

会議疲れしないために

# ウェブサイト運営の PDCAがうまく回る 会議のしかた



# 会議疲れしていませんか？

ウェブ活用がうまくいっていない…

会議ばかりで  
本来取り組みたい  
業務になかなか  
手をつけられない

部門間の対立  
ばかりで建設的な  
議論ができない

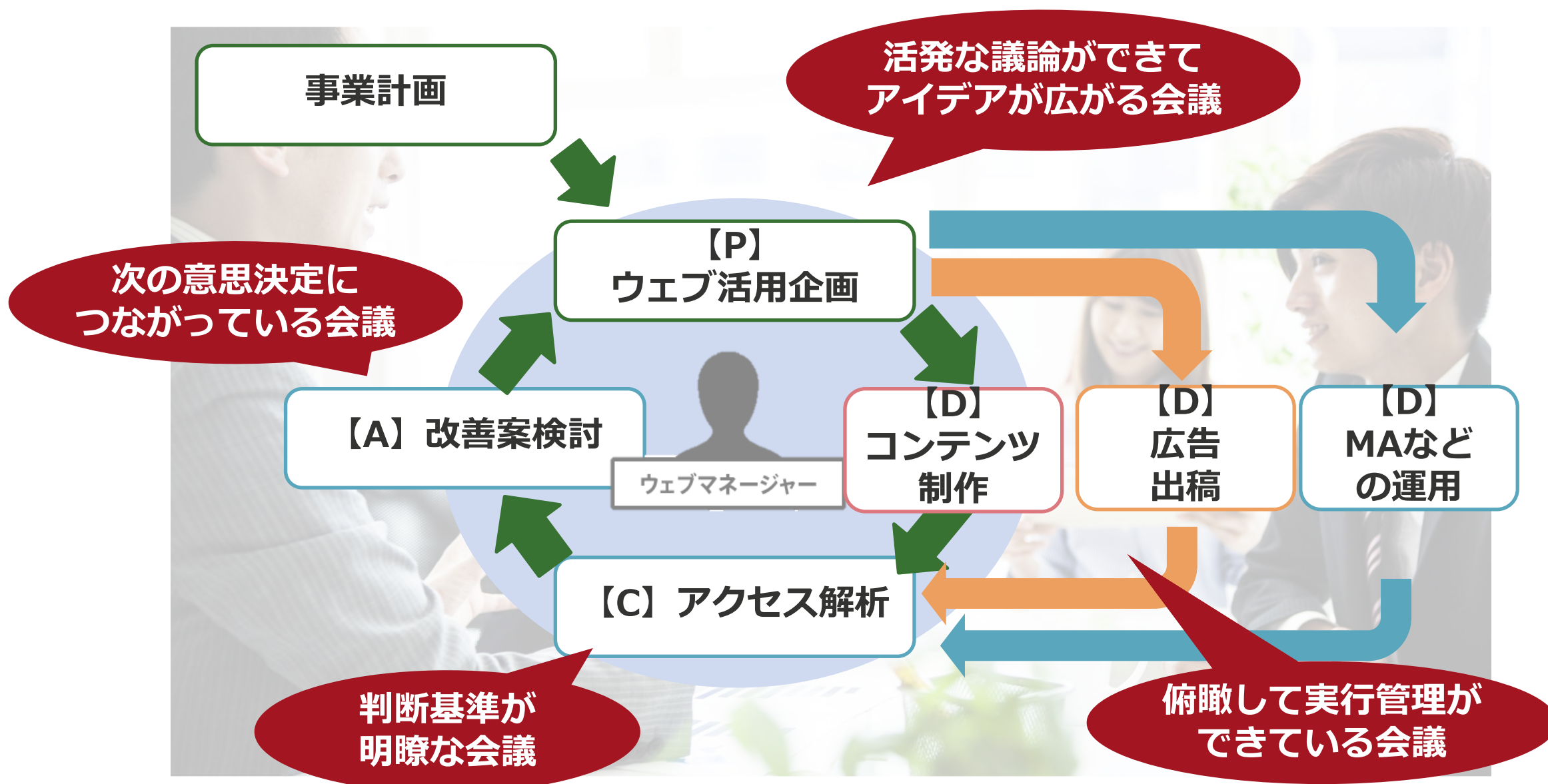
この会議は一体  
なんのためにある  
のだろうか

合意したはず  
の結論が  
ひっくり返る



## 問題の原因はズバリ！「会議のしかた」

# 良い会議とは？ PDCAがうまくまわる「しかけ」がある



- ① 会議の**目的**設定
- ② **アジェンダ**作成
- ③ 会場設計 (**場**づくり)
- ④ 会議運営 (**進行**)

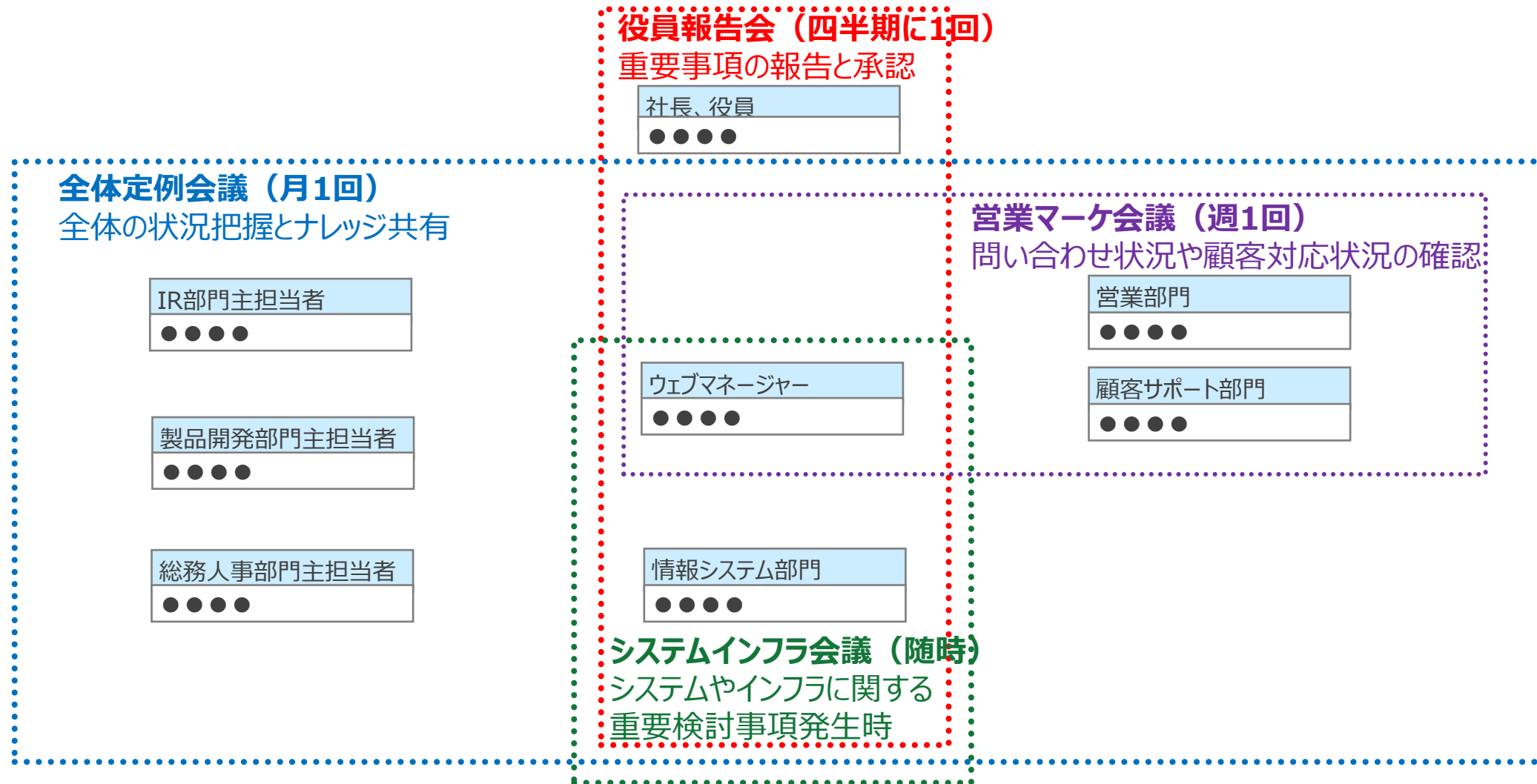
## ①会議の目的設定～「なぜこの会議をおこなうのか」を明確にする

---

- 何か行動を決めるための「意思決定」会議
- 提案、意見だしするための「議論」会議
- コミュニケーションをとるための「共有・確認」会議

会議は目的を達成するためにおこなうこと  
参加するだけに意義はありません

# ①会議の目的設定～目的に合わせて合意形成に適切な会議体を決める



**会議の目的に応じて、どの部門に参加してもらうべきか検討する  
（担当者のみでよいか、上司にも参加してもらうべきかについても考える）**



②アジェンダをつくる

Point

Point!

議題とその順序は？

誰が参加する？

Point!

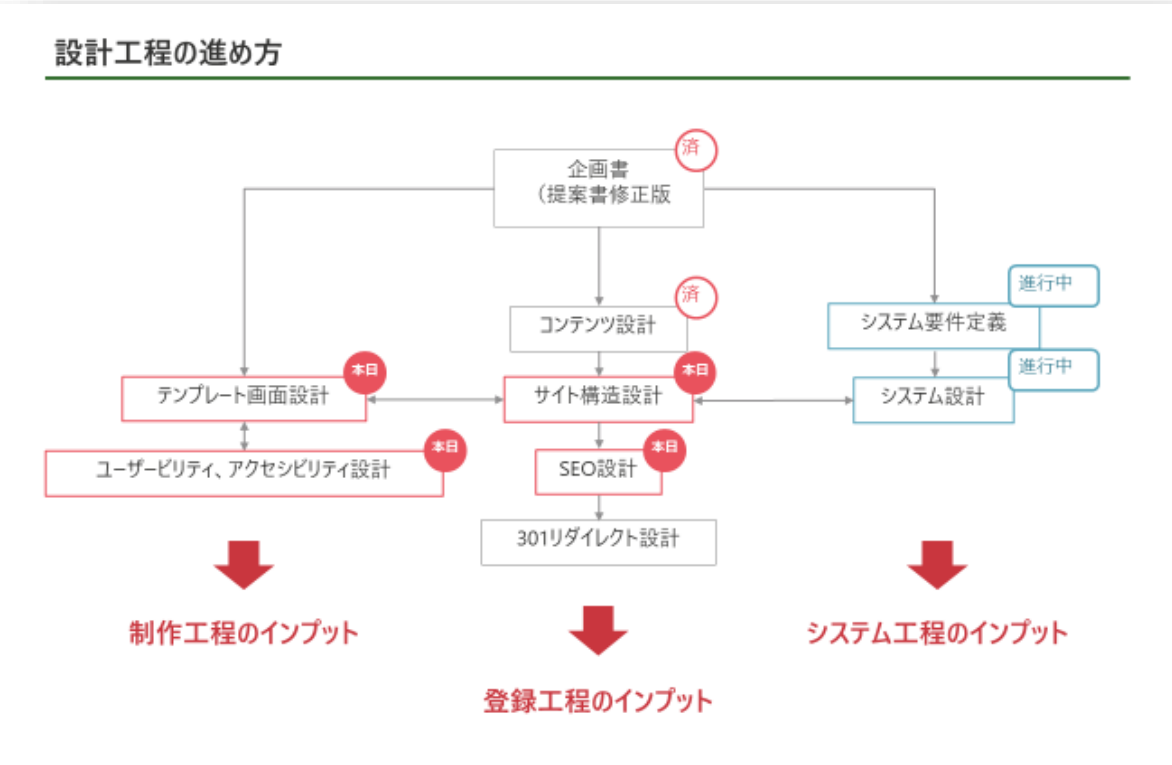
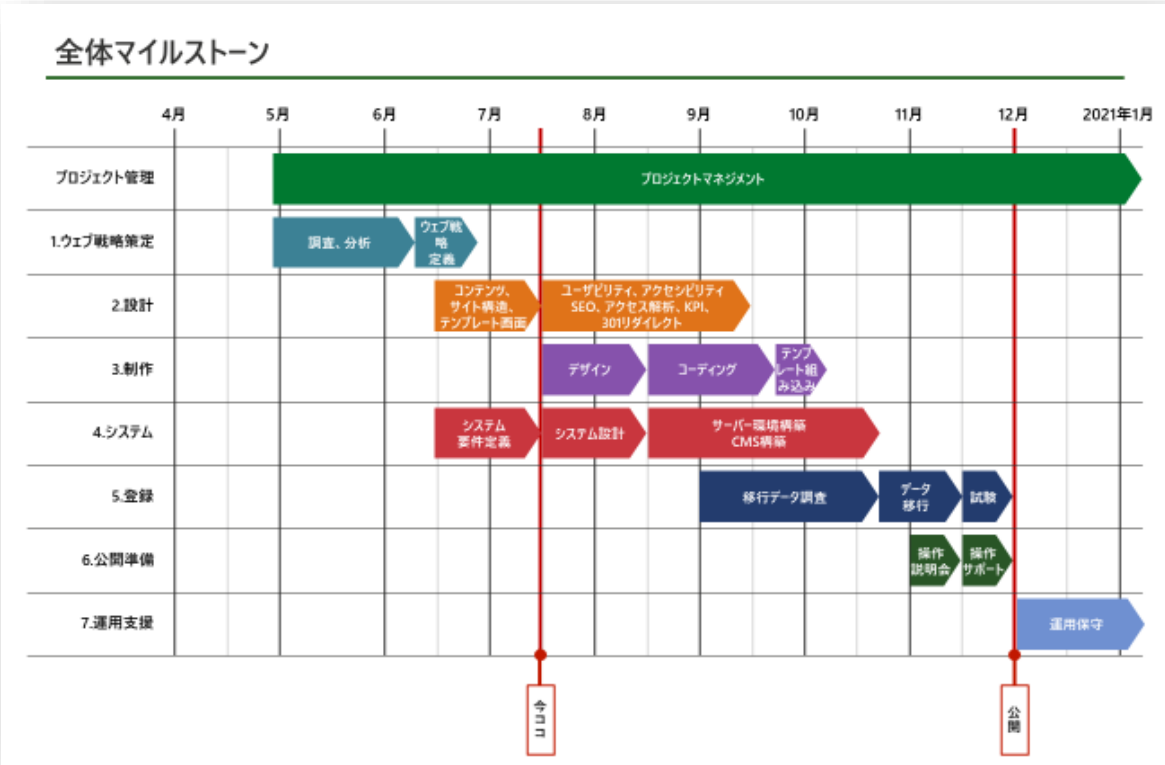
Point!

時間配分は？

意思決定に必要な資料は？

○月○日 商品情報ページ刷新会議アジェンダ									
部	N o.	議題	内容	使用資料	参加者	時間	所要 時間	合 計	
	1	◆◆◆さんからの共有事項	以下についてあやとりから◆◆◆様にお話をお伺いします ・ 2020秋冬新商品に関する素材について【追加】 ・ ◆◆◆ページ ・ 通販（仮） ・ CMS登録画像の色味再現について	Chatworkのコメント ◆◆◆さんからの共有事項					
	2	マイルストーンの確認	マイルストーンを使って進捗状況を確認します	本資料	ウェブプロジェクトチーム				
	3	画面設計の検討結果について	以下について確認をいたします ・ 品質保証部とお打ち合わせ結果 ・ 業務管理部とお打ち合わせ結果 ・ 広報部のご検討状況	・ 【◆◆◆】画面設計書（PC）-v301 20200710 ◆◆◆加筆 ・ 20200710 ●●●会議議事録 ・ 20200710 ●●●会議議事録	品質保証部 ●●●さん 業務管理部 ●●●さん	11:00 ～13:00	120 min		
	4	あやとりからの確認事項	以下についてあやとりから◆◆◆様にお話をお伺いします ・ ●●●ページのURL変更の確認について ・ ●●●のリダイレクト対応について ・ 現状システム調査報告【追加】	・ Google アナリティクス設定ガイド					
休憩①						13:00 ～13:30	30 min	6.5 h	
	5	最新サイトマップの確認	最新のサイトマップの状況を確認します	【◆◆◆】サイトマップ ※定例会当日にお見せします					
	6	SEO設計	SEO設計をするにあたり、★★★ページのタイトル・ディスクリプションを検討するワークを実施します	※定例会当日にお見せします					
	7	ユーザビリティ、アクセシビリティ設計	別資料を使って、ユーザビリティ、アクセシビリティ設計について、考え方と進め方の説明を行います	※定例会当日にお見せします					
	8	301リダイレクト設計	別資料を使って、301リダイレクト設計について、考え方と進め方の説明を行います	※定例会当日にお見せします					
	9	アクセス解析、KPI設計	・ 別資料を使って、アクセス解析、KPI設計の方針をご説明します ・ ★★★ページのアクセス解析のご状況を伺います	※定例会当日にお見せします	ウェブプロジェクトチーム				
第三部	10	次回の定例会について		本資料	情報システム部	15:50 ～17:30	100 min		

## ②アジェンダをつくる～常に確認できる状態にしておくといよい資料



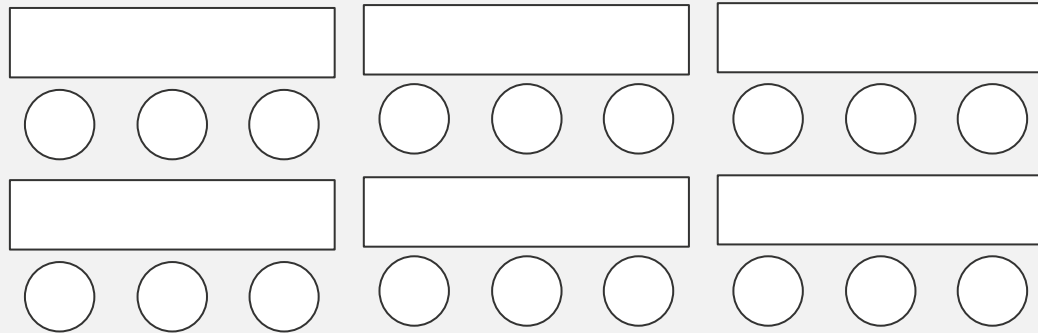
プロジェクトの  
「現在地」を確認する

各工程における  
インプット/アウトプット  
の関係を理解する

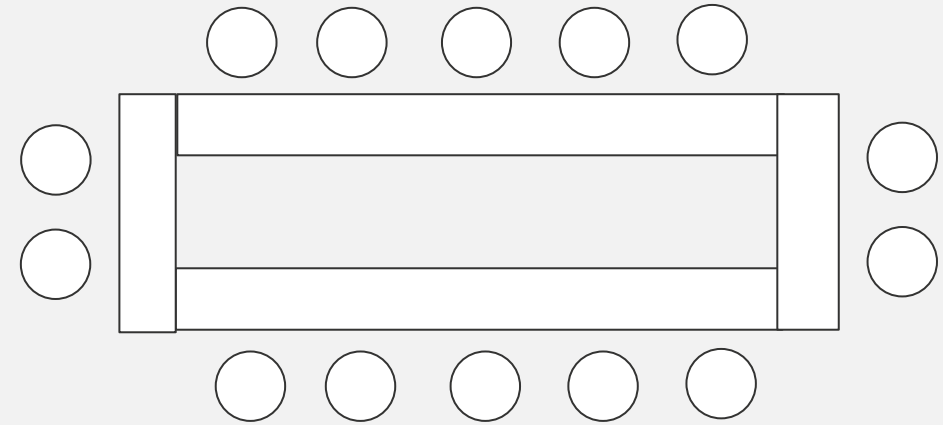


### ③会場設計～会議室レイアウトで「議論の流れ方」が決まる

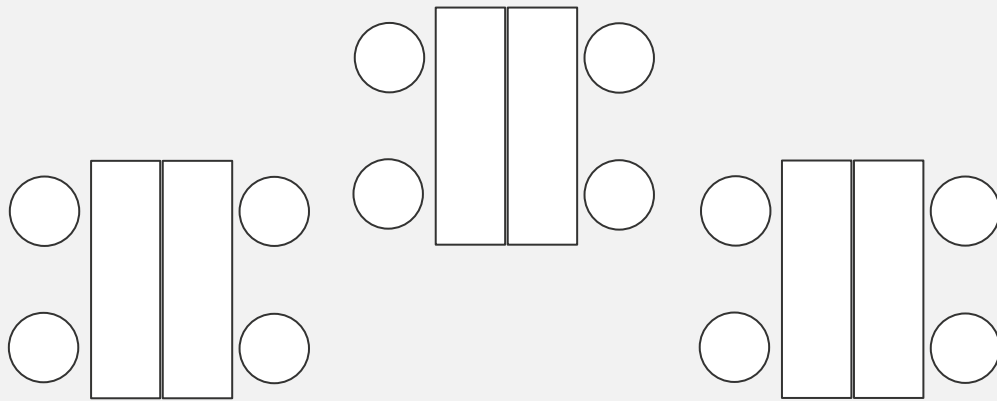
#### スクール／シアター形式



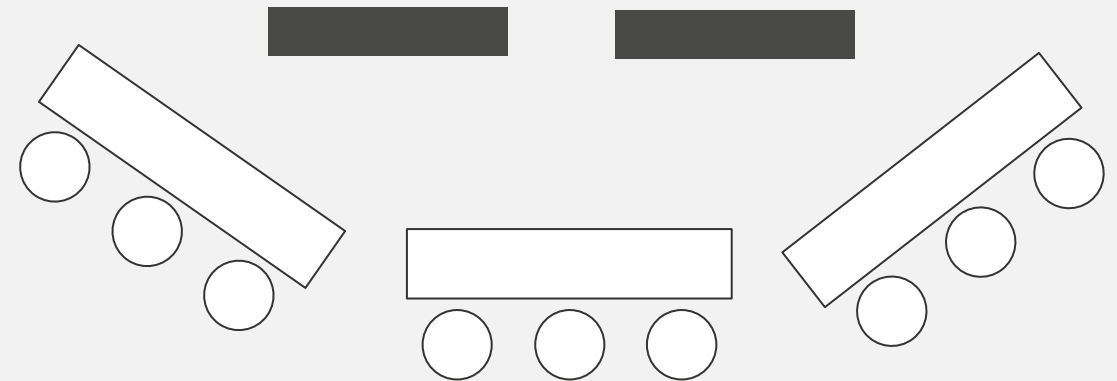
#### 口の字／コの字形式



#### 島型（アイランド）形式



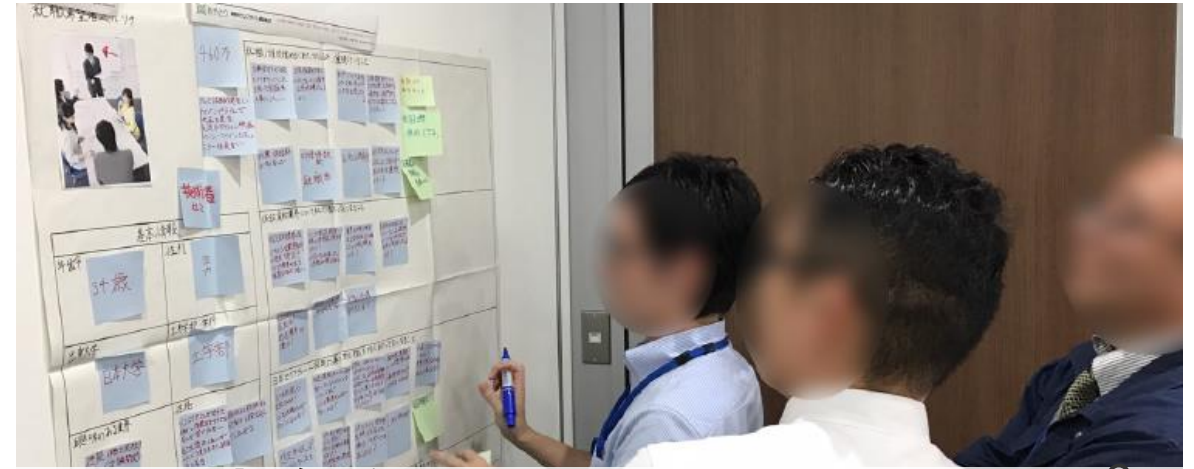
#### 扇型（ウイング）形式



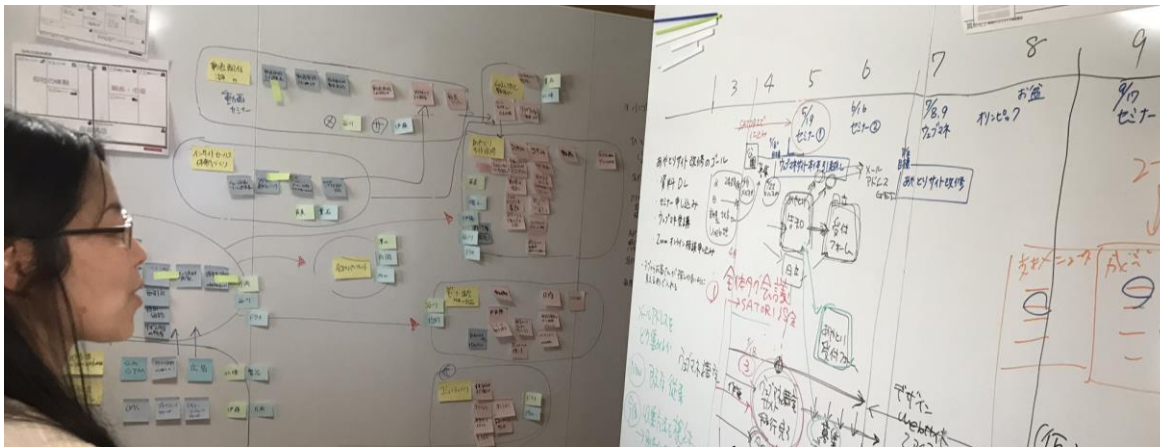
### ③会場設計～議論活性化に効果的なツールを準備する



えんたくん



模造紙ワークショップ



ホワイトボード

**「デジタル」ツールにばかり  
頼らない！  
ときには「アナログ」ツールも  
うまくつかいこなす**

## ④会議運営～成果が出る会議にするための進行管理方法



場づくり

改善案	重要度	状態	期限
ホームページの作成	中	完了	5月上旬
...	中	完了	...
...	高	完了	...
...	高	検討中	...
...	高	完了	...
...	高	完了	...
...	中	未対応	...
...	中	完了	...
...	中	対応中	...
...	中	対応中	...
...	中	未対応	...
...	低	完了	...
...	低	完了	...
...	低	完了	...
...	中	未対応	...
...	高	完了	...

Point

やらないことも決める

課題管理



Point

成否判断の判断材料

論理的意思決定



## ④ 会議運営～声が大きい人に注意

### ■ 「声が大きい人」 = 発言力が大きい人（社長、役員、上級管理職、投資家 など）



「声が大きい人」は、  
「実際にウェブサイトを使う人」ではない

「声が大きい人」の意見に引きずられてしまうと  
「実際に使う人」の目的達成に寄与できなくなってしまう

**意思決定のしかたについて**

**あらかじめ明確な「判断基準や原則」をもち**

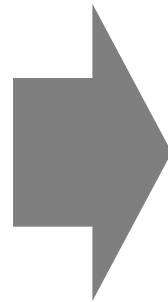
**関係者間で合意しておくことが大事**

# アクセス解析レポートは「読者は誰か？」を意識してつくる

## <例> 営業部門向けの会議で使う場合

### 関心を示さない情報

- セッション数（アクセス数）
- PV（ページビュー数）
- CVR（コンバージョン率）
- 直帰率
- 平均滞在時間
- クリック単価



### 関心を示す情報

- ウェブサイトを見に来ている企業名
- 検索フレーズ  
（見込み顧客の頭の中にあるニーズ）
- 人気商品（よく見られている商品）
- 地域（どのエリアでニーズが高いか）
- ●●さんが担当している顧客の閲覧経路  
（見込み顧客はどの商品を見ているか）
- ウェブ経由の売上金額

④ 会議運営～アクセス解析レポートを会議で使うときの注意点 その2

施策計画の段階で先にKPIや効果検証方法を決めておく

NO	改善施策名称	改善の意図	KPI（効果検証指標）	実績（2019年度）
①	Gナビ名称の変更	★★ページへの流入を増やしたい	① トップページの直帰率 ② トップページ → ★★への遷移数	① 52% ② 4035PV
②	「詳しくはこちら」ボタンを4分割	◆◆の強みの理解を促したい。結果として探すボタンのクリック	① 「詳しくはこちら」ボタンのクリック数 ② ◆◆ページ → ●●を探すへの遷移数	① 不明 ② 合計644回
③	商品ごとに取り込まれ	商品ごとに取り込まれ	① ★★ページ → 事例一覧ボタンのクリック数	① 現在はボタンがないので実績はない
④	■■ページ「探す」エリア	商品ごとに取り込まれ	① ○○ページのPV数 ② ○○ページ → ○○展示会ページへの遷移数	① 合計604PV ② 合計323PV
⑤	展示会ページに「展示会に行くことでできること」の説明エリアの追加	展示会に来場する価値を訴求し、来場予約のコンバージョンを高める	① 来場予約フォームCV数	① 合計200PV

「成否判断基準」  
「次の施策判断基準」を  
施策実行前の会議で関係者と合意形成しておいたほうが  
施策実行後のアクセス解析会議はうまく機能する



# 補足：オンライン会議を上手に進めるコツ

## あなたが「司会進行者の立場」の場合

### ウェブ会議（オンライン会議）を上手に進めるコツ

あなたが「司会進行者の立場」の場合 / あなたが「参加者の立場」の場合 /

投稿日：2020年3月14日 | 投稿者：谷川 雄亮

いいね！0 ツイート



#### ウェブマネジメントのキホン

##### ウェブ会議（オンライン会議）を上手に進めるコツ

制作会社への「教育」を考える

ウェブサイトの方向性について意見が割れてしまったら

情報の責任は誰がもつべきか？

わかりやすく伝え、行動を後押しする

ホーム（トップページ）の「場所取り争い」

「声の大きい人」に注意

意思決定は自社でおこなうべし

#### お役立ちコラム カテゴリー

戦略的ウェブサイト構築・運営コラム

#### 会議前にしておくこと

##### 参加者には、議題を事前に送りましょう。リマインダーも忘れずに

ウェブ会議に限らないことですが、会議の目的と議題は必ず事前に共有しましょう。資料を添付する場合は、事前に目を通してほしいものか、会議のときに使う参照資料なのかを明確にすることも必要です。ウェブ会議中は画面共有機能を使いながら議事が進行しますが、参加者によっては自分のパソコンでファイルを確認しながら参加する人もいます。資料を適切に案内することは、スムーズに会議をスタートさせるための大前提となります。

また、ウェブ会議に参加するためのURLがわからなくなったり、会議自体を忘れてしまったりすることがないように、リマインダーも忘れずに送りましょう。

##### 開始時間前にウェブ会議ルームに接続しましょう

参加者が時間ぴったりにウェブ会議ルームに接続してくるとは限りません。部屋（ウェブ会議ルーム）の様子がわからないからと、少し早めに接続をする参加者もいるでしょう。司会進行者は、5分前には部屋に接続して参加者を迎えるようにしましょう。いつから始まるのかな…と不安にさせるより、早めに接続してきた人と雑談をして場づくりをしたり、事前に会議活性化の支援をお願いしたりするチャンスです。

## あなたが「参加者の立場」の場合

#### 会議に接続するときにする事

##### カメラは常時オンにして、顔が見えるようにしておきましょう

「目は口ほどにものを言う」ということわざもあるように、コミュニケーションにおいて「表情」はとても重要な情報伝達手段です。ウェブ会議でも、カメラでお互いの表情が見える状態とそうではない状態では、コミュニケーションの密度が異なります。お互いの表情が見えることで、発言者は、他の参加者に自分の意見がきちんと伝わっているのか確認しながら進めることができます。

同部屋、同一カメラで複数名が参加するときは特に注意が必要です。机で向かい合って参加することで、カメラに対して横向きになったり、カメラに写らない位置に座ったりしている人がいないか確認しましょう。

##### マイクは、発言するとき以外はミュートにしましょう

カメラ機能は常時オンが望ましいのに対して、マイクは発言するとき以外はミュートにしておいた方がよいでしょう。雑音やハウリングによって会議を妨げるリスクが減ります。雑音やハウリングが入りやすい環境のときは、マイク付きイヤホン（ヘッドセット）を使っただけで参加が望ましいでしょう。

<https://ayatori.co.jp/column/web/web-management/20200314214245/>

① 会議の**目的**設定

② **アジェンダ**作成

③ 会場設計 (**場**づくり)

④ 会議運営 (**進行**)



# ウェブサイトを経営の中心に

- Website Driven -



**30分無料オンライン相談受付中**  
**詳しくはウェブサイトへ**

<https://ayatori.co.jp/online-free-consultation/>