

【クローズドコミュニティ企画】

宣伝会議 テーマ別研究会 協賛概要資料

研究会:2024年12月~2025年2月
テーマ別カンファレンス:2025年3月

会社概要・事業領域

宣伝会議は、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、
メディアを通じたコンテンツ発信、教育講座提供、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 **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

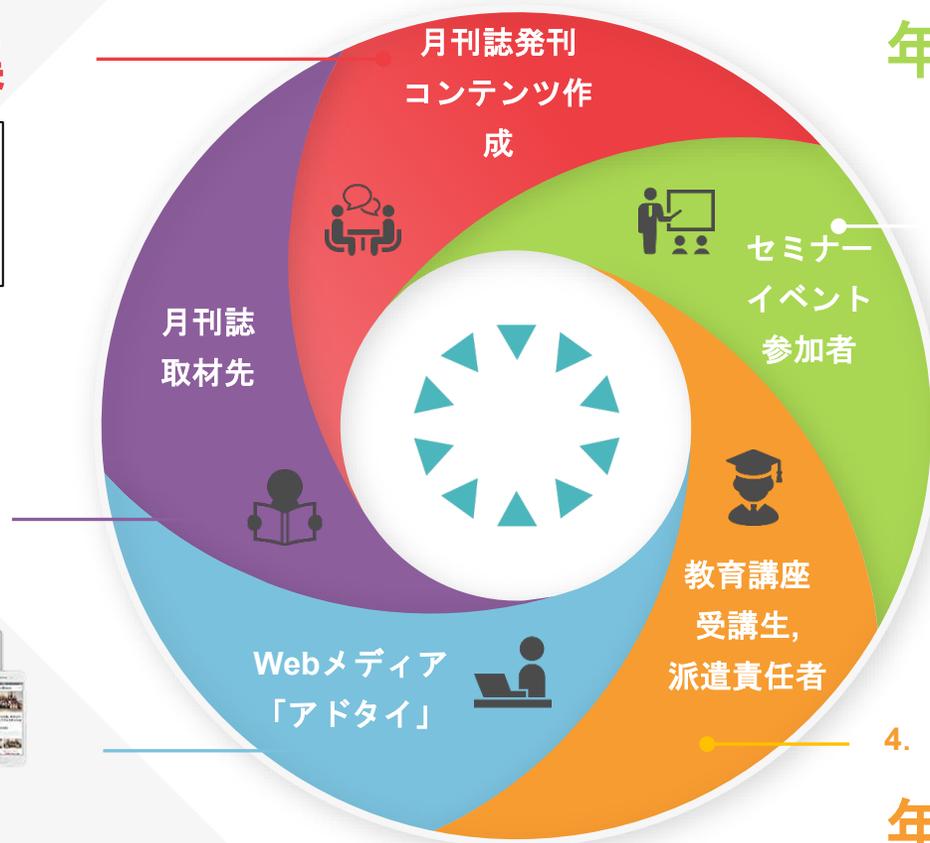
年間 **1,000** 名以上

AduerTimes アドタイ



3. Webメディア「アドタイ」

月間 **1,034,930** PV



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

広告事業 提供サービス

広告事業では、イベントとメディアを通して**広告主と広告業のマッチング**を支援しています

商品を宣伝したい・新しいサービスを知りたい

新サービスの情報を届けたい・新しい案件を獲得したい

広告主 (ブランド,メーカー)



2024年宣伝会議主催イベント”登壇”企業

- アサヒ飲料 / アディダス ジャパン
- カルビー / カンロ / キッコーマン
- サントリーホールディングス
- スギ薬局 / セブン-イレブン ジャパン
- スターバックスコーヒージャパン
- パナソニック / ヤマハ / ロッテ
- ユー・エス・ジェイ
- 花王 / 江崎グリコ
- 資生堂ジャパン / 森永乳業
- 日産自動車 / 日清食品
- 日本ロレアル / 日立製作所、
- 富士フイルム / 味の素 / Mizkan

など

参加→認知→問合せ



読む→認知→問合せ



イベント

宣伝会議

月刊4誌+ WEBメディア



講演/出展



記事掲載



広告業 (マーケティング関連会社)



2024年宣伝会議主催イベント”協賛”企業

- 【広告会社】
- 電通 / 博報堂 / 大広 / ADK
- マーケティング・ソリューションズ
- 【PR会社】
- ビルコム / オズマピーアール
- 【プラットフォーム・メディア】
- LINEヤフー / 楽天グループ / TVer
- TikTok for Business Japan / IRIS
- 【ツール系・その他】
- Asobica / コミューン / ヤプリ
- トライバルメディアハウス
- セールスフォース・ジャパン
- フェズ / プレイド / LMIグループ

など



リード獲得施策の直近トレンド

営業リソースをフル活用していくための**One to Manyな大量リード獲得**も重要な施策の一つですが、2024年後半からは、**ターゲットリストに対する深いコミュニケーションを取るOne to Few, One to One なアプローチ**も人気になってきています

薄い

関係密度

濃い

オンラインで
大量のリード獲得

4大フォーラムで
講演

カンファレンスルームで
中規模イベント

ネットワーキングで
名刺交換

コミュニティ企画で
濃い繋がり創りを

クローズドな
自社イベント招待



ウェビナー配信による
申込者リード獲得



宣伝会議サミット
(リアル)



コーポレートブランディング
カンファレンス



イヤヤーエンドサンクス
パーティー



ブランドマネージャー
コミュニティ



自社クローズドイベント
集客支援



アドタイデイズ
(オンライン)



アドタイデイズ
(リアル)



AI×マーケティング
カンファレンス



4大フォーラム連動
ネットワーキングパーティー



ECコミュニティ



ターゲットリストへの
商談獲得

「宣伝会議 テーマ別研究会」 設立背景・概要

◆ 設立背景

「宣伝会議 テーマ/職種別研究会」は、宣伝会議が選定した複数の注目テーマ/職種について、業界の専門家や先進的な企業の知見を豊富に共有し、共にマーケティングの未来を考えることを目的として設立されたイベントです。

テーマ/職種特化型で参加者同士の深いコミュニケーションを促進し、One to Oneなリード獲得をご支援いたします。そして、3月には、研究会の成果として規模を拡大したカンファレンス実施も想定しています。

◆ 概要

| | | |
|--------|--|---|
| イベント | 研究会 | 各テーマで10～15名規模の研究会を12～2月に渡り複数回実施し業界の専門家や先進的な企業の知見を豊富に共有、参加者同士のネットワークを促進。 |
| | カンファレンス | 研究会の成果として、3月に参加50名規模のカンファレンスを実施 |
| テーマ/職種 | ■テーマ： ①AI ②ネクストメディア/SNS ③リテールメディア ④採用ブランディング ⑤リード獲得 ■職種： ⑥BtoBマーケター ⑦デジタルマーケター | |
| 開催場所 | 宣伝会議 セミナールーム | |
| 参加対象 | 企業のマーケティング・宣伝・販促・デジタル・営業部門の責任者・企画担当者 研究会参加はブランド企業限定（広告関連企業はスポンサーとしてのみ参加可能） ※現場クラスリーダー（部長・課長）以上を中心に集客想定 | |

「宣伝会議 テーマ別研究会」 実施概要詳細

業界の専門家や先進的な企業の知見を豊富に共有し、参加者同士のネットワーキングを促進することで、マーケティングの未来を共に考え、成長させる場をご提供いたします。

| | 概要 | 実際事例イメージ | |
|-----|-----------------|---|---|
| テーマ | ① AI | <ul style="list-style-type: none"> ■ 様々な企業が経営の上流から下流に至るまで多くの業務でのAI活用を模索していますが、その活用についてはまだまだ試行錯誤段階にあるものも多いのが実態。そのような中で先進的な企業の取り組み事例を紹介。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 飲料メーカーにおける生成AIを用いたクリエイティブ制作事例 ■ 外食企業におけるビッグデータを活用した需要予測活用事例 ■ 通販企業におけるAIチャットボット導入事例 |
| | ② ネクストメディア/SNS | <ul style="list-style-type: none"> ■ ユーザーの視聴習慣の変化に伴い、コネクテッドTVや縦型ショートドラマなどのメディアが注目を集めています。これらのメディアやSNSを活用した広告戦略の最新事例を紹介。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ コネクテッドTVを活用するメディアの事例 ■ TikTokを活用したショート動画プロモーション施策 ■ Instagram/Xでのハッシュタグ投稿キャンペーン施策 |
| | ③ リテールメディア | <ul style="list-style-type: none"> ■ コンビニやスーパー等を中心に「小売業の広告メディア化」の流れが波及、市場拡大の機運が高まっています。リテールメディア保持企業の戦略と、それを利用する事業会社の活用事例を紹介。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ リテールメディア事業者における、アプリを利用した広告戦略事例 ■ 事業会社における、店舗ディスプレイ広告等を活用した販促事例（顧客体験・ブランド価値向上） |
| | ④ 採用ブランディング | <ul style="list-style-type: none"> ■ 近年の人手不足を背景に、人材採用において企業CMやアルムナイ制度といった、企業ブランディングと関連した自社の魅力向上と発信が求められているため、各社の採用戦略や最新事例を紹介。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 広告タレントキャスティングの事例 ■ アルムナイ制度の事例 ■ コーポレートサイトリニューアルの事例 |
| | ⑤ リード獲得 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 近年、企業のリード獲得方法は多様化し、獲得リードの量のみならず質を重視したアプローチが進んでいます。各種多様な施策によりリード獲得に成功した企業の最新事例を紹介。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ イベント開催によるリード獲得の事例 ■ ウェビナー開催によるリード獲得の事例 ■ ホワイトペーパーダウンロードによるリード獲得の事例 |
| 職種 | ⑥ BtoB marketer | <ul style="list-style-type: none"> ■ ターゲット層への効果的なアプローチや費用対効果の向上に寄与する運用型広告やイメージアップに繋がるリブランディングなど、BtoB marketer必見の最新事例を多数紹介。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 電車広告やタクシー広告といった交通広告、OOH広告の事例 ■ TVCMを活用したリブランディング事例 ■ 無料ウェビナーの登録を促進するリードジェネレーション広告の事例 |
| | ⑦ デジタル marketer | <ul style="list-style-type: none"> ■ 近年、技術の発展によってデジタルマーケティングの革新が加速し、ROIの更なる向上やオムニチャネルでのより良い顧客体験の提供が可能となっています。これらの施策から、成功企業の最新事例を紹介。 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 過去購買データを基にした顧客セグメンテーションの事例 ■ オンラインとオフラインを使い分けた導線や顧客体験接点の設計事例 ■ ROIを最大化を目指した自動化広告の配信事例 |

「研究会」開催スケジュール

2024年12月より、「テーマ別研究会」を発足し、各月で研究会を開催。3月にはカンファレンスを実施予定。

| | テーマ/職種 | 2024年12月 | 2025年1月 | 2月 | 3月 |
|-----|---------------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| テーマ | ①AI | 第1回研究会 12/18(水) | 第2回研究会 1/15(水) | 第3回研究会 2/5(水) | カンファレンス 3/19(水) |
| | ②ネクストメディア/SNS | | 第1回研究会 1/17(金) | 第2回研究会 2/7(金) | カンファレンス 3/21(金) |
| | ③リテールメディア | | 第1回研究会 1/22(水) | 第2回研究会 2/12(水) | カンファレンス 3/24(月) |
| | ④採用ブランディング | | 第1回研究会 1/29(水) | 第2回研究会 2/19(水) | カンファレンス 3/26(水) |
| | ⑤リード獲得 | | 第1回研究会 1/31(金) | 第2回研究会 2/26(水) | |
| 職種 | ⑥BtoBマーケター | | 第1回研究会 1/24(金) | 第2回研究会 2/14(金) | カンファレンス 3/25(火) |
| | ⑦デジタルマーケター | | 第1回研究会 1/30(木) | 第2回研究会 2/21(金) | カンファレンス 3/27(木) |

基調講演 予定登壇企業

- 確定・内諾含め下記の企業様をご登壇予定 (※内諾のものも含めているため変更可能性有)

| | テーマ/職種 | 2024年12月 | 2025年1月 | 2月 | 3月 |
|-----|---------------|------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--|
| テーマ | ①AI | ZOZO様 「業務効率化」 | 味の素様 「顧客体験」 | PARCO様 「クリエイティブ」 | 味の素様 「顧客体験」 楽天様 「顧客体験/サポート」 |
| | ②ネクストメディア/SNS | | ABEMA様 「コネクテッドTV活用」 | JAL様 「SNS戦略」 | ヤンマー様 「縦型ショートドラマ活用」 セブン銀行様 「コネクテッドTV/ショートドラマ活用」 |
| | ③リテールメディア | | PPIH様 「リテールメディア活用」 | カルビー様 「リテールメディア活用」 | ファイントゥデイ様 セブンイレブンジャパン様 資生堂ジャパン様 イオンリテール様 「リテールメディア活用」 |
| | ④採用ブランディング | | TOPPAN様 「リブランディング」 | トライベック /トルク様 「オウンドメディア活用」 | クラシコム様 「ミスマッチを防ぐ採用手法」 日立製作所様 「調整中」 富士通様 「ジョブ型採用におけるブランディング戦略」 |
| | ⑤リード獲得 | | RECERO様 「インサイドセールス活用」 | ADEX様 「調整中」 | Omelette様 「調整中」 |
| 職種 | ⑥BtoBマーケター | | デンソー様 「オウンドメディア活用」 | ミスミ様 「SNS活用による BtoBマーケ活性化」 | ミスミ様 「SNS活用による BtoBマーケ活性化」 クボタ様 「調整中」 |
| | ⑦デジタルマーケター | | FANCL様 「データを活用した顧客理解 /顧客体験」 | トライ様 「デジタルマーケ施策高度化 と組織強化」 | 花王様 「データ活用による顧客理解とアクション」 ユナイテッドアローズ様 「デジタルとリアルを融合した顧客体験」 |

当日のタイムラインイメージ（※詳細変更可能性あり）

| 「研究会」タイムライン | |
|-------------------------|--------------------------|
| 参加人数:10~15名のクローズドコミュニティ | |
| 参加者属性：ブランド企業+スポンサーのみ | |
| 15:30 | 開場~ |
| 15:45-15:45 | 宣伝会議挨拶 |
| 15:45-16:15 | 基調講演 |
| 16:15-16:20 | 質疑応答 |
| 16:20-16:30 | スポンサーピッチ |
| 16:30-17:00 | ネットワーキング (参加者同士の名刺交換) |

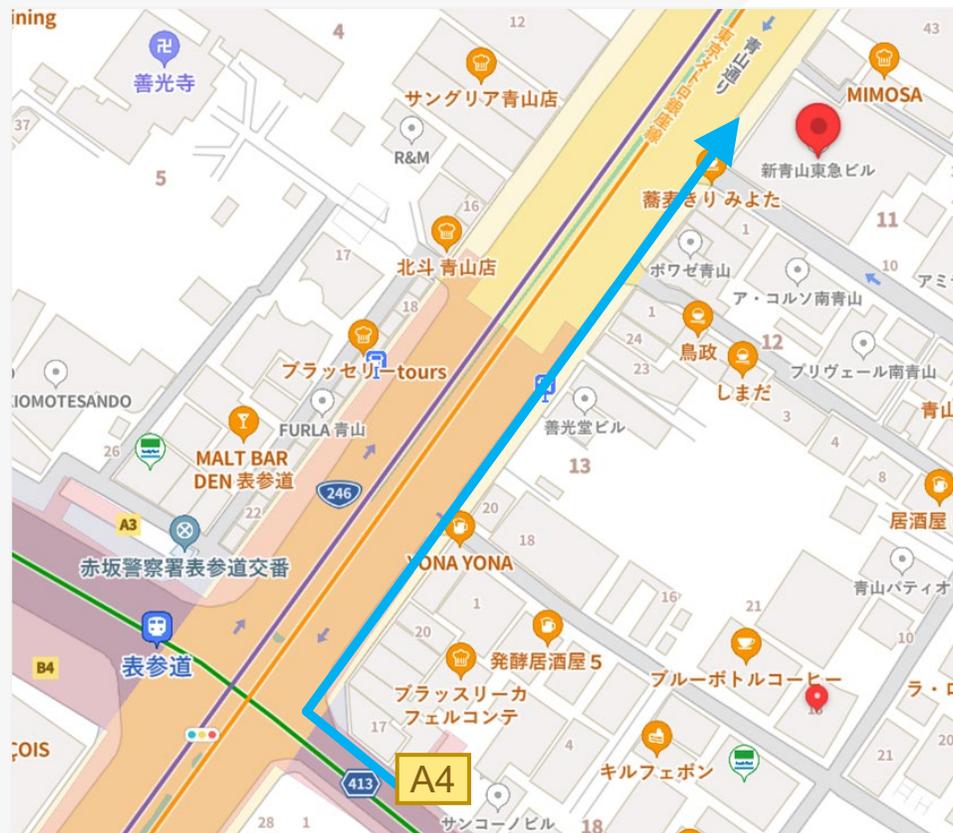
| 「カンファレンス」タイムライン | |
|--|--------------------------|
| 研究会の情報をまとめて共有する 参加人数:50名想定 of 講演型イベント | |
| 参加者属性：ブランド企業+広告関連会社 | |
| 13:00 | 開場~ |
| 13:30-14:00 | 基調講演① |
| 14:05-14:35 | 協賛講演① |
| 14:45-15:15 | 協賛講演② |
| 15:25-15:55 | 基調講演② |
| 16:00-16:30 | 協賛講演③ |
| 16:40-17:10 | ネットワーキング (参加者同士の名刺交換) |

会場アクセス

住所

東京都港区南青山3丁目11番13号 新青山東急ビル 8階

 <https://goo.gl/maps/4FqJhXcQZreLKNNVA>



最寄り駅



東京メトロ銀座線・千代田線・半蔵門線 「表参道駅」 A4出口 徒歩5分
表参道交差点から、青山通りを明治神宮外苑方向に進むと、
「新青山東急ビル」があります。1階にポルシェが入っているビルです。

8・9階に宣伝会議のオフィスがありますが、**8階にお越しください。**
到着されましたら、オープンスペースでお掛けになってお待ちください。





会場イメージ(テーマ別研究会)

講演イベント

クローズドな場でより深い内容の講演を実施



交流会

少人数制で密度の濃い交流が可能



「宣伝会議 テーマ別研究会」ご協賛メリット

貴社に関連するテーマ／職種について業界の専門家や先進的な企業を招き、関心を持つ各企業の責任者・企画担当者との接点を創出します。

1つのテーマをもとに、トレンドや事例、課題感の共有、またそれらをもとにしたディスカッションや懇親会などの一連の過程を通じて、貴社プレゼンスを高めつつ、クローズドな場ならではの深い関係構築の場としてお役立てください。

メリット

- ① 貴社に関連するテーマに関心を持つ各企業の責任者・企画担当者との接点
- ② クローズの場ならではの、ディスカッションや懇親会を通じた深い関係の構築
- ③ テーマに関しての有識企業としてのイメージ醸成

第1回 テーマ別研究会 申込企業実績

| | 実施月 | テーマ | 申込企業 |
|-----|---------------------|---------------|---|
| テーマ | 24.12 ～ 25.03 | ①AI | ソニー、日本経済新聞社、プラチナゲームズ、KRAFTON JAPAN、日本電気、トラストバンク、熊谷組、永谷園、西部造園、トゥ・ディファクト、三井不動産、ウエニ貿易、ダイナム |
| | 25.01 ～ 25.03 | ②ネクストメディア/SNS | ベルーナ、パソナ、日本経済新聞社、テレビ東京、JCOM、厚生労働省、ウエニ貿易、住友商事、ソフトバンク、ファクトリージャパン、KRAFTON JAPAN |
| | 25.01 ～ 25.03 | ③リテールメディア | ベルーナ、ライオン、ロート製薬、ENEOS、ゴールドウイン、サントリー、ファクトリージャパン、ゼンショーホールディングス、ベイシア、日清食品、日本電気 |
| | 25.01 ～ 25.03 | ④採用ブランディング | 熊谷組、新生堂薬局、富士通、テクノプロ、TOPPAN、森トラスト、ロート製薬、ケアネット、イノアックコーポレーション、コクヨ |
| | 25.01 ～ 25.03 | ⑤リード獲得 | フロンティア、東芝デジタルソリューションズ、柴田自動車、GMOメディア、メンバーズ、コンセント、日立ハイテク、エココンテ、京王エージェンシー、こどもりびんぐ、日本経済新聞 |
| 職種 | 25.01 ～ 25.03 | ⑥BtoBマーケター | 熊谷組、フロンティア、レゾナック、キャノンマーケティングジャパン、ミスミ、住友商事、エココンテ、三菱HCキャピタル、インフォネット |
| | 25.01 ～ 25.03 | ⑦デジタルマーケター | KRAFTON JAPAN、熊谷組、柴田自動車、ユナイテッドアローズ、花王、大正製薬、石井食品、宇津木産業、トラストバンク、ライオン |

過去類似イベント 参加企業実績(一部抜粋)

| 実施月 | イベント名 | 参加企業 (一部抜粋) |
|-------|--|--|
| 23.07 | 宣伝会議 マーケティングサロン (GTM戦略とセキュリティの重要性) CHEQ Japan様協賛 | 東日本旅客鉄道、ZENB JAPAN、全日本空輸、エン・ジャパン、ライフネット生命保険、KADOKAWA、PUBG JAPAN、マーケットエンタープライズ、GO |
| 23.11 | 宣伝会議 マーケティングサロン (GTM戦略とセキュリティの重要性) CHEQ Japan様協賛 | 東日本旅客鉄道、キタムラ、グラクソスミスクラインコンシューマヘルスケアアジア、FANCL、アディーレ法律事務所、良品計画、ANA X、LIFULL、KRAFTON JAPAN、イオンフィナンシャルサービス |
| 23.12 | 宣伝会議 マーケティングサロン (ビッグデータの統合、活用) HCL Software様協賛 | FANCL、学研ホールディングス、ENEOS |
| 24.01 | 宣伝会議 マーケティングサロン (顧客データ/商品データ活用) Lazuli様協賛 | ニチレイフーズ、ページェーセーデージャパン、味の素、LIXIL、サントリー、花王、パル、Mizkan、江崎グリコ、大正製薬 |
| 24.04 | 宣伝会議 マーケティングサロン (パーソナライゼーションとAI活用) HCL Software様協賛 | チュチュアンナ、パル、花王、ユナイテッドアローズ |
| 24.04 | 宣伝会議 マーケティングサロン (インターナルコミュニケーション) ヤプリ様協賛 | NEC、NTT、エバラ食品、大阪ガス、大林組、カルビー、オリエントコーポレーション、住友ゴム工業、大和ハウス工業、東レ、戸田建設、西日本旅客鉄道、三菱UFJ信託銀行、ルネサンス |
| 24.10 | 宣伝会議 マーケティングサロン (データを基にした統合的な顧客理解、パーソナライズ) ティーリアム様協賛 | SBIグループ、ゴールドウイン、リコー、LIFULL、ローソン、日産自動車、JALUX、白ハト食品工業、スターバックスコーヒージャパン、SMBC日興証券、マイナビ |

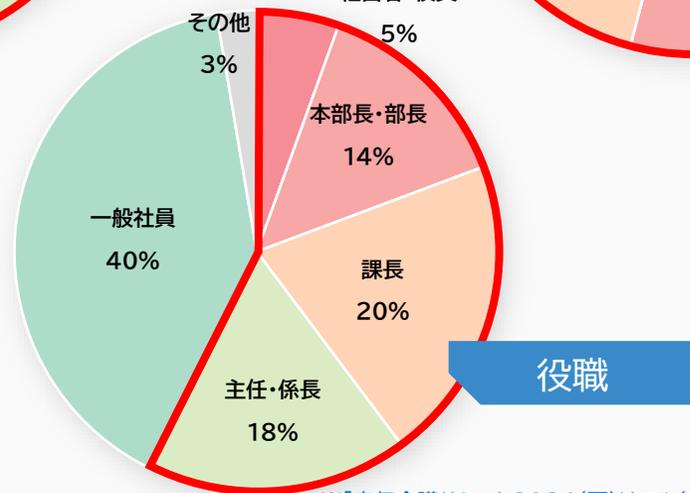
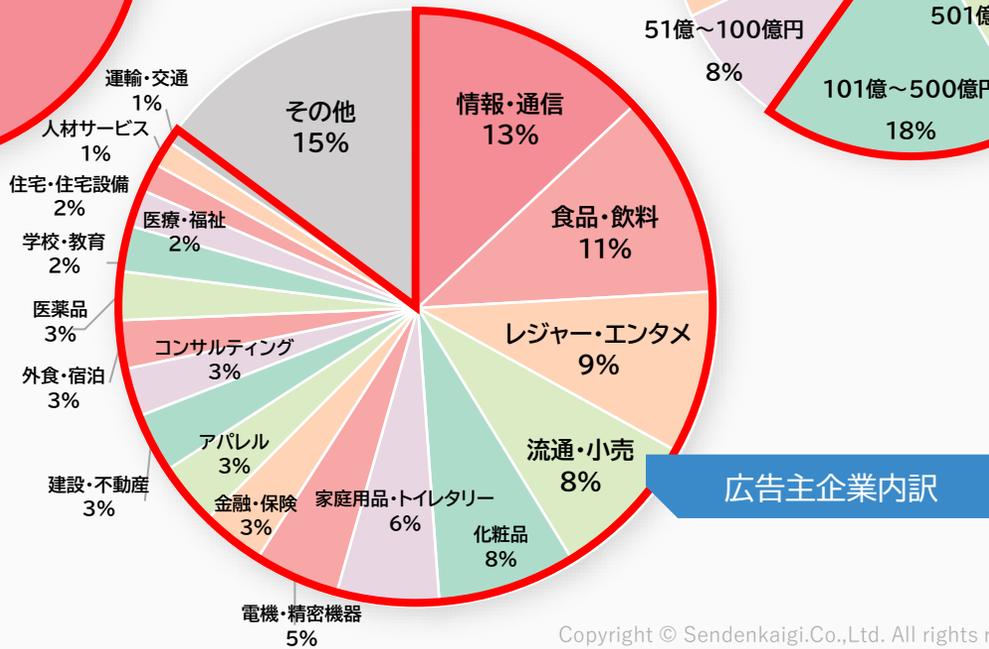
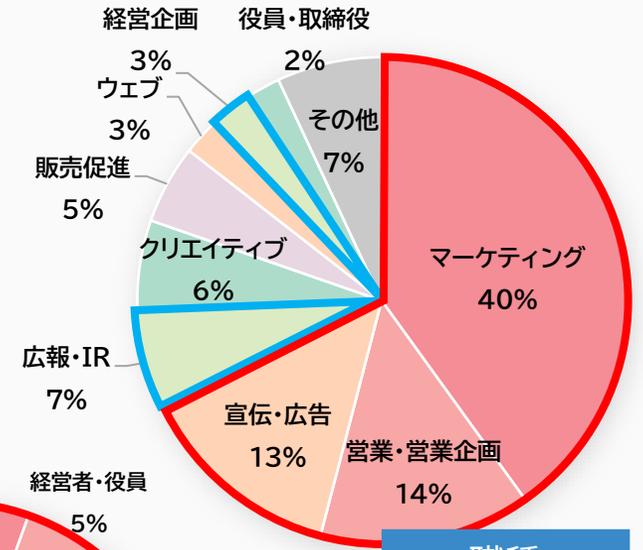
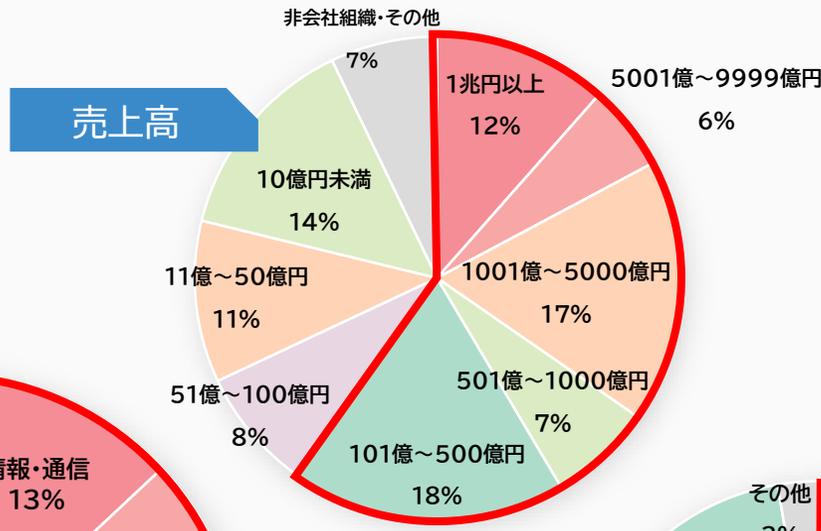
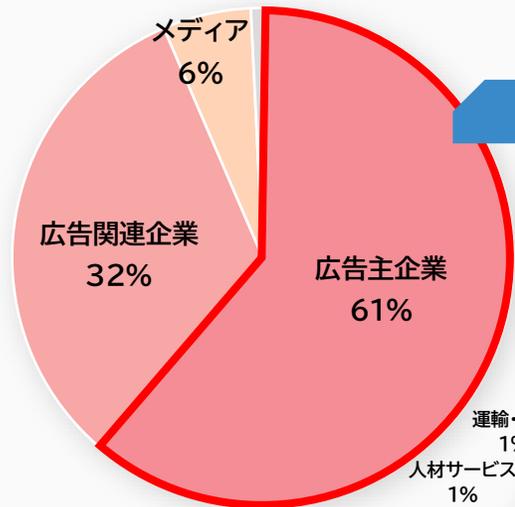
研究会

過去類似イベント 参加企業実績(一部抜粋)

| | 実施月 | イベント名 | 参加企業 (一部抜粋) |
|-----------------|-------|-------------------------------|---|
| パーティー | 24.09 | アドタイ・デイズ秋 ネットワーキングパーティー | パナソニック、コクヨ、日清ヨーク、日本航空、キッコーマン、おやつカンパニー、湖池屋、吉野家、赤城乳業、森永製菓、シャープ、赤ちゃん本舗、東日本旅客鉄道、アテニア、日産自動車、文藝春秋、チュチュアンナ |
| | 24.12 | イヤーエンドサンクスパーティー | TOPPAN、アイリスオーヤマ、エバラ食品、いすゞ自動車、オルビス、セコム、ライオン、ファイザー、花王、I-ne、LIFULL、インターメスティック、クボタ、クオカード、JCB、セブン銀行 |
| テーマ別 カンファレンス | 24.08 | コーポレートブランディングカンファレンス (CBC) | ファミリーマート、永谷園、日本曹達、伊藤忠都市開発、大正製薬、キリン、ライオン、リコー、はるやま商事、パーソルHD、カシオ計算機、森ビル、豊田通商、スギHD、ベネッセHD |
| | 24.08 | デジタルマーケティングカンファレンス (DMC) | 西日本旅客鉄道、森永製菓、明治、セブンイレブンジャパン、マンダム、クラシエ、小林製薬、花王、ソフトバンク、共同印刷、ニコン、富士通、KDDI、ちふれ化粧品、TOPPAN、アサヒ飲料、アンファー |
| | 24.11 | 広報会議サミット | インテック、ゴールドウイン、講談社、マイナビ、ADK、トプコン、NTTドコモ、ロッテ、トヨタシステムズ、LIFULL、ミズノ、クレディセゾン、オプテージ |
| | 24.12 | AI×マーケティングサミット | 大日本印刷、大和ハウス工業、JTB、FANCL、三井物産、Cygames、ユーキャン、楽天、LIXIL、フジテレビ、ナビタイムジャパン、東宝、ウエニ貿易、日本経済新聞社 |

ご参考:「宣伝会議サミット2024(夏)@虎ノ門」リアル 申込者属性

他社と比較した際に、**① 広告主企業中心**、**② 大手/エンタープライズ**、**③ マーケティング関連部門に特化** (マーケ部門:67%、広報・経営企画部門:10%)、**④ 役職上位者の含有率が高いこと**が最大の特徴です



※「宣伝会議サミット2024(夏)リアル(24年6月)」
933名の申込データを基に作成

ご協賛メニュー

| 協賛メニュー | 研究会 協賛 | カンファレンス 協賛 |
|----------|---|---------------------------------------|
| 回/日程(予定) | 全2~3回/2024年12月~25年 2月 | 1回/2025年3月 |
| 提供リード数 | 会場での名刺交換想定 | イベント全体 申込者 100 名想定 |
| 提供リード属性 | ブランド企業+スポンサーのみ 企業のマーケティング・宣伝・販促・デジタル・営業部門の責任者・企画担当者 | ブランド企業+広告関連会社 |
| 協賛形式 | 各回ピッチ協賛枠提供（5分程度）※任意 | 1.リアル講演枠提供（30分間） 2.イベントの想定申込者約100名 |
| 協賛プラン | <u>金額はこちらよりお問い合わせください</u> | |

※研究会での協賛企業の最大社数は**2社**までとする



ご協賛メニュー

研究会ご登壇企業様
限定プラン

Confidential

| 協賛メニュー | 研究会 登壇 | カンファレンス 協賛 |
|----------|---|--|
| 回/日程(予定) | 全2~3回/2024年12月~25年 2月 | 1回/2025年3月 |
| 提供リード数 | 会場での名刺交換想定 | イベント全体 申込者 100 名想定 |
| 提供リード属性 | ブランド企業+スポンサーのみ 企業のマーケティング・宣伝・販促・デジタル・営業部門の責任者・企画担当者 | ブランド企業+広告関連会社 |
| 協賛形式 | - | 1.リアル講演枠提供 (30分間) 2.イベントの想定申込者約100名 |
| 協賛料金 | 金額はこちらよりお問い合わせください | |

※研究会での協賛企業の最大社数は**2社**までとする

宣伝会議 EXECUTIVE SALON 協賛概要資料

宣伝会議 EXECUTIVE SALON

マーケティングの専門誌である『宣伝会議』と貴社とでサロンを設立し、事業会社所属のマーケティング責任者など、企業のキーパーソンとの接点を創出します。

1つのテーマをもとに、トレンドや事例、課題感の共有、またそれらをもとにしたディスカッションや懇親会などの一連の過程を通じて、貴社プレゼンスを高めつつ、市場理解を深めたり、クローズドな場ならではの深い関係構築の場としてお役立てください。

メリット

- ① マーケティングのキーパーソン・責任者との関係構築
- ② 顧客側の課題感やリテラシーの理解
- ③ テーマに関しての有識企業としてのイメージ醸成



実施イメージ

セミナー形式、3部構成



| 時間 | 内容 |
|----------------------|------------------------|
| 16:00~16:20 (30分) | 1部 基調講演 |
| 16:20~16:40 (30分) | 2部 講演 (貴社+貴社クライアント) |
| 16:40~18:00 (60分) | 質疑応答・ディスカッション |

ラウンドテーブル形式、2部構成



| 時間 | 内容 |
|----------------------|------------------------|
| 15:00~15:50 (50分) | 1部 講演 (貴社+貴社クライアント) |
| 16:00~16:50 (50分) | 2部講演+ディスカッション |

当日の構成については、協議の上、最終決定いたします。

ご協賛メニュー

| プラン | 詳細 |
|------|------------------------------------|
| 実施形式 | セミナー形式orラウンドテーブル形式※1 |
| 集客形式 | 完全招待制(広告主役職者のみ) |
| 集客者数 | 5-10社(約10名程度) |
| 会場 | 宣伝会議セミナールーム※2 |
| 時間 | 最大2時間 |
| 構成 | 最大3部制(EX.基調講演、貴社講演、意見交換会)※3 |
| その他 | 講演者アサイン(最大1名)、編集部による進行、モデレート対応も実施可 |
| 料金 | 金額はこちらよりお問い合わせください |

※1当日の内容は非公開が前提ですのでご了承ください。 ※2外部会場使用や懇親会の開催は別途。 ※3当日の構成については協議の上、最終決定。



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

中部本部 〒461-0005 愛知県名古屋市東区東桜1-13-3 NHK名古屋放送センタービル
TEL : 052-952-0311 FAX : 052-952-0312

関西本部 〒530-0001 大阪市北区梅田1丁目13-1 大阪梅田ツインタワーズ・サウス15階
TEL : 06-7713-6750 FAX : 06-6347-8944

九州本部 〒810-0012 福岡県福岡市博多区博多駅中央街8番1号 JRJP博多ビル
TEL : 092-419-3010 FAX : 092-419-3015

