

会社概要

株式会社ジェーディーエス 本社／東京都新宿区荒木町15-8▶設立・1973年4月▶資本金1000万円▶売上高3億8000万円（2007年7月期）

起業家新時代

ジェーディーエス

時代の変化を捉え
客観的な市場調査を目指す

山口彰久社長 (69)



情報やソフトウェア、開発権利など無形の知的財産に価値を払う商習慣がまだ日本に根付いていない時代から、情報やデータの有用性に着目し、成長を遂げてきたのが市場調査・コンサルティング会社のジェーディーエス（東京都新宿区）だ。

創業社長の山口彰久氏は、大学を卒業してすぐの1967年、兄と2人で洋書などを販売する会社を東京・青山に設立した。当初は石油化学分野の技術書などを東京・丸の内大手化学メーカーや川崎市のコンビナートの研究所などに販売する。とで事業を軌道に乗せていった。「当時は1ドル360円の時代。日

本円にして当時の大卒初任給に匹敵する50ドル（1万8000円）の技術書などを売るなかで、情報の持つ可能性を感じました」という。

洋書販売と並び、欧米の技術系雑誌やビジネス誌の定期購読事業にも乗り出していった。

しかし、「大手に対抗するには我々の付加価値は値段を下げるだけ。そこでの勝負には限界がある」と感じ、米国シンクタンクの代理店事業や、米証券取引委員会（SEC）が保有する米国企業の財務内容が記載された磁気データを日本の公的金融機関などに提供する事業に乗り出した。「情報やデータがいかに付加価値を生むかをこの時に知った」。

さらに医薬品を開発する権利や、米国で石油を採掘する権利を日本企業に仲介販売する事業などにも乗り出し、73年には兄と作った会社「オーディーエス」の100%子会社として「ジェーディーエス」を設立、87年に完全独立を果たした。

製品を診断し、 コンサルティング

ジェーディーエスが創業当初から手掛けているのが、日本の代表的な消費者定期調査の一つである「JNデータバンク」の企画アドバイザーと販売委託事業。東京放送（TBS）をキー局とする全国の民放28社

の連合体であるJNNネットワークとの連携によるもので、日本全国の13〜69歳の7400人を対象に、商品・ブランドの購入状況、ライフスタイル、メディアとの接触状況など生活に関する約500項目の調査を行っている。72年から35年間にわたるデータを蓄積しており、これまでに日本の有力企業を中心に延べ250社にデータを提供してきた。

また、バブル経済がピークとなった89年には、高齢者を対象とするライフスタイルの調査にも乗り出すなど、ここ数年、消費の新たな主役として注目されるシニア市場への注目も早かった。98年には米スタンフォード大学の研究機関として発足したコンサルティング会社SRI傘下の企業と共同で、「プロダクト診断プログラム」というコンサルティング事業にも乗り出していった。

これは依頼のあった企業の自社製品が市場でどのように位置づけられ、競合製品との関係などを明らかにすることで、マーケティング上の問題点を洗い出し、新たな商品戦略の立案に必要な処方箋を提供するサービス。「牛乳一つとっても売れている商品とそうでない商品がある。その違いが何なのかを明確にすることで、今後のブランド戦略、広告や販売戦略に役立てていただきたい」。パソコンの普及により、近年は安

く、早く、大量にサンプルが取得できるインターネットによる市場調査が全盛の時代だ。ジェーディーエスも顧客からの要望があれば、ネット調査も手掛けるという。

しかし、「現在は消費者がますます多様化する一方で、生活必需品は飽和状態。商品の付加価値も時代とともにどんどん変化していきます。こうした時代にあつては、目先の変化にとらわれることなく、客観的な視点に基づき、生活者が求める方向性や、いま時代が求めているものが何かを判断する対面でのマーケティングが以前にも増して重要になると考えます」という。

こうした地道な市場調査の精度をさらに高め、「客観的で信頼できる定量的なデータを提供していくことを心がけています」。また、現在は国内にとどまっている「JNNデータバンク」の情報提供を海外市場にまで広げ、日本市場の持つ可能性を世界の企業に知ってもらおうのが次の目標という。（編集部、敬称略）

会員募集中



企画協力

毎日起業家クラブ

〒100-8051 東京都千代田区一ツ橋 1-1-1
TEL.03 (3213) 3070 FAX.03 (3213) 2838