2027年６月期 第１四半期決算の補足資料

2026年11月４日

株式会社インテージホールディングス

証券コード：4326



intage group

Know today, Power tomorrow

連結損益計算書サマリー

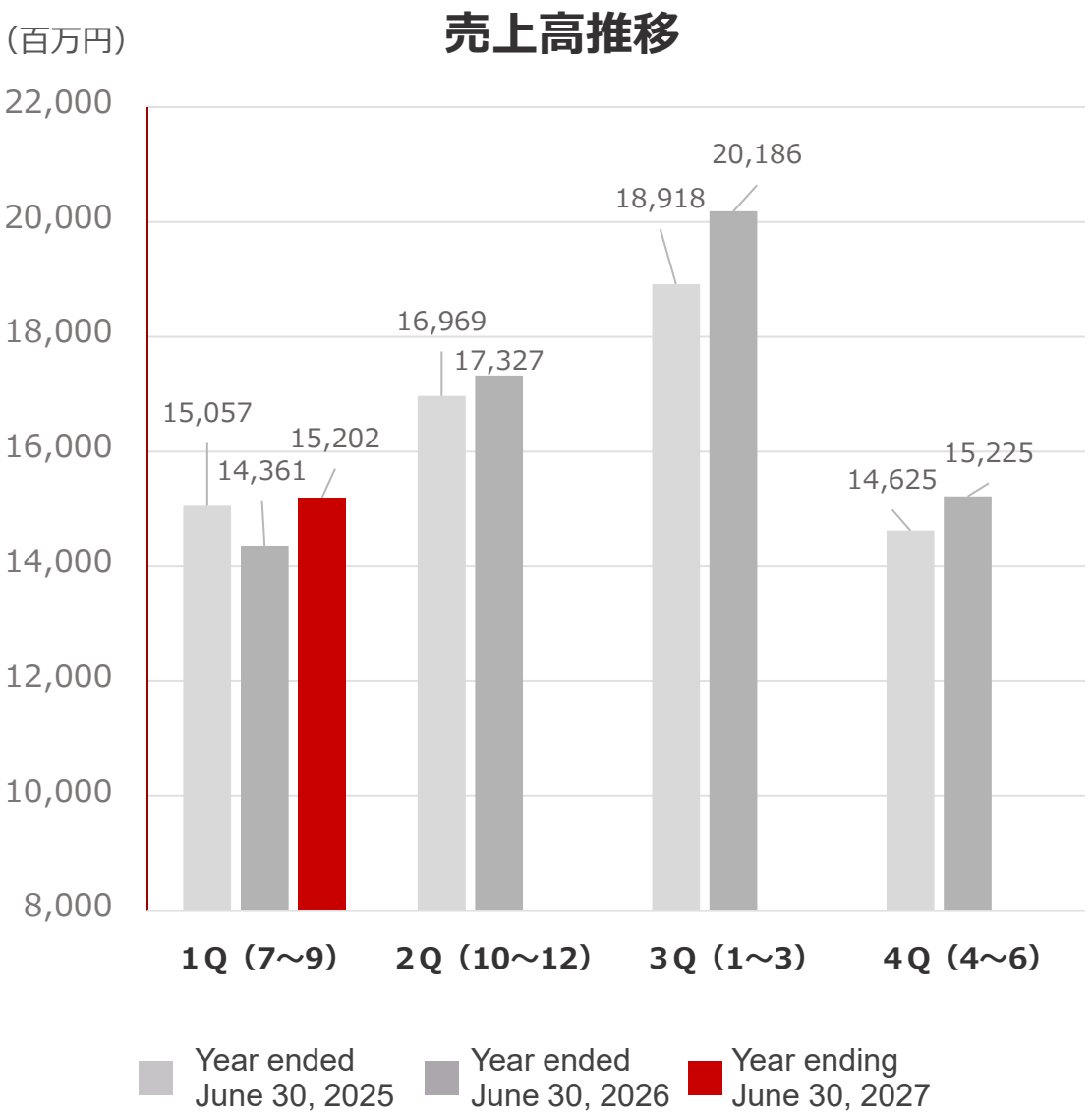
Insightセグメントにおけるパネル調査やカスタムリサーチ等が堅調に推移し、連結売上高は前年を上回る。営業利益は2027年7月に予定されているグループ再編に向けた新設組織人件費およびITに係る全社費用が発生したものの、増収効果により増益で着地。親会社株主利益も前年を上回る。

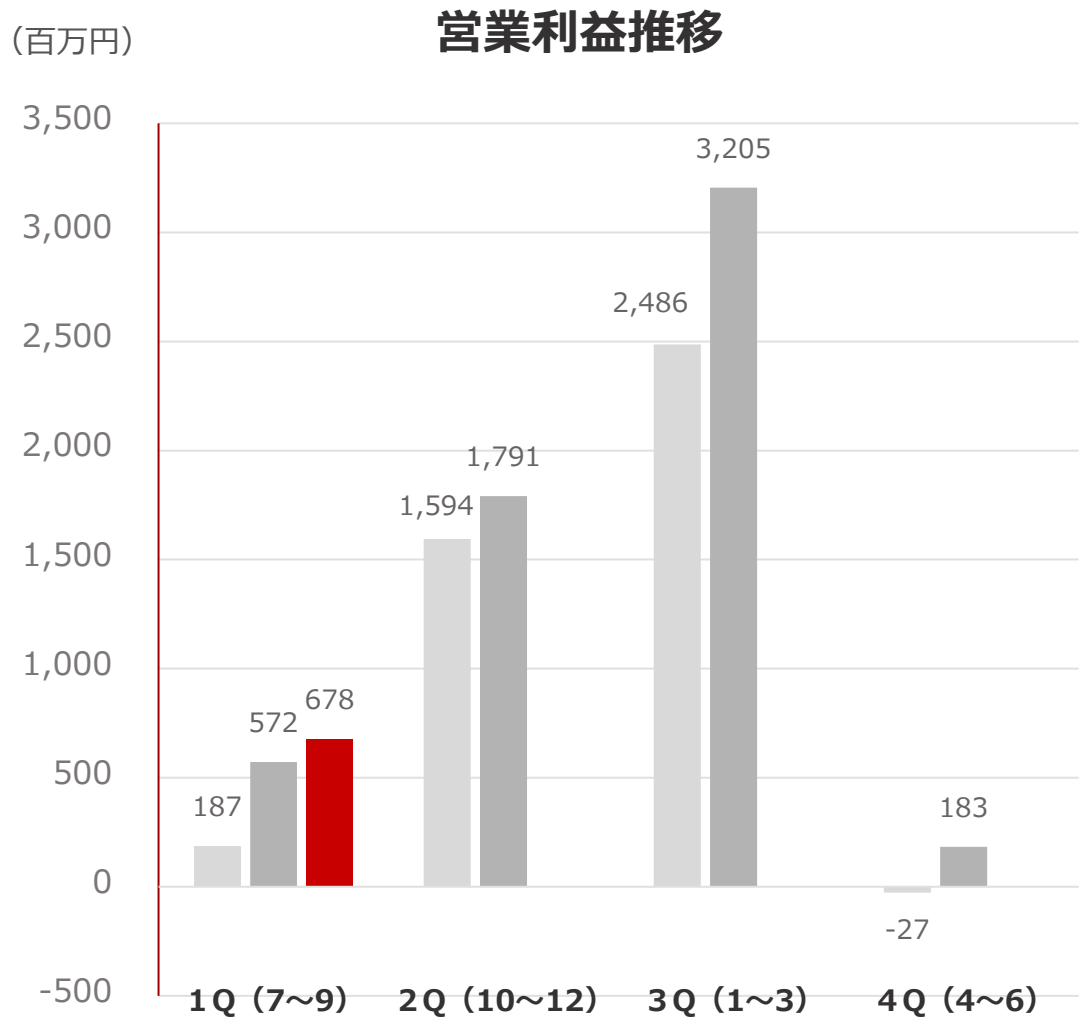
連結損益計算書

（百万円）

	26/6期 7~9月	27/6期 7~9月	前年比	通期予想 進捗率	通期予想	2Q予想
売上高	14,361	**15,202**	+5.9%	46.1%	71,000	33,000
営業費用	13,789	**14,523**	+5.3%	–	–	–
営業利益	572	**678**	+18.5%	27.1%	6,200	2,500
経常利益	565	**690**	+22.1%	27.1%	6,250	2,550
親会社株主利益	292	**384**	+31.4%	25.6%	4,000	1,500
EPS（円）	7.65	**10.06**	–	–	104.68	39.26

Trend in quarterly results

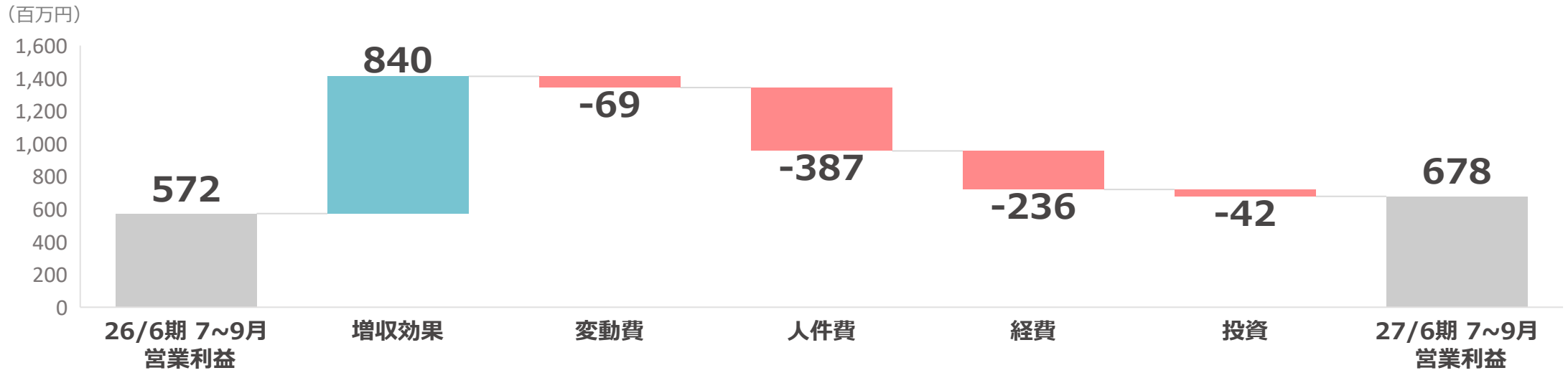




© INTAGE GROUP

営業利益変動要因

堅調な基幹事業の増収効果により、グループ再編に向けた新設組織人件費やITインフラ費用の増加を主因とする全社費用の増加分を吸収し、増益を達成

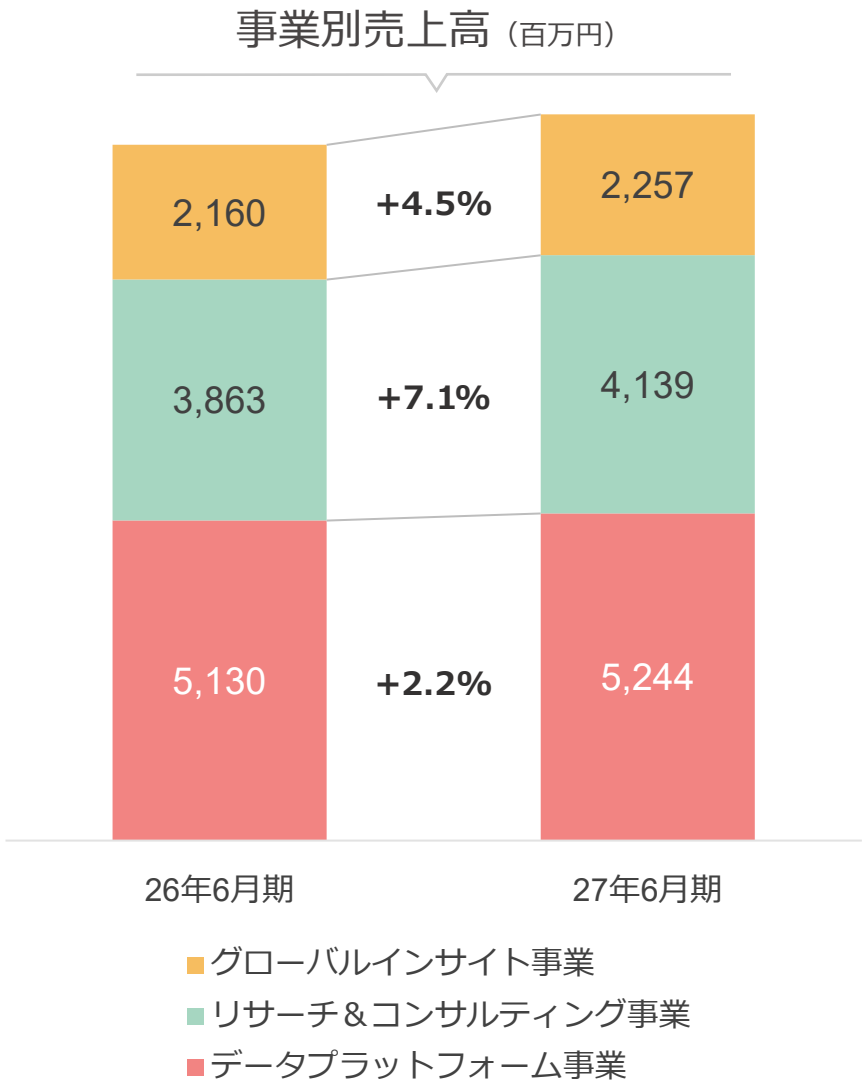


人件費
- 案件増加に伴う人員増や給与改定に加え、グループ再編後のビジネスモデル構築に備える為の新設組織人件費といった全社費用などにより増加

経費
- 全社費用としてセキュリティ強化や事業活動支援などのITインフラ費用などが増加

投資
- 前年の長野事業所移転関連費用がなくなったものの、パネル関連の投資費用等の増加により前年とほぼ同水準

Insight セグメント概況



（百万円）

	26/6期 7~9月	27/6期 7~9月	増減率	営業利益率
売上高	11,154	**11,640**	+4.4%	
営業利益	664	**536**	△19.4%	4.6%

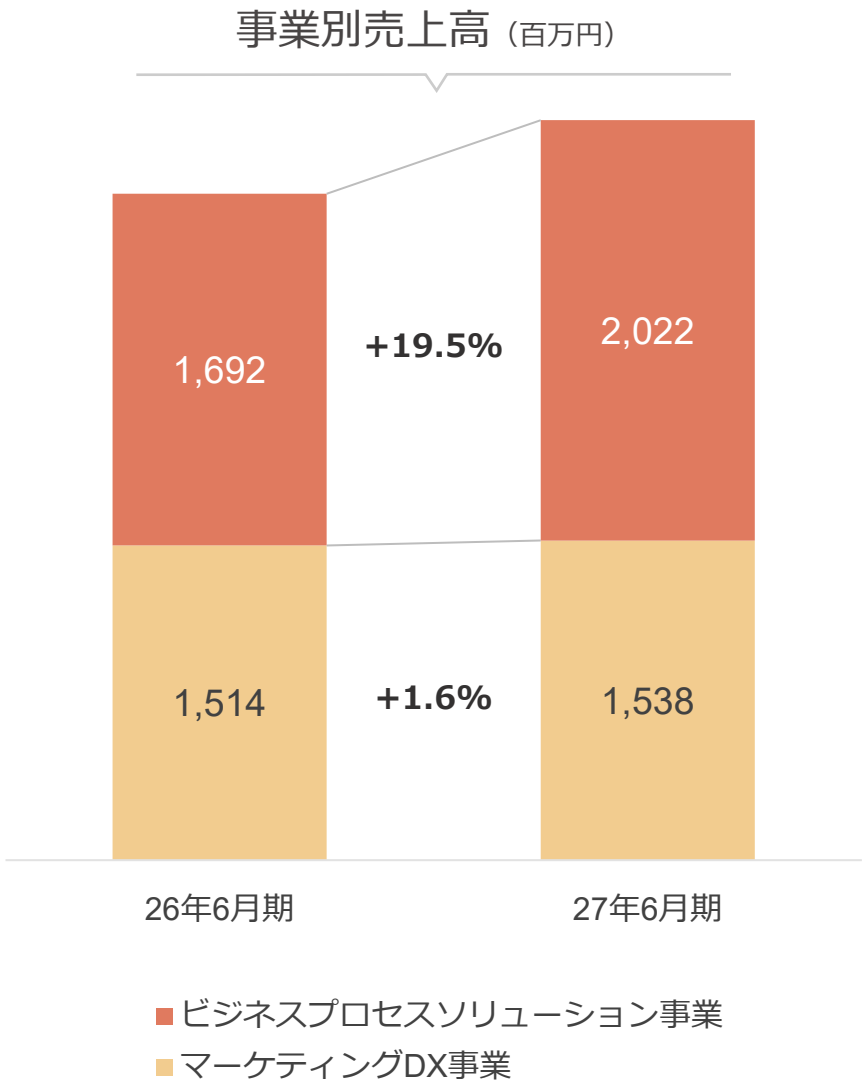
決算のポイント

- データプラットフォーム事業は、SRI＋等の主要パネル調査が消費財領域において堅調に推移
- リサーチ＆コンサルティング事業は、一部顧客の不調があったものの、全体的に堅調。特にヘルスケア領域のカスタムリサーチが伸長
- グローバルインサイト事業は、ヘルスケア領域のアウトバウンド調査が伸長した一方、消費財領域のグローバル調査は低調。海外各国ではインド・インドネシアが苦戦
- 営業利益は、消費財領域のグローバル調査が低調に推移したことおよび全社費用の影響により前年を下回る

＊当連結会計年度より報告セグメントを変更しており、26年6月期の数値は変更後の区分に基づいております

© INTAGE GROUP

Data Tech セグメント概況



（百万円）

	26/6期 7~9月	27/6期 7~9月	増減率	営業利益率
売上高	3,207	**3,561**	+11.0%	
営業利益	△92	**142**	-	4.0%

決算のポイント

- マーケティングDX事業は、株式会社NTTドコモ等と取り組むコミュニケーション領域が拡大し、その他サービスも堅調に推移
- ビジネスプロセスソリューション事業は、業界向けソリューションやデータ統合基盤・活用ビジネスが好調に推移
- 営業利益は、マーケティングDX事業の事業基盤の確立に伴う収益性改善に加え、ビジネスプロセスソリューション事業の増収効果により、前年を上回る

＊当連結会計年度より報告セグメントを変更しており、26年6月期の数値は変更後の区分に基づいております

© INTAGE GROUP


intage group
Know today, Power tomorrow

appendix

カスタムリサーチ×AI
対話型AI基盤「i-Dialogue」を活用した「AIチャットインタビュー」の提供を開始

生活者との対話を通じて回答の背景や文脈を捉える対話型AI基盤「i-Dialogue」を独自開発。WEB調査に「AIチャットインタビュー」を導入したサービスを実現

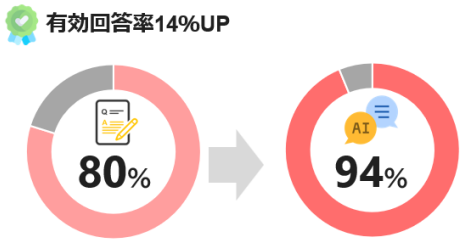
WEB定量調査の導線に
AIによるチャット形式のインタビューを組入れ

AIチャットインタビュー回答画面
（WEB調査からAIチャットインタビューへの遷移イメージ）



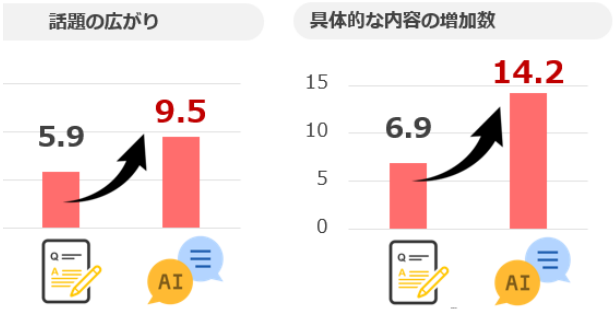
「自由回答が簡潔になりやすく、背景が掴みにくい」
という従来のWEB調査が抱えていた課題を解決

<有効回答率の向上>



（検証調査より）

<話題の広がり／具体内容の向上>



業界最大規模のモニター基盤を強みとする定量調査の
「幅広い生活者の声を効率的に収集する」特徴を生かしつつ
具体的な体験や多様な文脈を捉えることが可能に

詳細はこちら インテージ、独自の対話型AI基盤「i-Dialogue」を開発 - 市場調査・マーケティングリサーチなら株式会社インテージ

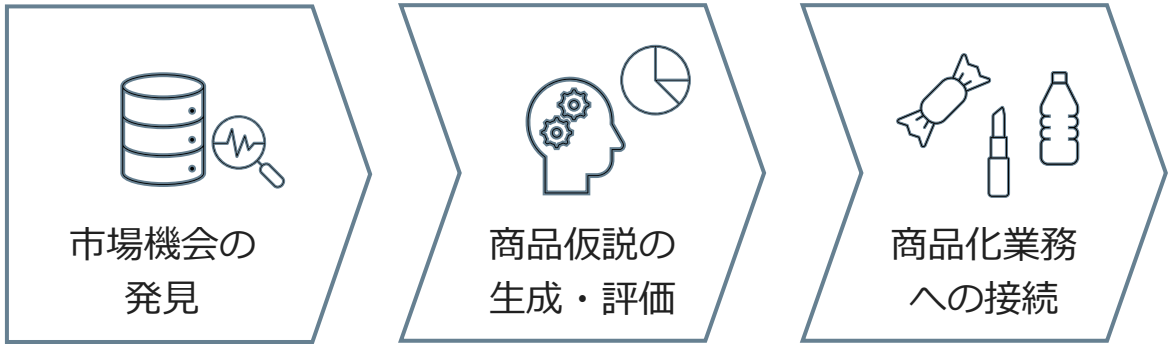
© INTAGE GROUP

パネルデータ×AI
独自の生活者・市場データを起点とした消費財メーカー・小売業向け商品開発プロセスの変革

10月5日
発表

AI商品開発基盤の共同構築に向けた連携を開始

インテージ×NTTデータ×NTTデータビジネスシステムズ



業界標準データ（SRI+®、SCI®）を基にしたAIエージェントで狙うべき市場・ターゲットを分析

ターゲット、提供価値、商品コンセプト等の「売れる仮説」をAIが統合・生成

NTTデータビジネスシステムズの商品開発プラットフォーム「FooDesigner®」へ接続し、原材料・法規制・製造条件など、商品化に必要な検討を支援

部門間で分断されていた「生活者・市場理解」「商品企画」「処方・商品化」を一本の線でつなぎ、
意思決定の迅速化と開発手戻りの劇的な低減を実現

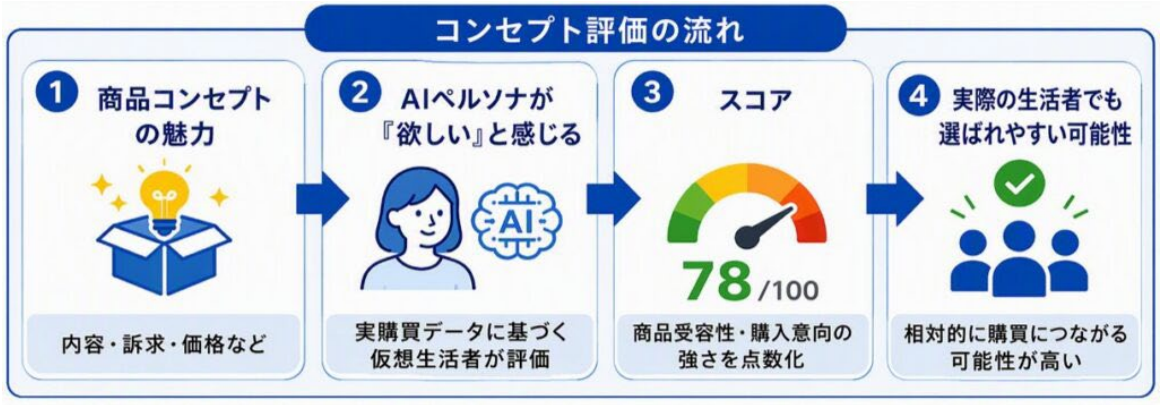
詳細はこちら インテージ、NTTデータグループ、AIで商品企画から処方設計までをつなぐ商品開発基盤の共同構築に向け戦略的連携を開始 - 市場調査・マーケティングリサーチなら株式会社インテージ

左記連携の
一環として
同日発表

AIペルソナを活用した商品コンセプト評価の共同検証を開始

インテージ×NTTデータビジネスシステムズ

SCI®の属性情報・実購買データをもとにAIペルソナを構成。複数の商品コンセプトを評価し、商品企画の初期段階で有望な案や注目すべきターゲットを抽出



大規模な生活者調査を実施する前にSCI®データによる
高速スクリーニングを可能にし、商品企画の初期意思決定を
大幅に効率化

詳細はこちら インテージとNTTデータビジネスシステムズ、「SCI®（全国消費者パネル調査）」を活用したAIペルソナによる商品コンセプト評価手法の共同検証を開始 - 市場調査・マーケティングリサーチなら株式会社インテージ

セグメントの変更について（2026年8月10日決算説明会資料より抜粋）

リサーチのノウハウの「深化」と「テクノロジー化」で事業成長を目指す『Insight』
顧客ビジネスの「仕組み化」と「活用支援」で事業成長を目指す『Data Tech』の両翼で総合力を上げていく

Insight セグメント

- 長年培った顧客理解のノウハウの「深化」
- 既存のリサーチ事業をAI・テクノロジー活用を取り込んだ「進化」
- 国内外ともに事業成長ドライブとなるアセットの獲得による「拡大」

Data Tech セグメント

- 顧客データを軸としたお客様の「データ基盤」の構築支援
- データ活用業務を一気通貫で対応できる「プラットフォーム」の提供
- 顧客の事業成果につながる「データ活用」の支援

データプラットフォーム事業

パネルデータ（消費者、小売店、医薬品など）、
リアルワールドデータ（レセプトや処方情報など）のデータベースに係る事業

リサーチ&コンサルティング事業

カスタムリサーチ、データ分析・解析、
ＣＸコンサルティングなどの事業

グローバルインサイト事業

海外に係る調査・分析（インバウンド・アウトバウンド）、
グローバルのサービス・ソリューション展開



マーケティングDX事業

広告・販促・プロモーションを含む
マーケティングの意思決定・実行支援の領域

ビジネスプロセスソリューション事業

システム開発、プラットフォームシステム、
データ統合・分析サービスなどのデータ活用領域