KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

のれん会議
by KAIGI GROUP

【2026年5月22日(金)開催】

# IRカンファレンス
# 協賛資料

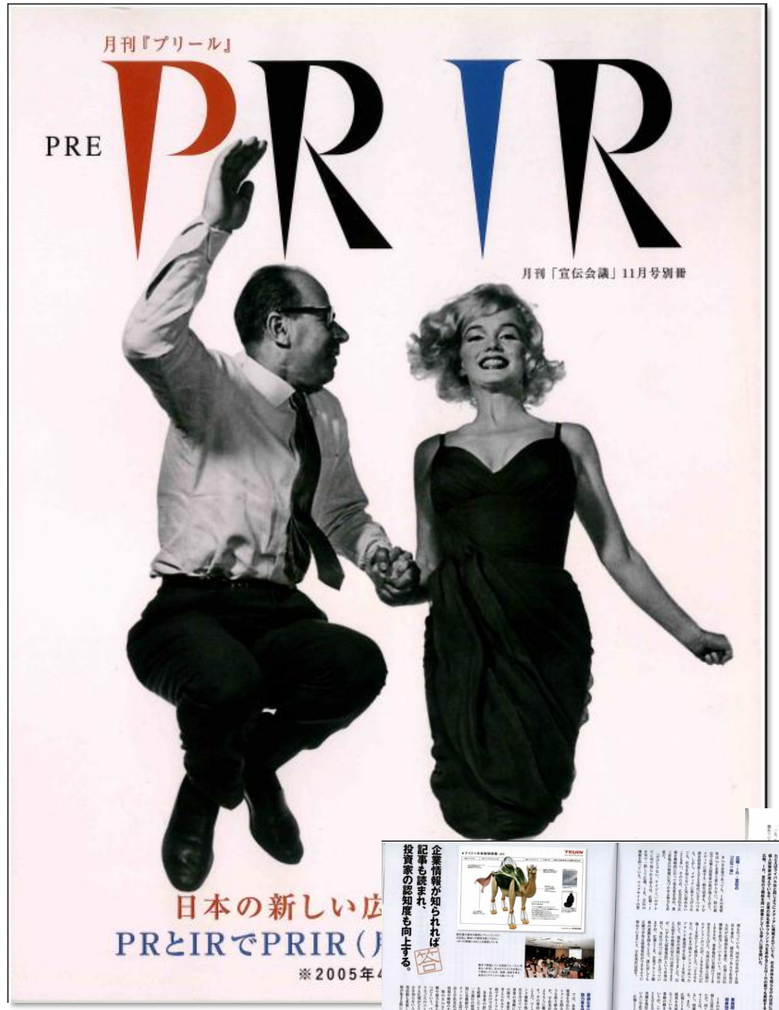
～CFOとともに数値に基づいた
ブランドエクイティストーリーをいかに描くか～

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】 3月31日(火)

最終更新日 2026/3/11

# 宣伝会議とIR部門の関係性




2005年4月より月刊化。

## 広報会議の前身となる『PR IR』を創刊したの2005年！

- **「広報会議」の前身:** 現在発行されている『広報会議』は、元々2005年に『PRIR（プリール）』という誌名で創刊。
- **誌名の由来:** 「PRIR」は「Public Relations（パブリックリレーションズ）」と「Investor Relations（インベスターリレーションズ、IR）」を組み合わせたもの。
- **専門情報:** 広報やIRの実務に役立つ情報、ケーススタディ、メディア動向などを扱っており、広報担当者のバイブル的な存在を確立。
- **新装刊:** 2009年に現在の誌名である『広報会議』として新装刊。

右:日本インベスターリレーションズ協議会 取材記事→
下:帝人 広報・IR室長（2008年当時）への取材記事↓

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

# 宣伝会議とIR部門の関係性 - IR担当向けに統合報告書を解説

広報会議 2025年09月号　組織内で共有

## IRを企業全体の活動に　栗田工業が挑む経営と市場の橋渡し

公開日:2025年8月15日

ステークホルダーに自社の長期的な価値創造の仕組みや実績などの制作におけるポイントについて担当者に聞いた。

| 栗田工業「統合レポート2024」 | |
|---|---|
| 公開: | 2024年10月 |
| 形態: | 冊子、ウェブ(冊子PDF) |
| 制作体制: | 主担当のメンバーを中心にIR課の5名が制作 |

企業価値向上への貢献を目的にIRに取り組む栗田工業のIR課。なかでも注力しているのは、企業が持つ情報と資本市場に開示された情報のギャップを減らし資本コストを低減することと、投資家との建設的な対話から得られた意見を経営に届け、経営の質の向上を支援するという2点だ。

「達成に向け、まず行ったのがIR活動の可視化でした。当社にとってなぜIRが必要で、何を目指しているのかを明確化。課のKPIも新たに設定し、強固な体制をつくりました。また、非財務領域も含む、すべての活動が企業価値向上に貢献することを社内に発信。IRを会社全体の活動へと昇華することも行っています」と課長を務める佐々木久美子氏は話す。広報と連携し、イントラネットでIRイベントの情報や投資家からの反応を社内に届けることで、全社の意識を高めている。

今後は、海外も含む良質な投資家とのよりシームレスなコミュニケーション体制の構築、Value Pioneering Path(企業ビジョン実現のための道筋の全容を可視化し、より)の整理と発信、社内の理

広報会議 2025年12月号　組織内で共有

## 長期ビジョン実現に向けた従業員の挑戦を示す書に込めたメッセージ　エバラ食品が統合報告

公開日:2025年11月13日

ステークホルダーに自社の長期的な価値創造の仕組みや実績などの情報を届けるIRツール。制作におけるポイントについて担当者に聞いた。

| エバラ食品工業統合報告書「VALUE REPORT 2025」 | |
|---|---|
| 発行 | 2025年9月 |
| 形態 | ウェブ(冊子PDF) |
| 制作体制 | 広報IR部 IR課内の4名を中心に制作 |

エバラ食品工業の広報IR部 IR課は株主をはじめ資本市場の投資家に企業の魅力や成長への期待を伝えることをミッションにIRを実施。ファンづくりを通して株式だけでなく商品への関心を高めることを目指している。また社外に加え、社内への発信も重視。グループ従業員の資本市場や業績への興味・関心向上にも注力している。

同社では長期ビジョンの中で、10年後のありたい姿として「おいしさ、たのしさ、あたらしさで食カテゴリーを創造する企業」を掲げている。9月に公開した「VALUE REPORT 2025」では、長期ビジョンの実現に向けて着実に歩みを進めていることを示すとともに、その原動力が挑戦を重ねる情熱あふれる従業員であることをメインメッセージとして発信。「Share Our Vision」をテーマに、長期ビジョンの実現に向けての「自分たちの使命」を各ページで紹介している。

広報会議 2025年07月号　組織内で共有

## 「統合報告書」から「ビジョンレポート」へ　マネーフォワードの目指す未来を発信

公開日:2025年5月30日

ステークホルダーに自社の長期的な価値創造の仕組みや実績などの情報を届けるIRツール。制作におけるポイントについて担当者に聞いた。

| マネーフォワード「Forward Map 2025」 | |
|---|---|
| 公開: | 2025年4月14日 |
| 形態: | 冊子、ウェブ(冊子PDF) |
| 制作体制: | 経営企画、ブランドデザイン、広報が連携して制作 |

マネーフォワードは4月に「Forward Map 2025」を公開。従来は統合報告書として発行していたが、「ビジョンレポート」に名称変更した。

同社では、数年前から統合報告書を投資家だけではなく取引先、採用候補者、従業員など幅広いステークホルダーに企業を知ってもらうためのツールとして活用していた。「Forward Map 2025」では、より多くの人に有益な情報を届けられるようアップデートを検討。コーポレートサイトや有価証券報告書などで公開されている情報とのすみ分けを意識し、「未来」をテーマにしたレポートを制作することにした。

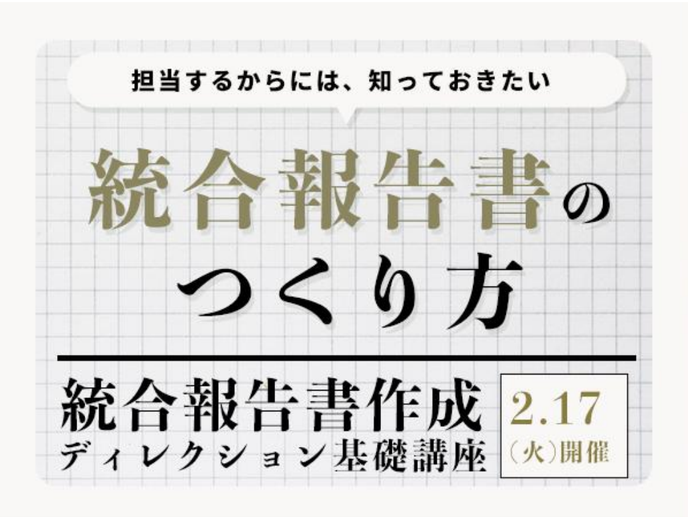
「従来の統合報告書では、『この一冊で当社のことがすべて分かる』ことを目指していましたが、ビジョンレポートでは既存の資料では知ることのできない唯一無二性を目指しました。そのため、事業説明や実績などは省き、"目指す未来に向けて"を軸に、考えや取り組みを紹介しています」と経営管理本部の村

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

# 新規講座（参考）

## 統合報告書作成ディレクション基礎講座

「媒体の作成」から「価値の伝達」へ。開示戦略の「全体設計」と投資家を納得させる「ストーリー構築」、
そして「現場を巻き込む」プロジェクト推進を学ぶ！注目企業の統合報告書制作 担当者によるリアルな事例解説つき。



**レゾナック・ホールディングス**
サステナビリティ部
サステナビリティコミュニケーショングループマネージャー
秋葉 美穂 氏

**エバラ食品工業**
広報IR部 IR課 課長
増田 千敏氏

### » このような方におすすめ

i. 統合報告書を作成しているが、**「活動報告の羅列」**になっており、「アウトカム（成果）」や「価値」が伝わっていないと感じる方
ii. ESGや人的資本への投資が、どうPBR向上や稼ぐ力につながるのか、**財務・非財務のロジック構築に悩み**がある方
iii. 有報・サスレポ・ESGデータブックなど、増え続ける開示媒体の役割分担や全体最適化を図りたい方
iv. 抽象的なスローガンではなく、進捗が測定可能なKPI設定や、**投資家が納得するロードマップ**を描きたい方
v. 社内の各部門を巻き込んだプロジェクト体制の構築や、制作プロセスの効率化・ディレクション力を高めたい方

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

# 経理・会計・財務関連講座群（参考）

## 宣伝会議が運営するCFO傘下にあたる企業担当者ターゲットの講座群

### 投資・融資・出資・買収に役立つ 近未来の脱炭素ビジネス潮流

対象：経営企画、新規事業、投資・融資担当者
課題：脱炭素投資先が不明、次世代技術が不明瞭 等
内容：近未来型脱炭素技術、有望投資先の解説

### 実務担当者向け 企業の非財務情報 基礎講座

対象：サステナビリティ実務者、IR/広報、経営企画
課題：開示基準の対応が難しい、データ収集、戦略への連動 等
内容：TCFD/SSBJの基礎、実務と企業価値向上思考

### 脱炭素ビジネスにおける リスクマネジメント講座

対象：広報・IR、法務、マーケティング、脱炭素推進
課題：グリーンウォッシュ摘発リスク、広告規制の知識不足 等
内容：グリーンウォッシュ規制動向、景表法などリスク対応

### サステナ部門長・推進責任者のための レポーティングスキル習得講座

対象：サステナ部門の推進責任者、部長、リーダー層
課題：経営陣への説明・提案に難、社内推進体制の構築 等
内容：経営信任獲得の技術、戦略シナリオと合意形成

### サステナビリティ・ESG推進担当者 養成講座

対象：サステナ・ESG推進担当者、新任担当者
課題：業務過多で方針不明瞭、社内への浸透が進まない 等
内容：7大テーマ知識、情報開示、社内浸透の実務力

### サステナブル認証制度総整理＆ 申請実務習得講座

対象：サステナ部門、脱炭素推進担当者、経営企画
課題：最適な認証選定が不明、申請実務の難易度が高い 等
内容：CDP/SBT/Bcorp/TNFDなどの概要と申請実務

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

# 経理・会計・財務関連講座群（参考）

## 宣伝会議が運営するCFO傘下にあたる企業担当者ターゲットの講座群

### 『ビジネスの世界で生き残るための現場の会計思考』実践講座

対象：経営幹部候補、管理職、経営企画、マネージャー
課題：経営層との議論が苦手、財務諸表の本質がつかめない 等
内容：会計を経営判断や事業戦略に活かす思考法を段階習得

### 『知識ゼロでも分かる 風船会計メソッド』実践講座

対象：経営者、管理職、経理初心者、事業責任者
課題：決算書が難しい、会計用語がわからない 等
内容：数字アレルギーでもたった2時間でわかるメソッド

### 『【新版】財務3表一体理解法』実践講座

対象：経営企画、事業部門管理職、営業責任者、管理部門責任者
課題：財務分析に自信がない、経営数字を現場に活かせない 等
内容：「財務3表のつながり」を可視化して理解する独自メソッド

### 『決算書の比較図鑑』実践講座

対象：経営幹部候補、管理職、経営企画、マネージャー
課題：会計知識で提案に厚みを持たせたい 等
内容：リアルな企業の決算書とビジネスモデルの理解

### 『楽天IR戦記「株を買ってもらえる会社」のつくり方』実践講座

対象：IR担当者、対投資家向けコミュニケーション担当者
課題：小規模な会社でIR担当者がいない 等
内容：楽天初のIR専任者が徹底講義、ケーススタディで学ぶ

### 企業価値を高めるIR担当者養成講座

対象：経営企画、事業部門管理職、営業責任者、管理部門責任者
課題：IR担当者として必要なスキルがない 等
内容：機関投資家・IR支援会社・IR担当者の3つの視点

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

# 経理・会計・財務関連講座群（参考）

## 宣伝会議が運営するCFO傘下にあたる企業担当者ターゲットの講座群

### 経営企画担当者養成講座

対象：企業の経営企画部門
課題：体系化が難しい経営企画業務担当者の養成
内容：リーダーになるための経営企画部門の基礎

### 採用ブランディング講座

対象：広報、人事、採用、経営企画担当
課題：人が集まらない、すぐ辞めてしまう
内容：本当に欲しい人材を集めブランディング手法

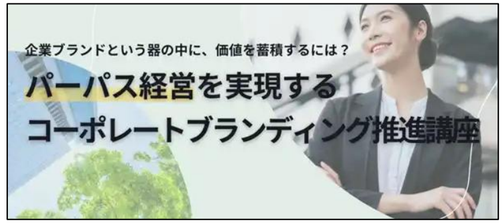
### 採用広告ディレクション講座

対象：広報、人事、採用、経営企画担当
課題：求職者に対し自社の魅力を伝えられない
内容：採用コンセプトの考え方とコンテンツ作成のための実践的テクニック

### 現場と経営層を繋ぐための資料作成力養成講座

対象：経営管理、事業部マネージャー層
課題：経営層の判断を支える情報設計
内容：経営層に伝わりやすい資料作成に必要なポイント

### パーパス経営を実現するコーポレートブランディング推進講座




対象：広報、経営企画、ブランディング担当
課題：ステークホルダーに対し自社の存在意義を伝える手法が知りたい
内容：企業の存在意義や提供価値の発信手法

### 『最新のHRテクノロジーを活用した 人的資本経営時代の持続可能な働き方』実践講座

対象：人事、採用、経営企画担当
課題：HRテクノロジーの全体像と最新動向
内容：人的資本経営に不可欠なHRテクノロジー活用を実務視点で学ぶ

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

# 本カンファレンスを実施する理由

## 事業会社ニーズ①

**統合報告書の「形式化」を打破し、投資家への訴求力を高める**

多くの企業が「フォーマット化された報告書」に陥っているという業界課題。

単なる「情報開示（義務）」を、株価改善やPBR向上に直結する「戦略的な情報発信（投資）」へとパラダイムシフトさせる手法を習得できます。

## 事業会社ニーズ②

**定性的なブランド価値を「財務数値」に変換し、CFOを納得させる**

CFOは統合報告書の「不要論」を唱えることがあるが、それは定性価値と財務の繋がりが不透明なため。

ブランド価値を売上成長、コスト削減、リスク低減（割引率の低下）といった財務変数に紐付け、最終的な企業価値（DCF価値）を向上させるロジックを学べます。

## 事業会社ニーズ③

**IR担当者がCFOの「戦略的パートナー」へと進化する**

従来のIRは単なる情報伝達者（金庫番の補佐）に留まりがち。

CFOと対等に議論し、経営戦略に深く関与できるノウハウを議論。
「ガバナンス・リテラシー（監査人視点のリスク管理）」や「定性価値の定量化ノウハウ」をインストールすることで、社内での立ち位置を強化できます。

## 事業会社ニーズ④

**「埋もれない優良企業」としての差別化戦略（”のれん”の最大化）**

M&A市場や投資市場において、単なる「普通の優良企業」は、数多くのライバルの中に埋もれる。

自社の無形資産を見える化し、「機会損失（ポテンシャル）」を成長ストーリーとして提示することで、市場における圧倒的な差別化を実現する術を得られます。

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

# イベント概要

## 開催テーマ

### ―なぜ若者は、動画を見て“即買い”し、ブランドに惹かれ続けるのか？

フォーマット化された統合報告書が溢れる今、**CFOは「単なる報告」ではなく、企業の非連続な成長を証明する唯一無二の物語を求めています。**

本カンファレンスでは、ブランド力や人的資本といった非財務資産が、いかに売上成長やリスク低減などの財務変数に作用し、最終的に**企業価値（DCF価値）を向上させるかを論理的に解明**します。

IR担当者がCFOの戦略的パートナーとなるためには、定性価値を数値に変換し、自社の超過収益力（のれん）を最大化する視点が不可欠です。

**情報開示という「義務」を、株価改善やPBR向上への「投資」へと変える、**次世代のブランドエクイティストーリーの描き方を、先進事例と共に探ります。

| | |
|---|---|
| 開催日程 | 2026年5月22日（金） |
| リアル会場 | 宣伝会議セミナールーム |
| 主催 | 株式会社宣伝会議 |
| 想定集客規模 | 来場 30～40名（申込 60名） |
| 参加対象 | 【事業会社】<br>IR・投資家対応 関連部門の責任者・担当者<br><br>【事業会社】<br>CFO、ならびに財務/会計/経理部門の責任者・担当者 |

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

# 登壇者の想定イメージ

## TDK株式会社

非財務情報が“企業価値向上”にどう結び付いているのか
評価されるIR活動を展開

近年、経営層と投資家との対話機会やIR活動を拡充させている。工場見学会兼事業戦略説明会や社外取締役ミーティングなどの開催を通じて、多面的に投資家の理解を深めている。資本コストや株価を意識した経営に対する意識も高い。事業別ROICの開示や長期ビジョンからバックキャストする経営方針の説明により、事業ポートフォリオ最適化や中長期の見通しを把握しやすくしている。統合報告書や「未財務資本説明会」を通じて、人材や企業文化が企業価値向上にどう結びつくかの説明にも取り組んでいる。

一般社団法人 日本IR協議会
Japan Investor Relations Association

IR優良企業賞 評価コメントから抜粋

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

## IRカンファレンス　～CFOとともに数値に基づいたブランドエクイティストーリーをいかに描くか～

### コンテンツ

| | |
|---|---|
| 基調講演 | 宣伝会議がテーマに最適な登壇者を招待<br>第一線で活躍する有識者の登壇により、<br>質の高い集客を実現 |
| 協賛講演 | 協賛企業による講演コンテンツ<br>御社やサービスの魅力を発信できる |
| 協賛講演 | |
| 協賛講演 | |
| 基調講演 | |
| ネットワーキング | 登壇者・来場者が、軽食を交えて交流<br>直接対話により、リード発掘や課題共有が可能 |

| | |
|---|---|
| 日程 | 5月22日(金) |
| 想定<br>申込人数 | 60名程度(来場 30～40名) |
| 来場対象 | 【事業会社】IR・投資家対応 関連部門の責任者・担当者<br>【事業会社】CFO、ならびに財務/会計/経理部門の責任者・担当者 |

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.

# 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 5月22日(金)開催

| | 宣伝会議セミナールーム |
|---|---|
| 14:00-14:40 | 【A1a】主催講演 |
| 14:45-15:15 | 【A1b】協賛講演(ゴールド) |
| 15:15-15:30 | 休憩（15分） |
| 15:30-16:00 | 【A2】協賛講演(シルバー) |
| 16:00-16:15 | 休憩（15分） |
| 16:15-16:45 | 【A3a】協賛講演(ゴールド) |
| 16:50-17:30 | 【A3b】主催枠 |
| 17:30～18:00 | ネットワーキング |

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

# カンファレンス内の講演テーマ

| 企業価値創出・成長戦略 | IR・情報開示 | ブランド・ストーリー | 経営基盤・ガバナンス |
|---|---|---|---|
| 企業価値創出 | 統合報告書 | ブランド・エクイティマネジメント | ガバナンス・リテラシー |
| 非連続な成長計画 | IRサイト | ビジョンレポート | アクティビスト対策 |
| 中期経営計画 | 個人投資家向けIR | サステナビリティ・ESG | バックオフィス |
| DX・イノベーション | 英文開示義務化 | 人的資本レポート | テクノロジー |

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

# リアル協賛メニュー【講演】

締切3月31日(火)まで

| | ゴールドスポンサー | シルバースポンサー |
|---|---|---|
| 金額 | 金額はこちらよりお問い合わせください | |
| 内容 | 主催枠セット講演 | 単独講演 |
| リード数 | 申込リスト提供<br>60名想定 | 申込リスト提供<br>60名想定 |
| 講演時間 | 30分 | 30分 |
| 備考 | ※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。<br>※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。 | |

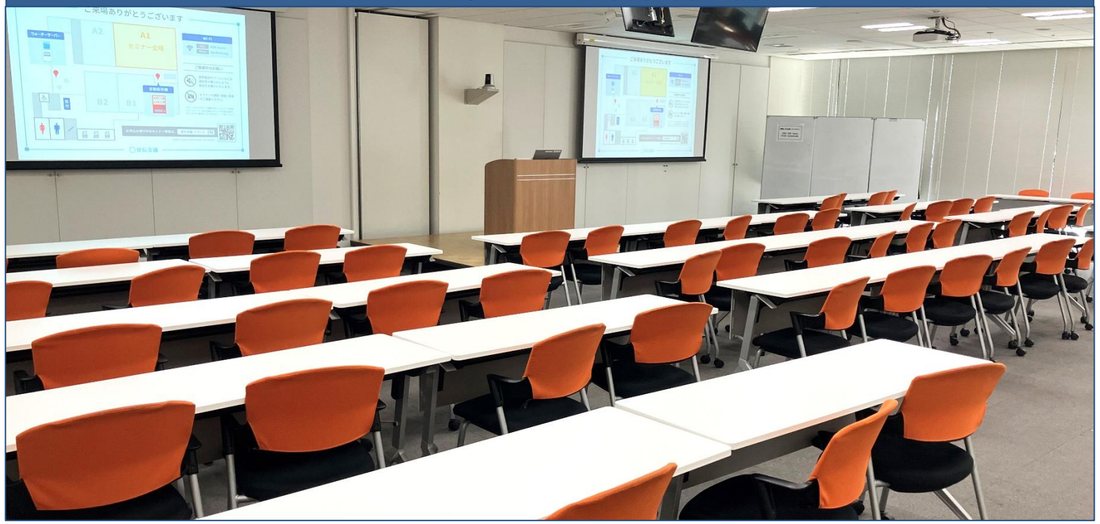
Copyright © Sendenkaigi.Co.,Ltd. All rights reserved.

# 【開催場所】宣伝会議セミナールーム

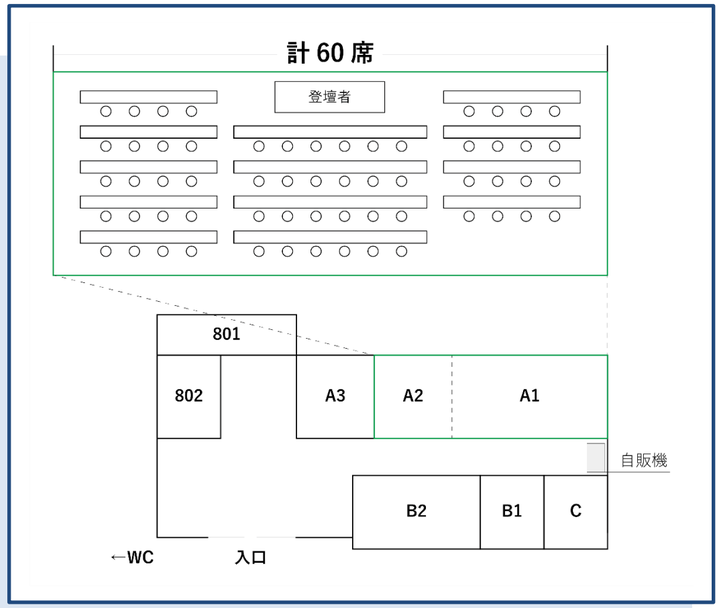
## 講演イベント

## 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



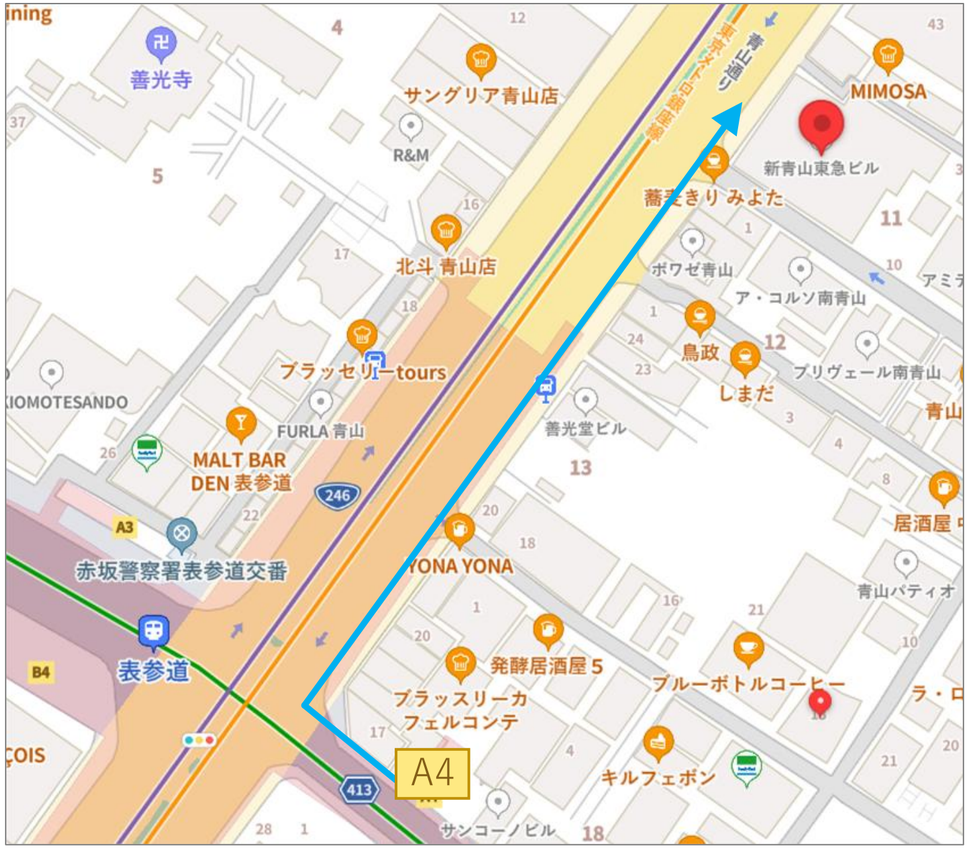

Copyright © Sendenkaigi.Co.,Ltd. All rights reserved.

# 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.

# Appendix

KAIGI GROUP
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

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」 |
| --- |
| 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 |

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

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**＋WEBメディア**「アドタイ」**
業界キーパーソンへの取材　**年間 1,000名以上**

CAC カク。宣伝会議コピーライター養成講座　ARTS ART DIRECTORS RETURN TO SCHOOL　BRAIN CREATIVE LIBRARY　ビジネス書 ベストセラーライブラリー BEST SELLER LIBRARY

有料の教育講座受講生　**年間 100,000名以上**

宣伝会議賞 by KAIGI GROUP　BOVA by KAIGI GROUP　販促コンペ by KAIGI GROUP

「宣伝会議主催アワード」応募総数　**年間 600,000点以上**

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**

「人財会議」「インバウンド会議」「AI会議」「IP business」など

**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、DX部門が対象

「IP business」
◤キャラクター関連企業・部門が対象

「インバウンド会議」
◤訪日外国人向けビジネス部門が対象

「営業戦略会議」
◤営業、CRM部門が対象

「営業オペレーション会議」
◤営業管理、経理、総務部門が対象

「のれん会議」
◤CFO、経営企画、財務が対象

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