

# IT部門のための 最新CMS研究

コストを抑えつつフロントエンドを変革した事例

アドビ 顧客体験管理 (CXM) ガイド



IT部門の使命は、テクノロジーを通じて業務サービスの改善や事業創造を加速し、ビジネスに直接貢献することです。[アドビの調査](#)によると、IT部門の使命を果たすうえで、新たなテクノロジーの採用によって優れたデジタル顧客体験の提供を実現することが最も重要である、と明らかになっています。まさに、IT部門こそが企業のデジタル変革の牽引役なのです。

事業部門が効果的なデジタル体験を創出するためには、体験の構成要素、すなわちコンテンツの管理が大きな課題となります。多くの組織では、コンテンツ制作者はフロントエンド開発者とは異なるシステムを使用しているため、公開までに多くの時間がかかります。また、コンテンツ配信先の仕様の違いに対応するために、サイズや表現のバリエーションを多数作らなければなりません。さらに、IT部門は、開発や運用に関わる日常作業に手を取られ、イノベーションに費やす時間が不足しています。

最新のコンテンツ管理システム (CMS) ならば、こうした状況を一変させることができます。CMSはいま、デジタル体験基盤へと進化しています。この進化により、IT部門は俊敏で安全な基盤を展開し、戦略的な施策に注力できます。また事業部門は、コンテンツの制作と多様なデジタルチャネルへの展開を効率化し、顧客体験を強化できます。

グローバルでは多くの企業が、様々な顧客接点をまたいで適切なコンテンツを提供しています。これは膨大な作業ですが、IT部門はイノベーションへの取り組みに注力することができます。

最新のCMSでイノベーションを起こしている事例から、成功へのヒントを見い出しましょう。

- ・ [ミシガン大学](#)
- ・ [Cylance](#)
- ・ [Raiffeisen](#)
- ・ [Costa Crociere](#)
- ・ [NRG](#)
- ・ [Constellation](#)

# 最新のCMSによる、 顧客体験の近代化

## かつてないほど迅速に価値を実現

顧客は完璧なデジタル体験にいつも接することができる状態を望んでいます。その実現のために、複数のシステムを使い分けたり、顧客接点ごとに新しいコンテンツを制作するような時間はありません。コンテンツ制作者とフロントエンド開発者が本番環境に対応したコンポーネントやテンプレート、スタイルシートを使用して、人々の求める体験をコンテンツとしてまとめ、公開し、あるいは再利用する作業を、迅速かつ安全におこなうための基盤として、CMSの役割は重要です。また、webやモバイルアプリだけでなく、最新のチャンネルにも、幅広く対応する必要があります。

## データとコンテンツを結び付けて最適な顧客体験を提供

顧客にとって何が最適な体験かは、根拠がなければ判りません。相手の関心を把握するには、オンライン行動とコンテンツへの接触をデータで計測する、という方法があります。データがなければ、勘や推測に頼るしかないのです。データとコンテンツの両方が揃えば、適切なコンテンツを使ってパーソナライズし、記憶に残る体験を形作ることができます。データから顧客ニーズを分析するには、AIが役立ちます。膨大なデータからパターンを見いだしてくれるので、そのセグメントに適したコンテンツを届けるのです。

## 拡張性の高いCMSで事業部門の多様なニーズに対応

もし、コンテンツ制作者が自身だけでコンテンツを編集できず、IT部門がその対応に追われているようであれば、早急に対策が必要です。高機能なCMSを利用すれば、コンテンツ制作者は事前に作成されたナビゲーションやパンくずなどのコアコンポーネントを再利用したり、シングル

ページアプリケーション (SPA) コンテンツを編集したりできます。IT部門は個別のコード開発や技術支援などから解放され、コードの制御に専念できます。また、HTTP APIを使用して、リポジトリから直接コンテンツを取り込み、JSON形式で様々なチャンネルに配信できるため、フロントエンドの開発者にとってもメリットがあります。

## かつてないほど**短期間**で 価値を実現



ミシガン大学 (米国、教育機関)  
少数のITスタッフで、数百のwebサイトをサポート

ミシガン大学のCollege of Literature, Science, and the Arts (LSA)では、webチームが130の学部とプログラムのwebサイトと、500を超えるクラスと研究室のwebサイトをサポートしています。共通のコードやガイドラインがなかったため、それぞれのサイトで提供する体験が大きく異なっており、IT部門はこうした一貫性のないコーディングの対応に苦戦していました。

そこで、web訪問者に一貫性のある体験を提供すべく、IT部門はAdobe Experience Manager Sitesを採用して、小規模なスタッフとリソースを拡張し、130の学部すべてのwebサイトをサポートできるようにしました。IT部門は、webサイトのフレームワークとテンプレート、コンポーネントを作成しています。一方、400人以上のコンテンツ制作者は、それらの構築ブ

ロックを使用して、コンポーネントをすばやくドラッグ&ドロップして顧客体験を構築しています。柔軟なAPIを使用できるようになり、ページ上で容易にコース情報を統合できます。IT部門は単一のプラットフォーム上で全学部のコンテンツを管理できるようになり、コード実装やバグ修正を一度にロールアウトすることで、貴重な時間を大幅に節約しています。

また、[Managed Services](#)を活用して、管理業務の負担を軽減し、革新的な体験の創出に専念することができるようになりました。

---

「*Adobe Experience Manager*を使用すれば、標準のテンプレートとコンポーネントを活用することで、ユーザーがページをカスタマイズする機能を制限することなく、webサイトをまたいだ一貫性とデザイン品質、体験の質を向上できます」

**PATRICK BELDEN氏**

ミシガン大学、College of Literature, Science, and the Arts (LSA)、  
webサービスディレクター

ミシガン大学のwebチームは、一貫性のあるコードとデザインを活用することで、10人ほどのスタッフでサポートするwebサイトの数を130にまで拡大しました。

[ミシガン大学の事例を読む](#)

## Cylance (米国、ハイテク業) サイトの構築にかかるITリソースと時間を削減

Cylanceは1,000万のエンドポイントでテクノロジーを運用し、世界中で100以上の組織をサイバーセキュリティの脅威から保護しています。同社では、ビジネスの成長を加速し、新たな顧客を獲得するために、グローバルで一貫性のある魅力的なwebサイトを、効率的かつ迅速に提供する方法を求めていました。一方でIT部門は、複数サイトを管理する作業に縛り付けられることは望んでいませんでした。

そこで同社はAdobe Experience Manager Sitesを採用しました。そしてコンテンツ制作者向けに、ドラッグ&ドロップ操作で編集できる、再利用可能なコンポーネントを70以上開発しました。ナビゲーションやページレイアウト、画像フィールド、テキストフィールド、カルーセル、フォームなどです。これらのコンポーネントはサイトの構築にかかる時間を短縮するだけでなく、サイトをまたいで一貫性のあるルックアンドフィールを提供するのに役立ちました。またAdobe Managed Servicesの利用によってwebサイトのセキュリティ管理を任せただけで、開発者は、新たなサイト機能の開発や連携の構築に専念し、より優れたデジタル体験を構築できるようになりました。

---

「webサイトの運営と管理に費やすリソースを削減することができました。これは、開発部門にとって大きなメリットとなります」

**NATHAN ZAHN氏**

Cylance、プログラマネージャー

Cylanceは、6週間かかっていたwebサイトの構築をわずか数時間に短縮しました。

[Cylanceの事例を読む](#)

# データとコンテンツを結び 付けて、最適な体験を提供



*Raiffeisen* (スイス、金融)  
チャンネルをまたいだあらゆるやり取りをパーソナライズ

モバイルデバイスの利用者が増加し続ける中、Raiffeisenは市場シェアの維持拡大を図るために、支店への訪問であっても、webサイトへの訪問であっても、あらゆる顧客接点をまたいで一貫性のあるパーソナライズされた体験を提供する必要性を認識していました。

適切なweb体験を求める、高まり続ける顧客の期待に対応するために、Raiffeisenでは、Adobe Experience Manager Sitesを導入し、柔軟かつ拡張可能なモデルを通じてwebサイトを刷新することにしました。APIを使用して3rdパーティデータをAdobe Experience Managerに取り込むことで、支店をまたいだ一貫性を維持しながら、それぞれの地域に最適化した267のwebサイトのバージョンを動的に構築することができました。

また、Adobe Analyticsとの統合により、リアルタイムのweb行動データを、顧客データや3rdパーティデータと組み合わせることで、どの顧客がどのメッセージに反応しているのかを詳細に把握できるようになりました。これにより、webサイトから電子メール、コールセンター、対面でのミーティングに至るまで、あらゆる顧客接点をまたいで顧客体験を向上させることができます。

「支店への来訪やオンラインでのやり取り、電話での問い合わせなど、あらゆる接点をまたいで一貫性のある顧客体験を提供するべきです。Adobe Experience Cloudは、顧客がどこにいても、それぞれの地域に適した体験を提供し、ビジネスを成長させるのに役立っています」

**FELIX WENGER氏**

Raiffeisen、小売と富裕層向けの流通兼チャネル責任者

Raiffeisen Bankは、より正確なターゲティングにより、コンバージョン率を300%高めました。

[Raiffeisen Bankの事例を読む](#)



Costa Crociere (イタリア、旅行&観光)  
顧客の嗜好にもとづいた最適な体験を提供

Costa Crociereは、年間数百万人の乗客が利用するクルーズ旅行を運営しています。競争の激しい旅行市場において、同社では、初めて利用する顧客であるか、頻繁に利用している顧客であるかに関わらず、記憶に残るパーソナライズされた体験を提供する方法を常に模索しています。同社は、12種類の言語に対応する新しいwebサイトを立ち上げるにあたり、一貫性のあるオンラインプレゼンスを維持することのできる、拡張性の高い構造とガバナンスモデルを必要としていました。



Adobe Experience Manager Sitesを導入したことで、再利用可能なテンプレートとコアコンポーネントを活用して、webサイトの構築とローカライゼーションを迅速におこなうことができました。さらに、デザイナーの好みではなく、Adobe Analyticsで得た顧客の嗜好に関するデータを活用して、顧客体験を改善し、クルーズ予約を促進するデザインを決定できるようになりました。

---

「当社では、チャンネルをまたいでデータと顧客体験を結びつけることのできる、新しいデジタル基盤を求めていました。  
選択したのは、*Adobe Experience Manager*です」

**ALESSANDRO CASELLATO氏**

Costa Crociere、グローバル&戦略マーケティング eコマース兼デジタル  
担当ディレクター

Costa Crociereは、19の市場と12の言語をまたいで顧客にリーチするため、パーソナライズされたweb体験を大規模に展開しています。

[Costa Crociereの事例を読む](#)

# スケーラブルなCMSで 各部門のニーズに対応



NRG (米国、公益/電力)

柔軟性の高いハイブリッド型CMSでコンテンツを管理

NRGは、米国全土で300万以上の家庭や企業にサービスを提供する電力会社です。デジタル変革を進める中、同社では、webやソーシャルメディア、モバイルアプリケーションなどのデジタルチャネルを用いて、対面でのマーケティングチャネルをより効果的に補完する必要性がありました。そこで同社ではAdobe Experience Managerを採用。webサイトを刷新し、パーソナライズされたコンテンツをオンライン訪問者に提供する、デジタル変革の基盤を構築しました。

同社は、Adobe Experience Manager Sitesのハイブリッド型コンテンツ管理システム (CMS) の利点を活かし、ヘッドレス機能によってコンテンツを柔軟に管理することで、webサイトやシングルページアプリケーション (SPA)、プログレッシブウェブアプリ (PWA)、モバイルアプリなどのあらゆるチャネルに向けて配信しています。そして、コンテンツの再利用と公開をコンテンツ制作者自身でおこなえるようになったことで、貴重な時間の節約につながりました。

また同社は、この基盤を従来のCMSのように利用することもできます。CMSはクラウドネイティブであるため、IT部門はインフラストラクチャの管理やソリューションの保守を心配する必要がなくなり、より革新的なプロジェクトに取り組めるようになりました。

「Adobe Experience Managerのおかげで、コンテンツ制作者は、顧客企業の関心事や最新の出来事に関連した、新着情報や当社の考察などをいち早く公開できるようになりました。その結果、当社のポジティブなイメージが大々的に広まり、新たな顧客の獲得に役立っています」

**STEVEN LIN氏**

NRG Energy、シニアデジタルマネージャー

NRGは、ホームページのコンテンツをパーソナライズして、エンゲージメントを5倍高めました。

[NRGの事例を読む](#)



Constellation Energy (米国、公共/エネルギー)  
マネージドサービスでIT部門の負担を軽減

Constellationは、北米最大の電力会社のひとつで、16以上の州とワシントンD.C.で数百万もの家庭や企業にサービスを供給しています。同社では、あらゆるチャネルを利用して、顧客との関係を継続的に強化するために、堅牢なデジタル基盤を求めていました。しかし、既存のCMSは複雑過ぎて、コンテンツ制作者が技術的なサポートなしで使用するのは困難でした。

そこで同社は、Adobe Experience Manager Sitesを採用しました。これによりコンテンツ制作者は、IT部門の手を借りることなく、容易にコンテンツを作成できるようになりました。さらに、ITワークフローを効率化して、

新しいwebサイトを公開するまでの時間を短縮するため、同社はAdobe Experience Manager Managed Servicesを採用しました。ITレイヤーの管理と、複雑なエネルギー販売規制を遵守するためのシステムの設定をアドビに任せることで、同社のマーケティングチームと製品チームは、顧客の記憶に残る体験の創出に専念することができました。

「ビジネスの成長予測を考慮すると、製品に最も近い担当者が、IT部門のサポートなしでコンテンツを制作し、配信することのでき、使い勝手のよい、拡張性の高いCMSが必要でした」

**KAREN JENNINGS氏**

Constellation、デジタルマーケティング責任者

Constellationは、分散型のオーサリングモデルを使用することでコンテンツ開発者に権限を与え、IT部門の負担を軽減しました。

[Constellationの事例を読む](#)

# コンテンツを卓越した 顧客体験に転換

世界中の企業が、顧客接点をまたいでカスタマージャーニー全体に革新的な顧客体験を提供するためには、セキュアで拡張性の高い、次世代のCMSが必要であることを認識しています。俊敏性の高いデジタル基盤を構築することで、価値創出にかかる時間を短縮し、データを活用して顧客体験を改善して、IT部門の負担を軽減することができます。

これらすべてを実現できれば、優れたデジタル体験の創出は決して難しいことではありません。

## アドビがお役に立ちます

Adobe Experience Manager Sitesは、クラウド上でネイティブに提供されるハイブリッド型CMSです。すぐに使える再利用可能なコンポーネントやレイアウト、テンプレートにより、すばやくコンテンツを制作でき、IT部門とマーケターのそれぞれに利点をもたらします。豊富なAPIとAdobe SenseiのAIを活用したアドビのデジタル基盤は、顧客やコンテンツのパフォーマンスデータにもとづいて、様々なチャネルやデバイスに合わせて顧客体験を拡張し、自動的に適応させることができます。

Adobe Experience Manager Sitesとネイティブに統合されたAdobe AnalyticsとAdobe Targetにより、AIとマシンラーニングを活用して適切な顧客体験を提供し、インサイトの獲得とコンバージョンの向上を図ることができます。

アドビがおお客様のビジネス変革にどのように役立つのかをご確認ください。

[詳細を見る](#)

## 出典

「[2019 Digital Trends](#) (2019年のデジタルトレンド)」、アドビ (2019年)

「[Building Communities Online](#) (オンラインでのコミュニティの構築)」、アドビの顧客事例、[Raiffeisen](#) (2018年4月)

「[Gaining a Stronger Market Presence](#) (市場での存在感を高める)」、アドビの顧客事例、[Cylance](#) (2019年3月)

「[Personal Touch for Business Customers](#) (法人顧客向けのパーソナルタッチ)」、アドビの顧客事例、[NRG](#)

「[Powering Online Relationships](#) (オンラインでの関係の強化)」、アドビの顧客事例、[Constellation](#)

「[Putting the Spotlight on Quality Education](#) (教育の質に焦点を当てる)」、アドビの顧客事例、[ミシガン大学](#) (2018年10月)

「[Sailing Away on a Dream Cruise](#) (夢のクルーズ船での旅)」、アドビの顧客事例、[Costa Crociere](#) (2018年11月)

[Shelby Britton](#)、グループ製品マーケティングマネージャー、アドビ、個人インタビュー (2019年11月19日)



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.