



KAIGI GROUP

Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

アドタイ・フォーラム

Our Common sence

「これまでの常識⇒これからの常識」

【リアル開催】 2025年9月25日(木) 26日(金)@赤坂インターシティAir

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

2025/6/25



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

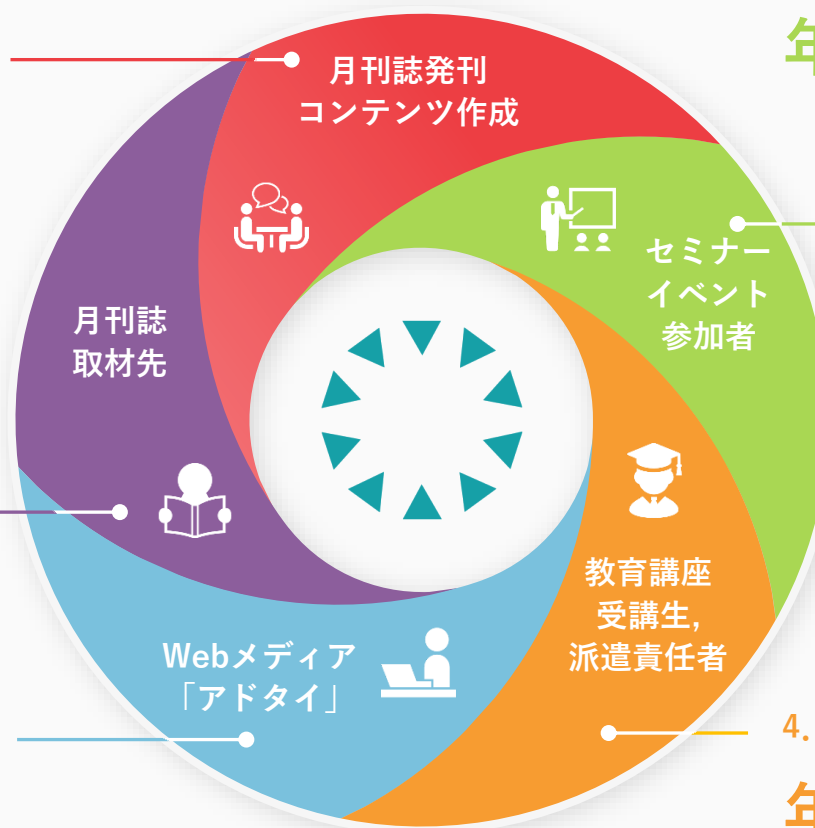
年間 **1,000** 名以上

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

Aduer Times. Days SUMMIT



CAC
カダ、デザイン、マーケティング、コミュニケーション

ARTs
ANY DIRECTOR RETURN TO SCHOOL

ビジネス書
ベストセラーライブラリー
BEST SELLER LIBRARY

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

広告主 (ブランド、メーカー)

新たな発注先を開拓したい・新しいサービスを知りたい



KAIGI GROUP

Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

イベント+メディア

広告業 (マーケティング関連会社)

新サービスの情報を届けたい・新しい案件を獲得したい

◆ 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。





◆ アドタイ・フォーラム とは

私たちが日常的に使っている「常識」という言葉。

辞書をひもとくと、「社会の中で当たり前とされる考え方や行動」と説明されています。

広告やマーケティングの仕事に携わる皆さんは、そんな「世の中の常識」に疑問を投げかけ、新たな価値を生み出す企画に日々取り組んでいることと思います。

一方で、広告・マーケティング・メディア業界で働く人たちを「業界人」と呼び、一般の人々との間にある「常識」のズレを指摘する声もあります。

では、私たちの「常識」は、サステナブルな社会の実現を目指すいまの時代において、果たして“一般の常識”といえるのでしょうか。

また、広告やマーケティングの世界には、その領域ならではの「常識」

——つまり、知らず知らずのうちに縛られている思い込みや固定観念——が存在します。

実は、そうした常識を疑うことが、新しいメディアや手法のヒントにつながることもあるのです。

アドタイ・フォーラムでは、今回「common sense（常識）」をテーマに掲げました。

広告界の皆さんとともに、業界の健全な進化と社会の発展に貢献する、新しい価値観を考えていきたいと思っています。





アドタイ・フォーラムとは

【2025年開催テーマ】 Our Common sence 「これまでの常識⇒これからの常識」

「アドパーソン・プライド」ー広告・マーケティング・メディアビジネスに携わる人の社会における「パーパス」を議論し、仕事に対する誇り・プライドを奮い立たせる2日間。



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。

日程（予定）

リアル：9月25日(木), 26日(金)

オンデマンド：10月3日(金)～10月10日(金)

想定申込人数

リアル：1500名(2日間)

オンデマンド：800名



アドタイ・フォーラム リアル開催 協賛メニュー



会場レイアウト：赤坂インターシティコンファレンス(4F)



赤坂インターシティコンファレンス



講演会場イメージ



タイムテーブル／空き枠 リアル会場開催 2025年9月25日(木)

※2025年5月26日(月)時点

※テーマ・タイムテーブルは変更になる場合があります。

また登壇決定後も登壇者都合によりキャンセルの可能性あります。

講演会場A（定員200名）		講演会場B（定員100名）		講演会場C（定員100名）		講演会場D（定員80名）		講演会場E（定員100名）	
オープニング									
9:30～10:10/10:15～10:45		9:35～10:15/10:20～10:50		9:40～10:20/10:25～10:55		9:45～10:25/10:30～11:00		9:40～10:20/10:25～10:55	
主催枠	コミュニケーション産業で働く楽しさってどこにある？	主催枠	“愛される広告”の条件 —企業の営利と社会性のバランス	主催枠	顧客インサイトから紐解く商品戦略	主催枠	成果につながるSNS運用とは？～フォロワーからファンに変える最新戦略～	主催枠	マーケターとして働くということ ～広告・マーケティング業界の基礎知識とキャリアの実際～
プラチナ		ゴールド		ゴールド		シルバー		協賛講演	
11:10～11:50/11:55～12:25		11:15～11:55/12:00～12:30		11:20～12:00/12:05～12:35		11:25～12:05/12:10～12:40		11:15～11:45 協賛講演	
主催枠	“広告主”と“広告会社”の新しい関係性 —パートナーシップの理想と現実	主催枠	ローカルメディアはどこに向かう？ テレビ・新聞・ラジオそれぞれの戦い方	主催枠	急成長するリテールメディア市場を 攻略せよ ～広告主が知るべき活用戦略～	主催枠	新しいECとは何か？ —モノ売りから“関係性”の時代へ		
プラチナ		ゴールド		ゴールド		シルバー		12:05～12:35 協賛講演	
12:45～13:15 プラチナ		12:50～13:20 ゴールド		12:55～13:25 ゴールド		13:00～13:30 シルバー		12:55～13:25 協賛講演	
転換/贈賞式リハーサル				13:50～14:30/14:35～15:05		13:55～14:35/14:40～15:10		13:45～14:15 協賛講演	
				主催枠	“届けたい人に、きちんと届く”マーケティングとは ～信頼形成を軸にしたメッセージ設計～	主催枠	“カルチャー”を読み解くマーケティング — 韓国の価値観とブランド接触のリアル		
				ゴールド		シルバー		14:35～15:05 協賛講演	
16:30～18:20 「販促コンペ」贈賞式				15:30～16:00 ゴールド		転換		15:25～15:55 協賛講演	
18:30～19:30 パーティー				16:25～17:05/17:10～17:40				16:15～16:45 協賛講演	
				主催枠	ショート動画×UGCでつくる “運用型ブランディング”とは？				
				ゴールド				17:05～17:35 協賛講演	

1日目E会場は学生限定集客
詳細は別途資料を参照



タイムテーブル／空き枠 リアル会場開催 2025年9月26日(金)

※2025年5月26日(月)時点

※テーマ・タイムテーブルは変更になる場合があります。

また登壇決定後も登壇者都合によりキャンセルの可能性もあります。

講演会場F (定員200名)		講演会場G (定員100名)		講演会場H (定員100名)		講演会場I (定員80名)		講演会場J (定員100名)	
オープニング									
9:30～10:10/10:15～10:45		9:35～10:15/10:20～10:50		9:40～10:20/10:25～10:55		9:45～10:25/10:30～11:00		9:40～10:20/10:25～10:55	
主催枠	言葉の定義から考える、 これからのコミュニケーション産業	主催枠	インハウスクリエイティブの 新しい常識	主催枠	AIが浸透した時代の広告業界の変化	主催枠	事業変革で進化するブランド戦略 ～顧客との関係性をリ・デザインする～	主催枠	マーケターが知っておくべき海外市場の 攻略法 ～多文化・多言語時代のコミュニ ケーション設計～
プラチナ		ゴールド		ゴールド		シルバー		ゴールド	
11:10～11:50/11:55～12:25		11:15～11:55/12:00～12:30		11:20～12:00/12:05～12:35		11:25～12:05/12:10～12:40		11:20～12:00/12:05～12:35	
主催枠	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	主催枠	ブランド成長を加速させるインフルエン サー活用法～信頼が購買を動かす時代へ ～	主催枠	マーケティング活動の“見える化”最前線 ～効率と成果を両立するためのデータ活用術～	主催枠	マーケティングとテクノロジーの 融合最前線 ～“マーシス”で実現する顧客 起点のDX戦略～	主催枠	マーケターが知っておくべき海外市場の 攻略法 ～多文化・多言語時代のコミュニ ケーション設計～
プラチナ		ゴールド		ゴールド		シルバー		ゴールド	
12:45～13:15 プラチナ		12:50～13:20 ゴールド		12:55～13:25 ゴールド		13:00～13:30 シルバー		12:55～13:25 ゴールド	
13:40～14:20/14:25～14:55		13:45～14:25/14:30～15:00		13:50～14:30/14:35～15:05		13:55～14:35/14:40～15:10		13:50～14:30/14:35～15:05	
主催枠	広告の“常識”はこう変わる！ ～AI・テクノロジー時代のアドパーソン の矜持～	主催枠	R30 マーケター 「私たちが考える、 新しいマーケティングの常識」	主催枠	生活者の“今”をとらえるマーケティング ～変化の兆しをデータから読み解く～	主催枠	IP×マーケティングの実務戦略～ファン を動かし、価値を拡張する仕組みとは～	主催枠	IP×マーケティングの実務戦略～ファン を動かし、価値を拡張する仕組みとは～
プラチナ		ゴールド		ゴールド		シルバー		ゴールド	
15:20～15:50 プラチナ		15:25～15:55 ゴールド		15:30～16:00 ゴールド		15:35～16:05 シルバー		15:30～16:00 ゴールド	
16:15～16:45 プラチナ		16:20～16:50 ゴールド		16:25～16:55 ゴールド		16:30～17:00 シルバー		16:25～16:55 ゴールド	
16:45～17:45 転換/リハーサル		17:15～17:55		17:20～18:00				17:20～18:00	
18:15～19:30 パーティー		主催枠	外資プロマーケター「私のマーケティン グのフレームワーク」お見せします！	主催枠	ショート動画の 新しいクリエイターたちの感性			主催枠	あのブランドに、なぜ惹かれたのか。 -その答えはブランドストーリーにある



「アドタイ・フォーラム」協賛メニュー①：リアル会場開催

メニュー	プラチナ	プラチナ(単独)	ゴールド	ゴールド(単独)	シルバー	シルバー(単独)
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 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
提供リード	貴社講演枠申込者リスト 300名 想定	貴社講演枠申込者リスト 240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 150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 100名 想定
講演来場目標	150名	120名	100名	80名	60名	50名
講演時間	30分	30分	30分	30分	30分	30分
展示ブース	—	—	—	—	—	—

早期割引引き6/25(水)まで

※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）
※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。



「アドタイ・フォーラム」協賛メニュー②：リアル会場開催

メニュー	ブロンズ	展示ブース	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
早期割り 開催3か月前	<u>金額はこちらよりお問い合わせください</u>					
定価						
内容	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)	「主催枠」 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
提供リード	—	—	「主催枠」 セット講演 来場者リスト 450 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	—

早期割り引き6/25(水)まで

※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。



協賛メニューをご紹介します「パーティースポンサー」「パーティー参加」

メニュー	パーティースポンサー(9月26日) 限定1社
早割	<u>金額はこちらよりお問い合わせ ください</u>
定価	
提供内容	①ネットワーキングパーティー参加3名 ②パーティー会場内にカウンター設置 ③3分程度の挨拶 ④パーティー来場者へのノベルティ配布
想定 来場者数	150名
来場者層	・ イベント来場者(事業会社所属) ・ 宣伝会議から招待した広告主企業 ・ イベント協賛企業/パーティースポンサー ・ 月刊誌への広告出稿企業



メニュー	パーティー参加(9月26日) 限定10枠
早割	<u>金額はこちらよりお問い合わせ ください</u>
定価	
提供内容	・ ネットワーキングパーティー参加1名
想定 来場者数	150名
来場者層	・ イベント来場者(事業会社所属) ・ 宣伝会議から招待した広告主企業 ・ イベント協賛企業/パーティースポンサー ・ 月刊誌への広告出稿企業



多くの事業会社が参加するネットワーキングパーティーへの参加、及びパーティ内でのご挨拶が行えます。
パーティー参加者への認知度向上やパーティ内での会話のきっかけづくり、その後の商談へのフックとしてご活用いただけます。

招待制のネットワーキングパーティへ参加することができます。
パーティー内での会話や名刺交換を通して、
リード獲得や案件創出にご活用いただけます。
先着10枠限定のメニューです。

早期割引 6/25(水)まで



協賛メニューをご紹介「ランチラウンドスポンサー」

メニュー	ランチラウンドスポンサー 限定2社
早割 定価	金額はこちらよりお問い合わせ ください
内容	ランチラウンドテーブルでの単独講演 (聴講者へのランチ提供有)
提供リード	ランチセッション 参加者 10名想定
来場対象	課長職以上の役職者
来場目標	10名
講演時間	45分(ランチ時間込み)
備考	申込リードは原則納品

課長職以上の役職者10名を
ランチラウンドテーブルに招待



ランチラウンドテーブルのイメージ



宣伝会議が課長職以上の役職者10名を集めてランチラウンドテーブルを開催します。
テーブル囲んだ食事後の講演や食事しながらのセッションなど、講演時間の利用の仕方は自由です。
2社限定の特別メニューです。
役職上位者との深い関係づくりの施策としてご活用ください。

早期割引 6/25(水)まで

アドタイ・フォーラム

オンデマンド開催 協賛メニュー



アドタイ・フォーラム オンデマンドとは

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、期間限定配信。
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リーチします。

「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できます。



【コンテンツ】

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

1.5倍速・2倍速での動画視聴へも対応し、
視聴しやすい環境を整えています。

全講演選択・テーマ全選択も可能

講演動画視聴



資料ダウンロード



【掲載イメージ】 ※仕様は変更する可能性があります。

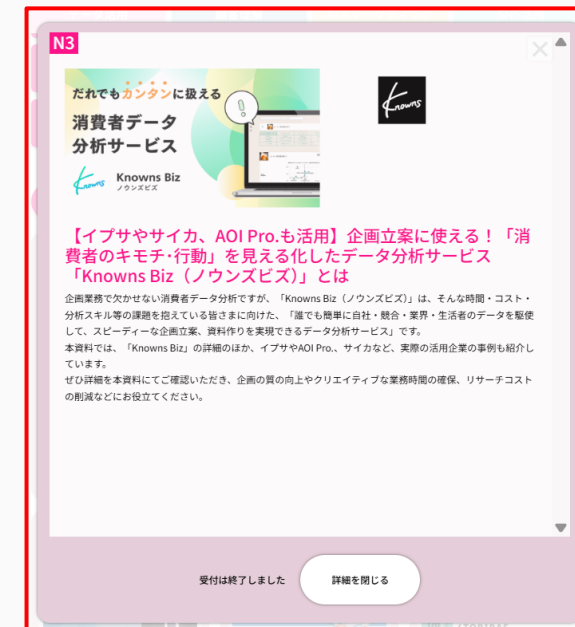


ホワイトペーパーダウンロード

「オンデマンド」では御社のWPを期間限定で掲載！短期間で集中的にWPのダウンロード数を伸ばすことができます。



詳細をクリック



過去実績

WP 総ダウンロード数：4759件/23社

株式会社unname WPダウンロード数：218件

※ 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

期間中WPをダウンロードしたユーザーの個人情報は
イベント終了後リストにまとめて共有いたします。



オンデマンド配信スケジュール

【想定スケジュール】



※スケジュールは変更する可能性があります。



「アドタイ・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	WP掲載プラン
早期割引	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 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 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 申込リスト提供 180名 想定	貴社資料ダウンロード 申込リスト提供（先着順） 30名~100名
講演時間	30分	30分	30分	-
協賛形式	・ 講演動画収録 & 編集 & 掲載 ・ サービス資料掲載 ・ ロゴ掲載	・ 講演動画掲載 ・ サービス資料掲載 ・ ロゴ掲載	・ 講演動画掲載 ・ サービス資料掲載 ・ ロゴ掲載	・ サービス資料掲載 ・ ロゴ掲載
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)	—

※上限は50名または100名のどちらか選択可能です
※セグメントを分ける場合は2万円/件となります

早期割引 6/25(水)まで

※ 追加リード購入は、1件 1万円(税別) です。

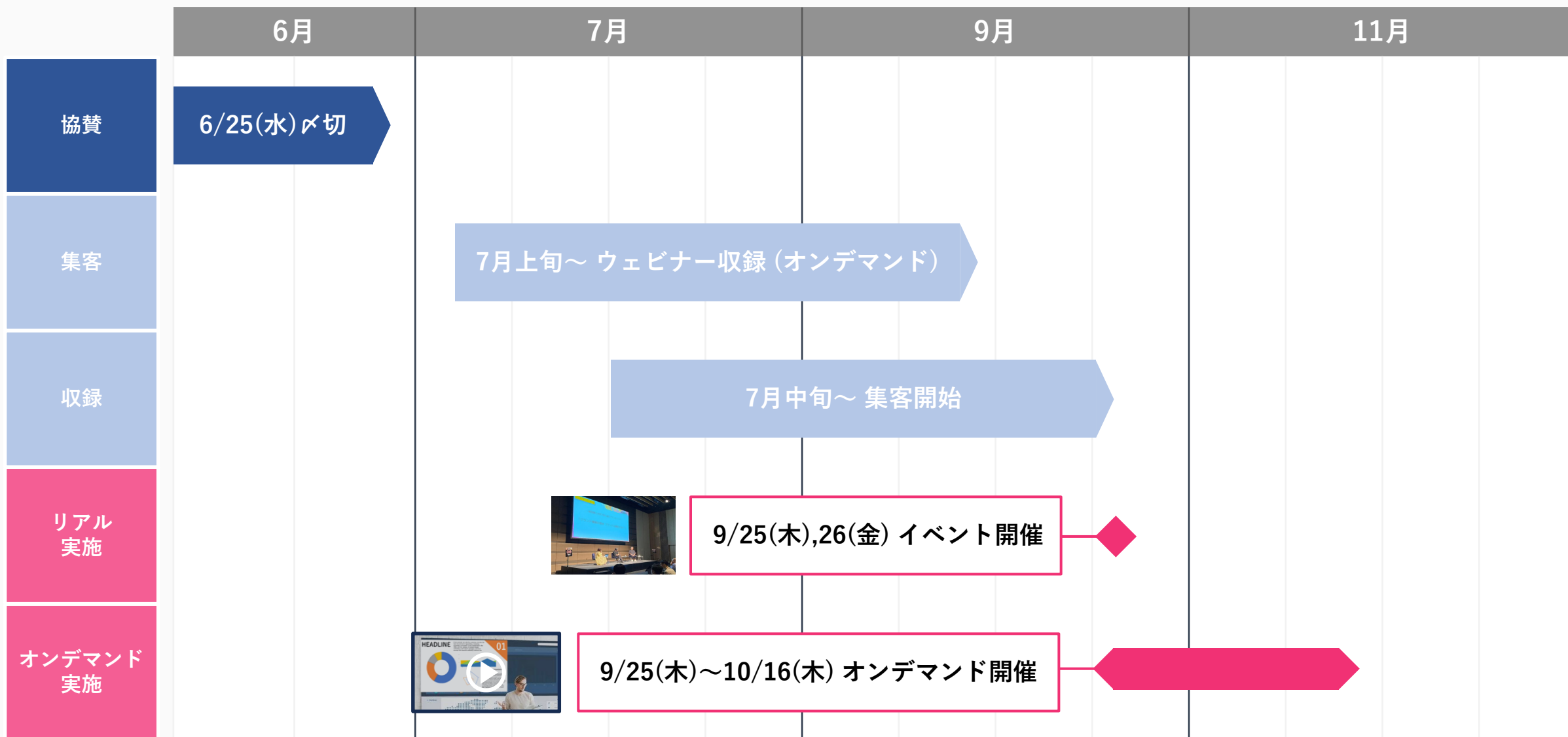
※ AdverTimes.(アドタイ)掲載 セミナレポートは、オプション50万円 (税別) です。

※ WP掲載プランの申込リストの提供数についてはご相談可能です。

※ 「WP掲載プラン」における保証人数に達しなかった場合は、
「AdverTimes.」へ同資料を掲載し、
申込者リストから不足分を先着順で提供いたします



「アドタイフォーラム」協賛スケジュール



宣伝会議 過去イベント開催レポート

「大型リアルイベント」開催レポート

「宣伝会議サミット2024(冬)」24年11月実施

「宣伝会議イヤーエンドサンクスパーティー」23年12月実施

「宣伝会議リージョナルサミット2023」23年12月実施



宣伝会議「大型リアルイベント（4大フォーラム）」開催レポート

Confidential

「4大フォーラム」は、**1000人規模のマーケターが集まるリアルイベント**として、3ヶ月に1回のペースで開催しています
講演や展示、夕方にかけて実施する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獲得が可能です**

アドタイデイズ2024（春）

2024年 3月1日（金）開催



総来場 **749社、1045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）

2024年 6月12日（水）開催



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）

2024年 9月27日（金）開催



総来場 **648社、1051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）

2024年 11月28日（木）、29日（金）開催



総来場 **939社、1500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**



「宣伝会議サミット2024(冬)東京@虎ノ門ヒルズフォーラム」 リアル開催レポート

「宣伝会議サミット2024(冬)東京」は、虎ノ門ヒルズフォーラム1フロアで開催され、**2日間で1500名が参加**

主催・協賛講演ともに満席の講演多数、2日目の夕方に締めとして開催された**ネットワーキングパーティー**では商談に繋がる交流が行われました

総来場 **939社、1,500名**

協賛社数 **25社**

セミナー数 **41講演** うち主催24講演
協賛17講演

パーティー参加 **154名** うち広告主91名

当日の会場の様子

講演会場は満席の講演も多く、展示ブースや名刺交換会、ネットワーキングパーティーでは、多くの方々による情報交換が行われ、活発な交流の場となった

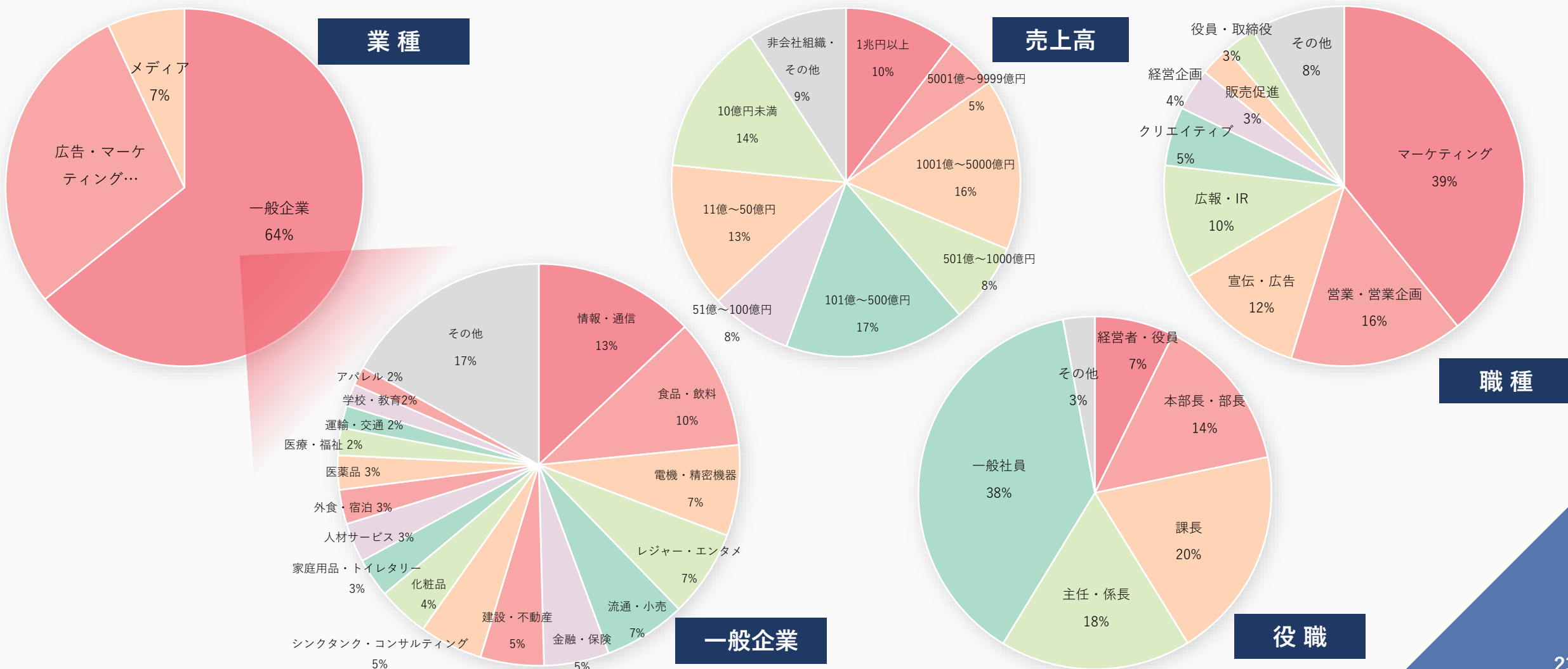


名 称：宣伝会議サミット2024(冬)
会 期：2024年11月28日(木)、29日(金)
会 場：虎ノ門ヒルズフォーラム
来 場：予約無料（事前登録制）
主 催：株式会社宣伝会議
来場対象：企業のマーケティング、宣伝、販促、
デジタルマーケティング責任者・企画担当者、
広告会社、制作会社、マーケティング関連会社



「宣伝会議サミット2024(冬)東京@虎ノ門ヒルズフォーラム」 申込者属性

他社と比較した際に、**① 広告主企業中心**（来場者の64%が該当）、**② 大手/エンタープライズ**（売上高100億円以上が56%）、**③ 高純度な部署セグメント**（マーケ部門:67%、広報・経営企画部門:14%）、**④ 役職上位者の含有率が高いこと**（課長以上が40%超）が最大の特徴です





「宣伝会議サミット2024(冬)東京@虎ノ門ヒルズフォーラム」 協賛企業 (31社)

Gold Sponsors

株式会社IRIS

 COORUM
by Asobica

株式会社Asobica

Ayudante, Inc.

アユダンテ株式会社

UNCOVER TRUTH

株式会社UNCOVER TRUTH

Uber

Uber Japan 株式会社

LMI

LMIグループ株式会社



SPIDER AF

株式会社Spider Labs

DAIKO

株式会社大広

株式会社たきコーポレーション IGI

TikTok for Business

TikTok for Business Japan

dely

dely株式会社



株式会社トライバルメディアハウス



ノウンズ株式会社

HAKUHODO

株式会社博報堂

BILCOM

ビルコム株式会社

Pinterest

ピンタレスト・ジャパン合同会社

Morph

株式会社 morph transcreation

Rakuten

楽天グループ株式会社

Repro

Repro株式会社

Silver Sponsors



アンダーワークス株式会社

 OZMA
PR

株式会社オズマピーアール

 TREASURE
DATA

トレジャーデータ株式会社

SMBC 三井住友カード

三井住友カード株式会社

MMOL.

MMOL Holdings 株式会社

Y M I R L I N K

ユミルリンク株式会社

Exhibition Sponsors

株式会社アルファ

株式会社アルファ

K&L Tokyo

株式会社ケー・アンド・エル

 SPATIAL
REALITY
DISPLAY

空間再現ディスプレイ (ソニー株式会社)

 DMM
オンラインサロン

合同会社DMM.com

 LEAN
Marketing

リーンマーケティング株式会社

Special Sponsor

shutterstock

Shutterstock Japan合同会社

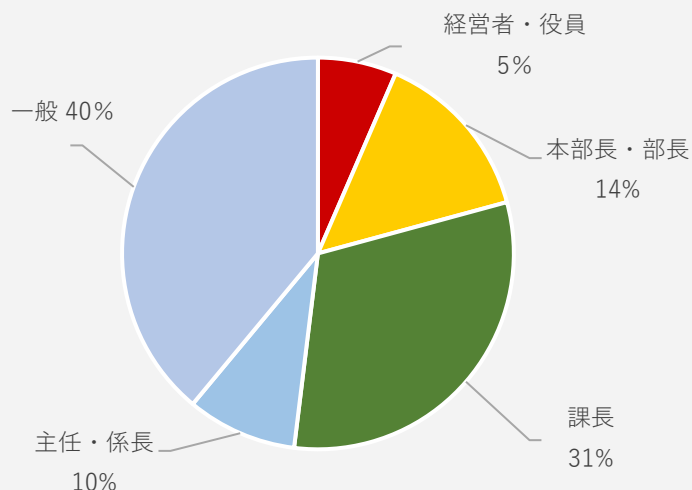
ご協賛いただきありがとうございました



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）

154名（うち広告主90名）が参加したネットワーキングイベントには「主任以上：約60％」と上位役職者を中心に、
ナショナルクライアントに多く参加をいただける結果に。大手企業との直接的な接点を創る場として是非出展を検討ください

参加者(事業会社所属)の役職クラス



会社名	部署名
アース製薬株式会社	チャンネル戦略事業本部
株式会社アクシス	事業企画部
イオンフィナンシャルサービス株式会社	イノベーション部メディア広告G
イオンフィナンシャルサービス株式会社	メディア広告グループ
イオンフィナンシャルサービス株式会社	メディア広告G
株式会社ウテナ	マーケティング部
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社	経営企画室
株式会社エイブルホールディングス	広報室
株式会社SBI証券	デジタル営業部
SBI生命保険株式会社	マーケティング部
遠州鉄道株式会社	営業推進課
株式会社オズ・インターナショナル	顧客マーケティング部
小田急電鉄株式会社	経営戦略部
小田急電鉄株式会社	経営戦略部
オハヨー乳業株式会社	ロイテロユニット
花王株式会社	DX戦略部門
カンオ計算機株式会社	デジタルイノベーション本部 マーケティングテクノロジー統括部
カンロ株式会社	UXプラットフォーム部
株式会社KEAN Health	マーケティング統括部
キャノンITソリューションズ株式会社	マーケティング本部
キャノンマーケティングジャパン株式会社	コーポレートマーケティング部
株式会社ゴールドウイン	ブランドコミュニケーション本部
株式会社ゴンチャ ジャパン	システム部
株式会社ゴンチャ ジャパン	マーケティング本部
サンコー	マーケティング本部
医療法人社団十二会	広報部
医療法人社団十二会	GCブランド事業部
J.フロンティアリテイリング株式会社	GCブランド事業部
ジョンソンコントロールズ株式会社	グループデジタル統括部
ジョンソンコントロールズ株式会社	広報室
株式会社SUBARU	NEAコミュニケーション
ソニー生命保険株式会社	国内営業本部 マーケティング推進部 宣伝課
ソフトバンク株式会社	横浜第4支社
損害保険ジャパン株式会社	グローバルデジタルマーケティング部
ダイキン工業株式会社	マーケティング部
株式会社CHINTAI	空調営業本部
株式会社CHINTAI	ブランニング事業グループ
TE Connectivity Japan合同会社	ブランニング事業グループ
株式会社テレビ東京	コーポレートマーケティング
株式会社 電通	マーケティング局マーケティングセンター
	CXクリエイティブ・センター

会社名	部署名
株式会社ドトールコーヒー	営業企画部
株式会社TRUNK	マーケティング部 / 社長室
西川株式会社	デジタル戦略部 デジタル戦略担当
日本電気株式会社	ピープル&カルチャー部門
日本貿易振興機構	広報課
株式会社農心ジャパン	マーケティング部
パーソルキャリア株式会社	マネジメント部
パーソルダイバース株式会社	doda Xブランドマネジメントグループ部
株式会社 阪急阪神百貨店	コーポレート本部 広報部
株式会社 阪急阪神百貨店	新規ビジネス開発推進部
株式会社 阪急阪神百貨店	新規ビジネス開発推進部
株式会社 阪急阪神百貨店	婦人ファッション営業統括部
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
日立グローバルライフソリューションズ株式会社	コミュニケーションデザイン部
日立グローバルライフソリューションズ株式会社	マーケティング本部コミュニケーションデザイン部
日立グローバルライフソリューションズ株式会社	マーケティング本部コミュニケーションデザイン部
日立グローバルライフソリューションズ株式会社	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
弁護士法人 平松剛法律事務所	マーケティング部
株式会社ファミリーマート	マーケティング本部 メディア&プロモーション改革推進部
株式会社ファンデリー	マーケティング事業部
株式会社ボーラ	顧客戦略部
株式会社Matsuya Ginza.com	マーケティング
株式会社三井住友銀行	リテールIT戦略部
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部
三菱自動車工業株式会社	電子システム開発部
ヤマハ株式会社	ブランド戦略本部 コーポレート・マーケティング部
ヤマハ株式会社	コーポレートマーケティング部
ヤマハ株式会社	コーポレート・マーケティング部 ブランドプロモーショングループ
楽天モバイル株式会社	マーケティング企画本部
楽天モバイル株式会社	マーケティング企画本部
楽天モバイル株式会社	マーケティング企画本部
楽天モバイル株式会社	ビジネスインキュベーション部
ライオン株式会社	エクスペリエンスデザイン
ライオン株式会社	マーケティング部
株式会社リクルート	プロダクト統括本部 プロダクトデザイン・マーケティング統括室
株式会社リクルート	マーケティング室 販促領域マーケティング2ユニット (マリッジ&ファミリー・自動車)
株式会社ローソン銀行	商品サービス部



「宣伝会議サミット2024(冬)オンライン」開催レポート

マーケティング・ブランディングに関するテーマを12種類用意し、4日間にわたってオンラインで開催された各分野で活躍するマーケターによる **各講演は平均約300名の申込があり盛況なオンラインイベントとなりました**

総申込

526社、746名

協賛社数

20社

セミナー数

35講演

うち主催11講演
協賛24講演

名称：宣伝会議サミット2024(冬) オンライン

会期：2024年11月19日(火)～22日(金)

形式：オンライン開催／ウェビナー配信

申込：予約無料（事前登録制）

主催：株式会社宣伝会議

対象：企業の宣伝、販促、マーケティング責任者・企画担当者、
デジタルマーケティング責任者・企画担当者、広告会社、制作会社、マーケティング関連会社

	Day1	Day2	Day3	Day4
第1部 10:00 11:40	コミュニティマーケティング 日本ケロッグ（同） マーケティング本部 アシスタントブランドマネージャー 上西 理奈子氏	コーポレートサイト （株）ベネッセホールディングス 専務執行役員 CDXO 兼 Digital Innovation Partners 本部長 兼 Operational Transformation 本部長 橋本 英知 氏	広報・PR 東急建設（株） 経営戦略本部コーポレート・ コミュニケーション部 菅 梨理子 氏	SNS活用 （株）ロッテ マーケティング本部 第一ブランド戦略部 コミュニケーション企画一課 佐藤 洸輔 氏
第2部 12:15 ～ 14:30	富裕層マーケティング （株）博報堂 ストラテジックプランニング局 博報堂富裕層マーケティングラボ 三宅 大介氏・須藤 三貴氏	顧客理解 （株）アイスタイル 執行役員 CCO 兼 マーケティング室長 大木 秀晃 氏	データ利活用 株式会社再春館製薬所 ドモホルンリンクル事業部 デジタルチーム 責任者 中島 公平氏 × ナッシュ株式会社 セールス本部 執行役員 前川 純一 氏 × 第一三共ヘルスケア株式会社 ブランド推進本部 広告宣伝グループ 主任 北條 秀明氏	ブランドコミュニケーション オン・ジャパン（株） マーケティング Head of Marketing Japan 亀関 宏紀 氏 × パナソニック（株） ビューティ・パーソナルケア事業部 パーソナルブランド マネジメント部 パーソナル国内マーケティング課 田中 亨 氏
第3部 15:00 ～ 17:15	顧客体験 スターバックスコーヒージャパン（株） Chief Digital Transformation Officer 濱野 努氏 × （株）Mizkan デジタル推進本部 執行役員 Chief Digital Officer デジタル推進本部 本部長 渡邊 英右氏	サステナビリティ （株）博報堂プロダクツ	営業戦略 （株）JTB ビジネスソリューション事業本部 マーケティングチーム チームマネージャー 藤原 健太郎 氏 × （株）WACUL 代表取締役 垣内 勇威氏	Web広告・デジタルマーケティング・広告運用 （株）タイミー マーケティング部 マネージャー 佐藤 康司 氏



「宣伝会議サミット2024(冬)オンライン」協賛企業(16社)

DIAMOND

Repro

Repro株式会社

PLATINUM

・PRODUCT'S・

株式会社博報堂プロダクツ

GOLD

RTB HOUSE =

RTB House Japan株式会社

COORUM
by Asobica

株式会社Asobica

ato
ato inc.

株式会社アト

VALUES
Consulting & Creation Group

株式会社ヴァリュース

CONDÉ NAST
JAPAN

合同会社コンデナスト・ジャパン

:DeNA

株式会社ディー・エヌ・エー

TBS NEWS DIG
Powered by JNN

TBS・JNN NEWS DIG合同会社

NISSEN

株式会社日宣

knowns

ノウンス株式会社

beBit

株式会社ビービット

Pinterest

ピンタレスト・ジャパン合同会社

LINEヤフー

LINEヤフー株式会社

LeadPlus

リードプラス株式会社

SILVER

NIKKEI-R

株式会社日経リサーチ

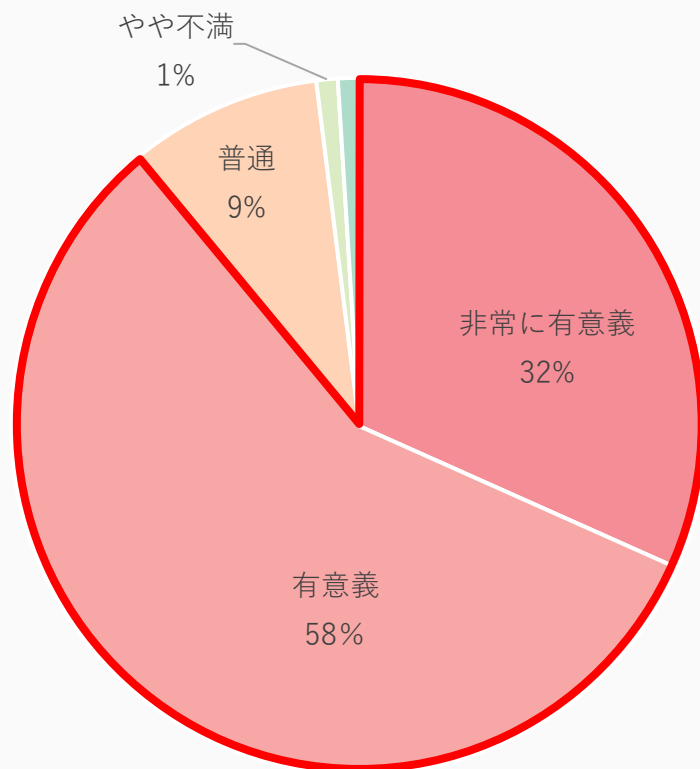


「宣伝会議サミット2024(冬)東京」来場者アンケート結果.1

◆イベント満足度

イベント全体を通して、参加者の90%の方に「非常に有意義」または「有意義」と回答いただき、非常に高い評価をいただきました
「来場者から満足をいただける講演型イベント」としてご協賛を検討いただけますと幸いです

Q.イベント全体を通した感想を教えてください。



【感想(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、参加できてとても良かったです。
- ・ 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。

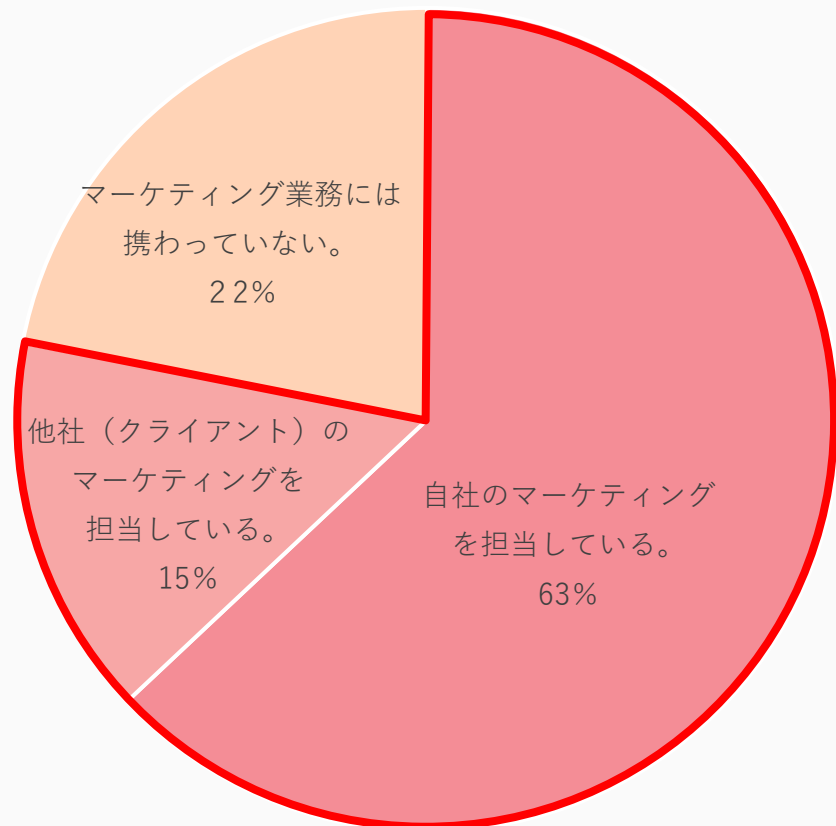


「宣伝会議サミット2024(冬)東京」来場者アンケート結果.2

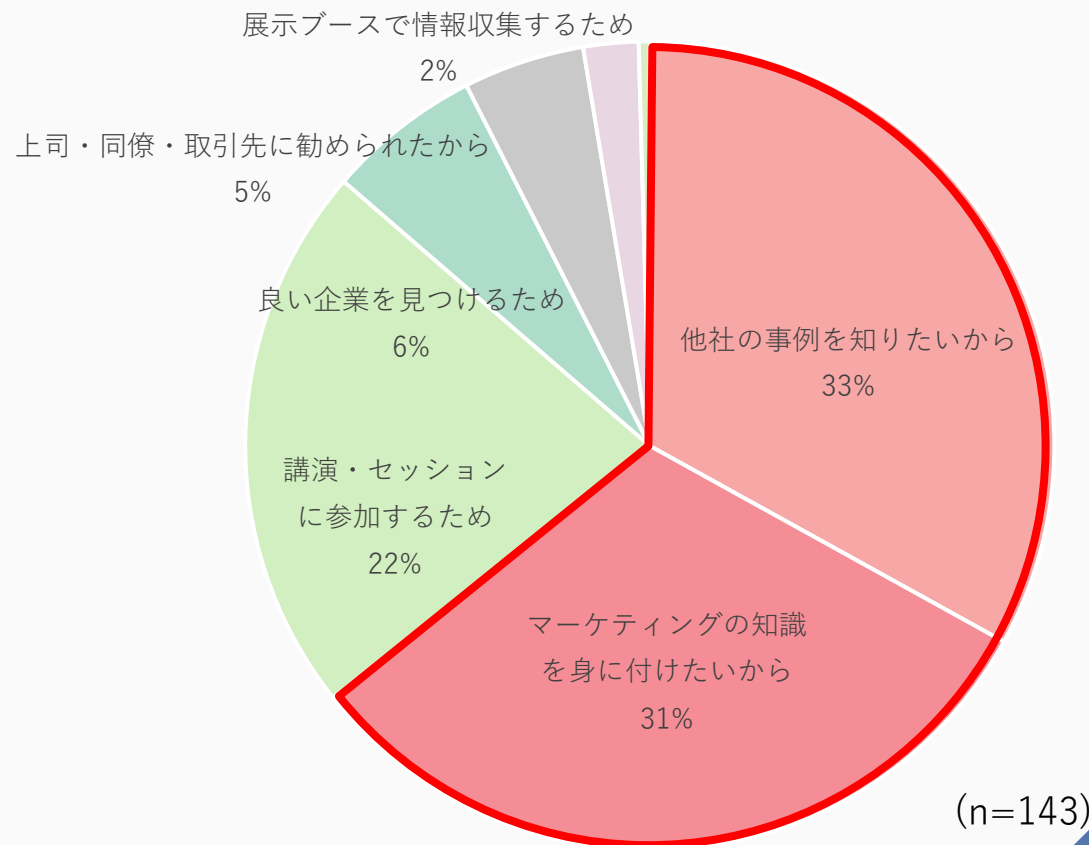
◆来場者の傾向

約80%がマーケティング実務担当者の宣伝会議イベントでは、「他社事例」「マーケティング知識」を得ることのニーズが高いため、**講演や展示ブースでは、自社が持っている導入事例やノウハウを紹介することで来場者からの信頼を得るパターンを推奨**しています

Q.仕事におけるご自身の立場をご回答ください



Q.来場理由を教えてください



「宣伝会議サミット2024(冬)東京」来場者アンケート結果.3

◆来場者の講演満足度

今回のセミナーでは、全セッションの満足度平均値が3.97と高評価を得ました。特に満足度の高かった上位10講演についてもご紹介します

全セッションの満足度平均値・・・**3.97**

※平均値・・・「非常に有意義」5点、「有意義」4点、「普通」3点、
「やや不満」2点、「不満」1点とした場合の数値より算出

満足度上位10講演テーマ	登壇者	満足度 数値
Jリーグ×楽天グループが語る、 「サッカー熱狂×キャラクター熱狂」のコラボがアツい理由。	(公社)日本プロサッカーリーグ(Jリーグ) 鈴木 章吾氏 & 楽天グループ(株) 菊池 辰也氏	4.70
ドン・キホーテ「情熱価格」成功の舞台裏	(株)パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス 森谷 健史氏 &(株)博報堂 宮永 充晃氏	4.67
定量・定性、どちらのリサーチも！スキルアップの極意を身につけるリサーチ道場 by Goodpatch & Knowns	ノウンズ(株) 田中 啓志朗氏 &(株)グッドパッチ 秋野 比彩美氏	4.67
君は戦略を立てることができるか 人気の「戦略講座」の要点を紹介	(株)クー・マーケティング・カンパニー 音部 大輔氏	4.52
好調ブランドのコミュニケーション戦略 ～競争市場での差別化とブランド構築～	サントリー食品インターナショナル(株) 伊藤 正明氏 & アンカー・ジャパン(株) 加藤 ひと彩氏	4.50
「文化資本クリエイティブ」 ～企業や地域に眠る「文化」を創造的に翻訳し、「文化資本」として新たな力にする～	(株)morph transcreation 小塚 泰彦氏	4.45
スーパーストックが考える、「企業の成長」とは？ “ブランド人格”の成長に合わせて進化する企業体	(株)スーパーストックトーキョー 松尾 真継氏	4.44
「ワクワク」をつくる！ ブランド体験のデザイン情報接点開発とコミュニケーション戦略	(株)三井住友銀行 米本 滉貴氏 &(同)ユー・エス・ジェイ 廣畑 直子氏	4.42
UGCが席卷する時代、何が変わったのか？ ～ラグジュアリーブランドのマーケティング戦略	MHDモエヘネシーディアジオ(株) 島岡 芳和氏 & ベントレーモーターズ ジャパン 遠藤 克之輔氏	4.40
社員を動かすパーパスブランディング～セブン銀行に学ぶ“浸透と発信”の成功モデル～	(株)セブン銀行 能勢 恵美氏 & エスエムオー(株) 齊藤 三希子氏	4.36



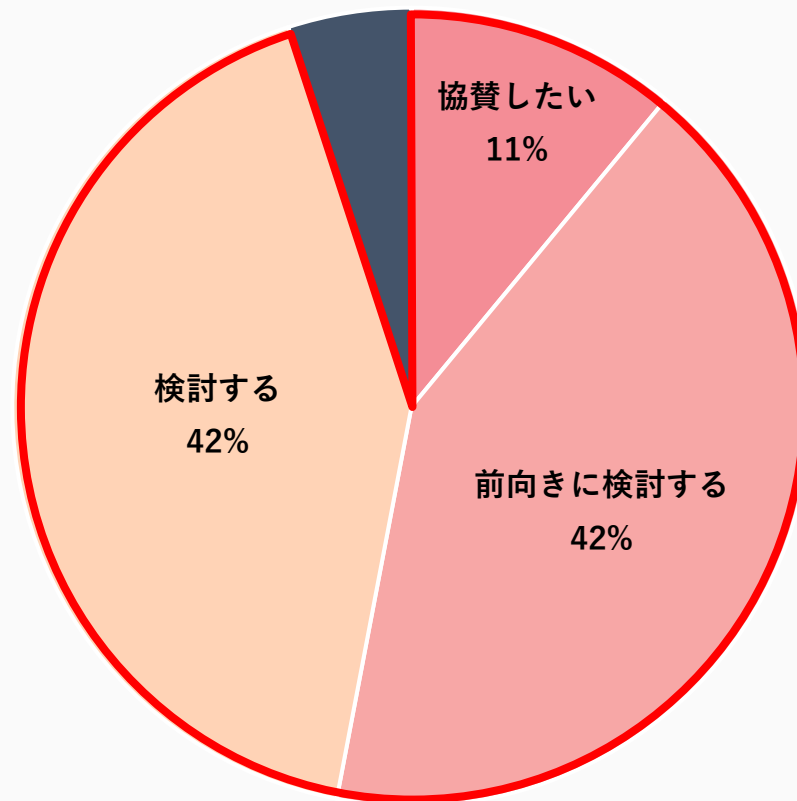
「宣伝会議サミット2024(冬)東京」 出展企業アンケート結果.1

◆協賛企業の満足度

協賛満足度は5.0点満点中4.0点と高評価を得ており、協賛企業の多くがセミナー出展に満足いただいた結果となりました。
次回の協賛意向について、「協賛したい」(11%)、「前向きに検討する」(42%)、「検討する」(42%)と回答いただき、
次回以降も協賛を検討いただいている企業が95%を占める結果に

Q. 「次回の協賛についてのご意向」をお聞かせください。

協賛満足度
4.0 / 5.0点満点



※平均値・・・「大変良かった」5点、「良かった」4点、「普通」3点、
「あまり良くなかった」2点、「良くなかった」1点とした場合の数値より算出

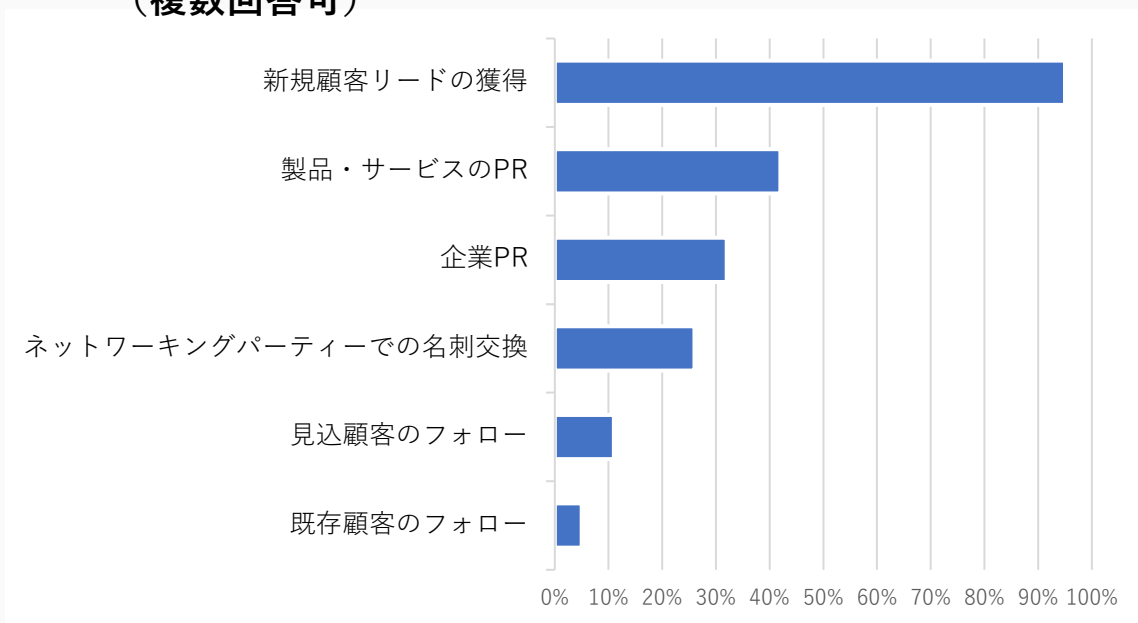


「宣伝会議サミット2024(冬)東京」 出展企業アンケート結果.2

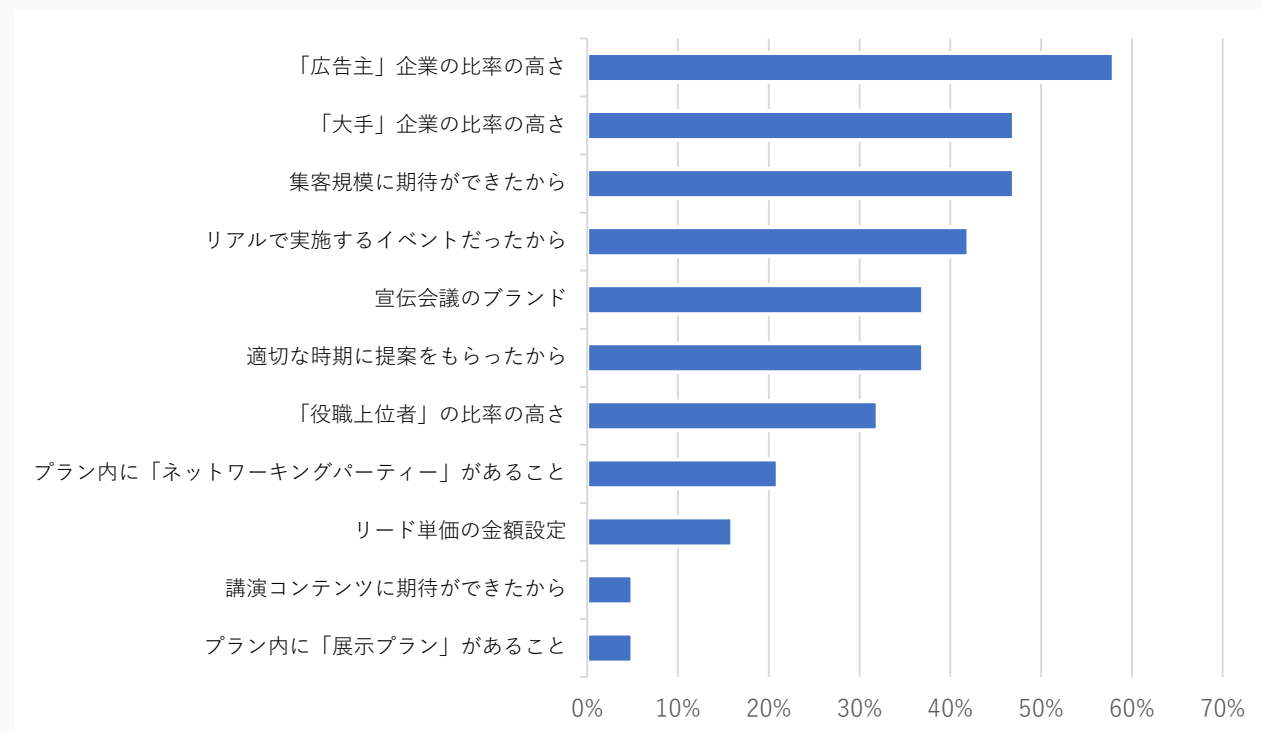
◆協賛目的・決め手

協賛目的としては「**新規顧客リードの獲得**」が最も多く、協賛の決め手としては「**大手・広告主企業の比率の高さ**」が重要視された結果に
ナショナルクライアントからの新規案件獲得施策としてご協賛を検討いただけますと幸いです

Q. 「今回の協賛目的」をお聞かせください。
(複数回答可)



Q. 「今回の協賛の決め手（競合他社との違い）」をお聞かせください。
(複数回答可)





「宣伝会議サミット2024(冬)東京」 出展企業アンケート結果.3

◆ご出展の感想

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、フォロー体制などに満足をいただきました
講演テーマ修正の提案等により、初出展の協賛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**

- ・ **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、今回実施し肌感はつかめた**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てよかった**です。



「宣伝会議イヤーエンドサンクスパーティー2023@原宿」 開催レポート

月刊誌取材先、イベント登壇者、アワード協賛企業などの、大手広告主の役職上位者を招待したパーティーでは、**185名（広告主：122名、広告業：63名）が参加**。商談に繋がる名刺交換が積極的に行われた

総来場 **105社、185名**

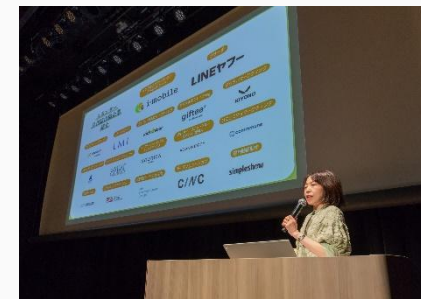
広告主数 **66社、122名**

広告関連会社数 **39社、63名**

「商談に繋がりそうな案件はありましたか？」

91.7%（11/12社）が**あった**と回答

協賛満足度は**4.33！**（5点満点）



当日の会場の様子

名称：宣伝会議イヤーエンドサンクスパーティー2023
会期：2023年12月21日(木)17:00-19:00(開場：16:30) ※2024年末は220名規模で実施
会場：WITH HARAJUKU HALL（原宿駅より徒歩1分）
来場者：①大手企業のマーケティング、広報部門の役員や部長クラスを含めた広告主を完全招待
②協賛企業と月刊誌出稿いただいた広告関連会社

コンテンツとしては、
月刊誌編集長からの2024年の潮流解説や、
メインスポンサー企業講演（LINEヤフー様・アイモバイル様）、
来場する広告主企業のブランド商品を景品とした
ビンゴ大会などのレクリエーションが実施された



「コミュニティ企画」 開催レポート

「ブランドマネージャーコミュニティ」と、「ECコミュニティ」は宣伝会議が取材してきた大手企業の実務家の方々と
直接接点を持つことができる招待制のネットワーキングイベントとして開催されました。

「ブランドマネージャーコミュニティ」

総来場 **26社、34名**



「商談に繋がりそうな案件はありましたか？」

83.3% (20/24社) が**あった**と回答

参加者コメント (一部抜粋)

- ・ 広告関連企業とファンマーケティングの取り組みができるかも知れない状況。
- ・ 普段かかわることのない広告主と商談できる機会が作れた。
- ・ 今回のイベントでPR販促面でのご相談先が増えた。
【仕事に繋がりそうな出会いはありましたか？】
- ・ 動画コンテンツやPR面でのお取り組みをしている方と出会えた。

- ・ 日 程 : 9月27日(金)12:30 ~14:00
- ・ 会 場 : 浜松町コンベンションホール内 セミナールーム
- ・ 対 象 : 『宣伝会議』「ブラマネアンケート特集」回答企業+スポンサー
- ・ 内 容 : 参加者自己紹介(15分)+講演(30分)+名刺交換会(30分)

「ECコミュニティ」

総来場 **26社、40名**



「商談に繋がりそうな案件はありましたか？」

66.7% (16/24社) が**あった**と回答

参加者コメント (一部抜粋)

- ・ 同業他社の方と情報交換を行うことでEC運営に活かすことができそう。
- ・ 他業種EC事業ご担当者様とお話しできる貴重な機会だった。
【本イベントでどのような取り組みが生まれそうですか？】
- ・ LINE施策の企業様に事例をご紹介いただく。
- ・ 他ブランド様とのコラボのお話が進んでいる。

- ・ 日 程 : 9月27日(金)15:45~17:00
- ・ 会 場 : 浜松町コンベンションホール内 セミナールーム
- ・ 対 象 : 『販促会議』「ECアンケート特集」参加企業+スポンサー企業
- ・ 内 容 : 参加者自己紹介(15分)+講演(30分)+名刺交換会(30分)



「宣伝会議リージョナルサミット2023@名古屋・福岡・大阪」 開催レポート

名古屋・福岡・大阪の3会場で、各地を代表する企業の役員などが登壇。地域イベント史上、過去最多の11社に協賛いただき、普段なかなかアプローチができない各地域に本社を持つ企業を中心に584名が来場と活況に

総来場 **584名** (申込：825名)

協賛社数 **11社**

セミナー数 **38講演** うち 主催18講演
協賛20講演

パーティー参加 **130名**

当日の会場の様子



※いずれも3会場のベ

名称： 宣伝会議リージョナルサミット2023

会期・会場：2023年12月 6日(水) 名古屋（ウイंकあいち）

2023年12月13日(水)福岡（アクロス福岡）

2023年12月20日(水)大阪（ナレッジキャピタルカンファレンスルーム）

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： 企業の宣伝、販促、マーケティング、広報、デジタル部門の
責任者・企画担当者、広告会社、制作会社、マーケティング関連会社

宣伝会議 2024年度 月刊誌特集予定

認知度を上げたい、新しいイメージを創っていきたい、
事例コンテンツを作りたい場合は、メディアへの出稿も
ご検討いただけますと幸いです



宣伝会議 月刊誌 2025年 特集スケジュール (予定)

人気特集

特集に紐づいた編集タイアップ広告には下記5つの特典が付きます。メニュー改編で非常にお得に！合わせてご検討ください

- ① 月刊誌本誌 編集タイアップ2ページ掲載 + ② Webメディア「アドタイ」転載 + ③ 各月刊誌 デジタル版転載
④ 二次利用素材提供（貴社Webサイト等で活用ください） + ⑤ ネットワーキングイベント招待1名

料金：280万円⇒200万円

発売日		2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
宣伝会議	巻頭	企業・商品 いま認知を獲得できる手段すべて	デジタル marketer アンケート	AI×マーケティング	マーケティングの成果を予測するMMMの活用	宣伝部長アンケート	SNSマーケティングの最適解	私の企画書・プレゼンの流儀	「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	令和時代のブランド戦略
	広告	OOH特集	どうしてる？デジタル人材の採用と育成	-	-	CTVで変わる！？テレビと運用型の広告市場	デジタル広告の品質問題	B2Bマーケティング	ブランドマネージャーアンケート	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
販促会議	巻頭	ショッパーインサイト 大予測2025	「楽しい買い物体験」の設計 (空間DX & 店舗DX)	企画書大公開	「リアル」に惹かれる消費者	小売再編 モノを売るプラットフォームの変化	流行の波を乗り越えろ！ 超高速プロモーション	販促に必要な「市場浸透率」「マーケットシェア」	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？	消費の目的は「応援」へ
	広告	-	必要なのは「買い続けたくなる仕組み」 LTV×販促戦略（ロイヤリティプログラム）	-	環境配慮と販促は両立するか？	リテールのデータ活用戦略	インフルエンサーマーケティング	縦型動画	EC、D2C 成長と衰退の分岐点とは？	こんなところに広告！？ アンビエントメディア
広報会議		企画・提案力 対話からストーリーが生まれる	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	20周年号 広報の力	メディア リレーション	オウンドメディア + サイトリニューアル	社内コミュニケーション	SNS (200号)	採用広報	体験型ブランディング PR イベント
ブレーン		グッドデザイン	AI×クリエイティブ 特集 注目のチーム&求人 特集	-	注目のチーム&求人 特集	-	-	注目のチーム&求人 特集	-	-



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

