地域における普及啓発事業
オンラインイベントガイドライン

令和4年3月

目次

はじめに	3
企画	4
主なオンラインイベントの形態と概要	5
企画時のポイント	6
ツール／サービス紹介	7
準備	8
準備時のポイント	9
周知方法の紹介	10
運営	11
運営時のポイント	12
効果検証方法の紹介	13

【はじめに】

背景

■ これまで、「地域における地球温暖化防止活動促進事業」及び「地方と連携した地球温暖化対策活動推進事業」では、2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、各地域の生活様式や個々のライフスタイル・ワークスタイル等に応じて、持続可能な脱炭素社会づくりに向けた効果的かつ自発的な行動変容やライフスタイルの選択を促す取組が実施されてきた

■ 昨今では、新型コロナウイルスの流行に伴い、予防策としての新しい生活様式に即したオンラインでの普及啓発が求められている

本ガイドラインのねらい

■ 本ガイドラインでは、オンラインイベントによる普及啓発のより効果的な実施を図るため、その企画・準備・運営段階におけるポイントをまとめる

■ 本ガイドラインをもとに普及啓発活動の実施主体がオンラインイベントを実施することにより、普及啓発の効果を高め、ひいてはCO_2削減効果を増大させることを目的とする

ガイドラインの対象

■ 本ガイドラインの対象は、地域における普及啓発活動を実施する地域地球温暖化防止活動推進センター、地方公共団体及び民間企業・団体を想定している

企画
準備
運営

【企画】主なオンラインイベントの形態と概要
イベントの特徴を踏まえて応じて最適なイベント形態を選択することが重要

主なオンラインイベントの形態と概要

	イベント形態	概要	特徴	
1	**リアルタイム交流会／勉強会／体験会等**	■ オンラインで**対象者と双方向的にコミュニケーション**をとりながら普及啓発を行うイベント	ライブ配信（↓アーカイブ配信）	双方向交流可能 ■ 普及啓発対象者との双方向的な交流が可能であり、**比較的高い行動変容率**が期待できる ■ 小規模向きだが、ライブ配信を**アーカイブ化**（録画保存して配信）**することで、リーチ数の獲得**も可能
2	**リアルタイム講義**	■ オンラインでリアルタイムに対象者に講義等を実施するイベント		基本的に一方向的な発信 ■ 大規模向きであり、ライブ配信を**アーカイブ化**（録画保存して配信）することで、**更なるリーチ数の獲得**も可能 ■ 簡単な**質疑応答や、事前質問への回答**等により、一定程度の双方向性も確保可能
3	**オンデマンド講義**	■ 録画した講義等の配信	オンデマンド（録画）配信	基本的に一方向的な発信 ■ 大規模向きであり、**広くリーチ**することが可能 ■ 不測の事態が起こりづらく、失敗しにくい

【企画】企画時のポイント
オンラインイベントの特性を踏まえ、イベント実施に必要な項目を決める

オンラインイベント企画時のポイント

目的（why）		■ オンラインイベントで達成したい目的・目標 ➢ 参加者数X人、そのうちX人の意識・行動を促し、CO2排出量をXt削減する等、**定量目標を設定**することが望まれる
参加者（who）	**登壇者**	■ 講義の登壇者等 ➢ イベント内容に沿った登壇者を選定 ➢ オンラインのため、**遠方の有識者や著名人**に協力いただけるケースもあり
	対象者	■ ターゲット層 ■ 目標とするイベント参加人数 ■ 集客方法 ➢ 用いるチャネル、時間軸等の決定 ※詳細は後述の「準備」を参照
内容（what）		■ コンテンツ ➢ 途中退出が可能なオンラインイベントの場合、双方向的な交流や質疑の時間を設ける等により、**飽きさせない工夫**が重要 ➢ オンラインと相性のいい普及啓発テーマの選定（エコカー試乗や住宅展示会などの体験型コンテンツが存在するテーマよりも、**再配達削減や環境意識の向上等の体験型コンテンツがないテーマ**の相性が良い）
時間（when）		■ イベントを実施する時間 ➢ 特に、リアルタイムのイベントを実施する場合は、**ターゲット層にとって参加しやすい時間帯**で実施
場所（where）		■ イベント実施者が発信・収録する場所 ➢ **インターネット環境の確保**が必要 （通常画質で上り3Mbps、高画質では6Mbps、大人数へのライブ配信では30Mbps以上が目安）
配信方法（how）		■ 目的やコンテンツを踏まえ、前ページを参考に最適な配信方法を選定

【企画】ツール／サービス紹介
イベントの特徴に合わせたツール／サービスの選定が必要

オンラインイベントに活用可能なツール／サービス（一部・令和4年3月現在）

	ツール／サービス名	特徴	主な機能	最大利用可能数	料金
1	ZOOM	■ **双方向型**の配信向き ■ 事前登録フォームの作成可能	■ オーディオ・画面・ビデオ共有、チャット ■ Q&A・アンケート ■ レポート	会話型：100名 視聴型：10,000名 ※契約プランによる	92,800円/年～ ※ライセンスによる
2	Teams	■ 会議・ライブイベント（**双方向型**の配信向き）、ウェビナー（**一方向型**の配信向き）いずれも可能	■ 画面共有、チャット ■ リアクション、Q&A	会議・ライブイベント：10,000名 ウェビナー：1,000名	870～6,200円/月 ※ライセンスによる
3	Cisco Webex Events	■ 高画質でビデオ視聴可能 ■ 端末のアクセス制限なし	■ 画面共有、チャット ■ リアルタイム翻訳・字幕 ■ リアクション、Q&A ■ 使用状況レポート作成	1,000名	要問合せ
4	V-CUBE	■ **一方向型**の配信向き ■ アプリインストール不要※URLから入室 ■ 専用サポート、専用スタジオ ■ 高いセキュリティ	■ 画面共有、チャット ■ ライブ/オンデマンド配信 ■ アンケート・データ測定	10,000拠点	要問合せ
5	Cocripo	■ **ウェビナー**に特化 ■ 入退場履歴、チャット履歴、アンケート結果も管理可能 ■ 無料トライアルあり	■ 画面共有、チャット ■ アンケート ■ 参加者情報の取得 ■ 管理・集客機能	• フリープラン：3人 • ビジネスプラン：100人 • エンタープライズプラン：300人	• フリープラン：0円 • ビジネスプラン：33,000円/月 • エンタープライズプラン：77,000円/月

出所：各社WEBサイト等

企画
準備
運営

【準備】準備時のポイント
オンラインイベントの特性を踏まえ、周知、リハーサル等の準備をおこなう

オンラインイベント準備時のポイント

周知	■ **オンラインの特性を生かした周知**の実施 ➢ 詳細は次頁参照 ■ コンテンツ作成 ➢ 必要に応じ、**イベント専用のWEBページ**を作成
リハーサル	■ リハーサルで下記事項の確認 ➢ **オンラインイベントツールの操作方法** （グループ分けの操作等） ➢ **通信環境** （映像や音声が問題なく配信できるか） ➢ 役割分担 ➢ トラブル時の対応
参加者情報の分析	■ オンラインイベントでは**事前に参加者の基礎情報**（年代、性別、所属等）**や興味のあるトピック等を確認**することも可能
参加者へのリマインド	■ 参加者予定者にイベント参加方法を案内 ➢ オープン（誰でも参加可能）なイベント ✓ **集客用のイベントページに掲載** ➢ クローズ（参加者が限定的）なイベント ✓ 参加者に向けて**メール等で連絡** ※オンラインイベントはオフラインイベントに比べて急な欠席が出やすい（忘れられやすい）ため、丁寧なリマインドが重要

【準備】周知方法の紹介
ターゲット層に合った周知が重要。アーンドメディアや連携先との協力でコストを抑えて周知

オンラインでの周知方法

	潜在層	準顕在層	顕在層	明確層
	✓ 環境関連のイベントに興味がない 等	✓ 環境関連のイベントに興味はあるが、イベントの存在を知らない 等	✓ 環境関連のイベントに参加したい 等	✓ 特定の環境関連のイベントに申し込みたい　　等
ペイドメディア（有償メディア）	• テレビCM • ラジオCM • 新聞広告 • 雑誌広告	• バナー広告 • 動画広告 • リスティング広告 • リターゲティング広告 • 記事広告	• バナー広告 • 動画広告 • リスティング広告 • リターゲティング広告 • 記事広告	• －
オウンドメディア（所有メディア）	• 広報	• WEBサイト（SEO対策）	• WEBサイト • メルマガ • 環境省SNS	• WEBサイト • メルマガ
アーンドメディア（第三者メディア）	• SNS（**イベント参加者によるシェア**）	• SNS（**イベント参加者によるシェア**）	• SNS（**イベント参加者によるシェア**）	• －
その他の啓発手法	• **連携する地公体、地域センター、民間企業等からの発信** • **登壇する有識者等からの発信**	• **連携する地公体、地域センター、民間企業等からの発信** • **登壇する有識者等からの発信**	• －	• －

企画
準備
運営

【運営】運営時のポイント
トラブルへの備え、アンケートの実施、参加者等へのシェア依頼が重要

オンラインイベント運営時のポイント

トラブル対応

- 映像・音声トラブルへの対応
  - インターネット回線、パソコンやタブレット等のデバイスは**複数用意**し、トラブル時は迅速に切り替えられるようにする

アンケート実施

- 利用ツール
  - Googleフォーム等でのアンケート作成ツール
  - オンラインイベントツールのアンケート機能
- 設問設計
  - 補助事業において展開したアンケート設問票を参照
- 結果分析・活用
  - イベント効果検証、改善点洗い出し
  - メールアドレスを聞き、今後のイベントの案内に利用

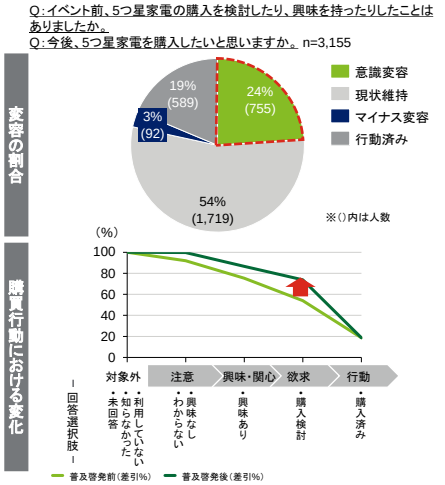
参加者への対応

- 参加者からの質問やコメント等への対応
  - 大規模なイベントでは本業務の担当者を置く

シェア依頼

- **登壇者、参加者等へのSNSなどでのシェアの依頼**
  - アーカイブ配信と併せて実施することで、効果的に普及啓発対象を増やすことが可能

【運営】効果検証方法の紹介
オンラインイベントでは充実したデータ取得・分析による効果検証が可能

オンラインイベントの効果検証方法の紹介

	イベント実施前	イベント実施中	イベント実施後
効果検証項目・方法	■ **普及啓発のリーチ数** ➢ イベントページのPV（ページビュー）数 ➢ SNS投稿等のインプレッション数（表示数）、エンゲージメント数（いいね、等の反応数）、リンククリック数	■ **参加者数／再生回数** ➢ イベントへの参加者数・再生回数 ※想定したターゲットが参加しているか等、属性による分析も重要 ■ **離脱率（オンデマンド配信等）** ➢ 動画を最後まで見た人の割合	■ **意識変容数・率** ➢ アンケートにおけるイベント前後で意識が変化した人の人数・割合 例：イベント前は省エネ家電の購入に興味がなかったが、イベント後は買い換えたいと考えるように変化した　等 ■ **満足度** ➢ アンケートにおけるイベントに対する評価
イメージ	Facebookの投稿分析画面 （出所：AsiaX） 	YouTubeの動画分析画面 （出所：video-ad.net） 	アンケート分析イメージ