

＼ BtoB企業向け ／

# CMS比較ガイド

サービスサイト／メディアサイト編



# 目次

- 第1章 CMS基礎知識
- 第2章 CMSの選び方
  - ① Webサイトの目的・目標を設定する
  - ② 目的に適したサイトタイプを選択する
  - ③ サイトタイプに適したCMSを選択する
- 第3章 サイト運営からみるCMS選定ポイント～サービスサイト編～
- 第4章 サイト運営からみるCMS選定ポイント～メディアサイト編～
- Appendix コーポレートサイト／小規模サイト構築時のCMS選定ポイント

# 第1章 CMS基礎知識



## ・ CMSとは

CMS（コンテンツマネジメントシステム）は、Webサイトの構築を手助けし、サイト内のコンテンツを追加・更新を一元管理できるシステムです。

## ・ なぜ必要？ CMSを導入するメリット

- ① コーディングの知識がなくても自分でサイトを管理・更新できる
- ② 情報の鮮度を保ちやすい
- ③ 最低限のSEO対策済みのサイトを構築できる
- ④ スマホ向けサイトも同時に作成可能
- ⑤ サイト運用を効率化できる

▼例) ferret OneのCMSの操作画面  
見たまま編集でWebサイトが作れる



## 第2章 CMSの選び方



CMSは下記の手順で選びましょう。自社の求める成果から逆算するのがコツです。

1

Webサイトの  
**目的・目標**を  
設定する

2

目的に適した  
**サイトタイプ**を  
選択する

3

サイトタイプに適した  
**CMS**を選択する

- **目的とは**  
「閲覧数を増やす」や「お問い合わせ数を増やす」など、サイトで得たい成果のことです。
- **目標とは**  
目的を達成したかどうかを判断するための数字です。例えば「月のお問い合わせ数が5件以上」「毎月のサイトコスト20万円削減」など。大きく分けて増加と削減の2つに分類されます。
- **サイトタイプとは**  
サイトの種類のことです。叶えたい目的別に最適なサイトタイプがあり、CMS選定のポイントや必要なCMS機能が異なります。



1

Webサイトの  
**目的・目標**を  
設定する

2

目的に適した  
**サイトタイプ**を  
選択する

3

サイトタイプに適した  
**CMS**を選択する

# Webサイトの目的・目標を設定しましょう！

下記の項目を参考に貴社のWebサイトの目的・目標を設定してみてください。

## ● Webサイトの目的

- 特定の商品のブランディング
- 特定の商品の情報を伝えたい
- 顕在層を集客・リード獲得したい
- 潜在層を集客・リード獲得をしたい
- 会社の情報を伝えたい
- 会社の認知度を高めたい
- 採用を強化したい
- 採用において認知度を高めたい
- その他 ( )

## ● Webサイトの目標（増加）

- 閲覧数 ( PV )
- 来訪者数 ( UU )
- リード獲得数 ( CV )
- お問い合わせ数 ( CV → CV )  
※ 〇ヶ月以内

## ● Webサイトの目標（削減）

- 外注費 ( 円 )
- 人件費 ( 円 )
- 時間 ( 時間 )



## Webサイトの目標設定にご活用ください

Webサイトの目標設定をする場合、  
様々な指標が関係するため、算出するのが難しいと感じる方が多くいらっしゃいます。  
そこで、**売上・受注数・案件化数・商談数・リード数**  
**・サイトのセッション数（来訪者数）**のKPIが設定できるシートをご用意しております。

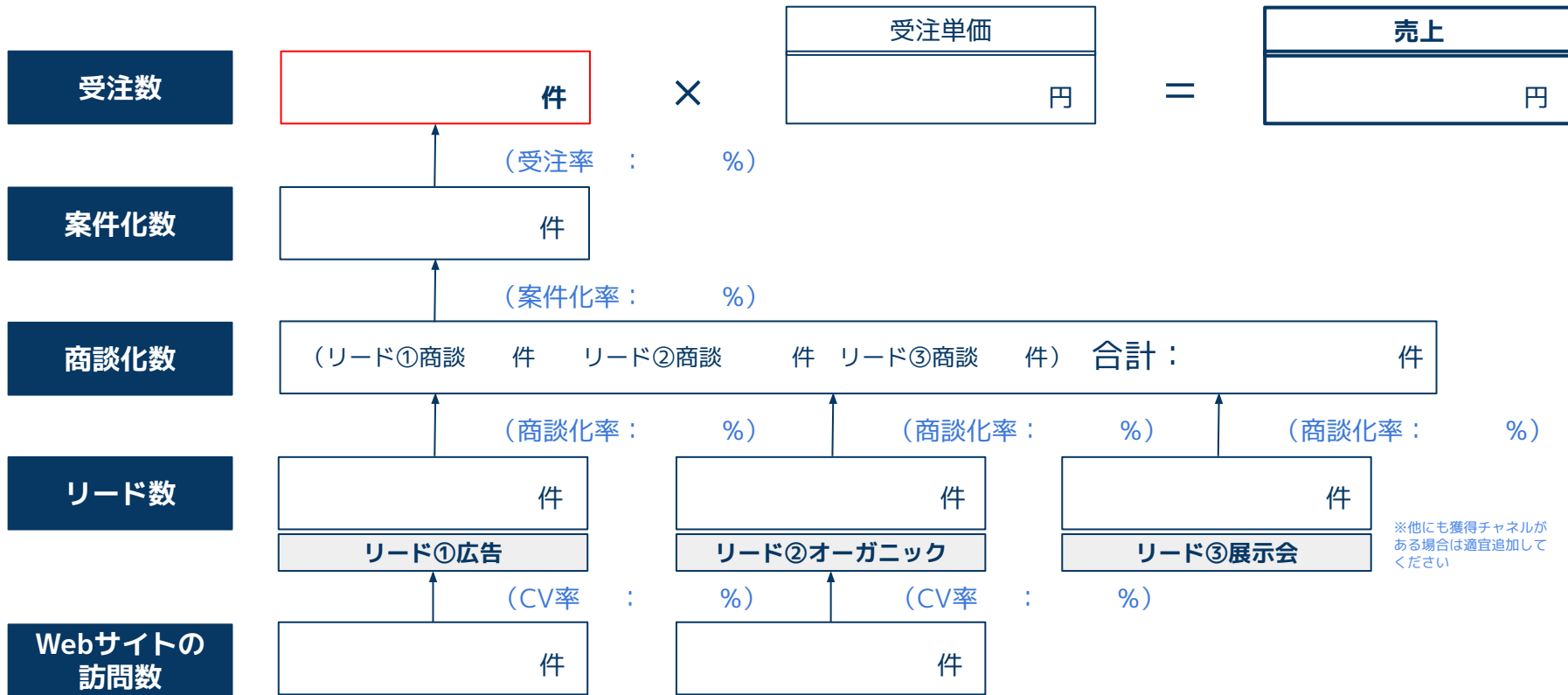
次ページのワークシートの詳しい使い方については、  
右の資料をご覧ください。

BtoBマーケティング専用  
自社のマーケティング目標を決められる  
KPI設定シート



[資料ダウンロード](#)

# 参考資料：KPI設定シート



※他にも獲得チャンネルがある場合は適宜追加してください

1

Webサイトの  
目的・目標を  
設定する

2

目的に適した  
**サイトタイプ**を  
選択する

3

サイトタイプに適した  
CMSを選択する

# 制作すべきサイトタイプを明らかにしましょう

目的によって、制作すべきサイトタイプが異なります。

先ほどのチェックリストと照らし合わせて、制作すべきサイトタイプを明らかにしましょう。

- 特定の商品のブランディング
- 特定の商品の情報を伝えたい
- 顕在層を集客・リード獲得したい

## サービスサイト

特定の商品やサービスに関する情報を掲載したサイト

- 潜在層を集客・リード獲得をしたい

## メディアサイト

ニュースやコンテンツ記事で情報発信しているサイト

- 会社の情報を伝えたい
- 会社の認知度を高めたい

## コーポレートサイト

会社や事業に関する情報を掲載したサイト

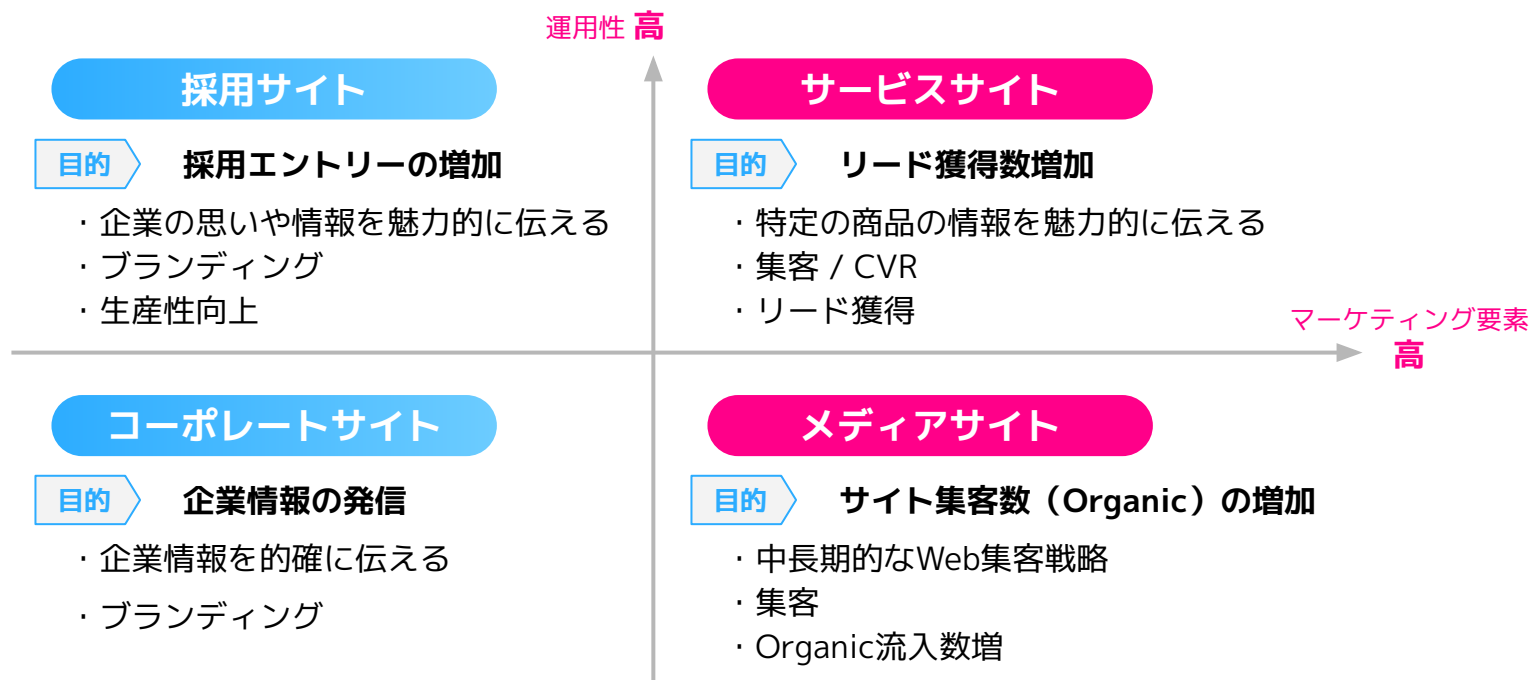
- 採用を強化したい
- 採用において認知度を高めたい

## 採用サイト

その企業の採用情報を掲載したサイト

# サイトタイプによって運用方針が異なります

サイトタイプによって運用方針も異なるため、CMSに必要な機能が異なります。  
各サイトタイプの運用方針を抑えておきましょう。



1

Webサイトの  
目的・目標を  
設定する

2

目的に適した  
サイトタイプを  
選択する

3

サイトタイプに適した  
CMSを選択する

サイトタイプが決まれば、サイトタイプに合ったCMSのベンダーを探します。同業者の評判を聞いたり、インターネットで調べてみましょう。


次ページに各CMSの比較表を掲載しておりますので、そちらもぜひ参考にしてみてください。

比較時には、最初に設定した「**目標**」を達成できそうかという観点からサポート面や費用面も見てみるといいでしょう。

## CMSの比較ポイント

- **機能の拡張性**：Webコンテンツの作成以外の用途が必要か、導入前に検討する
- **セキュリティ**：自社で対策できないなら、CMS側で担保されているものを選択する
- **サポート**：サポートの有無、電話サポートの必要性を導入前に検討する
- **費用**：初期費用、ランニング費用をどの程度掛けられるか

サイトタイプ別に構築実績の多いCMSをまとめました。比較検討する参考にしてみてください。

	構築実績が多いCMSの例		
<b>サービスサイト向き</b> 主な運用目的：リード獲得数増加		・ Wordpress	
<b>メディアサイト向き</b> 主な運用目的：サイト集客数（Organic）の増加		・ はてなブログMedia ・ Wordpress	
<b>コーポレートサイト・採用サイト向き</b> 主な運用目的：企業情報の発信 採用エントリーの増加	・ Wordpress ・ Movable Type ・ Drupal	・ NOREN ・ RCMS	・ Power CMS ・ WebRelease
<b>その他</b> （10ページ以下の小規模サイト） 主な運用目的：会社/店舗紹介、キャンペーン	・ Wordpress ・ Jimdo	・ ペライチ ・ Wix	



# CMSの機能比較表

		ferret One	WordPress	Movable Type	パライチ	Drupal	Web Release	Power CMS	RCMS	NOREN	Jimdo	Wix	BiNDup
1	CMS機能	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2	フォーム作成	○	○	○	△	△	○	○	○	○	○	○	△
3	リード管理	○	△	△	×	×	×	○	×	×	×	○	△
4	メール配信	○	△	×	△	△	×	○	○	×	×	○	△
5	ステップメール	○	△	×	△	△	×	×	×	×	×	×	×
6	アクセス解析	○	△	×	△	△	×	○	×	×	△	○	△
7	SEO順位チェック	○	×	×	×	×	×	×	×	×	○	×	×
8	ユーザー行動履歴	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
9	自動バージョンUP	○	×	△	○	×	○	×	○	△	○	○	○
10	テクニカルサポート	○	×	○	△	○	○	△	○	○	△	△	○
11	マーケティング設計	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
12	ログイン機能	×	△	△	×	○	×	△	○	○	×	○	×
13	EC機能	×	△	△	△	○	○	×	○	△	○	○	○

## △についての補足情報

### WordPress

- リード管理、メール配信、ステップメール配信、アクセス解析、ログイン機能、EC機能は、プラグインを利用することで可能

### MovableType

- リード管理は、プラグインを利用することで可能
- 問い合わせはメールのみ
- Cloud版であれば自動アップデートに対応

### Drupal

- フォーム作成はコーディング必要
- Simplenewsモジュールを利用すると、メールマガジンやステップメール配信に対応

### Power CMS

- テクニカルサポートは各代理店が行うことを想定
- ログイン機能は、Professional エディション以上を契約した人のみ利用可能

### NOREN

- バージョンを過去のものに戻すことも可能
- EC機能は外部連携ツールを利用する際に使える

### パライチ

- フォーム作成機能、メール配信機能、ステップメール機能、EC機能は、契約プランによって利用可能
- ページ作成は最大10ページまで
- テクニカルサポートは、全国200名のサポーター主催セミナーやヘルプのみ

### Jimdo

- アクセス解析は簡易的なもののみ
- 問い合わせはメールのみ

### Wix

- 問い合わせはメールのみ。DIYサービスなので、基本的に個別でのサポート等は行っていない

### BiNDup

- フォーム・メールは、連携機能「SmoothContract」を利用することで可能
- アクセス解析は、連携機能「SmoothGrow」を利用することで可

# 【参考資料】CMS機能・サポート比較一覧（各用語説明）

		説明
1	CMS機能	サイト構築・編集機能です。HTML等の専門知識が無くても、効率的にサイトを更新・情報発信することができます。更新できる自由度は各ツールによって異なります。
2	フォーム作成	資料請求などをしてもらうためのフォームを作成する機能です。必須項目・任意項目の切り替え、サンプル文の挿入などを行い、ユーザーの入力負担を減らします。
3	リード管理	問い合わせや資料請求をしたユーザーのデータの管理を行います。 問い合わせ内容のニーズを確認し、想定しているペルソナを獲得できているかを検証しながら、サイトのキャッチコピーやコンテンツの内容を改善します。
4	メール配信	主にメールマガジンを配信する機能です。定期的なコンテンツや、新着情報や期間限定キャンペーン等最新の情報をユーザーに届けることができます。
5	ステップメール	ユーザーのアクションをきっかけに送る複数のメールです。 (例) 資料請求をしたユーザー3日間ステップメールを送る場合は、【1日目】資料請求御礼メール、【2日目】関係記事送付、【3日目】商品情報送付。
6	アクセス解析	webサイトにアクセスしてきたユーザーの属性や行動を分析する機能です。 (例) ユーザーはどこから来たのか、どのページを見たのか等の数値を解析します。アクセス解析をすることで施策の効果測定を行います。
7	SEO順位チェック	狙いたいキーワードを登録すると、自社サイトの順位や他社のサイト一覧（検索上位10サイト）を、定期的に計測することができる機能です。 順位が低い場合は、コンテンツのリライト等改善に取り組む必要があります。
8	ユーザー行動履歴	1人1人のユーザーがどのページをどれくらい見ていたのかを明らかにする機能です。 ユーザーの興味関心を推測しやすく、次のコンテンツの内容のヒントにすることができます。
9	自動バージョンUP	定期的な機能のバージョンアップデートを手動で行うのか、自動で切り替わるのかどうかを指します。
10	テクニカルサポート	カスタマーサポートデスクの対応の有無です。無い場合は、都度ヘルプページを確認する工数やリサーチをする工数がかかります。
11	マーケ施策設計	「誰に/何を/どのように決めるのか」というマーケティングの基本方針に基づき、取り組むべきwebマーケティングの施策を設計します。
12	ログイン機能	IDとパスワードを設定し、ユーザー認証を行う機能です。特定の人だけにのみ情報を開示したいときに使います。
13	EC機能	web上で決済できる仕組みです。都度営業担当がやりとりをせずに発注してもらえるので、受注業務効率化をすることができます。

# 第3章 サイト運営からみる CMS選定ポイント

## ～サービスサイト編～



# サービスサイトで求められるサイト運営とは

サービスサイトとは、特定の商品やサービスに関する情報を掲載したサイトを指します。

サービスサイトの目的は、**リード獲得と育成**、主なKPIは、**新規リード獲得数、問い合わせ数**です。

そのためサイト運営では、顧客により自社サービスを魅力的に感じてもらうために、キャッチコピーの改善や導入事例の追加、CVへの導線改善など、**常に改善が求められるのです。**

## サービスサイトで求められるサイト運営

**マーケティングの知識と  
スピーディーなサイト更新ができるCMS**が必要となる



### サイトに必要な情報

- ・ サービス/製品紹介
- ・ 選ばれる理由
- ・ 導入事例
- ・ 料金
- ・ セミナー/ブログ
- ・ よくある質問
- ・ 資料ダウンロードページ
- ・ ニュース
- ・ 会社概要

メディアサイトの  
実績が豊富なCMS

ferret One  
フェレットワン

・ Wordpress

実はCMSのベンダーはツール提供だけでなく、マーケティング支援などサイト運営に関するサービスを提供する企業も多くあります。



## ① 操作性

サービスサイトでは、キャッチコピーのブラッシュアップや導線の改善などをスピーディに行うことが重要です。CMSの操作感が直感的かどうかを必ず確認しましょう。ポイントは、**自社で更新できるかどうか**です。使いこなせず、外注が発生しては時間とお金のコストがかかって、運営に支障でてしまいます。

## ② 外部連携

リード育成～顧客管理までを一気通貫で管理できるよう、**導入済みのMAやSFAと連携できる**かも要チェックです。

## ② マーケティング支援の有無

やるべき施策が明確になっていなければ、どんなに優れたCMSがあっても、運用は滞ってしまいます。自社にマーケティングの知識がある社員がいない場合は、**マーケティング施策の相談も可能か**確認することをおすすめします。

# 第4章 サイト運営からみる CMS選定ポイント

## ～メディアサイト編～



# メディアサイトで求められるサイト運営とは

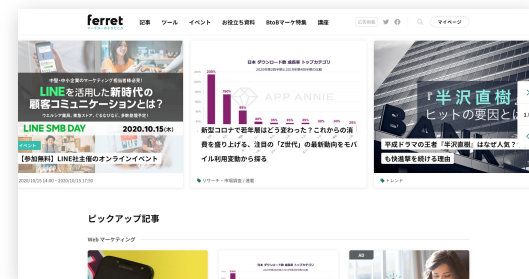
メディアサイトとは、ニュースやコンテンツ記事で情報発信しているサイトを指します。最近では、サービスサイトの中に企業ブログを設置する形も増えています。

メディアサイトの目的は**中長期的な集客やリード獲得・育成**、主なKPIは**PV数、訪問者数、リード数、新規会員登録者数**です。

メディア運営では、**記事を作り続けるリソース**が不可欠です。集客のためには、検索上位に表示させるための**SEOの知識**も必要です。

## サービスサイトで求められるサイト運営

**SEOを考慮した記事制作を続けるリソースと  
ブログ機能のあるCMS**が必要となる



### サイトに必要な情報

- ・ ノウハウ
- ・ インタビュー
- ・ イベントレポート
- ・ 最近のトレンド
- ・ 用語解説

メディアサイトの  
実績が豊富なCMS

ferret One  
フェレットワン

- ・ はてなブログCMS
- ・ Wordpress

## ① 操作性

テキストの編集機能だけでなく、目次作成機能や関連記事の表示機能などの機能があると効率的にコンテンツを追加していくことができます。

また、執筆したページのパフォーマンスを検証するため、アクセス解析機能もあると便利です。

## ② 記事制作の代行の有無

記事制作のリソースが足りない場合は、立ち上げ時に記事も合わせて納品可能か確認してみましょう。

## ③ SEO関連サービスの有無

SEOの知識に不安がある場合は、キーワード選定や記事の順位をについて分析してくれるSEOコンサルにサポートを頼るといいでしょう。SEOについてのサポートが可能か確認することをおすすめします。



Appendix  
コーポレートサイト／小規模サイト  
構築時のCMS選定ポイント



## ・コーポレートサイトとは

コーポレートサイトの目的は、**会社紹介や事業紹介**です。企業の基本的な情報を掲載し、自社のことを知ってもらう、いわば「会社の顔」となる存在です。

取引先の企業だけでなく、**株主、就職希望者、パートナー企業などさまざまな人が閲覧する**可能性があるため、集客よりも「だれが見ても・会社情報を正しく伝わること」が求められます。そのため、お知らせやIR情報など、会社に関わる情報を**最新状態で維持できる**かが重要です。

また多くの場合、コーポレート部門の広報や総務が運営を担います。わかりやすいKPIが無いと言われることが多いですが、例として、採用申込者数やリリースページの閲覧数、IR資料ダウンロード数などが考えられます。



### 必要な情報

- ・ 企業情報
- ・ 事業内容
- ・ 採用情報
- ・ IR情報
- ・ CSR情報
- ・ お知らせ（プレスリリース）
- ・ お問い合わせ

## コーポレートサイトの 実績が豊富なCMS

- ・ Wordpress
- ・ Movable Type
- ・ NOREN
- ・ RCMS
- ・ Power CMS
- ・ WebRelease
- ・ Drupal

## ・コーポレートサイトのCMS選定のポイント

### ① 操作性

プレスリリースの更新や、会社情報などの情報を常に最新の情報にするため、最低限のテキスト編集・画像挿入ができることが必要です。実際に各CMSのデモ画面をみて、「これなら自分でも使いやすそう」と思えるものを選びましょう。ただし積極的な集客やサイト改善は必要ないので、**サイト編集のカスタム性にこだわる必要はありません。**

### ② 必要な機能の有無

・ CSR情報やIR情報も含めた大規模サイト運用の場合には、サイトのコンテンツを効率的に管理できる、**データベース機能**が便利です。また、国外との取引がある場合には、**翻訳機能**を実装するかも確認しましょう。

## 小規模サイトの 実績が豊富なCMS

- ・ Jimdo
- ・ Wix
- ・ ペライチ
- ・ BiNDup
- ・ Wordpress

## ・ 用途

これらは、無料～低価格帯（月額3,000円まで）のCMSです。**コストを抑えて、テンプレートを用いて手軽にサイト構築**をすることに長けています。一方で、作成ページ数や機能面での制限があるため、簡易的なコーポレートサイトやキャンペーンサイト、LPなど、小規模なサイトで利用するのがいいでしょう。

## ・ CMS選定のポイント

いずれも無料トライアルを利用できるため、まずは管理画面で操作性を確認することがオススメです。**基本的には独学で構築することになる**ため、ヘルプページの充実度合いも要チェックです。

# 当社サービス 「ferret」のご紹介

BtoBマーケティングでお困りでしたら  
お気軽にご相談ください



## BtoBマーケティングに特化した支援サービスです

BtoBマーケティングに必要な機能が全て揃ったマーケティングツールと  
BtoBマーケティングコンサルティングを提供しております

ツール

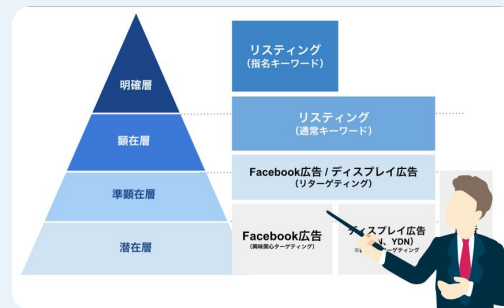


**ferret One**  
フェレット・ワン

**ferret**  
BtoBマーケするなら



コンサル・代行支援

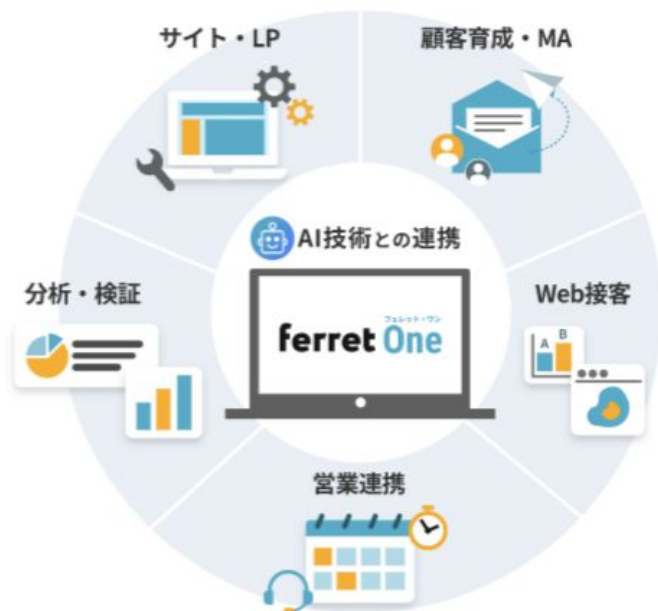


**ferret SOL**  
フェレット・ソリューション

# ツール「ferret One」のご紹介

BtoBマーケをもっと簡単に

**ferret One**  
フェレット・ワン



BtoBマーケティングに必要な機能を  
まるっとそろえたマーケティングツール

## 主な機能

### CMS機能

見たまま簡単にWebサイトが更新  
できる

### LP機能

LP改善と量産が自社でサクサク

### セミナー機能

作業工数の多いセミナー運営から振り  
返りまでの業務を圧倒的に効率化

### MA機能

複雑な設定なしで簡単に始められ  
る。商談が増える！

どの機能もやっていることは高度なことなのに、操作は簡単。  
誰でもやりたい施策がすぐできる。だから生産性向上が実現できます。

## 学習コストと業務負荷が低い、見たまま編集のノーコードCMS



▶ 上記画面をクリックすると動画が流れます

ferret One は他CMSツールよりも、圧倒的な使い心地の良さで選ばれています

まるでパワーポイントを触るかのような感覚でページを制作することができ、見出し、ボタン、テキスト、画像等で簡単組み合わせ、背景画像や背景色の設定、余白調整、カラム調整、フォーム作成も直感的操作にて行っていただけます

レスポンス対応をしているので制作したWebサイトが閲覧するデバイスに合わせて自動的に変換されます  
また、スマホ表示のみの調整も可能です

ブログ

資料ダウンロード

コンテンツ作成アシスト

フォーム

オートメーションメール

分析・行動履歴



BtoBマーケをどこからでも支援

## ferret SOL

フェレット・ソリューション

マーケティング戦略のご相談からコンテンツの作成代行まで、大小様々なご依頼ができます。

### BtoBマーケコンサル

プロが一通貫で伴走します

- ・ サイト訴求設計
- ・ マーケ戦略設計
- ・ 毎月の伴走支援



### サイト・LP制作支援

運用しやすいサイトを納品

WebサイトやLP制作を  
要件定義からワイヤーフレーム  
デザイン・構築まで



### コンテンツ制作支援

制作代行でリソースを補完

- ・ SEO記事
- ・ 事例インタビュー記事
- ・ ホワイトペーパー・資料
- ・ 動画コンテンツ制作



### 広告運用代行

バナー制作やコンサルティングも

- ・ 広告運用代行
- ・ 広告クリエイティブ制作
- ・ LPOコンサルティング



### 広報コンサルティング

認知施策で受注効率をアップ

- ・ 広報基礎・発掘研修
- ・ メディアアプローチ研修
- ・ メディア関係者紹介



### マーケ作業代行

リソース提供で実行力を加速

マーケティング施策を実行する際に  
発生する作業を弊社スタッフが  
代行する支援サービスです。



## basic



社名	株式会社ベーシック
創業	2004年3月
事業内容	SaaS・メディア
代表者	秋山 勝
従業員数	154名（2024年5月末現在）
所在地	東京都千代田区一番町17-6 一番町MSビル 2F
株主	創業者 One Capital株式会社 i-nest capital株式会社 株式会社博報堂D Yベンチャーズ デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 トランスコスモス株式会社 りそなキャピタル株式会社 みずほキャピタル株式会社 SMBCベンチャーキャピタル 株式会社R SQUARED

# ferret

BtoB マーケするなら



資料をダウンロードする



無料デモを体験する

