

# IP business カンファレンス2025 協賛概要資料

2025年6月27日(金)@表参道(宣伝会議セミナールーム)

# 宣伝会議 事業領域とネットワーク

大手企業に所属するマーケティング/宣伝/広報部門に所属するビジネスパーソンに向けて、

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出版社です

1. 月刊『宣伝会議』『広報会議』『販促会議』『ブレン』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

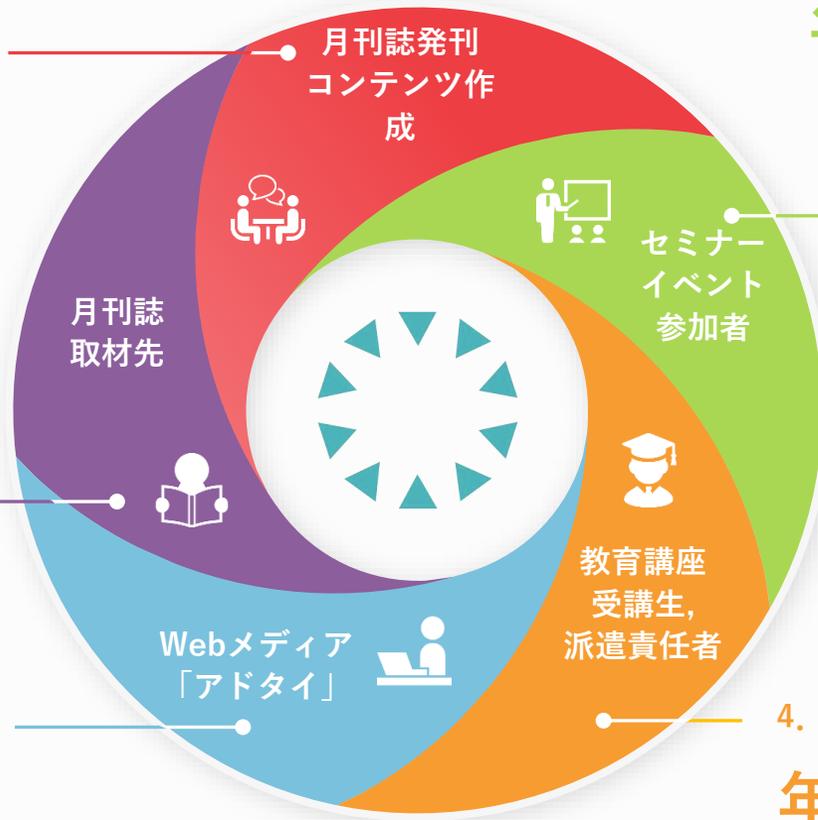
## 年間 1,000名以上

### Aduer Times 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

# 宣伝会議 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ユーザー(広告主)とベンダー(広告業)のマッチングを支援



## ◆ 宣伝会議主催イベント協賛の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。

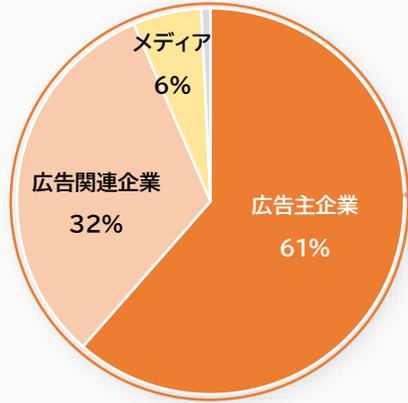


# 宣伝会議主催イベントの集客対象の特徴

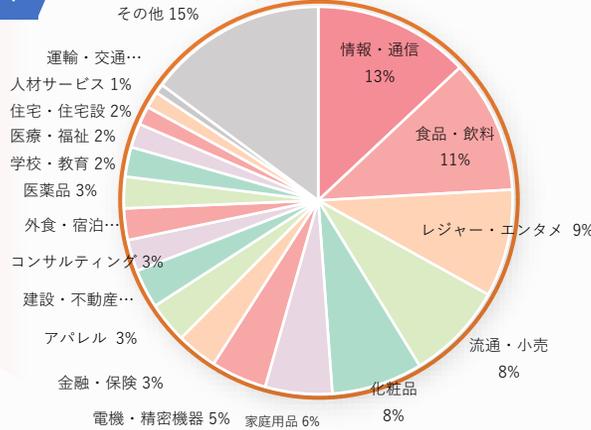
---

# 宣伝会議で獲得できるリードは大手事業会社(広告主)が中心

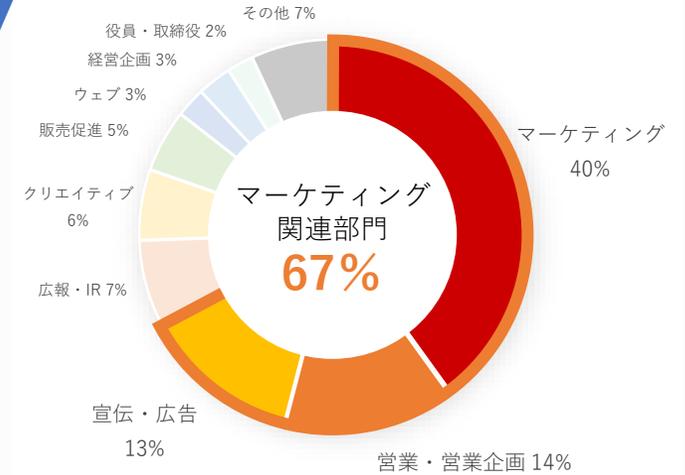
## 業種



## 広告主内訳



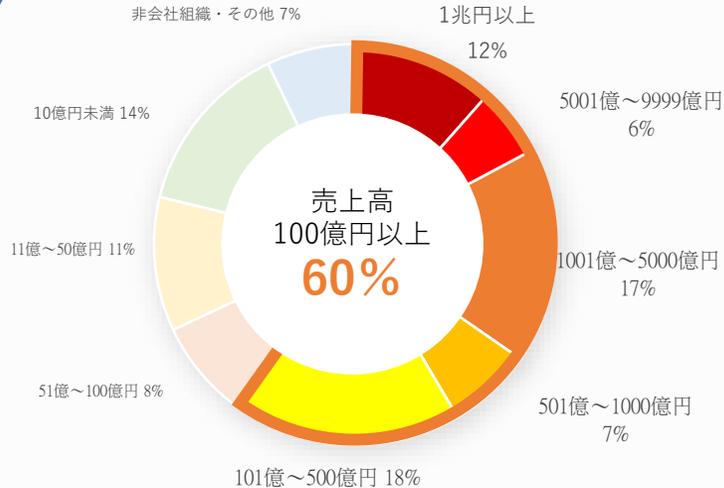
## 部署



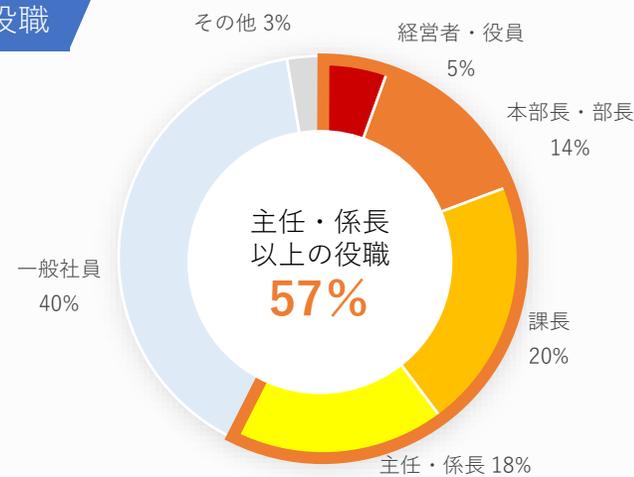
① 広告主企業中心

② マーケティング関連部門に特化

## 売上高



## 役職



③ 大手/エンタープライズ 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**

# リード獲得は、One to Many → One to Few → One to One へ

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、**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

薄い

関係密度

濃い

オンラインで  
大量のリード獲得



ウェビナー配信による  
申込者リード獲得

大型イベントで  
講演



宣伝会議サミット  
(リアル)

カンファレンスルームで  
中規模イベント



コーポレートブランディング  
カンファレンス

ネットワーキングで  
名刺交換



イヤーエンドサンクス  
パーティー

コミュニティ企画で  
濃い繋がり創りを



ブランドマネージャー  
コミュニティ

クローズドな  
自社イベント招待



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

# 出展企業様の声 (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**

# 出展企業様の声

リアルイベントならではの**ネットワーキングパーティーでの名刺交換、集客力、フォロー体制**に満足いただいています  
講演テーマ提案により、初出展企業様からも満足いただいているため、**打ち出し方についてもお気軽にご相談ください**

## 【ご出展の感想】

- ・ **名刺交換会も盛況**で充実したイベントでした。
- ・ イベントの導線確保や設備の準備、**フォローが適切**であったため滞りなく講演ができ良かった。
- ・ 全体的に賑わっていたのでリアル会場もいいなと思いました。
- ・ いろんな企業からの参加者で賑わっており、**魅力的なセミナー**が多数用意されているなど、充実した内容のイベントでした。
- ・ 準備から当日まで、**全体としてのスムーズな運営**はさすが宣伝会議さんだと感じました。
- ・ 会場や運営、コンテンツともに非常に**クオリティの高さ**を感じました。
- ・ 色々な業界やテーマのセッションがあり良かったと思います。
- ・ **集客がよく**、多くの方への講演ができ登壇者へのモチベーションになった。
- ・ 参加企業の業種業態・会社規模が**自社のターゲットとマッチしており**出展してよかった。
- ・ 参加者数、リストの内容、アンケート回答、会場のクオリティ、にぎやかさなど**満足度が高い**です。
- ・ 初めてでしたが、色々サポートを頂きながら、大きなトラブルもなく無事開催できました。
- ・ これまで**関係性が薄かった広告主様と名刺交換**することができた。
- ・ 広告会社・広告主含めいろいろな企業様の参加があったことが良かった。
- ・ こういったイベントへの参加は**今までは実施していませんでしたが、今回実施し肌感はずかめた**と感じております。
- ・ 大変多くの方にセミナーをご聴講いただき、良い反応もいただけて良かった。
- ・ **企業との新たな接点**を、当初想定していた数だけ作ることができたと感じている。
- ・ 期待に近い成果を得られた。**集客時に講演タイトル修正の提案をもらうなどの対応もありがたかった。**
- ・ 講演参加やフォローアップとしての名簿リストなどリードの数自体は一定獲得出来た。
- ・ **ネットワーキングパーティーについては多くの方とお話ができよかったです。**

# IP Business カンファレンス2025 ご提案プラン

2025年6月27日(金)@表参道(宣伝会議セミナールーム)

# 「IP business カンファレンス2025」 概要

## IPは「所有」から「社会と価値を共創する時代」へ 2025年は活用の意思と方法が問われる

テクノロジーの進展と制度の後押しにより、いまIPは“所有するもの”から“価値を共創する起点”へと変わりつつあります。

経済産業省が2023年に発表した「IPトランスフォーメーション」やIP関連投資の拡大が進む中、企業はIPを通じて、社会・顧客との関係性や体験そのものを再設計する局面に入っているのではないのでしょうか。

「IP Business カンファレンス」は、複雑化する「自社・他社が持つIPをどう活かすか」のビジネスを考える  
 広告主企業、広告関連会社、IPホルダーを対象に共に次の価値をつくるための場として開催いたします。  
 活用の意思と方法が問われる2025年、ここに集まるすべての企業にとって、次の成長への起点となることを目指します。

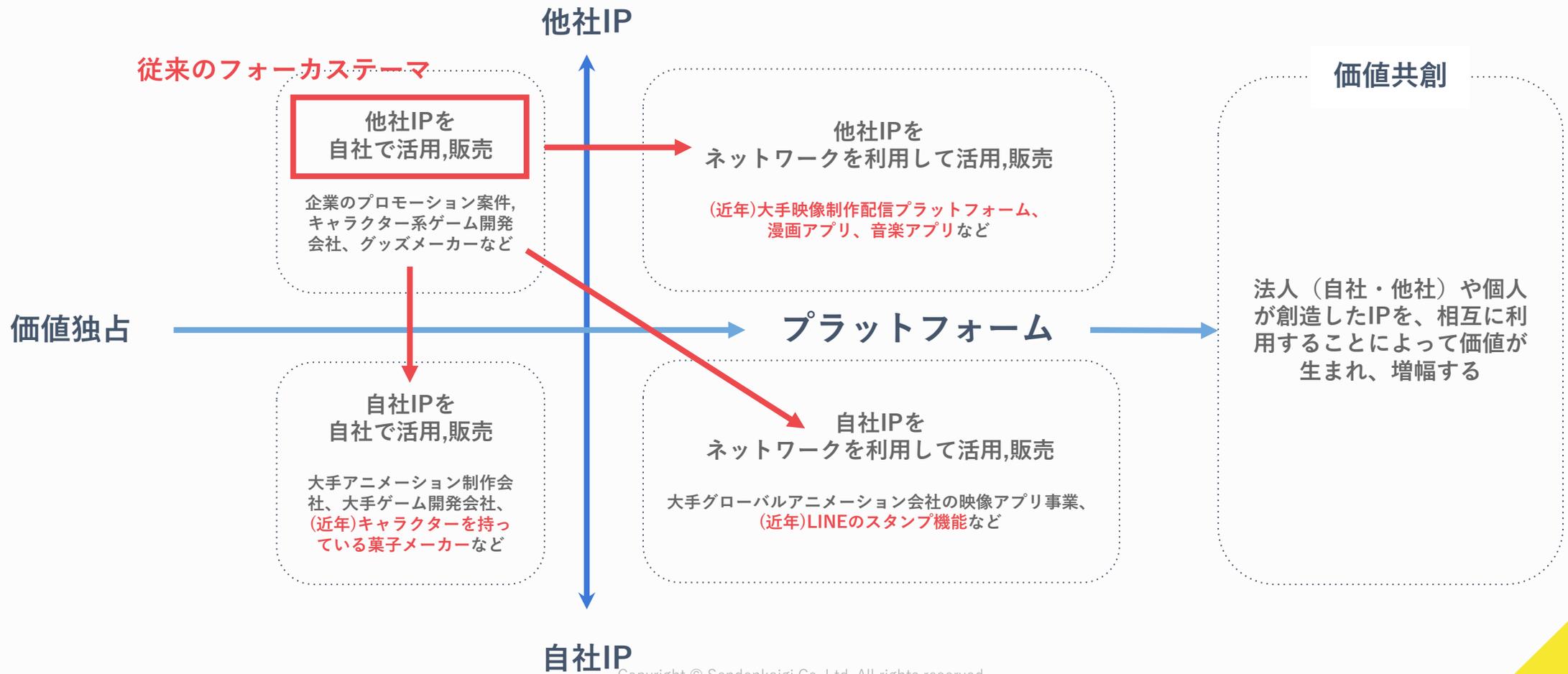
## イベント開催概要

リアル開催 日程	2025年6月27日(金) 13:00-17:10	リアル会場	宣伝会議セミナールーム
主催	株式会社宣伝会議	想定集客規模	申込：120名 / 来場：60名
参加対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業会社のマーケティング・宣伝・販売促進・広報部門、IP関連部門、事業部門、営業部門、ブランド戦略・経営企画・新規事業開発部門など</li> <li>・ 広告会社、制作会社、ライセンス関連会社、メディア、プラットフォーム提供企業など</li> </ul>		

# 「IP business カンファレンス2025」 フォーカステーマ

## IPビジネスの進化

「IP Business カンファレンス2025」では、従来からあるマーケティング・プロモーション領域での「他社IPの活用」に加えて、「自社IP事業の成長」や「プラットフォームを利用したIP活用」まで含めた「IP Business」の価値共創の可能性をテーマに実施します





# 「IP」をテーマにした特集やイベント講演事例

「IP」「キャラクター活用」は、月刊誌でも度々特集を実施。従来は大手を中心とした事業会社の「IP利用」をテーマとしてきましたが、近年ではその文脈に加えて「自社IP成長(例:ファン化,物販)」「他社IPコラボ」「エンターテインメント業界との融合(例:映画化)」など「IP」が持つ熱量を利用したビジネスの多角化・複雑化が進んでいることもあり、講演実施の際の申込も非常に多く注目が高まっています

定期的に「IPビジネス」特集を実施  
貴社講演も専門誌編集部がレポート化を支援



「IPビジネス」「エンターテインメント」領域の講演は非常に人気で申込400名超の講演も

E2 12:50~13:20

エンタメ専門エージェンシーが明かす“消費者を動かす”手法を大公開  
～データから導き出すプロモーションを最適化するコンテンツの選び方～



ソコム株式会社 代表取締役 田中 啓志朗 氏



TOKYO GETS 株式会社トキオ・ゲッツ 執行役員 清水 邦一 氏

A4 15:20 ~ 15:50

6月12日(水) 15:20 ~ 15:50

サンリオの顧客マーケティングの実践  
～広告会社(ADK)との新しい共創のカタチ



株式会社サンリオ ブランド管理本部 常務執行役員 柴田 貞規 氏



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 データソリューション局 局長 末本 典子 氏

宣伝会議セミナールーム開催イベント会場には熱量の高い大手事業会社マーケターが参加





# IPビジネスに取り組む 大手企業,アパレル,エンターテインメント業界にリーチ

「IP Business カンファレンス」ではIPビジネスに取り組む、**大手企業やアパレル、エンターテインメント業界へも集客を実施**  
**新規顧客獲得のためのコラボレーション先を探す大手企業に加えて、大手広告会社へのリーチも実現します**

「大手企業」×キャラクターコラボは、  
広告会社含めて常に情報収集されている業界

様々な業種とコラボする「アパレル業界」に特化した教育プログラムも展開



ファンケル×リカちゃん



ゴンチャ×FF14



吉野家×サンリオ



タニタ×ハイキュー!!



サンスター×#推しの子



湖池屋×ストリートファイター

自分の業界は特殊だから、一般的な研修では効果が薄い...と悩んでいる企業のみさまへ

## アパレル業界向け マーケティング&クリエイティブライブラリー

自社の課題にアジャストした  
業種業態別オンデマンド研修で  
全社、部署ごとの課題を解決する

全社や部署で受講  
オンデマンド研修



アパレル・マーケティング講座



アパレル業界のための  
ブランディング講座



アパレル業界のための  
デジタル&EC担当者養成講座



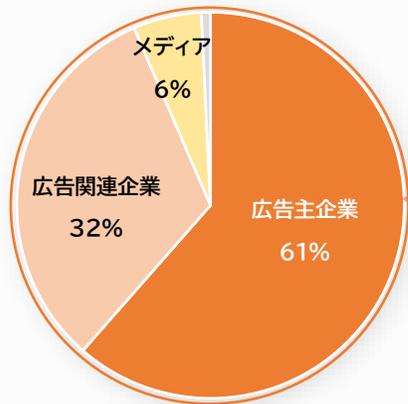
アパレル業界のための  
メールマーケティング研修

コラボ先を探す「エンターテインメント業界」への取材も実施

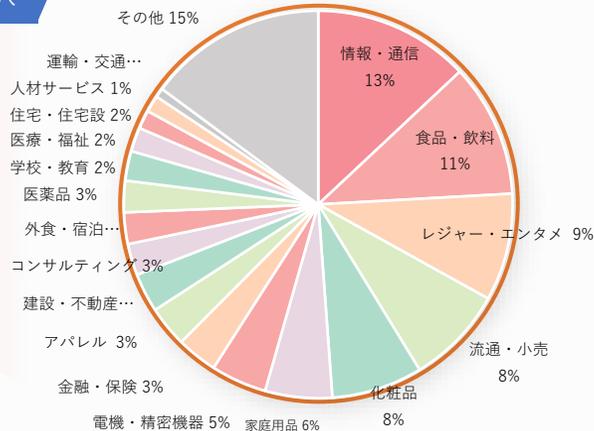


# 宣伝会議主催 イベント申込者属性

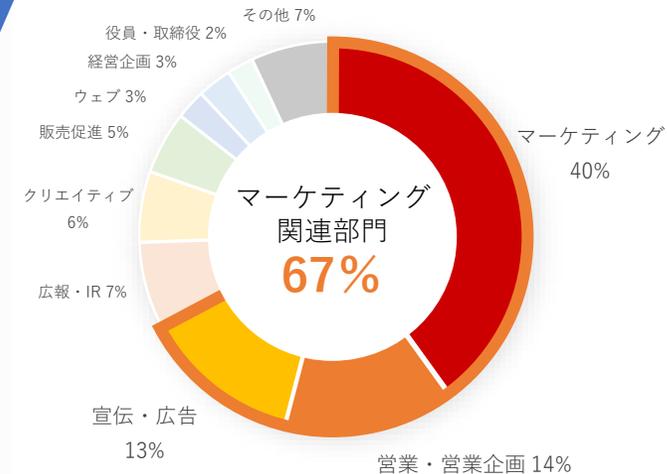
## 業種



## 広告主内訳



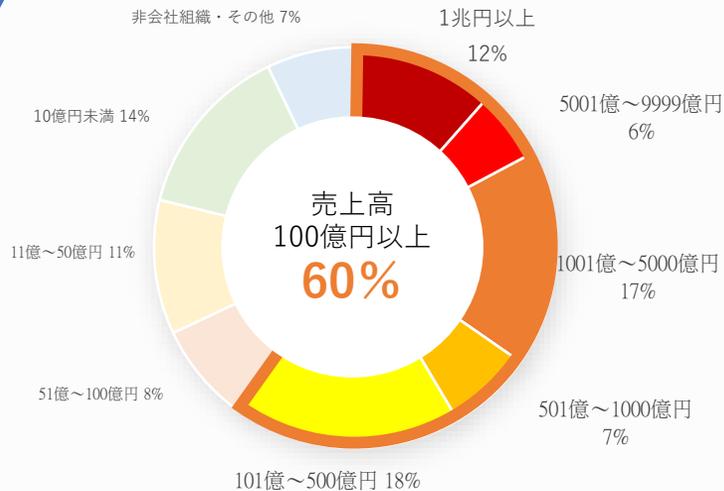
## 部署



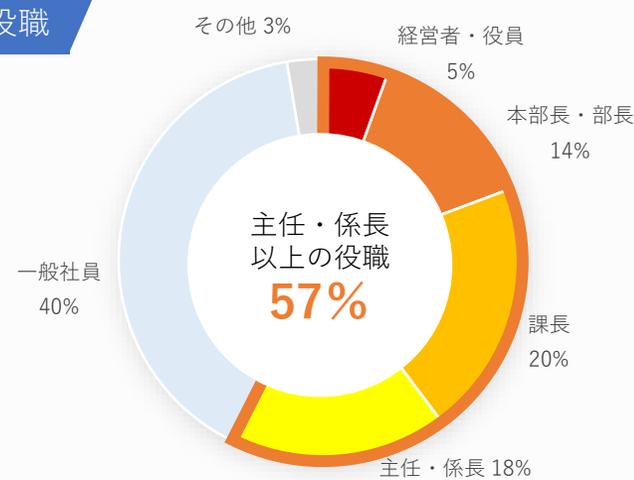
① 広告主企業中心

② マーケティング関連部門に特化

## 売上高



## 役職



③ 大手/エンタープライズ ④ 役職上位者の含有率が高い

# 「IP」「エンターテインメント」テーマの講演申込企業事例 ※一部・個人情報なし

超大手企業のコミュニケーション、マーケティング、企画開発、新規ビジネス開発、若年層向け事業部門などの方から申込いただいています

会社名・団体名	部署名	役職
KDDI 株式会社	コミュニケーションデザイン部	主任・係長クラス
LINE FRIENDS JAPAN 株式会社	マーケティング	本部長・部長クラス
LINEヤフー 株式会社	ローカル統括本部	一般社員クラス
TOHOシネマズ 株式会社	マーケティング部	一般社員クラス
YKK AP 株式会社	商品開発本部 商品情報企画部	本部長・部長クラス
イオンマーケティング 株式会社	コンサルティング部	一般社員クラス
エバラ食品工業 株式会社	マーケティング部販売促進課	一般社員クラス
オハヨー乳業 株式会社	デザート・フローズンユニット	主任・係長クラス
カルチュア・コンビニエンス・クラブ 株式会社	コンテンツクリエイション本部	課長クラス
カンロ 株式会社	マーケティング本部	主任・係長クラス
キヤノンマーケティングジャパン 株式会社	新規ビジネス企画部	一般社員クラス
コンパースジャパン 株式会社	マーケティング部	経営者・役員クラス
サーモス 株式会社	マーケティング部	一般社員クラス
サラヤ 株式会社	CRM部	本部長・部長クラス
シャープ 株式会社	総合デザインセンター	一般社員クラス
スターバックスコーヒージャパン 株式会社	デジタル戦略本部	一般社員クラス
ソニーグループ 株式会社	ブランド戦略部	主任・係長クラス
ソフトバンク 株式会社	デジタルマーケティング部	一般社員クラス
ダイキン工業 株式会社	空調営業本部	一般社員クラス
チューリッヒ保険会社	マーケティング部	課長クラス
デサントジャパン 株式会社	ブランドマーケティング部門	一般社員クラス
ハイアールジャパンセールス 株式会社	マーケティング部	主任・係長クラス
パナソニック 株式会社	キッチン空間事業部	一般社員クラス
パナソニック 株式会社	デザイン本部 戦略統括室	一般社員クラス
ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社	ブランドマネジメント部	主任・係長クラス
ヤマハ 株式会社	電子楽器マーケティング&セールスグループ	主任・係長クラス
ライオン 株式会社	エクスペリエンスデザイン	一般社員クラス
ライオン 株式会社	ホームケア事業部	一般社員クラス
ロート製薬 株式会社	マーケティング&コミュニケーション	一般社員クラス
花王グループカスターマーマーケティング	流通開発部	一般社員クラス
楽天グループ 株式会社	マーケティング部	主任・係長クラス
株式会社 JTB	事業統括部	課長クラス
株式会社 KADOKAWA	児童局	課長クラス

会社名・団体名	部署名	役職
株式会社 LIXIL	プロダクトマーケティング部	本部長・部長クラス
株式会社 NTTドコモ	XR	その他
株式会社 コナミデジタルエンタテインメント	プロモーション企画本部	一般社員クラス
株式会社 ジャパネットホールディングス	セールスクリエイティブ部	一般社員クラス
株式会社 セブン-イレブン・ジャパン	マーケティング戦略部	課長クラス
株式会社 ゼンショーホールディングス	グループMK本部 グループ販促事業室	主任・係長クラス
株式会社 タイトー	アミューズメント統括本部室 販売促進課	一般社員クラス
株式会社 ニチレイフーズ	マーケティング部	課長クラス
株式会社 ニトムズ	企画開発部	課長クラス
株式会社 バスクリン	ブランド企画部	主任・係長クラス
株式会社 パルコ	新規ビジネス開発部	一般社員クラス
株式会社 バンダイ	メディア部	一般社員クラス
株式会社 バンダイナムコアミューズメント	マーケティング部マーケティング課	主任・係長クラス
株式会社 バンダイナムコピクチャーズ	事業部	主任・係長クラス
株式会社 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	課長クラス
株式会社 ベネッセコーポレーション	デジタルマーケティング部	主任・係長クラス
株式会社 ベネッセコーポレーション	中学生営業部	一般社員クラス
株式会社 ポーラ	顧客戦略部	一般社員クラス
株式会社 ユー・エス・ジェイ	マーケティング部	一般社員クラス
株式会社 ロッテ	マーケティング本部	課長クラス
株式会社 小学館集英社プロダクション	マーケティング部	課長クラス
株式会社 明治	戦略推進部	主任・係長クラス
江崎グリコ 株式会社	CR部	一般社員クラス
江崎グリコ 株式会社	栄養菓子・補食事業部	一般社員クラス
小林製薬 株式会社	食品マーケティングG	一般社員クラス
小林製薬 株式会社	通販統括部	主任・係長クラス
森永乳業 株式会社	マーケティングコミュニケーション部	主任・係長クラス
森永乳業 株式会社	冷菓事業部	課長クラス
西川 株式会社	東京オフィス 経営戦略室	主任・係長クラス
大正製薬 株式会社	H&P C広報部H&P C広報課	課長クラス
大正製薬 株式会社	メディア推進部	課長クラス
東芝ライフスタイル 株式会社	ブランドマーケティング	課長クラス
富士フィルム 株式会社	宣伝部	課長クラス

※「エンタメ専門エージェンシーが明かす”消費者を動かす”手法を大公開~データから導き出すプロモーションを最適化するコンテンツの選び方~」申込者463名から一部抜粋



# 納品リストイメージ

## 納品リスト

個人情報を除いたリストをお送りします。納品を希望されるリードを選択してください。 (Sample Data)

E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
会社名	部署名	役職	姓	名	郵便番号	都道府県	住所1	住所2	電話番号
△△△商事株式会	DX事業部		佐藤	○太	542-0066	大阪府	大阪市中央区○○	1-2-3	045-000-0000
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	03-0000-0000
○○○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	090-0000-0000
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	080-0000-0000
▽▽▽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	03-0000-0000

O	P	Q	R	S	T	U	V
FAX	E-MAIL	業種	業態	職種	役職	売上高	業務における立場
	sato@sample.co.jp	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、施
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、最
	takahashi@samp	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、職
	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、施
03-0000-0000	watanabe@samp	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、施

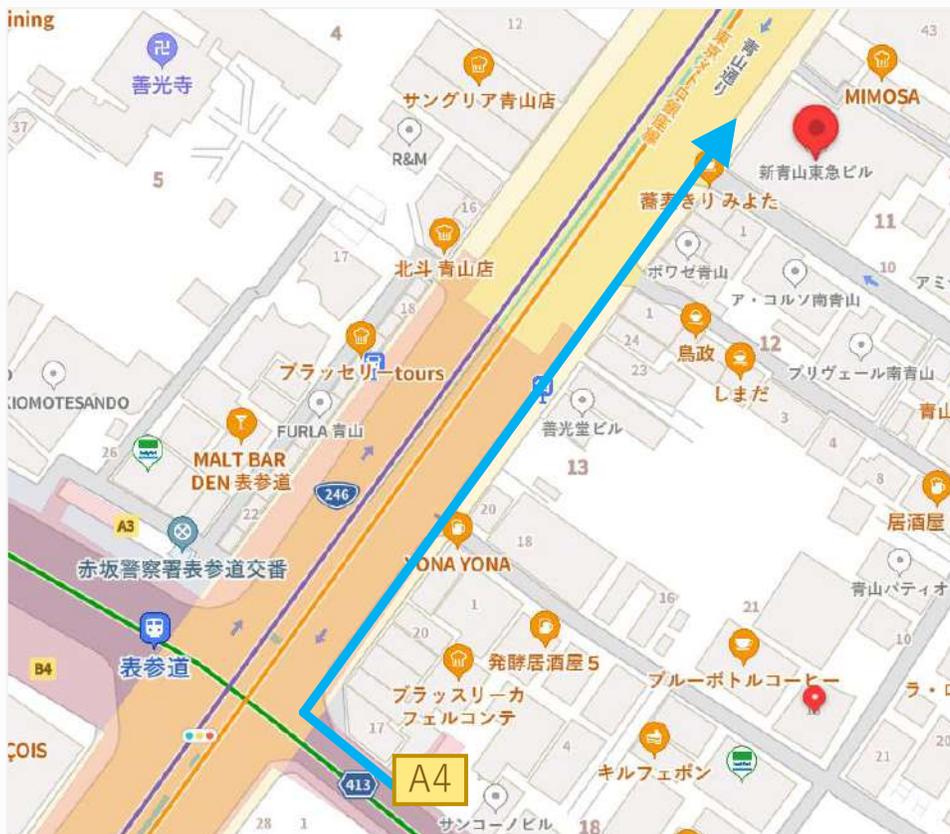
資料請求フォームにて

# 「IP business カンファレンス2025」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>

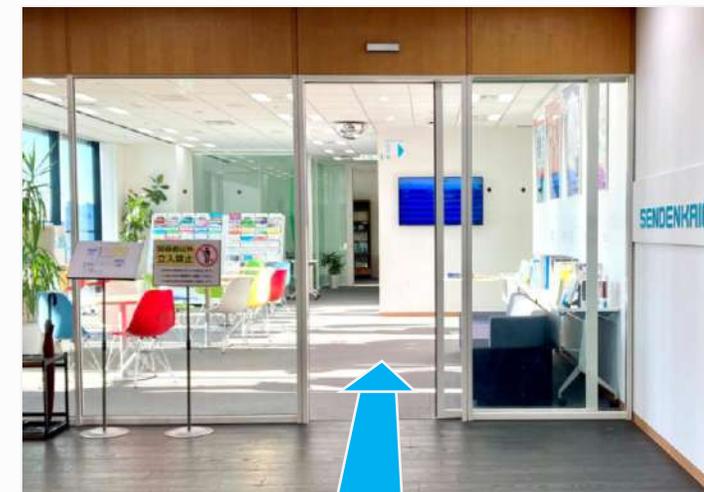


## 最寄り駅



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3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階にお越しく下さい。**  
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。







# 「IP business カンファレンス2025」 タイムテーブル (6月27日(金)開催)

タイムライン	講演会場
13:00~13:30 / 13:35~14:05	【A1】 基調講演
	【A2】 協賛講演 → 仮押さえ
14:20~14:50	【A3】 協賛講演
15:05~15:35 / 15:40~16:10	【A4】 基調講演
	【A5】 協賛講演
16:25~17:10	アフターパーティー ※完全招待制

※2025年3月13日時点

※タイムスケジュールは変更の可能性があります

# 「IP business カンファレンス2025」 協賛メニュー

イベント名称	IP Business カンファレンス
日程	2025年6月27日(金) 13:00-17:10
会場	宣伝会議セミナールーム
想定集客者数	申込：120名 / 来場：60名 ※1
参加対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業会社のマーケティング・宣伝・販売促進・広報部門、IP関連部門、事業部門、営業部門、ブランド戦略・経営企画・新規事業開発部門など</li> <li>・ 広告会社、制作会社、ライセンス関連会社、メディア、プラットフォーム提供企業など</li> </ul>
協賛メニュー	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. リアル講演枠提供 (30分間)</li> <li>2. イベントの申込者120名/来場者60名分のリスト提供</li> </ol>
特典	Webメディア「アドタイ」講演内容レポート掲載 + 二次利用素材提供
協賛料金	<b>金額はこちらよりお問い合わせください</b>
特徴・備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 注目度高まる「IPビジネス」に関わる、大手企業のマーケティング、ブランド、販売促進、IP関連部門を中心に集客</li> <li>・ 講演+リード提供+講演レポート制作&amp;掲載が内包されているため、セールス活動への貢献とコンテンツ制作がセットになったIPビジネスに携わるビジネスパーソン向けイベントの決定版</li> </ul>

※1.想定集客者数は、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

# 「IP business」リードジェネレーションパートナー企画

## 2025年度、宣伝会議が年間を通してリード獲得をサポートするお得なパッケージプランです

- ・1年間を通して500件のリード提供を保証いたします
- ・リアルイベント協賛+オンライン協賛2回+レポート記事制作など、継続的な露出が可能なため認知施策としてもご活用ください

対象イベントと リード提供数	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
リアルイベント 講演協賛		IP business カンファレンス 提供リード:120名									
オンラインフォーラム 動画or資料 掲載協賛						アドタイフォーラム 提供リード:180名				KAIGIグループフォーラム 提供リード:200名	
「アドタイ」 レポート記事掲載+ 二次利用素材提供				登壇レポート 掲載							

# 「オンラインフォーラム」では掲載した動画,資料の申込者リードを提供します

「オンデマンド型イベント」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。  
直近、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

## 資料ダウンロード

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"/>
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

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"/>
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

前回資料ダウンロード数：4759件/23社

※ 2月21日(金)～3月27日(木)開催「宣伝会議マーケティングサミットONLINE」より

# 「オンラインフォーラム」来場者目線の動画視聴と資料ダウンロードまでの流れ

開催期間中、申込・来場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。

## マイページ

## 視聴ページ

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

リンクより視聴ページへ

動画下部に  
アンケートを設置

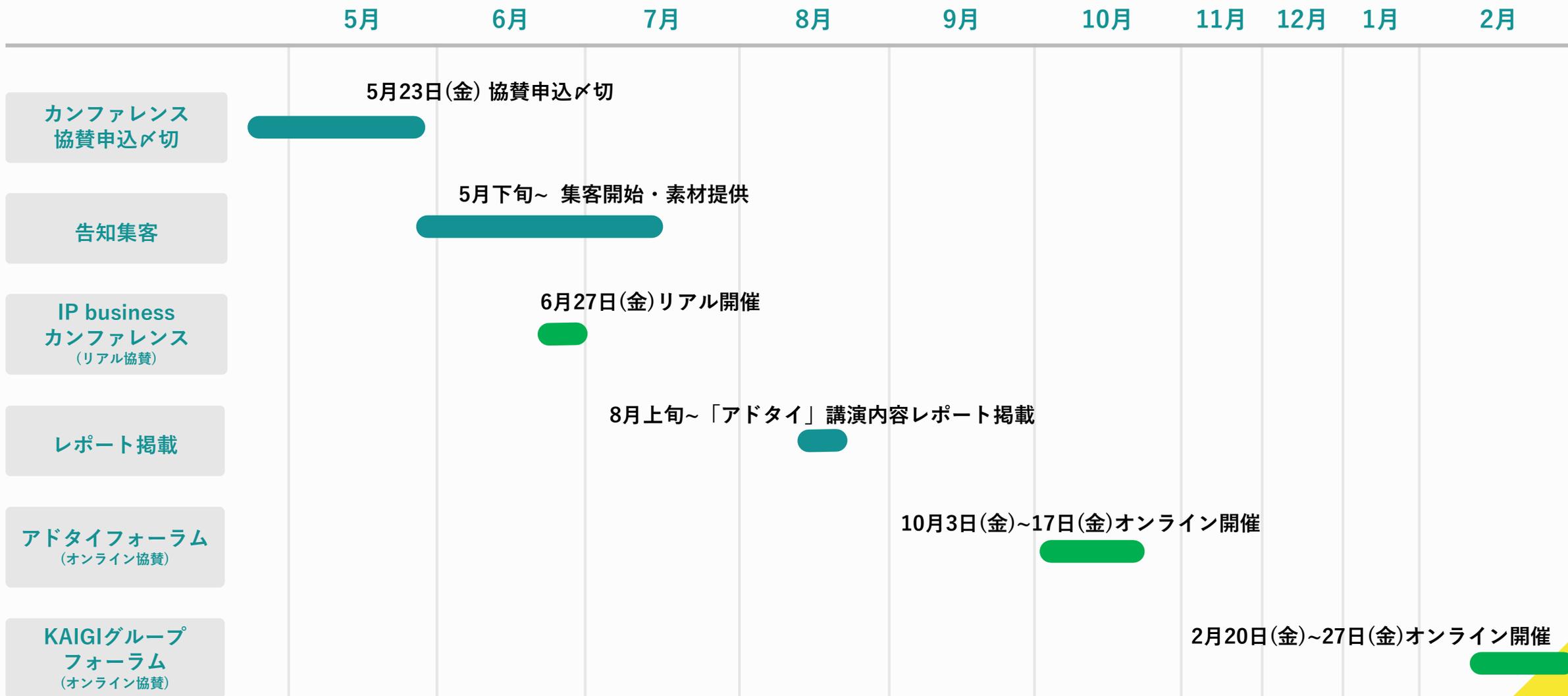
講演資料の  
ダウンロードも可能

# 「IP business」 リードジェネレーションパートナー企画 料金プラン

提供メニュー		時期	Aプラン	Bプラン
イベント協賛	IP business カンファレンス (提供リード数:120名保証)	6月27日(金)	リアル協賛 (30分間講演+交流会参加+全申込者リスト提供)	
	アドタイフォーラム オンデマンド (提供リード数:180名保証)	10月3~17日(金)	オンライン協賛 (貴社動画+貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供)	
	KAIGIグループフォーラム オンデマンド (提供リード数:200名保証)	2月20~27日(金)	オンライン協賛 (貴社動画+貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供)	-
特典	「アドタイ」掲載	8月予定	「IP business カンファレンス」 講演レポート記事制作+「アドタイ」掲載+二次利用素材提供	
提供リード数		-	500件保証	300件保証
料金 (申込締切:5月23日(金))		-	定価 630万円 ⇒ <b>300万円</b> (定価から52%OFF)	定価 440万円 ⇒ <b>210万円</b> (定価から52%OFF)
備考		-	※ 「IP business カンファレンス」の保証人数に達しなかった場合は、協議の上、リード提供施策を決定いたします ※ 「オンデマンドイベント」の保証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	



# 「IP business」協賛スケジュール



# IP business EXECUTIVE SALON ご提案プラン

1社型のRoundTableスタイルにて開催するディスカッション  
キーパーソンとの出会いと共創を生み出す場に

# 「IP business」 EXECUTIVE SALON 概要

## ◆ 開催概要

マーケティングの専門誌である『宣伝会議』と貴社とで研究会を設立し、事業会社所属のマーケティング・ブランドマネジメント・販売促進部門責任者など、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。

また「IP Business」EXECUTIVE SALON では、研究会の取り組みを編集部が記事化、Webメディア「アドタイ」への掲載と、二次利用の権利も提供するため、貴社Webサイトや営業資料の中でご活用ください。

## ◆ 実施メリット

1. 「自社IP事業の成長」「他社IP活用」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. テーマに関する有識企業としてのイメージ醸成

# 1社単独企画「研究会=EXECUTIVE SALON」の取り組み事例について

ヤプリーと宣伝会議は共同で、これからの「**インターナルコミュニケーション**」に関する道筋について検討する研究会を始動

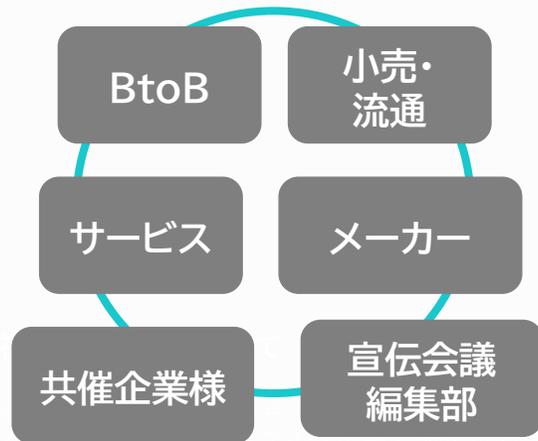
Step1: 初回は24年4月に開催し、製造・金融・運輸など大手企業14社の責任者が参加。各社で注力している施策や抱えている課題について発表

Step2: その様子を記事化しメディア発信していくことで、新サービス「Yappli UNITE」の**コンテンツ拡充と信頼感を醸成**

Step3: 成果発表の場として、**オープンに集客を実施する「インターナルコミュニケーションデイ」を開催**。2025年も継続的に取り組む予定

## Step1

「インターナルコミュニケーション」をテーマに研究会を発足  
宣伝会議集客のもと、異業種メンバー  
アドバイザーにて構成し運営



潜在顧客のニーズ  
市場動向の把握

商品・サービス  
提案内容の訴求

## Step2

貴社の講演登壇担当者、  
もしくは編集部モデレートのもと  
各社の活動発表や議論を展開  
その後研究会レポートを「メディア」展開



成果発表を題材に、  
課題意識の共有と醸成

## Step3

成果発表の場、  
「インターナルコミュニケーションデイ」  
にて見込リードをさらに獲得



潜在顧客との  
接点創出

潜在顧客との  
認知形成



# 講演や研究会を記事化しWeb掲載することでストック型のコンテンツを提供

宣伝会議では、イベント登壇の様子や研究会の取り組みを、編集部が取材し記事化。Webメディアへの掲載まで支援しています  
記事は二次利用の権利も提供するため、貴社Webサイトやリリース発信、営業資料への活用も可能です

**組織エンゲージメントを高めるアクションを推進 社内向けアプリ「Yappli UNITE」**  
公開日 2024.1.8

印刷 / PDF URLをコピー

イノベーションを創出し続ける組織を目指し、人的資本経営に邁進する企業にとって、欠かせないのが、エンゲージメントを高める社内コミュニケーション施策だ。アプリプラットフォームのYappliでは働く人と組織をつなぐためのサービスを開始している。

「Yappli UNITE」の最新機能「Yappli」の理由山崎由美子氏に聞く。プラットフォームの統一も可能な一方で、代表者も積極的なコミュニケーションが、最初の第一歩を踏み出す手助けになっている。

**サントリー特茶の事例にみる都心の喫煙所サイネージ「BREAK」の効果とは？**  
公開日 2023.3.30

印刷 / PDF URLをコピー

サントリーは、お茶飲料「特茶」のプロモーションの一環で、都心の喫煙所におけるデジタルサイネージ広告を活用している。都心のビジネスパーソンへの訴求を目的とする同施策は、当初の期待以上に高い効果を発揮しているという。

サントリー食品インターナショナルブランドマーケティング本部の伊藤正明氏と、喫煙所サイネージ「BREAK」を運営するコンド取締役CMOの瀧川健太郎氏が、3月4日、5日に開かれた「宣伝会議マーケティングサミット PREMIUM 2025」に登壇。「BREAK」の活用とその効果について解説した。



**14社がインターナルコミュニケーションについて議論する研究会発足**  
公開日 2024.8.7

印刷 / PDF URLをコピー

Yappliと宣伝会議は共同で、これからのインターナルコミュニケーションに関する進捗について検討する研究会を始めた。初回は4月16日に開催し、製造、金融、運輸など大手企業14社の責任者が参加。各社で注力している施策や抱えている課題について発表した。

研究会第1回目は「インターナルコミュニケーションの定義と目的」をテーマに、各社ならではの活発な議論を共有した。

**生成AIでコンテンツ制作はどう変わる？ エクスプラザが示す「攻めと守り」の最適解**  
公開日 2025.1.31

印刷 / PDF URLをコピー

生成AIはマーケティング領域にも大きな変革をもたらしている。しかし、その活用にはデータの適切な利用や法令遵守など考慮すべき点も多い。2024年12月11日に開催された「AI×マーケティングサミット2024」（宣伝会議主催）に、生成AI活用支援事業を運営するエクスプラザの内田亮氏が登壇。生成AI市場の現在と予測に加え、コンテンツ制作の効率化を実現するための戦略について解説した。

**大手23社がインターナルコミュニケーション施策を探求、実践例を共有**  
更新日 2025.3.21 / 公開日 2025.3.14

印刷 / PDF URLをコピー

Yappliと宣伝会議は2月17日、インターナルコミュニケーションの推進を検討する研究会の第4回を開催した。大手企業23社の責任者が参加。組織で働く個人と企業の持続成長につながるコミュニケーション施策や課題について、活発な議論を交わした。

**AIが解決するインターナルブランディング推進の壁とは**  
公開日 2025.1.10

印刷 / PDF URLをコピー

企業のビジネス支援やAI導入支援を手がけるMMOL Holdings（ミリモルホールディングス）代表取締役の河野真伸氏が11月28日、29日に開かれた「宣伝会議サミット2024」に登壇。インターナルブランディングとAI活用について講演した。

**今、求められるインターナルコミュニケーションの促進施策とは**  
公開日 2024.11.23

印刷 / PDF URLをコピー

近年、新しい価値観や働き方の多様化への対応が求められる、インターナルコミュニケーションの重要性が高まる中、Yappliと宣伝会議が共同で「インターナルコミュニケーション研究会」を2024年4月に発足。その成果発表の場として「インターナルコミュニケーション・デイ」が2024年10月に開催された。本記事は、研究会のアドバイザーであり日本電気（NEC）シニアディレクター コーポレートコミュニケーション統括の岡部一志氏を交えたオープニング・クロージングセッションをレポート。インターナルコミュニケーションの促進方法についての情報を紹介する。

**【参考情報】**  
**インターナルコミュニケーション研究会参加企業企業様（五十音順）**  
 イオン株式会社、株式会社イトーキ、エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社、エバラ食品工業株式会社、大阪瓦斯株式会社、株式会社大林組、株式会社オリエントコーポレーション、カッパ・クリエイト株式会社、株式会社コメ兵ホールディングス、JCOM株式会社、株式会社JTБ、株式会社島津製作所、株式会社商船三井、昭和産業株式会社、住友ゴム工業株式会社、大和ハウス工業株式会社、株式会社TBSテレビ、東レ株式会社、戸田建設株式会社、西日本旅客鉄道株式会社、日本特殊陶業株式会社、株式会社堀場製作所、三菱UFJ信託銀行株式会社、株式会社メルカリ、ヤンマーホールディングス株式会社、株式会社ルネサンス

ボードメンバー：株式会社Yappli  
 協力：株式会社宣伝会議  
 事務局：インターナルコミュニケーション研究会事務局



# 「IP business」 EXECUTIVE SALON 実施イメージ

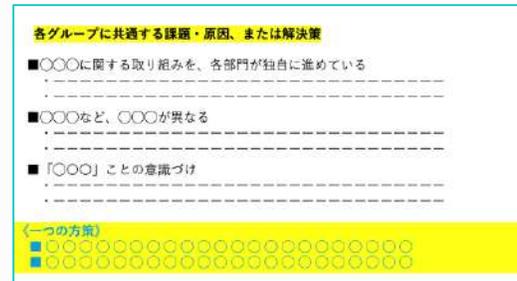
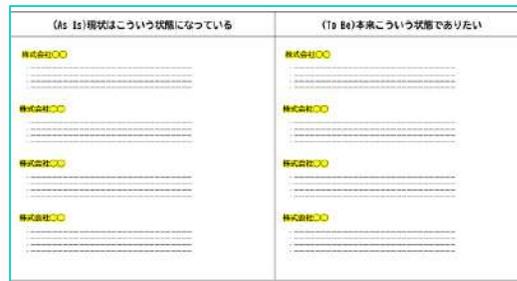
主催者,参加者同士の活発なコミュニケーションが生まれるグループワーク形式での実施を推奨しています



時間	内容
15:00~15:10 (10分)	開催挨拶
15:10~15:20 (10分)	本企画の運営方針
15:20~16:40 (80分)	グループワーク
16:40~17:40 (60分)	各グループからの発表と質疑
17:40~18:00 (20分)	まとめ
18:00~	懇親会

発表前に各グループで実施するワークの進め方イメージ(80分間)

- ・1グループ3~5名 × 4グループ想定
- ・個人検討時間：10分 (下記のようなワークシートを用意して実施)
- ・自己紹介：25分 (1名5分×5名)
- ・議論：25分
- ・まとめ：20分



# 「IP business」 EXECUTIVE SALON 実施プランと料金

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
集客形式	完全招待制 (広告主役職者のみ)
想定集客者数	10社 (最大20名程度) ※1
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
特典	編集部がレポート記事執筆 + Webメディア「アドタイ」掲載 + 二次利用権利提供 ※4
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	<b>金額はこちらよりお問い合わせください</b>

※1.想定集客者数は、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

※2.貴社オフィス等の外部会場使用や懇親会の開催は別途要相談

※3.当日の構成については協議の上、最終決定

※4.レポート記事は、研究会概要や当日の流れ、公開可能な参加企業を記載予定

copyright © Sendenkaigi.Co.,Ltd. All rights reserved.



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](mailto:houjin@sendenkaigi.com)