

【実践報告】

観光学分野の国際ウェビナーにおけるオンラインイベント運営について

村野 美里¹⁾, 小林 麻希¹⁾, 伊藤 央二¹⁾Online Event Management about International Webinar Series
in Tourism StudiesMisato Murano, Maki Kobayashi, Eiji Ito¹⁾

1. 諸言

和歌山大学国際観光学研究センター（CTR）は、最先端の研究を広く社会に発信し、さらなる研究の活性化を図るため、例年、複数回にわたり国内外から観光学分野の研究者等を招聘し、学内もしくは東京や大阪の会場で研究セミナーイベントを開催していた。ところが、2019年末に発生した新型コロナウイルス感染症（以後、コロナ）拡大の影響により、対面でのイベント開催が不可能となってしまった。しかし幸いにもこのパンデミックのため、世界中がオンライン会議や授業といったオンライン化に大きくシフトし、インフラ環境が世界規模で整うことにつながった。これを好機と捉え、CTRではセミナーのオンライン化、ウェビナーを実施し、より広く世界へ発信、交流していくこととした。そこで本稿では、過去3回のウェビナー開催を通して得たオンラインイベント運営のノウハウと知見を報告することで、日本でも歩みを始めたウェビナー文化の発展ならびにオンラインイベント運営の円滑化に貢献することを目的とした。

2. ウェビナーシリーズの趣旨と運営体制

CTRはアジア太平洋地域における観光学分野の研究拠点としての確立をミッションに掲げており、ウェビナー開催はコロナ禍においてもその実現に向け世界に働きかけることを目指したプロジェクトである。同ウェビナーのシリーズ名称を「Wakayama-CTR Webinar Series 2020」と決め、共通テーマを「Tourism,

Sustainability and Recovery: Asia Pacific Expert Outlook」と定めた。主に日本を始めとしたアジア太平洋地域の観光学研究者や学生、業界関係者を対象として、観光分野におけるコロナによる影響からの復興を軸に、世界の観光研究や知見を共有することを目的とした。

ウェビナー実施日程は2020年7月から毎月1回（原則毎月第3水曜日）とした。初回から第3回目までは、和歌山大学特別主幹教授3名が順に基調講演を務め、CTRでの選定あるいは同特別主幹教授の推薦で共同研究者や観光国際機関等の代表者がパネリストとしてウェビナーの議論に加わった。また、同特別主幹教授の居住地がオーストラリア及び英国であったため、ライブ開催の都合上、時差を考慮して毎回日本時間19時開始と定めた。一部地域からのライブ視聴は難しくなるが、録画動画の公開を行うことで、定時開催による視聴者の認識固定化を優先することとした。各回のモデレーターはCTR研究員が担当し、準備運営は主に本稿の筆頭筆者及び第2筆者の事務スタッフ2名で行った。CTRウェビナーシリーズの概要は表1にまとめた。

初回のウェビナー登壇者は、意図した訳ではないが男性4名となった。これに対し、パネルに女性が皆無だと海外から指摘を受けた。指摘を受けすぐに、「Through combined factors of availability and circumstances, this webinar has an all male panel. Wakayama University is very conscious of gender

1) 和歌山大学国際観光学研究センター 〒640-8510 和歌山県和歌山市栄谷930

Center for Tourism Research Wakayama University, 930 Sakaedani, Wakayama-City, Wakayama 640-8510 JAPAN

表 1. CTR ウェビナーシリーズ 2020 「Tourism, Sustainability and Recovery: Asia Pacific Expert Outlook」の概要

	テーマ	登壇者	参加者数/申込者数
第 1 回： 2020 年 7 月 22 日	COVID: Travel and Tourism	<ul style="list-style-type: none"> ● Dr. Brent W. Ritchie (和歌山大学特別主幹教授、The University of Queensland 教授) ● Mr. Trevor Weltman (Chief of Staff, PATA) ● Dr. Hayato Nagai (和歌山大学観光学部講師) 	131 名 / 235 名
第 2 回： 2020 年 8 月 19 日	Recovering sustainably, global lessons for Japan's tourism industry	<ul style="list-style-type: none"> ● Dr. Graham Miller (和歌山大学特別主幹教授、University of Surrey 教授) ● Ms. Rochelle Turner (Head, Research and Insight, MaCher) ● Dr. Xavier Font (University of Surrey 教授) ● Dr. Kumi Kato (和歌山大学観光学部教授) 	167 名 / 261 名
第 3 回： 2020 年 9 月 16 日	Tourism, sustainability and de-growth	<ul style="list-style-type: none"> ● Dr. Richard Sharpley (和歌山大学特別主幹教授、University of Central Lancashire 教授) ● Dr. Muchazondida Mkono (The University of Queensland Business School 講師) 	214 名 / 347 名

equality and proportionate representation and in forthcoming webinars in the series will ensure that proportionate gender representation is at the forefront of programming」という注意書きを CTR の英語版ウェブサイトとチラシに追記した。特に欧米豪では多様性への意識が非常に強く、世界を対象にしたウェビナーという観点から、第 2 回目以降、本ウェビナーシリーズでも性別や人種的背景も考慮に入れ、登壇者の選定を行うことを心掛けた。

登壇者の人数も十分に検討が必要な要因である。視聴側の感覚として 20 分以上の講演は長いと感じやすいため、単独講演のウェビナーとするよりはパネルディスカッションを含めるのが主流である。ただし、基調講演者に加え、パネリストは最大でも 2 名までが、1 時間の時間枠では限界であると考えられる。パネルディスカッション参加のためパネリストも自己紹介とプレゼンテーションを行うが、ウェビナーでは運営側がタイムキープをして残り時間を登壇者に伝えるのは非常に難しく、持ち時間を過ぎてしまいやすいのが難点である。全体の終了時間を 10 分程度オーバーしたこともあったが、予め 1 時間半や 2 時間のプログラム設定にすることは避けた。オンライン視聴は集中力が続きにくく、長時間のウェビナーでは申し込み自体を躊躇してしまうことが予測されたためである。海外でも大学機関の提供するウェビナーは、1 時間枠が一般的なものとなっている。

ここで、本番の運営体制についても言及しておく。本ウェビナーシリーズでは、3 名体制で運営にあたった。メインとなる画面切り替えを 1 名で行い、登壇者（主にモデレーター）とのコミュニケーションを取りながら、チャットボックスにホストからのメッセー

ジを投稿する 1 名を置いた。加えて、冒頭にプロモーションビデオ操作を担当する 1 名を置いた。これは、動画再生時に画面を操作してしまうと、カーソル等が視聴者画面に映ってしまい、再生が終了するまでホストコンピューターを操作できなくなってしまうためであった。なお、動画再生の担当者は万が一モデレーターにシステムトラブルが起こった際に、ピンチヒッターとして登壇するというリスクマネジメント体制も兼ねることとした。

上記 3 名は同室で運営にあたったが、本番開始前の登壇者とのブリーフィングではマイク機能を利用するため、各自がヘッドフォン等で音声を出力してハウリングが起こらないよう準備した。運営側のコミュニケーションの取りやすさを考慮すると、モデレーターも同室で出演することが望ましい。なお、各自ノートパソコンで作業したが、運営側の画面は視聴者画面と仕様が異なるため、別途 PC1 台をモニター画面につなぎ、視聴者画面を確認できる体制を取った。この準備には、ダミー視聴者として別のアカウントで申し込みをしておく必要がある。

3. 利用ツールの選定と運用方法

ウェビナー実施にあたり、同センターでは Zoom ビデオコミュニケーションズ社が提供する「Zoom ビデオウェビナー」を利用した。「Zoom ミーティング」の有料オプションとなるが、講演者やモデレーターの話者のみが画面に表示され、視聴者が映ることなくセミナーを視聴できることや登録フォーム設定、配信メールのカスタマイズや自動送信設定、YouTube への連携によるライブストリーミング配信が可能といったウェビナー実施に際する利便性が高いということから、導

入を決めた。

また、Zoom ウェビナーでは、配信設定にあたり参加登録や操作等の各種詳細を調整できる。基本設定として、ウェビナータイトルや開催日時、所要時間、参加登録の有無、開始時のビデオや音声設定、ウェビナーの実践セッション（事前の操作確認）や質疑応答・録画の設定の大枠を登録する。基本設定後、参加登録項目の設定や自動送信されるメール設定、またウェビナー最後に行うアンケートの設定を行う。参加登録のプロセスには、氏名、メールアドレス、国／地域、業界、会社名／学校名、カスタム質問（職業、ウェビナーの情報源、参加証明書の発行希望、今後のイベント情報配信希望）を設定し、参加者の情報を収集した。なお、申込ページにはプライバシーポリシーの提示を行った。また CTR のウェビナーであることを示すため、参加登録画面や配信メールに CTR ロゴマークを掲載するように設定したほか、世界各国からの申し込みに対応すべく、メール言語の設定を受信者（参加登録者）のデフォルト言語になるようにした。そして、申し込みフォームの URL を CTR ウェブサイト上に埋め込む形をとった。

詳細設定においては、登壇者や運営側メンバーの登録を行う。ここで、ウェビナー配信時に画面表示される登壇者の表示名を登録することができる。開催日 1 週間前に手動で、URL リンクの記載された招待状メールの配信を行った。また、事前に登壇者が当日の流れと運営側の操作内容を把握できるようプログラムのタイムテーブルも作成した。タイムテーブルには、スムーズな画面切り替えになるよう登壇者自身にカメラ OFF の切り替えを行ってもらうため、各自のカメラ ON / OFF のタイミングも明記した。なお、当日の運営で留意が必要な点は、ネットワーク環境である。ホストコンピューターは最も重要なため、安定した有線ネットワークの利用が望ましい。本ウェビナーシリーズでは各回の開始時に、2 分ほどの CTR プロモーション動画を再生したが、通信容量に負荷がかかりやすいため、動画の解像度を下げておく等の工夫を行った。この試みは、ウェビナーでは少し遅れて参加する視聴者が多く見受けられるため、プログラム本体の見逃しがないようにという配慮も込めたものでもある。

Zoom ウェビナーは、プログラムやパネルに合わせ画面レイアウトを調整しやすいのが利点である。テレビ番組のような構成ができるため、視聴側も話者に集中しやすい。ただし、滞りない画面切り替えのためには、登壇者がシステムに慣れることも重要である。プレゼンテーションスライドの画面共有やミュートの切り替えがスムーズだと視聴側も安心してプログラムに

集中できる。世界的に普及している Zoom では、多くの登壇者がすでに使用経験があったため、スムーズなウェビナー運営をすることができた。

Zoom ウェビナーの Q&A 機能では、視聴者が質問を入力し、登壇者が返信もしくは口頭で返答できるが、本ウェビナーシリーズでは利用しなかった。Zoom には Q&A 機能とは別にチャット機能がついており、双方に質問が書き込まれてしまうと登壇者が確認しづらくなるため、チャット機能に一元化することにした。関連して、視聴者が挙手できる機能もあるが、視聴者に発言権を与えてしまうと時間管理が難しくなるため、質問はチャットでの書き込みに限定した。参加者の少ないウェビナーであれば、視聴者も発言できるようにすることで、よりインタラクティブにコミュニケーションが取れ、参加者の満足度も上がることが考えられる。なお、チャット機能には一長一短の印象がある。特にアジア圏の参加者はチャットボックスに、挨拶として出身地域や所属先を投稿することを好む傾向があり、投稿が止まない。参加者からの投稿でウェビナーへの一体感が生まれる利点もあるが、このような挨拶の投稿が多いと登壇者は質問を拾い上げにくい。また、本来は登壇者間だけのチャットのやり取りも可能だが、メッセージは同一のチャットボックスに表示されるため、視聴者からの投稿が多いと事務連絡（時間配分の連絡等）が埋もれてしまう。そのため、本ウェビナーシリーズでは必要に応じてスマートフォンを傍らに置き、ソーシャルメディア等を利用して事務連絡をするという対応策を取った。この点については、Zoom の機能改善に期待したい。

可能であれば、登壇者の画面背景にも気を配りたい。登壇者によっては所属機関の意向によりロゴ等が入ったバーチャル背景を利用している。ただし、バーチャル背景は綺麗に合成されにくく評価も分かれる。バーチャル背景を使用する場合は、テレビ局のようにグリーンバックを用意することが推奨される。いずれにしても、登壇者全員が無色の壁を背景にしていると殺風景な印象になるため、各自、画面内に植物や絵を背景として入れ込む工夫があると、画面だけではなく会話にも色が出る雰囲気となる。

Zoom 以外には実施に係る運営側のタスク管理のために、本学が導入している Microsoft 社が提供する Office365 内プロジェクト管理ソフト「Planner」やコミュニケーションソフト「Teams」を利用した。いずれも Microsoft 社の製品で連携もスムーズであり、本ウェビナー運営に関する情報共有やタスク進捗管理をすべて一元化させることができる。Teams 上でウェビナー運営用の「グループ」を作り、ボリューム（セッ

ション) ごとに「チャンネル」を作れば、それぞれの内容が混ざらず整理しやすい。同時進行で複数のセッションの準備や後処理が走るため、この機能は有用である。Teams は Zoom に対抗して、アップデートを繰り返し、利便性を高めている。Teams の「ライブイベント」機能でもウェビナーは開催可能であり、今後の Teams のバージョンアップ次第では、全てを Teams に一元化することも可能であると考えられる。

ウェビナー実施後には、時差の都合上ライブ配信を視聴できなかった視聴者のため、映像コンテンツとして本ウェビナーをより広く活用するため、動画公開サービスの「YouTube」にて録画動画を公開した。講演資料も 1 か月限定で公開し、動画 (YouTube へのリンク) と資料を一元的に公開するウェブページを CTR のウェブサイト内¹⁾に置いた。なお、録画データ公開にあたり、Adobe 社が提供する動画編集ソフト「Adobe Premiere pro」を使用し、録画映像に本学及び CTR ロゴの追加や簡単な音声・映像修正の編集作業を行った。ライブ配信中にもロゴが表示できると良いのだが、現在の Zoom の仕様では未対応であり、今後のバージョンアップが期待される。

4. 広報戦略

英語でのウェビナー開催であったため、視聴対象は全世界となった。そのため、広報先はこれまでの国内の既存チャンネルから拡大する必要があった。これまでの対面でのセミナー開催時に告知をかけていた CTR

ウェブサイト、学内メール、大学公式ウェブサイト及び Facebook、Twitter、観光学術学会²⁾ 会員へのメール配信に加え、この機に新規開設した CTR 公式 LinkedIn ページと観光研究者の国際ネットワークメーリングリストである Trinet コミュニティへのメール配信を行った。また、後援を受けた一般財団法人関西観光本部会員へのメール配信依頼、和歌山大学が賛助会員として加盟する世界観光機関 (UNWTO) の賛助会員ネットワークサイト AMConnected への投稿も行った。ソーシャルメディアに関しては、投稿のシェアによる拡散が重要と考え、CTR 研究員への協力も呼びかけた。学内においても、和歌山大学観光学部では専門科目の全てを英語による講義で履修可能な「グローバル・プログラム」を導入しているため、学部附属組織の観光実践教育サポートオフィスの協力を得て、学部生への参加推奨に力を入れた。さらに、先述した通り、ウェビナー申し込み時に、今後のイベント情報のメール受信希望を選択できるようにし、過去のウェビナー参加者にも継続して開催情報を発信できるようにした。

広報チャンネルの拡充だけでなく、本ウェビナーシリーズのデザイン面にも留意した。2020 年 7 月開始当時、観光学分野においては日本の機関が大々的に国際ウェビナーを実施している例はまだ見られなかったため、日本らしさを全面に打ち出すこととした。具体的には、e フライヤーやウェブサイトのサムネイル画像に、CTR のシンボルモチーフとして利用している鶴のイメージを多用し、視覚的に関心を捉えることを狙った。

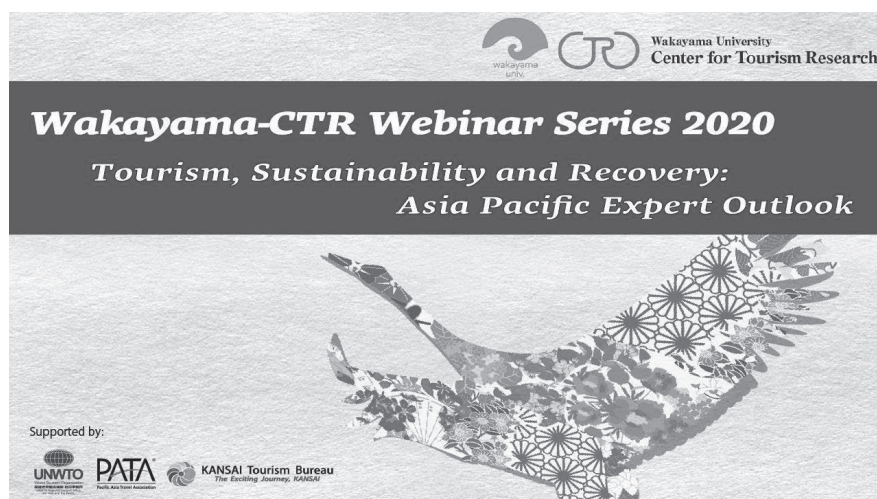


図 1. ウェビナーシリーズサムネイル画像

1) <http://www.wakayama-u.ac.jp/ctr/resource/video/index.html>

2) 学会設立に和歌山大学が中心的に関わり、現在も多くの本学観光学部教員が役員や委員等を務めていることから、CTRでもセミナー等の開催時には会員へのメール配信を依頼している。

広報スケジュールとしては、開催日の2週間前程度を目安に告知をかけた。本ウェビナーシリーズを開始した頃には観光学分野でもすでに世界各地でウェビナーが開催されており、あまりに早すぎる告知では情報が埋もれてしまうことや申し込んだことを忘れられてしまう可能性を最小限にすることを狙った。海外では1週間前や数日前、時には前日の告知も珍しくないのが実情である。ウェビナー広報には、手軽にそして気軽に視聴できるウェビナーの実態に合わせた広報戦略をとることが求められる。

なお、ウェビナーの当日参加者数は、一般的に申込者の5～6割ほどにとどまるため、目標参加数の倍の申込数を集める必要がある。また、日本ではあまり浸透していないが、アジア圏では参加証明書が重宝される傾向があるため、告知の際には証明書の発行が可能である旨も申し添えた。運用方法としては、ウェビナー申し込み時に発行希望の場合はフォーム内のチェックを入れるようにし、終了後にZoomから出力した参加者リストを基に、個別メールで参加証明書を送信した。現在のZoomウェビナーには証明書の自動発行機能がなく、このような個人での発行作業は煩雑なため、自動的に証明書を発行できるような運用方法の検討が必要である。なお、参加証明書発行希望者は第1回と第2回では申込者の約75%、第3回は約45%であった。

申込時のアンケート結果からは、CTRからのダイレクトメールが最も告知に効果的であることが確認できた(図2参照)。特に2回目以降は、過去の参加者にもメール配信を行うため、メール受信者数が拡大したためだと考えられる。LinkedInでの発信もフォロワー数の拡大に伴って重要なチャネルとなっていた。関係者からの紹介も平均して1割程度を占めていた。登壇者

からの情報発信が行われれば、CTRが直接つながっていない層にリーチすることができる。大きな割合を占める大学ウェブサイトやFacebookで情報を得た回答者の中には、海外からの参加者も多く、研究員個人のソーシャルメディアによる情報拡散や、大学教員が授業の一環として視聴を推奨するなどを通して申し込みにつながっていることが推測される。地域別に情報源の内訳を分析すると、日本とヨーロッパ地域以外ではLinkedInの割合が高く、欧米圏ではTrinetの割合が高かった。一口に「海外研究者」と言っても、具体的なターゲットによって広報チャネルの選定が必要であることがうかがえる。

さらに、国別で申込数を分析すると、アジア圏の中でも中国と韓国が少ないことが顕著であった(図3参照)。両国とも観光研究が非常に活発であり、すでにそれぞれの国で観光研究に関するウェビナーが十分に提供されていたのかもしれない。加えて、中国では2020年8月からZoomの利用が制限されることが報道(ロイター, 2020)されており、多くのコミュニケーションサービスが利用できない環境にあることから情報が届き難いという背景も要因であると考えられる。

5. 結論

本実践報告の目的は、CTRのウェビナーシリーズを通して得たオンラインイベント運営のノウハウと知見を報告することで、日本でも歩みを始めたウェビナー文化の発展ならびにオンラインイベント運営の円滑化に貢献することであった。コロナ禍でさまざまなイベントがオンラインで行われ、新しい形として受け入れられ始めている。対面に比べて不便な点もあるが、利点も多く、今後はコロナの収束状況をにらみ

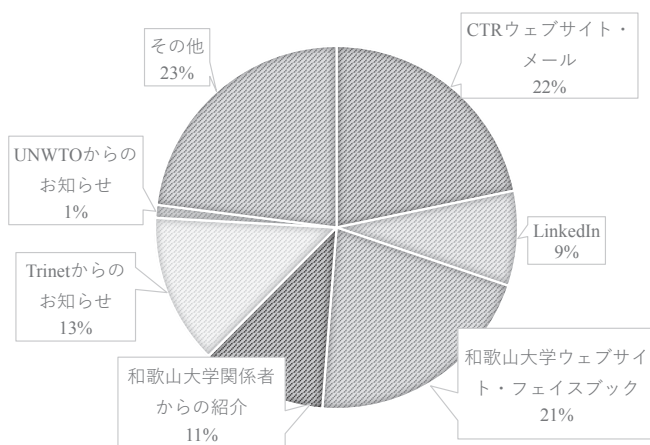


図2. CTR ウェビナーシリーズ参加者の情報源

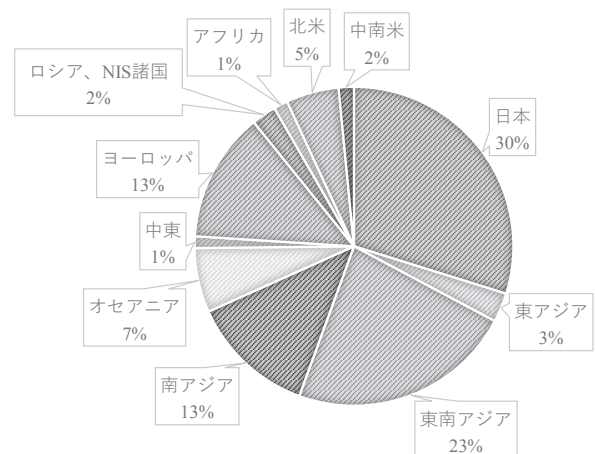


図3. 地域別申し込み数

がら、ハイブリッドでのイベント開催が普及していくものと見込まれる。双方の長所を生かし、補完し合うことでこれまで以上に価値あるイベントが実施されていくことが期待される。しかしながら、世界と比べると日本はイベントのオンライン化に遅れている。特に大学機関のイベントに限ると、国際ウェビナーを開催している例はまだ少ない。国際ウェビナーは世界と知見を共有することで、研究発展や貢献につながるだけでなく、国内外に存在感を示す機会ともなり、大学ブランディングにおいても意義を持つイベントである。内容や質を保証することができれば、教育コンテンツとして単位化に発展させたり、有償化して収益源としたりという展開も期待できる。この新たな需要と可能性をつかむために、運営側は変化の早さに適応していく必要がある。オンライン会議サービスは日進月歩で新たなツールが開発され、機能も改善されていく。今後はプロバイダー各社の更なる特徴・差別化も出てくることが予想される。比較検討しながら各イベントに最適のツールを見極めることで、イベントの実施効果を高めることが望まれる。

さらに、インフラ環境はもちろんのこと、視聴者の反応も変化が出てくることが予測される。トピック選定やプログラム構成等、都度の運営体制の見直しと改善を図ることがより効率的で効果的なイベント開催につながる。大学機関での実施イベントは往々にして一度限りの開催で「やりっぱなし」になってしまいがちである。人件費などの開催費用がかからないイベントは皆無であるため、参加無料のイベントであっても、ノウハウを蓄積し、成果を最大化すべきである。PDCA サイクルの運営体制を整え、プロジェクトを設計していくことが求められる。より踏み込んで、特に有償プログラムとしての確立を目指すのであれば、質保証が課題となる。将来性を念頭に戦略的に今後への展開を描き、まずは無償イベントで経験を重ねていくことが必要であろう。本稿がその一助になることを願う。

謝 辞

今回のウェビナー開催にあたり、ご登壇くださった講師とパネリストの皆様ならびに、ご後援くださった太平洋アジア観光協会（PATA）、UNWTO 駐日事務所、一般財団法人関西観光本部に感謝申し上げます。

引用文献

ロイター (2020, August 3) 米ズーム、中国での利用方式変更 現地提携企業との契約に. <https://jp.reuters.com/article/zoom-china-idJPKBN24Z194>

