



# デジタル体験創出の新時代

コンテンツ展開を迅速化する  
クラウドネイティブ型CMS

アドビ 顧客体験管理(CXM)ガイド

コンテンツ管理を取り巻く環境は変化し続けています。例えば、店舗に入った際にモバイルでオファーを受け取る、閲覧履歴に応じたコンテンツが表示される、リアルタイムにパーソナライズされる、といったエクスペリエンスは、珍しいものではありません。

実際に消費者の61%が、企業が自身のことを認識し、配慮することを期待していると応えています。それは、パーソナライズされた体験、自身の状況に応じたやり取りが望まれていることを意味します。同様に、消費者の57%がカスタマージャーニーのあらゆる段階において優れたエクスペリエンスを期待していることが、アドビのリサーチ部門がおこなった「顧客体験への期待」に関する調査で判明しています。

しかし、多くの企業は依然として、適切なコンテンツをリアルタイムで提供することに苦戦しています。[Content Marketing Institute](#) (CMI) の調査によると、企業の64%がコンテンツ管理システム (CMS) を導入していると回答していますが、チャンネル毎に個別のコンテンツを作成するのではなく、複数のチャンネルにコンテンツを配信できると回答した企業は、わずか31%に過ぎません。

あらゆる規模の企業が入り乱れて競争している今日のビジネス環境では、市場シェアの維持と拡大は非常に難しくなっています。企業が競争力を維持するためには、コンテキストに即したリアルタイムのエクスペリエンスを迅速に提供する必要があります。幸いにも、コンテンツ管理テクノロジーは日々進化を遂げています。



**消費者の57%が、カスタマージャーニーのあらゆる段階において優れたエクスペリエンスを期待**

出典: アドビ

AI(人工知能)を駆使したクラウドネイティブ型のコンテンツ管理基盤に移行すれば、IT担当者とマーケターは双方とも、顧客の期待するエクスペリエンスを、コストを抑えながら迅速かつ容易に提供できるようになります。

CMSをクラウドネイティブ型に移行することで、どのようにして次のような利点を得ることができるのかを解説します。

- **デジタルエクスペリエンスの構築と提供の迅速化**
- **本番環境およびDevOps環境の簡素化**
- **エクスペリエンスの最適化とパーソナライゼーションの改善**

# オンプレミス型、クラウド対応型、クラウドネイティブ型の比較

オンプレミス型	クラウド対応型	クラウドネイティブ型
アーキテクチャ		
企業のファイアウォール内のコンピュータやサーバーにインストール	オンプレミス型のソフトウェアと同様に(クラウドの外部で)構築した後、クラウド環境へとデプロイ、常時運用	クラウドネイティブに設計されており、動的トポロジで動作するマイクロサービスとしてデプロイされ、さまざまなクラウドのメリットを活かした、リアルタイムの拡張性と安定性を自動化
コスト		
サーバーハードウェア、電力消費、設備に関する保守とアップグレードの費用をすべて負担するため、総所有コストがクラウド型よりも高い	発生する費用は人的リソースと必要な基盤コストだけなので、オンプレミス型よりも総コストが低い	製品のアップグレード費用が不要で、保守費用も低減するため、オンプレミス型とクラウド対応型の双方に比べて総所有コストが低い
保守		
あらゆる保守とアップデートに対応するために、専門知識を有する人的リソースの確保が必要	保守とソフトウェアアップデートに関する責任は、クラウドサービスプロバイダーが負う	サービスを中断することなく、自動的かつ継続的にアップデートが導入およびデプロイされるため、DevOpsの負担が軽減

オンプレミス型	クラウド対応型	クラウドネイティブ型
<b>パフォーマンス</b>		
<p>サービス停止時の問題解決およびデータの損失防止に関する全責任を企業が負う</p>	<p>ダウンタイムやデータ損失を防ぎ、高い信頼性を確保するために、バックアップシステムが冗長化</p>	<p>バックアップサーバーに自動的かつシームレスにデータが送られるため、最高水準の回復力と可用性が実現</p>
<b>セキュリティ</b>		
<p>あらゆるデータがオンプレミスシステムに保管されているため、データを管理するうえでより厳重なセキュリティ体制が必要</p>	<p>スケールメリットを活かした、高度なセキュリティを適用</p>	<p>必要に応じて企業とデータを分離することで、データとコンテンツを保護しながら、セキュリティアップデートを自動的に配信可能</p>

# 優れたエクスペリエンスの提供を迅速化

**新**たなエクスペリエンスを競合他社よりもすばやく市場に投入できれば、重要な差別化要因となり得ます。最新のコンテンツ管理基盤は、スポーツのライブ実況で試合の状況をいち早く伝えたり、顧客一人ひとりに合わせてパーソナライズされたオファーをリアルタイムで提供するなど、エクスペリエンスの提供を迅速化するのに役立ちます。

コンテンツの制作を遅らせる要因は複数考えられます。最大要因のひとつは、テストとセキュリティに関する要件です。オンプレミス型からクラウドベース型のCMSに移行したとしても、デプロイメントが完全に自動化されていないければ、オンプレミスサーバーの管理にかかる時間が短縮されても、手作業によるデプロイメントに時間を要することになります。

CMSに新たな機能を手動で追加するには、本番環境に移行する前にシステムのテストと検証をおこなう必要があります。テストには多くの時間とコストがかかるので、新機能の追加が中止になることも珍しくありません。

そこで、クラウドネイティブ型のCMSを利用すれば、DevOpsチームはアプリケーションの構築、テスト、ローンチを含むソフトウェアライフサイクル全体をひとつにまとめて、配信とビジネス価値の創出を高速化できます。機能の継続的な統合と配信、デプロイメントの自動化により、DevOpsチームを終わりのない面倒な実装作業から解放することができます。さ

らに、テストの自動化は、問題が深刻化する前に検知し、ダウンタイムやコンテンツ更新フリーズを回避し、回復力を高めます。

もうひとつの問題は、市場投入までにかかる時間です。CMIの調査によれば、[企業の78%](#)が、コンテンツ管理プロセスに多くの手作業を要していると回答しており、作業を自動化できるかどうか、コンテンツの市場投入を高速化させる鍵となります。

膨大な画像から適切なものを検索する、手を加えたコンテンツを異なるチャンネルやデバイスをまたいで再利用する、といった作業は面倒なものです。AIを搭載したモダンなCMSならば、それらを迅速に行えます。例えば、AIを使用すれば、文章を様々な長さに自動的に要約できます。これにより、文字数を減らしたいモバイルなどの様々なチャンネルでコンテンツを再利用できます。

しかし、時間の節約が最終的な目的ではありません。顧客と接点を持つチャンネルに応じた顧客体験を、いかにすばやく提供できるかが大切なのです。

# コンテンツ制作プロセスと DevOps環境を簡素化

**顧**客に、リアルタイムにパーソナライズされたエクスペリエンスを提供するためのもうひとつの重要な要素は、その仕組みをいかに容易に構築できるかということです。[CMI](#)のレポートによれば、コンテンツに容易にアクセスしたり、利用や再利用が可能であると回答した企業は、わずか38%でした。

しかし現代のニーズに応えるモダンなCMSならば、この問題を解決できます。見たままの姿で編集できる機能、使いやすいテンプレート、ドラッグ&ドロップで利用できるコンポーネントなど、ユーザーフレンドリーなツールを備えており、誰でもページを作成、公開、更新できます。つまり、関係者で手分けすることで、より多くのコンテンツを迅速かつ頻繁に制作できるのです。

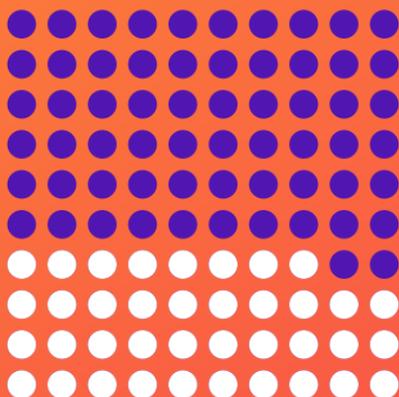
場所やデバイスを問わず、チームの誰もがどこからでもコンテンツにアクセスして管理できることは、コンテンツ管理プロセスの簡素化と、デジタルエクスペリエンス配信の迅速化につながります。「今日の企業向けコンテンツ管理製品には、スマートフォンやタブレットなどに向けて魅力的で完成度の高いモバイルアプリを提供し、企業ネットワークに接続していなくても作業できるようにすることが求められます」と、IDCのコンテンツ&デジタルメディアテクノロジー担当プログラムバイスプレジデントである[Melissa Webster](#)氏は述べています。

クラウドネイティブ型CMSは、関係者が場所やデバイスを問わずいつでも利用できるため、こうした「完成度の高い」モバイルエクスペリエンスを実現します。また、デジタルエクスペリエンスを遠隔操作で管理できるようにすることで、チームの俊敏性が向上します。

クラウドネイティブ型CMSは、自動スケール機能によってDevOps環境の複雑さを軽減します。CMS製品の多くは、オンプレミス型であれクラウド対応型であれ、スケールは手作業でおこなう必要があります。そのため、例えばwebサイトへのトラフィックが予想外に急増したとき、IT部門が処理能力を増強する前にダウンしてしまう恐れがあります。これは、問題に対処するため投入された人的工数やダウンタイム中の売上の損失を考えると、企業にとって大きなコストになる可能性があります。

一方でクラウドネイティブ型の製品の場合に、マイクロサービスを駆使してトラフィックの増加を自動検出し、それに応じて処理能力をスケールしてくれるので、より優れた回復力を実現します。これによってダウンタイムのリスクが軽減され、膨大なITリソースを用意する必要もなくなります。

さらに、マーケティング業務とIT業務の簡素化にもつながります。継続的な統合とデプロイメントによってアップデートとスケールを実行でき、IT部門に依頼することなく、いつでもデジタルエクスペリエンスの構築と配信が可能になります。これは顧客にとっても朗報です。トラフィック量にかかわらず、webサイトがダウンすることがなくなり、いつでもどこからでも優れたエクスペリエンスを利用できます。



**コンテンツに容易にアクセスしたり、利用や  
再利用が可能であると回答した企業は、  
全体のわずか38%**

出典：Content Management Institute

# 顧客一人ひとりに最適な コンテンツを賢く選択

**業**界や用途にかかわらず、AIは急速に普及しています。[Gartner](#)の調査によれば、過去4年間でAIの導入件数は270%も増加しています。しかしながら、多くのCMSはこのトレンドに乗ることができていません。[CMIの調査](#)では、AI技術を導入していると回答した企業はわずか5%にとどまっています。

これでは、ビジネスチャンスをつかむことはできません。AIを搭載しているモダンなCMSならば、プロセスを改善し、パーソナライズされたエクスペリエンスの提供を促進できます。

コンテンツ管理プロセスの最適化にAIを活用すれば、顧客一人ひとりにとって最適なコンテンツはどれなのかを、統計的に導くことができます。データをすばやく分析し、比較検証から優位なエクスペリエンスを見いだすことで、コンテンツの継続的な調整が可能になり、最高水準のコンバージョン率を達成できます。

また、AIはパーソナライゼーションにも役立ちます。顧客のことを理解するためにデータを収集して選別し、顧客にとって価値あるものは何かを判断してパーソナライズするのは、決して容易なことではありません。一方、AIはパターンを即座に認識してマッチングし、顧客に提供すべき最適なエクスペリエンスを予測することができます。

例えば、ある顧客が環境に配慮した旅行に関する動画を視聴し、エコロジの宿泊予約をした場合を想定しましょう。その行動情報とAIの組み合わせにより、環境に配慮したコンテンツを届けることで、その顧客の旅行エクスペリエンスはより望ましいものになるでしょう。つまり、数百から数千におよぶコンテンツの選択肢の中から、訪問者一人ひとりに最適なものを選出できるわけです。これにより、他の訪問者が閲覧している旅行先データにもとづいた万人向けのコンテンツ配信に比べて、より高度にパーソナライズされたエクスペリエンスを提供することができます。

これまでをまとめると、AIの活用にはふたつの利点があります。AIを活用してコンテンツを最適化し、パーソナライズすることで、A/Bテスト、データ分析、キャンペーン管理といった時間のかかる手作業から担当者を解放できます。これにより担当者は、顧客に優れたエクスペリエンスを提供するためのより創造的な業務に専念できるようになります。

# AI活用有無によるCMSの 違い

## AIを使用しないCMS

- ・ A/Bテストの後、データ分析とセグメント作成を手作業で個別実施
- ・ 手動で適用するルールにもとづいて、セグメントごとのオファーをターゲティング
- ・ レコメンデーション、コンテンツ、エクスペリエンスに関するルールを手動で設定
- ・ キャンペーン、トレンド、季節性の変化にもとづいてルールを手動で管理、更新

## AIを組み込んだCMS

- ・ 配信コンテンツに対するオーディエンスの反応を、AIが継続的に分析、最適かどうかを判定
- ・ AIを使用して、次善のオファーや順位付けされたオファーの組み合わせを継続的に評価、選択
- ・ レコメンデーションアルゴリズム群から適切なものを選択、カスタマイズ、最適化
- ・ AIの自動分析と自動最適化を通じて、次に提示する内容を変動的に変更

# 今日の顧客の期待に応える モダンなCMSの要件

**デ**ジタルエクスペリエンスに対する顧客の期待に応えることは、企業が顧客とそのニーズを理解していることの証明であり、今日の市場競争を勝ち抜く鍵となります。しかし、従来のクラウド対応型やオンプレミス型のCMSの場合、大手企業以外にはコストがかかりすぎることが多いというのが難点です。

今日の顧客の期待に応えるためには、今日のニーズに対応できるモダンなCMSの活用が不可欠です。

クラウドネイティブ型のCMSを利用すれば、予算に限りがある中規模企業であっても、AIを駆使してデジタルエクスペリエンスを改善し、プロセスの迅速化、スケーラビリティ、簡素化、コスト削減、時間短縮といった様々な利点を享受できます。そして何より、顧客が望むコンテンツエクスペリエンスを創出するという最終的な目標を実現できます。

# 詳細情報

パーソナライズされたデジタルエクスペリエンスを実現するために、最新のクラウドネイティブ型CMSがいかにコストを抑えつつ効果を発揮するのか、詳細情報をご確認ください。

最新CMSによる、コンテンツエクスペリエンス創出の新基準を実感しましょう。

[詳細を見る](#)

## 出典

「[2019 Content Management & Strategy Survey](#)」、Content Marketing Institute (2019年)

「[Gartner Survey Shows 37 Percent of Organizations Have Implemented AI in Some Form](#)」、Gartner Newsroom (2019年1月21日)

「[Helping Businesses Measure Experience](#)」、アドビブログ (2019年4月24日)

「[Top 5 Trends in Enterprise Content Management](#)」、LaserficheおよびIDC



Copyright © 2020 Adobe Inc. All rights reserved.  
Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks  
or trademarks of Adobe Inc. in the United States and/or  
other countries.