

同友会活動における

インターネット活用上のヒント

中同協情報化推進本部

2001.2.23 初版作成
2007.11.1 改訂

・ホームページ開設・運営にあたって

目的や対象を明確にしておきましょう。

- ・何のために開設・運営するのか、同友会やその活動を会外に知らせるためなのか、会の情報化の一環として会員向けのものとするのか、を明確にしましょう。それによってサイト全体の構成や各ページごとの持つ意味・目的が明確になり、コンテンツもそれに応じて適切に展開できるようになります。
- ・いずれにしても、同友会とはどういう会なのかを正確に伝えるものであること。同友会の目的や何をしているところなのかは伝わるものであることが大切です。
- ・対外広報を中心とした場合は、報道機関、行政機関、会外経営者に閲覧されることを意識して、同友会が日常的に行っている行事（特に例会）の案内や、会外経営者などに参加を呼びかける行事の掲載、各種調査資料の＜即時＞公開、政策要望などの掲載が考えられます。この場合、会員外の人たちにもわかり安い表現とし、同友会独特の用語を使わない（使う場合は説明を加える）などの配慮をしましょう。
- ・現状では国民が100%インターネットに接続しているわけではなく、情報発信の手段であることを自覚し、各同友会運動の中で力をどこまで割くのかを明確にし、同友会を発展させるための無理のない内容となるようにしましょう。
- ・最近では非常に多くの人々がインターネットを利用した情報収集をしており、不正確あるいは古い情報がホームページに掲載されていたとしても、情報として認知されてしまうことがあります。掲載内容をしばしば見直して、同友会が正しく表現されているか、現状が正確に掲載されているかなどに注意を払いましょう。



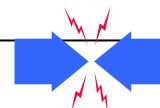
管理運用組織を明確にしておきましょう。

- ・「中小企業家同友会」という名称を使うホームページは、各同友会組織の役員会の承認を得る事が望ましいでしょう。ホームページには同友会の発信であることを明確にするよう、発信者や連絡先が明記されていることはもちろん、引用の出典や情報の確認先、更新日時、いつから運用しているかなどがわかるようにしておくことで情報の信頼性が高まります。
- ・開設時には、準備委員会などを設けて熱心に論議されることが多いものですが、ホームページは立ち上げることと同様、日々の管理運用と継続が大切です。きちんとした運用のためには、事務局員や特定の個人会員による運用ではなく、組織的管理運用が大切です。既存の体制の一部にその組織を求めることもできますが、ホームページの性格上、会の総合的な動きをつかみリアルタイムで反映するため、役員会に近い所で専門家も交えた柔軟な運営組織を持つところが増えていきます。
- ・運営の規範・尺度は同友会理念です。運営する側は常に同友会運動の実践を通じてその理解を深めるよう努力しましょう。

更新と相互リンクが肝心です。

- ・ホームページは立ち上げただけでは、多くの閲覧者は得られません。各同友会組織の実情に合わせて頻繁な更新をする、あらゆる機会にホームページの存在やURLを知らせる、また同友会活動に則したキーワードを意識して使うことで、検索サイトでの評価も上がり、サイトへの信頼も高まり、同友会運動への理解も深まります。逆に更新を怠れば、その性格上1同友会にとどまらず、全国の同友会の評価を損なうこともあり得ることに注意しましょう。
- ・同友会組織相互の発展をめざすため、相互リンクなどで連携し、広く社会に真の同友会の姿を知らせるものとなるように努めましょう。リンクは信頼の証です。同友会間のみならず、他団体や会員企業のホームページとのリンクも進めましょう。ただしその際はメールなどで依頼し了解を得るようにしましょう。
- ・ホームページは簡単に管理運営するだけもが更新できる仕組みや更新情報を発信する仕組みなども積極的に取り入れていきましょう。

著作権やプライバシーを尊重しましょう。



- ・著作権を有する画像や映像、音楽はもちろん、同友会のニュースに掲載した外部講師の講演録、会員の経営体験の記事、他のホームページなどを無断でコピーして掲載することはつしみます。必ず著作権者の許諾を得るようにし、記事化されたものについても、掲載された本人の了解を取る必要があります。
- ・会員名簿の掲載など個人情報の取り扱いには本人の意志を確認するなど、個人情報保護法への遵守が必要です。掲載の際には法令或いは行政機関が発表しているガイドラインなどに沿っているかを必ずチェックしましょう。また、インターネットのみならず、会内での会員名簿そのものの取り扱いについても慎重な対応が必要です。

・電子掲示板（ＢＢＳ）の活用にあたって

管理者の対処の仕方を明確に。

- 最近、会員間の交流の促進を図る目的で、掲示板（ＢＢＳ）をホームページ上に開設する同友会が増えています。掲示板は各会員の発言がWeb上に公開され、自由な討論に活用することもできますが、一方で無責任な誹謗・中傷が行われることがあることに注意し、運用していく必要があります。
- ・また、掲示板では文章による議論が行われるために、表現等による行き違いから、思わぬ誤解が生ずる場合もあります。掲示板の管理者はそのような問題が生じた場合、どのように対処するかをあらかじめ参加者に明示していかなくてはなりません。また管理者は問題があると思われる発言に対しては、毅然とした態度で削除する姿勢も求められます。
 - ・管理者が発言内容を確認してから初めて公開されるような掲示板システムを使用することも検討しましょう。

・電子メールの活用にあたって

メーリングリスト（ML）について

- ・会内での会員間交流を促進するようなMLやテーマを決めて論議するMLが各同友会組織でつくられ、活発なメール交換が行われています。MLでは管理者や運営主体を明確にし、MLの目的や運営方針を参加者にきちんと知らせることが大切です。参加者は発言に責任を持ち、誹謗中傷は法的な責任が問われる場合もあることを自覚しておく必要があります。
- ・参加者間でのメール交換とはいえ、掲示板と同様に、思わぬ誤解が生じる場合もあります。管理者はその可能性に注意し、問題が生じた場合には速やかに対処することが必要です。・運営の規範・尺度は同友会理念です。管理・運営する側は常に同友会運動の実践を通じてその理解を深めるよう努力しましょう。
- ・メールに感染するコンピューターウイルスが添付ファイル形式をとるものが多く存在しています。ML上では添付ファイルを禁止することも選択肢の一つでしょう。いずれにしても、参加者にセキュリティー対策を促すことは望ましいでしょう。

同報メールの発信について

- ・各種案内や簡単なニュースなどを会内の特定の会員や全会員対象に同報することが増えています。CCで送ると同報する個人のメールアドレスがすべて公開されてしまうので、BCCを使うなどして個人情報保護に配慮しましょう。または、登録制のメールマガジン形式をとることも考えられます。
- ・添付ファイルは基本的につけず、ネット上からダウンロードできる仕組みなどを考えましょう。これはメールに感染するコンピューターウイルスが添付ファイル形式をとるものが多く存在するため、添付ファイルが常態化すれば、受信者すべてが感染してしまう可能性が高まるからです。

・組織活動支援システムや一般にあるSNSの活用にあたって

特性を見極めて適切に使いましょう。

- ・最近では組織活動支援システム（e.doyu など、一般にはグループウェアともいう）を使って、会内コミュニケーションの円滑化や情報共有の高度化が図られています。e.doyu などの活用の効果は参加者のなるべく多くが操作に慣れる事で飛躍的に高まります。導入だけでなく、導入後に参加者が習熟できるよう、活用促進に努めましょう。
- ・SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）のコミュニティ機能を利用して、会内のビジネス交流や経験・情報交流が行われるようになってきています。参加者自ら発信し、独自のネットワークをつくることができるようになることから、会内での本格的な利用にあたっては、申し合わせ事項やコミュニティ設置の際のガイドラインなどで運用方針を全会で共有していくことが大切です。ビジネス交流の場合は特に、会員間とはいえ、インターネットの中だけで完結することはまれです。実社会での交流やビジネスを補助する手段と考えると、過度な信頼や期待を寄せずに適切に活用することが重要です。
- ・一般にあるmixi（ミクシー）などのオープンなSNSや独自に構築したSNSを利用して、同友会の枠を超えた交流が行われています。同友会が組織的に運用するものでない場合は、管理者の個人的な判断による運営となりますので、「同友会有志」などの名称としましょう。

【用語解説】

ポータルサイト：ポータルとは英語で「入り口、玄関」という意味。ブラウザ（ホームページ閲覧ソフト、Internet Explorer など）を立ち上げたときにまず表示されるウェブサイト（ホームページのある場所）。基本的には利用者が1番使いやすいとするサイトのこと。

認証：ページに入るときに、ID やパスワードなどが求められ、入力したものがウェブサイト上で照合されて正しければ、そのページに入ることができる仕組み。

メーリングリスト：メールの同報配信機能を利用したコミュニケーションの場。1つのメーリングリストのアドレスに送れば、登録者全員にメールが同時配信される仕組み。

CC：カーボンコピー。宛先（TO）に届いた電子メールにアドレスがすべて表示される。

BCC：ブラインドカーボンコピー。通信相手に知らせずに第3者に同じメールを送りたいときに使う機能。BCCに指定したアドレスに送られたことはTOやCCで指定した通信相手には知られない。

参考文献：「インターネットを利用する方のためのルール&マナー集」電子ネットワーク協議会、「NETWORK MAGAZINE」アスキー、「日経パソコン」日経BP など

SNS：ソーシャル・ネットワーキング・サービス。人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の会員制のサービスである。あるいはそういったサービスを提供するWebサイト。さまざまなつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する仕組み。企業や省庁の情報格差解消のために取り入れられることが増えている。

コミュニティ：ここでいうコミュニティとは上記SNS内に設置される機能の一つ。一般的には掲示板的な機能を使い、それぞれの書き込みを他のメンバーと共有できる。また参加コミュニティの一覧によって、自分が興味を持って事柄や趣味などを端的に表現するなどの特徴がある。

グループウェア：インターネットや組織内（企業や団体）ネットワーク（LAN など）を通じて、情報共有やコミュニケーションの効率化をはかり、組織やグループによる協調作業を支援するソフトウェアの総称

参照：Wikipedia、はてなダイアリーなど