

2025年2月14日
シンフォニーマーケティング株式会社

重要顧客との関係構築で売上 UP
世界の BtoB 企業が実践する「ABM」のすべてを
ナレッジ&実践編で完全網羅
書籍「法人営業は新規を追うな」2/22 発売
～著者によるオンラインセミナーも3月6日開催～

BtoB 企業向けにマーケティングのコンサルティング・人材育成・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）の代表取締役 庭山一郎は、2025年2月22日に8冊目となる著書『法人営業は新規を追うな -重要顧客と最高の関係を築く ABM-』を日経 BP より発売します。

本書は、マーケティング戦略である ABM（アカウント・ベースド・マーケティング）について解説したものです。庭山が2016年に国内初の ABM 専門書『究極の BtoB マーケティング ABM』（日経 BP）を上梓してから9年が経過し、世界のエンタープライズ BtoB 企業が採用するマーケティング戦略は ABM 一色となりました。この実践的なガイドを通じて、圧倒的な成果を実現できる ABM を正しく理解し、導入から企業成長につなげることができます。また、3月6日には庭山本人による新刊解説の無料セミナーも開催予定です。

（※国内初：2025年2月時点 自社調べ）



「ABM で日本を元気に！」本書執筆の背景

世界の株式時価総額ランキングにおいて、日本企業の存在感は年々低下しています。為替の影響も相まって、かつての日本を代表する企業でさえ、海外企業による買収対象となる時代となりました。

このような状況の中、多くの日本企業では事業の多角化が進み、取扱商品が膨大になっています。その結果、自社の社員でさえ全ての商品を把握できず、長年のお取引先様にも当社の製品・サービスを十分にご理解いただけていないという課題が生じています。

この課題を解決するには、戦略的なマーケティング活動の強化が不可欠です。特に、BtoB 企業にとって ABM の

導入は、今後の成長に向けた重要な戦略となります。

本書は、日本企業が ABM を効果的に実践するための実務的なガイドブックとして執筆したものです。

ABM 導入に必要なナレッジとプロセスを解説

本書は、「ナレッジ編」とプロセスを解説する「実践編」の2部構成になっています。

◆第1部 ナレッジ編

確実に成果を出すために必要なナレッジとして、第1章で世界の ABM の状況、第2章では ABM の正しい定義と正しい理解、その応用範囲などを解説。第3章ではなぜ日本のエンタープライズ企業は世界のどの国よりも ABM で成功できる条件をもっているのかについて根拠を示して詳しく書いています。

◆第2部 実践編

導入のプロセスを「事前準備」「戦略立案」「組織編成」「実行・評価」の4つのフェーズに分けて解説。もし既に ABM に取り組んでうまくいかなかった企業でも第2部でその原因を見つけることができる内容です。



著者 庭山一郎のコメント

世界のエンタープライズ BtoB は、ABM 一色です。それは圧倒的な成果を出しているからです。しかし、日本企業はこの戦略を使いこなせていません。成果を出せる条件が備わっているのに、それを生かすことができない理由は「ナレッジ」です。知らない戦略は使えないのです。そこで本書は「ナレッジ編」と「実践編」の2部構成にしました。本書を最後まで読めば、あなたは ABM の正しい知識を持って準備を進められます。何をチェックし、補い、それがどこまで整ったらスタートできるのかが分かっている状態です。

さあ、この本をガイドに ABM の旅に出かけましょう。

「法人営業は新規を追うな -重要顧客と最高の関係を築く ABM-」概要

- ◇ 著者：庭山一郎
- ◇ 出版社：日経 BP
- ◇ 発売：2025年2月22日（刊行：2月25日）
- ◇ 定価：2,970円（税込）
- ◇ 単行本（ソフトカバー）272ページ
- ISBN-10：4-296-20715-6 / ISBN-13：978-4-296-20715-2
- ◇ 目次

はじめに

第1部 ナレッジ編

第1章 BtoB の企業は ABM に夢中

第2章 ABM を正しく理解する

第3章 日本で独自の進化を遂げる ABM

第2部 実践編

- 第4章 フェーズ1 事前準備
 - 第5章 フェーズ2 戦略立案
 - 第6章 フェーズ3 組織編成
 - 第7章 フェーズ4 実行・評価
- おわりに

◇ 書籍詳細ページ

<https://www.symphony-marketing.co.jp/company/book/abm2025/>

◇ Amazon ページ（予約販売受付開始）

<https://amzn.to/3EpHead>

3月6日「重要顧客と最高の関係を築く ABM」オンラインセミナー開催

本著について著者の庭山が解説する無料オンラインセミナーを開催します。



◇ 開催日時：2025年3月6日（木） 10:00～11:00

◇ 形式：オンライン（Zoom）形式

◇ 内容

1部 「引き合い依存からの脱却」 講師：代表取締役 庭山一郎

2部 「ABM 事例紹介」

※内容は変更になる場合がございますので、あらかじめご了承ください

※講演終了後、営業担当がオンラインにて個別のご相談も承ります

◇ 対象：大手企業でマーケティング部門や IT 部門に所属している方

◇ 参加費：無料

◇ 定員：100名

※シンフォニーマーケティングのセミナーを初めてご受講いただく方を優先させていただきます

※申し込み多数の場合は、抽選とさせていただきます

◇ 締切日時：3月6日（木） 9:00

◇ 開催 URL：開催までにメールにてご案内いたします

◇ 主催：シンフォニーマーケティング株式会社

セミナー参加お申し込みはこちら >

庭山一郎 プロフィール

プロフェッショナル BtoB マーケター。

大学教授、経営者、作家、ナチュラリスト。

1990年シンフォニーマーケティング株式会社を設立。35年間で約600社の企業に対し BtoB マーケティングのコンサルティングを手がける。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&セールスの戦略立案、組織再編、人材育成などのサービスを提供。



海外の BtoB マーケティング関係者との交流も深く、世界最先端のマーケティングを日本に紹介している。ライフワークとして、「シンフォニーの森の再生」に取り組む。

- ・中央大学大学院ビジネススクール客員教授
- ・早稲田大学 WASEDA NEO 講師
- ・IDN (InterDirect Network) 理事
- ・「日経クロストレンド BtoB マーケティング大賞 2024・2025」審査委員長

<著書>

『儲けの科学 The B2B Marketing』(日経 BP 社)

『BtoB マーケティング偏差値 UP』(日経 BP 社)

『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)』(日経 BP 社)

『BtoB のためのマーケティングオートメーション 正しい選び方・使い方』(翔泳社)

『サラサラ読めるのにジワッとしみる「マーケティング」のきほん』(翔泳社)

『ノヤン先生のマーケティング学』(翔泳社) など多数

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リー、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 阿久津

E-mail : pr@symphony-marketing.co.jp

TEL : 03-3527-1441