



# Know today, Power tomorrow

知る、  
つなぐ、  
未来を拓く

INTAGE GROUP  
REPORT 2020

インテージグループレポート 2020



# ビジネスの デザインを変えよう!!

第13次中期経営計画 基本方針

お客様と生活者の「変わる」とともに

*Reframe, Connect, Create*

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

### 生活者の変化、お客様の变化、そしてサステナビリティ

インテージグループは情報を収集し、加工・分析し、情報に価値を与えることを強みに1960年の創業以来発展して今日に至ります。私たちはメーカーなどをはじめとするさまざまなお客様のマーケティング活動や事業戦略を支援する活動を通じ、その先にいる生活者の幸せに貢献することが使命です。

2020年に発生した新型コロナウイルスの影響は、広く世界や産業界にも大きなインパクトを与え生活者のライフスタイルや意識、購買行動にも変化をもたらしています。

そのような中で、インテージグループにおいては2020年7月から第13次中期経営計画がスタートしました。私たちのコアとなるデータ活用を通じてお客様の課題、特に従前にも増して顕在化したDX(デジタルトランスフォーメーション)の推進に真摯に取り組み、コロナで変わる生活者および社会に貢献するため、私たちは進化し続けます。



## At a Glance

売上高の成長性

27期  
連続増収

2020年6月期の連結売上高は668億円となりました。当期は決算期変更により15か月の変則決算でしたが、2019年4月～2020年3月までの12か月においても562億円となり、前年比4.1%で増収を達成しました。

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

11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、フィリピン、米国に拠点を設置しています。



## Contents

01 At a Glance	19 事業
03 持続的な価値創造へ	19 マーケティング支援(消費財・サービス)事業
05 成長の軌跡	20 新しいテレビ視聴計測サービス
07 CEO MESSAGE	21 マーケティング支援(ヘルスケア)事業
11 CFO MESSAGE	22 ビジネスインテリジェンス事業
13 新中期経営計画	23 役員一覧
15 サステナビリティ	25 コーポレート・ガバナンス
	29 財務・非財務データ
	34 会社概要

## 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。

事業継続と  
サステナビリティの両立

変化  
**1**

生活者の行動や価値観が  
大きく変化

変化  
**2**

感染者数などをはじめとして  
正確な“データ”への注目が集まった

契機

“生活者”および“データ”は  
インテージグループの得意分野

今後

お客様のビジネスの  
意思決定に役立つパートナーへ

After  
コロナ

Before  
コロナ

インテージグループの  
ビジネス



主なお客様



intage group  
Know today. Power tomorrow

インテージグループの強み 過去～現在

生活者の現在・過去を切り取る正しいデータを持つことにかけては  
絶対的なNo.1 × 分析・ハンドリング技術

INTAGE GROUP



# 持続的に企業価値を生み出す企業へ

IoT、ビッグデータ、AIなどの技術革新による産業構造の大きな変化に加え、気候変動や激甚災害、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大など、近年、企業が継続的な企業価値向上を目指す上では、こうした不確実性の高まりを踏まえてビジネスに取り組んでいくことが求められています。

企業が社会において持続的に事業を継続していくためには、企業のサステナビリティ(持続可能性)や社会貢献に関する役割を明確にし、ステークホルダーとのコミュニケーション・対話を実施していくことが重要です。2020年8月、インテージグループはお客様への貢献を通じて社会にも貢献することを明確化し“SDGs宣言”を公表しました。私たちはこれからも社会の一員として企業のサステナビリティ(持続可能性)と社会貢献について真摯に向き合っておりま

## SDGs 宣言

インテージグループは、  
データ活用環境の保全に努め、  
お客様の視点と生活者の  
視点をつなぐデータ活用価値の  
不断の向上によって、  
健やかで持続可能な社会の  
実現に貢献します



P15-16

### インテージグループの今後の方向性 13次中期経営計画～未来

データビジネスを軸として、インテージグループが持たない技術やアセットを持つ企業や自治体などとのコラボレーションにより、インテージグループの持つデータ資産と技術のアセットを元に、今までのようなお客様へのデータ提供だけではなく、例えば未来予測なども含むお客様の戦略決定のパートナーとしての立ち位置を目指します。

### 立ち位置

インテージグループはデータを扱うことを主な生業としています。

IT産業における代表的なグローバル企業であるGAFA(グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン・ドット・コム)とインテージグループは、競合でもあり協力者でもあります。彼らは自社サービスを使う生活者のデータを所有していますが、各社のビジネス発展のためには自社以外のデータが必要であり、彼らはインテージグループが持つ幅広く正確な生活者・店舗・メディアなどのデータが有益であると捉えています。

こうしたメジャーなプラットフォームだけでなく、今やあらゆるビッグデータが日々生み出される世界において、データを軸としたビジネスはデータそのものの取り扱い方法やそれを元にしたサービスの開発や戦略などをはじめ、さまざまな企業が多数存在します。

そのような中で、インテージグループはパネル調査やカスタムリサーチから得られる正確性の高いサンプリングデータの価値を高めながら、データ分析力やR&Dによる新たな調査手法やITビジネスのノウハウなども結集し、お客様のビジネス課題解決に立ち向かっていきます。

### インテージグループのビジネスモデル

# BUSINESS MODEL



# 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

中立的な  
立場

生活者の  
理解

「人」を重視  
する考え方

1958 1960

1970

1980

1990

2000

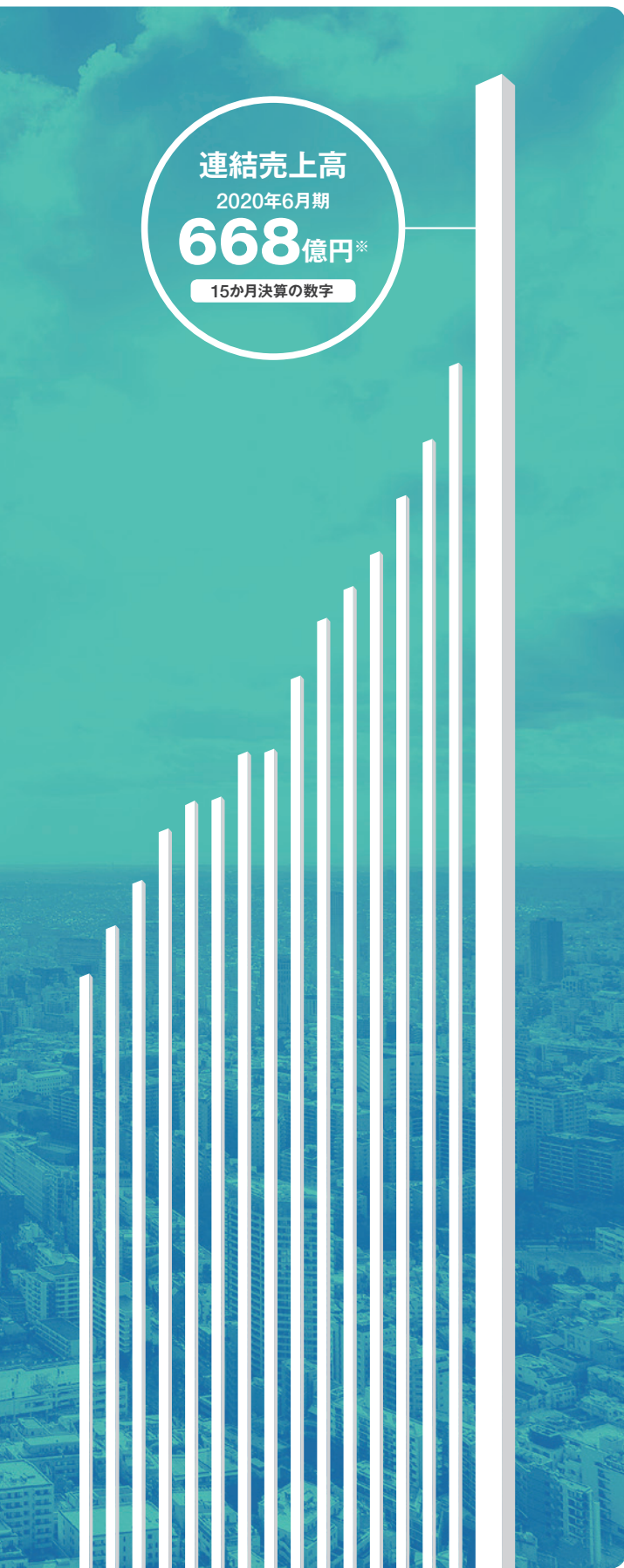
※決算期変更について

2019年度は、決算期変更に伴い2019年4月1日から2020年6月30日の15か月間となっておりますので、金額は当該期間のものとなります。

従来は毎年4月1日から翌年3月31日までとしておりましたが、当社グループにおいては1月から3月の事業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を目的として変更をいたしました。2019年度は移行期による変則決算でしたが、2020年度からは毎年7月1日から翌年6月30日までの12か月間となります。





連結売上高  
2020年6月期  
**668**億円※  
15か月決算の数字

2010

2019

年度

【写真上から】2010年代 御茶ノ水オフィス／2000年代 英徳知市場諮詢(上海) 有限公司のオフィス／1990年代 SCIシステム画面／1980年代 ひばりヶ丘2階 オンライン端末／1970年代 ひばりヶ丘本社(当時)／1960年代 IBM1401型 計算機

## 2020s

### 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



- 2020年 株式会社データスプリングを子会社化
- 2018年 株式会社協和企画、エヌ・エス・ケイ株式会社を買収  
株式会社ビルドシステムを買収／INTAGE USA Inc.を設立
- 2016年 INTAGE Open Innovation投資事業有限責任組合を設立
- 2013年 持ち株会社制に移行／INTAGE SINGAPORE PTE. LTD. を設立／CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITEDを買収
- 2012年 株式会社医療情報総合研究所を買収

### 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



- 2010年 創業50周年
- 2008年 アジア第二の拠点としてINTAGE(Thailand) Co., Ltd.を設立
- 2007年 ティー・エムマーケティング(現・株式会社インテージヘルスケア)を買収により医療用医薬品のリサーチを本格化
- 2005年 秋葉原に本社を移転
- 2002年 インターネット事業を本格化／英徳知市場諮詢(上海)有限公司を設立。アジア市場への進出
- 2001年 株式会社インテージに社名変更／JASDAQ市場に上場
- 2000年 IBRD JAPAN株式会社(現・株式会社インテージヘルスケア) 買収によりCRO事業に本格的に参入

### 1990s

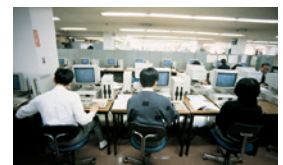
スキャニングシステムや小売店パネルに着手。インターネット時代の到来に合わせ、システム構築に取り組む



- 1994年 全店POSによるSRI(全国小売店パネル調査)開始
- 1992年 SCIスキャニングシステムを開始

### 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



- 1987年 売上高100億円を突破
- 1980年 POSプロジェクトを開始

### 1970s

経営危機の中、「調査事業」「システム事業」「インプット事業」で売上を維持



- 1973年 東京・ひばりヶ丘に本社ビル竣工

### 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



- 1965年 インプット(データのPC入力)事業を開始
- 1964年 SCI(全国消費世帯パネル調査)開始
- 1963年 IBM1401を導入、総合情報企業への基盤を構築
- 1960年 株式会社社会調査研究所を創業  
SDI(全国一般用医薬品パネル調査)を開始



## 第13次中期経営計画がスタート

# リサーチパートナーから 戦略実行パートナーへの変革

## 「ニューノーマル」という時代の変化を チャンスとして捉えていけるかが勝負の鍵

2020年6月期は私たちにとって、第12次中期経営計画を総括すると同時に新たな中期経営計画を策定する大切な1年でした。また、これまで決算月を3月にしてきましたが、6月に変更することで15か月の変則的な決算を実行した初めての年になりました。毎年3月は、私たちのビジネスで最も忙しい時期になります。よりビジネスに集中してお客様のニーズにしっかりと応えていく体制を整えると共に、「ピークをどのようにして対応したか」をしっかりと検証し、次の期の体制や人事、アクションプランを見ていく必要があることから決算期を6月に変更することを決めました。

足元の業績に関してですが、2019年4月から2020年3月までの12か月は新型コロナウイルスの影響は受けたものの営業利益で過去最高益を達成することができました。一方、2020年4月から6月の3か月間は、国内の緊急事態宣言、世

界の主要都市のロックダウン等から「人とモノの動き」が停滞し、お客様のマーケティング予算の引き締め等、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を強く受け、2020年6月期（15か月決算）トータルでは厳しい結果となりました。なお、配当に関しては最も重要な株主還元策であることから、予定通り1株当たり30円としました。

残念ながらコロナの収束時期は、現時点では誰にも分かりません。仮に収束したとしてもコロナ禍前の状況には完全に戻ることはない、私は考えています。大切なことは、コロナ禍をきっかけに変わり始めた生活者、その生活者を顧客に持つお客様がどのような方向に向かっていくのか、そこをしっかりと我々がキャッチアップしていくことが重要であり、所謂「ニューノーマル」という時代の“変化”を“チャンス”として捉えていけるかが、勝負になります。私はこの変革期にインテージグループのトップとして、自分の役割を改めて自覚し、意思決定を早くする良い機会にしていかなければならないと強く思っています。

第13次中期経営計画 基本方針

# ビジネスのデザインを変えよう!!

— お客様と生活者の「変わる」とともに —

*Reframe, Connect, Create*



## Message from the President

社長メッセージ

代表取締役社長  
石塚 純晃

### さまざまなチャレンジで成果も見えてきたが、 新しい時代に適応した事業成長の形成は道半ば

第12次中期経営計画は、事業環境が激しく変化していく中、立ち止まっているのではなく、さまざまな分野に機会を見つけ、たくさんチャレンジして“先手”を取って行こうという思いで「Take the initiative ~データ活用の領域で先手を取れ~」というスローガンを掲げていました。このスローガンのもと、多くのチャレンジをしてきた結果、次の世代に繋がるサービスがいくつか立ち上がってきました。代表的なものとしては、約223万台のスマートテレビと約84万台の家庭用録画機器を対象とした新たなテレビ視聴計測サービス「Media Gauge® TV」を2017年にローンチさせました。この「Media Gauge® TV」は、“ビックデータを価値化”させた取り組みで、更に2019年には都道府県レベルまでターゲット別のテレビ視聴状況を見ることができるよう「Media Gauge® Dynamic Panel」をローンチして

おり、新たな成長の柱の一つとして期待している新サービスです。ヘルスケアの領域では、株式会社インテージヘルスケアの経営統合に加え、医療機器や医療経済分野に強みを持つジュニコン株式会社ならびに医療に特化したプロモーションを得意とする株式会社協和企画をグループに迎えたことで、医薬品の創薬から製造販売後までワンストップで対応できる体制を構築し、これによりドメイン拡張による収益力の向上が実現しております。ビジネスインテリジェンス(BI)領域でも株式会社ビルドシステムおよびエヌ・エス・ケイ株式会社をM&Aし体制強化を図れたことに加え、AI(人工知能)やDX(デジタルトランスフォーメーション、以下DXとする)領域におけるビジネスも少しずつ芽が出てきております。変化が激しい中、さまざまなチャレンジをして行こうという計画の元、一定の成果は出すことができたと考えています。しかし、デジタル化のスピードがコロナの影響により更に加速していく中で、新しい時代に適応した事業成長の形成は道半ばであり、より強い力にしていける必要があります。



## 我々のビジネスのあり方を もう一度デザインしなおす必要がある

新たな中期経営計画では、前中期経営計画でチャレンジしてきたことをデジタル時代にふさわしい新たな事業成長につなげていくことを最も重要なテーマとして、ニューノーマルという時代の大きな変化をチャンス(機会)として捉えていく視点で計画を立てました。

コロナ禍の局面で我が国自体のデジタル化の国際的な遅れが顕在化し、DXへの流れに拍車が掛かりました。生活者の意識や価値観、購買行動も大きく変わりました。このようなDXへの潮流と生活者の変化は我々の「機会」になると考えています。DXによってさまざまなものがデジタル化されていく中でキーとなっていくのが「データの活用」です。生活者データの活用は、生活者視点が抜けると「監視社会」に繋がる恐れがあります。我々は、「生活者視点のデータ活用」に主軸を置き、新たな成長を図っていきます。単にデータを活用すれば良いという時代から「生活者の理解を起点としたデータの価値化と仕組み化」を追求していくことでお客様のビジネスパートナーになることを目指していきます。これまで私たちは、マーケティング領域のリサーチパートナーとしてさまざまなサービスをお客様に提供してきましたが、お客様の我々への期待は、リサーチのニーズからビッグデータを組み合わせることで生まれる“生活者により密着したエクスペリエンスの提供”へと変化してきています。私たちは、マーケティング領域のリサーチパートナーからお客様のビジネス戦略および構築の実行パートナーに変わっていく必要があります。このような世の中とお客様の期待の大きな変化をきっかけに、我々の「ビジネスのあり方」をもう一度デザインしなおす必要が出てきています。これはリサーチを否定しているのではなく、リサーチデータを扱う力をもっと広げていく必要があるという意味です。それがお客様の期待に答えていくことに繋がっていくと確信しています。そして今回、このような思いを込めて「ビジネスのデザインを変えよう!! -お客様と生活者の「変わる」と共に- Reframe, Connect, Create」という新たなスローガンを掲げました。

世の中とお客様のDXが加速していくことに合わせて、我々もスピードを上げて対応していく必要があります。スピードを上げていくためには「総合力」で対応していく必要があります。お客様の課題に対して事業やセクションの枠を超えてナレッジを集結し、グループが連携して対応していく必要があります。我々のアセットを再定義し、最適な組み合わせにすることが重要です。さまざまなサービスや商品、機能を組み合わせることで新しい価値を生み出していかねばなりません。そのために組織の壁を極力低くし、活躍



を望む人材がしっかり活躍できる環境を早急に整備します。

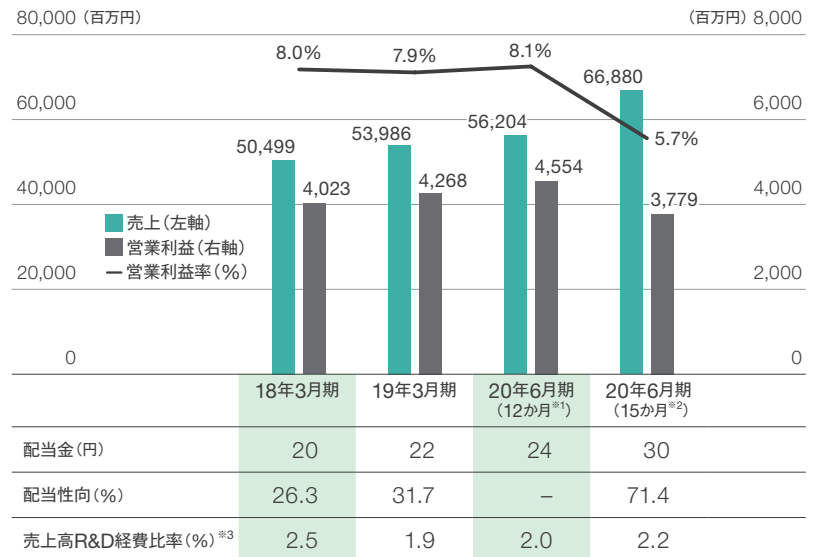
DXの加速により“データ”を更に活用していかなければならないという大きな流れが起きている中、仮に我々が現在保有していないデータがあり、それらがお客様と生活者にとって必要なデータであれば、提携やM&Aも視野に入れてしっかりと投資をしていきます。逆に我々が描く未来や戦略に合致しない事業やサービスの見直しや撤退も同時に行っていきます。但し、短期的な視点でそれらを判断することはありません。仮に現在収益性が良くない事業であっても、我々が描く未来に合致し総合力として重要なピースとなり得る事業、複数のお客様に価値を提供していく可能性のある事業は、収益の改善を検討した上で継続させていただきます。

## あらゆる個人情報の扱いは 生活者視点に立って実行されるべきである

私たちは、新中期経営計画と同時に「SDGs宣言」を発表しました。私たちのビジョンは、「Know today, Power tomorrow 知る、つなぐ、未来を拓く -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



## 第12次中期経営計画の振り返り



※1 参考値として19年4月～20年3月の数値を記載しております。 ※2 20年6月期は決算期変更に伴い19年4月～20年6月の15か月決算となっております。 ※3 人件費および経費を含む額を各期の売上高で除しております。

(百万円)	18/4～19/3 (12か月)	19/4～20/3 (12か月)	前年比	コロナの 影響	19/4～19/6 (3か月)	20/4～20/6 (3か月)	前年比
売上高	53,986	56,204	2,218	小 大	11,329	10,676	△653
営業利益	4,268	4,554	286	← →	121	△775	△896

る一」です。”豊かで可能性の広がる社会”とは、まさにサステナビリティな社会を意味しています。コロナ禍において健やかな地球社会、安心で安全な地球社会を生活者が求める気持ちは、一層強くなりました。我々は、化石燃料を事業で多く消費している企業グループではありませんが、多くの個人情報を取っている企業グループです。今後、更にビッグデータを扱うことも増えていくので、情報セキュリティは万全にしていかななくてはなりません。また、情報セキュリティに加えてあらゆる個人情報の扱いは、生活者視点に立って実行されるべきであり、エシカルであるべきです。「SDGs宣言」としてサステナブルな目標を明確に示すことで、社員が誇りを持って働いてくれる企業グループになっていくことを願っています。

### インテジグループの存在意義は、 中立的な立場で客観的な尺度を世の中に示すこと

私たちは創業以来60年以上、データと真摯に向き合ってきました。日本の中でこれほど長くデータと向き合い、本当の意味でデータを活用する力を持っている企業は、我々以

外にはいないと自負しています。私たちは生活者の情報あるいはマーケット情報について、中立的な立場で客観的な尺度を世の中に示し続けてきました。我々の中立的な情報をベースにして、お客様が生活者のベネフィットや幸福度を高めるためにどうすれば良いかを考え、それにより生み出された新しいサービスや製品が生活者に還元され、またそのサービスや製品に関するニーズや要望をインテジグループがキャッチアップするという一連のサイクルが日々循環しています。その中立的で客観的な視点の提供こそが、我々の社会的存在意義です。コロナ禍によって生活者の意識や価値観が大きく変わりました。私たちは、DXやサステナビリティへの対応を生活者から強く求められています。このような大きな変化の中に、私たちは身を置いています。私はCEOに就任直後、「Tough times bring opportunity」という言葉を掲げて事業会社を行脚しました。この変化変革の時期は、まさに我々にとってビジネスを成長させる「機会」だと強く感じています。リサーチとITを掛け合わせ、私はこのビジネスを更に成長させます。これからのインテジグループに益々ご期待ください。





## Message from the CFO

CFOメッセージ

取締役 CFO 内部統制担当

池谷 憲司

# 環境変化に耐えうる 財務マネジメントにより 企業価値向上を図る

## 新型コロナウイルスで大きな影響を受けた 第12次中期経営計画の最終年度

2017年4月からスタートした第12次中期経営計画(以下、「12次中計」と言う)が2020年6月末をもって終了し、2020年7月からは第13次中期経営計画(以下、「13次中計」と言う)がスタートしております。

12次中計の3年間で振り返りますと、1、2年目においては各年度に計画した業績予想数値と大きく乖離することなく、かつ当該中計の大きなテーマとして掲げていたR&Dおよび基幹事業への積極的な投資を着実に実行することができた2年間となりました。

3年目となる中計最終年度については、グループ内再編による株式会社インテージヘルスケアのスタートや、当社グループの事業運営効率化を図ること等を目的として、最繁忙期の3月末から6月末へと決算期変更(2020年6月期は15か月の変則決算)を行うなど、今後のグループ運営を睨んだ施策を展開しました。一方、やはり大きかったのは2020年1月に中国で感染が報告され世界的に広がった新型コロナウイルスの影響です。感染拡大の影響を受け、最

繁忙期にあたる2月から3月にかけて当社グループにおいても一部の業務に中止あるいは延期が発生するも、2020年3月までの12か月間の業績としては、過去最高の営業利益を達成できました。その後、4月に日本国内で緊急事態宣言が発出されると、事業停滞を余儀なくされ、6月には業績予想の修正を発表する事態となりました。しかしながら、基幹事業の安定性、オンラインでの調査への順調なシフト、データを活用した積極的な情報配信などの営業活動なども功を奏し、極端な売上減少とはならず15か月の2020年6月期を終えました。

## 13次中計でも攻めと守りのバランスを取りながら 価値向上を目指す

13次中計の3年間においても、当社グループの基本的な方針である“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”を目指す路線に変更はありません。

新型コロナウイルスの及ぼす影響は極めて不透明であり、経済回復の見通しにも大きな不確実性を伴うことから、13次中計の計数計画については、3年目には新型コロナウイルス発生前の成長軌道に回復できることを想定し、最終年度の2023年6月期の売上高625億円、営業利益50億円、連結営業利益率8.0%を掲げております。

この目標に向かう上で重視すべきポイントとして、まずROEのマネジメントが挙げられます。当社は中長期的なROE向上が企業価値の創造に関わる重要な指標と捉えています。新型コロナウイルスの影響により2020年6月期は利益面での落ち込みがあったことからROEは5.9%



(2019年3月期は10.2%)となりましたが、この影響は徐々に回復していくと見通し、中計期間中に以前の水準にまで戻すことを目指しております。

当社は安定的かつ強固な財務基盤を構築するよう努めてきた結果、2020年6月期においては自己資本比率が67.8%、連結純資産額は283億円となっております。この基盤をベースとして、新型コロナウイルスの影響は続くと思いますが、成長のため積極的な投資・M&Aを実行し、お客様におけるデジタル環境の変化に対応することで利益の創出に努めてまいります。

**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、連結配当性向の目標を35%とし、引き続き持続的・安定的な株主還元を行ってまいります。

今回の新型コロナウイルスのように経営環境に大きい変化が起きた場合には必ずしもこの配当性向のみをKPIとす

る意味は低下すると考えています。そのため、PLにおける利益額を考慮しながら配当性向をKPIとして設定しつつも、中長期的なBSのマネジメントを実施し、株主の皆様への利益配分を考慮し配当額を決定していきたいと思えます。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所存です。

投資家とのエンゲージメントは、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訪問を中心に継続的に実施してきております。こちらも新型コロナウイルスの影響を受け、電話会議やZOOMウェビナーなどオンライン手法による実施が増加しておりますので、今後も状況を鑑みながら積極的に対話を図っていきたくと考えています。投資家との対話を通じて出てくる当社の成長戦略・事業戦略・ESG等に対する質疑や意見表明は、当社の経営方針を検討していく中でヒントとなる場合もあり、建設的かつ重要な機会と位置付けております。

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。

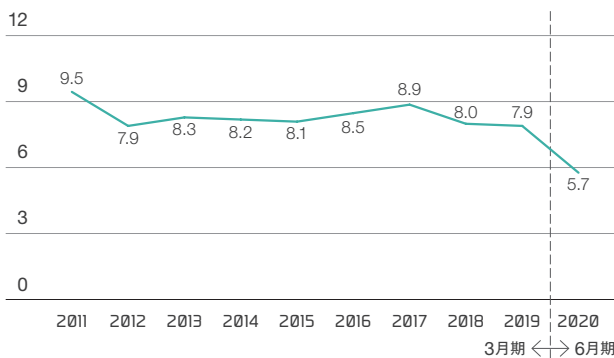
**2020年6月期について**

連結業績(15か月間)

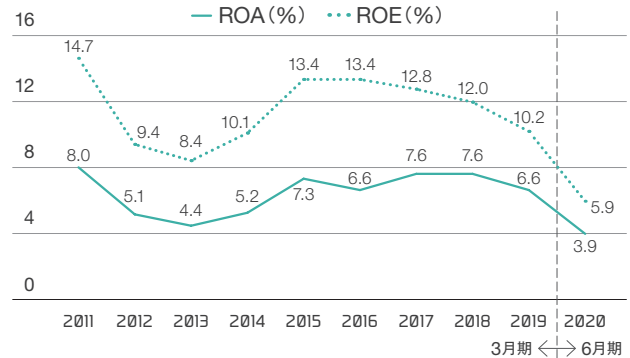
当期は新型コロナウイルスの影響を受けましたが、2019年4月から2020年3月までの12か月は過去最高益を達成しました。一方、2020年4月から6月は影響を大きく受けました。配当については当初の予定通り実施することができました。

売上高 <b>668</b> 億円	営業利益 <b>37</b> 億円	経常利益 <b>37</b> 億円	親会社株主に帰属する当期純利益 <b>16</b> 億円	1株当たり配当金 <b>30</b> 円
-------------------	-------------------	-------------------	------------------------------	----------------------

売上高営業利益率(%)



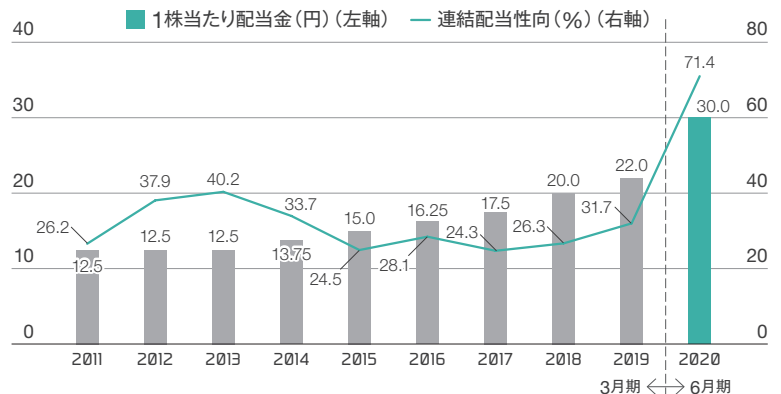
ROA(総資産当期純利益率)／ROE(自己資本当期純利益率)



**決算期変更について**

2020年6月期は3月末から6月末に決算期変更を行ったことから、2019年4月1日から2020年6月30日の15か月間となっております。そのため、表中は当該影響を考慮した数値を記載しています。

**連結配当性向／1株当たり配当金\***



\*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。



## 第13次中期経営計画 基本方針

## ビジネスのデザインを変えよう!!

— お客様と生活者の「変わる」とともに —

*Reframe, Connect, Create*

## コロナ禍を受けての中計検討における環境認識

## コロナがもたらした変化

三密回避・非対面・非接触

With コロナ時代 ▶ After コロナ時代 ▶ ニューノーマルの確立

安全安心と経済成長のバランス取り

生活者の  
変化不確実性の  
常態化DX<sup>\*1</sup>の  
加速化社会の  
変化・要請

## コロナによる変化をチャンスに変える

生活者の変化、DXの加速化、OMO<sup>\*2</sup>の具体化生活者理解・データ活用を掲げる  
当社グループにとってビジネス拡張の大きな機会

不確実性の常態化

この機会を最大限生かすために、  
マーケットインによる顧客課題を起点とした  
需要創造で不確実性をプラスにデータの価値化とデータ活用の組織化の力を  
強化・拡張し、お客様のDX・OMOや  
変革に向けた取り組みと結びつける

\*1 DX(Digital transformation):デジタルトランスフォーメーション

\*2 OMO(Online Merges Offline):オンラインとオフラインの融合。マーケティングの概念では、顧客体験の最大化を目指しオンラインとオフラインの垣根を超えて購買意欲を創り出そうとする考え方を指す



3年後に  
目指すべき姿

## 顧客ビジネス戦略(構築&)実行パートナー

データを核として顧客ビジネス課題解決や意思決定に深く関与・伴走  
そしてビジネス創造と変革に寄与できる存在へ

これを実現するためのビジネススタイル、サービス、商品の確変・変革をいとわない  
企業風土の構築を目指す

### 第13次中期経営計画



### ビジネス価値最大化に向けたチャレンジ促進と人材成長の実現

顧客課題起点のコラボレーションを促進するフレキシビリティ&オープンカルチャーの醸成



## 次世代に繋ぐ成長基盤の確立へ

### 計数計画

第13次中期経営計画  
最終年度

2023年6月期

売上高 **625** 億円  
 営業利益 **50** 億円  
 連結営業利益率 **8.0** %

#### 計数計画について

第13次中期経営計画の計数は、今後のコロナ禍の影響および業績に与える影響を正確に予測することが難しいため、初年度である2021年6月期の計数も含め、事業進捗を継続的に注視しながら、計数の修正を含め慎重に判断することといたします。

#### 投資方針について

積極的な事業投資とM&Aの実行は継続

##### 基本方針

- お客様におけるデジタル環境の変化に対応するための投資は必須
- パネルデータなど長年継続的に取得しているインテージグループのデータの価値は今後もチャンスとなりうるため、これに関する投資の手は緩めない
- 経営環境を考慮しながら、第12次中期経営計画と同程度の投資を上限目安とし実施



# Sustainability

## インテージグループのサステナビリティ

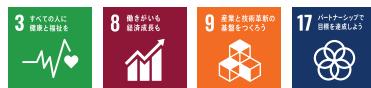
インテージグループは創業以来、生活者や市場の情報を中立的・客観的に捉え、事業を通じた豊かな社会づくりに寄与してきました。

2020年8月、持続可能な社会の実現およびグループの持続的な成長に向けてSDGs宣言をし、優先的に取り組むべき課題であるマテリアリティを特定しました。

変わり続ける社会においてこれからも、データ活用を通じてお客様のビジネスを支援し、社会課題を解決するとともに、その先の生活者の健やかで豊かな暮らしに貢献していきます。

## SDGs宣言

インテージグループは、データ活用環境の保全に努め、お客様の視点と生活者の視点をつなぐデータ活用価値の不断の向上によって、健やかで持続可能な社会の実現に貢献します



新型コロナウイルスの感染拡大をきっかけに、私たちは今、「ニューノーマル」に向けて歩み始めました。目指すのは、安心・安全と経済成長が調和した、健やかで持続可能な社会です。

その道筋には二つの大きな変化が待ち受けています。

一つは、生活者の購買行動、そして価値観や意識の変化です。非対面・非接触の日常化を受け、最初は受動的かもしれませんが、やがて能動的な変化へ、さらには進化へと、生活者は向かっていきます。

その底流には、コロナがもたらした、「悲しみ」と「つながり合う愛おしさ」の体験に根差した、「ヒトと地球社会への思いやり」が強く流れ続けていくと思います。この生活者の変化を捉え、そのニーズに応えるだけではなく、一歩先回した需要の創造と、その想いに沿った健やかで持続可能な社会の実現に向けて、私たち企業もまた変化していかなければなりません。

もう一つは、デジタル活用の進展です。購買、教育、医療、職場など、あらゆる領域でオンラインとオフラインが統合されたサービスが求められています。業種・業界を問わず、スピード感を持ってデジタルを活用し、そして、何よりも生活者（サービスの受け手）の視点を持って、オンラインとオフラインが統合されたサービスへと刷新していく必要があります。

この二つの変化に対応するにあたって大事な点は、「生活者の視点」を持ち続けることと、生活者ファーストの考えに立って「倫理観をもってデータを扱う」ことだと考えます。

私たちは、「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」をビジョンに掲げ、創業以来60年にわたり、お客様の視点と生活者の視点をつなぐデータ活用の価値を不断に高めてきました。

また、その過程において、正しく倫理的にデータを扱うこと、個人情報・お客様（企業）の情報を適切に管理すること、そのためにデータ収集・加工の技術を磨くこと、データを扱う（IT含む）人材を育成することの4つ、すなわち、「データ活用環境の保全」の徹底に努めています。これらは、データの世紀と呼ばれる今の時代だからこそ、決して見失ってはならないコトだと考えます。

お客様と生活者をつなぐ架け橋とは、これらのコトを継続させるチカラにほかなりません。私たちは、新型コロナウイルスの感染拡大を契機とする変化を、このチカラによって、安心・安全と経済成長が調和した、健やかで持続可能な社会の実現に貢献する機会と捉えています。そしてこれは、私たちインテージグループの社会的使命であると考えます。

私たちは、一生活者としての自身の変化を見つめながら、思いやりと好奇心を持って、変化する生活者を理解し、常にデータ活用環境の保全に努めながら、「お客様の視点と生活者の視点をつなぐ」データ活用の価値を不断に高め続けます。このことによって、私たちは、健やかで持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

株式会社インテージホールディングス  
代表取締役社長 石塚 純晃

マテリアリティ(重要課題)とSDGsの関連性

マテリアリティ	主な取り組み	関連するSDGs
<p><b>生活者視点のデータ活用でお客様のビジネス価値向上に貢献します</b></p> <p>倫理観を持って公正にデータを扱います。生活者のライフスタイルの多様性を明らかにし、データ活用を通じてお客様のビジネスに貢献します</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶データの収集・加工・活用の仕組みを通じたお客様ビジネスの価値向上と社会・生活者への還元</li> <li>▶生活者の多様性を生かし、持続可能なライフスタイルや消費につながるマーケティング支援</li> <li>▶社会課題の解決につながる、正確で適切な情報やサービスの提供</li> </ul>	  
<p><b>個人情報の適切な取り扱いと情報セキュリティを徹底します</b></p> <p>個人情報の高度な安全性を確保し、データ提供者との信頼関係を築きます。情報管理を徹底し、セキュリティ体制の強化に努めます</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶個人情報の保護と情報管理の徹底</li> <li>▶データ提供者に対する適切な説明、データ使用に関する承認の取得</li> <li>▶リサーチに関する社会的意義の啓蒙・周知</li> </ul>	
<p><b>産官学連携や業際連携を推進し、イノベーションを創出します</b></p> <p>豊かで可能性の広がる社会の実現に貢献するため、国・自治体・教育機関やさまざまな業種の企業と連携し、イノベーションを生み出します</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶産官学への情報提供、連携による新たなビジネスの創出</li> <li>▶CVCの活用など業種を超えた連携によるイノベーションの推進</li> </ul>	 
<p><b>明日を拓く人材を育成・輩出します</b></p> <p>ビジネス力を起点に、データサイエンス力、データエンジニアリング力を強化し、データ価値向上を担う人材の育成につなげます。また、人材の社会での幅広い活躍を支援します</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶データサイエンティスト・データエンジニアの確保と育成</li> <li>▶マーケティングやITに精通し、ビジネス力を併せ持った人材の活躍の支援</li> <li>▶産学連携などによるデータサイエンス人材育成機会の創出・支援</li> <li>▶柔軟な働き方を可能とする制度の整備</li> </ul>	 
<p><b>多様性が尊重され、かつ、自由闊達な企業風土・文化を醸成します</b></p> <p>一人ひとりの個性が尊重され、誰もが活躍できる、多様性あふれる企業を目指します。また、女性のリーダーシップ発揮の機会をより多く創出します</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶多様な民族・文化的背景や性自認、障がいなどへの相互理解を促進</li> <li>▶多様性の尊重によって、適切なリサーチの実施とより多角的なデータ分析を実現</li> <li>▶女性の活躍推進とリーダーシップ発揮の機会の創出</li> </ul>	 
<p><b>生き生きと働けるワークスタイルを実現します</b></p> <p>従業員のQOLを重視し、安心して働き続けられるワークスタイルを確立します。また、変わり続ける社会に対応する柔軟な働き方を追求します</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶従業員のQOL(生活の質)の向上</li> <li>▶社会情勢に応じ、生き生きと安心して働き続けられる環境の整備</li> <li>▶情報の透明性を高め、従業員との強い信頼関係を構築</li> <li>▶環境負荷の軽減</li> </ul>	  
<p><b>経営の健全性と透明性を保ち、ガバナンス体制を強化します</b></p> <p>あらゆるステークホルダーと良好な関係を築き、健全な経営と持続的な成長に努めます</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶コンプライアンスの順守</li> <li>▶リスクマネジメントの推進</li> <li>▶コーポレートガバナンスの強化</li> <li>▶あらゆるステークホルダーとの関係の重視</li> <li>▶適切で透明性の高い経営情報の公開</li> </ul>	 

事業による社会課題解決への貢献

持続的な貢献を支える基盤

マテリアリティ策定プロセス



**1 社会課題の抽出**  
SDGsとISO26000を参考に社会課題を洗い出し、インテージグループを取り巻く業界やグループのリスクや機会を踏まえて抽出・整理しました。

**2 優先順位付け**  
社員アンケートとワークショップを実施。優先して取り組むべき課題についてディスカッションしました。

**3 妥当性の確認**  
結果をとりまとめ、マテリアリティ(案)を作成。機関投資家などの意見を踏まえた上で、経営層と十分な議論を重ねました。

**4 マテリアリティの特定**  
最終的に経営の合意を得て、インテージグループのマテリアリティ(重要課題)を特定しました。

**今後の取り組み**  
策定したマテリアリティはインテージグループの事業や企業活動と紐付けて整理し、社内への浸透を図ります。また、社内外への発信力を高めてステークホルダーの理解を促し、目標に向けた取り組みを推進していきます。



## インテージグループの社会課題の解決

### より良い社会づくりへの貢献

# 「情報のチカラで、すべてのひとに幸せを。」の実践

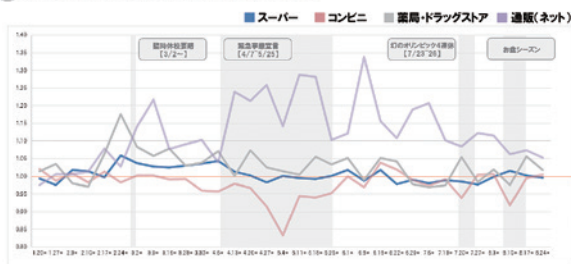
株式会社インテージは、小売店の販売データや消費者の購買行動・生活意識・メディア接触状況などのデータを日々収集しています。データを読み解き価値化して、お客様の経営計画立案や意思決定などを確かな情報のチカラで支援しています。国内においては業界最大規模のパネルを保有し、多種多様な調査を通じて「世の中のモノの動きと生活者のココロの動き」を捉え、企業・団体へ届けることにより、社会を、そして生活者の暮らしをより豊かなものに。これからも生活者をもっとも良く知る企業として、より良い社会づくりに貢献していきます。

## 生活者の声を届ける

インテージが集める情報は「生活者の声」です。お預かりした生活者の声を、社会に還元する使命を担い、さまざまな取り組みを続けています。

新型コロナウイルスの感染拡大により、社会の不確実性が高まっています。インテージでは、2020年3月から感染不安や経済的不安、外出自粛などに関する自主調査を行い、自社サイトやSNS、ウェビナーなどを通じて、積極的に発信を続けています。タイムリーに価値ある情報を集め、必要とする人に届けることにより、新しいビジネスも芽生えています。

### 〇 買い物行動：1週間の総買い物回数の変化



各チャネルともに以前の買い物回数に戻りつつある。

「Withコロナレポート」より コロナ下における買い物行動の変化～ネット購買の高まり

## コロナ禍における生活者視点での情報発信事例「知るgallery」

「知るgallery」はインテージが2017年に開設した情報サイトです。コロナ禍においては毎週更新する「withコロナの日常生活、いまの生活者の意識は?」や「2020年“いつもと違う夏”の生活者行動を振り返る」など、withコロナ時代における「新しい日常」への変化を発信。お客様との重要な接点にもなっています。



「知るgallery」WEBサイト



## 生活者研究センター設立

社会や生活者のさらなる理解を目的として、インテージは2020年8月1日、「生活者研究センター」を設立しました。

SDGsや新型コロナウイルスといった社会的トピックスやミレニアル、Z世代など、さまざまなテーマにフォーカスしながら、社会や人々の暮らしを研究。生活者をより深く知る企業となるために、今を捉え、その行く先を展望する存在でありたいと思っています。



生活者研究センター センター長  
田中宏昌

## 共創・協働による社会的共進化

## 産官学民の連携によりサステナブルで健康・幸福な社会へ

インテージグループR&Dセンターは、成長ドライバーの創出に向けた「研究開発」「事業支援」に取り組むことをミッションに、新しい価値を生み出すことに挑戦しています。

グループのリソースを最大限生かし、豊かで可能性の広がる社会を実現するため、国や自治体、教育機関などさまざまな連携を推進しています。

インテージグループはR&Dセンターの取り組みの一環として、東京大学未来ビジョン研究センターと東大和市とともに、東大和ライフスタイルラボの「腸内健幸プロジェクト」に参画しています。

東大和ライフスタイルラボは、産官学民の連携によるオープンイノベーションの手法である「リビングラボ」を用いて、持続的なライフスタイル(日常生活)変容の手法を模索する取り組みです。「腸内健幸プロジェクト」では、腸内環境を適切にデザインすることで病気ゼロの実現を目指す株式会社メタジェンと連携し、日常生活の記録と「腸内環境を計測する新技術による可視化」を鍵にした行動変容をテーマとしています。

今回は、特に乳幼児を対象とした生活習慣・食行動の変化による、腸内細菌叢の改善がテーマ。市民との対話を重ねながら乳児の健康状態の記録や腸内環境の検査をして、ライフスタイルを変化させる有効なアプローチを見つけていきます。生活者インサイトの抽出から健やかな社会に貢献するビジネスへの展開をめざすと同時に、産官

学民連携によるプロジェクトの経験を、インテージグループの新たな事業につなげることが期待されています。今後もヘルスリテラシー向上を目指して、業界を超えた連携を推進していきます。



独自のカードやツールを使った「リビングラボ」でのワークショッププログラム  
健康についての悩みや改善のノウハウについて、実感のこもった意見が交わされる

## プロジェクトパートナーの声

テーマにしている日常生活の行動変容は、易しくないですが個人にも社会にも大きな影響が期待できる重要なテーマです。このプロジェクトには、個人の生活と丁寧に向き合うこと、生活を取り巻く産業に対する深い理解が不可欠と感じています。生活者理解の視点と企業マーケティング支援の知見を有するインテージグループは大変心強いパートナーです。



東京大学 未来ビジョン研究センター ライフスタイルデザイン研究ユニット  
特任研究員 田畑夏子様

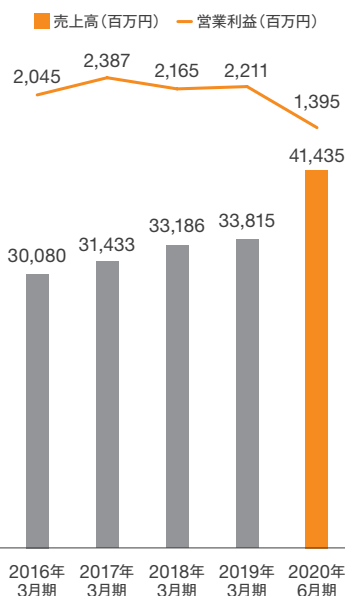


# Marketing Support

Consumer Goods & Services

マーケティング支援  
消費財サービス  
事業

売上高・営業利益



**業績について** 2020年6月期は主力事業であるパネル調査が堅調に推移しました。カスタムリサーチにおいても、提案活動の強化によりオンライン調査は好調な水準で推移したものの、オフライン調査では新型コロナウイルス感染症の拡大により、一部の業務中止や実施延期の影響を受けました。海外事業については、第4四半期までは売上が好調に推移したものの、第5四半期以降は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、中国をはじめとするアジア各国の売上が低調に推移するなど厳しい状況でありました。利益面については、前述の新型コロナウイルス感染症による売上減少やSRI+のリニューアルに係る開発投資増加等の影響を受けております。

## 主な事業内容

事業会社の株式会社インテージを中心に企業のマーケティング活動をサポートしています。マーケティングリサーチは、企業のあらゆるマーケティング課題に対して、有効な意思決定をサポートするために行う科学的な調査・分析のことを指します。

### 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もとに、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。

### 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



弊社では、国際基準に則ったより適切なパネル管理のため、過去1年間に調査にご協力いただいた方、または、属性を更新した数を公表しています。

※2020年10月時点

#### 競争優位性

SCI(全国消費者パネル)

約**5万2,500**人

SRI(全国小売店パネル)

約**4,000**店舗

インテージシングルソースパネル

約**3**万人

モバイル空間統計

約**7,600**万人

スマートテレビ視聴データ

約**223**万台

#### 今後の戦略について

2021年1月に本リリースを予定するSRIの進化版『SRI+』に加え、リサーチ活用やデータ提供にとどまらない基幹商品の更なる進化を推し進め、お客様のアウトカム(成果)に貢献するビジネスへと転換を図る。

2016年3月期 2017年3月期 2018年3月期 2019年3月期 2020年6月期

当社は決算期を従来の3月31日から6月30日に変更いたしました。当期は2019年4月1日から2020年6月30日の15か月間となったため、文章中には前期との比較は行っておらず、グラフにおいては15か月間の数字を記載しています。



## INTAGE Media Gauge

### 大規模で精緻なスマートテレビデータをもとにした 新しいテレビ視聴計測 サービス

従来のテレビにインターネットの機能が加わった“スマートテレビ”は普及が進み、今や日本国内における7台に1台はインターネットに接続されているスマートテレビと言われており、今後も増加することが予想されています。

スマートテレビでは、地上波やBS/CSといったテレビ放送に加え、インターネット配信のオンデマンド放送やネット動画など、これまでパソコンやスマートフォンで視聴していた映像コンテンツを自宅のテレビで楽しむことができるだけでなく、アプリケーションの追加による機能の拡張や、ホームネットワークを介した各種機器との連携などができます。

インテージでは、このスマートテレビのデータを活用することにより、新たな生活者のデータをマーケティングへ活かしています。

### Media Gauge® TV

メディアゲージティーヴィー

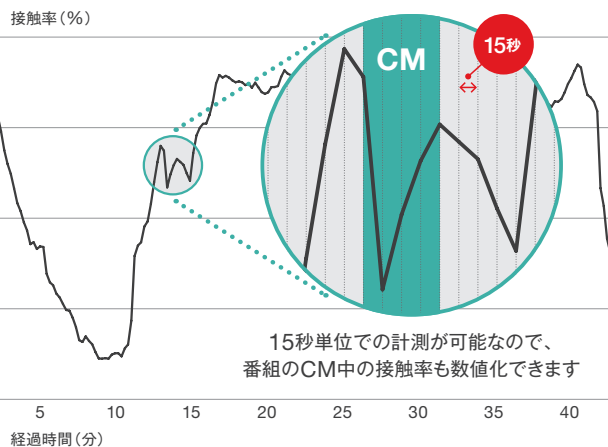
日本全国を調査対象に、月あたり約223万台\*のスマートテレビと約84万台の録画機から収集された視聴ログデータで、「県別」に「15秒毎」の粒度で集計・指標化する新しいテレビ視聴計測サービスです。

### Media Gauge® Dynamic Panel®\*\*

メディアゲージダイナミックパネル

Media Gauge TVで収集した実数データのスマートTV視聴データを、人ベースに分解した“新しい”TV視聴計測サービスです。

#### 15秒単位でテレビ接触率が分析可能



#### Dynamic Panel技術により、 詳細属性や行動履歴に基づいた精緻な計測が可能

INTAGE Media Gauge

スマートTV機器ログによる  
TV視聴計測サービス  
※マーケティング利用許諾済

di-PiNK

インテージとドコモの  
データを搭載したDMP  
※マーケティング利用許諾済



Media Gauge Dynamic Panel  
スマートTV機器ログを人ベースに  
分解したTV視聴計測サービス

\*Media Gauge TVと、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング(以下DIM)が所有するdi-PiNK(DMP)を推計して紐づけ、推定在宅情報や性年代などの属性を利用して人ベースに分解し、指定されたターゲットごとに統計処理を行うことで視聴者データを算出するサービスです。

Media Gauge TVとdi-PiNKの推定紐づけは、インテージがDIMに委託し、DIM内で加工・集計を行っています。DIMは個人情報を保有しない事業者であり、Media Gauge Dynamic Panelデータが個人情報に結び付けられることはありません。また、Media Gauge Dynamic Panelの提供物は、匿名化・統計化されたレポートとなります。本サービスによって個人の特定につながることはありません。

#### 活用方法例

##### AREA Optimizer

テレビCM出稿金額の最適なエリア配分を算出することで、テレビCMリーチの最大化を実現するサービスです。上記Media Gauge® Dynamic Panel®をもとにエリア毎のリーチシミュレーションモデルを作成し、ターゲットリーチ最大化を目的とした出稿金額のエリア配分の算出が可能になっています。例えばテレビCMプランニングを行うメーカーをお客様として、これらのデータ提供によりCM出稿予算の効果向上および最適化に役立てて頂くことを想定しています。

##### AREA TV

全国の地上波放送局・BS局のテレビ番組を、都道府県や放送域単位で、“どんなターゲット”に、“どのくらい見られているか”を、手で調べられるサービスです。上記Media Gauge® TVとMedia Gauge® Dynamic Panel®を時間別・番組別に、ターゲットごとの接触率、含有率、拡大接触人数として集計しています。例えばテレビ局をお客様として、特定ターゲット層の接触率・拡大接触人数を分析したり、特定番組の視聴者との番組の視聴者とを、さまざまな属性で比較・分析したりすることで放送局の媒体価値証明を支援し、番組セールスにご活用いただくことを想定しています。

# 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** 2020年6月期は株式会社インテージヘルスケアにおいて、医師に対するWEBアンケート調査などの医療用医薬品・医療機器に係るカスタムリサーチや、一般用医薬品に係るパネル調査が堅調に推移する一方で、プロジェクトの小型化および新型コロナウイルス感染症の影響によるMR活動の自粛などが影響しCRO（医薬品開発業務受託機関）の製造販売後調査の売上が減少しました。また、昨年度に子会社化した株式会社協和企画におけるプロモーション事業も第5四半期以降新型コロナウイルス感染症の影響を受け売上は苦戦しました。利益面については、CRO事業の売上減少やプロモーション事業の売上不振の影響を受けております。

## 主な事業内容

事業会社の株式会社インテージヘルスケアを中心に製薬企業に向け、医薬品開発の受託およびマーケティング活動をサポートするためのサービスを提供しています。

### 一般用医薬品の市場調査



一般用医薬品は、医師による処方箋を必要とせずに購入できる医薬品のことです。市販薬、家庭用医薬品などと呼ばれ、消費者の生活にとっても身近な商品です。インテージヘルスケアでは、薬局やドラッグストアなどの小売店データおよび購買履歴を取得した消費者データに加え、カスタムリサーチで製薬企業のマーケティング活動をサポートしています。

### 医療用医薬品の市場調査



医療用医薬品は、主に病院などの医療機関の医師の診断と処方に基づき使用される医薬品です。インテージヘルスケアは医師・医療従事者・患者の行動や意識の深い理解のもと、医師の薬物治療・処方実態調査、医療消費者・患者の実態調査をはじめ、医薬品のプロモーション活動評価などを豊富なソリューションやツールでサポートしています。

### CRO（医薬品開発業務受託機関）



新薬の開発は、基礎研究に始まり数多くのフェーズがあり、10年以上もの長い期間と膨大な労力や費用がかかります。その過程の中で、製薬企業が行う臨床試験や製造販売後調査などにかかわるさまざまな業務を代行・支援する組織がCROです。インテージヘルスケアは25年以上にわたる受託実績があり、自社開発システムなどのIT基盤も有しています。

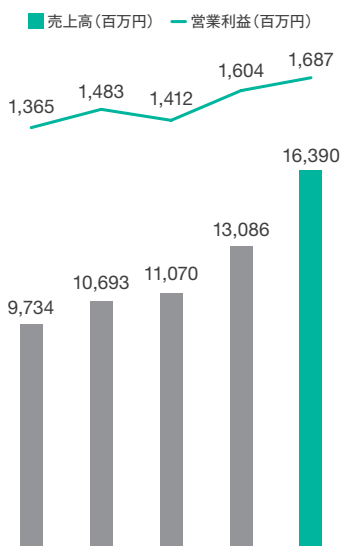
### その他（プロモーション、処方情報分析など）

**プロモーション** インテージのヘルスケアグループの一員である株式会社協和企画では、医療に係るプロモーション事業を展開しています。医療関係者または一般の生活者に向けた各種学会・団体、製薬企業等の広告制作に関し、立案から実施まで幅広く展開しています。また、医療従事者向けの各種セミナー・シンポジウムの運営も行っています。

**処方情報分析** インテージのヘルスケアグループの一員である株式会社医療情報総合研究所では、全国の調剤薬局からの大規模な処方データを集積したデータベースを所有し、高い速報性と豊富な分析力で製薬企業の患者指向マーケティング・製品戦略強化を支援しています。また、薬局薬剤師を通じた患者へのヒヤリングなどにより、医薬品の適正使用、製品マーケティング活動に有効な情報提供も行っています。



## 売上高・営業利益



## 今後の戦略について

インテージヘルスケアグループの強みであるリサーチ、データ販売、製造販売後調査、プロモーションといった「幅広い分野の事業・アセット」と「生活者・患者理解」を軸足として、お客様の変化に応じたコアビジネスの拡充や組み合わせによって新たな事業機会を創出できうる企業体を目指す。

2016年3月期 2017年3月期 2018年3月期 2019年3月期 2020年6月期

当社は決算期を従来の3月31日から6月30日に変更いたしました。当期は2019年4月1日から2020年6月30日の15か月間となったため、文章中には前期との比較は行っておりません。グラフにおいては15か月間の数字を記載しています。



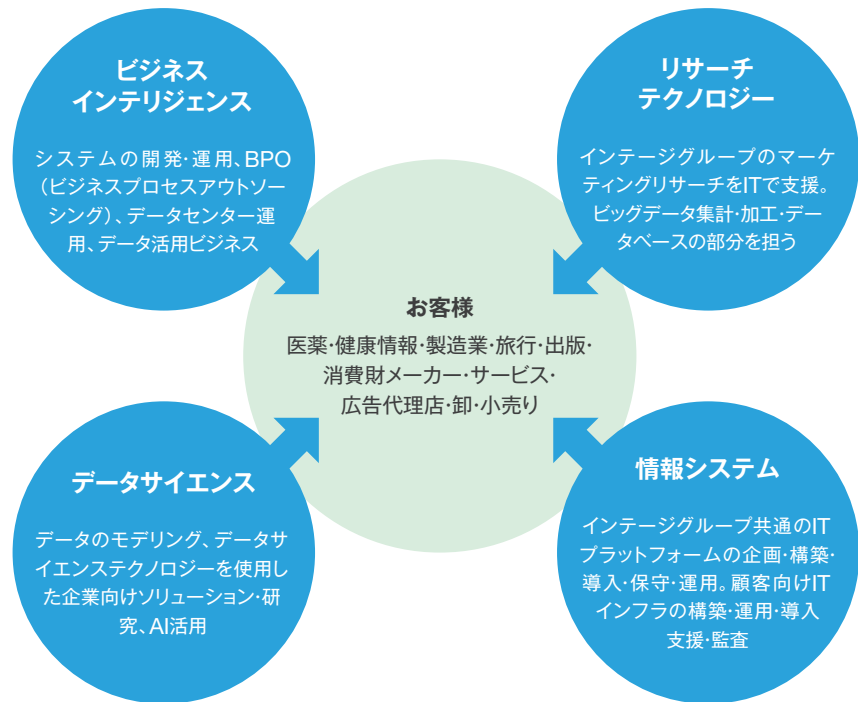
# Intelligence Business

ビジネスインテリジェンス事業

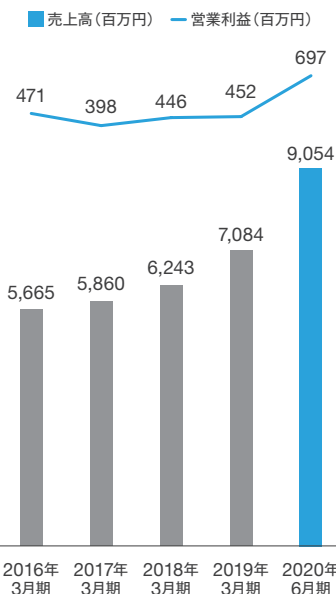
**業績について** 2020年6月期は株式会社インテージテクノスフィアにおいて、第4四半期までは既存業界向けソリューションが堅調に推移しました。第5四半期は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、旅行業界を中心に売上は減少しました。一方で、昨年度に子会社化した株式会社ビルドシステムとエヌ・エス・ケイ株式会社の売上は堅調に推移しました。なお、AIソリューションについては、自動車・公共分野等の重点顧客への深耕が図れ次年度の案件獲得を進めています。利益面については、売上が堅調なことにより、好調に推移しました。

## 主な事業内容

事業会社の株式会社インテージテクノスフィアを中心に、データ解析関連システムの開発、業界別ソリューションを提供しています。近年は、長年データに関わるビジネスを行ってきたことにより、AI技術を使用したデータ活用でも活躍の場を広げています。また、インテージグループ全体に対し、インフラ構築・運用・保守およびビジネス推進を支えるソフト領域での支援などIT面で支えています。



売上高・営業利益



システムの構築、運用などいわゆるシステムインテグレーションが事業であり、お客様の業界は、医薬・製造業・旅行・出版・消費財・サービス業など多岐にわたります。中でも、1960年の創業以来、インテージグループではシステムおよびデータに関するビジネスに携わっており、特に医薬・運輸・健康管理の分野においては長年の経験・ノウハウをもとにサービスを提供し続けています。



**医療**  
 営業情報・営業支援・進捗管理システム、BPOサービス



**運輸(旅行・観光)**  
 旅行代理店向け精算・顧客満足度調査アンケートなどのシステム



**健康管理**  
 企業の健康管理に関する業務支援ソリューション

## 今後の戦略について

データハンドリングノウハウやAI・機械学習等の技術、また、長年にわたり培ってきた業界やお客様ビジネスへの深い理解を基盤として、お客様のDX推進を支援しうるパートナーを目指す。

2016年3月期 2017年3月期 2018年3月期 2019年3月期 2020年6月期

当社は決算期を従来の3月31日から6月30日に変更いたしました。当期は2019年4月1日から2020年6月30日の15か月間となったため、文章中においては前期との比較は行っており、グラフにおいては15か月間の数字を記載しています。

## 役員一覧

2020年9月29日現在



## 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年度)	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	61	14	21/21回	●	●					
池谷 憲司	63	4	21/21回					●	●	
仁司 与志矢	53	4	21/21回	●						●
宮内 清美	60	3	21/21回	●						●
檜垣 歩	56	1	17/17回	●		●	●			
大竹口 勝	59	—	—	●						
岸 志津江	68	5	20/21回	●			●			
井上 孝志	63	—	—	●						
中島 肇	64	4	20/21回					●	●	
三山 裕三	65	3	21/21回					●	●	
鹿島 静夫	61	2	21/21回					●		●



## 01 石塚 純晃

代表取締役社長 指名・報酬委員会

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)

## 02 池谷 憲司

取締役 CFO、内部統制担当

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)  
 2019年 4月 株式会社インテージヘルスケア監査役

## 03 仁司 与志矢

取締役 CWO、マーケティング支援(ヘルスケア)事業担当

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  
 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 4月 株式会社インテージヘルスケア代表取締役社長(現任)  
 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)

## 04 宮内 清美

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

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  
 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 海外事業統括本部長、グループ海外事業担当  
 2017年 6月 当社取締役 海外事業統括本部長、グループ海外事業担当  
 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)

## 05 檜垣 歩

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

1988年 4月 ココマ株式会社入社  
 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  
 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)

## 06 大竹口 勝

取締役 経営企画担当

1985年 4月 当社入社  
 2013年 4月 当社執行役員 DCG・サービス事業本部長  
 2014年 4月 株式会社ドコモ・インサイトマーケティング 代表取締役社長  
 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 経営企画担当  
 2020年 9月 当社取締役 経営企画担当(現任)

## 07 岸 志津江

社外取締役 指名・報酬委員会

1983年 4月 名古屋商科大学学部専任講師  
 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長  
 2015年 6月 当社社外取締役  
 2016年 6月 当社監査等委員である社外取締役  
 2017年 6月 当社社外取締役(現任)  
 2018年 4月 学校法人東京経済大学副学長・常務理事(現任)

## 08 井上 孝志

監査等委員である取締役(常勤監査等委員)

1981年 4月 当社入社  
 2002年 4月 株式会社インテージリサーチ フィールドネットワーク部長  
 2006年 5月 株式会社インテージリサーチ 取締役  
 2008年 4月 株式会社インテージリサーチ 代表取締役社長  
 2020年 7月 当社理事  
 2020年 8月 株式会社インテージ 監査役(現任)  
 2020年 9月 当社監査等委員である社外取締役(現任)

## 09 中島 肇

監査等委員である社外取締役 指名・報酬委員会

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社外取締役(現任)  
 2017年 6月 東洋精糖株式会社社外取締役(現任)

## 10 三山 裕三

監査等委員である社外取締役 指名・報酬委員会

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社外取締役(現任)

## 11 鹿島 静夫

監査等委員である社外取締役 指名・報酬委員会

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  
 1992年 12月 税理士登録 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・ツーリスト監査役(現任)  
 2010年 4月 当社顧問公認会計士(2018年3月まで)  
 2018年 6月 当社監査等委員である社外取締役(現任)

# 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。

## コーポレートガバナンスに関する基本方針

当社は2016年6月17日付で「コーポレートガバナンスに関する基本方針」を制定いたしました。本基本方針は、当社が、その企業理念である「THE INTAGE GROUP WAY」のもと、遵法精神にのっとり健全な事業活動を進めることを通じて企業価値の向上を実現していくために、コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方とその枠組み、運営に係る方針を示すことを目的としたものです。2018年12月14日付で、コーポレートガバナンス・コードの改訂を踏まえ基本方針の一部を改訂しております。

内容の詳細につきましては、弊社HPにてご覧下さい。  
<https://www.intageholdings.co.jp/sustainability/governance/>

## コーポレートガバナンスの変遷

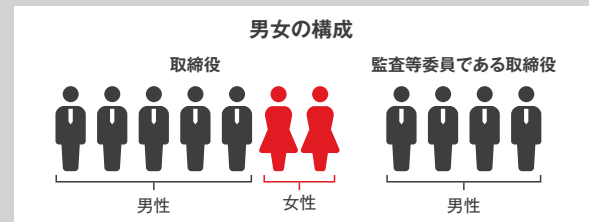
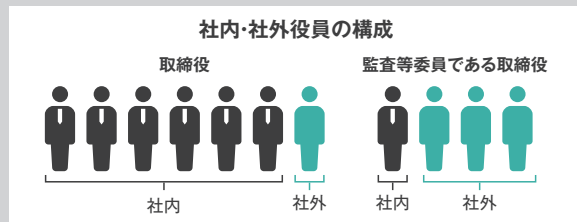
当社は2013年に持株会社制に移行したことを機に、コーポレートガバナンス体制および制度の変更を行っております。

2016年にはそれまでの監査役設置会社から監査等委員会設置会社への移行をいたしました。これは業務執行サイドによる適切なリスクテイクを支える環境を整備することを目的とし、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を狙ったものです。

当該移行以外にも、業績連動型株式報酬制度の導入や取締役会の実効性評価に係る外部評価の実施など、事業および経営環境に合わせた最適なコーポレートガバナンスの醸成を図るよう努めています。

- |       |   |
|-------|---|
| 2013年 | ▶ 持株会社制に移行し、商号を株式会社インテージホールディングスに変更                           |
| 2014年 | ▶ 業績連動型株式報酬制度を導入  |
| 2015年 | ▶ 女性取締役（社外取締役）を選任   |
| 2016年 | ▶ 監査等委員会設置会社へ移行<br>▶ 取締役会の実効性評価を外部評価にて初実施<br>▶ 社外役員の比率が3割超に増加 |
| 2019年 | ▶ 業績連動型株式報酬制度の更新<br>▶ 女性取締役を2名に増員                             |
| 2020年 | ▶ 取締役会の実効性評価を外部評価にて実施<br>▶ 取締役を1名増員                           |

### 役員構成 (2020年9月現在)







## 取締役会の実効性評価(2019年度)

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。

本年は決算期を3月末から6月末に変更したことに伴い、8月に当社の取締役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、アンケートの聴取、回答結果の分析等を行いました。

また本年は、取締役会の実効性をより高めるための改善事項等をより客観的に把握するため、外部コンサルタントの協力を得ながらアンケートの作成・聴取、回答結果の分析を行い、本年9月の取締役会において当該外部コンサルタントからその内容について報告を受け、その評価結果と今後の対応について確認しました。

当該評価結果によると、取締役会の構成は適切かつ多様性が確保されており、各取締役が対等で協力的な雰囲気の下、会社の経営課題について議論していることが確認されるとともに、取締役に対するトレーニングを含め、取締役会以外の場でのコミュニケーション機会も十分に確保されていること等から、経営上重要な意思決定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。

本評価を踏まえ、取締役会の実効性を最大限発揮するために、取締役会の付議基準や、取締役に対する情報提供の在り方について見直しを行う等、更なる改善・工夫を実施・検討してまいります。また、企業価値向上に向けた取締役会の在り方についても、引き続き更なる改善・検討をしてまいります。

## 指名・報酬委員会

当社は任意の指名委員会及び報酬委員会を設置し、年2回の頻度で同日にそれぞれとして開催しており、委員会の構成は両委員会共通となっております。

指名委員会は、独立社外取締役を中心として議論し、代表取締役社長が社内のメンバーとして参加。社外の見識を社内の人材育成に活用することを目的に、取締役候補者の評価及び人選を行っています。対象となる監査等委員以外の取締役について、経営におけるパフォーマンス、会社の経営資源の最適配分、当社グループにおける事業の将来への展望と布石などを評価のうえ、育成を実施。また監査等委員である取締役については、現業に基づいた知見の有無、その内容等について評価しております。

報酬委員会は、主に業務執行取締役の報酬ロジックに関して議論の上、取締役会に内容を報告。業務執行取締役の報酬体系が当社の実態や将来ビジョンに合致するかどうかを検討し、評価のうえ、取締役会に答申しております。

2019年4月にインテージホールディングス社長に石塚純晃氏が、事業会社インテージの社長に檜垣歩氏が就任し、新体制の下で1年半が経過しました。その間には、新型コロナウイルス感染症拡大といった脅威に世界中が巻き込まれる事態も発生し、今日に至っています。感染症自体は喜ぶべきことではありませんが、組織のトップ交代や感染症による社会・経済の混乱という事態の中でも、組織運営がスムーズに進んでいることに感心しています。インテージが

### 社外取締役メッセージ

**生活者・顧客の理解を礎として、  
社会にも貢献するインテージグループの  
更なる発展に期待しています**

社外取締役  
学校法人東京経済大学副学長・常務理事  
岸 志津江



## Corporate Governance

### 役員報酬

取締役（監査等委員及び社外取締役を除く）の報酬については、「業績連動報酬」と「インセンティブ報酬」で構成しております。

「業績連動報酬」は、いわゆる「基本報酬」に相当し、その給付額は、株主総会決議に基づく報酬枠の範囲内において、当社グループの経営成績及び業績目標の達成度に応じて代表取締役及び関係取締役の協議を踏まえ算出されます。

また、「インセンティブ報酬」は、株主総会決議に基づき導入した「業績連動型株式報酬制度」に基づく株式報酬に相当し、業績目標の達成度と一定の評価基準に基づき、業績評価委員会において業績評価ポイントが算定されます。

いずれの報酬についても、その具体的な給付内容については、取締役会の委任に基づき、代表取締役社長、監査等委員である取締役及び独立社外取締役を構成員として別途設置する報酬に関する委員会にて決定しております。

なお、社外取締役及び監査等委員である取締役の報酬

等については、職務の性質を踏まえ「基本報酬」のみとしており、株主総会で定めた報酬枠の範囲内で、社外取締役については取締役会決議に基づき、また監査等委員である取締役については監査等委員である取締役の協議により、それぞれ決定しております。

「業績連動型株式報酬制度」に基づく株式報酬は、当社の2019年6月26日に開催した第47回定時株主総会及び当社及び国内グループ会社における株主総会の決議において、当社及び国内グループ会社の取締役（うち、当社においては社外取締役、監査等委員である取締役を除く）及び執行役員（従業員である執行役員除く）を対象として、業績連動型株式報酬制度の継続及び一部改訂について決議しております。当該制度は、各取締役及び執行役員に対して、各事業年度における役位及び業績目標達成度に応じたポイントを付与し、原則として退任時に信託を通じて、累積ポイント数に応じた当社株式（1ポイント当たり当社普通株式1株に換算）及び金銭を支給するものです。

5月に外部発表したレポート記事『With/AfterコロナにおけるNew Normal』は、コロナ禍における生活者の意識と行動に関する中期的なトレンド、および長期的な傾向を9つのテーマに集約しています。マクロな社会・経済環境の動向を踏まえた、このような予測は顧客企業だけでなく、広く社会一般にも有用な情報と言えます。また、インテージホールディングスが2020年8月に発表したSDGs宣言にも、生活者視点のデータ活用が謳われ、新時代にふさわしいビジョンが示されています。

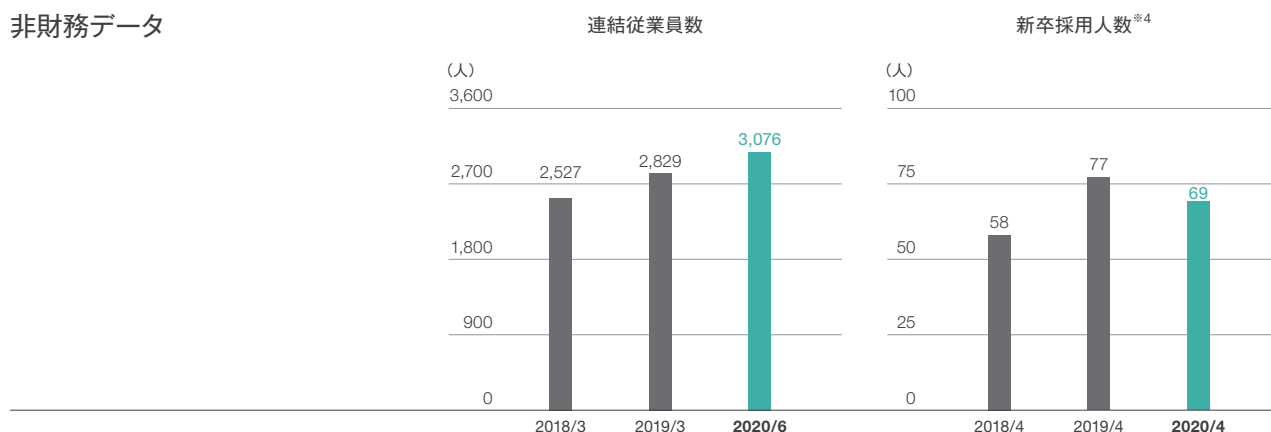
第13次中期経営計画では、従来のセグメント定義に固執せず、グループシナジーを高めることにより、顧客企業の課題解決に貢献する方針が明示されています。その方針に適した組織体制として、インテージはカスタマー・ビジネス・ドライブ本部と事業開発本部の2本部制に移行しました。生活者理解および顧客理解を踏まえた企業として、更なる発展を期待しております。



## 10年の主要財務・非財務データ

	2011/3	2012/3	2013/3	2014/3
<b>会計年度</b>				
売上高	¥36,538	¥36,658	¥39,930	¥42,508
売上原価	26,021	25,874	29,121	31,107
販売費及び一般管理費	7,051	7,898	7,499	7,895
営業利益	3,465	2,885	3,309	3,505
親会社株主に帰属する当期純利益	1,915	1,325	1,249	1,642
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,025	2,943	3,433	3,612
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,052)	(3,341)	(1,332)	(1,151)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(1,108)	675	(960)	(592)
現金及び現金同等物の期末残高	4,337	4,599	5,906	7,926
<b>会計年度末</b>				
総資産	24,660	27,730	29,398	33,740
純資産	13,757	14,517	15,493	17,171
自己資本比率(%)	55.8	52.3	52.5	50.5
<b>1株当たり情報(円)</b>				
当期純利益 <sup>※1</sup>	47.63	32.96	31.07	40.83
純資産 <sup>※1</sup>	341.85	360.56	383.65	423.24
配当金 <sup>※2</sup>	12.50	12.50	12.50	13.75
<b>その他の情報(%)</b>				
売上高営業利益率	9.5	7.9	8.3	8.2
ROA(総資産当期純利益率)	8.0	5.1	4.4	5.2
ROE(自己資本当期純利益率)	14.7	9.4	8.4	10.1

## 非財務データ



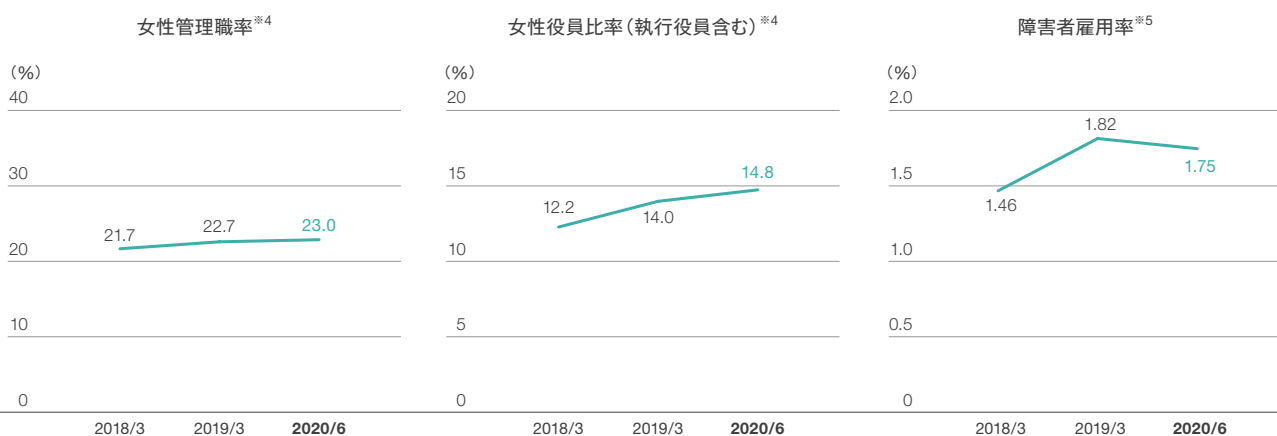
※1 当社は、2013年10月1日付普通株式1株につき2株の割合および2017年10月1日付普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。そのため、2011年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

※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、2011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

2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/6 <sup>※3</sup>
¥43,925	¥45,481	¥47,987	¥50,499	¥53,986	¥66,880
31,723	33,257	34,603	35,732	37,891	47,971
8,630	8,340	9,115	10,743	11,826	15,129
3,571	3,883	4,268	4,023	4,268	3,779
2,463	2,326	2,871	3,050	2,859	1,683
2,947	1,713	4,072	3,188	4,279	7,032
2,327	(1,791)	(2,110)	(2,414)	(4,087)	(1,402)
(4,940)	1,566	(1,300)	399	(58)	(5,518)
8,366	9,812	10,418	11,622	11,720	11,779
33,301	36,830	39,067	41,486	45,524	41,489
19,917	21,338	23,771	27,428	28,987	28,335
59.3	57.5	60.3	65.5	63.25	67.83
61.52	58.28	71.91	76.08	69.47	41.99
494.50	530.09	589.87	660.69	699.51	704.73
15.00	16.25	17.50	20.00	22.00	30.00
8.1	8.5	8.9	8.0	7.9	5.7
7.3	6.6	7.6	7.6	6.6	3.9
13.4	11.4	12.8	12.0	10.2	5.9



※3 決算期変更に伴い2020年6月期は、2019年4月1日から2020年6月30日の15か月決算となっています。

※4 対象:(株)インテージホールディングス、(株)インテージ、(株)インテージリサーチ、(株)インテージヘルスケア、(株)インテージテクノスフィア、(株)インテージ・アソシエイツ

※5 (株)インテージホールディングス、(株)インテージ、(株)インテージリサーチ、(株)インテージヘルスケア、(株)インテージテクノスフィア、(株)インテージ・アソシエイツ、(株)協和企画、エヌ・エス・ケイ(株)の平均値

# 連結貸借対照表

単位:千円

資産の部	2019/3	2020/6
<b>流動資産</b>		
現金及び預金	11,821,002	11,871,383
受取手形及び売掛金	13,528,538	8,717,504
商品	13,174	12,018
仕掛品	1,386,535	2,205,866
貯蔵品	72,866	93,257
その他	1,011,552	1,422,083
貸倒引当金	△ 10,865	△ 6,550
<b>流動資産合計</b>	<b>27,822,804</b>	<b>24,315,563</b>
<b>固定資産</b>		
<b>有形固定資産</b>		
建物及び構築物	5,887,155	6,022,706
減価償却累計額	△ 4,569,643	△ 4,733,972
建物及び構築物(純額)	1,317,512	1,288,734
器具備品	1,366,436	1,475,976
減価償却累計額	△ 1,056,635	△ 1,138,670
器具備品(純額)	309,800	337,305
土地	1,998,156	1,998,156
リース資産	1,318,097	1,170,396
減価償却累計額	△ 672,831	△ 716,862
リース資産(純額)	645,266	453,534
その他	420	3,147
減価償却累計額	△ 419	△ 419
その他(純額)	0	2,727
<b>有形固定資産合計</b>	<b>4,270,736</b>	<b>4,080,458</b>
<b>無形固定資産</b>		
のれん	599,756	281,118
その他	2,023,846	2,233,124
<b>無形固定資産合計</b>	<b>2,623,603</b>	<b>2,514,242</b>
<b>投資その他の資産</b>		
投資有価証券	7,076,590	6,775,947
繰延税金資産	2,019,829	2,200,573
退職給付に係る資産	5,213	—
その他	1,709,975	1,608,227
貸倒引当金	△ 4,436	△ 5,523
<b>投資その他の資産合計</b>	<b>10,807,172</b>	<b>10,579,224</b>
<b>固定資産合計</b>	<b>17,701,511</b>	<b>17,173,926</b>
<b>資産合計</b>	<b>45,524,316</b>	<b>41,489,489</b>

単位:千円

負債の部	2019/3	2020/6
<b>流動負債</b>		
買掛金	3,283,644	2,602,144
短期借入金	3,172,556	48,180
リース債務	260,952	181,435
未払金	862,483	2,695,525
未払法人税等	634,333	105,467
賞与引当金	2,016,239	1,127,519
ポイント引当金	1,473,827	1,606,099
株式給付引当金	6,838	—
その他	2,251,170	2,419,381
<b>流動負債合計</b>	<b>13,962,044</b>	<b>10,785,752</b>
<b>固定負債</b>		
長期借入金	301,228	300,000
リース債務	446,278	310,631
株式給付引当金	109,682	154,577
役員退職慰労引当金	76,670	41,198
退職給付に係る負債	1,510,303	1,452,073
資産除去債務	96,633	98,731
その他	33,968	10,730
<b>固定負債合計</b>	<b>2,574,764</b>	<b>2,367,941</b>
<b>負債合計</b>	<b>16,536,809</b>	<b>13,153,694</b>

単位:千円

純資産の部	2019/3	2020/6
<b>株主資本</b>		
資本金	2,378,706	2,378,706
資本剰余金	1,841,046	1,790,744
利益剰余金	24,028,747	23,908,257
自己株式	△ 181,199	△ 391,250
<b>株主資本合計</b>	<b>28,067,300</b>	<b>27,686,458</b>
<b>その他の包括利益累計額</b>		
その他有価証券評価差額金	628,032	732,503
為替換算調整勘定	350,246	294,977
退職給付に係る調整累計額	△ 250,814	△ 570,823
<b>その他の包括利益累計額合計</b>	<b>727,465</b>	<b>456,657</b>
非支配株主持分	192,740	192,680
<b>純資産合計</b>	<b>28,987,506</b>	<b>28,335,795</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>45,524,316</b>	<b>41,489,489</b>



## 連結損益計算書

単位:千円

	2018/4/1 - 2019/3/31	2019/4/1 - 2020/6/30
売上高	53,986,198	66,880,935
売上原価	37,891,500	47,971,920
売上総利益	16,094,698	18,909,015
販売費及び一般管理費	11,826,078	15,129,142
営業利益	4,268,619	3,779,872
<b>営業外収益</b>		
受取利息	6,174	4,587
受取配当金	72,035	70,114
持分法による投資利益	197,604	108,037
その他	94,425	70,284
<b>営業外収益合計</b>	370,239	253,023
<b>営業外費用</b>		
支払利息	18,990	41,450
投資事業組合運用損	147,099	72,003
固定資産除却損	86,304	77,323
為替差損	1,643	34,159
その他	169,502	68,594
<b>営業外費用合計</b>	423,540	293,532
経常利益	4,215,318	3,739,363
<b>特別利益</b>		
固定資産売却益	76,326	—
負ののれん発生益	42,486	—
投資有価証券売却益	39,886	18,035
<b>特別利益合計</b>	158,700	18,035
<b>特別損失</b>		
減損損失	20,673	560,608
投資有価証券評価損	157,975	256,403
<b>特別損失合計</b>	178,649	817,011
税金等調整前当期純利益	4,195,369	2,940,387
法人税、住民税及び事業税	1,409,795	1,381,187
法人税等調整額	7,318	△ 89,649
<b>法人税等合計</b>	1,417,114	1,291,538
当期純利益	2,778,254	1,648,849
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△ 80,867	△ 34,677
親会社株主に帰属する当期純利益	2,859,122	1,683,527

## 連結包括利益計算書

単位:千円

	2018/4/1 - 2019/3/31	2019/4/1 - 2020/6/30
当期純利益	2,778,254	1,648,849
<b>その他の包括利益</b>		
その他有価証券評価差額金	△ 220,841	104,340
為替換算調整勘定	△ 76,676	△ 61,068
退職給付に係る調整額	△ 133,548	△ 320,009
持分法適用会社に対する持分相当額	133	681
<b>その他の包括利益合計</b>	430,933	△ 276,056
包括利益	2,347,321	1,372,792
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	2,433,525	1,412,719
非支配株主に係る包括利益	△ 86,204	△ 39,926

## 連結キャッシュ・フロー計算書

単位:千円

2018/4/1-2019/3/31

2019/4/1 - 2020/6/30

## 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	4,195,369	2,940,387
減価償却費	1,327,737	1,519,791
減損損失	20,673	560,608
のれん償却額	75,100	100,369
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)	△ 5,213	5,213
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	△ 229,052	△ 56,442
役員退職慰労引当金の増減額 (△は減少)	1,560	△ 35,472
賞与引当金の増減額 (△は減少)	261,221	△ 885,199
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	△ 138	△ 3,227
ポイント引当金の増減額 (△は減少)	38,380	70,714
株式給付引当金の増減額 (△は減少)	8,153	38,056
受取利息及び受取配当金	△ 78,210	△ 74,701
持分法による投資損益 (△は益)	△ 197,604	△ 108,037
支払利息	18,990	41,450
投資事業組合運用損益 (△は益)	147,099	72,003
固定資産除却損	86,304	77,323
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	△ 18,035
投資有価証券評価損益 (△は益)	157,975	256,403
売上債権の増減額 (△は増加)	208,664	5,414,702
たな卸資産の増減額 (△は増加)	22,478	△ 844,338
仕入債務の増減額 (△は減少)	△ 226,061	△ 734,609
未払消費税等の増減額 (△は減少)	△ 47,954	30,865
その他	△ 203,757	517,391
<b>小計</b>	<b>5,423,017</b>	<b>8,885,218</b>
利息及び配当金の受取額	77,338	75,334
利息の支払額	△ 18,200	△ 46,009
法人税等の支払額	△ 1,202,517	△ 1,882,123
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>4,279,638</b>	<b>7,032,419</b>

## 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	△ 95,008	△ 82,980
定期預金の払戻による収入	36,250	83,905
有形固定資産の取得による支出	△ 122,567	△ 215,226
無形固定資産の取得による支出	△ 1,043,034	△ 1,373,388
投資有価証券の取得による支出	△ 1,725,834	△ 669,806
投資有価証券の売却による収入	81,719	1,059,073
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△ 1,911,981	△ 386,130
貸付けによる支出	△ 2,058	△ 4,655
貸付金の回収による収入	1,920	3,748
資産除去債務の履行による支出	—	△ 45,400
差入保証金の差入による支出	△ 91,277	△ 72,839
差入保証金の回収による収入	49,373	225,688
保険積立金の払戻による収入	482,002	56,075
投資不動産の売却による収入	280,000	—
その他	△ 27,319	19,057
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△ 4,087,816</b>	<b>△ 1,402,879</b>

## 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	4,982,200	9,243,350
短期借入金の返済による支出	△ 3,822,100	△ 12,355,281
長期借入金の返済による支出	△ 186,599	△ 7,984
リース債務の返済による支出	△ 225,194	△ 344,292
非支配株主からの払込みによる収入	42,640	72,635
自己株式の取得による支出	△ 41	△ 1,117,250
配当金の支払額	△ 826,844	△ 914,746
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	△ 6,500	△ 87,781
その他	△ 16,017	△ 7,174
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△ 58,457</b>	<b>△ 5,518,524</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 35,215	△ 51,341
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	98,149	59,673
現金及び現金同等物の期首残高	11,622,146	11,720,295
現金及び現金同等物の期末残高	11,720,295	11,779,969



# 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	668億円(2020年6月期)
連結従業員数	3,076名(2020年6月30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

## インテージグループ (2020年7月1日現在)

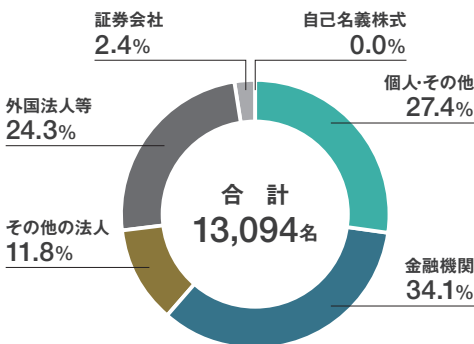
国内グループ会社	海外グループ会社
株式会社インテージ	英徳知聯恒市場諮詢(上海)有限公司
株式会社インテージリサーチ	INTAGE (Thailand) Co., Ltd.
株式会社インテージクオリス	INTAGE VIETNAM LIMITED LIABILITY COMPANY
株式会社IXT	INTAGE INDIA Private Limited
株式会社データスプリング	INTAGE SINGAPORE PTE. LTD.
株式会社インテージヘルスケア	CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITED
株式会社協和企画	PT. INTAGE INDONESIA
株式会社医療情報総合研究所	INTAGE USA Inc.
株式会社プラメド	dataSpring Korea Inc.
株式会社インテージテクノスフィア	dataSpring Global Research USA, Inc.
株式会社データエイジ	dataSpring Singapore PTE LTD
株式会社ビルドシステム	dataSpring Philippines, Inc.
エヌ・エス・ケイ株式会社	上海道道永泉市場調査株式会社
株式会社インテージ・アソシエイツ	Plamed Korea Co., Ltd.

## 株式情報 (2020年6月30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	40,426,000株
株主数	13,094名

### 株式分布状況

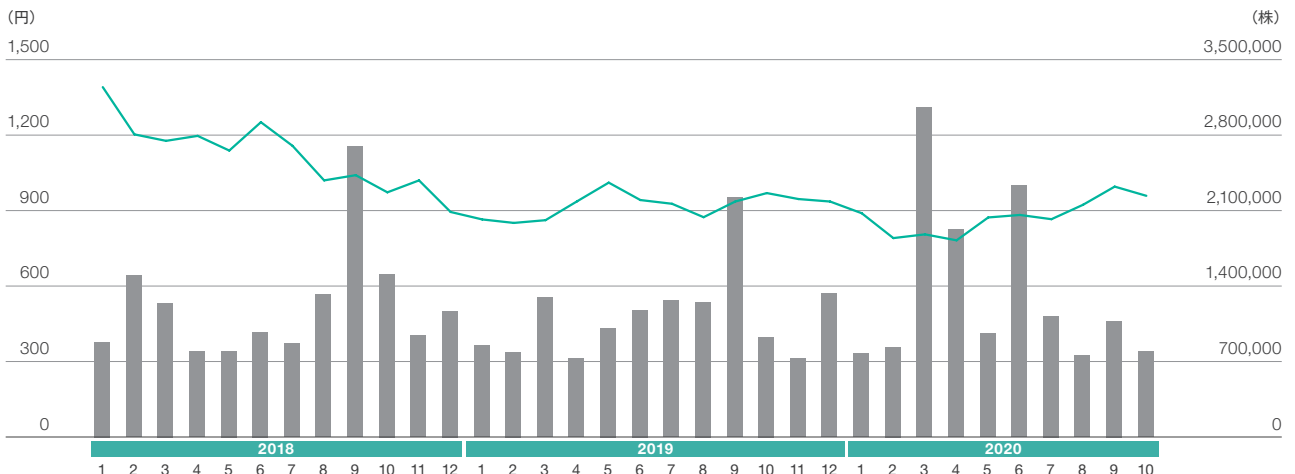


### 大株主の状況 (2020年6月30日現在)

株主名	当社への出資状況	
	持株数(株)	出資比率(%)
BBH FOR FIDELITY LOW-PRICED STOCK FUND (PRINCIPAL ALL SECTOR SUBPORTFOLIO)	3,249,100	8.0
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	2,600,000	6.4
インテージグループ従業員持株会	2,148,994	5.3
株式会社埼玉りそな銀行	1,870,000	4.6
豊栄実業株式会社	1,820,000	4.5
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,624,190	4.0
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,579,800	3.9
第一生命保険株式会社	1,400,000	3.5
大栄不動産株式会社	1,256,000	3.1
NIPPON ACTIVE VALUE FUND PLC	1,167,300	2.9

(注)持株比率は自己株式(10,481株)を控除して計算しております。

## 株価および出来高の推移



Know today,  
Power tomorrow



**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](http://www.intageholdings.co.jp)