

機関投資家・アナリスト様向け決算説明会

2021年6月期 決算説明資料

株式会社インテージホールディングス

証券コード：4326

2021年8月6日

コロナ禍においても増収増益、2回実施の上方修正後の予想にはわずかに届かず

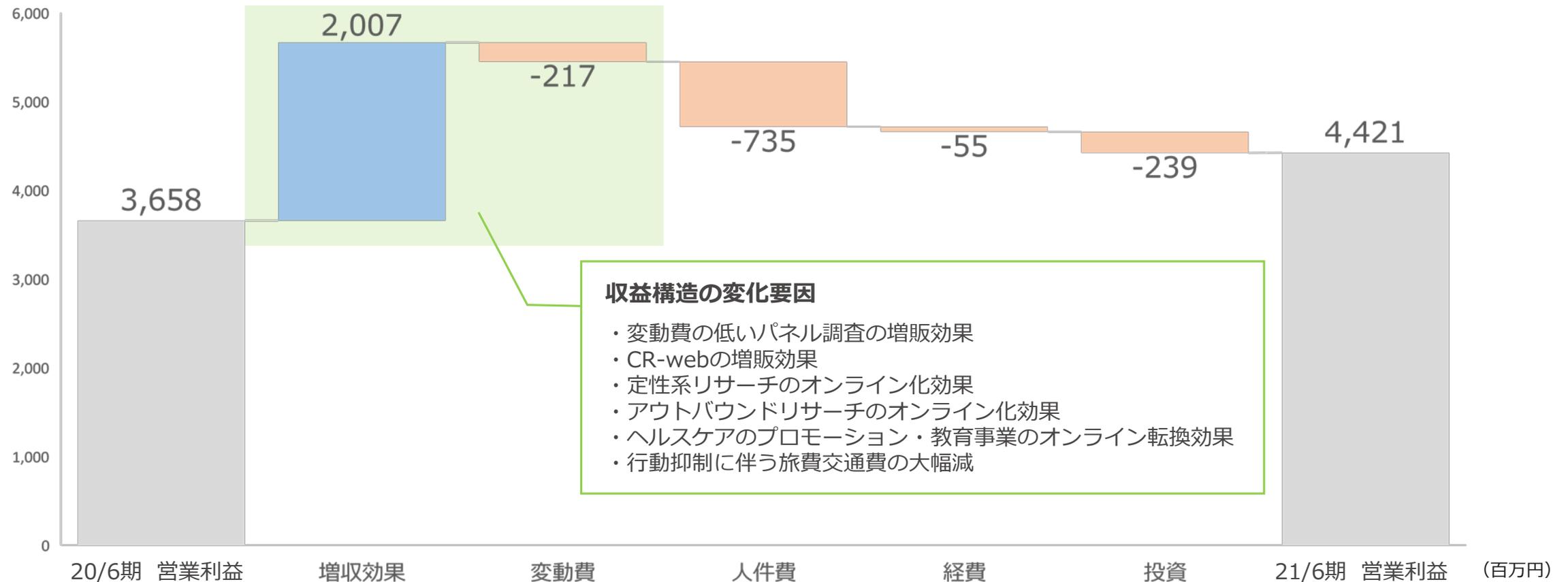
連結損益計算書

(百万円)

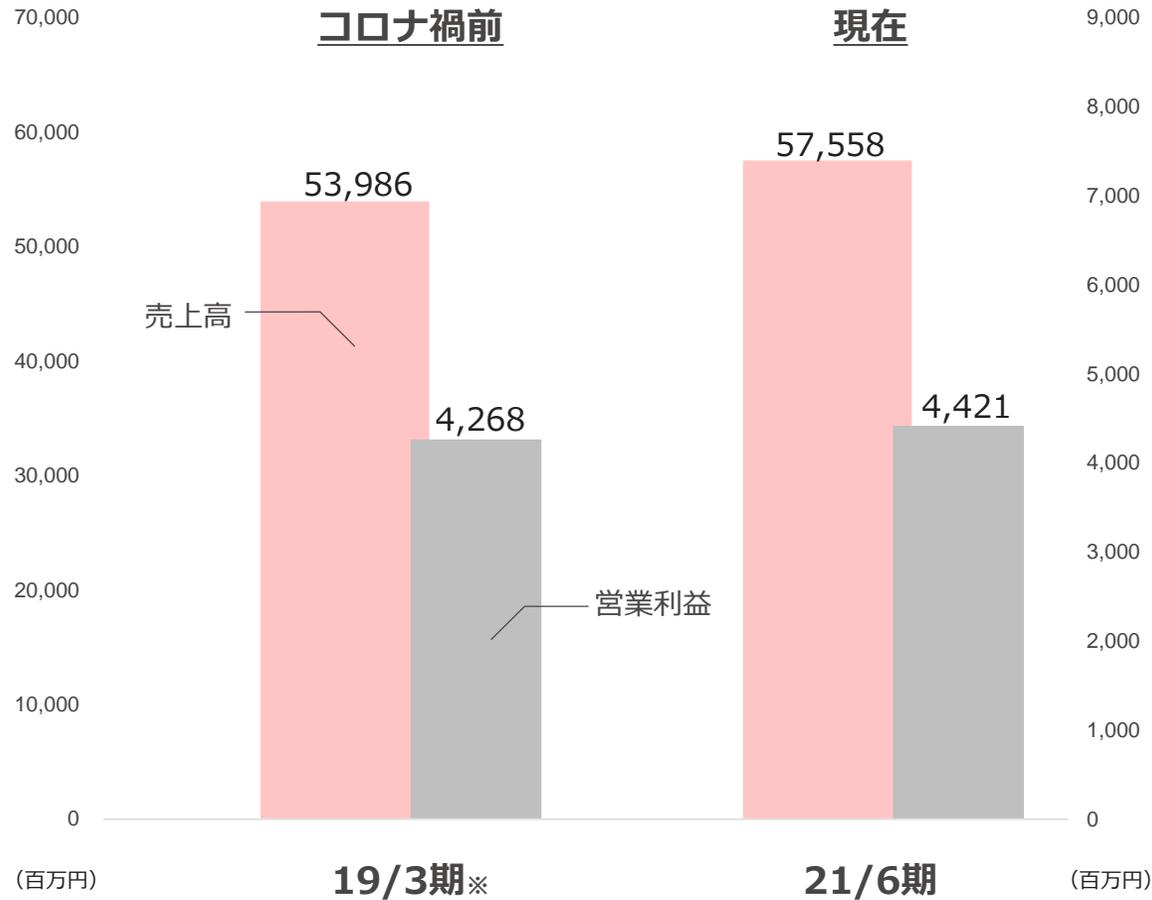
	20/6期実績※	21/6期実績	前年比 (%)	21/5時点予想	21/2時点予想	当初予想
売上高	55,551	57,558	+ 3.6	58,000	57,500	56,000
営業利益	3,658	4,421	+ 20.8	4,550	3,660	2,600
経常利益	3,670	5,081	+ 38.4	5,250	4,100	2,900
親会社 株主利益	1,645	3,372	+ 104.9	3,800	2,800	2,200
E P S (円)	41.16	84.40	-	95.08	70.08	55.09
R O E (%)	6.0	11.6	+ 5.6	-	-	-

※2020年6月期は決算期変更に伴う15か月の変則決算のため、2019年7月1日から2020年6月30日までの12か月間を「前年同一期間」として算出した参考数値

コロナによる生活者・市場構造の変化を捉えるための、パネル調査・CR-Web等の活性化による収益構造の強化



1Qはコロナ禍の影響が大きかったが、コロナ禍発生前以上の水準まで業績回復



※ 決算期変更前につき2018/4~2019/3の数字を記載

(百万円)

		19/3期	21/6期	差異
売上	連結	53,986	57,558	+ 3,572
	マーケティング支援 (消費財・サービス)	33,815	34,519	+ 704
	マーケティング支援 (ヘルスケア)	13,086	13,506	+ 420
	ビジネス インテリジェンス	7,084	7,524	+ 440
営業利益	連結	4,268	4,421	+ 153

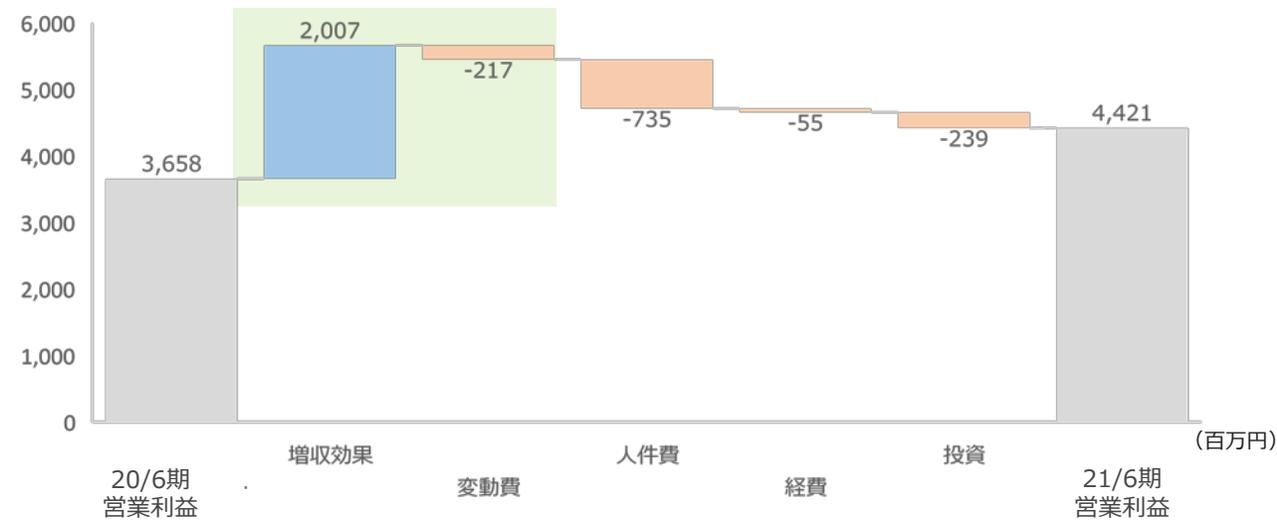
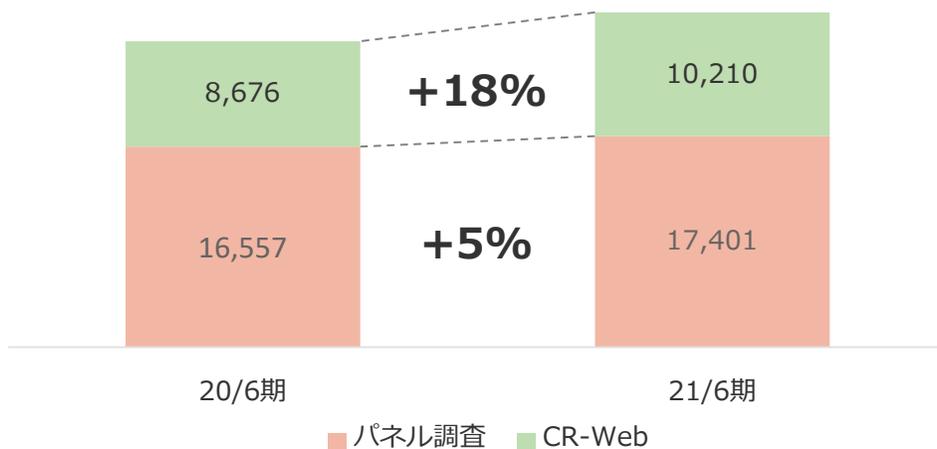
		21/6期 1Q前年差
売上	連結	△1,105
	マーケティング支援 (消費財・サービス)	△825
	マーケティング支援 (ヘルスケア)	△101
	ビジネス インテリジェンス	△179
営業利益	連結	△803

(百万円)

マーケティング支援系のコア事業は、2~3年は大きなネガ要因なし

ビジネス機会：After CoronaからNew Normalに向けて非連続で発生する
生活者・市場構造変化

- 強み**
- ：お客様に寄り添う力
 - ：多様なパネル調査とCR-Webによる生活者理解力
 - ：各種オフライン系業務のオンラインシフトによる速報性



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 6

連結貸借対照表要旨	20/6期	21/6期	増減	摘要
流動資産	24,315	27,195	+2,879	主に現金及び預金、売掛金の増加による増加
固定資産	17,173	18,247	+1,073	投資有価証券の売却による減少、のれん発生による増加
資産合計	41,489	45,443	+3,953	
流動負債	10,785	12,696	+1,910	主に未払法人税等、未払消費税等の増加による増加
固定負債	2,367	2,528	+160	主に長期借入金の増加による増加
負債合計	13,153	15,224	+2,071	
株主資本合計	28,335	30,218	+1,882	
純資産合計	41,489	45,443	+3,953	

連結キャッシュ・フロー計算書要旨	21/6期
営業キャッシュ・フロー	4,845
投資キャッシュ・フロー	△1,241
財務キャッシュ・フロー	△1,354
現金及び現金同等物に係る換算差額	103
現金及び現金同等物の増減額	2,352
現金及び現金同等物の期首残高	11,779
現金及び現金同等物の期末残高	14,132

営業活動によるキャッシュ・フロー

当期の税金の中間納付が少なかったこと等により、税金等調整前当期純利益並みの4,845百万円の純収入

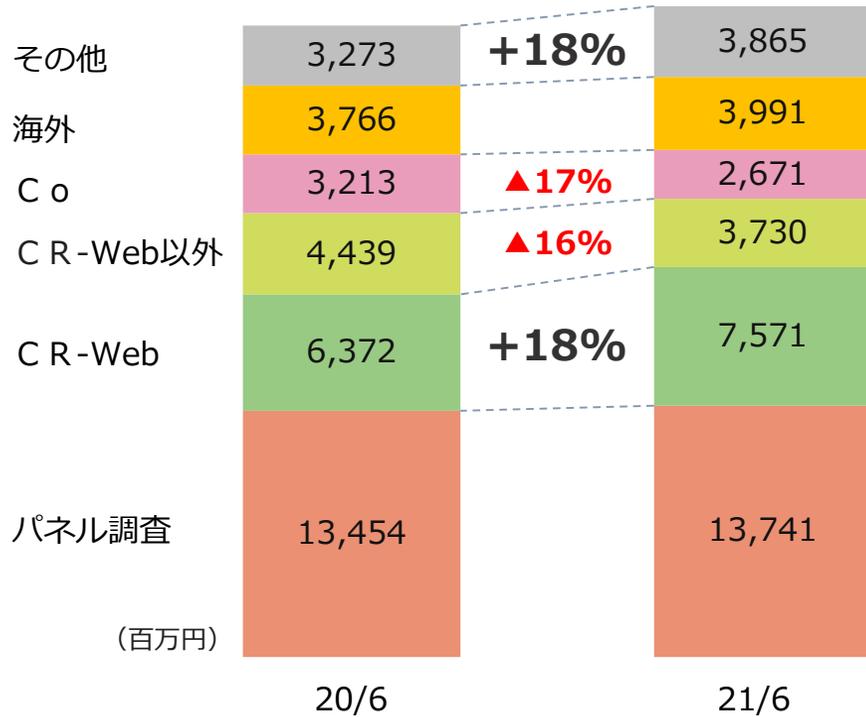
投資活動によるキャッシュ・フロー

投資有価証券の売却による収入を、投資有価証券の取得による支出・無形固定資産の取得による支出・連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出・有形固定資産の取得による支出が上回り1,241百万円の純支出

財務活動によるキャッシュ・フロー

主に配当金の支払いにより1,354百万円の純支出

商品別売上



- **その他**：官公庁案件、コンサルティングなど
- **海外**：海外子会社の売上（ヘルスケア除く）
- **Co**：コミュニケーション分野（i-SSP、Media Gauge、di-PiNKなど）
- **CR-Web以外**：Web調査以外の手法によるカスタムリサーチ（定性調査、オフライン調査、アウトバウンドなど）
- **CR-Web**：カスタムリサーチのWeb調査
- **パネル調査**：SRI+、SCIなど

増収増益

(百万円)

	20/6期	21/6期	前年同期比	営業利益率
売上高	34,519	35,572	+3.0%	
営業利益	1,496	1,910	+27.7%	5.4%

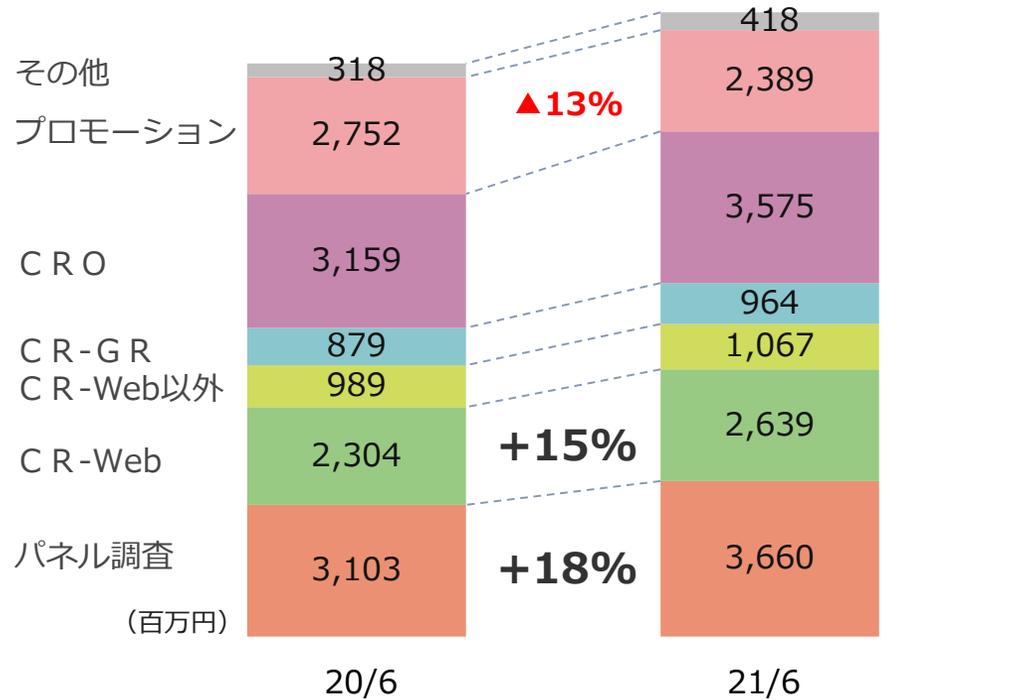
<決算のポイント>

- パネル調査は好調に推移
- CRはWEB調査などが好調に推移し前年を上回る水準に回復
- Co分野は3Q以降は復調傾向
- 官公庁案件も好調を維持
- 海外はインド、香港が特にコロナ影響を受けたが全体としては4Qに回復傾向へ
- (株)データスプリングは好調に推移
- 利益は投資が増加したものの(株)インテージリサーチや(株)データスプリングの売上増加により増益

<コロナ前との比較>

- コロナ禍により激変した生活者の価値観/行動を探索し、事業戦略に活かす動き
- 雑貨・日用品、通信、ゲームの業界が好調
- 飲料・アルコール、化粧品、広告代理店、モビリティは苦戦
- お客様とオンラインによる顧客接点の機会が増加の一方、新規開拓営業ハードル
- お客様企業におけるDX部門新設。データ活用やCX（顧客体験）文脈での相談
- リサーチのオンライン化は一気に進む（定性、海外調査含め）

商品別売上



- その他：海外子会社のヘルスケア売上など
- プロモーション：(株)協和企画におけるプロモーション関連事業の売上
- CRO(医薬品開発業務受託機関)：製造販売後調査など
- CR-G R：国内会社でのグローバル関連売上（カスタムリサーチ）
- CR-Web以外：Web調査以外の手法（定性調査など）によるカスタムリサーチ
- CR-Web：カスタムリサーチのWeb調査
- パネル調査：SRI +、Impact Track、処方箋DBなど

増収増益

(百万円)

	20/6期	21/6期	前年同期比	営業利益率
売上高	13,506	14,714	+8.9%	
営業利益	1,619	2,264	+39.8%	15.4%

<決算のポイント>

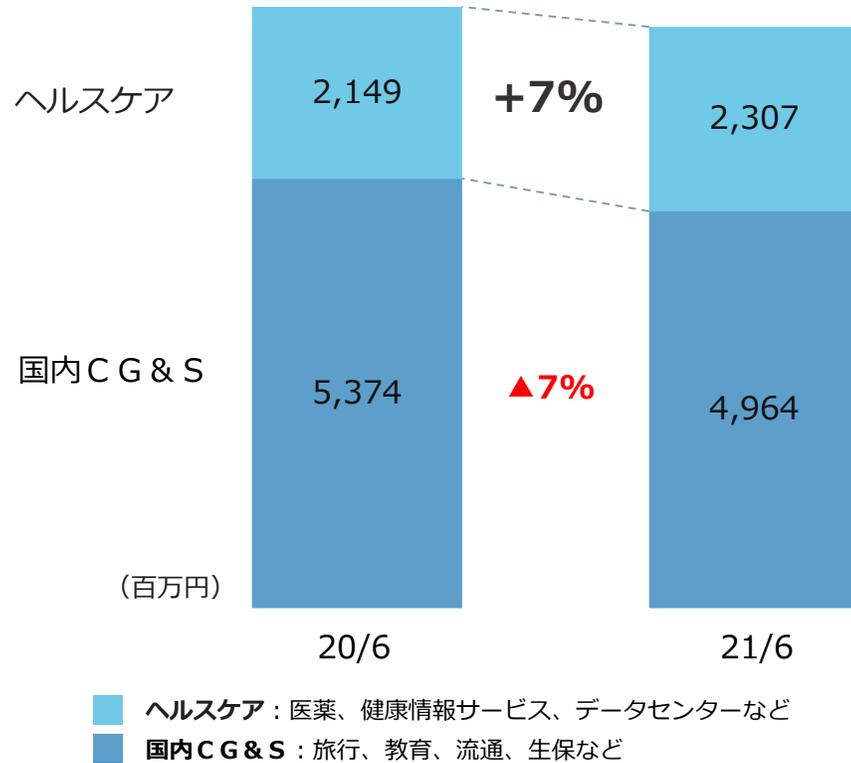
- リサーチについてはパネル調査、医療用医薬品に係るCR、レセプトデータ分析のいずれについても好調を維持
- CRO（医薬品開発業務受託機関）は収益性の改善の取り組みが続く
- プロモーション事業は苦戦が続くが、デジタル化・オンライン化の取り組みにより収益が改善しつつある
- 利益はCRやパネル調査の売上の増加により増益

<コロナ前との比較>

- ヘルスケアセグメントではコロナによる事業構造の変化は軽微
- リサーチ事業およびデータサイエンス事業（医療経済・アウトカムリサーチ・RWE※など）は継続的に成長
- CROの製造販売後調査はプロジェクトの小型化や不採算案件の発生に伴い収益性が低下しており抜本的改善に取り組んでいる
- プロモーション事業はデジタルシフトにより利益構造が変化

※RWE（リアルワールドエビデンス）は、電子カルテやレセプトデータなどの実診療行為に基づくデータ、またはそのデータベースを使用して研究・調査による解析のこと。

分野別売上



株式会社インテージテクノスフィアの事業内容

グループのシステムソリューションを担う。システム構築及び運用、データセンター運用など
ソリューション例：旅行代理店向け精算システム、健康管理支援サービス、
製薬企業の 営業情報システム、出版POSシステム、商圈分析、AIソリューションなど

減収減益

(百万円)

	20/6期	21/6期	前年同期比	営業利益率
売上高	7,524	7,271	△3.4%	
営業利益	542	245	△54.7%	3.4%

<決算のポイント>

- (株)インテージテクノスフィアではコロナ影響が大きい旅行業界を中心に既存業界向けのソリューションの売上が減少
- (株)ビルドシステムはDXの流れを捉えローコード開発案件の獲得に伴い大幅に伸長
AIソリューションは、自動車・公共分野等の重点顧客への深耕を図り、次年度の案件獲得を進めている
- 利益はコロナ影響による売上減少の影響を受けている

<コロナ前との比較>

- 旅行業界においてはコロナ禍により、顧客内製化による案件消滅、減額、投資抑制が続く
- 特に旅行のBPOは国内旅行の大幅な減少に伴い計数のマイナスインパクトに直結
2022年6月期も厳しい状況が続く見通し
- ローコード開発（アプリケーションの高速開発アプローチ）が好調

※CG&SはConsumer goods and serviceの略で、消費財&サービスのこと

想定する
市場環境

度重なる緊急事態宣言の発令

リモートワークを前提とした
ワークスタイルへのシフト

巣ごもり消費へのシフト

巣ごもり消費の継続

ワクチン接種一巡による
巣ごもりからのリバウンド

リバウンドの終息とnew Normalへ

リモートワークで加速する
業務のオンライン化/デジタルシフト

コロナ禍で加速する
全産業のバーチャル化/スマートシフト

国内における
少子高齢化・成熟化社会形成

2020 - 1 - 2021

With Coronaの対応力

コロナ禍への対応

- 在宅勤務シフト
在宅勤務率は約70%で推移
- オフライン系業務のオンラインシフト
- 定性業務がリアルからオンラインにシフト

解決すべき
対応事項

2021 - 2 - 2023

After Coronaにおける成長

生活者・市場構造の
非連続的変化への対応

- 巣ごもり消費を含めた生活者変化を捉えるビジネス基盤の構築
- 不確実な市場環境でも成長投資を継続するために財務の健全性・安全性、一定水準の確保

総括および
課題事項

コロナ禍のインパクトに関する
不確実性を減じることができた

いかなる市場変化にも
対応できる事業基盤の構築
/コア事業の収支構造の強化

2023 - 3 - 2025

New Normalに向けて

超デジタル社会における
お客様課題への対応

- デジタル課題 × お客様課題の解決
- デジタル課題：デジタル/スマートシフト
- お客様課題：少子高齢化/成熟化社会
- お客様課題：国内からグローバルへ重点シフト

中長期的な成長に向けて
本質的な課題に対応する事業拡張

解決すべき
対応事項

総括および
課題事項

戦略の
見直し

2020 - ① - 2021

With Coronaの対応力

コロナ禍への対応

- 在宅勤務シフト
在宅勤務率は約70%で推移
- オフライン系業務のオンラインシフト
- 定性業務がリアルからオンラインにシフト

コロナ禍のインパクトに関する
不確実性を減じることができた

2021 - ② - 2023

After Coronaにおける成長

生活者・市場構造の
非連続的変化への対応

- 巣ごもり消費を含めた生活者変化を捉える
ビジネス基盤の構築
- 不確実な市場環境でも成長投資を継続するため
に財務の健全性・安全性、一定水準の確保

いかなる市場変化にも
対応できる事業基盤の構築
コア事業の収支構造の強化

2023 - ③ - 2025

New Normalに向けて

超デジタル社会における
お客様課題への対応

- デジタル課題 × お客様課題の解決
- デジタル課題：デジタル／スマートシフト
- お客様課題：少子高齢化／成熟化社会
- お客様課題：国内からグローバルへ重点シフト

中長期的な成長に向けて
本質的な課題に対応する事業拡張

- 積極投資による成長戦略の早期実現
- 中計の磨きなおし
- 資本政策の見直し

ビジネスの デザインを変えよう！！

第13次中期経営計画 基本方針

お客様と生活者の「変わる」とともに

Reframe, Connect, Create

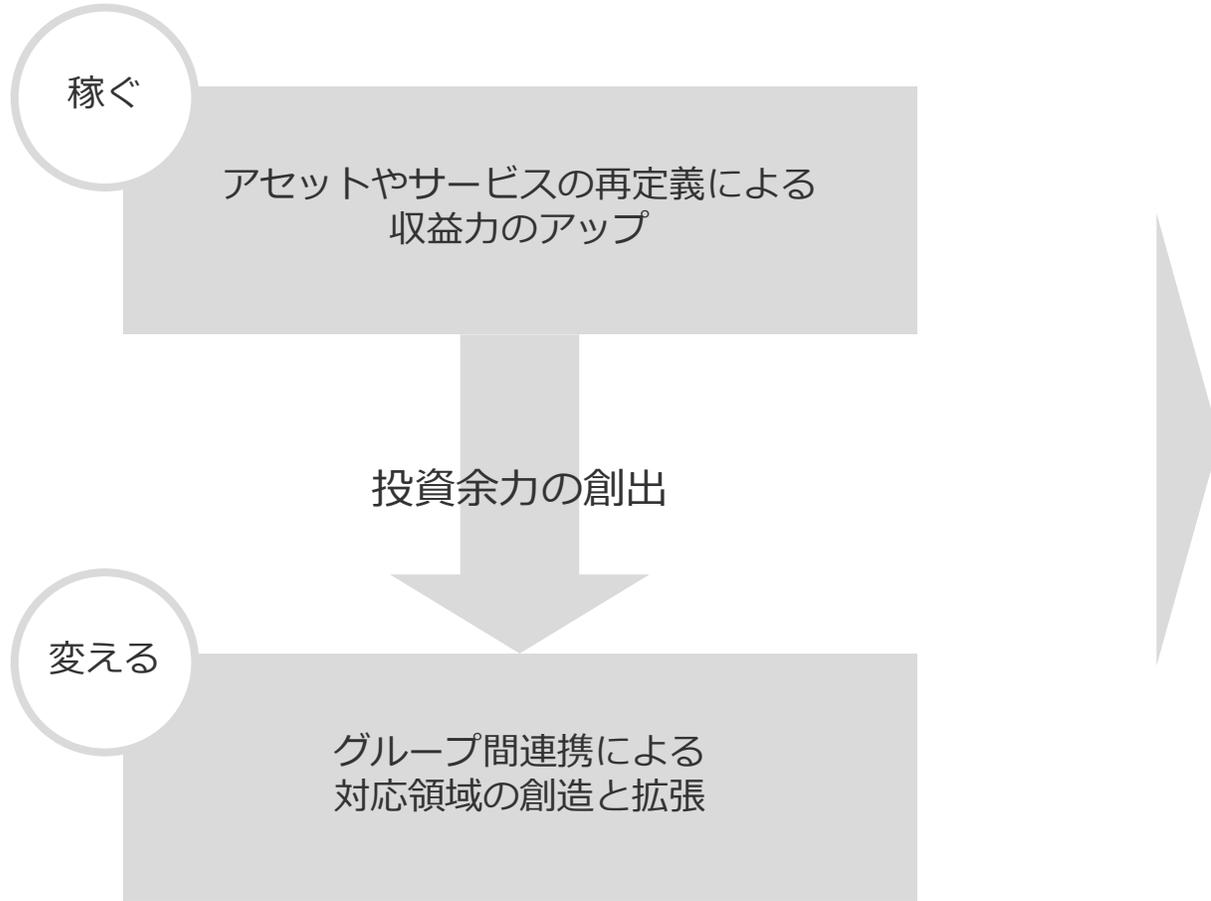
3年後に
目指すべき姿

顧客ビジネス戦略（構築&）実行パートナー

データを核として顧客ビジネス課題解決や意思決定に深く関与・伴走
そしてビジネス創造と変革に寄与できる存在へ

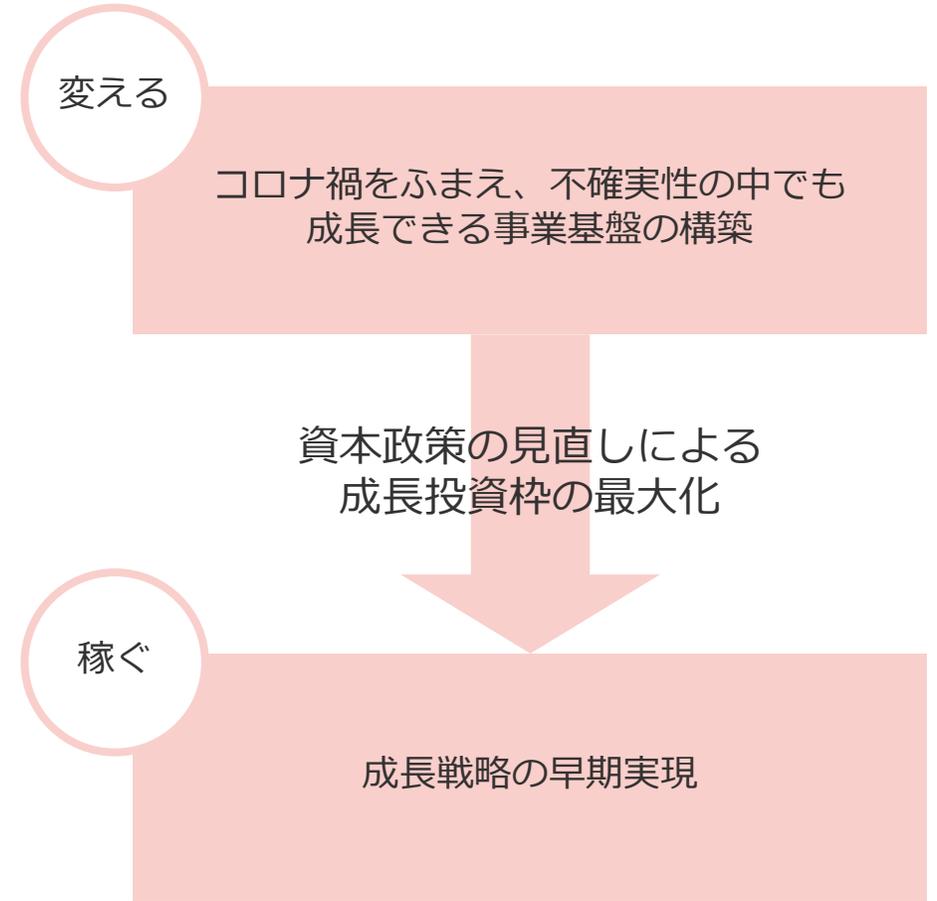
これを実現するためのビジネススタイル、サービス、商品の確変・変革をいとわない
企業風土の構築を目指す

13次中計開始時点での戦略



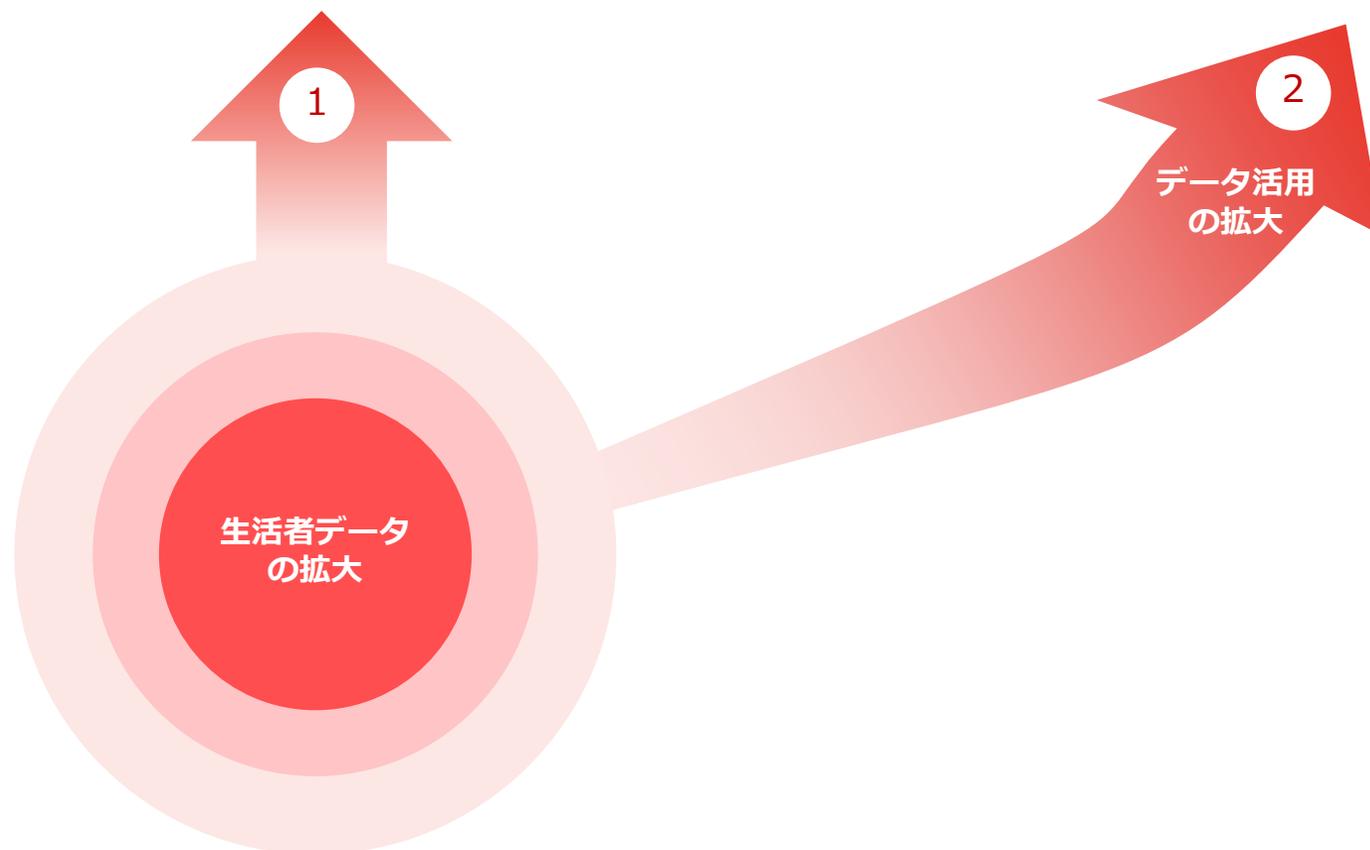
利益成長を優先

今年度以降の戦略



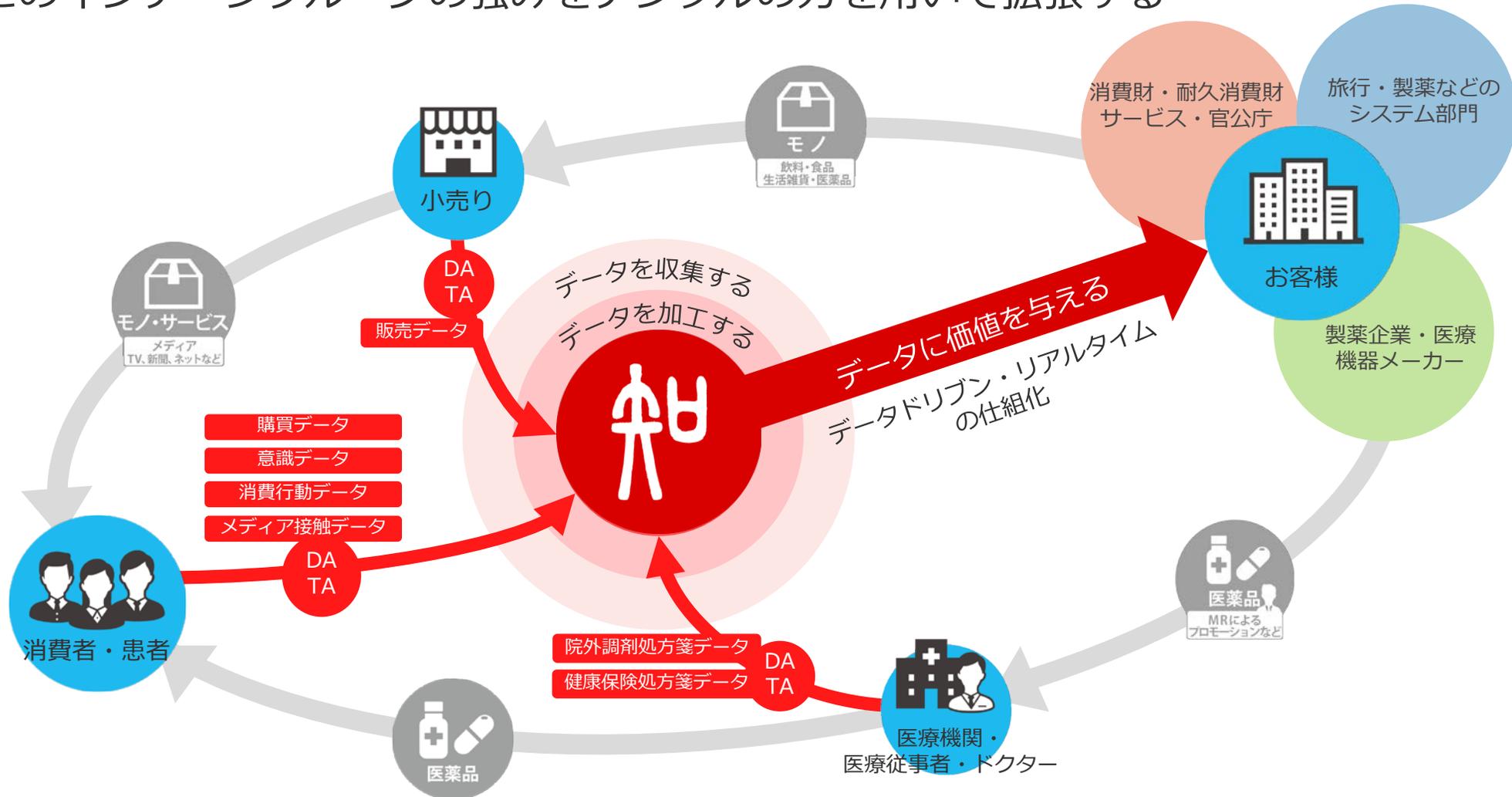
中長期視点の成長戦略実現を重視

超デジタル社会により加速度的に生活者データが増加し、加速度的にデータ活用用途が拡大し、全産業においてデータへの対応が多様に求められてくる

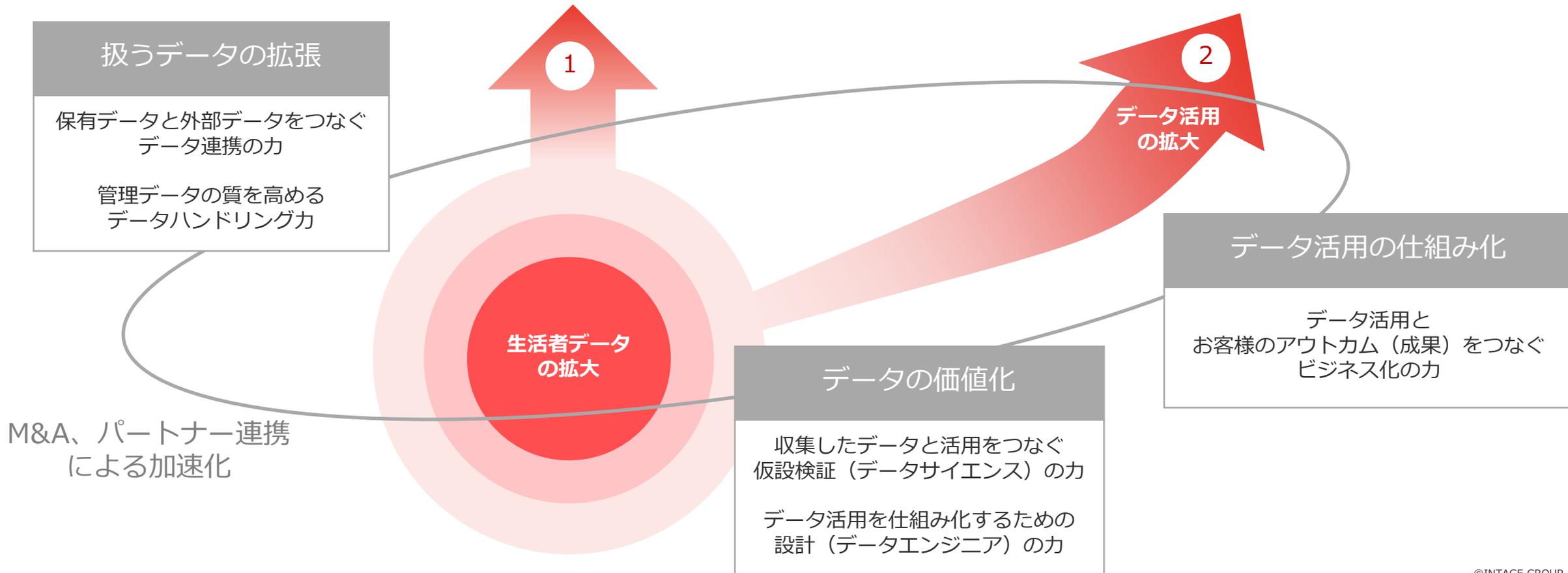


インテージグループの強み

データを収集し、加工・分析し、データに価値を与え、仕組みとして提供する
- このインテージグループの強みをデジタルの力を用いて拡張する



インテージグループの強みを、デジタルの力そしてパートナー連携によって拡張・加速
顧客ビジネス戦略実行パートナーとして、超デジタル社会でも価値提供を続け、
ビジネスのデザインを変える



コア事業のアセットを活用し、

「扱うデータの拡張 × データの価値化 × データ活用の仕組み化」をもってお客様課題に対応
データ量・データ活用の増加と共にインテージグループの成長を実現する

成長

少子高齢化・成熟社会への対応課題の解決を支援

デジタル化への対応課題の解決を支援

成熟市場（国内）・成長市場（海外）
における生活者理解の支援

コア事業の
オンライン強化

事業拡張による成長

コア事業の底堅い成長

With Corona

After Corona

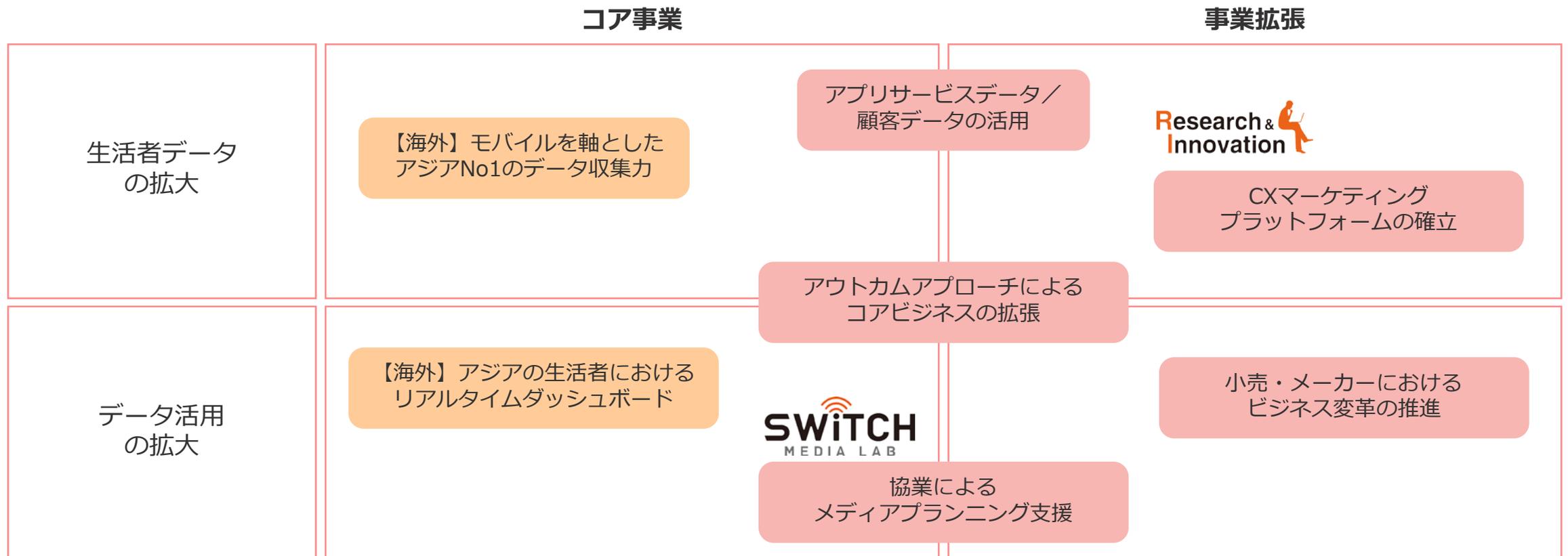
New Normal

時間

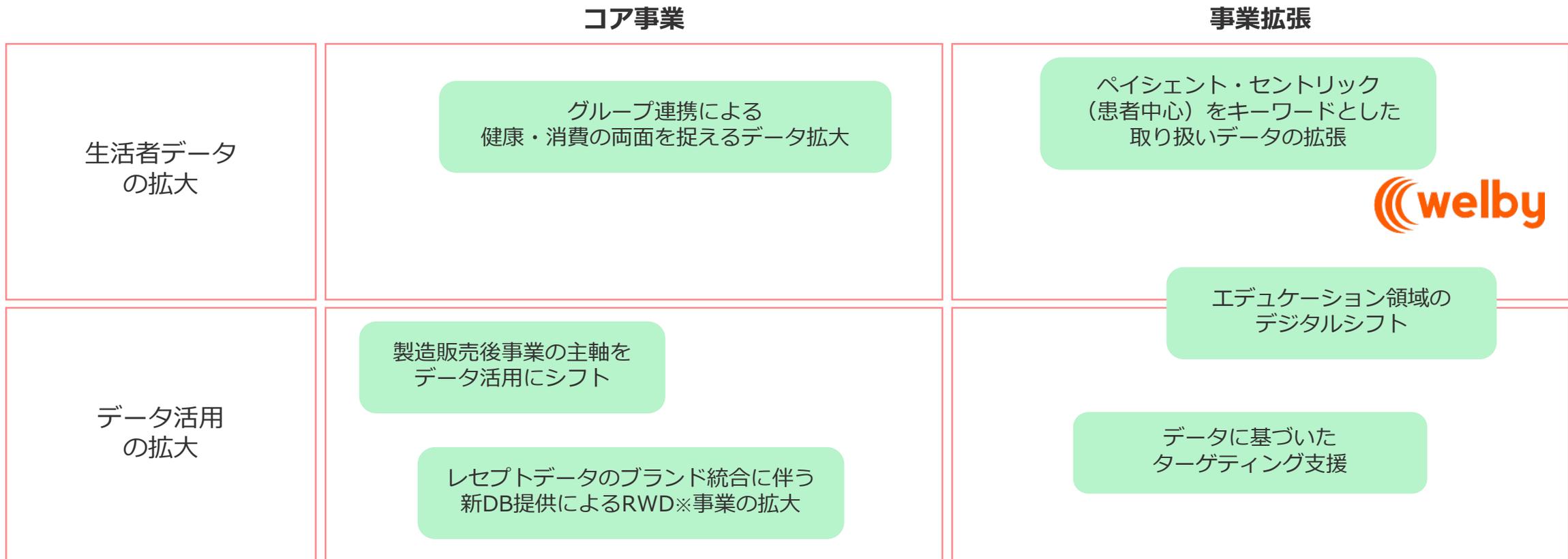
（国内）生活者の多様化・市場飽和によるマス・マーケティング効果の逓減

（海外）国内市場縮小を受けたお客様のグローバルシフトの加速

を踏まえ、協業、M&A、R&Dを実施しながらコア事業をベースとした事業拡張を行っていく

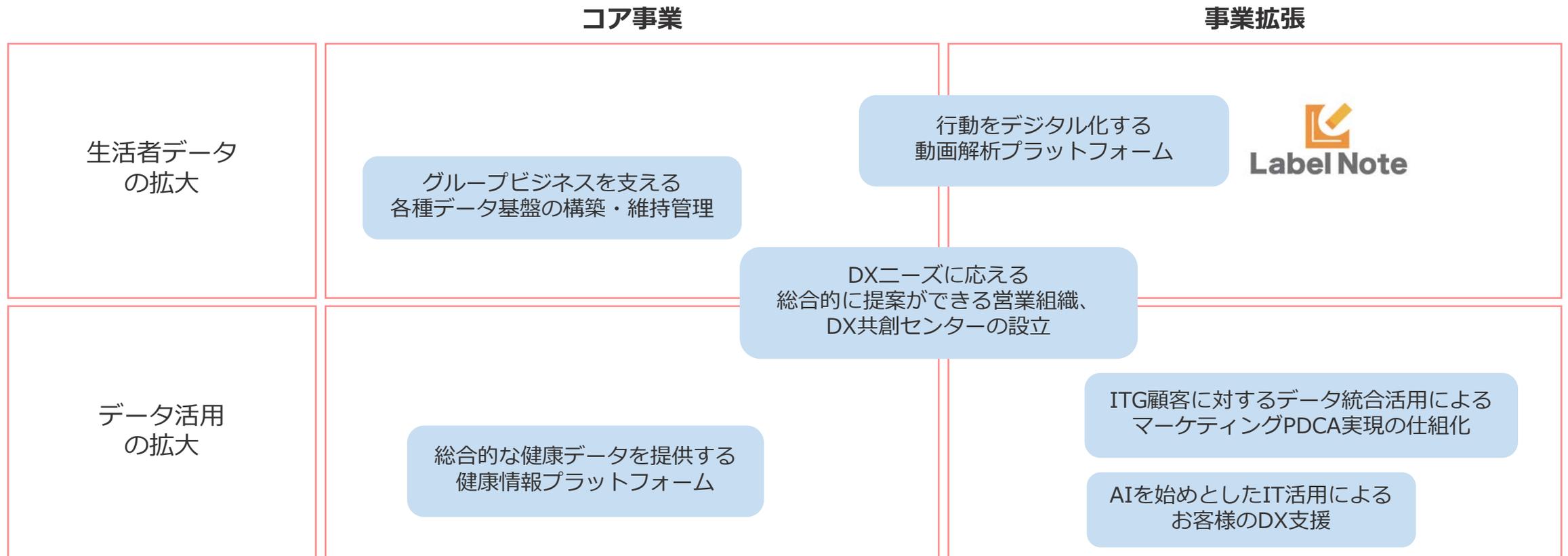


医療消費者に関するデータやサービスの重要性の高まりを成長への好機と捉え、
(株)Welbyなどのパートナーによるデータ収集の強化や生活者（消費＋健康）の領域拡大も図る
また、データを価値化する力の強化に向けてデータサイエンス系人材育成（投資）を加速化



※RWD（リアルワールドデータ）は、電子カルテやレセプトデータなどの実診療行為に基づくデータを二次利用可能な形で電子的に収集したデータのこと

デジタルシフト/スマートシフトへの環境変化を捉え、グループ全体の顧客に対する仕組み化の支援とともに、グループ内においてもIT面で支援していく



当社グループの既存及び新規事業領域におけるアライアンスを加速

投資実績一覧 * 2021年7月現在23社に24.8億を出資

マーケティング

(株)リサーチ・アンド・イノベーション
(株)Payke
(株)サイカ
(株)BitStar

ヘルスケア

Dr.JOY(株)
(株)QDレーザ
Ubie(株)
(株)メンタルヘルステクノロジーズ
(株)FiNC Technologies
(株)CureApp

画像・映像技術

MasterVisions(株)
(株)ウェブレッジ

ビッグデータ

EverySense,Inc.
(株)Data Sign
Tamer Inc.

AI

(株)クロスコンパス
connectome.design(株)
(株)オルツ
AI CROSS(株)

生活

(株)エブリー
meuron(株)

※その他2社は非公開

目的

先進的なテクノロジー及びサービスとインテージグループとの接点を創出する

概要

SBIインベストメント(株)と共同設立。規模は50億※、運用期間は2027年3月まで

運用の特徴

SBIインベストメント(株)のファンド機能（ソーシング・事業評価・モニタリングなど）を軸に運営。ソーシングから一貫して当社グループ社員が積極参加することで、事業評価の知見習得やベンチャー企業とのネットワーキング、そして情報の収集チャネルとして効果を発揮。これによりアライアンス活動の実効性が向上

直近アライアンス実績

2017年11月 (株)リサーチ・アンド・イノベーション（以下、RnI）にCVCより出資、2021年5月に(株)インテージが子会社化。RnIのサービスにインテージの事業資産（商品マスタや分析ノウハウ）を組み入れることで、次世代リサーチ実現を目指す

IPO実績



AI CROSS株式会社（2019年10月東証マザーズ上場）

事業内容：SMS、ビジネスチャット、AI Analyticsサービスの開発・提供

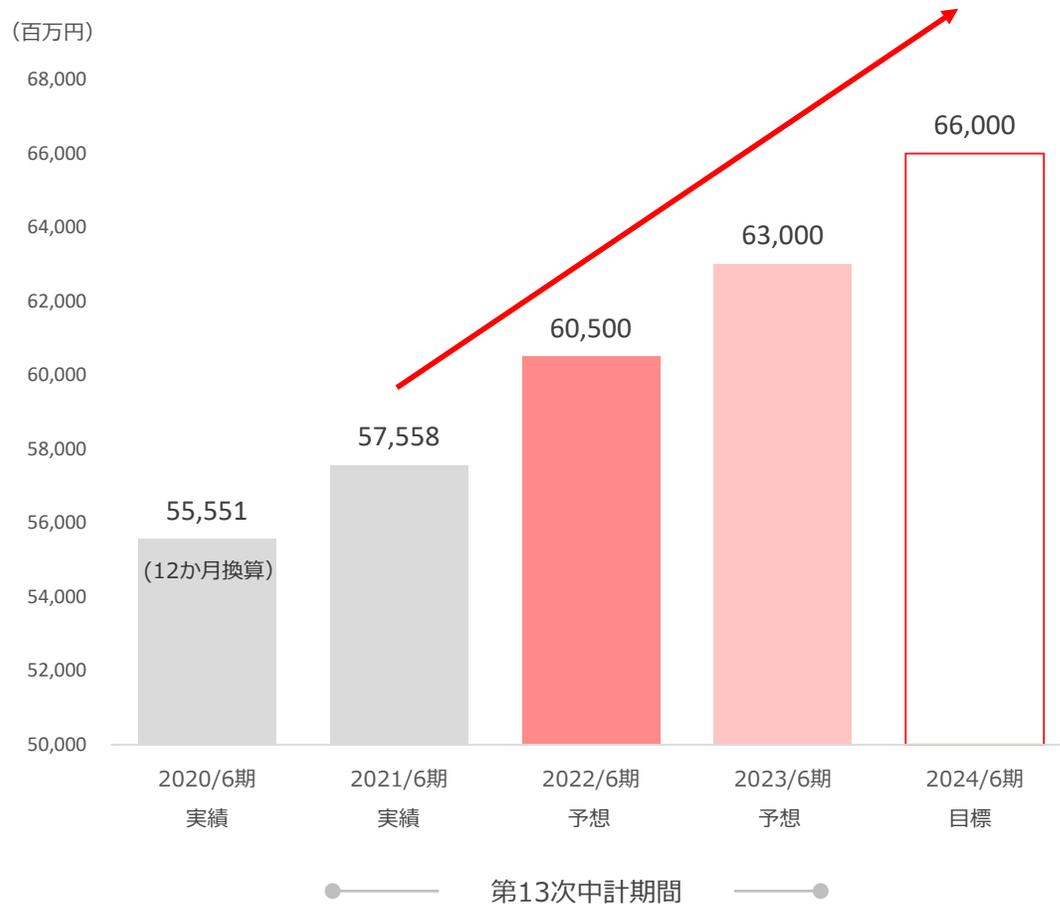


株式会社QDレーザ（2021年2月東証マザーズ上場）

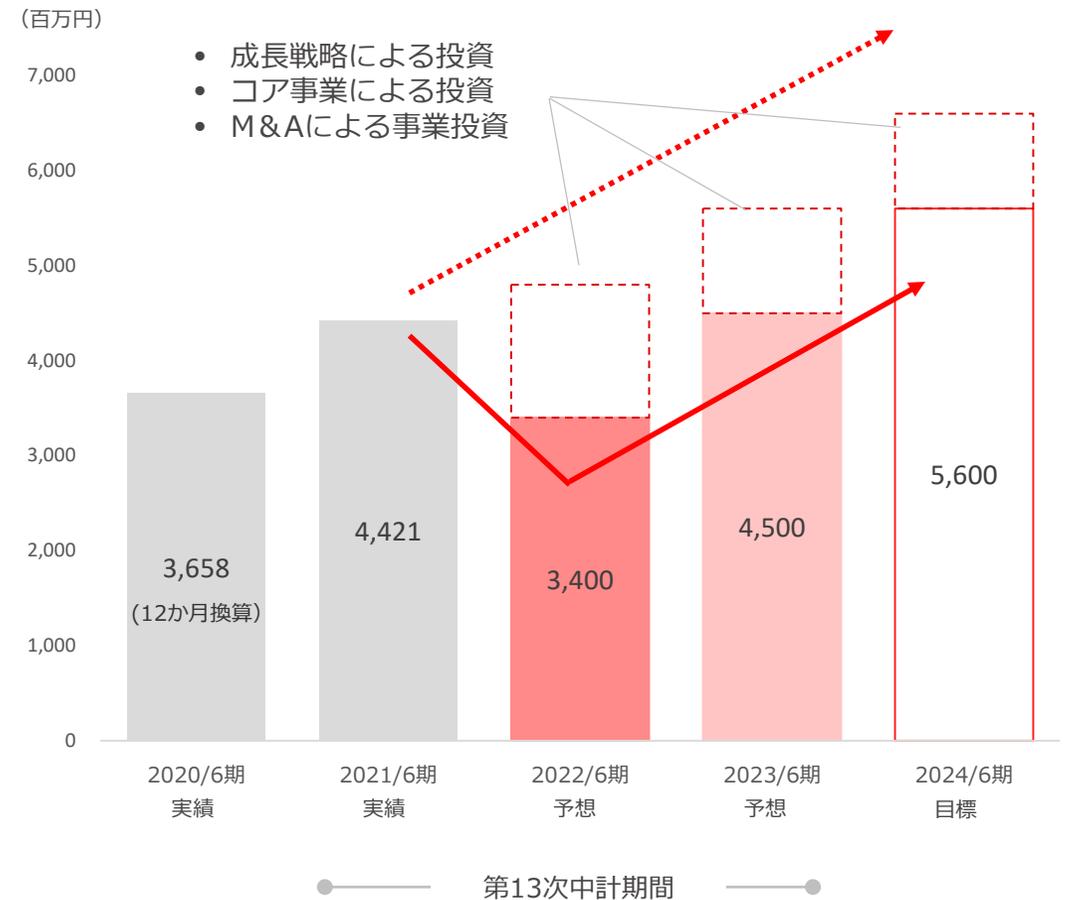
事業内容：半導体レーザ、網膜投影デバイス等の開発販売

確実な売上成長とオーガニックベースでの営業利益の成長を目指す

売上高



営業利益/オーガニック成長



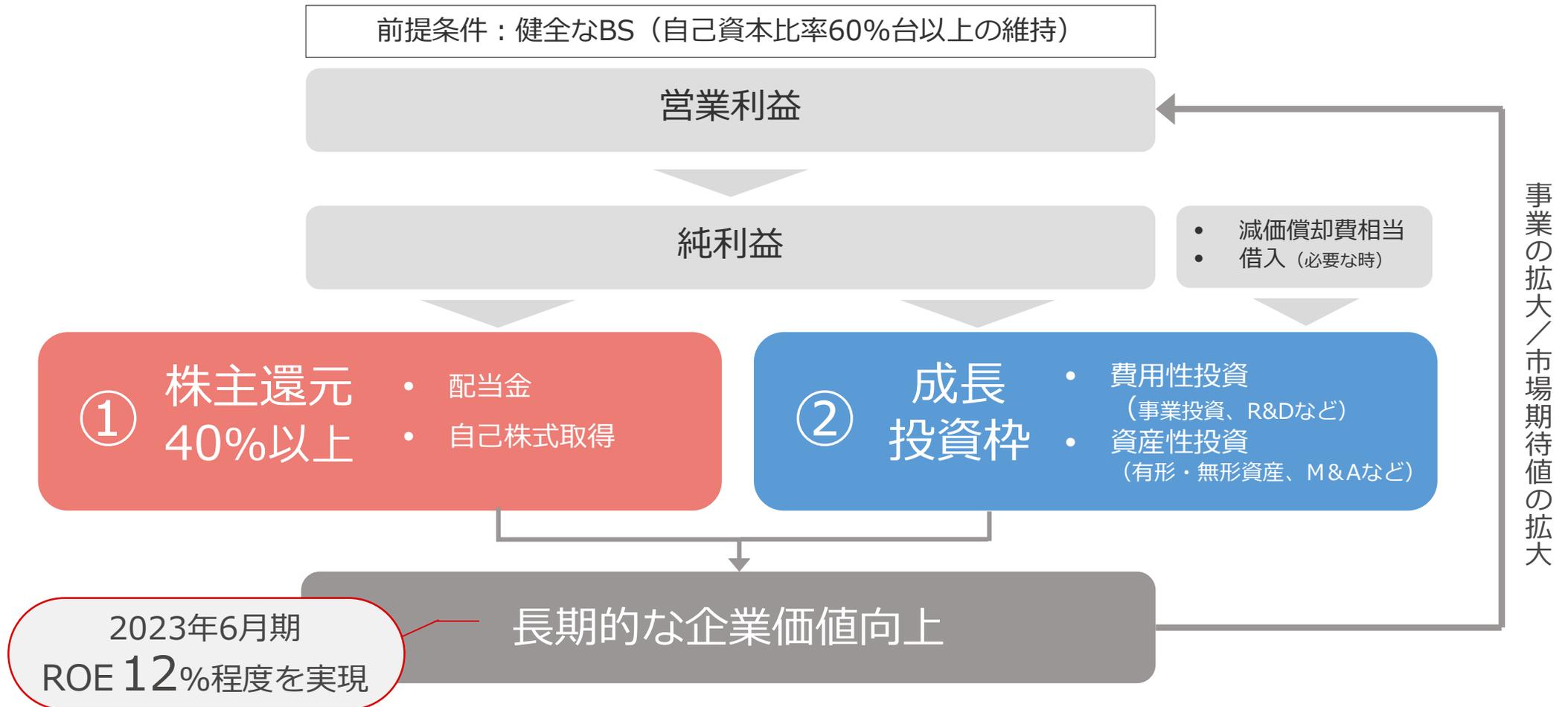
今後の成長に向けた投資により今期は増収減益を予定

(百万円)

		21/6期実績	22/6期予想	前年差	対前期比	
連結	売上高	57,558	60,500	+2,941	+5.1%	
	営業利益	4,421	3,400	△1,021	△23.1%	
	経常利益	5,081	4,000	△1,081	△21.3%	
	親会社 株主利益	3,372	2,800	△572	△17.0%	
						22/6期営業利益の主な変動項目
マーケティング支援 (消費財・サービス)	売上高	35,572	38,000	+2,428	+6.8%	<ul style="list-style-type: none"> ・ RnI関連：約6.5億円 ・ 投資増：約1億円
	営業利益	1,910	1,200	△710	△37.2%	
マーケティング支援 (ヘルスケア)	売上高	14,714	15,000	+286	+1.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・ 成長投資：約2.5億円 (※データ活用領域へのシフト)
	営業利益	2,264	1,900	△364	△16.1%	
ビジネス インテリジェンス	売上高	7,271	7,500	+229	+3.1%	
	営業利益	245	300	+55	+22.4%	

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。

資本効率を重視し、最終利益を全額「成長投資」と「株主還元」に振り向ける



2021年6月期は予定通りの配当を実施、2021年8月4日には自社株買いの実施を決定

	EPS（1株当たり 当期純利益）（円）	1株当たり 期末配当金（円）	配当性向 （連結）（%）	DOE（自己資本 配当率）（%）
2019年3月期	69.47	22.00	31.7	3.1
2020年6月期 （15か月分）	41.99	30.00 （12か月換算：24.00）	71.4	4.3
2021年6月期	84.40	35.00	41.5	4.8
2022年6月期 （予想）	70.06	35.00	50.0	—

自己株式取得の概要

取得株式総数：100万株（上限）、取得価額の総額：12億円（上限）、取得期間：2021/8/5～2022/6/30、取得方法：取引一任契約に基づく市場買付

利益配分に関する基本方針

当社は、グループ経営の成果であります連結業績をベースに、配当と成長投資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、配当は連結配当性向40%、DOE（自己資本配当率）4.5%以上を目標にしております。また、自己株式の取得につきましても、機動的に対応し、資本効率の向上を図ってまいります。

2022年4月に実施予定の東京証券取引所の新市場区分見直しについて、
「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」を受領

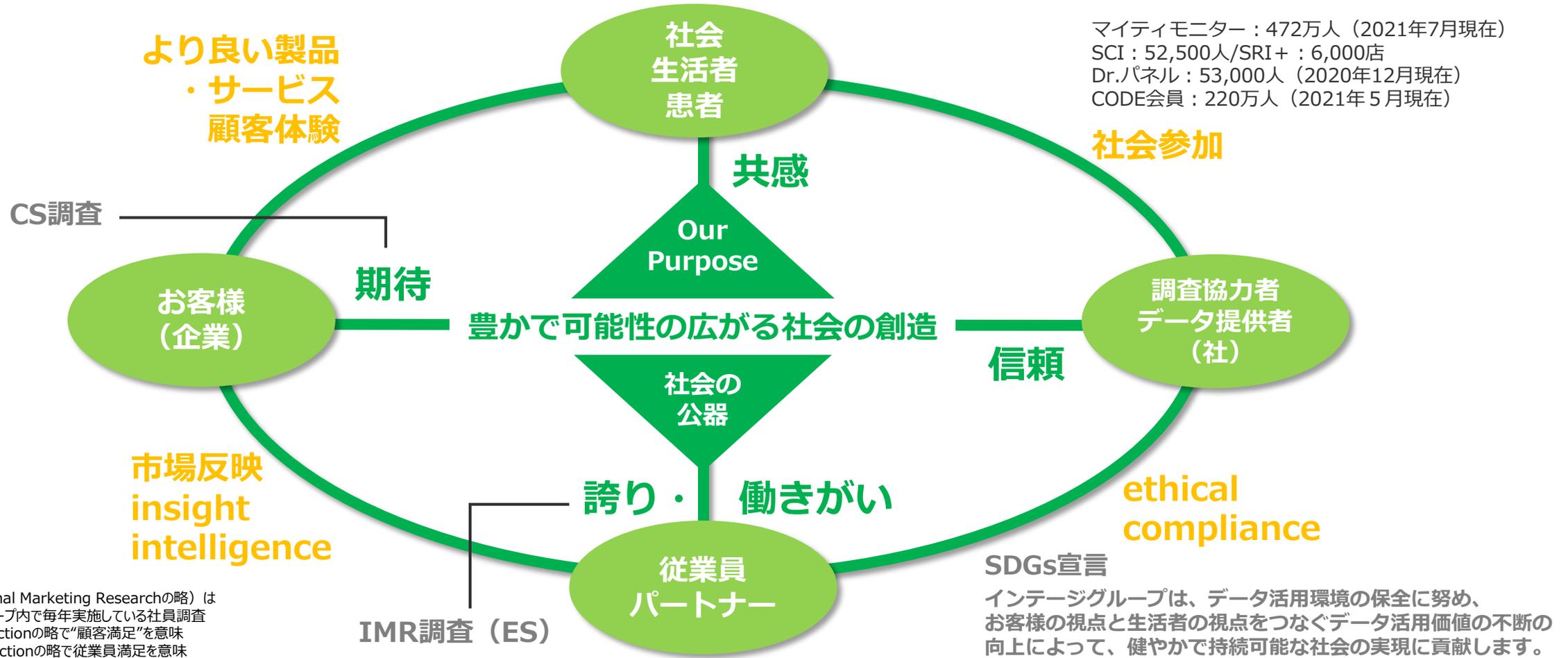
「プライム市場」の上場維持基準への適合を確認

プライム市場申請に係る所定の手続き等を進め、
併せて更なるコーポレートガバナンス向上を目指す

コーポレートガバナンスについて

当社は基本的な考え方として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、業績の向上にとどまらず、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。2013年に持株会社制へ移行したことを機に、業績連動型株式報酬制度の導入や取締役会の実効性評価に係る外部評価の実施など、事業及び経営環境に合わせた最適なコーポレートガバナンスの醸成を図るよう努めております。日本企業に対して求められるコーポレートガバナンス改革の要請に対し、引き続き真摯に取り組んで参ります。

社会の公器への共感、信頼、働きがい・誇り、期待

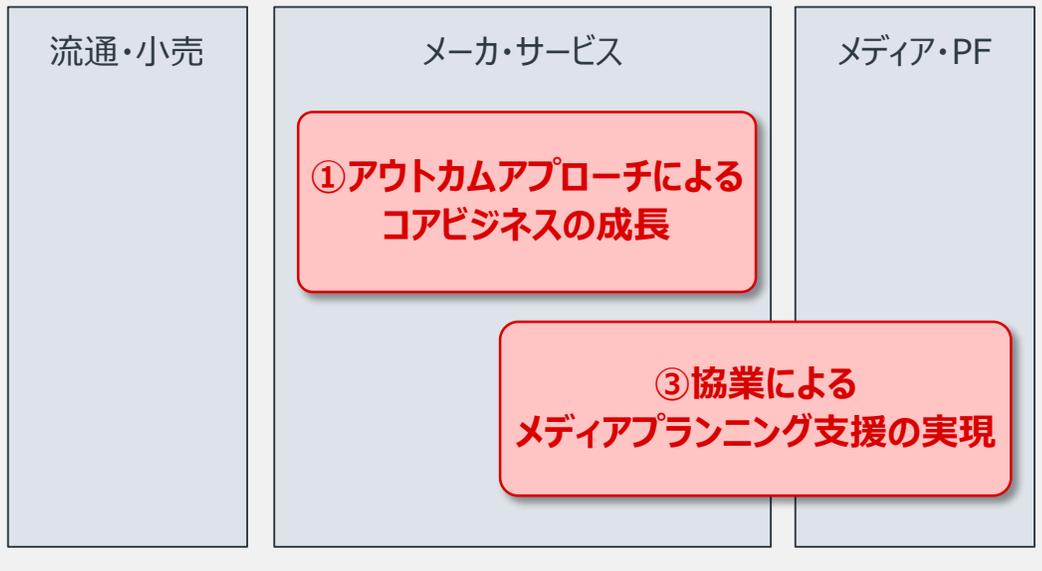


長期的な企業価値向上に向け、この循環を持続可能にする透明性の高い経営、そして、投資家の皆さまとの建設的な対話に努めていきます。

マーケティング支援（消費財・サービス）の成長戦略

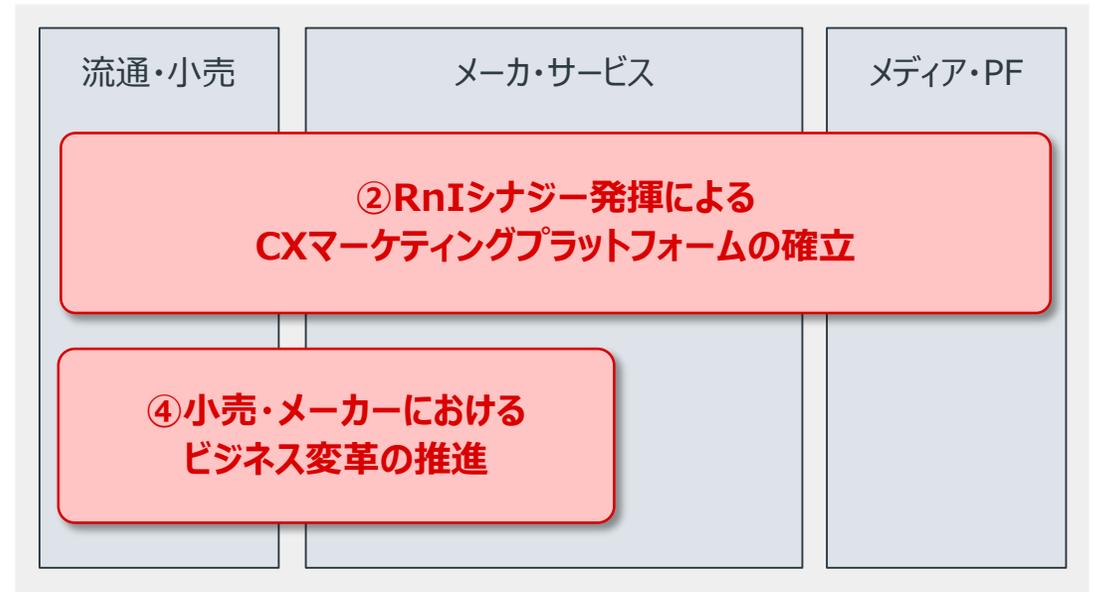
コア事業（リサーチ）

- ✓ インテージのコアであるリサーチ基盤を盤石化へ
- ✓ 顧客のビジネスやマーケティングに伴走し、リサーチを通じて顧客の抱える問題の解決に貢献することでさらなる成長を図る



事業拡張（脱リサーチ・販促事業等）

- ✓ インテージの基幹商品であるSCIを刷新
- ✓ 強みを活かしながら積極的に提携・協業を進めることでニュービジネスの確立を目指す



+

⑤全社プロセス改革の加速

コア事業（リサーチ）

1. **アウトカムアプローチによるコアビジネスの成長**
リサーチを通じて顧客のマーケティングに伴走し、課題解決、ビジネス成果（アウトカム）に継続的に貢献

パネル調査

カスタムリサーチ

3. **協業によるメディアプランニング支援の実現**
ROI※ニーズの高まりを背景に、テレビ・デジタル双方の広告効果測定プロダクトを強化し、広告主におけるメディアプランニングの最適化に貢献

SWITCH
MEDIA LAB

事業拡張（脱リサーチ・販促事業等）

2. **RnIシナジー発揮による、CXマーケティングプラットフォームの確立**

▶▶ P37ご参照

Research & Innovation

4. **小売・メーカーにおけるビジネス変革の推進**
小売業-消費財メーカー間の、データの共有・活用・価値化、販促等アクションの領域におけるDXの商機を捉え、ビジネス成立を狙う

SRI+

楽ラク! デジボード
定番長

※『定番長』はβ版

+

1. 株式取得及び第三者割当増資引受の理由

当社の連結子会社である株式会社インテージ（以下、「インテージ」という。）は、マーケティングリサーチ業界トップであるとともに、全国5万人の購買行動を捕捉するSCI®を業界標準マーケティングデータとしてメーカー、流通業に提供しています。また、SCIに付随して、バーコード単位で、ブランド情報・属性情報を整備した商品マスタを消費財120万バーコード分、精緻に構築・運用しています。

一方、株式会社リサーチ・アンド・イノベーション（以下、「RnI」という。）は、CODE（買い物情報や商品評価情報が登録できるスマホアプリ）を運営しています。CODEの購買データは、レシートとバーコード単位で捉えられ、買い物登録MAU31万人、月間3,400万件のお買い物情報や累計5,000万件の商品評価情報を随時取得しています。契約企業には、自然購入者（アプリ会員）に直接アンケートを実施できる「秒速リサーチ」や、前日までの購買データを画面で閲覧・分析可能な「CODE for Business」などのサービスを提供しています。また、複数の購買認証に関する特許を保有し、参入障壁を築いております。

この度、インテージがRnIを子会社化することにより、RnIサービスにインテージの事業資産（商品マスタや分析ノウハウ）を組み入れることで、次世代リサーチを実現し、マネタイズを加速化させます。このことによって、企業のマーケティングのアジャイル化を推進します。

今後、両社の購買データを一括活用することで、全国数十万人規模の購買データサービスをつくるだけでなく、各社が生活者と直接コミュニケーションがとれるCXマーケティングプラットフォームにすることで、消費財ブランドメーカーや小売業の購買起点のDXを促進し、ビジネスプロセスの刷新を進めてまいります。

レシート&バーコードのお買いもの情報 (SCIと同等)

MAU※は31万人、月間3,400万件の購買データ、商品評価情報5,000万件 ※2021年5月現在



※MAU : Monthly Active Usersの略で、ソーシャルメディアやアプリなどの月あたりのアクティブユーザー数を指す

データ活用力・信頼

リサーチNo.1

SCIモニター5万人

設計力・分析力

商品マスター

顧客基盤



革新・特許

リサーチから販促・広告

CODE会員 MAU31万人

生活者接点

UX(生活者へ経験価値提供)

実現スピード



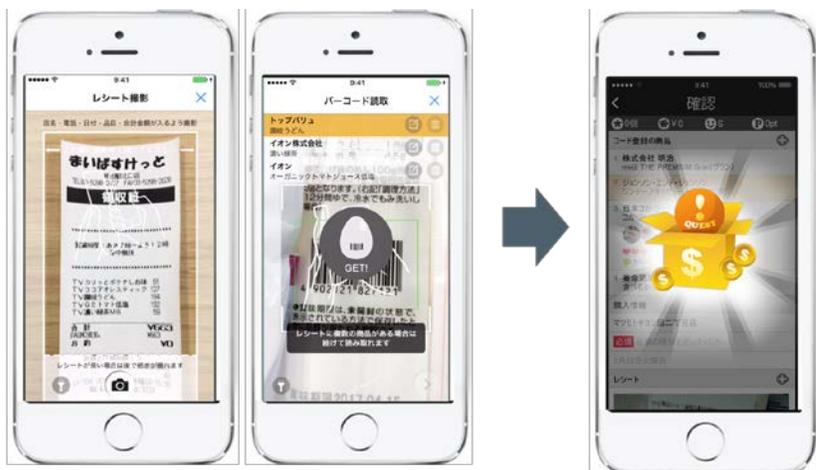
マーケティングの**アジャイル化**を推進する次世代リサーチの充実と拡販



商品購入者への「秒速リサーチ！」

データと口コミの超速報データ！

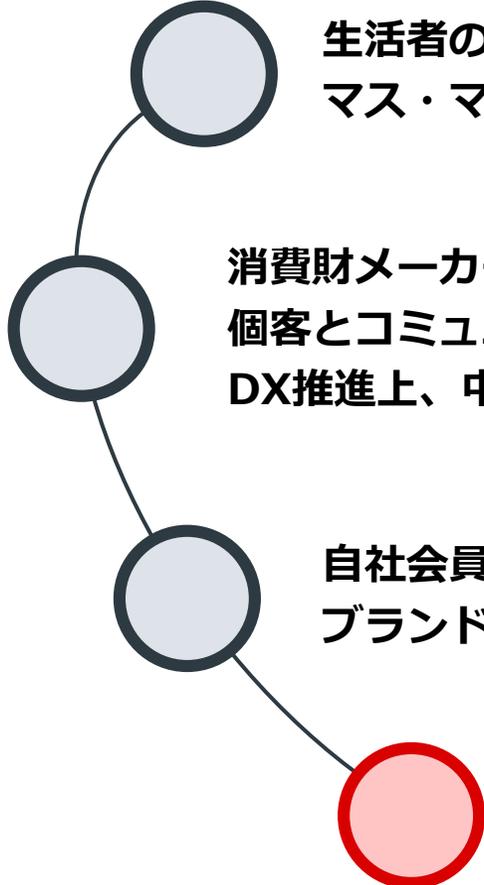
CODEの超高速アンケート



買い物後、登録した瞬間に ▶▶▶ 仕込まれたアンケートが発動

データと口コミが翌日見られる





生活者の多様化・市場飽和により、
マス・マーケティング効果が逡減

消費財メーカーにおいても、ブランドユーザーとの関係性を強固にするために
個客とコミュニケーションでき、CXの向上が可能なマーケティングへの変革が
DX推進上、中心的な経営課題に

自社会員組織を持たない企業でも、マーケティングをアジャイルに試行錯誤しながら、
ブランドユーザーとの関係性を深める、会員基盤のニーズが顕在化

**相互補完性のあるリサーチ・アンド・イノベーション（RnI）とのM&Aにより
インテージの基幹商品であるSCI※の刷新へ
お客様のマーケティングに革新をもたらし、リサーチを超え、販促・広告市場へ**

STEP 1 **RnI**プロダクトにインテージ事業資産を組み込み、マネタイズ加速

=マーケティングのアジャイル化を推進する次世代リサーチの充実と拡販

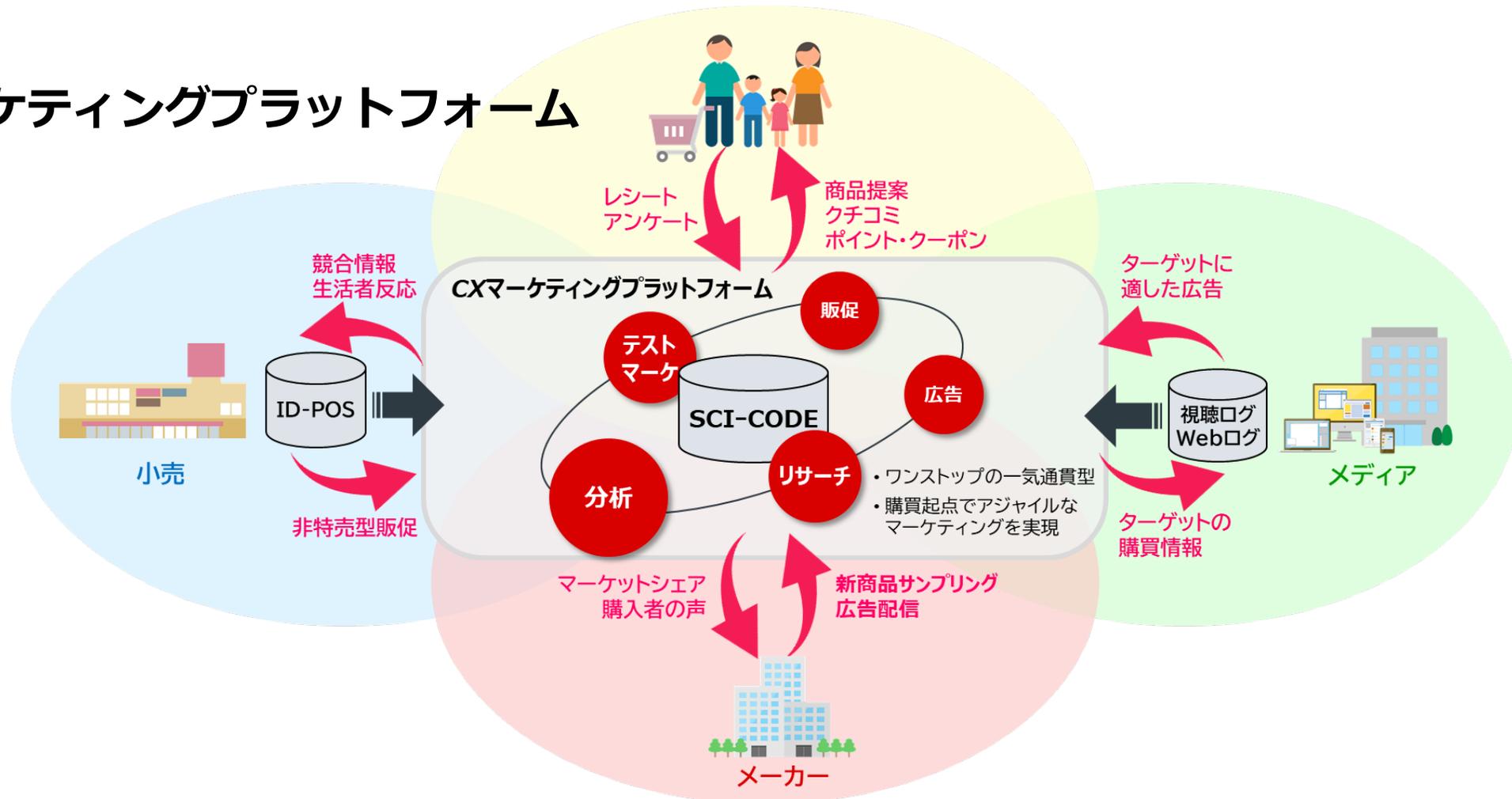
STEP 2 **RnI**特許活用した**SCI**のリニューアル

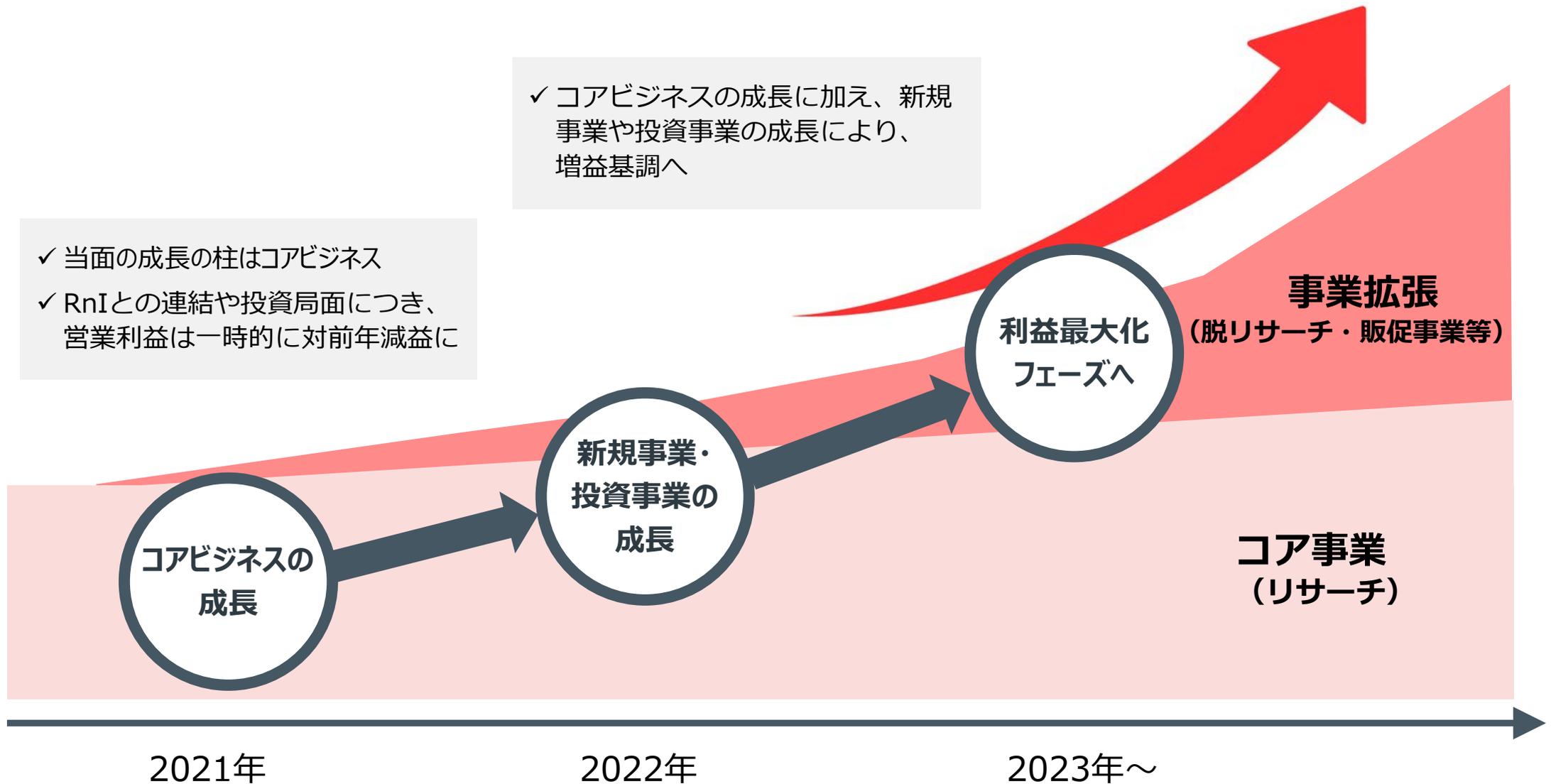
=コストイノベーションによる、大規模化、データ範囲拡張（生鮮・惣菜など）

STEP 3 **SCI-CODE**一体活用による、CXマーケティングプラットフォームの確立

- ✓ リサーチ、テストマーケティング、販促・広告が一気通貫で実行できるプラットフォーム
- ✓ 小売業、メディア企業との会員連携・データ連携を進め、各プレイヤーのマーケティングの革新に寄与

CXマーケティングプラットフォーム





appendix

四半期ごとの商品別売上高

(百万円)

	前期	当期	前年差	前期	当期	前年差	前期	当期	前年差	前期	当期	前年差	前期	当期	前年差	前期	当期	前年差	前期	当期	前年差	
	1Q	2Q (累計)		2Q (単体)	3Q (累計)		3Q (単体)	4Q (累計)		4Q (単体)												
CG&S	パネル	3,365	3,244	-121	6,697	6,693	-4	3,332	3,449	117	10,154	10,262	108	3,457	3,569	112	13,454	13,741	287	3,300	3,479	179
	CR-WEB	1,554	1,516	-38	3,068	3,554	486	1,514	2,038	524	5,119	5,947	828	2,051	2,393	342	6,372	7,571	1,199	1,253	1,624	371
	CR-WEB以外	1,287	909	-378	2,422	1,907	-515	1,135	998	-137	4,015	3,167	-848	1,593	1,260	-333	4,439	3,730	-709	424	563	139
	Co	874	570	-304	1,650	1,266	-384	776	696	-80	2,625	1,999	-626	975	733	-242	3,213	2,671	-542	588	672	84
	海外	898	887	-11	1,891	1,844	-47	993	957	-36	3,190	2,983	-207	1,299	1,139	-160	3,766	3,991	225	576	1,008	432
	その他	535	563	28	940	1,014	74	405	451	46	2,877	3,405	528	1,937	2,391	454	3,273	3,865	592	396	460	64
HC	パネル	733	870	137	1,568	1,855	287	835	985	150	2,323	2,808	485	755	953	198	3,103	3,660	557	780	852	72
	CR-WEB	561	631	70	1,311	1,567	256	750	936	186	1,847	2,100	253	536	533	-3	2,304	2,639	335	457	539	82
	CR-WEB以外	181	156	-25	484	469	-15	303	313	10	862	954	92	378	485	107	989	1,067	78	127	113	-14
	CR-GR	274	248	-26	458	510	52	184	262	78	726	827	101	268	317	49	879	964	85	153	137	-16
	CRO	823	749	-74	1,678	1,563	-115	855	814	-41	2,486	2,691	205	808	1,128	320	3,159	3,575	416	673	884	211
	プロモーション	743	525	-218	1,407	1,189	-218	664	664	0	2,333	1,875	-458	926	686	-240	2,752	2,389	-363	419	514	95
	その他	70	105	35	169	201	32	99	96	-3	262	338	76	93	137	44	318	418	100	56	80	24
BI	CG&S	1,394	1,222	-172	2,787	2,550	-237	1,393	1,328	-65	4,331	3,890	-441	1,544	1,340	-204	5,374	4,964	-410	1,043	1,074	31
	HC	519	513	-6	1,049	1,140	91	530	627	97	1,720	1,870	150	671	730	59	2,149	2,307	158	429	437	8

