

## 人財会議カンファレンス2025 協賛概要資料

2025年7月18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

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

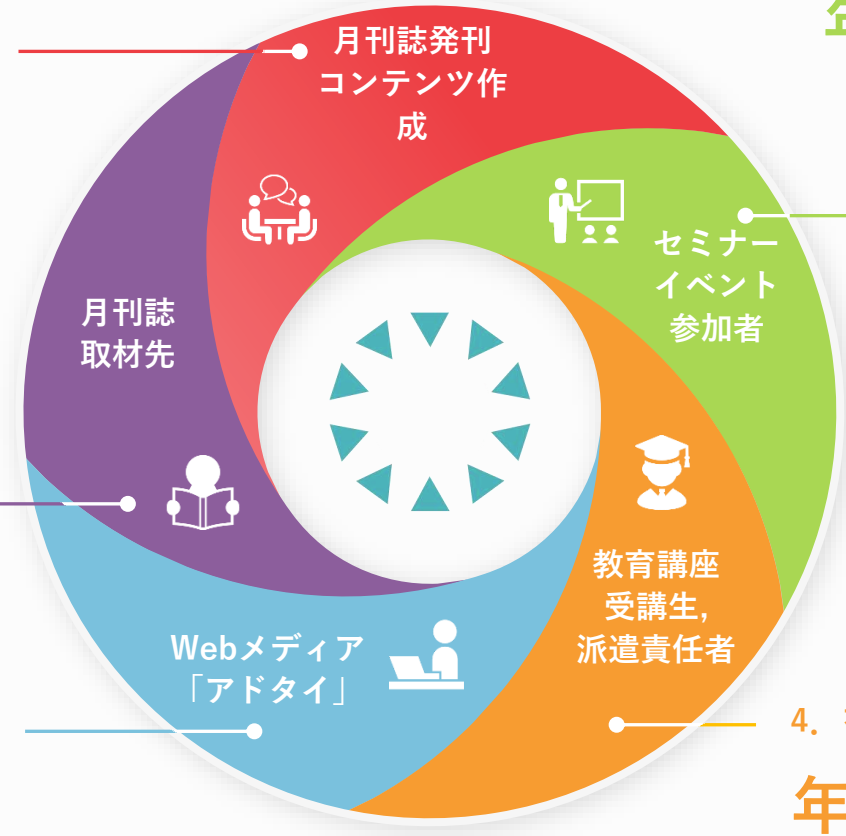
## 年間 1,000名以上

### 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

# 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。

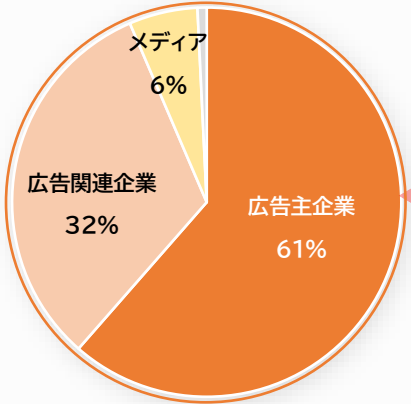


# 宣伝会議イベントの集客対象の特徴

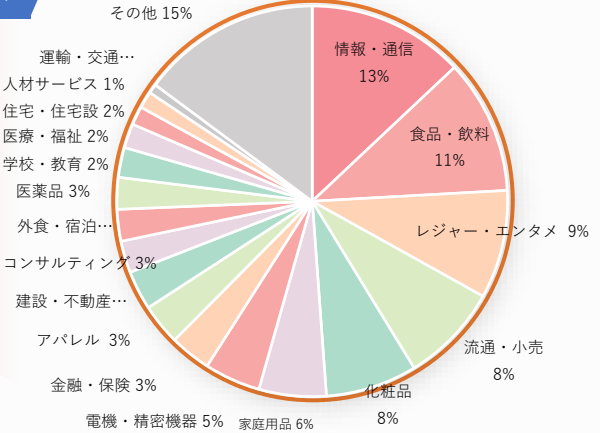
---

# 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

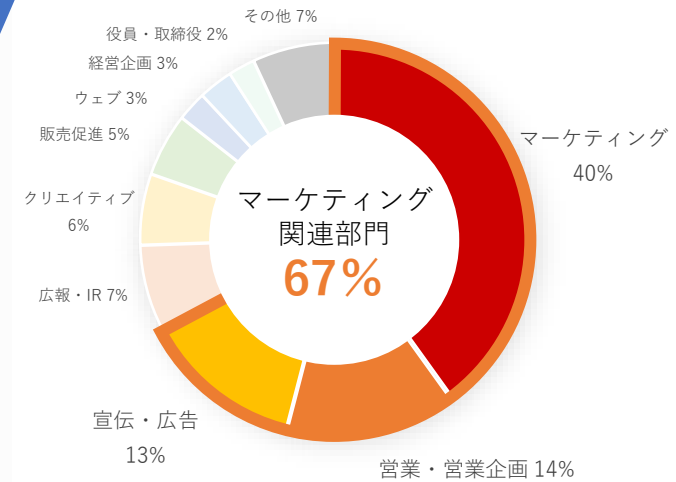
## 業種



## 広告主内訳



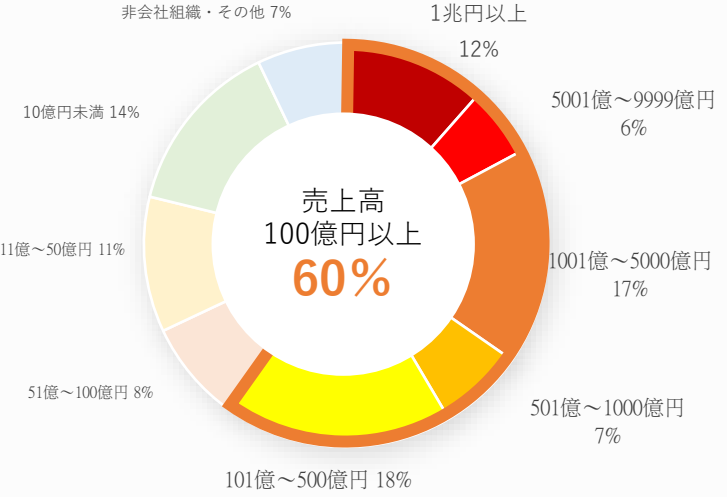
## 部署



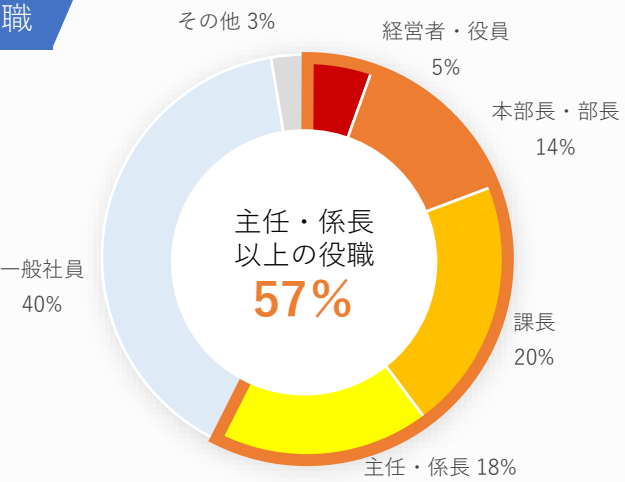
① 広告主企業中心

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

# 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、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「イベント登壇」出稿企業様の声（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**



# 「宣伝会議サミット2024(冬)」出展企業アンケート

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、講演への集客力、フォロー体制等に満足いただきました。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。**

# 過去イベント実績

---

# 「広報会議サミット2024」開催レポート（2024年11月実施）

11月に開催された「広報会議サミット」では、申込者の**約半数は経営企画・広報部門が約60%、役職者比率が50%**で実施  
講演後のネットワーキングパーティーでは活発な交流が行われ、ご参加いただいた方々からの**満足度4.33と非常に高いものとなった**  
**想定よりも人的資本関連の経営企画、人事、人財開発、総務部門からの来場が多かったため「人財会議カンファレンス」の実施を決定**

総申込  
総来場

**321**社、**478**名  
**221**社、**255**名

※来場に関してはブランド企業のみ限定して実施

来場者満足度 **4.33** (n=44名)

※当社基準：4.0以上だと高い、4.2以上だと非常に高い

名称： 広報会議サミット  
会期： 2024年11月1日(金)  
会場： 宣伝会議セミナールーム  
来場： 予約無料（事前登録制）  
主催： 株式会社宣伝会議  
来場対象： 事業会社の経営企画・広報部門、  
宣伝・マーケティング・ブランド戦略部門  
企画・事業・新規事業開発部門、営業部門

## 当日の会場の様子

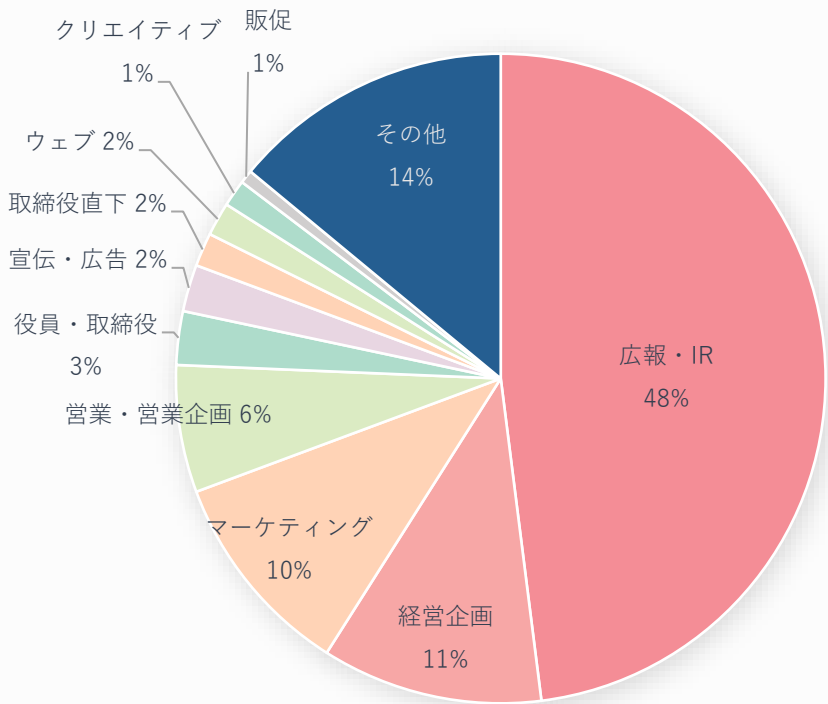
宣伝会議セミナールームで開催された本イベントは、250名を超える広報担当者の方々に  
ご来場いただき講演後アンケートの満足度も非常に高いイベントとなった



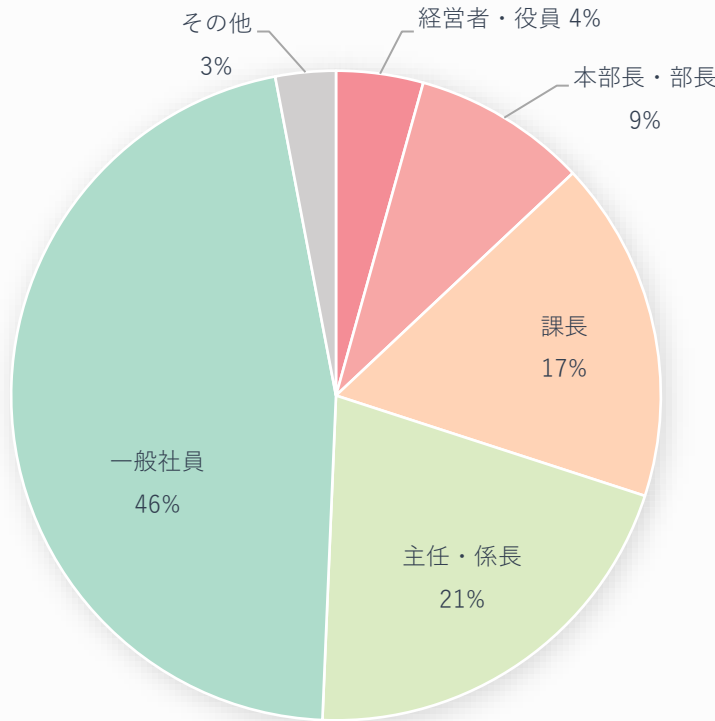
# 申込者属性

広報・IR・経営企画部門で約60%、役職者比率50%以上、年商100億円以上の大手企業の参加が50%以上と、他社ではなかなか実現できない高密度なセグメンテーションを実現+ネットワーキングイベントも実施しており直接的な接点を創れるため、大手企業の経営企画・広報部門をターゲットにしている企業様にオススのイベント企画となります

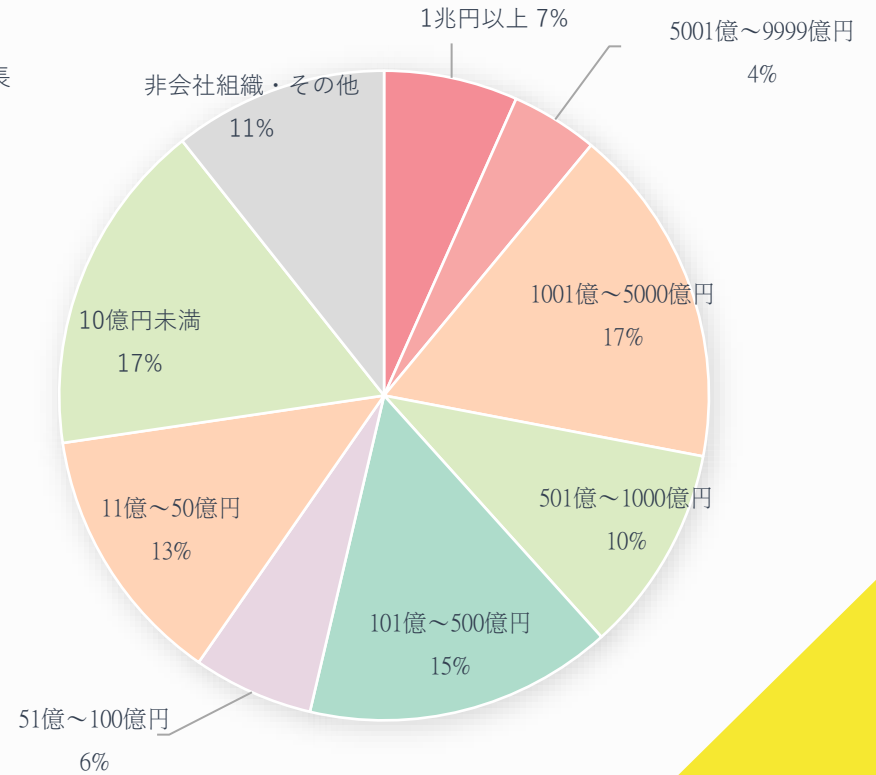
### 職種



### 役職



### 売上高



※「広報会議サミット2024(24年11月)」

478名の申込データを基に作成

# 申込企業例 ※一部・個人情報なし・申込者入力情報

大手企業の経営企画・人事・人材開発・広報・総務部門の方に参加をいただきました

会社名・団体名	部署名	役職	売上高	会社名・団体名	部署名	役職	売上高
DCMホールディングス	経営戦略・広報	課長クラス	1001億～5000億円	エクシング	コミュニケーション戦略部	一般社員クラス	101億～500億円
NTTアノードエナジー	経営企画部広報室	課長クラス		キュービック	ピープルエクスペリエンスオフィス	主任・係長クラス	
USEN-NEXT HOLDINGS	広報部	本部長・部長クラス		キュービック	ピープルエクスペリエンスオフィス	一般社員クラス	
アイシン福井	総務部	課長クラス		グローバル・リンク・マネジメント	経営企画部	主任・係長クラス	
インターネットイニシアティブ	ビジネスユニット統括部営業統括課	主任・係長クラス		サンネクスグループ	総務グループ	一般社員クラス	
エヌ・イーケムキャット	経営管理部	主任・係長クラス		スープストックトーキョー	価値づくり部	一般社員クラス	
ソニーピープルソリューションズ	企画管理部	主任・係長クラス		タイター	総務部	主任・係長クラス	
トヨタシステムズ	総務部	一般社員クラス		タカギ	経営戦略部 ブランディング戦略課	主任・係長クラス	
トヨタシステムズ	総務部広報・総括G	課長クラス		ニトムズ	経営企画部	主任・係長クラス	
ネットワンシステムズ	総務部広報チーム	一般社員クラス		レッドホースコーポレーション	人事部	主任・係長クラス	
ビジョン	コーポレートブランディンググループ	課長クラス		一般財団法人 近畿健康管理センター	企画管理本部 経営企画部	一般社員クラス	
ベネッセコーポレーション	コーポレートコミュニケーション本部	一般社員クラス		一般財団法人 近畿健康管理センター	企画管理本部 経営企画部	一般社員クラス	
ポーラ	経営企画部コーポレートブランディングチーム	一般社員クラス		学生情報センター	経営企画部 広報室	主任・係長クラス	
メルカリ	PRteam	一般社員クラス		森下仁丹	経営企画室	課長クラス	
ユニアデックス	人事部コーポレートコミュニケーション推進室	課長クラス		双日テックイノベーション	経営企画部総合企画課	主任・係長クラス	
ユニアデックス	人事部コーポレートコミュニケーション推進室	一般社員クラス		東京個別指導学院	経営企画室	一般社員クラス	
ローソン	人事本部	一般社員クラス		日本コンベンションサービス	総務・リスクマネジメント部	本部長・部長クラス	
ローソン	人事本部	一般社員クラス		日本全薬工業	経営企画部	課長クラス	
ローソン	人事本部	一般社員クラス		八千代エンジニアリング	経営企画本部 経営企画部 秘書・広報課	主任・係長クラス	
わらべや日洋ホールディングス	経営企画部	その他		富士通コミュニケーションサービス	経営企画室	課長クラス	
三信住建	広報人材開発部	課長クラス	アポプラスステーション	経営企画部 広報	主任・係長クラス		
信越ポリマー	経営企画部	主任・係長クラス	アポプラスステーション	経営企画部	本部長・部長クラス		
東京パワーテクノロジー	人材開発G	一般社員クラス	エルテス	経営戦略本部 経営企画部 経営企画グループ	一般社員クラス		
東芝ライフスタイル	経営企画統括部 ブランド・マーケティング部	一般社員クラス	サンネクスグループ	総務グループ	一般社員クラス		
日機装	経営企画部	一般社員クラス	スマレジ	管理部	一般社員クラス		
日本航空電子工業	経営企画部	本部長・部長クラス	スマレジ	管理部	一般社員クラス		
KANAMEL	経営企画本部	一般社員クラス	ティッシェングループ・ニューセラ	管理部	一般社員クラス		
PwC Japan 有限責任監査法人	企画管理本部	本部長・部長クラス	トラストゲート	経営戦略室	主任・係長クラス		
エナジーウィズ	経営管理統括部	課長クラス	ネオス	管理部	主任・係長クラス		
ゼンリン	コーポレートコミュニケーション部	主任・係長クラス	ブロードマインド	経営企画室	課長クラス		
トヨタシステムズ	総務部 広報・総括G	主任・係長クラス	ワールドフィット	経営企画	一般社員クラス		
トランス・コスモス	DEC・DCC・OM・採用管理統括部・企画課	一般社員クラス	三菱オートリース	経営企画部コーポレートコミュニケーション課	課長クラス		
プレステージ・インターナショナル	グループ経営統括本部	主任・係長クラス	日商保	経営企画部	一般社員クラス		
ミルボン	経営戦略部	一般社員クラス	日本アспектコア	経営管理部	主任・係長クラス		
朝日放送グループホールディングス	経営戦略局	本部長・部長クラス					



# 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。[個人情報はすべて仮称です]

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

# 過去協賛実績

2024年11月1日(金)

**SIEMPLE**

シエンプレ株式会社

 **株式会社日本通信**

株式会社日本通信

**SHC**  
産業編集センター

株式会社産業編集センター

  
Powered by JNN

TBS・JNN NEWS DIG 合同会社

**PR Analyzer**

ビルコム株式会社

 **PRAP node**

プラップノード株式会社

  
MINIRA CREATIVE

株式会社ミニラクリエイティブ

 **LOGO LABO**

株式会社ロゴラボ

2025年2月20日(木)

**yappli**  
**UNITE**

株式会社ヤプリ

**WOVN.io**

Wovn Technologies株式会社

# 1社単独企画「インターナルコミュニケーション研究会」の取り組みについて

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

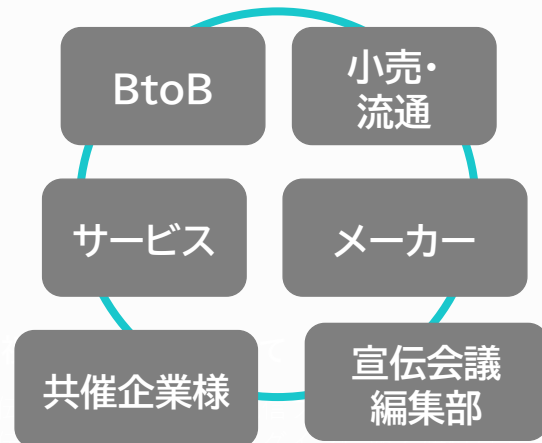
Step1: 初回は24年4月に開催し、製造・金融・運輸など大手企業14社の責任者が参加。各社で注力している施策や抱えている課題について発表

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」の運用自由度高く、ブランドのイメージや社内の統一性も確保しながら、代表者や社員が自由に、適切なタイミングで活用できる。

**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。

MMOL Holdings 代表取締役CEO（チーフオフィサー）兼 株式会社エクスプラザ（エクスプラザ） 代表取締役

**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、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



# 人事、経営企画部門を集客できる強み

---



# 宣伝会議の教育講座について

## 開講350講座、全国8,000社以上で導入、年間100,000人以上が受講

宣伝会議の教育講座は、1957年に日本初のコピーライター養成所として開講した「コピーライター養成講座」から歴史が始まりました。その後、「編集・ライター養成講座」「マーケティング実践講座」「広報担当者養成講座」など、広告業界だけでなく、様々な業界でマーケティング・ライティング・コミュニケーションに携わる方に対する教育講座を開講。現在では年間約300以上の講座を開講しており、100,000人の修了生を輩出しています。

### 宣伝広告・プランニング



### マーケティング



### デジタル・DX



### 販売促進・EC



### SNS



### 広報



### クリエイティブ



### 営業・企画



### 一般コミュニケーションスキル



# 法人研修 導入事例

大手上場企業を中心とした導入企業様のCHRO・事業部責任者の方から高い評価をいただいています



## ルミネ

総務人材育成グループ

“

自主的に学び続ける環境づくりに「スタンダードトレーニング」を採用



## 楽天

マーケティングディビジョンクリエイティブデザイン戦略部

“

クリエイティブ・ディレクションをプレゼンや資料作成に活かせる、という反響がありました。



## ユナイテッドアローズ

CHRO・人事本部長

“

普段関わることがない社員同士が、同じ講義を受け、ディスカッションを行ったことで、新鮮で刺激になりました。



## 日宣

ピープルサクセス部

“

「人の成長の総和が会社の成長になる」との考えに基づき、社員の能力開発を推進



## ファミリーマート

データ・ワン 第三営業部（※2023年3月時点）

“

国内約1万6500店舗、年間約1500万人が来店するファミリーマートの店舗をメディアとして進化させるための知見を育てる



## スターバックス コーヒー ジャパン

ブランドデザイン&クリエイティブコミュニケーションチーム

“

日頃のプロジェクトがよりスムーズに進むようになりました。



# 話題になった書籍を講座化！ベストセラーライブラリーのラインナップ

人事・管理職向けの講座も、好評につき続々と拡大中

<p><b>退職勧奨の知識を習得し リスク管理と 円満解決を実現する!</b></p> 	<p><b>退職勧奨・ 希望退職募集 PIPの 話法と書式</b></p> 	<p><b>介護現場で2年間 退職者ゼロの職場を 作り上げた手法を解説</b></p> 	<p><b>退職者を 出さない 管理者が 必ずやって いること</b></p> 	<p><b>新卒・中途採用者を 組織になじませる オンボーディングの手順</b></p> 	<p><b>組織に なじませる力</b></p> 	<p><b>課長職の延長戦ではない 「組織を動かす」ための 部長の仕事術を習得する</b></p> 	<p><b>部長の仕事術</b></p> 
<p><b>まずやるべきは 「やる気を下げる要因」 を取り除くこと</b></p> 	<p><b>失社 社員の モチベーションを 上げる</b></p> 	<p><b>1,200社以上の職場から 見たリアルな退職の 心理を体系的に学ぶ</b></p> 	<p><b>離職防止 教科書</b></p> 	<p><b>経営の基礎原理を 簡潔に学びなおし ビジネスの全体像を掴む</b></p> 	<p><b>今さらだけど、 ちゃんと知っておきたい 経営学</b></p> 	<p><b>中高年ビジネスマンが 未来を生き抜くために 知識と経験を武器にする!</b></p> 	<p><b>ライフシフト</b></p> 
<p><b>元電通の著者が徹底解説 超「具体的・実地的」な 時短化を進める極意</b></p> 	<p><b>鬼 時短</b></p> 	<p><b>採用担当者のプロモーション次第で、 集まる人材はガラリと変わる</b></p> <p><b>採用ブランディング講座</b></p> 	<p><b>会計知識ゼロでも 手に取るように分かる ノウハウ・考え方を伝授</b></p> 	<p><b>決算書の 比較 図鑑</b></p> 	<p><b>楽天初のIR専任者が講義 ケーススタディで学ぶ "株主価値創造プロセス"</b></p> 	<p><b>楽天IR戦記</b></p> 	

## 人財会議カンファレンス2025 ご提案プラン

2025年7月18日(金)@表参道(宣伝会議セミナールーム)

# 「人財会議カンファレンス2025」概要

## 人的資本経営の推進は「開示義務化から3年目となる2025年度」こそ勝負の年に

人的資本の情報開示は、2023年3月期以降、上場企業を中心に大手約4,000社に対して義務化されました。

人的資本の開示1年目は、義務化された指標のみ開示した企業がほとんどで、2年目は、多くの企業で開示項目が増えた一方で、基礎数字だけの開示が多かったと言えます。

しかし一部の企業では人的資本開示のなかで、経営戦略と事業計画との重なりや繋がりを説明し、人的資本の独自指標を事業成長と相関するかたちで表現する、いわばストーリーとしての人的資本開示をし、株主から評価されました（注1）。 ※注1: マルイグループ、NECなど

**3年目の今年は、開示のレベル感、経営戦略との連動など、参照・比較可能な情報が揃いつつある状況での開示となります。**  
**「人財会議カンファレンス」は、人事や経営企画・広報部門に加えて、事業部門の管理職を対象に、実践的なノウハウと人的資本経営を共に推進してくれるパートナー探しの場として開催します。**

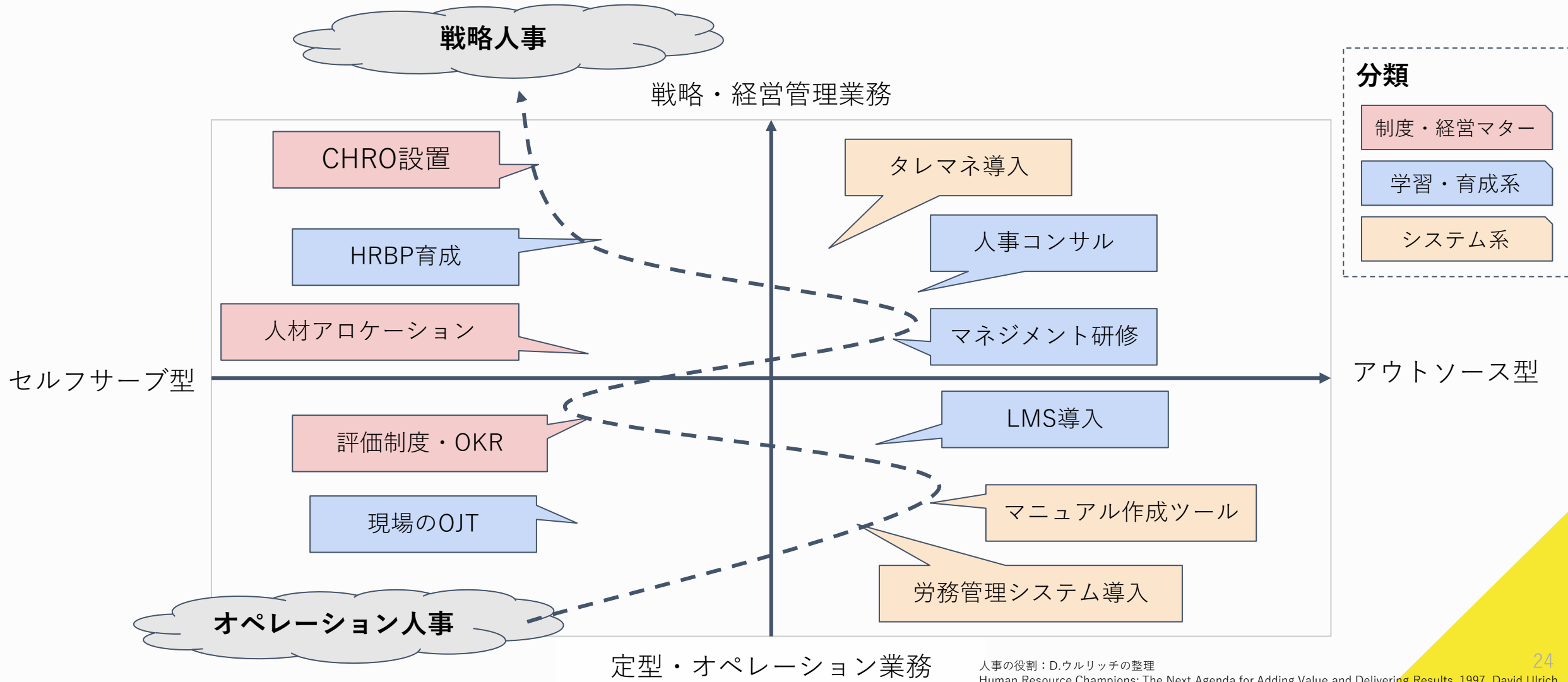
## イベント開催概要

リアル開催 日程	2025年7月18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：60名 / 来場：30名
参加対象	事業会社の人事部・経営企画・広報部門、 事業部門、営業部門、ブランド戦略・企画・宣伝・新規事業開発部門など		



# 「人財会議カンファレンス2025」フォーカステーマ

「人的資本経営」「HR」をキーワードに、まだまだ少ない経営×人事戦略をかけ合わせる人事職また管理職の育成と、実践事例や周辺サービスを紹介する場としてイベントを開催します



# 「人的資本」開示項目と支援サービスカテゴリー

人的資本開示カテゴリー		各カテゴリーの定義と開示項目の例
基本情報	従業員数	・定義：企業がどのくらいの労働力を確保できているかを示す領域 ・開示項目の例：従業員数 (I)、フルタイム当量 (FTE) (I)
	コスト	・定義：給与や人件費を含む、人材にかかっているあらゆるコストについての項目を含む領域 ・開示項目の例：人的資本コスト (I)、報酬体系 (G)、福利厚生費用 (I)
	生産性	・定義：売上高や収益など、従業員一人当たりの生み出した利益等の生産性に関する領域 ・開示項目の例：従業員一人当たり EBIT/売上/利益 (I)、人的資本 ROI (I)
育成	リーダーシップ	・定義：CEO、CHRO など、社内でリーダーシップを発揮する人材についての項目を含む領域 ・開示項目の例：経営層における多様性 (I)、後継者計画の有無 (G)、幹部育成プログラム (G)
	育成	・定義：従業員の育成、能力開発に関する領域 ・開示項目の例：人的資本の能力開発費用 (I)、研修参加の数 (I)
	スキル／経験	・定義：従業員の有するスキルや能力に関する領域 ・開示項目の例：従業員のコンピテンシーレート (I)、スキル向上プログラムの提供・資格 (G)
流動性	採用	・定義：従業員の採用に関する領域 ・開示項目の例：募集ポスト当たりの応募数と適合率 (I)、採用人数の質 (I)、重要ポストが埋まるまでの時間 (I)
	維持	・定義：従業員の定着・離職に関する領域 ・開示項目の例：離職率 (I)、従業員定着率 (I)
	サクセッション	・定義：CEOの後継者計画や重要なポジションの後継者育成計画に関する領域 ・開示項目の例：内部登用率 (I)、後継者計画の有無 (I)
ダイバーシティ	ダイバーシティ	・定義：企業の人材の多様性についての項目を含む領域 ・開示項目の例：年齢、性別、職能・専門職種別構成 (I)、職場のダイバーシティ (I)
	被差別	・定義：差別（ハラスメントを含む）の発生状況に関する領域 ・開示項目の例：差別事例の報告件数、対応策 (W, G)
	育児休暇	・定義：育児休暇の取得状況に関する領域 ・開示項目の例：育児休暇取得率 (I)、職場復帰率 (I)
健康・安全	安全	・定義：従業員の健康、労働災害に関する領域 ・開示項目の例：労災の状況 (I)、健康・安全研修の参加率 (I)
	身体的健康	・定義：従業員の健康（身体的）が十分に守られているかに関する領域 ・開示項目の例：身体疾患による休業率 (W, G)
	精神的健康	・定義：従業員の健康（精神的）が十分に守られているかに関する領域 ・開示項目の例：精神疾患による休業率 (W, G)
	エンゲージメント	・定義：従業員のエンゲージメントや満足度などの組織文化に関する領域 ・開示項目の例：エンゲージメント (I)
労働慣行	労働慣行	・定義：労働慣行の内容や状況に関する領域 ・開示項目の例：平均賃金 (I)、週所定労働日数とある労働者割合 (ESRS)
	児童労働／強制労働	・定義：児童労働や強制労働などの違法な労働状況が発生していないかどうかに関する領域 ・開示項目の例：人権デューデリジエンスの有無や影響の評価・割合 (W)
貢献と公平性	賃金の公平性	・定義：公正な賃金や福利厚生の提供状況に関する領域 ・開示項目の例：男女間賃金格差 (C)、正規・非正規間の賃金差 (G)
	福利厚生	・定義：福利厚生の提供状況に関する領域 ・開示項目の例：福利厚生の提供度、コスト (I)
	組合との関係	・定義：労働組合の人数や合意に関する領域 ・開示項目の例：組合の有無および全従業員の割合 (G)
コンプライアンス／倫理	コンプライアンス／倫理	・定義：法のコンプライアンスや倫理に関する領域 ・開示項目の例：違法または非倫理的行為に関する報告件数 (I)、労働権や人権の尊重を含む従業員の割合 (I)

×

支援カテゴリー	支援サービス例
テクノロジー系 ツール提供	人材マネジメントシステム (HCM)
	タレントマネジメントサービス
	従業員エンゲージメント調査サービス
	社内コミュニケーションツール
	トレーニングプラットフォーム (LMS)
	ハイブリッドワーク管理ツール
コンサルティング系 サービス提供	採用支援・管理ツール
	人事戦略コンサルティング(組織改革支援)
	エンゲージメント改善コンサルティング
	採用ブランディング支援コンサルティング
プログラム系 サービス提供	人的資本開示支援コンサルティング(資料作成等)
	リーダーシップ開発プログラム提供
	スキル開発プログラム提供
	キャリアデザイン支援サービス提供
サポート系 サービス提供	AI人財育成プログラム提供
	従業員エンゲージメント向上サービス
	健康関連サービス
	福利厚生サービス
	リモートワーク推進支援サービス

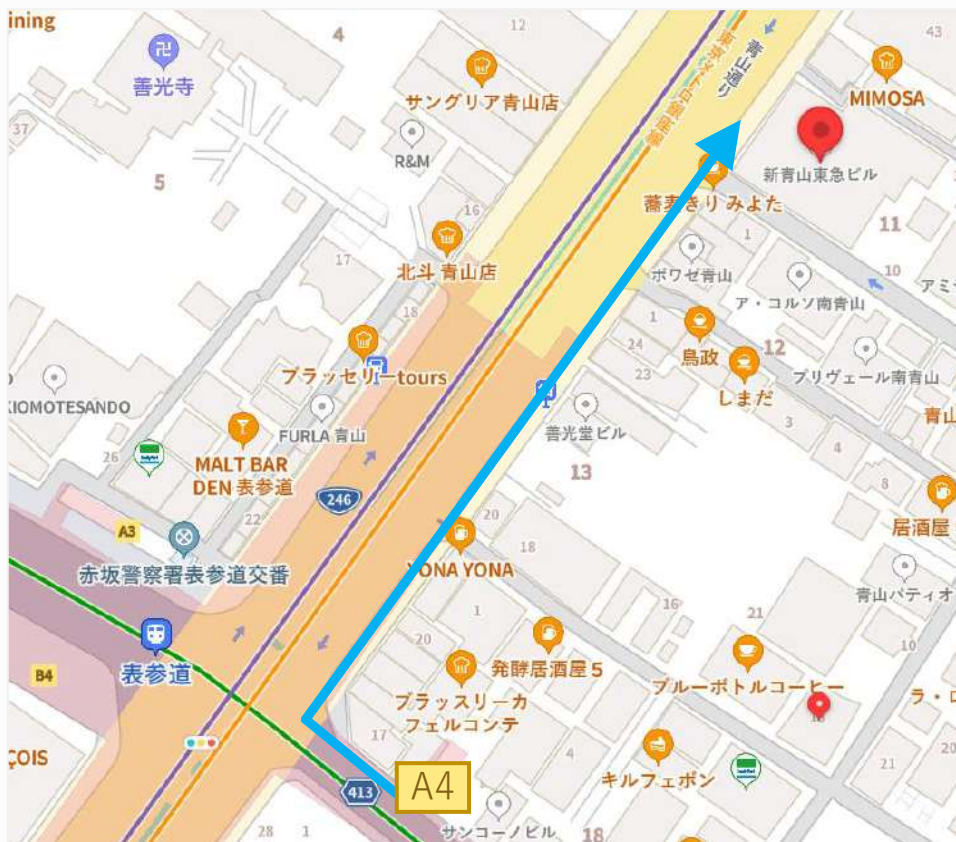
※出展：人的資本開示とは？義務化の理由や情報開示7分野19項目、開示のポイントを解説  
各種法令、標準化団体、Webサイトより作成（アビームコンサルティング株式会社）

# 「人財会議カンファレンス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>

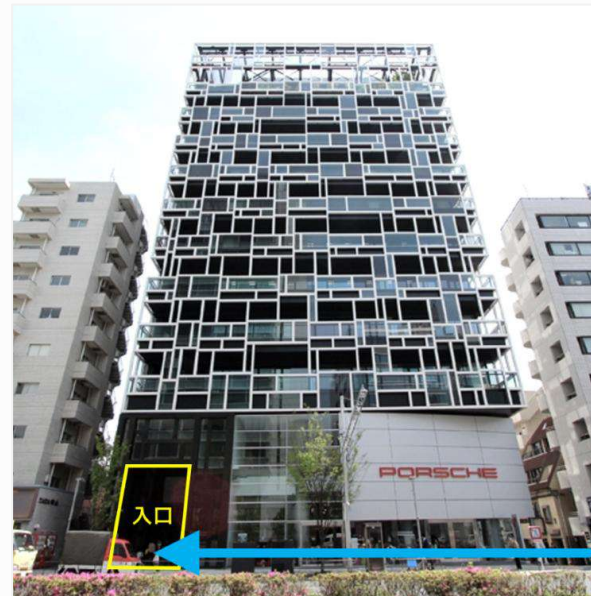


## 最寄り駅



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。





# 「人財会議カンファレンス2025」会場イメージ

## 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

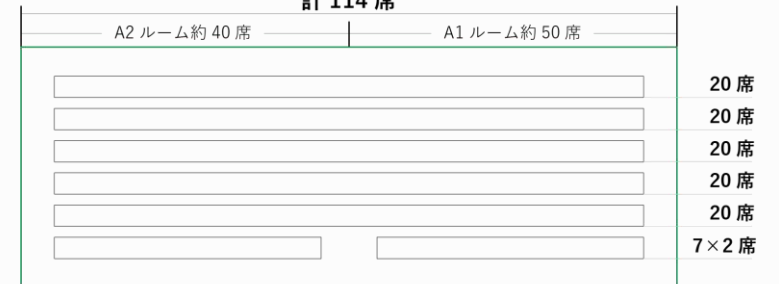
A1.A2ルームを繋げ、広々としたスペースに



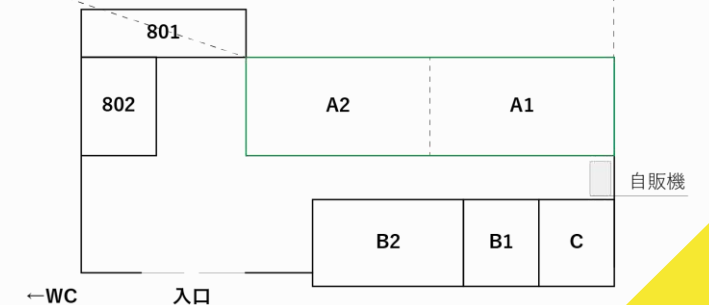
計 114 席

A2 ルーム約 40 席

A1 ルーム約 50 席



## 図面



# 「人財会議カンファレンス2025」 タイムテーブル（7月18日(金)開催）

タイムライン	講演会場A
13:00～13:30 / 13:35～14:05	【A1】 基調講演
	【A2】 協賛講演
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



# 「人財会議カンファレンス2025」協賛メニュー

イベント名称	人財会議カンファレンス
日程	2025年7月18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：60名 / 来場：30名 ※
参加対象	事業会社の人事部、経営企画、広報部門、宣伝・マーケティング部門、事業部門、ブランド戦略部門、企画部門、新規事業開発部門、営業部門など
協賛メニュー	<ol style="list-style-type: none"> <li>リアル講演枠提供（30分間）</li> <li>イベントの申込者60名／来場者30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（特典）
協賛料金	<b><u>金額はこちらよりお問い合わせください</u></b>
特徴・備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>注目度高まる人的資本系に着手する、大手企業の人事、経営企画、広報部門を中心に集客</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<b>人事、経営企画、広報部門向けイベントの決定版</b></li> </ul>

※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

# 「人財会議」リードジェネレーションパートナー企画 (より多くのリードを獲得したい企業様向けプラン)

## 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			人財会議 カンファレンス 提供リード:60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:220名				KAIGIグループフォーラム 提供リード:220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

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

## 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

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

宣伝会議  
宣伝会議マーケティングサミットONLINE 2025  
マイページ

リンクより視聴ページへ

■ お申し込み済みのセミナー一覧

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	講演タイトル	資料をダウンロードする
E	テーマ	講演タイトル	

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 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ブランド部 第2グループ 長  
木村 知哉 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「ベネッセ」のWebサイト運用改善  
■ 株式会社ベネッセホールディングス  
専務執行役員 CDIO 兼 Digital Innovation Partners 本部長 兼 Operational Transformation 本部長  
橋本 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 エグゼクティブサポートグループ マネージャー  
藤井 英志 氏  
アンケートに回答する

動画下部に  
アンケートを設置

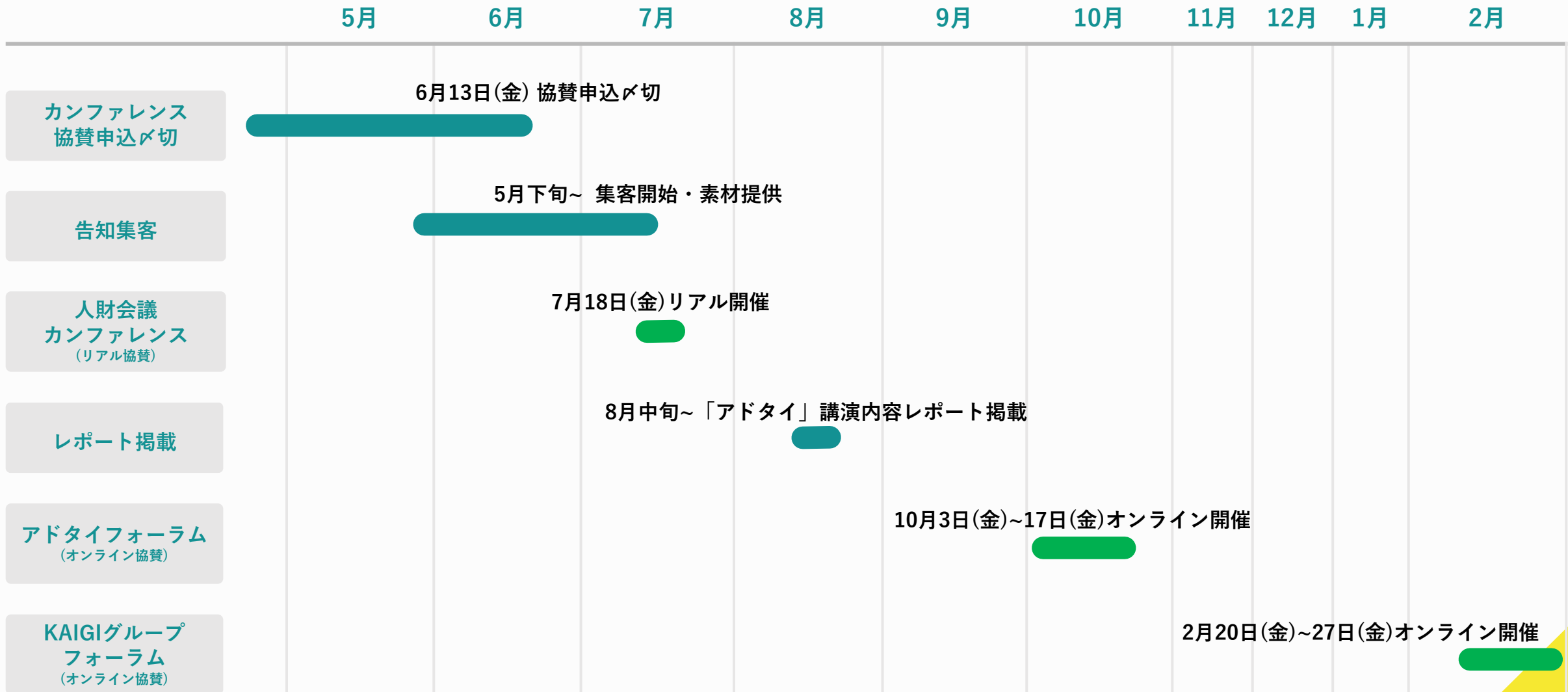
講演資料の  
ダウンロードも可能



# 「人財会議」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	人財会議カンファレンス (提供リード数:60名保証)	7月18日(金)	リアル協賛 (30分間講演+交流会参加)	
	アドタイフォーラム オンデマンド ([Aプラン]提供リード数:220名保証) ([Bプラン]提供リード数:240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:220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	「人財会議カンファレンス」 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:6月13日(金))		-	<b>金額はこちらよりお問い合わせください</b>	
備考		-	※ 「人財会議カンファレンス」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	

# 「人財会議」協賛スケジュール



## 人財会議 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

# 「人財会議」 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、事業会社所属の人的資本経営・HR・従業員エンゲージメント責任者など、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「人財会議」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. 「人的資本経営」「HR」「従業員エンゲージメント」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



# 「人財会議」 EXECUTIVE SALON 実施イメージ

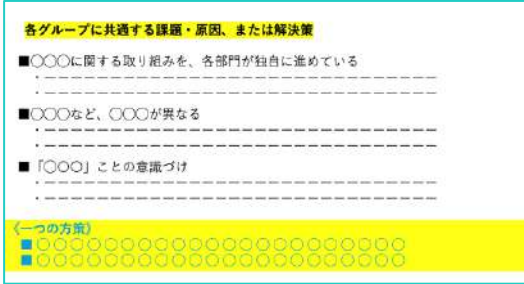
主催者,参加者同士の活発なコミュニケーションが生まれるグループワーク形式での実施を推奨しています



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



# 「人財会議」 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)