

## CFO MESSAGE

# 事業最適化を推進し、 更なる収益向上を目指す

取締役 CFO  
経営管理担当  
**竹内 透**  
Toru Takeuchi

## 2025年6月期は増収増益、営業利益率も改善

2025年6月期は、増収増益を確保し、営業利益率も改善しました。この期の大きな役割は、「稼ぐ力」を社内外に示すことだったと考えています。最終的には2025年2月に上方修正した計画値には届かなかったものの、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング（以下、DIM）の新規連結や既存事業の伸長が寄与し、期初予想からは大きく改善することができました。

一方で、SCI（全国消費者パネル調査）リニューアルに伴う新旧SCIの並行稼働や新SCI-CODE統合データベース<sup>※1</sup>への先行投資、株式会社NTTドコモ（以下、ドコモ）との連携に関する一時的な費用が重なるなど収益性は一時的に圧迫されました。しかし、そうした負担を吸収しながら基盤強化に取り組んだことは、今後の成長に向けた土台づ

くりとなっています。また、事業ポートフォリオの最適化を企図したCRO（医薬品開発業務受託機関）事業の譲渡によって特別利益も計上しました。

結果として、利益重視のマネジメントのもと、2025年6月期においては増収増益となり、営業利益率は近年のダウントレンドから反転上昇し、「稼ぐ力」を社内外に示すことができました。このトレンドはまだ道半ばではありますが、これを機に改めて持続的成長へつなげていきます。

2025年3月にSCI（全国消費者パネル調査）のリニューアルが完了し、4月以降は新SCIの単独運用へ移行しました。これにより移行期間中に発生していた新旧SCIの二重コストが解消され、収益性の改善につながっています。利益重視のマネジメントのもと、固定費削減を始めとするコスト最適化の施策も継続しています。

## ドコモ連携で新たな成長フェーズへ

当社は2023年9月にドコモと資本業務提携契約を締結し、ドコモグループ入りしました。また、これに伴い2024年7月1日、それまで関連会社であったDIMを完全子会社化しました。これにより、当社の強みであるマーケティングインテリジェンスに、データ基盤が大いに拡充され、国内最大規模となる1億人超のdポイントクラブ会員（2025年3月末時点）の会員一人ひとりに紐づく多種多様なデータ<sup>※2</sup>と、当社グループが持つ購買データやパネル、分析・可視化までのデータハンドリング力を掛け合わせることで、新たな顧客提供価値を生み出せる体制が整いつつあります。

具体的な事例として、2024年8月にドコモ、DIM、株式会社インテージの共同リリースにより「ドコモ データクリーンルーム」の提供開始が挙げられます。お客様企業の持つデータと、SCI（全国消費者パネル調査）などの購買データやドコモの各種データをセキュアな環境において掛け合わせ連携、ターゲティング設計や効果検証などに活用されています。こうした連携は、インテージグループが2030年に向けた成長の方向性として掲げる「データの収集・価値化・仕組化」の全ての軸でシナジーを拡大するものであり、これらの展開が



広がることは今後の大きな成長ドライバーになると考えています。

引き続きドコモとの連携体制をさらに整備し、2026年7月からの第15次中期経営計画においては、さまざまな具体策を検討していきます。

## 成長を見据えた最適化の推進と資本効率

2025年度の事業計画の基本方針「Growth with Optimization—新しい事業ポートフォリオの確立—」のもと、グループ全体の「最適化」を通じて内在的な伸びしろを創出し、成長の原資へと転換することに注力しています。経営管理においては、営業利益に含まれるM&Aやドコモとの連携に伴う一時的な費用の影響を排し、既存事業の収益力を正しく把握するために「ベース利益」という内部管理指標を用いています。この指標により、基盤となる収益力を見える化し、改善に向けた打ち手を講じています。事業会社ごとに積み上げた強みは尊重しつつも、重複した機能については標準化を進め、意思決定のスピードを高めています。言わば、分社化のメリットは活かしてビジネスを更にドライブしつつ、重複部分を解きほぐして成長の原資に振り向く、最適化の取り組みを着実に積み上げていきます。

当社は中長期的な企業価値向上への取組みの一環として、資本コストや資本収益性を意識した経営を実践しております。ここ数年のインテージグループの株主資本コストは5~8%で推移していると認識しており、社内で使用する資本コストは保守的に8%を採用しています。2024年6月期は新旧SCIの並行稼働やドコモとの資本業務提携関連費用が一時的に嵩み、ROEが株主資本コストと概ね同水準の7.8%となりましたが、2025年6月期はROE10.7%に回復、期末のPBRも2.0倍に回復しました。引き続き、ROE12.0%程度を目指してまいります。



第14次中期経営計画期間における利益配分に関する基本方針に基づき、配当は累進的とし、連結配当性向は50%を目指しています。なお2025年6月期からは中間配当を導入し、12期連続の増配も継続しています。

## 収益性の更なる向上と透明性ある開示を目指して

第14次中期経営計画の最終年度となる2026年6月期は、前期のCRO事業の譲渡益の反動で当期純利益は減少見通しですが、本業の収益力は着実に強化され、営業利益・経常利益は2桁の成長率を計画しています。短期的には利益率と営業キャッシュ・フローの向上を重視し、中期的にはドコモとのシナジー事業に代表される成長事業の拡大を図りながらROE12%程度を目指していきます。

さらにIR活動を通じインテージグループの現状と今後について投資家の皆さんによりご理解いただけるよう更なる情報発信に努めています。特に次期中期経営計画における資本政策については、枠組みの整理や言語化を進め、外部に対しても透明性をさらに高めていきたいと考えています。

最適化に向けた取り組みにより、必要な投資も継続しながら既存事業の安定成長を維持する一方で、ドコモとの提携によりドコモの顧客基盤と行動データを活用できるという恵まれた環境を得られたことは、これまでのインテージグループだけではアクセスできなかった領域への進出を可能にしました。今も新たな事業領域における挑戦は続いており、この挑戦から成長事業が創出されてくるものと期待しております。

新たな価値創出に向けて新しいステージに入った、インテージグループの活動にご期待ください。

※1 (株)インテージの新SCIと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CODE(買いログ)を同じ切り口で提供できるように共通フォーマット化した、40万人規模のビッグデータ  
 ※2 個人を特定するものではありません

