

# 成功するラウンドテーブル の作り方！ 開催のコツと実践ガイド





# 目次

1	ラウンドテーブルとは？	P.2
2	ラウンドテーブル開催の事前準備： 成功を握る7つのポイント	P.3
3	ラウンドテーブル当日運営編： 参加者満足度を高めるための実践テクニック	P.7
4	ラウンドテーブル終了後： 効果測定と次回への活かし方	P.10
5	金融機関向けラウンドテーブルの注意点	P.13
6	まとめ：ラウンドテーブルで成功を掴む	P.14

昨今の消費者ニーズの多様化や市場競争の激化を背景に、ラウンドテーブルの重要性が高まっています。一方通行の情報発信では顧客との信頼関係を築きにくくなった現代において、顧客や業界関係者と直接対話できる場は貴重です。特に、デジタルマーケティングでは捉えきれない「生の声」を吸い上げ、実際の課題や期待を共有することで、よりの確な戦略策定や施策立案が可能になります。

信頼重視の時代において、ラウンドテーブルは、顧客と企業が共に成長する交流の場として不可欠な施策です。

本ホワイトペーパーではラウンドテーブル形式のビジネスイベントを開催する際に、成功を収めるための具体的なポイントを紹介します。



# 1.ラウンドテーブルとは？

## ラウンドテーブルとは？他のイベント形式との違いは？

ラウンドテーブルは、参加者が円形に座って意見を交換する形式の会議やディスカッションを指します。参加者全員が平等に意見を述べる機会を持ち、双方向のコミュニケーションが促進されます。

他のイベント形式、例えばセミナーやワークショップと比較すると、ラウンドテーブルはよりインタラクティブで、参加者の主体性が重視される点が特徴です。

一般的なセミナーは、講師が一方的に情報を提供し、参加者はそれを受け取る形式が多いのに対し、ラウンドテーブルでは参加者全員が積極的に議論に参加し、知識や意見を交換することが求められます。

また、ワークショップは特定のスキルや知識を実践的に学ぶ機会を提供する形式ですが、ラウンドテーブルは自由な意見交換を通じて新しい視点を得ることに重きを置いています。

さらに、ラウンドテーブルは少人数で行われることが多いため、個々の参加者が深く関与でき、よりパーソナルな対話が可能となります。

このように、ラウンドテーブルは他のイベント形式と比べて参加者同士の距離感が縮まりやすく、親密なコミュニケーションを生む点が魅力とされています。

## どんな時に開催するの？

ラウンドテーブルは、企業や組織が参加者との密接なコミュニケーションを図るために活用されるイベント形式です。

### 例① 新製品のフィードバックを得るためにラウンドテーブルを開催

選ばれた参加者は、実際のユーザーや業界の専門家で、参加者の意見や提案が製品開発に反映される仕組みを構築しました。参加者が実際に感じた課題や期待を自由に話し合うことで、製品の改善点が明確になり、企業側は参加者の生の声を聞くことで、顧客のニーズを深く理解し、次のステップに活かすことができます。

### 例② ABM（アカウントベースドマーケティング）施策として実施

ABMとは、特定のターゲットアカウントに焦点を当てたマーケティング手法であり、特定の企業や組織に対して個別最適化されたマーケティング活動を展開します。特にBtoBの環境では、ラウンドテーブルを通じて顧客のニーズを詳細に理解し、よりカスタマイズされた提案を行うことが可能となります。パーソナライズされたアプローチを行うことで、参加者のビジネス上の課題に直接的に応えることが可能となるため、企業はターゲットアカウントとの関係を強化し、より高いROIを実現することができます。

## 2. ラウンドテーブル開催の事前準備 成功を握る7つのポイント

### 1. 明確な目的を設定する！

ラウンドテーブルを成功させるためには、明確な目的設定が重要です。

何を達成したいのかを明確にし、それに基づいて参加者や議題を選定します。目標を設定することで、全員が同じ方向に向かうことができ、効果的なディスカッションが可能になります。

例：具体的な課題解決、業界のトレンド共有、新たなアイデア創出など

## 2. 適切な参加者の選定する！

目的に沿った参加者を選ぶことが求められます。

参加者の専門知識や立場が多様であることが、質の高い議論を生み出します。適切なバランスを保ちながら、価値あるインサイトを引き出せるようにしましょう。

このプロセスでは、業界の専門性、役職、関心事、そしてイベントのテーマに対する理解度などを考慮に入れることが重要です。ターゲット層を明確にするためには、既存の顧客データや市場調査の結果を活用すると効果的です。

次に、そのターゲット層に対してどのようにアプローチするかを戦略的に計画します。例えば、特定の業界のリーダーやインフルエンサーを招待することで、参加者にとっての魅力を高めることができます。また、ネットワーキングの機会を提供することで、参加者の関心を引くことも可能です。ターゲット選定の段階で、個々の参加者がイベントで得られる価値を明確に伝えることが、参加意欲を高める鍵となります。

## 3. 目的と連動したテーマを設定する！

ラウンドテーブルの成功において、テーマ設定は非常に重要な要素です。

まず、参加者の専門性や興味を考慮し、共通の課題や興味深いトピックを選定することが求められます。テーマが具体的であればあるほど、参加者は自分の経験や知識を共有しやすくなります。また、テーマが曖昧すぎたり、広すぎたりすると、議論が散漫になり、結論に至るのが難しくなります。

テーマを決定する際には、参加者の多様性を考慮し、それぞれの視点が貢献できる形にすることがポイントです。

例えば、業界の最新トレンドや特定の技術に関する問題など、具体的なテーマを設定することで、参加者はより深い洞察を提供できるでしょう。また、テーマに関連した具体的な質問や問題提起を事前に用意しておくことで、議論がスムーズに進行し、深みのある会話が生まれます。

さらに、テーマ設定の段階で、ラウンドテーブルの目的と整合性を持たせることも重要です。最終的なゴールが何であるかを明確にし、テーマがそのゴール達成にどう寄与するかを考慮することで、ラウンドテーブルの成果を最大化できます。これにより、参加者に明確な方向性を示し、積極的な参加を促すことが可能になります。

加えて、テーマは柔軟性を持たせつつ、進行中に必要に応じて調整できるようにしておくことが良いでしょう。これにより、議論の進行状況や参加者の反応に応じて最適な方向に導くことができます。テーマ設定は、単なる開始点ではなく、ラウンドテーブル全体の流れを決定づける重要なプロセスです。

## 4. スピーカー/ファシリテーター選定

スピーカーとファシリテーターの選定も重要です。

まず、スピーカーはテーマに関する専門知識を持ち、その分野での経験が豊富な人物を選ぶことが求められます。これにより、参加者に対して価値あるインサイトを提供し、議論を深めることが可能になります。

また、スピーカーはコミュニケーション能力にも優れている必要があります。彼らが自らの視点を明確かつ魅力的に伝えることで、参加者の興味を引きつけ、積極的な参加を促進します。

一方でファシリテーターは、議論の流れをスムーズに管理し、全員が意見を出しやすい環境を築く役割を担います。中立的な立場であることが求められ、偏りなく全ての参加者の声を引き出す能力が必要です。複数の話題が飛び交う場合でも、テーマから逸脱しないように巧みに舵取りを行い、時間管理も怠らないことが重要です。

さらに、スピーカーとファシリテーターの間で事前に綿密な打ち合わせを行い、役割分担や議論の進め方を明確にすることで、当日のイベントがよりスムーズに進行するでしょう。このように、適切なスピーカーとファシリテーターを選定することは、ラウンドテーブルの成功に直結する要素であり、準備段階での慎重な検討が必要です。

## 5. 会場選定

参加者の数や会議の目的に応じた適切な広さの会場を選ぶことが重要です。参加者が快適に意見を交換できるよう、テーブルの配置や座席間の距離にも注意を払いましょう。

また、会場のアクセスの良さは参加者の出席率に直結します。公共交通機関の利用がしやすい立地や、駐車場の有無も確認しておくとい良いでしょう。

さらに、会場内の設備も考慮すべきポイントです。プロジェクターや音響設備、Wi-Fiの有無は、会議の円滑な進行に欠かせません。特にオンライン参加者がいる場合は、通信環境が安定していることを確認しておく必要があります。

加えて、会場の雰囲気やデザインも参加者の集中力や意欲に影響を与えるため、目的に合わせた雰囲気を持つ会場を選ぶと良いでしょう。

最後に、予算内で最適な会場を確保するために、事前に複数の選択肢を比較検討し、必要に応じて交渉を行うことも重要です。

## 6. プロモーション戦略

ラウンドテーブルの成功には、事前のプロモーション戦略が欠かせません。

まず、ターゲットオーディエンスを明確にし、どのような参加者が求められるかを具体的に設定します。これにより、メッセージをカスタマイズし、興味を引く内容を提供できます。次に、プロモーションチャネルの選定です。ソーシャルメディア、メールマーケティング、業界のニュースレターなど、多様なチャネルを活用し、広範囲にリーチすることが重要です。

特に、ソーシャルメディアでは、イベントのティーザーコンテンツやスピーカーの紹介を定期的に発信し、期待感を高める戦略が効果的です。

また、過去に開催したイベントの参加者や関連する業界団体とのネットワークを活用し、口コミを促進するのも有効です。

さらに、イベントの独自性や参加するメリットを明確に打ち出し、参加者の関心を引き続けることが求められます。

登録のプロセスをシンプルかつ迅速にし、参加者が手間なく申し込めるようにすることも大切です。早期申込特典や限定特典を設定することで、参加の動機を高めることができます。イベント前には、登録者に対しリマインダーを送信し、当日の参加を促すことで、参加率を向上させることができます。

## 7. アジェンダ作成

アジェンダは、会議の流れを決定し、参加者がその場でどのような議論を行うかを明確にするための指針となります。

まず、アジェンダを作成する際には、事前に設定した目的に基づいて、どのようなテーマを取り上げるべきかを考慮します。これにより、参加者が関心を持ち、積極的に議論に参加できる内容を選定することができます。

次に、時間配分も重要です。各セッションやトピックに十分な時間を割り当て、参加者が意見を交換しやすい環境を整えます。長時間過ぎると集中力が持続しないため、適度な休憩時間を設けることも忘れないようにしましょう。また、アジェンダは柔軟性を持たせつつも、予定の進行を確実に守れるようにすることが求められます。

さらに、アジェンダには参加者の興味を引く要素を組み込むことが効果的です。例えば、キーノートスピーカーの講演やパネルディスカッションなど、参加者が期待するようなハイライトを設定することで、会議全体の活気を高めることができます。最後に、アジェンダは事前に参加者に共有することで、彼らが当日の流れを理解し、準備を整えることができます。

# 3. ラウンドテーブル当日運営編

## 参加者満足度を高めるための実践テクニック

ラウンドテーブルの企画・準備がどれだけ綿密でも、当日の運営がスムーズでなければ、参加者満足度は低下し、期待した成果を得ることはできません。ラウンドテーブルの成功は、まさに当日の運営にかかっているとと言っても過言ではありません。ここでは、円滑な進行、参加者エンゲージメントを高める工夫、そしてトラブルシューティングについて、実践的なテクニックを解説します。

### ①円滑な進行：ファシリテーターの役割、時間管理、質疑応答のコツ

#### <ファシリテーターの役割>

ファシリテーターは、ラウンドテーブル全体の進行を管理し、参加者間のコミュニケーションを促進する役割を担います。議論のテーマから逸脱しないよう軌道修正したり、特定の参加者に発言が偏らないよう調整したり、沈黙が生まれた際に適切な質問を投げかけるなど、臨機応変な対応が求められます。事前の準備として、参加者のプロフィールや想定される発言内容を把握しておくことが重要です。

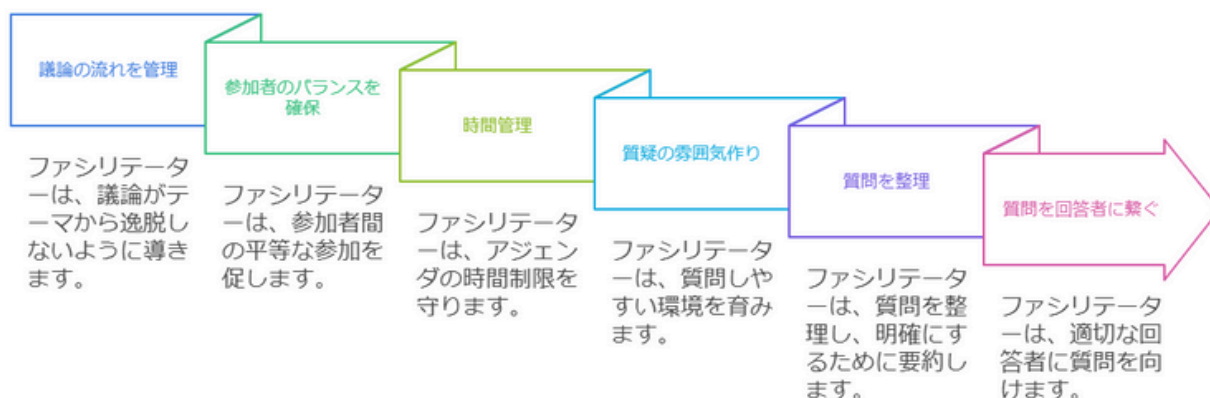
#### <時間管理>

事前に設定したアジェンダに沿って、時間配分を厳守することが重要です。各テーマにどれだけの時間を割くかを明確にし、ファシリテーターは時間を意識しながら進行を管理します。必要に応じて、タイマーを使用するのも効果的です。

#### <質疑応答のコツ>

質疑応答は、参加者の疑問を解消し、理解を深めるための貴重な時間です。ファシリテーターは、質問しやすい雰囲気を作り、すべての参加者に発言の機会を与えるよう配慮します。質問内容を整理・要約し、適切な回答者へ繋ぐことで、議論を深めることができます。

成功するラウンドテーブルの進行





## ②参加者エンゲージメントを高める工夫： グループワーク、ディスカッション、投票機能など

一方的な情報提供ではなく、参加者同士が積極的に交流し、意見交換できる場をすることで、ラウンドテーブルの価値は最大化されます。

### <グループワーク>

少人数のグループに分かれて特定のテーマについて議論するグループワークは、参加者同士のインタラクションを促進する効果的な手法です。各グループに明確な課題を設定し、発表の時間を設けることで、より活発な議論を促すことができます。

### <ディスカッション>

参加者全員で特定のテーマについて自由に意見交換するディスカッションは、多様な視点を取り入れ、新たな気づきを得る機会を提供します。ファシリテーターは、議論が活性化するように、適切な質問を投げかけ、参加者同士の対話を促進します。

### <投票機能>

オンラインで開催する場合、投票機能を活用することで、参加者の意見をリアルタイムで集め、議論に反映させることができます。参加者のエンゲージメントを高めるだけでなく、データに基づいた意思決定にも役立ちます。

### <アイスブレイク>

本題に入る前に、簡単なアイスブレイクを実施することで、参加者同士の緊張を和らげ、コミュニケーションを円滑にする効果が期待できます。



### ③トラブルシューティング：想定されるトラブルとその対処法

どんなに綿密に準備しても、予期せぬトラブルが発生する可能性があります。想定されるトラブルと、その対処法を事前に考えておくことで、冷静かつ迅速に対応できます。

#### <議論が盛り上がらない…>

事前に参加者の属性や関心事を調査し、適切なテーマ設定を行うことで、この状況を回避できます。当日、議論が停滞した場合、ファシリテーターは、参加者に直接質問を投げかけたり、関連する事例を紹介したりすることで、議論を活性化させます。

#### <参加者の発言が少ない…>

発言しやすい雰囲気作りが重要です。少人数グループでのディスカッションを取り入れたり、匿名で意見を投稿できるツールを活用したりすることで、発言のハードルを下げることができます。

#### <技術的な問題（オンライン開催の場合）>

事前に接続テストを実施し、参加者にもテストへの協力を依頼します。また、代替の連絡手段を確保しておくことも重要です。トラブル発生時には、落ち着いて状況を説明し、迅速な復旧に努めます。

#### <特定の参加者に発言が集中してしまう…>

ファシリテーターは、発言のバランスに配慮し、他の参加者にも発言を促す必要があります。「〇〇さんはどう思われますか？」など、指名して意見を求めることで、発言の偏りを防ぐことができます。

こういったテクニックを駆使することで、参加者満足度の高い、実りあるラウンドテーブルを実現できるでしょう。事前の準備と当日の臨機応変な対応が、成功の鍵となります。

## 4. ラウンドテーブル終了後 効果測定と次回への活かし方

ラウンドテーブルイベントの成功を測り、次回のイベントを更に効果的に行うために、以下のポイントを考慮することが重要です。

### ① 効果測定

効果測定は、イベントの成果を明確に理解し、次回のイベントを改善するための基礎となります。以下の方法を用いて、事前に設定したKPIに基づいた効果測定を行います。

#### (1) アンケートの実施

イベント終了後すぐに、参加者に対して簡単なアンケート調査を実施します。このアンケートでは、以下のポイントを含めることが効果的です。

- 参加者の満足度  
イベント全体の満足度、特定のセッションや講演者の評価などを問います
- 具体的なフィードバック  
参加者が感じた強みや弱み、改善点について具体的なフィードバックを収集します
- スポンサーや出展者向けのアンケート  
スポンサーや出展者に対して別途のアンケートを用意し、見解や評価を収集します

#### (2) データ分析のポイント

アンケート以外にも、以下のデータを分析することで、イベントの効果をより詳細に測定できます。

- 参加者数と出席者数  
イベントの集客力と参加率を評価します  
登録者数と実際の出席者数を比較することで、集客戦略の効果を確認できます
- ソーシャル・メディアの活動  
イベントに関連するソーシャル・メディアの投稿数や再投稿数、ハッシュタグの使用状況などをモニターし、イベントのオンラインでの反響を測定します
- 商談やリードの獲得  
BtoBイベントの場合、商談化数やリードの獲得数を追跡し、イベントがビジネスにどれだけの影響を与えたかを評価します

#### (3) 諸経費と収益の比較

イベントの経費と収益を比較することで、イベントの財務的な成功を評価します。具体的には、キャンペーンやプロモコードごとの収益を分析し、どのマーケティング戦術が最も効果的だったかを理解します。

## ②フォローアップ

参加者との関係構築を継続するためのフォローアップ施策は、次回のイベントへの参加率や長期的な関係構築に大きな影響を与えます。以下の方法を考慮します。

### (1) サンクスメール

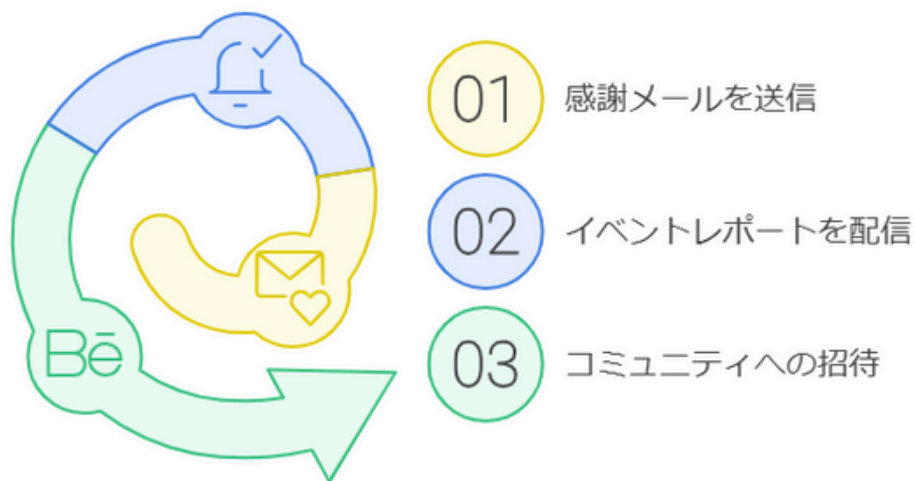
イベント終了後すぐに、参加者に対して感謝のメールを送ることで、参加者の満足度を高めます。このメールには、アンケートのリンクを添付することも有効です。

### (2) イベントレポート配信

イベントのまとめレポートを参加者に配信し、イベントの成果やハイライトを共有します。これにより、参加者がイベントの内容を再確認し、次回のイベントへの期待を高めることができます。

### (3) コミュニティへの招待

参加者を専用のコミュニティ（例：LinkedInグループ、Slackチャンネルなど）に招待し、イベント後のディスカッションや情報交換を促進します。これにより、参加者間のネットワーキングが継続し、次回のイベントへの関心を維持することができます。



## ③次回イベントへの改善点

収集したデータやフィードバックを元に、次回のイベントをより良くするための改善策を検討します。

### (1) アンケートのフィードバックを活用

参加者のフィードバックを分析し、改善点を特定します。例えば、特定のセッションが低評価だった場合、そのセッションの内容や講演者の選定を見直すことが考えられます

### (2) セッションの内容の見直し

セッションの視聴回数や評価を分析し、人気のあるセッションの共通点を探ります。例えば、特定のトピックやセッションの長さが参加者に好評だった場合、それを次回のイベントでも採用することができます

### (3) 技術的な改善

技術的な問題が発生した場合、次回のイベントではそれに対する対策を講じます。例えば、オンラインツールのテストを徹底し、バックアッププランを準備することで、技術的なトラブルを最小限に抑えることができます

### (4) 参加者エンゲージメントの強化

参加者エンゲージメントを高めるための新しい手法を導入します。例えば、リアルタイム投票機能やインタラクティブなグループワークを追加することで、参加者の関与度を上げることができます

これらの施策を通じて、次回のラウンドテーブルイベントをより成功させるための基盤を築くことができます。

## 5.金融機関向けラウンドテーブルの注意点

規制業種である金融機関は、業務を運営する上で厳しい業法の制約やテクノロジー導入に対する厳しいチェックが存在します。監督官庁の許認可を得るため、非常に高度な水準をクリアする必要があります。

また、金融機関側からの位置づけは「金融システムという社会インフラと一緒に構築するパートナー」であり、サービス提供側の信用力並びに技術的な信用力は不可欠となります。以下、チェックすべき項目を記載いたします。

カテゴリ	項目
コンプライアンスと機密性の確保	<ul style="list-style-type: none"><li>参加者の守秘義務契約の事前締結</li><li>情報セキュリティに関する明確なガイドラインの設定</li><li>機密情報の取り扱いに関する厳格なプロトコルの確立</li></ul>
規制対応と法的 considerations	<ul style="list-style-type: none"><li>金融規制に関連する最新のトピックを議論テーマに組み込む</li><li>法務部門と事前に綿密な相談を行い、潜在的なリスクを洗い出す</li><li>コンプライアンス担当者の同席または事前レビューの実施</li></ul>
参加者の慎重な選定	<ul style="list-style-type: none"><li>適切な職階と専門性を持つ参加者の厳選</li><li>利益相反の可能性がある関係者の事前チェック</li></ul>
テクノロジーとセキュリティ対策	<ul style="list-style-type: none"><li>安全な通信プラットフォームの使用（特にオンライン開催の場合）</li><li>エンドツーエンドの暗号化</li><li>参加者の本人確認プロセスの厳格な実施</li></ul>
データ管理と同意	<ul style="list-style-type: none"><li>参加者からの明確な情報利用同意の取得</li><li>データ保護規制（個人情報保護法など）の厳守</li><li>議事録や共有資料の取り扱いに関する明確なガイドライン</li></ul>

こうした点を踏まえ、金融業界独自のテーマの現状に対する業務理解や金融機関での活用実績・事例等を織り交ぜながら、金融機関の課題解決につながるメッセージが不可欠です。

## 6.まとめ：ラウンドテーブルで成功を掴む

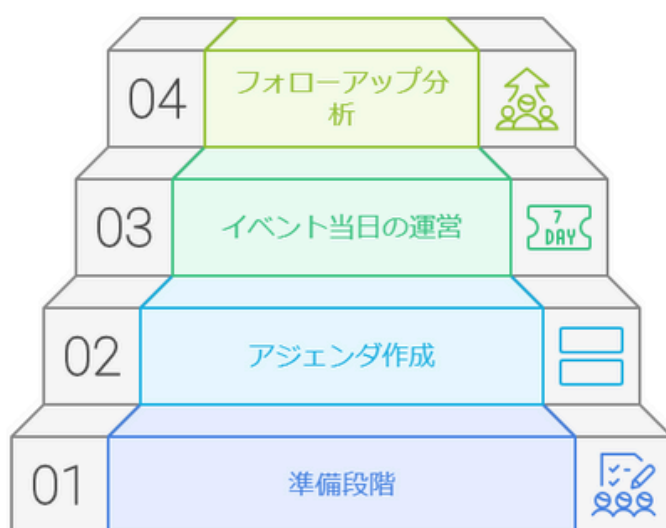
ラウンドテーブルは、一方通行になりがちな情報発信とは一線を画す、双方向コミュニケーションを実現する効果的な手法です。セミナーやワークショップとは異なり、参加者全員が平等に発言する機会を持つことで、多様な視点や深い洞察を引き出し、新たな価値を創造することができます。

本記事では、ラウンドテーブル開催の極意として、事前準備から当日運営、そしてイベント後のフォローアップまで、成功に導くための具体的なステップを解説しました。明確な目的設定、適切な参加者選定、綿密なアジェンダ作成といった準備段階でのポイントは、イベント全体の質を左右する重要な要素です。

そして、当日の円滑な進行は、ファシリテーターのスキルと事前の準備にかかっています。参加者エンゲージメントを高めるための工夫や想定されるトラブルへの対処法を事前に検討しておくことで、よりスムーズで効果的なイベント運営が可能になります。

イベント後の効果測定とフォローアップも、ラウンドテーブルの成功を最大化するために欠かせません。収集したデータやフィードバックを分析し、次回のイベントに活かすことで、継続的な改善と進化を実現できます。

変化の激しい現代において、企業は顧客やステークホルダーとのより密接な関係構築が求められています。ラウンドテーブルは、まさにそのための最適なツールと言えるでしょう。本記事で紹介したポイントを踏まえ、ラウンドテーブルを積極的に活用することで、ビジネスコミュニケーションを進化させ、新たな成長の機会を掴んでください。





本資料に関するお問い合わせ

## 株式会社セミナーインフォ

〒102-0074

東京都千代田区九段南2-2-3 九段プラザビル5F

株式会社セミナーインフォ

セールスマーケティングユニット

sales\_contact@seminar-info.jp

お問合せリンク <https://service.seminar-info.jp/contact>