

2023/10/20

ウェブメディア制作を 支えるtech組織作りと AWS活用事例

小規模・草の根チームからの内製開発

KODANSHAtech合同会社 長尾洋一郎



KODANSHAtech

ウェブメディア制作 を支えるtech組織作 りとAWS活用事例

KODANSHAtech LLC. 長尾洋一郎

2023/10/20

- 01 WEBメディアを支える内製チーム作りの歴史
- 02 「仲間」としての内製チームがなぜ必要か？
- 03 草の根メディア内製チームの技術選定ポイント
- 04 構成実例紹介: with digitalの場合



ABOUT ME

- Yoichiro Nagao 長尾 洋一郎
- General Manager, KODANSHAtech LLC.
- 株式会社講談社第一事業本部事業戦略チーム長
- 大学で数学を学んだのち講談社入社。
- 文芸局（当時）で小説の単行本編集を経験したあと、週刊現代編集部へ。
- 雑誌ジャーナリズムの現場で硬軟多様なテーマを取材。2017年、現代ビジネス編集チームに異動、ウェブメディアに関わる。
- 2018年、社内エンジニアリング集団・事業戦略チーム（通称「techチーム」）発足。
- 2019年、チームの法人化を提案、KODANSHAtech 合同会社旗揚げ。



ウェブメディアを支える 内製チーム作りの歴史

現代ビジネスが月間1億PVを目指していた2017年頃、「記事量産以外にウェブメディア成長の方法はないのか」と模索するなかで、みずからUXを設計する内製技術チームを持つ動きがはじまる。

はじめは、会社公認でもなく、現場発で動き出した有志＝草の根にすぎなかった。

2018年、会社のチームとして正式に位置付けられ、FRIDAYデジタルを完全内製化。

この頃は、フロント2名、フルスタック1名、バックエンド1名程度のチーム。その体制で、4か月ほどでメジャーブランドのメディアを作っていた。

☞ 後述の技術選定に影響。



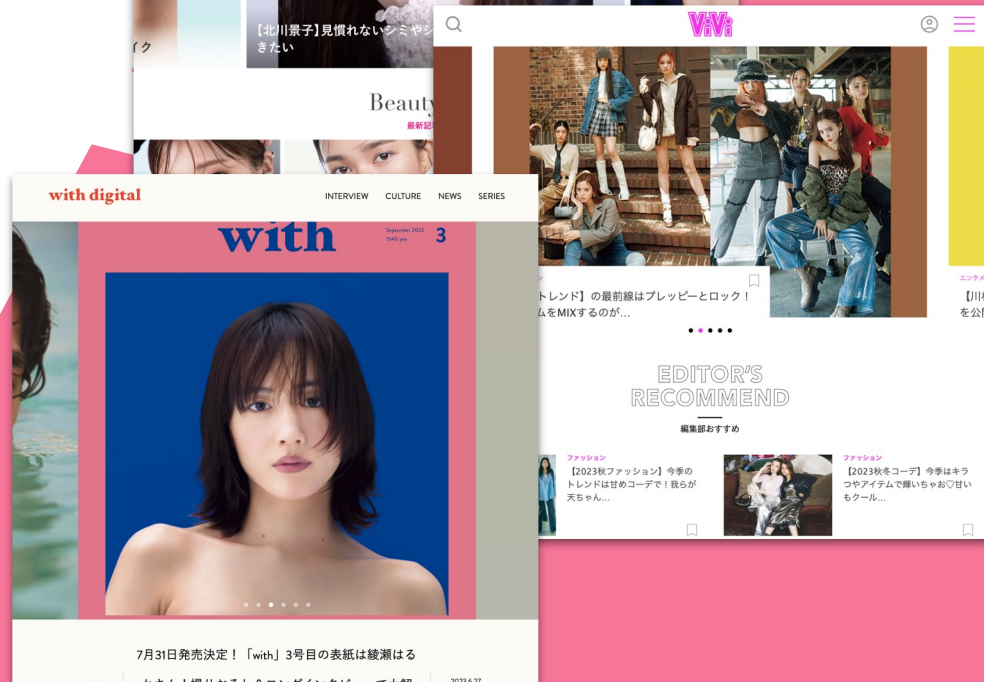
古きよき出版カルチャーの 枠を超えて

本来は「男性ジャーナリズム誌」の部署から自然発生した草の根チームだったが、やがて新規事業や女性誌系メディアも扱うことに。

2023年までに、VOCE、ViVi、with digital、FRaUなども担当。

クラウドファンディングサービス「ブルーバックスアウトリーチ」なども開発・運営。

さらにウェブメディア向けのコミックリーダーや特典動画配信サービスなど、多分野の開発を手がけるように。



「仲間」としての 内製化チームがなぜ必要か？

もちろん、非技術の企業にとっては、開発の専門的知見や新技術商材を持つ外部ベンダーとの協業は必須。

一方で技術を「縁遠いもの」「自分とは関係ないもの」と規定したままで事業を行っていくことは、少なくともコンテンツビジネス＝情報を届ける産業においては、みずからビジネスに「限界」を作ることには他ならない。

そこには「発注・受注」の関係性ではない、「仲間」としての専門家が必要。

発注・受注の関係のデメリットとは...

- 発注側に知見が貯まらず、的外れ・思いつきによる指示を繰り返す。
- 上記により、全般的に開発方針やその後の運用体制構築を丸投げしてしまう。
- サービスの継続運用のフェーズで、発注元の参加意識の低さがアダになり、継続改善が行えない。
- 全体の開発進行と関係ないタイミングで「ただやりたいことを投げるだけ」となり、それが早期に実現できないフラストレーションから協業先を変えるなど不毛なコミュニケーションサイクルに陥る。
- 受注側も「仕事」として参加する形になるので、不毛な発注に対しても「はいはい」と反発せずに受けれてくってしまう場面がある。結果、サービスにとってベストな選択が行われない。

「仲間」作りは二正面作戦

非技術の組織で、技術者集団を「仲間」と置くためには、双方をつなぐ立場の人間が、その趣旨を唱えつづけるしかない。

我々の場合は非技術側のリーダー（私）が起点となったので、

- みずから手を動かして技術的な話題を吸収し、技術側との目線を揃えていく。
- エンジニアのカルチャーを知り、尊重しながらチームを作っていく。

といったことを意識しながら取り組んでいきました。

非技術側の「編集者」たちに対しては...

エンジニアカルチャーとズレのある話が出てきたときには、意識的に「開発者はそのように考えないのです。それは～」という説明をしつづける。

丸投げ的・過剰に支配的な依頼には「我々はそのような形では動きません」とハッキリ答える。



技術側の「開発者」たちに対しては...

出版社で大切にされてきた価値観や伝統的な仕組みについて「理由」「歴史」を語る機会を意図的に多く持つ。

編集部を絶対視せず、押し戻しの意見を出していいのだということを繰り返し表明する。

草の根メディア内製チーム の技術選定ポイントとは？

前述の通り、そもそもが POINT1: 小規模なチーム だった。

ウェブメディアは「ユーザーが記事を閲覧するフロントが華」「バックエンドの複雑性は高くない」。

☞ チームの技術スタック的にも、当初はかなり POINT2: フロント技術偏重体制 だった。

∴ 自然、 POINT3: インフラではなるべく楽をしたい。

☞ そこでNetlifyなど、デプロイの容易なサービスの利用も検討したが、「トラフィックだけはやたらと多く、リード偏重」（SSRは、ほぼ必須）といった POINT4: メジャーメディアの特性 にぶつかる。

☞ カスタマイズ性が低い、コストが見合わない、といったデメリットが大きく、Netlify等の利用は断念。

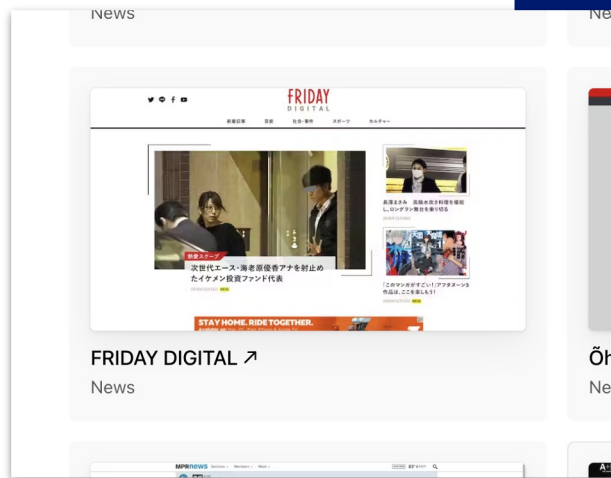
.....じゃあ、どうする!?

草の根チョイス1: 「Next.js推し」で行く

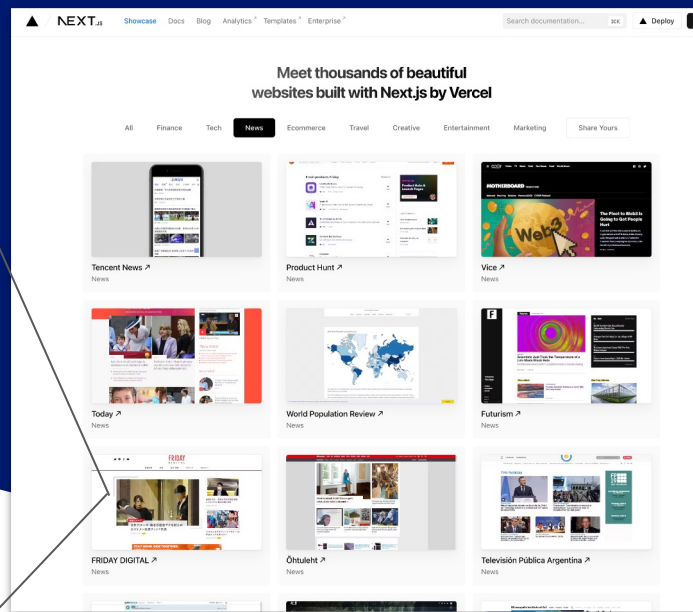
フロント技術をServerSideにも応用できるため。

いまとなっては普及しているが、2017~2018年頃の日本で、メジャーブランドのプロダクトをNext.jsで作っているところは、ほとんどなかった。

今でもNext.js公式の
Showcase > Newsで
FRIDAYデジタルが割
と上のほうに載ってい
ます (笑)



NEXT.JS



草の根チョイス2: AWS ElasticBeanstalkの Docker Runtimeを活用

メリット1:スケールアウトや監視設定が自動的に構成される。

メリット2: EC2サーバを直接いじれる=カスタマイズ性が高い。

他のサービスで実現できなかった、

「インフラ構築が簡単」かつ「カスタマイズ性は十分に高い」

という条件にうまくハマるPaaSだった。



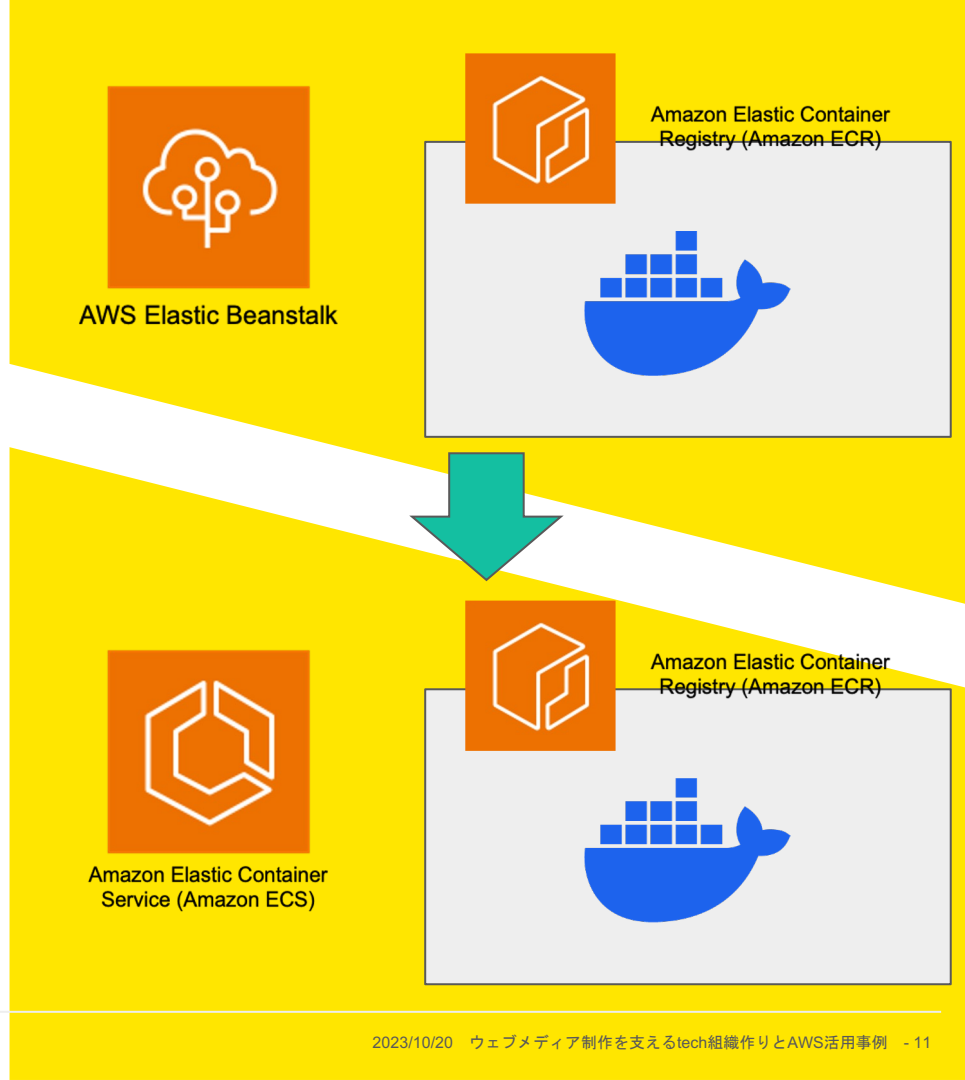
それから6年.....

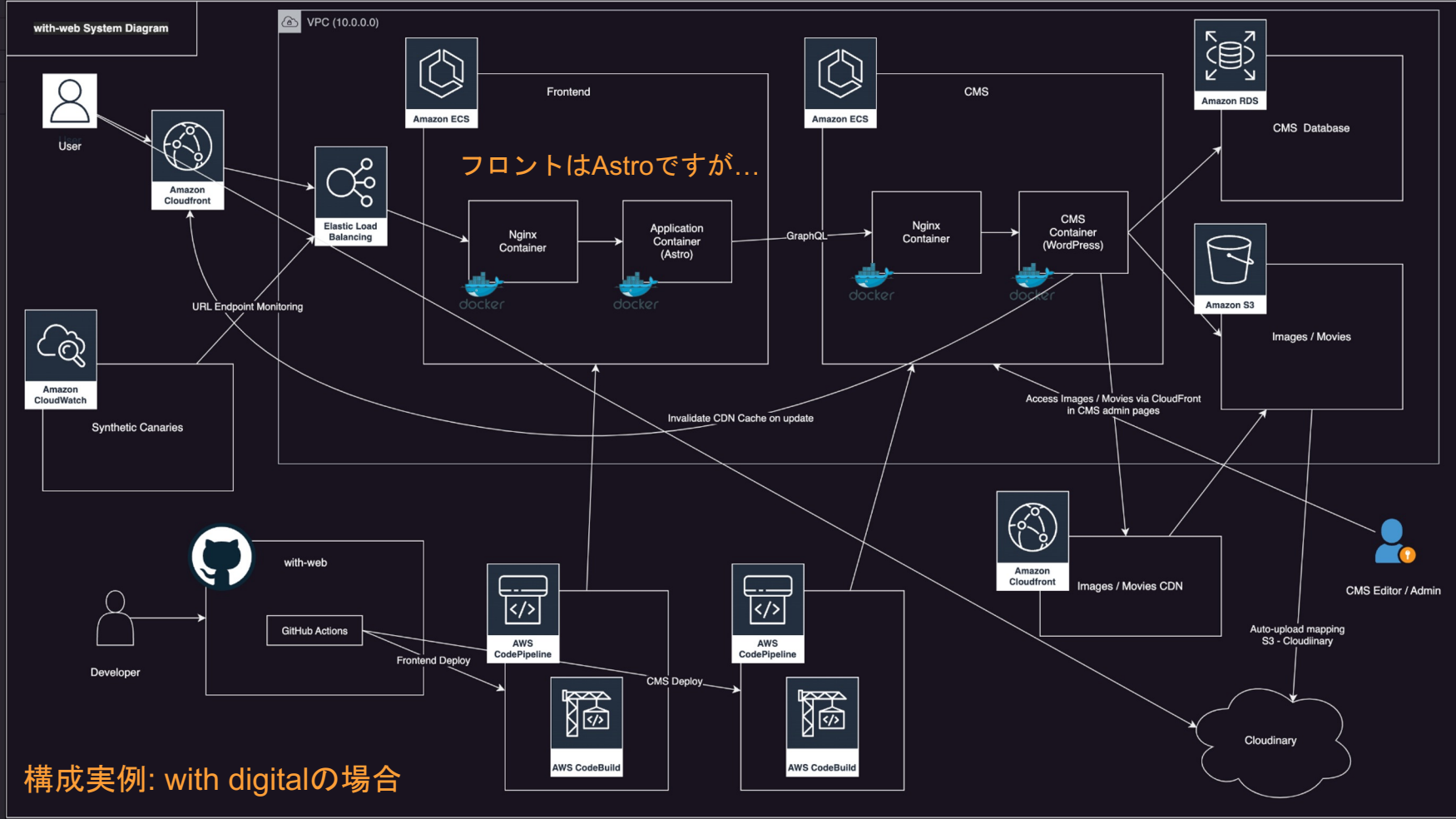
KODANSHAtech社は25名を超える規模に。フリーランスエンジニアを加えた「techチーム」は総勢40名弱。

☞ コミットするメディアも増えるなか、より可用性・保守性の高い仕組みが求められるように。

Elastic Beanstalk から ECS に切り替え。

☞ Docker image を ECR に置いていたので、スムーズな移行が可能だった。





構成実例: with digitalの場合

まとめ: 草の根からでも内製できる チーム開発のポイント

- 自分たちの「強み」「弱み」を活かせる技術スタックを選定する。
- well-madeかつカスタマイズ性の高いPaaSを選定する。

我々の場合は、最初にここで明確な方針を打ち立てられたことで、その後のサービスグロース、対応案件の増加にも対応できる内製開発を進めることができました。

ご静聴ありがとうございました

ウェブメディア制作を支えるtech組織
作りとAWS活用事例

KODANSHAtch LLC. 長尾洋一郎

2023/10/20



KODANSHAtch