



〒107-8417 東京都港区赤坂 4-8-18 TEL:03-3475-9382 FAX:03-3475-9419

(19-19)

2007年7月3日

**東急エージェンシー、商圈マーケティング分野において
GIS マーケティングコンサルティング会社 JPS と業務提携**

**「商圈分析」と「消費者分析」を融合し
“暮らし場分析”から、より売りにつながる新しいコミュニケーション開発へ**

株式会社東急エージェンシー（本社：東京都港区、社長：五十嵐 正）は、このたびGIS マーケティングコンサルティング会社 株式会社 JPS（本社：東京都中央区、社長：平下 治）と、商圈マーケティング分野における業務提携契約を締結し、2007年7月1日より業務提携を開始することになりましたのでお知らせいたします。

Geographic Information Systems の略。「地理情報システム」のことで、コンピュータに必要な地域の地図を取り込んでおいて、各種データを重ねて表示するシステム。

この件に関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー

広報部 高橋、西脇

03-3475-9382

2007年7月3日

東急エージェンシー、商圈マーケティング分野において GIS マーケティングコンサルティング会社 JPS と業務提携

「商圈分析」と「消費者分析」を融合した“暮らし場分析”から、
より売りにつながる新しいコミュニケーション開発へ

株式会社 東急エージェンシー
株式会社 J P S

株式会社 東急エージェンシー(代表取締役社長:五十嵐 正、本社:東京都港区)と、GIS マーケティングコンサルティング会社 株式会社 JPS(代表取締役社長:平下 治、本社:東京都中央区)は、商圈マーケティング分野における業務提携契約を締結し、2007年7月1日より業務提携を開始することになりましたのでお知らせいたします。

Geographic Information Systems の略。「地理情報システム」のことで、コンピュータに必要な地域の地図を取り込んでおいて、各種データを重ねて表示するシステム。

企業の販売環境・競争環境の激化の中、マーケティングの最終プロセスとなる店舗、商圈を重視する広告主が増加しております。本業務提携は、東急エージェンシーの消費者データ分析、マーケティング戦略プランニング、販売促進策、広告の企画・実施の経験と、JPSのGIS分野における長年の分析ノウハウ・経験、技術力を組み合わせ、変化する広告主のニーズに応えることを目的としています。

今まで商圈分析は、半径数百メートル、数キロメートルに範囲を設定、既存の統計データを使用して商圈特性を予測し、主に新聞折込チラシの配布エリアの選定などに活用されてきました。

一方、マーケティングの分野では、消費者を人口統計的属性や心理的属性などから一定の集団に細分化し、その意識や行動パターンを分析、施策に反映させる消費分析手法が数多く開発されています。

従来の商圈分析に加え、本業務提携では、そこに生活する住民などのライフスタイルを含む消費者分析を融合し“暮らしている個々人の顔が見える分析”を行います。その分析を基に、販売拡大のために重要なターゲットを正確に設定し、コミュニケーションの具体的施策開発(表現方法、活用する媒体、タイミング、販促策の手法、媒体・施策の組み合わせ方 など)に反映させることで、より“売りにつながる”コミュニケーションを実現しようというものです。

具体的には、コンビニエンスストア、スーパーマーケット、ホームセンター、量販店をはじめとする各流通の店舗・エリア戦略、飲料などの自動販売機の立地戦略、塾・教室などの教育業種の店舗・エリア戦略、各業種のショールームなどの集客戦略、新規不動産物件の告知・モデルルーム集客戦略などに活用し、より効果の上がる広告戦略・販売促進策・その他コミュニケーション施策策定に活かしていきます。

JPS は、1979 年 10 月設立。日本の GIS 誕生期からビジネス分野での可能性を広く深く、研究と実践を重ねてきた GIS マーケティング分野の草分け的企業です。“商圈における事業の成功は、鳥瞰マーケティング、虫瞰マーケティングの視点が必要である”をモットーに、20 数年の経験と実績を基礎に、官公庁の公共事業推進や大手企業のエリア販促戦略等のコンサルティングに携わってきました。

東急エージェンシーは、マーケティングコミュニケーションを通し“広告主の売りに貢献”することを目標に掲げ、広告・販売促進・インタラクティブ施策、OOH 広告・新メディア開発などを手掛けています。また、首都圏 2500 世帯の商品の実購買データを短時間に集計・分析できる家庭内スキャンパネル QPR を持ち、消費者データ分析の経験も豊富です。

2006 年 11 月には、“買場SC研究所”を新設。売場を消費者視点から買場ととらえ、消費者心理や行動特性から、店頭での商品の購買確率を上げていく研究、新しい施策開発をしています。

本業務提携は、その“広告主の売りに貢献”という基本思想を、店舗内から、さらに店舗を中心とする商圈に広げたものです。商圈も、買場発想と同様に“事業を展開する地域”という売り手視点ではなく、消費者視点から“個々人が暮らす場所 = 暮らし場”ととらえ、エリアデータとライフスタイルデータを融合した、さらに精度の高い分析と、より効果に結びつくコミュニケーション施策開発を行っていきます。

東急エージェンシーと JPS は共同で、“暮らし場マーケティング提案チーム”を設置し、広告主の皆様への提案活動を積極的に行っていく計画です。

今後、両社は、双方の企業個性を十分に組み合わせ活かしながら、多くの広告主の皆様により高いご満足いただけるよう努めてまいります。

株式会社 東急エージェンシー 会社概要

社 名 : 株式会社 東急エージェンシー
設 立 : 1961 年 3 月 1 日
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 正
本 社 : 東京都港区赤坂 4-8-18
従業員数 : 887 名(2007 年 6 月現在)
Web URL : <http://www.tokyu-agc.co.jp>

株式会社 JPS 会社概要

社 名 : 株式会社 JPS (Japan Planning Systems)
設 立 : 1979 年 10 月 1 日
代表者 : 代表取締役社長 平下 治
本 社 : 東京都中央区日本橋堀留町 1-2-15 第 3 朝日ビル 3F
従業員数 : 20 名(2007 年 6 月現在)
Web URL : <http://www.jps-net.com>

この件に関する問い合わせ先

株式会社 東急エージェンシー	広報部 高橋、西脇	TEL:03-3475-9382
株式会社 JPS	業務部 渡辺、村岡	TEL:03-3664-3772