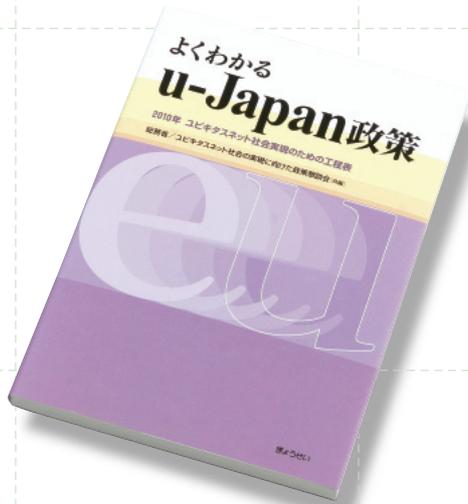


『よくわかる u-Japan 政策 2010年ユビキタスネット社会実現のための工程表』



総務省 /
ユビキタスネット社会の実現に向けた政策懇談会 共編
ISBN : 4-324-07634-0
ぎょうせい
定価 : 2,000 円 + 税

「パソコン中心」のネットワークから「ユビキタス」へ 新段階に入る日本の情報化政策を読み解く

森山 和道(サイエンスライター)

政府が掲げた「2005年までに常時接続可能な世帯数を3000万以上に」という目標は(政府のおかげとはいえないと思うのだが)達成された。現在は利活用推進が実行されている。次が必要だ。そこで政府が掲げているのが「u-Japan」である。「u」はもちろんユビキタス。重点ポイントは3つ。これまでの有線中心のインフラではなく有線無線関係なしでシームレスなネットワーク環境の実現。情報化促進ではなく具体的な社会課題 すなわち高齢化社会問題ほかの解決へ。 利用環境整備の抜本強化。単にITを活用云々ではなく、当たり前のように技術を使い、新しい価値を創発することを目指すという。もちろんデジ

タルディバイドやプライバシー問題の解決が前提だ。本書は、その政策提言の内容や背景をまとめたものだ。2005から2010年までのスケジュールと成果目標からなる「工程表」が掲載されている点が特徴である。この分野に興味がある人ならば、とりあえずこの工程表に目を通しておく必要はある。

本書では、いわゆるITを「ICT」と呼んでいる。「Information & Communications Technology」の略だ。これからはコミュニケーションが重要であるということで、特にICTを使ったそうだ。「つながる」ことが目標だった時代からつながることで何を生み出すかが目標の時代へ。何が生まれるのだろうか。

『集客・営業・顧客サポートまでこれひとつ! ビジネスブログのつくりかた』

大人気のブログを“できる営業マン”として雇う!?

ウェブマーケティングのプロによるハウツー&ケーススタディー集

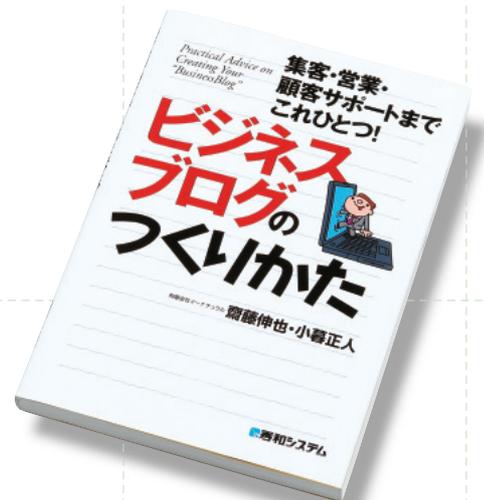
増田 真樹(ジャーナリスト)

5年間くらいブログのことがかり考えていると、ウェブサービスの変容や社会への影響、そして今後の普及の姿がぼんやりと見えてくるようになる。特に2005年度は、日本のインターネットカルチャー始まって以来の普及期にあり、現在300万あるブログの数(筆者独自調査)はもちろん、内容の多様性や質の向上が顕著になると予測できる。当然、本として書けるネタも多様になってくるわけで、その証拠にこの春には数十冊の“ブログ入門書”が出版された。

しかし、ブログの本質をきちんととらえ、道具としてのブログ&インターネットを戦略的に使いこなそうという発想の本がないのが気になっていた。そこで登場し

たのが本書である。メルマガからスタートした人気ブログ「[N]ネタフル」のオーナーであるコグレ氏と、彼の所属するイーナチュラル代表の齋藤氏による共著は、「ホームページをできる営業マンに!」というきわめてわかりやすいテーマを掲げ、ブログの仕組みや効果について、当事者の意見をふんだんに取り入れながら丁寧に紹介している。

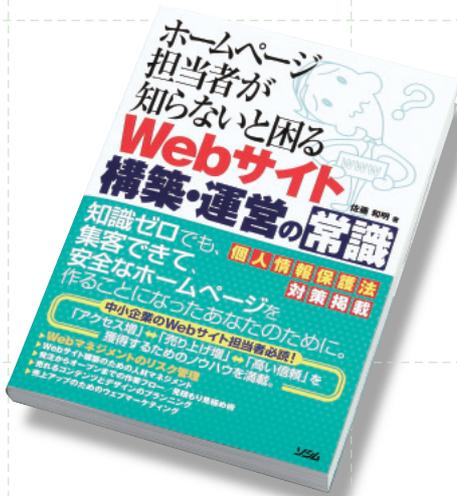
中でも秀逸なのがケーススタディーだ。税理士・弁理士に始まり、建築会社、学校、製造、販売と、さまざまな業界・業種にまたがり、それぞれでブログマーケティングが適用できるのかを考察し、理想的な導入戦略を提案する。パラパラ眺めているだけでも感心させられるだろう。



齋藤 伸也・小暮 正人 著
ISBN : 4-7980-1015-4
定価 : 1,300 円 + 税
秀和システム

本でしか得られない知識がある。
今月の、お勧め、お役立ち、元気になる書籍。

『ホームページ担当者が知らないで困る Web サイト構築・運営の常識』



佐藤 和明 著
ISBN : 4-88337-388-6
定価 : 本体 1,500 円 + 税
ソシム

ウェブマーケティング推進とリスク回避 個人情報保護法のジレンマ解消策を解き明かす

山川 健(ジャーナリスト)

もはや中小・零細企業でもウェブサイトを持つことは常識。特に一般消費者をターゲットにビジネスを行っている場合、ウェブの有無どころか、その質と内容が直接売り上げに大きく影響する。ウェブを開設すればそれでよし、という時代はすでに遠く、今ではウェブによっていかに収益増につなげるかが、各企業の大きな課題となっている。加えて、頻発するウェブからの個人情報流出への対処も重要な問題になりつつある。

ウェブによるマーケティングを推進すればするほど、リスクが増大することは否定できない事実。売り上げアップを図り、かつリスクを減らす方法を解き明かしたのが本書だ。

ある日突然、ウェブサイトの構築やリニューアルのプロデュースを命じられた担当者や、ショッピングサイトを運営しようとする個人事業者が読者ターゲット。ウェブ構築の基礎、ウェブマーケティング、危機管理の3部構成で、開設から売り上げアップ、リスク回避まで、サイト運営のノウハウを総合的に紹介。中でも4月に施行された個人情報保護法について多くのページを割いている点が特徴だ。法の内容、個人情報の定義、対策が記されている。

ハウツーにとどまらず、IT ビジネス書としての色合いも濃い。ウェブマーケティングの常識を知るための入門書として読んでみるのもよいだろう。

『カーニバル化する社会』

自らネット社会に身を置く新鋭社会学研究者が 現代社会のメカニズムを解き明かす

斉藤 彰男(編集者、SE)

本書は、新鋭の社会学研究者鈴木謙介氏が、現代社会の諸相を解き明かした書籍である。

鈴木氏は、まず2004年4月におけるイラクで武装勢力に拉致された人質へのバッシングと、同年5月の北朝鮮拉致被害者家族会へのバッシングを紹介しながら、それを“ある種、度を過ぎた祝祭”=「祭り」として捉え、いま私たちの生きる社会は、この「祭り」を駆動原理にし始めているのではないかと指摘する。

2ちゃんねるやブログに書かれた話題がネットの噂になり、それをマスコミが取り上げ、バッシングにまで発展してしまう。その「祭り」のメカニズムを社会学の視点で分析したのが本書である。

鈴木氏によると、その根底には高度に発達した情報社会、とりわけ個人の情報を蓄積するデータベースと個人との新たな関係が存在すると分析する。

その詳細は、書籍紹介の域を超えるのでここでは触れないが、そのような視点から、本書では続いて、携帯電話への依存、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)ブームといった昨今のネット社会での現象も読み解いていく。

鈴木氏は、ブログサイト「SOUL for SALE」を運営し、自身の研究のみならずブログ批評・ツールの解説など幅広い分野の執筆をしている。一度、訪れてみることをおすすめしたい。

<http://www.asvattha.net/soul/>



鈴木 謙介 著
ISBN : 4-06-149788-X
定価 : 本体 700 円 + 税
講談社



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp