

## ＜事後レポート＞ B2B マーケティングの学びと刺激の場「IGC Harmonics 2023」 ～B2B マーケターのためのリアルカンファレンス～

B2B 企業に特化したマーケティングサービスを展開する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、以下 シンフォニーマーケティング）は、8月2日、3日に東京ステーションホテルにて、B2B マーケターのためのカンファレンス「IGC Harmonics 2023」を開催し、大手 B2B 製造業や IT 企業、外資系企業のマーケティング部長など 45 社 80 名の方にご参加いただきました。



### IGC Harmonics 2023 について

本カンファレンスは、B2B マーケティングに携わる方がすぐに実践で活用できるための“学び”と、マーケター同士が交流し情報交換ができる“刺激”の場として開催いたしました。

Day1 の登壇者からは、IGC Harmonics 2023 のためだけの特別な講演として、B2B マーケティングの取り組みについて具体例を交えてお話いただきました。失敗をどのように挽回し成果につなげることができたのかという、ここでしか聞くことができない興味深い内容で参加者の方々からは多くのご質問をいただきました。

Day2 では、アメリカで活躍する B2B マーケティングの専門家より、日本では得ることができない最先端の情報を届けてもらい、日本企業は今後どのように、それらに取り組んでいくのか議論が行われました。また会期中は、講演者や他社のマーケターと交流する機会を設け、活気に満ちたカンファレンスとなりました。

## IGC Harmonics 2023 のレポート

### 【8月2日 : Day1】

#### ■ケーススタディセッション

日本の B2B マーケティングをリードする 4 社の企業（旭化成様、サトーホールディングス様、クラレ様、日立産機システム様）の方より、事例をもとに各社の取り組みをご紹介いただき、IGC Harmonics 2023 でしか聞けない特別な講演をしていただきました。

旭化成 石川氏からは、全社で取り組んでいる営業・マーケティング DX に向けた人財育成の全体像と、推進していく中で障壁をどのように乗り越えたのかを、お話いただきました。サトーホールディングス 武井氏からは日本本社主導のグローバルマーケティングの確立に向けた取り組み、現地法人に推進するうえで課題をどのように解決したのかについて、クラレの大久保氏からは限られたリソースの中で新規市場において需要創出をした意図、組織内でどのようにマーケティング活動の意味づけや位置づけをしてきたかの経緯と実体験をご紹介いただきました。さらに、日立産機システムの高橋氏からは、製造業の中でどのようにマーケティングを浸透させたのか、ゼロからのマーケティング部門の構築とその中での苦労について詳しくお話いただきました。

### 【8月3日 : Day2】

#### ■グローバルセッション

IGC Harmonics 2023 のために来日した、シンフォニーマーケティングのアドバイザーである Ruth P. Stevens (ルス スティーブンス) 氏と Steve Gershik (スティーブ ゴシック) 氏によるグローバルセッションを行いました。

Ruth 氏は、北米の B2B マーケティング業界で影響力のあるマーケターの一人です。ニューヨーク大学をはじめ世界各国の大学でマーケティング教育に関する教鞭をとっており、欧米のマーケターが具体的にいつ・どこで・どのように学び、スキルアップして CMO になるのか、どのような教材があるのかを解説し、日本のマーケターのキャリア形成の参考となる講演を行いました。

Steve 氏は、Eloqua の初代 CMO や、成長期のテクノロジー企業において重職を歴任し、最先端のマーケティングテクノロジーに精通しています。AI と ABM についての講演を行い、欧米の B2B マーケティングでは AI をどのように活用しているのか、日本企業は今後どのように関わるべきかについて講演を行いました。ABM については、定義と取り組み方法を、成功事例・失敗事例を交えながら丁寧に解説しました。

最後の Ruth 氏、Steve 氏とシンフォニーマーケティングの代表である庭山一郎（以下 代表の庭山）によるインタラクティブセッションでは、AI の活用や ABM に取り組むため、またマーケティング人材の教育のためには、マーケティングナレッジが重要であることを参加者にメッセージとして伝えました。また会場からの質問に一つ一つ回答し、B2B マーケターの学びとなる 2 日間が盛況のうちに終了いたしました。

<各セッションの他に、カンファレンスでの“学び”と“刺激”をさらに感じていただくために、さまざまなコンテンツを用意しました>

#### ■ウォームアップワークショップ

セッションの前にキーワードについて復習する場を設けました。定義や意味が曖昧なものを事前に確認することで、各セッションの内容について、より理解を深めることを目的として実施しました。

## ■ラウンドテーブル

代表の庭山と、Steve 氏を囲んで ABM についての議論を行いました。外資系企業で従事するマーケターの悩みの1つに、本社が取り組む ABM の実施プランをそのまま日本で展開することを求められるという点があります。日本には独自の商習慣があるため、本社のプランをそのまま当てはめては成果につながりません。日本で外資系企業の支援をしてきた庭山と、欧米の ABM の取り組みを最前線で見ている Steve 氏より、事例を交えながら外資系企業が日本で成果を出すための取り組みについて解説を行いました。

## ■ネットワーキングタイム

マーケター同士の交流の場として、ネットワーキングを開催しました。他社のマーケターと実務的な内容を共有し、一度に複数社のマーケターと情報交換ができる“刺激”の場となりました。また同じ課題をもつ企業同士で話す機会を設け、参加者は横の繋がりを深めていました。

## ■パワーブレックファースト

山口 有希子氏（パナソニック コネクト株式会社 取締役 執行役員 ヴァイス・プレジデント）がスペシャルゲストとして来場し、日本のエンタープライズ企業ではまだ少ない CMO という立場で経営に関わる山口氏から、日本でのマーケターの人材育成についてお話をいただきました。またご自身の経験をもとに、キャリアプランの描き方についてのヒントをいただきました。

## ■1on1 セッション

各企業が抱える課題に合わせて、代表の庭山、Ruth 氏、Steve 氏と、それぞれ 30 分間の 1on1 を行う場を設けました。目の前にある具体的な課題の相談や、深掘りたい内容について直接プロフェッショナルの意見を聞く機会となりました。

## IGC Harmonics 2023 の様子



## IGC Harmonics 2023 概要

開催日程：2023年8月2日（水）、3日（木）

開催場所：東京ステーションホテル

内 容：

### <8/2 : Day1> 社内で戦う B2B マーケターが、失敗から導いた成果を共有しお互いに学び合う 1 日

○セッション 1 「全社デジタル人材育成（営業・マーケティング領域）推進における障壁と突破法」

石川 栄一 氏（旭化成株式会社 デジタル共創本部 CX トランスフォーメーション推進センター センター長）

○セッション 2 「0 から取り組んだ日本本社主導のグローバルマーケティング推進の軌跡」

武井 美樹 氏（サトーホールディングス株式会社 執行役員 グローバルマーケティング統括）

○セッション 3 「Let's go marketing ! マーケティングの組織における機能と位置づけ」

大久保 浩之 氏（株式会社クラレ 環境ソリューション事業部 環境素材部 マーケティンググループ リーダー）

○セッション 4 「多品種製造業向けに最適化されたマーケティングシステム構築の苦節と勘所」

高橋 謙 氏（株式会社日立産機システム 営業統括本部 営業企画統括部 営業戦略部 営業 DX グループ）

### <8/3 : Day2> グローバル B2B に触れて、感じて、考える 1 日

○セッション 1 「B2B マーケティングにおける AI の未来」

○セッション 2 「グローバルの B2B 企業が取り組む ABM」

Steve Gershik（スティーブ ゴシック）氏

○セッション 3 「B2B マーケティングのこれまでとこれから」

Ruth P. Stevens（ルス スティーブンス）氏

○インタラクティブセッション：セッション 1-3 の内容を掘り下げて解説・議論

Ruth P. Stevens 氏、Steve Gershik 氏、庭山一郎

## IGC Harmonics とは

シンフォニーマーケティングは 2020 年より研修事業をはじめ、受講企業様から「学び続ける場が欲しい」「他社のマーケターと交流する場が欲しい」という、ご要望を多くいただきました。それを受けて、メンバーシッププログラムである「Symphony Marketing Intelligent Growth Club (IGC)」を 2023 年に創設しました。IGC は、リスキリングプログラムやワークショップでの“学び”、ネットワーキングやラウンドテーブルを通しての“出会い”、B2B マーケティングの各分野で実績を積んだスペシャリストに“相談”し、アドバイスを受けることができる、会員制のサービスです。

IGC Harmonics はその中の“出会い”を担う役割として、この度開催いたしました。シンフォニーマーケティングが培ったナレッジ、経験、人的ネットワークを会員企業様とシェアすることで、企業が成長するために必要なマーケティング人材のスキル向上を支援し、マーケティング活動が売上に貢献するためのサポートをしています。

## 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、30 年以上に渡り製造業、IT、卸売業など 500 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 村木

E-mail：[pr@symphony-marketing.co.jp](mailto:pr@symphony-marketing.co.jp) / TEL：03-3527-1441