

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、大学をはじめとする教育機関と推進しています。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。

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。

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。

データを提供している大学(2024年6月末時点 五十音順)
青山学院大学、京都女子大学、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

マーケティング・リサーチカードゲーム

インテージグループR&Dセンターでは、マーケティング・リサーチに興味関心を持ってもらうことを目的として、マーケティング・リサーチを体感できるカードゲームを開発しました。仮説を立て、必要な情報を収集し、仮説検証することを楽しく学べるゲームとして、小・中・高校の授業や大学のゼミで活用しています。



マーケティング・リサーチカードゲームの詳細
https://www.intageholdings.co.jp/rd/blog/pressrelease_events/contents202403190001.html

武蔵野大学R&Dチャレンジ

インテージグループは武蔵野大学データサイエンス学部と2019年に「産学連携に関する基本協定」を締結しました。現在は、保有するデータや活用の知見を同大学に提供し、データサイエンティストの育成に取り組んでいます。また、研究支援の一環として、学生が研究発表し、インテージグループ社員による実務観点からのフィードバックを通して社会的な実装を支援するイベント「Research & Development Challenge」を2022年から毎年開催しています。

社員による出張講義

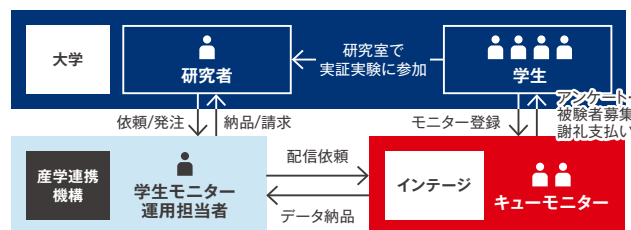
教育機関との連携の一環として、全国各地の大学のマーケティングリサーチやデータ分析、統計学等に関する授業で、当社の社員が講師を務めています。

社員による講義の様子
(中央大学商学部「マーケティング入門」)



学内リサーチコラボレーターシステム

学内リサーチコラボレーターシステムは、大学の研究者による学生向け調査・実証実験の迅速化と手続きの簡略化をサポートするシステムで、大学の現役研究者と産学連携機構の協力のもと、株式会社インテージが開発しました。現在は一部の大学へ試験的提供を行っており、将来的に研究DXツールとして、全国の大学をはじめとした教育機関へ広く展開することを目指しています。



学内リサーチコラボレーターシステムの詳細
<https://www.intage.co.jp/news/1676/>

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った大学(2024年6月末時点 五十音順)
岡山大学、静岡県立大学、東京理科大学、名古屋大学、新潟大学、広島大学

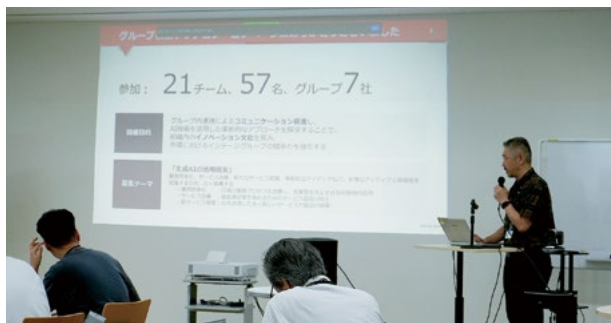
技術の輪を広げる、グループ横断テクノロジーコンペ

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。2022年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、「技術探求文化の形成と人材育成」「イノベーションによるグループの競争力向上」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り組みです。

2024年8～9月に開催された第3回大会では「生成AIの活用」をテーマに、海外子会社を含むグループ7社からの出場者21チーム、計57名が、AI技術を活用した業務効率化、サービス改善などのアイデアを競わせました。

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き、グループの競争力向上に資するイノベーションが生まれることが期待されています。



プライバシーに配慮した顧客分析を実現するデータクリーンルーム

Materiality / 2

昨今の3rd Party Cookie規制^{※1}の強化に伴い、3rd Party Cookieを利用したWeb広告配信や効果測定が難しくなっている一方で、企業がLTV(Life Time Value、顧客生涯価値)向上に資する顧客接点強化を進めるうえでは、自社データのみならず他社データ活用の必要性も高まっています。しかしながら、個人情報保護の観点から他社データの活用には制約があるため、プライバシーに配慮しながら自社データの分析を進める手法の一つとしてデータクリーンルーム^{※2}が

注目されています。株式会社NTTドコモ(以下、ドコモ)、株式会社インテージ(以下、インテージ)、株式会社ドコモ・インサイトマーケティングの3社は、ドコモおよびインテージが保有する各種データを活用して、パートナー企業自身で顧客データを分析することが可能なデータクリーンルーム「ドコモ データクリーンルームTM」を2024年8月に開始しました。すべてのデータは個人が特定できない形で利用されるほか、プライバシーに配慮したセキュアな環境で分析することができます。



※1 3rd Party Cookieとは、ユーザーが訪れたWebサイトとは異なるドメインから発行されるCookieのこと。日本では2022年4月の改正個人情報保護法施行、2023年6月の改正電気通信事業法施行以降、プライバシー保護のため、3rd Party Cookieの活用を規制する動きが高まっている

※2 データクリーンルームとは、プライバシーに配慮したセキュアな環境で、パートナー企業が保有する顧客データの分析ができるクラウド環境のこと