

- | | |
|-----------------|---------------|
| 東京セメント工業株式会社 | ☎0426-23-7788 |
| ㈱常盤コンクリート工業所 | ☎048-875-1531 |
| 館山コンクリート株式会社 | ☎0470-22-1589 |
| ㈱日東 | ☎0492-83-5181 |
| ㈱武井工業所 | ☎0299-24-5200 |
| アルファダイマル株式会社 | ☎0423-62-4070 |
| 住建コンクリート工業株式会社 | ☎03-5285-2411 |
| ㈱茨中 | ☎0296-77-1135 |
| ㈱カネヤス | ☎0463-75-0701 |
| 東洋コンクリート工業株式会社 | ☎0292-47-3800 |
| ヨシコン株式会社 | ☎054-622-0611 |
| 日本コンクリート株式会社 | ☎052-793-1151 |
| スギヤマコンクリート株式会社 | ☎052-732-6061 |
| ㈱丸治コンクリート工業所 | ☎0572-22-6175 |
| 拓植コンクリート工業株式会社 | ☎0592-32-2555 |
| ㈱ネオジオ | ☎0596-22-1285 |
| トクコン株式会社 | ☎0537-26-2221 |
| 淀コンクリート工業株式会社 | ☎06-6372-3218 |
| ケイコン株式会社 | ☎075-631-3231 |
| 阪神工業株式会社 | ☎0794-67-0280 |
| 阪和コンクリート工業株式会社 | ☎0722-41-1667 |
| 双和コンクリート工業株式会社 | ☎0773-23-0331 |
| 光コンテック株式会社 | ☎0775-87-2 |
| ㈱シミズ | ☎0795-32-3 |
| カサイコンクリート株式会社 | ☎0790-48-2661 |
| 山陰コンクリート工業所 | ☎0796-62-3322 |
| 平野ブロック株式会社 | ☎0791-63-1585 |
| ランデス株式会社 | ☎0867-52-1141 |
| ㈱イズコン | ☎0853-23-2633 |
| 山陽ブロック工業株式会社 | ☎082-293-1020 |
| 藤田建材工業株式会社 | ☎0829-21-1121 |
| ヒカワコンクリート工業株式会社 | ☎0853-72-0019 |
| 関門コンクリート工業株式会社 | ☎0832-48-1313 |
| 長尾コンクリート工業株式会社 | ☎0878-31-1695 |
| 日本コンクリート工業株式会社 | ☎0899-64-2193 |
| ㈱カンケン | ☎0875-25-3427 |
| 富士建設工業株式会社 | ☎0886-42-1477 |
| 日本興業株式会社 | ☎0878-31-2828 |
| ㈱西田興産 | ☎0893-25-0211 |
| 松井建材株式会社 | ☎0889-49-0109 |
| ㈱九コン | ☎092-741-5731 |
| 大建コンクリート株式会社 | ☎0977-24-5411 |
| 協立コンクリート工業株式会社 | ☎096-293-4332 |
| 不二高圧コンクリート株式会社 | ☎096-356-8585 |
| インフラテック株式会社 | ☎0992-52-9911 |
| 沖縄建設工業株式会社 | ☎098-868-0081 |
| ㈱沖坤 | ☎0980-55-2271 |
| 不二コンクリート工業株式会社 | ☎0954-23-1 |
| 大建コンクリート工業株式会社 | ☎092-771-6211 |
| 和光コンクリート工業株式会社 | ☎0982-52-3610 |
| セイナン工業株式会社 | ☎0196-36-0320 |
| 吉田セメント工業株式会社 | ☎0242-27-4328 |
| 東栄コンクリート工業株式会社 | ☎0236-43-1144 |
| 若松コンクリート株式会社 | ☎0186-55-0181 |
| 東成産業株式会社 | ☎0198-24-5311 |
| 沖田コンクリート株式会社 | ☎0125-54-1255 |
| ㈱鋼商 | ☎01452-5-3111 |
| 日本高圧コンクリート株式会社 | ☎011-241-7101 |
| 永井コンクリート工業株式会社 | ☎0257-47-2331 |
| ㈱高見澤 | ☎0262-28-0111 |
| ㈱ミルコン | ☎0776-52-8007 |
| ㈱ケンチ | ☎0766-52-0113 |
| 新和コンクリート工業株式会社 | ☎0257-72-2579 |

技術指導

- | | |
|--------------|---------------|
| ㈱建設企画コンサルタント | ☎06-6441-4613 |
| 原田株式会社 | ☎03-3494-2331 |

NEP工業会事務局

- 〒613-0903 京都市伏見区淀本町225
 ケイコン株式会社内 ☎075-632-0840

NEP

REPORT

Vol.13

エヌ・イー・ピー レポート



特集:インターネットを仕事に活かす



特集 インターネットを 仕事に活かす

CONTENTS

特集：インターネットを仕事に活かす	
■ インターネットの概要	1
■ インターネットで情報調査	4
■ サーチエンジンの効果的な活用法	7
■ インターネットでバーチャル会議 ～メールリング・リスト体験記	9
■ インターネットでソフトを入手 ～フリーソフト/シェアウェアの活用	10
■ インターネットを仕事に活かす	12
■ インターネットはどこへ行く?	13
■ 手作りホームページ奮闘記(Ⅰ)	14
■ 手作りホームページ奮闘記(Ⅱ)	15
■ わが社のホームページ	17
■ ホームページを覗いてみたら ～Peeping TOMの独り言	18
第27期定時総会	20
ニューウォールコン部会レポート	23
商品別部会レポート	24
研究開発委員会・河川小委員会	26
生産技術委員会	27
第6回NEPスクール	30
支部だより/NEP工業会東日本支部・西日本支部	31
編集後記	33

「インターネット」という言葉を聞いたことがない、と言う人はいないと思います。「聞いたことはあるがよく理解できなくて」とか、「若い人に流行っているらしい」という感覚、あるいは「やらないといけないんだけど」という焦り、いろんな受け止め方があると思います。しかし、使っていない人が知らないところで、かなりの会社で仕事に使われているのは事実です。昨年の調査によると、NEP工業会の会員社の約半数がメールアドレスを持っていますし、現にそれを使って情報の交換が行われています。現時点では70%程度の会員社で、なんらかの形で利用されているのではないのでしょうか。

今回の特集は、我々の身近なところでのインターネットの活用事例を紹介し、ビジネスシーンにおいてどのように役に立つのか、ということをご理解いただくために企画したものです。

すでに自社でお使いになっている会社においても、その内容をよく理解されていない方に少しでも理解を深めていただけたら幸いですし、あるいは「こんな使い方もあったのか」という発見がさらに仕事に役に立てば幸いです。

インターネットを知らない方のために

阪神工業株式会社 代表取締役
総務委員長 衣笠 仁浩
jin@libres.co.jp

すでにインターネットを使っておられる方はこのページは読み飛ばしてください。時間の無駄ですから。ここからは、それ以外の方のために、かなり荒っぽい説明を展開します。今回の特集は決してコンピュータの話題ではありません。インターネットは「通信手段」ですから、電話やテレビに近い分野の話題として、読んでみてください。

インターネットの用途

インターネットの用途は大雑把に分けると、次の2つがあります。

■Eメール

インターネットを経由した手紙のやり取り。アドレスは××@.〇〇.△△.jpというように表される。

■ホームページ

インターネット経由で見ることのできる文字・画像放送(最近は音声を伴ったものもある)のようなものです。アドレスはhttp://www.〇〇.△△.jpというように表される。

インターネットが使えるようにする

インターネットを使うには、まず、使える環境を整える必要があります。「インターネットに加入する」という表現がありますが、インターネットは情報通信のためのインフラですので、いわゆる「加入申し込み」というのはありません。インターネットを道路のように考えてみてください。道路を歩くのに許可はいりません。しかし、とりえず自分の家から道路まで、歩いていかないと道路にたどりつきません。道路にたどりつくための環境整備が、プロバイダー(接続業者)との契約、そして物理的に接続する

ための設定です。

インターネットが使えるように、環境を整備する最も手っ取り早い方法は、NTTに電話をして(局番なしの116)、インターネットが使えるようにしてもらうことです。あるいは、地元の商工会議所へ電話して、最寄のプロバイダーを紹介してもらってください。よく、「インターネットが使えるように勉強している」という人がいますが、そんな悠長なことをしていると、日が暮れるどころか、一生が終わってしまいます。電話が使えるように勉強する人がいないのと同じことです。ともかく使える環境を作ることが先決です。

環境整備ですので、要は「するかしないか」だけのことです。インターネットを使っていない方は特に不便は感じないでしょうが、いったん使ってしまった人が使えなくなると、とっても不便です。

Eメール

インターネットを経由して手紙のやり取りをする仕組み、一言で言えばそれがEメールです。メールの送受信に使うソフトを「メーラー」と言います。Outlook Expressなら、Windowsに標準添付しています。先に述べた環境整備さえ済んでいたら、すぐにもメールの送受信は可能です。ただ、自分のメールアドレスが他の人に知られていないと、いくら待っていてもメールは届きません。まずは、メールを送ることから始めましょう。名刺に自分のメールアドレスを印刷するといったPRも必要です。

プロバイダーと契約すると、通常1つだけアドレスがもらえます。それを会社代表アドレスとして使用される場

インターネットを仕事に活かす

合が多いようですが、本来、メールは1対1通信ですので、できれば個人アドレス、せめて部門ごとにアドレスをとられた方がよいでしょう。本人以外の人目にとまると困る内容のメールもありますし、担当している人または部門以外の人にはピンとこない場合もありますから。

Eメールの便利なところは、瞬時に届くことと、相手の都合を考える必要がない、ということ。相手の方がメールを読むのは、その人がメールの送受信を行った時ですので、瞬時に届きますが、すぐに読んでくれるということではありません。ですから、深夜に送っても、眠りを覚ますわけではありませんので、迷惑にはなりません。たいていの人は最低1日に1回は、メールを見ますので、とりあえず送っておけば、読んでもらえる。会話では説明しにくいことを、先にメールで送っておいて、込み入った話は電話で、ということもよくあります。

また、同じメールを複数の人に送ることもできますし、添付ファイルといって、ワープロや表計算ソフトのデータを送ることもできます。NEP案内状なども、事務局との間ではそういうやりとりをしていますし、このNEP-REPORTの原稿や、デザイン屋さんとのやりとりもそういう方法を使っています。

今のところ、会員社の半分くらいがEメールが使える状態にあります。全社がそういう状態になったら、会議や研修の連絡もすべてEメールでやりとりできるようになります。そうなると情報交換のスピードも速くなりますし、各委員長さんや事務局も楽になります。

Eメールのマナー

1. 自分以外の人のメールアドレスは、本人に断りなく、他の人に知らせてはいけません。(名刺に印刷している場合は、積極的にPRしていると解釈してよいでしょう)
2. 特に宛先欄やCC:欄に複数の人を指定すると、受信した人にそのすべての人のアドレスがわかってしまいます。その人達が相互にメールアドレスを知っているという前提でのみOKです。
3. 複数の人にメールを送る場合で、それぞれのメールアドレスを知らせないためには、BCC:欄を使います。

メール・マガジン

Eメールの仕組みを利用して配送される一種の雑誌です。仕事に関するものから、娯楽、趣味、個人通信に至るまで、約7,000種類弱のメールマガジン(略称:メルマガ)が発行されています。とりあえずインターネットは使えるようになったけれど、届くメールが少なく寂しい、という人は、2・3種類購読申し込みをされるといいです。インターネットの本屋さん、「まぐまぐ」のホームページを開いてみてください(<http://www.mag2.com/>) 地域によっては、公共工事入札情報を提供しているメルマガもあります。メルマガの記事に関する意見を送ったり、投稿してみると、もっと楽しくなります。インターネットは基本的に双方向のメディアだからです。



<http://www.mag2.com/>

おすすめメール・マガジン

名称	内容	まぐまぐID
ビジネステレビガイド	ビジネスに役立つ番組の予告・放送内容	0000009370
MECニュース	赤字企業の製造業がどのように黒字化していったかの事例を連載中	0000008584
ビルガイットの帝王学	自己実現のための具体的実践ノウハウを提供	0000011437
日本切手の発売速報	記念切手の発売情報とコラム	0000000047
教えて奥さん! 日経業界用語辞典(建設編)	建設会社に勤める女性技術者がお送りする建設業界用語辞典	0000011453
AutoCADカスタマイズ入門講座	AutoCADカスタマイズ言語である、AutoLISPによるカスタマイズ手法	0000011579
bizmaga	「がんばれ日本経済」が旗印。ビジネスや商品開発のヒント、業界や企業・市場への提言	0000010417

※購読申し込みは、「まぐまぐ」
<http://www.mag2.com/>

メーリング・リスト

これもE-Mailの応用形態です。もともと、E-Mailは複数の人を宛先に指定すれば、同時に送れるのですが、このメーリング・リストは、あらかじめプロバイダー側にグループ登録してあるメンバーに対して、メールを送る仕組みです。

例えば、group@aaa.ne.jpというグループ名のもとに、10名の人が登録してあるとします。そこで、group@aaa.ne.jpあてにメールを送ると、自動的に自分も含めた10名に配信される、という仕組みです。

単なる同報機能にとどまらず、インターネットを経由して、仮想の会議が可能になります。「会議」という表現が少し硬ければ、「井戸端」をつけてください。詳しくはP.9の「インターネットでバーチャル会議」をご覧ください。



<http://mlnews.com/jp/>

すでに、NEP工業会運営協議会のメーリング・リストがスタートしています。今後、

希望に応じて、各委員会・部会、あるいは会員各社の部門別のメーリングリストも開設していく予定です。

ホームページ

ホームページとは、インターネット経由で見ることのできる文字・画像放送(最近は音声を伴ったものもある)のようなものです。Hなホームページや、自殺補助のホームページばかりが話題になっていますが、役に立つホームページもたくさんあります。

一般的には企業の場合は、ホームページの上で、企業PRや顧客に対する情報、求人情報などの提供を行っています。NEP会員の中でも10社程度がホームページを開発済みですし、建設省はじめ官公庁も開設しています。ホームページを見るためには、ホームページ・アドレスを知る必要があるのですが、サーチ・エンジン(検索エンジンとも言う)と呼ばれるホームページから、検索します。なお、「けんさく」といっても森田ではありませんので、砂浜を走ったりはしません。(詳しくは、P.7をご覧ください)

ホームページは玉石混合

子供の視力が落ちてきているので、「視力回復」について、サーチ・エンジンで検索してみた。Yahoo!だと22件、Infoseekだと、なんと1,708件。眼科医のホームページによると、日頃から遠くを見る訓練をするのがよいとのこと。ありきたりかも知れないが、基本的なことだろう。それから、眼鏡をかける。そうすれば確かに、視力は回復する。しかし、眼鏡をかけさせたくないから調べてるのだが。

視力回復機というのもいろいろある。これはそれぞれの販売代理店がホームページに載せている。いろんな方式があるが、総じて値段は高い。その使用体験者

の個人のホームページもあった。「イカの煮汁を飲む」というのもあった。昔の戦闘機の操縦士はホントに飲んでいたのである。科学的に言うと、それに含まれるタウリン(ドリンク剤のCMで聞いたことがある)が眼に良いらしい。「アフリカへ行って、大自然の中で動物と共に暮らす」というのもあった。これは効きそうだが、そんなことができたなら苦労はしない。最も即効性があるのが「魔法」。15秒で効くらしい。しかし、誰に魔法をかけてもらうのか?秘密のアクセちゃんか?

(jin@libres.co.jp)



インターネットで情報調査

ヒロ経営システム 株式会社
システム事業部 井本 かなえ
hiro@kasys.co.jp

星の数ほどあるホームページの中には、直接、それぞれの仕事に必要な情報を提供してくれるものがあります。今までは、専門の調査業者に依頼したり、公共機関に足を運んで調べてもらわないと入手できなかった情報が、自分のコンピュータを使って簡単に取り出せるようになってきました。ここでは2つの事例をあげて、その具体例を紹介します。

ニフティーサーブで信用情報調査

どこの会社においても、他の企業の概要や信用情報を調査する機会はたびたびあると思います。今までは東京商工リサーチや帝国データバンクに調査を依頼している会社が多かったと思いますが、現在では自分のコンピュータから、ニフティーサーブを通じて、それらの情報を調査することができます。

ニフティーサーブというのは「パソコン通信」で、インターネットのホームページとイコールではありません。「パソコン通信」というのはインターネットよりも歴史が古く、ニフティーサーブの場合、1987年にサービスを開始しています。



http://www.nifty.ne.jp/

信用情報調査が自分のコンピュータからできるようになって、既に10年以上経過しているのです。ですから、結構早い時期からこのサービスを利用されている会社もあるのではないのでしょうか。(「今頃、ナニ言っんの」という声を心配しながら、原稿を書いています。)

この情報を利用するには、まずニフティーサーブに加入する必要があります。詳しくは、ホームページhttp://www.nifty.

ne.jp/の「入会案内」をご覧ください。ニフティーサーブに関する書籍をご覧ください。ニフティーサーブに加入すれば、信用情報に限らず、幅広い情報を入手することができます。ニフティーサーブへの接続は、直接、それにアクセスする方法と、インターネットを通じてアクセスする方法の2通りがあります。

企業概要と決算情報は、東京商工リサーチ、帝国データバンク等から提供されており、いずれも有料です。しかし、その費用はそれぞれの調査機関に依頼するより、かなり安く、しかもすぐに入手できるのが最大の魅力です。企業概要としては、会社名、本店所在地、代表者の略歴、役員構成、株主構成などのほかに、直近3ヶ年の年商と利益、総合評点などが提供されます。おおよそ、年商10億円を超える企業のデータはほぼ入手できます。

一方、決算情報は、企業概要掲載企業のすべてが網羅されているわけではありませんが、直近3ヶ年の貸借対照表、利益計算書が入手できます。取引の可否などを判断する情報として、充分であるとは言い難いですが、スピーディーに入手できるメリットは大きいでしょう。逆に言うと、みなさんの企業の決算情報等も、ここに公開されているわけですから、非上場企業であっても、無意識のうちに結構ディスクロージャーされているとも言えますね。

特許庁ホームページで特許情報検索

特許庁のホームページ、http://www.jpo-miti.go.jp/indexj.htmを開いてみましょう。その中の「特許電子図書館」では、特許・実用新案公報、意匠公報、商標公報などをはじめとした24種類ものデータベースが公開されています。ちなみに特許・実用新案公報の中の、公報テキスト検索を

使って、みなさんの業界に関係のありそうなキーワードで検索してみました。「道路側溝」という言葉で検索すると6件、「擁壁」という言葉で検索するとなんと517件の公報が、そのデータベースに掲載されていることがわかりました。それぞれ個別の情報としては、発行国、公報種別、公開番号、



http://www.jpo-miti.go.jp/home.htm

公開日、発明の名称、国際特許分類、審査請求の有無、請求項の数、全頁数、出願番号、出願日、出願人、識別番号、出願人

の氏名又は名称及び住所又は居所、発明者の氏名及び住所又は居所、代理人の氏名又は名称、要約、目的、構成、さらには特許請求の範囲が、図面付きで表示されます。

これまでは発明協会や調査業者に依頼して、有料で調査していた情報が、自分のコンピュータから、しかも無料で取り出せるようになってきたのです。もちろん、検索の方法や内容に関しては、不十分な点もあるように聞いています(実際に使っている方から)が、膨大な情報を絞り込み、必要に応じて、有料の調査を依頼するなどの利用方法もあるのではないのでしょうか。※残念ながら、ここで例をあげた2つのサービスに関しては、著作権の関係で、その画面を掲載することができません。悪しからずご了承ください。百聞は一見にしかず、とりあえず、実際にご覧になることをお勧めします。

●●●●● ちょっと便利なホームページ情報源 ●●●●●

他の方が「情報検索」について執筆されると聞いていますので、サーチエンジンの使い方などは専門の方にお任せするとして、ここでは星の数ほどあるホームページの中から、みなさんの業種に関係のありそうなページと、業種を問わずビジネスの場で活用できそうなページのアドレスを紹介します。

特に前者は私の知らない分野ですので、マトはずれな部分もあるかも知れませんが、実際に内容を見れば使い物にならないページもあるかも知れません。その点はみなさんが実際にページをのぞかれた上で、判断してください。

(調査担当:井本)

業界関連のホームページ

●建設省関係

- 建設省 <http://www.moc.go.jp/index-j.html>
- 土木研究所 <http://www.pwri.go.jp/jindex.htm>
- 建築研究所 <http://www.kenken.go.jp/>
- 国土地理院 <http://www.gsi-mc.go.jp/>
- 東北地方建設局 <http://www.th.moc.go.jp/>
- 関東地方建設局 <http://www.kt.moc.go.jp/>
- 北陸地方建設局 <http://www.hr.moc.go.jp/>
- 中部地方建設局 <http://www.cb.moc.go.jp/>
- 近畿地方建設局 <http://www.kk.moc.go.jp/>
- 中国地方建設局 <http://www.cg.moc.go.jp/>

●通商産業省関係

- 通商産業省 <http://www.miti.go.jp/index.html>
- 特許庁 <http://www.jpo-miti.go.jp/home.htm>
- 中小企業庁 <http://www.sme.ne.jp/>
- 工業技術院 <http://www.aist.go.jp/>
- 北海道通商産業局 <http://www.hkd.miti.go.jp/>
- 東北通商産業局 <http://www.tohoku.miti.go.jp/>
- 関東通商産業局 <http://www.kantou.miti.go.jp/>
- 中部通商産業局 <http://www.chubu.miti.go.jp/>
- 近畿通商産業局 <http://www.miti-kansai.go.jp/>
- 中国通商産業局 <http://www.chugoku.miti.go.jp/>

インターネットを仕事に活かす



四国通商産業局 <http://www.shikoku.miti.go.jp/>
九州通商産業局 <http://www.miti-kyushu.go.jp/>
沖縄総合事務所通商産業部 <http://www.okinawa-ric.or.jp/virtualtown/movee/>

●公団・公社

日本道路公団 <http://www.japan-highway.go.jp/>
阪神高速道路公団 <http://west.park.or.jp/hanshin-expressway/>
住宅都市整備公団 <http://www.hud.go.jp/>

●マスコミ

セント新聞社 <http://www.mocn.ne.jp/cement-np/>
日本経済新聞 <http://www.nikkei.co.jp/>
日経産業新聞 <http://www.nikkei.co.jp/ss/sangyo/>
日刊工業新聞 <http://www.nikkan.co.jp/>

日経コンストラクション <http://wwwz.nikkeibp.co.jp/NCR/>
読売新聞社 <http://www.yomiuri.co.jp/index-j.htm>
朝日新聞社 <http://www.asahi.com/index.html>
毎日新聞社 <http://aulos.mianichi.co.jp/all-index.html>
産経新聞 <http://www.sankei.co.jp/main.html>

●コンクリート製品メーカー(NEP会員を除く)

株式会社 ホクコン <http://www.hokukon.co.jp/>
上田コンクリート工業所 <http://www.msknet.ne.jp/ueda/>
大和クレス株式会社 <http://www.daiwa-cres.co.jp/>
丸栄コンクリート工業株式会社 <http://www.maruei-con.co.jp/>
共和コンクリート工業株式会社 <http://www.infosnow.ne.jp/kyowa/>
株式会社 ヤマックス <http://www.yamax.co.jp/>

三谷セキサン株式会社 <http://www.mitene.or.jp/sekisan/>
株式会社 ジオスター <http://www.geostr.co.jp/>
昭和コンクリート工業株式会社 <http://www.showa-con.co.jp/>
タマタ建材工業株式会社 <http://www.tamata.co.jp/>
興国コンクリート株式会社 <http://bun.dokidoki.or.jp/users/kokococo/>
東屋宇部コンクリート工業株式会社 <http://www.joho-fukuoka.or.jp/kiyo/higashi/>
前田製管株式会社 <http://www.maeta.co.jp/>
東洋ヒューム管株式会社 <http://www.joho-yamaguchi.or.jp/toyo2021/>

カーペンターズが開けます

竹三コンクリート興業株式会社 <http://www2s.biglobe.ne.jp/ctakesan/takesan-hp.htm>
日本コンクリート工業株式会社 <http://www.ncic.co.jp/>

●建設関連

建設物価調査会 <http://www.kensetu.bukka.or.jp/>
経済調査会 <http://www.zai-keicho.or.jp/>
総合コンクリートサービス株式会社 <http://www.sc-con.com/>
日本のコンクリート業界 <http://www.net-b.co.jp/conc/>
MLウォール研究会 <http://www.cdl.co.jp/CDL/products/data/data1d02/>
(社)全国宅地擁壁技術協会 <http://www.takukyuu.or.jp/>
(社)日本砕石協会 <http://www.saiseiki.or.jp/>
建築土木リンク集 <http://www.aec.or.jp/link/>
建築設備情報センター <http://www.arch.waseda.ac.jp/dbNET/>
地質・防災のホームページ <http://www.ohta-geo.co.jp/>
いつでもどこでも工事中 <http://www.inet-shibata.or.jp/nakano/>

便利なホームページ

ウェザーニュース <http://www.wni.co.jp/> お天気情報
特許検索(リンク集) <http://www.awave.or.jp/home/seta1510/patent.html>
丸善 <http://www.maruzen.co.jp/> 本の検索、発注
八重洲ブックセンター <http://www.yaesu-book.co.jp/> 本の検索、発注
紀伊国屋 <http://www.kinokuniya.co.jp/> 本の検索、発注
日本ビジネスホテル予約センター <http://www.inn-info.co.jp/> ビジネスホテルの予約
ホテル・ホットライン <http://jg1.biglobe.ne.jp/> ホテルの予約
マビオン <http://map.toppan.co.jp/> 地図検索
お薬110番 <http://www.jah.ne.jp/kako/> 薬品データベース
NTT専用サービス <http://www.nttts.co.jp/senyo/estmate/> 専用サービスの見直し
JAL <http://www.jal.co.jp/> 飛行機の予約

ANA <http://www.ana.co.jp/> 飛行機の予約
JAS <http://www.jas.co.jp/> 飛行機の予約
国内線いっばつ空照会 <http://www.ops.dti.ne.jp/sin/airline/> 空照会
AB ROAD NET <http://www.recruit.co.jp/abroad/> 格安航空券
JR(サイバーステーション) <http://www.jr.cyberstation.ne.jp/> 指定席予約

※ さらに幅広いホームページが「NETPAL'99～超
便覧ホームページ情報源」(小学館文庫、¥.600)
などで紹介されています。

サーチエンジンの効果的な使い方

有限会社 ロジスティック
代表取締役 秋田 徹
akita@logistech.co.jp

サーチエンジンで「サーチエンジン」を調べる

「サーチエンジンとは何か?」この疑問にこたえるためにサーチエンジンで「サーチエンジン」と入力し調べていただきたい。おそらくあなたが知りたかった情報がきっと(絶対に)見つかるだろう。ただし、何万件とある玉石混交の情報を根気よく読破していけばの話である。あとそうそう、サーチエンジンは「検索エンジン」とも呼ばれるから「検索エンジン」でも調べるように。これもうん万件。今回は、ホームページから目的とする情報を得るためにサーチエンジンをどのように使いこなしていけば良いかということを中心に少し述べてみたい。

Yahoo等のサーチエンジンを使ったことのある人を前提として書くが、ここで簡単におさらいをしておこう。サーチエンジンは、その目的からすれば、NTTのタウンページ(便利なインターネット・タウンページもある<http://townpage.isp.ntt.co.jp/>)または電話番号案内サービスと同じようなものと考えてよい。タウンページでは「イタリア料理の食べれる店は?」「その電話番号は?」と調べるのに対し、「イタリア料理を紹介しているホームページは?」「そのアドレス(URLという)は?」に回答してくれるのがサーチエンジンということになる。

さてこのサーチエンジン、NTTのように独占的ではない。実に多種多様、何十個もある。どのようにサーチエンジンを使うかという以前にどのサーチエンジンを使ったらよいかで頭を悩ませる。しかし答えは簡単、可能な限りいろんなサーチエンジンを使いこなすべきである。理由は、①サーチエンジンの操作はいたって簡単でワープロを選ぶような堅苦しいことは考えなくてよい、

②それぞれのサーチエンジンによって個性があり、情報によってはあるサーチエンジンでは検出されるがもう一方のサーチエンジンではうまく検出できないことが多々あるから。

サーチエンジンの種類

サーチエンジンは大きく2種類に分類することができる。

1.ディレクトリサービス系



●主なもの
・Yahoo
・CSIndex
・Dragon Next
など
ホームページの登録が申込制で、情報が

http://www.yahoo.co.jp/ カテゴリー別の階層構造に(主に手作業で)分類されている。特徴として、登録数が少ない、ホームページの紹介文がしっかりしていることがあげられる。

2.全文検索サービス系



●主なもの
・goo
・InfoSeek
・InfoNavigator
・フレッシュアイ
など
インターネット上にあるホームページを自動巡回してホームページ情報を収集している。

インターネットを仕事に活かす



収集登録が自動で行われるためロボット検索とも呼ばれる。特徴として、情報量が膨大、ホームページ上に書かれている一部の文章を紹介文の代わりに用いていることがあげられる。

上記2系をどのように使い分けたいかは一概にいえませんが、一つの目安としてメジャーなホームページ(たとえばIBM等の企業のホームページ)をすばやく見つけるにはディレクトリサービス系、マイナーあるいは詳細な情報をダイレクトに見つけたい場合は全文検索サービス系が適している。ただし、全文検索サービス系をうまく使いこなすには少々のコツと経験が要る。

一つ例をあげると、最近の本のベストセラー情報を記載しているホームページを探したい場合、ディレクトリサービス系の場合では検索キーに「ベストセラー 本」を設定すれば、ある程度答えそうな回答が返ってくる。しかし全文検索サービス系で同じ検索キーを使用してみると見るのもいやになるほど膨大な情報を返してくる。この場合のベストの検索キーは何だろうか?ひとつの良い選択肢は検索キーを「五体不満足 老人力」とすることである。これなら最初から答えを知っているのと同じではないかと思われるだろうが違ふ、ベストセラー情報を掲載しているホームページを探したかった、あるいは五体不満足、老人力はベストセラーに入っているのは知っているが、その他には何が売れているのだろうかを知りたかったのである。極端な例をあげたが全文検索サービス系のうまい使いかたはいかに検索キーを設定するかにかかっている。デジカメの機種選択に悩んでいたら、検索キーを「デジカメ 画素数 バッテリー」とするか「デジカメ EPSON OLYMPUS」とするのがよい。

AND検索とOR検索

全文検索サービスの検索エンジンは文字どおりホームページの中身を全文検索している。検索する側でもそれを考慮し、探している情報があるホームページにはきっとこの単語が書かれているだろうということ

を想定して、根気よく検索キーを再設定しながら検索してみることを薦める。もう一つ、検索エンジンを作成する場合に考えなければならない項目にAND検索とOR検索がある。上記の例でいえば「五体不満足 老人力」をAND検索すると「五体不満足」という単語と「老人力」という両方の単語が含まれているホームページが抽出される。OR検索の場合は2つ単語のうちのどちらか一方でも含んでいるホームページが抽出される。(*1 先になったが上述の「デジカメ EPSON OLYMPUS」等の複数単語の検索は全てAND検索で行う。)AND検索とOR検索の指定の仕方は検索エンジンによって異なっているが操作は簡単なので各検索エンジンのヘルプでも見ていただくことにして、さてこれをどのように使い分けたいか?これも答えは簡単、OR検索を使う必要はほとんど無い。ただでさえ世界中の膨大なホームページ(今後ますます増えるだろう)からいかに情報を絞って抽出するかに苦心しているのにさらに検索範囲を広げるORを使う意味はないだろう。AND検索とOR検索の他にフレーズ検索というのもある。これは複数の一連の単語(たとえば「Best Seller Books」)を一つの単語としてみなし検索する。ただし、フレーズ検索できない検索エンジンもあるので注意する必要がある。紙面の都合もあり十分な説明はできなかったがおよその感じはつかめていただけたのではないかと思う。個々の検索エンジンの特徴を書くときりがないし、結局検索の感みたいなのを体でつかむしかないとも思う。

最後に検索エンジンについて説明のあるホームページを紹介しておくので参考にさせていただきたい。

【検索エンジンの仕組みと使いこなし】

<http://home.impress.co.jp/¥/magazine/dosvpr/surfin/9711/search1.htm>

【検索デスク】

以下のホームページから、各種検索エンジンを効率良く、利用することができます。

<http://www.searchdesk.com/>

秋田 徹(あきたとおる)氏プロフィール

兵庫県南部生まれ。大学で船舶設計・流体力学を学んだ後、某大手建設機械メーカーに入社。大学時代、強制されながらも拒否してきたコンピュータを、会社に入ってからさわります。約9年のサラリーマン生活の後、いったんコンピュータから足を洗おうとするが失敗。結局さらなるコンピュータ地獄に舞い戻り、現在に至る。最近注力している分野はOpenGL、UNIX、Web

データベース。最大の喜びは子供と遊ぶこと。昨年まで、芦屋芸術情報専門学校コンピュータグラフィック学科講師も兼任。技術的かつ困難なソフトウェアの開発に限りない闘志を燃やすプログラマー兼有限会社ロジステック代表。
(<http://www.logistech.co.jp>)

インターネットでバーチャル会議~メールリスト・体験記

株式会社 ミルコン
技術部長 星田 典行
hoshida@po.milcon.co.jp

インターネットの普及に伴い電子メールは今や情報の交換に欠かせない、とても便利なものとなってきています。でも、メール仲間が増えてくると友達同士で共通の話題をメールで話し合いたい場合など、一人一人別々にメールを送るのがちょっと面倒になることがあります。複数の相手に同時にメールを送信する場合でも一人一人のアドレス(メールの送信先の指定略号)を指定しなければならず面倒でもあり、間違えた相手に送信したりすると大変です。

メールリストとは複数の人たちと同時に話し合いを行う“場”をつくり、そこに誰かがメールを送信すると一つのメールに対して多数の人がそのメールを読み、返信しようと思う人が自由に返信を返してきます。私が入会したところは「いそいそフォーラム」というメールリストで、名前の通りISOに関する質問箱のようなところでした。実際のメールの内容は以下のようなものでした。

<例Q>太郎: 「ISOに関する規格を発行しているところを教えてください。」

<A1>花子: 「ISOは国際規格であり海外ではないでしょうか」

<A2>次郎: 「ISOの規格書は規格協会がJIS規格として販売しています。」

上記のように質問箱に誰かが質問をすると、複数の人が返答してきます。名前は正式なメールアドレスではなく、自由に自分で付けて(源氏名?)質問をし、返答する場合もその名前で返答を返します。そのためA1のような無責任な返答もありその情報については自分自身で選択する必要があります。

実際には上記のような初歩的な質問から難しい判断基準に関するもの、会合のお知らせなど多義に渡っていました。上記のフォーラムの入会者は非常に多かったとも思え、一日に送信されるメールの量は30から50通にもなり全てのメールに目を通すことはできず、

インターネットを仕事に活かす



メールの消し込みも大変であり社内外のメールと混同して受信されたため本当に必要な情報と入り交じってしまいました。共通の話題や共通のテーマを持った仲間がメーリングリストを開設するためにメーリングリストサービスを提供しているプロバイダーに開設を登録(有料)してメーリングリストアドレスを取得して、そ



いそいそフォーラム

のメーリングリストに入会したメンバーが自分の知り得た情報や知りたい情報に関する質問を送信することにより多くの仲間の中から必要な情報を得ることができます。また、直接メールを送信しなくても仲間同士の情報のやりとりを見ることができます。

初めてメールアドレスを取得しても、なかなかメー

ルが届かず寂しい思いをしている人にとっては、一気に賑やかな受信ボックスとなりメールを実施している実感が湧き、本当に教えて欲しい情報について多くの人から情報が得られ選択の幅も広がり、適切な判断ができることがあります。

多くのメーリングリストを見て自分に会うメーリングリストを見つけ有益な情報収集のツールとして利用できればと思いました。「月刊ML紹介」(<http://minew.com/jp/>)で多くのメーリング・リストが紹介されています。

■お薦めメーリング・リスト

■αproject ML	http://www.kk.ij4u.or.jp/~akatsuka/alpha
新しい時代の組織と個人の関係、より創造的な組織などについて	
■Smart Investor mailing List	http://s-investor.net/
賢い個人投資家のためのメーリングリスト	
■いそいそフォーラム	http://www2s.biglobe.ne.jp/~iso/index.htm
ISO 9000/ISO 14000全般に関する意見交換	
■会計学メーリングリスト	http://www.tama.or.jp/~kunihiro/ml/index.html
会計学に関する話	
■Post Office-Tipsメーリングリスト	http://member.nifty.ne.jp/anton/postmail.html
郵便局に関する情報(利用方法、商品など)の交換	
■OFFICE質問箱	http://tokyo.cool.ne.jp/tyun/ml.html
Excel、Access、Wordの初心者向け質問箱	

シェアウェア・フリーウェアでソフトを入手・活用する

永井コンクリート工業 株式会社
専務取締役 永井 義行
ncyn@cocoa.ocn.ne.jp

個人的な話で恐縮ですが、字を書くことがとても苦手な私、また、電卓では縦横の集計があわない私にと

ってまさにコンピュータは救いの神でありました。今や私にとってコンピュータは社会生活上なくてはなら

ないパートナーになっています。

そんな中、パソコンを使ってあれこれ作業をしていると、「ここでこんなことができたらいいのに」とか「新しくソフトを導入するまでもないが…」とかいろいろ気になってきます。

そんな時に探してみるとまさに痒いところに手の届くちょっと便利なソフトを分けてくれる親切な方がたくさんいます。中には「無料で使ってください」というような親切な方もいますし、数百円から数千円でどうぞというものもあります。前者をフリーソフトといい、後者をシェアウェアといいます。市販のソフトは数千円から数万円しますがシェアウェアではそんなに高いものはありません。

わざわざ買いに行く必要もないですし(インターネット上でダウンロードできる)、仮に失敗して捨ててしまっても損失は0円~数千円の損失ですみます。気軽に使える気のきいたソフトを安く提供いただけます。

当社ではこれらの導入について積極的に行っており、各人がいろいろなソフトを試して良かった場合、社内に紹介しています。例えばチューチューマウスというソフト(1,200円)はポイントが次に押しそうなボタンに先回りするソフトです。マウスの操作が簡略化され、とても便利なソフトです。あまりに便利なのですすでに各人のコンピュータにはネズミが常駐しており、「チューチュー」鳴き声を発しています。(移動の時に鳴く設定にしているため)他にもパソコンの中で各ファイルの占有率を見るファイルや圧縮・解凍、自動巡回ダウンロード・ファイル分割・結合などさまざまなものが、ただ同然で手に入ります。

さまざまなソフトの紹介が出ている雑誌などを参考にいろいろなソフトを調べるのも楽しみです、フリーソフトやシェアウェア紹介のホームページもありますので、ぜひ、お試しください。

興味のある方はフリーソフトを紹介しているVectorのホームページ(<http://www.vector.co.jp>)をご覧ください。

現在3万本くらい紹介されているようです。



<http://www.vector.co.jp>

自分のコンピュータに個性が出て、「ちょっと人より使いやすい」というところが良いのではないのでしょうか。愛着が出てきますし、その結果、仕事もはかどりますよ!

■おすすめシェアウェア

チューチューマウス for WIN32	1,200円
便利なマウス・ユーティリティ	
秀Caps for Windows95	Free
日本語入力の不満を解消する	
JAPAN Life Plus	1,200円
7桁郵便番号、市外局番の検索	
みちのりくん for Windows97	1,000円
普通車版	
付箋紙98	1,000円
ネットワーク対応の便利な付箋紙	

※すべて、Vectorのホームページ(<http://www.vector.co.jp>)よりダウンロードできます。

インターネットを仕事に活かす



インターネットを仕事に活かす

株式会社 ランネット
山本 旨妙
lannet@mxu.mesh.ne.jp

かつて内陸船上交通(高瀬舟)の拠点として発達した私達の町「岡山県真庭郡落合町」は、四国高知等太平洋と鳥取県米子市日本海を結ぶ高速道と中国縦貫自動車道がクロスし、交通所要時間2時間以内圏域人口は恐らく1,000万人を超えると推計され、私達もこれら地域を基本営業エリアと考え日常営業活動を展開しております。

平成4年1月、コンクリート二次製品メーカーのランデス株式会社から分社し、現在10名程の技術者集団という小さな企業ですが、ユーザー発想に立脚したソフト受託開発・PC及びその周辺機器の販売を手掛け、ランデスグループのソフト開発・メンテナンス・運用サポート等を行いながら圏域ユーザー様や東京方面の仕事をお願いしております。

コンクリート二次製品メーカーの皆様にはボックスウォール等の割付ソフト開発で御近ずきいただいたこともあり、感謝致している次第であります。

さて、本題のインターネット(別紙1参照)であります。PCの普及(別紙2参照)とともに今では一般の家庭にまで利用されるようになりました。

また、学校教育の面でも文部省の指導のもとで、PCが小中学校では教科として取り組まれ、インターネットによる交流学習・共同研究も国内に止まらず行われ始めており、私達もそのお手伝いの一端に加わる機会ができております。

こうした教育の場での体験は今後、一層の普及とともに極めて日常的な情報手段として(今までの電話もしくは携帯電話、郵便(切手を貼らずに世界中どこへでも出せるEメール)の感覚で)活用を促進するものと思われれます。

私達ソフトウェア開発の現場は設計打ち合わせ、プログラム作成(ソフト、ドキュメント、データの受渡し等)等でも距離のハンディを余り感じることなく日々の仕事に活用しておりますが、セキュリティの問題

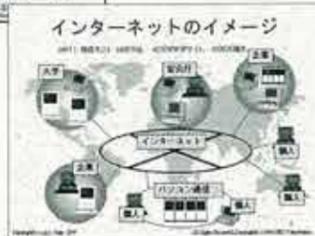
が一つの課題となるのが当然のことながら発生してきます。従って、電話通信による伝達という手法を取らざるを得ないケースもしばしば起ってきます。しかしながら、一方で開発ソフトの販売、検索に当たっては利便性が極めて高く日々の仕事

の中でなくてはならないシステムになってきているのが今日の姿であります。ところで、最近インターネットを利用したホームページ等で公序良俗を損なう類のものがあってみたり犯罪の手段や手伝いツール

にすらなりかねない実態もよく指摘されているところであります。

これらの情報は、選択ソフトが開発され一層精度の高いソフト開発が進み、一般の方々にも活用されることとなると思いますが、こうした方面での取り組みと普及もこれからの私達情報産業に携わるものの責務ではないかとの思いを強くしているところでもあります。

話題は少しはすれませんが、岡山県では行政事務の合



理化・スピードアップと併せて一般企業活動の情報の流れを促進することに役立てようと数年前から県をあげての情報ハイウェイ構想を推進しており、既に本庁と各出先機関を光ファイバーで接続、近くこの通信網を一般企業にも開放しOPENなネットワークを展開しようとしています。

情報インフラ整備によるインターネット等の支援体制が行政サイドでも取り上げられるという時代の潮流の中で想像を超えて広がる利用分野それだけに情報発信する側の良識、利用する側の良識も強く要請されるようになるのではないのでしょうか。

(株)ランネット プロフィール

我々が目指すものは、「コンピュータによる経営コンサルタント」。ユーザーの要求にあわせ、システムを組むのではなく、ユーザーさえも気づかない問題点や課題を抽出しながら、その上で本当に必要な技術とノウハウを提供していきます。しかも、その企業にもっとあった、無理

なく、無駄のない方法で。そして何より、柔軟性に富んだ創造力をもとに、企業のシンクタンクとして広く地域に奉仕していく(株)ランネットでありたいと日々努力致しております。

インターネットはどこへ行く?

沖田コンクリート 株式会社
代表取締役 沖田 比呂志
ja8bz@rose.ocn.ne.jp

今年、官庁への年始挨拶回りの折りの事、役所で卓上にコンピュータがあり、インターネット使用の有無を尋ねると、彼曰く「そんな悪いことは、していません」との事。

たまたま、当時、ドクター、キリコの事件があり、インターネットホームページを利用した薬品販売で、初のインターネットでの殺人事件が札幌を舞台とした事件がありました。大きくラジオ、テレビ、新聞、週刊誌等に報道され、その中には、恰もインターネットが悪いとの誤解を一般の人に与えかねない報道もあり、多少、社会に気を使って、世間を揶揄した表現でした。便利な道具も使用方法により毒にも薬?にもなる、諸

刃の剣の好例でした。

さて、インターネットの利用、または関連の新しい仕事色々興され、展開しています、将来どの様に発展、拡大するか、未知の世界が無限に広がっています。また、マイナス面として、一部には利用制限の動きも見られますし、OSがWINDOWSになってコンピュータが、MS-DOS時代に比べ、ますますブラックボックス化し、機器の高度複雑化、動作仕組みが難しくなり、動作のロック、さらには、ビールズをばらまいたり、ネットに侵入する不届き者等があり、インターネット利用に不安が常に有ります。これらの事が将来完全に解決される事を期待いたします。



手作りホームページ奮闘記(Ⅰ)

株式会社 ミルコン
総務部総務課 嶋田 智美
shimada@po.milcon.co.jp

早いもので、当社のホームページを立ち上げてから1年以上経ちました。そもそも個人的趣味として自宅でホームページを作っていたのですが、そのうち、社内でもインターネットへの関心が高まるようになり、「我が社でもホームページを作りましょう。何なら私が作ります。」と言ってしまったのが97年12月。それからホームページの企画・作成を担当することになり、現在に至っています。これぞまさしく趣味と実益(実務?)を兼ねた仕事、と言ったところでしょうか。

「ホームページ作成」なんて聞くと「難しそう」「お金がかかりそう」と思われるかもしれませんが、案外簡単なんですよ。



特に最近では、専用ソフトも各種出てきて、ワープロ感覚で気軽に作る事が可能になっています。それでは、当社のホームページ作成環境を具体的に説明したいと思います。

使用している機材、ソフトなど

【パソコン】 Windows95 PentiumⅡ 266

HDD2GB メモリ96MB

【スキャナ】 EPSON GT-8500

【ソフト】 EmEditor、Microsoft FrontPage

Express (HTML作成用) <フリーソフト>

Micrografx PhotoMagic (画像処理用)

ホームページ開設にあたり、新たに買い揃えた物は一切ありません。もともと社内報を作成する為に購入した機材とソフトをそのまま利用しています。HTML作成ソフトはフリーソフトという、無料のものを利用してあります。他に

も、雑誌の付録についてきた期間限定のお試し版を利用したり、インターネット上の素材を利用したりと、とにかく安上がりな構成が自慢です。

作成の手順

① 内容を決める

ホームページに何を載せるか? 定番としては「製品情報」「会社概要」「採用情報」などでしょう。その他にも、社内での行事など、楽しそうな話題を提供するように心がけています。

② 画像を用意する

社内のイベント等には、デジタルカメラ(個人所有)を持って取材に駆けつけて撮影します。普通の写真は、スキャナを使ってパソコンに取り込みます。その後、画像処理用のソフトを利用して、画像の大きさを調整したり、文字を書き込んだりといった加工を施していきます。

③ HTMLを作成する

HTMLというのは、ホームページ専用の簡単なプログラム言語です。これを知っていれば、「メモ帳」でもホームページを作成することができます。でも、そんな言語をいちいち入力するのが面倒だ、時間がない、といった時には「ホームページ作成ソフト」が強い味方になってくれます。ワープロのような画面で、入力したとおりのHTMLを自動的に作ってくれるので大変便利です。

④ サーバーに登録する

自社でサーバーを持っている場合、作成したHTMLや画像データを所定の位置にコピーします。プロバイダー等と契約している場合には、電話回線を通してファイルをコピーする(アップロード)必要があります。以上でホームページが完成! 世界中どこからでも見る事が可能な状態になったのです。

更新する

ホームページは、1度作ったらそれで終わりという性格のものではありません。沢山の人の何回も見てもらうためには、内容を「更新」していくことが重要であり、実は一番大変なことなのです。少なくとも月に1回くらいは、何らかの変更を加えたいと思うのですが、そう都合よくはイベントが無い、時間が無いというのが現状です。各部署から内容提供があれば、もっと頻繁に更新できるのですが……。

●気をつけたいこと

当社ページには「インターネット版社内報」がありますが、実際に社内で配布している社内報と比べると、プライバシー保護という観点から削除している部分があります。画像を利用する場合でも、著作権の侵害にあたらないかどうか、気をつけるようにしています。インターネットは不特定多数の人間が目にする公共の場所である、という意識を常に念頭に置く必要があると思います。

●現状、反応

「ホームページを見ました」というメールが来ると嬉し

いです。今年は、インターネット上から新卒学生用の会社訪問予約ができるようにしたところ、数件ではありますが申し込みが来ています。これからはこういった仕組みがどんどん利用されるようになるのではないのでしょうか。

●今後の展望

総務部作成ということで、求人関係に偏った内容になりがちですが、今後は、製品情報などをもっと充実させ、お客様の要望に応えられるようなホームページを目指していきたいと思っています。



※ホームページ作成に関するご質問など、お気軽にお問合せ下さい。

ミルコンホームページ: <http://www.milcon.co.jp>

ミルコン総務課 TEL: 0776-52-8007

手作りホームページ奮闘記(Ⅱ)

阪神工業 株式会社
開発営業チーム 山下 勝則
wakuwaku@libres.co.jp

1998年12月3日、コンピュータ音痴の私にとっては、まさに青天の霹靂と言っていいような日となりました。電子メールで、ホームページ委員会を開くので集まるように言われ軽い気持ちで行ってみると、「我が社もホームページを開発する。ついでに、'99年1月1日よりOPENしたいので、年末までに仕上げるように。」とのお達しがありました。実は既に発注済の年賀状に、まだできていないホームページのアドレスが印刷されることになっていたのです。おまけに、ホームページ委員の委員長と

いうありがたい役?も仰せつかってしまったのでした。

この日までホームページなどという代物は私達には一切無縁の物と思っていただけに、(本当は、変な意味で少しは見てみたかったのですが……)頭の中は真っ白でした。しかし、他社のホームページを見せてもらったり、また自分の机上のコンピュータでいろいろなホームページを見るようになってからは、たちまち虜になり時間も忘れるほどでした。(電話代、大分かかったでしょうね。社長、ごめんなさい。)

インターネットを仕事に活かす



そこで、一念発起し他のホームページ委員と協力し作成に取りかかりました。ちなみに委員は総務部、営業部、開発部より各1名、CS(顧客満足)委員から2名、アドバイザー1名の計6名、それからシステム担当の小林部長、社長にも時間の許す限りつきあってもらいました。

開設に至るまで3回の委員会を開きましたが、何しろ初めてのことでわからないことばかり。

最初は、書きたいことが多すぎて文章が長く、くどかったり、格好ばかり考えてテクニックに走ったりで、なかなかまとまりませんでした。時間のないことも幸い(?)して、プロのようにできなくても、とにかく楽しくわかりやすいこと、見てもらいやすいことを目標に作ることにしました。

現段階では工事中のページもあり、まだ満足のいく内容には仕上がっていませんが、その後も2回のペースで委員会を開き、目標の3ヶ月ごとの更新を目指して委員一同頑張っています。そこで、ホームページの開設までの作業手順、苦労話等を書かせていただきます。



作業手順

- (1)各部委員で分担し、原稿を作成し、開設後の更新も各部が責任を持って行うことにしました。つまり特定の部門をホームページ担当にしないということです。
 - 総務部-会社概要、求人情報、LibresNews(各支店、各部などにも原稿依頼)
 - 開発部-新製品情報
 - 営業部-製品情報
 - CS委員-顧客満足
 - アドバイザー-トップページ、まとめ
- (2)出来た原稿を持ち寄り、大きな紙に貼り付けてページのシュミレーションを作成。
- (3)原稿の内容を委員全員でチェック、手直し。

- (4)最終原稿をワードで各自ベタ打ちし、写真と共にアドバイザーへ提出。
- (5)アドバイザーがワード原稿をホームページ表示形式に変換し、プロトタイプ作成。
- (6)プロトタイプをサーバーにアップロードした後、再度チェック、手直し。
- (7)最終版をアップロードして完成。

苦労話

皆、仕事の合間を縫っての原稿作成のため、なかなか原稿があがって来なかった。特に、支店等ホームページなんぞ見たことない人がほとんどで、報告書のような原稿が多く、手直しに苦労したようです。

苦労話の決定版は、12月28日、ヤッター、もう少しで完成と言う時に作業に使っていたコンピュータがあえなくダウン。アドバイザーの白井君真っ青、データがとんでしまったことあります。1日でコンピュータを修理してもらい、かすかに残った継ぎ接ぎだらけのデータをつなぎ合わせて何とか間に合わせてくれたようです。(そんなこともつゆ知らず、私は委員長でありながら正月休みを決め込んで、家で酒を喰らってました。~陳謝)

年が明けて一番に、義兄にコンピュータを借り、我が社のホームページを見たときは感動しました。

我が社のホームページは、とてもプロが作ったような代物ではありませんが、今後、委員全員でホームページ作成ツールの勉強をし、自部門の担当ページをより楽しく見てもらえる内容に更新し続けていく体制づくりを図っていこうと思います。

NEP工業会の皆さん、リンクの申し込み等有れば声を掛けて下さい。みんなで楽しい輪を広げましょう。

阪神工業株式会社 ホームページ
http://www.libres.co.jp

わが社のホームページ

ケイコン 株式会社
企画管理部 金川 幸二
koji@mbox.kcon.co.jp

当社がホームページを公開したのは、平成9年10月1日の事でした。

あれから、早くも2年と少しが経過しました。担当者としては、もう2年もたつのか...という感じです。ホームページ上に表示しています、アクセス・カウント(ケイコンのホームページを見た延べ人数)も、この原稿を書いている2月26日現在で約5,600+αとなっています。(α... 昨年4月1日アクセスカウントが突如、0になってしまいました。原因不明です。)本当にたくさんの人に見ていただき、担当者として大変感激しています。

それでは、私が体験したホームページ作成を書きたいと思います。

当時は、ホームページを作るなんて初めての事だったので、まず大勢の人の意見を聞き、アイデアを出し合い作った方が、きっといい物ができると考え、上司と私で協議し(独断と偏見?)適任者を

15名人選しました。そして、全員での打ち合わせ。良いアイデアがたくさんでました。しかし、それらをまとめようとするとな「あれもいい、これもいい」となり、どのアイデアを採用しようか選別するのに苦労しました。また、凝ったデザインをレイアウトしようとする、当然ページのファイルサイズが大きくなります。そうすると、当時は通信速度の主流がまだ28.8Kbps(今は、ISDNで64Kbpsアナログでも56Kbpsが主流。数字が多きほど通信量が多い)でしたので、ケイコンのホームページを呼び

出しても画面に表示されるのがすごく遅くなり、その人にイライラ感を与えることになってしまいます。そうするとホームページを見てもらえなくなります。逆に、レイアウトが単純すぎてもインパクトに欠け、あまり印象のない物になってしまいます。その辺を考慮し、ギリギリの境目を一生懸命探しました。また、ホームページの画像編集担当者は、仕事でCG(Computer Graphic)を担当している方で、パソコンはアップル社のマッキントッシュ(以下マック)を使用していました。プログラミング担当の私は、



マイクロソフト社のWindowsパソコン(以下Windows)を使用していました。その為、マックからWindowsへ画像を変換してやると、多少色が変色したようになりました。私の目には、それほど大差なく感じたのですが、担当者はCGのプロ... 妥協は、許されませんでした。自分のフィーリングに合うまで何度でも手直しを繰り返すのでした。こういった数々の問題をクリアしホームページが完成しました。

当社のホームページも3回リニューアルしましたが、まだまだ発展途上のホームページです。今後もみなさんに役立つホームページを作成していきたいと思っておりますので、よろしくをお願いします。

ケイコン株式会社 ホームページ
http://www.kcon.com

インターネットを仕事に活かす



ホームページを覗いてみたら～Peeping TOMの独り言

株式会社 ネオジオ
代表取締役 太田 TOM 浩司
geo-ko@mint.or.jp

高倉健と倍賞智恵子が「簡単じゃねーか」と言って、パソコンとインターネットをまるで大人のおもちゃのように取りあひっこしながら、テレビに出演してからどれくらい経つのでしょうか。

高倉健が実際の年齢よりも若く見えるのは、まさか、インターネットのおかげとは思いませんが、(ただし、中には若返りのようなサイトもいっぱいあります…)それにしてもホームページ(以下H.P.と略す)の数やインターネットへの加入者はパイアグラを飲んだ元々健康な男性のように強力に上昇カーブを描きながら増えています。

NEP工業会メンバー社のホームページもどんどんと増えておりますし、Eメールアドレスの取得者も同様です。

そこで今回はNEP工業会メンバー社のホームページを覗いてみることに致します。

狭い紙面では全部をご紹介することはできないので、特長のある掲載内容を中心にご紹介しましょう。

どの社のホームページも基本的な内容としては会社概要、求人情報、製品情報、新製品・新工法の紹介などで構成されています。この基本的な内容の中でも工夫され楽しく覗くことができるものもありますが、これ以外の内容で思わず感心したり、吹き出してみたり、「うーん」とうならされるものがあります。

トップバッターは、社長自ら手作りでホームページを開発された沖田コンクリート(株)をご紹介しましょう。メカにめっぽう強い沖田社長、ホームページの作成はさほど難しくないと噂を耳にされたよう

で、次にお逢いしたときには「ホームページを作ったので、見てね」というお話。沖田社長のレスポンスの早さには脱帽いたしました。

次にまじめに感心させられたのが、不二コンクリート工業(株)のホームページです。

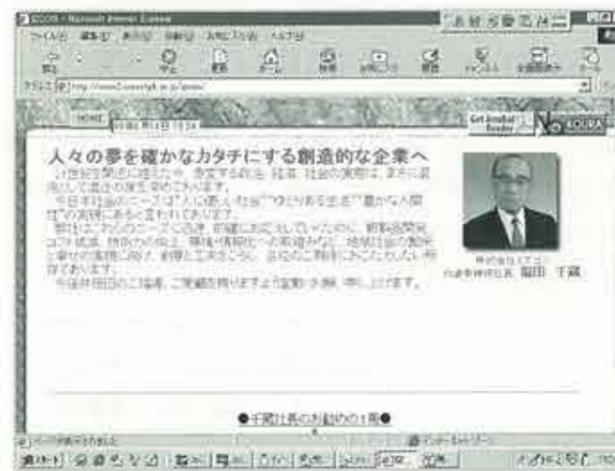
厚生省の基準もクリアしている特殊固化材の「灰固太郎」の紹介がなされています。環境問題が市民の大きな関心事となっており、ゴミ問題がクローズアップされているなか素晴らしい技術開発と感心させられました。

そして、ISO9000シリーズを取得されたミルコン社では、まず、その認証番号とマークがトップページに控えめだけれども「ズッシリ」と鎮座ましましております。年賀式での表彰風景や懇親会風景からは、社員さんの和気あいあいとしながらも「ヤルゾ」という気迫が伝わってきます。ミルコン社のホームページの特長はやたらめったら社員さんが登場することです。美しくかわいい女性社員さんがいかに多いことかと感心させられてしまいます。

さて、それでは横綱をご紹介しておきましょう。イズコン社のホームページです。女性社員さんの新しい制服の紹介がまず嬉しい。会ったこともない社員さんですが、大変身近に感じられます。

しかし、だからといって横綱に推挙させていただいたわけではありません。副社長の体型が横綱級だから、でもありません。「福田千蔵社長の健康談話」。これは思わず唖ってしまう内容です。今月(毎月代わるかどうかは知らない…)の内容は「赤松イキイキ健康法」で

す。その詳しい内容はここでは取り上げませんが、福田社長の健康の秘訣は、「まず健康が大切と真剣に考え、具体的に取り組んでゆく」ことに尽きるのだなーと感心してしまいました。



http://www2.crosstalk.or.jp/izcon/

さて、いろいろとホームページを見てきたわけですが、役所やコンサル、ゼネコンや同業者、また学生さ

んといった、諸々の「お客さま」の立場に立ったホームページ作りが大切だということを実感しました。ただし、あまりに丁寧に作りすぎてファイル自体が重たくなってしまい、画面の起動が遅くなってしまつと、せっかちな人が多くなった昨今、プチッと切られてしまつてもいけません。これから取り組まれる社は、そのような観点からホームページを作成されればいかがでしょうか。

また、「お客さま」の声が、意見が気軽に書き込めるような工夫も必要なのではないでしょうか。

ともかくにもまだインターネットの世界を覗いたことのない方、「情報奪取の機会損失」ですよ! 一日も早くインターネットの世界を覗いてみて下さい。「ドキドキ」や「ウーム納得」それに「えっ! そんな事が」の世界が広がってます。保証します!

NEP工業会 各社ホームページURL一覧

- インフラテック株式会社
<http://www.synapse.or.jp/~ited-d/>
- ケイコン株式会社
<http://www.kcon.com>
- トクコン株式会社
<http://www.tokai.or.jp/tokcon/>
- ヨシコン株式会社
<http://www.yoshicon.co.jp/>
- ランデス株式会社
<http://www1e.mesh.ne.jp/Landes/>
- 阪神工業株式会社
<http://www.libres.co.jp/>
- 株式会社イズコン
<http://www2.crosstalk.or.jp/izcon>
- 株式会社 茨中
<http://www.net-ibaraki.ne.jp/ibatyuul/>
- 株式会社ミルコン
<http://www.milcon.co.jp/>
- 株式会社西田興産
<http://www.netwave.or.jp/~n-soumu/>
- 不二コンクリート工業株式会社
<http://www.fuji-con.com/>
- 沖田コンクリート株式会社
<http://www.ntt-lnet.ne.jp/okitacon/>

平成10年6月25日、オープン間もないホテルグランピア京都で、第27期定時総会が開催されました。

会員65社中、委任状を含めて63社の出席により、総会は成立し、すべての議事が円滑に承認されました。(総会資料は全会員に配布されていますので、内容については割愛させていただきます。)

総会の後、(財)日本証券経済研究所・主任研究員

である紺谷典子氏をお招きし、記念講演会が開催されました。

土曜日の朝、桂文珍がパーソナリティーを務める報道番組でおなじみの紺谷典子先生。冒頭から自分の「今日の失敗談」でスタートされ、大変親しみやすい人柄にのっけから引き込まれ、大変楽しく為になる1時間40分となりました。

記念講演

金融ビッグバンとその後の日本経済(講演要旨)

(財)日本証券経済研究所 主任研究員
紺谷 典子氏

金融ビッグバンの本質

金融ビッグバンに関しては一昨年あたりからテレビ・新聞・雑誌・講演会等で多かれ少なかれ学ばれた方が多いのではなかろうかと思えます。「またビッグバンか」という感想を初めにお持ちに成られた方も少なくなかったに違いありません。しかしながら紺谷先生の話が進むにつれ、日本が今スタートさせている金融ビッグバンが如何に安全弁のない、一歩間違えると消費者に多大な被害を与える危険をはらんでいるものかがはっきりしてきました。

これまで金融ビッグバンの説明でよく聞かされた論調は、銀行、証券、保険等々の業種業態の壁を取り払い競争させることで消費者はよりよい金融商品やサービスを手にすることができ、また金融会社も競争のなかでより強固な体質を作り上げ経済に貢献する。ただ、これまで政府の規制により最小限に押さえられていたリスクは消費者自身が自己責任にて取ってもらわなければならないというものだったと思えます。これだけを聞かされるととても当たり前で納得できる改革なのだという感想を多くの人が持つことと思えます。

しかしながら最初にイギリスで次にアメリカで行われた金融ビッグバンは的確な法整備がなされたのちに行われたものであります。イギリスでは金融サービス法、アメリカにおいては投資家保護規則という法律が整備され、自由化を促進するものの詐欺紛いの金融商品に投資家や消費者が損害を受けないような法律を整備したのです。それでも膨大な数のトラブルがイギリスにおいてもアメリカにおいても発生し、金融界が落ち着くまでには若干の時間が必要だったと聞いています。

日本の現状

さて、日本の金融ビッグバンの現状はどうなっているのでしょうか。ビッグバンにて発生するであろうトラブルに対処する法整備はされているのでしょうか。答えは「ノー」です。1998年4月から日本版金融ビッグバンはスタートしているのに、自由化によって発生するであろう詐欺紛いの行為や不正行為を摘発する法律は日本には整備されていません。また、金融監督庁が大蔵省から分離独立した官庁としてスタートしたという報道がなされていますが、構成員の90%が大蔵省

出身者で占められ、執務する事務所は大蔵省のある部門と同じビルの同じフロアだったという現実があります。

また、アメリカを例にすると、日本の金融監督庁に当たる機関は常勤で約8,000人が勤めて金融システムに目を光らせているのに対し、日本の場合約850人でスタートしたと聞いていますが、こんな体制で本当に日本の金融システムを監督してゆくことができるのでしょうか。詐欺紛いの商品やサービスを取り締まる法律もなく、取り締まる組織もはなはだ脆弱という現実のなかで日本の金融ビッグバンは船出をってしまったと私たちは考えておかないといけません。

市場経済は「神の手」

完全な市場経済に移行すると次のような効果が出てきます。

1. 淘汰のメカニズムが働き現実の市場規模に応じて相対的に悪い会社が淘汰され良い会社が生き残る。
2. 会社が利益を上げようとするればその市場において相対的に「買っていただける商品」を創ろうとし、その活動そのものが消費者に利益をもたらす。
3. 株価も市場において決定し、資本は相対的に良い会社に集まり、競争力が高まり、好循環をそういった会社にもたらす。

市場経済は上記のような好循環を社会にまた個人にもたらすので「神の手」が働くという表現がされるわけですが、金融機関がこの市場経済の洗礼を受けるとどうなるのでしょうか。各金融機関は淘汰のメカニズムによって淘汰されたくないの、自己防衛を徹底的に行うようになります。つまり、収益に繋がる大口顧客の獲得と収益に繋がらない小口顧客(低所得者・過疎地の消費者)の放棄を徹底して行うようになるわけです。持てる者と持たざる者に徹底的に格差が生じる社会を市場経済はもたらすのです。

以上、金融ビッグバンの実際を述べてきましたが、最近の経済運営の失敗によるこの現在の大不況を乗り切ってゆくにはという部分を最後にお話ししなければいけません。

大蔵省の功罪と今後の日本経済

大蔵省が何をやったか、それは現在の大不況を作り出す主要因をここ数年で創り上げてきたという一言につきると思います。5%消費税の導入と特別減税の打ち切りをやり、厚生年金の崩壊だとか高齢化社会の到来をマイナスイメージの戦略に使い、絶対やってはいけない緊縮財政をしきました。その何でもなしの一連の大蔵省の政策が、本当はやらねばならない政策を先送りにして、日本独自のやり方を貫こうとしている、と諸外国の目に写り、円売りを一挙に加速させていったのです。円安の行き過ぎは金融機関の自己資本を減少させ、このことがまた貸し流りに繋がってゆくという悪循環を作り出してしまったのです。日本興業銀行と野村証券の連携の発表は日本の金融機関が本当に追いつめられていることの現れだと考えねばなりません。

それでは、本当にこのまま日本経済は失速を続け日本は没落してゆくのでしょうか。そんなことはありません。日本の技術革新力はまだまだ失われていませんし、資産も先進諸外国の資産状況よりもよほど良い状況下にあります。日本は自国の国民に借金をしているだけであって、他国に借金をしているわけではありません。また、世界ダントツNO.1の債権国であるという事実もあります。潜在的なポテンシャルはまだまだ高いというのが日本の底力であり真の姿なのです。

やるべき公共事業を徹底的にやり、資産デフレ対策を打つ、恒久減税を思い切って行い、諸外国との差を縮め、日本への投資を呼び込む等々、打つべき手を果敢に打ってゆくということができれば、必ず日本は甦ると考えています。皆さん、落ち込んだりしないで胸を張って企業経営に邁進して下さい。

【要約後記】

この日、紺谷先生は予定を10分もオーバーし、時にはユーモアを交え、時には熱く、時には冷静沈着に現在の日本の問題点を様々な具体例を出して私たちに解説してくれました。大蔵省の批判を徹底的にされることで有名とは知っていましたが、ここまで具体的に懇切丁寧にやってくれるとは思ってもみませんでした。ただ、先生が所属する(財)日本証券経済研究所は大蔵省の出先機関であり、ここの理事長席は必ず大蔵省のOBが座ると言うこともおっしゃっていました。…
 という事は、紺谷先生は身内の批判をおおっぴらにしていることになり、勢力争い・派閥抗争が

あるのかなと言うことも類推できます。

前号の要約後記で15兆円の追加景気対策を打ってもらえればということを書きましたが、2ヶ月の遅れはあるにせよ16兆円となって現実化しました。この号がでる頃には恒久減税の結論がでる頃かなと思います。とにもかくにも先進諸外国に近い所得税や法人税が実現されることを、個人的に願ひ、またその結果諸外国の投資を日本経済の活性化のために呼び込めることを願って筆を置きたいと思います。

(総務委員会・太田)

経営者会

本格的な春を感じさせる暖かな3月24日、東京・ホテルニューオータニで、NEP工業会経営者会が開催されました。出席は33社、39名。

まず始めに経営者会会長の武井社長から最近の業界の動向等を踏まえた上のご挨拶と、本日のお二人の講師のご紹介があり、早速お一人目の講師の講演に移りました。

(株)日刊現代の編集局次長、山田義孝氏には「現代の政治・経済を読む」というテーマで御講演いただきました。内容としては自民党が政策論議の前に数合わせを行わなければ、法案を通すことができない現実に対して、都知事選の候補者選びで見せた様な中途半端な決断しか下せない状況では、思い切ったリーダーシップを発揮し、経済の状況を好転させることはできないと言ったものでした。

やはり政治家に本当の意味での哲学や理念が求めら

れている現在、ボタンの掛け違いになっているのかという感想を抱きました。

次に本郷会計事務所所長、公認会計士である本郷孔洋氏から「不景気と会社の業績関係ない!」というテーマで、キャッシュフロー経営について御講演いただきました。現在の不況は3M(マインド・マーケット・マスコミ)不況だとし、マクロが駄目でもミクロ(自分の会社)は儲かっているという状況を、社長自らが創り出して行かねばならないということ。そのための方策として、たくさんの事例をご紹介していただきながらの講演で、大変ためになりました。そして、損益計算書重視の経営から、貸借対照表とキャッシュフロー計算書主義の経営に、これからはシフトして行かねばならないことを力説されていました。

(総務委員会・太田)

宅認ニューウォルコン部会

ケイコン 株式会社
専務取締役 下岡 吉治



■NEPニューウォルコン部会設立平成9年8月1日

■NEP会員の中よりニューウォルコン(宅認)を生産または生産しようとする26社加盟

役員名

- 部会長 下岡 吉治(ケイコン(株))
- 副部会長 渡辺 邦昭(東京セメント工業(株))
- 〃 福村 敏男(インフラテック(株))
- 〃 畑 実(ケイコン(株))
- 委員(4名) 岩間 久継(東京セメント工業(株))
- 松浦 康夫((株)イズコン)
- 星田 典行((株)ミルコン)
- 小森 幸弘(永井コンクリート工業(株))

平成10年度部会

(研修会) 平成10年8月28日
 新都ホテル 20社 24名 出席

(役員会) 平成10年12月10日
 新都ホテル 4社 4名 出席

活動報告

(1) 平成9年度より持ち越しのワーキング部会、コーナーブロックの設計及び建研との話し合いによる指導等々の問題点。

(2) ニューウォルコンⅢ型改定・資料の説明

以上の事により、第27期平成10年度NEP工業会総会資料3頁にも活動項目に列記した「コーナーブロック」の設計 例1、例2を一步進め、顧客のニーズの基本を尊重し、且つ現場での要求事項とを基本にして「分割コーナー」を小さい角度でも対応出来る様、部会内で対応を建研とも協議しながら完成しつつあり、一方では1.5mから3mを直壁での分割方式のオールマイティーを模索中である事をお知りおき下さい。

また、1月には認定L型擁壁の㎡単価について、住都公団での設計標準化の対応策の一つとして宅協内に小委員会が設置され、各支部の意見等で推進努力されたが、結果としてコストアップ「14%程度高い」事と、コーナー部の使用率が地耐力の関係からいまだに低いこと等の理由で「時期尚早」との見送り見解があり、当部会としても宅協の結果のみによらず方向性を見出す事となった。

何れにしても近い将来この方向性で再度コストについて努力し要望を何とかして需要の掘り興しに繋げ、且つ量による納得で成果へと頑張りたいたいは事実だが、最大の問題は技術的解決を如何にするかだ。各TYPEごとなのか、協会全体ということなのか、業界繁栄のための大英断が、とも思う。「時期尚早」なら大変なことだ。

SPブロック部会

ケイコン株式会社 常務取締役
SPブロック部会長 小川 真弘



毎年のNEP工業会の実績報告によると、平成6年度以降のSPブロックの販売実績が飛躍的な増加傾向を示唆していることがわかる。その原因は何かを知ること、興味あることではあるが当SPブロック部会としては、今後の社会環境の変化に対応出来る、営業的、技術的問題点を事前に抽出して、安定した需要の掘り起こしを目的とした。

平成9年度に実施したアンケート調査に基づき、様々な問題が提起され、これらを研修会を通じて解決することとなり平成10年度の事業計画では、営業部会、技術部会の合同研修会を年2回開催することになった。

第1回の研修会を平成10年8月5日(水)に京都センチュリーホテルにて開催。出席者28名、翌6日

(木)に京都府内の現場視察を実施した。研修内容はSPブロックの商品知識の向上に関するテーマにした。

研修テーマ

- ①商品の説明(特徴、セールスポイント等)
- ②実例によるスペックインから販売まで
- ③安定計算、積算歩掛り、施工技術等の説明
- ④質疑応答

この研修会において、物価版、積算資料にSPブロックへの呼称変更、掲載品種の増加を推進すること(実施済み)また、道路土工指針の発刊に呼応して早期に研修会を開催することに決した。しかし、第2回研修会は道路土工指針発刊の遅れから、残念乍ら次年度に繰越すこととなった。

ミルウォール部会

株式会社 ミルコン
技術部長 星田 典行
hoshida@po.milcon.co.jp



平成10年10月14日(水)、ミルウォール部会を新大阪チサンホテルにて開催し、以下内容にて発表を行いました。

① ミルウォールの実施状況報告

販売状況としまして製造販売実施社は17社、売上状況では過去3年間について実施全社の集計で対

前年比7~10%の伸びとなっています。

- ② 製品図面の様式変更説明
- ③ R=10mの内カーブの使用例

通常標準品のミルウォールの場合、最小敷設内半径はR=30mで規格化しており、現場状況によるR=10mでの使用事例の説明。

④ 天端勾配がある場合の対応事例

- 1.製品天端カット事例
- 2.斜め対応用笠上げブロックの使用事例

⑤ サンククリア工法によるミルウォールの使用事例

現場作業における作業環境の改善を目的として開発されたサンククリア工法でのミルウォールでの使用事例は、平成6年度から実施使用され平成9年度までの集計で施工現場310箇所、施工延長16.8kmの実績となっています。

公共工事の縮減等の影響で業界全体の市場価格が低下し経営環境が厳しくなる中、如何に他社との差別化を図り高利益率の製品を販売して行くかが課題ですが、

コンクリート製品の敷設作業における「きつい、きたない、きけん」を改善し施工時間の短縮、施工人員の削減および施工精度の向上を目的として開発された「サンククリア工法」でのL形擁壁ミルウォールの使用例では、L形擁壁の底面摩擦係数の問題解決に有効であり、新道路土工指針内でも $\mu = \tan \phi$ を使用する場合はモルタルにおける適切な施工が求められており実施工における滑動抵抗力に対する安全性については十分な値を確認しております。

同業社との販売競争の特に厳しい製品に対して他社との差別化を図るにあたって有効な工法といえます。

テクスパン部会

株式会社 九コン 代表取締役
テクスパン部会長 下瀬 博貴
shimose@jade.dti.ne.jp



平成10年6月25日のNEP工業会第27期総会において、工業会内に一商品別部会としてテクスパン部会を設置することの承認を得て、この一年間に二度の部会を開催して参りました。

テクスパン工業会が発足して6年を経過しようとしています。その間住友商事(株)・ヒロセ(株)の先導のもと、当工業会会員の多くが製造支援グループとして参加、幾多の実績を残してきましたが、また、個々に数々の課題を残して取り組んできたのも事実です。そこで、このテクスパン工法をより飛躍的に発展させるべく、NEP工業会の中の重要な部会と位置付けて邁進しようというものです。平成10年10月13日~15日間で開催されました合同部会の中で、ヒロセ(株)より小林副会長(テクスパン工業会)が講師で、参加者25名の中、40分に渡り、テクス

パンのイロハについて説明を受け、テクスパン部会が実質上スタートしました。さらに、平成11年2月2日にはテクスパン部会単独の勉強会を開催、ヒロセ(株)より小林副会長・城所両氏により、参加者45名の中3時間30分に渡り詳しい講演を実施しました。テクスパン工法設計施工マニュアルに基づいた説明、PR用VTRを利用した施工手順の説明、製造仕様書に基づく説明、施工実施例と中身の濃い勉強会となりました。

今後テクスパン部会の講習を重ねる事により、對抗製品モジュラー工法との墨分けをして、参加する会員社にとって魅力のある商品へと進展させたいものだと考えております。会員の皆さまの積極的な参画をお願い致しまして報告とさせていただきます。

研究開発委員会・河川小委員会

NEPで共同開発



株式会社 ミルコン
代表取締役 黒川 信夫
kurokawa@po.milcon.co.jp

需要委員会

委員長 黒川 信夫 委員 岸川 健太郎
副委員長 大塚 利彰 // 吉田 栄一郎

コンクリート製品業界はこれから発展するために何を為すべきか、とのテーマで当工業会の顧問である原田先生に、平成11年3月16日、原田(株)に需要委員会のメンバーが訪問し、お話をうかがいました。その要旨を報告します。

- ① コンクリート製品企業間レベルと得意分野には差があるを認め、これまでは土木を攻めていたが、建築への攻めは少なかった様に他の業界から攻められている。置換製品だけを攻めているのではなく、性質の違う製品を攻めることで新製品が開発され、新需要が生まれるだろう。
- ② 日本の経営者は、往々にして自社のレベルを知っているがゆえに、開発能力を発揮せず、自社の持っている能力だけにはめこむのみで、積極的に一歩踏み込んでいない。要は業界内の常識で会社を運営して、枠から飛び出せず、業界の常識を超える発想に欠けている。今から違う需要分野を攻めるべきである。
- ③ 人の集まる場所の都市型製品も狙いの一つである。一例として、アメリカ人に言わせれば、縁石に黄色ペンキを塗っているのは、コンクリート製品屋が悪いからだという。カラー等の開発はどうか。
- ④ 半径300kmの販売エリアで、採算の合うコストの商品力が必要であるのではないかと。
- ⑤ 大きな投資を伴うことは慎重にやるべきで、2社共

同設備のあり方も研究が必要である。

- ⑥ 化粧舗装を例として、インターロッキングなどは化粧舗装としてデザインを売り、ワンポイントとしての舗装、また、舗装の補修費の軽減、振動技術が伸びて、より速く施工スピードがついた新技術も開発されているが、アスファルト業界の需要に食いこむためには今以上の技術開発が必要である。
- ⑦ 建築分野に進出するには、附加価値の少ない分野の製品のところから手がけ、工事現場への搬入も高度化した管理をしているので、この対策も工場での研究が必要ではないだろうか。そのためにも、設備以外の物を考えるべきではないか。
- ⑧ 製品の量の販売を“やんちゃ”と言われても求める必要がある。新製品の評価を受けるには(イ)市場に問う：要は売れることを先行する。また、いくらで売れるか。(ロ)製品を用意(そろえる)する。(ハ)投資をミニマムにして、特に売価は高くぶつけて顧客の反応をさぐる必要がある。
- ⑨ 中小河川の逆流対策が求められている。高規格堤防等の投資規模も地元住民の要望もあり積極的に公共事業に組み込まれるのではないかと。また、土木学会も反省して調査団も発足した。
- ⑩ 発想を転換して、需要を組み立てできる具体的なものを、NEP工業会で原田先生も参画するとのことで共同開発をしてはどうか。

原田先生には大変お忙しいところ時間をさいいただきご指導賜りましたこと、深くお礼を申し上げます。

生産技術委員会

生産技術委員会 春季研修会

アサヒビール 茨城工場見学レポート

株式会社 ミルコン
藪 勇

目的

コンクリート業界にも求められるリサイクルについて、先進異種工場であるアサヒビール茨城工場(ゴミ0、100%再資源化を達成)の見学。

工場見学 経路

- ① オリエンテーションシアター 約15分、ビール造りをはじめ素晴らしいアサヒの世界を紹介。
 - ② 緑のアプローチを通り、仕込・Phゾーン 仕込室では、1日2000kl、大瓶310万本仕込まれ、中央コントロール室で制御されている。
 - ③ 酵母・発酵ゾーン 約1週間発酵させたものを若ビール。
 - ④ 貯蔵ゾーン 屋外貯蔵タンクは、154本(1本500kl)、このうち5本分が製品化される。
 - ⑤ ろ過ゾーン ろ過タンク20本(1本200kl)があり、ステンレスでおおわれている。
 - ⑥ びん詰・缶詰ゾーン
 - 建屋(テクトラスト工法)幅120m、奥行270m、高さ30m
 - 缶ビールラインでは、1分間に350mlで1500缶、500mlで1050缶生産。
 - ビン詰ラインでは、2台で1分間に1200本、1秒で20本生産。
 - 全体での生産量は、大瓶で440万本。
 - 床、壁はステンレスである。
- 物流システムの説明を受けて、終了。



アサヒビール茨城工場

展望接待館

試飲を楽しみながら当工場の総務部担当課長の飯島様より環境管理活動等について説明をうける。

- H8.1月に工場からゴミを出さないと発表。
- 2月から活動開始。
- 6月、分別化は難しい、挫折。しかし、試行錯誤を重ねて、同年、11月にゴミ0、100%再資源化を達成ビール工場で最初にゴミ0を達成した工場である。又、工業団地の7割の敷地を有し、そのうち3割の緑地、生産効率のよい工場である。

活動内容

- 4R(リデュース、リファイン、リユース、リサイクル)を中心に第一に分別、2番目にリサイクル会社の調査を行った。
- 分別方法として最初は材質で判断しようとしたが、失敗、親しみやすい呼び名(ツルツル、ザラザラ等)ですることによって社員にもわかりやすくなった。
- 各分別ステーションには責任者を置き、整理・整頓に努めている。
- 各分別ステーションは職場で管理し、分別センターは総務部で管理。
- 全社員に周知・徹底(教育)、又、分別容器の選定も行った。(ゴミの分別ではなく、資源の再利用である)
- CGC(クリーン&グリーンコミュニティー)委員会のパトロール1回/2月
- リサイクル会社の視察年1回
- 研究開発センターでのリサイクルの検討

質問事項

- Q: ビール瓶の回収について、各メーカーのビンが混ざっているのでは。
 A: キリンビールのビンはなで肩であるがその他のビン(アサヒ、サッポロ、サントリー)は供用しているため、キリンビールのビンは返している。(飯島様より)

今後の活動について

アイドリングストップ

見学を終えての感想

リサイクルに対しては全社員に対しての教育・訓練、又、ゴミの分別ではなく資源の再利用であるということが大事なものだと感じた。

生産技術委員会 春季研修会レポート

株式会社 ケンチ
 篠川 芳弘

「ISO 9000S 取得事例発表」について

今日では、色々な職種でISO 9000Sの認証取得という事で新聞等にもよく掲載されているが、実際に認証取得に関係された方の話を生で聞くことが出来るとも参考になりました。今までの印象としては、取得迄が大変、書類管理が大変という漠然としたイメージしかなかったが、基本は、トップダウンで全員が目的を理解し全員の積極的な取り組みにより認証取得し、その後もさらに上のレベルをめざし進む様に継続的に切磋琢磨が大切なのだと思った。認証取得が、ゴールではなくスタートだと考えるべきなのだと思われた。

「我が社のコストダウン」についての事例発表

三者三様のわかりやすい資料を基に説明され参考になることが、多々あり感謝しております。

(株)丸泊コンクリート工業所さんの場合によるメリット、デメリットについては、売り上げが下がっても利益が上がるようにという目標に向かって統合による人員の削減等によるコストダウンが計られたことが理解できた。説明の中で人間関係の難しさという点についてもふれられており考えさせられる所であった。

トクコン(株)さんの型枠管理によるコストダウンについては、改めて我々コンクリート二次製品メーカーとしての型枠

の大切さを実感させられた。

(株)ミルコンさんの事例は、ISO 9000を認証取得されているという事で目標設定が、はっきりとしており表やグラフで対比して有りコストダウンを数値で表されておりわかりやすかったと思った。工場に目標を掲示し全員でコストダウンに向けて努力されていることがわかった。

「賢有労務アンケート結果報告」について

全国各社からのコストダウンの方法、資材の単価等細部まで表されており貴重な資料であった。

この資料を参考に改めて我が社でも資材の搬入額や工程管理によるコストダウンを再検討したいと思った。

最後に顧問の原田理一先生により今研修会のまとめと解説という事で話をさせていただきました。

先ずビール工場見学会については、ビールのストックのキャパシティーについてふれられ年間60回転ぐらゐであり工夫のたまものであると述べられておられました。このことから我々は、生産数には目がいくがストック、出荷には案外目がいかないことが多い為こら辺にもコストダウンの要素があるのではないかとこの事であった。

私においては、こぼれているビールの心配ばかりしていたことが恥ずかしく感じられました。

型枠対策については、我々ほど型枠をいじめている産業はないと言う言葉に改めて「ああそうだなあ。」と感じました。型枠の金額が、高いにも係らず管理が十分にされていないことが多いという点に於いて整理管理という事では、自動倉庫というものも考えてみてはどうでしょうかという事でした。

最も印象に残った話としては、製造メーカーとして生産をどのレベルでやるかという点でISOの認証取得は、結婚みたいなものでそれから後が長く、大切だというお話でした。なるほどそうだと感心しました。継続的に行い、どんな効果が出たかという事はその企業の取り組み方によりものすごく

差がでるという事でした。先生の「仕事の量が、若干増えてホッとしているかもしれませんが、厳しい時代ということは、変わらない。」という言葉に肝に銘じ今後の仕事に取り組んでいきたいと思いました。最後にこの研修会に参加させていただき色々勉強させていただき大変ありがたく思っています。今後は、このことを生かすいつまでも元気な企業でいつづける為に頑張っていきたいと思いました。

追伸 帰路の車中本日の研修会のレポートの事を考えている内にいつしか座席の前のトレーにはスーパードライの空き缶が3本も並んでしまいました。

生産技術委員会 春季研修会レポート

東栄コンクリート工業 株式会社
 会田 博之

受講項目

- 「エコセメント等、資源リサイクルの現状と課題」
太平洋セメント(株)
- 「産業廃棄物(コンクリート関係)大作の現状と課題」
千代田技研工業(株)
- 「産業廃棄物処理事例」
不二コンクリート工業(株)

近年、新聞やマスコミにおいて、ごみの問題は私達の生活やとりまく環境に深刻な問題となっています。ゴミをいかに負荷の軽減と、環境破壊を防止する再利用が注目をあびています。我が業界でもコンクリートを用いた資源の有効利用の促進ということで、研究開発に注目をあびているエコセメントは、都市ごみ焼却灰や下水汚泥などの主原料として、水と混ぜ、水和して硬化する鉱物を合成した土木用資材というエコロジーを考えた責めんと、エコセメン

ト製造技術や、一般廃棄物の焼却残渣や、廃棄物の熔融処理することにより、製造される熔融スラグや、コンクリート副産物の再生利用としての骨材の研究や焼却灰特殊固化剤と混合して、現状の処分場の延命やリサイクルをやっていることが理解できました。しかしエコパリュウ(必要最低限の仕事に人件費+リサイクルにかかったコストで割って見ると、今の時点では採算が合うか問題が残ると思う。アサノテック、アサノツインコーンはコンクリート廃材から良質骨材を再生し、千代田技研の廃棄物のリサイクルシステム、不二コンクリートの灰固太郎は路盤材やコンクリート骨材の一部として利用できるということであった。地球にやさしい、人間にやさしく環境を守るということは、工場で働く私にとって、あまり関心がなかった。毎日の仕事にしか視野が見えず、安全、品質、生産コストのことしか頭になかった。今回の工業会の初参加させて頂貴重な勉強をさせてもらいありがとうございました。この研修会で学んだことを頭に置き、毎日の作業に取り組みたいです。



下水道展98北九州

●会場：西日本総合展示場
(北九州市小倉駅前)

●出典内容：下水道に関する設計、測量、土木、建築、管路資材、機械・電気維持管理等の幅広い分野の最新の技術・機器等を一堂に会し展示・紹介を行っていた。

●出典会社：310社

不二コンクリート本社 工場見学



経営理念



設立

不二コンクリート

(株)不二 S45年8月操業開始

(株)不二運輸工事

新工場

H5.8~稼働 (通称550ライン 台車5.5M/台 全長70M)

(1)生産性

要員4人、生産量80t/d、生産性：20t/d・人

(2)製品出来高管理

型枠に貼り付けているバーコードにより種類、生産量を自動的に管理

(3)品質管理

①スランプ

積算電力方式を採用(新日化社の高流動コンの管理方式を応用)

②仕上面の刺離防止

型枠に生コン打設後*レジナー802*(信越化学)を散布し、コテ仕上げをする

高流動コンクリートの取組

①粉体の貯蔵設備

②製品の的外観(気泡)等の問題で休眠中

従業員への気配り

(1)ライン周りの歩行範囲には発砲スチロール樹脂板を敷設し疲労軽減を計っている

(2)ライン周りのごみ、カス類はすべて地下を走っているB・C上に落とされて1カ所で集積する

(3)従業員の休憩所

作業所内にロッジ風の瀟洒な建物と人口の湧を配した休憩所を設けて、これが社員の憩いの場となっている

その他

(1)要員関係

①全従業員.....183名(直接工85名)

平均年齢33.4才

②品質管理.....6名

(内女性2名)日常のコンクリートの工程管理は女性の担当

③設計業務.....7名(男性のみ)

④デザイン.....7名(内女性3名)

(2)主要製品

別冊カタログ参照のこと

編集後記

3月30日が何の日だったかご存知ですか？ フランシーヌが亡くなった日です。「フランシーヌって誰」、という人のためにまず説明しておきます。

フランシーヌの場合は あまりにもお馬鹿さん
フランシーヌの場合は あまりにも悲しい
3月30日の日曜日 パリの朝に燃えた命 ひとつ
フランシーヌ

これはその昔、新谷のり子さんが歌っていた「フランシーヌの場合」という歌の一節です。私は当時、初めてこの歌を聞いた時、フランシーヌが「フランス犬」に聞こえた。そりゃあ、犬だもん、人間と比べたら「お馬鹿さん」だよな、と単純に納得してました。「フランシーヌ」を漢字で書くと「仏犬」。「燃えた命」だからか？ そう言えば、「フランス料理」のことを「仏料理」と書いてあったのを見たことがある。一瞬、お葬式や法事の料理かと思いました。「独料理」というのは、ドイツ料理ではなくて、一人者の手料理。「乳料理」というのはニュージーランド料理ではなくて、牛乳を使った料理。このフランシーヌがどういう人物なのか、インターネットで調べてみたのです。infoseekで「フランシーヌ」を調べると、アホほど出てくる。仕方ないので、「場合」をつけてみた。すると、87件。その中から、適当にアタリをつけて見ていくことにした。まず、<http://www.geocities.com/Tokyo/Bay/2384/1969.html>のをぞいてみた。

「フランシーヌの場合」が発売されたのは1969年6月。この年には五つの赤い風船「もしもボクの背中に羽根が生えてたら」も発売されている。羽根が生えてたら、背中がカユイだろう。それはさておき、この年にはビリーバンバンは「ミドリヌ」という曲を出している。漢字で書くと「緑犬」。カラフルだが、ホントにいたら気持ち悪い。

それもさておき、高田恭子の名曲「みんな夢の中」、西田佐知子「くれないホテル」、「イムジン河」もこの年だったことがわかった。どうですか、何か共通の時代的雰囲気を感じませんか。学生運動の匂いです。「1969年、それは戦後日本のひとつの区切りであり、わが少年時代の終わりであり、音楽・歌謡史に燦然と輝く暗く奇妙な年でもある。70年安保前夜の学生運動が頂点に達し、時代は一気に鬱モードに入り、不思議な暗い歌がはやりでした。」という記述もあった。また、その後、新谷のり子は「さよならの総括」という学生運動を総括するような歌を出したということもわかった。学生運動については私もよく知らないが、「全共闘時代用語の基礎知識」というホームページ(<http://www.asahi-net.or.jp/gr4t-ynr/zenkyoto.htm>)を眺めればよくわかる。

「懐かしの昭和年表」(<http://www.2s.biglobe.ne.jp/mlwmlw/nenpyou.html>)によると、東大安田講堂へ機動隊が突入したのも、日本がGNP第2位になったのも、アポロ11号月面着陸したのも、「巨泉前武ゲバゲバ(90分)」や「8時だヨ!全員集合」が始まったのもこの年。第1回フォークジャンボリーの開催もこの年。結構、エポックメイキングな年だったんですね。さらに調べてみると、<http://www.netlaputa.ne.jp/fumichan/wwwbbs/bbs/624.html>の掲示板に、

♪カトリヌの場合は、あまりにもおバカさん
..... みたいな歌ってあったような...??

という質問があった。今度は「カトリヌ」か。漢字で書けば「致取犬」だ。こういうのがあると便利です。アウトドア派御用達。致取犬を飼うなら、名前はドヌーブと決まっていますよ。フランス人はよほど犬が好きなんですね。「エルセ犬」とか「マドレ犬」というのもいるし。それはさておき、その質問に対して、次のような回答。

フランシーヌの場合はあまりにも おばかさん
フランシーヌの場合はあまりにも かなしい
3がーつ30にちの 日曜日 燃えた命 ひとつ
フランシーヌー
って 歌じゃなかったっけ...1969年 反戦歌だ...

(原文のまま)

この回答の投稿者の名前は、なんと、「新谷のり子」さんなんです。まさか本人じゃないだろうな？ 歌詞、間違ってるけど。でも、やっぱり、反戦歌なのだ。<http://www.cnet-ta.or.jp/p/people/han.html>では、新谷のり子さん(今は「のりこ」のようだが)が、「反戦歌」という本を出していることもわかった。そうすると、やはり本人？ 「フランシーヌの場合」はいまはずみあきら作曲、郷伍郎作曲。郷ひろみと野口五郎の合体ロボのような名前だ。どうも、学生運動のさ中、パリで焼身自殺を遂げた「フランシーヌ」のことを歌っているらしい。まあ、その程度ならホームページを検索しなくても、歌詞からじゅうぶん想像がつくが。

さて、残された問題は「3月30日の日曜日」、それは何年のことか？ 少なくとも、レコードの発売日以前であることは間違いない。過去の曜日を開ける適当なソフトがなしなので苦労したが(Windowsのカレンダーは1980年から)、とあるソフトのカレンダーでタイムトリップしてみた。

すると、なんのことはない、1969年3月30日が日曜日だったのだ。つまり、フランシーヌが亡くなったのが3月で、歌の発売が6月ということになる。結構、タイムリーな歌だったんですね。

あの村上春樹氏のホームページ「村上朝日堂ホームページ」(<http://pps.asahi-np.co.jp/span/asahido/genre/09food4.htm>)に

匿名希望 27歳 0型・ごんには。そうですね。つきあい始めたばかりの女性に向かって、唐突に脈絡なく「ノーパンしゃぶしゃぶ」の話をするのは「あまりにもおばかさん」「フランシーヌの場合」より抜粋ですね。はっきり言って、あほです。目的がよくわかりません。

は、次のような投稿があった。

私もそう思います。あほです。

もし仮に「世界平和に貢献する」というような立派な目的があったとしても、やっぱりあほ以外の何者でもありません。

(jin@libres.co.jp)