

全国社会保険労務士連合会 御中

令和4年度 広報事業 ご提案

2022年4月25日



全国社会保険労務士会連合会
JAPAN FEDERATION OF LABOR AND SOCIAL SECURITY ATTORNEY'S ASSOCIATIONS

×

マイナビ

株式会社 マイナビ
コンテンツメディア事業本部
全国社会保険労務士会連合会チーム
益子 大島 中嶋 佐藤

全国社会保険労務士会連合会 御中

この度は、社会保険労務士広報業務のご提案の機会を頂きまして、誠にありがとうございます。

貴会プロジェクトチームで考え抜いた50年間で培ったマイナビのノウハウを活かしたご提案プロモーションとなっております。

プロモーションの実績によって得た<企画力>と<有効性>で、最良のプランを企画致しました。

施策実施に向け、本プロモーションのベストパートナーとなり、長期目標をゴールに見据え、企画実施に寄与していきたい所存でございます。

何卒宜しくお願い致します。

株式会社マイナビ 社会保険労務士会連合会様プロジェクトチーム一同

●はじめに	…P. 2
●目次	…P. 3
●マイナビとは	…P.4
●与件概要	…P.8
●ご提案①年間広報事業	…P.9
●ご提案②推進月間事業	…P.33
●ご提案③社労士の日広報事業	…P.52
●お見積り	…P.78
●おわりに	…P.79
●<別紙>参考資料	

マイナビの認知度は20～60代で90.9%。人々の日常生活に存在する“複合型企业”

進学、就職、転職、結婚式場探し、転居、旅行・・・人々の暮らしや様々なシーンの中で、マイナビのサービスが「当たり前の存在」になることが、私たちの目指す方向性であり、理想とする未来であると考えています。

社名	株式会社マイナビ
創立	1973年(毎日新聞の関連会社として設立)
従業員数	約11,400名(※2020年10月時点)
拠点数/展開事業数	全国約75拠点 / 25事業(約40部門)
マイナビ会員数	約1,000万人
スポンサーシップ	石川遼選手(ゴルフ)、村田諒太選手(ボクシング)、東京ヤクルトスワローズ(野球)、久光スプリングス(バレーボール) ベガルタ仙台(サッカー)、ロアッソ熊本(サッカー)、千葉ジェッツ(バスケットボール) など一部抜粋



マイナビバイト



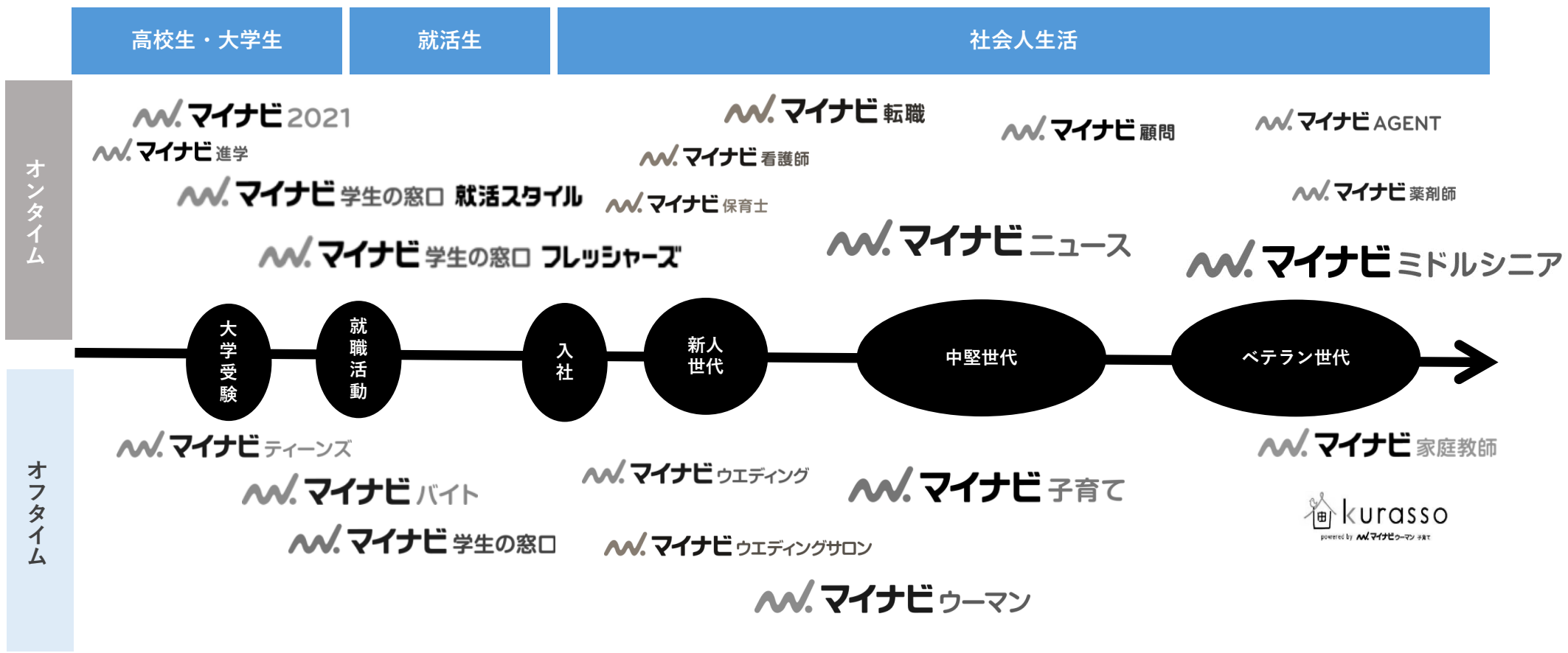
マイナビ2024



マイナビ転職

ユーザーのライフプランに合わせたサービスを展開することで、信頼性と安心感を醸成

「株式会社マイナビ」は、人生の転機の寄り添うことをミッションにサービスを展開する会社



高校生から就活生～ビジネスパーソン～親世代・その後のセカンドキャリア世代までを網羅した情報を提供

BtoB専門媒体の運営による、事業者様向けの企画ノウハウをご提供



TECH+は母体であるマイナビニュースから派生した**BtoBの専門媒体**となっており、ITやテクノロジーにおける幅広い技術・ビジネス情報を発信しているメディアとなっております。

またTECH+では下記施策で非常に多くの企業様のご支援をさせていただいております。

※今回のご提案

①記事広告によるAwareness向上



貴社が訴求したいコンテンツを適切なターゲットに届ける記事掲載が可能

⇒貴社ターゲットに適した提携メディアやSNS運用型広告を活用しながらの 프로모ーションが可能です。

②テレマーケティングを駆使したリード獲得



マイナビ名義のpush的なテレマ施策により、ご希望のセグメントのみのリード獲得が可能

⇒100%セグメンテーションが可能なリード獲得施策をご提供しており、各社様に大好評いただいております。

③顧客との接点を生み出すイベント支援



企画・基調講演者アサイン・集客・会場運営など一気通貫でのご支援及び、必要な要素のみのご提供も可能。

⇒ご予算や条件に応じてカスタムできるため、弊誌しかできないプランをご用意しております。月に1,2回複数協賛型のセミナーも行っており実績も豊富でございます。

④コンテンツ制作



ホワイトペーパー・製品カタログ・貴社HPに掲載するコンテンツなど、多岐に渡って柔軟に対応可能

⇒特定フォーマットに合わせた制作も可能であり、多くのお客様に継続的にご利用いただいております。



特にセミナーについてはTECH+主催のイベントや企業様のイベントのご支援にて**年間120本以上**のセミナーを実施しておりますので、豊富な知見を持っております。
また左記の基調講演者の方々も過去に登壇実績があり、お声がけしたことがない方でも**メディアとしてお声がけするため許諾が得やすい**といった利点で各企業様に弊誌をお使いいただいております。

1

企画からコンテンツ制作・セミナー運営までマイナビ内でワンストップディレクション

弊社には各企画・工程にて専門の担当者が所属しており、ワンストップでディレクションを行うことが可能です。また、企画間での情報共有や情報集約を密に行うことができ、貴会との円滑なコミュニケーションを実現いたします。

2

50年間で培ったマイナビメディア運営による“ターゲットに刺さる”コンテンツ企画制作力

“仕事”“働く”という軸から事業を展開し続け、今期で創業50年となりました。そのノウハウから、貴会の情報と親和性を持たせ、ターゲットに刺さるコンテンツ作りに加え、ターゲットに情報を届ける術、ノウハウをご活用いただけます。

3

イベント・セミナーの企画運営ノウハウをご提供

弊社では、就職関連イベント・セミナーに加え、事業者様向けにも年間120本以上のセミナーを実施しております。企画から講演者のお声掛け、当日の運営まで円滑に行えるよう、弊社のノウハウ・リソースをご活用いただけます。

ご提案内容

1

年間を通じた広報事業

- ・ 特設コンテンツ・動画の制作、貴社HPへご納品
- ・ マイナビDSPを活用した特設コンテンツへの集客

2

社労士制度推進月間事業

- ・ 周知広報
- ・ ポスター、ノベルティグッズの制作
- ・ ウェビナー用資料の制作
- ・ アンケート取得、集約支援

3

「社労士の日」 広報事業

- ・ シンポジウムの企画、運営

①年間広報施策

**社会保険労務士は「多くの人材・労務課題を相談できる存在である」
ということを認知してもらう。**

少子高齢化や労働人口の減少に伴い、これからますます企業は人材の確保・定着を図らなければならなくなっています。

一方、残業時間やハラスメント、テレワークや女性活躍の推進など

人材・労務領域における課題が多くの企業で顕在化してきています。

社会保険労務士は、一般的に知られている社会保険や労働保険の手続きだけでなく、

上記のような課題を法的な見地から解決へ導ける存在です。

本施策ではそのことをターゲットに認知させ、より社会保険労務士の活躍の場を広げていくことをめざします。

昨今の企業経営者や労働者が抱えがちな労務・人材課題を 社会保険労務士は相談・解決できる。

事実、社会保険や労働保険、年金の手続きなど、経営層からはほぼ100%認知されている業務以外にも、メンタルヘルス・ハラスメント対応の研修や、テレワーク導入に付随した就業規則改定のアドバイス、また職場で起こりうるトラブルの防止策、解決など、対応できる企業課題は多岐に渡ります。
これは人材確保・育成・定着に悩む昨今の企業にとって、大きな助けとなります。

労務管理のトータルサポート

労働社会保険手続代行業務

年金相談業務

紛争解決手続代理業務

①一度ついたイメージで、どうしても見られてしまう。

こちらは特に社会保険労務士と仕事をしたことがある経営層の方々に伝える際の課題ですが、「社会保険労務士＝社会保険や労働保険の手続きができる士業の方」というイメージでどうしても見られます。それはつまり、いろいろな課題解決に貢献できるとしてもターゲットは「認識している仕事以外の仕事をお願いする発想になりづらい」可能性が高いです。

②「なんでもできます」という人には、なにをお願いすればいいかわからない。

先述した「社会保険労務士はさまざまな労務・人材課題を解決できる」ことを、そのまま伝えることは悪手かもしれません。なぜなら「なんでもできます、という人は、なんにもできないように見える」危険性があるからです。例えば書類制作業務を誰かにお願いしようと思ったとき、「なんでもできますよ」と言っている人と、「書類制作が得意です」と言っている人のどちらに依頼するかでいえば、後者かと思います。（たとえ同じ水準のスキルを持っていたとしても）

つまり、たとえ対応できる業務が幅広く、質が高かったとしても、職務領域の輪郭がはっきりしていないと、仕事を相談するという発想になりづらいのが現実です。

社会保険労務士といえは？の答えをアップデートする。

企業が抱えるさまざまな労務・人材課題を解決できることを伝えていくことは、逆説的ですが、ターゲットにとって相談しにくくなる可能性があります。

そこで我々は、

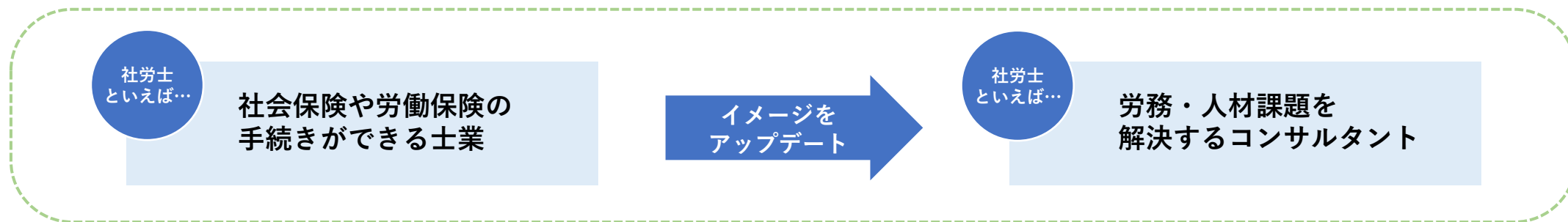
**社会保険労務士といえは「社会保険や労働保険の手続きができる士業」という答えを、
社会保険労務士といえは「労務・人材課題を解決するコンサルタント」という答えにアップデートすることをめざします。**

そのために、今回の提案ではまず、「労務・人材課題を解決するコンサルタント」というイメージを打ち出したうえで、その根拠として具体的な業務やケーススタディを載せていきます。
ただ職務内容を伝えるのではなく、職業の本質的な価値を踏まえたうえで伝えていくことで、社会保険労務士がどのようなことを解決できるのか、具体的かつわかりやすく理解・イメージ付けることをめざします。

目的

社会保険労務士は「多くの人材・労務課題を相談できる存在である」ということを認知してもらう。

本施策では、一般的に知られている社会保険や労働保険の手続きだけでなく、残業時間やハラスメント、テレワークや女性活躍の推進など「人材・労務領域における課題を法的な見地から解決へ導ける存在」であることをターゲットに認知させ、より社会保険労務士の活躍の場を広げていくことをめざします。



方向性

具体的な業務やケーススタディを伝え、「社会保険労務士＝労務・人材課題を解決するコンサルタント」というイメージを打ち出します。ただ職務内容を伝えるのではなく、職業の本質的な価値を踏まえたうえで伝えていくことで、社会保険労務士がどのようなことを解決できるのか、具体的かつわかりやすく理解・イメージ付けすることをめざします。

企画案① 実写動画

それ、ぜんぶ社会保険労務士なら解決できるかも！

企業のイマドキお悩みランキング

社労士の方が出演するインタビュー動画。ターゲット層が抱きがちな課題をランキング形式で紹介していき、どのような事例や解決策があるのかを通してターゲットに社労士の魅力を伝えていく。

企画案② イラスト動画

もしかして私たち入れ替わってる!?

もしも社長・新入社員が入れ替わったら

「社長と新入社員が入れ替わる」というよりキャッチーな表現にしたうえで、社長が社員の率直な意見を聞き、環境改善を決意するストーリーを通して、社労士のことを訴求していく。

企画案③ イラスト動画

社労士目線で会社を見てみると...

社労士スカウター

会社の体制に不満を持った労働者が、社労士目線で会社を見ることができる眼鏡を社長に渡す。社員の不満が見えるようになった社長は環境改善をしていくことを決意。社労士目線を疑似体験させ、訴求していく。

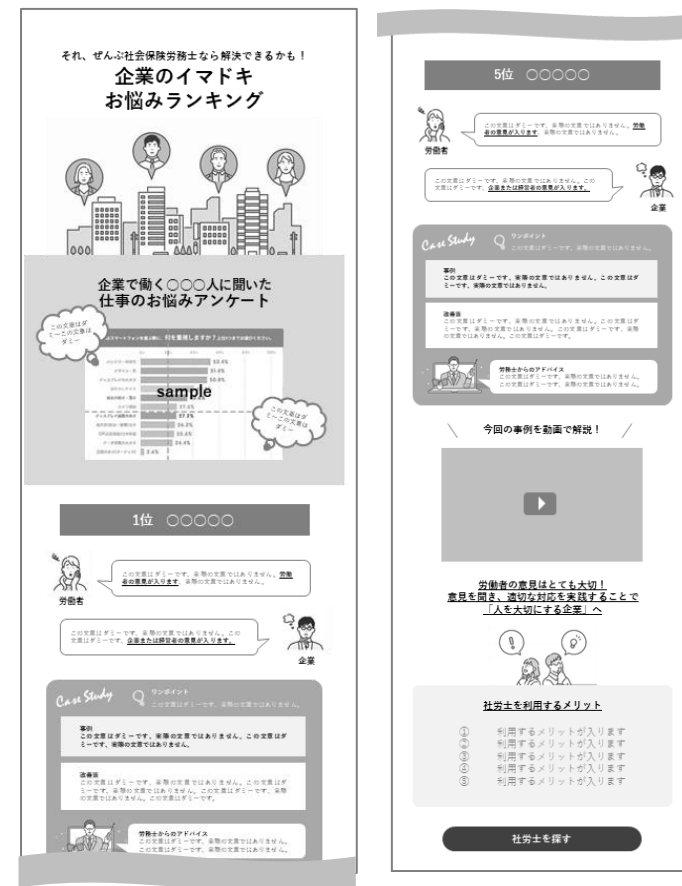
広告配信 | マイナビDSP



マイナビニュースの読者データ及び提携他社データを活用し、興味・関心やビジネステーマ軸でのターゲティングが可能です。配信先がYahoo!やGoogleなどのWebページに掲載されるため、幅広い接点で認知訴求が可能です。

今回は貴会ターゲットである**中小企業の事業者・人事・労務・総務・バックオフィス部門担当者**へリーチいたします。

特設コンテンツ・動画制作 | ご納品



ターゲットに“刺さる”特設WEBコンテンツ・動画を作成し、貴会HPにご納品します。

特設コンテンツ案①

社会保険労務士 = 労務・人材課題を解決するコンサルタント



ターゲット層が抱きがちな課題感から訴求していく。

plan 1 労働者のお悩みアンケートを取得し、社労士から経営者に向けてアドバイスを実施

タイトル

それ、ぜんぶ社会保険労務士なら解決できるかも！
企業のイマドキお悩みランキング

概要

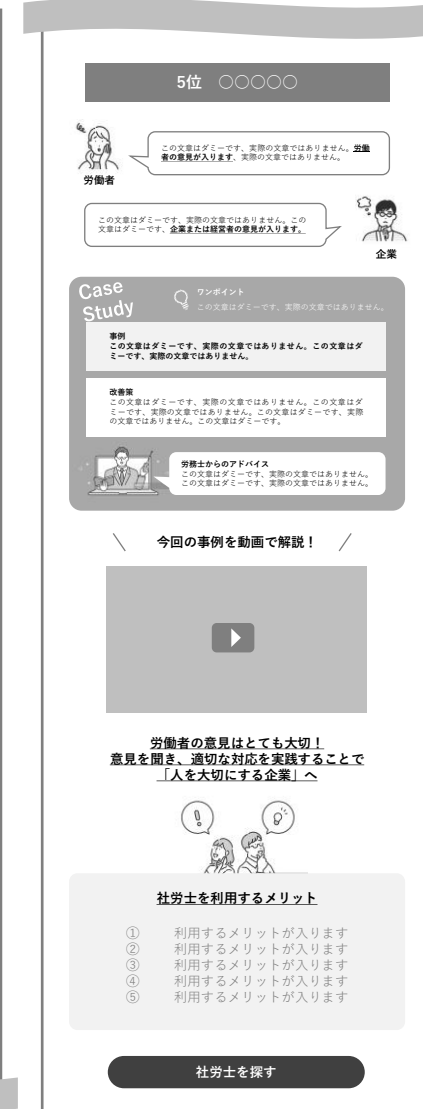
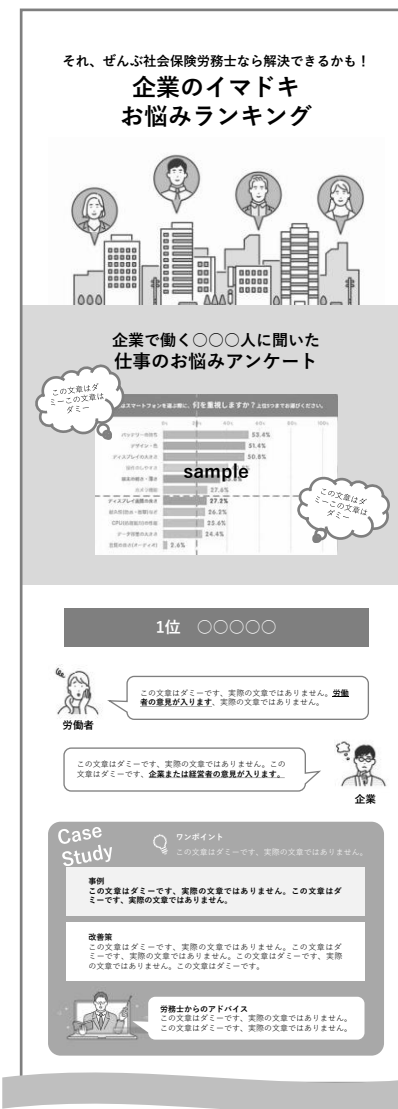
本企画は、マイナビニュースの会員に「仕事のお悩みアンケート」を実施いたします。
 アンケート結果をもとに、上位回答について、労働者（従業員）と企業（事業主）考え方を比較する形でコメントを記載し、その改善策をケーススタディーやポイントを交えて、社労士がアドバイスいたします。

- <構成案 例>
- ・メインビジュアル
 - ・お悩みアンケート結果（ランキング）
 - ・上位回答への労働者、企業の意見コメント
 - ・ケーススタディ（ワンポイント、事例、改善策、社労士からのアドバイス）
 - ・動画
 - ・社労士を利用するメリット










効果・狙い

労働者のリアルな声をアンケートで取得することにより、企業はどのような悩みを従業員が抱えているのか理解し、自社の課題に変換しやすくなります。
 また、具体的なケーススタディをもとに社労士が説明することにより、シーンが想起しやすくなり、企業内での利用イメージが明確になる効果が期待できます。

構成イメージ



動画企画案① 企業のイマドキお悩みランキング (実写動画) ⇒ ランキングごとに動画を3本制作し、LPの文脈に合わせ挿入する

No	Scene (分:秒)	Visual (※イメージ)	内容 (仮)	備考
1	オープニング 0:00~0:15 (0:15)		オープニング 動画タイトル「企業のイマドキお悩みランキング」を表示。 社労士の方の自己紹介、業務内容について簡潔に紹介 (※1本目のみ) 「企業で働く方にはどのようなお悩みが多いのか ランキング形式でご紹介させていただきます！」 (※1本目のみ) 「企業のイマドキお悩みランキング、第〇位の発表です！」	動画形式 フルHDサイズ(1920×1080px)、mp4で作成 動画1本あたりの尺は2分程度を想定 インタビュー動画イメージ https://www.youtube.com/watch?v=qKBXvUtM7A8
2	事例紹介 0:15~1:45 (1:30)		企業のお悩みランキング アンケートで取得した労働者 (従業員) の 「リアルな仕事での悩み」をランキング形式で発表。 (例) 第3位「テレワークが導入されるも効率が悪い」 (※1本目) 第2位「パワハラ、セクハラなどハラスメントについて」 (※2本目) 第1位「残業時間など労働環境が良くない」 (※3本目) などランキングごとに動画を作成。	※お悩みや解決前・解決後のイメージイラストを作成し、 動画に入れ込むことも可能です。 より視聴者にイメージしやすく伝えることができます。
3		   	社労士の方からどのように解決していったのかという事例とともに 法的な観点から企業のさまざまな労働環境について具体的に解説していただく。 インタビュー映像をメインとしつつも、 業務イメージ醸成のために 会議する様子や電話・資料作成風景などの インサート映像も撮影し、動画の間に入れ込む。	 テレワークの導入がされるも効率が悪い  ツールの導入や就業規則の改善!!
4	エンディング 1:45~2:00 (0:15)		エンディング 社労士の方に「今回の動画のまとめ、今後の展望」などのお話をいただく (※3本目のみ) 最後にロゴを掲示する。	

※ビジュアルはイメージとなり、仮で記載させていただいております。
※動画尺はインタビュー内容により変動いたします。

特設コンテンツ案②

社会保険労務士 = 労務・人材課題を解決するコンサルタント



ターゲット層が抱きがちな課題感をよりキャッチーに表現したうえで、
社労士のことを訴求していく。

plan **2** 入れ替わりにより、それぞれの立場から会社の改善を実施

タイトル

もしかして私たち、入れ替わってる！？

もしも社長・新入社員・社労士が入れ替わったら

概要

本企画は、社長・新入社員・社労士の3名が入れ替わり、それぞれの立場になって初めて感じた気づきや裁量をもとに、「より働きやすい企業」に向けて解決策を検討し、実施するストーリーです。

<入れ替わり>

- 社長 → 社労士
- 新入社員 → 社長
- 社労士 → 新入社員

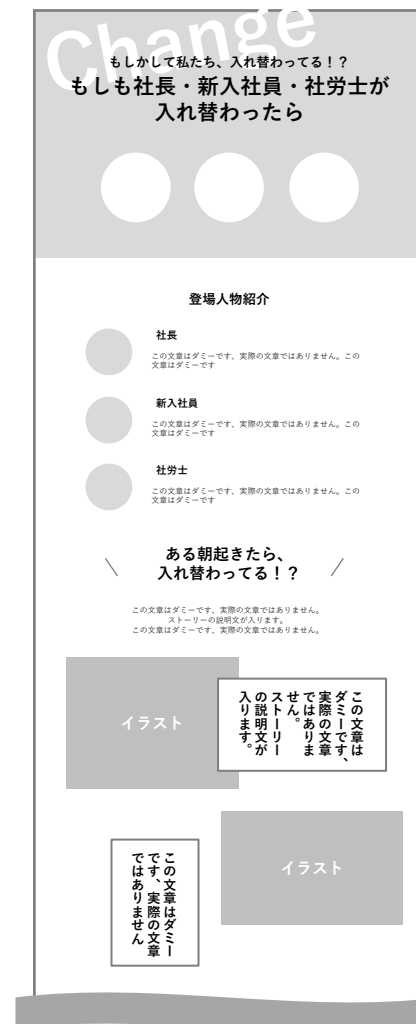
<構成案例>

- ・朝起きたら突然入れ替わってしまった！ → 入れ替わった人に代わって会社へ入社
- ・社長は社労士として会社への不満や要望などを聞き、環境改善を決意
- ・新入社員は社長の立場になって初めて会社も努力していることを知り、お互い一緒に会社を盛り上げようと決意
- ・社労士は新入社員の立場で気づいた点を改善し、「人を大切にする企業」へ生まれ変わっていく

効果・狙い

労働者・事業主・労働者の3者で立場が変わることにより、今まで気づけなかった課題感をキャッチーかつわかりやすく訴求します。また、実際の会社での不満や要望を解決することで、実務に沿ったイメージが湧きやすく、自分ごと化を促します。

構成イメージ



動画企画案② もしも社長と新入社員が入れ替わったら (イラスト動画) ⇒ストーリーのパートごとに分けて動画を3本制作し、LPの文脈に合わせ挿入する

No	Scene (分:秒)	Visual (※イメージ)	内容 (仮)	備考
1	オープニング 0:00~0:15 (0:15)		オープニング・プロローグ 動画を分かりやすく視聴していただくため、タイトルの表示やストーリー上の設定などを説明する導入部分。	動画形式 フルHDサイズ(1920×1080px)、mp4で作成 動画1本あたりの尺は2分程度を想定
2	ストーリー本編 0:15~1:30 (1:15)		ストーリー本編 「企業が抱える課題、リアルな従業員の悩み、社労士の業務内容」を伝えていく。	マンガ風イラスト動画イメージ https://youtu.be/nJEiWH5xR20 https://youtu.be/AzWR8WN_PhM (イラストにより動画テイストを変えることが可能) (※人気声優のアサインには別途費用が発生)
3			①「1本目：社労士が新入社員に入れ替わったら？」ストーリー案 入社当日に遅刻しそうになり、会社に駆け込んだ新入社員A 社長のBとたまたま来社していた社労士Cとぶつかってしまい、 3人の中身が入れ替わってしまう。それぞれの立場で生活することになる。 【社労士C→新入社員に】になっており、急いで入社式へ向かう。 無事に入社式を終え、就業規則などの説明を受けていくうちに 社労士目線で様々な課題があり、こうすればよいのに…と思いながら働く。	※ストーリー上で使う従業員の悩みは アンケートにて取得したリアルな悩みを3つほど使用想定
4			②「2本目：企業のお悩み編」ストーリー案 【新入社員A→社長に】になっている。 社長として様々な部署からの報告を受け、様々な課題を抱えていることを知る。 それと同時に社長という仕事の大変さや、今まで行ってきた努力を知る。 【社長B→社労士に】になっている。 社労士として働くことになった社長B、 様々な企業の相談を受けたり案件を進めていくうえで 社労士は様々な企業のトラブルを解決できることを知る。	※アンケート結果をもとにストーリーを構成する際には 社労士の方の実例などをもとに、 構成作りへのご協力いただけますと幸いです。
5	エンディング 1:30~2:00 (0:30)		③「3本目：解決編」ストーリー案 新入社員Aと社長B、社労士Cが力を合わせて 労働環境改善を進めたことえおきかけに企業が躍進する。 3人で固い握手を結ぶと入れ替わりがもとに戻る。 今回の入れ替わりで知ったそれぞれの立場での想いや努力を胸に、 さらなる発展に向かい日々仕事に取り組むのであった。 エンディング 今回の動画のまとめを簡潔に行なう。 最後にロゴを表示	

※ビジュアルはイメージとなり、仮で記載させていただいております。
※動画の尺は内容により変動いたします。

特設コンテンツ案③

社会保険労務士 = 労務・人材課題を解決するコンサルタント



社会保険労務士目線を疑似体験させることで訴求していく

plan 3

スカウターメガネの装着により、社労士目線で多岐にわたる課題を解決

タイトル

労務・人材課題を解決するコンサルタントである社労士の目線で会社を見てみよう！
社労士スカウター

概要

本企画は、＜社労士スカウターメガネ＞を装着すると社労士目線で企業の課題を見つけることができ、社長が装着することで企業の問題点を浮き彫りにしていくストーリーです。

実際の業務から起きる3つの問題に対して課題を解決します。

<構成案 例>

- ・社労士スカウターメガネとは
- ・3つの問題点
- ・課題解決
- ・スカウターポイント説明

効果・狙い

社会保険労務士目線を疑似体験させることで課題を明確にし、労務士がどのようなことを解決できるのか、キャッチーかつ具体的に訴求します。

具体的な事例を記載することで、「多くの人材・労務課題を相談できる存在である」ことを伝えることができます。

構成イメージ



動画企画案③ 社労士スカウター（イラスト動画） ⇒ストーリーのパートごとに分けて動画を3本制作し、LPの文脈に合わせ挿入する

No	Scene (分:秒)	Visual (※イメージ)	内容 (仮)	備考
1	オープニング 0:00~0:15 (0:15)		オープニング・プロローグ 動画を分かりやすく視聴していただくため、タイトルの表示やストーリー上の設定などを説明する導入部分。	動画形式 フルHDサイズ(1920×1080px)、mp4で作成 動画1本あたりの尺は2分程度を想定
2	ストーリー本編 0:15~1:30 (1:15)		ストーリー本編 不思議な眼鏡を通して、従業員の悩みを知ることができるようになった社長が社会保険環境改善をしていく様子を伝える。	一人称イラスト動画イメージ https://youtu.be/z0o4boNzP8 (イラストにより動画テイストを変えることが可能) (※人気声優のアサインには別途費用が発生)
3			①「1本目：企業のお悩み編」ストーリー案 Aカンパニーは社長Aが経営する企業。 社長Aは人情深く、仕事に対して熱い想いを抱いている。 人材の定着・テレワークの導入などに悩んでおり たまたま知り合った社労士Bに労働環境に関する相談をする。 すると「これを社長Aにつけて、仕事してみてください」と 社労士Bから不思議な眼鏡を受け取った。果たしてこの眼鏡はいったい…	※ストーリー上で使う従業員の悩みは アンケートにて取得したリアルな悩みを3つほど使用想定
4			②「2本目：従業員のお悩み編」ストーリー案 社長Aは社労士Bから渡された不思議な眼鏡をかけてみることに。 すると、眼鏡を通して様々な労働環境上の課題が見えるようになった。 驚きながらも、人情深い社長Aは解決しなければと改善を進めていくがうまくいかない。 そこで社労士Bに「突然この眼鏡をかけたら課題が見えるようになって…」と相談する。 社労士には労働環境の改善などもすることができると伝えられ、 社労士Bとともに労働環境の改善に取り組んでいく。	※アンケート結果をもとにストーリーを構成する際には 社労士の方の実例などをもとに、 構成作りへのご協力いただけますと幸いです。
5	エンディング 1:30~2:00 (0:30)		③「3本目：解決編」ストーリー案 労働環境改善の方法をストーリー上で具体的紹介していく。 労働環境改善の結果、会社が躍進する。 今回のできごとで知った従業員の気持ちや、 労務・人材課題を解決するコンサルタントとしての社労士の魅力に気づき、 社労士とともにさらなる発展に向かい日々会社の経営に取り組むのであった。 エンディング 今回の動画のまとめを簡潔に行なう。 最後にロゴを表示	

※ビジュアルはイメージとなり、仮で記載させていただいております。
※動画の尺は内容により変動いたします。

デザイン（実写・イラストなど）は、実施確定後にご相談の上、決定していきます。

サンプル①



参考URL：
<https://news.mynavi.jp/article/monsterurumi-174>

サンプル②



参考URL：
<https://news.mynavi.jp/kikaku/20211008-1986937/>

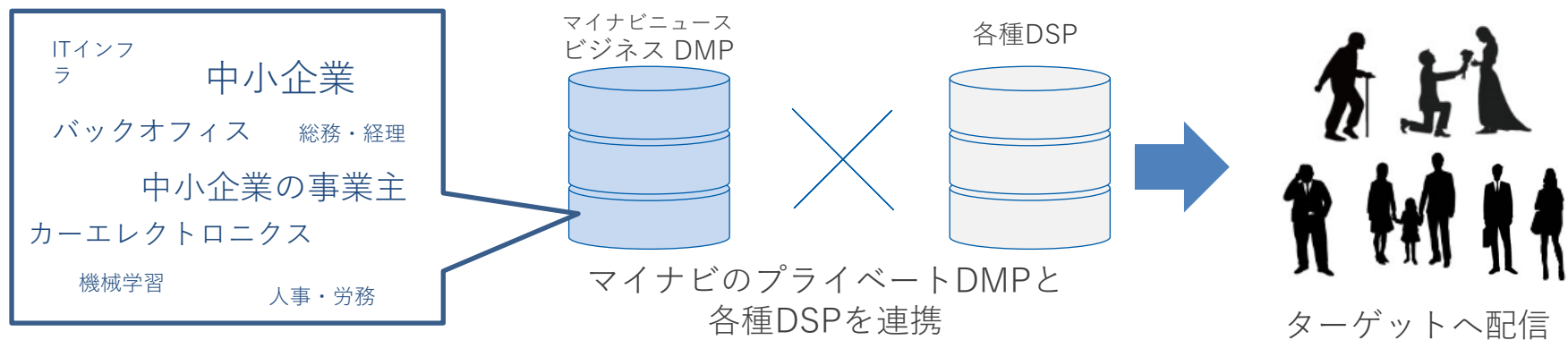
サンプル③



参考URL：
<https://news.mynavi.jp/kikaku/debit-casestudy-1/>

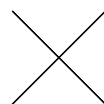
マイナビで実施する意義/セグメント

マイナビニュースの読者データ等を活用したDSP配信メニュー。興味・関心やビジネステーマ軸でのターゲティングが可能で、配信先はYahoo!やGoogleなどのWebページに掲出されるため、幅広い接点で認知訴求が可能です。



今回のセグメントと配信期間

- ・ 中小企業の事業者
- ・ 中小企業の人事、労務、総務部門
- ・ バックオフィス部門



TECH+企業ITチャンネル

※配信期間は2022年7月～2023年3月までの9ヶ月

ユーザー心理の例

【過去】
なんかいいソリューションないかな？
最近他の企業ってどんな感じなんだろう…



ターゲティング



これいいかも！
なにこれ気になる！

クリック

こんなサイトあったんだ！



弊誌に訪れたユーザーの中で中小企業の事業者、
中小企業の人事、労務、総務部門、バックオフィス部門
を対象にターゲティングいたします

先ほどのターゲットにYahoo! や各webサイトに
て貴会のバナーが掲出されるようになります。

バナーをクリック後は直接貴会HPもしくは
弊誌で作成したwebサイトに遷移いたします。

▼月別想定配信数シミュレーション

	2022年7月	2022年8月	2022年9月	2022年10月	2022年11月	2022年12月	2023年1月	2023年2月	2023年3月	合計(Click)
200万プラン	993	993	993	993	993	993	993	993	993	8,933
300万プラン	1,548	1,548	1,548	1,548	1,548	1,548	1,548	1,548	1,548	13,933

メニュー	内容	詳細	ご提供価格
年間広報施策	特設コンテンツ(1本)・動画制作(3本)パッケージ	貴会HPにご納品する特設WEBコンテンツと、特設コンテンツに格納する動画を3本制作。	¥6,000,000
	誘導 マイナビDSP	中小企業の事業者・人事・労務・総務・バックオフィス部門担当者を特設コンテンツに誘導。 13,933クリック想定	¥3,000,000
			¥9,000,000

②社労士制度推進月間周知

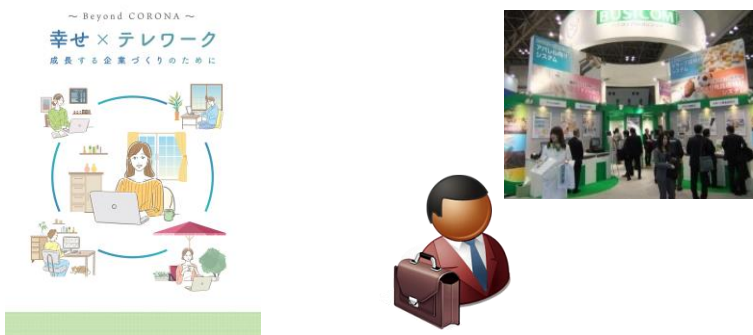
①周知広報施策



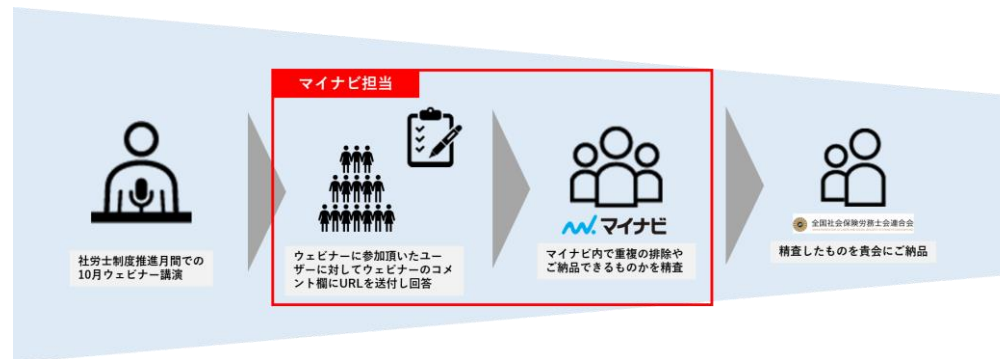
②ポスター、ノベルティグッズの作成



③ウェビナー用コンテンツの作成



④アンケートの取得



「マイナビニュース」メディア内に貴会広告記事を制作・掲載し、認知拡大いたします。

マイナビニュース

PCサイト

TOPページ
関連チャンネル/関連カテゴリ



スマホ最適化サイト

TOPページ
関連チャンネル/関連カテゴリ



メールマガジン

マイナビニュース

貴会タイアップ記事



想定PV：15,000~18,000PV
掲載期間：4週間



全国社会保険労務士会連合会
JAPAN FEDERATION OF LABOR AND SOCIAL SECURITY ATTORNEYS ASSOCIATIONS

貴会サイトの任意ページ



マイナビニュース

マイナビニュースはビジネスパーソンを中心とした、幅広いジャンルの情報を提供する総合ニュースメディアです。

「マイナビニュース」という名でありながらも、ニュースに限らず、役立つノウハウや体験レポート、まじめなレビュー、柔らかい記事から硬派な記事まで網羅しています。コンテンツのジャンルは「ビジネス」「デジタル」「ライフ」「エンタメ」で構成されており、多数のジャンルを包含することで、それぞれ属性の異なる読者に幅広く読まれています。またアンケート会員を持ち、読者の動向を調査できる点も特徴です。



URL	https://news.mynavi.jp/	
月間PV	約140,000,000PV PC：約 1,600万PV SP：約12,400万PV	※2022年1月実績
月間UU	約37,700,000UU PC：約 610万UU SP：約3,160万UU	※2022年1月実績
会員数	<ul style="list-style-type: none"> PC/デジタル 約260,000会員 ライフ 約980,000会員 エンタメ&ホビー 約550,000会員 若手ビジネスマン 約260,000会員 	※2021年12月実績
記事本数	約140本/日	
SNS	https://www.facebook.com/mynavinews/ https://twitter.com/news_mynavi_jp	※両アカウントともに公式認証取得済み
その他	メディアレーダーの2021年の人気資料ランキングで、マイナビニュースの媒体資料が上位入選！ ※コンテンツマーケティング部門 1位	

① Google や Yahoo! などの検索流入に強み

マイナビニュースはSEOに強く（国内ドメインランキング11位）、各種検索サイトからの流入が多いのが特徴です。貴社製品の関連ワードなどを考察し、検索での強みを発揮することも期待できます。



② メルマガ、ブックマーク、SNS等の固定ユーザー

マイナビニュースは幅広いカテゴリをカバーしており、各面でリピーター読者が存在します。また、各種メールマガジンやSNSなどのタッチポイントからも固定読者がアクセスしています。



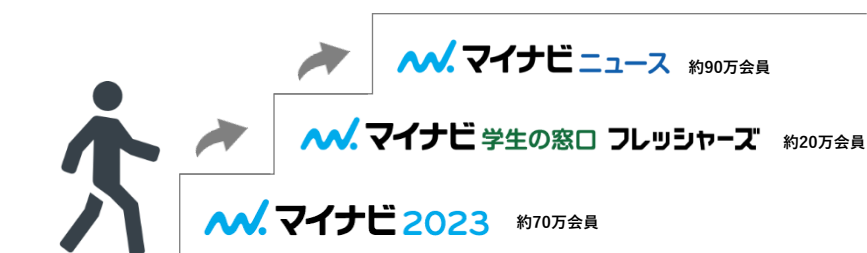
③ 幅広いメディアアライアンス網

大手ポータルやニュースアプリはもちろん、ゲーム系サイト、ブログサイト、携帯キャリアのポータルなど様々なサイトとニュース配信提携を行っており、弊紙に掲載された編集記事は、幅広い層の読者にリーチしています。



④ 就職サイト「マイナビ」からの若手層の取り込み

日本最大級の就職サイト「マイナビ」で会員となったユーザーは、日本唯一の新社会人応援サイト「フレッシューズ」を経て、マイナビニュースの会員となります。毎年、フレッシュな新社会人を安定的に会員化しています。



plan 1 社労士制度推進月間のご担当者様インタビュー企画

タイトル

働き方改革対応、人手不足、セクハラ・パワハラ対策等など……
悩んでいるなら「社労士」を活用すべし！

概要

本企画では、「社労士制度推進月間」の責任者担当様（もしくは無料相談会の相談員の方やセミナー登壇者様など）に、実施背景や取組内容を始め、同活動について詳しくお話を伺い、その内容を記事化いたします。

< 想定質問（仮） >

- ・社労士のお仕事について教えてください
- ・社労士制度推進月間とはどういった取り組みなのでしょうか？
- ・無料相談会では、どんな相談をしているのでしょうか？
- ・相談者からはどんな相談内容が多いのですか？
- ・今後の展望、どんな方に活用してほしいのかなど

効果・狙い

- ・記事を通して、ご担当者様の思いや顔が見えることで、読者の方の安心感を促します
- ・実際にあった相談内容などを盛り込むことで、読者の方が自分ごと化しやすくなります

記事例

- ・「リアルな私たちの姿を発信していきたい」
- 地域をつなぐ日本郵政グループが「JP CAST」を立ち上げた真意とは？
<https://news.mynavi.jp/kikaku/20220329-2301613/>



plan 2 イラストを活用したストーリー展開企画

タイトル

陰ながら社会人や企業を守っている！？街の駆け込み寺的存在、
“社労士”って？

概要

本企画では、中小企業の事業主、人事や総務の方々が「雇用・労働・年金」問題などについて悩んでいるところに、お助けヒーロー（＝社労士）が現れ、次々と問題を解決していく様子をイラストを用いて、ストーリー形式にて紹介していきます。

また、そのストーリーを通して、社労士が社会や企業にとって心強い存在であることを読者に理解させつつ、「社労士制度推進月間」や「無料相談」「社労士会セミナー」についても触れることで、同じ悩みを抱える読者の共感と、興味関心を促します。

効果・狙い

- ・イラストを用いることで、興味関心を促し、社労士の取り組みへの理解度を高めます
- ・「社労士制度推進月間」だけでなく、そもそも社労士の取り組みについて理解をしてもらうことで、よりターゲットとなる方の共感や自分ごと化を促すことができます。

記事例

- ・えっ、知らなかった!! 日本のエネルギーって、ぶっちゃけどうなってるの!?
<https://news.mynavi.jp/kikaku/20170804-a005/>
- ・お腹まわりの体脂肪が気になる僕が、今話題の『ケルセチンゴールド』に出会った話
<https://news.mynavi.jp/kikaku/20211228-2233719/>



plan 3 マイナビニュース読者アンケートを活用した企画

タイトル

【実はすごいお仕事だった！？】
マイナビニュース会員のお悩みを“社労士さん”に解決してもらった

概要

本企画では、マイナビニュース会員読者に対し、社労士さんに聞きたい「雇用・労働・年金に関するお悩み」を募集。実際に集まった内容をもとに、実際に貴社の社労士の方に解決策についてアドバイスをいただく企画となります。
また、そのなかでもっと気軽かつ具体的に相談できる場所として、「社労士制度推進月間」と無料相談会や社労士会セミナーについて訴求してまいります。

効果・狙い

- ・社労士さんのお仕事について、わかりやすく理解を深めることができます
- ・実際のお悩みに対しアドバイスをいただくことで読者の方に擬似相談会を体験させつつ、実際のイメージを想像させやすくすることができます

記事例

- ・【悩める高校生よ、集まれ！】
恋愛スペシャリストが斬る「恋のお悩み相談室」
<https://news.mynavi.jp/kikaku/20200609-1049183/>



plan 4 会社で起こる問題への対応力を診断する企画

タイトル

会社のあちこちで事件発生！
こんな時、どうすればいいの！？あなたの“対応力”をチェック

概要

本企画では、あなたが人事担当者となり、会社のあちこちで起こる問題に対する“対応力”を診断する企画となります。出題する問題は、貴社の社労士様が実際に相談された内容をベースに作成。
その対応力を100点満点で評価し、最後の回答にはスマートな解決策の一つとして、社労士の紹介や「社労士制度推進月間」と無料相談会や社労士会セミナーについて訴求してまいります。
また、各質問にはイメージイラストを差し込むことで、読者の方がより楽しみながら学べる展開に致します。

出題例)

- ・従業員が一気にやめてしまった！残った人たちでなんとかするも残業時間が大変なことに…
- こんな時どうする？（選択肢：とにかく頑張るしかない、他事業部から人員要請、求人を募集する等）

効果・狙い

- ・診断形式で読者参加型にすることで、興味関心を高めます
- ・イラストを用いることで、会社のあちこちで起こる問題という設定シーンを想起しやすくなり、より没入感を促せるため、読者が自分ごと化しやすくなります

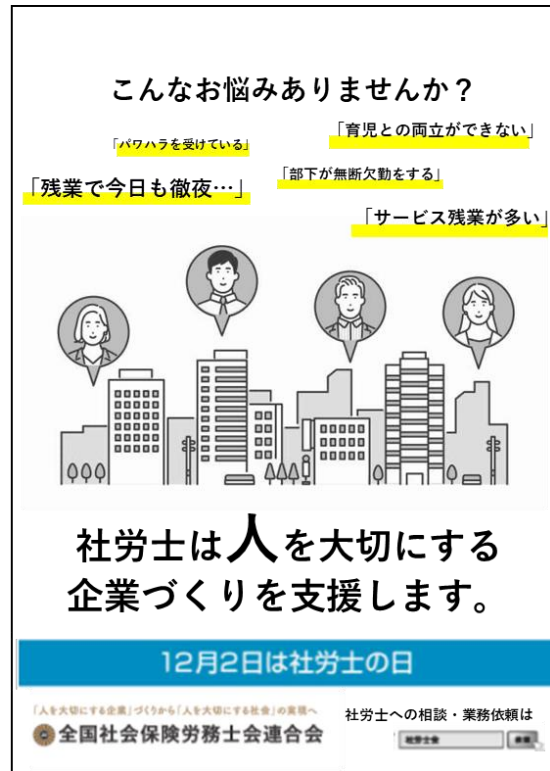
記事例

- ・～クイズのプロ集団カプリティオからの挑戦状 第1弾～
あなたは「エネルギークイズ」を何問解けるかな？
<https://news.mynavi.jp/kikaku/20210930-1972329/>
- ・【クイズ】知らなきゃ損するオトクな増税制度! あなたはどれだけ知ってる？
<https://news.mynavi.jp/kikaku/20190913-872037/>



〈ポスターイメージ〉

B2、B3 各47都道府県×27枚=1,269枚ずつ



「①年間広報施策」Webのイラストやコンテンツと一部連動させながら、「社労士は人を大切にする企業づくりを支援します」というメッセージとともに、社労士制度推進月間を広くアピールいたします。また、「社労士への相談・業務依頼の窓口」として検索窓などを掲載。ポスターを見た人が次のアクションを起こしやすい導線を展開します。

〈ノベルティ制作物想定〉

【ポケットティッシュ】
100,000個



【販促用マスク】
22,000個



【ウェットティッシュ】
26,000個



ポスターのデザインと連動させ、ノベルティグッズを制作いたします。ご要望、ご予算に合わせてご提案いたします。

貴社のニーズ

②社労士制度推進月間事業でのご支援

ウェビナー資料（コンテンツ）の作成・アンケートの実施

⇒貴会HP内の社労士専用ページに掲載し社労士の方々の参考資料となるコンテンツの制作
全国で事業主向けに実施をするセミナー（ウェビナー）において、労務管理の実施状況や社労士に
求められていることを正確に把握するためのアンケートの集計、設問、フォームの作成



ご提案

【ご提案内容】

コンテンツを制作/PDF化/二次利用権付帯及びアンケート設問、フォームの作成

⇒貴会から原稿、官公庁系のデータをいただき、弊誌にてコンテンツ制作をいたします。
組版やデザイン等弊誌にて実施することで手離れよくコンテンツを制作できます。
また弊誌に掲載せず、**コンテンツ作成+PDF化+二次利用権付き**でご納品が可能です。
地域の中小企業・小規模事業者における労務管理の実施状況及び社労士に求められていることを正確に把握するため
アンケートを**弊誌にて設問を作成（貴社からの追加設問を含む）+アンケートフォーム**の提供いたします。

コンテンツ制作しPDF化・二次利用権ごと納品させていただきます。
納品したデータは、貴会サイト内でコンテンツとして社労士の皆様の参考としてご利用いただく他に、
資料化して、セミナー展示会で配布する資料としてご活用いただくことができます。

コンテンツ制作



データのご納品



活用展開例



セミナー・展示会で配布
する販促ツールとして



社労士の皆様の参考
資料として

今回は、以下テーマにおけるコンテンツの制作をさせていただく想定です。

**「持続可能な企業活動」について、
「人」の面から社労士が企業にどのようなアドバイスができるか**

※参考



マイナビで実施すること

弊社にて貴会から提供いただいた原稿及び図版データを元に、デザイン・組版を考え、コンテンツを制作させていただきます。

◇今回の想定テーマ

「持続可能な企業活動」について、「人」の面から社労士が企業にどのようなアドバイスができるか

当社では、ご支給素材をもとに構成案を考え、貴会とどのようなコンテンツを作り上げるのかすり合わせさせていただきながら進行させていただきます。

- ・左図のような「幸せ×テレワーク」のデザインの制作
※前回同様に34ページ想定
- ・貴会から提供いただく原稿と図版を元に組版の作成
- ・原稿・図版の修正
- ・PDF化と二次利用権付帯でご納品

制作の流れ(例)

- ①制作するテーマや方向性などのすり合わせ
- ②原稿等のご支給をいただく
- ③表紙などのイメージラフ制作（トンマナ）
- ④支給原稿をもとにページ構成
- ⑤校正確認（複数回）
- ⑥完成 PDFデータにてご納品

貴会に対応いただく事項

- ・情報収集のためのお打ち合わせ
- ・原稿及び図版の提供
- ・デザイン及び組版等の校正確認
- ・PDFの確認

マイナビで実施するメリット

- ・貴会工数の負担を軽減
- ・弊社制作担当が構成を検討し進行する
- ・PDF化、二次利用権でご納品するため、一次的な施策で終わらない
- ・貴会ご要望に応じて柔軟に対応可能

▼NTTデータ様



こちらは自治体向けにDXソリューションを紹介するために作成した資料になります。右の図のイラストで、各ソリューションが「この部門にはこのソリューション」というのが可視化しやすいように作成しており、一目で見てもわかりやすいようなデザインとなっております。

▼アドビ様

法人向けライセンス

Adobe Creative Cloud グループ版

共同作業のための最高のクリエイティブ環境 2019年4月版

Creative Cloud グループ版の主なメリット

- ボリュームディスカウントの提供
- 一元管理ツールで、ライセンス管理の手間を大幅に軽減
- 和商兼用を広く認めることができ、計画的な予算編成が可能
- 予算サイクルに合わせて、複数年一括購入が可能
- 購入手続きが簡易。注文から使用開始までの時間を短縮
- エキスパートによる1対1のサポートで問題を解決
- Adobe PhotoshopやAdobe Illustratorなど単体アプリもご利用
- Creative Cloud ユーザーのためのストックフォトサービス「Adobe Stock」

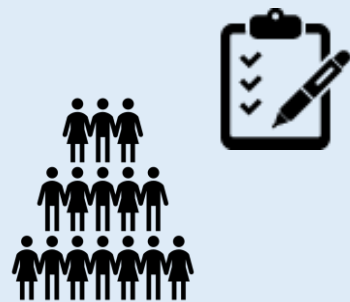
こちらはアドビ様にて総合カタログを制作した事例となります。アドビ様の製品を図版を用いて作成し、営業用の資料や展示会の販促物としてお使いいただきました。

アンケート取得に関しては10月に各都道府県で実施されるウェビナーの視聴後にコメント欄にアンケートURLを送り、回答してもらう立て付けです。取得したアンケートはマイナビ内で精査後、貴会にExcelにてご納品させていただきます。



社労士制度推進月間での
10月ウェビナー講演

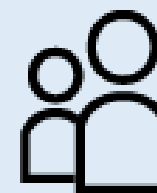
マイナビ担当



ウェビナーに参加頂いたユーザーに対してウェビナーのコメント欄にURLを送付し回答



マイナビ内で重複の排除や
ご納品できるものを精査



精査したものを貴会にご納品

アンケートページは、大きく以下の4つのブロックをもった仕様となります。



① アンケート概要

アンケートの概要と回答締切、本アンケートについて説明したブロック

② 個人情報

回答者が自身の個人情報を入力するブロック。

③ 合意取得

登録した個人情報が**貴会とマイナビへ渡ることの合意**を取得するブロック

④ アンケート

貴会と弊誌にて作成したアンケートを入稿し、アンケート項目に回答するブロック。

アンケートページ参考
<https://survey.mynavi.jp/cre/?enq=QhKh0ulD7mY%3d&at=on>

アンケートの設問に関しては、マイナビ側で作成+貴会にて追加設問にて作成予定。
マイナビ側ではウェビナーに対する質問（満足度など）を想定しております。
具体的な質問案については貴会から頂ければと思います。

▼マイナビ側設問案 ウェビナーに関する質問

- ・本ウェビナーはいかがでしたか？
⇒ ・非常に満足 ・満足 ・どちらでもない ・不満
- ・本ウェビナーを知ったきっかけ
⇒ ・Web ・SNS ・広告 ・その他
- ・今後こういったウェビナーがあれば参加したいと思いますか？
⇒ ・はい ・いいえ
- ・社労士について知っていましたか？
⇒ ・はい ・いいえ
- ・本ウェビナーで社労士についてどう思いましたか？
⇒ （自由記載）
- ・社労士について興味・関心が湧きましたか？
⇒ ・はい ・いいえ
- ・本セミナーについてのご意見があれば記載をお願いいたします
⇒ （自由記載）

▼マイナビ側設問案 今後に関する質問

- ・もっと具体的に話を聞いてみたいと思いましたが？
⇒ ・はい ・いいえ
- ・社労士のアドバイスを聞いてみたいと思いましたが？
⇒ ・はい ・いいえ
- ・「持続可能な企業活動」についてどう思いましたか？
⇒ （自由記載）

メニュー	内容	詳細	ご提供価格
周知広報	マイナビニュース タイアップ記事広告	4週間15,000PV~18,000PV	¥1,500,000
ノベルティ関連制作・納品	ポスター(B2)デザイン・印刷、用紙代	各サイズ47種×27枚=1,269枚ずつ ※47種入稿データ作成 ※47都道府県に分納	¥2,300,000
	ポスター(B3)		¥1,400,000
	ポケットティッシュ	100,000個想定 片面カラー	¥920,000
	ウェットティッシュ	26,000個想定 片面カラー	¥1,300,000
	販促用マスク	22,000個想定 片面カラー	¥800,000
ウェビナー資料制作	34ページ分の資料制作・PDF納品	貴会から提供いただいた原稿及び図版データを元に、デザイン・組版を考え、コンテンツを制作。作成したコンテンツはPDF化と二次利用権付帯でご納品	¥2,500,000
アンケート	アンケート制作、URLの発行、集約	10月に実施予定のセミナー（ウェビナー）でのアンケートの収集、設問の作成、フォーム作成	¥500,000
			¥11,220,000

③ 「社労士の日」 広報事業 シンポジウムにおける企画・運営

貴社のニーズ

③ 「社労士の日」のシンポジウムにおける企画・運営



ご提案

【ご提案内容】

企画・立案～シンポジウム会場、撮影会場の貸し出し及び当日の運営

⇒今回はコロナ情勢やユーザー同行を鑑みて、オンラインとオフラインのハイブリッド型での提案となります。
シンポジウムの実施を下記施策にてご支援をさせていただきます。

- ・企画・立案
- ・基調講演者のアサイン
- ・集客・申込LPの作成
- ・申込管理
- ・配信プラットフォームの貸し出し及び配信会場・オフライン会場の手配

弊誌で行うことによって手離れよくイベントの実施が可能です。

今回のシンポジウムは2022年12月を想定してのご提案となりますが、リアルイベントは情勢の変化により左右されてしまうため、ハイブリットイベントとしてご提案させていただきます。

- ・ **オフライン中止になった場合**

オンライン開催のみとなる

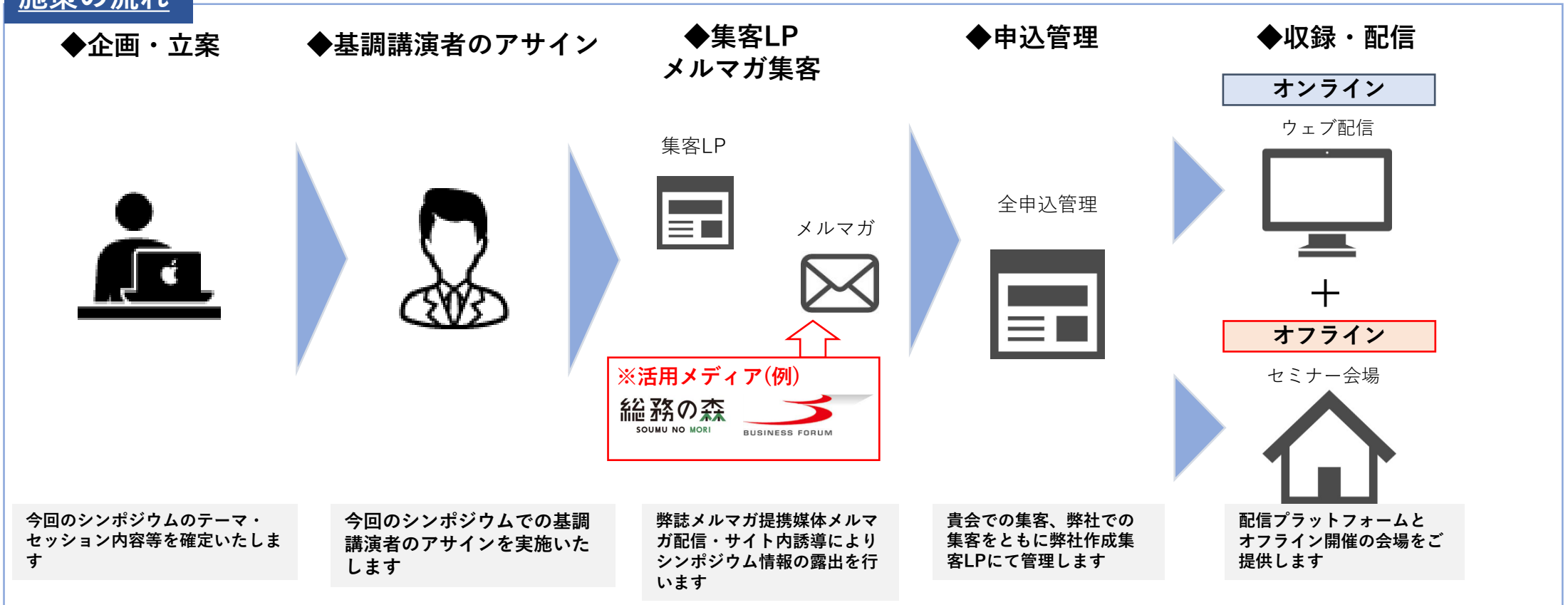
- ・ **集客において**

当日来場できる分は抽選とし、その他はオンラインにて視聴想定

- ・ **基調講演者アサイン**

アサインの結果によって集客数に変動あり

施策の流れ



企画・テーマ内容

今回のシンポジウムのテーマを参考例として下記にご提案させていただきます

社員が自立し気持ちよく働ける会社に
～労務のスペシャリストが語る、日本企業がこれから遭遇する問題点とは～

「成長し続ける企業づくり」の秘訣
～人材不足や非効率業務から脱却するための方法とは～

日本が抱える人材問題から見える今後の企業の在り方
～これからの日本において社労士の重要性とは～

お話いただく内容としては

「SDGs」「働き方改革」「DX」といった幅広いテーマでセッション内容も通常の座組とパネルディスカッション形式の2軸にてご提案をさせていただきます。

プログラムは下記でご提案させていただきます。
 基調講演者を2名ほどアサインさせていただき、基調講演者や貴会講演のみならず
 パネルディスカッションのセッションを作り、ユーザーの満足度の向上を図ります。

*例1

タイトル	
13:00~ 13:10	開会挨拶
13:10~ 14:00	基調講演
14:00~ 14:30	貴会講演
14:30~ 14:40	休憩
14:40~ 15:10	貴会講演
15:10~ 15:40	貴会講演
15:40~ 15:50	休憩
15:50~ 16:50	パネルディスカッション
16:50~ 17:00	閉会挨拶

*例2

タイトル	
13:00~ 13:10	開会挨拶
13:10~ 14:00	基調講演
14:00~ 14:30	貴会講演
14:30~ 14:40	休憩
14:40~ 15:10	貴会講演
15:10~ 15:40	貴会講演
15:40~ 15:50	休憩
15:50~ 16:50	特別講演
16:50~ 17:00	閉会挨拶



メディアアーティスト
落合 陽一氏



株式会社圓窓
澤 円氏



株式会社ワーク・ライフバランス
代表取締役社長
小室 淑恵氏



国際ジャーナリスト/
ミュージシャン/コメンテーター
モーリーロバートソン氏



株式会社ディー・エヌ・エー
代表取締役会長
南場 智子氏



日本マイクロソフト株式会社
エバンジェリスト・業務執行役員
西脇 資哲氏



慶應義塾大学政策・メディア研究科
特別招聘教授 株式会社ダウンゴ
代表取締役社長
夏野 剛氏



デジタル大臣/
行政改革担当大臣/
内閣府特命担当大臣（規制改革）
牧島 かれん氏



慶應義塾大学大学院教授/
エイベックス株式会社顧問
岸 博幸氏



ジャーナリスト
池上 彰氏

集客LP・メルマガ集客について

- ・ イベント概要
- ・ セッション内容
- ・ 登録フォームへのバナー

上記をまとめる集客LPをマイナビドメイン下で作成。

【貴会ドメイン以外にマイナビドメインでLPを作成する理由】

- ・ メルマガなどで遷移してくる弊誌会員（既に会員登録済）の登録CVRを高めるため。
- ・ 貴会集客分と弊誌集客分を容易に可視化してリード納品するため。

例)



← イベント概要文

← 登録フォームバナー①

← 基調講演者セッションについて

← その他セッションについて



← その他のセッションについて

← 登録フォームバナー②

← 実施概要詳細

← 登録フォームバナー③

・ TECH+メルマガ（配信数：約28,000通）

ホワイトペーパーのダウンロードやウェビナー参加用のチャンネルです。

ウェビナーへの感度が高く、既に全ての会員が個人情報の登録を完了している

（=ログインすれば、すぐ本イベントへの登録可能）ため、**比較的CVR**が高いです。

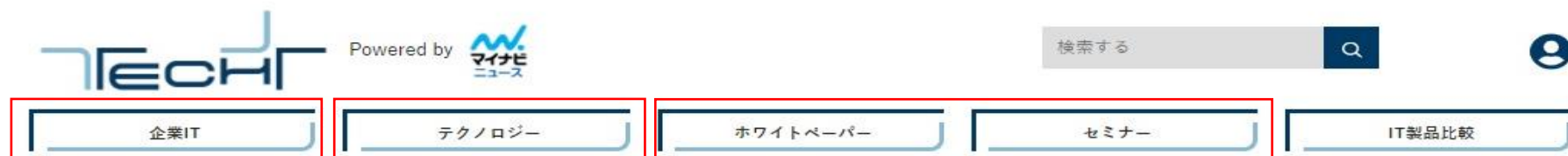
ウェビナー集客を目的とする場合にはこちらのチャンネルでの配信をお勧めいたします。

・ 企業ITチャンネルメルマガ（配信数：約85,000通）

・ テクノロジーチャンネルメルマガ（配信数：約40,000通）

編集記事・記事広告を掲載するチャンネルです。「記事」の最新情報を得ようと登録いただいているため、

ウェビナーへの感度はTECH+と比較すると下がりますが配信数は多いです。



↑ 企業IT
チャンネルメルマガ
(約85,000名)

↑ テクノロジー
チャンネルメルマガ
(約40,000名)

↑ TECH+メルマガ
上記のホワイトペーパーチャンネルとセミナーチャンネルの会員が同じDBとなるため2つのチャンネル会員が対象 (約28,000名)



『ビジネス・フォーラム事務局』は、ビジネスイベントを専門とするBtoBマーケティングカンパニー。東洋経済からスピノフした創業以来、管理職の方々を対象として法人向けビジネスイベントを多数開催し、ビジネスマッチングを実現させてきております。

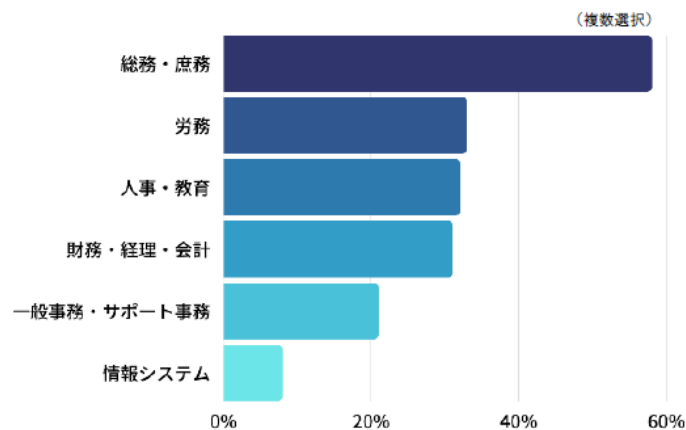
届けたいメッセージを、届けたい人に、最適な形で伝えられるノウハウ&ネットワークを活かして集客を行っており、特に経営者や役員などのエグゼクティブを集客することに強みを持っている媒体となります。また、貴社ご要望のセグメント条件に沿って集客を実施可能な媒体となっております。



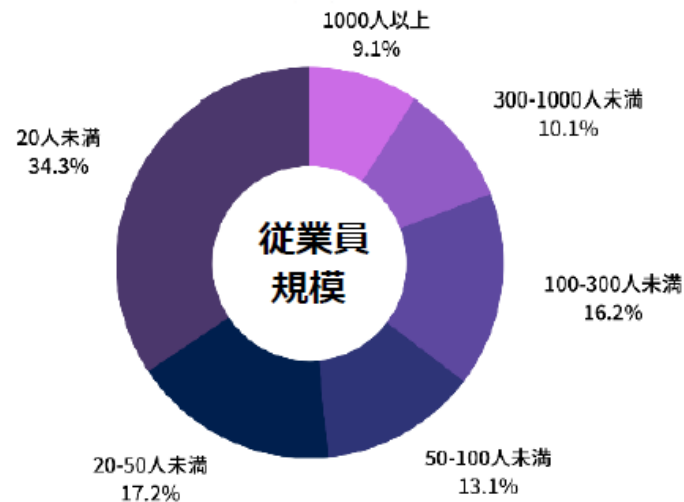
総務の森 SOUMU NO MORI

労務、人事、経理、企業法務など業務のお悩み解決を支援する日本最大級の総務コミュニティです。月間約80万人のユーザーと約500名の専門家とが連携する参加型サイトとして15年以上の運用実績。総務・経理・人事担当者などの管理部門のキーパーソンへダイレクトに訴求可能です。

担当職務No.1は総務・庶務 労務、人事、経理は約3割



300人未満の中小企業が8割



メールマガジン配信数：約65,000通

以下の項目が弊社ドメインの集客LPで集客した際にはご提供可能です。

セミナー集客日	名前	フリガナ	メールアドレス	業種	職種	勤務先名	勤務先郵便番号
勤務先住所	勤務先電話番号	勤務先部署	勤務先職位	勤務先年商	従業員数	業務遂行立場	-

上記項目に加え、

- ・（WEBの場合）視聴履歴（どのセッションを何分間視聴していたかなど）
- ・事前に設定いただけるアンケートにお答えいただいた場合はその回答内容を個人名に紐づけて申込者の情報をご納品します。

またすべての申込者の情報を精査の上、エクセルにてお送りさせていただきます。

配信（プラットフォームご提供）、当日の運営

配信プラットフォーム

WEB配信プラットフォームとしては、「ネクプロ」を活用いたします。
 弊誌主催の2,000名登録規模のオンラインイベントでも活用実績のあるプラットフォームであり、
 配信ネットワークの強度についてもご安心いただけるシステムです。
 これまで150を超える利用実績がございます。

※各種設定はすべて弊誌にて行うので、配信にて特別な準備を頂く必要はございません。



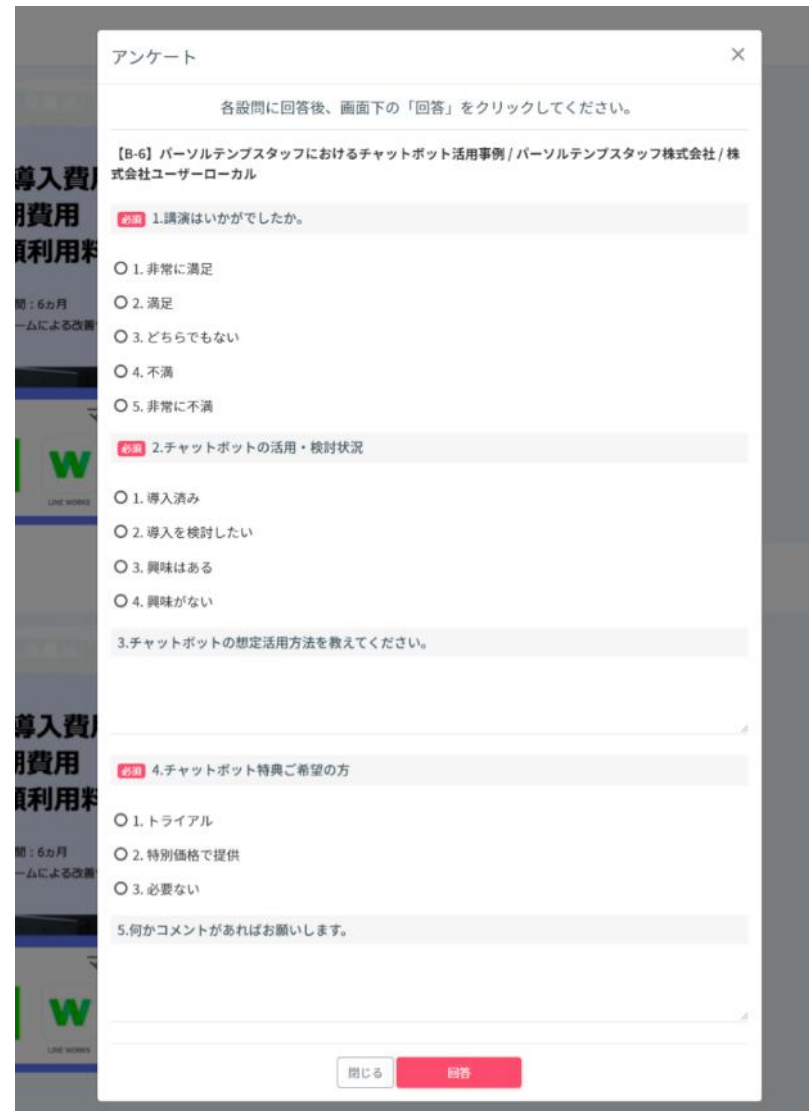
ネクプロ社について

ネクプロ社を活用した大規模オンラインイベントの例

集客者の視聴フロー

1. 事前に登録
2. 開催1週間前より、ライブ配信視聴用ID/パスワードがメールで届く
※ ID/パスワードは個別に発行
3. 開始時間になったらログインして視聴
4. 講演終了後、アンケートに回答
※ アンケートは講演ごとに実施





新宿ミライナタワー_マイナビルーム_シンポジウム会場

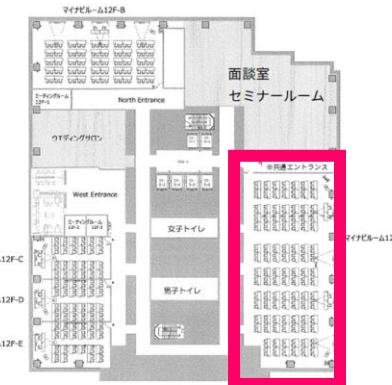
収容人数206名とマイナビルーム内最大数のイベント・会議スペースです。
 プロジェクター4・スクリーンモニター4・ホワイトボード2・天井スピーカー・有線マイク4・ワイヤレスマイク4
 ピンマイク1・BD/DVDプレイヤー2・CDプレイヤー2・演台1が標準設備となっております。
 会場奥の窓からは新宿の都心が一望できます。大型の講演等各種イベントにもご利用いただけます。



■マイナビルームA

マイナビルーム12F-A

■会場レイアウト(例)



■アクセス

〒160-0022
 東京都新宿区新宿四丁目1番6号
 JR新宿ミライナタワー 12F マイナビルームA
<http://www.mynavi.jp/company/map/107.html>

●電車でのアクセス

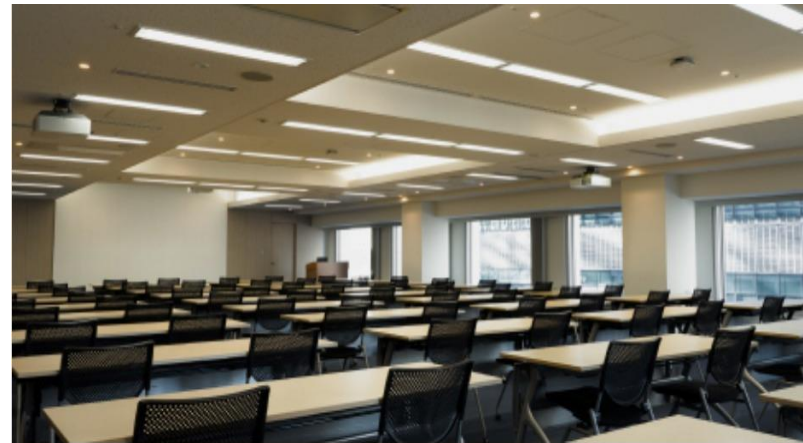
- ・JR各線「新宿駅」ミライナタワー改札 直結
- ・JR「新宿駅」南口から 徒歩3分
- ・東京メトロ丸ノ内線、副都心線、都営地下鉄各線
 「新宿三丁目駅」E10出口より徒歩1分

コンファレンススクエアエムプラス

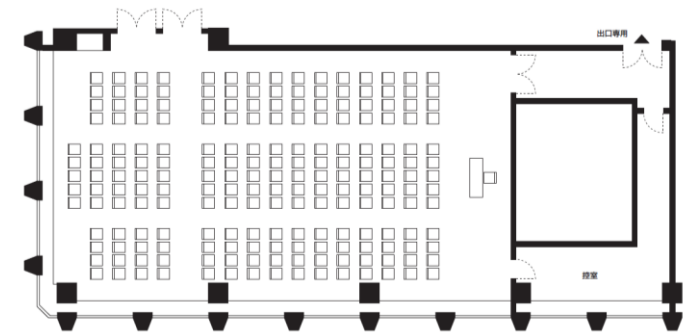
東京駅に直結する抜群の立地に、高い機能性を備えたルームとなっております。最大200名収容できる施設となっております。コロナ対策も徹底されており、基調講演者や貴会講演者の控室も2部屋ございます。



■コンファレンススクエアエムプラス



■会場レイアウト(例)



■アクセス

〒100-0005

東京都千代田区丸の内2-5-2 三菱ビル 10F

<https://www.marunouchi-h-c.jp/building/2/conference>

●電車でのアクセス

- ・JR「東京駅」丸の内南口 徒歩2分
- ・JR 京葉線「東京駅」10番出口 直結
- ・地下鉄 東京メトロ丸ノ内線「東京駅」地下道家雄 徒歩3分
- ・地下鉄 千代田線「二重橋前駅」4番出口 徒歩2分

TKPガーデンシティPREMIUM品川

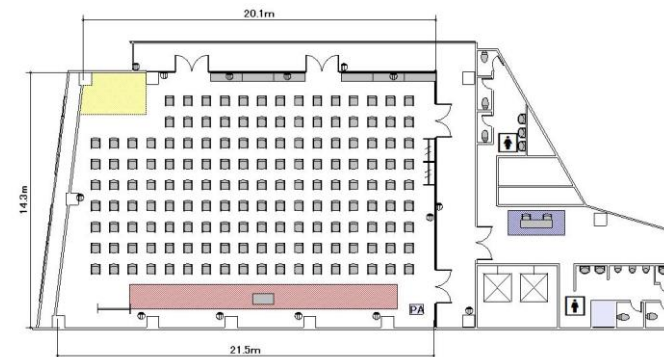
新型コロナウイルス対策万全 品川駅から徒歩3分と抜群の好立地に最大200名収容の大ホールは天井高4mと開放感があり、また控室もあり、シンポジウムも華やかに実施することが可能です。



■TKPガーデンシティPREMIUM品川



■会場レイアウト(例)



■アクセス

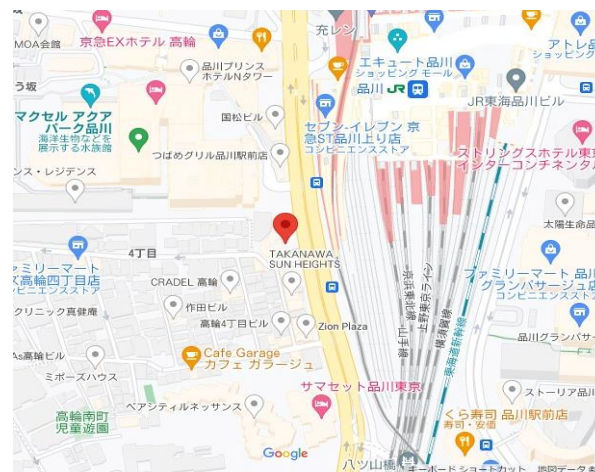
〒108-0074

東京都港区高輪4丁目11-16 京急第11ビル 5F/6F

<https://www.kashikaigishitsu.net/facilitys/gcp-shinagawa/access/>

●電車でのアクセス

- ・京急本線 「品川駅」高輪口 徒歩3分
- ・JR山手線 「品川駅」高輪口 徒歩4分
- ・JR 京浜東北線 「品川駅」高輪口 徒歩4分
- ・JR 東海道本線 「品川駅」高輪口 徒歩4分
- ・JR 横須賀線 「品川駅」高輪口 徒歩4分



開催について

今回のご提案はハイブリッドでのご提案となっておりますが、12月の情勢が見込めないことから、コロナの情勢によってはオンラインのみでの実施の可能性もございます。

コロナ対策について

候補として挙げさせていただきました会場については下記コロナ対策を徹底しております。

- ・アルコール消毒の徹底
- ・1m以上の座席間隔
- ・一定時間での換気の実施

キャンセルポリシーについて

- ・各種会場において本予約申し込み時から2か月前からは10%～30%のキャンセル料が発生いたしますので、ご承知おきください。
※詳細は施策申込書内の「お申込みに関する注意事項」を参照

本イベントに関して、以下のようなすみ分けでの実施を想定しています。



企画

- ・ 全体企画構成
- ・ 登壇者アサイン
- ・ LP作成
- ・ メルマガ内容の検討、作成
- ・ 配信プラットフォームの手配
- ・ 会場の手配
- ・ 撮影機材の手配

事前

- ・ 集客
- ・ 配信システムの準備
- ・ 事務局対応（集客管理など）
- ・ 受講票送付

撮影当日

- ・ 当日の運営
- ・ 撮影機材の搬入
- ・ 機材セッティング
- ・ 配信システムの準備
- ・ 配信ディレクション
- ・ 進行ディレクション

事後

- ・ サンクスメール
- ・ 開催報告書の作成

貴会

- ・ 集客LPの内容確認
- ・ 講演者手配
- ・ 講演スライド用意
- ・ ハウスリスト集客

- ・ ご講演

準備段階の実施事項

- ・会場手配
- ・講演内容のすり合わせ
- ・講演者アサイン
- ・台本作成
- ・講演資料の管理
- ・会場とのやり取り
- ・配信部隊とのやり取り

当日の運営実施事項

- ・会場設営、撤去
- ・受付
- ・講演者のアテンド
- ・司会者のアテンド
- ・来場者対応
- ・配信環境の確認
- ・アンケートをまとめる（オンラインを想定）

プランA	内容	詳細	実施料金	備考	
ご提案プラン 400~500名 集客想定	基調講演者アサイン	弊誌からの打診・講演内容の折衝	¥4,000,000	落合陽一氏及び小室淑恵氏の2名を想定	
	申込LP作成・申込管理	弊誌ドメイン集客LP作成及び申込者管理	¥200,000		
	集客		Members メルマガ	¥2,000,000	
			企業IT メルマガ	¥1,200,000	
			テクノロジーメルマガ	¥200,000	
			提携メディア「ビジネスフォーラム事務局」	¥3,000,000	
			提携メディア「総務の森」	¥700,000	
	スタジオ代（新宿ミライナ）	新宿ミライナタワーの場所確保及び控室確保	¥800,000		
オンライン配信・オフライン運営費	配信プラットフォーム利用料、撮影スタッフによる収録、当日の運営	¥2,900,000	ネクプロ社のプラットフォームを利用		
実施金額			¥15,000,000		
プランB	内容	詳細	実施料金	備考	
ご提案プラン 400~500名 集客想定	基調講演者アサイン	弊誌からの打診・講演内容の折衝（落合陽一氏及び小室淑恵氏を呼んだ場合）	¥4,000,000	落合陽一氏及び小室淑恵氏の2名を想定	
	申込LP作成・申込管理	弊誌ドメイン集客LP作成及び申込者管理	¥200,000		
	集客		Members メルマガ	¥2,000,000	
			企業IT メルマガ	¥1,200,000	
			テクノロジーメルマガ	¥200,000	
			提携メディア「ビジネスフォーラム事務局」	¥3,000,000	
			提携メディア「総務の森」	¥700,000	
	スタジオ代（コンファレンススクエアエムプラス）	コンファレンススクエアエムプラスの場所確保及び控室確保	¥1,800,000		
オンライン配信・オフライン運営費	配信プラットフォーム利用料、撮影スタッフによる収録、当日の運営	¥2,900,000	ネクプロ社のプラットフォームを利用		
実施金額	合計		¥16,000,000		
プランC	内容	詳細	実施料金	備考	
ご提案プラン 400~500名 集客想定	基調講演者アサイン	弊誌からの打診・講演内容の折衝（落合陽一氏及び小室淑恵氏を呼んだ場合）	¥4,000,000	落合陽一氏及び小室淑恵氏の2名を想定	
	申込LP作成・申込管理	弊誌ドメイン集客LP作成及び申込者管理	¥200,000		
	集客		Members メルマガ	¥2,000,000	
			企業IT メルマガ	¥1,200,000	
			テクノロジーメルマガ	¥200,000	
			提携メディア「ビジネスフォーラム事務局」	¥3,000,000	
			提携メディア「総務の森」	¥700,000	
	スタジオ代（TKPガーデンシティPREMIUM品川）	TKPガーデンシティPREMIUM品川の場所確保及び控室確保	¥2,800,000		
オンライン配信・オフライン運営費	配信プラットフォーム利用料、撮影スタッフによる収録、当日の運営	¥2,900,000	ネクプロ社のプラットフォームを利用		
実施金額	合計		¥17,000,000		

メニュー	内容	詳細	実施料金	
①年間広報施策				
年間広報施策	特設コンテンツ(1本)・動画制作(3本)パッケージ	貴会HPにご納品する特設WEBコンテンツと、特設コンテンツに格納する動画を3本制作。	¥6,000,000	
	誘導 マイナビDSP	中小企業の事業者・人事・労務・総務・バックオフィス部門担当者の特設コンテンツに誘導。 13,933クリック想定	¥3,000,000	
②推進月間期間				
周知広報	マイナビニュース タイアップ記事広告	4週間15,000PV~18,000PV	¥1,500,000	
ノベルティ関連制作・納品	ポスター(B2)デザイン・印刷、用紙代	各サイズ47種×27枚=1,269枚ずつ ※47種入稿データ作成 ※47都道府県に分納	¥2,300,000	
	ポスター(B3)		¥1,400,000	
	ポケットティッシュ	100,000個想定 片面カラー	¥920,000	
	ウェットティッシュ	26,000個想定 片面カラー	¥1,300,000	
	販促用マスク	22,000個想定 片面カラー	¥800,000	
ウェビナー資料制作	34ページ分の資料制作・PDF納品	貴会から提供いただいた原稿及び図版データを元に、デザイン・組版を考え、コンテンツを制作。作成したコンテンツはPDF化と二次利用権付帯でご納品	¥2,500,000	
アンケート	アンケート制作、URLの発行、集約	10月に実施予定のセミナー（ウェビナー）でのアンケートの収集、設問の作成、フォーム作成	¥500,000	
③「社労士の日」広報施策				
ご提案プランC 400~500名 集客想定	基調講演者アサイン	弊誌からの打診・講演内容の折衝 (落合陽一氏及び小室淑恵氏を呼んだ場合)	4,000,000	
	申込LP作成・申込管理	弊誌ドメイン集客LP作成及び申込者管理	200,000	
	集客	Members メルマガ		2,000,000
		企業IT メルマガ		1,200,000
		テクノロジーメルマガ		200,000
		提携メディア「ビジネスフォーラム事務局」		3,000,000
		提携メディア「総務の森」		700,000
	スタジオ代 (TKPガーデンシティPREMIUM品川)	TKPガーデンシティPREMIUM品川の場所確保及び控室確保	2,800,000	
	オンライン配信・オフライン運営費	配信プラットフォーム利用料、撮影スタッフによる収録、当日の運営	2,900,000	
			¥37,220,000 → ¥35,000,000	

ご提案は以上になります。

この度はご提案の機会を賜りまして
誠にありがとうございました。

貴会のプロモーションにおいて
本御提案が少しでもお役立ちできると
甚だ幸いでございます。

ご検討の程、何卒宜しくお願いいたします。

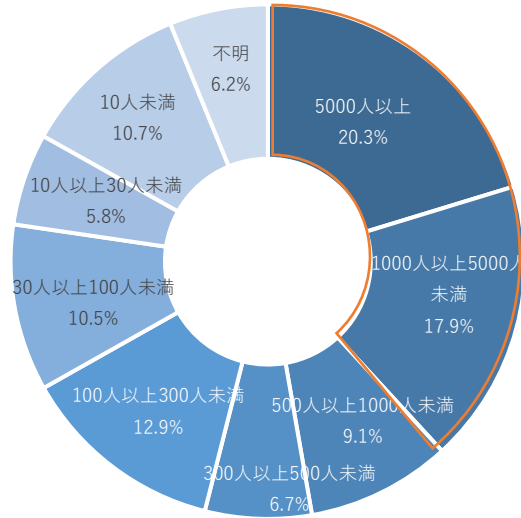
株式会社マイナビ
コンテンツメディア事業本部
スタッフ一同

 **マイナビ** ニュース

ご参考資料

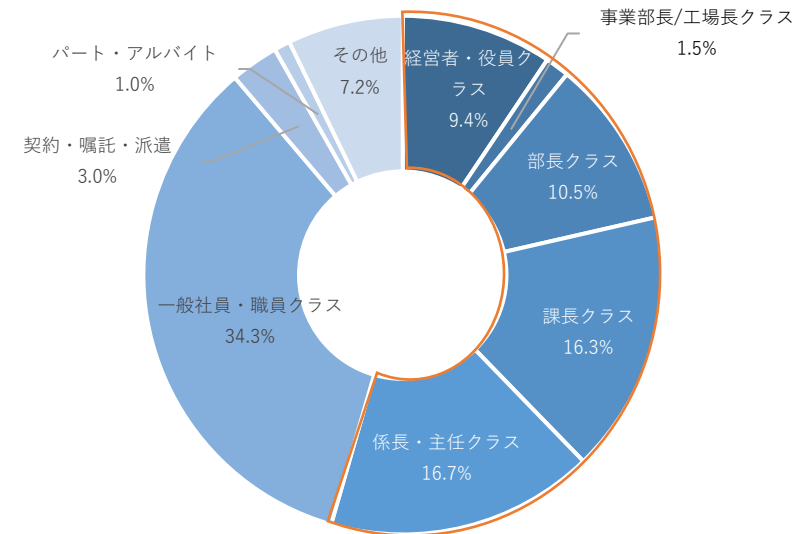
大企業を中心に中堅から中小企業まで幅広く、役職者が多い点が特徴

勤務先従業員数



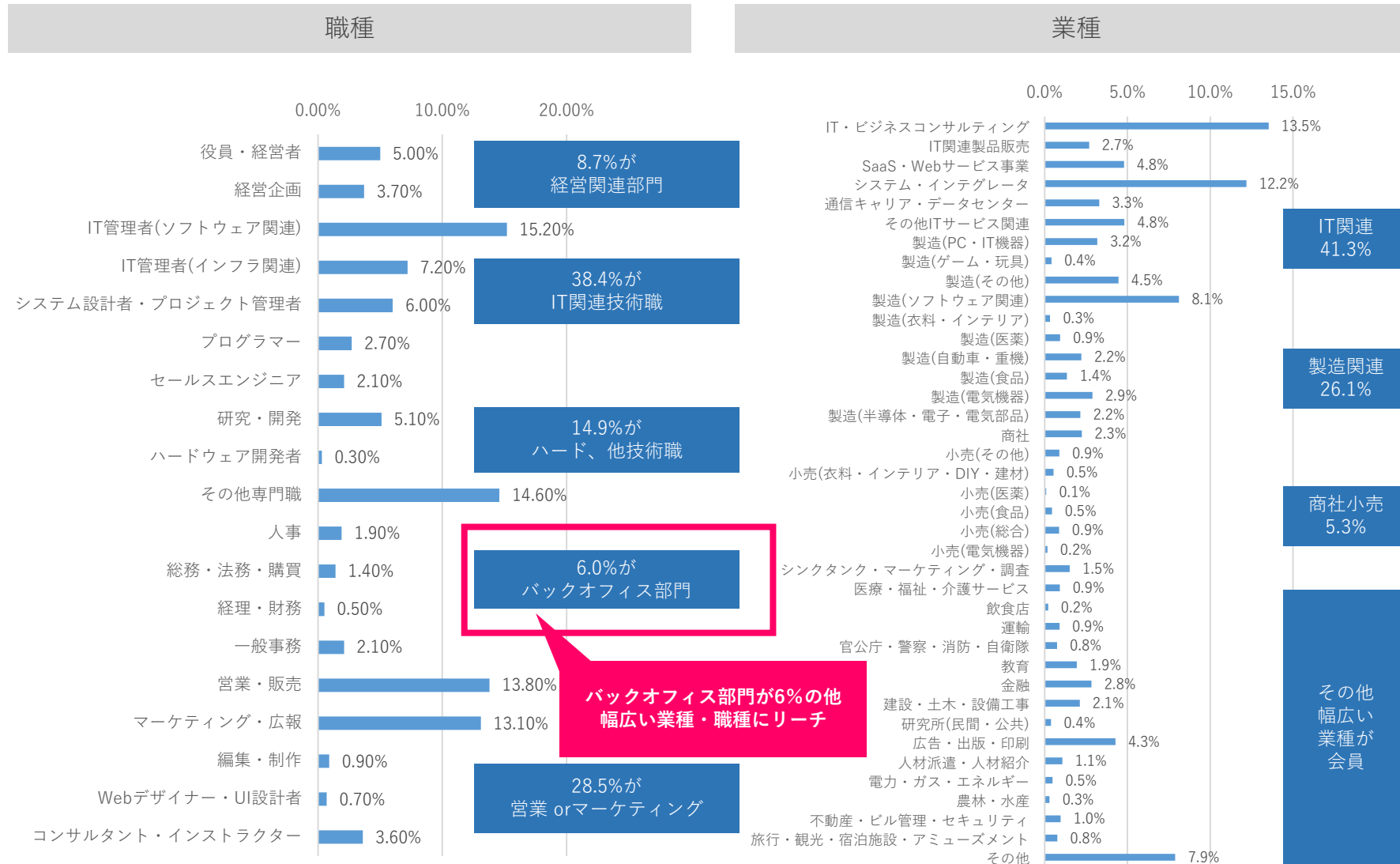
【大企業】1,000人以上規模が38.2%
 【中堅企業】300人～1000人規模が15.8%
 【中小企業】300人未満規模が46%

勤務先職位



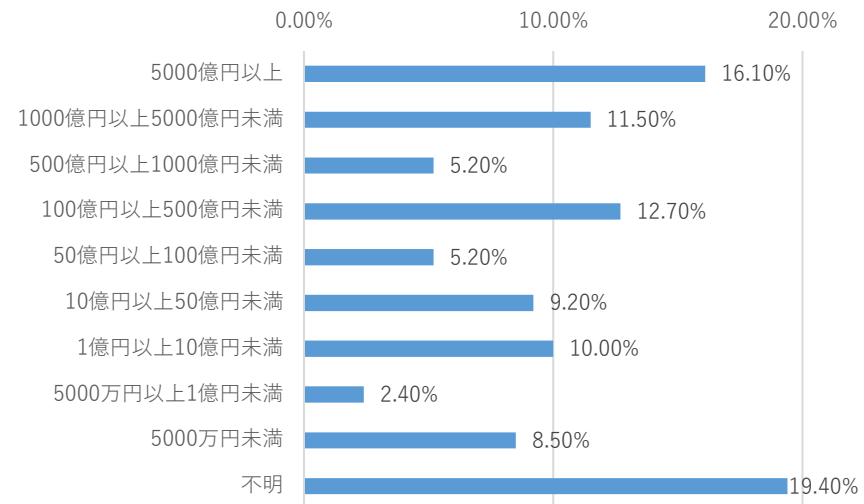
[役職者]半数以上となる54.5%が役職者
 [部長以上]部長以上が34.9%
 [経営者・役員クラス]経営層も約10%存在

(ご参考) TECH+ホワイトペーパーチャンネル会員属性 (2)

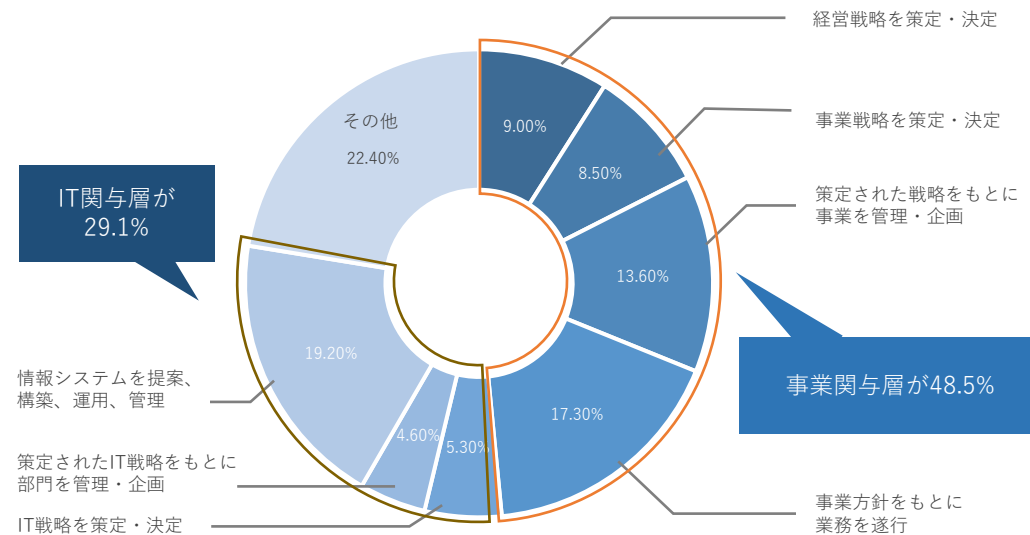


(ご参考) TECH+ホワイトペーパーチャンネル会員属性 (3)

勤務先年商	割合
5000億円以上	16.1%
1000億円以上5000億円未満	11.5%
500億円以上1000億円未満	5.2%
100億円以上500億円未満	12.7%
50億円以上100億円未満	5.2%
10億円以上50億円未満	9.2%
1億円以上10億円未満	10.0%
5000万円以上1億円未満	2.4%
5000万円未満	8.5%
不明	19.4%



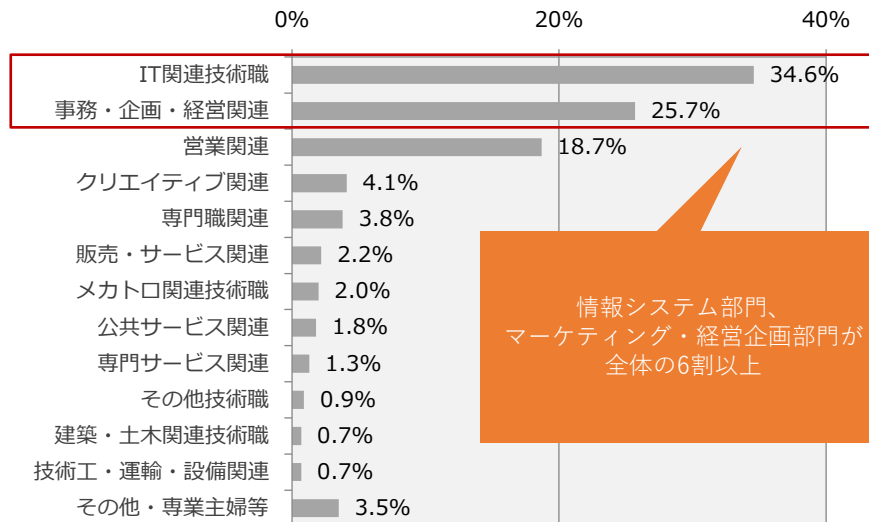
業務遂行立場	割合
経営戦略を策定・決定する立場	9.0%
事業戦略を策定・決定する立場	8.5%
策定された戦略をもとに事業を管理・企画する立場	13.6%
事業方針をもとに業務を遂行する立場	17.3%
IT戦略を策定・決定する立場	5.3%
策定されたIT戦略をもとに部門を管理・企画する立場	4.6%
情報システムを提案、構築、運用、管理する立場	19.2%
その他	22.4%



(ご参考) TECH+企業ITチャンネル 読者属性 (1)

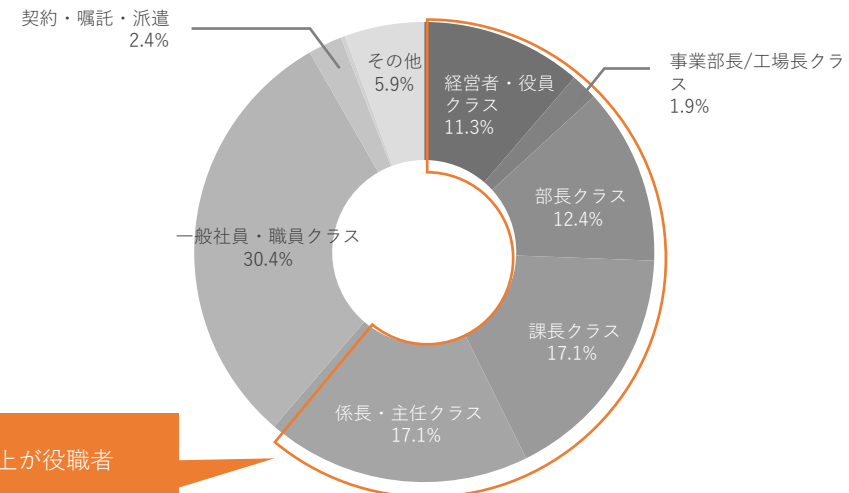
職種

職種	割合
IT関連技術職 (ソフトウェア・ネットワーク他)	34.6%
事務・企画・経営関連 (マーケティング・経理・企画・経営他)	25.7%
営業関連 (営業・MR・人材・コールセンター他)	18.7%
クリエイティブ関連 (デザイン・編集・WEB・ファッション他)	4.1%
専門職関連 (コンサル・金融・不動産・税理士他)	3.8%
販売・サービス関連 (小売・フード・旅行・ホテル・エステ他)	2.2%
メカトロ関連技術職 (電気・電子・半導体・機械他)	2.0%
公共サービス関連 (公務員・団体職員他)	1.8%
専門サービス関連 (医療・福祉・教師・インストラクター他)	1.3%
その他技術職 (医療・食品・化学・素材他)	0.9%
建築・土木関連技術職 (設計・施工・整備・研究開発他)	0.7%
技術工・運輸・設備関連 (清算・製造・運輸・警備・農林他)	0.7%
その他・専業主婦等	3.5%



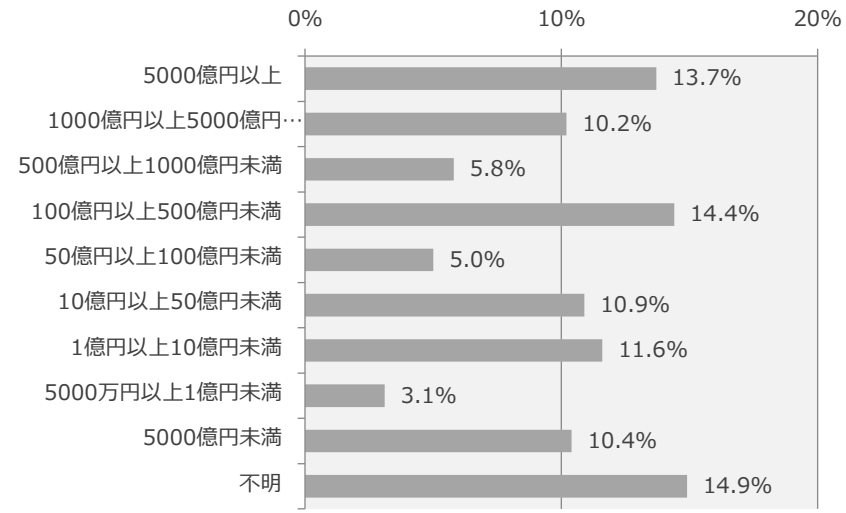
勤務先職位

勤務先職位	割合
経営者・役員クラス	11.3%
事業部長/工場長クラス	1.9%
部長クラス	12.4%
課長クラス	17.1%
係長・主任クラス	18.6%
一般社員・職員クラス	30.4%
契約・嘱託・派遣	2.4%
パート・アルバイト	0.3%
その他	5.6%

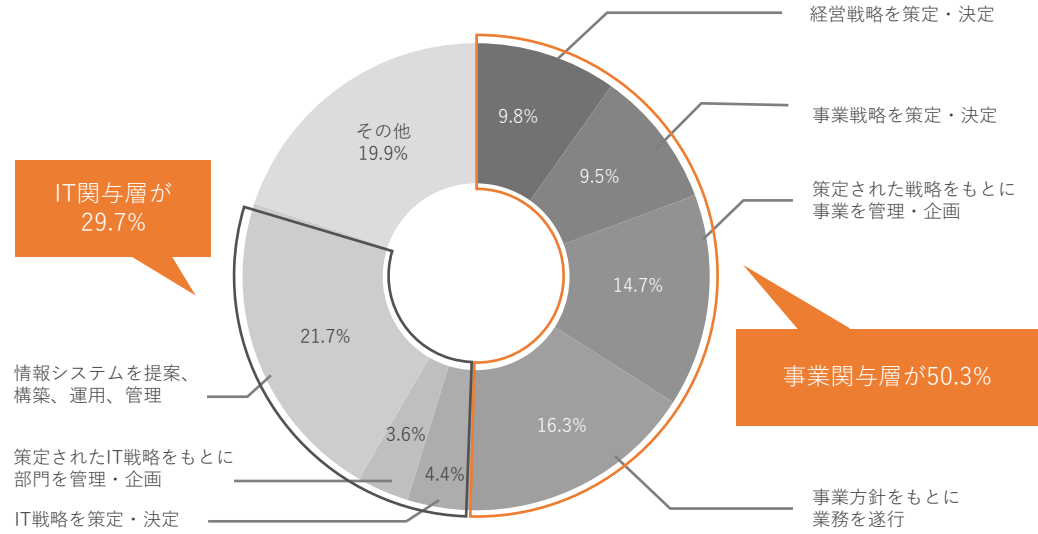


(ご参考) TECH+企業ITチャンネル 読者属性 (2)

勤務先年商	割合
5000億円以上	13.70%
1000億円以上5000億円未満	10.20%
500億円以上1000億円未満	5.80%
100億円以上500億円未満	14.40%
50億円以上100億円未満	5.00%
10億円以上50億円未満	10.90%
1億円以上10億円未満	11.60%
5000万円以上1億円未満	3.10%
5000万円未満	10.40%
不明	14.90%

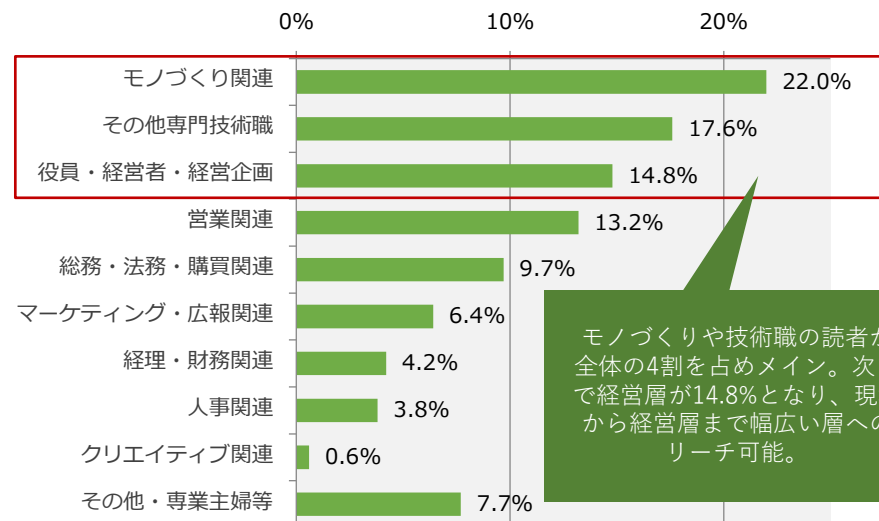


業務遂行立場	割合
経営戦略を策定・決定する立場	9.8%
事業戦略を策定・決定する立場	9.5%
策定された戦略をもとに事業を管理・企画する立場	14.7%
事業方針をもとに業務を遂行する立場	16.3%
IT戦略を策定・決定する立場	4.4%
策定されたIT戦略をもとに部門を管理・企画する立場	3.6%
情報システムを提案、構築、運用、管理する立場	21.7%
その他	19.9%

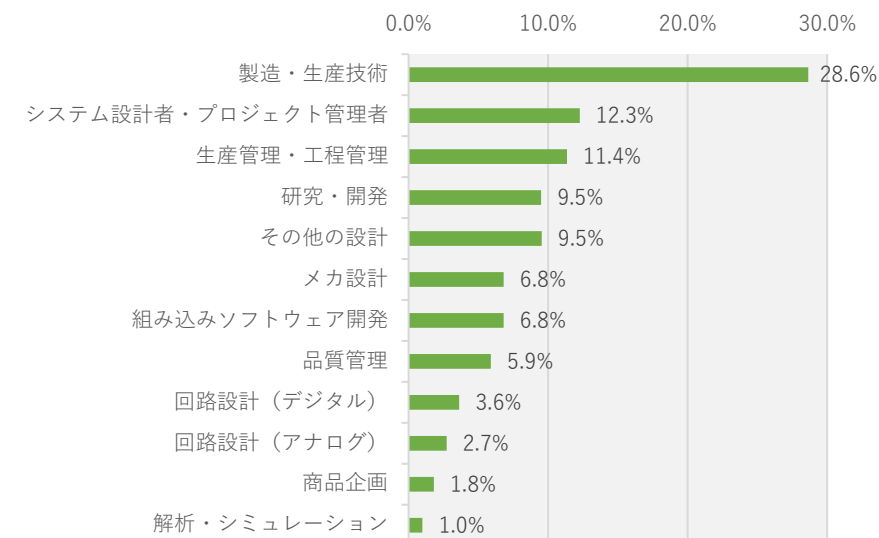


(ご参考) TECH+テクノロジーチャンネル 読者属性 (1)

職種	割合
モノづくり関連(設計・製造・生産技術・解析)	22.0%
その他専門技術職	17.6%
役員・経営者・経営企画	14.8%
営業関連	13.2%
総務・法務・購買関連	9.7%
マーケティング・広報関連	6.4%
経理・財務関連	4.2%
人事関連	3.8%
クリエイティブ関連	0.6%
その他・専業主婦等	7.7%

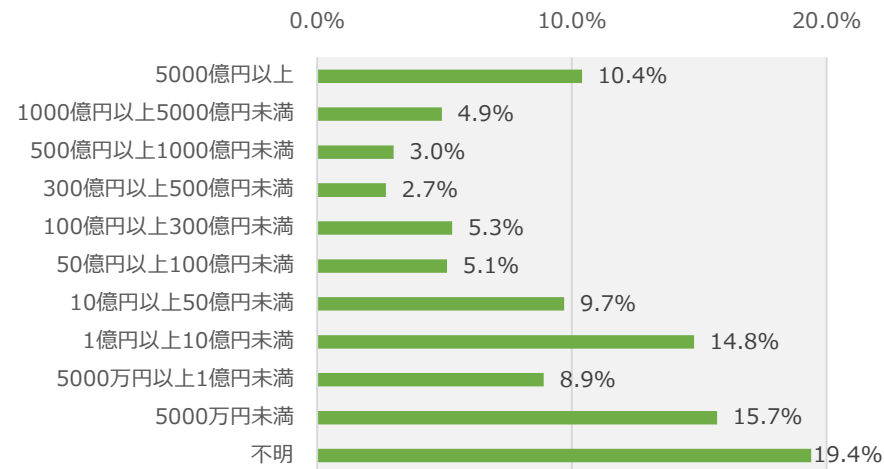


モノづくり関連内訳	割合
モノづくり関連(設計・製造・生産技術・解析) 内訳	
製造・生産技術	28.6%
システム設計者・プロジェクト管理者	12.3%
生産管理・工程管理	11.4%
研究・開発	9.5%
その他の設計	9.5%
メカ設計	6.8%
組み込みソフトウェア開発	6.8%
品質管理	5.9%
回路設計 (デジタル)	3.6%
回路設計 (アナログ)	2.7%
商品企画	1.8%
解析・シミュレーション	1.0%

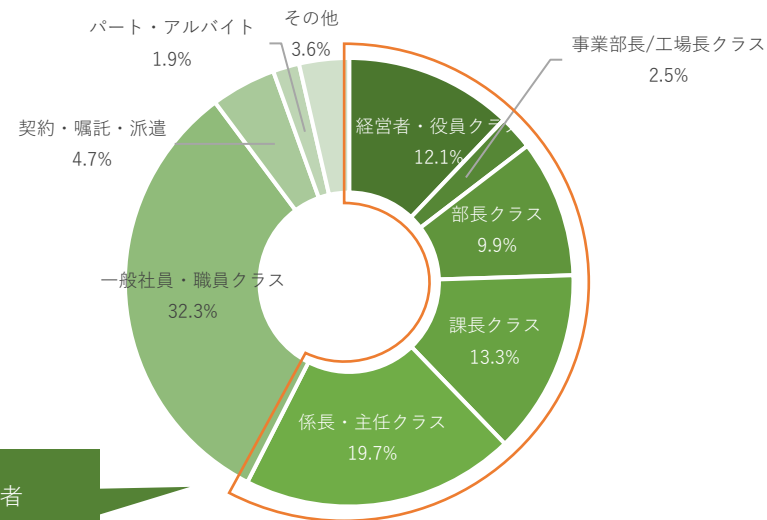


(ご参考) TECH+テクノロジーチャンネル 読者属性 (2)

勤務先年商	割合
5000億円以上	10.4%
1000億円以上5000億円未満	4.9%
500億円以上1000億円未満	3.0%
100億円以上500億円未満	2.7%
50億円以上100億円未満	5.3%
10億円以上50億円未満	9.7%
1億円以上10億円未満	14.8%
5000万円以上1億円未満	8.9%
5000万円未満	15.7%
不明	19.4%



勤務先職位	割合
経営者・役員クラス	12.1%
事業部長/工場長クラス	2.5%
部長クラス	9.9%
課長クラス	13.3%
係長・主任クラス	19.7%
一般社員・職員クラス	32.3%
契約・嘱託・派遣	4.7%
パート・アルバイト	1.9%
その他	3.6%



基調講演者リスト

メディアアーティスト 落合 陽一氏

【プロフィール】

1987年生まれ。東京大学大学院学際情報学府博士課程修了。筑波大学デジタルネイチャー開発研究センター センター長、准教授・JST CREST xDiversityプロジェクト研究代表。「デジタルネイチャー (PLANETS)」、「2030年の世界地図帳 (SBクリエイティブ)」など著書多数。「物化する計算機自然と対峙し、質量と映像の間にある憧憬や情念を反芻する」をステートメントに、研究や芸術活動の枠を自由に越境し、探求と表現を続けている。オンラインサロン「落合陽一塾」主宰。

<ご参考>

・TECH+主催セミナー [「データ活用セミナー」](#)

マイナビ実績あり



株式会社圓窓 澤 円氏

【プロフィール】

元日本マイクロソフト業務執行役員。立教大学経済学部卒。生命保険のIT子会社勤務を経て、1997年、日本マイクロソフトへ。ITコンサルタントやプリセールスエンジニアとしてキャリアを積んだのち、2006年にマネジメントに職掌転換。幅広いテクノロジー領域の啓蒙活動を行うのと並行して、サイバー犯罪対応チームの日本サテライト責任者を兼任。2020年8月末に退社。2019年10月10日より、(株)圓窓 代表取締役就任。2021年2月より、日立製作所Lumada Innovation Evangelist就任。他にも、数多くの企業の顧問やアドバイザーを兼任し、テクノロジー啓蒙や人材育成に注力している。美容業界やファッション業界の第一人者たちとのコラボも、業界を超えて積極的に行っている。テレビ・ラジオ等の出演多数。Voicyパーソナリティ。琉球大学客員教授。(経営情報論) 武蔵野大学客員教員。(コミュニケーションマネジメント)

<ご参考>

・TECH+主催セミナー [「ローコード/ノーコード開発セミナー」](#)

マイナビ実績あり



株式会社ワーク・ライフバランス 代表取締役社長

小室 淑恵氏

【プロフィール】

2006年株式会社ワーク・ライフバランスを設立。

900社以上に働き方改革コンサルティングを提供し、残業を削減しながら業績を向上させ、従業員の出生率も向上するなどの成果が出ている。

全国で年200回を超える講演依頼を受け、役員や管理職が働き方改革の必要性を深く理解できる研修に定評がある。多種多様な価値観が受け入れられる日本社会を目指して邁進している。

自らも2児の母として子育てをしながら、効率よく短時間で成果を上げる働き方を実践。残業ゼロ、有給取得100%で増収増益を達成し続けている。

2014年9月より安倍内閣「産業競争力会議」民間議員、2015年2月より文部科学省「中央教育審議会」委員、内閣府「子ども・子育て会議委員」、経済産業省「産業構造審議会委員」、厚生労働省「社会保障審議会年金部会委員」など複数の公務を兼任。

<ご参考>

・TECH+主催セミナー [「働き方改革セミナー」](#)

マイナビ実績あり



慶應義塾大学大学院教授／エイベックス株式会社顧問

岸 博幸氏

【プロフィール】

1962年9月1日生まれ。東京都出身。一橋大学経済学部卒業後、通商産業省（現・経済産業省）入省。通産省在籍時にコロンビア大学経営大学院に留学し、MBA取得。資源エネルギー庁長官官房国際資源課等を経て、2001年、第1次小泉純一郎内閣の経済財政政策担当大臣だった竹中平蔵氏の大臣補佐官に就任。その後、江田憲司衆院議員や元財務官僚の高橋洋一氏らと共に「官僚国家日本を変える元官僚の会（脱藩官僚の会）」を設立。以降、「脱藩官僚」としてテレビや雑誌でも活躍。講演では地域再生をはじめ、政治経済についての話をわかりやすく語る。おもしろく誰にでも理解できるような解説が好評である。

<ご参考>

・TECH+主催セミナー [「バックオフィス業務改革セミナー」](#)

マイナビ実績あり



日本マイクロソフト株式会社 エバンジェリスト・業務執行役員 西脇 資哲氏

【プロフィール】

マイクロソフトにて多くの製品・サービスを伝えるエバンジェリスト。1990年代から企業システム、データベース、Java、インターネットのビジネスに関与し、1996年から約13年間オラクルにてエバンジェリストとして従事。その後、2009年にマイクロソフトにてエバンジェリスト活動を継続。著書に「プレゼンは“目線”で決まる」、「新エバンジェリスト養成講座」など。

<ご参考>

・TECH+主催セミナー [「働き方改革セミナー」](#)

マイナビ実績あり



慶應義塾大学政策・メディア研究科 特別招聘教授 株式会社ドワンゴ 代表取締役社長 夏野 剛氏

【プロフィール】

早稲田大学政治経済学部卒、東京ガス入社。ペンシルバニア大学経営大学院（ウォートンスクール）卒。ベンチャー企業副社長を経て、NTTドコモへ。「iモード」「おサイフケータイ」などの多くのサービスを立ち上げ、ドコモ執行役員を務めた。現在は慶應大学の特別招聘教授のほか、株式会社ドワンゴ代表取締役社長、株式会社ムービーウォーカー代表取締役会長、そして、KADOKAWA、トランスコスモス、セガサミーホールディングス、グリー、USEN-NEXT HOLDINGS、日本オラクルの取締役を兼任。このほか経済産業省の未踏IT人材発掘・育成事業の統括プロジェクトマネージャー、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会参与、内閣官房規制改革推進会議委員も務める。

<ご参考>

・TECH+主催セミナー [「データ活用セミナー」](#)

マイナビ実績あり



国際ジャーナリスト/ミュージシャン/コメンテーター モーリーロバートソン氏

【プロフィール】

国際ジャーナリスト、ミュージシャン、コメンテーター、DJといった多岐な分野で活躍。日米双方の教育を受け、1981年に東京大学とハーバード大学に同時合格する。日本語で受験したアメリカ人としてはおそらく初めての合格者。東大、ハーバード大学に加え、MIT、スタンフォード大学、UCバークレー、プリンストン大学、エール大学にも同時合格。東京大学を1学期で退学し、ハーバード大学に入学。電子音楽とアニメーションを専攻。アナログ・シンセサイザーの世界的な権威に師事。1988年にハーバード大学を卒業。2001年「情熱大陸」でフィーチャー。2005年ポッドキャストのパイオニアとなり、ネットでラジオ番組「i-morley」を配信。ニフティ社から「Podcasting Award」を受賞。現在、NHK総合「所さん大変ですよ！」日本テレビ「スッキリ」等の番組にレギュラー出演するなど、各種メディアでも活躍中。

<ご参考>

・株式会社Innovation&Co.主催 [「ITトレンドEXPO2021」](#)



ジャーナリスト 池上 彰 氏

【プロフィール】

1950年、長野県松本市生まれの東京育ち。1973年、NHKに記者として入局。松江、呉での勤務を経て、東京の報道局社会部。事件、事故、災害、消費者問題、教育問題等を取材。1989年～1994年、「首都圏ニュース」キャスター。1994年～2005年、「週刊こどもニュース」キャスター。2005年に独立、フリージャーナリストとして活動開始。2012年4月～ 東京工業大学リベラルアーツセンター教授。現在、名城大学教授、東京工業大学特命教授、東京大学客員教授等9つの大学で教壇に立つ。

<ご参考>

・日本経済新聞社主催 [「池上彰と考える東京の未来～世界をトモダチに」](#)



株式会社ディー・エヌ・エー 代表取締役会長 南場 智子氏

【プロフィール】

1986年、マッキンゼー・アンド・カンパニーに入社。

1990年、ハーバード・ビジネス・スクールにてMBAを取得し、1996年、マッキンゼーでパートナー（役員）に就任。

1999年に同社を退社して株式会社ディー・エヌ・エーを設立、代表取締役社長に就任。

2005年東証マザーズ上場を果たす（07年東証第一部に指定替え）。

11年に、病気療養中の夫の看病に力を注ぐため、同社代表取締役社長兼CEOを退任、取締役を経て、2015年6月取締役会長就任。2015年1月、横浜DeNAベイスターズ オーナーに就任。2017年3月、株式会社ディー・エヌ・エー 代表取締役会長に就任（現任）。

2003年内閣IT戦略本部員、04年規制改革・民間開放推進会議委員、15年 財務省 財政制度等審議会 財政制度分科会委員（現任）、16年 安倍首相を議長とする未来投資会議委員（現任）などを歴任。2013年、初の自著となる『不格好経営—チームDeNAの挑戦』（日本経済新聞出版社）を出版。

<ご参考>

・東京都主催イベント [「第3回 NEW CONFERENCE」](#)

マイナビ実績なし



デジタル大臣／行政改革担当大臣／内閣府特命担当大臣（規制改革） 牧島 かれん氏

【プロフィール】

1995年横浜雙葉高等学校卒業 2000年国際基督教大学 教養学部 社会科学科 卒業

2001年米国ジョージワシントン大学ポリティカル・マネージメント大学院修了（修士号取得）米国エール大学ウィメンズキャンペンスクール修了 2008年国際基督教大学大学院行政学研究科博士後期課程修了、学術博士号取得（Ph.D）

2009年第45回衆議院議員選挙において、10万票以上を獲得するも、落選 2012年第46回衆議院議員選挙において、初当選 2014年第47回衆議院議員選挙において、2期目の当選 2015年第三次安倍改造内閣において、内閣府大臣政務官（地方創生・金融・防災担当）を拝命（2015.10～2016.8）熊本地震の際には、政府現地対策本部長として現場の対応にあたる。 2017年 第48回衆議院議員選挙において、3期目の当選

2021年第49回衆議院議員選挙において、4期目の当選

<ご参考>

・日経BP主催 [「デジタルイノベーション2022」](#)

マイナビ実績なし



氏名（敬称略）	肩書	アサイン費用	マイナビ実績	集客力
落合 陽一	メディアアーティスト	¥2,500,000	あり	S
モーリーロバートソン	国際ジャーナリスト/ミュージシャン/コメンテーター	¥2,250,000～	なし	S
池上 彰	ジャーナリスト	¥2,250,000～	なし	S
小室 淑恵	株式会社ワーク・ライフバランス 代表取締役社長	¥1,500,000	あり	A
岸 博幸	慶應義塾大学大学院教授/エイベックス株式会社顧問	¥1,200,000	あり	A
牧島 かれん	デジタル大臣/行政改革担当大臣/内閣府特命担当大臣（規制改革）	¥200,000～	なし	A
澤 円	株式会社圓窓	¥1,000,000	あり	B
南場 智子	株式会社ディー・エヌ・エー 代表取締役会長	¥1,000,000～	なし	B
西脇 資哲	日本マイクロソフト株式会社 エバンジェリスト・業務執行役員	¥600,000	あり	B
夏野 剛	慶應義塾大学政策・メディア研究科 特別招聘教授 株式会社ドワンゴ 代表取締役社長	¥1,300,000	あり	B

- ※上記金額は全て税抜表示です。ご請求時に別途消費税10%が加算されます。
- ※アサイン費用は、過去の打診結果を元に設定しております。打診の過程で変更となる可能性がございます。
- ※所属や役職が実際とは異なる可能性もございます。予めご了承ください。
- ※上記以外にもバイネームでアサインしたい方がいる場合にはご相談ください。
- ※過去打診は全てオンライン開催だったため、オフラインでアサインする際は別途金額が変更する可能性がございます。

▼DSP広告(P.27～P.32)

- ・バナーはご支給いただく前提でのご提案になっております。
- ・バナー制作も弊社で実施する場合は、金額スケジュールを別途ご相談させていただければと思います。
- ・入稿素材などは配信DSPにより異なるため、都度指示させていただきます
- ・事前に掲載審査、空き枠確認がございます。
- ・在庫・セグメント条件などにより、単価やクリック数を変更させて頂く場合がございます。
- ・期間に関しては基本的には4週間～とさせていただきます。短期間に掲載を集中させることも
- ・可能ですので、ご希望の場合、営業担当までご相談ください。
- ・レポートはimp、クリック数とさせていただきます。
- ・セグメントにより掛け合わせが不可の場合がございます。

▼アンケートについて(P.48～P.50)

- ・個人情報の取得に関しては、貴社ウェビナーにマイナビ協力という立て付けでアンケートを取得させていただきます。
- ・個人情報取得の規約は貴社と弊社にて必要事項を記載し、両社確認後にアンケートを実施させていただきます。
- ・実施確定の際に改めてご説明いたしますので、詳細は営業担当までお願いいたします。

▼シンポジウムにおける企画・運営(P.52～P.77)

- ・コロナの情勢を鑑みて、オンラインのみでの実施とさせていただきます可能性がございます。
- ・基調講演者のアサイン費用は過去の打診結果をもとに設定しております。打診の過程で変更となる可能性がございます。
- ・過去アサイン実績がない方は概算での金額となっておりますので、打診の過程で変更となる可能性がございます。
- ・所属や役職が実際とは異なる可能性もございます。あらかじめご了承ください。
- ・バイネームでアサインしたい方がいる場合にはご相談ください。
- ・各会場は本予約申し込みから2か月前からキャンセル料が発生いたします。詳細は営業担当までお願いいたします。