

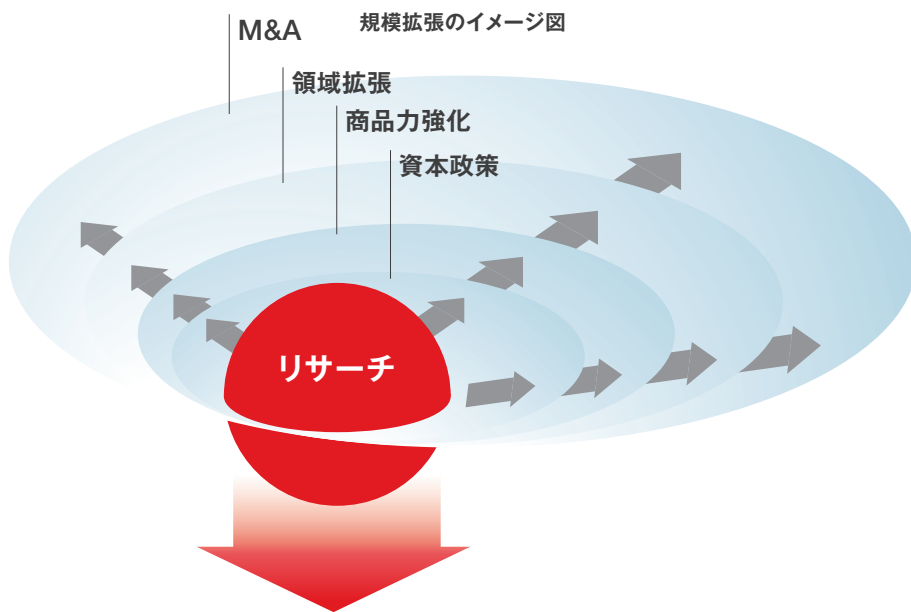
# Our Unique Points

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

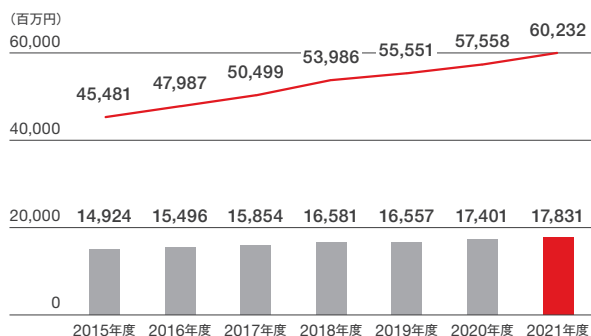
### 1 パネル調査による 安定的な業績貢献

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

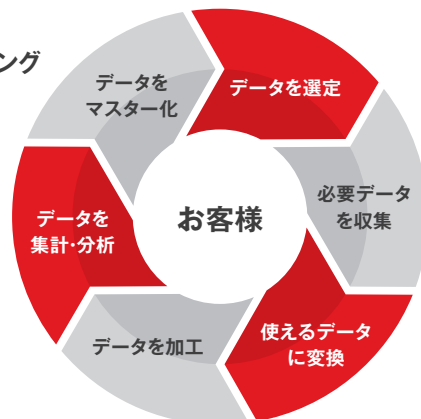


※2019年度は決算期変更に伴う15カ月の変則決算につき、2019年7月1日から2020年6月30日までの12か月間の数値を使用

### 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

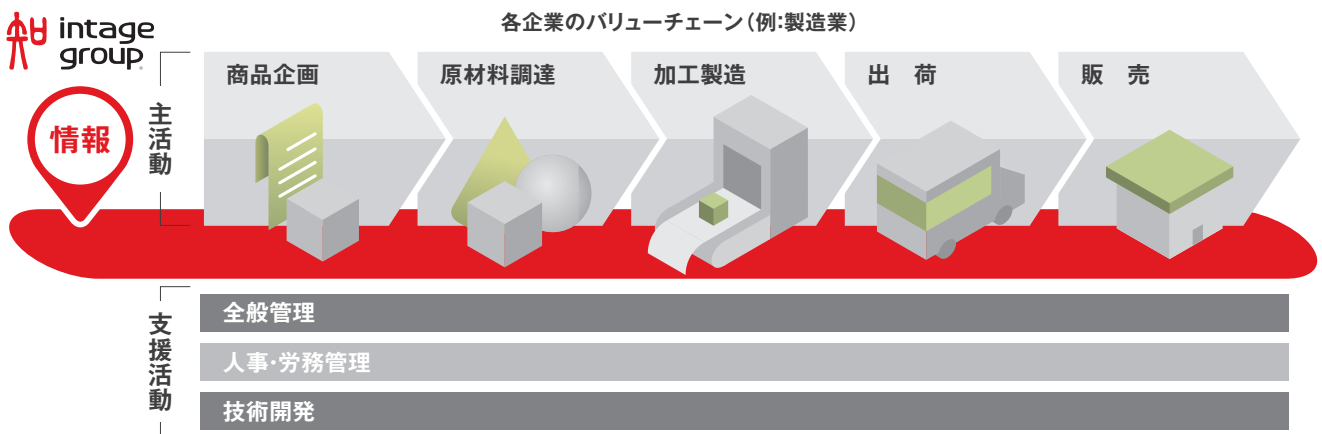


データの重要性とチャンス

「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

で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