

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、ということを明らかにする必要があります。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ばしています。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リジェンス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。私たちが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えます。

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、昨年引き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同時に、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—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。

