

CMS を使用せずに DITA 化?

もちろん可能ですが…



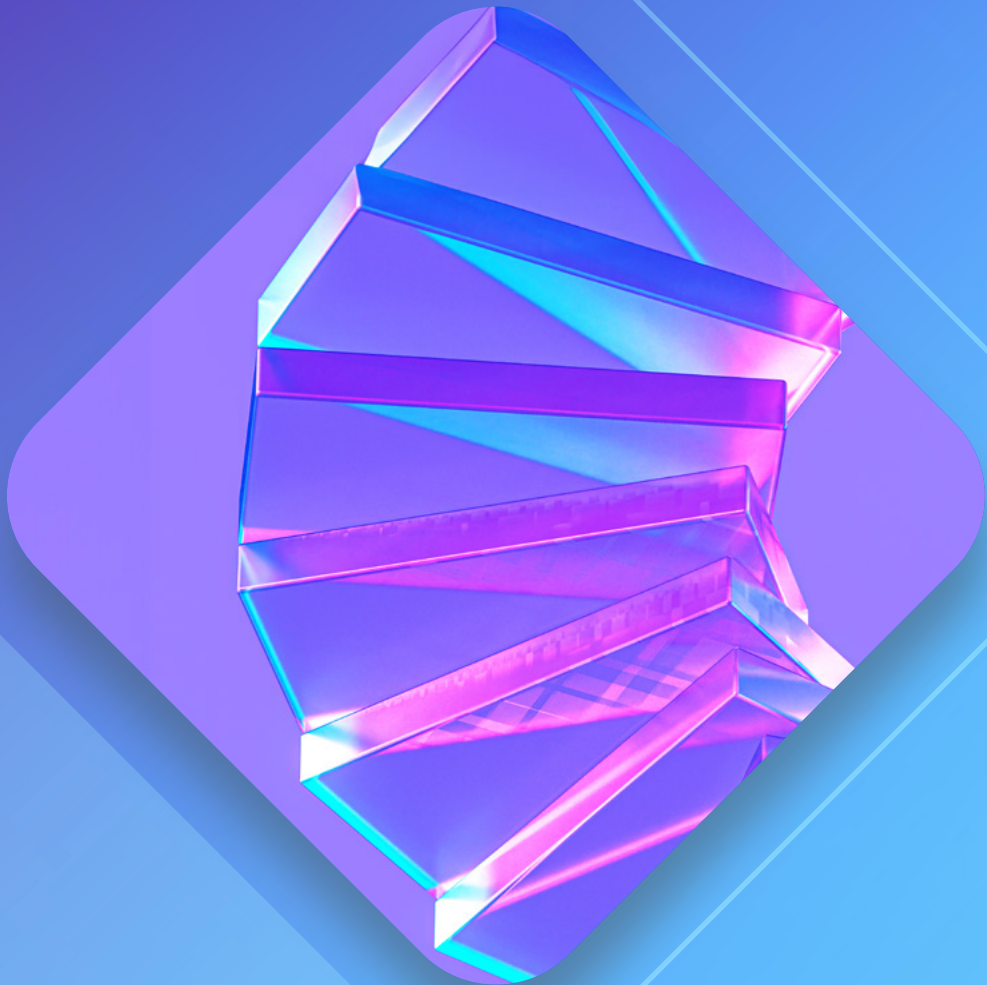


CMS を使用せずに DITA 化？

もちろん可能ですが、もっと良い方法があります。多くの企業は、CMS を使用することで Darwin Information Typing Architecture (DITA) オーサリングがもたらす多くのビジネス上のメリット実現までの過程がスムーズになることを認識しています。

従来は、制作ツールやパブリッシングツール、場合によってはディレクトリシステムも使用して、この新しい構造化されたライティング方法が採用されていました。

コンテンツ管理に関する決定は遅れがちで、プロセスの終盤になっていました。ところが、方法論とベストプラクティスに対する考え方が変わってきました。DITA 対応のコンテンツ管理システム (CMS) をプロセスの初期段階で採用し、DITA の導入に要する時間の短縮と ROI の短期での実現を目指す組織がますます増加しています。



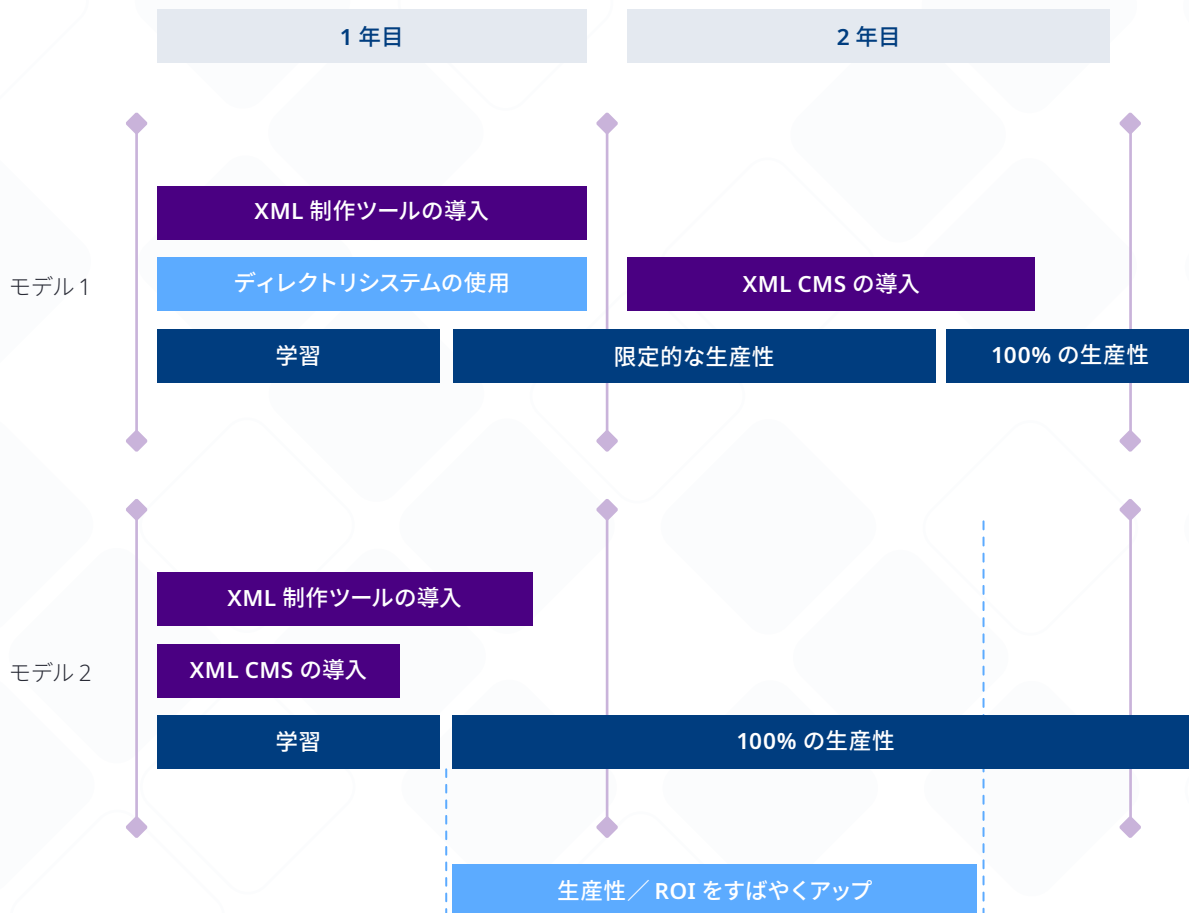
ビジネス上のメリット

企業が DITA に移行する理由は、ビジネス上大きなメリットがあると見ているためです。

DITA には、効率性の 30 ~ 50% 向上、デスクトップパブリッシング (DTP) コストの大幅削減、翻訳の再利用による翻訳コストの削減といったメリットが実証されていますが、それに加え、ビジネスに俊敏性ももたらします。

企業は、次のようなビジネス上のメリットを得ています。

- **販売競争上の優位性** - アジャイル製品開発による新たな製品機能の追加に合わせて、ドキュメントを俊敏に作成できます。
- **カスタマーサポート** - 常に最新のコンテンツと製品サポートにより、製品の返品が少なくなります。
- **情報交換** - 販売代理店や OEM パートナーとのコンテンツや情報の交換が容易になり、チャネルの売上が増加します。
- **パーソナライゼーション** - 顧客のプロファイルに合わせて製品コンテンツをカスタマイズすることにより、顧客満足度が向上し、コールセンターのコストの削減につながります。
- **市場投入期間** - グローバル市場への投入期間が短縮されます。





企業のウェブサイトにも CMS が必要なように、DITA も必要

この傾向を理解するために、すでに定着し確立されているウェブサイト管理に着目してみましょう。いまや、ウェブプレゼンスに真剣に取り組んでいる企業が、コンテンツ管理システムの必要性に疑問を持つことはありません。ウェブサイト管理の標準要件と見なされているのです。

しかし、以前は必ずしもそうではありませんでした。

インターネットの創成期、企業のウェブ担当者はメモ帳やシンプルな HTML エディタを使用してウェブページを作成し、コンテンツをディレクトリシステムに保存していました。第1世代のウェブサイトはこれで十分でしたが、ウェブ担当者やマーケティング部門が次の点に気付くのにあまり時間はかかりませんでした。

- コンテンツ管理システムがなければ、サイトを管理できない。
- ウェブサイトは、顧客対応の手段であり、ブランドを確立し、商品を販売するためのプラットフォームである。

これらが要因となり、ウェブに重点を置いた新しいコンテンツ管理システムの導入が進みました。

ウェブサイトが、顧客と対話し、コーポレートブランドを確立し、製品の売上を伸ばすために必要な強力なツールであることを、企業はすぐに理解しました。絶え間なく進化する動的なウェブサイトには、単にバックグラウンドでコーディングするのではなく、統合されたプラットフォームを使用する共同チームによる本格的な管理が必要でした。

これらを要因として、ウェブコンテンツ管理システム (WCMS) が専門化して、今日のように普及したのです。しかし初期には、多くの企業が、現在 DITA を導入している企業と同じ疑問を抱いていました。「専用の CMS が本当に必要なのか？」ということです。ウェブの場合、答えは明らかに「イエス」でした。

現在は、同様の要因により、DITA に特化したコンテンツ管理システムの採用が企業で進んでいます。これは、DITA ベースのコンテンツを管理するために設計された特殊なプラットフォームで、「DITA 対応」または「コンポーネントコンテンツ管理システム」(CCMS) と呼ばれることもあります。

DITA コンテンツの課題

企業のウェブサイトと同様に、DITA にはコンテンツ管理における特有の課題がいくつかあります。これらの課題には、DITA 用に設計されたコンポーネントコンテンツ管理システムを採用することで対処できます。

DITA コンテンツの要件	説明	必要な CCMS のタイプ
トピックベースのコンテンツ	コンテンツはコンポーネント単位で制作されます。複数の小さな情報を組み合わせて、最終的な成果物とします。	コンテンツマップに基づいてコンテンツを組み立て、組み立てたコンテンツを、ヘルプファイル、モバイルアプリ、ウェブコンテンツ、サポートコンテンツ、マニュアルなどの、さまざまな配信チャンネルに配信する CCMS。
反復的なコンテンツ開発	定期的なリリースやアジャイル開発に合わせて、コンテンツを頻繁に更新します。	リリースが影響する部分をすばやく切り離し、翻訳への影響を含め、更新が必要な場所を迅速に特定する CCMS。
コンテンツマップとトピックの関係性の常時見直し	リンク間の参照整合性は、コンテンツの組み立てと配信時間の精度を高めるために重要です。	トピックとリンクの管理機能を使用して、情報の監査証跡を徐々に自動化し、内部データベース機能を使用してリンクを維持する CCMS。
バージョン管理	ユーザーには、変更を蓄積するだけの標準的な変更履歴機能ではなく、以前のバージョンを比較して差異をすばやく特定できる機能も必要です。	データベースにすべてのバージョンのトピックを維持し、承認、ロールバック、監査証跡の機能を有する CCMS。さまざまなトピックのバージョン間の関係性を追跡します。
コンテンツのモデル化	プランナーまたは情報アーキテクトは全体を把握し、最終成果物のコンテンツキストを想定する必要があります。	トピックが組み合わされてさまざまな最終成果物になる過程をモデル化する CCMS。
コンテンツレビュー	製品開発者や開発チームのメンバーがレビューする製品コンテンツの品質と正確性を確保します。	ソースコンテンツを使用してフィードバック、コメント、更新を提供するための共同レビュー機能が組み込まれている CCMS。
トピックの再利用	DITA の採用により、トピックの再利用が増加します。これは、コンテンツの重複や一貫性に関わるエラーを防ぐために、既存のコンテンツを簡単に見つけられる必要があるということです。	トピックとコンテンツのメタデータを高度な検索機能と組み合わせて使用できる CCMS。これにより、すでに記述されているトピックや翻訳を簡単に検索して再利用できます。

DITA コンテンツの要件	説明	必要な CCMS のタイプ
デジタルパブリッシング	今日の消費者は、自分が最もよく使用するデジタルチャンネルにコンテンツを求めています。従来の PDF や印刷版のマニュアルに加えて、ウェブサイト、サポートチャンネル、モバイルアプリなどのコンテンツが求められています。これには、製品コンテンツをマーケティングチャンネルに統合することも含まれます。	すべてのチャンネルやタッチポイントで単一ソースのコンテンツを公開するとともに、チャンネル固有のレンダリングを促進して最高の顧客体験を実現する CCMS。これには、マーケティングコンテンツや製品コンテンツの結合が含まれます。また、コピー&ペーストをなくします。
権限	誰でもすべてにアクセスできる状況は望ましくありません。トピックやコンテンツに対する権限を管理して、適切な人が適切なコンテンツだけを更新できるようにすることが重要です。	ユーザー、グループ、ロールを定義でき、共同作業のための明確なアクセス制御機能とワークフローを備えている CCMS。
ワークフローの自動化	複数の地域やタイムゾーン間で共同作業する分散したワークグループには、連携したワークフロープロセスが必要です。	ワークフロープロセスを自動化し、最小限の管理コストであらゆるトピックのステータス、割り当て、進行状況を確認できる CCMS。
コンテンツ承認	トピック/コンポーネントは、ワークフローの承認プロセスを経て市場へと送り出されます。	作業中のコンテンツと、承認済みで外部に公開可能なコンテンツを簡単に識別できる CCMS。
翻訳	コンポーネント内にソースコンテンツがあるため、どのトピックをどの言語に翻訳すべきかを追跡するのが、ますます困難になっています。	訳文言語対応の CMS を使用して、複数の翻訳会社やレビュアーへのトピックのフローを追跡し、プロセスを翻訳メモリに結びつけてコストを削減する CCMS。
パーソナライゼーションと条件付きコンテンツ	同じコンテンツを複数の製品で共有する必要があります。異なるタイプの顧客プロフィールや特定の製品構成で共有する場合もあります。	すべての公開条件（フィルタ）を追跡できる CCMS。複数のユーザーがプロフィールを管理して、ターゲットを絞った独自の製品や顧客向け成果物の公開を自動化できます。
レポート作成	進捗状況を評価し、管理の成功を示します。	レポート作成ツールを使用して、メリットや改善が必要な領域をすばやく特定できる CCMS。

DITA の導入にかかる時間を短縮

数年前、企業では DITA への移行が徐々に進められました。コンテンツ管理システムを導入するのは後になってからという状態でした。場当たり的で一元管理されていないアプローチを使用したため、生産性が最大限に発揮されるまで時間を要し、方法論も最適とは言えませんでした。

現在、DITA は成熟し、重要なビジネス機能となっています。結果として、DITA 導入プロセスの初期段階で DITA 対応のコンテンツ管理を導入する企業がますます増えています。

DITA のビジネス上のメリットを実現するには、「適切な DITA 化」が重要です。スマート情報アーキテクチャと変更管理手順を備えた CMS の導入が DITA の習得を容易にし、関連するコンテンツ管理上の課題を大幅に軽減することができます。

実現するには？

この新しい方法論を導入するには、経営陣の支援と賛同が必要です。DITA の成功事例により、経営陣に対して大きなビジネス上のメリットを証明しやすくなります。

ほとんどの導入ケースでは、効率性や俊敏性の向上や翻訳コストの削減により、その費用が 1 年以内に回収されています。経営陣は、わずか 10 年前の企業ウェブサイトに対する考え方と同様に、トピックベースのコンテンツ作成を「なくてはならないもの」と認識しつつあります。

DITA が世界中の顧客とのコミュニケーションに重要なビジネスプラットフォームになるに従い、DITA に対応した専用のコンテンツ管理システムが必要であるという理解も広がっています。こうした手法を採用した企業は、DITA 化のスピードアップに成功しています。

Tridion Docs は構造化コンテンツ管理ソリューションです。グローバルな製品情報の制作、レビュー、翻訳、配信のために DITA コンテンツを管理します。

RWS のコンポーネントコンテンツ管理システムの詳細については、当社のウェブサイトをご覧ください。

rws.com/jp/tridion-docs

RWS について

RWS Holdings plc は、テクノロジーを駆使した言語サービス、コンテンツサービス、知的財産サービスを提供する、唯一無二のリーディングプロバイダです。当社はコンテンツの変革と多言語データ分析を通じて、AI を活用したテクノロジーと人間の専門知識を組み合わせ、お客様がどこでも、あらゆる言語で理解されるようにすることでビジネスの成長をサポートします。

当社が目指しているのは、グローバルな理解の実現です。文化の理解、企業の理解、技術の理解を組み合わせることにより、当社のサービスとテクノロジーが、顧客の獲得と維持、魅力的なユーザー体験の提供、コンプライアンスの維持、データやコンテンツにおける実用的なインサイトの獲得など、お客様をさまざまな面でサポートします。

過去 20 年間にわたり、当社は独自の AI ソリューションを進化させるとともに、お客様による多言語 AI アプリケーションの探求、構築、使用を支援してきました。また、45 件以上の AI 関連特許と 100 件以上の査読論文を保有し、お客様の AI 導入をサポートしてきた経験と専門知識があります。

世界のトップブランド 100 社の 80% 以上、フォーチュン誌の「最も賞賛される企業」20 社の 4 分の 3 以上、さらに大手製薬会社、投資銀行、法律事務所、特許事務所のほぼすべてが当社を利用しています。クライアントベースは、ヨーロッパ、アジア太平洋、アフリカ、北南米に広がっています。5 つの大陸に展開した 65 を超えるグローバル拠点から、自動車、化学、金融、法律、医療、製薬、テクノロジー、電気通信の各分野のお客様にサービスを提供しています。

1958 年に設立された RWS は、英国に本社を置き、AIM、ロンドン証券取引所規制市場に上場されています (RWS.L)。

詳細については、www.rws.com/jp/ をご覧ください。

© 2024 All rights reserved. ここに記載されている情報は、RWS Group* の機密情報および専有情報とみなされます。

* RWS Group とは、RWS Holdings plc およびその関連会社および子会社の代表を意味します。