1日に100通の電子メールが来る！

電子メール革命

e-mail

喜多充成　&　編集部

はじめて蒸気機関がこの世に出現したとき、誰が産業革命の到来を予測できただろうか？
新しいひとつの技術が、ときには時代を大きく揺り動かす力になることもある。
今、私たちは、その可能性を電子メールに感じつつある。電子メールは、これまでの手紙という枠を大きく超え、新しいコミュニケーションのパラダイムを築こうとしている。
何が変わり、何が新しく生まれようとしているのか？　ここに登場するのは、来るべき時代を一歩先取りした人たちの証言である。

ipmag-box@impress.co.jp

ooooo@chiyoda.tokyo.jp

©1994-2007 Impress R&D

HFG03575@niftyserve.or.jp

インターネットマガジン president@whitehouse.gov

©1994-2007 Impress R&D

特別寄稿

山根一眞

（ノンフィクション作家）

郵便局を鞄に詰めてアマゾンへ

昨年の6月、アマゾンへでかけた。1972年に初めて訪ねて以来、ここはもう私の故郷だ。どこの町にも、よく知った顔とよく知った風景がある。訪問はこれで9回目。今回の第1の目的地は、アマゾン中部の百万都市、マナウスから双発18人乗りの小型機、バンデランチ（冒険者）に乗って小一時間のパレンチンスである。

雨季の終わり。バイショアマゾナスと呼ばれるこのあたりは、雨季にはアマゾン河の増水で水浸しになる。小さな飛行機の曇った窓からは、地平線まで巨大な水溜りが無数に続き光っているのが見える。この機内で、私は小さなワープロを膝に置いて、日本へ送る原稿を打ち続ける。かつては、そんなことはまったく意味がなかった。原稿を打ったにしても、日本へ送る手段がなかったからだ。だが、だいじょうぶ、たぶん……。アマゾンの田舎町から日本へ［電子メール］で原稿を送れるのだ。いや、送ることに挑戦する。もし通信が不可能だったらということは考えない。送れないと大変なことになる。週刊誌の締め切り原稿が毎週2本。これを落すわけにはいかないからだ。

数日前にブラジル・サンパウロに着き、電話回線の品質がよさそうなホテルにわざわざ1泊し、苦労に苦労を重ねて日本への［電子メール］交信の手順を見い出すことに成功していた（ブラジルは日本への接続が世界で最も厳しいところと後で知ったが）。1年前には、アフリカのセネガルの奥地からの［電子メール］による原稿送りにも成功している。たぶん、だいじょうぶだろう。アフリカの砂漠とアマゾンの密林地帯、この両者からの［電子メール］に成功すれば、もうこわいものはない。

ちらちらと見る飛行機の窓から、巨大な水溜りに顔を出した「島」が見える。パレンチンスだ。無事着陸。すぐに数キロ先の町へ。薄汚れた食堂の2階にある、部屋数5つという宿屋に入る。電話があるだろうか。電話1台あれば何とかなる。入口に1台だけあった！　もっともこの電話、不正使用を避けるために鉄枷がはめられており南京錠でロックしてあるのだ。宿屋のおやじに話をし、これから数日、しばしば日本へコンピュータで通信するが、この宿屋にかかる電話料金は無料であることを話し、説得する。これはありがたいことだった。こういう地方で［インターネット］につなぐことは不可能だが、国際VAN回線のタイムネットならブラジル国内どこからでも［000666］というフリーダイヤルで接続できることを確認してきている。サンパウロのホテルで清算の際に渡された電話料金請求書には、［000666］の数字が100近く羅列されていたが、すべて料金欄は［0］だった。この書類をおやじに見せて納得してもらった。つまりこれからの数日、私はこの電話を独占する。OKが出るなり、専用電話回線工事の開始だ。鉄枷南京錠では、おやじが眠っている深夜、つまり日本の昼には［電子メール］が送れないからだ（時差は12時間である）。「工事」といっても、アーミーナイフでローゼットを開け、2つのビスを緩め持参のモジュラーソケットの2本のコードの先端を締めつけ、ローゼットの蓋を閉めるだけで終わる。これで、ローゼットからは1mほどの電話線がついたモジュラーソケットの分岐回線が用意できた。

あとは、週刊誌サイズのワープロ（シャープのWV-S250、もう製造中止したが名機中の名機、後継機を出してくれ！）の専用モデムにつなげば24時間、私は日本にいるのと同じ仕事環境が実現するのだ。

さっそく、飛行機内で仕上げた原稿を送る。接続に際しては、［7ビット・偶数・旧JIS］というプロトコルで［000666］とダイヤル。この設定がわかるまでに大変な苦労をしたのだった。［Please log in:］と表示されたら、［NISJPN］と入力。文字化けなど気にせず、ニフティサーブに接続されるや、［SVC/OJS2］と入力。この［/OJS2］の部分も重要。これがわからず、当初は何十通もの送信メールが文字化けし、やむなくローマ字で通信したのだった。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

この設定方法に関する知恵は、すがやみつるさんがシスオペをするニフティサーブの［コンピュサーブフォーラム］が大変な力になってくれた。

さて、ニフティサーブに接続されるや、すかさず通信ソフトの設定を［8ビット・なし・シフトJIS］に変更する。これであとは、日本にいるときと同じようにニフティサーブが使える。

こうして私は、実売価格6～7万円のワープロひとつで、アマゾンの小さな町の情けない宿屋を東京の書斎と同じ環境に仕立て上げたのだった。

原稿送りはすべてOK。その他に、当地で見聞したアマゾンならではの驚くべき話をまとめた「ブラジルびっくり通信」という面白報告を家族やスタッフ、友人たちに配信し続けた。［電子メール］は1通をホスト・コンピュータに送れば、300だろうと500だろうと多くの宛先に同時に送信できる。これは、小さなジャーナリズムの誕生を意味しているのではないかと思う。

＊

現地時間、6月30日。

今日はゆっくり寝て、8時頃起きると体中が痒い。しまった！　うっかりしてた。昨日訪問したビラアマゾニアの草ぼうぼう地帯は、ムクイン（目に見えぬダニ、ツツガムシの一種）だらけだったことを忘れていた。足首のまわりだけでなく、脚の裏のやわらかい部分、股のつけね、脇腹、肩、そして、あーあ、またやられたぞ、チンボコの先。いずれも赤く腫れ上がりしこりになっているのです。まいったなぁ。これから数か月は痒いのです。素っ裸になり、セッケンを体じゅうに塗ってシャワーを浴びたが、もうだめ。荷物の中に、ムヒがあったのがよかった。ムヒを塗り続けること1時間。全身、おそらく50か所はやられた。もう、水泡になっている部分もある。

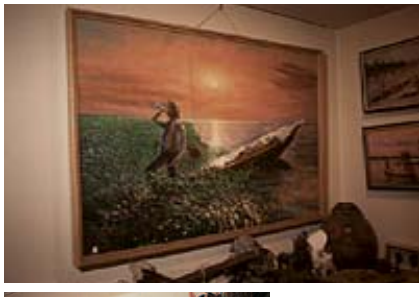
右目の直下も腫れ出した。これは、ここが食われたのではなく、食われたことによる毒素だかなんだかで、体の他の部分も腫れてくるのが、これまでの経験。ま、このムクインを初めとした虫にやられて、初めて「あー、アマゾンへ来たなぁ」と実感するのが常なので、内心は、「よしよし」と思っている次第。東京における「精神疲労」は、アマゾンにおける「肉体負荷」によって解消するというのが、私の信条です。

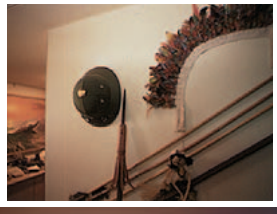
＊

『びっくり通信』はこういう他愛ないものだが、限定15人の読者には非常に好評で、半月以上の滞在中、2日おきに送信を続けたのだった。

ニフティサーブの［ニュース速報］も、朝刊、夕刊を読む感覚で欠かさず読んでいたため、村山政権の誕生もサリン事件も、日本にいる家族よりも詳しく経過を知ることができた。タイムネットの利用料金は1分70円。アマゾンと日本の間で交わした［電子メール］は150本にのぼったが、この間の通信料金はわずか約3万円だった。

私にとって［電子メール］は、時間や空間を超えて仕事をするのに欠かせないものとなっている。日本に戻ってからは、デジタル携帯電話と同じワープロで、今ではタクシーや通勤電車や新幹線の座席からでも、自由自在に［電子メール］のやりとりをしている。［インターネット］に関しては、私は書斎に［ISDN回線］を引き［IIJ］のダイヤルアップ接続をしているが、書斎以外ではまだ存分に使えないのが残念だ。だが、ニフティサーブと［インターネット］との［電子メール］相互接続は活用している。米国にいる知人からの［インターネット］のメールを電車の中で受け、それに対して電車のから返事を出す、ということも珍しくない。ニフティサーブに［電子メール］が到着するなりポケットベルが鳴る契約をしているので、［電子メール］を受けるなり5分、10分で返事を出せるシステムにもなっている。私は、「新しい郵便局」を鞄に詰めて、安心して世界を駆け巡っている。





©1994-2007 Impress R&D

電子メールは役に立つ

証言その1

会長からメリークリスマスのビデオメールが全社員に届いた

日本サン・マイクロシステムズ

「電子メールをテーマに取材するなら、あの会社ですよ」と編集部内で意見が一致した。別の仕事で会ったその会社の社員も「うちが日本で一番使っているんじゃないかなあ」。ということで最初に取材することになったのが、日本サン・マイクロシステムズ。

早速ある金曜の午後、「社内の電子メール利用度を／転職経験があって他社とサンを比較して話せる／中間管理職層の方に」と取材依頼の電子メールを打つ。30分と経たずに広報担当者から電話がかかってきた。

「喜多さん、ぴったりの人間がいますよ。でも彼は来週から海外出張なので、今日の夕方、来られますか？」

電子メールが定着しているからスピードが速いのか、決断の速い企業風土だから電子メールが根付いたのだろうか、いずれにしても、話の速い会社だ。私もそのスピードに負けじと、指定時刻の3分前に仕事場を出て、1分前に同社の受付に到着していた（単に、近所なのである）。

世田谷区にできてまだ1年足らずの新しいビルの18階、晴れた日には富士山も見えるという個室のオフィスでお目にかかったのは、細井洋一氏（39）。同社のワークステーションの顧客に向け記憶装置やネットワーク関連機器など周辺機器を販売するダイレクトマーケティングの会社「サンエキスプレス・インターナショナル・インク日本支社長」という肩書きである。

1日に100万通もの電子メールが社内で交換される

「1日ですか？　40～60本ぐらいでしょうか。多い日には100本を超えることもありますね」

と話す細井氏の肩越しに見えるディスプレイには、電子メールの着信を知らせる「チカチカ、チカチカ」という点滅が起こっている。

サンのグループ企業の約1万3000人の社員の間で1日に飛び交う電子メールは、じつに100万本前後という。個人ベースで電子メールを使っている人間が聞けば驚くべき量だが、細井氏1人で受信だけで40～60本、中をとって50として、同じ数だけ送信もしているとすれば1日100本。それに従業員数を掛ければ100万本は決して大げさな数字ではなさそうだ。

「こういう組織に入ってみると肌身に染みて使わなきゃならんなぁと感じますね。いわゆる外資系の企業ですから海外とのやりとりが多い。そこで、まず問題になるのが時差。しかし、これは逆に強みにできますね。米～日～欧と地球が一回りするあいだに解決策が見つかるということもある。だいいちFAXなどで連絡すると向こうの人間が怒りますよ。『FAXマシンのところまで、取りにいかなければならないじゃないか』って。いけばいいじゃないかと最初は思いましたが、今は私も腹を立てるほうです」

同社ではアイデアも企画も相談も稟議も電子メールに乗って流れていく。「会議」も「サイン」も完全に電子メールの中。つまり組織としての意志決定システムは、電子メールシステムにすっぽりと入ってしまっているのだ。

まずは、電子メールで連絡するのが暗黙のルール

ご存じのとおりワークステーションを扱っている会社だけに、社員1人に1台の環境は当然整っている。インターネットで使われているサーバーのシェアは過半数と広報資料でうたうほど「ネットワークに強い」会社である。さらに例の「ローリングストーンズ」のライブが見られたのは日本でここだけだったという事実でも分かる通り、回線の太さも段違いだ。それだけの情報流通を支えるにふさわしいインフラが整っていることが、この組織の強みである。

同社の天羽浩平社長は、あるインタビューで「日本企業の情報武装化の遅れは円高よりも致命的かもしれません。日本が今の米国企業に情報化で追いついても、そのときには米企業はさらに先をいっている」

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

（『日経ビジネス』94年10月10日）と答えているが、まったく同じ危機感を抱く人も多いことだろう。

細井氏への1時間あまりの取材のなかで、かかってきた電話の本数は（テープを止めた回数ではっきり分かる）3本だった。個室への訪問は1人。対して電子メールの着信は、「チカチカ」を数えたわけではないが20本近い数であることは間違いない。これも、電子メールが明らかに「メインの手段」となっていることを示している。

「100本を超えると、タイトルを見ただけで消しちゃったりしないことには処理できませんね。自分にとってこれは重要かそうでないかを瞬時に判別する能力が重要になってくる。いい主婦ってのは家事のプライオリティをづけを瞬時にやって、手を抜くところ、手をかけるところをメリハリつけてやる。それに似ていると思いますよ」

が、特筆すべきは、コミュニケーション手段が電話やFAXから電子メールにシフトしてきた、というどころではない点だ。

「隣の部屋にいる人間どうしがEメールを打っているのを見ることもありますね。ときには互いの言葉尻にカチンときて、Eメール喧嘩がはじまることもある。そうするとどちらからともなく電話をとって話し、会うなりして、コトが収まることがある。電話の内容が『メールを見たか』という場合も多い。あるいは、重要なEメールを送ったときは『私のメールを最初に見ろ』とボイスメールのメッセージを残しておく場合もある」

ここでは、電話が完全に電子メールを補完する形で使われている。会うことでさえ、そうなのだ。

ボスの意味がよりはっきりしてくる

電子メールでは、旧来のヒエラルキー構造を超えて情報が流通するようになる。そして組織の形も変わってくるといわれる。中間管理職層の危機だとも。これだけ電子メールを使う企業の、組織としてのありようはいったいどんなものなのか。組織図は機密に属するとのことだったが、細井さん自身でいえば、部下が25人、上には黒人女性の重役がひとり、その上が米国サンのスコット・マクネリー会長。それだけである。

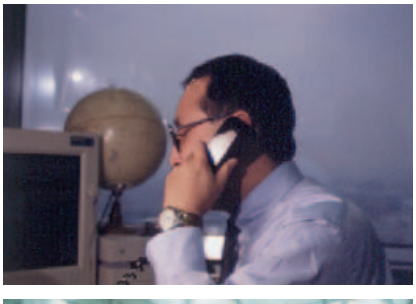
「こうなるとボスの意味がよりはっきりしてくるでしょうね。組織図の上で上司である、というだけでは通用しない。部下がみな『この人はボスにふさわしい』という人脈、経験、情報、判断力を持っていないといけない。私の場合ですか？　そこまでいっているかどうか（苦笑）。年に2度ほど、部下の前で『ボスは俺だ』と念を押すようにしています」

使えば「いい」ことは分かりきっているんですから

「少なくともビジネスマンのほとんど、しかも決済権限のある人に普及して欲しいですね。そのためにはもっとインターフェイスの進んだものが登場しなくちゃいけません。使えば便利になることがはっきりわかるものじゃなくちゃいけません。Eメールを使う／使わない人のカテゴライズは、タバコを吸う／吸わない人と似ていると思いますね。使えば／吸わなければ『いい』ことは分かりきっているんですから。

撮影のため2度目に細井氏のオフィスを訪ねた折、いきなり見せられたのが、スコット・マクネリー会長からのビデオメールだった。犬の吠え声でジングルベルの曲が流れ、クリスマス休暇を迎える社員に「今年はよい年だった」「私も結婚した」などねぎらいのメッセージを、マクネリー氏がサンタクロースの扮装で語っている。データ量にして8MB程度のものを、とくに圧縮も加えず全社員に向け送っている。おそるべきインフラだ。

ビジネス雑誌やトレンド雑誌でも「組織活性化の切り札」や「これがない会社は滅びる！」など大騒ぎの電子メール。とっくに答えは出ているようだ。



©1994-2007 Impress R&D

明らかにこれは、コミュニケーション革命の最初のステップだと思います

コクヨ　常務取締役　黒田康裕

経理や在庫管理といった業務系システムではなく、電子メールを中心に扱う社内LANをパソコンベースで構築し、組織の活性化に役立てているコクヨ。もちろん、ノートや伝票でおなじみのあのコクヨである。'89年、前社長の急逝にともない39歳の若さで就任した黒田章裕社長のアイデアで、'90年10月からマッキントッシュ800台を導入したシステムが稼動し始めた。

「ヒラから社長へ“電子直訴”」とメディアで多く紹介されてきたが、さて、トップは何を期待して電子メールを導入し、どういうプロセスを経て定着しつつあるのか。また、旧来の組織にどういうインパクトを与え、組織はどう変わりつつあるのか。黒田章裕社長の意を受け、このシステムを推進してきた責任者の一人、黒田康章常務取締役に突っ込んだ話を聞いてみた。

情報の共有を通して「理念の共有」をやらなければ

コクヨは今年で創業90年を迎える会社です。社員数は2500人前後で数十年間推移してきましたが、業務の拡大に伴い80年代後半から急速に社員数が増えはじめてきました。現社長（黒田章裕氏）が就任したのもちょうどその時期にあたります。

歴史の古い、しかもオーナー企業であるだけに、脈々と受け継がれてきた創業の精神、経営の理念、行動の規範などを社内の隅々にまで浸透させることはたいへん重要なことと考えています。そこで、若い社員にもそれを伝えるため、社内のコミュニケーションを活発化させ、情報の共有を通して「理念の共有」をやらなければならないと考えました。それが社内電子メールをスタートさせた第1の理由です。

理由の2つ目は、自らが実験台となってオフィスの未来を探ろうというものです。日本のオフィスの歴史は非常に浅く、実質、進駐軍が残していったグレーのスチール机から始まったといえます。企業は工場には投資してもオフィスには金をかけないままずっとやってきました。ようやく80年代の終わり頃になってホワイトカラーの生産性を高めるため、オフィス環境を見直そうという気運が生まれてきました。

オフィスを主たる事業領域とするコクヨは、これからのオフィスがどうなるかを絶えず予見しておく必要があります。しかしこれは誰も教えてくれません。ならば自分たちでそれを体感するしかない、と考えたのです。

手始めに、22人の役員の机に端末を設置した

導入の手始めにはまず22人の役員の机に22台の端末を設置しました。「何でこんなものがワシの机に来るのか」といぶかる役員もいました。

が、いまでは、まったくキーボードには触らないけれども、しかしたいへん熱心にネットワークに参加している役員もおります。「キーボードアレルギーは、秘書がいれば問題にならない」「役員になると、持っている情報やノウハウは多いが、電子メールを使うまではそれを伝える機会が限られていた」ということが分かりました。

次に「これは全社的な仕組みです。これが使えないのは仕事をしていないのと同じです」と、暴力的ともいえる方法で、部に1台、課に1台という形で配置していきました。ここでは専任の秘書はおりませんので、アレルギーはあるが仕方なく使っている人間もいるかもしれません。が、それが理由で会社を辞めたほどの苦痛であるという話はきいておりません。

人事情報は社内紙に先んじてこのネットワークに流します。2年前の組織変更に伴い、紙による辞令はなくなり、このシステム上だけになりました。稟議書も現在回っているもののタイトルは、全社共有のサーバーに登録され、全社員が閲覧できます。

もちろん電子メールは誰でも社長に対して直接送れます。成文化したルールではありませんが、送るときは自分の上司にも送

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

るというスタイルができあがっています。

メーリングリストは役員や事業推進部門などあらかじめインストールされたものもありますし、誰もが独自にグループをつくることができます。

当初は機器の信頼性の問題もあり、サーバーが落ちる事故もままありましたが、その頃は誰からもクレームがなかった。今起きたらたいへんなことになるでしょう。「メールでなければ仕事できない」わけではないが、「メールがなければ仕事にならない」社員が多くなっています。

電子メールの普及は、旧来の中間管理職排除につながる

思うに、従来の企業のコンピュータ導入は、情報システム部門など企業のなかの一部の専門家によるものでした。ですが、専門家が自分の道具としてつくった情報システムで実現する「効率化」や「省力化」は、「ホワイトカラーの生産性向上」とイコールではありません。

必要なのは「増力化」という視点ではないでしょうか。それも一つの閉じたセクションのなかで「効率」や「省力」を追求するのでなく、セクションの壁を超えマルチタスク・マルチスキルで活躍できるパワーを、ホワイトカラーに与えるものでなければなりません。

最近、「社内の電子メールシステムは中間管理職を排除する性質のものである」という見方が広がっています。他の企業の経営者の方との間でも、当社の電子メールシステムが話題に上ることがよくあります。やはり興味をもっておられるのは「中間管理職」の問題です。「排除」は意味あることなのか、それとも日本の企業にとって許されざることなのか、知りたがっています。

私は「排除につながるか」という点で、まさしくその通りだと思います。しかし「中間管理職の排除を目的とした導入」には私は決して賛同できません。

従来の中間管理職と呼ばれる層は部下と同じ情報とスキルを持ち、主としてグループのマネージメントを担ってきました。しかし、部下と同じ情報・ノウハウしかないのに、自分の思いだけでああでもないこうでもないというのは許されない。中間管理職にはマルチタスク・マルチスキルで新たな能力を発揮していくことが求められています。

電子メールは、コミュニケーション革命の引き金となる

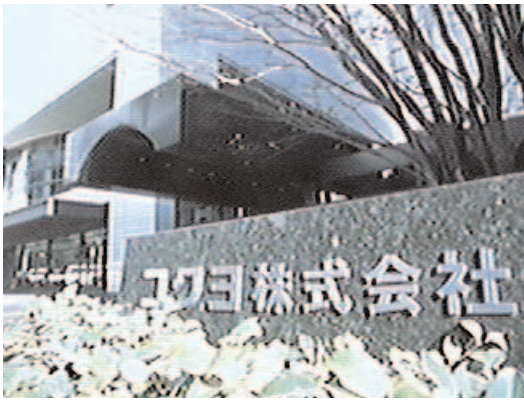
明らかにこれは、コミュニケーション革命の最初のステップを当社が迎えているということだと思います。そして電子メールによるコミュニケーションがそのトリガー（引き金）となっています。

ただ、トリガーに過ぎないともいえます。電子メールによってコミュニケーションの革新がおこり、ワークスタイルの革新がおこり、そしてオフィスの革新が起こる。こういうプロセスを経ていかねばならない。電子メールは切り札ではなく、電子メールだけでは生産性は上がらない、ということも分かりました。

なにもコクヨは机や椅子だけ売っている会社ではありません。オフィス環境のコンサルティングも重要なビジネスと考えています。オフィスを論じれば、当然組織論に行き当たります。そういう変化を先んじて知るということに関してだけでも、当社の電子メールシステムの導入は充分に成果をあげていると考えています。

＊

日に50通に近いメールを受け取り、大阪弁を交えた口語調でそれらにレスポンスするという黒田常務は「変化は速かった」と、最後に語ってくれた。ネットワークの環境を社員が理解し、そこに仕事を落とし込んでいくことが思いのほかスムーズに進んだというのである。大いなる実験はまだ途上だが、いずれ行なわれる組織変更がその中間報告となるだろう。引き続き注目したい。



©1994-2007 Impress R&D

1日に1000通も届くことがあるので、プログラムでフィルターをかけてから読む

インターネットイニシアティブ 吉村 伸

宇宙開発に興味のある人なら、ためしにやってみるといい。domo@hq.nasa.govというアドレスに"subscribe press-release"という1行だけの本文からなる電子メールを送ってみる。パソコン通信からでも問題ない。1日と経たずに「プレスリリース・メーリングリストへようこそ」と返信が届き、ほどなくして「次回シャトルのミッションと搭乗者リスト」など、NASAの公式発表がどんどん送られてくる。プレスリリースは1日5本、1000行に達することもある。

お分かりだろうがこのシステムは、ある特定のアドレスに電子メールを送ると、登録されている複数のアドレスに対して同じ電子メールを同報する「メーリングリスト」を使った特定多数へのPRシステムだ。コンピュータとネットワークの産物である電子メールは、これまでにないコミュニケーションのスタイルを作りだし、さらにそれを広げていく可能性を秘めている。IIJの吉村伸氏に「電子メール」という大きなテーマで話を聞いた。

電子メールは、インターネットの基本

――電子メールこそコンピュータの最大のアプリケーションという人もいます。インターネットにとっても、そうでしょうか？

吉村　インターネットにとっても電子メールは特徴的な機能です。電子メールを手段とすれば非常に多くの人とコミュニケーションできる。他の特別なアプリケーションを必要としない点でも、最も基本的で主要な利用法といっていいでしょう。

――メーリングリストのような「特定多数一斉同報」は、旧来からある手段ではなかなか難しかったコミュニケーションですね。

吉村　現状のメーリングリストは、ほとんどの場合sendmailのエイリアス機能を使って実現しているわけです。ある特定のアドレスにメールを出すと、そこに登録されている人たち全員にメールが送られるというものですね。電子メールを使える人なら、全員がこれに参加できるという、非常に垣根の低いものです。

――パソコン通信サービスの電子メールシステムとインターネットの電子メールシステムの違いは？

吉村　母集団の大きさに尽きます。最近は変わってきていますが、パソコン通信のサービスであれば、相手もそのサービスのIDを持っていなければならなかった。また、ホスト側の制約でメールボックスには数十通と上限がある場合がある。

メーリングリストに入ると、電子メールの数が急に増える

――電子メールは1対1から1対N、それもNが数十の単位から数百、数千に広がっていく。手紙のアナロジーで語られてきた電子メールも、質的に違ったものになっていくのではないかと思うのですが。

吉村　1対NのNを大きくするメーリングリストは、電子メールのシステムを応用してはいるが、別のアプリケーションなんです。メーリングリスト即電子メールの進化と考えるのは適当ではないと思いますが、変わるのはまず、質より量ですね。インターネットのユーザーが増えている、メーリングリストの数も増えている、そのメーリングリストで流れる情報も増える。従って個人が受け取る電子メールの量が膨大になっていく。

――ちなみに吉村さんの場合、1日に受け取るメールの数はどの程度ですか？

吉村　500程度でしょうか。

――とてもすべて目を通すことは不可能。

吉村　自分にとって必要な情報とそうでない情報を振り分ける必要がある。だからプログラムでフィルターをかけて処理させています。実際に受け取っている数は、全く見ないものもあるわけですから、ひょっとしたら1000を超えているかもしれませんね。

――1個人がメーリングリストに登録して情報を受け取るだけでなく、自分で胴元になることも簡単なんですか？

吉村　メーリングリストは、インターネッ

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

トにつながっているUNIXホストの管理をしている人だったら、簡単につくれます。ただ、単なる1ユーザーではできない。

月1000円で、メーリングリストが開設できる

――誰でも発信できる、というわけにはいかない？

吉村　そういう状況でした。ですが「それは不公平ではないか？」という声がIIJの社内でもありまして、ならばと、メーリングリストサーバーの提供をサービスにしてしまいました。「誰にでも」というのが理念のひとつでもあるので、電子メールアドレスを持っている人なら、PC-VANだろうがニフティからだろうが、IIJの他のサービスを契約していようがいまいが、メーリングリストを開設できます。リストへの登録も削除も、コマンドをすべて電子メールで送って操作できる。

――値段は？

吉村　えー、初期費用5000円、月額1000円です。別に儲けようというわけではなく、「誰にでも」を象徴する意味ですから。

――商業目的で使ってもかまいませんよね。

吉村　AUPフリーですからもちろんです。

――リストが100万件でも、月1000円？

吉村　そうでしょうね（苦笑）。

サブジェクトに内容を厚く盛り込む

――ただ一日数百という量になれば、電子メールで行なわれるコミュニケーションの質に影響を及ぼすような気もします。たくさん電子メールをやりとりしている人は、できるだけサブジェクトに内容を厚く盛り込むなどの工夫がされていますが。

吉村　確かにわれわれのメーリングリストの場合も、個人からきた電子メールなのか、メーリングリスト経由できたものなのか、どこのメーリングリストからきたものなのかを識別しやすくする、という工夫を加えています。これは大量に電子メールを受け取るネットワーク管理者の切実な要望から、生まれたツールでもあります。アップアップ状態のサバイバル術であることは確かですね。

――ホワイトハウスのWWWサーバーでゲストブックに記帳したら、すぐさまクリントン大統領のサイン入りのメールが戻ってくる。このような機械と人間とのコミュニケーションも増えてきますね。

吉村　それも電子メールというしくみを別に応用したもので、元来、人間と人間が行うコミュニケーションの一部を機械に肩代りさせているに過ぎない。オートレスポンダーなどは、電子メールそのものとはコンピュータ・アプリケーションとして別物と考えたほうがいいと思います。旧来の手紙でも、通信販売や名簿ビジネスをアプリケーションとして実現されています。電子メールはさらに幅の広いアプリケーションを生む可能性がある。

電子メールは、あくまで「手紙」

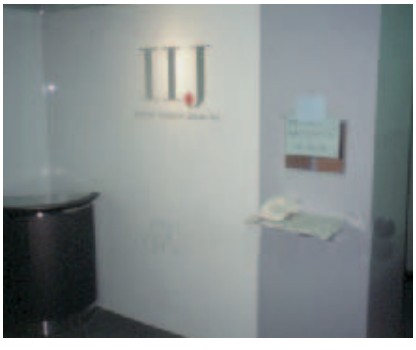
――では電子メールは、手紙とは質的に別のものですか？

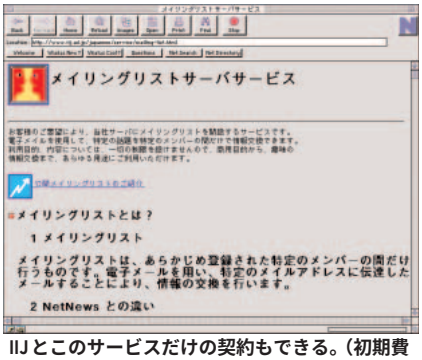
吉村　いや、やっぱり手紙だと思います。紙を折って封筒に入れて、切手を張って、宛名を書いてポストにいれるという手間はいらないだけで、ツールとして便利である。だが、基本的にコミュニケーションの質は変わらないと思います。やっぱり初対面の人には丁寧な文章で送らなければいけないし、バリアがとれればくだけた文体でもかまわない。それも同じでしょう。

音声を扱ったり、画像を扱ったりするようにはなっていくでしょうが、これも“手紙”としての表現力を高めるということであり、それ以上でも以下でもないと思います。

＊

「電子メールのアプリケーションはどんどん進化するが、コミュニケーション手段としての電子メールそのものは変わらない」という氏の見方には、つい浮き足だって「バラ色の未来」を描いてしまうマスコミ人として、大いに反省させられた次第である。





IIJとこのサービスだけの契約もできる。（初期費用5000円、月1000円）

©1994-2007 Impress R&D

証言その4

SimTV2で流した電子メールアドレスへの視聴者の反響は予想外の大きさだった

情報山根組　喜多充成

電子メールが「なくてはならないもの」になってから久しい

ライターであるから主目的はもちろん原稿送り。ほんの2年ほど前までは、ほとんど「受けて」くれる編集部がなかったため、ニフティのFAX配信サービスに頼ることが多かった。しかし今では「電子メールでも入れてくれました？」と聞き返されるケースが多くなった。ポケベルによる着信通知サービスを契約している編集者も徐々に増えてきた。もう「まだ届いてません？　紛れちゃったのかなぁ」というトボケは通用しなくなった。

仕事場では98互換機、自宅ではMac、常に持ち歩くのが山根一眞師匠からいただいた（せしめた？）シャープのノートワープロWV-S200。さらに、自分宛のメールを落としてくる自動運転の通信ソフトを、内緒でインストールしたマシンが、都内に数台ある。これだけ機械が違うから、書きかけの原稿や資料データは自分のメールボックスにストックするのが常となる。フロッピーと違って、ドライブから抜き忘れたり、書類の中に紛れたりしないから安心だ。が、メンテナンスによるサービス停止で泣いた経験もある。

とにかく電話線一本あれば、記事検索にしろ原稿送信にしろ、いつもと同じ環境で仕事ができる。もちろん海外でもそれは変わらなくなった。仕事を抱えたまま香港観光に行き、ホテルでコンビニ飯を齧りながらワープロに向かって過ごした夜もあれば、「日本語入力FEPのインストールをどうやれば？」という郷里の友人からの質問にアフリカから答えて驚かせたこともある。香港の電気屋で手に入れた各国のモジュラージャック変換アダプタは私の貴重なコレクション（カプラーは持っていない）だ。

こうなると、ワープロ、モデム、予備電池、延長ケーブルなど接続のための工具、ならびに現在進行中の仕事の紙の資料はすべて持ち歩きたくなる。必然的に鞄は重くなり、空港でスチュワーデスさんが引いているのと同じようなキャスターを使わざるを得ない。ここ2年ほどですでに5台壊した。都内の取材でもこのいで立ちだが、当然「ご出張ですか？」といぶかられる。「車椅子にやさしい街かどうかを確かめているんです」とムリヤリな言い訳をしながら、今、6台目を引いているところだ。

電子メールの力をあらためて実感したSimTV2

そうやって自分の仕事（と楽しみ）のために使っていた電子メールの「大きな意味」をあらためて実感する機会を昨年のクリスマスの夜に得た。NHKのBS2で12月25日深夜に放送された「SimTV2 Global Christmas」に、セットの中で4時間付き合ったのである。

ご覧になった方も多いと思うがこの番組、インターネットをリアルタイムで本格的に使った、おそらく日本で最初、世界でも珍しい番組である。

オンエアの1週間前に、この番組のためだけのWWWサイトが開かれた。放送中にはこのページの内容を同時進行で30分おきに、しかもスタジオの中から書き換えていく。料理番組のように素材はある程度下ごしらえしてあるとはいえ、生番組中のスタジオ内や舞台裏の写真をそのままホームページに放りこんでしまうというのは離れ技だ（見事成功している）。このサイトへのアクセスは番組終了までに15万件、4時間の放送中だけでも5万件を数えたという。さらにインターネット上にCU-SeeMeでもってオンエアと同じ内容を"Broadcast"した。番組中で中継する米、英の拠点にもISDN回線のテレビ電話でスタジオの様子を送るなど、意欲的な実験が行われた。

インタラクティブをうたうだけあって、電話、FAXに加え電子メールの番組専用アドレスも番組中に公開された。ホームページからフォームに従ってメールを送ることもできるし、普通にメールだけ出すこともできる。私は送られてくるメールのハンドリ

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

ングをお手伝いするため、数十人のスタッフのひとりとしてスタジオに張り付いていたのである。

23:00に番組が始まると、FAXマシンに閑古鳥がとまっていたのと対照的に、着信メールを打ち出すレーザープリンタはブンブン唸りだした。来る来る。すごい数。アドレスで見ると最も多いのがNIFTY-Serve。PC-VANも、PEOPLEも、COARAもある。あるいは草の根BBSからも。自分のネットやフォーラムのPRをしている人もいる。IIJ、BEKKOAME、リムネットなどのアドレスの、おそらく自宅からダイヤルアップIP接続しているであろう人たちもかなりいる。なかには自宅に専用線を引いているとそれとなく自慢している人もいた。さらにまた深夜だというのに、大学や会社からのメールも多い。「BSがないのでCU-SeeMeで見ている」という人もけっこういた（今号最終入稿中のインターネットマガジン編集部でもそうだったらしい）。出演者へのファンレター、縁故知人からのメール、スタジオの反対側にいるスタッフからの業務連絡まで入っている。プリントアウトの束は番組が終わるまでに両手でないと持てない量になった。

生放送中、ディレクターはメールに返事を書きはじめた

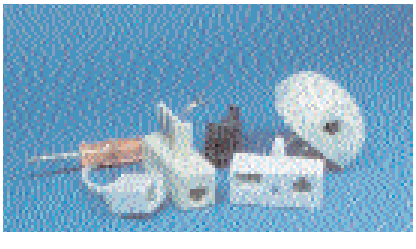
私とペアでメールの担当をした若いディレクターはこれにいたく興奮してしまった。着信のペースが落ち着いた26:00を回ったころから、めぼしいメールに返事を打ち始めたのである。「悲惨なクリスマス体験」には慰めの言葉を、「子供をようやく寝かしつけて見ている」という人妻にはねぎらいの言葉を。私も手の空いた隙に、友人の名前を見つけて返事を出した。ひょっとして生番組送出中に本来業務を離れるのはイケナイことかもしれないと呟きつつ、一心にキーボードを打っているディレクター氏の興奮する気持ちがよくわかった。「送りっ放し」ともいわれる放送の仕事の中で、これほど広範に密度の濃いレスポンスを受け取る手段はこれまでなかったのだ。電話やFAXのアンケートなら数を増やせば間口は広げられる。が、作業は複数で手分けすることになる。しかしここでは、目の前のモニター上に自分の仕事へのレスポンスが次々と飛び込んでくる。1対1から1対Nへと可能性を拡げてきた電子メールが、ここではN対1のコミュニケーション手段として機能している。彼は視聴率という抽象的な数字ではとても得られない快感を味わっていたに違いない。

時を超え海を越え、組織もテレビも変える電子メール

そしておそらく、これを味わうテレビマンは必ず増えていく。どうやら私は「電子メールがテレビを変えていく現場」に出くわしたようだ。いや、これまでに取材してきた「電子メールが組織を変えていく現場」もあったことを考え合わせれば、これを「電子メールがテレビも変えていく現場」と言い換えたほうが正確なのかもしれない。

海外からのメールも番組中では紹介しきれないほど受け取った。「CU-SeeMeで見てるぞ」という放送中のレスポンスも多かった。日本と同じくクリスマスデーが終わってしまった香港、オーストラリア、マレーシアから、あるいはまだ終わっていないイギリス、北アイルランド、ノルウェー、カナダ、そしてアメリカから、「メリークリスマス」や「It's Cool!」という熱いメッセージが次々に届いた。電子メールのグローバル性とリアルタイム性を、これほど端的に見せてくれる機会はなかったと思う。

恐るべし、電子メールパワー。まったく余計なお世話だが、もしかして赤字になったかもしれないこの番組の決算書を、あのメールの束とともに提出されたとしたら、上司は何も文句が言えないのではないか。すくなくともそのくらいのパワーは、十分にある。



©1994-2007 Impress R&D

電子メールは、入力された内容を解釈するのがコンピュータではなく我々人間だという点で、アプリケーションソフトの中で特異な存在だ。その最終目的は自分の意が相手に伝わることで、操作がうまくなることではない。ころばぬ先の杖、ここでは先人の利用ノウハウをFAQ形式で紹介しよう。

電子メールの使い方

Frequently Asked Questions

今泉 洋

Q 電子メールと手紙、どう違うんですか？

A ひとことで言えば、“イージー&クイック・レスポンス”が電子メールの特長です。

手紙は、届くまでにまた時間がかかりますが、電子メールは書いたものが一瞬で相手に届くという特徴があります。長文のものを時間をかけて書き、それをしっかり読んでもらうというよりは、メモ程度のものを頻繁に交換するという使い方をする方が効率的という考えで利用すべきです。

LAN環境でメールを使える人は、自分のマシンを立ち上げたらワープロではなく、まずメール・プログラムを起動します。電話や報告のメモをそこで取れば、ちょっとした編集ですぐに関係者にメモを送付することができ、手間が一段省けます。

電子メールは「尋ねる→答える→尋ねる→答える……」といった“質問と答えの連鎖をいかに円滑に行うかが基本”と考えるとよいでしょう。そのためには電子メールを書くとき、まず相手に「ちゃんとした情報を与えているか」、「答えやすい質問をしているか」といったことに気をつけなければなりません。

メール本文の最初のほうでちょっとした説明をした後、すぐに「Yes」か「No」を尋ねるというやり方もありますし、もっとダイレクトに「Subject:」で聞いてしまうのも手です。その場合、相手が内容を即座に理解できなかった場合にそなえて、より詳しい説明を下のほうに続けて書いたり、不明な場合はすぐに問い合わせをもらえるようにしておかなければなりません。

メール交換をスムーズに行うために、受け手としては「メールは読んだその場で処理をする」というクセをつけるようにしましょう。

電子メールは今後より多くの人に使われるようになり、量も増えるでしょう。そうなると、ついつい処理がおっくうになってしまいます。そこで後回しにして貯めたりすると、返事を忘れてしまうことにもなりかねません。「いまやらなければ、ずっとやらない」と考えることです。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

Q どういう文章が電子メール向きなんでしょう？

A 電子メールの基本は“文章は簡潔に書くこと”です。

メール1通に書くのは、なるべく1つの用件にします。1通にいくつもの用件を書くと、受け取った方もどんな用件だったか忘れてしまうことが多くなります。

効率を考えて電子メールを使っている人も多いので、丁寧なメールが、必ずしも喜ばれるとは限りません。焦点を絞った文章を書きましょう。文章は短く、要素が多い場合は箇条書にします。快適に読むには長すぎると思ったら、区切りを入れ、パラグラフの間は1行空けるなど、レイアウトにも気を配ります。

また、欧米では「電子メールの文章はトップダウンで始める」のがよいとされています。これは新聞記事のように、最初に重要なことから書き始め、次第にディテールに入っていく手法です。少なくとも基本的なことを最初の3パラグラフに書き、続いて関連情報を書きます。この書き方だと、最初に画面に表示される部分に一番重要なことが書いてあることになります。

相手が聞きたいことを重視して書きます。多くの場合、相手はあなたの考えた“結果”を知りたいのであって、どんなに苦労して考えたかといった物語を聞かされたいとは思いません。

以上のことを前提にして、次のようなことをチェックしてみましょう。

- ■このメールの目的は何か……問い合わせ、お知らせ、説得、動機付け？
- ■相手は何のために読むのか……何かを決断するためなのか、それともただ知っておくためなのか
- ■相手はあらかじめなんらかの興味をもっているか、関心があるとしたらそれは何なのか
- ■相手のビジネススタイルはどうか……日本では丁寧な手紙を書くことが奨励されますが、あまりもって回った言い回しをすると肝心の「何をどうしてほしいのか」が分からなくなってしまうことがあるので要注意です。
- ■相手の読解能力や文化理解度はどれくらいか
- ■相手は個人的に、あるいは職業人として自分のことをどう考えているか
- ■相手はどんなことに関心をもっているか……相手の関心・ニーズを理解したうえで、自分の目的・ニーズを達成するために必要な情報を入れたか、それは十分か
- ■メールの目的達成を阻害する要因はなにか、それをうまく回避したか

要は、メールを書くときは「逆にあなたが読む立場になって考えてみること」です。

Q 返事を書くときにはどういうことに注意したらいいですか？

A まず、“返事はすぐ書く”。これが基本です。相手に読んだことを知らせてあげましょう。

たいていのメールプログラムには「返事」の機能が付いています。その機能を使えば、行の先頭に「>」や「:」などのマークが自動的に付き、各行の間に書き込みができます。これをうまく使いましょう。

返事の書きやすいように書かれたメールでは、読みながら返事を書いていくことも不可能ではありません（あなたも、なるべく相手が返事を書きやすい文章を書くようにしましょう）。

最初に、受け取った文章がどんな内容だったのかを思い出させるように、オリジナルのメッセージを編集し、自分の返事を割り込ませていきます（オリジナルの文章が長い場合には、文末にそれを付け、返事は本文の上の方にまとめて書きます）。

ある種のメールプログラムでは、オリジナルメールの「CC:」や「To:」の付いた先に返事（リプライ）が送られる機能が付いているので注意が必要です。自分の使っているプログラムの「返事」機能がどうなっているかを確認しておきましょう。

また、相手のメールプログラムがフィルタ機能をもっていて、「Subject:」に書かれている文字でファイル管理をしている可能性もありますから、「Subject:」の箇所はさわらないようにします。

受け取ったメールを他人に回送するときは、回送メールを受け取る相手が困惑しないように、前後の事情を説明しておきます。特に、なぜこのメールを回送したかの理由は明確に書きましょう。

©1994-2007 Impress R&D

Q “電子メールやネットワークでの心構え”といったものがありますか？

A まずは、「自分が他人から同じことをされたらどう感じるだろう？」と考えてみることです。

また電子メールならではの特性を考えたうえでのエチケットを忘れないことです。

具体的には以下のようなことが言えるでしょう。

■相手が、感情を害されることもある“人間”だということを忘れないこと

ターミナルを前に文章を書いていると、気づかないうちに相手が生身の人間だということを忘れてしまいがちです。感情的になって、そのときの気分で文章を書いたり、独り善がりの論理をえんえんと展開してしまうことがあるかもしれません。

また、けっこうきつい表現ととられかねないものを知らず知らずのうちに書いてしまうこともあるので、気を付けましょう。たとえば返事を焦るあまり、「明確なご回答をお願いします」というストレートな文章を書くと、受け取った人には「なにこの人、リキんでるの？」と思われてしまいます。

返事が確実に欲しいのであれば、一方的に要求だけを書くのではなく、相手の身になって答えやすい文章を書くように努力すべきです。

最低限、「面と向かってその人に言えないこと、言いにくいことは書かない」ということをルールにすべきでしょう。

■実際の社会でのマナーを適用する

簡単に言えば、「常識で考える」ということです。

実際の社会では初対面の人に突然慣れ慣れしい口をきいたり、自分の言いたいことを突然話し始めるということはしません。それと同じように、最初のほうできちんと自己紹介をしましょう。

まだそれほど親しくない相手の場合、挨拶の中で「どこそこの誰です。先日は……」と書いておくと、「誰だっけ？」と相手を悩ませなくてすみます。

■きちんとした文章を書く

クリアでコンサイスな文章がベストです。

メールを書いたら、出す前に、最低限、誤字、脱字をちゃんとチェックしましょう。

長文の場合は、文章の論理的整合性をちゃんと取り、できたら文章が読みやすいように、ちゃんと段落を付けてあげましょう。

また、愚痴や感情的なものは書かないのが双方のためです。

■他人のプライバシーを尊重する

これは基本中の基本ですが、他人の電子メールを読むようなことをやってはいけません。

よくオフィスなどで他人のターミナルをのぞき込んだり、共有しているプリンターで印刷されているメールを見てしまう人がいますが、いくら親しい間柄だと思っていてもマナー違反です。

また、自分に送られてきたメールを送り手の許可なく他人に回送したり、News-Groupにポストしたりしてはいけません。そうしたい場合には、必ず事前にその旨を連絡し、許可をもらってからにしましょう。

■相手の事情を考える

電話や対面的なコミュニケーションと電子メールはいろいろな意味で大きく異なっています。

まず「自分と相手とは同じ空間や時間を共有しているわけではない」と考えたほうが良いでしょう。自分がメールを書いている時間・状況と、相手が読む時間・状況は同じではありません。自分が今うきうきしているからといって、相手も読むときにハイだとは限りません。

また、自分が重要だと思っていても、相手はそう思わないかもしれません。力を入れて長い文章を書いたとしても、相手にしてみれば、長い時間かけて読まされるのはお金もかかり、苦痛に感じる場合もあるのです。

■初心者には親切に、そして他人のミスには寛容に

誰でも初めてメールを使うのは“おっかなびっくり”です。でも、最初に自分のメールボックスをのぞいてみて、他の人からメールが来ているとうれしいものです。会社や学校などで新しくメールを使い始めた人にはなるべくこまめにメールを送ってあげて、メールの楽しみを教えてあげましょう。

また、「初心者は必ずミスを犯すもの」と考えておきましょう。小さなことで怒ったりせずに、親切に教えてあげましょう。自分もかつては初心者だったことを忘れないでください。

また逆に、初心者は謙虚に、必ず感謝の気持ちを相手に伝えましょう。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

Q 「Subject:」には何を書いたらいいのでしょう？

A 「Subject:」は受け手が最初に見る場所ですが、表示できる文字数が限られています。制限内で説得力のあるものにするような工夫が必要です。しかもすべてのメールプログラムが日本語で表記できるとは限らないので、原則的には英文字を使わなければなりません（もちろん、相手によっては日本語でも構わない場合もあります）。

米国では、本文がどういうものかという「説明」より、受け手に「どうしてほしいか」をストレートに書くように勧められます。しかし、日本の場合は日本語表記が徹底できないので、「Join Us! New Year Party」とか「Shin'nen-kai no Oshirase」のように、相手に分かる程度の英語か、句切りに注意したローマ字表記を心掛けましょう。

よく自分のメールを読んでもらおうとして「URGENT!（緊急）」などと書く人がいますが、本当に緊急のとき以外は、「URGENT!」などと書かないようにしましょう。あまり「URGENT!」だとか「IMPORTANT」を連発すると、「この人の緊急度はこんなものだから」ということになってしまいます。

また、その人個人に向けてではなくグループの一人としての受け手に送るときには「Sched. for Flame Club Members」などとグループ宛であることを明示するほうがよいでしょう。

Q 「CC」と「BCC」というのは何でしょう？

A 「CC」は「Carbon Copy」、「BCC」は「Blind Carbon Copy」の略です。

「Carbon Copy」とはその昔、タイプライターで複写を取る際に、2枚の紙の間にカーボン紙を挟んでタイプを打ったことに由来します。

自分から「あなたに送ったメールと同様のものを「CC:」としてある人にも送りますよ」ということを明示して相手にメールを送るのが「CC」です。いわば「CC」の相手は、自分が「To:」したメールの受取主と自分との話（電子メールの内容）をそばで聞いている立場の人たちであり、その存在を受取主にも知っておいて欲しいということになります。

これに対して「BCC」では、相手には送付先を教えずにコピーを送ることができます。つまり、メールの受取主に対して、そばで聞いている人の存在を知らせずに、自分が受取主とどういう会話をしているかを知らせるようなものです。

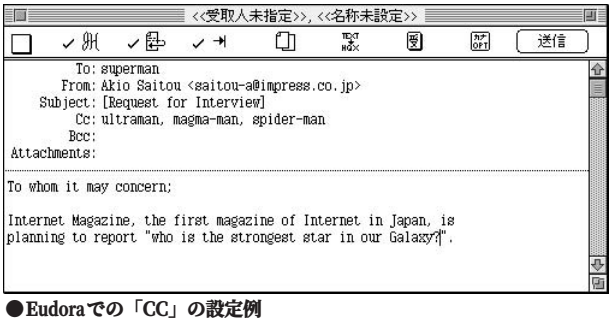
「CC」や「BCC」を使う場合に考えておかなければならないのは、まず「カーボンコピー」でメールを受け取る側の人に、事前にどういう話が進んでいるのかを説明しておくことです。そうしないと、受け取った人は突然訳の分からないメールが送られてきたと思ってしまいます。

「CC」ならまだしも、「BCC」を受け取った人があなたではなく、相手にそのことを尋ねたりしたら大変なことになってしまいますから、特に「BCC」を使う場合は注意が必要です。

また、必要な人にだけカーボンコピーを送ることも大事です。関係ない人にまで送るのは、相手に時間の浪費を強いることになります。

さらに、メールが「CC」されて他の人に送られているというのは送られてきたメールのヘッダーを見れば分かるのですが、相手がヘッダーを見ないこともあるので、文末に付けてあげるのもちょっとした親切です。

よく自分がどういうメールを出したのかを記録するために「CC」を使う人がいますが、もしそうしたいなら自分宛に「BCC」すべきでしょう。



●Eudoraでの「CC」の設定例

©1994-2007 Impress R&D

Q 一行には何文字くらいを入れるのが適当なんでしょう？

A 英文の場合、ディスプレイに表示される文字数は横に80字が普通です。しかし、受け手が返事の中で引用などをする場合、行頭に「>」マークや8文字分のタブ（スペース）を付けることがあるので、60字として書くのがよいと言われています。これを参考にすれば、日本語の場合は一行30字程度にしておくのがよいでしょう。

Q 署名はどのようにしたら良いでしょう？

A 基本的に署名のスタイルはその人の好みで決められるべきものです。

なかには10行にもわたって、自分を印象づけるために凝ったデザインの絵文字などを作ったり、“格言”を入れたりする人もいます。逆に、メールのヘッダーの「From:」の箇所にアドレスがあるのだから、署名など不要だという人もいます。しかし、現在のメールの状況（回線の太さやメールプログラム、ディスプレイのサイズなど）を考えると、6行以下4行程度でまとめておいたほうが無難でしょう。

メールではなく電話で連絡したいときに役立つように電話番号や会社の住所などを入れることがありますが、インターネットがパソコン通信サービスと接続された今、こういう署名のメッセージがニュースグループなどに流れると問題が起こることも考えられます。自分の利用状況に応じたものを考えましょう。

Q しばらくメールを使えない時、どうすれば良いですか

A まず、日頃メールのやりとりをしている人に「いつからいつまで、こういう理由でメールを使えなくなります。メールが使えるようになったらまた連絡しますので、それまで失礼します」と連絡しましょう。

メーリング・リストなどに加入している場合には、リストの管理者にその旨を連絡してメールの配信を中止してもらったり、リストがマシンで管理されている場合にはプログラムに「配信一時停止」のコマンドを送っておいた方が良いでしょう。

特にニフティサーブでインターネットの電子メールを使っている人は注意が必要です。通常の契約で24通まで、エグゼクティブ・オプション（1500円／月）で契約した場合最大50通までと、貯めておけるメールの数が限られています。

これ以上のメールがメールボックスに送られてくると、「メールボックスが一杯でメールを受け取れません」という内容のメッセージのついたメールが送り手に返されてしまいます。もちろん送り主にも失礼ですが、メーリング・リストの場合には、管理者がいちいち返送されてきたメールの処理をしなければならなくなり、大変な迷惑をかけてしまいます。

これ以外のパソコン通信サービスでは「受信不可」で送り返されることはありませんが、一度に読めるメールの数を50通程度に制限し、最初の50通を読んでしまってから次の50通を読むことができるようになっているところが多いようです。それぞれのサービス・マニュアルやパソコン通信会社からのお知らせを参照してください。

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

Q メールの整理はどうやればよいですか？

A

まず、相手のメール・アドレスを整理しましょう。

UNIXの環境では、自分だけの「alias」を作り、プロジェクトごとに複数のアドレスを束ねて1つの名前（プロジェクト名）で同報リストを作ったり、相手のメールアドレスをニックネームで登録したりしておけば、いちいち複雑で長いメールアドレスを入力しなくてすみます。特にIDが数字ばかりの相手（パソコン通信ユーザーなど）へメールを出すときは楽になります。

パソコンで動く多くのメールプログラムでもこういった機能をもっていますから、「この人とは今後頻繁にメールのやり取りをしそうだな」と考えたら、ニックネームを登録するようにしましょう。

メールそのものの管理でいうと、自動集配機能を使ったり、手動でファイル整理が楽にできたりするように、メールのサブジェクトにキーワードを入れると便利です。

たとえば、インターネットマガジン関係のメールの場合は、

Subject:[INTERNET magazine] Genko

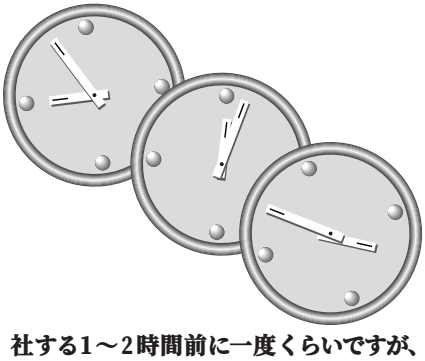
などとします。こうすると、この項目だけ別のフォルダに簡単にセーブすることができます。

Q 1日に何度くらいメール・ボックスをチェックすべきでしょうか？

A

電子メールをプライベートで使っている分には最低一日一度、できるなら朝起きた時と夕食後の2回程度、メールボックスをのぞいてみましょう。就寝前に見てしまうと、ついつい夜更かしをしてしまいますから、要注意です。

ビジネスで利用している場合、出社してまず朝一番に一度、お昼過ぎに一度、退社する1～2時間前に一度くらいですが、自分でスケジュールを決めて習慣化してしまうといいでしょう。



朝一番のチェックでは前日の夜に出されたメールや海外からのメールが、お昼過ぎには前日に出したメールへの返事が来ている可能性があります。また退社1～2時間前にチェックすれば、片付けておかなければならないメールの処理もその日のうちにでき、翌日の予定が変更された場合などに対処できます。

Q 電子メールは便利だから何にでも使えそうですね？

A

確かに便利かもしれませんが、すべてを電子メールに頼ることは問題です。

極端にいえば、皆はあなたほど暇ではありません。相手が必ず読むとは限らないことを分かっておくべきです。

また電子メールは、対面的なコミュニケーションに較べると、細かいニュアンスを伝えたり、相手の反応を即座に見たりすることができません。ちょっとした連絡や打ち合わせには便利ですが、相談事は会って話すか電話でするようにしましょう。

©1994-2007 Impress R&D

解説

電子メールの機能

電子メールのやりとりが頻繁になると、電子メールを読み書きする道具の使い勝手が気になってくる。

「メールが到着したら、他の作業をしている最中でも知らせて欲しい」「受け取ったメールを、自動的に仕分けさせたい」「いくつかの署名を登録しておき、差し出す相手に応じて使い分けたい」……、いろいろな要望が生まれてくる。

メールのやりとりをなんとか効率化したくなる。「他に使える電子メールソフトはないものか？」「他のソフトは、どのような機能を備えているのか？」、気になってくる。そして「もしかしたら、自分の使っているソフトより、優れたものがあるかもしれない」と、ついにソフト探しが始まる。

現在では、パソコンでも電子メールのやりとりができるようになり、多くソフトの中から自分の好みに合ったものを選んで使うことが可能になった。操作方法も、GUIベースのものが多くなり、コンピュータの専門知識がなくても電子メールの恩恵にあずかれるようになった。また、インターネットなどを通じて、市販ソフト以外にも優れたフリーソフトが多く提供されるようになった。

電子メール配達のメカニズム

電子メールは、どのようにして受取人に届き、またどのようにして読まれるのだろうか。たとえば、ある会社に勤めるAさんが、別の会社に勤めるBさんに電子メールを出す場合を見てみよう。

まず最初に、Aさんは電子メールソフトを起動して手紙を書く。書き終わったら、送信コマンドを電子メールソフトに送る。コマンドを受け取った電子メールソフトは、Aさんのメールを、Aさんの会社の「メールサーバー」に送る。

メールサーバーは、いわば郵便局のようなものだ。Aさんの会社の電子メールの送り・受けを一括管理している。

Aさんの電子メールを受け取ったメールサーバーは、次にそのメールをBさんの会社のメールサーバー宛に送り出す。

電子メールのパケットは、インターネットを通ってBさんの会社のメールサーバーにたどり着くわけだ。

さて、Bさんの会社のメールサーバーに届けられた電子メールだが、Bさんはどのように読むのだろうか。Bさんが電子メールソフトを起動してメールサーバーにアクセスするまで、電子メールは読まれないまま保管されている。

Bさんがメールを読む方法は2通りある。

1つは、Bさんが自分でメールの届いている部屋まで読みに行く方法だ。

「メールは届いていますか」

「2通届いてますよ」

「1通目をみせてください」

「はい、これですよ」

「読み終わったから、捨ててください」

といったやりとりが行われる。

実際の電子メールの場合でいうと、メールサーバーのマシンにログインして、そこの電子メールソフトと対話をしながら、読んだり、返事を書いたりする。これが従来の方法だ。

もう1つの方法は、Bさんがメールの届いている部屋まで遣いを出し、持ってきてもらったメールを自分の席で読む方法だ。

「C君、メールを持ってきてくれないか」

「はい。2通ありました」

「ありがとう。メールサーバーは空にしておいてくれ」

「わかりました」

「さて、では1通目のメールから読もう」

といったやりとりになる。

実際の電子メールの場合でいうと、メールサーバーから、まずメールを全部自分のマシンにコピーし、あとから読む方法だ。

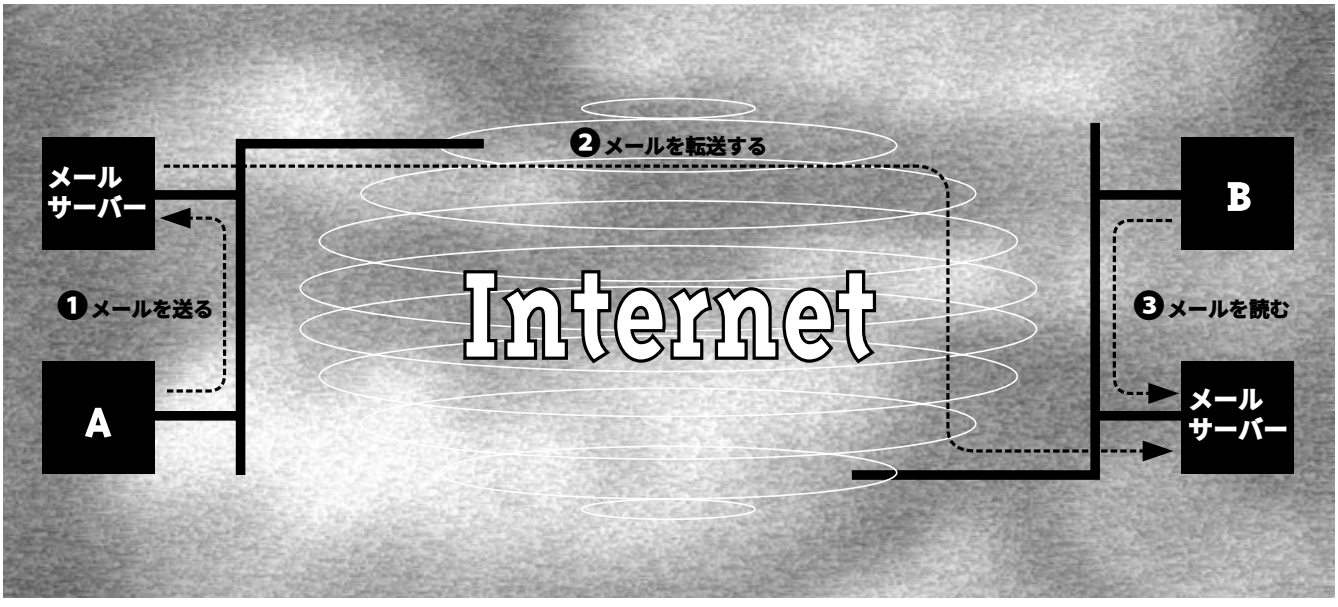
後者の方法では、メールを自分の端末まで持ってきた後、電子メールソフトはメールサーバーとのやりとりを、もうしない。もしBさんの端末が持ち運び可能ならば、Bさんは2通のメールの入った端末を自分の好きな場所に持って行って読むことができるわけだ。

社内だったらどちらでも同じようだが、同じたとえで、もしBさんが出張に行ったとしたら、どうだろうか。

前者の場合は、メールを読むためには、一度会社に戻らなくてはならない。

後者の場合は、同じように遣いを会社に

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D



送ればよい。

実際の電子メールの場合でいうと、前者の場合はノートパソコンから通信ソフトを使って会社のホストコンピュータにリモートログインし、メールを読むことになる。読み終わるまでホストコンピュータと接続し続けなければならないのは言うまでもない。

後者の場合は、ノートパソコン上の電子メールソフトが会社のメールサーバーを呼び出し、届いているメールを手元にもってくる。この場合は、転送が終わったらメールサーバーとの接続を切ることができる。後はコーヒーでもゆっくりと飲みながらメールを読むことになる。

後者のメールサーバーと電子メールがやり取りする手順は、POP (Post Office Protocol) と呼ばれ、最近はこの方式の電子メールソフトが多くなった。

電子メールソフトの基本機能

電子メールソフトには、どのような機能があるのだろうか？　いろいろなソフトを比較するときに「原点」ともいえるのが、UNIXシステムに標準装備されている「mail」という電子メールソフトである。このソフトは、現在ではあまり使われなくなったが、機能がシンプルであることから、何が電子メールソフトの基本機能かを理解するのには格好の材料ということができる。

メールの送受信

電子メールを送信したり、受信したメールを読んだりすることができるのは当然だが、電子メールソフトでは、送信する際に宛先を、受取人(TO:)の他にも、カーボンコピー(CC:)、ブラインドカーボンコピー(BCC:)で指定することができる。

カーボンコピーとは「手紙の写し」のことで、受取人以外の関係者にメールのコピーを送付する機能である。カーボンコピーを送ると、電子メールのヘッダーに、たとえば「CC:Bさん」のように記入されるので、受取人はこのメールはBさんにも同時に送られたということがわかる。

いっぽうブラインドカーボンコピーは、カーボンコピーと同じく手紙の写しのことだが、受取人(TO:)には知らされないところがカーボンコピーと違う。「相手には知らせないで誰かに報告する」ためのものだから使う際には細心の注意が必要だ。

変わった使い方としては、送信記録のとれない電子メールソフトの場合、自分宛にBCCを指定してメールを保存することがある。

受け取ったメールへの返事

電子メールソフトでは、受け取ったメールに対して返事を書く際に、ヘッダーのFROM:またはREPLY-TO:から返信先を探し出し、自動的に宛先を付けてくれる。返信先をタイプする手間が省けるし、タイプミスも避けることができるわけだ。

またSUBJECT:については、受け取った手紙の見出しをそのまま返信にコピーするソフトと、先頭に「Re:」をつけて返信であることを示すソフトの、２つのタイプがある。

©1994-2007 Impress R&D

引用箇所の明示

電子メールで返事をもらったが、何の用件だったか思い出せないことがよくある。たとえば、「わかりました」とだけ書いてあったりする。

そんなことを避けるために、電子メールでは、相手の質問を引用し、そのあとに返事を書くスタイルが定着している。

引用箇所は、タブ文字を挿入して字下げするだけのシンプルなものから、不等号「>」などの記号を使ったもの、「Neko>」のように送信者の名前を挿入したものなど、各種のスタイルがある。また、「誰がいつ書いた」かがわかるように、引用したメールを「At 5:05 PM 94.12.20 +0900, Maneki Neko wrote:」のように明示することもある。

どのような引用機能があるかは、電子メールソフトによってまちまちだ。

別名（エイリアス）の使用

電子メールアドレスを毎回キーボードから入力するのはめんどうだと言う人や、パソコン通信のIDをときどき間違えて別の人にメールを送ってしまって困ったという人にもってこいの機能が、この別名（エイリアス）だ。

ソフトによっては、「アドレス帳」や「ニックネーム」などとも呼ばれている。

要するに、電子メールアドレスを別の名前で登録する機能のことだ。この機能を使うと、たとえば「cat@zoo.com」というアドレスを「neko」という名前で登録するといったことができる。

また別名（エイリアス）は、複数の電子メールアドレスに対しても「cat@zoo.com, snake@zoo.com, monkey@zoo.com, lion@zoo.com」を「animals」のように登録することが可能だ。この機能を使えば、おおぜいの人に同時に同じメールを送る「メーリングリスト」サービスが実現できる。

仕分け用フォルダーの使用

電子メールのやりとりが頻繁になると、１つのメールボックスではなにかと不便になってくる。差出人や仕事、メーリングリスト別にメールを分類して保存しておけば、後で目的のメールを見付け出すのが容易になる。

それを実現するのが「フォルダー」「メールボックス」「書簡箱」などと呼ばれる機能だ。ソフトによっては、あるフォルダーから別のフォルダーへメールを簡単に移せるものもある。このようなソフトでは、フォルダーが混雑してきたら、いくつかに分割し、再分類して管理することができる。

		Eudora	TCP/Connect II	AIR MAIL	AIR SERIES	CHAMELEON	Winbiff
バージョン		1.3.3J7	1.1J	1.2.2	3.0J	4.01	1.00
プラットフォーム		Macintosh	Macintosh	Windows	Windows	Windows	Windows
操作環境		GUI	GUI	GUI	GUI	GUI	GUI
基本的な機能	CC、BCCの指定	○	○	○	○	○	○
	着信メールのリスト表示	○	○	○	○	○	○
	全関係者への返信	○	○	○	○	○	○
	別名（エイリアス）使用	○	○	○	○	×	○
	ファイルへの保存	○	○	○	○	○	○
	送信メールの自動保管	○	○	×	×	×	○
	音、アイコンなどで着信を通知	○	○	○	○	○	○
	返信での相手メールの自動引用	○	○	○	○	○	○
	引用記号の設定	○	×	○	×	×	○
	引用箇所に相手の名前を挿入	○	×	×	×	×	○
	返信での相手メール情報の表示	○	×	○	○	○	○
	署名の登録、自動添付	○	×	○	○	○	○
	送信したメールの到着確認	○	×	×	×	×	○
	表示フォントの設定	○	○	×	○	○	×
	印刷	○	○	○	○	○	○
	プロトコル	POP3	POP2 、POP3	IMAP	POP3	POP3	POP3
送・受信簿機能	リストの並べ変え	○	×	×	○	×	○
	条件設定による強調表示	×	○	×	×	×	×
	しおりの使用	×	×	×	×	×	×
検索機能	ヘッダーの検索	○	○	○	○	×	×
	本文の検索	○	○	○	○	×	×
	ワイルドカードの使用	×	○	×	○	×	×
	検索条件の保存	×	○	×	○	×	×
仕分け機能	仕分け用フォルダーの作成	○	○	○	○	○	○
	条件設定による一括仕分け	×	○	×	×	×	×
	着信時の自動仕分け	×	○	×	×	○	×
ファイルの添付機能	自動エンコード／デコード	○	○	○	○	○	○
	エンコーディング形式	UUENCODE	BinHex	BASE64	UUENCODE	BASE64	BASE64
	MIMEのサポート	×	×	○	×	○	△
	他のアプリケーションの起動	×	×	○	×	○	×
その他の機能	MIMEヘッダーのサポート	○	×	○	○	○	○
	他のコマンドによる機能補助	×	×	×	×	×	×
備考		フリーソフトウェア	TCP/IPパッケージ	サーバー付き	TCP/IPパッケージ	TCP/IPパッケージ	シェアウェア
問い合わせ先	会社名	ー	(株)クニリサーチインターナショナル	(株)エアー	(株)クニリサーチインターナショナル	(株)フォーバルクリエーティブ	(株)オレンジソフト
	電話番号、電子メールアドレス		06-538-9701	06-768-9221	06-538-9701	03-5800-2831	winbiff@orangesoft.co.jp

△：一部の機能がサポートされていない

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

電子メールの便利な機能

次に、いろいろな電子メールソフトの中からピックアップした便利な機能を紹介しよう。機能によっては、あるソフトにしか装備されていないユニークなのもあるが、注目すべきものはここで紹介することにした。

音やアイコンなどで着信を通知

仕事が忙しくなると、電子メールのやりとりも回数が増える。急ぎの仕事をしているときは、電子メールも急ぎの用件が多くなる。ワープロでの企画書の作成は中断したくないし、メールが届いているかは気になるし……といったときに役にたつのがこの機能だ。

一定時間ごとにメールが届いているかチェックし、もし到着している場合は音やアイコンなどで教えてくれる。どのようなアプリケーションを使用していても割り込んできて知らせてくれるので安心して1つの仕事に集中できる。もし、何者にも割り込まれずに仕事に没頭したいときは、この機能をオフにすればよい。

署名の登録、自動添付

仕事の照会などで見知らぬ人にメールを出す機会の多い人には便利な機能が、署名の自動添付だ。あらかじめ署名を登録しておけば、送信するメールの最後に自動的に署名を付け加えてくれる。電子メールアドレスや住所、電話番号などを登録しておけば、タイプミスによるトラブルを避けることができる。

複数の署名が登録でき、その中から選択が可能なソフトもある。外国向けには英文署名、国内向けには漢字を使った署名といった使い分けができるので便利だ。

送信したメールの到着確認

インターネットを経由した電子メールは、ときとして届かないない場合がある。相手のメールサーバーがダウンしていたり、ネットワークが途中で切断されるといったことが、たまにはある。もし重要なメールを送る場合には、到着確認の指定をするとよい。

この指定をすると、電子メールのヘッダーに「Return-Receipt-To:」が付けられて送られる。宛先のメールサーバーがこのヘッダー

AL-Mail	mail	mush	mh	mh-e	xmh		
0.41 Windows GUI	- UNIX キャラクターベース	7.2.5 UNIX キャラクターベース	6.8.3.JP3 UNIX キャラクターベース	4.1 UNIX キャラクターベース	R6 X Window GUI		バージョン プラットフォーム 操作環境
○	○	○	○	○	○	CC、BCCの指定	基本的な機能
○	○	○	○	○	○	着信メールのリスト表示	
○	○	○	○	○	○	全関係者への返信	
○	○	○	○	○	○	別名(エイリアス)使用	
○	○	○	○	○	○	ファイルへの保存	
×	×	×	×	×	×	送信メールの自動保管	
○	×	×	○	×	○	音、アイコンなどで着信を通知	
○	×	○	○	○	○	返信での相手メールの自動引用	
○	×	○	×	○	×	引用記号の設定	
×	×	×	×	×	○	引用箇所に相手の名前を挿入	
○	×	○	○	○	○	返信での相手メール情報の表示	
○	×	○	○	○	○	署名の登録、自動添付	
○	×	○	○	○	○	送信したメールの到着確認	
×	×	×	×	×	○	表示フォントの設定	
○	×	○	×	○	○	印刷	
POP3	×	POP3も可	POP3も可	POP3も可	POP3も可	プロトコル	
○	×	○	○	×	○	リストの並べ変え	送・受信簿機能
×	×	×	×	×	×	条件設定による強調表示	
×	×	×	○	○	○	しおりの使用	
×	×	○	○	×	○	ヘッダーの検索	検索機能
×	×	○	○	×	○	本文の検索	
×	×	○	○	×	○	ワイルドカードの使用	
×	×	×	×	×	×	検索条件の保存	
○	○	×	○	○	○	仕分け用フォルダーの作成	仕分け機能
○	×	×	○	×	×	条件設定による一括仕分け	
×	×	×	○	×	×	着信時の自動仕分け	
○	×	×	○	×	×	自動エンコード／デコード	ファイルの添付機能
UUENCODE	×	×	BASE64	×	×	エンコーディング形式	
×	×	×	○	×	×	MIMEのサポート	
×	×	×	○	×	×	他のアプリケーションの起動	
○	×	×	○	○	○	MIMEヘッダーのサポート	その他の機能
×	○	○	○	○	×	他のコマンドによる機能補助	
フリーソフトウェア ー	BSD系UNIXに 標準装備	フリーソフトウェア ー	フリーソフトウェア ー	フリーソフトウェア ー	フリーソフトウェア ー	会社名 電話番号、電子メールアドレス	備考 問い合わせ先

©1994-2007 Impress R&D

を見つけると、自動的に「確かに受け取りました」という意味のメールを返してくるわけだ。

これは sendmail というメールサーバーソフトの機能だ。したがって、相手のメールサーバーが別のソフトを使っている場合には、到着確認を送り返さないこともあるから、注意が必要だ。

リストの並べ変え

送信リストや受信リストは、ふつうは日時順に並べられるが、ときとしてある人からのメールのリストだけ見たいとか、特定のSubjectのメールのリストだけを見たいといったことがある。このような目的のために作られたのが、リストの並べ変え機能だ。

表計算ソフトのソーティングと似て、同じ条件のものが表の中で続いて表示される。

ヘッダー、本文の検索

電子メールは、保存しておいて後でデータベースとして使うことがよくある。とくにメーリングリストからのメールは、特定の話題に絞られているので、その傾向が顕著だ。そんなときに欠かせないのが検索機能である。

ヘッダーの検索機能は、差出人を絞ったり特定のSubjectを探すときなどに使われる。ソフトによっては、指定した条件を保存できるものもある、何度も同じ条件設定で検索するような人には便利な機能だ。

着信時の自動仕分け

一日に受け取るメールの数が100を超えるようになると、それぞれのメールを目的のフォルダーに仕分けするのは、けっこう面倒になる。

●Winbiff (Windows)

この機能は、あらかじめ分類する条件とその条件に該当したときに使用するフォルダーを登録しておくことによって、到着したメールを電子メールソフトに自動的に仕分けさせる「ラクチン機能」だ。

たとえば、メーリングリストから届くメールのSubjectのパターンを登録しておいて、パターンに該当したときに自動的にメーリングリスト専用のフォルダーに保存するといったことが可能になる。電子メールのヘビーユーザーには、うれしい機能だ。

添付ファイルの自動エンコード／デコード

ファイルの添付機能を持つ電子メールソフトの場合は、送信の際に添付ファイル名を指定すると自動的にエンコーディングして送信する。またエンコードされたメールを受信すると、自動的にデコーディングし、元のファイルに復元して保存してくれる。

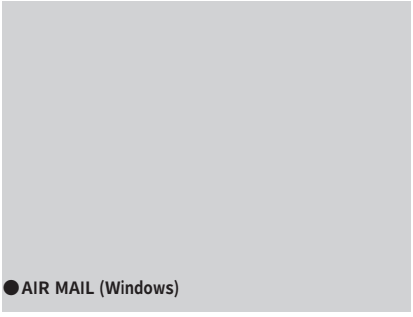
エンコードされたメールを、エンコーディング方式の異なる電子メールソフトや、デコード機能を持たない電子メールソフトで受信した場合は、本文をファイルとして保存し、次にデコードプログラムを使って手動で復元しなければならない。

他のアプリケーションの起動

データファイルの拡張子とそのデータを扱うアプリケーションソフトをあらかじめ登録しておき、そのデータファイル送られてきたらアプリケーションを自動的に起動する機能のことだ。たとえば、「.XLS」という拡張子がついたデータファイルが送られてきたらExcelを自動的に起動するといったことが可能になる。

MIMEのサポート

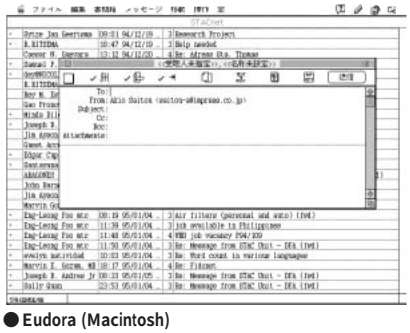
最近よく話題に上るのが、電子メールのメールボディーを拡張してマルチメディアデータを送る規格、MIME（Multipurpose Internet Mail Extention）だ。画像、音声、動画、ポストスクリプトのデータなどを送ることができる。先に説明した「他のアプリケーションの起動」はある電子メールソフト独自の規格だが、MIMEはRFC（Request For Comments）というインターネットの標準規格として決められている点が異なる。



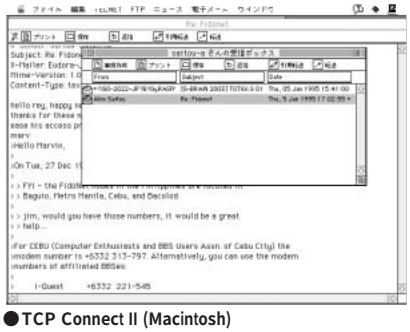
●AIR MAIL (Windows)

MIMEヘッダーのサポート

MIMEではメールボディーの他に、メールヘッダーの拡張の規定があり、この規定を使うとSubjectやFromに漢字を使うことが可能になる。メールボディーよりも対応が簡単にできることから、ヘッダーだけをサポートしている電子メールソフトもある。



●Eudora (Macintosh)



●TCP Connect II (Macintosh)

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

［インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ］ ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D（株式会社インプレスから分割）が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン　バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

http://i.impressRD.jp/bn

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容（技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど）は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者（執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など）が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元（株式会社インプレス R&D）、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D（当時は株式会社インプレス）と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先
株式会社インプレスR&D
All-in-One INTERNET magazine 編集部
im-info@impress.co.jp

Copyright © 1994-2007 Impress R&D, an Impress Group company. All rights reserved.