



2026.04.01. Wednesday.

ディーグラフ通信



ホームページの発信にストーリーを！

< 愛され続けるホームページの運用術 >

ホームページは完成がゴールではありません。そこから始まる運用こそが、貴社・貴店のファンを増やし、ビジネス成長の鍵となります。

多くの方が「新商品の機能」や「サービスの価格（安さ）」を伝えようと腐心します。もちろんそれも大切ですが、今、消費者が真に求めている情報は、その商品が自分の生活をどう豊かにしてくれるかという物語（ストーリー）です。

ホームページの日々の運用において、商品のスペックや機能を紹介することは欠かせません。しかし、それ以上に重要なのは、その商品やサービスが、消費者の生活をどう変え、どんな未来をもたらすかというベネフィット（利益）の提示です。

その1：スペックではなく体験を届ける

例えば、農産物直売所が「糖度が高いイチゴ」を紹介する場合、単に数値を伝えるだけでは不十分です。「そのイチゴを囲んだ食卓で、子供たちが目を輝かせて甘いイチゴを頬張る幸せな日曜日の朝」という具体的なシーンを描いてみてください。

消費者はモノそのものではなく、その先にある豊かな体験にお金を払います。ホームページを通じて自分事として捉えてもらうための工夫が、いつまでも愛され続ける運用の本質です。

その2：共感からファン化へ

商品がもたらすポジティブな未来を提示し続けることは、単なる購入を超えた共感を生みます。

< 独自の選ばれる理由作り >

機能や価格の比較だけでは、どうしても資本力のある競合との消耗戦になりがちです。しかし、「なぜこのサービスを作ったのか」という背景や、「導入後に生活がどう改善されたか」という物語は、他社が模倣できない唯一無二の資産です。

ストーリーが介在することで、情報の伝達スピードは劇的に上がり、閲覧者の記憶に深く刻まれるようになります。

日々の運用を通じて、日常の些細な豊かさの瞬間を切り取って発信し続けましょう。

その積み重ねが、顧客をブランドの強いファンへと変え、価格競争に巻き込まれない長期的な信頼関係を築くための最も強力な手段となります。

その3：毎日の投稿のヒント

投稿を単なる入荷報告で終わらず、その商品を手にしたお客様がどう喜んだか、あるいは店主がどんな想いで選んだかという温度感を一行添えるだけで、情報の伝わり方は激変します。

例えばイチゴの紹介なら、糖度が高いだけでなく、「箱を開けた瞬間の香りで、家族みんなが笑顔になった」という声を加えましょう。スペックにストーリーを掛け合わせることで、閲覧者は自分の幸せな未来を具体的にイメージできるようになります。



ホームページ制作後の『運用』が鍵！
スペックではなく『未来』を伝える

制作はスタートライン
継続的な更新が信頼を生む

スペックの発信
新商品・機能・価格

ストーリーの発信
家族の笑顔・豊かな体験

消費者はモノではなく『豊かな体験』を買う

共感からファンへ

運用のヒント
商品の裏側・想い
お客様の声
スタッフの日常

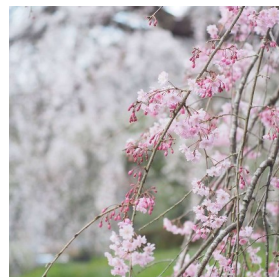
『温度感』のある発信を

思うことあって別府88湯巡りを始めました。いくつかの温泉を巡るうちに、よく知っているとっていた別府のことを意外と知らない「灯台下暗し」を実感しました。これは仕事の現場でも同じことが起こります。

例えば、不便だと思い込んでいたツールが特定の作業では驚くほど手馴染が良かったり、いつもは使わないAIを試したら今までになかった表現の切り口を突きつけられたりなど。

なじみの深いものほど先入観を捨てて向き合ってみると、見慣れたはずの風景の中に新しい可能性が隠れていることに気付けるのかもしれない。

それはそうと温泉巡りいいですよ！笑



今月のヒトコト

ゆ 灯台下暗し！ 身近な地元再発見

新しい期に入り、人員や組織が変わるところも多いと思います。新期はセキュリティイデットクセスに絶対のタイムニングです。

退職者や異動者のアカウン権限の削除、長らく更新していないソフトの脆弱性を最新状態へアップデートするなどして、サイバー攻撃の隙を排除。

現在の業務に欠かせない情報も、高性能だが社外秘情報を含むデータも外部サービスへ送信されるリスクの高いクラウド型から、セキュリティを最優先するローカル型へ変更するなど、この時期だからこそのことは多岐に渡ります。

クリンでフレッシュな業務環境こそが、新期のスタートと信頼を守る基盤です。

事業継続化の観点からもクラウド主流からローカルなど、自社に合った仕組みを導入しましょう。