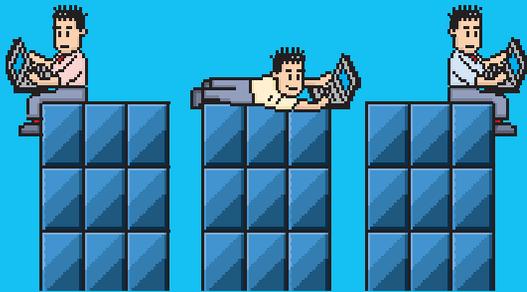


ウェブサイトの方向性で「使える」製品は決まる

最新CMS選択の基準



ウェブサイトの頻繁な更新と運営・管理に欠かせないCMSは、この1年で機能も充実して飛躍的な進歩を遂げており、各社製品の差異を見つけることは難しい。そこで、本特集では、サイトの目的を決めることこそが、CMS選びの第一歩だと考える。目的をしっかりと把握すれば、おのずと適したCMSが見えてくるはずだ。この着眼点のもとでCMS導入のポイントを整理し、今後注目の新機能について解説しよう。

text: 篠原稔和 + 菅原 聖 + 松田 孝

運用の効率化とコスト削減を実現する魔法の道具“CMS”

ビジネスにおけるウェブサイトの重要性が高まるにつれ、サイトに求められる要件もますます増えてきている。それは、コンテンツが永続的に増え続ける状況下で、企業のイメージとその使いやすさを維持するために一貫したデザインを施すことや、ビジネスの変化にコンテンツを素早く対応させながらサイトを進化させ、向上させ続けなければならないことだ。そのうえ、限りある予算内で、より少ない労力で効率よく更新し続けることや、一定のコンテンツに対して複数の異なる立場のスタッフが運営しやすくなるように、コンテンツ

を構成する資源を分離させることなどが必要になる。

そこで、コンテンツを効率よく管理して運営していくための道具であるCMS(コンテンツ管理システム)に注目が集まっている。CMSには、パッケージとしての製品からオープンソースによるものまで、今や数多くの製品が市場に登場し、その種類や用途も多岐にわたっている。まさにCMSは、サイトを日々管理・運営する担当者、コンテンツ制作者、企業経営者から、ウェブサイトを利用する人々にいたるまで、まさに「魔法のような道具」として多くの

人々に恩恵を与えるものとなっている。

しかし、ひとたびその導入のための選定や準備を怠ると、単に購入しただけでは使えるものにはならないのが現実のようだ。なぜなら、これらの製品の大半は、「サイト運営に発生しがちな問題を解決する製品」とされていながらも、実際のところは、「ウェブサイトに変換させるための部品の入れ物とそれらをコントロールする仕組み」にすぎないからだ。したがって、間違いのないCMS製品を選ぶためにも、その導入前の段階において入念な準備とチェックを行わなければならないのだ。

CMSの恩恵を受ける人々

その1)コンテンツ制作者

日常業務としてのサイトの更新作業を簡素化、効率化できる。これにより、頻繁に更新できると同時に、異なる役割の人々との共同作業が容易になる。



その2)ウェブマスター

コンテンツの制作・更新は、部署などの「現場」に任せられるため、ルーチン業務から解放され、より高度な業務を行うための時間を確保できる。



その3)企業の経営者

サイトの更新にかかる人件費や経費などのコストを削減できる。CMS導入時にかかる費用が大きくても、だいたい半年を目安に回収できる。



その4)ウェブサイトの訪問者

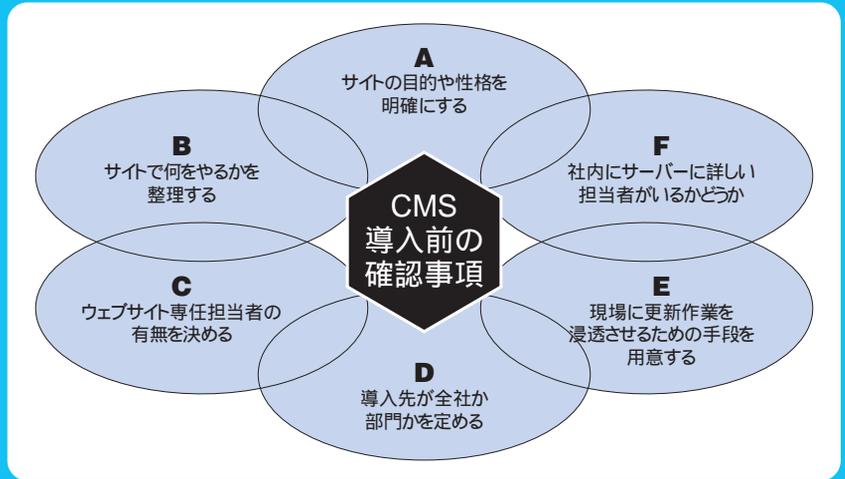
最新情報や目的とする情報を収集しやすくなるほか、サイトのインターフェイスとデザインの一貫性が保たれることで、使い勝手が向上する。



勝敗は導入前準備で決まる！ 間違いのないCMS選定のポイント

CMSを導入するためには、まず最初に自社サイトにおけるCMSの位置付けやウェブサイト運営の組織体制をしっかりと定めることが先決だ。そのうえで、ウェブサイトで発信したいコンテンツや実現したい機能の要求条件を十分に分析し、仕様を決定する。この一連の分析と検討を終えて初めて、自社にふさわしいCMSの選定を行える。

ここでは、大まかに6つの選定ポイントについて紹介しよう。



A サイトの目的や性格を明確にする

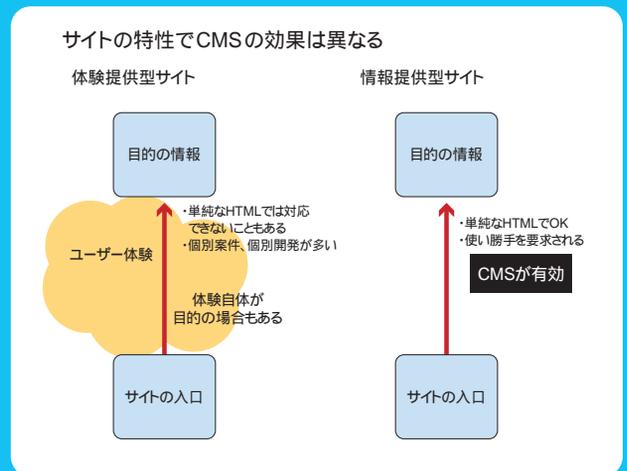
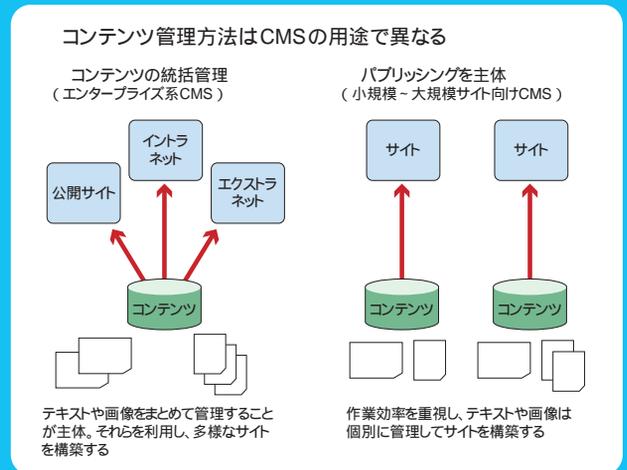
CMSを導入するサイトには、主に膨大なコンテンツを抱える大規模サイトのほか、グループ企業や事業所間で活用するエクストラネットもある。このような両方の場面で利用されるエンタープライズ系CMSは、ウェブページに限らず、テキストや画像ファイルなどのコンテンツそのものの管理が主で、導入する企業の特徴に合わせて個別に開発されることが多い。この場合、サイトの構築までに膨大な時間を要するが、完成時の期待も大きい。

その一方で、小規模～大規模サイト向けCMSはインターネットにパブリッシングすることが目的で、効率的にサイトを運営するために、個々のサイト用にコンテンツ単位で管理していることが多い。この場合は、比較的ローコストに短期間で構築できる。

また、サイトには、体験型サイト、情報提供型サイトなどの特性がある。いずれの場合でも使い勝手が重要なのは言うまでもないが、より使い勝手を要求されるのが、企業の広報・IR情報や商品情報などを公開する情報提供型サイトで、頻繁な更新と多くのコンテンツを抱えるこのようなサイトでCMSはより効果的だ。

自治体における行政相談や通信販売会社のカスタマーサポートなどの双方向性のある体験型サイトは、単純なHTMLでは対応できなかったり個別要件が多かったりするため、要件に沿って個別に開発する必要があり、コストも割高になる。

このほか、業種ごとに事業戦略や社会的使命で、CMSの選択に一定の傾向がある。たとえば、自治体や新聞社などは、情報を発信すること自体がサービスのため、情報提供型サイトの割合が圧倒的に多い。また、自動車メーカーのような購買意欲をそそることを目的としたサイトや、若年層の学習を目的としたサイトでは、体験型サイトの割合が多い傾向にある。



B サイトで何をやるかを整理する

訪問者にとってウェブサイトとは、安定してアクセスでき、ストレスなく目的のコンテンツに到達でき、そのうえ満足いくコンテンツであるかどうか望まれる。しかし、サイトの状況に応じて、これらの条件に優先順位を付ける必要がある。

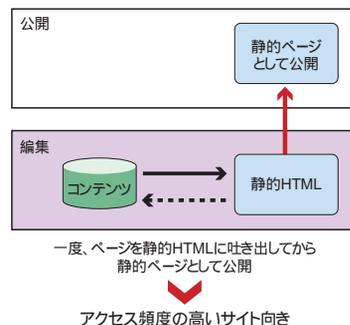
CMSには、静的なページか動的なページかを指定できるものがある。サイトの訪問者にとっては、見ているページのHTMLが静的、動的のどちらで生成されるかに意味はないが、基本的にはアクセス数が多いサイトでは安定性を優先して静的なページで、会員サイトや比較的アクセス数の少ないサイトでは動的なページとして公開することが多い。

また、イントラネットに活用できるCMSもある。イントラネットでは往々にして、特定の担当者に運営を依存してしまい、いつしか管理主体者が不在のサイトが増えて、收拾がつかない状況も多い。そこでCMSによる管理が注目されつつある。

静的なページ

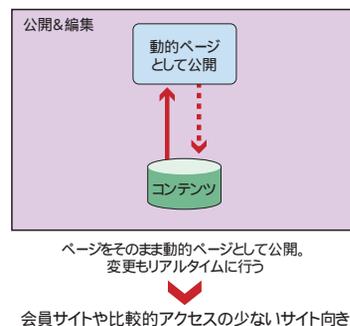
CMSで構築したサイトを静的なHTMLで生成し、これをウェブサーバーに配信して公開する。アクセス頻度の高いサイト向きで、システムダウンなどのリスク面でも安心だ。

その一方で、細かな公開の制御が困難で、サイト内検索やアンケートを収集するための仕組みなどは別途用意する必要がある(コンポーネントで用意しているケースもある)。また、フレームの使用などアクセスビリティ面でやや不安な製品も見受けられる。



動的なページ

CMSの公開を動的に行う。ユーザーごとに違うページを表示できるなど公開を細かに制御できるのがメリット。一般に運用がシンプルな場合が多い。デメリットとしては、公開サーバーを自社保有しなければいけない場合が多く、またウェブサイトへのアクセスが増えるとCMSサーバーに負荷がかかるため、それを考慮した運用が必要となる。



C ウェブサイト専任担当者の有無を決める

ウェブサイトの運営には、以下のように、4種類の基本的な権限がある。このうちサイト管理者は専任が望ましい。専任が難しければ、その代行やサポートを行うコンサルティング会社やCMSベンダーを選んで外注するのも手だ。CMSベンダーの中には、サイトデザインも含めて総合的にサポートを行うソリューションベンダーも存在するので、事前によく相談したい。

ページ作成者

最下層のコンテンツを作成する。承認権限はない。通常は、現場の担当者。

ページ承認者

ページ作成者の作成したコンテンツの内容を承認する。通常は、現場の管理職(内容を判断できる)。

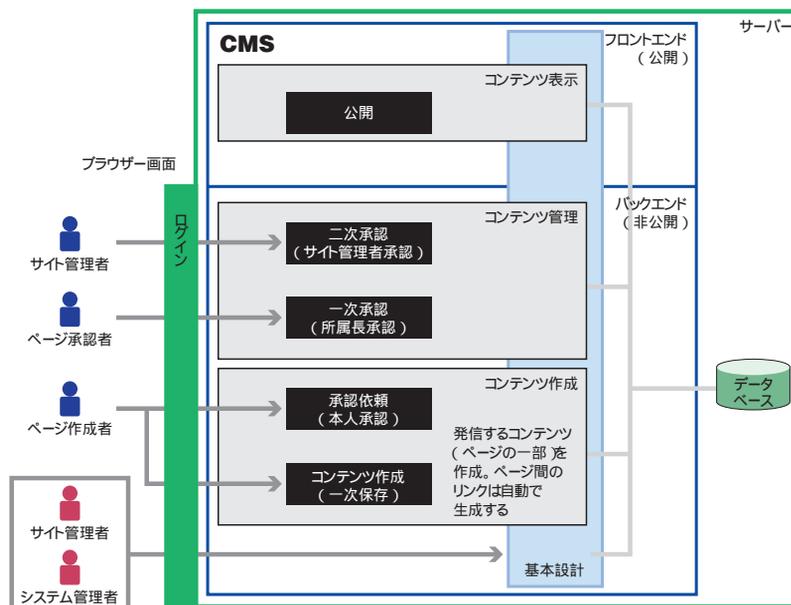
サイト管理者

ページ承認者の承認したコンテンツを、サイトのガイドラインを基準に承認を行う。またサイト全体の構造(分類など)やデザインの確認、現場担当者へのアドバイスなど、全体を見通した活動を行う。

システム管理者

サーバーの保守やCMSのシステムレベルの設定を、必要に応じて行う。通常はシステム管理部門や外部パートナーを活用する。

サイト運営の流れと基本的な権限

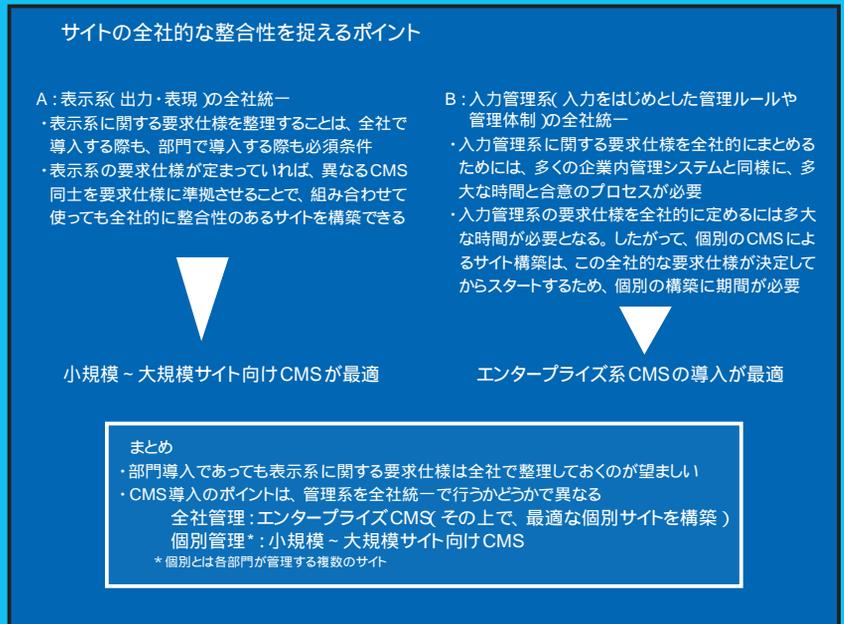




D 導入先が全社か部門かを定める

通常、全社で一斉にCMSを導入することが、入力管理系を統一する観点から理想とされている。しかし、全社的に導入すると、コスト・労力・期間がかかることや、導入を決めたCMSが自社サイトの運営方法に適合しなかった場合のリスクなど、非常に大きな負担を強いられる。

これに対し、部門ごとにCMSを導入するケースでは、異なるCMS同士が連携して機能できるかどうかが大変な観点となる。このため、全社のポータルサイトと各部門サイト間において、各サイトの情報を連携させるRSSを活用したシンジケーション機能(128ページ参照)の有無などを抑えておくことが必要だ。また、価格帯に幅を持たせたCMSも増え、部門導入から全社への拡張も容易になってきている。

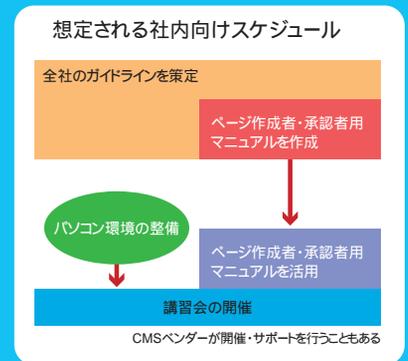


E 現場に更新作業を浸透させるための手段を用意する

CMSのメリットとして、たとえばウェブサイトにおいてブランディングを行う場合、デザインテンプレートを活用して、誰でも基本項目さえ入力すれば同じページを作れる点が挙げられる。このためにも、CMSの運用方法をはじめとした取り決め事項などを網羅したガイドラインをとりまとめる必要がある。

このガイドラインを浸透させるためにも、マニュアルの整備や、CMS利用のた

めのパソコン環境の整備、講習会の実施を行う。特に講習会は、権限に応じた必要十分な内容にしなければならない。また、トレーニング環境があるのが望ましい。CMSベンダーによっては、講習会やセミナーを定期的で開催したり、導入後に電話サポートを利用できたりするところもある。CMSは現場に使ってもらってこそそのツールなので、導入後も十分にサポートを受けられるかどうか事前に確認しておきたい。



F 社内にサーバーに詳しい担当者がいるかどうか

サイト全体を管理する専任担当者はぜひ配置したい。CMSには、サーバーインストール型とASP型があり、どちらを選ぶかによって専任担当者の業務が異なる。

インストール型CMSではサーバーやインフラを含めて管理する必要がある。このため、サーバーに詳しい専任担当者(システム管理者)を置くことが不可欠だ。

一方、ASP型CMSではサーバーの管理を自社で行う必要はない。したがって、専任担当者は煩雑な業務から解放され、小規模サイトであれば構築・運用ともローコストとなる。しかし、ASP型はインストール型に比べて月々の利用料がかかる

ほか、サイト規模の拡大や管理者の増大による運用コスト増のリスクに配慮しなければならない。

CMSのタイプによる管理者の役割の違い

		サーバーインストール型	ASP型
社内業務	サーバー管理(システム管理者)		×
	サイト運営(サイト管理者)		
メリット		一定規模以上のサイトの場合にはローコストとなる。専任担当者によるきめ細かな対応や検証が行える	サーバーの稼働に対する業務はない(委託)。専任担当者が不要で構築も早い

カタログ情報だけではわからない CMSの疑問を丸ごと解決

CMSを導入すれば、「サイト更新時の運用コストが大幅に削減できる」「誰でも簡単にコンテンツを作成できる」というような数々のメリットがある。しかし、そこまでのり着く以前に、導入や運用に高いハードルがあるのも事実だ。

そこで、CMSを導入すべきか、導入するためにはどうすればいいか、といったサイト管理者の悩みを一挙に解決しよう。

01 CMSは既存サイトに導入して使えるか？

CMSの導入には、コンテンツやシステムの変更をはじめ、コンテンツを更新・運用するためのルールや組織体制の見直しを行うための移行作業を伴うことから、一般的にサイトのリニューアルのタイミングで一斉に導入することが最適とされている。

しかし、既存サイトの問題が深刻で、早急にサイトの運用などの改善が求められるよ

うな場合には、一部のサイトから部分的にCMSを適用していく方法を試みることもできる。この場合は、CMSの選定においても、まずは拡張性が高く導入コストの低いCMSを使って、全社的・全体的な観点から検討することが重要だ。また、全体的な視点から管理する担当者を設けることも必須となる。

02 CMS導入のタイミングは？

サイトのリニューアルをどこまで行うかによって、CMSを導入するタイミングも異なってくる。全社規模の場合には、全社でサイトの要求仕様を決め、それに見合ったCMSを選定し、これを個々のサイトに適用させるプロセスが必要となる。また、各部門の代表者で構成するプロジェクトを編成して、サイトの方向性や運用形態の足並みを揃えるなど十

分な時間を要するため、CMSの導入に数か月以上の期間をみなければならぬ。

一方、部門単位でCMS化を試みる場合は、個別の事情で推進できることから、個々のサ

イト更新のタイミングで実現できる。なお、この場合も、あらかじめ作成するガイドラインに沿って、最低限の全社的な観点からの調整が求められる。

CMS導入の進行スケジュールの例

		1月	2月	3月	4月	6月	7月	11月	12月
各種調査		→							
各種ベンダーや中立的なコンサルタントとの協業	ソリューション内容の把握	→	→						
	企業内セミナーによる知識の整理 要求のとりまとめ	→	→						
協業 (コンサルタントによるアドバイスを活用)			→						
要求仕様書の作成				→					
実装ステップ	コンテンツの組織化			→					
	システムの検証			→					
	要求分析、仕様文書、RFP			→					
	移行実施プロジェクトのスタート			→					
	プロトタイプサイトからの実装			→					
	タイムテーブルとマイルストーンに従った進行			→					
	カットオーバー			→					
ガイドラインのとりまとめ							→	→	
ガイドラインに沿った継続的なメインテナンス									→

部門単位でCMSを導入する際の注意点
・表示系(出力・表現)に関する要求仕様は、事前に全社で整理する。デザイン変更に対応できるCMSなら、必要なタイミングで全社に適用させることも可能
・自社サーバーが必要かどうかを確認し、必要な場合には全社的な観点で対応する

03 CMS導入後、どこまで社内で作成できる？

多くのCMSは最下層ページの具体的な発信内容を作成するだけで、その上位ページやページ間のリンクを自動生成する。このため、文字や写真中心のシンプルなコンテンツであればほとんどを社内で作成できる。最下層コンテンツでも複雑なチャートやレイアウトが必要な場合は、外部パートナーに依頼することになるが、依頼する範囲は最下層コンテンツ部分だけでよいことになる。また、デザインテンプレートも簡単なインターフェイスで作れるCMSが増えており、適切な設定によってユーザビリティに配慮したサイト作りも可能となる。

通常与えられる権限

		運用時の管理グループ			システム変更時の管理グループ
		サイト管理者	ページ承認者	ページ作成者	システム管理者
コンテンツ管理	ページ				
	ファイル				
	承認				
	カスタムフォーム				
サイト構造	フッター				
	グループ				
	カテゴリ				
ログイン権限	サブカテゴリ				
	ユーザーレベル				
ニュースレター	設定・申し込み				
ログ	検索キーワード				
	ログインアクセス				
ツール	システムエラー				
	検索インデックス生成				
	管理用サイトマップ				
	コンテンツ一括割り当て				
	HTML生成				

テンプレート作成はCMS製品に依存する

すべての権限
ページ承認者権限に設定した範囲
ページ作成者権限に設定した範囲



04 CMS導入にかかる費用は？

CMSの料金は、ライセンスモデルで提供される。ライセンスモデルは、CMSによって料金体系が異なり、ユーザー（CMS利用者・管理者）数、CPUライセンス、サイトライセンス、サーバーライセンス、テンプレート数、帯域ライセンスなどに種別される。またページ数などに制限を設けている場合もある。構築時に、1年後、2年後のサイトを予測することで、費用を事前に把握しておくのが重要だ。同時に、現状の運用費用も算出することで、費用対効果が明確になりやすい。

また、ライセンス以外にもさまざまな費用がかかる。ハイエンドなCMSは個別要求に応じられる一方で、データベースやアプリケーションサーバー、他のシステムの構築や連携に思いのほか期間を要して、費用がライセンス以上となることも多い。またサーバーインストール型CMSで専用の独自サーバーを必要とする場合は、その初期費用と運用費用も算出しておこう。ほかにも、初期構築時の既存コンテンツの移行費用、運用時のサイト構造の変更やデザインの変更、システム

のアップデート（バグ、機能アップ）なども見落とさないようにしたい。

典型的な導入価格は？

CMSが効果的に利用できる中規模、大規模サイトの導入価格の目安は次のとおり

- ・中規模サイト：500万円前後
- ・大規模サイト：約1000万円～2000万円

実際にはこれに毎年の運用費用が必要となる

CMS導入にかかる費用

は要注意

		初期費用	運用費用	
サーバー管理	サーバー（ハードウェア）		-	
	OS		-	
	ソフトウェア	CMSライセンスに含まれないので、有償のものが必要な場合は注意	-	
	DBMS		-	
	CMSライセンス		-	
	設置インストール		-	
	ハウジング・ホスティング	アウトソーシングする場合		-
ハードウェア・ソフトウェアの保守			-	
サイト運営	サイト構造設計		-	
	基本デザイン		-	
	テンプレートデザイン	CMSによってはSIに依頼しなければならないことも。デザインが複数必要なときや途中で変更・追加したい場合、別途費用が発生することもある		-
	運用設計	コンテンツごとの作成者や承認者の役割分担やワークフローを決める		-
	コンテンツカテゴリの登録	CMSの設定		-
	ユーザー・管理者の登録			-
	CMSカスタマイズ	CMSによってはデザインやカテゴリを設定するだけでなく使えるものとフレームワークレベルで開発が必要なものがある。また、掲示板やアンケートフォームなどのプログラムを追加する場合も別途費用が発生することもある		-
	コンテンツの移行・作成	CMS導入を機会に既存コンテンツを整理するとよい。更新の必要のないものはCMSに移行せず、リンクを張っておくだけで残しておいてもよい		-
トレーニング	ページ作成者に、使い方や運用ルールを説明する。講習会を開くこともある		-	

05 CMS導入に必要なものは？

CMSの導入には、サーバーやデータベースなどの物理的なもの以外にも、CMS導入に不可欠な心得として、次の5つがある。

- ① 現状の運用とシステムの理解者**
CMS導入ステップの初期段階では、ウェブサイトの運用フローを俯瞰して把握し、仕様を整理し、効率化していくためのCMSを網羅的に理解できる人材を配置できるかが鍵となる。
- ② ナビゲーションとコンテンツの理解者**
発信したい情報（コンテンツ）に到達するためのナビゲーションとなるインデックスペー

ジは、各ページを統合的に捉えた、言わば権限を割り振るためのページでもある。それらとコンテンツとを切り分けて理解し、サイト管理者は適切な権限を与えて担当者を割り当てなければならない。

- ③ サーバーの管理体制の決定**
従来の広報を中心とする企業の運用部門ではサーバーの管理までは行っていないことが多い。一部ASP型CMSがあるものの、多くのCMSは独自サーバーが必要となり、運用体制が新たに求められる。システム管理部門に支援を依頼するか外部サービスを利用するかを選択となる。

④ サイトをよくしようとする意思
CMSは、少人数で膨大なコンテンツを管理する場合と、多数のコンテンツ作成者で運用する場合がある。いずれにしても、サイトの意味や価値を理解し、全体を正しい方向に導く統一した意思がプロジェクト全体にわたって浸透しているかどうかが重要だ。

⑤ 1つの製品にとらわれない視野
1つのCMSがサイトのすべてに適用できるとは限らない。サイト全体を構成する個々の小サイトを、異なるCMSで運用するほうが適切な場合もあることを念頭に置いて、CMSを構築しよう。

運用方法で必要な機能は千差万別 最新機能に見るCMSの動向

CMS製品が市場に登場しはじめたころは、同じ分野の製品とは思えないほど各製品間で機能が異なっていた。しかし、最近ではその差もなくなり、各社の足並みが揃ってきた。このような状況において、実際の導入や運用を念頭に置き、製品選びで注意すべき機能や最新のCMS製品で注目される機能をここで見ていきたい。

「ワークフロー管理」は組織の役割分担の明確化が必須

組織でウェブサイトを運営する際、コンテンツの「ワークフロー管理」は必須だ。この機能を十分に活用するためには、組織ごとの役割分担を明確に設計することが前提となる。また、何段階もの承認や細かい期限を設定した「差し戻し」などの複雑なワークフロー機能は、一見魅力的に見えても実際には使う可能性が低い。ワークフローは組織のグループやユーザーの管理と密接な関係にあるため、既存の独立したユーザー管理システムと連携できる仕組みかどうかなども確認したい。

JIS公示も間近で注目される「アクセシビリティ対応」

ウェブサイトのアクセシビリティ(障害

者や高齢者などでもアクセスしやすくすること)のJIS規格が6月20日に公示される予定だ。この影響もあって、CMS製品も「アクセシビリティ対応」をうたうものが増えてきている。ここで確認すべきポイントは、アクセシビリティ的な観点から問題の多い「フレーム」の使用の有無が挙げられる。また、WYSIWYGエディターを使って自由に入力できる場合は、サイトの音声読み上げを可能にする「画像のALT属性の有無をチェックするツール」などの補助機能がCMSに用意されているかを確認することも有効となる。

独自サーバーの負担を減らす「静的HTMLファイル生成」

CMSを運用する際、特定のアプリケーションサーバーやDBMS(Data Base Management System)など、一般的なプロバイダーでは提供されないシステム環境が必要になるケースが多いため、サイト公開用に独自のサーバーを用意しなければならない。このような問題を解決するには、コンテンツ制作の運用管理をイントラネット上のサーバーで行い、ウェブサーバーへ配信して公開するために、「静的HTMLファイル生成」対応のCMS製品を選択する方法がある。最近では、

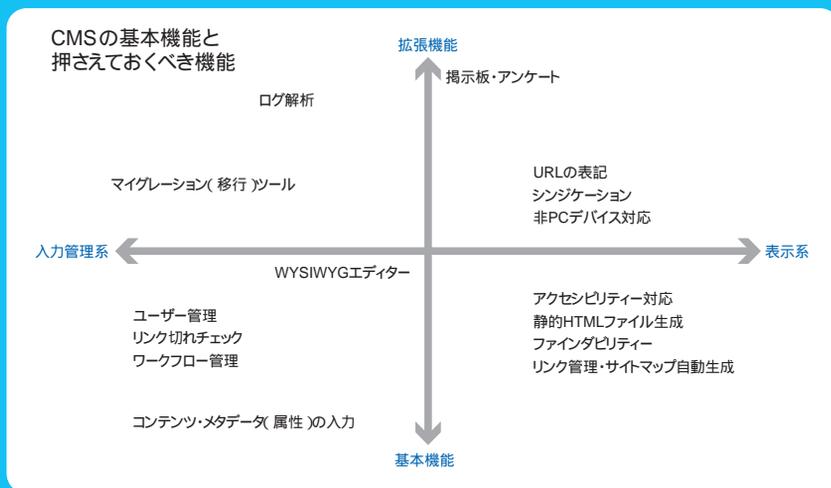
MovableTypeのような負荷の軽いブログツールをCMS的に使うケースも徐々に増加している。これも運用を公開サーバーで行いながら、公開されるコンテンツを静的なHTMLファイルとして扱う静的HTMLファイル生成の一種だ。

ブログのRSSやAtomで話題の仕組み「シンジケーション」で分散管理

大規模なウェブサイトやCMSで運用する場合、適切な単位でサイトを分割し、サブサイトとして部門別にコンテンツを分散管理するほうが効率のよいケースがある。このとき、サブサイト間のコンテンツ情報を互いにやり取りしたり、上位のサイトから参照したりするための仕組みが必要になる。これには、データベースを直接共有するような方法やHTMLを読み込んで加工する「HTMLスクレイピング」がある。なかでも、もっとも洗練された方法は、作成された情報を他のサイトやサブサイトに配信する「シンジケーション」と呼ばれる仕組みだ。ブログ系ツールでは、RSSやAtomといった標準的なフォーマットのファイルを活用して、この機能を実現している。

コンテンツに検索キーワードを付ける「ファインダビリティ」

ウェブサイトの運用管理では、わかりやすいナビゲーションを用意するなど、ユーザービリティに配慮した工夫を凝らすこと



Microsoft Content Management Server 2002では、承認待ちページを一覧にして表示できるワークフロー管理機能がある。

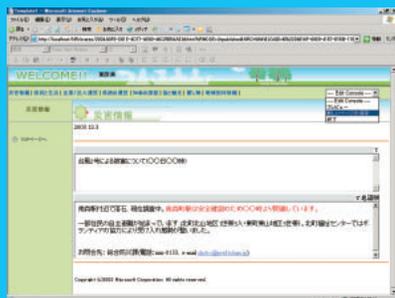


が常に求められている。しかし、現実には、サイトの訪問者はトップページからナビゲーションに従ってサイトを探索するよりも、Googleなどの検索エンジンを使ってキーワードを入力し、必要なコンテンツに直接たどりつくようなケースが多い。このことから、検索エンジンに適切にヒットされやすくなるように、コンテンツに検索用のキーワードが付けられる仕組み「ファインダビリティ（見つけやすさ）への対応が注目される。

「コンテンツ移行ツール」の提供とCMSへの組み込み

CMSを選定する際に見落とされがちなのが「いかにして既存ウェブサイトのコンテンツを新しい環境に移行するか」といった課題だ。一般的にCMSは、新たにコンテンツを入力することが前提となっているため、移行のための仕組みがほとんど考えられていない。徐々に解決されてきているものの、コンテンツの移行問題が障害となってCMS導入が進まないのが現実だ。移行をサポートするような「マイグレーション（移行）ツール」が求められている。

CMSと組み合わせることで使うことになるマイグレーションツールは、CMSベンダーが独自に開発して提供するほか、CMSによってはこの機能まで組み込んだものもある。CMSベンダーから提供される既存サイトの分析と移行に関するサービスや導入時のサポートの有無もCMS選別に欠かせないポイントとなるだろう。



ブラウザ画面からワード感覚で直接入力できるWYSIWYGエディターを採用するCMSは多く（画面はMicrosoft Content Management Server 2002）

CMSの機能分類と製品の選定時に必要な情報

対象規模 / 種類	中小規模（数十～数千ページ程度のウェブサイトの構築を主な目的とするもの）、大規模（1万ページ以上のウェブサイトの構築に対応するもの）、エンタープライズ（大規模なウェブサイトの構築に加えて企業の他のシステムと連携でき、統合的なコンテンツ管理を主体とするもの）、ASPサービス（サーバーの運営は業者が行い、ユーザー企業はCMSの機能をインターネット経由で利用できるもの）がある		
価格 / ライセンス形態	導入価格やライセンス形態		
オプション機能 / 価格帯	オプションのモジュールにどのようなものがあるかの機能調査とその価格		
典型導入パターン	そのツールが一番効果的に使われる、または一番よく使われる導入パターン		
典型導入価格例	典型的な導入パターンでどれくらいの価格になるのの目安		
対応OS / RDBMS / ミドルウェア	対応OS、データベースシステム、エンジンのミドルウェア		
管理者・ 運用者向けの 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 / 権限分担	複数のスタッフに権限と作業を割り当てる機能。作業の流れが自動的に指示されるように指定できる場合もある
		時間指定発行 / 時限発行	特定のコンテンツを指定日時になったら自動的に公開したり、指定日時以降は見られなくしたりする機能
		世代管理	変更履歴を世代で管理して、過去のコンテンツへ戻せる機能
		ステージ管理 / ロールフォワード	将来の更新を先に作成しておいて、将来どんなページが表示されるのかを事前にチェックする機能
	サイト階層構造管理	ページ単位ではなくサイトの階層構造まで管理できる機能	
	リンク切れチェック	サイト内に記述されたHTMLのリンク先がなくなっていないかをチェックする機能	
	別システムのユーザー認証利用	外部のLDAPなどを利用して既存のユーザー管理システムの認証を利用する機能	
	デザインテンプレート管理	ページの構造や表示スタイルを定義しておく機能。モジュール形式で再利用が可能な場合もある	
	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ときの動きなどを分析する機能。アクセスログ出力のみに対応して「ログ解析」の機能は備えていないこともある	
	WYSIWYGエディター搭載	CMSに内蔵されているエディターでビジュアルにHTMLを編集する機能	
	XMLデータ処理	XMLデータの出力対応機能	
	シンジケーション	特定サイトのコンテンツを他のサイトと共有できるようにするプロセス機能	
	ファインダビリティ	検索エンジンで見つけられやすくなるため、コンテンツにキーワードなどを付ける機能	
マイグレーションツール	既存のコンテンツやシステムを新規のCMSに移行することを補助するためのツール		
ウェブサイトで 実現する機能	利用ユーザー登録	登録制のサイト利用者認証 / 管理の機能	
	サイト内検索	ウェブサイト内のコンテンツを検索する機能	
	業務システムとの連携	企業内の業務システムと連携したサービスを実現する機能	
	静的HTML自動生成	ページを毎回動的に生成するのではなく、静的なファイルとしてあらかじめ出力しておく機能	
	ケータイ対応	同一コンテンツからの携帯電話向けサイトなどを作る機能	
	アクセシビリティ対応	サイトを障害者や高齢者に配慮した作りにする機能やボイスブラウザ対応などの機能	
	新着情報 / サイトマップ / ナビゲーション自動作成	コンテンツからサイトのガイド / ナビゲーション要素を自動生成する機能	
	コミュニ ケーション	掲示板	サイトに来ると同じ人が情報を交換し合うBBSなどの機能
アンケート		アンケート作成からデータ集計までを含むアンケート実行機能	

目的を明確にして適切に選ぶために 主要CMSを一挙紹介

- ・製品カテゴリーは？
- ・静的HTMLファイル対応？
- ・部門導入は可能？
- ・導入後の教育体制は？

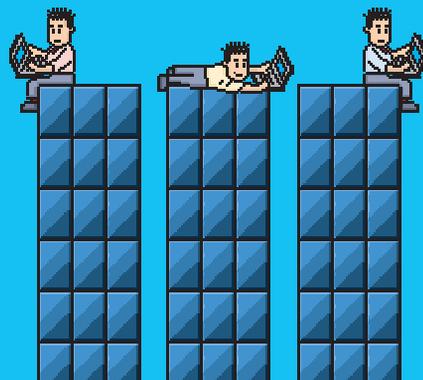
これまで解説してきたように、CMS導入前の準備として、自社サイトにおけるCMSの位置付けと運営体制を明確にしなければならぬ。そして、サイトで何をやるかを整理すれば、おのずとサイトの方向性とその条件に合うCMSの基準が見えてくるはずだ。

ここでは、主要なCMS製品に対し、123ページから125ページで紹介したCMS選定のポイントに準じて対応の可否などの調査を行った。

それぞれ、選定ポイントのA～Fで紹介した項目について、2004年5月17日時点

での対応状況や機能の有無、各製品のスタンスをまとめている。CMSを自社で開発し、製品単体の販売だけでなくコンサルティングを含めて実際の導入まで行っているソリューションベンダーもあれば、システムインテグレーターやウェブ制作会社に納入して顧客に導入する代理店販売の製品もある。また、導入後の教育・サポートや定期的なセミナーの開催など、付加価値的なサービスも積極的に展開しているところもある。

以下の表で、これらをだまかにまとめたので、参考にしてほしい。



主要CMSの対応状況一覧表

		A	B	C		D		E		F		
	製品カテゴリー *1	製品カテゴリー *1	動的ページ生成 / 静的HTMLファイル生成	有償 *7	有償 *11	部門導入	(拡張性の単位)	シンジケーション機能	導入後の教育	電話サポート	セミナーの開催	導入タイプ
ALAYA	131ページ 彼方株式会社	エンタープライズ系	静的	有償 *7	有償 *11	*14	*16	*24	有償	*31	×	インストール型 / ASP型
AssetNowEX	株式会社インフォザイン	大規模サイト対応	動的 / 静的 *3	有償 *8	有償 *8		*17	×	有償	×	今後実施予定	インストール型 / ASP型 *38
DBPS	132ページ パナソニックデジタルネットワークサーブ株式会社	エンタープライズ系	動的 / 静的 *3	有償	有償 *11		*18	*25	有償	有償	個別形式対応 *34	インストール型 / ASP型 *39
FatWire Content Server	133ページ FatWire株式会社	エンタープライズ系	動的 / 静的	*9	*12		*19		有償		*35	インストール型 / ASP型
4Less Internet	134ページ 株式会社ネットドリーマーズ	大規模サイト対応	動的 / 静的 *4	有償 *8	有償 *8		*20	*26	*29		*36	インストール型 / ASP型 *39
Interwoven TeamSite	インターオープン・ジャパン株式会社	エンタープライズ系	静的	有償 *8	有償 *8		*21	×	有償	×	*32	インストール型
Microsoft Content Management Server 2002	136ページ マイクロソフト株式会社	エンタープライズ系 *2	動的 / 静的 *5	有償 *10	有償 *10	*15	*15	*27	*30	有償	無償 *37	インストール型 / ASP型
NOREN4	135ページ 株式会社アシスト	大規模サイト対応	静的	有償 *8	*13		*22	×	有償	*33	無償	インストール型
PortalManager	ECジャパン株式会社	大規模サイト対応	静的	有償	有償		*23	*28	有償	無償	無償	インストール型

*1 エンタープライズ系はオフィス内のあらゆるコンテンツの統括管理を主体とする / その他はウェブのパブリッシングを主体 *2 Enterprise Editionはエンタープライズ系および大規模サイト対応、Standard Editionは小・中規模サイト対応 *3 オプションとして提供(一部有償) *4 Contents Managerは動的ページ生成対応、File Managerは静的HTMLファイル生成対応、組み合わせにより両対応、Contents Managerはオプションで静的化に対応 *5 Enterprise Editionは両対応、Standard Editionは動的ページ生成のみ、静的HTMLファイル生成対応モジュールを提供しているSI/パートナーもある *6 は自社自前対応可、は他社と共同で対応する場合 *7 ALAYA導入支援サービスのオプション(有償または他社) *8 当社(有償)またはSIなど外部の会社、販売パートナー、ウェブ制作会社などを紹介 *9 SIPS/SIなどのパートナーを紹介し、当社と共同でコンサルなどを行う(基本的には有償だが、導入前段階などは無償のケースもある) *10 Microsoft Consulting Service(MSC)からの有償サービス。または、SI/パートナーやウェブ制作会社のパートナー *11 当社(有償)またはウェブ制作会社などの他社 *12 SIPS/SIなどのパートナーを紹介し、サイトデザインのみならず、コンテンツそのものをどのようにアセット化するかなども行う(基本的に有償) *13 外部のウェブ制作会社を紹介 *14 外部またはコンテンツ単位での部分導入が可能 *15 Standard Editionは、非常に安価なインセンルコストで部門単位から導入可能。将来規模が大きくなった場合、Enterprise Editionにすることで、サーバー台数の増加によるスケールアウトが可能。どちらも、管理できるページ数、テンプレート数は制限なし *16 テンプレート数、ユーザーアカウント数(利用者含む)、配信サーバー数、データ容量(ASPの場合) *17 ページ数やカテゴリー数、管理者数などに制限はない(初期構築範囲内での対応可)。明示的に別サイトを同一サーバーや別サーバーに構築する場合にはインストール(別ライセンス)が必要。同一サーバーであれば、10ライセンス、25ライセンスパックの選択が可能 *18 ページ数・管理者数ごとに拡張 *19 J2EEのアプリケーションサーバーのCPU数が拡張に影響するのみ *20 ページ数とテンプレート数は制限なし。サーバーインストール単位(別途ライセンスがかかる)と管理者数(ライセンスがかかる場合がある)で拡張 *21 サーバーインストール単位、クライアント数、開発者数など *22 サーバーインストール単位、使用ユーザー(利用者・管理者含む)数、配信企業数など *23 ページ数、サーバーインストール単位、管理者数、テンプレート数など *24 RSSテンプレートを用いることで、RSSの自動生成が可能 *25 RSS機能は次版で対応予定 *26 Contents Managerのオプション(RSS対応) *27 .NET Framework上で動作するため、RSSフェード、コンシューム機能を容易に実装できる。XMLウェブサービス経由でも可能 *28 カスタマイズでどのようなフォーマットにも対応 *29 導入時のインストールサービスに含まれたセミナーを開催予定 *30 CTEC(認定トレーニングセンター)による有償トレーニングや、マイクロソフトmstepによる無償セミナーのほか、SI/パートナーが独自の教育メニューを用意しているケースもある *31 ASPタイプは月額利用料に含む(インストールタイプはオプション) *32 一次サポートは、販売パートナー経由 *33 有償。メンテナンスサポート契約は無償 *34 今後は対象を拡大したセミナーを開催予定 *35 「無料紹介セミナー」と実際に操作を行う「ハンズオンセミナー」(有料)を毎月開催 *36 パートナー各社共同で開催 *37 「Webコンテンツ管理ソリューションセミナー」(無償)を毎月第4金曜日に実施 *38 インストール型が基本で、ASP型は機能制限あり。今後本格運用も検討中 *39 ASPは応相談の個別対応

現場で生まれて現場で鍛えたコンテンツ・マネジメント・ソリューション

ALAYA

彼方株式会社

<http://www.kanata-jp.com/>

CMSは、ウェブサイトのリニューアルのタイミング、あるいは既存システムとの連携を最優先として導入される。彼方株式会社では、ソリューションベンダーとしてのスタンスで企業の要望に柔軟に対応し、自社開発のCMS「ALAYA」を提供する。

ALAYAのトップ画面。コンテンツ制作・運営の現場の声を反映しているため、直感的に操作できるような工夫が随所に施されている。



「現場の声」にきめ細かく対応して MS Office連携やアンケートも

彼方株式会社ではシステムベンダーとして、ただCMS製品である「ALAYA(アラヤ)」を提供するだけではなく、ソリューションベンダーとしてのスタンスをとる。

すなわち、顧客企業から相談を受けた際、顧客にとって何が最適なのかを探りながら、ウェブサイトに関するサービス全体の提供を心がけている。というのも、顧客のうち約9割は、CMSの導入にウェブサイトのリニューアルまで含めて検討しており、システムの話だけでは終わらないからだ。

彼方株式会社シニアプロデューサーの金子明敏氏は「システムだけでなく、ウェブサイトのデザインはもちろん、最近だとサイトのアクセシビリティの話にまで発展するため、ウェブサイト全体の知識が必要になってくる」と語る。CMS導入の現場を考えると、これはある意味必然のようだ。

100人以上の現場のスタッフが自らサイト

の運営にかかわる大規模サイトから、少人数の社内管理者と外注のスタッフが連携して運営するサイトまで、利用・運用形態や性格の異なるウェブサイトにも柔軟に対応できるのもソリューションベンダーであればこそだ。当然、機能面でもMicrosoft Officeとの連携や、ウェブアンケートの作成・運営が可能な「ALAYAエクステンションモジュール XMLアンケートマネジメントシステム(オプション)などの機能も提供し、「現場の声」にきめ細かく対応している。

利用形態に応じて選択できる インストールタイプとASPタイプ

ALAYAには利用形態に合わせて選択できる「インストールタイプ」と「ASPタイプ」がある。この2つのタイプには機能的な差はなく、サーバーも含めて自社で管理したければインストールタイプ、サーバー管理をアウトソースしたければASPタイプを選択すればよい。たとえば、広報や宣伝企画を主体にして

運用したい場合、必ずしも担当部署にサイト運営に詳しい人がいるとはかぎらない。このようなときはASPタイプを選ぶとよいだろう。

4月20日には、最新版「ALAYAリリース4」の提供が開始され、Linux/Apacheに加え、オープンソースのJ2EEアプリケーションサーバーとして定評のあるJBoss/TomcatおよびデータベースサーバーのPostgreSQLに対応し、導入コストをより低減できるようになった。

新たに追加された機能では、キーワードによる分類機能に注目したい。これは、各ページに付けたキーワードをもとにページを分類して一覧表示するものだ。サイトを訪れる人に多面的な切り口を用意することでアクセスしやすい環境を提供する。特に、自治体などの不特定多数が訪れるサイトに効果を発揮する。分類結果からより少ないクリック数で目的のページまでたどり着く逆の発想もできるため、この機能を活用すれば、ALAYAをサイト構造の見直しにも応用できる。

こうしたリリース4により提供された機能を活用し、現在、藤沢市(神奈川県)ではホームページの全面リニューアルとともにALAYAによるサイト運営への移行を予定している。

事例紹介

中田英寿オフィシャルホームページ
<http://nakata.net/>
 人気コーナー「Hide's Mail」では更新情報を関連サイトを含め、十数か所に反映させる必要がある。これをALAYAのリンク生成/リンクチェックにより自動化することで、更新ミスの発生を防ぎ、運営の効率化を実現している。

日本ゼオン株式会社
<http://www.zeon.co.jp/>
 ウェブサイトの運営・管理権限を情報システム部門から広報部門(広報室のウェブマスターがすべてをハンドリング)に移管。ALAYAの導入により社内での更新体制を確立し、社外制作会社へのアウトソーシングを削減するとともに迅速な情報更新を実現した。

パン パシフィック ホテル 横浜
<http://pphy.co.jp/>
 宿泊、ウェディング、レストラン、宴会の各部門で利用。デザイン性の高いページの中で情報の即時性を実現した。人気のメールマガジン「PPHY.News」は、ALAYAと連携したメール配信機能を活用して運営されている。

スターバックス コーヒー ジャパン 株式会社
<http://www.starbucks.co.jp/>
 更新頻度の高いコーナーに適用。店舗のアルバイトに関する求人情報をリアルタイムに更新している。

株式会社ニチロ
<http://www.nichiro.co.jp/>
 ユーザーサービスの向上のため、たとえば中国の現地農場より、冷凍食品用野菜の残留農薬の管理体制とトレーサビリティ(追跡履歴)の実施状況について月2回のレポートや、食料(原料)の育成状況のレポートなどを掲示して、情報ディスクロージャーを実現した。

昭和シェル石油株式会社 Shell in Japanグループ
<http://www.showa-shell.co.jp/>
<http://www.shell.co.jp/>
 デザインテンプレートによりコンテンツ更新が可能な環境を実現。統一されたデザインでShellグループ全体のブランディングを担う。各部門のスタッフが、それぞれの権限に応じてコンテンツの更新と確認および承認と公開の作業を行えるセルフパブリッシング体制を実現した。(順不同、敬称略)

価格	
プライマリーエディション	350万円~ (インストールタイプ/ASPタイプともに)
稼働環境	
サーバーOS	Redhat Enterprise Linux AS/ES 3.0(IA-32対応) Windows 2000 Server(IA-32対応)
RDBMS	PostgreSQL 7.3以降、Oracle 9i R2
ミドルウェア	JBoss 3.2/Tomcat 4.1以降、WebLogic Server 6.1J、Interstage Application Server Plus V5.0L20(Windows)、Apache 1.3.x/2.0.x

問い合わせ先

彼方株式会社

TEL 03-5728-6090
info@kanata-jp.com

データ放送のコンテンツ事業から派生した総合管理システムを提供

DBPS

パナソニックデジタルネットワークサーブ株式会社

<http://panasonic.co.jp/pdn/>

パナソニックデジタルネットワークサーブ(PDN)は、もともと放送向けコンテンツを手がけていたコンテンツ管理の専門会社だ。放送と通信の融合にすばやく順応し、ウェブサイト向けのCMS「DBPS」を中心として、「コンテンツ管理」を広い意味で捉えたサービス運用の効率化を実現している。

双方向性のある電子自治体や テレビ画面にも対応するDBPS

ウェブサイト向けのCMSである「DBPS(データベースパブリッシングシステム)」は、主に一般企業や自治体、学校でコンテンツの更新・管理に利用されている。基本機能のほかにも、たとえば自治体であれば施設予約システムや行政相談など、いわゆる電子自治体としての機能もニーズに沿った形で取り込んできたことで、これらの追加コンポーネントが豊富に揃っている。

最近の事例では、コンテンツの内容が有益かどうかといった評価をウェブサイトの訪問者から受け取る「エバリュエーション」機能に、その評価をコンテンツ作成者本人に送信する仕組みを作るなど新機能の開発にも積極的に取り組んでいる。

DBPSのユニークな点は、他のCMS製品がほぼウェブサイトの構築・運用のみを目的としているなかで、ウェブサイトに限らない広い意味でのCMSとして活用できる点だ。

その一例がテレビ画面やワイドスクリーンへの対応だ。PDNはデータ放送向けのコンテンツ事業を手がけていたこともあって、「パソコン画面のようにスクロールできないテレビ画面の中で、1枚の絵としてキレイに見られるデザインやユーザビリティについてのノウハウを豊富に持っている(代表取締役社長 木所昭彦氏)。デジタル家電が出回ってきた現状を考えると、テレビサイズの画面デザインの経験とノウハウはPDNの大きな特徴だ。

ニュースサイトなど大量コンテンツを 自動で管理するTimeGater

PDNは、DBPSとは性格の異なるCMS「TimeGater」も提供している。TimeGaterは、新聞社、通信社などで人手では処理しきれない大量の情報を自動的に処理するコンテンツスケジューリングシステムで、時間軸によってコンテンツを管理する。

たとえば、新聞社では、原稿や写真などの

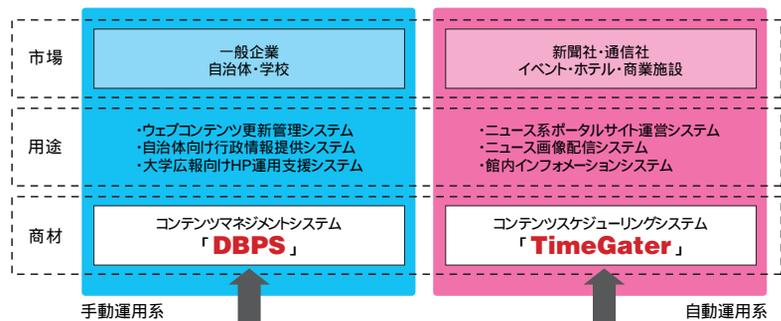


DBPSのプレビュー画面。右側のタブをクリックしてページのメタ情報や編集画面に切り替える。画面上部には、サイト構成が表示される。

大量のニュース素材が常に送られてくる。これらの素材をすべてウェブサイトに表示させようとすると、いくら表示スペースがあっても足りないため、古い記事から新しい記事へと次々と入れ替えていく必要がある。また、テレビ画面やワイドスクリーンなど表示面積が限られている場合は、スライドショーなどを活用して表示内容を次々に切り替えていく必要がある。こうしたニーズにマッチするのがTimeGaterだ。

TimeGaterは新たに生成したページの保存は行わないため、保存が必要な場合はPDNが提供するコンテンツ素材管理システム「AAMS」をおすすめする。また、AAMSとDBPS、TimeGaterを連携させることで、AAMSに登録したコンテンツ素材を、ウェブサイト、テレビ画面、携帯電話など異なるデバイスに出力する“ワンソースマルチユース環境”を実現できる。

PDNのコンテンツ管理ソリューション



目的に応じたソリューションの提供により、効果的なコンテンツ管理を実現

価格(ライセンス価格例)

DBPS (10管理ユーザー、1000ページ) 123万円～

DBPS (100管理ユーザー、50000ページ) 308万円～

その他のライセンスもあり(要問い合わせ)
導入・保守費などが別途必要

稼動環境

サーバーOS Windows 2000 Server(SP4)
Windows Server 2003, Red Hat Linux,
MacOS X Server v10.3

RDBMS MySQL 4.x, Oracle 10g(予定)

ミドルウェア Apache 2.x, Sun JDK 1.4.x, Tomcat
4.x

問い合わせ先

パナソニックデジタルネットワークサーブ株式会社

TEL 03-3746-1660(6月4日まで)

03-3538-3565(6月7日より)

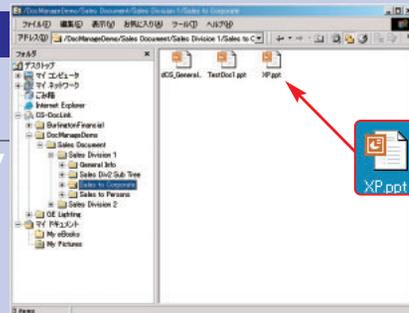
dbps@ml.jp.panasonic.com

QuarkXPressやInDesignとの容易な連携でワンソースマルチユースに対応

FatWire Content Server

FatWire株式会社
<http://www.fatwire.co.jp/>

「FatWire Content Server」は、ウェブページだけでなく、ドキュメントファイルやPDFなどの情報資産を一元管理できるCMSだ。「QuarkXPress」や「InDesign」との連携機能がオプションで用意されており、ウェブと印刷媒体との融合が特徴だ。

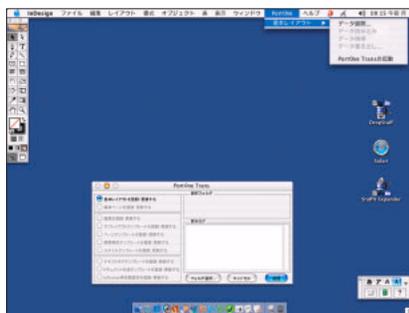


ウェブページだけでなく、PDFや各種のドキュメントが情報資産(アセット)として管理される。「DocLink」を使えば、ドラッグアンドドロップで手軽に登録可能だ。

ドキュメントや画像ファイルなどのあらゆるコンテンツを一元管理

「FatWire Content Server(ファットワイヤーコンテンツサーバー)」は、ウェブサイトへの出力の効率化以上に、コンテンツ管理に重点が置かれている。特にユニークなのが、各所に管理されずに散逸しているドキュメントやPDF、画像などの各種ファイルを資産(アセット)として登録して一元管理できることだ。

これらバラバラな情報資産を組み合わせることでウェブサイト向けのコンテンツを作り、表示用テンプレートを通すことで、ウェブページが



専用モジュールの「PortOne」を使えば、Adobe InDesignとの情報の読み込み・書き出しが容易にできる。詳細は、<http://www.openmagic.co.jp/Product.html>

生成される。ページの配信は静的なものに加え、コンテンツの変更をリアルタイムに反映する動的ページの配信にも対応している。また、ウェブサイト用のテンプレートの作成時には、Macromedia Dreamweaverとの連携でXML/JSPコードを自動で作成できる。

コンテンツの登録作業は、アドオンソフトの「DocLink」を使うことでインターネットエクスプローラ上にドラッグアンドドロップで容易に登録できるほか、プログラムにより自動収集も可能だ。もちろん、一般のCMS同様に、フォームからもコンテンツを登録できる。XMLやCSVへの対応で、他のアプリケーションやシステムから登録することも可能だ。

いったん登録された情報資産は「フレックスアセット」と呼ばれる仕組みにより、属性項目の組み替えや変更が自由にできるので、コンテンツ再編成のニーズが生じた場合にも積極的に対応できる。

Content ServerとInDesignとの連携を実現する「PortOne」

株式会社オープンマジックの「PortOne」

は、FatWire Content Serverとアドビシステムズのページレイアウトソフト「InDesign」との連携を実現するFatWire Content Server専用のモジュールだ。FatWire Content Serverに置かれたコンテンツデータをInDesignに直接デザイン情報(組版情報)として渡せるほか、InDesignからFatWire Content Server側にコンテンツデータとして書き戻すこともできる。

従来、属性が一度デザイン情報になってしまうと、その後の変更や校正作業の結果が元データに反映されにくく、相互に展開しようとするとそのたびに変更と校正作業を繰り返す必要があった。PortOneを活用すればそうした手間はかからず、ウェブサイトと出版・印刷物のマルチ展開が手軽なものとなる。

また、FatWireでは、QuarkXPressとの連携を可能にするモジュール「DBPublisher for Content Server」も提供。QuarkXPressとInDesignという2大レイアウトソフトと連携するのは、現在FatWire Content Serverだけであり、大きな魅力となっている。

価格

FatWire Content Server	350万円-(要相談)
OpenMagic PortOne	300万円-

稼働環境

サーバーOS	Windows 2000 Server(SP2)、Solaris 2.8/9、Linux Red Hat 7.2、Linux Suse 8.2
RDBMS	Oracle 8.1.7/9.0.1.4/9.2/9.2.0.4、SQL 2000、DB2 v7.2 FP7/v8
ミドルウェア	ウェブサーバー(Apache 1.3.37/2.0.43、IIS 5.0、IBM http Server 1.3.26、Sun ONE 6.0 SP4、Oracle WS 9.0.2)、J2EEアプリケーションサーバー(WebLogic Server 6.1.4/7.0.3/8.1.1、WebSphere 4.0.5/5.0、Sun ONE 7.0 Standard Edition、Oracle Application Server 9.0.2)

問い合わせ先

FatWire株式会社
TEL 03-3537-6401
jp-sales@fatwire.co.jp

FatWireセミナー情報 真のワンソースマルチユースの実現！

Content ServerによるWebと印刷媒体の融合

開催日時：6月10(木) 13:30-17:00
場所：都市センターホテル(東京都千代田区)
申し込みはこちら
http://www.fatwire.co.jp/seminar2004_6_10/

CMSをいかに企業経営に有益に使いこなすかは、アセット化されたコンテンツをウェブブランディング、社内EIP、さらに紙媒体への印刷物へと活用する、ワンソースマルチユースが必須になる。そこで、FatWire株式会社では、デジタルコンテンツのアセット化に必要なノウハウや、ECとContent Serverの連携、およびContent ServerとAdobe InDesignなどの連携事例を交えて紹介するセミナーを開催する。

セミナー内容	
13:00	受付開始
13:30-13:40	来賓ご挨拶 アドビシステムズ株式会社 代表取締役社長 石井幹
13:40-14:20	成功するWebブランディング 株式会社キイトロップ 代表取締役社長 生田昌弘
14:20-14:30	デジタルコンテンツのアセット化について FatWire株式会社 代表取締役 田中猪夫
14:30-15:10	FatWire Content Serverについて FatWire株式会社 営業部 萩原知章
15:10-15:20	pCMとJSR168について FatWire株式会社 技術部 竹橋幹司
15:20-15:30	休憩
15:30-15:50	ECとContent Serverの連携について スニアデジタルマーケティング研究会 代表 伊藤博
15:50-16:40	Adobe InDesignとContent Serverの連携ツールPortOneについて 株式会社オープンマジック 代表取締役社長 長谷部誠
16:40-17:00	Q&A

情報量の多い企業サイトや製品サイト、会員向け携帯サイトなどに高い実績

4Less Internet

株式会社ネットドリーマーズ

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

「4Less Internet」はサイト運用にかかわる4つの負担を「レス:不要にする」ことを目標にしたCMS。機能別にコンポーネントが提供され、導入のしやすさが魅力。また、最新版ではセキュリティー面と「マニュアル」レスが徹底され、ユーザビリティの強化で作業ミスの防止が図られている。



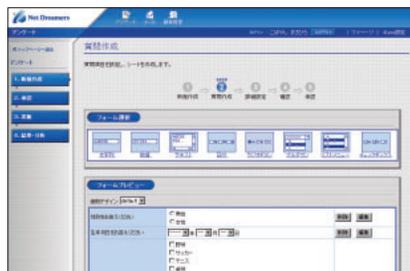
File Managerの画面。上部に、承認までの手順が一目でわかるプロセスナビを採用。画面左には、File Managerの作業プロセスを配置している。

画面は開発中のもの。予告なく変更される場合がある

5つのコンポーネントを用意 必要な要素から順次導入できる

「4Less Internet(フォーレスインターネット)」は、機能の異なる5つのコンポーネントで構成される。5つのコンポーネントはそれぞれ単体でサイトを構築・運用する機能があり、コンポーネント単位で導入できる。また、各コンポーネントのAPIが公開されているので、他社システムとの連携も自由かつ容易だ。

4Less Internetを提供するネットドリーマーズは、従来からPCや携帯公式サイトなどの情報ポータルサイトを開発・運営してきたコンテンツプロバイダーでもあり、自社サイトを含む大規模サイトの運営経験がもともと豊富。



Campaign Managerのアンケート編集画面。Campaign Managerでは、アンケート作成・実施・集計のほか、顧客管理やメール配信までサポートする。

4Less Internetはそのノウハウの集約でもある。「たとえば静的HTMLのコンテンツを自由に展開したいなら『File Manager』、数百から数万を超える商品を扱うサイトなら『Contents Manager』が適している(ビジネスソリューション部 営業課長 吉田謙氏)というように、単なる機能の分割ではなく、サイトの特徴、性格や利用シーンを想定してコンポーネントをラインアップしてある点にも、ネットドリーマーズの経験値が伺える。また、『Campaign Manager』や『Support Manager』といったeCRMツールがラインアップされていることも、サイト運営全体をカバーする「サイトマネジメントシステム」を標榜する4Less Internetのコンセプトがよく現れている。

ユーザビリティとセキュリティーを 新バージョンで強化

4月からは従来提供してきたバージョン1に代わり、新たにバージョン2の出荷を順次開始。特にユーザビリティの強化を中心に機能整備が進められている。たとえば、サイトを更新する現場のスタッフはマニュアルをほとんど読まないという現状を踏まえ、徹底した

業務分析に基づいてインターフェイスの再編が行われた。各操作画面の上部に「プロセスナビ」を導入することで、マニュアルを読まずに初めて更新作業を行おうとする人でも画面上のアドバイス通りに作業を進めれば、作成・承認・配信の手順を間違いなく踏めるように整備されている。

またバージョン2では、カスタマイズやテンプレートの追加などをそのつどネットドリーマーズに依頼したり、別途にプログラミングしたりする必要なく、それらの作業を行える専用ツールを各コンポーネントに新たに搭載。これにより、顧客企業やシステムインテグレーター、デザイン会社でも容易に導入・変更できるようになっている。より高度なカスタマイズや外部連携もAPIにより可能なので、継続的に拡張していきたいサイトにも最適だ。

さらに、バージョン2でユーザビリティと同様に注力されているのが、セキュリティーの強化だ。たとえば、Campaign Managerでは、サイト管理者の慣れから生じるケアレスミスが会員情報の漏洩の原因となることもあるため、データへのアクセス制限はもちろん、エクスポートをする際には再度パスワードを要求するなど、事故が未然に防げるようにきめ細かい配慮がされている。

4Less Internet コンポーネント概要

名称	内容
Contents Manager	HTML知識なくブラウザからコンテンツ更新が可能なCMSコンポーネント ver.2.0ではエディター画面やテンプレートなどの生成機能も提供される
File Manager	HTMLや画像などのファイルの公開・更新・バージョン管理を行うHTMLサイトをそのままでも管理でき、過去・未来のプレビューも可能
Operation Manager	タスク管理や人的リソース管理を行うサイト運営業務ポータルツールToDo管理や負荷状況の把握、人員アサインなどが行える
Campaign Manager	アンケートやメール配信も手軽にできる顧客DB搭載のeCRMツール会員向けサイトの展開やマイページ提供にも活用可能
Support Manager	問い合わせ業務の効率化を支援するカスタマーサポートツール 問い合わせ自動振り分けや定型返信、FAQページの作成・管理機能も搭載

価格

1コンポーネント 200万円～

稼働環境

サーバーOS	Linux OS、Kernel 2.4.x/2.2.x、glibc 2.1
RDBMS	PostgreSQL 7.x.x、MySQL 3.22/3.23.x/4.0
ミドルウェア	Apache 1.3.xx/2.x、PHP 4.1.2～4.3.x

問い合わせ先

株式会社ネットドリーマーズ
TEL 03-5114-8640
sales@netdreamers.co.jp

さらに使いやすく、さらに導入しやすくなった新バージョンをリリース

NOREN4

株式会社アシスト

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

韓国生まれのCMS「NOREN(のれん)」がさらに進化し、「NOREN4」では日本企業特有のニーズを取り込んでいる。また、従来の使いやすさに加え、拡張性を追加。企業の部署単位で使うサイトから大規模サイトまで幅広い層に対応できるようになった。

日本企業のニーズに対応して柔軟性と拡張性を強化

「NOREN」は韓国のアイオン社が開発するCMSだ。日本で言うところのNHKにあたる「KBS」や韓国の民放最大手である「MBC」をはじめとする企業を中心に採用実績を積みながらバージョンを重ねてきた。日本でも、日立製作所や東急ホテルマネジメント、関西電力など、大手企業を中心に続々と導入が決まっている。最新版「NOREN4」では、さらに日本市場に沿った使い勝手を追究するべく、アシストの協力のもとで開発が行われた。

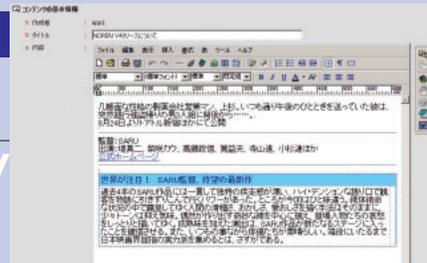
開発元であるアイオン社のオ社長自ら日本に出向き、細かい機能も含めて国内ユーザーの要望を取り入れることで、韓国企業とはさまざまな面で性格の異なる日本の企業独特のニーズに応えるCMSへと進化している。

内部的には、開発言語がPython(パイソン)からJavaに変更になったことで拡張性が増し、ウェブサイトの規模に合わせて「Enterprise Edition」「Standard Edition」

「Light Pack」という3つの価格体系を提供、選択できるようになった。これら3つの搭載機能はまったく同じで、対応するサイトの規模以外に違いはない。株式会社アシスト NOREN事業推進室 営業部 部長の根津豊氏は「企業が使うCMSは、誰にとっても使いやすいこと、そして、小さく始めて大きく育てられる拡張性が重要である。NOREN4は、その両方を兼ね備えた唯一のCMSだと考えている」と説明する。

CMS運営に不可欠な教育プログラムとセミナーを開催

CMSがウェブサイト運営の省力化に貢献するツールであることは疑う余地のないことだが、実際にCMSを使って成果を出すにはユーザーの努力も不可欠だ。たとえば、ある国内ユーザーの例で言うと、これまでバラバラな体制で管理していたグループ企業のサイトを、ただCMSで管理するようになったからといってデザインの問題を解決できるわけで



「現場」でも使えるユーザーインターフェイスを心がけている。コンテンツ登録画面では、ワープロ感覚で色を付けたり表を作ったりできる。



テンプレートの変更画面。入力フォームにタグを書き込めるほか、DreamweaverやWordで作成したものも取り込める。

はない。それ以前に、意思の統一を図るためのガイドラインが必要となり、そのための教育も必要となる。

また、文章の書き方1つとっても一般の文書向きの文章とウェブサイト向きの文章がある。大企業ならこうした教育を社内で行うことも珍しくないが、アウトソースしたい企業も多いはずだ。アシストでは、CMS運営にあたって必要となる教育の一環として各種のセミナーを開催している。NOREN4を導入すれば、教育を含めたサポートまでもータルに提供され、宝の持ち腐れにならずに即座に現場レベルでの運用が可能になるだろう。

担当者インタビュー

「4月13日に日立製作所様の事例紹介を含む新バージョン発表会を開催したところ、非常に早くに600名のお申し込みをいただき、CMSの注目度が高まっていると感じました。それは、参加者がSI事業者中心から一般のエンドユーザー中心に変化してきたことから伺えます。NORENは、IT部門が使うものというよりコンピュータについては詳しくない一般の部署で使われる製品だということが認知されてきました。

『NOREN4』では、これまで1つしかなかった価格体系をサイトの規模によって3つに分けています。機能的な差はなく、サイトの規模や予算に合わせて小さいクラスから始められるので、非常に導入しやすくなったと思います。将来的にはグループ企業のような大規模サイトにまで柔軟に対応できる拡張性が魅力です。」



株式会社アシスト
NOREN事業推進室
営業部部長兼
マーケティング部部長
根津豊氏

価格

Enterprise Edition	1,500万円～
Standard Edition	800万円～
Light Pack	480万円～

稼働環境

サーバーOS	Windows 2000 Serverファミリー SP4以上 / 2003、Sun Solaris 7以上、HP-UX 11以上、IBM AIX 5L以上、Redhat Linux 7.3
RDBMS	Oracle 8.1.7以上、Microsoft SQL Server 2000 SP3以上
ミドルウェア	Tomcat 4.1.27以上、WebLogic 8.1 SP1、Websphere 5.0

問い合わせ先

株式会社アシスト
NOREN事業推進室
TEL 03-3437-0688
noren_mkt@ashisuto.co.jp

自治体向けおよびイントラネット・エクストラネットでの活用を強力サポート

Microsoft Content Management Server 2002

マイクロソフト株式会社

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

Microsoft WordやVisual Studio .NETとの連携で、コンテンツ制作者にもサイト開発者にも優しいICMS「Microsoft Content Management Server 2002」は、高いユーザビリティで日々の運営を容易にし、自治体向け、一般企業向けのウェブサイトはもちろん、エクストラネットなど幅広い情報発信ニーズに対応する。



画面右上に利用権限(ユーザーロール)を表示したMCMS 2002の自治体向けテンプレートトップ画面。公開時の見た目そのままに、各種の作業ができる。

イントラネットやエクストラネットに積極的に活用されるCMS

CMSと言えば、一般に公開されるウェブサイトを連想することが多いかもしれない。しかし、「Microsoft Content Management Server 2002(マイクロソフトコンテンツ管理サーバー)(以下、MCMS 2002)が活躍するのはウェブによる情報発信の現場ばかりではない。Standard Editionが100万円前後で導入できることから、社内やグループ企業内といったイントラネット、エクストラネットなどの情報共有の現場にも広く活用されている。

MCMS 2002の最大のアピールポイントについて、マイクロソフト株式会社 シニアプロダクトマネージャの斎藤泰行氏は「サイトを運営する現場の人が特別なトレーニングを受けなくても使いこなせる入力環境と開発環境」の2点を挙げる。

WordやVisual Studio .NETとの連携でコンテンツ制作・開発はお手のもの

MCMS 2002の標準の入力環境は、Microsoft Wordかブラウザーベースのコンテ

ンツ作成ツール(Web Author)になる。「トレーニングを受けてもHTMLエディターを使うようにはならなかったが、Wordなら以前から使える」というような話は珍しくない。普段使い慣れているソフトウェアをそのまま使えるならそれにこしたことはないだろう。また、Web Authorでは、実際にコンテンツを配信したときの見たままの状態を入力作業ができ、コンテンツ作成現場のスタッフが特別なトレーニングを受けなくてもすぐに使いこなせるのが、MCMS 2002の入力環境だ。

一方、MCMS 2002の開発環境は、Visual Studio .NETと完全に統合したものだ。マイクロソフトのウェブサイトからサンプルサイト(一般企業のイントラネット向けと自治体ポータルサイト向けの2種類を用意)がダウンロードでき、これらサンプルの中に再利用可能なパーツが多数含まれている。このほか、日本ユニシス株式会社との共同開発によるサンプルパーツライブラリ(表参照)も公開されており、これらを利用すれば、極端な話、ドラッグアンドドロップなどのマウス操作だけでウェブサイトをデザインできる。

開発環境がMCMS 2002独自のものでは

なく、利用者の多いVisual Studio .NETを採用していることで、開発を外注に依頼する場合でも開発要員の獲得が容易な点も大きな特徴だ。何より、生産性の高さと開発コストの削減にもつながる。

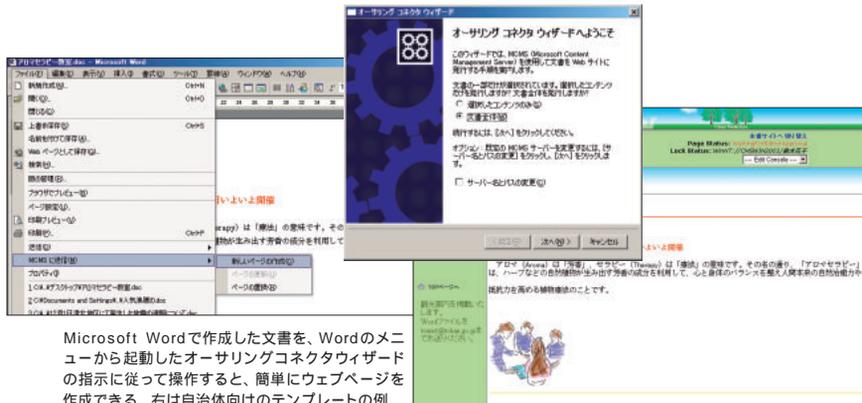
CMSの敷居を低くする ユーザビリティの高さが魅力

CMSは、自治体での導入が急速に進んでいる。マイクロソフトでは自治体向けに「福祉情報や災害情報などを含めた代表的なディレクトリー構造と数十種類のテンプレートを入れたCD(支援キット)を用意している(斎藤氏)とのことで、自治体への導入に積極的だ。前出したように、自治体ポータルサイト向けのテンプレートをウェブサイトからダウンロードできるほか、Wordが使える入力環境が特に自治体に受け入れられているという。

また、CMSのニーズは、企業や自治体の内部(イントラネット)、グループ企業と関連会社間(エクストラネット)における情報共有の場面でも非常に多い。こうした内部の情報発信となると、ウェブサイトのように専任の担当者が置かれることは少なく、総務、人事、



マイクロソフト株式会社 サーバプラットフォームビジネス本部 アプリケーションインフラストラクチャ製品グループ シニアプロダクトマネージャ 斎藤泰行氏



Microsoft Wordで作成した文書を、Wordのメニューから起動したオーサリングコネクタウィザードの指示に従って操作すると、簡単にウェブページを作成できる。右は自治体向けのテンプレートの例。

経理部門などの技術系ではないスタッフでも扱えるツールが望まれる。

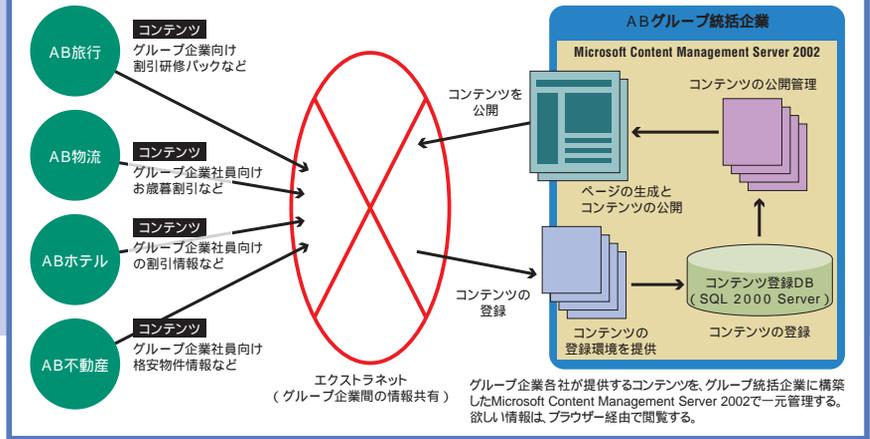
MCMS 2002なら、普段どりの作業でコンテンツを作成できるため技術的な敷居も低く、総務、人事部門のスタッフでも日々の運用管理を十分に行える。MCMS 2002が自治体での利用や組織内部の情報共有の場面でも強いのは、現場の人間にマッチしたユーザビリティに依るところが大きい。

SharePoint Portal Serverの活用で社内の高度な情報共有にも対応

さらに、MCMS 2002のもう1つの魅力に、SharePoint Portal Serverとの連携が挙げられる。SharePoint Portal Serverは、社内や部署内に蓄積されたドキュメントやデータなどのコンテンツを管理し、その活用と情報共有を推進して生産性を高めることを目的とした企業ポータル(EIP)と呼ばれるジャンル製品の。MCMS 2002が情報発信の効率化、SharePoint Portal Serverが文書管理の効率化を実現する。

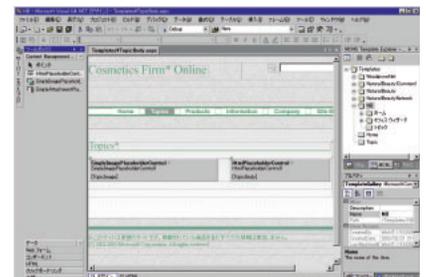
そこで、SharePoint Portal ServerとMCMS 2002の両者をつなぐコネクター部品が3月に公開された。これを活用すれば、ドキュメントやデータなどのコンテンツを作成・収集してから、それを管理して公開するまでの一連の作業を直結できるようになる。具体的に

エクストラネットに活用する際の導入事例



一般企業の情報サイト向けテンプレート。画面右に利用権限が表示され、ここを切り替えるだけで編集画面になる。

は、たとえばSharePoint Portal Serverの検索機能をMCMS 2002に統合できるというようなものだ。よって、情報生産の現場から情報発信の現場まで、完全につながった環境を提供できる製品としても、MCMS 2002は大いに魅力的だ。



Visual Studio .NETでテンプレートを作成できる(上) 特別なプログラミングは必要ない。下ではできあがったテンプレートをWeb Authorで編集している画面。

開発環境で利用できるMCMS 2002のサンプルパーツライブラリー (一部)

プレースホルダの拡張: CMSによってコンテンツが組み込まれる場所

パーツ名	内容
リソースギャラリーファイル選択プレースホルダコントロール	編集モードで指定されたファイルをイメージとして表示する
FAQ ページ簡易作成プレースホルダコントロール	編集モード時にボタンを押すことによって、質問と回答を記入できるフォーマット定義済みのテーブルが表示され、FAQ ページを簡単に作成できる
画像切り替えプレースホルダコントロール	マウスのポインターがイメージ領域内にあるときとないときでイメージを切り替えて表示する
Flash プレースホルダコントロール	Flashの再生を行う
カレンダープレースホルダコントロール	カレンダーから年月日を指定させ、ライブモードで年月日を表示する
PDF プレースホルダコントロール	PDFの表示を行う
入力テキスト表示プレースホルダコントロール	テキストボックスを使用して文字を入力し、表示する
外部ファイル表示プレースホルダコントロール	指定されたファイルの1行目を表示する
CSS クラス使用プレースホルダコントロール	編集モード時に表示するエディターにCSSクラスを設定できる
デフォルト表示有りプレースホルダコントロール	HTMLエディターの表示の際にデフォルト表示の文字列を設定できる
Media Player 9 プレースホルダコントロール	Windows Media Player 9ライブストリームをサポートする
複数添付プレースホルダコントロール	最大15個までファイルを添付できる

Web Author拡張: ブラウザベースのコンテンツ入力環境

パーツ名	内容
フローティングコンソール	マウスによるドラッグで移動可能なテーブルを使用して、ポスティング上に浮かぶように表示する
テンプレートギャラリー自動選択コンソールメニュー	テンプレート選択ウィンドウ表示時に、指定されたテンプレートギャラリー内のテンプレートを表示する
右クリックメニューコンソール	ポスティングの右クリック時のメニューをCMSコンソールの内容で表示する
自動保存及び承認コンソールメニュー	ポスティングの再編集時に、保存・編集の終了と承認を1アクションで行う

価格(推定小売価格: 編集部調べ)	
Enterprise Edition	~ 480万円
Standard Edition	~ 134万円
1CPUあたりのライセンス料	
Standard Editionの機能制限: 15ユーザー、1CPU、クラスクラスタリング不可、サイトステージャーなし、ホストヘッダーのマップ数1ホスト	
稼動環境	
サーバーOS	Windows 2000 SP4以上/Windows Server 2003
RDBMS	SQL Server 2000 SP3以上
ミドルウェア	IIS 5.0、.NET Framework/SP2、Internet Explorer WebControls 1.0、Internet Explorer 6.0

問い合わせ先
マイクロソフト株式会社
 カスタマーインフォメーションセンター
 TEL 03-5454-2300(東京)
 TEL 06-6347-9300(大阪)



[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