



# 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

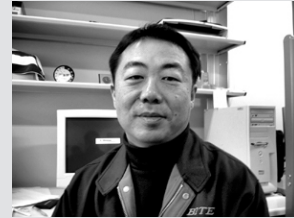
〒600-8815 京都市下京区中堂寺粟田町93  
京都リサーチパーク  
TEL:075-316-1000



機械金属加工の中  
小6社が設立した共  
同受注のグループ。設  
立にいたる経緯を探  
った。(3面)



開館から5年目を迎え  
る新風館。館長の渡辺敏幸  
さんにこれまでの軌跡と  
課題を聞いた。(8面)



プログラマーとして  
培ったノウハウを活か  
し、制御系のソフト開発  
を手がける企業を取材  
した。(2面)

西陣織の製作実演、ネクタイなど西陣織製品の直売を行っている西陣織会館(京都市上京区堀川今出川南入、室志成子館長)で近年、外国人観光客が急増していることが分かった。1998年に3万9千人だった外国人の年間入館者数が5年後の2003年には21万4千人と5倍以上に増加。特に台湾や中国、韓国などアジア近隣諸国からの観光客が大幅に増えているという。

## 西陣織会館の外国人観光客

# 5年で5倍に増加

西陣織会館を訪れる外国人観光客は1998年の3万9千人から2年後は12万6千人に。さらに翌年の2001年には15万8千人に達し、同年の国内から訪れる入館者数(15万2千人)を追い越した。

04年は、テレビドラマで新選組が取り上げられるなど“京都ブーム”にわいた。このため、国内からの観光客が盛り返し、同館の入館者数は国内が21万4千人、国外からが21万2千人と3年ぶりに数字が逆転した。しかし、依然として海外からの観光客が全体の入館者数を大きく押し上げる主因となっている。

外国人入館者の中でも多いのが中国人。会館の調べによると、今年の2月13日に訪れた中国人観光客は1235人。同日に訪れた全体の観光客数(2257人)の半分以上を占める。同日は、中国からのツアーバスは46台訪れ、駐車場にバスが収まりきらないほどの混雑ぶりだったという。会館職員は「旧正月の時期だったこともあるが、最近では中国人のツアー客が目に見えて

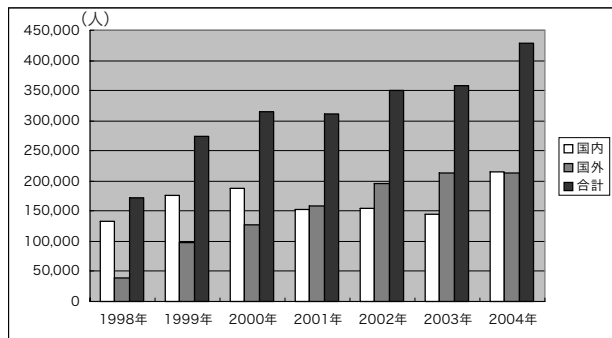
増えている」と話す。

中国では、2000年9月に北京市、上海市、広東省の3地域で団体旅行が解禁された。昨年9月には地域が拡大されたことも背景にあり、富裕層の家族連れが多く訪れる。JTB西日本営業本部広報課は「清水寺や金閣寺、平安神宮など有名な社寺の観光途中に立ち寄るケースが多い」と話している。

増加する海外からの観光客に対し、西陣織会館は2001年、中国語、英語、日本語の4カ国語のパンフレットを設置。また京都に在住する中国人留学生をアルバイトとして採用。3人の留学生が交代で受付業務や、売り場業務を行っているという。

西陣織会館の室志成子館長は「これまで、行政と連携して韓国や香港、中国各地を訪れ西陣織をPRしてきた。西陣はきものというイメージがあるが、西陣は織物を作っている。中国も独自の織物文化を持っているため、アジアからのお客さんに織の魅力を見出してもらえらると思う」と話している。

西陣織会館入館者数の推移



場古泊には西合屋す。は98陣かへる旅約年織多行ケ行21に会いく1代万約館と途理34を訪い中は店0万れう。に少0人る京とよ0たる都、とつ外立大にの人ちか都増が観寄らで加04光る名直し年客

## 視線

西陣織会館を訪れる外国人観光客が増えている。特にアジアからの観光客が多いそうだ。同館には一時期、修学旅行生が殺到し、周辺の道路が観光バスで埋め尽くされたときもあったという。今の修学旅行生は、携帯電話を片手にタクシーで京都を巡る。

今は増えているアジアからの外国人観光客も、いずれは個別行動で京都観光をするだろう。そうした構造変化にどれだけついていけるか。実は、今こそが正念場かもしれない。

※  
6社を合わせると従業員は175人、敷地面積は1万8500㎡、切削、板金、製缶の設備を豊富に備える――。

京都テクノロジーユニットが考える「6社連携」の全体図だ。1社ではできないことも3人寄せれば文殊の知恵。あえて代表者を置かない戦略だそうだが、いざというときのリーダーシップを誰が取るのかちょっとびり心配。

※  
国民健康保険料が値上がりする。対症療法はいたしかたないが、何より赤字を出さない運営をして欲しいものだ。

## 今週の1枚 おひなさんも花粉対策?



症すれ倍  
を。ると今年  
ネしこい年  
タかとうも  
にしと記花  
ク、思事粉  
シかいや症  
ゆまのの  
ミか。C人  
でか。Mに  
楽しい。と  
しに。ユっ  
くと。僕!は  
笑い平もス  
い画がな  
飛ば言を流  
ばつ描れ節  
してきなが  
くいなやつ  
ださもら症  
さい。状ま  
い。方なが  
。へがんと  
ッあたる。  
クリかん  
シマ鼻だ  
ヨせが!散  
ー。ム。す  
!。°スとる  
ンいム言花  
!。ツス粉  
それが  
のて去  
こく方  
とるもの  
花の何  
粉でら十

ト学81小  
ウ芸年川  
1術京  
ン学都  
マン都  
部生  
ワれ。お  
ンガわ  
コ。つ  
1ガ京  
ス学都  
在科精  
在科精  
力垂  
1大

## 大学職員を“経営幹部”に育成

立命館大学(京都市北区等持院)は23日、大学経営の専門家を育成する「大学行政研究・研修センター」を4月1日に設立すると発表した。実際にカリキュラムを組んで4月から講義を開始、「理論ではなく、実践的な教育訓練の場としては日本で初の機関」(同大学)として、3年後には大学院の設立を目指す。

同センターは、大学の経営・管理・運営を多角的に研究し、国際的に通用する大学幹部職員の養成を計画の柱にする。そのため、具体的な政策立案を行うためのトレーニングを行うなど、幹部職員を育成するプログラムを実施。大学の現場で生じるさまざまな課題を実践的に研究することで「大学行政」という新しい学問分野を切り拓くことを狙っている。

立命館大の川本八郎理事長がセンター長に就任し、3人の専任研究員と1人のアドバイザーを配置。4月開講のプログラムには、立命館の職員が18人、他大学から20人程度を見込んでおり、毎週金曜日の午後を使って3時

限の講義を行う。

また、シンポジウムやセミナー、研究会、ワークショップなど研究の成果を外部に発信。研究紀要や専門書などの編集、発刊も行うほか、職員同士の交流サロンとネットワーク機能の充実、「大学アドミニストレーター」(大学経営・大学行政のプロフェッショナル)を養成する大学院の設立準備など

の事業をてがける方針。

同大は、少子化で全国的に大学の経営状況が厳しくなる中、今後は経営の専門家が重要となると考えており、「学問的に考察する理論的な意味ではなく『大学職員』の研究組織として、実践的な教育訓練を行って職員幹部を養成するものとしては、日本では初の取り組みになる」と話している。

### 宛名ラベル貼付欄

包装簡素化のため、剥がせるエコシールを採用しています。

# 総合



## “制御系”の 開発技術を活かす

FILE172 バイツ

### 《アントレプレナー》

齊藤雅也氏: 1960年埼玉県生まれ。大学卒業後、大手電器メーカーの系列会社で生産ライン向けのプログラム開発を手がける。85年、プログラマーとして独立。個人事業としてプログラムの経験を積んだ後、2000年5月にバイツを設立。

### 《スタートアップ》

「年を取るにつれ、思考が硬直化してくる。個人で仕事をしてきたが、これまで培ってきた技術、ノウハウを逆に若い人に伝えたいと思った」というのが会社設立のきっかけ。社名の由来は趣味である釣りから、魚が食いつきヒットするときに使われる用語で、「大当たり」の勢いをイメージしたという。

### 《ビジネスモデル》

ウェブアプリケーションの開発やデータベースの設計・構築も行うが、中心になるのは企業向け制御系ソフトの開発。これまで電器会社から血圧計やフォトプリンター、業務用カメラなど、製鉄会社から繊維プラントで無人搬送するシステムなどのソフト開発を手がけてきた。「FA(ファクトリーオートメーション)にまつわるソフト開発が全体の80%を占めている」と話すように工場工程の管理ソフトの開発がメイ

ンになっている。

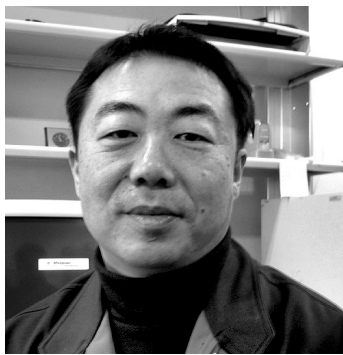
### 《アドバンテージ》

プログラマーとして長年培ってきたノウハウがある。「小さな会社だから、作って納品するだけではいけない。その後の付き合いも含めて、アフターケアを大切にすることは信頼関係をつくる上で最も重要。個人で一から始めたことで、サポートに関しては自負がある」。調査、分析から基本設計、プログラム作成、運用サポートにいたるまで、情報システムに必要なすべての業務を受託するという。

### 《ビジョン》

スタッフは1年生から10年を超えるベテランのプログラマーで構成するが、「個人ですべての業務をこなさなければならなかった経験から、社会人のマナーや常識はもちろん、伝えられるものはたくさんある。人を育てていくことが、会社を育てることにつながると思う」。オフィスの壁にはレーシングマシンが掛かっているが、それは2人の息子さんが、レーシングカートに熱中しており、自らマシンを整備して試合に挑んでいるもの。「自然体で生きる事が大切」というモットーから、オフィスにも自然と「遊び心」が入った生活感が漂っている。

### 《ハードル》



齊藤雅也・バイツ代表取締役社長

「スタッフはみな技術者なので、営業力をどう強化するかが今後の課題になる。また、例えば治安の悪化が叫ばれて久しいが、今子どもがどこにいるのか居場所をすぐ確認できるGPSの制御装置のような、社会のために何か貢献できるような新しい取り組みを考えていきたい」。

### 《トピックス》

「環境問題について微力ながら関わっていきたい。二酸化炭素を削減する京都議定書が発効したが、ソフト開発であっても、仕事を効率化させるということは同時に無駄を省くことであり、何らかの形で環境に貢献できるはず」として、IT産業の発展と地球環境のコミュニケーションをつなぐ役割をもった業務を検討中という。

### 《企業データ》

・住所 600-8813  
京都市下京区中堂寺栗田町93番地  
京都リサーチパーク6号館202号  
・電話 075-315-9021  
・FAX 075-315-8926  
・URL <http://www.bites.co.jp>  
・E-mail [info@bites.co.jp](mailto:info@bites.co.jp)  
・スタッフ数 8名

## 市、国保料を値上げ

### 4月から年間平均1900円

自営業者らが加入する国民健康保険について、京都市は2005年度から保険料を2.63%値上げすることを決めた。一人当たり平均の年間保険料は現行から1900円高くなり、年額7万5615円となる。

市によれば、医療費の増加や三位一体改革による補助金の減額などを背景に、2005年度の国保収支は単年度で約16億円の赤字が見込まれる。このため市の一般会計からの繰入金も過去最高の154億円(前年度比8億円増)とし、保険料の値上げと合わせて収支の均衡を図るといふ。

また、中間所得者層(年収200万円~450万円前後)の負担を見直すため、現行の保険料算定方法を変更。総所得金額から33万円の基礎控除額を

差し引いた額に保険料をかける方式で、住民税の非課税所得者にも一部、納付が拡大する。経過措置として、非課税者で新たに所得割保険料を負担する世帯には2年間の減免措置(30%)が取られる。

2月定例会に提案された新年度の国保特別会計予算案は、総額1267億円で、前年度比68億円の増加。このうち介護保険分などを除いた一般医療支出は910億円になる。

京都市の国民健康保険被保険者数は現在約50万7000人。保険料の改定は4年ぶり。

また、40~64歳の国保加入者(2号被保険者)が支払う介護保険料は、国の通知を受け、1人平均の保険料が年額で2万836円(9.01%)上がる。

## 同志社大教授 新川氏が SCCJ 代表理事に

特定非営利活動法人の日本サステイナブル・コミュニティ・センター(=SCCJ、京都市中京区小川通六角下ル)は18日、高木治夫代表理事が理事になり、同志社大大学院教授の新川達郎副代表理事が代表理事に就任する新たな運営体制を決めた。「みあこネット」の実証実験サービスを3月末で終え、4月以降に無線LANの支援事業に切り替えることから「社会的起業を生み出すというSCCJの役割を明確化

するため、新たな運営体制を決めた(事務局)としている。

今回の新運営体制では、「みあこネット」の実証実験サービスを「みあこネット普及支援事業」に移行。地域で自立的に無線LANサービスを行う運営母体向けに「みあこネット」で培ったノウハウなどを提供する。同事業の責任者には、京大大学術情報メディアセンターネットワーク研究部門教授の岡部寿男氏が就任した。

## 週刊京都経済

1997年12月1日創刊  
編集発行人 築地達郎

購読料  
月極1,900円(税別)  
年間一括21,000円(税別)

### 株式会社京都経済新聞社

〒600-8815  
京都市下京区中堂寺栗田町  
京都リサーチパーク  
TEL 075-316-1000  
FAX 075-315-8935  
info@kyoto-keizai.co.jp  
<http://www.kyoto-keizai.co.jp/>

### 一言投稿も歓迎

現在、投稿を募集しています。テーマの制限、受付の期限はありません。匿名希望の投稿や、他者を誹謗中傷したり公序良俗に反する内容の投稿はお断りします。原稿量は800~1600字程度。一言投稿も歓迎します。必ず電子メールで、表題に【投稿】と明記し、[toukou@kyoto-keizai.co.jp](mailto:toukou@kyoto-keizai.co.jp)までお寄せ下さい。なお、本紙以外に、本紙が発行する電子媒体などへも転載される可能性があることをあらかじめご了承下さい。

## 投稿募集



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

京都経済新聞社 600-8815京都市下京区中堂寺栗田町 京都リサーチパーク TEL075-316-1000

## インターローカル ジャーナル

Ein Brief aus Deutschland

これからは技術やデザインなど付加価値の高い部分で勝負すべきだ、そんなことがよくいわれる。今月ニュルンベルグで行われた玩具見本市で京都のある会社がデザイン力を前面に欧州市場に臨んだ。

京都市下京区に本社を置くボークスは1972年に創業。当初はプラモデルを取り扱っていたが、その後、柔軟に商品を広げた。5年前からは高級人形「スーパードルフィー」の製造販売を開始。今回の見本市でもこの人形の販路を広げるために出展した。今年で3回目だという。

国内ではすでに30代の女性を中心にスーパードルフィーの熱心なファンがいる。端正な表情が特徴で、衣装などを自分で選ぶことができる。作家による一点もの人形とは異なった楽しみかたができるのがユニークな点だ。

企画を担当している横田敬之さんによると、ネットを通じて国外からも問い合わせがあるが、人形の实物を見ることができないために、購入にまでは至らないことが多いという。そのために、欧州でのパートナーを探すのが、見本市出展の大きな目的だ。

ところが、「欧州にはすでに古くから人形文化がある。これがなかなかむつかしい」と(同氏)。スーパードルフィーを欧州の伝統の中にどう位置

## メイド・イン・ジャパンの 付加価値



ニュルンベルグのメッセ会場に並んだ人形「スーパードルフィー」。

づければよいのか模索を続けているのが現状だ。そのためパートナー探しをする一方、見本市の会場をまわって人形文化の研究にも余念がない。

同社の人形の商品開発は約10人のクリエイターによって行われている。造形やメイクなど分業して、日々顔を突き合わせるなかで生まれてくるのが同社の人形だ。それゆえ「日本のデザインだ」(横田さん)という自負がある。

そんな中、見本市の日程も終わろうとするころ、ドイツのコミックの出版社から問い合わせがあった。確かに同社の人形は日本のアニメの主人

公がそのまま飛び出てきたような雰囲気がある。出展を通じてブースを訪ねる人々も半分は装飾人形としてみるが、半分はアニメの立体化した人形といったような見方をするという。昨今、欧州ではMANGAブームだが、同社の人形もMANGAがもつ造形スタイルとどぶつて見えるのかもしれない。横田さんにとっては予期せぬ分野からの話で「お互いのドアをノックしただけの段階」と慎重だが、「日本のデザイン」の人形がどういう形で欧州市場に入っていくかというひとつの選択肢が現れたかたちだ。(ドイツ在住ジャーナリスト/高松平蔵)

# News & Analysis

京都府内で機械金属加工を手がける中小企業の6社が、共同受注を受けることを目的にした交流グループを立ち上げた。名前は「京都テクノロジーユニット」。緩やかな連携を保ちながら、特別な事務所を設けず、受注案件があると必要な技術やノウハウを持つ会社へ紹介し合う仕組みになっている。いかにしてお互いの信頼をつかんだのか。設立の経緯を調べた。

## ■きずな深まる

「ユニット」を構成するメンバーは、東憲彦さん(京都府久世郡久御山町、セイワ工業専務)、河原宏二(京都市南区、河原鉄工専務)、江森正和さん(京都府城陽市、城陽富士工業専務)、木村俊彦さん(京都府長岡京市、木村製作所生産技術部長)、吉岡恵さん(京都市南区、大栄製作所営業部長)、加納伸一さん(京都府久世郡久御山町、新和製作所専務)の6人。

いずれも「2代目」となる若手経営者ばかりで、平均年齢は35歳。機械金属工業の経営者の交流機構である機青連(京都機械金属中小企業青年連絡会)を通して、親交を深めた。

さらに結束を強める契機になったのは2002年11月、京都の中小企業を支援する財団法人京都産業21(京都市下京区中堂寺)が開いた学習会「生き残り企業経営を考える研究会」に参加したことだった。6人が参加し、1年間半、月2回3時間のペースで企業倫理やチームワーク、販売・営業の考え方などを学んだ。

「2代目というものは、技術はあっても、経営するという観念が希薄なことが多い。例えば決算書の見方や税務、労務の対応ということはわかっていない。みんな、そういう所からの



「京都テクノロジーユニット」のひとり、城陽富士工業の工場、奥が新和製作所加工で納品前の洗浄装置を作っているところ。手前が同社の江森正和専務。奥が新和製作所の加納伸一専務。江森専務と加納専務が、そんな横の連携がある」と話している。

## 京都テクノロジーユニット 信頼が生む“ゆるやか連携”

スタートだった」とサンワ工業の東専務は話す。

時代は不景気のどん底。学習会は「活き活きしながら生き残れ」をテーマに、自分で考え、積極的に発言を重ねるスタイルを重視。学習会が終わってからも、「近くのファミリーレストランに場所を移し、日付が変わるまで話し込むことがしばしばだった」という。

## ■6社で大企業

6社は、板金加工や製缶加工、マシニング加工、旋盤加工などそれぞれ得意分野となる「コア技術」を持っている。勉強会を通じて意気投合し、お互いの状況がわかるにつれ、自社に発注があっても「製作図面を見ると、自分ではなくて周りのどの会社でまかなえるかがぼっと浮かぶ」(河原鉄工、河原

宏二専務)ようになった。そしてそれをつなぎあわせた場合、量の多い製品の注文や大・小の形状や加工の違い、納期までの期間を含め、それぞれの注文に応じていずれかの会社が対応できる人的ネットワークを形成されることとなった。6社合同で考えた場合、総年商は31億、総従業員数175人、敷地面積は1万8500㎡に達し、切削設備、板金・製缶設

備を豊富に備えた“大企業”になる。「ただし、それはゆるやかに連携する『ユニット』なわけでは、共通の窓口や事務所を設ける形ではなく、お互いの会社を理解して受注を振りわけになる」(木村製作所、木村部長)と、信頼関係があるから責任を共有できる“連帯責任”の意識が浸透していることを協調する。

信頼の土台は「機青連」にあるとし、「先輩」として企業のネットワークで試作品の受注を行う「試作ネット」の影響も大きかったという。

## ■会社全体で交流を

立ち上げ後の課題もある。「例えば、受注のキャパシティが追いついて行かなくなった場合はどうすればいいのか。お互いが10%、20%の生産効率を上げていこうという話もよくする」(東専務)。外注をするグループを形成したほうがいいのか、工場を拡大すればいいのか、さまざまな可能性を探るため、今も6人で毎月必ず情報交換をする場を設けている。

また「経営者が交流するだけではなく、社員全体が交流する流れを作ることが重要」と口をそろえる。2月に京都国際会館(京都市左京区)で開かれた「京都ビジネスパートナー交流会」では、「社員同士が食事しながら『事務連合でも作るのか』という話まで出た」という。

機青連合のスローガンは「育とう」「育てよう」「育ち合おう」。ものづくりに携わるそれぞれが、技術についての向上だけではなく、互いに刺激を与え合いながら、人として経営者として成長をすることを目指したものだ。

「これに『育て合おう』も加えたい」と東専務。「近く東京へ営業に出向くことも視野に入れている」と強気に将来のビジョンを見据えている。



### 第2部 それぞれのスタート (8) 老舗—新しい香り

## 既成概念からの脱却

松栄堂社長の畑正高は、25年ほど前に訪米したときのことをよく憶えている。お腹が空いたとファーストフード店に入り、英語でホットドッグを注文した。店員が注文を聞き返す。自分の発音が悪かったか、と思いながらメニューボードを見上げた。

すると、「HOT DOG」とあるはずのところに「NOT DOG」とある。ボードの字をはめ込み間違えたのだろうか、店員の言うままに注文してみる。出てきたのは、ソーセージの代わりに豆腐をパンに乗せたドッグ。畑が入ったのはベジタリアンの店だった。

「そのとき、自分がいかに既成概念で物事を見ているかを痛感した」と畑は振り返る。

松栄堂は1705年(宝永2年)、畑六左衛門守吉が創業したお

香の老舗。畑正高は12代目になる。烏丸通に面した本店に入ると、カウンターの向こう側に、京都を代表する寺院の「御用達」と書かれた看板が十数枚並ぶ。

お香は、仏教の伝来とともに伝わったとされる。日本書紀には595年、淡路島にひと抱えほどある大きな木が漂着したという記述がある。地元民がこの木をかまどで薪と一緒に燃やしたところ、煙が薫り、不思議なものとして朝廷に献上したという。

以来、仏前で邪気を払うものとして使われたほか、平安時代には衣服に香を焚(た)き込めて使った。室町時代には芸道としての香道が確立する。現在、一般的に目にする線香の形になったのは江戸時代になってからだ。

お香の伝統と歴史を継承しつつ、その既成概念を乗り越えてみたい。畑がそう考え始めたのは、20年ほど前のことだった。当時、お香は「斜陽産業だった」(畑)。畑は大学時代にも友人から「本気で家に戻って家業を継ぐのか」と問い質されたこともあった。

「松栄堂の香、と言えばみんな『ああ』とどんなものか分かってしまう。人々の既成概念の中でしか相撲を取ることができない。だからこそ、松栄堂は伝統を受け継ぎ、正統な香を担っている。一方、僕だって現代人として現代の生活を楽している側面があるわけです。先入観や既成概念を取り払ったところで、香りを楽しむ形を探ってみたい」(同)。

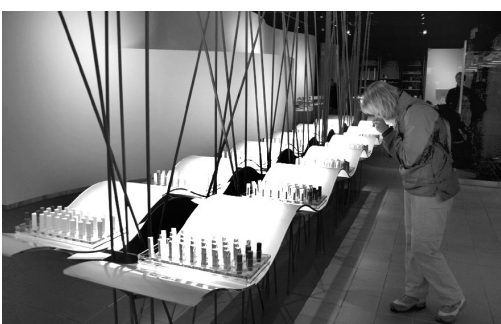
本店のある烏丸通沿いに、いくつか新業態の店を出す物件を

探す。紆余曲折を経ながら1989年、松栄堂は新しく「リスン事業部」を立ち上げ、京都市北区の北山通沿いに新業態の店「lison(リスン)」をオープンした。「lison」で扱うのは、お香ではなくインセンス(incense)。最初に店に置いたのは、朝、昼、晩とそれぞれのシーンで使ってもらえる商品だった。

畑は社員に「香」と「インセンス」の使い分けを厳格に求める。「香はあくまで香。インセンスとは違う。言葉を混同すると、新しい言葉は創れない。言葉は可能性を狭めることがある。逆に言葉を創ることで、香りの使い方可能性を広げたい」(同)。

松栄堂は2002年、東京・青山に「lison」の第2号店を開く。北山店も大幅に増床した。若い女性やカップル連れの客を取り込んだ。その「lison」北山店は、1月31日に閉店した。店を引き継いだのは、四條烏丸の「COCON 烏丸」にある新店舗だった。

畑は「COCON 烏丸」のビルの第一印象を「天井の高さを気に入った」と話す。通りに面した場所ではなく、奥まった場所に出店したいと考えた。店が建物の顔となって、スタッフが必要以上に気負うのを心配したからだ。「北山には次の10年が見えなかった。四條烏丸には数十年先を見据えた次の10年が見えた。それが四條烏丸へ店を移した最大の理由です」。(敬称略)



「香さるCOCON」の「COCON」は「COCON」ではなく「COCON」。「COCON」は「COCON」ではなく「COCON」。「COCON」は「COCON」ではなく「COCON」。

# オピニオン



第51回

政治学の特異な分野に政治思想史がある。文学部的な臭いが強く、他の分野とは肌合いを異にする人が集まっている。大学院では、俗世間を嫌う学生の溜まり場の観を呈ししやすい。難解な議論をいとわない分野だが、時には内容空虚なこともあり、調査重視の分野をやっていた私は、敬遠していた。

だが、多くの問題は少し掘り下げていくと、思想の問題にぶつかるから、教師になってからその方の勉強も始めた。周囲にたまたま門下生が多かったこともあり、勝田吉太郎・京大教授の著作を読むようになった。

内容空疎を難解な文章で隠すような悪態とは無縁であった。また、単なる思想解説ではなく、政治思想がもつ現実的な意味までも書き込んであり、生きた思想史となっていた。

ロシア政治思想史の専門家として一般向けに著した『革命の神話』『革新の幻想——社会主義を問う直す』

(ともに講談社)では、社会主義批判に鋭い分析力を見せた。より一般的なテーマでは、本格的著作に『現代社会と自由の運命』(木鐸社)があり、同書から私は実に多くを教わった。

ただ、一冊に絞るとすれば、『民主主義の幻想』を薦めたい。日本経済新聞社から1980年に出て、後に増補版が日本教文社から出ている。同氏の著書は書名が毒々しいくらいだが、本書もそれで損をしていそうだが、内容は優れた政治思想史の概説だ。

アリストテレスにふれた箇所では、古代ギリシアの若者が「兵役を無事修了したあと、やっと正式の市民を迎え入れられ」た挿話を紹介し、古代にあっては「恥ずかしからぬ市民として振る舞うことは、まことにつらい義務であった」ことを説く。また、「戦争と平和」の章では、ソ連指導者にとって、戦争は「暴力をもってする闘争形態」であり、「平和とは暴力を用いない闘争形態」であったことを、しかと書き留めている。

今日、改めて全体を読み返すと、例など、さすがに古くなっている印象は否定できない。願わくば十年來の学長職から解放された著者に、もう一度手を入れてもらい、同書を本格的に復活させてもらいたいものである。

## 勝田吉太郎の生きた政治思想史

## 座標軸

ニッポン放送に対する放送免許は、即刻仮停止すべきなのではないか。

放送局に対する外資規制の意味は重い。戦争やクーデターの際に、攻める側が真っ先に占拠を目指すのは国会でも大統領官邸でもなく放送局だといわれる。だからこそ、放送法は外資による放送局支配を否定している。

ライブドアは確かに日本の法人だ。しかし、今回の買収資金はリーマン・ブラザーズから借りたものと明らかになっている。これを外資と呼ぶはずなんと呼ぶのだから。

ニッポン放送はすでに外資になったとみるべきだ。法律の条文解釈をあれこれ議論するよりも、法の精神に基づいた迅速な対応力が必要なのではないか。

◆  
それにしても、電波という公共財を、なぜ株式会社という私企業に委ねる仕組みになっているのだから。

実はその背景には、憲法の基本理念「言論の自由」を支えるべき法人法制の不備があった。

言論の自由を守るためには、報道機関が政府から独立した組織である必要がある。だから、放送の場合は電波を使う権利を独立放送局に免許する、という仕組みになった。

ところが、独立した組織を法人として設立するにあたって、実質的な制度は「株式会社」しかなかった。

「社団法人」や「財団法人」は政府の監視が強すぎて報道機関には向かない。法務局への登記だけで設立でき、かつ一定の規模を確保できるのは株式会社だけだった。

不幸にも放送局の運営には莫大な資金が必要だ。その資金を調達するため、大手放送局はほとんど株式公開する。そして株価を上げるために、視聴率競争、そして徹底したエンターテインメント路線に突入していった。

◆  
ごく最近になって、NPO法人(特定非営利活動法人)の制度が整えられた。

それを利用した最初の非営利放送局、京都コミュニティ放送(京都三条ラジオカフェ、有本嘉兵衛理事長)に放送免許が与えられたのは2年前。絵画のギャラリーのように、番組を放送したい人が放送時間を買って自由に放送するという仕組みを編み出した。

これは、NHKに対する受信料支払い拒否問題の対極にある動きでもある。だが大勢は、資本の論理を追求する営利企業が放送免許をカタに市場から資金調達し、経営を維持しているというのが放送業界の実態だろう。

◆  
その末路が、今回のような仁義なき買収合戦である。

◆  
放送局は誰のものか——ライブドアの堀江貴文氏は、この本質的な問題の答えを求める議論の扉を開けた。

ただし、彼にとって望ましい答えが出るとは限らない。(編集長・築地達郎)



中島純一  
~コミュニタス~  
(第44回)  
Communication

最近の情報公開の流れは、医療現場まで広がってきている。またネットを使って、処方薬の成分や効果などの情報も簡単に入手できるようになった。

拔牙をすることになった知人の話から、最近の情報公開の様子を垣間見る機会があった。通いつけの歯医者さんから、拔牙のアドバイスをされたとのこと。神経もぎりぎりまで

## モニターに映る歯

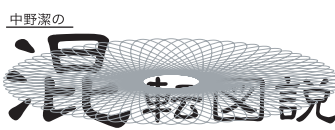
取らず、歯もできるかぎり抜かないことで知られている評判のよい歯科医師である。まずレントゲンを撮り、それから歯を削って中を見た段階で、思いもかけないものを見せられる。それは、ファイバー型の超小型カメラである。これを使って自身の歯の中の状態をモニターで見られる。先生の説明では、問題の歯の中が割れているとのこと。確かにモニターに映し出された歯は縦に深く裂け目が見えて、これではもたないかと知人は実感したそうだ。

情報機器の進化によって、今まで

は専門家しか見ることができなかった正確な情報もリアルタイムで確認できるようになった。ここまで見ると、拔牙も致し方ないと患者側が本心に納得できるわけである。

◆  
専門的な説明や言葉だけでは、理解できないこともままある。インフォームド・コンセントと言うと何かむずかしい意味合いのような感じを受けるが、正確な情報を客観的に提示するのもわかりやすい情報開示だろう。

◆  
皆さんの行きつけの歯医者さんにも、ここまで親切に情報を開示してくれますか?



中野源の  
混転図説  
(第30回)

前回、ポストペイ(記名式後払い)型カードによるサービスと、プリペイド(無記名式先払い)型によるサービスが混在するスポーツとキャンプの公園があるとき、片方のタイプのカードをすでに持っている利用者は、自分のカードで受けられないサービスを受けるために、別のタイプのカードを新規に作ることは思わないだろうと述べた。今回は、サービス提供型の論理として、それぞれの支払い方法をなぜ採用しているかについて想定例で考察しよう。

図のように、この公園内で、駐車場、テニスコート、野球場などを、自治体と私企業との合弁の第三セクター、A社が運営していると仮定する。食材店とレストランは、全国ブランドの食品サービス企業、B社が運営していると仮定する。店舗の類は、まったくの私営企業による営業の方が効率よく、また、全国ブランドだと食材の仕入れなどでスケールメリットが生かせること

## プリペイド型カードとポストペイ型カード(2)

施設種類	運営組織の例	記名式のポストペイ型カードシステムの導入メリット	無記名式のプリペイド型カードシステムの導入メリット
スポーツとキャンプの施設種類	自治体と私企業との合弁の第三セクター・A社によると仮定	●日本では、自治体関連の組織の信用度が高い ●キャッシュ・チャージ機への大きな投資を避けることができる ●キャッシュを扱う機械がなければ、オペレーターを雇わなくて済む	●無記名式のプリペイド型カード・システムの導入メリット
駐車場、テニスコート、野球場、パークビュー	自治体と私企業との合弁の第三セクター・A社によると仮定	●日本では、自治体関連の組織の信用度が高い ●キャッシュ・チャージ機への大きな投資を避けることができる ●キャッシュを扱う機械がなければ、オペレーターを雇わなくて済む	●無記名式のプリペイド型カード・システムの導入メリット
食材店、レストラン	全国ブランドの食品サービス企業・B社によると仮定	●私企業によって、識別されたくない利用者にとって、無記名のプリペイド型カード・システムが利用できるのは、うれしい ●店舗やレストランには、従業員が常駐するので、キャッシュ・チャージ機を監視者なしで放置せず済む	●無記名式のプリペイド型カード・システムの導入メリット

は、理解していただけると思う。

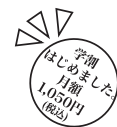
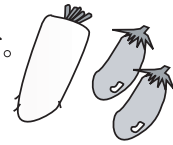
A社の守備範囲では、記名式ポストペイ型のクレジットカードが向いている。コートや野球場ごとにオペレーターを常駐させては割りに合わない。プリペイド式にすると無人の場所にキャッシュを扱うチャージ機を置かざるを得なくなる。機械を頑丈にすると、大きなコストが掛かる。クレジットカードチェック機の場合、壊されても野球場が無償で使わ

れる程度で済む。

B社の守備範囲内では、無記名式プリペイド型カードが向く。利用者は私企業に氏名などを把握されずに済む。支払いシステムがどうであろうと、店には従業員が常駐する。カードへのキャッシュのチャージ機が、無人で放置されることはない。カード内のマネーが使い切れなくても、B社のように全国に店舗があれば、払い戻すのは難しくない。

## 生産者の顔が見える京野菜のような

わたしたちはそんな新聞作りを目指しています。



購読のお申し込みは、電話・FAX・Email  
又は  
弊社ホームページよりどうぞ

Journalism  
株式会社京都経済新聞社  
〒600-8815  
京都市下京区中堂寺栗田町  
京都リサーチパーク  
TEL 075-316-1000  
FAX 075-315-8935  
info@kyoto-keizai.co.jp  
http://www.kyoto-keizai.co.jp/

アジアと世界

上海・杭州リニアに  
まもなく結論

ドイツのフォルカー・シュタンツェル駐中国大使は21日、上海と浙江省の杭州を結ぶリニアモーターカー計画について、中国側が建設をするかどうかの結論をまもなく示す可能性が高いとの見方を示した。

同氏は、上海・杭州間のリニアモーターカーは2010年に上海で開催される万国博覧会までに完成する予定となっており、そのためにはすぐにも決断を下す必要があるとし、「手遅れになるまで放置することはできないはず」と語った。(\*)

中国のインターネット検索最大手の新浪(シナ・コープ)は23日、中国のオンラインゲーム運営会社、盛大互動娯楽(シャンダ・インタラクティブ・エンタテインメント)による買収案を阻止するため、既存株主に新株を市場価格より割安に提供する対抗策を導入したと発表した。

新浪がウェブサイトに掲載した資料

によれば、盛大が新浪の株式0.5%を新たに取得した場合、既存株主は保有株1株につき新株150ドル(約1万5700円)相当を市場価格の半分で取得する権利を持つことになる。

上海の資産家、陳天橋氏が経営権を持つ盛大は18日に米証券取引委員会(SEC)に提出した資料で、新浪の株式19.5%を取得し、今後は同社の経営権

取得に向けて動く可能性があることを明らかにした。

中国のハイテク市場調査会社BDAチャイナのアナリスト、チャン・ドンミン氏は電話インタビューで、「新浪は明らかにこれを敵対的買収提案と見ている。新浪は身売りする必要はない。新浪の顧客層は広く、ブランド力も強力で、盛大のブランド力より力強

い」と述べた。新浪と盛大はともに上海が拠点。両社とも米ナスダック・ナショナル・マーケットに上場しており、米国法の規制対象となる。

一方、香港の電子・医療関連製品メーカー、四通控股(ストーン・グループ・ホールディングス)は、投資利益を確定するため、保有する新浪の株式250万株を市場で売却する予定を明らかにした。(\*)

中国でも買収合戦が加熱

海外企業による  
中国企業買収もブーム

携帯情報端末(PDA)「パーム」用ソフトウェアメーカー、米パームソースは2004年12月に、携帯電話用プログラムを開発する中国企業チャイナ・モバイルソフトを買収した。

パームソースのような小型の案件(2200万ドル=約23億円)から、日用品メーカー最大手、米プロクター・アンド・ギャンブルによる合併事業の100%子会社化のような大規模(18億ドル)案件まで、海外企業による中国企業へのM&A(企業の合併・買収)投資は2004年、前年比3倍強に増え、過去最高の165億ドルとなった。

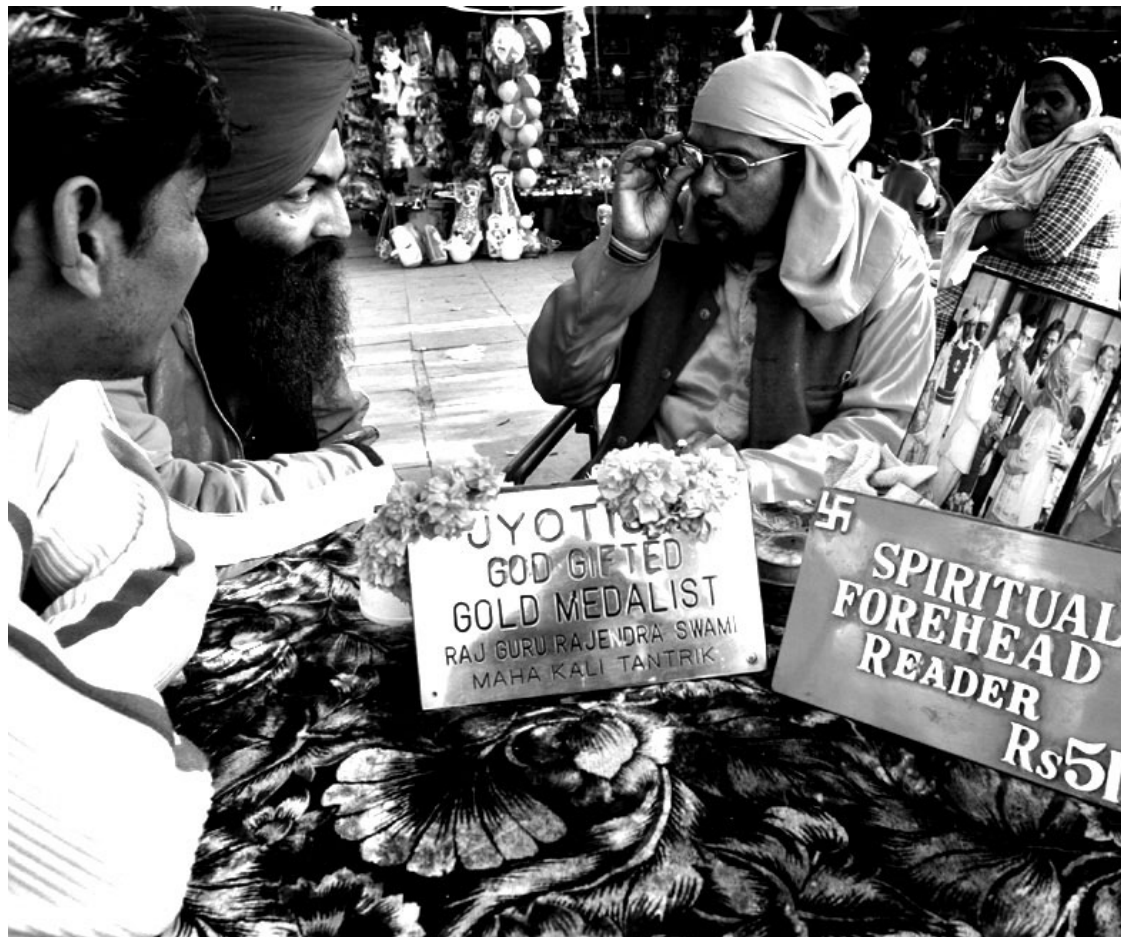
独立系調査会社の米ストラズハイム・グローバル・アドバイザーズのドンナルド・ストラズハイム社長は「中国は向こう10年の間、全世界でも過去に例を見ないようなM&Aブームを迎えるだろう」と述べた。さらに、「この傾向は小規模な企

業にも及ぶだろう」との見方を示した。

投資に値する企業数が限られることや、業種によっては外国企業の出資比率に制限があることなどの問題を指摘する声もあるが、ストラズハイム社長は外国企業による中国企業への投資は向こう5年で計490億ドルに上り、2010年には1億2700万ドルに達すると予想している。

ブルームバーグ・データによると、昨年の中国企業関連M&Aで、売り手側の業務ではスイスのUBSが128億2000万ドルを手掛けた首位。2位は北京に拠点を置く中国国際金融(CICC)、米JPモルガン・チェースが3位だった。

買い手については、米ゴールドマン・サックス・グループが60億ドル相当を手掛けて首位。ロンドンとパリに拠点を置くロスチャイルド・グループが2位だった。(\*)



インドの税金事情

インドの子ダグバラム財務大臣は財政建て直しの為に10%の税金を各商店に課す方針を打ち出した。ニューデリー郊外にある寺院の門前で占い師をしているラジェンドラミ師(写真右)は同じシーク教徒の男性を占っている。インドでは占いが非常に盛んだが、占いの店にも税金をかけ、呪いがなければいいのだが……。(2005年2月22日、インドニューデリー=Bloomberg)

Asia Briefing

韓国1月の経常黒字、  
過去3番目の高水準

韓国銀行が25日発表した1月の経常収支は38億7000万ドルの黒字と、前年同月の23億4000万ドルの黒字から拡大した。輸出増加を背景に、黒字額は過去3番目の高水準を記録した。昨年12月は20億ドルの黒字だった。

黒字拡大はウォン相場の上昇につながり、韓国企業の輸出競争力を低下させる可能性がある。ウォンは今週、対ドルで約7年ぶりの高値に上昇している。

1月の貿易収支は44億9000万ドルの黒字で、前年同月の29億9000万ドルの黒字を上回った。サービス部門の貿易収支は8億7470万ドルの赤字と、赤字額は前年同月の7億7490万ドルから拡大した。(\*)

韓国1月失業率、  
3.6%に上昇

韓国統計庁が22日発表した1月の失業率(季節調整済み)は3.6%と、3年ぶりの高水準に並んだ。減税や歳出増加が雇用拡大につながっていないことが示された。

1月の失業率は、12月改定値(3.5%、速報値は3.6%)に比べ0.1ポイント上昇し、昨年7、8月に記録した2001年8月以来の高水準に並んだ。失業者数も90万4000人と、昨年12月の85万5000人を上回った。

盧武鉉(ノムヒョン)政権は、輸出の伸びが鈍化するなか、国内の雇用創出を促すため、歳出拡大に取り組んでいる。今年の目標は40万人分の雇用創出。(\*)

韓国ウォン、7年ぶり  
1000ウォンの大台突破

外国為替市場では韓国ウォンが急伸し、1997年11月以来7年ぶりに1ドル=1000ウォンの大台を突破した。韓国銀行が外貨準備をドル以外の資産に分散投資する計画が22日に伝わったのを受け、ほかのアジア地域の中銀も追随するとの観測が高まった。

ただ、同中銀が23日の声明で、既存の外貨準備からドルを売却したり、外貨準備の内訳を変更したりする計画はないと発表したことから、ウォンはその後伸び悩んだ。

HSBCホールディングス(香港)の通貨ストラテジスト、リチャード・イェツェンガ氏は、「アジア諸国の中央銀行も投資先分散のため、他通貨を検討し始めているようだ」と指摘し、

「韓国ウォンは対ドルで上昇を続けるだろう」と予想する。(\*)

2004年度の中国経  
常黒字は600億ドル

中国人民銀行(中央銀行)が24日発表した2004年の中国経常黒字額は600億ドル(約6兆3000億円)と、前年から250億ドル増加した。輸出増と海外資本流入を反映する結果となった。

人民銀のウェブサイトによれば、2004年の資本収支の黒字額は1120億ドルと、前年から600億ドルの増加と。対外債務は18.1%増加し2286億ドルとなった。短期の対外債務は273億ドル増の1043億ドル。短期債務が全体の対外債務全体に占める割合は45.6%と、前年から5.8ポイント上昇した。(\*)

中国不良債権比率が  
4.93%に低下

中国民生銀行など中国の株式制商業銀行11行の昨年の不良債権比率が合計で4.93%と、前年に比べ2.68ポイント低下したことが、中国銀行監督管理委員会(銀監会)の発表で19日までに分かった。

それによると、昨年末現在の不良債権は計1424億元(約1兆8000億円)と、前年に比べ約500億元減少した。銀行ごとの統計は不明。(\*)

「ファイナル・ファンタジー」の  
坂口氏を米MSが採用

パソコンソフト最大手の米マイクロソフトは25日、家庭用ゲーム機「Xbox」の次世代版ソフトの開発で、ソニーのゲーム機「プレイステーション(PS)」用人気ソフト「ファイナル・ファンタジー」の作者、坂口博信氏(42)を同社に迎えたことを明らかにした。

坂口氏は、Xbox専用のロール・プレイング・ゲーム2本の制作に当たる。ロール・プレイング・ゲームは、プレイヤーがゲームの主人公の役割を演じ、ストーリーを展開させるもの。

マイクロソフトは、日本で最初に投入したXboxが不振だったため、魅力あるソフトの開発を必要としている。市場調査会社エンターブレインによれば、9月26日までの半年間のXboxの日本での出荷数は9279台だった一方、ソニーの「プレイステーション

2(PS2)」は94万6065台だった。

米市場調査会社ディレクションズ・オン・マイクロソフトのアナリスト、マット・ロフ氏は、「日本に関して言えば、マイクロソフトは教訓を学んでいる。市場が望むゲームを制作しなければならない」と述べた。マイクロソフトのワールドワイド・マーケティング・パブリッシング部門幹部のピーター・ムーア氏は、日本のゲーム・プレイヤーの人気の高いロール・プレイング・ゲームが同社には欠如していた点に言及し、当社は日本での「問題を突き止めたと思う」と述べた。

「ファイナル・ファンタジー」は1987年12月の発売以来、6000万本以上販売されている。このソフトはスクウェア・エニックスが制作したもので、坂口氏は2001年2月まで同社の副社長を務めていた。(\*)

米マイクロソフト  
和解の兆候なし

ソフトウェア最大手の米マイクロソフトは、同社の基本ソフト(OS)「ウィンドウズ」の販売方法を競争法違反とした欧州委員会と和解しそうにはない。同問題を担当する欧州第一審裁判所のヒューバート・リーガル判事が17日、ルクセンブルクでインタビューに

応じ、明らかにした。

リーガル判事は、EUがこの件を取り下げるあるいはマイクロソフトが上訴を断念する「兆候は全く得ていない」と述べた。その上で、審問を10月か11月と、今年の年末までには開始したい意向も示した。同判事は「なるべく短期間で始めたいと試みるが、それは両者次第による」と述べた。(\*)  
文末に(\*)がある記事はBloomberg

# 京都企業

## ガラス繊維で中国進出

日本電気硝子(滋賀県大津市、井筒雄三社長)は22日、中国でガラス繊維事業を開始すると発表した。すでに中国に設立した合弁会社に工場を新設。2006年半ばをめどにガラス繊維の生産を開始する予定。

同社が工場を新設するのは、住友商事と合弁で設立した福建電気硝子有限公司(中国福建省福州市)。およそ40億円を投じ、4500㎡の建物を新たに建設し、生産設備を整える。工場が稼働すれば、年間約3万トンのガラス繊維を生産できる。フル稼働後は年間約40億円の売り上げになる見通し。

同社はこれまで、滋賀県の能登川事業場とマレーシアにある子会社で合

せて年間13万トンのガラス繊維を生産している。今年から来年に向け、プラスチックメーカーが相次いで中国で生産を開始する。このことを受け同社は、ガラス繊維を中国で生産することを決めたという。

同社が生産するガラス繊維は、強化プラスチックに用いられる。用途に応じて数ミリ単位の一の長さで切断したもので、表面にコーティングが施されている。強化プラスチックは主に、自動車を軽量化するためラジエーター部分などに使われる。同社は「中国で自動車需要が伸びているため、将来的にガラス繊維の需要も伸びると見ている」と話している。

## 伊高級下着を独占販売

ワコール(京都市南区吉祥院、塚本能交社長)は21日、伊藤忠商事(大阪市中央区、小林栄三社長)と共同で高級ランジェリーブランドを展開するグループ・ラ・ペルラ社(イタリア)と、同社ブランド製品の日本での独占輸入販売契約を結んだと発表した。

ワコールと伊藤忠商事が契約したのは、グループ・ラ・ペルラ社が欧州で展開する高級ランジェリーブランドの「ラ・ペルラ(LA PERLA)」。伊藤忠商事が独占輸入権を、ワコールが独占販売権を取得した。今年7月にも全国の百貨店や専門店、直営店での販売を開始する予定。初年度10億円の売り上げを目指す。

## たんしん Brief Notes

### デジタル向けネジ好調

工業用ネジメーカーの日東精工(京都府綾部市、由良龍文社長)は18日、2004年12月決算を公表した。売上高は312億1700万円で前期比15.1%増、営業利益は25億3000万円で同比106.6%増、経常利益は23億5000万円で同比164.5% (いずれも連結)だった。

家電製品や情報通信機器の好調を受け、デジタル機器向けを中心に工業用ファスナーが順調に推移。デジタルカメラ向けに十字穴のつぶれを防止する製品などを投入したため、ファスナー事業の売り上げは214億5300万円

(前期比10.5%増)となった。また、産機事業では、ネジ締めロボットなどの新製品を投入し堅調に推移した。

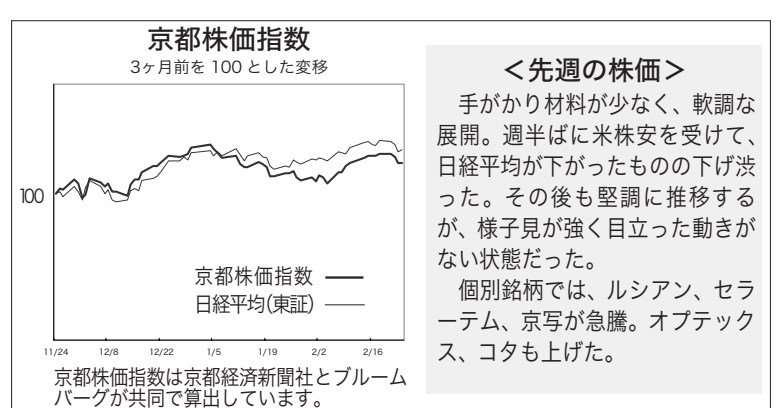
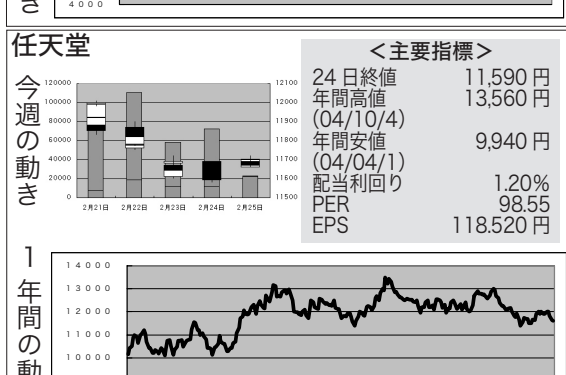
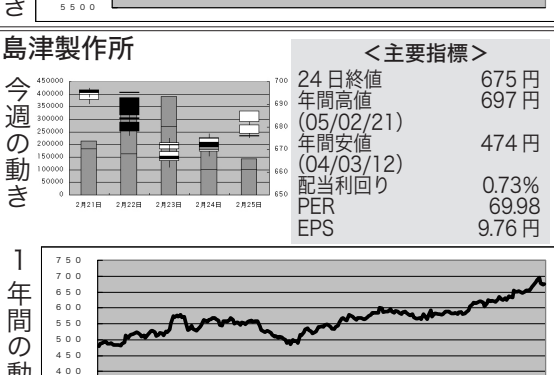
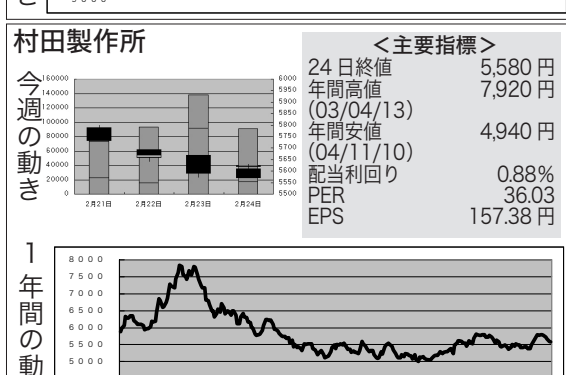
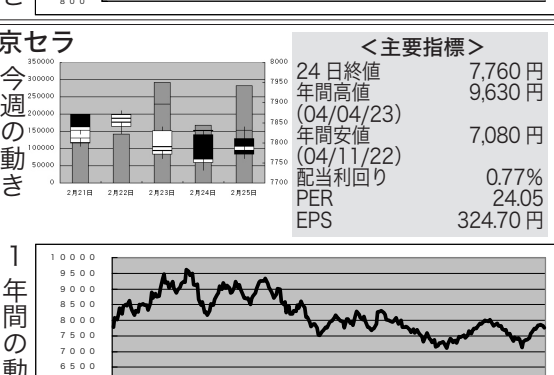
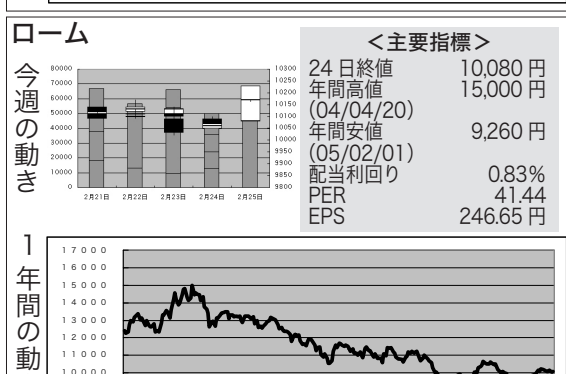
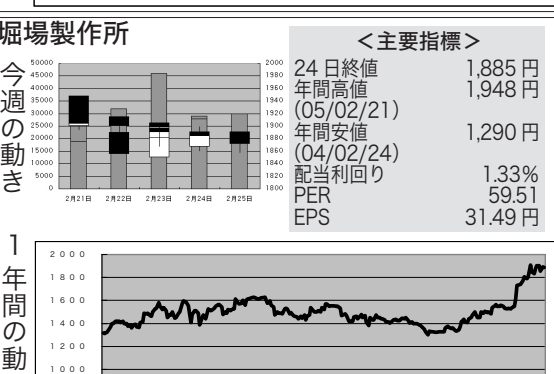
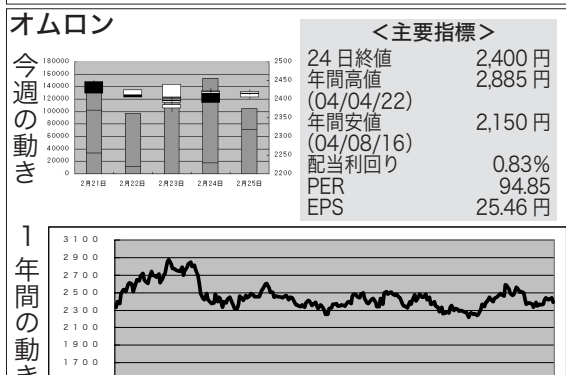
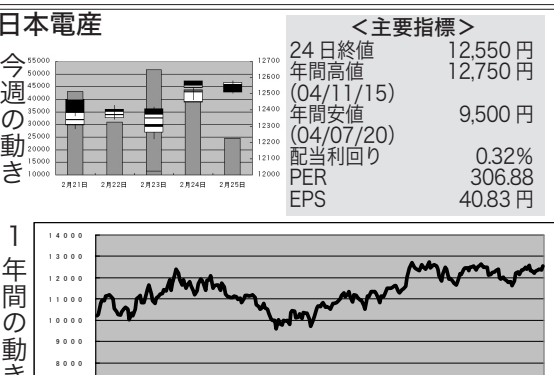
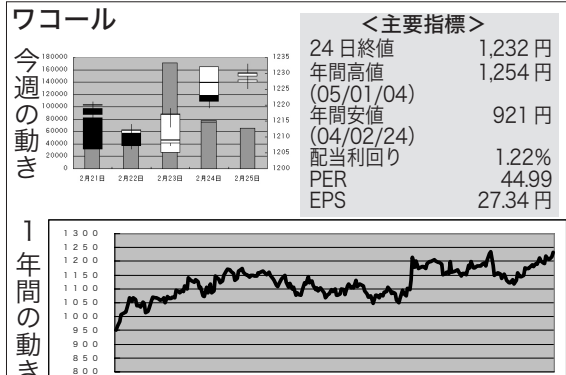
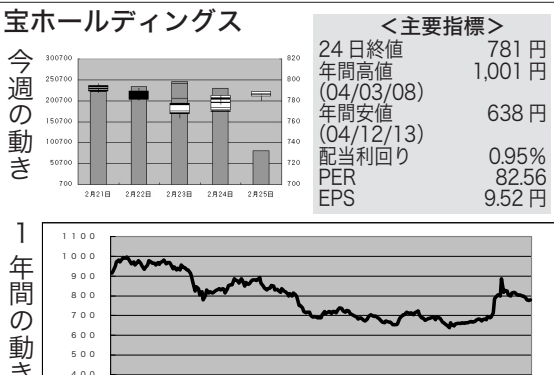
### 外国人団体客が増加

京都ホテル(中京区河原町通二条南入、島津忠之社長)は23日、2004年12月決算を公表した。売上高は101億2300万円で、営業利益は7億8300万円、経常利益は5億5100万円(いずれも連結)だった。

宿泊部門では、インターネット販売が増加。国内客の利用が前年を下回ったものの、特に外国人団体客が伸びた。京都ホテルオークラの稼働率は前期比で2.6ポイント増加した。ハウスイデイングの影響で宴会部門が前期を下回ったものの、京都ホテルオークラではレストラン部門では料理・飲料とともに惣菜の売り上げが伸びた。

### 《京都主要株価》

PERは株価収益率(株価をEPSで除したもの)、EPSは一株当たりの利益額個別企業の「今週の動き」、表上の灰色部分は一日の取引量をあらわす。また黒と白の部分は日足(始値、高値、安値、終値のレンジ)を示している。



### 京都株式動き 2月25日(前場)

銘柄番号	銘柄名	終値	高値	安値	売買高	前週終値	前週比	騰落率
1790	平和興	570	574	565	21,000	534	36	6.74%
1897	金下建	700	700	700	6,000	700	0	0.00%
2531	宝HD	789	789	780	202,000	798	-9	-1.13%
3002	川電	483	484	480	394,000	479	4	0.84%
3009	川島織	165	168	165	433,000	157	8	5.10%
3521	エコナック	53	54	52	290,000	53	0	0.00%
3551	ダイナック	392	395	390	30,000	397	-5	-1.26%
3570	オリカ	362	365	358	87,000	377	-15	-3.98%
3591	ワコール	1,230	1,233	1,225	115,000	1,220	10	0.82%
3600	フジックス	650	650	635	6,000	615	35	5.69%
4406	日理化	259	259	257	4,000	262	-3	-1.15%
4461	三工業	350	355	346	1,076,000	344	6	1.74%
4471	三洋化	789	792	788	112,000	793	-4	-0.50%
4516	日新業	963	1,000	960	506,000	876	87	9.93%
4671	ファルコ	1,250	1,260	1,250	7,500	1,241	9	0.73%
4696	フタバ	2,195	2,230	2,185	61,600	2,180	15	0.69%
4728	トーセイ	1,470	1,470	1,470	100	1,523	-53	-3.48%
4735	京進	721	729	719	1,800	715	6	0.84%
4862	互応化学	879	879	879	1,000	825	54	6.55%
5928	アルメクス	398	400	396	4,000	374	24	6.42%
5955	ヤマシナ	25	25	25	394,000	25	-1	-3.85%
5957	日東精	305	305	301	64,000	311	-6	-1.93%
5966	KTC	339	339	339	1,000	355	-16	-4.51%
5985	サンコー	626	630	626	27,000	615	11	1.79%
6315	TOWA	803	808	803	20,300	803	0	0.00%
6482	コーシン	1,833	1,836	1,821	21,400	1,774	59	3.33%
6594	日電産	12,510	12,580	12,500	54,200	12,310	200	1.62%
6641	日新電	338	340	336	228,000	332	6	1.81%
6645	オムロン	2,420	2,425	2,420	224,200	2,440	-20	-0.82%
6748	星和電	651	652	645	16,000	670	-19	-2.84%
6833	電産リド	1,300	1,300	1,300	200	1,272	28	2.20%
6856	堀場製	1,871	1,890	1,857	58,000	1,905	-34	-1.78%
6674	GSエア	222	222	220	533,000	218	4	1.83%
6963	ローム	10,230	10,230	10,080	108,800	10,080	150	1.49%
6971	京セラ	7,790	7,840	7,760	500,200	7,840	-50	-0.64%
6981	村田製	5,670	5,690	5,630	204,500	5,780	-110	-1.90%
6996	ニチコン	1,340	1,340	1,332	58,100	1,323	17	1.28%
7105	ニチユ	382	382	376	10,000	386	-4	-1.04%
7510	竹菱電機	920	920	920	1,000	920	0	0.00%
7701	島津津	687	687	675	308,000	688	-1	-0.15%
7735	スクリン	680	682	666	1,765,000	647	33	5.10%
7915	日写印	1,530	1,544	1,519	43,000	1,568	-38	-2.42%
7919	野崎紙	220	220	220	5,000	212	8	3.77%
7974	野天堂	11,660	11,720	11,660	64,800	12,000	-330	-2.75%
7979	松風	1,051	1,070	1,051	2,000	1,050	1	0.10%
8027	ルシアン	205	210	192	381,000	163	42	25.77%
8115	ムーンバット	158	158	155	48,000	156	2	1.28%
8118	キング	340	342	340	8,000	337	3	0.89%
8148	上原成	635	639	635	4,000	616	19	3.08%
8244	京都近鉄	181	181	179	18,000	188	-7	-3.72%
8248	ニッセン	1,414	1,434	1,412	108,100	1,422	-8	-0.56%
8276	平和堂	1,475	1,479	1,468	18,000	1,509	-34	-2.25%
8366	滋賀銀	656	656	640	105,000	626	30	4.79%
8369	京都銀	847	847	843	114,000	858	-11	-1.28%
8515	アイフル	11,710	11,750	11,680	67,900	11,650	60	0.52%
8552	びわこ銀	181	181	181	48,000	183	-2	-1.09%
8577	ロボロ	896	907	886	189,000	900	-4	-0.44%
9049	京福電	147	148	147	8,000	148	-1	-0.68%
9319	中央倉	1,210	1,210	1,210	1,000	1,210	0	0.00%
9723	京都ホ	365	366	363	3,000	385	-20	-5.19%
9826	JEUZIA	190	190	190	1,000	190	0	0.00%
9936	王将フ	1,320	1,320	1,314	3,000	1,342	-22	-1.64%
1788	三東工	300	300	300	2,000	298	2	0.67%
2658	ウライ	469	475	465	30,000	475	-6	-1.26%
3607	クラティア	1,800	1,800	1,790	300	1,890	-90	-4.76%
4295	フェイス	276,000	281,000	276,000	851	286,000	-10,000	-3.50%
4798	日本LCA	517	524	516	15,600	520	-3	-0.58%
5820	三ツ星	374	374	374	3,000	390	-16	-4.10%
6387	サムコン	1,910	1,910	1,875	3,900	1,910	0	0.00%
6414	川重冷熱	419	419	418	4,000	382	37	9.69%
6654	不二電機	900	907	895	2,600	890	10	1.12%
6837	京電	444	446	444	2,000	399	45	11.28%
6914	オプテックス	2,585	2,595	2,570	42,500	2,430	155	6.38%
8462	FVC	188,000	190,000	186,000	29	179,000	9,000	5.03%
4330	セラテーム	173,000	174,000	170,000	601	152,000	21,000	13.82%
4923	コタ	880	890	880	3,000	840	40	4.76%
6677	エスケーレ	304,000	305,000	301,000	32	310,000	-6,000	-1.94%
6467	ニチダイ	669	669	662	500	665	-4	0.60%
6669	シーシーエス	1,010,000	1,020,000	999,000	71	1,000,000	10,000	1.00%

※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。

# ビジネス・戦略

呉服の製造卸を手がける三善工芸(京都市中京区西洞院姉小路、小林重夫社長)はこのほど、システム開発を手がけるフェムト(京都市右京区西院、梅谷康子社長)と共同できもの生産管理システムを開発した。このシステムは、工程管理から販売、顧客管理までを1人でも行えるようにするもの。三善工芸は同社が開発するショップにシステムを採用し、フェムトはきもの業界向けシステム開発を行う方針としている。

## きもの作り、1人で工程管理も

両社が開発したのは、きもの工程管理、原価管理、小売商品管理、顧客管理、商品の画像管理などを一括して行うことができるシステム。京都商工会議所の京都・ビジネスモデル推進センターがマッチングを行い、昨年年末から2社で開発を進めていた。

きもの生産では、作るきものによって異なるものの、15~16ほどの工程がある。この工程管理のほか、原価管理、商品管理などで膨大な事務作業が発生している。三善工芸は昨年夏頃から、オリジナルきものや帯を消費者に直接販売するビジネスモデルの開発に着手。工程管理などの手間を簡略化することが課題になっていた。

同社は25日、オーダーメイドきもの専門ショップ「善」を開発。京都市中京区西洞院姉小路にある自社ビル2階のワンフロアを活用した。同ショップは予約制で、色

や生地の見本を見せながら客の要望に合う手描き友禅のきものを製造・販売する。従来の製造卸のほか、ショップでも新たに開発したシステムを活用する。

ショップで扱うきものは、龍神雷神や昇り竜などワンポイントで手描き友禅柄を配したもの。主に男モノのきものを中心に品揃えを拡充。モード系の

きものとしてブランド化する方針。卸問屋や小売店などの流通経路を経ないため、既存小売店に比べ、価格はおよそ2分の1程度になるといふ。

一方、フェムトは、今回開発したシステムをベースにきもの業界向けにシステムを開発する。各社のニーズに合わせたシステムにカスタマイズした上でシステム構築を進める方針。



### フェイス社長平澤氏が講演

京都商工会議所の京都・ビジネスモデル推進センター(京都市中京区烏丸御池南東角、坂口俊一センター長)は22日、基調講演にコンテンツ配信技術を手がけるフェイス(京都市中京区烏丸通御池下ル)社長の平澤創氏(=写真左)を招いて、第6回ビジネスモデル交流会を開催した。交流会には、起業を目指す学生のほかベンチャー経営者らおよそ30人が参加した。

交流会では平澤氏が「私の創業」と題して自らの創業の経緯と、フェイスの業容が拡大してきた軌跡を講演。「創業時からやっていることは変わらない。コンテンツをインターネットや携帯電話などの通信インフラを使って配信してきた。顧客のところへは届け話を持っていくから事業を拡大できた。これからは、高付加価値のビジネスが必要になる」と話した。

### X線画像をデジタル化

島津製作所(京都市中京区西ノ京、服部重彦社長)は23日、X線画像診断用のアームテーブルを発売した。このアームテーブルは、X線画像を直接デジタル画像に変換し、全身の検査から治療までを行えるようにするもの。直接変換する方式ため、超高精細な画像を得ることができるという。初年度国内だけで30台の販売を

目指す。新製品は、直接変換方式FPDと呼ばれる画像処理方式を採用した。X線で得られた画像をデジタル画像化する際、変換プロセスを最小限にした。変換過程で起こる信号の劣化やノイズの混入を抑えることができる。動画も超高精細で得られるため、X線で投資しながらカテーテル(医療用の細管)を挿入したり、内視鏡を使った治療を行うこともできる。価格は1台2億5000万円。

### 雨に濡れないポストを発売

住宅向けに門扉やフェンスなど鋳物エクステリア製品の製造を手がける傳來工房(京都市南区吉祥院、橋本和良社長)は1日、同社が展開するエクステリアブランドで新製品を発売する。発売するのは、住宅用の埋め込み型ポスト。投入口を手前に引いて、郵便物などを投函するタイプで、月に200個の販売を目指す。

新製品は、エクステリアブランドの「Dea's Garden(ディーズガーデン)」から発売するデザインパネル方式の住宅用埋め込みポスト。3タイプにそれぞれ3色を用意し、全9種類として1日に販売を開始する。価格は税別6万2000円に設定した。

このポストは、投入口を手前に引いて郵便物などを投函するため、雨の場合、投入口に付いた水滴が郵便物などを濡らすのを防ぐことができる。また、形状も壁の幅に合わせたことから、裏側の張り出し部分がなくなる。同社は、デザインを重視するエクステリア専門店や造園業者などに限ってこの商品を販売する方針。

## 無線ネット、数百台同時接続可能に

村田製作所などエレクトロニクス企業10社は、数100台の無線機器を同時接続できる次世代世界標準規格である「ジグビー」(ZigBee)を国内で普及させるための促進団体を設立することになった。

設立準備会議への参加企業は、村田製作所のほか、沖電気工業、三菱電機、ソフトウェアベンチャーのOTSL(名古屋市)、新光電気工業、ノルウェーの半導体ベンチャー日本法人のチップコンASジャパン、米モトローラ系のリースケール・セミコンダクタ・ジャパン、日本電気エンジニアリング、山武、日立・三菱系の半導体メーカーであるルネサステクノロジーの計10社。すでにNPO法人の設立を申請しており、理事長には三菱電機の担当者が就任する。

今後、普及のための共同マーケティングや、法令や規則を整備するための調査研究事業などを行う。

ジグビーは数多くの機器をつなぐこ

とができるのが大きな特徴で、ビルや工場のオートメーションや家庭内機器のリモコンなどへの応用が期待されている。2004年末に世界標準として業界内で合意された。

データ送信速度は遅いが、一つのネットワークに255台までの通信機器を同時に接続できる。このため、家庭内のAV機器、家事用の電気機器、照明器具などを通信回線で結んで活用するといった使い方が考えられている。現在使われている「ブルートゥース」(Bluetooth)規格の場合は7台までしか同時接続できない。

消費電力が少ないことも特徴。試作例では、アルカリ乾電池(単3電池2本)で約2年間の駆動が可能なおもちゃもあるという。

今後、新たな標準規格が登場してくる可能性もあり、工場や家庭の無線ネットワーク化に拍車がかかりそうだ。

## News Digest

2月21日

◆**ファルコバイオ、記念配当**  
ファルコバイオシステムは、2005年9月期中間配当で普通配当8円に2円を加えることを決定した。昨年10月に東証第2部へ上場したのを記念して実施するもの。同社は、記念配当とは別に期末配当にでも、従来予想より2円の増配を予定している。

◆**「お米とお酒の学校」を開催**  
宝酒造は、4月から10月までの半年間、「お米とお酒の学校」を開催すると発表した。100名の親子を公募し、米づくりから日本酒ができるまでを体験してもらう催し。

◆**アイフル、長野の消費者金融を完全子会社化**  
アイフルは、21日付けで長野の中堅消費者金融会社ティーシーエム(TCM)を完全子会社化した。TCMは、会社更生法の適用を受けて経営再建中。従業員は70名でアイフルの支援により早期再建を目指す。

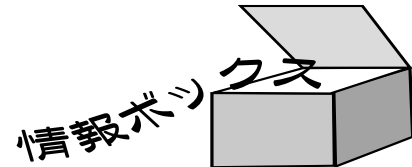
◆**日本LCA、子会社を異動**  
日本エル・シー・エーは、連結子会

社エル・シー・エー・リコンストラクションの所有株全てを20日付けで同社経営陣、及び従業員に譲渡した。エル・シー・エー・リコンストラクションは、従業員56名。建設設計技術の開発、コンサルティング業務を行っている。建設業界の業績悪化を背景に、同社の業績不振が続いているため、MBO方式で譲渡したとしている。

2月22日

◆**ワコール、アウトレットショップオープン**  
ワコールは、アウトレットショップ「WACOAL FACTORY STORE」をりんくうプレミアム・アウトレット(大阪府泉佐野市)に25日オープンした。同社は今後、「アウトレットモールへ数店舗展開を行う予定」としている。

◆**日本電産トーソク、業績予想を修正**  
日本電産トーソクは、2005年3月期業績予想を下方修正した。今年2月1日の第3四半期業績の発表時「変更はしない」としていたものに、わずか20日余りで修正を加えたことになる。同社は、「2,3月の大幅回復を見込んだが、期待した増収に繋がらなかった」などとしている。



■**第3回個人情報漏えい対策セミナー**  
《日時》3月10日(木)15:00~17:00  
《主催》京都商工会議所  
《内容》山本匡氏を講師に招き、「今、企業がなすべき個人情報保護法対策」という表題で講演を行う。「個人情報保護法について」「企業における個人情報保護及びプライバシー保護上のリスクと問題点」「企業として取り組むべき具体的な個人情報漏えい対策」の4点を解説する。  
《場所》京都商工会議所 3F講堂

《定員》150名(先着順)  
《参加費》会員無料、一般3,000円  
《申し込み》下記URLまたは、会社名・所属・氏名・電話番号・FAX番号を記入の上、FAX、E-Mailにて申し込み。  
<http://www.kyo.or.jp/kyoto/cgi-bin/frame.cgi?kyoto/cgi-bin/seminar.cgi>  
《問い合わせ》中小企業経営相談センター  
TEL: 075-212-6463 FAX: 075-256-974  
E-Mail: soudan@kyo.or.jp

■**独立! 創業! 「創業スタートアップセミナー」STEP2**  
《日時》2005年3月15日(火)18:30~21:00  
《主催》大阪産業創造館

《内容》「将来的に創業したい」「創業したいが今の考えでよくわからない」人のための創業初歩段階セミナー。池田朋之氏を招き「創業、これだけは知っておこう」という表題で講演を行う。マーケティング要素考慮したプランニングなどの解説を行う。  
《場所》大阪産業創造館6F会議室AB  
《定員》80名(先着順) 《参加費》1,000円  
《申し込み》下記URLより申し込み。  
[http://www.sansokan.jp/events/eve\\_detail.php?H\\_A\\_NO=04534](http://www.sansokan.jp/events/eve_detail.php?H_A_NO=04534)  
《問い合わせ》大阪産業創造館イベント・セミナー事務局  
TEL: 06-6264-9911 FAX: 06-6264-9899  
E-Mail: ope@b-platz.ne.jp

■**SOHO型創業塾IT活用の基礎知識**  
《日時》3月16日(水)18:00~20:00  
《主催》滋賀県産業支援プラザ  
《内容》宮川浩二氏を招き「IT活用の基礎知識」という表題で講演を行う。パソコン、インターネット等の活用についての戦略的活用法を解説する。  
《場所》草津SOHOビジネスオフィス内会議室  
《定員》15名(先着順)  
《参加費》無料  
《申し込み》下記URLより申し込み。  
[http://www.shigaplaza.or.jp/event/2004\\_09\\_22/](http://www.shigaplaza.or.jp/event/2004_09_22/)  
《問い合わせ》草津SOHOビジネスオフィス  
TEL: 077-566-8121

# THE KYOTO ECO.

2001年の開館から5年目に入る複合商業施設の新風館(烏丸姉小路下ル)がまもなく、1000万人目の来館者を迎えるという。同館は、周辺の飲食店と相まって三条通に人の流れを作った要所の1つ。最近の人の流れは、三条通から烏丸通を下がり、四条烏丸へ向かう。新風館は開館当初から、周辺のまちづくりに意識した運営を続けてきたという。館長の渡辺敏幸さんにこれまでの軌跡と5年目の課題を聞いた。(聞き手は井上朋一)

## Off Beat Kyoto 自然流

開館から5年目を迎える新風館館長の渡辺敏幸さん

### 「一番近くの人に 分かってもらう」

■新風館が5年目に入りますね。3月中旬から4月中旬の期間に、来館者が1000万人に達する見込みということですか。

「新風館のような複合商業施設が5年続くこと自体が驚きだと思いますよね。商業施設はどうしてもビジネスに走りがちなんですが、街との関係を考えて必ずしもビジネスに直結しない面が多い。街にどういう役割を果たすのか、その役割をどう生み出し続けるのかを考える必要がある」。

■そもそも、新風館が開館する前後で、地元住民の方とはどのように話を進めてきたんですか。

「ここはもともと、NTTの電話交換局だった。NTTグループ内の開発会社のもとで再利用の計画を進めていたんです。私自身は、開発計画の最初から直接関わったわけではなかったんですが、当時の担当者からは地元の景観を守ろうという組織と密にコミュニケーションをとったと聞いています」。

「だから、私が館長に就任することになって、その組織の責任者の方たちにお会いするときは、私たちのことを率直に受け入れて頂いた。そのときには、私も率直に自分自身の思いをお話しました。今でも、いろいろ相談しに行ったりしますよ」。

■開館当初からどのような運営方針を考えてきたんですか。

「新風館は姉小路通りが烏丸通にぶつかる角地に建っている。烏丸通はメインストリートです。つまり、新風館が姉小路通の入り口に建つから、通りの顔になるわけです。姉小路通は、老舗が立ち並び、落ち着いた雰囲気を通

り。開館当初から、その中で新風館がどのように街の顔になるのか、というのが大きな課題になってきた」。

「やっぱり何より大事にしたい、と考えたのは顔の見える関係です。先ほども言ったように、まちづくりを考えると商業施設はビジネスに直結しないことが多い。ただ、自分だけが利するような運営も違うと思う」。

「こういうことだと思うんです。新風館ができて、池に石を落とすように波紋が広がる。波紋は決して落とした所より遠くから広がって来るわけではありませぬ。必ず石を落とした所から一番近くから遠くへ広がる」。

「新風館も立地する場所の一番近くの人々に理解されないとダメなんじゃないかということです。一番近くの人によく理解され、愛されることで、遠くにいる人にも愛されるようになる。だから、一番近くの人とのコミュニケーションを大事にするわけです」。

「開館当初に取り組んだのは、灯ろうを姉小路通に置くというイベントです。老舗の看板なんかがいい雰囲気でも照らし出されるんですよ」。

■新風館自体が1000万人に達するまで集客力を持ったのはなぜでしょう。そのためにこの4年間、どんなことに取り組んできましたか。

「先ほどの石と波紋の例えでいうと、最初に石を投じて石が池に沈んでし

まえば、もう次の波紋はできません。だから、最初の波紋ができた後、今度は湧き水が湧き出てくるような波紋を作るんです。池の底から常に湧き出す水は常に池の表面に波紋を作り続けます。そういう姿を目指した」。

「新風館の場合、湧き水を作り出すことは街にとっての館自体の役割ということ。それを実現するための取り組みを行ってきた。そのためには、自分たちだけでやるんじゃなくてみんなで一緒にやっただけじゃいいわけです」。

「その1つが、自転車タクシーのペロタクシーでもある。彼らがここに拠点を置いてくれることで、街と館が一体になっていく。そういう取り組みを続けることが本当のブランドになるんだと思います。生まれた場所でその人々に愛されて、他の人にも『いいよね』と言ってもらえる」。

「開館以来ずっと来館者にアンケートを書いてもらってるんです。これまで延べで4万件の回答を寄せてもらいました。それを見ていると、大体6割から7割ほどの人がリピーターなんです。つまり、京都の人ですよ。内容を見ても、来る人にこんないい思いしてもらえるのは幸せだと思う」。

■5年目に新風館から湧き出るのはどんな取り組みですか。

「最近取り組んでいるのが、テナントの飲食店が出す生ゴミを館の中で循環させられないかということ。生ゴミを堆肥化して、農地に還す。その農地でできた野菜をまたこの飲食店で使う。そんな循環を考えている」。

「生ゴミと言っても、堆肥化するのにはずいぶん時間がかかるそうなんです。従来の生ゴミ処理機なんかだと、割り箸や骨などが機械につまってしまうこともある。2003年秋ごろから、ある会社と一緒に何でも堆肥化できる処理機の開発に取り組み、館で実際に使っている。今年5月までには館で出す生ゴミを20%削減したい」。

「新風館って屋根がないじゃないですか。雨が降ったら濡れる。だからこそ、季節感を大事にしたいと思うんです。生活感と季節感が連動するから、誰にでも肌感覚でここでの思い出を残してもらえと思う」。

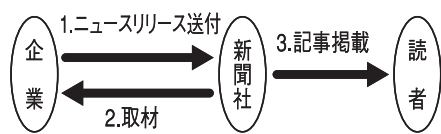


わたなべとしゆき  
1960年1月京都市生まれ。82年に大阪経済大学経営学部を卒業後、電電公社(現NTT)に入社。主に総務畑を歩いた。97年からNTT京都支店で勤務、営業職を担当する。2000年10月にNTT都市開発に移り、2001年1月に新風館館長に就任。趣味は学生時代から始めたというビリヤードと競技スキーという。

「くらし」と『いのち』のInnovation」は休載します。

#### 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)
- 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?