

EXPOLINE

オンラインイベント成功のポイントを
大公開!!

オンラインイベントの“裏側”



オンラインイベントが選ばれる理由

開催コストを抑えられる

オンラインならではの参加者獲得

地域、会場の制限がない

長期開催により効果を最大化

参加のハードルが低い

参加者の興味・関心のデータ化

注意点

すぐに参加者が離脱できてしまう

講演内容・展示コンテンツがカギ

コロナ禍において、展示会やセミナー・カンファレンスの中止/開催制限により、企業のプロモーションの新たな手段として「オンラインイベント」が選ばれるようになりました。

数々の思考を凝らしたイベントがオンライン（Web）で展開される中で、オンラインイベントの特徴が鮮明に見えてきました。

目的を定める

オンラインイベントを

開催すること（手段）が目的になっていませんか？

新規顧客を獲得したい 認知度の向上 社員の士気を上げたい

既存顧客との接点を持ちたい 商品を体験してもらいたい

なぜやるのか？何を果たしたいのか？
オンラインイベントの成功を獲得するためには、
“成功を定義する”ことが何よりも大切です。

オンラインイベントの開催が目的となってしまうと、成功に導くことは大変厳しくなります。

アジェンダ

準備をはじめる前に

プラットフォーム（システム）

コンテンツ

事務局

まとめ

開催までのスケジュール



準備期間は、

Min / 1ヶ月

Max / 4ヶ月

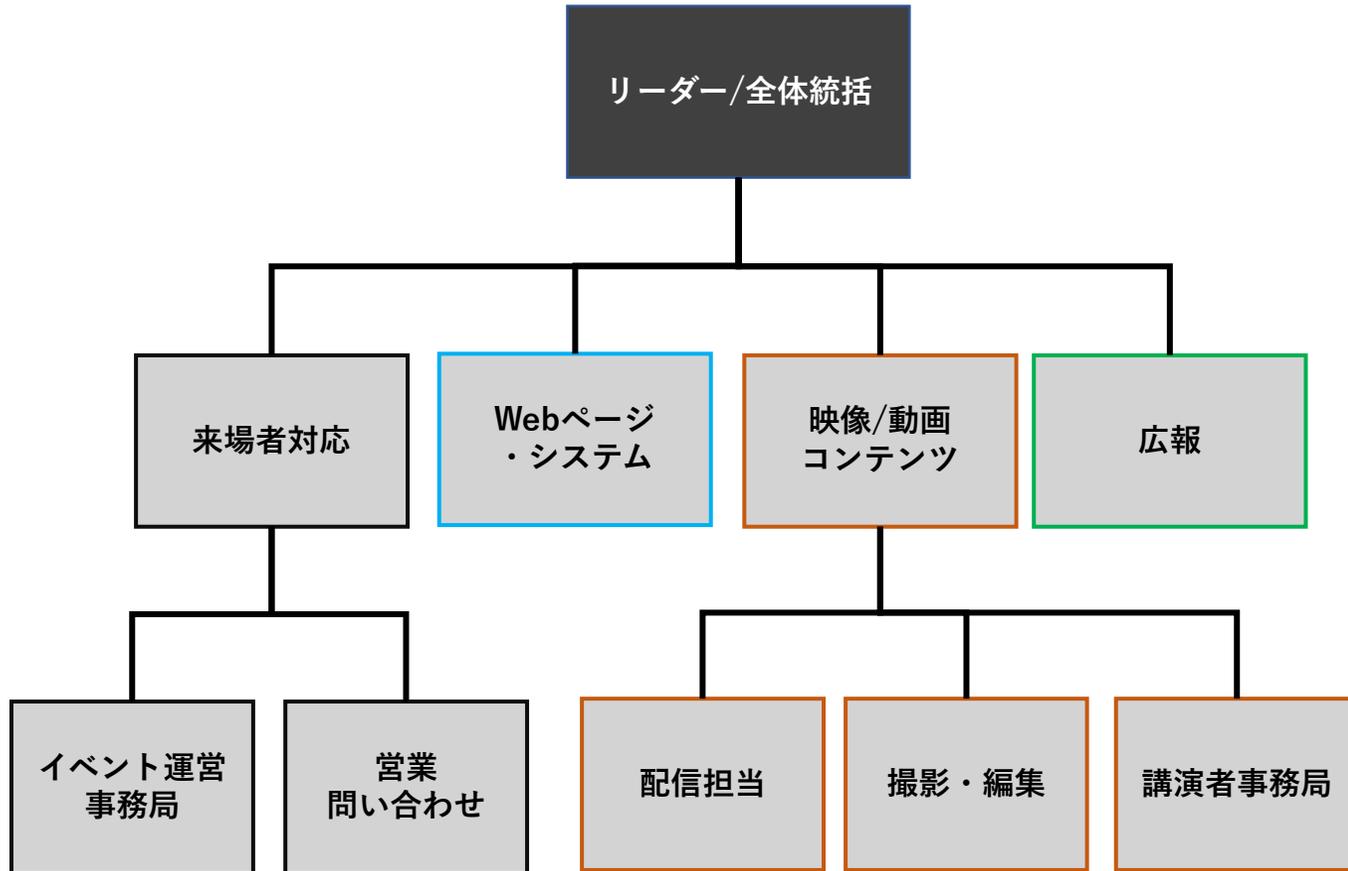
「どれくらい前から準備を始めれば良いですか？」
とよく質問をいただきます。

基本的には、
申込開始をいつに設定するかによって決まります。

多くは、開催日の1ヶ月前頃に申込開始となりますので、
それまでにウェブページ・申込フォームを公開します。あ
わせて事務局の体制整備も必要です。

そこから逆算をすると、数百人規模のオンラインイベント
であれば、1~2ヶ月が必要になりますので、
開催日の約2~3ヶ月前を目安に準備を開始すれば、
問題ないスケジュールとなります。

体制（役割）



一定規模のオンラインイベント開催に必要な体制です。

多くの役割と専門性が求められます。そのため、すべてを自社内で行うことは得策ではなく、外部パートナーへの依頼を事前に想定ください。

イベントの理解がない外部パートナーが臨機応変にWebページのアレンジや動画配信の対応を行うことは至難の業です。

オンラインイベントをオールインワンで対応できる会社と役割分担をして進めることが成功に近づくポイントです。

■Web制作会社に求められるスキル

- アジャイル型開発で進めることができる
- 完成（納品）にコミットできる
- サーバ等のインフラの理解と対応力
- 個人情報の適切な取り扱い

オンラインイベントの構成

オンラインイベントを構成する3つのポイント

プラットフォーム
(システム)

コンテンツ

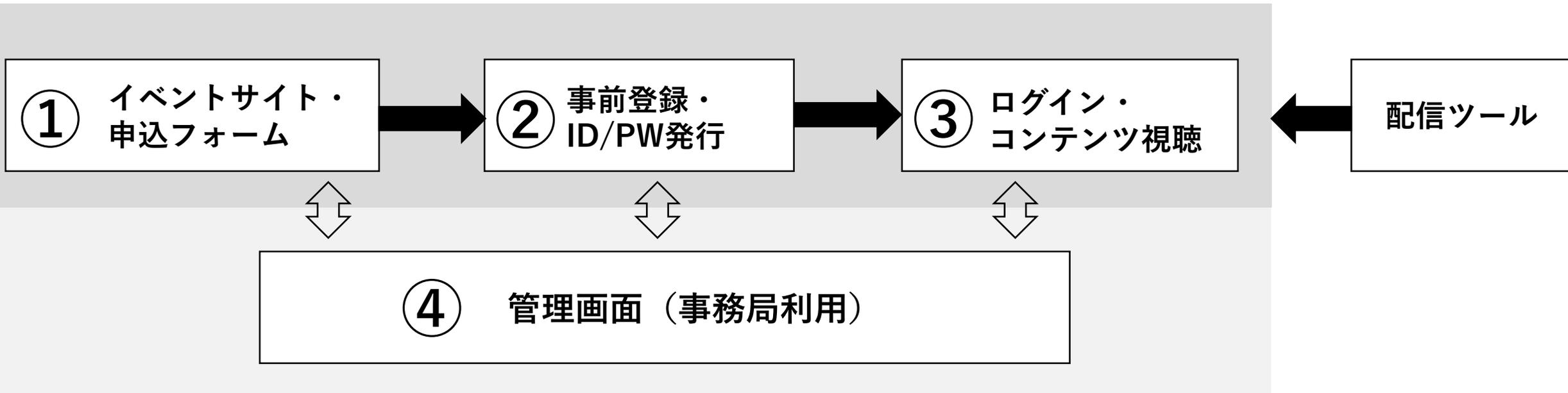
事務局

オンラインイベントを構成する要素で特に重要なものは、「プラットフォーム（システム）」、「コンテンツ」、「事務局」の3つです。

この3つの組み合わせ方で様々なオンラインイベントを設計・開催できます。次ページ以降、それぞれについて解説していきます。

プラットフォーム (システム)

オンラインイベントの登録・視聴の流れ



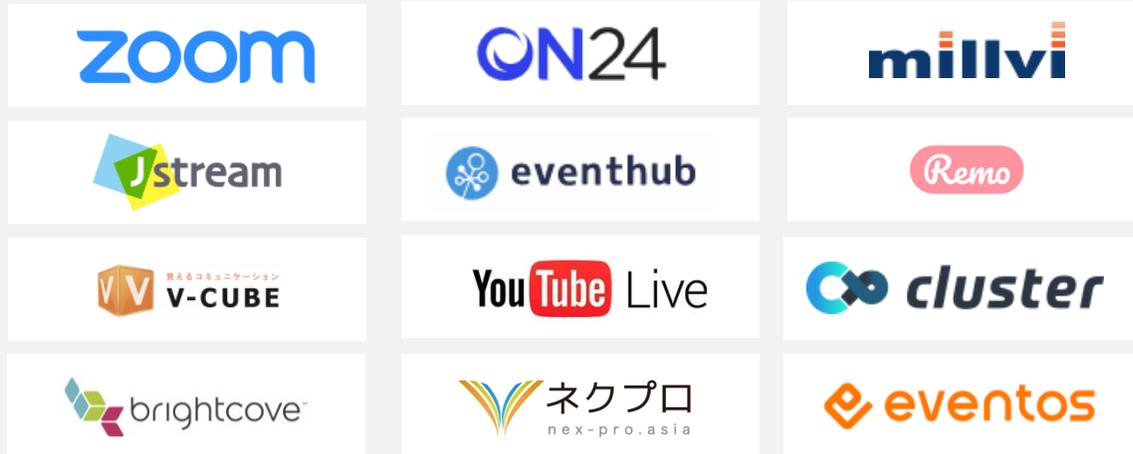
プラットフォームを因数分解すると、

①イベントサイト・申込フォーム、②事前登録・ID/パスワード発行、③ログイン・コンテンツ視聴、④管理画面（事務局利用）の4パートで構成されます。

ユーザーフローを理解した最適なプラットフォームの構築が必要であり、

さらに事務局の運用も意識したものでなければ非常に大変な作業が必要になったり、取得したいデータが取得できなかったりとオンラインイベントの成功が難しくなってしまいます。

配信ツール



※上記各社の製品名およびサービス名等は、各社の登録商標です

- ✓ セキュリティ基準
- ✓ 契約形態（年間/月額等）
- ✓ カスタマイズ性
- ✓ 制約条件（視聴可能人数等）
- ✓ 費用/アカウント

オンラインイベントのプラットフォームは様々な種類のサービスがありますが、各種設定や運用を一括代行してくれるものは非常に少ない状況です。そのため、ツール理解や契約コストなど、イベント準備で忙しいなかさらなる負担が生じる場合があります。

また、前ページで記載した①～④のなかで得意とするパートや対応範囲外など、それぞれ異なります。

右上に記載した条件チェックは必須で行い、自身でリスク管理を行う必要があります。

EXPOLINE オンラインイベントのためのオールインワンツール『EXPOLINE』

イベント特設Webページから当日の視聴・体験、そして事後フォローまで、オンラインイベント全体をワンストップで管理します。管理画面でデータを一元管理、さらに各種サービスとの連携も可能な柔軟性の高いイベント管理システムです。



申込フォームから取得した顧客情報はもちろん、Webページの閲覧からマイページへの登録といったユーザーの行動ログまで管理画面から確認できます。

コンテンツ

動画の配信方法について

オススメ!

配信形式	ライブ配信	疑似ライブ配信	オンデマンド配信
得意分野 (メリット)	<ul style="list-style-type: none"> ● 高い情報鮮度で伝えられる ● 視聴者の生の声を聴ける ● 視聴者の真剣度が高い ● 後工程が簡単 	<ul style="list-style-type: none"> ● 演出・編集ができる ● 視聴者の生の声を聴ける ● 登壇者も対応できる ● 視聴者の真剣度が高い ● 配信時は1名体制 ● 準備に余裕が持てる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 演出・編集ができる ● 広く視聴してもらえる ● 配信が止まることがない ● 十分な準備ができる
不得意分野 (デメリット)	<ul style="list-style-type: none"> ● 演出・編集ができない ● 即答できる体制が必要 ● 視聴者が限られる ● 配信時は3~4名体制 	<ul style="list-style-type: none"> ● 動画制作が必要 ● 即答できる体制が必要 ● 視聴者が限られる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 動画制作が必要 ● 視聴者の質は落ちやすい →顧客の能動的なアクションに繋がりにくい
サービスの担保	当日の不具合や障害対応	ミスのリカバリーができる	

オンラインイベントのメインコンテンツは、“動画”であり、配信方法にはいくつかの種類があります。

コンテンツに合わせて最適な方法を選択することをお勧めします。

「ライブ配信」は、何よりも情報鮮度を高められる利点がありますが、配信時の体制構築や予期せぬ不具合や障害により配信遅れやトラブルが生じるリスクもあります。

「オンデマンド配信」は、事前に撮影・編集ができ、視聴者の自由な時間で視聴可能ですが、どうしても熱量が下がり、視聴者の能動的なアクションにつながりにくい傾向があります。

これら組み合わせた方法が、事前に収録したものを定時に配信するという「疑似ライブ配信」です。

配信環境の確認



✓ 専用回線

✓ 機材

ライブ配信・疑似ライブ配信ともに、配信回線が重要です。

不安定なインターネット回線では配信が停止してしまうため専用回線で行うことを推奨しています。

機材は、カメラ、スイッチャー、ミキサー、マイク等、最低限のセットを購入する場合でも約50万円程度が必要になります。。

コンテンツ制作とその組み合わせについて

1. オープニング映像



2. 司会挨拶 (LIVE)



3. シーンチェンジ映像



4. 本編 (収録)



5. Q&A (LIVE)



6. スライド



コンテンツの組み合わせを紹介します。
配信はライブと擬似ライブを採用しています。

演出、本番のミスが響きにくいリスクヘッジ、
Q&Aライブによるインタラクティブ性をもった構成で
す。

最初はオープニング映像です。イベント開始と同時に印象
的なブランドムービーを約1分間ほど流します。

映像が終わると司会が登場。
当日のアジェンダをライブで紹介します。

司会の合図でシーンチェンジ映像が流れ、本編がスター
トします。

本編は、事前収録の映像とすることで、講演者の緊張を
緩和し、講演が間延びすることを防ぎます。

本編終了後、再度ライブに切り替えQ&Aを実施。
視聴者とのコミュニケーションをとることができます。

最後はスライドで次回お知らせやサービス紹介を盛り込
み、イベントが終了します。

各種演出コンテンツを利用することで場面転換にリズムが
生まれ、飽きることなく視聴いただけます。

演出動画を安く早く手に入れる !!

CM STUDIO for Online Event



約70万点の写真、動画素材

amanaimages

約100点のBGMから選択

Audiostock



<https://cmstudio.jp/story-collection/template/311>



<https://youtu.be/Gs9PDJy5eps>



<https://youtu.be/lbNSEe-75dA>



<https://cmstudio.jp/story-collection/template/268>

CM STUDIOならイベントで使える動画を
1本 3万円で”今すぐ”制作が可能です！

<https://cmstudio.jp/>

料金 (税別) ※15秒or30秒の場合

自分で作る場合 **30,000円**

制作代行を
依頼する場合 **50,000円~**

TICKETプランで、さらにお得に！

5本

120,000円

1本あたり
24,000円

10本

210,000円

1本あたり
21,000円

動画の制作費は、
当社の場合ですと、スタジオやカメラマン、編集を含めて
30万円からお手伝いをさせていただいております。

カメラの台数や動画の長さ、演出などで費用が変わりますが、まとめて複数収録することで1本あたりの費用を下げ
ることも可能です。

また、当社サービスのCM STUDIOでは
オープニングや幕間、エンディングムービーなどを
1本3万円から制作可能です。

誰でも簡単に動画を制作できるITサービスのため、
1本の動画が最短10分程度で制作できます。

事務局

事務局の種類は3つ

オンラインイベント運営の最重要項目！

視聴者事務局

講演者事務局

出展社事務局

事務局は、
視聴者事務局、講演者事務局、出展社事務局の3つに分けられます。

最も業務量が多く、大変なパートです。しっかりと計画し、体制を構築する必要があります。

視聴者事務局について

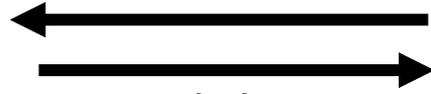
事務局担当者



顧客/運営チーム

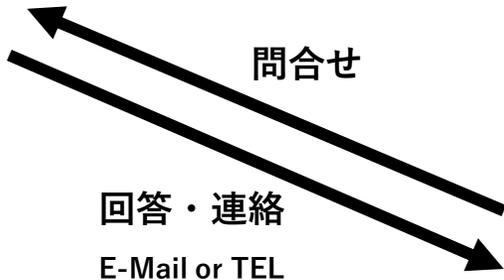


指示



報告

問合せ



回答・連絡

E-Mail or TEL

視聴者



〈制作物例〉

FAQ

各種メール文作成 / 配信

アンケート集計/レポート

視聴者事務局では、視聴者との窓口を担います。

視聴者からの様々な問い合わせに、FAQをもとにメールや電話で対応し、その内容を運営チームにエスカレーションします。

イベントの開催日が近づくと、リマインドメールをしたり、キャンセルの連絡に対してアーカイブの機会をご紹介しますり、当日のトラブル時の窓口にもなります。

制作物は、FAQと各種メール文などがあげられます。

講演者事務局について

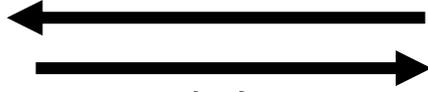
事務局担当者



顧客/運営・制作チーム

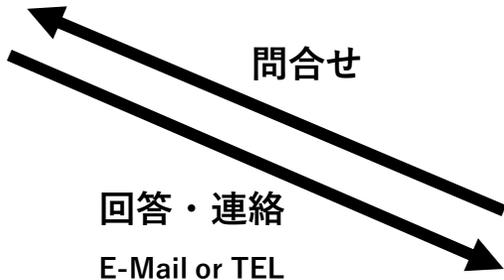


指示



報告

問合せ



回答・連絡

E-Mail or TEL

講演者



〈制作物例〉

講演者募集資料	講演データ管理	ヒアリングシート作成
Web掲載情報管理	当日のご案内	講演者マニュアル

講演者事務局では、講演者との窓口を担います。

講演の依頼、マニュアル作成、講演に利用するデータをまとめたり、当日の交通手段やホテル手配なども含まれます。

講演者情報をWebページにアップする必要があるためWeb制作チームとの連携も必要です。

イベント当日は、講演者のチェックイン・チェックアウトなどの現場運営を行います。

出展社事務局について

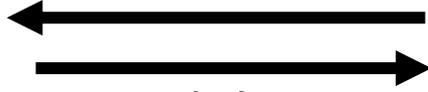
事務局担当者



顧客/運営・制作チーム



指示



報告

問合せ



回答・連絡

E-Mail or TEL

出展者



〈制作物例〉

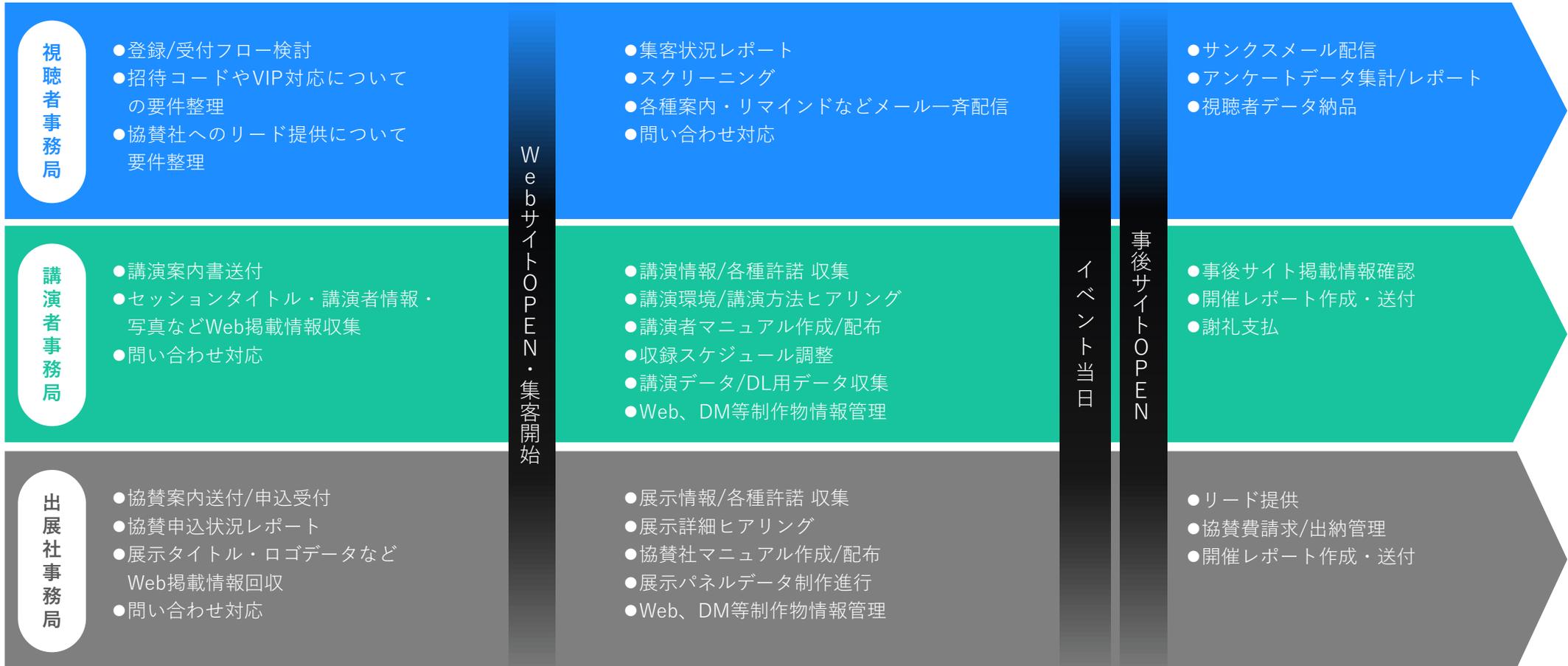
出展募集資料	出展社マニュアル	展示データ管理
協賛社マニュアル	Web掲載情報管理	請求・入金管理
リード情報管理	報告書作成	ヒアリングシート

出展社事務局は、出展企業の担当者との窓口です。

協賛者の獲得、出展社マニュアル・ヒアリングシート作成、出展者との連絡・調整を行います。

イベントで得られたデータや報告書を各社へ提供したり、講演者事務局と同様にWebページに表示する内容の取りまとめ、協賛金の請求処理や入金確認業務も行います。

事務局のタスク & スケジュール



まとめ

まとめ

オンラインイベントの“裏側”について、本資料のまとめです。
少しでも皆様の今後のプロモーション活動の参考になれば幸いです。

スケジュール

- 最低1ヶ月、最大4ヶ月の準備期間
- 開催日の約2～3ヶ月前に準備開始

プラットフォーム

- 構造を理解して選択を行う
- 自社でどこまでできるかの判断

配信方法

- 配信方法の選択/使い分け
- 配信環境の整備（専用回線・機材）

体制

- 多くの役割と専門性
- イベントを理解したパートナーと協業

コンテンツ

- 演出動画で効果的に
- コンテンツの組み合わせ

事務局

- 役割に応じた事務局の設置
- オンラインイベント運営の最重要項目

オンラインイベント全体の企画・プロデュース・運営を一気通貫でサポート



当社のお客様

業界業種様々なお客様へ Digital Experienceを企画提供。





●社名／

株式会社スプラシア Sprasia, Inc.

●代表者／

代表取締役社長 中島 優太

●本社所在地／

〒104-0031 東京都中央区京橋3-1-1 東京スクエアガーデン20F

●設立／

2007年8月8日

●資本金／

9,975万円

2023年10月末日時点



●お問い合わせ

tel. 03-6820-8620 mail. sales@sprasia.com



グループ会社

HAKUTEN

株式会社博展 / フィジカルイベントの博展

