

宣伝会議の読者を集めた  
～ テーマ別 [研究会] 企画 ～  
ご提案



## 広告主企業を中心とした宣伝会議のネットワーク

宣伝会議は、雑誌「宣伝会議」をはじめとして「販促会議」、「ブレン」、「広報会議」を毎月発行。定期購読者を中心に、広告主を中心としたビジネスパーソンが読者です。電子メディア「アドバタイムズ」は、広告界のニュースを毎日更新。ソーシャルメディアと連携し、その情報をフォロワーが拡散させる仕組みをつくっています。宣伝会議が主催するフォーラムでは、年に4回、大手から中堅の広告主企業が講演者やパネラーとして登壇し、最先端の事例を紹介しています。講座事業においては、体系的に理論とケーススタディをまじえ、全国で知識を提供し、広告界の現場に多くの人材を輩出しています。

この「テーマ別研究会」企画は、以上の宣伝会議のネットワークを活用した企画です。





**意識の高い関係者(広告主・有識者)とともに議論を繰り広げる研究会。  
専門家としての知見とノウハウをもとに、貴社のブランド構築をつくるのが目的です。**

生活者のライフスタイルや趣味趣向は日々変化しています。その生活者たちが選ぶブランドやサービスになるために、企業はさまざまなマーケティング戦略を立て、メディア露出や販売計画、デジタル施策、コミュニケーション活動を行っています。

本研究会は、メーカーの宣伝部・マーケティング部・販売促進部・営業部や、流通・小売のプロモーション部など、研究会プロジェクトの会員化を通じて、企業同士のネットワークをつくり、各社の課題について議論を深めます。また、研究会の開催レポートを対外的にPRすることによって、貴社の潜在顧客に向けたブランディングを支援し、その後においては、意識の高い企業の担当者を集めたセミナーの開催を通して、新規顧客の獲得、既存個客の取引拡大をめざします。

## 研究会の全体像



■ 研究会参加企業の依頼 (例)

■ 研究会の開催

■ セミナーの開催



## Step1

### ボードメンバーを集めて定期的に研究会を実施。

業界キーパーソンを研究会のコアメンバーとして召集。定例の研究会を開催し、今の施策、業界や各社の考える課題、今後の取り組みなどを共有。



メンバー5名～8名  
ゲストスピーカー1名

## Step2

### 研究会に関心のある意識の高い会員を募集。

研究会の概要やセミナーの告知を行う特設WEBサイトを公開。登録者にはメールマガジン会員として定期的な情報配信を実施。



メール  
配信  
会員100名～300名

## Step3

### 研究成果の発表の場としてセミナーを開催

メールマガジン読者を中心にセミナーに招待。研究会のボードメンバーで話し合われた内容をもとに、セミナー形式で発表の場をつくる。



【主催】  
お客様

【協力】  
宣伝会議

- ・当日の進行
- ・受付対応
- ・機材セッティング
- ・アンケート回収

## Step4

### セミナーレポートを掲載

幅広い潜在ニーズをもつ顧客層に対して、啓蒙を狙う。専門家として貴社の信頼度を高め、営業支援につなげる狙い。研究会への参加も促進。



誌面レポート



読者に興味関心のあるテーマで研究会を開催いたします。  
(参考例)

ソーシャル  
メディア

投資対効果

顧客との関係構築

顧客の  
ロイヤルティUP

デバイスの最適化

ターゲット別  
(若者)

ターゲット別  
(20代)

ターゲット別  
(30代)

売れる店頭

ターゲット別  
(シニア)

ターゲット別  
(女性)

O2O  
(Online to Offline)

統合マーケティング

オウンドメディア

リスク対策

グローバル  
マーケティング

## メニュープランは3種類。

	Aプラン	Bプラン	Cプラン	
内容	研究会4回+セミナー	研究会3回+セミナー	研究会2回+セミナー	備考
ボードメンバー	5名	4名	3名	-
有識者	1名	1名	1名	大学教授など
貴社	1名	1名	1名	-
モデレータ	1名	1名	1名	弊社編集長
ゲスト	1名/1回あたり(計4名)	1名/1回あたり(計3名)	1名/1回あたり(計2名)	毎回入れ替え
研究会後に懇親会を開催	研究会終了後	研究会終了後	研究会終了後	会議室の立食形式
研究会後に誌面でダイジェスト	4回(各4C1P)	3回(各4C1P)	2回(各4C1P)	-
メルマガ	200名程度	150名程度	100名程度	目標
セミナー	200名規模	100名規模	50名規模	セミナー告知は雑誌に掲載(4C1P)



## 広告界とともに60年。 マーケティング・コミュニケーションに関する知識と情報を提供しています。

宣伝会議は、雑誌「宣伝会議」をはじめとして「販促会議」、「ブレン」、「広報会議」を毎月発行しており、定期購読者を中心に多くの読者がいます。また、「アドバタイムズ」では広告界のニュースをデイリーで更新。人気コラムニストとともに最新情報を提供し、さらにその情報をフォロワーが拡散させる仕組みをつくっています。企業の課題を解決するビジネスメディアとして、広告界のステークホルダーの皆様へ知識と情報を提供しています。



### アドバタイムズ

月間PV: 868,946  
 月間UU: 351,489  
 フォロワー: twitter: 20,120人以上  
 Facebook: 40,350人以上



### 販促会議

部数: 5万部  
 発行: 毎月1回、1日発売  
 読者: 流通小売、メーカーの販促・営業



### ブレン

部数: 5万部  
 発行: 毎月1回、1日発売  
 読者: 企業の宣伝・制作、クリエイター



### 宣伝会議

部数: 5万5,000部  
 発行: 毎月1回、1日発売  
 読者: メーカーの宣伝、広告、マーケティング



### 広報会議

部数: 5万部  
 発行: 毎月1回、1日発売  
 読者: 企業・自治体の広報、PR会社



## ■研究会 プラン

料金はお問い合わせください。

## ■開催までのスケジュール

・3か月前にお申し込みください。

※ボードメンバーのスケジュール調整や、課題の決定、セミナー来場者に向けた告知などに時間がかかる場合がございます。  
※上記はあくまで目安です。詳しくはお問い合わせ下さい。

## ■その他のメニュー

### ・集客応援パック

アドバタイムズを活用した集客施策メニューです。  
短期で集客をしたい皆様にご活用頂けます。

### ・雑誌タイアップの2次利用(ツール)

雑誌に掲載したタイアップ広告誌面を抜き刷りにするサービスです。  
セミナー等で配布頂けます。

本社 〒107-8550 東京都港区南青山5-2-1  
北海道本部 〒060-0001 北海道札幌市中央区北一条西4-1-2  
東北本部 〒980-0811 仙台市青葉区一番町3-1-1  
中部本部 〒461-0005 愛知県名古屋市中区東桜1-13-3 NHK名古屋放送センタービル  
関西本部 〒530-0003 大阪府大阪市北区堂島2-1-31  
中四国本部 〒730-0051 広島市中区大手町2-11-10 NHK広島放送センタービル  
九州本部 〒810-0041 福岡市中央区天神2-14-8 福岡天神センタービル

電話:03-6418-3331 FAX:03-6418-3339  
電話:011-222-6000 FAX:011-222-6670  
電話:022-266-6981 FAX:022-266-6986  
電話:052-952-0311 FAX:052-952-0312  
電話:06-6347-8900 FAX:06-6347-8944  
電話:082-545-7312  
電話:092-731-3331 FAX:092-731-3151