

2025 年 9 月 3 日
シンフォニーマーケティング株式会社

**＜開催レポート＞ 参加者が学びと交流を重ね
BtoB マーケティングの未来を拓いた 2 日間、
エンタープライズ B2B 企業向けマーケティングカンファレンス
「IGC Harmonics 2025」**

B2B 企業向けにマーケティングのコンサルティング・教育・アウトソーシング事業を展開する、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、2025 年 7 月 15 日・16 日、B2B マーケティングのグローバルスタンダードを体験する有料カンファレンス「IGC Harmonics 2025」をホテル椿山荘東京にて開催。大手製造業や IT 企業、商社、外資系企業のマーケティング部長、取締役など B2B 企業 50 社 140 名の方にご参加いただきました。



国内のトップマーケターに加え、BtoB マーケティングのエバンジェリスト Steve Gershik 氏、
6sense 社の Kerry Kerry Cunningham 氏を招聘した

日本初登壇のベテランマーケターによるセッションや、国内で奮闘する多彩な企業のマーケターによるケーススタディ、経営層とマネジメント層参加者とのインタラクティブセッションなどによる学びのほか、業界の垣根を越えた B2B マーケター同士のネットワーキングも活発に行われました。国内の B2B マーケティングにおいて先進的な企業は、ナレッジを高めることへの価値・投資を重要視していることが実感でき、登壇者と参加者が一体となり熱気あふれる 2 日間となりました。

IGC Harmonics 2025 開催概要・レポート

【日時】2025年7月15日（火）・16日（水）

【会場】ホテル椿山荘東京

【参加費】20万円／1人

【主催】シンフォニーマーケティング株式会社

【Day1：7月15日】

社内で戦う BtoB 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

Day1 のケーススタディセッションは、日本 IBM 様、日本マイクロソフト様から外資系企業が日本市場でおこなうマーケティングの難しさや成果について解説いただきました。また 3 社目の長瀬産業様からは、創業 193 年のグループ企業がどのように横軸マーケティング組織を推進していったかなど、すべて IGC Harmonics 2025 のためだけの特別な講演内容となっており、貴重なお話をいただきました。



また、今年は参加者の立場別インタラクティブセッションを実施。エグゼクティブ向けインタラクティブセッションには、RX Japan 株式会社 代表取締役社長 田中様、三洋化成工業株式会社の取締役 常務執行役員 経営戦略部門担当 須崎様がパネラーとしての登壇が実現いたしました。マネジメント向けインタラクティブセッションには、伊藤忠テクノソリューションズ株式会社 CRO グループ営業戦略本部 全社マーケティング部 部長 隅谷様、ライカジオシステムズ株式会社 マーケティング部 部長 保川様にパネラーとして登壇いただきました。両セッションともに、登壇者と参加者との熱い議論が交わされました。



【Day2：7月16日（水）】

グローバルから学ぶ、成果を出すためのマーケティング

グローバルの知見や経験に触れる Day2 は、北米の B2B マーケティングトップランナー2 名による Keynote と Knowledge セッションが行われました。1 人目は、日本初来日・日本のカンファレンス初登壇となった ABM プラットフォームのトップであり、6sense で Head of Research&Thought Leadership を務める Kerry Cunningham 氏です。

Kerry 氏からは、「なぜ ABM に取り組むべきなのか」を実績データや歴史から紐解き、解説。そのうえで、これから本格的に ABM に取り組む日本企業に向けて、3 つの原則が提示されました。また Knowledge セッションでは、北米のすべてのマーケターが活用しているインテントデータについての説明と、その効果的な活用事例が紹介されました。



3 年連続の登壇となる当社アドバイザーの Steve Gershik 氏からは、日本企業にはまだなじみの薄い ICP の実践的な活用方法について解説が展開されました。また、Keynote セッションでは、弊社代表の庭山が「日本企業は北米から 15 年遅れている」と言っていることに対して、「マーケティングに AI を取り入れることで、この遅れを取り戻せる」など、今後の日本における B2B マーケティング推進の鍵になるであろう、重要な説明もなされました。



また、Buying Group をテーマに、Kerry 氏と Steve 氏、当社代表 庭山の 3 名によるパネルディスカッションも行われました。日本企業が Buying Group をどう定義し成果をどう評価すべきかなど、実践的な B2B トップマーケター同士の会話が時間いっぱいまで繰り広げられ、2 日間の締めくりにふさわしいセッションとなりました。

【その他のプログラム】

セッション以外の時間にも多彩なネットワーキングと学びの企画を提供

■ネットワーキングタイム

本カンファレンスでの大きな目的のひとつが『出会い』です。2日間で計4回のネットワーキングを実施いたしました。同業・異なる業界、どちらの方とも“B2B マーケティング”という共通点で繋がることができるのも、IGC Harmonics の特長です。椿山荘の会場から広がる日本庭園を眺めながら、例年に増して熱く質の高いマーケティング談義が展開され、Day1 のランチタイムから国内登壇者をはじめ Steve や Kerry も参加し、みなさまとの交流を深めました。

■ラウンドテーブル（IGC サービス利用企業様限定）

データ・コンテンツ・次世代リーダーのテーマに分かれ、情報交換に留まらない実務に即したディスカッションが展開されました。参加者には「Day2 も学びを深めて楽しもう」という気持ちが表れていました。

■当社代表 庭山一郎による Keynote

日本国内でも海外でも環境変化が激しく、その中で日本企業のマーケターは、「連携（Alignment）と収益（Revenue）から逃げてはいけない」こと、そしてそれを実行するためのキーファクターについても語りました。



【参加者の声】

「Kerry 氏をはじめ、世界で活躍されているプロフェッショナル B2B マーケターの方に、直接具体的なアドバイスをいただける貴重な機会でした」（製造業）

「英語のセッションが不安でしたが、会場で用意いただいた同時通訳機や AI 翻訳を活用しながら十分学びました」（製造業）

「国内外の登壇者のみなさんと、これほど気軽にお話できるカンファレンスは無いです。マーケティング実務へのモチベーションが上がりました」（IT）

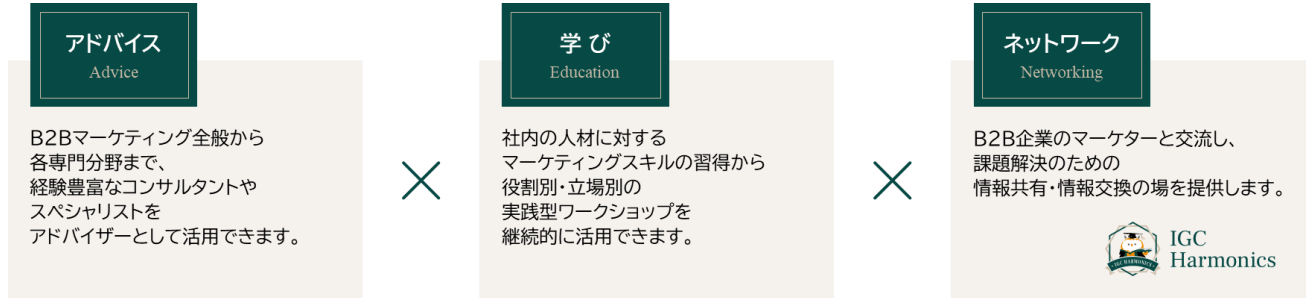
「同じ業界同士の横の繋がりができ、とても良いネットワーキングの機会になりました」（製造業）

「DAY1 の日本企業の奮闘を聞いて、苦労しているのは自社だけではないのだと、希望が持てました」（商社）

IGC (Intelligent Growth Club) サービスとは

BtoB 企業がマーケティングで賢く成長するためのプラットフォームサービスです。

アドバイザー＆エデュケーションを活用し、お客さまの【マーケティング活動の自走を支援】します。



IGC Harmonics 参加のお申込みについて

本カンファレンスは IGC サービス利用企業の方を優先的にご案内しております。

ご興味をお持ちの方は、ぜひ IGC サービスの詳細をご覧ください。

◆◆◆詳細・お問い合わせはこちら◆◆◆

<https://www.symphony-marketing.co.jp/igc/>



シンフォニーマーケティングについて

1990 年の創業以来、国内外のエンタープライズ BtoB 企業に特化し、製造業、IT、卸売業など 600 社以上のマーケティング活動支援の実績を持つ。2022 年からは、クライアントの『マーケティング・オーケストレーション』実現に向け、戦略・組織に関するコンサルティング、専門家によるアドバイザー、BtoB マーケティング人材育成を中心としたサービスを展開。グローバルな知見と実践経験を基に、戦略立案から自立支援までの課題に応じたマーケティングソリューションを提供。

<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 石川

Email：pr@symphony-marketing.co.jp

TEL：03-3527-1441