

ブレーンサミット

協賛概要資料

@WITH HARAJUKU

【リアル開催】 2025年7月30日(水)

【オンデマンド】 2025年8月 6日(水)～8月20日(水)

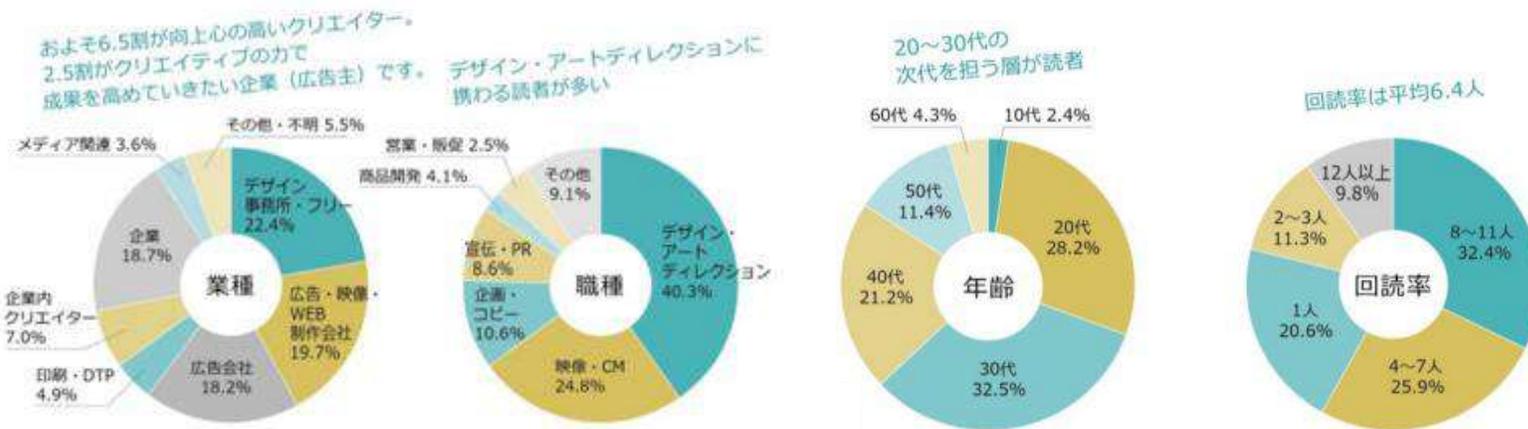
月刊『ブレン』 媒体概要と読者属性

企業課題をクリエイティブで解決する 広告・クリエイティブの専門誌

広告・デザインをはじめ、アートディレクション、プロダクト、映像など、現代のマーケティング・コミュニケーションに関わるあらゆるクリエイティブのアイデアと考え方、その事例を紹介しています。読者は企業のブランドやサービス、プロダクトのクリエイティブディレクションに関わる人を中心に、ジャンルを問わずクリエイターたちです。企業とクリエイターのコラボレーション企画も多数展開し、好評を得ています。



創刊：1961年
発行：月刊（毎月1回）
定価：1,500円（税込）判型：A4変形・144P
販売：定期購読、全国有力書店ならびにAmazon



月刊『ブレーン』読者の特徴

クリエイティブ・クラスとは、

新しいアイデアや技術、コンテンツを生み出し、経済を成長させる知識労働者層 = 価値を新しく生み出す人

| 主な職種 | 特徴① | 特徴② |
|--|--|--------------------------------|
| 科学者、エンジニア、建築家、 デザイナー、教育者、アーティスト、 ミュージシャン、エンタテイナーなど | ビジネス、金融、法律、医療などの 分野で、独自の判断に基づいて複雑な問題 解決に取り組む | 好奇心や探究心が強く、 自分の能力が生かせる環境を好む |

ブレーンサミットには
トップクリエイターから、
意欲溢れる若手まで、
広く向上心の高いクリエイターが参加



日本のデザイン・クリエイティブにイノベーションを起こすトップクリエイター

仕事やワークスタイル、考え方に加えて生き方まで、業界全体や若手クリエイターに大きな影響力を持っている。

トップクリエイターを目指すリーダー層

現場の第一線で活躍するメイン読者のクリエイター。リーダー的な役割を果たし、組織内では大きな発言権と影響力を持っている。レベルの高い仕事を求め、向上心や情報収集意欲が高い。

活躍したい意識が高い研究熱心なクリエイター

20後半～30代前半の若手クリエイターは中心読者。もっと大きな仕事をしたいと意欲が旺盛。組織内ではステップアップをしたい、転職したいと考える人が多い。アンテナが高く、あこがれや野心もある。

クリエイティブに憧れと意欲をもった若いクリエイター

話題のデザインや広告などクリエイターの働く姿勢に関心が高く、創造・表現の可能性を探求する。学びの場を求め、自己投資意欲も高い。

イベント概要

◆ブレインサミットとは

「Beyond the Idea and Creativity」というテーマのもと、常に従来の発想や領域、事業の形をクリエイティブの力で“越境(Beyond)”するための「ブレイン=考える力」のWayを探るイベントです。

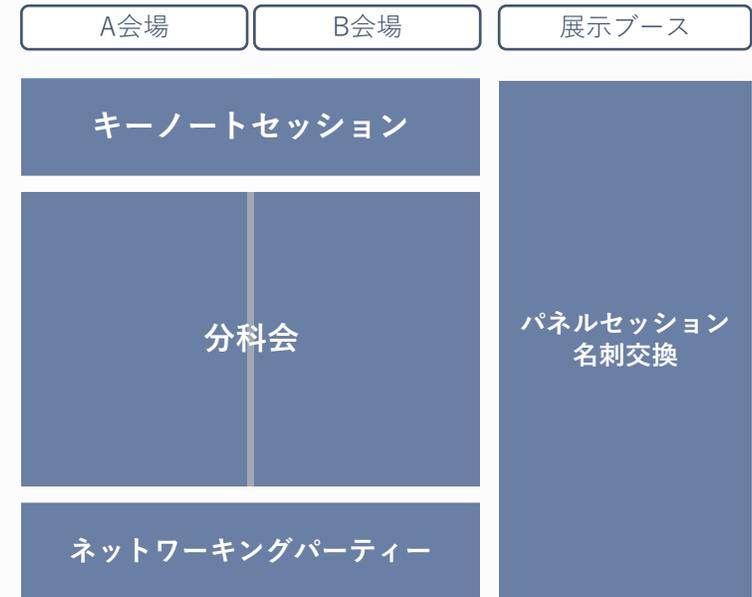
データやパーソナライズ、AIの文脈で世の中が均一化していく時代に、データやロジックでは到達できない事業成長を、クリエイティビティでどのように生み出せるのでしょうか。ただアイデアを発想するだけではなく、クリエイティビティのその先へ進むために必要な、思考の深度やプロセス、発想の技法に迫ります。

日々、現場で奮闘するプロフェッショナルと共に、「人が考えること」の価値を問い直す場をつくります。



【2025年開催テーマ】 Beyond the Idea and Creativity

| | | |
|--------|---|-------------------------|
| 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 | |
| 日程 | リアル：7月30日(水) | オンデマンド：8月6日(水)～8月20日(水) |
| 想定申込人数 | リアル：400名 | オンデマンド：400名 |
| リアル会場 | WITH HARAJUKU (151-0001 東京都渋谷区神宮前1-14-30) | |



会場イメージ



キーノート



ネットワーキング

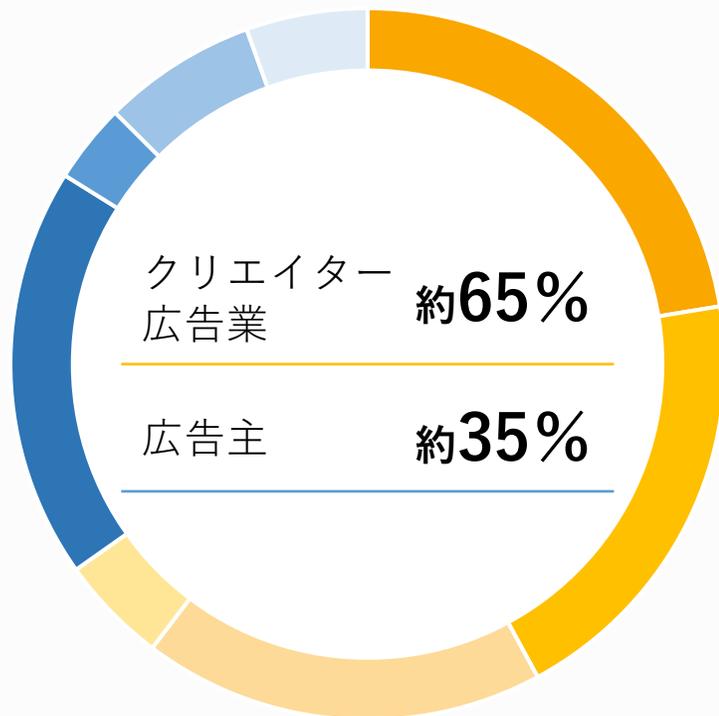


展示ブース

「ブレンサミット」来場者層

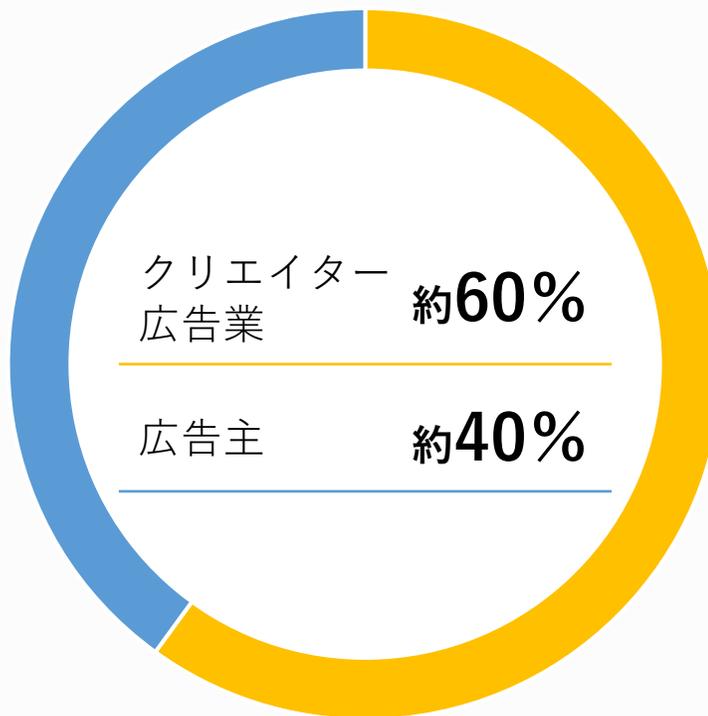
【月刊『ブレン』読者】

業種

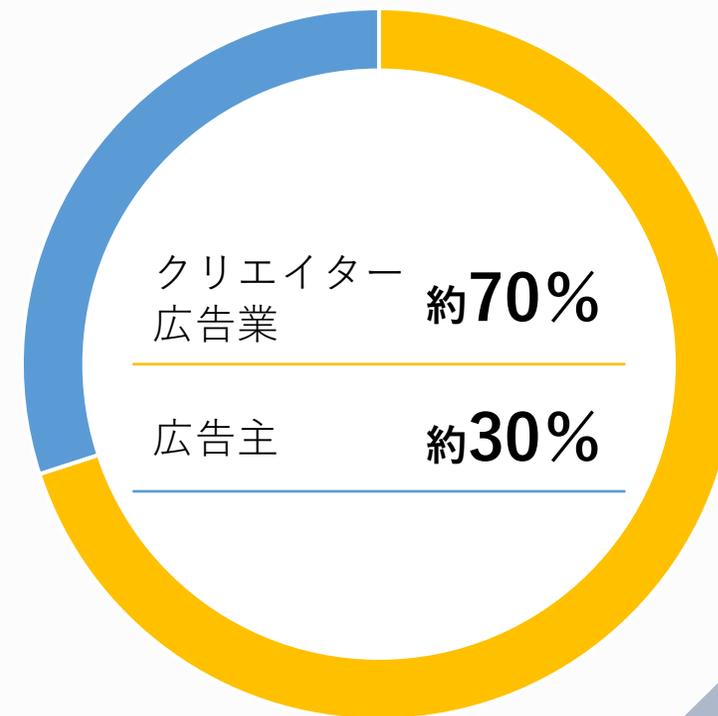


【ブレンサミット想定来場者層】

サミット来場者



パーティー参加者



来場者参考資料：『ブレン』定期購読企業（一部抜粋）

| 企業名 | 部署名 |
|----------------|-------------------------|
| LDH JAPAN | グループ戦略本部 |
| M T G | BEAUTYブランド本部プロモーション課 |
| T B S ホールディングス | 総合プロモーションセンター |
| ニトリパブリック | コミュニケーションプランニング1部 |
| ファイントウディ | ブランドコミュニケーション部 |
| ポケモン | 映像本部 映像企画部 |
| 丸亀製麺 | マーケティングDX戦略部 |
| 社熊谷組 | 広報部 |
| 日本香堂 | - |
| イトーキ | 広報IR部 |
| KDDI | コミュニケーションデザイン部 |
| SCSK | 広報部 部長 |
| TIS | コーポレートコミュニケーション部 |
| TOPPANホールディングス | 広報本部 |
| アイフル | 宣伝部コミュニケーションデザイン課 |
| アサヒ飲料 | マーケティング本部宣伝部 |
| アットホーム | 本社営業部 |
| オリックス不動産 | 企画広報チーム |
| キッコーマンソイフーズ | マーケティング本部 マーケティング推進部 |
| 麒麟ビバレッジ | マーケティング部 |
| コクヨ | コーポレートコミュニケーション室 |
| コダック | - |
| タワーレコード | 宣伝マーケティング部 |
| パナソニック | コミュニケーション企画室 |

| 企業名 | 部署名 |
|-------------------------|-----------------------------|
| パナソニック ハウジングソリューションズ | コミュニケーション企画室 |
| パナソニック フェンリル | デザイン本部 総務部 |
| フェンリル 東京支社 | 管理部 |
| 楽天グループ | 顧客戦略部 |
| 楽天グループ | 楽天デザインラボ |
| アイセイ薬局 | - |
| インターメスティック | ブランド推進室 |
| オルビス | VIグループ |
| 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 |
| ダスキン | - |
| トンボ鉛筆 | - |
| ニコン | デザインセンター |
| ニトリパブリック | 事業開発部 |
| リクルート | ソリプラ2部 |
| 中村屋 | プロモーション・EC企画室 |
| 明治 | 宣伝部 |
| 琉球銀行 | 営業統括部 メディア戦略室 |
| 亀田製菓 | - |
| 京の匠 | 代表取締役 |
| 佐川急便 | 経営戦略部 広告宣伝課 |
| 三井住友 DSアセットマネジメント | プロダクトマネジメント部 ブランドマネジメント室 |
| 三井不動産 | イノベーション推進本部 ベンチャー共創事業部 |
| 三井不動産 | DX本部 DX二部 |
| 三甲 | 商品設計部 |

| 企業名 | 部署名 |
|-----------------------|---------------------|
| 三和ペイント | マーケティング部 |
| 森永製菓 | マーケティング本部 広告部 |
| 真庭市役所 | 産業環境部 産業政策 |
| 多摩川精機 | 広報宣伝部 |
| 大分ケーブルテレコム | 営業本部 広報・マーケティンググループ |
| 長崎電気軌道 | - |
| 東レエンジニアリング | - |
| 東映シーエム | 制作管理室 |
| 東京エレクトロン | 総務部 |
| 東洋 | マーケティング事業部 |
| 東洋紡 | コーポレートコミュニケーション部 |
| 日清オイリオグループ | 宣伝・広告部 |
| 日清食品ホールディングス | デザインルーム |
| 日清食品ホールディングス | 宣伝部 |
| 日精サービス | 社長室 |
| 日本製紙 | デザインマネジメント室 室長 |
| 白鶴酒造 | - |
| 富士フイルム ヘルスケアラボラトリー | グローバルアライアンス推進部 |
| 武蔵エンジニアリング | M戦略本部 |
| 福岡ソフトバンクホークス | マーケティング・コミュニケーション部 |
| 福島日産自動車 | モビリティマーケティング部 |
| 弁護士法人 平松法律事務所 | - |
| 名糖産業 | 食品開発部 |
| 有楽製菓 | 管理本部 総務課 |
| 養命酒製造 | 事業戦略部 |

「ブレンサムット」協賛メリットと想定協賛企業

【メリット】

ブランディング

データやロジックでは到達できない事業成長を、
クリエイティビティで生み出す、生み出そうとしている企業としてのブランディングが可能です。

アウトターブランディング

クリエイティブ業界での認知向上
発信力強化、パートナーとの接点づくり

インターナルブランディング

社員のモチベーションUP
ビジョン・価値観の社内浸透

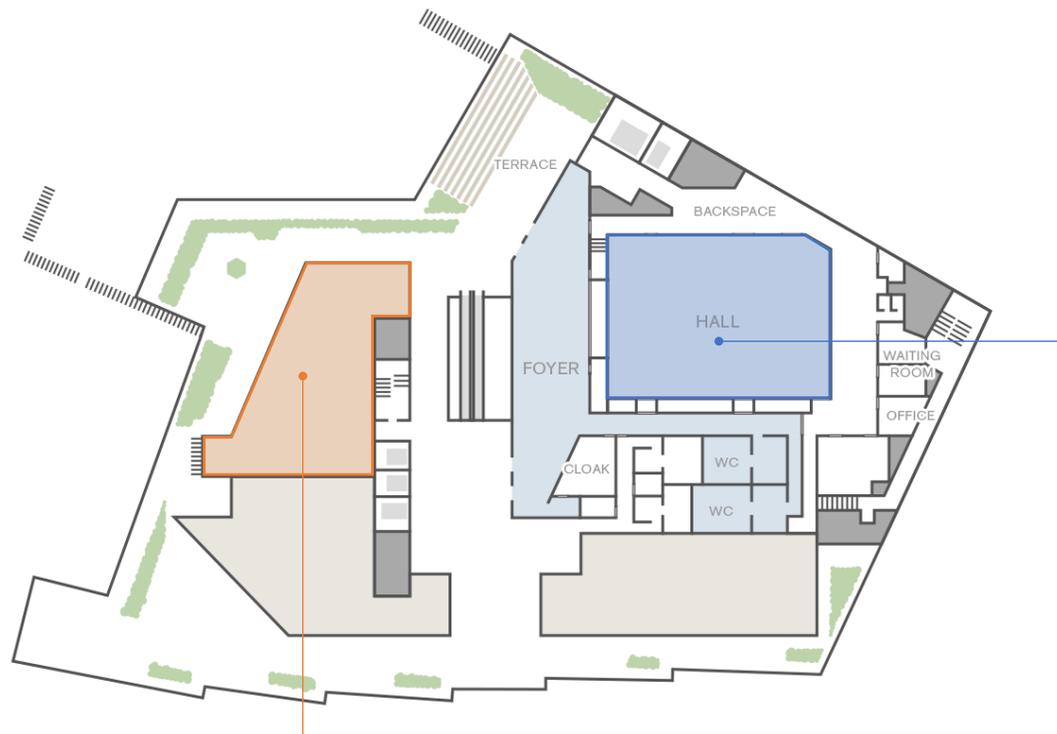
採用ブランディング

優秀なクリエイターの採用
企業への理解と共感が深まる機会創出

【想定協賛企業】

| | |
|---------------------|---------------------|
| ① 広告会社、制作会社、プロダクション | ② クリエイター向け商品・サービス企業 |
| ③ VC、CVC | ④ インハウスデザイン組織 |

「ブレンサミット」会場イメージ



エントランス



A会場

収容人数：～132名 (講演形式)
 面積：約297.55㎡
 幅・奥行：約14.87m × 約20.09m



B会場

収容数：～70名 (講演形式)
 ：～40名 (ワークショップ形式)
 面積：約209.69㎡



WITH HARAJUKU HALL



「ブレンサムミット」タイムテーブル

※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。

| A会場 | |
|-------------|---|
| 10:00-10:05 | オープニング |
| 10:05-10:45 | 【A1a】 主催枠 多様な価値観・働き方が共存する時代 企業の“求心力”を生み出す、 経営者とクリエイターの組み方 サムライ 佐藤 可士和氏 / UR都市機構 倉上卓也氏 |
| 10:50-11:20 | 【A1b】 ゴールドスポンサー |
| 11:20-11:45 | 休憩 (25分) |
| 11:45-12:15 | 【A2】 ゴールドスポンサー |
| 12:15-13:20 | 休憩 (65分) |
| 13:10-13:50 | 【A3a】 主催枠 「カンヌライオンズ2025」プレビュー ～世界のクリエイターの思考プロセスを解剖する 電通 田中 直基氏 / ベースドラム 清水 幹太氏 / 博報堂 張 ズンズン氏 |
| 13:55-14:25 | 【A3b】 ゴールドスポンサー |
| 14:25-14:50 | 休憩 (25分) |
| 14:50-15:30 | 【A4a】 主催枠 インハウスクリエイティブ |
| 15:35-16:15 | 【A4b】 ゴールドスポンサー |
| 16:15-16:40 | 休憩 (25分) |
| 16:40-17:20 | 【A5a】 主催枠 【特別対談】 領域を超えた発想、デザインはどこから生まれる？ |
| 17:25-17:55 | 【A5b】 ゴールドスポンサー |
| 17:55-18:15 | 休憩 (20分) |
| 18:15-19:15 | ネットワーキングパーティー |

| B会場 | |
|-------------|---|
| 10:20-11:00 | 【B1a】 主催枠 AIが導き出した答えを、私たちクリエイターは どう受け止めるべきか？ tacto 中島 琢郎氏 / 電通 土屋氏 |
| 11:05-11:35 | 【B1b】 シルバースポンサー |
| 11:30-13:00 | 休憩 (30分) |
| 12:30-13:10 | 【B2a】 主催枠 編集部モデレート |
| 13:15-13:45 | 【B2b】 シルバースポンサー |
| 13:50-14:20 | 【B2c】 シルバースポンサー |
| 14:45-15:15 | 休憩 (20分) |
| 14:45-15:15 | 【B3】 シルバースポンサー |
| 15:15-15:35 | 休憩 (20分) |
| 15:35-16:05 | 【B4】 シルバースポンサー |
| 16:05-16:25 | 休憩 (20分) |
| 16:25-16:55 | 【B5】 シルバースポンサー |
| 16:55-17:15 | 休憩 (20分) |
| 17:15-17:55 | 【B6】 シルバースポンサー |

基調講演登壇者情報

| 企業名 | 名前 |
|--------------------------------|-------------------------|
| 株式会社サムライ | 佐藤 可士和 氏 |
| UR都市機構 | 倉上 卓也 氏 |
| 株式会社電通 | 田中 直基 氏 |
| ベースドラム株式会社 | 清水 幹太 氏 |
| 株式会社博報堂 | Justina Zun-Zun Chang 氏 |
| 株式会社LIFULL | 川崎 鋼平 氏 |
| 株式会社パン・パシフィックインターナショナルホールディングス | 二宮 仁美 氏 |
| ヤンマーブランドアセットデザイン株式会社 | 長屋 明浩 氏 |
| tacto株式会社 | 中島 琢郎 氏 |
| 株式会社電通 | 土屋 泰洋 氏 |



ブレーションサミット協賛メニュー①

★【特典】講演内容は月刊誌にてレポート2ページ掲載

| メニュー | ★ ゴールド | ★ シルバー(セット講演) | ★ シルバー |
|--------|---|---|-----------------------------------|
| 定価 | <u>金額はこちらよりお問い合わせください</u> | | |
| 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1名 | 「主催枠」 セット講演 ネットワーキングパーティー参加1名 | 単独講演 ネットワーキングパーティー参加1名 |
| 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 140 名想定 | 貴社講演枠 申込者リスト 120 名想定 |
| 講演来場目標 | 80 名 | 70 名 | 50 名 |
| 講演時間 | 30 分 | 40 分 | 30 分 |

協賛〆切 6/20(金)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。

※オプション1：「宣伝鍵編集部サポートによる講演コンテンツ制作」30万円（税別）

※オプション2：「講演動画撮影&納品」50万円（税別）

※オプション3：「セミナーレポート制作&アドタイ掲載」50万円（税別）



ブレンサミット協賛特典「サミット登壇レポート(9/1発売号掲載)」



サミット登壇レポートの誌面イメージ 2ページ

ブレンサミット登壇の様子を『ブレン』編集部が特集ページにて掲載。クリエイティブ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。

WITH HARAJUKU 撮影イメージ

誌面掲載に適した撮影スポットが多い会場です。中庭やエントランスを背景にすることも可能です。

ブレーションサミット協賛メニュー②



| メニュー | パーティースポンサー 限定1社 | パーティー参加 | 主催枠 ステージ |
|------|--|------------------------|--|
| 定価 | 金額はこちらよりお問い合わせください | | |
| 内容 | ①ネットワーキングパーティー参加3名 ②会場内にカウンター設置 (任意) ③3分程度の挨拶 (任意) ④来場者へのノベルティ配布 (任意) | ネットワーキング パーティー参加1名～ | 「主催枠」 開始前、終了時の 動画配信 (30秒or1分) |
| 来場目標 | 150名想定 | | 「主催枠」セット講演 80名想定 (来場者リスト提供) |
| 備考 | 【来場者層】 ・ イベント来場者(事業会社所属) ・ 宣伝会議からの招待者 ・ 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 | | 【提供物】 30秒or1分の動画 |

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。

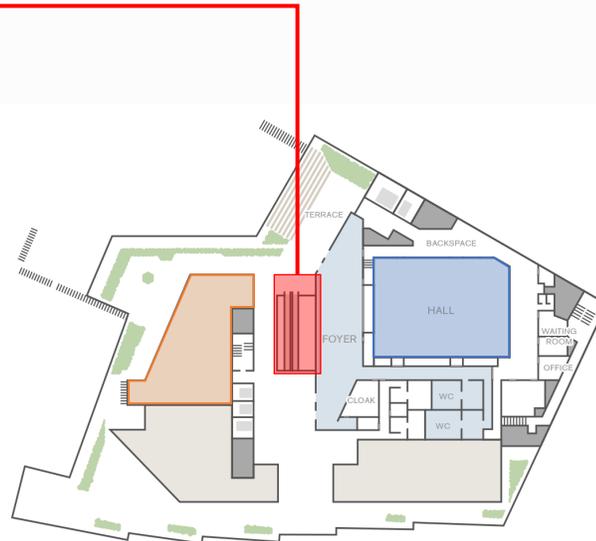
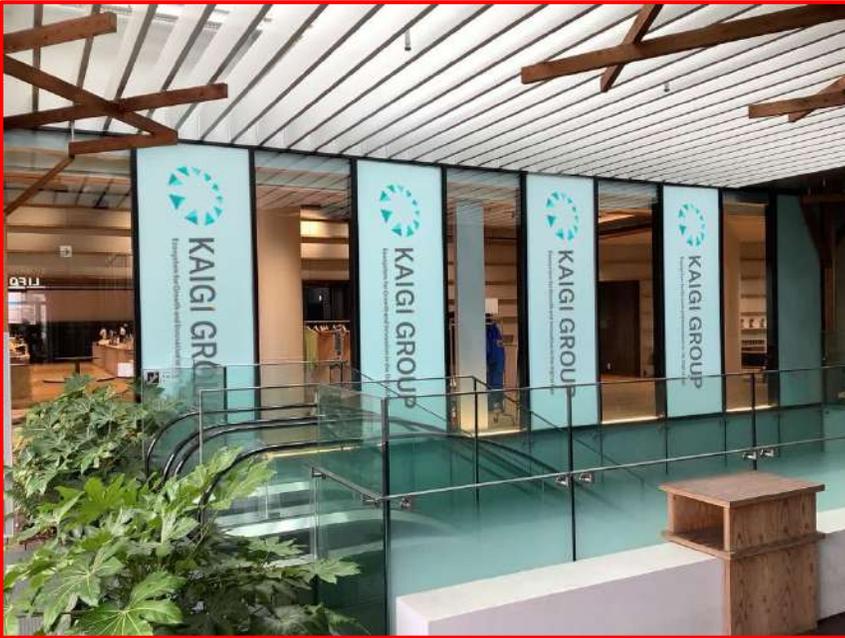
協賛〆切 6/20(金)まで

※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。

ブレーションサミット協賛メニュー「ガラスラッピングスポンサー」

「ガラスラッピング」 サンプルイメージ

※エントランス前



| | |
|------|-----------------------------------|
| メニュー | エントランス ラッピング装飾 |
| 定価 | 金額はこちらよりお問い合わせください |
| 内容 | ガラス面ラッピング4面 + パーティー参加2名 |
| 来場目標 | 総来場400名想定 パーティー参加150名想定 |
| 備考 | 提供画像サイズ 1180mm×350mm (4種類掲載可能) |

協賛〆切 6/20(金)まで

ブレインサミット協賛メニュー「スペシャルサポーター」

| | |
|------|--|
| メニュー | スペシャルサポーター |
| 定価 | 金額はこちらよりお問い合わせください |
| 内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・パーティー1名招待 ・資料の全配布 or 展示ラックで資料展示 ・公式サイト、会場配布パンフにロゴ掲載 |
| 特典 | ・ブレインクリエイティブパートナーに1回掲載 |
| 来場目標 | <p>総来場400名想定</p> <p>パーティー参加150名想定</p> |
| 備考 | <p>全体配布資料 【必要部数】1500部×1種類のみ 【仕様】 A4サイズ以内 ページ数4ページ以内(A3二つ折)</p> <p>※詳細についてはお気軽に担当にご相談ください</p> |



※配布資料の仕様に収まらない場合はラックに展示も可能です(最大12社まで)



協賛〆切 6/20(金)まで

オンデマンド協賛メニュー

「ブレーションサミット 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。



リアルイベント
開催

1週間

2週間

イベント終了後
約2営業日でリード納品

リアルイベント開催日にWEBサイト公開
告知 & 集客開始

講演動画を期間限定配信

申込み可能期間

「オンデマンドイベント」 Webサイトイメージ

「オンデマンドイベント」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。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

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

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

トップページ



「オンデマンドイベント」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。

マイページ

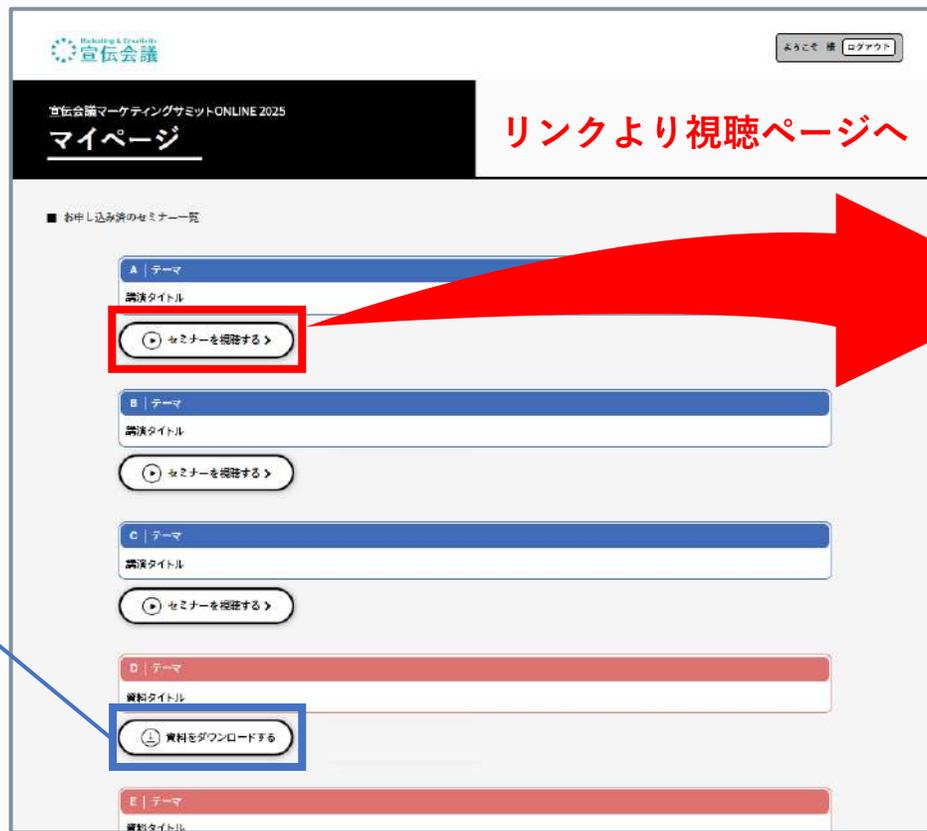
動画視聴ページ

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



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



オンデマンドイベントによるホワイトペーパーダウンロード

オンデマンドイベントでは御社の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。



前回実績

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。

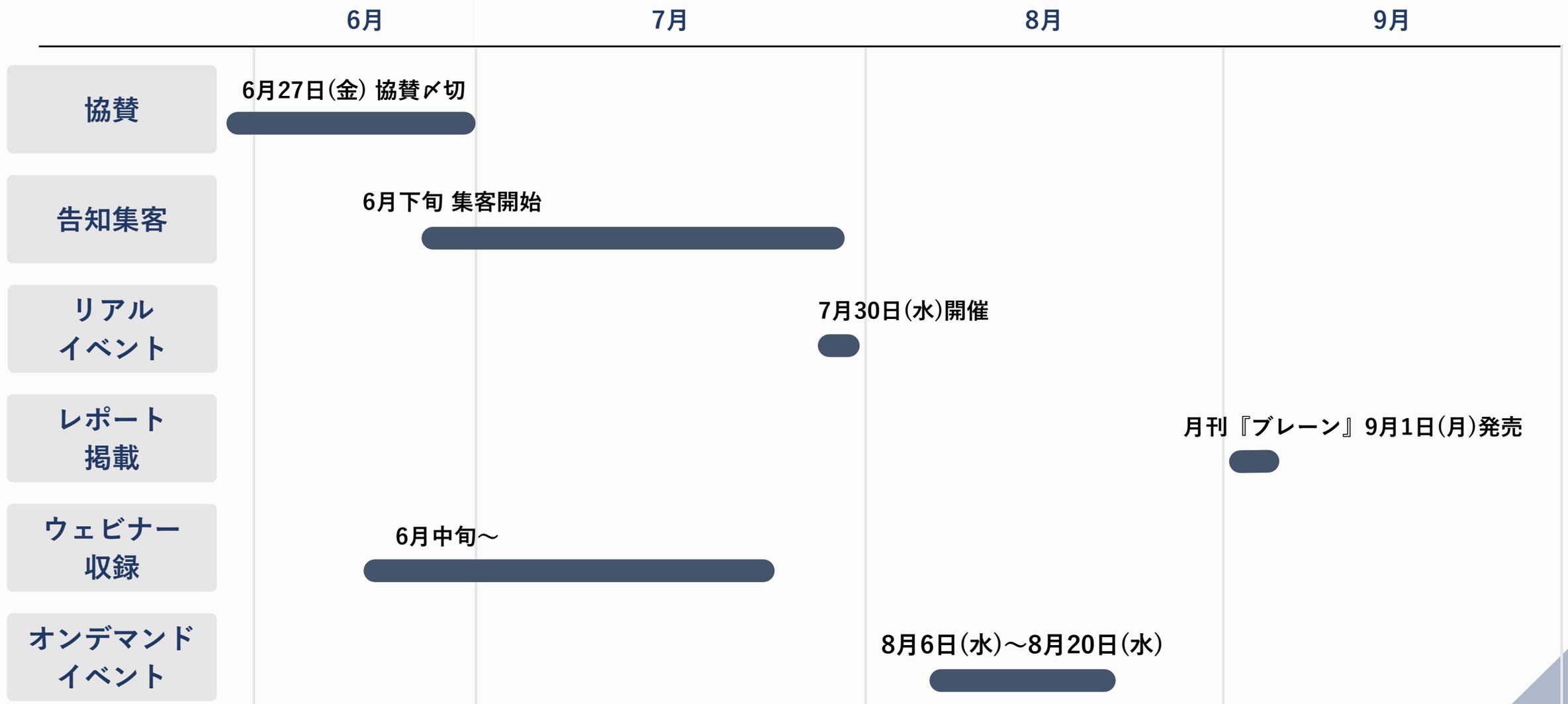
「ブレンサミットオンデマンド」協賛メニュー

| メニュー | ゴールド | シルバー | 動画流用プラン |
|-----------------------------|--|--|--|
| 定価 | 金額はこちらよりお問い合わせください | | |
| 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 上限 160 名 | 貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 上限 160 名 | 貴社講演枠 + 貴社資料ダウンロード 全申込リスト提供 上限 160 名 |
| 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) |

協賛〆切 6/20(金)まで

- ※ 提供リード数は上限数であり、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。

「ブレンサミット」協賛スケジュール



・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

宣伝会議 年間イベントスケジュール

宣伝会議の主要イベント 開催スケジュール(予定)

| | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 2026年1月 | 2月 | 3月 |
|--|---|-------------------------------------|---|----------------------------------|--|--------------------------------|--------------------------------|--|----------------------------------|--|-------------------------------------|
| <p>フォーラム 大型総合イベント</p>  | <p>※ 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</p> | | | | <p>9/25(木) 26(金) アドタイ フォーラム</p> | | | | | <p>2/12(木) 13(金) KAIGI GROUP フォーラム</p> | |
| <p>サミット 月刊誌連動イベント</p>  | | <p>6/12(木) マーケティング サミット</p> | <p>7/30(水) プレーン サミット</p> <p>7月下旬 地域 サミット (×3回)</p> | | <p>9/5(金) 広報会議 サミット</p> | <p>10月下旬 販促会議 サミット</p> | <p>11月上旬 宣伝会議 サミット</p> | <p>12月上旬 地域 サミット (×3回)</p> <p>12月 サンクス パーティー (×3回)</p> | | | <p>3月 地域 サミット (×3回)</p> |
| <p>カンファレンス テーマ特化型イベント</p>  | <p>5/21(水) デジタル マーケティング カンファレンス</p> | | <p>7/18(金) 人財会議 カンファレンス</p> <p>7/24(木) コーポレート ブランディング カンファレンス</p> | <p>8/5(火) AI カンファレンス</p> | <p>9/12(金) リテール メディア カンファレンス</p> | | | | <p>1月 インバウンド カンファレンス</p> | <p>2月 デジタル マーケティング カンファレンス</p> | |

宣伝会議 2025年度 月刊『ブレーション』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『ブレーション』年間特集予定

オススメ企画

| 月号 | 発売 | 申込締切 | 広告特集 |
|---------|-----------|-----------|----------------------|
| 25年6月号 | 5月1日(木) | 3月28日(金) | 注目のチーム&求人特集(3号連続) |
| 25年7月号 | 5月30日(金) | 4月25日(金) | — |
| 25年8月号 | 7月1日(火) | 5月30日(金) | — |
| 25年9月号 | 8月1日(金) | 6月27日(金) | 注目のチーム&求人特集 |
| 25年10月号 | 9月1日(月) | 7月25日(金) | — |
| 25年11月号 | 10月1日(水) | 8月29日(金) | — |
| 25年12月号 | 10月31日(金) | 9月26日(金) | 注目のチーム&求人特集 |
| 26年1月号 | 12月1日(月) | 10月24日(金) | — |
| 26年2月号 | 12月27日(土) | 11月28日(金) | — |
| 26年3月号 | 1月30日(金) | 12月26日(金) | 注目のチーム&求人特集、グッドデザイン賞 |
| 26年4月号 | 2月27日(金) | 1月30日(金) | — |

宣伝会議『月刊誌』年間特集予定

オススメ企画

| 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 | ブレーン |
|----------|---|-------------------------------------|--|-----------------------------|--|--|
| 2/28(金) | デジタルマーケターアンケート | 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「買いつ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 | 流行の波を乗り越えよう！ 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・マーケター 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 | 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) | デジタルマーケターアンケート (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『ブレーン』編集タイアップ広告メニューがお得になりました

月刊『ブレーン』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：『ブレーン』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

参考資料

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 **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

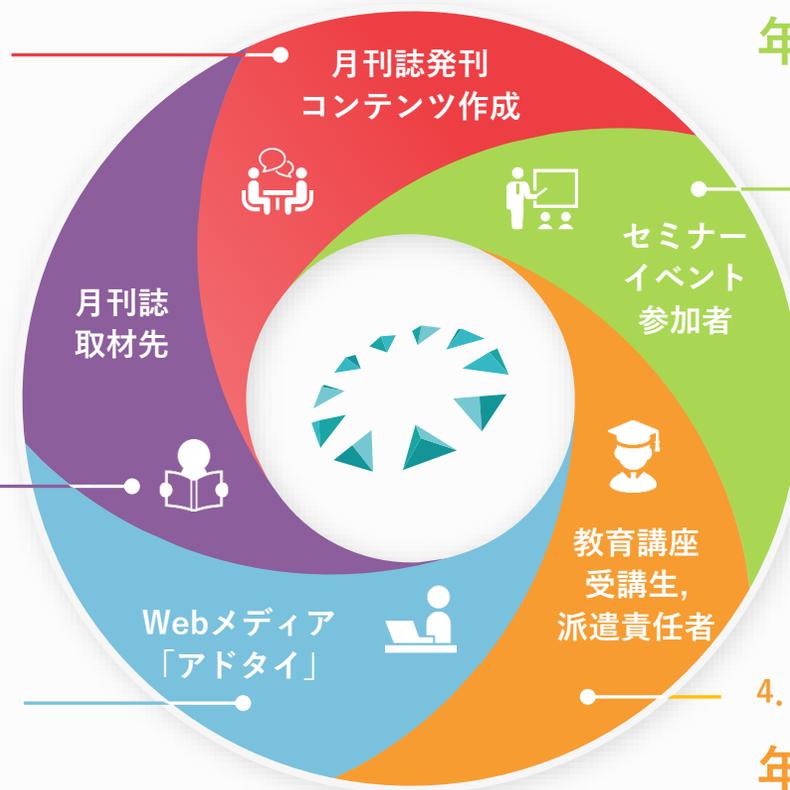
年間 **1,000** 名以上

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**



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

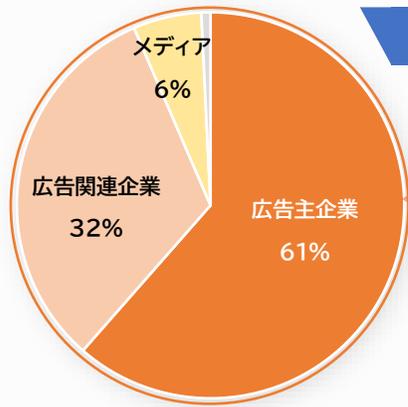
広告界で70年の歴史を持つ宣伝会議のイベントに登壇することで、貴社のイメージを確立しブランド力向上に貢献します。



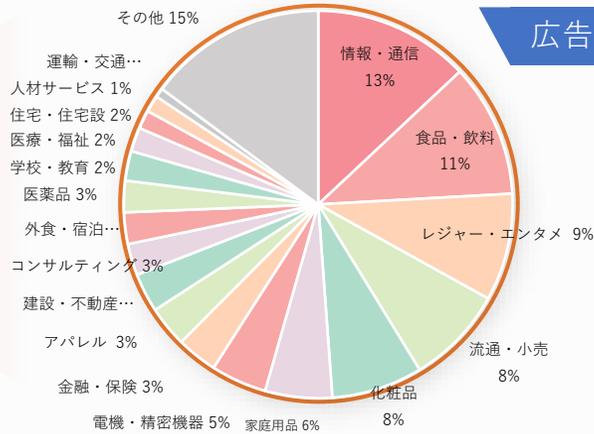
宣伝会議で獲得できるリードは大手広告主が中心

※「宣伝会議サミット2024(夏)リアル(24年6月)」

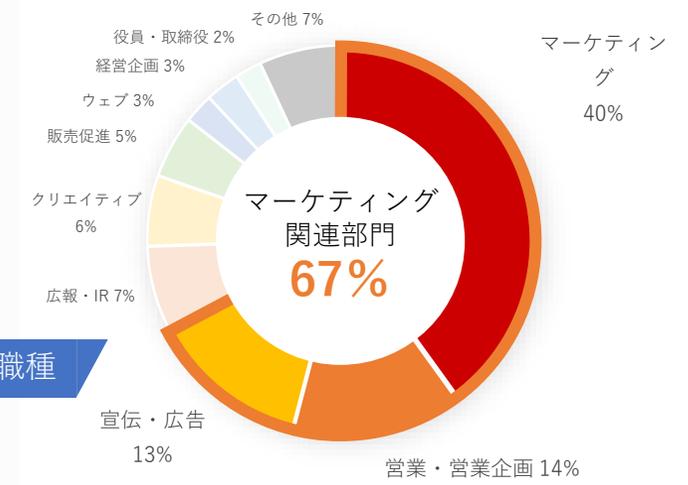
93名の申込データを基に作成



業種



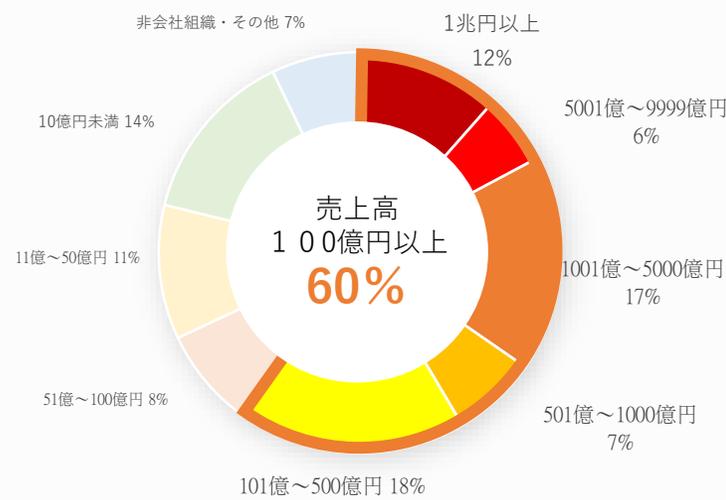
広告主企業内訳



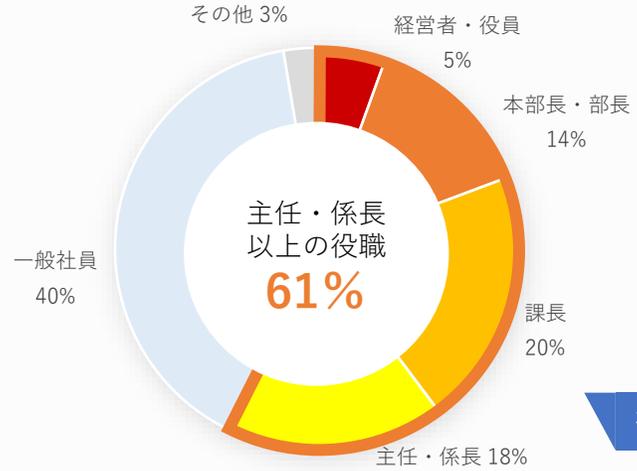
職種

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



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**

「ブレンサムット」会場アクセス

住所

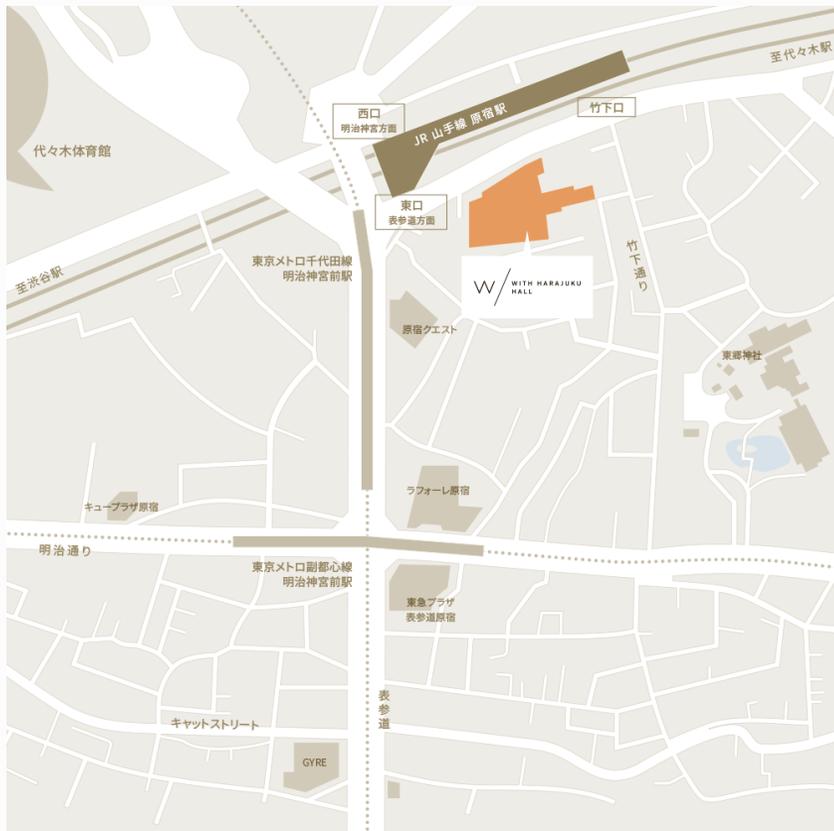
WITH HARAJUKU

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前1-14-30

最寄り駅

JR山手線「原宿」駅（東口）より徒歩1分

東京メトロ千代田線・副都心線「明治神宮前<原宿>」駅（2番出口）より 徒歩1分



納品リストイメージ

納品までの流れ

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

イベント開催後、約2営業日で納品完了！

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 | DX事業部 | | 佐藤 | ○太 | 542-0066 | 大阪府 | 大阪市中央区○○ | 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・運 | 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、 |

宣伝会議が支援するウェビナーの特徴

1

年間200本を超える ウェビナー撮影実績で、 撮影方法も柔軟に対応

宣伝会議のスタジオでの撮影の他、
Web会議ツールを使用した
遠方のスピーカーとの対談なども
撮影可能です



2

スポーツ中継などの 実績もある、安定した 配信プラットフォーム



複製・ダウンロードが
できない形式で
配信します



視聴者の回線環境に
応じて、画質が自動で
最適化されます



アンケートフォームを
設置できます

3

配信プラットフォームと 宣伝会議の保有情報を 連携させたデータを提供

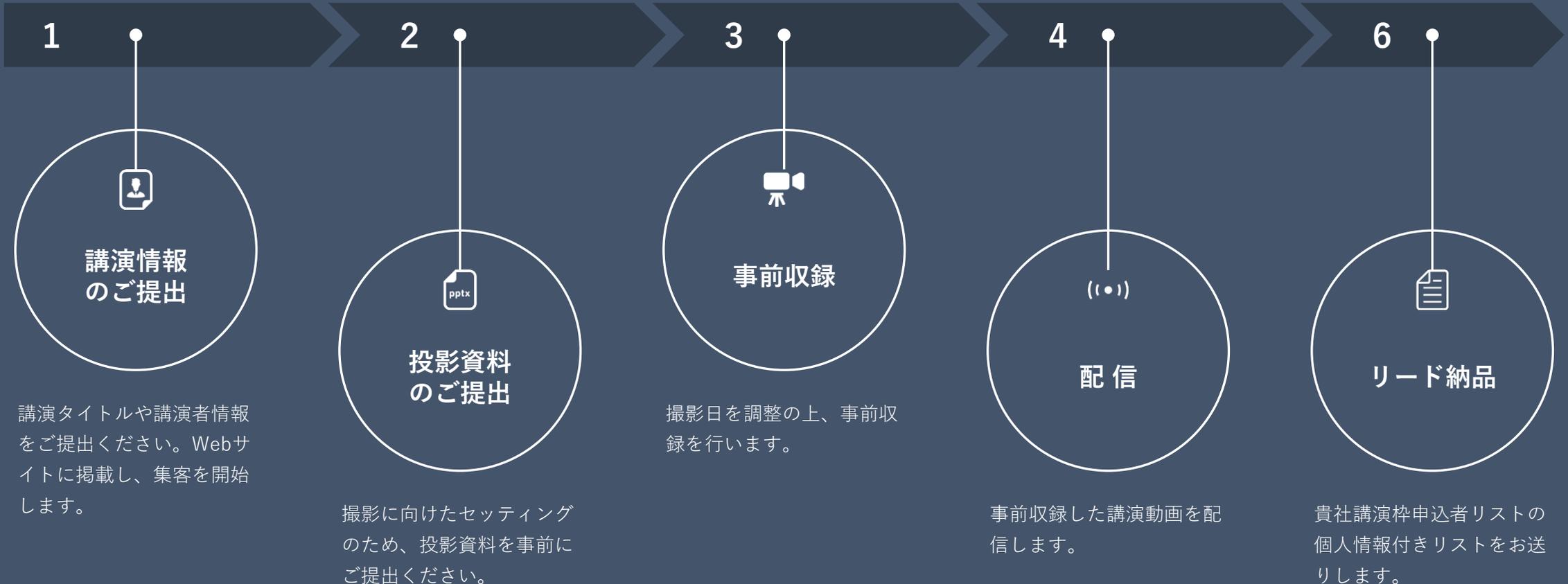
社名・氏名や連絡先などに加え、
確度の見極めに必要な情報を
提供します

業種／業態／売上規模

役職クラス／決裁レベル

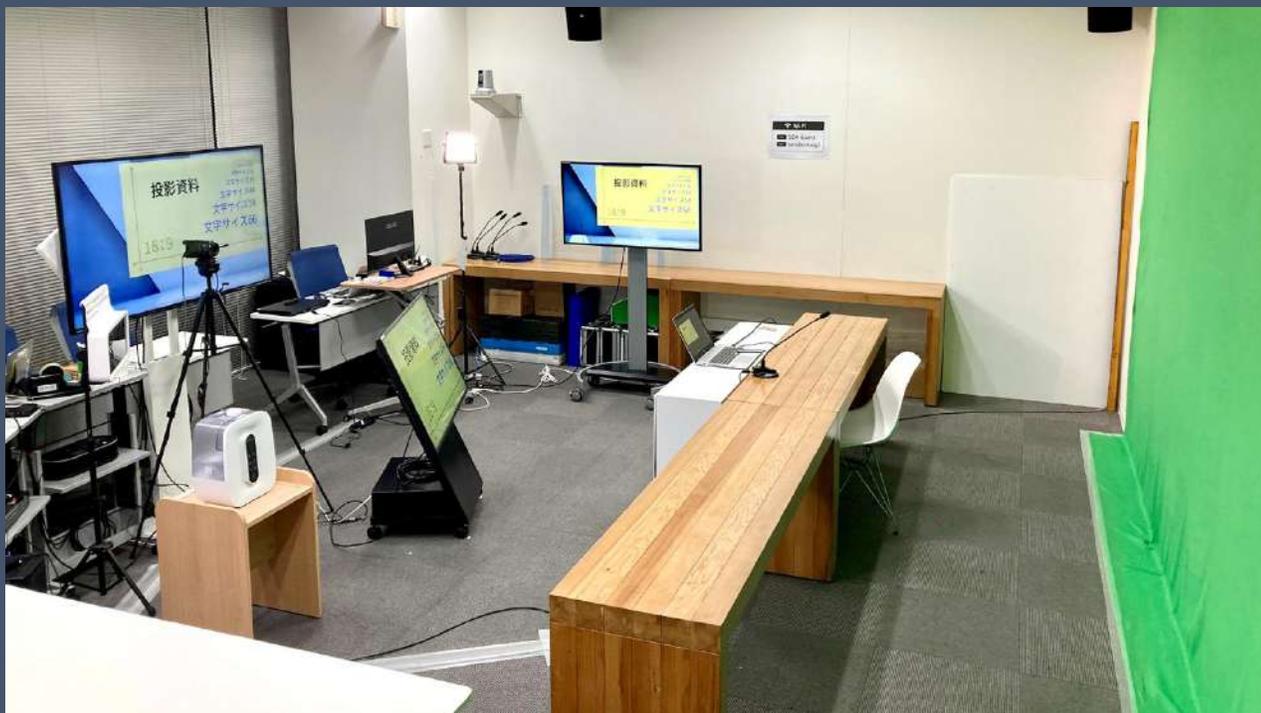
視聴開始・終了時間
視聴割合

ウェビナーの進行フロー



スタジオ全景イメージ

※スタジオ・設備は変更になる可能性があります。



講演者は4名まで同時に画面に映ることができます。(横並び)

関係者の方は5名までご入室いただけます。

講演環境

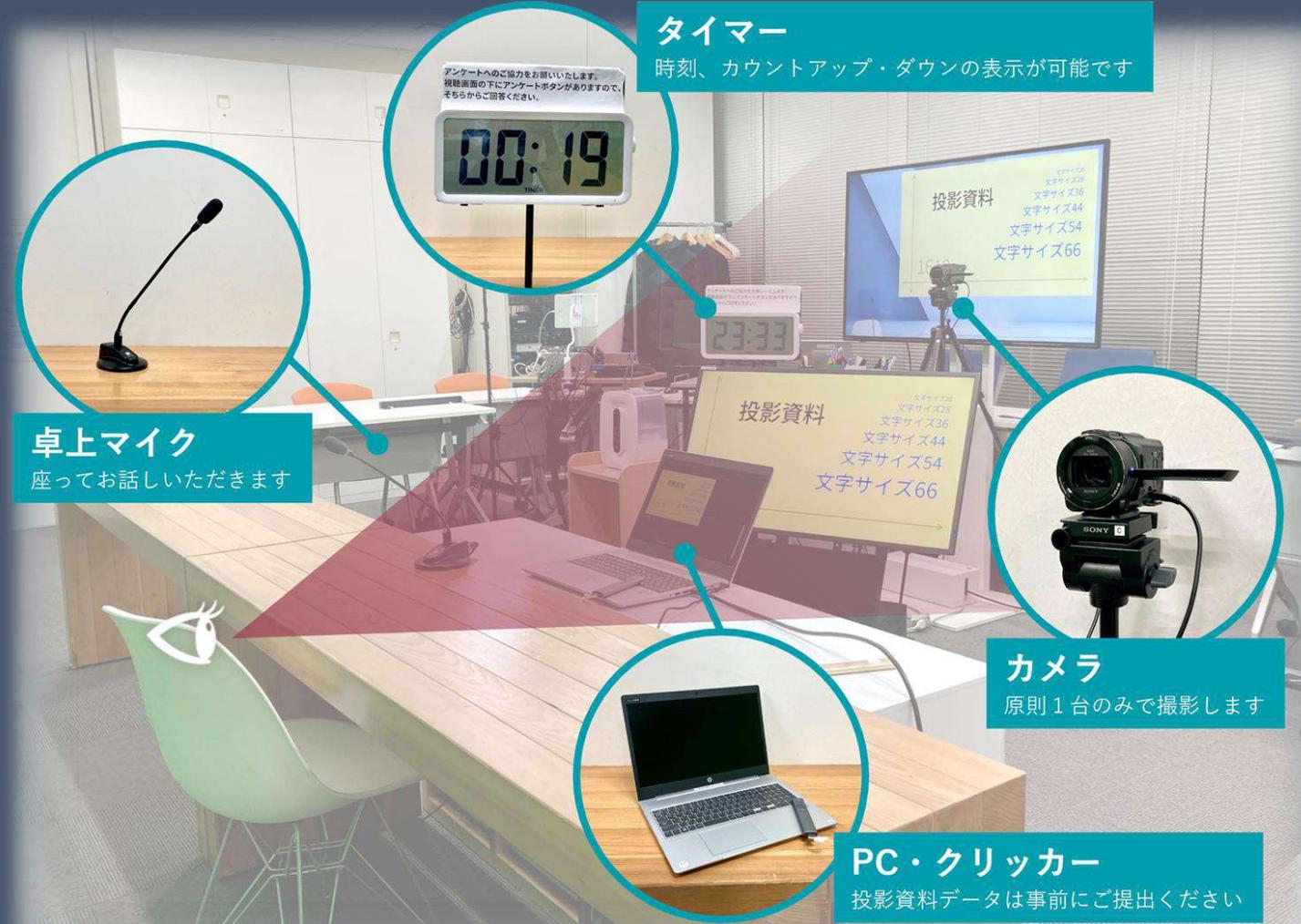
※スタジオ・設備は変更になる可能性があります。



講演者の目線

- 1 合成映像確認モニター
- 2 投影資料確認モニター

PowerPointのノート（メモ）は、
 投影用PCの発表者ツールの画面でご覧になるか、
 印刷したものなどをお手元にご用意ください。



卓上マイク
 座ってお話いただけます

タイマー
 時刻、カウントアップ・ダウンの表示が可能です

カメラ
 原則1台のみで撮影します

PC・クリッカー
 投影資料データは事前にご提出ください

画面レイアウト

※合成背景は宣伝会議で作成します。デザインはセミナーによって異なります。

1名

文字サイズ20
文字サイズ28
文字サイズ36
文字サイズ44
文字サイズ54
文字サイズ66

16:9

マーケティング最新事例セミナー
宣伝会議 マーケティング部 佐藤 一郎 氏

2名

文字サイズ20
文字サイズ28
文字サイズ36
文字サイズ44
文字サイズ54
文字サイズ66

16:9

マーケティング最新事例セミナー
宣伝会議 佐藤 一郎 氏
宣伝会議 鈴木 二郎 氏

3名

マーケティング最新事例セミナー

文字サイズ20
文字サイズ28
文字サイズ36
文字サイズ44
文字サイズ54
文字サイズ66

16:9

宣伝会議 佐藤 一郎 氏
宣伝会議 鈴木 二郎 氏
宣伝会議 高橋 三郎 氏

4名

マーケティング最新事例セミナー

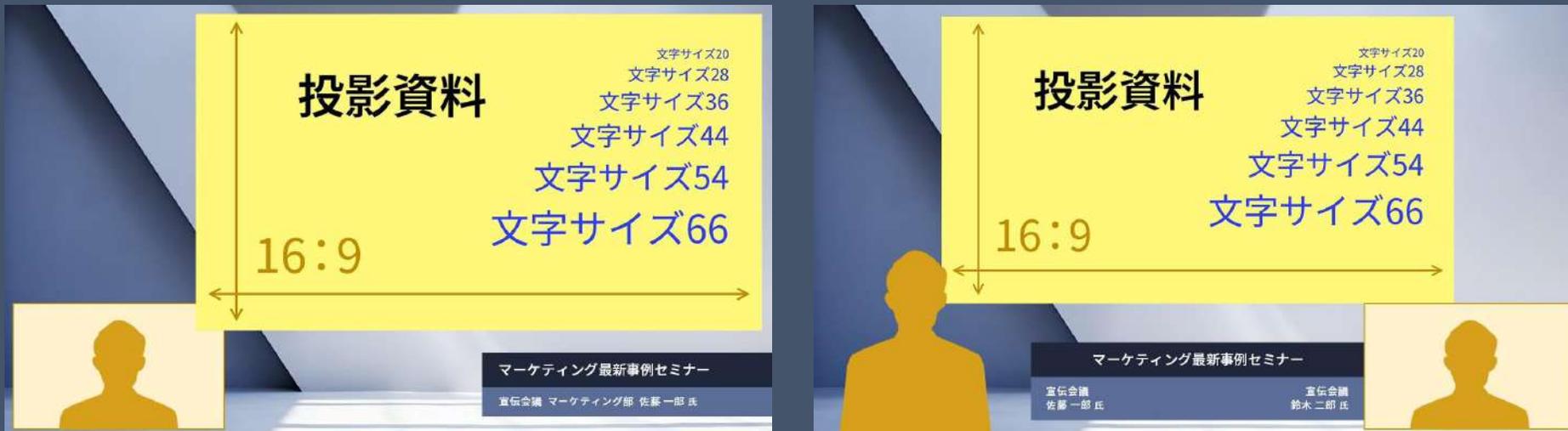
文字サイズ20
文字サイズ28
文字サイズ36
文字サイズ44
文字サイズ54
文字サイズ66

16:9

宣伝会議 佐藤 一郎 氏
宣伝会議 鈴木 二郎 氏
宣伝会議 高橋 三郎 氏
宣伝会議 田中 四郎 氏

画面レイアウト

- 講演者が遠方にいらっしゃるなど、スタジオにお越しになれない場合は、Zoomなどのオンラインミーティングツールを使用してお講演いただくことも可能です。



- 「文字が小さくなるスライド」「図や表などを大きく表示させたいスライド」がございましたら、**投影資料を全画面表示にすることが可能です。**
撮影開始前に、全画面表示にするスライドを確認させていただきます。

投影資料

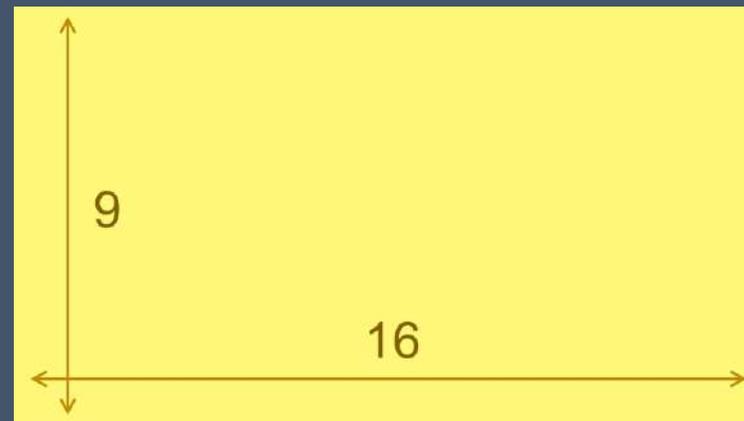
ファイル形式

PowerPoint または PDF

Keynoteで作成された場合や、PowerPointであっても特殊フォントが含まれる場合は、PDFでご提出ください。

スライドの縦横比

16 : 9

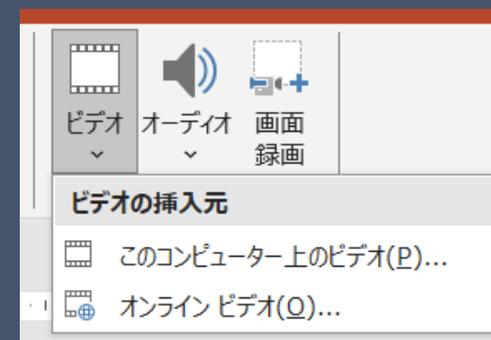


文字サイズ

20pt以上 推奨

講演者の人数によって、画面レイアウトおよび投影資料の表示サイズが変わります。
p.34のイメージ図をご参照の上、文字や画像などが小さくなりすぎないようにご作成ください。

- 動画を使用される場合は、**投影資料に挿入して（貼り付けて）**ご用意ください。
YouTube動画もPowerPointに挿入できます。タブ [挿入] → [ビデオ] → [オンラインビデオ]
- 途中で話題や話者が代わる場合も、**投影資料は1つにまとめてください。**
- スタジオのPCにセッティングするため、**投影資料は事前にご提出ください。**
念のため、撮影当日はデータが入ったPCをご持参ください。



撮影・編集の流れ

事前収録・30分講演の場合

撮影当日

5営業日後までを目途に

後日

ご来社

宣伝会議 東京本社8階にお越しください。
例えば、時間を10時～とお伝えした場合、
10時に撮影を開始するわけではございませんので、
10時にご来社いただければと存じます。

編集動画の共有

ご確認お戻し

修正を希望される部分がありましたら、
お申し付けください。

環境説明

スタジオの撮影環境をご案内いたします。
ご希望でしたらリハーサルも可能です。

再編集動画の共有

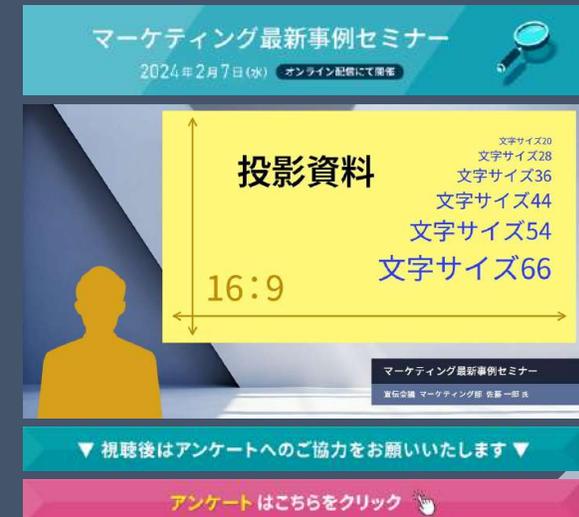
再編集は、原則1回とさせていただきます。

撮影

- 講演時間が30分の±3分（27～33分）に収まるよう
お話しいただけますと幸いです。
- 講演中、言い淀んだり、噛んだりした場合は、
2～3秒、間をあけて言い直していただければ
編集でカットいたします。
- 撮影後、撮り直したい部分がありましたら、
その場で再収録可能です。

配信

視聴ページのイメージ ▶



その他・注意事項

撮影当日の持ち物・服装

- PC（投影資料は事前にご提出いただきますが、データの入ったPCを念のためご持参ください）
- メモ（トークスクリプト）（ご入用でしたらご持参ください。PowerPointのノートは、投影用PCでご覧になれます）
- 【服装】グリーンバックで撮影するため、
緑色や透け感のある素材のお召し物をご遠慮ください。



その他

- インターネットは、Wi-Fiと有線LANをご利用いただけます。
- 防音スタジオではありませんので、緊急車両のサイレン音など、スタジオ外の音が入る場合がございます。編集時にノイズ除去の加工はいたしますが、除去しきれない場合がございますのでご了承ください。

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



KAIGI GROUP イベント

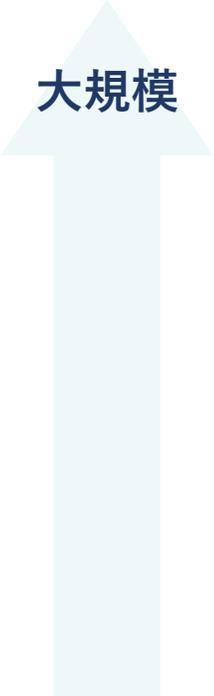
KAIGI GROUP イベントフォーマット

「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

ブレンサミット
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

脱炭素ビジネス・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」

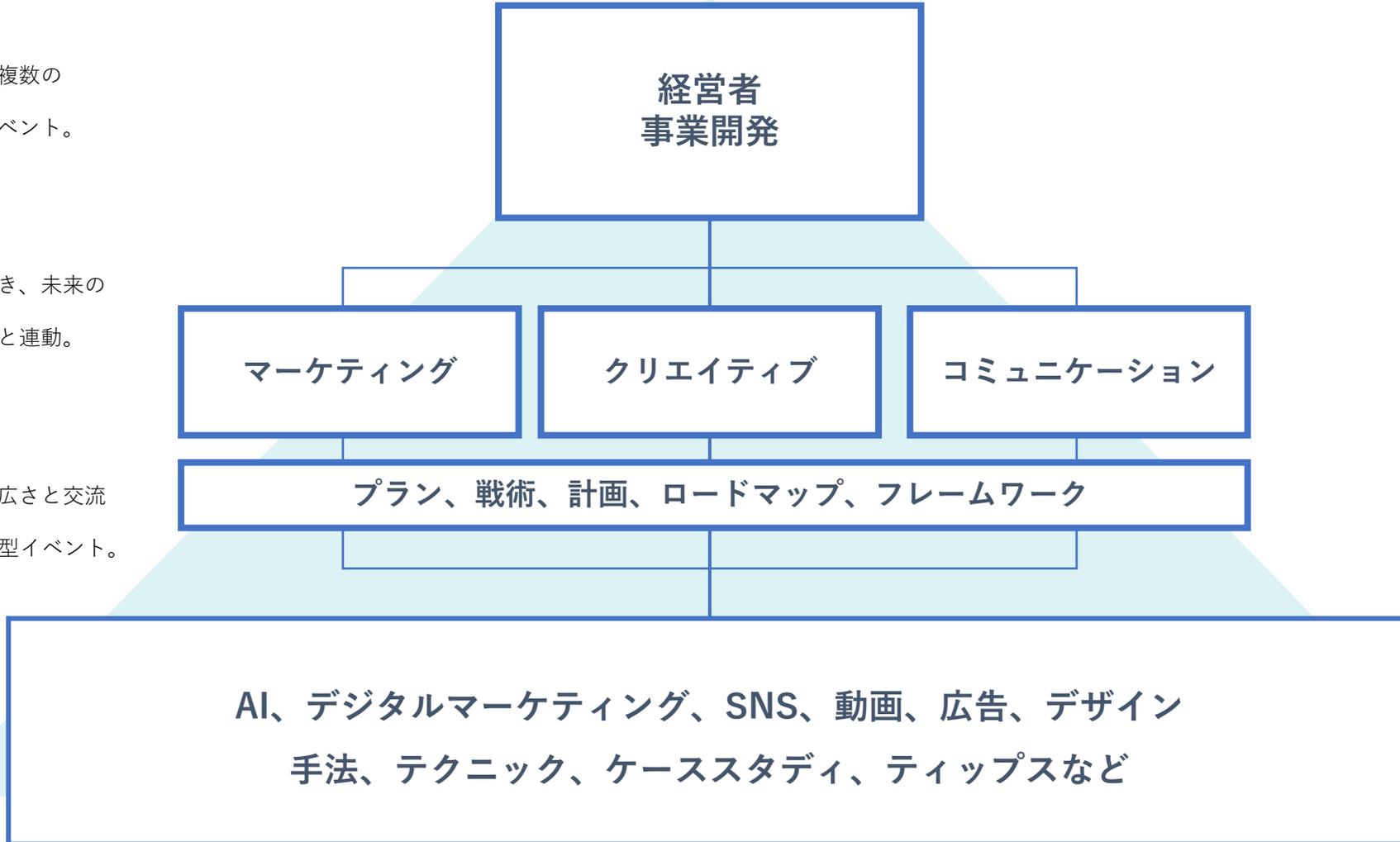
「議論・意見交換」を重視し、複数の視点を交える場。
「サミット」を統括する大型イベント。

「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

| | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 年 | 月 | 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 | 7/18(金) 人財会議 カンファレンス 7/24(木) コーポレート ブランディング カンファレンス | 8/5(火) AI 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 | | |