

Know today, Power tomorrow

INTAGE GROUP REPORT 2019

インテージグループレポート 2019



THE INTAGE GROUP WAY

知る、つなぐ、 未来を拓く

Know today, Power tomorrow

お客様と生活者をつなぐ架け橋として、
豊かで可能性の広がる社会を創造する

情報を収集し、加工・分析し、情報に価値を与える —

これは、インテージグループが最も得意とすることです。
この強みを活かし、私たちはメーカー、サービス、官公庁など、
さまざまな業種・業態のお客様のマーケティング活動や事業戦略の支援を行っています。
そして、こうした活動によって、その先にいる生活者に貢献していくことが、
インテージグループの役割です。
複雑かつ大量の情報で溢れる社会においては、的確に今を知り、それによって
ヒト・モノ・コトをつなぐことで、未来を切り拓いていくことができるはずです。
世の中のニーズに合った商品や医療・サービスが増え、
生活者にとって選択肢が広がる社会を実現するため、
私たちは進化し続けます。

Contents

- | | | |
|----------------|--------------------------|-------------------|
| 01 私たちの今 | 17 事業概況 | 27 人材 |
| 03 成長の軌跡 | 17 マーケティング支援(消費財・サービス)事業 | 29 環境 |
| 05 ビジネスモデル | 18 社会課題の解決に向けた挑戦 | 30 社会 |
| 09 CEO MESSAGE | 19 マーケティング支援(ヘルスケア)事業 | 31 財務データ |
| 13 CFO MESSAGE | 20 ビジネスインテリジェンス事業 | 36 会社概要／インテージグループ |
| 15 特集 パネル調査 | 24 コーポレート・ガバナンス | |



ABOUT US

売上高の成長性

26期連続増収

2019年3月期の連結売上高は539億円(前年比6.9%)となりました。これにより、インテージグループは26期連続の増収を達成しています。

国内での優位性

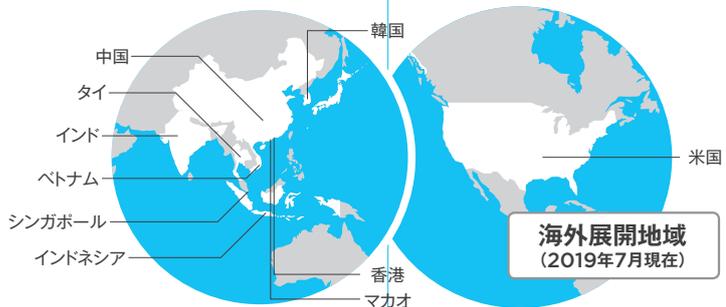
No.1

インテージグループのパネル調査は1960年にスタートして以来、データの質・量・分析ノウハウ・価格・スピードにおいて、常に最高レベルのサービスを提供し、今日では多くの業界で「デファクト・スタンダード」となっています。

海外拠点の広がり

10国・地域

インテージグループはアジア各国における事業基盤の整備を推進し、中国、韓国、香港、マカオ、タイ、ベトナム、インド、シンガポール、インドネシア、米国に拠点を設置しています。



世界でのポジション

No.10

創業以来、日本の市場調査会社のリーディングカンパニーとして、多くのお客様に支持されてきました。現在では、国内1位、世界10位の地位を確立しています。

マーケティングリサーチ会社 2018年売上高ランキング

順位	企業名(本社所在国)	売上金額 (百万U.S.\$)
1	Nielsen Holdings plc(英国)	6,572.0
2	Kantar(英国)	3,995.0
3	IQVIA(米国)	3,465.0
4	Gartner Research(米国)	2,471.3
5	Ipsos SA(仏国)	1,974.0
6	GfK(独国)	1,650.0
7	Information Resources(米国)	1,149.4
8	Westat(米国)	557.5
9	dunnhumby(英国)	458.0
10	INTAGE Holdings Inc.(日本)	450.5*

出典:GRBN 2018 Global Top 25
Report / November 2018
※2018年3月期の数値

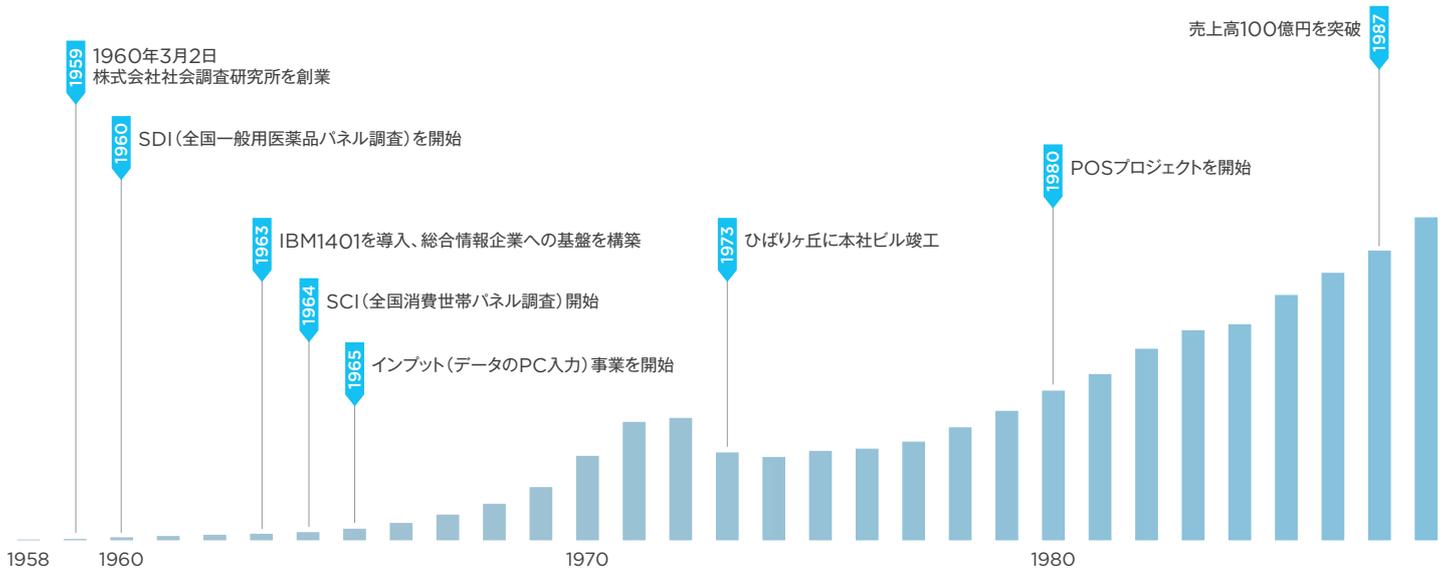
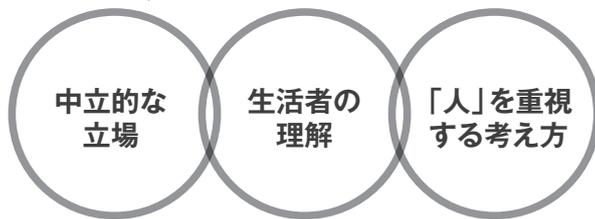
見直しに関するご注意

本インテージグループレポートに掲載されている見直しは、現在入手可能な情報から得られた株式会社インテージホールディングスの経営者の判断に基づいています。実際の業績は、さまざまな要素により、これら業績見直しと異なる可能性があることをご承知おきください。

インテージグループは パネル調査を基幹とし、 業界・サービス・対応領域の拡張により成長



変えないこと
私たちのDNA



1960s

創業時、パネル調査開始に合わせて大型システムを導入。総合情報企業への飛躍の契機に



IBM1401型計算機

1970s

経営危機の中、「調査事業」「システム事業」「インプット事業」で売り上げを維持



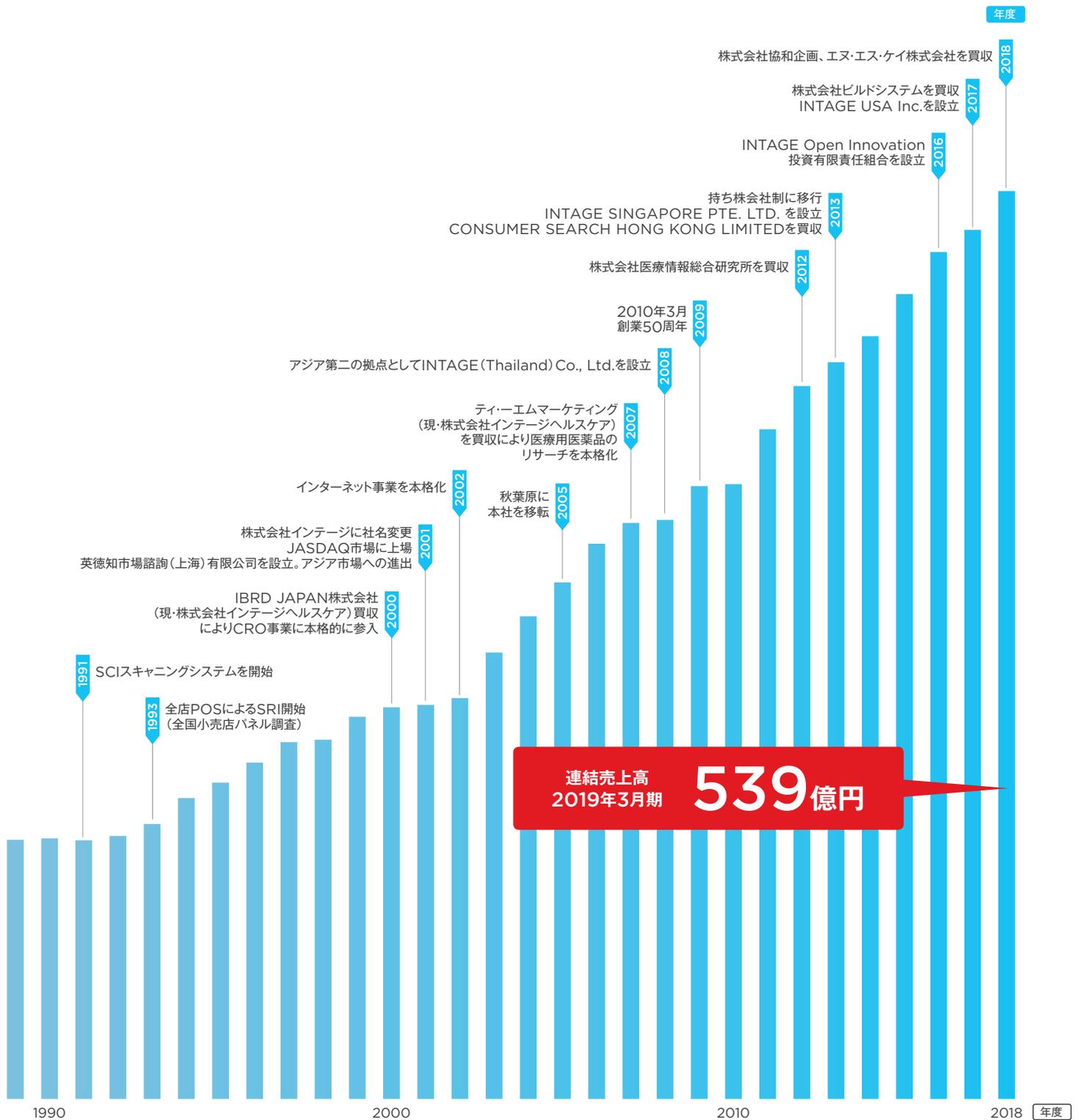
ひばりヶ丘本社(当時)

1980s

システム事業の伸長とPOSプロジェクトの開始で経営再建



ひばりヶ丘2階 オンライン端末



● 1990s

スキャニングシステムや小売店パネルに着手。インターネット時代の到来に合わせ、システム構築に取り組む



SCIシステム画面

● 2000s

アジア各国における事業基盤を構築、ヘルスケア事業を拡張



英徳知市場諮詢(上海) 有限公司のオフィス

● 2010s

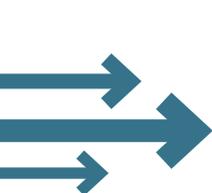
持ち株会社制へ移行。コミュニケーション領域やビッグデータを活用した新サービスの開発に注力



御茶ノ水オフィス

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



競争優位性

インテージグループの提供価値

他社の追随を許さない多種多様なパネルデータサービス

多種多様な調査ニーズに応え得るアンケートモニター群

独立系第三者機関（中立的な立場でのニュートラルな発信）

顧客のマーケティング施策をサポートする各種ダッシュボードツール

共通のベース

長年の経験に裏打ちされたリサーチ業務の設計能力

多種多様なデータをつなぐシステム開発力・運用力

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か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ぬ社会
生活者ニーズをはかる

Outcome

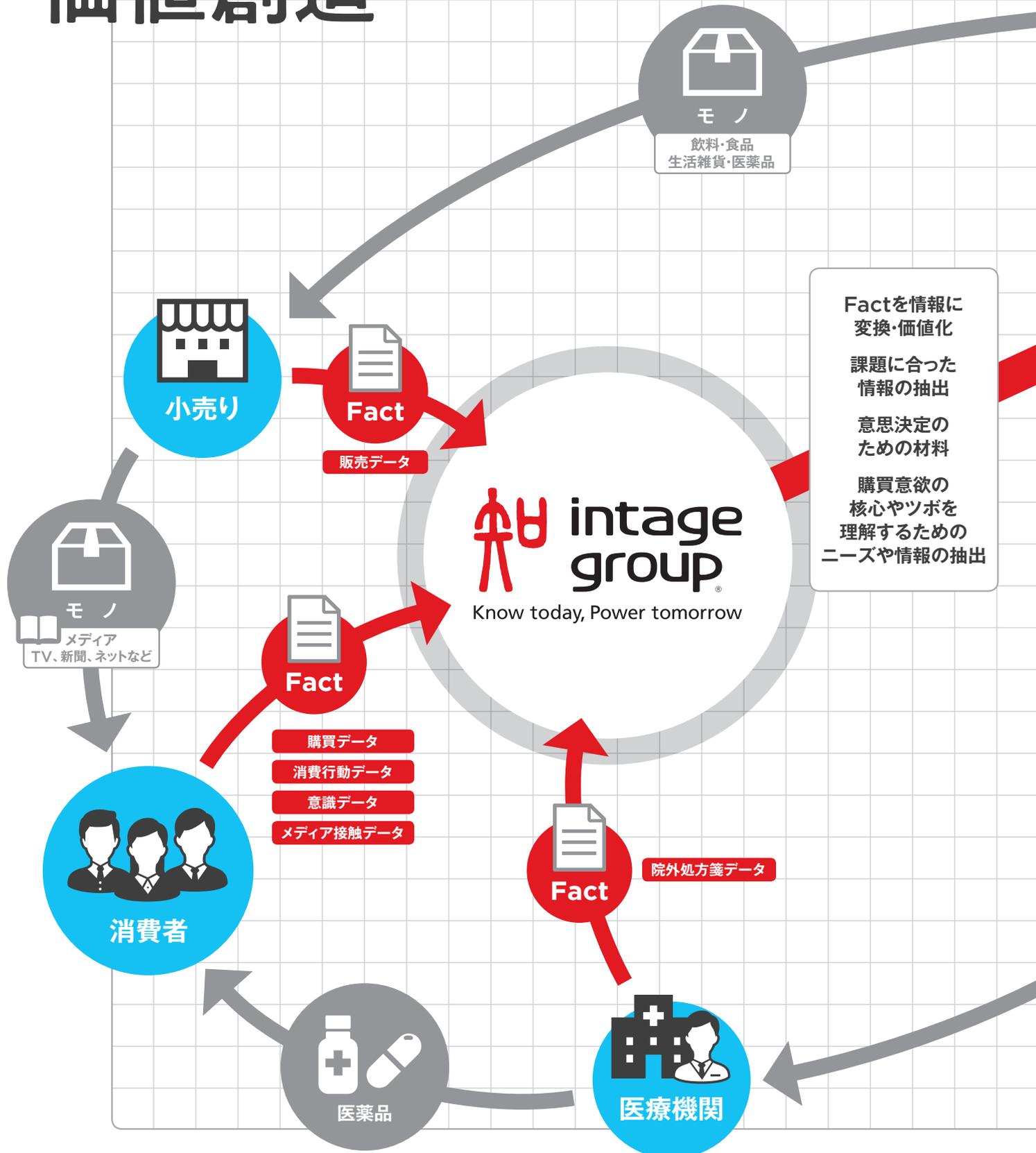
KPI

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。

Message from the President

社 長 メ ッ セ ー ジ

代表取締役社長
石塚 純晃



社会から必要とされ続ける データアクティベーション カンパニーへ

求心力のあるリーダーシップを 目指します

2019年4月1日に代表取締役社長に就任しました石塚純晃です。2019年3月まではグループの中核事業会社である株式会社インテージの社長を務めていましたので、就任後はまず直接の担当ではなかったマーケティング支援(ヘルスケア)事業、ビジネスインテリジェンス事業、海外事業を中心に各事業会社との対話を優先して現状把握に努めました。当社の経営会議などで重要事項については把握していましたが、対話によってそれぞれの競争優位性や課題を改めて認識すると同時に、個社単体ではなくよりグループの連携を強めて、グループのアセットを上手くつなぎ合わせることでスピード感をもって運営していく必要があると再認識しました。

インテージグループは、マーケットの縮図としてのSRI(全国小売店パネル調査)やSCI(全国消費者パネル調査)をはじめとした他社にはない競争優位性を持った商品を有することで成長し続けてきました。デジタル化の流れが進む中でお客様の課題は、大きく変わってきています。商品を売るのではなく、変化するお客様の課題をしつ

かりとつかみ、当社グループの総合力を発揮したソリューションを提供し、情報パートナーから戦略パートナーへ変わっていくことが極めて重要だと感じています。それにはグループ内で求心力をつけるリーダーシップが必要です。まずは、私がその役割を果たします。

粘り強さはあったが、 課題も見えた

2019年3月期の業績は、売上高539.8億円(前年同期比6.9%)、営業利益42.6億円(同6.1%増)と増収増益を達成しました。第3四半期まで低調に推移していましたが、最後まで計数に執着し、グループの総力をもって挽回し、結果として全てのセグメントで増収増益となりました。この社員の粘り強さは称賛に値すると考えていますが、一方で課題も見えました。

それは、変化は急速であり予測が困難なデジタル時代において、PDCA^{※1}からOODA^{※2}へと言われるように、お客様のビジネス現場で起きていることを観察し、この観察結果に基づき、状況を判断し、今後の具体的な方針や行動プランを策定し、そして実行に移す。このように、お客様の課題の変化に応じた迅速かつ機動的な対応力をより強化していかなければならないということです。

※1 PDCA: Plan(計画)、Do(実行)、Check(チェック)、Act(行動)

※2 OODA: Observe(観察)、Orient(状況判断、方向づけ)、Decide(意思決定)、Act(行動)

アセットの融合で お客様の課題を解決していく

第12次中期経営計画(2017年度～2019年度)の進捗ですが、当期は中期経営計画の基本方針である“Take the Initiative”～データ活用の領域で先手を取れ～のもと、連結営業利益率8%水準、売上高R&D経費比率2%水準という二つの数値目標を掲げていました。結果、営業利益率および売上高R&D経費比率ともにほぼ予定通りとなりました。戦略のポイントとして掲げた3点に関しては、おおむね順調に実行できています。

①「成長ドライバー創出に向けた研究開発のさらなる多産と確実な展開」に関しては、2年目を迎えたR&Dセンターではグループの垣根を越えた体制が定着し、PoC(Proof of Concept)も多産され、具体的な成果が出始めています。また、2016年に組成したINTAGE Open Innovation Fundの投資先はトータルで20社となりました。私たちの既存のビジネスの進化に新しい発想を加え、顧客の課題解決をこの両輪で対応していく土台が完成しましたので、これらの活動の成果をいかにお客様課題の解決に向けて総合的に結びつけていくのが次のテーマです。

②「ビジネス領域の進化とデータ価値向上の実現に向けた確実な遂行」については、主力商品であるSRI(全国

小売店パネル調査)のリニューアルを予定しており、2019年1月からテストデータの提供を開始、2020年以降の本格稼働に向けて準備を進めています。SRIは、これまでマーケットの状態を正しく反映し、お客様における監査用のデータとして機能してきました。私たちは、社会的な役割としてこのポジションを堅持していくことが大切だと考えています。小売り市場は、大きく変わってきています。ECチャネルの取り込みも含めこの小売り市場の変化をより反映させるための仕組みがSRIの進化版であるSRI+(プラス)です。そして更に、さまざまなビッグデータやビジネスデータとSRI+のデータを重ねていくことで小売りとメーカーが同じデータを見ながら最適な戦略を立てる仕組みを構築していきたいと考えています。監査用データは維持しつつ戦略的なデータに変えていきたいのです。ここまでは少し時間がかかりますが、まずは正しく測り、しっかりとしたデータを集めていく必要があります。このフェーズが2020年以降始まります。

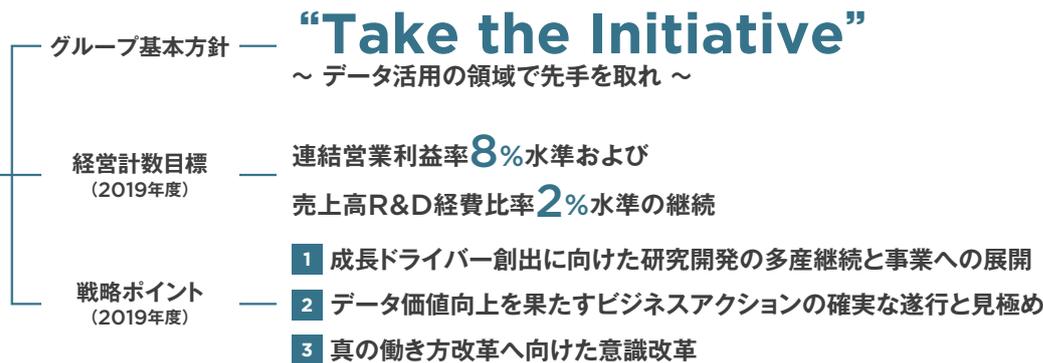
③「働き方改革の加速」については、昨年導入したフルフレックス・リモートワークは着実に浸透しつつあります。その他、e-Learningプラットフォームの導入やAIチャットボットの検証も実施し始めました。

また当期は、ヘルスケアを中心にいくつかM&Aを実行しました。代表的な例として製薬会社のプロモーション

をサポートしている広告会社の株式会社協和企画があります。株式会社協和企画とインテージグループは共通のお客様が多く存在しますが、M&A実施前は当然別々にそれぞれの強い分野を提案していました。一緒になることで「マーケット分析に基づいた効果的なプロモーション」などを提案できるようになりました。法律によりプロモーションの規制も強化されてきている中、この領域は、両社が融合することでより価値が高まる可能性があります。アセットの融合とお客様資産の融合によりビジネス機会がより多くなることを期待しています。

60年間データと向き合ってきた インテージグループ

これまで、リサーチ会社としてリサーチデータを扱ってればビジネスになっていましたが、IoT時代の到来によってあらゆるものがデータとして発生してきています。膨大なデータの背景に何が存在するのか?を洞察しながら、データの活用価値を広げることでマーケティングに利用できるデータに変えていくことが求められています。ただし、それぞれ単体のデータのみでは価値化は難しく、さまざまなデータを掛けあわせることによって初めて新たな価値を創出できると考えます。例えば、「AmazonGO」にみられるような店頭のデジタル化は今後急速に進み、「どんな顧客が来店し、どんな商品



知る、つなぐ、未来を拓く

Know today, Power tomorrow

お客様と生活者をつなぐ架け橋として、
豊かで可能性の広がる社会を創造する



をどの棚に配置し、どのようにプロモーションし、いくらで売ればよいのか」ということを、データの掛け合わせによって明らかにできると思います。リサーチという視点を大切にしながら、リサーチデータとビッグデータ、あるいはビッグデータとビッグデータをつなげていくことでデータの活用価値を広げる。私たちはこれを「データアクティベーション」と呼んでいます。より深く生活者や医療消費者を理解する構造を作っていくことが、私の目指すインテージグループの姿です。ビッグデータを保有する企業はたくさん存在しますが、この「データアクティベーションカンパニー」になれるのは、良質なパネルデータとデータを活かすための商品マスターを始めとするさまざまなマスターを有し、60年間データと向き合ってきたインテージグループだと思っています。私たちのグループビジョンは、「お客様と生活者をつなぐ架け橋として、豊かで可能性の広がる社会を創造する」です。このグループビジョンを実現するためには、データアクティベーションカンパニーになることが必要です。前述のSRI+は、その実例を作っていくチャレンジです。

インテージグループだからできる 社会への貢献

先ほど挙げた私たちのグループビジョン「お客様と生活者をつなぐ架け橋として、豊かで可能性の広がる社会を創造する」に示されていますが、私たちの事業そのものが社会への貢献であると考えています。社会に暮らす生活者が健康でそして幸せであること、そのために、お客様企業の情報パートナー・戦略パートナーとして、社会が抱える課題や生活者・医療消費者が抱える課題の解決に向けて、リサーチデータやビッグデータを活用してお客様企業を支援し、共に持続可能な“豊かで可能性の広がる社会の創造”を目指します。例えば、食品ロスの問題を解決するためには、実情を正しく把握して精緻な需要予測をすることが大切なはず。また、生活者のエンカル[※]志向を捉え商品開発や商品のリニューアルにフィードバックさせていくことも可能です。さらには、私たちのサービスによってお客様の仕事を効率化させ、間接的に生産性を上げたり、働き方を改善させたりすることもできると考えています。私たちが扱っている情報は、機

密性が高いものが多いですが、可能な限り情報を公開してより良い社会づくりに貢献していきたいと考えています。

安定的かつ継続的な成長を遂げることで 配当総額を増やしていく

インテージグループにとっての重要な株主還元策は、配当です。11年前までの配当性向は、20%台でした。投資をしながらも徐々に配当性向、配当総額を増やしていき、2019年度の配当性向目標数値は35%となっています。この水準はしっかりと維持していきたいと考えています。35%の配当性向を維持しながら、安定的かつ継続的に成長を遂げていくことで株主の皆様の期待に応えていきたいと考えています。

企業は社会的な存在であることの認識を改めて噛みしめながら「THE INTAGE GROUP WAY」で掲げている世界を愚直に追求していきます。これは、私が社長になっても変わることはありません。株主の皆様を始め、お客様、取引企業様、従業員、全てのステークホルダーの皆様を社長として追求し、公正な社会の発展に貢献する企業であり続けるよう尽力していきます。

※倫理的、社会的規範の意味



Message from the CFO

C F O メ ッ セ ー ジ

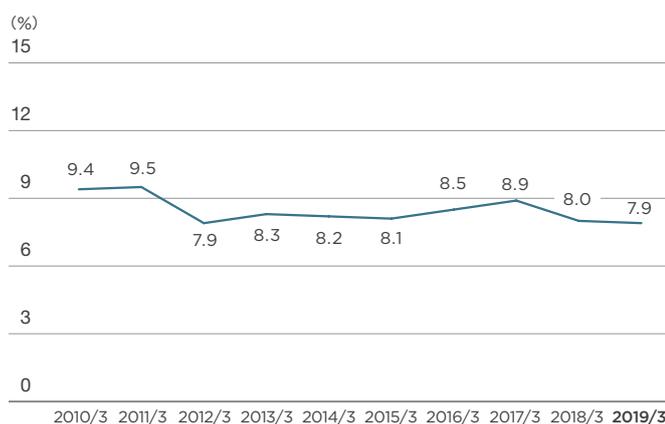
取締役 CFO 内部統制担当
池谷 憲司

当社は、中長期的な成長による持続的かつ安定的な企業価値の向上を目指しており、そのためには健全な経営基盤確立が不可欠だと考えています。それを支える財務戦略の基本方針は、「財務体質の強化を図りつつ、営業キャッシュ・フローを成長のための投資と株主還元バランス良く配分していくこと」です。当社の過去5年の平均営業キャッシュ・フローは30億円程度/年で、それを資本の充実、株主還元、投資の三つにバランスとタイミングを考えて配分してきており、今後も同様の考えで配分していきます。

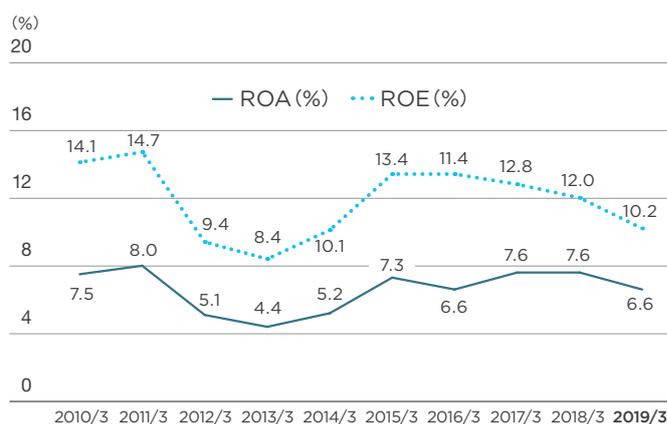
安定的な営業キャッシュ・フローの確保には、コンスタントな利益計上が必要であり、当社は重要な財務KPIの一つとして連結営業利益率8%水準を現在の第12次中期経営計画（以下、「現中計」という）の目標に掲げています。2018年度についても7.9%とおおむね達成できました。また、財務体質に関しては自己資本比率63%と堅固な財務基盤を構築している一方で、ROE（自己資本当期純利益率）は直近3年間で10%～12%台で推移しています。経営的には、資産に対する指標として、ROA（総資産当期純利益率）やROIC（投下資本利益率）を重要な指標として意識しています。

財務体質の強化とともに、 バランスの取れた 営業キャッシュ・フローの配分を実施

売上高営業利益率



ROA (総資産当期純利益率) / ROE (自己資本当期純利益率)



CVCとR&Dの両輪で 中長期の成長を牽引する

中長期の成長性を確保する施策として、基幹事業であるパネル調査の開発投資のほか、R&D投資とCVC（コーポレートベンチャーキャピタル）を通じた投資にも力を入れています。R&Dに関しては、現中計では売上高R&D経費比率2%を掲げており、業界での先端企業であろうという意識のもと継続的にR&D投資を行っています。

2016年10月に設立したCVC（ファンド規模50億円）については、2019年4月時点で20社に対し、合計で21.6億円の投資を行っています。CVCの投資方針は、先進技術・サービス企業との事業シナジーを描けることを前提とし、従来取り組んでこなかった分野やシード・アーリーステージのベンチャーも対象としています。投資分野としては、リサーチ、マーケティング、AIなどが中心となっています。CVCでは、投資企業との協業などの関係構築と財務リターンを成果と捉えており、協業の成果が出始めている事例もあります。例えば、マーケティングテクノロジー分野では、株式会社DataSignと共同でパーソナルデータ活用や情報銀行についてR&Dを進めています。製造業のAI活用に強みを持つ株式会社クロスコンパスと

は当社社員の出向など人的交流を通じて当社グループのAI人材育成の拠点に始まり、現在はパートナーとしてクライアント企業のAI構築を支援しています。

また、M&Aに関しては、事業セグメント間のバランスと市場規模やシェアなどを鑑み、ビジネスインテリジェンスセグメント事業などを中心に臨機応変に検討していく考えです。

決算月変更により 事業運営の効率化を図る

2019年5月、当社は決算月を3月末から6月末に変更することを発表しました。（2019年度については、2019年4月1日から2020年6月30日までの変則15か月決算）当社グループの事業上の最繁忙期は、従来よりお客様の決算期が集中する3月末を含む第4四半期（1～3月）でしたが、近年はその傾向がより鮮明になってきていました。

また、この時期に次年度の事業計画の策定も行っていたこともあり、時間外対応が増加したり、外注費が増加したりするなど事業運営上、さまざまな弊害が増していた実情もあります。

こうした状況を踏まえ、事業の最繁忙期を避けた時期に決算期を移行することにより、事業運営の効率化を図る

ことが可能となるため、今回の決算期変更を決定したものです。

株主還元と投資家との エンゲージメントは最重要課題

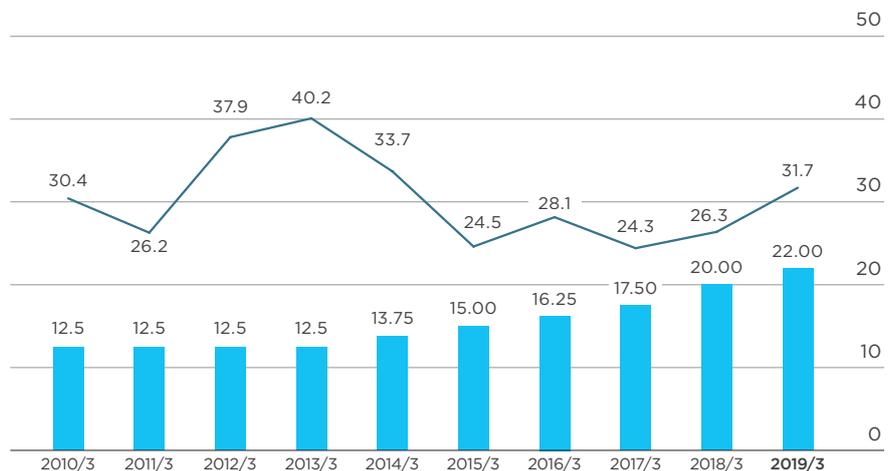
株主の皆様に対する利益還元は、経営上の最重要課題の一つとして位置付けています。連結業績をベースに配当と内部留保のバランスを考慮した利益配分を行うことを基本的な考え方とし、2019年度の連結配当性向の目標を35%（2018年度実績31.7%）としています。加えて、自己株式取得に関しては、市場環境等を総合的に勘案しながら機動的に対応し、資本効率の向上を図っていく考えです。

また、投資家とのエンゲージメントは、5月と11月に実施する機関投資家・アナリスト向けの決算説明会や機関投資家へのIR訪問（年間を通じて延べ約60回）を中心に継続的に実施しています。投資家との対話の中で出てくる当社の成長戦略や事業戦略に対する質疑や意見は、当社の経営方針を検討していく中でヒントとなることもあり、投資家との建設的な対話は重要な機会と位置付けています。

引き続き、株主・投資家におかれましては、重要なステークホルダーとして「データの時代」に立ち向かう当社をご支援いただきたいと思います。

連結配当性向／1株当たり配当金*

■ 1株当たり配当金(円) — 連結配当性向(%)



*当社は、2013年10月1日付普通株式1株につき2株の割合および2017年10月1日付普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。そのため、当該株式分割を考慮した金額を記載しています。

変革のDNA
パネル調査の歴史

特集

パネル調査

市場の動きを正しく捉え 確かな指標を提供する

創業以来、インテージグループの屋台骨を支え続ける事業「パネル調査」。60年に及ぶ歴史の中で、小売店パネル、消費者パネルの二つの調査を軸に、社会環境に合わせて変革を続けています。小売店パネルは紙ベースの在庫調査からPOSデータへ切り替え、速報性や品目の拡張を実現。消費者パネルは、日記帳からスキャンングへ、また世帯調査から個人調査へ大胆な切り替えを実施しました。「公共性」「社会性」を維持するパネルデータは、長きにわたって市場を正しく捉え、お客様のマーケティングに活用されています。インテージのパネル調査がお客様から高い信頼を得ている理由、それは「市場反映性を誇る精緻な設計」「品質を担保し続けるデータ評価のノウハウ」「データの価値を高める商品情報」にあります。

小売店パネル



全国一般用医薬品パネル調査
全国約3,200店舗より収集している
医薬品・医薬部外品販売データ

消費者パネル



全国消費者パネル調査
全国15歳~79歳の男女約5万2,500
人の消費者から、継続的に収集してい
る日々の買い物データ

1960 薬の在庫調査としてスタート



1964 唯一の消費者パネルとして「買
い物帳調査」をスタート(4,800
サンプル)



1993 POSデータと在庫調査のハイブ
リッド方式を導入

1997 全店POSデータによるサービス
を開始

1982 京浜・京阪地区のサンプルを拡大
(9,856サンプル)

1992 JANコードの普及を機に、調査
手法としてスキャンングシステム
を導入



全国小売店パネル調査
全国約4,000店舗より収集している
小売店販売データ

1994 食品・日用雑貨品を対象として
POSによる全国小売店パネル
調査を開始(1,170店)

1997 酒、ペットなどの専門店(在庫調
査)を加えた「統合SRI」スタート
(2,050店)



2005 携帯型バーコードスキャナーを
導入、個人パネル「personal
eye」をスタート(5,000人)

2010 世帯パネルから個人パネルへ切
り替えた「SCI - Personal」を
スタート(2万人)



2004 大規模リニューアル(3,110店:店
数増、週次拡大推計値提供開始)

2014 専門店(在庫調査)の全店オンラ
イン化完了

2012 「SCI - Personal」の対象者を
5万人に拡大

2020 以降 SRI+(エスアールアイプラス)本
格稼働(予定)。サンプル数の拡大
と環境やニーズの変化に対応し
大幅な設計変更

2017 対象者に70歳代を追加





緻密な調査設計と経験に基づく知識と技術で実現する高い品質

継続的に市場反映性を求められるパネル調査は、緻密な調査設計と推計ロジックが必須です。加えてマーケティングデータとしての高い品質を保つことが重要です。データに対するこだわり、研鑽を重ねたこれらの知識と技術が当社のパネルデータにおける競争優位性といえます。

データを確実に取得する状態を維持することはもちろん、マーケティングに使えるデータにするためには、収集したデータにひそむ「異常」を検知し、適正化することが必要です。JANコードの欠損や入力ミスなどを機械的に検知するだけでなく、パネルデータに向き合ってきた経験をもとに、日々異常データの有無をチェックしています。例えば、パネル調査の対象となっている店舗で、ある商品が大量に販売されたとします。そのデータは事実でも、市場全体を俯瞰して、同様の事がほかの店舗で起こる可能性が低いのであれば、あえてそのデータは推計には使わないなど、最終的に人の目で「市場を妥当に反映しているか」を判断しています。

私たちの使命は、市場の動きを常に捉え、お客様のマーケティングにおける正しい判断を支えるデータとして納品することです。



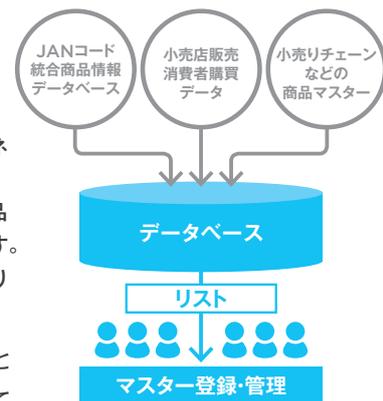
パネル調査の価値の源泉、「商品マスター」

収集したデータに価値を与える「商品マスター」は重要な役割を担っています。パネルの価値の源泉である「商品マスター」とは、パネル調査におけるデータ分析を目的に、JANコードをはじめとする商品の「情報」を、一定の規則で体系化したものです。商品のさまざまな特徴を、独自の定義から属性としてコード体系化し、登録・整備しています。この「商品マスター」を活用することで、販売と購買それぞれの視点に対して、同じ切り口で市場を分析できるのです。

商品マスターにはJANコードや商品名だけではなく、一つの商品で多いときに30以上にもなる特徴が、独自の定義に基づき「属性」として登録されています。

これらの属性を登録するために、商品一つひとつについて、実物の確認だけでなく、プレスリリースやパンフレットなどの複数の情報を参考にしています。

AIのサービスを提供しているインテージグループですが、登録作業は90人もスタッフがを行っています。それはマーケターの分析にかなう属性情報の付加を最終的に判断するためであり、経験豊かな「人」の目（知見）が重要だからです。



マスター登録数
130万6,000件

主要メーカー数
3万1,400社

登録品目
330品目

更新される商品数
① 2万4,000以上
(2019年6月現在)



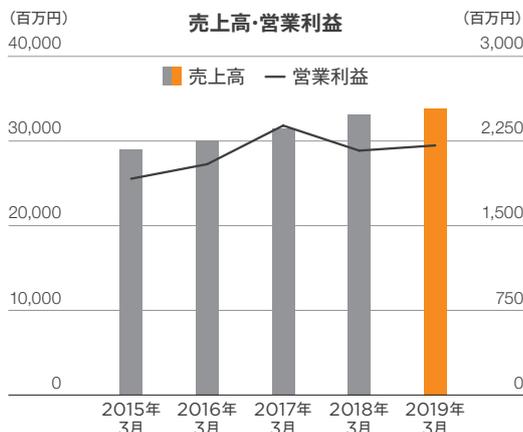
Marketing Support

(Consumer Goods & Services)

マーケティング支援
(消費財・サービス) 事業

業績について | 2019年3月期の連結業績は、売上高338億15百万円(前年同期比1.9%増)、営業利益22億11百万円(同2.2%増)となりました。当事業では、パネル調査が堅調に推移しました。一方、カスタムリサーチはWEB調査以外のカスタムリサーチが好調で、特にプロダクト評価を主としたCLT[※]や日系企業からの海外における調査、株式会社インテージリサーチにおける官公庁案件が売上に寄与しました。営業利益については、SRI+に係る設計および開発等の投資を着実に実行しつつ増益を達成しました。

※CLTはCentral Location Testの略語で、会場に対象者を集めて調査する手法



競争優位性

60年近くデータと向き合ってきたノウハウ
国内最大かつ良質な調査パネル

情報鮮度の高い商品マスター
65以上の業界をつなぐ中立的立場

SCI(全国消費者パネル) 約 5万2,500人 国内最大	SRI(全国小売店パネル) 約 4,000店舗 国内最大	インテージシングルソースパネル 約 3万人 国内最大	モバイル空間統計 約 7,600万人 国内最大	スマートテレビ視聴データ 約 90万台 国内最大規模
--	---	---	--------------------------------------	---

価値創造の道筋

- | | |
|--|--|
| <p>国内</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ カスタムリサーチの成長と収益力の強化 ■ 広告主のためのコミュニケーション支援事業の育成 ■ SRI+の確実なローンチ、Phase2[※]の事例創出と流通領域事業の展望 | <p>海外</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 旧来型カスタムリサーチに依拠しない事業領域の開拓 ■ 国境を越えたリージョナル営業体制の稼働 ■ 各現地法人開拓の営業強化 |
|--|--|

※Phase2:まずPhase1で、SRIの市場反応性およびデータ精度の向上による価値向上を目指し、その先のPhase2では、さまざまなビッグデータとの統合による新サービスの開発等を予定

基幹商品であるパネルの
SRI(全国小売店パネル調査)を
大規模リニューアル



調査サンプル数

現行SRI

SRI+

約**4,000店舗** → 約**6,000店舗**

サンプル数の拡大

一部小売りチェーンからは全店舗のデータを取得し、サンプル数を約2,000店舗拡大予定

お客様の環境および
ニーズの変化に対応し
設計を変更

市場反応性の持続的な担保と各種データと連携し易い詳細性(日次データ、店舗セグメントデータ)を兼ね備えた市場データの両立を実現。業態×エリアのサンプリング設計から、小売りチェーンをベースとした個別推計も可能に

機会

小売りチェーンの店舗業態の多様化やECの台頭など、当社サービスもお客様の環境変化に適応していく必要があります。また、お客様である飲料・食品・日用雑貨などのメーカーにおいて、自社サイトや取引先などのデータの種類および量が増加する中、さまざまなビッグデータを統合したデータ活用が進んできています。こうした状況に対応するため、基幹商品であるSRIを大幅にリニューアルし、今後お客様の活用機会を増やしていく考えです。

SRI+の正式リリース



“データアクティベーション”の実現へ

インテージが得意とするリサーチのデータの視点を取り入れながら、さまざまなビッグデータと掛け合わせ、お客様の活用価値を向上させる



データ統合・一元化を実現した ツールでマーケティング業務の 生産性向上に貢献

iTreeでスマートなマーケティングを。

あらゆるものがインターネットにつながり、デジタル化され、データがあふれる時代。生活者のライフステージは複雑化し、消費は多様化しています。そんな中、膨大なデータをいかに効果的・効率的に活用できるかに悩むマーケティング担当者が増えています。そこに、分析の属人化や手作業の多さ、加えて昨今の人材不足、働き方改革の対応などで、限られた時間でいかに効果的なマーケティングを行うかが大きな課題となっています。

2019年4月にスタートした株式会社インテージのiTTreeは、商品発売後のブランド監査(チェック)領域を、第一弾コンテンツ「トラッキングナビ」としてリリース。消費財メーカー様から好評を得ています。

iTree—トラッキングナビ—の使用により、マーケティングPDCAサイクルのチェックの7割を自動化することができます。

散在するさまざまなデータをあらかじめ分析ステップに基づき一元化しているため、ツールの分析ボタンをクリックするだけで、マーケティング活動の成否やその要因を、スピーディーに特定し次のマーケティングアクションの検討に使えます。

チェックの自動化により創出された時間は、施策のプランや商品開発をするために使えるようになります。

iTree「トラッキングナビ」活用便益のイメージ ブランド監査～施策プランの工程

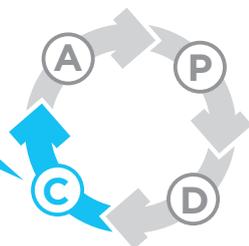


創出した時間は施策プランや商品開発、分析の深掘りに使え、業務の生産性が向上する。

施策プランや商品開発、
分析の深掘りへ



iTreeで、
CHECK
7割自動化!



iTree「トラッキングナビ」
画面イメージ

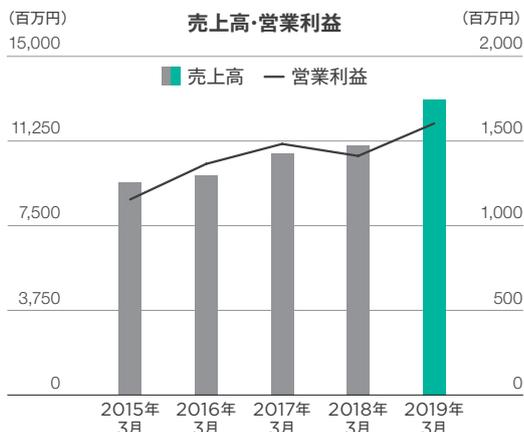


Marketing Support

(Healthcare)

マーケティング支援
(ヘルスケア) 事業

業績について | 2019年3月期の連結業績は、売上高130億86百万円(前年同期比18.2%増)、営業利益は16億4百万円(同13.6%増)となりました。株式会社アンテリオにおいて医療用医薬品に係るカスタムリサーチおよび一般用医薬品に係るパネル調査が年間を通じて好調に推移しました。また、株式会社協和企画、ジュニコン株式会社のM&A効果も売上にも寄与。株式会社アスクレップはメインの業務であるCRO(医薬品開発業務受託機関)の製造販売後調査が厳しい状況となり、前年割れの結果となりました。営業利益については、CROの売上減少の影響は受けたものの、売上の増加に伴い、利益も大きく増加しました。



競争優位性

ヘルスケア領域のマーケティングリサーチ

- 医療消費者起点のデータ価値
- お客様評価の高い各種パネル

CRO

- 国内CROの草分けとして20年以上の実績
- 製造販売後調査に特化した自社開発のEDC※システムソリューション「ADDIN」を所有

約8万1,000人
医師モニター

約68万人
症状パネル

約80疾患
疾患パネル

約5万1,000人
医療・福祉関係者パネル
(医師以外)

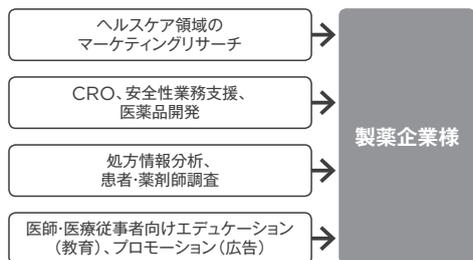
約3,200店舗
SDI
(全国一般用医薬品パネル調査)

※Electronic Data Captureの略称で、インターネットを使い電子的に臨床データを収集すること、またはそのシステムを指す。

価値創造の道筋

これまで

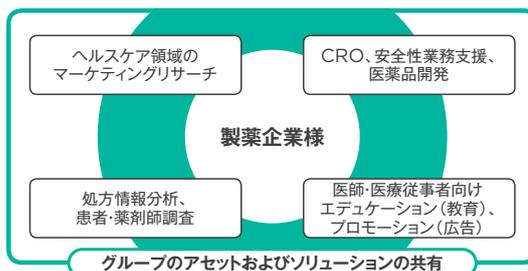
ヘルスケアのグループ各社が各々で対応



2019年4月1日
統合・再編により
インテージヘルスケア
グループの誕生

これから

グループの統合・再編により、
トータルソリューションを提供できる体制に



ヘルスケア領域のマーケティングリサーチを専門とする旧株式会社アンテリオとCROをメインの業務とする旧株式会社アスクレップは、2019年4月1日 経営統合し、「株式会社インテージヘルスケア」に生まれ変わりました。併せて、ヘルスケアのグループ各社を株式会社インテージヘルスケアの直下に置く形態へと再編を行いました。これにより、株式会社インテージヘルスケアとヘルスケア領域の各社とが一体となったソリューションを製薬企業様に提供しています。ヘルスケア領域のあらゆる課題に対して、「医療消費者」起点のデータの価値化による最適な意思決定をサポートしていきます。

課題

ヘルスケア業界は今、大きな環境変化の時期を迎えています。超高齢化社会となる日本においては、医療費増加を抑えたり、国民の医療に対する意識を改革すべく、政府が各種施策を打ち出しています。この流れにより、製薬企業や病院などヘルスケア業界は、変わっていく生活者・医療消費者や、IT化、医薬品開発に対応するためにさまざまな手を打つ必要があります。インテージグループのヘルスケア事業では、2019年の統合・再編を機に、アセットやソリューションの共有を図りトータルソリューションを備えることで、お客様のニーズに対応・貢献していきます。

医療環境の変化

厚生労働省「医療用医薬品の販売情報提供活動に関するガイドライン」による製薬企業に対する規制強化の流れ

製薬企業における医療消費者視点の重視
予防医療の多様化が進むことで、消費者視点へ重視される(医療経済、QOL(Quality Of Life)など)

医師へのエデュケーション(教育)の必要性
医療環境変化に伴う医師への教育機会(研修、啓蒙など)の増大

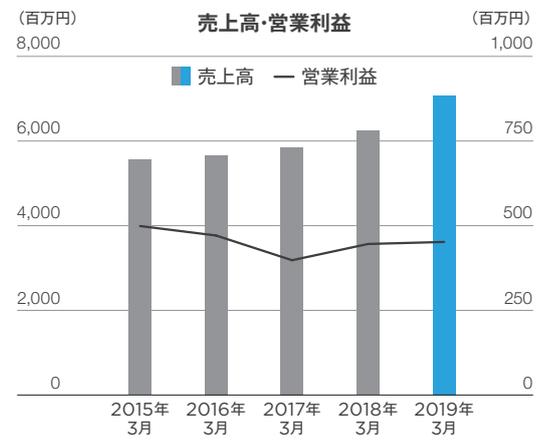
医師不足、超高齢化社会に対応する社会保障改革の必要性
日本の医療費が増加する中、国民の意識改革(病気の予防、健康保険や通院、ジェネリック医薬品に対する考え方など)が必要になる



Business Intelligence

ビジネスインテリジェンス事業

業績について | 2019年3月期の連結業績は、売上高70億84百万円(前年同期比13.5%増)、営業利益4億52百万円(同1.4%増)となりました。当事業では、生命保険分野での開発案件および旅行分野での開発案件ならびに運用案件増加に加え、子会社化した株式会社ビルドシステムおよびエヌ・エス・ケイ株式会社の貢献により売上が伸びました。株式会社インテージテクノスフィアにおいては、製造業における異常検知などAIを活用した業務の引き合いも増加するなど、新たな取り組みの兆しが見え始めています。営業利益については、一部不採算案件が発生したものの、売上の堅調な伸びが貢献し増益となりました。



競争優位性

独立系システムインテグレーター

システムインテグレーターの業界は、大手による下請け企業が多い中、独立系SIとしてお客様から直接業務を受注しています。

特定業界の長年にわたる豊富な経験・ノウハウ

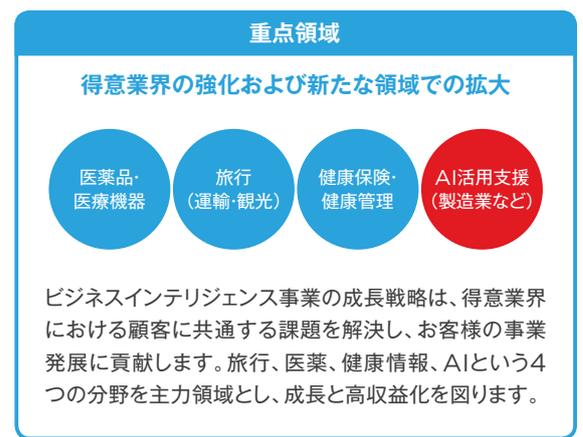
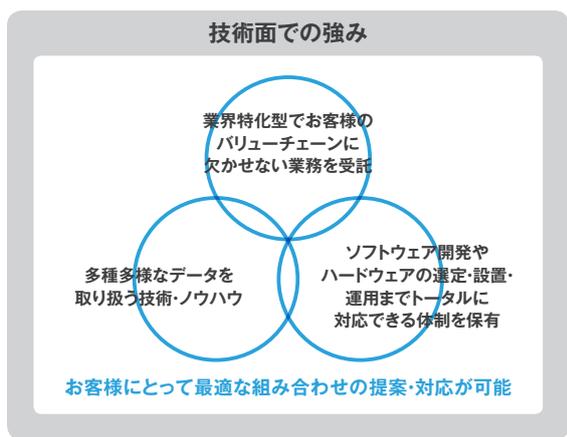
1960年創業の歴史を持つインテージグループは、業界に特化したシステムの開発・受託を長年にわたり続けており、お客様の業務プロセスを理解しています。

- 医薬品・医療
- 旅行(運輸・観光)
- 健康保険健康管理

先進的な取り組み

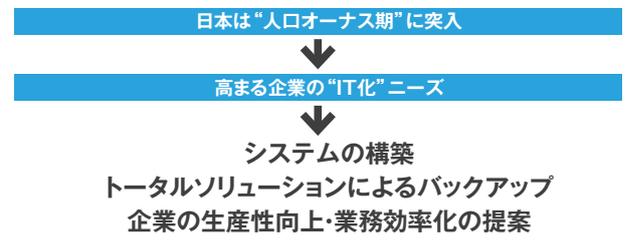
お客様のAI活用あるいはビッグデータ利活用のニーズに対し、あらゆる手法を用いて課題を解決する新たな取り組みを進め実績を積み上げています。

価値創造の道筋



機序

人口構成の変化が経済にとってマイナスに作用する状態は“人口オーナス期”と呼ばれています。今後益々加速するであろう日本における人口減少は、当然ながらビジネスの世界においても生産年齢人口の減少にも直結する問題であり、正に人口オーナス期に入っています。こうした背景で大きなキーワードとなるのは、“IT化”です。どの企業も直面するこの課題は、この事業において大きなビジネスチャンスとなり得ます。IT化による企業の生産性向上・業務効率化に貢献します。



役員一覧 (2019年6月26日現在)

取締役



代表取締役社長 **石塚 純晃**

- 1982年 4月 当社入社
- 2006年 6月 当社取締役 営業本部副本部長
- 2008年 4月 当社取締役 ビジネスソリューションユニットディレクター
- 2009年 4月 当社取締役 営業本部長
- 2011年 4月 当社取締役 DCG・サービス事業本部長
- 2013年 4月 当社常務取締役
- 2013年 10月 株式会社インテージ代表取締役社長
- 2015年 6月 当社取締役
- 2017年 6月 当社代表取締役常務
- 2019年 4月 当社代表取締役社長(現任)



取締役 CFO、内部統制担当 **池谷 憲司**

- 1980年 4月 株式会社埼玉銀行入行
- 2011年 10月 当社経営管理部長
- 2013年 4月 当社執行役員 財務・IR部長
- 2014年 4月 当社執行役員 財務・IR部担当
- 2014年 10月 当社執行役員 財務・IR部担当、秘書室長
- 2015年 4月 当社執行役員 財務・IR担当、社長室長
- 2015年 6月 当社上席執行役員 財務担当、社長室長、危機対策委員会担当、内部統制推進委員会担当
- 2016年 4月 当社上席執行役員 財務部担当、社長室担当、内部統制部担当、危機対策委員会担当、内部統制推進委員会担当
- 2016年 6月 当社取締役 CFO、内部統制担当(現任)



取締役 CWO[※]、マーケティング支援(ヘルスケア)事業担当 **仁司 与志矢**

- 1992年 6月 株式会社社会情報サービス入社
- 1994年 12月 ティー・エムマーケティング株式会社(現 株式会社インテージヘルスケア)取締役
- 2005年 1月 ティー・エムマーケティング株式会社代表取締役副社長
- 2007年 3月 ティー・エムマーケティング株式会社代表取締役社長(現任)
- 2014年 7月 当社執行役員 グループヘルスケアソリューション担当
- 2015年 4月 当社執行役員 グループヘルスケア事業担当
- 2015年 5月 株式会社アスクレップ取締役
- 2016年 6月 当社取締役 グループヘルスケア事業担当
- 2017年 4月 当社取締役 グループヘルスケア事業担当、働き方改革推進担当
- 2019年 6月 当社取締役 CWO、マーケティング支援(ヘルスケア)事業担当(現任)



取締役 海外事業統括本部長、マーケティング支援(消費財・サービス)海外事業担当 **宮内 清美**

- 1983年 4月 当社入社
- 2005年 4月 当社ソリューション本部グローバルリサーチ部長
- 2007年 10月 当社営業本部営業9部長
- 2008年 7月 INTAGE (Thailand) Co.,Ltd.CEO(現任)
- 2014年 4月 当社執行役員 海外事業アセアン・インド担当
- 2014年 10月 INTAGE Holdings Inc. Regional Office代表(現任)
- 2015年 1月 当社執行役員 グループ海外事業担当
- 2015年 6月 当社上席執行役員 グループ海外事業担当
- 2016年 4月 当社上席執行役員 グループ海外事業担当、海外事業統括本部長
- 2017年 6月 当社取締役 グループ海外事業担当、海外事業統括本部長
- 2019年 6月 当社取締役 海外事業統括本部長、マーケティング支援(消費財・サービス)海外事業担当(現任)



取締役 マーケティング支援(消費財・サービス)国内事業担当 **檜垣 歩**

- 1988年 4月 カオム株式会社入社
- 1995年 10月 当社入社
- 2007年 4月 当社マーケティングソリューションユニットマーケティングソリューション部長
- 2013年 4月 当社執行役員 マーケティングイノベーション本部長
- 2014年 7月 当社執行役員 グループマーケティングソリューション担当
- 2015年 7月 当社上席執行役員 グループ事業戦略担当
- 2016年 4月 株式会社インテージテクノスフィア取締役
- 2016年 4月 株式会社インテージ取締役
- 2019年 4月 当社上席執行役員 マーケティング支援(消費財・サービス)国内事業担当
- 2019年 6月 株式会社インテージ代表取締役社長(現任)
- 2019年 6月 当社取締役 マーケティング支援(消費財・サービス)国内事業担当(現任)



取締役(社外) **岸 志津江**

- 1983年 4月 名古屋商科大学商学部専任講師
- 1988年 3月 名古屋市立大学経済学部助教授
- 1996年 4月 名古屋市立大学経済学部教授
- 1998年 4月 学校法人東京経済大学経営学部教授(現任)
- 1998年 10月 日本広告学会常任理事(現任)
- 2010年 10月 日本広告学会会長
- 2014年 4月 学校法人東京経済大学経営学部部長
- 2015年 6月 当社取締役
- 2016年 6月 当社監査等委員である取締役
- 2017年 6月 当社取締役(現任)
- 2018年 4月 学校法人東京経済大学常務理事・副学長(現任)

※CWOは、Chief Workstyle Officer(最高働き方改革推進責任者)の略

監査等委員である取締役



監査等委員である取締役
(常勤監査等委員)

伊藤 孝

- 1977年 4月 日本IBM株式会社入社
- 2008年 1月 当社営業本部副本部長
- 2012年 4月 当社執行役員 FMCG事業本部長
- 2015年 12月 当社理事 監査役スタッフ、内部監査室担当
- 2016年 4月 当社理事 監査役スタッフ、内部監査部担当
- 2016年 6月 当社監査等委員である取締役(常勤監査等委員)(現任)
- 2017年 4月 株式会社インテージ監査役(現任)



監査等委員である取締役
(社外)

中島 肇

- 1986年 4月 裁判官任官
- 1997年 4月 東京地方裁判所判事
- 2002年 4月 最高裁判所書記官研修所事務局長
- 2004年 4月 裁判所職員総合研修所研修部長
- 2005年 4月 東京高等裁判所判事
- 2007年 4月 桐蔭法科大学院教授(現任)
- 2007年 6月 弁護士登録
- 2014年 6月 当社補欠監査役
- 2015年 6月 当社監査役
- 2016年 6月 当社監査等委員である取締役(現任)
- 2017年 6月 東洋精糖株式会社社外取締役(現任)



監査等委員である取締役
(社外)

三山 裕三

- 1983年 4月 弁護士登録(第一東京弁護士会)
- 1986年 9月 三山裕三法律事務所設立
- 2001年 7月 三山総合法律事務所代表(現任)
- 2007年 4月 あいホールディングス株式会社社外取締役(現任)
- 2016年 5月 当社独立委員会委員
- 2017年 6月 当社監査等委員である取締役(現任)



監査等委員である取締役
(社外)

鹿島 静夫

- 1982年 3月 アーサー・ヤング会計事務所東京事務所入所
- 1985年 3月 公認会計士登録
- 1987年 6月 アーサー・ヤング会計事務所と監査法人朝日新和会計社との
合同により監査法人朝日新和会計社国際事業部に転籍
- 1992年 10月 鹿島公認会計士事務所開設
- 税理士登録
- 1992年 12月 鹿島静夫税理士事務所開設
鹿島静夫税理士事務所所長(現任)
- 2002年 3月 株式会社ホーワス・ジャパン(現 株式会社みなとトラスト)
代表取締役(現任)
- 2002年 9月 鹿島・小宮山公認会計士共同事務所開設
鹿島・小宮山公認会計士共同事務所代表公認会計士(現任)
- 2008年 12月 株式会社ミキ・ツリスト監査役(現任)
- 2010年 4月 当社顧問会計士
- 2018年 3月 当社顧問会計士解職
- 2018年 6月 当社監査等委員である取締役(現任)

スキルセット

氏名	年齢	取締役 在任年数	取締役会出席状況 (2019年3月期)	経験						
				マーケティング	システム	先端技術/IT	広告	財務/会計	法務	グローバル
石塚 純晃	60	13	17回/17回	■	■					
池谷 憲司	62	3	17回/17回					■	■	
仁司 与志矢	52	3	17回/17回	■						■
宮内 清美	59	2	17回/17回	■						■
檜垣 歩	55	0	—	■		■	■			
岸 志津江	67	4	16回/17回	■			■			
伊藤 孝	64	3	17回/17回	■	■					
中島 肇	63	3	17回/17回					■	■	
三山 裕三	64	2	17回/17回					■	■	
鹿島 静夫	60	1	13回/13回					■		■



Corporate governance

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

当社は、多数のステークホルダーより成り立っている企業として、業績の向上にとどまらず、経営の健全性、公正性、透明性等の確保が重要な責務であると認識しております。

当社では、「THE INTAGE GROUP WAY」を経営の拠り所としており、またその土台ともいべきものとして、法令や良識に従い事業を進めるといふ当社グループの姿勢を広く社会に宣言するものとして、「インテージグループ企業倫理憲章」を定めております。

さらに、上記「インテージグループ企業倫理憲章」に基づき、当社グループの役員、従業員等が日常業務を遂行するにあたっての基本的考え方と行動のあり方を「インテージグループ社員行動規範」として定め、役員、従業員等一人ひとりの行動が、当社グループへの信頼を確実にしていくものであることを認識し、この基準を遵守し、健全な事業活動を進めるよう努めております。さらに、当社の内部統制システムは、「内部統制システムに関する基本方針」に基づいて運用されております。

ガバナンスの変化

当社は2016年6月17日、業務執行サイドによる適切なリスクを支える環境を整備することを目的とし、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行しました。これにより、取締役会の監視・監督機能の強化、権限の委譲による迅速な意思決定並びに業務執行による経営の公正性、透明性および効率性の向上など、コーポレートガバナンス体制の強化を図っております。

監査等委員会設置会社への移行後、事業および経営環境に合わせて社内・社外役員の構成や役員の変更など少しずつ形を変えており、当社にとって最適なコーポレートガバナンスの醸成を図っています。

役員構成 (2019年7月現在)

社内・社外役員の構成

取締役



監査等委員である取締役



男女の構成

取締役



監査等委員である取締役



コーポレート・ガバナンス体制

取締役会は、取締役（監査等委員である者を除く）6名（うち社外取締役1名）及び監査等委員である取締役4名（うち社外取締役3名）で構成され、取締役の職務権限と担当業務を明確にし、重要事項の決定ならびに取締役の職務執行状況の監督等を行っており、取締役会規則に基づき、定例の取締役会を毎月1回開催するほか、必要に応じて適時に開催しております。

また、経営方針と諸施策、事業運営にあたっての諸事項に関する報告・審議・決定の機関として、取締役（監査等委員である者を除く）、常勤の監査等委員である取締役、執行役員およびグループ各社社長が出席するグループ経営会議を毎月1回開催するほか、取締役会の機能を支援し諸事項に関する報告・審議を行い経営効率を向上させるため、取締役（監査等委員である者を除く）、常勤の監査等委員である取締役及び執行役員が出席する経営連絡会を隔週で開催しております。

さらに、グループの内部統制の推進を目的とした「内部統制推進委員会」、グループの事業に関わる危機対策を目的とした「危機対策委員会」、グループのマネジメントシステムの推進を目的

とした「マネジメントシステム委員会」、情報セキュリティの課題把握・解決を目的とした「情報セキュリティ委員会」を設置しております。

監査等委員会は、監査等委員である取締役4名（うち社外取締役3名）で構成し、原則として毎月1回開催しております。また、常勤の監査等委員である取締役が内部統制推進委員会等の重要な会議へ出席し、監査等委員会において他の監査等委員である取締役（社外取締役）に報告のうえ、監査等委員会の意見の取り纏めを行うなど、経営に対する監査および監督機能の強化を図っております。

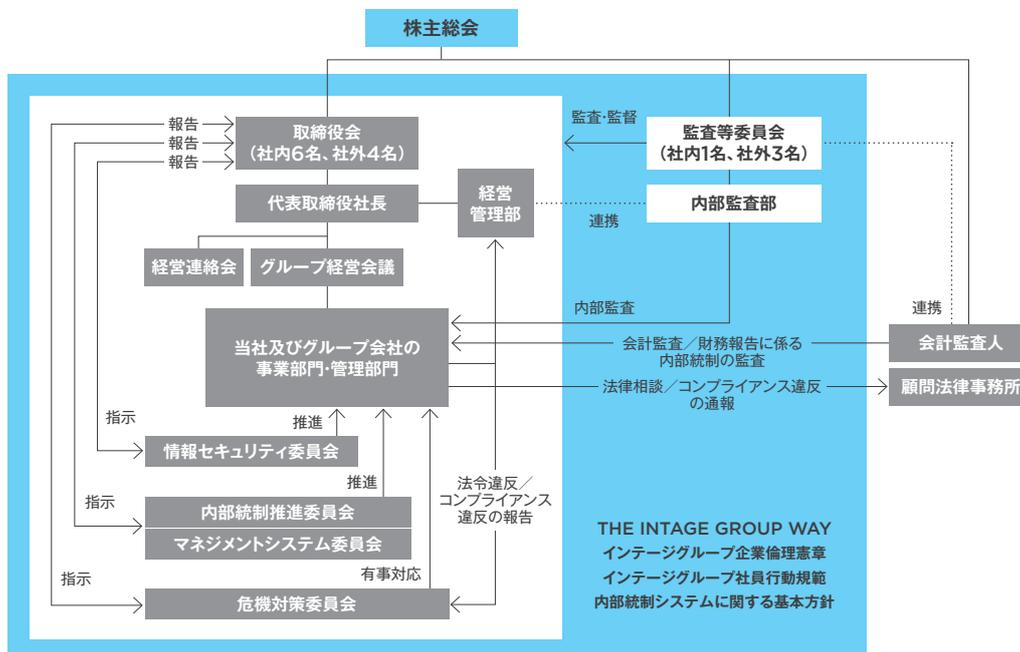
また、取締役会のほか、重要な意思決定の過程および業務の執行状況を把握するため、グループ経営会議、経営連絡会、内部統制推進委員会、危機対策委員会、マネジメントシステム委員会、情報セキュリティ委員会などの重要な会議に出席するとともに、稟議書その他業務執行に関する重要な文書を閲覧し、必要に応じて勤務者にその説明を求めることとします。また、内部監査部門との連携体制や、内部統制部門からの定期的な状況報告、当社グループの監査役との連絡を密にとるな

どにより、グループ各社の状況を把握します。

当社の内部監査を主管しています内部監査部は6名で構成されており、経営理念・経営方針ならびに各種規程に基づき、組織運営、業務の遂行が公正、的確、効果的に行われているかという観点で、当社および当社グループ各社に対して監査を実施しております。監査手続につきましては、当社「内部監査規程及び実施基準」に基づき、監査計画の策定、監査の実施、監査結果の報告、改善状況の確認を行っております。

また、監査等委員会および内部監査部は、双方の監査の有効性と効率性の向上を図ることを目的として、定例の連絡会を開催しております。当連絡会では、期初の監査の方針と計画を確認し、期中及び期末は適宜、内部監査の状況について報告を受け意見交換するなど、緊密な連携を図っております。

さらに、会計監査人と相互に、監査についての意見交換や監査状況についての情報交換を行っており、これらの監査と統制活動の状況を一元的に図る内部統制部門との間におきましても、緊密な連携を保っております。



2018年度取締役会の実効性評価

取締役会は、毎年、アンケートやヒアリング等の実施により得られた各取締役の自己評価等も参考にしつつ、取締役会全体の実効性について分析・評価を行い、その結果の概要を開示します。また、取締役会の議長は、社外取締役から、定期的に、取締役会の運営等についての意見聴取を行います。2018年度については、2019年5月から6月にかけて、当社の取締役10名（監査等委員でない取締役6名、監査等委員である取締役4名）を対象として、「取

締役会の運営状況」、「取締役会の審議」および「取締役への支援」の分野に関しインタビューを行い、意見の集約および分析の上、その結果を取締役会に報告しました。

その内容としては、取締役会付議議題の計画的な上程や資料の質的向上、取締役に対するトレーニング支援等、主要な改善テーマについておおむね高い評価を得ており、経営上重要な事項の決議と業務執行の監督を適切に行うための実効性が確保され、向上してい

ると評価いたしました。

また、当社においては独立社外取締役が4名選任され、事業内容への理解が求められる社外取締役に対する支援として、引き続き監査等委員会が情報提供の場として活用される等、独立社外取締役の監督機能を活用できる体制になっていると評価いたしました。

本実効性評価を踏まえ、取締役会が監督機能を最大限発揮するために、取締役に対する情報提供等、更なる改善・工夫を実施・検討してまいります。

社外取締役メッセージ

原理原則の観点に基づいた助言により、 変わり続けるインテージグループを 支えます

マーケティング過程のデジタル化が進み、膨大なデータを入手可能な時代となり、インテージグループの強みを発揮できる機会が飛躍的に増大しています。私は大学で広告、マーケティング、および消費者行動を研究し、これらのベースとして心理学やコミュニケーション理論を学んできました。研究よりも現実のほうが先に変化しているようにも見えますが、変化の根底にある原理原則といった観点から助言することが私の役割であると考えています。また、第三者の立場から個人データの活用方法を客観的に評価することも、社外取締役の役割であると認識しています。

大量の営業員と広告を投入することで一定の成果が期待できた時代は去り、データサイエンスやAIといった言葉に象徴されるように、マーケティングも高度な専門職と見なされつつあります。インテージの主要な経営資源である各種パネルデータは、消費者の購買記録とメディア接触、小売店頭の販売、医薬品関係と多岐にわたります。定量的なデータ以外にも、消費者の生の言葉や表情なども活用し、目に見える行動の背後にある興味・関心に関わるインサイトの発見に役立っています。これらの知見がお客様の課題解決につながることから、インテージは消費者に最も近いBtoB企業とすることができます。今後はR&Dセンターのさらなる活用と、グローバル化の推進、自由な組織風土の中での人材育成を進めることにより、さらなる発展を期待しています。

社外取締役
学校法人東京経済大学常務理事・副学長

岸 志津江

内部統制システムに関する基本的な考え方及びその整備状況

当社は、2009年10月1日開催の取締役会において「内部統制システムに関する基本方針」を決議し、2016年6月17日開催の取締役会において、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行したことに伴い一部改定しております。その概要は以下のとおりであります。

業務運営の基本方針

当社及び当社グループでは、「THE INTAGE GROUP WAY」を経営の拠り所としています。「インテージグループ企業倫理憲章」に基づき、当社グループの取締役、監査役、執行役員、理事、顧問、従業員、派遣社員等又はこれらに準ずる者（以下これらを総称する場合は「勤務者」という）が日常業務を遂行するにあたっての基本的考え方と行動のあり方を「インテージグループ社員行動規範」として定め、勤務者一人ひとりの行動が、当社グループへの信頼を確実にしていくものであることを認識し、この基準を遵守します。また、勤務者の公正な業務執行を確保するため、「コンプライアンス推進規程」の施行等、コンプライアンス体制の整備に努めます。

①業務運営の基本方針

当社グループの事業の特性上、個人情報をはじめとする情報管理は経営上の重要な課題であるため、管理責任者の任命、関連規程の整備等、情報管理の体制の整備・運用に努め、「内部統制システムに関する基本方針」を定めます。

②取締役及び使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

- イ. 取締役は、勤務者のコンプライアンス意識の維持・向上を図るため、企業倫理の遵守及び浸透を率先垂範して行います。
- ロ. 取締役会は、内部統制システムの整備方針・計画について決定するとともに、内部統制推進委員会を設置して内部統制システムが有効に機能する仕組みの構築を推進します。
- ハ. 取締役は、コンプライアンス体制の整備及び問題点の把握と解決に努めます。
- ニ. 当社グループは、勤務者の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するため、内部統制推進委員会を通じて「THE INTAGE GROUPWAY」、「インテージグループ企業倫理憲章」、「インテージグループ社員行動規範」等の実践的運用と徹底を実行します。
- ホ. 当社グループは、コンプライアンスに関する規程を整備し、周知徹底します。内部統制推進委員会は、各種活動を通じてコンプライアンス意識の維持・向上を図ります。
- ヘ. 当社グループの勤務者は、重大な法令違反やその他コンプライアンスに関する重要な事実を発見した場合、直ちに上司若しくは危機対策委員会委員長、監査等委員会に報告するものとします。
- ト. 法令遵守上疑義のある行為等について、勤務者が直接通報を行う手段を確保するため、当社顧問法律事務所を窓口とした「コンプライアンス専用ホットライン」を設置します。通報にあたっては、匿名性を保障するとともに通報者に対して不利益な取扱いがないことを確保します。
- チ. 反社会的勢力を断固として排除・遮断することとし、不当要求がなされた場合には、警察等の外部専門機関と緊密に連携をもちながら対応します。

③損失の危険の管理に関する規程その他の体制

- イ. 内部統制推進委員会はリスク管理の全体を統括します。
- ロ. 経営に重大な影響を及ぼすリスクをトータルに認識、評価する仕組みを整備するとともに、リスク管理に関する規程を整備します。また、グループ各社の課題把握、対策の策定等を審議するマネジメントシステム委員会や情報セキュリティについて審議する情報セキュリティ委員会を通して事業部門への浸透を図ります。
- ハ. 経営に重大な影響を及ぼす不測の事態が発生、又は発生する恐れが生じた場合は、危機対策委員会が有事の対応を迅速に行い、再発防止策を講ずることとします。

④取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

イ. 取締役会は、取締役の職務権限と担当業務を明確にし、重要事項の決定並びに取締役の職務執行状況の監督等を行います。

ロ. 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制として、取締役会を毎月1回開催するほか、必要に応じて適時に開催します。また、経営方針と諸施策、事業運営に関する報告・審議・決定の機関として、取締役（監査等委員である者を除く）、常勤の監査等委員である取締役、執行役員及びグループ各社社長が出席するグループ経営会議を毎月1回開催します。取締役（監査等委員である者を除く）、常勤の監査等委員である取締役及び執行役員が出席する経営連絡会を隔週で開催します。

⑤取締役の職務の執行に係る情報の保存及び管理に関する体制

イ. 取締役会、グループ経営会議及び経営連絡会その他の重要な会議の意思決定に係る文書、取締役が決裁するその他の重要な文書は、少なくとも10年間保管するものとし、必要に応じ関係者が閲覧できる体制を整備します。

ロ. 情報管理については、情報セキュリティに関する規程及びガイドライン、個人情報保護に関する基本方針及び規程に基づき管理します。

⑥当社及びその子会社から成る企業集団の業務の適正を確保するための体制

イ. グループ経営会議等を通じてグループ各社から職務執行及び事業状況を報告させ、グループ経営の一層の推進を図り、企業価値の維持・向上に努めます。

ロ. 当社グループ内の取引は、法令・会計原則・税法その他の社会規範に照らし適切なものであることを確保します。

ハ. 内部統制部門は内部監査部門との連携により、内部統制システムの整備・運用に係る実効性向上を図ります。

⑦当社及びその子会社の取締役（監査等委員である者を除く）及び使用人が監査等委員会に報告をするための体制並びに当該報告をしたことを理由として不利な取扱いを受けないことを確保するための体制

イ. 当社及びグループ各社の勤務者は、当社及びグループ各社に著しい損害を及ぼすおそれのある事項、コンプライアンスに関する事項及びリスクに関する事項、その他内部統制上問題のある事項が発生した場合は、速やかに監査等委員会へ報告します。

ロ. 勤務者が監査等委員会への報告又は「コンプライアンス専用ホットライン」へ通報することにより、人事評価において不利な取扱いを受けないことを確保します。

⑧その他監査等委員会の監査が実効的に行われることを確保するための体制

イ. 監査等委員会は、取締役会のほか、重要な意思決定の過程及び業務の執行状況を把握するため、グループ経営会議、経営連絡会、内部統制推進委員会、危機対策委員会、マネジメントシステム委員会、情報セキュリティ委員会などの重要な会議に出席するとともに、稟議書その他業務執行に関する重要な文書を閲覧し、必要に応じて勤務者にその説明を求めることとします。また、内部監査部門との連携体制や、内部統制部門からの定期的な状況報告、当社グループの監査役との連絡を密にとる等により、グループ各社の状況を把握します。

ロ. 監査等委員会は、当社の会計監査人から会計監査内容について説明を受けるとともに、情報交換を行うなど連携を図ります。また、監査の実施にあたり弁護士、公認会計士等の監査業務に関する助言を受けることができるものとします。

⑨財務報告の信頼性を確保するための体制

財務報告の信頼性確保及び内部統制報告書の有効かつ適切な提出のため、内部統制推進委員会を設置し、内部統制が適正に機能することの継続的評価、必要な是正を行います。

サステナビリティ インテージグループの人材活躍の推進

多くの女性が創業時から活躍し、 多様な働き方のチャレンジを続ける インテージグループ

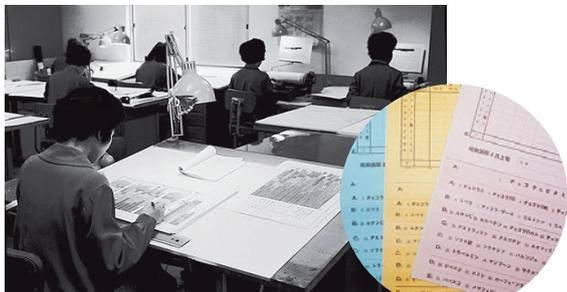
インテージグループには、雇用や待遇における男女の差はありません。

同等の立場で働くことが当たり前の環境にあり、女性活躍も早くから自然に実現されています。

また、「ダイバーシティー」の考えである多様な価値観を尊重し、誰もが生き生きと働き続けられる、職場環境を推進しています。

創業時から変わらない、「人」を重視する考えや、女性が多く活躍する背景など、

歴史とともに、インテージグループの雇用や働き方を紹介します。



株式会社社会調査研究所の創業 SDI調査票(当時)

SDI(全国一般用医薬品パネル調査)がスタートし、女性調査員の採用を展開。「調査を通じた社会参加」を動機に応募した女性も



経営再建の中、給与水準アップと男女格差是正が労使交渉の重要課題に

フレックスタイム制度の試行

ゆとりを創出するだけでなく、業務の多様化への対応や効率化の推進のために取り組みを開始

1960

1965

1976

1986

1990

インプット事業で女性のキーパンチャーを大量採用

本庄センター(埼玉県)が開設し、大手損保会社を顧客とするデータのインプット業務が開始。従業員の健康管理と稼働率向上のために、職場環境や厚生設備を充実させた



男女雇用機会均等法が施行

社員の声から生まれた

カードゲーム型ワークショップ「ワクスタ!」 で働き方の理想や悩みをシェア

ホールディングスの社内研修として行った働き方ワークショップ



数字で見るインテージグループの女性活躍

生活者の消費行動、メディア接触、価値観などを良く知り、理解するというマーケティングリサーチの業種には、女性が活躍できるフィールドがたくさんあります。



49.4%

女性従業員比率

2014年3月 47.8%

(全業種平均:26.6%、情報・通信業:21.0%)



53.3%

2019年度新卒採用の女性比率

2014年4月 47.4%

(全業種平均:31.6%、情報・通信業:33.0%)



22.7%

女性管理職比率

2014年 17.9%

(全業種平均:6.9%、情報・通信業:8.1%)



14.0%

女性役員比率

2014年 13.3%

(全業種平均:3.3%、情報・通信業:3.5%)

2019年3月末:対象は主要7社(ホールディングス、インテージ、アスクレップ、インテージテクノスフィア、アンテリオ、インテージリサーチ、インテージ・アソシエイツ)

※平均値はCSR企業白書2018(東洋経済)より

秋葉原へ本社を移転



「自由と自律」を重視した新しい働き方「I-Style(アイスタイル)」を導入。PHSと無線LANを利用することによる、フリーアドレス、レスペーパー、クリアデスクを実施。トップが旗振り役となり、ワーク・ライフ・バランスを実践



グループ働き方改革がスタート

自律的に時間と場所を選択する働き方、「テレワーク」と「フルフレックス制度」を導入

1999

在宅勤務の試行

ネットワーク環境などのリソースが整わず、社内での展開は先送りに

2005

インテージが「子育てサポート企業」として厚生労働大臣の認定を受ける

仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組む

2007

2017

インテージリサーチが女性活躍推進法に基づく「えるぼし」企業に認定



インテージグループは働き方改革の推進を始めた当初から、社員に対して定期的にアンケートを実施し、寄せられた声をすべて共有しています。さらに、グループ社員有志で構成する「グループ働き方プロジェクト」で、取り組みの推進とアンケート結果に対するディスカッションを実施。これら全ての意見を類型化し、開発したのが、「働き方の理想や悩み」を皆でシェアして考えるカードゲーム型ワークショップ「ワクスタ!」です。

参加者が数人のグループに分かれ、「理想とする働き方」や「実践したい働き方」(例:通勤時間がなくなる、育児しやすく



なる)などをカードから選ぶことで、互いの考えを共有。他者の生活環境や仕事の状況を知ることで、自分と違う考えへの気づきや、心配事などの懸念点のディスカッションにもつながっています。今後このワークショップをグループ内でさらに展開し、働き方改革の推進に加えて、社員の交流にも役立てていきます。

持続可能な社会づくりを、 環境分野のエキスパートとして 支援する



官公庁・自治体をクライアントに持つ株式会社インテージリサーチ（以下、インテージリサーチ）は、地球温暖化問題や資源循環・廃棄物問題など、環境分野における政策・法制度の理解をもとに、調査研究・コンサルティング、自治体における環境基本計画の策定などを支援しています。また、「環境政策を生活者がどの程度受け入れられるか」を調査するなど、日本の持続可能な社会づくりに寄与しています。

「グリーン購入」の 推進に伴走

持続可能な社会づくりのためには、メーカーなど「作る側」の取り組みに加え、「使う側」の取り組みも重要です。インテージリサーチは、環境に配慮した製品を率先して購入する「グリーン購入」に早くから着目し、国が調達する物品などの判断基準の検討に携わってきました。これによりインテージリサーチは、2000年5月の「グリーン購入法（国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律）」の制定以降継続して、国等が重点的に調達を推進すべき「環境物品等」の分野・品目（特定調達品目）の追加や見直しの検討に携わっています。また、「環境配慮契約法（国等における温室効果ガス等の排出の削減（図1）に配慮した契約の推進に関する法律）」の調査にも従事することで、入札の際に国等が、価格のみならず環境性能を含めて総合的に評価し、最も優れた製品やサービスの供給者と契約できる仕組みづくりも支援しています。

持続可能な 社会の構築のために

日本のGDPの1/4を担う政府などの公的機関が、率先してより環境に配慮した物品等の調達を推進することは、大きな社会的インパクトをもたらします。「グリーン購入」が推進されると、生活者がモノを選ぶ際の行動変容が促進され、原料調達、生産、消費、廃棄といったライフサイクル全体の「環境負荷」が低減された製品・サービスの、市場競争力の強化につながります。

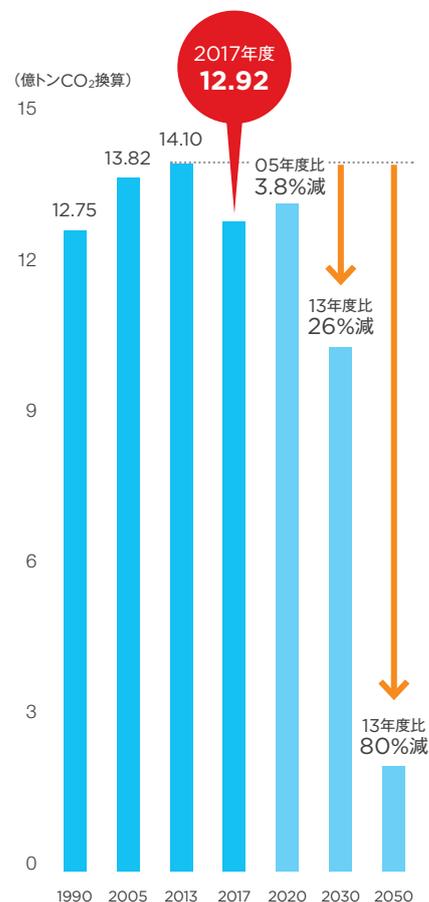
インテージリサーチは業務を通じて、生活者の需要の将来的な転換を図り、「持続的発展が可能な社会の構築を推進すること」を目指しています。

インテージリサーチが 継続して選ばれる理由

インテージリサーチにおいて環境分野の調査研究・コンサルティングに携わるソーシャル事業推進部は、社会課題に特化した調査を通じ、よりよい社会づくりに寄与しています。

公共的なテーマの調査研究に、使命感を持った社員が集まり、多岐にわたる社会課題の解決を深く訴求してきた結果、その専門性が高く評価されています。

（図1）
温室効果ガス排出量の推移と目標



出典 2017年度（平成29年度）の温室効果ガス排出量（確報値）

インテージグループの産学連携

世界的に不足している データサイエンス人材の 育成を支援



デジタル技術の進化やIoTの普及に伴い、取得できるデータが溢れる現在。膨大な情報を収集・分析することで得られる新しい知見から、課題解決やイノベーションを推進し、企業の競争力を強化する取り組みが本格化しています。そのような中で特に、事業成果に至るまでのビッグデータの活用、あるいはアルゴリズムの構築・開発につなげるデータデザインに注目が集まっています。しかしながら、テクノロジーの担い手であるデータサイエンス人材は、国内のみならず世界的にも人材が枯渇しているといわれ、その育成が急務です。インテージグループはこの社会課題に応えるため、さまざまな大学と連携し、データサイエンス人材の育成支援に積極的に取り組んでいます。

2018年3月～

横浜市立大学



「データサイエンスセミナー」で社員が講演
(2019年5月)

2019年3月～

滋賀大学



データサイエンス学部 河本薫ゼミ
(2019年4月)

2019年4月～

武蔵野大学



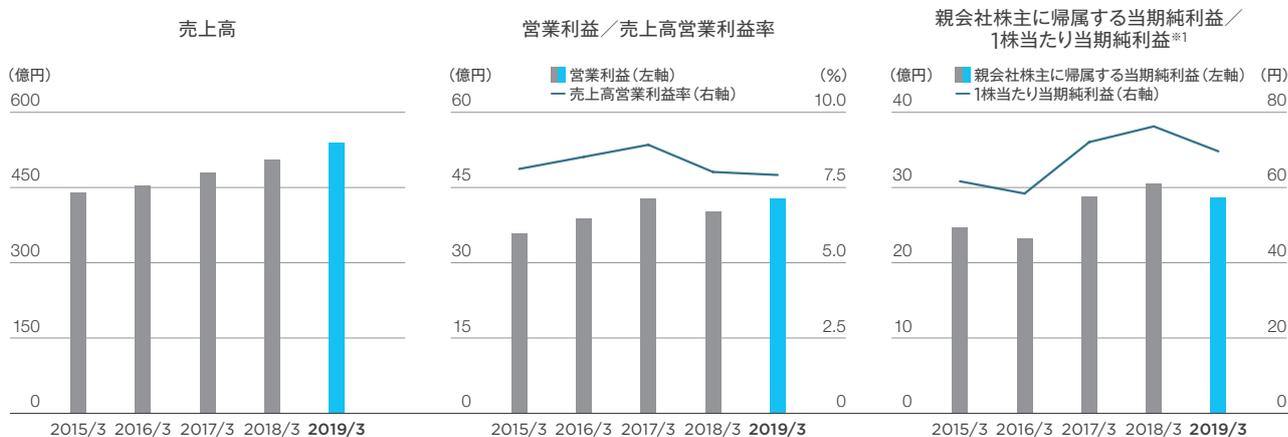
産学連携に関する基本協定締結式
(2019年4月)

滋賀大学との取り組み

滋賀大学は2017年4月、国内初となるデータサイエンス学部を開設し、ビッグデータを処理・分析し、そこから新たな価値を生み出すことのできる人材の育成を推進しています。インテージグループは2019年4月から同学部の河本薫ゼミに協力し、データサイエンティストを講師として派遣。実在するビジネス上の課題やインテージが保有する購入意向の変化を捉える「デイトラッキング調査」、購買結果の変化を捉える「SCI（全国消費者パネル調査）」の実データを提供し、課題設定から必要なデータの設定、抽出、分析はもちろん、報告提案用のレポートニングまでのカリキュラムを支援しています。これらにより単なる統計技術の習得を目的とするのではなく、ビジネス課題の解決に貢献できるデータサイエンスを学ぶ機会を創出しています。

10年の主要財務・非財務データ

	2010/3	2011/3	2012/3	2013/3
会計年度				
売上高	¥34,526	¥36,538	¥36,658	¥39,930
売上原価	24,138	26,021	25,874	29,121
販売費及び一般管理費	7,131	7,051	7,898	7,499
営業利益	3,256	3,465	2,885	3,309
親会社株主に帰属する当期純利益	1,679	1,915	1,325	1,249
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,905	3,025	2,943	3,433
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,810)	(1,052)	(3,341)	(1,332)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(924)	(1,108)	675	(960)
現金及び現金同等物の期末残高	3,484	4,337	4,599	5,906
会計年度末				
総資産	23,349	24,660	27,730	29,398
純資産	12,386	13,757	14,517	15,493
自己資本比率(%)	53.0	55.8	52.3	52.5
1株当たり情報(円)				
当期純利益 ^{*1}	41.08	47.63	32.96	31.07
純資産 ^{*1}	307.22	341.85	360.56	383.65
配当金 ^{*2}	12.50	12.50	12.50	12.50
その他の情報(%)				
売上高営業利益率	9.4	9.5	7.9	8.3
ROA(総資産当期純利益率)	7.5	8.0	5.1	4.4
ROE(自己資本当期純利益率)	14.1	14.7	9.4	8.4



※1 当社は、2013年10月1日付普通株式1株につき2株の割合および2017年10月1日付普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。そのため、2008年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

※2 当社は、2013年10月1日付普通株式1株につき2株の割合および2017年10月1日付普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。そのため、2008年3月期より当該株式分割を考慮した金額を記載しています。

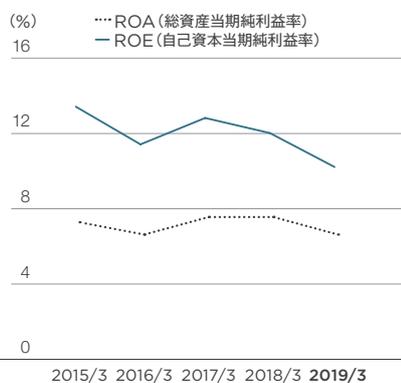
単位:百万円
()はマイナスを表しています

	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3
総資産	¥42,508	¥43,925	¥45,481	¥47,987	¥50,499	¥53,986
純資産	31,107	31,723	33,257	34,603	35,732	37,891
自己資本比率	7,895	8,630	8,340	9,115	10,743	11,826
ROA	3,505	3,571	3,883	4,268	4,023	4,268
ROE	1,642	2,463	2,326	2,871	3,050	2,859
連結配当性向	3,612	2,947	1,713	4,072	3,188	4,279
1株当たり配当金	(1,151)	2,327	(1,791)	(2,110)	(2,414)	(4,087)
自己資本比率	(592)	(4,940)	1,566	(1,300)	399	(58)
総資産	7,926	8,366	9,812	10,418	11,622	11,720
純資産	33,740	33,301	36,830	39,067	41,486	45,524
自己資本比率	17,171	19,917	21,338	23,771	27,428	28,987
ROA	50.5	59.3	57.5	60.3	65.5	63.25
ROE	40.83	61.52	58.28	71.91	76.08	69.47
連結配当性向	423.24	494.50	530.09	589.87	660.69	699.51
1株当たり配当金	13.75	15.00	16.25	17.50	20.00	22.00
自己資本比率	8.2	8.1	8.5	8.9	8.0	7.9
ROA	5.2	7.3	6.6	7.6	7.6	6.6
ROE	10.1	13.4	11.4	12.8	12.0	10.2

総資産／純資産／自己資本比率



ROA／ROE



連結配当性向／1株当たり配当金^{*2}



連結貸借対照表

単位:千円

資産の部	2018/3	2019/3
流動資産		
現金及び預金	11,631,592	11,821,002
受取手形及び売掛金	12,779,463	13,528,538
商品	—	13,174
仕掛品	1,270,312	1,386,535
貯蔵品	85,319	72,866
その他	877,071	1,011,552
貸倒引当金	△ 4,394	△ 10,865
流動資産合計	26,639,364	27,822,804
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	5,936,923	5,887,155
減価償却累計額	△ 4,488,998	△ 4,569,643
建物及び構築物(純額)	1,447,924	1,317,512
器具備品	1,312,370	1,366,436
減価償却累計額	△ 987,718	△ 1,056,635
器具備品(純額)	324,652	309,800
土地	1,998,156	1,998,156
リース資産	1,111,952	1,318,097
減価償却累計額	△ 617,885	△ 672,831
リース資産(純額)	494,066	645,266
その他	420	420
減価償却累計額	△ 419	△ 419
その他(純額)	0	0
有形固定資産合計	4,264,800	4,270,736
無形固定資産		
のれん	130,100	599,756
その他	1,676,412	2,023,846
無形固定資産合計	1,806,512	2,623,603
投資その他の資産		
投資有価証券	5,311,713	7,076,590
繰延税金資産	1,853,627	2,019,829
退職給付に係る資産	—	5,213
その他	1,617,778	1,709,975
貸倒引当金	△ 7,241	△ 4,436
投資その他の資産合計	8,775,877	10,807,172
固定資産合計	14,847,190	17,701,511
資産合計	41,486,554	45,524,316

単位:千円

負債の部	2018/3	2019/3
流動負債		
買掛金	2,864,083	3,283,644
短期借入金	2,057,341	3,172,556
リース債務	230,934	260,952
未払法人税等	423,606	634,333
賞与引当金	1,729,976	2,016,239
ポイント引当金	1,435,446	1,473,827
株式給付引当金	1,969	6,838
その他	2,858,490	3,113,653
流動負債合計	11,601,848	13,962,044
固定負債		
長期借入金	408,880	301,228
リース債務	318,541	446,278
株式給付引当金	106,397	109,682
退職給付に係る負債	1,617,444	1,510,303
その他	4,815	33,968
固定負債合計	2,456,079	2,574,764
負債合計	14,057,928	16,536,809

単位:千円

純資産の部	2018/3	2019/3
株主資本		
資本金	2,378,706	2,378,706
資本剰余金	1,849,196	1,841,046
利益剰余金	21,997,935	24,028,747
自己株式	△ 200,946	△ 181,199
株主資本合計	26,024,891	28,067,300
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	848,942	628,032
為替換算調整勘定	421,385	350,246
退職給付に係る調整累計額	△ 117,265	△ 250,814
その他の包括利益累計額合計	1,153,062	727,465
新株予約権	16,017	—
非支配株主持分	234,654	192,740
純資産合計	27,428,625	28,987,506
負債純資産合計	41,486,554	45,524,316

連結損益計算書

単位:千円

	2017/4/1 - 2018/3/31	2018/4/1 - 2019/3/31
売上高	50,499,807	53,986,198
売上原価	35,732,307	37,891,500
売上総利益	14,767,499	16,094,698
販売費及び一般管理費	10,743,517	11,826,078
営業利益	4,023,981	4,268,619
営業外収益		
受取利息	11,432	6,174
受取配当金	235,773	72,035
持分法による投資利益	187,456	197,604
その他	84,889	94,425
営業外収益合計	519,552	370,239
営業外費用		
支払利息	17,827	18,990
投資事業組合運用損	139,771	147,099
固定資産除却損	10,302	86,304
為替差損	40,087	1,643
その他	24,411	169,502
営業外費用合計	232,400	423,540
経常利益	4,311,133	4,215,318
特別利益		
固定資産売却益	—	76,326
負のれん発生益	—	42,486
投資有価証券売却益	—	39,886
特別利益合計	—	158,700
特別損失		
減損損失	—	20,673
抱合せ株式消滅差損	9,254	—
特別損失合計	9,254	178,649
税金等調整前当期純利益	4,301,878	4,195,369
法人税、住民税及び事業税	1,301,232	1,409,795
法人税等調整額	△ 6,669	7,318
法人税等合計	1,294,562	1,417,114
当期純利益	3,007,316	2,778,254
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△ 43,327	△ 80,867
親会社株主に帰属する当期純利益	3,050,644	2,859,122

連結包括利益計算書

単位:千円

	2017/4/1 - 2018/3/31	2018/4/1 - 2019/3/31
当期純利益	3,007,316	2,778,254
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	259,751	△ 220,841
為替換算調整勘定	31,200	△ 76,676
退職給付に係る調整額	△ 233,250	△ 133,548
持分法適用会社に対する持分相当額	△ 2,342	133
その他の包括利益合計	55,358	△ 430,933
包括利益	3,062,675	2,347,321
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	3,108,066	2,433,525
非支配株主に係る包括利益	△ 45,390	△ 86,204

連結キャッシュ・フロー計算書

単位:千円

2017/4/1 - 2018/3/31 2018/4/1 - 2019/3/31

営業活動によるキャッシュ・フロー

税金等調整前当期純利益	4,301,878	4,195,369
減価償却費	1,379,516	1,327,737
減損損失	—	20,673
のれん償却額	43,127	75,100
負ののれん発生益	—	△ 42,486
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	1,329,708	△ 5,213
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	△ 1,169,044	△ 229,052
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	—	1,560
賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 61,297	261,221
役員賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 17,000	—
貸倒引当金の増減額(△は減少)	6,093	△ 138
ポイント引当金の増減額(△は減少)	216,696	38,380
株式給付引当金の増減額(△は減少)	29,863	8,153
受取利息及び受取配当金	△ 247,206	△ 78,210
持分法による投資損益(△は益)	△ 187,456	△ 197,604
支払利息	17,827	18,990
投資事業組合運用損益(△は益)	139,771	147,099
固定資産除却損	10,302	86,304
固定資産売却損益(△は益)	—	△ 76,326
投資有価証券売却損益(△は益)	—	△ 39,886
投資有価証券評価損益(△は益)	—	157,975
抱合せ株式消滅差損益(△は益)	9,254	—
売上債権の増減額(△は増加)	△ 1,135,372	208,664
たな卸資産の増減額(△は増加)	358,965	22,478
仕入債務の増減額(△は減少)	△ 261,218	△ 226,061
未払消費税等の増減額(△は減少)	15,344	△ 47,954
その他	△ 259,173	△ 203,757
小計	4,520,581	5,423,017
利息及び配当金の受取額	247,195	77,338
利息の支払額	△ 13,956	△ 18,200
法人税等の支払額	△ 1,565,373	△ 1,202,517
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,188,447	4,279,638

投資活動によるキャッシュ・フロー

定期預金の預入による支出	△ 187	△ 95,008
定期預金の払戻による収入	39,347	36,250
有形固定資産の取得による支出	△ 165,026	△ 122,567
無形固定資産の取得による支出	△ 823,816	△ 1,043,034
投資有価証券の取得による支出	△ 1,507,183	△ 1,725,834
貸付けによる支出	△ 2,802	△ 2,058
貸付金の回収による収入	3,081	1,920
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△ 10,928	△ 1,911,981
関係会社の清算による収入	66,163	—
差入保証金の差入による支出	△ 23,141	△ 91,277
差入保証金の回収による収入	8,108	49,373
保険積立金の払戻による収入	—	482,002
投資不動産の売却による収入	—	280,000
その他	1,109	△ 27,319
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,414,826	4,087,816

財務活動によるキャッシュ・フロー

短期借入れによる収入	4,000,000	4,982,200
短期借入金の返済による支出	△ 4,000,000	△ 3,822,100
長期借入れによる収入	300,000	—
長期借入金の返済による支出	△ 200,000	△ 186,599
リース債務の返済による支出	△ 289,062	△ 225,194
新株予約権の行使による株式の発行による収入	1,387,830	—
新株予約権の発行による収入	22,800	—
非支配株主からの払込みによる収入	129,000	42,640
自己株式の取得による支出	△ 110	△ 41
配当金の支払額	△ 702,993	△ 826,844
非支配株主への配当金の支払額	△ 493	—
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	△ 247,500	△ 6,500
その他	—	△ 16,017
財務活動によるキャッシュ・フロー	399,470	△ 58,457
現金及び現金同等物に係る換算差額	10,763	△ 35,215
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	1,183,854	98,149
現金及び現金同等物の期首残高	10,418,349	11,622,146
合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	19,941	—
現金及び現金同等物の期末残高	11,622,146	11,720,295

会社概要／インテージグループ

会社概要

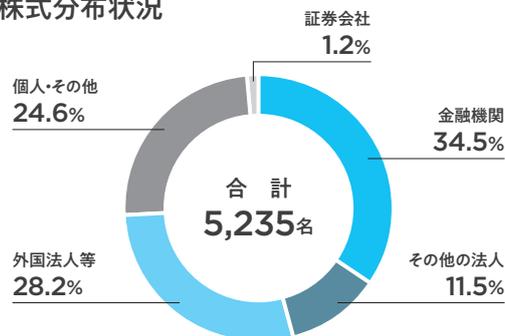
社名	株式会社インテージホールディングス (英文社名 INTAGE HOLDINGS Inc.)
設立	1960年(昭和35年)3月
代表者	代表取締役社長 石塚 純晃
資本金	23億7,870万円
連結売上高	539億円(2019年3月期)
連結従業員数	2,829名(2019年3月31日)
本社	〒101-0022 東京都千代田区神田練堀町3番地 インテージ秋葉原ビル TEL: 03-5294-7411 FAX: 03-5294-0199

株式情報 (2019年3月31日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	148,000,000株
発行済株式の総数	41,426,000株
株主数	5,235名

株式分布状況



株価および出来高の推移 (株価(左軸) ■ 出来高(右軸))



インテージグループ (2019年4月1日現在)

国内グループ会社	
株式会社インテージ	株式会社プラメド
株式会社インテージリサーチ	株式会社インテージテクノスフィア
株式会社アクセス・ジービー	株式会社データエイジ
株式会社IXT	株式会社ビルドシステム
株式会社インテージヘルスケア	エヌ・エス・ケイ株式会社
株式会社協和企画	株式会社インテージ・アソシエイツ
株式会社医療情報総合研究所	

海外グループ会社	
英徳知市場諮詢(上海)有限公司	
INTAGE(Thailand) Co., Ltd.	
INTAGE VIETNAM LIMITED LIABILITY COMPANY	
INTAGE INDIA Private Limited	
INTAGE SINGAPORE PTE. LTD.	
CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITED	
PT. INTAGE INDONESIA	
INTAGE USA Inc.	
Plamed Korea Co., Ltd.	

大株主の状況 (2019年3月31日現在)

株主名	当社への出資状況	
	持株数(株)	出資比率(%)
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 エーザイロ 再信託受託者 資産管理サービス信託銀行株式会社	3,600,000	8.7
BBH FOR FIDELITY LOW-PRICED STOCK FUND (PRINCIPAL ALL SECTOR SUBPORTFOLIO)	3,292,100	7.9
GOLDMAN,SACHS& CO.REG	2,165,321	5.2
インテージグループ従業員持株会	2,085,482	5.0
株式会社埼玉りそな銀行	1,870,000	4.5
豊栄実業株式会社	1,820,000	4.4
株式会社みずほ銀行	1,400,000	3.4
第一生命保険株式会社	1,400,000	3.4
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE HCROO	1,377,600	3.3
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,341,650	3.2

(注) 出資比率は自己株式(10,481株)を控除して計算しています。



お問い合わせ先

株式会社インテージホールディングス

〒101-0022 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

TEL. 03-5294-7411 / FAX. 03-5294-0199

www.intageholdings.co.jp