

NOREN

FOR WEB BRANDING

国内370社の企業が選んだ 「NOREN」 その理由とは

株式会社 アシスト
のれん事業推進室 橋本 隆志

アシスト

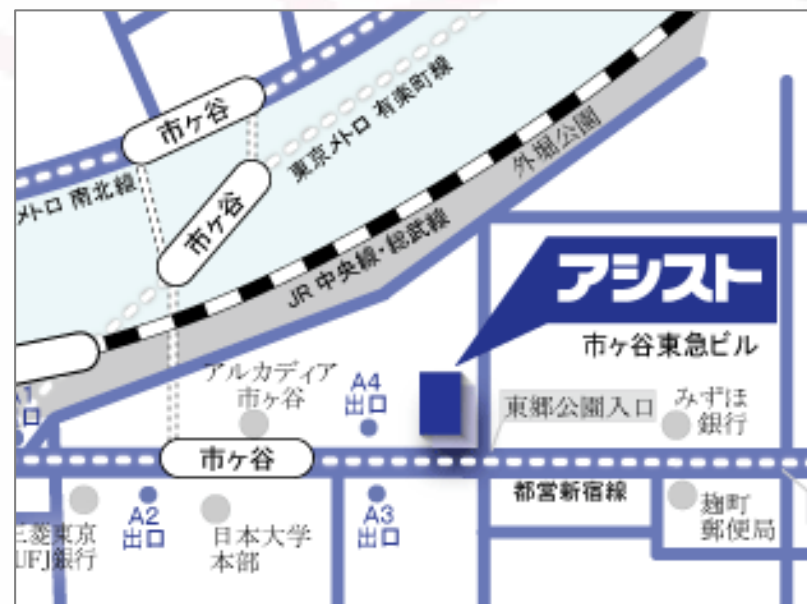
会社紹介

株式会社アシスト

1. 「パッケージ・ソフトウェアの提供」一筋に30余年。
2. 独立系だからできる、お客様への「お役立ち最優先主義」。
3. モノを作らないからこそ、「パッケージ・ソフト活用」のプロ



代表取締役 ビル・トッテン



自己紹介

橋本隆志（株式会社アシスト）

[プロフィール]

株式会社アシスト入社後、2002年、CMSツール『NOREN』発売開始時から製品拡販に関わる。

以後、数多くのお客様が抱える“Webサイト”のお悩みを解決。CMS選定時の良きアドバイザーとして今日に至る。



[趣味] 太極拳、神社巡り、

本日の主旨

当セッション最大の目的は…

本日ご来場の皆様に、
CMS 展開のヒント
を感じて頂くこと。

VOICES

CMSベンダーに聞くべきは、
機能ではない、HOWである

トニー・バーン氏
CMSワークス 代表取締役

CMSは魔法のツールではない
入れただけでは役に立たない

NORENユーザ
日立製作所様

コンテンツマネジメントは、テクノロジーではない
むしろ、プロセスである
株式会社アシスト

CMSへの期待

NOREN Content Server導入ユーザの声

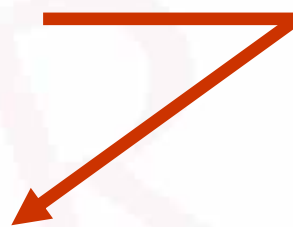
- 更新負荷が増大しキャパシティが足りない
- 外注費の増大に対して予算確保が難しい
- コンテンツが増大し、同時にコンテンツ管理の関係者が増えることで品質の維持が困難になっている
- IR情報やサポート情報、緊急告知など即時性が求められるコンテンツの更新に対してリードタイムの短縮が課題になっている
- 立体的なコンテンツ構造などによりユーザビリティを向上することができたが、一方でコンテンツが複雑化し、正確な更新が人手では難しくなっている
- 情報管理を徹底したい

CMSはシステムでもありコンテンツ内製化プロセスの基盤でもある

CMS本来の役割

コンテンツマネジメント？

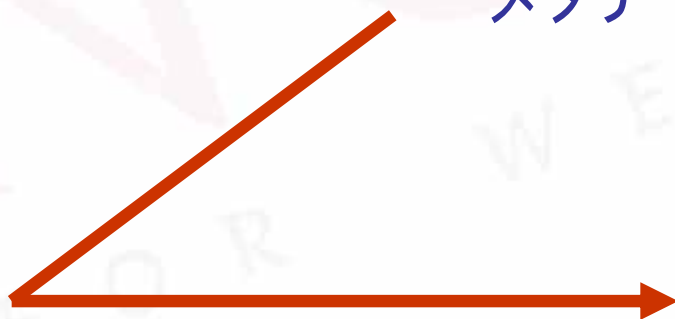
INPUT DATA



コンテンツ = ボディデータ + メタデータ

ボディデータ = プロセス, テキスト, イメージ, オーディオ, ビデオ, リンク

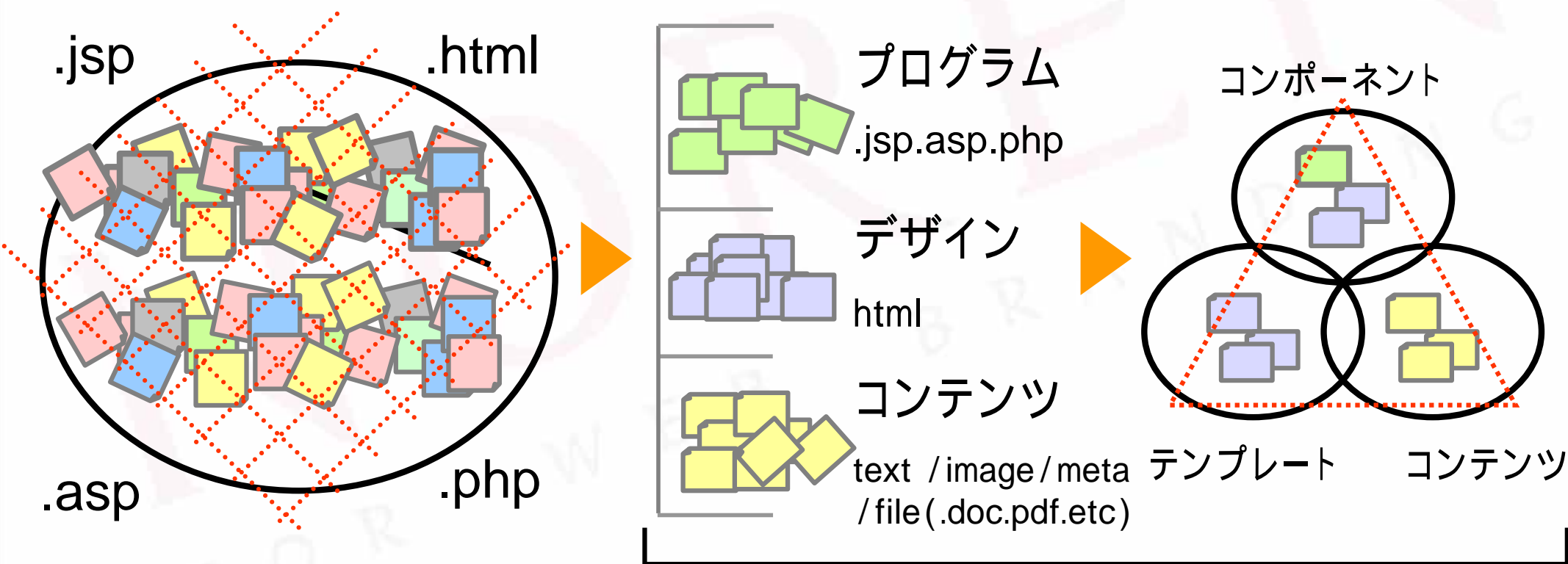
メタデータ = 論理的な分類



OUTPUT DATA

CMSの表面的な機能

デザイン・プログラム・コンテンツの分離と再統合



統一 3つの要素

視覚的要素だけが対象ではない

1. 経験的統一

ユーザが企業のサイト群中、一つのサイトで学習した経験を次のサイトで使えるように、統一性を持たせる事はユーザに便利性与を与える。

IA構造、Navigation、UI など

2. 視覚的統一

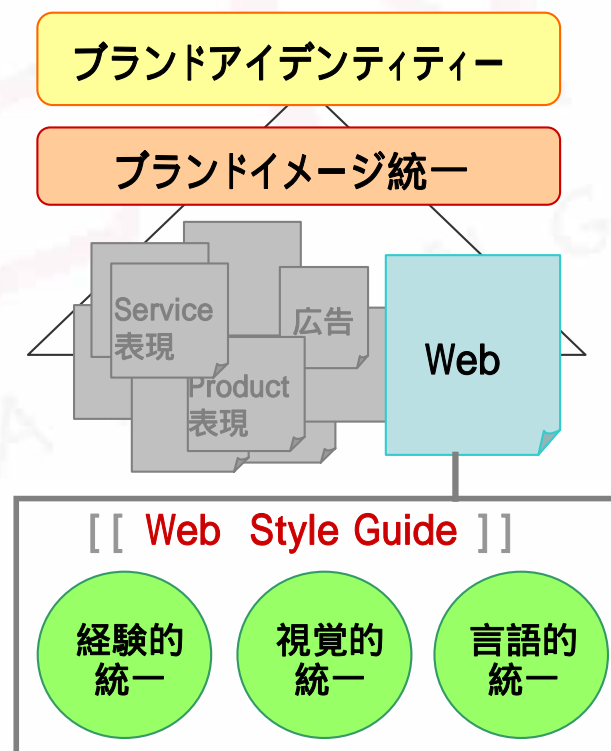
サイト群が持つ視覚的統一により、統一された企業イメージ伝達。

サイトのVisual Design など

3. 言語的統一

企業のサイト群で使われる言語の統一感を持たせる。

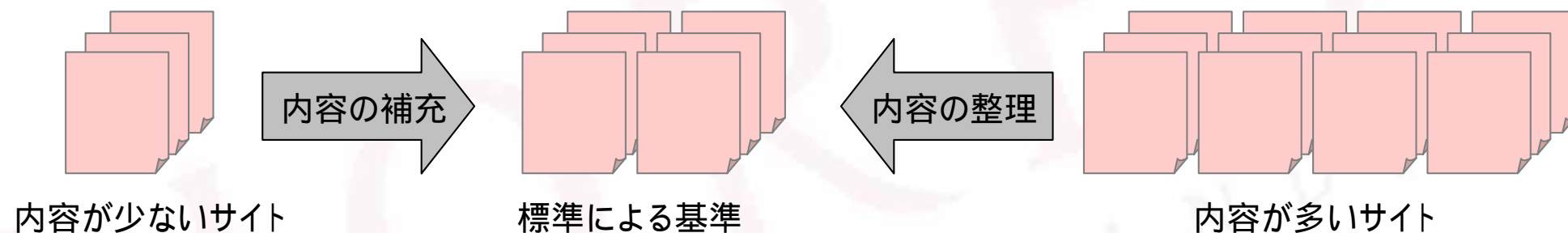
メニューネーミング、グループ企業名、コピーライティング、Domainネーム、スローガンなど



サイト展開の方向性

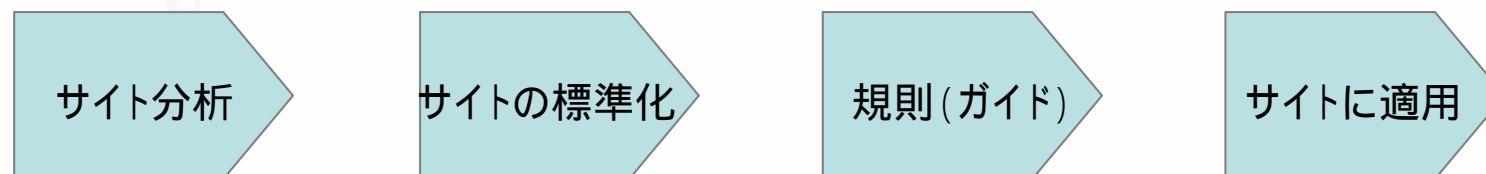
サイト標準化

サイトを統一させるにはデザインの他にも規則が必要
 規則をつくるにはサイト内容の標準化が必要



◆標準の基準は？

標準化による基準は対象サイトの十分な分析により作られなければならない。



展開を進行するために

サイト構造を作るためのプロセス

ユーザ

戦略

作成者・管理者

+

◆必要事項

専門家のノウハウやスキル

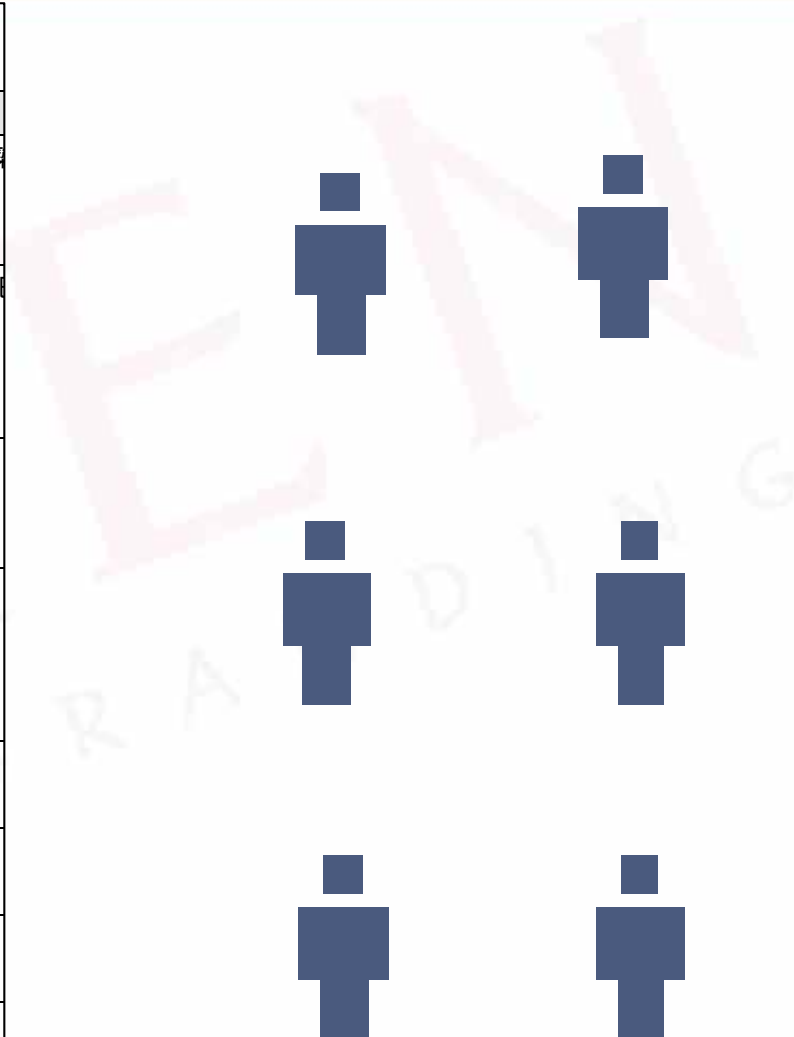
||

IAの確立

展開のための役割・体制

役割と作業内容及び必要なスキル / 知識

役割	作業内容	必要なスキル / 知識
プロジェクトマネージャ	NOREN による Web サイト構築プロジェクトに対し全ての責任を持ち、プロジェクトを指揮する。	・NOREN による Web サイト構築プロセスを把握
サイト責任者	ビジネス戦略に基づいて Web サイトのコンセプトを決定し、コンテンツ選定やサイト運営に対し責任を持つ。プロジェクトでは、プロジェクト要員に運営上の要望を伝える役割を持つ。	・現行サイトの運用プロセスを把握
情報構造設計者	ユーザ部門にヒアリング調査を実施し、サイト情報構造の設計及びコンテンツ構造の設計を行う。	・情報構造の作成経験 ・Web デザイン経験 ・NOREN の理解
CMS 技術者	テンプレートやコンポーネント作成時のコーディング及び管理を行う。開発時のユーザ権限の実装、アクセス権限の設定なども行う。	・NOREN の理解 ・NOREN のプログラムの理解 ・HTML 作成技術 ・ネットワークコマンド操作
Web プログラマ	お問い合わせ CGI 等のプログラム開発を担当する。	・各種 CGI 作成技術
Web デザイナー	サイト構築時の文章作成及び画像等の素材作成を行う。	・HTML 作成技術 ・画像作成技術
コンテンツ作成者	サイト構築時のコンテンツ入力等を行う。	・ワープロ操作技術 (Word 等) ・ブラウザ操作技術
コンテンツ承認者	サイト構築時の検収確認を行う。	・現行サイトの熟知
システムオペレータ ()	NOREN が稼動しているハードウェア、ソフトウェアの管理を行う。また、コンテンツ配信先 Web サーバの管理も担当する。	・OS の理解 ・DB の理解 ・ネットワークコマンド操作

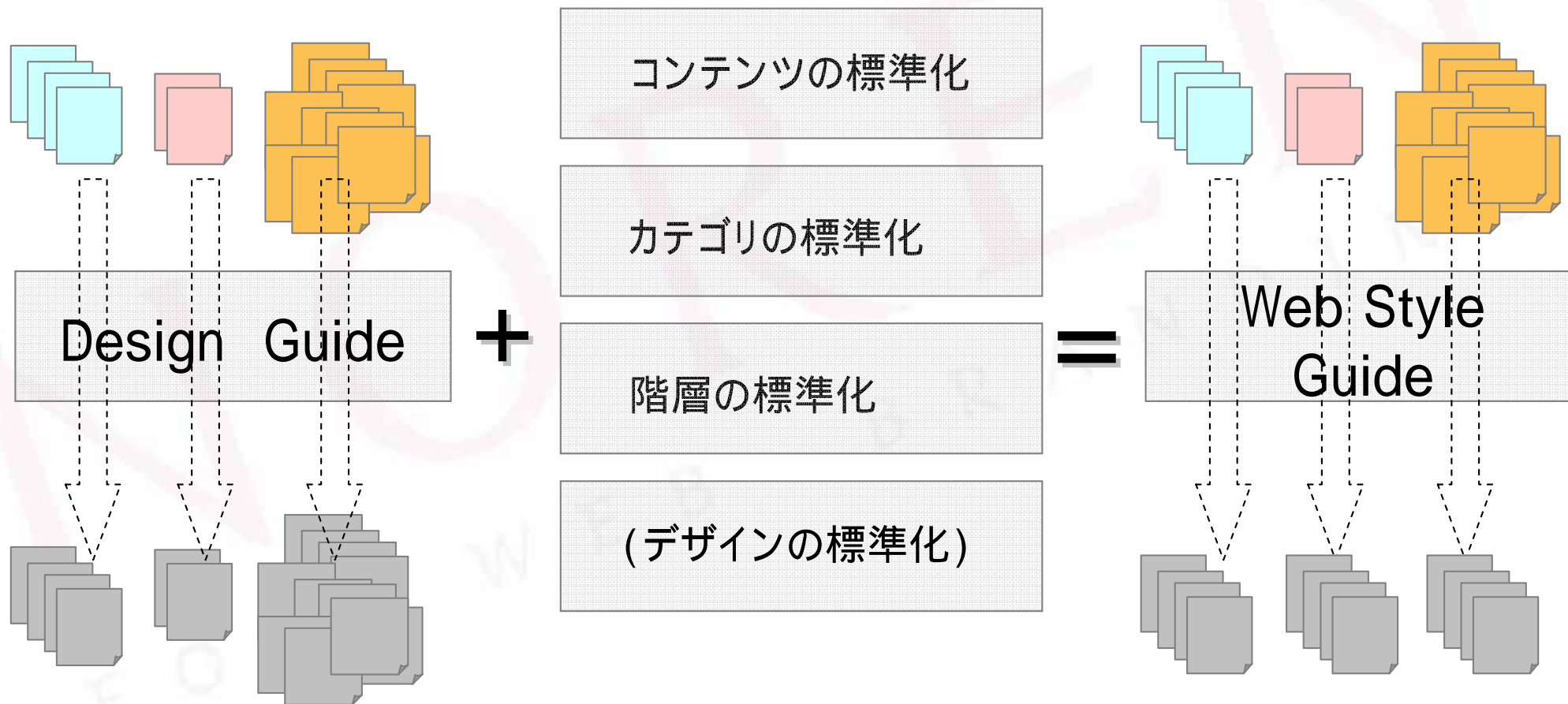


NOREN クイックスタートキット
より抜粋

展開のための準備

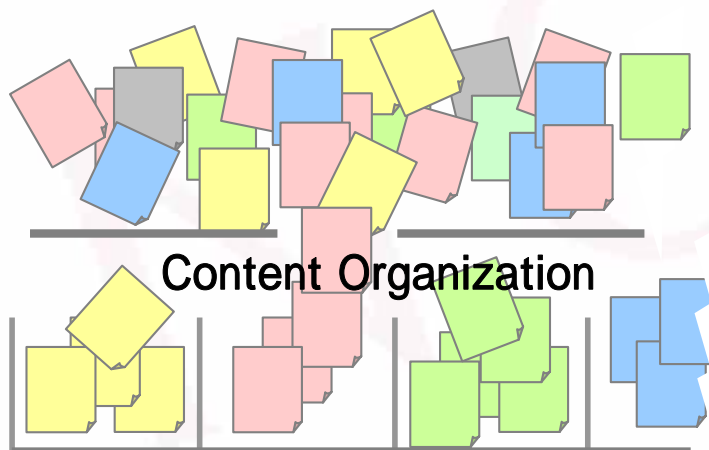
サイト標準化

デザインガイドによるデザイン標準化はサイトの標準化で一つの部分である。



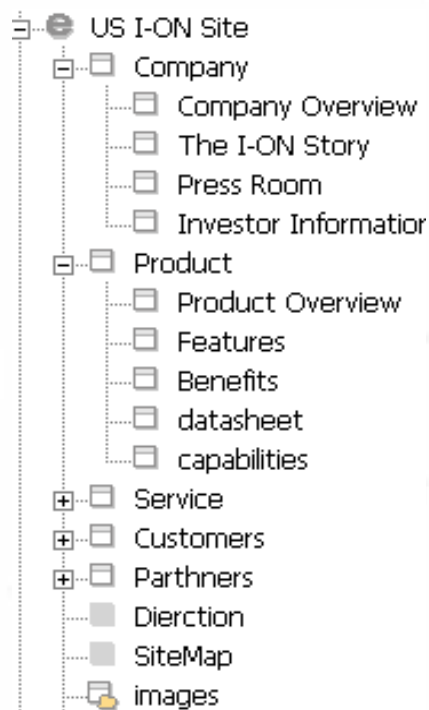
CMS / IA + テンプレート + ユーザ権限

コンテンツ構造からサイト構造へ



Content Organization

Contents Architecture



Sites (Menu) Architecture



Navigation & Labeling & Design

CMS実装後のサイト自動化の例

- すべてのリンク関係を自動生成
- グローバルナビゲーション、ローカルナビゲーションの自動生成
 - グローバルナビゲーションに第2階層のタイトルを表示
 - ローカルナビゲーションに第3、第4、第5階層のタイトルを表示
 - ローカルナビゲーションは、常に現在の階層の「子階層」を展開して表示
- サイトマップの自動生成
 - 第4階層までのタイトルを表示
- ニュースリリースの自動アーカイブ
 - 月別、年度別に古いコンテンツを自動的にアーカイブ
- パン屑リストの自動生成
- HTMLページと、印刷ページ、RSSの同時生成

自動化による効果

	初期コスト	運用コスト	デザインの統一	ユーザにとっての 使いやすさ
情報構造の コピー				
グローバルナビ ゲーション、ロー カルナビゲーションの自動生成				
ニュースリリース のアーカイブ				
サイトマップの自 動生成				
インデックスペー ジの自動生成				

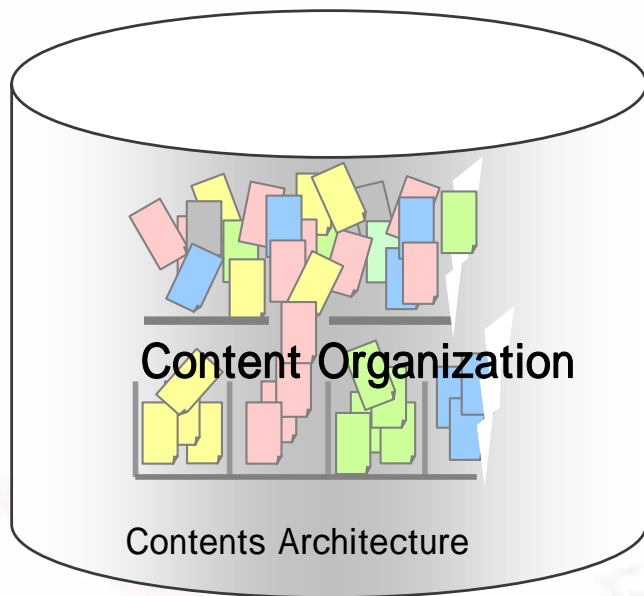
ここで大きな疑問が...

探せるのか？

増え続けるコンテンツ

ナビゲーションから、検索エンジンから…

CMS



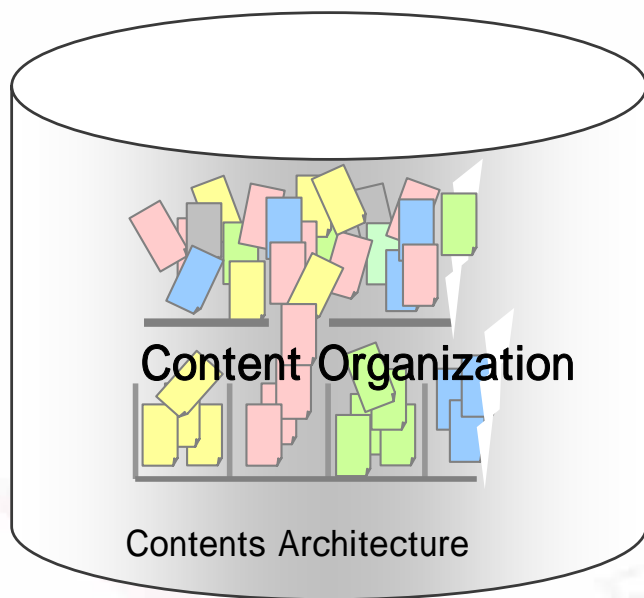
Webサイト



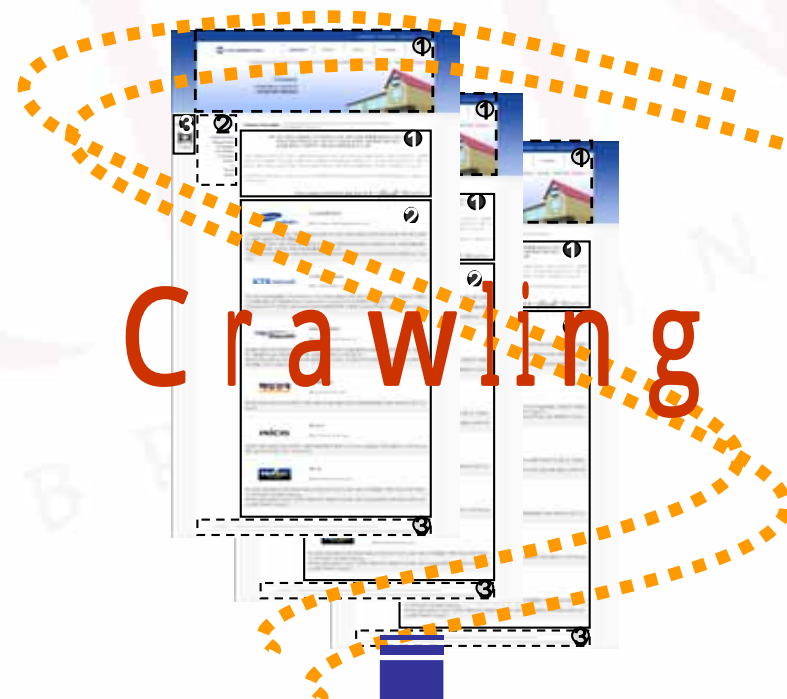
オートタギングによる、関連性の抽出

吐き出した、HTMLからタグを洗い出す

NOREN Content Server



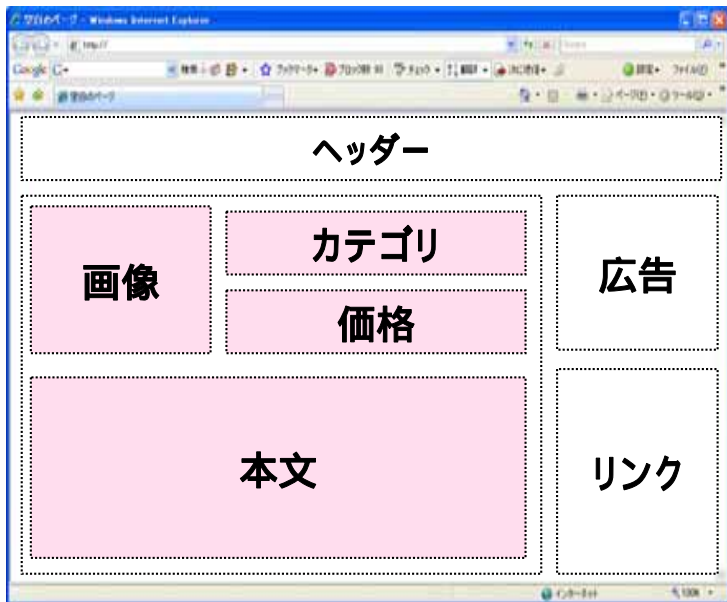
NOREN Crawler



Crawling

オートタギング

NOREN Crawler



ポイント! その1

独自のクローリングエンジンは、簡単なパーサーを作成することにより、御社のWEBページのデータ構造を認識し、項目ごとに分類・整理しながらデータを収集することができます。

クローリング頻度やクローリング範囲を調整することも可能です。

WEBページではなくデータベースやファイルなどからもデータを取り込むことができます。

Crawling

ポイント! その2

項目ごとにデータを持つことにより、複雑な検索や精度の高い検索をすることが可能です。また価格順にソートすることなど従来の検索エンジンには出来なかったことも実現します。

その他にも、データベースでの検索とは異なり、例えば「秋冬用のスーツ」で検索したときに「秋冬用のポール・スミススーツ」という文章を含むページをヒットさせたりすることができます。

項目	値
タイトル	
本文	
画像	http:// /
カテゴリ	
価格	円
...	...

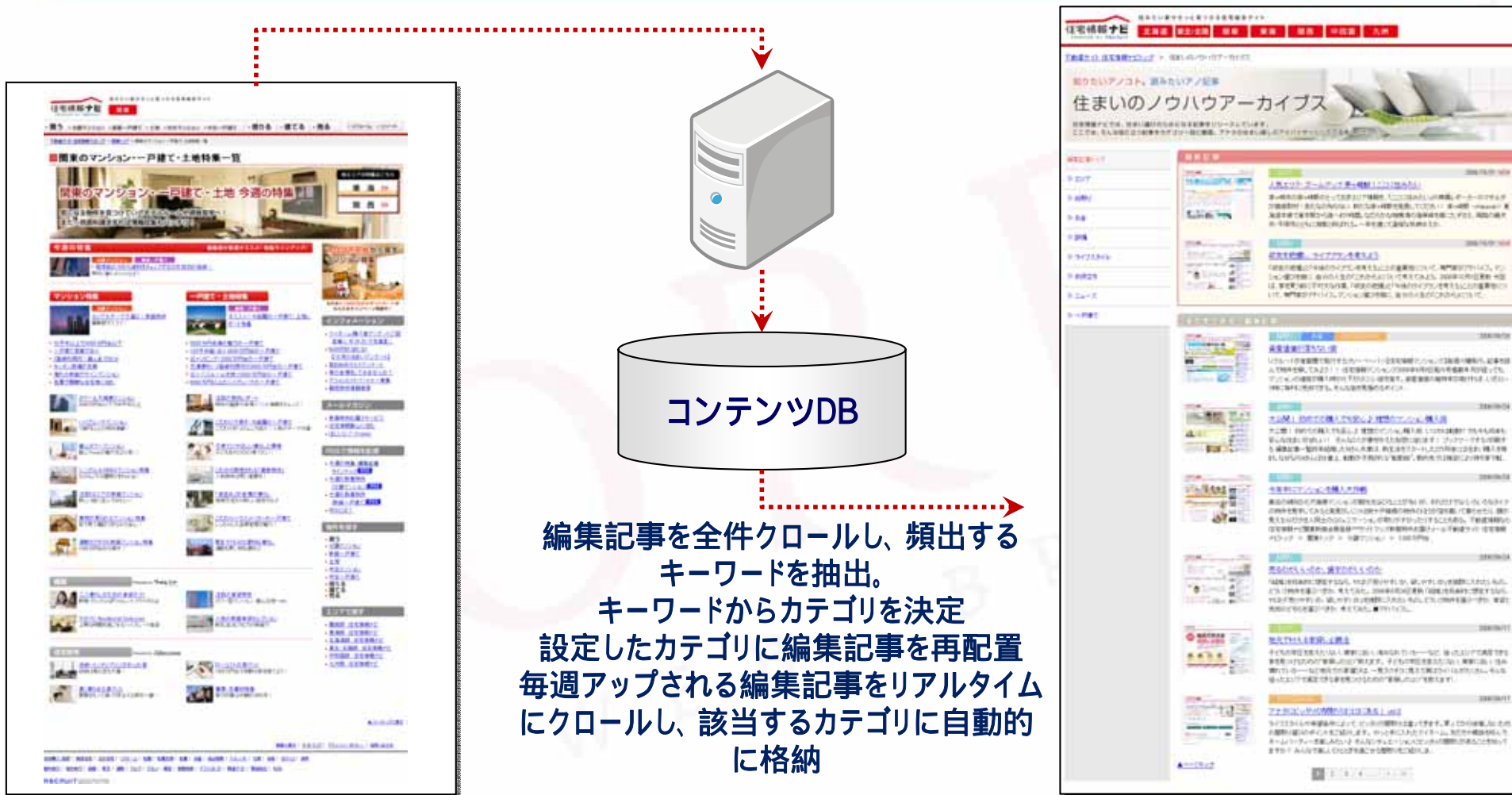
NOREN Crawler - レコメンド - のご紹介 - 検索&レコメンド



導入効果

- ・検索結果の表示の見せ方を自由に変更できるので、検索効果の最大化を支援
- ・ユーザビリティ向上によるユーザーのロックイン

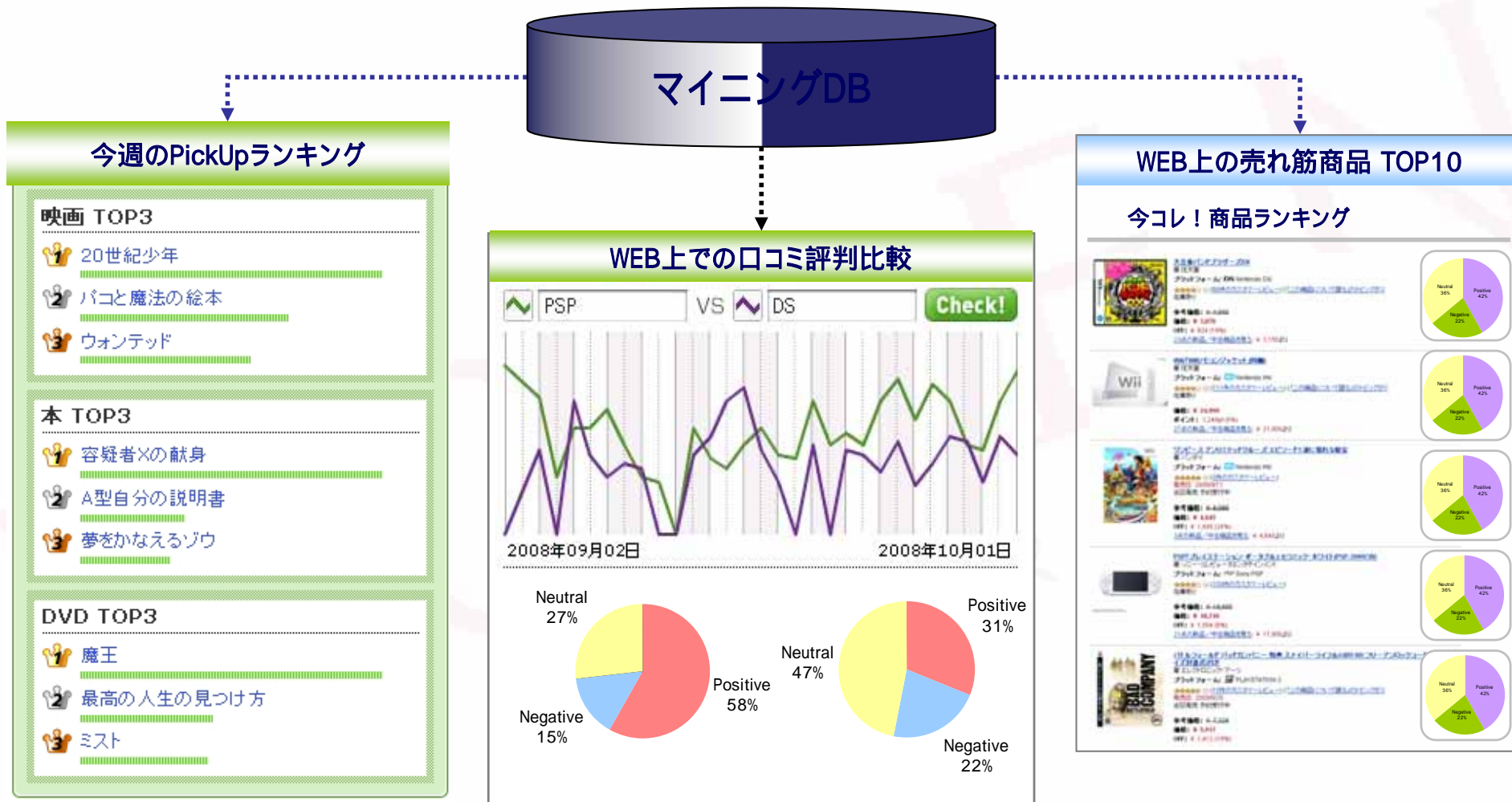
NOREN Crawler - リサイクル - のご紹介 - コンテンツの分類&再配置



導入効果

- ・様々なページに散らばっていた編集記事を自動的に整理(省力化)
- ・編集記事のみをまとめたアーカイブページの自動生成によるPVと回遊性の向上

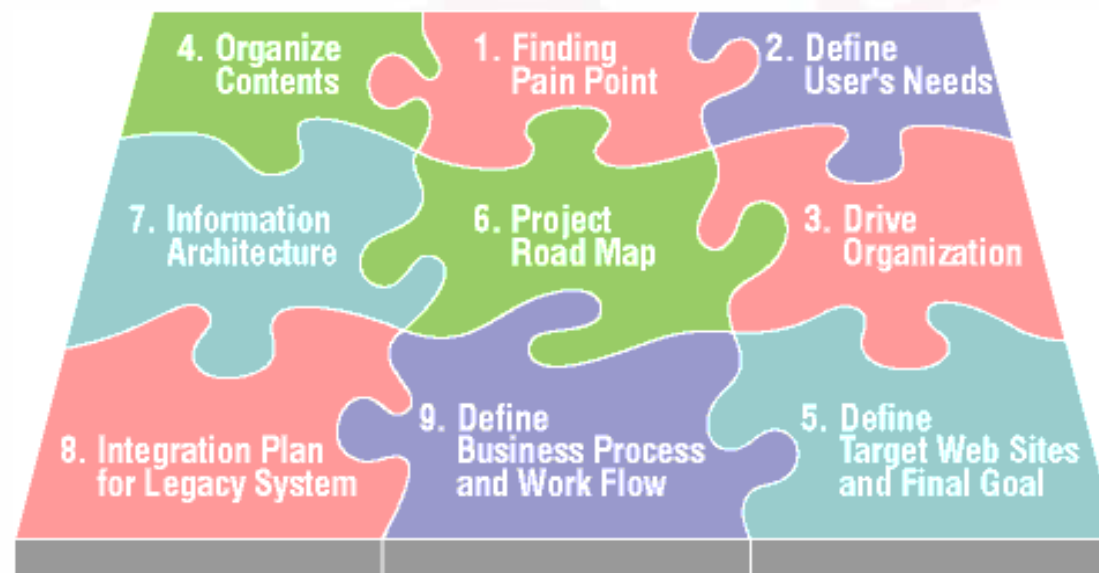
NOREN Crawler - ランキング - のご紹介 - ランキング表示&バースト判定&ネガポジ判定



導入効果

- ・比較プロセスのトラフィック獲得
- ・ユーザビリティ向上によるユーザーのロックイン

CMSの導入を成功させるための9つの条件



プロジェクトを成功に導く必須条件

1 問題点は何かを洗い出す

CMSを買う前に、“自分の組織で何が問題になっているのか定義づける”ことが、成功への第一ステップです。これは会社によって異なります。コンテンツの管理なのか、デザインの管理なのか、どこに問題があるのかをはっきりさせるべきです。プロセスを視覚化し、問題点を洗い出していくことが必要になります。

2 ユーザーのニーズを定義する

Webサイトに公開する情報は、誰にどのような恩恵をもたらすのか正確に把握しなければなりません。様々な方法で調査し、強い部分、弱い部分などを把握することでユーザーのニーズを明確に定義づけることが可能となります。ただ、ユーザーニーズを明確に判断することは簡単なことではありません。場合によっては推測となる場合もあるでしょう。

プロジェクトを成功に導く必須条件

3 組織を推進していく

WebサイトはIT部門や広報部など特定組織で管理されるのではなく、企業全体として管理されるべきです。誰が何をやるのか、誰が何に対して責任を持つのか、という部分を明確にする必要があります。組織を円滑に動かさなければなりません。

4 コンテンツを組織化する

Webサイトには、様々なコンテンツを掲載しなければなりません。全てのコンテンツがすでに存在したり、一カ所に集まっていることはまずありません。ですので、それらを新たに作成したり、あらゆる所から収集する必要があります。Excelなどのリストを作ってコンテンツの取捨選択をすることも大切になるでしょう。

5 最終的なゴールを定義する

先ほど定義したユーザーのニーズを元に、最終的なゴールを定義することが非常に重要になります。また、ゴールを達成するためにステップバイステップによるアプローチが必要となるでしょう。

プロジェクトを成功に導く必須条件

6 明確なロードマップを作成する

最終ゴールを決定したら、期間ごとの小さなゴールを定め、ステップごとに実行する必要があります。つまり、プロジェクトのロードマップが必要ということです。いくつかのフェーズを設定し、それぞれのゴールを確実にこなしていくことが重要となります。

7 情報アーキテクチャーを定義する

ユーザーに使いやすく、分かりやすく、伝わりやすい、を決定付ける要素が情報アーキテクチャーです。どのようにすればユーザーが目的の情報にアクセスしやすいかを決める必要があります。

プロジェクトを成功に導く必須条件

8 レガシーシステムの統合プランを定義する

Webサイトには、様々なビジネスロジックが導入されているかもしれません。会社によってこれは千差万別でしょう。それらの統合についてプランを考えた上で、CMSを導入したほうが良いと言えます。

9 ビジネスプロセスとワークフローを定義する

ただ単にルールを作るだけではなく、ビジネスのプロセスやワークフローをCMSに組み込んでいく作業が最後のプロセスです。

最後に

- ・CMSは魔法のツールではない
- ・CMSのみではユーザーの満足度向上を達成することはできない
- ・CMSは組織や個々の作業に対して自動化、効率化といったメリットをもたらす非常に大変な作業をサポートするためのツール
- ・コンテンツ資産は財産。価値と利益産む
- ・コンテンツの管理は、競争力強化のためにおこなわれるべき

アシスト

付録

誰も教えてくれないCMS選定 7つのポイント

CMS選定における 本当に大事なポイント

はじめに

CMSをどのように比較していますか？

	製品A	製品B	製品C	製品D	製品E
権限設定					
アクセシビリティ					
携帯対応		×			
承認機能				×	
スケジュール					

なんか、難しい...



、と書いてあっても結局どこまでできるのかわからないな...

ポイント1:製品の開発元はどこか？

Webサイトには各地域の文化が反映されます。

世界には、いろいろなWebサイトがあるのね。

必然的にCMSもそれぞれのWebサイトを管理し易い仕様になるね。

ポイント1:製品の開発元はどこか？

もちろんCMSにも各地域の文化が反映されます。

ポイント1

製品の開発元を調べ、

日本のWebサイトと親和性の高いCMS
を選んでください。

日本向け仕様に作り変えられている海外製品が多いですが、根本的な使い勝手は、その地域のWebサイトを最重視している場合がほとんどです。



ポイント2: 製品導入の実績は？

実績数も大事だが...

導入実績
 サイト達成

全世界
 合計

導入企業数
 越え

社で導入済

え？製品の導入実績数が一番大事なんじゃないの？？



決して数だけで考えてはいけない気がするわ。

ポイント2: 製品導入の実績は？

国内実績数、業種業態、企業名が重要です。

ポイント2

国内実績数が大事です。
同業種業態での実績があれば、安心できます。
大手企業の導入実績が多いほど安心です。



HITACHI
Inspire the Next

NSK

TAITO®

NECエレクトロニクス
株式会社様

関西電力

SEKISUI

テレビ大阪

Design Your Energy 夢ある明日を
大阪ガス

Minebea

KOBELCO
神戸製鋼

日本旅行
NIPPON TRAVEL AGENCY

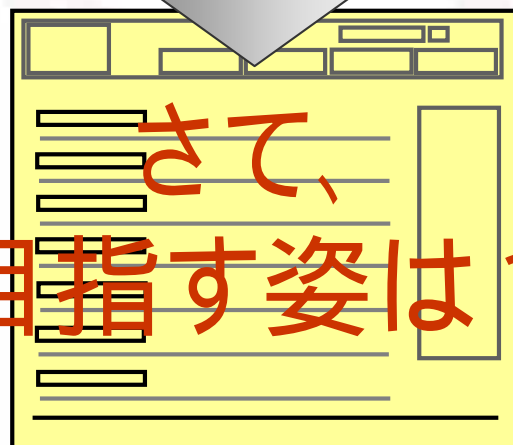
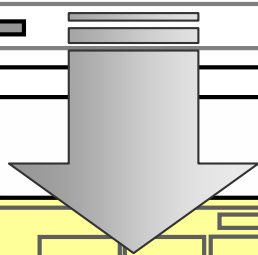
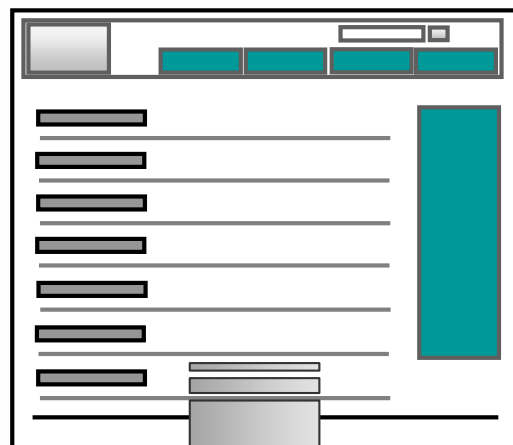
東映株式会社

東京商工リサーチ

muratec

ポイント3:実現したいことは何か？

CMSで何を実現したいですか？



「何を」って言われても、
 もちろんCMSなんだから、
 運用が楽になればいいんだけど…

そんなピンポイントで言われても、
 運用時にやりたいことが
 出てくるかもしれないし…



ポイント3:実現したいことは何か？

カスタマイズ前提製品はコスト高になる可能性が。

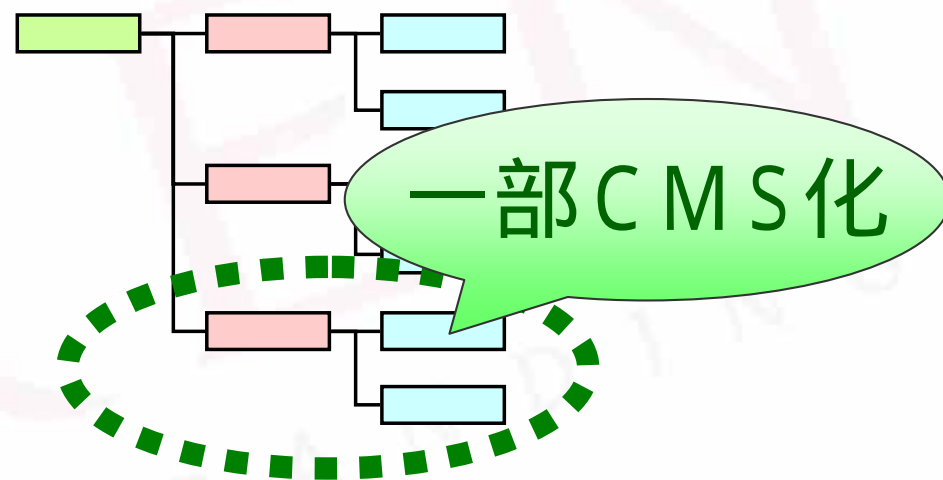
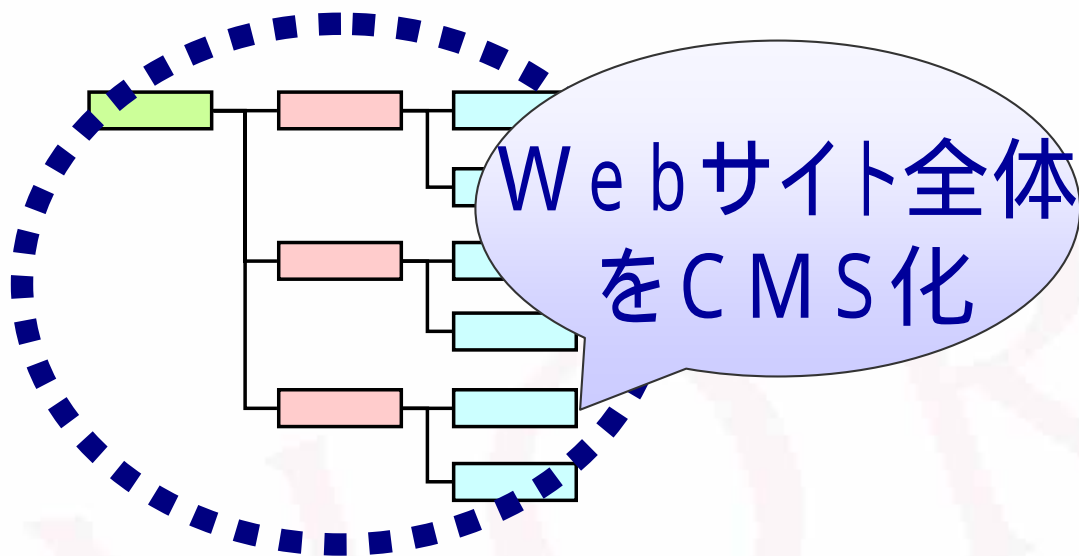
ポイント3

実現したいポイントが明確に定まってい
ない場合は、ひとつおりの基本機能を
最初から兼ね備えた製品をお選びください。
機能を限定した製品を選択すると、運用時
に発生した必要機能が追加カスタマイズと
なり、コストが積み重なっていきます。
また、カスタマイズ後は
サポート対象外となる可能性も。



ポイント4: 製品を導入したいWebサイトの範囲は？

初期の導入範囲も大事です。



最初からWebサイト全体をCMSで管理したいわ。他の部署とも合意が取れているし。



うちの会社は、まずは広報部で管理しているカテゴリから始めることになるだろうな…。

ポイント4: 製品を導入したいWebサイトの範囲は？

柔軟な導入範囲が可能なCMSを選んでください。

ポイント4

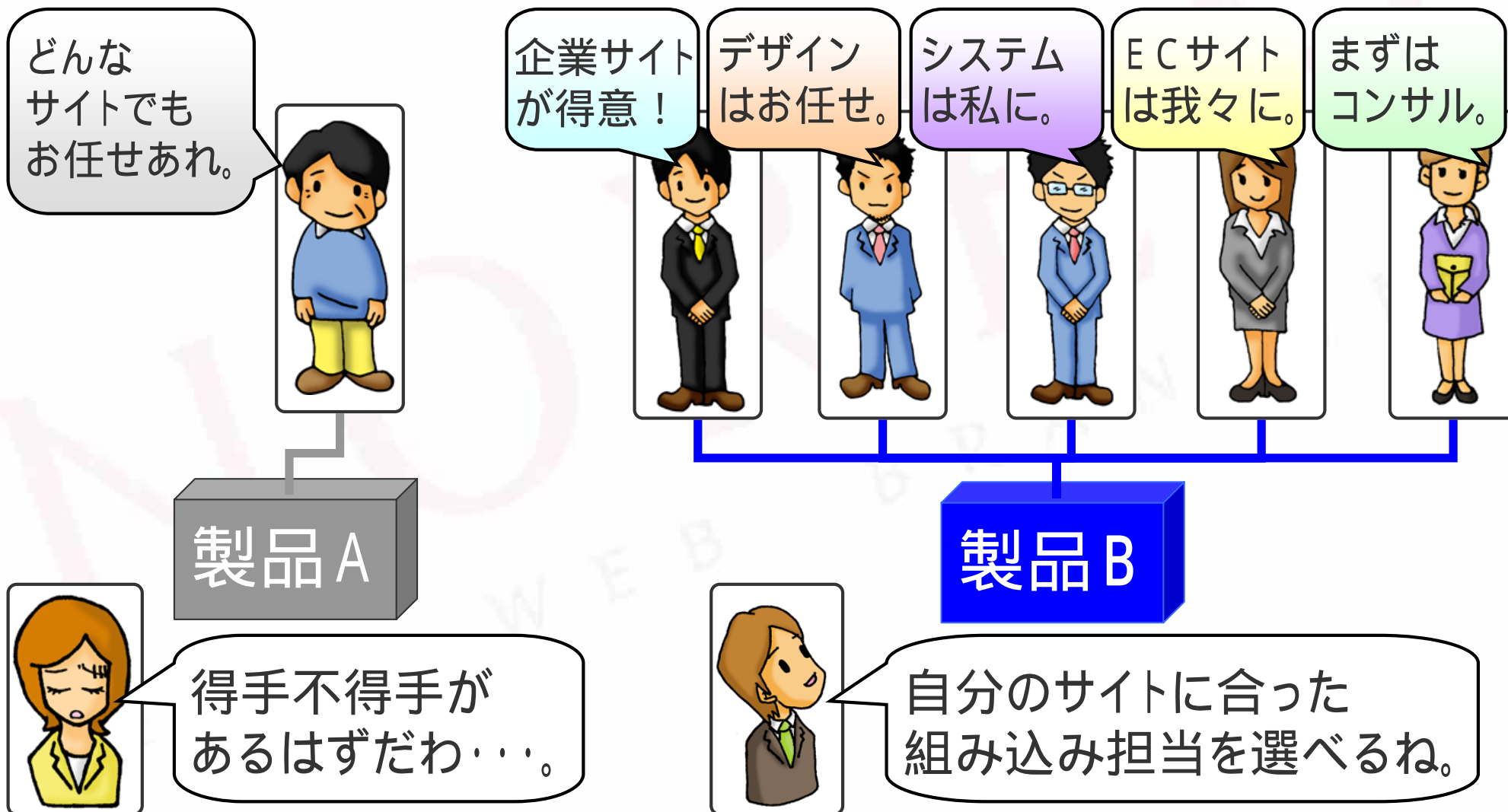
CMSのなかには、**部分導入が苦手な製品**があります。関係のないページまで幅広く手を入れなければならない場合があり、手間がかかります。

必要最低限の導入から、その後の展開までが考慮された仕様のCMSをオススメします。



ポイント5:組み込みは誰が行うのか？

CMSは組み込みかたが大事です。



ポイント5:組み込みは誰が行うのか？

パートナーの選択肢が広いCMSにしましょう。

ポイント5

CMSは所詮道具です。
その道具をどうWebサイトに組み込むかが
成功と失敗の大きな分かれ道となります。
自社で組み込みを行わない場合は、
そのCMS製品のパートナーに作業を依頼
をすることになりますが、選択肢が広いほう
が断然安心感が違います。



ポイント6:テンプレート(雛形)の開発言語は？

運用メンバーのスキルを考慮しましょう。

java

php

perl

html

いろいろと
種類があるのね。



うちにはSEはいないから、
敷居の高い開発言語の
CMSは新テンプレート
作成時は都度、外注か…。



ポイント6:テンプレート(雛形)の開発言語は？

開発言語は運用時のコストを大きく左右します。

java

php

perl

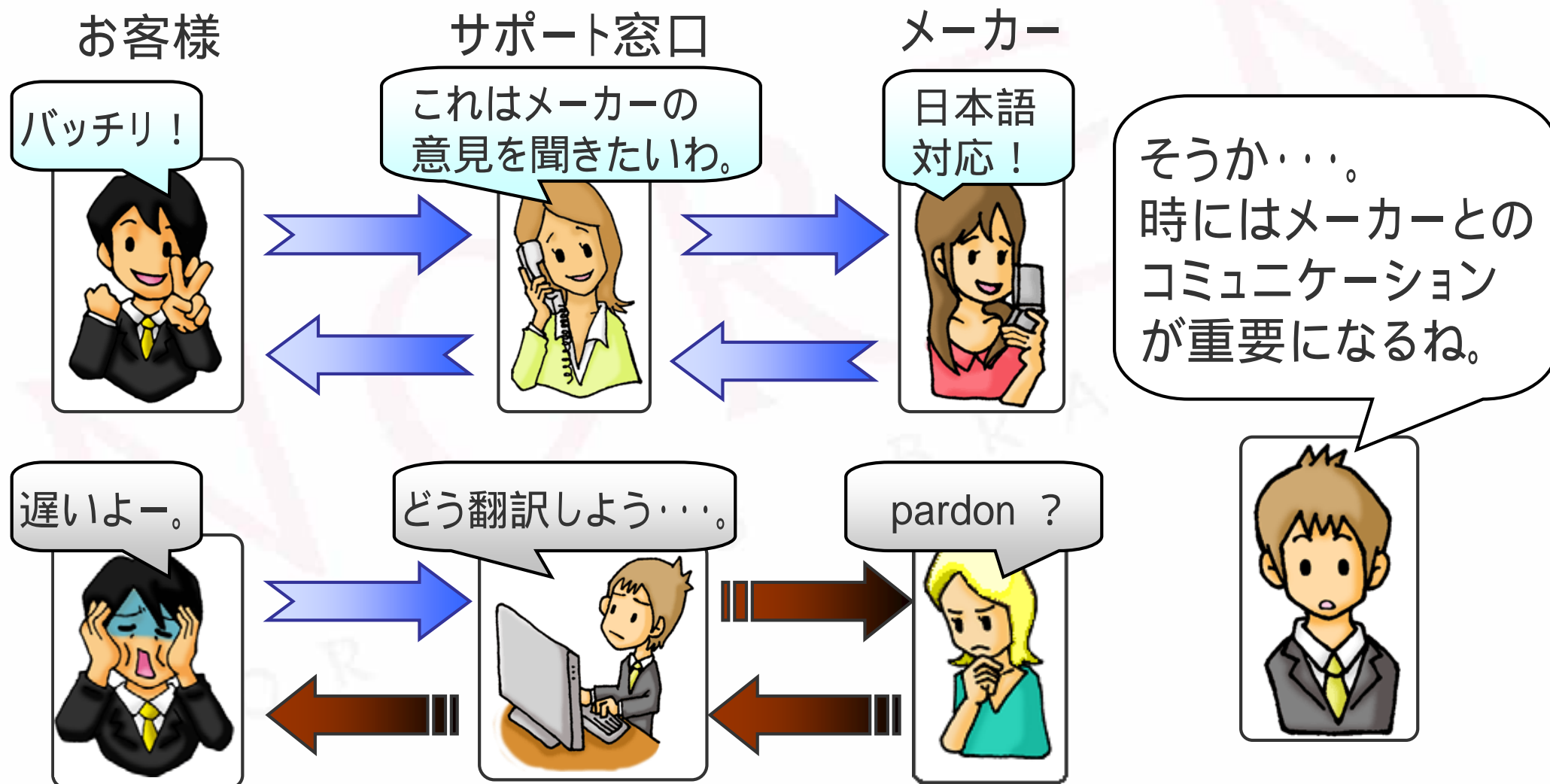
ポイント6

そのCMSの開発言語と、運用を担当するメンバーのスキルをよく考慮しましょう。新たなテンプレートを作成する際、その開発言語に精通した人間が必要となる場合が多くあります。



ポイント7: サポートの体制は？

運用時、一刻を争う事態も考えられます。



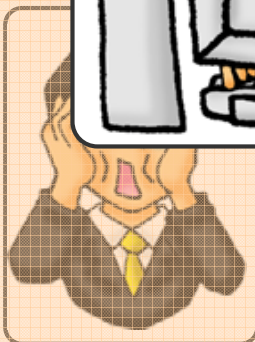
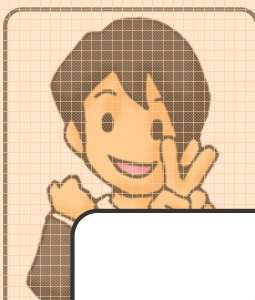
ポイント7: サポートの体制は？

万全のサポート体制、連絡方法が鍵を握ります。

ポイント7

サポート窓口の体制はもちろんのこと、そこから先のメーカーとの連携体制も非常に重要になります。

販売元とメーカーの関係が良いと、サポート時だけでなく、普段の運用をするにあたり、ユーザの要望も聞き入れてくれやすくなります。



NORENを宣伝させてください

NORENはポイントをしっかりおさえています。

- ポイント1：製品はお隣の**韓国製**です。
全ての仕様は**日本向けに設計**されています。
- ポイント2：**国内導入実績は370社**。様々な業種業態の**大手企業**で導入されています。ユーザ会ではNORENの使い勝手の議論が交わされます。
- ポイント3：Webサイト運用に必要な機能が、**最初からひとり**と**おり備わっています**。
- ポイント4：全体導入、部分導入、どちらのお客様にも適した導入が実現します。**必要最低限の部分導入作業後、効率的な全体展開の手段も用意**されています。

NORENを宣伝させてください

NORENはポイントをしっかりおさえています。

ポイント5: **様々な分野で活躍するパートナーが数多く存在**します。お客様のご希望にジャストフィットするパートナーをご紹介可能です。

ポイント6: 開発言語は **html と javascript に似た独自タグ**がベースとなっています。**3日間の教育コース**がございましたので、その間運用に必要な知識を得て頂くことが可能となります。

ポイント7: しっかりとした**サポート窓口をアシストに設置**しています。**韓国のメーカーとは月に一度、日本ユーザ様の声を伝える打ち合わせを日本語**で行っています。

アシスト