



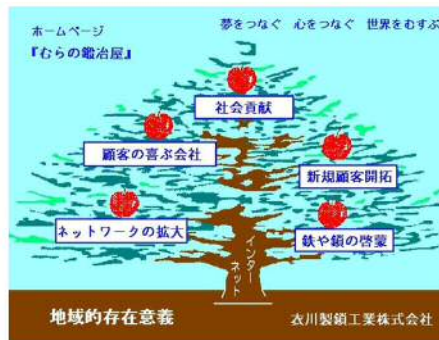
鉄のふしぎ？ 博物館

■70

ホームページに興味を持ったのは平成8年末（1996年）、お客様のところでインターネットに接続しページを見せて頂きました。瓦屋さんが鬼瓦の製造工程を写真に撮って、順番に並べ説明をしています。これだ！と思いました。いつも、鎖の作り方を聞かれるのですが、現場を見たことがない人に製造工程や道具の形を説明することは困難を極めます。鎖の用

「楽しいものづくり ホームページ」

①来訪者が楽しめ、役に立つ
②誰でも理解できる言葉で書く
③くさりづくりを知っ



画像① 存在意義
（日刊工業新聞2000年3月8日）

途の解説も同様です。瓦屋さんのように、カラー写真や図を表示出来ればお客様に正確に伝わると考えました。大勢の方々に見て頂けるページを作るのに、以下の事に留意しました。

と作成ソフトを購入（富士通FMV SI65）平成9年1月（1997年）思い立ってから毎日早朝出勤。電話の掛かり始める午前9時までにどこまで進むか？インターネット回線が繋がるのは3月初めの予定、注文してから3カ月余り、今では考えられない長時間を要しました。

従来から『くさり入門』

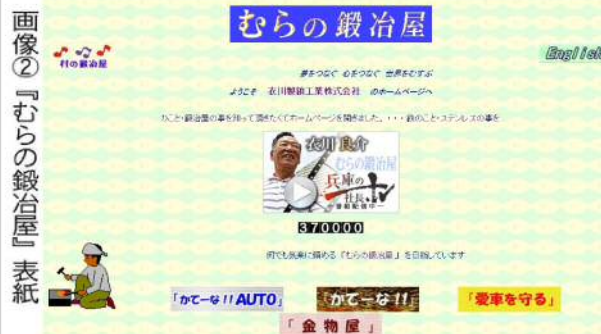
てもらう
④技術の歴史を伝える
⑤鉄やステンレスの相談室を設ける
⑥ものづくりに貢献する
⑦まず初めに、ホームページが作成出来るパソコンと作成ソフトを少しずつ理解しながら、作成した手造りのホームページに適切な画像表現に長時間を要しました。

やっとなら20日に『むらの鍛冶屋』が完成、50ページほどをインターネットにアップしました。全く商売気のないホームページです。

平成9年（1997年）12月神戸新聞の姫路欄に紹介され、翌年、日経ゼロワンの6月号に紹介されるなど、徐々にアクセスが増え平成11年7月アクセス数が1万に到達しました。

衣川製鎖工業・衣川良介社長

画像はカラーと交換しています。



画像②『むらの鍛冶屋』表紙

「あれは社長の道楽や！ホームページで物が売れるはずはない。」こんな

な陰口を言われる、そんな時期でしたが、1万アクセスの少し前に「ホームページの写真のような品物が欲しい」という電話を受けご要望を聞きました。高知県の早明浦ダム（さめうら）のダム湖を管理する船舶を係留する係船環で、図面を作成しFAXで送りました。ホームページ開設から2年余り、初めて数万円の受注を新規のお客様から得ました。

自社の考え方・自社の製品・自社の特徴・自社の夢など、押しつけではなく、ホームページの来訪者が楽しめるような情報提供を続けていきたいものです。ホームページ『むらの鍛冶屋』は37万、『かてーな!!』は40万アクセスと閲覧者が増加し続けています。