

C O N T E N T S

総合目次

(基本・計画編 / デザイン・構築編)

基本・計画編

はじめに.....	28
1. コンテンツマネジメントを実践すべき3つの理由.....	29
2. Eビジネスを支えるコンテンツマネジメント.....	29
2-1. Eビジネスとは何か.....	30
2-2. Eビジネスを実践するには.....	33
3. コンテンツマネジメントは情報狂社会の特効薬.....	35
4. 情報化時代におけるコンテンツマネジメント.....	36

Part1. コンテンツとは何か? 39

Chapter 1. データ、情報、コンテンツを定義する.....	40
1. データとは何か.....	41
2. コンテンツはデータではない.....	42
3. コンテンツは使うための情報だ.....	45
4. コンテンツは、情報にデータをプラスしたもの.....	50
5. データからコンテンツへ、そして再びデータへ.....	52
6. まとめ.....	53
Chapter 2. コンテンツにはフォーマットがある.....	54
1. 保存フォーマット：情報の保存.....	54
2. 表現フォーマット：情報の表示.....	55
3. フォーマッタングの扱い方.....	56
4. フォーマッタングの分類.....	59
4-1. 効果のためのフォーマッタング.....	59
4-2. 手法別のフォーマッタング.....	60
4-3. 領域別のフォーマッタング.....	60
5. まとめ.....	62
Chapter 3. コンテンツには構造がある.....	63
1. 構造は重要である.....	63
2. 構造を作り上げる難しさ.....	67
3. 構造の分類.....	70
3-1. 目的別の構造.....	70
3-2. 形式別の構造.....	71
3-3. 領域別の構造.....	72
4. まとめ.....	73

Chapter 4. 機能もコンテンツだ！	74
1. 機能とは何か	74
2. 単体の機能 vs 使い回しのきく機能	75
3. 情報が散りばめられている機能	77
4. 機能を情報のように管理する	78
4-1. 機能をウェブで公開する	81
4-2. 情報と機能が分かれるところ	83
5. まとめ	85
Chapter 5. コンテンツとは一体何なのか？	86
1. 「コンテンツ」、「コンテキスト」、そして「意味」	87
2. コンテキストのルールを決める	89
3. コンテンツの体系化は目的から	92
4. コンテンツは「名前を付けられた情報」だ	94
5. データから知恵へ	97
5-1. データは生もので断片的なもの	97
5-2. データは非散漫的で、コンテキストにこだわらない	99
5-3. 情報は処理され、そして継続する	100
5-4. 情報は散漫的で、コンテキストに満ちている	101
5-5. 知識と知恵が情報を作る	105
6. なぜテキストがすべての注目を浴びるのか？	109
6-1. テキストは成文化された言語だ	110
6-2. テキストはリードしている	111
7. まとめ	112

Part2. コンテンツマネジメントとは何か？ 115

Chapter 6. コンテンツマネジメントを理解する	116
1. コンテンツマネジメントを定義する	116
2. コンテンツマネジメントはビジネスの価値を配信する	119
3. コンテンツマネジメントは組織力のバランスだ	120
4. コンテンツマネジメントはコンテンツに関連する専門分野の組み合わせだ	122
5. コンテンツマネジメントとは収集、管理、発行だ	124
6. コンテンツマネジメントはコンピュータのインフラだ	127
6-1. 静的なウェブサイト	127
6-2. 動的なウェブサイト	128
6-3. ウェブCMS	130
6-4. フルCMS	132
6-5. エンタープライズCMS	134
7. コンテンツマネジメント業界	135
8. まとめ	137
Chapter 7. CMSの主要パーツの概要	138
1. CMSの概観	139
2. 収集システム	140
2-1. 執筆	141
2-2. 取得	143
2-3. 変換	145
2-4. 統合	146
2-5. 収集サービス	153
3. 管理システム	154
3-1. レポジトリ	157
3-2. アドミニストレーションシステム	159
3-3. ワークフローシステム	159
3-4. 接続	161

4. 発行システム	163
4-1. 発行テンプレート	163
4-2. 発行サービス	164
4-3. 接続	165
4-4. ウェブ発行物	166
4-5. その他の発行物	166
5. まとめ	169
Chapter 8. CMSが必要となる時期を把握する	170
1. コンテンツの量を測る	171
2. 寄稿ベースのサイズを管理する	172
3. 変更の量を予測する	175
4. 発行物の数を把握する	177
5. 複雑さを見積もる	180
5-1. ツアー会社「A」	182
5-2. ツアー会社「B」	183
5-3. ツアー会社「C」	183
5-4. ツアー会社「D」	184
5-5. 必要性を判断する	186
6. まとめ	188
Chapter 9. コンポーネントの管理 vs <small>コンポジション</small>構成の管理	189
1. CMSはモジュラーか、リニアになる	189
2. コンポーネントCMS	191
3. 構成システム	193
3-1. 構成システムにおける収集	194
3-2. 構成システムにおける管理	196
3-3. 構成システムにおける発行	198
4. スキーマ駆動システム	201
4-1. スキーマ駆動システムにおける収集	203
4-2. スキーマ駆動システムにおける管理	203
4-3. スキーマ駆動システムにおける発行	204
5. どのシステムが適切か	205
6. まとめ	207
Chapter 10. コンテンツマネジメントのルーツ	208
1. 出版業界における知識ベース	209
1-1. 発行物	209
1-2. コンテンツ収集	210
1-3. プロセスの抜粋	211
2. ドキュメントマネジメントの原則	212
2-1. ファイルはコンテンツを含む	213
2-2. ファイルはBLOBを保管する	215
2-3. 発行物はファイルだ	215
2-4. ドキュメントマネジメントシステム vs コンテンツマネジメントシステム	216
3. IT部門の限界	218
3-1. IT部門はウェブを避けた	219
3-2. コンテンツはIT部門が着手しなかったところから始まる	220
4. マルチメディア業界の残したもの	221
4-1. 電子出版	222
4-2. エンド・ツー・エンドのコンテンツマネジメント	222
5. テクニカルコミュニケーションの挑戦	223
5-1. 膨大な情報ベース	223
5-2. 同時発行物	225
6. コミュニケーション理論	227
7. 図書館の伝統と情報科学	229
7-1. 情報の振る舞い	229
7-2. ユーザーサービス	230
7-3. 知識のリプレゼンテーション	230
7-4. 情報検索	231

8. ソフトウェア開発のテクノロジー.....	233
8-1. 収集テクノロジー.....	234
8-2. 管理テクノロジー.....	234
8-3. 発行テクノロジー.....	235
8-4. 電子出版物の機能.....	235
9. マーケティングの前提.....	237
10. まとめ.....	238
Chapter 11. コンテンツマネジメントの枝^{ブランチ}.....	239
1. パーソナライゼーション.....	240
1-1. パーソナライゼーションとは何か.....	240
1-2. コンテンツマネジメントはパーソナライゼーションの基礎となる.....	242
2. 高度なウェブサイト.....	245
3. 複数の発行物.....	246
4. Eコマース.....	250
4-1. カタログとコンテンツマネジメント.....	251
4-2. Eコマースの機能とコンテンツマネジメント.....	252
5. ナレッジマネジメント.....	253
5-1. ナレッジマネジメントとは何か.....	253
5-2. ナレッジは管理するためのコンテンツだ.....	254
6. オンラインコミュニティ.....	255
6-1. コミュニティとは何か.....	256
6-2. オンラインコミュニティをどのように構築するか.....	257
7. その他のマネジメント.....	263
7-1. デジタルアセット管理 (DAM).....	265
7-2. 学習オブジェクト管理 (LOM).....	266
7-3. ソース管理.....	266
7-4. デジタル記録管理.....	267
7-5. デジタル権利管理 (DRM).....	268
8. まとめ.....	270
Part3. コンテンツマネジメントのプロジェクトを実施する.....	271
Chapter 12. コンテンツマネジメントプロジェクトをシンプルに実施する.....	272
1. なぜ最小規模のCMSを開発するのか.....	273
2. わずかな予算で人材を確保する.....	274
2-1. ビジネスパーソン.....	275
2-2. コンテンツパーソン.....	276
2-3. パブリケーションパーソン.....	276
2-4. テクノロジーパーソン.....	277
3. プロジェクトの準備をする.....	278
3-1. 組織内を調査する.....	278
3-2. 正しいプロジェクトを見つける.....	279
3-3. 正しいスポンサーを見つける.....	280
3-4. 委任を得る.....	281
3-5. 計画時の主な成果物.....	281
4. システムのデザイン.....	282
4-1. 最小限の要件を知る.....	282
4-2. 論理的デザインの基本.....	283
4-3. デザイン時の主な成果物.....	283
5. システムの実装.....	284
5-1. ローテクを利用できないか.....	284
5-2. 製品選定の規模を縮小する.....	288
5-3. 「ノー」と言う.....	289
5-4. 実装時の主なプロセス.....	290
5-5. 実装時の主な成果物.....	291

6. システムの配備	292
6-1. 配備時の主なプロセス	293
6-2. 配備時の主な成果物	293
7. まとめ	294
Chapter 13. CMSのスタッフィング	295
1. CMSの職務	295
2. マネージャー	297
2-1. コンテンツマネージャー	297
2-2. プロジェクトマネージャー	299
2-3. プロダクトマネージャー	300
3. ビジネスアナリスト	301
4. 情報アーキテクト	303
4-1. コンテンツアナリスト	303
4-2. メタター	305
5. インフラ担当スタッフ	307
5-1. CMSアドミニストレータ	307
5-2. 配備アナリスト	309
5-3. トレーナーとドキュメンテーション専門家	309
6. ソフトウェア開発者	310
6-1. ソフトウェアアナリスト	310
6-2. テンプレートとCMS開発者	311
6-3. カスタムアプリケーション開発者	312
6-4. ソフトウェアインテグレーター	312
6-5. テストアナリストとテストエンジニア	313
7. 発行物担当スタッフ	314
7-1. 発行物アナリスト	314
7-2. 発行物デザイナー	315
7-3. ページ開発者	316
7-4. ユーザーインターフェイス専門家	317
8. コンテンツ処理スタッフ	318
8-1. 変換アナリスト	318
8-2. ツール開発者	319
8-3. コンテンツ処理者	319
8-4. コンテンツQA (品質保証) 専門家	320
9. コンテンツ作成スタッフ	320
9-1. 情報取得専門家	321
9-2. トラフィック監視者	321
9-3. ライターとその他のコンテンツ作成者	321
9-4. 編集者	322
10. まとめ	323
Chapter 14. 組織の中で働く	324
1. コンテンツマネジメントと組織	324
2. コンテンツマネジメント vs その他のシステム	328
3. 組織内の情報の流れを追う	328
3-1. 情報を理解する	330
3-2. 機能を理解する	331
4. 組織の役割を理解する	332
4-1. ビジネスユニットが価値を生む	333
4-2. 編集チームがコンテンツを統一する	333
4-3. マーケティングチームが発行物を監督し、統一する	334
4-4. IT部門がインフラを構築し、メンテナンスする	334
5. 何を共有するか	335
5-1. 製品	335
5-2. コード	336
5-3. コンテンツ	337
5-4. 発行物	337
5-5. どのように決断するか	338

6. 組織モデルを探索する	339
6-1. 様々な収集.....	339
6-2. 様々な発行.....	342
6-3. 様々な管理.....	344
7. 機能的な収集と発行に取り組む	346
7-1. 収集システムと発行物の種類で体系化する.....	347
7-2. 機能によるチームを作る.....	348
8. CMSの前にあるハードルを特定する	351
9. まとめ	354
Chapter 15. CMSに向けて準備する	356
1. 準備を始めるにあたって	356
2. CMSプロジェクトのプロセスを理解する	358
3. 仕事を終わらせるテクニック	360
3-1. プロジェクトチームを発足する.....	361
3-2. 組織内の「悩みの種」を探す.....	364
3-3. 現在の委任内容を評価する.....	364
3-4. 組織の想定を評価する.....	365
4. 成果物を検討する	368
4-1. 準備評価.....	369
4-2. ドキュメントの一覧と分析.....	371
4-3. コンテンツ関連システムの最新状況報告書.....	372
4-4. 教育計画.....	373
4-5. 予備プロジェクト計画.....	375
4-6. リスク評価.....	376
5. スタッフィングのニーズを検討する	377
6. まとめ	378
Chapter 16. プロジェクト委任を確保する	379
1. 委任の確保を始めるにあたって	379
2. 何について合意すべきか	380
3. 仕事を終わらせるテクニック	381
3-1. スポンサーを見分ける.....	381
3-2. スポンサーについて学ぶ.....	383
4. 成果物を検討する	385
4-1. スポンサーのプロフィール.....	385
4-2. 問題点の階層関係.....	386
4-3. メモと議事録.....	387
4-4. 委任プロセス.....	388
4-5. プロジェクト委任.....	392
5. スタッフィングのニーズを検討する	395
6. まとめ	396
Chapter 17. 要件を収集する	397
1. 要件収集を始めるにあたって	397
2. 要件とは何か	398
3. 仕事を終わらせるテクニック	399
3-1. 要件収集プロセス.....	399
3-2. 要件.....	401
3-3. 組織にアプローチする.....	406
4. 成果物を検討する	407
4-1. 要件収集アタックプラン.....	408
4-2. 要件書.....	409
5. スタッフィングのニーズを検討する	409
6. まとめ	410

Chapter 18. 論理的デザイン	411
1. 論理的デザインを始めるにあたって	411
2. 論理的デザインとは何か	413
3. 仕事を終わらせるテクニック	415
3-1. なぜ論理的デザインをするのか	416
3-2. ビジネスからシステムへ	418
3-3. デザインを繰り返す	420
3-4. 制約についての三角測量	421
3-5. 詳細を管理する	423
4. 成果物を検討する	424
4-1. デザインアタックプラン	424
4-2. 収集デザインドキュメント	426
4-3. 管理デザインドキュメント	426
4-4. 発行物デザインドキュメント	429
4-5. オーディエンス分析	433
4-6. ローカライゼーション計画	434
4-7. リスク評価計画	437
4-8. プロジェクト計画の改訂版	438
4-9. エグゼクティブサマリー	439
5. スタッフィングのニーズを検討する	440
6. まとめ	442
Chapter 19. ハードウェアとソフトウェアを選択する	443
1. システムの選択を始めるにあたって	443
2. 製品のパラドックス	445
3. 自作、購入、あるいはレンタル?	452
3-1. CMSを自分たちでゼロから構築する	453
3-2. CMSを購入する	454
3-3. CMSをレンタルする	454
4. 仕事を終わらせるテクニック	457
4-1. 意思決定者をどのように選ぶか	457
4-2. 製品をどのように選ぶか	459
5. 成果物を検討する	472
5-1. 製品の関連資料	472
5-2. 選択基準とRFP	473
5-3. 採点表	474
5-4. デザインダイアグラム	474
5-5. 決定報告書	475
5-6. リスク評価の更新	476
5-7. プロジェクト計画の更新	477
6. スタッフィングのニーズを検討する	477
7. CMSの選択基準を整理する	479
7-1. ビジネスに関する基準	480
7-2. 総合的な基準	481
7-3. 収集に関する基準	487
7-4. 管理に関する基準	492
7-5. 発行に関する基準	500
8. まとめ	507
Chapter 20. システムを実装する	508
1. システム実装を始めるにあたって	508
2. これまでのプロセスを振り返る	510
3. これまでのプロジェクトを振り返る	511
4. 仕事を終わらせるテクニック	512
4-1. 縮小する	512
4-2. 1つのプロジェクトか、多くのプロジェクトか	513
4-3. 実装プロセスの詳細	515

5. 成果物を検討する.....	532
5-1. 収集仕様.....	534
5-2. 管理仕様.....	536
5-3. 発行物仕様.....	537
5-4. プロジェクト計画.....	540
5-5. リスク評価計画.....	542
6. スタッフィングのニーズを検討する.....	543
7. まとめ.....	544
Chapter 21. システムを公開する.....	545
1. システム公開を始めるにあたって.....	545
2. 配備とは何か.....	546
3. 仕事を終わらせるテクニック.....	547
3-1. ドキュメントを作成する.....	547
3-2. トレーニングを行う.....	555
3-3. システムを始動する.....	558
3-4. コンテンツの準備.....	563
3-5. システムの改訂.....	564
4. 成果物を検討する.....	566
4-1. 配備仕様書.....	566
4-2. スタッフィング計画.....	567
4-3. トレーニング計画.....	568
4-4. ドキュメント化計画.....	569
4-5. メンテナンス計画.....	570
5. まとめ.....	572

デザイン・構築編

Part4.CMSをデザインする 27

Chapter 22.CMSをシンプルにデザインする.....	28
1. 論理的デザインの本質.....	28
2. エンティティの概観.....	29
3. 論理的デザイン：事例.....	31
3-1. PLAN国際：事例となる組織.....	31
3-2. 極めてシンプルな論理的デザイン.....	32
4. シンプルな論理的デザインを超えて.....	35
5. まとめ.....	36
Chapter 23. コンテンツマネジメントの車輪.....	37
1. コンテンツマネジメントのエンティティ.....	37
1-1. CMSの車輪の概要.....	39
1-2. エンティティがもたらす抽象概念層.....	41
1-3. ゴールと要件.....	42
1-4. オーディエンス.....	48
1-5. 発行物.....	51
1-6. コンテンツタイプ.....	54
1-7. 執筆者.....	57
1-8. 取得情報源.....	60
1-9. アクセス構造.....	62
1-10. ワークフローとスタッフィング.....	65

2. 考察、計画、調整	67
3. まとめ	69
Chapter 24. メタデータで作業する	70
1. メタデータとは何か	70
1-1. 「メタ」は何を意味するか	70
1-2. 「メタデータ」は何を意味するか	72
1-3. 「メタデータ編集」は何を意味するか	75
1-4. 狭義な意味でのメタデータ	77
1-5. 広義な意味でのメタデータ	77
1-6. メタデータとコンテンツマネジメント	78
2. メタデータの種類を理解する	79
2-1. 構造メタデータ	80
2-2. フォーマットメタデータ	83
2-3. アクセスメタデータ	85
2-4. 管理メタデータ	87
2-5. 含有メタデータ	88
3. メタデータフィールドを分類する	91
4. メタデータ編集処理	93
4-1. メタター	95
4-2. メタデータ編集ガイド	97
5. メタデータをローカライズする	102
6. まとめ	103
Chapter 25. オーディエンスを列挙する	104
1. オーディエンスの列挙を始めるにあたって	104
2. オーディエンスへのサービス vs オーディエンスの利用	106
3. オーディエンスとは何か	107
3-1. オーディエンスとコミュニケーター	108
3-2. オーディエンスとマーケティング	109
3-3. オーディエンスとユーザ	110
3-4. どれくらいのオーディエンスがいるのか	110
4. オーディエンスとローカライゼーション	112
4-1. ローカライゼーションとは何か	113
4-2. ローカリティをどうとらえるか	113
4-3. オーディエンスとローカリティ	115
4-4. 何をローカライズするか	116
4-5. ローカライゼーションとコンテンツマネジメント	117
5. オーディエンスの参考事例	118
6. オーディエンスを分析する	119
6-1. 考察	120
6-2. 計画	120
6-3. 調整	127
7. まとめ	128
Chapter 26. 発行物をデザインする	129
1. 発行物の分析を始めるにあたって	129
2. 発行物とは何か	130
2-1. 発行物の目的	133
2-2. 発行者	134
2-3. オーディエンス	135
2-4. メッセージ	136
2-5. 著作者の存在	139
2-6. 発行物のフォーマット	140
2-7. 発行物の構造	141
2-8. 発行物は良くも悪くもなる	143
2-9. 発行物に関する様々なヒント	144

3. 発行物を分析する.....	148
3-1. 考察.....	149
3-2. 計画.....	149
3-3. 調整.....	155
4. まとめ.....	156
Chapter 27. コンテンツタイプをデザインする.....	157
1. コンテンツタイプのデザインを始めるにあたって.....	157
2. コンテンツモデルの概念.....	159
3. コンポーネントとは何か.....	162
3-1. コンポーネントはオブジェクトのようなもの.....	163
3-2. コンテンツマネジメントの基本単位.....	165
3-3. コンテンツをどのように分割するか.....	167
3-4. コンポーネント vs ページ.....	168
3-5. コンテンツにはタイプとコンポーネントがある.....	169
4. コンテンツタイプにはエレメントがある.....	171
4-1. エレメントには分類と値がある.....	172
4-2. 固有の識別子.....	173
4-3. コンポーネント内にあるローカリティ.....	173
5. コンポーネントはどのように見えるか.....	175
5-1. フラットファイル内のコンポーネント.....	175
5-2. 構造化ファイル内のコンポーネント.....	176
5-3. リレーショナルデータベース内のコンポーネント.....	177
5-4. オブジェクトデータベース内のコンポーネント.....	178
6. 機能とコンポーネントの関係.....	179
6-1. 機能コンポーネント.....	180
6-2. 機能のコンテンツタイプとコンポーネント.....	184
7. コンテンツタイプを分析する.....	185
7-1. 考察.....	186
7-2. 計画.....	186
7-3. 調整.....	196
8. コンテンツタイプの事例.....	197
8-1. 提携.....	199
8-2. 所在地.....	200
8-3. ソリューション.....	201
8-4. 提案.....	202
8-5. 年次報告書.....	203
8-6. SEC (米証券取引委員会) 用提出書類.....	203
8-7. イベント.....	204
8-8. プレスリリース.....	205
8-9. ニュースレター.....	206
8-10. 外部ニュース.....	207
8-11. 外部リンク.....	207
8-12. 記事.....	208
8-13. FAQ (よくある質問).....	208
8-14. 取引先.....	209
8-15. 求人.....	210
8-16. ダウンロード.....	211
8-17. 人物プロフィール.....	211
8-18. 標準的な管理エレメント.....	212
9. まとめ.....	214

Chapter 28. 執筆者に対応する	215
1. 執筆者への対応を始めるにあたって.....	215
2. 執筆とは何か.....	217
2-1. 執筆者になりうる人は誰か.....	217
2-2. 独創的な作品を得る.....	218
2-3. 執筆用ツール.....	219
2-4. CMSへの格納に先立つ執筆.....	220
3. 執筆者の意識.....	221
3-1. 執筆者の意識を変える.....	221
3-2. コンテンツを変える.....	223
4. 執筆者に対する意識.....	224
4-1. 技術的な能力.....	225
4-2. 影響力.....	227
4-3. インセンティブ.....	228
4-4. 技術的な能力と影響力のマトリックス.....	229
5. 執筆者を分析する.....	231
5-1. 考察.....	231
5-2. 計画.....	231
5-3. 調整.....	238
6. まとめ.....	239
Chapter 29. 取得情報源に対応する	240
1. 取得情報源への対応を始めるにあたって.....	240
2. 取得とは何か.....	242
2-1. 発見された情報源.....	243
2-2. シンジケートされた情報源.....	244
2-3. シンジケーションか、接続か.....	247
2-4. 機能を取得する.....	248
3. 執筆者か、取得情報源か.....	250
4. 情報源を分析する.....	252
4-1. 考察.....	252
4-2. 計画.....	253
4-3. 調整.....	260
5. まとめ.....	261
Chapter 30. コンテンツのアクセス構造をデザインする	262
1. アクセス構造の分析を始めるにあたって.....	262
2. アクセス構造を理解する.....	266
2-1. 発行物のナビゲーション vs CMSのアクセス構造.....	268
2-2. コンテンツ領域.....	270
2-3. 階層.....	273
2-4. 索引.....	278
2-5. クロスリファレンス.....	281
2-6. シーケンス.....	287
2-7. 全文検索.....	289
3. アクセス構造を分析する.....	291
3-1. 考察.....	291
3-2. 計画.....	292
3-3. 調整.....	304
4. まとめ.....	305

Chapter 31. テンプレートをデザインする	306
1. テンプレートのデザインを始めるにあたって	306
2. 発行物とテンプレート	307
2-1. 世界の橋渡しをする.....	308
2-2. 静的なものと動的なものを混在させる.....	311
2-3. ページを作成する.....	313
2-4. 発行物の体系を作る.....	313
2-5. テンプレートプロセッサを用いる.....	315
2-6. テンプレートのロジックを理解する.....	316
2-7. テンプレート内でテンプレートをを用いる.....	317
2-8. ウェブのテンプレート.....	321
2-9. 印刷物のテンプレート.....	328
2-10. ファックスのテンプレート.....	332
2-11. Eメールのテンプレート.....	333
3. テンプレートを分析する	334
3-1. 考察.....	334
3-2. 計画.....	334
3-3. 調整.....	343
4. テンプレートの実例	345
4-1. テンプレートのベストプラクティス.....	346
4-2. コンポーネントテンプレート.....	346
4-3. ナビゲーションテンプレート.....	354
5. まとめ	362
Chapter 32. パーソナライゼーションをデザインする	363
1. パーソナライゼーションのデザインを始めるにあたって	363
2. 発行物とパーソナライゼーション	365
2-1. パーソナライゼーションとオーディエンス.....	365
2-2. パーソナライゼーションとコンポーネント.....	367
2-3. パーソナライゼーションとルール.....	368
2-4. テンプレートでのパーソナライゼーション.....	370
2-5. カスタマイゼーション vs パーソナライゼーション.....	372
2-6. 動的、あるいは静的なパーソナライゼーション.....	374
3. パーソナライゼーションを分析する	375
3-1. 考察.....	376
3-2. 計画.....	377
3-3. 調整.....	387
4. まとめ	388
Chapter 33. ワークフローとスタッフィングモデルをデザインする	389
1. ワークフローのデザインを始めるにあたって	390
2. ワークフローを理解する	391
2-1. ワークフローのトリガー.....	397
2-2. ワークフローのオブジェクト.....	398
2-3. ワークフローに対する視点.....	400
2-4. ワークフローのプッシュとプル.....	402
3. タスク、ジョブ、ステップとは何か	403
3-1. スタッフィングモデル.....	404
3-2. スタッフ、ジョブ、タスク.....	405
3-3. タスクの所要時間の見積もり.....	408
3-4. スタッフィングの見積もり.....	410
3-5. 誤差.....	410
4. ローカライゼーションをワークフローに適合させる	412
5. ワークフローを分析する	417
5-1. 考察.....	417
5-2. 計画.....	417
5-3. 調整.....	423

6.スタッフィングを分析する.....	425
6-1.考察.....	425
6-2.計画.....	426
6-3.調整.....	429
7.まとめ.....	430

Part5.CMSを構築する 431

Chapter 34.CMSをシンプルに構築する.....	432
1.物理的デザインとは何か.....	432
2.物理的デザインの本質.....	433
3.シンプルな物理的デザインのプロセス.....	436
4.技術用語タクソノミーの概要.....	438
4-1.技術用語タクソノミーの索引.....	439
5.まとめ.....	443
Chapter 35.コンテンツマークアップ言語とは何か?.....	444
1.マークアップ言語の略史と抜粋史.....	444
2.マークアップ言語とは何か.....	448
3.マークアップ言語のタクソノミー.....	449
3-1.ASCIIコード vs バイナリ.....	450
3-2.フォーマット vs 構造.....	451
3-3.拡張可能 vs 拡張不可能.....	452
3-4.対象範囲.....	453
4.マークアップで作業する.....	454
4-1.シンタックスで挫折しないこと.....	454
4-2.言語 vs インタープリタ.....	457
4-3.表現のしかたを表現する.....	457
4-4.ネストの概念.....	458
4-5.ホワイトスペースの利点.....	459
4-6.自由裁量の範囲.....	462
5.まとめ.....	463
Chapter 36.XMLとコンテンツマネジメント.....	464
1.XMLとは何か.....	464
1-1.XMLとデータ交換.....	465
1-2.XMLのタグ付け.....	465
1-3.スキーマ、あるいはDTDによる管理.....	472
1-4.フォーマットを加える.....	474
2.コンテンツマネジメントにXMLを使う.....	475
2-1.収集におけるXML.....	476
2-2.管理におけるXML.....	476
2-3.発行におけるXML.....	478
2-4.統合におけるXML.....	479
2-5.XMLの仲間たちからの支援.....	479
3.XMLでのプログラミング.....	482
3-1.XMLを理解しなければならないのは誰か.....	482
3-2.DOMを用いたXMLプログラミング.....	484
4.まとめ.....	492

Chapter 37. コンテンツを処理する	493
1. コンテンツ処理とは何か	493
1-1. ストリッピング.....	495
1-2. マッピング.....	496
2. コンテンツ処理と CMS	497
2-1. 長期的な利点に注目する.....	497
2-2. 短期的な利点に注目する.....	500
2-3. 処理の本質を引き出す.....	501
2-4. 処理にマンパワーを投入する.....	502
2-5. マスターファイルのトラッキング.....	503
3. コンテンツ処理プロジェクトを管理する	505
3-1. コンテンツ一覧を検討する.....	506
3-2. 処理仕様を検討する.....	507
3-3. 検証のメソッドを定義する.....	508
4. コンテンツ処理のメカニズムを知る	509
4-1. コンテンツマッピングの原則を理解する.....	511
5. まとめ	519
Chapter 38. 収集システムを構築する	520
1. 収集システムを構築するにあたって	521
2. 混乱を最小限に抑え、特定の価値を最大化する	521
3. フォーム、ファイル、バッチ処理	522
4. コンテンツモデルによる駆動	524
5. 執筆システム	525
5-1. 連携型の検索.....	527
5-2. 連携型のワークフロー.....	527
5-3. アプリケーションの起動.....	528
5-4. アップロードのサポート.....	529
5-5. 高度なメディアサポート.....	529
5-6. スpellチェック.....	530
5-7. 連携型の編集ガイドとメタデータ編集ガイド.....	531
5-8. オフラインコンテンツの作成.....	532
5-9. プレビュー.....	532
5-10. フィードバック.....	534
5-11. メタデータのサポート.....	535
5-12. ウェブフォーム.....	539
5-13. その他の執筆用アプリケーション.....	543
6. 変換システム	547
6-1. 基本インポート.....	550
6-2. ファイルからコンテンツタイプへのマッピング.....	550
6-3. バッチ処理.....	550
6-4. 統合システムとの連携.....	551
6-5. プロセス管理.....	551
6-6. 品質管理とモニタリング.....	554
6-7. 処理およびレビューツール.....	556
7. 取得システム	558
7-1. プロセスとパートナーの管理.....	560
7-2. 権利と用法.....	560
7-3. 帰属性の管理.....	561
7-4. データベースレコードの取得.....	562
7-5. ウェブサイトコンテンツの取得.....	564
8. 統合システム	567
8-1. メタデータの自動適用.....	568
8-2. メタデータ標準規格のサポート.....	569
8-3. ワークフローのトリガー.....	569
8-4. セグメント化.....	570
8-5. 編集処理.....	572
8-6. メタデータ編集処理.....	576

9. レポジトリインターフェイス.....	582
9-1. 更新と削除.....	582
9-2. ファイルの投稿と格納.....	582
9-3. WebDAV のサポート.....	583
10. まとめ.....	584
Chapter 39. 管理システムを構築する.....	585
1. 管理システムとは何か.....	586
2. レポジトリ.....	586
2-1. CMS と組織との適合支援.....	588
2-2. コンテンツの入出力.....	588
2-3. レポジトリを包括するスキーマ.....	589
2-4. 広範囲な検索と置換.....	590
2-5. コンテンツの検索.....	592
2-6. バルク処理.....	593
2-7. フィールド型のサポート.....	593
2-8. 一般的な格納場所の要件.....	594
2-9. リレーショナルデータベースシステム.....	597
2-10. オブジェクトデータベース.....	616
2-11. ファイルシステム.....	630
3. バージョン管理システム.....	632
3-1. 自動のバージョン管理 vs 手動のバージョン管理.....	633
3-2. バージョンの粒度管理.....	633
3-3. 復元.....	635
3-4. バージョンの識別.....	635
3-5. ソースの分岐.....	636
4. ソース制御システム (コンテンツとファイルの共有).....	636
4-1. 粒度の共有.....	637
4-2. ロック.....	638
4-3. チェックインとチェックアウト.....	639
4-4. 通知.....	639
4-5. オーディットトレイル.....	640
5. ローカライゼーションシステム.....	641
5-1. 収集のローカライゼーション.....	641
5-2. 管理のローカライゼーション.....	645
5-3. 発行物のローカライゼーション.....	650
6. ワークフローシステム.....	654
6-1. エンドユーザーインターフェイス.....	655
6-2. ワークフローのアドミニストレーション.....	659
6-3. ワークフローのメカニズム.....	663
7. CMS アドミニストレーションシステム.....	666
7-1. アドミニストレーションダッシュボード.....	667
7-2. ユーザーアドミニストレーション.....	668
7-3. ロギング.....	669
7-4. レポート作成.....	670
7-5. セキュリティ.....	671
7-6. リンクのサポート.....	673
7-7. メディアのサポート.....	674
7-8. 知的財産のトラッキングと支払い.....	675
7-9. 外部との接続.....	676
7-10. 堅牢性.....	681
8. まとめ.....	685

Chapter 40. 発行システムを構築する	686
1. テンプレートシステム	687
1-1. ターゲットとなるフォーマットの作成.....	688
1-2. ターゲットとなるユニット構造の作成.....	690
1-3. レイアウトと周辺要素.....	691
1-4. テンプレートのプログラミング.....	692
1-5. 静的および動的な発行物の作成.....	696
1-6. テキストとメディアの即時変換.....	697
1-7. 発行物デザインツールとの統合.....	698
1-8. 使い回しのきくテンプレート.....	699
1-9. ナビゲーションの構築.....	701
2. パーソナライゼーションシステム	719
2-1. パーソナライゼーションダッシュボード.....	719
2-2. データ収集.....	721
2-3. ルールの策定.....	725
2-4. コンテンツの配信.....	728
3. 配備システム	732
3-1. ステージング.....	733
3-2. コンテンツに基づいた配備.....	733
3-3. ファイルのディストリビューション.....	734
3-4. 計画的な発行.....	735
4. ウェブシステム	736
4-1. 既存のウェブインフラとの統合.....	737
4-2. 検索と索引付け.....	739
4-3. ブラウザ依存からの開放.....	741
4-4. 複数サーバに渡るファイルのディストリビューション.....	742
4-5. ウェブプラットフォームのサポート.....	743
5. 印刷システム	746
5-1. テクニカルパブリケーション.....	747
5-2. セクションおよびサブセクションのサポート.....	748
5-3. 物語性のサポート.....	750
5-4. ナビゲーションのサポート.....	756
5-5. 動的な印刷発行物.....	756
5-6. Word ファイルの作成.....	757
6.E メールシステム	761
6-1. Eメールの種類.....	762
6-2. 行き先となるページ.....	763
6-3. Eメールサーバへの統合.....	764
6-4. テンプレートの選択.....	764
6-5. パーソナライゼーションのサポート.....	765
7. シンジケーションシステム	766
7-1. シンジケーションの購読者管理.....	767
7-2. コンテンツの選択.....	769
7-3. フィードの作成と配信.....	770
8. その他の発行システム	772
8-1. 多様なプレビュー.....	774
9. レボジトリインターフェイス	775
9-1. ファイルとディレクトリの作成.....	775
9-2. 実行時依存性の解決.....	775
9-3. データベースとメタデータの出力.....	776
10. まとめ	777
エピソード	778