかもしれない。

## 「責任者、出てこい!」

「責任者は自分とちゃうんか!」と、関西人ならずとも突っ込みたくなるような出来事が相次ぐ。「副社長が」と言い続けたハム会社の前社長は情けなかった。

今度は拉致問題をめぐる日朝首脳の問題責任だ。朝鮮民主主義人民共和国(北朝鮮)の金正日総書記が言ったという、「私の知らないところで一部の機関の盲動主義によって——」云々という発言には驚いた。

一方、拉致被害者のリストの取り扱ひのミスについて、小泉純一郎首相や安倍晋三官房副長官が「外務省が判断して——」と言い逃れするのも見苦しい。何でも外務省のせいになれば丸く収まる、とこの1年間の騒動から「学習」したのだろうか。「朝鮮語からの翻訳に時

間が掛かった」というのも変だ。同席した通訳ならば瞬時に翻訳できたはずだ。

肝心なところで最終責任者が「責任者はおれじゃない」と言ってしまうと、社会や組織の連帯感や緊張感がぶつりと切れてしまう。

拉致問題処理をめぐるカオス状態を目の当たりにした日朝双方の首脳の誤算は、この大原則を軽視したところから始まっている。

日銀が打ち出した銀行保有株式の買い取りという政策も、全く同じ問題をはらんでいる。

日銀は物価の番人としての最終責任者。最後は何が何でも物価をコントロールする——という気概を發揮し続けることに中央銀行の存在意義

がある。

しかし日銀はそういう気概をついに捨てた。今回の買い取り策を実行するということは、日銀の通貨供給を裏付ける資産の質(不良債権の劣化の程度)の管理を事実上放棄するということなのだ。

奇策を発表する速見優日銀総裁は、暗れ暗れとした表情を見せた。それは責任を放棄した人に特有の安堵感を素直に表していた。

先週の日本は、政治的にも経済的にも、ついに最後の曲がり角を曲がってしまったのかもしれない。自分こそが最終責任者と騙って弱者や周辺諸国に責任を押しつけたドイツのヒトラーは、こういう局面で登場した。

(編集長・築地達郎)

# Kyoto Econo Last Week

12日(木)

●第30回の社債発行 アイフル

アイフルは第30回の無担保普通社債の募集を開始。発行総額は130億円で利率は年1.66%。調達資金は営業貸付金や経費の支払い、借入金返済などに充てる。

13日(金)

●市バス民間委託で経営見直し 京都市交通局

京都市交通局は、市議会の公営企業決算特別委員会で市バスと地下鉄の経営健全化計画案の内容を報告。市バス事業を民間に委託して、経営形態を見直す方針。

●カジノ構想具体化で韓国に視察団を派遣 京都商工会議所

京都商工会議所は、3泊4日の日程で韓国にカジノ視察団を派遣。雇用創設や税収効果など地域経済活性化の起爆剤として合法化を期待するカジノ構想について、構想具体化のための研究組織を立ち上げた。

●デジタル計量はかりを新発売 イシダ

計量機器メーカーのイシダ(左京区、イシダ隆一社長)は、同社の同機種に比べ約40%価格を低減したデジタル計量はかり「S-box」を発売。アナログ製品からデジタル製品への切り替えをねらう。初年度販売目標は3万台。

16日(月)

●京都駅ビル大階段に下着の写真広告 ワコール

ワコールは、JR京都駅ビルの大階段に新発売の女性下着「SIMA・SIMA シェイパー」の大型写真広告の工事を完了。下着姿の女性のヒップが階段に浮か上がって見える。京都駅ビルの階段に広告が登場したのは今回が初めて。

18日(水)

●ビジネスプラン発表者を募集開始 京都産業21

京都産業21は、来年京都と東京で開催する「ビジネスプラザ京都2003」での事業計画(ビジネスプラン)発表者の募集を開始。当日金融機関、商社、メーカーなどに発表する5社を審査で選ぶ。

●生産開発部門を集約 サムコインターナショナル研究所

サムコインターナショナル研究所は、京都市伏見区に半導体製造装置の生産技術研究棟を完成。分散していた生産開発部門を集約して生産能力を高める。今後は本社機能の移転なども見越す。

19日(木)

●携帯電話向け電子部品を開発 京セラ

京セラは、CDMA携帯電話用の電子部品を開発、サンプル出荷を始めた。携帯電話やモバイル周辺機器などの2.4ギガヘルツ帯の周波数で通信を行う近距離無線通信技術のBluetoothを利用できる。

●大証2部に新規上場 コタ

美容室向け頭髪化粧用品製造・販売のコタ(久御山町、加藤賢二社長)が、大阪証券取引所市場第二部に上場。資本金3億8780万円。初日の終値は381円で、公募価格400円を下回った。同社はシャンプーやパーマ液など業務用の頭髪化粧品の製造を手がける。

●生体ストレス検査チップを開発 ファルコ

ファルコバイオシステムズは、地域新生コンソーシアム研究開発事業として生体ストレスを測定する検査マイクロチップの提案が採択された。京大ウイルス研究所と2年間の予定で共同研究を進める。

●JEUGIAが北陸にカルチャーセンターを開設

JEUGIAはカルチャー教室事業の拡大を目指して、富山県高岡市の大型ショッピングセンター内に「JEUGIA カルチャーセンターイオン高岡」を出店。富山県の伝統工芸や、よさこいフィットネスなど130講座を開設した。

20日(金)

●文教堂がブックストア談を買収

郊外の大型書店を展開する文教堂は、ポーラグループの株式会社エイシンの運営するブックストア談を買収。繁華街、駅ビル中心の経営ノウハウをもとに店舗拡大をねらう。

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!

京都市交通局はこのほど、大幅な赤字経営が続いている市バス事業の経営合理化案をまとめ、バス車両や車両基地となる営業所の管理のうち民間へ委託する割合を2分の1にまで引き上げる方針を示した。これまで、一部の営業所で民間委託を実施していたものの、本格的な民間委託手法の導入に踏み込んだ形だ。今後、2008年度までの7ヶ年計画で順次民間への管理委託を拡大していくとしている。

## 市バス、民間委託を半分に

### 京都市交通局 経営合理化案まとめる

市バス管理の民間委託を拡大する方針は、交通局がこのほどまとめた「京都市交通事業ルネッサンスプラン21(案)」で示された。

この経営合理化案では、現在約760台ある市バスの車両のうち、2分の1までを運行管理だけでなく車両の運転まで民間の会社へ全面的に委託する予定。バス運営の拠点となる営業所を一つの単位として委託する方式を採用するという。これまで2000年4月から伏見区にある横大路営業所が民間に委託され運営されている。赤字の路線を抱える営業所などから順次、民間委託を進めていく方針だ。

横大路営業所では、市が直接運営す

る方式に比べ、人件費などを中心にこれまで約7億円近く経費を削減することができたという。

市交通局は全職員の給与カットなどで慢性的な赤字への対策を立ててきた

ものの、乗客数の減少が続くほか、多額の退職金が必要になる見通しであること、さらにタクシー大手のエムケイなどがバス事業参入を表明したことを受け、経営環境が厳しくなっている。

## 中間純利益は16%減

### 京セラ 売上高は拡大

京都9月20日(ブルームバーグ):京セラの2002年9月中間期の連結純利益は、前年同期比16%減となり、従来予想に満たない見通しだ。買収に伴う営業権の償却や米企業との係争費用

の処理が響く。京セラ広報室の森岡近子氏が20日、明らかにした。

森岡氏によれば、米タイコムを買収に伴う営業権の一括償却や、米ラピッド・テクノロジーとの係争費用など合計約80億円の費用を計上し、9月中間期の連結純利益は、従来予想の180億円を下回る160億円程度の見通し。

森岡氏は、営業利益は前年同期比6%減の320億円程度、売上高は5100億円程度になるとしている。従来予想は営業利益が270億円、売上高が5040億円だった。

## 人間だってコピーします!?

### 大日本スクリーン製造



大日本スクリーン製造(上京区堀川通寺之内上ル、石田明社長)のメディアテクノロジーカンパニー(森野富次・カンパニー社長)がこのほど、超大型コピー機を使って人間の等身大ポスターを作るデモンストレーションを行った。

デモの会場となったのは、千葉・幕張メッセで催された「東京ゲームショー」(主催:コンピューターエンターテインメントソフトウェア協会)。同社は、超大型コピー機

の「アゼロ・オリジネータ」を出品。来場者に等身大ポスターを作成した。被写体になる人が直接スキャナーの上に横たわり、簡単に等身大のポスターを作ることができるため、服の絵柄は、写真で引き伸ばすよりも精細に残すことができるという。同社は「ゲームやマンガの登場人物の衣装を真似た“コスプレ族”の自慢の衣装を残すという遊び心のための企画」(広報室)と話している。

## 「失敗例の把握が必要」

### 村田製社長

東京9月13日(ブルームバーグ):電子部品大手の村田製作所の村田泰隆社長は13日都内で講演し、日本の電子機器メーカーや部品メーカーによる製造拠点の中国移転について、成功例よりも失敗例を検証する必要があると述べた。

村田社長は日本企業による中国進出熱が高まっていることについて触れ、「世論に流されている。企業各社が中国進出について状況を把握していない」と指摘した。利点とされる人件費の低さに関しては「中国は日本の10分の1とも言われているが、人件費だけならもっと安い地域もある」と語った。

また同社長は、「中国企業による模倣品問題の解決は不透明で、WTO(世界貿易機関)加盟後も状況に変化はない」とコメントした。

## 米ゲーム開発レフト・フィールドの株式を全面売却

### 任天堂

京都9月20日(ブルームバーグ):任天堂は20日、家庭用ゲーム機「ゲームキューブ」向けソフト開発業者、米レフト・フィールド・プロダクションの保有株式の25%をすべて売却したと発表した。

任天堂広報室の豊田憲氏は、売却は今年度に入ってから、レフト・フィールド自社株を買い戻す形で行われたとコメントした。時期や売却額などの情報は明らかにできないとしている。

# 町家の魅力は人のつながり

## エコハウス町家 主宰 萩原麗子

二条駅から徒歩5分。製材所などといっしょに民家が建て込む一角に町家暮らしを体験できる“試住空間”「エコハウス町家」がある。宿泊・滞在やギャラリー教室などの場として1日3800円で利用できるもの。主宰するのは、家を借りている萩原さん。「町家暮らしの体験を通して近所の人のつながりの魅力を知ってほしい。商業施設ではないんです」という。

萩原さんは、もともと町家に興味があったわけではなかった。小さい頃は洋風の出窓や、扉で区切られた自分一人の部屋に憧れていた。中学生の時に引っ越してきた町家は、ふすまの向こう側の物音が筒抜けで聞こえて嫌だったという。そしてコンクリートの現代的な建築を設計したいと考え始め、大学で建築を専攻した。ところが3回生の時にふっと現代建築へのこだわりが消えた。「ふすまを外せば部屋を大きく使える。町家はそういう使いやすさがある」。

萩原さんは町家の外観や規模だけでなく住む人のつながりに興味を持ち始めた。「町家は近所のつながりが楽しい」という人の話を聞いても疑問に思っていた。しかし、ボランティア活動で町家に関わるようになると人々の生活が見えてきた。「人がふらっと集まれる場所を作ろう」と空き家を借りることを決めた。

借りた空き家の改修を始めると、近所の人たちが次々と様子を見に来て「懐かしいねえ」など話していったという。修繕が完成した2000年7月には町家の修繕完成の公開イベントで民族楽器のコンサートを開い



エコハウス町家  
604-8422  
京都市中京区西ノ京東月光町1-16  
E-mail lotus1@mbox.kyoto-inet.or.jp  
URL <http://welcome.to/eco-house>

た。近所の人々は、空き家になっていた町家が改修されたのを喜んだ。そのとき初めて「近所とのつながりってこれか」と気づいたという。

町家を改造した店を作るのも一つの方法だけど、生活空間としての町家も楽しんでほしい、と思っている。「町家が近所の共通項になっています。外観も大事やけれど、町家には中に住んでいる人のもの。それを知って町家をずっと大事にしてくれたらええやんと思います」。

# 京都人

KYOTOISE

「Kyotoise」(キョートワーズ)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。

# 体より心の痛みを 教えてくれた親父

## 和風創作料理「庵」木屋町店 料理長 小林祥浩

1週間以上時間をかけて作る洋食の命ともいえるソースが、デミグラスソースだ。「実は、完成直前のデミグラスソースをこぼしたことがあるんですよ。足に大焼けをしたんですが、それよりも心が痛んだのが印象に残っています」と話すのは、「新和風創作料理 庵」木屋町店の料理長、小林祥浩さんだ。

小林さんは、大阪で昔ながらの洋食屋さんを営んでいる家で育った。幼い時から父親のシェフとしての背中を見つめてきた。「小学校の卒業文集での将来の夢は『シェフになる事』って書いていました」。

自分の父親の店を引継げば楽にシェフとしての道に進める。しかし父親から「『ヨソ』を見てこい」といわれた時、父親と自分の考えが一致していたことに驚いた。小林さんも父親の店を継ぐ前に他の

を勉強したり、店を引継いだ時に必要になる“経営”を勉強したいと思っていたからだ。

高校を卒業後、大阪のレストランキッチンヘルプバイトとして入社。そこで起こった事件が冒頭のデミグラスソース事件だった。父親に話をするとこんな言葉が出てきたという。「足より心が痛いやろ」その言葉を聞いたとき、単なる父親としてではなく、シェフとしての父親の生きざまを超えてみたい、と思った。

その後、転職先のレストランで「やりたいことやろせ! こぼやん」と言われ、フード関係のコンサルを手がけるヒューマを設立。京都・大阪で4店舗の立ち上げに関わった。

そして、父の跡を立派に継ぎたいとの一心で創作料理の世界に飛び込んだ。一介の洋食屋。しかし、シェフとして一流の道を求めている。34歳。



和風創作料理「庵」木屋町店  
〒600-8414 京都市下京区木屋町通仏光寺下ル和泉屋町162  
TEL 075-342-1771  
FAX 075-342-1770  
URL <http://kyoto-hanatsubaki.co.jp>

「この仕事の面白さは、今まで埋もれていた商品を掘り起こして世の中に出していくところにあります」と北野信宏さんは自分の仕事を語り始めた。

北野信宏さんは専門学校卒業後、大手百貨店で婦人靴やアクセサリーの販売に携わっていた。その後、「これからはパソコンの時代だと思った」ことから事務機器の販売会社に転職。転職して3年目、個人輸入がはやりだした1990年頃から、通信販売の部署の立ち上げに関わった。以来10年間、通販業界や輸入について学んだ。



リンクアップ  
〒601-8036 京都市南区東九条松田町75  
TEL 075-693-1236  
FAX 075-693-1256  
E-mail: [kitano@linkup.ne.jp](mailto:kitano@linkup.ne.jp)  
URL: <http://www.linkup.ne.jp/>

# 「知られざる名品」を 届けたい

## リンクアップ代表 北野信宏

北野さんが独立を考えるようになったのは、ニッセンやセシルなど通販大手が軒並み低迷した1995年頃だ。「その頃の通販は、大量生産・大量販売というやり方が主流でした。カタログだけでもものすごいお金をかける。消費者にはいろんな通販会社から分厚いカタログがたくさん届いて、結局見られずに捨てられることが多かったとおもったんです。そんなにコストをかけなくても、もっとターゲットをしぼって小さくやった方がいけるんじゃないかと思ったんです」。

そして1999年、通販商品の企画・開発を手がける「リンクアップ」を立ち上げた。現在は妻と事務機器販売会社時代の後輩3人で運営している。

リンクアップが扱ってきた商品に

は、脚の静脈瘤やむくみを防止する「脚やせパスト」、遠赤外線を放出する特殊な炭を編みこんだ「育毛キャップ」などがある。北野さん自身「こんなものが売れるのか」と思うモノが実際に売れていく。「インパクトのあるもの、ちょっとひねりのあるものが通販ではよく売れる」のだという。

定番商品に成長した育毛キャップは、インターネットで発見。メーカーへ問い合わせると、倉庫に在庫として眠っているとのことだった。路面店で置いているような商品ではない。「通販でこそ売れるべきだし、売れるはずだ。さっそく仕入れを決めた。「売り悩んでいるものを組み合わせ売れるモノにしていくところが面白い」。44歳の挑戦は続いている。

取材協力・京都経営研究所 店でジャンルの違う料理

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/>

■お名前・会社名 \_\_\_\_\_

■(部署名・担当者名) \_\_\_\_\_

■ご住所 〒 \_\_\_\_\_

■電話 \_\_\_\_\_ ■FAX \_\_\_\_\_



### 車載型排ガス計測システム 堀場製作所 新製品開発物語

「自分の仕事じゃないかもしれないと思うことまで全部やった」。それが車載型の排ガス計測システム開発成功のカギだった。開発を担当したのは、エンジン計測開発部 量販品開発チームの中村博司さん。2001年4月に取り組み始め、1年後の2002年3月には開発が成功していた。堀場製作所は、1970年代から排ガス計測システムの開発を続けている。それらのシステムによって、

中村さんだった。与えられた課題は「1年後の学会で市場に提案できる車載型の排ガス計測システムを作る」。課題はあいまいで、具体的に何をすればいいのか、予算、技術者の割り当てなど全く指示されない。それまで中村さんが関わっていたのは、社内でもメインとなる製品開発やメンテナンス。「誰がいつまでに何をするか」がはっきりと指示されるチーム内にいた。そのチームから突然切り離され、複雑な気持ちを抱えて一人きりの開発が始まった。

いると時間がかかりましたから」と自分から部長の手を引っ張ってはんこをもらって回り、周りが驚くほどの短期間で必要なものを手に入れた。資金と技術者がそろえば、あとは試作でできたイメージを形にするだけだった。交通状況や天候など走行条件が変わっても従来の大型システムと同じ性能で測定できる小型システム。中村さんは以前に失敗したアイデアの製品化も実

## 「言われてやる」から「自分でやる」への変革

環境への影響が研究され、排ガスが都市計画の指標に使われてきた。従来、測定には家庭用倉庫ほどの大きなシステムが必要だった。そのため測定時は自動車を動かすことができず、気温や道路状況などの影響を測定することができない。システムを利用する自動車メーカーや行政からは「実際に走行している状態で測れないのか」という声が出ていた。そこで車載型の小型システムが企画され、開発者として抜擢されたのが

一人で始めた中村さんを、同じ部内の上司木原信隆さんと製品企画リーダーの河野浩さんは「楽しそうに見えた」と言う。アイデアを検証するために、毎日一人でこつこつと試作を重ねていく。中村さんの頭の中には、4~5年前に失敗した分析系製品のアイデアがあった。気がかかったまま他に生かすこともできず遠ざかっていたが「ここで使えるかもしれない」と開発のきっかけに。毎日ダイナミックに結果が分かってくるのは面白かったですよ。イメージしていたことを一つ一つ確認し、開発を命じられて半年後には計測原理ができあがった。

現し、予定されていた2002年3月の学会での発表を終えた。エンジニアとして指示されたことだけに没頭するのではなく、自分がプロジェクト全体を見とおして新作を作る。それは中村さんにとっては入社以来初めてのことであったが「今となると、言われたことを期限内にやるだけでは少し物足りない」という。1年という期限を与えられた新製品開発は、中村さんのプロデュース力を見せつける結果となった。



従来の大型システムと同じ性能を持つ、車載型の排ガス計測システム。

楽しそうに進めたのは技術開発だけではなかった。計測原理ができあがると予算や必要な人員の見積もりを出す。「誰かがやってくれるのを待つて

#### 【開発データ】

- ・2002年7月18日発売
- ・初年度販売目標 100台
- ・問い合わせ  
株式会社 堀場製作所 広報室  
TEL 075-315-6776(直通)  
FAX 075-321-6621

臨床検査大手のファルコバイオシステムズ(京都市左京区聖護院蓮華蔵町、赤澤寛治社長)は18日、経済産業省が公募した「地域新生コンソーシアム研究開発事業」の採択を受け、京都大学などと共同で生体検査用マイクロチップシステムの開発を行うと発表した。学術機関や研究機関の成果を実用レベルで開発するのが狙い。この検査用マイクロチップシステムは、臨床検査や在宅医療などの現場で利用することをめざす。

## 京大など4者と共同開発

### 臨床検査のファルコバイオ “ストレス”検査チップ

この研究開発はファルコバイオが管理法人となり、独立行政法人の産業技術総合研究所、京都大学ウイルス研究所、バイオ関連事業を手がけるベンチャー企業のレドックスバイオサイエンスの4者が共同で進める。2002年度には研究開発補助金として7500万円が国から支給されるという。

設計技術を提供する。ファルコバイオは、臨床検査で培った検査ノウハウを提供していく。

生体の細胞や組織は、ストレスなどで生じる活性酸素により酸化され、キズつけられることが多いという。このキズが老化現象や動脈硬化の原因とする指摘もあるという。

開発するのは、細胞や組織を酸化から守るとされるたんぱく質を分析、検査するチップシステム。たんぱく質の作成技術を京大ウイルス研が提供し、産業技術総研がマイクロチップの

今回の研究開発事業では、生体にある酸化を防止するたんぱく質を利用。その濃度変化を調べることで、治療方法を決めたり、病気の予防につなげていくという。

## ブックストア談を買収 大型書籍店の文教堂

書籍・雑誌の小売店をチェーン展開する文教堂(神奈川県川崎市、嶋崎欽也社長)は20日、化粧品製造販売のポーラ化粧品本舗(東京都品川区西五反田、鈴木郷史社長)のグループ子会社で書店運営を手がけるエイシン(下京区四条通麩屋町西入ル、前田隆一社長)の経営権を譲り受けたと発表した。

ストア談、「dan」という店舗ブランドの大型書店を運営していた。一方、文教堂はこれまで、郊外の幹線道路沿いなどへ出店する方針をとっていた。同社は、エイシンの営業店とエリアで競合する店はないことから都市部での大型書店運営ノウハウを活用することが狙いとしている。

このほど、ポーラ化粧品グループと文教堂がエイシン経営権の譲渡に合意書を締結。20日にエイシンの全株式3万株を取得した。

文教堂は1949年設立の会社でジャズダック市場に上場している。2001年8月期の売上高は487億4000万円で従業員は510人(いずれも連結ベース)。全国に大型書店を226店舗(2002年8月現在)展開している。

エイシンはこれまで、四条通りの繁華街や京都駅の駅ビルなどで「ブック

KBS京都ラジオ連動企画  
グローバルビジョン

# global vision

## 第9回「アクア・ドリーム」 リーダー 藤井来夏さん

関西から全く新しいタイプのショービジネスが生まれようとしている。シンクロナイズド・スイミングのメダリストたちが立ち上げた「アクア・ドリーム」。アクロパティックな水泳だけでなく、音響や照明、音楽なども一体になった総合的なエンターテイメントとしての片鱗を見せ始めている。チームリーダーで京都出身のシドニー五輪銀メダリスト、藤井来夏さんに心意気を聞いた。

■「井村学校」の門下生を組織して、シンクロナイズド・スイミングのプロチームを立ち上げられたそうですね。

「おとしのシドニーオリンピックで銀メダルを獲得しましたが、その直後に選手を引退するときに『自分はこれから何ができるか』と考えたんです。で、結局シンクロしかないな、と。ただ普通はコーチになるぐらいしか関わり続ける方法はないんです。あとは審判をやるぐらいでしょうか。でもそれでは食べられない。なんとか、生でシンクロを見ていただいて普及促進していくことを仕事にできないかと考え、同じ年の12月に引退したばかりの選手5人でチームを結成しました。最初はあと2年ほど続けられれば嬉しい、という程度の感覚だったんですが、最近はいろんな可能

# 新ショービジネス立ち上げに奔走



「宮崎シーガイアの公演は、延べ100人以上の方々に関わる大きな舞台だったんですよ」

性を感じるようになり、ずっと関わり続けていきたいな、と思うようになってきたところですよ。

#### ■プロ・シンクロってどんな仕事なんですか？

「基本的には全国のプールやリゾートホテルなどが企画するイベントの出演者として呼んでもらって、来場者に演技を見ていただくという仕事ですね。最近では、チケットを買ってもらって純粋に演技を見に来てもらうような公演づくりにも取り組んでいます。この9月には西京極総合運動公園の『アクアリーナ』で開かれた地雷撤廃運動のイベントの一部として、このタイプの第1回公演をさせていただきました。

「去年は宮崎シーガイアのオーシャンドームでレギュラー的に演技をさせていただいていたので公演回数も多かったのですが、シーガイアが(経営破綻で)残念ながら閉鎖してしまったので、今年は減ってしまいました。もっとしっかり営業をしていかなければならない状況ですね。」

#### ■シンクロに適した深いプールは少ないでしょう？

「競技の場合は足のつかないプールでなければならないというルールがあるので水深3mほどのプールが必要ですが、プロはそうした制約もありません。おっしゃるとおりほとんどが浅いプールですので、一般のプールに合った演出を考えて演技を組み立てています。最近は浅いプールがますます増えていますので、逆に(プールの)底を積極的に利用する技も編み出そうとしてるんですよ。」

美容室など業務向けに化粧品、シャンプーなどの製造・販売を手がけるコタ（京都府久御山町、加藤賢二社長）が19日、大阪証券取引所市場第2部に上場した。今後、上場による信頼度と知名度のアップを活かし、売上高を拡大するほか、東北地方や北海道地域などへ販売網を広げていくとしている。

# 大証二部に新規上場

## 美容室向け頭髪化粧品 製造・販売のコタ

コタは業務用頭髪化粧品・医薬部外品の製造と販売を目的に、1979年に小田製薬株式会社として設立された会社。現在はシャンプー、美容液、パーマ液など美容室専用の頭髪化粧品の製造を手がけ、首都圏や中部、関西を中心に全国の美容室に製品を販売している。

同社の2002年3月期の売上高は24億1900万円で、経常利益は3億8900万円。03年3月期は、売上高26億1,900万円(前期比8.2%増)、経常利益3億9200万円(同0.8%増)を見込む。

同社の特徴は1980年から導入している、「旬報システム」という独自のコンサルティングシステム。上旬、中旬、下旬と毎月3回、売上高や来店客数などの経営データを美容院から集約。独自に開発した解析ソフトで現状を分析し、目標設定を含めた経営アドバイスを各店舗へフィードバックする

もの。現在約600店余りがこのシステムを利用しているという。

同社はこれまでに、東北地方や北海道地域などへの足がかりとして仙台営業所を開設した。首都圏以北の地域で販売力を強化し、収益の拡大につなげたい考えだ。

コタの加藤社長は「従来はヘアダイは手がけていなかったが、開発して商

品を増やす。首都圏以北での販売力強化とあわせて会社の成長につなげていきたい」と話している。

【企業データ】  
従業員数 160名(2002年6月現在)  
設立年月 1979年9月  
資本金 3億8780万円  
代表者 加藤賢二

## 事業プランの発表者を公募

### 協力先開拓を支援

### 京都産業 21

京都府などが出資する産業支援機関の財団法人、京都産業21(京都市下京区中堂寺南町、理事長:立石義雄・オムロン社長)はこのほど、中小企業の経営者や起業家を対象として新規事業プランの発表者の募集を始めた。新規事業プランの発表会を開き、発表者の資金調達や販路拡大、提携先の模索といった要望に応える。

この発表会は「ビジネスプラザ京都」。2003年2月に東京で、同年3月

に京都でそれぞれ1回づつ開かれるもの。発表会には、銀行などの金融機関のほか、商社、メーカーなど新規事業の支援や提携を模索する企業の担当者が集まる。

発表者は、まず自身のもつ新規の事業プランに参加者にプレゼンテーションする。その後、自由に投融资の相談や提携・販路拡大など商談の時間が設けられている。

応募している発表者の枠は5社。応募者の中から経営や技術の専門家が事業可能性を評価して選ぶ予定。募集対象は、京都府内で事業活動を行う、中小企業やベンチャー企業、起業予定者など。応募期間は11月15日まで。

問い合わせは京都産業21(電話:075-315-8848)まで。

訂正とお詫び  
16日付け564号「可能性調査に9件採用」の記事中、採択事業の一覧表は2001年度採用のものでした。訂正してお詫びします。

# 関西発世界初のプロ・シンクロナ率いる

■要するに、一流のショービジネスなんですね。

「音響、照明、制作、演出家の先生、作曲の先生、レーザー光線の会社の方、特殊効果を使うときにはその専門家の方——と。去年演技したシーガイアのように大きな舞台の場合はスタッフ数が延べ100人を超えますね。」

「結成して間もなくそういう舞台を作れたのはいい経験でした。それまではプロとして何が必要なのか全く分かりませんでしたから。選手のとこと違って、音ひとつ聞いていただくのにもプロとしての音づくりが必要だということを知りました。」

■すでに大規模なショービジネスの片鱗を見せているんですね。関西でそうしたビジネスを支える人材は十分確保できるんですか？

「大丈夫です。例えば水の中の照明は非常に難しいものなのですが、きちんと対応していただける専門家がおられます。演出や音響の分野でも高いレベルがありますね。」

■仕事として泳ぐ。しかもチームを率いて。ご苦労もありませんか？

「よくそう聞かれるんですが、私がぼーっとしているせいか、周りがみんなしっかり支えてくれていて(笑)。あんまり苦労してません。」

「でも選手のとこととは違った難しさはありますよ。選手の場合はコーチが練習場所を手配してスケジュールやメニューを考え、ベストの環境を整えてくれていた。でもプロになれば自分たちで練習する場所を確保しなければなりません。環境づくりを自分たちでやらなければならないわけです。これは想像



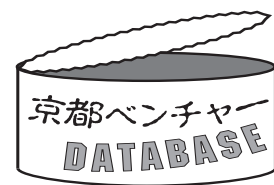
「選手時代と違って、練習場所探しも自分たちでコツコツ。電話番号だって自分たちでやっています」

以上のしんどさでしたね。それに、今まで社会人経験がほとんどない者ばかりの集団ですから、電話一本取るのにも最初は不慣れで(笑)。戸惑いの日々でした。

■需要の開拓は思ったより大変でしょう？

「なかなかレギュラー的にやらせていただける仕事はないですね。プールやホテルの集客も厳しいようですし。いろいろと考えていかなければと思っていますところ。」

「仕事が忙しいときにこそ次の仕込みをしておかなければ、



## File 80

## ウェブマックス

# 専門企画でウェブ制作

## SOHO ネットの構築めざす

### 《スタートアップ》

ウェブ制作などを個人で手がけていた渡辺氏が現取締役副社長の協力を得たことなどから事業化を決意。99年にウェブマックスとして法人化した。

### 《アントレプレナー》

渡辺康一氏: 1969年山梨生まれ。97年龍谷大博士過程修了。非常勤講師などをしながら、ウェブ制作の個人事業を立ち上げる。99年、合資会社としてウェブマックスを設立し2001年に有限会社へ組織変更した。

### 《ビジネスモデル》

デジタルコンテンツの制作、インターネットシステムの開発・構築

京都地域を中心に学術機関のほか、和菓子店、和装関連企業などのウェブ制作で多くの実績がある。このため、「伝統、地域、学術などの分野で提案型のウェブコンテンツ制作が可能」(同)としている。

### 《ビジョン》

「各社が独立しながら相互補完も可能なSOHO(小規模事業者)のネットワークを作り、ワークスタイルを変えるようにしていくことが理念。」

渡辺氏自身が専門学校の講師になるなどしてSOHO事業者の育成に力を入れる。「結果として仕事が増えていけばいいと思う」と話す。

### 《ハードル》

「関西の大手企業とSOHO事業者の間で情報流通が乏しいこと」(渡辺氏)を課題に挙げる。

### 《トピックス》

このほど、本格的に携帯端末向けのコンテンツ制作、システム開発事業に乗り出した。カメラ付き携帯電話向けのコンテンツ制作などを行うほか、携帯端末へ地図情報を提供するコンテンツ制作にも取り組む。

### 《企業データ》

・住所 京都市中京区東洞院通三条下ル三文字町ミツナカムラビル303  
・電話 075-253-6881  
・FAX 075-253-6882  
・URL <http://www.webmax.co.jp/index.htm>  
・E-mail [info@webmax.co.jp](mailto:info@webmax.co.jp)  
・スタッフ数 8名(バイト含む)



渡辺康一氏ウェブマックス社長

を手がける。

売上高のうち約7割をウェブコンテンツの制作が占める。学術機関や大手企業のほか、公的機関などへコンテンツの提案をしながら必要に応じてシステムも開発する。ネットビジネスや情報技術の教育セミナー事業も行う。

2003年3月期の売上高は3000万円を見込む。

### 《アドバンテージ》

「専門分野での企画力があることが強み」(渡辺氏)という。

ピークを超えたとたんにスケジュールががらがり、ということになりかねないんです。でも忙しいときにはつつい泳ぐことに没頭してしまいがちです。意識の切り換えが大切だとつくづく思います。」

「それから私たちは、練習をし続けていかなければ演技できないわけです。練習用プールを確保する経費もばかにならない。選手の時には意識しなかったのですが、その重みが今、分かったようなところがありますね。」

■シンクロナを見たら常設の場が欲しいですね。

「そうですね。ぜひ常設の場があれば嬉しいです。」

■これからどんな展開を？

「ショービジネスとしての活動と併せて、シンクロナを普及させるための啓蒙活動を積極的にやっていきたいです。例えば今、中高年の皆さんに人気の『水中エクササイズ』にシンクロナを盛り込んだプログラムを作っている最中なんです。」

「選手が競技を辞めたあとに、進路の1つとして選択していただけるようになりたいですね。日本だけでなく世界の人たちが集まるようなショーができれば嬉しい。ダイビングやダンスといった異分野の人たちとジョイントして、もっと大きなエンターテインメントをやりたいです。」

### 【プロフィール】

藤井 来夏(ふじい・らいか)さん  
1974年京都市生まれ。8歳からシンクロナを始め、高校2年のときにナショナルチームに選ばれる。2000年のシドニー五輪ではシンクロナ・チーム競技で銀メダルを獲得。同年12月に日本初のプロチーム「アクア・ドリーム」を結成、チームリーダーに。シンクロナの普及活動とエンターテインメントビジネス創出への挑戦を続けている。

# ビジネス情報

## ■オープンセミナー「ベンチャービジネスの原点と現状を探る」

《主催》京都市、京都市ベンチャービジネスクラブ、日本経済新聞社  
《日時》9月20日～2003年1月24日(全4回)

《場所》キャンパスプラザ京都

《内容》【第1回】9月20日18:00～20:00「ベンチャー的ものづくり」マイクロニクス、洛陽技研、旭テクノプロデュース、京都技研、各社の社長が「ものづくり」の神髄とビジネス展開、今の時代での業績拡大の理由を語る。  
【第2回】(以下予告)10月18日17:00～19:00「ベンチャー経営の内部点検」現役会計士、税理士、監査法人が、陥りやすい問題や経営のポイントを指摘。  
【第3回】11月15日18:20～20:30「歴代京都ベンチャー大賞受賞企業に聞く、その後のビジネス展開」  
【第4回】2003年1月24日17:00～19:00「環境をビジネスする」

《コーディネーター》築地達郎(京都経済新聞社)、澤村栄治

《参加費》無料  
《申込み》FAXでのみ受け付け。氏名・職業・住所・電話・FAX・E-mailアドレスを記入の上、京都市ベンチャービジネスクラブ事務局まで。  
TEL: 075-222-3324  
FAX: 075-222-3331

## ■京都シンポジウム「日本人の志と学習」

《主催》学習学協会  
《後援》京都商工会議所  
《協力》霊山歴史館、財団法人松風会、社会教育研究所  
《日時》9月23日  
《場所》京都商工会議所3階大講堂  
《内容》【第1部】「パネルディスカッション」13:00～14:50 自らのように学び成長してきたのか、師として若

者の志をいかにして育ててきたのか—すぐれた指導者の資質や使命感、日本という個性を活かした教育について、「学習」という切り口から考える。【コーディネーター】本間正人(学習学協会代表理事)【パネリスト】木村幸比古(霊山歴史館学芸課長)、藤本和男(萩市立明倫小学校前校長)  
【第2部】「学習学ワークショップ」15:00～17:00 教育と学習の根本的な違い、新しい「学習学」の考え方を説明するとともに、人を育てる極意を紹介。【講師】本間正人  
《定員》60名(先着順、当日参加可能)  
《参加費》第1部1,000円、第2部2,000円  
《問い合わせ》学習学協会: learnology@wafuo.ne.jp  
社会教育研究所: 075-257-1525

## ■マイクロ・ナノテクノロジーフォーラム

《主催》立命館大学理工学部振興会、京都リサーチパーク、関西TLO  
《後援》京都府、京都市、京都新聞社、京都工業会、滋賀工業会、大阪工業会  
《日時》10月18日13:00～18:30  
《場所》京都リサーチパーク4号館2階ルーム1  
《内容》立命館大学理工学部のマイクロ・ナノテクノロジー研究者から技術概要や研究動向と産業応用の可能性、生態とナノテクノロジー、ナノエレクトロニクス、同大学でのマイクロ・ナノシステムテクノロジーの取り組みについての講演。【講演】「生体はナノテクノロジーのお手本: 光合成器官のナノ構造体」民秋均(化学生物工学科教授)、「21世紀を切り拓く窒化物半導体材料とナノエレクトロニクス」名西恵之(電子光情報工学科教授)、「マイクロ・ナノシステムテクノロジー: 世界の技術動向と産業の創出」田畑修(機械工学科教授)、「シリコンナノ構造の

## 低価格のデジタルハカリを発売

イシダ

## 新製品情報

## Bluetoothに小型モジュール開発

村田製作所

計量システム機器メーカーのイシダ(左京区聖護院山王町、石田隆一社長)は、9月13日に商業用の上皿型デジタル重量ハカリ「S-box」を発売した。弁当などの加工工場や小売業での検量作業で使用されるデジタルのハカリで、計量物の1500分の1の精度(1500gの物に対しては1g、3000gの物に対しては2gなど)で計量することができる。

乾電池2本で300時間使用を実現した省電力設計で、さまざまな現場へ持ち運ぶことができる。

従来デジタルのハカリはアナログ製品に比べて価格が高かったため、アナログ製品の方

がデジタル製品よりも流通割合が多かった。しかし現在は割合が逆転しつつあり、同製品では利用現場での切り替えをねらって従来機種に比べて約40%の低価格に設定した。

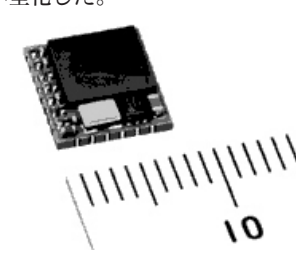
3kgタイプは19,500円、15kg・30kgタイプは22,500円。初年度販売目標は3万台。問い合わせは同社流通・FAシステム部 商品開発企画課 TEL075-751-0680。



村田製作所(京都府長岡京市、村田泰隆社長)はこのほど、近距離の無線通信技術「BluetoothR」向けに超小型モジュールを開発した。

開発したのはHCIモジュールと呼ばれるもので、集積回路や無線通信の送受信のためのモジュールなどハードウェアとともにソフトウェアも組み込まれたもの。通信に必要な信号の処理回路やメモリなどで構成されている。

このモジュールは、携帯電話やPDAなど小型の情報通信端末に用いられる。セラミックの多層基板技術や高周波回路の設計技術を採用。セラミック多層構造の中に多くの機能素子を内蔵した基板を作ったことでこれまでの同社従来品に比べ約25%小型化した。



構築とナノマシンシステム」磯野吉正(機械工学科助教授)  
《定員》100名(定員になり次第締め切り)  
《参加費》10,000円(テキスト代、懇親会費を含む)  
《問い合わせ》関西TLO立命館大学フォーラム事務局(担当: 上村真有美)  
TEL: 075-315-8250  
FAX: 075-315-8275  
E-Mail: tlo@kansai-tlo.co.jp  
URL: http://www.kansai-tlo.co.jp

## ■2002年度「経営幹部のための経営品質講座」

《主催》関西生産性本部  
《共催》京都商工会議所、京都能率協会  
《日時》9月17日～18日9:00～17:00  
《場所》京都商工会議所3階役員室  
《内容》①「経営品質とは何か」経営品質の向上活動がなぜ必要か」などの解説、②自社を振り返り、「気付き」を

得るためのグループディスカッション、③経営品質プログラム活用実践例の紹介(ゲスト講演)を通じて、経営品質の基本的な考え方、経営品質向上活動の推進方法などをわかりやすく解説。【講師】森山祐輔(ふわふわスペース研究所代表取締役)【ゲスト講演】雪竹泰三(カルソニックハリソン社長)  
《参加費》全国各地の経営品質協議会会員組織: 5,750円、生産性本部賛助会員組織: 21,000円、その他: 26,250円  
《問い合わせ》関西生産性本部 経営革新部(担当: 高橋、南浦、木谷)  
TEL: 06-6444-6464  
FAX: 06-6444-6450  
URL: http://www.kpcnet.or.jp/kqc/

## ■「国際競争にゆれる『金型技術講演会』」

《主催》京都府中小企業総合センター  
《共催》京都産業21

《日時》10月2日13:00～17:00  
《場所》京都府中小企業総合センター5階研修室  
《内容》(1)「中国のプラ金型事情と日本の課題—行き過ぎた中国脅威論—日本の解決すべき課題—」岸本善男(金型経営研究所 代表取締役)  
(2)「3Dデータと金型を切口に、冷蔵庫の高効率モノづくりに取組む」植山美和子(松下冷機 生産技術センター 型グループ 型実証チーム 型開発担当)  
《定員》60名  
《参加費》無料  
《申込み》企業名、企業の所在地、連絡先、参加者の氏名、参加コースを明記の上、E-mailにて申込み。  
《問い合わせ》京都府中小企業総合センター(担当: 産業支援部技術支援課)  
TEL: 075-315-8633  
E-Mail: mit@mtc.pref.kyoto.jp  
URL: http://www.mtc.pref.kyoto.jp/news/2002/sien140909.htm

## 京都株式値動き 9月19日

銘柄	終値	高値	安値	売買高	前週終値	前週比
1790 △2 平和興田	239	239	235	4,000	235	4
1897 △2 金下連	405	405	402	13,000	395	10
2219 △2 タカラブネ	75	75	74	92,000	78	▲3
2531 ●宝HD	675	690	666	1,118,000	657	18
3002 ●グンゼ	476	508	476	499,000	470	6
3009 ●川島織	106	110	103	63,000	103	3
3521 ●日レニス	44	46	43	94,000	43	1
3551 ●ダイニク	103	103	101	22,000	104	▲1
3570 △2 オリック	202	212	202	48,000	209	▲7
3572 △2 大同染	48	48	48	4,000	42	6
3591 ●ワコール	1,040	1,049	1,031	205,000	984	56
3600 △2 フジックス	380	380	380	1,000	380	0
4406 △2 日理化	365	370	358	14,000	337	28
4461 ●一工薬	195	197	195	28,000	191	4
4471 ●三洋化	854	875	851	91,000	841	13
4516 △2 日新薬	568	578	564	50,000	549	19
4671 △2 ファルコ	1,500	1,588	1,500	14,200	1,522	▲22
4696 △2 フタバ	1,500	1,500	1,440	8,200	1,410	90
4728 ●トーセイ	1,190	1,200	1,125	11,500	1,210	▲20
4735 △2 京進	421	421	421	10,000	420	1
4962 ●互応化学	640	640	640	26,000	640	0
5928 △2 アルメタクス	130	130	128	22,000	120	10
5955 △2 ヤマシナ	47	48	41	1,670,000	41	6
5957 ●日東精	165	167	162	28,000	160	5
5966 △2 KT C	295	295	295	1,000	320	▲25
5985 △2 サンコー	330	330	326	35,000	312	18
6216 △2 寿工業	12	20	12	4,000	21	▲9
6315 △2 TOWA	995	1,000	950	25,800	1,099	▲104
6398 △2 電産シンボ	450	450	450	2,000	430	20
6482 △2 コーシン精機	2,675	2,720	2,630	6,600	2,625	50
6594 ●日電産	6,600	6,900	6,580	232,100	6,490	110
6641 ●日新電	163	166	163	129,000	163	0
6645 △2 オムロン	1,586	1,670	1,585	458,000	1,622	▲36
6748 △2 星和電	975	1,005	975	18,000	950	25
6833 ●電産リード	969	969	969	2,000	980	▲11
6856 ●堀場製	888	892	879	17,000	838	50
6931 ●日電池	213	219	212	109,000	209	4
6963 △2 日一ム	14,920	15,750	14,850	317,700	15,610	▲690
6971 ●京セラ	8,740	9,050	8,710	1,321,600	8,480	260
6981 △2 村田製	6,700	7,040	6,700	590,400	6,930	▲230

※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	1,578	1,607	1,540	74,100	1,583	▲5
7105 ●ニチコ	178	179	178	5,000	180	▲2
7510 △2 竹菱電機	849	849	849	6,000	839	10
7580 △2 フーズネット	1,045	1,045	1,045	1,000	1,050	▲5
7701 ●島津	284	296	284	359,000	281	3
7735 ●スクリン	515	555	515	502,000	523	▲8
7915 ●日写印	732	740	714	42,000	698	34
7919 ●2野崎紙	193	193	176	12,000	165	28
7974 △2 任天堂	14,950	15,740	14,950	674,900	14,100	850
7979 △2 松風	649	699	649	4,000	699	▲50
8027 △ルシアン	40	40	39	14,000	42	▲2
8115 △2 ムーンバット	106	110	102	47,000	106	0
8118 △キンク	186	190	185	30,000	192	▲6
8148 △2 上原成	260	260	260	1,000	254	6
8244 △2 京都近鉄	206	206	206	4,000	212	▲6
8248 △2 ニッセン	2,240	2,285	2,225	70,500	2,140	100
8276 ●平和堂	1,040	1,040	1,005	25,000	1,015	25
8366 ●滋賀銀	459	470	459	88,000	445	14
8369 ●京都銀	467	475	464	331,000	440	27
8515 △2 アイフル	6,300	7,080	6,300	359,950	7,320	▲1,020
8552 △びわこ銀	235	237	233	26,000	233	2
8577 △日栄	559	590	550	180,300	545	14
9049 △2 京福電	105	105	105	4,000	120	▲15
9319 △2 中央倉	510	510	510	10,000	521	▲11
9723 ●京都ホ	299	299	299	1,000	300	▲1
9826 △2 J E U G I A	131	131	126	2,000	129	2
9936 △2 王将フード	736	745	735	5,000	720	16
9981 △2 ニック産業	481	481	481	1,000	450	31
1788 +三東工業	160	160	155	2,000	160	0
2658 +ウレイイ	278	278	278	3,000	290	▲12
4295 ●フレイス	480,000	490,000	477,000	217	520,000	▲40,000
4798 △2 日本LCA	1,095	1,095	1,080	15,500	1,080	15
5820 +三ツ星	160	160	160	1,000	160	0
6387 +サムインター	1,730	1,750	1,700	3,000	1,800	▲70
6414 +川重冷熱	420	440	420	7,000	450	▲30
6654 +不二電機	485	485	485	4,400	460	25
6837 +京写	430	430	420	4,000	400	30
6914 △2 オブテックス	1,700	1,748	1,690	16,600	1,600	100
8462 □FVC	49,200	50,000	49,200	2	54,700	▲5,500
4330 □セラテム	972,000	985,000	967,000	415	986,000	▲14,000

# 復活は本物か

企業研究シリーズ (2) ニッセン

## 第2回

# 好調業績に目が曇る

## 倉庫には大量の在庫

### 「腹をくくらなあかん」

#### ■データの間違い

「データが間違っているんじゃないのか?」――。

1995年秋。ニッセン通販事業部商品本部長(当時)を務めていた佐村信哉(47=現常務通販事業部長兼マーケティング本部長)は、報告書を見て、一瞬目を疑った。伸びているはずの売上高が落ちていたのだ。

しかし、佐村はこう考えた。ここ数年、破竹の勢いでニッセンの売り上げは拡大している。今期もこのまま伸びるはずだ。これまでの伸び方を考えれば、今、仕入れ商品を増やし、人的資源を投入するべきだ。もちろん、カタログの発行部数を減らすことなんて考えられない。一抹の疑問は、あっという間にかき消された。



佐村信哉・通販事業部長

ニッセンは通販事業部で扱う商品の総合カタログを年4回発行していた(現在は年5回発行)。佐村が目にした報告書は、95年秋に発行するカタログがどれだけ売り上げるという“感触”を量



顧客からの電話応対窓口となる京都コミュニケーションサービスセンター。全国にこのようなセンターが9ヶ所ある。スタッフのほとんどが女性だ。

るために発行されるテストカタログの販売実績だった。データは前年同期比で売上高が10%落ちたことを示していた。これまで売上高が伸びることはあっても、落ちることはなかった。それだけに、数字の計算が合っていないのではないかと疑問が生じたのだ。

通販事業部は、95年秋号のカタログを拡大して1600万部発行(95年夏号は1270万部)。「それまでの成長、つまり売り上げが拡大するという前提で」(佐村)、人員を投入し、売上高が前年同期比100%から120%になるという予測を立てて商品仕入れ額を決めた。

ところが、いざふたを開けてみると95年秋から96年上期にかけて売上高はこれまでの伸びを見せなかった。事業部では慌てて96年下期のカタログ

発行部数を減らし、新たな商品仕入れの発注を押さえた。しかし間に合わない。大量の在庫が倉庫に眠ることになった。

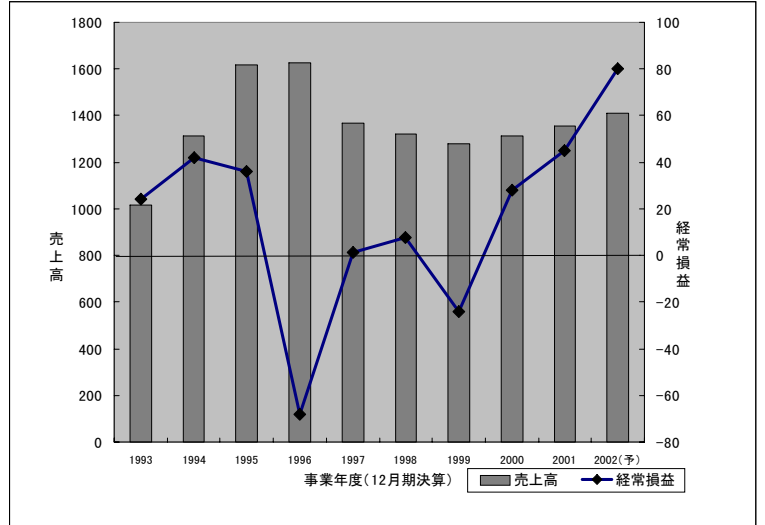
#### ■「会社が潰れる…」

「ニッセンがヤバイと言う噂があるけどまあ大丈夫や。心配せんといつてこい。それと、株買うんやったら今がチャンスやで。まあ、リスクはあるかもわからんけど」――。場は和み、さっそくユービスト事業部の幹部会議が始まった。

97年秋、ニッセンの株価が100円台(19日の終値は2240円)にまで落ちこんでいたある日、当時ユービスト事業部長だった現社長、片山利雄(52)が会議で切り出した言葉だった。平然

ニッセンの過去10年の業績推移(95年以降連結ベース、2002年度は業績予想)

(単位: 億円)



とした様子。いつもの人なつてい口調も変らない。しかし、口でそうは言ったものの、片山は内心別のことを考えていた。「この危機には腹をくくるといかにかんかもしれんな」――。

ユービスト事業部は、きものやジュエリーなど高額商品の現物販売を手がけている。展示会などを利用した無店舗式の販売方式を採用。店舗の名がつく営業チームが、店長をリーダーにして独立採算で運営する。店舗ごとの業績が社員1人1人の給与と報酬、そして昇進に反映される仕組みを作り上げてきた。

あるユービスト事業部出身の幹部はこう明かす。「通販事業部は専門的な知識が必要だが、ユービストで求めら

れるのはマネジメント力。正直に言って(通販事業部の業績悪化で)ニッセンがダメになっても、(ユービスト事業部は)独立してでもやっていけるという自信があった。

片山もユービスト事業部が独立できるほどに育っているとは思っていた。一方、その成長がニッセンという屋号に負うところもよく知っている。通販事業で得た顧客データをユービストの販促活動に活用している。「会社が大きくなったときには、いろいろな稼ぎ頭を作っておいてダメになったところを他がカバーできるようにするべきだ。これから社長になってそういう絶対につぶれない会社を作ろう」。そう片山は心に誓った。

#### ■1ヶ月未満のボーナス

「それが限界か?」。創業者で社長(当時)の川島達三(故人)が尋ねる。特に感情が表れているわけではない様子だ。担当者は「はい」と短く答えた。



藤井博・商品調達本部長

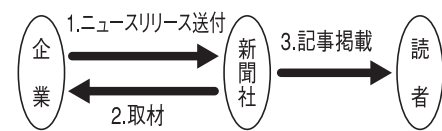
1996年11月、ニッセンの役員が本社5階の会議室に顔をそろえた。

年も押し迫り、社員に出すボーナスの額を決めなければいけない。しかし、通販事業部で大量に残った在庫を処分するため、原価を割って商品を販売していた。自ずと利益を圧迫し、ボーナスを出そうにも原資がないという状況だ。財務担当者は、1ヶ月に満たないボーナス額の数字を提示した。直後に川島が発したのが冒頭の言葉だった。

「たった1ヶ月分もボーナスを出せないのか。情けない」――。その場に参加していた現取締役商品調達本部長の藤井博(51)は心の中でつぶやく。参加した役員の間にはみな押し黙ってしまった。「この時の体験が経営陣にとって大きな危機感になった。あまりにも情けないという思いが、再建への原動力になった」と藤井は話す。

### 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 )
- 計報  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? \_\_\_\_\_

# TOPICS トピックス

## 実質的な “金融危機宣言”

### 日銀 銀行から株式を直接買い取り

総裁は会見で、株式買い取りに「日銀が何らかの資金を出し、リスクを取ることを考えていく」と言明。具体的には取引先と直接話し合って決めると述べた。対象株式は「上場」が一つの基準とし、買い取り規模は今後検討するという。

また総裁は、新規の株式の買入れは「なるべく早くやる」と述べるとともに、買い取った株を「10年ぐらい持つことは十分あり得る」と語った。買い取りには財務省から日銀法43条に基づく認可が必要だが、認可は得られるとの見通しを示した。

日銀法43条は「他業の禁止」を定め、日銀は「日銀法の規定で業務とされた業務以外の業務を行ってはならない。ただし、この法律に規定する日本銀行の目的達成上必要がある場合において、財務大臣及び内閣総理大臣の認可を受けたときは、この限りでない」と規定している。

#### 「大賛成」と財務相、経財相は「理解できない」

お断り  
今週の「月曜インタビュー焦点を聞く」はお休みします。ご了承下さい。

東京9月18日(ブルームバーグ): 日本銀行の速水優総裁は18日午後、同日の政策委員会・金融政策決定会合に引き続き開催した通常会合後に記者会見し、「金融システムの安定に向けた日本銀行の新たな取り組み」と題する声明を発表、金融機関の保有株式削減努力を促進するため「新たな施策」の導入を検討すると表明した。具体的には、「日銀が金融機関から(株式を)直接買い取ることが基本」と述べ、金融機関からの株式の直接買い取りに踏み切ること明らかにした。



塩川正太郎財務相は日銀決定を受け、省内でブルームバーグ・ニュースの取材に対し、「大賛成だ」と全面的に評価し、日銀法上の手続きについて「いつでも認可する」と前向きな姿勢を示した。

武藤敏郎財務次官も一部記者団に対し、認可に「ゴーサインを出した」ことを明らかにした。日銀は具体策の検討に時間が必要なため、実際の申請は10月になる見通しだが、申請を受け次第認可する方針という。

一方、竹中平蔵・経済財政政策担当相は同日夕の記者会見で、「非常に予想外のアンニュジュアル(異例)な政



速水優・日本銀行総裁(上)  
塩川正太郎・財務大臣(左)  
竹中平蔵・経済財政政策担当大臣(右)  
日銀が通貨発行量を増やすのでは、との懸念から円売りがすすんだ。(下=19日、東京のメイトン・トラディションで)  
(写真=ブルームバーグ)



策が出てきたので少し驚いている」と指摘。「まず投げるべきいくつかの直球があるのに、いきなりなぜ変化球を投げてきたのか。素朴な疑問がある。理解できない」などと述べ、塩川財務相らとは一線を隔し、慎重な

東京9月19日(ブルームバーグ): 「日銀が自らの資金と、一定のリスクテイクによって、銀行の株式保有に伴うリスクを軽減していく」。速水日銀が乾坤一擲(けんこんいってき)の一撃に打って出た。中央銀行としての則(のり)を大きく超えた株式の直接買い取り方針。世界を驚かせた日銀の賭けは、不良債権問題で迷走する日本経済に活を入れることができるだろうか。

日銀が今回、あえて通常の金融政策決定会合ではなく政策委員会で行った方針を打ち出したのは、「金融政策の場合は継続的、持続的に行うことを前提にしているが、本件については期間を限定し、当座の緊急措置として行う」(会見に出席した三谷隆博理事)というのが表向きの理由。しかし、そこに込められているのは、もはや金融政策では10年以上続く長期停滞を抜け出すことはできない、という悲鳴にも似た日銀のメッセージだ。

合理的な理由付けと手法に欠けるなか、従来型の量的緩和を強行すれば市場の信頼を失う可能性が大きか

った、というのが、今回思い切った措置に踏み切った最初の動機だろう。しかし、底流に流れていたのは、株安にもかかわらず、一見、平静を保っているかに見える金融システムへの不安感だ。

#### 捨て身の行動に出た日銀

大手行は2004年9月末までに保有株式をTIER1以下に抑えなければならぬが、保有株の処分は遅々として進んでおらず、銀行が保有株を売れば売ればほど株価が下がり、自らの首を締めてしまうというジレンマに陥っていた。

今回の措置は、日銀の財務の健全性への影響や、長期的に株式市場に与える影響など、強い批判も予想される。何より、これまで株式などリスク資産の購入を強く否定してきただけに、量的緩和に踏み切ったときと同様、過去の主張との整合性が問われることは言うまでもない。しかし、そうした矛盾を承知のうえで大きく則を越えたのは、政府に代わって実質的な“金融危機宣言”を行うことで、不良債権問題解決のテコにしようとする捨て身の行動だ。



#### 日銀が発表した声明

本日、日本銀行政策委員会は、金融政策決定会合終了後、通常会合を開催し、不良債権問題の克服と金融システムの安定に向けて、以下の方針で臨むことを合意した。わが国の不良債権問題は、バブル崩壊の後始末だけでなく、産業構造の転換・調整圧力の増大に伴い新たに発生する不良債権の処理という性格も加わりつつある。したがって、この問題の克服のためには、不良債権のより適切な把握のための工夫、早期処理の促進、企業・金融機関双方の収益力強化などを軸とした、総合的かつ粘り強い対応が必要である。

姿勢を示した。

総裁の記者会見に出席した三谷隆博理事は、日銀が買い取る価格は「時価がベースになる」と語った。同理事は銀行の保有株式が24-5兆円あり、このうちコアの自己資本であるTier1は17兆円に上ると指摘。ただ「Tier1を超えるものすべてを買い取りではない」と述べた。また株式買い取りは9月中旬期末を念頭に置いているわけではないと指摘した。

日銀は声明で具体策について、「所要の調整を含めできるだけ早期に成案を得るよう努めることとする」としている。

この間、金融機関保有株式の価格変動リスクが、金融機関経営の大きな不安定要因となっている。このリスクを軽減することは、金融システムの安定を確保するとともに、金融機関が不良債権問題の克服に着実に取り組める環境を整備するという観点からも、喫緊の課題である。こうした認識を踏まえ、日本銀行は、金融機関による保有株式削減努力をさらに促すための、新たな施策の導入を検討することとした。本件については、所要の調整を含めできるだけ早期に成案を得るよう努めることとする。

また、日本銀行としては、上記の新たな施策の検討と合わせて、不良債権問題についての基本的な考え方を改めて整理し、公表するとともに、今後とも、金融システムの安定に向けて、中央銀行として最大限の貢献を果たしていく方針である。

# 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。

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