

Independent Intelligent Interactive Inter-local
journalism

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栗田町93

京都リサーチパーク

TEL:075-316-1000



海外挙式のカップルが
30万組を突破。ワタベ
ウェディング渡部社長に
事業戦略を聞く。

(8面)



介護やアート、産学連
携に起業支援。各分野で
活躍する京都の6人を
紹介する。

(4-5面)



日本のポップカル
チャーが世界をリード
する——。3人に2004
年の展望を聞いた。

(7面)

時代が「答え」を求めている。個人から企業、国家まで、今までの常識が通用しなくなった。新しい枠組みを模索し続けてもどこかピッタリ来ない。そう感じる人々が、京都にその答えを求め始めている。それに対して京都には十分な回答があるのか。深い経験の上に新しい発想を重ねて突破口を開こうとしているさまざまな動きを追った。

発想と行動で 突破口開く

京都
の
答
え

■アートは皆が支える

「配当12%」。低金利に苦しむ国内の投資家から見るとよだれが出そうな高利回りの金融商品が、小劇場から誕生した。

中京区三条御幸町角の「1928ビル」で小劇場を運営する「アートコンプレックス1928」の呼びかけで昨年夏に登場した「キュビキュビファンド」。映像とパフォーマンスを行なうアートグループ「Kyupi Kyupi(キュビキュビ)」の活動を支援するために、エンゼル証券(大阪市)と組んで一口2万円で200万円を公募した。

損益分岐点となる観客動員数をおよそ2000人に設定。20日間の21公演で2000人以上の観客動員があれば、



1928ビルで開かれたKyupi Kyupiの公演配当が出る仕組みを取った。

年末に締めてみたら、一割を超える高配当になった。

大学の街・京都——。というと大規模な総合大学の動きに注目が集まりがちだが、このところ活性化著しいのはむしろ芸術系大学だ。舞台芸術をメインテーマに据えて次々と新機軸を打ち出す京都造形芸術大や、マンガ学科で一世を風靡する京都精華大をはじめ、各大学が知恵を絞る。

それに呼応する形で、京都の芸術系大学には全国から優秀な学生が続々と集まる。「有名国立大なんかよりよっぽど優秀だ」ある芸術系大学の非常勤講師は本拠の総合大学と比較してこう語る。

ところが、芸術系大学の弱みは卒業後の進路。学生たちは「自分で食べよう」と意に介さないが、「独り立ちできるようになる30歳までに、いかに経済的基盤をつくるか」が、古くて新しい課題だ。

古くは王族貴族、戦前までは事業に成功したオーナー経営者が芸術家のスポンサーになった。しかし、所得の平等化が進んだ今、彼らを支えることができる大金持ちは少ない。

そこで着目したのが、肩の厚い観客層だ。彼らに入场券を買ってもらうだけなく、ファンも買ってもらおう、小原さんはこう考えた。

「金額的には小さいが、大きな実験になった」と小原さんは語る。

■燎原の火のように

2001年12月に開かれた小さなシンポジウムでの討議から生まれた情報インフラプロジェクトが、去年、全国的に注目されるトレンドを生み出した。

「みあこネット」。京都大と東京のベンチャー企業が共同開発していた高セキュリティーの無線LANシステムを、「街の“しつらえ”」に使おう」というものだ。

発想は単純。各家庭や事務所にとどいているADSLなどの高速通信回線の余力を無線の形で周囲に開放し合おうというものだ。そうすれば、街中どこでもパソコンを高速回線に接続することができる。

通信インフラの世界では、まさに天地がひっくり返るような意識改革だった。従来の通信インフラサービスは、明治以来一貫して利用者がコストを負担することになっていた。ところがみ

今週の1枚 正月の家庭を映す葉つきみかん



青果の卸売りを手がける京都青果合同(京都市下京区朱雀、内田隆社長)は12月25日、新春正月向けの葉付きみかんと葉付きダイダイのセリを行った。葉付きみかんと葉付きダイダイのセリは1年に1回、この時期に毎年行われるもの。12時に始まったセリには38の業者が参加。葉付きみかん1300箱と葉付きダイダイ1900箱を、およそ1時間かけてセリ落とした。今年はそれぞれ出来がよく、例年に比べおよそ2割ほど生産量が多いという。このため、価格も例年に比べおよそ2割ほど低下した。京果の柑橘・果菜取締役統括部長の前田祐さんは「正月の床の間に餅と葉付きみかんとダイダイを飾る家庭が少なくなっている。取扱量も最盛期に比べ大幅に減った」と話していた。

あこネットでは、無線LAN設備を設置する人が数万円から十数万円のコストを負担する。

だが、この発想が、京都人の心に火を付けた。お互いに周囲を掃除し合う「角掃き」や訪れた人をもてなそうという精神が刺激された。

こうした精神はもちろん全国共通。富山、沖縄、愛媛、岡山、大分、北海道、愛知、神奈川、大阪へと、乾いた草に火がつくように、広がった。

みあこネットを提唱し実行に移したNPO法人、日本サステナブル・コミュニケーション・センターの高木治夫代表は、昨年秋以来、首相官邸から地域情報化大賞まであちこちで引っ張りだこに。半導体大手、インテルとも組んだ。

高木さんは今年、このインフラを使ったサービス開発に軸足を移す。NPOが時代を握りはじめた。

* * *

京都で轟き広げられている一つ一つの営みには、先人から受け継がれた知恵が積み重なっている。できるだけ具体的に取り上げる中から、普遍的な「答え」を探っていく。(つづく)

明けまして
おめでとうございます

新年明けましておめでとうございます。

京都経済新聞社は今年も、京都にこだわる中から世界を見渡す紙面づくりに取り組みます。どうぞご期待ください。

なお、次週5日付はお休みとさせていただきます。次号の発行は12月1日付です。

今年もよろしくご愛読ください。

京都経済新聞社

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。



オピニオン

京都ブームだけで終わらず、いかに歴史や文化に根ざした京都を知ってもらえるか——。それが今年の京都に課せられている。文化はこれからどうなるのか。都市はどういう併(たたず)まいをみせるのか。伝統産業はこれからどうなるのか。京都を足場に活躍する3人にそれぞれの立場から見える展望を聞いた。

京都から 見える 世界を語る

デジタルの道具を使って子どもたちに「自分自身の表現」をさせるプロジェクトで、京都を世界的な発信地にしていきたい。これが今年のテーマです。日本の小学生は世界をリードしてますから。

具体的には、けいはんな(関西文化学術研究都市)のCSK大川センターに私がつくってきた「CAMP」(Children's Art Museum & Park)という施設を起点に、京都の大学や「みあこネット」プロジェクトなどを結び付けようと思います。デジタル疊水やみあこネットといったインフラはできた。次はその上で、子どもの情報発信を応援していくというわけです。

CAMPはMIT(マサチューセッツ工科大学)をはじめとする世界プロジェクトもあります。子どもが自由に使えるデジタルの表現ツールを提供し、世界の子どもたちがお互いに価値観を発信し合ってもらおう。

日本はポップカルチャーの国です。つまり、オーディエンス(聴衆=情報の使い手)層の広い厚い地盤によってコンテンツビジネスが支えられてきた。その中でも京都はオーディエンス層の能力が極めて高い土

地柄です。そんな京都の子どもたちの価値観を原動力に、世界に向けてメッセージを発したい。

世界は大変なのに、日本はポケモン——。一見、不謹慎な状況だと思われますが、実際はこれが強み。1000年以上続けてきた庶民文化の上で成り立っているからです。米国、中国・台湾、アラブなどでガチャガチャとぶつかり合っていますが、これらの国の文化はひと握りのトップが供給者として圧倒的に強い立場にい

子ども先導役に ポップカルチャー発信

スタンフォード日本センター
研究所長 中村伊知哉氏

る。それに対して日本は庶民が主体ですから、ちょっと横から球を投げられるということです。

中東やアフリカでのもめ事を少しでも緩和するには、それぞれの価値観を共有し、交換するしかないと思います。でも、思考回路が固まつた大人ではスムーズにいかない。これ



12月23日

●ロームが英ソナブティックと提携

ロームは音を立体的に聞かせる機能を盛り込んだ携帯電話向け音源LSIの量産を始めると発表した。高度な音源技術を製品に組み込むことで、高音質化やソフトの充実が進む携帯電話市場でシェアの拡大を狙う。同技術を開発したソナブティック社との提携し、04年9月から生産を本格化する予定。

●オンラインショッピング構築が簡単に

フューチャースピリットはレンタルサーバーとオンラインショッピング構築・運用ASPサービスをワンセットにした商品の発売を開始した。同サービスは高額な初期コストがかからず、ショッピングカート機能や会員管理、メールマガジン配信機能の利用が可能。

12月24日

●ラバイン訴訟で和解・京セラ

京セラは、製品供給の契約違反に関する米国内での訴訟で、ラバイン社などとの間で和解が成立したと発表した。同訴訟は1985年、ラバイン社の経営不振で、製品代金の支払いを受けられないことから、京セラがHDDの供給を停止したことに対応している。

御池通をシャンゼリゼに

京つけもの西利社長 平井義久氏

御池通りに新たに建てられる建物の1階部分に店舗など集客効果のある施設を設置することを義務付ける京都市の条例案が出てきました。

私が最初に御池通を「京都の顔」になるような通りにしよう、と言いました。それから長い間だったが、ようやく基本的な条件が整ってきたな、という感慨がある。今後は、民間がどこまで御池通のぎわいを呼ぶことが出来るかが課題になると思います。

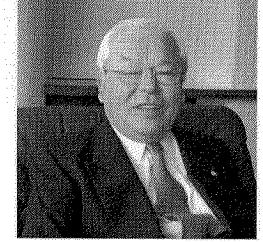
そもそもシンボルロードの話を始めたのは、世界でその名前が知られている京都に、街を代表できるような通りがないのではないかと考え始めのことです。例えば、パリといえ

ばシャンゼリゼ通りがある。パリの代名詞ともいえる通りで、世界中のファッショントレンドが注目する。

単純にシャンゼリゼを京都に作りたいとは思わないけれども、伝統産業が息づき、日本を代表する価値観を持つ京都に、その顔となるような通りがあつてもいいじゃないか、というのが構想のきっかけでした。

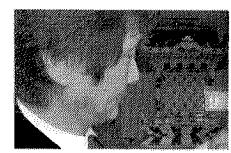
一方、京都商工会議所で都市計画の部会を担当していたこともあって、通りにマンションが林立する問題にも直面した。マンションばかりだと路面に駐車場か倉庫しか見えなくなる。

条例案が可決されること、第一歩です。商工会議所や経済同友会で



は、御池に人のぎわいを呼ぶために、ブティックを誘致することを考えています。具体的には、中小企業が元気なイタリアのフィレンツェなどから、しっかりしたブランドを誘致したい。合わせて京都の伝統産業もブランドとして店を誘致するわけです。

そうすれば、世界中から来るお客様に「京都の顔」としての御池通を満を持して見てもらうことが出来ると思うんです。



インターネットを通じて仏壇の製作過程を顧客に見てもらうサービスを強化しています。ライブカメラを工房に取り付け、注文を受けた仏具が今、どの工程でどのように製作されているのかをお見せするのです。

そもそも、仏壇は売ろうとして売れるものではありません。仏壇を必要とする方はみなさん、その亡くなつた方に仏壇を見立てる。私は、入社間もない頃の営業でそれを痛感しました。何代にも渡って使ってもらつた仏壇を「商品として売る」のではない。仏壇を必要とされている方の心のケアが本当は大事なことなんですね。

しかし、業界全体として高度経済成長などを背景に、「売る」ための営業努力を重ねてきました。今でもこれが仏壇を求める方の信頼感を逆に損ねている状況です。

最近は、中国からの安い仏壇が非常に多く入ってきます。国产のラベルが貼つてあっても実は中国産ということも珍しくない。

仏壇は本来、心のケアをしてもらうためのモノなので、非常によく作りこまれている。伝統工芸の粹を集めました

見せれば価値がわかる

いつでも過言ではないでしょう。木工から漆芸、金箔押し、組み立てなどの工程にも伝統工芸が詰まっています。一度作られた仏壇は何度も分解して掃除したり、修復することが可能です。何代にも渡つて使ってもらつたことが出来るわけです。

そうした、丁寧な仕事で作られた仏壇の本当の価値を、少しでも分かってもらいたいと思っています。ネットだけでなく、工房にも見学者を積極的に受け入れています。こうして、当社で作る仏具は、段階に見合ふ価値を持つことを分かってもらいたい。

こうした取り組みは、他の伝統産業の分野にも言えるのではないかでしょうか。きちんと作らうとすれば、やはり手間はかかるものです。この手間がなぜ、どのようにかかるのかを知つてもらう努力をすれば、お客様もちゃんとそのことを分かってくれます。

News Digest

12月18日

●ロボット専用工場完成

ユーシン精機は本社敷地内に大型プラスチック成型品に対応した超大型取り出しひボットの専用工場を新設、生産能力を拡大する。同ロボットは大型射出形成機に対応したもの。これまで生産設備1基を運転してきたが、需要拡大のため増設することになった。

12月19日

●有機材料部品事業を統合

京セラはグループの有機材料部品事業の強化を図るために、04年4月に同部門を京セラSLCテクノロジー社に統合することを決定した。同社はプラスチックパッケージやマザーボードなどの有機材料部品の専業メーカーとなる。

12月22日

●KCCSが新サービス開始

京セラコミュニケーションシステム(KCCS)は、モバイルネットワークサービス「KWINS(クインズ)」でフレックスエンジ方式のサービス供給を開始した。同方式は送受信されるデータの大ささに応じてパケット交換方式と回線交換方式を自動的に切り替えるため、安定した通信速度を得ることが可能となる。

12月25日

●今年度の中小企業技術大賞決定

財團法人京都産業21は、平成15年度の中小企業技術大賞を「ピロリ菌に対する鶏卵抗体の大量生産技術及び機能性食品への応用技術」を開発したファーマーフーズ研究所(金武祐社長)に贈る発表した。表彰式は04年2月17日に国立京都国際会館で行われる。

●ジャイロ誘導方式の新製品発売

滋賀県にあるニチユ日本輸送機社は、各種無人搬送システムに新たにジャイロ誘導方式を追加した新製品の発売を始めた。同方式は、車両に搭載したジャイロセンサーから得られる情報をもとに自律走行する。

●フェイス、mModeに進出

フェイスの米国子会社、フェイスウェスト社はワイヤレス・ラテン・エンターテイメント社と提携して、AT&Tワイヤレス社のモバイルコンテンツサービス「mMode」でラテン音楽の着信メロディなどの配信サービスを開始した。AT&TワイヤレスはGMS通信方式の携帯電話では米国最大手。

オピニオン

京都ブームだけで終わらず、いかに歴史や文化に根ざした京都を知ってもらえるか——。それが今年の京都に課せられている。文化はこれからどうなるのか。都市はどういう併(たたず)まいをみせるのか。伝統産業はこれからどうなるのか。京都を足場に活躍する3人にそれぞれの立場から見える展望を聞いた。

京都から 見える 世界を語る

デジタルの道具を使って子どもたちに「自分自身の表現」をさせるプロジェクトで、京都を世界的な発信地にしていきたい。これが今年のテーマです。日本の小学生は世界をリードしてますから。

具体的には、けいはんな(関西文化学術研究都市)のCSK大川センターに私がつくってきた「CAMP」(Children's Art Museum & Park)という施設を起点に、京都の大学や「みあこネット」プロジェクトなどを結び付けようと思います。デジタル疎水やみあこネットといったインフラはできた。次はその上で、子どもの情報発信を応援していくというわけです。

CAMPはMIT(マサチューセツ工科大学)をはじめとする世界プロジェクトもあります。子どもが自由に使えるデジタルの表現ツールを提供し、世界の子どもたちがお互いに価値観を発信し合ってもらう。

日本はポップカルチャーの国です。つまり、オーディエンス(聴衆=情報の使い手)層の広い厚い地盤によってコンテンツビジネスが支えられてきた。その中でも京都はオーディエンス層の能力が極めて高い土

地柄です。そんな京都の子どもたちの価値観を原動力に、世界に向けてメッセージを発したい。

世界は大変なのに、日本はポケモン——。一見、不謹慎な状況だと思われますが、実際はこれが強み。1000年以上続けてきた庶民文化の上で成り立っているからです。米国、中国・台湾、アラブなどでガチガチとぶつかり合っていますが、これらの国の文化はひと握りのトップが供給者として圧倒的に強い立場にい

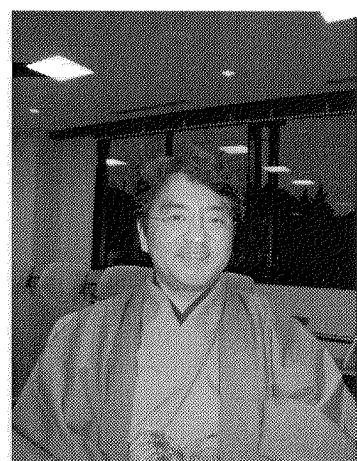
御池通をシ

京つけも

御池通りに新たに建てられる建物の1階部分に店舗など集客効果のある施設を設置することを義務付ける京都市の条例案が出てきました。

私が最初に御池通を“京都の顔”になるような通りにしよう、と言い出して8年。それから長い間だったが、ようやく基本的な条件が整ってきたな、という感慨がある。今後は、民間がどこまで御池通のにぎわいを呼ぶことが出来るかが課題になると思います。

そもそもシンボルロードの話を始めたのは、世界でその名前が知られている京都に、街を代表できるような通りがないのではないかと考え始めたことです。例えば、パリといえ



子ども先導役に ポップカルチャー発信

スタンフォード日本センター
研究所長 中村伊知哉氏

る。それに対して日本は庶民が主体ですから、ちょっと横から球を投げられるということです。

中東やアフリカでのめ事を少しでも緩和するには、それぞれの価値観を共有し、交換するしかないと思います。でも、思考回路が固まつた大人ではスムーズにいかない。これ

からは、子どもたちに期待するしかないんじやないか。

もちろん、バングラデッシュやアフリカの子どもたちでも使えるデジタルツールの開発と普及も急務です。子どもたちが使えるパソコン1台を今後数年で1ドルに下げるところまで、徹底的にやりたいですね。