

株式会社日本経済新聞社様

資本金	25 億円
設立	1876 年(明治 9 年)12 月 2 日
従業員数	3,507 人(2008 年 12 月末現在)
本社	東京都千代田区大手町 1-3-7
事業内容	新聞を中核とする事業持ち株会社。雑誌、書籍、電子メディア、データベースサービス、速報、電波、映像、経済・文化事業など

経済紙「日本経済新聞」を中核として、各種事業を手がける日本経済新聞社。同社では流通・小売業向けにさまざまな分野の製品、サービスが集結する総合展示会「街づくり・流通ルネサンス」を開催している。出展社の情報提供を目的とした同展示会のポータルサイトは、2009 年 1 月に「Movable Type」をベースにリニューアルされた。同サイトの構築、運用はスカイアークが担っている。

38 回の歴史を数える総合展示会のサイトをポータル化

「街づくり・流通ルネサンス」について教えてください。

弊社は「日本経済新聞」を中核に様々なイベントを主催しています。主に B to B 向けのビジネス系展示会是我々のイベント事業本部が運営しており、出展社と来場者との商談の「場」を提供するというのが大きな目的の一つです。「街づくり・流通ルネサンス」は、「JAPAN SHOP」をはじめとする 8 つの展示会を束ねた総合展示会の呼称で、2009 年で 38 回目、この呼称になってからは 15 年という歴史を持っています。

展示会の Web サイトはいつ頃から開設していますか？

Web サイトは 2002 年から本格的に開設しています。展示会は毎年 3 月に開催されますが、1,000 社以上にのぼる出展社の情報を蓄積して年間を通じて発信していくことが大きな目的です。当初は独自 CMS で運営していました。

サイトに実装されている機能はどんなものがあるでしょう。

出展社のアカウントを作成して ID・パスワードを付与した後、出展社側で色々な情報を登録することができます。残念ながら、現在のところ展示会自体の申込み機能は Web には実装しておらず、紙ベースの申込書を提出していただいています。出展社が登録した情報は、事務局による確認、公開承認を経て、ブログのエントリーとして Web サイトに UP されます。Web サイトでは、閲覧者の来場事

前登録機能や、Q&A のような質問を受け付ける機能もあります。



街づくり・流通ルネサンス トップ画面

システムとしては情報を表示する Web サイト側と、情報を管理するシステム側に分かれるのですね。

はい。システム構成としては、以下の通り大きく 3 つあります。

- (1) Web サイト(MT でリニューアル)
- (2) 出展社管理画面(出展社側の管理ページ)
- (3) システム管理画面(主催社側の管理ページ)

先ほどご説明した情報の流れをシステムになぞらえると、出展社が(2)を通じて情報を登録し、(3)の画面で確認、公開承認を経て、(1)の Web サイトに情報が表示されるという流れです。



機能拡張の容易さ、CMS としての優位性が MT 導入の決め手

サイトリニューアルの経緯について教えてください。

リニューアルでは前述の(1)(2)(3)のシステムを全面刷新しました。そのうち(1)は MT で構築、(2)(3)についてはスクラッチで独自開発しました。

リニューアルの目的の一つにはデザインの改善です。二つ目は出展社の情報を、より上手に効率よく見せていきたいという点。もう一つは、展示会のサイトもリアルの展示会と同じように、出展社と来場者のコミュニケーションを取り持つ「場」と考えたかったことです。双方向のコミュニケーションを活性化する仕組みを導入したかったのです。

MT 導入の理由というのもそのあたりにあるのですか。

そうですね。2002 年に開設したサイトは独自開発の CMS だったので、機能拡張はそのつど切り貼りしながらの構築で、手間もコストもかかっていました。今回のリニューアルでは、すべてのシステムを MT で統合したかったのですが、情報の登録から承認までのワークフローが複雑だったこともあり、要求仕様を精査していく過程で、管理画面系と外部表示系に機能を切り分けて、外部表示のエンジンは MT で開発し、管理画面はスクラッチで開発することになったわけです。

機能拡張性と CMS としての優位性がカギだったのですね。

はい。サイト側の修正や更新に手間とコストがかかるという課題があったので、サイト側のエンジンを MT にするという話は、開発当初から決まっていた。MT なら機能拡張も容易だし、CMS としての利点もあります。

スカイアークの印象は、MT に精通し、こだわりのある会社

スカイアークとの取引のきっかけを教えてくださいたいのですが。

シックス・アパート社主催のセミナーがきっかけだったと思います。確か、2007年の秋頃でしょうか。ネットでMTのSIベンダーの情報を色々調べていて、小林社長の記事を見つけました。MTに精通して、こだわりのある会社だなあという印象です。

最終的にスカイアークに決めた決め手はどのあたりだったのでしょうか？

やはりMTをベースにした開発事例の豊富さでしょう。名の通った大手企業の実績もあったので、MTに精通している部分を信頼してお願いしました。今回のリニューアルでは、結果的にスクラッチでの開発が大規模になってしまったので、MTに精通しているというスカイアークの強みは、その部分ではあまり発揮できずに申し訳なかったのですが(笑)。



リニューアルの開発期間はどのくらいだったのですか？

開発は2008年4月頃から開始し、オープンは2009年1月でした。開発で一番注力した部分はスクラッチで開発したシステムとMTとの連携部分ですね。業務フローも多岐にわたっていましたが、機能追加のリクエストもあったので。実は、MT自体の開発はそれほど大変ではなかったのですが、1000社以上の出展社の情報が投稿され、エントリーとして表示されるため、そもそも再構築は大丈夫かという検証から始めて、ピーク時の負荷対策はそれなりに大変だったと思います。

MTの強みを生かした導線づくり、モバイル活用が今後の課題

リニューアル後の効果について教えてください。

以前のシステムでは、来場者の事前登録のためのアクセス集中などがあって、特に展示会直前や会期中にはシステムの負荷が高かったのですが、リニューアルによってずいぶん軽減しました。サイトをMTでブログ化した一番の狙いは、出展社の直前情報というか、例えば、展示会直前の新製品リリースといったライブ感のある情報も、ブログなら容易にサイトに反映することができるという点ですね。今後は、双方向性の仕組み、例えば、出展社と来場者とを繋ぐQ&Aシステムの活性化などが課題です。

スカイアークの評価はいかがですか？

出展社が登録した情報の確認、公開承認を行う事務局の運用も現在、スカイアークに委託しています。対応は誠実ですし、ユーザー目線に近い点は評価しています。機能の提案、改善なども会話のやり取りの中からフランクにいただけるところは嬉しいですね。一方で、決して大きな企業ではないので、いわゆる組織力が求められる対応というのは今後改善いただきたい点です。もちろん、ただ組織が大きくなればよいというものでもないで、ベンチャーのよさと組織力を兼ね備えた存在になってくれると嬉しいです。

今後のサイトの課題や機能拡張等の展望があれば教えてください。

先ほどのQ&Aシステムの活性化は課題の一つです。投稿される質問の数も増やしたいですし、来場者の質問と出展社の回答が簡単に行えて、展示会当日に会場で商談にまで発展できるような、双方のユーザビリティに配慮した仕組みづくりをしていきたいです。

もう一つは、展示期間中のライブ感の演出ですね。具体的には、モバイルの活性化ですが、例えば、出展社や来場者がモバイル経由でQ&Aのやりとりをできるようにすることもその一つです。さらに、事前の来場者登録をモバイル経由にして、商談の予約までシームレスに可能にするとか、アイデアはいくつかありますが、来年度へ向け、MTの強みを生かして、出展社の情報をより効率的に見せながらユーザーの滞在時間を増やすための導線づくりをまずは検討しているところです。



取材対象

・イベント事業本部 桂景一様

Movable TypeはSix Apart, Ltd.の登録商標です