

機関投資家・アナリスト様向け決算説明会

2023年6月期 第2四半期決算説明資料

株式会社インテージホールディングス

証券コード：4326

2023年2月9日

上期は増収減益、消費財サービスおよびヘルスケアにおける市況環境の厳しさを
受け、売上・利益ともに予測値を下回る結果に

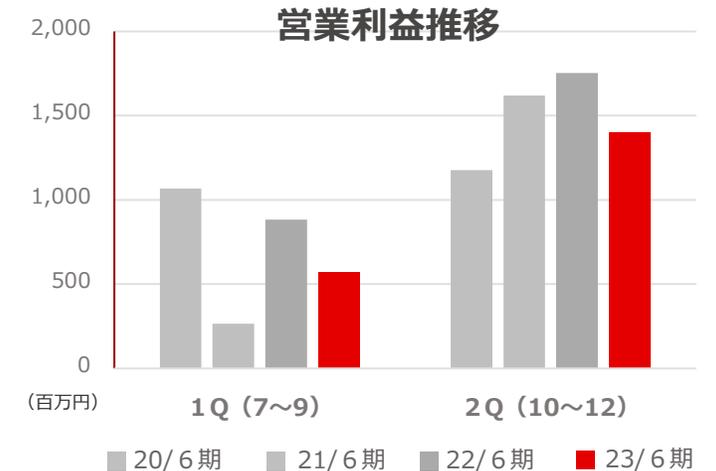
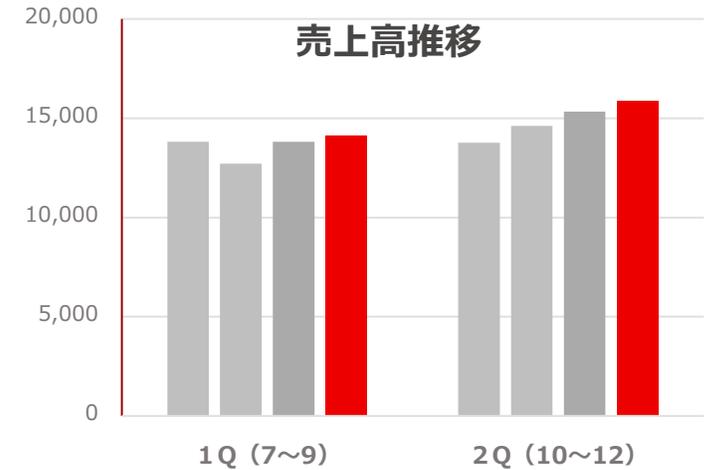
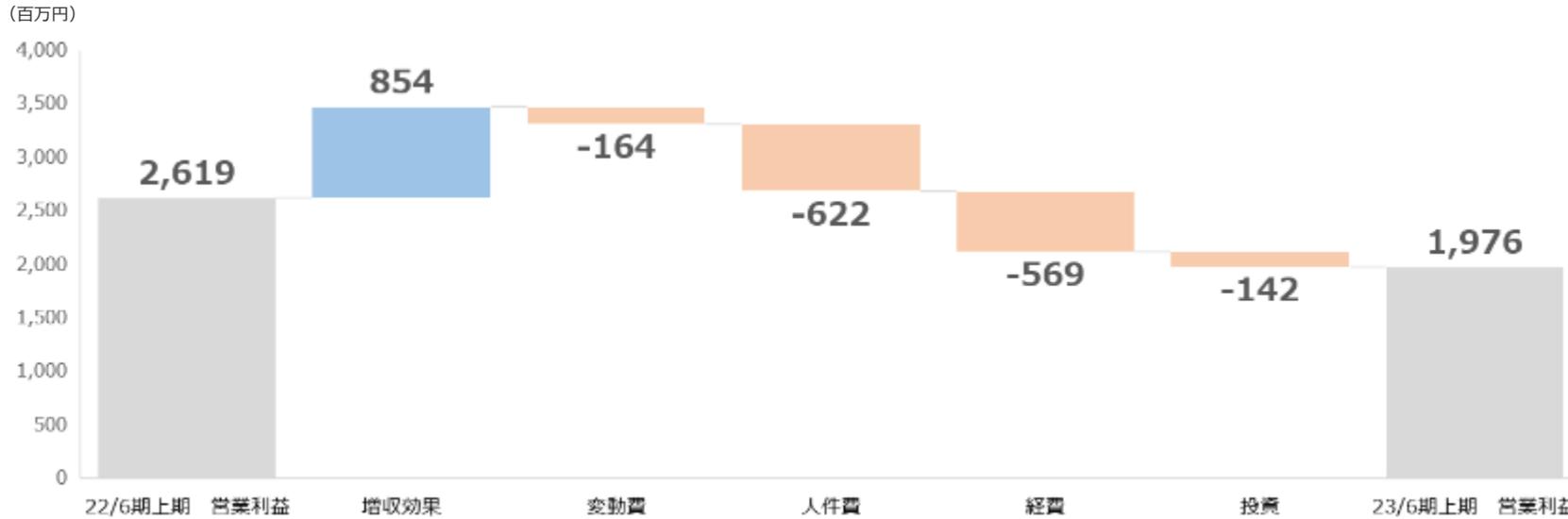
連結損益計算書

(百万円)

	21/12実績	22/12実績	前年比 (%)	増減額	22/8予想	対予想比 (%)
売上高	29,131	29,960	+2.8	+829	31,000	△3.4
営業利益	2,619	1,976	△24.6	△643	2,700	△26.8
経常利益	2,701	2,213	△18.1	△488	2,900	△23.7
親会社 株主利益	1,980	1,651	△16.6	△329	2,100	△21.4
E P S (円)	49.74	42.56	-	△7.18	53.51	-
R O E (%)	6.6	5.6	-	△1.1	-	-

※22/6月期は期末に企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、21/12実績値については当該見直しが反映された後の金額によっております。

パネル調査やCRおよび海外の売上増加に伴う利益貢献の一方、売上拡大を見込んだ体制強化に伴う人件費・経費増および領域拡大を目指した投資の増加



主な減益要因 (計画外含む)

- ・売上が計画を下回り、商品構成も計画ズレが発生
- ・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)
- ・前年のコロナ要因による投資実績進捗の反動 (投資)

投資進捗

- ・CXMPFおよびSCIリニューアル (年間約6.5億予定)
上期実績：約2.8億 おおむね進捗通り費消
- ・サービス開発やシステム導入等 (年間約1億予定)
上期実績：約0.14億 事業状況を勘案し計画下振れ

(百万円)

連結貸借対照表要旨	22/6	22/12	増減	摘要
流動資産	27,612	27,564	△47	売掛金や仕掛品が増加したものの、現金及び預金の減少により減少
固定資産	18,020	17,593	△427	主に投資有価証券の減少により減少
資産合計	45,633	45,158	△475	
流動負債	12,535	13,824	+1,288	主にコミット借入金の増加により増加
固定負債	2,274	2,193	△81	主に退職給付に係る負債やリース債務の減少により減少
負債合計	14,810	16,017	+1,207	
純資産合計	30,823	29,140	△1,682	配当金の支払、自己株式の取得により減少
負債純資産合計	45,633	45,158	△475	

連結キャッシュ・フロー計算書要旨	22/12
営業キャッシュ・フロー	△1,622
投資キャッシュ・フロー	△93
財務キャッシュ・フロー	△1,828
現金及び現金同等物に係る換算差額	314
現金及び現金同等物の増減額	△3,230
現金及び現金同等物の期首残高	14,277
現金及び現金同等物の期末残高	11,046

営業活動によるキャッシュ・フロー

前年に比べ税金の納付額が減少したことにより前年比915百万の支出減少。その他の営業CFはほぼ前年並みで、結果1,622百万円の純支出

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資有価証券の取得による支出、投資有価証券の売却収入の増加等により93百万円の純支出

財務活動によるキャッシュ・フロー

自己株式の取得、配当金の支払等により1,828百万円の純支出



原材料費の急激な高騰がメイン顧客である消費財メーカーを直撃
消費財メーカー・小売業ともに価格戦略が最大かつ最優先の課題へ

業績 マイナス影響

リサーチ予算の引き締め、価格戦略以外のリサーチニーズや商談が一時的に停滞

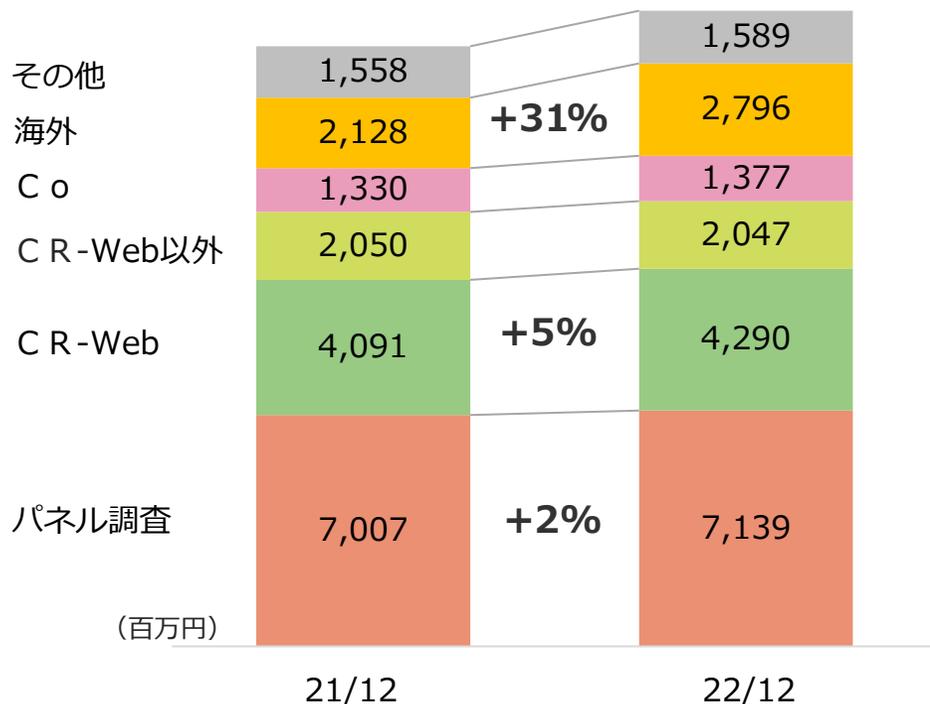
- ・リサーチ予算の引き締め
特にパネル調査は予算引き締め等の影響を受け、商品MIXが期初計画と乖離
- ・メーカーの新商品開発数の減少によるリサーチニーズの一時的停滞
- ・価格戦略以外のマーケティング課題に対するリサーチニーズの一時的停滞
- ・小売販促、広告領域に関する商談機会が一時的に停滞し新規サービスが低迷

業績 プラス影響

グローバルを始めとした生活者変化を捉えたリサーチ機会・チャンスは増加

値上げに関する 案件の増加	飲料メーカー : 価格テーマの相談が増加。値上げによる購買行動変化や過去を元にした酒税改正に関する行動変化予測など 食品メーカー : 市況不確実性を受けた成長市場の模索、既存商品のSTP分析など 日用雑貨メーカー : 値上げによる消費者の購買行動の変化の把握、カテゴリを跨いだ生活者視点での購買行動の変化
国内顧客における グローバル案件の増加	日用雑貨メーカー : グローバル戦略の再構築 食品メーカー : グローバル進出に向けた生活者理解 化粧品メーカー : 日本発信のグローバルブランド育成や海外でのブランド育成
海外子会社が活況	<ul style="list-style-type: none"> ・アジア各国でのスマートフォンのモニターを使用したリサーチを運営するdataSpring社の業績が好調を維持 ・INTAGE USA Inc.においてカークリニックの調査などが活況

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)

	21/12期	22/12期	前年同期比	営業利益率
売上高	18,167	19,241	+5.9%	
営業利益	1,140	639	△43.9%	3.3%

<決算のポイント>

- ・ パネル調査、カスタムリサーチ事業が伸長も、消費財メーカーを中心とした予算圧縮およびリサーチニーズ停滞の影響を受け計画を下回る
- ・ CODEを提供する(株)リサーチ・アンド・イノベーションは順調に推移
- ・ 海外事業は、子会社の(株)データスプリング等アジア各国の売上が対計画、対前年を上回り堅調に推移
- ・ 投資活動は、CXマーケティングプラットフォームの確立、新SCIのリリースに向けて計画通り進捗
- ・ 利益は主力事業の成長が見込みを下回ったこと、前年度の投資・経費執行遅れの反動による影響を受けたこと、新SCIを中心とした投資が拡大・本格化したことにより減益

※前期末に金額企業結合に係る暫定的な会計処理の確定（リサーチ・アンド・イノベーションのPPA（暫定的な会計処理の確定による取得原価の当初配分額の重要な見直し））を行っており、前期分は当該見直しが反映された後の金額によっております。営業利益が1,155から1,140（△15）に修正されています。©INTAGE GROUP



製薬企業の業績はまだら模様、外資の一部では円安影響を受け
国内では新薬上市の減少が続く

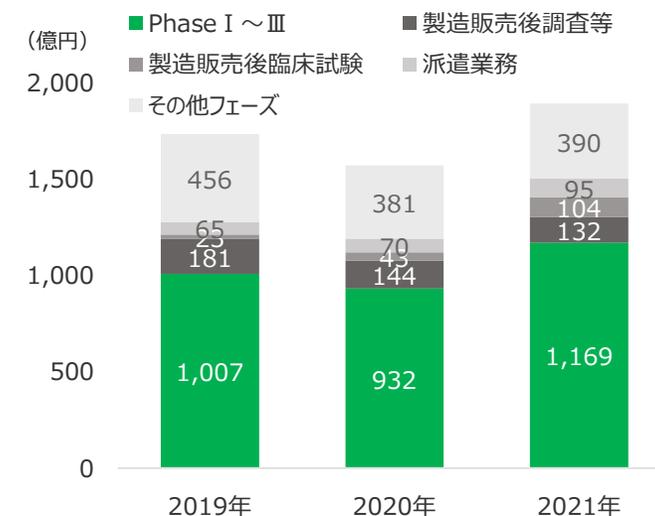
当社業績にも影響を及ぼしている

- ・前年の体制変更による影響も受け、リサーチ事業におけるCRは案件獲得のスピードが鈍化
 - ・CROはGCP（※）の市況が上向いており（下右図）、当社では上期に大型案件を獲得
- ・新薬上市やガイドライン減少の影響が響き、プロモーションおよびエデュケーションは苦戦が続く

活動状況

サービス開発や営業活動や製造体制の強化が一部成果に

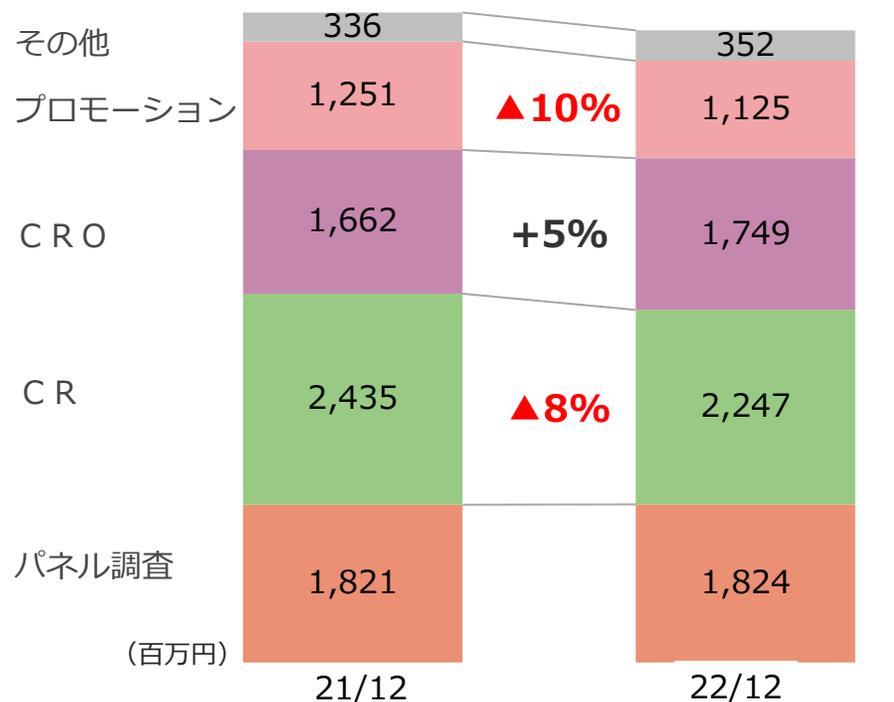
<h4>製造体制の強化</h4>	昨年の人材育成およびリスクリングなどの体制変更の効果が表れるまでに時間を要しているが、製薬企業のリサーチニーズは上向くと予想しており、製造体制やキャパシティのコントロールや改善と合わせ積極的な営業活動と他社との差別化をはかり顧客リレーション強化に取り組んでいる
<h4>Cross Fact</h4>	(株)インテージリアルワールドの統合医療データベース“Cross Fact”はリニューアル後もシステム改良等を断続的に実施し顧客評価が高まる



※GCP：医薬品の臨床試験の実施基準に関する省令。ここでは臨床試験の実施支援事業を指す。

一般社団法人 日本CRO協会 『2021年報告書』
“医薬品開発関連業務のフェーズ別売上高”の推移から当社作成

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**：製薬企業・医療機器メーカー等向けのカスタムリサーチ
- **パネル調査**：SRI+、Impact Track、処方箋DBなど

減収減益

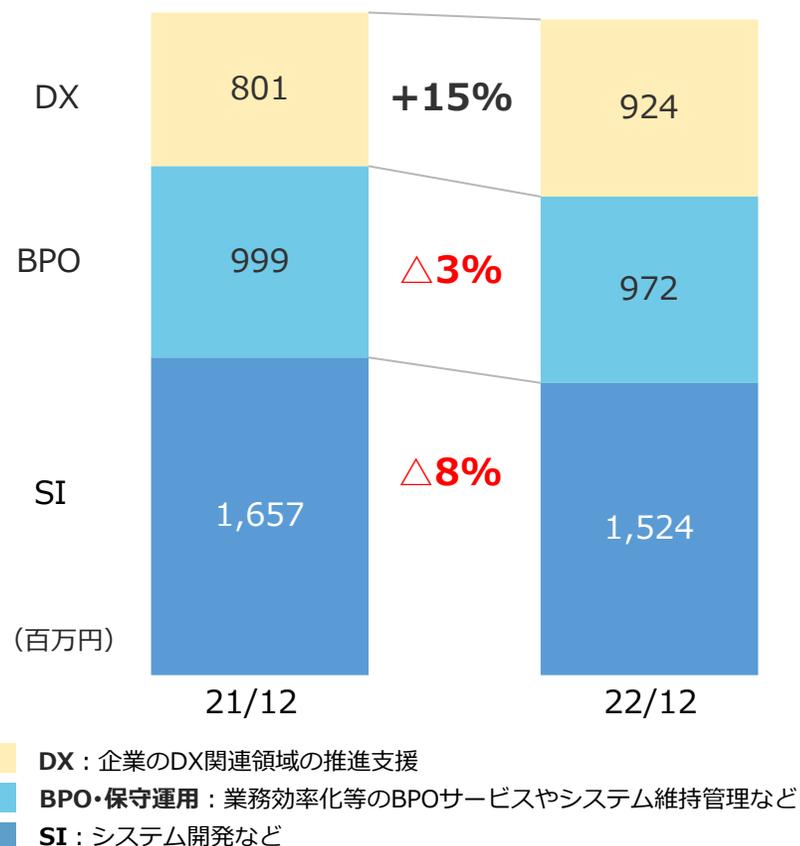
(百万円)

	21/12期	22/12期	前年同期比	営業利益率
売上高	7,506	7,298	△2.8%	
営業利益	1,304	1,116	△14.4%	15.3%

<決算のポイント>

- (株)インテージヘルスケアにおいて、主力事業であるリサーチ事業が前年度の体制変更に伴う一部案件抑制からの回復に遅れが生じ、前年を下回る水準で推移
- カスタムリサーチのグローバル案件は好調
- CRO（医薬品開発業務受託機関）の製造販売後調査は、事業全体の抜本的な改善により、売上が前年を上回り、収益性も改善
- (株)協和企画においては新薬上市案件減少の影響もあり、プロモーション事業・エデュケーション事業ともに低調に推移
- 利益面は、CROが前年を上回るも、リサーチ事業の売上減少の影響で減益

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、
 製菓企業の 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

減収増益

(百万円)

	21/12期	22/12期	前年同期比	営業利益率
売上高	3,457	3,420	△1.1%	
営業利益	174	220	+26.4%	6.4%

<決算のポイント>

DX案件の推進および堅調な内部売上によって稼働率が向上

- ・(株)インテージテクノスフィアにおいて、コロナ影響を受けていた既存業界向けソリューションの売上が引き続き前年を下回るものの、回復の兆しが見られる
- ・DX支援領域の案件獲得は堅調に推移
デジタルシフトへの環境変化を捉え、お客様のDXニーズに応えるため「DX共創センター」を設立し、DX分野での拡販を推進
- ・(株)ビルドシステムとエヌ・エス・ケイ(株)は前年を上回る水準を維持
- ・利益面については、外部売上の減少はあるが、堅調な内部売上によって稼働率が向上し増益となっている

データクラウド企業であるSnowflake社との連携による お客様企業のデータ活用の支援事例が増加



インテージグループの提供価値



インテージテクノスフィア

データ活用への理解とデータエンジニアリング力、
Snowflake社との共創実績



インテージ

信頼性の高いPOSデータ所有に基づく
POSクレンジング技術

DX支援事例

顧客：製薬メーカーなど

マーケティングデータを始めとする自社の様々なビジネスデータをSnowflakeをデータ基盤として採用するにあたってのpocから実際の構築までをインテージテクノスフィアが支援

顧客：食品メーカーなど

大量のPOSデータを収集・統合・活用する基盤としてSnowflakeを採用する取り組みにおいて、インテージが企画提案により構築を支援

サービスリリース

2022年10月からインテージの商品情報データベースと店舗情報データベース「i-Store DB®」を「Snowflake マーケットプレイス」にデータ連携開始する取り組みがスタート https://www.intage.co.jp/news_events/news/2022/20221024.html

今後の展開

構築したデータ活用基盤の上部サービスレイヤー領域への拡張を志向



**今後の成長戦略
トピックス
業績予想**

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

当社の強みを活かし、コア事業のアセットを活用しながら

「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

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

+

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**

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!! デジポード
定番長

※『定番長』はβ版



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の売上は引き続き計画を上回る
インテージ顧客で提供価値の磨き込み進む

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

RnI技術を活用した新SCI稼働
5万ss データ収集を開始

進捗

SCIとCODEの連携活用デザイン
新SCI-CODE as CX FIELD（仮称）発表

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**

- クイックリサーチサービスが好調
 - 購買履歴に基づいた調査対象者選定に価値
 - 買いログTalk (セルフインタビュー)、買いログQA (クイックリサーチ) の顧客評価が高く前年2倍以上の成長
- インテージ顧客への展開と活用が寄与
 - 利用顧客の評価フィードバックから提供価値を磨き込み
 - 顧客数拡大からリピート受注へのシフト



買いログTalk、買いログQAとは？



- ✓ マーケッターが直接購買者と会話ができる
買いログTalk



- ✓ マーケッターが直接購買者に素早く簡単にアンケート可能な買いログQA



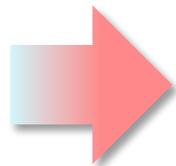
新SCIのリリースをお客様にご案内

※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

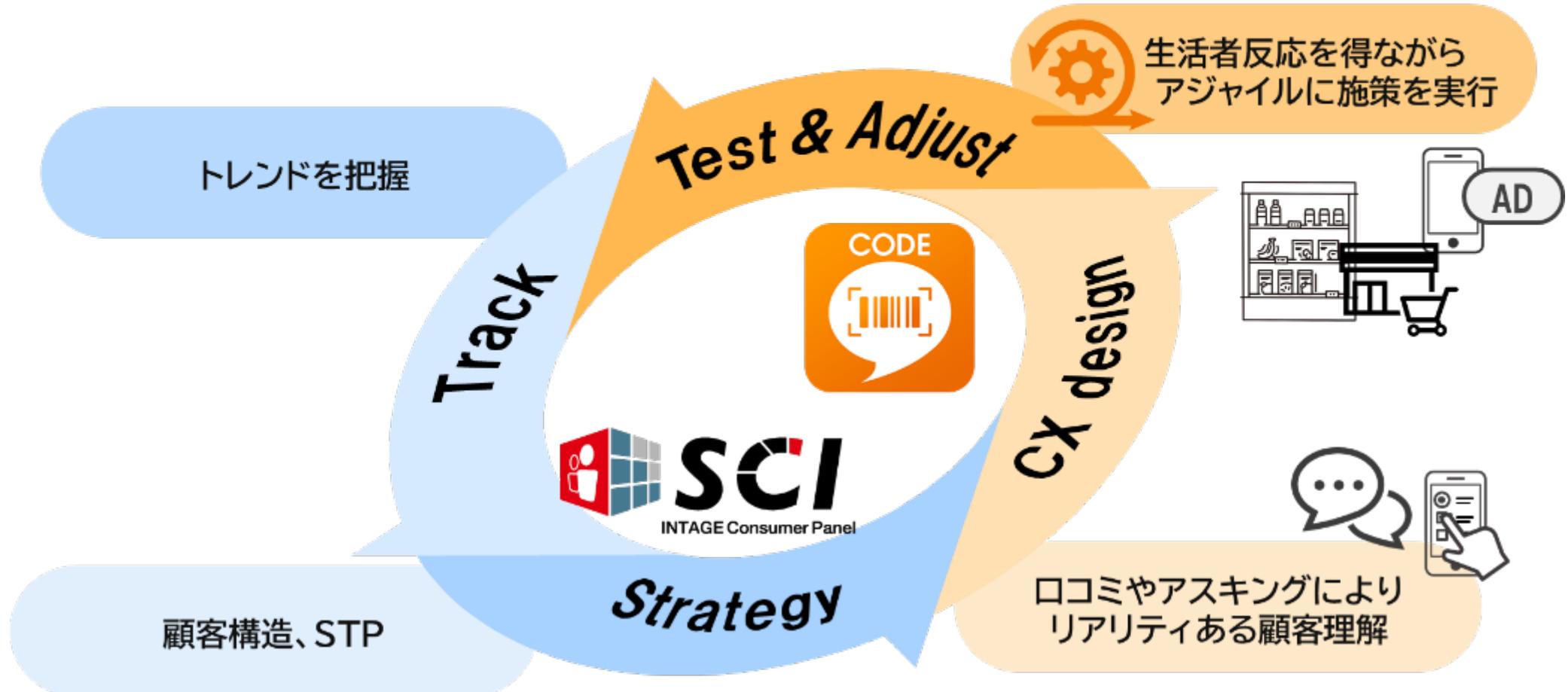
スマートフォンアプリによるレシート、バーコードの
スキャン方式を導入。購入ルートやレシート情報を自動で
識別することで、正確な全店個店レベルの捕捉が可能に。

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。

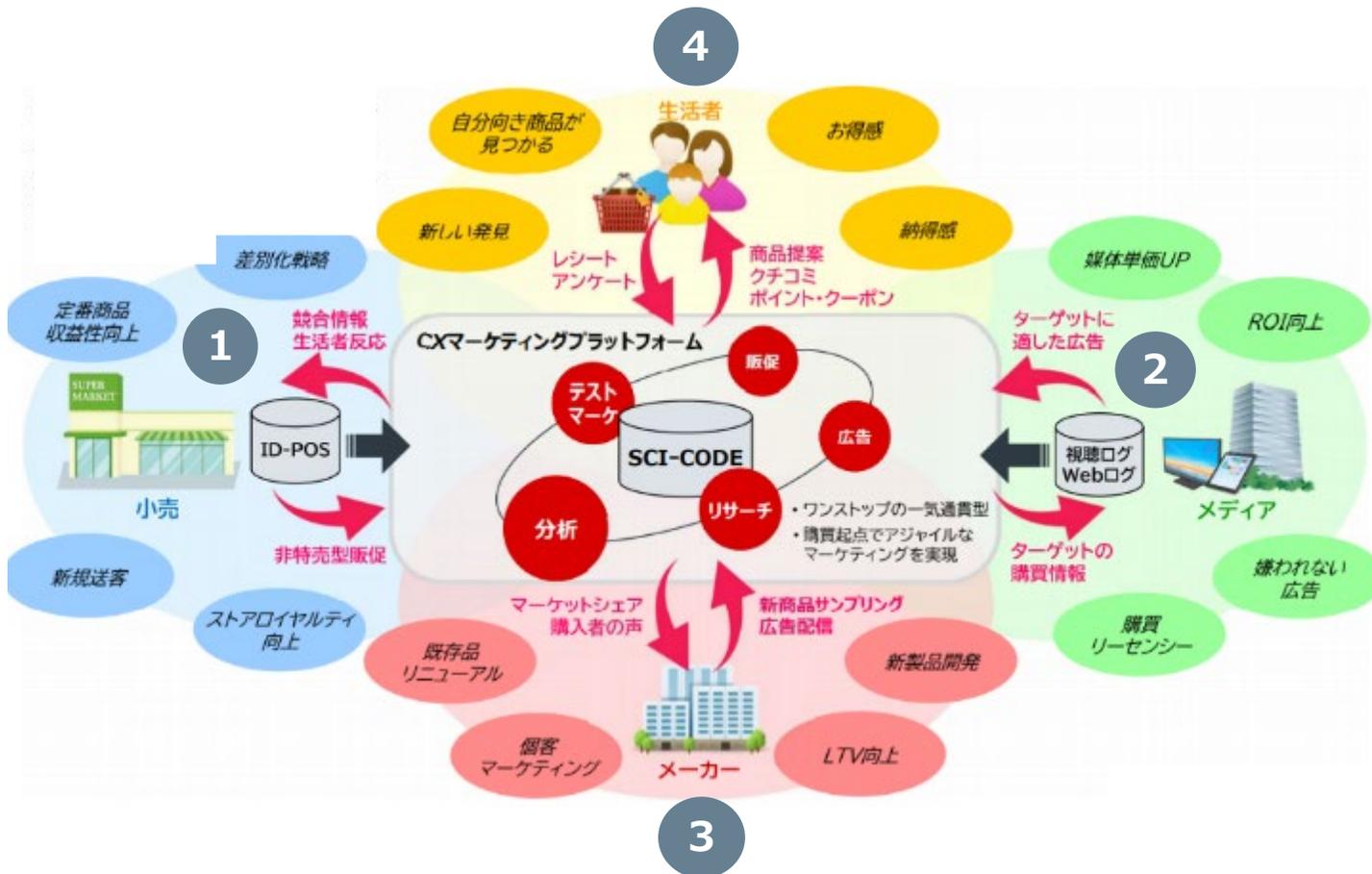


新SCI-CODE as CX FIELD(仮称)

SCIとCODEの連携活用で、顧客マーケティングPDCAに寄り添う



デジタル化した現代マーケティングの本質を見失うことなく 生活者・顧客にとって価値ある体験の創造とファンづくりを目指す



1 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

2 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

3 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

4 CODEアプリに投資 メディアカを強化

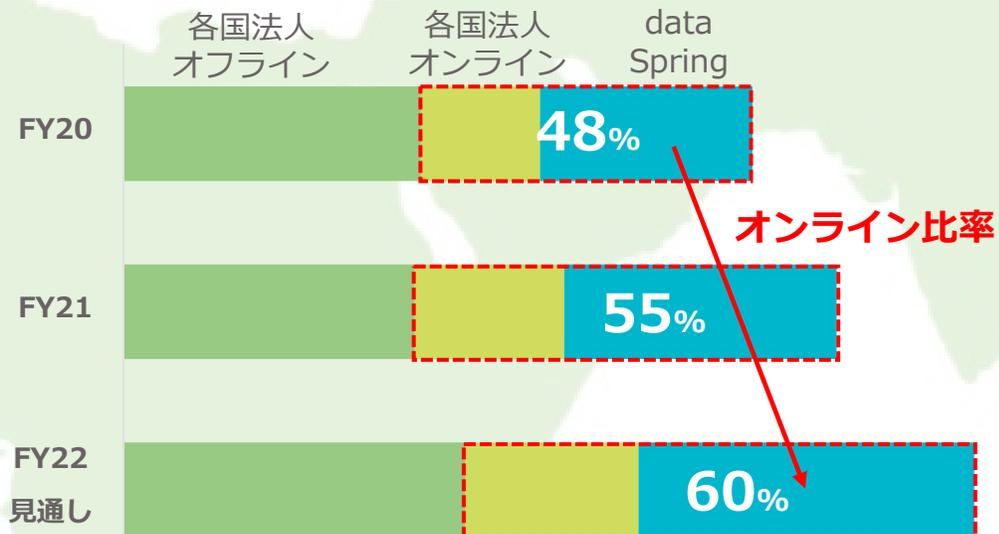
会員数の拡張で大規模化、生活者理解の解像度向上、アプリを通じた販促広告の影響向上

海外各国法人とdataSpring社の連携により、**オンラインシフト**を更に加速

現時点の海外拠点（CSG香港株式譲渡後）

- ・中国 ・タイ ・ベトナム ・インド
- ・シンガポール ・インドネシア ・米国
- ・韓国 ・フィリピン

海外CR（カスタムリサーチ）のオンライン比率



dSの状況



- ・業績好調で海外事業をけん引
- ・アジア各国でAPI（Application Programming Interface）ツール提供会社との連携強化等によりモニター数が順調に拡大
- ・営業強化によってメインの顧客である調査会社のうち、特に北米とEUにおける売上が伸長
- ・グループ内での外販オンラインリサーチとしての活用も更に進展
- ・アジアをベースとする各拠点は不安定な為替の影響を受け、また、世界的な景気後退の流れを受ける欧米系顧客の動向が不安要素

中国の事業展開の地理的拡大、アジアにおける事業展開のハブ機能の役割を狙い2013年に子会社化した香港の事業会社について、近年の市場環境の急激な変化を勘案し香港からの撤退を決定

連結子会社2社の異動

香港におけるマーケティングリサーチ事業を営む CONSUMER SEARCH HONG KONG LIMITED (以下「CSG香港」)	————→	現在の董事長に株式譲渡
特別目的会社 英徳知亞州控股有限公司 (以下「IAH」)	————→	清算を実施

今後のアジア展開について

- ✓ 巨大な中国市場への事業展開は英徳知市場諮詢（上海）有限公司を中心に推進
- ✓ アジアにおける事業展開の役割を日本の本社へ移管
- ✓ 第13次中期経営計画で推進しているモバイルシフトの強化を継続

2023年6月期第3四半期連結決算への影響（金額は直近決算からの見込額）

CSG香港	CSG香港株式売却益	+ 30百万円
	CSG香港向け貸付金に関する貸倒引当金繰入	△280百万円
IAH	IAHに対する投資に係る将来減算一時差異について、繰延税金資産を計上し同額法人税等調整額を計上	+ 680百万円
合計		+ 430百万円

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 * 2023年1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)

画像・映像技術

MasterVisions(株)
 (株)ウェブレッジ

生活

(株)エプリー
 meuron(株)

株式会社EmbodyMe

※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

主として2Q業績結果等を勘案し、通期の業績予想を修正するも
下期に向け各種の**取組みと経費マネジメントの強化徹底により挽回を図る**

単位：百万円		23/6期予想 (修正前)	23/6期予想 (修正後)	増減額	増減率	(参考) 前期
連結	売上高	64,000	63,300	△700	△1.1%	60,232
	営業利益	5,200	4,650	△550	△10.6%	4,649
	経常利益	5,600	5,000	△600	△10.7%	4,952
	親会社 株主利益	4,000	4,000	±0	—	3,418
マーケティング支援 (消費財・サービス)	売上高	41,300	41,000	△300	△0.7%	38,503
	営業利益	2,500	2,050	△450	△18.0%	2,300
マーケティング支援 (ヘルスケア)	売上高	15,300	14,900	△400	△2.6%	14,552
	営業利益	2,400	2,300	△100	△4.2%	2,197
ビジネス インテリジェンス	売上高	7,400	7,400	±0	—	7,177
	営業利益	300	300	±0	—	151

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。

下期について

マーケティング支援（消費財&サービス）：3月の繁忙期に向けた好調領域の案件獲得のアクション強化と計画費用のマネジメント強化を実施。ただし、投資は新SCIのスタートに向け予定通り進捗させる

マーケティング支援（ヘルスケア）：安定的な製造体制の確立に向けた取り組みを強化するとともに、顧客との更なるリレーションおよび案件獲得のアクション強化により回復を目指す

年間予想の修正理由

売上：2Qまでの予想値との乖離、CSG香港の株式譲渡影響及び現時点での受注案件並びに新規案件の創出状況などを勘案して修正

営業利益・経常利益：上期の売上および下期計画費用のマネジメント強化を加味し修正

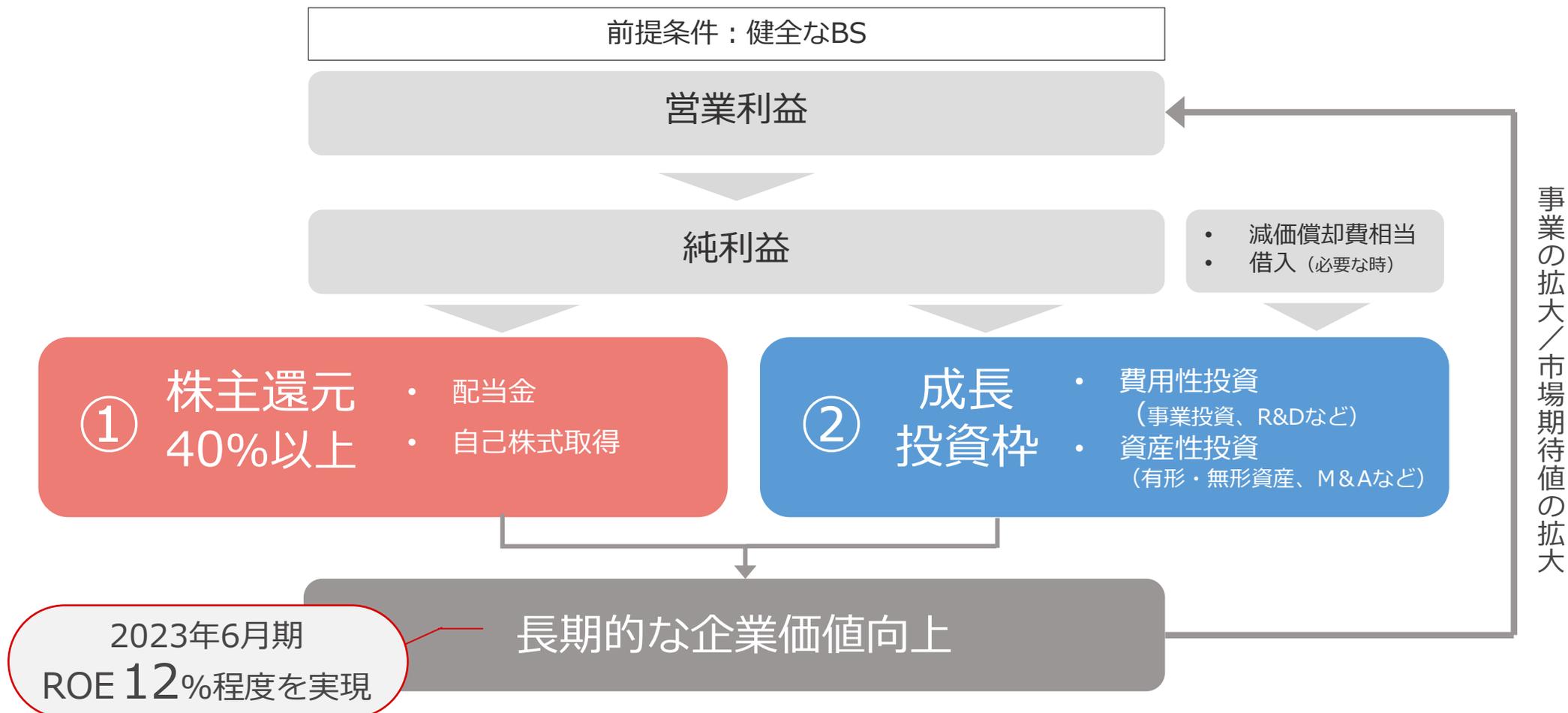
最終利益：CSG香港の株式譲渡および特別目的会社の清算による繰延税金資産の計上により利益増加を見込み修正なし

(百万円)

上期 (2022/7~2022/12)						下期 (2023/1~2023/6) ※					
	23/6期 2Q (予想値)	23/6期 2Q (実績値)	増減額	前年	前年差		23/6期 (修正前)	23/6期 (修正後)	増減額	前年	前年差
売上高	31,000	29,960	△1,039	29,131	829	売上高	33,000	33,339	+339	31,101	2,238
営業利益	2,700	1,976	△723	2,619	△643	営業利益	2,500	2,673	+173	2,029	643
経常利益	2,900	2,213	△686	2,701	△488	経常利益	2,700	2,786	+86	2,251	535
親会社株主利益	2,100	1,651	△448	1,980	△329	親会社株主利益	1,900	2,348	+448	1,438	910

※下期の数値は、決算短信において開示している2023年6月期の通期予想数値から2Qの数値および実績値を差し引いて算出したものを使用しております。

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に基づき、引き続き当期は42円の配当を予定

	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	86.31	38.00	44.0	5.0
2023年6月期 （予定）	105.06	42.00	40.0	5.3

※2023年6月期（予定）のEPS（1株当たり当期純利益）、配当性向、DOE（自己資本配当率）の数値は、2023年2月7日に公表した修正後の通期業績予想の数値に基づいております。

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。

資本効率の向上及び株主への利益還元を目的として実施した自己株式の取得は、堅調な株価水準を背景に、2022年12月2日をもって終了

自己株式取得の概要

(1) 株式の種類	当社普通株式
(2) 累計取得株式数	1,258,700 株 (進捗率78.7%)
(3) 株式の取得価額の総額	2,000 百万円 (進捗率100%)
(4) 取得期間	2022年8月8日～2022年12月2日
(5) 取得方法	株式会社東京証券取引所における取引一任契約に基づく市場買付

(ご参考) 2022年12月31日時点の自己株式の保有状況

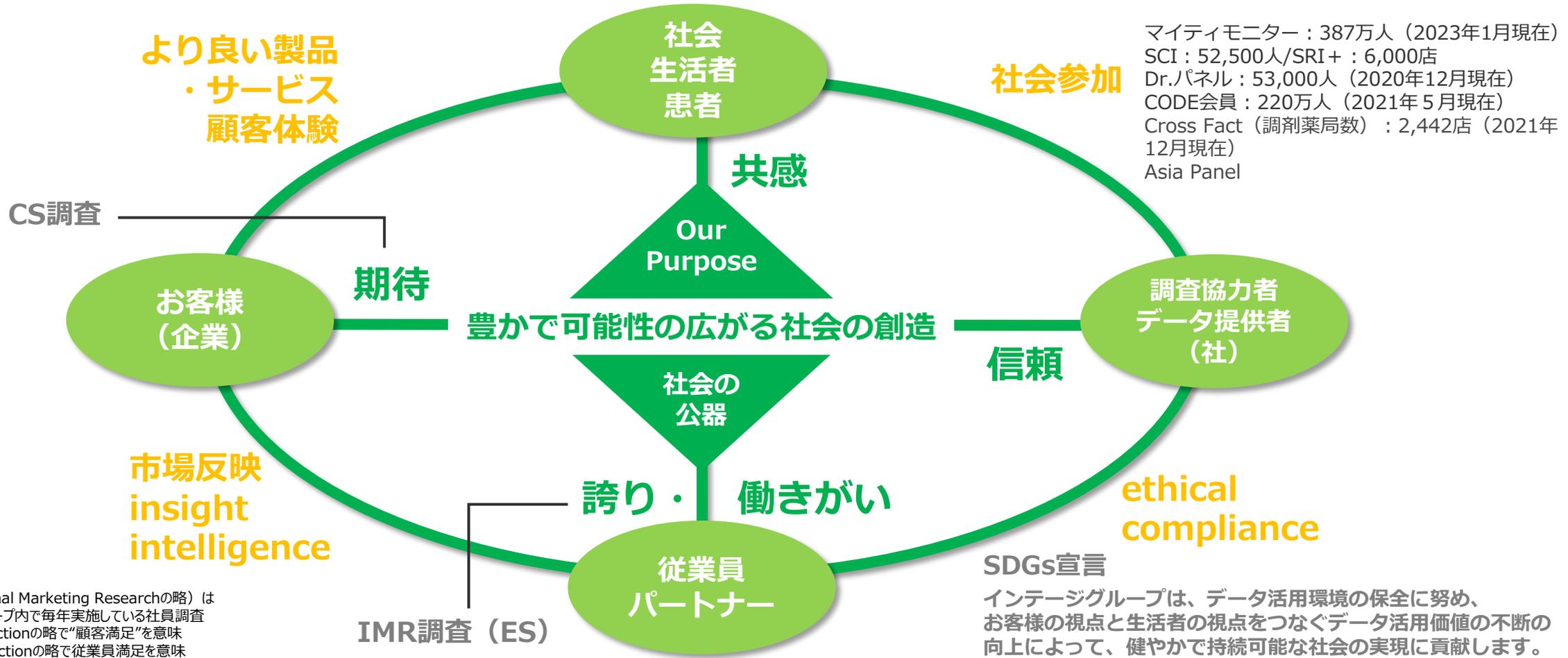
発行済株式総数 (自己株式を含む) 40,426,000株

発行済株式総数 (自己株式を除く) 38,474,529株

自己株式数 1,951,471株

(注) 上記保有自己株式数には、役員向け株式給付信託として保有する当社株式401,314株を含めておりません。

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

単位：百万円		1Q				2Q (累計)				2Q (単体)			
		21年6月期	22年6月期	23年6月期	前年差	21年6月期	22年6月期	23年6月期	前年差	21年6月期	22年6月期	23年6月期	前年差
C G & S	パネル	3,244	3,355	3,427	72	6,693	7,006	7,139	133	3,449	3,651	3,712	61
	CR-WEB	1,516	1,788	1,860	72	3,554	4,091	4,290	199	2,038	2,303	2,430	127
	CR-WEB以外	909	949	977	28	1,907	2,040	2,047	7	998	1,091	1,070	-21
	Co	570	631	713	82	1,266	1,331	1,377	46	696	700	664	-36
	海外	887	1,043	1,359	316	1,844	2,128	2,796	668	957	1,085	1,437	352
	その他	563	847	839	-8	1,014	1,568	1,589	21	451	721	750	29
H C	パネル	870	859	848	-11	1,855	1,809	1,824	15	985	950	976	26
	CR	1,035	1,043	914	-129	2,546	2,498	2,247	-251	1,511	1,455	1,332	-123
	CRO	749	781	855	74	1,563	1,597	1,749	152	814	816	894	78
	プロモーション	525	608	491	-117	1,189	1,251	1,125	-126	664	643	634	-9
	その他	105	171	177	6	201	349	352	3	96	178	175	-3
B I	CG&S	1,222	1,224	1,092	-132	2,550	2,389	2,263	-126	1,328	1,165	1,171	6
	HC	513	456	547	91	1,140	1,073	1,113	40	627	617	566	-51

※BIセグメントの商品別売上は顧客業界別の売上となっており、10ページの分野別売上とは異なっております。

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	前年差	21年6月期	22年6月期	前年差	21年6月期	22年6月期	前年差	21年6月期	22年6月期	前年差
CG&S	パネル	10,262	10,655	393	3,569	3,649	80	13,741	14,273	532	3,479	3,618	139
	CR-WEB	5,947	6,600	653	2,393	2,509	116	7,571	8,148	577	1,624	1,548	-76
	CR-WEB以外	3,167	3,387	220	1,260	1,347	87	3,730	4,082	352	563	695	132
	Co	1,999	2,103	104	733	772	39	2,671	2,789	118	672	686	14
	海外	2,983	3,566	583	1,139	1,438	299	3,991	4,574	583	1,008	1,008	0
	その他	3,405	3,948	543	2,391	2,380	-11	3,865	4,634	769	460	686	226
												0	
HC	パネル	2,808	2,692	-116	953	883	-70	3,660	3,558	-102	852	866	14
	CR	3,881	3,734	-147	1,335	1,236	-99	4,670	4,589	-81	789	855	66
	CRO	2,691	2,532	-159	1,128	935	-193	3,575	3,354	-221	884	822	-62
	プロモーション	1,875	1,924	49	686	673	-13	2,389	2,438	49	514	514	0
	その他	338	490	152	137	141	4	418	609	191	80	119	39
												0	
BI	CG&S	3,890	3,678	-212	1,340	1,289	-51	4,964	5,008	44	1,074	1,330	256
	HC	1,870	1,694	-176	730	621	-109	2,307	2,213	-94	437	519	82