

INTAGE Group's History

— インテージグループの歩み —

インテージグループは、変化に対応するために「進化することをやめない」という企業としてのDNAと、「調査とシステムの融合」という独自の事業スタイルにより、50年もの長きにわたって持続的な成長を遂げてきました。

お客様のビジネスの成功のために、そして、すべてのステークホルダーと社会のために、これからもインテージグループは歩み続けます。



コンテンツ

- 1 インテージグループの歩み
- 2 マネジメント・メッセージ
- 4 特集
インテージグループの成長戦略
～ Next 50に向けて～
- 6 事業の概要
6 市場調査・コンサルティング事業
8 システムソリューション事業/
医薬品開発支援事業

見通しに関する注意事項

このインバスターズガイドに掲載されている見通しは、現在入手可能な情報から得られたインテージの経営者の判断に基づいております。実際の業績は、さまざまな要素により、これら業績見通しと異なる可能性があることをご承知おきください。

- 1960年 SDI開始
カスタムリサーチ開始
- 1964年 SCI開始

市場調査・コンサルティング

システムソリューション

- 1963年
システムソリューション
事業開始

■ 1960年3月 株式会社社会調査研究所 設立

売上高の推移 1960 1965 1970

秋葉原本社



ひばりヶ丘事業所



(億円)
400

300

200

100

0

■ 1977年 SLI開始

1999年 ■ インターネット調査開始

2008年 ■ INTAGE (Thailand) Co., Ltd. 設立

■ 1999年 上海事務所開設

■ 1992年 SCIスキャニングシステム開始

2010年 ■ SCI-personal開始

■ 1994年 SRI開始

■ 2005年 personal eye 開始

■ 2002年 英徳知 市場諮詢(上海) 有限公司設立

2010年11月 ■ ASKLEP CHINA Inc. 設立

2009年 ■ 聯恒^{わんこう}市場研究有限公司を子会社化 (現 INTAGE CHINA Inc.)

医薬品開発支援

1999年 医薬品開発支援事業開始

2000年 IBRDジャパン株式会社(現 株式会社アスクレップ)を子会社化

2003年 CRO業務を株式会社アスクレップに統合

2009年3月 東京証券取引所市場第一部銘柄に指定

2008年1月 東京証券取引所市場第二部へ上場

■ 1981年 POS化対応プロジェクトを開始

2010年3月 創業50周年

2001年4月 株式会社インテージへ社名変更

2010年7月 ISO20252を取得

■ 1973年3月 旧本社ビル(現 ひばりヶ丘事業所)完成

2001年11月 JASDAQ市場へ上場

2005年11月 インテージ秋葉原ビルを開設し、本社を移転

1975 1980 1985 1990 1995 2000 2005 2011

Creating intelligence that empowers the global society of tomorrow

インテージグループは地球の未来を見据え、
次の50年もすべてのステークホルダーと社会にとって、
なくてはならない存在であり続けたいと考えています。

このたびの東日本大震災により被災された皆さまに謹んでお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復旧を心よりお祈り申し上げます。

インテージグループは、1960年に市場調査の専門機関として創業して以来、マーケティングリサーチを中核に、システムソリューション事業やヘルスケア領域の情報サービスを展開する、極めてユニークな企業グループへと成長しました。さまざまな事業環境の変化にいち早く対応することによって常に業界をリードし、現在では売上金額において国内第1位、世界第10位(2010年全米マーケティング協会調べ)というポジションを獲得しています。

世界金融危機の発生後、底を打った経済もさまざまな景気刺激策によって徐々に回復の傾向を見せ始めていました。しかし、2011年3月に発生した東日本大震災によって、今後の日本ならびに全世界の経済活動や社会秩序形成は大きな影響を受けることが予想されます。

インテージグループの事業環境においても、リサーチ業界、コンサルティング業界、IT業界、広告業界などの企業がお互いを巻き込みながら、ビジネスモデルが収斂していく状況が生じています。成長を続けてきたインターネットリサーチ分野も転換期を迎え、競合企業にもサービス変革の動きが見られます。このような事業環境の変化の中で、お客様からはスピードと

コストへの要求とともに、「消費者の本当の姿を知りたい」というニーズがますます強まっています。

今後も引き続き、消費者の変化をいち早く理解し、お客様に必要なインサイト(気づき、新しい知見)を提供することで、信頼されるビジネスパートナーとして、インテージグループの企業価値を一層高めていくことを目指します。

私たちインテージグループの存在意義は、これまでの50年がそうであったように、次の50年“Next 50”も環境変化に対応して、新しい情報価値を創造することにあります。

私たちはいかなる環境下にあっても、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の人々の暮らしを豊かにし、地球社会の持続可能な発展に寄与するというビジョンを変えることはありません。

株主・投資家の皆様におかれましては、今後とも一層のご支援、ご鞭撻を賜りますよう謹んでお願い申し上げます。

2011年6月

代表取締役会長

田下憲雄

代表取締役社長

宮首賢治

特集

インテージグループの成長戦略 ～Next 50に向けて～

インテージグループの新たな取り組みについてご紹介します。

全国個人消費者パネル調査『SCI-personal』

『SCI-personal』は、2005年にスタートしたpersonal eye（個人消費者パネル調査）のエリア・規模を拡大した後継サービスとして展開する、食品（生鮮・惣菜・弁当などを除く）・飲料・日用雑貨品・一般医薬品の買い物調査です。パネルモニターが購入した商品のバーコードを専用の小型スキャナ端末でスキャンし、帰宅後、商品を購入したルートや個数・金額などをPCから入力することで、全国（沖縄県を除く）の男女計26,700人のパーソナルユース商品を中心とした購買行動分析ができます。

このように収集した日々の購買実態と、別途パネルモニターに聴取した性別・年代・職業などのプロフィールや意識項目から、Shopper（買い物客）とConsumer（消費者）のInsight（気づき）を提供することで、消費財メーカーや流通業のブランドマーケティングや店頭マーケティングの戦略立案と施策実施後の監査を支援することが可能です。

『SCI-personal』の4つの特徴

① 高いデータ精度

- これまで多彩なパネル調査（消費者の買い物調査や小売店のPOSデータ調査）を運営する中で培った「パネル調査の運営ノウハウ」と「精緻な商品マスター」をベースに、高精度のデータを提供。
- 日本最大の男女個人パネルモニター26,700人を有し、安定したデータ提供を実現。購入率の低い商品の分析もサポート。

② 幅広い調査カバレッジ

- 全国（沖縄県を除く）をカバーする男女個人消費者パネル調査で、エリア特性を把握。

③ 豊富な調査項目

- 調査対象カテゴリーだけでなく、生鮮食品などを含むレシートの合計金額も捕捉しており、リアルな客単価やチェーン間競合の分析もサポート。
- スーパーマーケットやドラッグストアなどでは、購入した個店情報も捕捉、立地など店舗属性に応じた分析もサポート。

④ 高い拡張性

- SRI（全国小売店パネル調査）とあわせて分析することで、販売実態と購買実態の両面から立体的な把握が可能。
- パネルモニターに対して、別途インターネット調査を実施することにより、購買時の意識を絡めたターゲット・セグメンテーションや商品購入理由の把握が可能。

『SCI-personal』の今後の展開

2012年には、『SCI-personal』とSCI（全国消費世帯パネル調査）の再編統合を行い、50,000サンプル規模のパネルモニターを有する新しい消費者情報体系の構築を目指します。

今後も、リサーチノウハウを基盤に、パネルモニター数の飛躍的拡大、インターネットによる双方向化、収集する情報項目の拡大を図ることで、“消費者の本当の姿”を知るための情報価値の向上と創造を進めていきます。

STEP ①

購入商品のバーコードをスキャン



携帯性に優れた小型スキャナ端末



STEP ②

PCにUSB接続して金額や他項目を入力



画面イメージ



『SCI-personal』の概要

対象者	15～69歳の男女個人
エリア	全国（沖縄県を除く）
サンプルサイズ	26,700人
データ収集方法	小型スキャナ端末によるバーコードスキャン＋PC連携入力によるインターネット調査
対象カテゴリー	食品（生鮮・惣菜・弁当などを除く）・飲料・日用雑貨品・一般医薬品
調査項目	購入商品のバーコード、購入ルート、購入個数、購入金額など
データ分析	マーケットシェアの時系列変化（週・月別）、購入者プロフィール、ブランドスイッチなど

海外事業の積極的な展開

高齢化や人口・世帯数減による国内消費市場の縮小によって、多くのお客様が中国をはじめとするアジア市場に成長の機会をシフトしています。インテージグループにとっても、事業のグローバルシフトは、次の50年の成長にとって不可欠であると認識しています。

中国においては、2002年に設立した英徳知市場諮詢(上海)有限公司と2009年に子会社化した上海聯恒市場研究有限公司を合併し、2011年3月より「INTAGE CHINA Inc.」としてサービスを開始。両社の強みである「高度な品質管理」と「強固な中国国内ネットワーク」を相互に享受し、さらなるシナジーを発揮しています。

また、2008年に設立したINTAGE (Thailand) Co., Ltd.は、同社の合併会社であるタイ国のResearch Dynamics Co., Ltdから2011年7月にすべての事業を譲り受け規模を拡大、さらに2011年11月にはベトナム国のFTA Research and Consultant, LLCもグループ

入りするなど、東南アジア地域での事業拡大に向けた拠点強化を進めています。

CRO(医薬品開発業務受託機関)業務を行う株式会社アスクレップにおいても、治験市場の拡大が見込まれる中国での事業展開を視野に入れ、2010年にASKLEP CHINA Inc. を設立しています。

インテージグループでは今後、グローバルの要求に則したローカルインサイトを提供することを目指し、ローカル社員による「マネジメントの現地化」を積極的に推進していきます。

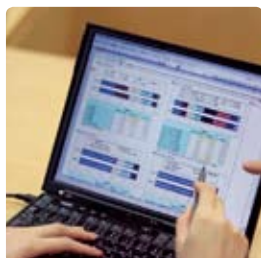
中期目標として海外事業の連結売上比率10%を設定するとともに、早期に中国調査市場でのトップ10入りを実現します。また、中国以外の東南アジア、インド、その他の地域でもM&Aを含む積極展開を行い、グローバルシフトのスピードアップを図ります。

インテージグループの海外拠点



事業の概要

インテージグループは、「市場調査・コンサルティング」「システムソリューション」「医薬品開発支援」の3つの事業から構成される極めてユニークな企業グループです。ここでは、事業別に提供する主要なサービス・商品をご紹介します。



市場調査・コンサルティング事業

市場調査事業の主力商品は「パネル調査」です。パネル調査は、調査対象(人、世帯、店など)を長期間固定して継続的に調査を行うことにより、時系列で市場動向を把握することができます。

「カスタムリサーチ」はお客様のマーケティング課題に基づき、テーマごとに最適な調査を設計し、調査票作成から実査(フィールドワーク)、集計、分析を受託するサービスです。

消費者パネル調査

SCI(全国消費世帯パネル調査)

SCIは、毎日の食品、日用雑貨品などの購買動向を継続的に捉える調査で、全国12,640世帯(70歳代の高齢者モニターを含む)のモニターを有しています。

調査対象の商品カテゴリーも多岐にわたり、さらに長期間のデータを保有しているため、時系列で消費財市場の動向を総合的に把握することが可能です。

SLI(全国女性消費者パネル調査)

SLIは、全国の15歳から69歳までの女性モニター40,060人から化粧品、ヘアケア商品、サプリメントなどの女性用パーソナル商品に特化した購入データを収集。これに分析を加え、主に化粧品

メーカーやヘルスケアメーカーなどのお客様へ提供しています。

SCI-personal(全国個人消費者パネル調査)

SCI-personal(全国の15~69歳の男女個人26,700人)は、これまで培ってきた「パネル調査の運営ノウハウ」と「精緻な商品マスター」をベースに開発された個人の購買行動を捉える調査です。小型スキャナ端末とインターネットを活用して収集されたデータをもとにインサイト(気づき)を提供し、消費財メーカーや流通業のブランドマーケティング、店頭マーケティングの戦略立案と施策実施後の監査を支援しています。



小売店パネル調査

SRI(全国小売店パネル調査)

SRIは、全国の主要な小売店約5,000店舗を調査対象にPOSデータを収集・分析し、マーケティング戦略に不可欠な情報を提供するサービスです。リサーチノウハウと高度な分析力をもとに提供される情報は、国内の主要消費財メーカーのほとんどに利用され、この分野で圧倒的な強さを誇っています。

SDI(全国一般用医薬品パネル調査)

SDIは、全国の薬局、ドラッグストア、スーパーマーケット、コンビニエンスストアなど約3,200店舗を調査対象に、一般用医薬品を中心としたヘルスケア関連カテゴリーに特化した情報サービスを提供しています。

SDIは1960年の当社創業時からのサービスであり、長年のノウハウの蓄積により、一般用医薬品市場において、業界標準指標としての地位を確立しています。

カスタムリサーチ

インターネット調査

マーケティングリサーチにおけるIT活用の可能性にいち早く着目した当社は、約142万人のインターネットモニターにご協力いただき調査を実施しています。インターネット調査に関わるさまざまなノウハウの蓄積をベースに、当社の持つ高度で多彩なりサーチノウハウと分析力を融合することによって、リアルな市場の実態を反映した高度な情報を提供しています。

従来型調査

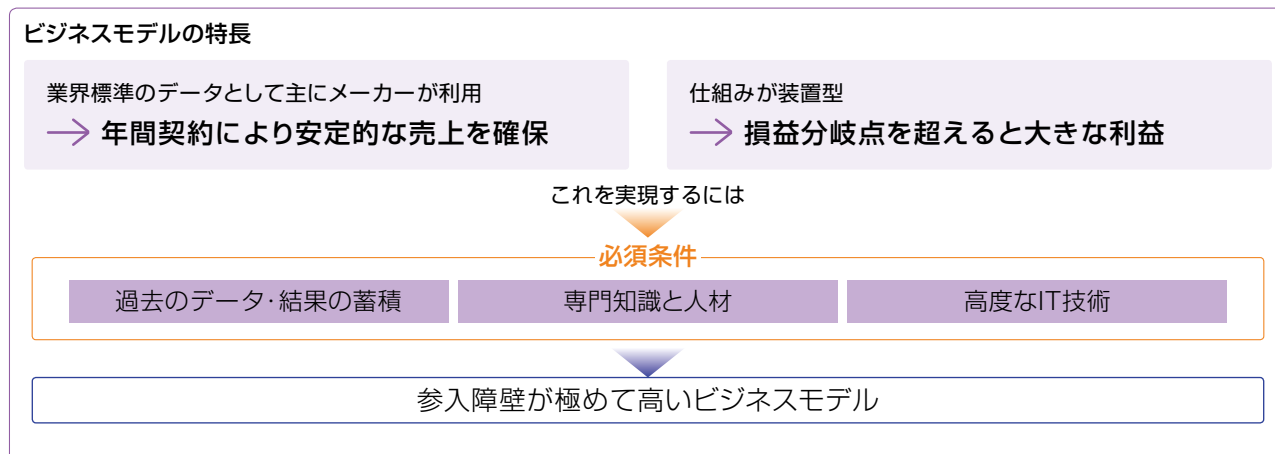
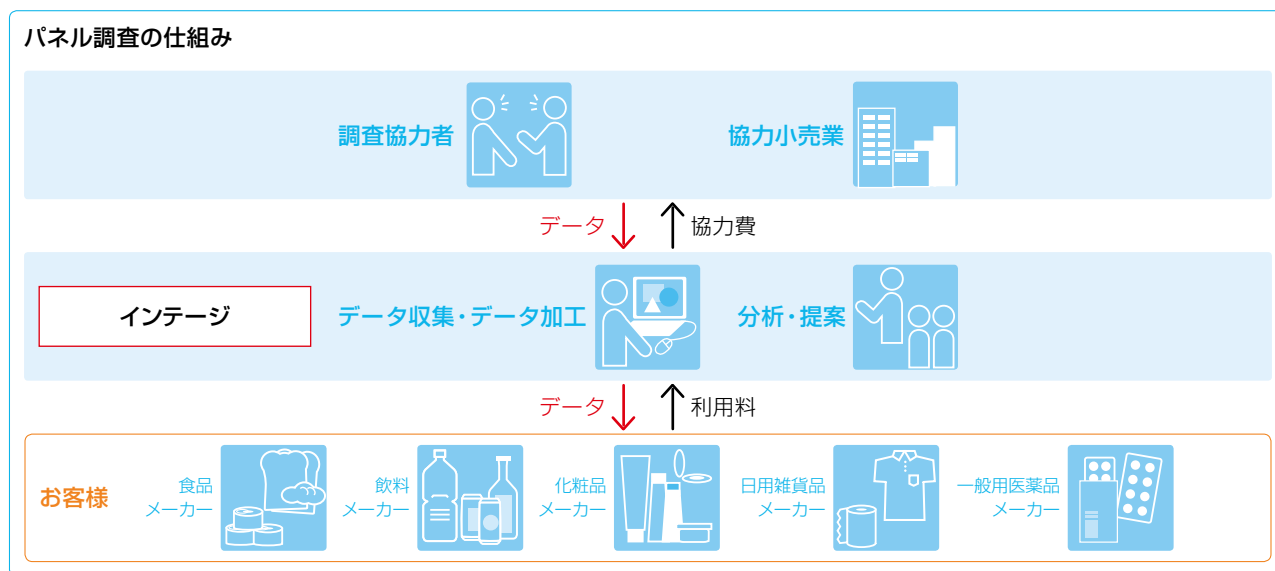
従来型調査の調査手法は多岐にわたり、「郵送調査」「訪問面接調査」「定性調査」「会場テスト」など、多種多様な調査手法をベースに、テーマに応じた最新・最適な統計解析手法を駆使しています。さらに、パネル調査と連動する当社独自のサービスなど、お客様の持続的な成長に貢献する高度な情報を提供しています。

■ パネル調査のビジネスモデル

インテージのパネル調査は、参入障壁が極めて高いビジネスモデルを確立しています。
ここでは、パネル調査のビジネスモデルについて解説します。

市場調査では、最新の情報とともに比較対象となる過去のデータ・結果の蓄積が重要になります。当社が長年にわたって収集している小売店パネルと消費者パネルのデータは、食品・飲料、化

粧品、日用雑貨品、一般用医薬品メーカーなど、多くのお客様の商品開発や市場分析・販売戦略に幅広く活用されています。



インテージが選ばれる理由

当社のパネル調査は「誰が、何を、どこで買ったか」という消費動向を、日次、週次の早いタイミングで情報提供しています。これにより、お客様は業界の動向や自社商品の売れ行き、競合関係

をスピーディに把握し、的確な意思決定が可能となります。さらに、当社のパネルデータを利用することにより、膨大なデータの収集にかかるコストを軽減することができます。



システムソリューション事業

システムソリューション事業は、ソフトウェアの開発・販売から、システムの運用、維持・管理、データセンター運用などを主たる業務としています。

さらに、システムの構築・運用による業務プロセス改善の支援だけでなく、お客様の業務に関わる膨大なデータの評価、分析、コンサルテーションなど、経営戦略的な側面への支援まで幅広いサービスを提供しています。

システムソリューション事業においては、これまでの受託型事業構造から脱却し、当社独自の顧客・業界精通性を武器に、業界別ソリューション提供型ビジネスへのトランスフォーメーションを推進しています。

例えば、医薬分野では医薬業界に特化した「MR活動支援ソリューション」、旅行分野では、鉄道、航空、宿泊施設、旅行代理店を結ぶ「旅行業界コラボレーション支援プラットフォーム」の拡大など、当社の経験、情報資源、顧客資産を活かしたソリューション事業として拡大を目指し、収益性の改善を実現していきます。

医薬品開発支援事業

医薬品開発支援事業では、CRO（医薬品開発業務受託機関）業務を行っています。

CRO業務は、製薬企業からの委託により、モニタリング業務（治験の進行状況の管理など）やデータマネジメント・解析業務（治験データの分析など）を実施し、医薬品開発をサポートしています。



医薬品開発には、医薬品や統計学の専門的な知識、ノウハウを必要とするだけでなく、レギュレーションの遵守、的確性や品質、スケジュールなどに厳しい管理基準が求められます。

インテージグループは、豊富な経験と高度な専門性を持つプロフェッショナルな人材を結集したグループ会社「株式会社アスクレップ」を中核に、医薬品開発プロセスにおける製薬会社のアウトソーシングパートナーとして、医薬品臨床開発業務におけるソリューション型治験サービスを提供しています。

近年、日本の製薬会社は、医薬品の臨床試験実施基準（GCP）

や製造販売後調査・試験実施基準（GPSP）など法規制の厳格化や国際的な競争の激化に伴い、業務の専門化、医薬品開発のスピードの加速化、事業の効率化が進んでいます。

これらの事業環境の変化を背景に、創薬トータルソリューション企業としてのポジションを確立するために、リサーチ機能やシステム開発機能などインテージグループのシナジー最大化を実現していきます。また、新事業領域としては、抗がん剤領域の治験受託体制の強化、グローバルスタディに対応できるアジアでの治験受託体制の構築などにチャレンジしています。

株式会社インテージ

お問い合わせ先

株式会社インテージ 経営管理部 広報・宣伝グループ

〒101-8201 東京都千代田区神田練堀町3番地 インテージ秋葉原ビル

Tel.03-5294-0111 Fax.03-5294-8318

URL: <http://www.intage.co.jp/ir/>



Printed in Japan

1106500

TOP15 グローバルリサーチ企業

出典: Marketing News誌(アメリカマーケティング協会)/August 2011

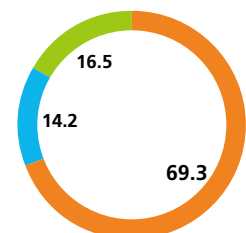
企業名	本社	売上金額 (百万U.S.\$)
1 The Nielsen Company	米国	\$4,958.0
2 Kantar	英国	3,183.6
3 IMS Health Inc.	米国	2,211.6
4 GfK SE	ドイツ	1,716.2
5 Ipsos S.A.	フランス	1,512.8
6 Synovate	英国	884.8
7 Symphony IRI Group	米国	727.0
8 Westat Inc.	米国	455.3
9 INTAGE Inc.*	日本	416.2
10 Arbitron Inc.	米国	395.4
11 The NPD Group Inc.	米国	240.1
12 J.D. Power and Associates	米国	231.4
13 Video Research Ltd.*	日本	212.0
14 IBOPE Group	ブラジル	210.8
15 ICF International Inc.	米国	200.1

*2011年3月期の数値

事業別売上高 / 営業利益

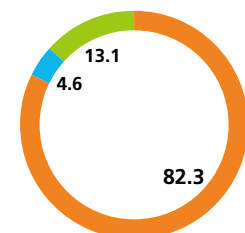
セグメント別構成比

事業別売上高構成比
(単位: %)



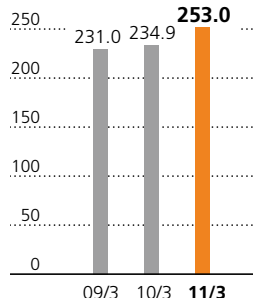
■ 市場調査・コンサルティング事業
■ システムソリューション事業
■ 医薬品開発支援事業

事業別営業利益構成比
(単位: %)

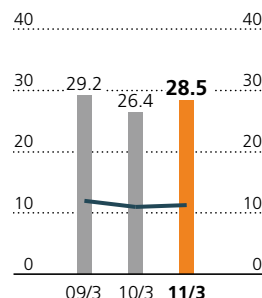


市場調査・コンサルティング事業

売上高
(単位: 億円)



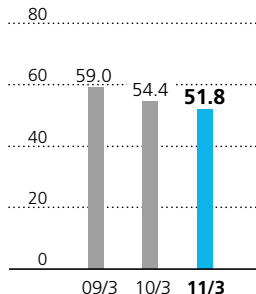
営業利益
(単位: 億円 / %)



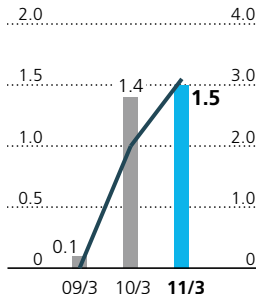
■ 売上高営業利益率(右目盛)

システムソリューション事業

売上高
(単位: 億円)



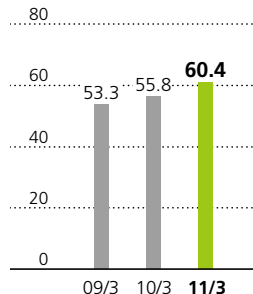
営業利益
(単位: 億円 / %)



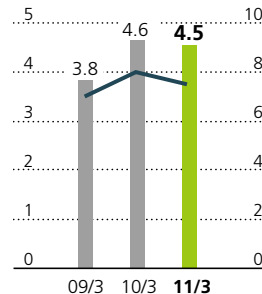
■ 売上高営業利益率(右目盛)

医薬品開発支援事業

売上高
(単位: 億円)



営業利益
(単位: 億円 / %)



■ 売上高営業利益率(右目盛)

株式情報

(2011年3月31日現在)

株式の状況

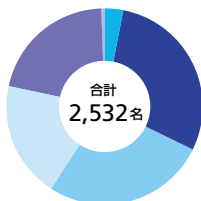
発行可能株式総数	37,000,000株
発行済株式の総数	10,404,000株
株主数	2,532名

大株主の状況

株主名	当社への出資状況	
	持株数(株)	持株比率(%)
ビービーエイチ フォー フィデリティー ロープライス ストックファンド	1,040,000	10.3
エーザイ株式会社	900,000	8.9
インテージ従業員持株会	611,950	6.1
ノーザントラスト カンパニー エイブイエフシー サブ アカウント アメリカン クライアント	458,400	4.6
豊栄実業株式会社	455,000	4.5
株式会社埼玉りそな銀行	450,000	4.5
株式会社みずほ銀行	350,000	3.5
日本生命保険相互会社	350,000	3.5
第一生命保険株式会社	350,000	3.5
東京海上日動火災保険株式会社	350,000	3.5

※持株比率は自己株式(347,431株)を控除して計算しております。

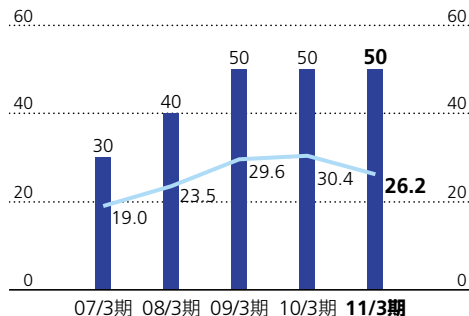
所有者別株式分布状況



自己名義株式	3.3%
個人-その他	29.0%
金融機関	27.1%
その他の法人	19.2%
外国法人等	20.9%
金融商品取引業者	0.5%

配当金および配当性向

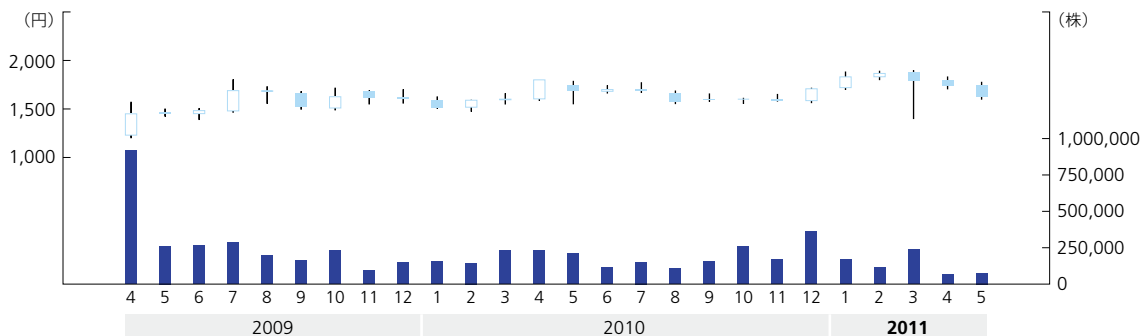
(単位:円/%)



■ 配当金(左目盛)
■ 配当性向(右目盛)

配当性向=1株当たり配当額÷1株当たり当期純利益×100(%)

株価および出来高の推移



9年間の要約連結財務データ

株式会社インテージおよび連結子会社
3月31日に終了した事業年度

(単位:百万円)

	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
会計年度:									
売上高	¥ 36,538	¥ 34,526	¥ 34,345	¥33,104	¥30,800	¥28,777	¥26,619	¥23,899	¥23,493
売上原価	26,021	24,138	23,870	22,755	21,958	20,681	19,285	17,626	17,556
販売費及び一般管理費	7,051	7,131	7,154	7,034	5,910	5,481	5,147	4,565	4,115
営業利益	3,465	3,256	3,320	3,314	2,930	2,614	2,186	1,708	1,821
当期純利益	1,915	1,679	1,728	1,765	1,626	1,361	997	665	721
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,025	2,905	3,190	2,247	2,042	1,627	1,230	967	1,061
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,052)	(1,810)	(1,554)	(1,033)	(1,902)	(1,060)	(1,652)	(376)	(180)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(1,108)	(924)	(1,707)	(546)	9	(597)	667	97	(789)
現金及び現金同等物の期末残高	4,337	3,484	3,303	3,394	2,721	2,569	2,595	2,348	1,667
会計年度末:									
総資産	24,660	23,349	21,180	21,261	20,272	17,945	17,364	15,191	14,638
純資産	13,757	12,386	11,590	10,288	9,034	7,454	6,238	5,366	4,835
自己資本比率(%)	55.8	53.0	54.2	47.9	43.4	41.5	35.9	35.3	33.0
1株当たり情報(円):									
当期純利益	190.51	164.31	168.69	170.10	157.58	129.34	94.13	63.33	68.39
純資産	1,367.39	1,230.86	1,120.90	994.41	851.35	719.52	601.81	518.71	466.93
配当金	50.00	50.00	50.00	40.00	30.00	26.00	14.00	12.00	12.00
その他の情報(%):									
売上高営業利益率	9.5	9.4	9.7	10.0	9.5	9.1	8.2	7.1	7.8
ROA	8.0	7.5	8.1	8.5	8.5	7.7	6.1	4.5	5.1
ROE	14.7	14.1	15.9	18.6	20.0	19.9	17.2	13.1	15.8

注1:2006年の会社法施行に伴い、これまでの株主資本に少数株主持分などを加え、2007年3月期以降は純資産として数字を開示しています。

注2:2007年3月期以降のROE=当期純利益÷期中平均自己資本×100

会社概要

社名

株式会社インテージ
(英文社名 INTAGE Inc.)

本社所在地

〒101-8201
東京都千代田区神田練塀町3番地
インテージ秋葉原ビル

創業

1960年(昭和35年)3月

主要な事業内容

- ・市場調査・コンサルティング事業
- ・システムソリューション事業
- ・医薬品開発支援事業

資本金

16億8,140万円

従業員数

936名
(グループ連結: 1,997名)
※2011年3月31日現在

上場市場

東京証券取引所市場第一部

事業所

ひばりヶ丘事業所
東久留米事業所
西日本支社

インテージグループ

株式会社アスクレップ

<http://www.asklep.co.jp/>

株式会社インテージリサーチ

<http://www.intage-research.co.jp/>

株式会社インテージ長野

<http://www.intage-nagano.co.jp/>

株式会社インテージ・アソシエイツ

<http://www.intage-associates.jp/>

株式会社アンテリオ

<http://www.anterio.co.jp/>

INTAGE CHINA Inc.

<http://www.intage-china.com/>

INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

<http://www.intage-thailand.com/>

ASKLEP CHINA Inc.

FTA Research and Consultant, LLC

<http://www.ftaresearch.com/>

役員一覧

(2011年6月22日現在)

取締役

代表取締役会長

田下 憲雄

代表取締役社長

宮首 賢治

常務取締役

南郷 格

取締役

工藤 理

取締役

一ノ瀬 裕幸

取締役

一ノ瀬 茂

取締役

横田 進

取締役

石塚 純晃

取締役

松本 享

社外取締役

上原 征彦

監査役

常勤監査役

黒須 毅

常勤監査役

伊藤 喜代司

社外監査役

高木 賢

社外監査役

斉藤 紀夫