

コンテンツ管理システムの重要性

—Webサイトの利用価値を高めるために—

Webサイトは多くのスタッフにより日々運用されている複雑なシステムである。取り扱うコンテンツもテキストから画像、動画と多様化しており、Webサイト運用の負荷は大きくなっている。本稿では、情報の鮮度を高めて利用価値の高いWebサイトとするためにコンテンツ管理システム（CMS）をどう利用すべきかを解説する。

CMSが不可欠なWebサイトの運用

今日、Webサイトは企業にとって、ユーザーと自社をつなぐための重要な経営資源と位置付けられる。Webサイトが一定以上の規模になると、Webサイトでは文書や画像・動画など、多種多様なコンテンツを扱うようになり、Webサイトの運用には企画担当者、制作担当者（ディレクター、デザイナー、HTMLコーダー）など多くのスタッフが携わるようになる。そのため、Webサイトを運用する現場の負荷は年々高まっているのが現状である。

このようなWebサイトでは、コンテンツ配信機能、ライブラリ管理機能、ワークフロー管理機能などを備えたCMSを導入することが不可欠である。企業では商用製品、オープンソース、自社開発のいずれかのCMSを導入することが一般的となっている。

CMSの役割

企業のWebサイトのコンテンツは、更新頻度の違いから2通りに分類できる。

会社概要、製品情報、IR情報（投資家向け広報）などは変更される頻度が低いコンテンツであり、プレスリリース、お知らせ、ビジ

ネスユースのブログなどは時系列の情報として頻繁に更新が必要となるコンテンツである。企業のWebサイトに併設されるビジネスユースのブログなども後者に含まれる。

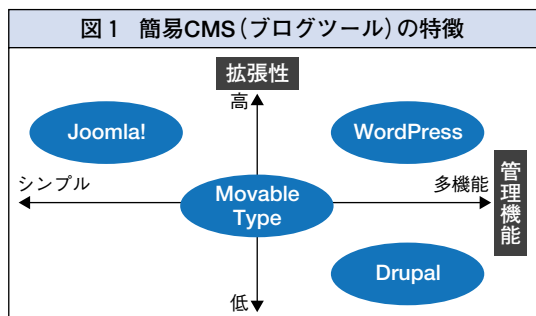
ユーザーにとってのWebサイトの利用価値を高めるためには、情報の鮮度が必要なコンテンツを適切なタイミングで効率よくWebサイトに配置することが可能でなければならない。そのため、使い勝手のよいCMSにより、チームや組織のコンテンツ運用を支える必要がある。

また、アクセスログを解析した後、Webサイトが意図したとおりに利用されるようにコンテンツを最適に配置することも、CMSの重要な役割である。

簡易CMSを活用したブログページの開設

時系列のコンテンツの1つであるブログページを自社のWebサイトに設けるためにCMSを積極的に活用する例は少なくない。

あるシティホテルでは、従業員が旬の情報やデイリーキャンペーンの告知を簡単にブログページに書き込める仕組みを導入した。また、首都圏のある百貨店ではWebサイト上で売り場を買い回る感覚を演出するために、各



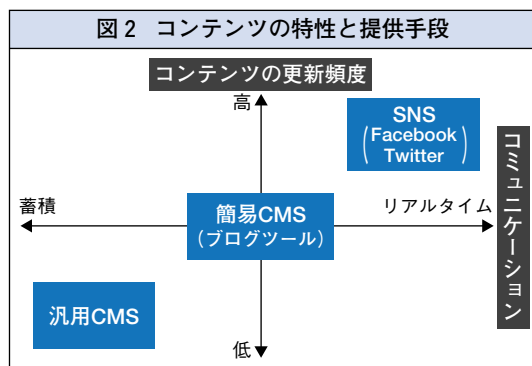
売り場の担当者がブログページを更新する仕組みを導入した。いずれも、商品紹介の機会を拡大し、Webサイトユーザーの反応を確認しながら販売促進を行うことを目指している。

ブログツールにはさまざまなものがあり、上記の事例を含めて、日本では簡易CMSと呼ばれるオープンソースソフトウェアが広く使われている。代表的なものに「WordPress」「Movable Type」「Drupal」「Joomla!」などがある。

これらのツールには共通して以下のような特徴がある。

- ①HTML（Webページを記述する言語）の深い知識がなくても更新できる
- ②機能追加やカスタマイズが可能
- ③日本語の情報が入手しやすい

ただし、管理機能（サイト階層構造の管理、コンテンツ作成・管理など効率的にWebサイトを運営するための機能）と拡張性（機能追加やカスタマイズ）はツールごとに特徴があるため、Webサイト運営者の習熟度や自社の目的に応じたツールを選択する必要がある（図1参照）。



コンテンツ管理手段の多様化に合わせて

企業のWebサイトにブログページを設けることや、SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）へのリンクボタンを配置することは今では一般的になり、SNSから自社サイトにユーザーを誘導することも可能である。SNSの普及に伴い、コンテンツの提供手段を選択できるようになっている。

今後も、コンテンツの鮮度の維持を含むWebサイトの価値向上のためには、組織的なコンテンツ管理が必要である。しかし、コミュニケーションのリアルタイム性の必要度など、Webサイトの特性によって最適なコンテンツの提供方法が変わってくる。そのため、汎用CMS、簡易CMS、SNSをうまく組み合わせて自社のWebサイトにユーザーを誘導することが必要である（図2参照）。

Webサイト運用者をサポートし、創造的なコンテンツをタイムリーにWebサイトに反映させるために、CMSの果たす役割はますます大きくなっていくであろう。