

株式会社インテージホールディングス

2016年3月期 第2四半期決算説明資料

2015年11月18日（水）

証券コード：4326

資料構成

- 2016年3月期第2四半期決算の状況
- 2016年3月期通期見通し・利益配分
- トピックス

2016年3月期第2四半期決算の状況

連結損益計算書サマリー

前年比では売上高が伸長、経常利益は持分法適用会社の利益良化が貢献
 ただし、最終利益は前年に特別利益を計上したため減益に
 予想比は売上高のみ若干の未達

(百万円)

	13/9末 実績	14/9末 実績	15/9末 実績	前年同期 比増減率	15/9末予想 (5/12時点)	予想比 増減率
売上高	18,505	19,338	20,343	+5.2%	20,500	△0.8%
営業利益	880	1,317	1,319	+0.1%	1,200	+9.9%
経常利益	811	1,255	1,333	+6.2%	1,150	+16.0%
親会社 株主利益	363	2,085	704	△66.2%	700	+0.6%
EPS (円)	18.09	103.87	35.30	—	35.07	—
ROE (%)	2.4	11.7	3.5	—		

(注) 1株当たり四半期純利益の算定上、期中平均株式数の計算において控除する自己株式に、役員向け株式給付信託として保有する当社株式を含めております。

連結貸借対照表およびキャッシュフロー計算書サマリー

(百万円)

連結貸借対照表要旨	15/3末	15/9末	増 減	摘 要
流動資産	21,560	19,089	△2,470	主に「現金及び預金」「受取手形及び売掛金」の減少
固定資産	11,740	12,157	+416	主に「リース資産」「投資有価証券」の増加
資産合計	33,301	31,247	△2,054	
流動負債	10,042	7,577	△2,465	主に「未払法人税等」の減少
固定負債	3,342	3,530	+188	主に「リース債務」の増加
負債合計	13,384	11,107	△2,277	
株主資本合計	18,489	18,610	+121	主に「利益剰余金」の増加
その他の包括利益累計額合計	1,249	1,363	113	
非支配株主持分	178	166	△11	
純資産合計	19,917	20,139	+222	

連結キャッシュフロー計算書要旨	14/9末	15/9末	増 減	摘 要
営業キャッシュ・フロー	932	△769	△1,701	主に「未払消費税等の減少額」「法人税等の支払額」の増加
投資キャッシュ・フロー	3,305	△668	△3,973	前期は特殊要因として、エイツーヘルスケアの株式売却による収入有
財務キャッシュ・フロー	△4,662	△816	+3,846	前期は特殊要因として、借入金の返済による支出有
現金及び現金同等物に係る換算差額	△14	10	+24	
現金及び現金同等物の増減額	△438	△2,242	△1,803	
現金及び現金同等物の期首残高	7,926	8,366	+439	
現金及び現金同等物の四半期末残高	7,487	6,120	△1,367	

セグメント別の状況【マーケティング支援（消費財・サービス）】

主な業界

消費財・耐久消費財
サービス・官公庁



パネル調査	カスタムリサーチ (CR) 既存	カスタムリサーチ (CR) web
コミュニケーション (Co)	コンサルティング	海外子会社

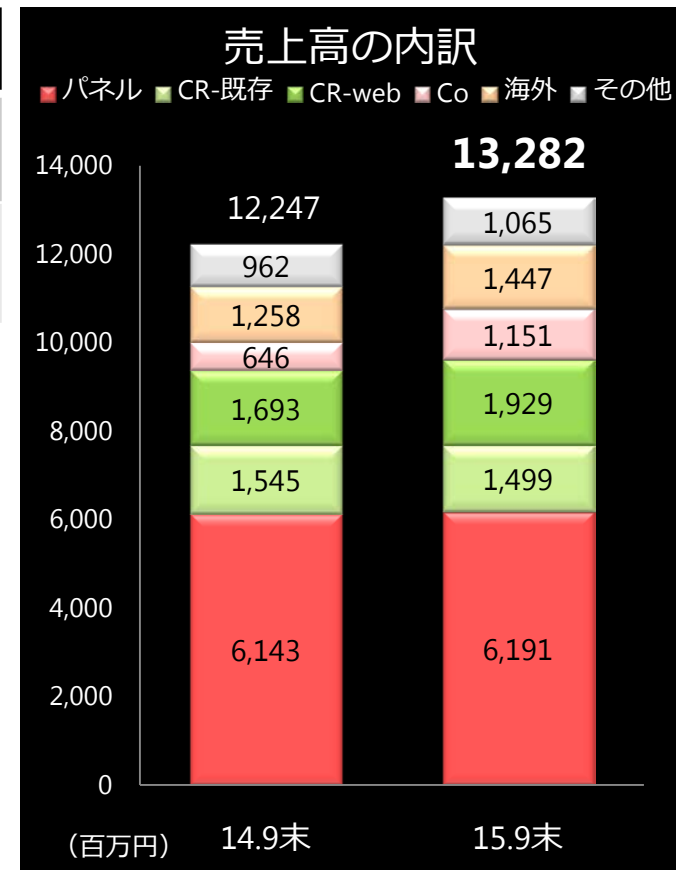
売上高			営業利益		
2014.9末	2015.9末	前年同期比	2014.9末	2015.9末	前年同期比
12,247 百万円	13,282 百万円	108.5%	646 百万円	459 百万円	71.0%

■ 売上高

対話型プロモーションやi-SSP などのコミュニケーション分野とインターネット調査が好調

■ 営業利益

コミュニケーション分野や次世代小売店パネルへの開発投資費用が発生、CR-webもパネルに比べると利益率が低く利益をやや押し下げ



セグメント別の状況 【マーケティング支援（ヘルスケア）】

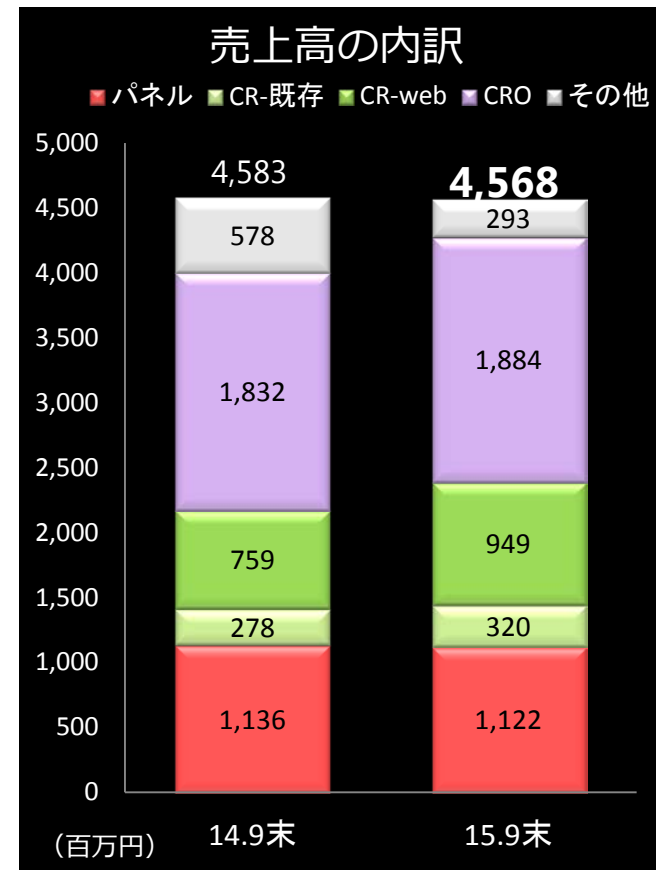
主な業界

製薬



パネル調査	カスタムリサーチ (CR) 既存	カスタムリサーチ (CR) web
CRO	コミュニケーション	コンサルティング

売上高			営業利益		
2014.9末	2015.9末	前年同期比	2014.9末	2015.9末	前年同期比
4,583 百万円	4,568 百万円	99.7%	428 百万円	706 百万円	164.8%



■ 売上高

昨年6月のアスクレップにおける一部事業譲渡(モニタリング)の減少をCRO(EDC)やCR-webがカバーし、微減で着地

■ 営業利益

EDCやCR-webの好調が利益にもプラスに働いたほか、事業譲渡や構造改革に伴う業務の効率化により大幅改善

セグメント別の状況 【ビジネスインテリジェンス】

主な業界

サービス・製薬・健保

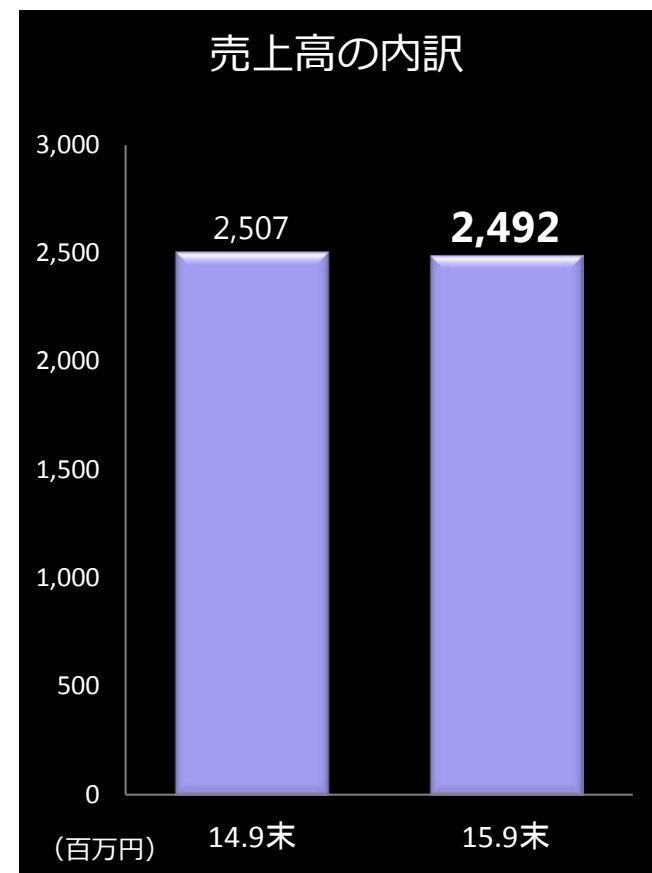


ソフトウェア開発

システム運用

データセンター運用

売上高			営業利益		
2014.9末	2015.9末	前年同期比	2014.9末	2015.9末	前年同期比
2,507 百万円	2,492 百万円	99.4%	242 百万円	153 百万円	63.2%



■売上高

売上は堅調だが、前年同期の大型案件(卸・旅行分野の基幹系システムリプレース)の反動により微減

■営業利益

前年同期の大型案件が好採算だったため大幅減益



2016年3月期通期見通し・利益配分

2016年3月期見通し（連結/セグメント別）

（単位：百万円）

		15/3期実績	16/3期予想	対前期比
■マーケティング支援 （消費財・サービス）	売上高	28,963	30,800	+6.3%
	営業利益	1,916	1,980	+3.3%
■マーケティング支援 （ヘルスケア）	売上高	9,404	9,700	+3.1%
	営業利益	1,155	1,358	+17.5%
■ビジネスインテリジェンス	売上高	5,557	5,500	△1.0%
	営業利益	499	462	△7.5%
連 結	売上高	43,925	46,000	+4.7%
	営業利益	3,571	3,800	+6.4%
	経常利益	3,446	3,770	+9.4%
	親会社株主に帰属する 当期純利益	2,463	2,400	△2.6%
	R O E（%）	13.4	11.6	—

※15/3は「当期純利益」

※業績予想につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、予想につきましては様々な不確定要素が内在しておりますので、実際の業績はこれらの予想数値と異なる場合があります。

利益配分について

- 当社は、連結業績をベースに配当と内部留保のバランスを考慮した利益配分を行うことを基本的な考え方としております。
- 当社は、株主の皆様に対する利益還元を経営上の最重要課題のひとつとして位置づけております。

	1株当たり 期末配当金 (円 銭)	配当性向 (連結) (%)	純資産配当率 (連結) (%)
15年 3月期	30 00	24.5	3.3
16年 3月期 (予想)	32 50	27.2	—



トピックス

グループ基本方針

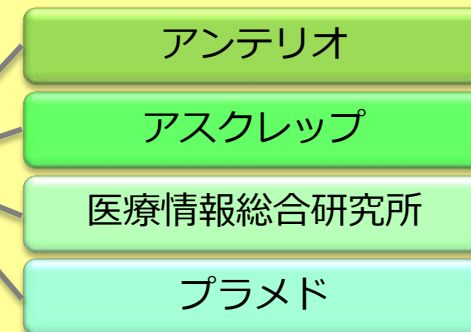
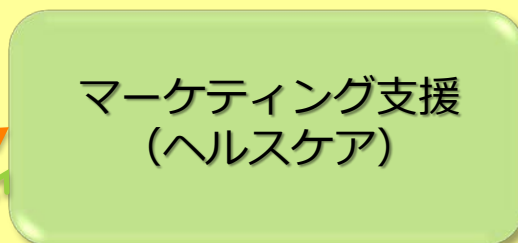
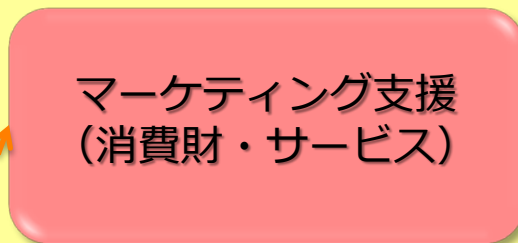
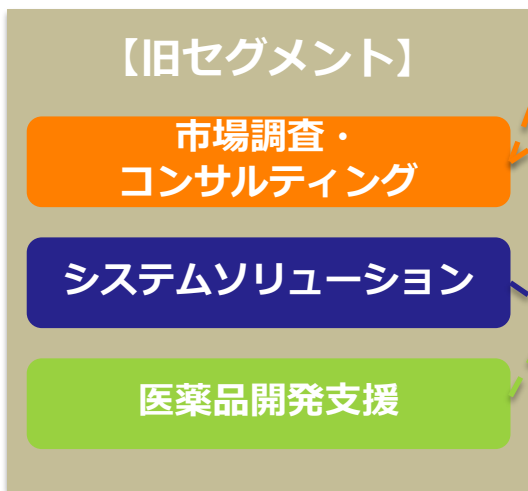
リノベーション&イノベーションの更なる加速

戦略ポイント

- 新セグメントの導入
- グループフォーメーションの再編
- グループ成長実現のための戦略的投資
- 海外事業トータルでの黒字化、ガバナンス強化
- コミュニケーション事業の着実な成長

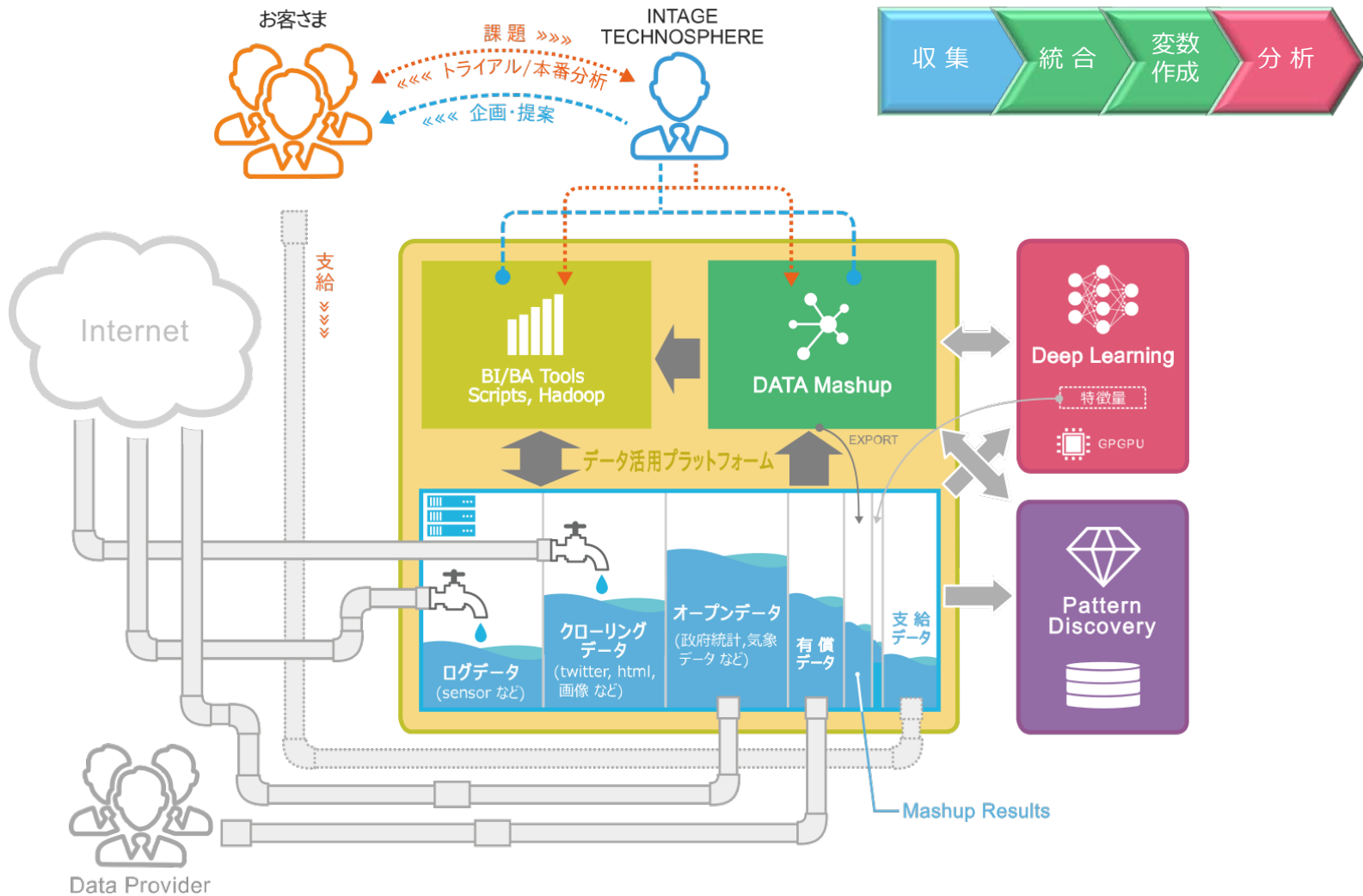
新セグメントの導入

【新セグメント】業界軸×サービス軸をベースとした区分へ



提供サービスをベースとした区分

次世代データ活用プラットフォーム



マーケティング支援
(消費財・サービス)

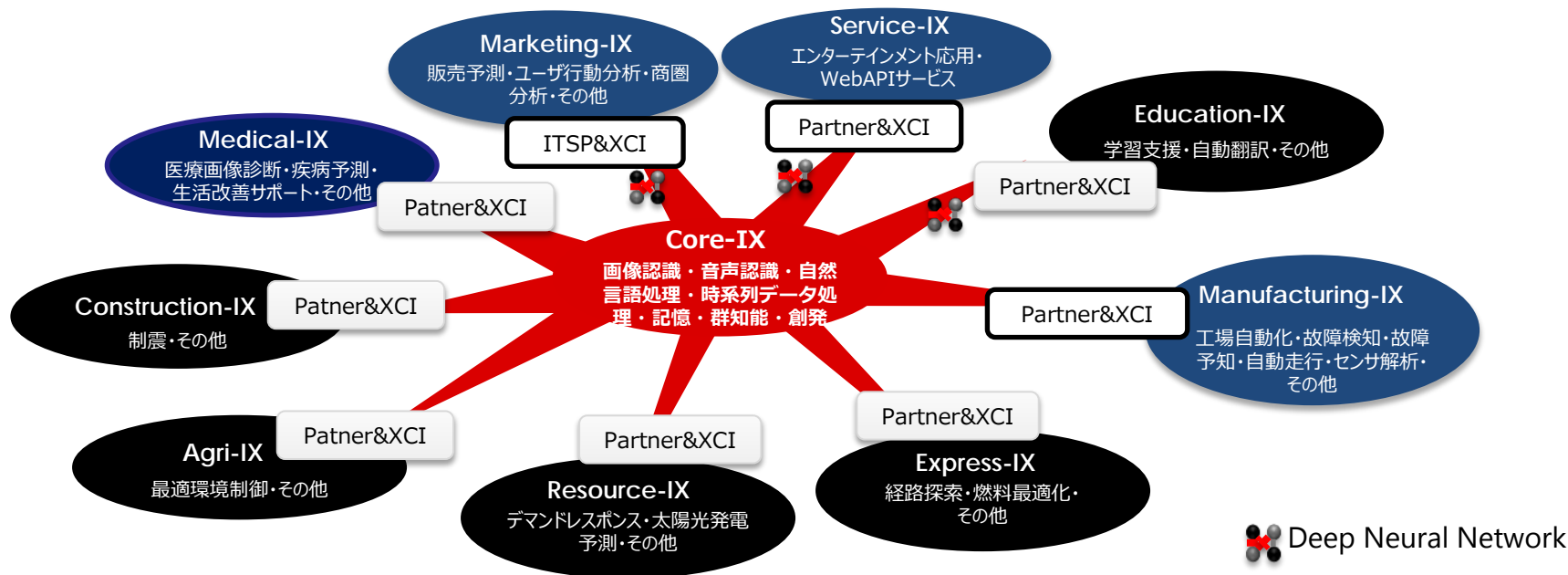
マーケティング支援
(ヘルスケア)

ビジネスインテリジェンス

クロスコンパス・インテリジェンスとの資本業務提携

東工大発ベンチャーとして2011年に創業した(株)クロスコンパスから2015年に分社化し、ディープラーニングを含む人工知能情報処理技術を活用した解析エンジンの研究開発や、人工知能情報処理技術による企業からのモデル構築/データ解析を受託。インテージテクノスフィアとの提携により、学習済みニューラルネットワークが流通する新たな市場創出のためのプラットフォーム「Intelligence eXchange」構想の具体化を推進していく

「Intelligence eXchange」構想



ドコモ・インサイトマーケティングの進捗

600万超のマイティモニターを軸としたリサーチや対話型プロモーションといった既存事業が大幅伸長し、9月末の売上高は10.8億円を計上
ドコモとの一層の連携強化による既存事業の安定基盤化と、チャレンジ的な新領域(ならでは、di-PiNK、エリアマーケティング)の更なる拡大を両立し、継続的な黒字化の実現を目指す

リサーチ売上高

前年比
121%

2014.2Q

2015.2Q

対話型プロモーション 売上高

前年比
181%

2014.2Q

2015.2Q

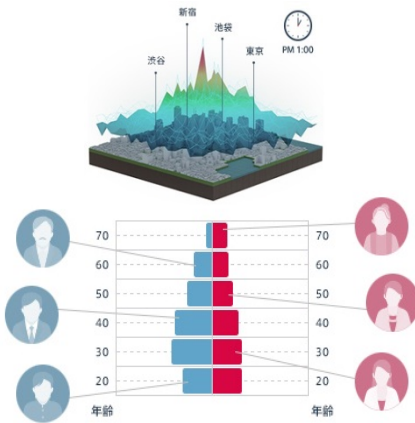
DIM年間売上高

25.4億円

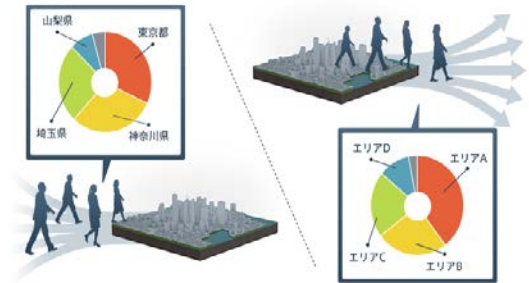
2015.3

2016.3 計画

“いつ” “どんな人が” “どこから” “どこに”
動いたかが分かる、新たな人口統計です



端末数から人口を推計



人口分布の時間変動に加え、
その属性（性・年代）分布が分かります

どこ(国・居住地)から、
どれだけの人が来ているかが分かります

国内 約6,500万台^(※1) の運用データ^(※3)
訪日外国人 約250万台^(※2)

(※1) 法人名義の契約データ等を除去して推計 (※2) 2015年3月現在、ドコモ独自推計による (※3) 携帯電話をいつでも接続可能な状態に保つために必要なデータ
「モバイル空間統計」ロゴは株式会社NTTドコモの登録商標です。

携帯電話の位置情報を活用したリサーチサービス

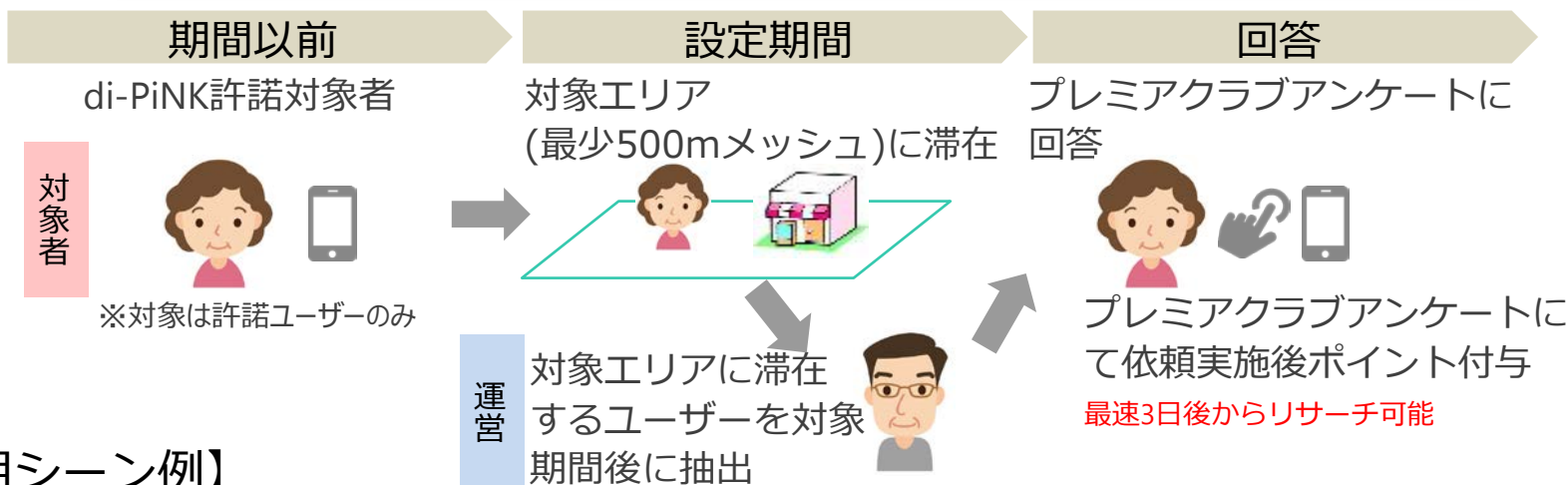
位置情報を活用し、調査対象に“ダイレクトに”届く新しい調査サービスを提供⇒従来では実現が難しかったマーケティングサイクルが可能に

位置情報データを活用した新サービス『ココリサ』



モバイル空間アンケート

ココリサ



【活用シーン例】

イベント調査

イベント**効果検証**（観客評価、広告効果、地元への波及等）

展示会での自社ブース評価と競合比較

（大規模）施設調査

新設ショッピングセンターの**来客者**調査、他施設との比較

エンターテインメント施設の**週ごと**での観客評価

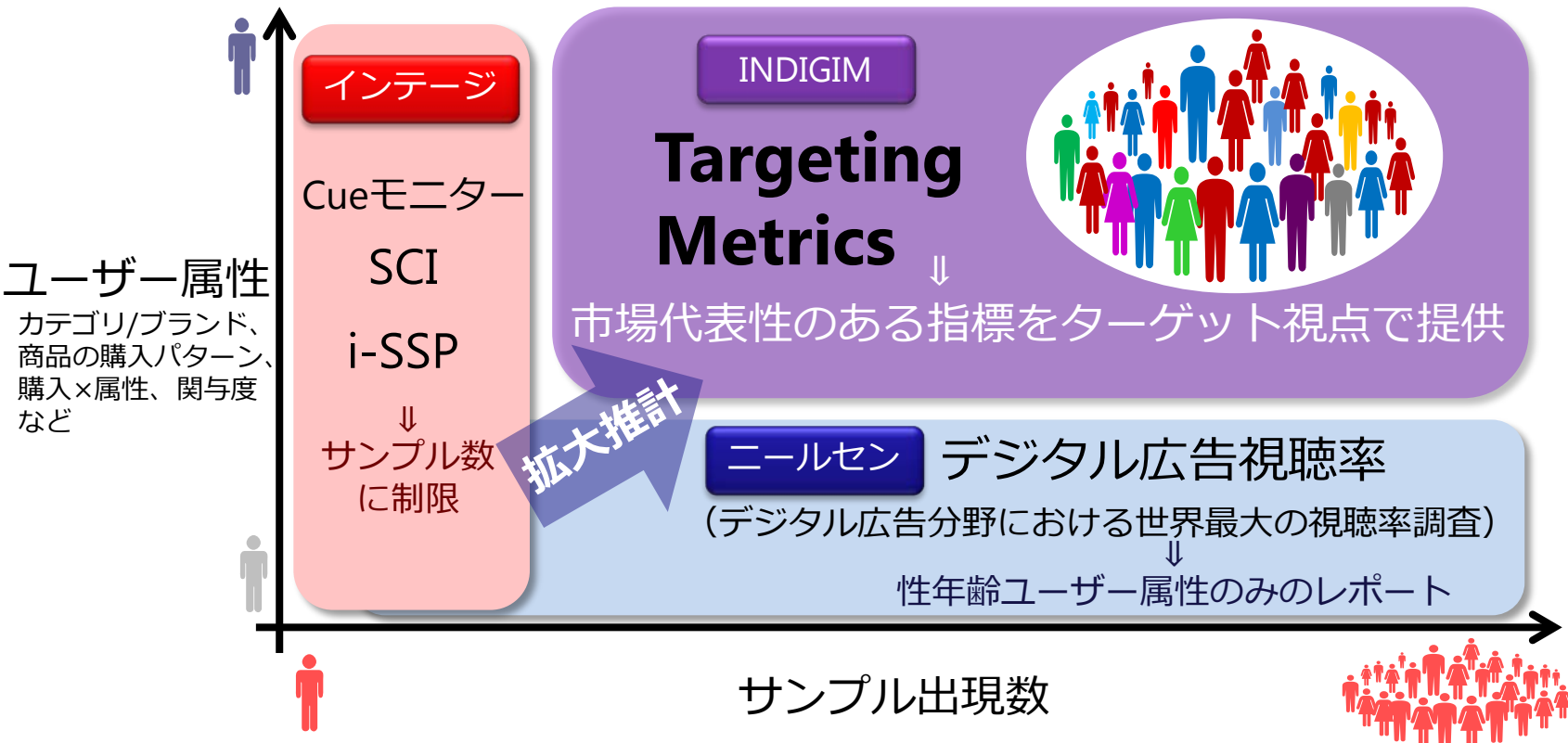
エリア・地域調査

観光客の行動調査（都道府県も地域レベルも可）

屋外広告の接触率・反応度
出向エリアごとの比較

インテージ・ニールセン デジタルメトリクスの新サービス「Targeting Metrics」

当社グループの高付加価値な“消費者属性・購買データ”とニールセン デジタル広告視聴率の“大規模パネル”という両社の強みを融合し、デジタル広告効果の評価に活用可能な新指標「Targeting Metrics」を開発
2016年1月よりサービス開始



グループヘルスケアの進捗

次世代EDCシステム『ADDIN EX』リリース

[外部環境要因]

- 既存の医薬品ではニーズが満たせない領域や希少疾病が2014年度から増加傾向⇒調査規模が小型化
- 新薬特許切れ、ジェネリック薬品の台頭によるメーカー経営基盤の圧迫
- 低価格路線のEDCソリューションを各ベンダーが提供

ADDIN EX の特徴

開発期間を大きく短縮し
最短3か月で初期開発



調査経験で培ったノウハウを元に調査に適した多様なテンプレートを準備し短納期化を実現

大幅な効率化による
コストのスリム化



紙調査、小規模調査でもEDCを選択可能な価格を用意

ストレスを感じさせない機能



全例調査、調査票変更に対応。PMS用の充実した管理機能であらゆる調査に対応可能

蓄積されたノウハウをベースに“ハイブリッド調査”“小規模調査”“全例調査”を含む、すべての製造販売後調査をEDCで実現可能にする、現場型EDCシステム



株式会社 インテージ ホールディングス

www.intageholdings.co.jp/