

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



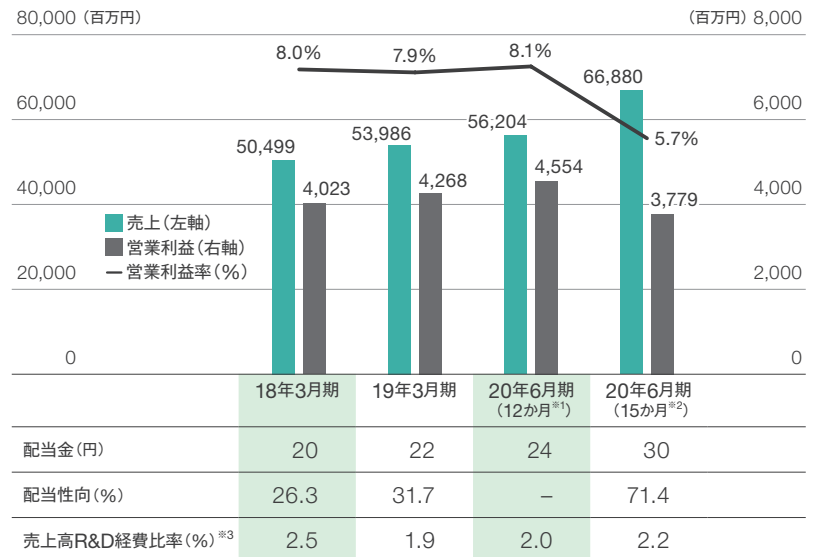
を望む人材がしっかり活躍できる環境を早急に整備します。

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。