

INTAGE GROUP REPORT 2021

インテージグループレポート 2021



**Know today,
Power tomorrow**

知る、つなぐ、未来を拓く

**Our
Purpose**

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、お客様の変化、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今日に至ります。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私たちの使命です。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やお客様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。

インテージグループにおいては第13次中期経営計画の2年目がスタートしています。私たちのコアの強みであ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。

CONTENTS

P01	Who we are / At a Glance	P21	サステナビリティ
P03	成長の軌跡	P24	社会 (Social)
P05	CEO MESSAGE	P26	環境 (Environment)
P09	CFO MESSAGE	P27	役員一覧
P11	インテージグループの社会的役割と存在意義	P29	コーポレート・ガバナンス
P13	ステークホルダー	P33	10年の主要財務・非財務データ
P15	中期視点の経営戦略	P35	財務データ
P17	セグメント別概況	P38	会社概要

At a Glance

連結売上高

575 億円

28期連続増収^{※1}

(2021年6月期)

パネル調査の顧客数^{※2}

約 400 社

(2021年6月期)

インターネット
調査モニター
「マイティモニター[®]」
アクセスパネル^{※3}

384 万人

(2021年10月時点)

海外拠点の広がり

11 の国・地域^{※4}女性管理職比率^{※5}

23.3%

(2021年6月末)

※1 2020年6月期は決算期変更に伴う15カ月の変則決算につき、売上高562億円を使用

※2 (株)インテージと(株)インテージヘルスケアにおけるパネル調査(SRI+[®]/SCI[®])の定期(ルーチン)契約の顧客数

※3 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方の数

※4 アジア各国(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)と米国に拠点を展開(2021年10月時点)

※5 対象会社は(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

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



中立的な立場

生活者の理解

「人」を重視する
考え方

インターネットの到来に合わせ、
パネル調査の変革とシステム
構築の強化によりマーケティング
グリサーチの基盤を確立

パネル調査
開始

経営危機の中、調査、システム、インプットの3事業で売上を堅持
システム事業とPOSプロジェクトで経営再建

売上高
100億円を
突破

1960

1970

1980

1990

- 1960 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)*開始
- 1963 IBM1401を導入、総合情報企業への基盤を構築
- 1964 SCI®(全国消費世帯パネル調査)開始
- 1965 インプット(データのPC入力)事業を開始
- 1973 東京・ひばりヶ丘に本社ビル竣工 1

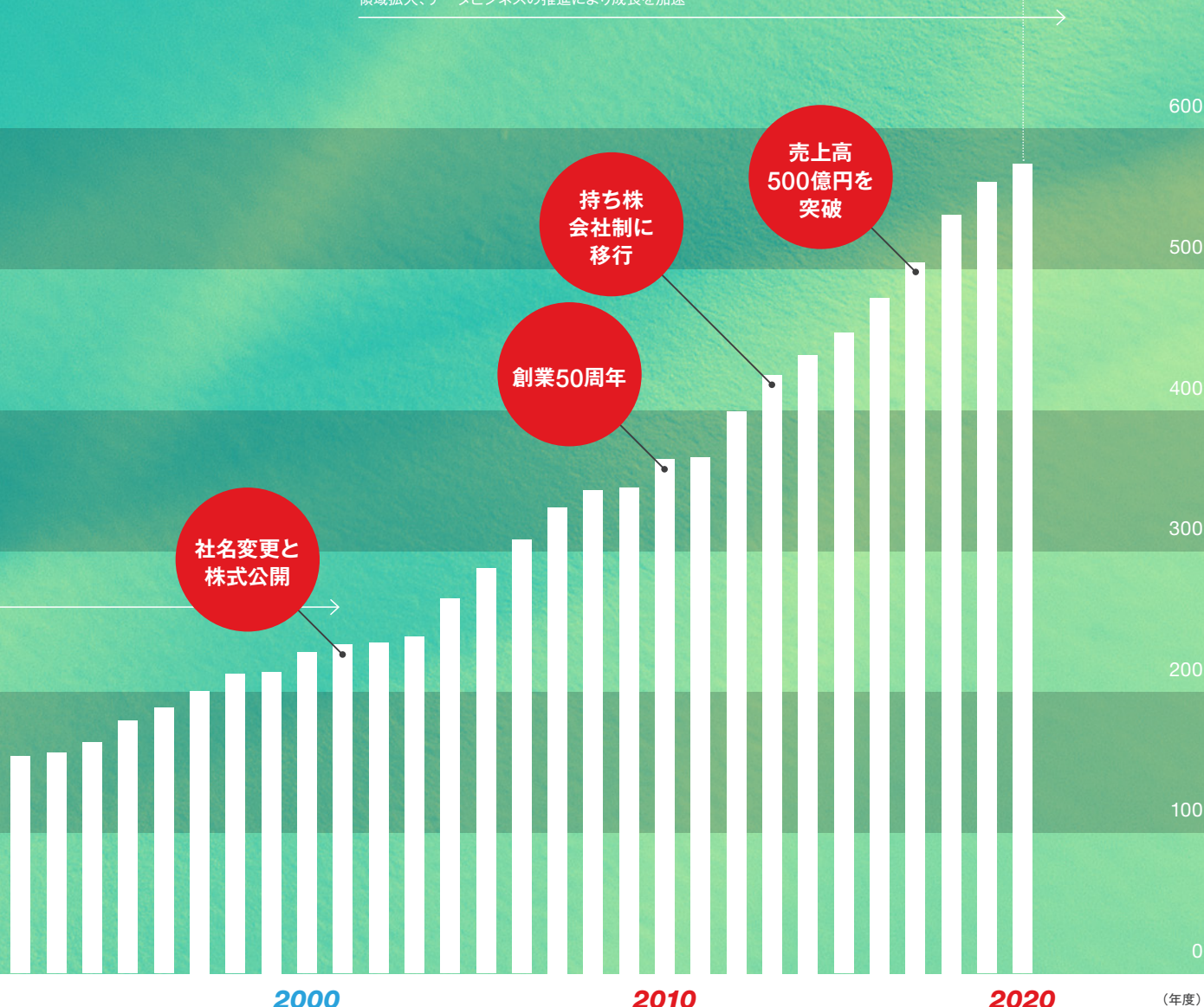
- 1980 POSプロジェクトを開始
- 1987 売上高100億円を突破
- 1992 SCIスキャニングシステム開始
- 1994 全店POSによるSRI®(全国小売店パネル調査)開始

*2021年7月にSRI+ (全国小売店パネル調査)に統合



連結売上高 2021年6月期

575億円

(億円)
700アジアを中心とするグローバル展開、ヘルスケア事業の
領域拡大、データビジネスの推進により成長を加速

2000 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

2001 株式会社インテージに社名変更
JASDAQ市場に上場 **2**

2002 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

2005 秋葉原に本社を移転 **3**

2007 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

2008 アジア第二の拠点として
INTAGE (Thailand) co.,Ltd.を設立

2010 創業50周年

2012 株式会社医療情報総合研究所
(現・株式会社インテージリアルワールド)を買収

2013 持ち株会社制に移行
INTAGE SINGAPORE PTE. LTD. を設立
CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITED
を買収

2016 INTAGE Open Innovation
投資事業有限責任組合を設立

2017 INTAGE USA Inc.を設立

2018 株式会社ビルドシステム、株式会社協和企画、
エヌ・エス・ケイ株式会社を買収

2020 株式会社データスプリングを子会社化

2021 株式会社リサーチ・アンド・イノベーションを買収

2019年度は、決算期変更に伴い2019年4月から2020年6月までの変則決算となっております。15カ月の売上高は668億円であり、表中のグラフは2019年4月から2020年3月までの12カ月の売上高562億円を使用しています。

Message from the President

社長メッセージ

「オフライン購買プロセス」 可視化への挑戦

代表取締役社長

石塚 純晃

新たなビジネスのスタイルが機能し始めている

2021年6月期(2020年7月～2021年6月)は第13次中期経営計画(3カ年計画)の2年目にあたり、決算期を6月に変更した最初の年度となりました。第1四半期は新型コロナウイルスの影響を大きく受け、かなり厳しい出だしになりましたが、夏以降はそれまで止まっていたお客様のマーケティング活動が一気に活発化し、消費財・サービス分野を中心に好調に推移しました。ただし、旅行業界を主力顧客としているビジネスインテリジェンスセグメントは大変苦戦し、その状況が継続しています。

ご存知の通り、新型コロナウイルス感染拡大の影響で生活様式が大きく変わり、生活者の購買行動や意識もこれまでとは全く違う次元となりました。それに伴い、当然お客様のニーズも変化していきます。私たちは、消費財・サービスとヘルスケア分野における質の高いパネルデータを有して

いますが、そこに近年投資を進めてきたオンラインでのリサーチサービスを組み合わせていくことで、変化するお客様のニーズを的確にキャッチアップすることができたと見ています。オンラインでのリサーチサービスは利益率も高いので、収益構造も変化してきました。

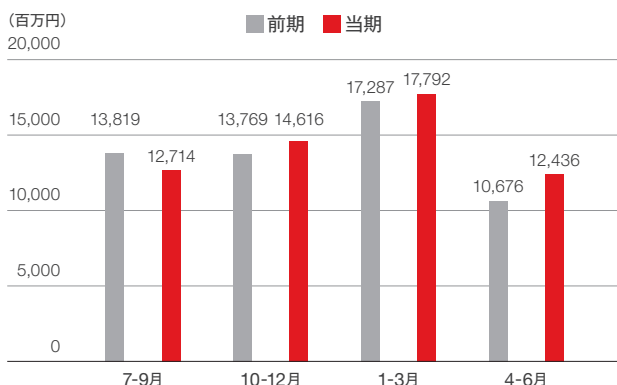
当然ながら、コロナの影響で我々自身の活動や営業手法も変えていく必要がありました。早い段階で在宅勤務体制へシフトさせ、大規模なオンラインによるフォーラムやセミナーを企画開催するなど、コロナ禍においてもお客様に寄り添える新たなビジネス体制を整備できたことも収穫の一つです。

アジアを中心にモバイルを軸としたリサーチで ゲームチェンジを図る

一方海外では、2020年3月に日本を含むアジア12カ国に約980万人(2021年6月末現在)のオンラインパネルを持つ株式会社dataSpringを買収しました。もともとアジアにおいては日本で当社が強みとするような質のパネル分野は、既存の競合企業が強く、入り込むのは難しく、オフラインのカスタムリサーチが事業のメインを占めていました。同社のグループ化後に、新型コロナウイルスの感染が拡大。海外ではロックダウンなど、日本より厳しい感染対策措置が取られる国が多く、セントラルロケーションテストを筆頭にオフラインのリサーチを行うことが難しい状況になりました。このことが結果、我々には追い風になり、オンライン調査が伸長しました。

今後、オフラインにモバイルを軸としたオンラインリサーチを組み合わせることでアジアに住む生活者の変化を捉えるソリューションを仕組み化することができれば、アジアの

2021年6月期の四半期ごとの連結売上高の推移





競合他社に対してゲームチェンジを仕掛けることができます。そうすれば、日系企業の海外進出だけでなく、ローカル企業のマーケティング支援もできると考えています。まだまだチャレンジの領域ですが、確かな手応えを感じています。海外の展開は中長期の視点で見た場合、我々の成長の軸の一つになってくると考えています。

「オフライン購買プロセスの可視化」が 我々に新たな機会を生み出す

日本では、少子高齢化が加速しています。2025年には、団塊世代が75歳以上となる超高齢化社会を迎えようとしています。既に日本のマーケットは成熟化し、傾向としては更にシュリンクしていくでしょう。企業のマーケティング活動は、より最適化を目指す必要があり、効果が高く無駄のない活動を求めています。その要望にお応えするために、私たちが実現しなくてはならないのは「オフライン購買プロセスの可視化」です。2019年インターネット広告費がテレビメディア広告費を上回ったとはいえ、まだ約1兆6,000億円の市場規模^{※1}があります。オンラインのようにオフライン購買の世界における可視化が可能となれば、広告主におけるメディアプランニングの最適化に大きく貢献できます。お客様は、新規事業や海外での展開に成長の機会を見出す必要があり、「オフライン購買プロセスの可視化」は、規模と質で高い評価を

いただいているパネルを有する私たちには大きなアドバンテージがあり、新たな機会と価値を生み出すと考えています。

「オフライン購買」の世界を可視化させるための “三つの柱”

私たちがオフライン購買の世界で可視化を実現させるために鍵となるのが、次に挙げる“三つの柱”です。

一つ目の柱が、リサーチ、テストマーケティング、販促・広告が一气通貫で実行できる“CX^{※2}マーケティングプラットフォームの確立”です。2021年5月に株式会社インテージが子会社化した株式会社リサーチ・アンド・イノベーションという会社が「CODE」というスマートフォン用のアプリを開発、運営しています。生活者は購入したレシートと商品のバーコードを写真に撮って登録することで、ポイントを獲得できるというシンプルな仕組みですが、「CODE」はオフラインの購買プロセスを可視化する仕組みと言えます。2021年5月現在で月間アクティブユーザー数31万人、商品情報累計5,000万件、月間3,400万件のお買い物情報を有している規模感も魅力です。当初は株式会社インテージホールディングスのCVC^{※3}による出資からスタートした関係性でしたが、同社の経営者との対話を進めていくと、私たちと目指している方向性や姿が同じであることがわかり、最終的に完全子会社という形でグループ入りをしていただきました。同社は直近

※1 2021年2月25日公表 株式会社電通「2020年日本の広告費」より

の2021年3月期決算の時点では赤字の状態ですが、私たちが運営している全国5万人の購買行動を捕捉する「SCI®」や顧客基盤などのインテージの事業資産と連携させることでマネタイズを加速させれば、マーケティングのアジャイル化を推進する次世代リサーチの充実と拡販が図れます。また、彼らの特許を活用したSCIのリニューアルをすれば、SCIとCODEの一体活用による新たな“CXマーケティングプラットフォーム”の確立が可能となると考えています。

二つ目の柱が、協業による“メディアプランニング支援の実現”です。私たちが提供する「i-SSP®(インテージシングルソースパネル)」を更に強化するため、テレビCMの視聴データの分析などにより最適なメディアプランニングを支援するクラウド型分析サービス、「SMART」を提供する株式会社スイッチメディア(提携時の株式会社スイッチ・メディア・ラボから2021年10月に社名変更)と株式会社インテージは2021年5月に資本業務提携を締結しました。両社の強みを組み合わせることで、広告主がターゲットとする生活者へ、購買アクションを喚起するテレビCMを届け、その効果をデータによって可視化する仕組みを目指します。

三つ目の柱が“小売・メーカーにおけるビジネス変革の推進”です。2021年4月より全国約6,000店舗より収集している小売店販売データ「SRI+®(全国小売店パネル調査)」を用いて定番棚の上部に設置されたデジタルボードから消費者の好みに合わせた商品紹介動画が自動で流れる「楽ラク!デジボード 定番長」β版の提供を開始しました。小売業とメーカー間で販売データを共有し、店頭における販売促進などのアクション領域でDX(デジタルトランスフォーメーション)が加速すれば、ビジネスが変革されていきます。

この三つの柱がつながっていくとオフライン購買の世界が可視化され、オフライン購買でのPDCAがワンストップで一気通貫する可能性が高まると考えています。

ビジネス戦略(構築&)実行パートナーとなることで 活躍できるフィールドの大きさが圧倒的に変わる

私たちは、中期経営計画において3年後の目指すべき姿として、「顧客ビジネス戦略(構築&)実行パートナー」を掲げました。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へと変わっていく必要があるとの思いです。データというファクトに基づいて、PDCAにおけるPlanだけでなく、Doの領域を支援することで課題解決とビジネスにおける成果(アウトカム)に貢献していきます。リサーチ業界は約2,200億円の市場規模と言われていますが、リサーチを超えて販売促進や広告関連の市場へ踏み込み、我々が目指すべき姿を実現することができれば、活躍できるフィールドの大きさは全く変わっていきます。SCIとCODEの連携で、より大規模な消費者購買データを扱うことにより、施策に対してお客様に提言することもできますし、効果を明らかにすることもできます。株式会社スイッチメディアとも一部のテレビ広告を運用型広告に変えていく新しいソリューションを開発中です。このように最適化された広告出稿というDoの領域を支援する事業にも進出していきます。

ヘルスケアのDX化推進および人材育成、 ビジネスインテリジェンスの有効活用

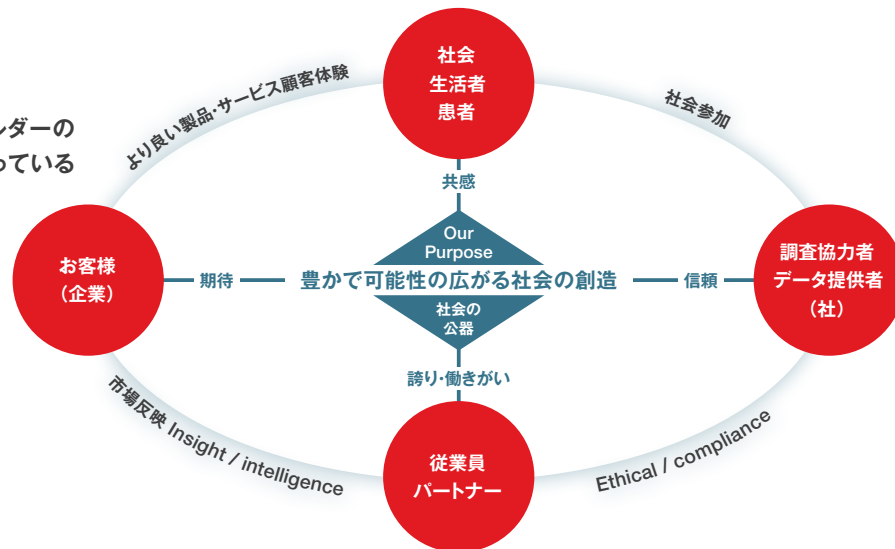
ヘルスケアを対象としている業界こそDXが必要で、特に



※2 CX(Customer Experience):カスタマーエクスペリエンスの略。ある商品やサービスの利用における顧客視点での体験を指す

※3 CVC:当社がSBIインベストメント㈱と共同設立したINTAGE Open Innovation fundを指す。規模は50億、運用期間は2027年3月までで、先進的なテクノロジー及びサービスとインテージグループとの接点を創出する目的で設立

当社のビジネスは
さまざまなステークホルダーの
信頼関係のもと成り立っている



RWD^{*4}の活用を強化しています。新型コロナウイルスの感染拡大によって健康に関する意識の高まりが消費にも影響していて、健康軸と消費軸をシングルソース的に取得すべきという議論もあります。DXに対応するため、データを価値化する力の強化に向けてデータサイエンス系人材の育成を加速しています。教える側も教わる側も現業を離れて専任するなど人材のリスキリングも実施しています。

私たちのグループはビジネスインテリジェンス事業も展開していますので、最先端のITやAIを駆使して各種データ基盤の構築や維持管理をすることに長けています。それをセグメント単体ではなく、DXニーズに対して総合的に提案ができる「DX共創センター」という営業組織を設立し、消費財・サービス、ヘルスケア、海外事業を横串にしてグループ全体として押し上げていく戦略を実行していきます。

「志」の高さに共感して人が集まる インテージグループのサステナビリティ

私たちは既存および新規事業領域におけるアライアンスを加速させるため、2016年10月に「INTAGE Open Innovation Fund」を設立しました。2021年7月現在で23社に24.8億円を出資しています。従来インテージグループは自前主義でしたが、技術革新は驚くべきスピードで進んでいます。よりスピード感を重視し、先進的なテクノロジーおよびサービスを持つベンチャー企業との出会いを求めました。そこで感じたのは、ベンチャー企業の経営者たちの「志」の高さです。

私たちは第13次中期経営計画と同時に「SDGs宣言」を発表。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る」です。私たちのビジョンはSDGsそのものであり、私はこれを“志”と位置付けています。私は代々の社長から「志を高く持

とう」ということを受け継いできました。財務諸表に表れている数字だけが会社の価値ではありません。社会の公器への共感、信頼、誇り、期待といった非財務にこそ価値があるのです。

インテージらしさとは、生活者の視点に立ってより良い社会をつくっていくことです。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。常に生活者の視点を忘れずに、最終的に生活者に利益が還元されることを目的としてデータを使わせていただいております。そもそも生活者からの信頼が崩れたら私たちのビジネスは成り立ちません。その生活者を理解しようとしているのがお客様です。生活者の情報あるいはマーケットの情報について、中立的な立場で客観的な尺度を提供し続けることが私たちの存在意義です。だからこそ生活者はデータを提供してくださいまし、志の高いベンチャー企業の経営者や希望を抱いた新入社員が集まってくるのだと自負しています。採用面談では、目をキラキラ輝かせて「世の中のために貢献したいです」という若者がたくさん集まってきます。これは本当に自慢すべき誇りです。そういう社員が生き生きと働ける環境を整えるのが私の使命です。現在は在宅勤務へとシフトしていますが、今後もオンラインとオフラインの良さを両方を理解した上で、社員の意見も聞きながらニューノーマルに適した勤務体制を構築したいと考えています。

透明性を担保し、健全な経営を示し続け、 企業価値を高めていく。

私たちの事業を持続可能なものとしていくためには、あらゆるステークホルダーの方々のご理解とご協力が不可欠だと感じています。そのために私たちは透明でなくてはなりません。できる限りの透明性を担保し、健全な経営をしていることを示し続けることによって、企業価値を最大限に高めていきます。これからのインテージグループに益々ご期待ください。

※4 RWD:リアルワールドデータは、電子カルテやレセプトデータなどの実診療行為に基づくデータを二次利用可能な形で電子的に収集したデータのこと

2021年6月期はコロナ禍でも増収増益、過去最高益を実現

2021年6月期については、年度内でもお取引先の状況や外部環境も大きく変化しましたが、コロナ禍においてもさまざまな取り組みにより安定的なビジネスを推進でき、結果として増収増益を達成することができました。

当社グループにおいては、新型コロナウイルスによるビジネスへの影響が前年度2020年2、3月頃から出始めました。案件の延期や中止が発生し、従業員の在宅勤務シフトやそれらに対応するシステム構築や事業の運営変更などの対応に追われ、2021年6月期第1四半期(7~9月)は、前年同期比で減収減益と非常に厳しいスタートとなりました。しかしながら、第2四半期会計期間(10~12月)以降、定性調査のオンライン化など業務の見直しや在宅勤務のための基盤整備や運用が確立され、またコロナ禍が続く中でもお客様のマーケティング活動の回復は底堅く推移したこともあり、当社グループの業績は急回復いたしました。第2四半期会計期間および第3四半期会計期間はいずれも過年度同期間対比としては過去最高の売上高・営業利益を計

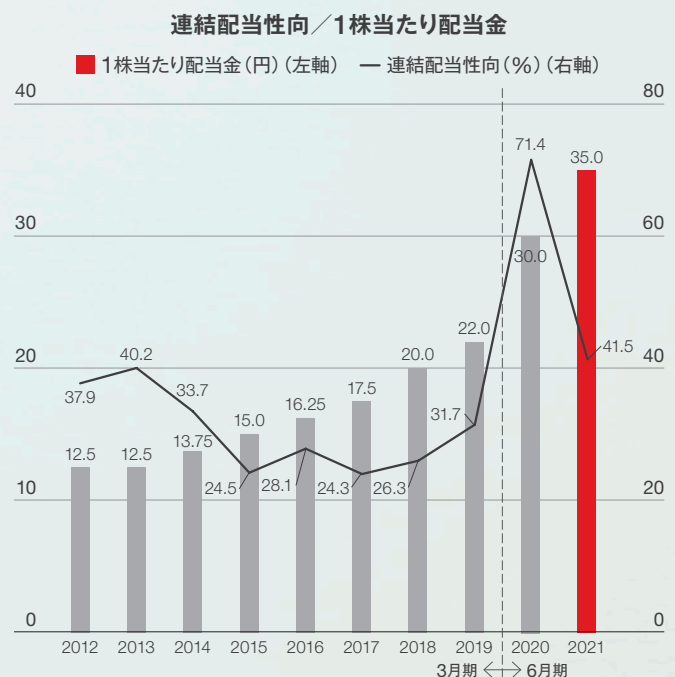
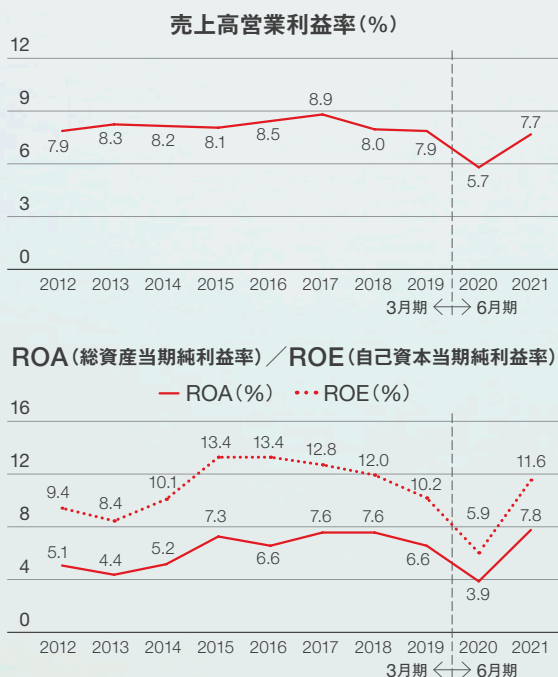
上することができ、通期でも第1四半期の減収減益を補って、15カ月決算となった2020年6月期を除けば、過去最高の売上高・各段階利益を計上することができました。

利益分配に関する基本方針の変更： 財務面のKPIを追加、自社株買いの実施も決定

株主の皆さま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が、近年の連結業績の推移や財務体質の改善を勘案し、株主の皆さまへの利益還元を一段と強化すべく、利益分配に関する基本方針を一部変更することにいたしました。具体的には、配当性向目標を従来の35%から40%に変更するとともに、長期的なバランスシートマネジメントの見地から、連結純資産に対する配当の比率を示すDOE(自己資本配当率)を新たにKPIとして採択することとし、目標を4.5%以上といたしました。DOE(DOE=ROE×配当性向)をKPIに追加することは、自ずとROEを高めていくことにもつながることだと考えています。2021年6月期の配当については昨年の30円(12カ月換算では24円)から35円への増配(配当性向41.5%、



強固な財務基盤をベースに 株主還元と成長投資を着実に実行し 企業価値向上を図る



(注) 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カ月間となっております。そのため、表中は当該影響を加味した数値を記載しております。

DOE4.8%)を実施いたしました。

また、基本方針においては、自己株式の取得についても、機動的に対応し資本効率の向上を図ることとしております。2021年8月には、決算発表と同時に100万株・12億円(いずれも上限値)の自社株買いを決定・実施しております。

投資家とのエンゲージメントを重視し、 経営と財務の戦略理解を促す

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、2021年6月期においては自己資本比率が66.0%、連結純資産額は302億円となっております。

足元のビジネス環境は前述のとおり順調に伸長しておりますが、「中長期的」な企業価値創造の重要な指標であるROE向上のため、新型コロナウイルス発生による生活者とお客様の大きな変化を今後の更なる事業拡大につなげる必要があります。この事業拡大のための資本政策のあり方について検討を深め、2022年6月期は積極的な成長投資の実行に舵を切りました。これにより、第13次中期経営計画を一部修正し、2022年6月期は増収減益の計画としています。

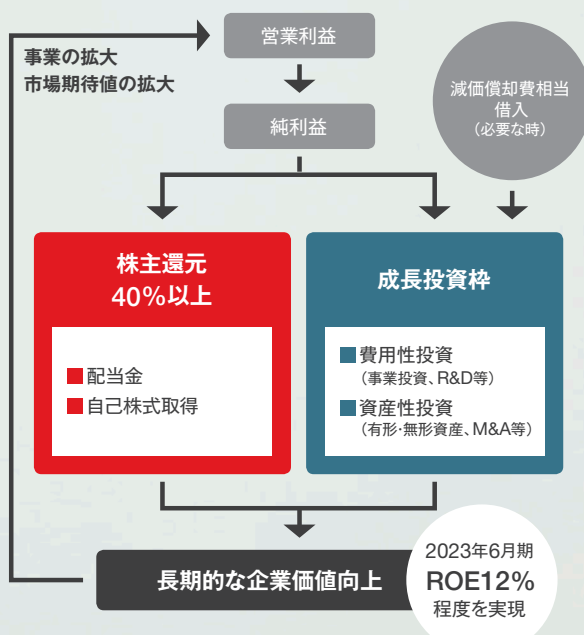
2022年6月期の業績予想

(百万円)

	21/6期実績	22/6期予想	前年差	対前期比
売上高	57,558	60,500	+2,941	+5.1%
営業利益	4,421	3,400	△1,021	△23.1%
経常利益	5,081	4,000	△1,081	△21.3%
親会社株主利益	3,372	2,800	△572	△17.0%

資本政策について

前提条件 健全なBS:自己資本比率60%台以上の維持



今後の資本政策としては、現状の強固な財務基盤をベースにしつつ、資本効率を重視し、最終利益を中長期的な成長に向けての投資と株主還元へ振り向けていく考えです。中長期的な成長という視点において更なる利益の創出に努めていくとともに、バランスシートマネジメントを行っていくことにより、ROE12%程度の実現を目標にしていまいります。

また、これらの当社の中長期的な成長戦略については、投資家との対話の中でしっかりと訴求していきたいと考えています。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ミーティングを中心に積極的かつ継続的に実施しています。対話を通じていただく当社の成長戦略・事業戦略・ESGなど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。

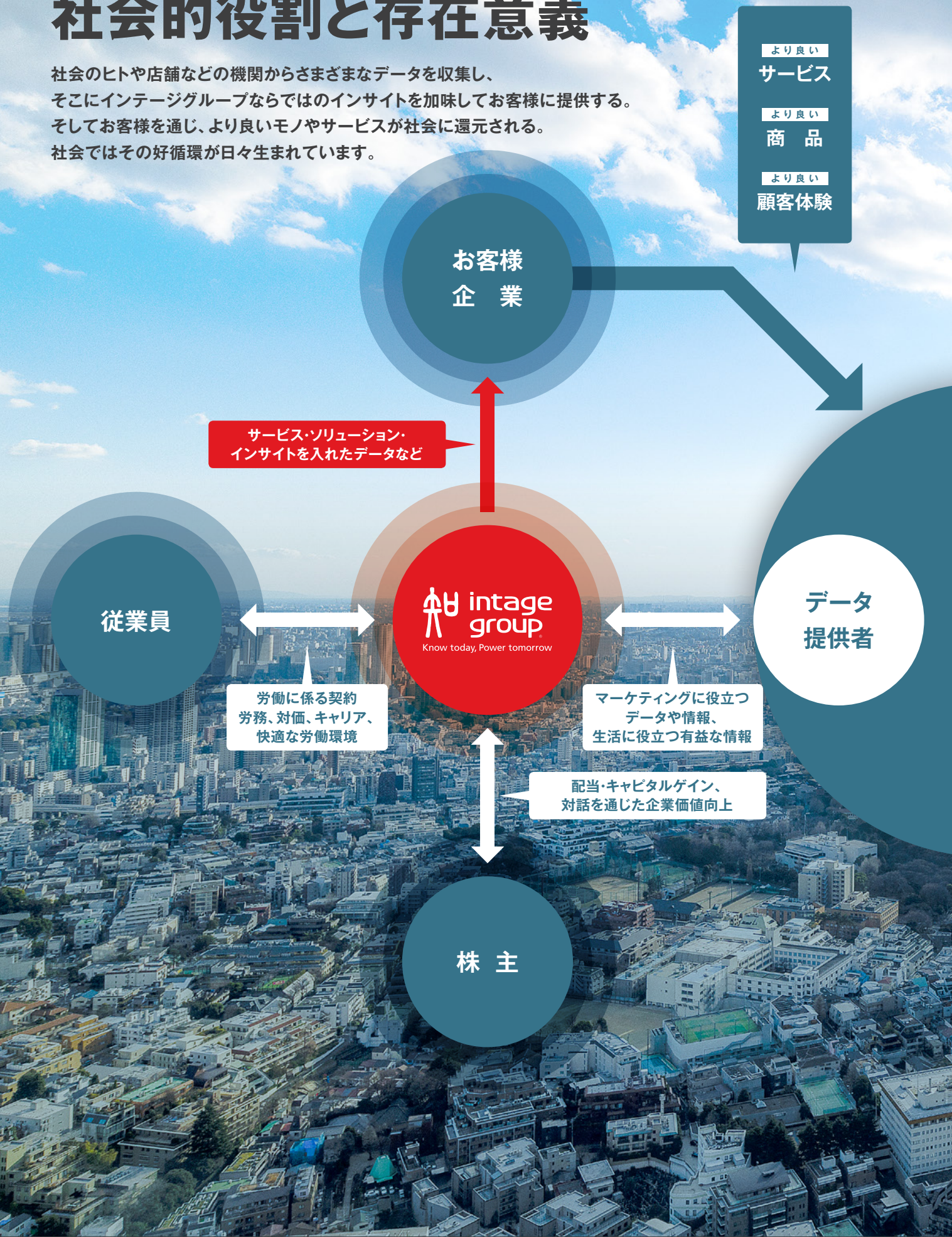
引き続き、株主・投資家におかれましては、重要なステークホルダーとして、経営環境の変化に立ち向かう当社をご支援いただきたいと思います。

取締役 CFO 内部統制担当
池谷 憲司



インテージグループの 社会的役割と存在意義

社会のヒトや店舗などの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。
そしてお客様を通じ、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。

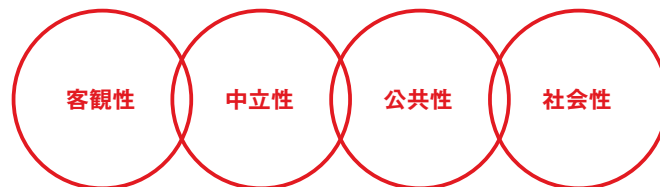


インテージグループビジョン

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る



私たちインテージグループの存在意義(purpose)は、お客様企業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ことです。

1960年の創業以来、社会の公器としての役割を意識し、「客観性」「中立性」「公共性」「社会性」にこだわり、ビジネスを継続してきました。

私たちは情報を収集、加工・分析し、情報に価値を与えることを強みとして、生活者を理解する正しいデータを持ち、そこに分析・ハンドリング技術を加味し付加価値をお客様に提供しています。

さまざまなデータを取り扱う企業として、あらゆるステークホルダーの信用を得ることを重要視しながら、ビジネスの推進およびそれを支える基盤の強化の両輪を推進し、更なる企業価値向上を図っていきます。

生活者
医療消費者
患者

SDGs宣言とマテリアリティ(重要課題)

SDGs宣言

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

事業による社会課題解決への貢献

- 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
- 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
- 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
- 明日を拓く人材を育成・輩出します

持続的な貢献を支える基盤

- 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
- 生き生きと働けるワークスタイルを実現します
- 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

インテージグループのステークホルダー

Our Stakeholders



ステーク
ホルダー



データ提供者



お客様・企業



対 象

期 待

- ▶ モニター、アンケート協力者
- ▶ 小売店舗
- ▶ 調剤薬局
- ▶ 医者、患者

- ▶ 正しいデータの管理・利用およびその合意
- ▶ 社会還元

- ▶ 飲料・食品・日用雑貨メーカー
- ▶ 自動車・通信・流通・サービス・広告・金融・旅行など
- ▶ 製薬企業
- ▶ 官公庁、その他

- ▶ ビジネス推進や創出に関するベネフィット(意思決定につながるデータや分析の提供、ソリューション、サービス)
- ▶ システム開発・運用・構築など

インテージグループのデータと社会とのつながり

インテージグループはデータ提供者から生活者の消費活動や店舗売上などをはじめとしたさまざまなデータを収集しています。これらのデータの一部やデータをもとにして社会の価値観や消費動向変化などを加工・分析した自主企画調査などを公開しており、新聞、雑誌、テレビなどのメディアでも多く取り上げられています。



Pick up
Topic

日経産業新聞
2020年10月28日

「消費行動
政府統計とズレ」



コロナ禍で消費者の意識や行動は大きく変化。株式会社インテージでは買い物データや消費心理のアンケートなどによる独自調査・分析を行っており一部外部に公開。メーカーの商品改善などによる社会貢献にもつながることを期待している。

インテージグループのビジネスはさまざまなステークホルダーとの関係の上に成り立っています。

データ提供者、お客様・企業、従業員、株主、パートナーといった各ステークホルダーそれぞれの期待を認識し、良好な関係構築に努めています。

従業員



株主



パートナー



▶ 正社員・派遣社員・契約社員・嘱託・パート・アルバイト

▶ 株主の皆さま
▶ 債権者

▶ 委託先、外部コンサルタント
▶ その他の取引先
▶ 地域社会
▶ 生活者、医療消費者

▶ キャリア、研修の機会の提供
▶ 認識と一致した給与と人事制度、充実した福利厚生
▶ 快適な労働環境

▶ 持続的な成長と株価の向上
▶ 業績向上と株主還元
▶ 安定的な財務基盤
▶ 社会的貢献による企業価値向上
▶ リスクマネジメントとガバナンス体制の強化

▶ 事業を通じた社会への還元
▶ 環境、社会、ガバナンスの充実化による高い倫理感を持ったビジネスの遂行
▶ 一定の雇用と税金納付

メディア掲載事例 株式会社インテージの2021年6月メディア露出

6月1日 TBSテレビ「ラヴィット!」	<プロのお気に入り教えます!ラヴィットランキング> お手軽で美味しい!冷凍からあげ
6月1日 月刊宣伝会議	情報の活用がもたらす、社会と暮らしの変化 Vol.7
6月8日 NHK総合「あさイチ」	<オートミールSP>大注目のスーパーフード・オートミール!
6月8日 日刊自動車新聞	<霧灯>梅の効果
6月9日 TBSテレビ「Nスタ」	<特集>「妻のススメ」で美容整形?
6月9日 日経MJ	森永製菓「ハイチュウ」、コロナ下でかむ食感に支持
6月9日 日本食糧新聞	明日をよむ インテージ・マーケティングコラム(12) 増えた家飲み
6月11日 日本経済新聞	トイレ紙、家庭で「長尺」浸透
6月11日 日経MJ	紙巻きたばこ、1,000億本割れ
6月11日 食品新聞	揚げ米菓 好調で進化が続き スナックとの境界線薄まる
6月14日 CBCテレビ「チャント!」	<マストBUY10>1万食ものカレーを食べた達人厳選! おすすめNo.1のレトルトカレーは?
6月14日 TBSテレビ「NEWS23」	コロナ禍で変化・コスメ業界の「意外なターゲット」
6月14日 TBSテレビ「Nスタ」	意外なターゲットにも注目・激変!コロナ禍のコスメ業界
6月14日 テレビ朝日「スーパーJチャンネル」	「長尺」トイレペーパー 家庭の定番に
6月14日 毎日放送「TBS NEWS」	コロナ禍で変化・コスメ業界の「意外なターゲット」
6月15日 TBSテレビ「ラヴィット!」	<プロのお気に入り教えます!ラヴィットランキング> そうめん&めんつゆ

6月15日 朝日放送「キャスト」	<トレンドスコープ>トイレペーパー・コロナ禍で長尺が人気
6月18日 食品新聞	乾麺・手延べ麵特集 乾麺最盛期迎える
6月18日 食品新聞	乾麺市場 2~4月 19年比1割増 特需が市場を底上げ
6月19日 日本テレビ「ズームイン!!サタデー」	<ズームサタイチ押し!> 今からすぐできる簡単なおいしいコーヒーの楽しみ方
6月23日 日本テレビ「スッキリ」	<いわたし>話題300品ずらり!「カレーなる本棚」
6月23日 日経MJ	男性の化粧品購入額4%増 浮いた時間・資金でスキンケア
6月23日 食品新聞	巣ごもり、豆腐需要増も にがりに追いつき風吹かす?
6月25日 TBSテレビ「あさチャン!」	<いまドキNo.1> ヴィレッジヴァンガード売れ筋・爽快「ストレス解消グッズ」
6月25日 朝日放送「キャスト」	<きょうの注目ニュースランキング>4位・新型コロナウイルスワクチン接種進み...市販の解熱鎮痛薬需要増加
6月25日 テレビ朝日「スーパーJチャンネル」	<くらしのニュース>解熱鎮痛剤の売り上げ急増 新型コロナワクチン接種後の副反応に備えか
6月25日 朝日新聞	解熱鎮痛薬 売り上げ増 ワクチン副反応の備え 品切れも
6月28日 日経MJ	男性化粧品 まず小容量で 富士フィルム、お試しキット
6月28日 日本食糧新聞	明日をよむ インテージ・マーケティングコラム(13) 伸びる低カロリー甘味料
6月30日 食品新聞	市場規模拡大の反動 はちみつ 我慢のシーズンか
6月30日 日経MJ	トイレ紙、家庭で「長尺」浸透 1ロール、通常の1.5倍以上

第13次中期経営計画 3年(2021年6月期~2023年6月期)

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

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

環境変化
顧客課題

生活者の変化

デジタル化
への対応少子高齢化、
成熟社会

成長イメージ

パネル調査の強固な基盤をベースとしたマーケティング支援および幅広い業種の顧客層

パネル調査・
カスタムリサーチ・その他

IT・
システムソリューション

主なお客様 飲料・食品・日用雑貨メーカー、製薬企業、耐久消費財メーカー、通信、サービス、旅行・運輸

M&A、パートナー連携による加速化

更なる成長へ

インテージ
グループの
強み

扱うデータの拡張
データの価値化
データ活用の仕組み化

最新動向

事業拡張に向けたM&A実施により顧客起点のDX化の実現へ



事業拡張による中長期的な成長に向け、事業会社の中核である株式会社インテージは2021年5月に株式会社リサーチ・アンド・イノベーションを子会社化しました。同社のサービスにインテージの事業資産を組み入れ次世代リサーチを実現させていきます。中長期的には、お客様である消費財メーカーや小売業が生活者と直接コミュニケーションがとれるCXマーケティングプラットフォームを実現し、購買起点のDX（デジタルトランスフォーメーション）を促進し、ビジネスプロセスの刷新を進めていきます。

事業拡張による成長

コア事業の底堅い成長

インテージグループの事業

Service

インテージグループの事業領域

インテージグループは『マーケティング支援（消費財・サービス）事業』『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』の3つのセグメントで構成されています。

グループにおける事業領域は、下記図のようにセグメント間を横断しているものがあります。

すべてのセグメントにおいてリサーチならびにデータビジネスをコアとしながら、ヘルスケアにおいてはCROおよび広告業を、ビジネスインテリジェンスにおいてはシステムインテグレータならびにグループ全体の情報インフラを担う機能を持っています。

成長戦略 マーケティング支援（消費財・サービス）事業

- **国内** 生活者の多様化・市場飽和によるマス・マーケティング効果の逡減
- **海外** 国内市場縮小を受けたお客様のグローバルシフトの加速を踏まえ、協業、M&A、R&Dを実施しながらコア事業をベースとして事業拡張を行っていく



成長戦略 マーケティング支援（ヘルスケア）事業

- 医療消費者に関するデータやサービスの重要性の高まりを成長への好機と捉え、株式会社 Welbyなどのパートナーによるデータ収集の強化や生活者（消費+健康）の領域拡大も図る
- データを価値化する力の強化に向けてデータサイエンス系人材育成（投資）を加速化

成長戦略 ビジネスインテリジェンス事業

- デジタルシフト/スマートシフトへの環境変化を捉え、グループ全体の顧客に対する仕組み化の支援とともに、グループ内においてもIT面で支援していく

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

主力事業であるパネル調査が好調に推移いたしました。また、オフライン調査など新型コロナウイルス感染症の影響を受けておりましたカスタムリサーチについても、WEB調査などが好調に推移し前年を上回る水準に回復しました。コミュニケーション分野は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け苦戦を続けておりましたが、第3四半期以降は復調傾向にありました。株式会社インテージリサーチにおける官公庁案件も好調を維持しました。

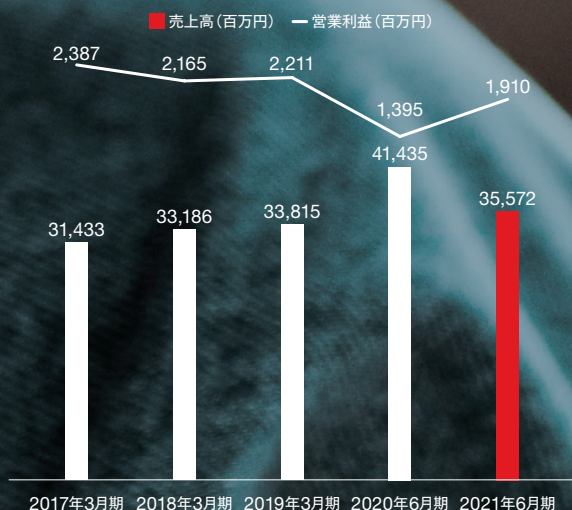
海外事業についても、引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を受け、インド、香港をはじめとするアジア各国の売上が低調に推移しましたが、当第4四半期連結会計期間では回復傾向にありました。一方2020年3月に子会社化したオンライン調査を主業務とする株式会社データスプリングは好調に推移しました。

利益面については、投資が増加したものの株式会社インテージリサーチの増収や株式会社データスプリングの貢献により増益となっております。

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。

売上高・営業利益



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。2020年6月期は2019年4月1日から2020年6月30日の15カ月間となったため、15カ月間の数字を記載しています。

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6,000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



マイティモニターアクセスパネル

384万人※

マルチデバイスモニター

Point 1
業界最大規模のモニターフィールド

Point 2
市場反映性の高さ

Point 3
高品質なデータ

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。

※2021年10月現在

競争優位性

SCI®(全国消費者パネル調査) 約5万2,500人

SRI+®(全国小売店パネル調査) 約6,000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229万台

※2021年9月現在

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

株式会社インテージヘルスケアにおいて、リサーチ事業は一般用医薬品に係るパネル調査が堅調に推移し、医療用医薬品に係るカスタムリサーチも、医師に対するWEBアンケートなどが好調であり前年を上回る水準で推移しました。株式会社医療情報総合研究所*が手掛けるレセプトデータ分析も前期からの好調を維持しております。

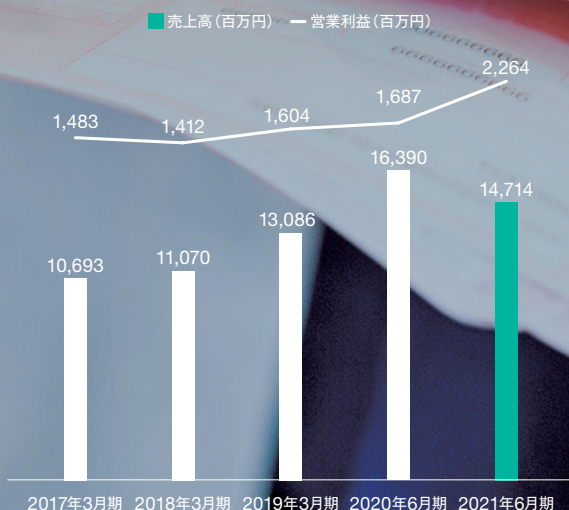
一方、CRO（医薬品開発業務受託機関）の製造販売後調査は、プロジェクトの小型化や不採算案件の発生にともない収益性が低下しているため、改善に向けて取り組んでおります。株式会社協和企画におけるプロモーション事業は、新型コロナウイルス感染症の影響に伴い案件スケジュールの再設定が発生しましたが、医薬品販売促進資材のデジタル化、イベントのオンライン化の取り組みにより収益は改善しつつあります。

利益面については、カスタムリサーチやシンジケートデータの売上の増加により増益となっております。

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。

売上高・営業利益



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。2020年6月期は2019年4月1日から2020年6月30日の15カ月間となったため、15カ月間の数字を記載しています。

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購入できる医薬品のことで、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係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、製薬企業などの広告制作に関し、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アリングなどにより、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。



* 株式会社医療情報総合研究所は2021年7月1日をもって株式会社インテージリアルワールドに社名を変更しております。

Business Intelligence

ビジネスインテリジェンス事業

業績について

株式会社インテジテクノスフィアにおいて、新型コロナウイルス感染症の影響が大きい旅行業界を中心に既存業界向けのソリューションの売上が減少しました。一方で、株式会社ビルドシステムはローコード開発案件の獲得に伴い大幅に伸長しております。なお、AIソリューションについては、自動車・公共分野などの重点顧客への深耕を図り、次年度の案件獲得を進めております。

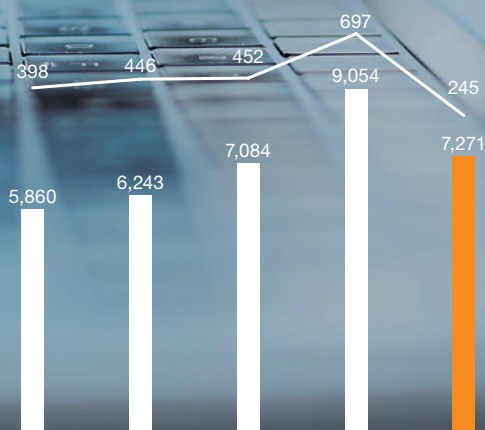
また、中期経営計画で掲げております「お客様のDX推進パートナー」の実現にむけオンラインセミナーの開催、WEBページリニューアルと活用、DX支援のサービス化、インテジグループの総合力を活用した顧客課題解決への提案など積極的な営業活動を展開しております。利益面については、新型コロナウイルス感染症による売上減少の影響を受けております。

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

■ 売上高(百万円) ▬ 営業利益(百万円)



2017年3月期 2018年3月期 2019年3月期 2020年6月期 2021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。2020年6月期は2019年4月1日から2020年6月30日の15カ月間となったため、15カ月間の数字を記載しています。

ビジネスインテリジェンス

システムの開発・運用、BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）、データセンター運用、データ活用ビジネス

リサーチテクノロジー

インテジグループのマーケティングリサーチをITで支援。ビッグデータ集計・加工・データベースの部分を担当

お客様

医薬・健康情報・製造業・旅行・出版・消費財メーカー・サービス・広告代理店・卸・小売り

データサイエンス

データのモデリング、データサイエンステクノロジーを使用した企業向けソリューション・研究、AI活用

情報システム

インテジグループ共通のITプラットフォームの企画・構築・導入・保守・運用。顧客向けITインフラの構築・運用・導入支援・監査

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。なかでも、1960年の創業以来、インテ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。



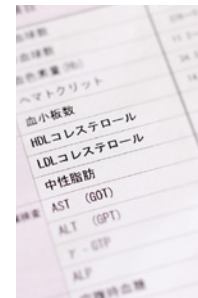
医療

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

インテージグループのサステナビリティ

Sustainability

近年世界では、気候変動を一因とする自然災害の増加や、貧困、格差をはじめとする社会問題の顕在化が重要視されるようになっていきました。これらの社会課題を解決するためには、ITによる技術革新や情報の活用が有効な手段の一つと考えられています。

インテージグループは60年以上にわたり、確かなデータを正しく収集し、届けることを使命としてきました。この事業を通じた社会貢献を更に推進することで、SDGs(持続可能な開発目標)の貢献にも寄与すると考えています。変化が激しく予測が困難となる環境下においてこれからも、お客様と生活者をつなぐ中立的な立場で、変化する社会や生活者の価値観を捉え、お客様のビジネスを通じて「豊かで可能性の広がる社会の創造」の実現を目指します。

SDGs宣言



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

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



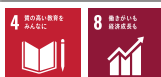
個人情報の適切な取り扱いと
情報セキュリティを徹底します



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



明日を拓く人材を育成・輩出します



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



生き生きと働けるワークスタイルを
実現します



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



マテリアリティ (重要課題)

Know today,
Power tomorrow

持続可能な
社会の実現

企業価値
向上

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

サステナビリティの理解と共感を促す社内発信

インテージグループのサステナビリティやTHE INTAGE GROUP WAYとのつながりなどを、わかりやすく発信する社内サイトを2021年6月に開設しました。トップメッセージやサステナビリティの取り組み事例、SDGsに関する基礎知識などを記事と動画で紹介。会社の存在意義やあるべき姿への理解・共感を促すとともに、個人の社会課題に対する関心を高めることにも役立てています。



インテージグループ サステナビリティポータルTOP画面

事業を通じた社会課題の解決

インテージグループは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、
より良い社会づくりと生活者の健やかな暮らしに貢献していきます。

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を支援 「サステナブル行動セグメント」

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



人や社会、地球環境に配慮した倫理的に正しい消費を行う「エシカル消費」という概念が近年、注目されています。これは生活者が買い物の際にさまざまな社会問題の解決に役立つ商品を選ぶことによって、消費から世界を変えていこうとする取り組みです。

一方、お客様企業も、企業活動やマーケティング施策にSDGsの視点を組み入れ、環境や社会に配慮したサステナブルな商品づくりや、サービスの開発が進んでいます。

「サステナブル行動セグメント」は、株式会社インテージの購買パネルであるSCI®モニター（約5万サンプル）を対

象に「サステナブルな行動」を聴取し、行動レベルに沿って四つのセグメント(Super/High/Moderate/Low)に生活者を分類したものです。このセグメントを用いると、サステナブルを意識した商品が「Super」や「High」セグメントに購入されているかを把握でき、また、それらのセグメントの特性を深掘りすることで、サステナブルな商品開発やコミュニケーション施策の検討に、活かすことができます。インテージは、近い将来訪れるエシカル社会に向けて、生活者の意識や価値観、行動の変化を捉え、お客様のSDGsの取り組みに伴走していきます。

インテージ独自のサステナブル行動セグメント

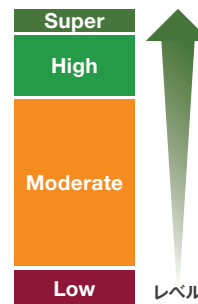
「サステナブル行動」
10項目を選定

- ・有機・低農薬野菜を選ぶ
- ・リサイクル素材で作られた商品を選ぶ
- ・食材は地元産のものを消費する
- ・エコマークがついた商品を選ぶ

など

「サステナブル行動」を
モニターに聴取

行動レベルに沿って
四つのセグメントに分類



※10項目の選定、および、四つの分類は、因子分析とクラスター分析による

安定したリサーチの基盤を維持する

モニターの管理と信頼関係の構築

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



多種多様なデータを収集・蓄積するインテージグループは、「個人情報の適切な取り扱い」と「情報セキュリティの徹底」を重要課題に位置付け、リスクの把握と管理に努めています。特にリサーチの基盤となるモニター※の管理においては、個人情報を厳重に取り扱う必要があります。そのため、個人情報を扱う社員を必要最低限に絞り、特権管理者に指名。特権管理者に対しては、個人情報の適切な扱い方や不正防止の啓蒙を兼ねた研修を実施し、意識を高めています。さらに、監督者がアクセスログや操作ログを監視し、不正を

発生させないための対策も講じています。

インテージグループの調査はモニターとの信頼関係があって初めて成り立ちます。そのため、モニターに対しては、提供いただくデータの取り扱いについて適切な説明を行い、安心して調査に協力してもらえるよう努めています。

これからも、生活者であるモニターの声を集め、その価値を最大化してお客様企業に届けることで、より良い社会づくりと生活者の幸せに貢献していきます。

※全国約170万人の生活者に登録いただいているインテージの「キューモニター」

インテージの社会的データ利活用

経済産業省「METI POS小売販売額指標[ミクロ]」

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



国や地方公共団体ではEBPM(Evidence Based Policy Making:エビデンスに基づく政策立案)が推進され、公的統計の活用とともに民間が保有するビッグデータなどの利活用への期待が高まっています。

経済産業省の「METI POS小売販売額指標[ミクロ]」は、「令和元年度ビッグデータを活用した新指標開発事業(短期の生産・販売動向把握)」で開発され、週次・月次で公表できることから、速報性、詳細性の観点で「商業動態統計(基幹統計)」を補完しています。この指標にはインテージSRI+®のデータが活用されており、小売4業態*について「全国/地域別」「大分類/中分類」「月次/週次」の指標が経済産業省のウェブサイトで公開され、誰でも最新の消費動向をダウンロードすることができます。これは、新型コロナウイルス感染

症拡大の影響下における販売動向を速やかに把握できる指標として注目され、行政機関のほか、金融機関などの民間企業や大学など研究機関においても利用されています。今後もインテージグループが保有するデータの社会的利活用を推進し、産官学連携による社会課題の解決に貢献していきます。

*スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ホームセンター、ドラッグストア



経済産業省「BigData-STATSダッシュボード(β版)」

https://www.meti.go.jp/statistics/bigdata-statistics/bigdata_pj_2019/index.html

産学連携で次世代育成を支援

滋賀大学のデータサイエンス人材育成プロジェクト

明日を拓く人材を育成・輩出します



インテージグループは、さまざまな大学と連携し、高度情報化社会の担い手であるデータサイエンス人材の育成に積極的に取り組んでいます。

特に滋賀大学データサイエンス学部の河本薫ゼミとは、2019年に取り組みを開始し、統計技術とビジネスの課題解決力の習得を目的としたデータサイエンス人材育成プロジェクトを推進しています。株式会社インテージのデータサイエンティストの社員を講師として派遣し、データの分析をはじめ、課題設定、仮説、報告提案までビジネスに役立つカリキュラムを支援しています。

2021年4月からは、北海道に100店舗以上を展開する生活協同組合コープさっぽろと連携しました。学生は、両社が提供した購買・売上データなどを分析し、「チョコレート売り場」の販売促進の施策を立案。それをコープさっぽろの店舗で効果検証することで、より実務に近いPBL(課題解決型学習)を実現しました。今後も業界を超えた連携を進め、社会に役立つ人材の育成に努めます。



販促施策の実施の様子(コープさっぽろ しんこに店)

データサイエンス学部 河本薫ゼミ

プロジェクトパートナーの声

生活協同組合コープさっぽろ
店舗本部マーケティング部長兼ギフト部長(農学博士)
関西大学商学研究科非常勤講師

川崎 正隆 様



実業に活かせる分析の体得には実践が一番です。分析提案が具現化される楽しさやお客様の実際の反応に一喜一憂する体験をしていただき、学生さんの今後の能動的な学びにつながることを期待しています。

従業員とともに

Social

インテージグループでは、「人」を重視する考え方を基本とし、一人ひとりの個性が尊重され、誰もが活躍できる企業を目指して、変わり続ける社会に対応する柔軟な働き方を追求しています。多様な価値観と背景を持つ社員が、お互いを理解し、協働・共創することで、活躍と成長の機会を創出することを目指しています。

多様な人材の活躍に向けた取り組み

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



一人ひとりの違いの理解と尊重

インテージグループの国内の従業員と新卒採用における男女の比率は、ほぼ半数で、雇用や待遇においても男女の均等な機会が確保されています。女性管理職比率は23.3%で、この5年で徐々に増加しています。短時間勤務制度や柔軟な働き方に加え、社員が安心して出産・育児・介護と仕事を両立し、キャリアを継続できるよう、育児休暇の復帰支援やキャリア相談などを行っています。また、互いのバックグラウンド、価値観を相互に理解し、チームとしてさらにより良い働き方が実現できるよう、複数のグループ会社社員が交流する形で「働き方ワークショップ」を実施。2020年度はすべてオンラインで行い、全19回、約190人

が参加しました。ライフプランやキャリア形成が多様になる中、個々の価値観に目を向けて必要な支援をしていくことが、ワーク・ライフ・バランスを保ち、働き続けるために重要なことと考えています。

女性に関するデータ

(年度)	2016	2017	2018	2019	2020
女性従業員比率	46.0	46.4	49.3	50.0	49.4
新卒採用における女性比率	65.3	53.4	51.9	46.4	49.2
女性管理職比率	19.4	21.7	22.7	23.0	23.3
女性役員比率	13.5	12.2	14.0	14.8	15.6

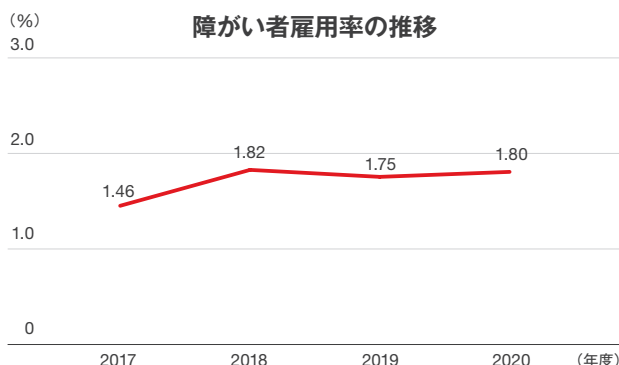
対象：(株)インテージホールディングス、(株)インテージ、(株)インテージリサーチ、(株)インテージヘルスケア、(株)インテージテクノスフィア、(株)インテージ・アソシエーツ

障がい者の活躍支援

インテージグループは、障がいがある社員の「個」を大切に、それぞれが能力を発揮して持続的に成長できるように働く環境を整えています。2015年から知的障がいのある社員を雇用。社内便などのオフィスサポート業務に加え、グループ各社から個別の仕事を受託して、対応業務を拡大しています。さらに、自己啓発の一環として「SDGs勉強

会」を実施し、17のゴールについて学んだり、自分にできる社会への貢献について考えたりと、自らが学び、成長する機会を創出しています。

また、2019年からは障がい者アスリート社員も活躍しています。すべての従業員が相互に刺激を与え合い、これからも「違いを認め、高め合える」職場づくりを目指していきます。



「SDGs勉強会」



インテージグループのワークスタイル

生き生きと働ける
ワークスタイルを実現します



働き方改革の取り組み

インテージグループは、一人ひとりがプロフェッショナルとしての意欲や能力を、最大限に引き出すための施策を行っています。働く場所や時間の自律的な選択として、コアタイム(必ず勤務する時間帯)を撤廃したフルフレックス勤務とリモートワークの拡充を2017年から進めています。

また、自らキャリアを考える仕組みとして、中途採用のポジションをグループ内外で公募する「グループジョブチャレンジ」を推進しています。ジョブチャレンジによる異動は、社員のキャリア形成の可能性を広げ、働きがいやグループの人材流動の活性化にもつながると考えています。

2020年度は、在宅勤務を中心とした働き方にシフトしたことで、業務プロセスの見直しやオンラインでのコミュ

ニケーション、オフィスのあり方を検討しました。業務プロセスでは、紙書類への押印からPDF対応に切り替え、電子契約書に移行するなどオンライン化を進めています。また、組織や会社の垣根を越えて社員がつながることを目的に、社内SNSやWeb会議サービスを使って自発的にイベントやコミュニティを形成し、コミュニケーションの充実化に向けて取り組んでいます。

これからのオフィスのあり方については、コラボレーションしやすいオフィス環境について社員の声を聞きながら、個人とチームが価値を最大化するための新しい働き方を追求しています。

学び合う好循環を確立する「KTPT (Know today, Power tomorrow)」

インテージグループは、自発的な知見の共有を目的にしたオンラインイベント「KTPT」を、グループ横断で定期的で開催しています。毎回3人が発表者となり、仕事で得た気づきやコミュニケーションに関する工夫など、さまざまなテーマでプレゼンテーション。社員は自由に参加し、感想の書き込みや質問の投稿で、知見を補足するなど交流を楽しむことができます。

この取り組みは、社員同士のつながりとポジティブなマインド醸成に寄与することが評価され、2021年「HRテクノロジー大賞」で奨励賞を受賞しました。

実施状況 (2021年7月30日時点)

実施回数

38回

累計参加者数

3,700人以上

累計登壇者数

100人以上

(国内外グループ24社中15社)



従業員の健康維持と促進

インテージグループの健康管理は、株式会社インテージ・アソシエイツの健康づくり推進部が中心となり、定期健康診断や、産業医面談、ストレスチェックを行っています。

また人事と連携してグループ社員の心身の状態を把握する「コンディションメーター」を定期的実施。勤務形態、仕事への意欲、体調面・心理面の把握、睡眠状態などの簡易なアンケートによるモニタリングで、従業員の心身の体調の変化をスピーディーに把握し、適切な対応につなげています。これはIMR社員調査 (Internal Marketing Research) とともに、従業員のQOL (生活の質) の向上や安心して働き続けられる環境づくりに役立てられています。



2021
健康経営優良法人
Health and productivity
ブライト500

株式会社インテージ・アソシエイツが健康経営優良法人2021 (ブライト500) に認定

経済産業省と日本健康会議が主催する健康経営優良法人認定制度において特に優良な健康経営を実践している企業として2021年3月、『健康経営優良法人2021 (中小規模法人部門) ブライト500』に認定されました。

環境への取り組み

Environment

インテージグループは、気候変動による事業への影響に適応するとともに、企業活動に伴い発生する環境負荷の低減に取り組んでいます。電気使用量の削減をはじめ、労務環境の効率化や省エネ活動の推進により、オフィスのCO₂排出量を抑制し、あわせて紙の使用量削減やリサイクル、グリーン購入の推進に取り組んでいます。

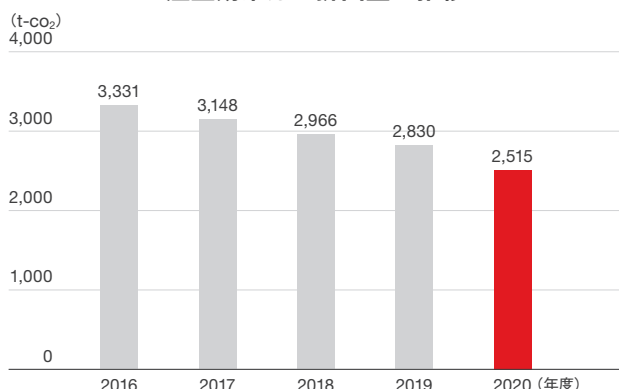
気候変動への対応

インテージグループの温室効果ガスの排出は、そのほとんどがオフィスとデータセンターの電気使用量によるものです。2020年度は新型コロナウイルスの感染拡大を抑制するため、グループをあげて在宅勤務を最大限に活用してきたこともあり、国内事業所の合計による温室効果ガス排出量が昨年比11.1%削減しました。

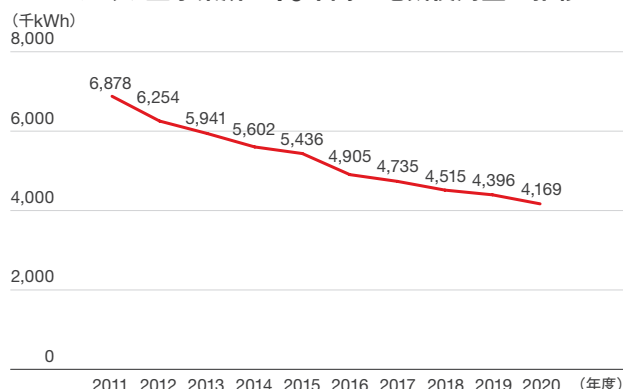
また、10年にわたりESCO事業者[※]の協力のもと、ひばりヶ丘ビル内の設備の改善やエネルギー効率の高い器具へ切り替えるなどの省エネルギー施策を継続して実施。経済産業省資源エネルギー庁の省エネ優良事業者として6年連続評価されています。

[※]ビルの省エネルギーに関するサービスを提供する事業者

温室効果ガス排出量の推移



ひばりヶ丘事業所の10年間の電気使用量の推移



データセンターの持続可能な取り組み

グループ向けのITインフラや業務アプリケーションと、お客様の機器やデータを預かるデータセンターは、ひばりヶ丘事業所の電気使用量の65%を占めています。そのため、定期的な電気使用量のモニタリングや関連するICT機器の運用とサーバー環境の保守に努めています。データ量の増加と機器の高性能化に伴う熱を抑えるため、ラックの空調改善として温度センサーと連動した床ファンの設置や、年2回温熱環境調査を実施しています。

また、気候変動による災害やパンデミックの際にも、24時間365日の管理体制を実現するために、データセンターの管理業務にリモート化を取り入れ、2020年5月から遠隔でのサポート対応も可能にしました。事



業継続や各種システムの安定的な稼働に寄与することで、お客様の持続的なビジネスの価値向上に貢献していきます。

役員一覧 2021年9月29日現在



石塚 純晃

代表取締役社長

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)



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
2010年8月
当社入社
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



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)



宮内 清美

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

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



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
カゴメ株式会社入社
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)



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)

岸 志津江

社外取締役
独立役員

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)

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取締役 (現任)

中島 肇

監査等委員である社外取締役
独立役員

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

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)

2021年4月
桐蔭横浜大学法学部客員教授 (現任)

三山 裕三

監査等委員である社外取締役
独立役員

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)

鹿島 静夫

監査等委員である社外取締役
独立役員

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・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社外取締役 (現任)

Governance

当社は、株主、顧客、取引先、社員および地域社会などの多数のステークホルダーに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・透明性などの確保が重要な責務であることを認識した上で、透明・公正かつ迅速・果断な経営の意思決定を行うための実効的な仕組みの確保・充実に努め、持続的な成長および中長期的な企業価値の向上を目指しています。

基本的な考え方

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う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、従業員など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、従業員など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、遵法精神に則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。2021年2月19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。

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り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なら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
・ 取締役会の実効性評価を外部評価にて初実施
・ 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
・ 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
・ 取締役を1名増員

2021年 ・ 取締役会の実効性評価を外部評価にて実施

役員構成 (2021年9月現在)

社内・社外役員の構成



男女の構成



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）7名（うち社外取締役1名）およ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などを行っており、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および執行役員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およ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。

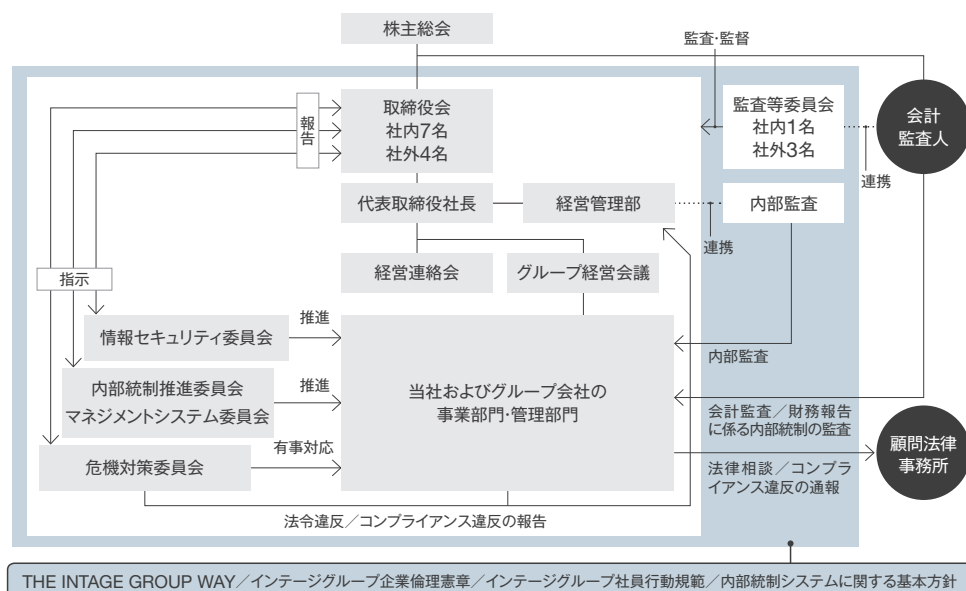
監査等委員会は、監査等委員である取締役4名（うち社外取締役3名）で構成し、原則として毎月1回開催しております。また、常勤の監査等委員である取締役が内部統制推進委員会などの重要な会議へ出席し、監査等委員会において他の監査等委員である取締役（社外取締役）に報告の上、監査等委員会の意見の取り纏めを行うなど、経営に対する監査および監督機能の強化を図っております。

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おります内部監査部門は8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、期中および期末は適宜、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。



取締役会の実効性評価(2020年度)

取締役会は、毎年、アンケートやヒアリングなどの実施により得られた各取締役の自己評価なども参考にしつつ、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、取締役会の運営などについての意見聴取を行います。

本年は8月に当社の取締役11名(監査等委員でない取締役7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、回答結果の分析などを行いました。

取締役会の実効性をより高めるための改善事項などをより客観的に把握するため、昨年に続き本年も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、取締役会の構成が適切であると

の認識のもと、社外取締役が各自の知見を活かし会社の持続的な成長に資する助言を行い、取締役会がその意見を尊重した上で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、取締役会の議案に係る事前インプットの充実化や任意の委員会である指名・報酬委員会の適切な役割発揮など、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、企業価値向上に向け取締役会の実効性を最大限発揮するために、特に中長期の経営計画、資本政策、財務戦略について、社外取締役を交え株主視点に立った議論の充実化を図り、これに適した取締役会の構成や機関設計の検証、取締役会議題(付議基準)の精査や、取締役に対する情報提供のあり方について引き続き見直しを行うなど、更なる改善・工夫を実施・検討してまいります。

役員スキルセット

当社は第13次中期経営計画の基本方針を「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」とし、新型コロナウイルス感染症や少子高齢化・社会成熟化などによる生活者およびお客様の変化を捉え、顧客ビジネス戦略(構築&)実

行パートナーとなるためにデータの価値化やデータ活用の仕組化の強化・拡大に取り組んでおります。これらの事業推進および積極的な投資などのリスクテイクを支える経営体制として、マーケティングをはじめとするスキル、専門性と高い見識を備えた取締役を選任しております。

	氏 名	役 職	取締役 在任年数	スキルセット			
				マーケティング/広告	データ活用/DX	システム/IT	
取締役	石塚 純晃	代表取締役社長	15	●	●	●	
	池谷 憲司	取締役 CFO、内部統制担当	5		●		
	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	5	●	●		
	宮内 清美	取締役 マーケティング支援(消費財・サービス)海外事業担当、 海外事業統括本部長	4	●	●		
	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	2	●	●		
	大竹口 勝	取締役 経営企画担当	1	●	●		
	岸 志津江	社外取締役	6	●			
監査等委員 である 取締役	井上 孝志	監査等委員である取締役(社内)	1	●	●		
	中島 肇	監査等委員である取締役(社外)	5				
	三山 裕三	監査等委員である取締役(社外)	4				
	鹿島 静夫	監査等委員である取締役(社外)	3				
執行役員	須川 壮己	執行役員 CIO、グループシェアードサービス担当	—			●	
	饗庭 忍	執行役員 CTO、ビジネスインテリジェンス事業担当	—		●	●	
	竹内 透	執行役員 経営管理部長	—				
	長谷川 順一郎	執行役員 海外事業CSO	—	●	●		

(注) 役員の略称について: CFOは、Chief Financial Officer(最高財務責任者)、CWOは、Chief Workstyle Officer(最高働き方改革推進責任者)、CIOは、Chief Information Officer(最高情報責任者)、CTOは、Chief Technology Officer(最高技術責任者)、CSOは、Chief Strategy Officer(最高戦略責任者)の略



コーポレートガバナンスの詳細につきましては、弊社HPにてご覧ください。
<https://www.intageholdings.co.jp/sustainability/governance/>



社外取締役メッセージ

インテージグループの 「生活者の視点」とはどのような 意味があるか

社外取締役（監査等委員）
 弁護士 中島 肇

消費者の行動が「モノ消費からコト消費へ」変化していることが指摘され、この傾向はコロナ禍でさらに加速しているように見えます。「モノ消費」はモノ（商品・サービス）の機能的価値の消費であるのに対し、「コト消費」はモノに込められた文化的意味の消費（体験すること）といわれます。古い例では、ソニーの「ウォークマン」は、屋外を移動しながら音楽を楽しむという「コト消費」を提案することで新しい価値を創造しましたが、それまで音質という機能を重視してきた音響機器メーカーには考えつかなかったといわれています。「モノ」（機能）からの発想では新しい消費者の需要（価値）を創造できないだけでなく、コモディティ化によって価値を失うのです。

インテージグループはデータの活用によって企業のマーケティングを支援する会社ですが、次のステップとして、新たな企業価値の創造を提案する会社への脱皮を目指しています。そこで、データによって上記のような「コト消費」の傾向を把握することができるかが、次のステップの生命線になると言っても過言ではありません。

インテージグループが掲げる「生活者の視点」とは、「モノ」のデータ（機能的データ）に「コト」のデータ（生活の中での意味）を付加することによって「コト消費」を把握するという考え方であると理解できます。このグループが、新しいデータ収集（調査方法）の開発・投資を活発に行っているのも、いかにして「生活者の視点」から「コト消費」の傾向をつかむ新たな調査方法を開発しようとする努力の表れであると私は見ており、次のステップへの脱皮を期待しております。

スキル、専門分野

グローバル

財務/会計

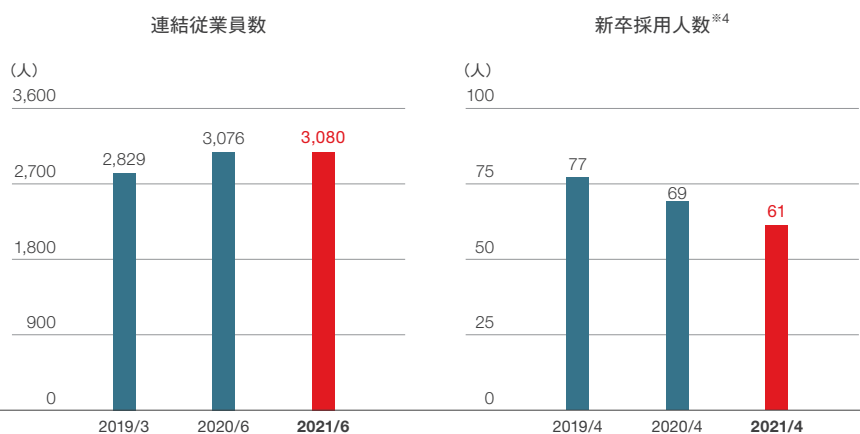
法務/リスクマネジメント

		●	●
●			
●			
		●	●
●			●
●	●		
			●
		●	●
●			

10年の主要財務・非財務データ

	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3
会計年度				
売上高	¥36,658	¥39,930	¥42,508	¥43,925
売上原価	25,874	29,121	31,107	31,723
販売費及び一般管理費	7,898	7,499	7,895	8,630
営業利益	2,885	3,309	3,505	3,571
親会社株主に帰属する当期純利益	1,325	1,249	1,642	2,463
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,943	3,433	3,612	2,947
投資活動によるキャッシュ・フロー	(3,341)	(1,332)	(1,151)	2,327
財務活動によるキャッシュ・フロー	675	(960)	(592)	(4,940)
現金及び現金同等物の期末残高	4,599	5,906	7,926	8,366
会計年度末				
総資産	27,730	29,398	33,740	33,301
純資産	14,517	15,493	17,171	19,917
自己資本比率(%)	52.3	52.5	50.5	59.3
1株当たり情報(円)				
当期純利益 ^{※1}	32.96	31.07	40.83	61.52
純資産 ^{※1}	360.56	383.65	423.24	494.50
配当金 ^{※2}	12.50	12.50	13.75	15.00
その他の情報(%)				
売上高営業利益率	7.9	8.3	8.2	8.1
ROA(総資産当期純利益率)	5.1	4.4	5.2	7.3
ROE(自己資本当期純利益率)	9.4	8.4	10.1	13.4

非財務データ

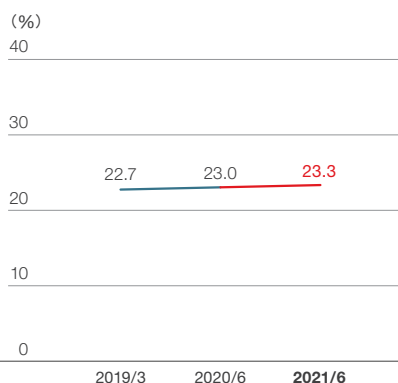
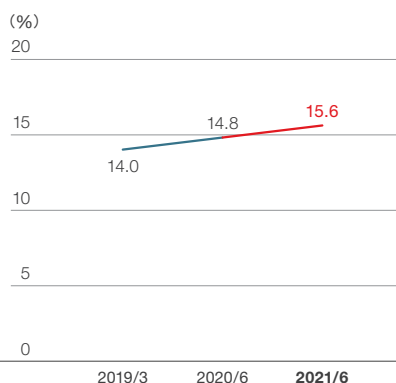
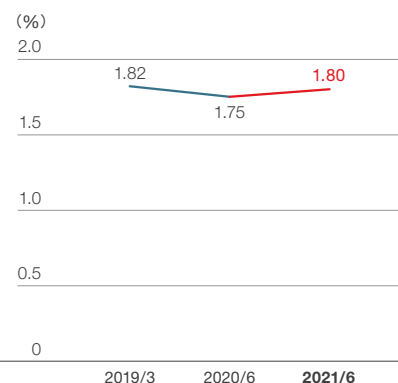


※1 当社は、2013年10月1日付普通株式1株につき2株の割合および2017年10月1日付普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。そのため、2011年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

※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

2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/6 ^{※3}	2021/6
¥45,481	¥47,987	¥50,499	¥53,986	¥66,880	¥57,558
33,257	34,603	35,732	37,891	47,971	39,358
8,340	9,115	10,743	11,826	15,129	13,778
3,883	4,268	4,023	4,268	3,779	4,421
2,326	2,871	3,050	2,859	1,683	3,372
1,713	4,072	3,188	4,279	7,032	4,845
(1,791)	(2,110)	(2,414)	(4,087)	(1,402)	(1,241)
1,566	(1,300)	399	(58)	(5,518)	(1,354)
9,812	10,418	11,622	11,720	11,779	14,132
36,830	39,067	41,486	45,524	41,489	45,443
21,338	23,771	27,428	28,987	28,335	30,218
57.5	60.3	65.5	63.3	67.8	66.0
58.28	71.91	76.08	69.47	41.99	84.40
530.09	589.87	660.69	699.51	704.73	750.50
16.25	17.50	20.00	22.00	30.00	35.00
8.5	8.9	8.0	7.9	5.7	7.7
6.6	7.6	7.6	6.6	3.9	7.8
11.4	12.8	12.0	10.2	5.9	11.6

女性管理職率^{※4}女性役員比率(執行役員含む)^{※4}障害者雇用率^{※5}

※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カ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	2020/6	2021/6
流動資産		
現金及び預金	11,871,383	14,226,080
受取手形及び売掛金	8,717,504	9,450,967
商品	12,018	10,090
仕掛品	2,205,866	2,145,904
貯蔵品	93,257	91,687
その他	1,422,083	1,273,797
貸倒引当金	△ 6,550	△ 3,359
流動資産合計	24,315,563	27,195,168
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	6,022,706	6,005,981
減価償却累計額	△ 4,733,972	△ 4,845,539
建物及び構築物(純額)	1,288,734	1,160,441
器具備品	1,475,976	1,487,356
減価償却累計額	△ 1,138,670	△ 1,205,983
器具備品(純額)	337,305	281,373
土地	1,998,156	1,998,156
リース資産	1,170,396	1,027,481
減価償却累計額	△ 716,862	△ 529,597
リース資産(純額)	453,534	497,884
その他	3,147	—
減価償却累計額	△ 419	—
その他(純額)	2,727	—
有形固定資産合計	4,080,458	3,937,855
無形固定資産		
のれん	281,118	1,809,797
その他	2,233,124	2,175,533
無形固定資産合計	2,514,242	3,985,330
投資その他の資産		
投資有価証券	6,775,947	6,496,876
繰延税金資産	2,200,573	2,143,477
退職給付に係る資産	—	6,343
その他	1,608,227	1,683,677
貸倒引当金	△ 5,523	△ 5,637
投資その他の資産合計	10,579,224	10,324,736
固定資産合計	17,173,926	18,247,922
資産合計	41,489,489	45,443,091

単位:千円

負債の部	2020/6	2021/6
流動負債		
買掛金	2,602,144	2,829,961
短期借入金	48,180	32,780
リース債務	181,435	208,011
未払金	2,695,525	950,508
未払法人税等	105,467	1,236,802
未払消費税等	469,032	1,434,149
賞与引当金	1,127,519	2,300,925
ポイント引当金	1,606,099	2,009,437
その他	1,950,348	1,694,008
流動負債合計	10,785,752	12,696,584
固定負債		
長期借入金	300,000	623,090
リース債務	310,631	331,627
株式給付引当金	154,577	154,252
役員退職慰労引当金	41,198	41,198
退職給付に係る負債	1,452,073	1,251,809
資産除去債務	98,731	100,446
その他	10,730	25,757
固定負債合計	2,367,941	2,528,181
負債合計	13,153,694	15,224,765

単位:千円

純資産の部	2020/6	2021/6
株主資本		
資本金	2,378,706	2,378,706
資本剰余金	1,790,744	1,788,330
利益剰余金	23,908,257	26,068,018
自己株式	△ 391,250	△ 367,494
株主資本合計	27,686,458	29,867,560
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	732,503	703,921
為替換算調整勘定	294,977	390,079
退職給付に係る調整累計額	△ 570,823	△ 968,475
その他の包括利益累計額合計	456,657	125,525
非支配株主持分	192,680	225,240
純資産合計	28,335,795	30,218,325
負債純資産合計	41,489,489	45,443,091

連結損益計算書

単位:千円

	2019/4/1-2020/6/30	2020/7/1-2021/6/30
売上高	66,880,935	57,558,996
売上原価	47,971,920	39,358,905
売上総利益	18,909,015	18,200,090
販売費及び一般管理費	15,129,142	13,778,962
営業利益	3,779,872	4,421,128
営業外収益		
受取利息	4,587	3,986
受取配当金	70,114	49,600
持分法による投資利益	108,037	235,531
投資事業組合運用益	—	382,123
助成金収入	—	134,104
その他	70,284	39,717
営業外収益合計	253,023	845,063
営業外費用		
支払利息	41,450	20,969
投資事業組合運用損	72,003	—
固定資産除却損	77,323	60,624
為替差損	34,159	38,224
その他	68,594	65,211
営業外費用合計	293,532	185,030
経常利益	3,739,363	5,081,161
特別利益		
投資有価証券売却益	18,035	359,574
特別利益合計	18,035	359,574
特別損失		
減損損失	560,608	—
投資有価証券評価損	256,403	245,541
段階取得に係る差損	—	158,261
特別損失合計	817,011	403,802
税金等調整前当期純利益	2,940,387	5,036,933
法人税、住民税及び事業税	1,381,187	1,489,796
法人税等調整額	△ 89,649	263,515
法人税等合計	1,291,538	1,753,312
当期純利益	1,648,849	3,283,621
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△ 34,677	△ 88,604
親会社株主に帰属する当期純利益	1,683,527	3,372,226

連結包括利益計算書

単位:千円

	2019/4/1-2020/6/30	2020/7/1-2021/6/30
当期純利益	1,648,849	3,283,621
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	104,340	△ 17,516
為替換算調整勘定	△ 61,068	105,695
退職給付に係る調整額	△ 320,009	△ 397,651
持分法適用会社に対する持分相当額	681	—
その他の包括利益合計	△ 276,056	△ 309,471
包括利益	1,372,792	2,974,149
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	1,412,719	3,041,094
非支配株主に係る包括利益	△ 39,926	△ 66,945

連結キャッシュ・フロー計算書

単位:千円

	2019/4/1-2020/6/30	2020/7/1-2021/6/30
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	2,940,387	5,036,933
減価償却費	1,519,791	1,285,536
減損損失	560,608	—
のれん償却額	100,369	57,345
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	5,213	△ 6,343
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	△ 56,442	△ 201,536
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	△ 35,472	—
賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 885,199	1,160,074
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△ 3,227	△ 3,076
ポイント引当金の増減額(△は減少)	70,714	214,948
株式給付引当金の増減額(△は減少)	38,056	△ 325
受取利息及び受取配当金	△ 74,701	△ 53,587
持分法による投資損益(△は益)	△ 108,037	△ 235,531
助成金収入	—	△ 134,104
支払利息	41,450	20,969
投資事業組合運用損益(△は益)	72,003	△ 382,123
固定資産除却損	77,323	60,624
投資有価証券売却損益(△は益)	△ 18,035	△ 359,574
投資有価証券評価損益(△は益)	256,403	245,541
段階取得に係る差損益(△は益)	—	158,261
売上債権の増減額(△は増加)	5,414,702	△ 756,057
たな卸資産の増減額(△は増加)	△ 844,338	80,466
仕入債務の増減額(△は減少)	△ 734,609	248,003
未払消費税等の増減額(△は減少)	30,865	953,630
その他	517,391	△ 2,232,256
小計	8,885,218	5,157,818
利息及び配当金の受取額	75,334	53,893
助成金の受取額	—	134,104
利息の支払額	△ 46,009	△ 21,158
法人税等の支払額	△ 1,882,123	△ 479,343
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,032,419	4,845,313
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	△ 82,980	△ 72,102
定期預金の払戻による収入	83,905	69,063
有形固定資産の取得による支出	△ 215,226	△ 214,844
無形固定資産の取得による支出	△ 1,373,388	△ 810,151
投資有価証券の取得による支出	△ 669,806	△ 658,135
投資有価証券の売却による収入	1,059,073	1,031,607
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△ 386,130	△ 796,093
貸付けによる支出	△ 4,655	△ 92,918
貸付金の回収による収入	3,748	95,839
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	△ 72,839	△ 67,564
差入保証金の回収による収入	225,688	25,090
保険積立金の払戻による収入	56,075	—
投資事業組合からの分配による収入	35,737	247,790
その他	△ 16,679	719
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,402,879	△ 1,241,700
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	9,243,350	8,007,200
短期借入金の返済による支出	△ 12,355,281	△ 8,047,520
長期借入金の返済による支出	△ 7,984	—
リース債務の返済による支出	△ 344,292	△ 199,886
非支配株主からの払込みによる収入	72,635	109,992
自己株式の取得による支出	△ 1,117,250	△ 107
配当金の支払額	△ 914,746	△ 1,211,529
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	△ 87,781	—
その他	△ 7,174	△ 12,901
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,518,524	△ 1,354,752
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 51,341	103,201
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	59,673	2,352,062
現金及び現金同等物の期首残高	11,720,295	11,779,969
現金及び現金同等物の期末残高	11,779,969	14,132,031

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	575億円(2021年6月期)
連結従業員数	3,080名(2021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

インテージグループ (2021年7月1日現在)

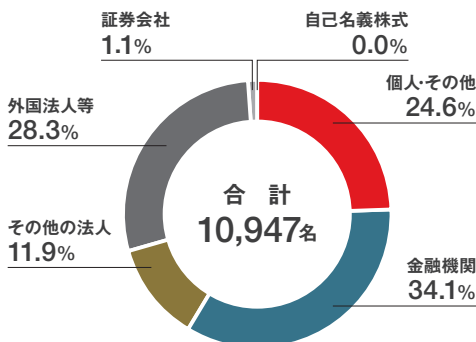
国内グループ会社	海外グループ会社
株式会社インテージ	英徳知市場諮詢(上海)有限公司
株式会社インテージリサーチ	INTAGE (Thailand) Co., Ltd.
株式会社インテージクオリス	INTAGE VIETNAM LIMITED LIABILITY COMPANY
株式会社リサーチ・アンド・イノベーション	INTAGE INDIA Private Limited
株式会社データスプリング	INTAGE SINGAPORE PTE. LTD.
株式会社インテージヘルスケア	CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITED
株式会社協和企画	PT. INTAGE INDONESIA
株式会社インテージリアルワールド	INTAGE USA Inc.
株式会社ブラメド	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 (2021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	10,947名

株式分布状況

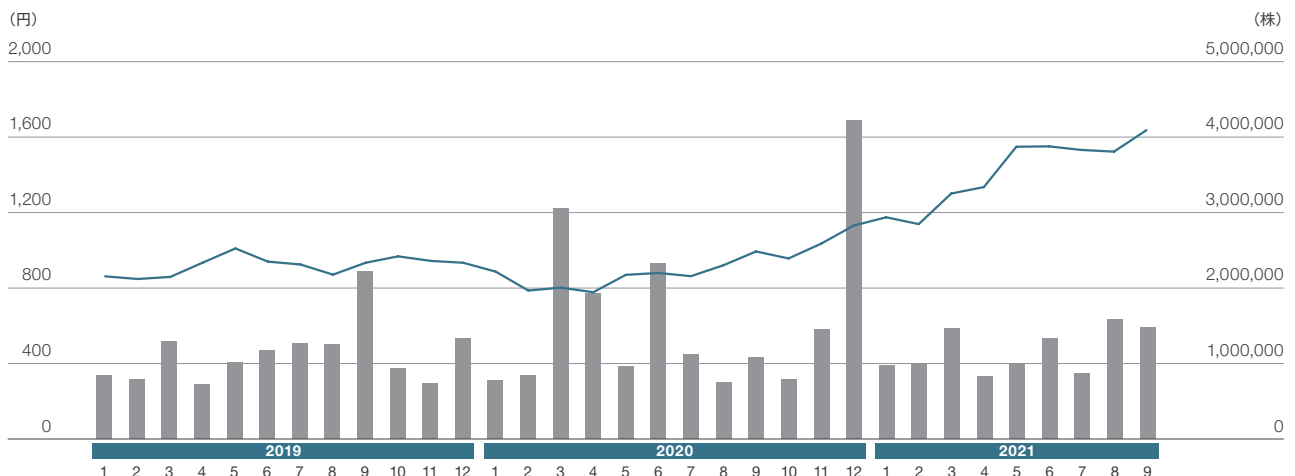


大株主の状況 (2021年6月30日現在)

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)	3,233,786	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 株式会社日本カストディ銀行	2,600,000	6.4
インテージグループ従業員持株会	2,176,299	5.4
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
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,788,300	4.4
NIPPON ACTIVE VALUE FUND PLC	1,700,000	4.2
大栄不動産株式会社	1,450,000	3.6
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,417,731	3.5
第一生命保険株式会社	1,400,000	3.5

(注) 持株比率は自己株式(10,559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

www.intageholdings.co.jp