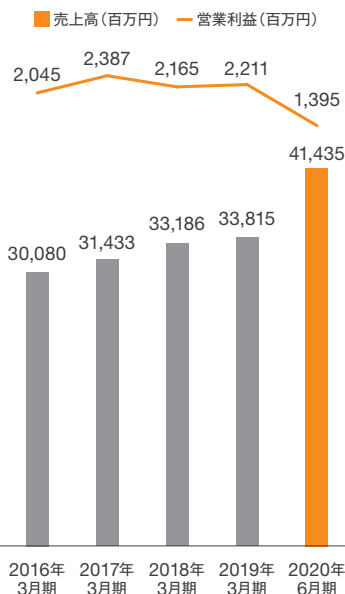


Marketing Support

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。

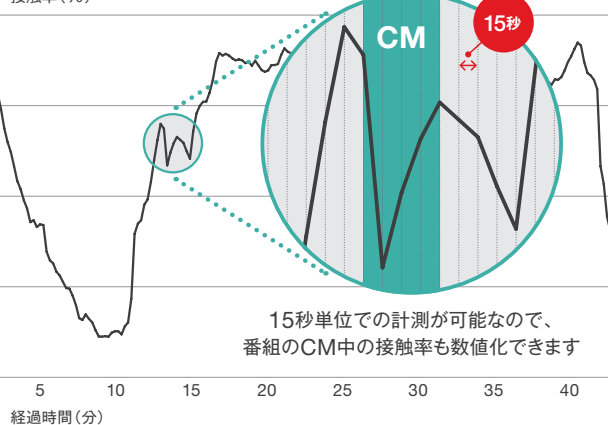
Media Gauge® Dynamic Panel®**

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

接触率 (%)



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。

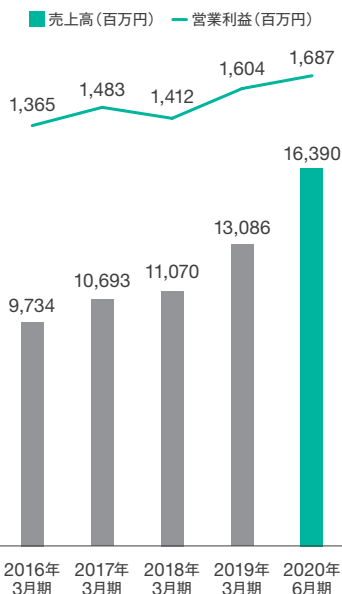
その他（プロモーション、処方情報分析など）

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、文章上において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。

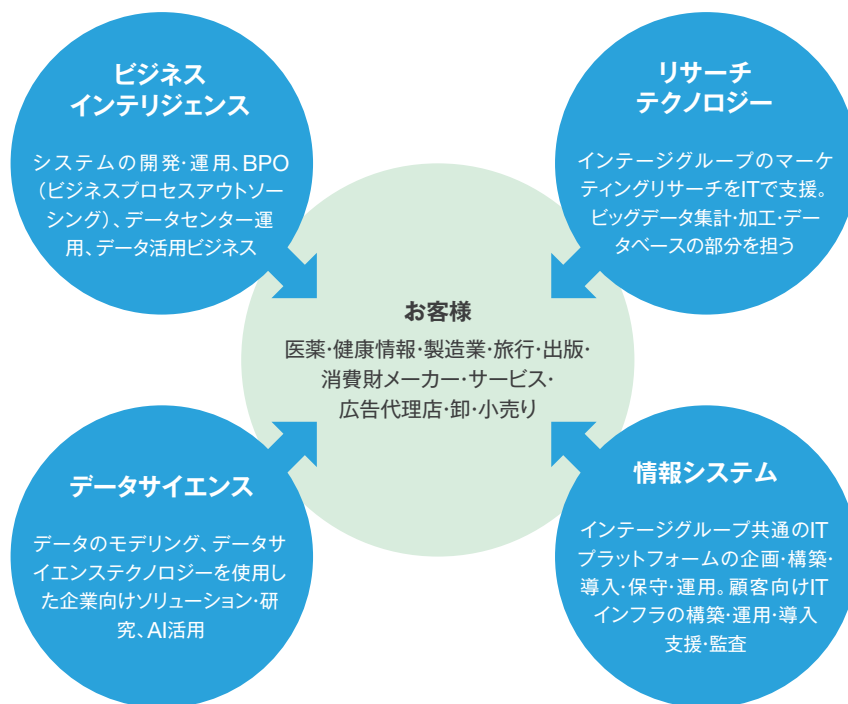
Intelligence Business

ビジネスインテリジェンス事業

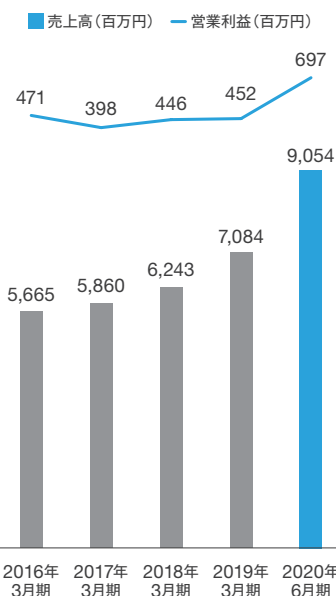
業績について 2020年6月期は株式会社インテージテクノスフィアにおいて、第4四半期までは既存業界向けソリューションが堅調に推移しました。第5四半期は新型コロナウイルス感染症の影響を受け、旅行業界を中心に売上は減少しました。一方で、昨年度に子会社化した株式会社ビルドシステムとエヌ・エス・ケイ株式会社の売上は堅調に推移しました。なお、AIソリューションについては、自動車・公共分野等の重点顧客への深耕が図れ次年度の案件獲得を進めています。利益面については、売上が堅調なことにより、好調に推移しました。

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。