



# AcQUiA Engage

NEW ORLEANS

November 11-13 | Hyatt Regency



*Train Your  
Team*

*Explore*

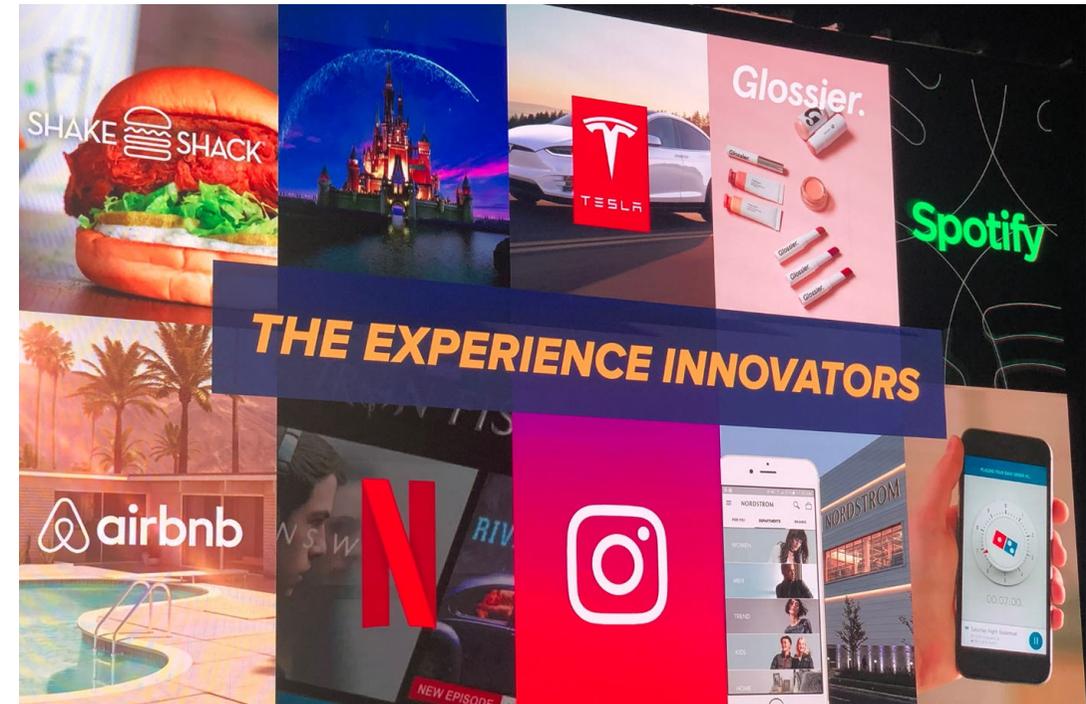
# Acquia Engage で示された方向性

*Build  
Create  
Personalize*

*Industry  
Roundtables*



## デジタルの重要性と現実



**エクスペリエンスイノベーターは存在するがなぜすべての人がデジタルイノベーターではないのか。**

オープニングでAcquiaが提言したものは、デジタルの重要性はわかっているし、エクスペリエンスイノベーターも存在している。しかし、誰もがそうなれているわけではない。それがなぜなのか？という部分であった。

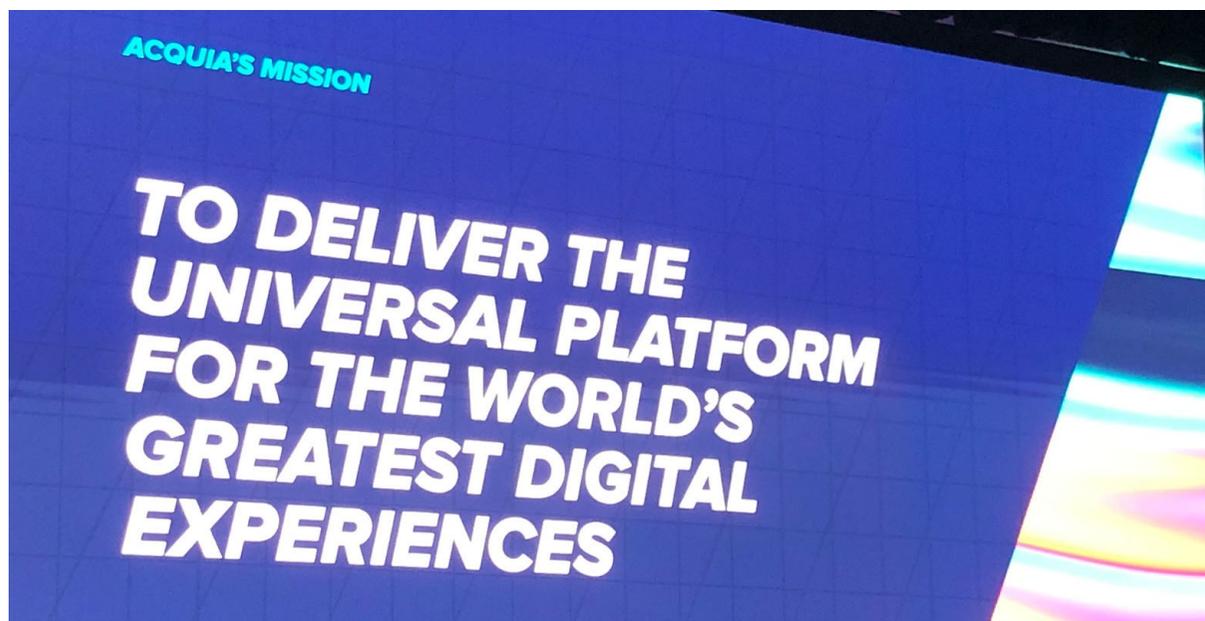
## ユーザーが使うデバイスのイノベーションに対応できていない



## 20倍のアクションが起きている中でツールが追い付いていない

スマートフォンなどのデバイスの真価が急速に行われている中で、企業が利用しているツールが追いついておらず何をするにも古く、遅く、クローズド、柔軟性がなく、複雑、オンプレミスであるなどというさまざまな問題がある。

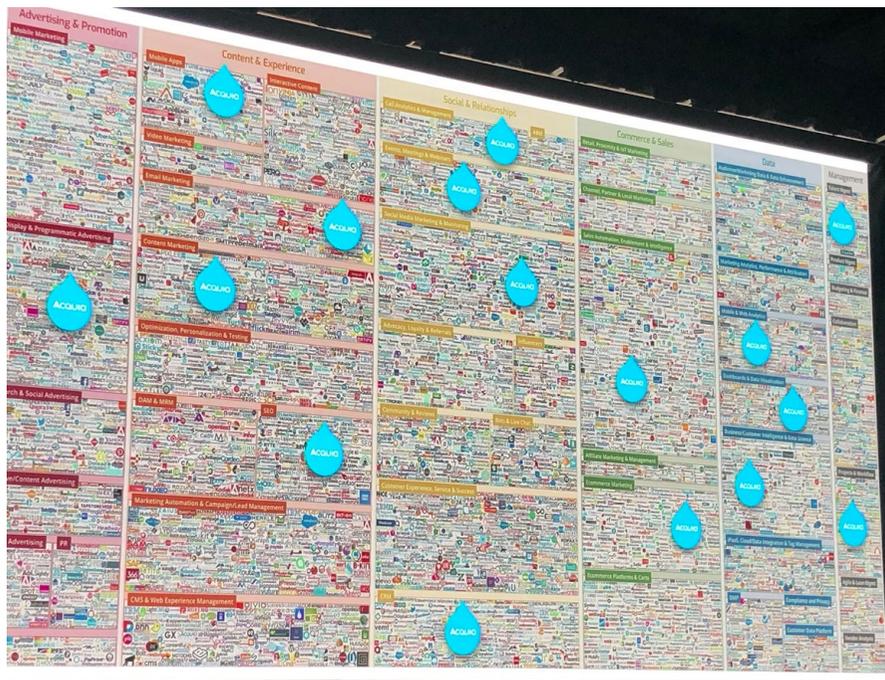
## Acquiaのミッション



### ユニバーサルなプラットフォームの提供

「ユニバーサルなプラットフォーム」というワードが今回の Acquia Engage にはかなり強く訴求されていると考えます。Acquia の考えるユニバーサルには、単純にデジタルイノベーターを実現するためのツールを汎用・万人向けにするとかグローバルで通用するものにするということなどではない部分が多く含まれていると考えます。

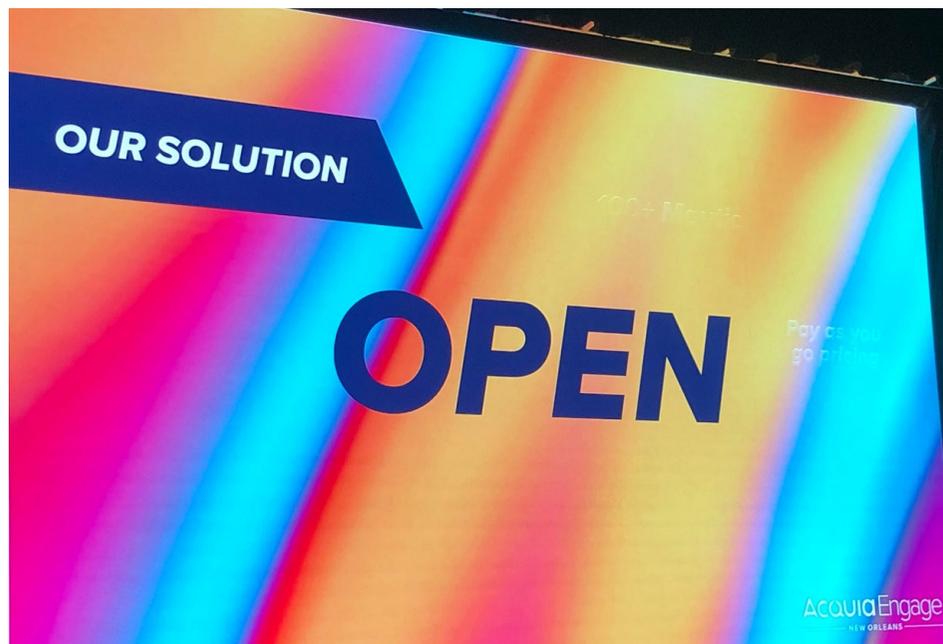
## Acquia はすでにいろいろなところに顔を出している



## ソリューションの幅が広がっている

Drupal の PaaS という領域からはすでに大きく飛び出しており、さまざまなソリューションが提供されています。買収したソリューションも含めると7つのプロダクトが提供されています。

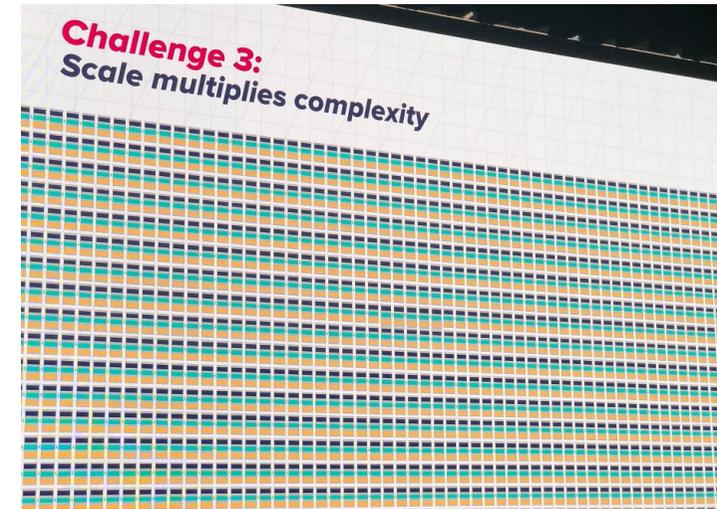
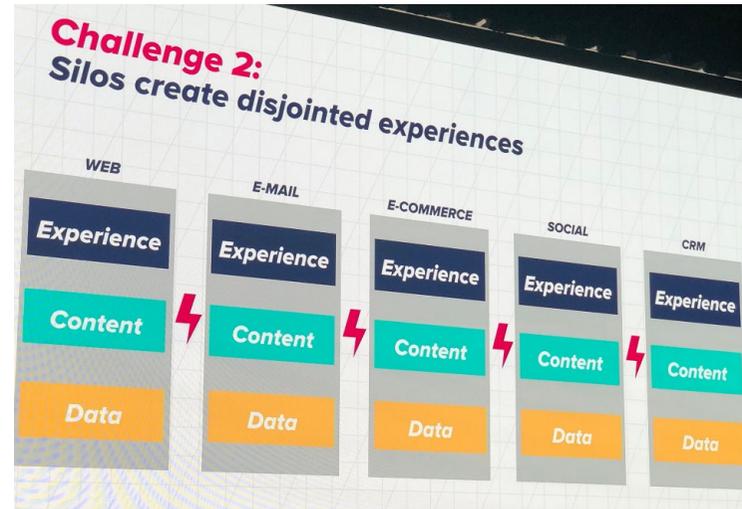
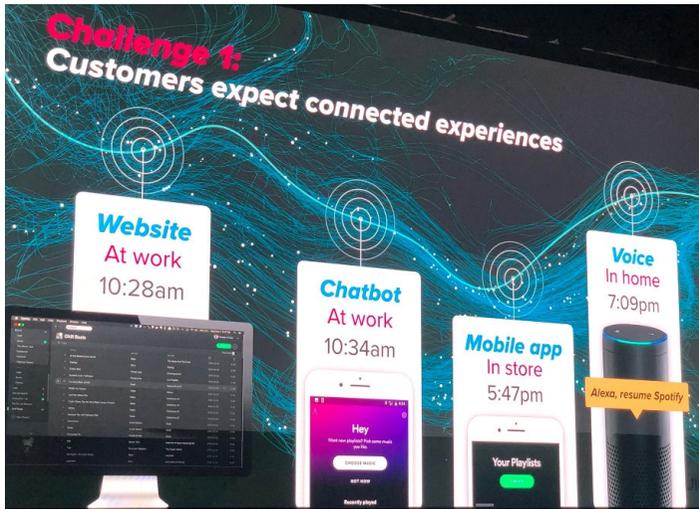
## Acquiaが重要視しているもの



### 重要な2つのキーワード「OPEN」「SIMPLE」

Acquiaはさまざまなツールを買収したり、開発したりすることからマイクロサービスからモノリシックに移行しつつあるように見えます。しかし、その製品群を持って「OPEN」であることや「SIMPLE」であることは変えずにソリューションを提供している。今回のAcquia Engageでは、コマースは連携で十分という話もあり、CDPが直近では大きな買収になるという話が出ている。

## これからのエクスペリエンス対応

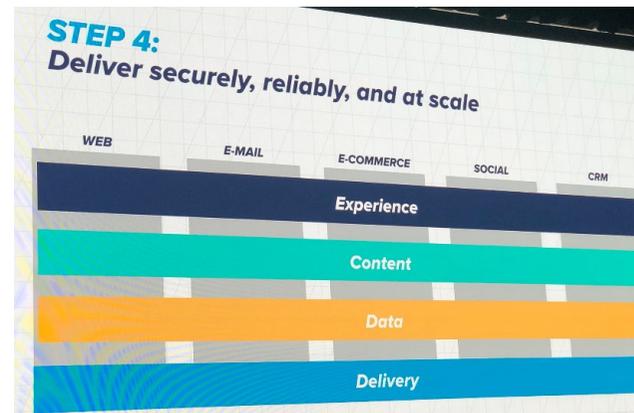
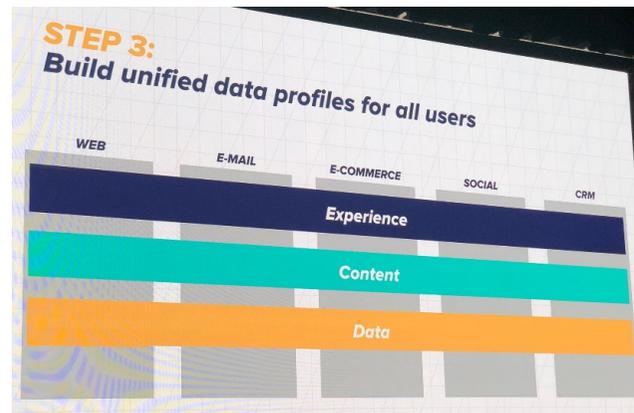
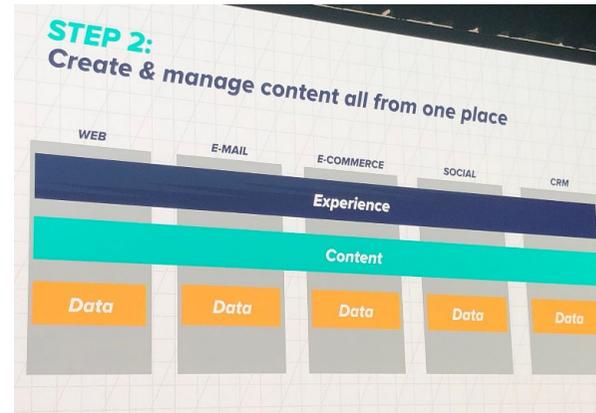
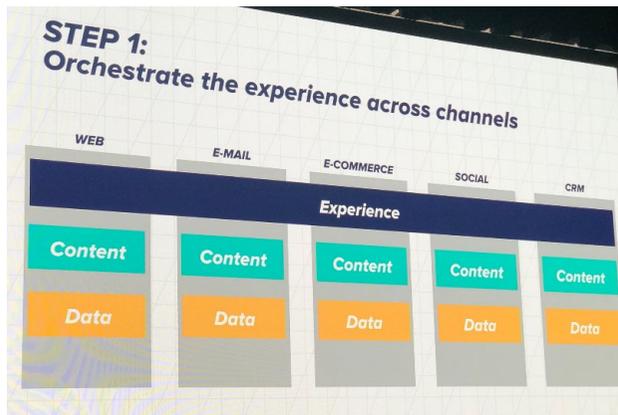


## 3つのチャレンジを実現することがエクスペリエンスを最適化する

Acquiaの3つのチャレンジ

- ユーザーは体験の連続性を期待しているはず = ユーザーの体験をどうやってつなげるかが重要である。
- サイロ化された仕組みは体験を分断する = 仕組みをいかにつなげて管理できるかが需要である。
- 複雑さはどんどん高まっていく = 複雑性をいかにシンプルに作り上げるかが必要である。

## Acquia が重視するエクスペリエンス対応



このスライド自体はよくAcquiaの資料に出てくるものである

今回の Acquia Engage では、より重視すべき部分がフォーカスされて説明された。

前述の3つのチャレンジをクリアするには

- チャンネルを横断して体験をオーケストレーションする
- コンテンツを一元管理すること
- 統合されたユーザーのデータプロファイルを構築する
- 安全で確実なデリバリーの実現

## [OPEN] DIGITAL EXPERIENCE



### 3つの大きな CLOUD ソリューション

Acquiaが今まで提供してきたクラウドソリューションを3つの大きなくくりで説明を行いました。この製品群の構成は、より本格的にソリューションとして体験を重視し始めたことを指していると感じます。今までのDrupalのPaaSソリューションの域からエクスペリエンスプラットフォームへの大きな進化を遂げていると考えます。



*Train Your  
Team*

*Explore*

# Acquia の優位性はどうなのか？

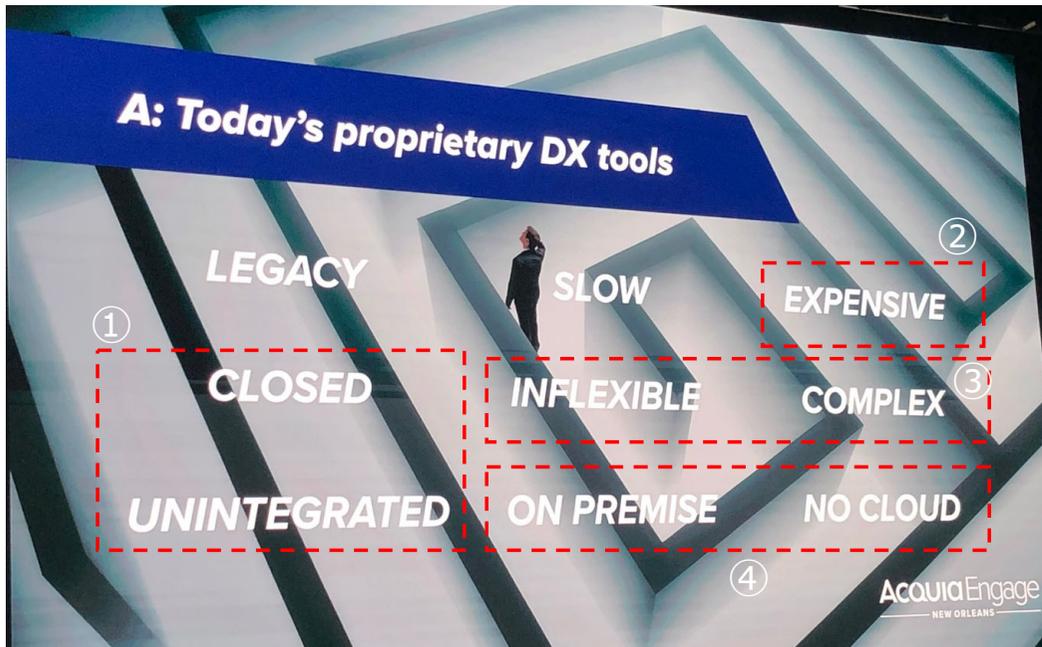
*Build  
Create  
Personalize*

*Industry  
Roundtables*



## エクスペリエンスを阻むもの

日本企業には特に多いかもしれない、エクスペリエンスを阻むものにおいて、Acquiaがブレイクスルーする部分があります。これらのポイントがAcquiaの優位性となります。



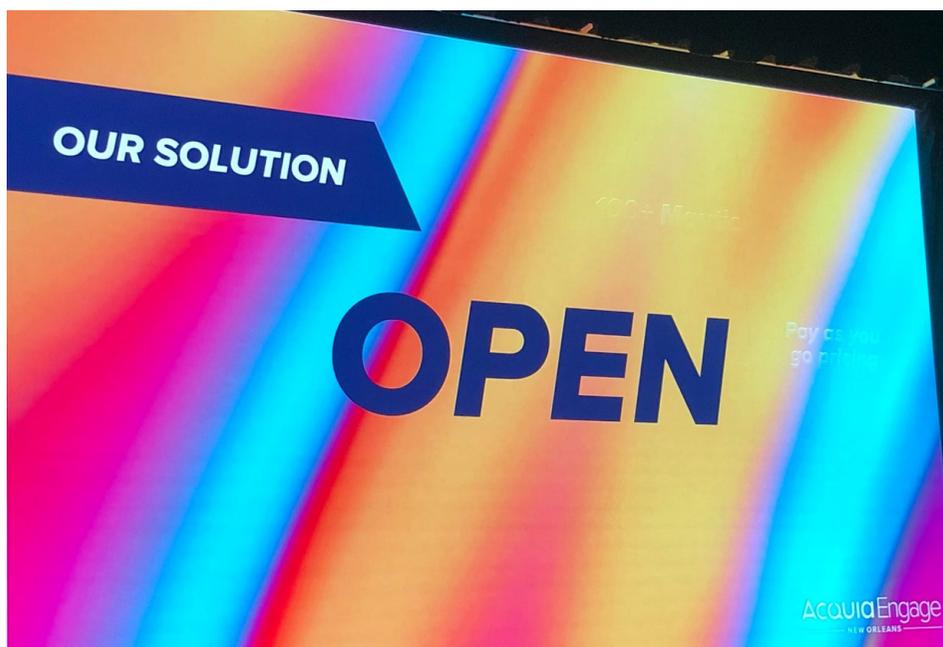
### 多くのパートで優位性を持っている

1. OPENであること
2. EXPENSIVEでないこと
3. SIMPLEであること
4. CLOUD ソリューションであること

## OPEN であること

一番大きな優位性は、OPEN でありマイクロサービスであること。

Adobe、SiteCoreも他システムとの連携やしやすくなっているが、OPEN Source ではなく、さまざまなソリューションと連携することや多くのソリューションが提供されるDrupal に比べると大きく見劣りする部分が出ている。



## 今回の Acquia Engage で示されたもの

密接な連携が必要なものは、Acquiaはソリューションとして提供するが、企業が必要と考えるソリューションとAcquiaを連携し、企業が考える最適なエクスペリエンスを提供するプラットフォームであること

密接な連携

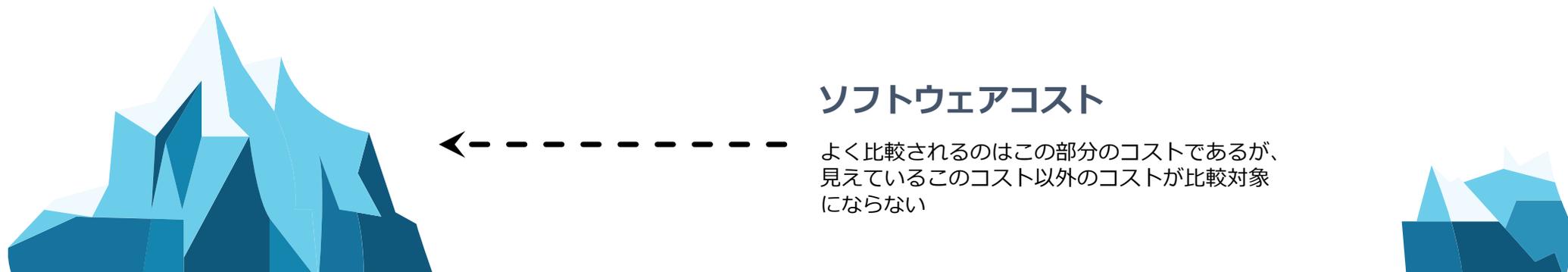
CDP

外部連携

EC

## EXPENSIVEでないこと

大きな仕組みになればなるほど、ソフトウェアという費用以外の費用が膨大になっていきます。Acquiaはそれらのブラインドコストが含まれている費用であることが競合ソフトウェアベンダーとの違いになります。



### ソフトウェアコスト

よく比較されるのはこの部分のコストであるが、見えているこのコスト以外のコストが比較対象にならない

### 見えないコスト

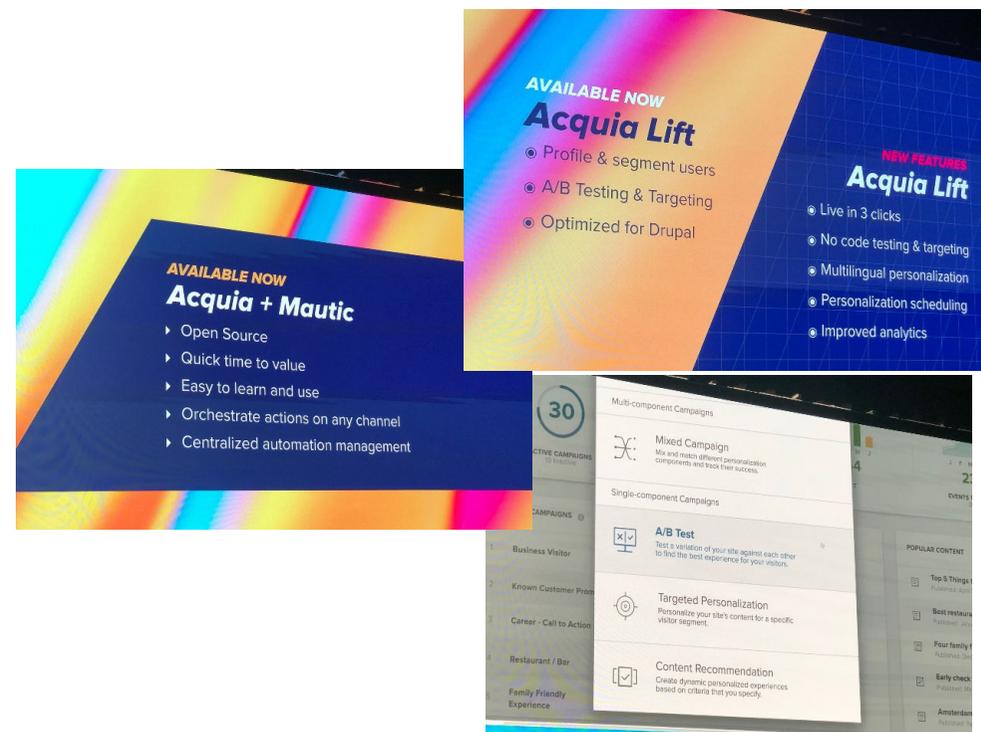
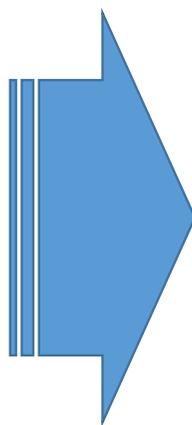
インフラコスト、ステージング/開発環境コスト、セキュリティコスト、運用コスト、アカウントコスト、拡張コスト、インテグレーションコストその他多くの見えないコストが存在している

## SIMPLE であること

現在のマーケティングは、ソフトウェアベンダーが必要と考えられるさまざまなマーケティング施策ができるようにしています。

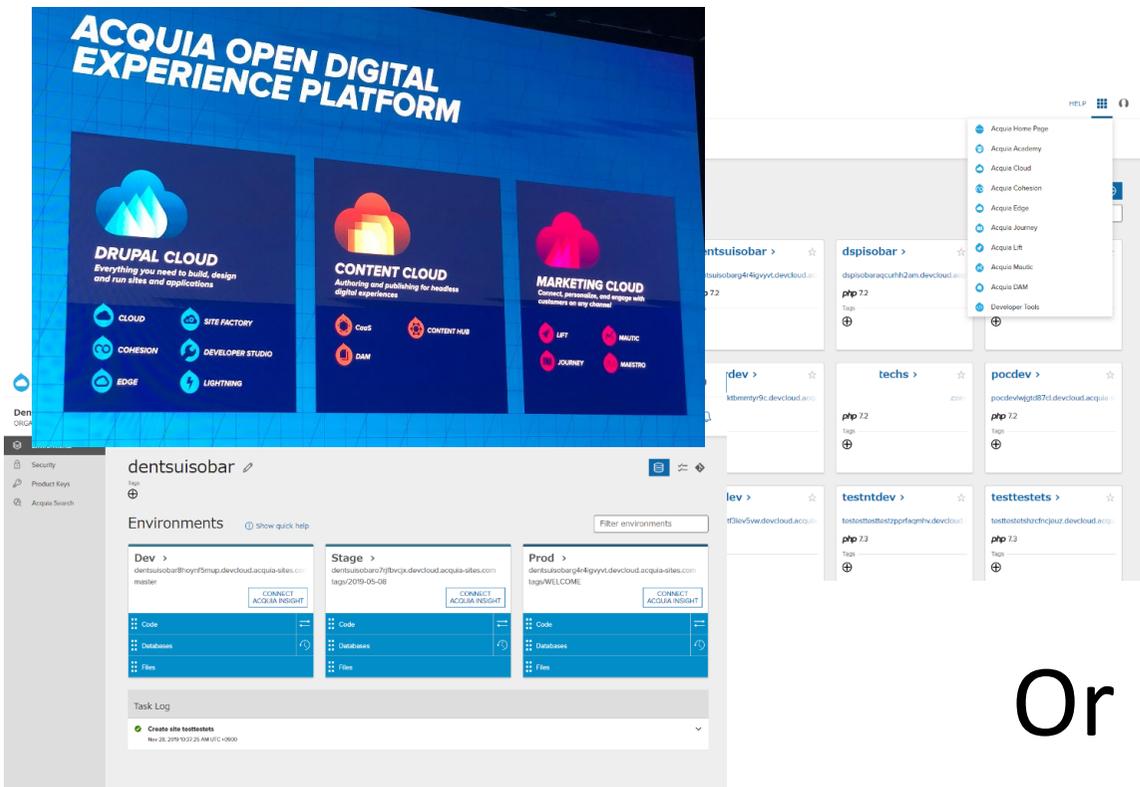
そのため、ソフトウェア単体でも複雑になっており、さまざまなソリューションが連携していることでさらに複雑になっています。

Acquiaのソリューションは、できるだけ SIMPLE に最適なマーケティングが行えるように設計されています。

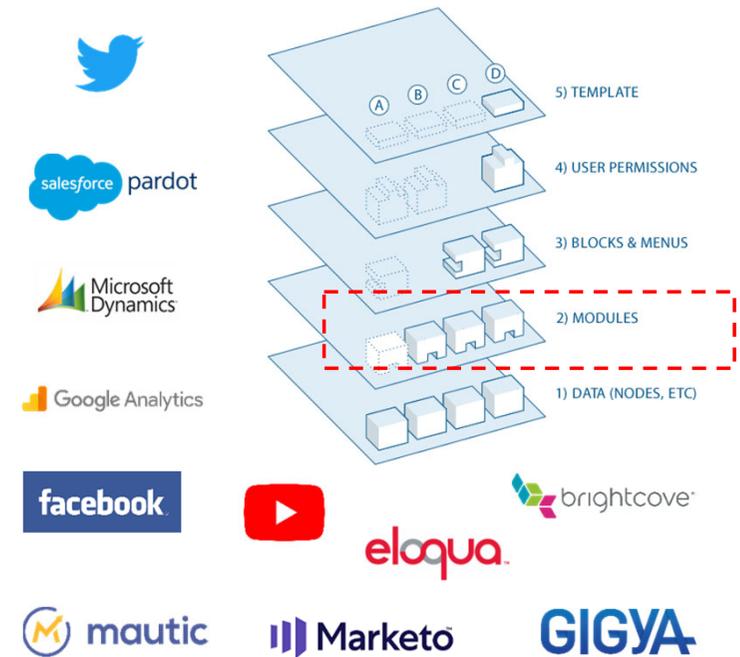


# CLOUD ソリューションであること

まだまだ CLOUD ソリューションに手を出せない企業はありますが、CLOUD ソリューションであるメリットも大きくあると思います。デメリットもあるため、どのように考えるかというのは難しい部分ではありますが、ソリューションごとにインフラを構築するという作業が非常に複雑な作業になると思います。



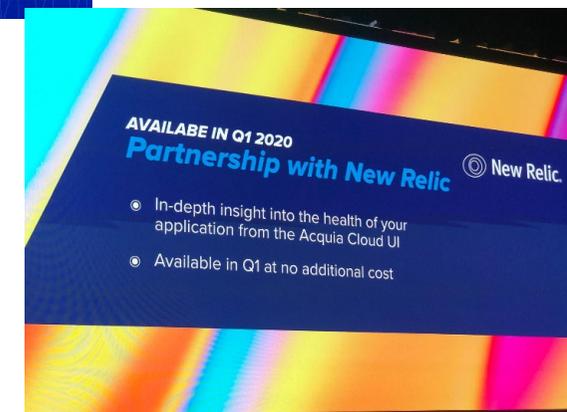
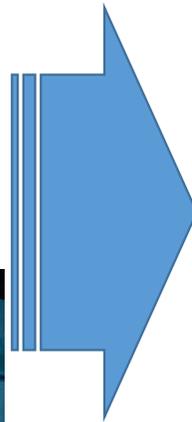
Or



## さらに、開発者を手助けする

他社よりも優位性のある最後の点は、開発者の手助けをフルに行っている部分にあります。

クラウドで本番環境、ステージング環境、開発環境という部分を容易にマイグレートできるだけでなく、開発を行うためのデスクトップソリューションや「New Relic」をノンコストでビルトインするなどデベロッパーフレンドリーになっています。





*Train Your  
Team*

*Explore*

# 今後のデジタルビジネスにおける展望

*Build  
Create  
Personalize*

*Industry  
Roundtables*

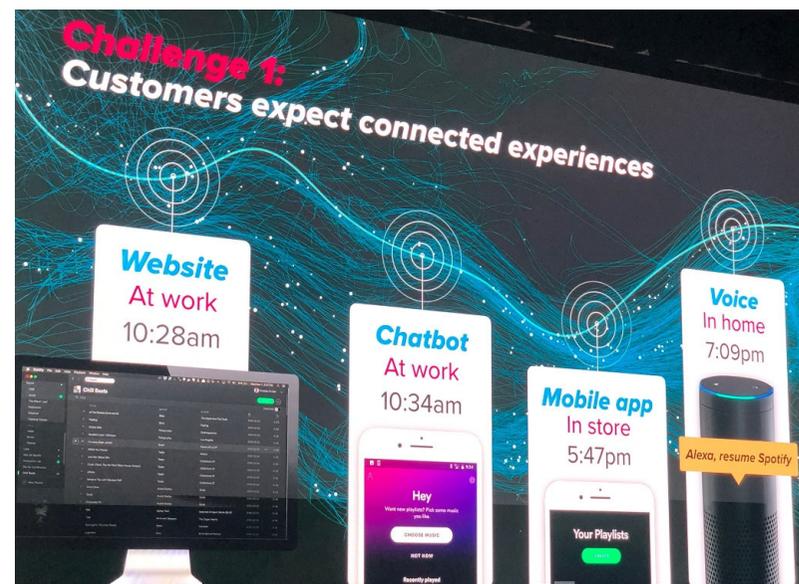
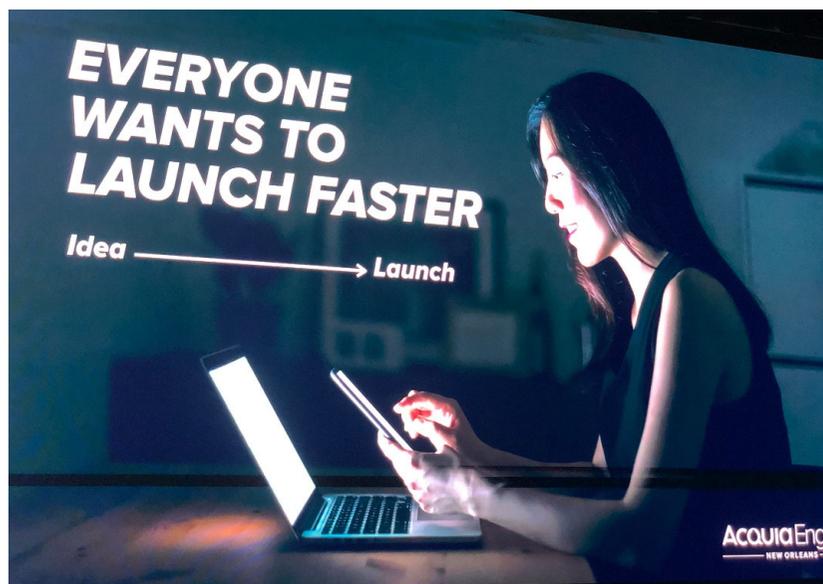


## 企業、開発者視点での潮流

ここ最近の潮流は、

- アイディアをできるだけ早く形にして発信したい
- カスタマージャーニーにフィットさせる情報発信やマーケティングを実現したい

という部分にフォーカスされていると考えます。

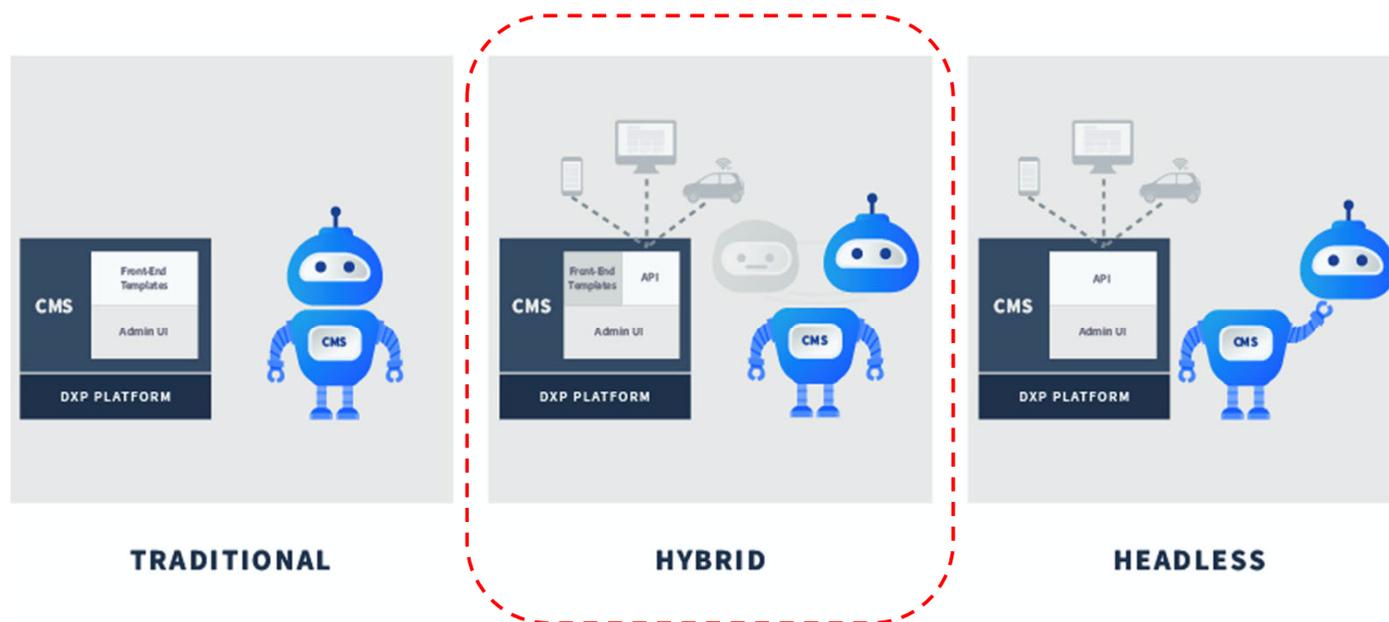


## Headless (Decoupled) が求められている？

Headless CMS などという言葉が聴かれて3年ほど経ちましたがメジャーになったかということこそまでではないと思われます。

Headlessは、管理機能のみを提供し、フロントエンドをJSF（Angularなど）で自由にデザインすることができる（？）という部分で今後求められると言われていました。

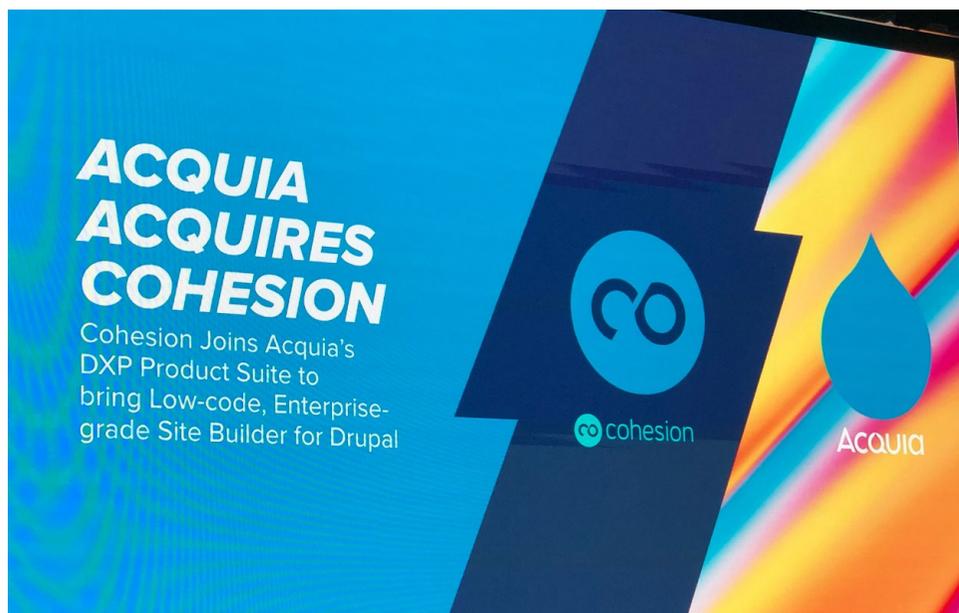
時代の潮流としては、Headlessが求められてきているようにも見えます。



引用：日本ライフレイ株式会社  
<https://www.liferay.co.jp/-/blog/what-is-headless-cms>

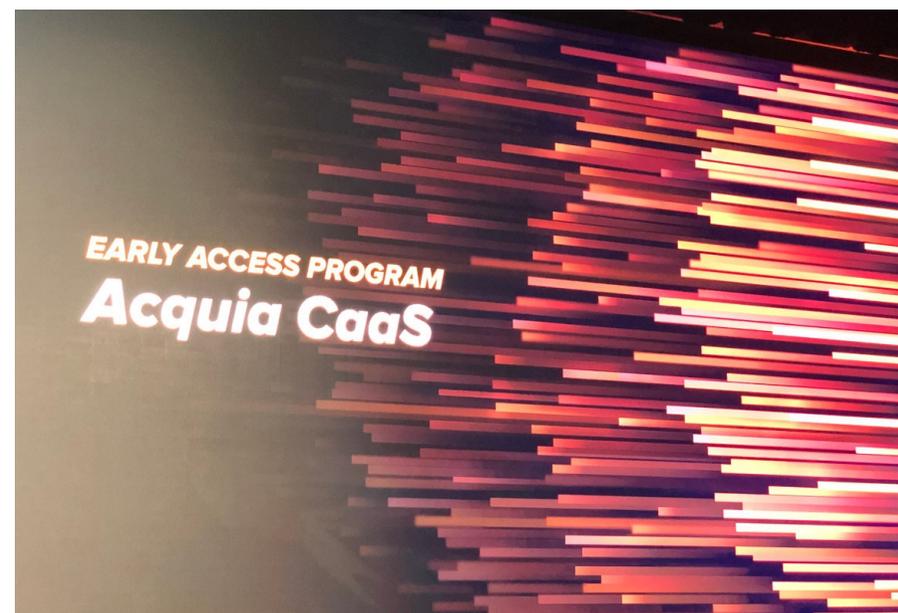
## Acquia はどのように進んでいるのか？

Acquia が Engage で紹介した大きなソリューションとしては以下の2つになります。



### IDEAを素早く形に

コードなしでハイレベルのUIを設計するために Cohesion を買収しSite Builderとして組み込みます。

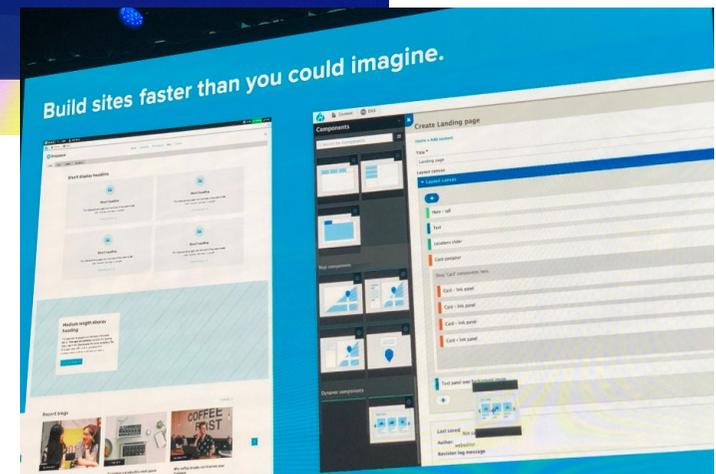
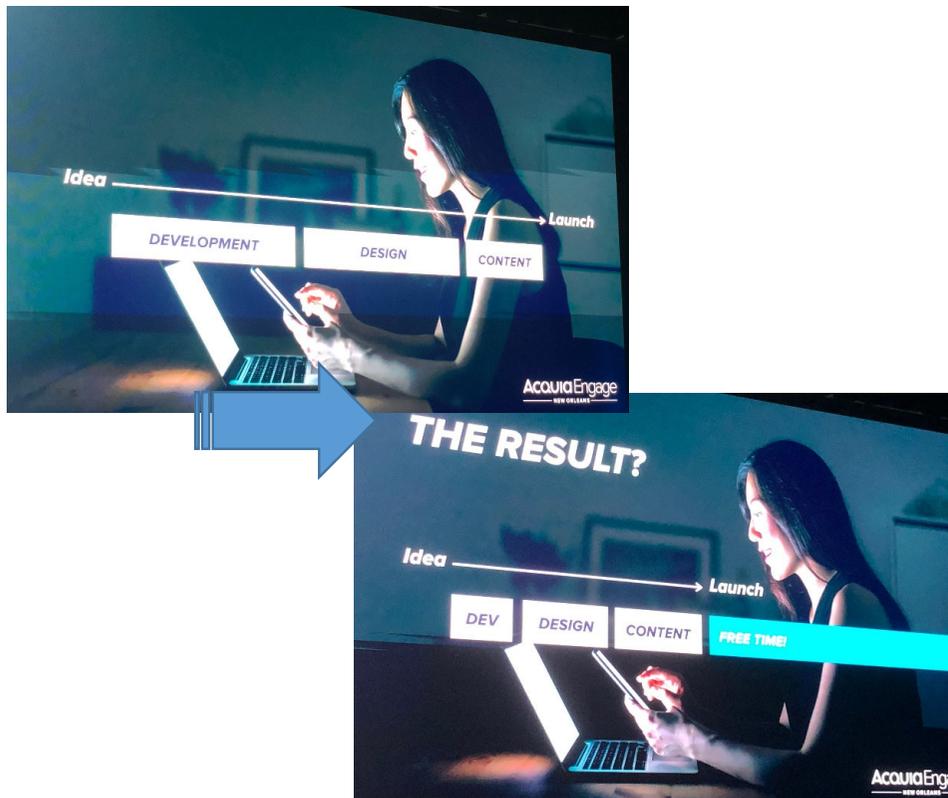


### マルチチャネルコンテンツ配信

カスタマージャーニーのすべてのチャンネルに適切な情報発信を実現するContent Cloud ソリューション。

## パネルズ、パラグラフをしのぐ？

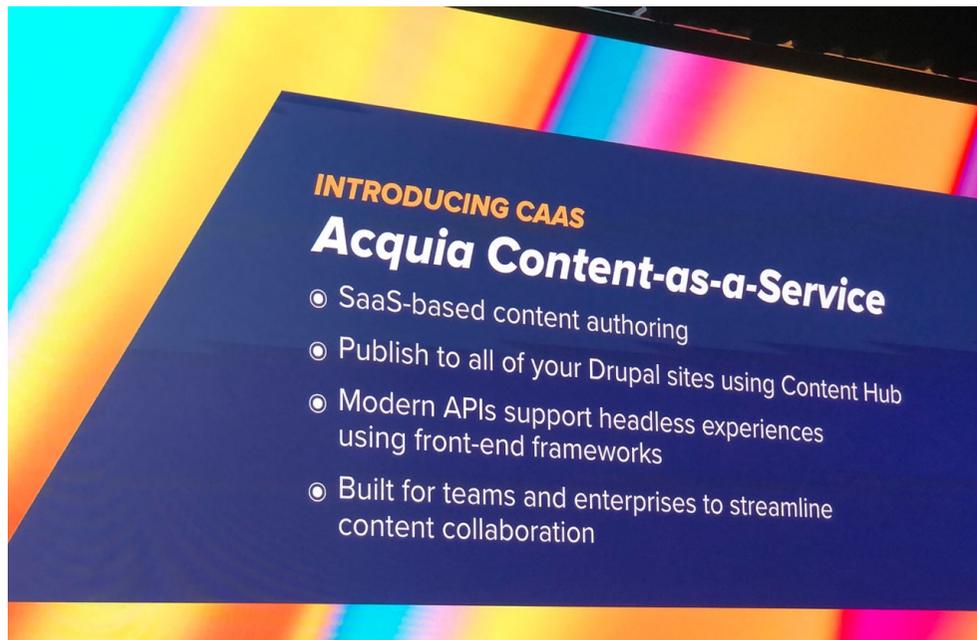
Cohesion を使うことで開発工数やデザイン工数を大幅に削減して、マーケティングやコンテンツ増強の時間を使うことを目指してフロントエンド開発を強力に支援するツールとして提供されます。Adobeのコンポーネントにより近いソリューションになっています。



## Headless DB?

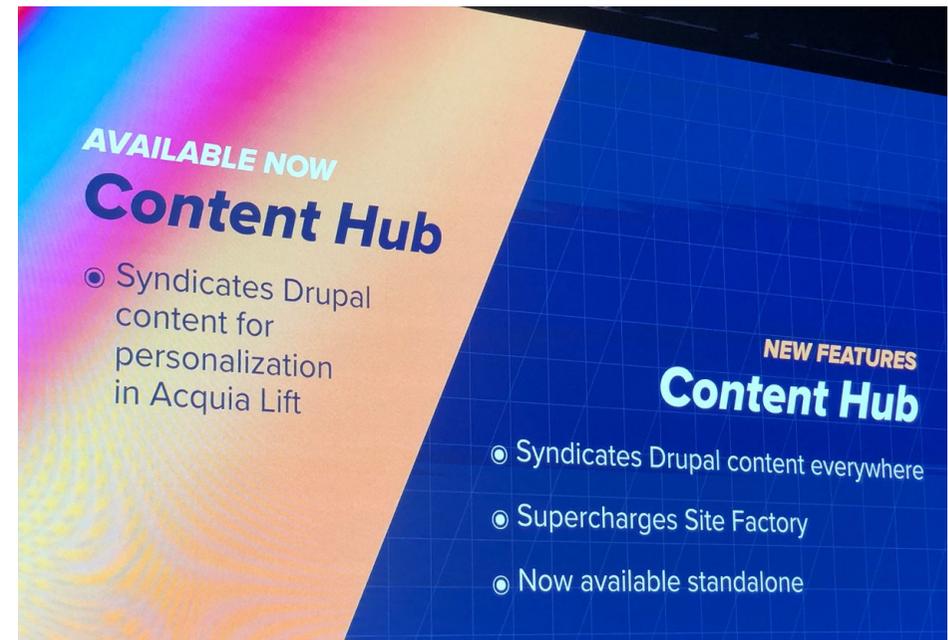
Drupal は、ハイブリッドのCMSであると考えます。管理機構だけではなくフロントエンドのテンプレートもサポートしています。そこに加えて RESTful API にて情報を配信することができます。

そこに追加されたソリューションが、Acquia CaaS になります。Headless や Drupal との連携を実現するソリューションとしてカスタマージャーニーへの連結を実現します。



**INTRODUCING CAAS**  
**Acquia Content-as-a-Service**

- SaaS-based content authoring
- Publish to all of your Drupal sites using Content Hub
- Modern APIs support headless experiences using front-end frameworks
- Built for teams and enterprises to streamline content collaboration



**AVAILABLE NOW**  
**Content Hub**

- Syndicates Drupal content for personalization in Acquia Lift

**NEW FEATURES**  
**Content Hub**

- Syndicates Drupal content everywhere
- Supercharges Site Factory
- Now available standalone

## まだ早いのか？それとも今なのか？

Headless や Decoupled は、まだ早いのか？それとも取り組んでいくべきなのか？

Webページはコンポーネントとして提供される必要が、、、すでにそうになっているんじゃないか？？？

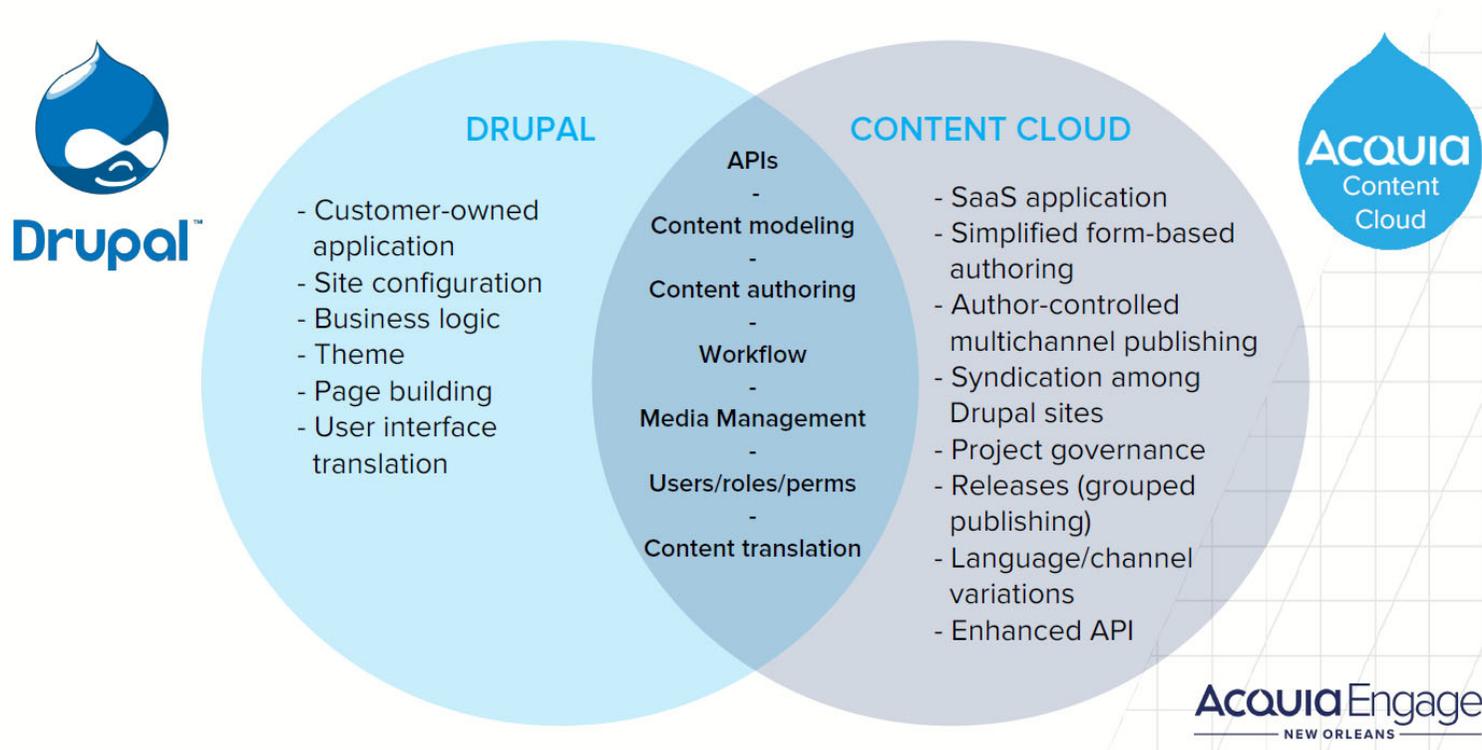
“To enable **multichannel delivery of content** (whether it be to smartphones, tablets, wearables, or a new generation of IoT devices), **web content** needs to be **served as components**, not pages.”

Gartner®



## Acquia の次世代デジタルへのアプローチ

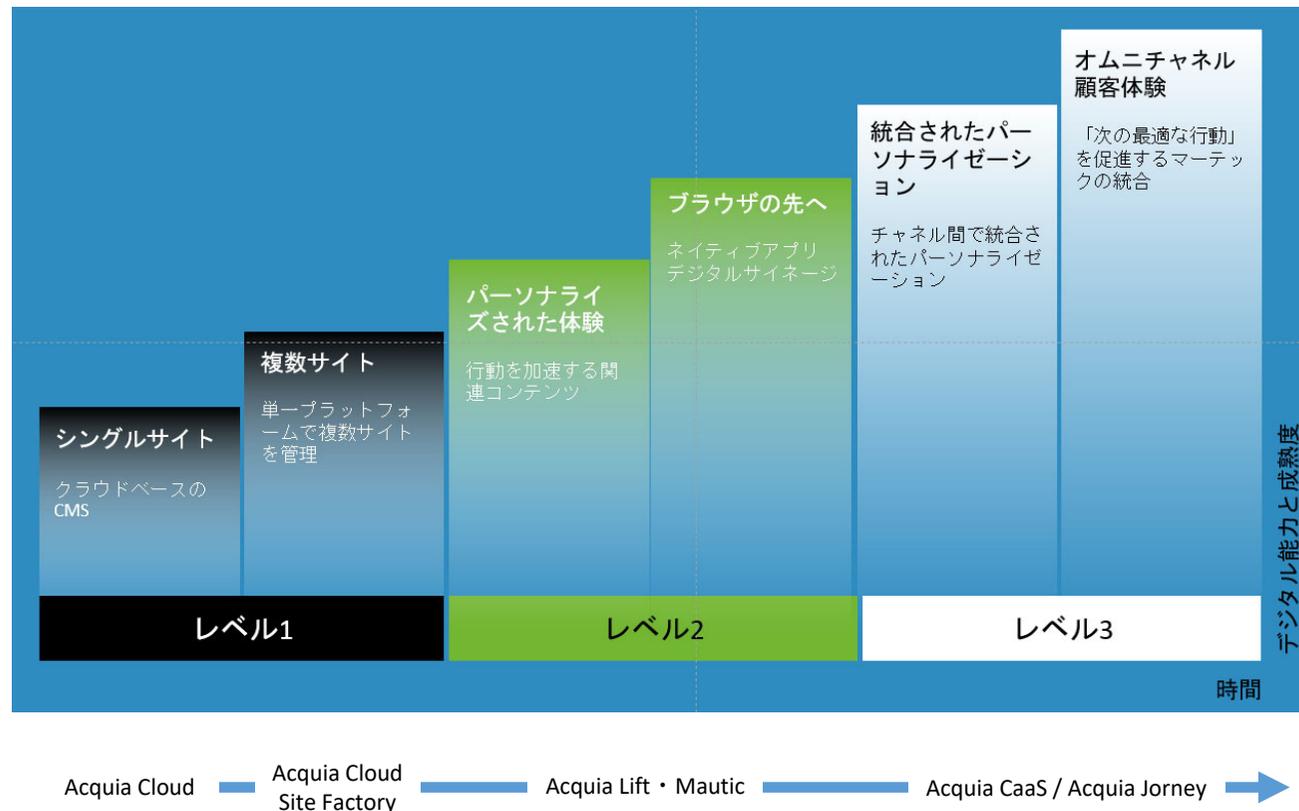
Acquia のアプローチは、Headless へ移行しようとしているわけではなく、Drupal がすでに持つ優れたフロントエンドオーサリングとそのオーサリングを必要としない Pure Headless の双方をAcquia もしくは Drupal ユーザーにどのように最適化していくべきかを考えてソリューション化しています。



## 成長に合わせた拡張??

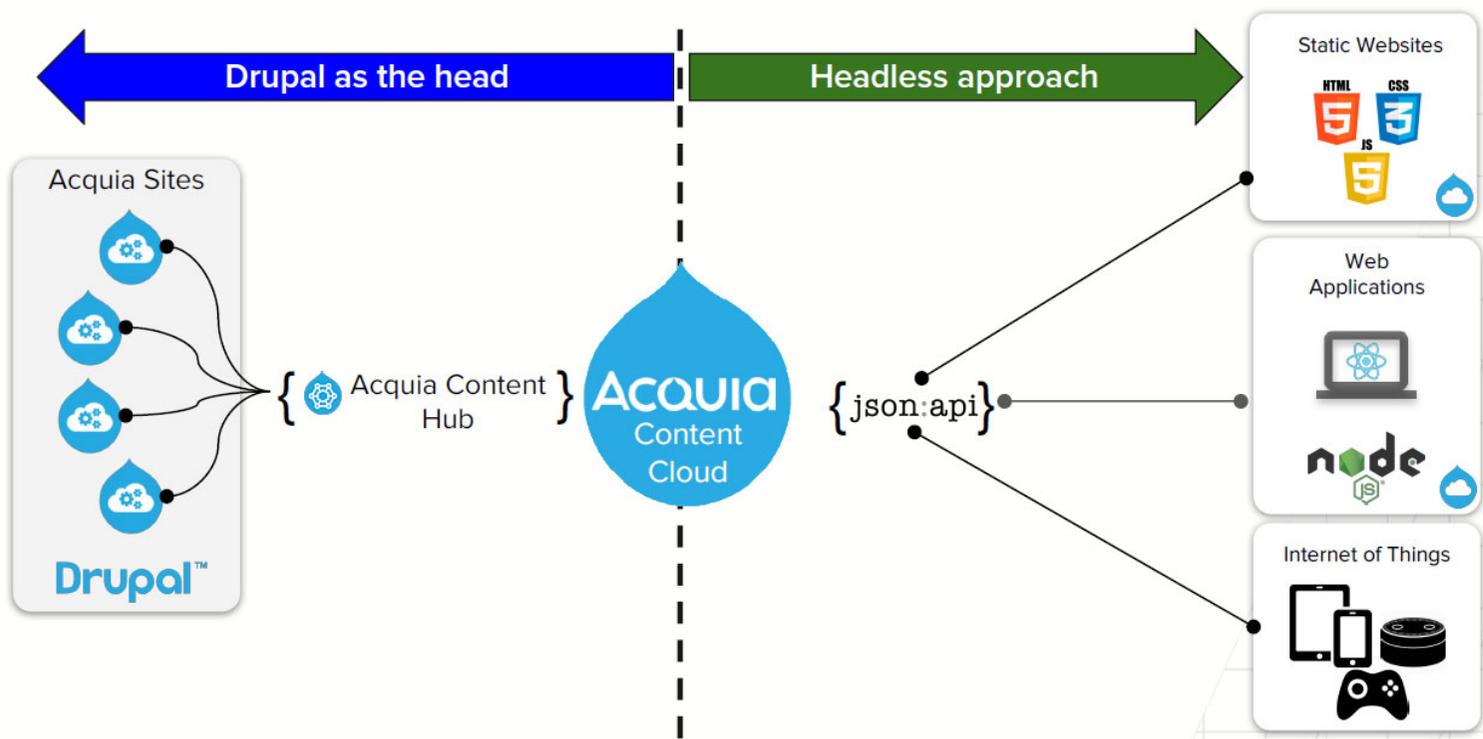
Acquia が提供する資料の中にあるデジタル成熟度と行うべきソリューションを示したものになります。

Headless が早いのか、いま取り組むべきかは成熟度やビジネスモデルに依存します。



## Acquia が考えるHeadless アプローチ

Acquia は、Content Cloud にてデジタルアセットの管理をより柔軟にし、そのデジタルアセットをHubを通じて必要な個所へ提供することを考えています。Web、スマホメインであればそもそも Headless の必要性はそれほどないがVoice や IoT などを進めている企業においては、Headless で情報を管理できることが重要な要素になります。



## 結論

Headless CMS は今後も重要なキーになる。



しかし、デメリットやデジタルへの取り組み方が変わってくることから用途やそれに対応する運用体制、スキルなどが重要になります。



もっと重要なのは顧客に対してどういったデジタルソリューションを提供するかを見極め、それに対して最適なものを導入すること。

[www.dentsuisobar.com](http://www.dentsuisobar.com)

**東京本社**

〒104-0045  
東京都中央区築地1-13-1築地松竹ビル  
TEL 03-5551-9885/FAX 03-5551-9978

**関西支社**

〒530-0005  
大阪府大阪市北区中之島2-2-2 大阪中之島ビル  
TEL 06-4706-8282

**Tokyo Head Office**

Tsukiji Shochiku Building, 1-13-1 Tsukiji, Chuo-ku,  
Tokyo 104-0045  
Tel +81.3.5551.9885 / Fax +81.3.5551.9978

**West Japan Office**

Osaka Nakanoshima Building, 2-2-2 Nakanoshima,  
Kita-ku, Osaka-shi, Osaka 530-0005  
Tel +81.6.4706.8282