

AcQUiA
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

**「最新デジタルエコシステムへ
スピーディーに進化するには」**



目次

03

概要：▶

迅速な転換（ピボット）ができなければ、競争に勝つことはできません

05

自社のブランドは未来に対応していますか？▶

アーキテクチャは適応していますか？

09

CIOの真の価値：▶

今、CIOに求められるものは何か

14

今すぐできること：▶

誰もがオープンなアプローチを採用可能

17

4つの選択肢：▶

デジタル・エクスペリエンス・インフラストラクチャを賢く選択するには

22

転換の準備をする：▶

常に「次の大きなこと」に備える

概要

強力なセキュリティとガバナンスを維持しながら、 適応性の高いデジタル体験インフラを構築します

迅速な転換（ピボット）ができなければ、競争に勝つことはできません

顧客は常に新しいチャネルやテクノロジーを使ってブランドと交流しています。真の競争上の優位性は、関連するすべてのチャネルにおいて、関連性のあるパーソナライズされたコンテンツや体験を一貫して提供するブランドの能力にかかっています。これを実現するためには、ブランドは適応性を考慮して設計されたITインフラストラクチャを必要とします。それは、顧客が利用するデジタル・チャネルの数が増加している中で統合できるだけのアジャイル性と、将来的に迅速に転換できるだけの柔軟性を備えていることです。

CIOは、顧客のエンゲージメントに必要なアジリティを実現する必要があります

かつてのCIOの役割は、業務システムの安定性と安全性を確保しつつ、コストをコントロールすることに重点を置いた業務的なものでした。

今日、CIOの価値は、ビジネスがどこにおいても顧客との関係を築くために必要なテクノロジーを簡単に活用できるようなアーキテクチャを構築することにあります。

オープンなソリューションは適応性を重視して設計されています

オープンソース技術で構築されたプラットフォームは、本質的に接続性が高く、チャネルにとらわれず、他の広く採用されているプラットフォームやソリューションへの何千もの接続が事前に構築されているのが特徴です。オープンなインフラストラクチャを使用すれば、相互運用性を気にすることなく、新しいチャネルや技術をシームレスに統合することができます。また、オープンシステムは開発者の活発なコミュニティによってサポートされています。つまり、クローズドなシステムやプロプライエタリなシステムよりも、より速く、より効果的に進化することができます。

ACQUIA DRUPAL CLOUDを選択することは正しい選択です

Acquia Drupal Cloudは、セキュリティとガバナンスを犠牲にすることなく、迅速なピボットに必要なエンタープライズ機能を提供します。アクイアを利用すれば、市場の低価格帯にあるテンプレート化された「ヘッドレスのみ」のソリューションに伴うリスクはなく、市場の高価格帯にある独自のソリューションに見られるようなコストや柔軟性のなさもありません。これは本当にすべての世界で最高のものです。

将来、顧客と対話するために必要なチャネルの数や種類はわかりません。しかし、アクイアのソリューションがあれば、そのような心配をする必要はありません。

第1節

自社のブランドは未来 に対応していますか？

あなたのアーキテクチャはどれ
くらい適応性がありますか？



自社のブランドは未来に対応していますか？

新しいデジタルプラットフォーム、デバイス、体験は加速的なペースで登場しています。1993年のWorld Wide Webの登場から2007年のiPhoneの登場まで15年が経過した。モバイル検索がデスクトップ検索を上回るまでには、その半分の時間しかかかりませんでした。Amazonは2014年にAlexaとEchoを発売した。彼らは5年以内に1億台を販売していた。Apple Watchが発売から3億500万台の販売に至るまでには、ほぼ同じ時間がかかった。

もちろん、この普及スピードは最近ではアプリにも負けている。一例を挙げると、2016年に中国でリリースされたTikTokは、2018年に全世界でリリースされました。それから4年足らずで、10億人以上のユーザーを獲得した。それを考えると、そのマイルストーンに到達するまでにFacebookは8年かかったことになる（とはいえ、2度目の10億人目を達成するまでには5年しかかかっていない）。

次はどんなテクノロジーが飛び立つのかは誰にもわからない - AR? VR? デジタルアシスタント? - しかし、それが何であれ、すぐに実現することは容易にわかります。



適切なデジタルアーキテクチャとは

真の競争上の優位性は、顧客が利用するあらゆるデジタルチャンネルで、関連性の高いパーソナライズされたコンテンツを提供できるかどうかにかかっています。

しかし、パーソナライズされた体験を提供することは、より複雑になっています。それはなぜでしょうか？それは、購買者がチャンネルからチャンネルへ、デバイスからデバイスへと予測不可能な方法で移動するからです。つまり、ブランドは、タイムリーで関連性のある方法でバイヤーの旅路を理解し、それに対応することになると、常に課題に直面することになります。

次にどんな技術が出てくるかは分からないが、それが何であれ、すぐに出てくるだろう。



購入者はウェブ（モバイルデバイスからアクセス）で商品を知り、様々なデバイスやアプリ（ソーシャルメディアアプリなど）でリサーチを行い、その後、チャットボットを介してブランドとの最初の直接の交流を持つことになるかもしれませんが。顧客は、それぞれのインタラクションが次のインタラクションにつながっていると感じ、チャンネルを切り替えたからといってブランドが自分のことを忘れていていないと感じなければなりません。率直に言って、顧客はチャンネルごとに一貫性のない体験をしていると、不快に感じます。

顧客が好むすべてのチャンネルで顧客に対応するためには、ブランドは適切なデジタル・アーキテクチャを必要とします。具体的には、顧客が利用するデジタル・チャンネルの数が増加していることに対応できるだけでなく、将来的にピボットすることができるだけの柔軟性を備えたデジタル・アーキテクチャが必要となります。

言い換えれば、ブランドは適応性を考慮したデジタル・アーキテクチャーを必要としているのです。



第2節

CIOの真の価値とは

CIOが今、考えなければならないこと



CIOの真の価値とは

プロプライエタリの足枷

多くの企業は、デジタル体験のツール群、つまり顧客とのデジタルインタラクションの作成、サポート、分析に使用されるすべてのテクノロジーを、いまだに独自のベンダーに依存しています。残念ながら、ベンダー独自のテクノロジーでは、顧客が使用する新しいチャネルやモダリティに適応するために必要な柔軟性をブランドに提供することはできません。これは、独自のシステムが適応性を考慮して設計されていないためです。

ベンダー独自のプラットフォームは、多くの場合、チャネルに特化した一連のソリューション（電子メール、ウェブ、ソーシャルなど）に組織を固定してしまいます。企業は、このような機能の一部に焦点を当てたポイントソリューションをすでに持っているかもしれませんが、ソリューションを相互運用させたい場合は、「さらにツールを購入する」必要があります。

必然的に、ITリーダーは、これらのチャネル固有のソリューションのもつれを統合しようとする、行き詰ってしまいます。これには時間とリソースがかかるため、次のことを計画する時間がないことが多いのです。また、新しいチャネルは、たとえ採用されたとしても、それほど早くは採用されません。その結果、ブランドは顧客がいる場所で顧客に対応することができず、デジタル・エクスペリエンスが損なわれてしまいます。

CIOの役割の変化

従来、CIOは、メール・マーケティング・プラットフォームや独自の技術ベンダー（オラクル、IBM、アドビなど）のCRMなど、一枚岩のソリューションを管理し、予測可能なビジネス・プロセスを管理していました。CIOの役割は、ビジネスシステムの安定性と安全性を確保しつつ、コストを抑制することに重点を置いた効果的な運用でした。

しかし、時代は急速に変化しています。CIOは、イノベーションを促進するアプリケーションやテクノロジーの戦略的導入を推進しなければなりません。そのためには、ビジネスが必要とするあらゆるテクノロジーを簡単に導入できるようなインフラを構築する必要があります。

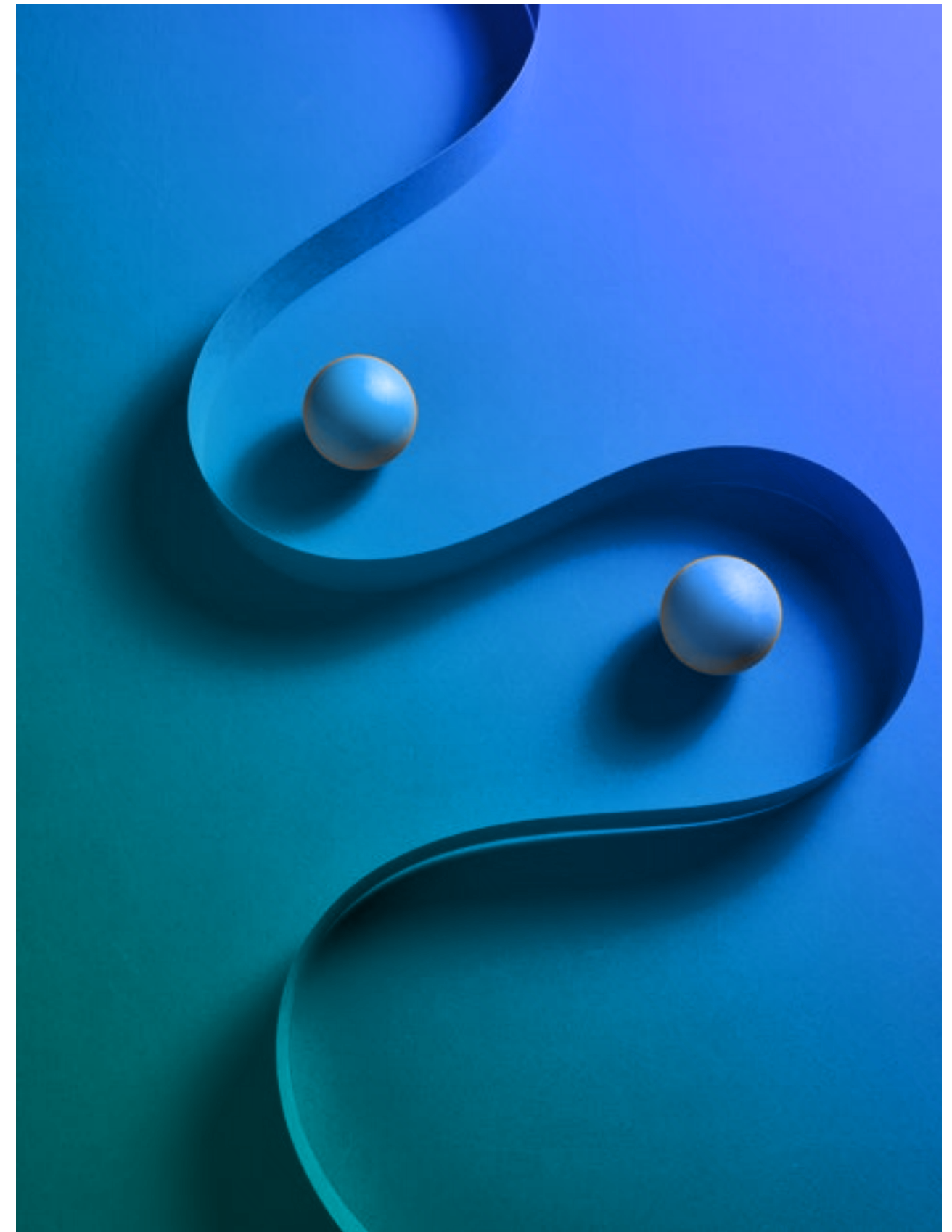
適応性のために設計されたオープンなソリューション

適応できなければ、急速な転換もできません。転換ができなければ、競争に勝つことはできません。デジタル体験が悪ければ、顧客は別の場所に移動し、収益は減少し、最も優秀な従業員は船に飛び乗ることになります。

競争上の優位性を維持するには、デジタル・エクスペリエンス・テクノロジーへの新しいアプローチから始まります。ブランドは、閉鎖的で独占的なシステムから離れ、オープンで拡張性のあるシステムを採用しなければなりません。そうしなければ、競合他社に取り残される危険性があります。

オープンなソリューションは、迅速かつ効率的なピボットを可能にします。

オープンソース技術で構築されたプラットフォームは、本質的に接続性が高く、チャンネルにとらわれず、他の広く採用されているプラットフォームやソリューションとの接続が何千も用意されています。オープンなインフラストラクチャでは、相互運用性を気にすることなく、新しいチャンネルや技術をシームレスに統合することができ、常に新しい技術を迅速に採用することができます。



また、オープンシステムは、開発者の活発なコミュニティによってサポートされています。クローズドシステムやプロプライエタリなシステムよりも、より速く、より効果的に進化します。新しいチャンネルや技術のためのプラグインや統合が常に作成されているため、ピボットに必要なものは何でも簡単に導入でき、顧客が好むチャンネルで顧客に対応することができます。

世界が急速に変化する中、競争力を維持するためにはどちらが最適だと思いますか？歴史の中でずっと閉鎖されてきた独自のチャンネル固有のアーキテクチャでしょうか？それとも、オープンなモジュラー型の拡張可能なエコシステムでしょうか？

デジタル体験の悪さは、顧客が他の場所に移動することを意味し、収益は減少し、最も優秀な従業員の流出を意味します。



第3章

今すぐできること

誰もがオープンなアプローチ
を採用することが可能



今すぐできること

「現在のセットアップにはすでに投資をしており、ベンダーと契約を結んでいる」と考えているかもしれません。

たとえ何十年ものレガシー技術の上に構築された組織であっても、最も最適で費用対効果の高いソリューションを探している若い企業であっても、ITの旅路のどこにいても、今日からオープンを取り入れることができます。オープンでAPIファーストのソリューションは、組み込みの相互運用性により、既存のインフラストラクチャに迅速に統合することができます。

もしかしたら、あなたが持っているプロプライエタリなソリューションの中には、あなたの目的に完全に適しているものもあるかもしれません。良いニュースは、何も取り壊して置き換える必要がないということです。オープンソリューションでは、現在使用しているものをサポートするエコシステムを構築することができ、同時に将来に備えたアーキテクチャを提供することで、あらゆる新しい顧客の期待に応えることができます。

例えば、CRMとしてSalesforceを使用し、レガシーなCMSを使用して、アプリケーションをパブリッククラウド上にホストしているとします。新しいキャンペーンサイトを立ち上げなければなりません。統合作業が必要なため、スケジュール的に実現不可能であることは言うまでもない。

これは、オープンソースが提供できるメリットとスピードを探る絶好の機会となるでしょう。オープンソースでは、Salesforce CRM用のコネクタがあらかじめ用意されており、会話型のインターフェイスに配信するためのモジュールがあり、コンテンツは単一のウェブページから抽出するのではなく、一連のコンポーネントを介して組み立てることができます。オープン相互運用性と、新しいエクスペリエンスを動的に組み立てる能力により、迅速な転換が可能になります。

あなたがITのフェーズのどこにいるかに関係なく、今すぐオープンな力を受け入れることができます。

第4節

4つの選択肢

デジタル体験のインフラを賢く
選ぶために



4つの選択肢

デジタル・エクスペリエンス・インフラを構築する際には、基本的に4つの選択肢から選ぶことができます。

1. プロプライエタリなベンダー

プロプライエタリなベンダーは、市場での存在感からすると安全な選択のように見えるかもしれませんが、その設計とビジネスモデルは、組織の俊敏性と適応性に実際の限界をもたらしています。

プロプライエタリなベンダーは、自社のスタック以外のツールを統合することを意図的に困難にしていることがよくあります。このようなベンダーが新しいチャネルを導入する際には、その場しのぎのパッチワーク的な方法で行います。つまり、自分たちで適応してピボットするためには、新しい機能を構築するために開発者のチームを立ち上げなければならない（時間がかかる）か、既存のソリューションを購入して既存のツールセットに統合しなければなりません。

これらの統合はシームレスではなく、多くの場合、最適なパフォーマンスを発揮しません。これらのソリューションに固有の限界があるため、自社の転換能力が低下し、新しいデジタルイニシアティブの市場投入までの時間が遅くなります。また、独自のオプションが最も高価であることは言うまでもありません。

2. テンプレ化されたデジタルエクスペリエンス構築ツール

他方では、テンプレート化されたデジタルエクスペリエンス構築ツールが登場しており、一般的にセットアップが簡単で安価になっています。これらのプラットフォームはオープンで、確かに市場へのスピードを提供しています。また、これらのツールは比較的使いやすく、プロプライエタリなベンダーよりもはるかに安価である。

しかし、低価格であることには制約があります。これらのソリューションでは、インフラストラクチャをどれだけ複雑に拡張できるかに限界があります。つまり、将来的に必要なになる可能性のあるツールや機能をすべて確実に追加することができないということです。

デジタル・インフラストラクチャの複雑さが増すと、これらのプラットフォームは、より洗練されたセキュリティおよびガバナンス・ツールを採用できなくなるため、多くのセキュリティ・リスクやガバナンスの問題を引き起こすことは間違いありません。エンタープライズレベルの組織では、この種のセットアップでは十分ではありません。



3. ヘッドレスCMSプラットフォーム

CMS市場では、過去5年間で「ヘッドレスCMS」プラットフォームが登場しました。これは、企業がウェブだけでなく、複数のデジタルチャンネルにコンテンツを展開できるようにするために設計されたものです。ヘッドレスCMSプラットフォームは、柔軟なフレームワークにより、開発者の手に力を取り戻すことができ、企業は、現在実行可能なあらゆるデジタルチャンネルにコンテンツを展開することができます。

しかし、ヘッドレスCMSプラットフォームは、成熟した開発組織と明確な戦略を必要とし、マーケッターや非技術的なユーザーにとっては非常に限られた経験しかありません。ヘッドレスCMSの導入の大半は、採用、セキュリティ、ガバナンス、一般的なROIの点で期待に応えられていません。ほとんどの組織が必要としているのは、ヘッドレスCMSが提供する柔軟性、マーケッターが必要とする使いやすさ、そして心配のない企業のセキュリティの組み合わせです。



4. 最適なソリューション: ACQUIA DRUPAL CLOUD

アクイアは、迅速かつ効果的に転換を行うために必要なエンタープライズ機能、セキュリティ、ガバナンスを提供します。

アクイアはDrupal開発者の拡大し続けるコミュニティに支えられており、どのクラウドプラットフォームよりも早く堅牢な機能を追加することができ、価値を生み出すまでの時間と市場投入までの時間を大幅に短縮します。統合はシームレスで、独自のスタックに制限されることはありません。必要なツールは何でも、ベストオブブリードのアプローチで使用することができます。

アクイアを利用すれば、低価格帯サービスの市場のようなリスクはなく、高価格帯サービスの市場のようなコストや柔軟性に欠けることもありません。まさにあらゆる市場におけるベストソリューションです。

第5節

転換の準備をする

常に「次の大きなこと」に備える



転換の準備をする

テクノロジーの到来は早く、エンパワーされた顧客の嗜好はテクノロジーと同様に変化します。自問自答してみてください。FacebookやTwitterからInstagramに進化することの重要性を誰もが理解していた1~2年前、TikTokという言葉聞いたことがあったでしょうか？

今後、どのようなチャネルを使って顧客と交流する必要があるのか、また、どのくらいの数のチャネルを使う必要があるのかはわかりません。しかし、Acquiaがあれば、そのような心配をする必要がないことを私たちは知っています。

Drupalのオープンソース技術をベースに構築されたAcquiaは、本質的に接続性が高く、チャネルにとらわれず、何千もの接続があらかじめ構築されています。AcquiaはDrupalコミュニティで利用可能な統合機能を活用し、新興チャネル向けに設計された柔軟でオープンなアーキテクチャを提供しています。

このアプローチにより、ブランドはニーズに合ったツールを自由に選択し、迅速にシステムを統合し、”次の大きなもの“を簡単に採用することができます。さらに、ツールを幅広く利用できるため、カスタム統合や回避策の開発に費やさなければならない時間と費用を節約することができます。

お客様がすでに転換の途中であれば、アクイアはお客様の戦略に参加します。また、初期段階からでも、アクイアはお客様が正しい道を歩むためのサポートをします。

あなた自身とお客様のためにオープンな力を解放します。



未来に向けての準備

オープンなアーキテクチャで、未来がもたらす技術に対応します。

[LEARN MORE >](#)

Acquia

ACQUIA.COM

アクイアについて

アクイアはオープンソースによるデジタル体験を提供する企業です。世界で最も野心的なブランドに技術を提供することで、革新を受け入れ、お客様にとって重要な瞬間を作り出すことができます。Acquiaでは、コミュニティの力を信じています。

