



「泣ける陶器ストーリー」で 顧客を育てる長期戦略

「いますぐ客」争奪戦から脱却し、「そのうち客」を育てる
新しい道

Hakubi様 戦略提案

市場の現状と課題

現在の陶器市場は**消耗戦**と言えます：

- 広告費の高騰と激しい価格競争
- SNS投稿は一過性で、すぐに忘れられる
- リピート率が伸びず、売上が安定しない
- 陶器ブランド間での差別化が困難

例：Instagramに月20万円投資しても、翌月は効果ゼロ。まさに**消耗戦**の状態です。



なぜ「そのうち客」に注目するのか

青海市場の可能性

潜在層は競合が少なく、まだ手つかずの市場です

育成可能な顧客層

教育と共感で「Hakubiだけを選ぶ顧客」に育成できます

長期的な関係構築

時間をかけて信頼関係を深めることが可能です

「まだ買う時期じゃないけど関心がある」層にアプローチすることで、**競合不在の市場で圧倒的な優位性**を確立できます。

解決策：「泣ける陶器ストーリー」コンテンツマーケティング



1

公式ブログでの展開

「泣ける陶器ストーリー」をブランドの核として発信

2

複数媒体への二次展開

note、Kindle、アメブロなど
様々なプラットフォームで拡散

3

SEO×感情設計

検索流入と感情的な共感を両立させる戦略的なコンテンツ

購入を迫らず**共感**で心を動かす。「陶器を贈られて涙した体験」などの物語が潜在層の心に深く刺さります。

施策の特徴



感情を揺さぶる力

ストーリーテリングの力で、単なる商品ではなく感情的な体験として陶器を印象づけます



SEOによる長期効果

検索エンジン最適化により、何年にもわたって潜在顧客を集客し続けます



コスト効率の高さ

広告費に依存せず、自社メディアの資産価値を高めながら集客できます

人は感情で動き、理由で納得します。ストーリーで感情を動かし、SEOで長期的な流入を確保する**二段階の効果**が特徴です。



他の手法との比較

1	2	3
広告運用 即効性あり 高コスト 競争激化 効果は一時的	SNS運用 中期的効果 中程度のコスト アルゴリズム依存 成果は不安定	コンテンツマーケティング 効果は長期的 低～中コスト 積み上がる資産 安定した集客

広告やSNSは一過性。コンテンツは**積み上がる資産**です。
3年後には歴然とした差が生まれます。

実施メリット

安定した集客基盤

広告費に依存しない持続可能な流入経路の確立

ブランド信頼度の向上

ストーリーを通じて顧客との感情的な絆を構築

リピート率の増加

深い関係性に基づく継続的な購入行動の促進

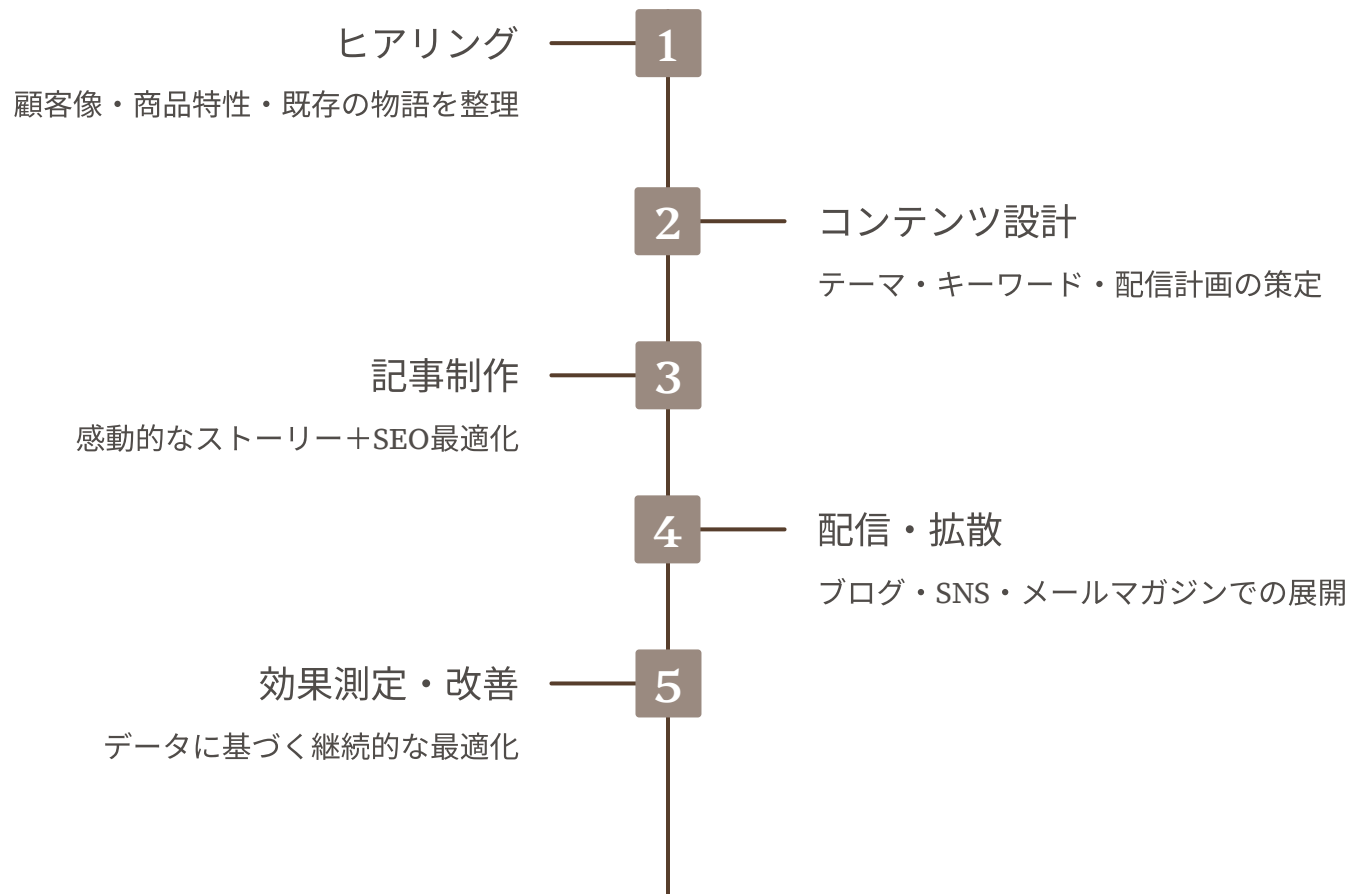
独自ポジションの確立

他社には真似できない独自の世界観の構築



「**Hakubi**だから贈りたい」と言われる
る
世界観を作ります

実施フロー



初月から記事公開 → **3か月後に検索流入増** → **半年で売上波及**というロードマップを描けます

予算と価値

¥120,000... ¥200,000...

月10本プラン

月20本プラン

基本的なストーリー展開と検索流入
の基盤構築

多角的なストーリー展開と早期の市
場浸透

¥50-100...

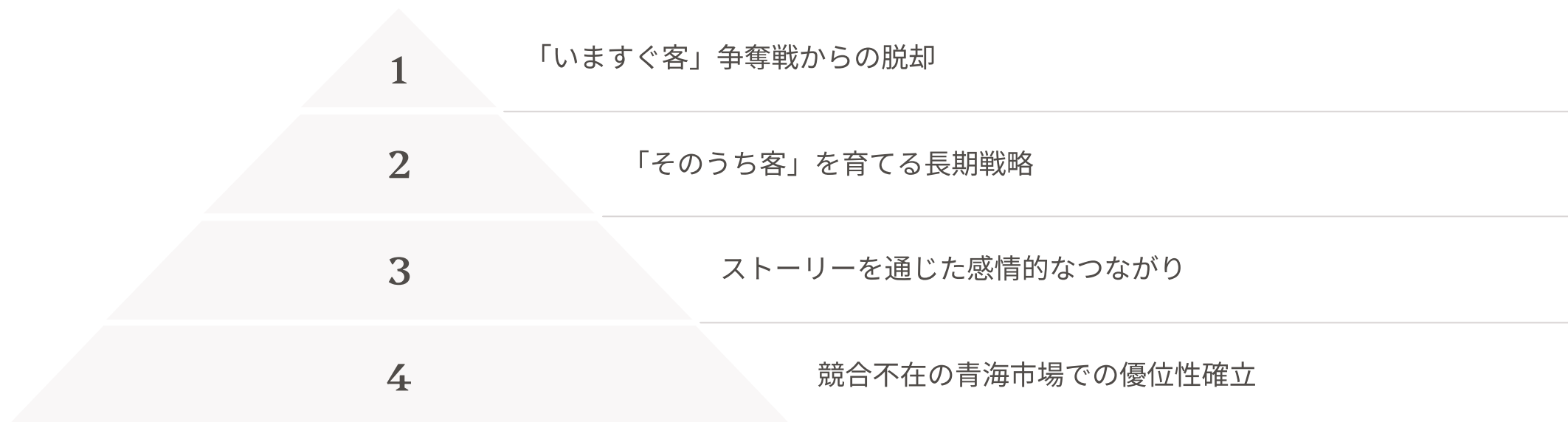
広告換算価値

月間で得られる集客効果の広告費換
算



広告は出稿を止めればゼロ。
コンテンツは**積み上がる資産**です。

まとめ：今こそストーリーの力で市場を開拓



Hakubi様が大切にする「物語」を武器に、
長期的なファンと安定成長を実現しましょう