

電気主任技術者や、設計、ゼネコン、空調設備業者などの関係者が絡んで対応。検査前に自主検査データを短時間でまとめるればならなかったが、改正後

工事の出来高がある程度までとしている場合、自主検査で合

工事の完成度 低いまま受電

もあり、現場が少ない人数で無理をして仕事をしていることがこの問題を大きくした。電設協の種別専三常務理事はそう指摘する。

受電までのコ

①電力引き込	100%
②主電気室、	100%
③中央監視室	100%
④幹線設備	70~90%程度
⑤動力設備	80%程度
⑥電灯コンセ	50~70%
⑦照明器具設	50~70%
⑧電力会社給	100%
⑨その他関連	受変電機器

アンケート踏まえ具体的な「目安」提示

今日に至るまで、建設業は自らが情報を発信することに関して、あまり重要性を感じてはなかった。しかし今では、産業界全般で情報発信の果たす役割はますます増しており、建設業においても例外ではなく、ITを活用した情報発信に踏み切る時代であり、早急に取り組むべき課題となっている。そして情報発信を通し、ユーザーとのコミュニケーションならびに信頼関係を構築していくことが、今日の建設業界にも強く求められる。

建設業もIT活用し情報発信を

てITの活用は、CADによる図面作成プロセスや、購買・入札・現場管理プロセスのIT化の事例が大半であった。一言でいえば、生産プロセスのIT化である。近年はそれに加えて、物の維持保全の記録や、設計図書仕様書などのドキュメントを、電子化することも行われるようになってきた。建物の管理プロセスのITである。しかし、これらに共通するのは、建設プロセスの工程内だけの話である。逆

既存顧客・金融機関などの紹介で今まずと仕事を獲得してきた建設会社も珍しくない。そこにはITを営業に活用する必要自体がもともとなかった。自社を十分に知っている人がお客さんを紹介してくれるため、そもそもITを使った自社の情報発信など、まるで必要がなかったのである。また、一度工事を受注した得意先とは、継続的に取引を続ける傾向が強い業界事情もある。いずれにせよ、これらの結果、個々

に生かしていくことである。たとえばソーシャルネットワークとして、昨今大ブームを巻き起こしているfacebookについて語ってみたい。まだまだ企業アカウントが少なく、個人ユーザーが多いのが現状ではあるが、このツールがここまで人気になったのは、双方向にコミュニケーションを取る仕掛けが数多くあることと無関係ではあるまい。学歴や職歴、趣味を含め他者との共通点を探る仕組み、さまざまなコミュニケーション機能が用意されている。facebook

の登録は実名がベースなのに、実名文化が根付きづらいとも言われる日本においても、個人がこのメディアを使い、自らのプライベートな情報発信をしていることは興味深い。個人ですらこのような状況であるので、もはや企業にとって情報発信は、避けて通れない課題となっている。建設業の各企業や団体が、いち早く自らを情報発信するメディアとしての意識を持ち、とすれば閉鎖的ともいわれるこの業界で、新しい一歩を踏み出していくことが求められる。

当然政府として七折枝の一つに入らべ、検討すべきを明らかにしては枝野幸男官邸玄葉光一郎国家相(民主党政調相)に検討の可能性しており、発送電離論が政府内で

発送電分離論が拡大

政府

蓮舫節電相も「選択肢」

蓮舫節電啓発担当相は17日午前の記者会見で、電力会社の送電部門と発電部門の分離について「新たに電力市場に参入しやすくなる仕組みで、

東電など電力会

会場で蓮舫担当「菅直人首相は新エネルギー政策を掲げ、国民にもそうえ方が生まれてる。競争がない今を望ましいとは誰でもない」と強調また、福島第一原発を受けた、退職金を減額を対象にない東京電力のラ策にも触れ「まだ」と指摘した

またいろいろな業界でのITの活用や、華々しい導入事例をさまざまなところで目にする。しかしながら、建設業界にとって、ITは実になじみが薄い印象である。少なくともユーザーを巻き込んで、業界そのものを活性化させている動きは、なかなか伝わっていない。その理由は何なのであろうか。無論、建設業界でもIT化に取り組んでいないわけではないが、あらためて現状の建設業とITの関係について考えてみたい。いままで建設業にとっ

に言えば、受注につながるまでの営業ステージにおいて、積極的に活用するという視点がとすれば欠けていた。この現状を招いた原因は、単に建設会社の経営幹部、また営業担当者のITリテラシーへの認識不足に起因するのかもしれない。筆者はこのことについて、別の理由があると考ええる。

建設業界はそもそも縁故や口コミでの営業受注が、圧倒的に多かった業界事情がある。特に他社と差別化を図る営業活動を行わずとも、血縁縁縁・

の企業の情報発信の欠落ととどまらず、情報開示の必要性を外部から指摘されるような業界体質が作られていたのである。では各企業・団体ともホームページなどのITメディアの整備をすれば、すべて問題解決なのであろうか。もちろんそれらのツールを通して自社の情報発信は最優先課題である。しかしそれに加え、最も大事なことは、ユーザーとの双方向のコミュニケーションを取るといふ視点を持ち続け、企業活動