

▶ 私たちの歴史

インターネットグループは1960年の創業以降、生活者の環境や変化に対応し、顧客のニーズに合わせたさまざまなサービスを提供し続けており、好不況に大きく左右されることなく、着実に成長を遂げています。

沿革

1960s

▶ 1960年の創業時からパネル調査、データ収集・分析に取り組み、徐々にシステム化

1960 株式会社社会調査研究所
(現 株式会社インターネットホールディングス) 設立
SDI (全国一般用医薬品パネル調査) を開始
カスタムリサーチを開始

1964 SCI (全国消費世帯パネル調査) を開始

1970s—1980s

▶ 時代の変遷に合わせ、システムも強化・拡張

1973 東京・ひばりヶ丘 本社ビル竣工

1987 売上高100億円を突破

1988 SCIのスキニングシステム化に着手

1990s

▶ 多様なパネルの構築、小売店POSに着手。
インターネット時代の到来とともに、積極的にビッグデータに取り組む

1994 SRI (全国小売店パネル調査) を開始

2000s

▶ アジア各国における事業基盤の整備や
コミュニケーション領域の
新サービス開発に注力

2000 事業ビジョンとして
「インテリジェンス・プロバイダー」を提唱
IBRD JAPAN 株式会社
(現 株式会社アスクレップ) を子会社化

2001 「株式会社インターネット」に社名変更
JASDAQへの株式公開

2002 英徳知市場諮詢(上海) 有限公司設立

2005 東京・秋葉原に本社を移転

2007 ティー・エム マーケティング株式会社
(現 株式会社アンテリオ) を子会社化

2008 東京証券取引所 市場第二部に上場
INTAGE (Thailand) Co., Ltd. 設立

2009 東京証券取引所 市場第一部銘柄に指定

2010s

2010 SCI-personal (全国消費者パネル調査) を開始

2011 FTA Research and Consultant, LLC
(現 INTAGE VIETNAM LIMITED LIABILITY
COMPANY) を子会社化

2012 株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモとの合併会社、
株式会社ドコモ・インサイトマーケティング 設立
INTAGE INDIA Private Limited 設立
株式会社医療情報総合研究所を子会社化

2013 i-SSP (インターネットシングルソースパネル) を開始
INTAGE SINGAPORE PTE. LTD. 設立
CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITED
を子会社化
持株会社体制に移行し、商号を株式会社インターネット
ホールディングスに変更
PT. INTAGE INDONESIA 設立

2014 SCI-personalをSCIに名称変更
株式会社アスクレップの臨床開発事業およびこれ
に付随する事業をエイツーヘルスケア株式会社に
承継し、同社の発行済株式の全部を伊藤忠商事株
式会社に対して譲渡
売上高400億円を突破

2015 株式会社インターネットコンサルティング 設立

2016 株式会社データエイジ 設立
SBI インベストメント株式会社と共同で
INTAGE Open Innovation
投資事業有限責任組合 設立
株式会社アスクレップが
株式会社京都コンステラ・テクノロジーズを子会社化

2017 INTAGE USA Inc. 設立

2018 株式会社ビルドシステムを子会社化
売上高500億円を突破

▶ 私たちを取り巻く環境の変化

ビジネス環境に限らず、生活者を取り巻く環境は近年、急激に変化しています。消費者の価値観の多様化・細分化だけでなく、さまざまなデバイスやメディアの普及によるデジタル化の急速な進展に伴い、そこから生まれた“ビッグデータ”は今や浸透しつつあります。多種多様な情報が集まり、それをリアルタイムで処理することがマーケティングでも期待されています。



価値観の 多様化・細分化

インターネットの普及に伴うテレビ・雑誌・ラジオ離れや、家族構成・経済状況の変化などにより、私たち日本人の生活者の価値観は以前よりも多様化かつ細分化されてきています。



メディアの 多様化

テレビ・新聞・雑誌・ラジオなどのいわゆるマスメディアに加え、メールやインターネット、さらにはスマートフォンの普及に伴うSNSなど、メディアが多様化してきています。



デジタル化

インターネットの普及により、例えば本が紙ではなく電子機器で読めるようになったように、マーケティングリサーチ業界でも、郵送調査、訪問調査、紙でのアンケート回答といった手法から、スマートフォンやパソコンを利用したインターネットのアンケートが大幅に増加しています。

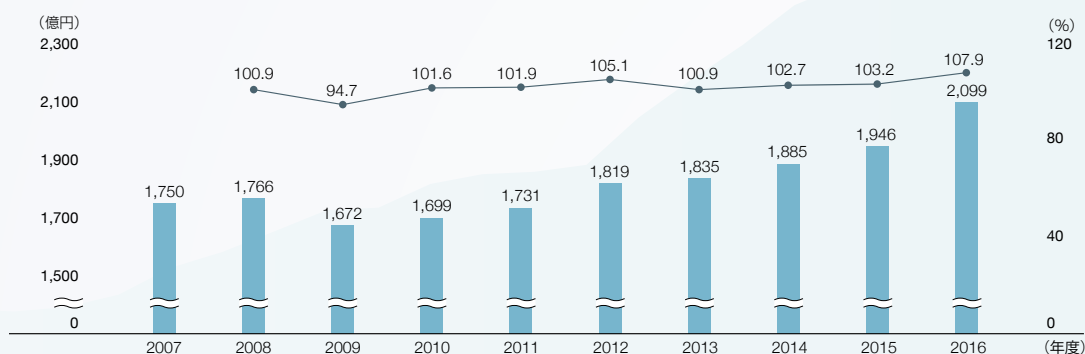


SNSの普及

代表的なソーシャルネットワーキングサービス (SNS) であるフェイスブックやツイッターなど、Webサイトやスマートフォンを通じたアプリにより、人と人とのつながりに加え、コミュニケーションの手法や機会が拡大しています。

連結売上高
2018年3月期
504億円

国内マーケティング・リサーチ業界 市場規模※推移



出典：一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会 経営業務実態調査
※ %の数値は前年と比較した伸び率を示しています。