

|                     |         |              |              |   |
|---------------------|---------|--------------|--------------|---|
| フォトキナ：ショー・デイリー（印）より | ..... 1 | カメラ博物館       | マミヤカメラ展      | 4 |
| アジアのデジタル映像機器ブーム     |         | 櫻村           | 加賀ハイテックに社名変更 |   |
| コダックとモトローラの協業       | ..... 2 | 会社・経営・一般     | レンズ光学部品      |   |
| スクラップブック、世界のトレンド    |         | フィルム・ラボ・画像処理 | デジカメ・周辺機器    |   |
| ライカカメラ ジナー株の過半数を取得  | ..... 3 | インターネット・携帯電話 | 記録メディア・装置    |   |
| JPEA 10月理事会報告       |         | 監視用CCDカメラ    | AV機器・ゲーム機    |   |
| JPEAサロン 参加者の意見（要約）  |         | OA機器・周辺機器    | 通信・電池・環境     |   |
| JCIIフォトサロン 10月/11月  | ..... 4 | 半導体・部品・新技術   | フォトキナ 株価     |   |

### アジアのデジタル映像機器ブーム Asian Photogrphay (印) ショー・デイリー

アジア市場は、今年1,700万台のデジタル映像機器を消化、その総額は約59億ドルに達すると見られる。これは2005年に比べ、数量で15%、金額で10%上回る。過去3年間では数量で60%、金額で50%成長したことになる。アジアは間違いなくデジタルイメージングの世界でリードを奪おうとしている。市場調査によると、インド、中国、その他アジア諸国(日本は除く)は巨大市場を形成している。「これら市場は個々に見ても、また全体として見ても、成長への期待だけでなく、コンシューマー・デジタルの流れをリードする、大きな可能性を持っている」とGfk Asiaの映像担当コマーシャルディレクター Stanley Keeは言う。

2006年前半、カメラ付き携帯電話の小売販売は、アジアの携帯電話市場を支配し続ける。カメラ付き携帯は5,500万台弱を売上、数量で55%、金額で33%も増加した。今年前半の売上は140億ドルを超える。

携帯電話全体の販売数量・金額では中国が依然大きな割合を占めていて、今年前半で5,300万台、90億ドル強の小売販売を記録したが、インドも同時期の販売で、調査した国の中では最も劇的な成長を、特にカラーカメラ付き携帯の分野で記録した。2006年前半のカメラ付き携帯売上は、前年同期に比べ、数量で296%、金額で239%と、数量で70%、金額で43%だった中国の成長率の3倍を超えている。2006年前半にカメラ付き携帯の成長が数量で50%を超えたその他アジア諸国にはインドネシア、マレーシア、ベトナムがある。

調査対象11カ国は、台湾を除く全てが2006年前半にカメラ付き携帯の売上が前年同期を上回った。

アジア市場ではカメラ付き携帯が爆発的成長を見せているが、デジカメもブームが続いている。同地域のデジカメ販売は今年前半に26%伸び、その金額は前年同期の18.1億ドルから21.34億ドルに増えた。「デジタル消費財の価格が下がるにつれ、アジアの消費者は複数種のイメージ・キャプチャー機器を持ちたがっている。カラーカメラ付き携帯があればデジタルカメラが要らないというわけではなく、デジカメを補完するものだ。プロ写真家、高級アマチュアは常に高品質の映像を求め、その結果、デジタル一眼レフ、高級コンパクト機を買う。」とKeeは言う。

中国はアジア地域のデジカメ市場をリードしている。2006年前半の総販売台数は360万台、デジタル一眼とコンパクト機の販売金額は12億ドルを超えた。以下はオーストラリア(78.9万台/2.4億ドル)、香港(66.2万台/2.6億ドル)、台湾(51.3万台/2億ドル)、韓国(43.6万台/1.9億ドル)と接戦が続く。2006年前半、アジアのデジカメ市場は、は前年同期と同じく大半がコンパクト機だった。販売数量の上位5カ国は、中国、オーストラリア、香港、台湾、韓国の順だ。

「大衆市場で受けているのは、薄型カメラだ。洒落たデザイン、大きな画素数、それと値打ちのある機能が、買い替え需要を促進し、ライフスタイルの中で不可欠なものになっている。デジカメも、MP3 プレイヤー、携帯電話と並んで、高機能を維持しながら小型化が進んだ消費財の一つだ」と Kee は言う。

### コダックとモトローラの協業

Asian Photography (印) ショー・デイリー

カメラ付き携帯電話からプリントする問題はフォトキナの携帯機器セミナーでも取り上げられたが、コダックのVP、Brad Krutchen は、モトローラと組んで開発したカメラ付き携帯の写真で儲ける手法を発表して注目を集めた。

モトローラとの提携はカメラ付き携帯の写真を消費者のために役立て、同時に携帯電話メーカーとソフトウェアのプロバイダーに利益をもたらすビジネスモデルの好例だ、という。モトローラが携帯電話の知識とネットワークを提供し、コダックは消費者の求める写真についての知識を持ち寄った。この提携はそれぞれの知的財産、特にコダックのデジタル映像に関する特許と、モトローラの無線通信に関する特許をテコに開発された。

「コダックの映像科学とシステムインテグレーションの専門知識と、モトローラの携帯電話デザインを持ち寄って、両社はカメラ付き携帯の使い勝手と画質を大幅に改良した。それにより、数百万台のモトローラ携帯電話をコダックのホームプリンター、キオスク、ミニラボ店とうまくつなげ、カメラ付き携帯で撮った写真を手軽にプリントしたい消費者のニーズに応える」と Krutchen は言う。

「これは至って自然なパートナーシップだ、コダックは映像科学のグローバルリーダーだし、モトローラは携帯電話のデザイン、機能のグローバルリーダーだ。両社は世界が携帯機器で撮る写真の利用法を変えて行く。そして写真を簡単につくり、利用する方法を開発して、カメラ付き携帯の中で眠っている、無数の写真を解放するのだ」と彼は言う。

この協力関係はソフトウェアの統合、マーケティングから、技術者チームの協業による豊か映像機器の開発にまで及ぶ。一例として、コダックはモトローラにカメラ付き携帯用、あるいは将来協同開発する新映像機器用の CMOS 画像センサーを供給する。モトローラは今年中にコダックのミニラボ店で簡単に写真をプリントできるにカメラ付き携帯を売り出す。

### スクラップブック、世界的な新トレンド

Asian Photography (印) ショー・デイリー

米国で始まった「スクラップブック現象」は今ヨーロッパに浸透し始めた。2005年米国ではスクラップブック関連製品の売上が 28 億ドルに達し、全世帯の 1.4 がスクラップブックをやっている。

スクラップブックは広い意味でのアルバム作りで、個人的な写真、色々な思い出の品、写真を囲む記述などなどで構成する。こだわる人は、ラボにプリントを頼み、キオスクや家庭のプリンターでも写真をつくる。デジタル時代とあってスクラップブッカーの中にはスクラップブック専用の画像編集ソフトを使って各ページをデザインする人もある。

ヨーロッパのスクラップブックは未だ始まったばかりだが、オランダ、スκανジナピア諸国などで、関連用品の販売に手を染めている写真店が増えてきている。

スクラップブックは米国では既に巨大市場に成長しているし、ヨーロッパでも大きな可能性がある。フォトキナの当事者たちが、重要なトレンドとしてスクラップブックを取り上げたのは当を得た処置だった。スクラップブックの中心にあるのは写真で、それゆえに写真関連メーカー、業者には大きな可能性をもたらすはずだ、とフォトキナの当局者は言っている。

## ライカカメラ、スイスのジナー株の過半数を取得

Digicam Review 9/30

独ライカカメラはスイスの Sinar AG の株式の 51% を取得する契約を JENAOPTIK との間で 9 月 25 日に締結したと発表した。金額などの詳細は発表されていない。デジタルカメラバックに関する Sinar AG と JENOPTIK 間の現在の技術提携関係は継続する。Sinar は中判・大判のアナログ・デジタルカメラで独自の技術を誇っているが、ライカは今後も両者の技術を融合して Sinar ブランドでの事業を強化するとしている。

## 10 月理事会報告

10 月 17 日開催 午後 4 : 00 ~ 5 : 15

出席者(敬称略): 日成貿易(三井)、エース光学(鈴木)、駒村商会(駒村)、藤本写真工業(高橋)、ナベル(寺嶋)、東海産業(鈴木)、ベルボン(中谷)、委任状: 3 通。

### 1) 一般報告

新規 PEN 購読者(フォトキナス時に 2 社): Adox Fotowerke (Canada), Omega/Satter (USA)。

PEN/JPEA 情報購読: ボーゲンイメージング株式会社。(東京都港区)

### 2) フォトキナについて

\* 共同出展、タパックインターナショナル(株)と(株)アスペン。両社とも前回に引き続き 2 度連続の参加。また米 PTN の雑誌を展示。前回同様、友好団体として提供されていた部屋はなしで、代わりに 12 m<sup>2</sup> をケルンメッセから展示会場内に提供され、ミーティング室として会員も利用。好評につき、次回も同じ形式で参加したい。

\* ツアーはホテル込みのパッケージと航空券のみで募集。合計 34 名。次回はホテルを 2 コースほど用意し、ケルン郊外(今年と同じ)と会場に近いホテルを確保したい。

\* 懇親会は 9 月 28 日(木)午後 6 時 ~ から会場内の Rheinsaal で開催。約 100 名が参加。多数参加のため、つまみが少な目だった。「カナッペ」は単価が高いため、費用の点からも再考を。

3) 海外工場見学について理事対象に行ったアンケートの結果、中国の北京・大連・東北地方を先に行い、ベトナムは次の機会に回す。工場見学のほか、文化的な訪問も採り入れたい。大連で企業経営している(有)晃永舎の渡邊社長に協力をお願いすることになった。

\* 国内工場見学は冬季にシグマ会津工場と決まっているが、希望として 2007 年 2 月 16/17 日(金/土)か 2 月 2/3 日(金/土)の 1 泊 2 日で、金曜日に見学・宿泊懇親会、2 日目の朝、現地解散。

### 4) 会員増強について

\* 京立電機(株)矢田氏から提案された監視カメラ関連企業に手紙で勧誘する件が、フォトキナ準備・事後処理で忙しくできなかったため、まずそれを実施。また、ホームページを刷新する(PEN と JPEA 情報の見出し・目次などを掲載する、バックナンバーの公開など)。

### 5) その他

\* 11 月理事会は 21 日(火)に開催。その後 JPEA セミナー。講師は新会長に就任した三井彬生氏。テーマは追って連絡します。

理事会後、JPEA サロン「フォトキナを顧みて」と題し座談会。以下は参加者からの意見の要約:

A: 新製品を「売る」気持ちを前面に展示した。三脚に載せたフィールドスコープは一段と高いステージの上にしつらえ、人の頭越しに見えるようにした。ただ商談が忙しく、見せている時間がなく金を掛けたブース設営の割には利用できなかった。ジツツオ、マンフロートが中国のコピー品と差別化するため新しいデザインを出したことに感銘。

B: プロとスタジオ機材メーカーが集まったホール。プロとアマ用の違いは前者が印刷までつながったもので、カメラは入力機器の 1 つに過ぎないことが大きい。びっくりさせられたのは、Sinar の記者会見があり、ライカに売ったと発表されたこと。社員も記者発表の直前に知らされたとか。当社は 21 回の出展であり、歴史のあることで信用力が大きく商売がやりやすい。プロ用機材は企業同士の協業が更に増えるだろう。国際協業も更に進展し、日米中韓を当社がまとめて、特に日米チームで推進している。フォトキナ

- とは、人間関係を作る場所で、また継続して出展することは会社の信頼性を高めることになる。
- C: フィルムが全滅した(感じ)ことは客層が違ってくことを意味しているが、工業用など新しい販路が広がりそうだ。カタログを持ってブースを回ったが前回より反応がよかった。
- D: フィルムがなくなる時がくることを覚悟。フィルムを見て「それ何?」と言われる時が来るとの冗談を言い合ったが、冗談ではなくなるかも。「What's new?」と言われて無いというくらいなら行かない方がよいと思ったが、フォトブックというジャンルができ、よい商品ができたので評判が良かった。またギフトショーで出品したサンドピクチャーを展示したが、小売店は売れて儲かる物を探しているのだと感じた。会場も新しくなったが、業界も一新だ。商売は人間がやる物だから、人間関係が益々大切になってきているのはどの業界も同じ。商売のやり方はデジタル化で荒っぽくなった。
- E: 電子情報をどのように出力するかがますます重要に。印刷になってきた、オンデマンド印刷が増えてきたとの印象。印画紙の供給は富士のみになりそうな感じ。
- F: 出展することに意味があり、人通りが少ないといっても興味のある人が来てくれればよい。デジタル化されカメラボディだけでは儲からなくなり、レンズに興味を持ってくれる人が増えた。東欧からの客も増えた。
- G: キヤノン、ニコン、ソニーなどのブースが盛んだった。ソニーのデジカメは7月の第3週にシェアが高まったが、今ではキヤノン、ニコンとあるべき姿に戻ったようだ。テレビ・ビデオカメラのハイビジョン化が進んでいる。サムソンも力が入っていた。交換レンズも並べていたし、ブースの1/3をDSLRに割っていたように見え、説明員も多かったと思う。また細かい工夫をしていた(フードにフラッシュの光がより多く届くような工夫があった)。 後略 文責: 大内

JCII フォトサロン開催中 2006年9月26日(火)～10月29日(日)

木之下 晃 作品展 「日本の演奏家」 約80点(全作品モノクロ写真)

JCII フォトサロン 2006年10月31日(火)～11月26日(日)

本橋成一 作品展 「サーカスの時間」

1976年から約4年にわたり撮影した日本のサーカス団の作品をまとめた写真集「サーカスの時間」の中から団員や動物たちのテントでの生活の様子、練習風景などなど、モノクロ写真約70点を展示。

### 日本カメラ博物館特別展 『マミヤカメラ展 ～発明と工夫のあゆみ～』

2006年11月21日(火)から07年3月4日(日)

1940年、間宮精一氏により設立されたマミヤ光機製作所は、独創的な機構をもつ「マミヤシックス(I)」を開発・生産した。同機は戦時下でも生産を認められ、終戦後には米軍中央購買局などから生産が追いつかないほどの注文を受けた製品。

1950年「マミヤ光機株式会社」に改組、以降もレンズ交換が可能な二眼レフカメラ、フィルム室がマガジン形式で交換できる35<sup>mm</sup>カメラ、国産最初の画面サイズ45×60<sup>mm</sup>判一眼レフカメラなど、他に例を見ない個性的な機種を次々と送り出した。

1992年に株式会社オリムピックと合併、マミヤオーピー株式会社に変更するとともにデジタル対応化を進め、2005年に大型撮像素子を採用したデジタルカメラ「マミヤZD」を発売。本年9月にはマミヤデジタルイメージング株式会社としてカメラ事業に特化、新たなスタートを切った。

今回に特別展では約200点の歴代主要カメラのほか試作品、モックアップなども紹介。

### 樫村、加賀ハイテック(株)に社名変更

株式会社樫村は、9月12日に開催された臨時株主総会において、加賀ハイテック株式会社に商号変更が承認されたと発表。同社は加賀電子(株)のグループ会社として7月1日にコダック国内総代理店となり、さらに10月1日から加賀電子(株)ITM事業本部の事業継承を受け、新たに役員の管掌・担当業務の変更を行いスタートした。

国内ニュースサマリー：10月13日（金）～10月19日（木）

略語 N:日経新聞 S:日経産業 D:電波; HD=高画質、3G=第3世代携帯電話、EL=エレクトロ・ルミネッセンス

## 【会社・経営・一般】

キヤノン、5年間は拡大期:内田社長に聞く。長期5カ年計画の最終年度の2010年に主要な経営指標すべてで世界の100社の仲間入りが目標。売り上げ目標は5兆5千億円、純利益はその10%。手がける事業で業界トップになること。カメラには愛着がある。フィルム デジタルへの転換が最大の転換期。後発だったがIXY Digitalが大ヒット、DIGICという画像処理LSIを自社開発、差別化に成功。TVがデジタルになり入力から出力まで提供できるメーカーとしてはやりテレビが欲しい。カメラメーカーとして高画質にこだわるからSED。開発スピードは開発を本社統括、生産を大分に集中で効率は5年前の10倍。(D13) ビックカメラ連結前期、経常益14%減の127億円。競争激化で広告宣伝費やポイント引当金などの販促費がかさんだ。売上高は+11%の4,804億円。純益は約2倍の60億円。(N17)

ソニー、今期業績下方修正へ。パソコン電池回収は総数が800万個にのぼり、必要費用が膨らむほか、プレステ3を発売前に値下げすることも響く。連結営業利益予想は1,300億円 200億～300億円。(N17) 04年の特許出願、日本が首位:国連機関が初統計。04年の世界全体の特許出願は約159.9万件で、日本が首位の約54.01万件、2位が米国の約34.63万件、3位韓国の16.76万件。(D17)

ニコン、豪州に販社設立。デジカメや双眼鏡の販売会社「ニコン・オーストラリア」を設立。資本金約3.6億円で、全額出資。40人体制で11月1日から営業開始、来年3月までに19億円の売上目指す。(S18)

<R&Dトップに聞く>富士フイルムホールディングス池上常務執行役員。分散していた基礎研究の研究者を集約し、約600人体制に。異分野の先端技術を融合させ、革新的で他社と差別化できる技術の確立を目指す。06年度のR&D費は約2千億円、うち3割が基礎研究。フラットパネル用材料や医療診断用システム機材、ソフトウェア開発分野、高機能材料として化粧品などのライフサイエンスなどに注力。(S18)

東京地裁、エプソンの請求を棄却。リサイクル品販売のエコリカを相手取り、インクカートリッジの再生品差し止め要求で。エプソンの特許は新規性がなく無効とした。キヤノンの同様の訴訟(上告中)では、特許の有効性についてはリサイクル業者も認め、その上でインク詰め替えは「修理」に過ぎないと主張。(N19) エプソン9月中旬、経常益2.3倍の208億円。IJプリンター中心に情報関連機器の採算が改善。円安効果も利益を押し上げ。売上高は-6%の6,773億円、営業利益3.5倍の209億円。(N19)

## 【レンズ・光学部品・イメージセンサー】

<あの商品は今>ヤシカ、ブラジルで根強い人気。京セラが1983年に買収、国内ではKYOCERAをブランド名としたが、海外ではヤシカブランドを継続。05年にカメラ事業を大幅縮小し国内から同社製品は姿を消したが、南米などでは現地法人中心にヤシカ名で事業を継続。ブラジルでは現地法人が生産・販売を手掛け、OEM調達のデジカメも販売。中国でも香港を中心とした現地法人で中東向け事業も管轄。(S17) ニコンビジョン、視野角広い防水双眼鏡。スポーツスターEX8x25DCF(¥14,700)を20日発売。本体内部に窒素ガスを充填し、光学系内部に曇りやカビを生じ難くした。2.7cmの深さで5分間水没してもOK。(S18)

## 【フィルム・ラボ機器・画像処理】

凸版印刷と沖電気、通帳表紙の写真印刷システム。デジタル写真をインクジェットで通帳の表紙に印刷し、子供の学資積立通帳等を提案、金融機関の顧客獲得競争に競合他社との差別化として売り込む。システムはパソコン、ソフト、プリンターなどで構成し約50万円。2007年度末に10機関への導入を目指す。(S17) ナビタ子会社、転写箔を手軽に。パソコンとプリンター、独自開発のインクリボンと独自加工のフィルムに熱転写するもの。従来は印刷に1カ月以上かかり最短でも150mm幅フィルム200mm必要だったが、数日以内に最短5mmでも作製できる。グラビアやスクリーン転写に比べ割安に。07年春以降に発売。(S18) ジョーヴィアクリスティ、大型IJで特殊印刷。繊維や特殊フィルム、住宅資材まで多様な素材への高画質印刷を可能にする大型インクジェットプリンターの開発を手掛ける。転写紙に出力した後、熱と圧力を加えて繊維に定着する仕組み。自社でプリンターの製造は手掛けず武藤工業などの機械を改良。(S18)

NTT、携帯でパノラマ撮影。ドコモ携帯で撮影した動画をもとにパノラマ写真を作れるシステムを開発、iモードを使ってパソコン向けに写真を公開できる実験を開始、利用法など分析し新ビジネス創出。(N19)  
ロックプランニング、携帯に部屋の様子360度。部屋などのパノラマ動画を低価格で製作し携帯用サイトに掲載するサービス。不動産仲介業者などに売り込む。画像とQRコードを合わせ1件1.05万円。(S19)

### 【デジカメ・周辺機器】

インドネシア、日本製デジカメ関税撤廃で合意。WTO 主要加盟国はデジカメ関税をゼロにする協定を結んでいるが、同国は動画撮影機能付きの製品をビデオカメラに分類し15%の課税を維持。大半のデジカメに動画機能が付くが主要目的は静止画像撮影のため、2009年までに段階的に撤廃することで合意。(N15)  
ペンタックス、K10D販売延期。当初予定の10月下旬 11月30日に。十分な出荷数量確保のため。(S16)  
<ランキング10/2 ~ 8 > EXILIM ZOOM EX-Z600、 EXILIM ZOOM EX-Z1000、 IXY DIGITAL900IS、 LUMIX DMC-FX07、 Cyber-shot DSC-T10。キヤノン新製品が3位に。(S17)

### 【インターネット・携帯サービス】

KDDI、東電から光通信回線事業買収。光サービス「ひかり One」を展開・拡大し、NTTに対抗。早期に関東でシェア3割を目指す。東電の既存の光基幹網を得ることでコストは確実に安くなると強調。(S13)

### 【光ディスク・磁気メディア・ドライブ】

東芝、メモリーカードを08年度に5割増産。携帯電話に小型・大容量タイプが搭載されており、06年度見通して約7千万の生産量を08年に約1億枚に増産。現在の世界シェア約2割の維持・拡大を目指す。同世界市場は05年度で約3億枚、東芝は08年度に5億枚に拡大するとみて、OEM供給も増強。(N15)  
NAND型フラッシュメモリー、需要急増。サムスン電子、東芝ともに需要増を予想。(D16)  
マクセル、追記型DVD生産を海外企業に委託。現在の筑波事業所の生産設備を順次海外の委託先へ移設、筑波では次世代DVDディスクや記録面をハードコートで保護したディスクなど付加価値の高い製品の開発・生産にシフト。これまで国内向けは国産にこだわってきたが、価格下落や材料の高騰で踏み切る。(S17)

### 【監視用 CCD カメラ・産業用システム】

東芝テリー、産業用 CCD カメラ拡充。IEEE1394.b 出力カメラ「ファイヤードラゴン」(12万~40万円)「クレバードラゴン」(12万~15万円)を発売。多種多様なユーザーニーズに応じるラインアップ。(D16)

### 【AV 機器・ゲーム機器】

ソニー、ウォークマン新製品。HDD搭載、通信機能も併せ持つミニコンボも同時発表し、PCがなくても音楽をインターネット経由で入手できる環境を提案。パソコンなしと高音質でアップルのすき間を狙う。ただソニーの携帯音楽プレーヤーには動画対応製品はない。コンテンツを含めたビジネスが必須。(S13)  
三洋、デジタルHD液晶テレビ。高画質・広視野角のSXシリーズ、「家族みなで楽しめる」を訴求。(D13)  
DVDレコーダー、年末商戦へ大きな盛り上がり。先進ユーザーへの普及が一巡、一般層へ向けた商品展開が強化。HDDの大容量化、自動録画機能、リンク機能などでさらなる便利さを実現。簡単に使いこなせること、12月の地デジ放送の全国開始に向け、商機が広がる。(D13)  
エプソン、フルHD対応プロジェクターを家庭へ。12月に高画質のフルHD対応で低価格のモデル「EPM-TW1000」(35万円前後)を投入、家電量販店での実演展示を増やす。家庭向けフルHD対応機の投入は同社初で、新開発の液晶パネル搭載。現在約18%の世界シェアを2、3年後に30%に引き上げたい。(S17)

### 【OA 機器・パソコン・周辺機器】

リコー、欧州の事務機販売事業を米ダンカから買収。大企業を多く顧客に抱えるダンカ社の販路を活用し、直販体制を整える。消耗品の供給などで利益を確保し易い高速タイプの多機能複写機やプリンターを拡販。ダ社の欧州での年間販売高は約600億円、人員は約2300人。(S13)

東芝テック子会社、両面同時印刷の熱転写プリンター開発。両面印刷で、紙のコストを約25%減らす。小売店のレシートのほか航空券や観劇のチケットにも活用できる。米で発売、日本でも来年1-3月に。(N14)  
<マーケッターに聞け>小型高速スキャナー、コダックの下嶋さん。A4対応機で世界最速クラス(60枚/分)の「イノベーションスキャナー i1320」を発売。事務所で10人程度で共有し帳票を電子化する場合などに威力を発揮。運送業など相当数の配送伝票を処理するなど、保険代理店での利用も見込める。(S16)  
リコー、建設業向けに複合機医療の安全管理システム。パソコンを使わずに複合機のパネルだけで安全衛生日誌など判然確保に関する紙文書を入出力できるのが特徴。ソフトは59.8万円で、初年度目標2千。(S16)  
松下、電源入れ15秒で印刷できるデジタル複合機。トナーを紙に定着するのにIH(電磁誘導加熱)方式を採用し高速立ち上げを実現した「WORKio」シリーズ6機種。価格は161.2万円~215.2万円。(S17)  
デル、インクジェット複合機を高速に。SOHO向けに「デルオールインワンプリンター 946」(¥18,800)。コピー/スキャナー/ファクス機能を搭載。A4サイズでモノクロ7円/枚、カラー11円。(S17)  
大日本スクリーン、印刷システムをOEM供給。米IBMに商業用インクジェット印刷システムを。オンデマンド印刷に対応する「トゥループレスジェット 520」で、エプソンとの共同開発したもの。(S17)  
カラーページプリンター、A4機中心に好調。JEITAは06年市場を+15%の31.5万台と予測。A4機は30%以上の伸長が確実視。この冬各社から新製品が次々投入される。(D17)  
キヤノン新プリンター、発売直後から値下がり。複合機PIXUS MP600が量販店の一部で26,400円で発売、発売当初より約1,500円(5.4%)安い。エプソンの主力機PM-A820は27,980円で、発売当初から変わっていない。キヤノンが早々と価格攻勢に出たとの見方も広がる。(S18)

### 【通信・電池・環境】

携帯、秋冬の新機種投入。NTTドコモは音楽機能を強化。新製品は大半が「着うたフル」に対応。ワンセグ対応機も3種投入。SH903iTVは携帯で最大の3インチ液晶を搭載。KDDIのauもワンセグ対応の2機種を投入。ソフトバンクの905SHの売れ行き好調で年内にも後継機種が出そう。高速通信も各社が強調する。価格はドコモが3万円台前半、auは2万円台前半、ソフトバンクの発売中機種は1万円台後半。(S13)  
ソニー製電池搭載パソコン、シャープは2万台交換。富士通も5万個増で、回収する電池は33.8万個に拡大。日本HPはソニー製電池不具合で品質管理を入念にし、事故報告はないとしている。(N14)  
ソニーエリクソン、携帯シェア世界3位狙う。早期にサムスン抜き3位を目指す。(N14)  
<ニュースな数字>リチウムイオン電池の生産量、05年に8億7600万個。電池全体の15%だが金額では41%を占め、業界のドル箱。06年1-7月は+22%の5億6900万個。日系企業が約6割のシェア。(N15)  
東芝、パソコン電池回収でソニーに賠償請求へ。回収による製品イメージ悪化や販売機械の損失について補償を求める。株主の監視の目が厳しくなる中で、賠償請求などの手段が広がる可能性も。(N16)  
携帯8月の国内出荷、4.9%減。302.9万台。機種発売の端境期で2カ月連続のマイナスに。JEITAは番号継続制度を控えて新機種が多く出始めており、来月以降の出荷台数は再び盛り返すと見ている。(N17)  
KDDI、携帯シェア3割目指す：小野寺社長。「au」は若年層の支持で加入者を伸ばしたが、今後はビジネスマンや法人顧客の獲得が重要なカギに。東電と統合した光事業なども合わせて総合力を高める。(N17)

### 【半導体・部品・医療機器・新技術・その他】

フジノン東芝ESシステム、先進的な小腸の内視鏡検査をインターネットで生中継。同グループ製のダブルバルーン内視鏡を用い札幌厚生病院での検査を、医学系学会で中継映像を見ながら解説。(S16)  
ニコンと米ブライオン、リソグラフィで提携。両社で半導体の回路パターンを現像する技術のリソグラフィの課題に対応するDFM(製造設計)アプリケーションを開発、半導体製造に最適化されたソリューションを提供する。(D16)  
東芝、携帯向け画像センサー増産。画素数200~300万を中心にCMOSセンサーを、2008年度には月産1500万個と倍増する。欧州に加え中国や韓国などアジアでも高精細カメラ付きが増えているのに対応。同社は携帯向けCMOSセンサーでは2割程度の世界シェアを持つが3割まで高めたい考え。(N17)  
長瀬産業、光学フィルムを高性能化。米ベンチャーのナノグラムと提携、日本でナノ社の顧客を開拓する。

ナノ粒子を光学フィルムに応用すれば薄型テレビなどの性能向上につながるという。(S17)  
 <電子論評> マイクロ燃料電池の実用化で、特許使用料が課題に。直接メタノール型方式はカリフォルニア工科大学が米特許を保持。日本ではまだ出願中だが、すでに特許が成立した米国に輸出するにはライセンス契約を結ぶ必要がでる可能性大。一方、固体高分子型方式は室蘭工業大学の教授が活性アルミの製造方式で特許出願中。同方式を進めるアクアファクトリーと共同開発を進めるドコモの対応に注目。(S17)  
 <異業種・バイオに挑む> オリンパス、肺ガンの遺伝子診断。ライフサイエンス部門は、売上高を5年で約倍増、10年で3倍に引き上げたい。その原動力として期待するのは肺ガンの早期発見に道を開く遺伝子診断技術。内視鏡での直接観察には限界がある。そこでガン特有の遺伝子を目印にして血液検査で発券する方法を米キャンジェンバイオテクノロジーと基盤技術を共同開発。08年に米で実用化、欧州と日本にも順次拡大する計画。さらに人工骨を軸に再生医療の芽も育成、事業化を目指す。(S17)  
 オリンパス、培養細胞向け顕微鏡。個々の培養細胞が発する微弱な光を高感度で検出できる「LUMINOVIEW-LV200」(基本仕様で1千万円)を発売。年10台の販売を目指す。(S18)  
 シャープ、次世代DVDプレーヤー用青紫色レーザー開発。BD/HD-DVD両方のディスクを読取れる。(S19)

【フォトキナ】

デジカメ攻防⑤、第二の創業期。フィルム各社、他分野に技術生かす。広いスペースを確保していたコニカミノルタの姿はない。今後は事務機と光学部材に経営資源を集中する。アグファフォトも昨年破産申請した。イーストマンコダックは、フィルム事業を継続しつつ、大胆な領域転換を急ピッチで進める。デジタル印刷機を基幹事業とし経営資源を集中する。フォトキナでも1台7千万円以上もする大型デジタル印刷機が目を引いた。富士フィルムも事業構造計画を推進中。写真フィルムの需要減が経営を直撃する構造はコダックと同じだが、元々同社のフィルム分野は売上の10%台で、印刷用刷版や医療分野など他分野の売上高が大きい。液晶用フィルムなど新事業も盛況、現在は第二の創業期(古森社長)と語る。(S13)  
 フォトキナ: 欧州デジカメ市場。キヤノン: 写真をトータルで提案。「For the Love of imaging」をテーマに入力機器から出力まで展示。フォトキナ直前にロシアでディーラー向けイベント開催し、2千人を超える入場者を得た。今後の市場成長に期待。今後は新技術をアピール、上位~下位機種まで充実。(D13)  
 フォトキナ: 欧州市場。ニコン: 一眼レフの品揃え強化。展示のメインはD80で手応えを感じている。価格は1200ユーロ前後でアマより上の層を狙う。同社はDSLRの欧州販売は、05年度45万台、06年度65万~70万台と伸長を見込む。コンパクト機ではCoolpix L3/L4(国内未発表)が好調。(D16)  
 フォトキナ: 欧州市場。ソニー: 100が、ドイツ、ベルギー、スイスで好調。目標の欧州シェア10%に向け順調。DVCも好調で40~50%のシェアを継続。HD対応機は金額ベースで10%だが、テレビのHD化に合わせ伸びるのは確実。標準モデルと比較できる「感動チェンジ台」を1400店に導入、HDの高画質を訴求。サイバーショットは標準モデルのWシリーズが好調。手ブレ補正機能は標準化の流れ。(D17)  
 フォトキナ: 欧州市場。富士フィルム: 普及率が50%に達した西欧では「顔検知」機能による2台目需要を、東欧ではレンズ一体型ネオ一眼を中心に訴求。ロシアは代理店を3~5に増やす予定。欧州全体としてアフターケアも強化し、ブランド力アップ。プロ向け一眼「FinePix S5Pro」(国内未発表)も展示。(D18)  
 フォトキナ: 欧州市場。カシオ: 薄型コンパクト機EXILIMブランドの浸透と1000万画素のEX-Z1000を中心にブース展開。現地法人の設立を推進、ベネルクス(オランダ)、スカンジナビア(ノルウェー)、スペインに新設、従来のドイツ、イギリス、フランスの拠点と合わせ販売を強化。(D19)

業界関連化学・電子・精密機械企業の株価終値(10月13日)

| 会社名     | 終値円   | 会社名    | 終値円  | 会社名    | 終値円  |
|---------|-------|--------|------|--------|------|
| 東京      |       | キヤノン   | 6440 | オハラ    | 6400 |
| 三菱紙     | 219   | リコー    | 2430 | セコニック  | 276  |
| 富士フィルム  | 4460  | ニコン    | 2485 | マミヤOP  | 148  |
| コニカミノルタ | 1692  | トプコン   | 1761 | キタムラ   | 840  |
| エプソン    | 3140  | オリンパス  | 3730 | 店頭     |      |
| 松下      | 2635  | HOYA   | 4670 | タムロン   | 2090 |
| ソニー     | 4760  | ノーリツ   | 2370 | ブラザクリ  | 623  |
| 京セラ     | 10700 | ペンタックス | 487  | ビックカメラ | 1750 |
| キヤノン電   | 4070  | 電産コバル  | 1278 | 日本ジャンボ | 1672 |

通貨レート: 三菱東京UFJ銀対顧客売り相場から  
NEEDS(日経データ)算出

| 通貨/月日     | 10月13/円 | 通貨/月日    | 10月13/円 |
|-----------|---------|----------|---------|
| 米ドル       | 120.40  | タイバーツ    | 3.2700  |
| ユーロ       | 151.41  | インドルピー   | 2.8000  |
| カナダドル     | 106.96  | 100韓国ウォン | 12.720  |
| 英ポンド      | 225.94  | 台湾ドル     | 3.6000  |
| スイスフラン    | 94.990  |          |         |
| オーストラリアドル | 91.710  |          |         |
| 香港ドル      | 15.760  |          |         |
| シンガポールドル  | 76.280  |          |         |