

クイックガイド

# コンテンツ戦略を 加速させる基盤とは

## ヘッドレスCMSの基礎知識と導入メリット

デジタルチャネルの数は、かつてないほど増加しています。選択肢が増えるにつれて、人々の期待も高まり続けています。webサイト、モバイル、ソーシャル、IoT、音声アシスタントなど、どの顧客接点でも魅力的な体験を届けることが重要です。

そうした体験は、顧客に多くのメリットをもたらします。その一方で、企業は、顧客がどこにいても、常に適切かつ新鮮でパーソナライズされた体験を、アプリのような馴染みやすさで、チャネルを問わず一貫性を維持しつつ提供する、というプレッシャーにさらされています。これは特に、従来型CMS、個別のCMSを複数導入している企業のIT部門にとって、大きな負担となっています。

従来型CMSでは、コンテンツをチャネルごとに個別に管理しているため、同じアセットを何度も制作する必要があります。これは、多くの時間と労力を要するだけでなく、開発が内製でも外注でも、開発者への負担増、あるいは継続的な開発委託の発生を招きます。

これを解決するため、多くの企業が、ヘッドレス能力を備えたモダンなCMSに移行しています。

**16億2,000  
万ドル**

ヘッドレスCMSソフトウェア市場は、2027年までに16億2,000万ドル以上に達すると予測されています。

## 従来型CMSとヘッドレスCMSの違い

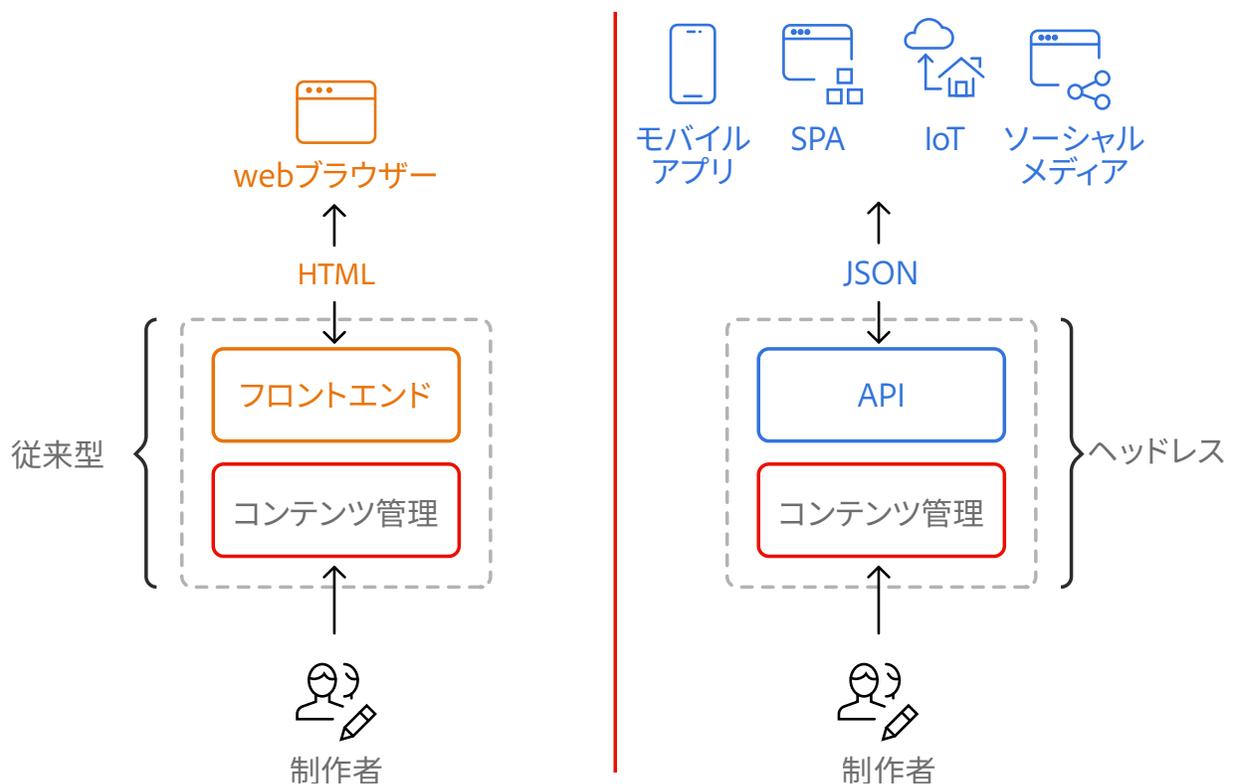
従来型CMS(ヘッドフルCMS)によるコンテンツ配信とは異なり、ヘッドレスCMSでは、一度制作したコンテンツを再利用できるため、容易かつ迅速に同じエクスペリエンスをチャネル全体に配信できます。また、適切なテクノロジースタックを利用することで、コンテンツを精緻にパーソナライズできます。

もっとも、一部の企業では、従来型CMSを使用し続ける可能性があります。大規模サイト運用におけるコンテンツ管理とフロントエンド管理を、どちらもひとつのシステムでまかなうほうが、アプリケーション保守の観点では容易だからです。しかし、APIファーストのヘッドレスCMSなら、より多くのチャンネルやデバイスにコンテンツを容易に配信するための、さまざまな能力を備えています。

## 従来型CMSとヘッドレスCMSの比較

従来型CMS:	ヘッドレスCMS:
コンテンツとプレゼンテーションロジックを管理し、完全にフォーマットされたHTMLを出力します。	コンテンツがプレゼンテーション層(ヘッド)から切り離され、チャンネルに依存することなく配信できるコンテンツブロックを制作します。これにより、あらゆるチャンネルやエクスペリエンスの魅力を高めることができます。
コンテンツとレイアウトを組み合わせて、HTMLベースのwebフロントエンドエクスペリエンスを配信します。	電子メール、モバイルアプリ、webページ、デジタルサイネージ、ソーシャルメディア投稿など、あらゆるチャンネルで同じコンテンツを再利用できます。
webサイトなどの単一のチャンネルにコンテンツを配信できます。ただし、複数のチャンネルにおいて、それぞれの表示サイズに合わせてコンテンツを管理するように設計されていません。	配信先ごとに新しいコードを作成することなく、コンテンツをほぼ無限に再利用できます。ブランドの独自性も保てます。
コンテンツの要素ごとにコードが必要となるため、各アセットを何度も作り直すことになり、より多くの時間と労力を要します。	明確に定義されたAPIを通じて、JSON (JavaScript Object Notation) としてコンテンツを配信します。開発者はCMSから、APIを利用してコンテンツにアクセスし、SPA (シングルページアプリケーション)、IoT、モバイルアプリなどのカスタムアプリケーション用にレンダリングできます。

## 従来型CMSとヘッドレスCMSのコンテンツ配信方法の違い



# ヘッドレスCMSで顧客の期待を超える

ヘッドレスCMSの強みは、柔軟性、拡張性、オムニチャネル能力にあります。これらはすべて、顧客体験における競争優位性を確立するうえで不可欠なものです。また、IT部門とマーケティング部門の双方に、次のようなメリットをもたらしてくれます。

## 主なメリット

**多様な選択肢:** 開発者は、ヘッドレスフラグメント内のコンテンツと構造を定義し、好みの開発フレームワークを使用して、任意のチャネルに対応したカスタムプレゼンテーション層を構築できます。

**柔軟性:** APIを利用して、SPA、モバイルアプリ、IoTデバイス、ソーシャルメディアなど、webやモバイル以外のさまざまなアプリケーション用に同じコンテンツをレンダリングできます。従来型CMSで通常必要とされる、手作業によるプログラミングは不要です。これにより、より広範なチャネルにコンテンツを配信できます。

**スピード:** ローコードまたはノーコードなコンテンツ配信APIを使用して、同じコンテンツを一度に複数のチャネルにプッシュできます。これにより、開発者は、コンテンツ処理のような基礎処理に費やす時間を削減し、イノベーションに専念できます。

**コンテンツの再利用:** ヘッドレスCMSでは、コンテンツをアトマイゼーション(原子化)するか、フラグメントとして作成できるため、コンテンツのそれぞれの要素をほぼあらゆるチャネルで容易に再利用できます。

**顧客体験の向上:** マーケティング部門は、チャネルごとに新しいコンテンツを制作する必要がないため、複数のチャネルやプラットフォームで同時に、コンテンツをすばやく公開、更新できます。これによりマーケティングは、真に記憶に残る体験を生み出し、適切なタイミングや場面で提供することに注力することができます。

**市場投入までの時間の短縮:** ゼロからコーディングし直すことなく、カスタマージャーニー全体でコンテンツフラグメントを容易に再利用できます。これにより、ブランド体験の一貫性を維持しながら、コンテンツに対する顧客ニーズへと継続的に対応できます。

# ヘッドレスCMSの主な適用例

ヘッドレス方式は、オムニチャネル体験を提供したいと考えている企業に最適なコンテンツ配信方法です。たとえば、小売企業が強力なデジタルプレゼンスを確立したい場合、ソーシャルメディア、社外のwebサイト、モバイル、デジタルサイネージなどで施策を展開する必要があります。コンテンツをプレゼンテーション層から分離することで、季節の新商品や価格変更のような情報を容易に更新し、同時にチャネル全体へと展開することができます。

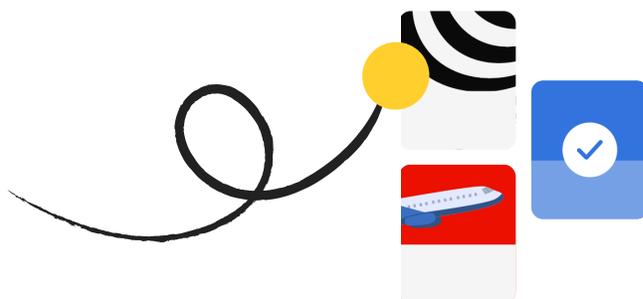
金融サービス、医療、官公庁などの業界では、デジタルプレゼンスとモバイルアプリへの対応が特に重要です。ヘッドレスCMSなら、絶え間なく進化する市場の変化に容易に対応できます。新たなコンテンツを主要なwebサイトにすばやく公開し、同じコンテンツをモバイルアプリで容易に再利用できます。

## より少ない労力でより緊密な関係を

ブランドを構築し、エンゲージメントを高めるには、パーソナライズされた適切なコンテンツを提供し、オーディエンスとつながる必要があります。そこで、ヘッドレスCMSの出番です。マーケティング部門は、パーソナライズされたコンテンツのバリエーションを大規模かつ迅速に配信、管理し、カスタマージャーニーのあらゆるデバイスとチャネルで、エクスペリエンスの一貫性を確保できます。

ここで留意すべき点は、ヘッドレスコンテンツ配信によって、マーケティングの業務や、IT部門と連携する方法が変わる可能性があることです。

マーケティングは、webページを見たままの状態で作成できる、従来型CMSのWYSIWYGエディターを手放すことを躊躇するかもしれません。けれどもヘッドレスCMSに移行すれば、コンテンツを何度も作り直す必要がなくなります。これにより、マーケティングは、魅力的な新規コンテンツの制作に注力できます。またIT部門も、フレームワークを構築して、どのようなチャネルでも迅速に配信する状態を実現できます。



また、APIファーストのモダンなテクノロジーを利用すれば、マーケターは、必要に応じてコンテンツとプレゼンテーションの両方を調整できます。

開発者のコンテンツ配信管理に費やす時間も減るため、コンテンツベロシティ(コンテンツ創出の迅速さ)とブランド体験の一貫性が高まります。

これらを実現する鍵は、IT担当者とマーケターが協力して、エクスペリエンスをどの程度コントロールするか、エクスペリエンスごとにどう適用するかという目標を定め、両部門に寄与するテクノロジースタックはどれかを判断することです。

## AIとヘッドレスCMSによる コンテンツパイプラインの高速化

ヘッドレスCMSを利用すれば、より多くのコンテンツをより迅速に配信し、広範なオーディエンスとそのニーズに適応させることができます。しかし、コンテンツへ容易にアクセスできないとしたら、そうした作業に支障をきたすことになります。

オムニチャネル体験を提供するためにヘッドレスの能力を最大限引き出すには、コンテンツパイプラインの効率化が不可欠です。その実現に役立つのが、CMSに搭載されたAIです。AIにより、メタデータのタグ付け、検索、コンテンツのレンディションを自動化し、パーソナライズされたコンテンツを大規模にすばやく検索、制作、管理できます。

適切なツールとデータを手にすることで、コンテンツ制作者はアセット管理に時間を割くことなく、増加し続けるオーディエンスやチャンネルに向けて、よりパーソナライズされたコンテンツを制作することに専念できます。

## あらゆる要素を統合

多くの大企業ではこれまで、広範なテクノロジー戦略とマーテックスタックに投資してきたことでしょう。主に、パー

ソナライゼーション、デジタルアセット管理、オーディエンスセグメンテーション、分析、メールマーケティングなどの分野のテクノロジーです。

ヘッドレスCMSを効果的に導入し、開発者とマーケターの双方がそのメリットを享受するには、ヘッドレスCMSと既存のテクノロジースタックのいくつかの要素を、緊密に連携させる必要があります。これにより、ヘッドレスCMSの柔軟性、俊敏性、拡張性を向上させ、デジタル体験全体で目指す目標を達成できるようになります。

## アドビがお役に立ちます

Adobe Experience Manager Sitesなら、今求められるヘッドレスCMSへの要件に対応しつつ、将来のビジネス成長にも寄与することができます。モダンなクラウドネイティブ型CMSであるAdobe Experience Manager Sitesを利用すれば、豊富なヘッドレス能力、従来型CMSの包括的な能力、強力なSPAツールを組み合わせ、魅力的な体験をあらゆる場面で提供できます。

開発者は、ヘッドレスでコンテンツを配信するための柔軟性を手に入れることができます。マーケターは、制作したコンテンツを最大限に再利用し、より多くのチャンネルへより迅速に配信し、それぞれのチャンネルに適したエクスペリエンスを提供することができます。Adobe Experience Manager Sitesが、自社のコンテンツ戦略を強化するためにどのように役立つのか、詳細をご確認ください。

[詳細を見る](#)



Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2023 Adobe. All rights reserved.

