

CMS導入のコツ
：業務プロセスとコンテンツの定義

株式会社ナレッジ プロパティ
代表取締役 佐久間まさよ

ナレッジワーカーの生産性向上・利益貢献をサポートする
ナレッジ・イノベーション・カンパニー





- 自己紹介
- WEBビジネス運営での課題
- CMS導入における検討ポイント
- 現状把握の重要性
- “攻め”のWEBサイト実現へのTips

弊社ご紹介



■ 会社名 株式会社ナレッジ プロパティ

■ 所在地 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-13-5
イプセ渋谷1108

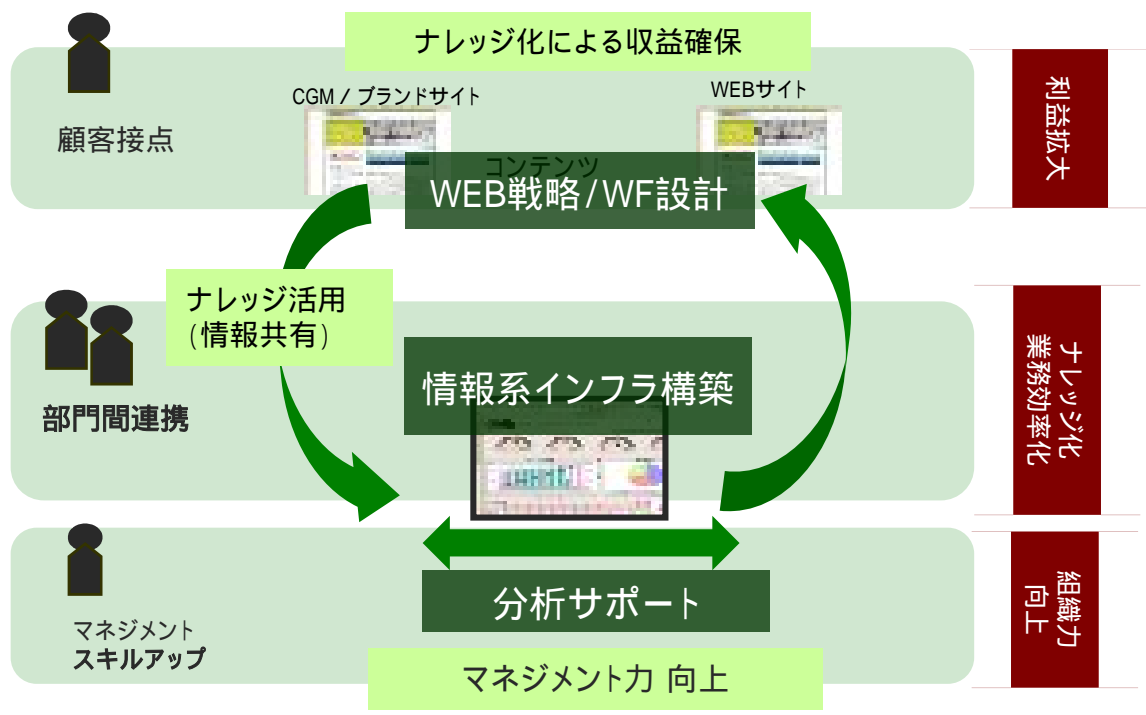
■ 設立 2004年7月23日

URL : www.k-property.jp
<http://ameblo.jp/masayodiary/>

■ 役員
代表取締役 佐久間 まさよ
取締役 大磯 俊文
取締役 吉岡 順元
監査役 呉 雅俊

■ 事業内容
•WEB戦略立案～評価,分析プロセス構築
•マーケティング情報活用の最適化
•ナレッジ・ワークフロー設計、分析業務支援
•情報系システムの企画設計
•ITプロダクト・マーケティング

■ ミッション
ナレッジワーカーの生産性向上・利益貢献をサポートする





- **コンタクト・ポイントとしての役割増加**
 - 利用者の拡大 = 期待の増大
 - 情報氾濫、ニッチな情報ニーズにも対応するCS定義の拡大

- **ドメイン乱立によるWEBガバナンスの必要性**
 - “追いつき追い越せ”、競争への重責
 - ソーシャル・メディアの出現による脅迫感
 - WEB/リアルビジネスの境界線

- **内部統制・CSR、IRなど広報手段の進化**
 - 有事だけでなく一般対応においてもコーポレート・ガバナンスが求められる
 - コンテンツ精査と切り離されたWEB運用の非効率

CMSの導入・活用レベルの向上がWEB運営上の課題に

「コンテンツ・マネジメント」とは何か？



2005年6月の記事 『なぜコンテンツ・マネジメントが必要なのか？』

AAAAAAAAAA

■ 「WEBコンテンツをマネジメントする」とは？

お客様の情報収集に今やWEBサイトは不可欠な手段となっています。顧客ニーズに応えようと、企業サイトの情報コンテンツは肥大化する一方で、自社顧客の情報ニーズを掴みきれていないケースもまだあります。ではどうすれば良いのでしょうか？

コンテンツ・マネジメントには、大きく3つの側面があります。WEBサイトのコンテンツを最新かつ正確な情報に維持するための、**コンテンツの一元管理(情報資産マネジメント)**そして、それを支える**社内のワークフロー**。特に最近ではWEBサイト運営における社内体制が問題になってきます。WEBサイトの全面リニューアルをきっかけに、コンテンツの運営・管理フローを見直す企業も増えていますが、これは、自社サイト上のどのコンテンツは誰が責任をもつか、明確に定義する大変重要な作業です。また、**WEBサイト全体のイメージ・編集ルールを統一**することも、大規模なWEBサイトでは大きな課題です。

CMS導入におけるポイント



情報設計

- デザインと設計の分離
- コンテンツ要素の標準化
- 関連サイトまで含めたWEB構造の明確化

テンプレート機能

- 開発工数の削減
- 多様な“情報”に対応する表現

情報構造・ライフサイクル
をどう定義するか？

データの蓄積・活用

- コンテンツ資産の一元管理
- ワンソース・マルチユース
- DB設計・連携

運用プロセス

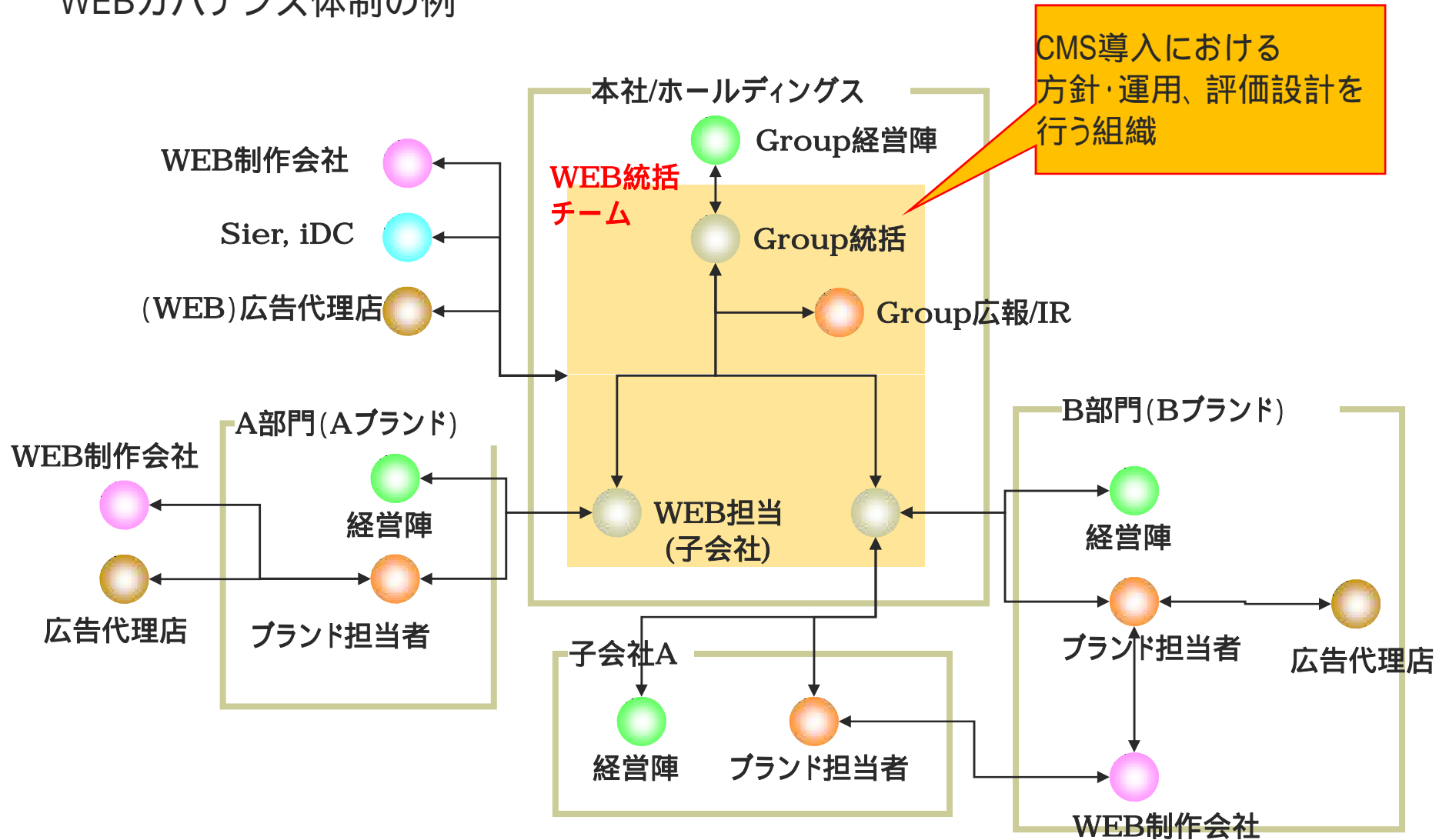
- 更新業務の平準化
- 管理権限・体制の整備
(部門間調整・サービスレベルの共有)
- WEBガバナンス方針

更新業務・体制を
どう構築するか？

運用プロセスと体制を考える



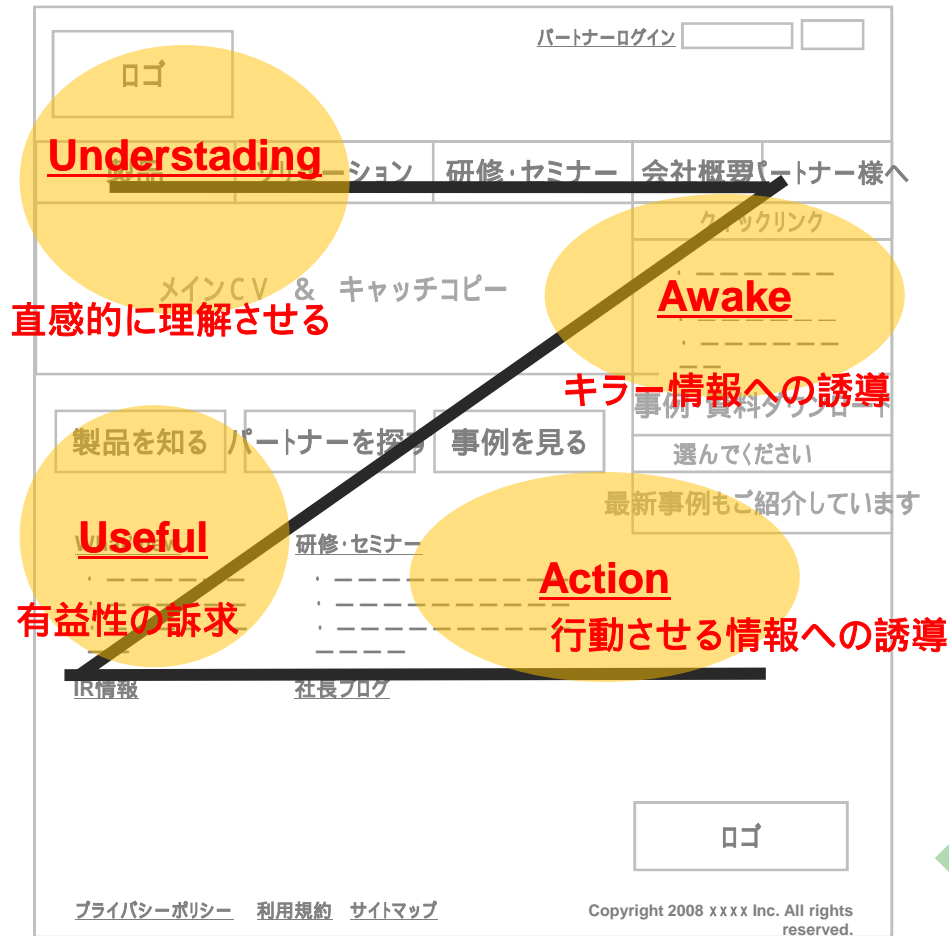
WEBガバナンス体制の例



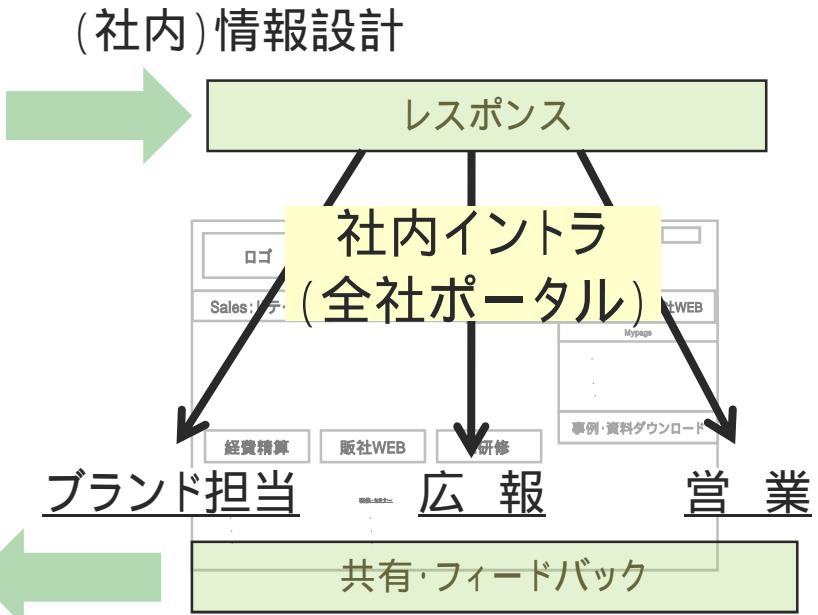
情報構造とライフサイクルを定義する



情報設計の例



広義のInformation Architecture (情報アーキテクチャ)は 認知心理学・認知工学の要素も バックグラウンドとしています



<http://www.bayleaf.jp/knowledge/index.html>

マネジメント対象は “WEBページ” ではなく “WEBコンテンツ”

現状把握: CMS導入体制は十分ですか？



レベル	所見
レベル5 最適化されている (Optimize)	<ul style="list-style-type: none"> 標準プロセスが常に見直され、WEBコンテンツの最適化が維持されている。掲載コンテンツの評価・フィードバック機能が全社で共有され、集約される仕組みが出来
レベル4 管理されている (Managed)	<ul style="list-style-type: none"> 標準プロセスに従ってWEBコンテンツの行われ、的確にプロセスが運用されている。リンクを行っている(もしくは管理体制がある)
レベル3 定義されている (Defined)	<ul style="list-style-type: none"> 標準プロセスだけでなく、管理者・運用担当者が定義されており、組織のロール管理が行われている。
レベル2 反覆可能 (Repeatable)	<ul style="list-style-type: none"> コンテンツ生成・承認・更新の標準プロセスがあり、そのプロセスに従って運用されているが、順守は個人に依存している。
レベル1 初歩的 (Initial)	<ul style="list-style-type: none"> 場当たりに、新しい情報が更新されている。自由に更新・改善できるが、ルールがなくデザインや掲載情報の鮮度・粒度にばらつきがある。
レベル0 存在しない (Non-Existent)	<ul style="list-style-type: none"> 運用ルールが存在せず、問題認識もされていない。

CMS化でクリア
できるレベル

ITガバナンスの国際基準『COBIT』モデルを元に(株)ナレッジプロパティにて作成

現状把握: CMS導入前の企画は十分ですか？



外部WEBサイトの現状分析

大分類	中分類	評価のポイント
テクニカル・ユーザビリティ要素 (24項目)	アクセシビリティ	閲覧環境・操作性への配慮
	検索性	情報検索への配慮
	信頼性	セキュリティ・サポートへの配慮
	利用促進	パーソナライズ・双方向コミュニケーションへの配慮
情報取得指標要素 (20項目)	情報体系の整備	情報の全体像把握への配慮
	デザイン・編集ルール	ページ視認性への配慮
	ナビゲーション	サイト、ページ、コンテンツ間の移動への配慮

機能要件

適切に閲覧できる環境を用意している
ユーザ側でのさまざまな閲覧状況へ対応している
レスポンスが速い、言語表記できないなどの頁が少
サイトマップや検索機能を実装している
検索条件の設定や検索結果の表示が適切である

検索機能
検索条件
システム
双方向
双方向
サイト
情報の
他イン
テキスト
コンテンツ
情報
ナビゲ
閲覧しているページの位置が明確
ページ単位、コンテンツ単位への

イントラでの情報利活用の現状分析

大分類	レベル分け	評価のポイント												
コンテンツ 生成・発信力	レベル4	<p>3. 今回の調査対象ポータルについて</p> <p>3-1. 調査対象ポータル一覧をご確認ください。(サイトマップで代替可)</p> <p>3-2. ポータルごとの調査対象についてお答えください。</p> <table border="1"> <tr> <td>検索機能</td> <td>[有・無]</td> <td></td> </tr> <tr> <td>パーソナライゼーション</td> <td>[有・無]</td> <td></td> </tr> <tr> <td>リコメンデーション</td> <td>[有・無]</td> <td>コンテンツ</td> </tr> <tr> <td>シングルサインオン</td> <td>[有・無]</td> <td></td> </tr> </table>	検索機能	[有・無]		パーソナライゼーション	[有・無]		リコメンデーション	[有・無]	コンテンツ	シングルサインオン	[有・無]	
	検索機能		[有・無]											
	パーソナライゼーション		[有・無]											
	リコメンデーション		[有・無]	コンテンツ										
シングルサインオン	[有・無]													
レベル3														
レベル2														
レベル1														
コンテンツ 運用・活用力	レベル4	<table border="1"> <tr> <td>コミュニケーションワークフロー</td> <td>[有・無]</td> <td>*検索、アクセスログ分析機能</td> </tr> <tr> <td>コンテンツマネジメントワークフロー</td> <td>[有・無]</td> <td>*コンテンツ管理、更新の自動化機能</td> </tr> <tr> <td>ワークフロー</td> <td>[有・無]</td> <td></td> </tr> <tr> <td>アクセスログ分析機能</td> <td>[有・無]</td> <td></td> </tr> </table> <p>その他、ポータルで提供している機能があればお答えください。</p>	コミュニケーションワークフロー	[有・無]	*検索、アクセスログ分析機能	コンテンツマネジメントワークフロー	[有・無]	*コンテンツ管理、更新の自動化機能	ワークフロー	[有・無]		アクセスログ分析機能	[有・無]	
	コミュニケーションワークフロー		[有・無]	*検索、アクセスログ分析機能										
	コンテンツマネジメントワークフロー		[有・無]	*コンテンツ管理、更新の自動化機能										
	ワークフロー		[有・無]											
アクセスログ分析機能	[有・無]													
レベル3														
レベル2														
レベル1														

流通範囲

ライフサイクル



膨大なコンテンツを整理して、**情報構造を分かりやすく**する

コンテンツ**メニュー**も分かりやすい(誤解のない)表現にする

訪問者のアクションから「**何が求められ**」「**誰がどう修正するか?**」
を考え続ける業務が、『コンテンツ・マネジメント』サイクル

成功パターンを蓄積する:

ワンソース・マルチユースだけで終わらせず、**マルチソースへ利用**する
ことで、WEBを成長・進化させる

ライティングは**最後の詰め** 息切れしないようスケジュールを確保する

ご清聴 ありがとうございます

本資料に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします
sakuma@k-property.jp

弊社サービス、その他のお問い合わせは、下記にて賜ります
info@k-property.jp

株式会社ナレッジ プロパティ


本文書は、株式会社ナレッジ・プロパティが著作権その他の権利を有する営業秘密（含サプライヤー等第三者が権利を有するもの）です。当社の許可なく複製し利用すること、また漏洩することは「著作権法」「不正競争防止法」によって禁じられております。