

# 税理士事務所 Channel

2005.11

No.291

ミロク会計人会連合会監修



## ■ 特集…2

### 中小企業新事業活動促進法施行から半年 「新連携支援制度」でビジネスチャンスが拡大

インフォカス ● 今、注目の「ビジネスブログ」

自分の能力やスキルをアピール、新規顧客獲得につなげる手段に…7

事務所訪問 ● 平野税務会計事務所…11

オフィス・アイ ● 「酒席マナー」「世界情報社会サミット」「雑穀」…14

ミロクシステムQ&A ● 「ACELINK・ACELINK NAVI給与計算(よくあるお問い合わせ)」…16

会計人のリレーエッセイ ● 中部ミロク会計人会 宮川孝広…19

# in Focus

インフォーカス

## ■ ビジネスブログ

ブログ (blog) とは、「ウェブ」(web) と「ログ」(log/日誌) の合成語で、ホームページを構築する仕組み、つまりサイト上の形式のひとつ。ブログには、「個人向けブログ」と「企業向けブログ」(ビジネスブログ) がある。前者は身の回りの話題や社会問題などについて個人的な感想や意見を日記風に綴ったもの。後者は商売に使えるブログのことで、企業らしい信頼感あふれるデザインになっている。

日本のブログ構築数は、総務省によれば、05年3月の時点で、すでに335万人に達しており、06年には621万人に、07年には782万人に到達する見込み。市場は急速に拡大している。



あきばれネットの吉本俊宏代表

「社長日記」などを掲載  
企業のイメージアップにも

中小企業のためにITを活用した営業支援サービスを進める「あきばれネット」(東京都豊島区) は、今年6月からビジネスブログサービスを始めた。このネットがター

図1 ブログとホームページの比較

	ホームページ		ブログ	
	業者作成のHP	自作HP	個人向けブログサービス (ライブドア等)	企業向けブログサービス (弊社サービス等)
費用	×	○	○	○
初期費用、および更新費用として多額の費用が発生	○	×	×	○
業者が作成してくれる	○	×	△	○
高度な専門知識がないとフォームの設置は困難	×	△	○	○
多額の更新費用が必要。そのためコンテンツを更新しない経営者が多い	○	×	×	○
業者がやってくれる	○	×	△	○
HP制作ソフトの習得等、相当の時間をとられる	×	△	○	○
コンテンツの更新	×	△	○	○
簡単にコンテンツの更新が可能	○	×	×	○
プロのデザイナーが作った企業らしいデザイン	○	×	×	○
素人っぽいデザインになりがち	○	×	△	△
個人向けっぽいデザイン	○	×	△	△
企業向けデザインが利用可能	○	×	△	△
一定の効果あり	○	×	△	△
一定の効果あり	○	×	△	△
費用さえ払えば、希望通りのHPを自由に作る事が可能	○	×	△	△
自分のHPスキルでできることが制約される	○	×	△	△
ブログサービス内に自由度が制限	○	×	△	△
ブログサービス内に自由度が制限	○	×	△	△

あきばれネット・吉本俊宏社長作成

景気の回復の遅れや経済のグローバル化が進むなか、税理士・会計士事務所は業務の多様化が求められる、よりいっそう厳しい経営環境になってきている。そこで今回は、既存の顧客とのコミュニケーションの強化や円滑化、新規顧客獲得のために注目されている「ITツール」ビジネスブログを取り上げ、ブログの効果的な活用例について取材してみた。

今、注目の「ビジネスブログ」  
自分の能力やスキルをアピール  
新規顧客獲得につながる手段に

## ブログの発祥は米国 日本では03年に開始

ブログの発祥地は米国だ。99年8月にパイラ社というASPサービス事業者が、ブログ作成のための簡単な作成ソフト「blogger」を提供したことが始まり。このbloggerの登場によりブログサイトがつぎつぎに誕生した。

日本でブログサービスが始まったのは4年後の03年12月だ。インターネット・プロバイダー大手の「ニフティ」が「ココログ」というサービスを開始したのが最初。その翌年にはOCN（NTTコミュニケーションズ）も「ブログ人」を提供し、今日の大ブームへと発展。代表的なブログとしては、「ライブドア・ブログ」、「楽天広場」、「はてなダイアリー」などがある。

「いずれも『人』が売り物の商売です。それだけに顧客にこの人は優秀だ、信頼できると思わせることが肝心です。新規の顧客を獲得する方法としてよくあるのが、既存のクライアントから紹介してもらう方法です。が、開業したばかりの人はその顧客がないわけですから、初対面の人に自分の能力やスキルを上手くアピールできるかどうか、顧客獲得のポイントになりますね。自分の人脈が頼りというわけですね」

そのひとつにホームページ（HP）がある。しかし、開設するためには、インターネットの専門知識が必要で、ビジネスサイトとして使うためには、制作経験もいる。ときに一般のユーザーが制作すると、素人っぽいデザインになってしまう、ビジネス用としては使えないことになることも。

また、HPの更新も一般のユーザーでは難しいので、どうしても業者に依頼すると更新の度にコストがかかってしまう。つまり、HPを運営するためには、かなりの構築費用と運営（更新）費用を覚悟しなければならぬということ。

ところが、ブログはインターネットの専門知識のない人でも簡単にはじめられるのだ。ウェブの「ブログサービス」にはテンプレートといったソフトが用意されているので、誰が作成しても一定レベルのデザインのサイトを制作でき

る。本格的なビジネスブログを作成する場合でも、業者に支払う構築費用はHPの約5分の2ぐらいですむという。さらにブログには、ユーザー自身で更新ができるというメリットもある。コンテンツが文章だけなら、書き加えて保存するだけでOKだ。

なお、ブログとHPとの違いについては、図1で参照いただきたい。

## ビジネスブログは 「人が売り物」の商売向き

実際にブログを活用して、新規顧客開拓やクライアントとのコミュニケーションづくりで成功した事例を紹介してみたい。

山本憲明税理士事務所（千葉県船橋市）の山本憲明所長（35歳）が、事務所を開設したのは今年の



山本憲明所長



山本憲明税理士事務所のブログ <http://blog.rakuzei.com>

1月。開業以来、HPやメルマガ（メールマガジン）を活用してアピールしてきた。ブログを導入したのは昨年5月。はじめた理由についてはこう説明する。

「税理士というと、とかく、とっつきにくいというイメージで見られがちです。そこで、ブログを通じて親しみやすく、気軽に声をかけられる税理士というイメージをつくりたかったのです」

税務の話や税金対策などをテーマにしたコラムを掲載しているが、「できるだけやさしい言葉でわかりやすく説明しよう」と努力しています」と話す。

そんなブログがご縁で顧客先になったことも。



真保税理士事務所のブログ <http://corevalue.seesaa.net/>

「金型メーカーの経理担当者で、合いの最初はブログだったのですが、メールや電話をもらうようになりまして。あるとき、実は会社のことでも困っていることがある、といわれて相談に乗りました。そして、結果的にその会社の税理士を任せられることになったのです」と山本所長。

そういった経験から「ブログはHPの代替ツールではなく、あくまでも入り口と位置付けています。ブログにアクセスしてきた人が興味を抱き、HPにたどりついてくれたらと考えています」と。さらに、ブログの活用方法として、「連載しているコラムが一定量になっ



真保裕行所長

「顔を合わせる機会が少ないお客様もいる。そのために、役に立つ情報をダイレクトで速く発信したいと考えました」と真保所長は明かす。

「成功の法則」という経営者向きのブログを週1回連載している。

**コストではなく  
回収できる投資**

「たら、本にして出版したい」と思っている。やはり活字には電子メディアにはない魅力があるという。

一方、真保税理士事務所(神奈川県川崎市)の真保裕行所長(32歳)は、二代目税理士だ。「お客様との関係を強化するため、ブログを導入している。というのも、事務所の顧客は首都圏だけでなく、福島県や新潟県などに広がっているからだ。

「ブログの便利なところは更新が簡単で、すぐに発信できることですね。税理士会の研修などで、最新の税改正などを学んだり、税務調査で調査官がチェックするポイントなど、お客様に伝えたい情報が得られれば、すぐに更新するようになっています」と真保所長。

アクセス件数は1日50〜100件。コラムを見たといつて、社会保険労務士や税理士がコメントをくれたり、パートで働いている主婦から節税対策の相談を受けたこともある。

「ブログをはじめ、お客様から好評を得ています。ブログで情報を発信することにより、逆にさまざまな人からの反響で、情報が集まるようになりました。情報を提供したら、自分のところに返ってくることを実感しています。ブログはたしかに手間などかかりますが、将来のための投資だと思えます」

**無料サービスを使い  
まずはブログを体験**

ところで、ブログの開設方法は次の2通りがある。ひとつはウェブサイトのブログサービス(無料と有料サービスがある)を利用

する方法。MSNやYahoo!など多くのサイトがあるので、どれかにアクセスし、IDとパスワードを取得すればすぐにでも始められる。無料サービスの場合は、商用制限があったり、デザインをカスタマイズできないものなどもある。ブログとはどんなものか、とにかく体験してみたいという人にはオススメの方法だ。

さて、有料ブログサービスについては、「BOXER BLOG」(日立製作所)や「TYPEPAD」(シックスアパート)といったビジネスを想定したサイトもある。独自ドメインでの利用やデザインのカスタマイズも可能だ。

もうひとつは、「ブログ作成ソフトウェア」をインストールして開設する方法。この方法を利用するには、インストールするサーバーが存在すること、独自のドメインを取得していることが前提になる。既存のHPと連携させたり、デザインのカスタマイズができるほか、アクセス機能やSEO(Search Engine Optimization=検索エンジンで上位表示するためのテクニック)のチューニングができるなど機能が充実している。本格的なビジネスブログを構築できるので企業向きだ。

いろいろあるブログ特有の機能

ブログならではの機能に、「コメント」「トラックバック」「アクセス解析機能」「データベース機能」などがある。カンタンに解説してみよう。

「コメント」

ブログには各記事の末尾にコメント欄があり、コメントを書いたらそのままページに反映される。ブログの運営者がそれを見て、返事を書くと、その返事も公開される。

「トラックバック」

読み手がブログの記事のなかで、おもしろい、共感すると思った記事を読み手の開設しているブログと双方向にリンクさせる機能。

「アクセス解析機能」

時間ごとにアクセス件数がわかる機能。アクセスした人がどの検索エンジンで、どういう言葉を入れて、自分のブログに飛び込んできたのかわかる「リファラー機能」もついている。

「データベース機能」

ブログには文章などコンテンツをひとつのデータとして一括して管理する機能がある。いつ、どこに記録したのかを忘れても、検索語を入れると、すぐにその箇所を捜し当てることができる。

「税理士が自分の能力や経験をアピールする手段はこれまでで少なかった。せいぜい、セミナーを開催したり、雑誌に投稿するぐらいだった。ブログは能力やスキルをアピールできる最適なツールだと思えます」と吉本さん。とはいえ、開設するにはインターネットの専門知識が必要なので、「ブログの構築は外部のプロに依頼し、執筆や更新は自社で行うというのはどうだろうか」とアドバイスする。

なお、あきばれネットでは、制作サービスのほか、顧客の心を捉えるブログの文章の書き方や、ホームページ、メルマガ、Eメールなど他のITツールとの効果的な使い方などについてアドバイスしたり、電話やファックス、営業マンの訪問など、既存のコミュニケーションと組み合わせた総合的な営業支援も行っている（詳しくは、ホームページ <http://www.blogdehp.jp/> を参照）。

ブログを上手く活用し、新規の顧客を活用していく。いよいよITによるマーケティングの時代がやってきたようだ。

ビジネスブログをテーマにした書籍の発刊も相次ぐ

ブロガーの急増を受けて、ブログおよびビジネスブログに関する本も続々と出版されている。最新の書籍を紹介する。



『ビジネスブログのつくりかた』  
齋藤伸也・小暮正人 著  
秀和システム 1365円

ビジネスブログの基本がQ & A方式でわかりやすくまとめられ、ブログをつくる前段階にやるべき基本戦略の設定の仕方も解説されている格好の入門書。ビジネスブログ活用例では土業ブログも取り上げ、人気ブログの共通点などについても触れている。

また「実際にブログを始めてみよう」という章では、Eメールを送ったことがないなどまったくの初心者想定し、ビジネスブログの前に、まずはブログを使ってみることをアドバイス、ブログのつくり方から丁寧に解説している。そしてブログを書きつけるテクニックについても伝授している点が特徴だ。

著者の齋藤氏はウェブ制作やコンサルティングを手がける(有)イーナチュラルの代表取締役。04年にビジネスブログ情報サイト「ビジネスブログ」を開設、企業がブログを営業やマーケティングに活用するための情報提供をしている。



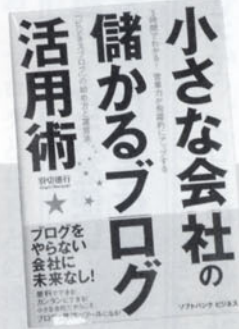
『「ビジネスブログ」で儲かる会社になる』  
岡林秀明 著  
東洋経済新報社 1575円

ビジネスブログを利用し、いかに会社の応援団を育てて口コミを広げていくのか、そのアイデアが満載。

ビジネスブログの具体的な事例が豊富で、単なる解説書ではないのが特色。「一見、なんの変哲もないサイトにも、さまざまな販促手法やノウハウが詰まっている。成功するサイトには成功するだけの理由がある」ということを実感できるはずだ。

とくに、第3章から第5章では、「情報連鎖」「情報発信」「情報共有」というビジネスブログの機能の切り口ごとに具体例をあげているので、どのように活用していけばいいのか、そのヒントがピシッと書き込まれている。

さらに最終章では、ビジネスブログで成功するための秘訣を10項目にまとめて紹介、即役立つポイントが押さえられている。



『小さな会社の儲かるブログ活用術』  
羽切徳行 著  
ソフトバンクパブリッシング 1470円

実際に小さな会社を経営する著者が、自身で体験したイロイロなサービスやツールに触れながら、蓄積してきたノウハウを紹介している。実践的な情報が詰まっているため、中小企業の経営者や自営業者などに参考になるはずだ。小さな会社が参考にしたいブログの実例も豊富に掲載されている。

無料ブログの解説から、よりビジネスに直結したブログ展開が可能なブログソフトを活用する方法までを紹介。さらに、ステップアップして、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）中にブログを組み込み、どう活用するかといったブログ営業の方法とか、CMS（コンテンツ・マネジメント・システム）であるXOOPS（ズープス）の中でブログを活用する方法など、わかりやすい事例を引き合いに、最新のブログにアプローチしている。