



2006. December 12月号
 発行日:平成18年12月1日
 発行:東京税理士会
 情報システム委員会
 題字:金井塚 清(豊島)

新聞はもういいですから、ヤフーに載るように記事を書いて！ ～通信社でもWebテクノロジー～

インターネット上にホームページを立ち上げ、そこをベースに仕事をしている人々をして「ネットのあちら側のひと」と言います。一方、私も税理士を始め実物世界に生きそこで仕事をし、インターネットは情報の収集か、連絡手段としては便利に活用している、という人々を「ネットのこちら側のひと」と言います。見えないモノが分かりにくいのは当然で、ネットのあちら側の事情も余程目をこらして見ないとなかなか分かるものではありません。そこで今月号の情報通では時事通信社の記者様より、ネットの「あちら側」で進行している大変革について語っていただいたところを掲載しました。

既存のメディアというのは、メディアの側で受け手に便利ように情報を取

捨選択しパッケージにして提供してくれます。新聞やテレビの権威はまさにこの点にあるでしょう。一方、玉石混交ではあるがブログを中心としたネット世界の総表現社会の出現と、そこから玉をより抜く Googleなどの検索エンジン。しかも無料の世界。

ネットのあちら側、こちら側と言うとき、かの時事通信社も紛う方無き「こちらの住人」で、今のこの図式から時事通信社が、この新たなトレンドにどう向き合うのかのが今回のお話です。「こちら側」の構成員そのものである税理士会も我が身に引き直すという意味で大変に興味深い内容と言えるでしょう。

はじめに

(株)時事通信社は2006年7月5日に第一回「広報テクノロジーセミナー」を行いました。テーマは今話題の「Web2.0」「CGM - Consumer Generated Media(消費者生成メディア)」。こういった内容のシリーズ・セミナーを開催したいと言った時、内・外から出たのは「え?〇〇な時事通信がWebのテクノロジーセミナー?」という驚きの声でした。しかし、今はいかなる業界も避けて通れないのが「Web2.0」的な考え方。そして通信社の足元にも、逃れられない潮流が押し寄せていたのです…。

1.なぜ時事通信は広報テクノロジーセミナーを行ったか?

企業には広報課があり、広告を出したり、企業自身の広報活動をしたり、上場企業はIR情報を発信したりしています。広告は新聞やTVにとっても重要な収入源であり、企業の広報活動は主に記者とのやり取りが多いので、従来マスコミと深く接点がある部署でした。

ある日、時事通信の一記者は、とある企業の広報担当からこのように頼まれました。

「新聞はもういいですから、ヤフーに載るように記事を書いて」

これまで企業の広報担当者は、どうやったらプレスリリースが新聞に載るかについて思案し、長いこと経験を重ねてきました。しかし紙面には限りがあり、広告を出すにも、大きな費用が必要です。一方、多くの人々がインターネットを使うようになり、ブログを書き、中にはまるでジャーナリストのように意見を発信する人も出てきました。

■ ニュースは、ヤフーでまとめ読み

普通、ホームページを作っただけでは、知人にURLを伝えて見て貰う…といった利用が中心になるでしょう。しかし有名人や情報が得られるホームページには、多くの人々がアクセスしてきます。新聞社がホームページでニュースを出し始めると、人が「集まる」ようになり、広告も掲載されるようになりました。ここまではメディアのカタチが、新聞→TV→インターネットと変わっただけで役割はほぼ同じです。ところがWeb2.0という新しい流れ、サーチエンジン、ブログ、RSS(Really Simple Syndication=サイト更新要約情報)、タグ、といった技術の登場によって、利用方法そのものが変わり始めたのです。

グーグルやヤフーのサイトには検索用ウィンドウが表示されています。調べたいニュースのキーワードを入れると、複数の新聞社の同じニュースや、同じ単語を持つ企業のホームページ、ハテは個人のブログまで同時に検索してくれます。これらの検索エンジンは、膨大な量のデータから一瞬で該当するものを選びだします。そして関連する古い記事や、同じことについて書かれた個人サイトの意見も一緒に見ることができます。インターネットが使われ始めた頃のサーチ結果はひどかった覚えがあります。表現は色々なのに、一文字違っても合致せず、なかなか欲しい情報は得られませんでした。しかし人が入力間違いをしても「もしかして〇〇?」と聞いてくれる程「成長」するまで、あつという間でした。

最近の調査では、人々がインターネットを見る時、新聞社などのサイトではなく、ヤフー等を見るケースが大きく増えているという結果がでています。人々の注目度が下がれば、広告主は離れていきます。既存メディアはこうして新しい問題と対峙させられました。

時事通信はたまたま紙面を持たず、比較的早くからニュースをネット系メディアに提供してきました。しかしここに次の課題が出てきました。ネットメディアは新しいテクノロジーの固まりです。こちらもそれを理解しあわせていけば、もつと個々の記事が多角的に活用され、ニュースの価値が高まる事が考えられます。

2.変化するネット環境

■ 検索サイトと広告という新しいビジネスの登場

ネット上のメディアが最初に始めたのは、新商品などのニュースに、その企業のホームページや、商品紹介へのリンクを入れることでした。目に付く記事であれば繰り返しアクセスされ、企業のページを見てもうチャンスが増えます。

一方、安さが勝負のネットショップが続々と登場、利用者も最も安く良い買い物求めて、検索ウィンドウにキーワードを入れ、ネット中からサーチするようになりました。そうすると売り手は、この検索結果に効率よく自社のページが並んでくると、商品を手際よく売ることにつながるのでは、と考えました。

検索結果に確実に引っかかるにはどうしたらいいか?

こうして検索エンジンに引っかかる「技術」は工夫されていきました。

グーグルやヤフーは、企業の広告を検索結果の上位に出すサービスや、無料メール等に、出てきた単語を読み取り、適切な広告を出すサービスを始めました。企業も検索結果に自社の商品等に関する記事が多く出るよう、ネットメディアに取り上げられること、ブログに書かれることに気を使い始めています。更にネットショップで、購買履歴から顧客の興味を分析、自動的に関連広告を表示するところも増えてきました。

これらが実現してきたのは、ネット上のデータがXMLという書式で書かれ、データの意味を伝えるタグを持ち、別々のサイト同士でも互いのデータを共通で利用できるようになってきたことにも依存しています。Web2.0のテクノロジーの基本的な考え方に、こういった「データの共有」というものが挙げられます。

商品を探していて、製造している会社の評価が気になりニュースを検索したり、ホテルに泊ろうとしたら耐震構造疑惑のニュースを思い出して、どのホテルだった?と検索する…など、探し出すことが簡便ならニュースの利用は増えるでしょう。文字情報だけでなく、ニュースからその企業の業績や企業情報へと、他のWebサイト上のデータであってもタグを頼りに検索することを可能とし、利用者が必要とする情報へつなげていくのがXML、Web2.0の目指すところ。我々も進歩するユーザーの求めるものと、それを支えるテクノロジーを知り、適切な提供をしていかなければならないわけです。

■ ネットで挑戦する未来のライバル?仲間?

冒頭のように、一部の企業では担当者が「ヤフーに…」と言うほど、いち早くネットメディアの効果に期待し始めたところもあるようです。企業のニュースというのは、政治・社会系のニュースと異なり、どんな企業も誰かが社員として、消費者として、株主として、関わっているの、どんなニュースも誰かのニーズがあります。

第一回目のセミナーで、実際にWeb2.0テクノロジーを用いたサービスを行っている方々に、実例を交えた講演をして頂きました。その中で、ネット上の広告活動を支援する会社は、「企業が自ら発信する時代になった」と語り、自社サイトをひとつのメディアと捉えること、商品紹介をサーチで引っ掛けてもらうためには、プレスリリースなどを多くのサイトからリンクしてもらい、ブログなどでリンクして記事を書いてもらうことが効果的、といったテクニカルな説明を行い、最後に「多くの人が必要な情報をサーチできるようになった。これまでのようにマスコミに流してもらうだけでなく、自ら発信し、ユーザーと直接対話をしていく姿勢が大事」と訴えました。

■ RSSの技術

サーチの技術だけではなくありません。最近のブラウザは、ブックマーク(お気に入り)登録の代わりにRSS登録を行うと、そのサイトで記事が更新したら自動的に知らせてくれる機能を持つようになりました。利用者はいくつものサイトを訪ね歩かなくても、タイトルを見て必要であればアクセスし、そうでなければ検索しなくて良くなりました。有名な既存メディアのホームページをまずは見る、というスタイルから、必要な記事だけアクセスするようになっていくと、メディアそのものの広告媒体としての価値ではなく、各々の記事にどのようなリンクが形成されていくかで評価されるようになるのかもしれない。

3.これからも試行錯誤

時事通信もこのようなセミナーを開いていても、これからどうしなければならぬのか、どのようにメディアは変わっていくのか、今後も手探り状態が続くでしょう。おそらく古くからあるどんな産業も、これらの変化と無縁ではいけないと思います。逆にWeb2.0の世界を早くつかみ、アドバンテージを取るよう努力することが大事でしょう。テクノロジーの変化が生み出す新しいニーズを発見し、それに向かっていくしかありません。

…というわけで時事通信のWebテクノロジー・セミナーは今後も続きます。開催日が決まりましたらwww.jiji.comでお知らせします。宜しければ一度お立ち寄りください。

※この記事に関する問い合わせ先

時事通信社 三井 TEL 03-3524-6168 FAX 03-3543-2229

part1

電子申告推進 全支部統一キャンペーン展開中

すでにご案内の通り、来年3月までの期間限定ですが、「全会員が電子申告になじみ、納税者の要請に応えられる基礎的条件を確立することができるように、電子申告利用推進のための統一キャンペーンが各支部において強力に展開されています。全会員に電子証明書の取得と利用開始届の提出を完了していただくことを目指しています。

電子申告に対応できないと税理士の使命を果たせません!

納税義務の適正な実現を図ることを使命とする我々税理士は、申告納税制度の理念に沿い、納税義務者の信頼に応えなければなりません。

従来の紙による申告・申請に加えて新たに利用が可能となった国税及び地方税の電子申告・申請システムは、真に納税者の利便性に資するものであるように願い、「電子申告推進10の提言」を提起するなど、本会の重点施策として当局への改善要望等に取り組んできたことはこれまで報告してきたとおりです。

本年度におきましては、国税電子申告・納税システム(e-Tax)および地方税電子申告ポータルシステム(eLTAX)において数々の改善が行われ、真に納税者の利便性向上が図られています。それに伴い、納税者の利用への機運が高まりつつある今日、納税者の負託に応えなければならない我々税理士にはこの新たな形態の申告・申請手続への対応が必要不可欠であり、避けて通ることのできない状況になってしまっていることをご理解ご認識いただきたいのです。

電子申告は電子証明書がないとできません!

電子申告を始めとする行政のオンライン手続には、本人確認のための電子署名を行い、それを明らかにするための電子証明書を送信データに添付することが、成りすまし、改ざん、送信否認等の防止のために、原則として義務付けられています。

税理士の電子署名のみで関与納税者の税務申告・申請の代理送信が可能となる今こそ、全会員が日税連認証局発行の電子証明書(ICカードに格納)を所持しなければならぬと自覚していただきたいのです。

すでに日本全国約7万人の税理士会員の約6割にあたる4万人以上が取得しているわけですが、まだ4割ほどの会員が取得していないのが現状です。

初めて日税連認証局から電子証明書を取得する会員のために、本会では必要とされる手数料(5,000円)を負担する予算措置を講じています。

そこで、未取得者は早急に日税連ICカードの取得申請手続を行ってください!

電子申告システムへはIDとパスワードがないと接続できません!

e-Tax、eLTAXはシステムへ接続できる者を厳密に制限しています。利用者識別番号(ID)と暗証番号(パスワード)の組み合わせにより接続を制限し、セキュリティの保持を図っているのは他のネット上のさまざまな仕組みと何ら変わりありません。

このIDとパスワードは、利用開始のための届出申請をしなければ国税当局・地方税当局から付与されません。また、付与されシステムを利用できるようになるまでには一定の時間がかかります。

そこで、開始届未提出者は早急に開始届の提出をしてください!

●お知らせ●
電子申告推進
全支部統一キャンペーン
各支部研修会受付中
早めのお申し込みをお願いします。
連絡先/電子申告全支部統一キャンペーン統括本部
tel 03-3356-4461

東京税理士会会員向け IT研修会のご案内

東京税理士会情報システム委員会

1. IT研修・研修内容及び費用

① Word入門 全6時間
【内容】パソコン操作の基本となる文字入力、変換、文書編集、保存、印刷の基礎を習得する。
【受講の基準】日本語入力やマウスの操作も含めて、まったくパソコン操作経験のない方向けの研修(※1)
【費用】13,650円(受講料・教材費・消費税込み)

② Excel入門 全6時間
【内容】表計算の基本となるデータ入力、表作成、四則計算、関数計算、グラフ作成、保存などの操作を習得する。
【受講の基準】パソコンを利用して日本語入力やマウス操作はできるが、Excelなど表計算機能は経験のない方向けの研修(※1)
【費用】13,650円(受講料・教材費・消費税込み)

③ インターネット入門 全3時間
【内容】インターネットの利用方法、ホームページ検索、閲覧、電子メールの送受信方法を習得する。
【受講の基準】パソコンを利用して日本語入力やマウス操作はできるが、電子メールとインターネットは経験のない方向けの研修(※1)
【費用】10,500円(受講料・教材費・消費税込み)

④ セット講座(全4コース)
【内容】上記、① Word入門、② Excel入門、③ インターネット入門を組み合わせて受講し、パソコンの全般的な操作方法を習得する。
【受講の基準】① Word入門、② Excel入門、③ インターネット入門と同様。
【費用】A: ① Word入門+② Excel入門・・・25,200円
B: ① Word入門+③ インターネット入門・・・21,000円
C: ② Excel入門+③ インターネット入門・・・21,000円
D: ① Word入門+② Excel入門+③ インターネット入門・・・35,700円
(受講料・教材費・消費税込み)

※1・・・受講の基準は、目安に過ぎないので、自由にご希望の研修をお申込できます。
この他にも、中野キャリアスクールによる「しっかりマスターコース」など、もっと勉強されたい方向けのコースもあります。ここで紹介している研修の受講を希望される方は、本会事務局総務課までTELまたはFAXでご連絡下さい。折り返し、申込み手順、研修教室地図等について詳細な内容を記載した「IT研修案内文書」をご希望のFAX宛に送付いたします。

◆◆会員向けIT研修の申込みについて◆◆

パソコン等の研修事業を実施している「中野キャリアスクール」の協力のもと、主にパソコン操作方法等に関して初心者を対象とした「会員向けIT研修」を開催しております。ここで紹介している研修の受講を希望される方は、本会事務局総務課までTEL又はFAXでご連絡下さい(書式は何でも結構です)。折り返し、申込み手順、申込み用紙、研修教室地図について詳細な内容を記載した「IT研修案内文書」をご希望のFAX宛に送付いたします。

東京税理士会事務局総務課 連絡先 TEL 03-3356-4461 FAX 03-3356-4469

2. 研修日程表及び研修場所について

① Word (6時間) コース

曜日	月・火曜日			水曜日		
時間	*1日3時間ずつ実施し、2日間(月、火)通うコースです。 17:00~20:00			*1日6時間実施するコースです。 10:00~17:00(1時間休憩)		
場所	新宿 京王八王子		新宿			
月	実施日	講座NO.	講座NO.	実施日	講座NO.	(ご注意) Word入門は、銀座校では実施いたしません。
1月	15日・16日	18	48	17日	69	
2月	5日・6日	19	49	7日	70	

② Excel (6時間) コース

曜日	水曜日	
時間	10:00~17:00(1時間休憩)	
場所	新宿	
月	実施日	講座NO.
1月	10日	110
2月	14日	111

(ご注意) Excel入門は、新宿校のみでの実施となります。

③ インターネット (3時間) コース

曜日	水曜日			金曜日		
時間	*夕方から実施するコースです。 17:00~20:00			*午後から実施するコースです。 13:00~16:00		*夕方から実施するコースです。 17:00~20:00
場所	新宿 京王八王子		新宿		銀座	
月	実施日	講座NO.	講座NO.	実施日	講座NO.	実施日
1月	17日	—	220	19日	248	19日
2月	14日	—	221	16日	249	16日
						278
						279

