KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

【2026年6月25日(木)開催】

危機管理カンファレンス 協賛資料

— 炎上・不祥事・不測事態に、ブランドと経営はどう向き合うべきか

開催場所:宣伝会議セミナールーム 主催:株式会社宣伝会議

【協賛締切】 早期締切:3月27日(金) 最終締切:4月24日(金)

最終更新日 2026/2/2

危機管理 カンファレンス

KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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

イベント概要

開催テーマ

― 炎上・不祥事・不測事態に、ブランドと経営はどう向き合うべきか

SNS時代において、企業の「危機」はもはや例外ではなく、誰もが直面しうる経営課題となりました。

炎上、不祥事、情報漏洩、自然災害、誤情報拡散――
その初動と意思決定の巧拙が、ブランド価値や企業評価を大きく左右します。

本カンファレンスでは、実際の事例とともに、危機管理を“守り”ではなく“企業価値を高める戦略”として再定義。
広報・PRにとどまらず、経営・ブランド・マーケティング視点から、これからの危機管理のあるべき姿を探ります。

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

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	**「事後対応」から「予兆検知・未然防止」へ** 炎上・不祥事の“兆し”を事前に捉える動きが加速。
②	**危機管理とブランド戦略の融合** 危機時の対応が、ブランドの姿勢として評価される時代に。
③	**広報単独から、経営・IR・法務との統合運用へ** 危機は“企業としての一貫性”が問われている。

広告主側の課題

①	**危機管理が属人化・形式化している** マニュアルはあるが、“機能する設計”になっていない
②	**SNS時代のスピードに追いついていない** 初動の遅れ、言葉選びのミスが炎上を拡大
③	**経営と現場の危機意識のズレ** 現場は「動くべき」と感じているのに、意思決定が遅れる

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
なぜ、いま危機管理が経営テーマなのか —SNS時代における「企業リスク」の構造変化
危機管理を“ブランド戦略”として再設計 —危機対応がブランド価値をどう形成する？
最強の防波堤は「社員」にあり —組織を守るインターナル・コミュニケーション

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

注目の集まる「危機管理」をテーマにした教育講座

宣伝会議が運営している教育講座でも、**「危機管理」をテーマにした講座の視聴数が増加**しており、注目が集まっています。

「危機管理」人気の教育講座（一部抜粋）

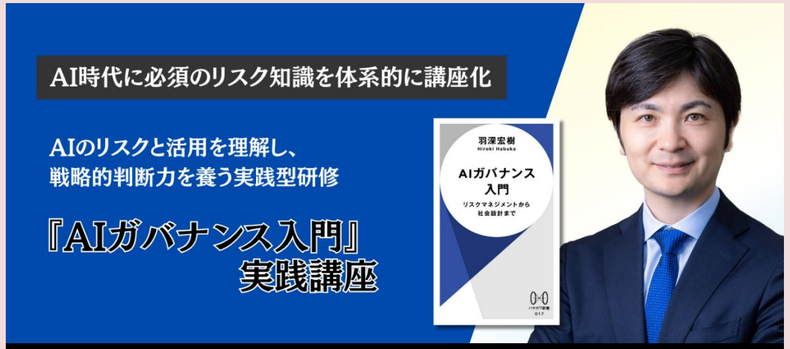
広報のための「サイバー攻撃を想定した危機管理対策1日集中セミナー」

危機管理広報講座

ブランド価値を守り抜く危機管理と守りの広報実践講座

SNS担当者のための
ネットリスク対策基礎講座

危機管理広報
トレーニングパック



『AIガバナンス入門』実践講座

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

危機管理の最新事例と戦略設計を学べる業界注目のイベント

想定来場者	
① 企業の広報・PR・危機管理責任者／担当者	② ブランド／マーケティング責任者・CMO
③ 経営層・事業責任者・リスクマネジメント担当	④ IR・法務・コンプライアンス部門

アプリ活用 カンファレンス3つのポイント

集客

業界メディアやイベント経由で、危機管理に積極的な決裁層を集客

- KAIGI GROUP IDを活用し、マーケティング業界の広告戦略に携わる役職者を集客
- 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

コンテンツ

危機管理戦略の最新事例を紹介実務重視のコンテンツ

- 先進企業の事例と専門家の知見を通じて、アプリ戦略を“理論”から“実践”へと進化させるヒントが得られる。

商談化

危機管理に課題を持つ事業会社との商談機会

- マーケティング部門を中心に危機管理に課題を持つ事業会社との接点を提供します。
- 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

想定協賛企業	
① リスク・危機検知 / モニタリング ソリューション企業	② 危機対応プラットフォーム / 通信・連絡ツール企業
③ 危機管理・広報コンサルティング企業	④ 保険・リスクマネジメント / 事業継続サービス企業

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

開催概要

KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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

イベント概要

― 炎上・不祥事・不測事態に、ブランドと経営はどう向き合うべきか

コンテンツ

- 基調講演
- 協賛講演
- 協賛講演
- 協賛講演
- 基調講演
- ネットワーキング

宣伝会議がテーマに最適な登壇者を招待
第一線で活躍する有識者の登壇により、
質の高い集客を実現

協賛企業による講演コンテンツ
御社やサービスの魅力を発信できる

登壇者・来場者が、軽食を交えて交流
直接対話により、リード発掘や課題共有が可能

日程	6月25日(木)
想定申込人数	80名程度
来場対象	経営・事業責任者・C-Suite 広報・ブランド・マーケティング部門 法務・IR・コンプライアンス・総務部門　など

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

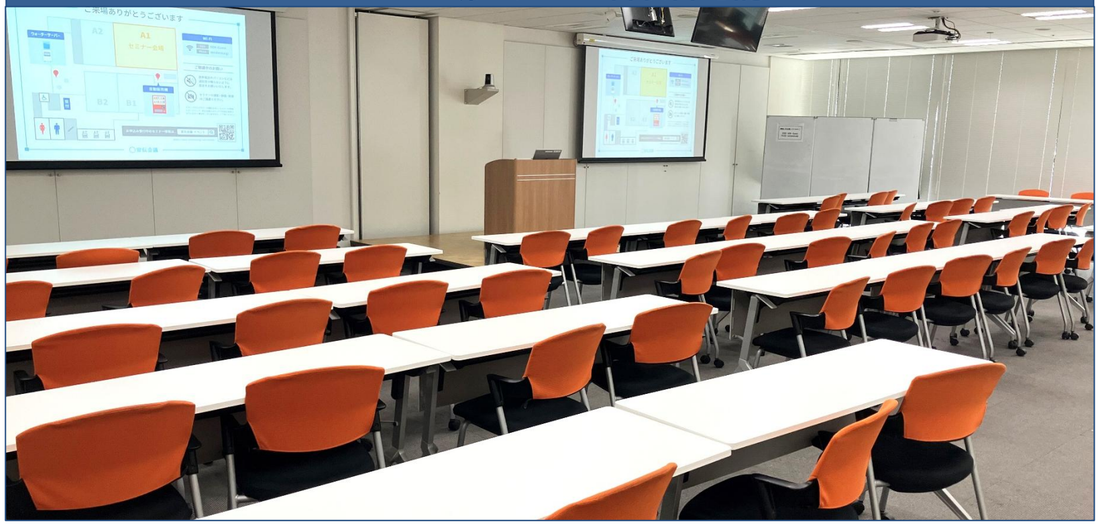
Copyright © Sendenkaigi.Co.,Ltd. All rights reserved.

【開催場所】宣伝会議セミナールーム

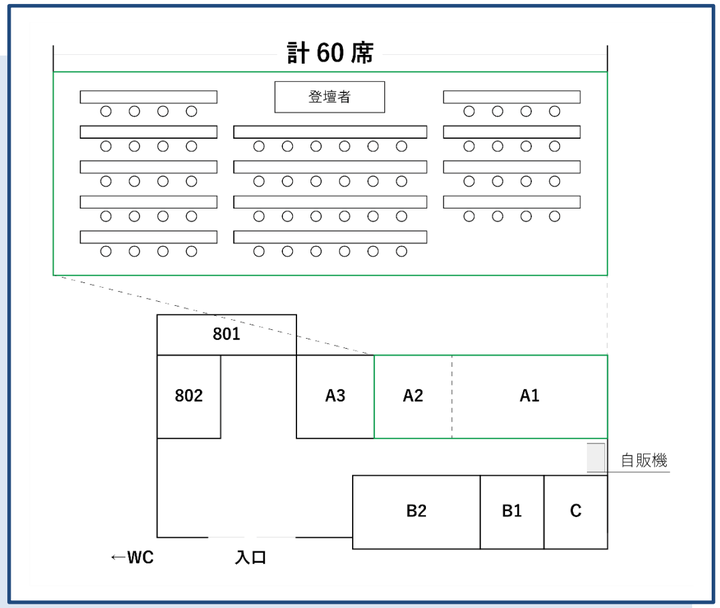
講演イベント

ネットワーキング

スクール形式で50名収容可能



会場図面



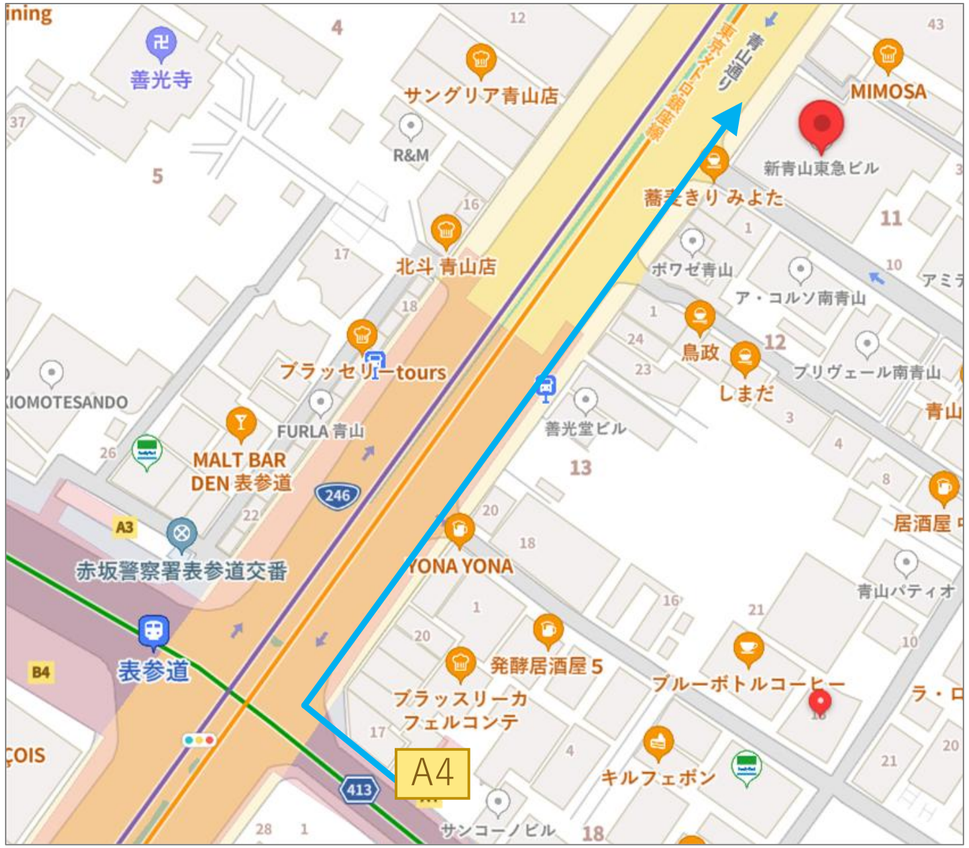
Copyright © Sendenkaigi.Co.,Ltd. All rights reserved.

会場イメージ

住所

東京都港区南青山3丁目11番13号 新青山東急ビル 8階

https://goo.gl/maps/4FqJhXcQZreLKNNVA



最寄り駅

東京メトロ銀座線・千代田線・半蔵門線 「**表参道駅」A4出口 徒歩3分**
表参道交差点から、青山通りを明治神宮外苑方向に進むと、
「新青山東急ビル」があります。1階にポルシェが入っているビルです。
8・9階に宣伝会議のオフィスがありますが、**8階にお越しください。**
到着されましたら、オープンスペースでお掛けになってお待ちください。

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

協賛メニュー

KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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

タイムライン 6月25日(木)開催

	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

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

リアル協賛メニュー【講演】

早期割引締切3月27日(金)まで

	ゴールドスポンサー	シルバースポンサー
早期割引	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	単独講演
リード数	貴社講演枠 申込リスト提供 80名想定	貴社講演枠 申込リスト提供 60名想定
講演時間	30分	30分
備考	※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) ※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。 ※プログラム終了後のネットワーキングは2名程度ご参加いただけます。	

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

協賛スケジュール

	2月	3月	4月	5月	6月
協賛	早期割引締め切り3/27(金)		最終締切4/24(金)		
集客				5中旬より集客サイトオープン	
開催					6/25(木)カンファレンス開催
リード納品					イベント終了後3営業日リード納品

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

イベント事業

KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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

「宣伝会議イベント」集客プラットフォーム

宣伝会議が展開するメディア、イベント、教育講座など、多岐にわたるサービスから集約された、
マーケティング・クリエイティブ領域のアクティブな**「KAIGI ID」会員基盤を活用**します。
開催イベントに親和性の高いターゲット層を的確に抽出し、ダイレクトなアプローチを実施。
見込み客への効率的なリーチを実現し、**精度の高い集客施策を実現します。**

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

質の高いリードを確実に集める集客プラットフォーム

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

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

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

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。

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

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

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

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	マーケティング フォーラム	KAIGI GROUP フォーラム
9/15(火)月開催	11/26(木)開催	2/18(水)開催

大規模

宣伝会議 サミット	販促会議 サミット	広報会議 サミット	ブレーン サミット	環境ビジネス サミット
6/17(水)開催	7/23(木)開催	9/3(木)開催	10/8(木)開催	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 ブランディング カンファレンス	IP business カンファレンス	IP business カンファレンス

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

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
- コーポレートブランディング・カンファレンス
- リテールデータ・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
- コンテンツマーケティング・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

2026年 4月		5月		6月		7月		8月		9月	
15（水）	制作業務の効率化／AI活用カンファレンス	14（木）	アプリ活用カンファレンス	4（木）	CRM/ダイレクトマーケティングカンファレンス	9（木）	ショート動画／ECカンファレンス	5（水）	ブランドマネージャー／マーケターカンファレンス	3（木）	広報会議サミット
23（木）	UGC・SNSカンファレンス	26（火）	コーポレートブランディングカンファレンス	17（水）	宣伝会議サミット	23（木）	販促会議サミット	20（木）	リテールデータ／店舗DXカンファレンス	16（水）	アドタイ フォーラム
				25（木）	危機管理カンファレンス	28（火）	インターナルコミュニケーションカンファレンス			29（火）	サイトリニューアルカンファレンス

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）	AIエージェント活用カンファレンス	3（木）	マーケティングDX推進カンファレンス	21（木）	デジタルマーケティングカンファレンス	9（火）	顧客管理／MAツールカンファレンス	4（木）	広告会社の再定義カンファレンス
28（火）	CTV／OTTカンファレンス	12（木）	音声メディア活用カンファレンス	10（木）	OOHカンファレンス	26（火）	インサイト活用／マーケティングカンファレンス	18（水）	KAIGI GROUP フォーラム	25（木）	リブランディング／デザインカンファレンス
		26（木）	マーケティング フォーラム	18（金）	KAIGI GROUP サンクスパーティ			25（木）	運用型TVカンファレンス		

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
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	リード獲得の質	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）
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。	集客力	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）
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。	アジェンダ設定力	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
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。	露出機会	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。）

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

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」
【市場浸透】 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
【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
【イノベーション】 既存の枠を打破し、事業成長を促進するの「ブレイクスルー」を生み出す

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

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

BRAIN CREATIVE LIBRARY　ビジネス書 ベストセラーライブラリー BEST SELLER LIBRARY　ARTS ART DIRECTORS RETURN TO SCHOOL　CAC

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

宣伝会議賞 by KAIGI GROUP　BOVA by KAIGI GROUP　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

過去開催実績

KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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

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**

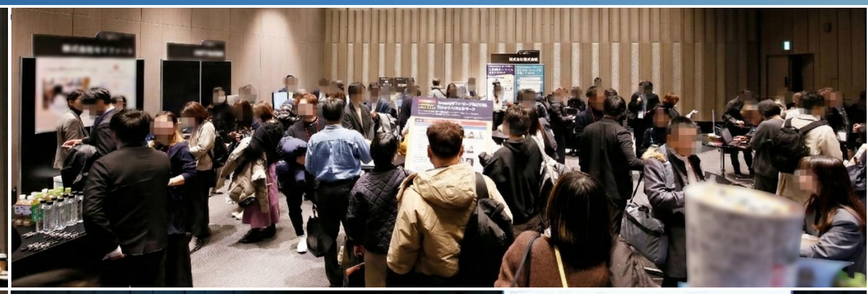
申込み/総来場	440名/223名
セミナー数	14講演
パーティー参加	92名

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

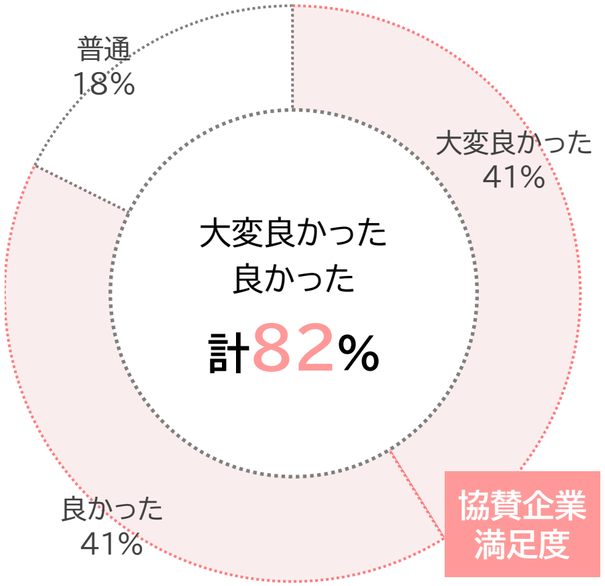
Copyright © Sendenkaigi.Co.,Ltd. All rights reserved.

2025年6月12日開催「宣伝会議マーケティングサミット」



宣伝会議サミット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



協賛企業のコメント（一部抜粋）

・上質なリードの獲得、商談創出につながった。
・商談にも20件以上つながっており、適切なポジションの方と多く出会えたと思います。
　また、いつも弊社からの質問についてのご対応が早く大変助かっております。
・広告主に直接サービスの良さをアピールできた。
・ここ3回参加したマーケティングサミットの中で一番の盛り上がってました。
　リード数、リードの質もこれまでの中で一番良かったと思います。
・大手リード取得に非常に効果的だった。
　自社だけではなかなか難しいことなので、協賛してよかったです。
・イベントの集客数が想定よりも多かった。
・イベント終了後に名刺交換エリアが設けられ、その場で直接参加者の方と話をすることができたため、
　その後のアプローチにつなげることができた。
・当日の進行もスムーズで大変よかったです。ありがとうございました。
・参加企業様の規模感。
・目標としていたリード数を獲得できた。
・セミナー後の名刺交換の場で貴重な意見が聞けるなどリストの質の良さ、当日参加率の良さ

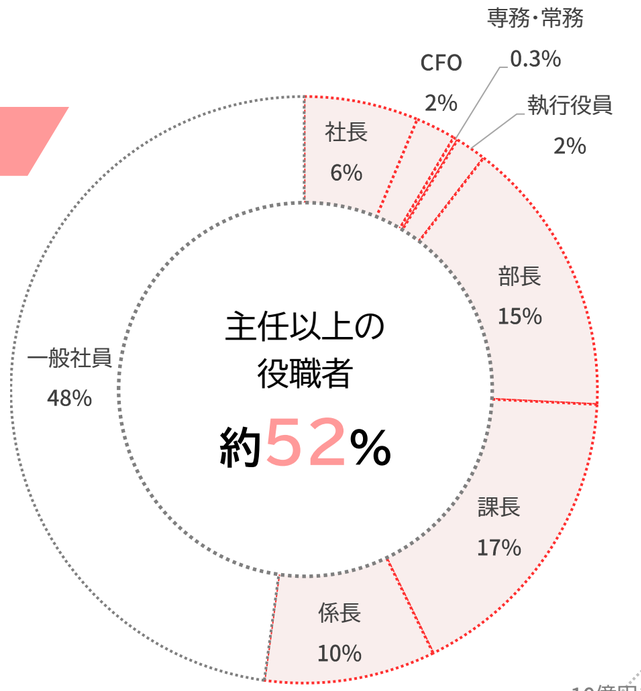
Copyright © Sendenkaigi.Co.,Ltd. All rights reserved.

申込者属性

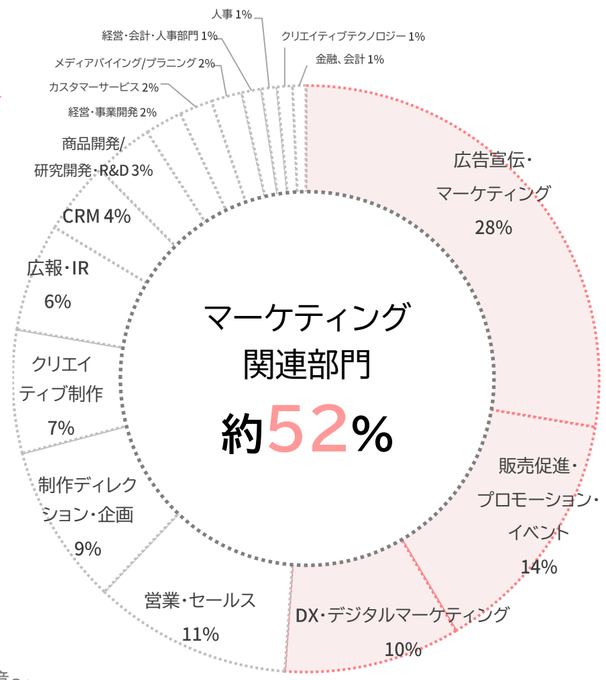
参加者 計890名（業種別）

広告会社	189名
食品・飲料	133名
マーケティング支援・リサーチ	88名
情報・通信	87名
流通・小売	83名
化粧品	65名
その他（具体的に）	60名
デジタルマーケティング支援	47名
広告制作会社	38名
電機・精密機器	37名
建設・不動産	36名
レジャー・エンタメ	33名
家庭用品・トイレタリー	31名
金融・保険	27名
出版	26名
シンクタンク・コンサルティング	24名
外食・宿泊	22名
ウェブメディア	20名
テレビ（衛星含む）	19名
人材サービス	18名
PR会社	18名
アパレル	15名
SP・イベント会社	15名
医薬品	14名
運輸・交通	13名
新聞	12名
学校・教育	12名
エネルギー	12名
素材	11名
商社	10名
自動車	10名
印刷会社	9名
医療・福祉	7名
Web製作会社	7名
非営利法人	3名
住宅・住宅設備	3名
ラジオ	3名
無職	2名
学生	2名
官公庁・行政	1名

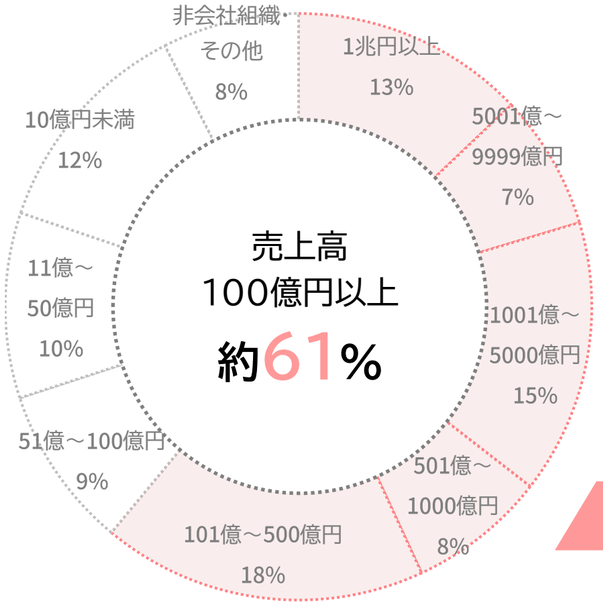
役職



部門



売上



申込者属性4つのポイント

1. 広告主企業中心
2. 大手/エンタープライズ
3. 高純度な部署セグメント
4. 役職上位者の含有率が高い

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

ネットワーキングパーティー参加企業

ミズノ株式会社	株式会社有隣堂	アサヒビール株式会社	ステッドラー日本株式会社
株式会社ニチレイフーズ	弁護士法人 平松剛法律事務所	トヨタ自動車株式会社	株式会社ゴールドウイン
株式会社NTTドコモ	株式会社SUBARU	株式会社大丸松坂屋百貨店	株式会社やぶた
株式会社イートアンドフーズ	株式会社吉野家	株式会社PBC JAPAN	株式会社リロクラブ
アンカージャパン株式会社	モンデリーズ・ジャパン 株式会社	滝川株式会社	KDDI株式会社
NTT株式会社	株式会社農心ジャパン	小田急電鉄株式会社	オイシックス・ラ・大地株式会社
日本郵便株式会社	Bodygram Japan株式会社	三井不動産株式会	株式会社FOOD & LIFE COMPANIES
タビオ株式会社	カシオ計算機株式会社	ヤマサ醤油株式会社	Zebra Japan株式会社
アルペンローゼ株式会社	株式会社地球の歩き方	花王株式会社	株式会社OSAJI
日本電気株式会社	株式会社三井不動産ホテル マネジメント	株式会社Mizkan	株式会社講談社
株式会社エアトリ	株式会社ファンケル	AGC株式会社	株式会社イングリウッド
ホンダモビリティランド株式会社	株式会社TRUNK	ファナティクス・ジャパン 合同会社	赤城乳業株式会社

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

宣伝会議「イベント登壇」協賛企業様の声（一部抜粋）

ノウンズ

右から
ノウンズ マーケティング担当
小野有貴氏
RECERO 代表 田中大輔氏、

・マーケターのリード獲得は
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**

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

KAIGI GROUPとは

KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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

宣伝会議

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

MASSMEDIAN
by KAIGI GROUP

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

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

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