

[特集1]

コンテンツ管理システム

[CMS]

の ス ス メ

text: 増田真樹@metamix.com

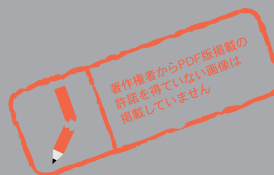
先田千映

中野和人

編集部

ウェブサイトの内容やサービス機能に加えてワークフローまでも統合管理するコンテンツマネジメントシステム。CMSにより、サイトの作成・管理・運営は格段に効率化できる。限られた予算と人員でウェブサイトを運営しなければいけない企業が注目するCMSの本質と、サイトの性質によって変わる適切なツールの選び方を解説する。

ウェブ制作と
運用がラクになる!



データも機能もコンテンツとして処理する!

ウェブサイトの統合管理で作業効率を向上させる

コンテンツ管理からサイト制作スキームへと進化したCMS

CMSの基本機能を前面に押し出す Movable Type

コンテンツリポジトリからのページ生成がCMSの基本機能

テクノロジーの発展に伴い、ウェブサイトは著しい進化を続けてきた。企業業内代わりのいわゆる「ホームページ」だけでなく、業務システムに密接に関係するポータルサイトや、顧客との接点となるコミュニケーションサイトなどの機能がウェブサイト要求される中、企業では限られた予算と人員で多様なニーズに対応を余儀なくされているのが現状だろう。そこで、ウェブコンテンツを効率よく管理できるツールとして注目されているのがCMS(Content Management System)つまりコンテンツ管理システムである 1。

CMSツールは、製品からオープンソースのものまで何十種類もあり、システムインテグレーションしながら導入する大規模な企業システム用のものから、小規模なコミュニティーサイト向け、ウェブマガジン向けのものまでさまざま。これらをすべて同じ「CMS」として1つのカテゴリーに分類するのは難しそうに見えるがどうだろう。

これまでは「CMS」と言うと、コンテンツをデータベース(コンテンツリポジトリ)に格納して、それらをウェブサイト上でどのように表示するかをカスタマイズする仕組みを持つものを指していた。確かに、ウェブサイトの基本である文字と画像をコンテンツとして、それらのウェブサイトでの表示を管理するのがCMSツールの基本機能の1つであり、この機能を目的としたものを「第1世代のCMS」と呼べる。第1世代のCMSはCGIやASPで作られた、シンプルなプログラムであった。

1 コンテンツのマルチユースを目的としたCMSなどもあるが、この記事ではウェブサイトの管理運営に役立つCMSに絞って解説している。

1 コンテンツデータ入力
記事として入力したコンテンツデータは独立してデータベースに記録される。

3 ウェブページ生成
コンテンツデータにデザインテンプレートを適用して、サイトで表示するウェブページが自動的に生成される。

2 デザインテンプレート登録
記事データをどのようにページに表示するかをテンプレートで定義しておく。



第1世代のCMSツール
目的: ウェブページの内容と表示を管理する
コンテンツ: 文字と画像
管理内容: どのように表示するか

blog用ツールとして知られる Movable Typeは、コンテンツデータとデザイン&レイアウトの制作プロセスが分離されている。これがCMSの基本機能だ。デザインテンプレートをあらかじめCMSに登録しておけば、入力したコンテンツにデザインビューが自動的に適用されてウェブページが生成される。テンプレートはXHTMLやCSS、XMLデータなどさまざまなフォーマットで定義できるので、表現力に制限はない。コンテンツは単純なテキストだけでなくHTMLやJavaScriptの記述が可能で、専用のデータベースに格納される仕組みだ。

ワークフローも管理する

第2世代CMSは「統合管理ツール」

CMSツールの基本機能によって、「制作・編集 ページ生成」というコンテンツからページを生成するところまでの作業スキームは劇的な効率化が図れる。

しかし、現在のウェブサイトには単純な文字+画像データのページだけでなく、ウェブサイトで実現する機能として「既存の企業システムとの連携」「ユーザー管理・認証」「コミュニティ機能」「パーソナライゼーション」「メタデータによるサイト内の情報の提供」などさまざまな機能が求められている。また、ウェブサイトの規模が大きくなってスタッフが増えるにつれ、管理・運用者向けのタスク支援として「役割分担」「責任者による公開承認」「時間を指定したページ公開」「サイトデータの世代管理」「オリジナルデータから複数サイトへのマルチチャンネル配信」などの機能が必要とされるようになっている。

「第2世代のCMSツール」とも言うべき現代のCMSツールは、これらのウェブサイト

で実現する機能や管理・運用者向けの機能までも管理できるようになっている。つまり、「ウェブサイト統合管理ツール」としてウェブサイトのコンテンツだけでなくサイト運用のワークフローまでも管理する機能を持っているのである。現在市場にあるCMSツールのほとんどは第2世代のCMSツールで、前節で述べたCMSツールの基本機能に加えて、これらの管理機能を持っている。場合によってはプラグインやモジュールによってこれらの機能を管理する機能を持つこともある。

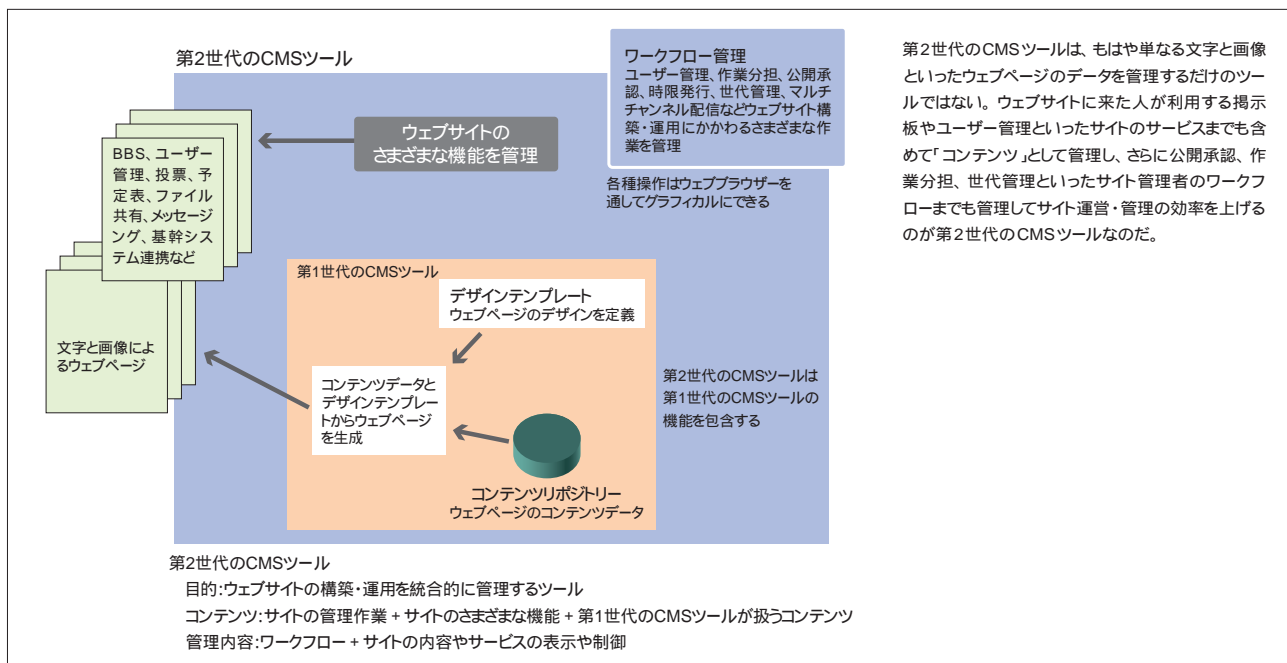
また、第2世代のCMSツールの特徴として、各種の操作がブラウザ上でグラフィカルにできるようになっていることが挙げられる。これにより、技術に明るくない人でも簡単にツールを使い、自分の担当するコンテンツ作成に積極的に参加できるようになっているのだ。

第2世代のCMSに代表されるのはインターオープン、ディバイン、ドキュメントムといった大規模ウェブサイト向けCMSツールだろう。ウェブコンテンツの作成から配信まで

のフレームワーク自体を構成できる強力なワークフロー管理機能を持ち、大規模ウェブサイトの管理コストを大幅に低減する力を持っている。また、Zopeはオープンソースながらも大規模ウェブサイトに対応する機能を備えている。

サイトの機能を管理するという意味では、コミュニティーポータルを簡単に構築できるXoopsも特徴的な第2世代のCMSツールだ。標準でユーザー管理、BBS、投票、ファイルダウンロードなどのモジュールが搭載されているため、手間をかけずにコミュニケーションサイトを構築できる。モジュールの仕様(PHP)は公開されていて独自に新しいモジュールを開発することもできるため、企業システムとの連携もある程度可能になる。CMSの基本機能の解説で紹介したMovable Typeも、ユーザー管理、RSSによる記事情報の配信、トラックバックなどの機能を持つ、れっきとした第2世代のCMSで、用途に合わせて使うことでサイト管理・運用をかなり効率的にしてくれる。

データだけでなくサイトの機能や運用システムも「コンテンツ」として管理する



ワークフロー管理で大幅に効率化されるサイト管理

CMSの最大のメリットは制作スキームの管理と自動化

CMSツールの導入によって得られるメリットとしては、まずサイトのデザインを簡単に統一できる、自由に表現を変えられるというものがある。季節ごとにサイト全体の印象を変えるような技は、CMSを使わなければ大仕事だ。また、アンケートやパーソナライズなどの本来ならば高度なウェブプログラミングの技術が必要な機能を、比較的簡単なGUIでだれでも設定できることのメリットは大きいだろう。

しかしCMS導入の最大のメリットは、ウェブサイトの制作スキームにCMSがかかわることでワークフローを適切に管理できる点にあるのだ。具体的な例を示そう。

1. 運用効率の向上

CMSでワークフローが管理されることで、サイト運営スタッフの労力と時間が節約され、サイトの運用コストが削減される。いつでもウェブページ上でコンテンツを管理でき、承認プロセスなどもCMSで制御できる

ことのメリットは非常に大きい。複数のウェブサイト間でのコンテンツ連動なども、CMS上で適切な設定をすれば以降は人間が介在しなくても自動的に処理される。ページの生成に伴うファイル管理や、関連ページへのリンクの調整などの処理が自動で行われることも考慮すると、これまで3~5人で運営してきた中小規模のウェブサイトなら、CMSを導入することで運営スタッフを2人程度に抑えることは十分に可能だ。

2. 担当コンテンツへの集中

ワークフロー管理やシステムの自動化によって無駄な時間が大幅に削減されるため、各スタッフがコンテンツ制作に集中できるようになる。また、これまででは分離しきれなかったコンテンツ作成・デザイン・スクリプト作成などの各作業が切り離されることで、各スタッフが自分の担当する作業に集中できるようになる。これまで技術者が必要だった部分が自動化されることで、非技術者でもコンテンツの作成に積極的に携われるようになるのも大きなメリットだ。

3. 作業の分散

チームワークでウェブコンテンツを管理する際に、LAN上でのファイル共有では、同じファイルを別のスタッフが同時に編集してしまったり、古いファイルをアップロードしてしまったりするなどの問題が発生していたはずだ。1つのデータベースに対して同じシステムを通して同時に複数のスタッフが作業できるCMSでは作業の分散により効率化が図れる。

これらのメリットは、これまで「ウェブサイトの適切な運用には、知識のあるスタッフが何人も必要でコストがかかる」と躊躇してきた企業にとって大きな魅力になるはずだ。HTMLなどの基本的な知識は必要だが、均等なスタッフの割り当てでコンテンツを運用できるようになるのだ。

CMSツールが持つ機能にどんなものがあるかを下表に、各CMSツールがそれぞれの機能を持っているかの比較を右表にまとめたので、CMSツールを選ぶ際の参考にしてほしい。

CMSツールではこんな機能が利用できる

ウェブサイトの機能

ウェブページ作成	階層構造を持った通常のウェブページ以外に特定用途のページ管理機能を持つ場合がある
画像ギャラリー	画像を表示することを目的としたページ
時系列情報表示	常に最新の情報が上部に表示される構造のページ
情報アーカイブページ	過去の情報をまとめておくページ
コミュニケーション	
掲示板	サイトに来る人同士が情報を交換し合う場所
アンケート	アンケート作成からデータ集計まで含む
予定表	サイトに来る人同士がスケジュールを共有する
パーソナルメッセージング	メールのようにメッセージのやりとりをする
ファイル共有	ダウンロードサイトなどにも利用できる
ユーザー管理	登録制のユーザー認証
パーソナライズ	サイトに来る人ごとに違ったページの見え方にする
検索	ウェブサイト独自の検索

サイト管理者向けの機能

ワークフロー管理	
公開承認	許可されるまでコンテンツが公開できない仕組み。承認は何段階にも設定される場合もある
作業役割分担	スタッフごとに権限と作業を割り当てる仕組み。作業の流れが順次自動的に指示されるように指定できる場合もある
世代管理 / ステージ管理	過去のコンテンツへロールバックしたり、数回分の更新を先に作成しておいたり、テスト用の出力を作成したりする機能
マルチチャンネル配信	1つのコンテンツを異なった複数のサイトにそれぞれ違った形で公開する機能
指定時間発行 / 時限発行	特定のコンテンツを何月何日の何時になったら自動的に公開したり、逆に何月何日になったら見られなくしたりする機能
デザインテンプレート管理	データをページでどのように表示するかを定義しておく。複数のテンプレートを管理できる場合や、テンプレートがモジュール形式で再利用可能な場合もある
ログ解析	ウェブサイトへのアクセスログを解析して表示することでサイトに来る人の動き方などを分析する機能
プラグイン / モジュール管理	各種機能ごとに新たにパッケージ的にインストールして管理する機能。他のシステムと連携するモジュールを他社が開発している場合などもある

ジャンル別CMSツール徹底比較表

ツール名 提供元 URL	管理・運用者向けの機能				ウェブサイトで実現する機能							価格/ ライセンス	対応プラットフォーム			
	ワークフロー管理		デザインテンプレート管理	コンテンツ管理	コンテンツ管理	コンテンツ管理	コンテンツ管理	コンテンツ管理	コンテンツ管理	コンテンツ管理	コンテンツ管理		OS	エンジン	DB	コメント
	作業依頼管理	作業依頼承認														
エンタープライズコンテンツ管理システム																
divine Content Server ダイビン株式会社 http://www.divine.com/japan/														350万円程度～ (要問い合わせ)	Windows, Solaris, AIX J2EEアプリケーションサーバ SQL Server 2000, Oracle, DB2	J2EEアプリケーション開発によりさまざまな用途に対応
Documentum 5 日本ドキュメント株式会社 http://www.documentum.co.jp/														要問い合わせ	各種OS J2EEアプリケーションサーバ 各種RDBMS	Web Content Management製品群を使うことでウェブサイト管理が可能。業種ごとに対応したシステムが特徴
FileNet Web Content Manager 日本ファイルネット株式会社 http://www.filenet.com/japanese/														要問い合わせ	Windows, Solaris, AIX, HP-UX BEA Weblogic Server SQL Server, Oracle	エンタープライズコンテンツ管理システム製品群のウェブコンテンツ対応製品
IBM Content Manager 日本アイ・ビー・エム株式会社 http://www-6.ibm.com/jp/software/data/cm/cmm/														要問い合わせ	Windows, Solaris, AIXなど J2EEアプリケーションサーバ	紙出力の帳票類まで合わせて管理可能なECM製品
Microsoft Content Management Server 2002 マイクロソフト株式会社 http://www.microsoft.com/japan/cmserver/														300万円～ (要問い合わせ)	Windows ASP SQL Server 2000	通常のウェブページ管理も得意なECM
Microsoft Sharepoint Portal Server マイクロソフト株式会社 http://www.microsoft.com/japan/sharepoint/server/														要問い合わせ	Windows ASP SQL Server 2000	企業内ポータル作成ツールだが、Office製品を簡単にポータルで扱える特徴を持つ
One-To-One Content 日本ブロードビジョン株式会社 http://www.broadvision.co.jp/														要問い合わせ	Windows, Solaris, AIX, UP-UX J2EEアプリケーションサーバ Oracle	J2EEアプリケーション開発によりさまざまな用途に対応
Oracle 9i AS Portal 日本オラクル株式会社 http://www.oracle.co.jp/9i/9ias/														125万円/CPU～	各種OS Oracle	J2EE開発環境によりE-Business Suite, Collaboration Suiteの基盤として社内/外を統合的に管理するコンテンツ/ウェブ統合管理システム
Stellent Content Management System 日本語版 日本ステレント株式会社 http://jp.stellent.com/products/01.html														700万円～ (要問い合わせ)	J2EEアプリケーションサーバ 各種RDBMS	あらゆる種類のドキュメントを変換してポータルで扱える
大規模サイト用ウェブサイト統合管理ツール																
4Less Internet 株式会社ネットドリマーズ http://www.netdreamers.co.jp/product/4less/														120万円～ (要問い合わせ)	Linux PHP MySQL, PostgreSQL	アンケートによるCRMや携帯電話向け配信の機能も持った大規模対応のウェブ管理システム
Currentier 株式会社ビーエスアイ http://www.bsi.co.jp/products/prod_web_currentier.html														500万円/CPU	Windows, Solaris BEA Weblogic Server Oracle8i	ワークフロー管理に重点を置いたシステムで、XSLTによるマルチチャンネル配信も可能
InterWoven TeamSite インターウエブ・ジャパン株式会社 http://www.interwoven.co.jp/														800万円～ (要問い合わせ)	Windows, Solaris, AIX Java, Perl	世界的に有名なエンタープライズ統合ウェブ管理システム
NOREN Enterprise Content Server 株式会社アジスト http://www.ashisuto.co.jp/prod/detail.php?A=76														1,500万円～	Windows, Solaris, Linux, AIX, HP-UX JSP, ASP, PHP SQL Server 2000, Oracle, DB2	ウェブブランディングを支援するコンテンツ管理システム
PortalManager ECジャパン株式会社 http://www.ecjapan.jp/products/portalmanager.htm														350万円～	Windows XSLT SQL Server 2000	静的HTML自動生成により、アクセス数が増えなくても速度低下しにくいサイトを構築。サーチエンジン最適化にも適する。
PortalProducer 株式会社日立情報システムズ http://www.hitachihoho.com/solution/portalpro.htm														200万円～	Windows, Linux ColdFusion MX SQL Server 2000, Oracle9i, DB2	「フルバースト」ブレンディングサービスとして、GUIで設定できるパーソナライズ機能を持つ
Vignette Content Suite 沖電気工業株式会社 http://www.oki-vignette.com/														1,500万円～ (要問い合わせ)	Windows, Solaris J2EEアプリケーションサーバ Oracle, SQL Server, DB2, Sybase	大企業向けのウェブサイトコンテンツ管理システム
Webコア 株式会社富士通ソリューションズラボ http://www.ssl.fujitsu.com/products/wcms/wce.html														180万円～	Windows, Solaris 各種RDBMS	Basic, Advanced, Enterpriseの3つの製品から規模に応じて選ぶことができる
小規模サイト用ウェブサイト統合管理ツール																
ALAYA 後方株式会社 http://www.kanata-jp.com/alaya/														基本料350万円～ 月額20万円～	-	小規模ウェブサイトに統合管理システムのASPサービス。システム版が今秋リリース予定
AssetNowEx 株式会社インフォザイン http://www.assetnow.jp/														180万円～ (要問い合わせ)	Windows, Linux Cold Fusion MX Jet, SQL Server, MySQL	既存のAssetNowをバージョンアップして機能を強化したものの
CF Cafe 株式会社イ・ティ・フロンティア http://cfcafe.itfrontier.co.jp/														350万円～ (要問い合わせ)	Windows, Solaris, Linux Cold Fusion MX SQL Server 2000, Oracle9i, DB2	アンケート機能と連動可能なEメールマーケティング機能を持つ
CSWebビルダー テクノブロード株式会社 http://www.tbi.jp/tbi/csweb.html														要問い合わせ	Linux Perl PostgreSQL 7以上	アンケート/レポート作成管理システム
DBPS パナソニックデジタルネットワークサービス株式会社 http://dbps.pdn.co.jp/														200万円～ (要問い合わせ)	Windows, Linux Tomcat MySQL	自治体向けの行政情報提供システムや大学広報向けのホームページ運用システムのバリエーションもある
D-WebManager Professional 東芝エンジニアリング株式会社 http://www.e-yorozu.com/it/d_web_pro/d_web_pro.htm														200万円～ (要問い合わせ)	Windows, Linux PHP SQL Server 2000, PostgreSQL	マルチサイト対応の小規模統合ウェブサイト管理システム
i-Fontis 株式会社テクノプロジェクト http://fontis.tpj.co.jp/														60万円～	Windows, Solaris -	ウェブサーバ内蔵のポータルシステムウェブショッピングフォームなどのオプションもある
Web Style Site1 マーズ株式会社 http://site1.mars.co.jp/														58,000円～	Windows, Solaris, Linux, FreeBSD MySQL	アンケートの自動生成や回答処理機能と結果を利用したCRMの機能が充実
WebRelease 株式会社フレームワークソフトウェア http://www.frameworks.co.jp/														498,000円～	Solaris, Linux, Mac WebObject	AppleのWebObjectを利用した、導入の簡単なサイト管理ツール
ウェブキャンパス 有限会社ア http://webcanvas.net/														30万円～	Windows, Solaris, Linux, FreeBSD Perl	ホスティングによるASP版もある
ジャブロサイトメーカー 有限会社ジャブロ http://www.sitemaker.jp/														180万円～	Linux, FreeBSD Perl PostgreSQL	サイト管理の権限を階層的に委譲していくことで、コンテンツのグループごとに分散して管理できる
blog/ニュース/日記ツール																
Movable Type Six Apart Ltd. http://www.movabletype.org/														個人利用無料/ 商用\$150	各種OS Perl BerkeleyDB, MySQL, PostgreSQL	日本語インターフェイスあり さらに機能が追加されたホスティングサービスType Padもある
Nucleus Wouter Demuyne http://www.nucleuscms.org/														無料(GPL)	各種OS PHP MySQL	日本語インターフェイスあり 高機能なblogツール、各種blogツールからのデータインポート機能も充実
tDiary ただただ http://www.tdiary.org/														無料(GPL)	MySQL 各種OS Ruby -	豊富なデザインテンプレートが入手できる、日本発の日記サイト管理ツール
コミュニケーションポータル用ツール																
Geeklog Geeklog http://www.geeklog.net/														無料(GPL)	各種OS PHP MySQL	コミュニティポータルサイト管理ツール
PHP-Nuke PHP-Nuke http://www.phpnuke.org/														無料(GPL)	各種OS PHP MySQL	非常に多くのモジュールが公開されている。日本語化キットがhttp://usa-japan.orgから入手できる
Xoops Project http://www.xoops.org/														無料(GPL)	各種OS PHP MySQL	代表的なコミュニティポータルサイト管理ツールで、日本語への対応が強い
てんぷら SCOPEソフトウェアデザイン http://tempura.scopecs.jp/														無料	各種OS Perl -	コミュニティポータルに特化したツールではないが、豊富な機能を利用してコミュニティサイトを簡単に構築できる

1 ここでは製品の機能として簡単に作れる仕組みを特別に用意している場合に とする
2 モジュールや他製品との組み合わせで実現できる場合には とする

実現したいサイトによって適切なジャンルのツールを選ぶ

どんな目的にも使える万能CMSツールはない

目的によって変わる最適なCMSツール

冒頭で述べたように、CMSツールは多種多様で、それぞれ性格が異なるため、「すべてのサイトに適用できる万能のCMS」というものは存在しない。たとえば大規模サイトに対応した複雑なワークフローを管理できる高機能なツールを数人のプロジェクトで使っても逆にスタッフの手間が増えてしまうかもしれない。アンケートを簡単に作れるツールや掲示板機能が充実したツールは便利だが、全体の管理には使えないので、特定のページに対してだけ使うことになるだろう。CMSツールは万能の最終兵器ではないので、どんなサイトを作りたいのか、どんな機能が重要なのかによって、使うツールを選ばなければいけない。それによって、どんな種類のCMSツールを選べばいいかは次第と絞られてくるはずだ。最終的にツールを選ぶときには、77ページや79ページの表も参考にしてほしい。

プロジェクトチームのコミュニケーション用サイトを作りたい

- ▶ コミュニケーションポータル用ツール
- ▶ エンタープライズコンテンツ管理システム

プロジェクトチームでは、密度が高く迅速なコミュニケーションが要求される。このような場合に適したのが「コミュニケーションポータルCMS」で、Xoops、Geeklog、てんぷらをはじめとするさまざまなツールがある。コミュニケーション用の掲示板、ファイル共有、スケジュール共有などの機能に加え、ニュース(情報提供)投票(意思決定)などの機能を持ち、チームでの情報の集約場所として活

用できる。このジャンルのツールはインストールが手軽で、技術者でなくても比較的スムーズに運用を開始できるものが多いのが特徴だ。

チームの規模が大きい場合や、チームだけでなくチーム間でも情報を共有したい場合には、エンタープライズコンテンツ管理システム(ECM)の導入を考えるのもいいかもしれない。Microsoft SharePoint Portal ServerなどはECMの中でも手軽に導入しやすいものの1つだろう。

ウェブマガジンの更新ワークフローを改善したい

- ▶ blog / ニュース / 日記ツール
- ▶ 小規模サイト用ウェブサイト統合管理ツール

ウェブマガジンのような頻繁に更新されるウェブサイトは、CMSが効果的に導入できる典型的な例だろう。記事の冒頭で定義したようなCMSツールの基本機能や複数のスタッフによるサイト更新作業の機能が役に立つ。「1ページずつ編集して、デザインに渡して、FTPでアップロードしている」という手間の掛かる作業が、ベーシックな機能を持つCMSツールを導入するだけで改善される。コンテ

ントとビューが分離されてページの生成が自動化されることで、HTMLコーディングという作業がなくなり、工数自体が大幅に削減されて運営効率がアップできるのだ。

blogツールとして注目のMovable Typeも、視点を変えればウェブマガジンサイトの作成に非常に適したツールだと言えるだろう。また、デザインテンプレートを指定できる小規模用のウェブサイト統合管理ツールならばこの目的に合っているだろう。

企業サイトの管理にかかる手間とコストを削減したい

- ▶ ほとんどのCMSツール(目的のサイトによって選ぶ)

組織内サイトで最も問題となるのが「サイト運営の人的コスト」である。「簡単なページでいいから管理を楽に」から「大規模なサイトの管理作業を楽に」まで、それぞれさまざまなCMSが対応できる。もちろん「デザインに凝った会社案内サイトよりも、常に新しい情報が掲載されるサイトにしていきたい」というような要求にもCMSツールをおすすめする。煩雑なHTML

作成の作業や公開承認の作業がウェブサイトの更新を滞らせていたり、指定されたタイミングにページを公開したり公開停止したりする作業がスタッフの負担になっていたりするようならば、CMSツールの出番だ。ほとんどのCMSツールがこの目的に合致しているので、サイトの規模に応じてツールを選んでほしい。小規模な組織でさほど複雑なワークフローの管理が必要ないならば、高価なCMSツールでなくてもいい。ツールによってアンケート機能が強かったりテンプレートの機

能が充実していたり特徴があるので、目的に合った機能を持つツールを選んでほしい。規模が大きい場合には、まずはシステムインテグレーターなどに相談してインターフェイスを開発してもらうことになるが、最終的には全体でのコストは大幅に削減できるはずだ。意外と見落とされがちだが、さほど大規模なサイトでないならば、blogでなくても多くの種類のサイトにMovable Typeに対応できたりする。静的なページを生成するので、多くのアクセスに対応できるのも特徴だ。

機能豊富な本格ポータルサイトを作りたい

- ▶ 大規模サイト用
ウェブサイト統合管理ツール
- ▶ エンタープライズコンテンツ
管理システム

この場合は、インターウォーブンやドキュメントなど、システムインテグレーターに相談して導入するような、本格的な大規模サイト向けCMSツールが必要になることが多いだろう。中規模向けのものであれば、数万ページのサイトには対応できない場合もあるからだ。ただし、導入の際は、既存のリソース(開発資産)との親和性が問題となる場合があるので注意する必要がある。ずっとJavaで統一

してきた社内のシステムにPythonの製品を導入しても、既存のリソースを活用するのは困難だからだ。また、高価なCMSには手を出せないが高性能なCMSツールが欲しいという場合には、オープンソースのZopeを選ぶのもいいかもしれない。Zopeを普通のCMSツールだと思っている人も多いが、それはZopeに組み込んで使うCMSの機能モジュールのことだ。Zope自体はロードバランサーにも対応しているため大規模なサイトにも対応できる非常に高機能なフレームワークで、さまざまな機能を「Product」と呼ばれるモジュールで開発したり組み込んだりできる製品だ。

検索エンジン最適化もポイントだ

ECサイトなどでは、動的にページを生成するものよりも、「リビルド」して静的なページを生成するツールを選んだほうがいい場合もあることに注意してほしい。ユーザー動員に大きな力を持つ検索エンジンにサイトを最適化するためだ。動的に生成されるページでもある程度の数までは検索エンジン側で対応してくれるが、静的なページの方が確実に検索エンジンに最適化できる。そういった面も考慮して作られているものにはPortal ManagerやMovable Typeなどがある。

業務の情報や文書をまとめて管理したい

- ▶ エンタープライズコンテンツ
管理システム

ここまで扱ってきたツールは基本的に「ウェブサイト」に主眼を置いたものだったが、ビジネスシーンにはそのままではウェブサイトで扱えないさまざまな情報が存在する。たとえば、「ファックス」「帳票データ」「写真」「見積書」「オフィスアプリケーションで作った文書」などだ。

実は、これらの企業内で扱う各種の情報を管理することを主な目的としたCMSツールも多数存在する。いわゆる「エンタープライズコンテンツ管理システム (ECM)」と呼ばれるもので、導入には多くの場合システムインテグレーションが伴う。代表的な製品としてはIBM DB2 Content Manager、Documentum 5、Microsoft Content Manager 2002、Stellent Content

Management System、などがある。オフィス文書の取り込み機能なども提供し、最終的にイントラネット上のCMSサイトで一元管理できる。特にIBMのDB2 Content Managerはホストコンピュータにも接続可能なので、帳票管理をするホストシステムと連携して、すべての経理関連業務を統合できる。既存業務との連携ができるCMSツールの最たるものと言える。

CMSツールを機能で分けると大きく5つ

ジャンル	解説	例
エンタープライズコンテンツ管理システム	ウェブサイトの管理はもちろん、それ以外の各種情報リソースを管理できるシステムで、どれも大規模で複雑なシステムとなる。独自に開発したアプリケーションを組み込んだりインターフェイスを開発したりすることも特徴。	Documentum 5、Stellent Content Management Systemなど
大規模サイト用ウェブサイト統合管理ツール	数万ページ規模のサイトにも対応できるシステム。ワークフローの管理がさらに充実していて世代管理やマルチチャンネル配信などの機能があたり独自アプリケーションの記述が可能だったりする場合が多いことも特徴。	Interwoven、Portal Managerなど
小中規模サイト用ウェブサイト統合管理ツール	いわゆる情報提供サイトの作成のためのツール。技術的な知識がなくてもサイト管理に参加できるような仕組みやワークフローの管理の機能が中心となる。	ジャブロサイトメーカー、CF Cafeなど
コミュニケーションポータル用ツール	サイトに来る人同士がコミュニケーションやコラボレーションするための機能を簡単にサイトに追加し、それらを管理することを主眼に置いたツール。	Xoops、Geeklogなど
blog / ニュース / 日記ツール	頻繁に更新する作業を自動化し、情報を時系列に表示するサイトの作成を主眼に置いたツール。	Movable Type、tDiaryなど

サイトの“機能”と“人”をどこまで管理できるかが決め手

Xoopsに見るコミュニティサイト構築に必要な機能

Xoopsではこんなサイトが作れる！

追加モジュールで提供される天気ガイドコンテンツ、インストールして観測地を指定すれば、自動的に天気情報配信サーバーにアクセスして情報を入手してくれる。Xoopsでは、日本人開発者が作ったこのような「モジュール」が多く存在している。

典型的なCMS機能として動作するコンテンツ部分。ニュースのような記事コンテンツを表示するのが基本だがこの部分にも追加モジュールを配置することができ、1つのテーマについて、コミュニティ内で議論するフォーラム機能もここで展開する。



Xoopsの「キモ」となるユーザー管理機能。登録したユーザーはここからログインし、自分宛のインスタントメッセージを表示するなどパーソナライズされたサイトを閲覧できるようになっている。

この投票システムも追加モジュールの1つ。質問の内容や回答方法、また質問を作ってもいいユーザーなどを細かく指定できる。

HTMLだけでなく必要な機能までもマネージメントする

コミュニティサイトを運用する場合、CMSが扱う「コンテンツ」は、HTMLファイルに限定されない。たとえば、コミュニティ参加者同士のチャット機能や、グループウェアで行うようなファイルの共有機能まで、「機能」をいかに効率的に管理できるかが、そのサイトを盛り上げるためにも非常に重要になってくるのだ。そういう意味で、ここで紹介する「Xoops」[URL](#)はもっとも使いやすいコミュニティ構築型CMSツールと言えるだろう。

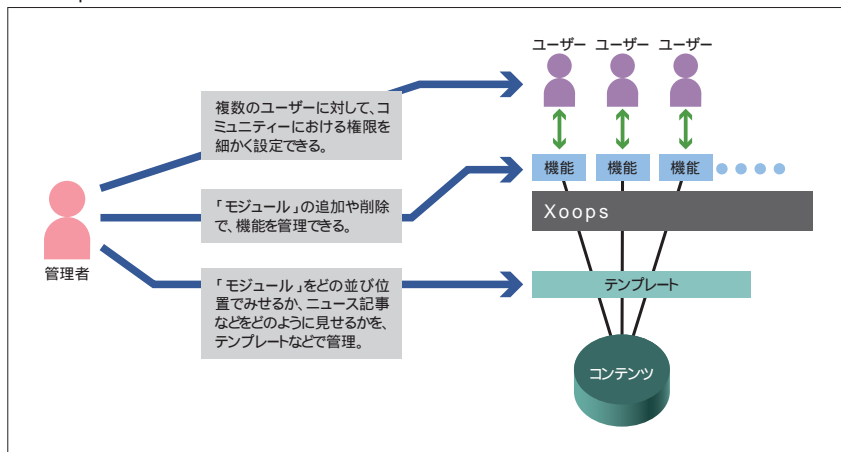
Xoopsは、「eXtensible Object Oriented Portal System」の略で、さまざまな機能やプログラムを自由に追加・削除できる(eXtensible)、オブジェクト指向(Object Oriented)のツールという意味だ。ポータルシステムというのは、あらゆるコンテンツをマネージできるCMSとほぼ同義語と考えていいだろう。Xoopsはその名に違わず、各種機能を「モジュール」という形で手軽に追加・削除、さらには運営・管理できるのがウリになっている。実際に、どのような「機能」が追加されるかをざっと並べてみると、このような構成となる。

- ・ニュース機能
- ・フォーラム機能
- ・チャット機能
- ・インスタントメッセージ機能
- ・ファイル共有機能

これだけでも、コミュニティ運営に十分なポータルサイトが実現できる。

実際にページを開くと、タイトルロゴあり、メニューあり、「ヘッダライン」「投票」「ニュース」「リンク集」など、いわゆるポータルサイト風の情報コンテナが並んでいるのがわかるだろう。もちろん、これらの情報は、テンプレートによって自由にレイアウトできる。

Xoopsは「機能」と「ユーザー」を管理・運用できるツールだ



また、「モジュール」の追加、削除は、すべての操作がGUIで行えるうえ、難しい言葉などは使われていないので、誰にでも運用できる良質なシステムとなっているのだ。

さらに、モジュールの開発も比較的簡単で、PHPの独自モジュールやXoopsの内部機能を使ったモジュールを構築できる点も大きな特徴だ。

URL <http://jp.xoops.org/>

ユーザー管理機能で コミュニティ内の役割を明確に

では、Xoopsでコミュニティサイトを作る場合、重要になってくるのはどのような機能だろうか。まず挙げられるのが「モジュール」ごとに細かく設定できる「ユーザー管理機能」だ。Xoopsには標準で複数のユーザーを管理する機能が搭載されており、カスタマイズ次第では本格的なユーザーズコミュニティを運用できる。

たとえば、「投票」モジュールを追加して運用する場合、その「投票」の項目を作るユーザーと、作られた「投票」に参加するだけのユーザーといったような切り分けができる。これはすべての「モジュール」に対して可能で、ほかにもニュースを書いてサイトにアップできるユーザー、フォーラムの“スレッド”を立てられるユーザー、共有ファイルをアップロード / ダウンロードできるユーザーといった具合に、コミュニティ内で細かくユーザーの“役割”を設定できるのだ。

また、こういったワークフロー制御の機能以外にも、コミュニティ内のコンテンツ作成者が簡単にコンテンツを追加できる入力フォーマットなども、コミュニティサイトを構築するうえで重要な条件となっている。サーバーサイドのプログラムなどに詳しい人だけが、ニュースなどのコンテンツを投稿できるのでは、一部のコミュニティ構成員が、情報を受け取るだけになってしまい、コミュニティ自体に参加できなくなってしまう。

自分のコミュニティにあった機能をインストール



さまざまなモジュールをインストールして使うことができる。標準で搭載されているモジュールは「システム管理」「ニュース」「登録ユーザー一覧」だが、いわゆる掲示板の「フォーラム」や、自分で開発した独自モジュールなどもここからインストールできる。

モジュールを追加することで機能をインストール。

「ビュー」の制御はモジュール単位で行う

インストールしたモジュールで、サイト上で表示する必要があるものは、この設定画面で表示するかどうか、またモジュールの表示場所をページ上のどこにするかを指定する。ここで指定した「ビュー」の定義は、74ページで説明したMovableTypeの「テンプレート」に当たるものだと考えていられる。



ユーザーの役割を細かく設定してコミュニティのワークフローを管理

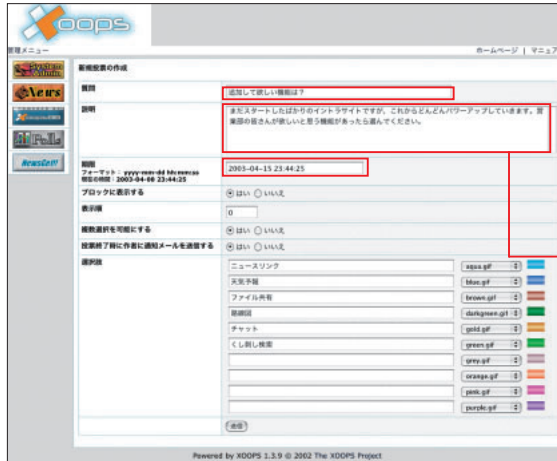


ユーザー管理は、基本的にユーザーを“グループ”に分けて管理する。そのグループに登録されたユーザーは何が出来るかを、モジュール1つ1つの管理権限に至るまで設定できるのが大きな特徴だ。

まうからだ。

XoopsはオープンソースライセンスのGPL (GNU 一般公衆使用許諾書)に基づいて開発されたフリーウェアである。PHP言語を使いデータベース「MySQL」と連動して動作する。特筆すべきは、Xoopsのおもな開発メンバーが日本人であることだ。ほとんどのCMSシステムは海外製であるため、日本語化がされていなかったり日本語ドキュメントがそろっていないといった問題が多いのが現状だが、Xoopsならそういった心配もなく、コミュニティサイトが簡単に構築、運用できるようになるのだ。

モジュールの追加はテキストを埋めていくだけで完了



投票モジュールの設定画面。管理権限を与えられた人なら、誰でも投票を実施することができる。質問と説明、選択肢、期限などを指定すれば作業は完了だ。プロジェクトチームの意思決定を迅速に行うことができる。

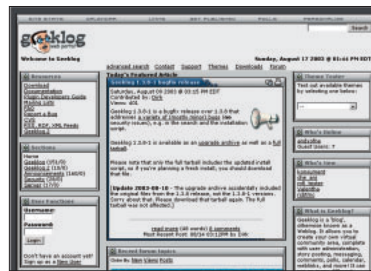
テキストを書き込むだけ

ほかにもこんなツールがある!



Tempura

CGI/Perlのみで開発された純国産CMS。掲示板はもちろん、ショップ機能や、会員管理など300を超える機能が搭載されている。i-modeやJ-Sky、EZweb (WAP/ EZweb/XHTML など)でも表示できるのが特徴的。利用料金はライセンス形態によって0円~12,000円。 [URL http://tempura.scopesd.jp/](http://tempura.scopesd.jp/)



Geeklog

最近日本語化されたばかりのフリーのCMSで、PHPとMySQLで動作する。ユーザーをグループ分けしてグループに対して投稿権限を設定できる。たとえば「入門管理者グループ」に登録されたユーザーは、記事の投稿承認だけ実行できるようにする。 [URL http://geek.ecofirm.com/](http://geek.ecofirm.com/)



PHPNuke

最近こそさまざまなCMSが登場しているが、しばらく前までは「CMSといえばPHPNuke」といわれたほど有名なフリーのツール。世界中でさまざまなコミュニティがPHPNukeで運用される実績を持つ。英語版だが、日本語化ファイルが有志によって配布されている。 [URL http://phpnuke.org/](http://phpnuke.org/)



Mambo Open Source

他製品に比べて追加モジュールが作りやすいフリーCMSツール。作り方に関する情報も多いのでコンテンツ配信プラットフォームとして使いやすい。世界中のファンが参加するMamboコミュニティでは随時、追加機能が発表されている。

[URL http://www.mamboserver.com/](http://www.mamboserver.com/)



Tikiwiki

コラボレーションツールWikiの派生としてスタートしたフリーのCMS、Wiki blog、コミュニティCMSが融合した画期的なCMS。文字コードをUTF-8ベースで開発しているため、他言語サイトを作ることが可能。キャッシュ機能で表示の高速化が図られているのも [URL http://tikiwiki.org/](http://tikiwiki.org/)



Slashcode

「Slashdot」のために開発されたコミュニティCMS。大規模アクセスに対応できる安定性を誇る。また、プラグインも多数開発されており、かなり柔軟な機能拡張が実現できる。Debian/Red Hat LinuxとPerl、MySQL、Apacheで動作する。GPLライセンスで配布されている。 [URL http://slashcode.com/](http://slashcode.com/)

群馬セキスイハイム不動産 Xoopsで主婦主導のコミュニティーサイトが実現

コンテンツ管理システム **CMS** のススメ

導入理由は“タダ”だけではない

「理想の家づくりについて、女性がワガママを語り合う」木造住宅ファンのコミュニティーサイト「木楽家クラブ」。群馬セキスイハイム不動産がイメージ戦略の一環として立ち上げたサイトだ。セキスイと言えばトップシェアを誇る住宅メーカーだが、一般的にはツーパイフォー住宅販売のイメージが強い。木楽家クラブの立ち上げには、同社が「木造に弱い」という先入観を払拭すること、マーケティングデータを収集すること、“家”を購入してくれる人との信頼関係構築など、さまざまな目的があったという。

そうはいつても、木造住宅は同社の主力製品ではない。そうそうお金をかけたサイトを作ることはできない。そこで、木楽家クラブの制作・運営を群馬セキスイハイム不動産から任されたウェブ制作会社アクロス社 **URL** では、コミュニティーサイトの構築にフリーウェアのXoopsを採用することになった。アクロスで「木楽家クラブ」を担当する高橋誠尚氏は、「もちろん、タダというのは大きかったが、それだけではありません。とにかく、導入が簡単であること、そして日本人のモジュール開発者が多く、日本語環境が充実していることが採用の決め手となりましたね」と話す。

木楽家クラブは明確に女性をユーザー層として想定している。しかし一般に主婦層は「ITリテラシーが低い」と言われている。「Xoopsを使ったのは、そういうあまりウェブに詳しくない方に、本当のウェブの楽しさを知ってもらい、このコミュニティーサイトに積極的に参加してもらいたかったからです。そういう意味ではXoopsのAvatar機能、そして特にプライベートメッセージング機能は、これまでウェブは“ちょっとした調べものをする程度のもの”と考えていた主婦の人たちに好評で、『すっごく楽しい』という反応が寄せられています。こういうウェブを楽しめる機能が充実していたのも、Xoopsを選んだ大きな理由ですね（高橋氏）。

URL <http://www.dcax.co.jp/>

ユーザー参加型サイトであることが一目瞭然な現在の木楽家クラブ。
URL <http://www.kirakuyaclub.com/>



Xoopsでは細かく管理者権限を設定できる。コミュニティーの参加者にコンテンツ作成の権限を与えることで、コミュニティーのつながりを強くしている。

Xoops導入前のトップページ。静的コンテンツと並んで掲示板が設置されているが、あくまで「よくあるサイト」という印象。

コンテンツ制作が コミュニティー意識を高める

Xoops導入後のサイトがオープンしたのは今年6月と最近のことなのだが、すでに強固なコミュニティーが形成されつつある。「Xoopsはニュース原稿や写真を、ブラウザーベースでアップできますから、あまりウェブに詳しくない主婦の方でも、自分たちでコンテンツを更新できる。実際、サイトの運営に関してはモデレーター権限を持って頂いているユーザーさんが主導で行っていて、僕がほっておいても回っています。この、Xoopsの誰でもコンテンツが作れると

というのは大きなポイントで、自分たちがサイトを作っているんだというコミュニティー意識を強固にしてくれる要素ですね」と高橋氏は説明する。

コンテンツを管理する機能というよりは「参加させる」機能が充実したコミュニティー管理システムとしてのXoops。木楽家クラブにとっての次の課題は、主婦ユーザーにはいまひとつ敷居の高いXoopsのコンテンツ入力インターフェイスをより直感的に使いやすいものに改善し、さらに誰でも参加できるサイトに進化させていくことだそう。

ここが変わった!

CMS前

- ・参加型コンテンツが掲示板のみ
- ・サイトユーザーは情報を受け取るだけ

CMS後

- ・プライベートメッセージング機能などウェブをより楽しめる機能が充実
- ・サイトユーザー自身がコンテンツを追加できるようになった

コンテンツと“見せ方”の分離がblogをCMSツールにする

Movable Type に見るウェブマガジン運用のために必要な機能

Movable Type を使えばこのようなサイトが完成する!

blogの基本スタイルは「タイトル」「サイドメニュー」「コンテンツ」の3ペイン型。インストール直後のデフォルトのデザインはblogスタイルになっている。しかし、これはあくまでおまけであって、MTなら大幅にデザインを変えられる。企業内のリリース提供サイトなどに応用可能だろう。



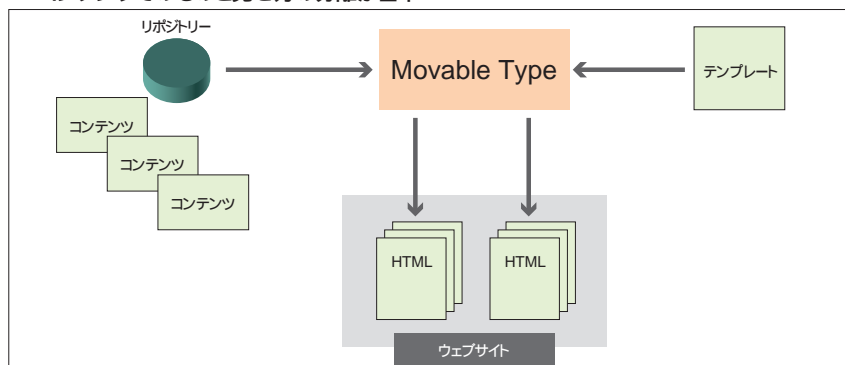
提供するコンテンツは自由に
カスタマイズが可能

MT独自のテンプレートタグを使えば、工夫次第で「注目の記事」や「目次」といったコンテンツを設けることができる。

過去の記事を効率よく保管できる

MTの記事は、日付によって管理される。テンプレートを用意すれば過去のアーカイブ、月ごとのアーカイブなどを生成することができ、過去の記事を効率よく管理できる。

コンテンツそのものと見せ方の分離が基本



この仕組みをとることで、HTMLファイルが効率的に生成され、サーバーに負担をかけることなく、というもblogツールをCMSとして使うポイントだ。

blog作成だけではない
Movable Typeの本質

今、巷で話題となっている「blog」。blogとは、weblogの略語で、日記(Log)のようにウェブ上で、さまざまできごとを記述するウェブサイトのスタイルのことを指している。ここで取り上げている「Movable Type(以下、MT)」「URL」はblog向けのツールとしてもっとも人気のあるものだが、蓋を開けてみるとその機能はblogを作るためのツールにとどまらず、CMSを実現するためのツールだと言っても過言ではない要素を含んでいるのだ。

MTの基本構造は、作成したコンテンツを格納しておく「コンテンツのデータベース(リポジトリー)」と格納したコンテンツをどのようにウェブページで提供するかを定義する「テンプレート」、そして“この執筆者はどこまでサイトをカスタマイズする権利があるか”などを指定する「ユーザー管理」、blog自体をどのように運営するかなどを定義する「blog管理」から成っている。

特にCMSツールとして重要なのがテンプレートの存在だ。テンプレートそのものはHTMLのようなタグで書かれているのだが、中でも「MT」という文字で始まるMT独自の「テンプレートタグ」というものが重要になってくる。これは、リポジトリーに格納されたコンテンツデータから、必要なものを表示させる際に使われるコードだ。これを利用すればHTMLページがコンテンツ作成者によってパブリッシュ(ファイル生成)されるとき、タグがコンテンツに置き換えられる仕組みになっている。つまり、コンテンツデータとコンテンツの“提供の仕方”を完全に分離しているので、ページデザインをムダなく行える。それだけでなく、この仕組みをとることで大量のアクセスにも耐えられるようになっている。MTでは、コンテンツ

をあらかじめHTMLファイルとして作成しておくことで、一部のblogが行うように、“ページへのアクセスがあるたびにリポジトリーからページを生成する”というCPUに負荷をかける処理をする必要がなくなっているからだ。更新を頻繁に行うサイトにとっては便利な要素だろう。

また、タグの利用にはさまざまな可能性があり、タグを組み合わせることでXMLのファイルを生成する、といったことも可能だ。サイトの概略や更新情報をXMLフォーマットで提供するRSSフィードもテンプレートを用意すればすぐに実装できる。また、いくつかのタグの中には条件や属性を定義することで、コンテンツを公開しても良いものと、悪いものなどに分けたりと、いろいろな形で扱えるものもあり、アイデア次第で適用できるサイトは無敵となるのだ。

簡単なワークフローも

Movable Typeで管理できる

では、実際ウェブマガジンのようなサイトでどのようにMTが活用できるのかを見てみよう。

ウェブマガジンと言えば「定型フォームの記事」と「横に過去記事、上に検索窓」といった「構造化されたサイトデザイン」が特徴だ。また、複数の編集スタッフで記事を集集し、コンテンツにまとめてページを作成するというフローがある。MTには記事の検索機能が標準で搭載され、デフォルトで「記事のアーカイブ」「記事そのもの」「検索」などのツール画面といった構造になっているので、デザインの的にもウェブマガジンとの相性はよいはずだ。

MTでは複数のユーザーで1つのblogを運用することができる。これは記事を作成するワークフローとも相性が良い。記者が投稿できる記事には「ドラフト」と「公開」という属性があり、「公開」に指定したものがページとしてパブリッシュされ、サイトに表示される仕組みだ。「ドラフト」を使って、草稿記事の管理や、コンテンツ作成者

複数のblogを管理できる



複数のblogを立ち上げ、統合的に管理することができる。メンバーには、それぞれどのblogにどんな権限を与えるかを指定できる。それぞれ特徴の異なる設定のblogを複数立ち上げ、最終的に1つのサイトとしてまとめる、という裏技もあり、役割分担がしやすい。

複数のblog

コンテンツ管理・再編集がスムーズ

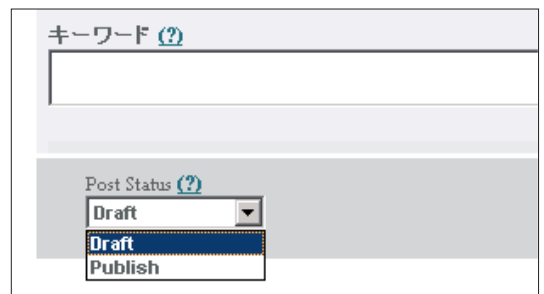


MTはブラウザーから専用の入力フォームを使ってコンテンツを登録/編集できる。外部アプリケーションと連携するインターフェイスが搭載されているので、対応するアプリケーションからより高度かつ便利にblogを管理することも可能だ。

このテキストを打ち込むだけ

ドラフトとパブリッシュに分けてワークフロー管理

この設定によってコンテンツを公開するか、ドラフト状態で管理者のみが見られる状態にするかを選べる。簡単なワークフローを実現する機能だ。



ウェブ編集者 サイト責任者の承認というワークフローをMTだけで構築できるのだ。さらに、記事の入力フォームはブラウザからアクセスでき、タイトルと本文を指定された枠の中に書き込むだけなので、ウェブに関する知識のないコンテンツ作成者でも、簡単に記事を公開できるという点も魅力になっている。

テンプレートによってコンテンツそのものと「見せ方」「提供の仕方」を分離している機能。ドラフトから公開へ設定できる、簡単なワークフローを構成する機能。この2つがMTをCMSツールとして使う場合の重要なポイントになっている。もちろん、時間を

指定して、その時間にコンテンツを公開する“期限発行”の機能がなく、本格的なCMSツールとして扱うには物足りない部分もあるが、小規模の人数で、頻りにサイトを更新するようなサイトの運営には十分に利用価値のあるCMSツールとなっている。

URL <http://www.movabletype.org/>

テンプレートで用途に合った機能を追加

MTのテンプレートは、想像以上に自由度が高い。標準では「トップページ」「記事ページ」「カテゴリページ」「コメント書き込みページ」などのテンプレートが用意されているが、まったく別のテンプレートを作り上げることが可能。これを利用して、ウェブマガジンから企業サイトまで柔軟に対応できる。



テンプレートの一覧

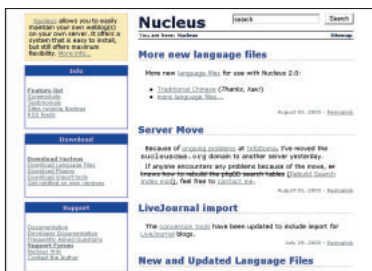
ほかにもこんなツールがある！



tDiary

フリーで提供されるMovable Typeに引けを取らない高機能CGIスクリプト。国産言語Rubyで動作するのが特徴。blogで話題になっているラックバックに似た概念の機能が搭載されている。CSSによるデザインテーマ交換や携帯電話での表示対応なども実装済み。

URL <http://www.tdiary.org/>



Nucleus

PHPで動作するフリーの高機能blog / CMS。PHP言語でカスタマイズできるのがコアなファンが多い。複数のblog運営や複数のユーザー管理が可能なほか、RSSフィードやXML-RPCに対応。トラックバックやコメントもある。記事の圧縮保存やリストアが特徴的。

URL <http://www.nucleuscms.org/>



Blossom

動作が軽いblog / CMSとしてMovableTypeと人気を二分するフリーツール。インストールも手軽。RSSフィードはもちろん、アーカイブなどの設定も柔軟。blogのHTMLファイルは、動的に書き出すタイプと、静的なファイルを書き出すタイプを選ぶ。

URL <http://www.blossom.com/>



Greymatter

CGI/Perlだけで動作するフリーのblog / CMSツール。日本語は一部文字化けする。ユーザー管理やテンプレートによるデザイン、アーカイブ、エントリの検索が可能。テンプレートはより詳細にカスタマイズできる。独自の機能として「記事への投票」を設置できる。

URL <http://noahgrey.com/greysoft/>



TypePad

Movable Typeの技術をベースに作られたblogホスティングサービス。アーカイブ機能やコメント機能、テンプレートによるデザインコントロール機能などがある。3つのサービスレベルがあり、レベルによっていくつのblogを作れるかなどが違ってくる。月額\$4.95 ~ \$14.95。

URL <http://www.typepad.com/>



pMachine

PHPとMySQLで動作するフリーのblog / CMS。blogといわれているが、実際はメンバーリストやメンバーのログオン管理などに重点を置いており、どちらかというとコミュニティCMS。MovableTypeとGreymatterからのログコンバーターがある。

URL <http://www.pmachine.com/>

気軽に作れるコンテンツとコメントでサイトを活性化

コンテンツ管理システム **CMS** のススメ

コラムなどを新しい形の 記事に発展させる

海外ITニュースや国内のエンタープライズ関連ITニュースで人気の高いサイト「CNET Japan」(以下CNET)は、一部のコンテンツをMovable Type(以下、MT)で構成しているという、なかなか珍しいニュースサイトだ。

「もちろん、CMSとして大規模なサイトで使おうと思うとMTには足りないところが多くあります。たとえば、現在のMTの記事は、僕が朝会社に来てからパブリッシュのボタンを押して公開しているのですが、これをCNETすべてのコンテンツでやろうと思えば大変なことになります」と話のはCNETの編集長、山岸広太郎氏だ。「ですからMTは、1日に多くても1、2本の記事の追加しかないコラムのようなタイプのコンテンツに向いていると思います。ニュースなどのコンテンツがあり、そのほかにMTのコラムがある。そこでは、筆者がある程度アイデアベースの記事をMTで公開している。さらにそれにコメントやトラックバック(リンクされたblogから、誰がリンクしているかがわかる機能。blog同士が双方向につながる)をすることで、記事が発展していく。読者と一緒にコンテンツが育っていくという新しいコンテンツマネージメントの仕組みがMTでできるのではないかと考えています(山岸氏)。ちなみにCNETには、ITコンサルタント梅田望夫氏と法学者ローレンス・レッシングのblogがコンテンツとして用意されているが、どちらも読者のリピート率97パーセントを誇っている。特に梅田氏のblogは書き込みも盛んに行われており、まさにMTのコメント機能を使うことで、読者をもコンテンツ作成者にしてしまうサイトとなっているのだ。

Movable Type でシンプルな ワークフローを構築

もう1つ、MTを使ってサイトを構築することで、サイトの運営を効率的におこなって



MTで作られたCNETの人気コラム「梅田望夫・英語で読むITトレンド」活発なコメントの交換で、記事の内容がさらに充実している。



世界的に有名なサイバー法学者、ローレンス・レッシングのblogもCNETでは公開されている。読者のリピート率97パーセントを誇る。

いる団体がある。シリコンバレーで働く日本人技術者の支援をするNPO、ジャパニーズ・テクノロジー・プロフェッショナル・アソシエーション(JTPA)だ。JTPAの代表、渡辺千賀氏はMTの導入理由について「マニュアルでのアップデートが大変だったことが最大の要因です。全員ボランティアで、かつ書き手とアップする人が違うので、実際にコンテンツができてからそれがサイトに反映されるまでに1週間以上かかったり、一旦アップしたコンテンツの修正が難しいという難点がありました」と語る。JTPAではシリコンバレーの日本人技術者が自分のスキルアップを目的としたセミナーの情報などを提供しているのだが、MTを導入したことで、これらの情報も素早くウェブに掲載され、日本人技術者の助けになっているようだ。

また「書き手がエディター感覚でコンテンツを記入でき、それがリアルタイムに洗練され統一感あるサイトになること。さらにドラフト、パブリッシュの制御ができるのも複数



シリコンバレーで働く日本人技術者を支援するJTPAのサイトもMTで作られた。セミナーや交流会などの情報をシンプルなデザインで提供している。

の人間で運営するサイトとしては魅力でした(渡辺氏)とも語り、MTの多くの人間で、効率よく情報の提供や共有が可能な機能、そしてそれら多くの人間のワークフローをシンプルに制御してくれる機能が重要だったと説明する。

情報を素早く提供し、それを手軽に共有する。そのような形でJTPAはMTを使いこなしているようだ。

ここが変わった!

CMS 前

- ・情報を提供するだけの一方通行なコンテンツ
- ・一度提供したコンテンツはほぼ変更されない
- ・サイト関係者の管理が大変

CMS 後

- ・読者の活発なコンテンツ作成への参加
- ・コンテンツ自体が常に進化しているという仕組みが完成
- ・シンプルなワークフローを構築

社員すべてをコンテンツ作成者にするのは必須

インターウォーブンに見る大規模サイト構築に必要な機能

インターウォーブンは国際的に展開する巨大ウェブサイトで使われている

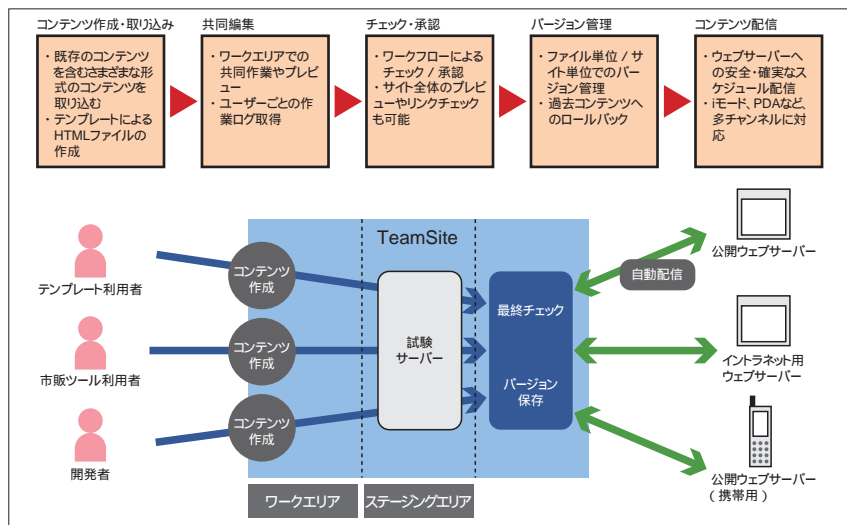


米ゼネラル・エレクトリック(左)、マツダUSA(右)はいずれもインターウォーブンを使ったウェブサイトを展開している。ゼネラル・エレクトリックは20の異なるサイトへのコンテンツ自動配信機能により、30人から3人へのコンテンツ担当者削減を達成。マツダUSAでは技術に疎い社員が更新作業に参加することで、ウェブチームの負担を軽減するなどの効果を上げている。

大規模サイトではコンテンツ制作、公開までを一元管理することが急務

総ページ数千以上。コンテンツ作成者十数名から数百人。このような大規模ウェブサイトでは、その構築や更新を容易にするために、ウェブコンテンツ作成/承認/テスト/配信といった一連のコンテンツの流れを自動的に管理、運用する必要に迫られている。「CMS」にはこのような大規模なウェブサイトの構築、管理に適した機能を持った数百万円から数千万円クラスのツールも存在し、北米などではすでに多くの企業が導入を開始している。具体的には「NOREN(アシスト)」「PortalManager」(ECジャパン)といった製品が挙げられるが、ここでは現在米ゼネラル・エレクトリックや米ナイキ、米シスコ・システムズなどの企業が導入し、日本でも大手家電メーカー、消費財メーカーなど50社あまりが導入している「インターウォーブン」を例に、大規模サイトでCMSを使う場合に重要視される機能について説明していこう。

ワークフローから配信までを1台のサーバーで管理するインターウォーブン



インターウォーブンはコンテンツを管理するサーバー「TeamSite」とコンテンツ配信ツール「OpenDeploy」をコアとして構成される。「TeamSite」はさらに、「ワークエリア」「ステージングエリア」「エディション」という領域に分けられ、「ワークエリア」ではコンテンツ作成者がそれぞれが実際にコンテンツ作成、編集する独自作業エリア、「ステージングエリア」はいわゆるウェブの試験サーバー的役割をするエリア、「エディション」はサイト全体のイメージを時系列でバージョン管理するエリアとして位置づけられている。つまり、コンテンツ作成者個々人の作業から配信までを1つのサーバーで行う、ウェブサイト作成プラットフォームとなっているのだ。ちなみにインターウォーブンの導入は最低1千万円から。

柔軟な「コンテンツ入力画面」の導入が必須

先に説明したように、CMSツールを使えば指定したテンプレートに沿って自動的にウェブページが出力されるので、どんなに多くの部門がかかっても、サイトナビゲーションなどのデザイン部分は統一される。これにより企業は一貫したブランドイメージをサイト内で確立できるわけだ。またコンテンツ作成者が入力したテキストや画像は、自動的にレイアウトされる。たとえばコンテンツを一度デザイナーや技術者などに預けてHTMLにしてもいい、それを試験サーバーにアップして確認するというような煩雑な作業は必要なくなる。これらはCMSツールを使えば普通に達成できる効果だ。

ただ、ここで注意しなければならないのが、大規模ウェブサイトではコンテンツ作成者が必ずしもITリテラシーが高いばかりではないという点だ。つまり、コンテンツ作成者にとっていかに操作しやすい“コンテンツ入力”画面を提供できるかが、CMSを使って大規模ウェブサイトの運用を進める際のひとつのポイントになる。

たとえばインターウォーブの場合、「Teamsite Templating」というTeamSiteの一機能を使用することで“空欄を埋めるだけ”のインターフェイスを、コンテンツ作成者に提供できるほか、マイクロソフトのOfficeやマクロメディアDreamweaverなど日常的に使い慣れたツールを、そのままコンテンツ入力環境として使用できる。また、いくつかのコンテンツ入力画面のインターフェイスがテンプレートとして用意されているのだが、これは技術者によってカスタマイズ可能だ。たとえばボタンを押すだけでウェブページができてしまうような入力フォームを独自に作成することもできる。

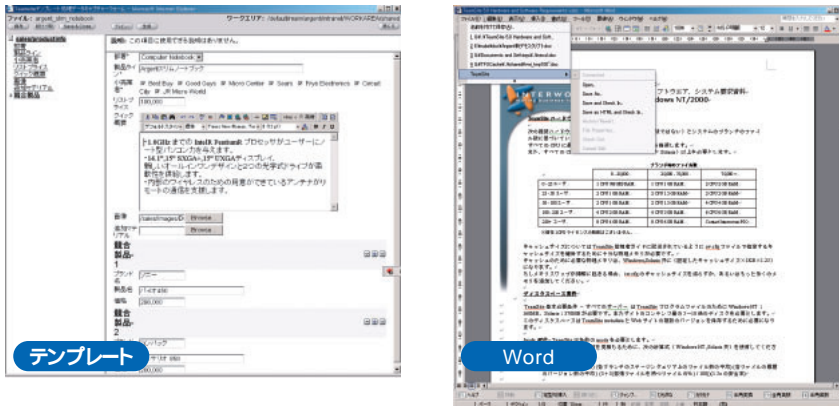
すなわち、多くのコンテンツ作成者にコストをかけて特別なトレーニングを施さなくても、CMS環境に移行できるという点でも効果があるのだ。

複数サイトを1台でまかない、効率的なウェブ作成を支援

大規模ウェブサイトを構築するうえで1つ大きなポイントとなるのが、ドメインの違う複数サイトをいかに効率的に一元管理するかということだ。たとえば日本語サイトとグローバルサイトを構築する例で考えてみよう。

インターウォーブの場合、まず1台のサーバーの中に複数の“ブランチ”と呼ばれるスペースを作ることになる。このブランチの1つに日本語サイトを作り、そのデータを元に、違うブランチにグローバルサイトを作れば、データを自動的に共有することで、効率的に複数サイトを運用、管理できるようになる。グローバルサイト側のブランチでは日

HTMLの知識がない人でもコンテンツ作成者になれる

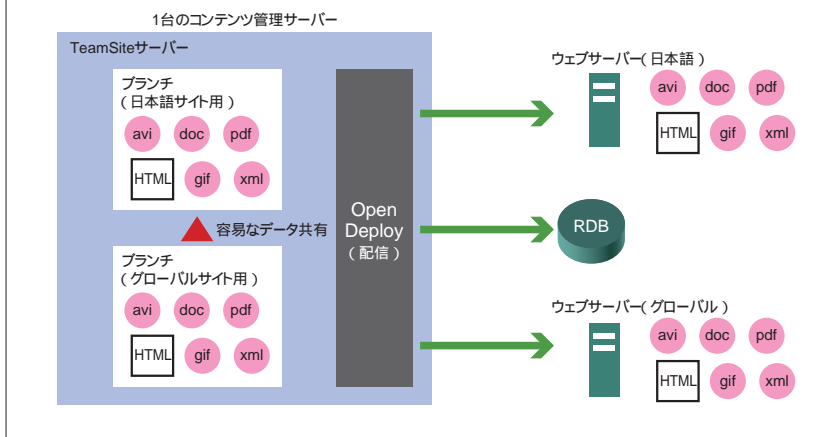


コンテンツ入力用の画面はテンプレートも用意されているが「Word」をそのまま使ってコンテンツを作ることも可能。Word文書の場合、docファイルのままTeamSiteに保存することもできるし、HTML形式に自動変換して保存することも可能になる。そのほかマクロメディアの「Dreamweaver」やアドビの「GoLive」「Photoshop」「Illustrator」などのツールが使用可能。

グローバルサイトが1台のサーバーで管理できる



PlayStation.comのヨーロッパ版はインターウォーブを使うことで16か国、11言語地域にわたって20の異なるサイトの情報を一元管理している。



インターウォーブ内では1つのサーバー内に、複数サイトのコンテンツを格納できる。これにより、サイトそれぞれにシステムを用意する必要がなくなっている。

本語サイトとの差分だけを管理するので、ハードウェア的にも小規模、低コストですむというメリットがある。つまり、複数のサイトを作るからと言って、別々のシステム(試験サーバーや配信スクリプト)を作らなくてもすむのだ。さらに言えば、この“ブランチ”と同じ考え方を、コンテンツ管理者それぞれの作業スペース=ワークエリアにも適用できる。つまりひとつのシステムの上にコンテンツ作成者がそれぞれスペース=ワークエリアを持つことでコンテンツを共有しながら共同作業を行えるのだ。このブランチやワークエリアを使った複数サイトの一元管理や共同作業の概念はインターウォーブンが米国で特許を持っており、米国の多くの大規模サイトでインターウォーブンが採用されている理由のひとつでもある。このシステムを採用することで、ほかの作成者のコンテンツを含めてウェブ全体の見栄えを確認しながら自分の作業を進めることができ、わざわざ試験サーバーにアップして全体の

クライアントからウェブ全体のチェックができる



1台のサーバー上に、ほかのコンテンツ作成者のデータが置いてあるため、それらを共有することで、コンテンツ作成者は全体のウェブの構造を見ながら、自分の作ったコンテンツの善し悪しをチェックできる。

見栄えを確認して、ダメならもう一度ファイルをクライアントで直すという煩雑な作業はなくなる。コンテンツ制作という連の作業の効率化もCMSの導入で進むということだ。

インターウォーブンのこれらの機能を見ると、大規模ウェブサイトで何千万円とする

CMSツールは単に「楽にウェブの更新ができる」というものでなく、コンテンツ作成でのコラボレーション / 管理 / 配布 / 再利用 / 保存 / 破棄にわたるウェブ作成サイクル全体を管理するための統合プラットフォーム、言い換えればコンテンツインフラを提供するものだとと言えるだろう。

ほかにもこんなツールがある!



NOREN(アシスト)

韓国 I-ON COMMUNICATIONS 社が Python をベースに開発した CMS ツールを、日本のアシストが「NOREN」というブランド名で販売しているもの。テンプレートを利用することで、ウェブデザインなどを統一し、企業のウェブサイトにおけるブランドイメージの確立を重視した製品となっている。インターウォーブン同様、コンテンツ制作におけるワークフローの管理など、大規模サイト運営に不可欠の機能を備えている。価格は最大で1,800万円。

<http://www.ashisuto.co.jp/>



Portal Manager(EC ジャパン)

EC サイト、エンターテインメントサイト、メディアサイトなど、コンテンツを多く保有している大規模サイトや、更新を頻繁に行う作業が必要なサイトに適した CMS ツール。CGI などで動的に HTML を生成することを極力抑えることで、ほかのツールよりも動作の軽いサイトを作れる点が最大の特徴となっている。また、誰でも簡単に編集が可能な独自のコンテンツ管理画面があり、その画面から、コンテンツの編集、ユーザー権限の設定、配信スケジュールの設定などを、特別な知識なしに行える。価格は350万円より。

<http://www.ecjapan.jp/products/portalmanager.htm>



4less Internetシリーズ

(ネットドリーマーズ)

顧客管理などの機能が豊富で、BtoCサイトに適したCMS製品。誰もが簡単にコンテンツを作成できる「CONTENTS MANAGER」、ワークフローなどを管理する「OPERATION MANAGER」、アンケートページが簡単にできるなどCRMに特化した「CAMPAIGN MANAGER」、カスタマーサポートページ制作に特化した「SUPPORT MANAGER」で構成されている。稼働OSはLinuxとSolarisで約120万円程度の価格から導入可能。

<http://www.netdreamers.co.jp/product/4less/>

膨大なコンテンツを最小限のコストと人員で運営

コンテンツ管理システム **CMS** のススメ

CMSで深夜と休日の作業がなくなった

楽器の販売を軸に、オーディオ機器やライターからリゾート経営まで世界的に幅広い事業を行うヤマハ。その表玄関であるyamaha.co.jpは3万3000を超えるHTMLファイルを抱え、巨大コーポレートサイトならではの、肥大化に伴うさまざまな問題に悩まされていたという。

たとえばニュースリリース1つをとっても、1つの発表内容から、トップページ向け、製品ページ向け、企業情報ページ向け、プレス用サイト向けなど、9種類の見出し用HTMLファイルにリンクを張る必要があった。さらにそれらを記者発表のタイミングに合わせて同時に公開しなければならない。

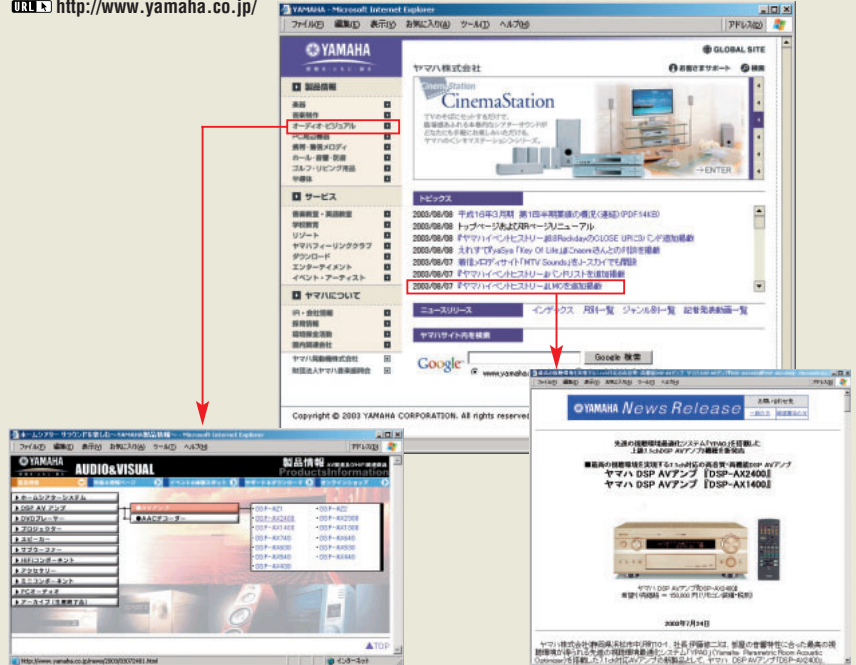
「以前ですとサイト更新の確実性を期すために、極端な場合は3人が張り付いて更新にあたるという状況で、作業が深夜や休日におよぶこともしばしばだったのですが、CMSを導入した現在ではその手間は完全に省けました」と語るのはヤマハ広報部ホームページ企画グループマネージャー、松岡克夫氏。その大幅な労力削減を可能にしたのがコンテンツ管理サーバーTeamSiteと配信管理システムOpenDeployの導入だった。

自動ページ生成機能を開発してページ単価が下がった

ヤマハにとって、インターウォーブン製品の採用の決め手となったのは、そのカスタマイズ性の高さが何より大きい。たとえば商品情報ページ。事業部ごとの営業スタッフがそれぞれに持っている情報を、各ページ生成用データベースに集中管理し、そこからHTMLファイルを自動生成している。生成の際、裏でTeamSiteの「OpenAPI」およびプレゼンテーション用テンプレート機能の助けを借りている。このことによって、ヤマハではページ制作単価の視点で見ても大幅なコスト削減が可能になったと松岡氏は言う。

ニュースリリースのページへのリンクを、テンプレートを使って生成(作成)すると、自動的にトップページのニュースにリンクが張られるほか、製品ページ向けページなどにもリンクが追加される。これにより、サイトの運営は格段に効率的になった。

URL <http://www.yamaha.co.jp/>



「多くのCMS製品は日本のユーザーには敷居が高い、という意見がよく聞かれますが、ユーザーのレベルに合わせた独自のインターフェイスを作っていただけののがTeamSiteの強みです。一般のビジネスユーザーにとって抵抗がないインターフェイスや、最小限のクリックでコンテンツを作成できるような仕組みがコンテンツ管理システム導入の鍵になると思います(インターウォーブン・ジャパン第1営業部長緒方淳氏)。「また、TeamSiteの特長としてAPIがオープンになっているので、高度なカスタマイ

ズが可能になっています。ヤマハ様の場合、デフォルトのままだとボタンが多すぎるということで、TeamSite、OpenDeployを操作するための独自のユーザーインターフェイスも作られている。その点が『使いやすい』と評価していただけているようです(同シニア・セールス・エンジニア渡邊紳二氏)。ヤマハはまさに、インターウォーブンというCMS製品を導入することによって、巨大企業が抱える煩雑な作業、かさむコストという泥沼からうまく抜け出した事例と言えるだろう。

ここが変わった!

CMS前

- ・公開のたびにしばしば3人が深夜や休日に作業
- ・9つのリンク用ページを手作業にて慎重に更新・公開
- ・楽器、オーディオなど部門によってサイトデザインがバラバラ

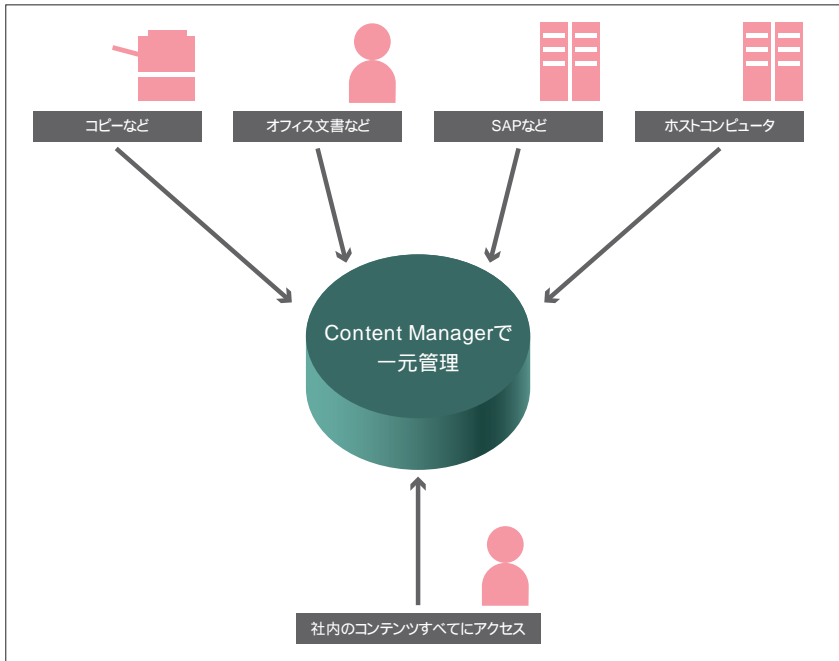
CMS後

- ・公開のための深夜作業、休日作業がなくなる
- ・1回の指示入力で自動的に9種類のリンク用ページが完成
- ・製品ページの自動生成でページあたりのコストも下がった
- ・統一したブランドイメージでウェブを展開

企業内のすべてのデータを「コンテンツ」として一元管理できる

IBM DB2 Content Managerに見る企業内コンテンツマネジメントに必要な機能

さまざまな社内のコンテンツを一元管理できる



ロータスノートなどのグループウェアで共有されているコンテンツはもちろん、SAPやExchangeなども連携できる。Content Managerに登録されたコンテンツはEnterprise Information Portal (EIP) で閲覧したり、ウェブから閲覧したりできる

既存ホストコンピュータの生み出すデータもコンテンツとして一括管理できる

The screenshot shows a detailed spreadsheet with multiple columns and rows, representing financial data for various sales stores. The title is '営業店収益管理表'.

Content Managerはホストコンピュータとの連携が強力だ。ホストで作成された、上画像のような印刷用の管理資料などはすべて、社内の共有コンテンツとして扱えるようになる。ホストからは、帳票や基幹業務の報告書などが出力されているが、その出力をデジタル化することにより、保管コストを削減できるのだ。

「CMS」の仕組みを 社内の情報管理用に置き換える

誰もがテンプレートなどを用いて簡単にコンテンツを作成し、データベースなどに格納する。そのコンテンツは一定のレイアウトでウェブに公開される。そして、それを誰もがウェブサイトで閲覧できるという仕組みを「CMS」として、これまで説明してきた。では、この流れを社内の日常業務に適用するとどうなるだろうか。社員はWordや帳簿などで“コンテンツ”を作成する。その“コンテンツ”はデータベースなどに格納され、管理者の承認などを受けたうえで、社内の誰もがアクセスし再利用できる状態にする。こういった、企業内コンテンツの「CMS」的な管理や“コンテンツ”のルーティングを一般的にECM、エンタープライズコンテンツマネジメントと呼ぶ。ここでは、これまでとは一線を画するが、SAPなどの基幹システムや、特にホストコンピュータなどとの連携が強化されているECM製品「IBM DB2 Content Manager」(以下、Content Manager)を例に、企業内での情報共有型「CMS」ではどのような機能が重視されるのかを見ていこう。

非構造化データをいかに 再利用可能な状態にするかが重要

企業の日々の業務で生み出されるコンテンツのほとんどは、構造化されていないのが実情だ。たとえば、社内のファイルサーバーに、社員1人1人がWordの文書や画像などを適当に放り込んでおくこともあるだろうし、紙の資料などもコンテンツとして社内には散在している。これらはもちろん非構造化データである。ここでは、そのコンテンツを再利用したい人が検索をして見つける、さらにはほかのコンテンツと統合して新たなコンテンツを作るということをしようと

思っても非常に難しい。

Content Managerをはじめ、ECM製品が達成するのは、これら非構造化データをいかにして一元管理するかということだ。たとえばContent Managerでは、Content Manager内に格納されたデータ自身からメタデータを抽出している。抽出されたメタデータはリレーショナルデータベースによって扱いやすい構造化データとして管理され、非構造化データであっても一元管理できるという方法だ(右図)。

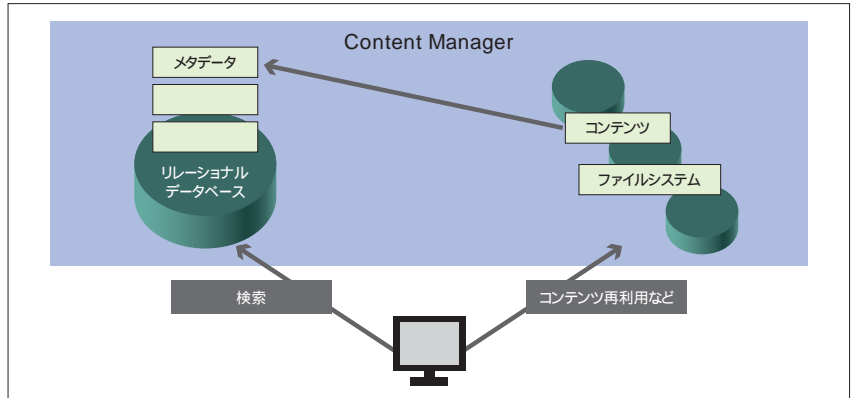
さらにContent Managerが強みを発揮するのは、ホストコンピュータが生み出すコンテンツを扱う場合だ。

Content Managerには「Content Manager OnDemand」というユニットがあり、これは印刷用データなどをはき出すホストコンピュータにTCP/IPネットワークでつながることができる。さらにContent Manager OnDemandには、AFPデータ(帳簿フォーマット)などの帳簿データと効率的に連携するインデクサー(索引付け)と呼ばれる機能があり、これによりホストコンピュータの生み出す印刷用伝票データなどを1時間当たり200万~300万ページの勢いで、そのまま電子化できるのだ。この「伝票コンテンツ」を扱いたい社員などは、専用ブラウザでContent Managerにアクセスし、階層構造で管理されたコンテンツの一覧(右画像)から、使いたいコンテンツにアクセスするだけでいい。単なるファイルサーバー的なコンテンツの活用ではなく、基幹業務コンテンツも共有対象にすることにより、この専用ブラウザだけで業務から派生する情報コンテンツをもれなく探し出して、活用できることを示している。

**ポータルサイトで
社内すべてのコンテンツにアクセス**

またECM製品では、社員1人1人のポータルサイトで、社内のデータベースすべてを活用するという特徴を持つものもある。Content Managerではブラウザでア

コンテンツそのものとコンテンツのメタデータを分けて管理する



Content Managerではコンテンツファイル自身とメタデータとを分離して管理している。メタデータはライブラリサーバーにリレーショナルデータベースとして格納され、コンテンツ自身はリソースマネージャーと呼ばれるサーバーにファイルシステム形式で保存されている。検索する場合は、クライアントはライブラリサーバーに、コンテンツそのものを利用する場合はリソースマネージャーにアクセスする仕組みだ。

社内のコンテンツがブラウザからすべて一覧、検索できる

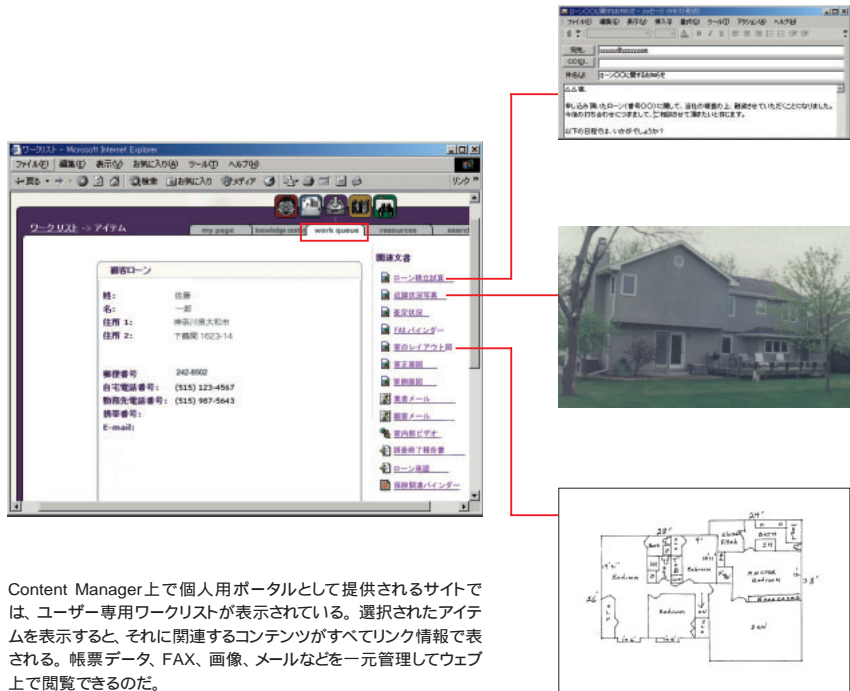
The screenshots illustrate the user interface for managing content. The top window shows a file browser view with a table of documents, including columns for document ID, title, and creation date. The middle window shows a detailed document view with a table of document properties, including document ID, title, and creation date. The bottom window shows a search results page with a list of documents, including columns for document ID, title, and creation date.

専用のブラウザでContent Managerにアクセスすると、一元管理されたコンテンツが見られるようになる。上はウィンドウで動くClient for Windows。下がブラウザベースでクライアントのOSを問わないeClient。

セスできる社員用ポータルサイトで、その社員が今日行すべきワークリストが表示されている。この個々のワークは社内のさまざまなコンテンツから生成されるメタデータそのものであり、ここをクリックすることでContent Manager内にある関連するコンテンツがブラウザから参照できるようになっているのだ。この画面の例はローン融資に関するワークを行っているので、コンテンツはローン対象の家屋の画像、図面や請求書類などデータ化された紙書類、顧客とのメール情報などが表示されている。

こういった社内のコンテンツのCMS的な一元管理が可能になる以前には、メールや基幹業務アプリケーション、バインダーなど、いくつもの場所を巡ってそれぞれのコンテンツを探さなければ、顧客の情報を集めることができなかったのだから、ECMがいかに業務効率化を目指す企業に必要なものかわかるだろう。

ポータルサイトから自分にかかわりのあるすべてのデータを入力



Content Manager上で個人用ポータルとして提供されるサイトでは、ユーザー専用ワークリストが表示されている。選択されたアイテムを表示すると、それに関連するコンテンツがすべてリンク情報で表される。帳票データ、FAX、画像、メールなどを一元管理してウェブ上で閲覧できるのだ。

ほかにもこんなツールがある!



Documentum 5 (ドキュメンタム)

基幹システムとの連携で、デジタルコンテンツを一元管理しながらコラボレーション環境の提供や、ワークフロー管理することなどに重点を置いたECM製品。非技術系、技術系ユーザーの双方が、企業内コンテンツを作成し、それを共有することができる。通信、家電、自動車といった、各業界に特化した業界別製品をリリースしているところも特徴的だ。対応サーバーOSはSolaris 8、Windows 2000(SP2)で、価格は導入規模により要相談。

<http://www.documentum.co.jp/>



Stellent Content Management System (ステレント)

WordやExcel、PDF、Forms、Graphics、イメージVideo/Audioなどあらゆる形式のデジタルコンテンツを、HTML、XML、WML、CHTML、PDFなどのウェブ対応フォーマットに自動変換することで、企業内ポータルへ自動的にコンテンツを公開することができるシステム。「Connection Server」などのファミリー製品を導入することで、Oracle、SQL Server、Sybaseなどの、データベースと連携して、大規模なコンテンツ管理が可能だ。価格は約700万円から。

<http://jp.stellent.com/>



Content Management Server 2002 (マイクロソフト)

ウェブ用コンテンツに特化したコンテンツ管理ツール。先に挙げた大規模サイト構築用CMSツールとしても利用可能。特にマイクロソフト製品を使って作られた企業内コンテンツの管理やワークフロー管理に力を発揮する。必要なシステムは、開発環境ではウィンドウズ 2000、SQL Server 2000、Visual Studio .NET、運用環境ではウィンドウズ 2000とSQL Server 2000となる。オープンブライズだが、実質的には約300万円から導入可能。

<http://www.microsoft.com/japan/cmserver/>

紙ベースの請求書と電子ファイルを組み合わせた業務が可能に

コンテンツ管理システム **CMS** のススメ

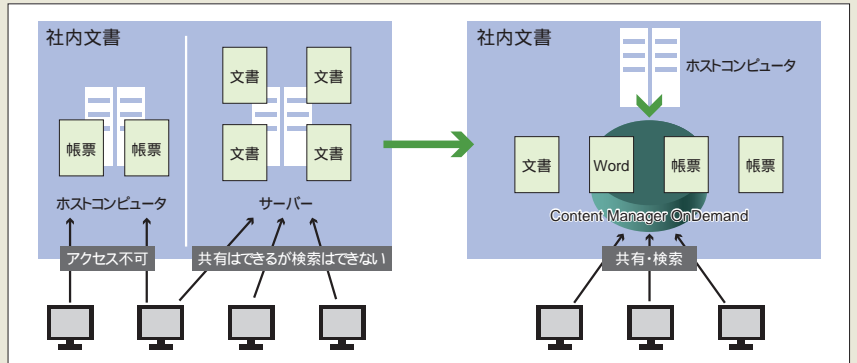
貧弱な検索機能と大量の紙を何とかしたい

どういった人に向けて販売すればいいの、適切な服用方法はどのようなものなのか。“薬”という製品を扱う場合、それにまつわる人が生み出す文章=コンテンツは莫大な数にのぼる。そういう意味で、製薬業界は「ECM」の導入が比較的進んでいる業界なのだ。

ここで紹介する内外薬品も、IBM DB2 Content Manager(以下、Content Manager)を導入する以前に、すでに販売、生産などの業務にまつわる企業内の情報を、サーバーに集中して保管していたという背景を持っている。さらに、それらの情報を社内のLANを通じて共有できるインフラも完成していた。「ただし管理している情報が多く、検索機能が貧弱なため、保管された情報を探し出して再利用するということが非常に困難でした。さらにホストコンピュータから生成される帳票などの印刷物に関しては、管理、配送、保管コスト、また物理的なスペースの確保などの問題がありました。これらの問題を解決するために、本格的にECMを実現する製品の導入を考えたのです(内外薬品取締役 総務部長 青木彦彦氏)。

コンテンツを組み合わせることで新しい価値を生み出す

そういう意味で、内外薬品にとって魅力的だったのが、ホストコンピュータで生成された帳票データを自動的にデータとして保管できるIBM Content Managerのユニットの1つContent Manager OnDemandだ。さらにこの製品は、帳票データのラインやカラムの文字列をメタデータとして認識し、帳票イメージとともに保管することで、保管後の帳票イメージの検索を簡単してくれる。この点でも「管理しているコンテンツの検索を効果的に行いたい」という内外薬品の希望とも合っていたのだ。「また、Content Manager OnDemandはそれ自体ドキュメ



内外薬品ではすでに業務データを一元管理して共有していたのだが、検索機能が貧弱で、メインフレームの帳票などは相変わらず紙で管理しているという問題があった。この2つの問題をContent Managerは解決している。

ントなどを保存しておくリポジトリになっており、マイクロソフトのOfficeファイルなどのコンテンツも保管できるようになっています。これまで連携の難しかった帳票と電子ファイルが一元的に保管できるようになったのも大きいですね(青木氏)。

これにより、エンドユーザー(社員)は必要な時に必要な帳票をブラウザで閲覧できるようになった。たとえば顧客から請求書に関して問い合わせがあった場合、顧客に郵送した請求書とまったく同じイメージを、ブラウザで表示、閲覧しながら迅速に問い合わせに答えることが可能になったのだ。

内外薬品はECMを導入することで、すべての社内の情報を、コンテンツとして一元的に保管、検索できるようになった。これにより、これまでバラバラに利用されてきた帳票、Word文書などといった情報の組み合わせから、より業務を効率化させる新たな価値を生み出すという動きが社内でも活発になっている。

名	種類	作成日時	更新日時	容量	属性
20 帳票	帳票	2004/08/11 15:40	2004/08/11 15:40	1,452	6,000
2000 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2001 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2002 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2003 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2004 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2005 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2006 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2007 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2008 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2009 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2010 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2011 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2012 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2013 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2014 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2015 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2016 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2017 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2018 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2019 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000
2020 帳票	帳票	2004/08/11 15:41	2004/08/11 15:41	1,452	6,000

これまで紙ベースで扱っていた帳票が、ブラウザによって閲覧できるようになった。



内外薬品は、ナショナルブランドに成長した鎮痛薬「ケロリン」や次世代商品「ポリアンコンドロDX」に代表される医薬品の製造・販売を通じて、国民の健康アドバイザーとして着実な成長をしている。現社長の就任以来、配置薬業界の伝統を尊重しながら、業務革新のツールとしてITを積極的に活用することで、時代のニーズを満たすにとどまらない業務革新を行う。

ここが変わった!

CMS前

- ・共有文書の検索に時間がかかる
- ・伝票、帳票など大量の紙データが存在

CMS後

- ・コンテンツの検索が早くなった
- ・Officeファイルと帳票などを組み合わせたい使い方ができるようになった



[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