

## 東急エージェンシー、CRM専門部門を設置

株式会社東急エージェンシー（東京都港区、代表取締役社長 五十嵐正）は、ダイレクトマーケティング、CRM(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)の専門部門を新設し、2008年11月1日より業務を開始することとなりましたのでお知らせいたします。

現在、消費が停滞気味の中で、日本の通信販売市場は5兆円にせまる勢いに成長しているといわれ、現在、多くの企業が参入しその市場規模も拡大し続けています。また、インターネットや携帯電話をはじめとする技術進歩や環境変化の中で、さらにダイレクトマーケティング手法は進化を続けていくと見られています。

インターネット、携帯電話の普及、高機能化、テレビのデジタル化の進行の影響を受け、お客様に商品やサービスを購入していただくためのマーケティング戦略は年々複雑になってきています。

東急エージェンシーは、2006年に、クロスメディアプランニング局、買場ISC研究所を設立、2007年にはバーコードスキャン型調査システムQPR™の大規模な改良を行い、広告主の“売りに貢献できる”提案体制の充実を進めています。

東急エージェンシーは、“売りに貢献すること”をさらに一歩進め、「安定的な収益拡大につなげるため、良質顧客との密な関係づくりを進めたい」「ダイレクトマーケティング分野の事業を展開したい」という広告主の要請に応えていくことを目的に、11月1日、トータル・マーケティング・ソリューション(TMS)本部マーケティング局内に、「CRMソリューション部」を新設いたします。

本部門は、クロスメディア、プロモーション、インタラクティブ、メディア、クリエイティブ部門の人材を含む10名で構成し、ダイレクトマーケティング・CRMの分野だけでなく、既存のマーケティング手法との連動も強化し、相乗効果が出せる提案をめざしていきます。

CRMソリューション部は、web・携帯電話・デジタルメディアを駆使したダイレクトマーケティングに、下記のような東急エージェンシーならではのノウハウや経験・知見を組み込みます。

- (1) 東急エージェンシーが得意とするセールスプロモーション領域  
(サンプリングイベント、店頭企画 等)の企画・実施力
- (2) 買場ISC研究所が蓄積してきた“買場/売場”での消費者意識・行動についての知見
- (3) 20年にわたる消費者の商品購買調査「QPR™」や、商圏マーケティングでの分析知見

これらを組み合わせ、消費者には“知る楽しみ、買う楽しみ”をさらに感じていただけるよう、広告主には“顧客との長く良質な関係の構築を通じた、安定的成長性のある収益創造”に貢献できるよう努めてまいります。

CRMソリューション部設置を機に、東急エージェンシーは、マスメディア戦略からCRMまでのトータル

タルなマーケティングソリューション（TMS）をご提供し、さらに広告主のお役に立て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

事業内容：総合広告会社。マスメディア・交通広告などOOHを用いたキャンペーンの企画立案から実施、セールスプロモーション、インタラクティブビジネス、商業施設開発まで幅広く事業を展開する。

設 立：1961年3月

資 本 金：36億3,750万円

代 表 者：代表取締役社長 五十嵐 正

本社所在地：東京都港区赤坂4-8-18

従業員数：856名（2008年3月31日現在）

WebURL：<http://www.tokyu-agc.co.jp/>

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

<http://www.tokyu-agc.co.jp/>