



MERCURICH

# オンライン研修を 成功に導く **10**のポイント

Leading Brand in Presentation Training  
マーキュリッチ株式会社

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-21  
<https://www.mercurich.com> Tel:03-6478-2082

# 「オンラインならではの」の特性を知って活用する

---

新型コロナウイルスの影響を受けて、企業内研修のかなりのパートがオンライン化されました。

オンライン研修は「物理的・距離的制約なく実施できる」などのメリットが大きい反面、研修担当者の方からは「受講者の集中力が続かない」「臨場感がない」「リアルのような効果が得られない」という悩みの声も良く聞きます。

オンライン研修は、リアル（集合）研修とは大きく違う特性を持っています。

したがって**今までのリアル研修の延長線上では、当然機能しません。**

一方、**オンラインならではの特性を正しくとらえ**、生かすことで研修効果を大きく向上させることもできます。

以下に「オンライン研修を成功させる10のポイント」としてそのコツをご紹介します。

最近、研修担当になった方はもちろんのこと、研修企画に慣れている方も、チェックリスト的に使っただけだと思いますので、ぜひご活用ください

# 全体像

オンライン研修成功のコツを「5ステップ・10のポイント」にまとめました。

できる限り、直観で理解いただけるよう、図解や表、チェックリストを多く使って表現しています。

気になるところだけピックアップしてご覧いただいても理解できる構成になっているため、お手軽にご活用ください。

ステップ 1	考え方	① 課題解決の根本のスタンスを変える
		② オンライン研修の強み、弱みを知る
ステップ 2	企画	③ 「事前」・「事中」・「事後」セッションとセットで企画する
		④ 適切な講師を選ぶ基準を持つ
ステップ 3	事前 準備	⑤ 「ライブ配信」と「事前動画配信」を効果的に使い分ける
		⑥ チェックリストを使ってもれなく効率的に確認する
ステップ 4	当日 運営	⑦ 研修スタート時の挨拶にエネルギーを注ぐ
		⑧ 企画事務局が一番のムードメーカーになる
		⑨ 受講者を参画させ、つながるための多彩なストロークを
ステップ5	フォロー	⑩ 研修効果を組織全体に波及させる

# ステップ1 考え方

- ポイント① 根本の課題解決のスタンスを変えることが成功の鍵
- ポイント② オンライン研修の弱みを整理して把握しておく

# ポイント① 根本の課題解決のスタンスを変えることが成功の鍵

オンライン研修を企画する際の典型的な悩みとして以下のようなものが挙げられます

- ◆ 受講者のオンラインの経験が少なくても大丈夫か？
- ◆ 集中力は続くのか？
- ◆ グループ討議はちゃんと回せるの？
- ◆ 講師、研修テーマを選ぶ基準は？
- ◆ 企業側とベンダー側の役割の線引きはどこ？
- ◆ 事務局は、どの程度の知識を持っている必要があるか？
- ◆ Zoomが使えない場合はどうする？
- ◆ PCが1人1台無い場合はどうする？



上記の課題・悩みを1つ1つ、つぶしていく = あまりにも非効率で、際限がない



では、どうすればいい？

課題解決のスタンスを根本から変えよう

# 解決のコア

オンライン研修 = 発展途上

▶ リアル研修のように、研修企画サイド（人材育成担当者）が全てお膳立てするのではなく…

「受講者、担当者、コーディネータ、講師」  
**全員が主役**になって最高の**作品**を作る

つもりで、企画・実施しよう

## みんなで一緒にクリエイティブな解決策を探す

### クリエイティブな解決策の例

ある企業では、受講者の上司の方々が「アシスタント講師」の役割を担いました。

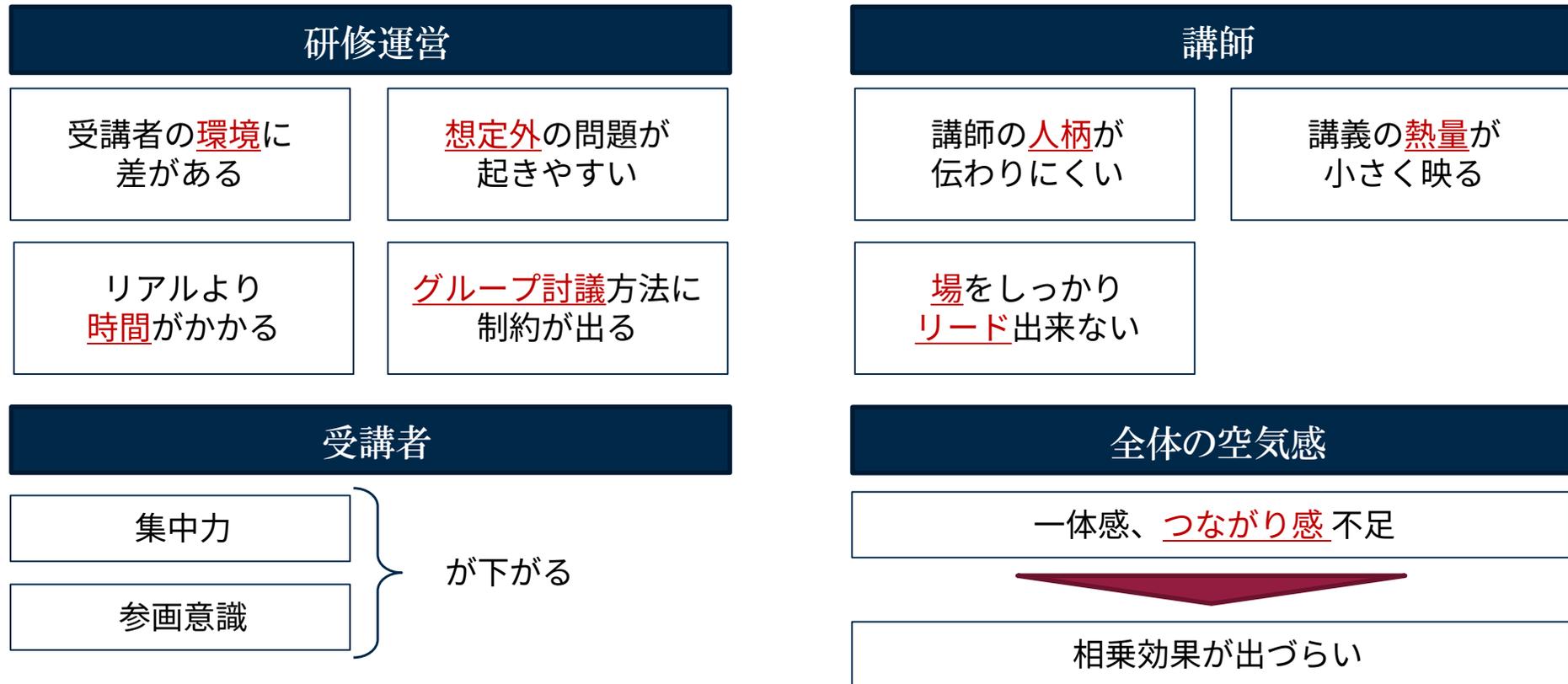
事前に講師が彼らにトレーニングを行い、演習の回し方やロールプレイでの受講者へのフィードバックのコツ等を理解・習得してもらいました。

研修当日は、各グループに1人ずつ、その「アシスタント講師」が張り付き、メイン講師の指示のもと、グループ演習をリードしました。

こうすることで、各受講者に手厚いフォローができるだけでなく、上司自身も指導を通じて学びを得るとで、職場に戻っての指導がより効果的になりました。

これはオンラインでないと中々できない工夫であり、かつ効果定着にも一役買うクリエイティブな取り組み例の一つと言えるでしょう。

## ポイント② オンライン研修の弱みを整理して把握しておく



オンライン研修の弱みを把握する際に大事なことは、大きく2つあります。

一つは、上記のように4領域に分解して整理して捉えること。そうすることで、手が打ちやすくなります。

もう一つは、「大きく、本質的な問題」と「小さく、些細な問題」を分けることです。多くの人は、この2つを一緒にして考え、全てに対して同じくパワーをかけて解決に取り組みます。

ただし、限られたリソースではとてもすべての問題解決はできないでしょう。だからこそ、上記にあるような「本質問題」に主に絞って対策を打つべきなのです。

# ステップ2 企画

- ポイント③ 「事前・事中・事後」と「本セミナー」をシームレスに
- ポイント④ 適切な講師を選ぶ基準を持つ

# ポイント③ 「事前・事中・事後」と「本セミナー」をシームレスに

「オンライン研修ならではの」の強みを活用することで、研修の効果性を向上させることは可能です。

大きな強みの1つは、バーチャルのため受講者が集まりやすいこと。

「研修前の意識づけ」や「研修後のフォロー」等で集まってもらうのが、リアルよりも断然やりやすい点です。

また、1つの研修を数回に分割して実施することで、研修間（事中）でのフォロー、サポートがやりやすく、それによって効果の定着が図りやすい点も「オンライン」ならではの特性です。

それらを活用した、幾つかの施策例を「事前」「事中」「事後」に分類して以下に紹介します。

事前セッション	事中セッション (研修と研修の間のセッション)	事後セッション
<p><b>目的</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 研修への意識向上</li><li>◆ 関係性作り（参加者同士、参加者と企画側）</li><li>◆ オンライン研修の作法を知る</li></ul>	<p><b>目的</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 研修での学びや決めたアクションプランを職場で実践する後押しをする</li><li>◆ 受講者同士が互いに協力することで、継続をサポートし合う</li></ul>	<p><b>目的</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 研修効果の定着</li></ul>
<p><b>方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 上位層の方から「研修の意義」を語ってもらう</li><li>◆ 事前課題の説明</li><li>◆ 受講者の悩みを小グループで語り合う</li></ul>	<p><b>方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 「バディシステム（受講者同士でペアなって助け合う方法）」で互いのアクションを発表し、アドバイス</li><li>◆ LINEグループなどで、日々のアクション、学びの報告をし合う</li></ul>	<p><b>方法</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◆ 2-3人を1グループにして、講師がフォローの相談、コンサルティングを行う</li><li>◆ SNS上でコミュニティを作り、ディスカッションや相互Q&amp;Aを行い、問題解決を図る</li><li>◆ 受講者の上司に対して研修の報告会を行い、フォローをお願いする</li></ul>

## ポイント④ 適切な講師を選ぶ基準を持つ

オンライン研修とリアル研修は、似て非なるものです。喩えるなら、卓球とテニスくらいの違い、距離感があります。

したがって、オンライン研修の進め方やスタンスを「リアル研修の延長線上だ」と考えていると当然うまく行きません。

リアル研修同様、オンラインでも成功の鍵を握っているのは、講師です。

以下にオンライン研修に適した講師を選ぶ基準を示しています。

このチェックリストを活用し、間違いない講師選びの参考としてご活用ください。

### ＜オンライン研修講師を選ぶ基準 チェックリスト＞

		チェック
1	<b>熱さ</b> （パッション）と <b>温かさ</b> （ケア感）を十分に感じさせるか？	
2	<b>偏り</b> がないか？（コンテンツ ⇄ デリバリー）	
3	問いかけや働きかけを行い、 <b>参加型</b> にしているか？	
4	<b>アウトプット</b> （演習）の頻度とバリエーションは適切か？	
5	<b>資料</b> がゴチャゴチャしすぎていないか？	
6	演習の <b>インストラクション</b> がシンプルで、クリアか？	
7	<b>リアル</b> とやり方を大胆に変えているか？	

上記のチェック項目において不安があれば、講師にデモンストレーションをしてもらうか、動画等で確認してから決定されることをお勧めします。

# ステップ3 事前準備

ポイント⑤ 「ライブ配信」と「事前動画配信」を効果的に使い分ける

ポイント⑥ チェックリストを使って漏れなく効率的に確認する

## ポイント⑤

「ライブ配信」と「事前動画配信」  
を効果的に使い分ける

## ポイント⑤ 「ライブ配信」と「事前動画配信」を効果的に使い分ける

研修のオンライン化を進める際に、しばしば検討の俎上に乗るのが「動画配信」です。

オンライン研修の代替策として、安易に「動画配信にしよう」と決めて実施すると、ほとんどの場合失敗します。

というのも、「参加型のオンライン研修」と「動画配信セミナー」は似て非なるものだからです。

それぞれの特性をしっかりと掴んだ上で、戦略的に使い分けることで、はじめて効果的なセミナーを実現できます。

以下に表をまとめてみましたので、企画の際に参考にしてください。

	ライブ配信	動画配信
受講の真剣度	○	△
カスタマイズ性	○	△
物理的拘束	△	○
コスト	△	○

ライブ配信と動画配信の大きな違いの1つは受講者の「真剣度」です。あなたがYoutube等の動画を視聴するとき、多くは「流し見」であるように、動画視聴はライブ配信に比べて受講者の真剣度・集中度は格段に低いでしょう。

それに加えて、ライブ配信の場合は受講者の状況に合わせて内容をある程度カスタマイズ、チューニングできるのも良い点です。

ただし、「受講者が好きな時に見られる」「コストが安い」という点では、動画配信に軍配が上がります。

これらの特性をもとに研修全体を設計しましょう。

事前動画をもとにしっかり事前課題に取り組みせ、それを提出することを義務化し、その上でライブ配信で参加型の研修を行う、等の工夫をしている企業は多いです。

## ポイント⑥

チェックリストを使って  
漏れなく効率的に確認する

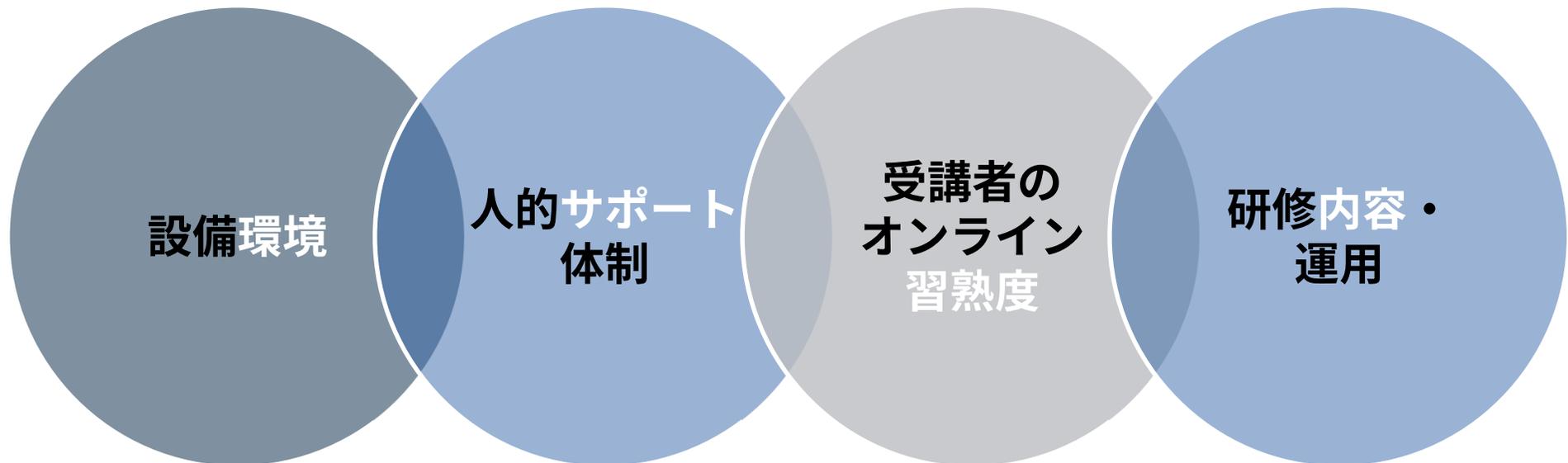
## ポイント⑥ チェックリストを使って漏れなく効率的に確認する

オンライン研修では、リアル研修に比べて事前に準備およびチェックしなければならない項目が一気に増えます。

したがって、チェックリストとして用意しておくことで漏れがなく安心であるだけでなく、効率的です。

以下の4領域に分けて主なチェック項目を書いたリストを用意しました。

これらのリストをうまく活用することで、より本質的なことに時間とエネルギーを割くことができますので、フル活用していただければと思います。



# オンライン研修実施前 チェックリスト(設備環境、人的サポート体制)

## 1. 設備環境

	項目	チェック欄
1	受講者が受講する場所はどこか？（静か？、大きい声を出せる環境か？）	
2	講師はどの場所で研修を行うか？	
3	受講者のモニターは、何を使用予定か（PC？、画面の大きさは？）	
4	受講者のネット環境はどの程度安定しているか？（予測）	
5	受講者・主催者（講師）のネットが切れたときのバックアップ策は？	
6	Web会議ツールの機能の制限はないか（チャット、グループ討議、録画、画面共有）？	
7	研修テキスト・ワークシートの配布はどのようにするか？	

## 2. 人的サポート体制

	項目	チェック欄
1	ネットが切れたときに、フォローするのは誰か？	
2	研修のアテンドスタッフは（終日？、部分？）	
3	ホストとサブホストは誰が？ 途中でホストの受け渡しは必要か？	
4	グループ討議のメンバー組合せは誰が、どのように行うか？	
5	事前にリハーサルを設けるか（事務局、講師、受講者）？	

# オンライン研修実施前 チェックリスト(受講者のオンライン習熟度、研修内容・運用)

## 3. 受講者のオンライン習熟度

	項目	チェック欄
1	当Web会議ツールの知識・経験レベルは（予測）？	
2	受講者は日常から、どんな場面で、どの程度いじっているか？	
3	事前のWebツール練習会を行うか？	
4	受講者は、複数のデバイス（PCとスマホ、等）で、問題なく入ってこれることを確認しているか？	
5	受講者は、必要な機能（画面共有、スピーカービュー、等）を問題なく使いこなせるか？	

## 4. 研修内容・運用

	項目	チェック欄
1	スタート時の挨拶、オブザーバーは決めているか？	
2	想定外のことが起こったときに、どの程度までの時間延長が可能か？	
3	リアルと組み合わせるときに、どのように運営するか？	
4	ロールプレイ等のビデオ録画と共有はどうするか？	
5	終了アンケートをどうするか？	

# ステップ4 当日運営

- ポイント⑦ 研修スタート時の挨拶にエネルギーを注ぐ
- ポイント⑧ 企画者・事務局が一番のムードメーカーになる
- ポイント⑨ 受講者を参画させ、つながるための多彩なストロークを

# ポイント⑦

研修スタート時の挨拶に  
エネルギーを注ぐ

## ポイント⑦ 研修スタート時の挨拶にエネルギーを注ぐ

オンライン研修は「リアリティ」を感じにくいいため、スタート時の受講者の当事者意識も低くなりがちです。

リアル研修と同じような始め方だと、受講者の意識や本気度が低いまま研修が進み、効果が大きく下がります。

したがって、はじめに受講者のマインドが向上するような仕掛けが必要になります。

具体的には以下の「伝えるべき4要素」を押さえたスタート時の挨拶をしてみてください。研修の効果が間違いなく向上するでしょう。

### <伝えるべき4要素>

会社の戦略との関係性

本人のお得感

事例

「**主役意識**」のすり込み

### <ポイント>

「会社の向かっていく方向を考えると、**自分に求められている**重要な能力を学ぶ研修だ」と思わせる

「これを学ぶと、**今**、こんな場面で得する」、「**将来**、こんな場面でメリットが大きい」と具体的にイメージさせること

この研修（類似の研修、この講師）を受講した過去の参加者の成長の実例を述べる。「自分自身が学べた」という例でもOK

参加者を傍観者にさせず、「この研修を良いものにするのはあなたたちだ」という「主役意識」を刷り込む

それぞれにおける具体的トーク例を次ページ以降に示しています。ぜひご活用ください。

## ポイント⑦ 研修スタート時の挨拶 ～具体例①～

### 会社の戦略との関係性の例

「これまで我が社の営業活動はルートセールスを中心に行っていましたが、売上高は年々低下傾向にあり、顧客の新規開拓が急務になっています。みなさんにはぜひ今回の研修を通じて、当社の商品の価値をお客様に伝えられるプレゼントーク力を身につけてほしい。当社の未来はみなさんの双肩にかかっています」

「テレワーク、リモートワークが進む中で、今マネジメントのあり方もやり方も大きく変えることが急務になっています。ぜひこのマネジメント研修という機会を活用して、新しい環境に相応しいマインドとスキルを身につけてください。明日からすぐに使える手法も満載だと思います」

「皆さんご存じのように、先日発信された当社の新たな方針の1つが『他社とのコラボによる新しい事業機会の創出』です。その実現のためには、我々は新しいスキルを身につけないといけません。今回の『Win-win交渉力研修』はその一環です。ぜひ今後の成果に繋げるために、たくさん学び、実践に生かしていただければと思います」

### 本人のお得感の例

「仕事の進捗状況を上司に報告するときや、お客さんを相手に商品の説明をするとき、会議で発言をするときなどは、すべてプレゼンだと言えます。プレゼン力がつくと、さまざまな場面で自分の意見や考え方が相手に伝わりやすくなり、仕事がより円滑に進むようになります。」

「1年後や2年後、みなさんが〇〇と言ったポストに就くことも十分あり得ます。その際に、プレゼン力があると無いで、成果に大きな差が出ます。今からスキルを磨いておくことで、その状況になったときにも安心です」

## ポイント⑦ 研修スタート時の挨拶 ～具体例②～

### 実例を用いた例

「昨年受講した社員の中には、研修で学んだプレゼンの型をしっかりと習得したことで、営業成績を2倍に伸ばした人がいます」

「過去受講したある方は、当研修で学んだことを職場のメンバーに発表し、共有しました。それをチームみんなで活用することで会議が活性化し、アイデアの質も量も格段に上がったそうです」

「私自身も以前この研修を受講しました。（自分のノートを見せながら）こんな風に自分のノートを工夫することで、ミスが減るだけでなく、生産性も格段に上がったと思います。そういう意味で、すぐに役立てていただける実践的な研修だと実感しています」

### 「主役意識」のすり込みの例

「この研修は参加型ワークショップの形式で進められます。ぜひ積極的、能動的な働きかけによって、ご自身のみならず、周囲の方々へも貢献いただければ嬉しく思います。より素晴らしい研修になるよう、みなさんのご協力をよろしくお願い致します」

# ポイント⑧

企画者・事務局が  
一番の ムード メーカーになる

## ポイント⑧ 企画者・事務局が一番のムードメーカーになる

オンライン研修はリアル研修に比べて、全体の温度感が低く、盛り上がりにくいもの。その課題解決のために、様々な打ち手が必要です。

そのうちの1つが「企画者・事務局が率先して空気を作り、盛り上げること」です。

リアルでは人が会った瞬間に空気は自然に作られます。ところが、オンラインでは何もしないと、「空気が存在しない」のです。

だからこそ、誰かが空気を作りあげていかないとダメです。その「誰か」とは誰なのでしょう？

ずばり、事務局自身です。

ではどのように作っていくべきか？

ややオーバーなくらいにリアクションすること。そうすると、周囲もそれにつられるように、リアクションしていき、場がどんどん温まっていきます。

よくない例

「空気を作る」を受講者に委ねすぎ

受講者にムードメーカーがいないと…

エンジンのかかりが遅い

研修の効果性にマイナス

事務局がオーバー・リアクション

空気を先導して  
作っていくこと！

## ポイント⑨

受講者を参画させ、つながる  
ための多彩なストーリーを

# ポイント⑨受講者を参画させ、つながるための多彩な働きかけを

オンライン研修において受講者はどうしても「全体の中の1人」に埋もれがちで、孤独感を感じやすいものです。それを打開するために重要なのが、講師・事務局から1人1人の受講者へしっかりとケア感が伝わること。

できれば受講者個々人に働きかけ、巻き込み、温かみある場を作っていきましょう。そのための幾つかの効果的なテクニックを以下にご紹介します。

## スタート前

受講者には、10分前までに研修ルームに入ってもらい、音声・映像がちゃんと機能するかを確認してもらいましょう。その際、こちらから「〇〇さん、おはようございます」と声をかけてご挨拶をすると、そこで受講者とのつながりができるので、お勧めです。

## スタート後

<スタート時の「研修受講のガイドライン」説明で、以下をお願いするといいでしょう>

- ◆ 「OKなら両手で大きく**マル**を作ってください〜」と時々言うので、お願いします
- ◆ 他者の発表を聞いたら**笑顔で拍手**をしてあげてください

<研修実施時に頻繁に入れたいこと>

- ◆ 「〇〇ですよね?」、「××とかじゃないですか?」といった全体への問いかけ
- ◆ **名指し**で「〇〇さん、ここまで音声はクリアに聞こえてますか?」、「内容に関して質問はないですか?」等を聞く
- ◆ 受講者のアウトプットに**バリエーション**を持たせる
  - 書く ⇔ 話す
  - 全体発表 ⇔ ペア討議

# チャットを「戦略的に」活用しよう

オンライン研修においてチャットをうまく活用することで、効果性を上げることができます。これは「リアル研修」にはない特性であり、使わない手はありません。ただし、チャットは諸刃の剣でもあります。下手に使うとむしろ、研修効果の足を引っ張ります。以下にチャット使用のNG例と戦略的活用例を紹介するので、ぜひ参考にしてください。

## 戦略的活用例

1. 「大丈夫」・「戻りました」等をチャットに書いてもらう
  - 受講者に「質問や疑問点はないでしょうか？」と聞いてレスポンスをもらったり、バーチャル小部屋からメインルームに戻ってきたときに「戻った」という報告をもらったりするといいいでしょう
  - 受講者の状況を確認できるとともに、アウトプットしてもらうことで、参画意識と感情的つながりを向上させることができます
2. チャットに質問をしてもらい、それを**講義内容に入れ込む**
  - やや高度ですが、これができると「その場ティラーメイド研修」になり、価値が大きく向上します
3. ちょっとした**クイズ**を投げかけ、**全受講者に答えてもらう**
  - これは主体性向上や集中力持続のみならず、雰囲気もよくなるので、お勧めです

## NG例

1. 目的から**それだテーマ**でチャットが盛り上がっている
  - 研修における「メインの目的」がおろそかになってしまい、本末転倒と言えるでしょう。目的は「盛り上がる」ことでなく、「学びの最大化」のはずです
2. 「**発信マインド**醸成研修」において、受講者からの質問がチャットでなされる
  - 「発信マインドを向上させる」という目的を考えると、口頭で質問をさせるべきでしょう
3. 「**プライベート**チャット」が盛り上がっている
  - 研修に集中していないとも言えるため、当然効果が下がります

※上記は全て「目的」を忘れた**間違った使用例**です

# ステップ5 フォロー

ポイント⑩ 研修効果を組織全体に波及させる

## ポイント⑩

研修効果を組織全体に波及させる

## ポイント⑩ 研修効果を組織全体に波及させる

多くの研修担当者の頭を悩ませる問題の1つが、「どのようにすれば、研修効果を一過性で終わらせず、組織全体に波及・定着させることができるか？」でしょう。

これに関しては、幸いなことにオンラインの方がいろいろな効果定着の手を打ちやすいため、工夫の余地は十分あります。

以下に幾つかの例を示しますので、ぜひ参考にしてください。

### 受講者発表で 上司オブザーブ

研修での学びを職場で生かすための一番のサポーターは間違いなく上司です。自分の部下がロールプレイ等で発表している様子と、講師からのフィードバックを見ることで、その後の指導に参考になるはずです。オンラインだと、「直属の部下の発表のとき」だけ参加すればいいので、効率的です。

### 全員のロープレの ビデオを クラウドで共有

研修中あるいは事後に受講者が行うロールプレイをビデオ撮影します。それをクラウド上に上げて全員が見られるようにしておくと、優れた営業やコミュニケーションの実例を学ぶことができ、互いにスキルを盗み合うことができます。その上で自社の「モデルとなる営業スタイル」等を構築していくこともできます。

### オンラインで 発表会、コンテスト

発表会やコンテストは晴れ舞台であり、出演者の本気度が全然違います。「本番を経験する」ことは人を大きく成長させます。また、上位層の方々が出演者達のプレゼン発表やロールプレイを見ることで、現状の課題が掴め、今後の施策の参考にもなります。

### 受講者を伝道師に

研修終了後、受講者に「どういう点で研修が学びになり、どう活用しているか？」を語ってもらい、動画に撮っておくといいでしょう。動画は、文字情報よりもニュアンスや熱が伝わり、インパクトが大きいものです。研修案内でその動画を見られるようにしておくと、伝道師の役割を果たすことになります。

まずはお気軽にご相談ください！

オンライン研修も「工夫次第」で、対面で行う集合研修と同等あるいはそれ以上の効果を見込めることが可能です。

マーキュリッチは、対面での集合研修・オンライン研修、いずれの経験も豊富な実績を持つ講師とコンサルタントが、御社の人材育成をフォローします。

漠然とした課題でも構いません。まずはお気軽にご相談ください。

◆ご相談はこちらから <https://www.mercurich.com/info/>

マーキュリッチでは、オンライン研修を成功させるためのサポートを行っています

マーキュリッチではお客様の不安を払拭し、安心して研修を開催をしてもらえるよう取り組んでいます。具体的なサポートについては、以下のURLをご確認ください。

[https://www.mercurich.com/onlineseminar\\_support/](https://www.mercurich.com/onlineseminar_support/)

マーキュリッチの研修プログラム

マーキュリッチではコミュニケーションスキルを向上させる研修を中心に、企業の価値を高め、組織力を底上げするプログラムを提供しています。

<https://www.mercurich.com/program/presentation/>

- プレゼンテーション研修
  - オンライン商談力向上研修
  - ヒアリング研修
  - リモート・マネジメント研修
  - マンツーマンコンサルティング
- 等