



株式会社マーケティングセンター

会社説明

株式会社マーケティングセンターは、日本の高度経済成長期が始まる直前の1959年に産声を上げた、マーケティングリサーチおよびエリアマーケティングの専門企業です。半世紀を超える歴史の中で、同社は一貫して「客観的な事実（データ）」に基づいた企業の経営支援を続けてきました。

同社の事業柱は大きく分けて2つあります。一つは、伝統的な「マーケティングリサーチ」です。消費者行動の把握、製品受容性テスト、ブランドイメージ調査など、多岐にわたる手法を駆使します。取引先は自動車、石油、食品、飲料、家電といった大手製造業から、流通、金融、通信などのサービス業、さらには中央官庁や自治体などの公共部門まで多岐にわたります。この幅広いクライアント層は、同社の分析力が特定の業界に偏らず、普遍的で信頼性の高いものであることを証明しています。

もう一つの柱であり、現在の同社の大きな強みとなっているのが、自社開発の商圈分析・エリアマーケティングシステム「MC-MAP」シリーズです。これは、国勢調査などの公的な統計データと、企業が持つ顧客データを地図上で重ね合わせ、視覚的に分析するGIS（地理情報システム）の一種です。「どこに出店すべきか」「どのエリアに広告を投下すべきか」という、実店舗を持つ企業にとって最も重要な戦略判断を、経験や勘ではなく、エビデンスに基づいて導き出すことができます。特に「MC-MAP/Web」は、高度な分析をクラウド上で手軽に行えるツールとして、多くの小売・外食チェーンに採用されています。

組織としては、クライアント一人ひとりの細かなニーズに柔軟に応える「小回りの良さ」と、長年の実績に裏打ちされた「深い知見」を両立させています。日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）や、世界的な調査機関のネットワークであるESOMAR（欧州世論・市場調査協会）にも加盟しており、倫理基準と技術水準の両面で国際的な信頼を得ています。

求人広告の観点では、同社は単なる「調査会社」に留まらず、企業の未来を指し示す「ナビゲーター」のような役割を担っているとと言えます。データを通じて社会の動きを読み解き、顧客の成功を支えることに喜びを感じるプロフェッショナルが集まる、知的で誠実な企業文化が同社のアイデンティティとなっています。

会社概要

本社所在地

日本

事業内容

市場調査（マーケティングリサーチ）、商圈分析ツールの開発・提供、コンサルティング

代表取締役

横溝 英夫

設立年

1959年4月

資本金

2,140万円

従業員数

11 - 50人

URL

<https://www.mc-com.co.jp/>

オフィス情報

メインオフィス

〒1700005

東京都豊島区南大塚3-30-4

ウィステリア南大塚ビル