

# Who we are

創業以来、消費者パネルや小売店パネルなど、日本を代表するデータ基盤を築いてきたインテージグループは、調査やデータの提供にとどまらず、生活者理解とテクノロジーを融合させた意思決定支援のパートナーとして、企業や社会の「問い合わせ」に寄り添い、「次の一手」を導きます

創業

# 1960年

当時の社名は「社会調査研究所」。マーケティングリサーチ会社として客観的に市場の実態を把握するため、中立性・社会性・公共性を重視していました。この姿勢は、今も変わらず受け継がれています。



従業員数

# 3,309人

2025年6月末時点



女性従業員比率※2

# 51.3%

2025年6月末時点

女性管理職比率※2

# 28.2%

2025年6月末時点

海外展開※1

# 9 カ国

2025年6月末時点



2025年6月末時点

海外展開の始まりは1999年の上海事務所開設まで遡ります。日本企業の海外進出に合わせ、インテージグループも海外の生活者を理解する基盤を構築してきました。

※1 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

多様な価値観を尊重し、誰もが生き生きと働く職場環境を推進しており、創業時から変わらない、「人」を重視する考えがインテージグループを支えています。

※2 国内連結会社が対象

生活者理解を  
支える基盤

国内最大規模のアンケートモニターや、  
小売店販売データ、買い物データなど、  
市場の実態を把握するための  
多種多様な調査基盤から得られるインサイトが  
競争力の源泉となっています。

時点が記載されていないデータは2025年11月時点で確認した内容

アンケート調査モニター

国内

# 305万人

※7 2025年7月時点

海外

# 1,500万人

2025年1月時点

国内で唯一、国際基準の  
パネル品質管理の認証を取得した、  
業界最大規模のインターネット調査モニター

アジアの主要12カ国に展開する  
アジア最大規模の  
アンケート調査モニター

※7 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



※3 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月の売上高を使用



「マーケティング支援(消費財・サービス)」「マーケティング支援(ヘルスケア)」「ビジネスインテリジェンス」の3つのセグメントを通じてさまざまな業界の企業にサービスを提供しています。

※5 2025年6月期に売上を計上した顧客の数((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・インベーション、(株)ドコモ・インサイトマーケティング、海外グループ会社の取引先を除く)



※4 「ESOMAR Global Top Insights Companies 2025」に基づく(グループ連結売上高ベース)



創業時から日本の消費購買の実態を明らかにした  
パネル調査は、消費財業界におけるデファクト  
スタンダードとして、多くの企業に利用されています。

※6 (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



### スマートテレビ視聴ログデータ

# 526 万台

インターネットにつながったテレビから収集した  
視聴ログデータ

### Cross Fact(調剤薬局)

# 4,200 店

2025年  
10月時点

社会保険、調剤、DPC<sup>※8</sup>データを統合した  
分析用データベース

※8 DPC:1日の入院医療費を定額で計算する制度のこと。ここでいう  
DPCデータとはDPCにおいて使用された薬剤のデータを指す

