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。