

2015年3月4日

株式会社トヨタモーターセールス&マーケティング

株式会社トヨタマーケティングジャパン

トヨタ自動車株式会社

トヨタ自動車、トヨタモーターセールス&マーケティング (TMSM)、 トヨタマーケティングジャパン (TMJ)、マーケティングや モータースポーツ活動の強化に向けての再編に合意

TMSM はトヨタへ統合、TMJ のモータースポーツ機能もトヨタに一本化

トヨタ自動車株式会社（社長：豊田章男 以下、トヨタ）、およびトヨタの 100%子会社の株式会社トヨタモーターセールス&マーケティング（社長：友添雅直 以下、TMSM）、TMSM の 100%子会社の株式会社トヨタマーケティングジャパン（社長：前川眞基 以下、TMJ）の 3 社は、TMSM をトヨタに統合し、また、TMJ が持つモータースポーツ機能についてもトヨタに移管する。

設立から 5 年を経て、トヨタを取り巻く環境も変わる中、TMSM や TMJ がこれまでに培ってきた専門性・機動性の向上などの成果をさらに今後の持続的成長に活かすべく、今後は、TMSM のグローバルブランド戦略機能をトヨタのコーポレート中長期戦略に結びつけることによって 現地販売代理店とのマーケティング施策展開力をさらに高めていく。

また、3 社それぞれの領域で推進してきたモータースポーツ活動を、トヨタに本部を設け、集約する。創業者 豊田喜一郎はかつて、自動車メーカーがモータースポーツ活動に取り組む意義について「オートレースは、単なる興味本位のレースではなく、日本の乗用車製造事業の発達に必要欠くべからざるもの」と述べている。今回の集約を機に、こうした創業の精神に立ち返り、あらためてモータースポーツ活動を「もっといいクルマづくり」の軸足として位置づけ、統一した戦略・マーケティング・技術開発のもと、「もっといいクルマづくりに向けた人材育成」、「クルマファンの拡大」を加速させていく。

トヨタは 2009 年当時、外部環境が大きく変化する中、より地域に寄り添ったマーケティング機能を発揮すべく、マーケティング専門会社として TMSM、および TMJ を設立。以来、TMSM は業務の専門性・機動性を高め、WEB やデジタル素材を活用したマーケティングの質とパフォーマンス向上などに取り組み、また、専門性が高く、ノウハウの豊富な人材の早期育成にも注力し、一定の成果を挙げた。

なお、TMSM は、4 月 1 日から業務移管を開始し、7 月 1 日にトヨタに統合される。また、TMSM の 100%子会社である、TMJ および、(株)デルフィス、(株)アムラックストヨタ、(株)トヨタオートモールクリエイトは、TMSM のトヨタへの統合後、それぞれトヨタの 100%子会社となる。

<TSM/TMJの概要>

(2015年3月現在)

	トヨタモーターセールス &マーケティング	トヨタマーケティングジャパン
代表者	取締役社長：友添雅直	取締役社長：前川眞基
本社所在地	東京都文京区	東京都文京区
資本金	1億円	1億円
出資関係	トヨタ自動車(株)が100%	TSMが100%
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルなマーケティング展開と海外ディストリビューターの支援 ・新たなマーケティングの実践 ・傘下各社のシナジー戦略と支援等 	国内の宣伝/販促プロモーション活動等の企画/制作、国内の市場/ユーザー調査等
設立	2009年12月	2009年10月
事業開始	2010年1月	2010年1月
従業員数	約150名	約120名 (うち、モータースポーツ機能約25名)

以上