

<title>企業がライブ配信を無料で行うメリットは？有料配信との違いも解説</title>

#meta

企業の無料ライブ配信のメリットを最大限活用！
ライブ配信で企業のブランド力を強化し、視聴者との信頼関係を構築するための戦略。
認知度アップ、ファン増加、商品紹介に最適な方法を詳しく解説。
さらに無料配信と有料配信の違いも徹底比較。

（導入文）

動画配信は、企業が認知度を高め、ファンを増やし、商品を詳しく紹介するための非常に効果的な方法です。
近年では特にライブ配信が人気を集めており、リアルタイムで視聴者とコミュニケーションを取ることができ、視聴者に臨場感や親近感を与えます。
企業がライブ配信を無料で行うメリットを詳しく紹介し、無料配信と有料配信の違いについても解説します。

<h2>企業がライブ配信を行うメリット</h2>

ライブ配信を利用する企業が増加している理由は多岐にわたります。
企業がライブ配信を行うことによって得られる主なメリットを詳しく見ていきましょう。

<h3>動画サイト利用者の増加</h3>

総務省の調査によると、インターネットの利用時間の中で「動画投稿・共有サービスを見る」が最も長くなっており、今では主流となっています。
インターネットの普及、高速回線の利用可能性、モバイルデバイスの進化、そして動画コンテンツの多様化がこの増加の背景にあると言えるでしょう。

企業にとって、動画は視覚的に情報を伝える強力なツールであり、テキストだけのホームページやメルマガよりも受け入れられやすいのです。
動画配信は企業のPR方法として、避けて通れないものとなっています。

<h3>コミュニケーションが取りやすい</h3>

ライブ配信の最大の魅力は、リアルタイムで視聴者とコミュニケーションが取れることです。
ウェビナーでは、プレゼンテーションやデモンストレーションを行いながら、視聴者からの質

問やコメントに即座に応答できるため、双方向のコミュニケーションが可能になります。視聴者は企業や商品に対して親近感を抱きやすくなり、信頼関係を築くことができます。リアルタイムでの配信は、一方的な情報発信よりも視聴者にとって魅力的であり、ファン化にも繋がっていくでしょう。

<h3>コスト削減になる</h3>

ライブ配信は、企業にとってコスト削減の手段としても有効です。会場を借りてイベントを行う場合、会場費や設営費、スタッフの人件費など多くの費用がかかります。ライブ配信ならスマートフォンやパソコン一台あれば、無料で行うことが出来るのです。

視聴者側も会場まで出向く必要がないため、移動費や時間の節約ができ、参加のハードルが低くなります。SNSやメールマガジンを活用して簡単に告知できるため、プロモーション費用も抑えられます。

<h3>アーカイブに残せる</h3>

ライブ配信に参加できなかった視聴者も、配信した内容をそのまま保存し、後からいつでも見返すことができます。自分の都合に合わせて動画を視聴できるため、利便性も向上します。

企業にとって長期間にわたり視聴され続けるのは、貴重な資産となります。SEO効果も期待でき、企業の認知度向上や集客に貢献します。後で編集して再利用することもできるため、マーケティング戦略に柔軟に対応できます。

<h2>ライブ配信を無料で行うプラットフォーム3選</h2>

ライブ配信を行うためには、適切なプラットフォームを選ぶことが重要です。ここでは、無料でライブ配信を行うのにおすすめのプラットフォームを3つ紹介します。

<h3>YouTube</h3>

世界で最もユーザーが多いグローバルな動画プラットフォームです。数十億人のユーザーが利用しており、企業にとっては広範な視聴者層にリーチすることができます。さらに広告収入を得ることができるため、企業にとって追加の収益源となり、コンテンツ制作のコストを補うことができます。

Googleの子会社であり、検索エンジン最適化(SEO)においても有利です。アップロードした動画は、Google検索結果に表示される可能性が高く、企業の認知度を向

上させることができます。

視聴者の視聴データを詳細に分析するツールを提供しており、視聴者の行動や嗜好を把握することができ、マーケティング戦略の精度を高めることができます。

<h3>Instagram</h3>

インスタライブは、フォロワーとの双方向のコミュニケーションを取るのに適したプラットフォームです。

ライブ配信中にフォロワーのコメントや質問に答えることで、直接的なコミュニケーションを促進し、関係を深めることができ、フォロワー増加にも繋がります。

視覚的なコンテンツが主流であり、ビジュアルを重視する企業にとって非常に効果的です。商品のデモンストレーションや通常では見れないオフショットなど、視覚的なコンテンツを配信することで視聴者の関心を引きま

インスタライブの告知機能を活用することで、ライブ配信の前に視聴者に通知を送ることができ、ライブ配信の視聴者数を増やす効果が見込まれます。

ストーリーズと連携して配信することもでき、ライブ配信終了後も24時間視聴可能なアーカイブを残すことも可能。

これにより、ライブ配信を見逃した視聴者にもアプローチすることができます。

<h3>ツイキャス</h3>

ツイキャスは、X(旧Twitter)のフォロワー数が多い企業におすすめのプラットフォームです。

ツイキャスはXと連携しており、リアルタイムで視聴者からのコメントやリアクションを受け取ることができるため、フォロワーとの双方向のコミュニケーションが可能で、視聴者との関係を深めることができます。

専用のアプリをダウンロードするだけで、すぐに配信を始めることが可能。

操作が非常に簡単で、初心者でも手軽にライブ配信を開始できることが魅力の一つになります。

<h2>無料配信と有料配信の違い</h2>

無料配信と有料配信にはそれぞれ利点がありますが、以下のような違いがあります。

無料配信の最大の利点は、参加のハードルが低い

ため視聴者を集めやすいことにあります。企業にとっても基本的にコストがかからないため、低予算で実施することができ、認知度を向上させます。

さらにプラットフォームの利用が簡単であり、初心者でも手軽に始めることができます。

有料配信の利点はまず、コンテンツ保護が可能になります。

有料配信は複製禁止やセキュリティ対策が施されており、企業の知的財産を守ることができます。

広告の調整も可能です。

無料プラットフォームでは、企業が意図しない広告が入ることがありますが、有料配信では広告の調整が可能になり、企業イメージを守ることができます。

配信プラットフォームは技術サポートが充実しており、トラブルが発生した場合にも迅速に対応することができます。

これにより、安定した配信が可能となります。

無料配信と有料配信にはそれぞれ異なる利点があり、企業の目的や予算に応じて適切な方法を選択することが重要です。

<h2>ライブ配信を有料で行うプラットフォーム3選</h2>

有料配信を行うためには、適切なプラットフォームを選ぶことが重要です。

ここでは、有料でライブ配信を行うのにおすすめのプラットフォームを3つ紹介します。

<h3>ULIZA</h3>

企業向けのライブ配信プラットフォームで、高度なセキュリティサポートが施されています。コンテンツの保護が可能であり、企業の知的財産を守ることができます。

視聴者の行動や嗜好を詳細に分析する機能を提供しており、マーケティング戦略の精度を高めることができます。

視聴データをもとに、視聴者の興味や関心を把握し、ターゲットに合わせたコンテンツを提供することができます。

高画質・高音質の配信が可能であり、視聴者に対してクリアな映像と音声を提供することができます。

企業のニーズに合わせてカスタマイズ可能な機能を提供しており、ブランドイメージに合わせた配信が可能です。

<h3>Zoom</h3>

オンライン会議ツールとして最も利用されているものの一つで、双方向の会議スタイルを提供しています。

視聴者とのリアルタイムのコミュニケーションが可能であり、視聴者との関係を深めることができます。

ウェビナーモードを利用することで、参加者の顔が映らないように設定することができ、プライバシーを保護しながら配信を行うことができます。

「ブレイクアウトルーム」機能を利用することで、参加者を複数のグループに分けてグループワークやディスカッションを行うことができます。

これにより、インタラクティブなセミナーやワークショップを開催することができます。
デバイスやプラットフォームと互換性があり、視聴者が自分のデバイスで簡単に参加することができるとも魅力の一つです。

<h3>Microsoft Teams</h3>

Microsoft社が提供しているビジネスチャットツールで、ビデオ通話機能を利用してライブ配信を行うことができます。
高品質なビデオ通話が可能であり、視聴者に対してクリアな映像を提供することができます。

他のMicrosoft製品（Outlook、OneDrive、SharePointなど）と連携しており、企業の内部コミュニケーションや業務効率化に役立ち、スムーズな配信が可能となります。
配信画面のレイアウトをカスタマイズすることができ、企業のブランドイメージに合わせた配信が可能になります。
高度なセキュリティ対策が施されており、配信中のデータを保護することができ、安心して配信を行うことができます。

<h2>ライブ配信を成功させるためのコツ</h2>

ライブ配信には色々な魅力がある反面、失敗は企業のイメージダウンに直結する可能性があります。
成功させるためには、いくつかの重要なポイントを押さえる必要があります。
ここでは、ライブ配信を成功させるための3つのコツを紹介します。

<h3>配信環境、機材トラブルに注意する</h3>

ライブ配信中に配信が途切れてしまう、画質が悪すぎるなどのトラブルは、視聴者の不満を招き、企業のイメージダウンにつながります。
配信を行う場所のインターネット環境を事前に確認し、安定した高速回線を使用することが大切です。
カメラ、マイク、照明などの機材を事前にチェックし、適切な設定を行うことが必要です。

事前準備により、配信のクオリティを保ち、視聴者にクリアな映像と音声を安心して提供することができます。
万が一トラブルが発生した場合に備えて、バックアッププランを用意しておくことも重要です。
予備の機材や代替のインターネット接続を準備することで、トラブル時にもスムーズに対応することができます。

<h3>視聴者がお得になる配信をする</h3>

視聴者にとって魅力的な配信を行うことで、視聴者の満足度を高め、リピート視聴を促すことができます。

新製品や新サービスの発表時に、視聴者限定の割引や特典を提供することが有効です。ライブ配信中にのみ視聴できる限定コンテンツや、視聴者限定のプロモーションコードを提供することで、視聴者は特別感を感じ、配信に積極的に参加するようになります。

視聴者との双方向のコミュニケーションを重視し、質問やコメントに積極的に応えることで、視聴者との信頼関係を深く築くことが可能になります。

視聴者は企業に対して親近感を持ちやすくなり、ファン化になっていただくことが重要です。

<h3>コンスタントに配信する</h3>

定期的にライブ配信を行うことで、視聴者の定着を図ることが重要になります。

ライブ配信を一度きりで終わらせるのではなく、定期的に繰り返すことで、視聴者にとっておなじみのコンテンツとして認識されるようになるのです。

配信スケジュールを視聴者に事前に共有することで、視聴者が計画的に視聴できるようにすることが大切。

例えば、毎週〇曜日の〇時からライブ配信を行うといったように、定期的なスケジュールを設定することで、視聴者にとって見やすくなり、視聴習慣が形成されます。

視聴者からのフィードバックを積極的に取り入れ、配信内容や形式を改善することも重要で、視聴者の意見を尊重し、ニーズに合わせた配信を行うことで、視聴者の満足度を高めることができます。

以上の3つのコツを押さえることで、企業はライブ配信を成功させ、視聴者にとって魅力的なコンテンツを提供することができます。

ライブ配信の成功は企業の認知度を向上させ、ブランド価値を高めるための重要な要素となります。

<h2>まとめ</h2>

本記事では、企業がライブ配信を無料で行うメリットについて詳しく紹介しました。

動画配信は企業の認知度を高め、ファンを増やし、商品の詳細を視覚的に紹介するのに非常に効果的な手法です。

無料配信と有料配信の違いについても理解し、目的に応じた最適な方法を選択することが重要です。

企業のライブ配信を通じて、より多くの視聴者にアプローチし、効果的なマーケティング戦略を展開していきましょう。