



札幌西支部 岡崎 正毅 Masaki Okazaki

ウィンターセミナーでリクルート

平成18年から、私・岡崎が委員長に就く。まず、こだわったのは隔月・年6回の定期発行。他の地域会で毎月発行のところもあるけど、北海道会にはそんな人的な資力も余裕もなく、隔月発行が精いっぱいである。

また、委員の確保に努めた。毎年、ニューメンバーズのウィンターセミナーに参加し、夜なべ談義の中で、入会間もない会員のリクルートを徹底的に行った。

「TKCは委員とかを頼まれたら、断るのではなく“はい、やります”というのが鉄則・伝統だからね」の口車に乗せられて、広報委員になっていた皆さまに改めて感謝を申し上げます。

ウィンターセミナーは、税理士試験合格者の祝賀会と入会勧誘を兼ねており、1月中旬に1泊2日で開催されている。なので、毎年お正月明けに定山溪に赴く私に、妻は「あなただけ定山溪の温泉に行くのね」と皮肉を言い続けた。

そこで、土日にドライブと買い出し等を兼ねて、日帰り温泉で妻の機嫌を取ることに。札幌近郊だけではなく、ニセコ方面や空知、胆振、日高の温泉をも巡った。ここ数年は、広報委員長を辞めて妻の皮肉もなくなり、あるいは年齢とコロナ禍で、日帰り温泉巡りも以前に比べ頻繁ではない。

編集・校正はマニアックな作業

さて、ウィンターセミナーのリクルートのおかげで、記事を書くことに慣れていない委員が多くなったので、共同通信社が発行する『記者ハンドブック』

を各人に配布し、表記の統一化を図った。当初は戸惑っていた委員も次第に慣れ、校正作業は一種のあら捜し状態、極めてマニアックなことになっている。

例えば、「株式会社TKC」なのか「(株)TKC」なのか、「大同生命」なのか「大同生命保険株式会社」なのか、「大和ハウス」と「大和ハウス工業株式会社」、「積水ハウス」と「積水ハウス株式会社」、「北洋銀行」等には株式会社を付記すべきか。あるいは「飯塚毅先生」なのか「飯塚毅博士」なのか「飯塚毅名誉会長」なのか「飯塚毅初代会長」なのか。

さらに、エッセイやコラムなどの属人的な原稿は「〇〇〇〇先生」の表記を認めても、会合開催等の一般的な記事は「〇〇〇〇会員」に統一。また「挨拶」は「あいさつ」、「我々」は「われわれ」、「及び」「頂く」「様々」「色々」→「および」「いただく」「さまざま」「いろいろ」であり、「分かる」「判る」「解る」→「分かる」に統一、といった具合だ。

また最近では、データを印刷所に提供すれば校正原稿ができあがるが、当時は、まだそれ程デジタル化されておらず、1行22字・左右1段40行の割付用紙に、1頁ごとに行数や文字数を考慮しつつ、見出しや写真、行の流れ等を1つ1つ指定し、紙面構成(レイアウト)を決めていた。ホント、職業会計人であることを忘れる程のマニアックな作業であった。

1000字の記事より1枚の写真

紙面の読みやすさにも工夫を重ねた。

記事を読まなくても見出しを見れば内容が伝わるように、最も伝えたいことを主見出しで表し、

サブ見出しで補足し、さらに記事の文中になるべく小まめに小見出しも差し込んだ。

掲載する写真にもこだわった。会合等の雰囲気等が視覚的にも伝わるために、撮影を担当する委員や事務局に、写真の撮り方について細かく指示した。登壇者を撮る時は、正面だけでなく左右からも撮ることや、バーストショットや身振り手振りを収めること。会場を撮る時は、後方から演台を撮るだけでなく、左右からも撮り、時には登壇者の後方から参加者の顔が分かるように撮ることや、人物を撮る時は、証明写真的ではなく豊かな表情・笑顔を狙ってほしい等々、いろいろとお願いした。1枚の写真は1000字の記事より雄弁に語るからだ。

この年から、長らく国税で広報関係の仕事に携わっていた光永剛会員が、広報委員を引き受けていただいたのも大変心強かった。

“顔”が見える紙面作りに傾注

最も傾注したのが、紙面の充実。編集方針に「北海道会の“今”を伝え、会員一人ひとりの“顔”が見える紙面作り」を掲げた。

そこで、総会や秋季大学、研修会など各種会合については、なるべく詳細に記載し、写真も多用し、参加者の声なども掲載し、参加しなかった会員に内容が伝わるようにした。

また、道会の会合だけではなく、各支部の会合もフォローするために、各支部から広報委員を輩出していただいた。旭川支部の舟橋馨会員や空知支部の谷勲会員、坂本和繁会員、函館支部の鎌田ふくみ会員をはじめ、幾人もの支部委員や支部長にお世話になった。

企画物も、編集会議で知恵を出し合い検討・協議し、果敢に挑戦した。

「事務所訪問」の連載復活や、タイムリーな話題にスポットを当てた「会員訪問」。支部の沿革や状況と会員の個性を紹介する「支部物語」とか、電子申告・継続MAS・企業防衛の推進など、TKC会員としての初めて経験したことを「初体験物語」として原稿を依頼したこともあった。

あるいは、「飯塚毅博士アーカイブ」をWebサイトから転載し、約4年間24回にわたって、新入会員や『かいほう』を毎号提供している外部（銀行や提携企業その他）の関係者に、飯塚毅初代会長の事績を紹介した。

皆で手当たり次第に原稿依頼

“顔”が見える紙面を目指す企画として、コラム「eひと・eはなし」やリレーエッセイ「時・空・人」の新企画をスタートさせ、ベテラン会員から新入会員、TKC社員に至るまで、委員皆で片っ端から手当たり次第に声をかけ、原稿依頼を繰り返した。毎号、毎号、数名の会員らが必ず登場し、その都度お人柄等を拝察・認識できて、『かいほう』に親近感を抱いていただけたかと思う。やはり、人はヒューマンインスタント記事に興味・関心を持つのである。

さらに、小中圭三会員のコラム「棚おろし評」は、小中会員が逝去される直前まで続き、71回の長期連載となった。また、遠藤成紀会員の「せいきの業務日誌」と山谷謙太会員の「けんたの業務日誌」は、外部の読者にも大好評で、『かいほう』に新しいイメージを与えてくれた出色のコラムといえよう。（次号へ続く）