



Know today, 知る、つなぐ、未来を拓く Power tomorrow

INTAGE GROUP REPORT 2022

インテージグループレポート 2022

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。

新型コロナウイルス感染症の影響の長期化に加え、ウクライナ問題等に起因する原材料高や原油価格高騰による企業の経済活動や家計への影響など不透明な状況が続く中、生活者のライフスタイルや意識、購買行動にも変化が起きています。インテージグループにおいては第13次中期経営計画の最終年度がスタートしています。私たちはこうしたお客様や生活者の変化を着実に捉え、強みであるデータを核として顧客ビジネスの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を目指し、進化し続けます。

At a Glance

パネル調査の顧客数^{※2}

約 **400** 社
2022年6月期

連結売上高

602 億円

29期連続増収^{※1}
2022年6月期

CONTENTS

P01	Who we are / At a Glance
P03	成長の軌跡と成長の理由
P05	OUR UNIQUE POINTS
P07	CEO MESSAGE
P11	インテージグループの存在意義
P13	ステークホルダー
P15	中期経営計画全体像
P17	特集:Research and Innovation
P19	CFO MESSAGE

P21	サステナビリティ
P24	社会 (Social)
P26	環境 (Environment)
P27	役員一覧
P29	コーポレート・ガバナンス
P33	10年の主要財務・非財務データ
P35	財務データ
P38	会社概要

インターネット
調査モニター
「マイティーモニター®」
アクセスパネル※³
388万人
2022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
24.7%
2022年6月末

※1 2020年6月期は決算期変更に伴う15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 (2022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

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

1960-1970s

- 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
- 1977 SLI(全国女性消費者パネル調査)スタート

※2021年7月にSRI+®(全国小売店パネル調査)に統合



1965

1980-1990s

- 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
- 1996 株式会社エム・アール・エス(現・株式会社インテージリサーチ)を資本参加により子会社化
- 1999 海外拠点の足がかりとなる上海事務所を開設



1980



1973

パネル調査
開始

1960

1965

1970

1975

1980

1985

1990

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

2005

2000s

2010s

- 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

連結売上高

602億円

29期連続増収

営業利益

46億円

売上高営業利益率 ▶ 7.7%

ROE

(億円)
700

11.3%

2022年6月期

SDGs
宣言を発表

THE
INTAGE
GROUP
WAYを発表

持ち株
会社制に
移行

社名変更と
株式公開

データ活用領域における積極的な
投資の実行およびM&Aの実施に
よる業容の拡大

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
りマーケティングリサーチの基盤を確立

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

(年度)

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カ月分の売上高562億円を使用しています。

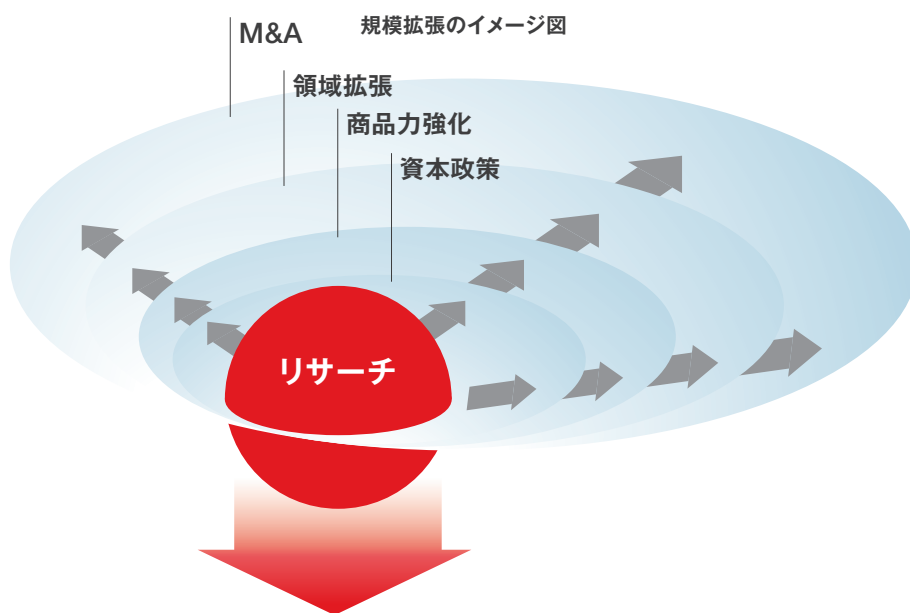
Our Unique Points

ユニークポイント

リサーチにとどまらない領域と規模の拡張

お客様と生活者の変化とともに今後更なる成長へ

現在のインテージグループの事業は、リサーチを中心としたビジネスを展開しています。新型コロナウイルスの影響などによりお客様や生活者を取り巻く環境が大きく変化中、我々のビジネスも変化に対応していく必要があります。今後は、データの価値化を軸として、リサーチからさらに活躍の領域を拡張し、さらなる成長を目指しています。領域や規模の拡大においては、事業の領域拡張や商品力の強化に加え、資本政策やM&Aにも注力していきます。

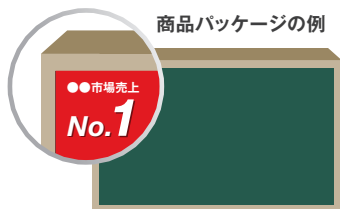


インテージグループの強み

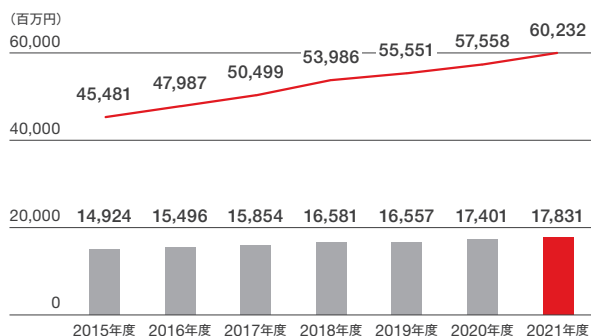
1 パネル調査による 安定的な業績貢献

さまざまなマーケティングの分析に使用できる“商品マスタ”を所有し、安定的な顧客基盤としてルーチン顧客としてパネルの顧客数約400社を有しています。

パネルデータを使用した
売上No.1表示



連結売上とパネル調査売上の推移

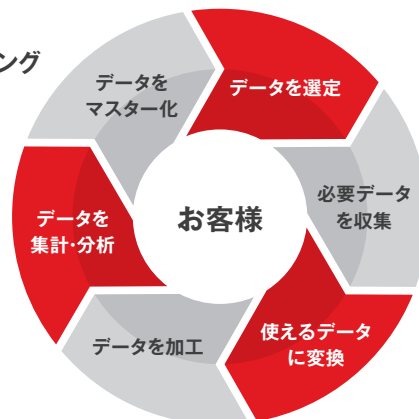


※2019年度は決算期変更に伴う15カ月の変則決算につき、2019年7月1日から2020年6月30日までの12か月間の数値を使用

2 データハンドリングによる データの価値化と仕組み化

「データハンドリング」とは、下図のように各フェーズでデータの価値を高める技術やスキル、ノウハウを指します。お客様が所有する大量のデータは必ずしもビジネスですぐに使えるデータにはなっていないものも多いのが現実です。インテージグループでは、適切なデータ収集をはじめ、形式の調整、集計・可視化、データアナリストによる分析・価値化・仕組み化などの技術やスキル、ノウハウを保有しています。

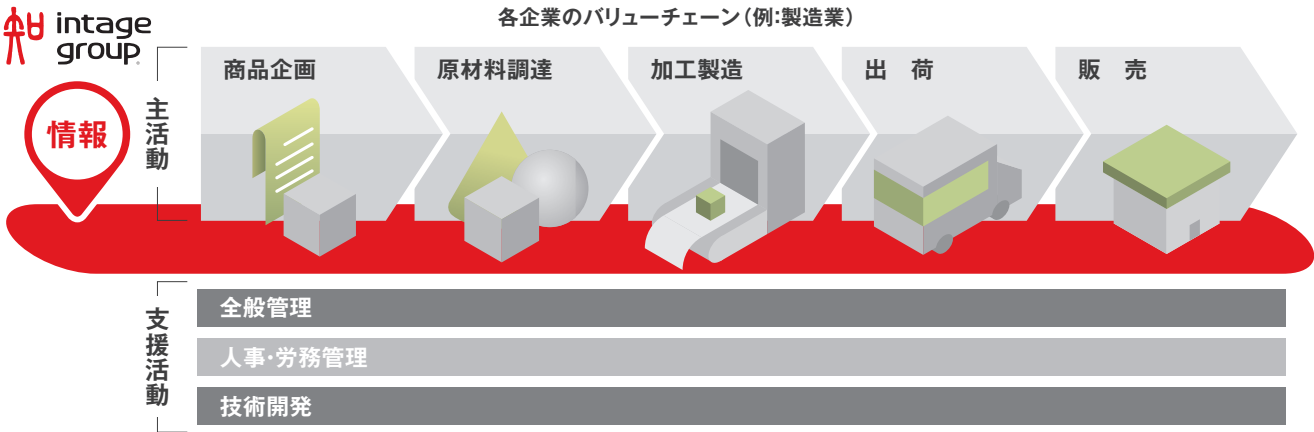
データハンドリング プロセス



データの重要性とチャンス

「情報」はどのフェーズでも必須

インテージグループはデータなどのさまざまな情報を収集し、加工・分析し、情報に価値を与えることを強みとしています。「情報」はお客様企業のバリューチェーンのすべてのフェーズにおいて必ず存在するものであり、マーケティングリサーチにとどまらない「情報の価値化」はビジネスチャンス拡大の可能性が大きいと考えています。



情報の価値化

3 リサーチに使用できる手法やデータの多様性

カスタムリサーチの手法のバリエーションの多さとモニターやデバイスによるデータ取得の豊富さは、インテージグループのマーケティングリサーチの強みの一つです。

生活者理解が可能となるインテージグループの所有データ例



多様な調査手法

定量調査	インターネット調査 パッケージデザイン最適化サービス リアルタイム動画評価サービス 位置情報ログに基づくスマホリサーチ 会場テスト 覆面調査 ホームユーステスト 郵送調査 店頭アンケート 店頭陳列調査
定性調査	リモートインタビュー フォーカスグループインタビュー デプスインタビュー
ノンバーバル調査(非言語調査)	表情解析を使った広告クリエイティブ評価 レスポンス・レイテンシー調査

Message from the President

社長メッセージ

環境変化を機会と捉え試行錯誤を重ねながら、中長期的な成長の実現と企業価値向上を目指す

代表取締役社長 石塚 純晃

コロナ禍におけるニーズを確実に捉え、オンラインシフトを加速

第13次中期経営計画(3カ年計画)2年目となる2022年6月期(2021年7月~2022年6月)は、パネル事業の好調に加えて、オンラインシフトの加速により収益構造も改善しました。

新型コロナウイルス感染拡大の影響で生活者の購買行動や意識が大きく変わる中、私たちが持っている消費財・サービス、ヘルスケアの分野における質の高いパネルデータに、オンラインでのリサーチを組み合わせることで、常に変化するお客様のリサーチニーズを的確にキャッチアップすることができたと考えています。

また、国内市場が成熟化する中、海外に進出するお客様の増加に加え、欧州、北米、中国、韓国からの東南アジア市場におけるアウトバウンド調査も伸長しています。2020年に子会社化した株式会社データスプリングとの連携によりオンラインシフトを一層加速させ、東南アジア各国における

モバイルのモニター数は順調に拡大しています。さらなるグローバルシフトに対応していくには、オンラインシフトの一層の推進も不可欠です。海外事業におけるオンライン比率70%以上を目指して引き続き取り組んでいきます。

その一方で、課題として残ったのが、リサーチ事業における旺盛な需要に対する人材のキャパシティ不足です。これに対しては、新卒採用強化による量的拡大、スキル教育による質的な底上げを図るとともに、人的ウエイトが低くスピード重視型のリサーチへの対応力を強化することで効率化を図っていく方針です。

オフライン購買プロセスを可視化させるための施策を着実に推進

すでに成熟した日本のマーケットにおいて、企業はより最適化された無駄のないマーケティング活動を求めています。その要望にお応えするために実現しなくてはならないのが、「オフライン購買プロセスの可視化」です。私たちは経営戦略の重点施策としてこの実現に向けて取り組んでいます。



一つ目は、リサーチ、テストマーケティング、販促・広告が一気通貫で実行できる“CX^{*1}マーケティングプラットフォームの確立”です。2024年の第1弾リリースに向けて、本格的な開発を開始しています。私たちが運営しているメジャーメントリサーチの代表的なパネルサービスである「SCI[®]」をベースとした生活者プロファイリングサービスと、テストマーケティング・広告・販促施策の実施とそのコンバージョン測定を担う「CODE」をベースとしたファン育成支援サービスを連携させ、40万人規模での実現を目指していきます。

二つ目は、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[®]」をリニューアルすることでサンプルサイズを2万4,000人に拡大し、データ精度の向上を図りました。それを株式会社スイッチメディアが持つSaaSのサービスに収納し、メディアプランニング支援効果測定ソリューションである「TVAL」をリリースしました。個人視聴に加えて共視聴、世帯視聴が把握でき、分析エリアの詳細化が実現できるため、広告主におけるメディアプ

ランニングの最適化を支援できます。インテージにおいてはコミュニケーション領域の再成長につなげていきたいと考えています。

三つ目は、“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「楽ラク!デジボード 定番長」β版の提供を開始しており、着実に設置台数は増えてきています。コロナ禍で対面営業が制限されたため苦戦を強いられましたが、さまざまな活用事例も蓄積されていますので、2023年6月期は積極的に進めていきます。

環境変化に対応し、試行錯誤を繰り返すことで国内ナンバーワンのポジションを堅持

新型コロナウイルス感染拡大、地球温暖化問題、地政学上の情勢の変化、エネルギーや原材料価格の高騰など、私たちを取り巻く環境は引き続き不透明な状況が続いています。それに伴い、生活者の意識や購買行動は変化していきますが、この生活者の変化を理解しようとするお客様のニーズは底堅いものがあります。ただ、一方で、昨今のさまざま

なコスト高騰の中、お客様においては、マーケティングの費用対効果に関してよりシビアになってきています。これまで以上に、私たちが持つパネルデータの価値を高めていくことの必要性が高まっています。

このように、環境変化に伴う新たな課題は、常に発生するものです。私たちはこれまでも、その時々々の環境変化をどうやってプラスに変えていくかを考え、実行してきました。例えば、創業期はSDI(全国一般用医薬品パネル調査、現在のSRI+®(全国小売店パネル調査))という薬局・薬店の在庫調査から始め、次にSCI®(全国消費世帯パネル調査、現在は全国消費者パネル調査に名称変更)を開始しました。その後、膨大なパネルデータを処理するためにIBM社の大型汎用コンピュータを導入したことが、現在のビジネス・インテリジェンス事業のビジネスにつながっています。また、お客様のマーケティング課題に応じて行うカスタムリサーチの領域もパネルデータで明らかになったことを深掘りしようという連携の中で拡大していったものですし、リアル調査からネット調査へのシフト、さらにはそれを海外に展開していったことも、環境変化への対応による結果であり、成果であると言えます。そして、いよいよCXマーケティングプラットフォームの確立が現実になろうとしているわけです。

市場が成熟化そして多様化していく中で最適化を図るには、どのようなターゲットにどのような手を打ったらどのような効果が出るか、ということをはっきりさせる必要があります。そのためには、環境変化をお客様や生活者がどのように受け止めるのかを真剣に模索し、生活者起点のマーケティングアクションと生活者の受け止めを明らかにするなどの試行錯誤を続けることが大切です。それをやってきたからこそ、当社は62年間にわたって成長を続けることができたのだと思います。もちろん、なかにはすぐに成果が出ないものもあります。むしろ地道にやり続けたことが成果につながる場合もありますし、過去に残念ながらやめてしまったものでもそこから得た知識や経験は次に生きてきます。これからも外部環境の変化を健全に恐れ、さらに機会と捉え、そして怖いからこそ一生懸命やる、という姿勢で臨みたいと思います。

顧客ビジネス戦略(構築&) 実行パートナーとして、顧客の課題解決とビジネス成果に貢献

私たちは、第13次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」を掲げています。

コア事業であるマーケティング支援(消費財・サービス)事業では、リサーチを通じて顧客のマーケティングに伴走し、

課題解決、ビジネス成果(アウトカム)に継続的に貢献していくアウトカムアプローチによる成長戦略を展開しています。そこに先ほど紹介したTVALやCXマーケティングプラットフォームといった武器が加われば、まさに戦略(構築&) 実行パートナーとして顧客のビジネス創造と変革に寄与できる存在となれるわけです。

マーケティング支援(ヘルスケア)事業においては、主力のリサーチ事業の復調を見込んでおり、臨床開発やRWD※2の活用の領域を強化することでデータサイエンス事業が大きく伸長しています。またDX(デジタルトランスフォーメーション)の一環として営業支援およびタレントマネジメント精緻化のためのデジタルツールを導入して、人材の成長と収益性のアップを目指しています。

ビジネスインテリジェンス事業においては、顧客のDXニーズに対して総合的な提案を行う「DX共創センター」による新規共創分野での拡販は一定の成果を上げています。今後はマーケティングにおけるデータ活用の仕組み化という領域で強化していければと考えています。

そして、中長期的には、少子高齢化、成熟社会化、価値観の多様化、DXの加速、グローバルシフトといった環境変化の中、コア事業のアセットを活用しながら、「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」によりお客様の課題解決に貢献することで、データ量・データ活用の増加とともにインテジグループの成長を実現していきます。

なお、現在、私たちは中期経営計画(3カ年計画)を掲げてはいますが、3年というスパンでは長期的な将来像を明確に示すのは難しいでしょう。もう少し長期的視点でのバックカスティング思考が必要です。例えば、将来的にどのような国内売上と海外売上のバランスを目指すかといった長期的な目標あるいは目指す将来像を示せるよう、今後検討していきたいと思っています。

M&Aやアライアンスを通じた価値増大を目指し、戦略投資を加速させていく

このたび、成長戦略に基づく投資活動を「基盤投資」と「戦略投資」に再定義しました。「基盤投資」は、リサーチにおける国内ナンバーワンのポジションを堅持する、あるいは生産性や顧客満足度をさらに高めるための投資です。一方、「戦略投資」は、ドメインの拡張、新規事業の創出、収益基盤の確立を目的とした投資です。今後はM&Aやアライアンスを通じた価値増大を目指して戦略投資を加速させていく方針です。

また、私たちは既存・新規事業領域におけるアライアンスを

※2 RWD(Real World Data):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

加速させることを目的とした「INTAGE Open Innovation Fund」を2016年に設立しましたが、このファンドを通じて投資した株式会社リサーチ・アンド・イノベーションが、2021年5月にグループ入りしました。それ以外にも国内外で多数のアライアンスが実現しており、具体的なシナジーも生まれてきています。ベンチャー企業の経営者たちは、イノベーションの原点ともいえる「スピード感」と「常識を疑う視点」という2つの武器を持っています。私たちも先進的なテクノロジーに触れることで、想像力や創造力が高まります。こうした意識をグループ全体に広げ、企業風土の強化を目指していきたいと思っています。

資本政策については、資本効率を重視し、最終利益を全額「株主還元」と「成長投資」に振り向けていきます。また、資本効率の向上および株主の皆様への利益還元を目的として、昨年に続き自己株式の取得の実施を決定しました。さらに当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えるとともに、株主の皆様との一層の価値共有を進めることを目的として、譲渡制限付株式報酬制度を導入しました。取締役の体制としては、第三者視点の強化、多様性の確

保、ビジネス経験の重視などの理由で1名増員し、社外取締役は5名体制となりました。

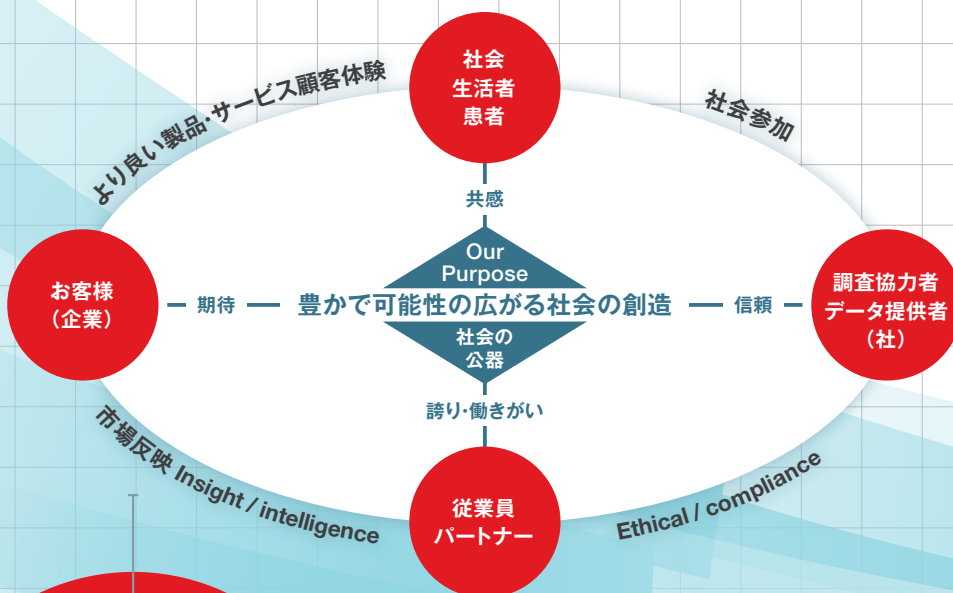
Purpose(志)を軸として 持続的成長と企業価値向上を目指す

私たちのビジョンは、「Know today, Power tomorrow 知る、つなぐ、未来を拓くー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。社会の公器としての私たちのPurpose(志)のもと、お客様・企業からの期待、社会そして生活者・患者からの共感、調査協力者・データ提供者からの信頼、従業員・パートナーの働きがいや誇りといったものを高めていくことが、当社の持続的な成長にとって必要不可欠だと感じています。こうした非財務価値をKPIとして体系的に測定して具体的に開示していくことを目指すプロジェクトも発足しています。これらを重視しながら長期的な企業価値向上を目指して透明性を担保し、健全な経営をしていく所存です。これからのインテージグループに益々ご期待ください。



インテージグループの存在意義

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



サステナビリティ

SDGs宣言

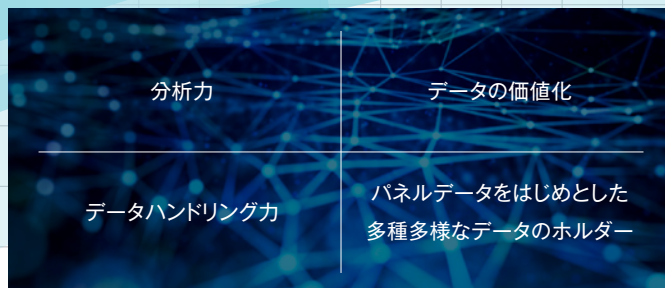
インテージグループは、データ活用環境の保全に努め、お客様の視点と生活者の視点をつなぐデータ活用価値の不断の向上によって、健やかで持続可能な社会の実現に貢献します



企業価値の向上

マーケティングリサーチにとどまらず、データビジネスの世界および生活者にとってなくてはならない存在へ

データを軸とした生活者理解



経営基盤

コーポレートガバナンス体制の強化により、経営の健全性と透明性を保つ

財務基盤

強固で健全な財務基盤および中長期的な成長に資する財務戦略(資本戦略/投資戦略)

顧客基盤

パネル調査のお客様であるメーカーのほか、グループの有する高い専門性に根差した商品・サービスを評価し採用するお客様など安定的な顧客基盤を有する

人材基盤

マーケティングリサーチやIT分野における専門性の高い分析力、業界理解、データハンドリング力などを持つ多種多様な人材を有する

マテリアリティ(重要課題)

「事業による社会課題の解決への貢献」と
「持続的な貢献を支える基盤」に大別した
上で7つのマテリアリティを策定

**社会的データ利活用により
「社会課題」の解決へ**

- 官公庁におけるグリーン購入の推進への継続的な関与の実施
- インテージの持つ生活者データを活用した産官学連携を本格化
- データクラウドなどを活用し生活者を始めとしたデータの連携を目指す

社会貢献・生活者の
幸せへの貢献

グループビジョン

変わらないこと 長期視点

THE INTAGE GROUP WAY
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

Our Stakeholders

インテージグループのステークホルダー

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。

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。

データ提供者



お客様・企業



対 象

- モニター、アンケート協力者
- 小売店舗
- 調剤薬局
- 医者、患者

- 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

期 待

- 正しいデータの管理・利用およびその合意
- 社会還元

- 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

メディア掲載事例

株式会社インテージの2022年4・5月メディア露出

4月4日	日経MJ	POSは語る カレールー・レトルトカレー ハウス食品、名店の味再現	4月22日	TBSテレビ「ひるおび」	<井のおびライブ>溜まったうつぶんを解き放て「ストレス発散法」ご紹介
4月5日	テレビ朝日「林修のレッスン!今でしょ」	<医学&科学で解明SP>「納豆」最高の混ぜ方・レッスン1「混ぜる食材」	4月26日	日本経済新聞 夕刊	「価格据え置き」、割安感鮮明 PB商品 独自仕様、売り場で存在感
4月13日	日経MJ	SDGs取り組み企業「応援」53% 高まる認知、行動に反映 インテージの消費者調査	5月2日	日経MJ	POSは語る バスタソースあえるだけの手軽さ人気「マ・マー」若者にも浸透狙う
4月14日	テレビ朝日「スーパーJチャンネル」	今年のGW 旅行など去年の2倍以上に 平均予算は…	5月3日	ロイター	Hope fizzles for Japan's 'revenge spending' splurge as inflation looms
4月15日	日本テレビ「スッキリ」	ゴールデンウィーク・最大10連休・3年ぶりの移動制限なし	5月3日	日本テレビ「バケット」	料理研究家おすすめ!オートミールの選び方&簡単オートミールレシピ
4月15日	メ〜テレ「アップ!」	GWのあなたの予定は?ハワイ行きツアー再開	5月4日	フジテレビ「LiveNewsイット!」	<タデヨミ>新型コロナウイルス後「初」人だかりのGW
4月16日	中日新聞 夕刊	GW「おうち派」↓「旅行派」↑ 15~79歳調査 ウィズコロナ進む?	5月6日	朝日放送「newsおかえり」	<おかえりニュースランキング>6位・驚異の伸長・オートミール
4月16日	日刊スポーツ	GW国内旅行 前年の3倍に	5月16日	読売新聞	熱中症 初夏も用心 飲み物やアメ 水分・塩分補給 蒸れにくいマスクも
4月16日	毎日新聞	「GWに国内旅行」3倍 前年比「ウィズコロナ」鮮明	5月17日	TBSテレビ「ラヴィット!」	<プロが選ぶ1番おいしいモノは?ラヴィット!ランキング>スーパー&コンビニで買えるプロテインバー
4月18日	東京新聞 夕刊	GW国内旅行 3倍に増加「自宅派」依然6割	5月19日	日本経済新聞	トマト、高機能サプリに 甘さ・彩り・GABA…単価上昇 高級マンゴー匹敵、1キロ5000円超も
4月18日	産経新聞	GW国内旅行 3倍の2割に 民間調査、自宅派6割	5月21日	中日新聞	核心 低所得・高齢者 負担さらに 消費者物価2.1%上昇 金融緩和9年 遠い好循環
4月18日	朝日放送「newsおかえり」	最大10連休のGW・国内旅行の予約が増加傾向	5月23日	日本経済新聞	コロナ下で利用多いアプリ 調べ2位、スマホ決済躍進 フェイスブックは後退
4月18日	フジテレビ「めざまし8」	<#NewsTag>「最大10連休」GWの過ごし方	5月24日	TBSテレビ「ラヴィット!」	<プロが選ぶ1番おいしいモノは?ラヴィット!ランキング>スーパー&コンビニで買える冷凍ピラフ
4月19日	日刊工業新聞	くわこや 男性化粧品専門店 開設 フラント体験 市場活性化	5月31日	テレビ朝日「羽鳥慎一モーニングショー」	<ショーアップ>ハンバーガー・テイクアウト需要高まり異業種からの参入続々
4月21日	読売新聞	公共交通・宿泊 大型連休 予約好調 県、自粛要請せず 感染対策両立 集客へ			
4月21日	フジテレビ「めざましテレビ」	GWの国内旅行注目は?			

従業員



- 正社員・派遣社員・契約社員・嘱託・パート・アルバイト

株主



- 株主の皆さま
- 債権者

パートナー



- 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

第13次
中期経営計画
3カ年
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

中計終了時に目指すべき姿

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

成長

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

事業拡張による成長

コア事業の底堅い成長

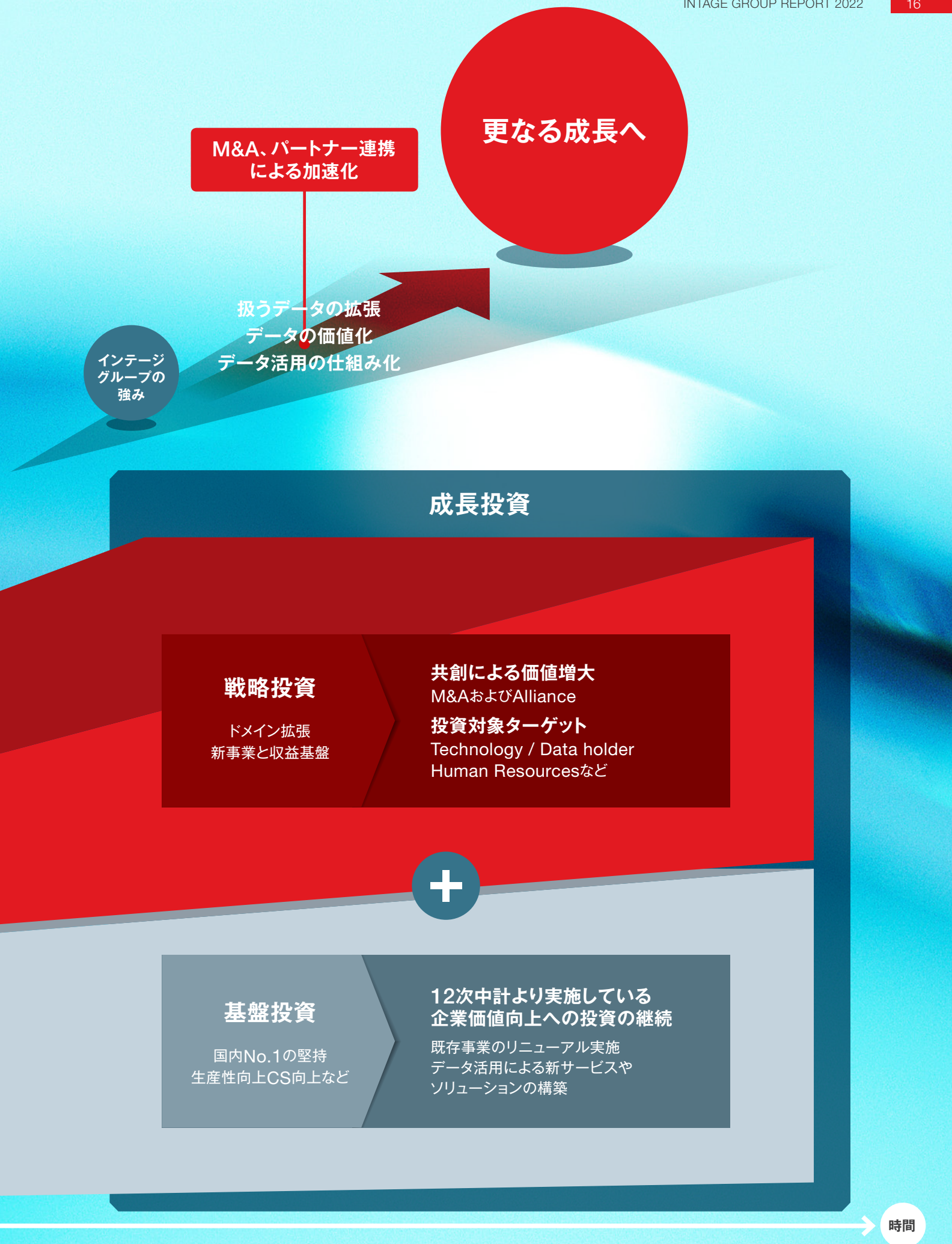
パネル調査の
強固な基盤を
ベースとした
マーケティング
支援および
幅広い業種の
顧客層

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



特集 株式会社リサーチ・アンド・イノベーション

インテージとの結婚は最速で次世代の仕組みを創り上げるための決断

2021年5月にインテージグループの仲間入りをした株式会社リサーチ・アンド・イノベーション（以下、RnIという）は、インテージの成長戦略の大きな柱の一つとして位置づけられています。

RnIが運営するアプリ「CODE」の魅力と、グループ入りで目指す「CXマーケティングプラットフォーム」の実現について、RnIの中岡邦伸社長にお話を伺いました。

CODEアプリで企業が消費者にダイレクトにアプローチできる仕組みを実現

当社は2011年に創業したベンチャーです。最初に、自身がこれまで培った覆面調査（利用客になりすました調査員による店舗従業員等の顧客満足度調査）のノウハウを基に、顧客体験型の「Mycomment」というサービスを立ち上げました。覆面調査の対象をメーカーや小売の商品に置き換えたこのサービスは、これまで調査会社では難しいとされた、実際の店頭で商品を買わせることや、家庭内での消費実態を把握できる仕組みで、店頭の状況や購入意向から商品利用後の満足度がどう変化するかを一気通貫で確認することを可能にしました。この手法は、多くのメーカーに採用され、「RnIでしかできない調査だ」という声を頂戴し、今もなお

ご利用いただいているサービスです。

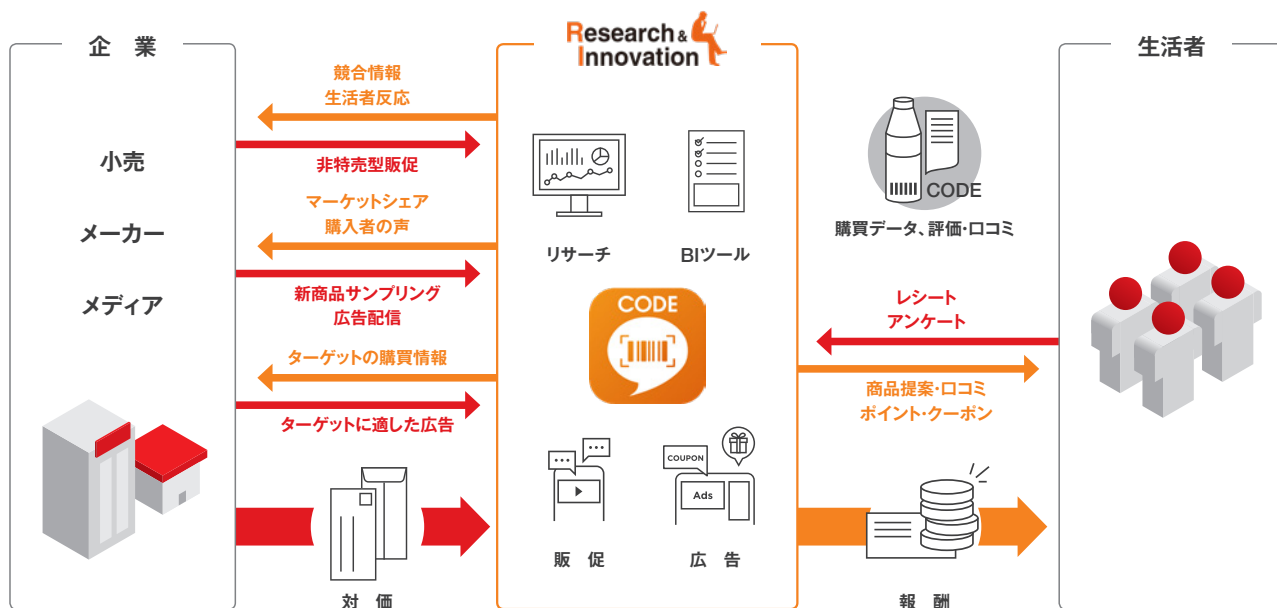
その後、調査の中で「買わせる」という行動をさらに自然にさせたいという考えから、自然購入した消費者（アプリユーザー）にアプローチ可能な「CODE」アプリを立ち上げました。このアプリは生活者の普段の購買データを取得し、そのデータを基に瞬時にアンケートを可能にし、また、特定商品を買わせるなどの販促機能も同時に実現したサービスです。また、購入した商品の口コミを投稿できる機能を同時

株式会社リサーチ・アンド・イノベーション

代表取締役社長 中岡 邦伸

CODEアプリ フロー図

リサーチ、テストマーケ、販促・広告がワンストップで実行できるプラットフォーム





に実装したことで、購買データに加えて数千万件規模の商品ロコミデータも蓄積され続けています。

このように、当社の強みは生活者の実態に迫る調査からスタートして、大量の買い物データ収集や、調査・販促・広告など消費者にダイレクトにアプローチできる仕組みを実現したことです。消費者のカスタマージャーニーに沿った考えと、企業の業務プロセスをリンクさせて考えることのできる会社であることも大きな強みだと思います。

CXマーケティングプラットフォームという 同じゴールを共有し、インテージと提携へ

インテージとは2018年に資本業務提携を結び、インテージの所有する商品マスタをCODEに活用する形でデータ品質の向上を目指しました。当初は、事業において重なる箇所もあり、協業と言えるような取り組みは、正直難しかったのが現実でした。ただし、当社が目指していたのは既存の商品調査や商品開発の業務プロセスを進化させ、企業が直接生活者とつながって調査や施策（広告や販促）を試せる新しいマーケティングプラットフォームを確立することでした。そこで、データやリサーチに関して誰もが認める第一人者であるインテージと組むことで、最速でプラットフォームを実現できると考えました。実はインテージが新しい領域として長年目指していたところも同じだったのです。だから、インテージの傘下に入ること（当社では結婚と呼んでいます）は、即ち、お互いのゴールは同じであるという認識をもって、両社の役割をはっきりさせることであり、それが

後述するCXマーケティングプラットフォームです。つまり、ゴールに向けての話が噛み合って合意できたから結婚したというわけです。もちろん当社の急成長に向けての協力も得られると確信しましたし、実際に業績面でも急成長しています。ベンチャーと大企業がタッグを組むわけなので、まだまだお互いの理解が進まない部分もゼロではありません。文化が異なるためインテージから当社へ出向したメンバーが戸惑うこともあります。しかしながら、それらは両者が確実に前進していく過程で当たり前が発生することであり、よりお互いの理解が深まり、ゴールが明確になり、前進スピードが加速することでもあります。実際2社のタッグは、強烈なエンジンとなって成長や事業を加速させていると感じます。事業内容やデータはもちろんです。私が思うインテージの本当の魅力は「人」です。優秀な人材が新しい仕組みを創れば何もかもが加速します。

CXマーケティングプラットフォームを通じて、当社の ビジョン「データで世界をもっと便利にする」を実現

今後は、消費者と小売やメーカーを購買データでつなぐ進化系CRM※「CXマーケティングプラットフォーム」を確立し、世の中のメーカーや小売の皆様にとって「当たり前のツール」にしていくことが直近の目標となります。もちろん、企業の業務プロセスを変えるような大きな話ですので、よほど良い仕組みでなければ活用されないでしょうし、購買データで検証できるが故に、例えば販促一つをとっても、より成果を求められることになります。成果が出るなら顧客企業としても使わない手はないと思いますが、難しいのは成功事例がないことです。つまりCXマーケティングプラットフォームそのものが前例のない話であり、さらに多くの機能はセルフ化され、企業が消費者と直接マーケティングを実施することにもなりますので、企業のマーケティングスキルにおいても、一定のスキルアップが必要になると思います。

ただし、以前のマーケティングでは生活者のお宅に訪問するとか、店頭に立って実際のお客様の声を聞くとか、アナログであるけれども良い手法を当たり前に行っていたと思います。私はこれらの手法を大変好んでいます。それが、IT化が進み、紙のアンケートをスマートフォンで回収するなど、さまざまなことがアナログからデジタルに置き換わって便利になった反面、お客様の生の声をお客様に近い場所で聞く手法は退化してしまったと思います。それをより便利な仕組みとして創り上げるのがCXマーケティングプラットフォームです。

前例がないものを造って企業に活用していただくこと、これは我々のビジョンである『「データで世界をもっと便利にする」を実現する』ことであり、社名の通りイノベーションです。これからも、ワクワクするものを造らなければ当社の存在意義はありません。今後の両社の取り組みに是非ご期待ください。

※CRM (Customer Relationship Management) : カスタマー・リレーションシップ・マネジメントの略。顧客管理によって顧客との関係性をマネジメントすること

利益配分に関する基本方針に基づく 財務マネジメントの強化により 中長期的な企業価値向上を実現

2022年6月期は変化に対応した営業力強化で 増収増益、成長投資も着実に実施

2022年6月期については、引き続き新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う緊急事態宣言の発出などが当社グループのビジネスに影響を及ぼしましたが、コロナ禍においてもさまざまな取組みによる安定的な事業体制をもとに、変化するお客様のニーズを捉えた営業力の強化が奏功し、増収増益を達成することができました。

また、第13次中期経営計画における基本方針「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―」のもと、成長のための投資にも注力しております。2022年6月期においては、株式会社インテージと2021年5月にグループ入りした株式会社リサーチ・アンド・イノベーションの協働により、基幹商品の一つであるパネル調査「SCI®」のリニューアルの実進を進め、あわせて次世代リサーチの充実と拡販の新たな取り組みとして2024年度以降に第一弾リリースを予定するCXマーケティングプラットフォームの開発に対しての投資を行ったほか、新たなサービスや商品の開発ならびにヘルスケア領域での人材に対する成長投資などを実施し、年間を通じほぼ予定通りの取組みとなりました。

利益配分に関する基本方針に基づき、 増配および自社株買いを実施

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づけており、昨年は近年の連結業績の推移や財務体質の改善を勘案し、株主の皆様への利益還元を一段と強化すべく利益配分に関する基本方針を一部変更いたしました。この変更によりKPIは、配当性向目標40%、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）目標4.5%以上としております。

2022年6月期の配当については、増収増益を受けて昨年の35円から38円への増配（配当性向44.0%、DOE5.0%）を実施いたしました。

また、基本方針において、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、2022年6月期においては2021年8月から2022年5月にかけて、

取締役
CFO 内部統制担当
竹内 透



最終結果72.3万株・約12億円の自社株買いを実施いたしました。加えて、2022年8月の決算発表と同時に、2022年8月から160万株・約20億（いずれも上限値）の実施について発表いたしました。

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2017年に格付投資情報センター（R&I）の格付を取得以来、BBB+を維持しております。この健全な財務基盤の下、「中長期的」な企業価値創造に向けた事業拡大のため、2022年6月期は積極的な成長投資を実行しており、今後も継続する予定です。

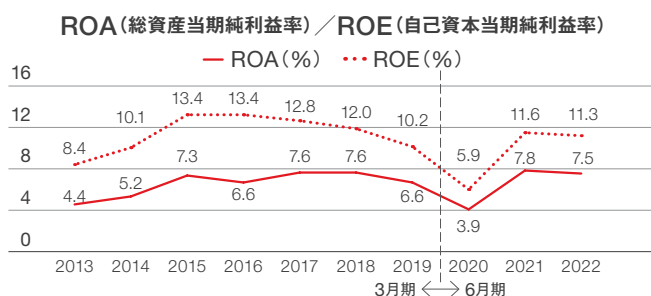
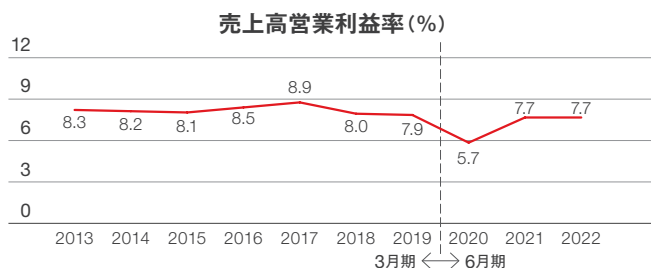
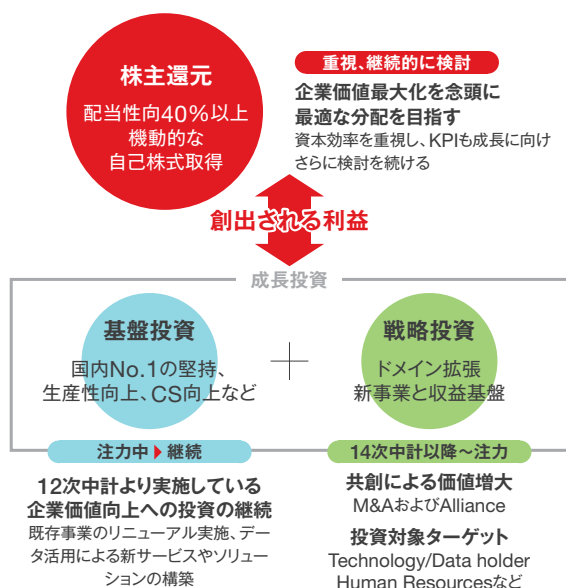
現状の資本政策としては、健全な財務基盤をベースに資本効率を重視し、最終利益を投資と株主還元へ振り向けていく考えです。今後、中長期的な成長という視点を重視していくにあたり、成長戦略に基づく投資活動を「基盤投資」と「戦略投資」に再定義することといたしました。「基盤投資」は現在

の中期経営計画で注力している既存事業のリニューアル実施やデータ活用による新サービスやソリューションの構築への投資にあたります。一方「戦略投資」は、さらなる成長に向けたM&Aやアライアンスなど共創による価値増大を予定しており、次の第14次中期経営計画以降の注力を想定しております。こうしたキャピタル・アロケーションに基づく財務マネジメントを更に強化してまいります。

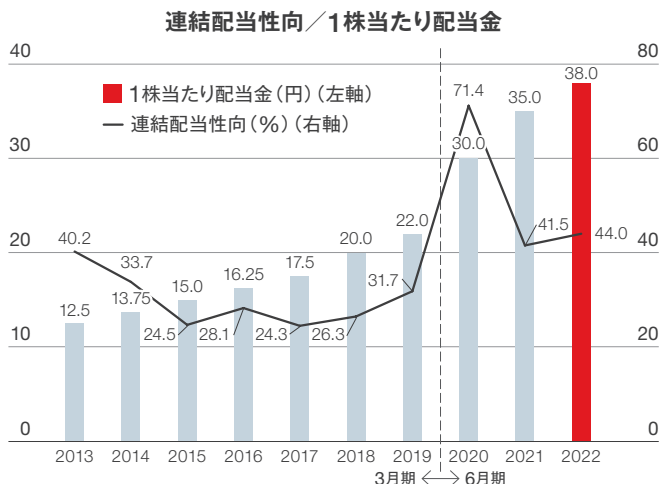
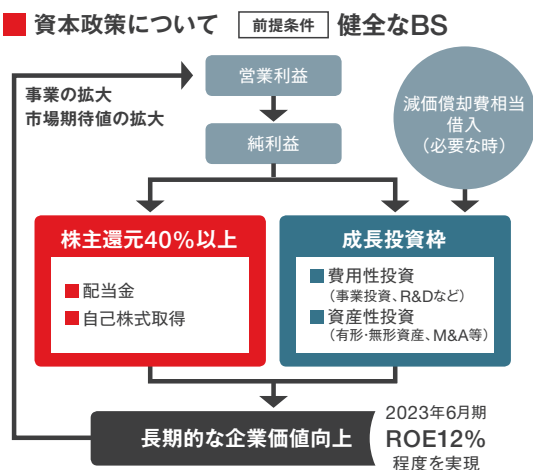
また、これらの当社の中長期的な成長戦略については、投資家との対話の中でしっかりと訴求していきたいと考えています。投資家とのエンゲージメントは、機関投資家・アナリスト向けの決算説明会や機関投資家へのIRミーティングを中心に積極的かつ継続的に実施してきております。対話を通じて出てくる当社の成長戦略・事業戦略・ESG等に対する質疑や意見表明は、当社の経営方針を検討していく中でヒントとなる場合もあり、建設的かつ重要な機会と位置づけております。

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。

■ キャピタル・アロケーションと成長投資の加速



■ 資本政策について



(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。

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さらに推進することで、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。2020年に策定したSDGs宣言ではその考えを標榜するとともに、マテリアリティ（重要課題）の特定も行い、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する取り組みを進めています。

西日本支社にて「サステナビリティ&SDGsオムニバス調査」リアルイベント開催



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

企業のサステナビリティ・SDGsへの関心が高まる中で、株式会社インテージの西日本支社では、2020年より、SDGs×マーケティングの視点でのお客様企業の販売促進・新製品開発の支援を視野に入れた自主企画調査（定量、定性）を実施しています。2022年6月には、本プロジェクトの2年目の取り組みとして、お客様企業とともに生活者のサステナビリティ・SDGsに関する実態を知り、企業間で感想を共有し合い商品・サービス開発の気づきを得るためのオムニバス形式のインタビューイベントを開催しました。イベントでは、参加したお客様企業（日用品メーカー、食品メーカー、電機メーカー、ペット関連メーカー等）がサステナビ

リティへの関心が高い生活者モニターにオンラインでインタビューを実施し、そのあとに参加企業間でのディスカッションを実施しました。



参加企業とインテージ社員によるディスカッションの様子

教育機関と連携した次世代のデータサイエンス人材の育成



明日を拓く人材を育成・輩出します



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

デジタル化のさらなる進展やネットワークの高度化、またスマートフォンやセンサーなどIoT関連機器の小型化・低コスト化によるIoTの進展により、ビッグデータを効率的に収集・共有できる環境が実現されつつあります。しかしその一方で、データを扱う人材の不足が課題になっています。これに対してインテージグループでは、教育機関と連携した次世代のデータサイエンス人材の育成に取り組んでいます。実践女子大学や滋賀大学、横浜市立大学など全国各地の大学のデータサイエンスを学ぶ学部や研究室に対して、自社のパネルデータ（過去のデータ）を加工して教材として提供したり、データサイエンティストとして働く社員がデータ分析を学ぶ学生への講義を実施したりするなどの取り組みを行っています。大学の一般的な授業で使う“答え”が出やすいデータではなく、リアルなデータの分析に試行錯誤す

る機会を学生に提供することで、データ分析の面白さがより伝わることを目指しています。加えて会社紹介をすることで、学生にインテージグループを知ってもらい、グループの将来を担うデータサイエンス人材の採用機会の増加にもつながっています。



当社社員による講義の様子

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。

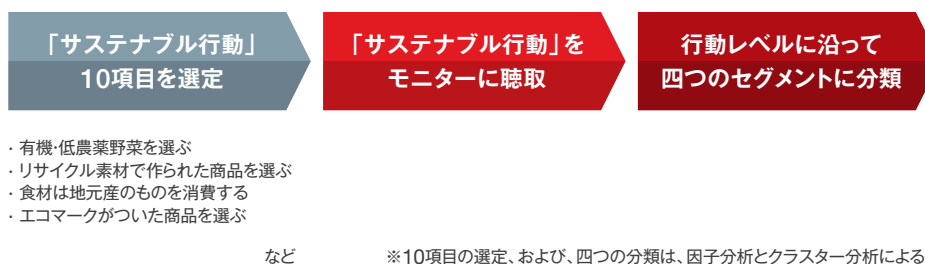
一方、お客様企業も、企業活動やマーケティング施策にSDGsの視点を組み入れ、環境や社会に配慮したサステナブルな商品づくりや、サービスの開発が進んできています。

「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



- ・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

※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

自主企画調査の実施

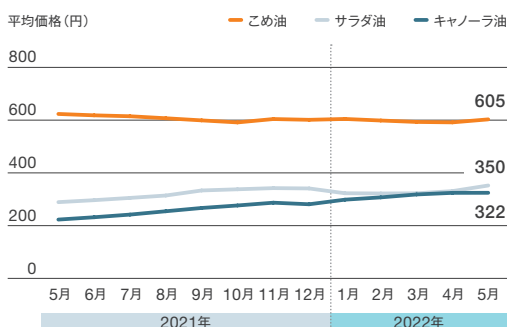


生活者視点の
データ活用でお客様の
ビジネス価値向上に
貢献します

インテージグループでは、めまぐるしく変化していく生活者の消費行動や社会の実態を捉えるため、さまざまなテーマでの自主企画調査を実施し、その内容を広く共有しています。例えば、最近メディアなどでもよく取り上げられている値上げをテーマに、実際に店頭での食料品などの販売価格がどれくらい上昇しているのかについて、当社の調査パネル「SRI+®」を使用して調べた自主企画調査を、2022年4月に発表しま

した。調査では実際に幅広いカテゴリーの食品で値上がりが起きていることが確認され、特にキャノーラ油やマヨネーズなどのカテゴリーで1.2~1.5倍近くの値上がりが確認されました。このような自主企画調査は、当社からのリリースとして発信されるほか、テレビ番組や新聞、経済誌などにも取り上げられ、データに基づいた社会変化の理解に役立つとともに、インテージグループの知名度向上に貢献しています。

食用油の平均価格トレンド(1kg当たり、スーパーマーケット)



前年比・販売容量(%)

カテゴリー	2021年								2022年				
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
キャノーラ油	92	88	79	84	93	83	83	89	86	79	68	72	74
サラダ油	94	75	79	84	70	83	97	103	141	126	134	164	145
ごめ油	133	145	148	165	163	155	151	150	162	132	146	148	138



「食用油の平均価格トレンド」2022.06.27 株式会社インテージ調査レポートより
https://www.intage.co.jp/news_events/news/2022/20220627.html

キッズウィークエンド

「夏のオンラインこどもフェス ―自由研究を楽しもう」 でインテージヘルスケアが授業を実施



明日を拓く人材を育成・輩出します

ヘルスケア領域を専門に医薬品のマーケティングリサーチなどを行う株式会社インテージヘルスケア（IHC）が、2022年7月に小中学生を対象にオンライン講座を開催し、全国各地から100人以上の子どもたちが参加しました。今回の講座ではIHCの従業員が講師となり、子どもたちに「アンケートを使ったリサーチの面白さ」を伝えるという目的のもと、社会に浸透しつつあるSDGsをテーマに身近な

環境保護への理解を深め、その後実際にSDGsに関するアンケートを作るというワークショップを実施しました。子どもたちにとってはアンケートの作り方から結果のまとめ方までを学ぶことでリサーチの仕事に触れることができる機会となり、BtoBの事業を行うIHCにとっては参加した子どもたちやその保護者に会社をPRする貴重な機会となりました。



IHC社員の講師による実際のオンライン講座の様子

医療費の増加という社会課題に向き合う



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

少子高齢化、医療費を含む社会保障費の増加などから、日本の医療は「国民皆保険制度が将来維持できるか」という経済的な課題に直面しています。そこで、税金が充てられる医療費を有効に使うため、従来の「治療の効き目や安全性」だけでなく「価格に見合った効果があるのか」という医療経済評価が議論されるようになり、2019年より一部の医薬品・医療機器の価格決定に「費用対効果評価」が行われるようになりました。これにより薬の価値の考え方も見直され、有効性・安全性に加えて、「患者のQOL^{※1}がどれくらい改善されるか」も重要とされるようになりました。この「患者のQOL」について、株式会社インテージヘルスケアの「医療経済・アウトカムリサーチグループ（HEOR^{※2}グループ）」では、自社の患者パネル「Patient Mindscape」などを活用し、QOLを測定する際に必要となる大規模な調査を行い、

国や研究機関とともに評価尺度の作成を行っています。費用対効果評価の制度を実査の面でサポートすることで、医療費の増加という社会課題に取り組んでいます。

※1 Quality of Life

※2 Health Economics and Outcomes Research



Social

従業員とともに

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24.7%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。2021年度はすべてオンラインで行い、全13回、約295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)	2017	2018	2019	2020	2021
女性従業員比率	46.4	49.3	50.0	49.4	50.8
新卒採用における女性比率	53.4	51.9	46.4	49.2	51.9
女性管理職比率	21.7	22.7	23.0	23.3	24.7
女性役員比率	12.2	14.0	14.8	15.6	14.6

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・アソシエイツ

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のゴールや自分にできる社会への貢献について考え、「SDGs報告会」で発表の場を設けるなど、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勉強会の様子



SDGs報告会の様子

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、3年間の短期出向を前提とするといった特徴を持つ「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。この制度を利用した異動が一定数実現しており、自身のキャリアについて考える従業員の選択肢の一つとして活用されています。

2021年度は、リモートワークの浸透によって生じた働き

方の変化に対応する施策を推進しました。新しいオフィスのあり方として秋葉原オフィス9階に新たにオープンしたコラボレーショングリットは、グループ全社員が自由に使える場所とすることで、グループの仲間と、会社を超えて知り合い、コミュニケーションを活性化する空間としての活用を目指しています。



コラボレーショングリット内の様子

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としたオンラインイベント「KTPT」を、グループ横断で定期的開催しています。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 (2022年9月30日時点)

実施回数

52回

累計参加者数

4,000人以上

累計登壇者数

150人以上

(国内外グループ30社中16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。

株式会社インテージホールディングスと
株式会社インテージ・アソシエイツが
健康経営優良法人2022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『健康経営優良法人2022 (中小規模法人部門)』に認定されました。



Environment

環境への取り組み

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、併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によるものです^{※1}。2020年度、2021年度は新型コロナウイルスの感染拡大を抑制するための在宅勤務が浸透し、国内主要事業所^{※2}の温室効果ガス排出量が減少しました（2020年度前年比11.9%減、2021年度前年比10.8%減）。また、温室効果ガス排出量削減の取り組みとして、ESCO事業者^{※3}の協力のもと、

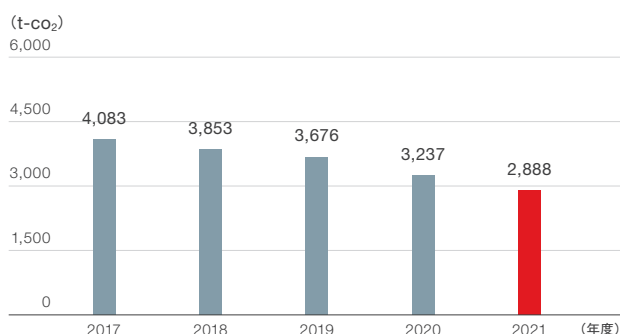
ひばりヶ丘ビル内の設備の改善やエネルギー効率の高い器具へ切り替えるなどの省エネルギー施策を継続して実施。経済産業省資源エネルギー庁の省エネ優良事業者として7年連続評価されています。

※1 データセンターがあるひばりヶ丘の電気使用量はグループ全体の約6割を占める

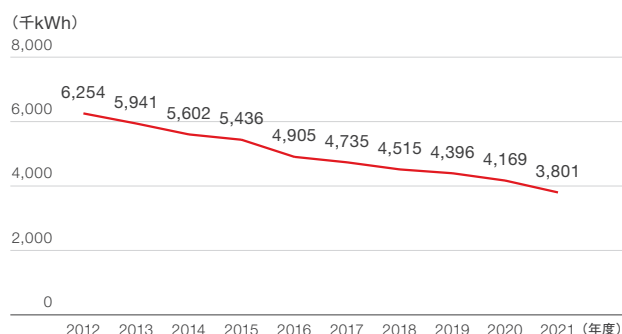
※2 秋葉原、ひばりヶ丘、東久留米、大阪、長野、御茶ノ水、池袋

※3 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。

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)

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リ
 サーチ部長
 2007年10月 当社営業本部営業9部長
 2008年 7月 INTAGE (Thailand) Co., Ltd. CEO
 (現任)
 2014年 4月 当社執行役員 海外事業アセアン・インド
 担当、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、海外事業統括
 本部長 (現任)

Board of directors

役員一覧 2022年9月28日現在

今井 厚弘

社外取締役 独立役員

1983年 4月 株式会社協和銀行 (現株式会社りそな銀行) 入行
 2013年 4月 株式会社いながや入社
 同社グループ事業統括室長兼品質管理室長
 2016年 6月 同社取締役IR担当兼管理本部長
 2019年 1月 株式会社フージャースホールディングス入社
 2019年 4月 同社リスクマネジメント部長兼内部監査室長
 2020年 5月 株式会社フージャースウェルネス&スポーツ監
 査役 (現任)
 株式会社フージャースリートアドバイザー監
 査役 (現任)
 2020年 6月 株式会社フージャースリビングサービス監査役
 (現任)
 株式会社アイ・イー・エー監査役 (現任)
 2021年 5月 Vermilion Capital Management株式会社
 監査役 (現任)
 2021年 6月 株式会社フージャースホールディングス常勤監査役
 2022年 6月 同社取締役常勤監査等委員 (現任)
 2022年 9月 当社取締役 (現任)

渡邊 温子

社外取締役 独立役員

2006年 6月 GEヘルスケアバイオサイエンス株式会社
 代表取締役社長
 2009年 8月 GEヘルスケアジャパン 取締役
 2016年 3月 株式会社AccuRna代表取締役社長
 株式会社Braizon Therapeutics代表
 取締役社長
 2017年 4月 サーマフィッシャーサイエンティフィック
 株式会社コーポレートマーケティング&ビ
 ジネス開発シニアディレクター
 2018年 6月 株式会社HanaVax社外監査役 (現任)
 2019年 5月 オンコセラピー・サイエンス株式会
 社取締役副社長
 2022年 9月 当社取締役 (現任)

小田切 俊夫

取締役 常勤監査等委員

1984年 4月 当社入社
 2002年 4月 当社社会開発部長
 2016年 4月 当社執行役員経営企画部、インキュー
 ション推進部担当
 2019年 4月 株式会社インテージヘルスケア取締役
 2020年 7月 株式会社インテージリサーチ代表取締役
 社長
 2022年 7月 当社理事
 2022年 9月 当社監査等委員である取締役 (常勤監査
 等委員) (現任)

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)

竹内 透

取締役 CFO、内部統制担当、経営管理部長

1987年 4月 株式会社埼玉銀行(現株式会社埼玉りそな銀行)入行
2017年 10月 当社入社
当社財務部長
2018年 4月 当社財務部長、内部統制部長
2019年 4月 当社経営管理部長
2020年 7月 当社執行役員 経営管理部長株式会社インテージヘルスケア監査役(現任)
2022年 9月 当社取締役 CFO、内部統制担当、経営管理部長(現任)

中島 肇

社外取締役 **監査等委員** **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 1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 当社社外監査役
2016年 6月 当社監査等委員である取締役(現任)
2017年 6月 東洋精糖株式会社社外取締役
2021年 4月 桐蔭横浜大学法学部客員教授(現任)

三山 裕三

社外取締役 **監査等委員** **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取締役(現任)

鹿島 静夫

社外取締役 **監査等委員** **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鹿島静夫税理士事務所に転籍
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
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 当社顧問会計士
2018年 3月 当社顧問会計士解職
2018年 6月 当社監査等委員である取締役(現任)

Governance

インテジグループのコーポレート・ガバナンス

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・果敢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えるべきものとして、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。2022年においては、2019年から継続しております取締役会の実効性評価に係る外部評価を実施したほか、当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えるとともに、株主の皆様との一層の価値共有を進めることを目的とした譲渡制限付株式報酬制度の導入を決定し、社外取締役の構成変更を行っており、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
2022年	・ 取締役会の実効性評価を外部評価にて実施 ・ 社外取締役1名を増員 ・ 経営経験を持つ社外取締役を2名選任 ・ 譲渡制限付株式報酬制度の導入

役員構成（2022年9月現在）

社内・社外役員の構成

社内 社外



男女の構成

男性 女性



取締役会の実効性評価(2021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8月に当社の取締役11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。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、2020年より外部コンサルタントの協力を得て実施しております。本年もアンケートの作成・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、取締役会の構成が引き続き適切であるとの認識のもと、社外取締役における、当社グループの事業や組織に係る知識習得や、社外取締役同士の連携・コミュニケーションの機会等も適切に確保された上で、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ました。また、社外取締役を中心とした指名委員会及び報酬委員会の適切な構成や

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引き続き確保され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、サステナビリティの取り組み等について、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や各委員会の構成及び取締役のスキルセットの定期検証に加え、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在り方について引き続き見直しを行う等、さらなる改善・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。

2022年9月新たに就任頂いた
社外取締役からのメッセージ



社外取締役
今井 厚弘

企業風土の理解と把握により 当社の成長・発展に寄与

私は金融機関(銀行)に30年間勤務し、その後、食品小売業(スーパーマーケット)を経て、現在は不動産業(マンションデベロッパー)に携わっておりますので、かなり異なる業界において業務経験を重ねてきたことになります。

私が企業での勤務を始めてから、今年は丁度40年目という節目の年になりますが、その長い実務経験の中で確信している企業経営の原理原則は、「良き企業風土なくして、企

業の成長なし。」というものです。それは、絶えることなく報道される企業不祥事の何れにおいても、その背景には、必ずといっていいほど、企業風土の問題が横たわっていることから明らかであると思います。特に経営理念の組織への浸透に対する取り組み度合いが、企業風土を決定づけると言っても過言ではありません。このことは、良い農作物を育てるためには、土地を肥沃にすることが欠かせないことに例えることができます。この点、インテージグループにおいては、「THE INTAGE GROUP WAY」を経営の拠り所としていることが明確に示されており、役員・従業員など一人ひとりの行動規範にまで落とし込まれています。

今後はインテージグループの掲げる社会的役割と存在意義について、「THE INTAGE GROUP WAY」を通じて深く理解するとともに、一人でも多くの社員のみなさんとのコミュニケーションを通じて、グループの企業風土を把握してまいりたいと存じます。そうした中で、とりわけ「インテージグループの常識が、世の中の非常識になっていないか?」という観点から、社外取締役として経営をチェックすることで、インテージグループの健全な成長・発展に貢献したいと存じます。



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/>

取締役及び執行役員の専門性(スキル)・経験

	氏 名	企業経営	事業戦略	財務・会計	人事・労務 人材戦略	グローバル	IT / DX	ESG ダイバーシティ	法務・リスク マネジメント	R&D 事業開発
取締役	石塚 純晃	—	●		●		●	●		●
	仁司 与志矢	—	●		●			●		●
	宮内 清美	—	●		●					●
	檜垣 歩	—	●				●			●
	大竹口 勝	—	●		●					●
	竹内 透	—		●					●	
	今井 厚弘 社外	●		●					●	
	渡邊 温子 社外	●	●			●				
監査等委員 である 取締役	小田切 俊夫	—	●						●	
	中島 肇 社外			●	●				●	
	三山 裕三 社外			●		●			●	
	鹿島 静夫 社外			●		●			●	
執行役員	饗庭 忍	—	●				●			●
	成田 昭雄	—				●		●		
	長谷川 順一郎	—				●	●			●

(注)「企業経営」の専門性(スキル)・経験は、社外取締役を対象としております。

変化の激しい時代におけるインテージグループの価値

「最も強い者が生き残るのではなく、最も賢い者が生き延びるのでもない。唯一生き残ることが出来るのは、変化できる者である。」

誰もが知っている「進化論」(『種の起源』より)で有名なチャールズ・ダーウィンの生物学的な視点からの名言ですが、私はビジネスの世界も一緒に思えます。

インターネットで検索すると、1989年には全世界で時価総額上位20社のうち14社が日本企業、残り6社はアメリカの企業でした。その20年後の2010年にはアメリカ企業が12社、中国4社、イギリス2社、スイス1社、ブラジル1社になり、さらに10年後には、アメリカ企業14社、中国4社、スイス1社、オランダ1社と僅か30年の間に顔ぶれは大きく変化しました。事業内容も1989年のランキングでは銀行や証券などの金融がメインで、2010年になると石油などの資源系がメインとなり、2019年にはトップ10のうち7社が通信・テクノロジー企業という変貌ぶりです。気候変動、感染症、国家間や地域内の紛争・分断化など経済活動、消費活動



社外取締役
渡邊 温子

に影響を及ぼすさまざまな不確定、不安定な状況下で、国や企業がそれらの変化の先を予測し、対応し、適応するにはインテージグループの持つ情報収集&分析力こそが重要で必要不可欠な「価値」なのだと思います。

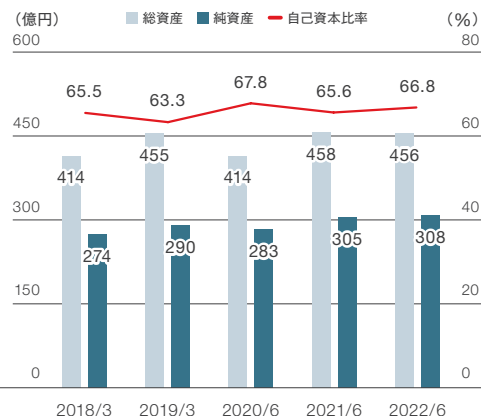
長年外資系企業でヘルスケア&ライフサイエンスビジネスに携わってきた私にとって、インテージグループの事業に関わる機会を得られたことは新鮮なチャレンジであり、この会社の「価値」をさらに高めるべく、株主、お客様、社員&インテージグループすべてのステークホルダーに対し責任を果たせるよう、誠意をもって努力していきたいと考えております。

10年の主要財務・非財務データ

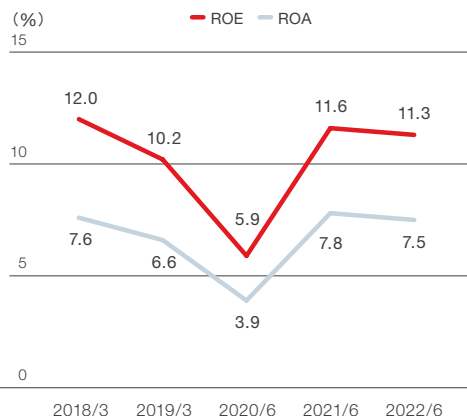
	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3
会計年度				
売上高	¥39,930	¥42,508	¥43,925	¥45,481
売上原価	29,121	31,107	31,723	33,257
販売費及び一般管理費	7,499	7,895	8,630	8,340
営業利益	3,309	3,505	3,571	3,883
親会社株主に帰属する当期純利益	1,249	1,642	2,463	2,326
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,433	3,612	2,947	1,713
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,332)	(1,151)	2,327	(1,791)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(960)	(592)	(4,940)	1,566
現金及び現金同等物の期末残高	5,906	7,926	8,366	9,812
会計年度末				
総資産	29,398	33,740	33,301	36,830
純資産	15,493	17,171	19,917	21,338
自己資本比率(%)	52.5	50.5	59.3	57.5
1株当たり情報(円)				
当期純利益 ^{※1}	31.07	40.83	61.52	58.28
純資産 ^{※1}	383.65	423.24	494.50	530.09
配当金 ^{※2}	12.50	13.75	15.00	16.25
その他の情報(%)				
売上高営業利益率	8.3	8.2	8.1	8.5
ROA(総資産当期純利益率)	4.4	5.2	7.3	6.6
ROE(自己資本当期純利益率)	8.4	10.1	13.4	11.4

財務・非財務データ

総資産/純資産/自己資本比率



ROE/ROA

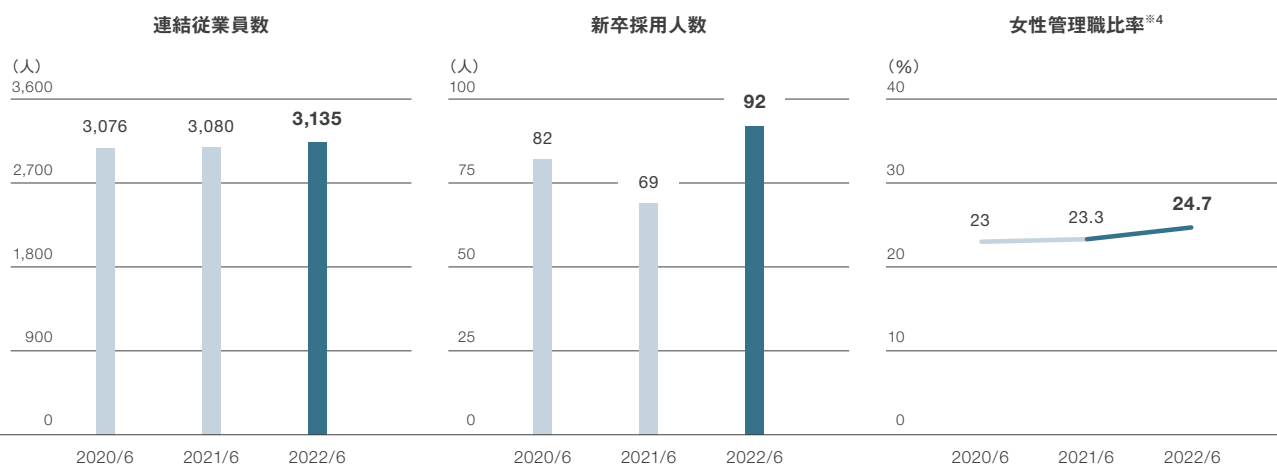


※1 当社は、2013年10月1日付普通株式1株につき2株の割合および2017年10月1日付普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っています。そのため、2011年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。

※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

2017/3	2018/3	2019/3	2020/6 ^{※3}	2021/6	2022/6
¥47,987	¥50,499	¥53,986	¥66,880	¥57,558	¥60,232
34,603	35,732	37,891	47,971	39,358	39,843
9,115	10,743	11,826	15,129	13,778	15,739
4,268	4,023	4,268	3,779	4,421	4,649
2,871	3,050	2,859	1,683	3,372	3,418
4,072	3,188	4,279	7,032	4,845	3,391
(2,110)	(2,414)	(4,087)	(1,402)	(1,241)	(634)
(1,300)	399	(58)	(5,518)	(1,354)	(2,854)
10,418	11,622	11,720	11,779	14,132	14,277
39,067	41,486	45,524	41,489	45,751	45,633
23,771	27,428	28,987	28,335	30,526	30,823
60.3	65.5	63.3	67.8	65.6	66.8
71.91	76.08	69.47	41.99	84.40	86.31
589.87	660.69	699.51	704.73	750.50	776.32
17.50	20.00	22.00	30.00	35.00	38.00
8.9	8.0	7.9	5.7	7.7	7.7
7.6	7.6	6.6	3.9	7.8	7.5
12.8	12.0	10.2	5.9	11.6	11.3



※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

連結貸借対照表

単位:千円

資産の部	2021/6	2022/6
流動資産		
現金及び預金	14,226,080	14,383,948
受取手形及び売掛金	9,450,967	—
受取手形	—	653,275
売掛金	—	8,704,867
契約資産	—	27,668
商品	10,090	9,952
仕掛品	2,145,904	1,998,174
貯蔵品	91,687	193,935
その他	1,273,797	1,645,875
貸倒引当金	△ 3,359	△ 5,036
流動資産合計	27,195,168	27,612,661
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	6,005,981	6,181,423
減価償却累計額	△ 4,845,539	△ 4,994,307
建物及び構築物(純額)	1,160,441	1,187,115
器具備品	1,487,356	1,544,396
減価償却累計額	△ 1,205,983	△ 1,288,442
器具備品(純額)	281,373	255,953
土地	1,998,156	1,998,156
リース資産	1,027,481	1,021,732
減価償却累計額	△ 529,597	△ 511,195
リース資産(純額)	497,884	510,537
有形固定資産合計	3,937,855	3,951,762
無形固定資産		
のれん	1,096,951	961,846
その他	3,584,533	3,227,577
無形固定資産合計	4,681,484	4,189,423
投資その他の資産		
投資有価証券	6,496,876	6,161,704
繰延税金資産	1,755,408	1,968,034
退職給付に係る資産	6,343	28,247
その他	1,683,677	1,726,652
貸倒引当金	△ 5,637	△ 4,907
投資その他の資産合計	9,936,668	9,879,731
固定資産合計	18,556,008	18,020,917
資産合計	45,751,177	45,633,579

単位:千円

負債の部	2021/6	2022/6
流動負債		
買掛金	2,829,961	2,701,926
短期借入金	32,780	324,840
リース債務	208,011	217,162
未払法人税等	1,236,802	809,240
未払消費税等	1,434,149	720,587
契約負債	—	922,860
賞与引当金	2,300,925	2,189,159
ポイント引当金	2,009,437	2,226,117
受注損失引当金	—	26,416
その他	2,644,517	2,397,572
流動負債合計	12,696,584	12,535,884
固定負債		
長期借入金	623,090	298,250
リース債務	331,627	344,948
株式給付引当金	154,252	193,515
役員退職慰労引当金	41,198	4,800
退職給付に係る負債	1,251,809	1,290,721
資産除去債務	100,446	102,191
その他	25,757	40,149
固定負債合計	2,528,181	2,274,576
負債合計	15,224,765	14,810,460

単位:千円

純資産の部	2021/6	2022/6
株主資本		
資本金	2,378,706	2,378,706
資本剰余金	1,788,330	1,786,851
利益剰余金	26,068,018	28,078,096
自己株式	△ 367,494	△ 1,565,105
株主資本合計	29,867,560	30,678,549
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	703,921	339,374
為替換算調整勘定	390,079	534,468
退職給付に係る調整累計額	△ 968,475	△ 1,086,143
その他の包括利益累計額合計	125,525	△ 212,300
非支配株主持分	533,326	356,870
純資産合計	30,526,411	30,823,119
負債純資産合計	45,751,177	45,633,579

連結損益計算書

単位:千円

	2020/7/1-2021/6/30	2021/7/1-2022/6/30
売上高	57,558,996	60,232,755
売上原価	39,358,905	39,843,841
売上総利益	18,200,090	20,388,914
販売費及び一般管理費	13,778,962	15,739,643
営業利益	4,421,128	4,649,271
営業外収益		
受取利息	3,986	4,057
受取配当金	49,600	94,854
持分法による投資利益	235,531	303,401
投資事業組合運用益	382,123	—
助成金収入	134,104	32,119
その他	39,717	80,678
営業外収益合計	845,063	515,112
営業外費用		
支払利息	20,969	17,170
投資事業組合運用損	—	44,205
支払手数料	14,121	25,682
割増退職金	17,700	30,784
固定資産除却損	60,624	52,158
為替差損	38,224	—
その他	33,389	41,827
営業外費用合計	185,030	211,829
経常利益	5,081,161	4,952,553
特別利益		
投資有価証券売却益	359,574	284,788
特別利益合計	359,574	284,788
特別損失		
投資有価証券評価損	245,541	332,991
段階取得に係る差損	158,261	—
退職給付費用	—	20,796
特別損失合計	403,802	353,787
税金等調整前当期純利益	5,036,933	4,883,555
法人税、住民税及び事業税	1,489,796	1,642,446
法人税等調整額	263,515	3,107
法人税等合計	1,753,312	1,645,554
当期純利益	3,283,621	3,238,000
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△ 88,604	△ 180,792
親会社株主に帰属する当期純利益	3,372,226	3,418,793

連結包括利益計算書

単位:千円

	2020/7/1-2021/6/30	2021/7/1-2022/6/30
当期純利益	3,283,621	3,238,000
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△ 17,516	△ 366,165
為替換算調整勘定	105,695	147,438
退職給付に係る調整額	△ 397,651	△ 117,667
その他の包括利益合計	△ 309,471	△ 336,395
包括利益	2,974,149	2,901,605
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	3,041,094	3,080,967
非支配株主に係る包括利益	△ 66,945	△ 179,361

連結キャッシュ・フロー計算書

単位:千円

	2020/7/1-2021/6/30	2021/7/1-2022/6/30
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	5,036,933	4,883,555
減価償却費	1,285,536	1,403,934
のれん償却額	57,345	135,020
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	△ 6,343	△ 21,904
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	△ 201,536	37,425
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	—	△ 36,398
賞与引当金の増減額(△は減少)	1,160,074	△ 137,884
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△ 3,076	758
ポイント引当金の増減額(△は減少)	214,948	216,679
受注損失引当金の増減額(△は減少)	—	26,416
株式給付引当金の増減額(△は減少)	△ 325	39,263
受取利息及び受取配当金	△ 53,587	△ 98,912
持分法による投資損益(△は益)	△ 235,531	△ 303,401
助成金収入	△ 134,104	△ 32,119
支払利息	20,969	17,170
投資事業組合運用損益(△は益)	△ 382,123	44,205
固定資産除却損	60,624	52,158
投資有価証券売却損益(△は益)	△ 359,574	△ 284,788
投資有価証券評価損益(△は益)	245,541	332,991
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)	△ 756,057	338,146
たな卸資産の増減額(△は増加)	80,466	62,424
仕入債務の増減額(△は減少)	248,003	△ 210,698
未払消費税等の増減額(△は減少)	953,630	△ 720,824
その他	△ 2,232,256	△ 436,048
小計	5,157,818	5,307,170
利息及び配当金の受取額	53,893	99,024
助成金の受取額	134,104	32,119
利息の支払額	△ 21,158	△ 17,437
法人税等の支払額	△ 479,343	△ 2,029,473
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,845,313	3,391,403
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	△ 72,102	△ 76,970
定期預金の払戻による収入	69,063	74,065
有形固定資産の取得による支出	△ 214,844	△ 103,764
無形固定資産の取得による支出	△ 810,151	△ 618,095
投資有価証券の取得による支出	△ 658,135	△ 399,698
投資有価証券の売却による収入	1,031,607	451,896
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△ 796,093	—
貸付けによる支出	△ 92,918	△ 1,750
貸付金の回収による収入	95,839	1,852
資産除去債務の履行による支出	—	△ 2,600
差入保証金の差入による支出	△ 67,564	△ 32,339
差入保証金の回収による収入	25,090	43,412
投資事業組合からの分配による収入	247,790	21,924
その他	719	7,330
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,241,700	△ 634,736
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	8,007,200	4,200,000
短期借入金の返済による支出	△ 8,047,520	△ 4,207,650
長期借入金の返済による支出	—	△ 25,180
リース債務の返済による支出	△ 199,886	△ 208,967
非支配株主からの払込みによる収入	109,992	6,511
自己株式の取得による支出	△ 107	△ 1,199,917
配当金の支払額	△ 1,211,529	△ 1,414,451
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	—	△ 5,085
その他	△ 12,901	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,354,752	△ 2,854,740
現金及び現金同等物に係る換算差額	103,201	243,398
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	2,352,062	145,324
現金及び現金同等物の期首残高	11,779,969	14,132,031
現金及び現金同等物の期末残高	14,132,031	14,277,356

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	602億円(2022年6月期)
連結従業員数	3,135名(2022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 (2022年7月1日現在)

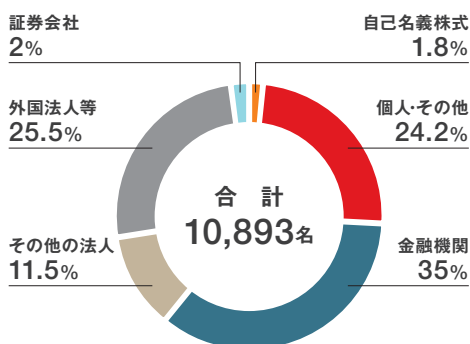
国内グループ会社	海外グループ会社
株式会社インテージ	英徳知市場諮詢(上海)有限公司
株式会社インテージリサーチ	INTAGE (Thailand) Co., Ltd.
株式会社インテージクオリス	INTAGE VIETNAM LIMITED LIABILITY COMPANY
株式会社リサーチ・アンド・イノベーション	INTAGE INDIA Private Limited
株式会社データスプリング	INTAGE SINGAPORE PTE. LTD.
株式会社インテージヘルスケア	CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITED
株式会社協和企画	PT. INTAGE INDONESIA
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 (2022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	10,893名

株式分布状況

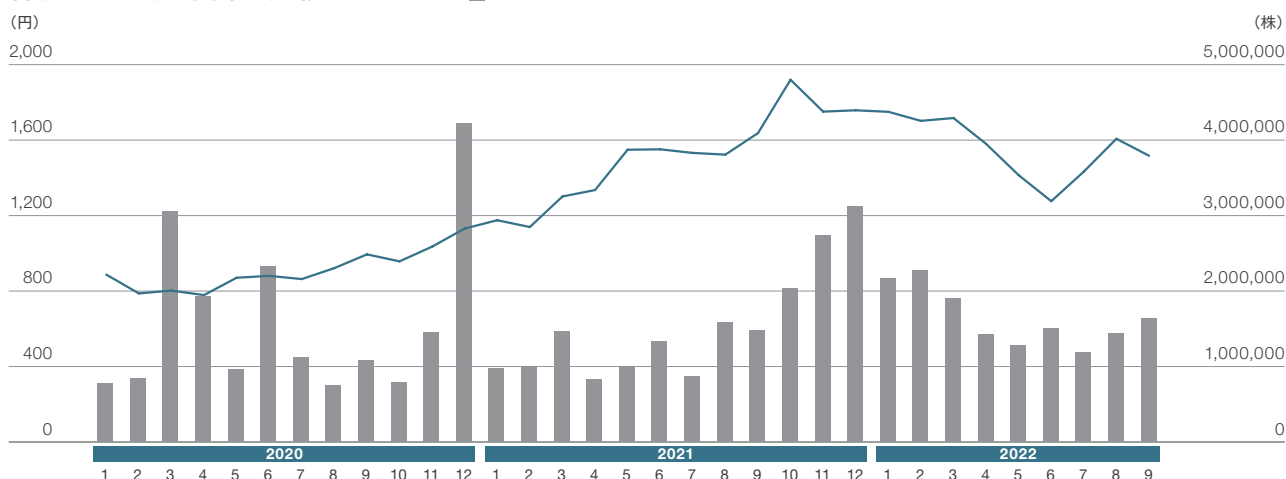


大株主の状況 (2022年6月30日現在)

株主名	当社への出資状況	
	所有株式数(株)	出資比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,623,900	8.96
みずほ信託銀行株式会社退職給付信託エーザイ口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行	2,600,000	6.43
NIPPON ACTIVE VALUE FUND PLC	2,200,000	5.44
インテージグループ従業員持株会	2,050,277	5.07
株式会社埼玉りそな銀行	1,870,000	4.62
豊栄実業株式会社	1,820,000	4.50
大栄不動産株式会社	1,450,000	3.58
EARLE 1927 LLC	1,450,000	3.58
第一生命保険株式会社	1,400,000	3.46
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,372,114	3.39

(注) 持株比率は自己株式(733,571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堀町3番地 インテージ秋葉原ビル

TEL. 03-5294-7411

www.intageholdings.co.jp