

AIエージェント時代に 取り残されないための

製造業・IT・SaaS・メーカー
商社・卸・コンサル・人材・広告
食品・自動車・金融・インフラ
不動産・リース・レンタル
ベンチャー・広告・制作 etc...

BtoBデジタルマーケティング セミナー2025

BtoB企業の経営者・マーケティング責任者を
「顧客開拓」の悩みから解放する1日

- ・AIエージェント活用待ったなし! AIを活用した新しいBtoBマーケティング
- ・セミナー集客年間2万人超を誇る船井総合研究所のBtoBデジタルマーケティング手法を公開
- ・日本でGemini全社初導入した船井総合研究所のAIエージェント活用事例
- ・問い合わせが倍増する! BtoBマーケティングサイト活用事例
- ・受付突破率3倍を超えるBtoBインサイドセールス事例



株式会社船井総合研究所
取締役 執行役員 柳楽 仁史

主催



サステナブルな成長を促す。

Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

BtoBデジタルマーケティングセミナー2025

お問い合わせNo. S132778

2025年10月2日(木)

会

場

船井総研グループ 東京本社
サステナブルな成長を促すスクエア TOKYO

開催時間

14:00~17:00 (受付時間:開催時間30分前~)

一般価格 税抜20,000円 (税込 22,000円) / 一名様

会員価格 税抜16,000円 (税込 17,600円) / 一名様

当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 132778

ズバリ! BtoBデジタルマーケティングセミナー2025

講座内容

第1講座

BtoBデジタル
マーケティングの時流と、
これからのAI集客トレンド

- 中堅・大手BtoB企業が実施するデジタルマーケティングの裏側
- 絶対にやってはいけないBtoBマーケティングの落とし穴
- AIエージェント活用は必須の時代! 工数少なく成果に繋げるAI活用法
- BtoB新規事業立ち上げ・グループ企業を牽引する取締役が語る成功法則
- 徹底分析! BtoBで集まる会社と集まらない会社

1992年船井総合研究所に入社。DXを推進する株式会社船井総研デジタル、コンタクトセンター専門コンサルティングを推進する株式会社プロシード代表取締役社長と、BtoBを事業ドメインとするグループ事業会社の代表取締役を歴任する傍ら、経営コンサルタント業務にも従事。2025年現在は、船井総合研究所の取締役としてDX・幹部社員教育や社員の自発性を誘発する自治組織づくり、新規事業の開発と展開などに数多く携わる。

株式会社船井総合研究所
取締役 執行役員

柳楽 仁史



第2講座

船井総合研究所の
BtoBデジタル
マーケティング事例

- セミナー集客2万件を超えるBtoB施策の実践事例
- 新規リード獲得〜リードナーチャリングの実践事例
- 日本でGemini全社初導入した船井総研のAIエージェント活用事例
- 初公開! 船井総研のBtoBカスタマージャーニーマップ・毎年2桁成長を牽引するマーケティング組織運営

出身は福島県二本松市の専業農家。市場規模が1/10になった状態で、経営を立て直す両親を見て育つ。2006年新卒入社。デジタルマーケティングを用いた即時業績アップ・新ビジネスモデルの創出に強い。WEB広告・DX分野のコンサルティングを最前線で実践するとともに、2018年からは船井総合研究所全体の「WEBマーケティング責任者」、2024年からはアドテックWEB事業を牽引するディレクターとしても活躍中。

株式会社船井総合研究所
マーケティングイノベーション支援部
ディレクター

松本 治



第3講座

AIを活用した
新しいBtoBデジタル
マーケティング事例

- 問い合わせが倍増する! BtoBデジタルマーケティングサイト活用事例
- 受注・有効商談数を増やす! BtoBマーケティングの設計図
- モデル社員をインストールしたAIエージェント活用事例
- CMOの仕事はズバリこれだ! CMO代行のプロが語る成果ポイント
- 全部見せます! BtoBデジタルマーケティングの成功事例

2014年新卒入社。EC領域の横断型での分析/活性化のコンサルティングを得意としクライアント内でのCMO代行として新規事業における組織活性化、インハウス化、BtoBマーケティング支援実績を多数持つ。現在は船井総研に2025年グループインしたアパレルウェブ社のBtoBマーケティングにも従事し、社内外共に活躍中。

株式会社船井総合研究所
マーケティングイノベーション支援部
マネージャー

日坂 大起



第4講座

成約率を倍増させる
BtoBインサイド
セールス事例

- アボ率が3倍上がった! 高案件化率を実現するインサイドセールスの仕組み
- 難易度が高いニッチな商材でもアボ率30%以上を実現する成果ポイント
- AIを活用したインサイドセールス強化実践事例
- 勘や経験ではなく、データに基づき意思決定するデータ戦略
- 外注? 内製化? インサイドセールスで成果を継続する重要ポイント

2013年に株式会社船井総合研究所に中途入社し、コールセンターインサイドセールス事業に従事。その実体験をもとに「完全自動集客 Web×テレアポ」の仕組みを確立させ、200社以上の導入に成功。現在は幅広いテーマ分野におけるコールセンター事業の受託・運営やコンサルティングをマネジメントしている。

株式会社船井総合研究所
マーケティングイノベーション支援部
コールソリューションチーム
リーダー

池内 愛



第5講座

まとめ講座

株式会社船井総合研究所
マーケティングイノベーション支援部
ディレクター

松本 治

開催日程・場所

2025年

日程

10月2日 木

14:00~17:00

(受付時間:開催時間30分前~)

場所

船井総研グループ 東京本社

サステナグローススクエア TOKYO

※諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。
また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。
尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

受講料

一般価格 税込22,000円(税抜20,000円)/一名様

会員価格 税込17,600円(税抜16,000円)/一名様

※会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン (IB:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

申込期限

・銀行振込……………開催日6日前まで

・クレジットカード…開催日4日前まで

【TEL】0120-964-000 (平日9:30~17:30)

【E-mail】seminar271@funaisoken.co.jp

お申込みはWebから

右のQRコードを読み取り
いただきますとお申込み
フォームに繋がります

※お申込みに際してのよくある質問は

船井総研FAQと検索

ご確認ください。



※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。
また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

2025年の集客トレンド!

今取り組むべき**BtoB企業の課題**とは

これだ!

AIエージェントが成果に繋がっているか?

有効商談数が増えるデジタル活用

CPA高騰 (一人当たり集客コスト) **に負けない広告戦略**

成約率3倍変わる**インサイドセールス**

マーケと営業が連携して
BtoBで成果が出せる集客の仕組みづくり

このようなお悩みありませんか?

☑ **展示会やセミナーの効果が落ちてきた**

成果が落ちている最大の理由は、情報収集のデジタル化です。顧客はWebやウェビナーで手軽に情報を得られるため、時間とコストのかかるオフラインイベントのハードルは増えています。加えて、無料イベント乱立による内容の陳腐化も深刻です。参加者は、そこでしか得られない価値を求めています。

☑ **AIエージェントは話題だが、成果に繋がる分野で活用できていない**

BtoB領域においてAIエージェントは革命的で、各領域で「成果」と「効率」が劇的に向上します。船井総合研究所でも「AIゴーストライター」「AIコンテンツメーカー」等、社内で活用できるAIエージェントを複数展開しています。AIエージェントを使うことで、ベテラン社員のノウハウを若手社員や少人数のマーケ部門でも再現できるようになります。

☑ **クリック単価・CV単価が上がってきた**

クリック単価、CV単価は市場環境の変化とともに上がっていきます。CV単価が高騰している場合は、キーワード・媒体いづれかを勝てる市場に最適化する必要があります。

☑ **インサイドセールスに力を入れているが、うまく機能していない**

よくあるスクリプト、よくあるテクニックでは決裁者に繋がりません。コールの成果が低いと、内製化だとモチベーション維持・離職率の課題、外注だと成果向上の課題が出てきます。外注・内製化を問わず、アポを取る前提で継続できる仕組みが重要です。

☑ **デジタルに力を入れているが、思ったような成果に繋がっていない**

デジタルにおけるBtoB顧客対象は限定的なため、BtoCと比較して届けたい相手に届きづらい特徴があります。また、新規リードが増えても有効商談数が増えないという悩みも良く聞きます。デジタルの世界においても、受注から逆算したフローと、顧客との信頼を深める設計が必須です。

☑ **マーケ部門と営業部門の連携がうまくいかない**

マーケ部門は「見込み客の数」を営業部門は「受注の確度」を追い求めます。このズレが「質の低いリードばかり」という営業の不満と、「リードを活かせていない」というマーケの不満を生み、対立構造になるのが大きな原因です。デジタルマーケティングの仕組みで、対立構造を乗り越えることができます。

1 BtoBデジタルマーケティングの時流と、これからのAI集客トレンド

このような会社におすすめです

- ・2025年のBtoB集客トレンドを押さえて集客を伸ばしたい
- ・外に出ない中堅・大手BtoB集客の裏側を知りたい
- ・激しく進化するAI・集客環境、時代に取り残されたくない
- ・10億円→100億円企業を目指したBtoB集客体制を作りたい
- ・AIエージェントの時流と活用トレンドを知りたい

知ることができること

- ・中堅・大手企業が実施しているBtoBデジタルマーケティングトレンド
- ・絶対にやってはいけないBtoBマーケティングの落とし穴
- ・AIエージェント活用は必須の時代！工数少なく成果に繋げるAI活用法
- ・BtoB新規事業立ち上げ・グループ企業を牽引する取締役が語る成功法則
- ・徹底分析！BtoBで集まる会社と集まらない会社

船井総合研究所 取締役が語る！BtoB集客トレンド大解剖

1992年船井総合研究所に入社。株式会社船井情報システムズ代表取締役常務、株式会社船井総合研究所執行役員社長室長、株式会社船井総合研究所執行役員CSR・IR室担当などを経て、株式会社船井総合研究所代表取締役社長に就任。
DXを推進する株式会社船井総研デジタル、コンタクトセンター専門コンサルティングを推進する株式会社プロシード代表取締役社長と、BtoBを事業ドメインとするグループ事業会社の代表取締役を歴任する傍ら、経営コンサルタント業務にも従事。2025年現在は、船井総合研究所の取締役としてDX・幹部社員教育や社員の自発性を誘発する自活組織づくり、新規事業の開発と展開などに数多く携わる。

取締役執行役員 柳楽 仁史



2 船井総合研究所のBtoBデジタルマーケティング事例

このような会社におすすめです

- ・BtoB広告のクリック単価が上がってきた
- ・競合が増えてきてCPA(獲得単価)が悪くなっている
- ・新規リードは増えたが受注に繋がる有効数が少ない
- ・オフライン中心の集客にデジタル集客を付加したい
- ・2桁成長続ける船井総合研究所のBtoB事例の裏側を知りたい
- ・AIエージェント活用で効率化と成果UPを実現したい

知ることができること

- ・セミナー集客2万件を超えるBtoB施策の実践事例
- ・新規リード獲得～リードナーチャリングの実践事例
- ・忙しい組織でもマーケティング営業活動が連携できるポイント
- ・日本でGemini全社初導入した船井総合研究所のAIエージェント活用事例
- ・メルマガ・SEO・コンテンツ作成すべてに使えるAIエージェント
- ・初公開！船井総合研究所のBtoBカスタマージャーニーマップ
- ・毎年2桁成長を牽引するBtoBデジタルマーケティング事例

成熟業界の100店舗企業がGoogle広告変更で前年比140%UP!

新規リード獲得数**6万件超/年**

2021年～2024年連続

新規リード獲得数**2桁UP**

新規リード獲得CPA**46%減**

Before

- ・DM中心のセミナー集客
- ・60サイトの属人的運営
- ・人力のコンテンツ作成

After

- ・デジタル経由のセミナー
- ・当たるBtoBサイト展開
- ・AIによるコンテンツ活用

3 AIを活用した新しいBtoBデジタルマーケティング事例

このような会社におすすめです

- ・BtoB集客サイトは作ったが問い合わせがない
- ・コーポレートサイトのみで集客サイトを作成していない
- ・問い合わせはあるが有効商談が少なく受注に繋がっていない
- ・ベテラン社員と若手社員の差が大きく属人的になっている
- ・BtoBマーケティングで自社に合った打ち手がわからない

知ることができること

- ・問い合わせが倍増する！BtoBデジタルマーケティングサイト活用事例
- ・受注に近い順に力を入れる！成果に繋げるBtoBマーケティング事例
- ・獲得した新規リードを受注まで繋げる設計図
- ・モデル社員をインストールしたAIエージェント活用事例
- ・CMOの仕事はズバリこれだ！CMO代行のプロが語る成果ポイント
- ・全部見せます！BtoBデジタルマーケティングの成功事例

事例続々！知らないで損する、BtoBデジタルマーケティング事例

- ・リスティング広告・SNS広告で有効新規リード2,000円台事例
- ・属人的営業から脱却し、大型受注が増えたBtoBサイト事例
- ・MAとインサイドセールスの連携で商談化率が倍増+アップセル・クロスセルで顧客単価を150%に
- ・DLコンテンツ作成、SEOコラム、メルマガ生成、LP構築等デジタルマーケティング周りの仕事を半自動化
- ・ナーチャリングの品質UP×効率化を実現するAIエージェント活用事例

4 成約率を倍増させるBtoBインサイドセールス事例

このような会社におすすめです

- ・インサイドセールスのアポ率を上げたい
- ・新規リードは一定数あるが、商談化率が低い
- ・AIを活用してインサイドセールスを強化したい
- ・コールで満足がいく成果が出ておらず離職率も高い
- ・コールを外注しているが投資対効果が合っていない

知ることができること

- ・アポ率が3倍上がった！高案件化率を実現するインサイドセールスの仕組み
- ・難易度が高いニッチな商材でもアポ率30%以上を実現する成果ポイント
- ・AIを活用したインサイドセールス強化実践事例
- ・勘や経験ではなく、データに基づき意思決定するデータ戦略
- ・外注？内製化？インサイドセールスで成果を継続する重要ポイント
- ・ブラックボックス化しやすい架電結果と架電分析をAIエージェントで自動化
- ・AI時代だからこそ、インサイドセールスが有効な理由

アポ率3倍！有効商談を増やすインサイドセールス事例

業界3倍のアポ率を実現した事例

アポ率**23%**



Before

- ・商材がニッチで問い合わせが少ない
- ・受付突破ができない
- ・確度が低い案件も訪問営業

After

- ・1,650件のリストで392件アポ獲得
- ・受付突破×質の高いリードを実現
- ・オンライン商談も交えて成約率UP

BtoBにおける集客のお悩みを解決!

- 展示会・セミナーの費用対効果が年々悪くなっている
- 広告費を数百万円～数千万円使ったが、期待する効果が得られなかった
- 売上10億円→100億円→300億円と伸びているBtoB企業の裏側を知りたい
- 集客は一定あるが、有効商談数が少なく受注に繋がらない
- コールを内製化しているが、ノウハウが貯まらず離職率も高い
- コールを外注しているが、費用対効果が合わない
- マーケ部門と営業部門に壁があり、取り組みがうまく進まない
- 集客は大切だと思うものの、忙しく手が回り切っていない
- 広告代理店・担当者任せにしすぎて打ち手がわからなくなっている
- BtoBマーケティング、自社の場合何が効果的か?
- BtoBデジタルマーケティングを一日で理解したい、今集まる方法を実践したい