

タイトル：MS ゴシック，16 ポイント，左寄せ

A4 版  
42 字×40 行

著者名：MS 明朝，14 ポイント，右寄せ  
氏名の文字数+1 文字の幅に均等割付  
所属が同一の場合は横に並べる，  
所属が異なる場合は，著者名・所属を改行して繰り返す

# SCニュース 原稿スタイル

柏葉 弥生

セクション：所属との間：1 行空ける，MS ゴシック，11 ポイント，強調

本文：MS 明朝，10.5 ポイント

東京大学情報基盤センター

所属：MS 明朝，10.5 ポイント，右寄せ

上下余白：20mm に設定

ヘッダー：15mm に設定

フッター：10mm に設定

## 1. はじめに

8 月 25 日付け日本経済新聞『春秋』欄は，米音楽ソフト販売のタワーレコードが米連邦破産法の適用を申請したことに関連して《一昔前まで大学の「大型計算機センター」は理科系の学生や教官の憧れの間だった。居並ぶ巨大な演算装置が唸り，磁気記憶テープがひとりで回る。(略)その威光はパソコンとインターネットの登場ですっかり薄れた。手元にある十萬円のノート型の能力は二十年前の十億円の大型機をしのぐ。(略)さまざまな知識が一カ所に集まる“塔”は役割を終え，今の利用者は特殊な計算をする専門家に限られると聞いた。米国のタワーレコードも，文字通り音楽界にそびえ立つ“塔”だった。(略)その塔もまた躍進するネットの前に崩れ落ちた。(略)ネット空間にのみ込まれ，二十世紀の塔が風景から次々と消えていく》と書いていた。「役割を終え」と推断された「大型計算機センター」は誰の目に(消えた)見えないものとなっているのだろうか。

セクション間：1 行空ける

左右余白：26mm に設定

## 2. 伽藍とバザール

たしかに，大型計算機センターは情報基盤センターへと改組し，「大型計算機センター」の名は既がない。それは情報技術が普及し，その利用が大学の教育・研究にとって不可欠になったことによるのであり，「衰退してやるものがなくなった分野が衣替えして行うことが多く，看板の掛け替えにすぎない」(石浦章一『東大教授の通信簿「授業評価」から見えてきた東京大学』<sup>1</sup>)と揶揄される分野とは異なる。

日経紙の「塔」のたとえばは，「象牙の塔」のイメージやE・S・レイモンドが『伽藍とバザール オープンソース・ソフト Linux マニフェスト』で提起した「伽藍 Cathedral」のイメージ

本文とプログラム例の間：1 行空ける

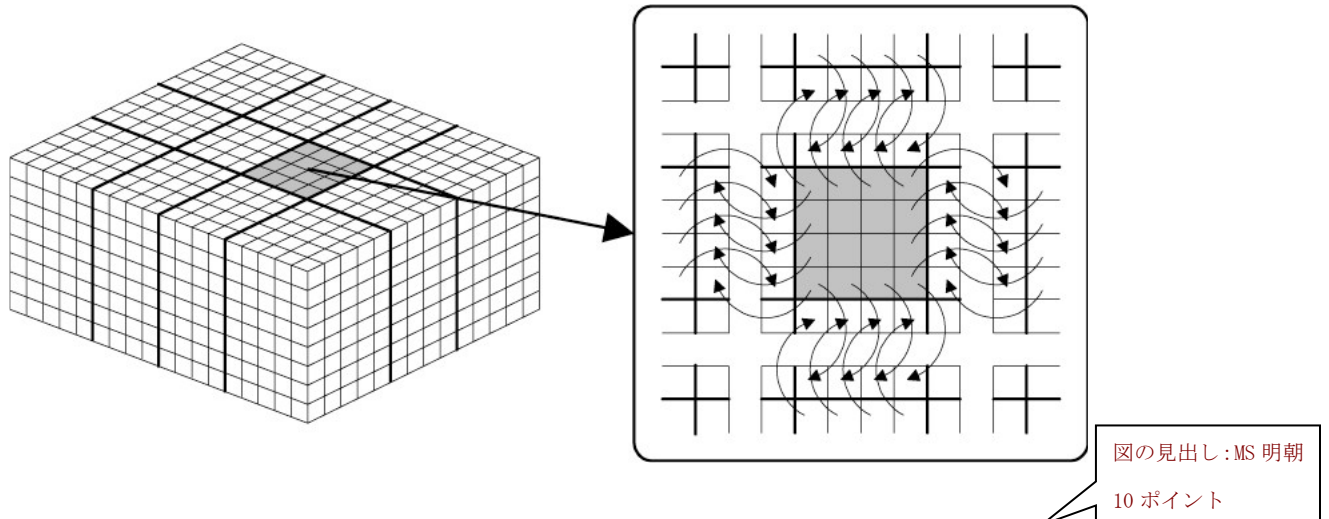
```
program main
integer*8 i, sum
real*8 tt
call xclock(tt, 7)
```

学習上，重要な用語は強調する

昭和 38(1963)年 5 月，日本学術会議<sup>2</sup>(朝永振一郎会長)は内閣総理大臣宛に「学術研究用大型高速計算機の設置と共同利用体制の確立について」勧告を行った。勧告は利用体系にふれ「中型ないし小型機によって計算処理する方が適当なものは，それぞれ，然るべき部局において処理し，(iii) 大型利用が必要であり適当であるものために利用されなければならない」としていた。以来 40 年以上が経過し，計算規模に応じた棲み分けは，科学技術・学術審議会 研究計画・評価分科会 情報科学技術委員会 計算科学技術推進ワーキンググループ報告書「計算

<sup>1</sup> <http://bio.page.ne.jp/>

<sup>2</sup> <http://www.scj.go.jp/>



第1図: 雲解像モデルの並列計算における計算領域の分割と通信の模式図<sup>3</sup>。

左図の計算領域が12個の小領域に分けられ、それぞれの小領域が一つの計算ノードに割り当てられる。右図に示すように各計算領域間で、それぞれの最も外側の格子（実際には最も外側から2個ずつの格子）のデータが交換されることで、全体の計算が進められる。

図の説明文: MS 明朝 9ポイント

科学技術の推進に向けて」においてもNLS（ナショナル・リーダーシップ・システム）とNIS（ナショナル・インフラストラクチャ・システム）という区分を採用することに踏襲されている（大学の大型計算機はNIS）。

### 3. なぜ顧客は逃げてしまうのか

ジェフリー・J・フォックスの指摘を見てみよう。

「社内でしか通用しない言葉は使わずに、わかりやすく読み手を鼓舞するようなものを考えよう。」(p.116), 「もっともらしく聞こえる戦略の筋書きは、担当者のわずかな経験と根拠のない予測に基づいたでっち上げにすぎない。戦略が事実ではなく希望に基づいたものなら、失敗しても不思議ではないだろう。」(p.121), 「あなたの会社のルールを見直してみよう。顧客がせっかくだく買い物をしてくれるというのに、ジャマをしているものはないだろうか?」(p.128), 「店の都合で、顧客に負担をかけるべきではないし、店内の注意書きが好きな顧客はいないのである。」(p.130)<sup>4</sup>

### 参 考 文 献

石浦章一『東大教授の通信簿』190 p, 平凡社, 2005

E・S・レイモンド: 山形浩生訳『伽藍とバザール』, 252p, 光芒社, 1999

<sup>3</sup> 坪木和久「雲解像モデルを用いた気象のシミュレーション」2006

<sup>4</sup> 『なぜ顧客は逃げてしまうのか リピーターを増やす逆転の発想44』原田喜浩訳, 光文社, 2005