Know today, Power tomorrow

知る、つなぐ、未来を拓く

INTAGE GROUP REPORT 2023

インテージグループレポート 2023

私たちが目指す未来とは

intage group
Know today, Power tomorrow

Who we are

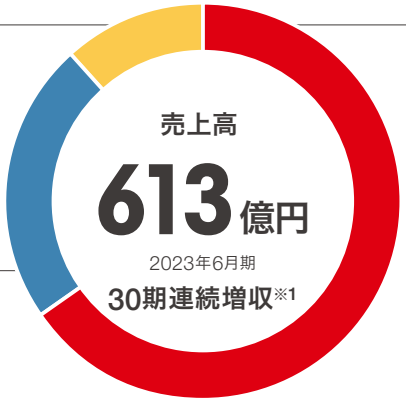
No.1の生活者理解をもって お客様のビジネス課題を解決し 豊かな社会の発展に寄与する

インテージグループの基幹商品である「パネル調査」は、綿密に設計された消費者や小売店などから提供いただいたデータを商品マスタと掛け合わせ、データ分析やハンドリング力により継続的なインデックスのデータをシステムとして提供するもので、消費財メーカーを中心に“業界標準”のデータとして使用されています。また、保有する豊富なデータを基にしたさまざまなリサーチやインサイトの提供により、消費財メーカー、製薬企業などさまざまな業種の企業のマーケティング活動をサポートしてきました。

昨今のデジタル化の進展の中で発生する膨大なデータの活用が重要性を増すのと同時に、生活者理解に関するビジネス領域のニーズも拡大しています。高齢化や多様化の環境において、生活者の変化を理解することが非常に大切ですが、これは私たちがこれまで強みとしてきたことでもあり、この環境変化は機会であると捉えています。

インテージグループは、これまで培ってきた生活者や医療消費者の圧倒的な理解力とデータハンドリング力をもって、お客様企業のマーケティングに寄り添い、ともに生活者の幸せを実現し社会に貢献していきます。

At a Glance



ビジネスインテリジェンス
70億円 **12**%

マーケティング支援（ヘルスケア）
141億円 **23**%

マーケティング支援
（消費財・サービス）
401億円 **65**%

事業内容についてはこちら P.05

取引社数※2

約**2,200**社

2023年6月期

パネル調査の顧客数※3

約**400**社

2023年6月期

マイティモニター®アクセスパネル※4

332万人

2023年11月時点

従業員数

3,186人

2023年6月末時点

海外展開※5

9か国

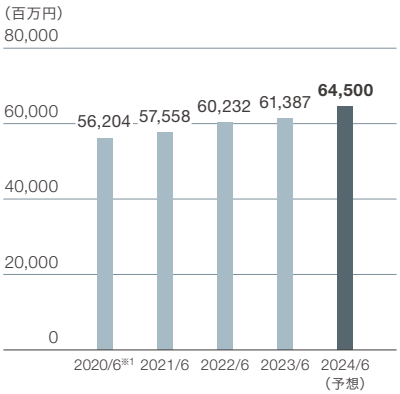
2023年12月時点

女性従業員比率※6

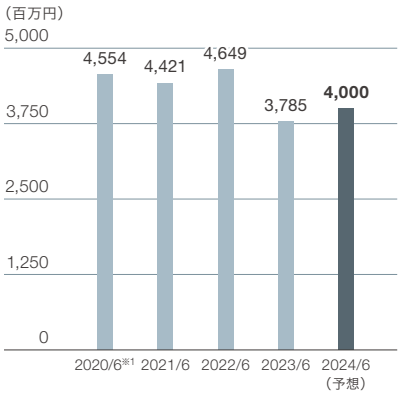
51.0%

2023年6月末時点

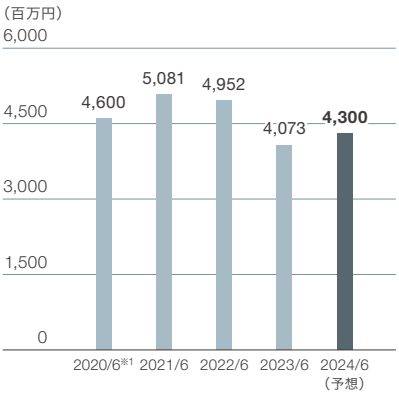
売上高



営業利益



経常利益



※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、2019年4月～2020年3月までの売上高56,204百万円、営業利益4,554百万円、経常利益4,600百万円を使用
※2 2023年6月期に売上を計上した会社の数（（株）協和企画、（株）ビルドシステム、エヌ・エス・ケイ（株）、（株）リサーチ・アンド・イノベーション、海外グループ会社の取引先を除く）
※3 （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®）の年間（ルーチン）契約の顧客数
※4 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
※5 中国、韓国、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、米国に拠点を展開
※6 国内連結会社における女性従業員比率

Our Business model

生活者視点のデータ活用で、企業の成長と生活者の暮らしに貢献する

さまざまなデータを収集し、分析・加工し、
そこにインテージグループならではの生活者理解に基づくインサイトを
加味してお客様に提供しています。
そしてお客様を通じ、より良いモノやサービスが
社会に還元される好循環に貢献しています。

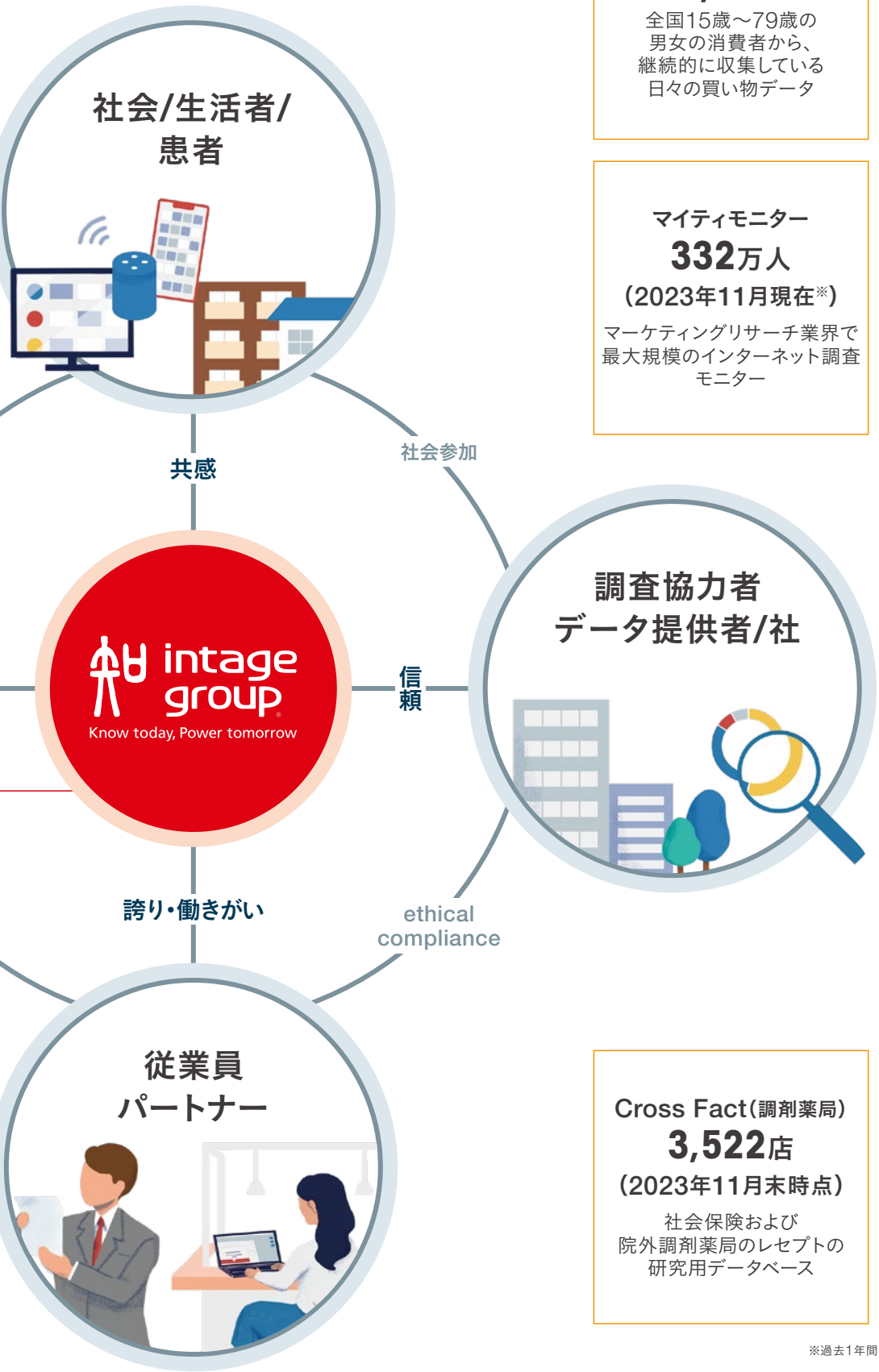
私たちのパーパス（志）

豊かで可能性の広がる社会の創造

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」「社会性」にこだわり、ビジネスを継続してきました。
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ています。また、社会の公器としての役割を自負し、共感、信頼、働きがい・誇り、期待の関係性の中で更なる企業価値向上を図っていきます。

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



SCI®
（全国消費者パネル）
53,600人
全国15歳～79歳の
男女の消費者から、
継続的に収集している
日々の買い物データ

SRI+®
（全国小売店パネル）
6,000店
スーパーマーケットを
始めとした全国の
小売店舗より収集している
小売店販売データ

マイティモニター
332万人
（2023年11月現在※）
マーケティングリサーチ業界で
最大規模のインターネット調査
モニター

CODE会員
308万人
（2023年6月現在）
レシートによって
消費者データを収集する
アプリ

i-SSP®
（インテージシングルソースパネル）
30,000人
クロスメディア環境下での
メディア接触と購買状況を
収集しているデータ

スマートテレビ視聴データ
449万台
インターネットにつながった
テレビから収集した
スマートテレビの
視聴ログデータ

Cross Fact（調剤薬局）
3,522店
（2023年11月末時点）
社会保険および
院外調剤薬局のレセプトの
研究用データベース

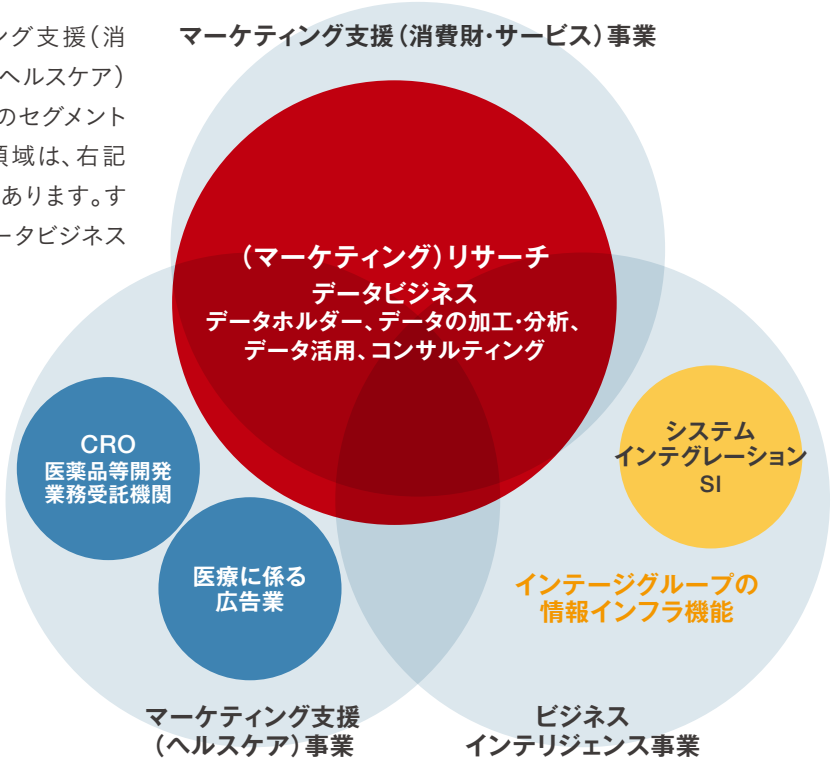
Dr.パネル
60,000人
市場調査へのご協力を
主な目的とした医師専用の
会員基盤

※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

インテージグループの事業

インテージグループの事業領域

インテージグループの事業は『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、右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。



パネル調査 インテージグループならではの強み

パネル調査とは、一定数のモニター（消費者や店舗など）を確保し、モニターから定期的に情報を収集する仕組みを構築し、お客様に定期的に調査データを提供する調査のことです。インテージグループは1960年の創業当初からこのパネル調査を開始しており、その種類、規模、品目の拡張や、速報性の向上など度重なるリニューアル等を行い、現在でも当社グループの大きな柱となっています。市場実態を正しく捉えたデータとして、お客様（当社グループでは主に消費財メーカー）から高い信頼を得ており、デファクトスタンダードとしてマーケティングに活用されています。

SCI INTAGE Consumer Panel

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5万3,600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基に、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、専門店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、一般用医薬品などさまざまな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。

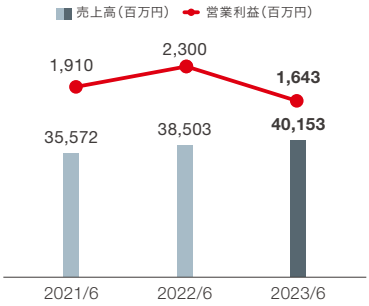
マーケティング支援（消費財・サービス）事業

事業概要

株式会社インテージを中心に企業のマーケティングリサーチ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の科学的な調査・分析のことを指します。

当事業では、当社が独自に収集した生活者の購買や小売店の販売データを基にした主力商品“パネル調査”が消費財メーカー約400社に導入されているほか、パネルデータやさまざまな調査手法と独自の分析力をベースに分析・加工を行い、当社独自のインサイトを提供する“カスタムリサーチ”は消費財に限らずさまざまなメーカーに利用されています。

売上高・営業利益



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

主なお客様　消費財（食品・飲料・日用雑貨品）メーカー／耐久消費財（自動車・家電・アパレルなど）メーカー／金融／通信／広告／IT／官公庁　など

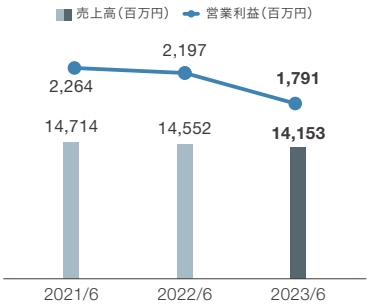
マーケティング支援（ヘルスケア）事業

事業概要

株式会社インテージヘルスケアを中心に、製薬企業に対して、マーケティングリサーチ活動のサポート、CRO（医薬品開発業務受託機関）、プロモーション、処方情報分析などを提供しています。

一般用医薬品に関し、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、カスタムリサーチを提供。また、医療用医薬品についても、医師の薬物治療・処方実態調査、医療消費者・患者の実態調査を始め、医薬品のプロモーション活動評価など豊富なソリューションやツールで製薬企業をサポートしています。

売上高・営業利益



村井　啓太
上席執行役員 マーケティング支援（ヘルスケア）事業担当

主なお客様　製薬（一般用医薬品、医療用医薬品）企業／医療機器メーカーなど

ビジネスインテリジェンス事業

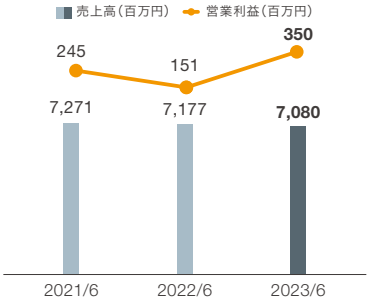
事業概要

株式会社インテージテクノスフィアを中心に、システムの開発・運用、BPO、データセンター運用、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強みを活かして、企業のDX支援をAIやデータハンドリングによりサポートしています。

また、インテージグループ全体に対し、インフラ構築・運用・保守およびビジネス推進を支えるソフト領域での支援などIT面で支えています。

売上高・営業利益



酒井　和子
執行役員 CIO、ビジネスインテリジェンス事業担当

主なお客様　製薬企業／運輸／旅行、観光／出版／その他（業種を問わない健康管理サービスの提供）

THE INTAGE GROUP WAY

インテージグループでは、創立55周年を機に
グループとしてのビジョンや行動指針を示した「THE INTAGE WAY」を新たに
「THE INTAGE GROUP WAY」へ改定いたしました。
今回の改定では、当社グループのさらなる成長のために、
あるべき姿や社員一人一人がとるべき行動をより具体的に示しています。

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

**インテージ
グループビジョン**

事業会社ビジョン

行動指針

1. 最適を探求せよ！
2. 品質にこだわれ！
3. 責任を全うせよ！
4. 変化に柔軟であれ！
5. 挑戦を楽しめ！

Contents

INTAGE GROUPは何者か?

01 Who we are / At a Glance
03 Our Business model
05 インテージグループの事業
07 THE INTAGE GROUP WAY

私たちが目指す未来とは?

09 Management Message
代表取締役社長 石塚 純晃
13 Management Message
代表取締役常務 仁司 与志矢
15 ドコモとのパートナーシップについて
17 2030年に向けて

Data+Technology企業としての New Portfolioへ

19 第14次中期経営計画
23 CFO Message
取締役 CFO 内部統制担当 竹内 透

持続可能な社会への貢献

25 サステナビリティ
27 事業を通じた社会課題の解決
29 Environment 環境
31 Social 社会
33 役員一覧
35 Governance 企業統治

DATA section

41 成長の軌跡と成長の理由
43 10年の主要財務・非財務データ
45 財務データ
48 会社概要

将来見通しについて

本レポートには、インテージグループの事業および展望に関する将来予想が含まれています。これらは、既存の情報やさまざまな動向に関する現時点での分析を反映しています。これら将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報に鑑みてなされたインテージグループの仮定および判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスクおよび不確実性ならびにその他の要因が内在しており、それらの要因による影響を受ける恐れがあります。実際の業績は、現時点での見通しと異なることがあります。

インテージホールディングス WEBサイト
www.intageholdings.co.jp

Management Message

Data+Technology企業として、新たな価値発揮の創出を目指す

代表取締役社長
石塚 純晃

30期連続の増収を達成するも投資先行で営業利益は減益に

2023年6月期は、新型コロナウィルス感染症の拡大によって生活者の価値観や行動様式、購買行動のプロセスなどが大きく変化し、それを捉えようとマーケティングリサーチの需要は活況が続いていました。しかし、2022年2月のロシアによるウクライナ侵攻を発端とした原材料や燃料費の高騰に加えて円安も重なり、私たちの主力クライアントである消費財メーカーは、“自社商品の値上げ対応”が短期的な最優先課題となり、リサーチ需要は一時的に減退してしまいました。

しかし、この様な厳しい事業環境下においても主力事業である国内のパネル調査とカスタムリサーチ事業、コロナの影響から回復しつつあるアジア各国、2021年にグループ入りした株式会社リサーチ・アンド・イノベーション等、重要な成長戦略に位置づけていた事業やサービスは前年を上回る成果を出しました。

私たちは現在、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[※1]「CXマーケティングプラットフォーム[※2]」の構築に向けて、SCI（全国消費者パネル）の刷新を手掛けています。データは長期に渡る時系列の変動を把握する“トレンド”が大切なので、データを切り替える際に「前のものをやめて、すぐに新しいもの」という訳にはいきません。お客様が新旧データのトレンドを見て、トレンドの変容がなく、「切り替えても大丈夫だ」という確認を取るプロセスが必要です。そのためには少なくとも2年分のバックデータを貯めて、新たなデータをリリースすることになります。現行のSCIとリニューアル後の新SCIを並行運用していくため2重のコストがかかりますが、これは2023年度がピークになる見込みで、新SCIのみの稼働となる2025年度にはコストか大きく減少する予定です。

また、2023年6月期は人財戦略を進化させ、人への投資を加速させました。これまでの採用戦略は新卒採用を50名規模とし、リサーチ経験のある中途採用を成長に合わせて採用していく方法を基本としていました。しかし、元々リサーチ業界自体が大きくなく、経験者が限定されています。また、経験のあるリサーチャーが事業会社など他の業界へ流出していく傾向も見えてきています。私たちは中長期的に調査需要が高まると見ている中、今後の人材不足のリスクを回避するために、競合他社に先行して新卒採用へ軸足を移しました。2023年4月には従来の3倍となる141名の新卒社員（うち女性が56.7%）を採用しました。若手社員へのスキルアップへの支援に加えて、給与のベースもアップさせ、定着率も同時に上げていきます。更にはテクノロジーを使った効率化や他業種などに転職した元社員の受け入れにも門戸を開くなど、多面的な施策を打ちながら、価値創造の源泉となる人財を拡充させていきます

元々の計画では、「CXマーケティングプラットフォーム」等への積極的な事業投資や人財投資を活況なリサーチ需要でカバーしようとしていましたが、前述の通り短期的には厳しい事業環境となり、結果的には売上高613億円（前年比+1.9%）、営業利益37億円（-18.6%）、親会社株主に帰属する当期純利益35億円（+2.5%）という結果となりました。

※1 CRM
Customer Relationship Management（カスタマー リレーションシップ マネジメント）の略で、顧客の情報を正確に把握した上でビジネスの拡大を目指し、良好な関係を維持・向上させていく目的で「顧客関係管理」や「顧客関係性マネジメント」と称される

※2 CXマーケティングプラットフォーム
当社グループの基幹商品であるパネル調査の一つSCI（全国消費者パネル）は14次中期経営期間においてリニューアルに取組んでおり、この刷新後のデータと株式会社リサーチ・アンド・イノベーションの持つ買い物アプリ“CODE”のデータを合わせて活用し、お客様企業へのCX（カスタマークスペリエンス、顧客体験価値）活動の向上に資するプラットフォームを構築しています（P.21参照）

育ってきている一つ一つの芽を「どうつなげていくか？」が、次のテーマ

2023年6月期は、第13次中期経営計画の最終年度でした。「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 」をグループ方針として掲げて挑んできました。多くの時間をコロナと共に歩んだ3年間でしたが、生活者の価値観や行動が変わっていく時のマーケティングリサーチの社会的役割や根強いニーズを再確認できたことが、この間の成果の一つだと考えています。その一方で、マーケティングリサーチだけでは、成長の限界があることもわかりました。オンラインとオフラインを融合させたり、マーケティングとビジネスインテリジェンスを掛け合わせたり、ライフスタイルが多様化する社会では、生活者に対してより直接的なアプローチが必要であることが鮮明になりました。

そのためには、グループの総合力で顧客の課題を解決していくことが、今後はより重要になっていきます。MI（マーケティング・インテリジェンス）、カスタムリサーチ、パネル、BI（ビジネス・インテリジェンス）、システム開発という、それぞれが別物として動くのではなく、これらをつなぐことによって、大きなサービスやソリューションを提供することが重要になります。残念ながら、第13次中期経営計画では、目標に掲げた「ビジネスのデザインを変える！」というところまでは至っておらず、まだまだ道半ばというところですが、これまで投資をしてきた一つ一つの取組みは、確実に芽が出てきています。これらをいかにつなげていけるか？グループを横断してどのようなソリューションを提供できるのか？このあたりが、次の中期経営計画に向けた課題として見えてきました。

Management Message

社会的ロスがない、便利で豊かな社会の実現に貢献する

私たちは、長期的なグループのビジョンとして「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」を掲げています。今回、第14次中期経営計画を策定する上で、この長期的なビジョンをベースとしながら、2030年のありたい姿とそれを実現するために必要なことを私たちグループの社会的存在意義を鑑みて議論しました。そして、私たちはグループ一丸となって「社会的ロスがない、便利で豊かな社会の実現に貢献する企業であり続け、ビジネス課題・社会課題解決の貢献に比例した事業成長を目指す」ことを確認しました。現在、社会はさまざまな課題を抱えていますが、その中でも「人口減少」と「超高齢化社会」の到来は、日本経済において大きな社会課題です。併せて社会全体のDX化が加速していくことで、あらゆるデータが蓄積されていきます。私たちは、これらのデータを連携させた上で、最新のテクノロジーを組み合わせ、企業活動の最適化と強化を支援していきたいと考えました。

なお、2030年の計数イメージは、売上高1,300億円～1,500億円、営業利益150億円、ROE12%以上としました。

新中計のチャレンジ —グループ連携を加速させ日本が抱える社会課題の解決に貢献する—

第14次中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期）は、前中期経営計画で見えた課題の改善に加え、2030年の「ありたい姿」からバックキャストして計画を策定しました。新たな中期経営計画の基本方針は、「Data + Technology企業としてのNew Portfolioへ」です。先ほど述べたように、人口減少、超高齢化、DX化が加速していく社会の中で、「これらをどう機会として捉えていくか？」が大きなポイントです。単なるリサーチ会社、単なるシステム会社ではなく、グループが連携して“総合力”で課題を解決していく。更に言えば、外部のデータテクノロジーパートナーとも連携して、日本が抱える大きな社会課題を打破していきたいと思います。ここは、先にも述べましたが、前中期経営計画で感じた私たちの課題です。

この課題を改善させるために、2023年7月に「グループ共創センター」という組織を新たに立ち上げました。ここは、セグメントや部署の垣根を外した新しい組織です。これまでは特定の人材が顧客の課題を企画書にまとめていくという方法で活動してきましたが、この新たな組織は、対話をベースにして解決策を練り上げていきます。今まで1部門で悩んでいたことや企画していたことを他の部門と共有し、それを“Team INTAGE”で解決していくという試みです。私たちはこれまでセグメント制で成長してきたため、どうしても部門間で見えない垣根がありました。この組織は「その垣根は壊そうよ！」という、私からのメッセージでもあります。

また、よりサステナブルな経営の実践を目指していくために2024年6月期より「サステナビリティ委員会」を新たに設置しました。ESGをテーマにした目標設定とそのモニタリングと評価を行っていきます。環境目標、社員エンゲージメントの向上や多様性の推進、実効性のあるガバナンスの進化など、中長期的な視点で私たちのESG経営を進化させていく組織です。

第14次中期経営計画の計数目標としては、2026年6月期に売上高735億円（持続的成長の証）、営業利益60億円（ビジネス価値の証）、一人当たり利益のCAGRを12%（人的価値向上の証）、配当性向50%以上（株主還元を意識した経営）としました。また、非財務目標としてE（環境）S（社会）G（ガバナンス）の各項目について取組む項目も定めました。（P.26参照）

ドコモとの資本業務提携は中立性と自主性にこだわった

2023年9月6日、株式会社NTTドコモ（以下、ドコモ）による当社への公開買付け及び資本業務提携契約を発表し、10月23日に公開買付けが成立。同社が当社株式の51%を取得したこと

に伴い、当社はドコモの連結子会社となりました。なお、東証プライム市場への上場は継続していきます。

ドコモとの基本合意に向けた話し合いの中で、私たちが最もこだわったのは「経営の自主性・独立性」でした。なぜなら、会社としての独立性がそのままリサーチの中立性につながり、中立性は私たちの事業に対する信頼の基盤だからです。中立な立場であるからこそ、5万3,600人の生活者の方々からデータを提供頂いており、6,000店舗もの小売店関係者の方にもデータ提供いただいています。もし私たちの中立性が崩れたら、当然ながら情報提供にご協力いただけなくなりますし、お客様も離れていきます。私たちにとって、中立性は絶対堅持しなければいけないことでした。

それに加えて、私たちは自由闊達な組織風土が強みであり、大きな魅力の一つです。トップダウンのみで物事を進めていく会社ではありません。自主性についても堅持しないと、ボトムアップが期待できなくなりますし、それまで価値を生み出してきた社員が辞めてしまうかもしれません。

特に「中立性」については、かなり細かいレベルで資本業務提携契約書にも落とし込んで基本合意に至っていますし、ドコモも十分に理解していますので、ご安心ください。

約9,700万の会員の行動データを両社がタッグを組んで「価値化」させていく

飽和状態にある通信業界において、ドコモは非通信領域の「スマートライフ事業」を成長の柱に据え、同事業の収益を2025年度に2021年度（9,604億円）比で倍増させる計画を描いています。「スマートライフ事業」は、映像・エンターテインメント、メディカル、電力、XR（クロスリアリティ[※3]）などさまざまなサービスを展開していて、約9,700万の顧客基盤と豊富な行動データを蓄積しています。その莫大な蓄積されたデータを収集から集計・分析・可視化等のデータハンドリング力を持つ当社グループとともに本格的に「価値化」していくことが、今回の資本業務提携の狙いの一つです。これまでもドコモとはDIM（株式会社ドコモ・インサイトマーケティング）の共同設立などで協業してきましたが、より本腰を入れてデータの「価値化」の実現に取組んでいくことになります。

ドコモとの5つのシナジーと今後の可能性

今回の資本業務提携で、ドコモと私たちインテージグループは、両社の特性と経営資源を活かすことによって、5つのシナジーの実現を目指していきます。①日用消費財メーカーに向けたIDベースかつ一気通貫型の生活者中心マーケティング支援、②流通小売におけるバリューチェーントータル支援、③顧客満足度（CS）、従業員満足度（ES）領域における新規事業領域への進出、④耐久消費財メーカー・サービス企業に向けた生活者中心のフルファネルマーケティング支援、⑤ヘルスケア関連産業における社会課題解決力の強化の5つです。

また、私たちは、「CXマーケティングプラットフォーム」の提供ツールを開発中ですが、ドコモとの提携により価値発揮の機会が拡大していく可能性を感じています。例えば、両社の経営資源を統合活用して、自社の会員基盤を持たない企業でも顧客とコミュニケーションができる仮想CRM基盤を構築し、リサーチからコミュニケーション、販促、顧客育成までできる一気通貫型の顧客マーケティングを実現すること等です。

その前提として新SCIとCODE[※4]を一体活用し、①マーケットの把握とターゲットプロファイリング、②生活者と直接対話ができ、顧客体験価値のインサイトを獲得、③生活者の反応を見ながらマーケティング施策を調整、④精度高くトレンドの変化を把握、というサイクルを実現し、リサーチと広告・販促の一気通貫サービスを提供することもできるかもしれません。この様に、この資本業務提携によって、私たちの可能性は大きく広がったと言えます。

企業活動を通じて、日本を元気にすることに貢献したい

私は「日本をもう一度元気にしたい」と心から思っています。日本が世界に先駆けて高齢化・成熟化の構造解明を進め、なおかつデジタルやテクノロジーを使ってロイヤリティを高めるマーケティング手法の構築ができれば、世界に先行して素晴らしいモデルができるはずです。私たちはその実現に向かって、グループ一丸となって挑戦し続けていきます。どうぞ、これからのインテージグループの活動にご期待ください。

※3 XR（クロスリアリティ）
VR（Virtual Reality）、AR（Augmented Reality）、MR（Mixed Reality）などの仮想世界、あるいは仮想世界と現実世界の組合せを、あたかも本物であるかのようにユーザーの五感を刺激するようにつくり出し、現実・仮想世界に“入り込む”ことができる先端技術の総称

※4 CODE
インテージグループの一員である株式会社リサーチ・アンド・イノベーションの持つ買い物アプリの名称

Management Message

2023年9月に代表取締役常務に就任し、海外事業の責任者も務める仁司さんにインタビュー。今回の就任にあたっての背景やご自身のバックグラウンド、今後の成長に向けた貢献への決意などについてうかがいました。

代表取締役常務
仁司 与志矢

VUCAの時代、今後ますますビジネスチャンスは広がっていく

― 海外ビジネス経験とヘルスケアの切り口から新しい成長の方向性を示す

今回の就任について私なりに解釈している理由としては2つあります。

一つは私が異分子であるということです。社外取締役などの一部を除き、これまで当社の経営に携わってきた人たちは、社会調査研究所時代からのルーツを持っており、それぞれの事業に対して責任を持ちながら、このグループを引っ張ってきました。それに対して、私は社外から買収されてインテージグループに入った存在です。まさに“異分子”とも言える私が指名されたのは、これまでの経験や多様な価値観、ビジネスの切り口をしっかりと発揮して、インテージグループに更なる拡がりをもたらすことに期待があるからだと感じています。

もう一つは、海外とのビジネス経験とヘルスケアに携わってきたという私のバックグラウンドであるということです。インテージグループのメインのお客様は、国内で一般消費財や耐久財をビジネスとする企業が多かったですが、その成長の切り口が海外展開やHealth&Beautyという領域に変わっていくと考えています。こうした中で、これまでとは違う切り口、あるいはこれまでとは違うグループシナジーによって、新しい価値を提供することが、お客様からの私たち

グループへの期待であり、私たちが成長するための大きな方向性になるからでしょう。

お客様の課題解決にフォーカスし、ドコモが持つ膨大なデータを価値に変える

私たちはこれまでの調査事業や情報ビジネスの中でも自ら仕組みを作って、データを集めてきました。今回のドコモとの資本業務提携によって、私たちはデータを集めるというプロセスに重点を置くことから脱却して、お客様の課題をいかに解決するかということに注力することができます。これだけ膨大なデータにタッチできて、さまざまなことができるというのは一リサーチャーである私から見ても、非常に魅力的で面白いことです。好奇心旺盛なインテージグループの従業員たちも同じように考えています。どんどん新しいアイデア、あるいは新しいお客様の課題とともにマッチしていくと、いろんな可能性が広がってくると思います。これはドコモにとっても集まってくる膨大なデータを価値あるものに変えていけるという大きなメリットにつながることでしょう。

日本は課題先進国というメリットを活かして、お客様の海外展開の足掛かりに

ヘルスケア領域から見ると、日本が課題先進国であるということはむしろメリットであり、世界に先駆けて課題を経験し、そこを乗り越えられた国のビジネスモデルというのは、海外に輸出できると思っています。そうした中で、私たちがお客様と一緒に成功できるビジネスモデルを作り上げていくことが大切です。

海外事業についてはこれまで、それぞれが独立してその国でのビジネスを立ち上げ、成長してきましたが、今後はそれを一歩進めて、地域ごとである程度同じようなサービスあるいは同じような顧客に対して、戦略的に攻めていくことが必要となってきます。例えば、お客様に対しては日本が窓口となって、複数の国でどうやって製品展開をしていくのかというところのお手伝いを、グループ会社がセットで対応させていただくのが、今後の私たちの行くべき方向性だと考えています。複数の国をまたいだ共通した課題や、共通した切り口で市場性を評価することに対応できるのがインテージグループであると思ってもらえるようになることが、私たちの今後の成長のカギになってくると思いますし、ここに大きなチャンスがあると感じています。

VUCA[※1]の時代になり、先が見えなくなってくると、意思決定のためのエビデンスが大事になってくると思います。その重要性は高まりこそすれ、今後、下がることはないでしょう。私たちは環境変化が新たな機会を生み出す、すなわち大きなビジネスチャンスにつながると捉えています。それに対して、私たちがどのようなビジネスチャンスをどのようにして手掛けていくのかというところに、今後注目していただければと思っています。また、皆さまからのアドバイスも必要になってくると考えていますので、どうかよろしくお願いいたします。

※1 VUCA
Volatility・Uncertainty・Complexity・Ambiguityの頭文字を取った造語で、社会やビジネスにおいて先行きが不透明で、将来の予測が困難な状態のこと

ドコモとのパートナーシップについて

2023年10月、当社はTOBを経て株式会社NTTドコモ（以下、ドコモ）の子会社となりました。
本TOBは、当社の経営の独立性を重視した上で進められており、
東証プライム市場上場は維持しております。現在、ドコモとのパートナーシップをスタートし、
双方の強みを活かしたシナジーの創出に取組み始めています。

TOBおよび資本業務提携

2023年9月6日、当社は『株式会社NTTドコモによる当社株式に対する公開買付けに関する意見表明及び同社との資本業務提携契約締結に関するお知らせ』を公表しました。ドコモが当社株式に対する公開買付け（TOB）を行い、それに対して当社が賛同の意見を表明するとともに、ドコモとの間で資本業務提携契約を締結したという内容です。公開買付けは2023年9月7日から10月16日まで実施され、応募数が要件を満たしたことにより本公開買付けが成立しました。この結果、ドコモが当社株式に係る議決権比率51%を所有する親会社および主要株主である筆頭株主となっております。

当社とドコモは、2012年4月には両社の合弁会社として株式会社ドコモ・インサイトマーケティングを設立し、共同で経営および運営を行い、リサーチ・モニター事業などを展開し堅調に成長をさせてきました。ドコモは、当社がグループの一員になることでこれまでの協業を発展させ、データの収集から集計・分析・可視化等のデータハンドリング力を通じて、約9,700万の顧客基盤と豊富な行動データの価値を最大化すると考え、メーカー・小売業等の企業のマーケティング課題に寄り添いともに生活者の暮らしを豊かにするマーケティングの強化が実現すると考えていました。一方、当社においてもデータの利活用はマーケティング分野だけでなくさまざまな社会課題解決の場面において重要性を増しており、今後の大きな成長を見込むとともに社会貢献にもつながる領域であると考えていました。このように、両社が持つデータとその価値化を掛け合わせることでのシナジー効果、そしてこれらに取組むことで社会課題の解決に貢献していくという想いが一致していることを確認し、具体的な協議・検討を重ねた上で出た結論となりました。

経緯

2012年4月

当社とドコモの合弁会社として株式会社ドコモ・インサイトマーケティングを設立

2023年

2月	ドコモが当社に対しTOBに係る初期的打診を行う
3月	当社が上場会社として独立性を維持する前提で、資本業務提携およびTOBに向けた具体的な協議・検討を開始
9月	TOBおよび資本業務提携契約締結の公表、公開買付の開始
10月	公開買付の終了、成立に伴い当社株式に対するドコモの議決権比率は51%となり子会社化へ、決済完了
11月	具体的なシナジー創出に向けた協議・検討をスタート

ドコモとのパートナーシップに関するポイント

具体的なシナジーおよび計数影響

両社で取組むシナジーは、ページ右上に挙げた5つが中心となりますが、当社グループにおいては**まず❶の取組みがポイント**になります。

2022年頃からパネル調査のSCI（全国消費者パネル調査）の刷新に向けた取組みを進めるとともに、SCIのデータおよびグループ会社である（株）リサーチ・アンドイノベーションの運営する“CODE”のデータをベースとしたプラットフォームのコンセプト開発やシステムの構築の取組みを進めてきており、その進捗の中で今回の資本業務提携の打診がありました。

本提携を行うことにより**ドコモの膨大な会員基盤等へのデータにアクセス可能**になり、このプラットフォーム構想の可能性が広がったと考えています。

この提携を大きな機会と捉え、シナジーの具現化に取組んでいきますが、具体的な**中期経営計画や年度の業績予想に係る数値影響については、決定次第公表**いたします。

上場維持となった背景

今回のドコモからのTOBおよび資本業務提携の打診に際して、具体的な交渉に入る前提条件は、当社グループの**自主的・独立的な経営を尊重しつつ、両社の連携を深める**ことができるようにするため**当社の上場を維持**するということでした。その上で、連結子会社になることによって生まれるシナジーの可能性や蓋然性を検討しTOBおよび資本業務提携に至っております。

TOBの結果、ドコモは親会社となりましたが、その目的は「**イコールパートナー**」（対等な立場で同じゴールを目指す協力者）として、双方のアセットを掛け合わせたデータ価値の創出によるビジネス創造をなしていくことにあります。**完全子会社化の予定はありません。**

一方で、一般的に親子上場の形態は、親会社と子会社の少数株主の利害が対立する“利益相反”の懸念等がガバナンスの問題点として指摘されています。そのため少数株主保護の観点を重視し、2023年12月にガバナンス委員会を設置しました。

シナジーの発揮

intage group Know today, Power tomorrow × NTT docomo

ドコモが有する約9,700万※の顧客基盤と豊富な行動データを、当社グループが持つ
データ収集から集計・分析・可視化等のデータハンドリング力を通じて、データの価値を最大化

※2023年9月時点

5つのシナジーの実現を目指す

1. 日用消費財メーカーに向けたIDベースかつ一気通貫型の生活者中心マーケティング支援
2. 流通小売におけるバリューチェーントータル支援
3. 顧客満足度（CS）、従業員満足度（ES）領域における新規事業領域への進出
4. 耐久消費財メーカー・サービス企業に向けた生活者中心のフルファネルマーケティング支援
5. ヘルスケア関連産業における社会課題解決力の強化

CXマーケティングプラットフォームの提供ツールを開発中

ドコモとの提携により価値発揮の機会拡大へ

シナジー1の具現化

両社の経営資源を統合活用し、自社において会員基盤を持たない企業でも個客とコミュニケーションができる仮想CRM基盤を構築、リサーチからコミュニケーション、販促、顧客育成までのIDベースかつ一気通貫型の個客マーケティングを実現

中立性の担保について

パネル調査のビジネスは、生活者であるモニターの毎日のお買い物データや小売店のPOS**データを提供いただくことで成り立っています。**

データ提供企業やデータ提供者、調査協力者からの信頼や顧客企業からの期待を基盤として成立しているビジネスモデルであり、**データの取扱いは当社グループにとって最も重要な課題**です。

データ提供者及び当社グループの同意なく当社グループからドコモに対し提供されない旨を契約において合意しており、今後の経営においても、データの取得及び利用に関する透明性・中立性ならびに情報の取扱いの機密性の確保を前提とし、ドコモとのシナジーの発揮を進めていきます。

役員体制について

ドコモの子会社化に伴い、**（株）インテージホールディングスの取締役として2名**（監査等委員でない取締役1名および監査等委員である取締役1名）、**（株）インテージの取締役として1名**が選任されました。

3名の役員は、今後の経営基盤の強化と企業価値の向上を目指すにあたり、ドコモにおいてマーケティングソリューション事業の責任者や経営管理全般を担う者であり、2023年12月より当社経営に参画して頂いています。

2030年に向けて

すべては、豊かで可能性の広がる社会の創造のために

2030年の
ありたい姿

社会的ロスがない、便利で豊かな社会の実現に貢献する企業であり続け、ビジネス課題・社会課題解決の貢献に比例した事業成長を目指す

計数イメージ

	2022年	2030年
売上高	613億円	（CAGR:10-12%）1,300-1,500億円
営業利益	（営業利益率:6.2%）37億円	（営業利益率:10-12%）150億円
ROE	11.4%	12%以上
R&D費用	2%	3%

2030年に向けたインテージグループの事業環境と機会

2030年の市場環境は、デジタル化による産業の垣根がなくなり、少子高齢化による社会的な労働力不足、海外市場への更なる事業シフトが想定されます。このような市場環境の変化に対して、データ活用の重要性は飛躍的に高まっていくと想定されます。

現在のインテージグループビジョン／パーパスに立脚し、市場環境変化とともに変わっていく2030年におけるインテージグループの社会的役割はより広がっていく、すなわち大きな機会であると考えています。

創業以来60年以上培った、情報を収集し、加工・分析し、情報に価値を与えることは変わらないインテージグループの強みであり、これを活かし、より多くの生活者が生活価値向上を感じる社会実現への貢献を目指します。

機会

- 人口減少、高齢化社会の加速
- デジタル社会の加速
  生成型AI、Web3、メタバース…

＋

強み

- 多種・大量のデータ
  爆発的なデータ量の増加（玉石混淆）
  データ利活用に資するインプット
- 分析結果に基づく制御
  事業につながる仕組化
  データ利活用に資するアウトプット
- データを基に分析
  目的に応じたデータ整備

**より多くのお客様の事業活動を通じて、
より多くの生活者が生活価値の向上を感じる社会実現への貢献**

戦略実行とケイパビリティ

企業としての成長と社会課題の解決の両立を目指す2030年のありたい姿を実現するために、当社グループの持つ強みの一つであるMI（マーケティング・インテリジェンス）とBI（ビジネス・インテリジェンス）の両要素を持つ企業であることと、さまざまな業種のお客様とのつながりを活かした共通のサービス化を成し遂げることで、当社グループあるいは顧客の持つさまざまなデータを連携させ、テクノロジーの活用によってお客様の最適化や強化を支援していくことを目指しています。

What

さまざまなData連携とTechnology活用により企業活動の最適化と強化を支援

- **高齢化・多様化・成熟化する生活者のwantsの把握**
- **企業・自治体の意思決定支援**
- **企業・自治体のPDCAデータドリブンの支援**

How

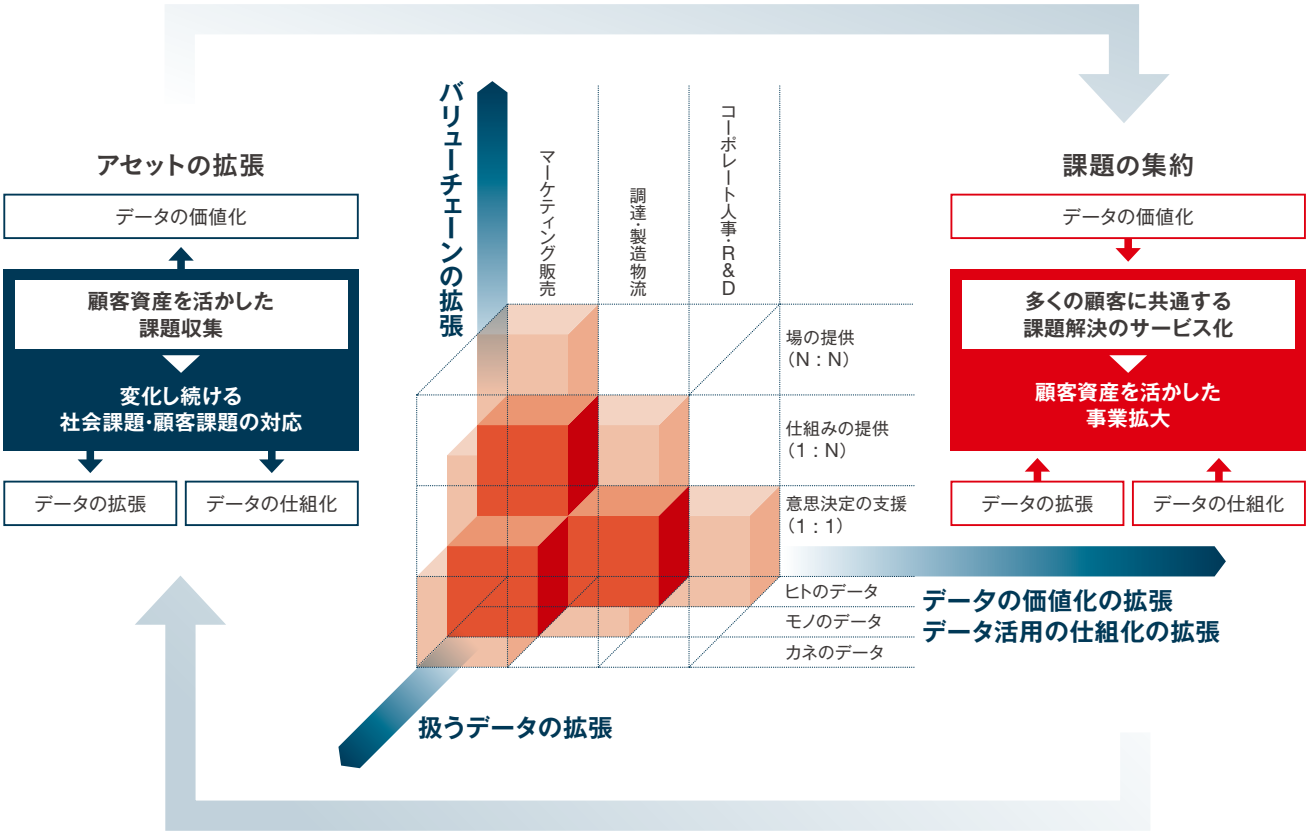
インテージグループのケイパビリティを活かす

- **多くの顧客に共通するwantsのサービス化に向けて**
  FMCG、DCG、サービス、製薬、官庁自治体などさまざまな顧客接点の保有と顧客課題接近力
- **MI※を持つBI※企業、BIを持つMI企業として**
  データの拡張、価値化、仕組化を一体で実行できる力

※MI：マーケティングインテリジェンス　BI:ビジネスインテリジェンス

Data + Technologyで価値発揮の領域を拡張

これまでのインテージグループは、パネル調査のデータを始めとした人に関する価値あるデータ、すなわちマーケティングという分野におけるお客様の意思決定の支援を中心にビジネスの基盤を確立してきました。今後は取り扱うデータ自体を“拡張”させ、支援の領域を仕組化や場の提供などデータ活用の“価値化と仕組化“を強化し、これによってお客様を支援するバリューチェーンの”拡張”を目指し、更に「アセットの拡大」と「課題の集約」のサイクルを回すことで、価値発揮の領域を拡張していきます。



第14次中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期）

当社グループは3ヵ年ごとの中期経営計画を策定しており、
2023年8月に第14次中期経営計画を公表しました。
なお、公表した計数はドコモとのシナジーによる効果は含めておりません。

基本方針

Data+Technology企業としての New Portfolioへ

― 新たな価値発揮の創出 ―

重点課題

1 グループ戦略
2030年の展望を
ゴールとした
ビジネス価値発揮の拡大

2 テクノロジー戦略
データ活用、
DX支援を挑戦し続け、
産業の境界線を越える

3 データ戦略
市場が変化しても
自社データ価値を
高めるデータ戦略の推進

4 共創戦略
新たな価値発揮の
創出を支援する
グループ共創の推進

Key message

人口減少・高齢化社会、そして、
デジタル社会の進展を機会ととらえ
社会的ロスをなくし、
便利で豊かな社会の実現に向けて

→

MI、BI※の単体機能提供から
MIとBIを融合させたサービスを提供する企業
＝
Data+Technology企業として、新たな価値発揮を創出する

※MI：マーケティングインテリジェンス　BI：ビジネスインテリジェンス

計数計画

	2023年6月期（実績）			第14次中期経営計画（3カ年） 2024年6月期			2025年6月期			2026年6月期		
	実績	前年差	前年比	計画	前年差	前年比	計画	前年差	前年比	計画	前年差	前年比
売上（百万円）	61,387	1,154	101.9%	64,500	3,112	105%	68,800	4,300	107%	73,500	4,700	107%
営業利益（百万円）	3,785	△853	81.4%	4,000	214	106%	4,700	700	118%	6,000	1,300	128%
営業利益率	6.2%	△1.5%	–	6.2%	0.1%	–	6.8%	0.6%	–	8.2%	1.3%	–

計数目標（2026年6月期）

連結売上高
735億円
持続的成長の証し

連結営業利益
60億円
ビジネス価値の証し

一人当たり利益※
CAGR12%（第14次中計期間）
人的価値向上の証し
※一人当たりの利益＝（営業利益＋投資）／人員数

配当性向
50%以上
株主還元を意識した経営

非財務目標

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、電気使用量の削減を始め、労働環境の効率化や省エネの推進により、オフィスのCO_2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など、企業活動に伴い発生する環境負荷の低減に取組んでいます。また、気候変動がビジネスおよび社会全体に与える影響について、気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）に基づく取組みを推進し、開示の充実化に努めます。

CO_2排出量を46%削減（2030年目標 2013年比）
パリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

再生エネルギー使用率100%（2030年目標）
パリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

TCFDの対応
（気候変動が事業に及ぼす影響を評価・管理）

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。

エンゲージメント
ビジョンの実践、成長実感、達成感、心理的安全性、チャレンジ風土など

提供価値
クライアントの信頼、プロフェッショナリティの発揮、生産性・付加価値、セキュリティ／コンプライアンス意識など

多様性
性別構成、一般／幹部職構成、年代別構成、中途採用比率など

Governance

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、遵法精神にのっと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。

取締役会の構成の最適化
（取締役の果たす役割の明確化による実効性の向上）

リスクマネジメントの徹底

コンプライアンスの順守

2023年度からサステナビリティ委員会を設置
中長期目標に対して、何をできていればよいかを定め、モニタリングと評価を毎年できる状態とする

第14次中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期）

SCI®（全国消費者パネル）のリニューアルおよびCXマーケティングプラットフォームの開発

第14次中期計画において進捗させていく取組みとして最も注力することは、基幹商品であるパネル調査の一つであるSCI（全国消費者パネル）のリニューアル、そして進化を遂げるSCIのデータならびにグループ会社の一員である株式会社リサーチ・アンド・イノベーション（以下、RnI）の持つ買い物アプリ“CODE”のデータを活用した、お客様企業へのCX（カスタマーエクスペリエンス、顧客体験価値）向上活動に資するプラットフォームの開発です。

取組みSTEP

STEP1 RnIのプロダクトにインテージ事業資産を組み込み、マネタイズ加速
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

STEP2 RnIの特許を活用したSCIのリニューアル
コストイノベーションによる大規模化、データ範囲拡張（生鮮・惣菜など）

STEP3 SCI－CODE一体活用による、CXマーケティングプラットフォームの確立
お客様のマーケティングに革新をもたらしリサーチを超え、販促・広告市場へ

各STEPの進捗

STEP1 RnIのプロダクトにインテージ事業資産を組み込み、マネタイズ加速

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を進めており、RnIのサービス「買いログQA」「買いログTalk self」「かざしラッキーエッグ」などが順調に伸長しています。

STEP2 新SCIは5万サンプルサイズで本番データを構築中

RnI特許を活用したコストイノベーションによる大規模化、データ範囲拡張を目指しています。現在のSCIはモニター数が5万人ですが、リニューアルに伴い7万人に拡大予定。

モニターの入力負荷の軽減を実現しながら、提供できるデータの種類も豊富になり、提供価値が向上する予定です。

STEP3 CXマーケティングプラットフォーム提供ツールを開発後には、サービスを拡張し生活者・顧客にとって価値ある体験の創造とファンづくりを目指す

今後当社グループが注力ポイントとする“データの価値化”および“データの仕組化”を具現化するものとしてプラットフォームを構築。提供ツールは14次中計期間において開発を進めています（下記図）。中長期的には事業のスケール化を狙い、生活者と密接なコミュニケーションを取るツールへの位置づけを狙うとともに、各業界のデータと連携し購買行動履歴を踏まえたOne to Oneコミュニケーションの実現を目指していきます。

新SCIとCODEを一体活用し、
リサーチと広告・販促の一気通貫サービスを提供

CXマーケティングプラットフォーム
新提供ツール開発中

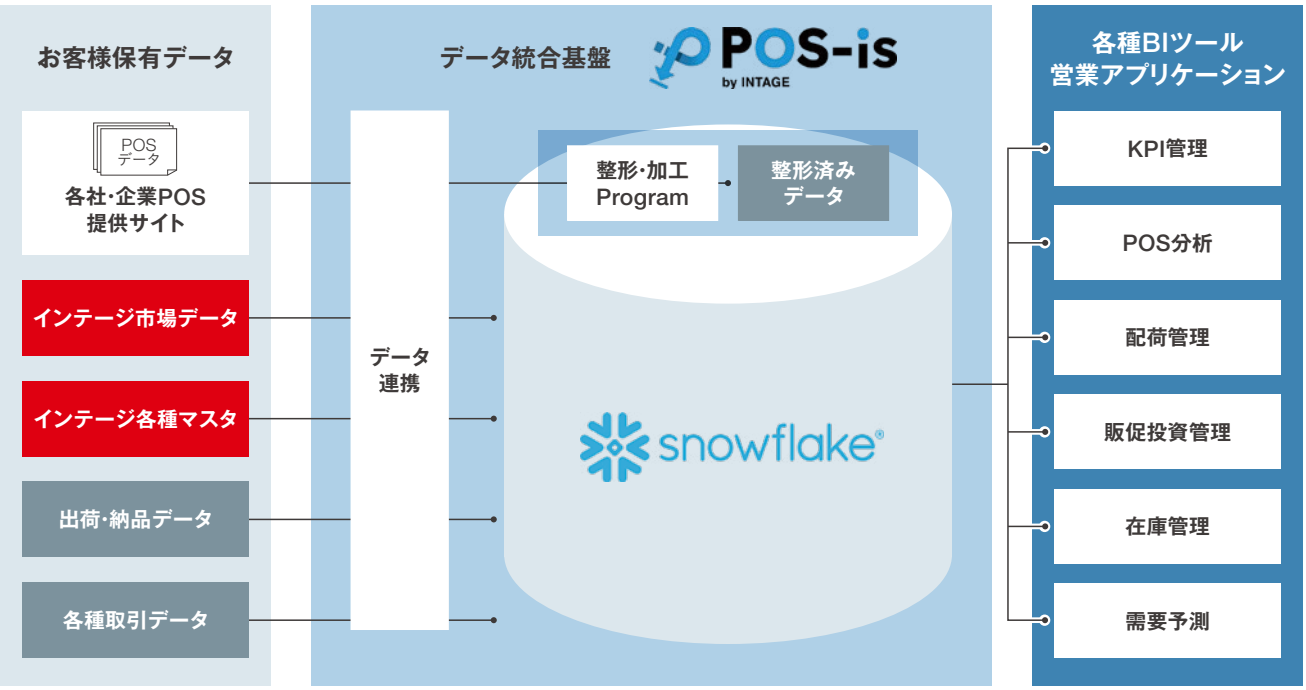
流通データ統合・分析サービス「POS-is™（ポスイズ）」

自社データ＋顧客データの活用を価値化し、仕組化することで営業・生産における業務支援を行うサービス「POS-is」。2023年11月に事業会社の株式会社インテージが消費財メーカー営業部門をターゲットにしてローンチしました。インテージグループが今後成長にあたりポイントとなる“データの価値化”“データの仕組化”を体現したサービスとして大きな期待を寄せています。

POS-isとは

消費財メーカー営業部門が保有している小売企業ごとにフォーマットの異なるPOSデータを統一フォーマットで統合・蓄積し、さらにインテージ保有のSRI+®（全国小売店パネル調査）、SCI®（全国消費者パネル調査）、商品・店舗マスタや流通データと連係・分析できるデータ基盤を提供します。このデータ基盤、およびデータ基盤と接続可能なダッシュボードを用いることで、消費財メーカー営業部門は営業活動においてPOSデータを効率的に活用することができるようになります。

本サービスはPOSデータのクレンジング・統合やインテージデータとの連係を実現するとともに、ガバナンス面では、POSデータ等の流通データを外部提供せず安全に管理することが可能です。これは各顧客の環境内にSnowflakeを構築し、この基盤の強みであるデータ共有機能「Snowflake Secure Data Sharing」を活用することで実現しています。



※ 統合基盤からダッシュボードまで全てお客様環境内に構築するため、外部へのデータ提供が不要

期待される効果

- 担当者ごとのデータ集計、資料作成工数を削減
- 業務の標準化および提案レベルの底上げ
- 市場とPOSデータとのギャップ分析が可能に
- 発展的な活用方法として、店頭在庫推計を行うことで店頭在庫の最適化や、需給調整の効率化が期待される

今後

Snowflake上でのアプリケーション開発フレームワークを用いたダッシュボード開発や、大規模言語モデル（LLM）を活用したデータ解釈、商品マスタメンテナンスの自動化に取組み、より利用しやすい環境へ整えていく方針

CFO
Message

新たなステージに入り、成長を意識した財務マネジメントで中長期での企業価値向上を目指す

取締役
CFO 内部統制担当
竹内 透

2023年6月期は増収減益も、継続して成長投資を続ける

2023年6月期においては、原材料費の高騰などの影響を受けた消費財メーカー等の需要減などを受け、国内事業の売上は計画どおりとはなりませんでしたが、グループ全体としては海外事業等の売上が伸長し増収となりました。一方で、各事業の体制強化に伴う人件費・経費が増加したことにより、営業利益としては減益となりましたが、海外拠点体制の再構築に伴う税金費用の減少もあり親会社株主利益は増益にて着地しました。またこうした中でも、今後の成長のための投資を継続して行っており、投資計画については順調に進んでいると評価しております。

また2023年8月には第14次中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期）を発表いたしましたが、お客さまへ新たな価値提供を行うべくサンプルサイズの拡大等を予定しているSCIについて、新旧SCIの並行稼働に伴うコスト負担の重複が生じ、2024年6月期と2025年6月期においては利益面への影響も見込まれますが、2026年6月期にはこうした並行稼働に伴うコストの問題も解消されて、大きく利益成長できると考えています。

第14次中期経営計画期間の配当は累進的とし、資本効率を意識した成長を目指す

株主の皆さまに対する利益還元については、以前から経営上の最重要課題の一つと捉えており、グループ経営の成果であります連結業績をベースに、配当と成長投資のバランスを考慮した利益配分を行うことを基本的な考え方としております。

前回の中期経営計画では配当性向40%を目標に掲げてきましたが、2023年6月期の配当は昨年の38円から42円への増配（配当性向46%）とし、コンスタントに40%を超えられる水準を達成できました。財務体質も強化され、成長投資にも十分な資金を充てられると認識していることから、さらに株主の皆さまへの利益還元を強化すべく、2023年8月には利益配分に関する基本方針を変更いたしました。第14次中期経営計画期間の配当は累進的とし、最終年度の2026年6月期の連結配当性向は50%を目指し、ROE（自己資本利益率）は12%を目標とすることといたしました。

ドコモとの提携を含む成長戦略について、投資家とのエンゲージメントを強化し訴求していく

2023年9月にはインテージグループの中長期的な成長戦略の一環として、ドコモとの資本業務提携を公表しました。現在、グループ内に複数のプロジェクトチームを立ち上げ、それぞれの事業計画について真摯な検討を重ねているところです。

新しい中期経営計画の発表と同時に、インテージグループの中長期的にありたい姿や実現に向けての方向性を示した「2030年に向けて」を公表しましたが、今回の資本業務提携により、そこに至るまでのスピードや蓋然性が高まるものとも考えております。そうした点をご理解いただけるよう、株主や投資家の皆さまには、今後決定していく新たな事業計画や挑戦していく方向性についてはタイムリーにご説明するなど、エンゲージメント活動を一層強化していこうと考えております。

健全な財務基盤を維持しながら、新たな成長ステージに挑戦する

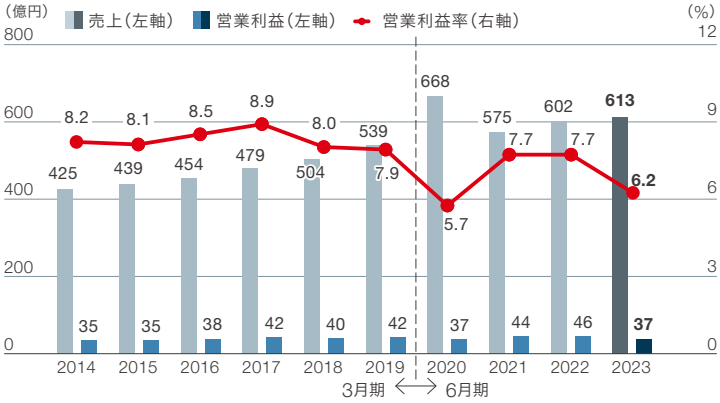
当社の事業特性（リサーチ事業の中立性・独立性維持の観点）からも、従来から健全な財務基盤の維持は重要だと考えており、R&I（株式会社格付投資情報センター）で格付を取得して外部からの客観的な視点も取り入れながら、健全な財務基盤を維持してきました。

現状の資本政策は、こうした健全な財務基盤をベースに資本効率を重視（ROE 12%）しながら、最終利益を成長投資と株主還元に振り向けていくという考え方です。

特に中長期的な成長の実現に向けて、現在の事業基盤を維持強化するための基盤投資や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図るための戦略投資を継続し、こうした成長投資の実現により最大の目標である企業価値の向上に挑戦していこうと考えております。

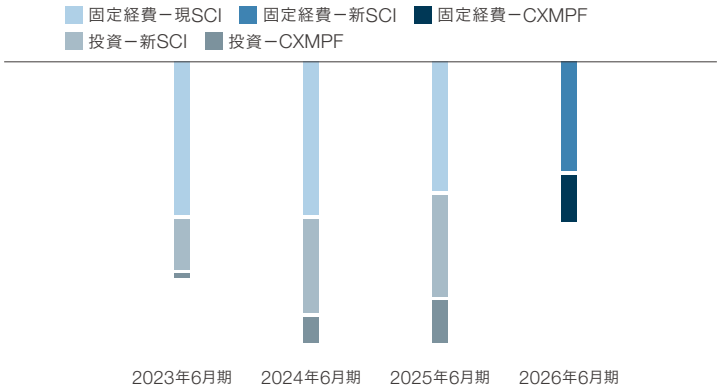
今回のドコモとの資本業務提携を通じて、私たちインテージグループも新しいステージに入っていくことになると思います。引き続き、企業価値を高めるべく努力してまいりますので、ステークホルダーの皆さまにはぜひ大きな期待をもって応援していただけますよう、よろしくお願いいたします。

10年間の業績推移



（注）2020年6月期は、決算期変更による15カ月の変則決算となっております

投資および経費の変動イメージ

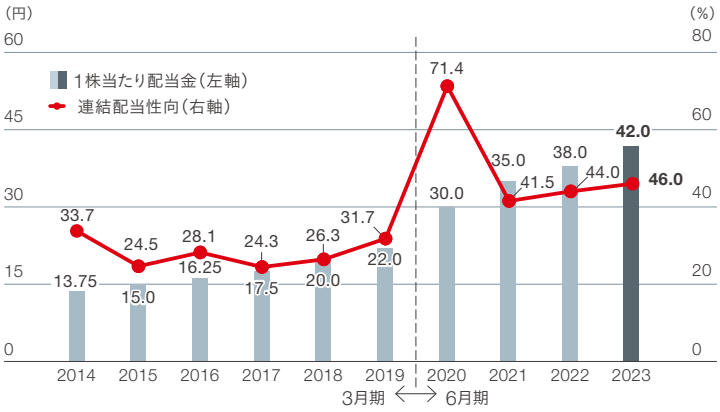


2023年8月9日「2023年6月期決算の状況および第14次中期経営計画」より抜粋

第14次中期経営計画期間における利益配分に関する基本方針

最終年度（2026年6月期）目標	配当性向50% ROE（自己資本利益率）12% 累進的な配当の実施

連結配当性向／1株当たり配当金



（注）2020年6月期は決算期変更による15カ月の変則決算となっております

サステナビリティ

2020年8月、持続可能な社会の実現およびグループの持続的な成長に向けてSDGs宣言を公表し、重要課題であるマテリアリティを特定しました。2023年7月からはサステナビリティ委員会を設置し、持続可能な企業として成長を続けるためにサステナビリティ全般の課題を取り上げ、施策につなぐ活動を開始しています。これからも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、その先の生活者の健やかで豊かな暮らしに貢献していきます。

SDGs宣言

インテージグループのSDGs

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

マテリアリティ（重要課題）とSDGsの関連性

	マテリアリティ	関連するSDGs
事業による社会課題解決への貢献	**1 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** 倫理観を持って公正にデータを扱います。生活者のライフスタイルの多様性を明らかにし、データ活用を通じてお客様のビジネスに貢献します。	3 すべての人に健康と福祉を 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任
	2 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 個人情報の高度な安全性を確保し、データ提供者との信頼関係を築きます。情報管理を徹底し、セキュリティ体制の強化に努めます。	16 平和と公正をすべての人に
	3 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 豊かで可能性の広がる社会の実現に貢献するため、国・自治体・教育機関やさまざまな業種の企業と連携し、イノベーションを生み出します。	9 産業と技術革新の基盤をつくろう 17 パートナーシップで目標を達成しよう
	4 明日を拓く人材を育成・輩出します ビジネス力を起点に、データサイエンス力、データエンジニアリング力を強化し、データ価値向上を担う人材の育成につなげます。また、人材の社会での幅広い活躍を支援します。	4 質の高い教育をみんなに 8 働きがいも経済成長も
持続的な貢献を支える基盤	**5 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** 一人ひとりの個性が尊重され、誰もが活躍できる、多様性あふれる企業を目指します。また、女性のリーダーシップ発揮の機会をより多く創出します。	5 ジェンダー平等を実現しよう 10 人や国の不平等をなくそう
	6 生き生きと働けるワークスタイルを実現します 従業員のQOLを重視し、安心して働き続けられるワークスタイルを確立します。また、変わり続ける社会に対応する柔軟な働き方を追求します。	3 すべての人に健康と福祉を 8 働きがいも経済成長も 13 気候変動に具体的な対策を
	7 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 あらゆるステークホルダーと良好な関係を築き、健全な経営と持続的な成長に努めます。	16 平和と公正をすべての人に 17 パートナーシップで目標を達成しよう

マテリアリティ策定プロセス

1 社会課題の抽出

SDGsとISO26000を参考に社会課題を洗い出し、インテージグループを取り巻く業界やグループのリスクや機会を踏まえて抽出・整理しました。

2 優先順位付け

社員アンケートとワークショップを実施。優先して取組むべき課題についてディスカッションしました。

3 妥当性の確認

結果をとりまとめ、マテリアリティ（案）を作成。機関投資家などの意見を踏まえた上で、経営層と十分な議論を重ねました。

4 マテリアリティの特定

最終的に経営の合意を得て、インテージグループのマテリアリティ（重要課題）を特定しました。

サステナビリティ委員会の活動

当社グループは、企業理念である「THE INTAGE GROUP WAY」のもと、お客様とその先の生活者をつなぐ架け橋として持続可能な社会へ貢献し、持続的な成長を目指すことをサステナビリティ方針とし、当社のサステナビリティに関する取組みをより一層推進することを目的として2023年7月に「サステナビリティ委員会」を設置いたしました。委員会の構成は、インテージホールディングスの取締役が委員長と副委員長を務め、委員はすべてのセグメントの基幹会社ならびに機能会社においてサステナビリティの課題を把握し施策につなげる役割を持ったメンバーを選出しております。

サステナビリティ委員会においては、サステナビリティ全般に係るテーマに関して検討し、必要に応じて取締役会に報告する体制としております。2023年8月に公表した第14次中期経営計画においては、マテリアリティに関連する目標や取組みをESG（環境・社会・ガバナンス）の各区分に基づき定めており（下図）、委員会においては、当該中計の非財務項目に関する取組みの共有及び取りまとめを始めとして、当社における非財務資本の議論、マテリアリティに関するKPI設定の検討、それらに関する内外の啓蒙を含む施策の策定、必要に応じてグループ会社における実行などについて、連携を図り運用しております。

第14次中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期）　非財務目標

Environment 環境

CO_2排出量を46%削減
（2030年目標 2013年比）
パリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

再生エネルギー使用率100%
（2030年目標）
パリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

TCFDの対応
気候変動が事業に及ぼす影響を評価・管理

Social 社会

エンゲージメント
ビジョンの実践、成長実感、達成感、心理的安全性、チャレンジ風土など

提供価値
クライアントの信頼、プロフェッショナリティの発揮、生産性・付加価値、セキュリティ／コンプライアンス意識など

多様性
性別構成、一般／幹部職構成、年代別構成、中途採用比率など

Governance ガバナンス

取締役会の構成の最適化
（取締役の果たす役割の明確化による実効性の向上）

リスクマネジメントの徹底

コンプライアンスの順守

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、お客様の課題を解決するとともに、
その先の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ます。
マテリアリティ（重要課題）に取組むことは、ステークホルダーとの信頼関係を強め、
社会の要請や期待に応えることにつながります。企業価値と社会価値をともに高めていくことによって、
持続可能な企業の成長と社会の発展に寄与していきます。

産学連携の取組み

Materiality 3　Materiality 4

高度情報化社会を担うデータサイエンス人材の育成や、教育機関との連携によるイノベーションの促進は、当社のみならず全産業的な課題です。当社は以下に紹介している取組みを始めとした、データを扱う強みを活かしたさまざまな形での産学連携を推進しています。これらは先に挙げた課題の解決への貢献に加え、インテージグループの認知向上と将来を担う人材の採用機会拡大にもつながっています。2023年6月期は、グループ全体で26の大学と産学連携の取組みを行いました※。

※ 2023年6月期に当社との間で取組みがあった大学の数

PBL（課題解決型学習）

企画発表会の様子

大学のゼミに社員を講師として派遣し、「大学生の視点で調べやすいECサイト・アプリを開発する」などのリアルな課題をテーマに、当社が提供するデータの解析、仮説検討、企画立案までを行い、データ分析力と実際のビジネスの課題解決力の習得を目指すカリキュラムを支援しています。

社員による出張講義

社員による講義の様子
（中京大学経済学部 特別授業「ビジネスで用いられるデータと統計学」）

教育機関との連携の一環として、全国各地の大学のマーケティングリサーチやデータ分析、統計学等に関する授業で、当社の社員が講師を務めています。

企業と学生をつなぐ「産学連携生活者研究プロジェクト」

株式会社インテージが“ハブ”となり、生活者理解について課題を持つ顧客と、アカデミックな知見や生活者としての視点を持つ大学・学生をつなぎ、共同で課題にアプローチすることで、ビジネスヒントの獲得を支援するサービスを提供しています。2023年6月期に2回プロジェクトを開催し、合わせて顧客企業19社と7大学が参加しました。

自社データの提供

さまざまなリサーチデータを教材・研究材料として大学・研究室に供給。実際のビジネスで使われる“生きた”データを使うことで、学生にリアルな分析に試行錯誤する機会を提供しています。

データを提供している大学（2023年6月期 五十音順）
青山学院大学、実践女子大学、千葉大学、中央大学、
東京都立大学、明治大学、明治学院大学、横浜国立大学、
早稲田大学 など

また、個別の研究者・学生なども幅広く利用できるように、国立情報学研究所の情報学研究データリポジトリ（IDR）へデータを提供しています。

臨床研究・創薬研究支援

株式会社インテージヘルスケアは、AI創薬プラットフォーム「Deep Quartet」を用いた、医薬品の候補となる新規化合物創出のための大学の研究支援や、臨床試験実施のための大学病院からの生体試料収集を円滑にするインフラ構築、副作用情報収集システムの提供などを通して、大学の研究活動を支援しています。

AI創薬による共同研究を行う大学（2023年6月期 五十音順）
岡山大学、東京理科大学、名古屋大学、広島大学

SRI一橋大学消費者購買指数

一橋大学と全国スーパーマーケット協会、株式会社インテージが共同で開発した「SRI一橋大学消費者購買指数」は、日本企業の価格設定において多く見られる容量調整や特売などと消費行動との関連を明らかにすることを目的とした指標です。株式会社インテージのパネル調査「SRI+®」を用いて新たな視点で消費者の購買行動を理解することに貢献しています。

SRI一橋大学消費者購買指数の詳細はこちら
http://www.srihito.com/index.html

インテージグループのマテリアリティ
事業による社会課題解決への貢献

Materiality 1	Materiality 2
生活者視点のデータ活用でお客様のビジネスの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
Materiality 3	**Materiality 4**
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

技術の輪を広げる、グループ横断技術コンペティション

Materiality 4

インテージグループの各社は、リサーチやデータを中核とするビジネスを展開しており、データハンドリングスキルの持続的な向上が重要な課題であると考えています。2021年度から始まったグループ会社横断の技術コンペティションは、「技術探究文化の形成」「データ分析の人材育成」そして「組織を越えた技術向上・交流」を目的とし、各社の従業員がデータ解析・プログラミングのスキルを競い合うことでグループ全体の成長を目指す取組みです。

2022年度に開催された第2回大会では「『どうぶつしょうぎ※』の自動対局」がテーマとなり、グループ各社からの出場者計12名が、Pythonなどの言語を用いて、それぞれのアプローチでプログラムを開発し、対局を行いました。今後も、人材育成・技術交流の場として規模を拡大していくことで、グループ全体に技術探求文化が広まっていくことが期待されています。

※ 将棋のルールを簡素化した、動物の絵柄の駒5種類と3×4マスの盤面を使用するゲーム。棋士の北尾まどか氏が考案

自動対局の様子

「メタバースだから気楽に話せる」がん患者の座談会

Materiality 1

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は、さまざまな疾患の患者を対象とした調査を実施しています。対面に加えてオンラインでのインタビューも増えている中で、今回、がん患者を対象とした座談会をメタバース上で実施。「自身の姿を他者に見せたくない」「プライベートな話題は話しにくい」などの不安が参加者にある場合の新たなインタビューの手法として、メタバース座談会の有用性を確認しました。

自身の顔を現すことなく、アバターを通じて意見を述べたり意思表示したりできることで、参加者の満足度は高く、「病気はかなりプライベートなこと。アバターを使って話せたので、安心して気持ちをさらけ出せた」といった感想が上がりました。メタバース座談会がより深い分析や考察につながる可能性を見据え、インタビュー手法の一つとして今後の活用が期待されます。

座談会の様子

Environment 環境

「インテージグループ環境保護方針」を定め、持続的な地球環境の保全を目指しています。
中でも、気候変動への取組みを重要な課題と捉え、サステナビリティ委員会のテーマとして、
目標管理および施策の検討を進めるとともに、気候関連財務情報開示タスクフォース（以下、TCFD）
提言への賛同を表明し、TCFDに基づく情報開示に取組んでいます。

インテージグループ環境保護方針

1. 環境マネジメントシステムをトータルマネジメントシステムの一つとして位置付け、継続的な地球環境保全のための活動に取組みます。
2. 資源の利用は必要最小限に留め、省資源・省エネルギーを図ります。特に情報は可能な限りデジタル化し、IT機器を利用することでレスペーパーに努めます。
3. 企業活動に必要な資源（設備、原材料、器具等）は、環境に優しいものや再資源化が可能なものを優先的に利用するとともに、ゴミの分別廃棄を行い再利用の可能性を追求し、最終処分量の最小化に努めます。
4. 地球環境保全活動の浸透を図り、継続的かつ計画的な教育・訓練を実施します。

気候変動への取組み（TCFD提言への対応）

ガバナンス

取締役を委員長とするサステナビリティ委員会を2024年6月期より設置し、毎月開催の委員会において、気候変動への取組みをテーマの一つとして議論を行っています。具体的には、気候変動が当社に与える影響の把握・事業活動による温室効果ガス排出量の算定、第14次中期経営計画で定めた排出削減等の目標達成に向けた施策の検討等が行われています。サステナビリティ委員会で検討した議題は、必要に応じて経営上の重要事項に関する意思決定機能を担う取締役会に上申する体制が整備されています。

戦略

すべての開示セグメントの基幹会社を対象に、気候変動が当社の事業に与えるリスクと機会の観点からヒアリングを実施し、取締役会でのディスカッションを経て、移行リスク（主に1.5/2℃シナリオ）および物理的リスク（主に4℃シナリオ）ならびに機会を特定し、ホームページ上で開示しています。

気候変動による直接的な事業への影響は限定的である一方で、気候変動が顧客企業の事業活動に影響を及ぼすことによる、間接的な事業への影響は相対的に大きいものと整理しています。

リスク・機会		影響を受ける対象	インパクトを受ける主な影響	影響
移行リスク（主に1.5/2℃）	政策・法規制	主にお客様	■ 炭素税等の規制強化に伴う対応コストの増加	小
	技術・評判	当社グループ	■ 気候変動対策の取組みに関連したサービスやソリューション開発が遅れることによるリサーチニーズの機会損失	中
	市場	お客様	■ 気候変動関連の規制強化等に伴う取引先の経営状況悪化による業務委託等の減少 ■ 生活者の気候関連による消費行動等の変化に伴う既存サービスの需要低下に伴う、取引先の収益悪化による業務委託の減少	大
物理的リスク（主に4℃）	急性	当社グループ／お客様	■ 自然災害の発生や激甚化によるオフィスや従業員、被データ提供者等の被災による事業継続性への影響	中
	慢性	当社グループ	■ 温暖化等により空調に係る電力消費量の増加によるコスト増加 ■ 海面上昇等による低リスクの事業拠点移転による賃料増加	中
機会	市場／商品・サービス	当社グループ	■ 気候変動に伴う生活者の意識の高まりや行動変容により、取引先の分析等のニーズの発生により業務委託が増加	大
	資源効率	当社グループ	■ オフィスやデータセンターのエネルギー効率向上によるコスト削減	小

指標および目標

グループの温室効果ガス排出は、およそ半分がScope2排出に該当するオフィスとデータセンターの電気使用によるものです。ホームページ上で、国内の主要拠点におけるScope1～3の温室効果ガス排出量を算定し、開示しています。

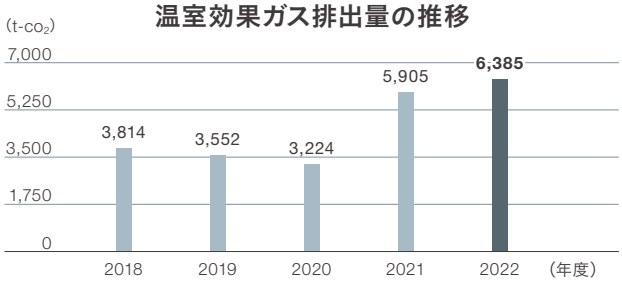
Scope1,2排出量について

2022年度は、新型コロナウイルス感染症が終息に向かったことによりオフィス利用が増え、一部事業所の電気使用量が増加しました。一方で、使用量の大きいひばりヶ丘事業所でエネルギー効率の改善が進み、電気使用量が減少したこと等により、Scope1,2合計の排出量が減少しました。

Scope3排出量について

2021年度からScope3排出量を算定しています。当社においては、カテゴリ1（購入した製品・サービスに係る排出）がScope3排出量の約半分を占めています。2022年度は、カテゴリ6（出張に係る排出）の算定対象会社を拡大したこと等により、排出量が増加しました。

温室効果ガス排出量の推移



算出方法・対象範囲等については、ホームページをご覧ください
https://www.intageholdings.co.jp/sustainability/environment/

第14次中期経営計画における非財務目標（環境項目）

- CO_2排出量（Scope1,2）を46%削減（2030年目標 2013年比）
- 再生エネルギー使用率100%（2030年目標）
- TCFD提言への対応

2023年6月期の取組み

- 気候変動が当社に与える定性的なリスク・機会の特定
- Scope1～3の温室効果ガス排出量の算定
- TCFD提言への賛同表明（2023年6月）
- TCFD提言に基づいた情報開示の拡充

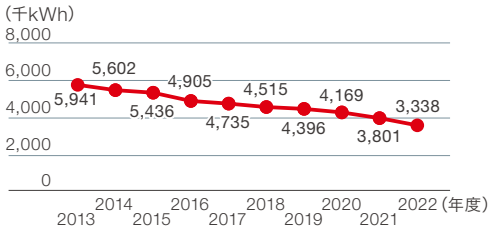
TOPICS

1 ひばりヶ丘事業所の環境負荷低減の取組み

データセンターを備えるひばりヶ丘事業所は電気使用量が多く、コスト・環境負荷の面から課題とされていました。そこで、2011年からESCO事業者※の協力のもと省エネルギー施策を実施。空調インバータ制御の導入、照明設備の省エネ化等の施策を行うことにより、電気使用量を2013年度比4割以上削減しました。

※ 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

ひばりヶ丘事業所の10年間の電気使用量の推移



2 データセンターの持続可能な取組み

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。

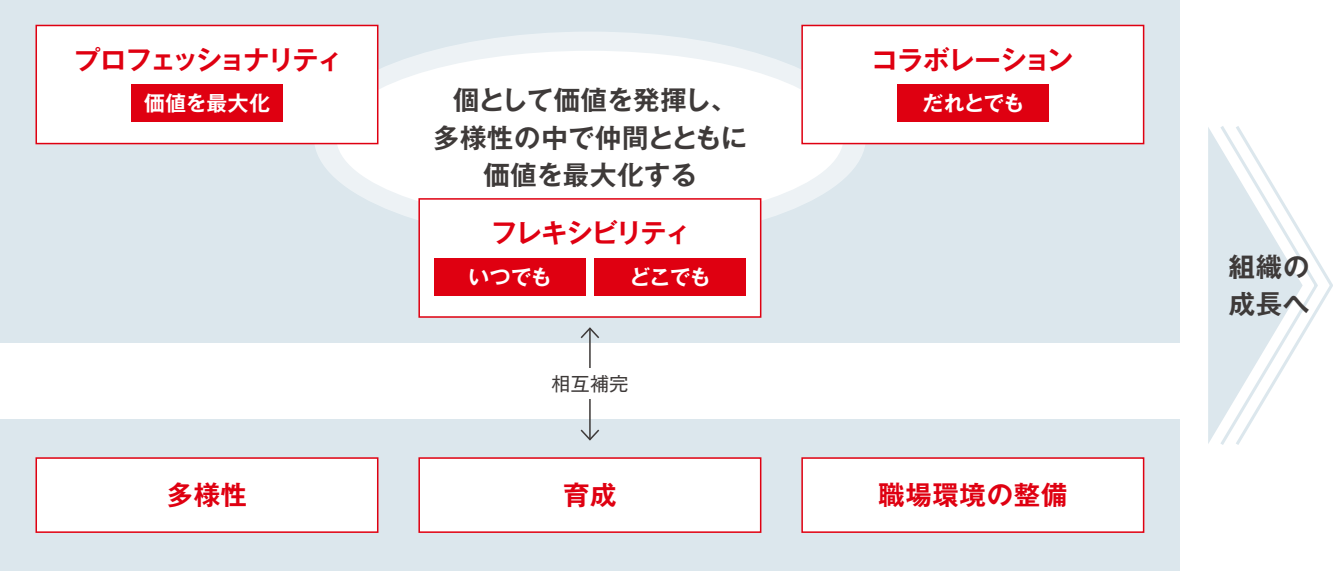
Social 社会

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。

人財についての考え方

インテージグループは、グループビジョン「Know today, Power tomorrow」の実現に向け、グループ社員一人ひとりが個として価値を発揮し、多様性の中で仲間とともに価値を最大化することを重視し、多様性が尊重され、かつ、自由闊達な企業風土・文化を醸成していきます。

これらの実現に向け、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おります。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おります。



多様性

当社および当社グループが提供するサービスや付加価値の源泉は、私たち「人」の価値そのものです。誰もが活躍できる企業グループを目指すことは、多様な背景や強みを持つ社員が互いを理解・尊重することであり、多様性がコラボレーションをより豊かにし、グループ全体の協働・共創や、さらなる活躍と成長機会の創出、ひいては価値提供の拡大につながると考えております。

育成

性別・国籍・新卒/中途入社などの違いによらず、社員の意欲と実績を前提とした登用等の機会を幅広く設けており、今後もさらに拡大をしていきます。また、能動的な成長機会を重視していることから、手上げ方式の研修機会や異動機会を豊富に提供することを目指しております。これらを通して、従業員が高い専門知識やスキルを獲得し、プロフェッショナリティを高めるサポートをしていきます。

職場環境の整備

チームや一人ひとりが、それぞれ最適な働き方で価値を発揮し、働きがいを実感しながら活躍できる土壌をつくるため、オフィスの継続的な見直しに加え、リモートワークやフルフレックス勤務といった、働く場所や時間を自律的に選べる働き方（ハイブリッドワーク）を推進しております。また、国内外すべてのグループ会社社員がシームレスにやりとりができるよう、チャット・SNSなどの共通コミュニケーション基盤のグループ全社導入を展開しております。このような職場環境の整備によって従業員のフレキシビリティを向上し、組織内での協力やコラボレーションを促進します。

具体的な取組み

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」を大切にし、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。“Dandies（ダンディーズ）”という障がい者雇用のチームがあり、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。

2019年からは障がい者アスリート社員として、北浦春香（車いす陸上・インテージホールディングス所属）、折橋正紀（デフフットサル・インテージヘルスケア所属）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。

月に1回秋葉原事業所で開催するカフェの様子

アスリート社員（左：北浦春香　右：折橋正紀）

多様性の確保

当社グループでは、性別・国籍・新卒/中途入社等の違いによらず、社員の意欲と実績を前提とした活躍の機会を広く設けており、その指標として「女性活躍推進に関する状況」を中心に継続的な把握を行っております。

女性活躍推進に関する状況

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
女性従業員比率（%）	46.4	49.3	50.0	49.4	50.8	51.0
新卒採用における女性比率（%）	53.4	51.9	46.4	49.2	51.9	57.1
女性管理職比率（%）	21.7	22.7	23.0	23.3	24.7	25.6
女性役員比率（%）	12.2	14.0	14.8	15.6	14.6	14.1

※1 各数値はそれぞれの事業年度末
※2 2021年度までの集計対象会社は（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、2022年度の集計対象会社は国内連結子会社

社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」を定期的に実施。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、社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、社員の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。

2023 健康経営優良法人 Health and productivity

（株）インテージホールディングスと（株）インテージ・アソシエイツが健康経営優良法人2023に認定

Board of directors

役員一覧

（2024年1月末現在）

A 石塚 純晃 代表取締役社長

年月	略歴
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
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）

B 仁司 与志矢 代表取締役常務　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、特命事項担当

年月	略歴
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	同社 代表取締役副社長
2007年 3月	同社 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
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
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
2023年 7月	当社取締役 CWO、特命事項担当 株式会社インテージヘルスケア 取締役（現任）
9月	当社代表取締役常務 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、特命事項担当（現任）

C 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

年月	略歴
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）
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）

D 大竹口 勝 取締役 経営企画担当、グループ人事企画担当、関係会社担当

年月	略歴
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
2023年 9月	当社取締役 経営企画担当、グループ人事企画担当、関係会社担当（現任）

E 竹内 透 取締役 CFO、内部統制担当

年月	略歴
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
2023年 1月	当社取締役 CFO、内部統制担当（現任）

F 石橋 英城 取締役

年月	略歴
1993年 4月	株式会社電通入社
2011年 4月	同社プラットフォーム・ビジネス局・事業2部専任部長
2014年 7月	株式会社NTTドコモ出向 同社プロモーション部・戦略担当部長
2017年 4月	株式会社電通帰任 同社事業企画局・プロジェクト推進部局長補兼部長
2018年 7月	同社電通イノベーションイニシアティブ局長
2021年 12月	株式会社NTTドコモ入社 同社マーケティングメディア部次長、ウォレットビジネス部次長、 パートナービジネス推進部次長
2022年 7月	同社マーケティングイノベーション部長（現任） 株式会社ドコモ・インサイトマーケティング 取締役（現任）
2023年 12月	当社取締役（現任）

G 今井 厚弘 社外取締役 独立役員

年月	略歴
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	株式会社いなげや入社 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
4月	同社リスクマネジメント部長兼内部監査室長
2021年 6月	同社常勤監査役
2022年 6月	同社取締役常勤監査等委員（現任）
9月	当社社外取締役（現任）

H 渡邉 温子 社外取締役 独立役員

年月	略歴
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	サーモ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	当社社外取締役（現任）

I 小田切 俊夫 取締役 常勤監査等委員

年月	略歴
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、インキュベ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）

J 永井 理 取締役 監査等委員

年月	略歴
1995年 4月	エヌ・ティ・ティ北海道移動通信網株式会社 （現株式会社NTTドコモ）入社
2018年 7月	同社代理店営業室担当部長
2019年 7月	同社グループ事業推進部事業企画担当部長（現任）
2023年 12月	当社監査等委員である取締役（現任）

K 中島 肇 社外取締役 監査等委員 独立役員

年月	略歴
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）

L 三山 裕三 社外取締役 監査等委員 独立役員

年月	略歴
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）

M 鹿島 静夫 社外取締役 監査等委員 独立役員

年月	略歴
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
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 企業統治

当社グループは、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

当社グループは、多数のステークホルダー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、透明性等の確保が重要な責務であると認識しております。

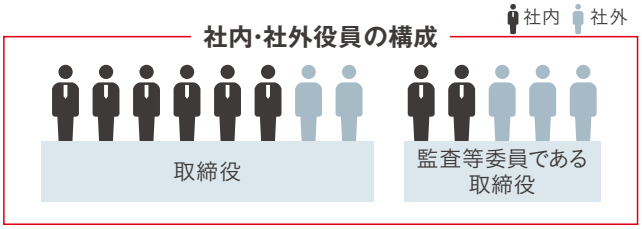
グループビジョンである「THE INTAGE GROUP WAY」を経営の拠り所としており、またその土台ともいうべきものとして、法令や良識に従い事業を進めるという姿勢を広く社会に宣言するものとして、「インテージグループ企業倫理憲章」を定めております。

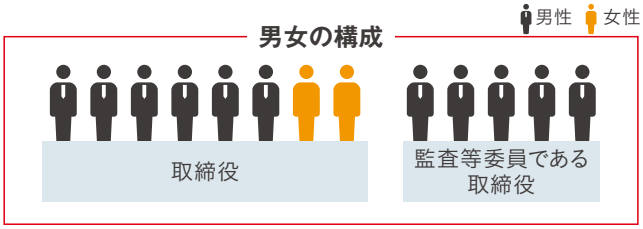
さらに、上記「インテージグループ企業倫理憲章」に基づき、当社グループの役員、従業員等が日常業務を遂行するにあたっての基本的考え方と行動のあり方を「インテージグループ社員行動規範」として定め、役員、従業員等一人ひとりの行動が、当社グループへの信頼を確実にしていくものであることを認識し、この基準を遵守し、健全な事業活動を進めるよう努めております。さらに、当社の内部統制システムは、「内部統制システムに関する基本方針」に基づいて運用されております。

コーポレートガバナンスの変遷

- 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
- 2017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
- 2018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
- 2019年：取締役会の実効性評価を外部評価にて実施
- 2020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
- 2021年：取締役会の実効性評価を外部評価にて実施
  - ドコモの子会社化に伴い取締役2名を増員（取締役1名および監査等委員である取締役1名）
- 2022年
- 2023年

役員構成（2024年1月現在）





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）8名（うち社外取締役2名）及び監査等委員である取締役5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、重要事項の決定並びに取締役の職務執行状況の監督等を行っており、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及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及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。

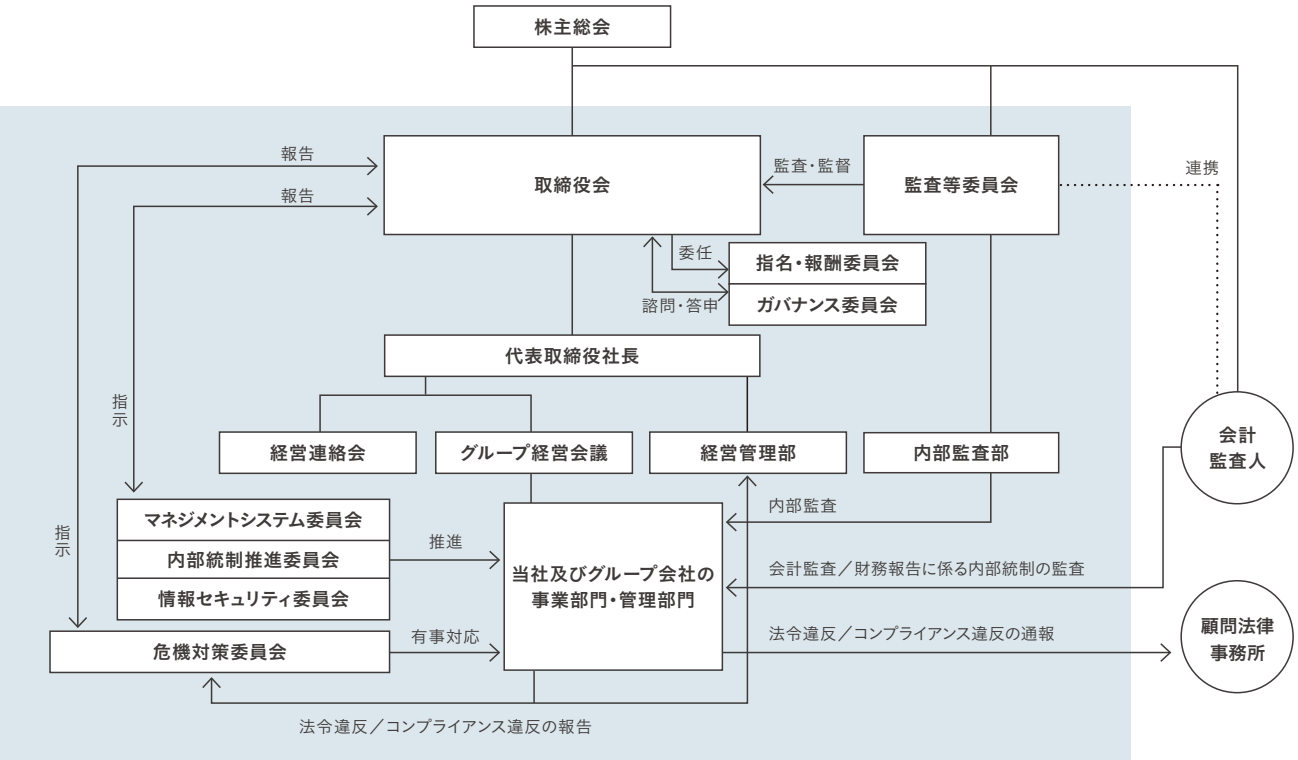
さらに、グループの内部統制の推進を目的とした「内部統

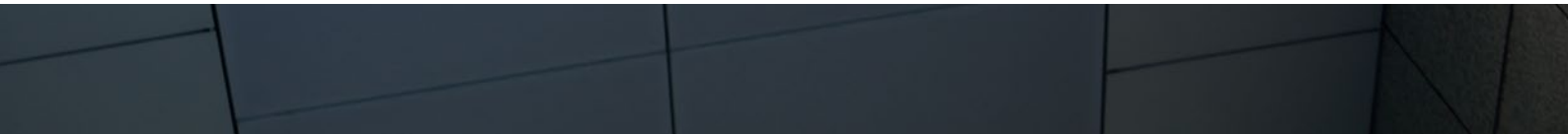
制推進委員会」、グループの事業に関わる危機対策を目的とした「危機対策委員会」、グループのマネジメントシステムの推進を目的とした「マネジメントシステム委員会」、情報セキュリティの課題把握・解決を目的とした「情報セキュリティ委員会」を設置しております。

監査等委員会は、監査等委員である取締役5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等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）に報告のうえ、監査等委員会の意見の取り纏めを行う等、経営に対する監査及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及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等により、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・経営方針並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、当社及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、監査等委員会及び内部監査部門は、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、期中及び期末は適宜、内部監査の状況について報告を受け意見交換する等、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。





Governance 企業統治

取締役会の実効性評価（2022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。（「コーポレートガバナンスに関する基本方針」第21条）

本年は8月に当社の取締役12名（監査等委員でない取締役8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をしております。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。

なお、本年のアンケート項目については、前年に引き続き、取締役会の構成・運営、戦略議論、リスク管理、評価・報酬、株主・ステークホルダーとの対話の観点を踏まえ実施しています。

当該評価結果によると、取締役会の構成と運営が引き続き適切であるとの認識のもと、取締役に対する十分な議案説明を通じて、独立社外取締役が必要に応じてその知見や株主視点を踏まえ、経営陣に対し建設的な意見を提示する等、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、独立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各委員会の活動状況の取締役会への共有、株主等のステークホルダーとの対話に関する取締役会への報告と議論などを含め、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。

その一方で、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、i）外部環境等を踏まえた経営戦略、ii）事業ポートフォリオの見直し、iii）経営資源（人的資本・知的財産等）の配分、iv）サステナビリティ、v）危機対応計画等の議論の更なる充実化の必要性を改めて認識いたしました。

本評価結果を踏まえ、取締役会にて更なる議論の充実化を図るために、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、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（2024年1月現在）

	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		–	●		●	●		●		●
	檜垣 歩		–	●				●			●
	大竹口 勝		–	●		●					●
	竹内 透		–		●					●	
	石橋 英城		–	●				●			●
	今井 厚弘	社外	●		●					●	
	渡邉 温子	社外	●	●			●				
監査等委員である取締役	小田切 俊夫		–	●						●	
	永井 理		–	●		●		●			
	中島 肇	社外			●	●				●	
	三山 裕三	社外			●		●			●	
	鹿島 静夫	社外			●		●			●	

（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。

Outside director
Message

社外取締役の職責と
ガバナンスの質の向上

社外取締役（監査等委員である取締役）
弁護士
三山 裕三

社外取締役の職責は、基本的には執行側をモニタリング（監視・監督）することにあります。しかし、常に待ったをかけるばかりでは、企業の持続的成長はあり得ません。企業が成長し、企業価値が増大してこそ、四方よし（従業員よし、取引先（顧客）よし、消費者（生活者）よし、株主よし）は実現されます。

かかる観点からいえば、社外取締役は、監視・監督やリスクの指摘といった守りのガバナンスを実践するだけでは不十分で、企業価値の増大に向けて、執行側に刺激を与え、よき批判者、評価者になることが必要です。

もとより、業界における専門的知識および企業内の情報の非対称性により、社外取締役が執行側に経営で太刀打ちすることは困難です。しかしながら、内部のしがらみや既得権を気にすることなく、社外ならではの幅広い知見・見識を、社内に注入することは可能であり、それにより執行側に刺激を与え、ヒントを示唆することは不可能ではありません。そこからさらに進んで、本質的な経営課題（マテリアリティ）を多様な視点から議論できたとすれば、理想的な攻めのガバナンスといえます。

コイのいる池に天敵のナマズを放てば、ナマズがいつ襲ってくるかわからないことを警戒し、コイは必死に泳いで優雅な姿を取り戻したという寓話があります。

企業価値の増大に向けて、適度な緊張感のもと、執行側に刺激を与え、ヒントを示唆し、もって取締役会、ひいては会社組織全体が活性化することを常に心掛け、社外取締役の職責を果たしたいと考えています。

役員報酬（2022年度）

取締役（社外取締役及び監査等委員である取締役を除く）の報酬については、「金銭報酬」及び「株式報酬」で構成し、これらの支給割合は、役位・職責、業績、目標達成度等を総合的に勘案するほか、株主との価値共有や持続的な成長に向けた健全なインセンティブの一つとして機能するよう、中長期的な業績と連動する報酬の割合及び「金銭報酬」と「株式報酬」との割合を適切に設定しております。

また、監査等委員でない社外取締役の報酬については、(i)aの「基本報酬」のみで構成いたします。

(i)金銭報酬

第44回定時株主総会決議に基づく報酬枠の範囲内において、以下の「金銭報酬」を支給しております。

a. 基本報酬

役位、役割・責務等に応じて決定しております。

b. 業績連動金銭報酬

前年度の連結営業利益を指標とした基準額に、役位に応じた所定の係数を乗じた額と、役割実績に応じた個人別査定額を合計して算出しております。

(ii)株式報酬

以下の株式報酬で構成しております。

a. 業績連動型株式報酬

第47回定時株主総会決議に基づき継続及び一部改定した株式報酬であり、株式給付規程に基づき、各事業年度における取締役の役位及び業績目標達成度に応じたポイントを付与し、原則として退任時に信託を通じて、累積ポイント数に応じた当社株式（1ポイント当たり当社普通株式1株に換算）及び当社普通株式の換価処分金相当額の金銭を支給することとしています。

b. 譲渡制限付株式報酬

第50回定時株主総会決議に基づく株式報酬であり、各事業年度における取締役の役位に応じて、譲渡制限付株式の付与のための報酬として金銭債権を支給し、その全部につき現物出資財産として払込みを受け、一定期間の譲渡が制限された当社株式を支給することとしています。なお、第44回定時株主総会決議に基づく報酬枠の範囲内として、年額90百万円以内といたします。

監査等委員でない取締役（社外取締役を除く）の報酬等の額、支給時期、配分等の具体的内容については、株主総会決議に従い、担当取締役が支給原案を作成し、「基本報酬」、「業績連動金銭報酬」及び「業績連動型株式報酬」については、取締役会の委任に基づき、代表取締役社長、監査等委員である取締役及び独立社外取締役を構成員とし、かつ過半数の構成員を独立社外取締役として別途設置する報酬に関する委員会（以下「報酬委員会」という。）にて決定しております。また、「譲渡制限付株式報酬」については報酬委員会での審議を経て取締役会において決定いたします。

監査等委員でない社外取締役の報酬については「基本報酬」のみとし、その額、支給時期、配分等の具体的内容については、株主総会決議に従い、取締役会の委任に基づき報酬委員会において決定しております。監査等委員である取締役の報酬については「基本報酬」のみとし、その額、支給時期、配分等の具体的内容については、第44回定時株主総会決議に基づく報酬枠の範囲内において、監査等委員である取締役の協議により決定いたします。

本決定方針は、2021年2月19日の取締役会で決議された後、譲渡制限付株式報酬の導入に伴い、2022年8月19日の取締役会において本決定方針の修正について決議されております。当事業年度に係る取締役の個人別の報酬等の内容の決定にあたっては、報酬委員会が上記決定方針との整合性を含めた多角的な検討を行った上で決定を行っているため、取締役会としては、当該決定が上記決定方針に沿うものであると判断しております。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

役員区分	報酬等の総額（千円）	報酬等の種類別の総額（千円）				対象となる役員の員数（名）
		金銭報酬		株式報酬		
		基本報酬	業績連動金銭報酬	業績連動型株式報酬	譲渡制限付株式報酬	
取締役（監査等委員を除く）（社外取締役を除く）	234,619	48,000	138,342	3,608	44,668	7
取締役（監査等委員）（社外取締役を除く）	19,200	19,200	-	-	-	2
社外役員	34,200	34,200	-	-	-	6

DATA section

41 成長の軌跡と成長の理由
43 10年の主要財務・非財務データ
45 財務データ
48 会社概要

Our Growth Path and Reasons for Growth
成長の軌跡と成長の理由

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

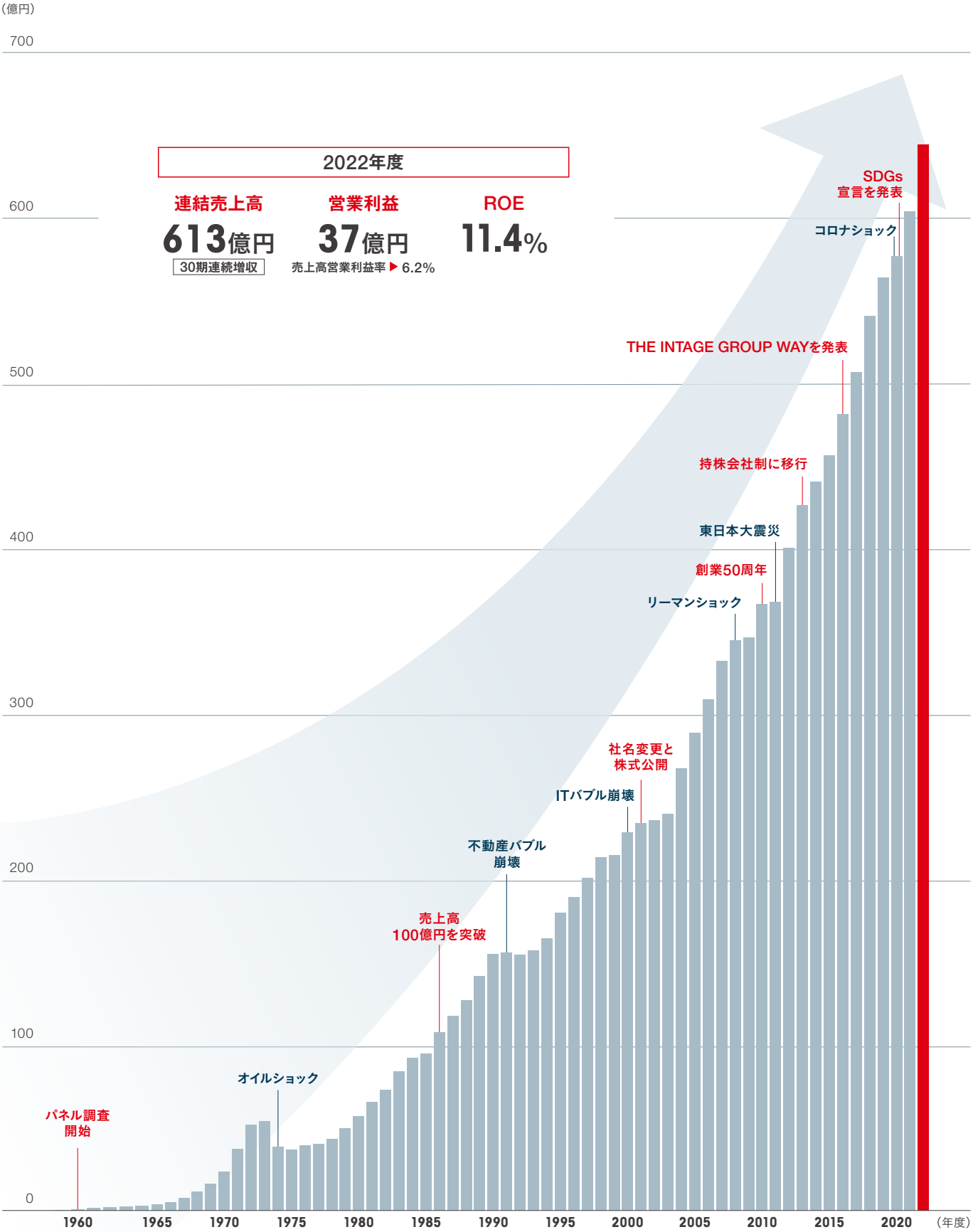
1960 株式会社社会調査研究所を創業 SDI（全国一般用医薬品パネル調査）開始
1963 IBM1401を導入、総合情報企業への基盤を構築
1964 SCI®（全国消費世帯パネル調査）を開始
1965 インプット（データのPC入力）事業を開始
1973 東京・ひばりヶ丘に本社ビル竣工
1977 SLI（全国女性消費者パネル調査）を開始

1980 POSプロジェクトを開始
1992 SCIスキャニングシステムを開始
1994 全店POSによるSRI®（全国小売店パネル調査）を開始
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

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
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
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）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

2012 株式会社NTTドコモとの合弁会社である株式会社ドコモ・インサイトマーケティングを設立
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
2023 株式会社NTTドコモと資本業務提携契約を締結

連結売上高の推移



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。

10年の主要財務・非財務データ

	2014/3	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/6※2
会計年度							
売上高	¥42,508	¥43,925	¥45,481	¥47,987	¥50,499	¥53,986	¥66,880
売上原価	31,107	31,723	33,257	34,603	35,732	37,891	47,971
販売費及び一般管理費	7,895	8,630	8,340	9,115	10,743	11,826	15,129
営業利益	3,505	3,571	3,883	4,268	4,023	4,268	3,779
親会社株主に帰属する当期純利益	1,642	2,463	2,326	2,871	3,050	2,859	1,683
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,612	2,947	1,713	4,072	3,188	4,279	7,032
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,151)	2,327	(1,791)	(2,110)	(2,414)	(4,087)	(1,402)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(592)	(4,940)	1,566	(1,300)	399	(58)	(5,518)
現金及び現金同等物の期末残高	7,926	8,366	9,812	10,418	11,622	11,720	11,779
会計年度末							
総資産	33,740	33,301	36,830	39,067	41,486	45,524	41,489
純資産	17,171	19,917	21,338	23,771	27,428	28,987	28,335
自己資本比率(%)	50.5	59.3	57.5	60.3	65.5	63.3	67.8
1株当たり情報(円)							
当期純利益※1	40.83	61.52	58.28	71.91	76.08	69.47	41.99
純資産※1	423.24	494.50	530.09	589.87	660.69	699.51	704.73
配当金※1	13.75	15.00	16.25	17.50	20.00	22.00	30.00
その他の情報(%)							
売上高営業利益率	8.2	8.1	8.5	8.9	8.0	7.9	5.7
ROA(総資産経常利益率)	10.7	10.3	11.3	11.6	10.7	9.7	8.6
ROE(自己資本当期純利益率)	10.1	13.4	11.4	12.8	12.0	10.2	5.9

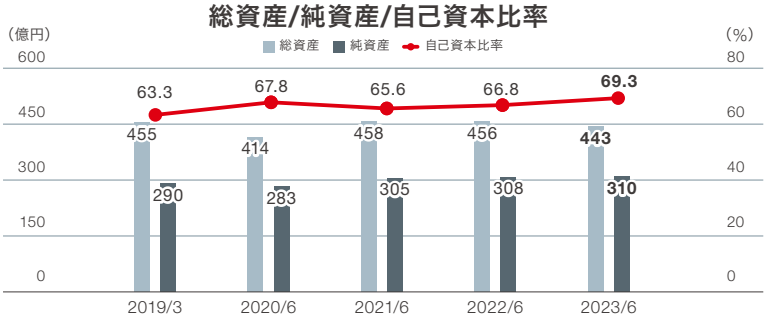
※1　当社は、2017年10月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施しました。2014年3月期期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。
※2　2020年6月期は決算期変更に伴い、2019年4月1日から2020年6月30日の15カ月決算となっています。
※3　2020年6月期から2022年6月期の集計対象会社は(株)インテージホールディングス、(株)インテージ、(株)インテージリサーチ、(株)インテージヘルスケア、(株)インテージテクノスフィア、(株)インテージ・アソシエイツ、2023年6月期より集計対象は国内連結子会社としています。
※4　女性管理職比率は「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出したものであります。

単位:百万円
( )はマイナスを表しています

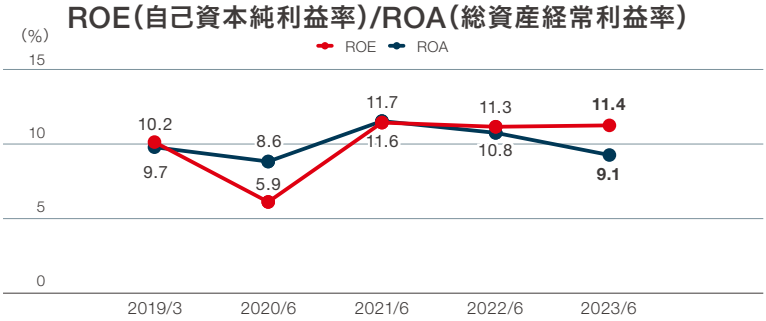
	2021/6	2022/6	2023/6
	¥57,558	¥60,232	**¥61,387**
	39,358	39,843	**40,088**
	13,778	15,739	**17,513**
	4,421	4,649	**3,785**
	3,372	3,418	**3,505**
	4,845	3,391	**2,687**
	(1,241)	(634)	**(618)**
	(1,354)	(2,854)	**(3,954)**
	14,132	14,277	**12,536**
	45,751	45,633	**44,391**
	30,526	30,823	**31,004**
	65.6	66.8	**69.3**
	84.40	86.31	**91.21**
	750.50	776.32	**808.17**
	35.00	38.00	**42.00**
	7.7	7.7	**6.2**
	11.7	10.8	**9.1**
	11.6	11.3	**11.4**

財務・非財務データ

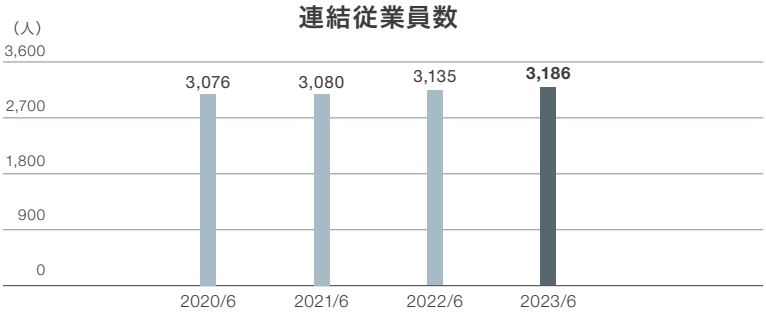
総資産/純資産/自己資本比率



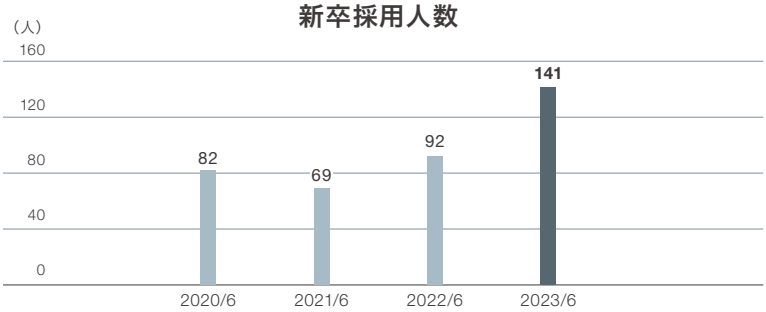
ROE(自己資本純利益率)/ROA(総資産経常利益率)



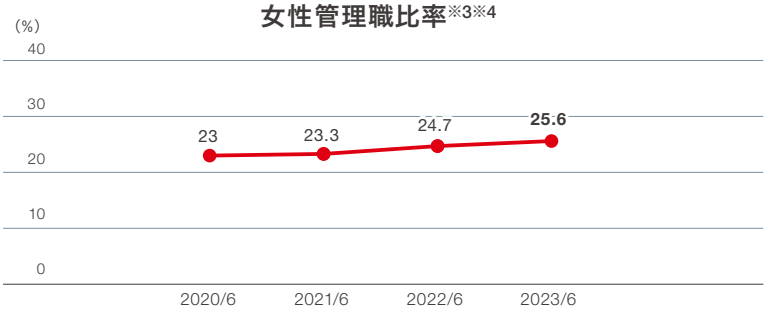
連結従業員数



新卒採用人数



女性管理職比率※3※4



連結貸借対照表

単位:千円

資産の部	2022/6	2023/6
流動資産		
現金及び預金	14,383,948	**12,620,553**
受取手形	653,275	**624,648**
売掛金	8,704,867	**8,727,169**
契約資産	27,668	**85,784**
商品	9,952	**15,422**
仕掛品	1,998,174	**2,186,425**
貯蔵品	193,935	**146,511**
その他	1,645,875	**2,010,226**
貸倒引当金	△ 5,036	**△ 3,877**
流動資産合計	27,612,661	**26,412,864**
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	6,181,423	**6,316,306**
減価償却累計額	△ 4,994,307	**△ 5,145,155**
建物及び構築物(純額)	1,187,115	**1,171,150**
器具備品	1,544,396	**1,550,928**
減価償却累計額	△ 1,288,442	**△ 1,276,087**
器具備品(純額)	255,953	**274,841**
土地	1,998,156	**1,998,156**
リース資産	1,021,732	**1,083,976**
減価償却累計額	△ 511,195	**△ 604,104**
リース資産(純額)	510,537	**479,871**
有形固定資産合計	3,951,762	**3,924,020**
無形固定資産		
のれん	961,846	**832,688**
その他	3,227,577	**3,054,218**
無形固定資産合計	4,189,423	**3,886,907**
投資その他の資産		
投資有価証券	6,161,704	**5,846,269**
繰延税金資産	1,968,034	**2,505,024**
退職給付に係る資産	28,247	**101,306**
その他	1,726,652	**2,027,233**
貸倒引当金	△ 4,907	**△ 312,467**
投資その他の資産合計	9,879,731	**10,167,365**
固定資産合計	18,020,917	**17,978,294**
資産合計	45,633,579	**44,391,158**

単位:千円

負債の部	2022/6	2023/6
流動負債		
買掛金	2,701,926	**2,973,730**
短期借入金	324,840	**224,840**
リース債務	217,162	**215,361**
未払法人税等	809,240	**560,187**
契約負債	922,860	**749,715**
賞与引当金	2,189,159	**2,138,925**
ポイント引当金	2,226,117	**2,287,583**
受注損失引当金	26,416	**—**
その他	3,118,160	**2,651,449**
流動負債合計	12,535,884	**11,801,793**
固定負債		
長期借入金	298,250	**173,410**
リース債務	344,948	**321,346**
株式給付引当金	193,515	**173,215**
役員退職慰労引当金	4,800	**—**
退職給付に係る負債	1,290,721	**755,043**
資産除去債務	102,191	**103,966**
その他	40,149	**57,512**
固定負債合計	2,274,576	**1,584,494**
負債合計	14,810,460	**13,386,287**

単位:千円

純資産の部	2022/6	2023/6
株主資本		
資本金	2,378,706	**2,378,706**
資本剰余金	1,786,851	**1,789,401**
利益剰余金	28,078,096	**30,075,545**
自己株式	△ 1,565,105	**△ 3,461,377**
株主資本合計	30,678,549	**30,782,275**
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	339,374	**113,749**
為替換算調整勘定	534,468	**657,900**
退職給付に係る調整累計額	△ 1,086,143	**△ 784,122**
その他の包括利益累計額合計	△ 212,300	**△ 12,472**
非支配株主持分	356,870	**235,067**
純資産合計	30,823,119	**31,004,871**
負債純資産合計	45,633,579	**44,391,158**

連結損益計算書

単位:千円

	2021/7/1-2022/6/30	2022/7/1-2023/6/30
売上高	60,232,755	**61,387,014**
売上原価	39,843,841	**40,088,291**
売上総利益	20,388,914	**21,298,723**
販売費及び一般管理費	15,739,643	**17,513,400**
営業利益	4,649,271	**3,785,323**
営業外収益		
受取利息	4,057	**13,204**
受取配当金	94,854	**53,847**
持分法による投資利益	303,401	**218,097**
投資事業組合運用益	—	**270,991**
その他	112,798	**149,980**
営業外収益合計	515,112	**706,121**
営業外費用		
支払利息	17,170	**21,420**
投資事業組合運用損	44,205	**—**
貸倒引当金繰入額	—	**307,266**
支払手数料	25,682	**14,428**
自己株式取得費用	20,738	**50,854**
割増退職金	30,784	**—**
固定資産除却損	52,158	**18,044**
その他	21,089	**5,599**
営業外費用合計	211,829	**417,614**
経常利益	4,952,553	**4,073,829**
特別利益		
投資有価証券売却益	284,788	**146,414**
関係会社株式売却益	—	**76,423**
特別利益合計	284,788	**222,837**
特別損失		
投資有価証券評価損	332,991	**31,910**
退職給付費用	20,796	**—**
特別損失合計	353,787	**31,910**
税金等調整前当期純利益	4,883,555	**4,264,756**
法人税、住民税及び事業税	1,642,446	**1,506,057**
法人税等調整額	3,107	**△ 621,284**
法人税等合計	1,645,554	**884,772**
当期純利益	3,238,000	**3,379,984**
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△ 180,792	**△ 125,776**
親会社株主に帰属する当期純利益	3,418,793	**3,505,760**

連結包括利益計算書

単位:千円

	2021/7/1-2022/6/30	2022/7/1-2023/6/30
当期純利益	3,238,000	**3,379,984**
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△ 366,165	**△ 234,325**
為替換算調整勘定	147,438	**142,045**
退職給付に係る調整額	△ 117,667	**302,021**
その他の包括利益合計	△ 336,395	**209,741**
包括利益	2,901,605	**3,589,725**
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	3,080,967	**3,705,589**
非支配株主に係る包括利益	△ 179,361	**△ 115,863**

連結キャッシュ・フロー計算書

単位:千円

	2021/7/1-2022/6/30	2022/7/1-2023/6/30
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	4,883,555	**4,264,756**
減価償却費	1,403,934	**1,332,945**
のれん償却額	135,020	**129,157**
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	△ 21,904	**△ 73,058**
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	37,425	**△ 536,714**
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	△ 36,398	**△ 4,800**
賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 137,884	**△ 52,412**
貸倒引当金の増減額(△は減少)	758	**306,285**
ポイント引当金の増減額(△は減少)	216,679	**61,466**
受注損失引当金の増減額(△は減少)	26,416	**△ 26,416**
株式給付引当金の増減額(△は減少)	39,263	**△ 20,300**
受取利息及び受取配当金	△ 98,912	**△ 67,052**
持分法による投資損益(△は益)	△ 303,401	**△ 218,097**
支払利息	17,170	**21,420**
投資事業組合運用損益(△は益)	44,205	**△ 270,991**
固定資産除却損	52,158	**18,044**
投資有価証券売却損益(△は益)	△ 284,788	**△ 146,414**
関係会社株式売却損益(△は益)	—	**△ 76,423**
投資有価証券評価損益(△は益)	332,991	**31,910**
売上債権の増減額(△は増加)	338,146	**△ 461,048**
棚卸資産の増減額(△は増加)	62,424	**△ 145,361**
仕入債務の増減額(△は減少)	△ 210,698	**308,900**
未払消費税等の増減額(△は減少)	△ 720,824	**△ 199,832**
その他	△ 436,048	**161,929**
小計	5,307,170	**4,337,893**
利息及び配当金の受取額	99,024	**67,052**
利息の支払額	△ 17,437	**△ 19,241**
法人税等の支払額	△ 2,029,473	**△ 1,754,894**
その他	32,119	**56,618**
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,391,403	**2,687,428**

単位:千円

	2021/7/1-2022/6/30	2022/7/1-2023/6/30
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	△ 76,970	**△ 88,220**
定期預金の払戻による収入	74,065	**111,465**
有形固定資産の取得による支出	△ 103,764	**△ 439,318**
無形固定資産の取得による支出	△ 618,095	**△ 705,795**
投資有価証券の取得による支出	△ 399,698	**△ 224,978**
投資有価証券の売却による収入	451,896	**713,313**
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	—	**△ 88,570**
貸付けによる支出	△ 1,750	**△ 1,550**
貸付金の回収による収入	1,852	**1,561**
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	△ 32,339	**△ 42,385**
差入保証金の回収による収入	43,412	**16,774**
投資事業組合からの分配による収入	21,924	**124,754**
その他	7,330	**4,196**
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 634,736	**△ 618,753**
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	4,200,000	**8,000,000**
短期借入金の返済による支出	△ 4,207,650	**△ 8,000,000**
長期借入れによる収入	—	**100,000**
長期借入金の返済による支出	△ 25,180	**△ 324,840**
リース債務の返済による支出	△ 208,967	**△ 219,187**
非支配株主からの払込みによる収入	6,511	**7,833**
自己株式の取得による支出	△ 1,199,917	**△ 1,999,975**
配当金の支払額	△ 1,414,451	**△ 1,505,811**
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	—	**△ 12,320**
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,854,740	**△ 3,954,302**
現金及び現金同等物に係る換算差額	243,398	**145,170**
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	145,324	**△ 1,740,457**
現金及び現金同等物の期首残高	14,132,031	**14,277,356**
現金及び現金同等物の期末残高	14,277,356	**12,536,899**

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	613億円（2023年6月期）
連結従業員数	3,186名（2023年6月30日）
本社	〒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

インテージグループ（2023年1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	SHANGHAI HARVEST MARKET CONSULTING Co.,Ltd.
株式会社インテージクオリス	INTAGE（Thailand）Co., Ltd.
株式会社リサーチ・アンド・イノベーション	INTAGE VIETNAM LIMITED LIABILITY COMPANY
株式会社データスプリング	INTAGE INDIA Private Limited
株式会社インテージヘルスケア	INTAGE SINGAPORE PTE. LTD.
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.
株式会社プラメド	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（2023年12月31日現在）

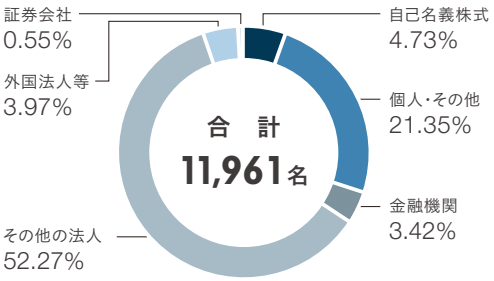
株式の状況

発行可能株式総数
148,000,000株

株主数
11,961名

発行済株式の総数
40,426,000株

株式分布状況

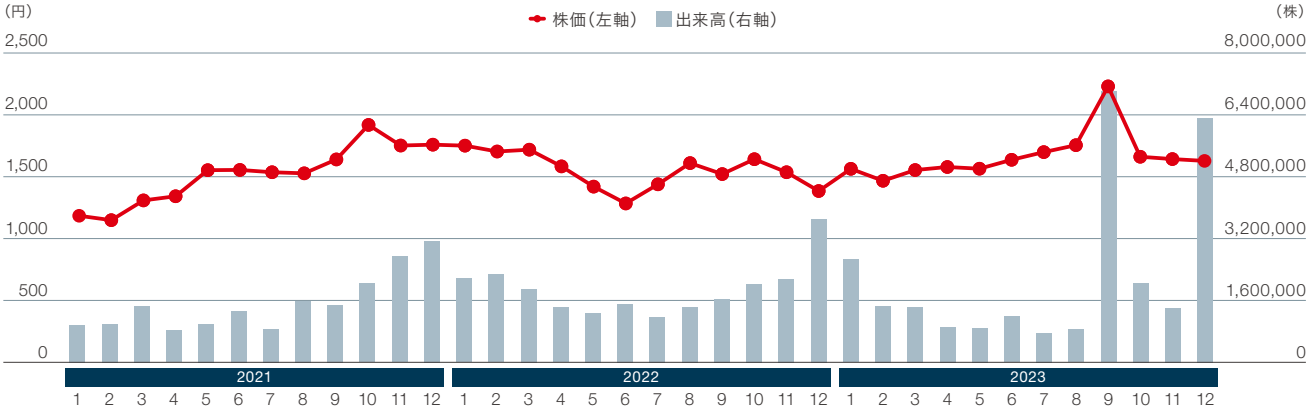


大株主の状況（2023年12月31日現在）

株主名	当社への出資状況	
	所有株式数（株）	出資比率（%）
株式会社NTTドコモ	19,622,021	51.0%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	2,353,200	6.1%
インテージグループ従業員持株会	1,624,038	4.2%
日本生命保険相互会社	1,120,000	2.9%
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	793,314	2.1%
株式会社埼玉りそな銀行	757,500	2.0%
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 エーザイ口	666,500	1.7%
豊栄実業株式会社	601,900	1.6%
第一生命保険株式会社	567,100	1.5%
大栄不動産株式会社	371,700	1.0%

（注）持株比率は自己株式（1,913,973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



intage group
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 ／ FAX. 03-5294-0199

発行日：2024年1月31日

www.intageholdings.co.jp