

Business Event 革命 2020

新たなJTBオンラインソリューション

REAL × WEB = Live Convention



Powered by JTB Group

はじめに・・・ JTB法人事業のご紹介

“Beyond Imagination”

デジタルとヒューマンタッチが融合したソリューションにより、
お客さまの期待を超える価値を生み出し、お客さまにとっての成果をお約束します！

お取引企業
約35,000社

福利厚生事業
500万人の
サービス会員数

ラグビーワールドカップ
2019
公式旅行会社

東京2020
オフィシャルパートナー

地域交流事業
47都道府県での
DMC*事業

ビジネスイベント

年間取扱件数
13,000件

私たちは日本、そしてグローバルで、
1日平均35件の
ビジネスイベント
のお手伝いをさせて頂いております。

*Destination Management Company

Business Event 革命 2020

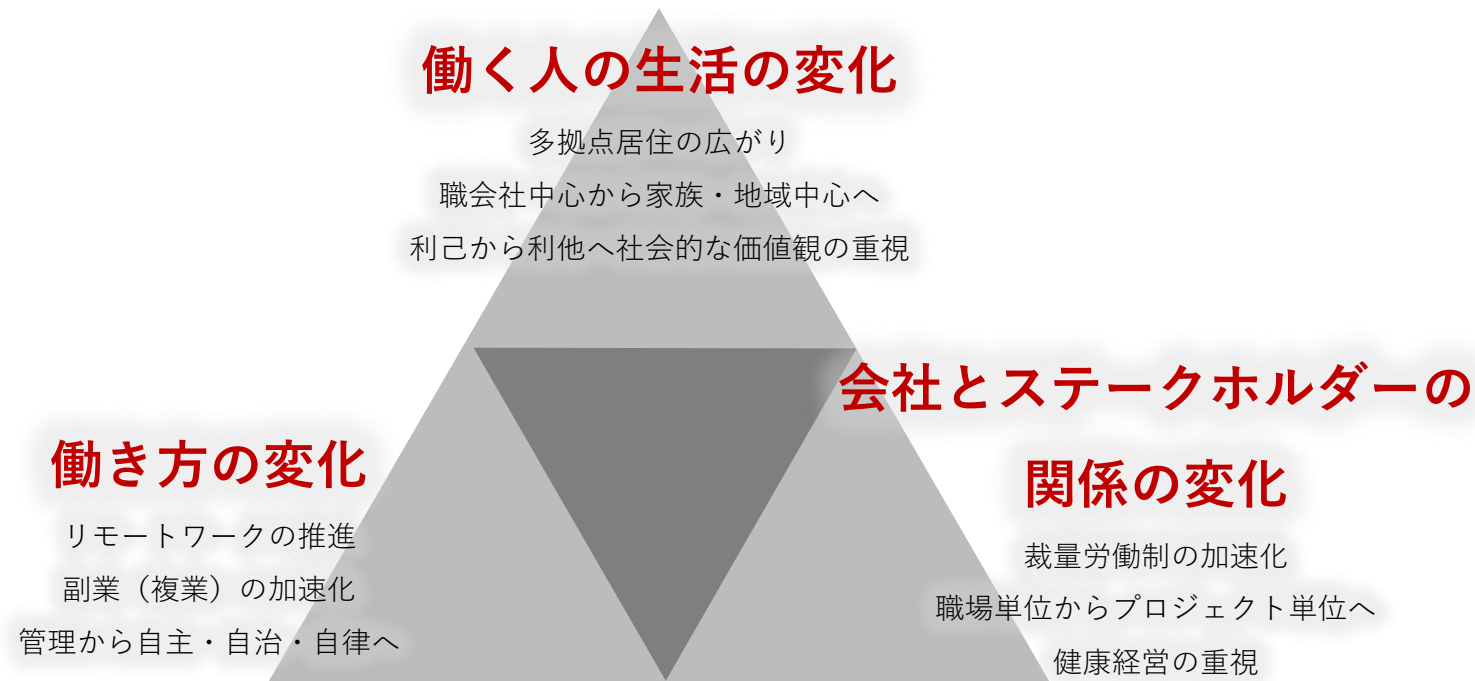
新たなJTBオンラインソリューション

REAL × WEB = Live Convention

基本スタンス

ビジネスイベント革命2020の基本的スタンス

新型コロナウイルスによる経験が発端となり、私たちの働き方や価値観、会社と社員の関係は大きく変わることでしょう。たとえばそれはこんなことだと仮説しています。



こうした大きな変化に対応するためには
我々JTB Groupがお手伝いしてきた従来のビジネスイベントも
「新たな取り組み」と「進化」を**社会に提供する使命**があります。

JTBが提供する3つの重要な価値



これからのビジネスイベントが対峙すべき課題／新たな潮流



イベント自粛で
いつものイベントを
開催できなかった。



今の時代
もっと効率よく
効果の大きいイベント
を検討できないか？



複数都市開催するのは
コストと労力
が大変。

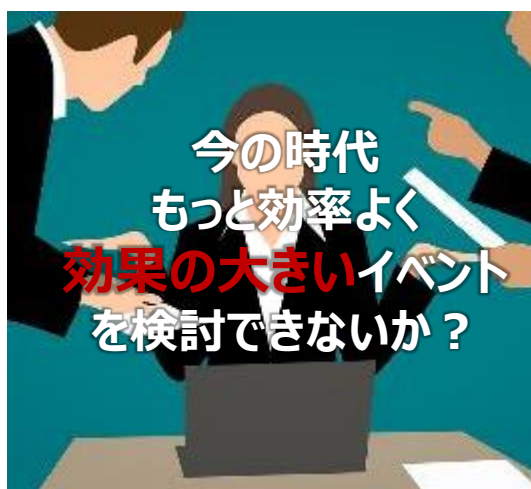


様々な事情でイベントに
来られない人達がいる。
その人達にも
情報と感動を
届けたい。



感動のそばに、いつも。

これからのビジネスイベントが対峙すべき課題／新たな潮流



オンラインソリューションを効果的に活用することで解決

オンラインソリューション

場所の制約がないため、社会の状態や働き方に左右される事なく
情報発信の場を設置する事ができます。



リアルイベント×オンラインソリューション

リアルイベントの開催と合わせて、オンラインソリューションを実施。
通常のイベント参加者＋オンライン参加者を迎え、場所や会場、
時間などに縛られない幅広い層へリーチする事ができます。

オンライン手法1

ライブ配信

生中継配信

オンライン手法2

オンデマンド配信

事前収録録画配信

オンライン手法3

バーチャルイベント

生配信・録画配信



Business Event 革命 2020

新たなJTBオンラインソリューション

REAL × WEB = Live Convention

3つのOn Line手法

- ☑ ライブ配信／オンデマンド配信
- ☑ ハイブリッド型バーチャル（ライブ配信）
- ☑ バーチャルイベント

スタジオ収録（専用スタジオ撮影/ライブ配信/オンデマンド配信）

【3DCG】ヴァーチャルリッチ空間合成



©GLOBAL PRODUCE

3DCG空間の中にリアルな人を合成、
クレーンカメラを活用してエモーショナルに撮影

【2DCG】ニューススタジオ風空間合成



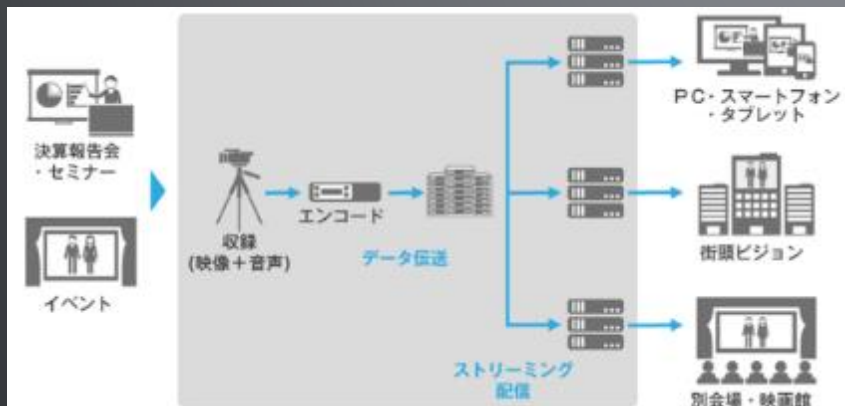
©GLOBAL PRODUCE



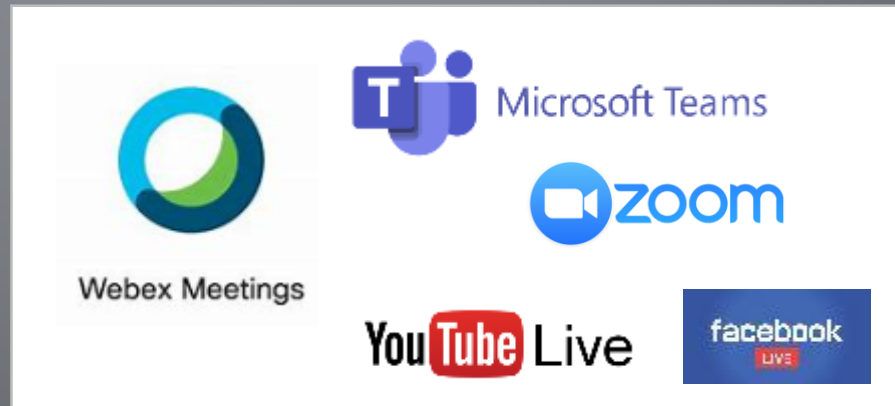
2DCG空間の中にリアルな人を合成、定点カメラを活用して撮影

配信設計（機材設計/撮影設計/編集から配信媒体まで総合プロデュース）

機材手配・システム構築



配信媒体手配

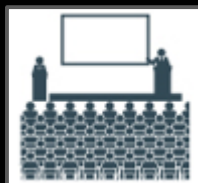


クライアント側の
WEB会議システムを活用
するため、セキュリティの
心配はございません。
映像配信は、そのシステム
の1ユーザーとして配信環
境を整えます。

リアル株主総会

ハイブリッド型バーチャル株主総会

バーチャルオンリー株主総会



リアル 株主総会

※取締役や株主等が一堂に
会する物理的な場所において
開催される株主総会をいう。

(インターネット等で議決権行使を事前に行うことも含む)

従来のお取り扱い

ハイブリッド型バーチャル株主総会



参加型

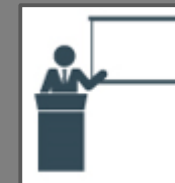
リアル株主総会の開催に加え、リアル
株主総会の開催場所に在所しない
株主が、株主総会への法律上の「出席」を伴わずに、インターネット等の手段を用いて審議等を確認・傍聴することができる株主総会をいう。



出席型

リアル株主総会の開催に加え、リアル
株主総会の開催場所に在所しない
株主が、インターネット等の手段を用いて、株主総会に会社法上の「出席」をすることができる株主総会をいう。

今回のご提案



バーチャルオンリー 株主総会

※リアル株主総会を開催すること
なく、取締役や株主等が、インターネッ
ト等の手段を用いて、株主総会に会社
法上の「出席」をする株主総会をいう。

現状お取扱いは無し

インターネット等の手段を用いた株主総会への関与が法律上の「出席」として扱われるか否かによって、「ハイブリッド参加型バーチャル株主総会」と「ハイブリッド出席型バーチャル株主総会」に分類をしています。

JTBグループでは「参加型」「出席型」どちらの形でもサポートが可能です。

【ハイブリッド**参加型**バーチャル株主総会のメリットと留意事項】

<メリット>

- 遠方株主の株主総会参加・傍聴機会の拡大。
- 複数の株主総会を傍聴することが容易になる。
- 参加方法の多様化による株主重視の姿勢をアピール。
- 株主総会の透明性の向上。
- 情報開示の充実。

<留意事項>

- 円滑なインターネット等の手段による参加に向けた環境整備が必要。
- 株主がインターネット等を活用可能であることが前提。
- 肖像権等への配慮
(ただし、株主に限定して配信した場合には、肖像権等の問題が生じにくく、より臨場感の増した配信が可能。)

【ハイブリッド**出席型**バーチャル株主総会のメリットと留意事項】

<メリット>

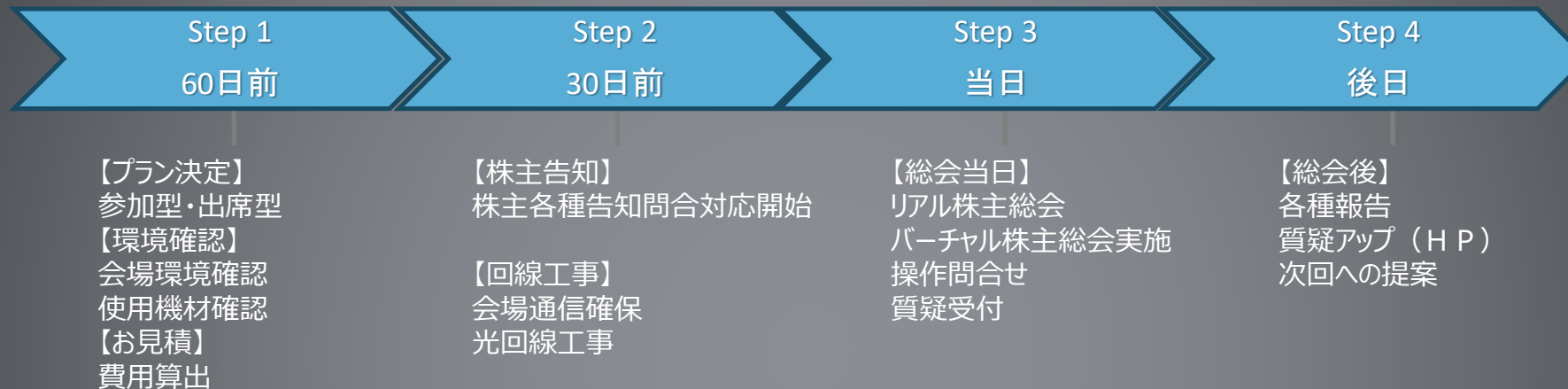
- 遠方株主の出席機会の拡大。
- 複数の株主総会に出席することが容易になる。
- 株主総会での質疑等を踏まえた議決権の行使が可能となる。
- 質問の形態が広がることにより、株主総会における議論（対話）が深まる。
- 個人株主の議決権行使の活性化につながる可能性。
- 株主総会の透明性の向上。
- 出席方法の多様化による株主重視の姿勢をアピール。
- 情報開示の充実。

<留意事項>

- 質問の選別による議事の恣意的な運用につながる可能性。
- 円滑なバーチャル出席に向けた関係者等との調整やシステム活用等の環境整備。
- 株主がインターネット等を活用可能であることが前提。
- どのような場合に決議取消事由にあたるかについての経験則の不足。
- 濫用的な質問が増加する可能性。
- 事前の議決権行使に係る株主のインセンティブが低下し当日の議決権行使がなされない結果、議決権行使率が下がる可能性。

ハイブリット型バーチャル株主総会 実施フロー

実施までのご提案&ご決定プロセス



ハイブリット**出席型**バーチャル株主総会 6つのポイント

- 1 インターネット等議決権行使のお知らせへ、「ハイブリット出席型」について解説する書面を掲載
- 2 バーチャル株主総会参加株主側の環境により参加できない場合がある
- 3 その株主が招集場所で開催されている株主総会に出席し、その場で議決権を行使したものとなる
- 4 会社が通信障害のリスクを事前に株主に告知しており、かつ、通信障害の防止のために合理的な対策をとっていた場合には、会社側の通信障害により株主が審議又は決議に参加できなかったとしても、決議取消事由には当たらない
- 5 会社法上、株主総会に出席する株主の本人確認の方法について特別な定めはないが、IDの付与と株主特定は必須
- 6 審議に参加するための本人確認としてのログインを行うが、その時点では事前の議決権行使の効力を取り消さずに維持し、当日の採決のタイミングで新たな議決権行使があった場合に限り、事前の議決権行使の効力を破棄する。その場合、ログインしたものの、採決に参加しなかった場合には、当然事前の議決権行使の効力が維持される。

バーチャルイベント

バーチャルイベント

13

複数社・複数テーマ内容を取り扱うことのできるバーチャルイベントシステム。
エントランス、展示会場、講演会場、企業ブースなど複数の部屋やブースが設置可能

▼ポータル画面のイメージ



▼講演会場

オンデマンド配信・ライブ配信のどちらにも対応



▼企業ブース

資料や映像の掲載、アンケート、ブース紹介やお問い合わせ等様々な機能があります。



▼展示会場

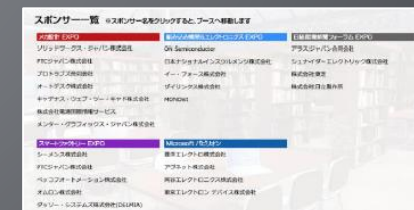
複数の企業ブースを設置できます。



▼資料一覧



スポンサー一覧▶



※バーチャルイベントにつきましては専門的な知識が必要となります。
ご興味・ご要望等がございましたらまずは営業担当者がお伺いし、後日専門の担当者からのご案内とさせていただきます。

ライブ配信 / オンデマンド配信 Q&A

Q&A

動画配信とは？

動画データを受信しながら再生する技術をストリーミングといいます。

プレーヤーから要求された部分をその都度配信可能です。

WEBサーバーからの動画配信は擬似ストリーミングといいます。

要求された部分を配信することは出来ません。

当社サービスは全て完全ストリーミング対応です。

収録方法は？

プランは、3つあります。

- 1、生配信
- 2、収録&編集
- 3、オンデマンド配信

3種類あり、スタジオでの収録が前提となります。

(貴社指定場所での撮影をご希望の場合、ご相談ください)

技術的なサポートはしてくれますか？

専門の技術スタッフがサポート致します。

ストリーミングの事、コンテンツのエンコード方法、ファイルの公開方法など、

動画配信に関係する全体的なサポートをさせていただきます。

配信用の動画の制作の種類は何があるのでしょうか？

大きく3タイプ程度がございます。

- ・PPT画像を背景にキャストを合成した動画制作
- ・PPT画像にアニメーションを加えてTV風に演出して合成した動画制作
- ・背景をCG合成した動画制作

どのような配信方法がありますか？

方法は、大きく2つです。

こちらで、専用サーバーを準備して配信か、お持ちのサーバーで配信をするかとなります。

また、専用のWEBサイトを作成して収録動画を埋め込み配信も構築できます。

どのくらいのスケジュールでできるのでしょうか？

最短で2週間から、対応可能です。

CG制作やクオリティレベルで1カ月程度かかる場合もあります。

イベント内容に合わせたオンラインソリューションの選択

イベント内容に合わせたオンラインソリューションの選択

リアルイベントの種類	 オンデマンド映像配信	 ライブ映像配信	 バーチャルイベント
入社式・全社キックオフ	○	◎	—
インセンティブ・表彰式	△	○	—
研修・セミナー	◎	○	—
新商品発表会	△	○	—
プライベートカンファレンス 総合展示会	△	△	◎
株主総会	△	○	—
学会	○	△	△

各オンラインソリューションの特徴

各オンラインソリューションの特徴			
種類	 オンデマンド配信	 ライブ配信	 バーチャルイベント
詳細	事前に収録・編集をした映像データをオンライン上で公開する方法	収録を行いながら、ライブ映像をリアルタイムにオンライン上で公開する方法	映像配信だけでなく、様々な機能を兼ね備えた総合ページをオンライン上で公開する方法
向いているケース	多くのセッション（映像）を配信したい	視聴者には同時に映像を観て欲しいライブのみにすることで注目度を上げたい	映像配信だけでなく、商品紹介展示やスポンサーメリットも充実させたい
費用感	¥ 5,000,000～ ¥ 15,000,000	¥ 5,000,000～ ¥ 15,000,000	¥ 10,000,000～
メリット	視聴者の都合のよいタイミングで自由に視聴できる 複数の映像を制作・公開する事でコンテンツを充実させられる映像制作のみ行い社内イントラ等での既存サイトで公開する事でコストを抑えられる	QAツールやチャットツールを併用する事でユーザーと双方向コミュニケーションも可能 同時配信するセッション数（チャンネル数）を調整する事で複数会場での分科会を実施する仕様も可能	資料配布、アンケートなどの複合的な仕掛けを設定可能 出展ブースなどバーチャル展示も実施できる
デメリット	視聴者によって視聴タイミングが異なる為全体での一体感の醸成は無い	配信時間に視聴者の都合を合わせなければならない セッション数（チャンネル数）に応じて配信コストが上がる	他ソリューションに比べて実施できる内容が多い分サイト構築までの時間やコストがかかる

※いずれの場合でもID/パスワードを設定して、アクセス制限をすることで無関係の人を除外することができます。

また、閲覧情報を集計することで、誰が・どのセッションに興味があるかを把握でき、事後の営業・マーケティングに活かすことができます。

※費用感はあくまで目安イメージです。実際のご希望内容に応じて、変動いたします。

Business Event 革命 2020

新たなJTBオンラインソリューション

REAL × WEB = Live Convention

CASE STUDY



インナーイベント① 入社式／全社キックオフなど

インナーイベント② インセンティブ／表彰式

インナー＆アウターイベント 研修／セミナー

アウターイベント 新商品発表会／PRイベント

ビジネスイベントの種類

インナー（社員・関係者）対象			アウター（お客様・取引先）対象	
入社式 全社キックオフ会議 	インセンティブアワード 表彰式 	各種研修 各種セミナー 	新商品発表会 各種PRイベント 	プライベート カンファレンス 総合展示会 

オンラインソリューション×KSF（成功要因）

【ソリューション】 ライブ映像配信	【ソリューション】 ライブ映像配信	【ソリューション】 ライブ映像配信 オンデマンド映像配信	【ソリューション】 ライブ映像配信 オンデマンド映像配信	【ソリューション】 バーチャルイベント
【KSF】 安定した通信環境 セキュリティ わかりやすさ	【KSF】 感動的な演出 受賞者の承認欲求 非受賞者が羨む特別感	【KSF】 コンテンツの充実性 コミュニケーション ファシリテーション	【KSF】 ビジュアルの美しさ リアル感 機能的な価値 & 情緒的価値表現	【KSF】 集客力 情報提供力 顧客情報取得

事例

事例①	事例②	事例③	詳細は お問い合わせください	事例無し2020年より法改正
-----	-----	-----	-------------------	----------------

インナーイベント① 入社式/全社キックオフなど

目的：会社からのメッセージを、全参加者にわかりやすく「ちゃんと伝える」こと

KSF (Key Success Factor/重要成功要因)：

「安定した通信環境/セキュリティ/オペレーション」

「わかりやすい台本やプレゼン資料の制作/綿密なリハーサル」

「リアル以上の一体感演出」

おすすめの手法：

ライブ配信

Q)我が社ではすでにYou Tubeを使って社長のメッセージ配信等行っているが、何が違うのか？

A)「殺風景な社長室やオフィス」で「直立不動で原稿棒読み」。そんなメッセージで本当に思いが社員に伝わりますか？※プレゼン力の高い一部の経営者は除く

事例

情報システムA社 社員向け経営計画発表会

これから対峙すべき変化と自社の進化を印象深く伝えるため、ニュースステーション風の仮想空間から全社員に対してメッセージを訴求し、**オンラインならではの演出**を行った



©GLOBAL PRODUCE

テレビ番組収録のようなグリーンバックスタジオでの撮影し、背景CG合成でライブ配信。

ポイント

- 『多彩な背景CGのご提案』
- 『映像映えするインタビュー構成』
- 『ニュースステーションを再現した仮想空間』
- 『カメラ割を考えたLive配信台本』



©GLOBAL PRODUCE

インナーイベント② インセンティブ/表彰式

目的：高業績のねがいを受賞者に深く伝えると同時に、
非受賞者に羨望を与え、奮起を促すこと

KSF (Key Success Factor/重要成功要因)：
「感動的な演出/サプライズ」
「受賞者の承認欲求を満たし、非受賞者が羨むような特別感」

おすすめの手法： **ライブ配信**

Q)今までやっていたアワードのリアルイベントに
ライブ配信を加えることに、どんなメリットがあるのか？

A)「受賞者はリアル参加」「非受賞者をオンライン参加」
とすることによって今まで参加できなかった非受賞者に
羨望を与え、次回取り組みへのモチベーションを高めます。
またリアルでは難しいオンライン参加型の演出なども可能です

事例

美容サービスB社 年間表彰アワード

リアルイベントの中止に伴い、年間表彰式をニュース番組風に構成し配信。
アワードの各受賞者に最大限の栄誉を贈るため、「リアルを超える感動」を演出する目的で制作。



©GLOBAL PRODUCE



ドキュメンタリー番組風の紹介VTRと
スタジオ進行の連動による視聴者を
飽きさせない工夫

ポイント

『グリーンバックによるオリジナルCG合成』
『外国人ナビゲータによるプログラム進行』
『配信だからこそできる画面展開及びカメラワーク』
『各受賞者にフューチャーした紹介VTR』



©GLOBAL PRODUCE

インナー/アウトターイベント 研修/セミナー

目的：学ぶべき事柄をしっかり伝え、理解させること。学んだものをすぐに実行する行動力を与えること。

KSF (Key Success Factor/重要成功要因)：
「わかりやすいコンテンツ（ビジュアルの活用）」
「適切なファシリテーションと参加者同士のコミュニケーション」

おすすめの手法：

ライブ配信

オンデマンド配信

Q)我が社もオンライン学習や研修を積極的に取り入れていますが、どう違うのですか？

A)研修内容によって一方通行でも効果のあるものと、参加者同士のコミュニケーションによって自分事化しないと効果の出にくいものがあります。特に後者をオンライン上で行う場合は、一定の演出とファシリテーション機能が重要となります。

事例

自動車販売C社 販売店トレーニング

リアルセミナーの中止を受けて、プレゼンテーションやディーラーとの双方向のディスカッションを実施。TV番組ふうの初のLIVE配信を行った。
「Slido」で参加者の質問や意見を集約。非対面でありながら双方向のコミュニケーションを重視し、ふだんのセミナーや研修より活発な議論が可能になった。また終了後もオンデマンドで配信した。

ポイント

『Slidoを使った質問・意見集約』
『生中継と資料展開の同時視聴を可能にする画面割り』
『最後に伝えたいメッセージを凝縮したVTRで締め』
『独立回線の設置』



アウトイベント 新商品発表会/PRイベント

目的：商品の魅力を最大限に伝え、販売意欲／購買意欲を高めること。

KSF（Key Success Factor／重要成功要因）：
「ビジュアルの美しさ、リアル感」
「機能的な価値だけでなく、情緒的価値の表現」

おすすめの手法：

ライブ配信

オンデマンド配信

Q)しっかりと新商品を発表できるのでしょうか？

A)リアルな発表会よりもカメラの台数を入れて
新商品を撮影するため、通常のリアルな視点よりも
様々な視点で発表する製品をメディア・関係者が
見ることができます。またリアルとWEBを活用する
ことで、会場へこれないメディアにも広く情報を提供
することができます。

事例

精密機器D社 新商品発表会

新製品を魅力的に訴求するために、エモーショナルな CG 空間を再現。
実写スタジオ+CG の合成で制作したコンテンツでオンライン新商品発表会を実施し。



©GLOBAL PRODUCE

機材ランナップのある
CG撮影専用スタジオにて制作

中国の実写スタジオ+CG 合成で
リアルでエモーショナルな空間を演出

ポイント

『製品の魅力を最大限に表現できる CG 空間』
『エモーショナルに魅せていくプログラム構成』
『リアルとバーチャルの連動施策』
『実施迄の制作期間のスケジュール管理』



©GLOBAL PRODUCE

Business Event 革命 2020

新たなJTBオンラインソリューション

REAL × WEB = Live Convention



☑ リアル + オンラインの強み

☑ 効果分析の実施

JTBグループのリアルコミュニケーションイベント

24

オンラインが進めば進むほど、今まで以上にリアルなコミュニケーションが重要になってくる！

あらゆる企業・組織のインナーコミュニケーション、ブランディングを深化させ、モチベーションを高める様々な手法を通じて、新しい働き方の成功のお手伝いをいたします。

JTBグループの強みは、このリアル＋オンラインの総合力です。

キックオフ

企業が持続的に進化続けるために必要な理念・ビジョン・戦略を伝え、共有する場として活用します。

リアルなコミュニケーションと演出を通して企業と社員の目指すべきベクトルをマッチングさせます。

表彰・インセンティブ

企業が社員および販売チャネル向けに、その功績に対し多大な感謝と賞賛を伝える場として開催します。

受賞者の働く意欲を最大化。
非受賞者にも、自分ゴト化を促すことでやる気を引き出します。

スポーツ

企業のインナーコミュニケーション促進施策として、ここ数年、最もニーズが増えてきている場です。

実施目的・ゴールを明確に設定。
フィジカル・メンタルの両側面からインナーコミュニケーションを爆発的に促進させます。



Seminar
講演会/シンポジウム



Press Event
記者発表会



Dealer Award
代理店感謝式/祝賀パーティー



Kick off Meeting
全社会議/方針発表会



Sport Festival
スポーツイベント



Global Event
海外イベント



Private Show
展示/デザイン



Anniversary Event
周年セレモニー/パーティー

JTBグループの効果分析 インセンティブ革命

25

お金をかけて実施するからには、効果のあるものにしたい。これはどの企業も考えることです。

「インセンティブ革命」は、**優績者（受賞者）だけではなく、非優績者（非受賞者）の双方に対してアンケートを実施**。
施策の認知度、行動度、協働度などを測るのが最大の特徴です。優績者以外にもヒアリングすることにより、課題が可視化でき、一部の限られた人だけでなく「会社全体の底上げ」につながるインセンティブ施策の設計が可能となります。

特徴
その1

受賞者だけではなく、非受賞者も回答！
受賞者と非受賞者での意識の違い、取り組みの違いが見える化！

特徴
その2

インセンティブ制度（キャンペーン）は、参加者のモチベーションに寄与しているのか？
「認知～理解～共感～行動～協働」フェーズのどこにあるのかが見える化！

特徴
その3

拡張性が高い！データを掛け合わせることで、様々なことがわかる！
御社の営業情報や意識調査データと紐づけることで、さらに詳しい分析が可能！



こうしたサーベイを行うことによって、例えば以下のような分析が可能です。

- リアルイベント（受賞者＝参加者／非受賞者＝不参加者）のそれぞれのモチベーション分析
- オンラインイベント（受賞者・非受賞者全員参加）の効果分析（リアルイベントと比べた変化）
- リアル＋オンラインイベント（リアル＝受賞者、オンライン＝非受賞者）の効果分析
→リアルイベントのみの場合、オンラインイベントのみの場合に比較したモチベーションの変化

※個別に調査設計等を実施しますので、別途費用が必要となります



Business Event 革命 2020

新たなJTBオンラインソリューション

REAL×WEB=Live Convention

Powered by JTB Group

本企画書のお問い合わせ・ご相談先

株式会社JTB 茨城南支店
営業課 担当 千葉・榊・小池・山藤
TEL : 029-860-2872