

Japán

A **N**api gazdaság MELLÉKLETE • 2009. május



Gyorsan fejlődő kapcsolatok

Középpontban a japán–magyar diplomáciai, gazdasági és kulturális partnerség

Az ezerarcú Japán Magyarországon

Távol-keleti hatások az üzleti életben, zenében, oktatásban és gasztronómiában



IDÉN ÜNNEPELJÜK A JAPÁN–DANUBIUS JUBILEUMI ÉVET

maxell

EXPANDING MEMORY AND MOBILITY



CD ÉS DVD LEMEZEK



HAGYOMÁNYOS ÉS ILLATOS USB DRIVE-OK



SOLID
STATE DRIVE

COLORBUDZ FÜLHALLGATÓK



TARTÓS ÉS HOSSZAN TARTÓS EMEK



MEMÓRIAKÁRTYÁK



KRISTÁLY FÜLHALLGATÓK



Maxell Europe Limited Magyarországi Fióktelep
Tel: +36-1-464-3805
mhu@maxell.eu.com

maxell.eu



ÁTGONDOLT ÜZLETI STRATÉGIA, FOLYAMATOS TÉRHÓDÍTÁS, FORGALOMNÖVEKEDÉS

Sikereken alapuló optimizmus

A Maxell komoly brandnek számít a kelet-közép-európai régióban is, az elmúlt egy év sikeres üzleti stratégiája jó alapot teremtett a további expanzióhoz. A tavalyi üzleti évben ugyanis 8,3 százalékos volt a forgalomnövekedés.

■ VARGA VIKTÓRIA

A Maxell 2002-ben határozott úgy, hogy az akkori piaci trendeknek megfelelően közép-európai központot nyit, hogy a vállalat régiós expanzióját megfelelően tudják támogatni mind logisztikai, mind marketing szempontból. Egy évvel később született meg a konkrét döntés, hogy Budapesten létrehoznak egy irodát a teljes kelet-közép-európai régió ellátására. A komplett üzleti tevékenységet 2003. április elsején kezdte meg a cég, míg az azt megelőző hónapokban az iroda kialakítása, a munkatársak kiválasztása volt a feladat, illetve az akkoriban disztribúciós rendszerben működő piaci terítés közvetlen kiszolgálásá történő átalakítása.

BUDAPESTEN A KELET-KÖZÉP-EURÓPAI KÖZPONT

Az induláskor a japán ügyvezető irányításával a 8 fős csapat már komoly sikereket ért el, folyamatos fejlődést és erősödést produkált a társaság. Az audio- és videokazetta szerepe akkoriban jelentős volt a termékínálaton belül, csakúgy, mint a floppylemezé, az elmúlt időszakban persze a hangsúly eltolódott a CD-, DVD-lemezek felé, ma pedig már a flash termékekkel, USB kulcsokkal, SD, micro SD kártyákkal generálja a forgalom döntő részét a Maxell Közép- és Kelet-Európában. Emellett fontos szerep jut – és jutott a múltban is – az elemeknek, hiszen a Maxell volt az első cég, mely kifejlesztette az alkálielemet, így ez a kezdetektől meghatározó terméke volt a kínálati palettán.

A múlt év elején fontos változást hozott a vállalat életébe, hogy magyar szakemberekre bízta a céget és annak irányítását, amely az egyre elterjedtebb fióktelep formában folytatatta tevékenységét – nyilatkozta lapunknak András Zoltán, a Maxell Europe Limited magyarországi fióktelepének ügyvezető igazgatója. A lépések következtében jelentősen tudták mérsékelni az árfolyamkockázatot és azóta a készletmenedzsment is kedvezőbben alakul. A magyar piacot a hazai raktárból szolgáljuk ki, míg a többi közép- és kelet-európai disztribútor logisztikai ellátását Rotterdamból intézik, igaz, maga a rendelésvétel továbbra is Budapesten történik – tette hozzá az ügyvezető igazgató. A központ 20 országot szolgált ki a fővárosból.



■ MARTON SZILVIA

SZÉLES TERMÉKSKÁLA, PIACI SIKEREK

A Maxell egyaránt fókuszál a B2C és a B2B szegmensre is. Termékskálája mindkét területen széles, a végfelhasználóknak szánt termékei között szerepelnek az audio- és videokazetták, optikai lemezek, CD-k, DVD-k, Blu-ray lemezek, flash termékek, USB drive-ok, SD, micro SD kártyák, MP3, MP4 lejátszók, SSD-k (Solid State Drive), illetve kiegészítők (fejhallgatók, fülhallgatók, hangszórók) és természetesen a már tradicionálisnak számító elemek (gomb-, hagyományos alkáli- és

TÉNYEK, SZÁMOK ÉS ÉRDEKESSEGEK A MAXELLRŐL

- A Maxell Japánban alapították, 1961-ben
- A cég 1964-ben a Hitachi-csoport tagja lett
- A Hitachi-Maxell a tokiói tőzsdén jegyzett cég, amely jelenleg 4500 embert foglalkoztat
- Az éves forgalom több mint 1,7 milliárd dollár

cinkelemek). A másik fontos terület a B2B termékeké, a szalagos adathordozók, a számítógép- és broadcast kazetták, melyeknek az az érdekessége, hogy mindet Japánban gyártják. Nem szabad megfeledkezni az ipari elemek és egyéb komponensek,

gombelemek, ragasztószalagok, különböző optikai lencsék előállításáról sem. A Maxell európai forgalma fele-fele arányban oszlik meg a B2B és a B2C termékek között, de ez az arány Kelet-Európában 90–10 százalék a B2C termékek javára. A cég Európa-szerte olyan cégeknek is beszállít, mint a BBC, a RAI, a Siemens, a lengyel nemzeti televízió, a T-Mobile vagy éppen a Tesco, a Lidl, a Carrefour és az Auchan.

Ez elsősorban annak köszönhető, hogy a Maxellnek széles, a versenytársakhoz képest sokrétű termékpalalettája van. A cég nem véletlenül tölt be Magyarországon piacvezető szerepet, hasonló a helyzet Bulgáriában is, míg Lengyelországban erősen növekszik a forgalom és a román piacon is szép sikereket érnek el. Az ukrán piacon pedig mind a forgalmat, mind a piaci részesedést növelni szeretnék. András Zoltán úgy véli, hogy a jelenlegi piaci trendek által jelzett válságot és a termékkör átalakítását a Maxell Közép- és Kelet-Európában sikeresen tudta lekövetni. Ennek, illetve a Bulgáriában és Magyarországon kiharcolt erős pozíciónak, továbbá a lengyel, román és bosnyák piacon elért növekedésnek köszönhető, hogy a 2008-as üzleti évben 8,3 százalékos forgalomnövekedést tudtak elérni. Természetesen ők is érzékelik válságot, ám nem gondolkodnak leépítésekben, sőt létszámukat idén április elsejétől tovább bővítették.

TERVEK A TOVÁBBI NÖVEKEDÉSÉRT

A bővülés a mostani körülmények között is reális. Ez évre óvatos, 3-4 százalékos növekedést várnak, ami a májusi forgalmi adatok alapján tartható is, ám ha az ukrán piac beváltja a hozzá fűzött reményeket, akár nagyobb is lehet az előbbi szám. Az ipari termékek körében szeretnének tovább javítani pozícióikon, a régióban a szalagos adathordozókra fókuszálnak. A nagy kapacitású adatkazetták terén jellemzően elsőként dobja piacra az új fejlesztésű termékeket. A másik fontos terület a jövőben az autópárhoz kapcsolódik, a szokásos és hagyományos termékek számító Maxell-gombelemek mellett az optikai lencsék, különböző komponensek, ragasztóanyagokat tervezik a piacra bevezetni.

A MAXELL NEVE AZ ELEMBŐL FAKAD, A MAXIMUM CAPACITY DRY CELL RÖVIDÍTÉSE



Eljött Japán Magyarországra

A 2009-es év a magyar–japán kapcsolatokban mérföldkőnek számít, hiszen kettős jubileumot ünnepelünk. Ilyenkor nemcsak a jelen történéseire érdemes odafigyelnünk, hanem fontos visszatekintnünk a múltba, és elgondolkoznunk azon is, hogy mi várhat ránk a jövőben. Idén egy 140 éves barátságot ünnepelünk, 1869 óta ápolunk diplomáciai kapcsolatot Japánnal. Az országok közti jó viszony megmaradt és most is folyamatosan fejlődik, hiszen ha körülnézünk, számtalan japán–magyar gazdasági és kulturális együttműködésnek lehetünk szemtanúi.



Magyarországon jelenleg több mint 110 japán cég tevékenykedik, elsősorban az autógyártás és a hozzá kapcsolódó iparágak területén. Bár nagyon távoli országról van szó és különböző az üzleti kultúránk, az együttműködések mégis sikeresnek mondhatók. A titok talán nem más, mint hogy a japán precizitás és megfontoltság ötvöződik a magyar szakértelemmel és vállalkozókedvvel, továbbá arról se feledkezzünk meg, hogy Magyarország földrajzi fekvése nagyon kedvező Európában, illetve a befektetők hazánkban még mindig nagy lehetőségeket látnak.

Japán mégsem olyan „távoli”, mint ahogyan azt sokan gondolják, hiszen számos dologban hasonlít a két kultúra, jó néhány kapcsolódási pontot fedezhetünk fel. Meglepő lehet, de a két nyelv valahol rokon egymással: például nyelvtani szerkezetek, szórend, ragozás terén. A zenei kötődés is nagyon erős Japán és Magyarország között, a japánok nagyra becsülik a magyar komolyzene kiemelkedő alakjait, ezért rengetegen jönnek hazánkba zenét tanulni. A jubileumi év kapcsán lehetőséget is kapnak a bemutatkozásra, és mi, magyarok is képviselhetjük zenei kultúránkat Japánban.



Egész évben folyamatosan találkozhatunk a japán kultúra minden területét bemutató programokkal, miközben színvonalas rendezvényekkel mi is népszerűsítjük hazánkat a szigetországban. A Napi Gazdaság japán mellékletének az a célja, hogy átfogó képet adjon az emlékevről és a magyar emberekhez közelebb hozza ezt a különleges távol-keleti kultúrát. Az évforduló legfőbb eseménye az Erzsébet híd díszkivilágítása lesz, mely reméljük, sokáig fog emlékeztetni minket a két nép barátságára.

Merényi Krisztina–Varga Viktória

Rangos kitüntetést kapott az egykori tokiói magyar nagykövet

A magyar–japán kapcsolatokért végzett sokéves munkájának elismeréseként Sűdy Zoltán volt tokiói magyar nagykövet idén májusban japán állami kitüntetést vehetett át a japán császártól. A Felkelő Nap Rendje arany- és ezüstcsillaggal a második legmagasabb fokozatú kitüntetés. Ezt az elismerést minden évben olyan külföldi állampolgároknak ítélik oda, akik a saját országuk és Japán közötti gazdasági és kulturális kapcsolatok elmélyítéséért jelentős munkát végeznek. Az idej magyar jelölés aktualitása feltehetőleg a magyar–japán emlékévé.



MARTON SZILVIA

Japánban az állami kitüntetések rangsora, illetve odaítélésük feltételei is szigorú szabályrendszerhez kötöttek. Japán állampolgárok például csak a 70. életévük betöltése után számíthatnak a jelölésre, hisz az adott személy teljes életpályáját, munkásságát veszik alapul. Külföldi állampolgárok esetében is sokat számít az életkor, de kiemelkedő teljesítmény felmutatása esetén indokoltá válhat, hogy valaki fiatalabb korában kapja meg az elismerést. Ez történt Sűdy Zoltánnal is, aki a többi jelölthöz képest meglepően fiatalon lett a díj tulajdonosa. A nagykövetségek felterjesztésében jutnak el azon személyek nevei a japán kormányhoz,

illetve a császárhoz, akik jogosultságot szerezhetnek, majd a kormány döntése után kapnak értesítést a kiválasztottak.

A jelölésben indoklasként az összes olyan adatot fel szokták tüntetni, amelyek az egyén életpályáját, illetve a gazdasági és kulturális kapcsolatokért folytatott munkáját bemutatják.

Sűdy Zoltán esetében valószínűsíthető, hogy a 33 éven át a magyar–japán kapcsolatok fejlesztéséért folytatott sokrétű munkája, nagykövetként a Japánban eltöltött évek alatt (1995–1999) elért eredményein kívül az

utóbbi tíz év során végzett gazdasági, kulturális és nonprofit tevékenysége is nagyban hozzájárult ahhoz, hogy a díjat neki ítéljék oda. A hivatalos ceremónia a császári palotában volt, ahol formális keretek között a kabinet főtitkára nyújtotta át azt a lakkdobozkát, mely tartalmazta a díjat, egy nyakszalagot és egy jelvényt, ezután találkozhatott Sűdy Zoltán a császárral.

Ez a kitüntetés elismerése az eddigi munkámnak és egyben erőt és biztatást ad a jövőre nézve is, hogy folytatni kell a két ország kapcsolatainak további elmélyítését – mondta el lapunknak Sűdy Zoltán.



INTERJÚ NABEKURA SHINICHIVEL, JAPÁN MAGYARORSZÁGI NAGYKÖVETÉVEL

Jubileumi év a barátság jegyében

Az idei különleges évnek számít Japán és Magyarország kapcsolatában: 2009-ben ünnepeljük a két ország közötti diplomáciai kapcsolatok kezdetének 140., illetve újrafelvételének 50. évfordulóját. A kettős évfordulóról mindkét országban egész éven át tartó eseménysorozattal emlékeznek meg.

■ MERÉNYI KRISZTINA

– Igaz, hogy a Magyar–Japán Jubileumi Év egy több országot érintő nagyobb ünneppsorozathoz kapcsolódik? Magyarországon az emlékévet ünnepelve milyen Japánhoz kapcsolódó programok lesznek?

– Japán idén négy Duna menti országgal, Magyarországon kívül Ausztriával, Romániával és Bulgáriával is jubileumot ünnepel, ezért az évad hivatalos elnevezése „Japán–Danubius Jubileumi Év 2009”. Magyarországon a jubileumi év kapcsán több mint 60 különféle, a japán kultúrát, hagyományos művészeit bemutató és népszerűsítő program megrendezésével

készültünk. Ezek közül számos eseményen már túl vagyunk, mivel az év első fele már eltelt, de több kiemelkedő jelentőségű program vár még ránk folyamatosan. Az eddigi események közül kiemelném az Urasenke Teaszertartás Iskola nagymestere, Sen Genshitsu áprilisi magyarországi látogatását. A nagyközönségnek tartott nagy sikerű előadáson és teaszertartás-bemutatón kívül többek között Sólyom László köztársasági elnöknek, Szili Katalin parlamenti elnöknek, Mádl Ferenc volt köztársasági elnöknek, illetve számos diplomáciai külképviselet diplomatáinak is tartott teaszertartást a nagymester, hogy ezzel is elősegítse a népek közötti egyetértést, együttműködést.

– **Mennyire volt sikeres a japán hercegi pár május közepi magyarországi látogatása?**

– Jelentős esemény volt Akishino herceg magyarországi hivatalos látogatása. Japán részről Akishino herceget – a császár kisebbik fiát – kérték fel az emlékév fővédnökévé, és ennek apropójából látogatta végig a hercegnével együtt a jubileumot ünneplő Duna menti országokat. A hercegi pár többek között megfordult Kecskeméten, a magyar zene egyik legismertebb városában, jártak Visegrádon, megcsodálták Bugacon a híres magyar szürkemarkhákát, illetve a hagyományörző kiskunhalasi csipkemúzeumba is ellátogattak. Meggyőződésem, hogy ezek a gesztusok nagyban hozzájárulnak a két ország kapcsolatának szorosabbá válásához.

– **Említette, hogy az ünneppsorozat keretében várnak még ránk az év további részében is nagy jelentőségű események...**

– A magyarországi programok közül talán a legkiemelkedőbb a Dunát átvélő szépséges Erzsébet híd díszkivilágításának november 17-i, ünnepélyes átadása lesz, ami a két ország közötti barátságot szimbolizálva, közös munkánk gyümöl-

FÉNYBE CSOMAGOLJÁK AZ ERZSÉBET HIDAT

Az Erzsébet híd díszkivilágítását egy japán látványtervező hölgy, Ishii Motoko készítette el, aki Japánban már számos épület és híd díszkivilágítását álmodta meg, többek között a japán főváros jelképe vált Tokió-torony kivilágításának megtervezését is. Valószínűleg azért esett a választás az Erzsébet hídra, mert 140 éve, 1869-ben a két ország kapcsolatfelvételének idején Magyarország még az Osztrák–Magyar Monarchia része volt, és a kor szellemiségét talán a máig igen népszerű gyönyörű Erzsébet királynővel, illetve a róla elnevezett híddal lehet megfelelően felidézni.



cseként fog még remélhetőleg sokáig emlékeztetni minket a jubileumi évre. A két ország közös jubileumi bélyeg kibocsátását is tervezi, mely Japánban és Magyarországon is ugyanazon a napon, október 16-án kerül a nagyközönség elé, szintén a barátság jelképeként, ezenkívül Kobayashi Kenichiro nyári koncertjei is jelentős események lesznek.

Ezek mellett Japánban szintén egész évben zajlik a magyar kultúrát és a hagyományos művészeti ágakat bemutató programsorozat. Februárban turnézott Japánban a Honvéd Együttes Táncszínháza, élő zenei kísérettel bemutatott autentikus néptáncok mellett erdélyi cigánytáncokat is láthatott a japán közönség és ezzel a turnéval kezdődött Japánban a jubileumi évad. Az őszi folyamán lesz Tokióban a Magyar Fesztivál elnevezésű programsorozat, de képzőművészeti bemutatók, kiállítások, a Gerbeaud kávéház tokiói megnyitása és több komolyzenei koncert is az emlékév részét képezik, melyek remek alkalmat teremtenek arra, hogy Magyarország különböző arcait megismerhesse a japán közönség. Decemberben pedig Sólyom László köztársasági elnök – az emlékév magyar részről felkért fővédnöke – tesz hivatalos látogatást Japánba.

– **Hogy látja a két ország kapcsolatának jövőjét?**

– Nagy örömmel tölt el, hogy ez a kettős jubileum lehetőséget ad egyrészt a múlt áttekintésére, másfelől pedig új utakat nyit a jövőt illetően is. Szilárdan hiszem, hogy a széles körű programokon keresztül a Japán és Magyarország közötti kölcsönös megértés még tovább mélyül, és remélem, hogy az idei év egyfajta mérföldkőnek fog számítani a két ország kapcsolatában, illetve nagyban hozzájárul ahhoz, hogy a kulturális, gazdasági és baráti kapcsolatok még szorosabbá váljanak.



A JAPÁN BEFEKTETŐK IGEN KÖRÜLTEKINTŐEK

Az én gyáram az én váram

Az 1990-es években több japán nagyvállalat is úgy döntött, hogy nálunk épít üzemet. Egy külföldi cég magyarországi megjelenése azonban csak elsőre tűnik könnyű feladatnak, ugyanis komoly szakértelmet igényel, különösen akkor, ha japán.



■ KATONA VANDA

MAGYARORSZÁG MINT POTENCIÁLIS BEFEKTETÉSI CÉLPONT

Egy 50-100 millió dolláros vagy akár még nagyobb befektetést igénylő projekt esetén a japánok rettentően megfontoltan döntenek, hiszen ez az a szint, „ahol a madarak is ritkán járnak már” – kezdi a beszélgetést egy japán mondással Kiss Sándor. A japán munka- és gyártáskultúra, a munkavédelmi szabályok kiforrott és letisztult rendszert alkotnak, szemben a sokszor igencsak változó-kony hazai szabályozással, ezért ennek átültetése, illetve magyar környezetben való meghonosítása időigényes. A japán befektetőkért az 1990-es években a volt KGST-országok között komoly harc folyt, többek között a világ legnagyobb autóalkatrész-gyártó cégéért, a Densóért a magyarok mellett a csehek és a lengyelek is versengtek, akik igen erős versenytársnak bizonyultak, hiszen a cseheknél az autógyártásnak nagy múltja van, a lengyelek viszont hatalmas piaccal rendelkeznek. A mérleg nyelve mégis a magyarok felé billent.

Ennek több oka is volt. A japán cégek amikor Európában szeretnének üzem nyitni, hogy az itteni partnereiket gyorsabban lehessen kiszolgálni, három fontos szempont szerint mérlegelnek: milyen helyszínt, milyen felkészültségű munkaerőt, a letelepedéshez milyen adminisztratív segítséget tud felajánlani az adott ország. Magyarország a Denso esetében mind a három elvárását sikeresen teljesítette, hiszen a székesfehérvári ipari park fejlettsége (a japán cél majdnem mindig a zöldmezős beruházás), infrastrukturális állapota megfelelő volt (a nyugatra vezető autópálya könnyen elérhető) és a térségben képzett munkaerőből sem volt hiány. A japán befektetők és a helyi önkormányzati vezetőség között is jó kapcsolat alakult ki, az ITDH pedig maximálisan segít-

te a tárgyalásokat. A végeredmény egy korszerű, vezető minőségi termékeket előállító üzem lett, mely mindkét felet büszkeséggel tölti el.

ÜZEMALAPÍTÁS LÉPÉSRŐL LÉPÉSRE

A japán üzletember pontosan tudja, hogy mik a céljai, mit akar csinálni az adott piacon, mindig felméri, hogy a kiszemelt ország mivel tud hozzájárulni az ő sikereihez. Végighallgatja, végigolvassa az ajánlatokat, de mindig csak annak hisz, amit a saját szemével lát. A nagy cégeknél az ötlet egy kisebb beosztásban lévő, de dinamikus alkalmazottól származik, aki lobbizni kezd az ügy (mondjuk más országban való üzemnyitás) érdekében és információkat szerez erről a nagyfőnökségnek. Ahhoz, hogy a cég vezetősége komolyan foglalkozzon egy befektetéssel, mindig mellérendelnek egy valós költségvetést és részletes megvalósíthatósági tanulmányt is készítenek. A nagy világcégek megengedhetik maguknak, hogy párhuzamosan több országra vonatkozóan végezzenek ilyen mélységű analízist. Saját kiértékelési rendszerük szerint osztályozzák a lehetőségeket, ennek alapján áll össze a rövid lista két-három helyszínnel, és még egy ellenőrzés után, más szempontok figyelembevételével döntenek.

Természetesen a legesélyesebbnek tartott helyszínen alaposan körülnéznek, rendkívül magas szintű delegációval jelennek meg. Pozitív döntés viszont csak akkor születik, ha sikerül a japán vezetőség szimpátiáját elnyerni. Nagyon magas közbizalmi méltóságokkal ülnek le tárgyalni a részletekről: miniszterelnök, gazdasági miniszter, helyi önkormányzat vezetősége. A döntés előkészítése ugyan hosszadalmas, végrehajtása azonban meglehetősen gyors, mivel a részletek tisztázottak. Egy japán zöldmezős beruházás esetében a megvalósítás nem több mint egy-másfél év.

A döntési folyamat jól mutatta, hogy a japánok milyen megfontoltak az üzleti életben, nem hoznak elhamarkodott döntéseket, megnézik, hogy minden jent, amit elköltenek, azt valóban el kell-e költeni, ezért a nagy cégek letelepedésének előkészületei akár évekig is eltarthatnak. Ez a japán viselkedés, amit a magyarok nehezen tudnak megérteni.

■ VARGA VIKTÓRIA

Kiss Sándor, aki a tokiói nagykövetség kereskedelmi tanácsosi hivatalát vezette 1992 és 1998 között kereskedelmi tanácsosként, komoly tapasztalatokra tett szert azzal kapcsolatban, milyen elvárásokat is támasztanak a japán nagyvállalatok egy-egy üzleti döntés során az adott célországgal kapcsolatban. A szakember számos japán befektetőt (Sony, Denso, Nicolor, több Suzuki-beszállító) nyert meg Magyarországnak, akik végül üzemet létesítettek hazánkban.



Híd a japán és a magyar üzleti világ között

A Japan-Hungary Business Office több mint kilenc éve a japán és a magyar üzleti világot összekötő hídként ismert. Vezetője, Motegi Masashi a cég profiljából a tanácsadást és üzletkötést tartja talán a legfontosabbnak, ám tevékenységi körük ennél jóval szélesebb.

ELÉRHETŐSÉG:

Motegi Masashi
Japan-Hungary Business Office
1125 Budapest, Virányos út 44.
Telefon-fax: +36-1-200-4594
Web: www.japhun.com
E-mail: motegi@japhun.com

– Az iroda tevékenységei közül mit emelne ki?

– A legfontosabb a tanácsadás és az üzletkötés. A Magyarországon működő japán cégek, vállalatok nagyon igénylik, hogy felmerülő kérdéseikre megfelelő választ kapjanak, természetesen ennek csak egy olyan cég tud eleget tenni, mely otthonosan mozog a magyar piacon. Megpróbáljuk tehát maximálisan támogatni és segíteni japán partnereinket.

– Miért érzi úgy, hogy hiánypótló a Japan-Hungary Business Office munkája?

– A magyar nyelv különleges, Magyarországról pedig nagyon kevés információ lelhető fel japán nyelven, ezért úgy gondolom, hogy cégünk léte nagyon sok japán számára igen fontos. Mivel Budapesten és Tokióban is van irodánk, az üzletkötés területén valóban Magyarországot és Japánt összekötő szerepet töltünk be.

– Milyen sikerekről számolhat be? Említene egy példát?

– Az utóbbi években Japánban a paprika egyre népszerűbbé vált, s ehhez cégünk is nagymértékben hozzájárult. A Japánban



magyar paprikát termeszto vállalatoknak magot szereztünk be. Ezenkívül a különböző oktatási intézmények képviseletében ismert szaktekintélyeket, valamint Magyarország kiemelkedő személyiségeit is bemutatjuk Japánban. Úgy gondolom, hogy Magyarország olyan fizikai, szellemi termékekkel és személyiségekkel bír, amit nagyon fontosnak tartok Japánban bemutatni, s ez számomra nagyon izgalmas dolog.

– Mondana néhány szót a többi tevékenységükről is?

– Nagyon széles a palettánk. A Japán Televízió vagy a CM (tv-s hirdetések) számára évente többször is forgatást szerve-

zünk, melyben cégünk legtöbbször koordinátorként vesz részt. Eddig a televíziós adásokkal kapcsolatos munkánk száma 50 felett van. Úgy gondolom, hogy ezzel hozzájárulunk ahhoz, hogy nőjön Magyarország ismertsége Japánban. Web shopot is üzemeltetünk: japán termékeket kínálunk magyar vásárlóknak és magyar termékeket japánoknak. Szeretnénk elérni, hogy elsősorban egészséges élelmiszereket lehessen ezeken a felületeken megvásárolni.

A DENSO CORPORATION 1949-ben, a Toyota csoportból kiválva alakult meg Japánban. A cégcsoport vállalatai elsősorban járműipari beszállítóként komplett rendszereket terveznek és gyártanak. Termékei között szerepelnek nyomócsöves befecskendező rendszerek (Common Rail), légszűrők, légkondicionálók, gyújtógyertyák, benzines injektorok is. Vásárlói között olyan cégek szerepelnek, mint a Toyota, az Isuzu, a Nissan, a Ford, a Suzuki és a Volkswagen csoport.

VILÁGSZERTE ÖSSZESEN 200 termelővállalat és értékesítő központ gondoskodik a termékek előállításáról és eladásáról, ebből 33 Európában található.

A DENSO GYÁRTÓ MAGYARORSZÁG KFT. (DMHU) 1998 szeptemberében kezdte el tevékenységét Székesfehérváron, mintegy 500 fővel, napjainkban a munkavállalóink száma közel 4500 fő.

ELSŐ TERMÉKÜNK a dízelüzemanyag-adagoló pumpa tömegtermelése 1999-ben kezdődött meg, majd 2002 decemberétől tovább bővült a dízel termékcsoport a Common Rail-rendszerrel. 2002 második felétől kezdtük meg a System Control Components (rendszer vezérlő egységek) termékcsoport gyártását és a továbbiakban új termékek bevezetése kezdődött: gyújtógyertya-összeszerelés, illetve a benzinmotorok befecskendezőinek gyártása.

VÁLLALATUNKNÁL A MINŐSÉGIRÁNYÍTÁS, környezetvédelem és a biztonságtechnika szerepe kiemelkedő.

KÖRNYEZETKÖZPONTÚ IRÁNYÍTÁSI rendszerünk 1999 óta tanúsított ISO 140001 szerint. 2001-ben vezettük be az EcoVision programot, amely az üvegházhatás csökkentésére, a környezettudatos vezetés fejlesztésére irányul.

SZINTÉN 2001-BEN tanúsították vállalatunk Munkaegészségügyi és Biztonságtechnikai rendszerét az OHSAS 18001 alapján.

AUTÓIPARI BESZÁLLÍTÓKÉNT a DMHU volt az első, aki „teljes mértékben megfelelt”, auditált fenntarthatósági jelentést adott ki.

A DENSO TENGERENTÚLI leányvállalatai között cégünk elsőként, 2003-ban elérte a lerakott hulladéktól mentes telephely címét. Mindezek mellett bekapcsolódunk a térség környezetvédelmi és társadalmi programjaiba is.

2006-BAN ELNYERTÜK „Az év legtöbb új munkahelyet teremtő vállalata” oklevelet, miszerint a vállalat a legnagyobb mértékben járult hozzá a hazai foglalkoztatottság növeléséhez az adott évben.





A JETRO BUDAPESTI IRODÁJÁT HONDA MASAHIDE MUTATJA BE

Szakmai segítség a sikeres kereskedelmi kapcsolatokért

A JETRO budapesti irodájának vezetője, Honda Masahide átfogó képet ad a japán–magyar kereskedelmi kapcsolatok jelenlegi helyzetéről, illetve bemutatja a szervezet tevékenységét, fő céljait és eredményeit.



■ MARTON SZILVIA

HONDA MASAHIDE

Egymást segítve újabb gazdasági kapcsolatokat lehet létrehozni

■ MERÉNYI KRISZTINA

A JETRO-t, más néven a Japán Külkereskedelmi Szervezetet a japán kormány eredetileg azért hozta létre 1958-ban, hogy elősegítse és támogassa a szigetország kereskedelmi kapcsolatainak kiépülését a világ számos pontján. Tevékenysége mára már kibővült a külföldi cégek Japánban történő közvetlen befektetéseinek támogatásával, illetve azzal, hogy segíti a japán kis- és középvállalatokat globális exportpotenciáljuk maximalizálásában – emelte ki lapunknak Honda Masahide. A JETRO-nak a szigetországban a két fő székhelye Tokióban és Oszakában található, továbbá 36 regionális irodával rendelkezik országszerte, Japánon kívül pedig 54 országban összesen 73 képviselőt működtetnek.

A budapesti irodát 1992-ben alapították, így nem véletlen, hogy az eltelt időszak igen mozgalmasnak és eredményesnek mondható. Egyrészt sikerült elősegíteni az export nagyarányú fejlődését a különböző ipari ágazatokban, másrészt szemináriumok és szakmai kiállítások megrendezésével lehetőséget teremtettek számos magyar és japán cégnek arra, hogy bemutassák tevékenységüket és üzleti partnerekkel találkozzanak. Több alkalommal hívtak japán szakértőket Magyarországra előadást tartani, illetve magyar üzletemberek is többször kaptak lehetőséget japán tanulmányúton való részvétellel.

Magyarországon mintegy 110 japán, illetve japán–magyar vegyesvállalat tevékenykedik, köztük több mint 40 olyan japán gyártó cég, amely-

nek a JETRO segített magyar részegység- és anyagellátó partnereket találni. A cél a két ország üzleti lehetőségeinek felkutatása és bemutatása, szakmai tanácsadás, üzleti kommunikáció segítése, illetve bármilyen információ Japánról, a japán termékekről és különböző technológiákról egyaránt.

A GAZDASÁGI KAPCSOLATOK JELENE ÉS JÖVŐJE

A KSH tavalyi adatai szerint a Japánba irányuló magyar export 335 millió euró volt, mely 14,7 százalékkal meghaladja az előző évit, az import ugyanebben az időszakban 1,9 milliárd eurót tett ki, ami 1,9 százalékos csökkenést jelent. Japán legfontosabb exportcikkei az elektronikai berendezések és alkatrészek, a gépkocsik és gépkocsialkatrészek, illetve az energiafejlesztő gépek, Magyarország pedig főként irodatechnikai berendezéseket, közlekedési eszközöket, hűsítőszítményeket és egyéb élelmiszereket visz ki. A közlekedési eszközök exportja 77 százalékkal emelkedett 2007-hez képest, mivel a Suzuki elkezdte Splash autóját exportálni, emellett a húskivitel is szintén nagymértékben, több mint harmadával bővült.

A jelenlegi helyzetet és a jövő lehetőségeit latolgatva a JETRO budapesti irodájának vezetője kifejtette, hogy a mostani időszak sajnos nem igazán kedvez a befektetéseknek, a megváltozott piaci környezet és a pénzügyi krízis elbizonytalanítja a befektetőket, igaz, ez nemcsak Magyarország, hanem a többi ország esetében is elmondható. Átvészelve a nehéz időszakot azonban a kereskedelem a két ország között feltehetőleg tovább fog bővülni és új japán cégek letelepedésével, illetve a már itt lévő vállalatok tevékenységeinek kibővítésével további növekedés várható. Jelenleg főleg a megújuló energiával foglalkozó iparágak terén van erre komoly esély, illetve az elmúlt egy évtizedet alapul véve a magyar it-vállalatok érdeklődése is meghatározónak mondható Japán irányába, ezért ezen a területen is várhatók még jelentős eredmények. Mindenképpen fejleszteni kell az üzleti kommunikációt Magyarország és Japán között, fontos a folyamatos és használható információ biztosítása a két ország gazdaságáról, üzleti lehetőségekről a japán felhasználók számára, melyben a magyar felek, így például az ITD Hungary vagy a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara támogatására is feltétlenül szükség van.

A JETRO TTPP program egy olyan ingyenes, üzleti kapcsolatokat elősegítő internetes adatbázis, mely több mint 30 000 üzleti ajánlatot vonultat föl a világ minden tájáról magánszemélyeknek és cégeknek egyaránt. Az ajánlatok közül 8300 közvetlenül japán vállalatoktól érkezik be. A múlt év májusától ennek a szakmaspecifikusan rendezett adatbázisnak létrejött egy speciális magyar szekciója, mely üzleti ajánlatokat ad olyan hazai vállalatoknak, melyek főleg magas hozzáadott értékű termékeket állítanak elő – például autóalkatrészek, it- és biotechnológiai ágazatok termékei.

SHARP



A DOKUMENTUMKEZELÉS MŰVÉSZETE

A Sharp 1972 óta gyárt nagyteljesítményű, megbízható irodai másolóberendezéseket. A '90-es években a cég megkezdte digitális, multifunkciós dokumentációs rendszereinek forgalmazását, amelyeket azóta évről évre tökéletesít.

A tökéletességhez mostantól az eszközök külleme is hozzájárul: a dokumentumkezelést a Sharp eszközei művészi szintre emelik.

Sharp dokumentumkezelő rendszerekkel kapcsolatos további információkat kaphat a következő elérhetőségeken:

SHARP Electronics (Europe) GmbH. Magyarországi Fióktelepe

Telefon: +36 23 815 000 | Fax: +36 23 815 001 | Email: marketing.sehu@sharp.eu

A Sharp viszonteladó partnereinél: www.sharp.eu/hu



A cég 24 országban 46 üzletággal büszkélkedhet



Hoya – a szemünk őre

A japán Hoya vállalat, mely közel hetven éve őrökdi szemünk felett, tíz éve a magyar szemüveglencse-piac meghatározó szereplője. Sikereit elsősorban forradalmian új termékeinek köszönheti, a progresszív lencsék fejlesztésében pedig vezető pozíciót tölt be.

■ VARGA VIKTÓRIA

A Hoya az elmúlt közel hetven év során komoly növekedésen ment keresztül, mely elsősorban a sikeres vállalati stratégiának volt köszönhető. A japán cég 1974-ben lépett ki a nemzetközi piacra, azóta számos gyárat és elosztó központot nyitottak világszerte, az egyik legutóbbi jelentős akvizíciójukkal, a Buchmann-csoport megvásárlásával pedig nemcsak megerősítették pozíciójukat Európában, de megkönnyítették az észak-amerikai piacra való belépésüket is. Valamennyi üzletáguk a helyi és regionális viszonyokon és kulturális értékeken alapul, ezáltal az 1941-ben alapított Hoya vállalat rugalmas módon képes fejleszteni termelési kapacitását. Kontinensünkön a Hoya Vision Care Europe felel a regionális irányításért, logisztikáért, sales- és marketing tevékenységért, továbbá támogatja az európai leányvállalatokat és az exporttevékenységet Európában, a Közel-Keleten és Afrikában.

Az európai divízió részét képező Hoya Lens Hungary Zrt. már nyolc éve van jelen a magyar piacon. Talán kevesen tudják, de a lencsegártás komoly múltra tekint vissza

A MULTIFOKÁLIS LENCSEK SZEREPE

Az évek múlásával szemünk is öregszi, veszít rugalmasságából. 45 éves kor fölött szemlencsénk már kevésbé képes az alkalmazkodásra, ilyenkor tapasztaljuk például, hogy kezünk nem elég hosszú az újságot tartani. Olvasószemüvegre van szükségünk, de problémát jelent, hogy egy távoli és egy közeli szemüveget vagyunk kénytelenek cserélni. A szem ilyen típusú elfáradása természetes folyamat, ahogyan az ősz hajszálak vagy a nevetőránck megjelenése is. Bár az életkorral járó folyamatokat megváltoztatni nem tudjuk, az ezzel járó kellemetlenségek a technológia vívmányainak köszönhetően már hatékonyan enyhíthetőek. Erre a célra fejlesztették ki a progresszív szemüveglencsét, amelyek egyidejűleg teszik lehetővé a közeli és a távoli látásproblémák javítását.

hazánkban. A Magyar Optikai Műveket 1876-ban alapították, a rendszerváltáskori privatizációt követően, több tulajdonosváltás után a Buchmann-csoport tagja lett, 1999-ben pedig, amikor a Hoya Corporation felvásárolta a német vállalatot, a japán szemüveglencse-gyártó csoport tagjává vált. A Hoya Szemüveglencse Gyártó Magyarország Rt. megalakulásával a magyarországi lencsegártás látványos fejlődésnek indult. Jelenleg két gyára van a társaságnak, Mátészalkán az üveglencsék, Budapesten pedig a műanyag lencsék gyártása folyik. A japánok mindig is a minőségre helyezték a hangsúlyt, ennek érdekében a legmodernebb berendezéseket és technológiákat alkalmazzák a gyártás során, természetesen az éppen aktuális divatot és a kedvező árat sem figyelmen kívül hagyva. A Hoya teljes szemüveglencse kínálata megtalálható hazánkban is, amelyből a hangsúlyt jelenleg a progresszív lencsék kapják.

A Hoya mint az optikai termékek vezető gyártója, sok időt, pénzt és energiát áldoz új termékek, technológiák és az azokhoz kapcsolódó szolgáltatások kifejlesztésére, gyakran dob piacra innovatív és forradalmian új termékeket. A kutatás-fejlesztés központi szerepet tölt be a vállalatnál, ennek köszönhetően magas törésmutatójú alapanyagokat, fejlett csiszolási és felületkezelési technológiákat és funkcionális lencsetervezést alkalmaznak. Mindez olyan termékek előállítását eredményezi, amelyek nem csupán korrigálják a látást, hanem természetes látómezőt és maximális kényelmet is nyújtanak.

A progresszív lencsék területén nagy lehetőségek jelennek, különösen Magyarországon. Nálunk 1999-ben a progresszív lencsék eladása mindössze 1 százalékot tett ki, mára azonban ez az arány hétszeresére növekedett, de ha a holland, francia vagy svéd piacot nézzük, ott ez az arány 30 százalék. Felmérések szerint 2007-ben Magyarországon az emberek 45 százalékának volt szüksége látáskorrekcióra – 99 százalékuk szemüveget hordott. Ez az arány azt is sugallhatja, hogy ha a progresszív lencsék előnyös tulajdonságai közismertté válnak, jelentős piacuk alakulhat ki hazánkban is.

HOYALUX iD LENCSECSALÁD – A PROGRESSZÍV LENCSEK LEGÚJABB GENERÁCIÓJA

A legmodernebb, legkényelmesebb megoldást a 45 év felettiek látásproblémájára a Hoyalux iD progresszív szemüveglencse jelenti. Ez a legújabb fejlesztésű progresszív szemüveglencse nemcsak távolra és közelre, hanem bármilyen távolságra éles képet biztosít, így a közeli billentyűzetet vagy a kezünkben lévő könyvet ugyanolyan jól látjuk, mint a távolabbi képernyőt. A progresszív jelző a dioptria fokozatos – azaz progresszív – változására utal.

A Hoyalux iD lencsék viselésekor Ön biztonságban érezheti magát, akár a lépcsőn lefelé halad, akár vezetés közben a tükörbe pillant. További előnyük, hogy Ön nagyon könnyen és gyorsan megszokja új szemüvege viselését.

A Hoyalux iD család legújabb tagja, a Hoyalux iD MyStyle az első igazán személyre szabott progresszív szemüveglencse, mely figyelembe veszi a vásárló:

- korábban viselt lencséjét és az azal való elégedettségét,
- személyes életstílusát,
- minden személyes mérési adatát.

Nem véletlenül élvezik milliók a Hoyalux iD lencsék által nyújtott kényelmet nap mint nap!

Győződjön meg Ön is személyesen a Hoyalux iD lencsék előnyös tulajdonságairól, keresse őket országszerte az optikai üzletekben!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓK:

www.hoya.hu



Garantált éles látás

HOYA Szemüveglencsék japán technológiával



HOYALUX iD

Garantált éles látás

- Éles látás távolra, továbbá olvasás és számítógép használat közben
- Magabiztos közlekedés a lépcsőn lefelé, biztonságos autóvezetés
- Hoyalux iD megszokási garancia



ÁTADTÁK A TOYOTA TSUSHO ÜGYFÉL- ÉS KÖRNYEZETBARÁT AUTÓSZALONJÁT

Kiegyensúlyozott növekedés

A Toyota Tsusho Euroleasing Hungary Kft. japán–magyar vegyesvállalatként komoly sikereket ér el a hazai piacon, a 24 Toyota-kereskedő között jelenleg dobogós helyen áll az értékesítés tekintetében. A további növekedés érdekében elengedhetetlen lépés volt az M5-ös autópálya melletti szalon bővítése.

■ VARGA VIKTÓRIA

A Toyota Tsusho Euroleasing Hungary Kft. dinamikus fejlődésének hátterében a japán és a magyar munkakultúra ügyes ötvözése áll. Négy évvel ezelőtt, amikor 2005-ben a magyarországi Toyota Tsusho vegyesvállalattá alakult, a vezetőséget teljesen lecserélték és új időszámítás kezdődött a cég életében. Az operatív irányítás magyar kézben van, de a többségi tulajdonost, a márka hazáját képviselő üzletfelet nem lehet figyelmen kívül hagyni. Főleg azért nem, mert a japánoktól sok hasznosat lehet tanulni, aminek a vállalatirányításban és a munkafolyamatokban – analitikus gondolkodás, helyszíni problémamegismerés, a tervezés és a gondolkodás többszintűsége vagy a Kaizen, a folyamatos jobbításra való törekvés – komoly hasznát veheti egy magyar cég.

A japán kultúrában nem bűn az emberi hiba. Ha valaki hibát észlel, akkor jelzi, a munkatársaival együtt rávilágítanak, felfedik, majd közösen találják ki rá a megoldást. Ez az aprólékos, analitikus gondolkodás a japán vállalati kultúrára nagyon jellemző. Persze az egyáltalán nem biztos, hogy a japán módszerek egy az egyben átvihetők egy európai kultúrájú cég életébe. A cég vezetésének feladata volt, hogy ötvözze a helyi kultúrát, adottságokat és az említt japán módszereket. Az utóbbiak sokat segítettek abban, hogy a hazai Toyota-kereskedések ranglistáján az élre törjenek – mondta lapunknak Németh Attila, a Toyota Tsusho Euroleasing Hungary Kft. ügyvezető igazgatója. Csak nehéz munkával lehetett a különböző kultúrákat összeházasítani és elérni azt, hogy mindez működőképes legyen, ezek segítségével pedig a vállalat többet nyújtson, mint a konkurens márkakereskedések – tette hozzá az ügyvezető.

Természetesen nemcsak mi tanulhatunk a japánoktól, hanem ők is tőlünk. A magyar vezetők sokkal merészebbek az üzleti életben, bátran belevágnak új dolgokba, általában gyorsan hozzák meg a döntéseket, illetve kiemelt fontosságú számukra a kapcsolati tőkék, vagyis az emberi kapcsolataikat megpróbálják a lehető legjobban felhasználni saját céljaik érdekében. A tulajdonosok felelőssége óriási,



■ KATONA VANDA

hiszen nagyban befolyásolják a vállalati struktúrát, a belső filozófiát, a dolgozók hozzáállását, szemléletmódját, értékeit. A japán és a magyar fél azonban remekül kiegészíti egymást: az egyik egy világmárkával és a már jól bevált vállalatirányítási módszerekkel tesz sokat a sikerért, a másik a magyar vállalkozók és magyar piaci környezet ismeretében remek finanszírozási hátteret ad, sokrétű tapasztalatokkal rendelkezik az autók köré épülő szolgáltatások terén.

Egy modern autószalonban nem csak autókerekedelemtől van szó, egy helyen kell kínálni finanszírozást, biztosítást, flottakezelést, teljes körű szervizt csereautóval, tehát egy komplex szolgáltatást – fűzte hozzá Németh Attila. Kiegyensúlyozott növekedésre töreksenek, stratégiai céljuk, hogy Magyarországon a legnagyobb Toyota-kereskedéssé váljanak. A cél érdekében tett fontos lépés két telephelyük közül az M5-ös autópálya bevezető szakasza melletti bővítése. A meglévő szalon is modern, a legfrissebb Toyota-standardoknak megfelelően felszerelt épület volt, ám mivel a Toyota 2009-ben sok új modellt hoz

ki és az üzletmenet is indokolta a bővítést, így még a válság előtt eldőlt, hogy belevágnak ebbe a nagy beruházásba. Nagyon jó üzenet kifelé, hogy a Toyota és a mi cégünk ennyire a jövőbe tekint, hogy még a válságban is beruházott – mondta az ügyvezető igazgató. A hosszú távú terv azonban az, hogy a társaság megmaradjon egy emberközelű, ügyfélközpontú, barátságos kereskedésnek.

A bővítés megtervezésekor figyeltek arra, hogy a meglévő épület arányait kövessék, ugyanakkor valami különlegeset akartak létrehozni. Az ügyféltér meghaladja a 800 négyzetmétert, méretében a legnagyobbak közé tartozik Magyarországon, de hogy az épület felett elinduló tető részben az ügyfélparkoló felé is benyúl, ez teljesen egyedülálló. Amellett, hogy az ügyfeleknek így ma már sokkal kényelmesebb a parkolás, a különleges tető ráadásul nagyon jó reklámfelület is: a márka új arculati elemei a lehető legjobb helyre kerültek. A Toyota a világ legnagyobb autógyártójaként elkötelezett a környezetvédelem és a zöld mobilitás iránt, ezért a szalont az energiatakarékosság jegyében tervezték át, környezetében pedig zöld területeket alakítottak ki.



KÜLÖNLEGES HELYSZÍN, KÜLÖNLEGES AUTÓK, KÜLÖNLEGES VENDÉGEK

A május 21-ei zártkörű ünnepélyes megnyitón a kerület vezetése, a japán követség, a japán és magyar tulajdonosi kör, az üzleti élet kiemelkedő szereplői és VIP-ügyfelek előtt két újdonságot, a Toyota IQ-t és a Toyota Urban Cruisert leplezték le. A két modell hivatalos magyarországi bemutatkozása egybeesett a szalonmegnyitóval. A megnyitón a vegyesvállalati háttér több helyen is tetten érhető volt: a Zeneakadémia japán növendékei játszottak klarinéton, a Next Premium Club sminkmesterei Shiseido termékekkel kényeztették a hölgy vendégeket, a vendégváró falatok pedig a japán és a magyar konyha remekei közül kerültek ki.





Az innováció nem az utazás, hanem a megérkezés

A fenti cím egyben a jelmondata is a Toshiba Corporationnek, amely elektronikai cikket gyártó nemzetközi vállalként számos világszínvonalú és csúcstechnológiájú termékkel rendelkezik. Prémium márkát kommunikálni a nehezebb gazdasági helyzetben előnyt jelenthet, a cég folyamatos fejlődését közelebbről látni pedig optimizmusra ad okot a Toshiba hazai képviselőjének marketingvezetője, Szabó Tamás szerint.

■ VARGA VIKTÓRIA

A Toshiba több mint negyed évszázada tölt be vezető szerepet Japán legnagyobb, leginkább fejlődőképes vállalatai között. Az 1875-ben alapított társaság Európában számos piaci szegmensben van jelen immár több mint harminc éve. A Toshiba multinacionális elektronikai iparvállalként mindig is a csúcstechnológiát képviselte, újításai általánosan elterjedtek az iparágban, a vállalat többek között már az 1980-as évek elején gyártott notebook formátumú gépeket. A

A Toshiba a notebookokról szóló imázs jellegű kampányaiban igyekszik előtérbe helyezni a márka értékeit. A kommunikáció során az adott kampány célcsoportját megpróbálja a lehető legpontosabban behatárolni. Így tette a tavalyi „Igazi társ” kampányai során is, üzenetét aszerint fogalmazta meg, ahogyan a célcsoport gondolkodik a laptopokról: vagyis a notebookok már kevésbé it, inkább életstílus jellegű termékek. Legyenek szépek és stílusosak, illeszkedjenek a felhasználó igényeihez, életviteléhez és minden esetben a felhasználó számára funkcionális megoldást nyújtsák. Más-más típusú feladatra a felhasználónak más-más típusú notebookra van szüksége.

Mivel idén tavasszal és kora nyáron (május közepe és június vége között) az üzleti típusú notebookokra koncentrál a Toshiba, ezért a most induló kampányának két termékcsalád áll a fókuszában: az egyik a Portégé, amely teljes értékű notebook, vékony és könnyű, legfontosabb tulajdonsága a határtalan hordozhatóság; a másik a strapabíró, üzembiztos, kifejezetten üzleti felhasználóknak készült, a „teljesítmény és mobilitás” szlogenrel jellemezhető Tecra.

legmagasabb szintű technológia és a professzionális megoldások mellett a Toshiba a notebookok gyártása és értékesítése során mindig szem előtt tartotta az olyan hagyományos értékeket, mint a minőség, a praktikum és a garancia. Ezek az értékek a nehezebb gazdasági helyzetekben kifejezetten felértékelődnek, hiszen a vásárlók ilyenkor hangsúlyosabban keresik a hosszú távra szóló és megbízható megoldásokat – mondta lapunknak Szabó Tamás, a notebook-üzletág hazai marketingvezetője. A Toshiba név világszerte ismert és a prémium márkák közé sorolják. A jelenlegi világranglistán a vállalat neve az első három notebook-márka között szerepel. A laptopok forgalmazásának európai központja a Németországban működő Toshiba Europe GmbH leányvállalat, a budapesti irodában – amely a közép- és kelet-európai régióhoz tartozik – négy munkatárs dolgozik, akik elsősorban piacfejlesztéssel foglalkoznak. A Toshiba Magyarországon a notebook-üzletágban négy disztribútoron keresztül értékesíti termékeit.

A közép- és kelet-európai régió az utóbbi időben radikális növekedésen ment keresztül a forgalom, a szervezet és a profitabilitás tekintetében. A notebook-üzletág a múlt év közepe óta stabilan növekvő piaci részesedést tud felmutatni. A hosszú távú stabil üzletmenet a japán cégek számára kiemelkedően fontos, így természetesen a Toshiba filozófiájának is részét képezi. Ideális, ha a menedzsment nagy távlatokban képes gondolkodni és támogatja a növekedési stratégiát. Ebben kulcsfontosságúak a stabil partneri kapcsolatok, hiszen a notebook-üzletágban – amely kifejezetten tőkeigényes terület, relatíve gyorsan avuló termékekkel és csökkenő árrésszel – csak



jól működő partnereken keresztül lehet hosszú távon sikeresen működni. A stabil partneri kapcsolat és a kiszámítható üzletmenet az alapja a bizalomnak és a hosszú távú együttműködéseknek, amelyek a piaci siker alapjai – tette hozzá Szabó Tamás. Ezért a Toshiba notebookok értékesítése szigorú és precíz stratégiát követ, hogy az együttműködés a gyártó, az importőr vagy disztribútor, a kiskereskedő és a végfelhasználó között hosszú távon rentábilis és profitábilis legyen.

SZABÓ TAMÁS

Ha valaki komolyan gondolja azt, amit csinál, nem lehet pesszimista.



ÚJ GENERÁCIÓS TERMÉKEK A PANASONICTÓL

Prémium minőségű élmények nyárra

A Panasonic szereti újdonságokkal lenyűgözni a vásárlókat, ez idén nyáron sem lesz másképp. Plazmatévéből, fényképezőgépből, videokamerából és Blu-ray házimoziból is a legkorszerűbbet dobja a piacra.



ÚJ GENERÁCIÓS PANASONIC FULL HD NEOPDP PLAZMATELEVÍZIÓK

Az idén a Panasonic teljesen megújította plazmatelevízió (PDP)-választékát. Az új panelek, melyek a NeoPDP nevet kapták, új technológiával készülnek, így a legmodernebb eljárásokat alkalmazzák és a legkorszerűbb anyagokat használják. Ezek eredménye a még jobb képminőség, a magasabb hatékonyság és a vékonyabb képernyő. Az új generációs plazmatelevízió nagy előnye, hogy fogyasztása felére csökkent a 2007-es Panasonic Full HD plazmatévéhez képest, ez egyrészt kiadásainkat csökkenti, másrészt környezetudatos felhasználást tesz lehetővé. Nagyon fontos, hogy az energiatakarékosság nem megy a képminőség rovására – sőt a Panasonic 600 Hz-es intelligens képképzés technológiájának, illetve az 1080 soros mozgóképfelbontásnak köszönhetően még egy gyorsan mozgó tárgy képe is tiszta és éles, nem mosódik el. A NeoPDP plazmatévé tehát remek választás azok számára, akik szeretnek mozgalmas sporteseményeket, akciófilmeket nézni.

A Panasonic tovább javította a kontrasztarányt és a színvisszaadást is, így eddig soha nem tapasztalt képminőséget ért el. A Z1 (őszől kapható), V10, G15 (júniustól elérhető) és G10 sorozat készülékei figyelemre méltó, több mint 2 000 000:1-es dinamikus kontrasztaránnyal rendelkeznek. Az új modellek képesek „végtelen mély fekete” szint előállítására, így például a mozgóképeknél a sötét jelenetek is részletgazdagok. A G10-es sorozat kivételével a készülékek rendelkeznek internetes csatlakozással is. A Z1-es sorozat a technológia és a dizájn mesterműve, ultravékony (2,4 cm), szálcsiszolt alumíniumkerettel. A

Z1-es sorozaton belül lesz wireless HD – vezeték nélküli kivitelű – típus, melynek mindössze elektromos áramra van szüksége. Az iparágban egyedülálló módon a tömörítés nélküli full HD jelek kábelek használata nélkül jutnak el a set-top-boxtól a kijelzőig. Ezek a készülékek modern dizájnjuk miatt sokkal mutatósabbak, vékonyak és könnyűek, ezért egyszerűbb őket a falra szerelni. A Panasonic plazmatévé-technológiában elért kiemelkedő kutatás-fejlesztési eredményei lehetővé tették, hogy a plazmatévék kontrasztmegjelenítése és színvisszaadása sokkal jobb legyen, mint a más technológiák által elért értékek. Ezen túlmenően a plazmapaneleket erős üvegréteggel látták el, melyek akár 4 Joule erőhatásnak is ellenállnak. Ez különösen megnyugtató lehet a kisgyermekes családoknak, illetve a Wii játékkonzolt használóknak.



FOTÓZZON ÉS FILMEZZEN HD MINŐSÉGBEN!

A gazdasági válság idején a fényképezőgép- és videokamera-piacon azok a gyártók lehetnek csak sikeresek, amelyek alternatív megoldásokat keresnek annak érdekében, hogy ébren tartsák a fogyasztók érdeklődését és termékeiket vonzóvá tegyék. A jövő terméke a kettő az egyben megoldás, olyan készülék, mely fényképezőgépként és videokameraként is remekül használható. A Panasonic kínálatában már vannak olyan modellek (TZ7, FT1, GH1), melyek teljes értékű videokameraként is megállják a helyüket, és a videokamerák között is van olyan, mely jól használható fényképezőgépként. A Panasonic Lumix TZ7 és FT1 típusú fényképezőgép már a nagy felbontású videokamerákban is használt videofelvételi formátumot és tömörítési módot használja, mely a szokásos, fényképezőgépekben alkalmazott formátumhoz képest jobb képminőséget biztosít, miközben kisebb tárhelyet igényel. Az elkészült videók a nagy felbontásnak köszönhetően nagyméretű síkképernyős televízió is egyszerűen mutatnak.

A TZ7-es modell 25 mm-es, nagy látószögű, 12-szeres optikai zoomos objektívvel rendelkezik, ami rendkívül hasznos, ha nagy távolságból szeretnénk apró dolgokat megörökíteni és ha közelről kívánunk egy nagyobb épületet lencsevégre kapni vagy épp tájképet készíteni. Mivel kisméretű, utazáshoz ideális. Kiváló minőségű HD-videofelvételi funkcióval is rendelkezik, melyhez sztereó zoommikrofon is párosul. Az FT1 1,5 méteres esésig ütésálló, 3 méterig vízálló, de strandon vagy homokos környezetben is nyugodtan használható, ugyanis porálló. Aktív életvitelt kedvelőknek kimondottan ajánlott. Mindkét modell rendelkezik a teljesen amatőrök által is kiválóan alkalmazható ún. intelligens automata üzemmóddal, hogy a felhasználók minden szituációból a lehető legegyszerűbben hozzák ki a lehető legtöbbet.

A cég zászlóshajója a tükkörreflexes modellek alternatívjaként bemutatott cserélhető objektívű, de a tükkörreflexes mellőző G1. Ez a modell azok igényeit elégíti ki tökéletesen, akik bonyolultnak tartják a DSLR gépek kezelését, nehézkesnek a cipelését, de mégis a tükkörreflexes gépek által nyújtott képminőségre vágyanak. A G1 ezért lényegesen kisebb, könnyebb, csendesebb és egyszerűen kezelhető, mégis ugyanazokat a lehetőségeket és ugyanazt a minőséget nyújtja, mint nagyméretű riválisai. Júniusban kerül piacra a gép nagyobb testvére, a Full HD videofelvételre is alkalmas GH1, egy sokoldalú, új, nagy zoomátfogású objektív kíséretében.

A KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓ: BLU-RAY

A Blu-ray ma a technológia csúcsa a szórakoztató elektronikában: nagy felbontású, tiszta képet és a legkorszerűbb mozihangzást kapjuk ebben a szegmensben.

2006 végén a Panasonic is piacra dobta Blu-ray lejátszóját: a termék sikerét mi sem mutatja jobban, mint hogy mára ez a termékportfólió kibővült a Panasonic által világon elsőként megjelentetett hordozható Blu-ray lejátszóval, valamint az immár 5.1 csatornás Blu-ray házimozirendszerekkel.

Nem kell csalódnunk az exkluzív megjelenésre számítóknak sem: a Panasonic BTX70-es típusú, 2.1 csatornás Blu-ray házimozija azoknak készült, akik igazi kuriózumra vágnak.

Panasonic
ideas for life

most
könnyebb
jónak
lenni



8 év
vagy **160 000 km**
jótállás A HIBRID
RENDSZERRE*

*Vadonatúj hibrid modell, különleges formavilág, 101 g/km CO₂-kibocsátás, környezettudatos vezetést támogató rendszer, szokatlanul jó ár!
A Honda Insight megérkezett!*

Új Honda Insight. Most könnyebb jónak lenni.

HONDA
The Power of Dreams

* A jótállás feltételeinek pontos részleteiről érdeklődjön márkakereskedő partnerénél.

Átlagfogyasztás: 4,4–4,6 l/100 km. CO₂-kibocsátás: 101–105 g/km. A kép illusztráció.

www.honda.hu



INTERJÚ IZAKI MASAHIRÓVAL, SZOLNOK VÁROS FŐZENEIGAZGATÓJÁVAL

Aki a japán kultúrát ötvözi a magy

Izaki Masahiro japán karmester Magyarországot tartja második otthonának. A komolyzene iránti szenvedélye tette sikeresnek és szerencsésnek mondhatjuk magunkat, hogy 2007 óta Szolnok városában munkálkodik.



■ MERÉNYI KRISZTINA

– **Hogyan került kapcsolatba Magyarországgal?**

– A Magyar Televízió által szervezett VIII. Nemzetközi Karmesterverseny megnyerése után az ország különböző városaiban számos felkérést kaptam, a Szombathelyi Szimfonikus Zenekarnál pedig három évig dolgoztam vezető karmesterként és művészeti vezetőként. A Szolnoki Szimfonikus Zenekarral 2005-ben kerültem kapcsolatba, ekkor tudtam meg, hogy a város több mint 25 éve ápol jó kapcsolatokat Japánnal, és testvérvárosuk is van, Yuza. A zenei együttműködés ráadásul kifejezetten aktívnak bizonyult, a Yuza szomszédságában található

Sakata városának filharmonikus zenekarával már korábban is számos közös programot valósítottak meg. A város felkérésére több koncerten szerepeltem karmesterként, a közös munkák – különösen a 2006. januári magyar–japán koncert alkalmával elért viharos siker – eredményeként Szolnok vezetése úgy döntött, hogy az együttműködést hosszú távon tervezi, ezért 2008-tól öt évre hivatalosan is felkérték a város főzeneigazgatói posztjának betöltésére.

– **Mire terjed ki ez a megbízatás?**

– A szimfonikus zenekarral kapcsolatos munkán kívül a város zenei életének teljes koordinálása is az én feladatom, a Szigligeti Színház, a Tisza Táncgyűttes és számos szolnoki kórus zenei munkáját

kell összehangolnom. Magyarországon nem olyan elterjedt ez a titulus, tudtommal Szolnokon kívül egyedül Debrecenben van hasonló megbízatás, pedig mondjuk Németországban szinte minden városban van egy ilyen feladatra kijelölt személy.

– **Mit érdemes tudni a zenekarról?**

– A szolnoki zenekar már több mint negyven éve dolgozik együtt, ezért kialakult a saját stílusuk. A létszámot tekintve – más hazai zenekarokkal összehasonlítva – meglepően kicsinek számít a zenekar, de ehhez képest nagyon dinamikusak, felkészültek és rendkívüli módon képesek reagálni az új kihívásokra. A zenekar a közelmúltban kft.-vé alakult át, ami nemcsak szervezeti átalakulást jelent, hanem azt is, hogy komoly céljaik vannak a jövőre nézve, országosan, illetve nemzetközileg is elismert, professzionális zenekarrá kívánnak válni.

– **Az eddigi együttműködés során melyik volt a legemlékezetesebb fellépése?**

– Tavaly, a „Szolnok Napja” rendezvénysorozat alkalmából a nyugat-tokiói kórus vendég szerepelt itt Magyarországon. Az előadásokon a 60 fős japán kóruson kívül a magyar kórus 90 tagja és a teljes zenekar, tehát összesen közel 200 fő állt a színpadon – ez számomra is meghatározó élmény volt. Ezenkívül a tavalyi Puccini-emlékest is emlékezetes volt, az előadás végén a közönség állva tapsolta meg az előadást. A világ más részein megszokott ez a fajta reakció, de Szolnokon még nem volt ilyenben részem.

– **Európa és ezen belül Magyarország is a komolyzene hazájának tekinthető. A teljesen más**



IZAKI MASAHIRO

Japán déli részén, Fukuokában született 1960-ban. Egyetemi éve alatt elnyerte a művelődési minisztérium ösztöndíját és hallgatója lett a Bécsi Zeneakadémiának. Vezénylést, zeneszerzést és karvezetést tanult. A Fukuoka Egyetemen szerzett diplomát, majd felvették a Tokiói Nemzetközi Szépművészeti Egyetem mesterkurzusára. 1995 májusában első helyezést ért el a Magyar Televízió VIII. Nemzetközi Karmesterversenyén. Magyarországon szinte az összes jelentős zenekart vezényelte Budapesten és vidéken egyaránt. Olyan híres külföldi zenekarokkal dolgozik együtt, mint a Japán Filharmonikus Zenekar, a Jomiuri Nippon Szimfonikus Zenekar, a New Japan Filharmonikus Zenekar, Tokió Filharmonikus Zenekar, Szlovéniai Filharmonikus Zenekar, a Prágai Kamarazenekar, a Ricoh Filharmonikus Zenekar stb. Vendégkarmestere és zeneigazgatója különböző városi zenekaroknak és kórusoknak. Fellépett már Amerikában, Koreában,

Szlovéniában, Németországban, Svájcban, Ausztriában, Spanyolországban, Szlovákiában. 2007-től Szolnok város főzeneigazgatója. Repertoárján egyaránt megtalálhatók a barokk, a bécsi klasszikus és romantikus, az orosz és a magyar komponisták művei.



Magyar zenei hagyománnyal

gyökerekkel rendelkező, távoli Japánból ideérkezve nem jelent nagy kihívást egy kifinomult ízlésű, hozzáértő közönség előtt játszani?

– A munkám révén évtizedek óta foglalkozom az európai zenekultúrával, ezért én már nem érzem magam tipikus japánnak. Ami a más gyökereket illeti, én pont ebből próbálok meg előnyt kovácsolni, úgy, hogy más szemszögből, a magyar mentalitástól eltérő módon közelítem meg a zene-t, így sokszor új értelmezést kap a mű, és ez érdekes lehet az európai hallgató számára.

– Hogy képzeli el a zenekar jövőjét?

– A fejlődés szempontjából elsődleges a zenekar létszámának növelése. A széles körű nemzetközi kapcsolatrendszernek köszönhetően folyamatosak a felkérések, emiatt fontos az is, hogy a zenekar bővítse a repertoárját, illetve hogy új tapasztalatokat szerezzen. A közös munkával, magas színvonalú előadások létrehozásával remélem, hogy még elismertebbé válnak a szimfonikusok, de mindvégig törekedni kell arra is, hogy zenekar védjegyévé váljék, speciális „szolnoki hangzás” megmaradjon. Szeretném, ha az

elkövetkező időszakban sokat tanulnánk egymástól. Remélem, hosszú távon is gyümölcsöző lesz a kapcsolatunk, már csak azért is, mert szeretnék minél hosszabb időt eltölteni abban az országban, amelyet most már második otthonomnak tartok.

– A kulturális különbségek miatt tud-e olyan dolgot említeni, ami nehézséget jelent az ön számára?

– Az itt eltöltött hosszú évek alatt sokat fejlődött a nyelvtudásom, de azért még vannak olyan helyzetek, amikor nyelvi nehézségekbe ütközöm. A japán emberek általában visszafogottak, saját véleményüket nem igazán merik nyíltan felvállalni, én viszont karmesterként fontosnak tartom, hogy az érzelmeimet, gondolataimat minél érthetőbben tudjam kifejezni, ezért igyekszem a nyelvet is a lehető legjobban elsajátítani.

– A magyar–japán emlékvé programsorozathoz kapcsolódva terveznek-e valamilyen fellépést?

– A Magyarországot népszerűsítő rendezvény-sorozatnak kiemelkedő eseménye lesz a szolnoki

zenekar novemberi turnéja Japánban, mely egyrészt komoly elismerés a zenekarnak, másrészt nagy jelentőséggel bír a jövőre nézve is. A tokiói hangverseny mellett természetesen testvérvárosunkban, Yuzában is fellépünk majd, illetve a szoros kapcsolatokat ápoló Sakatában és Yamagatában is tervezünk koncerteket. A teljes zenekaron kívül kórus, szólisták, illetve a városi delegáció is részt vesz a vendégszereplésen, ezért a teljes kiutazó létszám 100 fő fölött lesz. Mivel emlékvérvől van szó, mindenképpen a klasszikus zene nagyjaival szeretnénk képviselni a magyar zenei kultúrát, ezért Bartók Bélától a Magyar képeket és a III. zongoraversenyt, Kodály Zoltántól a Missa Brevist fogjuk előadni, a szólistánk pedig a világhírű Rost Andrea lesz, akinek külön operaária-estet is fogunk szervezni. Nagy örömmel szolgál, hogy munkámmal most már én is hozzá tudok járulni a kulturális kapcsolatok elmélyítéséhez. Azt is jó dolognak tartom, hogy már nemcsak itt, Magyarországon képviselhetem a japán kultúrát, de Japánban is népszerűsíthetem Magyarországot.

A magyar japán diplomáciai kapcsolatok 140. és 50. évfordulójára

Nagy örömmel szolgál, hogy Magyarországgal együtt ünnepelhetjük ezen évfordulókat. Társaságunk örömmel nyugtázza, hogy a kétoldalú kapcsolatok már 140 éve élnek, és reméli, hogy még szorosabbá válnak mindkét ország megelégedésére. Szándékunk a fejlett technológiai szolgáltatásaink biztosítása által a magyar társadalom további növekedéséhez való hozzájárulás.

Megtisztelve érezzük magunkat, hogy meghívást kaptunk ezen kiadvány hirdetői közé. Kérjük fogadják el tőlünk a Taikisha Ltd jókívánásait ezen évfordulók alkalmából!

Divízióink és tevékenységi területeik:

A Green Technology Rendszer Divízió főbb tevékenységi területei:

- Ipari légkondicionáló rendszerek (tisztaterek (cleanrooms), gyáregységek klimatizálása és ezek segédberendezéseinek telepítése)
- Épület légkondicionálás, higiéniai és elektromos létesítmények tervezése és kivitelezése
- Légkezelő és légtisztító berendezések gyártása és forgalmazása
- Orvosi és vegyipari gyártórendszerek (kivitelezés, segédberendezések és gyártórendszerek biztosítása)

A Festőüzemi Divízió főbb tevékenységi területei:

- Festőüzemek létesítése : Japánban az első, világviszonylatban második (személygépjárművek, háztartási gépek, repülőgépek, vasúti szerelvények)



Medical & Chemical Manufacturing System



For Hospital, Healthcare & Elderly Welfare Facilities



Energy Solution



VOC Treatment & Odor Control System



<http://www.taikisha-group.com/>



Cleanroom Technologies



Paint System

Taikisha Europe Ltd.
Magyarországi Fióktelep
Schweidel József út 52.
H-2500 Esztergom, Hungary
TEL.: 36-(0)33-541-562, FAX: 36-(0)33-541-560
E-mail: HVAC.SALES@tks-europe.com

Taikisha Europe Ltd.
5th Floor, Delta View, 2309 Coventry Road,
Sheldon, Birmingham, B26 3PG, U.K.
TEL.: 44-(0)121-700-1140
FAX: 44-(0)121-742-4035
E-mail: info@tks-europe.com

Taikisha Europe Ltd.
Franciaországi Fióktelep
11 rue Jacques Cartier, Immeuble QUEBEC 78280,
Guyancourt, France
TEL: 33-(0)1 61 37 00 50, FAX: 33-(0)1 30 57 03 87
E-mail: contact@taikisha.fr



Kis nyelv, nagy érdeklődés

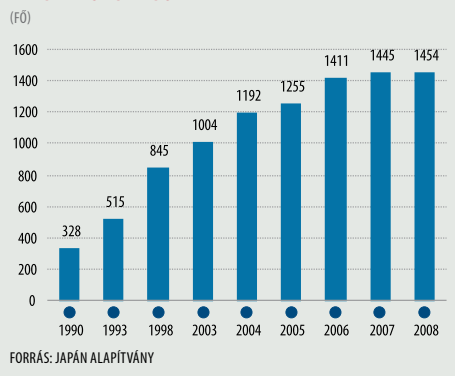
A japán nem világnyelv, mégis egyre többen szeretnék megtanulni Magyarországon. Vajon miért ekkora az érdeklődés egy kis nyelv iránt? Ebben nagy szerepe van a manga- és animeörületnek is.

Magyarországon az oktatott nyelveknek két tábora van: az egyik a világnyelvek, amelyek nagyon népszerűek, a másik a kis nyelvek, vagyis a különleges, de kevesek által beszélt nyelvek. A japán az utóbbi csoportba tartozik, habár ha a tanulók számát nézzük, nyugodtan kijelenthetjük, hogy manapság egyre népszerűbb hazánkban. Régebben csak egy szűk körhöz tartozók, főleg a távol-keleti harcművészetek tanulók érdeklődtek a japán

nyelv iránt, ma ennél lényegesen többen szeretnék beszélni. Ennek egyik és talán legfőbb oka, hogy a manga és az anime nálunk is egyre nagyobb közönséget vonz.

A manga japánul képregényt jelent. Japánban számtalan ilyen kiadvánnyal lehet találkozni az újságárusoknál, utazás közben szinte mindenki ezeket olvassa. Az ottani örület hozzánk is begyűrűzött, olyannyira, hogy az általános és

**JAPÁN NYELVET TANULÓK SZÁMA
MAGYARORSZÁGON**



középiskolások körében ennek köszönhetően japán szubkultúra alakult ki, így nemcsak a rajzos történetek, hanem maga Japán is érdekessé vált. Az anime az angol animation szó rövidítése, a japán rajzfilmek gyűjtőneve. Ilyen anime filmekkel, sorozatokkal ma már külön erre specializálódott csatornákat töltenek meg, amelyek ugyan szinkronizáltak, de a filmek zenei szövege a legtöbb esetben japán. Ennek hatására a fiatalok közül egyre többen kezdenek el japánul

tanulni, nem ritkán maguktól, autodidakta módon, persze azért szép számmal akadnak olyanok is, akik nyelviskolába járnak tökéletesíteni tudásukat. Az anime- és mangaláz természetesen mulandó, általában az ember kinövi, viszont mivel Magyarországon kevesen beszélnek jól japánul, a tolmácsszakma számára igen vonzó. Különleges nyelveket – mint a japán, a kínai vagy a koreai – a világnyelvekhez képest jóval kevesebben beszélnek Európában, ezért nagy előny, ha valaki tökéletesen ismeri ezeket.

A japán írásrendszer elsajátítása hosszú évekig tart. A magyarok általában könnyebben veszik az akadályokat, amikor japánul tanulnak, hiszen a magyar nyelv hangzó-készlete csaknem azonos a japánéval, a szórend hasonló, a japán nyelvtannal is jóval gyorsabban megküzd egy magyar anyanyelvű. A japán az angolból is átvett szavakat, ezért az angolul beszélők számára is van némi azonosság a szókincs tekintetében. Bár a kiejtés kifejezetten egyszerű egy magyar anyanyelvű számára, nehézséget okozhat a hangsúly, az intonáció. Érdekes és számunkra kissé szokatlan lehet, hogy az alá-fölé rendeltség, az életkor és szaktudás tisztelete a japánok minden megnyilvánulásában megfigyelhető, megannyi nyelvi formában tetten érhető.

Természetesen ezt a nyelvet is sokkal könnyebb megtanulni, ha anyanyelvi vagy Japánban hosszabb ideig élő tanár oktatja, hiszen egy nyelvet elsajátítani a kultúra ismerete nélkül nagyon nehéz. Ezért 2009 elején a japán állam hét önkéntest küldött Magyarországra, akik a következő két évben japán nyelvet fognak tanítani és a japán kultúra nagykövetei lesznek vidéki és fővárosi oktatási intézményekben. A J-CAT (Japan Culture Advance Team) önkéntesei az adott közösség részeként a nyelvtanítás mellett sok más, a japán kultúrához szorosan kapcsolódó dolgot népszerűsítnek, mint például ikebana, teaszertartás, karate, kimonó.



JAPÁN SZÓTÁR AZ INTERNETEN

Az egyre népszerűbb magyarországi japán nyelvtanítás a kezdetekben viszonylag kevés magyar nyelvű oktatási segédeszközzel támaszkodhatott. Ma már szerencsére jóval több nyelvkönyv, leíró nyelvtan, kanzsi-szótár, valamint néhány szótár és szöszedet érhető el magyar nyelven, azonban egy igazán korszerű magyar-japán szótár még mindig hiányzik a sorból. Az internet korában felnövekvő nemzedékeknek pedig sokáig várniuk kellett a szabadon elérhető, folyamatosan fejlesztett magyar-japán webszótárakra.

Az első ilyen webszótárát Somfai Tamás vesprémi informatikus készítette öt éve Tamino néven, amely négyezer körüli szókapsolatával hamarosan a legnagyobb és legnépszerűbb magyar-japán szótárrá vált a magyar tanulók számára a világhálón. A fejlesztése két és fél évvel ezelőtt új irányt vett, amikor a Tamino szerkesztőjéhez társult Sípós László Japánban élő mérnök-MBA, aki a tudásmenedzsment és a digitális tartalomfejlesztés területén szerzett tapasztalataival, új nyelvészeti megoldásokkal egészítette ki az alapkonceptiót.

A magyar-japán/japán-magyar webszótár jelenleg is fejlesztés alatt áll és egy átfogó, nyelvtanulási segéd-eszközöket (trájseltanító, szókincsteszt, szótárfüzet, stb.) és szótárt fejlesztő informatikai rendszer prototípusaként, kísérleti üzemben működik. A szótár bővítésében a felhasználók is részt vehetnek, munkájukat a fejlesztők által alkotott tudásmenedzsment-modul irányítja és ellenőrzi. A szótár jelenleg 38 ezer szókapsolattal rendelkezik, regisztrált felhasználóinak száma 2 ezer és a növekvő látogatottsági adatok (havi 20 ezer egyedi felhasználó, 250 ezer klikk) is jelzik hasznosságát, népszerűségét. A fejlesztők tervei között szerepel, hogy hamarosan átfogó magyar-japán eseménynaptárral és további, a felhasználók közösségének igényeit kielégítő tartalommal kiegészítve magyar-japán portálként üzemeltetik tovább a szótárt.

KÖNNYEN TANÍTHATÓ NYELV, CSAK MÓDSZER KÉRDÉSE

A Selyemút Nyelviskola másfél évvel ezelőtt azért jött létre, hogy a kis nyelvek iránt érdeklődők is tudjanak hol tanulni, hiszen náluk már két főtől csoportos a tanfolyam. Tanáraik tapasztalt nyelvtanárok, akik a beszédcentrikus órák hívei, módszerük nem az olvasás és fordítás, inkább rengeteg hanganyaggal dolgoznak. Valamennyien éltek abban az országban, melynek a nyelvét tanítják, így óráikon nemcsak a nyelvvel, hanem a kultúrával is megismerkedhetnek a diákok. Amennyiben valaki kezdő szinttől egy, a japánokat jól ismerő, Japánban éveket eltöltött tanár segítségével nyer betekintést ebbe a különleges világba, biztos sikerre számíthat. Japán szöveget rendszeresen hallgatni azért fontos, mert ennek a nyelvnek a buktatója a hangsúly, az intonáció. A tanár az első órától kezdve japánul beszél, nincsenek magyar vezényszavak, az írást egyáltalán nem erőlteti. Játékos formában oktat, a használható tudáson a lényeg, az életből kiragadott helyzetekkel ismerkednek a diákok, ezekről beszélgetnek. Az óra egyharmada szöveghallgatás, a házi feladat egy része is ez. Az új nyelvtani szerkezeteket a diákoknak kell megtalálniuk a szövegben, tehát nem klasszikus nyelvi óráról van szó. Ha érdekli ez a nyelvtanítási módszer, a Nyelvpárádén, vagyis a nyelvtanulási lehetőségek kiállításán szeptember 9–13. között a Hungexpo területén személyesen is megnézheti, hiszen a Selyemút Nyelviskola – ahol a japánon kívül még 22 különleges nyelvet tanítanak – tart itt bemutató órát.

1027 Budapest, Margit krt. 3. I. em. 4.

További információ:

www.selyemutnyelviskola.hu



A TEA ÚTJA LEHETŐSÉG ARRÁ, HOGY TALÁLKOZZUNK A SZÍVÜNKKEL

A japán teaszertartás művészete – a Chado

A japán Chado kifejezés azt jelenti: a Tea Útja. A teakészítés, vagyis a porrá őrölt zöld tea, a maccha (maccsa) elkészítése, felszolgálása és elfogyasztása Japánban túlnőtte a művészet határait, ma már életfilozófiaként, életmódként tartják számon.

■ MERÉNYI KRISZTINA

Kontor Kornélia ösztöndíjjal került a japán kultúrtörténelem és a hagyományos művészetek szempontjából kiemelkedő jelentőségű kiotoi Urasenke teakadémiára, ahol „teatanonként” közel egy évig tanulhatta a legnagyobb mesterektől a teaszertartás művészetét. Hazatérve itthon próbálja népszerűsíteni és tanítani a Tea Útját, egyben segíteni mindenkinek megfejtetni ennek a misztikusnak tűnő művészeti ágnek a titkát.

TÖBB MINT 450 ÉVES TÖRTÉNELEM

A tea fogyasztása világszerte ismert és szinte mindennapos tevékenység, mégsem befolyásolta sehol a kultúrát oly mértékben, mint Japánban. Itt a porrá őrölt zöld tea, a maccha (maccsa) elkészítése és fogyasztása a kultúrát a mai napig alapjaiban meghatározó, valamennyi területét átható szellemi-esztétikai iskolának az alapjává vált – állítja Kontor Kornélia. Ezt a különleges teafajtát kínai tanulmányútról hazatért zen szerzetesek honosították meg Japánban a XII. században. Kezdetben meditációk alkalmával a tudat megtisztítása céljából fogyasztották, de értékes gyógyszereként is igen elterjedt volt. A későbbiekben a maccha fogyasztása az uralkodó nemesi osztályok körében is népszerű passzióvá vált,



akik teafogadásokat rendeztek és új szenvedélyüknek hódoltak. Rövid idő alatt kialakultak a kizárólag ilyen összejöveteleknek helyet adó, a zen buddhizmus által inspirált, egyszerűen, de rendkívül esztétikusan berendezett szobák, ahol a teákat elkészítették és felszolgálták. Aztán a XVI. században Sen Rikyu – kora politikai és kulturális életének egyik vezéregyéniségeként – a tea elkészítésének, felszolgálásának és elfogyasztásának mozzanatait átfogó gyakorlattá ötvözte, le-

téve ezzel a Chado (csado), azaz a Tea Útja alapkövét. Megalapította az Urasenke teaiskolát, amely a mai napig a világ egyetlen olyan iskolája, ahol intézményes keretek között lehet elsajátítani a teakészítés mesterségét – emelte ki a szakértő.

KOMPLEX MŰVÉSZETI FORMA

A „teát” művészetbe foglalták a japánok, mely ma már nem egyszerűen a zöld tea felszolgálásának és elfogyasztásának gyakorlati tudnivalóit jelenti, hanem egy speciális életfilozófiát és esztétikai rendszert is. A teaművész ezt az egészet próbálja meg a mindennapi életbe átültetni. A teaszertartás jelentős része előadó- és mozgásművészet, a teaszertartás mozdulatainak tökélyre fejlesztett koreográfiája, de ezt túllépve a teaművésznek megfelelő ismeretekkel kell rendelkeznie számos egyéb kapcsolódó művészeti ágban is. Ilyen például a teaszobában megjelenő tárgyak pontos ismerete, megfelelő előkészítése, a formák, színek, anyagok összehangolása. Fontos a teácsészék megfelelő kiválasztása (keramikusság), a vázába készített virágok alkalomhoz illő kompozíciója (ikebana), a falitekercsen szereplő írás értelmezése (kalligráfia), illetve a tea előtt felszolgált edésség megfelelő formája és ízvilága (gasztronómia) is.

A teaművész hangokkal, fényekkel és a mozgással egy hihetetlenül intenzív, ám bizonyos értelemben „néma” léggört teremt. Léggört, mely alkalmas egy életérzés, gondolat közvetítésére vagy épp felébresztésére. Néma teret, melyben minden jelentéssel bír, minden céllal van elhelyezve, s mégis csupán a lehetőséget hordozza, hogy a vendég igénye szerinti mértékben és mélységben fogadja be a vendéglátója által „küldött” impulzusokat.

Ez a hihetetlen aprólékossággal megtervezett és kivitelezett ceremónia megtanítja az elmélyülést, a kis dolgok észrevételét, a harmónia értékelését. Mert a tea egy utat jelent, mely megtanít látni, észrevenni, értékelni, s később a tanulás révén képessé tesz megteremtetni az esztétikai, íz- és egyben spirituális élményt nyújtó összehatást – fejt ki Kontor Kornélia. A harmónia, a dolgok iránt érzett tisztelet, a tisztaság és a spirituális béke mind olyan alapelvek, melyek megfogalmazódnak e művészetben, és ezek azok az alapfogalmak, melyekből kiindulva szükséges a folyamatokat megtanulni. Mindenki, aki a Tea Útját járja, figyel annak minden részletére: a berendezésre, a használati tárgyakra, a betartandó illemszabályokra, az ételekre, de még a felhasznált vízre is.

MONDANIVALÓ A MODERN EMBER SZÁMÁRA

A világon emberek milliói tanulják és művelik az Urasenke hagyomány szerint a Tea Útját. A tradicionális művészeti ágnek a modern ember számára is van mondanivalója. A teaszertartás művészetével foglalkozó ember egy utat jár be, a tanulás és gyakorlás útján megismeri önmagát, gondolatai megtisztulnak, elindul a kulturális gyarapodás és önmegvalósítás útján, egy csésze tea közös elfogyasztásának örök törvényű gyakorlatával pedig egyszerű pillanatokat teremt. Sen Gensitsu, az Urasenke teaiskola nagymestere (a nagymester-dinasztia immár tizenötödik tagja) szavaival élve: „a Tea Útja lehetőség arra, hogy találkozzunk a szívünkkel, és nyugópontokat stabilizáljunk magunkban”.





TERMÉSZETES EGYSZERŰSÉG GASZTRONÓMIAI TÖKÉLLEL EGYESÍTVE

Egy falat Japán: a sushi

A sushi talán a japán gasztronómia egyik legismertebb és legnépszerűbb ételkülönlegessége. A felhasznált alapanyagoknak köszönhetően rendkívül egészséges, a szín- és formavilág összhatására törekedve pedig igen látványosan tálalt, ízletes étel.

■ MERÉNYI KRISZTINA

A sushi a sashiminek (nyers halszék) egy főtt rizszel készített változata. Több száz variációja ismert, a különböző típusoktól függően készülhet nyers, illetve főtt hallal, rákkal, kagylóval, polippal, homárral, kaviárral, de vannak zöldséges és vegetáriánus sushik is. Sokszor hasz-

technika alkalmazása. A mai, modern kori sushi megalkotása Hanaya Yohei nevéhez köthető, aki 1820-ban, Tokióban nyitotta meg első sushi-boltját, melynek neve „Yohei-zushi” volt. Ezt a boltot tekintetjük a mai sushi-bárok őseinek. Az általa készített sushi rövid időn belül nagy népszerűsége tett szert, főleg azért, mert bevezette a nyers halat a sushi hozzávalói közé és megalkotta a nigirizushit, mely ma a legelterjedtebb és egyben a legnépszerűbb sushi-falatként ismert.

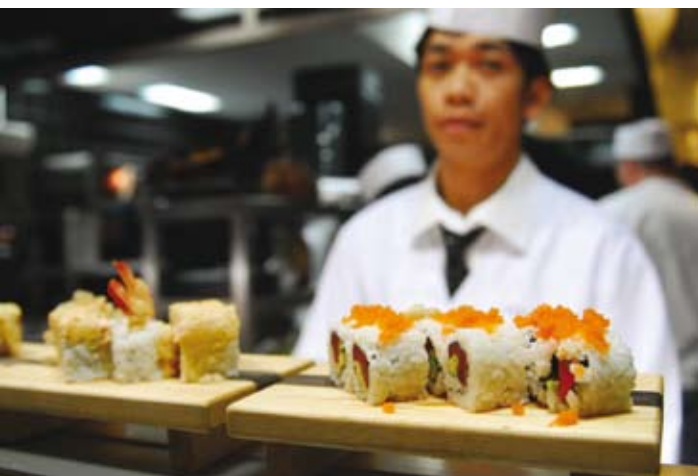
Az első modern sushi-bár 1950-ben nyílt Oszakában, és a nagy sikernek köszönhetően országszerte gyorsan elterjedt a sushi-fogyasztás. A világon az 1970-es évektől kezdett ismertté válni – először főleg a japán üzletembereknek köszönhetően az Egyesült Államokban –, később pedig a japán konyha terjedésével az egész világot meghódította. A nyugati ember számára sokszor furcsa nyers íz elfogadása miatt egyre népszerűbbé válnak a fúziós éttermek is, ahol a tradicionális japán és a

modern nyugati ízvilág ötvöződik egymással, így ezeken a helyeken a bátoralanabbak is nyugodtan kipróbálhatják az új ízeket.

MIÉRT EGÉSZSÉGES A SUSHI?

A sushi a tudósok szerint nagyon egészséges étel, illetve rendkívül értékes tápanyagforrás. Rengeteg fehérje, valamint jód található benne, emellett zsír- és kalóriatartalma igen alacsony, ezért nagyban hozzájárul az egészséges életmódhoz. Taurintartalma miatt csökkenti a koleszterinszintet és az érfalakra is jó hatással van, emellett az olajos halak omega-3

és omega-6 zsírsavakat tartalmaznak, amelyek a szívbetegségekkel szemben nyújtanak védelmet. A tengeri alga rengeteg vitaminban és hasznos ásványi anyagban bővelkedik, hiszen gazdag proteinben, kalciumban, karotinban, foszforban és vasban.



nálnak szárított tengeri algalapot (norit) a sushi-falatok elkészítéséhez. A sushi-mester a vendégek előtt készíti el a harapásnyi nagyságú sushit, amelyet aztán torma szójaszószba mártogatva fogyasztunk el. Először talán szokatlannak és újnak tűnhet a sushi különleges ízvilága, de aki egyszer megszereti, az biztos, hogy egy életre rajongójává válik.

A SUSHI TÖRTÉNETE

A sushi őshazája Kína, a VII. században, a Tang-dinasztia idején terjedt el Japánban, és eredetileg hús tartósítására használták. A beszózott húst rizs közé rakták, összepréselték, majd kövek közé ásták el. A föld alatt a rizs erjedésnek indult, és így a hús hetekkel később sem romlott meg. A XVII. században már rizsecetet használtak az erjedési folyamat felgyorsítására, valamint a sushi-rizs ízesítésére, illetve elterjedt a préseléses



Éttermünk a város egyik legszebb helyén, a Lánchíd pesti hídfőjénél a Gresham palota szomszédságában található. A vendégtérből gyönyörű kilátás nyílik a Lánchidra, valamint, a Mátyás templomra egyaránt.

Magas színvonalon kínáljuk Önnek az ázsiai konyhaművészet remekait: tradicionális japán fogások, modern nyugati ízlésvilágba adaptált sushik, valamint autentikus thai ételek izgalmas kombinációját.

Hétköznapokon déli tizenkettő és délután öt óra között, egy valóban sokszínű és nagyon változatos, ugyanakkor kedvező árú ebéd kínálatot várjuk Önöket.

Vasárnapokon pedig nem csak a sushi kedvelőinek, de azoknak is egyedi lehetőséget nyújtunk „all you can eat” ajánlatunkal, akik most szeretnének megismerkedni a sushik világával.



1051 Budapest, Roosevelttér 7-8.

Asztalfoglalás: (+361) 801 9862

www.kyotoetterem.hu

E-mail: kyotoetterem@kyotoetterem.hu



Költségoptimalizálás válság idején

Három hazánkban is jelen lévő japán vállalat vezetőjének véleményét kérdeztük azzal kapcsolatban, hogy milyen módszerekkel lehet válság idején a költségeket csökkenteni.

FÁBIÁN ISTVÁN, A SHARP ELECTRONICS (EUROPE) GMBH MAGYARORSZÁGI FIÓKTELEPÉNEK ÜGYZEVETŐ IGAZGATÓJA:



Az elektronikai berendezéseket gyártó Sharpot a válság miatti keresletsökkenés és a digitális termékek árcsökkenése egyaránt sújtja, ezért olyan átszervezésekre van szükség, amelyek hatására még hatékonyabbá válhat a termelés, a kiadások viszont csökkennek. Az átszervezés elsősorban az lcd-panelek gyártását és a személyzeti politikát érinti, de új üzleti modell kidolgozását is magában foglalja. Az lcd-gyártás terén gyökeres változást fog hozni a Sharp új gyáranak októberi megnyitása, ahol a nagyméretű kijelzők előállítására lényegesen

gazdaságosabb, mint korábban. Az 1700 dolgozót érintő átszervezés célja a hatékonyság további növelése, ez azzal jár, hogy 1500 szerződéses munkavállalónak a szerződés lejártá után nem hosszabbítják meg a szerződését. A válságra való tekintettel a felső vezetők fizetését akár harminc százalékkal mérsékelik és a 2009. júniusi prémiumok kifizetése elmarad. A Sharp tervei között szerepel az összeszerelési tevékenység lokalizálása helyi partnereknél, így minimális beruházási költséggel maximális hatékonyság érhető el. A legfejlettebb technológiákat érintő kulcsfontosságú termelési tevékenységek, mint például az lcd-panelek előállítása Japánban marad. Végül, ami a hazai Sharp fiókirodát illeti, a fő tevékenység továbbra is a multifunkcionális másolóberendezések eladása. A válság miatt biztosan várható némi visszaesés, de bízunk abban, hogy a cégeknek egyre fontosabb a költséghatékonyság és az energiatakarékosság, így egyre népszerűbbek lesznek az általunk kínált kiemelten versenyképes berendezések és szolgáltatások.

ANDRÁSKÓ ZOLTÁN, A MAXELL EUROPE LIMITED MAGYARORSZÁGI FIÓKTELEPÉNEK ÜGYZEVETŐ IGAZGATÓJA:

A beszállítóinkkal megpróbálunk bizonyos kondíciókat újratárgyalni, a Hitachi páneurópai, illetve globális szerződéseit helyben is alkalmazni és az ez által nyújtott kedvező kondíciókat, feltételeket is igénybe venni. Vevőinket havi, negyedéves rendszerességgel látogatjuk, ami nagyon költséges, rendszeresen Nagy-Britanniában tartjuk az európai sales meetingjeinket. Ezzel kapcsolatban videokonferenciára való átlást tervezzük, ami jelentős költségsökkentő megoldás lenne. A cégnél

kialakítottunk egy cash-flow-optimalizálási rendszert, melynek keretében részben átstrukturáltuk, részben pedig összehangoltuk a vevői kintlévőségeket, valamint a szállítói kötelezettségek fizetési ciklusait. Átalakítottuk a kelet-európai logisztikai rendszerünket, így már valamennyi piacra közvetlenül a rotterdami logisztikai központból szállítunk, ezáltal mind a szállítási, mind pedig az átrakási költségeket optimalizáltuk. Ennek köszönhetően készleteink összetétele és mennyisége is jobban igazodik a vevői igényekhez, mérsékeljük a túlkészletezést, végeredményben pedig a készletek forgási sebessége is megnövekedett.



NÉMETH ATTILA, A TOYOTA TSUSHO EUROLEASING HUNGARY KFT. ÜGYZEVETŐ IGAZGATÓJA:



Az autóipar talán az építőipar mellett a leginkább érintett a válságban. Az autós cégek persze 2004 óta egyre nehezebb körülmények között dolgoznak, a válság azonban előrehozott, felgyorsított bizonyos döntéseket. A bevételek csökkennek, hiszen szűkül a piac, de az árrés (fedezet) is folyamatosan kisebb lesz, így felértékelődik a kiadás oldal. A cég az összes beszállítói szerződést felülvizsgálta, ezeket a szerződéses kötelezettségeket betartva és figyelembe véve újratárgyaltuk vagy felmondtuk, és új beszállítókkal szerződöttünk. Meglepő, hogy most mindenki mennyire átgondolja az

üzleti kapcsolatait. Működésünkben meg kell keresni azokat a lehetőségeket, ahol spórolni lehet. A magunk részéről ugyanis nagyon fontosnak tartjuk a munkahelymegőrzést, nem volt, nincs és nem is tervezzük jelentős leépítést. A fizetéseket viszont sajnos csökkenteni kellett, prémium kifizetésével pedig egyelőre nem számolunk.

Panasonic
ideas for life



NINCS TÖBB ELMOSÓDOTT KÉP – ITT A 600 HZ-ES* NeoPDP

Tapasztaljon meg egy új látásmódot, és kövesse tűéles képen a leglátványosabb sportágakat, a leggyorsabb akciókat. Az új VIERA NeoPDP 600 Hz-es* technológiájának köszönhetően végre elfelejtheti az elmosódott jeleneteket, illetve még nagyobb kontrasztú és fényerejű, kristálytiszta képen élvezheti az eseményeket. Ráadásul mintegy 50%-kal csökkentettük az energiafogyasztást.** Mert a mozgás minden pillanata fontos.

MERT MINDEN FONTOS



www.panasonic.hu

*Sub-Field Drive (Alképkocka létrehozás)

FULL HD
NEOPDP

VIERA



A Toshiba
a Windows
Vista®
Business
operációs
rendszert
ajánlja.

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

> **KÖNNYŰ
VELE AZ ÉLET**
PORTÉGÉ, akár 0,98 kg*



www.igazitars.hu

Portégé R600-10W modell

**Intel® Centrino® 2
processzortechnológia**

Intel® Core™2
Duo processzor
SU9300



Az alábbiak az Intel
Corporation Egyesült
Államokban vagy más
országokban használt
védjegyei: Intel, Intel logó,
Centrino, és Centrino Inside.
További információért
látogasson el a
www.intel.com/go/rating
weboldalra.

*egyes modellek