

# ビジネス現場の eメールコミュニケーション活用術

## 最終回

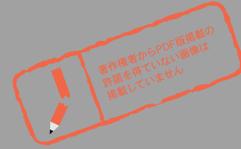
### 始まり ファイル「添付」の コラボレーションの

文・井芹昌信 / イラスト・原田香

インターネットという言葉が登場する以前、uucpでメールを交換していた頃には、ファイルを添付することなどできませんでした。それが今や、会社からでも自宅からでも、たとえばデジタルカメラ画像などを気軽に送付することができるようになりました。今回は、この「添付」がもたらしたコミュニケーションについて考察します。

#### いせりまさのぶ

本誌創刊編集長。現在、インプレス取締役ネットビジネスカンパニー発行人。編集者として、パソコン草創期からデジタルリテラシーの諸問題に取り組んできた。電子メールマガジンInternet Watchの創刊をはじめとして、インターネットメディアでの企画を数多く手がけている。



### 添付ができなかった頃は...

まだメールにファイル添付ができなかった頃は、以下のようなやりとりがあったものです。

企画書ができましたので「郵送」します。  
意見などありましたら、ご返事ください。

・・・数日後・・・

(返事) 企画書みたけど、ちょっと弱いねえ。  
書き直して、もう一度送ってこない？

それが現在では、以下のようにスマートです。

企画書ができましたので、「添付」します。  
意見などありましたら、ご返事ください。

#### [ 添付ファイル：企画書 ]

当時、uucpでバイナリーファイルを送る方法がなかったわけはありません。ただ、以下のように複雑な工程を踏まなければなりませんでした。

- ・バイナリーファイルを uuencode コマンドで ASCII 文字列ファイルに変換する
  - ・それを、メール本文に追加して送信する
  - ・受け取った相手は、メールを uudecode コマンドでバイナリーファイルに変換する
- 大きなファイルの場合はいくつかのメールに分割して送信する

「添付」は名称がおまけのようであまり脚光を浴びたことはありませんが、文字だけでなく写真、音楽、映像など情報のすべてがデジタル化されつつある今、その効力には目を見張るものがあるように思います。

## 画像添付は効果抜群

写真を添付して送る場合の効果は、ときに劇的です。弊社の大阪営業所の営業マンが写真をメールに添付して送ってくれました。



この写真は、大阪梅田の地下街に設置された、弊社「できるシリーズ」の宣伝ディスプレイです。これこそ百聞は一見にしかず、ではないでしょうか。東京にいながらこのリアリティー。感激です。また、ランニングコストがゼロという点も見逃せません。

デジタルカメラが完全な普及期を迎え、携帯電話にもカメラが付く時代。5年前なら、「写真を撮る 現像・プリントする 郵送する」という工程が、今や、「デジタルカメラで撮る メールに添付して送る」これだけです。使わない手はないでしょう。

## 送っている添付ファイルのサイズは？

ところで、ファイルを添付する際にちょっと悩むのが、「どれくらいのファイルサイズまで送っているか？」という問題です。

まず考えなければならない数値として、個人が契約しているISPのメールボックスの容量制限があります。最近では5Mバイトくらいが最低ラインのようです(本誌「ブロードバンドプロバイダー料金表」より)。しかしそれより重要なのが、1通のメールサイズの制限でしょう。こちらは、2Mバイト程度が最低ラインのようです。ということで、相手の環境がはっきりしていない場合、1通のメールサイズは2Mバイトまでにするのが無難だと思われま。

2Mバイトのファイルを送った場合、相手がそれを受け取るのにどのくらいの時間がかかるでしょうか。表1は、典型的な環境でのダウンロードに要する時間の目安です。

環境名	概算の実効速度	秒数
FTTH	30Mbps	1秒以内
ADSL 12M	5Mbps	約4秒
802.11x(無線LAN)	4Mbps	約5秒
ADSL 8M	3Mbps	約7秒
DS1(T1)	1.5Mbps	約14秒
ISDN(INS64)	128kbps	約160秒
PHS(P-in Compact)	64kbps	約320秒

表1 2Mバイトのダウンロードに必要な時間

あなたは、1通のメールを受け取るのに何秒まで我慢できますか。人によってさまざまでしょうが、私はせいぜい30秒くらいです。それ以上沈黙されると、Windowsが落ちたのかと疑ってしまいそうです。相手の待ち時間という観点からも、2Mバイトというのは根拠がありそうです。ただし、表からわかるように、ダイヤルアップ接続の人が混じっている場合には、自己規制して送る必要があるでしょう。

## さらに、相手の環境を配慮する

添付する場合に配慮しなくてはならないのは、回線速度だけではありません。そのほかに、以下のような要素にも注意が必要です。

- ・同じアプリケーションソフトを持っているか?
- ・または、ファイルを開くことができるソフトを持っているか?
- ・圧縮した場合、解凍ソフトを持っているか?

添付するファイルの多くは、何らかのアプリケーションソフトが作り出したバイナリーファイルのはずです。ということは、相手もそれを利用できる環境を持っていないわけにはなりません。

表2は、最近、私が受け取ることが多い添付ファイルの種類です。

ファイルの種類	拡張子	アプリケーションソフト名
1 文書ファイル	.doc	Microsoft Word
2 表計算ファイル	.xls	Microsoft Excel
3 画像ファイル(圧縮)	.jpg	デジカメなど
4 画像ファイル(ノーマル)	.gif	ペイント系ソフト
5 PDFファイル	.pdf	Quark Xpressなど

表2 よく使われる添付ファイルの形式

1、2のMicrosoft Officeシリーズは、Windowsパソコンに標準バンドルされているケースも多く、Macintoshでもサポートされているので、すでに市民権を得ていると思っていましょう。3、4の画像フォーマットもたいのOS環境で開くことができるはずです。5のPDFファイルを作成するのは一般的ではありませんが、読むだけならAdobe社のサイトでAcrobatリーダーが無料公開されています。

ということで、上記のファイルなら、相手の環境を確認せずに送っても大きなクレームにはならないでしょう。これら以外のファイルを送る場合は、念のため送信先に利用可能かどうか確認することをおすすめします。

ところで、先にファイルサイズは2Mバイトまでといいましたが、それ以上のファイルを送る方法として圧縮があります。圧縮にはさまざまな方法があるのでここでは触れませんが、文書ファイルの場合には、1割程度まで縮めることが期待できます。ただ、JPEGやMP3などのように、すでに圧縮が施されているファイルに効果がないのは自明です。また、異なるOS間での圧縮ファイルの添付は、解凍環境がなく、よく問題になります。

相手が解凍する手間や時間を考えると、2Mバイト以下のファイルならわざわざ圧縮する必要は(ダイヤルアップ接続の相手を除き)ないでしょう。

## URL 参照

添付が一般的になる前に、メール文面に URL を記述しておいて相手に Web ブラウザーで参照してもらうという方法が開発されました。確か、Netscape のメーラーが最初に実現したように覚えています。

たとえば、以下のような方法です。

パーティの場所が以下の通り決まりました。

よろしくご参加ください。

<http://www.impress.co.jp/masai/map.htm>

この場合は、ファイルを送っているのではなく実体は Web 上にあり、相手はそれを見ているだけという点がユニークです。この方法だと、ファイルサイズを気にする必要はありません。場合によっては、とても有効でエレガントです。

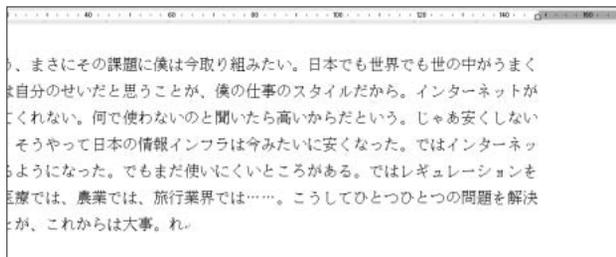
## 添付によるコラボレーション

添付機能を使ってファイルを送る場合の真価は、お互いが同じ作業環境 (OS やアプリケーションソフト) を持っている場合に発揮されます。同じ作業環境があれば、添付ファイルを対象に共同作業 (コラボレーション) が進められるからです。

私が所属している編集部では、添付機能を使って著者とコラボレーションしています。以下は、Microsoft Word を利用したコラボレーションの例です。

From: 編集者 To: 著者 [添付: 初校原稿]

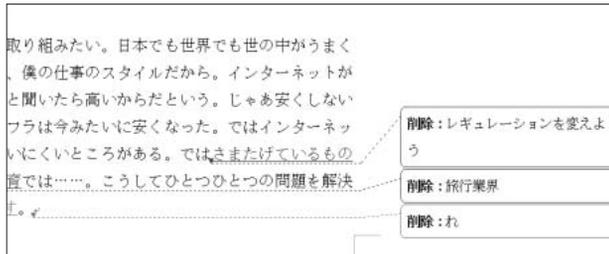
初校ができましたので、  
校正をお願いいたします。



添付された初校原稿

From: 著者 To: 編集者 [添付: 校正済み原稿]

赤入れをしました。  
よろしく願います。



添付された校正済み原稿

(Microsoft Word 2002)

ここで重要なのは、作業対象そのものが添付機能によって行き来することで、コミュニケーションからコラボレーションへと進化している点です。デジタル化されている対象であれば、eメールという安価なツールでも十分なコラボレーション効果を期待できるのです。

上記は文書の例でしたが、

- ・デジカメ画像を PhotoShop でレタッチしてもらう
- ・Excel で作った予算を複数人で検討する
- ・プログラムを添削してもらう

など、利用シーンはいくらでも思い付きます。

## 日本人には添付がいい？

ところで、我々日本人は相手の目を見てコミュニケーションをはかるのが苦手だそうです。これは、「スローなビジネスに帰れ2 五感商品の創りかた」(インプレス刊)の著者である阪本啓一さんの言葉です。日本人は直接向き合って話をせず、かならず何かに「当てて」会話するのだそうです。たとえば夜のレストランでは、カップルを夜景の見えるように、ならべて座らせるとか。この場合、カップルはコミュニケーションを夜景に「当てて」行うというのです。阪本さんは、これを「三角コミュニケーション」と呼んでいます。

この原理が本当なら、相手とオフィシャルな交渉が必要な場面では、メール本文に直接書くのではなく、添付ファイルに「当てて」、コミュニケーションをとるほうが有効かも知れません。実際、リアルな会話の場でも、事前に用意した書類が両者の真ん中にあると、自分の人格を離れてコミュニケーションできているように感じます。全人格をかけて説得するのは、確かに疲れるものです。

## サーバー参照との違い

本格的なコラボレーションを行う場合は、一般にファイルサーバーが使われます。メール添付とファイルサーバー形式では、対象となる実体がどこにあるかが異なります。先の URL 参照は、サーバー形式の最も基本的な例でしょう。

サーバー形式の場合は実体が常に1つで、すべての修正は対象そのものに反映されます。これは、利点でもあり欠点でもあり

メール本文だけのコミュニケーション



添付ファイルによるコミュニケーション

サーバクライアント型の  
コミュニケーション

ます。利点となるのは、対象ファイルが1つなので混乱しないこと。欠点は、修正履歴の管理が必要なことと、常にネットワークにつながっていないと作業ができないことでしょう。

会社のプロジェクトのように多くの人が参画するコラボレーションなら、サーバーで管理されたグループウェアを利用するほうが賢明だと思います。しかし、サーバー形式では、開始までの時間、コスト、操作性の点で会社内個人が日々の独自用途に適応させるには無理があります。まして、社外の人とのコラボレーションとなると困難が増してきます。その点メールの添付機能は、「自転車」のように気軽に使えるのが最大の魅力です。

## まとめ

この連載では、「メールの送り方」「返事のしかた」「添付のしかた」と3回にわたって解説を行いました。メールは、インターネットの最も基本的な機能で、いまや誰もが利用できるツールです。使い方も簡単です。しかし、インターネットの本質を十分に具体化しているツールでもあります。

最近、データベースを駆使したエンタープライズ向けのグループウェアや、ピアツーピア・テクノロジーを利用したグループウェアが登場してきています。それらは、本稿で紹介したeメールでのコラボレーションより進化したさまざまな長所を持っており、仕事に役立つ可能性を秘めています。

しかし、事の本質が人間同士のコミュニケーションにあるという点は、変えようもありません。そして、それがデジタルテクノロジーを活用して行われる点が新しく、ときには我々の慣習や常識の範囲を超えてしまいます。

本稿の目的は、日進月歩で進化するデジタルテクノロジーを、生身である我々が使いこなす術を、eメールという最も基本的なツールにおいて解説することでした。

本連載が、皆様のデジタルライフでのお役にたてたら幸いです。

この連載は今回で終了します。ご意見など、  
masai@impress.co.jp までお願いします。



## [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の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](mailto:im-info@impress.co.jp)