

ウェビナー活用 成功事例集

商品販売・人材採用・大型イベント
ウェビナーで成功している企業は
何をしているのか？他と何が違うのか？
実際の事例をもとに解説

クスノセ・アンド・カンパニー株式会社
品川動画スタジオ



ウェビナーで実現すること

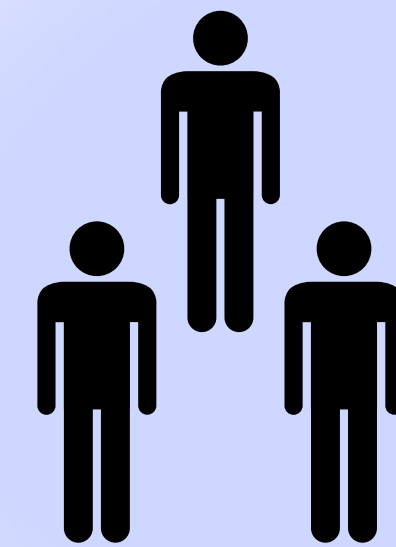
ウェビナーとは「web」と「セミナー」を合わせた言葉でオンライン配信によるセミナーを指しています。オンラインセミナー、Webセミナーなどとも呼ばれます。これまでリアルの場で実施してきた以下のような活動をウェビナーに置き換えることができます。

商品のプレゼン・販売



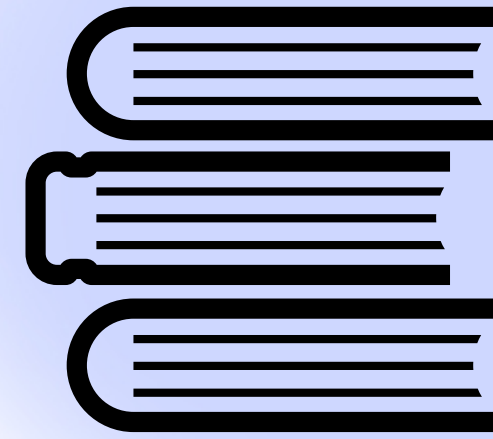
既存のリストに対してオンライン上で商品・サービスを販売をすることができます。
また、コロナ禍の影響で実施できなくなった展示会の代わりにウェビナーを活用することで新製品をプレゼンすることもできます。

リード獲得



会場を借りてセミナーを開催することでリストを獲得する方法は有効な集客方法ですが、それをオンライン上でも実施できるようになります。しかもリアルの開催より場所や人数の制約なく実施することができます。

社内研修



社内研修もウェビナーで実施することで、大人数が集まれる場所を確保するコストや、同じ研修を各支店で実施する際の人件費を抑えることができます。また、ウェビナーで実施することで動画を残せるので、後で見返すのにも役立ちます。

会社説明会



2020年はコロナの影響でオンライン採用の動きが加速して、学生の7割はオンライン採用を希望するというデータもあります。会社説明会をウェビナーで実施することで、質問が活発になる傾向も見られます。

講演・カンファレンス



ウェビナーはビジネス利用の他にも学術的な使い方をすることもできます。コロナで中止になった学会・カンファレンスをオンラインなら実施することができ、遠方の登壇者の移動の負担も減らすことができます。

ウェビナーを開催する5つのメリット

では、なぜ今ウェビナーが注目されていて、すぐにでも実施すべきなのでしょう？
それはウェビナーにはリアルイベントやセミナーでは実現できない5つのメリットがあるからです。

大幅なコストカット

ウェビナーにすることで大人数が入る会場が不要になります。例えば数百人が入るホールを1日借りると100万円以上することもあるので、会場費が減るだけでコストの大幅な削減になります。

参加者が増える

会場に人を集める場合、会場のキャパシティに応じて参加人数を絞る必要があります。ウェビナーなら何人参加しても大丈夫なので、全国を対象に開催することができ、より多くの参加者を集められます。

集中して見てもらえる

直接顔を合わせていなくても、途中で見るのをやめられてしまったり、適当にながら見されることはなく、参加者の80%が最後まで視聴する*というデータもあります。

出典：<https://www.convinceandconvert.com/digital-marketing/converting-your-webinar-audience/>

競合と差がつく

コロナ禍の影響でリアルイベントがことごとく中止となり、これまで実施してきた集客・販売方法が使えなくなっています。いち早くウェビナーに切り替えることで、競合と差をつけることができます。

質問が活発化する

例えば、会社説明会だと聞きたいことがあっても大勢の前で質問するのは遠慮してしまう心理が働きます。オンライン説明会なら周りを気にせず質問できるので、リアルより数十倍の質問が来ることもあります。

ウェビナー成功への5STEP

ウェビナーを開催するためには大きく分けて5つのステップがあります。
これからウェビナーに取り組まれる方は以下のステップを順に実施してください。

STEP.1 プラットフォーム

YouTubeライブやZOOMなど、ウェビナーを開催できる媒体は様々ですが、媒体ごとに特徴が異なるため、ウェビナーの目的を達成するために最適なプラットフォームを選びます。

STEP.2 準備

通常のセミナー開催と同じく、進行台本やスライド資料を用意します。同時に、ウェビナーの環境（明るくて静かな空間）や、当日の役割分担（話し手、進行、チェック係など）を決めます。

STEP.3 機材

ウェビナーを配信するための機材を揃えます。PC 1 台あれば最低限のウェビナーは実施できますが、安定したネット回線は必須です。カメラ・マイク・照明があればクオリティが上がります。

STEP.4 運営

当日は配信 2 時間前にはスタンバイして、機材の準備やリハーサルなどを実施します。ウェビナー開催中は、話し手とは別のスタッフが時間配分を管理するとスムーズに進みます。

STEP.5 トラブル対応

ウェビナーにトラブルは付き物です。未然に防ぐことも大切ですが、トラブル発生時に落ち着いて対処できるように、事前に、発生するであろうトラブルの種類と対処法を押さえておきます。

ウェビナーの成功！



ウェビナーの成功事例

ウェビナーを活用して、売上アップや人材採用・リアルイベントの代替に成功した企業の事例を
成功のポイントと一緒に紹介します。

FAILURE

SUCCESS

リード獲得

1 時間ほどのウェビナーで4 件の新規申し込みを獲得して140万円の売上



社名：クスノセ・アンド・カンパニー株式会社

業種：動画スタジオ

配信媒体：YouTubeライブ

背景

動画スタジオを運営する中で、ウェビナーの実施を検討してお問い合わせをいただく企業様から「ウェビナーを開催するにはどうすれば良いか？」ということをよく聞かれていたので、疑問を解消してもらうためにウェビナーを開催して、そこでウェビナーの運営方法や実際の事例について解説し、参加者を募集することでのリード獲得を狙いました。

実施施策

自社でウェビナーを開催するための方法や必要な機材、気をつけるべきポイントなどを実際の事例を交えながら解説する、1 時間ほどの無料のウェビナーをYouTubeライブにて開催し、メルマガリストや広告で獲得した新規のリードに視聴してもらいました。

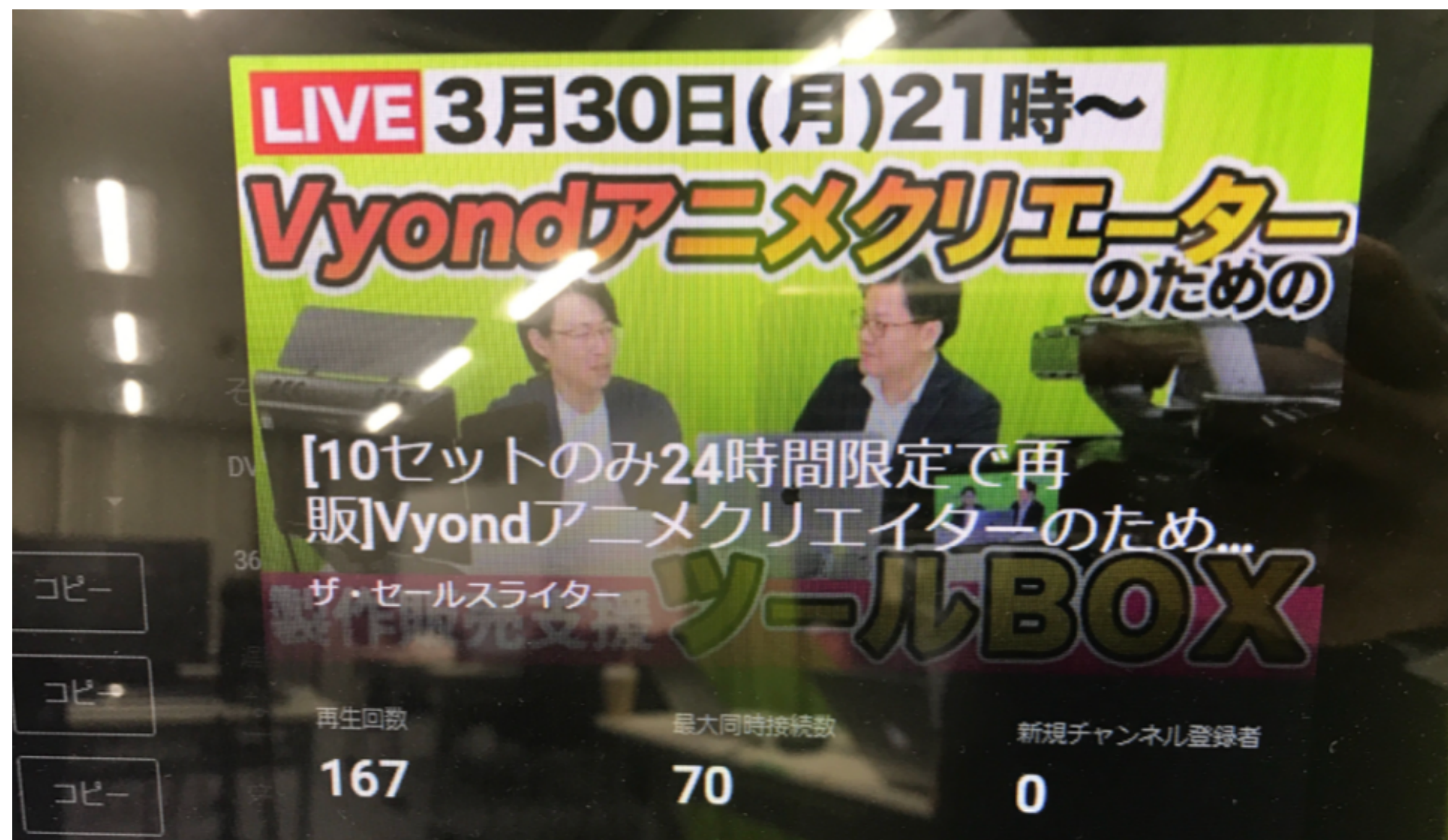
結果

ウェビナーには46件の申し込みがあり、最終的にそのうち4社が動画スタジオ利用につながり、およそ140万円の売り上げになりました。

Point!

ウェビナーの中で、これまで際に実施した企業様の様々な事例や成果といったリアルな情報を紹介していたため、主催側への信頼を構築することができ、スタジオの利用へと繋がりました。実際、ご利用いただいた企業様は「ウェビナーに参加して品川動画スタジオに決めました」といった声が共通していました。

ウェビナーで商品を販売して、たった2時間で200万円の売上



社名：クスノセ・アンド・カンパニー株式会社
業種：アニメクリエイター向けのコンテンツ販売
配信媒体：YouTubeライブ

背景

Youtubeに動画投稿を続ける中で、チャンネル登録者数も増えてきて、投稿した動画もよく見られていることはデータ嬢から見えていましたが、そこからマネタイズに繋げていくために、商品販売を行うためのウェビナーを実施することにしました。

実施施策

YouTubeチャンネルの登録者630名に対して、アニメクリエイターのクライアント獲得が楽になるツールを販売するためのウェビナーを実施しました。

結果

70名がウェビナーを視聴、そのうち約半数の30名が商品を購入、合計1,974,000円（税抜き）の売り上げになりました。

＊この後も定期的にウェビナーを開催したところ、購入に至る成約率の平均は30%、1回あたり100万円の売り上げが発生しています。

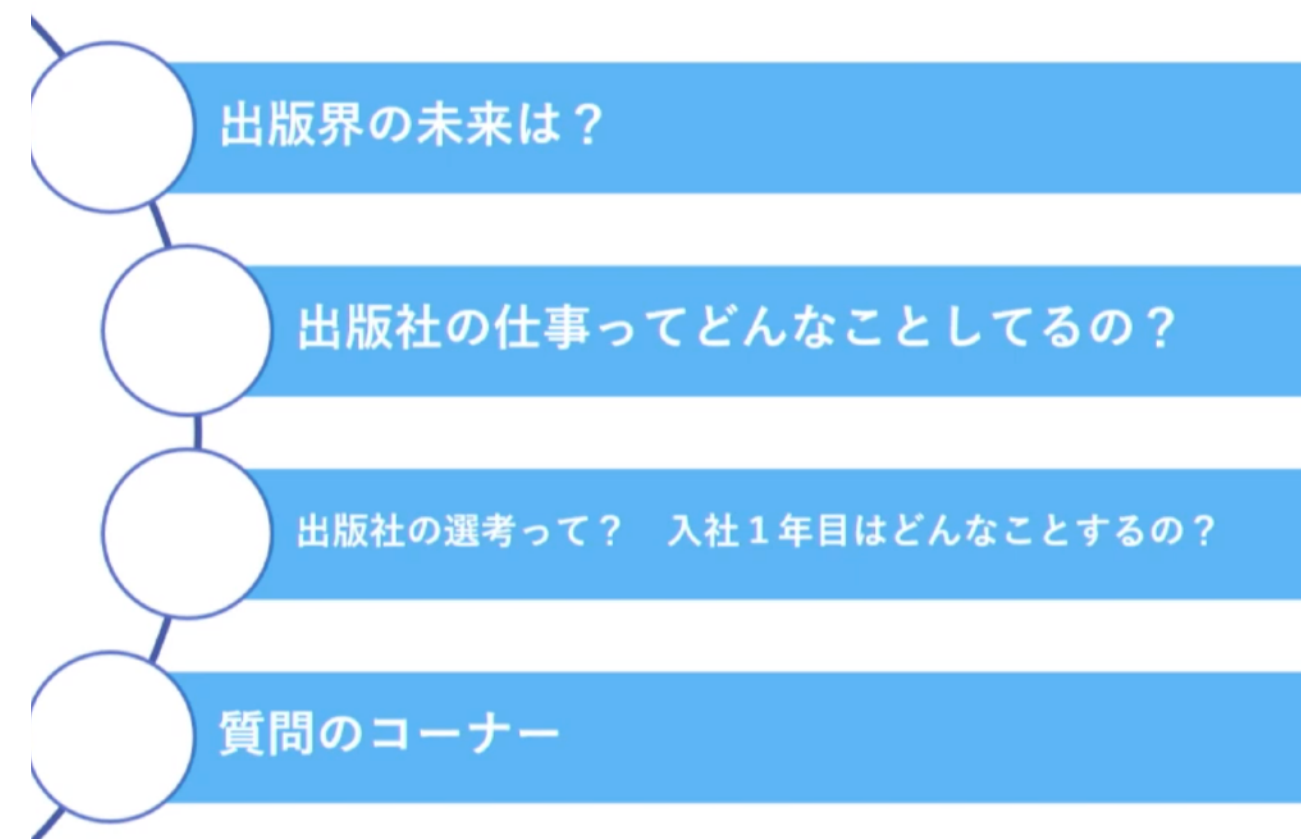
Point!

ビジネスでYouTubeを活用していると、登録者数が中々増えない...といった悩みに直面するかもしれませんが、チャンネル登録者1000人に満たないチャンネルでも、上記のような結果が出ていることから、YouTubeをビジネスに活用していたら、登録者の数に関わらず、ウェビナーを開催することで売上に繋がるのがわかります。

会社説明会

ウェビナー化したことで会社説明会に前年の10倍以上の参加者が集まり、質問も活発化

目次



社名：株式会社学陽書房様

業種：出版

配信媒体：YouTubeライブ

背景

コロナ禍の影響で会場に人を集める会社説明会ができなくなり、代わりにウェビナーでの会社説明会を実施することになりました。初めてのウェビナー開催だったため、全体の企画から準備、運営までを品川動画スタジオに相談して、一緒に進めることになりました。

実施施策

求人広告媒体で集めた新卒学生の母集団に対してYouTubeライブで会社説明会を実施しました。背景にスライドを合成して内容を説明しながら、途中Zoomを使ってリモートで社員インタビューも挟み、コメント機能で質問も随時受け付けました。

結果

ウェビナーには239人が参加して、コメント欄でも積極的に質問も入り大盛況のうちに終わることができました。説明を聞いている途中でもチャット感覚で気軽に質問ができるため、リアルの会場で実施するよりも質問が活発になりました。

Point!

前年度は自社ビル内の部屋を使用して会社説明会を実施していたため、会場の収容人数のキャパシティの関係で20名弱しか集めることができませんでした。ウェビナーに切り替えることで会場のキャパシティの制限がなくなり、より多くの学生に参加してもらうことができました。また、200名を収容できる会場を借りた場合と比べると、ウェビナーにしたことで会場費を大幅にコストカットできました。

代理店向けイベント

パートナー会をウェビナーで実施して例年の2倍の人数が参加、新たな商談の機会も発生



社名：ワンビ株式会社様

業種：PCのセキュリティーソフト

配信媒体：YouTubeライブ

背景

毎年、製品を販売してくれる代理店を集めて一年のご報告とお礼という形でパートナー会を開催していました。しかし、コロナ禍の影響で一同に会場に集まることができなくなったため、ウェビナーに切り替えて実施することにしました。

実施施策

最初はZoomを用いてのウェビナーを検討していましたが、高画質でしっかりと届けた上で、ウェビナー後にアンケートを実施したいという目的がから、YouTubeライブを使ってパートナー会のウェビナーを実施しました。

結果

当日は200名がウェビナーに参加しました。例年のリアルの場合でのイベントの場合は100名ほどだったので、ウェビナーに切り替えたことで約2倍の人数を集めることができました。参加した代理店様からの評判も良く「ウェビナー見たよ」といった報告や「話していた資料が欲しい」と、新たな商談の機会へとつながりました。

Point!

もともとウェビナーの実施方法や必要な機材には見識がありましたが、通信トラブルやビデオの撮影・配信を気にしながら話すことが難しく、ウェビナーで話す内容に集中できない、という課題に直面しました。そこで、ウェビナーの配信面は全てプロに一任することで、余計な心配がなくなり、話すことに集中でき、結果質の高いウェビナーを実施できました。

会場開催をウェビナーに切り替えて当初の定員の4倍、2,388名を集めたシンポジウム



社名：一般社団法人SDGs支援機構様

業種：非営利団体

配信媒体：YouTubeライブ

背景

これまでも著名人をお招きして、会場を借りてシンポジウム型の大規模なSDGsのイベントを行ってきましたが、2020年はコロナ禍の影響で会場に大人数を集めることができなくなり、ウェビナーでシンポジウムを開催することになりました。

実施施策

ウェビナーにしたことで参加人数に制限がなくなったため、追加で参加者の募集を行いました。当日は、背景を合成できるスタジオで視覚価値を高めながらウェビナーを実施しました。

結果

合計2,388名の方からのお申し込みがあり、ライブ配信直後の動画の再生回数は2,552回になりました。YouTubeライブのチャット機能を使い、コメントから質問を募集することで、一方通行ではなく、直接顔を合わせていなくても参加型のウェビナーを実現することができました。

Point!

元々使う予定だった会場のキャパシティは600名だったため、ウェビナーに変更したことで約4倍の人数を集めることができました。また、ウェビナーにしたことで移動の制約もなくなり、海外からの視聴者を獲得することもできました。主催者側・参加者側、両方の負担を減らしながらイベントの規模も拡大することができました。

活発な意見交換と議論が実現でき、参加者から大好評だった勉強会のウェビナー



[ILSI JAPAN]

バイオテクノロジー研究会 所属

バイエルクロップサイエンス

高本 圭氏

社名：ILSI JAPAN 様

業種：非営利団体

配信媒体：Microsoft Teams

背景

定期的に行っていた勉強会がコロナ禍の影響で対面で実施できなくなり、代わりにウェビナーで開催することになりました。ウェビナーのクオリティを高め、視聴者に良い印象を持ってもらえるように配信面を品川動画スタジオに依頼することにしました。

実施施策

換気のできる広い会場を押さえて、品川動画スタジオの出張プランで会場にスタッフに来てもらい、ウェビナー形式での勉強会を実施しました。目的の一つが参加者との意見交換でしたので、双方向のやり取りに適したMicrosoft Teamsを使用して配信を行いました。

結果

参加者からは「意見交換が出来て、議論が進んで良かった」「どんな形であれ開催してくれて良かった」「今後も勉強会をするのであれば、オンラインとのハイブリットでの開催を考えてほしい」といったフィードバックをもらうことができました。

Point!

ウェビナーで最も重要なのは「何を達成したいか？」を軸に企画することです。今回の場合だと、新型コロナウイルス対策をするために、広い会場を借りてプロスタッフに出張してもらうという手法を用いたり、意見交換や議論を交えるために配信媒体としてMicrosoft Teamsを用いたり、目的に合わせて最適な手法を選択したことがウェビナーの成功へとつながりました。

ウェビナー成功の秘訣

ここまでで紹介してきた各事例からわかるウェビナー成功のための秘訣は以下の通りです。



最適な環境を整える

ウェビナーの成功・失敗を分ける要因は、最適な環境を整えることができるかどうかにかかっています。目的達成に最適な配信媒体を選び、安定したネット回線を用意して、静かで明るい場所を確保します。画質や音質のクオリティを高くするには、専用のカメラやマイク、背景合成用の機材等も揃える必要があります。「こういったウェビナーを実現したいのか」をよく考えて、理想のウェビナー実現に必要な環境を整えます。



しっかりと準備する

これまでにセミナーの開催経験があったとしても、ウェビナーをぶっつけ本番でやると失敗のリスクが非常に高くなります。本番と同じ環境で実際に練習することで、予想してなかったような課題が見つかることがあります。そのため、リハーサルを実施することはほぼ必須になります。また、リアルセミナーと違ってウェビナーの内容が退屈だと視聴者は途中で見るのをやめてしまいます。なので、配信面だけではなくウェビナーの内容自体をより作り込むことが大切です。



どこまで自社でやるかを決める

今はウェビナー開催のハードルが下がり、実際PC 1台だけでもそれなりのウェビナーを実施することは可能です。とはいえ、「クオリティの低いウェビナーを配信して企業イメージを下げたくない...」「ウェビナーの内容も考えて、配信面も考えて、やるが多すぎる...」といった悩みを抱える企業も少なくありません。その場合、全てを自社だけでやろうとすると、余計にコストがかかったり、やるが多すぎてパンクしてしまいます。そのため、自社でやることと手放すことを切り分けることが大切です。

ウェビナーの開催「自社でやる？プロに任せる？」

この事例集を読んで「ウェビナーを開催したい！」と思った方には2つの選択肢があります。一つはウェビナーを自社開催すること、もう一つはプロに依頼することです。それぞれにメリット・デメリットはありますので、ぜひ目的に沿って最適な選択をしてください。

	メリット	デメリット
自社でやる	・ 機材を揃えずに、最低限のクオリティーでウェビナーを実施すれば良い場合は出費を抑えることができる	・ 当日までの準備が大変 ・ 社内で人材を揃える必要がある ・ クオリティーを高めるには専門機材が必要 ・ 当日はウェビナーの進行以外にトラブル対応に気を配ることも必要
プロに任せる	・ ウェビナーの配信部分を丸投げできる ・ 企画と当日の進行に集中できる ・ クオリティーの高い配信ができる ・ トラブルのリスクを最小限にして当日のトラブル対応も手放すことができる	・ 内部に向けてやるような、クオリティーを担保する必要のないウェビナーの場合は、自社開催と比べて出費が増える

【ウェビナー丸ごとお任せパック】 特別価格のご案内

「配信面をプロに任せてウェビナー中は話すことに集中したい」「初めてのウェビナーだけど失敗したくない」といった方のためのサービスです

パッケージの内容

- ウェビナーが開催できる**動画スタジオ利用権（4時間分）**
- 高品質なウェビナーを実現できる**機材一式**
- 準備～当日まで**専門スタッフのフルサポート**
- 配信が途切れる心配のない**安定したネット回線**
- Zoom、YouTubeなど**配信媒体の設定代行**
- スムーズな進行に不可欠な**事前リハーサル（1時間）**

選ばれる理由

豊富なサポート実績

これまで100社以上のウェビナーをサポートしてきた実績があります。

入念な準備とリハーサル

ウェビナーを成功させるために絶対に欠かせない、準備やリハーサルを細かく実施します。

配信を丸投げできる

ウェビナー開催に必要なこと全て丸投げ可能です。専門知識や機材は一切必要ありません。

価格
30万円（税別）

詳しくは… 品川動画スタジオへお問い合わせください！



<https://shinagawa-douga-studio.com>



050-5539-2004