

【 DevRel/Tokyo #89 ～テックブログ運営～ 】

エンジニアブログ立ち上げからの3年とこれから

2024年2月7日

SCSK株式会社 木澤 朋隆



DevRel/T+kyo

■ 自己紹介



名前 : 木澤 朋隆 (きざわ ともたか)

所属 : SCSK株式会社

担当業務: ① AWSアーキテクト
② マーケティング施策の企画・運営・登壇
③ 社内エンジニアへの支援活動(情報提供など)



第4740号



■ 本日の主旨

- SCSKでは主にクラウド関連を扱うエンジニアブログ「TechHarmony」を2021/3より公開しています。本日はエンジニアブログ立ち上げの背景とその後の運営について触れたいと思います。



The screenshot shows the TechHarmony website interface. At the top, the logo "TECHHARMONY" is displayed in a colorful, pixelated font, followed by "PRESENTED BY SCSK". Below the logo is a navigation menu with items: "クラウド", "ソリューション", "プロダクト", "イベント情報", and "TechHarmonyについて". The main content area features three article cards:

- Article 1:** "NLB アクセスログを CloudWatch Logs に JSON 形式で自動転送する [AWS Lambda+ Amazon S3 +Amazon CloudWatch + Elastic Load Balancing +Amazon Elastic Compute Cloud + AWS CloudFormation]". It includes icons for AWS services like Elastic Load Balancing, Amazon EC2, Amazon S3, Amazon CloudWatch, AWS Lambda, and AWS CloudFormation. The text describes how to automatically transfer NLB access logs to CloudWatch Logs in JSON format. A date stamp "© 2024.02.07" is visible.
- Article 2:** "世界初SASEベースのXDRについて". It features the "CATO NETWORKS" logo. The text discusses the world's first SASE-based XDR and mentions a security analyst's focus. A date stamp "© 2024.02.07" is visible.
- Article 3:** "これさえやれば受かる！～Terraform Associate認定試験に合格するには～". It features the "Terraform CERTIFIED ASSOCIATE" logo. The text introduces points for passing the Terraform Associate certification exam. A date stamp "© 2024.02.07" is visible.

On the right side of the website, there is a promotional banner for "SCSK Google Cloud" with the text "データ活用に強い". Below it, there is an "イベント情報" section for "SCSK SASE Solution Summit S4", which is scheduled for February 15, 2024, from 10:00 to 17:00. The banner includes logos for Cato Networks, Netskope, Prisma, and Cisco, and mentions that it will feature 4 main products.



エンジニアブログ立ち上げの経緯

■ TechHarmony立ち上げの経緯

ビジネス上の課題

- クラウド業界における当社の認知度が低い
初期から取り組んでいる「古参」にも関わらず認知されていない。
- 顧客への情報提供手段に関する課題
公式情報では不足する際に、他社様ブログを紹介することがあった。

外部トレンド

- クラウドのコモディティ化
クラウド利用が当然となり、あらゆる技術要素と絡む。
- クラウド技術のオープン化
ノウハウとして溜め込むよりもオープンに発信する。
- ユーザー選択行動の変化
口コミや検索結果により得た情報が選択に影響する。

エンジニアブログ立ち上げの目的

- 積極的な情報発信による企業/ブランドイメージの向上、信頼感醸成による案件獲得
仕事をSCSKに任せても安心であることをアピール
- 発信することによる高度エンジニアの育成
エンジニアが自ら発信する活動を通じて、知識の整理を行いスキルアップを目指す

■ 既存サイトの相乗りの検討

- 既存のエンジニアブログサイトとの相乗りの検討したが、運営方針の違いから断念。新規立ち上げを決定。

既存のサイト

高い技術力をアピールすることによる
企業イメージ向上、優秀な人材の獲得が目的。

レビューはしっかり行う。
発信には一定の工数・時間が掛かる。

現場とは乖離が生じることが多い
「自分も発信するしようかな」との意識はならない

私の考えたコンセプト

露出を増やすことによって知名度向上や
リード獲得に繋げることが目的。

寄稿数を増やすため、広く寄稿者を募集する
こと、また寄稿への心理的障壁を下げたい。

結果として記事のレベルは玉石混合

■ サイトの立ち上げ

■ 企画(書)の作成

- ◆ 企画は事前に上長(部長クラス)と共有していたため順調に承認
(自社が扱う商材が多いため、Webサイトの立ち上げは比較的難しくない)

■ ブランドネーム、ロゴの作成

- ◆ ブランドネームは社内に広く公募し選定
- ◆ ブランドロゴ(サイトアイコン)はクラウドソーシングを利用

■ プラットフォームの構築

- ◆ 私個人の経験・実績を踏まえ、WordPressを採用
- ◆ クラウドでのサイト構築は専門なので私の片手間で。。。

立ち上げ後のコンテンツ集めと工夫

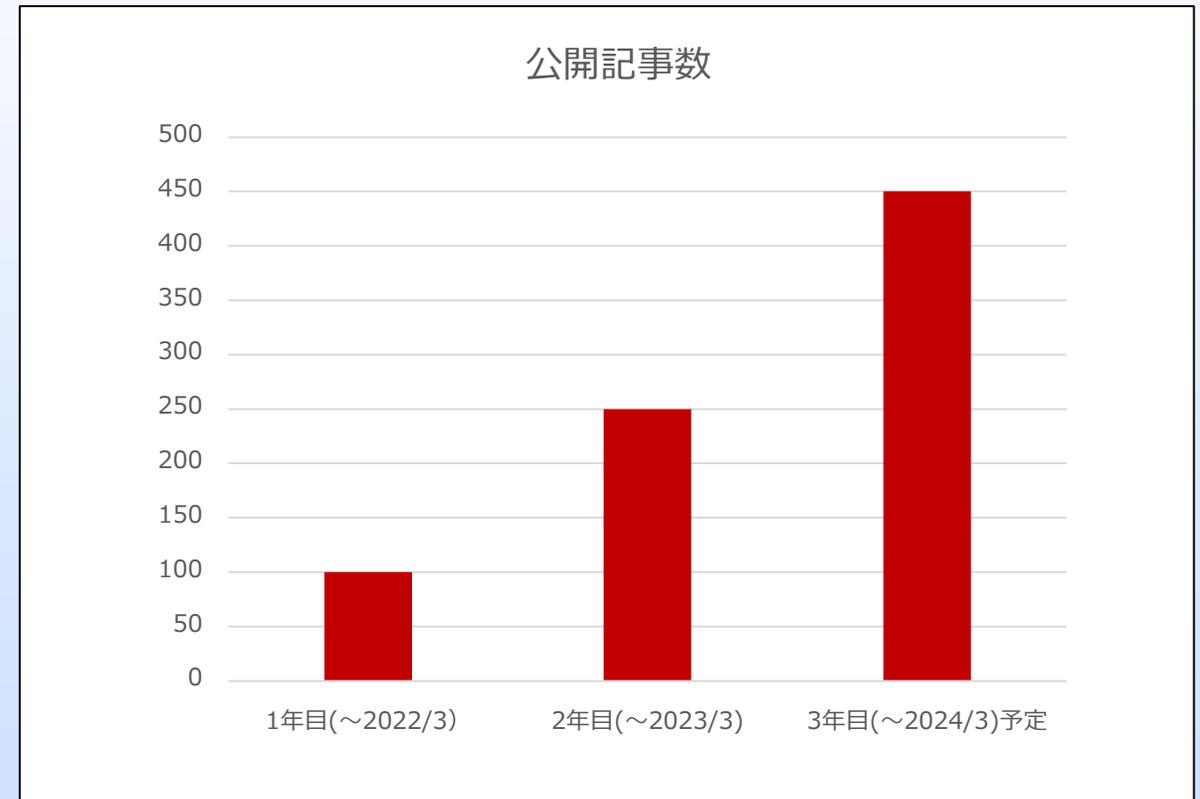
■ 寄稿(者)を集める工夫

- あくまで現場の1部署で立ちあげたサイトのため、寄稿者集めには限界が…
(他部署への働きかけはできても、依頼はできない)

- それでもステージに応じて工夫して徐々に寄稿者、記事数は順調に増えています。

- ◆ 1年目 100記事
- ◆ 2年目 250記事
- ◆ 3年目 450記事(予定)

- 寄稿登録者も100名over



■ 初年度(～2022/3)

■ (公開前) 初期コンテンツ集め

- ◆ 部署内に働きかけ、30記事ほど集める。
- ◆ 但し、それ以上の未公開記事を抱えることに…
(記事公開によるリスク>メリット? 公開への心理的ハードルが高くなってしまった。)

■ 初年度の工夫

- ◆ **社内コミュニティ(勉強会運営)を通じた社内人脈に頼り寄稿を依頼**
(コミュニティに理解がある人はアウトプットへの障壁が低いことを利用)
- ◆ それでも投稿数のバラツキがあり、記事数には毎月ヒヤヒヤ。

■ 2年目(～2023/3)

■ 数名の豪腕エンジニア(近い部署)が寄稿者に参画

- ◆ AWSやGoogle CloudのTop Engineerを目指すメンバーにはメリットあり。
- ◆ 多数の記事を寄稿いただくことで、PVも大幅増を達成。
(記事数は1年で100⇒250、PVは1年で4倍増)

■ 社内向けの説明会を実施

- ◆ 直ぐには効果が出なかったが、この時の資料・登壇動画(オンデマンド視聴可能)は新規寄稿登録者へのガイドとして有効活用できた。





DevPal Tokyo



TECHHARMONY

■ 説明会から抜粋

ブログ記事を執筆することによるメリット



会社/業務としてのメリット

- 積極的な情報発信による企業/ブランドイメージ向上
- 商材等の認知度向上、それによるリード・案件獲得（の可能性）
- お客様に技術情報を伝えるときに自社ブログを引用できる

ご自身のメリット

- 自分の頭の中の知識の整理をし、調べて理解するきっかけとなる
- 発信した内容を社外にアピールできる
- 記事が社外で評価されることで、コミュニティ形成の一助となる（名刺代わりに）

発信する習慣を身につけるためには
どちらも重要と考える

エンジニアブログの”ネタ”の考え方

⇒ 将来の自分への備忘録と考え、気楽に捉える

一般的なブログのカテゴリ

- 「やってみた」
~~する方法
- (新)サービス機能の解説・紹介
~~とは
- 勉強会・イベントのレポート
- 資格取得で勉強した内容のまとめ

当社ならではの挑戦

- 問題解決の経緯まとめ
- お客様の要望をどう実現したか
- 他商材との組み合わせ

よくある反応



ビギナーだしブログに書く話題なんて無いですよ

- 自分なりの目線で語る事が大事
⇒ 同様の境遇の「誰かしら」への助けになれば、それでOKと考える
- 「かけだし」で頑張っている姿を語ることで、共感を得ることも可能

エンジニアブログの「よくある」段落構成



① 挨拶
記事の主旨紹介

② 概要
(構成図があるとよりベター)

③ 詳細な手順等

④ まとめ

以下を説明することで、読者に記事のレベルや内容をイメージしてもらおう。
• 自分の属性
• どのカテゴリの記事なのか。
⇒ 読者の想像と違った場合は早期離脱を可能とする

最後に伝えたいメッセージ・案内を記す。

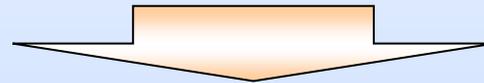
■ 3年目(～2024/3)

■ クラウド周辺商材(部署)からの寄稿が増える

- ◆ 自前でメディアを運営するよりも、TechHarmonyに相乗りした方がメリットがあると周辺部署への理解が進む

■ 新人社員育成への活用

- ◆ 新人が社内文化に染まる前に「アウトプットする習慣を身につける」活動
- ◆ AWS Jr. Champions表彰制度が良い影響



現在では、ほぼ毎日のように記事が発信される状況に

■ アドベントカレンダー初開催

■ 2023年に初開催

■ 募集+声掛けであつという間に
12/1~25の記事埋まる。

(初年度の寄稿集めの苦労を振り返ると泣けてきました)

■ アドベントカレンダー企画により
「アウトプットしやすくなった」とのコメントあり。



TechHarmonyでは、12月1日から25日までの期間、各日にブログを公開します。
様々な技術トピックに関する記事を公開し、多くの読者に楽しんでいただけるコンテンツを提供します。
是非、TechHarmonyブログを訪れて、アドベントカレンダーの記事をお楽しみください！

記事公開後、カレンダー内の記事タイトルをクリックしていただくことで記事を読むことができます。

2023年12月						
日	月	火	水	木	金	土
					1 PartyRockに料理レシピを提案してもらった	2 Google Cloud Next Tokyo '23に参加してみた
3 Amazon CloudFrontのカスタムエラーレスポンスを使用したエラーページ設定	4 Datadog API を使って Amazon EC2 インスタンスのリソースデータを取得してみる	5 自動で Amazon API Gateway REST API 定義ファイルのバックアップを取得してみた	6 Amazon EC2 インスタンス停止をいち早く通知メールでお知らせ！	7 生成AI初心者が Amazon Bedrockの Knowledge baseを使ってRAGを試してみた	8 【入門】プライベートサブネットの Amazon EC2 インスタンスにセッションマネージャ経由でアクセスする	9 Amazon Linux 2023 が AWS CloudShell に来たよ！ さっそく探検してみよう
10 Amazon VPC エンドポイントについて整理してみる	11 CatoクラウドのPoC (Proof of Concept) について	12 WANをCatoクラウドに移行するには？	13 Cato クラウド Always-On の新機能を徹底解説！ ～ 2023.11のアップデートについて～	14 CatoクラウドでLANセグメント間通信を制御する	15 Catoクラウドトラブルシューティング～Catoクラウドが繋がらないお悩みの方へ～	16 【12/5開催】Catoクラウドデモセミナー～Catoクラウドの主要機能を2時間で網羅～開催レポート
17 ソフトウェアエンジニアから見た Cato クラウド	18 AWSで快適にコーディングをしたいのです。	19 AWSをZabbixで監視してみた Part2	20 Google Cloud Generative AI Summit Osakaに参加してみた！	21 Amazon QuickSight Assets As Code (AAC) でダッシュボード作成やってみた！	22 USIZEってなに？～新人目線でまとめてみた～	23 学習用に AWS Amplify で MUI 公式 React サンプルアプリを立ち上げる
24 AWS Network Firewallについて学んでみた！	25 Amazon Bedrock(Titan Textモデル)でAWSブログを要約して通知する	26	27	28	29	30

今後



■ 今後やりたいこと

サイトとしての成熟

- 記事カテゴリの再編(済)
- 特集企画の実施、サイト内の回遊を増やす取り組み
- 商材ごと/特集ごとに整理しわかりやすいレイアウトへの変更

マーケティング連携

- マーケティング施策との連携/効果の可視化
- SNSの活用開始 (トリプルメディア)

評価制度への反映

- アウトプットや外部表彰が社内での評価に繋がるよう、評価制度への組み入れ

■ ありがとうございます。

競合が多い分野ではありますが…

当社なりのペースで
今後も取り組んでいければと思います。

