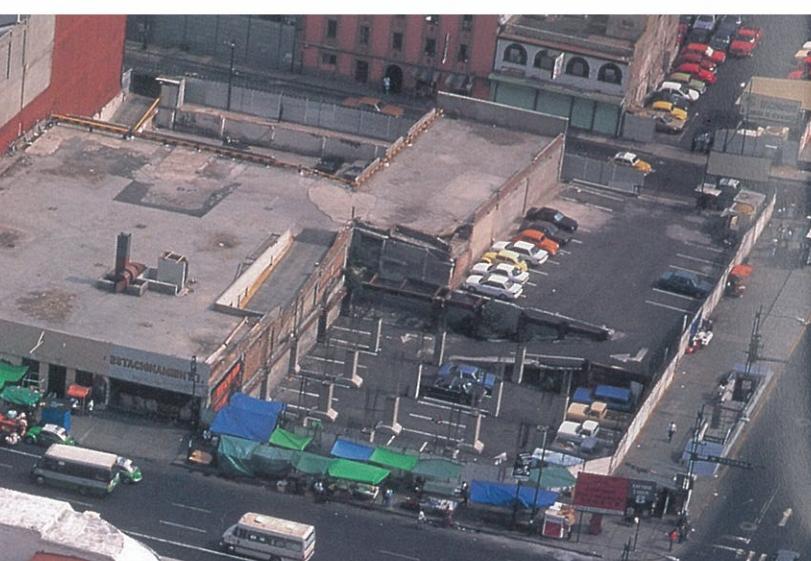


CUBE

19 春季号

Spring,
1998
No.

キューブ
IHI
PARKING
NEWS



それぞれの街は、
それぞれの顔をもつ。

IHI
石川島播磨重工業
パーキングシステム事業部

駅前広場等に200台までの大規模地下駐車場の整備ができる「ウェルカムパーキング」。



新しいコンセプトの大規模地下式駐車場 WELLCOME PARKING

常に日本のパーキングシーンをリードしてきたIHIが、
鴻池組と共同開発した地下式駐車場の新しい形。
「駐車場は矩形」という既成概念を打ち破った円い駐車場。
駐車場問題を円満に解決する
「ウェルカムパーキング」、誕生。

D E V E L O P -
M E N T
立 体 展 望

「ウェルカムパーキング」の最大の特長は、
都市部の駅前広場や公共施設の周辺など駐車
場需要が高い地域において十分な駐車場用地
が確保できない場合でも、一二〇～二〇〇台
の大規模地下式駐車場の建設が可能だとい
うことである。地下式では、すでにシャトルパ
ーキングが浸透しており、各方面で建設が進められてい
る。しかし、シャトルパーキングはその構造
上、細長い敷地に採用されることが多く、ビ
ルの地下や道路下など、ある程度の長さが確
保できる場合に適したシステムである。これ
に対し、新開発の「ウェルカムパーキング」
は、最小の平面積で最大の収容効率が得ら
れる、省スペースの大規模地下式駐車場なの
である。

ESSAY・FREE WAY

「妖精 と 調和」



箕浦 晴夫

Haruo Minoura
石川島運搬機械株式会社
パーキングシステム本部 取締役 副本部長

金メダル5つと日本選手の大活躍で大いに盛り上がった長野五輪も明日は閉会式。ジャンプ団体での金メダル獲得には思わず感涙し、また清水選手や里谷選手の快挙にも絶叫してしまったが、やはり冬季五輪の華「女子フィギュアスケート・シングル」の華麗な対決には、時間を忘れてテレビに見入ってしまった。米国2選手の技と芸術の対決という下馬評だったが、結果はタラ・リビンスキー選手の劇的な逆転金メダル。わが愛しのミシェル・クワン選手はほぼ完璧な演技をしたが、惜しくも銀メダルだった。しかし、技と芸術が調和したすばらしい対決に観客の拍手は鳴り止まなかった。そういえば、かつての冬季五輪でも女子フィギュアは華のある選手が登場しており、またそれがその当時の私の駐車場設計人生を思い出させる。

皆さんがご存知の札幌五輪のジャネット・リン選手。演技でしりもちをついても、その愛くるしい笑顔で「銀盤の妖精」と喝采を浴びた。その1972年の冬は第1次オイルショックの直前でIHIタワーパーキングも大きく完成実績をのばし、設計部門も本当に超多忙の毎日だった。76年のインスブルック大会の妖精ドロシー・ハミル選手の時はスクエアパーキングの新設計に力を入れていた。80年代に入ってバレリーナのような優美さをアピールしたカタリーナ・ビット選手が登場した頃には、タワーパーキングのいろいろなバリエーション（ターンテーブル内蔵型、縦列型、ミックス型など）の開発に側面から協力をしていた。小さなアイデアが今でも市場で評価をいただいている多くの商品となって実現できたことは本当にうれしいかぎりである。92年のアルペールビル大会での伊藤みどり選手の銀メダルは記憶に新しい。日本経済もまさにバブルの絶頂期。より大規模な駐車場、そしてコストよりも美しい街並みに調和した駐車場を目指していた頃である。そして前回のリレハンメル大会の時は「美」というよりは、米国のケリガン、ハーディング両選手の別の意味での戦いがクローズアップされたが、日本経済も現在の不透明な複合不況の序曲の時であった。駐車場設計も、よりコストを優先し、また、ハードよりもソフトの面でいろいろな工夫をしていくことをニーズが要求はじめた頃だった。そして今回、ふたりの演技は技と芸術の見事な調和で、勝者にも敗者にも大きな拍手を送りたくなる美しい対決だった。どちらかの失敗による決着ではなく、実力のすべてを出し尽くした勝負は爽やかだった。

相反すると思われるものが見事な調和をしたとき、それは感動に結びつく。ハードとソフト、シンプルさと美しさ、省力化とスピード化、省スペース・コストと使いやすさ。駐車場の設計をしていくうえで、調和させなくてはならないことを挙げればきりがない。

昨日は五輪の女子フィギュアを見て、改めて設計者としての原点を見つめ直す機会を得た気がした。自らが調和に妥協せず、使いやすく、安全で、安価で、環境に優しく、そして使用者の心に残る駐車場を、優しい感性を大切にして今後も設計していきたいと考えている。



表紙の言葉

メキシコ市サン・ファンデ・レトラン通り
(メキシコ)

一日のうちに四季があるという
メキシコ市の標高は2,300メートル。
古くからテオティワカン、トルテカ、
アステカの各文明が「神の留まる
聖地」と崇め、街を築いてきた。
16世紀にスペイン人が征服、
19世紀に独立してからは
原色タイルの彩りにみちた都市として
拡大し、今や人口900万超。
国立芸術院の東側を6車線で貫く
サン・ファンデ・レトラン通りは
市の中心域で、終日、
車列の絶え間がない。

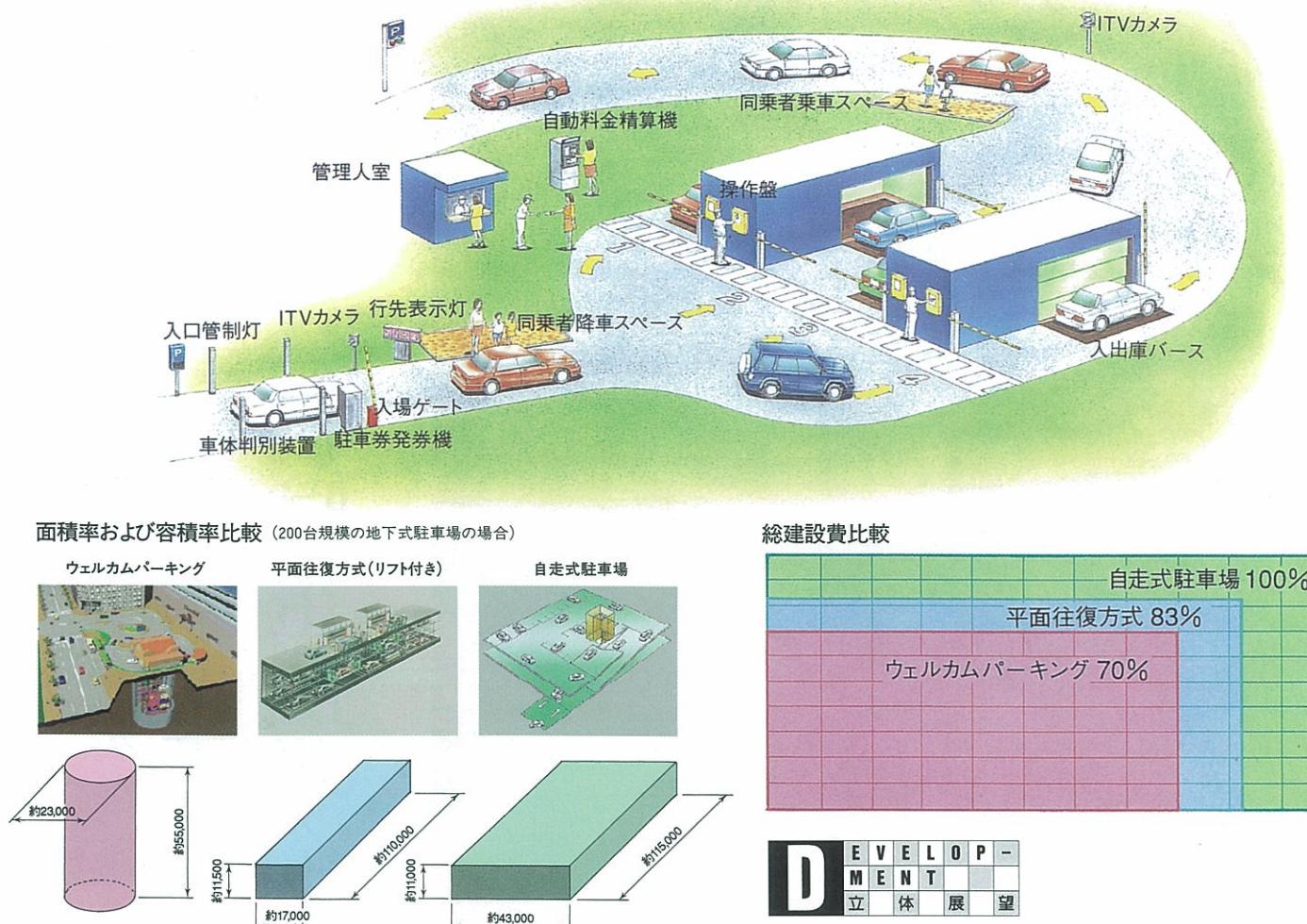
CUBE
IHI PARKING NEWS
Spring, 1998 No.19

CONTENTS

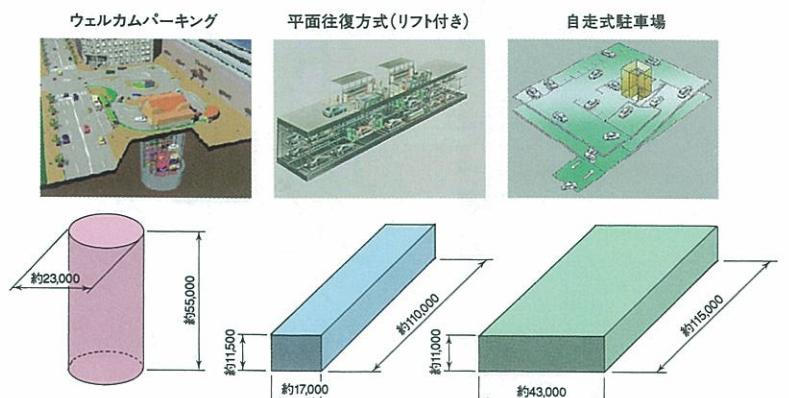
- 1 ESSAY
「妖精と調和」
- 立体展望●
新しいコンセプトの大規模地下式駐車場
WELLCOME PARKING
ユーザー訪問●大阪市中央区 三泉商事株式会社
- 5 船場駐車道
ハード+ソフトで最高の駐車場サービスを
- 8 パーキング百科●自動車の歴史と駐車場
日本への自動車到来ものがたり
- 9 視点360°●景観シリーズ パレス・パーキングタワー
藍より青いタワーパーキング
- 11 インターネットを語る②
建築・建設業界のINTERNET
活用状況について
- 13 駐の文化史●マケドニア
世界帝国をめざした若き大王の遺産
- 14 キューブミニュニティ
台湾での第一号機
エレベータパーキング完成

『CUBE』「立体」の意。三次元的な思考を要する時代の担い手であがい、
という希望をこめた誌名。

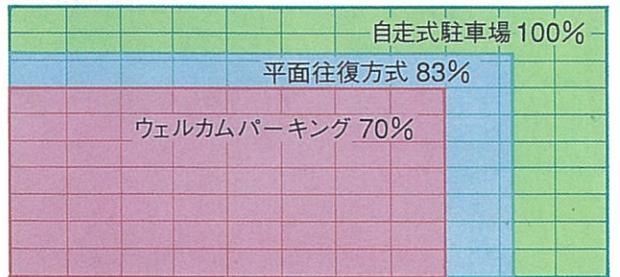
ウェルカムパーキングのシステム



面積率および容積率比較（200台規模の地下式駐車場の場合）



総建設費比較



D E V E L O P -
M E N T 立 体 展 望

	ウェルカム パーキング	平面往復方式 (リフト付き)	自走式駐車場
面積比率	0.1	0.4	1.0
容積比率	0.4	0.4	1.0

完成予想図とバリエーション(コンピュータ画面より)例。

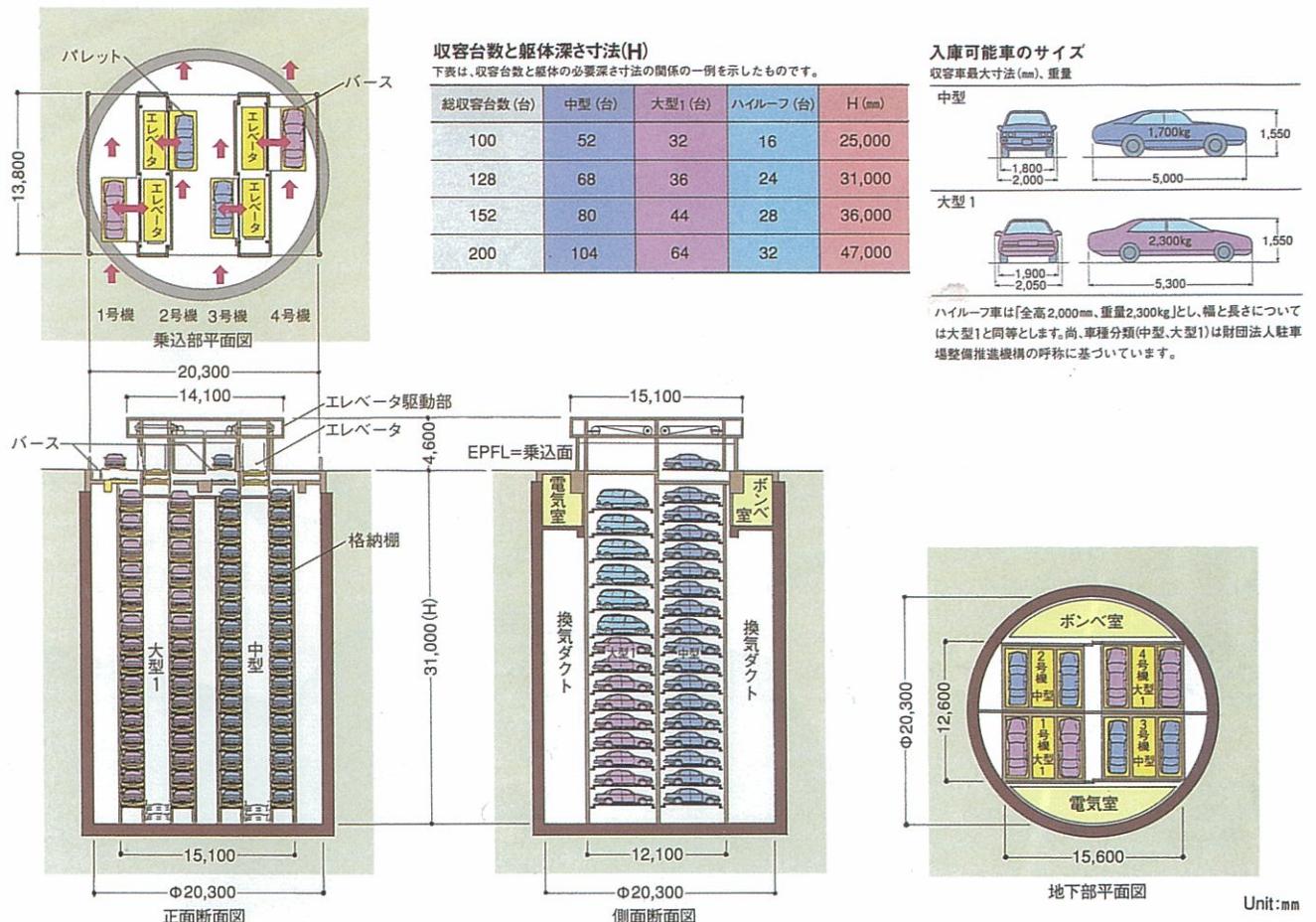


都 市空間にジャストフィットする 魔法のチューインガム

まことに部材の汎用が可能になり、梁、柱等の形状も小さくすることができる。
このため、総建設費は、同規模の自走式、平面往復方式（シャトルパーキング）に比べて、三〇～一五%軽減でき、さらに工期も約二四か月と、同じく自走式、平面往復方式に比べて、一二～六か月も短縮できる。

ウェルカムパーキングは、駐車装置の機能のすべてを円筒形軸体の中に組み込んでいるので、地上の平面空間レイアウトも自在にできる。建物を造る場合は、出入庫ベースの配置だけを考えればよく、公園や広場の場合でも歩道と車路を明確に分けた配置計画ができる。鴻池組とIHIのノウハウが融合して生まれた円筒形の軸体は、これまで大規模駐車場の整備が困難だった場所にも、新たな可能性を提示してくれるのではないかだろうか。

ウェルカムパーキングの構造（収容台数4基×28台の場合）



ウェルカムパーキングの「ウェル」は「井」つまり、すなわち、WELL(井戸)+COME(来る)を組み合わせた造語である。実は、ウェルカムパーキングは井戸を掘る技術にヒントを得て開発されたパーキングなのである。つまり、円筒形の軸体のなかに機械式駐車装置を組み込むのである。軸体の大きさは、直徑約二三メートル、長さ三〇～五五メートル。これを地下に埋設し、その中にエレベーターエレベータ四基を効率的に配置する。また、タパークイング四基を効率的に配置する。また、全工程を通して約四六×約三四メートルほど用地で施工でき、同規模の自走式駐車場に比べて、容積比率は五分の一、面積比率では一〇分の一のスペース効率を誇る。

このように、円筒形の軸体という全く新しいコンセプトがさまざまなメリットを生み、パーキングの新たな可能性が拓かれたのである。この新バース方式で高円滑性を実現

I レベータパークイングの実績と 新バース方式で高円滑性を実現

ウェルカムパーキングの駆動システムは、低騒音・低振動で定評のあるIHIエレベーターパークイングを応用したものだ。円筒形軸体の中にエレベータ式駐車装置四基を配置し、それぞれ独立した出入庫ベースを地上に設ける。このため、一二〇～二〇〇台まで収容できる。このため、一二〇～二〇〇台まで収容可能な入出庫が可能であることも特長の一つである。

円筒形軸体は コスト低減に貢献

この画期的とも言える円筒形軸体の採用は、建設コストの低減および建設工期の短縮にも寄与している。

まず、地下を有効利用することで駐車場用地費が軽減できる。施工面だけを見ても、円筒形は外からの荷重に対して強いので、矩形の場合に比べて軸体部材を薄くすることができる。また、内径が一定規格であるため、さ

四基のシステムにこの新バース方式を採用することによって入庫と出庫の動線を完全に分離できるので、ピーク時の混亂も避けられ、利用者の安全も確保される。さらに、周囲に十分な余裕のある平面で車への乗降ができる全工程を通して約四六×約三四メートルほど用地で施工でき、同規模の自走式駐車場に比べて、容積比率は五分の一、面積比率では一〇分の一のスペース効率を誇る。

このように、ウェルカムパーキングは不特定多数の人々が利用する公共駐車場に最適のシステムである。

利便性と安全性で 公共駐車場に最適

また、ウェルカムパーキングでは、新方式の入出庫バースを採用している。これは、昇降リフトから格納棚へ収容する場合と同様に、バースを水平移動して機械の外で利用者が乗降できるようにしたものである。

円筒形の軸体を採用して 大規模ながら抜群のスペース効率

ハード+ソフトで最高の 駐車場サービスを

船場駐車道



昭和46年に麻雀遊技場を併設して建てられた高麗橋の第1号機。



昭和60年には貸会議室を併設して、瓦町に第2号機が完成した。



「あまり便利に自動化されたら、か
えって使いにくい場合もある。人
間の能力を超えていたら、人
的サービスの入り込む余地はな
いですから」と語る三泉商事株式
会社取締役部長の小川潔さん。

昭和四六年、高麗橋に 一号機タワー・パーキング を導入

昭和四六年、同社は急増する駐車場需要に応えるため、それまで平面で営業していた高麗橋の駐車場にIHIタワー・パーキングを導入した。四六年といえば、タワー・パーキングが全国的に普及し始めた年である。また、その背景として昭和四〇年に設立された駐車場整備のための融資機関である立体駐車場整備株式会社が各方面で立体駐車場の整備を推進していたことも挙げられる。

「当時は、まだ立体駐車場を導入するとか、融資を受けて事業を開拓するという発想はなかったのですが、各地で立体駐車場が建設されていることや立体駐車場整備株式会社から融資を受けられるという話を聞いて導入を検討することになったのです」

社長の計画は、融資による資金を運用して、「立体駐車場十店舗」という複合的な事業を展開することであった。

こうして、タワー・パーキング三基八四台収容の駐車場と麻雀遊技場という形で、三泉商事の新たなビジネス展開が始まった。麻雀遊技場はビジネスマンの社交の場としてもしばしば利用される接客や交渉の舞台としてもしばしば利用される。小川部長は、駐車場の接客ノウハウを熱心に語る。

「まず当初から徹底してきたのが、車は駐車場の係員が入庫するということ。いわゆるバーレット（世話係）パーキング方式を探っています。お客様は駐車場まで来られたら、あと乗り捨てでいいのです。これはお客様へのサービスであるとともに、こちらの管理上の都合もあります。この車はすぐ出るから平面に、あの車は夕方まで出ないからタワー・パーキングに、という具合にです。ですから、お客様の顔と車が一致していないと駄目なのです。道路の向こう側からお客様が戻つて来られるのが見えたなら、もう、その間に車を出して待っているという芸当もやっています（笑）このため、三泉パーキングでは駐車場係員を多く配置して、迅速かつ効率的に車を出入

庫する態勢を整えている。

「まあ、人海戦術とでも言うのでしょうか、

みんなであちらこちらへと忙しく車を動かしていますよ。大勢でわいわいやつて、一生懸命に自分たちの給料を稼ぐというのが、うちのやり方ですから」

瓦町に縦列型の二号機、 そして平野町の三号機は IHI累計六〇〇〇基目に

昭和六〇年には、瓦町にIHI縦列型タワーパーキングを導入。このときは貸会議室を併設して営業を開始した。

「山形県の縦列型の機械を、わざわざ飛行機に乗って見学に行きました。やはり初めて縦列型を導入するということなので、何としても見ておかないといけないと思ったのです。説明だけではわからない部分もあったので、実際に目で見て確かめました。他社のものも検討しましたが、一号機がトラブルもなく順調だったのと、当時、縦列型ではIHIさんが先行していたので導入を決めたのです」

加えて、メンテナンス面での安心感も継続導入の要因だったという。

「建てて買切り、売り切りであれば、次はどこのメーカーでもいいのですが、実際には、建てて初めてそこからメンテナンスの担当の方とのお付き合いが始まるわけです。特に、立体駐車場は長く使うものですから、メンテナンス態勢がしっかりとしているということは、たいへん重要なことです」

このパーキングの収容能力は、平面も含めて約一五〇台。しかし、常時二〇〇台以上の月極め契約を目標にしているという。

大阪市中央区に、ビジネスマンに人気のパーキングがあるという。ある意味では一般の機械式駐車場は、セルフサービスの食堂といえなくもない。さて、そのパーキングは高級レストランのサービスなのか、大衆割烹のサービスなのか？ グルメ・パーキングのレシピをレポートしてみる。

大阪市中央区は、梅田と難波の二大繁華街に挟まれた位置にあるビジネス街である。

その中央区を南北に走る御堂筋を中心に、駐車場、麻雀遊技場、貸会議室などのビジネスを展開しているのが、今回訪れた三泉商事株式会社である。駐車場ビジネスに携わって三十余年のキャリアを持つ、同社取締役部長の小川潔さんに話を伺つてみた。

「もともとは、戦後、食堂の経営などいろいろな商売をしていた社長が、大阪に出てきて独立したのが会社の始まりです」

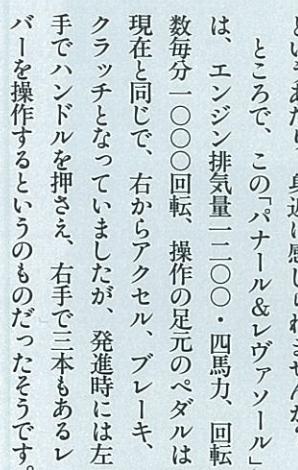
同社は、昭和三六年に株式会社として改組され、同時に平面駐車場の営業を始めた。この頃から一〇〇〇ccクラスの小型車が各自動車メーカーから発売され、マイカー時代へと突入していくのである。

日本への自動車到来 ものがたり

朝日新聞に「日本への自動車の到来は……」という記事が載っていました。自動車を停めておくのが駐車場である以上、駐車場の今昔を語るからには、自動車の今昔をひも解かねばという思いにかられ、今回は、日本における

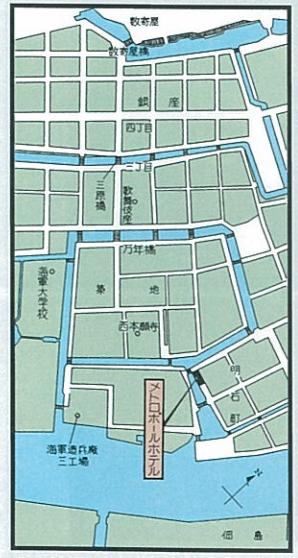
いまや自動車は私たちの生活の中で主要な交通手段として欠かせないものですが、日本におけるその歴史は今まで曖昧模糊としていました。日本国内を自動車が初めて走つてから、何年ぐらい経つと思ひますか？

今年でちょうど百年だそうです。以前、日本への自動車伝来は一九〇〇年（明治三十三



ら、テブネ氏は日本でのオーナーを見つけることはできず、自動車ともども寂しく帰国したようです。

日本の税関を通過した記録が発見されていないので、六〇〇〇円といふのは車両価格のようです。もし買い手があれば一〇〇%の関税がかかる



1898年(明治31年)当時の銀座・築地近辺の地図。

8 CUBE

馬車を尻目に銀座の大通りを……

馬車を尻目に銀座の大通りを……

それを覆す証拠写真がフランスで発見され、使われていました。しかし、最近になって、本当の自動車伝来は一八九八年（明治三十一年）が事实上決定的となりました。

写真、漫画、新聞記事などの考証により、日本で初めて走った自動車は、一〇〇〇年前、東京に来たフランス人技師テブネ氏が、日本で自動車ビジネスを行なう目的で見本品としてわざわざ運んできた、当時の流行車「パナール＆レヴァアソール」と言われています。

ギアのレバーです。ひとたびエンジンがかかると、大型のマフラーからは、真っ黒な排気ガスとともに、けたたましい音をあげ発進するというのですが、乗り心地はそんなに悪くなかったようです。

私たちが快適に乗っている現在主流のオートマチック車と比べると、車好きの人や、マニア車の運転が好きな人は別として、いにまでも難しそうだなという印象ではありますか。

まだ、町中では人力車、大八車、馬車が走っていた時代ですから、自動車は画期的な乗り物で、当時の漫画に描かれた人々の驚いた表情

○円ということになります。現在の米価を基準にして換算すると、およそ四千万円といふことになります。やはり、今の超高級外車並の価格といったところでしようか。

一〇〇年の間にフランスはアメリカの後塵を拝し、日本はフランスをも凌ぐ世界有数の自動車大国となりました。東京も外人居留地の西洋館が珍しい時代からウオーターフロントには超高層ビルが立ち並び、手塚治虫が『鉄腕アトム』で予想したようなハイウエイ網が整備されています。

自動車も、速度や排気量を競う時代から、現在ではハイテク化がどんどん進み、さらに

車両本体価格六千圓也……

ちなみに値段ですが、おおよそ、いくらくらいだと思いますか？ 当時最新の超高級品ですから、もちろん庶民には手が届かないくらい値が張りました。総理大臣の年俸が一〇〇〇円、国会議員の年俸が二〇〇〇円の時代です。テブネ技師が付けた「パナール＆レヴァソール」の値段は六〇〇〇円でした。五

情がそれを物語っています。汽車よりは静かだけれど、馬車よりは騒々しい乗物だと思つて見物していたのでしよう。

地球環境を考慮した環境に優しい自動車も実用化されています。機械式駐車場は自動車より六〇年以上遅れて日本に登場し、自動車に比べれば遙かに短い間にもさまでまna変貌を遂げました。



28年目を迎えた第1号機パーキン
きれいに塗装され、清掃も行き届
ている

平成8年に竣工した平野町の第3号機はIHIの累計6000基目の栄誉に輝いた。



十分過ぎるほどの人員を配置して、迅速・丁寧な応対を心掛けるのが、三泉パートナーズのモットー。

ら本家の販売台数が二三倍は問題なく管理できます。要は、いかに入庫と出庫をスマートにこなすかということです。台数と人員を減らして、のんびり営業するのとどちらが効率がいいかわかりませんが、お客様には係員がテキパキしているし応対が丁寧だと好評をいただいております」

印象があまりよくなないというイメージがあります。駐車場業は、お客様がいらっしゃったときが唯一営業できるチャンスなのですから遠くてもまた来ようとお客様に言われるぐらいの駐車場を目指さなければいけません

心してくださるお客様も増えました」

う。塗装をし直す場合は一回に五台ぐらいずつ塗って一週間は入庫しないようにして、順次修繕していくという。

「自分たちで手入れをすることによって、小さな汚れや、ちょっとした不調などにも敏感にならなくてきました。今年で二八年目ですが、あと何年使えるか楽しみです。もちろん、できるだけ長く使いたいと思っています」

小川部長は、最も古い一号機がシンプルなだけいちばん使いやすいと言う。機械制御に頼らなくとも、人間が頭と体を使って頑張れば迅速かつ丁寧なサービスが提供できる。早く入れたい、早く出したいというお客様の要望をまず第一に考えるのが、大阪商人の心意気。それが、三東パーキングの人気の秘訣ではないだろうか。

「実は二号機ができるまで、一号機は十数年も放つたらかしだったのです。埃まみれ油まみれでまるで古い倉庫の中のようでした。それに、最初は機械の中に入ると、ということに抵抗があったのです。けれども、駐車場で商売をしているのにこれではいけないと思って、こまめに掃除をするようになりました。それから徐々に機械に親しむようになって、特に若いスタッフは私などとは違つて何のためらいもなく機械の中に入つて、鑄びた所を磨いたり、ペンキを塗つたりしていますよ」

もちろん、修繕作業は営業をしながら行なう。塗装をし直す場合は一回に五台ぐらいずつ塗つて一週間は入庫しないようにして、順次修繕していくという。

「自分たちで手入れをすることによって、小さな汚れや、ちょっとした不調などにも政敵

二八年目を迎える
一号機を社員の手で
きれいに修繕



景観シリーズ
第13回

横浜市・中区
パレス・パーキングタワー

横浜きっての繁華街伊勢佐木町に、威風堂々としたパーキングがある。タワー・パーキング六基を連立したパレス・パーキングタワーである。

落ち着いたブルー・グレイの羽板状の壁面にトリミングされた白いビルボードのようなパネルには、その名称を表す欧文と「24時間営業」であることを示す「24h」の文字が、同色のブルー・グレイで体裁よくデザインされている。

その下には、乗入口の上に張り出した休憩

室が設けられていて、これはパーキング利用者のための庇の役割も兼ねている。

この出窓のような休憩室の壁は三分割され、それぞれ緩やかなアーチがつけられている。そのせいか、壁の色はブルー・グレイにしっかりと調和するブルンズ色なのだが、光線の具合によっては所々白く光ったりする。夜間はライトアップされ、また違った姿を見せる。

パーキングの側面も正面と同じデザインが施され、大きなPの字もさりげなくレイアウトされている。

場所柄、高級車の利用も多いのですべて大型対応、ハイルーフ車も入庫可能。入口が広く、すっきりしているので大型車でも入庫しやすいとの評判が高い。

威風堂々としているが、威圧的でない。落ち着いたデザインであるが、ステータスを誇る自己主張がある。奇抜ではないが街のランドマークたり得る。

高級車ならずとも、一度は入れてみたいパーキングである。

藍より青じタワー・パーキング



建築・建設業界の INTERNET 活用状況について

今回は、インターネットにおける情報交流・情報公開の問題、また、Eメールの利用について、株式会社鴻池組土木営業部長の戸田範雄さんと同土木本部技術企画部企画課の福地良彦さんに、お話を伺ってみました。



まだまだ数少ないパソコンを使いこなせる部長、株式会社鴻池組土木営業部長の戸田範雄さん(左)、「客先との窓口である営業部門はインターネットやEメールを積極的に使うべきだ」というのが持論。まずはEメールから、職場では自ら積極的に利用して、啓蒙活動をしていく。右は株式会社鴻池組土木本部技術企画部企画課の福地良彦さん。

—インターネットを媒体とする製品情報などがどの程度利用されているかについて、お話を聞かせいただけますでしょうか？

福地：土木関連では、建設省が中心になります。建設業界全体でCALSの導入を進めています。それと平行して、土木分野の団体でも個別に検討して、この動きをサポートしながらも、使いやすいものにするため意見を言っていこうという流れがでています。

その中で図形情報・表示の標準化を始めているのですが、CADの部品集を作ろうという話もあります。例えば土木特有の土の記号、測量の記号等というものがブルドーザなどの記号もあるんですよ。CALSというところでは、標準化と共有化、あるいは有効利用という、二本柱で考えています。手に入れやすい、あるいは現場で使用

することができます。また、多くの人が使えるようなソフトウェアを作り、とりあえず共有してみようというところからスタートしているのです。

製品について言うならば、建設業者の場合はやはり工事、施工法ですね。すべての情報ではありませんが、工事実績の公開は進んでくると思います。

—そうすると、業界としてインターネットを介して情報をいろいろ形で提供すると、うことは避けられない時代に入ってきたいるということでしょうか？

福地：避けられない流れでしょうね。でも、それは段階があると思います。まずは会社の企業戦略として使うことが考えられます。その後が終わったら、情報の共有化という方向に行くでしょう。

いち早く新たな施工実績を公開して、将来の施工にあたる発注者を開拓するという

業担当者が持つて、施工のオフィスに出向いて工法に関するすべてのデータベースをお客様に合わせながらプレゼンテーションします。しかしながら、最近はインターネットに接続されている方が多いので、わざわざノートパソコンを持つていかなくともよくなりました。これは私の考えなんですが、情報公開は技術情報のデータベースと、それを共有する手段としてのホームページというふうに思いますね。

—確かに、情報の管理・更新はむずかしい問題ですね。

福地：工事実績というのは毎年増えていきますし、新しい実績の方が、古い実績よりもですね。将来的なことを言えば、CGは出てくるだろなと思います。当社としては、パソコンしか使わない、現場で導入で及していますよね。

福地：日常の連絡以外にも、研究者の立場として、例えば大学の先生とか、海外の研究者にコンタクトをとる場合には、Eメールに勝る手段はありません。ファックスは一つの部、あるいは課に一台しかないのです。



鴻池組のホームページ
(http://www.konoike.co.jp/index.html)
施工実績、建築・土木技術情報などが公開されている。



その人に確実に届くかどうかわからない。メーカーなどではEメールによる指示や資料送付というようなことを要求される場合がありますね。

戸田：現在、分厚くかつカラフルなプレゼンテーションの資料を持っていくことが重要ですけど、考えてみると、渡された相手にしても、そういった資料が何十社と来るところ、保管するのが大変ですよね。だったらもう、Eメールで送るかホームページに掲載してくださいと言つてくるように確実にならうと思います。お互いに忙しいので、アポイントを取るのもEメールでということにならうと思います。

福地：ただ、実際にこういう活動をしてみると、一番大切なのは外とのインターフェイスです。そのままで最初の窓口が営業です。そこが立ち遅れてしまうと、そういうチャンネルがどんどん減っていくことになってしまいます。

戸田：コンピュータが便利だから買ってみる、買ってみたはいいけど、使いこなせないというのが現状だと思います。

福地：そうですね。一般にはそれをOAバブルって呼んでいますが、去年ぐらいまで、OA関係の予算はほとんど無条件で付くよ

うに買つたはいいが使えないという方も多いでしょう。実際問題、役所からの通達がメールで来るようになれば、見るためにはやがてでもコンピュータを使わざるを得なくなります。

戸田：どんなにコンピュータを使いたくなれば、自分の一番の得意先からEメールで情報が来ていて、Eメールで返事をくださいと言われたら、やはり身につまされてしまふと思います。ホームページを作るとなると大変ですが、Eメールの送受信は、そんなにむずかしいことではありませんからね。

—そうですね。お互いに忙しい中で確實に連絡できる方法として、あるいは電話より便利かもしれないですね。本日はどうもことわあんなことができるけど、どんどんどんどん投資してきました。すると先程のよ

