



KAIGI GROUP

総合提案資料

2026年度

2025年12月現在

Ecosystem for Growth and Innovation in the digital age
(ヒト、モノ、コトの成長と革新のためのエコシステム)

イベント



メディア



教育



アワード



宣伝会議とともに課題解決を！

課題の特定

- ①【認知・リード不足】商品力はあるものの、決裁者層への認知不足とリード獲得の限界に直面
- ②【組織の空洞化】外部委託への偏重による「社内スキルの停滞」と、プロセスの「不透明化」
- ③【施策のマンネリ化】既存の延長線上の施策ばかりで、ブレイクスルーにつながらない

宣伝会議4つの事業

イベント

業界内のポジション確立と
優良リードを獲得



メディア

企業の「現在地」「商品力」を
社内外へ広く浸透



教育

現場で成果を生み
組織を牽引する社員を育成



アワード

商品への「理解」を促し、
新たな「アイデア」を発掘する



持続的な成長を実現する企業の「成功モデル」

- ①【市場浸透＆営業機会の創出】業界でのプレゼンスを確立し、決裁者を含む「良質な商談機会」を最大化
- ②【組織強化】施策の「内製化」を実現し、ノウハウが資産として蓄積される「強い組織」を形成
- ③【イノベーション】マンネリ化した現状を打破し、事業成長を促進するための「ブレイクスルー」を生み出す

KAIGI GROUPとは



ミッション Maximizing the potential of seeds that can change the world (探そう、育もう、世界を変えよう)

ビジョン Ecosystem for Growth and Innovation in the digital age (ヒト、モノ、コトの成長と革新のためのエコシステム)

バリュー Be Fair Be Sharp and Charming Believe in the Power of Creativity (フェア、シャープ、チャーミングなクリエイティブ集団)

方針

- ・デジタルメディアやイベントのID管理を徹底し、お客様により快適な体験を
- ・部門横断の連携を徹底し、お客様の声を各事業に反映
- ・イベント事業を起点にKAIGIグループの事業領域を拡張させ、新たな知見を提供

特徴

- ・業界に特化した専門性の高い知識・人材・メディアのネットワーク
- ・広告・マーケ・広報・人材などの分野で実務に直結した教育・情報・支援を提供
- ・各業界の実務家・プロフェッショナルと強い連携を持つ



設立	1954年
概要	広告・マーケティング・クリエイティブの専門誌や教育事業などを展開
事業内容	雑誌/WEBメディア/教育/イベント



設立	2001年
概要	広告・マスコミ・Web業界に特化した転職支援サービスを提供する人材紹介会社
事業内容	転職支援/求人紹介/採用支援・人材コンサルティング

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メディア・コンテンツ企業です

メディア事業

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

業界キーパーソンへの取材 年間1,000名以上



イベント事業

イベント参加者 年間30,000名以上

宣伝会議主催のイベント数 年間30回以上



KAIGI GROUP

教育事業

有料の教育講座受講生 年間100,000名以上



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



アワード事業

「宣伝会議主催アワード」応募総数 年間600,000点以上



BOVA 販促コンペ
by KAIGI GROUP

新事業領域

「人財会議」「インバウンド会議」「AI会議」「IP business」など



環境ビジネス

環境対策・サステナブル経営の情報誌を発刊
実務に役立つ情報を毎日発信



宣伝会議の新事業領域

イベントを起点に事業領域を広げ、マーケティングの枠を超えた企業の成長を支援

宣伝会議は、「人財会議」「インバウンド会議」「IPビジネス」「営業戦略会議」などのイベントを通じて、新たな事業領域を展開してきました。

宣伝・マーケティング業界にとどまらず、多様な取り組みを通じて、企業の発展と社会の成長に寄与していきます。



「人財会議」

▶CHRO、人事部が対象



「IP business」

▶IPコンテンツホルダーが対象



「インバウンド会議」

▶訪日外国人ビジネスが対象



「営業戦略会議」

▶営業部長、BtoB営業が対象



「営業オペレーション会議」

▶営業セールスの現場担当



「のれん会議」

▶CFO、経営企画、財務が対象



イベント事業



協賛メリット

◆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



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**

イベントは100名以上参加者を集めるため、
新規リードや将来的なパートナー獲得の機会が広がります。



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**

会場内でのロゴ掲載、協賛紹介タイム、ブース出展などを通じて、
参加者の記憶に残る自然な認知拡大が期待できます。



3

**イベント登壇による
ブランディング・イメージ形成**

通常のセミナーや商談とは異なり、パーティー形式の
カジュアルな場では、自然な形で人間関係を築けます。



宣伝会議主催イベントと他社イベントの比較

宣伝会議主催イベント	特徴	一般的なイベントの課題
<p>大手広告主の意思決定層が来場 広告主企業 約64% / 過半数が係長以上 部長以上 約3割 ※「宣伝会議サミット2024(冬)」申込者情報参照 経営企画・マーケティング・DX推進部門など意思決定層が中心。 業種横断で「発注権限者」が多い。 業務課題の解決意欲が高い来場者が多く、具体的な商談に繋がりやすい</p>	<p>リード獲得の質</p>	<p>担当者レベルや一般来場者も含まれ、購買決定権を持たないケースが多い 情報収集目的のライト層も多く、案件化率が低い傾向 (「BtoB Marketing eX」の記事では、大規模な展示会の課題として「来場者の目的が多様になり、自社の頭在的な関心客層とは異なる層が含まれる」点を挙げている)</p>
<p>ターゲット含有率の高い自社メディアを複数保有し、読者へ直接リーチ可能 月刊「宣伝会議」「販促会議」「広報会議」「ブレーン」など媒体と連動し、ターゲット読者に直接告知。質・量ともに安定。</p>	<p>集客力</p>	<p>メールリストや広告頼みで、ターゲット精度や集客数が不安定になりやすい (「キクシル」の記事では、イベント集客ツールとしてメールやSNS、広告などの手法が紹介される一方で、集客が配信リストに左右される点を指摘おり、従来の集客方法だけでは不十分な現状を示唆している)</p>
<p>年間2,400件以上の取材を行う 業界専門メディア編集部がテーマを設定 業界専門誌として70年の歴史を誇る『宣伝会議』の編集部が時流や課題に即したテーマを設定。協賛企業と来場者の双方に価値をもたらす最適な場を提供。</p>	<p>アジェンダ設定力</p>	<p>汎用的なテーマ設定が多く、協賛企業の訴求テーマとズレる可能性がある</p>
<p>イベント後もメディアを活用して継続的に露出が可能 雑誌誌面・Web記事・SNS・メールマガジンなど、複数チャネルで展開可能。 長期にわたり貴社情報を発信・拡散。</p>	<p>露出機会</p>	<p>イベント当日の露出中心で、事後のコンテンツ資産化が弱い (「MarkeZine」の記事では、イベント終了後のデータ分析やリカバリー施策の重要性が語られており、イベント後の活動が疎かになりがちであることを示唆している。)</p>

KAIGI GROUP イベントの全体像

フォーラム

サミットを統括する大型イベント

サミット

宣伝会議が発刊する専門誌連動

カンファレンス

実務課題特化イベント

アドタイ フォーラム

9/16(水)月開催

マーケティング フォーラム

11/26(木)開催

KAIGI GROUP フォーラム

2/18(木)開催

大規模

宣伝会議 サミット

6/17(水)開催

販促会議 サミット

7/23(木)開催

広報会議 サミット

9/3(木)開催

ブレーン サミット

10/8(木)開催

環境ビジネス サミット

3月開催

デジタル
マーケティング
カンファレンス

AI会議
カンファレンス

IP business
カンファレンス

サイト
リニューアル
カンファレンス

インバウンド会議
カンファレンス

コーポレート
プランディング
カンファレンス

資源循環
カンファレンス

GXビジネス
カンファレンス

2025年度 宣伝会議イベント開催実績

2025年 5月		6月		7月		8月		9月			
21 (水)	デジタルマーケティング カンファレンス	12 (木)	宣伝会議 マーケティング サミット	18 (金)	人財会議 カンファレンス	5 (火)	AI×マーケティング カンファレンス	3 (水)	TikTok Shop カンファレンス	19 (金)	ブランドマネージャー カンファレンス
		27 (金)	IP business カンファレンス	24 (木)	コーポレート ブランディング カンファレンス	27 (水)	OOHメディア カンファレンス	5 (金)	広報会議サミット	25 26	アドタイ フォーラム
				30 (水)	ブレーンサミット			12 (金)	リテールデータ カンファレンス	29 (月)	インバウンド会議 カンファレンス

10月		11月		12月		2026年 1月(予定)		2月(予定)		3月(予定)	
23 (木)	販促会議サミット	26 (水)	宣伝会議サミット	4 (木)	運用型CM カンファレンス	27 (火)	デジタルマーケティング カンファレンス	17 18	KAIGI GROUP フォーラム	3 (火)	コンテンツ マーケティング カンファレンス
				9 (火)	音声メディア カンファレンス			26 (木)	ファンコミュニティ カンファレンス	6 (金)	ターゲットOOH カンファレンス
				12 (金)	ビジネスプロセス マネジメント カンファレンス					26 (木)	ショッパー マーケティング カンファレンス

2025年度 宣伝会議開催レポート

2025年6月12日(木)開催

宣伝会議マーケティングサミット



申込み/総来場	1,231名/890名
協賛社数	25社
セミナー数	31講演
パーティー参加	157名

2025年9月25日(木),26日(金)開催

アドタイ フォーラム



申込み/総来場	1,258名/818名
協賛社数	31社
セミナー数	64講演
パーティー参加	148名

2025年11月26日(水)開催

宣伝会議サミット



申込み/総来場	822社/525名
協賛社数	22社
セミナー数	33講演
パーティー参加	133名

2025年7月30日(水)開催 ブレーンサミット



申込み/総来場	496名/327名
セミナー数	13講演
パーティー参加	76名

2025年9月5日(金)開催 広報会議サミット



申込み/総来場	440名/223名
セミナー数	14講演
パーティー参加	92名

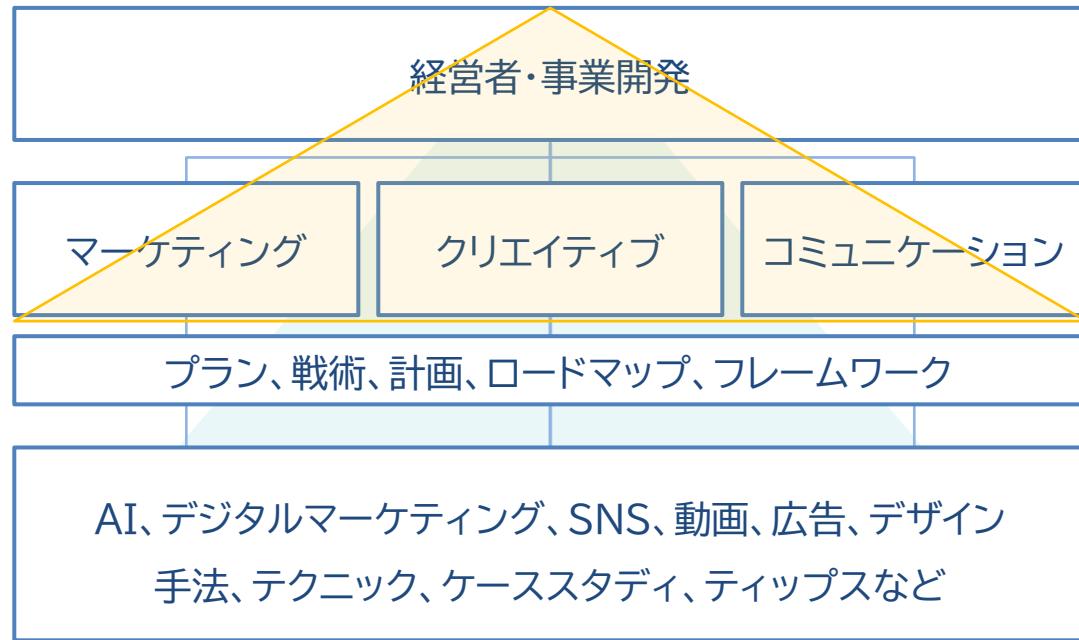
2025年10月23日(木)開催 販促会議サミット



申込み/総来場	423名/266名
セミナー数	9講演
パーティー参加	73名

KAIGI GROUP イベントの来場者

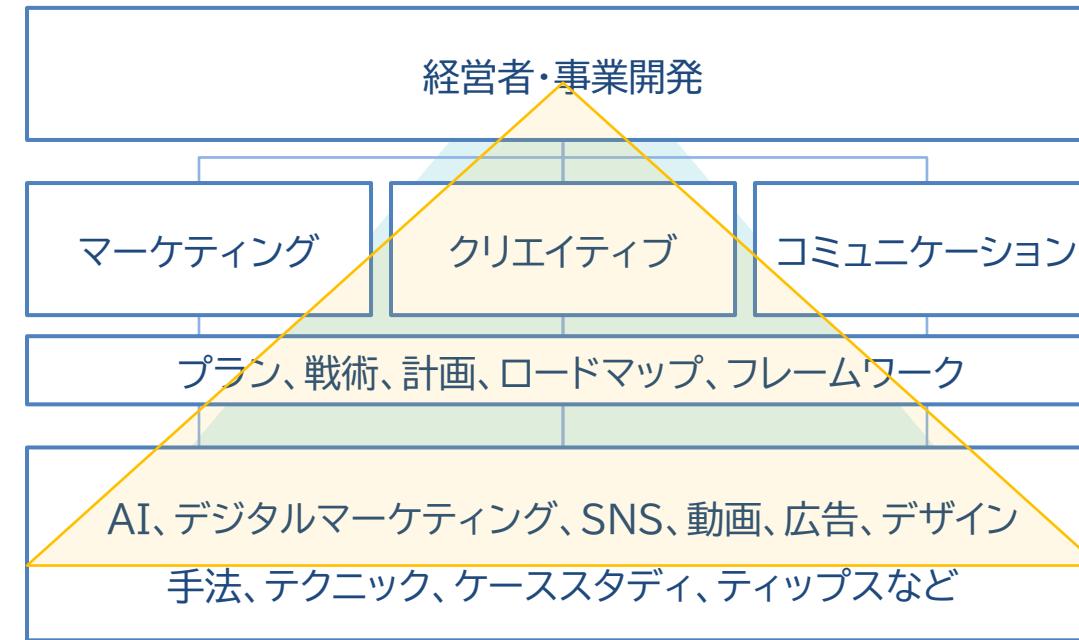
KAIGI GROUP フォーラム



経営や意思決定に関わる
上位レイヤーが中心。



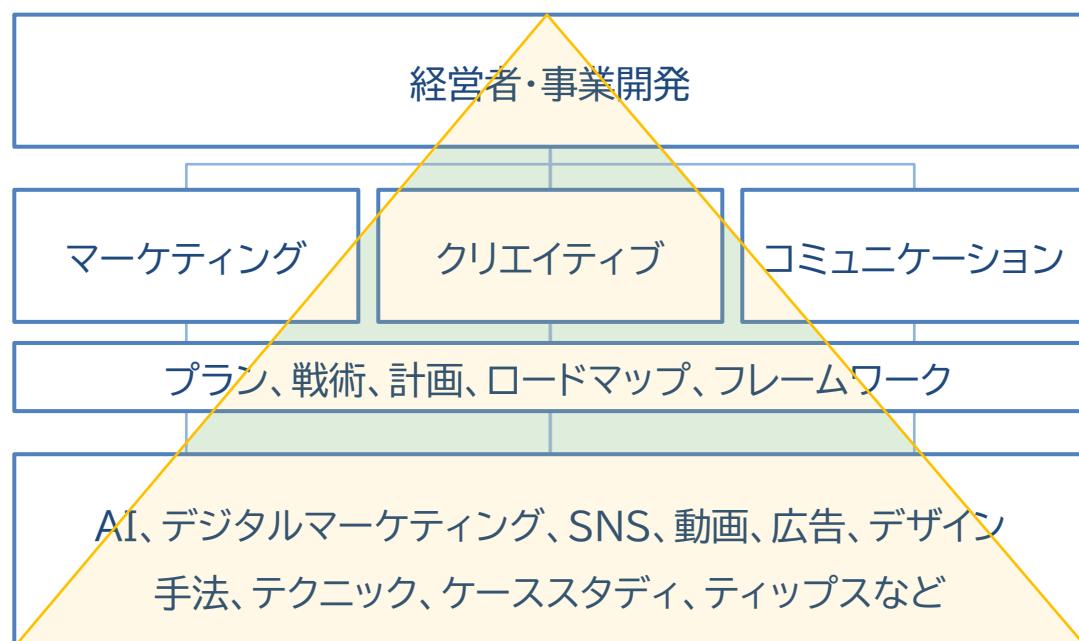
マーケティング フォーラム



マーケティング戦略を考える
各部門の役職者が中心。



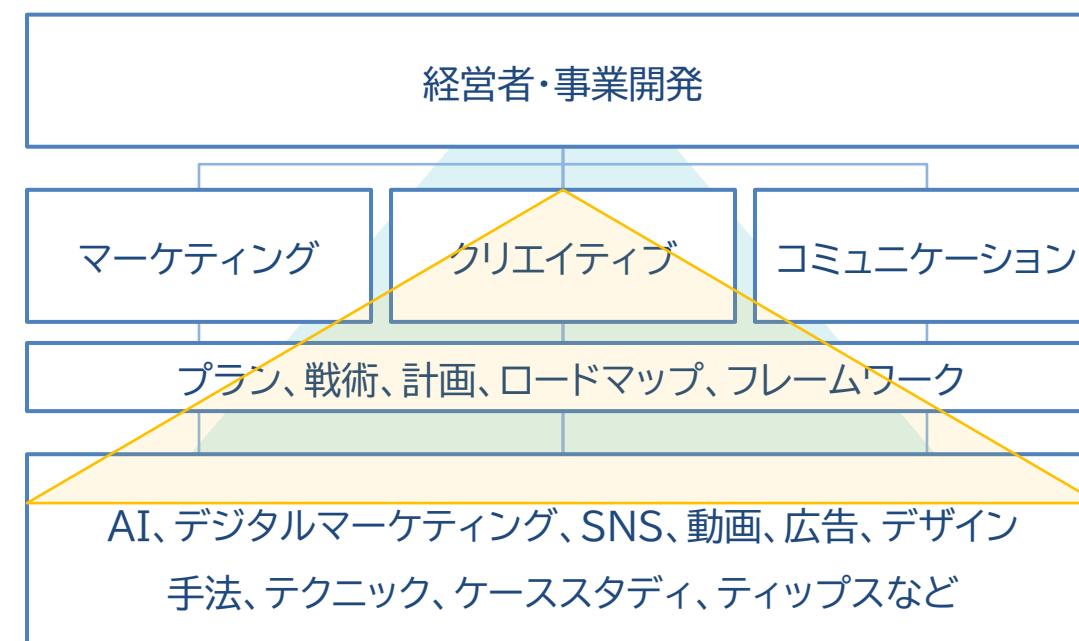
アドタイフォーラム



メディア「アドタイ」読者なら
誰もが参加できる
広告界全体の祭典。



サミット



各雑誌の4分野に携わる
部長以上の役職者が中心。
業界の先駆者やリーダー・
トッププレイヤーが登壇。



KAIGI GROUP イベントの特徴

【重視するKPI】商談化率・受注率・関係構築

【重視するKPI】リード件数・単価・認知度

規模・来場者数

研究会

- ・1社単独
- ・随時開催



来場20名(想定)

カスタムセミナー

- ・1社単独
- ・随時開催



来場35名(想定)

カンファレンス

- 2社～5社協賛
- 年間約25回開催



講演枠40名(想定)
総来場100名(想定)

サミット

- 約10社協賛
- 年間約4回開催



講演枠60名(想定)
総来場200名(想定)

フォーラム

- 約50社協賛
- 年間3回開催



講演枠100名(想定)
総来場1,000名(想定)

接点・関心

2026年度 フォーラム

開催形式 オフライン／講演型セミナー（1講演：講演30分程度）

想定申込人数 申込：1500名 来場：800名

来場対象 宣伝、販促、広報、マーケティング責任者・企画担当者

多様な視点から議論を深め、知見を共有する公開型の討論や意見交換の場です。
メディア編集部によるアジェンダ設定のもと、業種業態を問わず様々な企業の役職者、
有識者などがパネルディスカッションや基調講演を交えて最新動向や課題を掘り下げます。

→「議論・意見交換」を重視し、複数の視点を交える場。

アドタイ・フォーラム

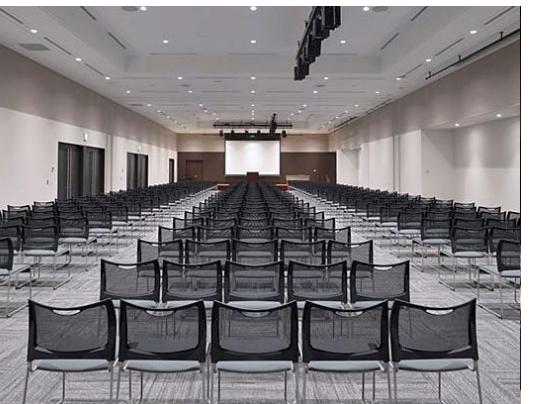
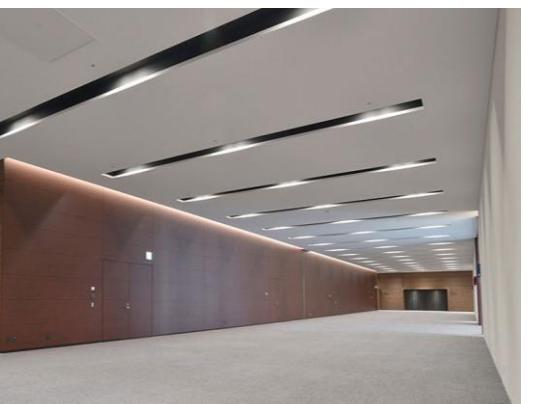


日程 2026年 9/16(水) 予定

会場 [JPタワーホール&カンファレンス](#)

【企画書はこちら】

マーケティング フォーラム



日程 2026年 11/26(木) 予定

会場 [浜松町コンベンションホール](#)

【企画書はこちら】

KAIGI GROUP フォーラム



日程 2027年 2/18(水) 予定

会場 [JPタワーホール&カンファレンス](#)

【企画書はこちら】

2026年度 サミット

開催形式 オフライン／講演型セミナー（1講演：講演30分程度）

想定申込人数 申込：800名 来場：500名 / 申込：400名 来場：200名

来場対象 宣伝、販促、広報、マーケティング責任者・企画担当者

各分野のトップリーダーが集い、課題解決に向けた議論を行う戦略的な会議です。
メディア編集部の考えたアジェンダに沿い、ハイレベルな登壇者が未来志向で意見を交わし、
課題解決の提言やビジネスマッチングの機会を用意しています。

→「戦略・意思決定」に重点を置き、未来の方向性を示す場。

浜松町コンベンションホール

宣伝会議サミット



日程 2026年 6/17(水) 予定

【企画書はこちら】

販促会議サミット



日程 2026年 7/23(木) 予定

【企画書はこちら】

宣伝会議セミナールーム

広報会議サミット



日程 2026年 9/3(木) 予定

【企画書はこちら】

ブレーンサミット



日程 2026年 10/8(木) 予定

【企画書はこちら】

カンファレンス

開催形式 オフライン／講演型セミナー（1講演：講演30分程度）

想定申込人数 申込：200名 来場：100名

来場対象 宣伝、販促、広報、マーケティング責任者・企画担当者

特定の分野について専門家や実務家が登壇し、手法やケーススタディ、最新動向までの共有とネットワーキングを目的とした会議です。

参加者は具体的な解決策やアイデアを収集し、すぐに実践に活かすことができます。

→「知識共有」の場で、情報の幅広さと交流の機会を提供。



人財会議 カンファレンス



インバウンド会議 カンファレンス



IP business カンファレンス



コーポレートプランディング カンファレンス



AI×マーケティング カンファレンス



OOH カンファレンス



ビジネスプロセスマネジメント カンファレンス



ブランドマネージャー カンファレンス



サイトリニューアル カンファレンス

2026年度 宣伝会議イベント年間予定表

宣伝会議は、年間を通じて、ブランディングおよびリード獲得に貢献するイベント開催を予定しています。

▼2026年開催予定のカンファレンステーマ（下記以外にもご関心のあるテーマがございましたら、お気軽にご相談ください。）

デジタルマーケティング・カンファレンス サイトリニューアル・カンファレンス	コーポレートブランディング・カンファレンス コンテンツマーケティング・カンファレンス	リテールデータ・カンファレンス AIマーケティング・カンファレンス	ブランドマネージャー・カンファレンス OOH・カンファレンス
--	---	--------------------------------------	-----------------------------------

2026年 4月		5月		6月		7月		8月		9月	
15 (水)	カンファレンス	14 (木)	カンファレンス	4 (木)	カンファレンス	9 (木)	カンファレンス	5 (水)	カンファレンス	3 (木)	広報会議サミット
23 (木)	カンファレンス	26 (火)	カンファレンス	17 (水)	宣伝会議サミット	23 (木)	販促会議サミット	20 (木)	カンファレンス	16 (水)	アドタイ フォーラム
				25 (木)	カンファレンス	28 (火)	カンファレンス			29 (火)	カンファレンス

10月		11月		12月		2027年 1月		2月		3月	
8 (木)	ブレーンサミット	5 (水)	カンファレンス	3 (木)	カンファレンス	21 (木)	カンファレンス	9 (火)	カンファレンス	4 (木)	カンファレンス
28 (火)	カンファレンス	12 (木)	カンファレンス	10 (木)	カンファレンス	26 (火)	カンファレンス	18 (水)	KAIGI GROUP フォーラム	25 (木)	カンファレンス
		26 (木)	マーケティング フォーラム					23 (木)	カンファレンス		

カスタムセミナー・研究会

カスタムセミナー



テーマ設定可能

広告主限定

単独イベント

開催形式 オフライン／講演型セミナー

想定申込人数 総申込:60名 総来場:35名

来場対象 広告主(事業会社)限定

会場 宣伝会議セミナールーム(または外部会場)

タイムライン(変更可能)

基調講演(宣伝会議でアサイン可能) 30分

協賛企業講演 20分

ネットワーキング(名刺交換会) 30分

研究会



テーマ設定可能

招待制

単独イベント

開催形式 オフライン／講演型セミナー

想定申込人数 総来場:10社 20名

来場対象 広告主(事業会社)限定【招待制】

会場 宣伝会議セミナールーム

タイムライン(変更可能)

オープニング・テーマ説明 15分

協賛企業紹介 10分

テーブルディスカッション 60分

チーム発表 30分

協賛企業からのコメント 20分



メディア事業



Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

宣伝会議メディア

目的に合わせて貴社に適切なメディアをご提案

月刊誌

毎月発刊され宣伝会議の軸となっている雑誌媒体。
それぞれの業界に特化した記事が特徴。



WEBメディア

マーケティング情報を発信しているWEB媒体。
特集ページの制作やWPダウンロードなど様々な
施策が実施可能。



AdverTimes.

書籍・年鑑

宣伝会議が発行し全国に出版している書籍。
より専門的で豊富な情報を内掲載できる。



月刊誌

月刊『宣伝会議』

【企画書はこちら】

創刊から70年宣伝・マーケティングの指針と最先端の情報を提供する雑誌

専門機関 テレビ・ラジオ、CTVに200社!
マルチデバイス時代の
統合型動画マーケティング

広告のエンタメ化
動画制作
動画配信
「私の運営」

宣伝会議 1
January 2020 Oct.11

読者属性

事業会社の宣伝・マーケティング担当者



マーケティング担当者・ブランドマネージャー

広告・宣伝部門の責任者・マネージャー層

メディア・広報・PR関連者

月刊『広報会議』

【企画書はこちら】

攻めと守り、メディアレーションからSDGs、インターナル広報までを網羅する専門誌

SNS、サイバー攻撃、生成AI・企業を取り巻く危機やリスクへの対応
広報会議 1
JAN 2020 No.204

広報会議

2025年の事例で検証

危機を乗り越える広報対応



ブランドを棄損せないための備えとは

不祥事シンポジウム2025
取引先に影響する内容をどう伝達するか
今年の記者会見を振り返る

記者会見の企画書の作り方入門
社内コミュニケーションの発展

読者属性

企業・自治体の広報・PR担当者

経営企画・戦略・ブランド推進部門

経営マネジメント層・管理部門

PR会社・コンサルティング・専門支援機関

月刊『販促会議』

【企画書はこちら】

「商品を売る」「人を集める」実践に役立つ販売促進の専門雑誌

万博ロスの今、各社が立てた売上を振り返る
販促会議 1
TOP PROMOTION'S 1
新設 / IPbusiness賞
応募開始!

不祥事シンポジウム2025
取引先に影響する内容をどう伝達するか
今年の記者会見を振り返る

アフター万博



読者属性

メーカーの販促・マーケティング担当者



流通・小売業のマーケティング・販売促進担当者



営業・営業企画・販売推進部門



SP会社・広告・販促支援プランナー

月刊『ブレーン』

【企画書はこちら】

企業課題をクリエイティで解決する。広告・クリエイティブの専門誌

BRAIN 2026
不確実性の高い社会で
クリエイティブに
企業が期待すること

BRAND
2

「月刊誌」特集予定表（宣伝会議・販促会議）

※特集予定は変更の可能性があります

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)
2026.4.1	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	データ活用特集	企画書大公開	インフルエンサーマーケティング
5/1	SNS時代のマーケティングPR徹底解剖	統合型動画マーケティング	【アンケート企画】100人のブランドマネージャーが 選んだ「うますぎる販促」	販促企画アイデア
6/1	宣伝部長アンケート(広告)	顧客接点大解剖	販促業務の整理術 成果と効率を両立するための、仕事の見直し方	AIを活用したコンテンツ生成最前線
7/1	顧客理解を深める データ&テクノロジー活用(インサイト把握)	地上波補完に勝機あり CTV、OTTで変わる広告市場	キャラクター特化型特集	IP活用プロモーション
8/1	クリエイター・マーケター 私の「企み」のメソッド	広告×エンタメ	【2026年版】三大ECプラットフォーム 必勝法 ※Amazon、楽天、Yahoo	EC、D2C 成長と衰退の分岐点とは?
9/1	「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とは?	ブランド成長を支える クリエイティブパートナー(広告)	”使われた販促、効いた販促” —ロングセラーと新興ブランドに聞く、 実施頻度と成果から見えた“打ち手”的実像	販促DX
10/1	ヒト中心マーケティング	生活者インサイト特集	キャンペーン、やる前に考える10のこと (取材対象:プランナー、ブラマネ)	LTV
11/1	AI時代に進化するマーケティングの内製化 —インハウスエージェンシーの現在地	ブラマネアンケート特集	リテールメディアで 「買い続けたくなる仕組み」をつくる	リテールのデータ活用戦略
12/1	自社ECだけじゃない! 利益率を高める最新販売チャネル戦略	コマース最前線特集	【アンケート企画】 ○社のマーケティング責任者が自画自賛 2026年「卖れた」キャンペーン	アイデア×販促で一発逆転! 売れる販促プランニング
2027.1.1	インタンジブル経営とブランド価値の可視化	DX推進責任者アンケート(広告)	2026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○人アンケート	ショート動画・縦型動画
2/1	AI時代の広告・メディアビジネスの行方	カスタマーエクスペリエンス(体験デザイン)	-	PR×セールスプロモーション 新しいパートナー
3/1	「買う」動機を見つけると、 マーケティングは変わる!	広告メディアのDX 変わる マスマディア企業のマーケティング支援(広告)	-	販促データ活用

「月刊誌」特集予定表（広報会議・ブレーン）

※特集予定は変更の可能性があります

発売日	広報会議		ブレーン(巻頭)	ブレーン(広告)
2026.4/1	AI時代のメディアリレーションの教科書2026／AI × 人間で“届くリリース”を作る	新年度、はじめにやる業務	脱・クライアントワーク 自主制作からIPビジネスへ	注目のチーム&求人特集
5/1	事業インパクトに結び付くオウンドメディア設計／生活者の信頼を失う言葉、勝ち取る言葉	広報活動がどう財務インパクトに紐付いているのかを可視化する	事業開発の可能性とデザイン思考	事業開発に特化した注目のチーム&求人特集
6/1	理解を行動に変える社内コミュニケーション／株主総会に向けて	IR関連企業への提案	どこまで伸びる？ショート動画の企画検証プロセス	IPクリエイティブ注目のチーム&求人特集
7/1	プラットフォーム別SNS対策	AI×SNS、SNSコンテンツ	クリエイターの創造の源泉「美意識」のつくり方	顧客体験デザイン注目のチーム&求人特集
8/1	広報が会社を動かす 部門横断で成果を出す設計／広報が知っておくべき他部門の言語	採用広報=人事部との連携人事・IR・PR	世界のクリエイティブ(カンヌ)	グローバルで活躍する注目のクリエイティブチーム特集
9/1	売り手市場における採用コミュニケーション設計／M&Aで会社は“混ざる”のか カルチャーが違う組織の社内コミュニケーション	採用広報(入口の認知) 社内コミュニケーション 人事と広報、伝えるから伝わるへ	成長企業の「デザイン組織」理想形	事業会社の成長を支えるインハウスクリエイティブチーム&求人特集
10/1	資産としてのブランド 広報が信頼を蓄積する方法／改めて、「サステナビリティ」とどう向き合うか	インタنجブル、ブランド価値向上 ブランディングに寄与する広報	一流クリエイターが注目するU35クリエイター	ブレーンサミット
11/1	経営・マネジメントの言葉を伝える広報とは／IR部門が持つべき言語	経営と広報の距離を近づける	2026年 AIはクリエイティブをどう変えたか	AIクリエイティブを牽引する注目のチーム&求人特集
12/1	危機管理広報2027 ※危機管理広報20年史 ※不祥事ランキング10年まとめ	危機管理	企業のクリエイティブへの期待	2027年注目のクリエイティブチーム特集
2027.1/1	不確実性時代の年間計画／人的資本経営と広報(資本としての広報人材)	年間計画、アンケート特集	-	クリエイティブチーム特集
2/1	ナラティブを設計する企画書「伝える」を超えて、「語り継がれる」提案へ	広報と企画、企画書	-	グッドデザイン賞
3/1	企業カルチャー	企業カルチャーの醸成、カルチャー変革、カルチャーブルド对中国して広報ができること	-	注目のチーム&求人特集

Webメディア「AdverTimes.(アドタイ)」

AdverTimes. アドタイ

マーケターの情報収集に欠かせないニュースメディア



AdverTimes.(アドタイ)は、広告界とともに70年(2024年現在)を迎えた宣伝会議が、2010年11月にオープンしたマーケティング・コミュニケーションのニュースサイトです。

広告・マーケティング・コミュニケーションにおける新サービスや人事情報、企業のキャンペーン事例や新着CM情報、デジタルメディアの動向、海外情報などを平日、毎日更新しており、マーケターにとって欠かせないメディアとなっています。また、マーケティング・コミュニケーション界のキーパーソンによる強力な執筆陣がコラムをアップし、読者からの好評を得ています。サイトはツイッター(45,775人がフォロー)やフェイスブック(66,362人がフォロー)など、ソーシャルメディアとも連動して情報を発信。それらを通じ、読者の関心をつかみ、議論の場としても発展しています。

PV (2025年7月時点)

PV **1,728,337** UU **1,105,141**

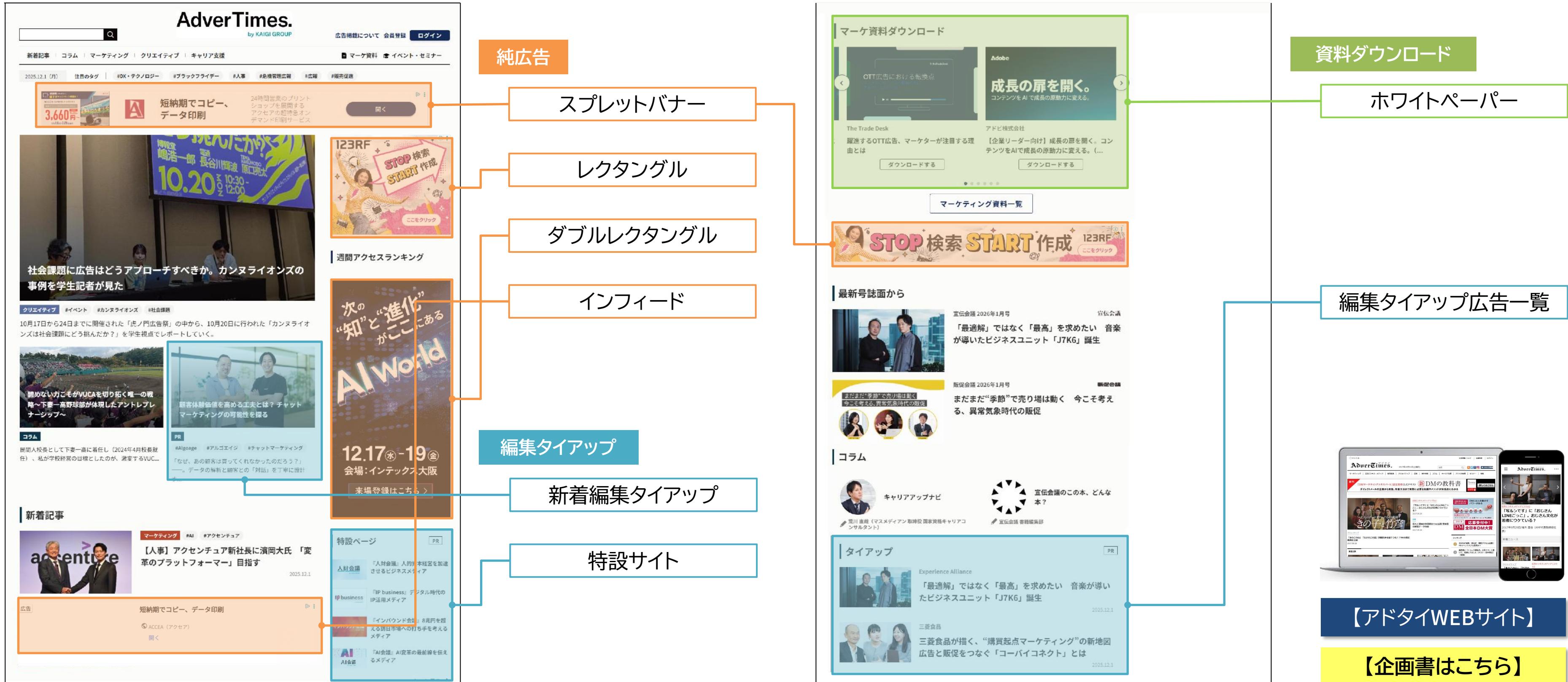
読者属性

広告業 **49.3%**:広告主 **50.7%**

デバイス比率

スマホ **76.8%**:PC **23.2%**

「AdverTimes.(アドタイ)」のサイト構成



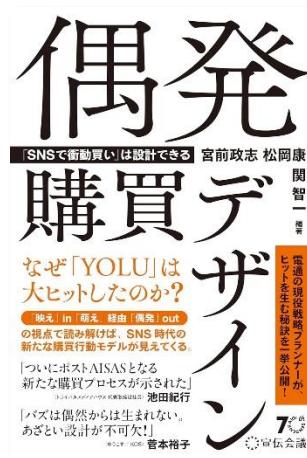
戦略出版

宣伝会議編集部による書籍の発刊を通じて、業界での第一想起を獲得。

各分野のソートリーダーシップを獲得できます



イベント



購買モデル



AI



PR



パーパス



アドベリ
フィケーション



生活者データ



オウンド
メディア



トレード
マーケティング



オフライン広告



教育・研修事業



1

70年の知見が支える 「編集部の企画力」

マーケティング専門メディアとして70年以上積み重ねてきた深い知見から、事業会社と広告会社の双方の教育ニーズに対応した講座を提供します。



2

トップ実務家が生み出す 「満足度の高い講義」

業界の最先端で活躍するトップ実務家を講師に迎えることで、ビジネスの悩みや課題に対応した満足度の高い講義を受けることができます。



3

現場のスキルが身につく 「実務に直結する内容」

メディア事業から市場の最新のスキルとニーズを常に把握し、トレンドだけに流されない実務に活かせるの基礎力を養成します。



4

エース社員を育てる 「主体的なカリキュラム」

ビジネスの基礎から専門性の高い分野まで幅広い領域を網羅しているため、目標に向けて一流の実務スキルを伸ばすことができます。



教育講座・人材研修

教育講座

実務の課題を解決する
宣伝会議の教育講座



MARKETING&CREATIVE

導入企業実績
8,000社突破

年間受講人数
10万人突破

ビジネススキル、DX・GX、マーケティング、クリエイティブなど、様々な領域のプロである実務家を講師に、実践的なカリキュラムで業務上の課題を解決します。

市場が求めるスキル・知識を基に、価値を生み出し続ける力を身につけましょう。

- 導入企業実績 **8,000社**以上
- 受講人数 **10万人**以上
- 講座数 **450**以上

オンデマンド

オンラインライブ

教室開催

人材研修

マーケティング・広報・クリエイティブの 法人研修サービス

1954年の創刊以降、宣伝会議が培ってきた情報と人脈を活かし
企業の課題解決・社員のスキルアップをはじめ、
多くの研修を手掛けてきたからこそ提案できるオリジナル研修



導入企業実績
8,000社以上

助成金
対応・相談可

活用実感度
4.5/5

- 導入企業実績 **8,000社**以上
- 助成金対応・相談可能**
- 活用満足度 **4.5/5**

オンデマンド

オンラインライブ

教室開催

営業

人材育成

コミュニケーション

新人・内定者

ビジネス・問題解決スキル

マーケティング

制作物ディレクション・デザイン

コピー・ライティング・文章力

デジタル・AI

広報・PR・経営管理

企画書・資料作成・プレゼン

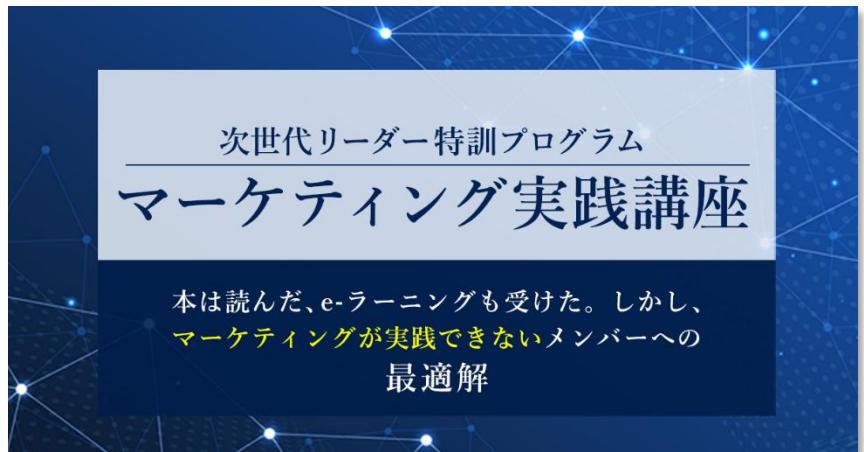
クリエイティブ・発想

販売促進

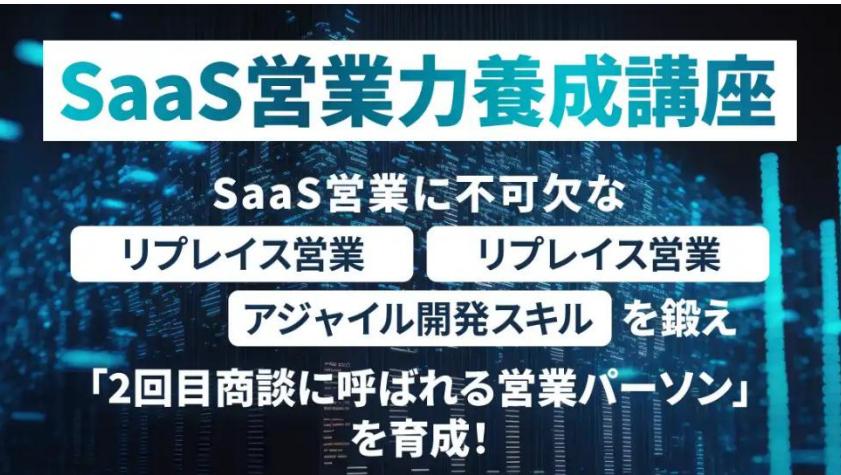
など

講座のカテゴリー

マーケティング



営業



クリエイティブ



広報

経営視点で壁を打破する 広報年間計画策定講座

日常行動と経営視点で土台を固め、年間計画設計と実行体制を整える



広報リーダー養成講座

経営層への説明責任と、広報部のマネジメントの狭間で迷う全ての広報リーダーへ



ブランド価値を守る“企業の盾”としての広報力を育成する
炎上予防・危機シナリオ策定・リスク排除型コンテンツ制作
初動対応体制づくりを学べる実践講座



受講形式



アワード事業



 KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

協賛型アワード企画

企業が抱える課題を「アイデア」の力で解決する公募型アイデアコンテスト

宣伝会議賞

言葉の広告賞

キャッチフレーズ・動画広告・音声広告



by KAIGI GROUP

《応募期間》

8月上旬～10月上旬予定

《開催部門》

一般部門・中高生部門

《応募作品数(第62回)》

一般部門:602,673点(平均 20,891点)
中高生部門:27,319点(平均 1,821点)

[WEBサイトリンク](#)

BOVA

動画の広告賞

3分以内の動画・60秒以内の縦型動画



by KAIGI GROUP

《応募期間》

縦型:9月上旬～11月下旬
オンライン:12月上旬～2月下旬

《開催部門》

オンライン動画部門・縦型動画部門

《応募作品数(第62回)》

オンライン動画部門:244点(中央値13本)
縦型動画部門:約600点(中央値約60本)

[WEBサイトリンク](#)

販促コンペ

企画の広告賞

10枚以内の企画書



by KAIGI GROUP

《応募期間》

8月上旬～10月上旬予定

《開催部門》

一般部門

《応募作品数(第62回)》

一般部門:602,673点(平均 20,891点)

[WEBサイトリンク](#)

IP business賞

IP活用の広告賞

10枚以内の企画書



《応募期間》

2025年12月1日(月)
～2026年2月10日(火) 13:00

《開催部門》

一般部門

《応募作品数》

2025年12月1日より募集開始

[WEBサイトリンク](#)

オリジナルアワード運営

協賛型アワードでのノウハウを活用し、オリジナルアワードの運用をサポート

全日本DM賞



《応募資格》

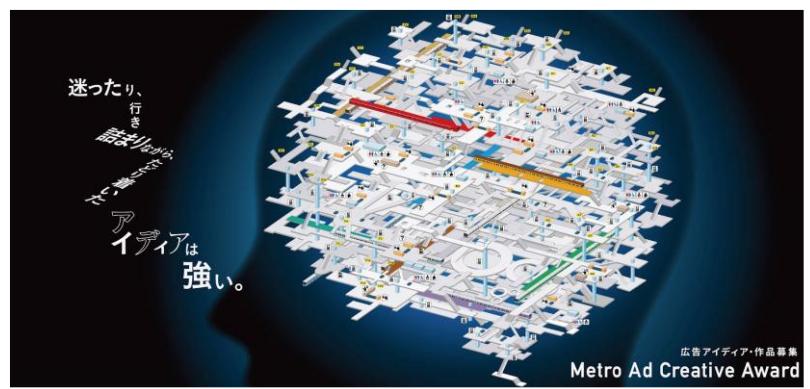
DMの広告主(差出人／スポンサー)、
DMの制作者(広告代理店、制作プロダクション、
印刷会社など)。

《募集作品》

2024年4月1日から2025年9月30日までに制作され、
実際にDMとして発送されたもの。
宛名のないDM(タウンメール・タウンプラスなど)も
募集対象となります。

[WEBサイトリンク](#)

メトロ アド クリエイティブ アワード



《応募資格》

年齢・職業・国籍は一切問いません。

《部門/作品》

「グラフィック部門」(中づりポスター)
「プランニング部門」(駅構内)
「デジタルサイネージ部門」(縦型駅構内サイネージ)

[WEBサイトリンク](#)

福井県キャッチコピー・ロゴデザインコンテスト



《応募資格》

どなたでもご応募いただけます

《部門/作品》

「ロゴデザイン部門」
ロゴマークとコピーを組み合わせたデザイン

「キャッチコピー部門」
短く、覚えやすく、印象に残るキャッチコピー

[WEBサイトリンク](#)



施策のご提案



年間施策の例

【想定企業】

実施時期	2026年4月	5月	6月	7月	8月	9月
イベント						
メディア						
教育						
アワード						

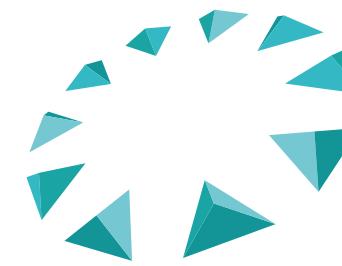
実施時期	10月	11月	12月	2027年1月	2月	3月
イベント						
メディア						
教育						
アワード						

【協賛メリット】

業界での第一想起獲得
(イベント登壇・メディア出稿)

“質の高い見込み客”を集めるシステム
(リード獲得)

エース社員を生み出す社内環境
(教育講座・人材研修)



KAIGI GROUP

Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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