

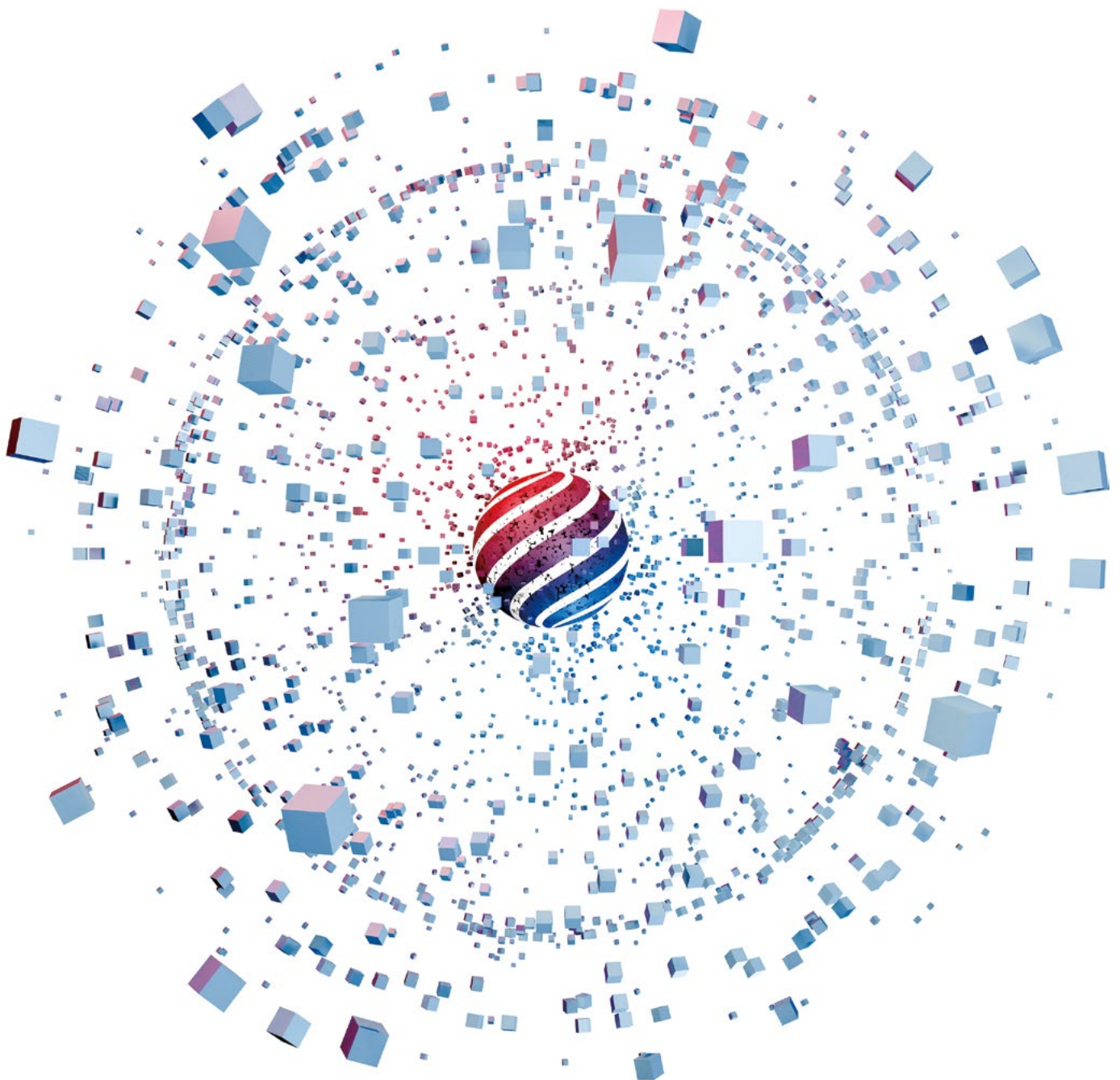
Know today, Power tomorrow

知る、つなぐ、未来を拓く

インテージグループレポート 統合報告書

INTAGE GROUP REPORT

2024



マーケティングリサーチは



のステージへ

インテージグループは、1960年に株式会社社会調査研究所として創業しました。創業当初に開始したパネル調査は、現在も基幹商品として、業界・サービス・対応領域を拡張しながら成長を遂げ、日本国内のマーケティングリサーチ企業として確固たる地位を築いています。

目覚ましいITの発展やビッグデータ・AI活用などの変化は我々生活者にも大きな変化をもたらしています。こうした大きな環境変化の中、インテージグループのビジネスはお客様の変化に対応すべく、商品やサービスのリニューアルや新たな事業領域へのチャレンジを絶え間なく続けています。

2023年10月には、株式会社NTTドコモと資本業務提携を行いました。更なるデータ拡張、価値化、仕組化により、お客様の課題解決に貢献する取り組みを加速させるとともに、リサーチに留まらないマーケティング実行領域へ本格参入を進めてまいります。

これにより、データ活用の領域で成長を続け、お客様にとってのリサーチ/インサイトパートナーからマーケティングパートナーへの進化を目指します。



PART 1 INTRODUCTION

- P01 目次
- P03 私たちが歩んできた道／築いてきた強み
- P05 私たちの現在位置

PART 2 これからの インテージグループ

- P07 MANAGEMENT MESSAGE
代表取締役社長 仁司 与志矢
- P11 OUR BUSINESS MODEL

PART 3 私たちが目指す未来

- P13 2030年に向けて／
第14次中期経営計画／
2024年度事業計画
- P15 CFO MESSAGE
取締役 CFO 経営管理担当 竹内 透
- P17 ドコモとのシナジー
- P19 **特集** 情報戦略 CIO MESSAGE
執行役員 CIO ビジネスインテリジェンス事業担当／
株式会社インテージテクノスフィア 代表取締役社長
酒井 和子
- P21 インテージグループの事業領域

PART 4 サステナビリティ

- P23 サステナビリティ
- P25 事業を通じた社会課題の解決
- P27 環境
- P29 人材戦略
- P31 BOARD OF DIRECTORS 役員一覧
- P33 コーポレート・ガバナンス

PART 5 DATA SECTION

- P39 10年の主要財務・非財務データ
- P41 財務諸表
- P44 会社概要

インテージホールディングス WEBサイト
www.intageholdings.co.jp

編集方針

当レポートは、ステークホルダーの皆様インテージグループの中長期的な企業価値向上に向けた考え方や取組みを包括的に伝え、皆様との対話を通じた相互理解をより一層深めていくことを目的に発行しています。インテージグループレポート2024においては当社グループの成り立ちやこれまでの歩みを紹介するとともに、新社長や親会社となったドコモとのシナジーなど、どのような未来を築いていくかについて、皆様の理解と共感を得ることに重点を置いています。

将来見通しについて

本レポートには、インテージグループの事業および展望に関する将来予想が含まれています。これらは、既存の情報やさまざまな動向に関する現時点での分析を反映しています。また将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報に鑑みてなされたインテージグループの仮定および判断に基づくものであり、既知または未知のリスクおよび不確実性ならびにその他の要因が内在しており、それらの要因による影響を受ける恐れがあります。実際の業績は、現時点での見通しと異なることがあります。

私たちが歩んできた道／ 築いてきた強み

1960年

▶ 「社会調査研究所」の誕生

当時は国民皆保険制度の導入前で、病気やけがの際には大衆薬(OTC=Over The Counter)で治療するケースが多く、消費者が薬局・薬店で購入するOTCが医薬品の中心に位置していました。日本の流通には「卸」機能が関わるため、メーカー出荷量と最終消費者の「実需」との間には大きなギャップが生じます。そのため医薬品メーカーは、小売店における販売(実需)を把握することを必要としていました。そのような状況下で、大衆薬市場の実態を定期的に調査する専門機関の設立が計画され、1960年3月、株式会社社会調査研究所が設立されました。当社グループの主要サービスであり、今も多くのメーカーのマーケティング活動を支えるパネル調査が誕生したのはこの時でした。大半の調査会社が単発の市場調査や世論調査を行うことが主体だった時代に、社会調査研究所は創業当初から情報サービスを通じて社会システムを変革することを志し、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し、広く世間の信用を得るために中立性・公共性・社会性を重視しました。この「中立的な立場」を第一義に置いた姿勢は、今なお当社の基盤となっています。



創業時の本社である伝通院ビル

1960

1970

1980

2000

2001年

▶ 社会調査研究所から「インテージ」へ

2001年4月、長年慣れ親しんだ「社会調査研究所」に別れを告げ、「インテージ」に社名を変更しました。人類は石器時代(The Stone Age)から現代に至るまで、大いなる進化を遂げてきました。そして未来は、人間の英知をいかに活かすかにかかっています。来るべき21世紀はまさに「知の時代(The Intelligence Age)」であり、この時代を切り拓き、リードしていくという大いなる志を託してインテージ(INTAGE)という社名を採用しました。

その後もインテージは生活者理解を起点に成長を続け、2008年にはアメリカマーケティング協会(AMA)の機関誌に掲載された「2008年トップ25グローバルリサーチ企業」において、世界のマーケティングリサーチ企業のトップ10[※]入りを果たしました。持ち株会社制へ移行し、積極的な事業領域の拡張や海外展開で多くの関係会社を抱え「インテージグループ」と呼ばれるようになった今も、創業時からのパネル調査を始めとしたソリューションでお客様のマーケティング活動を支え続け、情報サービスを通じて社会システムを変革するという志を絶やさずにあります。

※出典：AMA発行
『Marketing News』誌
2009.8.30



ひばりが丘本社(現ひばりが丘事業所)に掲げられた新社名の看板

▶ 挑戦と失敗の歴史

創業以来、基幹事業であったマーケティングリサーチのほかにも、実にさまざまなビジネスに挑んできました。そのなかには、既存ビジネスを拡張するために企画された事業もあれば、まったく新しい分野を開拓しようと取り組んできた事業もありました。また、名前や形を変えて今日まで受け継がれてきた事業もあれば、教訓だけを残して消えていった事業も存在します。新規事業への挑戦は、成功したものより失敗したものの方が圧倒的に多かったのです。インテージグループの歴史は挑戦と失敗の歴史と呼んでも間違いはありません。多くの挑戦は生活者理解への情熱から生まれたものであり、時代の流れを読み、社会を変えるべく新しいことに挑戦し続ける企業風土は、ここから育まれたといえます。



当時課題の多かった医薬品流通過程の近代化を目指して1971年に開始した流通事業は4年での撤退を余儀なくされました

1960年に社会調査研究所として創業して以来、時代の変化を読みながら、生活者を知るためのさまざまな事業を展開・進化させ、お客様のマーケティング活動に寄り添ってきました。数多くのお客様から頼られているのは、市場の動きを常に捉え、企業が消費者の視点を理解するための貴重な情報を提供し続けてきたからといえます。

創業以来、特定の業界や企業に偏らず、中立的な立場で市場を理解することに努めてきたことにより、当社グループの企業価値の源泉であるさまざまなデータを、消費者やパートナー企業から提供頂く関係を築くことができます。“中立的な立場”は当社を定義するうえで無くてはならないものです。



雇用や待遇における男女の差は無く、同等の立場で働くことが当たり前の環境にあり、女性活躍も早くから自然に実現されていました。また、「ダイバーシティ」の考えである多様な価値観を尊重し、誰もが生き生きと働き続けられる職場環境を推進しています。創業時から変わらない、「人」を重視する考えが当社グループを支えています。

変えないこと
私たちのDNA

グループビジョン
THE INTAGE GROUP WAY

知る、つなぐ、未来を拓く Know today, Power tomorrow

お客様と生活者をつなぐ架け橋として、豊かで可能性の広がる社会を創造する

事業会社ビジョン

行動指針

- ① 最適を探索せよ！
- ② 品質にこだわれ！
- ③ 責任を全うせよ！
- ④ 変化に柔軟であれ！
- ⑤ 挑戦を楽しめ！

2010

2020



私たちの 現在位置

インテージグループは、生活者理解を支えるさまざまなデータを収集し、国内最大級の豊富なデータを基に卓越した分析力とハンドリング力で、海外・国内問わずマーケティング活動をリードしています。

生活者理解を支える基盤

53,600人

SCI® 全国消費者パネル

全国15~79歳の男女の消費者から、継続的に収集している日々の買い物データ

338万人
2024年
6月末時点

CODE会員

レシートによって
消費者データを収集するアプリ

6,000店

SRI+® 全国小売店パネル

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している小売店販売データ

499万台

スマートテレビ視聴データ

インターネットにつながったテレビから収集した
スマートテレビの視聴ログデータ

30,000人

i-SSP® インテージシングルソースパネル

クロスメディア環境下での
メディア接触と購買状況を収集しているデータ

4,200店
2024年
10月末時点

Cross Fact (調剤薬局)

社会保険、調剤、DPC※データを統合した
分析用データベース

※DPC: 1日の入院医療費を低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

343万人
2024年
11月現在

マイティモニター®

マーケティングリサーチ業界で最大規模の
インターネット調査モニター

62,000人

医師モニター

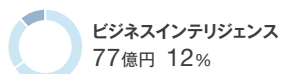
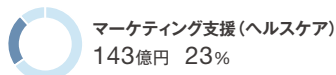
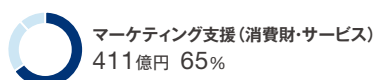
市場調査へのご協力を主な目的とした
医師専用の会員基盤

※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



※「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」に基づく(グループ連結売上高ベース)

私たちの現在位置



事業内容についてはこちら [P.21](#) 



取引社数※2

約**2,300**社
2024年6月期



海外展開※4

9か国
2024年6月末時点



パネル調査の顧客数※3

約**400**社
2024年6月時点



従業員数

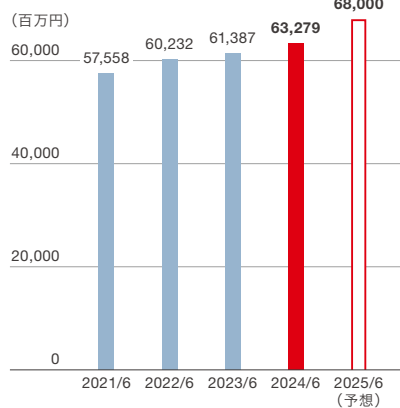
3,331人
2024年6月末時点



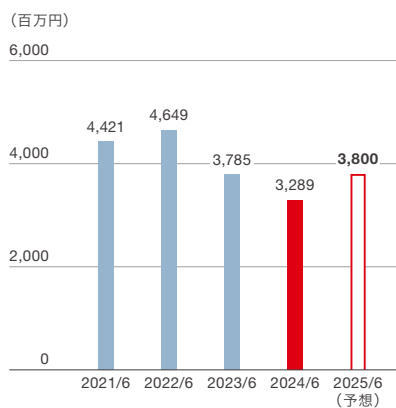
女性従業員比率※5

51.3%
2024年6月末時点

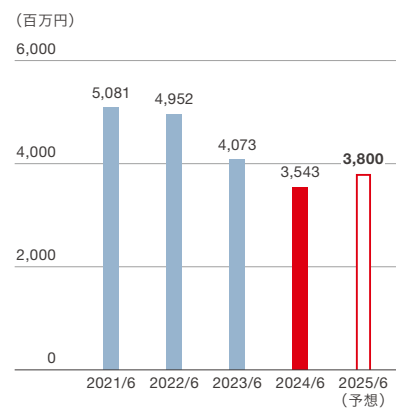
売上高



営業利益



経常利益



※1 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月までの売上高56,204百万円、営業利益4,554百万円、経常利益4,600百万円を使用

※2 2024年6月期に売上を計上した会社の数((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、海外グループ会社の取引先を除く)

※3 (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

※4 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

※5 国内連結会社における女性従業員比率

MANAGEMENT MESSAGE



代表取締役社長
仁司 与志矢

「インパクト」、「利益」、「楽しさ」に拘り、 ビジネスのスタイルを変えていく。

2024年7月に代表取締役社長に就任しました仁司です。これまでのインテージグループのトップは、2000年以降3代続いて新卒から入社した社員が社長に就いていました。私は、買収された会社から来た初めての社長です。そういう意味で私の出自は、私たちの歴史の中では異質といえるかもしれません。私は元々仲間と設立した小さな会社にはいましたが、インテージグループに買収された後は、インテージの豊富なリソースや資本を使って、小さな会社では実現できなかったこと、社会にインパクトを残す様な仕事をする事を目標として、一貫して“チャレンジする”ことに拘ってきました。消費者のライフスタイルが多様化し、社会が大きく変わろうとしているこの局面で、この大役を担ったことに、私はとてもワクワクしています。

個性を活かす、「ダイバーシティ重視」の経営

幼少期をアメリカで過ごした私は、9歳の時に日本語が全く話せない状態で日本に戻ってきました。その際、言葉の壁以上に戸惑ったのが、「文化の違い」でした。“同質性”を強化する日本の教育と違って、アメリカの教育は「元々みんな違うのだから、得意なものを伸ばしなさい」という“個性”を活かす教育でした。小さいながらも、この違いにショックを受けたのを鮮明に覚えています。アメリカで教えられた「個性を活かすこと」「人の良さはそれぞれ違うこと」という考え方が、私の根底にあります。私はグループを率いる経営者として、人の個性を活かすことで個が成長し、結果的に会社全体が成長するという経営スタイルを追求していきます。「ダイバーシティ重視」が、私の一つの拘りです。

「利益に拘った経営」へシフトする

もう一つ拘り続けてきたこと、それは「利益」です。グループ会社の社長時代も、私は「利益」に拘ってきました。コストを大きく削って、利益を出していくということではありません。大きな“価値を提供する”ことに拘って、価値に見合う適正な対価をい

ただく事に拘るのです。私たちの業界も熾烈な競争があります。目先の利益に拘ると、提供する価値よりも安い金額を提示しがちです。私たちは、自分たちのサービスに自信を持っていますし、サービスの品質にも凄く拘っています。一方でこれまでの私たちは、価格に対しての拘りが薄かったと感じています。提供する価値とその適正な価格を「意識するか？しないか？」では、利益の出方が全く変わってきます。私たちは、これまで以上に「利益に拘った経営」にシフトします。

「良質なインパクト」を生み出す会社へ

私たちは、国内で最もマーケティングに活かせる情報（データ）を持っている会社の一つです。私たちのアイデアやナレッジを活用することで、この情報を“大きな価値”に変えることが可能なのです。デジタル化が進み、生活者の思考が多様化し、ビジネスの進化や変化がスピーディに進んでいく時代には、データを基に戦略やその意思決定がなされる「データドリブン経営」が不可欠です。私たちは、せっかくこの様なポジションにいるのですから、保有している情報をどんどん価値に変えていき、社会に「良質なインパクト」を次々と与えて行けるような会社にしていきたいと思います。

「仕事を楽しむ社員」を増やしていく

私たちの会社は、物理的な工場を持っているわけではありません。私たちが提供しているサービスは全て“人”が生み出しています。サービスや価値を生み出している私たち自身が楽しく仕事をしていないと、良いアウトプットを出せないと思いますし、お客さまもそれを感じ取ると思います。同じ仕事をするなら、お客さまも働く仲間も“楽しんでやっている人”と仕事をしたいと思うでしょう。仕事に対する考え方や価値観が変わってきている中で、「やり甲斐を感じ、仕事って楽しい!」と思ってくれる社員を増やしていくことが、良いインパクトを生み出すために

も重要だと思っています。私は、「楽しんで仕事をする社員」を増やしていきたいと考えています。

現場の声を聞き意思決定に活かしていく

これから私は、グループのトップとして様々な改革や改善を実行していきます。そのうえで大切にしたいのが、「現場の声」です。管理する立場の人も様々な情報や分析を基に施策を考えていますが、問題の本質に対する答えは“現場”にあることが多いと思っています。何かの課題や問題に対して解決策を打つにしても、問題の本質を現場に聞かないと、施策がズレてしまうことがあります。既にタウンホールミーティングも始めていて、国内外全ての事業所を回る予定でいます。こうした現場との対話を増やし、そこで起きていることをしっかり理解し経営の意思決定に活かしていきたいと考えています。

2030年までに売上高2倍、利益4倍を目指す

私たちは、2030年をゴールとした長期ビジョンを「ありたい姿」として公開しています。定性的な目標としては、「社会的ロsgがない、便利で豊かな社会の実現に貢献する企業であり続け、ビジネス課題・社会課題解決の貢献に比例した事業成長を目指す」というものです。今、社会は大きく変わっていくタイミングです。私たちは、このタイミングを機会と捉え、しっかりと投資し、ビジネスのスタイルを変え、社会やお客さまの課題を解決していきます。メッセージには、「従来の延長線上でやっていくのではなく、これまでの枠から飛び出していこう!」という想いを込めています。そのために私たちは、発想を変える必要もありますし、より深く考えていく必要もあります。お客さまが「このような時代の変化にどう対応すればよいのか?」「変わって行くために、エビデンスが欲しい。」等、悩みやご要望をいただいた際に、ビジネスパートナーとして機能していくことが、私たちの使命だと思っています。時代が変わるタイミングは、データの価値を発揮するチャンスです。そのチャンスを成果に変えていくことで、私たちは大きく成長できる可能性を持っています。計数のイメージとしては、意志を込めて、売上高は2022年度の約2倍にあたる1,300億~1,500億円(CAGR^{※1}10~12%)、営業利益は4倍相当の150億円、ROE(自己資本当期純利益率)は12%以上をイメージしています。この大きな機会をどのように捉え、悩みながらどう対処するか。インテージグループみんなで一丸となり、先を見据え成長していきたいという想いを形にしていきたいと思っています。



グループ間の見えない垣根を取り払う

前述の通り、長期ビジョンの実現は、従来の延長線上では達成することが極めて難しい。達成するために肝となってくるのが、「オールインテージ」という発想です。私たちはホールディングス制になってから、M&Aによって“やれること(機能)と仲間”を増やしてきました。これまでは、個々の会社の機能を独り立ちさせ、規模を大きくしていくことで、グループを成長させてきました。しかし、大きく時代が変わっていく中で新たな機会を創出するには、対処するべきポイントが複雑であるため、より“総合力”が必要となります。現在、当グループには28社の事業会社があります。それぞれの会社がそれぞれの成長を目指してきましたが、総合力で勝負するためには、各社間の垣根を越えたビジネスや機能の連携を進められるよう、組織全体を変えていくことも検討していければと思います。グループ一体で顧客の課題を解決していくことが、「ありたい姿」を実現させる大きなテーマであり、私たちが解決するべき課題であると考えています。私は、グループ間で存在する見えない垣根を取り払い、一丸となって戦える体制とそれを推進する文化を作っていきます。

ドコモとのシナジーで成長を加速

「ありたい姿」の実現に向けてもう一つの鍵となってくるのが、資本業務提携を締結した株式会社NTTドコモ(以下、ドコモ)とのシナジーです。生活者の価値観やライフスタイルが多様化する前までは、企業のマーケティングも大方のターゲティングをベースに、所謂マス広告を打つことで一定の効果をできていました。しかし、これだけ生活者が多様化すると、従来の方法では対応するのが難しくなってきました。その課題に応える可能性を秘めているのが、私たちとドコモのコラボレーションです。ドコモは、約1億人超の会員基盤^{※2}を有しています。国内最大規模の会員基盤から得られるデータを私たちが価値化していくことで、生活者の多様化する価値観やライフスタイルに合わせたアプローチが可能になります。「こういうプロファイルを持っている生活者は、この製品の購入におけるポテンシャルを持っています」というのを、“個人単位”で見られる様になります。これでもマーケティングとしては大きな進化ですが、お客さまに対して「ここまで分析したので、あとは頑張ってください。」という状態に過ぎません。お客さまにとってみれば、まだまだ不親切

です。私たちがドコモと組み、大規模な人数の生活者の購入行動にアプローチすることが可能になることで、生活者に日々の購買行動における納得性の高い選択肢の提供や不快感を起こさない広告の提供ができるようになることで、私たちが事業を通じ生活者に寄り添うことにつながり、それがひいてはインテージグループがビジョンとして掲げる“豊かで可能性の広がる社会”の実現につながると考えています。中長期的には、1億人超という規模感で調査の入り口から実購入まで一気通貫する事を目指していますが、元々インテージグループは調査会社から更なる成長領域にジャンプアップするに際しこれに近い構想を持っていましたが、今回ドコモとの資本業務提携を通じ、一体となることでその構想の実現に向けて前進したことになります。あとは、私たちがどこまで「想像力を膨らませられるか？アイデアを出せるか？」にかかってきていると思います。アイデア豊富な当社のメンバーたちは、これだけリッチなデータを自由に扱う事ができることにワクワクしています。既に、数十人規模の相互の向出も含め新たな組織が稼働し新たなビジネスの協働が始まっていますし、ドコモとの新たなテーマや取り組みの可能性には社員も大きな期待を寄せています。

ドコモとの協業で売上高150億円以上を目指す

提携発表後、お客さまとの対話の質に変化が起きました。これまでの問い合わせや相談内容は、私たちのビジネスドメインに関するものに限られていましたが、発表後はビジネスドメインに限らず、お客さまの抱えている経営課題やビジネスそのものの課題についての相談が増えてきています。この変化はとても重要で、お客さまも諦めていた課題について、「もしかしたら、インテージに相談すれば解決できるかもしれない。」という、期待感の表れだと思っています。私たちにとってみれば、最先端の経営課題やビジネス課題に接する機会が増えていることになり、その対話から新たなアイデアが生まれてくる可能性もあります。

ドコモとの協業による業績へのインパクトは、2027年度に売上高+150億円以上、営業利益で+20億円以上の事業化を目指します。

今後は、より投資しやすい環境になる

ドコモとの座組は、これまでにないものを作っていく可能性がとても高いです。また、次の成長を考えた時に、私たちにはいくつか欠けている部分があります。それを自分たちで埋めていくという考え方もありますが、世の中には特定領域において優秀な企業がたくさんあります。そのような企業に仲間に入っていた

だくという選択肢も当然出てきます。ここ数年は、基幹商品であるSCI(全国消費者パネル調査)のリニューアルおよびこれを活用したCXマーケティングプラットフォーム^{※3}の開発への投資を進めてきました。現在は、新旧のSCIの並行稼働期間となっており、2026年6月期には新SCIのみの稼働になり費用負担が減少することから、より投資しやすい環境になると見えています。

利益を重視したマネジメントに注力

2024年6月期の業績については、売上高632億7,900万円、営業利益32億8,900万円、ROEは7.8%。18億9,200万円の増収となるも人件費や投資の増加に加え、ドコモとの資本業務提携関連費用の計上もあり、4億9,500万円の減益となりました。2025年6月期においては、製販一体体制の強化、サービス価値に見合う適正な価格設定による値上げの遂行、ドコモとの事業開発などを進め、また、利益を重視したマネジメントに注力し、増収増益を達成したいと思っています。

単位: 百万円

	2023/6期 (実績)	2024/6期 (実績)	2025/6期 (予想)
売上高	61,387	63,279	68,000
営業利益	3,785	3,289	3,800

今後のインテージグループにご期待ください

私は30年間、ヘルスケアの領域でビジネスをしてきました。私たちのユニークな点は、ヘルスケア領域と消費財・サービス領域の両方を持っている事だと思います。世代によって温度感が違うにせよ、健康を願うのは多くの人々に共通したものです。健康であるからこそ、人が動き、モノが売れ、経済が活性化される。この二つの領域は、実は密接に関連しています。高齢化社会において世界の先頭を走る日本で起きる課題は、その後多くの国でも同じように起きる可能性が高い。これから私たちが日本で積み上げていくデータとそのインサイトは、世界全体で有用なものになる可能性を秘めています。私は、「インパクト」、「利益」、「楽しさ」に拘り、テクノロジーとデータに真摯に向き合い続けることは変えずとも、世の中の潮流を感じ取りながら、私たちのビジネススタイルを変えていきます。世の中がどう変わっていくか？というところも併せながら、今後の私たちに期待ください。

※1 CAGR: (Compound Annual Growth Rate) 年平均成長率。一定期間における各年の売上高などの成長率の幾何平均で、一定の期間において毎年平均してどのくらい成長しているかを表す

※2 2024年9月末時点

※3 CXマーケティングプラットフォーム: 当社グループの基幹商品であるパネル調査の一つSCI(全国消費者パネル)は14次中期経営期間においてリニューアルに取組んでおり、この刷新後のデータと株式会社リサーチ・アンド・イノベーションの持つ買物アプリ“CODE”のデータを合わせて活用し、お客様企業へのCX(カスタマーエクスペリエンス、顧客体験価値)活動の向上に資するプラットフォームを構築しています

OUR BUSINESS MODEL

生活者視点のデータ活用で、 企業の成長と 生活者の暮らしに貢献する

さまざまなデータを収集し、分析・加工し、
そこにインテージグループならではの生活者理解に基づくインサイトを
加味してお客様に提供しています。
そしてお客様を通じ、より良いモノやサービスが
社会に還元される好循環に貢献しています。

私たちのパーパス(志)

豊かで可能性の広がる 社会の創造

創業以来、社会の公器としての役割を意識し、客観性・中立性・社会性にこだわり、
ビジネスを継続してきました。

さまざまなデータを取り扱う企業として、
あらゆるステークホルダーの信用を得る
ことを重要視しながら、ビジネスの推進お
よびそれを支える基盤の強化の両輪を
推進しています。また、社会の公器として
の役割を自負し、共感、信頼、働きがい・
誇り、期待の関係性の中で更なる企業価
値向上を図っていきます。

SDGs宣言

インテージグループは、データ活用環境
の保全に努め、お客様の視点と生活者の
視点をつなぐデータ活用価値の不断の
向上によって、健やかで持続可能な社会
の実現に貢献します

お客様
企業

より良い
製品・サービス
顧客体験

期待

市場反映
INSIGHT
INTELLIGENCE

インテージグループの強み

- ▶ 業界をリードするデータ収集やデータハンドリング力
- ▶ 生活者理解を支える行動データ

生活者360°理解



データアクティベーション



社会/生活者/
患者

共感

社会参加

調査協力者
データ
提供者／社

信頼

ETHICAL
COMPLIANCE

従業員
パートナー

ドコモの強み

- ▶ 日本最大級の会員・顧客基盤

dポイントクラブ会員数

約1億人超

※2024年9月末時点

携帯電話サービス契約数

9,000万超

※2024年9月末時点

- ▶ 会員一人ひとりに紐づく多種多様なデータとAI技術

契約者情報

年齢・性別
居住地域
誕生日
趣味趣向(アンケート)
家族構成(アンケート)
世帯収入(アンケート)

オンライン行動データ

検索クエリ
閲覧ニュース(dmenu他)
アプリ利用ログ
キャリア決済情報
dマーケットサービス利用ログ
dmenu利用ログ

オフライン行動データ

位置情報(Wi-Fi)
位置情報(基地局)
位置情報(GPS)
dポイント加盟店利用情報
d払い加盟店利用情報
購買情報(ID-POS連携加盟店)

プロファイリングAI

docomo
Sense

2030年に向けて／ 第14次中期経営計画／2024年度事業計画

すべては、豊かで可能性の広がる社会の創造のために

2030年に向けて

2030年のありたい姿

社会的ロスがない、便利で豊かな社会の実現に
貢献する企業であり続け、
ビジネス課題・社会課題解決の貢献に比例した
事業成長を目指す

売上高
1,300-1,500億円
CAGR:10-12%

営業利益
150億円
営業利益率:10-12%

ROE
12%以上

R&D費用
全体の3%水準

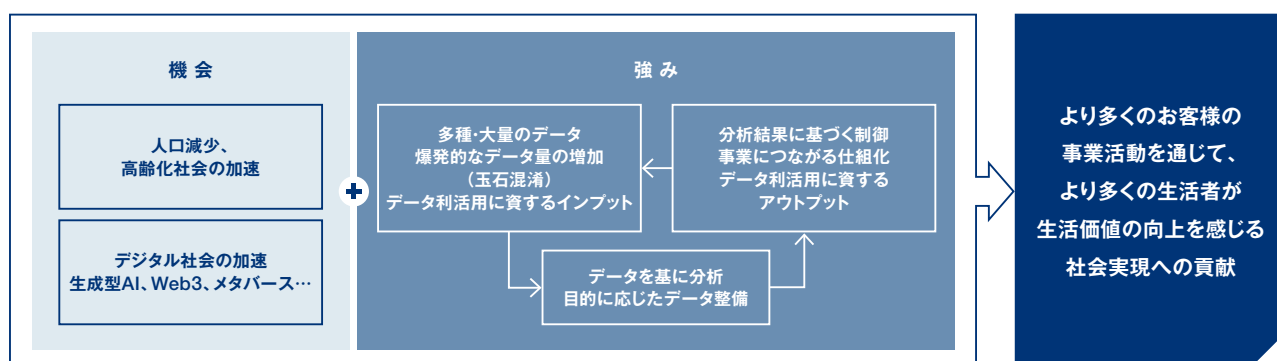
2030年に向けたインテージグループの事業環境と機会

2030年の市場環境は、デジタル化による産業の垣根がなくなり、少子高齢化による社会的な労働力不足、海外市場への更なる事業シフトが想定されます。このような市場環境の変化に対して、データ活用の重要性は飛躍的に高まっていくと想定されます。

現在のビジョン／パーパスに立脚し、市場環境変化と

もに変わっていく2030年における当社グループの社会的役割はより広がっていく、すなわち大きな機会であると考えています。

創業以来60年以上培った、情報を収集し、加工・分析し、情報に価値を与える強みを活かし、より多くの生活者が生活価値向上を感じる社会実現への貢献を目指します。



第14次中期経営計画 (2024年6月期～2026年6月期)

当社グループは3か年ごとの中期経営計画を策定しており、2023年8月に第14次中期経営計画を公表しました。

基本方針

Data+Technology企業としてのNew Portfolioへ

— 新たな価値発揮の創出 —

重点課題

1 グループ戦略

2030年の展望をゴールとしたビジネス価値発揮の拡大

2 テクノロジー戦略

データ活用、DX支援を挑戦し続け、産業の境界線を越える

3 データ戦略

市場が変化しても自社データ価値を高めるデータ戦略の推進

4 共創戦略

新たな価値発揮の創出を支援するグループ共創の推進

非財務目標

Environment



▶ CO₂排出量を46%削減

2030年目標 -2013年比- バリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

▶ 再生エネルギー 利用率100%

2030年目標 バリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

▶ TCFDの対応

気候変動が事業に及ぼす影響を評価・管理

Social



▶ エンゲージメント

ビジョンの実践、成長実感、達成感、心理的安全性、チャレンジ風土など

▶ 提供価値

クライアントの信頼、プロフェッショナル리티の発揮、生産性・付加価値、セキュリティ/コンプライアンス意識など

▶ 多様性

性別構成、一般/幹部職構成、年代別構成、中途採用比率など

Governance



▶ 取締役会の構成の最適化

取締役の果たす役割の明確化による実効性の向上

▶ リスクマネジメントの徹底

▶ コンプライアンスの順守

2024年度事業計画

基本方針

— Synergy & Optimization —

グループシナジーの推進と、コアビジネスの最適化を実現する

事業領域の拡大

グループ経営資源の最適化

CFO MESSAGE

竹内 透

取締役 CFO 経営管理担当



シナジーと最適化の加速で 新たなステージへ

中長期に成長する企業の姿を見せる、経営戦略の実行に注力

2024年6月期は増収なるも、 一時的費用増加等の影響により減益

2024年6月期においては、一部顧客の予算引き締めの影響等により計画水準は下回りましたが、主力のパネル調査は堅調に推移し、消費財メーカーおよびヘルスケアのリサーチ事業で業績の回復が見られ、増収となりました。しかしながら引き続き取り組んでいる主力事業の業容拡大を見込んだ投資となるSCI(全国消費者パネル調査)のリニューアルに伴う新旧SCIの並行稼働による二重コストや、CXマーケティングプラットフォーム([P.10](#) 参照)の構築、株式会社NTTドコモ(以下、ドコモ)との資本業務提携に係る一時的な費用増加などが影響し、減益となりました。

ただしこれらは一時的なものと捉えており、インテージグループの実態的な収益力に問題はありません。新旧SCIの並行稼働は2025年3月で終了し新SCIに一本化され二重コストは解消されますし、ドコモとのシナジーの主戦場であるマーケティング支援(消費財・サービス)事業における利益成長も見込まれます。また株式会社インテージヘルスケアから

会社分割したCRO(医薬品開発業務受託機関)事業の承継会社をアルフレッサ ホールディングス株式会社に譲渡したことによる影響もあり、2025年6月期は増収増益になると見えています。

資本コストの開示と中間配当の実施で、 よりステークホルダーと共に歩む企業へ

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が、株主の皆様にも当社の現状や今後について十分ご理解いただきたいと考え、社内で活用している資本コストについても開示していくことといたしました。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いますが、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。新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた2020年6月期を除き、2023年6月期までは株主資本コストを超えるROE(自己資本当期純利益率)10~13%を達成し、PBR(株価純資産倍率)は1.2~2.0倍の水準で推移

しています。しかしながら、新旧SCIの並行稼働やドコモとの資本業務提携等の関連費用が一時的に嵩み、2024年6月期はROEが株主資本コストと概ね同水準の7.8%となりました。2025年6月期については前述の一時的な費用が低減されかつCRO事業の事業譲渡益もあり、ROEは11%台に回復するものと考えています。2026年6月期以降も、ドコモとのシナジー効果により利益成長を実現しROE12%程度を目指してまいります。

加えて2025年6月期からは中間配当を実施します。これまで3月に売上高が集中する事業の特性から、年1回剰余金の配当を実施してまいりましたが、売上高の平準化が進んだこと等を受けて、株主の皆さまへの利益還元を充実させることとしました。引き続き、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、最終年度の2026年6月期の連結配当性向は50%、ROE12%を目指してまいります。

最適な組織運営に向けた抜本的な改革で、既存事業・成長事業を加速

今後の経営方針につきましては、既存事業と成長事業のバランスを見ながら、それぞれの事業成果を最適化かつ最大化させることが重要であり、その成長を支えるために組織運営の見直し、経営管理の高度化、財務資本戦略の強化を進めております。

インテージグループは事業会社である株式会社インテージを祖業として、そこから傘下の子会社を増やすことで事業領域を拡充してまいりました。大組織になればなるほど迅速な意思決定が困難になり、機動的に動けなくなることを避けるため分社化を推し進め、そのメリットを享受しながら成長を実現してきました。その反面、分社化はソフト・ハードの両面で重複する部分が発生するという課題も生じさせます。既存事業については、こうした課題解消に向け、例えばグループ内重複機能の積極的な統廃合やDX推進により全体最適を追求し、利益を重視した経営を行っていきます。その一方で、ドコモとの資本業務提携などで生まれる成長事業については、まずはお客様へのアプローチを積極化し売上拡大を重視する考えです。また経営管理の点においては、既存事業における費用と事業拡大に必要なM&Aや投資費用、ドコモとのシナジー事業関連費用など営業利益への一時的な影響を別建てで管理するベース利益という社内管理指標を用い、成長の実現・加速を目指します。これらにより、グループ内の意識改革を促進する効果も期待しつつ、株主資本コストを意識した財務マネ

ジメントを強化し、「Synergy&Optimization」による経営戦略を進めてまいります。

ドコモとのシナジーにより、更なる成長への扉は確実に開いた

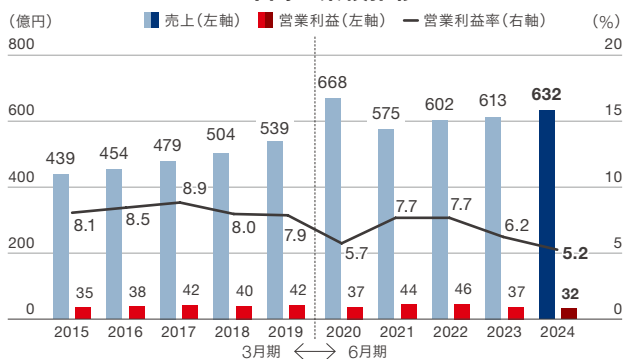
既存事業の安定成長を維持し、投資も継続する一方で、ドコモとの提携によりドコモが有する顧客基盤と行動データを活用できるという恵まれた環境を得られたことは、これまでのインテージグループだけではアクセスできなかった領域への進出を可能にしました。改めてドコモとの資本業務提携は、新たな事業領域における成功の確からしさを引き上げ、更なる成長への扉を確実に開き、インテージグループに大きなインパクトを与えるものと確信しています。

インテージグループは新たな価値発揮の創出に向けて新しいステージに入りました。どうぞ今後のインテージグループの活動にご期待ください。

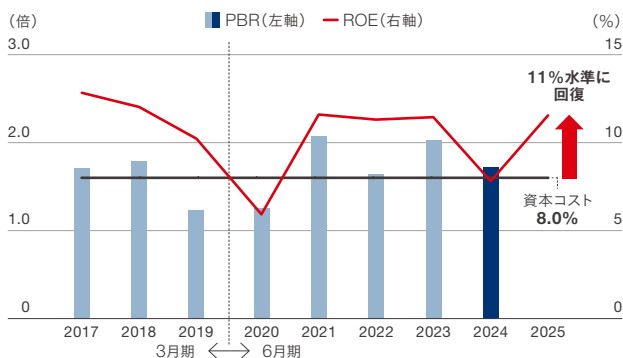
第14次中期経営計画期間における利益配分に関する基本方針

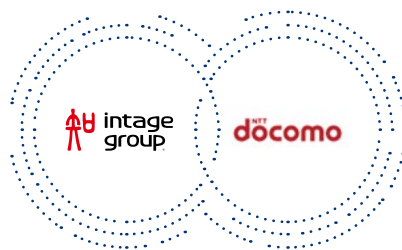
最終年度目標
(2026年6月期) 配当性向**50%**
ROE(自己資本利益率) **12%**
累進的な配当の実施

10年間の業績推移



ROE/PBR推移



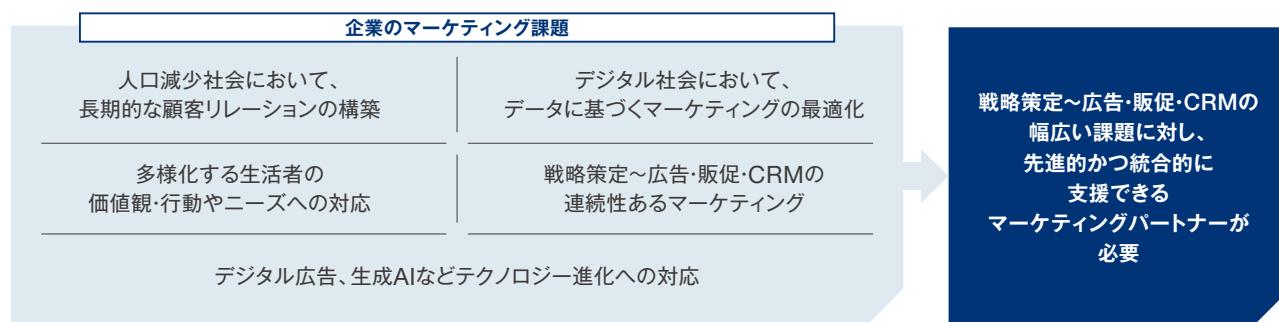


ドコモとのシナジー

2023年10月に資本業務提携を実施し、
ドコモとのシナジー発揮の取組みを進めています。
お客様にとってのマーケティングパートナーへと進化し、更なる企業成長を目指しています。

複雑化する企業のマーケティング課題

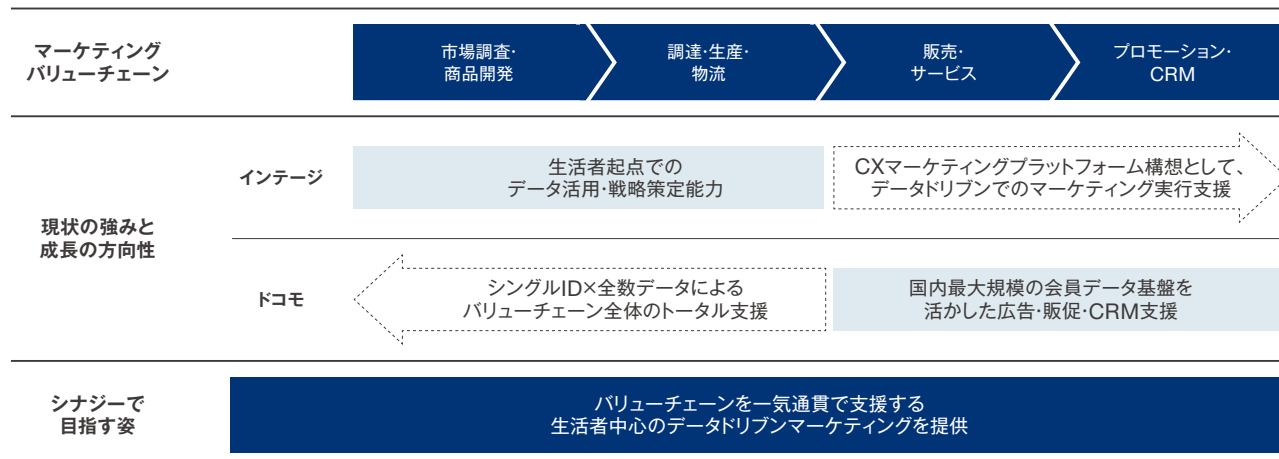
社会環境やテクノロジーの変化に伴い企業のマーケティング課題が複雑化する中、先進的かつ統合的に支援できるマーケティングパートナーが求められています。



ドコモとのシナジーによる事業成長の方向性

ドコモとの資本業務提携により、広告・販促・CRM[※]などのマーケティング実行領域へ本格参入を狙います。
マーケティングバリューチェーン全体の一气通貫のデータドリブンマーケティングを展開することにより、リサーチ/インサイトパートナーからマーケティングパートナーへの進化を目指します。

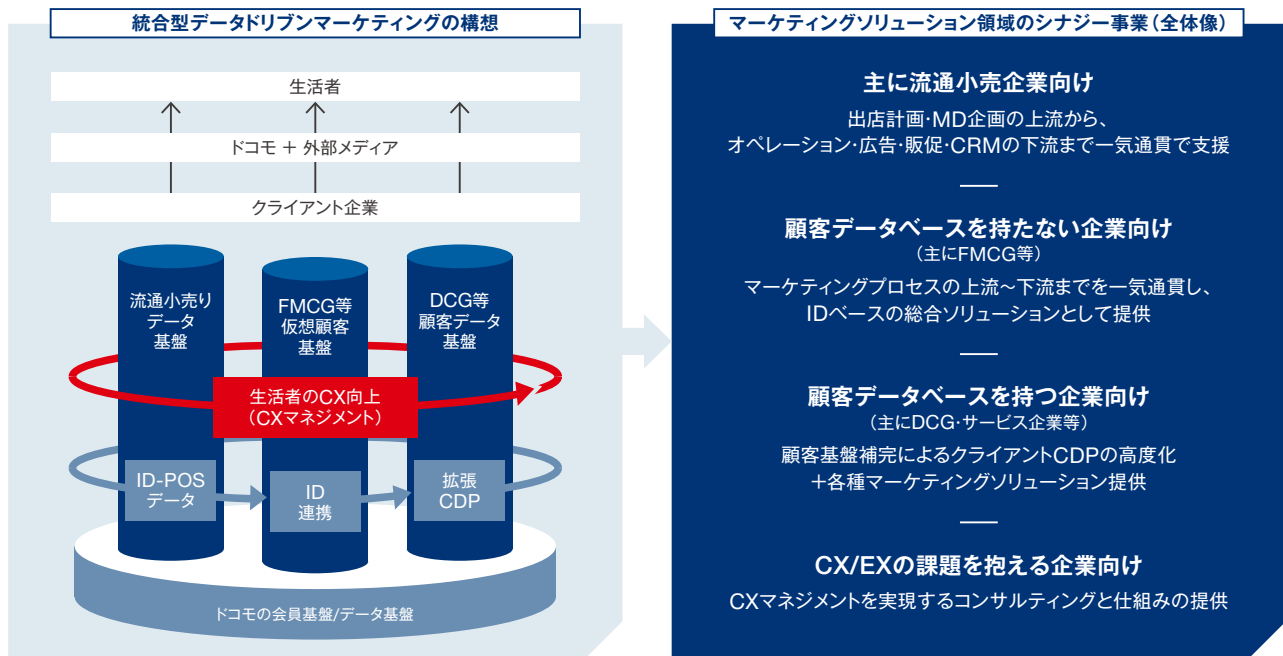
※CRM: Customer Relationship Management(カスタマー リレーションシップ マネジメント)の略で、顧客の情報を正確に把握したうえでビジネスの拡大を目指し、良好な関係を維持・向上させていく目的で「顧客関係管理」や「顧客関係性マネジメント」と称される



シナジーの発揮により実現をめざす統合型データドリブンマーケティング

当社グループのデータやクライアントデータ等にドコモの会員基盤を連携し、IDベースでの生活者中心のマーケティングを実現できる「統合型データドリブンマーケティング」の提供により、生活者の体験価値(CX)と、LTV[※]の向上を目指します。

※LTV(Life Time Value)：顧客生涯価値といわれ、ある顧客が自社の商品・サービスを初めて利用してから、長期的な関係の中で得られる利益を指す



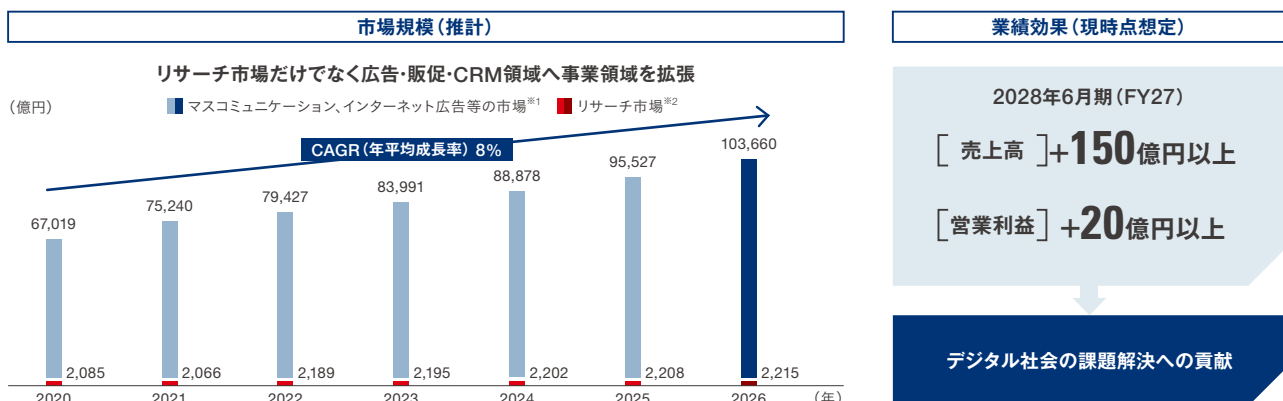
シナジーによる業績効果

当社グループがこれまで主戦場とするリサーチ市場から、マーケティングの実行領域(広告・販促・CRM)への事業領域の拡大を図ることにより新たな市場への参入を目指します。

マーケティングソリューション領域のドコモとのシナジーによる業績効果は、2027年度に売上高+150億円以上、営

業利益+20億円以上の事業化を目指します。

マーケティングソリューション以外に、ヘルスケアやDX領域においてもドコモグループとのシナジーによる事業拡大の検討を進めています。



※1 下記算出に基づく①マスコミュニケーション②インターネット広告③プロモーションメディア④マーケティングDX⑤ポイントの市場

① 電通「2022年の日本の広告費」から2019年から2022年の実績から2026年のCAGRを予測

② 電通「2022年の日本の広告費」から2017年から2022年の実績から2026年のCAGRを予測

③ サイバーエージェントの「店舗集客型デジタル広告(O2O広告)の市場動向調査」の2018年から2024年の予測から2026年までを予測

④ 矢野研究所の「ポイントサービス・ポイントカード市場の動向と展望 2022年度版」の共通ポイントを切り出して抽出し、2026年までの予測に利用

※2 日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)の「経営業務実態調査」の2019年から2022年の成長率から予測

CIO MESSAGE

ITの力を発揮して 事業成長を加速させていく

酒井 和子

執行役員 CIO ビジネスインテリジェンス事業担当
株式会社インテジテクノスフィア 代表取締役社長

インテジグループのビジネスインテリジェンス事業は、お客様にシステム開発等のソリューションを提供すると同時に、グループのビジネスをIT面で支えています。事業の基幹会社である株式会社インテジテクノスフィアの社長を務める酒井さんにインタビューを行い、事業の現状と課題、そして酒井さんの組織づくりやキャリア開発の考えについてお話を伺いました。



Q1 現在のご自身の役割について教えてください

インテジホールディングスの執行役員 CIOとしてグループの情報戦略を統轄するとともに、ビジネスインテリジェンス事業（以下、BI事業）の責任者として、お客様向けのDX、特にデータ基盤やデータ活用の領域に力を入れています。

我々は他のIT会社と異なり、高度なIT専門性だけでなく、データ利活用の領域を得意としています。データの収集と基盤構築は他社でも可能ですが、大量のデータの中から「本当に意味のあるデータ」を取り出せることを考えた基盤作りが重要で、データ収集、データクレンジング、データ加工、集計、分析といった一連のすべての工程の中で、当社のデータ理解に基づくデータ活用力が強みになっていると考えています。

Snowflake合同会社などのクラウド型プラットフォームサービスを提供している会社から協業のオファーを頂くようになり、当社の実力は一定の評価を得ております。

Q2 BI事業の拡大やグループ全体の情報戦略について、将来を見据え、現在どういったところに課題を感じていらっしゃいますか。

BI事業の拡大については、お客様が進めるDXに寄り添い、伴走していくことには変わりはありませんが、旅行や医薬など特定の業界の強みだけでなく、データ統合基盤、データ活用

のようなソリューション軸を強化することで、より多様な業界のお客様を獲得し、事業を広げていけると考えています。

そのために、今期より、新たに「事業シナジーセンター」を設立し、データ基盤構築、データ活用に注力する方針を打ち出しました。事業シナジーセンターを投資領域として位置づけ、当社のDXソリューションを確立することで新たなお客様の拡大を目指します。これまで業界ごとに対応していた事業部門の枠を超え、協業パートナーとの連携も強化し、BI事業の強みであるデータ活用などのソリューションを積極的に提案し、更なる成長を図りたいと考えています。

人材の確保も課題となっており、将来の成長に向け、プロジェクトマネジメント、クラウド、セキュリティといった専門人材は必要不可欠です。近年、IT業界では給与の上昇等により、人材の流動化も激しくなっています。新卒採用はもちろんのこと、現在は中途採用にも力を入れています。先述のデータ利活用によるDXビジネスの拡大や、アプリケーションからインフラに至るまでの幅広いキャリア形成、プライムベンダーとしての仕事の広がり、働きやすい風土や環境などといった自社の強みを、「もっと色々なことをやりたい」と考えているITエンジニアに訴求しており、その成果も出てきています。とはいえ、人材の絶対数は不足しており、並行してグループ全体のセキュリティリテラシーやITリテラシー向上に取組み始めています。IT人材でなくとも、ITの一般的な課題はグループ社員自らが

解決できるようになっていくことで、IT人材がより付加価値の高い業務や技術の高度化に取り組めることにつながります。また、昨今の情勢を踏まえたサイバーセキュリティの対策強化の一環としても、グループ全体のセキュリティおよびITリテラシー向上は欠かせないと考えています。

Q-3 酒井さんは社長を務められる
インテージテクノスフィアのビジョン
「データに魂を吹き込み、世の中を感動させる」
を軸にメンバーの能力を活かした企業や
提供価値の向上にも力を入れていらっしゃいます。
この取り組みについて教えてください。

インテージテクノスフィアのビジョンは社員によって考案され、2020年に発表されました。このビジョンを組織全体に浸透させることが重要であるため、「ビジョン浸透プロジェクト」を立ち上げ、毎年取り組みを行っています。

最近では、ビジョンの浸透により、能動的に行動する社員が増えてきたと聞きます。若い社員たちが社内外に積極的に発信してくれるようにもなりました。「データに魂を吹き込む」という、データ理解に基づくデータ活用の強みを認識することで、自社へのロイヤリティ向上が感じられる行動や事例が自然と増え、外部発信にもつながっています。最近では外部からビジョンに共感する声も集まり、嬉しい限りです。このような一連の活動は、組織内での発信、共通化、標準化の動きを高め、共創の風土が更に強まり、競争力を高める要因となっています。



株式会社インテージテクノスフィアのビジョン

最も大切なことは、社員が自分のやりたいこととビジョンを一致させることです。一致がなければ、やらされ感や腑に落ちないまま業務を進めることになりがちです。自分の目標とビジョンが一致することで、業務のスピードアップが図れるとともに、主導権を持って仕事を進める楽しさが増します。皆が同じ方向を向いていれば、意思決定も迅速に行えるようになります。

このように組織風土が確立されることで、育成や教育も自然に行われるようになります。一から教えなくても、組織に入ることによって学ぶことができ、中途入社の方でもスムーズに適應でき

るようになります。このように、ビジョンを昇華させ、持続的な会社と組織全体の成長につなげていきたいと考えています。

Q-4 酒井さんはインテージグループ内に留まらず、
IT業界あるいは女性役員という立場もあり
社外でも多方面で活躍されています。
社外での活動についても教えてください。

2007～2008年にインテージの人事部長を務めていた時にJ-Win(特定非営利活動法人ジャパン・ウィメンズ・イノベティブ・ネットワーク)のメンバーとして、企業人事分科会を通じて女性活用の提言を行うなどの活動をしました。これは社内での取り組みにもつながっていて、二年間でさまざまな制度を作りました。今でも残っているのは、社員の積極的な有休消化と属人的な業務の解消を目的としたリフレッシュ休暇制度(計画的な9日間以上の連続した休暇取得)やキャリアデザイン制度です。またこの期間に、男性の育休や期間を限定した遠隔地勤務の第一号を出しました。リフレッシュ休暇制度については、「休んでもやることないよ」という男性社員の声もありましたが、実際にやってみると意外にも満足度は高かったそうです。このような制度の多くは現場の声から実現したのですが、そういった自主的な活動を受け入れる文化がインテージの中にはあったのだと思います。

2019年から2年間は、当時の関東IBMユーザー研究会の会長と全国IBMユーザー研究会[※]の副会長を務めました。また現在はJUAS(一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会)のCIOエグゼクティブフォーラムにメンバーとして参加したり、「女性DXリーダー育成プログラム」の検討委員として活動したり、情報システム部門の若手や課長級の方に向けた講演なども行っています。他にも、旅行・観光業界の経営者の任意の勉強会であるトラベル懇話会に属し、今期から理事も務めています。

一つ思うのは、他の人にも未知の環境でリーダーシップを取る経験をして欲しいということです。全く新しい状況や人々の中でリーダーシップを発揮するのは難しいですが、その経験から自分の立ち位置を客観的に理解することができ、不足する部分に対して努力していくことが、自分の力になり自信につながります。私自身は決して上に立ちたいと思っていただけではありませんが、与えられた役割を果たすために学び、努力することは大切です。役割を与えられることで環境が自然に学びを促すこともあります。未知の環境でチーム力を発揮する経験は貴重だったと思いますし、それがリーダーシップを育てる一助となります。なので、若い人に限らず、どんどん会社の外に出ていく経験を積んで欲しいと思っています。

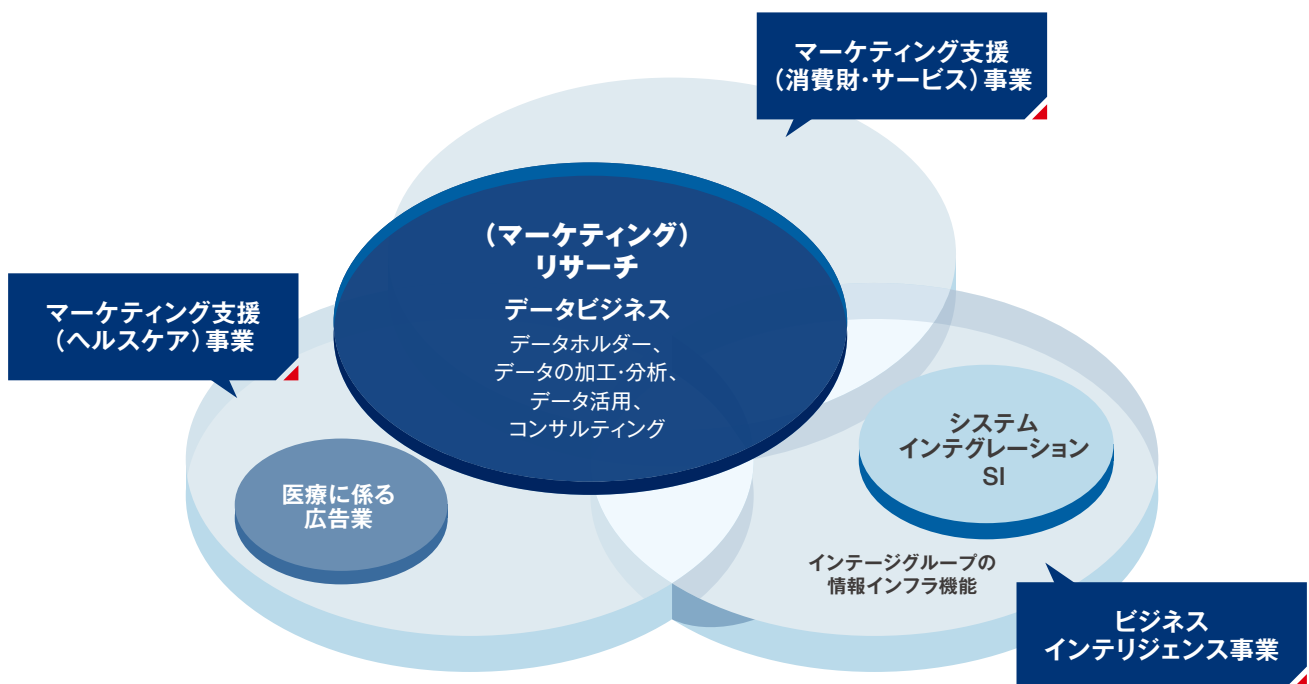
[※]関東IBMユーザー研究会と全国IBMユーザー研究会は2020年に活動を終了し、IBM Community Japanに引き継がれました

インテージグループの事業領域

概要

インテージグループは『マーケティング支援（消費財・サービス）事業』『マーケティング支援（ヘルスケア）事業』『ビジネスインテリジェンス事業』の3つのセグメントで構成されています。全てのセグメントにおいてリサーチならびにデータビジネスをコアとしながら、ヘルスケアにおいては広告業を、ビジネス

インテリジェンスにおいてはシステムインテグレータならびにグループ全体の情報インフラを担う機能を持っています。各セグメントの強みを活かしつつ、セグメント間で連携することによりグループ一体でお客様の課題解決を支援します。



基幹商品 **パネル調査**

パネル調査とは、一定数のモニター（消費者や店舗など）を確保し、モニターから定期的に情報を収集する仕組みを構築し、お客様にデータベースとして提供するサービスを指します。1960年の創業から続くインテージグループのパネル調査は、その種類、規模、品目の拡張や、速報性の向上な

ど度重なるリニューアル等を行い、現在でも当社グループの大きな柱となっています。市場実態を正しく捉えたデータとして、お客様（当社グループでは主に消費財メーカー）から高い信頼を得ており、デファクトスタンダードとしてマーケティングに活用されています。



全国消費者パネル調査

どんな世帯・個人が、何をどこで、いくらで買っているのか

全国の15～79歳の男女約5万人※を対象に、屋内外で消費する食品、飲料、日用雑貨品などの購買データをスマートフォンのアプリを利用して収集。消費者の購買行動を詳細に捉えた高品質なデータを基に、インサイトを提供する日本最大の消費者パネルです。



全国小売店パネル調査

いつ、どこで、どんなものが、いくらで売られているのか

スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、専門店など全国の主要小売店約6,000店舗を対象に、食品、飲料、日用雑貨品、一般用医薬品などさまざまなPOSデータを収集。各業界標準のインデックスとして圧倒的な強さを誇っています。

※2025年1月より7万人に拡大予定

マーケティング支援 (消費財・サービス) 事業

主なお客様

消費財(食品、飲料、日用雑貨品)メーカー／
耐久消費財(自動車、家電、アパレルなど)
メーカー／金融／通信／広告／IT／官公庁
など

株式会社インテージを中心に、企業のあらゆるマーケティング課題に対して、有効な意思決定をサポートするための科学的な調査・分析企業のマーケティング活動をサポートしています。

主力商品の“パネル調査”は、当社が独自に収集した生活者の購買データや小売店の販売データを基に販売実態や購買実績を詳細に捉え、各業界の標準インテックスとして多くの消費財メーカーに導入されています。

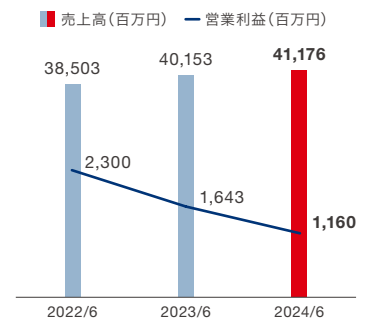
“カスタムリサーチ”は、企業の特定の課題に合わせてパネルデータや様々な調査手法と独自の分析力をベースとしたインサイトを多種多様な業務のお客様に提供しています。



檜垣 歩

取締役
マーケティング支援
(消費財・サービス)
国内・海外事業担当

売上高・営業利益



マーケティング支援 (ヘルスケア) 事業

主なお客様

製薬(一般用医薬品、医療用医薬品)企業／
医療機器メーカーなど

株式会社インテージヘルスケアを中心に、製薬企業に対して、マーケティング活動のサポート、プロモーション、処方情報分析などを提供しています。

一般用医薬品に関し、薬局やドラッグストアなどの小売店データおよび購買履歴を取得したパネル調査やカスタムリサーチを提供。また、医療用医薬品についても、医師の薬物治療・処方実態調査、医療消費者の実態調査を始め、医薬品のプロモーション活動評価など豊富なソリューションやツールで製薬企業をサポートしています。

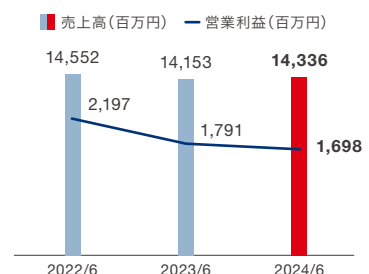
※CRO(医薬品開発業務受託機関)事業は2024年9月2日付でアルフレッサホールディングス株式会社へ事業譲渡されました

村井 啓太

上席執行役員
マーケティング支援
(ヘルスケア)
事業担当



売上高・営業利益



ビジネス インテリジェンス事業

主なお客様

製薬企業／運輸／旅行、観光／出版／
その他(業種を問わない健康管理サービスの提供)

株式会社インテージテクノスフィアを中心に、システムの開発・運用、BPO、データセンター運用、業界別ソリューションを提供しています。

近年は長年データに関わるビジネスを行ってきた強みを活かして、企業のDX支援をAIやデータハンドリングによりサポートしています。

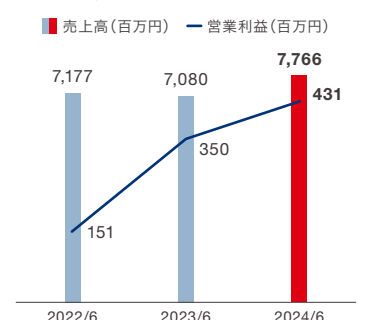
また、インテージグループ全体に対し、インフラ構築・運用・保守およびビジネス推進を支えるソフト領域での支援などIT面で支えています。



酒井 和子

執行役員 CIO、
ビジネスインテリジェンス
事業担当

売上高・営業利益



サステナビリティ

2020年8月、持続可能な社会の実現およびグループの持続的な成長に向けてSDGs宣言を公表し、重要課題であるマテリアリティを特定しました。2023年7月からはサステナビリティ委員会を設置し、持続可能な企業として成長を続けるためにサステナビリティ全般の課題を取り上げ、施策につなぐ活動を開始しています。これからもデータ活用を通じてお客様のビジネスを支援し、社会課題を解決するとともに、その先の生活者の健やかで豊かな暮らしに貢献していきます。

SDGs宣言

インテージグループのSDGs

インテージグループは、データ活用環境の保全に努め、お客様の視点と生活者の視点をつなぐデータ活用価値の不断の向上によって、健やかで持続可能な社会の実現に貢献します



マテリアリティ(重要課題)とSDGsの関連性

	マテリアリティ	関連するSDGs
事業による 社会課題 解決への貢献	Materiality 1 生活者視点のデータ活用でお客様のビジネス価値向上に貢献します 倫理観を持って公正にデータを扱います。生活者のライフスタイルの多様性を明らかにし、データ活用を通じてお客様のビジネスに貢献します。	3 持続可能なエネルギー、8 持続可能な産業と雇用、9 持続可能な産業と雇用、12 持続可能な消費と生産
	Materiality 2 個人情報の適切な取り扱いと情報セキュリティを徹底します 個人情報の高度な安全性を確保し、データ提供者との信頼関係を築きます。情報管理を徹底し、セキュリティ体制の強化に努めます。	16 平和と公正
	Materiality 3 産官学連携や業際連携を推進し、イノベーションを創出します 豊かで可能性の広がる社会の実現に貢献するため、国・自治体・教育機関やさまざまな業種の企業と連携し、イノベーションを生み出します。	9 持続可能な産業と雇用、17 持続可能なパートナーシップ
	Materiality 4 明日を拓く人材を育成・輩出します ビジネス力を起点に、データサイエンス力、データエンジニアリング力を強化し、データ価値向上を担う人材の育成につなげます。また、人材の社会での幅広い活躍を支援します。	4 質の高い教育、8 持続可能な産業と雇用
持続的な貢献を 支える基盤	Materiality 5 多様性が尊重され、かつ、自由闊達な企業風土・文化を醸成します 一人ひとりの個性が尊重され、誰もが活躍できる、多様性あふれる企業を目指します。また、女性のリーダーシップ発揮の機会をより多く創出します。	5 ジェンダー平等、10 公平な社会
	Materiality 6 生き生きと働けるワークスタイルを実現します 従業員のQOLを重視し、安心して働き続けられるワークスタイルを確立します。また、変わり続ける社会に対応する柔軟な働き方を追求します。	3 持続可能なエネルギー、8 持続可能な産業と雇用、13 気候変動に具体的な対策を
	Materiality 7 経営の健全性と透明性を保ち、ガバナンス体制を強化します あらゆるステークホルダーと良好な関係を築き、健全な経営と持続的な成長に努めます。	16 平和と公正、17 持続可能なパートナーシップ

マテリアリティ策定プロセス

社会課題の抽出

SDGsとISO26000を参考に社会課題を洗い出し、インテージグループを取り巻く業界やグループのリスクや機会を踏まえて抽出・整理しました。

優先順位付け

社員アンケートとワークショップを実施。優先して取り組むべき課題についてディスカッションしました。

妥当性の確認

結果をとりまとめ、マテリアリティ(案)を作成。機関投資家などの意見を踏まえたうえで、経営層と十分な議論を重ねました。

マテリアリティの特定

最終的に経営の合意を得て、インテージグループのマテリアリティ(重要課題)を特定しました。

サステナビリティ委員会の活動

当社グループは、企業理念である「THE INTAGE GROUP WAY」のもと、お客様とその先の生活者をつなぐ架け橋として持続可能な社会へ貢献し、持続的な成長を目指すことをサステナビリティ方針として掲げ、当社のサステナビリティに関する取組みをより一層推進することを目的として2023年7月に「サステナビリティ委員会」を設置いたしました。

委員会においては、インテージホールディングスの取締役が委員長と副委員長を務め、委員はすべてのセグメントの基幹会社ならびに機能会社においてサステナビリティの課題を把握し施策につなげる役割を持ったメンバーを選出しており、サステナビリティ全般に係るテーマについて検討した上で定期的に取締役会に報告する体制としております。

2023年8月に公表した第14次中期経営計画においては、マテリアリティに関連する目標や取組みをESG（環境・社会・ガバナンス）の各区分に基づき定めており（下図）、当該中計の非財務項目に関する取組みの共有および取りまとめを始めとして、当社における非財務資本の議論、マテリアリティに関するKPI（重視する指標）設定の検討、それらに関する内外の啓蒙を含む施策の策定、グループ会社における実行などについて、連携を図り運用しております。

2024年6月期においては、前述のESG（環境・社会・ガバナンス）の区分に基づいた各指標および目標に関する当社グループにおけるKPIを設定し、取締役会に諮りました。

第14次中期経営計画（2024年6月期～2026年6月期） 非財務目標



Environment

CO₂排出量を
46%削減

2030年目標 2013年比

パリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

再生エネルギー
使用率**100%**

2030年目標

パリ協定における日本の目標設定を参考にしたもの

TCFDの対応

気候変動が事業に及ぼす影響を評価・管理



Social

エンゲージメント

ビジョンの実践、成長実感、
達成感、心理的安全性、
チャレンジ風土など

提供価値

クライアントの信頼、
プロフェッショナル리티の発揮、
生産性・付加価値、
セキュリティ/コンプライアンス意識
など

多様性

性別構成、一般/幹部職構成、
年代別構成、中途採用比率など



Governance

取締役会の構成の
最適化

取締役の果たす役割の明確化による
実効性の向上

リスク
マネジメントの
徹底

コンプライアンスの
順守

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

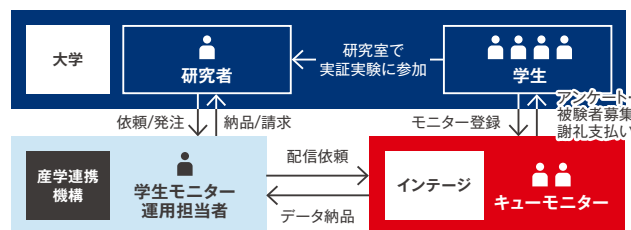
教育機関との連携の一環として、全国各地の大学のマーケティングリサーチやデータ分析、統計学等に関する授業で、当社の社員が講師を務めています。

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

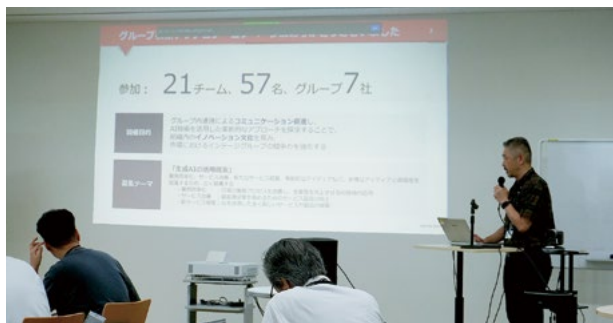
技術の輪を広げる、グループ横断テクノロジーコンペ

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

環境

「インテージグループ環境保護方針」を定め、持続的な地球環境の保全を目指しています。中でも、気候変動への取組みを重要な課題と捉え、サステナビリティ委員会のテーマとして、目標管理および施策の検討を進めるとともに、気候関連財務情報開示タスクフォース（以下、TCFD）提言への賛同を表明し、TCFDに基づく情報開示に取り組んでいます。

インテージグループ環境保護方針

- 1 環境マネジメントシステムをトータルマネジメントシステムの一つとして位置付け、継続的な地球環境保全のための活動に取り組めます。
- 2 資源の利用は必要最小限に留め、省資源・省エネルギーを図ります。特に情報は可能な限りデジタル化し、IT機器を利用することでレスペーパーに努めます。
- 3 企業活動に必要な資源（設備、原材料、器具等）は、環境に優しいものや再資源化が可能なものを優先的に利用するとともに、ゴミの分別廃棄を行い再利用の可能性を追求し、最終処分量の最小化に努めます。
- 4 地球環境保全活動の浸透を図り、継続的かつ計画的な教育・訓練を実施します。

気候変動への取組み（TCFD提言への対応）

ガバナンス

取締役を委員長とするサステナビリティ委員会を2024年6月期より設置し、毎月開催の委員会において、気候変動への取組みをテーマの一つとして議論を行っています。具体的には、気候変動が当社に与える影響の把握・事業活動による温室効果ガス排出量の算定、第14次中期経営計画で定めた排出削減等の目標達成に向けた施策の検討等が行われています。サステナビリティ委員会で検討した議題は、必要に応じて経営上の重要事項に関する意思決定機能を担う取締役会に上申する体制が整備されています。

戦略

すべての開示セグメントの基幹会社を対象に、気候変動が当社の事業に与えるリスクと機会の観点からヒアリングを実施し、取締役会でのディスカッションを経て、移行リスク（主に1.5/2°Cシナリオ）および物理的リスク（主に4°Cシナリオ）ならびに機会を特定し、ホームページ上で開示しています。

気候変動による直接的な事業への影響は限定的である一方で、気候変動が顧客企業の事業活動に影響を及ぼすことによる、間接的な事業への影響は相対的に大きいものと整理しています。

リスク・機会	影響を受ける対象		インパクトを受ける主な影響	影響
移行リスク (主に1.5/2℃)	政策・法規制	主にお客様	■ 炭素税等の規制強化に伴う対応コストの増加	小
	技術・評判	当社グループ	■ 気候変動対策の取組みに関連したサービスやソリューション開発が遅れることによるリサーチニーズの機会損失	中
	市場	お客様	■ 気候変動関連の規制強化等に伴う取引先の経営状況悪化による業務委託等の減少 ■ 生活者の気候関連による消費行動等の変化に伴う既存サービスの需要低下に伴う、取引先の収益悪化による業務委託の減少	大
物理的リスク (主に4℃)	急性	当社グループ／お客様	■ 自然災害の発生や激甚化によるオフィスや従業員、被データ提供者等の被災による事業継続性への影響	中
	慢性	当社グループ	■ 温暖化等により空調に係る電力消費量の増加によるコスト増加 ■ 海面上昇等による低リスクの事業拠点移転による賃料増加	中
機会	市場／商品・サービス	当社グループ	■ 気候変動に伴う生活者の意識の高まりや行動変容により、取引先の分析等のニーズの発生により業務委託が増加	大
	資源効率	当社グループ	■ オフィスやデータセンターのエネルギー効率向上によるコスト削減	小

指標および目標

グループの温室効果ガス排出は、およそ半分がScope2排出に該当するオフィスとデータセンターの電気使用によるものです。ホームページ上で、国内の主要拠点におけるScope1～3の温室効果ガス排出量を算定し、開示しています。

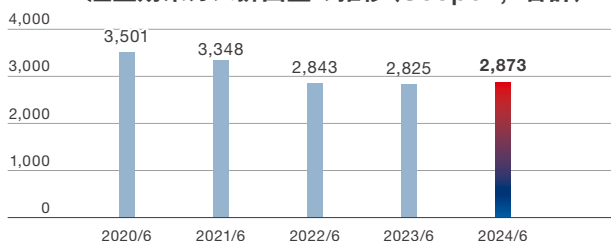
Scope1,2排出量について

2024年6月期は、電気使用量の多いひばりヶ丘事業所でエネルギー効率の改善が進み使用量が減少した一方で、算定の対象を国内の全事業所に拡大したことにより、Scope1,2合計の排出量が増加しました。

Scope3排出量について

2022年6月期よりScope3排出量を算定しています。当社においてはカテゴリ1(購入した製品・サービスに係る排出)がScope3排出量の約半分を占めています。2024年6月期はカテゴリ6(出張に係る排出)において、算定対象会社を拡大したことや、海外出張が増加したことなどにより、排出量が増加しました。

(t-CO₂) 温室効果ガス排出量の推移 (Scope1,2合計)



算出方法・対象範囲等については、ホームページをご覧ください
<https://www.intageholdings.co.jp/sustainability/environment/>

第14次中期経営計画における非財務目標(環境項目)

- CO₂排出量 (Scope1,2) を46%削減 (2030年目標 2013年比)
- 再生エネルギー使用率100% (2030年目標)
- TCFD提言への対応

TOPICS

2024年6月期の取組み

- Scope1～3の温室効果ガス排出量の算定
- CDP (Carbon Disclosure Project) など各種格付への対応
- 再生可能エネルギー導入に向けた整理
- ひばりヶ丘事業所で使用する全ての照明をLEDに交換

1 ひばりヶ丘事業所の環境負荷低減の取組み

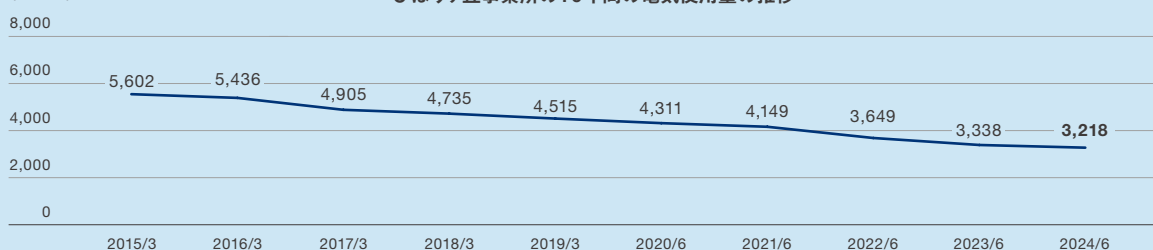
データセンターを備えるひばりヶ丘事業所は電気使用量が多く、コスト・環境負荷の面から課題とされていました。そこで、2011年からESCO事業者※の協力のもと省エネルギー施策を実施。空調インバー

タ制御の導入、照明設備の省エネ化等の施策を行うことにより、電気使用量を2013年度比4割以上削減しました。

※ ビルの省エネルギーに関するサービスを提供する事業者

(千kWh)

ひばりヶ丘事業所の10年間の電気使用量の推移



2 CDPの気候変動に関する調査でCスコアを獲得

CDPは国際的な非営利組織で、環境課題に関心が高い世界の機関投資家を代表し、全世界の企業を対象に環境への取組みに関する調査を実施し、その結果を開示しています。評価はリーダーシップレベル(A、A-)、マネジメントレベル(B、B-)、認識レベル(C、C-)、情報開

示レベル(D、D-)の8段階で付与されます。当社は2023年に初めて回答を行い、Cスコアを獲得しました。



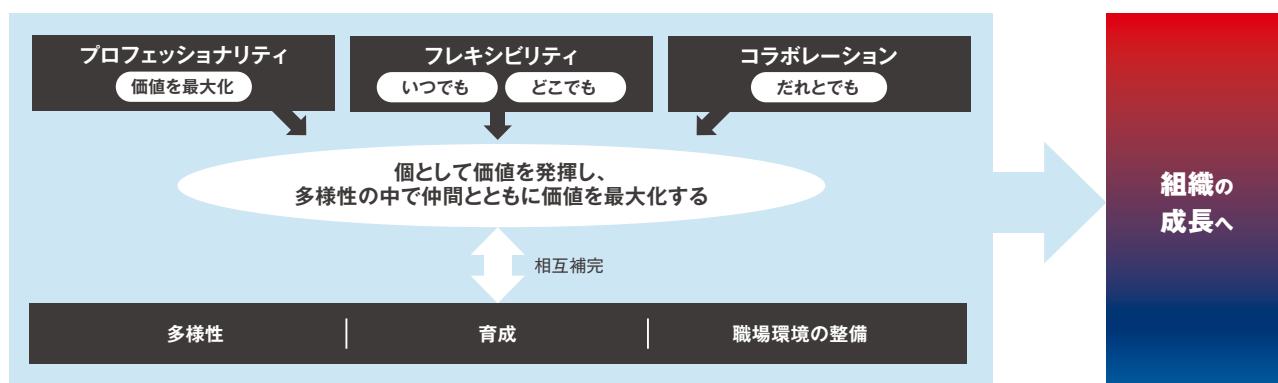
人材戦略

インテージグループでは、「人」を重視する考え方を基本とし、一人ひとりの個性が尊重され、誰もが活躍できる企業を目指して、変わり続ける社会に対応する柔軟な働き方を追求しています。多様な価値観と背景を持つ社員が、お互いを理解し、協働・共創することで、活躍と成長の機会を創出することを目指しています。

人材についての考え方

当社グループは、グループビジョン「Know today, Power tomorrow」の実現に向け、グループ社員一人ひとりが個として価値を発揮し、多様性の中で仲間とともに価値を最大化することを重視し、多様性が尊重され、かつ、自由闊達な企業風土・文化を醸成していきます。

これらの実現に向け、一人ひとりの個性が尊重され、誰もが活躍できる企業を目指して、変わり続ける社会に対応する柔軟な働き方を追求しております。多様な価値観と背景を持つ社員が、お互いを理解し、協働・共創することで、活躍と成長の機会を創出することを目指しております。



多様性

当社および当社グループが提供するサービスや付加価値の源泉は、私たち「人」の価値そのものです。誰もが活躍できる企業グループを目指すことは、多様な背景や強みを持つ社員が互いを理解・尊重することであり、多様性がコラボレーションをより豊かにし、グループ全体の協働・共創や、更なる活躍と成長機会の創出、ひいては価値提供の拡大につながると考えております。

職場環境の整備

チームや一人ひとりが、それぞれ最適な働き方で価値を発揮し、働きがいを実感しながら活躍できる土壌をつくるため、オフィスの継続的な見直しに加え、リモートワークやフルフレックス勤務といった、働く場所や時間を自律的に選べる働き方（ハイブリッドワーク）を推進しております。また、国内

育成

性別・国籍・新卒/中途入社などの違いによらず、社員の意欲と実績を前提とした登用等の機会を幅広く設けており、今後も更に拡大をしていきます。また、能動的な成長機会を重視していることから、手上げ方式の研修機会や異動機会を豊富に提供することを目指しております。これらを通して、従業員が高い専門知識やスキルを獲得し、プロフェッショナルリティを高めるサポートをしていきます。

外すべてのグループ会社社員がシームレスにやりとりができるよう、チャット・SNSなどの共通コミュニケーション基盤のグループ全社導入を展開しております。このような職場環境の整備によって従業員のフレキシビリティを向上し、組織内での協力やコラボレーションを促進します。

具体的な取組み

障がい者の活躍支援

当社グループは、障がいがある社員の「個」を大切に、それぞれが能力を発揮して持続的に成長できるように働く環境を整えています。

2015年から知的障がいのある社員を雇用。“Dandies (ダンディーズ)”という障がい者雇用のチームがあり、社内便などのオフィスサポート業務に加え、グループ各社から個別

の仕事を受託して、対応業務を拡大しています。

2019年からは障がい者アスリート社員として、北浦春香（車いす陸上・インテージホールディングス所属）、折橋正紀（デフフットサル・インテージヘルスケア所属）も活躍しています。

すべての従業員が相互に刺激を与え合い、これからも「違いを認め、高め合える」職場づくりを目指していきます。



月に1回秋葉原事業所で開催するDandiesカフェの様子



アスリート社員（左：北浦春香 右：折橋正紀）



多様性の確保

当社グループでは、性別・国籍・新卒/中途入社等の違いによらず、社員の意欲と実績を前提とした活躍の機会を広く設けており、その指標として「女性活躍推進に関する状況」を中心に継続的な把握を行っております。

女性活躍推進に関する状況※1※2

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
女性従業員比率(%)	49.3	50.0	49.4	50.8	51.0	51.3
新卒採用における女性比率(%)	51.9	46.4	49.2	51.9	57.1	50.0
女性管理職比率(%)	22.7	23.0	23.3	24.7	25.6	27.3
女性役員比率(%)	14.0	14.8	15.6	14.6	14.1	16.5

※1 各数値はそれぞれの事業年度末

※2 2021年度までの集計対象会社は(株)インテージホールディングス、(株)インテージ、(株)インテージリサーチ、(株)インテージヘルスケア、(株)インテージテクノスフィア、(株)インテージ・アソシエーツ、2022年度以降の集計対象会社は国内連結子会社

社員の健康維持と促進

当社グループの健康管理は、株式会社インテージ・アソシエーツの健康づくり推進部が中心となり、定期健康診断や、産業医面談、ストレスチェックを行っています。また人事と連携してグループ社員の心身の状態を把握する「コンディションメーター」を定期的に実施。勤務形態、仕事への意欲、体調面・心理面の把握、睡眠状態などの簡易なアンケートによるモニタリングで、社員の心身の体調の変化をスピーディーに把握し、適切な対応につなげています。これはIMR社員調査(Internal Marketing Research)とともに、社員のQOL(生活の質)の向上や安心して働き続けられる環境づくりに役立てられています。



(株)インテージホールディングスと(株)インテージ・アソシエーツが健康経営優良法人2024に認定



BOARD OF DIRECTORS 役員一覧 (2024年9月末時点)

A 仁司 与志矢 代表取締役社長

1992年	6月	株式会社社会情報サービス入社
1994年	12月	ティー・エムマーケティング株式会社(現株式会社インテージヘルスケア)取締役
2005年	1月	同社 代表取締役副社長
2007年	3月	同社 代表取締役社長
2014年	7月	当社執行役員 グループヘルスケアソリューション担当
2015年	4月	当社執行役員 グループヘルスケア事業担当
	5月	株式会社アスクレップ 取締役
2016年	6月	当社取締役 グループヘルスケア事業担当
2017年	4月	当社取締役 グループヘルスケア事業担当、働き方改革推進担当
2019年	4月	株式会社インテージヘルスケア 代表取締役社長
	6月	当社取締役 CWO、マーケティング支援(ヘルスケア)事業担当
2023年	7月	当社取締役 CWO、特命事項担当/株式会社インテージヘルスケア 取締役
	9月	当社代表取締役常務 マーケティング支援(消費財・サービス)/海外事業担当、海外事業統括本部長、特命事項担当
2024年	7月	当社代表取締役社長(現任)

B 檜垣 歩 取締役 マーケティング支援(消費財・サービス)国内・海外事業担当

1988年	4月	カゴメ株式会社入社
1995年	10月	当社入社
2007年	4月	当社マーケティングソリューションユニット マーケティングソリューション部長
2013年	4月	当社執行役員 マーケティングイノベーション本部長
2014年	7月	当社執行役員 グループマーケティングソリューション担当
2015年	7月	当社上席執行役員 グループ事業戦略担当/株式会社インテージテクノスフィア 取締役
2016年	4月	株式会社インテージ 取締役
2019年	4月	当社上席執行役員 マーケティング支援(消費財・サービス)国内事業担当/ 株式会社インテージ 代表取締役社長(現任)
	6月	当社取締役 マーケティング支援(消費財・サービス)国内事業担当
2024年	7月	当社取締役 マーケティング支援(消費財・サービス)国内・海外事業担当(現任)

C 大竹口 勝 取締役 経営企画担当、未来創造担当、関係会社担当

1985年	4月	当社入社
2013年	4月	当社執行役員 DCG・サービス事業本部長
2014年	4月	株式会社ドコモ・インサイトマーケティング 代表取締役社長
2016年	4月	株式会社インテージ 取締役
2019年	4月	当社上席執行役員 経営企画担当
2020年	9月	当社取締役 経営企画担当
2023年	9月	当社取締役 経営企画担当、グループ人事企画担当、関係会社担当
2024年	7月	当社取締役 経営企画担当、未来創造担当、関係会社担当(現任)

D 竹内 透 取締役 CFO、経営管理担当

1987年	4月	株式会社埼玉銀行(現株式会社埼玉りそな銀行)入行
2017年	10月	当社入社 当社財務部長
2018年	4月	当社財務部長、内部統制部長
2019年	4月	当社経営管理部長
2020年	7月	当社執行役員 経営管理部長/株式会社インテージヘルスケア 監査役
2022年	9月	当社取締役 CFO、内部統制担当、経営管理部長
2023年	1月	当社取締役 CFO、内部統制担当
2024年	7月	当社取締役 CFO、経営管理担当(現任)

E 石橋 英城 取締役

1993年	4月	株式会社電通入社
2011年	4月	同社プラットフォーム・ビジネス局・事業2部専任部長
2014年	7月	株式会社NTTドコモ出向 同社プロモーション部・戦略担当部長
2017年	4月	株式会社電通帰任 同社事業企画局・プロジェクト推進部部長補兼部長
2018年	7月	同社電通イノベーションイニシアティブ局長
2021年	12月	株式会社NTTドコモ入社/同社マーケティングメディア部次長、ウォレットビジネス部次長、パートナービジネス推進部次長
2022年	7月	同社マーケティングイノベーション部長/株式会社ドコモ・インサイトマーケティング 取締役
2023年	12月	当社取締役(現任)
2024年	6月	株式会社NTTドコモ 執行役員 スマートライフカンパニー統括長兼マーケティングイノベーション部長
	7月	同社執行役員コンシューマサービスカンパニー統括長兼マーケティングイノベーション部長(現任)

**F 今井 厚弘** 社外取締役 **独立役員**

1983年	4月	株式会社協和銀行(現株式会社りそな銀行) 入行
2013年	4月	株式会社いなげや入社 同社グループ事業統括室長兼品質管理室長
2016年	6月	同社取締役IR担当兼管理本部長
2019年	1月	株式会社フージャースホールディングス入社
	4月	同社リスクマネジメント部長兼内部監査室長
2021年	6月	同社常勤監査役
2022年	6月	同社取締役常勤監査等委員(現任)
	9月	当社社外取締役(現任)

G 渡邊 温子 社外取締役 **独立役員**

2006年	6月	GEヘルスケアバイオサイエンス株式会社 代表取締役社長
2009年	8月	GEヘルスケアジャパン 取締役
2016年	3月	株式会社AccuRna 代表取締役社長／株式会社Braizon Therapeutics 代表取締役社長
2017年	4月	サーモフィッシャーサイエンティフィック株式会社 コーポレートマーケティング&ビジネス開発 シニアディレクター
2018年	6月	株式会社HanaVax 社外監査役
2019年	5月	オンコセラビー・サイエンス株式会社 取締役副社長
2022年	9月	当社社外取締役(現任)

H 小田切 俊夫 取締役 **常勤監査等委員**

1984年	4月	当社入社
2002年	4月	当社社会開発部長
2016年	4月	当社執行役員経営企画部、インキュベーション推進部担当
2019年	4月	株式会社インテージヘルスケア取締役
2020年	7月	株式会社インテージリサーチ代表取締役社長
2022年	7月	当社理事
	9月	当社監査等委員である取締役(常勤監査等委員)(現任)
		株式会社インテージ 監査役(現任)
2023年	9月	株式会社インテージヘルスケア 監査役(現任)
		株式会社インテージテクノスフィア 監査役(現任)

I 永井 理 取締役 **監査等委員**

1995年	4月	エヌ・ティ・ティ北海道移動通信網株式会社(現株式会社NTTドコモ)入社
2018年	7月	同社代理店営業室担当部長
2019年	7月	同社グループ事業推進部事業企画担当部長
2023年	12月	当社監査等委員である取締役(現任)
2024年	7月	株式会社NTTドコモコンシューマサービスカンパニー マーケティングイノベーション部アライアンス担当部長(現任)

J 中島 肇 社外取締役 **監査等委員** **独立役員**

1986年	4月	裁判官任官
1997年	4月	東京地方裁判所判事
2002年	4月	最高裁判所書記官研修所事務局長
2004年	4月	裁判所職員総合研修所研修部長
2005年	4月	東京高等裁判所判事
2007年	4月	桐蔭法科大学院教授
	6月	弁護士登録
2014年	6月	当社補欠監査役
2015年	6月	当社社外監査役
2016年	6月	当社監査等委員である取締役(現任)
2017年	6月	東洋精糖株式会社社外取締役
2021年	4月	桐蔭横浜大学法学部客員教授(現任)

K 三山 裕三 社外取締役 **監査等委員** **独立役員**

1983年	4月	弁護士登録(第一東京弁護士会)
1986年	9月	三山裕三法律事務所設立
2001年	7月	三山総合法律事務所代表(現任)
2007年	4月	あいホールディングス株式会社社外取締役(現任)
2016年	5月	当社独立委員会委員
2017年	6月	当社監査等委員である取締役(現任)

L 鹿島 静夫 社外取締役 **監査等委員** **独立役員**

1982年	3月	アーサー・ヤング会計事務所東京事務所入所
1985年	3月	公認会計士登録
1987年	6月	アーサー・ヤング会計事務所と監査法人朝日新和会計社との合同により監査法人朝日新和会計社国際事業部に転籍
1992年	10月	鹿島公認会計士事務所開設
1992年	12月	税理士登録 鹿島静夫税理士事務所開設／鹿島静夫税理士事務所所長(現任)
2002年	3月	株式会社ハウス・ジャパン(現株式会社みなとトラスト)代表取締役
	9月	鹿島・小宮山公認会計士共同事務所開設／鹿島・小宮山公認会計士共同事務所代表公認会計士
2008年	12月	株式会社ミキ・ツーリスト監査役
2010年	4月	当社顧問会計士
2018年	3月	当社顧問会計士解職
	6月	当社監査等委員である取締役(現任)

コーポレート・ガバナンス

当社グループは、株主、顧客、取引先、社員および地域社会などの多数のステークホルダーにより成り立っている企業として、業績の向上に留まらず、経営の健全性・公正性・透明性などの確保が重要な責務であることを認識したうえで、透明・公正かつ迅速・果断な経営の意思決定を行うための実効的な仕組みの確保・充実に努め、持続的な成長および中長期的な企業価値の向上を目指しています。

基本的な考え方

当社グループは、多数のステークホルダーより成り立っている企業として、業績の向上に留まらず、経営の健全性、公正性、透明性等の確保が重要な責務であると認識しております。

グループビジョンである「THE INTAGE GROUP WAY」を経営の拠り所としており、またその土台ともいべきものとして、法令や良識に従い事業を進めるという姿勢を広く社会に宣言するものとして、「インテージグループ企業倫理憲章」を定めております。

更に、上記「インテージグループ企業倫理憲章」に基づき、当社グループの役員、従業員等が日常業務を遂行するにあたっての基本的な考え方と行動のあり方を「インテージグループ社員行動規範」として定め、役員、従業員等一人ひとりの行動が、当社グループへの信頼を確実にしていくものであることを認識し、この基準を遵守し、健全な事業活動を進めるよう努めております。また、当社の内部統制システムは、「内部統制システムに関する基本方針」に基づいて運用されております。

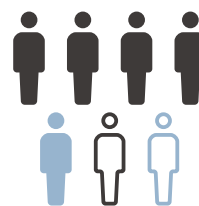
コーポレートガバナンスの変遷

2013	■ 持株会社制に移行し、商号を株式会社インテージホールディングスに変更
2014	■ 業績連動型株式報酬制度を導入
2015	■ 女性取締役（社外取締役）を選任
2016	■ 監査等委員会設置会社へ移行 ■ 取締役会の実効性評価を外部評価にて初実施 ■ 社外役員の比率が3割超に増加
2019	■ 業績連動型株式報酬制度の更新 ■ 女性取締役を2名に増員
2020	■ 取締役を1名増員
2022	■ 社外取締役1名を増員 ■ 経営経験を持つ社外取締役を2名選任 ■ 譲渡制限付株式報酬制度の導入
2023	■ ドコモの子会社になったことに伴い取締役2名を増員 ■ ガバナンス委員会の設置
2024	■ 取締役が13名から12名へ

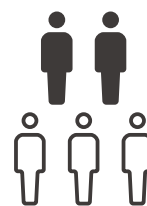
役員構成 (2024年10月現在)

■ 男性 (● は社内 / ○ は社外)

■ 女性 (● は社内 / ○ は社外)



取締役



監査等委員である取締役

取締役会の実効性評価(2023年度)

取締役会は、アンケートの実施により得られた各取締役の自己評価等も参考にしつつ、取締役会全体の実効性について分析・評価を行い、その結果の概要を開示します。また、取締役会の議長は、社外取締役から、定期的に、取締役会の運営等についての意見聴取を行います。(**「コーポレートガバナンスに関する基本方針」第22条**)

2024年8月の実施概要

2024年は8月に当社の取締役13名(監査等委員でない取締役8名、監査等委員である取締役5名)を対象として、アンケートの聴取、回答結果の分析等を行いました。取締役会の実効性をより高めるための改善事項等をより客観的に把握するため、2020年より外部コンサルタントの協力を得て実施しております。2024年もアンケートの作成・聴取、回答結果の分析を行い、9月の取締役会において当該外部コンサルタントからその内容について報告を受け、その評価結果と今後の対応について確認しました。

なお、2024年のアンケート項目については、前年に引き続き、取締役会の構成・運営、戦略議論、リスク管理、評価・報酬、株主・ステークホルダーとの対話といった観点に加え、前年度課題を踏まえた取組みや状況についても評価対象として実施しています。

評価の結果

評価結果によると、取締役会や指名・報酬委員会の構成と運営が引き続き適切であるとの認識のもと、取締役に對する十分な議案説明を通じて、独立社外取締役が経営陣に對し積極的かつ建設的な意見を提示する等、取締役会がその意見を尊重したうえで会社の経営課題について議論していることが引き続き確認されました。また、親会社である日本電信電話株式会社およびそのグループ会社と当社グループとの取引について、当社少数株主の利益を保護する観点から、それを監視・監督する諮問機関として独立社外取締役に構成するガバナンス委員会が設置され、当該委員会の活動および取締役会への答申等を含め、経営上重要な意思決定と業務執行の監督を適切に行うための実効性が引き続き確保されていると評価いたしました。

今後に向けて

企業価値向上に向け取締役会の実効性を最大限発揮するために、前年度の評価で認識した、i) 外部環境等を踏まえた経営戦略、ii) 事業ポートフォリオの見直し、iii) 経営資源(人的資本・知的財産等)の配分、iv) サステナビリティ、v) 危機対応計画等の各課題については、PDCAサイクルを含めたその後の改善取組みは評価されていますが、更なる改善取組みの実施および加速化の必要性を改めて認識いたしました。

評価結果を踏まえ、取締役会にて更なる議論の充実化を図るために、取締役会議題における重要テーマの審議拡充や、モニタリング機能強化のための報告事項の精査を含めた取締役に對する情報提供の在り方について引き続き見直しを行う等、更なる改善・工夫を実施・検討してまいります。

指名・報酬委員会

活動概要

両委員会は必要に応じて随時開催されており、1回当たりの所要時間は約60分です。いずれの委員会においても委員長は監査等委員である社外取締役が務めています。なお、当社では2024年7月に代表取締役社長に仁司与志矢が新たに就任しておりますが、代表取締役社長に限らず取締役候補の将来的な選任を見据えて、右記の通り指名委員会の実施や面談等の機会を必要に応じて設けており、委員によって取締役に相応しい人選を行うための活動も実施しております。

委員会の構成および開催実績

委員会の構成（2024年10月現在）			開催数／検討内容（2023年度実績）	
独立社外 取締役 5名	◆ 委員長	中島肇	開催数 4回	以下の内容についての 決議および報告を実施 株主総会に提案する取締役候補者、取締役個別報酬等 今後の指名・報酬委員会での検討事項等
	◆ 委員	三山裕三／鹿島静夫 今井厚弘／渡邊温子		
社内 取締役 3名	◆ 委員		決議 6件 報告 2件	
	仁司与志矢 小田切俊夫 永井理			

役員スキルセット (2024年10月現在)

当社グループの企業経営に必要かつ備えるべきスキルとして、ジェンダーや国際性の面も踏まえ、当社グループの事業に関する知見をはじめとして、下記項目について他社の経営への関与を含む経験や実績および専門的知見を有する多様な構成となるよう取締役選任をしております。また、監

査等委員である取締役には、財務・会計に関する十分な知見を有している者を1名以上選任することとしており、当該条件に則ったうえで事業環境・経営戦略・適切と考えられる人員やスキルのバランス等を考慮しております。

氏名	取締役 在任 年数	スキル・専門分野								
		企業経営	事業戦略	財務・会計	人事・労務 人材戦略	グローバル	IT / DX	ESG ダイバー シティ	法務・リスク マネジメント	R&D 事業開発
取締役	仁司 与志矢		●		●	●		●		●
	檜垣 歩		●				●			●
	大竹口 勝		●		●					●
	竹内 透			●					●	
	石橋 英城		●				●			●
	今井 厚弘 〔社外〕	●		●					●	
	渡邊 温子 〔社外〕	●	●			●				
	小田切 俊夫		●						●	
監査等委員 である 取締役	永井 理		●		●		●			
	中島 肇 〔社外〕			●	●				●	
	三山 裕三 〔社外〕			●		●			●	
	鹿島 静夫 〔社外〕			●		●			●	

※「企業経営」の専門性(スキル)・経験は、社外取締役を対象としております

ガバナンス委員会

当社は2023年12月にガバナンス委員会を設置いたしました。これは、当社の親会社である日本電信電話株式会社およびそのグループ会社(以下、総称して「NTTグループ」という。)と当社およびそのグループ会社(以下、総称して「当社グループ」

という。)の取引に公正性・透明性・客観性を確保し、当社グループの少数株主の利益を保護するため、NTTグループとの利益相反リスクについて適切に審議、検討することにより、コーポレートガバナンスの充実を図ることを目的としたものです。

独立性および少数株主保護についての考え

当社は、NTTグループとは相互の自主性・自律性を十分に尊重しつつ連携を図るとともに、NTTグループとの取引等については「NTTグループとの取引基本方針」を策定し、ガバナンス委員会において適切に審議する等、取締役会にて決議しております。また併せて、監査等委員会において、取締役の職務執行が当該基本方針に従って適正に行われているかを監査すること等から、当社は、NTTグループからの独立性を担保する体制並びに少数株主保護の体制がそれぞれ維持されるものと認識しております。

主な活動実績(設置～2024年10月現在)

本委員会は取締役会の諮問機関としての役割を担い、左記の通りNTTグループとの取引に係る事項を審議・検討しております。2023年12月の設置後の実績として、取引基本方針の策定並びにNTTグループに対する商品・役務の販売等に係る案件に対する必要性、合理性および妥当性の審査、取引基本方針に則った2023年度における取引実績の検証等を行いました。また、2024年7月1日をもって、(株)NTTドコモおよび当社の合弁会社であった(株)ドコモ・インサイトマーケティングの株式の全てを取得し、同社を完全子会社化いたしました。本件に係る取引についても、諮問事項として目的の合理性、取引の手の適正性、条件の妥当性等を踏まえ答申を行いました。

ガバナンス委員会の役割・権限

取締役会の諮問機関としての役割を担い、取締役会の諮問に応じて、以下の事項について審議、検討し、取締役会への答申を行います。

- 1 NTTグループとの取引基本方針(原案)の策定および改訂
- 2 NTTグループと当社グループとの重要取引の事前承認および事後検証
- 3 NTTグループと当社グループとの取引実績の検証(少なくとも毎年1回の実施を予定する)
- 4 前各号に定める事項に関連する開示内容の検討
- 5 その他、取締役会または当委員会が必要と判断した事項

当委員会の構成(2024年10月現在)

独立社外取締役より選定される委員3名以上で構成し、委員長は独立社外取締役である委員の中から選定します。

◆ 委員長 今井 厚弘(独立社外取締役)

渡邊 温子(独立社外取締役)
◆ 委員 中島 肇(独立社外取締役)
三山 裕三(独立社外取締役)
鹿島 静夫(独立社外取締役)

役員報酬(2023年度)

取締役(社外取締役および監査等委員である取締役を除く)の報酬については、「金銭報酬」および「株式報酬」で構成し、これらの支給割合は、役位・職責、業績、目標達成度等を総合的に勘案するほか、株主との価値共有や持続的な成長に向けた健全なインセンティブの一つとして機能するよう、中長期的な業績と連動する報酬の割合および「金銭報酬」と「株式報酬」との割合を適切に設定しております。また、監査等委員でない社外取締役の報酬については、(i)a.の「基本報酬」のみで構成いたします。

(i) 金銭報酬

第44回定時株主総会決議に基づく報酬枠の範囲内において、以下の「金銭報酬」を支給しております。

a. 基本報酬

役位、役割・責務等に応じて決定しております。

b. 業績連動金銭報酬

前年度の連結営業利益を指標とした基準額に、役位に応じた所定の係数を乗じた額と、役割実績に応じた個人別査定額を合計して算出しております。

(ii) 株式報酬

以下の株式報酬で構成しております。

a. 業績連動型株式報酬

第47回定時株主総会決議に基づき継続および一部改定した株式報酬であり、株式給付規程に基づき、各事業年度における取締役の役位および業績目標達成度に応じたポイントを付与し、原則として退任時に信託を通じて、累積ポイント数に応じた当社株式(1ポイント当たり当社普通株式1株に換算)および当社普通株式の換価処分金相当額の金銭を支給することとしています。

b. 譲渡制限付株式報酬

第50回定時株主総会決議に基づく株式報酬であり、各

事業年度における取締役の役位に応じて、譲渡制限付株式の付与のための報酬として金銭債権を支給し、その全部につき現物出資財産として払込みを受け、一定期間の譲渡が制限された当社株式を支給することとしています。なお、第44回定時株主総会決議に基づく報酬枠の範囲内として、年額90百万円以内といたします。

監査等委員でない取締役(社外取締役を除く)の報酬等の額、支給時期、配分等の具体的内容については、株主総会決議に従い、担当取締役が支給原案を作成し、「基本報酬」、「業績連動金銭報酬」および「業績連動型株式報酬」については、取締役会の委任に基づき、代表取締役社長、監査等委員である取締役および独立社外取締役を構成員とし、かつ過半数の構成員を独立社外取締役として別途設置する報酬に関する委員会(以下「報酬委員会」という。)にて決定しております。また、「譲渡制限付株式報酬」については報酬委員会での審議を経て取締役会において決定いたします。監査等委員でない社外取締役の報酬については「基本報酬」のみとし、その額、支給時期、配分等の具体的内容については、株主総会決議に従い、取締役会の委任に基づき報酬委員会において決定しております。監査等委員である取締役の報酬については「基本報酬」のみとし、その額、支給時期、配分等の具体的内容については、第44回定時株主総会決議に基づく報酬枠の範囲内において、監査等委員である取締役の協議により決定いたします。

本決定方針は、2021年2月19日の取締役会で決議された後、譲渡制限付株式報酬の導入に伴い、2022年8月19日の取締役会において本決定方針の修正について決議されております。当事業年度に係る取締役の個人別の報酬等の内容の決定にあたっては、報酬委員会が上記決定方針との整合性を含めた多角的な検討を行ったうえで決定をしているため、取締役会としては、当該決定が上記決定方針に沿うものであると判断しております。

役員区分	報酬等の総額 (千円)	報酬等の種類別の総額(千円)				対象となる 役員の員数 (名)
		金銭報酬		株式報酬		
		基本報酬	業績連動 金銭報酬	業績連動型 株式報酬	譲渡制限付 株式報酬	
取締役 (監査等委員を除く) (社外取締役を除く)	237,620	48,000	129,537	2,441	57,641	7
取締役 (監査等委員) (社外取締役を除く)	19,200	19,200	—	—	—	2
社外役員	36,000	36,000	—	—	—	5

DATA SECTION

39 10年の主要財務・非財務データ

41 財務諸表

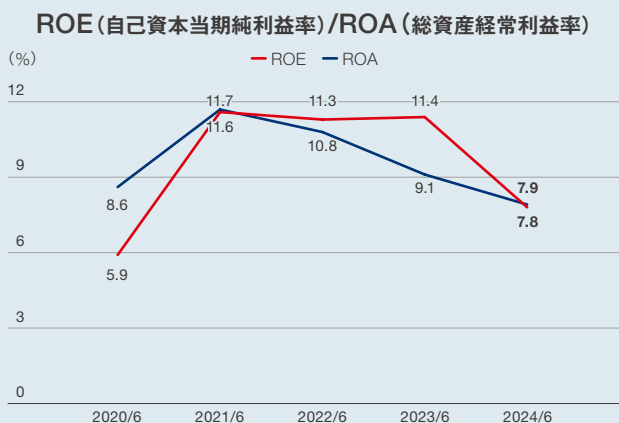
44 会社概要



10年の主要財務・非財務データ

	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3
会計年度				
売上高	43,925	45,481	47,987	50,499
売上原価	31,723	33,257	34,603	35,732
販売費および一般管理費	8,630	8,340	9,115	10,743
営業利益	3,571	3,883	4,268	4,023
親会社株主に帰属する当期純利益	2,463	2,326	2,871	3,050
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,947	1,713	4,072	3,188
投資活動によるキャッシュ・フロー	2,327	(1,791)	(2,110)	(2,414)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(4,940)	1,566	(1,300)	399
現金および現金同等物の期末残高	8,366	9,812	10,418	11,622
会計年度末				
総資産	33,301	36,830	39,067	41,486
純資産	19,917	21,338	23,771	27,428
自己資本比率(%)	59.3	57.5	60.3	65.5
1株当たり情報(円)				
当期純利益 ^{※1}	61.52	58.28	71.91	76.08
純資産 ^{※1}	494.50	530.09	589.87	660.69
配当金 ^{※1}	15.00	16.25	17.50	20.00
その他の情報(%)				
売上高営業利益率	8.1	8.5	8.9	8.0
ROA(総資産経常利益率)	10.3	11.3	11.6	10.7
ROE(自己資本当期純利益率)	13.4	11.4	12.8	12.0

財務・非財務データ

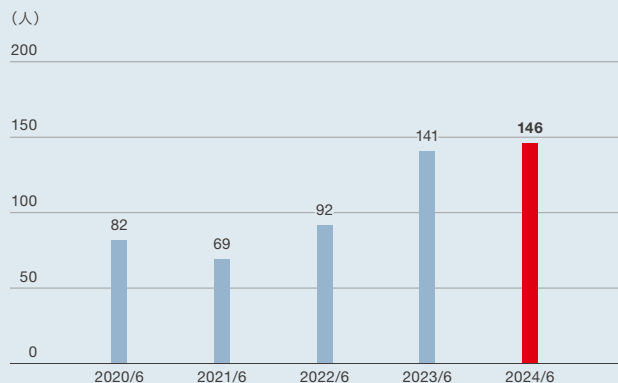
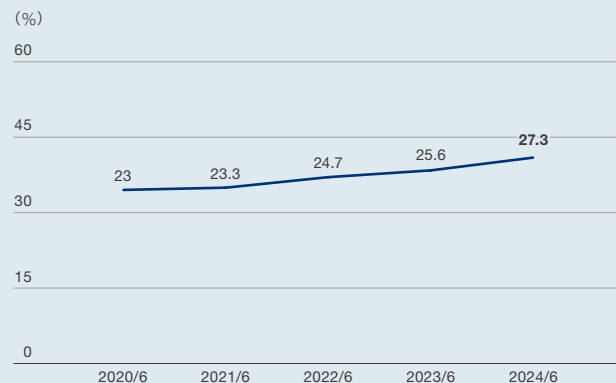


※1 当社は、2017年10月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施しました。2014年3月期期首に当該株式分割が行われたと仮定して算定しています。
 ※2 2020年6月期は決算期変更に伴い、2019年4月1日から2020年6月30日の15カ月決算となっています。

単位:百万円
()はマイナスを表しています

2019/3	2020/6 ^{※2}	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6
53,986	66,880	57,558	60,232	61,387	63,279
37,891	47,971	39,358	39,843	40,088	41,279
11,826	15,129	13,778	15,739	17,513	18,709
4,268	3,779	4,421	4,649	3,785	3,289
2,859	1,683	3,372	3,418	3,505	2,456
4,279	7,032	4,845	3,391	2,687	1,972
(4,087)	(1,402)	(1,241)	(634)	(618)	(705)
(58)	(5,518)	(1,354)	(2,854)	(3,954)	(2,159)
11,720	11,779	14,132	14,277	12,536	11,940
45,524	41,489	45,751	45,633	44,391	45,318
28,987	28,335	30,526	30,823	31,004	32,439
63.3	67.8	65.6	66.8	69.3	71.1
69.47	41.99	84.40	86.31	91.21	64.47
699.51	704.73	750.50	776.32	808.17	844.73
22.00	30.00	35.00	38.00	42.00	43.00
7.9	5.7	7.7	7.7	6.2	5.2
9.7	8.6	11.7	10.8	9.1	7.9
10.2	5.9	11.6	11.3	11.4	7.8

新卒採用人数

女性管理職比率^{※3※4}

※3 2020年6月期から2022年6月期の集計対象会社は(株)インテージホールディングス、(株)インテージ、(株)インテージリサーチ、(株)インテージヘルスケア、(株)インテージテクノスフィア、(株)インテージ・アソシエイツ、2023年6月期より集計対象は国内連結子会社としています。

※4 女性管理職比率は「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出したものであります。

連結貸借対照表

単位:千円

資産の部	2023/6	2024/6
流動資産		
現金および預金	12,620,553	12,045,279
受取手形	624,648	578,419
売掛金	8,727,169	10,539,946
契約資産	85,784	295,448
商品	15,422	25,402
仕掛品	2,186,425	1,859,716
貯蔵品	146,511	128,381
その他	2,010,226	2,538,923
貸倒引当金	△ 3,877	△ 6,092
流動資産合計	26,412,864	28,005,424
固定資産		
有形固定資産		
建物および構築物	6,316,306	6,438,073
減価償却累計額	△ 5,145,155	△ 5,295,177
建物および構築物(純額)	1,171,150	1,142,896
器具備品	1,550,928	1,587,977
減価償却累計額	△ 1,276,087	△ 1,296,166
器具備品(純額)	274,841	291,810
土地	1,998,156	1,998,156
リース資産	1,083,976	823,979
減価償却累計額	△ 604,104	△ 476,372
リース資産(純額)	479,871	347,606
有形固定資産合計	3,924,020	3,780,470
無形固定資産		
のれん	832,688	711,421
その他	3,054,218	2,801,911
無形固定資産合計	3,886,907	3,513,333
投資その他の資産		
投資有価証券	5,846,269	5,920,277
繰延税金資産	2,505,024	1,622,811
退職給付に係る資産	101,306	688,061
その他	2,027,233	2,120,386
貸倒引当金	△ 312,467	△ 332,260
投資その他の資産合計	10,167,365	10,019,276
固定資産合計	17,978,294	17,313,079
資産合計	44,391,158	45,318,504

単位:千円

負債の部	2023/6	2024/6
流動負債		
買掛金	2,973,730	2,975,988
短期借入金	224,840	—
リース債務	215,361	162,711
未払法人税等	560,187	288,105
契約負債	749,715	941,438
賞与引当金	2,138,925	2,199,639
ポイント引当金	2,287,583	2,299,060
その他	2,651,449	3,023,704
流動負債合計	11,801,793	11,890,649
固定負債		
長期借入金	173,410	100,000
リース債務	321,346	233,622
株式給付引当金	173,215	161,096
退職給付に係る負債	755,043	315,774
資産除去債務	103,966	104,675
その他	57,512	72,836
固定負債合計	1,584,494	988,006
負債合計	13,386,287	12,878,655

単位:千円

純資産の部	2023/6	2024/6
株主資本		
資本金	2,378,706	2,378,706
資本剰余金	1,789,401	1,796,219
利益剰余金	30,075,545	30,916,440
自己株式	△ 3,461,377	△ 3,381,200
株主資本合計	30,782,275	31,710,166
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	113,749	124,580
為替換算調整勘定	657,900	711,140
退職給付に係る調整累計額	△ 784,122	△ 336,964
その他の包括利益累計額合計	△ 12,472	498,756
非支配株主持分	235,067	230,926
純資産合計	31,004,871	32,439,848
負債純資産合計	44,391,158	45,318,504

連結損益計算書

単位:千円

	2022/7/1- 2023/6/30	2023/7/1- 2024/6/30
売上高	61,387,014	63,279,218
売上原価	40,088,291	41,279,883
売上総利益	21,298,723	21,999,335
販売費および一般管理費	17,513,400	18,709,346
営業利益	3,785,323	3,289,989
営業外収益		
受取利息	13,204	22,232
受取配当金	53,847	59,716
持分法による投資利益	218,097	175,415
投資事業組合運用益	270,991	13,150
為替差益	44,794	46,649
その他	105,185	69,297
営業外収益合計	706,121	386,462
営業外費用		
支払利息	21,420	19,979
支払手数料	14,428	14,182
自己株式取得費用	50,854	—
固定資産除却損	18,044	83,223
貸倒引当金繰入額	307,266	10,590
その他	5,599	5,203
営業外費用合計	417,614	133,178
経常利益	4,073,829	3,543,273
特別利益		
投資有価証券売却益	146,414	—
関係会社株式売却益	76,423	—
子会社清算益	—	349,277
特別利益合計	222,837	349,277
特別損失		
投資有価証券評価損	31,910	105,057
特別損失合計	31,910	105,057
税金等調整前当期純利益	4,264,756	3,787,493
法人税、住民税および事業税	1,506,057	601,924
法人税等調整額	△ 621,284	720,443
法人税等合計	884,772	1,322,368
当期純利益	3,379,984	2,465,125
非支配株主に帰属する当期純利益又は非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△ 125,776	8,300
親会社株主に帰属する当期純利益	3,505,760	2,456,825

連結包括利益計算書

単位:千円

	2022/7/1- 2023/6/30	2023/7/1- 2024/6/30
当期純利益	3,379,984	2,465,125
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△ 234,325	10,146
為替換算調整勘定	142,045	65,378
退職給付に係る調整額	302,021	447,157
その他の包括利益合計	209,741	522,681
包括利益	3,589,725	2,987,807
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	3,705,589	2,968,054
非支配株主に係る包括利益	△ 115,863	19,752

連結キャッシュ・フロー計算書

単位:千円

	2022/7/1- 2023/6/30	2023/7/1- 2024/6/30
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	4,264,756	3,787,493
減価償却費	1,332,945	1,249,123
のれん償却額	129,157	121,267
退職給付に係る資産の増減額 (△は増加)	△ 73,058	△ 586,755
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	△ 536,714	△ 442,341
役員退職慰労引当金の増減額 (△は減少)	△ 4,800	—
賞与引当金の増減額(△は減少)	△ 52,412	45,223
貸倒引当金の増減額(△は減少)	306,285	21,898
ポイント引当金の増減額 (△は減少)	61,466	11,477
受注損失引当金の増減額(△は減少)	△ 26,416	—
株式給付引当金の増減額(△は減少)	△ 20,300	△ 12,118
受取利息および受取配当金	△ 67,052	△ 81,949
持分法による投資損益(△は益)	△ 218,097	△ 175,415
支払利息	21,420	19,979
投資事業組合運用損益(△は益)	△ 270,991	△ 13,150
固定資産除却損	18,044	83,223
投資有価証券売却損益(△は益)	△ 146,414	—
関係会社株式売却損益(△は益)	△ 76,423	—
子会社清算損益(△は益)	—	△ 349,277
投資有価証券評価損益(△は益)	31,910	105,057
売上債権の増減額(△は増加)	△ 461,048	△ 1,718,020
棚卸資産の増減額(△は増加)	△ 145,361	347,625
仕入債務の増減額(△は減少)	308,900	△ 35,391
未払消費税等の増減額 (△は減少)	△ 199,832	110,899
その他	161,929	614,556
小計	4,337,893	3,103,403
利息および配当金の受取額	67,052	81,949
利息の支払額	△ 19,241	△ 19,772
法人税等の支払額又は還付額 (△は支払)	△ 1,754,894	△ 1,210,015
その他	56,618	16,595
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,687,428	1,972,160

単位:千円

	2022/7/1- 2023/6/30	2023/7/1- 2024/6/30
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△ 88,220	△ 82,744
定期預金の払戻による収入	111,465	62,290
有形固定資産の取得による支出	△ 439,318	△ 164,309
無形固定資産の取得による支出	△ 705,795	△ 626,404
投資有価証券の取得による支出	△ 224,978	△ 178,773
投資有価証券の売却による収入	713,313	249,861
貸付けによる支出	△ 1,550	△ 1,510
貸付金の回収による収入	1,561	24,591
連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の売却による支出	△ 88,570	—
差入保証金の差入による支出	△ 42,385	△ 61,669
差入保証金の回収による収入	16,774	33,375
投資事業組合からの分配による収入	124,754	10,204
その他	4,196	29,731
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 618,753	△ 705,356
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入れによる収入	8,000,000	7,000,000
短期借入金の返済による支出	△ 8,000,000	△ 7,000,000
長期借入れによる収入	100,000	—
長期借入金の返済による支出	△ 324,840	△ 298,250
リース債務の返済による支出	△ 219,187	△ 222,068
非支配株主からの払込みによる収入	7,833	6,210
自己株式の取得による支出	△ 1,999,975	△ 265
配当金の支払額	△ 1,505,811	△ 1,616,044
連結の範囲の変更を伴わない 子会社株式の取得による支出	—	△ 10,056
その他	△ 12,320	△ 18,896
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,954,302	△ 2,159,369
現金および現金同等物に係る換算差額	145,170	296,470
現金および現金同等物の増減額 (△は減少)	△ 1,740,457	△ 596,095
現金および現金同等物の期首残高	14,277,356	12,536,899
現金および現金同等物の期末残高	12,536,899	11,940,803

会社概要／インテージグループ

会社概要

社名	株式会社インテージホールディングス (英文社名 INTAGE HOLDINGS Inc.)
設立	1960年(昭和35年)3月
代表者	代表取締役社長 仁司 与志矢
資本金	23億7,870万円
連結売上高	632億円(2024年6月期)
連結従業員数	3,331名(2024年6月末時点)
本社	〒101-0022 東京都千代田区神田練堀町3番地 インテージ秋葉原ビル TEL: 03-5294-7411

インテージグループ (2024年7月1日現在)

国内グループ会社	海外グループ会社
株式会社インテージ 株式会社インテージリサーチ 株式会社リサーチ・アンド・イノベーション 株式会社ドコモ・インサイトマーケティング 株式会社データスプリング 株式会社インテージヘルスケア 株式会社協和企画 株式会社インテージリアルワールド 株式会社プラメド 株式会社インテージテクノスフィア 株式会社データエイジ 株式会社ビルドシステム エヌ・エス・ケイ株式会社 株式会社インテージ・アソシエイツ	英徳知市場諮詢(上海)有限公司 SHANGHAI HARVEST MARKET CONSULTING Co.,Ltd. INTAGE (Thailand) Co., Ltd. INTAGE VIETNAM LIMITED LIABILITY COMPANY INTAGE INDIA Private Limited INTAGE SINGAPORE PTE. LTD. PT. INTAGE INDONESIA INTAGE USA Inc. dataSpring Korea Inc. dataSpring Global Research USA, Inc. dataSpring Singapore PTE LTD dataSpring Philippines, Inc. 上海道道永泉市場調査株式会社 Plamed Korea Co., Ltd.

株式情報 (2024年6月30日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	株主数
148,000,000株	10,503名
発行済株式の総数	
40,426,000株	

株式分布状況

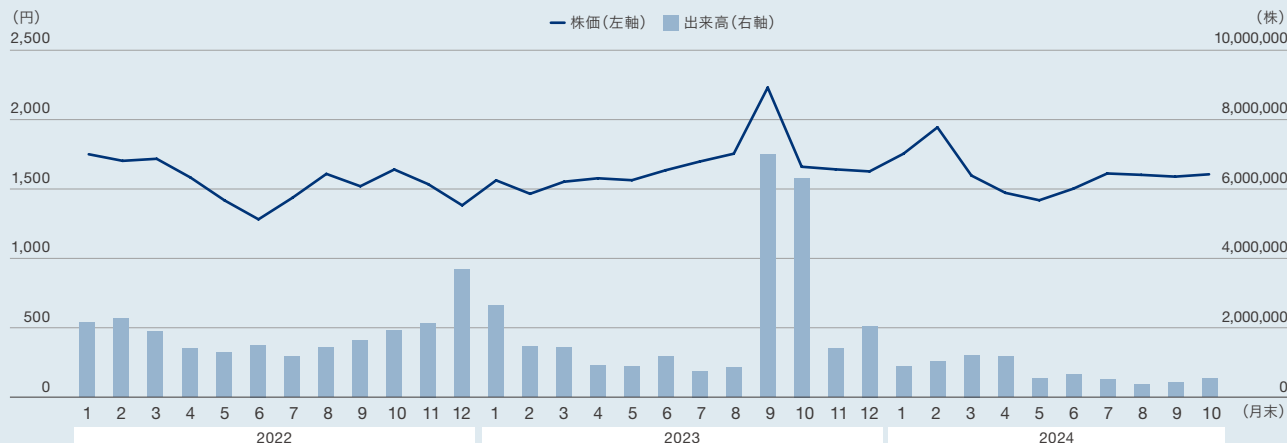


大株主の状況 (2024年6月30日現在)

株主名	当社への出資状況	
	所有株式数(株)	出資比率(%)
株式会社NTTドコモ	19,622,021	51.0
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,731,100	7.1
インテージグループ従業員持株会	1,626,737	4.2
日本生命保険相互会社	1,120,000	2.9
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,044,214	2.7
株式会社埼玉りそな銀行	757,500	2.0
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 エーザイ口	666,500	1.7
豊栄実業株式会社	601,900	1.6
第一生命保険株式会社	567,100	1.5
大栄不動産株式会社	371,700	1.0

(注) 持株比率は自己株式(1,914,006株)を控除して計算しております。

株価推移





お問い合わせ先

株式会社インテージホールディングス
〒101-0022 東京都千代田区神田練堀町3番地 インテージ秋葉原ビル
TEL. 03-5294-7411 / FAX. 03-5294-0199

www.intageholdings.co.jp

発行日：2024年12月4日