

## シャノンが実施したアンケートによると 「こっそり参加」が3割以上。 ウェビナーの参加実態とは？

株式会社シャノン（本社：東京都港区、代表取締役社長：中村 健一郎、証券コード：3976 以下、シャノン）は、企業でサービスや製品を導入する際、情報収集や選定に関わる20歳以上の男女を対象に実施した「ウェビナーに対するイメージと参加状況に関するアンケート」の結果を発表いたします。

### ■アンケート実施の背景

2020年は、コロナ禍でアナログのマーケティング活動が難しくなり、ウェビナーに取り組みはじめた企業やウェビナーに参加する人が急増した1年となりました。

シャノンは、2019年8月から毎月ウェビナーを開催しておりますが「参加者の実態を把握することでより効果的な運営ができるのではないか」という思いから、アンケートを実施しました。

今回はアンケート結果に加えて、シャノンのウェビナー開催時のデータをまじえながら、ウェビナーを成功に導くヒントをご紹介します。

### ■実施概要

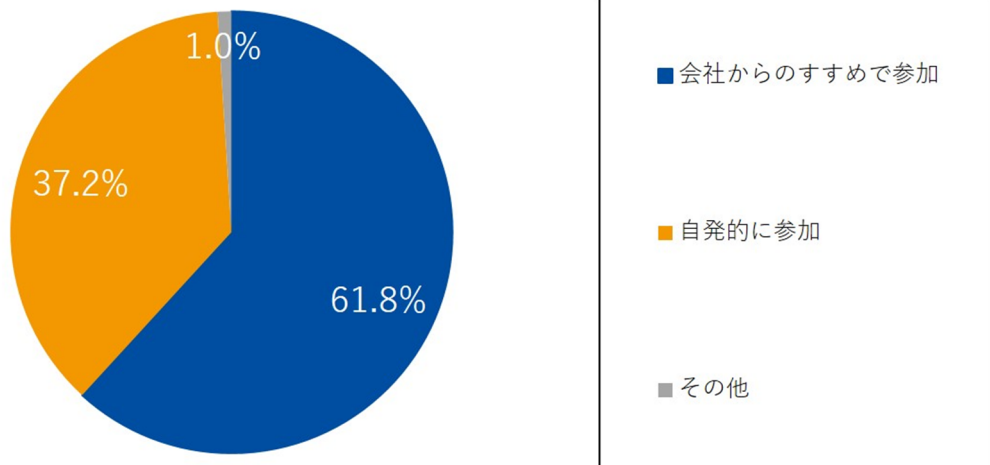
- ・対象者：企業でサービスや製品を導入する際、情報収集や選定に関わる20歳以上の男女
- ・人数：883人（男性441人、女性442人）
- ・回答期間：2020年10月23日（金）～25日（日）
- ・実施方法：ネットリサーチ

### ■ウェビナー参加者のうち、3割以上は会社に知られることなく一人で「こっそり」参加

ウェビナーに参加したことがあると回答した191人のうち、参加した経緯について「会社からのすすめで参加」と回答した人は61.8%、「自発的に参加」と回答した人は37.2%でした。

過去ウェビナーに参加した経緯で多いものはどれですか？

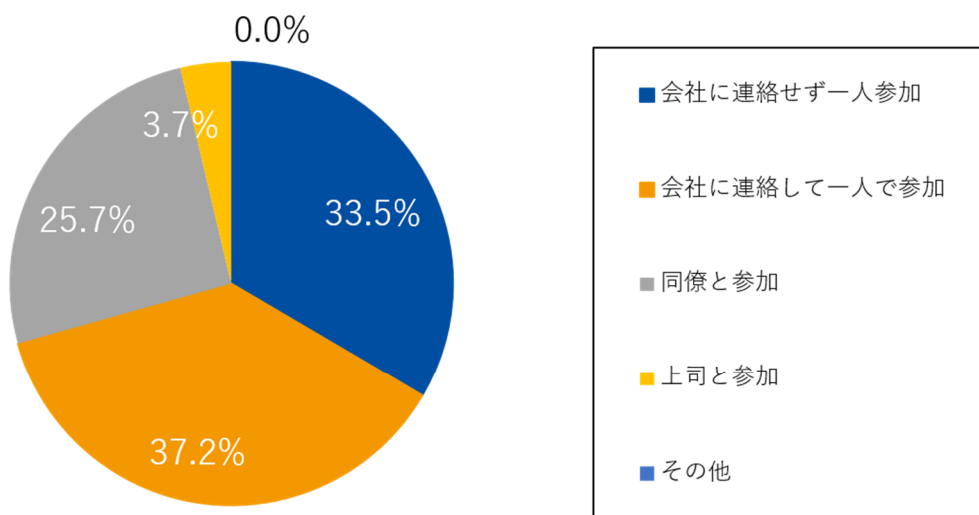
(n=191)



しかし、実際は 33.5%が会社に連絡せず一人で参加したことがわかりました。「会社に連絡せず一人で参加」と「会社に連絡して一人で参加」を合わせると、一人で参加した人は 7 割以上を占めます。

過去ウェビナーに参加したときの参加人数について最も多いものはどれですか？

(n=191)



さらに2つの質問をあわせて集計すると、会社からのすすめで参加した人であっても、そのうち31.4%が実際には会社に連絡せず一人で参加していたことがわかりました。

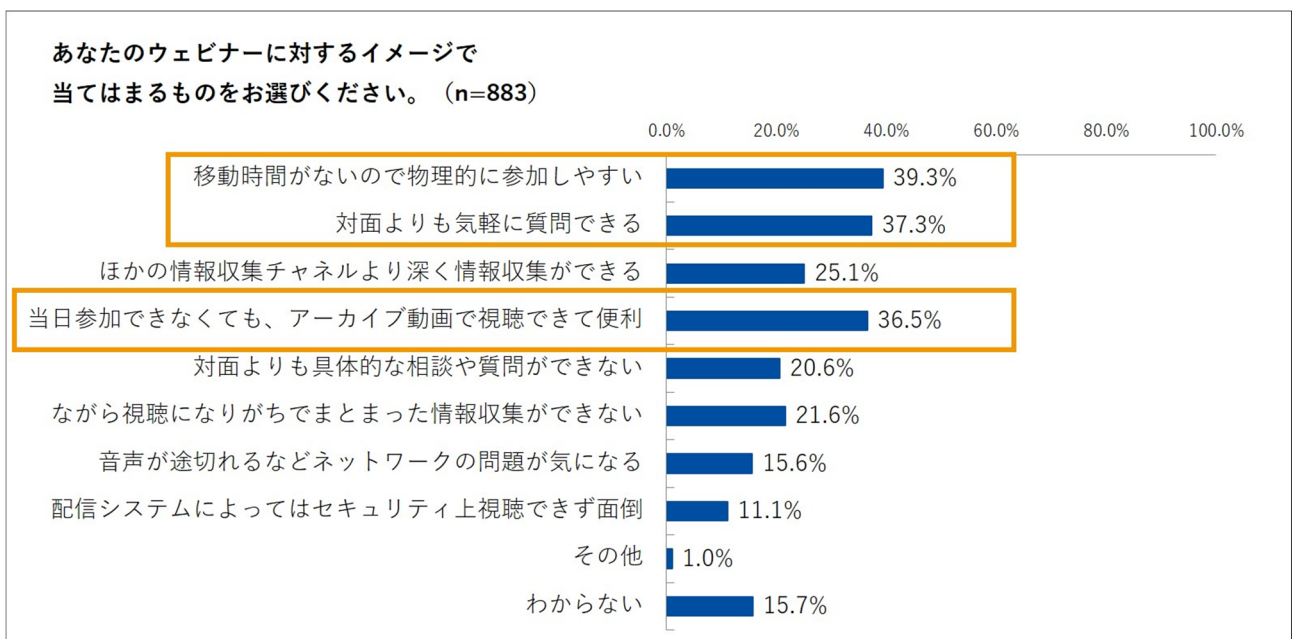
	会社に連絡せず一人で参加	会社に連絡して一人で参加	同僚と参加	上司と参加
会社からのすすめで参加	31.4%	37.3%	28.0%	3.4%

### ■ウェビナーは気軽な情報収集チャンネルであり、アーカイブ動画を希望する人が3割以上

ウェビナーに対するイメージについて該当するものを選択する質問では「移動時間がないので物理的に参加しやすい」「対面より気軽に質問できる」がそれぞれ3割を超えています。

この回答結果から、ウェビナーは気軽に参加できるという点が評価されていることがわかりました。

また「当日参加できなくても、アーカイブ動画で視聴できて便利」を選択した回答者が36.5%にのぼることから、参加者のニーズに応えるためにはアーカイブ動画の用意が必要です。



### ■アンケート結果から読み解くウェビナーを成功させるための鍵

ウェビナーは、リアルセミナーと比較して一人で気軽に申し込みやすく、参加者が増える傾向があるため、企業にとってはこれまでのセミナーでは獲得できなかった新たな層の顧客を獲得できる施策と言えるでしょう。

ただし、社内への報告がされず個人の情報収集にとどまるケースも多く、「こっそり」参加している人がいることを念頭に置く必要があります。

そのため、社内担当者として情報収集している人を確実にフォローすると同時に、31.4%の「こっそり参加者」が社内で改めて共有したくなる、資料やアーカイブ動画などのコンテンツを作ることがウェビナー成功の鍵となります。

また、デジタルだからこそ取れるデータを活用して参加者の実態を理解することも必要です。

今回のアンケートでは36.5%が「当日参加できなくても、アーカイブ動画で視聴できて便利」と回答した一方で、シャノンで開催しているウェビナーでは、アーカイブ動画の視聴時間が短いというデータもあります。ライブ配信の平均視聴時間は20分台が多いのに対し、アーカイブ動画の平均視聴時間は10分未満と大きな差があったのです。

この結果から、参加者のニーズに応えるだけでなく、データに基づいたフォロー施策が重要になります。

	ライブ平均視聴時間	オンデマンド平均視聴時間
2019年12月	17:52	5:56
2020年1月	33:17	8:44
2020年2月	20:12	7:05
2020年3月	26:42	6:24
2020年4月	21:40	7:40
2020年5月	29:01	7:29
2020年6月	29:05	9:40

ライブ配信の方が、視聴時間が圧倒的に長い

このように、ウェビナーは配信だけではなく、申し込みや視聴、アンケート回答の履歴を顧客データと紐づけてフォローを実施する必要があります。この課題を解決するために、シャノンは「情報の一元管理から顧客の状況にあわせたフォロー環境の構築」を提供しています。

## ■株式会社シャノンについて

シャノンは、クラウドテクノロジーをコアに、企業のマーケティング課題を解決する製品・ソリューション・サービスを提供しています。イベント、セミナー、マーケティングオートメーション、デジタルとアナログを組み合わせるデジアナマーケティングなどを実現するシャノンのマーケティング支援システムは、金融、IT・通信、製造業など業種を問わず、大規模から中規模まで多様なシーンでご利用いただいています。

社名商号 株式会社シャノン（英文：SHANON Inc.）

証券コード 3976（東証マザーズ）

設立 2000年8月  
資本金 4億4784万円(2020年11月末現在)  
代表者 代表取締役社長 中村 健一郎(なかむら けんいちろう)  
所在地 東京都港区三田3-13-16 三田43MTビル4階  
事業内容 クラウド型マーケティングソリューションの企画・開発・販売・サポート  
マーケティングにかかわるコンサルティングおよびサービスの提供  
URL <https://www.shanon.co.jp/>

**■本件に関するお問い合わせ先**

株式会社シャノン マーケティング部  
TEL: 03-6743-1565  
E-mail: [marketing@shanon.co.jp](mailto:marketing@shanon.co.jp)

**■報道関係者からのお問い合わせ先**

シャノン PR 事務局(イニシャル内) 担当: 小野・山田・根本  
TEL: 03-5572-6316  
FAX: 03-5572-6065  
E-mail: [shanon@vectorinc.co.jp](mailto:shanon@vectorinc.co.jp)