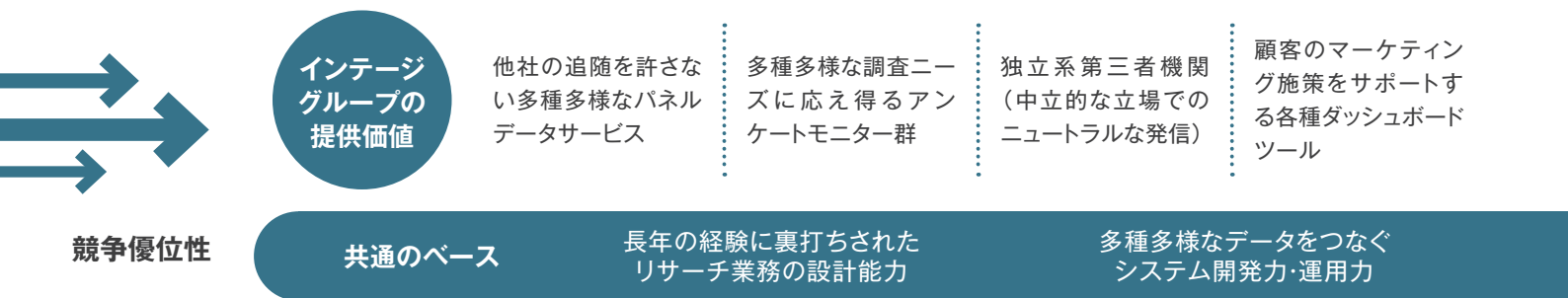


マーケティング・プロセスにおける

# インテージグループの価値創造



基盤

中立性

専門性

システム

## 主なサービス概要

### パネル調査

SCI

#### 全国消費者パネル調査

どんな世帯・個人が、何をどこで、いくらで買っているのか  
 全国の15～79歳の男女5万2,500人を対象に、屋内外で消費する食品、飲料、日用雑貨品などの購買データを専用スキャナーやスマートフォンのアプリを利用して収集。消費者の購買行動を詳細に捉えた高品質なデータを基に、インサイトを提供する日本最大の消費者パネルです。

SRI

#### 全国小売店パネル調査

いつ、どこで、どんなものが、いくらで売れているのか  
 スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストアなど、全国の主要小売店約4,000店舗を対象に、食品、飲料、日用雑貨品などさまざまな商品のPOSデータを収集。各業界標準のインデックスとして、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

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の商品に特化したPOSデータを収集。一般用医薬品市場を知るための唯一のデータとして確たる地位を確立しています。

主なお客様  
(メーカー)



食品



飲料



日用雑貨品



化粧品



製薬

## 社会的 価値

インテージグループはお客様のマーケティングプロセスのさまざまなフェーズにおける多種多様な要請に対し、長年の経験やノウハウにより培われたサービス・技術・商品・業界理解力などの競争優位性をもって、お客様に最善のソリューションを提供し価値を生み出しています。

### マーケティングミックス

提供価値に基づいた  
4P戦略の立案

**4P戦略** Product  
Price  
Place  
Promotion

### 実行

マーケティング戦略の  
実行

### 評価

実行施策の検証・評価

多角的な分析を可能にするパネルサービスの根幹となる商品マスター

多種多様なニーズに応え得る豊富かつ先端的なデータ収集方法

顧客のニーズに幅広く応え得るデータ分析・解析手法

多種多様なデータを読み解く力

顧客ニーズを的確に捉えることができる業界理解

## THE INTAGE GROUP WAY

### カスタムリサーチ

国内外の顧客の課題に応じて行うカスタマイズ型の調査。多種多様な調査手法と独自の分析力をベースに、リアルな市場の実態を反映した価値ある情報を提供しています。

主な  
リサーチ手法

#### オンライン調査

インターネット調査、ココリサ (位置情報ログを基にしたアンケート配信サービス)

#### 定性調査

グループまたは 1 on 1 インタビュー、リモートインタビュー

#### 非言語調査

アイトラッキング調査、表情解析を使った広告クリエイティブ調査、ニューロリサーチ

#### オフライン調査

郵送調査、ミステリーショッピング(覆面)、店頭陳列調査、CLT(会場テスト)、店頭アンケート、訪問調査

業界最大のインターネットリサーチモニター



1,203万人

2019年7月時点



マルチデバイス  
モニター

3つのモニターを利用

- 1 インテージキューモニター
- 2 ドコモ・インサイトマーケティング dポイントクラブ会員※1
- 3 MApps Panel※2

※1 dポイントクラブ会員のうち、株式会社NTTドコモが提供するdポイントクラブアンケートにおいて、株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが実施するアンケートへのご協力に同意いただいた方 ※2 MApps Panelは株式会社マーケティングアプリケーションズが提供するサービスです。

適正な競争を起こす

消費者ニーズに基づく  
新商品開発への貢献

産業の活性化

ムダなものをつくらない社会

生活者ニーズをはかる

## Outcome

### KPI

増収の継続

増配の継続

配当性向35%目安(2019年度)※

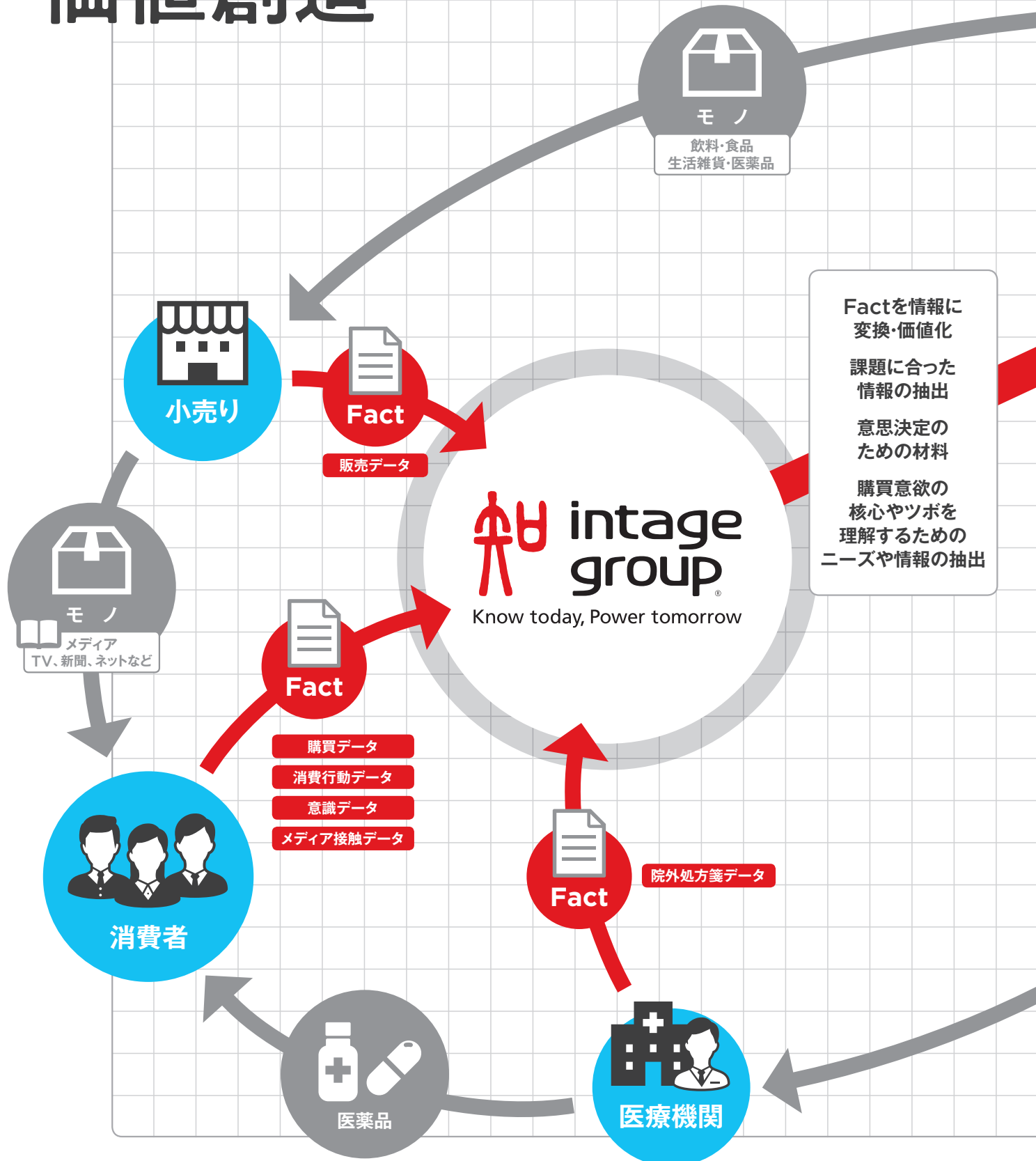
連結営業利益率8%※

売上高R&D経費比率2%※  
(従来1%水準)

※第12次中期経営計画(2017年度~2019年度)より

## 経済的 価値

# インテージグループの 社会的役割から見る 価値創造





パネル調査データ・  
カスタムリサーチによる  
結果など



Fact



Insight



お客様



医薬品

MRによる  
プロモーションなど

社会のヒトや機関からさまざまなデータを収集し、そこにインテージグループならではのインサイトを加味してお客様に提供する。そしてより良いモノやサービスが社会に還元される。社会ではその好循環が日々生まれています。

インテージグループは、小売店からの販売データ、消費者からの購買・消費行動・意識・メディア接触などのデータ、医療機関からは院外処方箋といったデータを日々収集しています。これらのデータに、インサイトを加味し、お客様の要請や意思決定に役立つデータとして提供するのがインテージグループの役割です。データは、単なる事実ではなく、インテージグループならではの知見やノウハウによって価値化されています。

これらのデータを活用したお客様が新たに生み出すモノやサービスは、社会のニーズや要請などに応えており、より良いモノがインテージグループを通じて供給されるというサイクルが生まれています。