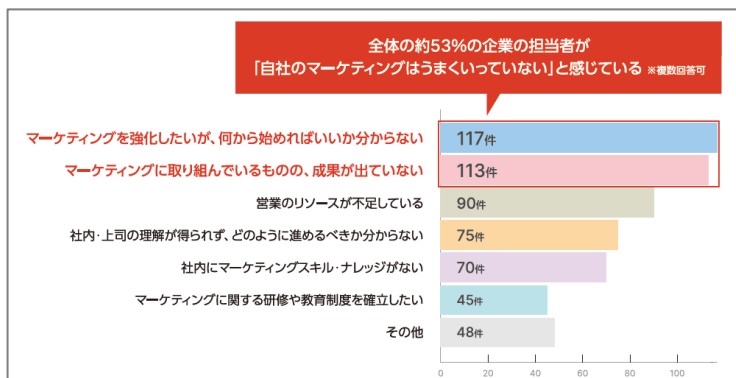


372名のB2B（対法人ビジネス）マーケティング担当者53%が「うまくいっていない」と回答 ～世界をリードする企業を取り入れているマーケティングを学べる新書「儲けの科学」重版決定～

シンフォニーマーケティング株式会社（本社：東京都千代田区）代表取締役 庭山一郎は、2024年3月15日に7冊目となる書籍「儲けの科学 The B2B Marketing（ザ・B2B マーケティング）」を日経 BP より出版。Amazon ランキングでは「歴史に学ぶビジネス」「セールス・営業」他7カテゴリで1位を獲得し、発売から約3週間で重版が決定。4月11日に第2版を発刊します。

シンフォニーマーケティングが2023年のセミナーに参加したB2Bマーケター372名から取った自社アンケートでは、その53%が「うまくいっていない」と回答し、マーケティングに課題を抱えていることがわかっています。40年のB2Bマーケティングにおける実務経験を持ち、欧米の最新マーケティング事情にも精通する著者の庭山が「日本企業は伸びしろだらけ。営業生産性も顧客との年間取引金額もまだまだ伸ばせる。」とB2Bマーケティング課題解決に向けて書いた一冊です。



マーケティングの課題についてのアンケート結果（2023年1月～12月実施）



著者の庭山一郎

日本企業のマーケティングにおける2つの問題点

アンケートを実施した372名のB2Bマーケターからは他にも、「マーケティングと営業部門が連携できていない」「営業部門がマーケティング活動に非協力的」「縦割り組織のため一貫通貫の施策ができない」などの声が寄せられました。

その原因として庭山は大きく2つの問題点を挙げています。

1. 経営層の問題

マーケティング部門を持ったことがないために、どこに置くべきか、どういう人材を集めるべきか、どういうミッションを与えて何で評価したらいいかというのが分からない。

2. 現場の問題点

マーケティングを体系的に学んだことがなく、未経験者が大半のため何をすればいいかわからない。他部門の営業・広報部門とどう付き合っているかわからない。

2つの問題点の結果、Webの担当者はWebだけ、展示会の担当者は展示会だけという「部分最適」が起きていて結果的に「全体最適」にならずに売上に貢献できないという問題になっています。

Amazon ランキング 7 カテゴリーで 1 位獲得

2024 年 3 月 15 日発売開始の本書は Amazon ランキング「歴史に学ぶビジネス」「セールス・営業」「商法」「売買契約」「企業経営一般関連書籍」「商品開発」「企業・経営 最新リリース」の 7 カテゴリーにおいて 1 位にランキング。

購入者から寄せられたレビューでは「まさに、過去私たちの会社が本来の成果をだせなかった、あるあるがたくさん書かれています。CMO の役割など、過去に遡って提言して実践したくなる内容ばかりでした。意識を変えるとという観点で読むと必ず見違える成果が出ると思います。」「日本企業の経営層が B2B マーケティングの重要性について動機づけするための本として読むことをお勧めします」などの意見が寄せられました。



弊社代表 庭山一郎のコメント



リリース後 3 週間で早くも重版のお知らせをいただきました。驚き、そしてとても嬉しく思っています。何より読んでいただいた多くの方から、「こんなに読みやすく、物語のように読める実務書は無かった」という声をいただきました。また「この本を読んでマーケティングを好きになりました」という嬉しいコメントもいただいています。マーケティングが大好きで夢中で 40 年以上追いかけた人間が書いた、マーケティングに対する感謝とリスペクトと愛情のこもった本です。お楽しみいただければ幸いです。

「儲けの科学 The B2B Marketing (ザ・B2B マーケティング)」概要

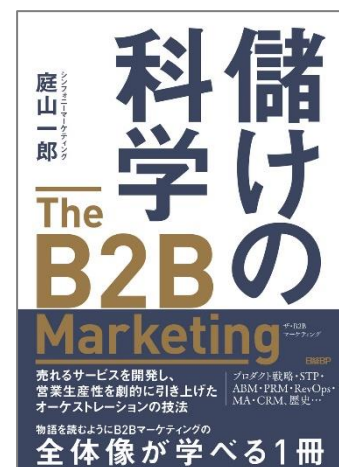
- 著者：庭山一郎
- 出版社：日経 BP
- 発売：2024 年 3 月 15 日（金）
- 定価：2,500 円（税抜）
- 目次

序章：私はなぜマーケティングと恋に落ちたのか
 第 1 部：日本の B2B マーケティングの“今”を俯瞰する
 第 2 部：3 つの革命に乗り遅れた日本企業のフロントライン
 第 3 部：営業をリスペクトしてフロントラインを再構築する
 第 4 部：B2B 企業が投資すべきマーケティングナレッジとは
 第 5 部：マーケティング・オーケストレーションを戦略の柱に
 終章：オーケストレーションで未来を切り開け

▶ Amazon 詳細ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4296204580>

▶ 著者による解説はこちらから（右の二次元コードからもご覧頂けます）

<https://www.symphony-marketing.co.jp/company/book/kagaku/>



庭山一郎 プロフィール

シンフォニーマーケティング株式会社 代表取締役

中央大学大学院ビジネススクール客員教授

1990年にシンフォニーマーケティング株式会社を設立。1997年よりB2Bにフォーカスした日本初のマーケティングアウトソーシング事業を開始。製造業、IT、建設業、サービス業、流通業など各産業の大手企業を中心に国内・海外向けのマーケティングサービスを提供している。海外のB2Bマーケティングエージェンシーやツールベンダーとの交流も深く、長年にわたって世界最先端のマーケティングを日本に紹介。ライフワークとして、ブナの植林活動など「森の再生」に取り組む。著書に『BtoB マーケティング偏差値UP』『究極のBtoB マーケティング ABM (アカウントベースドマーケティング)』(ともに日経BP)『ノヤン先生のマーケティング学』(翔泳社)などがある。



シンフォニーマーケティングについて

1990年からB2B企業に特化したマーケティングサポートを開始し、35年以上に渡り製造業、IT、卸売業など600社以上のマーケティング活動を支援しています。2022年より「マーケティング・オーケストレーション」サービスとして、マーケティングの戦略の選定や組織設計、人材育成、ウェブページ制作やコンテンツ作成など、マーケティングに関連する幅広い支援をワンストップで提供しております。

<会社概要>

代表者：代表取締役 庭山 一郎

本社：〒101-0045 東京都千代田区神田鍛冶町 3-3 神田大木ビル 4F

設立：1990年9月

事業概要：マーケティングのコンサルティングサービス (コンサルティングサービス)
マーケティング人材育成・スキル向上サービス (アップスキリングサービス)
アウトソーシングサービス・内製化支援サービス (マネージドサービス)
グローバルマーケティング支援

WEBサイト：<https://www.symphony-marketing.co.jp>

本リリースに関するお問い合わせ先 (報道機関窓口)

シンフォニーマーケティング株式会社 広報担当 阿久津

E-mail：pr@symphony-marketing.co.jp

TEL：03-3527-1441