

# ファンコミュニティ カンファレンス

2026年2月27日(金)開催 宣伝会議セミナールーム 早期締切:12月26日(金)

熱狂するファンとともに価値を創る、企業成長の新戦略



# 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 **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

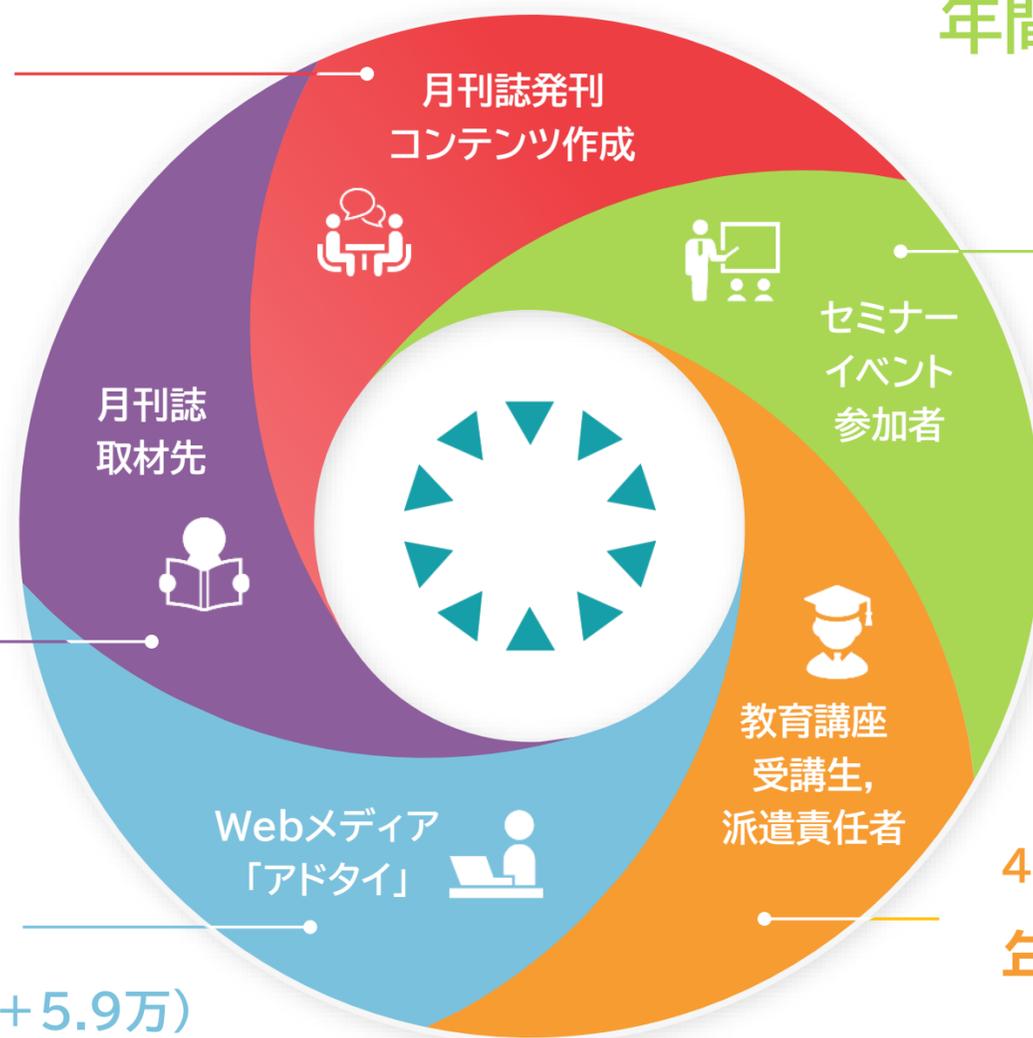
**AdverTimes** アドタイ



3. Webメディア「アドタイ」

月間 **1,728,337PV** (前年比+5.9万)

※2025年 5月時点



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



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」集客プラットフォーム

雑誌  
定期購読者



イベント  
過去参加者



教育  
教育講座受講生



WEBメディア  
アドタイ登録者



## 集客リスト (顧客情報を収集)

### 【特徴】

- ① 広告主企業が中心
- ② 大手企業/エンタープライズ
- ③ マーケティング関連部門
- ④ 役職上位者の含有率が高い



集客



宣伝会議イベント開催

宣伝会議の各サービスから集約したKAIGI IDを基盤に、狙ったターゲットへダイレクトにリーチ。属性や参加履歴に基づいた精度の高い集客施策を実現しています。



# 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><b>大手広告主の意思決定層が来場</b>  <b>広告主企業 約64% / 過半数が係長以上 部長以上 約3割</b>  <small>※「宣伝会議サミット2024(冬)」申込者情報参照</small>                      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><b>リード獲得の質</b></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  <small>(「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、自社の顕在的な関心客層とは異なる層が含まれる」点を掲げている)</small></p>
<p><b>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</b>                      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><b>集客力</b></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  <small>(「エクシール」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)</small></p>
<p><b>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</b>                      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><b>アジェンダ設定力</b></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><b>イベント後もメディアを活用して継続的に露出が可能</b>                      雑誌誌面・Web記事・SNS・メールマガジンなど、複数チャンネルで展開可能。                      長期にわたり貴社情報を発信・拡散。</p>	<p><b>露出機会</b></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  <small>(「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。)</small></p>





# ファンコミュニティ・ カンファレンスとは

---



## 開催テーマ

### 熱狂するファンとともに価値を創る、 企業成長の新戦略

ファンは単なる顧客ではなく、ブランドの成長を支える重要なパートナーです。企業の想いに共感し、自ら発信し、周囲を巻き込んでブランドの世界観を広げていくファンの存在は、いまやビジネスの持続的成長に欠かせない要素となっています。

「ファンコミュニティ・カンファレンス」では、ファンとのつながりを最大化し、ロイヤルティ向上、売上拡大、マーケティング効果の向上、商品開発への貢献、ブランド信頼構築といった多岐にわたる成果を生み出す方法を議論します。

熱心なファンの声を活かし、企業と消費者が共に価値を創る未来を描く場です。ファンの力を経営資源として活かす実践的なアプローチや成功事例を共有し、企業とファンが共に歩む新しい成長モデルを探ります。



# 開催背景

宣伝会議編集部が日々の取材で捉えた業界の動向や変化をもとに、業務課題の解決に役立つセミナーを開催しています。

## 業界トレンド



①	UGC(ユーザー生成コンテンツ)の拡大
②	ファンエンゲージメントの可視化と分析
③	共創型マーケティングの浸透

## よくある課題



①	ファンエンゲージメントの維持・深化が困難
②	成果の可視化とビジネス貢献度の測定が難しい
③	ファン共創の仕組みと社内連携の不足
専門家から解決のヒントを獲得	

## 課題解決セミナーの開催



コンテンツ
ファンが離れないコミュニティ設計 :熱量を持続させる体験と仕組みづくり
コミュニティの価値を“数字”で語る :LTV・売上につながるファンマーケティングの指標
ファン共創を企業文化に :全社で取り組むブランド成長の新戦略

# ファンコミュニティの活用事例を学ぶ業界注目のイベント

想定来場者		
①マーケティング部門	②商品・サービス開発部門	③営業・営業企画部門
③カスタマーサクセス・カスタマーサポート部門		④経営・企画部門

## ファンコミュニティ・カンファレンス3つのポイント

集客	コンテンツ	商談化
<p>業界メディアやイベント経由で、ファンマーケに積極的な決裁層を集客</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● KAIGI GROUP IDを活用し、コミュニティマーケティングに携わる役職者を集客</li> <li>● 最新トレンドと実務課題を解決するテーマを設定し幅広い層を集客</li> </ul>	<p>ファンコミュニティの「活用方法」と「最新事例」の二軸構成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 先進企業の事例と専門家の知見を通じて、ファンコミュニティ戦略を“理論”から“実践”へと進化させるヒントが得られる。</li> </ul>	<p>ファンコミュニティ活用に課題を持つ事業会社との商談機会</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケティング部門を中心にファンコミュニティ活用に課題を持つ事業会社との接点を提供します。</li> <li>● 単なる情報提供ではなく、案件化や協業につながる商談機会を創出</li> </ul>

想定協賛企業		
①コミュニティ構築・運営支援企業	②ブランド体験・コンテンツ創出企業	③マネタイズ・ファンビジネス支援企業
④データ活用・CRM／マーケティングテクノロジー企業		⑤組織変革・調査支援企業

# イベント概要

## ファンコミュニティ・カンファレンス ～熱狂するファンとともに価値を創る、企業成長の新戦略～

宣伝会議セミナールーム

主催講演

協賛講演

主催講演

ネットワーキング



会場イメージ



主催講演



協賛講演



セミナールーム



ネットワーキング

日程 2月27日(金)

想定申込人数 80名程度

来場対象

マーケティング担当者、商品・サービス企画担当者、カスタマーサクセス担当者、経営企画・事業企画担当者など、ファンとの共創を通じてブランド価値を高めたいすべてのビジネスパーソン。

# 会場イメージ

講演イベント



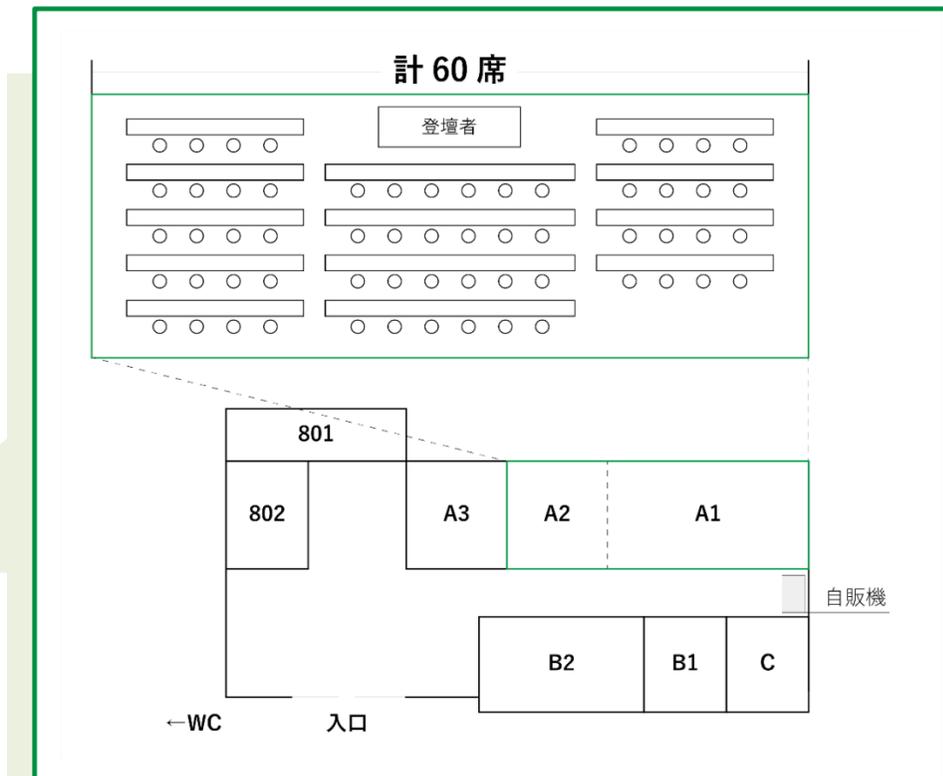
ネットワーキング



スクール形式で60名収容可能



会場図面





## 協賛メニュー

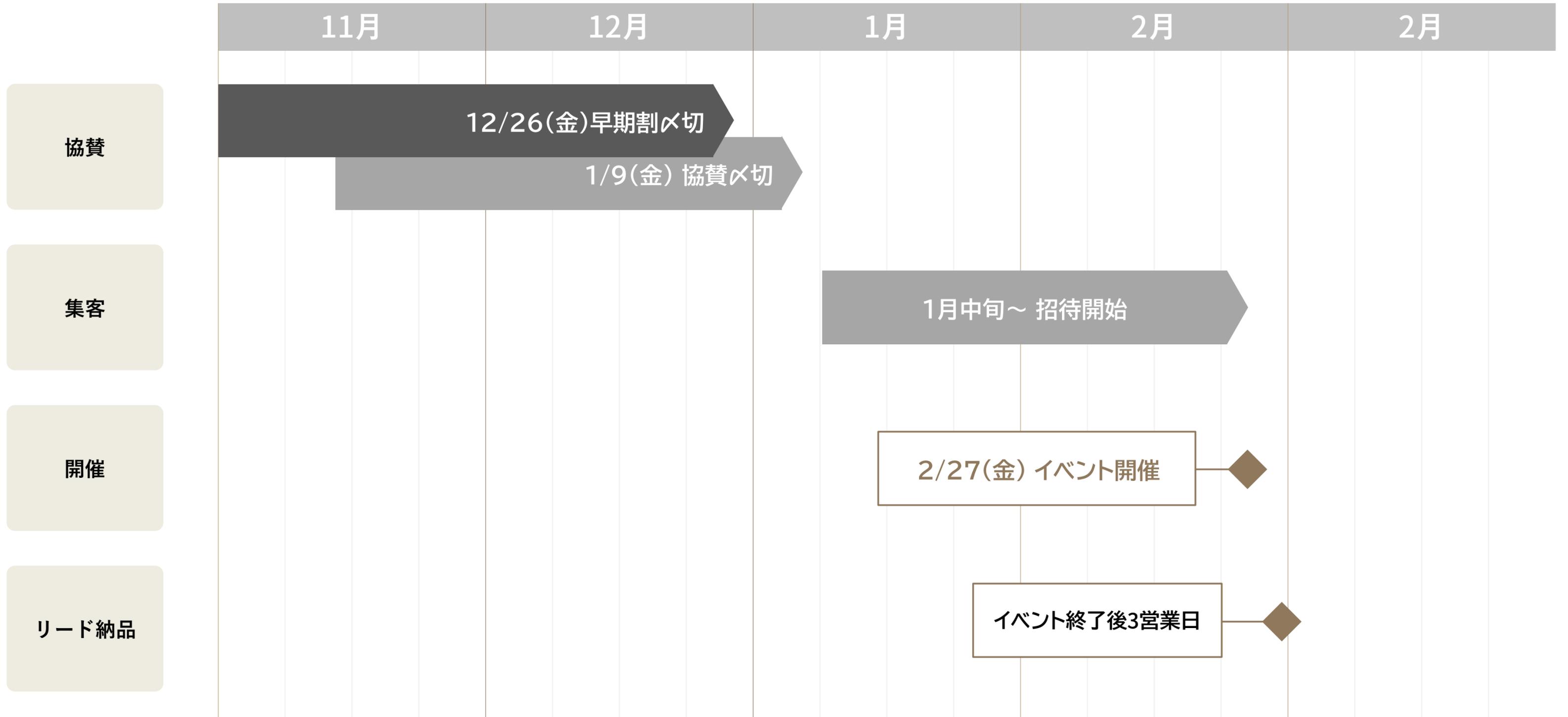
---

# タイムライン

	宣伝会議セミナールーム
13:00-13:40	【A1a】主催講演
13:45-14:15	【A1b】協賛講演(ゴールド)
14:15-14:30	休憩(15分)
14:30-15:00	【A2】協賛講演(シルバー)
15:00-15:15	休憩(15分)
15:15-15:45	【A3】協賛講演(シルバー)
15:45-16:00	休憩(15分)
16:00-16:30	【A4a】協賛講演(ゴールド)
16:35-17:15	【A4b】主催枠
17:15~18:00	ネットワーキング

	ゴールドスポンサー	シルバースポンサー
早期割引	<u>金額はこちらよりお問い合わせください。</u>	
定価		
内容	主催枠セット講演	単独講演
リード数	貴社講演枠 申込リスト提供 <b>80名</b> 想定	貴社講演枠 申込リスト提供 <b>80名</b> 想定
講演時間	30分	30分
備考	<u>金額はこちらよりお問い合わせください。</u>	

# 協賛スケジュール





# 過去開催実績

# 宣伝会議「4大フォーラム」開催レポート

「4大フォーラム」は、**1,000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、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）

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、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）

2024年 11月28日(木),29日(金) 開催



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**

# 宣伝会議「イベント登壇」協賛企業様の声（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、

- ・メーカーのリード獲得は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)」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** 主催24講演 協賛17講演

パーティー参加 **154名**

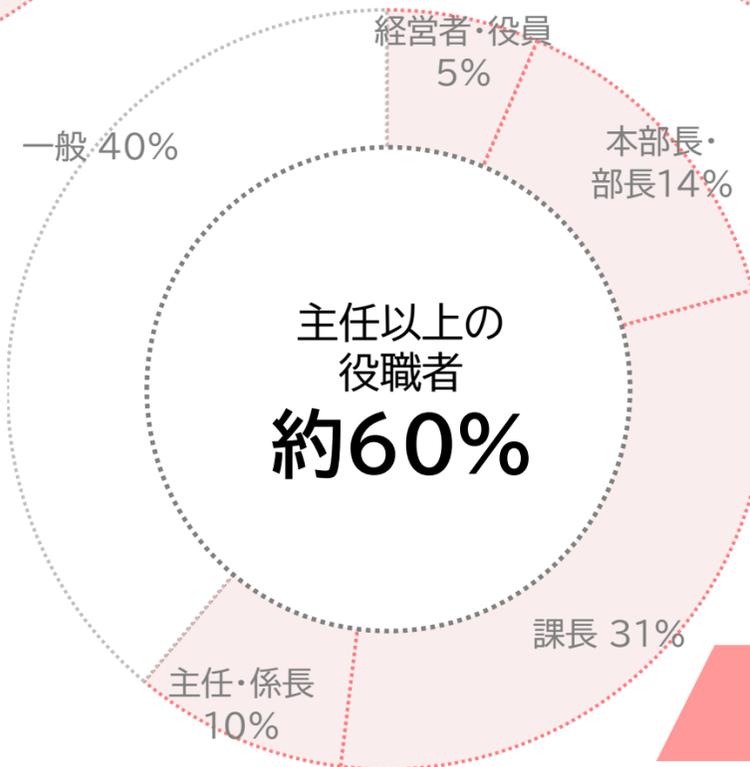
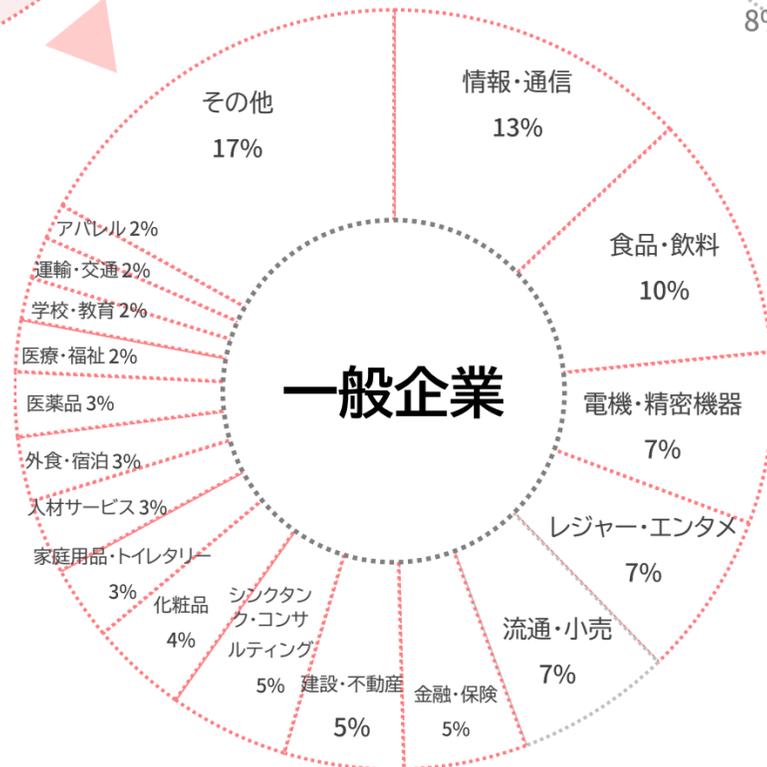
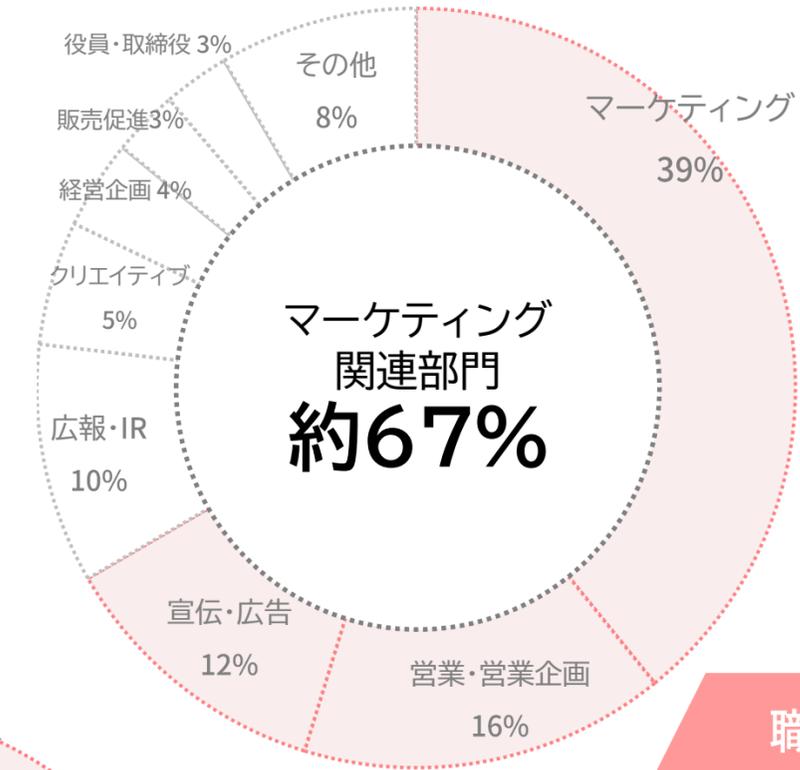
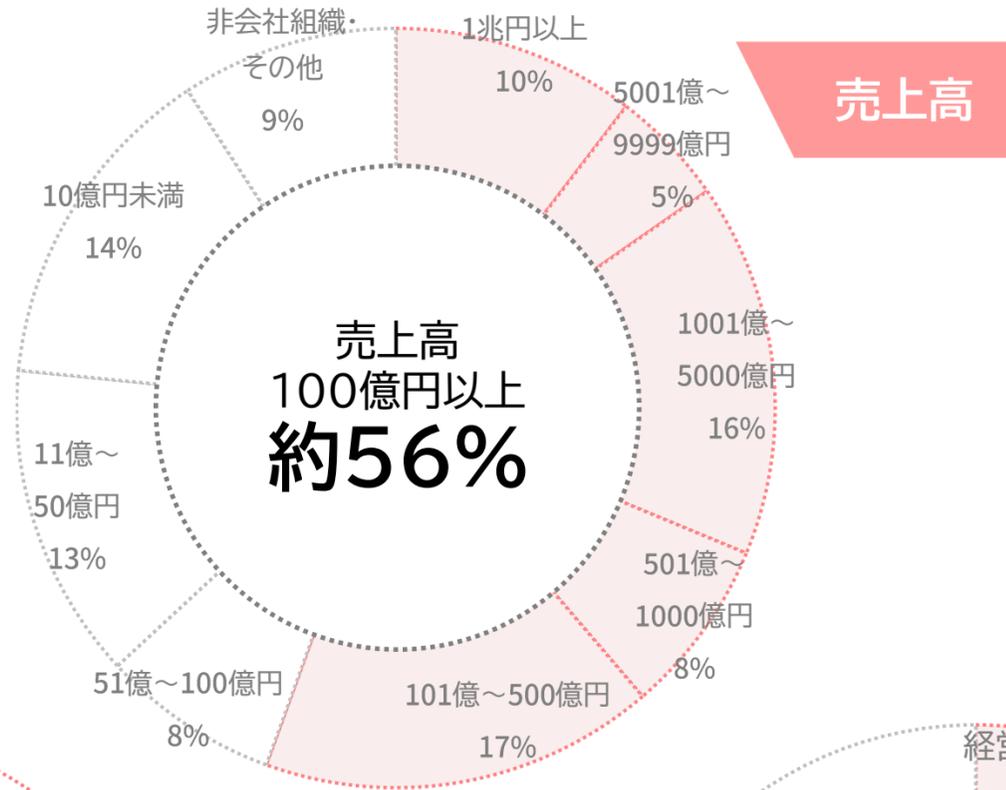
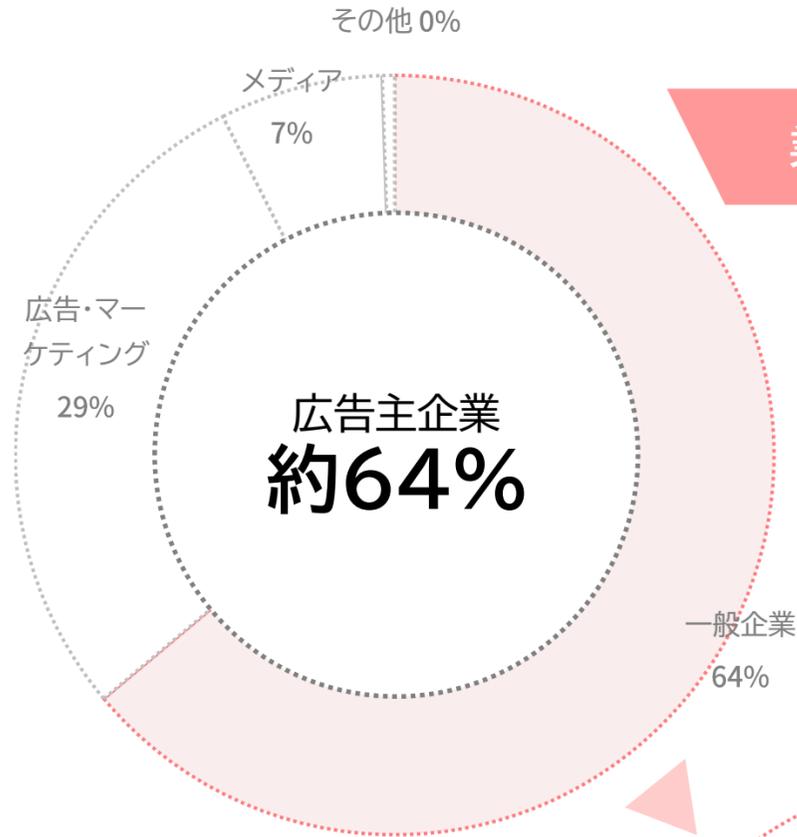
## 当日の会場の様子

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



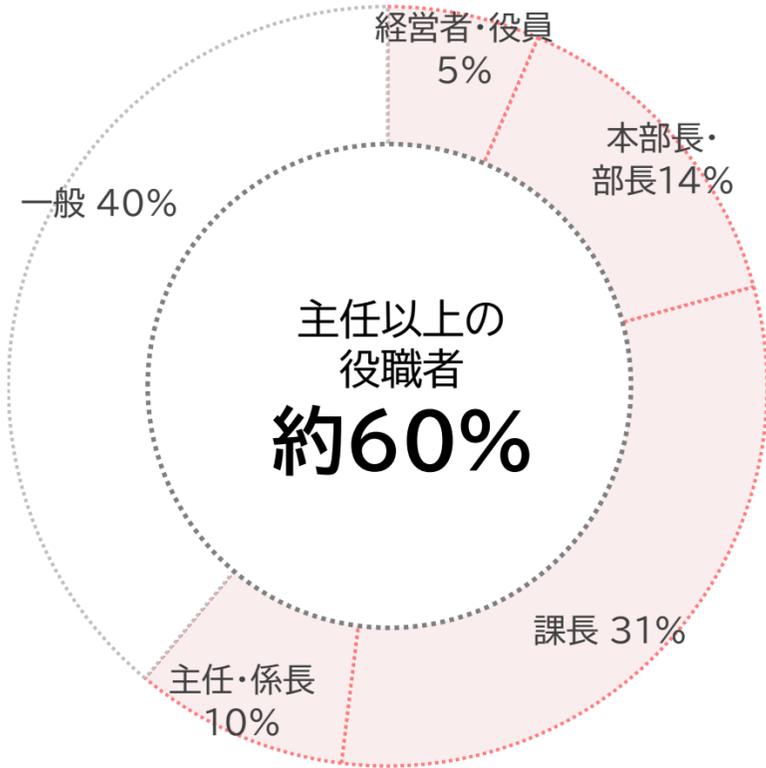
名称：宣伝会議サミット2024(冬)  
会期：2024年11月28日(木)、29日(金)  
会場：虎ノ門ヒルズフォーラム  
来場：予約無料(事前登録制)  
主催：株式会社宣伝会議  
来場対象：企業のマーケティング、宣伝、販促、  
デジタルマーケティング責任者・企画担当者、  
広告会社、制作会社、マーケティング関連会社

# 「宣伝会議サミット2024(冬)」申込者属性



# 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)

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
カシオ計算機株式会社	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 UXプラットフォーム部
カンロ株式会社	マーケティング統括部
株式会社KEAN Health	マーケティング本部
キャノンITソリューションズ株式会社	コーポレートマーケティング部
キャノンマーケティングジャパン株式会社	ブランドコミュニケーション本部
株式会社ゴールドウイン	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
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	広報部
医療法人社団十二会	GCブランド事業部
医療法人社団十二会	GCブランド事業部
J.フロントリテイリング株式会社	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
ジョンソンコントロールズ株式会社	NEAコミュニケーション
株式会社SUBARU	国内営業本部 マーケティング推進部 宣伝課
ソニー生命保険株式会社	横浜第4支社
ソフトバンク株式会社	グローバルデジタルマーケティング部
損害保険ジャパン株式会社	マーケティング部
ダイキン工業株式会社	空調営業本部
株式会社CHINTAI	プランニング事業グループ
株式会社CHINTAI	プランニング事業グループ
TE Connectivity Japan合同会社	コーポレートマーケティング
株式会社テレビ東京	マーケティング局マーケティングセンター
株式会社 電通	CXクリエイティブ・センター

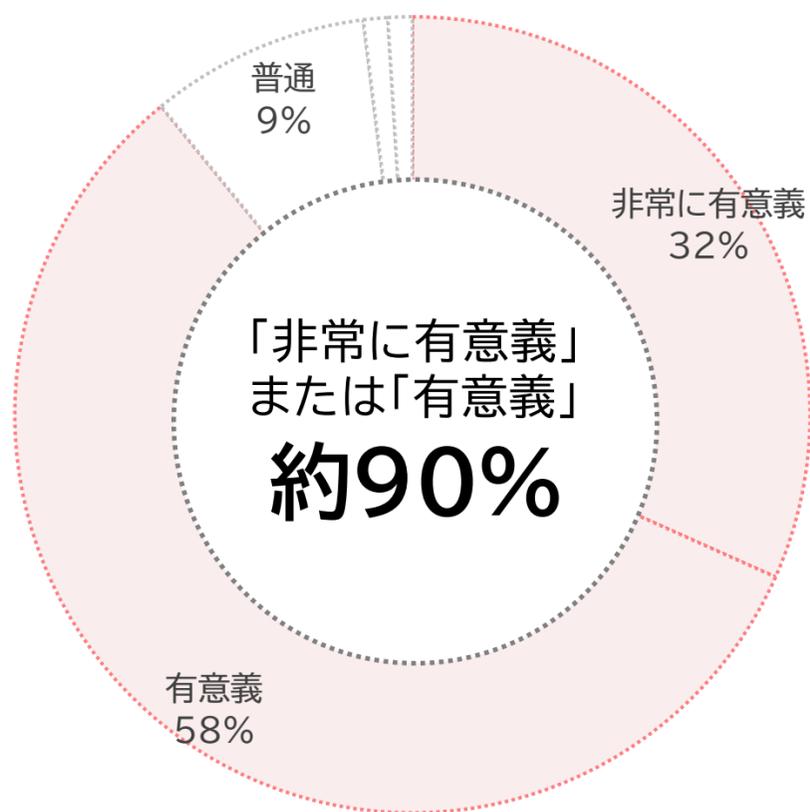
会社名	部署名
株式会社ドトールコーヒー	営業企画部
株式会社TRUNK	マーケティング部 / 社長室
西川株式会社	デジタル戦略部 デジタル戦略担当
日本電気株式会社	ピープル&カルチャー部門
日本貿易振興機構	広報課
株式会社農心ジャパン	マーケティング部
パーソルキャリア株式会社	マネジメント部 doda Xブランドマネジメントグループ
株式会社 阪急阪神百貨店	新規ビジネス開発推進部
株式会社 阪急阪神百貨店	新規ビジネス開発推進部
株式会社 阪急阪神百貨店	婦人ファッション営業統括部
株式会社バンダイナムコホールディングス	コーポレートコミュニケーション室
日立グローバルライフソリュ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
株式会社ポーラ	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	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
ライズネット株式会社	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 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)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.イベント全体を通じた感想を教えてください。



### 【感想(抜粋)】

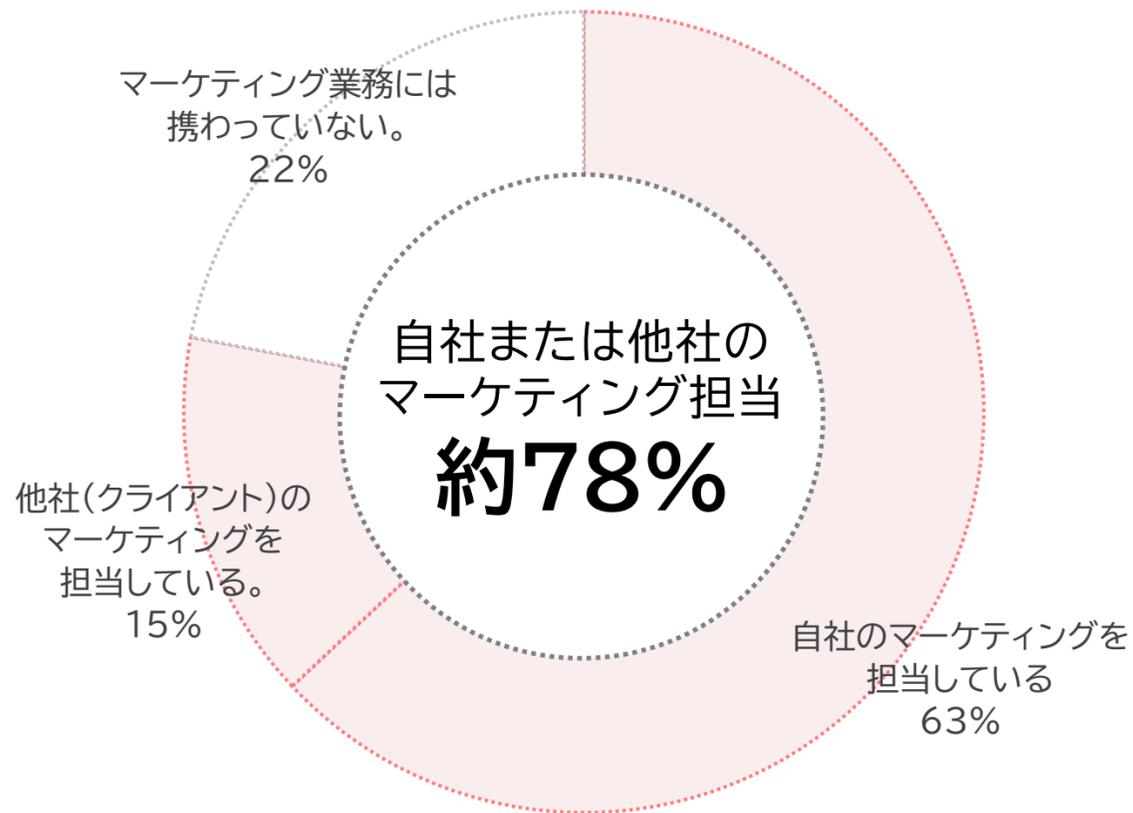
- ・企業広報・マーケティングの最新トレンド動向を学ぶことができた。
- ・とても身になる講演ばかりだった。
- ・登壇者との名刺交換が大変有意義だった。
- ・今回初めて参加させていただきました。様々な企業様がどのようにしてブランディングを行ったり、顧客に対するアプローチをしているかを知り、自分たちの足りない部分が明確になりました。
- ・参加したことで得られた知識、人脈などが多数あり有意義だった。
- ・新たな知識を得ることができた。
- ・懇親会も含めて多くの収穫があり、参加できてとても良かったです。
- ・講演内容の良いものが多かった。
- ・交流会が有効でした。メーカーの参加が増えると、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

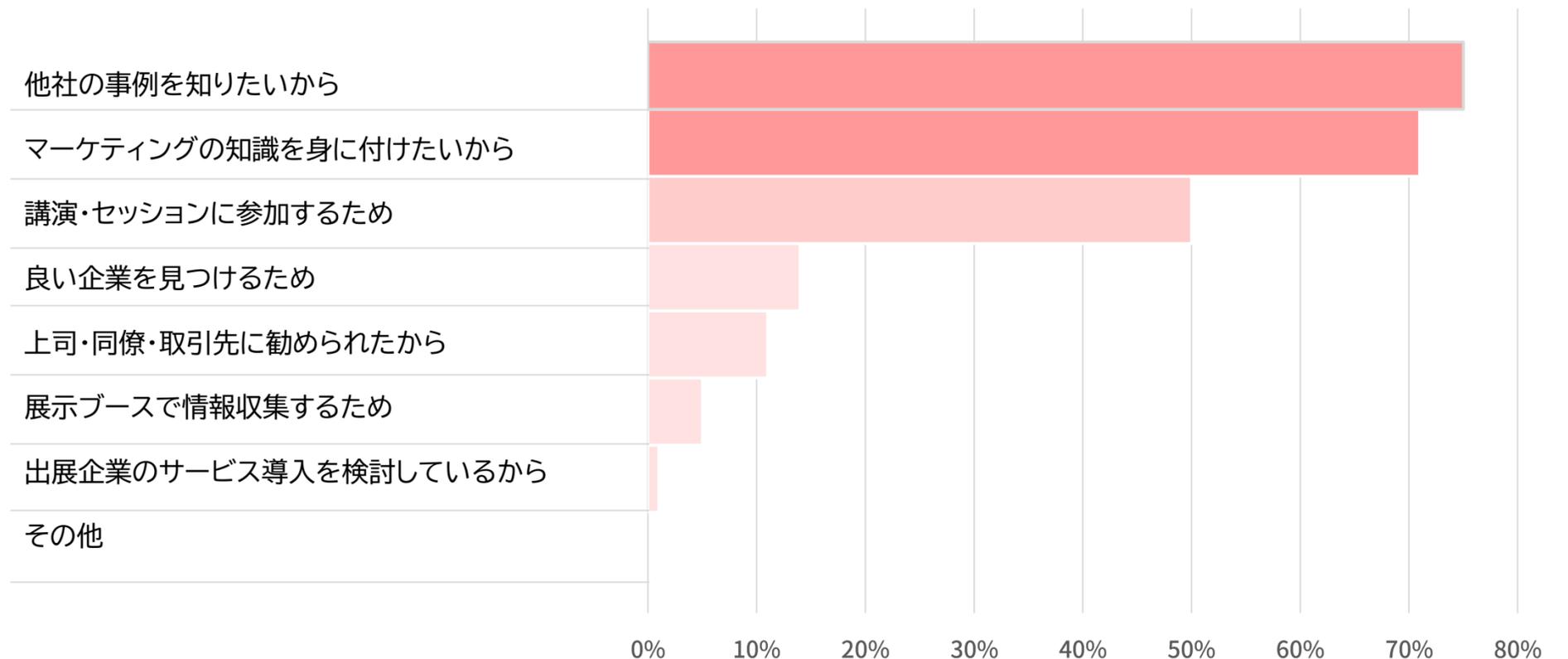
## ◆来場者の傾向

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」協賛企業アンケート結果.1

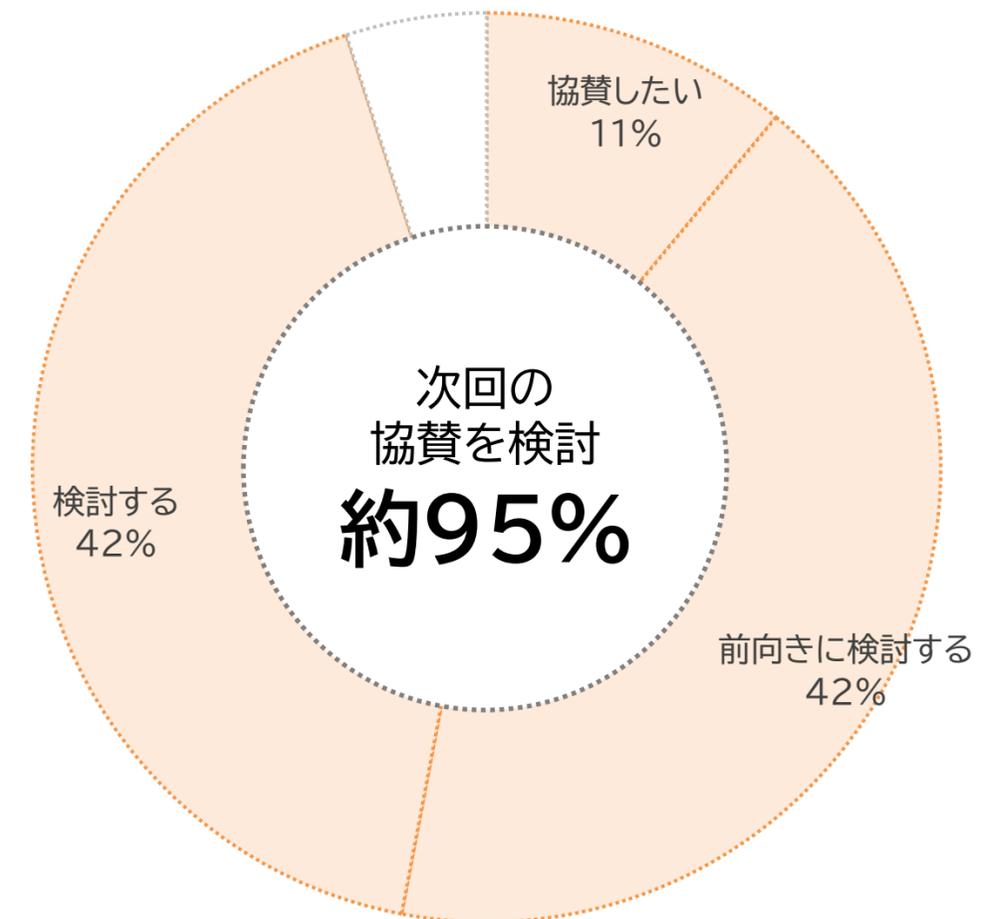
## ◆協賛企業の満足度

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

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

Q.「次回の協賛についてのご意向」をお聞かせください。

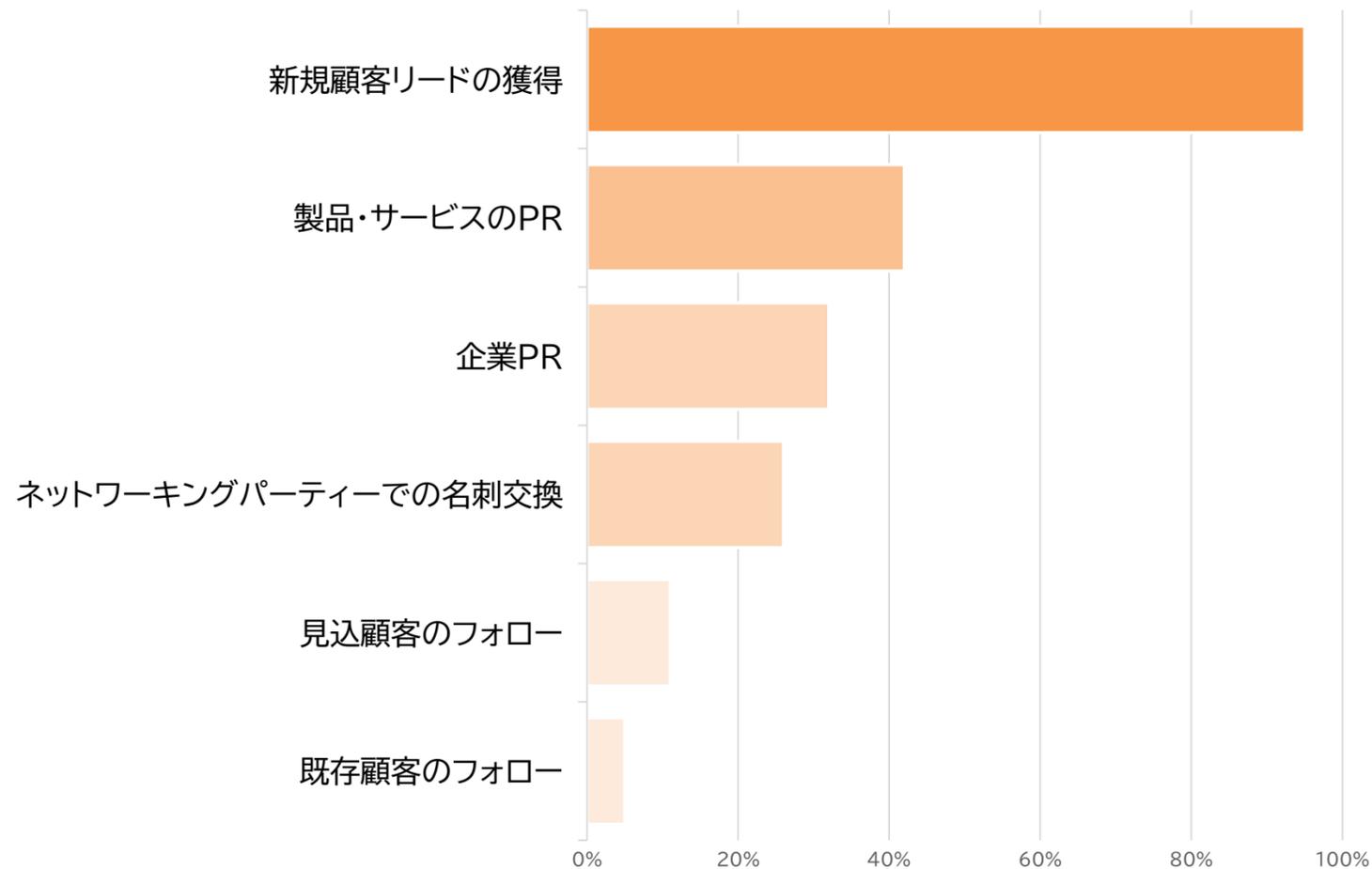


# 「宣伝会議サミット2024(冬)東京」協賛企業アンケート結果.2

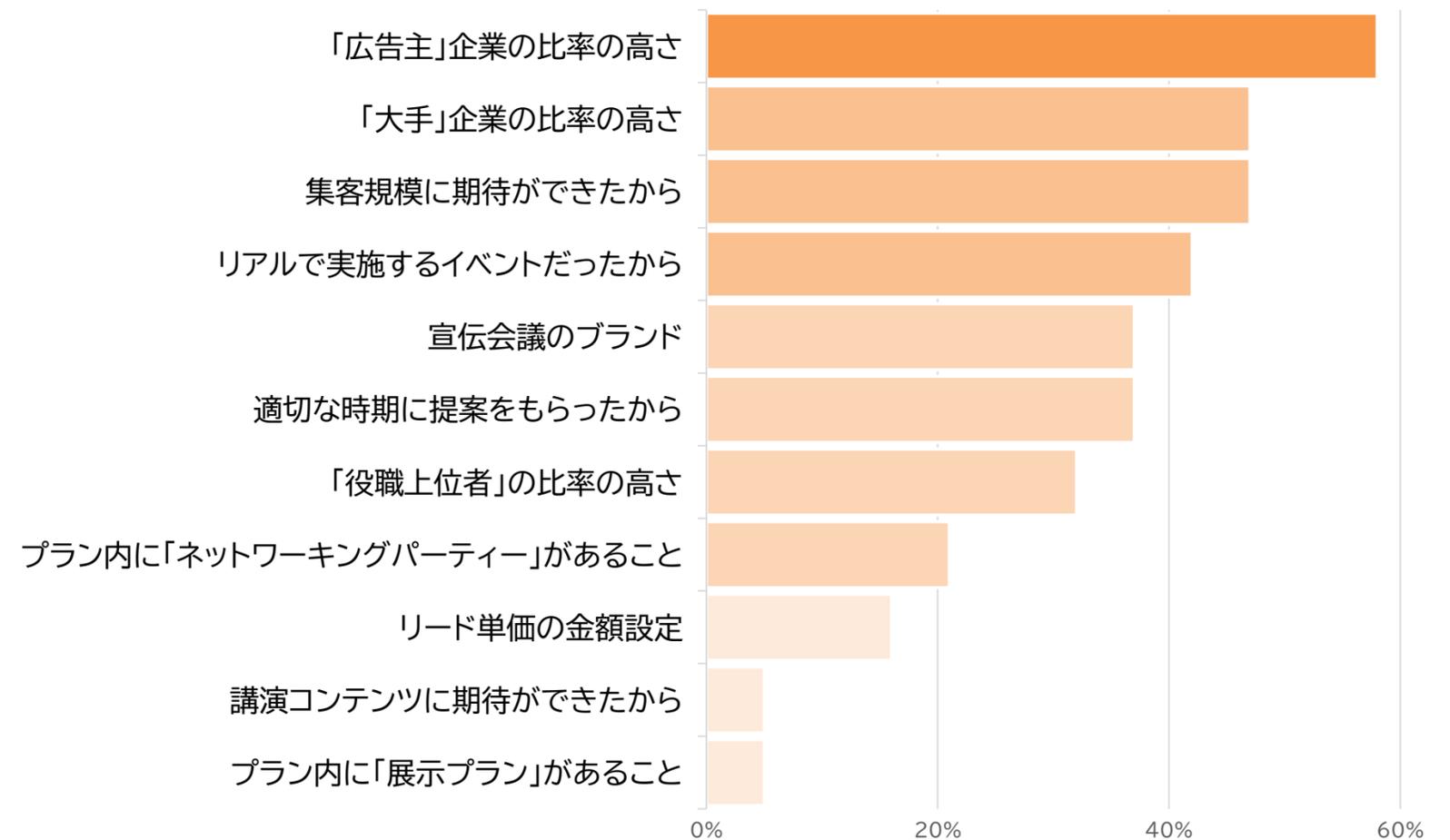
## ◆協賛目的・決め手

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)」協賛企業 (31社)

## Gold Sponsors

IRIS

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

IGI

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

Tribal Media House

株式会社トライバルメディアハウス

knows

ノウズ株式会社

・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

under works

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

# 「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。**

総来場	<b>526社、746名</b>
協賛社数	<b>20社</b>
セミナー数	<b>35講演</b>

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／ウェビナー配信ム  
来場：予約無料(事前登録制)  
主催：株式会社宣伝会議  
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

	Day1	Day2	Day3	Day4
第1部 10:00 11:40	<b>コミュニティマーケティング</b> 日本ケロッグ(同) 上西 理奈子氏	<b>コーポレートサイト</b> (株)ベネッセホールディングス 橋本 英知 氏	<b>広報・PR</b> 東急建設(株) 菅 梨理子 氏	<b>SNS活用</b> (株)ロッテ 佐藤 洸輔 氏
第2部 12:15 14:30	<b>富裕層マーケティング</b> (株)博報堂 三宅 大介氏 / 須藤 三貴氏	<b>顧客理解</b> (株)アイスタイル 大木 秀晃 氏	<b>データ利活用</b> 株式会社再春館製薬所 中島 公平氏 ナツシュ株式会社 前川 純一 氏 第一三共ヘルスケア株式会社 北條 秀明氏	<b>ブランドコミュニケーション</b> オン・ジャパン(株) 亀関 宏紀 氏 パナソニック(株) 田中 亨 氏
第3部 15:00 17:15	<b>顧客体験</b> スターバックスコーヒージャパン(株) 濱野 努氏 (株)Mizkan 渡邊 英右氏	<b>サステナビリティ</b> (株)博報堂プロダクツ	<b>営業戦略</b> (株)JTB 藤原 健太郎 氏 (株)WACUL 垣内 勇威氏	<b>Web広告・デジタルマーケティング・広告運用</b> (株)タイミー 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 Sponsors

**Repro**

Repro株式会社

## PLATINUM Sponsors

・PRODUCT'S・

株式会社博報堂プロダクツ

## GOLD Sponsors

**RTBHOUSE** =

RTB House Japan株式会社

**COORUM**  
by Asobica

株式会社Asobica

**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

**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

**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

**Knowrs**

ノウズ株式会社

**beBit**

株式会社ビービット

**LeadPlus**

リードプラス株式会社

## SILVER Sponsors

**NIKKEI-R**

株式会社日経リサーチ

# 「宣伝会議イヤーエンドサンクスパーティー2023」開催レポート

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)



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)

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



- 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



- 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)



**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](mailto:houjin@sendenkaigi.com)