

IntimateMerger

株式会社インテイメート・マージャー
東証グロース（証券コード：7072）

2022年9月期

通期決算説明資料

データ活用における革命を起こす

2022/11/14

INDEX

- About Intimate Merger*
1. 会社紹介 P3
- Executive Summary*
2. エグゼクティブサマリー P16
- Financial Results for FY2022*
3. 2022年9月期 通期業績 P19
- FY2023 Outlook*
4. 2023年9月期 通期業績予想 P24
- Growth Strategy and Progress*
5. 成長戦略とその進捗状況 P27
- Appendix*
6. 参考資料 P35

About Intimate Merger

会社紹介

プロフィール

1984年4月生まれ。投資家の祖父と児童心理学の研究をしていた母のもと、「定量的な成果」に拘る学生時代を過ごす。「社会人3年後に起業する」と志し、グリー株式会社に入社。更なるデータ活用ビジネスを志向し、株式会社フリークアウトへ。Googleのレイ・カーツワイル氏が2020年に起きると予測している「あらゆるデータがひとつに統合される」という革命「**インティメート・マージャー**」を冠した当社を創業。データサイエンティストというアカデミックな視点と経営者としてのビジネスの視点から、さまざまな業界の課題解決をデータ活用にて支援している。



代表取締役社長

築島亮次

(Ryoji Yanashima)

経歴

- **2010年1月**
：世界最大級の統計アルゴリズムコンテストRSCTC2010DiscoveryChallenge世界3位
- **2010年3月**
：慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科を首席卒業
- **2010年4月**
：グリー株式会社入社（プラットフォーム開発に関連する複数の部門でマネジャーを兼務）
- **2012年12月**
：株式会社フリークアウト入社
- **2013年6月**
：インティメート・マージャーを創業



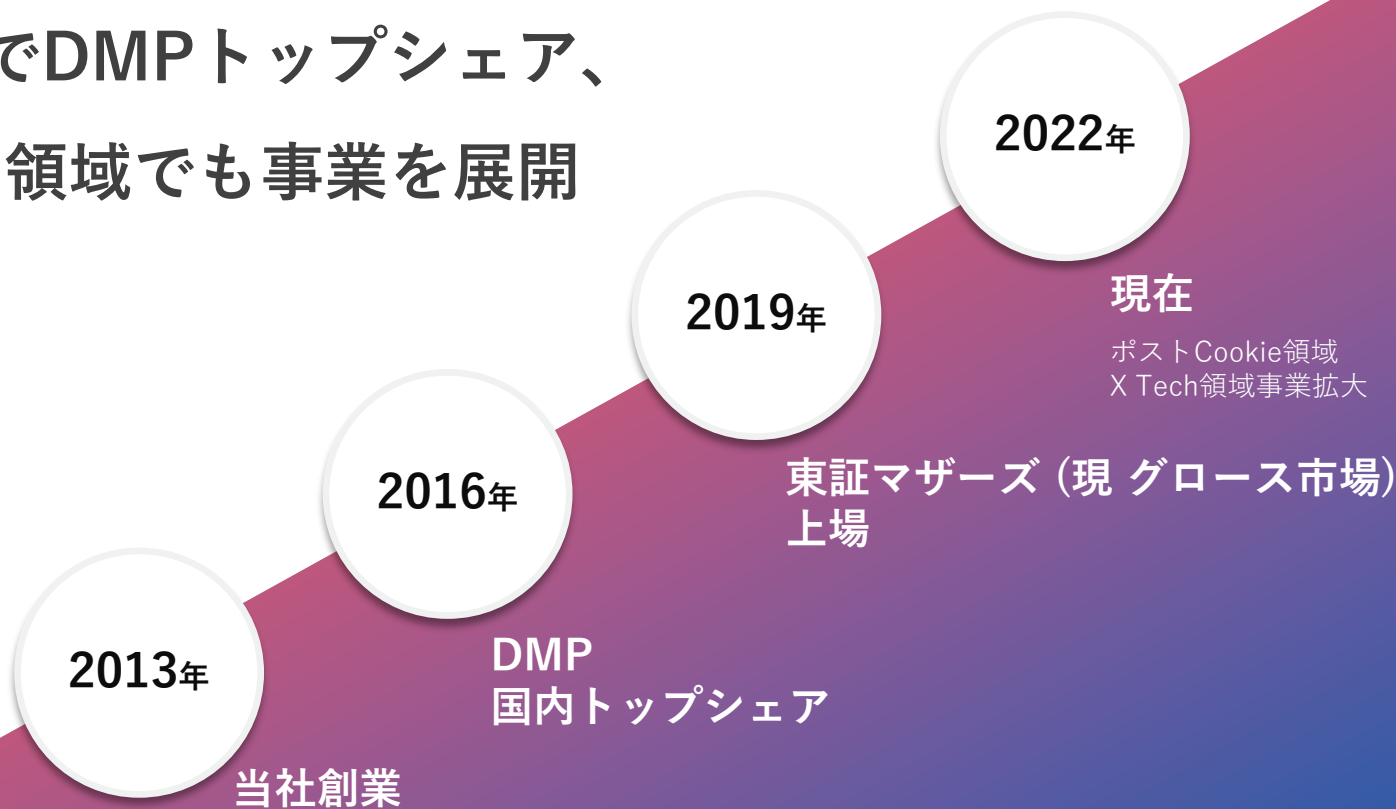
Mission

データ活用における革命を起こす

データによる"意思決定"はシンプルで、とても効率のよいものだと考えています。
この仕組みを確立して世の中に広めたいという思いから創業しました。

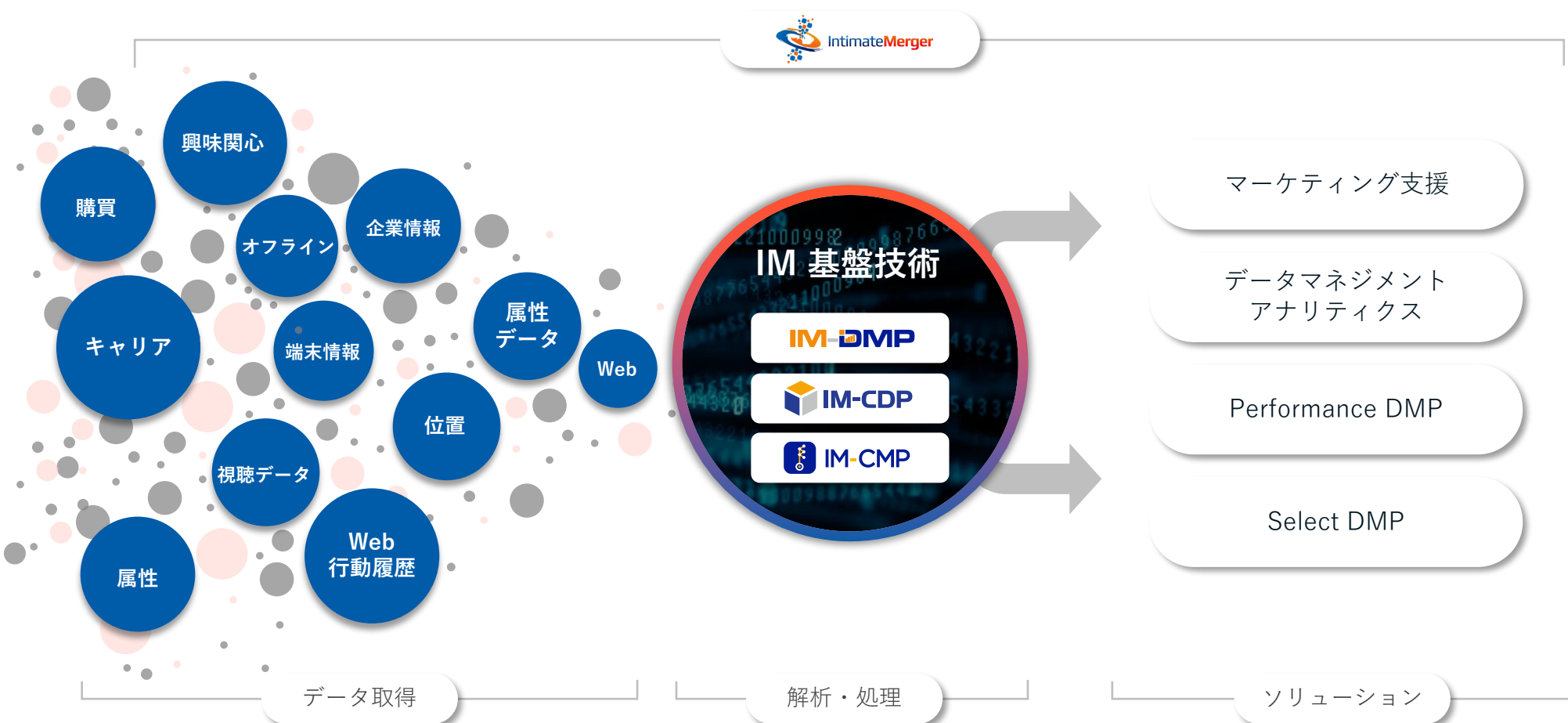
創業から約3年でアドテク領域におけるDMPのトップシェアを達成し、2019年に東証マザーズに上場。その後、アドテク領域で培った基盤技術を活用し、X Tech領域のDXを推進。

創業から約3年でDMPトップシェア、 アドテク以外の領域でも事業を展開

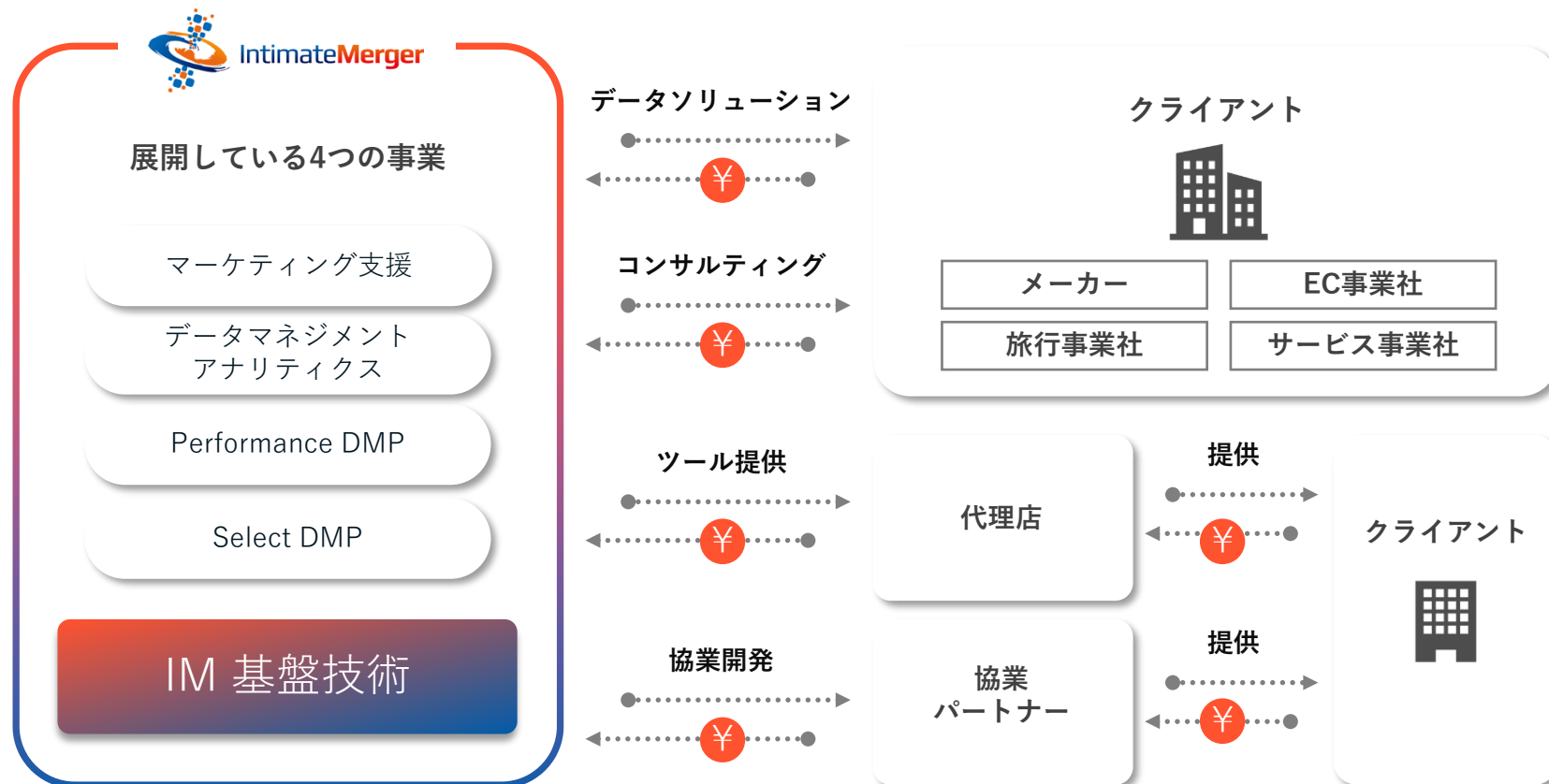


創業以来構築してきた当社基盤技術である「IM-DMP・CDP・CMP」を基軸に膨大なデータを収集しリアルタイムで解析が可能になり、様々な領域のクライアントに対するソリューションを開発。

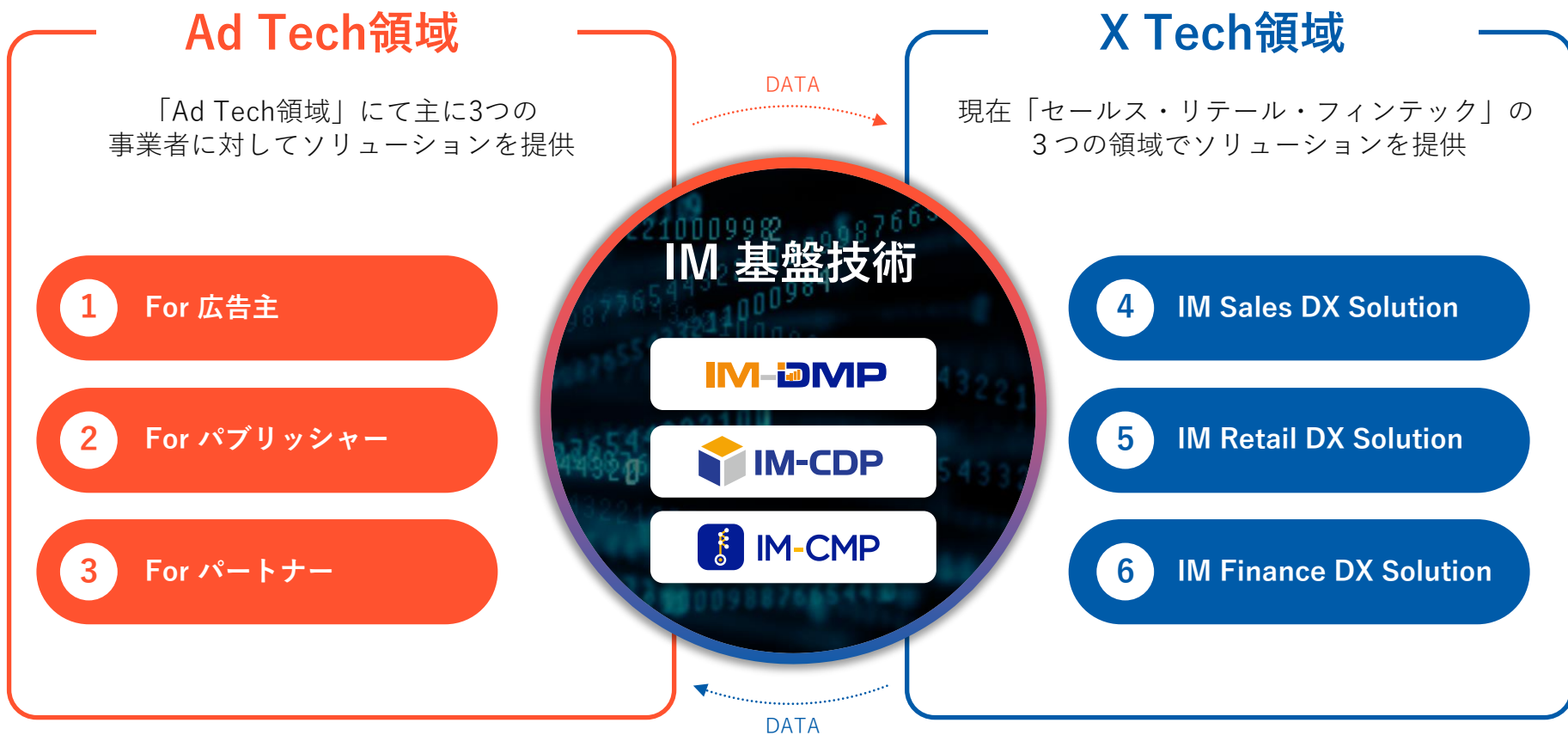
基盤技術である「IM DMP/CDP/CMP」を基軸としたデータを基に事業を展開



主に4つのマネタイズポイントを起点にビジネスを展開



データ基盤技術を活用し「Ad Tech」と「X Tech」の領域で事業を展開



世界中で「3rd Party Cookie」に対する規制が始まっており、時代は「ポストCookie」時代へ。
新たなツールの開発が業界内で必須となる。

世界各国で「Cookie」を規制する動きがあり、各企業で変革が迫られている

○ 2018年5月



欧州でGDPRが施行

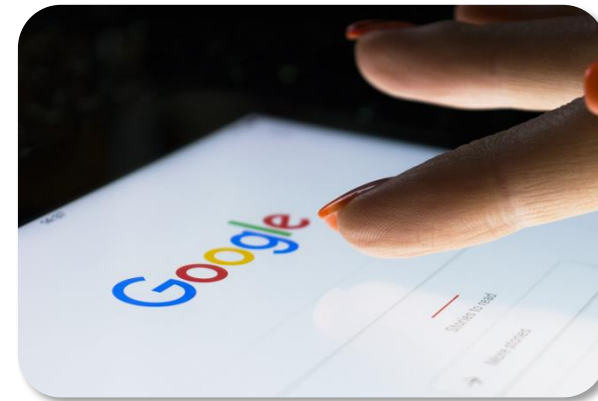
(GDPR = EU一般データ保護規則)

○ 2022年4月



改正個人情報保護法 が施行

○ 2024年後半.....



Google社がChromeでの 3rd Party Cookieを 廃止予定

メディア運営企業、広告出稿企業ともに、3rd Party Cookie規制の強化によるデメリットが想定され、当社は課題に対し**国内でいち早くソリューションを提供開始**。

メディア・媒体企業

規制による影響

- ・メディアのPV単価の悪化
- ・データ販売が減少

結果

メディアの継続が
困難になる

広告出稿企業

規制による影響

- ・ターゲティング精度が悪化
- ・ターゲティング手法の制限

結果

パフォーマンスの悪化、
業務の煩雑化

テックベンダー企業

規制による影響

- ・マネタイズモデルが変化

結果

収益が上がっていた
仕組みの強制変更








必要なこと

幅広い業種で活用できるポストCookieソリューション



IMポストCookie
アドネットワーク

海外で普及しているポストCookieサービスと同等の、複数のソリューションを開発済み。当社の基盤技術は、ポストCookieソリューションを提供する主要な海外事業者との連携も既に図れており、国内で圧倒的なプレゼンスを確立。












| | LiveRamp | The Trade Desk | Criteo | IntimateMerger |
|-----------------------|--|---|--|--|
| 本社 |  アメリカ |  アメリカ |  フランス |  日本 |
| 提供サービス (ポストCookie) | <p>ID単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 共通ID | <p>ID単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 共通ID | <p>群単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 機械学習 <ul style="list-style-type: none"> - クラスタ利用 - コンテキストマッチ | <p>ID単位</p> <p>群単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 共通ID ・ 機械学習 <ul style="list-style-type: none"> - クラスタ利用 - コンテキストマッチ |
| 当社との連携 |  連携済み |  連携済み |  連携済み | - |

国内・海外メディアやSSPといったパートナーと、ポストCookieソリューションを活用した配信基盤を拡大。すでに、国内最大規模の広告ネットワークとなっている

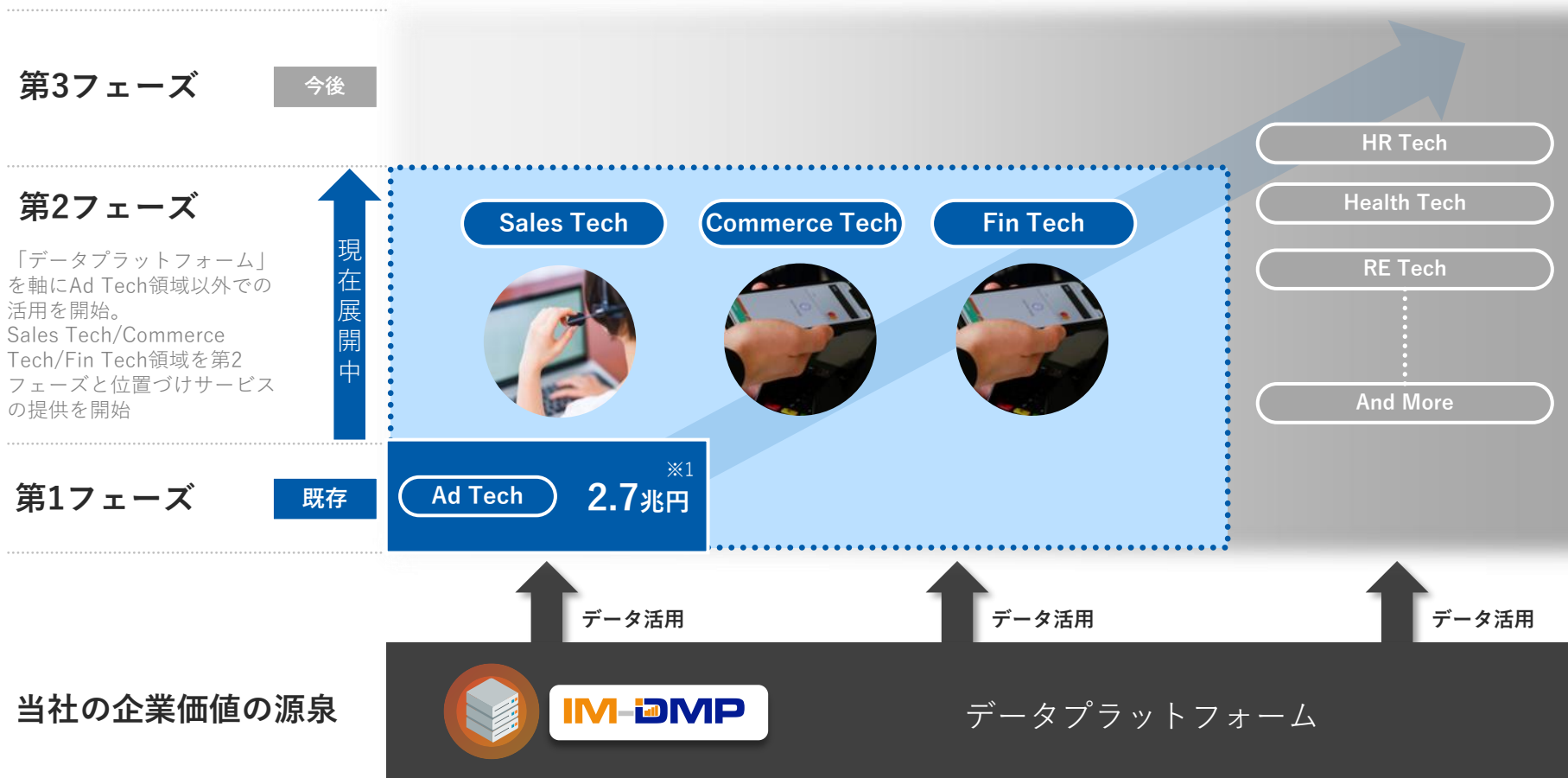
ポストCookie領域、国内最大規模の広告ネットワーク

| 配信量 | リーチボリューム | 配信可能メディア数 |
|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| 364億 月間impression理論最大値 | 3倍 3rd Party Cookieリーチ数との対比 | 70万 接続先ドメイン数合計 |

■ 提携企業

| | | | |
|---|---|---|---|
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  | and more... |

Ad Techで培った基盤技術をX Tech領域に拡大し、非連続的な成長を目指す。

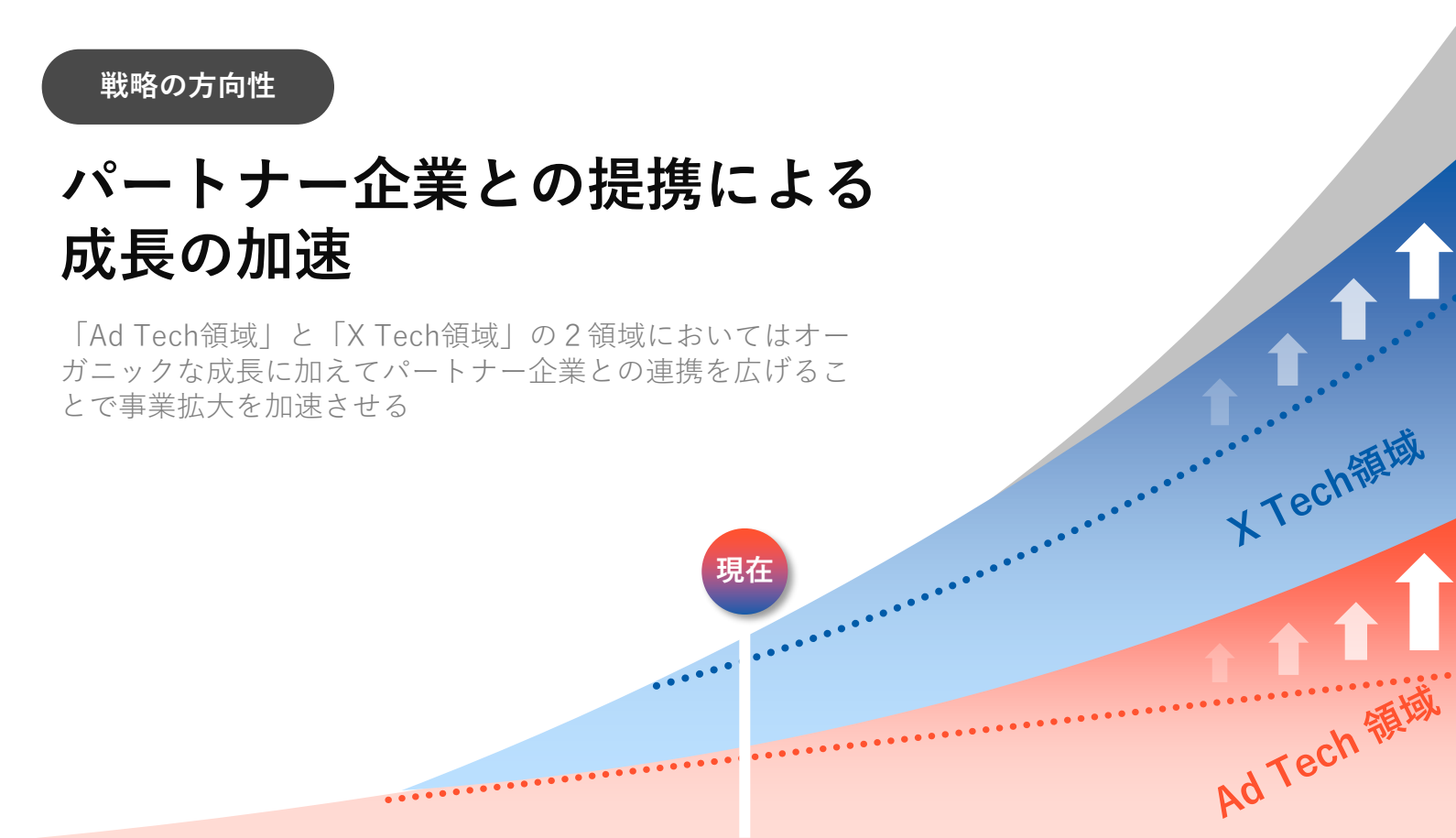


※1 (株)電通「日本の広告費2021」日本の媒体別広告費 インターネット広告費：広告制作費を含む

戦略の方向性

パートナー企業との提携による成長の加速

「Ad Tech領域」と「X Tech領域」の2領域においてはオーガニックな成長に加えてパートナー企業との連携を広げることによって事業拡大を加速させる



領域を横断した活用データプラットフォーム

提携による成長の加速

POINT

オーガニックな成長

提携による成長の加速

POINT

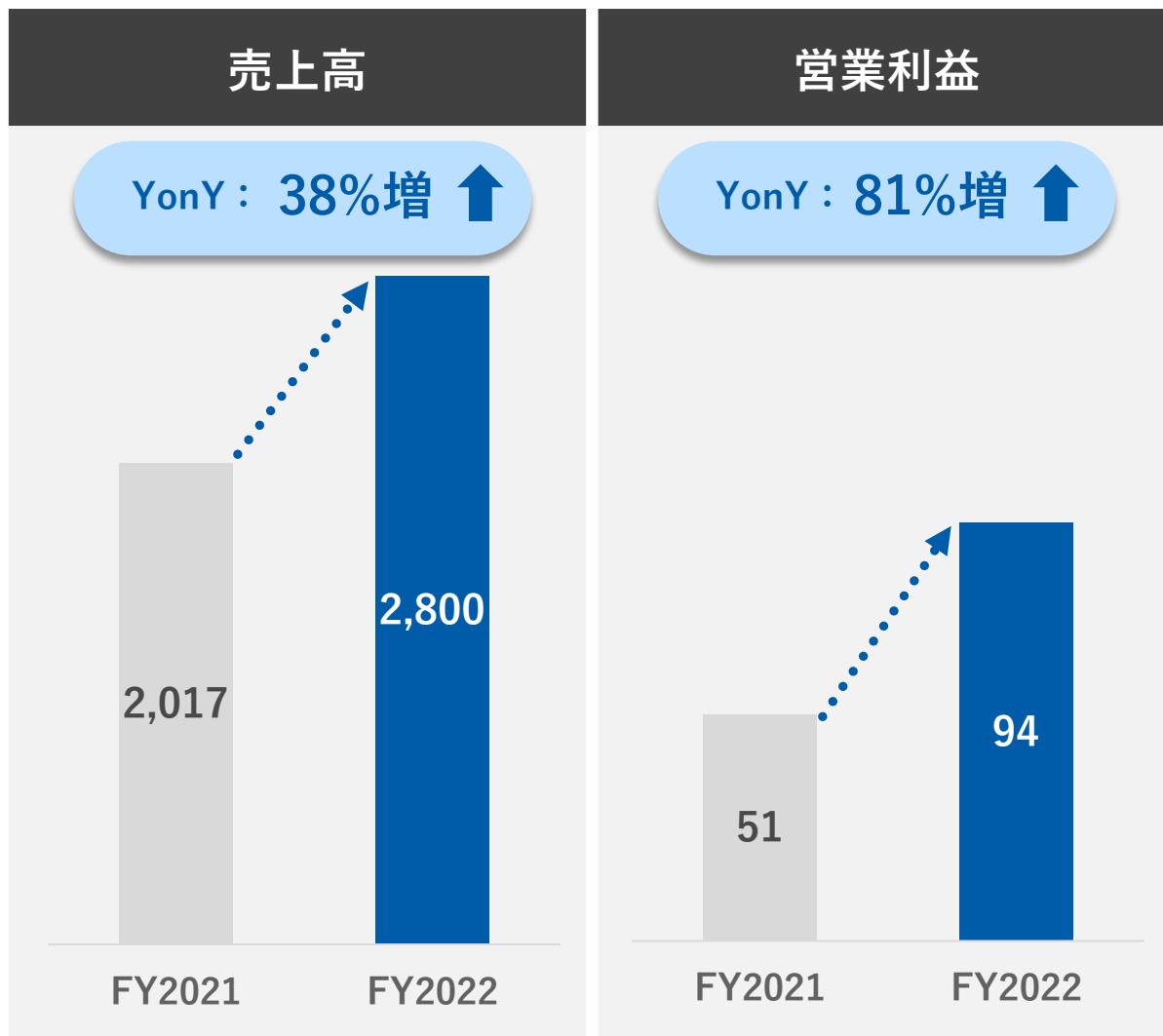
オーガニックな成長

インティメート・マージャーの基盤技術

基盤技術の継続的な強化

Executive Summary

エグゼクティブサマリー



全体

YoYで 増収増益の決算

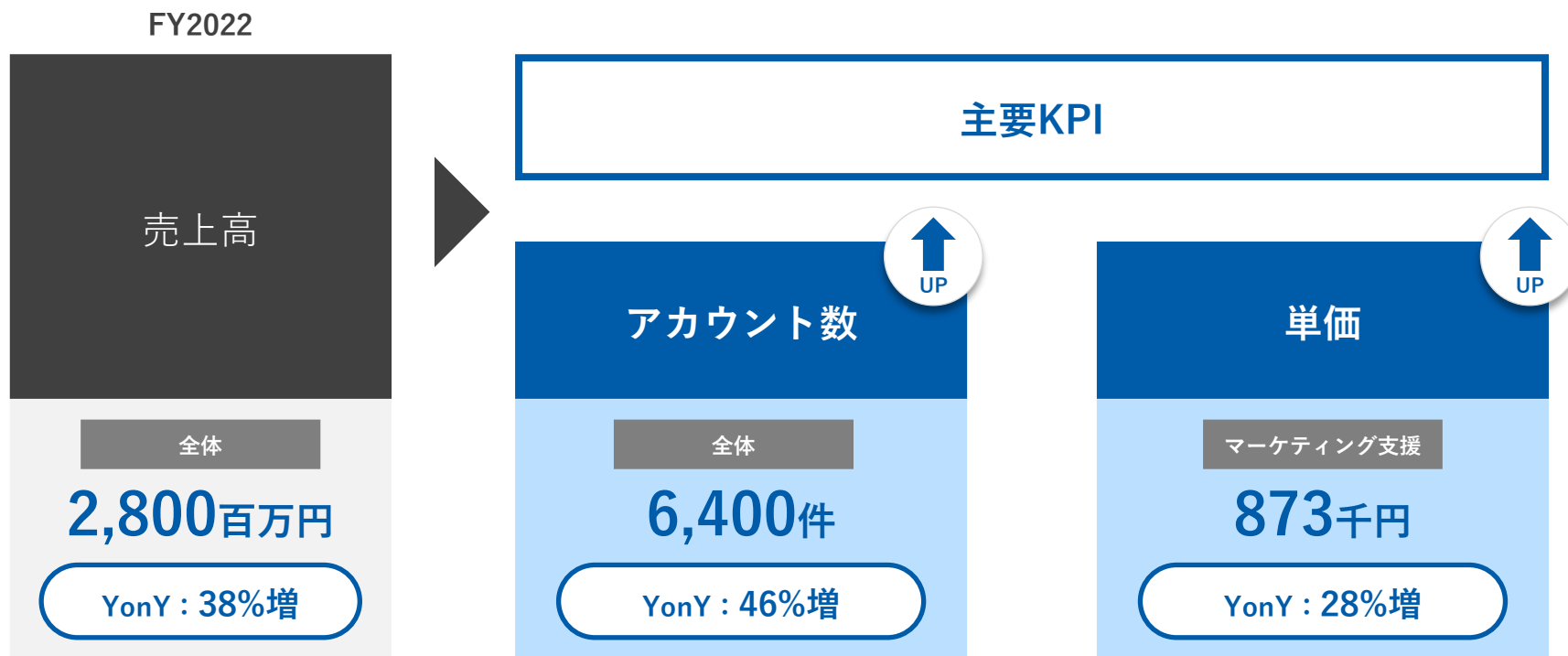
売上高

Ad Tech領域において、エンタメ業界からの受注回復や、ポストCookieソリューションを活用したデータ連携が進んだことでアカウント数・単価ともに増加

営業利益

組織体制変更や人員強化による販管費の増加も、売上の伸長により吸収し、営業利益も増加

Performance DMPを中心にアカウントの獲得が進み、エンタメ業界からの受注回復やEC関連の広告予算拡大により顧客単価が改善した結果、**売上高は過去最高を更新。**



Performance DMPを中心に好調推移

エンタメ業界からの受注回復やEC関連の広告予算拡大により、顧客単価改善

Financial Results for FY2022

2022年9月期 通期業績

マーケティング支援における顧客単価の増加が主要因となり**売上高は38.8%増加し、過去最高。**
組織体制変更や人員強化による販売管理費の増加も吸収し、**利益項目は改善。**

(百万円)

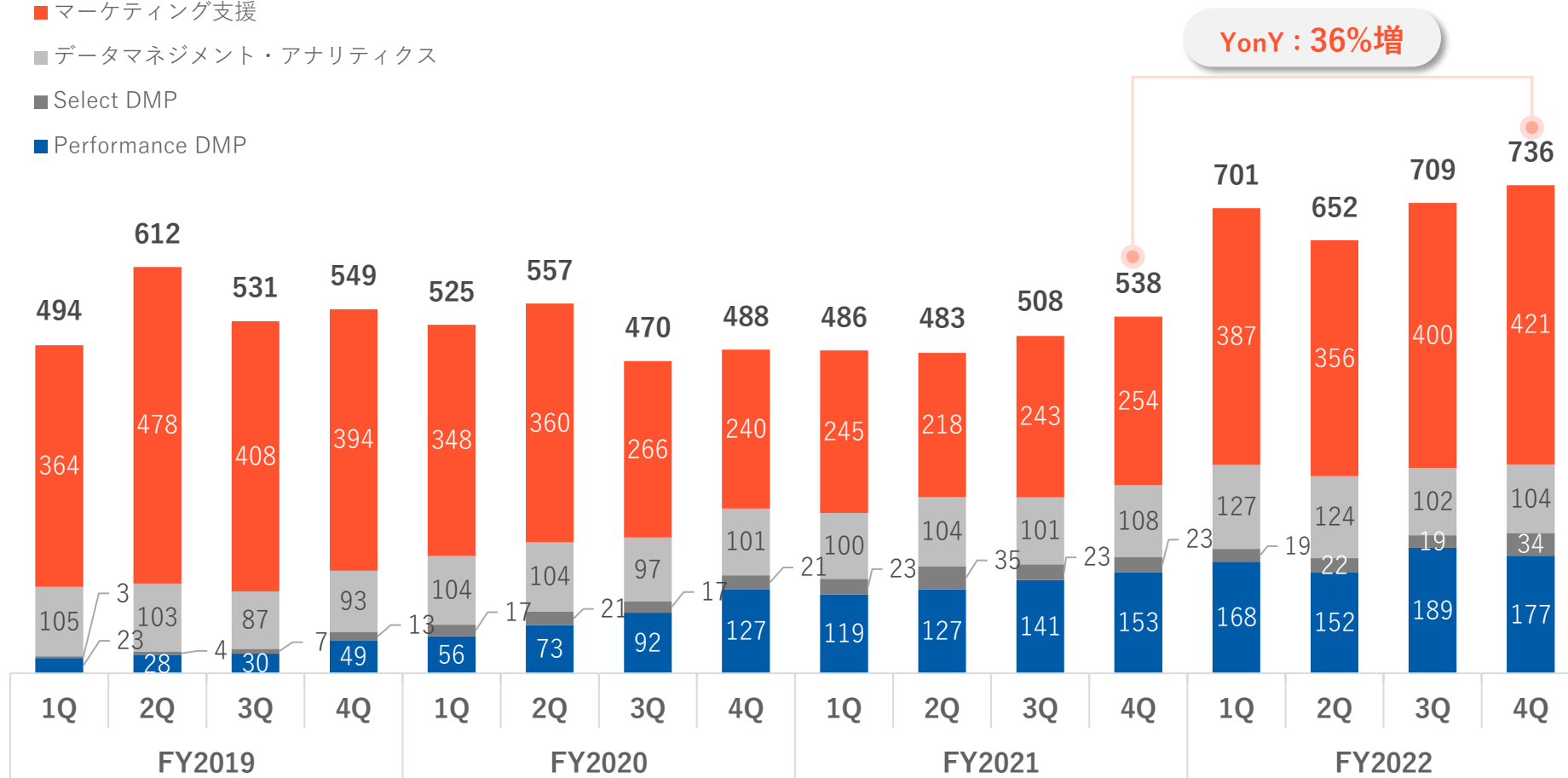
| | FY2021 通期 | FY2022 通期 | YonY | |
|-----------------|-----------|--------------|------|---------|
| | | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 2,017 | 2,800 | +783 | +38.8% |
| 売上総利益 | 602 | 704 | +102 | +16.9% |
| (売上総利益率) | 29.9% | 25.1% | - | △4.8% |
| 販売管理費 | 550 | 609 | +59 | +10.8% |
| 営業利益 | 51 | 94 | +43 | +81.9% |
| (営業利益率) | 2.6% | 3.4% | - | +0.8% |
| 経常利益 | 39 | 92 | +53 | +132.1% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 29 | 70 | +41 | +137.3% |
| (当期純利益率) | 1.5% | 2.5% | - | +1.0% |

ソリューション別売上高（四半期推移）

マーケティング支援を中心に好調に推移し、**四半期売上高は過去最高を更新。**

(百万円)

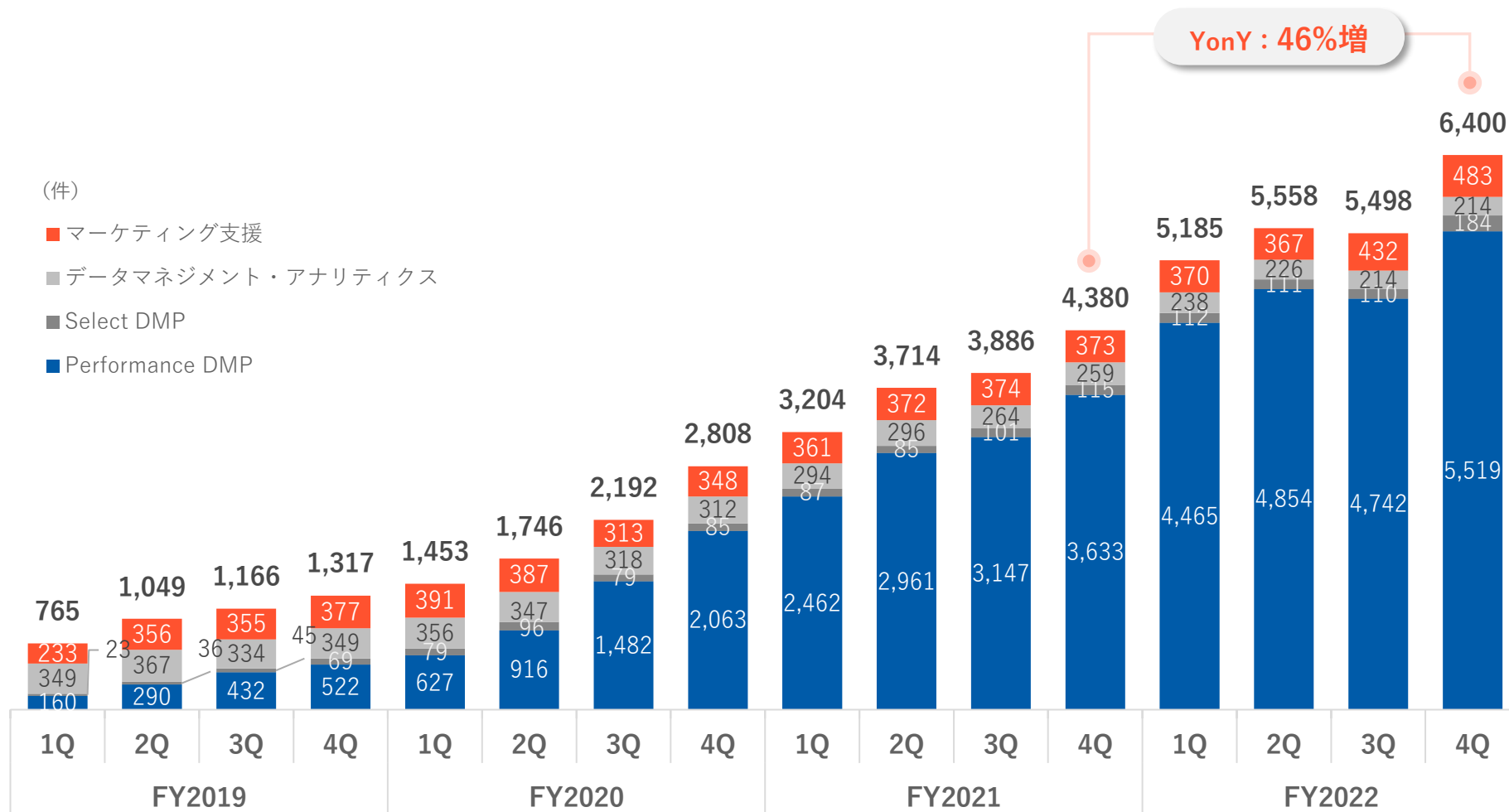
- マーケティング支援
- データマネジメント・アナリティクス
- Select DMP
- Performance DMP



アカウント数（四半期推移）

EC事業者向けの案件を中心に**Performance DMPのアカウント数**は再び増加傾向。

エンタメ業界からの受注回復やポストCookieソリューションの販売により、**マーケティング支援**は過去最高を更新。

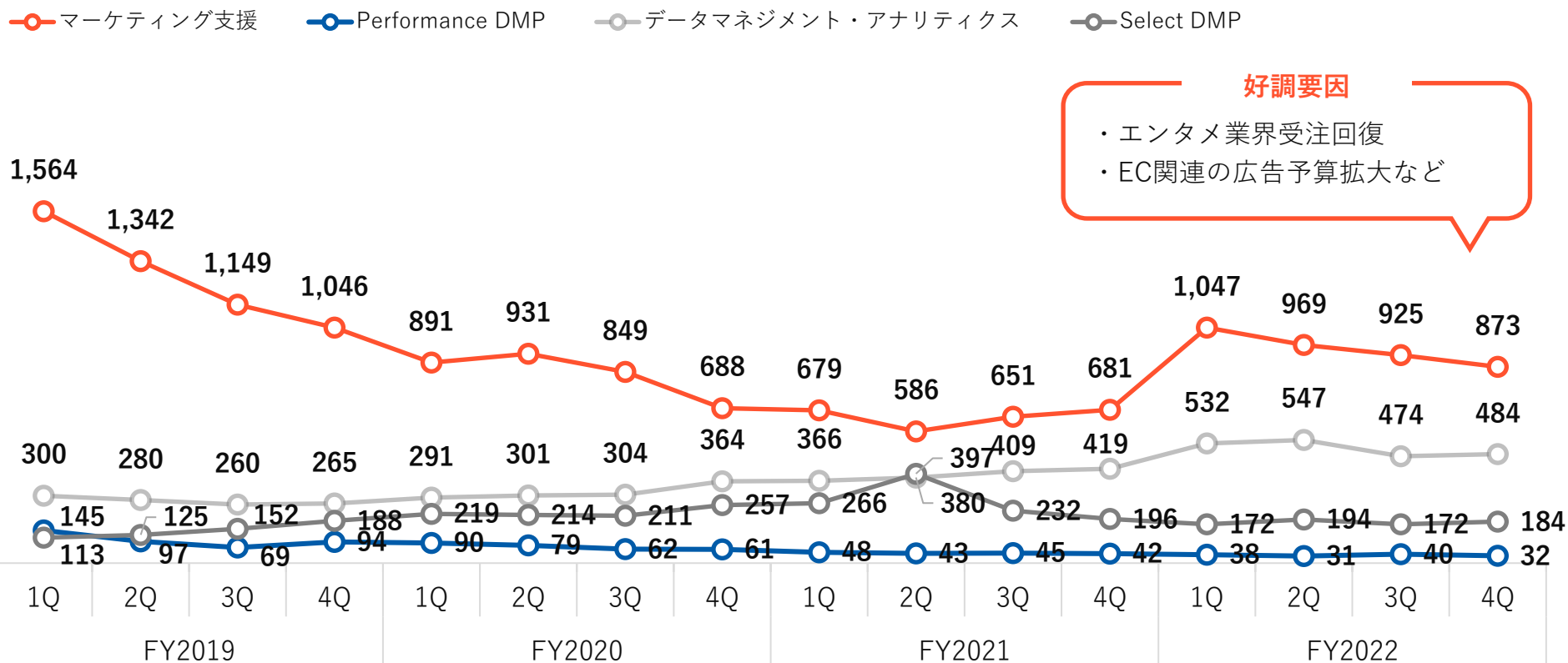


※1：1ヶ月の間に稼働したアカウントを単月アカウント数として、3ヶ月間の単月アカウント数の合計値

平均単価（四半期推移）^{※1}

エンタメ業界や旅行業界からの受注回復、EC関連の広告予算拡大により、マーケティング支援の顧客単価は、**新型コロナウイルス感染拡大前の水準を維持**。

(千円)



好調要因

- ・エンタメ業界受注回復
- ・EC関連の広告予算拡大など

※1：四半期売上高を四半期累積アカウント数で除した数値

FY2023 Outlook

2023年9月期業績予想

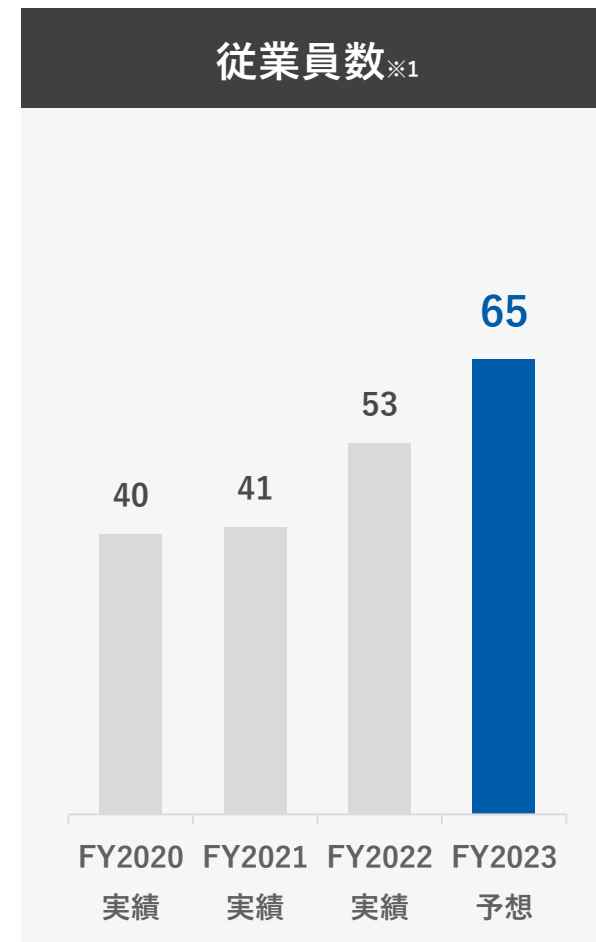
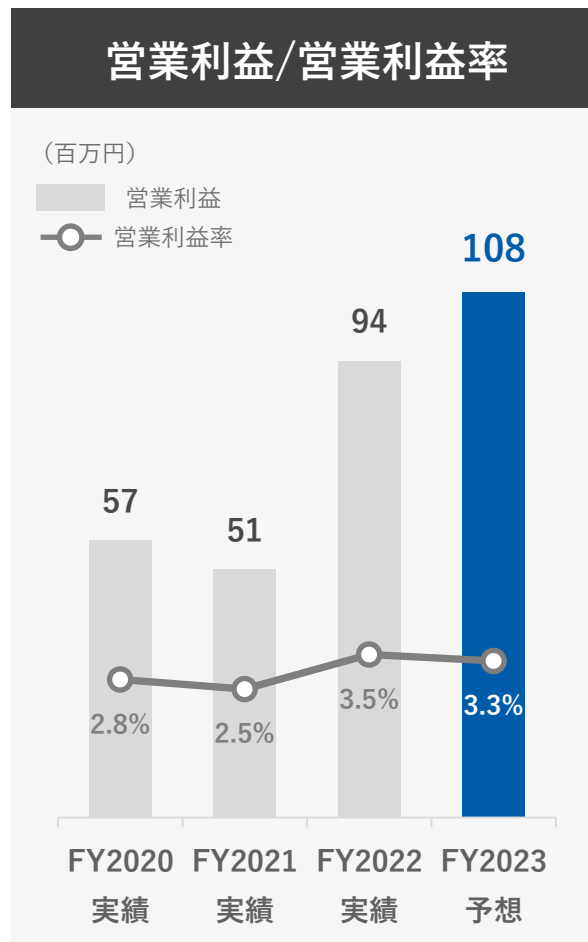
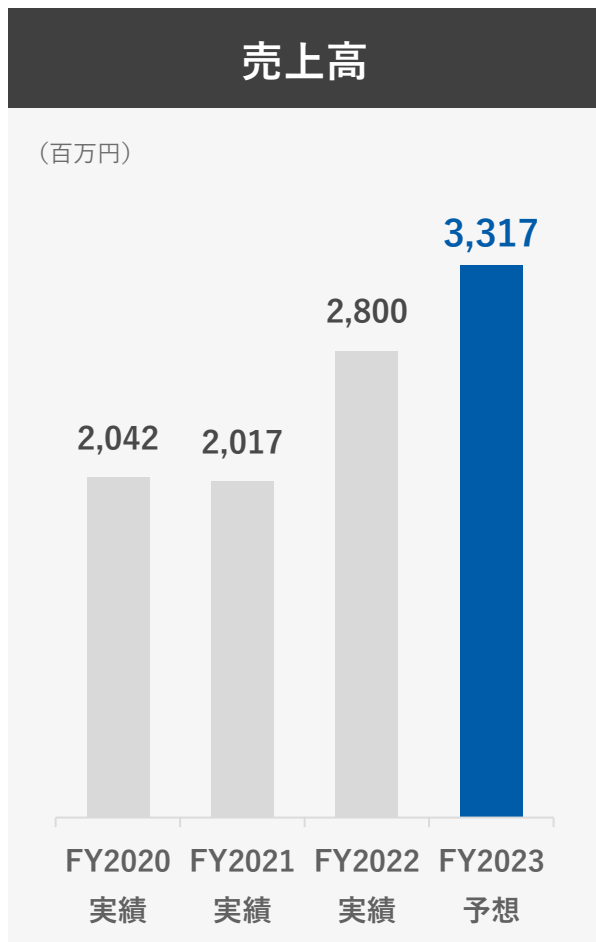
ポストCookieソリューションの拡販を軸に、**売上高はYoY18.5% 増加を見込む。**
 将来に向けた人材投資も継続して実施するものの、**営業利益はYoY15.0%増加。**

(百万円)

| | FY2022 実績 | FY2023 予想 | YoY | |
|---------------------|-----------|--------------|------|--------|
| | | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 2,800 | 3,317 | +517 | +18.5% |
| 営業利益 | 94 | 108 | +14 | +15.0% |
| (営業利益率) | 3.4% | 3.3% | - | △0.1% |
| 経常利益 | 92 | 108 | +16 | +17.3% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 70 | 70 | ±0 | +0.1% |
| (当期純利益率) | 2.5% | 2.1% | - | △0.4% |

新型コロナウイルス感染症拡大による影響も落ち着き、**増収増益基調へ転換**。

採用ペースは順調に推移し、ポストCookieソリューション拡販に備え新規採用を継続。



※1：期末日時点

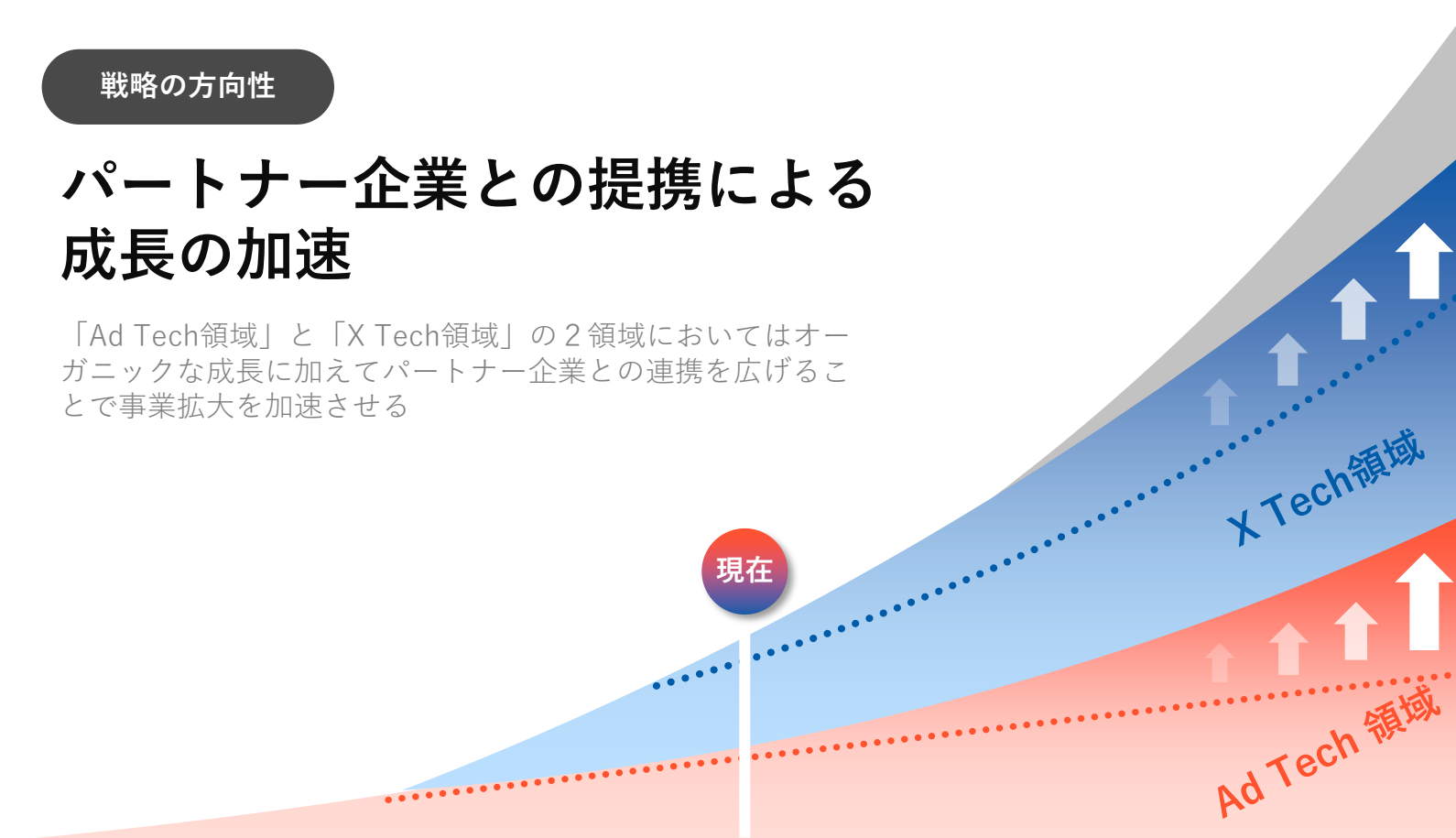
Growth Strategy and Progress

成長戦略とその進捗状況

戦略の方向性

パートナー企業との提携による成長の加速

「Ad Tech領域」と「X Tech領域」の2領域においてはオーガニックな成長に加えてパートナー企業との連携を広げることによって事業拡大を加速させる



領域を横断した活用データプラットフォーム

提携による成長の加速

POINT

オーガニックな成長

提携による成長の加速

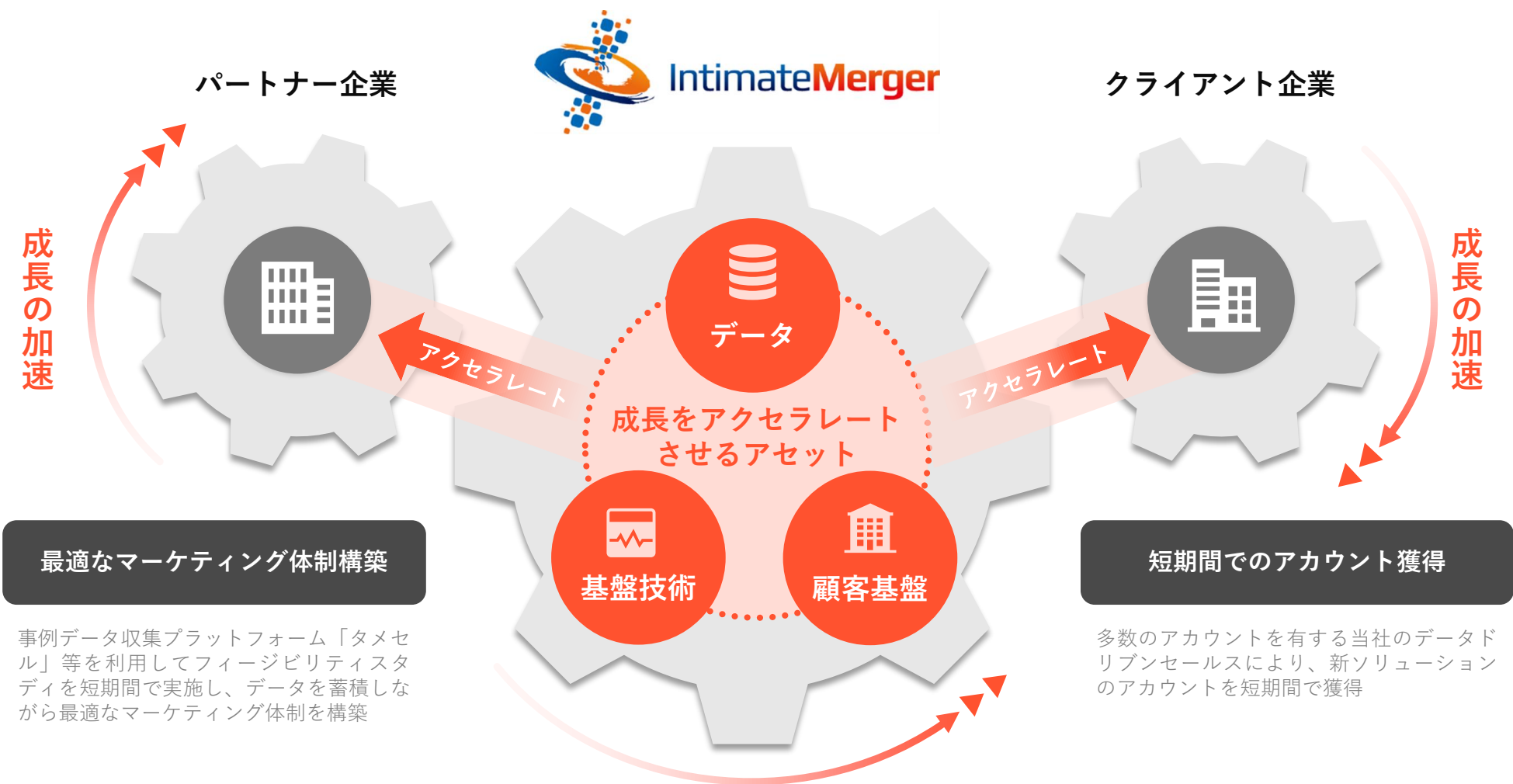
POINT

オーガニックな成長

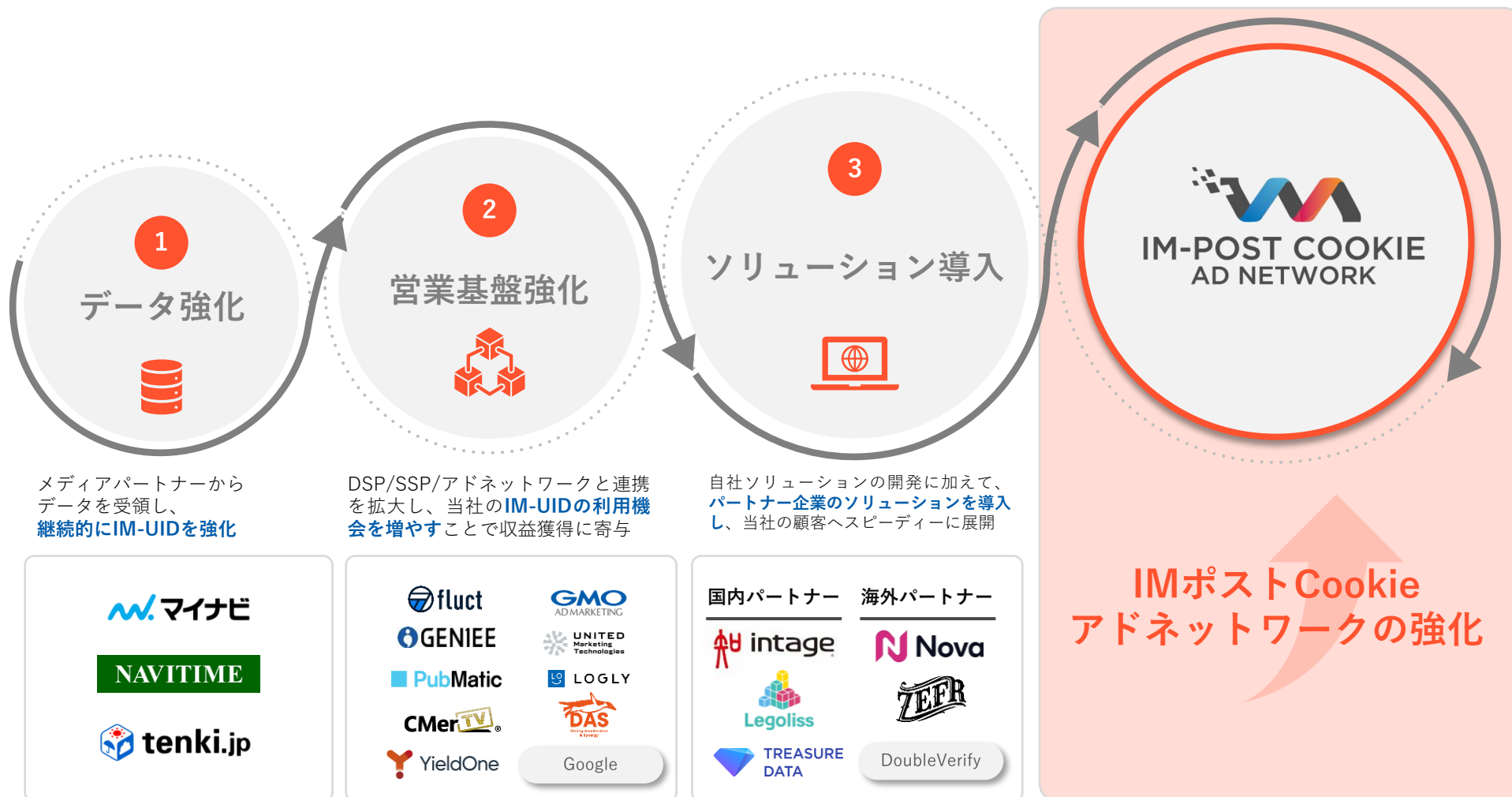
インティメート・マージャーの基盤技術

基盤技術の継続的な強化

パートナー企業のソリューションに対して、短期間で最適なマーケティング体制を構築し、当社の既存アカウントに対してデータドリブンなセールスを行うことにより早期に成功へ導く。



自社での基盤強化やソリューション開発に加えて、パートナーとの連携による基盤強化やソリューション導入により、IMポストCookieアドネットワークの機能強化および拡販をさらに加速させている



多くのパートナー企業に共通IDソリューション「IM-UID」を提供し、ネットワークを拡大している



シルバーエッグ・テクノロジー株式会社の 「HotView」と連携

3rd Party Cookieに依存しないレコメンド広告の配信が可能に



株式会社シャノンの「SHANONアドクラウド」と連携

ダイナミックリターゲティング広告がポストCookie環境下でも配信可能に



株式会社アルファアーキテクトの広告配信・ 計測システム「VeleT」と連携

動画広告がポストCookie環境下でも配信可能に



PubMatic社のプログラマティック広告にて1stパー ティー・データを利用可能にする「Connect」と連携

CTVやアプリのアドレスビリティの向上が可能に

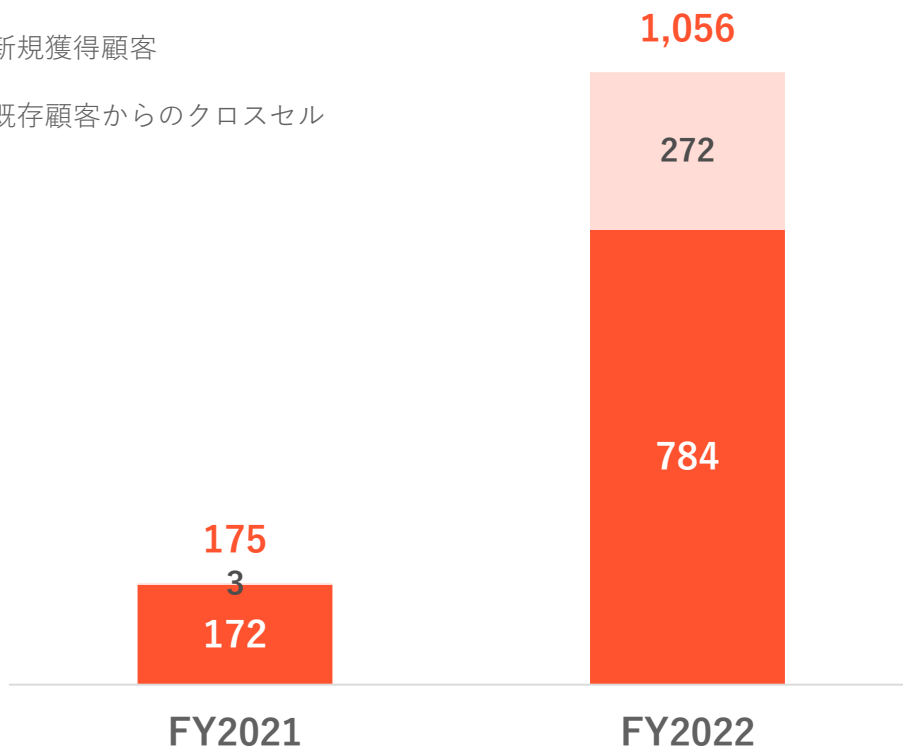
Performance DMPで獲得したクライアントに対するクロスセル販売に加え、新規顧客の獲得も進み、ポストCookieソリューションの**アカウント数は順調に増加**。

年間アカウント数の推移

(件)

■ 新規獲得顧客

■ 既存顧客からのクロスセル

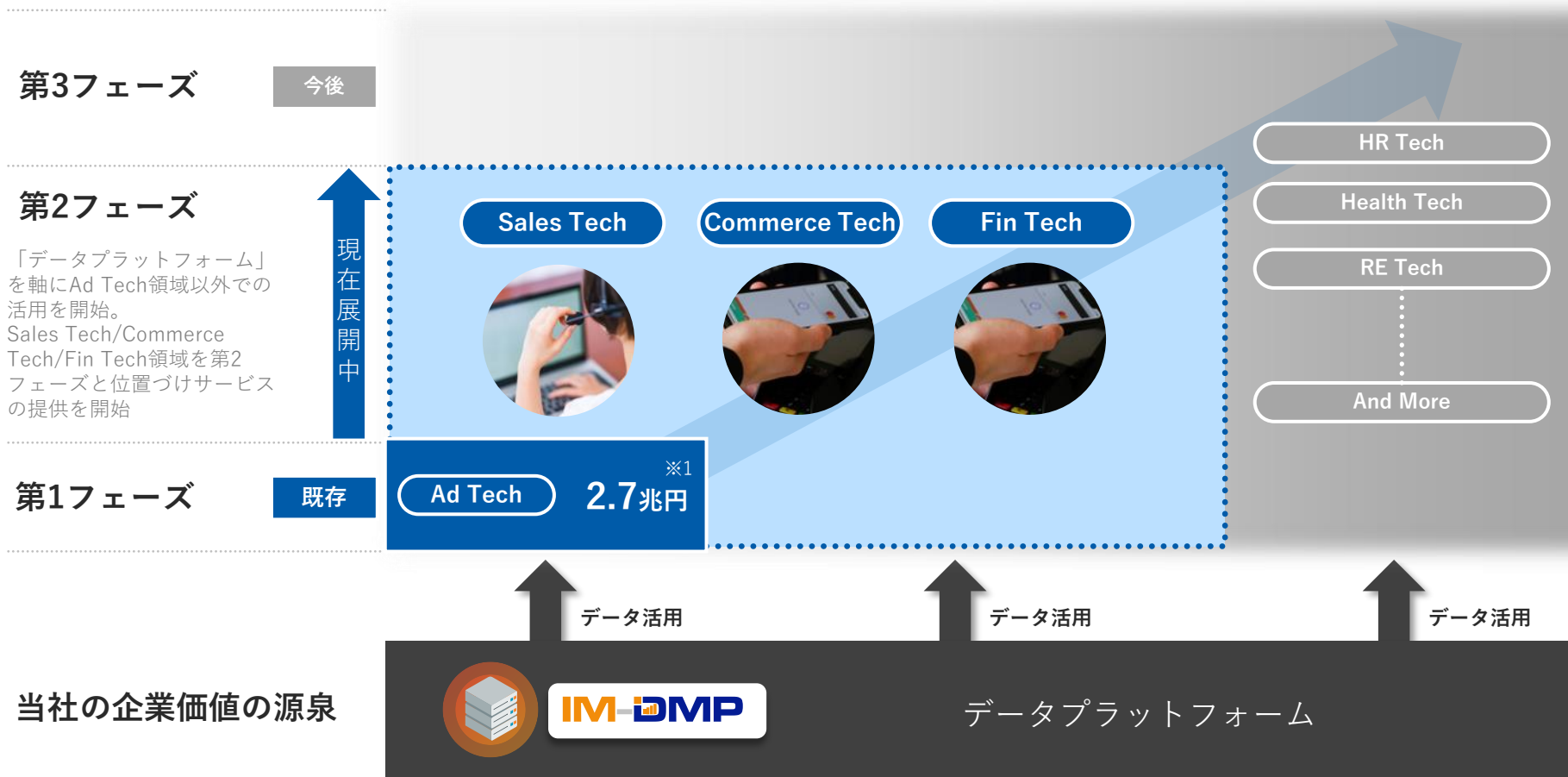


IM-POST COOKIE
AD NETWORK

累計アカウント数は
1,056件

YoY : 6.0倍

X Tech領域に事業領域を拡大し、非連続的な成長を目指す



※1 (株)電通「日本の広告費2021」日本の媒体別広告費 インターネット広告費：広告制作費を含む

将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。
- 当社株式の募集及び売出しに応募される際は、必ず当社が作成する新株式発行並びに株式売出届出目論見書（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断と責任で行われますようお願いいたします。

Appendix

参考資料

| | | | | |
|--------|-------------------------------|------|-------|-------|
| 会社名 | 株式会社インティメート・マージャー | | | |
| 経営陣 | 代表取締役 | 築島亮次 | 常勤監査役 | 石沢美穂子 |
| | 取締役 | 木村祐一 | 監査役 | 横山幸太郎 |
| | 独立社外取締役 | 永田暁彦 | 監査役 | 大杉泉 |
| | 独立社外取締役 | 寺門峻佑 | | |
| 設立 | 2013年6月 | | | |
| 所在地 | 東京都港区六本木3-5-27六本木山田ビル4F | | | |
| 事業内容 | DMP（データマネジメントプラットフォーム）事業 | | | |
| 決算期 | 9月 | | | |
| 従業員数 | 53名（2022年9月末時点） | | | |
| グループ会社 | クレジットスコア株式会社（連結子会社） | | | |
| 加盟団体 | 一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（J I A A） | | | |

| | |
|----------|---|
| 2013年6月 | 株式会社フリークアウト（現「株式会社フリークアウト・ホールディングス」以下同様）と株式会社Preferred Infrastructureの合併にて株式会社インティメート・マージャーを設立。 |
| 2015年3月 | Googleの運営するDSPサービスと連携を開始。 |
| 2018年7月 | B2B向けリードジェネレーションツール「Select DMP」の提供を開始。 |
| 2019年1月 | 成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス「Performance DMP」の提供を開始。 |
| 2019年10月 | 東証マザーズ上場 |
| 2020年3月 | 株式会社新生銀行との共同事業を行うクレジットスコア株式会社を設立 |
| 2020年11月 | 株式会社フリークアウト・ホールディングスとの親子関係を解消 |
| 2021年8月 | 3rd Party Cookieの代替サービス「IMポストCookieアドネットワーク」の提供を開始。 |
| 2022年4月 | 東京証券取引所の市場区分再編に伴いグロース市場へ移行 |

幅広い業種・業界に多様なサービスを提供。



新生銀行

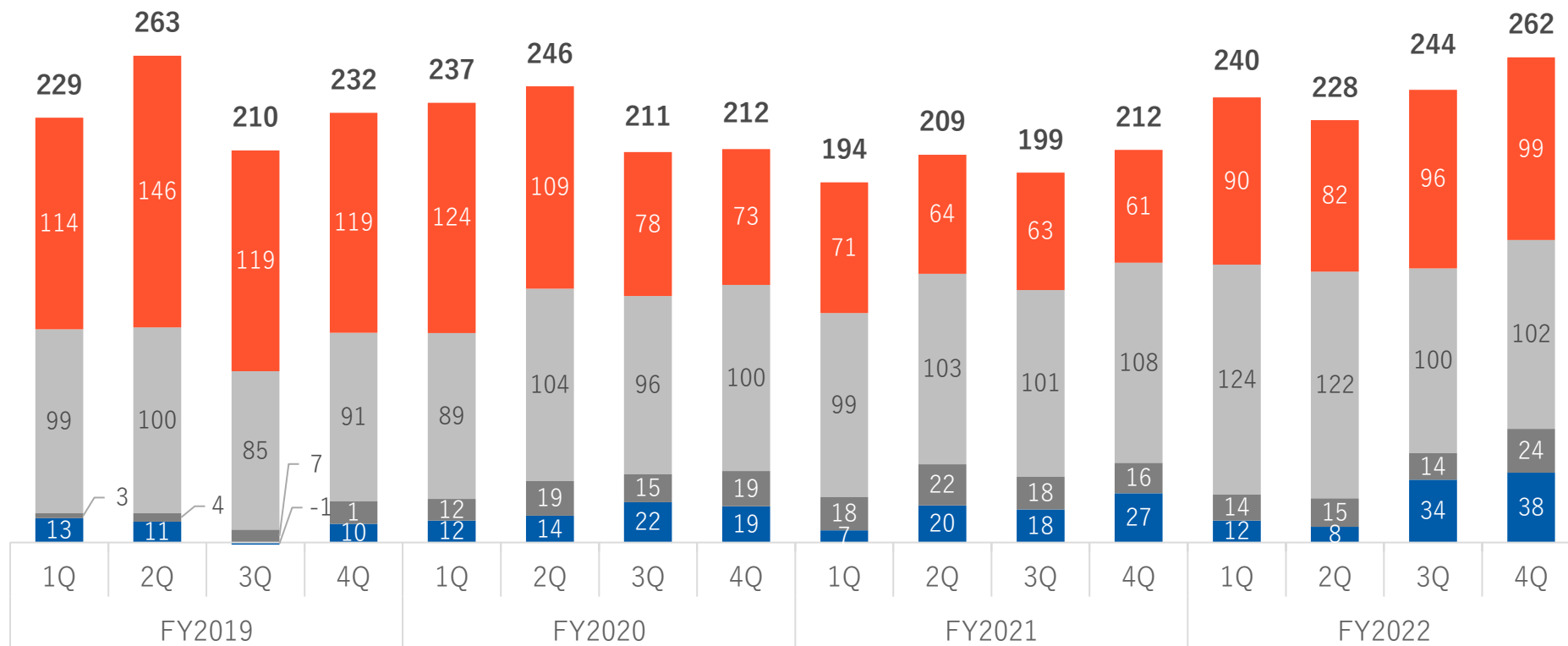


F O R I T

ソリューション別限界利益（四半期推移）^{※1}

(百万円)

- マーケティング支援
- データマネジメント・アナリティクス
- Select DMP
- Performance DMP

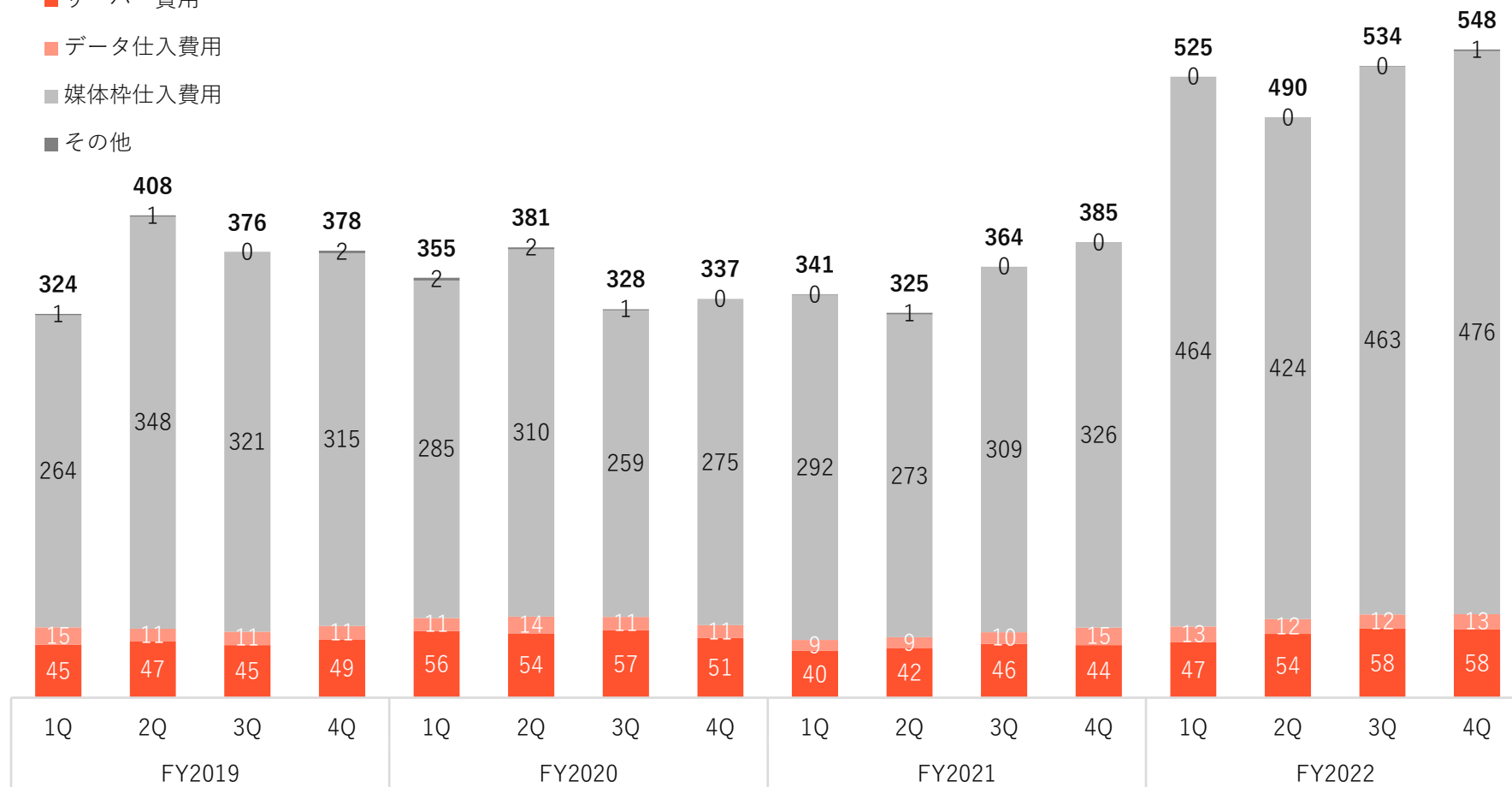


※1：売上高から、個別の売上に紐づく変動原価（主に媒体枠仕入費用）を差し引いた数値

売上原価内訳（四半期推移）

(百万円)

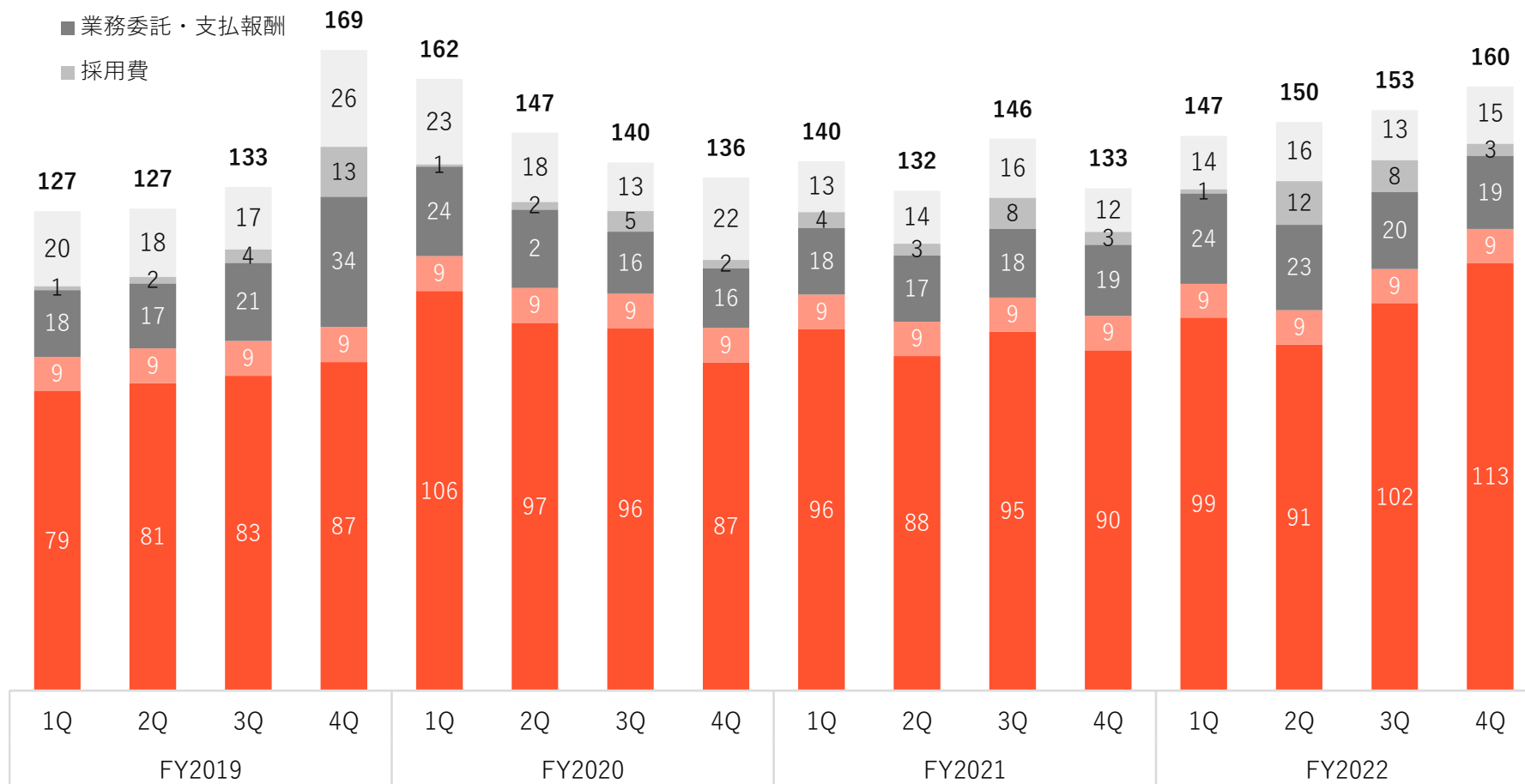
- サーバー費用
- データ仕入費用
- 媒体枠仕入費用
- その他



販売管理費内訳（四半期推移）

(百万円)

- 人件費
- 家賃・水道光熱費
- 業務委託・支払報酬
- 採用費



(百万円)

| | | FY2021Q4 2021年9月末 | FY2022Q4 2022年9月末 | YoY | |
|---------|-----------|----------------------|----------------------|------|--------|
| | | | | 増減額 | 増減率 |
| 資産 | 流動資産 | 1,689 | 1,910 | +221 | +13.1% |
| | 現金及び預金 | 1,350 | 1,459 | +109 | +8.1% |
| | 固定資産 | 65 | 76 | +11 | +17.1% |
| | 有形固定資産 | 9 | 10 | +1 | +12.1% |
| | 無形固定資産 | 1 | 0 | △1 | △43.9% |
| | 投資その他の資産 | 54 | 65 | +11 | +19.6% |
| | 合計 | 1,755 | 1,987 | +232 | +13.2% |
| 負債及び純資産 | 負債 | 440 | 569 | +129 | +29.3% |
| | 借入金 | 100 | 100 | - | -% |
| | 純資産 | 1,314 | 1,418 | +104 | +7.9% |
| | 合計 | 1,755 | 1,987 | +232 | +13.2% |