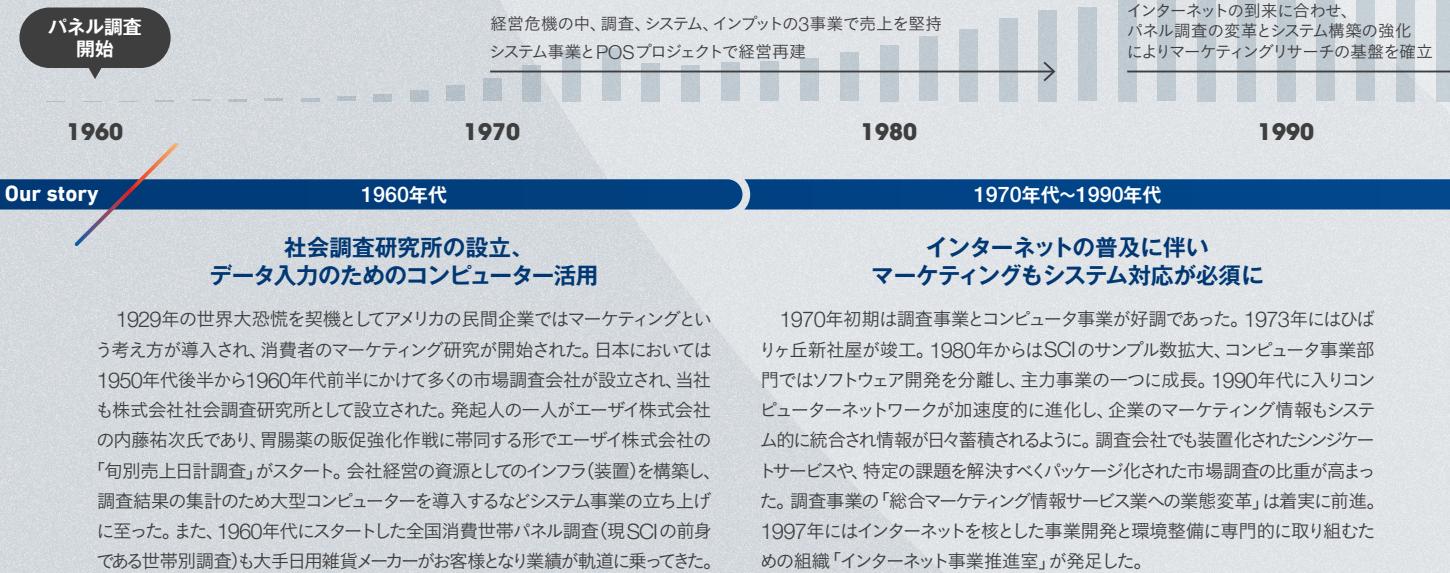
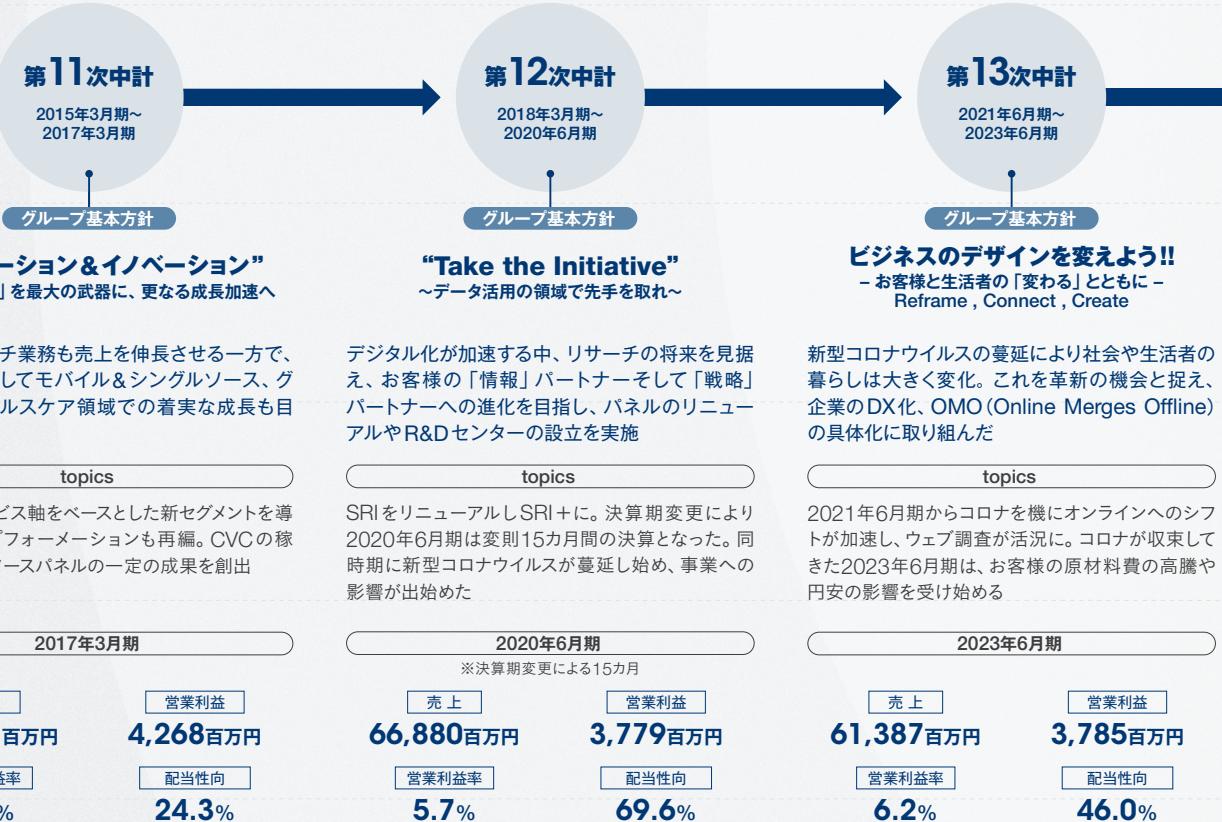


インテージグループ 進化の軌跡

時代や環境の変化に合わせ、
生活者の声を“データ”的形で価値化を続け進化してきた65年

●過去10年の中期経営計画





**Data+Technology企業としての
New Portfolioへ**
-新たな価値発揮の創出-

「2030年に向けて」をゴールとし、企業として更なる成長をするために、データの拡張・価値化・データ活用の仕組化を進め、新しいポートフォリオの確立を目指す

topics

SCIリニューアルを実施。2023年9月には株式会社NTTドコモと資本業務提携を締結、シナジー発揮も含め更なる企業価値の向上を目指している

2025年6月期

売上	営業利益
65,571百万円	4,241百万円
営業利益率 6.5%	配当性向 49.0%

持株会社制に
移行

創業
50周年

売上高
500億円を突破

2025年6月期 連結売上高

655.7億円

社名変更と
株式公開

アジアを中心とするグローバル展開、ヘルスケア事業の領域拡大、データビジネスの推進により成長を加速

2000

2010

2020

2024

2030

(年度)

2000年代

2010年代～2020年代

**調査とシステムの融合を標榜、
アジアへの進出をスタート**

2000年には、調査とシステムの融合を図り、インテリジェンス・プロバイダーという情報サービス業の新しいビジネスモデルを実現することを戦略に掲げた。2001年にはインテージへと社名変更、JASDAQへの株式公開。

中国でのリサーチ事業を本格的に展開するために海外子会社を設立し、グローバル進出を開始。

2005年には秋葉原に本社を移転、同年個人消費の購買動向をトラッキングする「personal eye」の提供を開始した。データ収集には当社が開発した携帯小型バーコードスキャナーを使い、オフィスや外出先を含む家庭内以外でのあらゆる購買データを捉えることができるようになった。

**リサーチに留まらないデータ活用と
更なる成長に向けて邁進**

2010年にはSCIが世帯パネル調査から個人購買パネルに進化し、個人ごとの消費行動を捉えられるようになった。2013年には持株会社制に移行。シングルソース(個人)での購買とメディア接触を捕捉できるi-SSPがスタート。

2020年に入って小売の業態多様化など時代の変化に合わせ、SRI(全国小売店パネル調査)の大規模な設計変更を実施しSRI+へと進化を遂げた。これまでのマーケティングリサーチに留まらない販促やプロモーション領域での成長領域拡大を目指す中で、2023年には株式会社NTTドコモと資本業務提携契約を締結。更なる成長を目指し、引き続きデータを軸とした事業の拡張を目指している。

