

人とコミュニケーションに輝きを！
株式会社ジェイ・ビーム
company profile



2024年4月

【商号】**株式会社ジェイ・ビーム**

英文表記／J-BEAM INC.

【所在地】

- 〒225-0012
横浜市青葉区あざみ野南2-2-5
第3クリアービューヴィラ101号
TEL／090-8856-4322 FAX／045-514-0721
jun@j-beam.com

【設立】

- 2003年10月30日
(創業1998年8月1日)

【資本金】

- 5,000,000円

【代表取締役】

- 鈴木 準

鈴木 準プロフィール

株式会社ジェイ・ビーム代表取締役 マーケティングプランナー、コラムニスト

- 1960年、岐阜県岐阜市生まれ。
- (株)電通ワンダーマン（現：(株)電通ダイレクト）を経て、1998年コンサルタントとして独立。約40年のマーケティングプランニングやコンサルティング、そして研修講師として、様々な業界のプロジェクトで、様々なビジネスパーソンに関わり、1,000本以上の企画書作成とプレゼンテーションを実践。
- マスマーケティングからダイレクトマーケティング（デジタルマーケティング）まで、時代の変化とともに、あらゆる戦略と施策の立案に関わる。
- しかし、時代がいくら変化しても「人間の本质」は同じであり、普遍的なマーケティングの本質は「大切なお客様を笑顔にする」ことと考え、受け手のニーズ（人間の欲求）を捉えて、どんな独自性ある価値を伝えたらハッピーをもたらすのか？「現場体験と人間観察、直観力や感性」を生かし提案することを信条としている。
- 学生時代、六本木のディスコや湘南のサーフィンで若者カルチャーを楽しむ。遊びの復活は40代に差し掛かる1999年から、Soul Barやディスコイベント等に20年間通い続け、その結果、昭和30年代に生まれた、若者時代にバブルの影響を受けたシニア予備軍を、自ら「アクティブ・バブル・シニア：ABS世代」と名付け、「ライフシフト時代の真の大人のライフスタイル」をテーマに、新聞・雑誌・ニュースサイト・ラジオ番組など、連載コラムやエッセイ寄稿、パーソナリティなどで、新しい時代のライフスタイルを発信。
- また「Funky Jun」の名で、Instagram及び雑誌でのライフスタイル・メンズファッション提案や、昭和歌謡曲DJをこなす。
- こうした経験をいかして、人生100年時代のライフスタイルや生き方を提唱し、それにまつわるマーケティングプランニングを行う。
 - 南カリフォルニア大学ジェロントロジー学科通教育課程修了
 - INNOVEX LLC.代表（ブランディングとDXのクリエイティブエージェンシー）
 - 一般社団法人日本元気シニア総研：執行役ABS研究会主任研究員
 - 一般社団法人ジャパンEコマースコンサルタント協会：客員講師
 - 一般社団法人パッションリーダーズ：ビジネスアカデミー、マーケティング講師
 - 著書、共著書「広告ビジネス戦略（誠文堂新光社）」「ABS世代～JJガールとPOPEYE少年のその後～（三恵社）」「見たり、聞いたり～東海地方のマスコミ70年の歩み～（三恵社）」始め、執筆、セミナー、企業研修多数。



事業内容

マーケティングコミュニケーション領域における コンセプト開発とコミュニケーション戦略立案

※事業やマーケティングの根幹となる「誰に？どんな価値を伝えるか？」を体系的に構築

次世代シニア「A B S世代（昭和30年～43年生まれ）」に向けた・・・

※BtoB領域でのマーケティング戦略立案
※BtoC領域でのライフスタイル提案、新しいワークスタイル提案と個別指導

50歳を境にしたセカンドキャリアのアドバイス

ビジネスマンのブランディング（自身の価値を高める印象創り）

上記プランニング・コンサルティング・セミナー・法人研修・顧問契約・個別指導

J-BEAM INC. BUSINESS OUTLINE

人間観察と直観力からくる 感性マーケティング

- 人を幸せに導く、唯一無二のコンセプト開発。
- 人間の本質をベースに、右脳（仮説力）を生かした、マーケティング戦略・戦術立案。
- 広告コミュニケーション戦略に関する助言。
- 広告代理店の事業計画立案と人材育成。



発想力を身に付け、人間力を高める マーケティング研修・セミナー

- 本質を重視した分かりやすい講師。
 - * マーケティング・マネジメント
 - * コミュニケーション戦略
 - * ダイレクトマーケティング
 - * 企画立案・企画書作成
 - * ビジネスプレゼンテーション



コミュニケーションの本質は
人を「ドキドキ・ワクワク・ハッピー」にさせる
これは普遍的！



ライフシフト時代の次世代シニア A B S 世代のマーケティング

- A B S 世代=アクティブ・バブル・シニア（登録商標）
- 昭和30年から43年生まれの「雑誌」JガールPOPEYE少年」と言われた次世代シニア。
- A B S 世代向け、事業開発・マーケティングコンサルティング。（製品戦略・コミュニケーション戦略）



Funky Jun BtoCビジネスと情報発信

- 人生100年時代のライフスタイル、ワークスタイル提案。
- スーツスタイルを軸とした、ビジネスアピランス。（印象創り）
- コラムニスト、エッセイスト。
- DISCOや昭和歌謡曲DJイベント。



マーケティングプランニング実績

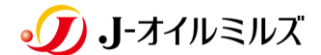


J-BEAM INC.

PLANNING・MARKETING ACHIEVEMENT

CLIENTS

カテゴリー:自動車・不動産・家電・エネルギー・通信・飲料・食品



マーケティングプランニング実績



J-BEAM INC.

PLANNING・MARKETING ACHIEVEMENT

CLIENTS

カテゴリー: トイレタリー・化粧品・製薬・介護・家電・運輸・旅行・カード・ホームサービス・小売り・教育・メディア等



鈴木準：公開セミナー・企業研修

約25年にわたり、ビジネスカレッジや各種団体セミナー、また企業研修を多数行っています。



新しいシニア市場に向けた成功…
http://www.marken.co.jp

マーケティング研究協会

マーケティング研究協会の研修・コンサルティングメニュー、セミナーなどに関するお問い合わせ先は、こちら
〒100-0001 東京都千代田区千代田 1-1-1 新大塚ビルディング 10F

新しいシニア市場に向けた成功する販促プロモーション

シニア市場は2020年に世代交代を迎えます
新しいシニア市場に向けた成功する販促プロモーション

◆シニア市場も2020年に世代交代を迎えます◆
シニア市場は2020年に世代交代を迎えます。大きく成長する
「アクティブシニア」も既に10年以上が経過しています。
-その中でも「アクティブシニア」は、近年急速に伸びています。それが、本セミナーで最新の情報を伝えます。
「アクティブ・バブル・シニア」です。
-このセミナーでは、世代交代を迎えるシニア市場について、「ターゲットとデジタルの活用」をテーマに、最新のマーケティングの活用方法を伝えます。
「新しいシニア市場」に関する、販促プロモーションの活用方法を伝えます。

講師紹介	
講師	鈴木 準
所属	株式会社ジェイ・ビーム代表取締役 一般社団法人日本元氣シニア総研執行役員 ジェントロピスト（元野村総合研究所）
経歴	(株)東洋経済ドットコム（現：東洋経済リサーチマーケティング）を経て、1998年にマーケティング・コミュニケーションに関するコンサルティング、及びブランディングを専門領域として独立開業。株式会社ジェイ・ビーム設立。豊富な実務経験とマーケティング知識を活かして活動中。これまで1,000人以上の企業や団体とプロジェクトを実施。 「人間関係」をキーワードに、顧客を惹きつけ、ニーズを掘り下げ、最終的に顧客とつながることを第一として企業に寄り添ったコンサルティングは、多くの企業から好評を博しています。



Passion Leaders

鈴木 準
株式会社ジェイ・ビーム 代表取締役

マーケティング理論
セールスプロモーション

Passion Leaders

◆第一部：パッションアカデミー

【講師】
パッションリーダーズ公認講師
株式会社ジェイ・ビーム 代表取締役 鈴木 準 氏

【講義タイトル】
中学生から分かる楽しいマーケティング！
アフターコロナは自分の感性を生かし、人がワクワクするコトを考えよう

【講師からのメッセージ】
マーケティングというと、なんだか難しい印象がありませんか？ その考え、捨て去りましょう。
マーケティングは、人間関係や恋愛と全く同じ。それは「人から好かれて、人を笑顔にすること」に他ならないからです。そしてコロナ禍の今、また人生100年時代と言われていますが、この二つに共通することは「経験がないことからくる、先が読めない不安」です。これらを解決するためには、「人間のニーズ（欲求=こうありたいという思い）」を満たすため、「感性=右脳」を生かしたアイデアから、ユニークなモノやサービスを考え、お客さんを笑顔にすることです。この講座では中学生から分かる、マーケティングの「本質」をお話しします。

【3月27日(金) 19時～
東京・渋谷】
渋谷区文化総合
センター大和田
学習室2

ライフシフト時代「1億総スティーブ・ジョブズ化計画」発進！

ライフシフト「人生100年時代」というキーワードは、すっかり私たちの生活に浸透した言葉です。

しかし社会保障制度の問題点が露呈し、財政難や少子化も伴い、70歳まで社員の定年延長が具体化されつつあり、この先の日本人の生活は「霧がかかった」状態といえるのではないでしょうか？

しかしピンチはチャンスといいますが、現状の解釈を変えて、ほんのちょっとした意識と行動を変えると、人生観が大きく、いや劇的に変わるかもしれません。

(一社) 日本元氣シニア総研

マーケティング研究協会

参加無料

ABS(アクティブ・バブル・シニア)世代
-ABS世代へ刻まるデジタルマーケティングとは？-

2024年から日本は50歳以上の高齢者社会を迎えます。50歳以上のいわゆる「シニア世代」の中でも、近年注目を集めているのが「アクティブシニア」です。この「アクティブシニア」は、従来の「A」世代と比べてデジタルマーケティングの活用が進んでいます。このセミナーでは、最新のマーケティングの活用方法を伝えます。

講師 鈴木 準 Jun Suzuki
株式会社ジェイ・ビーム代表取締役
マーケティングリサーチ・コラムニスト、D.J. 代表取締役

2023年10月19日(木)
16時00分～16時50分

公認講師アカデミー

そるそる本気で、
ビジネスアイデアを磨くときだ！

ビジネスLABO

9月4日(月)～全9回連続講座

■ 本質を重視した分かりやすいお話をお伝えしています。

- ・ マーケティング・マネジメント
- ・ コミュニケーション戦略
- ・ ダイレクトマーケティング (デジタルマーケティング)
- ・ 企画立案・企画書作成
- ・ ビジネスプレゼンテーション
- ・ シニアマーケティング
- ・ 広告ビジネス (広告代理店社員研修)
- ・ A B S 世代 (昭和30年代生まれの次世代シニア)
- ・ ライフシフト時代の発想法
- ・ パーソナルブランディング (自分の印章創り)

bizworld JAMIN

すべての子供たちに
アントレプレナーシップを
小学生向けのアントレプレナーシップ
教育プログラム
100万人の小中高生が受講して
います。

マーケティング
鈴木 準
マーケティングプランナー、コラムニスト、
DJ
株式会社ジェイ・ビーム代表取締役
INNOVEX LLC代表



bizworld講師
子供向け起業家精神育成

鈴木準：書籍・連載コラム・エッセイ・ラジオ番組パーソナルティ

マーケティングやA B S世代に関する書籍、コラムやエッセイ寄稿、ラジオ番組パーソナルティを行っています。



産経新聞社：夕刊フジ
「A B S世代がシニアを変える」
「A B S流令和NEWバブルのすすめ」



宝島社：MonoMaster
「ぼくらの気分」



ジャパンEコマースコンサルタント協会：会報誌
「楽しく誰にでも分かるマーケティング」



インターネットニュース
「TheNews」
「50歳からのオトナの放課後」



CBCラジオ：つボイノリオの聞けば聞くほど
「新生活フロッピー・パーソナルティ」



大塚商会提供
アップルクリップ
(ラジオ番組)



広告ビジネス戦略
誠文堂新光社



見たり聞いたり
～東海地方の
マスコミ70年の歩み～
三恵社

鈴木準：監修出版企画、イベント、ビジネスマン印象創り

「Funky Jun」の名前で、A B S世代向けのマスコミ発信や企画監修、イベント企画やDJを手掛けています。



DISCO関連企画：誌面監修



DISCOイベントオーガナイザー



DJ Jun²

昭和歌謡曲DJ



ビジネスマンの印象創り・スタイリング

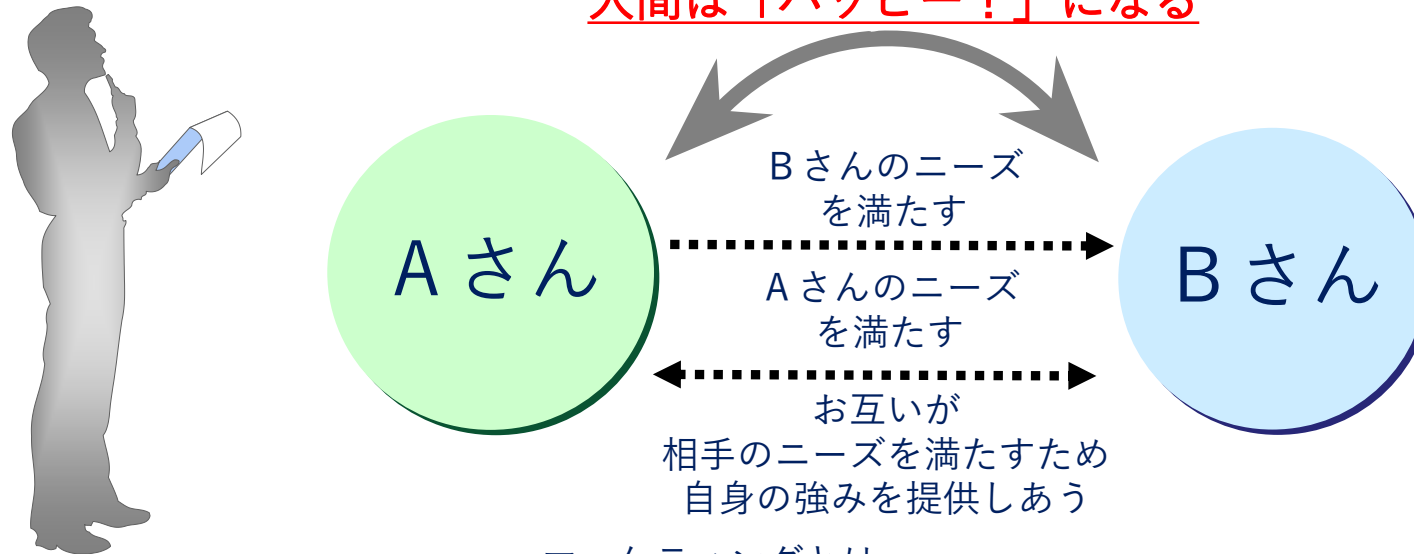
ソリューションの視点

コミュニケーションは価値の共有と交換！

コミュニケーションの本質は、「価値の共有と交換」を通じ、互いにハッピーになることです。

- マーケティングであれ、人間関係であれ、恋愛であれ、「人間を相手にしている」部分は同じ。
- 送り手である企業は、買い手と送って双方がハッピーになる、良好な関係を育成することが重要です。

双方の「強み＝価値を交換」することで、
人間は「ハッピー！」になる



マーケティングとは・・・

『製品と価値を生み出して他者と交換することによって、個人や団体が必要なものや欲しいものを手に入れるために利用する社会上・経営上のプロセスである。』

Marketing An Introduction / P.Kotler

私の考える真のマーケティングとは
相手を口説いて、好きになってもらい、好きになり続けてもらうこと！

「ニーズ」の本質を捉える重要性！

多くの方が「ニーズ」の本当の意味を間違えています。

- ニーズとは、現状と理想的状態にある「欲求」であり、わかり易く解釈すると「満たされていない状態＝不の字」です。
- これを解消するモノやサービスを「ウォンツ」と言います。この解釈は大変重要なポイントです。



「ニーズ」を満たすコンセプトとは？

ニーズを満たす顧客価値を「分かりやすい言葉」で表し、差別化ではなく「独自性」を目指すことです。

- どんなニーズを持つ人かを特定し、その人に与える独自性ある価値を規定することです。
- その結果「便利そう、買いたい、使い続けたい、ハッピーになれそう」という気持ちを起こします。
- ユニークなコンセプトは、業界内での差別化ではなく、「顧客に対する独自性」を提供します。

ターゲットは「属性」からいきなり考えず、
「ニーズ」から特定すること！

- 世の中を推測して市場（顧客）を観察する。
- その市場で特定なニーズ（不の字）を持つ集団を発見する。
- または、こんなニーズが潜在的にあるのではと、世の中にある眠っている集団を洞察する。
- その上で、集団には属性的（男女や年齢、等々）に比較的〇〇な人が多いとターゲットを整理する。
- その結果、この人たちは〇〇な価値を求めていると整理する。

だから・・・



コンセプトとは？

ターゲットに対する
独自性ある価値の定義付け

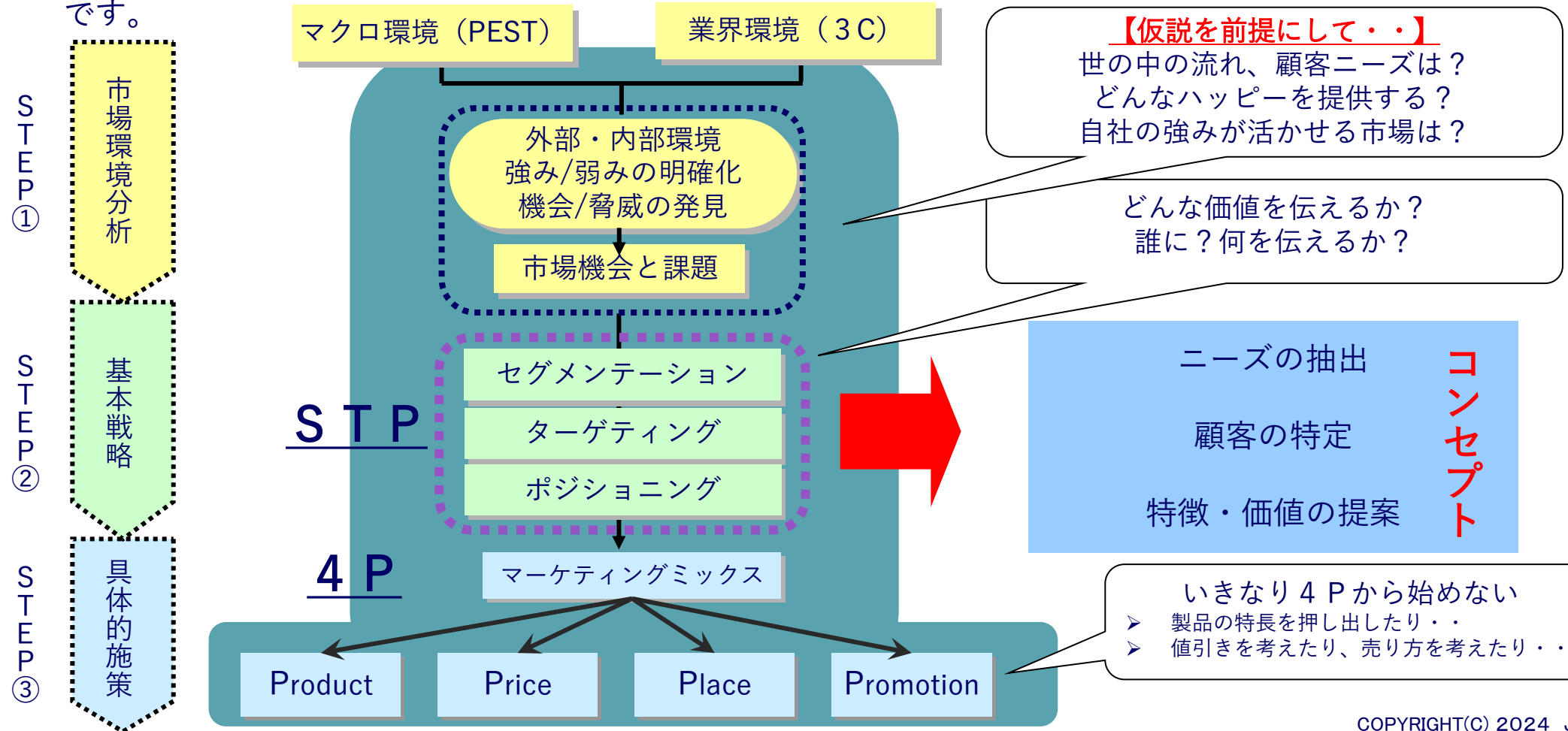
- 誰が？
- どんなTPOで？
- どんな価値があるか！

(顧客はコンセプトを買っている)
(顧客が分かる言葉で表す)

マーケティング戦略は「仮説を持って俯瞰的」に捉える！

マーケティングのフレームワークは「単なるツール」です。ポイントは「仮説とコンセプト」です。

- マーケティングを学術的に解釈し、フレームワークをいくら覚えても何の意味もありません。
- 自身の仮説を持ち「ニーズを把握」する、「STP」を踏まえたコンセプトを決めることは極めて重要です。



顧客に「価値を伝える」4要素！

往々にして行うのは「④何を通じて伝える？」に走ることです。マーケティングの本質は、その前工程です。

マーケティング基本戦略の「コンセプト」をもとに
「ターゲットと訴求ポイント」を導く。
それをクリエイティブ（表現）に反映させる。
マーケティングの本質は、大切なお客様を笑顔にする、
独自性ある価値の創造と提供！

【ここがユニークでないと伝わらない、売れない！】

ターゲット

訴求ポイント

クリエイティブ

①
誰に伝える？

②
何を伝える？

③
どう伝える？
(表現)

④
何を通じて伝える？
(施策)

広告・販売促進
広報・人的販売
ダイレクトマーケティング
デジタルマーケティング

コミュニケーション
ミックス

- 自社のモノやサービスを売る際に、漠然としたターゲットと伝えたい製品特徴を表現して、いきなり「テレビ・インターネット・店頭」などの施策を企画実施し、成果がないと嘆くことが多くあります。
- 特に「デジタルマーケティング」は、殆ど「何を通じて伝える？」の部分であり、肝要なコンセプト部分である、「誰に？何を？」の伝え方が希薄です。

環境分析と基本戦略に応じて「4要素」を導き、
課題解決に最適なコミュニケーション企画を立案することの基本は非常に大切です。

ABS世代がライフシフト時代を切り開く！

ABS世代マーケターとしての知見を活かし、事業戦略・マーケティング戦略のソリューションを実施します。

ABS世代：アクティブ・バブル・シニア

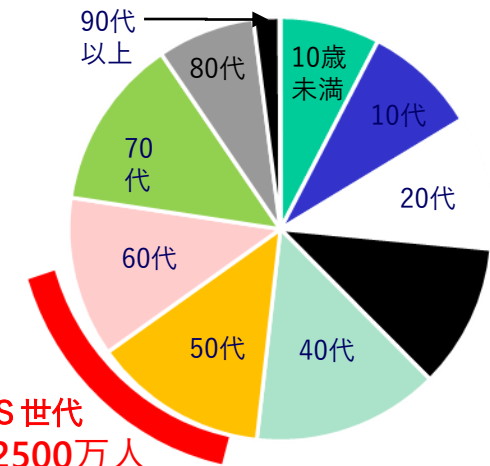
- 若い頃にバブルを経験した、「昭和30年（1955年）から43年（1968年）あたりまでの生まれ」の世代。
- 戦後の右肩あがりの時代に生まれ育った、遊ぶ術を知り消費意欲旺盛な、大都市中心の次期シニア世代。
 - 人生100年時代をいきなり突きつけられ、仕事・お金・健康・将来に困惑する世代。
 - **2020年から昭和30年生まれが順次65才（前期高齢者）に！**

人生100年時代は、生涯にわたり個人が輝く時代へ！

生まれ育った時代背景で異なる！



年齢構成比



- 従来のシニアイメージから来る固定観念で「高齢者・シニア」と捉えらると、ビジネスは広がらない！
- そもそも「高齢者」はお役所用語、「シニア」はビジネス用語で、顧客にはNGワード。

ABS世代
約2500万人

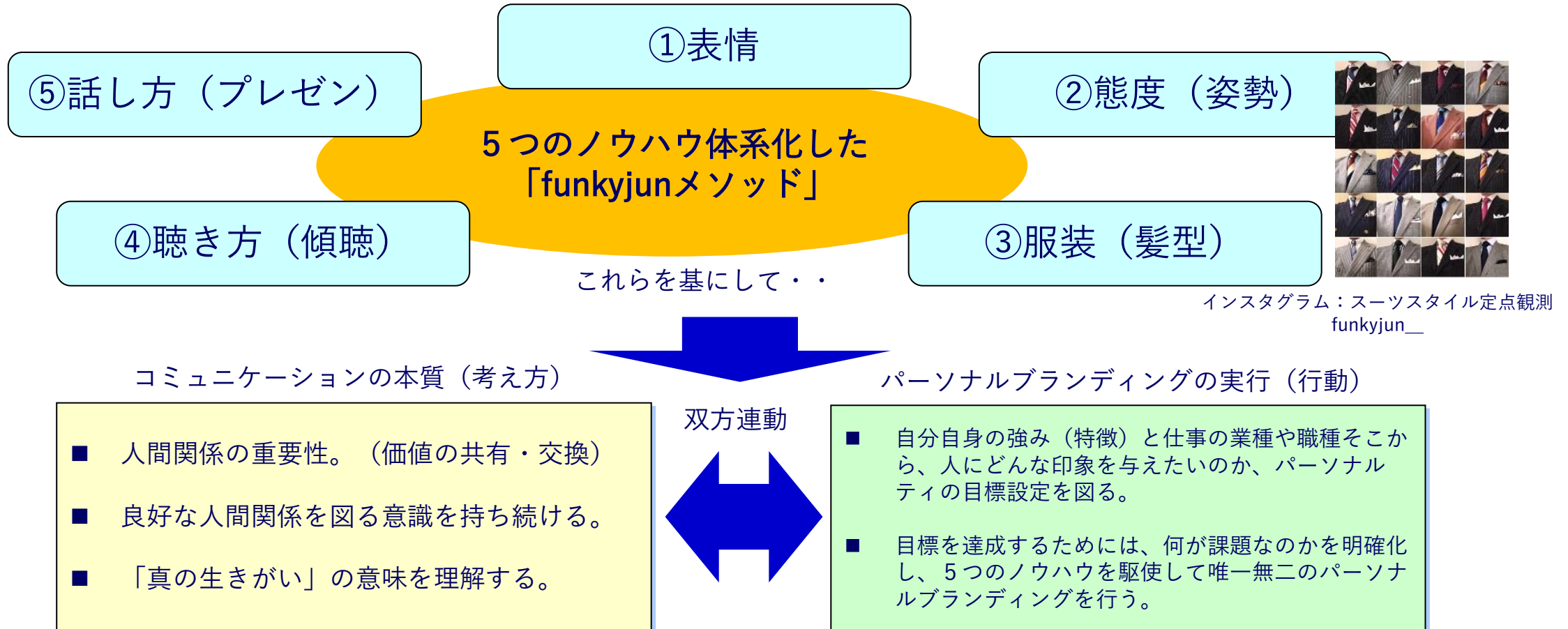
※人口推計2021年6月・総務省統計局

■ 0～9	■ 10～19	■ 20～29	■ 30～39
■ 40～49	■ 50～59	■ 60～69	■ 70～79
■ 80～89	■ 90～99	■ 100以上	

パーソナルブランディングもお任せ下さい！

これからのビジネスパーソンは、貴方の強みを活かした「印象」が大切です。

- ▶ 約40年に渡り、様々なプロジェクトに関わって、様々な業界のビジネスパーソンのTPOを理解する、メンズスーツコレクターの鈴木準 (funkyjun) が、単なる見た目のテクニックだけでなく、コミュニケーションの本質を踏まえて、印象創りのお手伝いを行います。



ジェロントロジーの考えを踏まえて「感性=右脳」をいかします！

ジェイ・ビームは「ジェロントロジー」を、マーケティングやクリエイティブに活用します。

人生100年時代のエイジング学、ジェロントロジーの【アクティブエイジング】

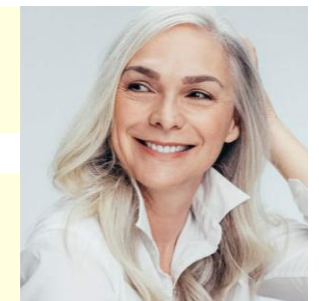


- ▶ アクティブエイジングは「ジェロントロジー」の根幹を形成する、アンチエイジング（抗加齢）より一歩進んだコンセプト。
- ▶ ジェロントロジーは、医学、生物学、心理学、脳科学、社会学などの、それぞれの専門分野から捉えた肌や身体の老化の原因を総合的に研究・分析し、年齢を重ねても若く美しく元気で長生きできる方法を理論体系化したクオリティー・オブ・ライフを高めるための「学際的なエイジング学」です。
- ▶ アメリカの最新の科学的データに基づいたジェロントロジーのメソッドを、美容・健康・長寿に使用した最新のビューティー&ウェルネスメソッドです。



年齢を重ねても若く美しく健康でいつもワクワクし
クオリティー・オブ・ライフを高める学問

若さと美しさを保ち元気で活力が溢れ
健康で活動できる状態で人生を楽しみながら健康寿命を延ばす学問



人とコミュニケーションに輝きを！



Since**1998**