月刊『販促会議』媒体資料

店頭・イベント・キャンペーン・ECなど
実践に役立つ販売促進の専門誌

宣伝会議

2025/6/17

宣伝会議 事業領域とネットワーク

マーケティング,宣伝,広報部門に所属するビジネスパーソンに向け、
1.メディアを通したコンテンツ発信、2.教育講座提供、3.大型イベントを展開している出版社です

1. 月刊『宣伝会議』『広報会議』『販促会議』『ブレーン』年間発行

年間 48冊発刊48特集

宣伝会議 販促会議 広報会議 ブレーン

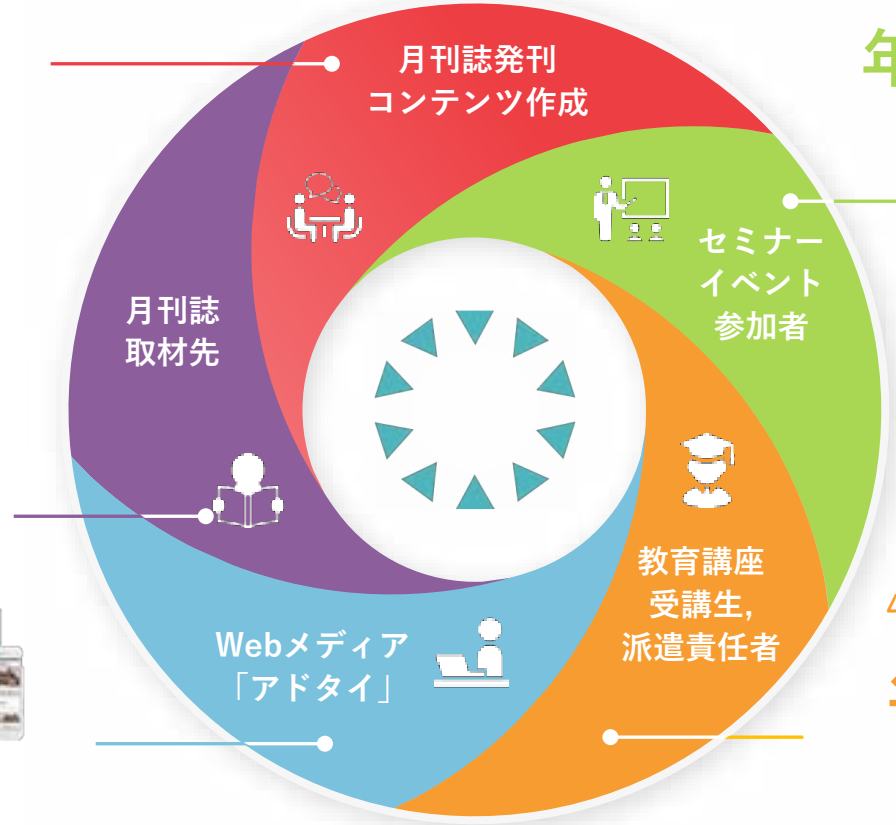
2. 業界キーパーソンへの月刊誌メディア取材

年間 1,000名以上

AduerTimes.(アドタイ)

3. Webメディア「アドタイ」

月間 1,034,930PV



5. 無料ウェビナー/リアルイベント参加者

年間 30,000名以上

Aduer Times. Days SUMMIT

4. 有料の教育講座受講生

年間100,000名以上

CAC ARTS ビジネス

宣伝会議「月刊誌」年間特集スケジュール(予定)　:オススメ特集

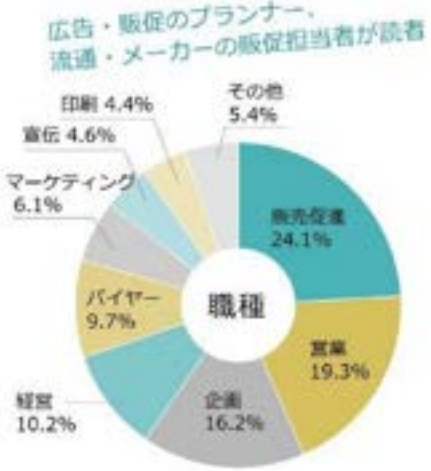
発売日	宣伝会議(巻頭)	宣伝会議(広告)	販促会議(巻頭)	販促会議(広告)	広報会議	ブレーン
2/28(金)	**デジタルマーケター アンケート**	**どうしてる？ デジタル人材の採用と育成**	「楽しい買い物体験」の設計 (空間DX＆店舗DX)	必要なのは「買い続けたくなる仕組み」LTV×販促戦略	従業員エンゲージメント向上に つながる企業ブランディング	AI×クリエイティブ特集 注目のチーム&求人特集
4/1(火)	**AI×マーケティング特集**	**マーケティングパートナー特集**	**企画書大公開**	-	**20周年号 広報の力**	世界のクリエイター
5/1(木)	マーケティングの成果を予測する MMMの活用	-	「リアル」に惹かれる消費者	環境配慮と販促は両立するか？	メディアリレーション	**注目のチーム＆求人特集** (6/12「サミット夏」配布連動)
5/30(金)	**宣伝部長アンケート** (6/12「サミット夏」連動)	**CTVで変わる！？ テレビと運用型の広告市場**	**小売再編モノを売るプラットフォームの変化** (6/12「サミット夏」連動)	**リテールのデータ活用戦略**	**オウンドメディア&サイトリニューアル** (6/24「広報会議サミット」連動)	-
7/1(火)	狙うはリーチかエンゲージメントか？ SNSマーケティングの最適解	デジタル広告の品質問題	流行の波を乗りこなす！ 超高速プロモーション	インフルエンサーマーケティング	**社内コミュニケーション**	-
8/1(金)	クリエイター・マーケター 私の企画書・プレゼンの流儀	B2Bマーケティング	**販促にこそ必要な「市場浸透率」「マーケットシェア」** (9/18「デイズ秋」連動)	**TikTok Shop特集/OOH特集**	SNS	**注目のチーム&求人特集** (9/18「デイズ秋」本格連動)
9/1(月)	**「クリエイティビティ」を再定義する 日本の広告会社が向かうべき方向は** (9/18「デイズ秋」連動)	**ブランドマネージャーアンケート**	**企業キャラクターの販促力 好感度は売上に寄与するのか？** (9/18「デイズ秋」連動)	**EC、D2C 成長と衰退の分岐点とは？**	**採用広報** (9/24「広報会議サミット」連動)	-
10/1(水)	令和時代のブランド戦略	広告メディアのDX 変わるマス メディア企業のマーケティング支援	消費の目的は「応援」へ	こんなところに広告！？ アンビエントメディア	体験型ブランディング ＰＲイベント	-
10/31(金)	マルチデバイス時代の 動画マーケティング	サスティナブル・プロモーション	プロダクトプレイスメントと販促	進化するカスタマーエンゲージメントプラットフォーム	広報のチーム作りと業務効率化 or 効果測定	**注目のチーム＆求人特集** 12/3「サミット冬」配布連動
12/1(月)	**人生100年時代長寿不安に寄り添う企業の提案** (12/3「サミット冬」連動)	**DX推進責任者アンケート**	**2025年、最高の広告・プロモーションは？** (12/3「サミット冬」連動)	**イベント＆体験ブランディング**	**危機管理広報**	-
12/27(金)	商品・カテゴリーに対するイメージを変えた！リブランディング事例50選	体験価値を高めるマーケティング	2026年ヒットの方程式 企業・ブランドは消費者の「ここ」を狙う	売り場起点の商品NBとPB	**年間計画アンケート** (11/15「広報会議サミット」レポート掲載)	-
1/30(金)	デジタル時代の「顧客理解」の ツールと手法	ブランド成長を支える クリエイティブパートナー	狙え一発逆転ハイリスク・ハイリターンプロモーション	**PR×セールスプロモーション 新しいパートナー**	広報クリエイティブ	**注目のチーム＆求人特集 グッドデザイン** (3/19「サミットPREMIUM」配布連動)
2/28(土)	**デジタルマーケターアンケート** (3/19「サミットPREMIUM」連動)	**ブランドセーフティとネット広告**	**次世代を担うU35プランナー** (3/19「サミットPREMIUM」連動)	**店舗DX**	**広報のキャリアとスキル** (3/3「広報会議サミット」連動)	-

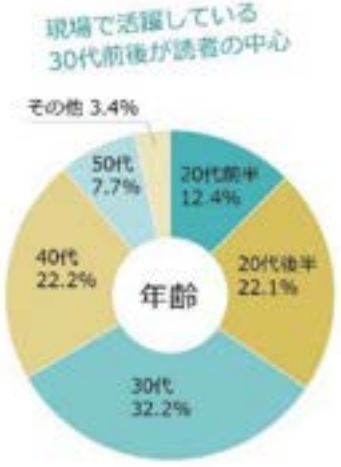
媒体概要と読者属性

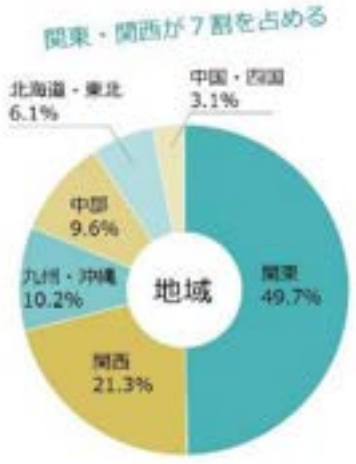
創刊：1997年
発行：月刊（毎月1回）
定価：1,500円（税込）
判型：A4変形・144ページ
販売：定期購読、全国有力書店
　　ならびにAmazon

「商品を売る」「人を集める」実践に役立つ販売促進の専門雑誌

企業のマーケティング活動において投資対効果に対する意識が高まり、
「いかにして販売に結び付けるか」という販売促進への期待も高まっています。
メーカーから大手流通、小売店にいたるまで、豊富な事例をベースに、
通常は表に出てこない成功のポイントを徹底分析。日本で唯一の「販売促進」専門誌として、
販売促進にかかわる読者へのアプローチの機会を提供します。







宣伝会議のデジタルリーチ（2024年9月時点）

月刊誌へ掲載した記事は、**月間総UU:100万人を超えるデジタルメディアに転載、アーカイブしつつデジタル上でのリーチ獲得も支援**します

Advertimes

Webメディア「アドタイ」

Monthly magazine

月刊誌 デジタル版

Mail magazine

メディア連動 メルマガ配信

Webメディア「アドタイ」	月刊誌 デジタルマガジン	月刊誌 メルマガ会員数	月刊誌 Xフォロワー
月間PV数	月間PV数	月刊『宣伝会議』	月刊『宣伝会議』
1,049,230	610,114	宣伝会議	宣伝会議
		18,695	21,000
UU数	UU数	月刊『販促会議』	月刊『販促会議』
746,008	299,491	販促会議	販促会議
		13,978	10,613
メルマガ登録者数	メルマガ登録者数	月刊『広報会議』	月刊『広報会議』
58,000	29,378	広報会議	広報会議
		13,737	6,740
Xフォロワー		月刊『ブレーン』	月刊『ブレーン』
53,980		ブレーン	ブレーン
		11,892	28,495

宣伝会議、メディア広告出稿の4つのメリット

1 貴社事業を第三者視点で解説した わかりやすい記事コンテンツ制作

業界に精通した編集部が、専門的なテーマを分かりやすく解説し、
読みやすさと情報価値を両立した記事コンテンツを提供します。

2 マーケティング業界での認知向上と 問い合わせ案件の獲得

広告業界内での認知度を高め、ターゲット企業や関連企業からの
問い合わせを増やすことで、ビジネスチャンスの拡大を支援します。

3 ビジョンやキーワード発信による 業界でのポジション形成&イメージ創り

貴社のビジョンや事業戦略を明確に伝えることで、
ブランド認知向上とともに、企業の信頼性と市場での存在感を高めます。

4 Web転載&二次利用による ストック型コンテンツの拡充

営業資料活用に加えて、Webメディアに転載することで検索時に出てくる、
ストック型コンテンツとして継続的に活用することも可能です。

月刊『販促会議』誌面イメージ

月刊『販促会議』連載企画

ヒットの仕掛け人に聞く

いま話題の“ヒット商品”の仕掛け人が開発の背景やプロモーション戦略を明かします。

SHOW YOUR SHOP！

新店を中心に売り方の工夫や技術活用をレポート。“未来型”の店舗の在り方を探ります。

今月のPOP UP！

期間限定の店舗や販促イベントをレポート。短期間で話題を生むポップアップの魅力に迫ります。

プロの企画書

話題になったプロモーションの企画書を公開。プロの企画書とプレゼントークから成功のヒントを探ります。

月刊『販促会議』連載企画

シン・トップの現場力

新しい時代における流通・小売業界で自ら事業を牽引する
キーパーソンに迫る企画。

これまでの取材先は、
アシックス・スポーツ・コンプレックス/赤ちゃん本舗
崎陽軒/不二家など

いま会いに行くべき、販売・接客のキーパーソン

販売・接客の現場で活躍する、キーパーソンに迫る企画。

これまでの取材先は、
ビームス/ソフトバンク/DEAN&DELUCA
ローソン/Alpen Tokyoなど

年間特集予定について

販促日誌
CONTENTS
特集 1
小売・サービスが実践する
「ロイヤルティプログラム」
OPINION
INTERVIEW
TOPICS
「日本のメディア」を
活用したプロモーション
特集 2
企業座談会
DISCUSSION
METHOD
CASE STUDY
ACTIVATION TOOLS
NEWS&DATA

月刊『販促会議』年間特集予定　：おすすめ企画

月号	発売	申込締切	特集１	広告特集	出稿特典で参加可能な ネットワーキングイベント(仮)
25年3月号	1月31日(金)	12月20日(金)	ショッパーインサイト大予測2025	-	※3月5日(水) マーケティングサミット(春)内
25年4月号	3月 1日(金)	1月31日(金)	「楽しい買い物体験」の設計	必要なのは「買い続けたくなる仕組み」 LTV×販促戦略（ロイヤルティプログラム）	↓
25年5月号	4月 1日(火)	2月28日(金)	企画書大公開	-	↓
25年6月号	5月 1日(木)	3月28日(金)	「リアル」に惹かれる消費者	環境配慮と販促は両立するか？	↓
25年7月号	5月30日(金)	4月25日(金)	小売再編　モノを売るプラットフォームの変化	リテールのデータ活用戦略	↓
25年8月号	7月 1日(火)	5月30日(金)	流行の波を乗りこなす！超高速プロモーション	インフルエンサーマーケティング	※6月12日(木) 宣伝会議サミット(夏)内
25年9月号	8月 1日(金)	6月27日(金)	販促にこそ必要な 「市場浸透率」「マーケットシェア」	TikTok Shop特集/OOH特集	↓
25年10月号	9月 1日(月)	7月25日(金)	企業キャラクターの販促力 好感度は売上に寄与するのか？	EC、D2C　成長と衰退の分岐点とは？	↓
25年11月号	10月 1日(水)	8月29日(金)	消費の目的は「応援」へ	こんなところに広告！？アンビエントメディア	※9月18日(木)アドタイデイズ(秋)内
25年12月号	10月31日(金)	9月26日(金)	プロダクトプレイスメントと販促	進化するカスタマーエンゲージメント プラットフォーム	↓
26年1月号	12月 1日(月)	10月24日(金)	2025年、最高の広告・プロモーションは？ クリエイター・プランナーアンケート	イベント＆体験ブランディング	※未定アドタイデイズ(冬)内
26年2月号	12月28日(日)	12月20日(金)	2026年ヒットの方程式 企業・ブランドは消費者の「ここ」を狙う	売り場起点の商品NBとPB	↓
26年3月号	1月30日(金)	11月28日(金)	狙え一発逆転 ハイリスク・ハイリターンプロモーション	PR×セールスプロモーション 新しいパートナー	↓
26年4月号	2月27日(金)	12月19日(金)	次世代を担うU35プランナー 若手が考える 「自分が買いたくなるプロモーション」	店舗DX	↓

『販促会議』8月1日号　広告特集企画

宣伝会議

TikTok Shop特集

進行スケジュール	
申込締切	6月27日(金)
取材日	～ 7月 4日(金)
校了予定	7月18日(金)
発売日	8月 1日(金)

広告企画の概要

『TikTok Shop実践ガイド』 ～導入を支えるベンダー＆ノウハウ特集～

✅企画の背景

2025年6月、日本市場で本格展開されるTikTok Shop。
EC・D2C・マーケティングの実務担当者の間では、導入への関心が急速に高まる一方、「何から始めればいいのか」「誰に相談すればいいのか」という課題を抱える企業が多く存在しています。本特集では、TikTok Shopを導入・活用する際に頼れる**ソリューションベンダー**を一挙に紹介し、導入を検討する読者に対して、信頼できるパートナー情報・成功ノウハウを届けます。

✅企画の狙い

「いまマーケ・クリエイティブ・広報のエコシステムの中でTikTok Shopを考えるとき、複数社が“何を支援できるのか”を整理・可視化することこそ、読者にとって最も価値のある切り口であるはずです。月刊『販促会議』8月号では、導入全体像を網羅しつつ、現場のリアルな判断材料となる“比較ガイド”として充実した特集を目指します。

🌐市場環境の変化

- TikTok利用者約3,300万人、日本のEC消費におけるTikTok経由は1,772億円規模に拡大（令和5年）
- ライブコマースや動画発の購買行動が東南アジアで急成長しており、日本でも同様の流れが見込まれる。
- SNS上で出会って、即購入—消費者の購買体験が“視聴→行動”へシフト中

昨年のTikTok（縦型動画）実績と想定読者

広告主の関心

▶ 企業広告として顧客のアテンションを獲得し、エンゲージメントを高めるチャネルとして「縦型動画」活用の成功事例が出てきている
▶ toC企業を中心に、自社内で投稿を開始するが「コンテンツのクオリティ」「継続的な企画・投稿・運用」「CVにつながる縦型動画の活用方法」に課題あり
▶2025年はTikTok Shopの開始もあり、さらに広告主の関心が高まることが予想される

ニベア花王

ユニ・チャーム

ドミノ・ピザ・ジャパン

日本サブウェイ

森永製菓

ブルドックソース

Topic：提案内容

本企画では、販促目的でTikTok Shopを活用する際のノウハウ・ソリューションを紹介。
読者の多くは販促領域の担当者やマーケティング実務者であり、「どう売上につなげるか」「社内で実践できるか」が主な関心軸。
実用的かつ再現性のある情報を紹介する構成で、サービスや事例を自然な形で訴求します。

縦型動画プロモーション

盾形動画プラットフォームでの戦い方
「おすすめ」にはどう載る？

あの縦形動画はなぜ成功したのか？

制作技術が必要な盾形動画、どう生産する？

あとがき

なぜ今、ショートドラマ×プロモーション
がアツいのか

「ヒキ」「ツカミ」「畳みかけ」が3つの柱

事例集

編集タイアップの掲載イメージ

月刊『宣伝会議』 編集タイアップ広告メニューがお得になりました

❶ 月刊誌本誌 編集タイアップ2ページ掲載

❷ Webメディア「アドタイ」転載

❸ 各月刊誌 デジタル版 転載

❹ 二次利用素材提供

記事コンテンツのテキスト、画像等の素材を、貴社Webサイトや営業資料の中でご活用いただけます。クレジットの記載をお願いいたします。

❺ ネットワーキングイベント招待1名

宣伝会議主催の大型イベントと同時開催しているネットワーキングイベントへの招待も特典として付与いたします。
大手企業のマーケティング部、宣伝部の方との直接的な接点の場としてご活用ください。

料金： ~~280万円~~⇒ 200万円

出稿パターン

販促会議 2
SPY×FAMILY
企業コラボの舞台裏

販促会議 10
その発想はなかった!
悔しい、けど上手い。
プロモーション・アイデア

販促会議 1
「ここでしかできない体験」が人を動かす
ポップアップストア・イベント
盛況計画

販促会議 9
SNSで
買いたい
をつくる方法

編集タイアップ事例

エプソン販売（環境配慮型セールスプロモーション）

PPIH（リテールメディア）

クラシル（データ活用）

楽天グループ（ポイントギフト）

ロックウェーブ（EC）

東北新社（キャラクターIP）

編集タイアップ広告 誌面イメージ①

トップインタビューで会社・サービスの想い、考えを訴求

宣伝会議

販促会議本誌　見開きインタビュー

デジタル版転載

アドタイ転載

二次利用
素材提供

編集タイアップ広告 誌面イメージ②

担当者/チームインタビューでサービスの強み、優位性を訴求

販促会議本誌　見開きインタビュー

デジタル版転載

アドタイ転載

二次利用
素材提供

編集タイアップ広告 誌面イメージ③

クライアント対談で実際の導入企業の声を訴求

宣伝会議

販促会議本誌　見開きインタビュー

デジタル版転載

アドタイ転載

二次利用
素材提供

編集タイアップ広告 誌面イメージ④

対談ではなくとも囲みでクライアント事例を訴求

宣伝会議

販促会議本誌　見開きインタビュー

デジタル版転載

アドタイ転載

二次利用
素材提供

編集タイアップ広告 誌面イメージ⑤

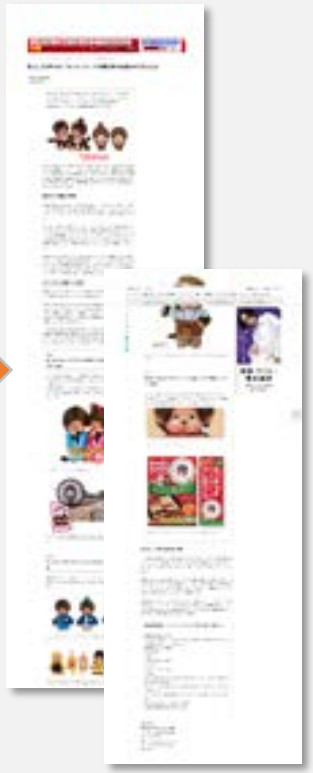
自社のサービスをトライアルしてくれる企業を募集

宣伝会議

販促会議本誌　見開きインタビュー

デジタル版転載

アドタイ転載



二次利用
素材提供

※プランによってはWebサイト、広告運用による募集促進、実現に至った事例のレポート化も承っております。

編集タイアップ広告 誌面イメージ⑥

4ページで豊富な事例・サービスを訴求

販促会議本誌　見開きインタビュー

デジタル版転載

＋

アドタイ転載

二次利用素材提供

月刊『宣伝会議』複数回連載プラン

複数月にまたがって連載形式で存在感を高める！複数回出稿がおすすめです
「社長交代」「採用強化」「上場」「社名変更」など、業界内での認知を高めるタイミングでご活用いただけます

編集タイアップ広告に連載プランが追加されました！

媒体	内容	特典	掲載回数	金額
月刊『宣伝会議』	編集タイアップ 2ページ	・「アドタイ」転載 ・アドタイ特設サイト ・二次利用素材提供 ・イヤーエンドサンクスパーティー参加２名	3	~~860万円~~ →¥5,985,000-
			6	~~1610万円~~ →¥11,340,000-
			9	~~2360万円~~ →¥16.065,000-
			12	~~3110万円~~ →¥201,600,000-

・・・ ３～１２回まで
複数回にわたり掲載

月刊『宣伝会議』連載企画 出稿事例

月刊誌 複数回出稿企業（一部抜粋）

dentsu Japan

2023年12月号 宣伝会議

2024年1月号 宣伝会議

2024年1月号 宣伝会議

株式会社テー・オー・ダブリュー

2024年7月号 宣伝会議

2024年8月号 宣伝会議

たきコーポレーション

2025年2月号 宣伝会議

2025年3月号 宣伝会議

2025年5月号 宣伝会議

株式会社日本総合研究所

2024年11月号 販促会議

2025年2月号 販促会議

その他プラン

販促会議
パートナー一覧
メルカート
SINBO
TOSHIBA
·PRODUCT'S·
dentsu promotion plus
RAKSUL

【オプション】抜き刷り制作プラン

月刊誌で掲載した、編集タイアップ記事等の誌面を抜刷(冊子)化するプランです
リアルでの商談時の営業ツールとしての活用や、展示会やイベント時の配布物としてご活用ください

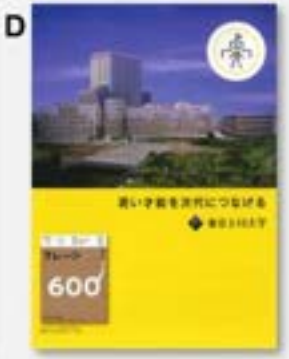
【表紙フォーマット】

A

B

C

D



【中面イメージ】

【裏表紙フォーマット】

記載項目例
- ロゴ
- 社名
- アドレス
- QRコード

【活用シーン】

- リアル訪問営業時
- 展示会配布
- 講演イベント配布
- エントランス設置
- 採用イベント時

など

【料金】 ※ご発注から納期までは約3週間となります

	500部	1000部	2000部
4ページ(定番)	¥280,000-	¥300,000-	¥380,000-
2ページ(裏表)	¥250,000-	¥280,000-	¥350,000-
8ページ	¥310,000-	¥350,000-	¥400,000-
16ページ	¥400,000-	¥420,000-	¥500,000-

【オプション】『販促会議』パートナー 一覧

コロナ禍以降、販促・集客施策に求められる条件が大きく変わったことで編集部に読者からパートナー選定に関する相談が増えています。
販促会議誌面への年間掲載を、困りごとが発生した際のパートナー選定に想起されるために、ぜひ本企画にご協賛ください。

▼誌面掲載イメージ

▼掲載情報

①御社カテゴリー
②キャッチフレーズ
③御社名・担当部署
④問合先・URL
⑤対応カテゴリー
⑥セールスポイント

▼想定カテゴリー

・デジタル販促、DX
・店頭販促、リテールメディア
・環境配慮、SDGｓ
・EC、CRM
・・・etc

転載

▼アドタイ転載イメージ

https://www.advertimes.com/special/mcp/

・「販促会議」パートナー 一覧 12回掲載
・「アドタイ」パートナー 一覧 1年間掲載転載

50万円（税別）

広告メニュー

純広告

メッセージや世界観を完全にコントロールして発信できます。
競合優位性がわかりやすい商品・サービスの広告。
期間限定キャンペーンやセミナー参加募集、公募アワード作品募集等におすすめです。
ブランドメッセージ・理念を伝える企業広告にも効果的で、
継続して出稿で業界内での認知拡大、ブランドイメージの形成にも効果的です。

進行スケジュール

申込締切　掲載前々月 ～25日
入稿締切　掲載前月　～5日
校了予定　掲載前月　15日
発 売 日　毎月1日※日曜日の場合は前日

編集タイアップ広告

編集部が貴社のサービスや事例を取材。
導入事例や商品・サービス、事業内容等を読まれるコンテンツとして制作、誌面掲載します。
純広告に比べ掲載できる情報量も多く、時間をかけて読まれ、
企業・商品・サービスの特徴を理解いただくことができます。
オプションで抜き刷りを作成しての営業ツール活用や、
自社サイト用のコンテンツの2次利用も可能です。

進行スケジュール

申込締切　掲載前々月～15日
取材期間　掲載前々月15日～31日迄
校了予定　掲載前月　15日
発 売 日　毎月1日※日曜日の場合は前日

料金表

	編集タイアップ		純広告						
掲載面	見開き２P	記事中１P	表4	表2	表2見開き	表3	目次対向	記事中見開き	記事中1P
価格	¥2,500,000	¥1,500,000	¥1,300,000	¥1,200,000	¥2,100,000	¥1,100,000	¥1,100,000	￥1,800,000	¥1,000,000
ページ数	2ページ	1ページ	1ページ	1ページ	2ページ	1ページ	1ページ	2ページ	1ページ
サイズ（mm）	制作費込	制作費込	260×197	277×210	277×420	277×210	277×210	277×420	277×210

※デジタル版・アドタイ転載、コンテンツ2次利用費を含む　※金額は税別

純広告事例

<u>雑誌ブランドや特集内容と関連づけて、貴社のブランド・サービスを訴求できます</u>

ターゲットに向けた認知や関心の向上、ブランディングに活用できます。周年を迎えることをお取引先や業界に向けて伝えたり、大手企業としての安心感を伝えたり、シリーズ広告の形で企業の存在価値やビジョン、事業パーパスを伝える取り組みも可能です。他のメディアとグラフィックを同じにしてインパクトを残したり、特集にあわせて記事との対向面に掲載も効果的です。

「特集ジャック」企画について

広告界のアジェンダセッティングを行い、
自社サービスの優位性を伝える企画。

広告界は、広告主、広告業、メディア、インターネットの4分野で構成されています。
広告主が顧客と向き合い、様々な課題解決に取り組むのをサポートするために、
広告業やメディア、インターネット関連各社が、自社の強みを生かしてサポートする
という構造になっています。

ビジネスの関心ごとは多岐にわたり、優先順位をつけることが難しいくらいに
変化の速い時代に、宣伝会議本誌では今取り組むべきアジェンダを設定し、
目指すべき方向性を指し示す企画を「特集ジャック」と呼んでいます。

「特集ジャック」企画は、

**編集記事（8ページ）と連動させ、読者の注目を集めることができ、自社の強み、
サービスの価値、課題解決の方法をまとめあげる（6ページ）、という方法です。**

広告・マーケティングの潮流を理解する専門誌の編集部が、読者が欲しい情報に
編集して記事を作ることにより、貴社のブランディングに貢献します。

**カテゴリーやキーワードの啓蒙、
アジェンダセッティングに効果的！**

本企画は1号1社限定の企画です。

本企画は実施前に編集部の審査がございます。

特集ジャック企画とは？

編集記事＋広告タイアップ記事 ⇒ 合計14ページを1社で特別企画を実施が可能

＃case 1
Any Mind様

「顧客起点」でブランドのサプライチェーンを最適化
VUCA時代の“アジャイル型”マーケティング

編集記事

貴社と打合せの上、オリジナル特集を実施。クライアントへの啓蒙、理解を深めることが可能です。広告ページにつながるよう、前提となる知識や事例を記事ページで紹介いたします。

タイアップ広告記事

広告ページは貴社のご要望に沿って作成。会社のプレゼンスを高めるインタビューや、ソリューションの解説、顧客事例の紹介等、効果的な見せ方をご提案します。

誌面イメージは月刊『宣伝会議』2023年4月号から抜粋

特集ジャック企画とは？

編集記事＋広告タイアップ記事 ⇒ 合計14ページを1社で特別企画を実施が可能

＃case 2
Dely(現クラシル)様

データドリブン販促のススメ

編集記事

貴社と打合せの上、オリジナル特集を実施。クライアントへの啓蒙、理解を深めることが可能です。広告ページにつながるよう、前提となる知識や事例を記事ページで紹介いたします。

タイアップ広告記事

広告ページは貴社のご要望に沿って作成。会社のプレゼンスを高めるインタビューや、ソリューションの解説、顧客事例の紹介等、効果的な見せ方をご提案します。

誌面イメージは月刊『宣伝会議』2023年4月号から抜粋

特集ジャック企画のメリット

貴社の課題の解決に…

広告・マーケティングの新しい概念やサービスが増え、情報があふれている。
自社サービスの説明の前に、概念や方法論、共通言語をもち、方向性をすりあわせておきたい・・・。

➤月刊『販促会議』の専門編集者が、わかりやすく市場や手法を解説します！

クライアント側のマーケティング知識は高まる一方。
自社の営業担当が十分にクライアントと同じレベルの知識を持って、市場や商品の説明をしたい・・・。

**➤特集は編集記事とタイアップ広告をセットにして実施し抜き刷りもセットに。
力強く営業の現場を支援します！**

クライアントに認知のある手法やサービスになりつつあるけれど、正しい活用法がされてない。
啓蒙できるような場や情報を提供して、理解を深めたい・・・。

**➤マーケティングの役割は、時代と共に変化します。
より成果を上げるための基本ノウハウ・How toを盛り込むことも可能です！**

クライアント側の課題も解決に…

マーケティングの打ち手が増え、施策ごとに専門のパートナーに仕事を発注する機会が増えたけれど、
どの企業に声をかけていいかわからない……。

**➤マーケティングの手段が多様化するにつれ、
施策ごとに専門パートナーと付き合うクライアント企業が増えています。**

特集ジャック内 編集記事ページについて

読者に注目される切り口で編集部が記事ページを作成、導入検討の土台となる知識や事例を提供します。

編集部の観点から読者が注目する切り口で記事ページを作成します。広告ページにつながるよう、前提となる知識や事例を本ページを通じて発信いたします。

1 市場動向と成長予測（データ）

→なぜ、その手法が注目されるのか？
- 市場動向
- 国内市場の現状と今後の成長予測
- 広告業界の有識者に注目される理由

2 キーワード解説

→実践に落とし込める知識を得たい！

3 手法・プロセス解説

→どう実践すれば、成果が上がるの？

4 各業種業態の動向

→ケーススタディから学ぶ
- 具体的な課題感と活用シーン
- 期待される成果

5 国内企業の先進的な取り組み

→ケーススタディから学ぶ
- 先駆けて導入した企業の期待
- 導入にあたり社内をどう説得したか

6 大手＆先進国マーケターの評価

→他社のマーケターはどう評価している？
- 座談会形式
- 単独インタビュー

※記事ページの内容については、他コンテンツとの兼ね合いのため編集部に一任とさせていただきますが、事前に構成骨子はお伝えして進行いたします。
※原稿内容の事前確認、掲載事例の指定などはできませんので、予めご了承ください。
※「手法・プロセス解説」はHow toが解説できるほど浸透・認知されている手法に限ります。
※「大手＆先進国マーケターの評価」はあまり導入事例がない手法の場合、その手法の活用可能性を議論する座談会スタイルとなります。

特集ジャック内 広告タイアップページについて

読者の目線にあわせて有益なコンテンツを広告タイアップページとして制作します。

1 インタビュー形式（座談会形式）

→企業や”人”のブランド向上
・企業理念に基づく会社紹介
・社長取材（トップインタビュー）

2 サービス紹介形式

→他社との差別化ポイントを訴求
・具体的なソリューション解説
・新サービスの特徴

3 事例紹介形式

→事例を通じた導入メリットの紹介
・クライアントとの対談
・複数事例を通じた成功ポイント解説

特集ジャック企画のまとめ

課題解決の結果、貴社にとってのメリット

・サービスのブランディングに加え、企業のブランド向上につながった。
・新規取引のお問合せはもちろん、既存クライアントからの反響も大きかった。
・営業部門のモチベーションが高まった。インナーブランディング効果を実感した。

まとめ

企画内容
- 編集タイアップ広告6P （ デジタル版への転載、 AdverTimesへの転載）
- 記事ページ8P （ デジタル版への転載）
- 抜き刷り　1,000部

特集ジャック企画一式 ： ￥6,500,000 （税別）

※本企画の特性上、お申し込みをいただいた後、 編集部として特集テーマになりうる企画か検討の上、実施可能かをご連絡をいたします。
※発売月の2ヶ月前までにお申し込みください。

お問い合わせ

メール	houjin@sendenkaigi.com
本　社	〒107-8550 東京都港区南青山3-11-13 新青山東急ビル TEL：03-3475-3010　　FAX：03-3475-3075