

ホームページを育てるための"心得帳" ~ほったらかしのホームページを救え!~(全6回)

第4回:心得3「奇抜さよりも自分らしさ」

執筆:山本 和泉・藤川 麻夕子(株式会社エフシーゼロ)

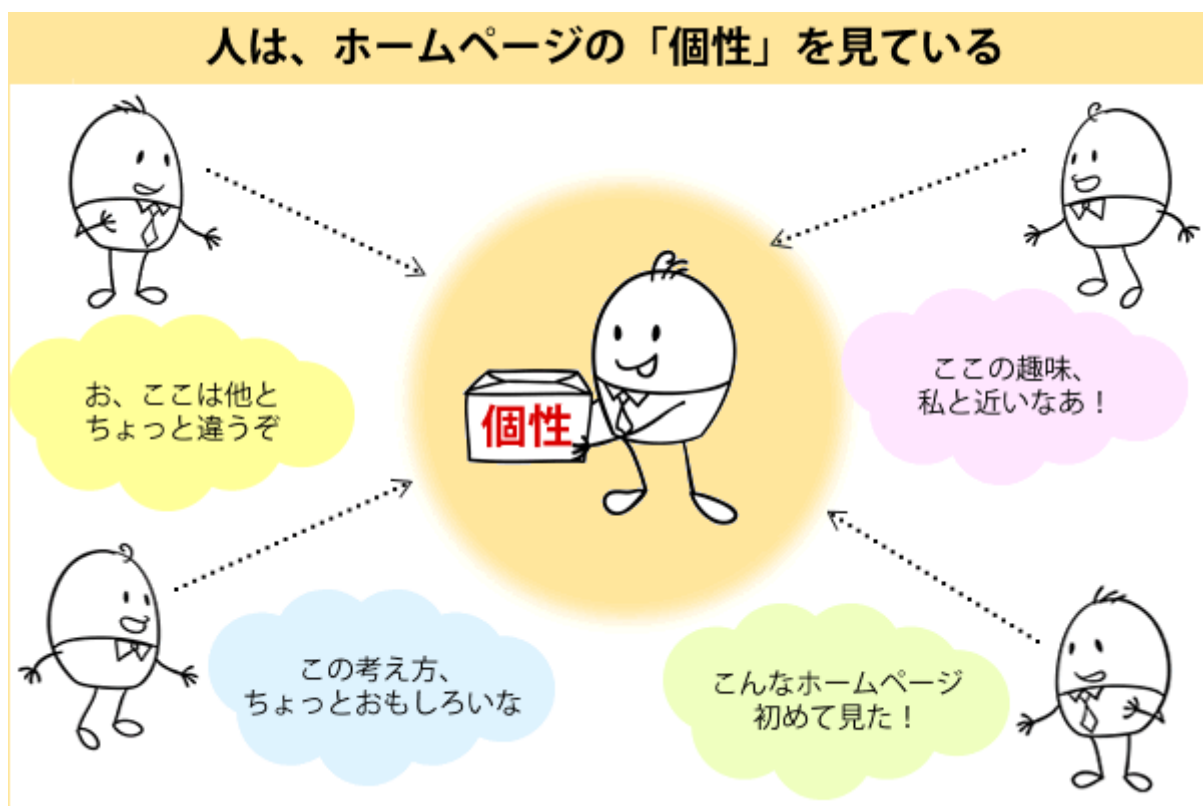
「ホームページを育てるための"心得帳"」では、「ホームページを公開したものの、そのあとどうしていいかわからない…」という方へのヒントとして、見落としがちな視点や意識しておきたい考え方をお伝えします。

第4回は「ホームページで個性を出すこと」についてのお話。同じような情報を扱うサイトが山ほどある中で、他にはない個性をどうやって出していくか、ということについて考えます。

「個性がある」ってどういうこと?

ずっと以前の話ですが、お客様から「Amazonと同じような見た目のサイトを作りたい」というお話をいただいたことがありました。成功しているサイトと同じような見た目になれば売れる(アクセスが増える)に違いない、という心理はどのお客様にもあるようで、こういった話は結構あります。

実際には、商品が売れていたりアクセス数が多かったりするのには「サイトの見た目」だけが理由ではないことがほとんどです。成功しているWebサイトにはたいていしっかりと「個性」があります。見る人は、ホームページの見た目や内容などから個性を感じ取って「他よりもよい」と判断しています。



では、「個性」とはそもそもどういったものなのでしょうか。「個性的な人」と言うとなんとなく「他の人とは違う変わった言動をする人」というイメージがありますが、ホームページを作るときに意識したいのは

「個性がある」=「変わっている」のではない

という点です。ホームページで他の人が見たことがないような奇抜な表現をしても、単に「目立つことをしている」のに過ぎません。

個性的なホームページに必要なのは、自分が伝えたいことを自分の表現で発信することです。

「個性がある」＝「自分らしさがある」

ということなのです。もちろん人と違う変わった表現をしてもよいのですが、どんな表現であれそれが「自分らしいかどうか」が個性を出すためのポイントになります。どんなにかっこいいページでも、そこに「自分らしさ」があることが重要です。

そこで今回は「自分らしいホームページ」を作るために意識したい3つのポイントについてお話しします。

1:自分のことを正直に伝えよう

みんなズを使ってホームページを作る方の中には、個人で活動をされている方や少人数でビジネスをされている会社も多いと思います。そういった方が自分らしいホームページを作るときは、

「ホームページを見る人が自分(=作っている人)のことを思い浮かべられる」

ことを意識するようにするとよいでしょう。発信している人がどんな人なのかわかっていると、情報を見たときのイメージがより具体的になります。

そこでまずは第一歩として自分自身のことについてきちんと伝えてみましょう。といっても、ただ顔写真や本名を載せるだけでは「データ」しか伝わりませんし、本来伝えたい内容と関係ないような日常ばかりをブログに書いていても見てくれる人は少ないでしょう。見る人に自分のことを思い浮かべてもらうためのポイントは2つあります。

1. 「自分自身のこと」と「自分が扱う情報」が結びつくように表現する

2. かっこつけたり背伸びしたりせず、できるだけ正直に書く

何を書いていいかわからない!という方は、まず「自分がこのホームページを作ったのはどうしてなのか」「伝えたい思いは何か」「(ECサイトであれば)商品のどんなところが好きなのか」といった視点で自己紹介を書いてみるとよいかもれません。

たとえば、人気のネットショップ「北欧、くらしの道具店」には「スタッフの愛用品」というコーナーがあり、取り扱っている商品をスタッフが使用した感想をブログ形式で紹介しています。スタッフの日常も商品の良さも自然に伝わる読みやすい内容になっていますので、表現の参考にしてみてください。

2:具体的にしよう

「自分らしさ」の表現で一番手をつけやすいのは「具体的にする」

ということです。たとえば、バッグの商品紹介の例を考えてみます。

このバッグはA4サイズ書類が入るスタイリッシュなデザインなので、いろいろなシーンで活躍します。

このような紹介文の場合、そのバッグの性能はわかりますが紹介している人の顔は思い浮かびませんよね。この紹介文を個性的にしたいときに調整できるポイントは2つあります。



「このバッグはA4サイズの書類が入るスタイリッシュなデザインなので、いろいろなシーンで活躍します。」

スタイリッシュって
どんな感じかな？

いろいろなシーン
ってたとえばどんな？

**あいまいなところを見つけて
具体的にしてみよう！**

(1)「スタイリッシュなデザイン」

「スタイリッシュ」「おしゃれ」「素敵」といった言葉は、いい方向の表現ではありますが人によって受け取り方が大きく違います。どういうところについてそう思ったのかを具体的に書く

ことで、見る人は「この人はこういうところをスタイリッシュだと思って商品を薦めているのだな」とわかります。たとえば以下のような感じにすると、見る人はバッグの「スタイリッシュさ」をイメージしやすくなるのではないのでしょうか。

このバッグ、見た目はスリムですが実はとっても大容量！A4サイズの書類のほかに、スマートフォンやタブレット、ペットボトルなどの小物類を入れてもそれを感じさせないスタイリッシュなデザインです。斜めがけにしても重たくならず、スマートにたくさんものを持ち運ぶことができます。

(2)「いろいろなシーン」

ホームページの文章を考えているとき、「いろいろな」「さまざまな」「あちこちで」といった何か多くのものをまとめるような表現が頭に浮かんだら、それをできるだけ具体的にできないか考えてみましょう。たとえば今回の紹介文の場合は、こんな感じにするとかなり具体的な表現になりますよね。

ショルダーバッグとして通勤や通学のときに使えるのはもちろん、自転車やバイクに乗るときはメッセンジャーバッグのように使うこともできます。カジュアルにもフォーマルにも使えるスグレモノです！

この2点をまとめるとこうなります。これだけでもかなり印象が違ってきますよね。

(修正前)

このバッグはA4サイズの書類が入っておしゃれなデザインなので、いろいろなシーンで活用ができます。

(修正後)

このバッグ、見た目はスリムですが実はとっても大容量!A4サイズ書類のほかに、スマートフォンやタブレット、ペットボトルなどの小物類を入れてもそれを感じさせないデザインです。斜めがけにしても重たくならず、スマートにたくさんものを持ち運ぶことができます。

ショルダーバッグとして通勤や通学のときに使えるのはもちろん、自転車やバイクに乗るときはメッセンジャーバッグのように使うこともできます。カジュアルにもフォーマルにも使えるスグレモノです!

3:自分でつくろう

当然ですが、自分で用意した写真や文章などを使うと、「自分らしさ」が出ます

。たとえば、他のホームページの内容をそのままコピーしたような文章は、それがどんなにいい内容であっても自分の言葉で書いていないので、自分らしさが出にくくなってしまいます。商品の紹介文にメーカーが作った文章をそのまま使ったとしても、ここに「お店としてのイチオシポイント」としてオリジナルの文章を追加するだけでも「自分らしさ」がアップします。

使う写真も、自分で撮影したものやプロに依頼して撮影したオリジナルのものを使うだけで印象はかなり違います。きれいかどうかというよりも、「どういう視点で撮った写真なのか」が個性を出すポイントになります。商品の写真であれば、1枚だけでなく何枚もいろいろな角度から撮影すると、見る人は商品についての想像がしやすくなります。

たとえばさきほど修正した文章と一緒に、実際にバッグにいろいろなものが入っている状態や、人がバッグを実際に使っている様子の写真を一緒に載せるとイメージがより膨らみますよね。オリジナルの文章に合わせたオリジナルの写真があることで、個性も出ますし、伝わりやすさも格段に違ってきます。

ひとつおりホームページのコンテンツができたなと思ったら、今回のように個性を出すことにもチャレンジしてホームページをよりよいものに育てていきましょう!

次回は、ホームページを育てる方針を決めるためにも重要な「ホームページを見守る」ことについてお話します。(第5回につづく)

次回のコラムを見る »



#fc0 (株式会社エフシーゼロ)

JimdoExpert

<http://fc0.vc/>

「もっと多くの人に、“Webへの入口”を」をコンセプトに、中小企業や個人商店をメインとしたWebサイトの企画・制作・運営アドバイスなどの業務を行う。また、主に初心者を対象とした講師・執筆も多数。

主な著書に『デザインの世界 これからはじめるFireworksの本』(技術評論社)、『デザインの世界 これからはじめるDreamweaverの本』(同)、『ああしたい、こう変えたいが手にとるようにわかるCSS基礎』(共著、エムディエヌコーポレーション)など。