

OOHメディア・ カンファレンス

@宣伝会議セミナールーム

【リアル開催】 2025年8月27日(水)

2025.05.13

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』『ブレーン』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 ブレーン

2. 業界キーパーソンへの月刊誌メディア取材

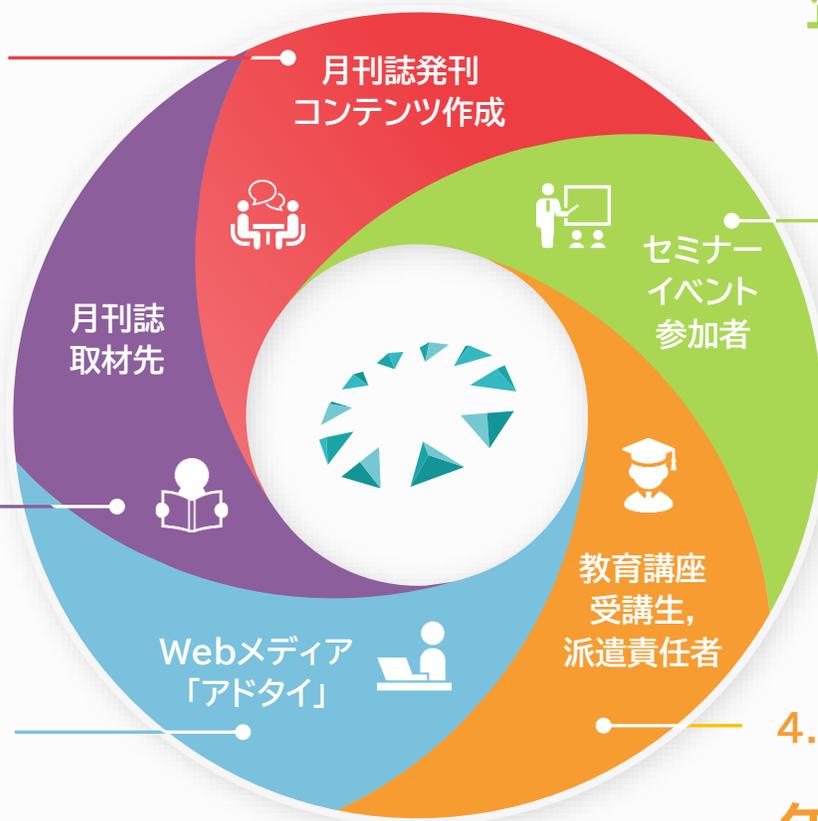
年間 1,000 名以上

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



CAC

ARTS

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

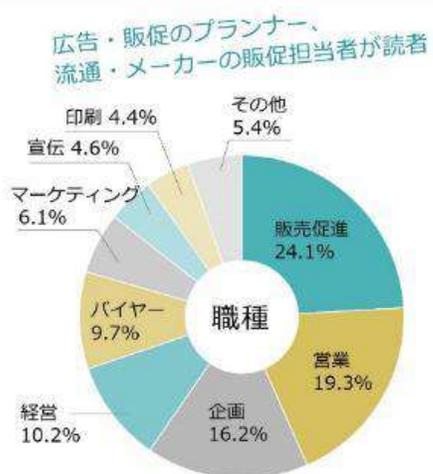
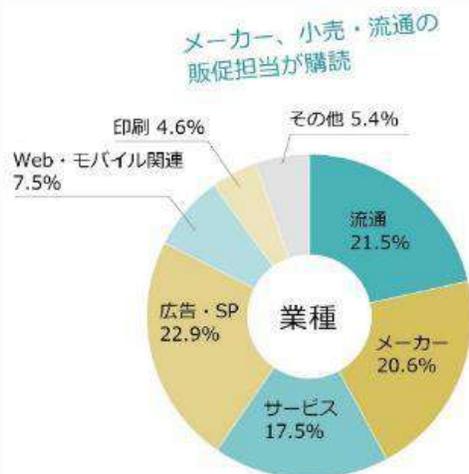
月刊『販促会議』 媒体概要と読者属性



創刊：1997年
 発行：月刊（毎月1回）
 定価：1,500円（税込）
 判型：A4変形・144ページ
 販売：定期購読、全国有力書店
 ならびにAmazon

「商品売る」「人を集める」実践に役立つ販売促進の専門雑誌

企業のマーケティング活動において投資対効果に対する意識が高まり、「いかにして販売に結び付けるか」という販売促進への期待も高まっています。メーカーから大手流通、小売店にいたるまで、豊富な事例をベースに、通常は表に出てこない成功のポイントを徹底分析。日本で唯一の「販売促進」専門誌として、販売促進にかかわる読者へのアプローチの機会を提供します。



「OOHメディア・カンファレンス」とは

【2025年開催テーマ】 動線と感情をつなぎ体験を変えるOOH

駅、タクシー、エレベーター、店内、喫煙所、街の交差点など、私たちは毎日の移動の中で無数のメディアに触れています。またOOHメディアの広告は、デジタルとの融合やデータ活用、体験設計の進化を経て、「届ける」から「動かす」へと変貌を遂げています。本カンファレンスでは、最前線のOOH活用事例や、生活者の行動文脈に寄り添ったプランニング手法、テクノロジー連携による広告効果の可視化までを一挙に紹介。

「ブランド体験を設計する」という視点から、OOHの可能性を再発見する学びをお届けします。

日程	リアル：8月27日(水)
想定 申込人数	リアル：200名
リアル会場	宣伝会議 セミナールーム

セミナー講演

ネットワーキングパーティー

想定キーワード

デジタルサイネージ	スマートシティ広告	屋外ビジョン	DOOH
OOH効果測定	クリエイティブ事例	媒体選定	交通広告
メディアプランニング	クロスメディア戦略	ブランド認知	AI×OOH
位置情報マーケティング	クリエイティブ事例	店舗送客施策	SNS連動

講演テーマの例

交通広告 × ブランド体験設計 - タクシー・駅構内・車内ビジョンの真価
エレベーターの中の3秒 - 超接近型OOHの勝ち筋
広告主 × メディア × プランナーが語る、OOHの本質的価値
OOHとSNSの接続点 - デジタル時代の『共有される空間広告』



キーノート



分科会



ネットワーキング



会場イメージ

タイムテーブル/協賛メニュー

メニュー	協賛講演	販促会議 レポート付き
早期割り	金額はこちらよりお問い合わせください	
定価		
内容	単独講演 ネットワーキング パーティー参加2名	単独講演 + 月刊『販促会議』 誌面レポート2P 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 80名想定	
講演来場 目標	40名	
講演時間	30分	

宣伝会議セミナールーム	
オープニング	
(10:00~10:40)	【A1a】主催講演 (協賛社3社対談×編集部)
(休憩)	
(10:55~11:25)	【A1b】協賛講演
(休憩)	
(11:40~12:10)	【A2】協賛講演
(休憩)	
(13:30~14:00)	【A3】協賛講演
(休憩)	
(14:15~14:45)	【A4】協賛講演
(休憩)	
(15:00~15:30)	【A5】協賛講演
(休憩)	
(15:45~16:15)	【A6】協賛講演
(休憩)	
(16:30~17:10)	【A7】主催講演 (協賛社3社ラップアップ×編集部)
(休憩)	
ネットワーキングパーティー (17:15-18:00) ※完全招待制	

早期割り引き6/30(月)まで

※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。

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

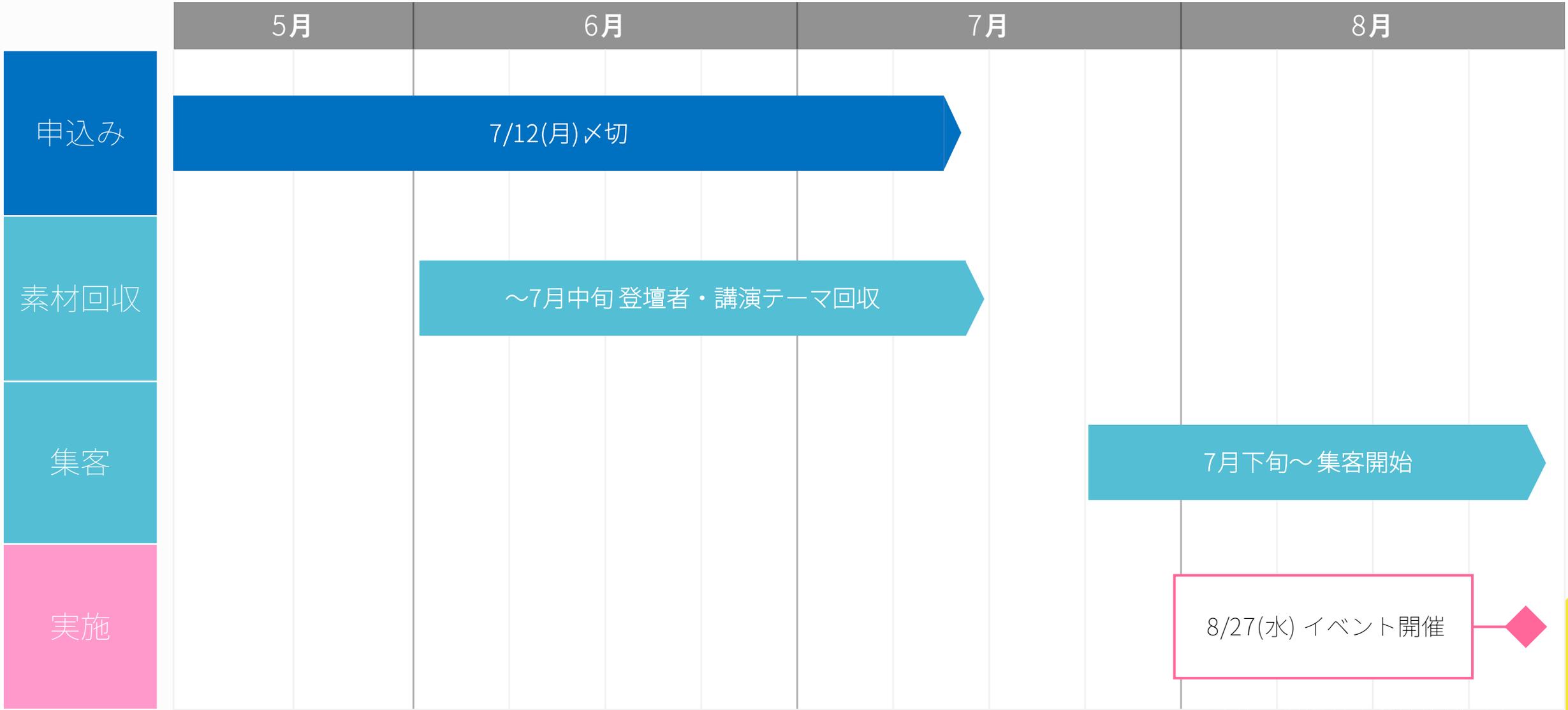
月刊「販促会議」誌面掲載イメージ



登壇レポートの誌面イメージ (2ページ)

OOHメディア・カンファレンス登壇の様子を『販促会議』編集部が特集ページで紹介。販促業界における貴社のイメージアップとブランディングに最適です。

スケジュール



- ・スケジュールは変更になる場合がございます。
- ・開催2営業日後目安で選択リスト送付

月刊『販促会議』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

月刊『販促会議』年間特集予定

オススメ企画

月号	発売	申込締切	特集1	広告特集	出稿特典で参加可能な ネットワーキングイベント(仮)
25年3月号	1月31日(金)	12月20日(金)	ショッパーインサイト大予測2025	-	※3月5日(水) マーケティングサミット(春)内
25年4月号	3月1日(金)	1月31日(金)	「楽しい買い物体験」の設計	必要なのは「買い続けたいなる仕組み」 LTV×販促戦略 (ロイヤリティプログラム)	↓
25年5月号	4月1日(火)	2月28日(金)	企画書大公開	-	↓
25年6月号	5月1日(木)	3月28日(金)	「リアル」に惹かれる消費者	環境配慮と販促は両立するか？	↓
25年7月号	5月30日(金)	4月25日(金)	小売再編 モノを売るプラットフォームの変化	リテールのデータ活用戦略	↓
25年8月号	7月1日(火)	5月30日(金)	流行の波を乗り越え！超高速プロモーション	インフルエンサーマーケティング	※6月12日(木) 宣伝会議サミット(夏)内
25年9月号	8月1日(金)	6月27日(金)	販促にこそ必要な 「市場浸透率」「マーケットシェア」	縦型動画/OOHカンファレンス連動特集	↓
25年10月号	9月1日(月)	7月25日(金)	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？	EC、D2C 成長と衰退の分岐点とは？	↓
25年11月号	10月1日(水)	8月29日(金)	消費の目的は「応援」へ	こんなところに広告！？アンビエントメディア	※9月18日(木) アドタイデイズ(秋)内
25年12月号	10月31日(金)	9月26日(金)	プロダクトプレイスメントと販促	進化するカスタマーエンゲージメント プラットフォーム	↓
26年1月号	12月1日(月)	10月24日(金)	2025年、最高の広告・プロモーションは？ クリエイター・プランナーアンケート	イベント&体験ブランディング	※未定アドタイデイズ(冬)内
26年2月号	12月28日(日)	12月20日(金)	2026年ヒットの方程式 企業・ブランドは消費者の「ここ」を狙う	売り場起点の商品NBとPB	↓
26年3月号	1月30日(金)	11月28日(金)	狙え一発逆転 ハイリスク・ハイリターンプロモーション	PR×セールスプロモーション 新しいパートナー	↓
26年4月号	2月27日(金)	12月19日(金)	次世代を担うU35プランナー 若手が考える 「自分が買いたくなるプロモーション」	店舗DX	↓

※特集予定は、予告なく変更することがございます。最新情報についてはお問合せください。



宣伝会議『月刊誌』年間特集予定

オススメ企画

Confidential

発売日	宣伝会議(巻頭)	宣伝会議(広告)	販促会議(巻頭)	販促会議(広告)	広報会議	プレーン
2/28(金)	デジタルマーケティングアンケート	どうしてる？ デジタル人材の採用と育成	「楽しい買い物体験」の設計 (空間DX & 店舗DX)	必要なのは「買い続けたいくなる仕組み」LTV×販促戦略	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	AI×クリエイティブ特集 注目のチーム&求人特集
4/1(火)	AI×マーケティング特集	-	企画書大公開	-	20周年号 広報の力	世界のクリエイター
5/1(木)	マーケティングの成果を予測する MMMの活用	-	「リアル」に惹かれる消費者	環境配慮と販促は両立するか？	メディアリレーション	注目のチーム&求人特集 (6/12「サミット夏」配布連動)
5/30(金)	宣伝部長アンケート (6/12「サミット夏」連動)	CTVで変わる！？ テレビと運用型の広告市場	小売再編モノを売るプラットフォームの変化 (6/12「サミット夏」連動)	リテールのデータ活用戦略	オウンドメディア&サイトリニューアル (6/24「広報会議サミット」連動)	-
7/1(火)	狙うはリーチかエンゲージメントか？ SNSマーケティングの最適解	デジタル広告の品質問題	流行の波を乗りこなす！ 超高速プロモーション	インフルエンサーマーケティング	社内コミュニケーション	-
8/1(金)	クリエイター・メーカー 私の企画書・プレゼンの流儀	B2Bマーケティング	販促にこそ必要な「市場浸透率」 「マーケットシェア」 (9/18「デイズ秋」連動)	縦型動画/OOH連動特集	SNS	注目のチーム&求人特集 (9/18「デイズ秋」本格連動)
9/1(月)	「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 (9/18「デイズ秋」連動)	ブランドマネージャーアンケート	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？ (9/18「デイズ秋」連動)	EC、D2C 成長と衰退の分岐点とは？	採用広報 (9/24「広報会議サミット」連動)	-
10/1(水)	令和時代のブランド戦略	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	消費の目的は「応援」へ	こんなところに広告！？ アンビエントメディア	体験型ブランディング PRイベント	-
10/31(金)	マルチデバイス時代の 動画マーケティング	サステナブル・プロモーション	プロダクトプレイスメントと販促	進化するカスタマーエンゲージメントプラットフォーム	広報のチーム作りと業務効率化 or 効果測定	注目のチーム&求人特集 12/3「サミット冬」配布連動
12/1(月)	人生100年時代長寿不安に寄り添う企業 の提案 (12/3「サミット冬」連動)	DX推進責任者アンケート	2025年、最高の広告・プロモーションは？ (12/3「サミット冬」連動)	イベント&体験ブランディング	危機管理広報	-
12/27(土)	商品・カテゴリーに対するイメージを変えた！ リブランディング事例50選	体験価値を高めるマーケティング	2026年ヒットの方程式 企業・ブランドは消費者の「ここ」を狙う	売り場起点の商品NBとPB	年間計画アンケート (11/15「広報会議サミット」レポート掲載)	-
1/30(金)	デジタル時代の「顧客理解」の ツールと手法	ブランド成長を支える クリエイティブパートナー	狙え一発逆転ハイリスク・ハイリターン プロモーション	PR×セールスプロモーション 新しいパートナー	広報クリエイティブ	注目のチーム&求人特集 グッドデザイン (3/19「サミットPREMIUM」配布連動)
2/28(土)	デジタルマーケティングアンケート (3/19「サミットPREMIUM」連動)	ブランドセーフティとネット広告	次世代を担うU35プランナー (3/19「サミットPREMIUM」連動)	店舗DX	広報のキャリアとスキル (3/3「広報会議サミット」連動)	-

月刊『販促会議』編集タイアップ広告メニューがお得になりました

月刊『ブレイン』編集タイアップ広告は、**貴社と親和性の高い特集テーマ号での出稿がオススメです**
編集タイアップには下記5つの特典が付きます。**メニュー改編でお得になりました！是非ご検討ください**

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



記事コンテンツのテキスト、画像等の素材を、貴社Webサイトや営業資料の中でご活用いただけます。出典クレジットの記載をお願いいたします。

例：『販促会議』24年10月号掲載

⑤ ネットワーキングイベント招待1名



KAIGI GROUPが実施している大型イベントと同時開催のネットワーキングイベントへの招待も特典として付与いたします。大手企業のマーケティング部、宣伝部の方との直接的な接点の場としてご活用ください。

料金：280万円 ⇒ 200万円

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

