

機関投資家・アナリスト様向け決算説明会

2023年6月期 決算の状況

2030年に向けて/第14次中期経営計画

株式会社インテージホールディングス

証券コード：4326

2023年8月9日

Agenda

2023年6月期 業績 p3

- 連結損益計算書サマリー
- 営業利益変動要因および四半期業績推移
- 計数結果およびビジネス環境について
- セグメント別業績
- 連結貸借対照表およびCF計算書サマリー
- 第13次中期経営計画振り返り

2030年に向けて p12

- 2030年 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
- Data + Technology企業として企業活動/行政の最適化と強化支援
- Data + Technology企業としてのバリューチェーン拡張
- 2030年のありたい姿を実現するための基本的な方向性

第14次中期経営計画 p17

- 第14次中期経営計画 基本方針と重点課題
- 第14次中期経営計画 計数目標

- Data + Technology企業としての販促最適化への価値創出（流通データプラットフォーム構想）
- 社会課題解決に向けた行政EBPM推進への価値創出
- 更なる新しい価値創出を目指した体制
- CXマーケティングプラットフォーム開発進捗 概観
- 第14次中期経営計画 非財務目標
- INTAGE Open Innovation Fundについて

計数計画（第14次中計および2024年6月期） . . p31

- 第14次中期経営計画 計数計画
- セグメントの戦略と方向性
- 2024年6月期の業績予想
- 2024年6月期のセグメント別の業績予想

資本政策その他 p36

- 利益配分に関する基本方針（一部変更）
- 資本政策について（一部変更）
- 配当方針
- Purpose（志）と非財務価値の体系図

目次



2023年6月期
業績

2030年に
向けて

第14次中期
経営計画

計数計画

第14次中計
2024年6月期

資本政策
その他

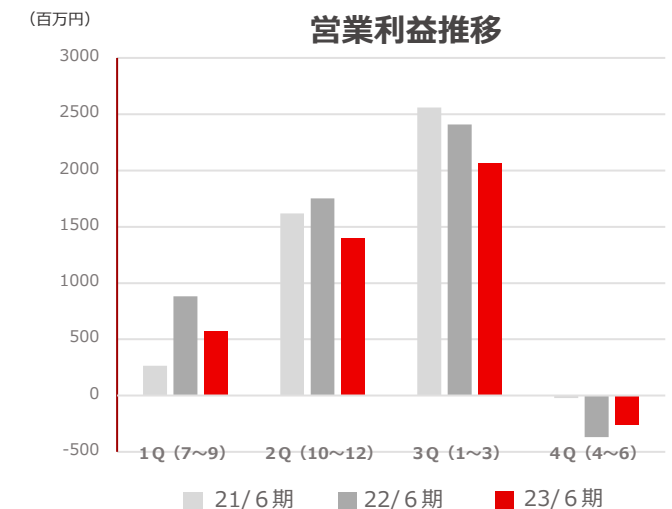
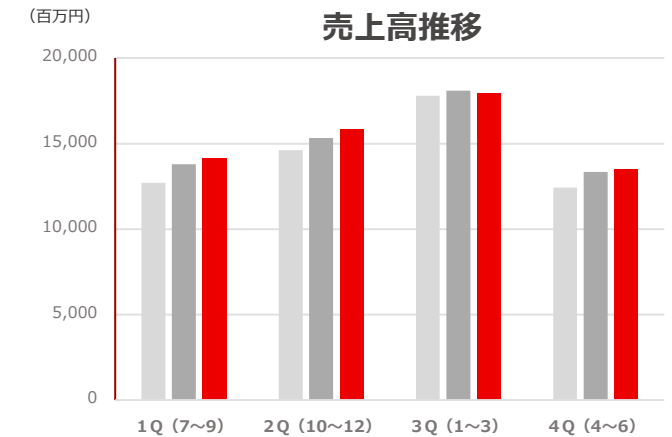
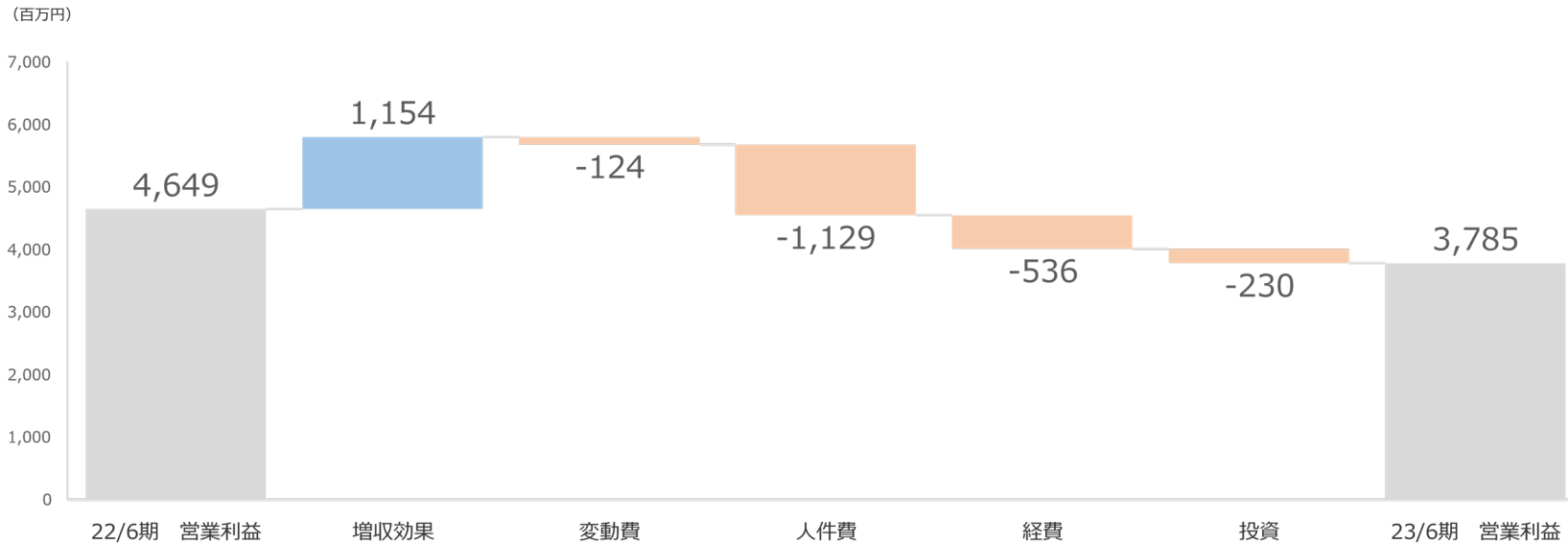
当連結会計年度は、海外事業の売上増加に伴う利益貢献の一方で、主力事業の売上拡大を見込んだ体制強化に伴う人件費・経費増と領域拡大を目指した投資の増加によって営業利益は減益。

連結損益計算書

(百万円)

	22/6期実績	23/6期実績	前年差	前年比	23/2時点予想	予想差
売上高	60,232	61,387	+1,154	+1.9%	63,300	△1,913
営業利益	4,649	3,785	△863	△18.6%	4,650	△865
経常利益	4,952	4,073	△878	△17.7%	5,000	△927
親会社 株主利益	3,418	3,505	+86	+2.5%	4,000	△495
E P S (円)	86.31	91.21	+4.9	-	105.06	△13.85
R O E (%)	11.3	11.4	+0.1	-	-	-

- ・ 原材料費の高騰などの影響を受けた消費財メーカー等の需要減により、売上が計画に対し大きく未達。
- ・ 売上伸長で、経費・人件費・投資の増加分をカバーする計画だったため営業利益に大きく影響した結果となった。
- ・ 第4四半期は前年同期比プラスとなり回復の兆し。



主な減益要因 (計画外含む)

- ・ 一部顧客の予算引き締めにより売上が計画を下回る
- ・ 売上拡大を見込んだ前倒しの体制強化 (人件費)
- ・ 新規事業領域で先行した経費の増加 (人件費・経費)
- ・ CRシステム増強など基盤投資の増加 (経費)
- ・ 海外モニター獲得、API接続に関する経費増 (経費)

投資進捗

- ・ CXMPFおよびSCIリニューアル (年間約6.5億予定)
年間実績：6.5億 予定通り費消し進捗
- ・ サービス開発やシステム導入等 (年間約1億予定)
年間実績：約0.5億 事業状況を勘案し計画アンダーにコントロール

✓ 消費財やヘルスケアの厳しい市況環境により、年間を通じ計数は計画に届かず

原材料費の高騰や円安などの影響を受けた、当社のメイン顧客である消費財メーカーを中心に、値上げ対応が最優先課題となり、リサーチ案件の需要減退につながった。また、これに伴う一部顧客の業績悪化による予算引き締めも例年になく厳しさとなった。ヘルスケアにおいても、予算引き締めや繁忙期の駆け込み需要が控えられたことに加え、販売体制の強化を狙った体制変更が、顧客の信頼感の回復につながるまで想定より時間を要する結果となり、案件獲得が計画アンダーで推移。新規事業領域（テレビCM広告最適化および小売・メーカーの販促支援）で売上が計画に届かず、経費は先行で利益計画の押下げ要因に。

✓ 値上げ後の施策への転換の動きもあり、22年度第4四半期以降は回復の兆し

1年を通して厳しい環境であったが、第4四半期の売上は前年同期比でプラスとなり、また、一部の消費財や小売り企業の業績も4-6月期以降回復基調のなか、値上げ後の施策への転換の動きもあり、引き続き原材料費高騰等の影響による値上げ可能性は続くも、最悪期を脱したと見ている。

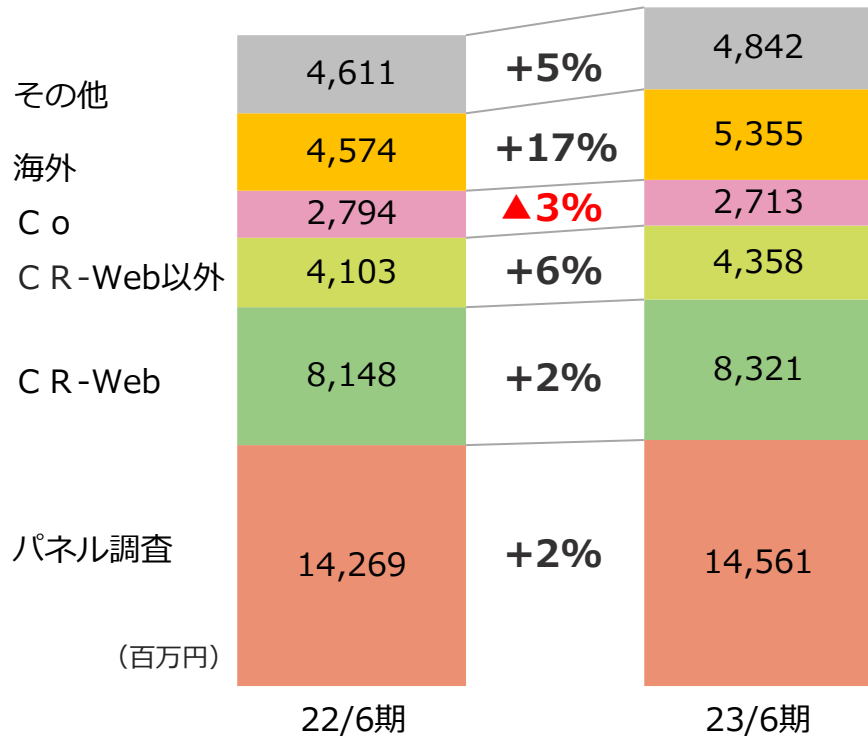
✓ 生活者変化を捉えるリサーチニーズや海外案件およびDX案件は増加

リサーチの市況環境は全般的には軟調であったが、価格分析や生活者の行動変容捕捉およびグローバル進出に向けた相談など変化対応のリサーチニーズは確実にキャッチアップ。海外事業は、2023年1月に香港市場から撤退したが、香港を除くアジア各国・USAならびにdata Spring社は好調に推移。加えて、DXに向けた企業内におけるデータ活用やデータ分析基盤構築などの相談も増加。コロナの5類移行に伴う社会活動の活性化により、BI事業旅行分野を中心に需要が戻りつつある。

✓ 営業費用の増加

“売上原価”ならびに“販売費及び一般管理費”の合計である営業費用は前年比+20.2億となった。増加理由としては、旺盛なカスタムリサーチ案件への対応体制強化に向けた先行的人員増強が主要因であり、その他の理由として、好調な海外事業に係る外注委託費の増加、アジアの一部国における臨時雇用者などに係る人件費の増加、退職給付費用の増加など。

商品別売上



- **その他**：官公庁案件、RnIのCODE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

増収減益

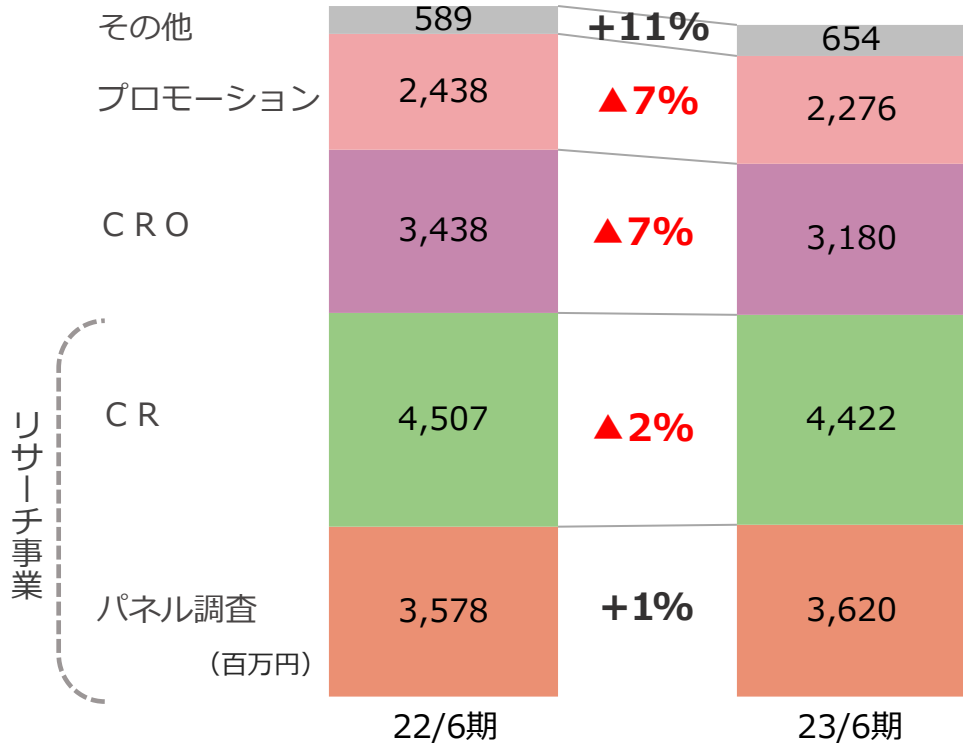
(百万円)

	22/6期	23/6期	前年同期比	営業利益率
売上高	38,503	40,153	+4.3%	
営業利益	2,300	1,643	△28.6%	4.1%

<決算のポイント>

- 主力事業であるパネル調査、カスタムリサーチ事業は前年を上回る成長を果たす
- パネル調査の2023年度契約更改は、主要顧客群である消費財メーカーのビジネス環境悪化の中においても堅調に推移
- CODEを用いたリサーチなどを提供する(株)リサーチ・アンド・イノベーションは売上が伸長
- コロナ影響からの回復とオンラインシフトによりアジア各国売上は前年を上回る
- 投資活動は、CXMPFの確立、及びSCIの刷新に向けて計画通り進捗
- 利益は、主力事業の売上が当初見込みを下回ったことおよび販売体制強化等を目的とした人件費増、SCIの刷新を中心とした投資が拡大・本格化したことにより減益

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
- CRO(医薬品開発業務受託機関)：製造販売後調査など
- CR：カスタムリサーチ
- パネル調査：SRI +、Impact Track、処方箋DBなど

減収減益

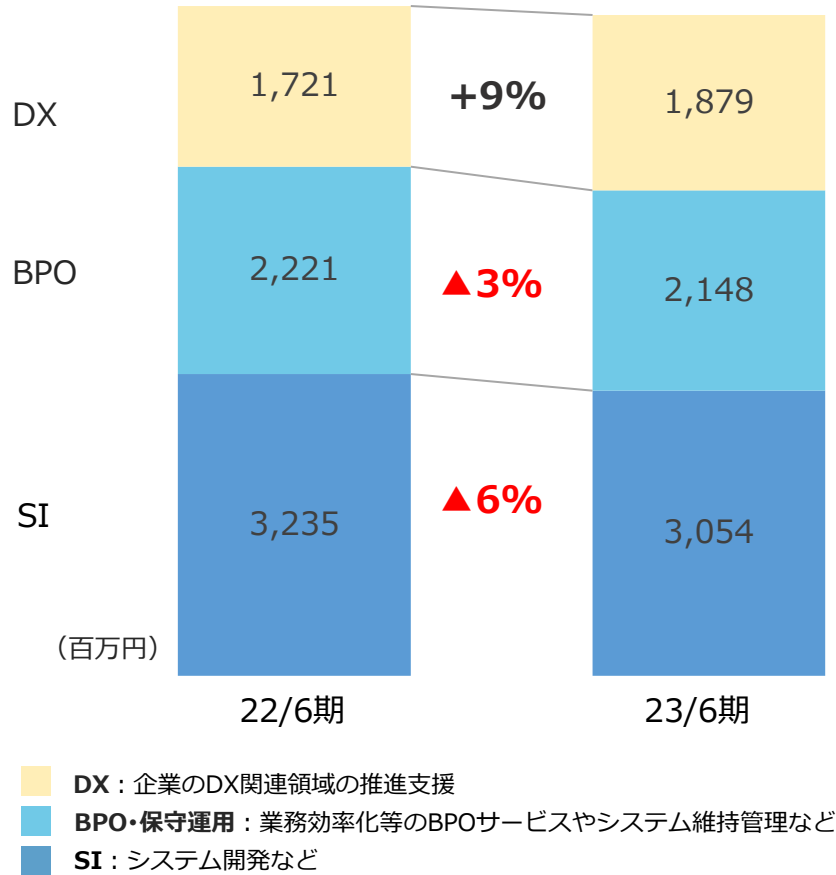
(百万円)

	22/6期	23/6期	前年同期比	営業利益率
売上高	14,552	14,153	△2.7%	
営業利益	2,197	1,791	△18.5%	12.7%

<決算のポイント>

- 主力のリサーチ事業は、前年度の体制変更の影響を受け、前年を下回る水準で推移。営業体制の強化により定性調査を中心に回復の兆し
- CRO（医薬品開発業務受託機関）の製造販売後調査は、前年を下回るも、事業全体の改善により収益性は改善
- (株)協和企画は、新薬上市案件減少の影響もあり低調に推移したが、次年度に向け案件獲得が一定程度進み、回復軌道に乗りつつある
- リサーチ事業の収益性の高い分野での売上減少の影響を受け減益

分野別売上



減収増益

(百万円)

	22/6期	23/6期	前年同期比	営業利益率
売上高	7,177	7,080	△1.3%	
営業利益	151	350	+131.7%	4.9%

<決算のポイント>

- ・ (株)インテージテクノスフィアでは、新型コロナウイルス感染症により大きく影響を受けた旅行業界中心に既存ソリューションの売上が回復基調へ。加えてSI案件の受注残を一定程度確保
- ・ (株)ビルドシステムおよびエヌ・エス・ケイ(株)は新規案件の獲得に伴い伸長 (株)ビルドシステムではローコードシステム開発の受注が好調
- ・ 顧客のDXニーズに総合的な提案を行う「DX共創センター」による新規共創分野での拡販は一定の成果をあげた
- ・ 既存業界売上の回復と内部連携による開発案件対応の活性化に加え、原価低減や経費削減に努めたことにより増益

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

(百万円)

連結貸借対照表要旨	22/6期	23/6期	増減	摘要
流動資産	27,612	26,412	△1,199	自己株式の取得による現金及び預金の減少による減少
固定資産	18,020	17,978	△42	
資産合計	45,633	44,391	△1,242	
流動負債	12,535	11,801	△734	短期借入金、未払法人税等、未払消費税等の減少による減少
固定負債	2,274	1,584	△690	
負債合計	14,810	13,386	△1,424	
純資産合計	30,823	31,004	+181	
総資産合計	45,633	44,391	△1,242	

連結キャッシュ・フロー計算書要旨	22/6期	23/6期
営業キャッシュ・フロー	3,391	2,687
投資キャッシュ・フロー	△634	△618
財務キャッシュ・フロー	△2,854	△3,954
現金及び現金同等物に係る換算差額	243	145
現金及び現金同等物の増減額	145	△1,740
現金及び現金同等物の期首残高	14,132	14,277
現金及び現金同等物の期末残高	14,277	12,536

営業活動によるキャッシュ・フロー

前年比での税金納付額の減少の一方、利益水準の低下および4Q増収に伴う次期への売上代金回収のズレによる売上債権の減少等により収入は減少

投資活動によるキャッシュ・フロー

連結範囲の変更を伴う子会社株式売却支出の発生、固定資産の取得支出の増加の一方、投資有価証券の取得支出の減少、投資有価証券の売却収入や投資組合からの分配収入の増加により、前期並みの支出に

財務活動によるキャッシュ・フロー

主に自己株式取得による支出の増加及びHD長期借入金の返済等影響により、支出は増加

【第13次中計基本方針】

ビジネスのデザインを変えよう！！－お客様と生活者の「変わる」とともに－Reframe, Connect, Create

【業績の推移】

	売上高 (百万円)	前年比 (%)	営業利益 (百万円)	前年比 (%)	営業利益率 (%)	配当金 (円)	配当性向 (%)
21/6期実績	57,558	+3.6	4,421	+20.8	7.7	35.0	41.5
22/6期実績	60,232	+4.6	4,649	+5.2	7.7	38.0	44.0
23/6期実績	61,387	+1.9	3,785	△18.6	6.2	42.0	46.0

※20/6期は決算期変更に伴う15か月の変則決算のため、21/6期実績の前年比の数値は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を使用し算出

【重点課題の結果】

重点課題	評価	進捗・結果
アセットやサービスの再定義による収益力のアップ	▲	・SRI+、海外モバイルシフトなど既存アセットにおけるリニューアル対応は推進、一定の成果 ・新規アセットやテクノロジーを活用した領域拡張の活動は進むも成果はこれから
グループ間連携による対応領域の創造と拡張	▲	・連携専任組織の設置によりコミュニケーションは増加したものの、顕在化するセグメントを超えた連携を必要とする案件への対応は不十分な面があり、体制整備の強化が必要との認識
ビジネス価値最大化に向けたチャレンジ促進と人材成長の実現	○	・リモートワークと出社のハイブリッド形式の働き方を実現し安定した業務基盤を構築 ・社会的な人材需要の高まりに対する人的価値向上の施策については今後も課題との認識
グループケイパビリティ最大化に向けた事業基盤の強化	○	・ステークホルダーに対するコミュニケーション強化、ガバナンス強化は一定の推進 ・事業投資の推進、M&A、CVC、R&Dセンターなど事業基盤の強化は進捗した

目次



2023年6月期
業績

2030年に
向けて

第14次中期
経営計画

計数計画

第14次中計
2024年6月期

資本政策
その他

人口減少、高齢化社会の加速

デジタル社会の加速

生成型AI、Web3、メタバース...

インテジグループにとっての
opportunity

What (何を)

様々なData連携とTechnology活用により

企業活動の最適化と強化を支援

- 高齢化・多様化・成熟化する生活者のwantsの把握
- 企業・自治体の意思決定支援
- 企業・自治体のPDCAデータドリブンの支援

How (どうやって)

インテジグループのケイパビリティを活かす

- 多くの顧客に共通するwantsのサービス化に向けて
→FMCG,DCG,サービス,製薬,官庁自治体など様々な顧客接点の保有と顧客課題接近力
- MI (※) を持つBI (※) 企業、BIを持つMI企業として
→データの拡張、価値化、仕組化を一体で実行できる力

2030年のありたい姿

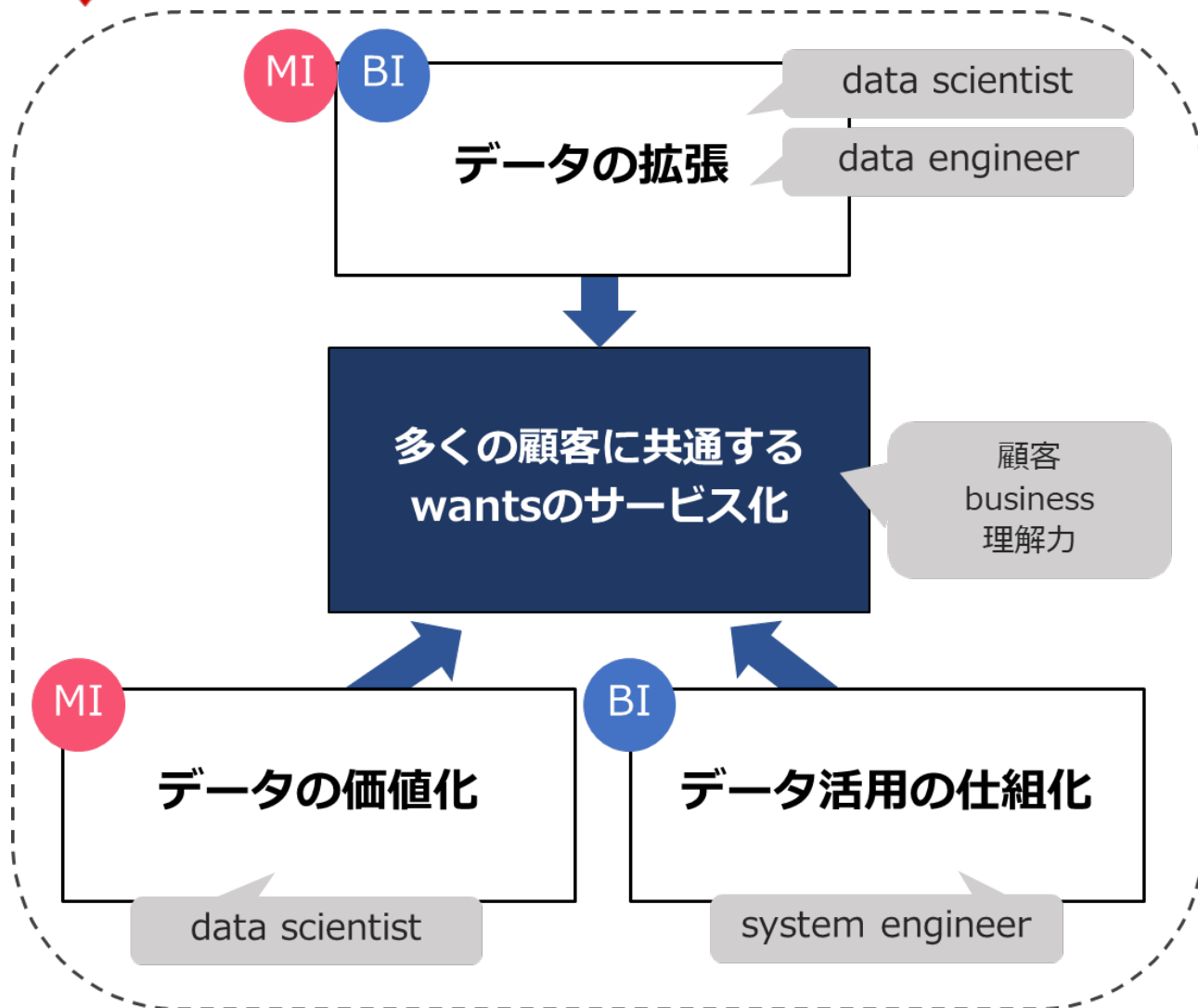
社会的ロスがない、便利で豊かな社会の実現に貢献する企業であり続け、
ビジネス課題・社会課題解決の貢献に比例した事業成長を目指す。

計数イメージ

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%)

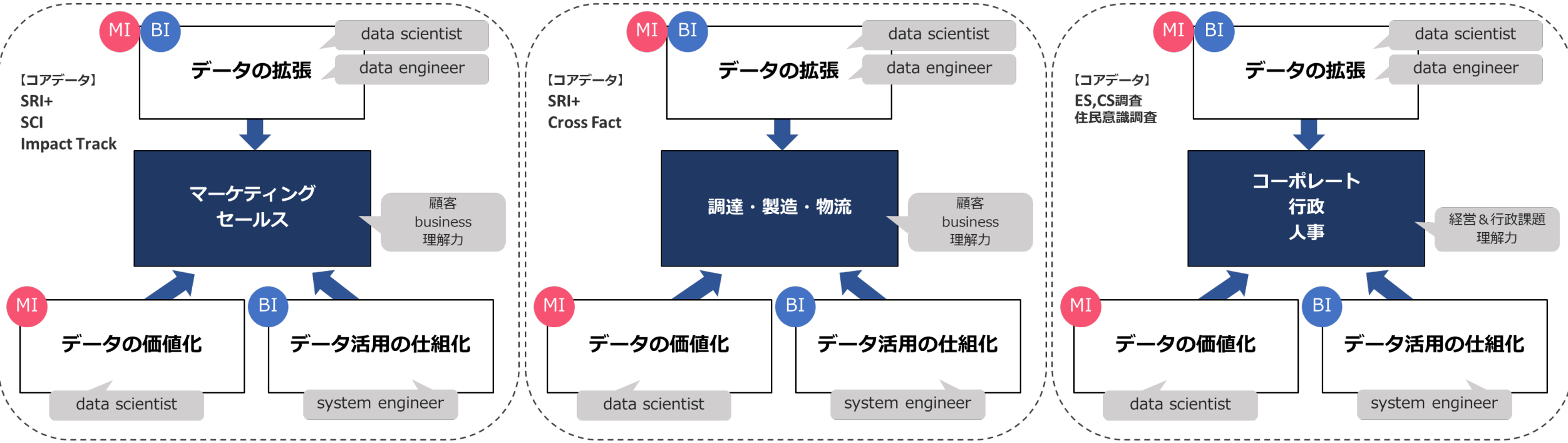
ROE：12%以上
R&D費用：全体の3%水準



- 顧客wants基点の連携
 - MIとBI
 - 消費財・サービスとヘルスケア & ソーシャル
 - 日本および海外各拠点
 - 志を共有するパートナー

インテージグループのケイパビリティ

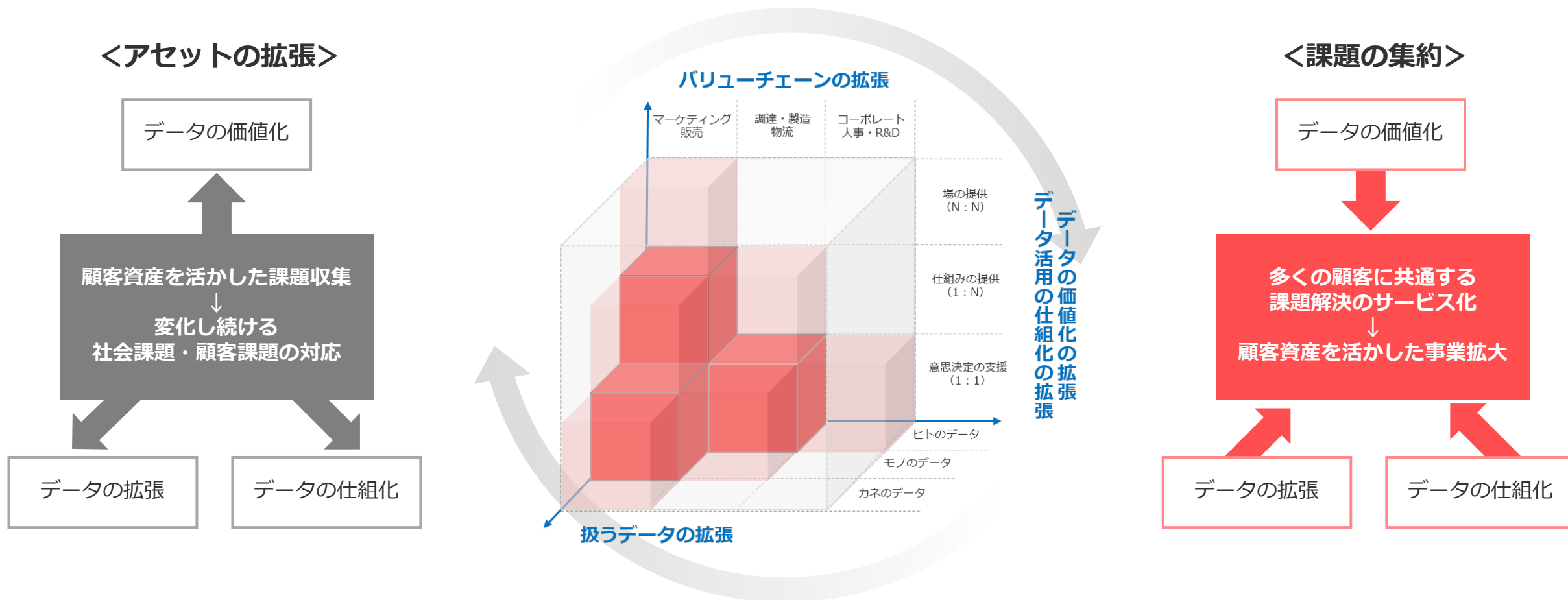
MIを持つBI企業、BIを持つMI企業として
データの拡張、価値化、仕組化を
一体で実行できる力



インテジグループのケイパビリティ

FMCG, DCG, サービス, 製薬, 官庁自治体など様々な顧客接点の保有と顧客課題接近力

Data + Technologyで価値発揮の領域を拡張する



社会課題解決を支援するため、「アセットの拡大」と「課題の集約」のサイクルで価値発揮の領域を拡張していく

目次



2023年6月期
業績

2030年に
向けて

第14次中期
経営計画

計数計画

第14次中計
2024年6月期

資本政策
その他

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

<p>グループ 戦略</p>	<p>2030年の展望をゴールとした ビジネス価値発揮の拡大</p>	<p>データ 戦略</p>	<p>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</p>
<p>テクノロジー 戦略</p>	<p>データ活用、DX支援を挑戦し続け、 産業の境界線を越える</p>	<p>共創戦略</p>	<p>新たな価値発揮の創出を支援する グループ共創の推進</p>

Key message

人口減少・高齢化社会、そして、デジタル社会の進展を機会ととらえ
社会的ロスをなくし、便利で豊かな社会の実現に向けて



MI、BIの単体機能提供からMIとBIを融合させたサービスを提供する企業
= Data + Technology企業として、新たな価値発揮を創出する

【連結売上高】

735億円

(2025年度)

持続的成長の証し

【連結営業利益】

60億円

(2025年度)

ビジネス価値の証し

【一人当たり利益 (※)】

CAGR 12% (第14次中計期間)

(2025年度)

人的価値向上の証し

【配当性向】

50%以上

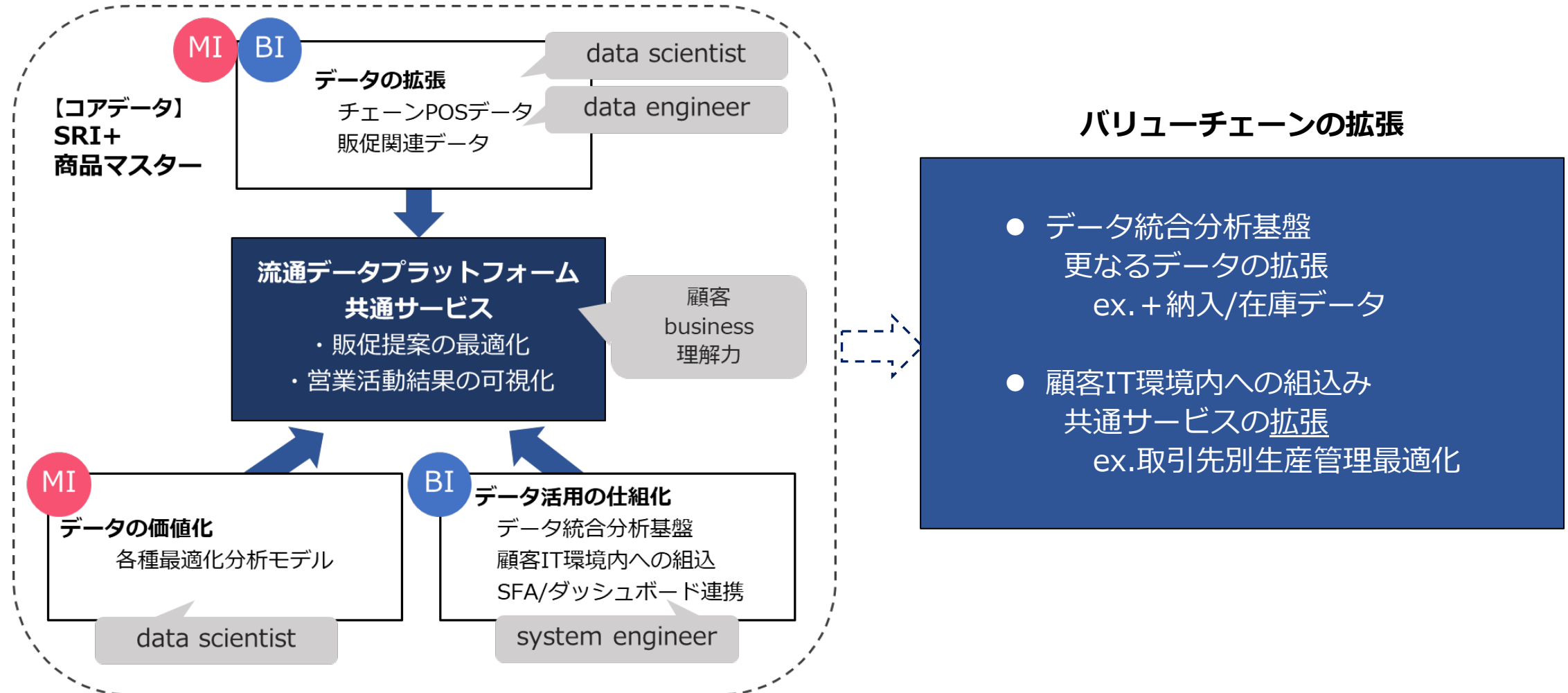
(2025年度)

株主還元を意識した経営

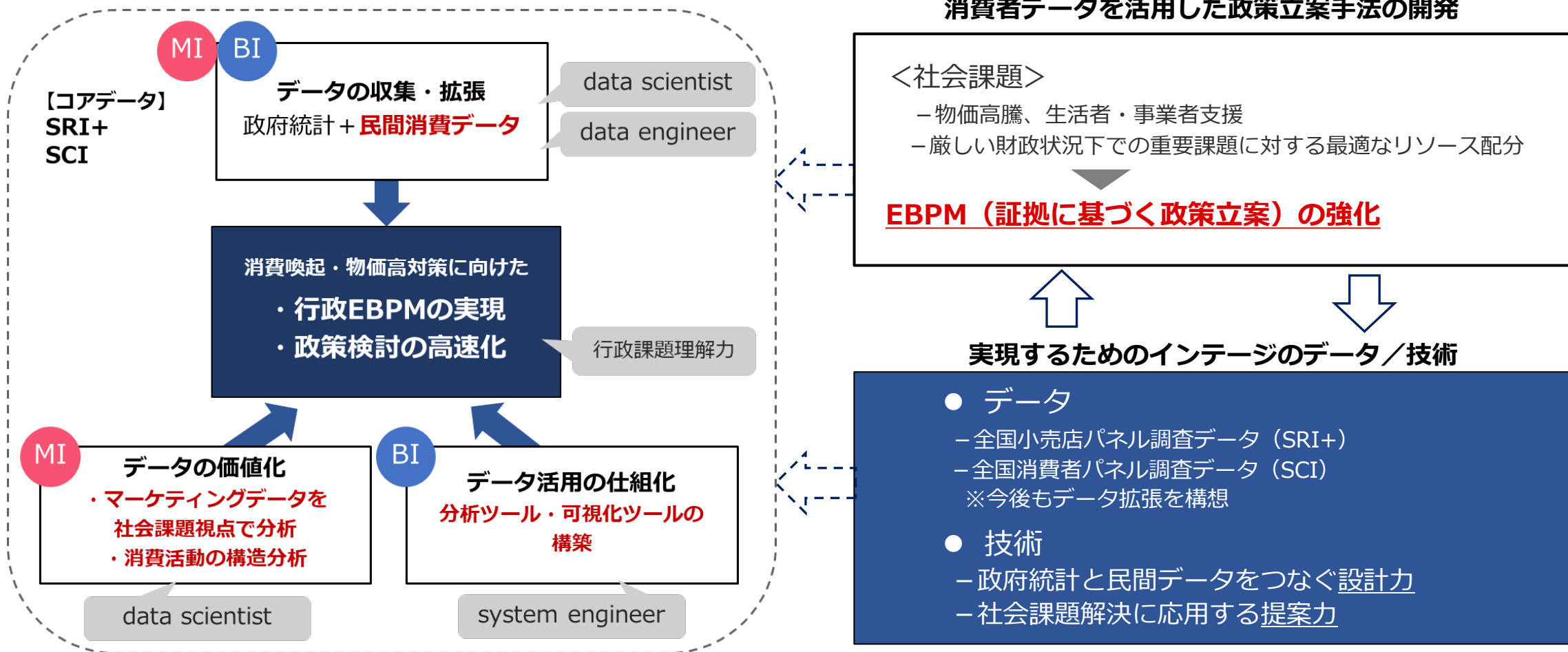
(※) 一人当たりの利益 = (営業利益 + 投資) / 人員数

流通データプラットフォーム構想

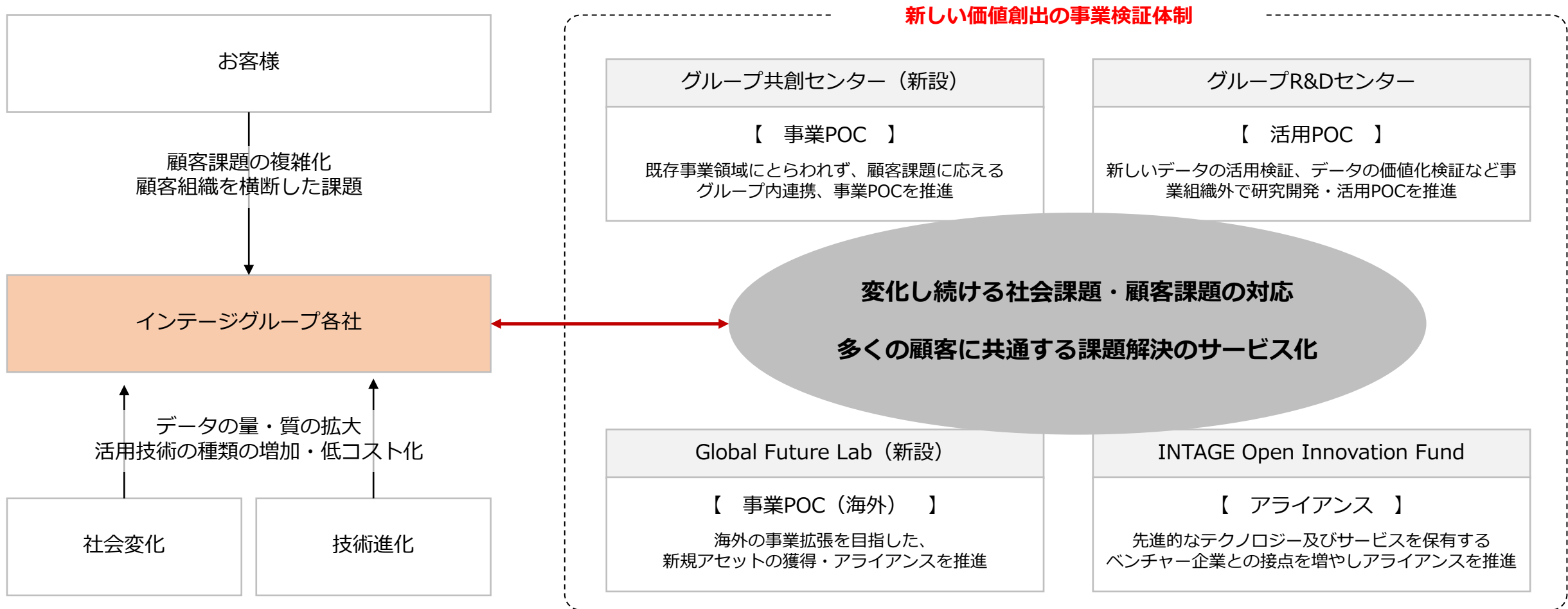
自社データ+顧客データの活用を価値化し、仕組み化することで営業・生産における業務支援を行う



行政EBPM（エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキング、証拠に基づく政策立案）推進への価値創出



『Data + Technology企業としてNew Portfolioへ ~新たな価値発揮の創出~』を推進すべく、
新しい価値創出を目指した組織を新設・機能拡張してグループ全体で対応できる体制とする





取組みステップ

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

進捗

RnI売上は前年比119%
インテージ顧客でリピート活用が増える

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）

進捗

5万ss データ収集を開始
安定的なデータ集信を継続

進捗

SCI-CODEの一体活用を促進する
提供ツールを開発、順次改良へ

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**

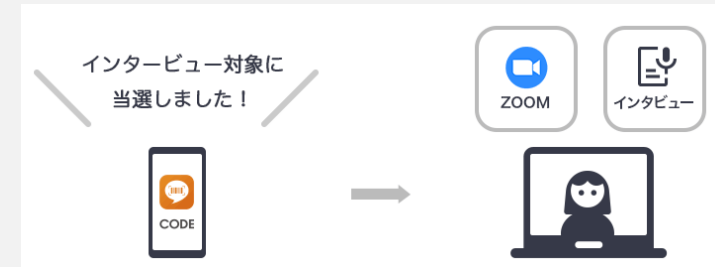
お客様のマーケティングに革新をもたらし、**リサーチを超え、販促・広告市場へ**

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

- 実購買者に素早くアンケートができる「買いログQA」が成長
 - 売上は昨年度の1.5倍
 - インテージの顧客基盤にも広まりつつあり、更なる伸びしろあり
- 「買いログTalk self」をローンチし高評価
 - セルフで気軽に実購買者とオンライン会話ができるツール
 - 顧客が自ら操作し、調査対象者を見つけ、日程調整が可能
- 商品選択時の広告メディア「かざしラッキーエッグ」を開始
 - アプリにバーコードをかざし、コンテンツを表示する機能
 - 小売店内での利用を促し、購買直前のメディア（=購買リーセンサーメディア）として販売

買いログTalk selfとは？

約30万人から実購買者を顧客みずから抽出・選定
 約束の時間に、選定した対象者にZoomでインタビュー



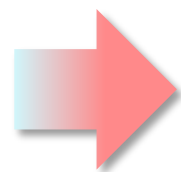
かざしラッキーエッグとは？

店内で対象商品をCODEアプリにかざすと
 広告が表示され、インセンティブを付与



RnI特許を活用したコストイノベーションによる、大規模化、データ範囲拡張

※2025年3月にデータ提供終了予定

※2024年1月より**5万s**で正式サービス開始
※2025年1月より**7万s**に拡大予定現SCI
50,000ss新SCI
70,000ss

顧客への新たな提供価値

1. サンプルサイズは7万ssへ拡大
2. CVSデータ捕捉率の向上
3. 調査対象品目の拡張
生鮮、惣菜、外食サービスデータを収集

調査協力者のベネフィット

データ収集方法をリニューアル！
スマートフォンアプリで簡単に入力でき、
対象者の入力負荷の軽減を実現

スマートフォンアプリによるレシート、バーコードの
スキャン方式を導入。購入ルートやレシート情報を自動で
識別することで、正確な全店個店レベルの捕捉が可能に。

レシートが無い場合はユーザーが手入力することで
全チャネルのカバレッジを担保。



データの価値化

データ活用の仕組化

新SCIとCODEを一体活用し、リサーチと広告・販促の一気通貫サービスを提供

【1】市場の把握と ターゲットプロファイリング

- ✓ SCIで市場構造やブランド顧客構造を把握し、マーケティングプランの立案を支援
- ✓ 生活者をより深く理解できるターゲットプロファイリングサービスを提供

【2】生活者と直接対話ができ、 顧客体験価値のインサイトを獲得

- ✓ 顧客企業が直接生活者と対話できるセルフリサーチサービスを提供
- ✓ CODEのロコミデータで顧客体験価値の可視化が可能に

【4】精度高くトレンドの変化を把握

- ✓ SCIで施策実施前後の市場構造変化を把握
- ✓ ブランド構造を紐解くKPI指標の設定やトラッキングを支援

【3】生活者の反応を見ながら マーケティング施策を調整

- ✓ ターゲット層へCODEで広告・販促施策の実施が可能
- ✓ ターゲット層の反応を購買履歴等で確認しながら、マーケティング施策の実行と改善を支援



CXマーケティングプラットフォーム
新提供ツール開発中

データの拡張

大規模 One to One 基盤

各小売とデータ連携し 連動施策を実現

小売IDPOS連携を進め、メーカーと小売での
価値創造的な店頭施策に貢献

各種メディアとID連携 連動施策を実現

メディアを通じたファン獲得・育成の施策
開発・効果向上に貢献

メーカー会員基盤と連携 顧客理解を支援

購買履歴や顧客特性を連携し、メーカー会員基
盤のユーザー理解を高めファン化施策を高度化

- 各業界のデータと連携し、購買行動履歴を踏まえた、
One to Oneコミュニケーションを実現

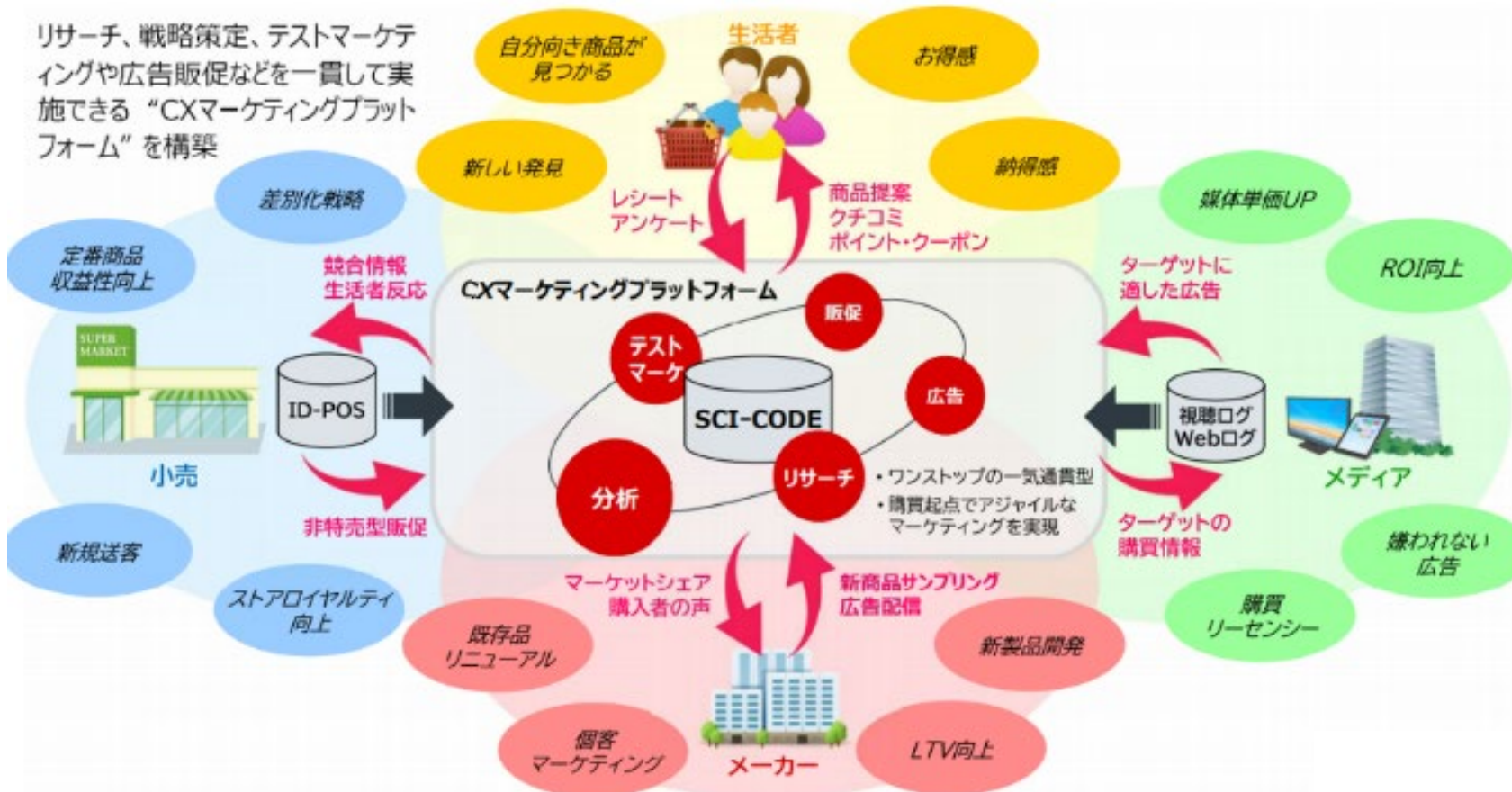
データ活用の仕組化

購買リーセンシーメディア化



- CODEアプリを買い物中に常に開いてくれる
「購買リーセンシーメディア」を創造

多くの顧客に共通するwantsのサービス化



事業のスケール化にむけて、本中計期間中も
データの拡張、データの価値化、データ活用の仕組化にかかわる投資を継続

環境 (Environment)

インテージグループは、気候変動による事業への影響に適応するとともに、電気使用量の削減をはじめ、労働環境の効率化や省エネの推進により、オフィスのCO2排出量を抑制し、あわせて紙の使用量削減やリサイクル、グリーン購入の推進など、企業活動に伴い発生する環境負荷の低減に取り組んでいます。また、気候変動がビジネスおよび社会全体に与える影響について、気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）に基づく取り組みを推進し、開示の充実化に努めます。

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)

社会 (Social)

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。

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

ガバナンス (Governance)

当社は2016年6月17日付で「コーポレートガバナンスに関する基本方針」を制定いたしました。本基本方針は、当社が、その企業理念である「THE INTAGE GROUPWAY」のもと、遵法精神にのっとり健全な事業活動を進めることを通じて企業価値の向上を実現していくために、コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方とその枠組み、運営に係る方針を示すことを目的としたものです。

社外取締役比率の向上を目指す

(監査等委員である取締役含む)

リスクマネジメントの徹底

コンプライアンスの順守

※2023年度からサステナビリティ委員会を設置

中長期目標に対して、何をできていけばよいかを定め、モニタリングと評価を毎年できる状態とする

Data + Technology 企業化にむけたアライアンスを加速

投資実績一覧 * 2023年8月現在26社に26.5億を出資

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

プラットフォーム

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

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

AI

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

画像・映像技術

MasterVisions(株)
 (株)ウェブレッジ
 株式会社EmbodyMe

生活

(株)エブリー
 meuron(株)

※その他3社は非公開

目的：先進的なテクノロジー及びサービスと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し、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、情報の収集チャネルとして効果を発揮することで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・イノベーションにCVCより出資、2021年5月にグループ入り。その他、国内外で多数のアライアンス実績あり

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



株式会社メンタルヘルステクノロジーズ（2022年3月東証マザーズ上場）
 事業内容：メンタルヘルスソリューション事業、メディカルキャリア支援事業、デジタルマーケティング事業を運営

目次



2023年6月期
業績

2030年に
向けて

第14次中期
経営計画

計数計画

第14次中計
2024年6月期

資本政策
その他

	第14次中期経営計画（3カ年）											
	2023年6月期（実績）			2024年6月期			2025年6月期			2026年6月期		
	実績	前年差	前年比	計画	前年差	前年比	計画	前年差	前年比	計画	前年差	前年比
売上（百万円）	61,387	1,154	101.9%	64,500	3,112	105%	68,800	4,300	107%	73,500	4,700	107%
営業利益（百万円）	3,785	△853	81.4%	4,000	214	106%	4,700	700	118%	6,000	1,300	128%
営業利益率	6.2%	△1.5%	—	6.2%	0.1%	—	6.8%	0.6%	—	8.2%	1.3%	—

計数のポイント

売上高

中計の3年間は連結全体で年間成長率（CAGR）を6%水準とし、安定的な成長を目指す

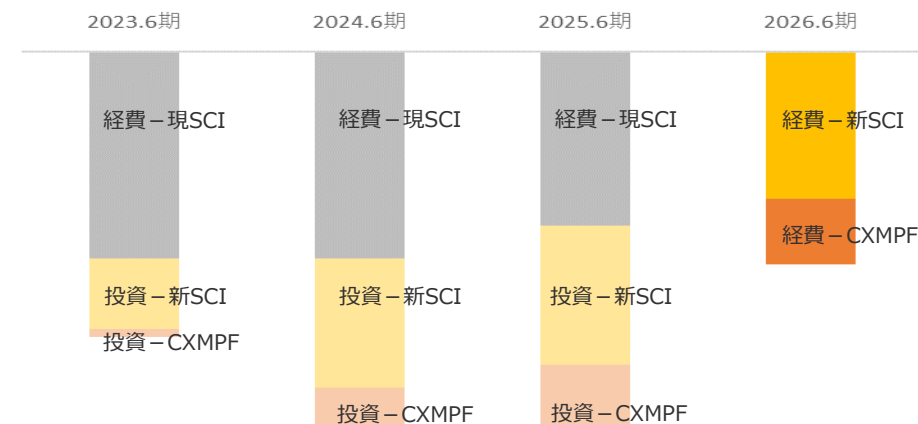
営業利益

利益改善は、各セグメントの売上増加および25年度は、SCI刷新によるコストイノベーションに加え新旧SCIのダブルランコストの解消により大幅改善を見込む

人件費

売上高増加比例および給与体系の見直しにより上昇を見込むが、販売価格の最適化、DX施策や自動化等による生産性の向上により売上構成比は最終年度に低減を見込む

投資影響による利益改善イメージ



マーケティング支援（消費財・サービス）

取り組み：国内は既存事業の伸長を目指し効率化・自動化にも注力。データの活用や仕組み化の取組みを進め、様々な顧客に共通する課題の解決と意思決定支援のサービス化を目指す。SCIは中計期間中にリニューアル完了、CXマーケティングプラットフォームは確立に向けて今後も投資を継続
海外事業はGFL（※）との連携等によるマーケティング/営業体制の強化を実施し、成長を加速

マーケティング支援（ヘルスケア）

取り組み：デジタル投資やデータサイエンス事業の注力および選択と集中に基づく変革に向けた取組みを実施、加えて21年度の人材の教育強化とリソース再配置の狙いを22年度の営業対応力の強化と確実に連環させ、成果に結びつけていく

ビジネスインテリジェンス

取り組み：13次中計期間での想定通りコロナ影響は22年度に底打ちし回復基調、SI受注残を一定程度確保。データエンジニアリング力やサイエンス力といった強みを活かし、MI系との連携案件含め、顧客のDXにむけたデータ共通基盤構築や活用の仕組み化などのDXニーズを捉え、あらためて成長を加速させる

グループ全体

取り組み：13次中計で確認した連携にあたっての課題への対応および生産性向上に向けたTechnologyの早期活用並びにグループ事業会社が掴んだ領域拡張機会の具現化に向け、グループ共創センター・R&D・CVCといった組織との連携促進などグループ横断の体制を強化する。安定的な財務基盤に基づく資本政策ならびにサステナビリティも強化

※GFL：Global Future Lab”の略（p22ご参照）

新SCIおよびCXマーケティングプラットフォームの投資を継続しながら**増収増益**を計画。前年はIAH※に係る税効果会計の影響により税金費用が減少していたこともあり最終利益は減益

(百万円)

		23/6期実績	24/6期予想	前年差	対前期比
2Q	売上高	29,960	31,000	+1,039	+3.5%
	営業利益	1,976	2,000	+23	+1.2%
	経常利益	2,213	2,250	+36	+1.7%
	親会社 株主利益	1,651	1,500	△151	△9.2%
		23/6期実績	24/6期予想	前年差	対前期比
通期	売上高	61,387	64,500	+3,112	+5.1%
	営業利益	3,785	4,000	+214	+5.7%
	経常利益	4,073	4,300	+226	+5.6%
	親会社 株主利益	3,505	3,000	△505	△14.4%

※IAH（英徳知亞州控股有限公司）は、中国及び東南アジア地域における市場調査会社の持分所有を目的とした特別目的会社で2023年1月に清算について取締役会決議

2024年6月期セグメント別の業績予想

消費財メーカーを中心に市況環境の復調を見込み、パネル調査やビジネスインテリジェンスにおける売上増加が見込まれること、ヘルスケアも製造体制強化と営業体制強化を連環させ復調を見込み、全セグメントで増収増益の計画

(百万円)

		23/6期実績	24/6期予想	前年差	対前期比
連結	売上高	61,387	64,500	+3,112	+5.1%
	営業利益	3,785	4,000	+214	+5.7%
マーケティング支援 (消費財・サービス)	売上高	40,117	41,800	+1,683	+4.2%
	営業利益	1,562	1,700	+138	+8.8%
マーケティング支援 (ヘルスケア)	売上高	14,081	15,000	+919	+6.5%
	営業利益	1,786	1,900	+114	+6.4%
ビジネス インテリジェンス	売上高	7,081	7,700	+619	+8.7%
	営業利益	359	400	+41	+11.4%

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。

目次



2023年6月期
業績

2030年に
向けて

第14次中期
経営計画

計数計画

第14次中計
2024年6月期

資本政策
その他

利益配分に関する基本方針 * 下線が変更箇所

従前

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。

今後

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、第14次中計期間の配当は累進的とし、最終年度の2026年6月期の連結配当性向は50%を目指し、ROE(自己資本利益率)は12%を目標にしております。

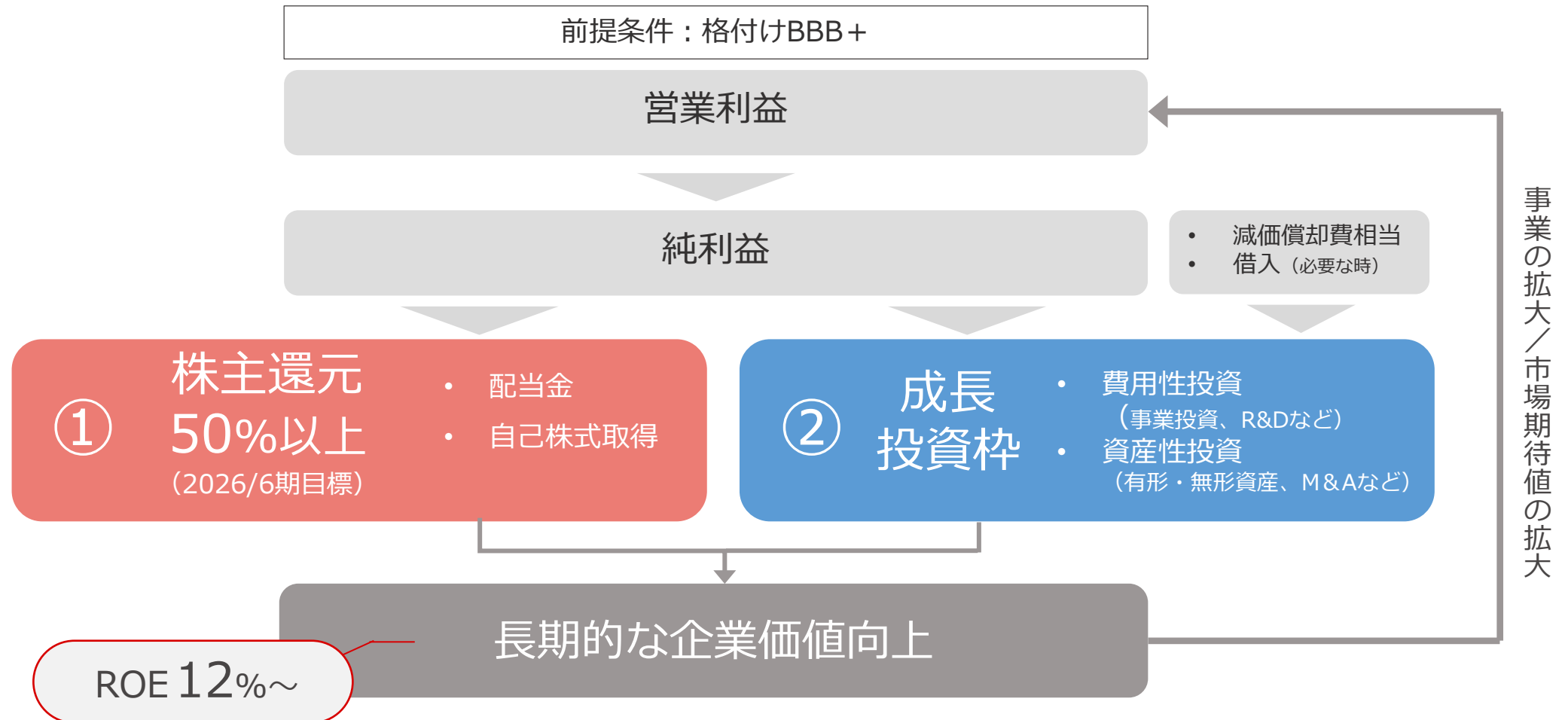
また、自己株式の取得につきましても、機動的に対応し、資本効率の向上を図ってまいります。

Point

- ・ 配当性向の引上げ（従前40%⇒2026/6期 50%）
- ・ ROE(自己資本利益率) 12%（DOEの目標値は削除）

資本政策について（一部変更）

資本効率を重視し、最終利益を全額「株主還元」と「成長投資」に振り向ける

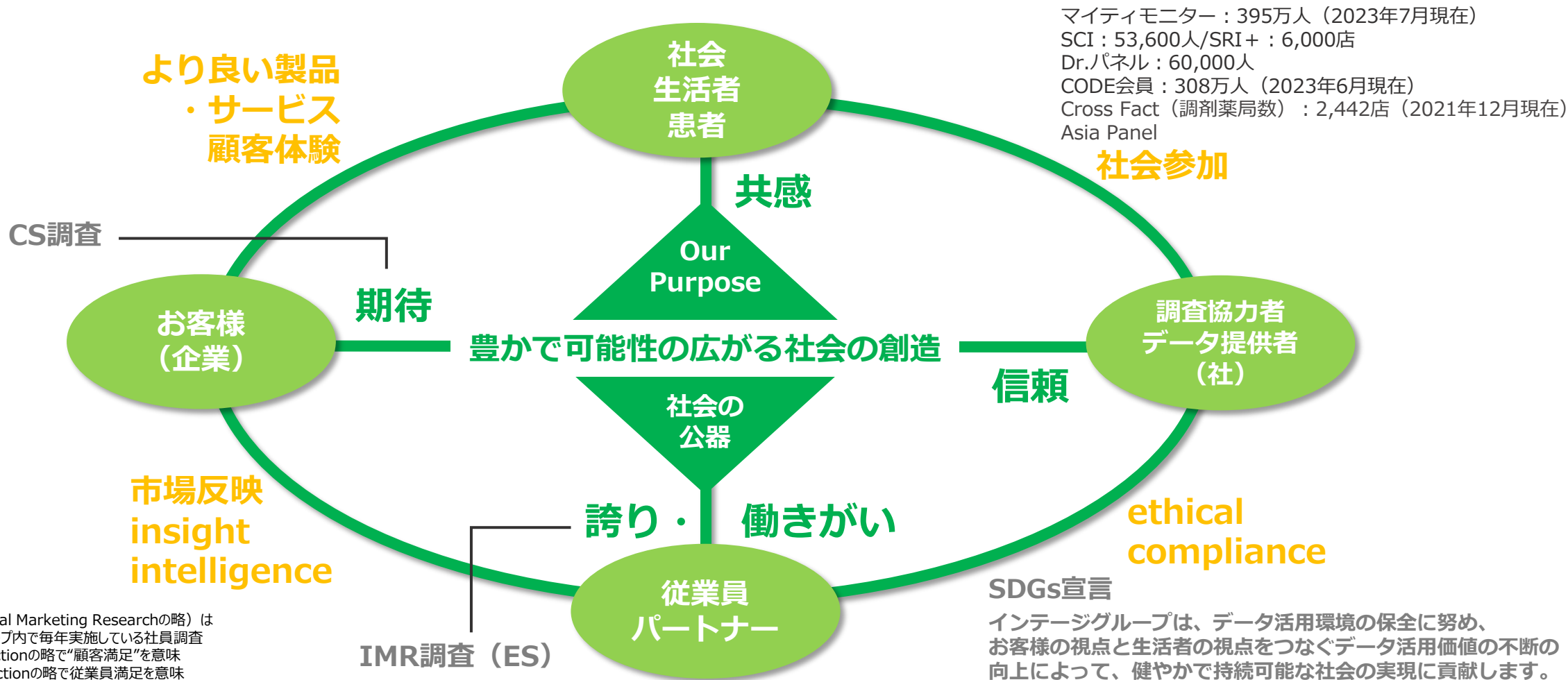


利益配分に関する基本方針をもとに、2023年6月期の最終益を踏まえ42円と増配決定
2024年6月期も43円として**増配を継続**

	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）（%）
2020年6月期 （15か月分）	41.99	30.00 （12か月換算：24.00）	71.4	3.1
2021年6月期	84.40	35.00	41.5	4.3
2022年6月期	86.31	38.00	44.0	4.8
2023年6月期	91.21	42.00	46.0	5.3
2024年6月期 （予定）	78.80	43.00	54.6	5.2

非財務価値の具体的内容開示に向けたプロジェクト発足

社会の公器への共感、信頼、働きがい・誇り、期待



IMR調査：IMR（Internal Marketing Researchの略）は
インテージグループ内で毎年実施している社員調査
CS：Customer satisfactionの略で“顧客満足”を意味
ES：Employee Satisfactionの略で従業員満足を意味

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



appendix

四半期ごとの商品別売上高

		1Q			2Q (累計)			2Q (単体)		
単位：百万円		21年6月期	22年6月期	23年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期
C G & S	パネル	3,244	3,355	3,427	6,693	7,007	7,139	3,449	3,652	3,712
	CR-WEB	1,516	1,788	1,860	3,554	4,091	4,290	2,038	2,303	2,430
	CR-WEB以外	909	951	977	1,907	2,050	2,047	998	1,099	1,070
	Co	570	631	713	1,266	1,330	1,377	696	699	664
	海外	887	1,043	1,359	1,844	2,128	2,796	957	1,085	1,437
	その他	563	845	839	1,014	1,558	1,589	451	713	750
H C	パネル	870	859	848	1,855	1,821	1,824	985	962	976
	CR	1,035	1,030	914	2,546	2,435	2,247	1,511	1,405	1,333
	CRO	749	794	855	1,563	1,662	1,749	814	868	894
	プロモーション	525	608	491	1,189	1,251	1,125	664	643	634
	その他	105	171	177	201	336	352	96	165	175
B I	SI	634	814	709	1,333	1,606	1,471	698	792	762
	BPO・保守運用	733	549	504	1,603	1,054	1,032	870	505	528
	DX	368	361	437	755	798	917	387	437	479

※BIセグメントの区分けは23年6月期から採用した分野別売上によっており、21年6月期および22年6月期は新しい区分けに従って遡及修正した数値を記載しております。

※23年6月期の本決算より、BIセグメントの区分方法の一部を変更しており、それに伴って全ての期間の売上を遡及修正した数値を記載しております。

四半期ごとの商品別売上高

単位：百万円		3Q (累計)			3Q (単体)			4Q (累計)			4Q (単体)		
		21年6月期	22年6月期	23年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期	21年6月期	22年6月期	23年6月期
C G & S	パネル	10,262	10,653	10,830	3,569	3,646	3,691	13,741	14,269	14,561	3,479	3,616	3,731
	CR-WEB	5,947	6,600	6,683	2,393	2,509	2,393	7,571	8,148	8,321	1,624	1,548	1,638
	CR-WEB以外	3,167	3,402	3,471	1,260	1,352	1,424	3,730	4,103	4,358	563	701	887
	Co	1,999	2,104	2,040	733	774	663	2,671	2,794	2,713	672	690	673
	海外	2,983	3,566	4,385	1,139	1,438	1,589	3,991	4,574	5,355	1,008	1,008	970
	その他	3,405	3,934	4,000	2,391	2,376	2,411	3,865	4,611	4,842	460	677	842
H C	パネル	2,808	2,712	2,732	953	891	908	3,660	3,578	3,620	852	866	888
	CR	3,881	3,663	3,422	1,335	1,228	1,175	4,670	4,507	4,422	789	844	1,000
	CRO	2,691	2,603	2,572	1,128	941	823	3,575	3,438	3,180	884	835	608
	プロモーション	1,875	1,924	1,721	686	673	596	2,389	2,438	2,276	514	514	555
	その他	338	470	506	137	134	154	418	589	654	80	119	148
B I	SI	2,010	2,486	2,415	677	880	943	2,573	3,235	3,054	563	749	639
	BPO・保守運用	2,587	1,627	1,668	984	573	635	3,168	2,221	2,148	581	594	480
	DX	1,163	1,271	1,438	408	473	521	1,531	1,721	1,879	368	451	441

※BIセグメントの区分けは23年6月期から採用した分野別売上によっており、21年6月期および22年6月期は新しい区分けに従って遡及修正した数値を記載しております。

※23年6月期の本決算より、BIセグメントの区分方法の一部を変更しており、それに伴って全ての期間の売上を遡及修正した数値を記載しております。