

2024年2月9日
(6-1)

東急エージェンシーの新刊本 『文化・芸術のマーケティング Bunkamuraも実践する“満足”を生み出すチャレンジ』

株式会社東急文化村/マーケティング部長 荒木久一郎 著
文化・芸術マーケティングラボ 著

株式会社東急エージェンシー(本社：東京都港区 代表取締役 社長執行役員：高坂俊之)は、このたび新刊『文化・芸術のマーケティング Bunkamuraも実践する“満足”を生み出すチャレンジ』を発行いたしましたので下記のとおりお知らせいたします。

文化・芸術をもっと日常に、そしてファンのすそ野を広げたい。

そう願う著者と志を同じくするチームメンバーが、マーケティングの視点を取り入れることで、文化・芸術のすそ野を広げ、「市場」を作り出すにはどうすればよいか、また文化・芸術と教育現場をつなげることで次世代の感受性や表現力を高めたり、街おこしや地域振興を結びつけることで文化事業の可能性を広げられるのではないかとといったテーマで議論を重ねた内容や、実務を通じて培った経験から得られたことを一冊にまとめた書籍です。

文化施設の存在意義やその機能を俯瞰し、主として「公演」を対象に鑑賞者の満足を生み出すため、データ分析ツールを活用した基本戦略から人材育成についての実践的事例も紹介。さらにそれらに必要なマーケティング戦略や今後の指針を、Bunkamuraを例に、広告会社でマーケティング経験の豊富な著者が解説しています。

慶應義塾大学 文学部教授 中尾知彦先生も推薦！

“今や文化事業にも不可欠のマーケティング
文化施設関係者や学生にも必読の書”



四六判 並製 2,200円(税込)

この本の販売に関するお問い合わせ
株式会社東急エージェンシー 出版担当
高橋、武田、Mail : books-tag@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
コーポレート本部 コーポレートブランディング局 広報部 泉、高山、寺本
Mail : kouhou@tokyu-agc.co.jp



SYMPHONIZED VALUE CREATION.
www.tokyu-agc.co.jp

■著者 荒木 久一郎

1962年生まれ 東京都出身。

1985年 明治大学経営学部卒業。

大学卒業後、広告会社にて主にマーケティング・プランニング業務を中心に消費財などのブランディングや商品開発、地域振興など数多くのクライアント業務に携わる。

2016年より株式会社東急文化村にてチケット販売、広報業務を担当しており、現在、執行役員マーケティング部部長。

日本アートマネジメント学会 会員。

■目次

1章 文化施設について

第1節 文化施設の公共性

第2節 「文化」「芸術」そして「経済」

第3節 事業としての文化施設

第2章 文化施設のマーケティング戦略

第1節 文化事業の歴史

第2節 文化施設がめざすもの

第3節 鑑賞者の“満足”を生み出すためのマーケティング戦略

第4節 マーケティング活動を支える人材育成

第3章 “満足”を生み出すマーケティング活動

第1節 提供価値と顧客理解

第2節 販売部門の活動

第3節 広報部門

第4章 その先の“満足”へ

第1節 ファスト化する鑑賞スタイルへの対応

第2節 文化施設と学校教育との融合

第3節 文化施設と地域社会とのかかわり

<巻末資料>

Bunkamuraの概要

■書籍概要

書籍名 『文化・芸術のマーケティング
Bunkamuraも実践する“満足”を生み出すチャレンジ』

著者 荒木 久一郎 文化・芸術マーケティングラボ

体裁 四六判 並製 164ページ

発売日 2月9日(金)

価格 2,200円(本体2,000+税)

販売 全国の書店、オンラインにて発売

ISBN 978-4-88497-138-0/ C0034

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

コーポレート本部 コーポレートブランディング局 広報部 泉、高山、寺本

Mail : kouhou@tokyu-agc.co.jp



SYMPHONIZED VALUE CREATION.

www.tokyu-agc.co.jp