

オンデマンドで効率化

「ウェビナー・Web会議」

の

上手な活用方法



「ウェビナー」は、ウェブとセミナーを合わせた言葉で、動画を使ったセミナーをインターネット上で実施することを言います。本稿ではウェビナー・Web会議を上手に活用する方法を解説します。

パーソル総合研究所
執行役員
高橋 豊

研修やマーケティングセミナーのかたちの変化

新型コロナウイルスの影響により外出を自粛していくなかで、「テレワーク」と呼ばれる就業形態が一般化しました。

「テレワーク」とは、tele（離れた所）+ work（働く）に分解することができ、会社から離れたところで働くことを意味します。

この就業形態が一般化したことで、自宅にいながら会社にいるのと同じくらいの状態で仕事ができることが明確になってきました。

結果として、オンラインの活用による非対面の一般化が起こり、人材育成における研修やマーケティングセミナーにも大きな変化が訪れました。

それは、物理的な会議室に人々が集合することができなくなったということなのです。

ここで注目を集めたのが「ウェビナー・Web会議」です。

ウェビナーとは、「ウェブ」と「セミナー」を組み合わせた造語で、オンライン上のウェブ動画を活用して情報価値を届ける新しいプロモーション手法として、数多く数

百人規模の参加者との対話型セミナーを低コストで実現することを主用途として開発されてきたものです。

また、ウェビナーはセミナーの用途だけでなく、説明会や発表会、プレゼン、集合研修など、「1対多」で行なうイベントすべてに活用できます。

ウェビナー・Web会議は、高価な専用機材を用いることなく（専用機材を据え付けた会議室などを用意する必要もなく）、インターネットに接続できる一般的なパソコンに、市販のマイク・スピーカー（ヘッドセットなど）やWebカメラを接続するだけで離れている人々がオンライン上でセミナーや会議をすることができます。スマートフォンのみでも参加できます。現在は、チャット機能やファイルデータ送受信などができ、使い勝手は格段に向上しています。

ウェビナー・Web会議の特徴と活用のポイント

ここでは、ウェビナー・Web会議の特徴について、具体的にみていきます。

図表1 | ウェビナー・Web会議の特徴

	ウェビナー	Web 会議
目的	動画を活用して情報価値を届けプロモーションを行なう	遠隔地にいる人とインターネットを使って会議を行なう
受講人数	300人以上	300人未満
双方向性	<ul style="list-style-type: none"> Q & Aやチャット機能を使って講師と参加者が双方向に対話する 画面共有などで資料を共有しながら進めていく 	<ul style="list-style-type: none"> 分科会形式のブレイクアウトセッションやチャット機能を使って開催者と参加者、参加者同士が双方向で話をしていく 画面共有などで資料を共有しながら進めていく

図表2 | ウェビナー・Web会議のメリット／デメリット

メリット	デメリット
参加者側のメリット <ul style="list-style-type: none"> どこにいても参加ができる(場所に関係なく) 理解しやすい チャットなどを使って直接質問ができる 	<ul style="list-style-type: none"> インターネット環境に左右される やり方次第では逆効果になる 音割れ、騒音など参加者のいる場所の様子が全員に伝えられる 長時間になると集中力が持たない 休憩やワークショップのやり方次第で途中抜けが発生する <p>【聞き手が不快に思わないようにする注意点】</p> <ul style="list-style-type: none"> 身だしなみ 話し方、声の大きさ、滑舌、話すスピード 服装や髪型
開催者側のメリット <ul style="list-style-type: none"> 複雑な情報をわかりやすく伝えることができる 参加させやすい コスト削減ができる 信頼関係を構築しやすい 録画すると再利用できる 	

図表1にあるとおり、それぞれのシステムにおいて、受講させる人数や双方向性機能(ワークショップなど対話のさせ方など)に制限があります。

どちらも万能ではないため、セミナーや会議の目的を明確にして、それを達成させるためにどちらがより効果的なのかを考えて、方法とシステムを選択する必要があります。

適用方法に関して、具体例を簡単にみていきます。

(1) 300人以上の受講者に自社サービスを紹介するセミナー

このセミナーの目的は、自社サービスを受講者に紹介することです。受講者同士の対話より、講師と受講者との質問を通じた双方向性が求められます。

この場合は、ウェビナーシステムを活用するとよいでしょう。Web会議システムでは、同時接続300人以上の参加者に安定した品質で対応できるシステムが少なく、講師と受講者との双方向性を

担保するQ&A機能がウェビナーシステムのほうが使いやすい用意されているからです。

また、サービスによっては動画のオンデマンド配信もできるため、開催日以降も観たいときに観ることができ、当日の受講者以外の新たな見込み客に情報を届けることもできます。

(2) 50人程度が参加するオンライン型集合研修

一般的な研修の目的は、知識な

ウェビナー・Web会議のメリット・デメリット

どのインプットに加えて、参加者同士の対話による気づきの量の拡大と質の深化も大きな要素です。ウェビナーにおいて、これらの目的を達成するためには、Web会議システムを活用するとよいでしょう。

Web会議システムには、分科会を行なう機能がついており、参加者同士の対話を誘発しやすくなっているからです。

図表2のようにウェビナー・Web会議の最大のメリットは、参加者がどこにいてもインターネットに接続できれば、参加できることです。

筆者もこれまでは会場でのセミナー主催に限られており、その日に会場に来られる人のみがターゲットでしたが、現在は、日本各地からオンラインで参加していたいでいます。

また、遠方との会議も簡単にできるようになっており、最近はややオンラインスコ在住のクライアントとも定期的に会議を行なっています。気になるのは、時差くらい

で、あとは特に問題なく、同じ場所にいるように話をすることができています。

また、もう1つのメリットに、コスト削減もあげられます。

たとえば、これまでは公募型の公開研修を東京で実施する場合は会場として貸会議室を予約し、プロジェクターやスクリーン、ホワイトボードなどを用意する必要がありました。参加者は、交通費・旅費をかけ、宿泊代も負担しなければなりません。

しかし、ウェビナー・Web会議にすることによって、物理的な環境整備コストと移動にかかるコストがなくなります。

この1回のコストにセミナー開催数をかければ、かなりのコスト削減につながることは明白です。ある企業では、移動にかかるコストだけで数千万円の削減につながったと報告されています。

しかし、ネットセキュリティや集中力の持続、オンライン接続などに関する問題があり、万能ではありません。

ウェビナー・Web会議が流行り始めたことしの3月に起こったZoom社のセキュリティ問題は記憶に新しいかと思えます。アカウ

ントを乗っ取られたり、部外者になりすまして参加できるなどと報道されました。

インターネット上でオープンに参加できる環境をつくっているために、完全なセキュリティ対策を講じることは難しく、今後もセキュリティトラブルが発生することが予想されます。

また、ウェビナー・Web会議では、集中力持続の問題が発生しています。

オンラインでは、動画と音声のみから情報を受け取るため、オフラインのように実物を観ながら身体感覚でお互いの非言語情報を読み取るなどの刺激が少なくなり、集中力が持続しません。

そこで休憩を多くはさむと離脱が増加するなどの問題もあり、開催時間は1時間30分が限界と言われています。

さらに、オンライン接続環境によつては、接続できない、途中で切れてしまう、動画や音声はつきり届かないなどの問題も発生しています。

ウェビナー・Web会議が流行り始めた3月頃には、「ギガ死」設定されているデータ通信量をオーバーし通信速度に制限がかかる状

態」という言葉がよく聞かれるなど、オンライン接続環境の整備は喫緊の課題です。

これは、主にオンライン接続の容量やパソコンのスペックが原因で起こっており、容量を増加させるか、パソコンを高機能なものに変更するしかなく、費用との問題にもなっています。

筆者も講義をしている最中にウェビナー・Web会議ツールが機能しなくなったり、パソコンがなぜかシャットダウンしたり、相手の音声が届きとりにくくなったり、動画が固まってしまったりと冷や汗をかくことが数多くありました。

ウェビナー・Web会議を 行なう際のポイントとは

前述の問題を回避して、より効果的なウェビナー・Web会議を行なうポイントは次の5つです。

(1) 開催目的の明確化

・目的により実施方法やツール、準備がすべて変わってくるため、「なぜ開催したいのか」を定義し、主催者と参加者双方に共有しておく

(2) 伝えたい情報の減量化

・ウェビナー・Web会議の開催時間の目安である1時間30分のなかで伝えられることには限界があり、これまでどおりの分量にすると多すぎて伝えたいことが伝わらなくなるため、情報を厳選する

(3) 双方向性の創意工夫

・集合して実施する通常のセミナー・会議の場合は、複数の人が同時に話しても聴き分けられないが、ウェビナー・Web会議では、一度に一人しか話ができず、通常より時間がかかるため
・ウェビナーシステムを使う場合は、チャット機能やQ&A機能を活用して、常に相手との双方向性を意識したセミナー構成にしていく必要がある（オンライン化のメリットでもあるが、ウェビナーシステムのほうが質問をしやすい傾向にあり、これまでよりも講師との双方向性が確保できる）

・Web会議システムを使う場合は分科会機能を駆使して、定期的に少人数の話し合いをさむ構成にし、チャット機能を活用して意見交換を全体でも行なうよ

うに仕向けていくと参加者の参
画意識が高まる

(4) オンライン環境の整備

- ・主催者側のオンライン環境は、一定の接続容量や回線速度の確保、パソコンの高スペック化、予備パソコンの準備などが必要
- ・参加者側にも接続条件や準備事項を事前に伝えて、できるだけ環境整備をしてもらう（パソコン上で余計なソフトウェアを閉じるだけで環境がよくなることもある）

- ・参加者側の環境情報を伝えないための方法を紹介し実践する（マイクオフ、カメラオンなど）

(5) ウェビナー講師のマナーに注意（話し方、言葉遣い、身だしなみなど）

- ・講師の声によって参加者は導かれるため、実際の会場で話をする以上に声量や話し方、言葉遣いに気を使わなければ参加者の集中力はすぐに落ちてしまう
- ・見られていることを忘れてしまいがちになるため、いつも以上に身だしなみには気をつける
- ・顔色や表情、髪形など実際の会場ではさほど気にならないこと

がオンライン上だと気にされる
こともある

🎤 ウェビナー・Web会議の 🎧 これからの活用方法

3密を回避する新しい生活様式が一般化していくwith/afterコロナ時代において、beforeコロナ時代と同じように、常に数多くの人を集めて何かをすることは到底考えられません。

ビジネスにおいても、オンラインを活用し、自宅でショッピングやエンターテインメント、食事を楽しむ「巣ごもり消費」に代表されるような新しいトレンドが発生しています。

また3密回避で人にあまり接触せずに、自分のやりたいことをやるというニーズも増えています。

これらの新しいトレンドやニーズを捉えて、イノベーションを起こせる企業が成長を確かなものにするのでしよう。

実際にAmazonやNetflix、楽天などは「巣ごもり消費」の波に乗り、大きく売上や利益をあげることができています。

今後の自社のビジネスを考える際にオンラインを考えないという

選択肢はありません。

直接的にオンラインを活用したサービスではなかったとしても、トレンドやニーズを把握するための調査や自社の新サービスをお客様にPRしていくマーケティングセミナーは、オンラインで実施することになるでしょう。

特にマーケティングセミナーはオンラインもしくはオンデマンドでの実施しかないと考えられます。面倒だ、難しいと言っている場合ではなく、現在のビジネス環境がインターネットを活用しないことを許さない状況になっておりこの流れはますます激化していくでしょう。

また、研修に代表される人材育成もオンラインで実施することが通常となり、ICT（情報通信技術）の進化に伴って、さらに発展していくと考えられています。

現在のところ、これまでの集合研修がオンラインライブ型もしくはeラーニングの視聴型に変わっているだけですが、オンデマンドでありながら双方向性があるオンライン研修はすでに行なわれています。

さらに、VR（バーチャルリアリティ）やAIの活用も始まっ

ています。

人材育成はOJTである研修とOJTで成り立っています。が、どちらもオンラインで実施していく必要性が増しているなか、研修をウェビナー・Web会議で実施していくことから逃げられない状況です。

🎤 with/afterコロナ時代 🎧 の変化を乗り切るために

私たちはいま100年に1度と言われる大きな時代の変化のなかにいます。その変化の一端がウェビナー・Web会議であり、それは新しい生活様式のなかにおける、企業の人材育成の形態として、もつとも身近に活用しなければいけないものだと考えられます。

それぞれのサービスの特性をよく理解し、何ができるのか、何ができないのかを体験して掴み、やりたいことに合わせて活用方法を検討していくことが重要です。

たかがウェビナー・Web会議ですが、自社には関係ないと思うか、率先して失敗を恐れずに使ってみるか、その姿勢と行動の違いは、今後のビジネスの成長に大きな影響をあたえるでしょう。

たかはし ゆたか 中央大学卒業後鹿島建設(株)、ソニー関連会社、日本能率協会コンサルティング、トーマツイン/ペーシジョンを経て、2018年(株)パーソル総合研究所入社。ラーニング事業本部長を経て2019年より執行役員。約20年間人材育成及び組織開発のコンサルティングに従事。