



KAIGI GROUP

Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

Event Guide

KAIGI GROUP イベント 総合資料2025

日本を変え、世界を変えるアイデアを解き放ち、
デジタル時代における成長とイノベーションを生み出す会議。

株式会社宣伝会議

Mail: houjin@sendenkaigi.com

2025-03/31

KAIGI GROUP とは

宣伝会議 事業領域とネットワーク

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、

①メディアを通じたコンテンツ発信 ②教育講座提供 ③大型イベントを展開している メディア会社です。

1. 月刊『宣伝会議』『広報会議』『販促会議』『ブレン』

年間 **48**冊発刊 **48**特集



宣伝会議 販促会議 広報会議 ブレン

2. 業界キーパーソンへの月刊誌メディア取材

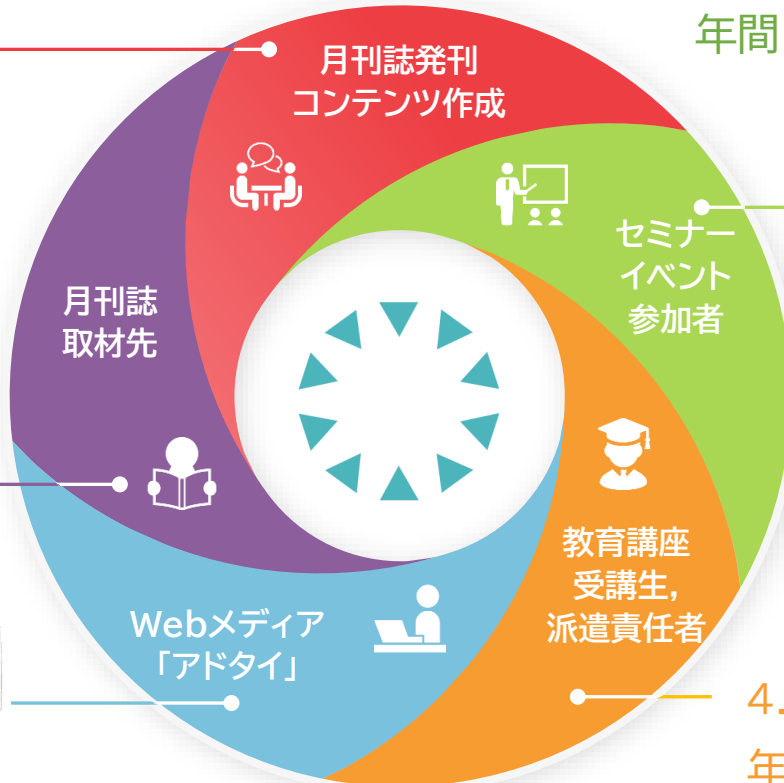
年間 **1,000**名以上

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



4. 有料の教育講座受講生

年間 **100,000**名以上

宣伝会議のイベント事業について

◆ 宣伝会議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



◆ イベント協賛の3つのメリット

1

大手企業を中心とした 新規顧客のリード獲得

認知が足りていない製品・サービスのPRの場として
イベント出展+記事化が人気メニューとなっています。



2

ネットワーキングイベント による決裁決定者と名刺交換

ネットワーキングイベントやコミュニティ企画では
部課長クラスの決裁決定者との接点創りが可能です。



3

イベント登壇による ブランディング・イメージ形成

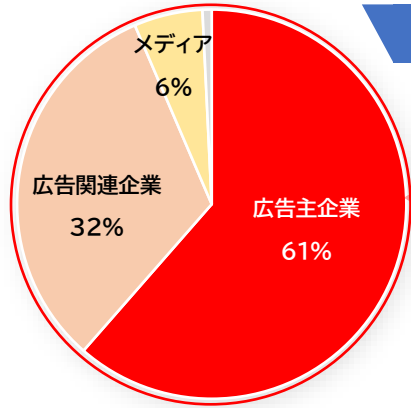
広告界で70年の歴史を持つ宣伝会議のイベントに
登壇することで、貴社のイメージを確立し
ブランド力向上に貢献します。



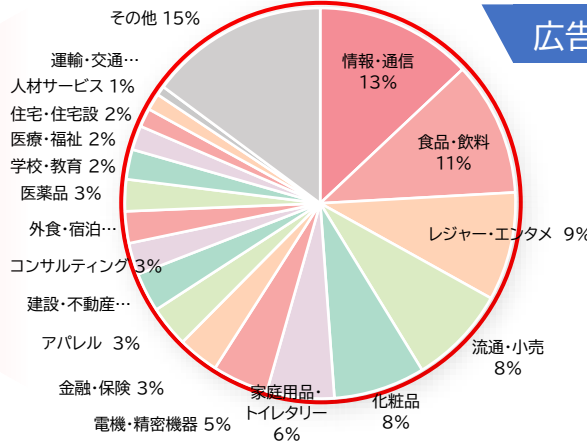


宣伝会議で獲得できるリードは大手広告主が中心

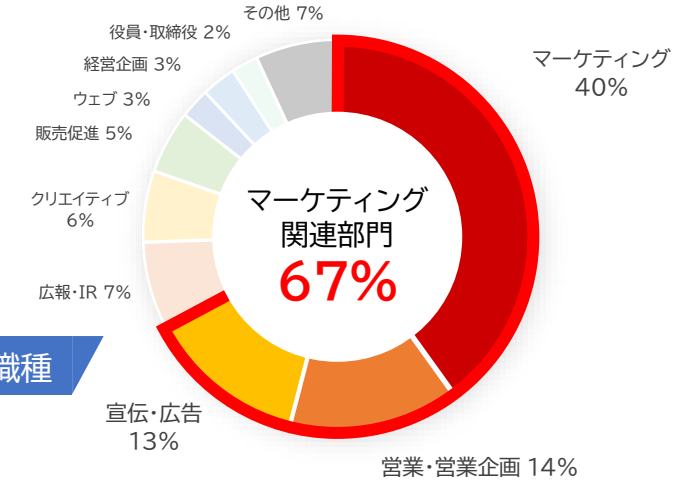
※「宣伝会議サミット2024(夏)リアル(24年6月)」
933名の申込データを基に作成



業種



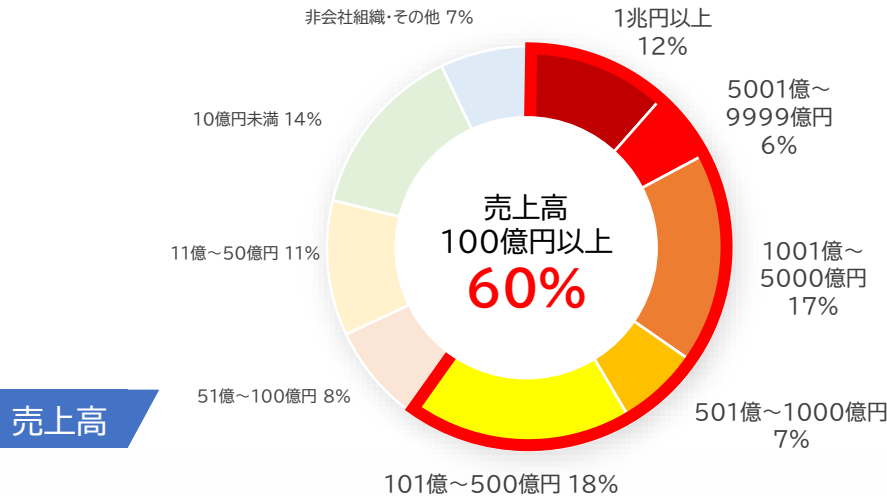
広告主企業内訳



職種

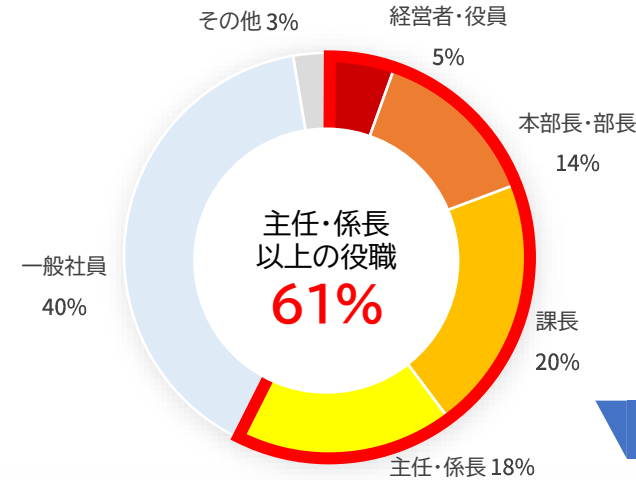
① 広告主企業中心

② マーケティング関連部門に特化



売上高

③ 大手/エンタープライズ



役職

④ 役職上位者の含有率が高い



宣伝会議イベント開催レポート

宣伝会議は1,000人規模のマーケターが集まる場として、講演型イベントを多数開催してきました。イベント協賛では講演や展示、ネットワーキングパーティーを通じて大手広告主のリードを獲得可能です。

アドタイデイズ 2024(春)



総来場 **749社、1,045名**

協賛社数 **12社**

セミナー数 **23講演** 主催12講演
協賛11講演

パーティー参加 **127名**

宣伝会議サミット2024(夏)



総来場 **656社、933名**

協賛社数 **18社**

セミナー数 **26講演** 主催11講演
協賛15講演

パーティー参加 **159名**

アドタイデイズ2024(秋)



総来場 **648社、1,051名**

協賛社数 **23社**

セミナー数 **21講演** 主催11講演
協賛10講演

パーティー参加 **122名**

宣伝会議サミット2024(冬)



総来場 **939社、1,500名**

協賛社数 **25社**

セミナー数 **41講演** 主催24講演
協賛17講演

パーティー参加 **154名**



宣伝会議主催イベント協賛企業(一部抜粋)

導入企業は、社員10～100名までの企業が半数に及び、社員200名までの企業が約8割を占めます。
大企業様からの申込もありますが「営業リソースが足りない」「認知獲得をしていきたい」中堅やスタートアップ企業にも好評です。

協賛企業実績(一部抜粋)

ACQUIA
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

ADK<

AtoJ

beBit

CCG TO

CONNECTY

COORUM by Asobica

EVERRISE

HCLSoftware

IntimateMerger

LeadPlus

Micoworks

Minto

NISSEN

TAKI CORPORATION

こどもりびんぐ
everyday with a smile

らくらくコミュニティ



宣伝会議「イベント登壇」協賛企業様の声（一部抜粋）



ノウズ
右から
ノウズ マーケティング担当
小野有貴氏
RECERO 代表 田中大輔氏、

- マーケターのリード獲得はWeb広告だけでは難しい
- 商談化率を高める秘訣は接触できるまでリードを追い切ること
- **宣伝会議経由で獲得した2,000件のリードからのアポ獲得率は10%以上に**



Omelette(オムレツ)
代表取締役
羽野仁彦氏

- 大手ブランドにアプローチをしたい、という理由から宣伝会議のイベントへ出展
- シニアに関するデータを持つ専門家としてイベント登壇することでポジションを築く
- **宣伝会議のイベント出展では、大手広告主との商談創出を中心に成果を実感**



トライバルメディアハウス
執行役員
モダンエイジ事業本部 本部長/レーベルヘッド
高野修平氏

- 講演は「勉強になりました」で終わらせず、実務に役立つノウハウ提供を意識
- イベント登壇後、1~2割の来場者の方から「具体的に相談したい」という要望有り
- **宣伝会議のリアルイベントではビジネスに発展するケースが多い**



キッズスター
セール&マーケティング班
平尾未来氏

- BtoBマーケティング施策ではしっかり対話できるオフラインの施策を重視
- 普段なかなか出会うことができない企業の担当者と会えることが出展の決め手
- **ネットワーキングパーティーをきっかけに商談、受注につながった事例も発生**



Asobica
マーケティング
林大貴氏

- 出展の決め手は宣伝会議イベント参加者にBtoCエンタープライズの含有率が高いこと
- 講演では届けたいメッセージを使い分ける
- **ネット広告などオンラインマーケティングではリーチできない方との接点作りを宣伝会議主催イベント出展で実現**



こどもりびんぐ
事業本部
プロモーションデザイン部
部長 兼 新事業開発室
森 淳子氏

- 講演テーマを「顧客理解」に設定し、豊富な「幼稚園・保育園児と家族」に関するデータと事例を紹介
- **講演後の反響としては、誌面でのタイアップ広告掲載やファミリー向けイベントでのブース出展等で成約実績有**

KAIGI GROUP イベント

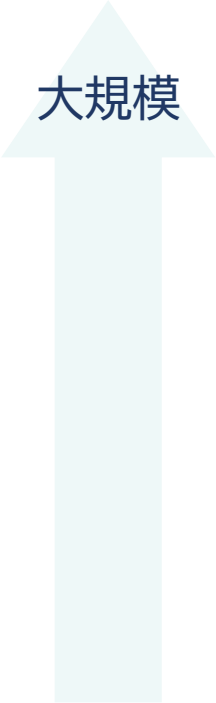
KAIGI GROUP イベントフォーマット

「フォーラム」

「議論・意見交換」を重視し、複数の視点を交える場。
「サミット」を統括する大型イベント。

KAIGI GROUP フォーラム
申し込み人数:1500名想定

アドタイ・フォーラム
申し込み人数:1500名想定



「サミット」

「戦略・意思決定」に重点を置き、未来の方向性を示す場。
宣伝会議が発刊する『月刊誌』と連動。

**宣伝会議
サミット**
申し込み人数:
800名想定

**販促会議
サミット**
申し込み人数:
400名想定

**広報会議
サミット**
申し込み人数:
400名想定

**ブレイク
サミット**
申し込み人数:
400名想定

**環境ビジネス
サミット**
申し込み人数:
800名想定

「カンファレンス」

「知識共有」の場で、情報の幅広さと交流の機会を提供。
実務課題を注視したテーマ特化型イベント。

**デジタル・
マーケティング
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定

**AI・
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定

**BtoB営業・
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定

**リテールメディア・
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定

**インバウンド・
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定

**コーポレート
ブランディング・
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定

**脱酸素ビジネス・
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定

**GXビジネス・
カンファレンス**
申し込み人数:
200名想定



KAIGI GROUP イベント来場者層

「フォーラム」

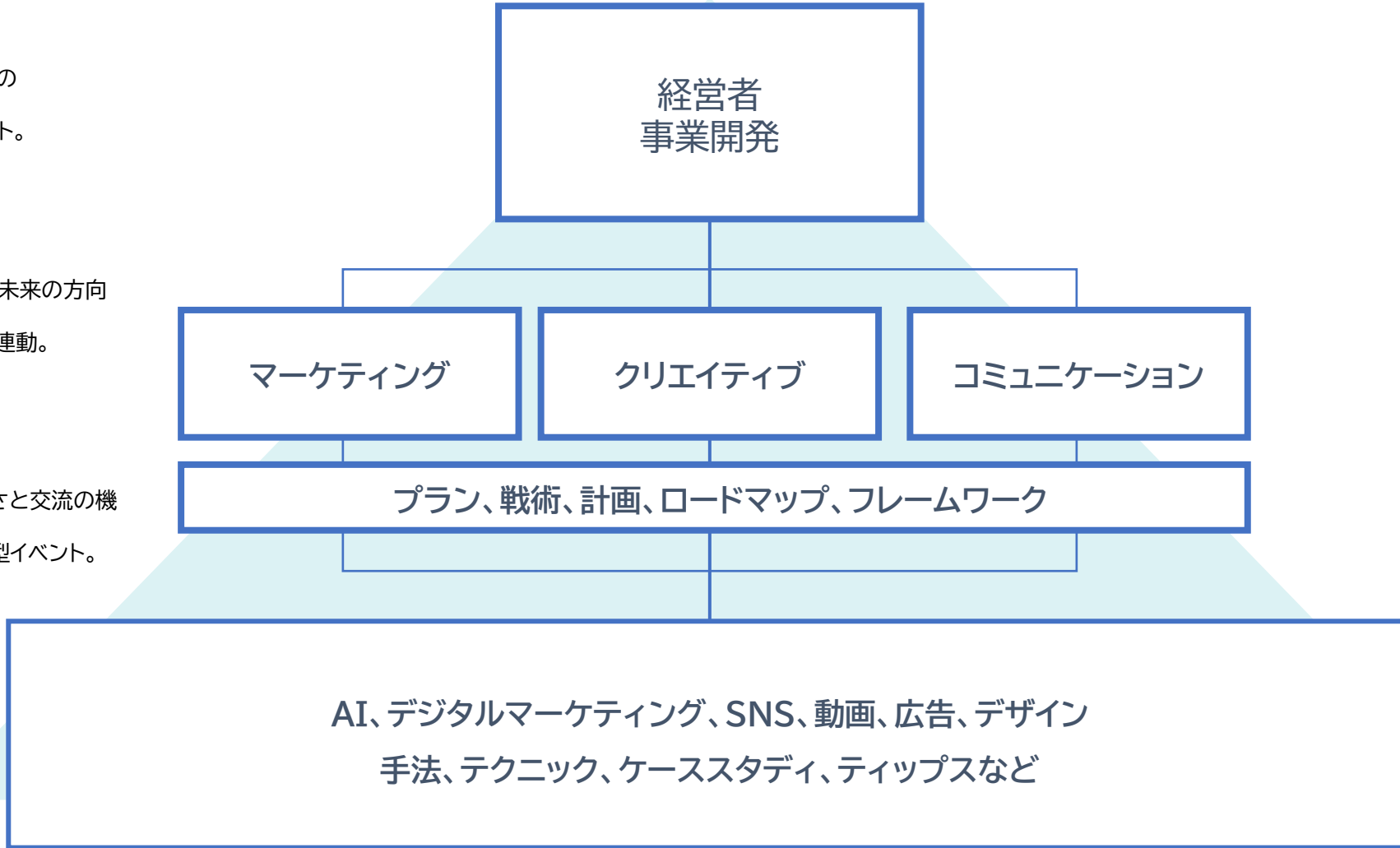
「議論・意見交換」を重視し、複数の視点を交える場。
「サミット」を統括する大型イベント。

「サミット」

「戦略・意思決定」に重点を置き、未来の方向性を示す場。
宣伝会議が発刊する『月刊誌』と連動。

「カンファレンス」

「知識共有」の場で、情報の幅広さと交流の機会を提供。
実務課題を注視したテーマ特化型イベント。



- ・経営者
- ・CxO

・部長

・課長

- ・マネージャー
- ・リーダー



宣伝会議の主要イベント 開催スケジュール(予定)

Confidential

外部イベント会場
 宣伝会議セミナールーム

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2026年1月	2月	3月
フォーラム 大型総合イベント 	※各リアルイベントの開催1週間後からオンデマンドイベントを開催				9/25(木) 26(金) アドタイ フォーラム					2/12(木) 13(金) KAIGI GROUP フォーラム	
サミット 月刊誌連動イベント 		6/12(木) マーケティング サミット	7/30(水) プレーン サミット 7月下旬 地域 サミット (×3回)		9/5(金) 広報会議 サミット	10/21(火) 販促会議 サミット	11月上旬 宣伝会議 サミット	12月上旬 地域 サミット (×3回) 12月中旬 サンクス パーティー (×3回)			3月 地域 サミット (×3回)
カンファレンス テーマ特化型イベント 	5/21(水) デジタル マーケティング カンファレンス		7/4(金) コーポレート ブランディング カンファレンス 7/24(木) AI カンファレンス	8/26(火) BtoB営業 カンファレンス	9/12(金) リテール メディア カンファレンス				1月 インバウンド カンファレンス	2月 デジタル マーケティング カンファレンス	

フォーラム

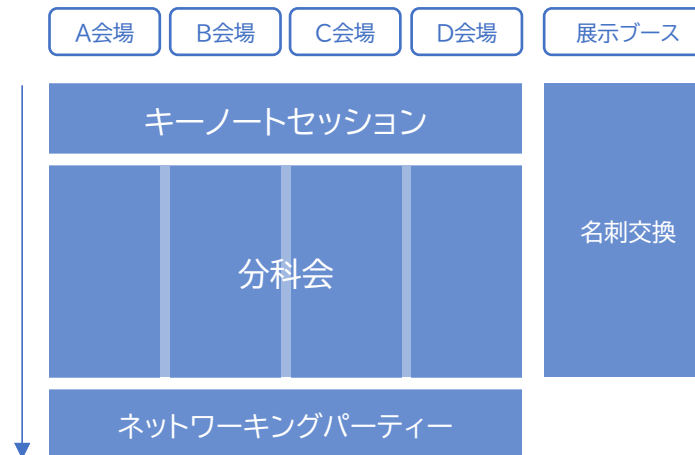
「議論・意見交換」を重視し、複数の視点を交える場。
「サミット」を統括する大型イベント。

「フォーラム」イベント概要

◆ 「フォーラム」とは

多様な視点から議論を深め、
知見を共有する公開型の討論や意見交換の場です。
メディア編集部によるアジェンダ設定のもと、業種業態を問わず
様々な企業の役職者、有識者などがパネルディスカッションや
基調講演を交えて最新動向や課題を掘り下げます。

→「議論・意見交換」を重視し、複数の視点を交える場。



キーノート



ネットワーキング



会場イメージ

◆ 開催概要(2日間開催)

目的	大所高所から課題に対する多角的な議論と意見交換を行う
特徴	様々な課題に対して議論を中心に構成し、複数視点のインサイトを提供
イベント一覧	<ul style="list-style-type: none"> ・ KAIGI GROUP フォーラム ・ アドタイ・フォーラム
想定申込人数	1,500名 (2日間合計)
リアル会場	外部大型イベント会場



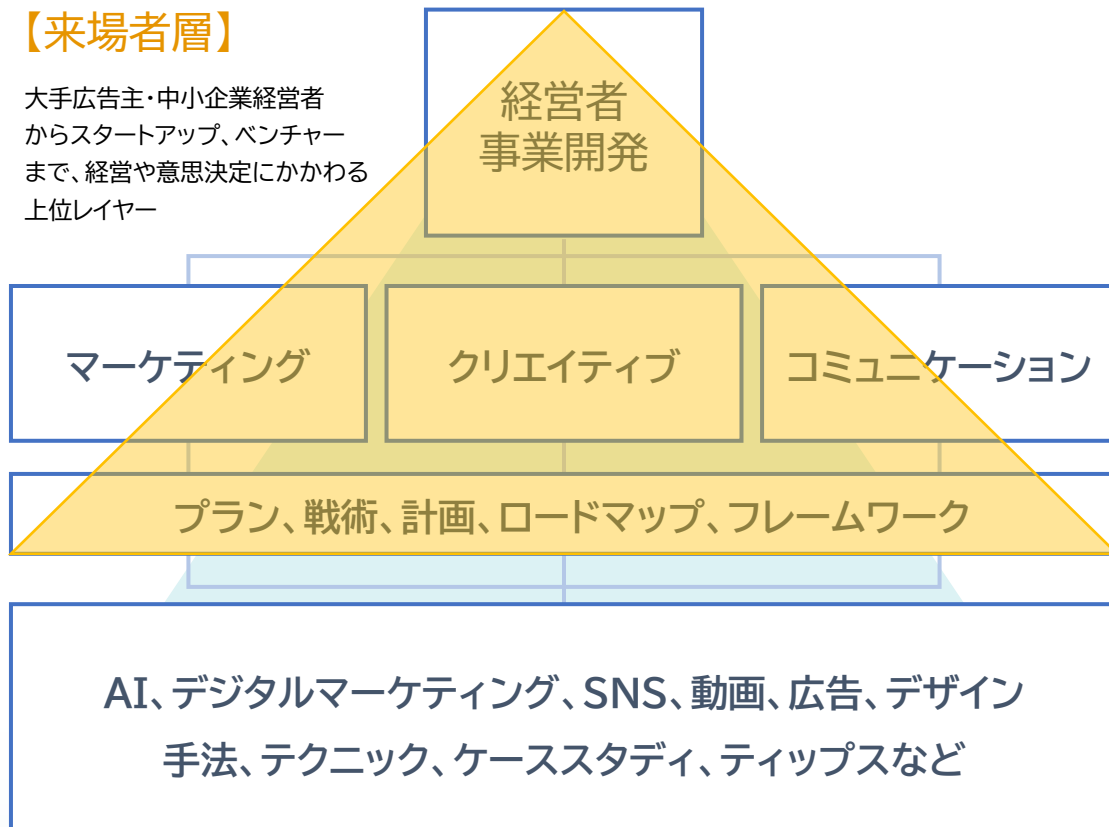
「フォーラム」イベント来場者層

KAIGI GROUP フォーラム

日本と世界の明日を感じ取れる、新しい気づきが得られるKAIGI GROUPの総力をあげて開催するフォーラム。経営者、CxOが未来への提言を行ったり、商品開発、事業開発、新規事業をけん引する中小企業やスタートアップ・ベンチャーが成果を披露するなど、様々なアイデアを解き放ち、成長とイノベーションを生み出す場を提供。

【来場者層】

大手広告主・中小企業経営者からスタートアップ、ベンチャーまで、経営や意思決定にかかわる上位レイヤー

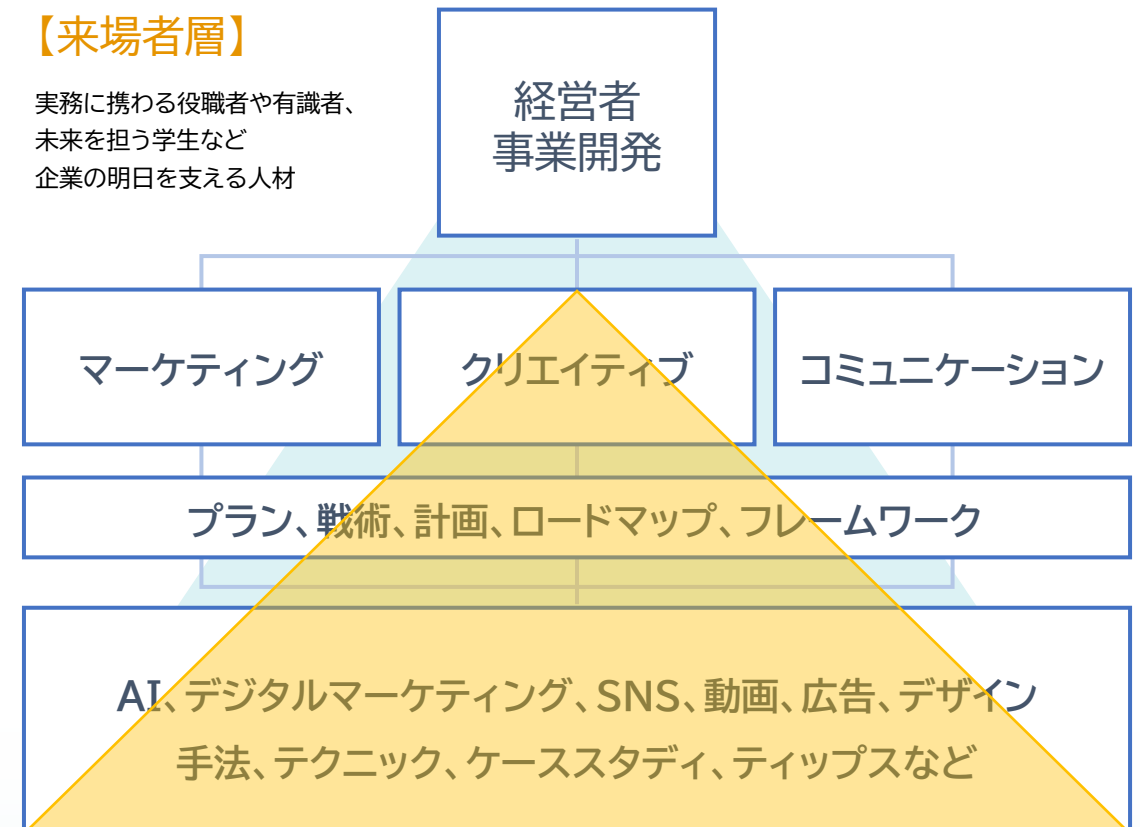


アドタイ・フォーラム

広告界の垣根を超えて(BEYOND)、議論を尽くす公開型の討論や意見交換の場。企業ビジョンの実現と生活者ファーストの両立を考える2日間と題し、業種業態を問わず様々な企業の役職者、有識者などがパネルディスカッションや基調講演を交えて最新動向や課題を掘り下げます。未来を担う学生参加による討論をはじめ、人材育成・採用に関する情報も提供。

【来場者層】

実務に携わる役職者や有識者、未来を担う学生など企業の明日を支える人材





「フォーラム」タイムテーブル

KAIGI GROUP フォーラム
アドタイ・フォーラム

※テーマ・タイムテーブルは変更になる場合があります。
詳細や空き枠などお気軽にお問い合わせください。

	講演会場A	講演会場B	講演会場C	講演会場D
9:20-9:30	オープニング			
9:30-10:20	【A1】Keynote①			
10:20-10:50	プラチナスポンサー			
11:10-12:00	【A2】Keynote②			
12:00-12:30	プラチナスポンサー			
12:30-13:15	休憩 (45分)			
13:15-13:55	(13:15~13:55) 【A3a】主催枠	(13:20~14:00) 【B3a】主催枠	(13:25~14:05) 【C3a】主催枠	(13:30~14:10) 【D3a】主催枠
14:00-14:30	(14:00~14:30) 【A3b】ゴールドスポンサー	(14:05~14:35) 【B3b】ゴールドスポンサー	(14:10~14:40) 【C3b】ゴールドスポンサー	(14:15~14:45) 【D3b】ゴールドスポンサー
14:30-14:50	休憩 (20分)			
14:50-15:30	(14:50~15:30) 【A4】主催枠	(14:55~15:35) 【B4】主催枠	(15:05~15:45) 【C4a】主催枠	(15:10~15:50) 【D4a】主催枠
15:30-15:50	休憩 (20分)		(15:50~16:00) 【C4b】10分プレ①	(15:55~16:05) 【D4b】10分プレ①
15:50-16:20	(15:50~16:20) 【A5】シルバースポンサー	(15:55~16:25) 【B5】シルバースポンサー	(16:00~16:10) 【C4c】10分プレ② (16:10~16:20) 【C4d】10分プレ③	(16:05~16:15) 【D4c】10分プレ② (16:15~16:25) 【D4d】10分プレ③
16:20-16:40	休憩 (20分)			
16:40-17:20	(16:40~17:20) 【A6a】主催枠	(16:45~17:25) 【A6a】主催枠	(16:40~17:20) 【C6】主催枠	(16:45~17:25) 【D6】主催枠
17:25-17:55	(17:25~17:55) 【A6b】ゴールドスポンサー	(17:30~18:00) 【A6b】ゴールドスポンサー	(17:25~17:55) 【C6b】ゴールドスポンサー	(17:30~18:00) 【D6b】ゴールドスポンサー
17:55-18:30	休憩 (35分)			
18:30-19:30	ネットワーキングパーティー (18:30-19:30) ※完全招待制			



「フォーラム」協賛メニュー①

メニュー	プラチナ	ゴールド	シルバー	10分プレ	ランチ	ブロンズ	展示ブース
早期割り 開催3か月前	金額はこちらよりお問い合わせください						
定価							
内容	「Keynote」 セット講演 ネットワーキング パーティー参加2名	「主催枠」 セット講演 ネットワーキング パーティー参加2名	単独講演 ネットワーキング パーティー参加2名	「主催枠」 セット講演（10分） ネットワーキング パーティー参加1名	ランチセッション 登壇者・来場者の 課長職以上を10名招待 ※聴講者へのランチ提供有	展示ブース出展(2日間) +公式サイトロゴ掲出 ネットワーキング パーティー参加1名	展示ブース出展(2日間)
提供リード	貴社講演枠申込者リスト 400名 想定	貴社講演枠申込者リスト 200名 想定	貴社講演枠申込者リスト 120名 想定	貴社講演枠申込者リスト 120名 想定	ランチセッション 参加者 10名 想定	—	—
講演来場目標	200名	100名	50名	50名	—	—	—
講演時間	30分	30分	30分	10分	—	—	—
展示ブース	—	—	—	—	—	○	○

※提供リード数は、過去実績を基にした想定数であり保証件数ではございません。

※オプション1:「講演動画撮影&納品」50万円(税別)
 ※オプション2:「セミナーレポート制作&アドタイ掲載」50万円(税別)



「フォーラム」協賛メニュー②

メニュー	キーノート ステージ	主催者 ステージ	スピーカー ラウンジ	(コーヒー) スピーカー ラウンジ	ネットワーキング パーティ	パーティ 参加	ロゴ スポンサー		
早期割り 開催3か月前	金額はこちらよりお問い合わせください								
定価									
内容	「Keynote①または②」 開始前、終了時の 動画配信 (30秒～1分以内)	「主催者」 開始前、終了時の 動画配信 (30秒～1分以内)	登壇者約30名が 使用する講演者控室での 名刺交換 ロゴ掲出、 卓上POP、 資料配布など ※1社限定	登壇者約30名が 使用する講演者控室での 名刺交換 ロゴ掲出、 コーヒー提供 ※1社限定	パーティー中 動画配信、 5分プレゼン、 パーティー招待者2名 ※1社限定	ネット ワーキング サンクス パーティ 招待者1名 ※10社限定	12月開催 「サミット」 サンクス パーティ 招待者1名 ※協賛必須 1社限定	全体配布 バッグへの ロゴ掲載 ※1社限定	参加者 パスへの ロゴ掲載 ※1社限定
提供リード	「Keynote①または②」 セット講演 来場者リスト 200名想定	「主催者」 セット講演 来場者リスト 100名想定	—	—	—	—	—	—	—
提出物	30秒～1分以内の動画	30秒～1分以内の動画	配布資料	—	30秒～1分以内の動画	—	—	—	—

※提供リード数は、過去実績を基にした想定数であり保証件数ではございません。



「フォーラム オンデマンド」協賛メニュー

メニュー	ゴールド	シルバー	動画流用プラン
早期割り	金額はこちらよりお問い合わせください		
定価			
提供リスト	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 180名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 180名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 180名想定
講演時間	30分	30分	30分
収録・編集・納品 自社講演動画 2次利用可	○	—	過去1年間に宣伝会議の イベントでご講演された際の 講演動画を流用 (直前のリアルイベントを含む)

※ 追加リード購入は、1件 1万円(税別)です。

※ AdverTimes.(アドタイ)掲載 セミナレポートは、オプション50万円(税別)です。

※ 想定人数に達しなかった場合は、原則同イベントの他テーマ講演枠の申込者リストを提供いたします。

サミット

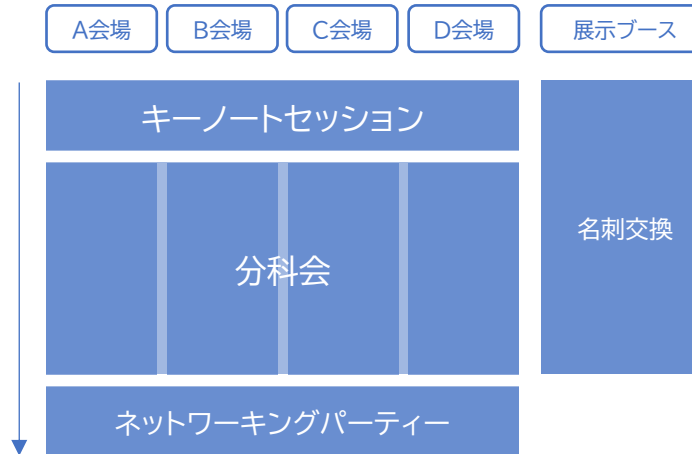
宣伝会議が発刊する月刊誌と連動した
講演イベント

「サミット」イベント概要

◆ 「サミット」とは

各分野のトップリーダーが集い、課題解決やビジョン形成に向けた議論を行う戦略的な会議です。
 メディア編集部の考えたアジェンダに沿い、ハイレベルな登壇者が未来志向で意見を交わし、課題解決の提言やビジネスマッチングの機会を用意しています。

→「戦略・意思決定」に重点を置き、未来の方向性を示す場。



◆ 開催概要(1日開催)

目的	戦略的議論と意思決定、未来のビジョンを共有	
特徴	業界の未来を左右する戦略的議論、トップ層が中心	
イベント一覧	・ 宣伝会議サミット ・ 販促会議サミット ・ 広報会議サミット ・ ブレーンサミット ・ 環境ビジネスサミット	
想定申込人数	宣伝会議、環境ビジネス サミット … 800名 販促会議、ブレーン サミット … 400名 広報会議 サミット … 200名	
リアル会場	宣伝会議、環境ビジネス サミット… 「外部イベント会場」4ライン 販促会議、ブレーンサミット 兼 数「外部イベント会場」2ライン 広報会議 サミット 兼 数「宣伝会議 セミナールーム」2ライン	



キーノート



分科会



ネットワーキング

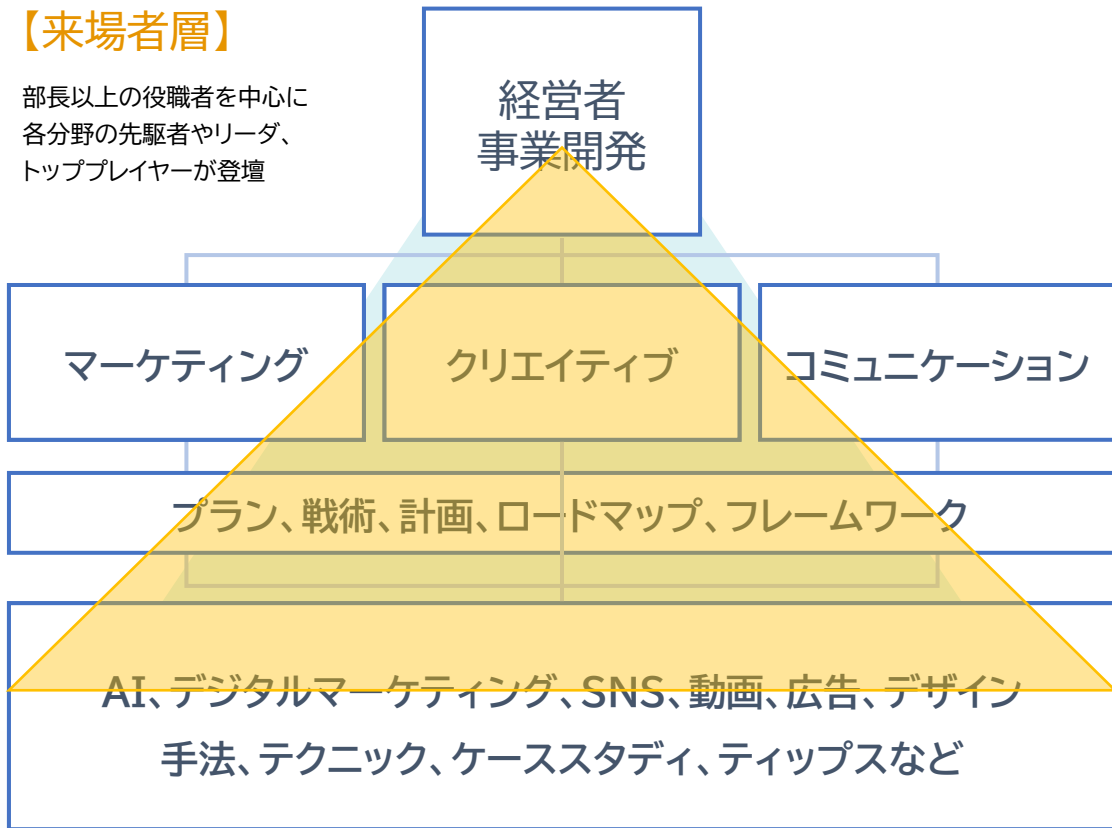
「サミット」イベント来場者層

サミット

各分野のトップリーダーが集い、課題解決やビジョン形成に向けた議論を行う戦略的な会議。
メディア編集部が考えたアジェンダに沿い、ハイレベルな登壇者が未来志向で意見を交わし、課題解決の提言やビジネスマッチングの機会を提供。

【来場者層】

部長以上の役職者を中心に
各分野の先駆者やリーダー、
トッププレイヤーが登壇



宣伝会議サミット 11月上旬



経営層やマーケティングリーダーが一同に会し、顧客の課題解決のための事業戦略やマーケティング戦略について議論を尽くす。

【参加者属性】 広告・マーケティング企業の宣伝、企画担当

販促会議サミット 10/21(火)



ひとを集める、モノを売る課題に向き合う事業責任者、プランナーが一同に会し、明日の販売促進について議論を深める。

【参加者属性】 メーカー・小売り・流通企業の販促担当

広報会議サミット 9/5(金)



広報責任者が一同に会し、企業の信頼とブランド価値向上を実現するための未来探求の場です。リスク管理など守りの広報についても知見を持ち寄り、議論を重ねる。

【参加者属性】 一般企業の広報・IR担当

ブレンサミット 7/30(水)



ブランドやコミュニケーションデザイン、ビジネスや事業のデザインを担うクリエイターまでが一同に会し、思考法や哲学、チームづくりから最先端のテクノロジー活用までを議論。

【参加者属性】 広告・制作会社のクリエイター、ディレクター



「宣伝会議・環境ビジネスサミット」タイムテーブル

※タイムテーブルは変更になる場合があります。
詳細や空き枠などお気軽にお問い合わせください。

	講演会場A	講演会場B	講演会場C	講演会場D
9:20-9:30	オープニング			
9:30-10:20	【A1】Keynote①			
10:20-10:50	プラチナスポンサー			
11:10-12:00	【A2】Keynote②			
12:00-12:30	プラチナスポンサー			
12:30-13:15	休憩 (45分)			
13:15-13:55	(13:15~13:55) 【A3a】主催枠	(13:20~14:00) 【B3a】主催枠	(13:25~14:05) 【C3a】主催枠	(13:30~14:10) 【D3a】主催枠
14:00-14:30	(14:00~14:30) 【A3b】ゴールドスポンサー	(14:05~14:35) 【B3b】ゴールドスポンサー	(14:10~14:40) 【C3b】ゴールドスポンサー	(14:15~14:45) 【D3b】ゴールドスポンサー
14:30-14:50	休憩 (20分)			
14:50-15:30	(14:50~15:30) 【A4】主催枠	(14:55~15:35) 【B4】主催枠	(15:05~15:45) 【C4a】主催枠	(15:10~15:50) 【D4a】主催枠
15:30-15:50	休憩 (20分)		(15:50~16:00) 【C4b】10分プレ①	(15:55~16:05) 【D4b】10分プレ①
15:50-16:20	(15:50~16:20) 【A5】シルバースポンサー	(15:55~16:25) 【B5】シルバースポンサー	(16:00~16:10) 【C4c】10分プレ② (16:10~16:20) 【C4d】10分プレ③	(16:05~16:15) 【D4c】10分プレ② (16:15~16:25) 【D4d】10分プレ③
16:20-16:40	休憩 (20分)			
16:40-17:20	(16:40~17:20) 【A6a】主催枠	(16:45~17:25) 【A6a】主催枠	(16:40~17:20) 【C6】主催枠	(16:45~17:25) 【D6】主催枠
17:25-17:55	(17:25~17:55) 【A6b】ゴールドスポンサー	(17:30~18:00) 【A6b】ゴールドスポンサー	(17:25~17:55) 【C6b】ゴールドスポンサー	(17:30~18:00) 【D6b】ゴールドスポンサー
17:55-18:30	休憩 (35分)			
18:30-19:30	ネットワーキングパーティー (18:30-19:30) ※完全招待制			



「宣伝会議サミット」協賛メニュー

★【特典】講演内容は月刊誌にてレポート1ページ掲載

メニュー	プラチナ ★	ゴールド ★	シルバー ★	10分プレ ★	ランチ	ブロンズ	展示ブース
早期割り 開催3か月前	金額はこちらよりお問い合わせください						
定価							
内容	「キーノート」 セット講演 ネットワーキング パーティー参加者2名	「主催枠」 セット講演 ネットワーキング パーティー参加2名	単独講演 ネットワーキング パーティー参加2名	「主催枠」 セット講演（10分） ネットワーキング パーティー参加1名	ランチセッション 登壇者・来場者の 課長職以上を10名招待 ※聴講者へのランチ提供有	展示ブース出展 +公式サイトロゴ掲出 ネットワーキング パーティー参加1名	展示ブース出展
提供リード	貴社講演枠申込者リスト 400名想定	貴社講演枠申込者リスト 200名想定	貴社講演枠申込者リスト 120名想定	貴社講演枠申込者リスト 120名想定	ランチセッション 参加者 10名想定	—	—
講演来場目標	200名	100名	50名	50名	—	—	—
講演時間	30分	30分	30分	10分	—	—	—
展示ブース	—	—	—	—	—	○	○

※提供リード数は、過去実績を基にした想定数であり保証件数ではございません。

※オプション1:「講演動画撮影&納品」50万円(税別)
※オプション2:「セミナーレポート制作&アドタイ掲載」50万円(税別)



「宣伝会議サミット」協賛メニュー②

メニュー	キーノート ステージ	主催枠 ステージ	スピーカー ラウンジ	(コーヒー) スピーカー ラウンジ	ネットワーキング パーティ	パーティ 参加	ロゴ スポンサー		
早期割り 開催3か月前	<p>金額はこちらよりお問い合わせください</p>								
定価									
内容	「Keynote①または②」 開始前、終了時の 動画配信 (30秒～1分以内)	「主催枠」 開始前、終了時の 動画配信 (30秒～1分以内)	登壇者約30名が 使用する講演者控室での 名刺交換 ロゴ掲出、 卓上POP、 資料配布など ※1社限定	登壇者約30名が 使用する講演者控室での 名刺交換 ロゴ掲出、 コーヒー提供 ※1社限定	パーティー中 動画配信、 5分プレゼン、 パーティー招待枠2名 ※1社限定	ネット ワーキング サンクス パーティ 招待枠1名 ※10社限定	12月開催 「サミット」 サンクス パーティ 招待枠1名 ※協賛必須 1枠限定	全体配布 バッグへの ロゴ掲載 ※1社限定	参加者 パスへの ロゴ掲載 ※1社限定
提供リード	「Keynote①または②」 セット講演 来場者リスト 200名想定	「主催者枠」 セット講演 来場者リスト 100名想定	—	—	—	—	—	—	
提出物	30秒～1分以内の動画	30秒～1分以内の動画	配布資料	—	30秒～1分以内の動画	—	—		

※提供リード数は、過去実績を基にした想定数であり保証件数ではございません。



「宣伝会議サミット オンデマンド」協賛メニュー

メニュー	ゴールド	シルバー	動画流用プラン
早期割り	<u>金額はこちらよりお問い合わせください</u>		
定価			
提供リスト	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 180名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 180名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 180名想定
講演時間	30分	30分	30分
収録・編集・納品 自社講演動画 2次利用可	○	—	過去1年間に宣伝会議の イベントでご講演された際の 講演動画を流用 (直前のリアルイベントを含む)

※ 追加リード購入は、1件 1万円(税別)です。

※ AdverTimes.(アドタイ)掲載 セミナレポートは、オプション50万円(税別)です。

※ 想定人数に達しなかった場合は、原則同イベントの他テーマ講演枠の申込者リストを提供いたします。



「販促会議・ブレーンサミット」タイムテーブル

※タイムテーブルは変更になる場合があります。
詳細や空き枠などお気軽にお問い合わせください。

	講演会場A	講演会場B
9:50-10:00	オープニング	
10:00-10:40	(10:00~10:40) 主催枠	(13:00~13:40) 主催枠
10:45-11:15	(10:45~11:15) ゴールドスポンサー	(10:50~11:20) ゴールドスポンサー
	休憩 (20分)	
11:20-11:50	(11:20~11:50) シルバースポンサー	(11:25~11:55) シルバースポンサー
11:50-13:00	休憩 (50分)	
13:00-13:40	(13:00~13:40) 主催枠	(13:05~13:45) 主催枠
13:45-14:15	(13:45~14:15) ゴールドスポンサー	(13:50~14:20) ゴールドスポンサー
14:15-14:30	休憩 (15分)	
14:25-14:35	(14:25~14:45) 主催枠	(14:30~14:50) 主催枠
	(14:55~15:05) 10分プレ①	(15:00~15:10) 10分プレ①
	(15:05~15:15) 10分プレ②	(15:10~15:20) 10分プレ②
15:00-15:15	休憩 (15分)	
15:15-15:45	(15:35~16:15) 主催枠	(15:40~16:20) 主催枠
15:50-16:20	(16:15~16:45) ゴールドスポンサー	(16:20~16:50) ゴールドスポンサー
16:20-16:40	休憩 (20分)	
16:40-17:30	ネットワーキングパーティー (16:40-17:30) ※完全招待制	



「販促会議・ブレンサミット」協賛メニュー

★【特典】講演内容は月刊誌にてレポート1ページ掲載

メニュー	ゴールド★	シルバー★	10分プレ★	ランチ	ブロンズ	展示ブース	ネットワーキング パーティー	パーティー 参加	
早期割り 開催3か月前	金額はこちらよりお問い合わせください								
定価									
内容	「主催枠」 セット講演 ネットワーキング パーティー参加2名	単独講演 ネットワーキング パーティー参加2名	「主催者枠」 セット講演（10分） ネットワーキング パーティー参加者1名	ランチセッション 登壇者・来場者の 課長職以上を10名招待 ※聴講者へのランチ提供有	展示ブース出展 +公式サイトロゴ掲出 ネットワーキング パーティー参加者1名	展示ブース出展	パーティー中 動画配信、 5分プレゼン、 パーティー招待枠2名 ※1社限定	ネット ワーキング パーティー 招待枠1名 ※10社限定	サックス パーティー 招待枠1名 ※協賛必須 1枠限定
提供リード	貴社講演枠申込者リスト 200名 想定	貴社講演枠申込者リスト 120名 想定	貴社講演枠申込者リスト 120名 想定	ランチセッション 参加者 10名 想定	—	—	—	—	
講演来場目標	100名	50名	50名	—	—	—	—	—	
講演時間	30分	30分	10分	—	—	—	—	—	
展示ブース	—	—	—	—	○	○	—	—	

※提供リード数は、過去実績を基にした想定数であり保証件数ではございません。



「販促会議・ブレーンサミットオンデマンド」協賛メニュー

メニュー	ゴールド	シルバー	動画流用プラン
早期割り	<u>金額はこちらよりお問い合わせください</u>		
定価			
提供リスト	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 160名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 160名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 160名想定
講演時間	30分	30分	30分
収録・編集・納品 自社講演動画 2次利用可	○	—	過去1年間に宣伝会議の イベントでご講演された際の 講演動画を流用 (直前のリアルイベントを含む)

※ 追加リード購入は、1件 1万円(税別)です。

※ AdverTimes.(アドタイ)掲載 セミナレポートは、オプション50万円(税別)です。

※ 想定人数に達しなかった場合は、原則同イベントの他テーマ講演枠の申込者リストを提供いたします。

🌟 宣伝会議セミナールーム(広報会議サミット会場)

講演イベント 参加者100名以上の講演会を開催



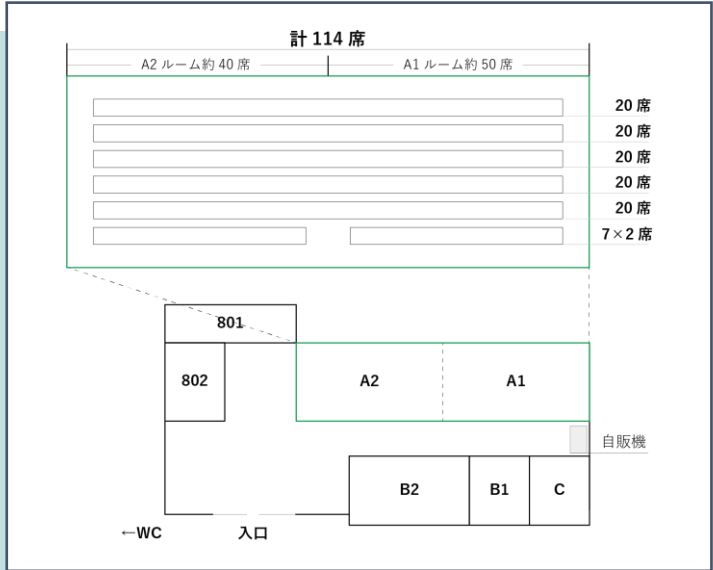
交流会 座席を排除しフリーなイベントも可能



最大収容数150名以上 A1.A2ルームは連結可能



会場図面





「広報会議サミット」タイムテーブル

	宣伝会議セミナールーム①	宣伝会議セミナールーム②
9:50-10:00	オープニング	
10:00-10:40	【A1a】Keynote	【B1a】Keynote(中継)
10:45-11:15	(10:45~11:15) 【A1b】ゴールドスポンサー	(10:50~11:20) 【B1b】ゴールドスポンサー
11:15-11:30	休憩 (15分)	
11:30-12:00	(11:20~11:50) 【A2】シルバースポンサー	(11:25~11:55) 【B2】シルバースポンサー
12:00-13:00	休憩 (60分)	
13:00-13:40	(13:00~13:40) 【A3a】主催枠	(13:05~13:45) 【B3a】主催枠
13:45-14:15	(13:45~14:15) 【A3b】ゴールドスポンサー	(13:50~14:20) 【B3b】ゴールドスポンサー
14:15-14:30	休憩 (15分)	
14:25-15:15	(14:25~14:45) 【A4a】主催枠	(14:30~14:50) 【B4a】主催枠
	(14:55~15:05) 【A4b】10分プレ①	(15:00~15:10) 【B4b】10分プレ①
	(15:05~15:15) 【A4c】10分プレ①	(15:10~15:20) 【B4c】10分プレ②
15:15-15:35	休憩 (15分)	
15:35-16:15	(15:35~16:15) 【A5a】主催枠	(15:40~16:20) 【B5a】主催枠
16:15-16:45	(16:15~16:45) 【B5b】ゴールドスポンサー	(16:20~16:50) 【B5b】ゴールドスポンサー
16:45-17:00	休憩 (15分)	
17:00-18:00	ネットワーキングパーティー(17:00-18:00)※完全招待制	

※テーマ・タイムテーブルは変更になる場合があります。
詳細や空き枠などお気軽にお問い合わせください。



「広報会議サミット」タイムテーブル

★【特典】講演内容は月刊誌にてレポート1ページ掲載

メニュー	ゴールド ★	シルバー ★	10分プレ ★	パーティ参加	スペシャル	
早期割り 開催3か月前	金額はこちらよりお問い合わせください					
定価						
内容	「主催者枠」 セット講演 ネットワーキング パーティー参加2名	単独講演 ネットワーキング パーティー参加2名	「主催者枠」 セット講演（10分） ネットワーキング パーティー参加者1名	ネット ワーキング パーティー 招待枠1名 ※10社限定	サックス パーティー 招待枠1名 ※協賛必須 1枠限定	来場者全体配布物提供 + 登壇者名刺交換 ※1社限定
提供リード	貴社講演枠 申込者リスト 200 名想定	貴社講演枠 申込者リスト 120 名想定	貴社講演枠 申込者リスト 120 名想定	—	総申込者リスト 400 名想定 + 講演者名刺交換	
講演来場目標	80 名	50 名	50 名	—	—	
講演時間	30 分	30 分	10 分	—	—	

※提供リード数は、過去実績を基にした想定数であり保証件数ではございません。



「広報会議サミットオンデマンド」協賛メニュー

メニュー	ゴールド	シルバー	動画流用プラン
早期割り	<u>金額はこちらよりお問い合わせください</u>		
定価			
提供リスト	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 160名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 160名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 160名想定
講演時間	30分	30分	30分
収録・編集・納品 自社講演動画 2次利用可	○	—	過去1年間に宣伝会議の イベントでご講演された際の 講演動画を流用 (直前のリアルイベントを含む)

※ 追加リード購入は、1件 1万円(税別)です。

※ AdverTimes.(アドタイ)掲載 セミナレポートは、オプション50万円(税別)です。

※ 想定人数に達しなかった場合は、原則同イベントの他テーマ講演枠の申込者リストを提供いたします。



「サンクスパーティー」概要

12月には月刊誌の取材先や基調講演の登壇者を集め、完全招待制のサンクスパーティーを開催。イベント協賛社限定で参加枠をご購入いただけます。

早期割引(9/30まで)

参加費 **25万円**

宣伝+販促サンクスパーティー	ブレーンサンクスパーティー	広報会議サンクスパーティー
----------------	---------------	---------------

開催形態	完全招待制 / リアル開催
想定申込人数	事業会社100名程度 / 広告関連会社50社
会場	外部大型イベント会場
来場対象	・事業会社の宣伝、販促、広報、マーケティング責任者 ・企画担当者



【タイムテーブル】

サンクスパーティー	
16:30	開場 (ウェルカムドリンク)
17:00~19:00	サンクスパーティー(ネットワーキング) ★宣伝会議&パーティースポンサー挨拶 ★月刊『宣伝会議』『販促会議』など月刊誌への広告出稿企業のご紹介 ★パーティースポンサー提供によるレクリエーション

カンファレンス

テーマ特化型の中規模イベント

「カンファレンス」イベント概要

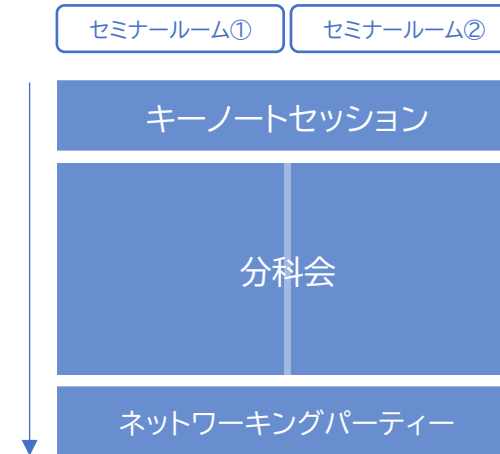
◆ 「カンファレンス」とは

特定の分野について専門家や実務家が登壇し、手法やケーススタディ、最新動向までの共有とネットワーキングを目的とした会議です。具体的な解決策やアイデアを展開するため、参加者は情報収集してすぐに実行に移すことができます。

→「知識共有」の場で、情報の幅広さと交流の機会を提供。

◆ 開催概要

目的	知識・技術の共有、アイデアの披露を通して、学習と交流を促す
特徴	広範な情報を網羅し、技術・戦略・トレンドを幅広くカバー
イベント一覧	・デジタルマーケティング（5月、2月） ・コーポレートブランディング（7月） ・AI（7月） ・BtoB営業（8月） ・リテールメディア（9月） ・インバウンド（1月）
想定申込人数	総申込：200名 / 総来場：100名
リアル会場	宣伝会議セミナールーム



キーノート



分科会



ネットワーキング



「カンファレンス」タイムテーブル

	宣伝会議セミナールーム①	宣伝会議セミナールーム②
9:50-10:00	オープニング	
10:00-10:40	【A1a】Keynote	【B1a】Keynote(中継)
10:45-11:15	(10:45~11:15) 【A1b】ゴールドスポンサー	(10:50~11:20) 【B1b】ゴールドスポンサー
11:15-11:30	休憩 (15分)	
11:30-12:00	(11:20~11:50) 【A2】シルバースポンサー	(11:25~11:55) 【B2】シルバースポンサー
12:00-13:00	休憩 (60分)	
13:00-13:40	(13:00~13:40) 【A3a】主催枠	(13:05~13:45) 【B3a】主催枠
13:45-14:15	(13:45~14:15) 【A3b】ゴールドスポンサー	(13:50~14:20) 【B3b】ゴールドスポンサー
14:15-14:30	休憩 (15分)	
14:25-15:15	(14:25~14:45) 【A4a】主催枠	(14:30~14:50) 【B4a】主催枠
	(14:55~15:05) 【A4b】10分プレ①	(15:00~15:10) 【B4b】10分プレ①
	(15:05~15:15) 【A4c】10分プレ①	(15:10~15:20) 【B4c】10分プレ②
15:15-15:35	休憩 (15分)	
15:35-16:15	(15:35~16:15) 【A5a】主催枠	(15:40~16:20) 【B5a】主催枠
16:15-16:45	(16:15~16:45) 【B5b】ゴールドスポンサー	(16:20~16:50) 【B5b】ゴールドスポンサー
16:45-17:00	休憩 (15分)	
17:00-18:00	ネットワーキングパーティー(17:00-18:00)※完全招待制	

詳細や空き枠などお気軽にお問い合わせください。



「カンファレンス」協賛メニュー

メニュー	ゴールド	シルバー	10分プレ	パーティ参加	スペシャル	
早期割り 開催3か月前	金額はこちらよりお問い合わせください					
定価						
内容	「主催者枠」 セット講演 ネットワーキング パーティー参加2名	単独講演 ネットワーキング パーティー参加2名	「主催者枠」 セット講演（10分） ネットワーキング パーティー参加者1名	ネット ワーキング パーティー 招待枠1名 ※10社限定	サックス パーティー 招待枠1名 ※協賛必須 1枠限定	来場者全体配布物提供 + 登壇者名刺交換 ※1社限定
提供リード	貴社講演枠 申込者リスト 200 名想定	貴社講演枠 申込者リスト 120 名想定	貴社講演枠 申込者リスト 120 名想定	—	総申込者リスト 400 名想定 + 講演者名刺交換	
講演来場目標	80 名	50 名	50 名	—	—	
講演時間	30 分	30 分	10 分	—	—	

※提供リード数は、過去実績を基にした想定数であり保証件数ではございません。



「カンファレンス オンデマンド」協賛メニュー

メニュー	ゴールド	シルバー	動画流用プラン
早期割り	<u>金額はこちらよりお問い合わせください</u>		
定価			
提供リスト	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 120名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 120名想定	貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 120名想定
講演時間	30分	30分	30分
収録・編集・納品 自社講演動画 2次利用可	○	—	過去1年間に宣伝会議の イベントでご講演された際の 講演動画を流用 (直前のリアルイベントを含む)

※ 追加リード購入は、1件 1万円(税別)です。

※ AdverTimes.(アドタイ)掲載 セミナレポートは、オプション50万円(税別)です。

※ 想定人数に達しなかった場合は、原則同イベントの他テーマ講演枠の申込者リストを提供いたします。

その他イベント 協賛プラン



リードジェネレーションパートナー企画

リードジェネレーションパートナー企画は、1年を通じて宣伝会議イベントを活用しリード創出可能なプランです。複数回のイベントに登壇される場合、お得に協賛いただくことが可能です。

メニュー	プラチナ	サミット	スペシャル
早期割り 開催3か月前	金額はこちらよりお問い合わせください		
定価			
登壇可能 イベント	「KAIGI GROUP フォーラム」 「アドタイ・フォーラム」 「宣伝会議サミット」 「販促会議サミット」 「広報会議サミット」 「ブレインサミット」	「宣伝会議サミット」 「販促会議サミット」 「広報会議サミット」 「ブレインサミット」	「KAIGI GROUP フォーラム」 「アドタイ・フォーラム」 「サミット」1つ
提供リード	1,200名 (各回講演枠申込者リスト：200件想定)	800名 (各回講演枠申込者リスト：200件想定)	600名 (各回講演枠申込者リスト：200件想定)
講演来場目標	計 600名	計 400名	計 300名
サンクス パーティー参加	2名	1名	1名

※提供リード数に達した場合、追加でご発注が必要になります
各回の想定人数に達しなかった場合は、同イベントの申込者リストから不足分を選択いただき提供いたします

参考資料

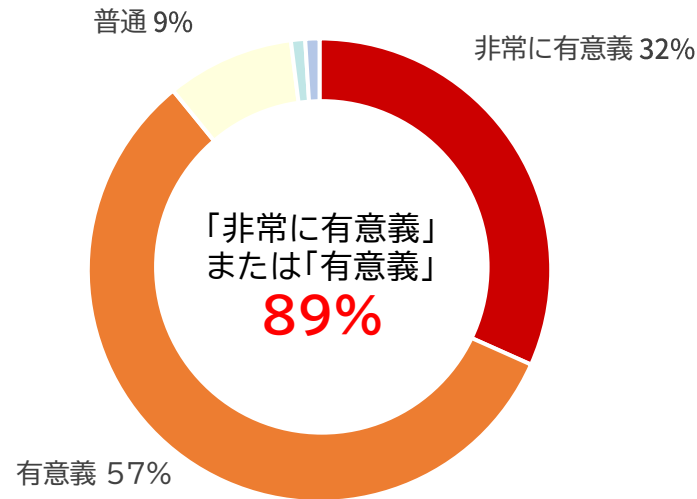


来場者アンケート結果(「宣伝会議サミット2024(冬)」)

イベント満足度

総来場 939社、1,500名

パーティー参加 154名 (うち広告主91名)



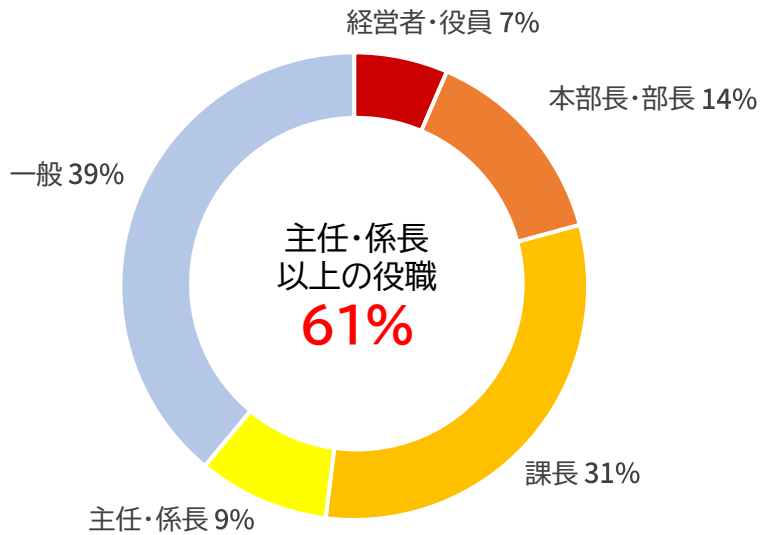
【感想(一部抜粋)】

- ・企業広報・マーケティングの最新トレンド動向を学ぶことができた。
- ・とても身になる講演ばかりだった。
- ・登壇者との名刺交換が大変有意義だった。
- ・今回初めて参加させていただきました。様々な企業様がどのようにしてブランディングを行ったり、顧客に対するアプローチをしているかを知り、自分たちの足りない部分が明確になりました。
- ・参加したことで得られた知識、人脈などが多数あり有意義だった。
- ・新たな知識を得ることができた。
- ・懇親会も含めて多くの収穫があり、参加できてとてもよかったです。
- ・講演内容の良いものが多かった。
- ・交流会が有効でした。メーカーの参加が増えると、サービス活用での事例等伺えるので良いと思いました。メーカーだけの交流会なども検討いただけるとありがたいです。
- ・これからも意欲的に続けて欲しい。
- ・マーケティング知識が増えた。
- ・来場者に熱気を感じる。このまま上手く育てて欲しい。



ネットワーキングパーティー参加者属性(「宣伝会議サミット2024(冬)」同時開催)

参加者の役職クラス



アース製薬	チャンネル戦略本部	テレビ東京	マーケティング局
アクシス	事業企画部	電通	CXクリエイティブセンター
イオンフィナンシャルサービス	イノベーション部メディア広告G	ドトールコーヒー	営業企画部
イオンフィナンシャルサービス	メディア広告グループ	TRUNK	マーケティング部/社長室
イオンフィナンシャルサービス	メディア広告G	西川	デジタル戦略部 デジタル戦略担当
ウテナ	マーケティング部	日本電気	ピープル&カルチャー部門
エイチ・ツー・オー リテイリング	経営企画室	日本貿易振興機構	広報課
エイブルホールディングス	広報室	農心ジャパン	マーケティング部
SBI証券	デジタル営業部	パーソナルキャリア	マネジメント部
SBI生命保険	マーケティング部	パーソナルダイバース	コーポレート本部
遠州鉄道	営業推進課	阪急阪神百貨店	新規ビジネス開発推進部
オズ・インターナショナル	顧客マーケティング部	阪急阪神百貨店	新規ビジネス開発推進部
小田急電鉄	営業戦略部	阪急阪神百貨店	婦人ファッション営業統括部
小田急電鉄	営業戦略部	バンダイナムコホールディングス	コーポレートコミュニケーション室
オハヨー乳業	ロイテロユニット	日立グローバルライフソリューションズ	コミュニケーションデザイン部
花王	DX戦略部門	日立グローバルライフソリューションズ	コミュニケーションデザイン部
カシオ計算	デジタルイノベーション本部	日立グローバルライフソリューションズ	コミュニケーションデザイン部
カンロ	マーケティング統括部	日立グローバルライフソリューションズ	マーケティング本部
KEAN Health	マーケティング本部	弁護士法人 平松剛法律事務所	マーケティング部
キャノンITソリューションズ	コーポレートマーケティング部	弁護士法人 平松剛法律事務所	マーケティング部
キャノンマーケティングジャパン	ブランドコミュニケーション本部	ファミリーマート	マーケティング本部
ゴールドウイン	システム部	ファンデリー	マーケティング事業部
ゴンチャジャパン	マーケティング本部	ポーラ	顧客戦略部
ゴンチャジャパン	マーケティング本部	Matsuya Ginza.com	マーケティング
サンコー	広報部	三井住友銀行	リテールIT戦略
医療法人社団十二会	GCブランド事業部	三井不動産ホテルマネジメント	セールスマーケティング
医療法人社団十二会	GCブランド事業部	三菱自動車工業	電子システム開発部
J. フロントリテイリング	グループデジタル統括部	ヤマハ	ブランド戦略本部
ジョンソンコントロールズ	広報室	ヤマハ	コーポレートマーケティング部
ジョンソンコントロールズ	NEAコミュニケーション	ヤマハ	コーポレートマーケティング部
SUBARU	国内営業本部	楽天モバイル	マーケティング企画本部
ソニー生命保険	横浜第4支社	楽天モバイル	マーケティング企画本部
ソフトバンク	グローバルデジタルマーケティング部	楽天モバイル	マーケティング企画本部
損害保険ジャパン	マーケティング部	楽天モバイル	ビジネスインキュベーション部
ダイキン工業	空調営業本部	ライオン	エクスペリエンスデザイン
CHINTAI	プランニング事業部グループ	ライフネット	マーケティング部
CHINTAI	プランニング事業部グループ	リクルート	プロダクト統括本部
TE Connectivity Japan	コーポレートマーケティング	ローソン	商品サービス部

「オンデマンド」イベント概要

◆ 「オンデマンド」とは

「オンデマンド」では弊社で制作したWEBサイトに貴社の講演動画とサービス資料を掲載し、期間限定で配信します。リアルイベントで人気の基調講演も収録を行いサイトに掲載、リアルでの参加が難しい層にもイベントをリーチします。サイト公開後は宣伝会議ユーザーに向けて、メディアやメルマガ、SNSなどを活用し集客を行います。イベント終了後、申込者の個人情報は弊社で集約し、約2営業日で納品リストとしてご提供いたします。

→「オンデマンド配信」で、時間や場所の制限なく最新情報を共有。



「オンデマンド」Webサイトイメージ

「オンデマンド」では開催期間中、ブラウザ上での掲載動画の視聴と、サービス資料のダウンロードが可能です。
ライブ配信のオンラインセミナーの視聴者数減の傾向があるため、1.5倍速・2倍速での動画視聴へも対応をしています。

講演動画視聴

テーマから
視聴したいコンテンツに
ジャンプ

全講演選択・
テーマ全選択も可能

閲覧したい講演・資料を
選択して申込

情報入力後、マイページ
より視聴可能に

トップページ



講演動画を視聴する

テーマ一覧

メディア活用	SNS活用	AI×マーケティング	営業戦略
テレビメディア	データ活用	リテールメディア	顧客理解

興味のある講演にチェックを入れてお申込みください。
お申し込み後、マイページより動画をご視聴いただけます。

全講演選択

「テーマが入ります」を全て選択

A1 <input type="checkbox"/>	A2 <input type="checkbox"/>	A3 <input type="checkbox"/>	A4 <input type="checkbox"/>
セミナータイトル 株式会社〇〇 講師: 〇〇 氏	セミナータイトル 株式会社×× 講師: 〇〇 氏	セミナータイトル 株式会社△△ 講師: 〇〇 氏	セミナータイトル 株式会社□□ 講師: 〇〇 氏
セミナー詳細を見る	セミナー詳細を見る	セミナー詳細を見る	セミナー詳細を見る

資料ダウンロード

サービス資料/ 媒体資料ダウンロード

テーマ一覧

メディア活用	SNS活用	AI×マーケティング	営業戦略
テレビメディア	データ活用	リテールメディア	顧客理解

お申し込み後、マーケティングに役立つ資料を
マイページよりダウンロードいただけます

全講演選択

「テーマが入ります」を全て選択

F1 <input type="checkbox"/>	F2 <input type="checkbox"/>	F3 <input type="checkbox"/>
基本的なプレゼンテーション スライドタイトル・スライドタイトル・スライドタイトル 株式会社〇〇	基本的なプレゼンテーション スライドタイトル・スライドタイトル・スライドタイトル 株式会社××	基本的なプレゼンテーション スライドタイトル・スライドタイトル・スライドタイトル 株式会社△△

「オンデマンド」マイページから動画視聴までの流れ

開催期間中、申込者はマイページより申し込んだ動画の視聴と資料のダウンロードが可能になります。
講演動画の準備期間もTOPページ上に掲載、申込が可能のため、早期に講演概要を公開し申込獲得を狙うことを推奨しています。

講演動画視聴

資料ダウンロード

トップページから
マイページに移動

マイページにて
申し込んだ講演一覧を
確認することができる

サービス資料を
ダウンロード

トップページ



Marketing & Creativity 宣伝会議

ようこそ様 ログアウト

宣伝会議マーケティングサミットONLINE 2025
マイページ

■ お申し込み済のセミナー一覧

A テーマ	講演タイトル	セミナーを視聴する >
B テーマ	講演タイトル	セミナーを視聴する >
C テーマ	講演タイトル	セミナーを視聴する >
D テーマ	資料タイトル	資料をダウンロードする
E テーマ	資料タイトル	

リンクより視聴ページへ

講演タイトル

11月20日(水)10:00~

視聴後は、画面下の アンケート へのご協力をお願いいたします

SUMMIT ONLINE
SUMMIT SUMMER 2024.6.24-28/7.1
Day4 6.27 THU
B2Bダイナミズムの鍵「クルート」に効く
B2Bコミュニケーション最前線!

B2Bダイナミズムの鍵:
リクルートに効くB2Bコミュニケーション最前線!
株式会社ADKマーケティング/ソリューションズ
マーケティングインテリジェンス本部 第3ラッシュニング局 第2グループ長
木村 加寿 氏

1 10:00~10:30
生成AI活用でさらなる顧客満足度向上を目指す ヘネッセのWebサイト運用改善
■株式会社ヘネッセホールディングス
専務執行役員 CDIX 兼 Digital Innovation Partners本部長 兼 Operational Transformation本部長
榎本 英知 氏
アンケートに回答する

2 10:35~11:05
お客様を惹きつけるウェブ戦略とは？コンテンツとSEOの視点による改善のポイント
■リードフラス株式会社
アカウントサポート部 エクスペリエンスサポートグループ マネージャー
関野 隆史 氏
アンケートに回答する

動画下部に
アンケートを設置

講演資料の
ダウンロードも可能



提供リードの納品リスト

納品までの流れ

イベント開催後、約2営業日で納品完了！

参加者情報を集約

納品リストを整理

エクセルをメールにて送付

納品リストイメージ

	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	会社名	部署名	役職	姓	名	郵便番号	都道府県	住所1	住所2
2	△△△商事株式会社	DX事業部		佐藤	○太	542-0066	大阪府	大阪府中央区○○	1-2-3
3	株式会社☆☆☆☆	マーケティング部	部長	鈴木	○○子	107-0052	東京都	港区赤坂	4-5
4	○○○ホールディ	広報部	主任	高橋	○也	104-0061	東京都	中央区銀座	6 ○○ビル
5	株式会社◇◇◇◇	営業部	マネージャー	田中	○美	233-0001	神奈川県	横浜市港南区○○	7-8
6	▽▽▽建設株式会	営業推進部		渡辺	○○人	106-0032	東京都	港区六本木	9-10 ○○ビル

N	O	P	Q	R	S	T	U	V
電話番号	FAX	E-MAIL	業種	業態	職種	役職	売上高	業務における立
045-000-0000		sato@sample.co.j	BtoB (法人向け)	一般企業 商社	情報システム	一般社員クラス	5001億~9999億円	決裁権者の下、
03-0000-0000	03-0000-0000	suzuki@sample.c	BtoC(生活者向け)	メディア テレビ (マーケティング)		本部長・部長クラ	101億~500億円	決裁権を持ち、
090-0000-0000		takahashi@sampl	BtoB (法人向け)	一般企業 電機・精	広報・IR	主任・係長クラス	51億~100億円	担当者として、
080-0000-0000		tanaka@sample.c	BtoB (法人向け)	一般企業 情報・通	その他	課長クラス	10億円未満	決裁権者の下、
03-0000-0000	03-0000-0000	watanabe@sampl	その他	広告・マーケティ	マーケティング	一般社員クラス	101億~500億円	決裁権者の下、

⋮



名刺情報に加え、担当施策や時期など発注に関する情報が入手可能

◆ 宣伝会議イベント登壇で得ることができるリード情報

通常の名刺情報	+ 担当施策や発注意向がわかる情報
氏名	<p>担当施策</p> <p>テレビCM，キャンペーン企画実行，メディアプランニング，PRリテナー，マーケティングリサーチ，コーポレートブランディング，SNSアカウント運用，ネット広告運用，Webサイト制作／リニューアル，動画制作，資料制作，ダイレクトマーケティング／DM，インサイドセールス，MA／SFA／CRM，メールマーケティング，カスタマーサクセス，イベントプロモーション，展示会／ウェビナー，EC，アプリ，DX（デジタルトランスフォーメーション），位置情報／OMO，データ分析／BI，クリエイティブ／デザイン／広告制作，コンテンツマーケティング，ファンマーケティング，販促物制作</p>
会社名	<p>担当施策の中で特に課題に感じている施策（1つ）</p> <p>上記から1つ選択</p>
部署名	<p>発注先を探している場合の選定タイミング</p> <p>1ヶ月以内，3ヶ月以内，6ヶ月以内，1年以内，1年以上先，未定</p>
役職	<p>予算金額感</p> <p>2001万円-，1001-2000万円，501-1000万円，201-500万円，101-200万円，51-100万円，11-50万円，-10万円</p>
役職クラス	<p>予算消化がある場合の実施時期</p> <p>有（4-12月），予算消化は実施しない</p>
電話番号	<p>立場</p> <p>決裁権を持っている 決裁権はないが、発注先or採用について提言する立場にいる</p>
FAX番号	<p>発注先を探している場合の現状やお困りごと</p> <p>自由記述</p>
E-MAIL	
郵便番号	
住所	
業種	
業態	
売上高	



KAIGI GROUP

Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

株式会社宣伝会議

〒107-8550東京都港区南青山3-11-13 新青山東急ビル9階

Mail : houjin@sendenkaigi.com