

BtoBコミュニケーションの理論と実践を  
体系的にマスターできる基礎講座

# BtoBコミュニケーション大学校

## 開校のご案内

期間 2026年 6～9月



BBAA

主催／一般社団法人 日本BtoB広告協会

<https://www.bbaa.or.jp>

# BtoBコミュニケーション大学校 第35期(2026) 講座概要

## BtoBコミュニケーション大学校の概要

BtoBコミュニケーションの理論と実践を体系的にマスターできる基礎講座です。広告や展示会、カタログから、WebサイトやSNSといったデジタルメディアまで、BtoB企業のコミュニケーション活動に必要な知識を集中的に修得することができます。1992年に「産業広告大学」として開校し、30年以上にわたって多くの方に支持されてきました。

コミュニケーション活動を展開する上で必要なマーケティングやブランディング、危機管理、サステナビリティなどの知見も深めることで、広い視野のもとで実践的な力が身につくカリキュラムになっています。

講師陣には学界や実業界の第一線で活躍している専門家をそろえ、実務能力の向上を意識してわかりやすく講義します。デジタル化、グローバル化に対応できる人材を育成し、企業価値を高めていくためにも、BtoBコミュニケーション大学校を是非ご活用ください。

また講座内容はBtoBコミュニケーション分野におけるわが国唯一の認定資格「BMC 広告マスター」の資格認定試験とリンクしていますので、受講者は当試験の受験に大変有利です。

月日	時間	講座No. 講座名	主な内容(予定)	講師(予定)(敬称略)
6 22 月	13:20 ▼ 13:30		開校あいさつ・ガイダンス	
	13:30 ▼ 15:00	1 BtoBコミュニケーション概論	広告の定義。BtoB広告とBtoC広告との相違。BtoB広告の役割。BtoB広告クリエイティブの特徴。BtoB広告メディアの特徴。BtoBブランディング、など。	石崎 徹 BtoBコミュニケーション大学校 学長 専修大学 経営学部教授
	15:15 ▼ 16:45	2 マーケティングとコミュニケーション	マーケティングとマーケティング・コミュニケーションの概要を理解し、組織購買行動の観点からBtoBコミュニケーションのプロセス、コミュニケーション効果の考え方を提示する。	石崎 徹 BtoBコミュニケーション大学校 学長 専修大学 経営学部教授
6 30 火	13:30 ▼ 15:00	3 新聞広告と雑誌広告	新聞広告と雑誌広告の役割。BtoB企業におけるマスメディアの位置づけ。インターネット時代における新聞・雑誌広告のあり方。広告効果測定、など。	榊原 理恵 ㈱電通 マーケティング統括センター メディアイノベーション研究部 研究主幹
	15:15 ▼ 16:45	4 BtoBコミュニケーションの営業支援効果	BtoBコミュニケーションは如何にして営業活動を支援するのか? 日系企業とグローバル企業との対比も含めて、広告・販売促進・広報等と営業活動との関係性を分かりやすく解説。	大谷 清司 ㈱プライムゲートアドパタイジング 代表取締役社長
7 7 火	13:30 ▼ 15:00	5 売りに結びつくBtoBカタログ	カタログメディアの基礎知識。広告メディアとしてのカタログ。ドキュメンテーションシステムの概要。カタログ構成のポイント、など。	河内 英司 BtoBコミュニケーション大学校 副学長・BBAAアドバイザー、 カットス・クリエイティブ ラボ代表
	15:15 ▼ 16:45	6 展示会マーケティング	展示会・見本市の歴史。展示会の機能と役割。効果的な展示手法。米国展示会の実情。展示会の効果測定。ネットワーク時代の展示会、など。	河内 英司 BtoBコミュニケーション大学校 副学長・BBAAアドバイザー、 カットス・クリエイティブ ラボ代表
7 14 火	13:30 ▼ 15:00	7 メディア戦略(メディア総論・クロスメディア)	BtoB媒体の特性・評価・選定のポイント。BtoBにおける媒体戦略と効果的なクロスメディア。ネットメディアのシナジー(相乗効果)、など。	溝口 裕康 ㈱中外 専務執行役員 兼 上海中外先 智広告有限公司 董事総経理
	15:15 ▼ 16:45	8 効果的なWebサイト構築	アクセス解析の概要と基礎。営業や採用などの企業活動に生かすうえでの目標設定の重要性、分析の進め方、改善へのつなげ方、など。	小澤 康子 ㈱DNPコミュニケーションデザイン 第3CXデザイン本部 第一部部长
7 21 火	13:30 ▼ 15:00	9 マーケティングリサーチ	マーケティングリサーチ概論。マーケティングの発展とマーケティングリサーチ。マーケティングリサーチの設計と調査指標の概念。効果的な市場調査、など。	田窪 正則 ヒストリカルデザイン(㈱) 代表取締役/中小企業診断士
	15:15 ▼ 16:45	10 ソーシャルメディア時代におけるマーケティング&コミュニケーション管理の変遷とこれから	ソーシャルメディアの種類と機能。ソーシャルメディアの広告。ROI無限大プロモから火消し広報まで、公式アカウントが果たす役割。公式アカウントの開設から運用まで。	加藤 智明 Webコミュニケーション運用 支援「アリエスコム」 代表

# 充実した講師陣によるBtoBコミュニケーションの 基礎知識と実践を体系的にマスター

※ 当協会HPにてお申込み受付中

月日	時間	講座No. 講座名	主な内容(予定)	講師(予定)(敬称略)
7 28 火	13:30 ▼ 15:00	<b>11</b> インターネット広告と クチコミマーケティング	ネットやSNSの発展を背景に、今やクチコミの影響力から目を背けることはできない。ネットやSNS広告、さらにクチコミマーケティングのメカニズムについて、など	藤崎 実 東京工科大学 メディア学部 准教授/ 博士(経営管理学)
	15:15 ▼ 16:45	<b>12</b> 企業における広報と コーポレートコミュニケーション戦略	企業を取り巻くビジネス環境の変化とともにコミュニケーションのあり方も進化している。初期の広報の役割から、現在に必要な統合的なコーポレート・コミュニケーション戦略の立て方、目標、予算、メディアプランまた効果的な組織の設定など。	高橋 庸江 レクチャーリンク代表/ 元・(株)東急エージェンシー コーポレート本部 コーポレート ブランディング局 局長
8 18 火	13:30 ▼ 15:00	<b>13</b> BtoBデジタルマーケ ティングの実際	一般的なWebプロモーションの流れからBtoBで活用されるWeb広告の種類、ホワイトペーパー(WP)のダウンロードからマーケティングオートメーション(MA)の活用までBtoB企業が行うべきデジタルマーケティングの流れを体系的に学ぶ。	新里 尚平 大正大学 表現学部 特准准教授/ コミュニケーションプランナー
	15:15 ▼ 16:45	<b>14</b> ブランディング	ブランディングの基礎知識。BtoBブランディングのあり方。ブランドコミュニケーションの進め方。エクスターナルブランディングとインターナルブランディング、など。	森門 教尊 (株)博報堂コンサルティング 取締役/パートナー
8 25 火	13:30 ▼ 15:00	<b>15</b> 情報法令と広告責任 広告の危機管理	企業における広告コミュニケーションにおけるリスク。リスク最小化のために著作権等の知的財産権法の基礎知識を事例中心に解説する。	須藤 雅紀 元・日立製作所 ブランド戦略室長
	15:15 ▼ 16:45	<b>16</b> OOH(屋外広告)	OOHの基本知識、デジタル技術やDXとの融合、効果測定アプローチ、トレンド・事例紹介など。 BtoB領域における活用法や、広告コミュニケーションの中でのOOHの可能性を考える。	相澤 亮 (株)東急エージェンシー 事業共創本部 OOHメディア局 OOH営業推進部部長
9 1 火	13:30 ▼ 15:00	<b>17</b> BtoB企業における動画 とブランディング活用	デジタルメディアやAI技術が発展する中、顧客とのコミュニケーションを効率化し認知度や信頼感、エンゲージメントを高める動画とは。無限に存在する視聴スタイルに埋没されない効果的な活用法を事例を交えて解説。	廣田 和也 (株)CMerTV 執行役員
	15:15 ▼ 16:45	<b>18</b> グローバルコミュニケー ション	グローバルなビジネス展開に応じた広告体制の整備。 海外広告を実施する際の手順と注意点。各社の海外広告の事例や、さまざまなメディアの使い方。	穴井 達也 (株)電通ジャパン・インター ナショナルプランズ アカウント スーパーバイザー
9 8 火	13:30 ▼ 15:00	<b>19</b> 効果的なクリエイティブを 導くオリエンテーション	効果的な広告を制作するために、コミュニケーション担当者に必要なオリエンテーションの基礎知識や展開手法など。	桑畑 一浩 三菱電機(株) ブランドコミュニケーション部 新規プロジェクト担当部長
	15:15 ▼ 16:45	<b>20</b> BtoBマーケティングに おけるインサイドセールス の役割	BtoBマーケティング(インバウンドマーケティング)、営業のデジタルシフトにおける インサイドセールスの役割、体制作りや進め方など。	清水 典 (株)電通デジタル ビジネスディベロップメント部門 コンサルタント
9 15 火	13:30 ▼ 15:00	<b>21</b> ESG活動とコーポレート コミュニケーション	企業におけるESG活動の重要性と、その情報発信の在り方について、コーポレート・コミュニケーションの視点から明らかにする。あわせて社会と企業の双方におけるサステナビリティの実現に向けて、非財務情報が果たす役割について解説。	山崎 方義 愛知産業大学 経営学部 教授
	15:15 ▼ 16:45	<b>22</b> インターナル・コミュニ ケーション	インターナル・コミュニケーションとは社内広報のことで、従業員とのコミュニケーションを指す。企業の価値や目的を共有し、実現に向けて組織を活発化させる仕組みについて説明。	山崎 方義 愛知産業大学 経営学部 教授
	16:45 ▼ 18:00		修了式・謝恩会	



# 実務者の育成に、最適なカリキュラム

石崎 徹

BtoBコミュニケーション大学校学長 専修大学経営学部教授

企業間マーケティング・コミュニケーションの一翼を担うBtoBコミュニケーションは、AIやICTの進展、グローバル化、パーパスやSDGsの重視、高齢化社会の進行等々企業を取り巻く環境が著しく変化する状況の下で、その重要性がますます高まっております。そうした中で広告や広報などBtoBコミュニケーションに関する新しい知を生み出すことが必要であると考えます。基礎知識なくしては新しい知の創造は期待できないといっても過言ではなく、したがってBtoBコミュニケーションに関する基礎知識の習得が大切であります。

そのような主旨に基づいて開催される「BtoBコミュニケーション大学校」では、これまで多くの受講生が実務に結びつくようなBtoBコミュニケーションについての理論と実践を学習され、それぞれの企業において活躍されております。

BtoBコミュニケーションのスペシャリストを志向する多くの方々に「BtoBコミュニケーション大学校」を受講されることをお勧めいたします。

## 学 長

▶ 石崎 徹 (専修大学経営学部教授、日本広告学会会長)

## 副 学 長

▶ 河内 英司 (BtoBコミュニケーション大学校副学長、カットス・クリエイティブ ラボ代表)

## 期 間

▶ 2026年6月22日～9月15日 (8月4日、11日は休校) ※都合により一部変更になる場合もあります。

▶ 1時限目 13:30～15:00 2時限目 15:15～16:45 (予定)

## 会 場

▶ 日刊工業新聞社セミナールーム (東京都中央区日本橋小網町14-1)

## 講座内容

▶ BtoBコミュニケーション全般の基礎知識 全22講座予定 ※同時にWeb会議システムでの講義を行います。

## 対 象

▶ 広告主企業・広告会社・広告制作会社・媒体社等の広告担当者および管理者、広報担当者、BtoBコミュニケーション全般の基礎を学びたい方。

## 修了試験

▶ 全講座終了後に在宅での修了試験を実施します。 修了試験の結果70点以上の成績優秀者には、優秀賞 (表彰状) を授与し、勤務先または、本人へ郵送いたします。

## 受講のお申込方法と受講料

BtoBコミュニケーション大学校の詳細はこちら → <https://www.bbaa.or.jp/jigyo/daigaku>

お申込ページ → <https://ws.formzu.net/fgen/S386991092/>、またはQRコードをお読取の上お申し込みください。

お申込確認後、参加証と請求書を送付させていただきます。

受講料	全講座	:	会員社	107,800円	一般	165,000円	学生	77,000円
(税込み)	単講座 (1講座につき)	:	会員社	8,800円	一般	13,200円	学生	5,500円



ご不明な点は、協会事務局へお問合せください。



一般社団法人 日本BtoB広告協会

〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町14-1 住生日本橋小網町ビル8F

Tel : 03-5644-7111 Fax : 03-5644-7118

<https://www.bbaa.or.jp>