Diggle

CONX2026

社内での参加のすすめ方

1 この資料について

CONX2026へのお申し込み、ありがとうございます。

この資料には、**社内の方をお誘いするときに必要になるものを、まとめております。**
お声がけしたい方が決まっていれば、5分ほどでご準備いただけます。

まずは「② ご案内（社内共有用）」を、お誘いしたい方にそのまま転送してください。加工は不要です。
これ1本で概要が伝わります。社内での承認が必要な場合は、本書の**セクション5**に申請用の文例をまとめています。

2 なぜ複数名で参加するとよいか

複数名で参加する価値は「聞ける量が増えること」ではありません。
参加した後、自社の中で話が動き出すかどうかにあります。

■ 個人の意見が、部門の課題になる

同じ場で複数名が「うちもこれだ」と気づけば、それは個人の意見ではなく**部門の課題**になります。
一人が持ち帰った気づきは、社内では「その人がそう思っている」で止まりがちです。

■ 帰ってからの議論が、前提合わせから始まらない

経営と現場が同じ話を聞いておくと、持ち帰った後の議論が**「前提合わせ」から始まらずに済みます。**
何が問題なのかを説明するところからやり直す往復が、まるごと省けます。

■ 隔たりの両側が揃うほど、意味がある

テーマが「隔たりに向き合う」である以上、**隔たりの両側にいる方が揃って参加するほど意味があります。**
片側だけで聞いても、見えているものの差はその場で表面化しません。

※昨年（CONX2025）は、お申し込みいただいた方の **66%が課長以上の管理職**でした。

※当日は複数プログラムが並行進行するため、あらかじめ役割分担しておくと1日で扱える範囲が広がります。

3名以上でご来場の皆さまへ

3名以上でご来場の組に、月島のもんじゃ食事券をお渡しします。当日、受付にてお渡しします。

※ 同一企業から3名以上でご来場いただいた組が対象です。
※ お渡しは当日、受付にて。事前のお申し込みや手続きは必要ありません。
※ 数に限りがございます。

3 相手別の声のかけ方

そのままお使いいただける文面をご用意しました。**② ご案内（社内共有用）PDF を添付し、この文面を本文としてお使いください。**Slack や Teams でお送りする場合は、文面だけでも構いません。いずれの文面にも開催概要と公式サイトのURLを含めています。

②のダウンロードと、下記3つの文面のコピーはこちらから https://diggle.jp/conx2026-document/

経営層・役員の方へ

CONX2026 という経営企画・経営層向けのカンファレンスに申し込みました。テーマは「隔たりに向き合う。その一歩から、変革は動き出す。」です。

経営で決めた戦略が現場で動ききらない、改革の取り組みが途中で止まる——こうした状態を個人の力量ではなく構造の問題として扱う場で、経営と現場の連携や戦略実行の具体例を扱うトークセッションが組まれています。

テーマの性質上、隔たりの両側にいる者が揃って参加するほど意味があります。経営と実務の双方で同じ話を聞いておければ、持ち帰った後の議論が前提合わせから始まらずに済みますので、ご一緒できませんでしょうか。詳しい案内を添付します。

■ 開催概要
2026年10月28日（水）／TODA HALL & CONFERENCE TOKYO（東京都中央区京橋1-7-1）
参加費無料（事前登録制・先着900名）／主催：ディグル株式会社
https://diggle.jp/conx/2026/?utm_source=guidance&utm_medium=referral&utm_campaign=coworker&utm_content=exec

ポイント：「情報を取りに行く」ではなく「**社内の議論の出発点を揃える**」という筋で伝えると通りやすくなります。場の格を気にされそうな相手には、「昨年は参加者の4人に1人が経営者・役員でした」と一文添えてください。

部門長の方へ

経営企画・経営層向けのカンファレンス CONX2026 に申し込みました。他社の実務担当者が、自社の課題を率直に語る場です。

同じ場で複数名が「うちもこれだ」と思えれば、個人の意見ではなく部門の課題として扱えると思っています。ご一緒しませんか。詳しい案内を添付します。

■ 開催概要
2026年10月28日（水）／TODA HALL & CONFERENCE TOKYO（東京都中央区京橋1-7-1）
参加費無料（事前登録制・先着900名）／主催：ディグル株式会社
https://diggle.jp/conx/2026/?utm_source=guidance&utm_medium=referral&utm_campaign=coworker&utm_content=manager

ポイント：**自部門の課題が動き出す**という点が最も具体的に効きます。承認が必要な場合は、**セクション5「社内で承認が必要なときは」**の文例もあわせてご活用ください。

現場メンバーの方へ

CONX2026 というカンファレンスに申し込みました。課題やテーマごとに他社の方と話せるラウンジや、実務に使えるワークショップがあります。

一緒に聞いて「うちもこれだよね」と言える状態にしておきたいので、よかったらどうですか。

■ 開催概要
2026年10月28日（水）／TODA HALL & CONFERENCE TOKYO（東京都中央区京橋1-7-1）
参加費無料（事前登録制・先着900名）／主催：ディグル株式会社
https://diggle.jp/conx/2026/?utm_source=guidance&utm_medium=referral&utm_campaign=coworker&utm_content=member

ポイント：短く送るのが一番です。詳細は②に任せてしまって構いません。

4 社内でよく聞かれること

Q. 1名が参加して、社内共有すればよいのでは？

A. 報告で伝わるのは情報であって、認識ではありません。「うちにも同じ構造がある」という気づきも、経営と現場の見え方の差も、その場に居合わせないと生まれません。資料になった時点で、それは一人の解釈を通ったものになります。

Q. 複数名分の工数を使う価値があるのか？

A. 参加費は無料で、かかるのは1日のみです。持ち帰った後に前提を擦り合わせる往復を考えれば、同じ場で聞いておくほうが結果的に短く済みます。

Q. 全員が抜けると業務が回らない

A. 全員が終日いらっしゃる必要はありません。プログラムを分担すれば、お一人あたりの拘束を半日に抑えることもできます。

Q. 誰を誘えばよいか判断できない

A. テーマの性質上、隔たりの両側にいる方が揃うほど意味があります。経営と現場、企画と実務など、いま話が噛み合っていないと感じる相手が最初の候補になります。

Q. 特定企業のイベントではないのか？

A. 主催はディグル株式会社ですが、昨年は事業会社の経営陣・CFO、市場関係者、研究者の皆さまにご登壇いただいています。参加者の満足度は82%、「次回も参加したい」は93%でした。参加費は無料です。

5 社内で承認が必要なときは

参加申請・出張申請で必要になりそうな情報と文例です。**自社の申請書式に、必要な部分だけコピーしてお使いください。**［　］はご自身の事情に置き換えていただければ、そのまま使えます。**参加目的・期待効果の欄**はセクション6に文例をご用意しています。

開催概要（1行にまとめる場合）

> Connect to Transform Conference 2026（CONX2026）／2026年10月28日（水）／TODA HALL & CONFERENCE TOKYO（東京都中央区京橋1-7-1 TODA BUILDING 4F）／参加費無料（事前登録制）／主催：ディグル株式会社

件名

> CONX2026（経営企画向けカンファレンス）への参加について

> 外部カンファレンス「CONX2026」参加申請（参加費無料）

費用

> 参加費：無料（事前登録制）／交通費：実費／その他費用：なし

参加費は0円です。**「無料」であることを費用欄の先頭に書くと、申請が通りやすくなります。**

役割分担（複数名で申請する場合）

> ［氏名A］は VISION（隔たりが生まれる原因を扱うステージ）、［氏名B］は CONNECT（乗り越え方の実践を扱うステージ）に参加し、**同一テーマである「戦略と実行の隔たり」を、原因と実践の両面から持ち帰る。**参加後は両者で内容を突き合わせ、部門内へ報告する。

2つのホールで並行して進行するため、分担して参加できます。

業務への影響

> 当日は複数のプログラムが並行して進行するため、参加者間で分担することにより、1名あたりの拘束を半日程度に抑えることが可能である。不在中の対応については［　　］が代行する。

「全員が終日拘束される」という前提で止められることが多いため、**分担できることを先に書いておく**と話が早くなります。

6 参加目的・期待効果の文例

申請書のなかで最も書きづらく、承認を左右する欄です。自部門の課題に近いものを1つ選び、[　]をご自身の事情に置き換えてお使いください。

■ 戦略の実行が課題の場合

当部門では、策定した戦略が実行段階で各部門の優先順位から外れる事象が続いており、その構造的な要因の把握が課題となっている。本カンファレンスでは「戦略と実行の隔たり」をテーマに、原因の分析と他社の実践事例の両面からセッションが予定されている。得られた内容は［　　］の検討に反映する。

■ データ活用・意思決定が課題の場合

当部門では、各種データの収集・可視化は進んでいる一方で、それが経営の意思決定に十分結びついていないことが課題となっている。本カンファレンスでは「意思決定とデータの隔たり」をテーマに、要因の分析と他社の実践事例が扱われる。得られた内容は［　　］の見直しに活用する。

■ 経営企画の体制・役割が課題の場合

当部門は現状、［データ集計・資料作成］に工数の多くを割いており、本来求められる企画・意思決定支援の機能を十分に果たせていない。本カンファレンスでは「経営企画の理想と現実の隔たり」をテーマに、組織・役割・人材の再設計に関する他社の実例が扱われる。得られた内容を［部門体制の検討］に反映する。

■ 企業価値・市場からの評価が課題の場合

事業は計画どおり推移している一方で、市場からの評価との間に乖離があり、その要因の把握が課題となっている。本カンファレンスでは「企業価値と事業の隔たり」をテーマに、投資家との認識ギャップが生じる構造と、企業価値向上を社内に実装した企業の実例が扱われる。得られた内容は［　　］に反映する。

■ 経営と現場の認識を揃えることが目的の場合（複数名で参加）

同一の経営課題について、経営層と実務部門で認識に差があり、社内の議論が前提の確認から始まる状態が続いている。本カンファレンスは「隔たりに向き合う。」をテーマとし、経営と現場の分断そのものを扱う内容となっている。**経営層と実務担当者が同じ場で同じ内容を聞くことで、社内議論の出発点を揃えることを目的とする。**