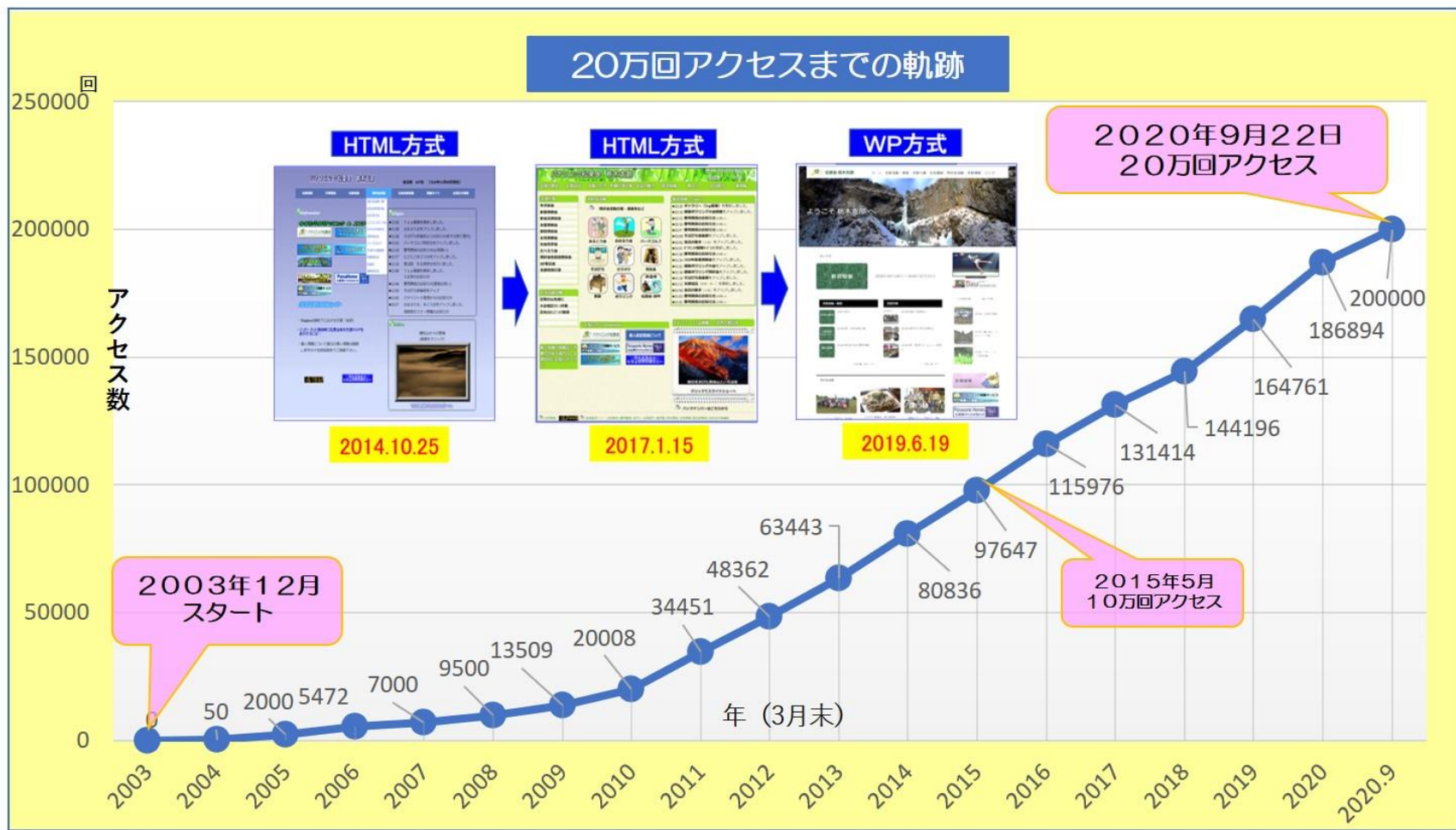


HPを通じた会員との コミュニケーション

2021.02.10

パナソニック松愛会栃木支部
吉田良和

■全国支部でも一番最後にHP開設した支部



- HP作成のHTML方式は、「HP委員の職人技」で相当のスキルが必要
→HP担当者で受け継がれる歴史が大事（HPビルダー）・・・他の人は近寄らない
- 2017年度にHP委員の変更
→新旧役員のお別れ会を行った1週間後に、前任者が突然の病気で引継ぎ出来ず



- ちょうど
支部20周年でHPをリニューアル
- HP委員会メンバーの
歴代HP委員でも解読困難！？

→とりあえず必要最低限の「訃報速報」と「新会員紹介」を優先掲載
→本部にも支援要請・・・HPビルダーのソフト解析はやっかい

- 2018年度に後継HP委員も突然の大病で入院
- 2018年度に本部がWP化検討、導入へ→栃木支部は2019年6月に全国13番目で導入

本部のWP導入の英断に感謝しています

- 2020年2月以降のコロナ情報は日々更新され、支部行事の判断が求められた
 - 2/26 安倍首相から政府方針 2/27 本部方針（1～2週間自粛）
→2/29 支部として3月末までの支部行事・同好会中止（HP掲載）
 - 3/6 本部三役会で本部総会中止決定
→3/8 支部総会中止、5月末までの支部行事・同好会中止（HP掲載）
→4/1 会報に支部総会中止・5月末までの行事中止掲載（4/1では遅い！）
 - 3/24 本部より感染拡大防止策（3密・室内行事と同好会の自粛）
4/7 政府より非常事態宣言発出（～5/7まで7都府県、4/16 全国に拡大）
→5/1 支部議案書議案の提案・審議（HP・臨時会報）
 - 5/4 政府より非常事態宣言の延長（～5月末まで）
・
・
・

緊急時の会員への情報発信をどうするか？

- 会報：全員に届くけど2ヶ月毎では遅い！
- HP：見る人が少ない！
- 総会中止の案内、議案書審議を全員に郵送ではお金がかかる！

■HPを通じて会員の方からの情報発信・・・HPの積極活用

事例1 リアル行事中止の代替企画の「参加申込」「実績報告」

2019年 3世代参加行事
健康ウォーキング&バーベキュー

2020年 行事中止
個人で参加する「とちぎ健康ウォーク」(9月～2月)を代替企画



公認講師からウォーキング指導



会員・娘さん・お孫さん

対象期間
2020年9月1日～2021年2月28日

リンク画面へ移ります >

とちぎ健康ウォーク (とちぎを歩こう)

とちぎ健康ウォーク (とちぎを歩こう)

トップページにバナーを設ける

参加申込みと
実績報告

実績総括表

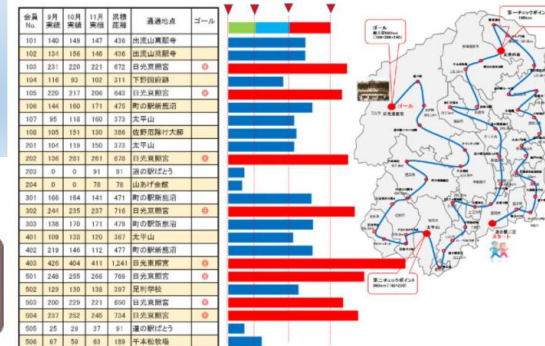
経路と距離

「申込」「実績報告」方法は、議案書方式



歩数の記録は公式アプリ。別途EXCEL表も配布。

(参加者の11月末実績)



毎月の実績報告はHP公開

初回申込みと毎月の実績報告をHPから
参加者全員の進捗を「実績総括表」から確認

■HPを通じて会員の方からの情報発信・・・HPの積極活用

事例2 HP20万回アクセスの「達成日予想」「ピタリ賞」の投票

2020.08.18 | HP委員会、支部情報、支部行事、本部掲載、行事参加案内

支部ホームページ 20万アクセス達成記念行事のお知らせ

いつも支部ホームページをご利用いただきありがとうございます。

さて2003年12月に開設した支部ホームページが会員の皆様のご協力で、2015年5月に10万アクセスを達成し、2020年になって近々に20万アクセスを達成する見込みです。つきましては、その瞬間を記録にとどめると共に、幸運にもそのチャンスに立ち会われた方に、支部よりささやかですが記念品を贈呈致します。行事内容と参加応募の方法は以下の通りです。奮ってご参加ください!!

〈支部ホームページ20万アクセス記念行事内容〉

[1] 20万回達成記念日を予想する。

- ・2回/人迄投票可・・・8月31日迄1回、9月10日迄1回
- ・入賞者：5名 投票日が古い順とする。
- ・現在のアクセス状況

月度	月間 アクセス数	累計 アクセス数	備考
2020年4月	1,938	188,832	
5月	2,368	191,200	
6月	2,345	193,545	
7月	2,372	195,917	最高月間アクセス数
8月	1,316	197,233	8/17で 残 2,767アクセス
9月		200,000	

[2] カウントダウン賞&20万回達成記念賞&カウントアップ賞

- ・カウントダウン賞 ... 199,998 及び 199,999アクセス
- ・20万回達成記念賞 ... 200,000 アクセス
- ・カウントアップ賞 ... 200,001 及び 200,002アクセス
- ・入賞者：5名



ピタリ賞・前後賞はスクリーンショットで「カウンター」と「時間」の確認

投票は、議案書方式と同様にHPから行う。

- ・達成日予想
8月1回、9月前半1回に投票可能
- ・ピタリ賞、前後賞
スクリーンショットで確認

HP20万回アクセスの軌跡を感じてもらおう
毎日・都度HPにアクセスすることを体感してもらおう

- マスク販売記事のUU（ページ訪問数）が異常に増えた→Google検索上位に
- SEO対策（検索エンジン最適化）したつもりは無かったものの・・・
- 検索エンジンシェア（Google79%、Yahoo13%、Bing7%、他1%）

11/7掲載（11/9よりPGU予約販売）

松愛会 栃木支部 ホーム 投稿 支部活動・報告 支部行事 社会員


2020.11.7 | 健康づくり, 各種案内, 支部情報, 支部行事

Panasonic不織布マスク販売のお知らせ

先給の京都市メッセージにありました様に、冬の季節を迎え新型コロナウイルスと季節性インフルエンザの同時流行にも警戒が必要となります。会員の皆様には、インフルエンザの予防接種とともに、3密回避とマスク着用、手洗いの励行をお願い致します。また、11月の松愛会本部よりの会報「松愛」にWithコロナ下の感染対策とバイパソニックの一環としてPanasonic不織布マスク10枚が同梱されてきましたもう着用されたでしょうか。

このPanasonic不織布マスクは会員限定で予約販売が始まりましたのでご案内いたします。

【商品内容】 50枚入（10枚入袋×5袋） サイズ：約175×95mm
 【価格】 3,000円（税込）送料込み価格です。
 【お届け日時】 予約販売です。商品は11月9日（月）から随時発送します。
 【お届け状態】 レターパック（日本郵便）でお届けします。



※詳細については松愛会HPのPGUオンラインショップよりお求めください。「こちら」をクリックして下さい。
 【注意事項】 ※Panasonic製3層不織布マスクにおいては、購入者がオークションに出店、販売する行為を固く禁じます。会社の信頼低下に繋がりますので、ご注意ください。

10月 本部掲載内容

パナソニック松愛会 松愛会紹介 支部活動紹介 会員

2020.11.27 | TOPページ, お知らせ

PanasonicマスクがPGUオンラインショップで購入できます

1. PGUオンラインショップでPanasonicマスクが購入（数量限定）できます
2. 今年も好評の「花づなかにすきセット」の注文を受け付けます

1/7にパナソニック「マスク販売」のプレスリリース

●1/7GA（Google Analytics）データ

- ・通常は、トップページ（4）より多くなることは無い
- ・1/7は、「とちぎ健康ウォーク」（7）が本部掲載記事

プライマリディメンション: ページ ページタイトル その他

グラフを表示 セカンダリディメンション 並び替えの種類: デフォルト

ページ	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧開始数	直帰率	離脱率	ページの価値
	5,381 全体に対する割合: 100.00% (5,381)	3,191 全体に対する割合: 100.00% (3,191)	00:00:57 ビューの平均: 00:00:57 (0.00%)	1,125 全体に対する割合: 100.00% (1,125)	50.67% ビューの平均: 0.00% (0.00%)	20.91% ビューの平均: 0.00% (0.00%)	\$0.00 全体に対する割合: 0.00% (\$0.00)
1. /hirakata-s/	472 (8.77%)	87 (2.73%)	00:00:27	57 (5.07%)	19.30%	8.69%	\$0.00 (0.00%)
2. /tochigi/panasonic不織布マスク販売のお知らせ/	247 (4.59%)	211 (6.61%)	00:01:45	206 (18.31%)	86.41%	83.00%	\$0.00 (0.00%)
3. /tochigi/新着情報/	167 (3.10%)	50 (1.57%)	00:00:09	6 (0.53%)	66.67%	5.39%	\$0.00 (0.00%)
4. /tochigi/	154 (2.86%)	79 (2.48%)	00:01:16	69 (6.13%)	14.49%	22.73%	\$0.00 (0.00%)
5. /hirakata-s/category/shibu-event/s_hinkain/	88 (1.64%)	8 (0.25%)	00:00:07	1 (0.09%)	0.00%	1.14%	\$0.00 (0.00%)
6. /kyoto/2020/12/03/第5 6回「京都・学ぶ会」渋谷節子様講演（福知）	87 (1.62%)	82 (2.57%)	00:03:45	81 (7.20%)	92.59%	91.95%	\$0.00 (0.00%)
7. /tochigi/「とちぎ健康ウォーク」12月度実績報告/	75 (1.39%)	54 (1.69%)	00:02:31	6 (0.53%)	16.67%	36.00%	\$0.00 (0.00%)

●1/8時点 Google検索順位

- 「パナソニックマスク」：2980万件中→本部16位、栃木支部24位
- 「パナソニック不織布マスク」：672万件中→栃木支部12位

会員以外もアクセスすることを前提に記事掲載

- 支部長メッセージ比較、SEO（検索エンジン）とリンクの影響
- 検索ワードよりもリンク影響が多そう（#ハッシュタグ、タブ付け、まとめサイト等）

支部長メッセージ “ゆく年を憶い、くる年の希望を念う” 2020.12.1

リンク8個

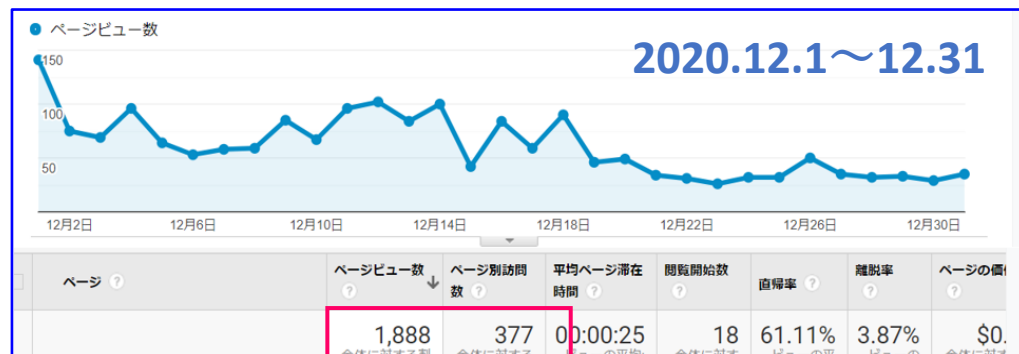
パナソニック松愛会 栃木支部会員の皆様へ

冬本番の季節となりめっきり寒い日が続いていますが、会員の皆様には健やかに過ごしのことと存じます。師走を迎え今年も残すところ僅かとなりました。

“ゆく年を憶い、くる年の希望を念う”・・・今年はコロナ禍で大変な年でしたが、いつの日が懐かしく憶い、う日が来ると思います。来年は新型コロナウイルスを克復し希望の年となることを祈念いたします。

新型コロナウイルスの感染状況は全国的に蔓延しており、栃木県の警戒度は11月24日に「感染嚴重注意」に1ランク引き上げられました。コロナ疲れの感もありますが、会員の皆様には気を緩めることなく感染防止に努めていただきたいと思います。松愛会栃木支部は、一部委員会をオンライン開催としますが、全体行事は来年3月までは全て中止をしております。例年の1月での新春懇親会に皆様にお会いできないのは残念ですが、5月30日に第25回支部大会を予定しています。その機会にお会いできることを祈念しています。

◆支部の健康企画・・・「とちぎ健康ウォーク」（2020年9月～2021年2月）（詳細はこちら）



支部長メッセージ “コロナ、インフルの同時流行に注意を！” 2020.11.1

リンク2個

パナソニック松愛会 栃木支部会員の皆様へ

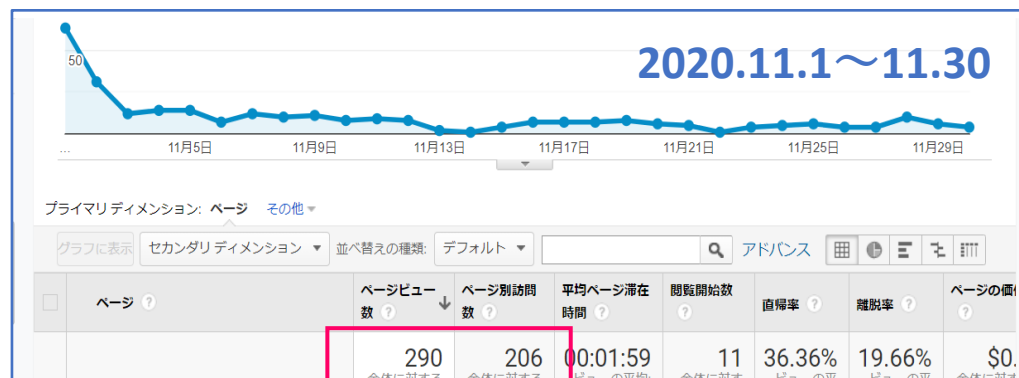
1日の暴落差が大きく紅葉が見ごろな季節となりましたが、会員の皆様には健やかに過ごしのことと存じます。

新型コロナウイルスは依然収束とは程遠い状況が続いています。国内は累計感染者数が10月末で10万人を超えています。栃木県は10月30日で累計487人の感染者数（内クラスター8件、148人）となっています。冬の季節を迎え、新型コロナウイルスと季節性インフルエンザの同時流行にも警戒が必要となります。会員の皆様には、インフルエンザの予防接種とともに、3密回避とマスク着用、手洗いの励行をお願い致します。

参考までに、厚生労働省が10月23日に発表した資料の一部を下記します。高齢者は感染すると重症化、死亡に至る割合が増加しますので、特に注意が必要です。

Q 新型コロナウイルス感染症と診断された人のうち、重症化する人や死亡する人はどれくらいですか。

A 新型コロナウイルス感染症と診断された人のうち、重症化する人の割合や死亡する人の割合は年齢によって異なり、高齢者は高く、若者は低い傾向にあります。
重症化する割合や死亡する割合は以前と比べて低下しており、6月以降に診断された人の中では、
・重症化する人の割合は 約1.6%（50歳代以下で0.3%、60歳代以上で8.5%）、
・死亡する人の割合は 約1.0%（50歳代以下で0.2%、60歳代以上で5.7%）となっています。



- まとめサイトの的なリンクは有効な手段
- アーカイブのプルダウン方式は使いにくい

- 本部役員会資料からの報告を基に、支部としても実践
 - 今ひとつ支部役員、ホームページ委員の心に響いていなかった
 - 「個人認証率を上げましょう」「記事を投稿しましょう」
 - 「慣れ」「指標の意味、理解不足」「なんの為の指標」
- コロナ禍で4月1日より「支部長メッセージ」
 - 毎月1日に掲載へ（以前からHP委員からは支部長メッセージを出しましょう）
 - 4月、5月投稿もHP委員に作成してもらった

今までの支部長としてのHPに対する取り組み・考え方を反省し、

- HPの発信力に期待（支部議案書の投票で、会員の皆さんの視線を感じた）
- 支部の考え方を自らの言葉で伝えよう！
 - ・6月1日掲載分より、支部長自ら投稿原稿作成
 - 最初は苦戦も、WPは意外と簡単に出来そう
 - 原稿の頻繁なやり取りも不要で、時間も短縮



支部としての「HPの考え方」を体系的に考えてみて策定
9月度支部役員会・HP委員会にて検討

HPの考え方 (9月度支部役員会・HP委員会)

栃木支部
2020.9.1

△1 2020.10.3
△2 2021.1.25



- **インタラクティブコミュニケーション** *Interactive Communication*
 - ・ 会員がHPを見に来る「魅力ある情報の発信」と「双方向情報交換」
- **インフォメーションフレッシュネス** *Information Freshness*
 - ・ 「情報鮮度向上」とニーズに即した「優良コンテンツの追求」
- **インクリーズアクセス** *Increase Access*
 - ・ HP訪問者、閲覧数の向上

用語
 ・ CPD : Count Per Day
 ・ GA : Google Analytics



新しい評価指標の考え方

KGI

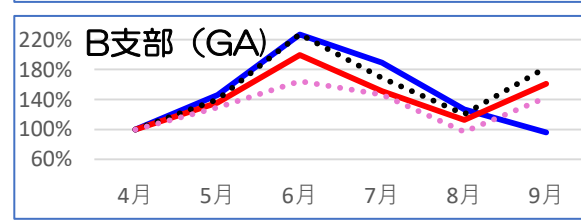
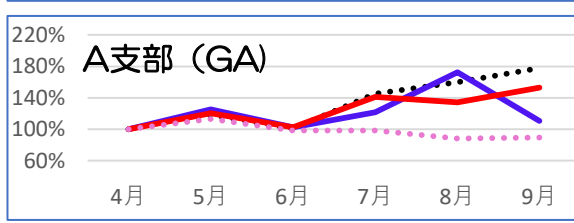
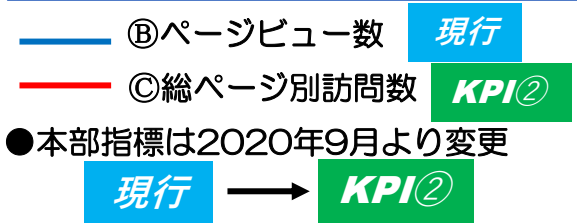
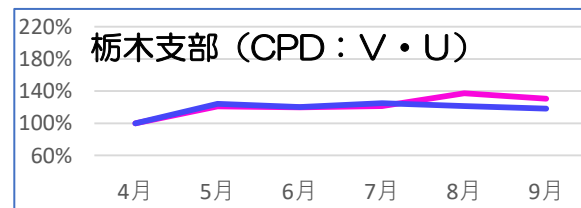
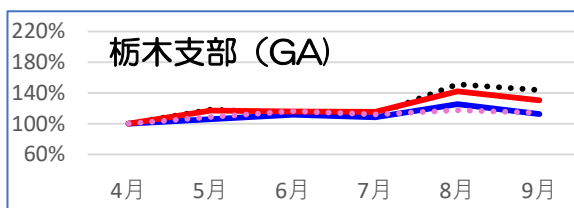
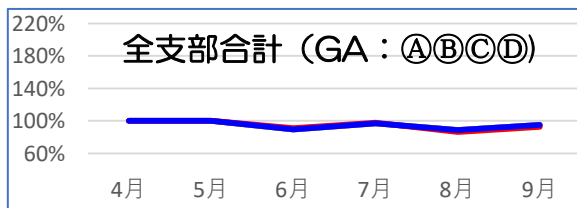
KPI②

KPI③

■評価指標の数値比較（全支部合計は推定値）

1

GAとCPD比較		GAデータ	PV	UU	現行		KPI②	CPDデータ		KPI③	KGI	
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	
		会員数	総ページビュー数	ページビュー数	総ページ別訪問数	ページ別訪問数	1人当りPV	1人当りUU	閲覧数	訪問者数	1人当りV	1月当りU
4月	全支部	29,357	123,440	48,257	79,802	25,792	1.64	2.72				
	栃木	663	8,247	3,344	5,692	2,012	5.04	8.59	5,101	1,779	7.69	2.68
5月	全支部	29,395	123,402	48,242	80,039	25,869	1.64	2.72				
	栃木	663	9,765	3,543	6,664	2,190	5.34	10.05	6,175	2,209	9.31	3.33
6月	全支部	29,390	110,578	43,228	72,555	23,450	1.47	2.47				
	栃木	663	9,371	3,734	6,598	2,342	5.63	9.95	6,104	2,139	9.21	3.23
7月	全支部	29,392	119,606	46,758	78,032	25,220	1.59	2.65				
	栃木	663	9,199	3,629	7,597	2,257	5.47	11.46	6,190	2,225	9.34	3.36
8月	全支部	29,399	109,413	42,773	68,821	22,243	1.45	2.34				
	栃木	663	12,551	4,219	8,151	2,375	6.36	12.29	6,997	2,156	10.55	3.25
9月	全支部	29,399	117,496	45,933	74,053	23,934	1.56	2.52				
	栃木	663	11,835	3,769	7,426	2,300	5.68	11.20	6,649	2,099	10.03	3.17



■評価指標の数値比較



GAとCPDの違い

- GAはブラウザ数をカウント

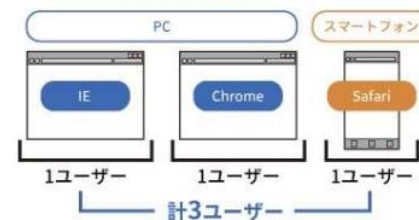


図1: 複数のブラウザを利用していればその1つだけがユーザーと見なされる

- * ユーザーは人数では無い
- * CPDはIP数
- * 訪問者数はIPアドレス数
- ex. ひとつのWi-fi環境で、10人がパソコンとスマホで1閲覧した場合
GA→20ユーザー、20セッション、20ページビュー
CPD→1訪問者、1閲覧数

* CPDは2019年にサービスを中止。訪問数を把握する別ソフト検討要。

* GAはユーザーカウンター無いのでCPDを使用

ページ ?	ページビュー数 ?	ページ別訪問数 ?	平均ページ滞在時間 ?
	(A) 12,392 全体に対する割合: 11.58% (107,059)	(C) 8,047 全体に対する割合: 11.95% (67,337)	00:01:01 ビューの平均: 00:01:04 (-5.50%)
1. /tochigi/	4,177 (33.71%)	2,353 (29.24%)	00:01:09
2. /tochigi/新着情報/	(B) 1,867 (15.07%)	(D) 1,198 (14.89%)	00:00:21
3. /tochigi/keityou-2020/	491 (3.96%)	432 (5.37%)	00:01:09
4. /tochigi/「とちぎ健康ウォーク」に参加しましょう！/	PV (%)	UU (%)	00:01:20
5. /tochigi/松愛会栃木支部からの重要なお知らせ (第7報) /	278 (2.24%)	251 (3.12%)	00:01:41

HP指標の考え方（KGI）

KGI (Key Goal Indicator)

- 目標：HP訪問者率30%（CPD）（指標の信頼性90%）
- HPへのアクセス会員を増やすことが重要（最終目標は全員がHPを見に来てくれること）
- HPにアクセスしてくれる会員数を1日あたりで把握する



- ・ WordPressのダッシュボードから「Count Per Day」の最も多かった訪問者数を素データとする（過去最大値または月間の平均値）
- ・ 栃木支部の場合
 - ① 会員数：663名
 - ② 最高訪問者171名
 - ③ HP訪問者率 = ② / ① = 25.8%
- ・ Google Analyticsの場合、各支部訪問者（ユーザー）は表示されておらず、ユニークページビュー（UU和訳：ページ別訪数）：これは同セッション中は同ページのカウントは増えないが、訪問者数とは厳密に違うため、「KPI ②」の指標とした

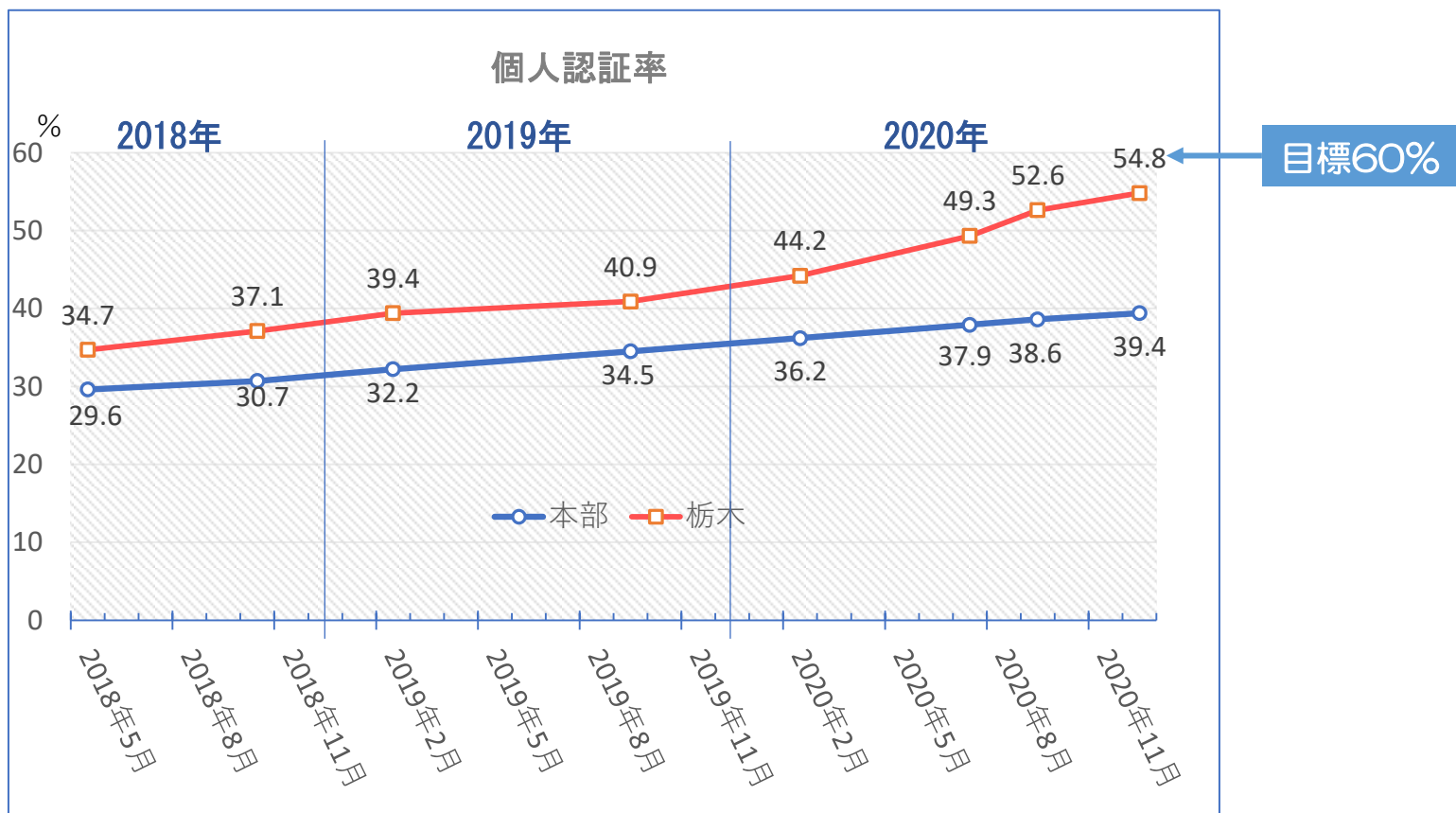
月間での訪問者率数値（2020年8月）

- ・ 栃木支部の場合
 - ① 会員数：663名
 - ② 8月訪問者2156名
 - ③ HP訪問者率 = ② / ① = 325%（1ヶ月）
= 10.5%（1日）

HP指標の考え方（KPI①）

KPI① (Key Performance Indicator①)

- 目標：個人認証率60%（指標の信頼性100%）
- 会員専用コンテンツへのアクセス権限であり、必然的にHP閲覧者となる（フォロワーだが、いつも見に来るとは限らない）
- 個人認証登録者がHP訪問者になることが重要



HP指標の考え方 (KPI②)

KPI② (Key Performance Indicator②)

- 目標：総ページ別訪問数30セッション/月間1人当たり (GA) (指標の信頼性80%)
- 訪問者ではなくセッション数であり、1日ではなく30分閾値の閲覧数 (*UU数)
- KGIにはこの数値は使いづらいのでKPIとした (基本は同じ要素)

PV **UU**

ページ ?	ページビュー数 ↓ ?	ページ別訪問数 ?	平均ページ滞在時間 ?
	(A) 12,392 全体に対する割合: 11.58% (107,058)	(C) 8,047 全体に対する割合: 11.95% (67,337)	00:01:01 ビューの平均: 00:01:04 (-5.50%)
1. /tochigi/	(B) 4,177 (33.71%)	(D) 2,353 (29.24%)	00:01:09
2. /tochigi/新着情報/	1,867 (15.07%)	1,198 (14.89%)	00:00:21
3. /tochigi/keityou-2020/	491 (3.96%)	432 (5.37%)	00:01:09
4. /tochigi/「とちぎ健康ウォーク」に参加しましょう! /	371 (2.99%)	187 (2.32%)	00:01:20
5. /tochigi/松愛会栃木支部からの重要なお知らせ (第7報) /	278 (2.24%)	251 (3.12%)	00:01:41

- ・ Google Analyticsの(C)の数値を素データとし、支部会員数で除する
- ・ 栃木支部の場合
 - (1) 会員数：663名
 - (2) = (C)/(1) = 12.3セッション/月間1人当たり
- ・ (C)の数値は、セッション数値であり、厳密に訪問者数としてはKGI数値が真値に近い。従って、指標の信頼性は最大50%振れるが80%とした。
- ・ (B)は現在本部として使用しているページビュー数値だが、同セッションでは同ページを何度閲覧を繰り返してもカウントしていくので、信頼性は低い。

- ・ 目標値を30セッションとしているが、本来は目的のページを見る場合、以下のケース有り。
 - ① トップページ→目次→目的ページ (3セッション)・・・通常のケース
 - ② トップページ→目的ページ (2セッション)・・・目次を経由せず見る場合
 - ③ 目的ページ (1セッション)・・・本部掲載記事、会員外の人が直接検索エンジンで見える場合
- 標準数値は2.5セッション前後なので、本来の目標値は30×2.5=75セッション→個人認証率60%とし45セッション

HP指標の考え方 (KPI③)

KPI③ (Key Performance Indicator③)

- 目標：閲覧数30 (CPD：1人が1日に1ページ) (指標の信頼性90%)
- HPへのアクセス会員を増やすことが重要 (最終目標は全員がHPを見に来てくれること)
- HPにアクセスしてくれる会員数を1日あたりで把握する



- ・ KGI指標の「訪問者」が「閲覧した数」を KPI③とした。CPDでは1日当たりの数値で同一人物が複数回訪問、閲覧しても複数のカウントはされず信頼性は高い。
- ・ 栃木支部の場合
 - ①会員数：663名
 - ②月間閲覧数6997(8月)
 - ③1人あたり月間閲覧数=②/①=10.6

(参考)

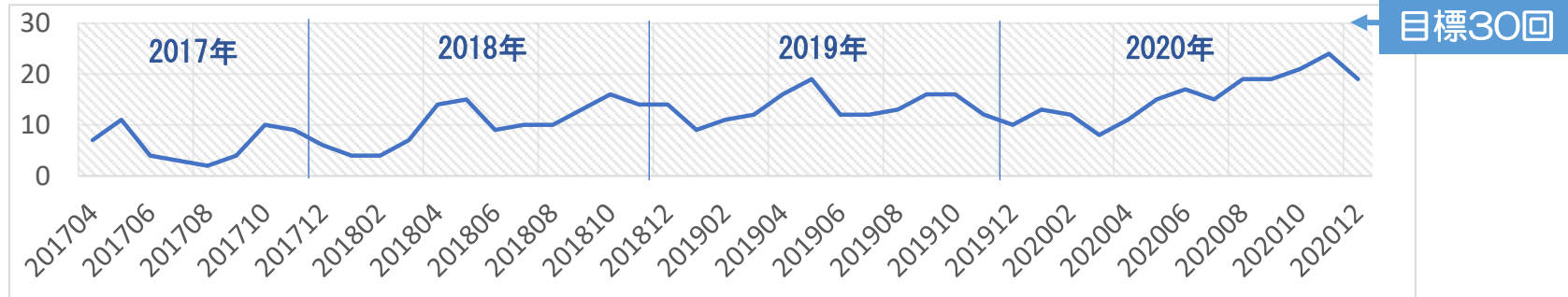
- ・ 1人当たりの閲覧数は、8月の場合：
 $6997 \text{ ページ} \div 2156 \text{ 人} = 3.25 \text{ ページ/人}$
 $12/31 \text{ 現在の累計閲覧数を累計訪問者で除した値} = 3.01 \text{ ページ/人}$
- △ 2 * おおよそ平均的に1人当たり3ページを閲覧している。

HP指標の考え方 (KPI④)

KPI④ (Key Performance Indicator④)

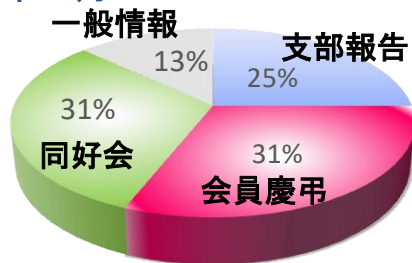
- 目標：更新コンテンツ数30回/月（指標の信頼性100%）
- 「計報速報」を超える「キラコンテンツ」・「優良コンテンツ」をつくる
- 「優良コンテンツ」「コンテンツ数」はトレードオフの関係ではない→質と数の両方重要
- ニーズの多い「夢中人」「会員紹介」「新しい日常(会員編)」「会員の社会貢献」の会員個人紹介

●更新コンテンツ数：数のみの指標化は危険→「良質」且つ「ニーズにあった」コンテンツを

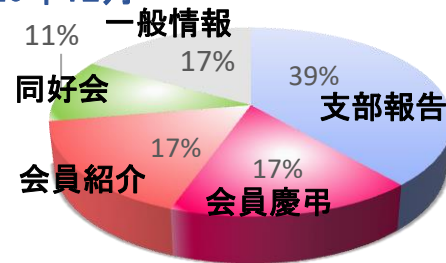


●コンテンツ内容：バランスの良いコンテンツ

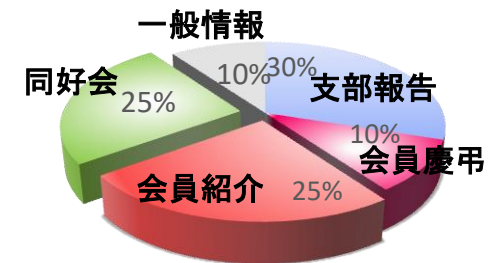
2019年10月



2020年12月



目標：会員情報(会員紹介・同好会)で50%



- ライターの拡充：HP委員任せにしない→広報メンバー(会報、HPで25名)→会員自ら投稿へ
・支部長(率先垂範)、支部役員(8名)、HP委員(8名)、同好会HP担当(8名)

KPI-new

メールアドレス登録率

- ・スマホ利用者が増えていることから、パソコンだけでなくスマホメールアドレスを登録
- ・パソコンを持たずスマホだけの人もおり、新規HP訪問者増加につながる
- ・メルマガ発信→HP訪問者UP→個人認証登録率UP→HP閲覧者UP（順序は色々ある）

KPI-new

コンテンツ満足度評価

- ・コンテンツを色々掲載しているが、会員の評価のフィードバックを行う。
「満足⇔不満足」「早い⇔遅い」「役に立った⇔不要」等々
- ・クイックリアクション：簡易的に「いいね」評価だけでも良いと考える
ex. Instagram



定性的把握

- ・定性的な部分は定量的な指標に比べて難解な部分がある（もう少し検討）
- ・3i「Interactive Communication」「Information Freshness」「Increase Access」を体現する
- ・会員のニーズ把握（コンテンツ、スピード等）が必要

まとめ

2020年度新任HP責任者会議

19年度 WPを活用した新HPの本格展開への取り組み

背景と問題点

1. スマホの普及率の拡大
スマホでは文字などが小さく見にくい
2. 支部HP責任者後継者がいない
HPの作成には専門のスキルが必要
3. 支部HP責任者への負担感
投稿は専用ソフトと専門スキルが必要
4. SNSの普及が拡大
会員への一方通行のHPになっている

支部ホームページの在り方

スマホでも
見やすいHP

専門スキルがなくても
支部HP責任者が可能

支部役員、同好会幹事
の皆さんも投稿

HPを会員との
コミュニケーション
プラットフォームに

7/17

HP責任者の空白期間を乗り越えることができWP化に感謝しています

支部長自らが投稿すると見えてくるものがある

- ・HP委員の大変さと感謝
- ・支部長自ら率先垂範(口だけでなく汗をかく)
- ・みんなで作る

プッシュ(必要な情報をタイムリーに)と、プル(必要とされ見に来てくれる)

- ・【「必要」=会員のニーズ】を絶えず追求→優良コンテンツの追求(数と質)