

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」に寄り添い、「次の一手」を導きます

創業

1960年

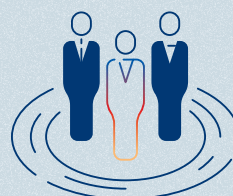
当時の社名は「社会調査研究所」。マーケティングリサーチ会社として客観的に市場の実態を把握するため、中立性・社会性・公共性を重視していました。この姿勢は、今も変わらず受け継がれています。



従業員数

3,309人

2025年6月末時点



海外展開※1



9カ国

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

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



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 国内連結会社を対象

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

2025年7月時点

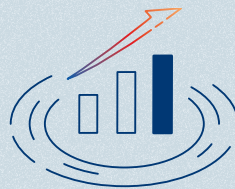
国内で唯一、国際基準のパネル品質管理の認証を取得した、業界最大規模のインターネット調査モニター

※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

海外 1,500万人

2025年1月時点

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



売上高

655億円

32期連続増収※3

2025年6月期

マーケティング支援
(消費財・サービス)

453億円

マーケティング支援
(ヘルスケア)

124億円

ビジネス
インテリジェンス

77億円

※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

取引社数※5

約2,300社

2025年6月期



「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・イノベーション、(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)

売上高

アジア1位※4

(市場調査会社として)



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

パネル調査の顧客数※6



約400社

2025年6月期

創業時から日本の消費購買の実態を明らかにしてきたパネル調査は、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)インテジと(株)インテ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

SRI+® 全国小売店パネル調査

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
収集する小売店販売データ

位置情報ログデータ

8,700万人

(株)NTTドコモの基地局データに基づき
作成される人口推計データ

SCI® 全国消費者パネル調査

70,000人

全国15～79歳男女の消費者から、
継続的に収集している日々の買い物データ

医師モニター

62,000人

市場調査を主な目的とした
医師専用の会員基盤

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※8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