

進取と挑戦——65 周年、未来へ駆ける決意

新たな年を迎え、皆さまには益々ご清栄のことと心よりお慶び申し上げます

本年 2026 年、東急エージェンシーは創立 65 周年という節目を迎えます。
1961 年創業当時の日本は、マーケティングの概念が導入され始めた黎明期であり、
当社はいわばマーケティングソリューションを提供するスタートアップ企業として誕生
しました。

私たちの原点である社是には、「完璧なサービスとは科学的調査に基づく卓抜な企画を
迅速に提供してマーケティング活動の促進向上に資することであり、わが社の存在意義も
またここになければならない」と謳われています。

東急グループを率い、当社を創業した五島昇初代社長の「わが社は永遠の若さを生命と
する」という言葉に込めた進取と挑戦の精神は、今なお当社に息づいています。

私たちはその精神を大切に受け継ぎながら、時代の変化をとらえ、独創的な提案でマー
ケティング課題の解決に努めてまいりました。

丙午（ひのえうま）——情熱と疾走、変革を象徴する本年、私たちは改めて創業の精神
を噛みしめ、お客さまと共にビジネスの可能性を力強く切り拓いていく決意です。

一頭の馬が先陣を切って突き進む「一馬当先」の気概を持ち、社員一人ひとりが率先し
て変化を生み出し、楽しみ、挑戦し続ける一年とし、「三つの先駆け」にチャレンジして
まいります。

次の消費を先取る

創業以来、私たちはマーケティングの基本である消費者と消費行動の探究を続けてきま
した。

新たな消費の担い手となる α 世代にもいち早く着目してきましたが、研究・提案体制を強
化すべく、 α 世代デザインファーム「 α Find（アルファインド）」を設立しました。

さまざまな業界団体や企業との共創プロジェクトも始動し、次世代の市場創造へ向けた
取り組みを本格化させています。

体験設計の先頭を走る

マス、デジタル、そして東急グループのリアルな場を組み合わせた独自の提案力は、当社の大きな特長です。

培ったプランニングノウハウと、商品・サービスごとに求められる体験の質と接点を探索する独自リサーチ「体験価値調査」のデータベースを結びつけ、体験設計の最適化を実現します。

「Phygital Experience Design」というサービス名称のもと、PESO 全体を通じて最適な接点とコンテンツによる統合コミュニケーションを提案し、お客さまのブランド価値を最大限に高めてまいります。

A to A 時代の先陣を切る

ビジネスの生産性と創造性を高めるため、マーケティングプロセスへの AI 活用は、今や欠かせないテーマとなっています。

当社では、業界初となる AI タレントによる TVCM 制作や AI カメラによるオーディエンス計測、広告考査システムのサービス化などを実現してきました。また社内向け業務支援 AI アプリ「AI バディ」も稼働しています。

今後は、お客さま側の AI エージェントと当社の AI エージェントが協働する「A to A (Agent to Agent)」時代の到来を見据え、オーケストレーション型の「マーケティング AI エージェント」の整備を進めてまいります。

この 65 周年は、「中期経営計画 2026～Re-build～」の最終年度でもあります。これまで着実に進めてきた変革の歩みの集大成として、お客さまから「ベストソリューションパートナー」とご評価いただけるよう、一層の努力を重ねてまいります。

本年も変わらぬご指導とご鞭撻を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2026 年、皆さまのご健勝と事業のご隆盛を祈念いたします

株式会社東急エージェンシー

代表取締役 社長執行役員 高坂 俊之