

IntimateMerger

株式会社インティメート・マージャー

成長可能性に関する説明資料

東証マザーズ（証券コード：7072）



INDEX

- | | | |
|----|------------------------------|-----|
| | About Intimate Merger | |
| 1. | 会社概要 | P03 |
| | Business Description | |
| 2. | 当社の事業内容 | P13 |
| | Market Environment | |
| 3. | 市場環境 | P22 |
| | Growth Strategy | |
| 4. | 成長戦略 | P26 |
| | Appendix | |
| 5. | 参考資料 | P33 |

About Intimate Merger

1

会社概要

基礎情報

- 会社名 株式会社インテIMATE・マージャー
- 代表者 代表取締役 築島 亮次 | Ryoji Yanashima
- 創業 2013年6月24日
- 決算期 9月
- 資本金 1億5,000万円
- 取締役

代表取締役	:	築島 亮次
取締役	:	久田 康平
取締役	:	村井 浩起
取締役	:	佐伯 朋嗣
取締役	:	永井 秀輔
社外取締役	:	永田 暁彦
- 監査役

常勤監査役	:	大島 忠
監査役	:	横山 幸太郎
監査役	:	大杉 泉
- 従業員数 37名（2018年9月末時点）
- 所在地 〒106-0032 東京都港区六本木3-5-27 六本木山田ビル4F
- 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）
- 事業内容 DMP（データマネジメントプラットフォーム）事業

当社株主



- 株式会社フリークアウト・ホールディングス
- 株式会社電通
- YJキャピタル株式会社
- モバイル・インターネット・キャピタル株式会社
- SMBCベンチャーキャピタル株式会社
- 株式会社アイビス・キャピタル・パートナーズ
- みずほキャピタル株式会社
- 株式会社新生銀行

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想いから創業しました。

POINT

Ad Tech市場から始まった当社は、**X-Tech領域へのサービス展開**を加速しています。

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。
2016年7月	株式会社電通及びYJ2号投資事業組合に対する第三者割当増資を実施。
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。

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。

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ージャーを兼務）
- 2012年12月
：株式会社フリークアウト入社
- 2013年6月
：株式会社インティメート・マージャーを創業



代表取締役社長

築島亮次

(Ryoji Yanashima)

POINT

各領域にて**経験豊富な経営陣**にて事業を運営。



取締役 管理本部長

久田 康平 | Kohei Hisada

2009年 株式会社三井住友銀行へ入社。
都心エリアにて法人融資業務に従事。
2013年よりSMBCベンチャーキャピタル
株式会社へ出向。複数のベンチャー企業へ
のベンチャー投資業務、
投資先支援業務に従事。
2016年 当社入社。
同年 当社取締役管理本部長就任。



取締役 コンサルティング本部長

村井 浩起 | Hiroki Murai

2009年 東洋ビジネスエンジニアリング
株式会社へ入社。国内製造業にSAP等の
基幹システムの導入に従事。
2015年 当社入社。DMPサービスの提供
業務に従事し、2019年に
取締役コンサルティング本部長就任。



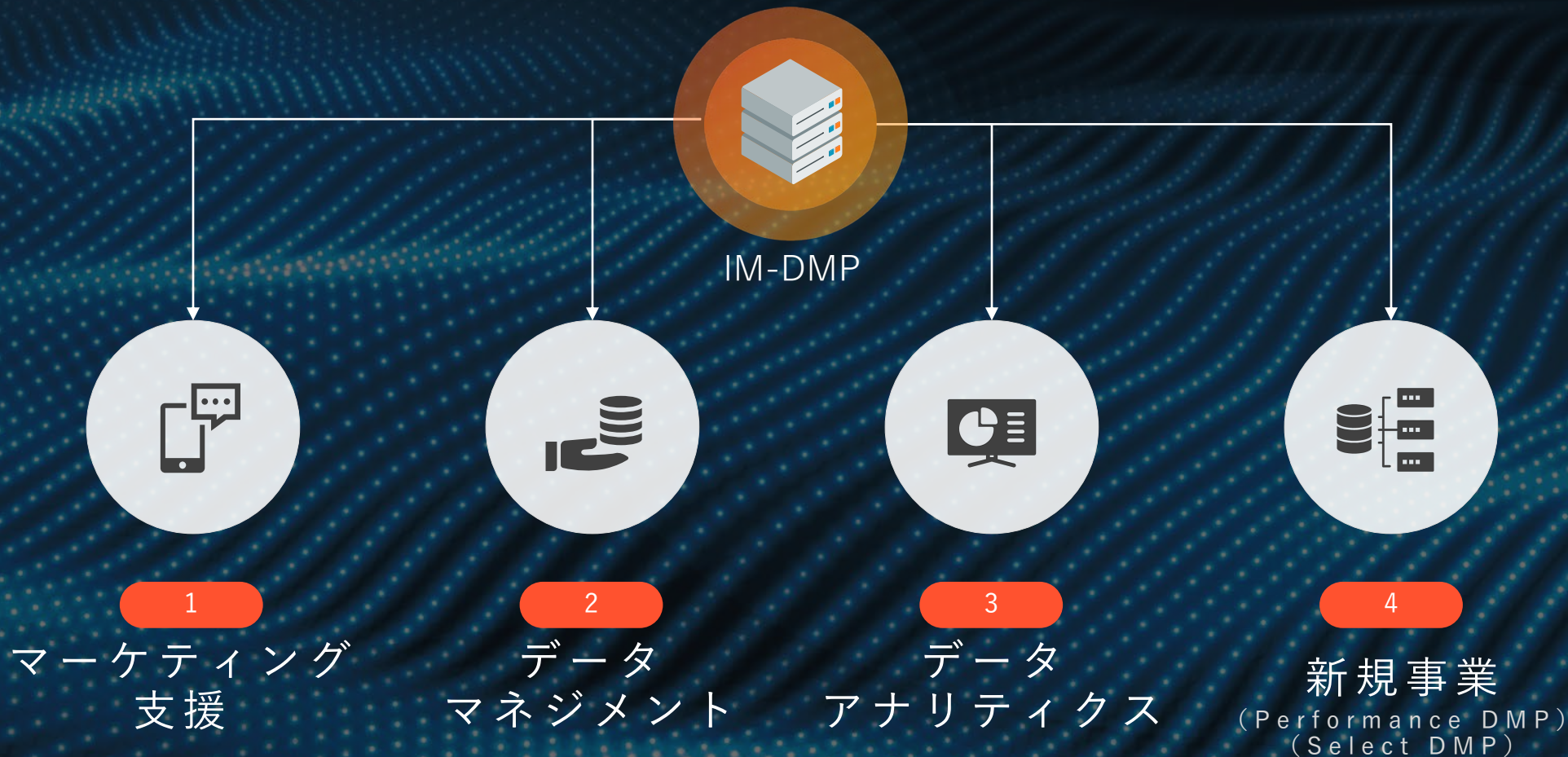
取締役 経営企画室長

佐伯 朋嗣 | Tomotsugu Saeki

2005年 株式会社オプトにてIT業界
キャリアをスタート。SEM、SEO領域や
子会社の営業統轄に従事。
その後SaaS業界、独立を経てイー・ガー
ディアン株式会社にて営業、
マーケティング部門の管掌役員を歴任。
2018年 当社入社。経営企画室長として
新規事業領域を担当した後、
2019年に取締役経営企画室長就任。

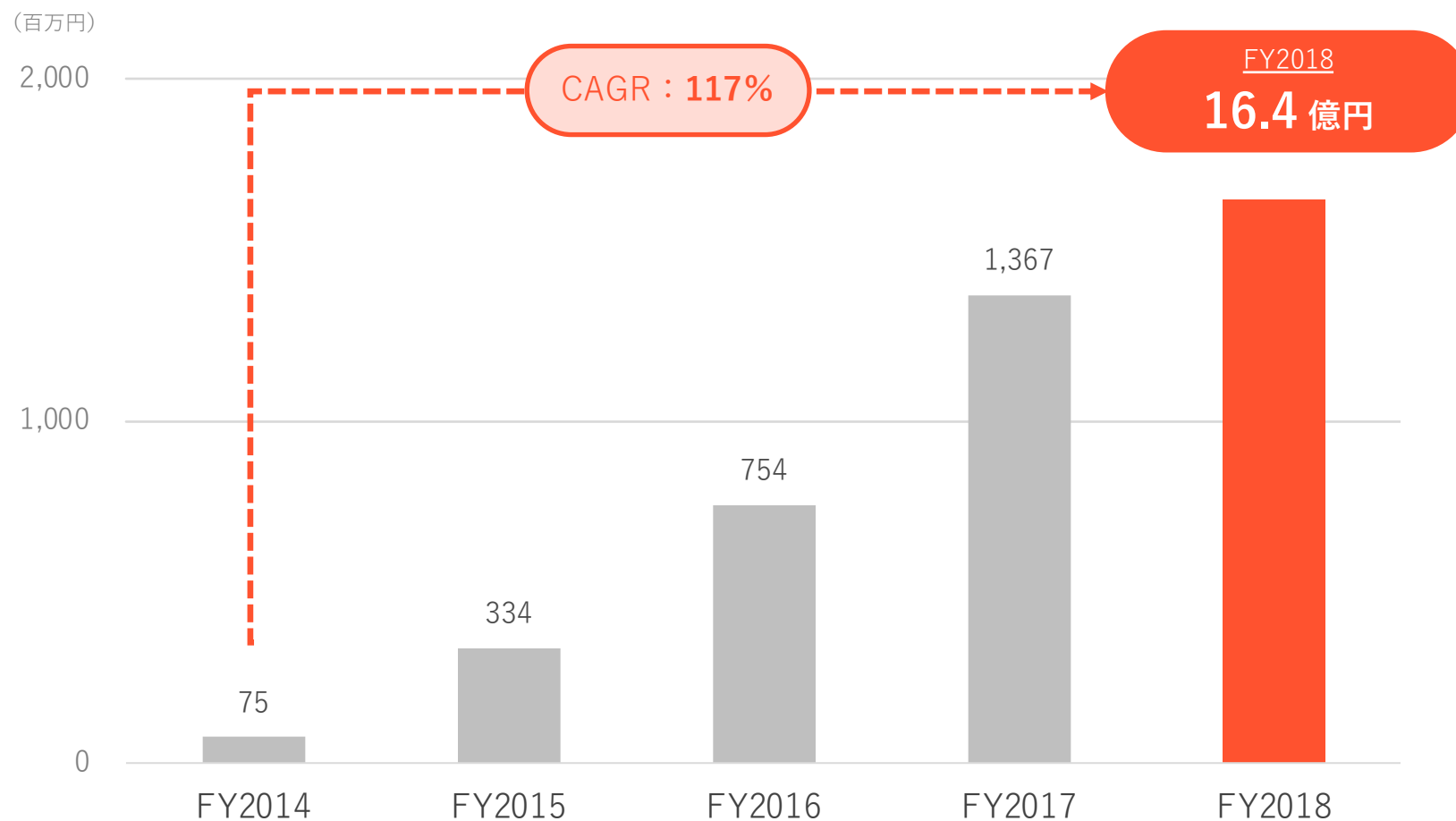
IM-DMP[※]を軸に大きく**4種類のソリューション**を提供。

※月間4.7億以上のユニークブラウザに紐づく3rd Party Data等を保有するパブリックDMP

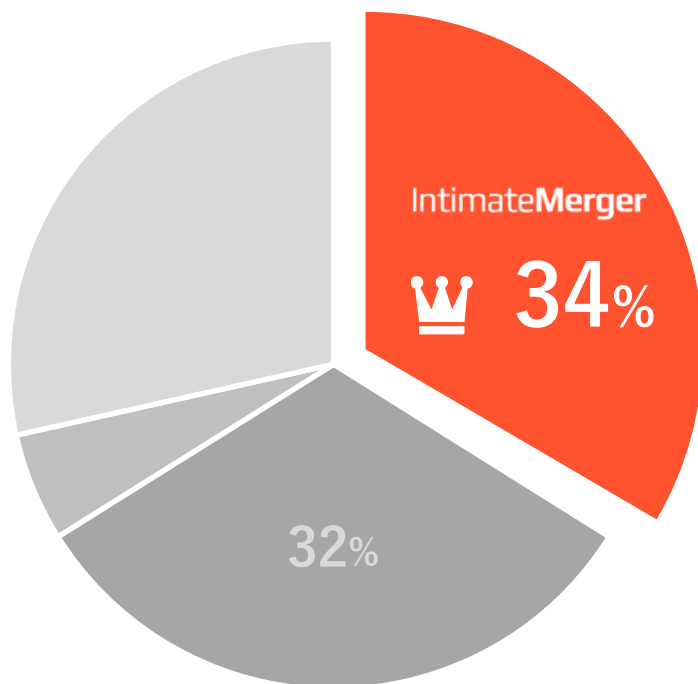


POINT

2018年9月期の売上高は過去最高の16.4億円となっており、過去4年間での年平均成長率（CAGR）は117%となる。



国内パブリックDMP市場：売上シェア



■ 当社 ■ A社 ■ B社 ■ その他

出典：ITR 「ITR Market View: マーケティング管理市場2019」
パブリックDMP市場：ベンダー別売上金額シェア（2018年度予測）
※小数点は四捨五入



国内パブリックDMP市場

売上シェアNo.1

POINT 幅広い業種・業界に多様なサービスを提供。



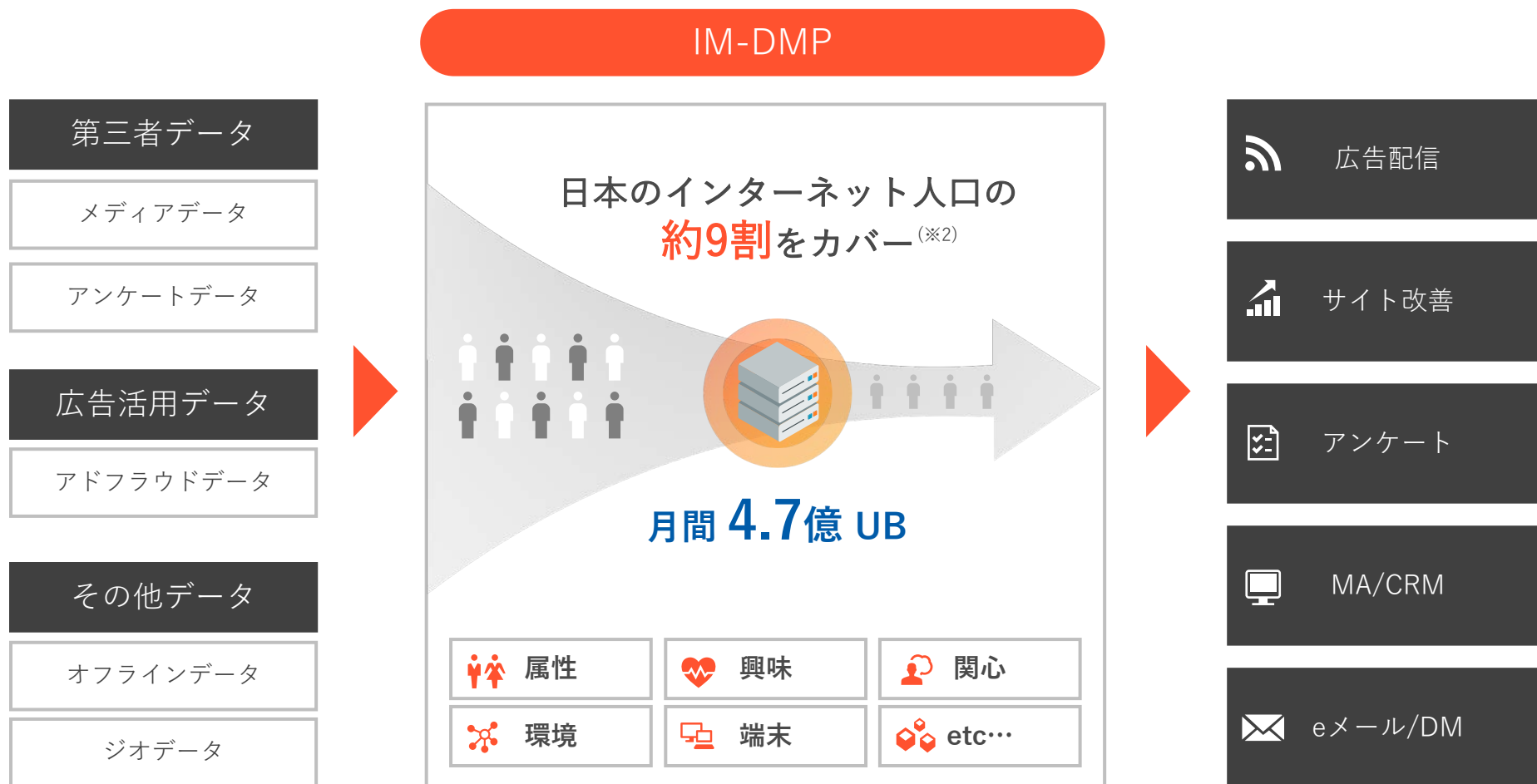
Business Description

2

当社の事業内容

POINT

(※1) 月間4.7億以上のユニークブラウザに紐づく3rd Party Data等を保有するパブリックDMP。



(※1) 一定期間内に計測された重複のないブラウザの数を示します。多くの場合、ブラウザの識別にはCookieが利用され、一定期間内に計測された重複のないCookieの数のことを示します。

(※2) 株式会社インテージの調査による1会員あたりのCookie数から逆算して割合を算出しております。

ソリューション一覧	ソリューションの説明
1 マーケティング支援	IM-DMPを活用したユーザーフィルタリングを通して、費用対効果の高いマーケティング活動を支援するサービス。
2 データマネジメント	IM-DMPのデータを企業に提供し、企業が持つ1st Party Dataの精度を向上させるサービス。
3 データアナリティクス	企業の保有ツールとIM-DMPの連携を通して、企業が持つ1st Party Dataの分析を支援するサービス。
4 新規事業 ・ Performance DMP ・ Select DMP	・ Performance DMP 成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス。 ・ Select DMP B2B向けのリードジェネレーションを目的とした、ニーズ検知型企业リスト生成サービス。

POINT 国内No.1の実績、サービス開発力、データコンサルティングが強み。



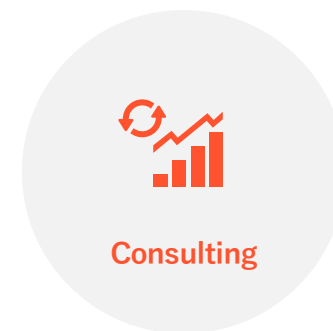
1 国内No.1 DMP

- 国内パブリックDMP市場、4年連続売上**シェアNo.1**
- 豊富なデータ収集ネットワークにより日本のインターネット**人口の約9割**のデータ量を実現



2 サービス開発力

- 成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス「**Performance DMP**」
- ニーズ検知型企业リスト生成サービス「**Select DMP**」



3 コンサルティング

- データ分析をもとにした解決策の提案から、実行、改善、フィードバック、データ集約までを**ワンストップ**で提供

POINT

データ収集ネットワーク、ビッグデータ処理技術、AIによるデータ解析技術を駆使して、規模と技術力の両面で高い優位性を誇る。



1

データ収集ネットワーク

多様なカテゴリーのメディア企業からデータを収集しており、カバー率は国内インターネット人口の約9割

2

ビッグデータ処理技術

秒間最大5万件のデータを処理

3

AIによるデータ解析技術

収集したデータを自社開発のAIにより加工処理をして付加価値創出

POINT

ビッグデータを活用した、高精度な広告配信や法人リスト生成サービス等を複数開発。



月間4.7億以上のユニークブラウザのデータを保有し、成果の出るデータドリブンなマーケティング施策を実現するために活用できるDMP。

開発



成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス。IM-DMPを活用し、高パフォーマンスのユーザーを分析することで、高い費用対効果で広告配信を行うサービス。僅か半年で430件超の導入実績。

開発



BtoB企業向けニーズ検知型企業リスト生成サービス。WEB閲覧履歴から、自社商材に関心を持っている可能性が高い見込み顧客企業を抽出し、リスト化するサービス。

開発

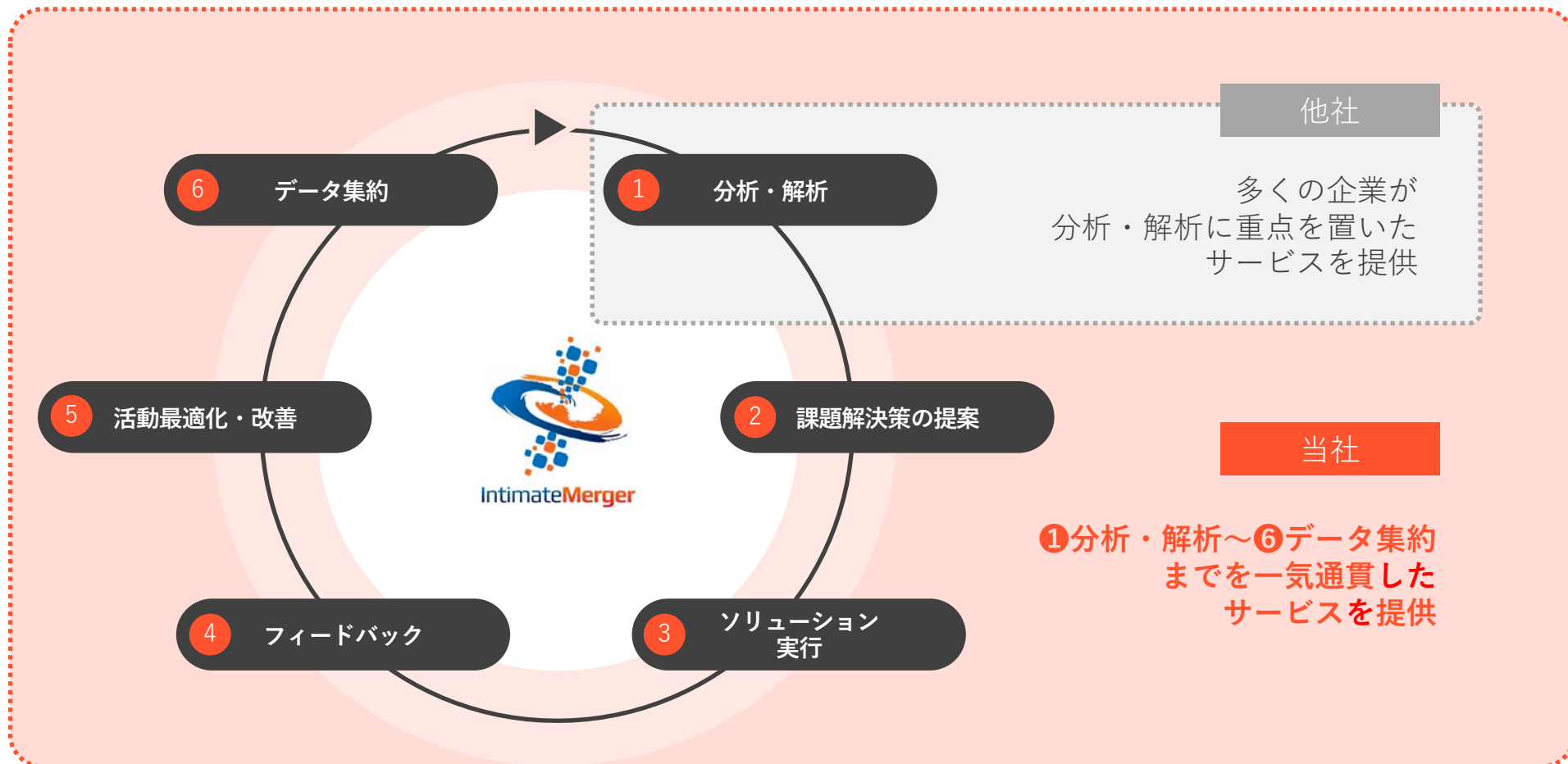
新規事業



ビッグデータ

POINT

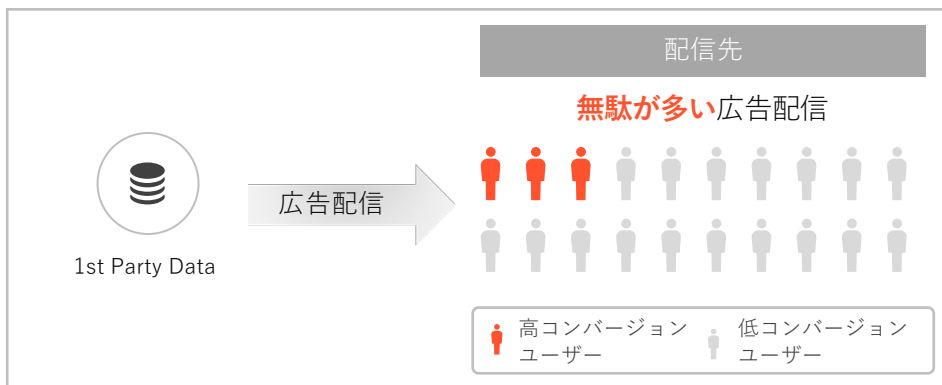
他社は分析・解析に重点を置いたサービスであるのに対し、
 当社は、**分析・解析からデータ集約までを一気通貫して提供**可能。☒



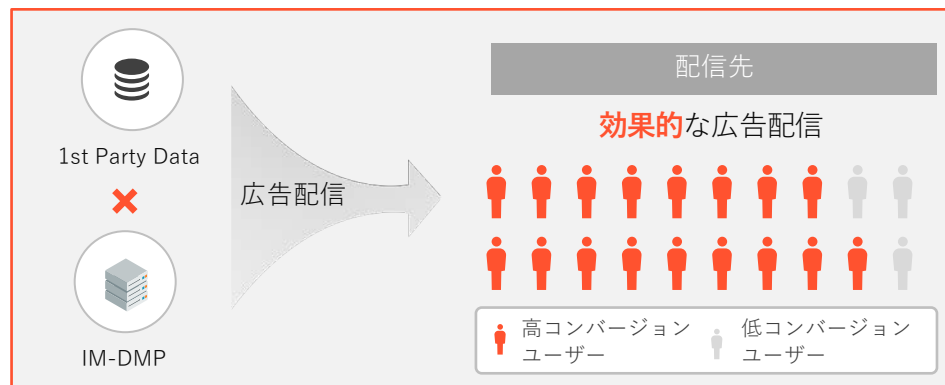
POINT

企業が保有する1st Party Data に、IM-DMPを掛け合わせることで、見込み顧客に対するアプローチ等の**効果的な広告配信が可能**になる。

DMPを使わない場合



IM-DMPを活用した場合



年齢 性別



属性データ

年齢 性別 年収 職業 未婚 未既婚 etc...



企業IP 機種



通信環境データ

企業IP 機種 解像度 エリア 回線 リファラ



無し

Web閲覧データ

有り

POINT

当社サービスの導入アカウント数は順調に増加しており、2019年9月期（Q3）には**約1,400に到達**。

導入アカウント数

(アカウント数)

1,500

750

0

FY2016

FY2017

FY2018

FY2019
(Q3)

363

707

1,051

FY2019
1,395

Market Circumstances

3

市場環境

POINT

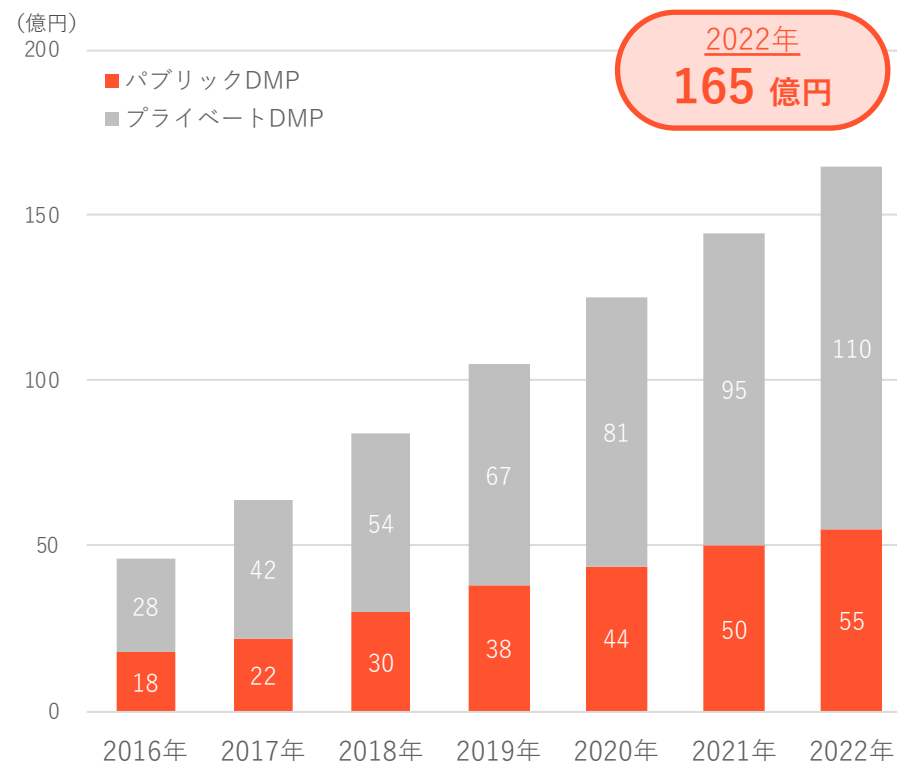
インターネット広告市場は過去5年連続で二桁成長しており、**市場規模は1.7兆円**を突破。
同市場の拡大に伴い、**DMP市場も継続的な成長が見込まれる。**

国内インターネット広告市場



※出典：(株)電通「日本の広告費2018」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

国内DMP市場

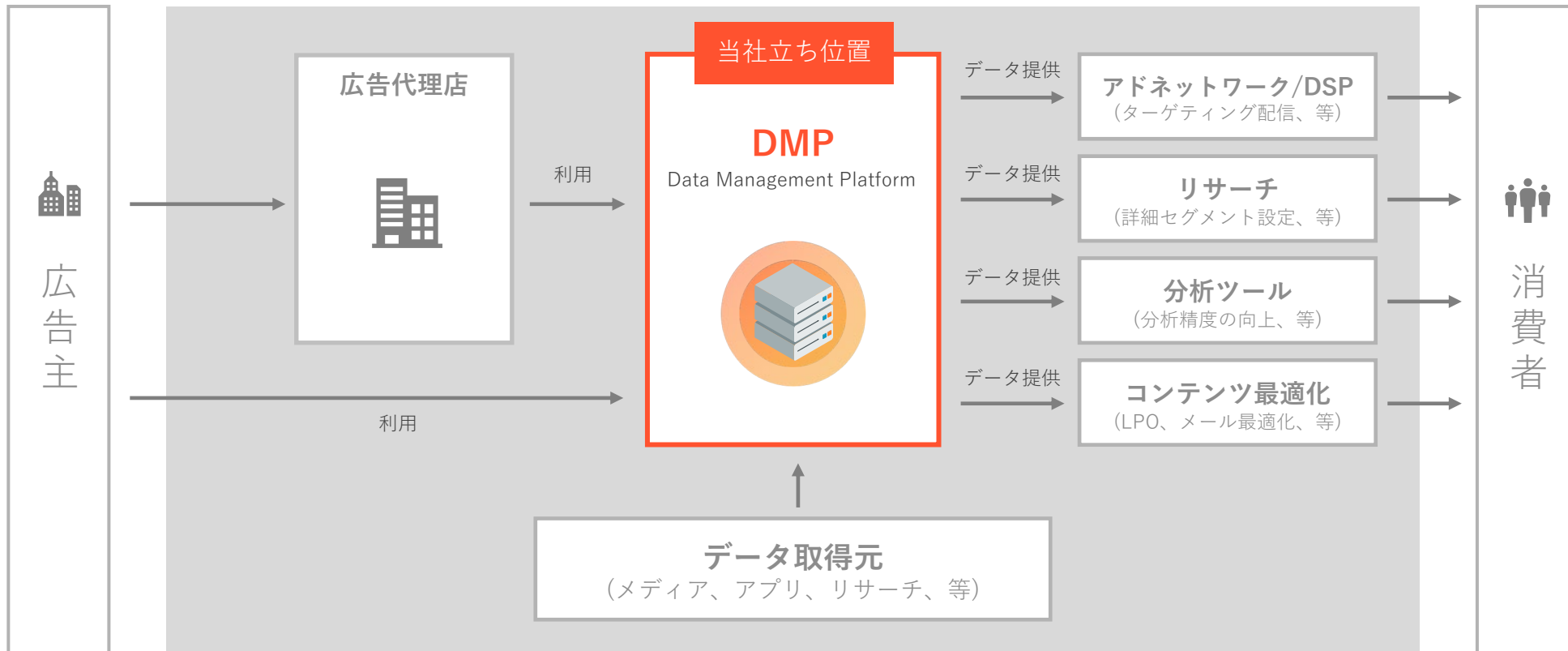


出典：ITR「ITR Market View:メール/Webマーケティング市場2019」
※ベンダーの売上金額を対象とし、3月期ベースで換算。2018年度以降は予測値。

POINT

精度の高いマーケティング施策（広告ターゲティング、顧客分析やコンテンツ最適化等）の実現に寄与。

インターネット広告市場



POINT

独自開拓したメディアを中心とするパートナー企業からのデータ収集力に加え、AI技術・データ活用コンサルティング力・サービス開発力に強みがあり、**新規参入は困難**。

当社の強み	ポイント
<p>1 パートナー企業からのデータ収集力</p>	<p>データ提供をするパートナーとのレベニューシェアモデルにより、月間4.7億ユニークブラウザの豊富なデータを常時保有</p>
<p>2 AI技術を用いた日本語解析能力</p>	<p>各URL毎のテキスト内容を文脈まで細かく分析する自社アルゴリズムを用いることで、DMP内のオーディエンスデータの情報精度を高めている</p>
<p>3 データ活用ノウハウを生かしたサービス開発力</p>	<p>2,000社の導入実績から得られるデータ活用ノウハウをもとに、ニーズの高いサービスを開発することが可能</p>
<p>4 データ分析だけでなく、データ活用まで提案するコンサルティング力</p>	<p>データ分析に留まらず、データ活用、及び活用後のデータ蓄積を見据えた提案を行うことが可能</p>

Growth Strategy

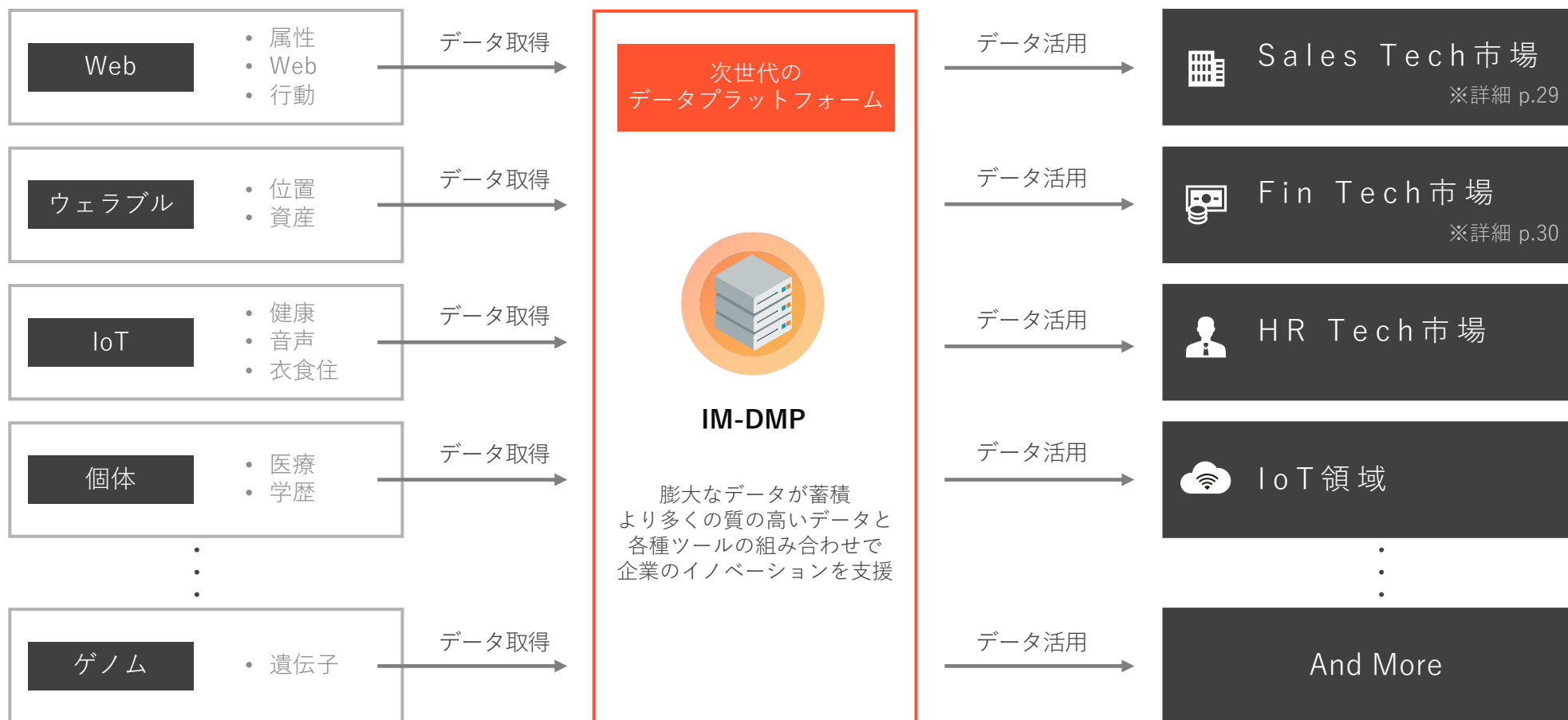
4

成長戦略

POINT

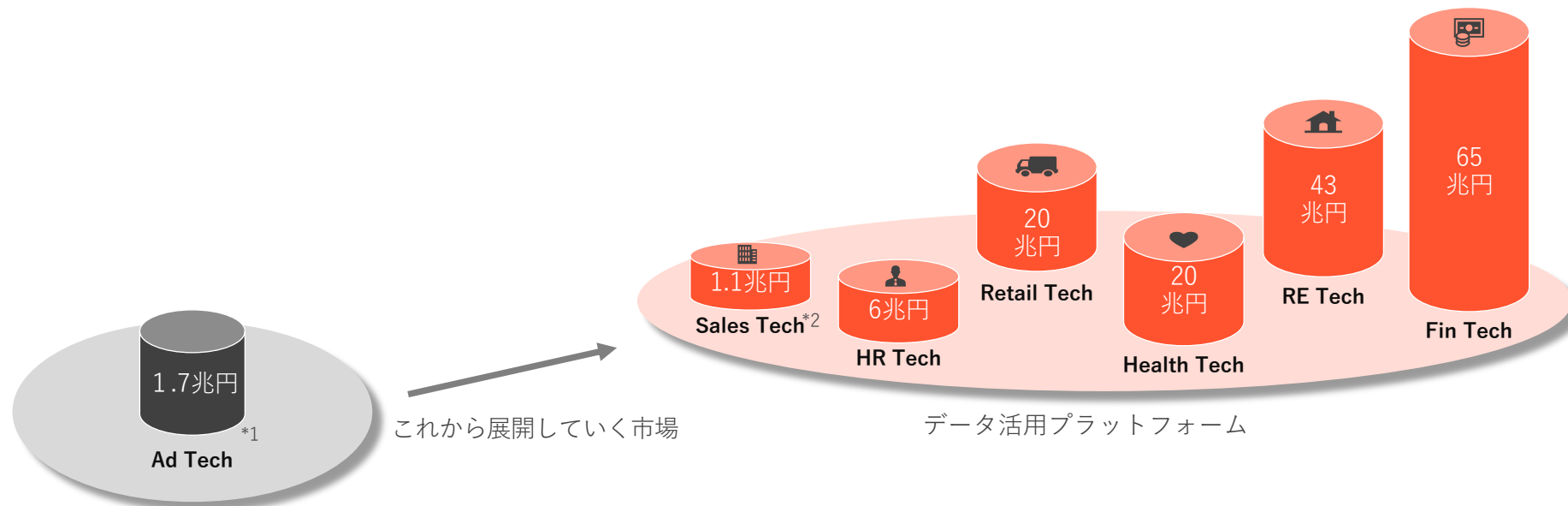
同業他社はAd Tech市場に特化しており汎用性が低いのに対し

当社のデータプラットフォームは汎用性が高く、さまざまな産業や業種への展開が可能。



POINT

汎用性の高い当社プラットフォーム「IM-DMP」を活かし、**Fin Techなどの巨大市場に進出。**



Ad Tech市場：1.7兆円

データを基軸に様々な巨大な市場に進出

※1 (株)電通「日本の広告費2018」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
 ※2 コールセンターサービス市場（株式会社矢野経済研究所）、MA市場（矢野経済研究所）、
 マーケティングリサーチ市場（一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会）の合算にて算出

事例 ① : Sales Tech領域

POINT

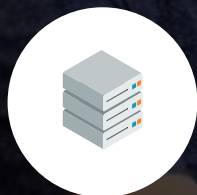
ニーズ検知型営業支援サービス「Select DMP」を2018年7月にリリースし、**安定性・成長性**が見込める**サブスクリプション型ビジネスへ進出**。2019年6月より本格始動。

サービス概要

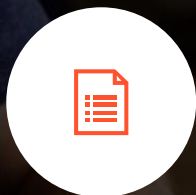
導入企業数



IM-DMPがネットワークしているユーザーをモニタリング



競合サービスの調査や、親和性の高いサイトを閲覧しているユーザーを発見



興味を持った法人リストをリアルタイムで収集



リストに対して架電などの営業活動を実施



POINT

金融機関向けに、クレジットカードの不正利用やなりすましログインといったセキュリティリスクをIM-DMPのオンラインデータを活用することによって検知するサービスを提供。

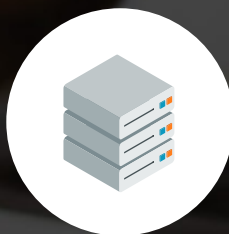
銀行等の金融機関



借主



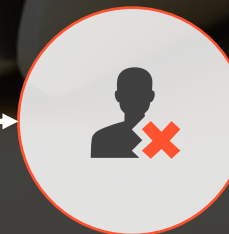
データ査定



データ照合



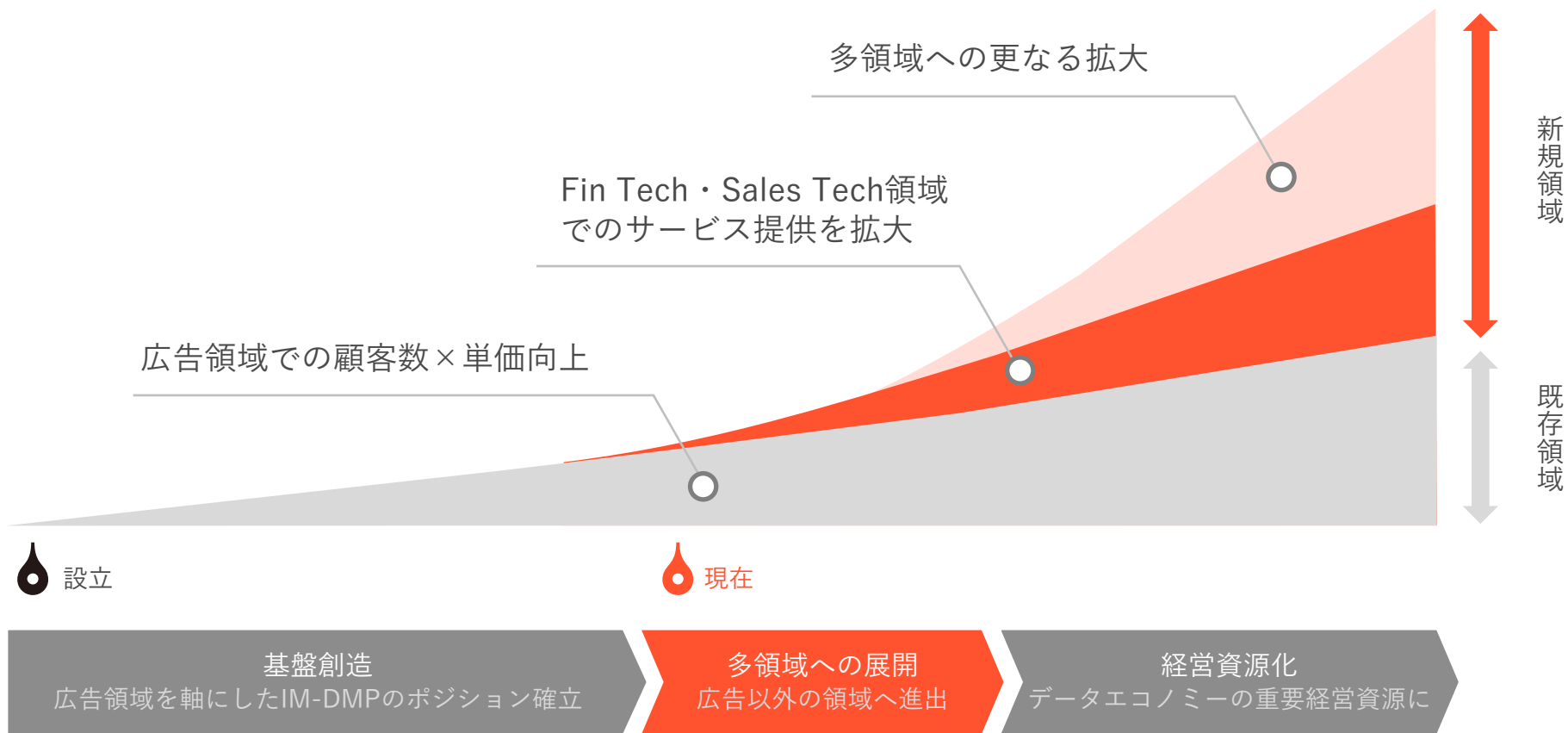
リスク：低



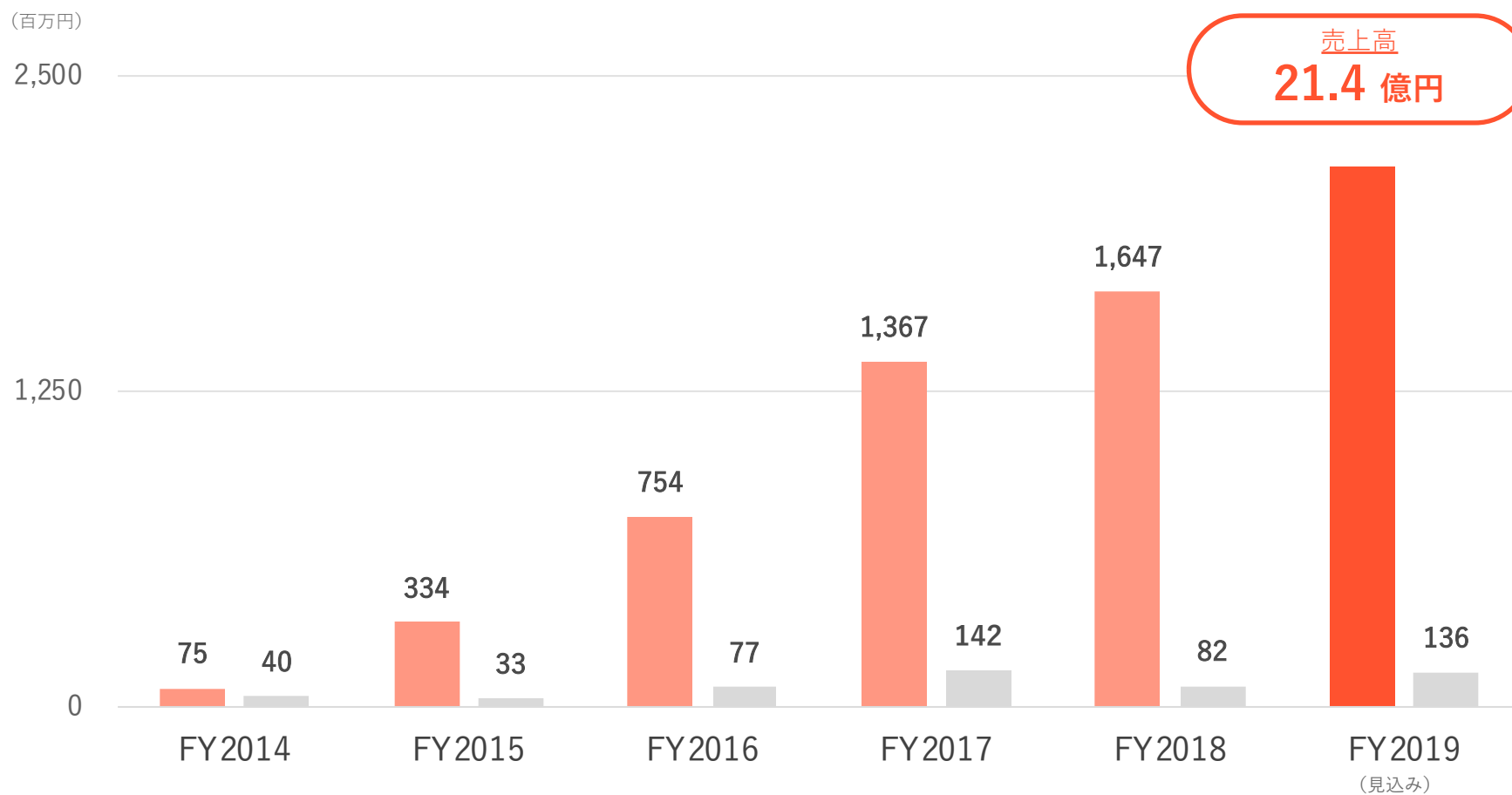
リスク：高

- 「借金 踏み倒し」で検索
- 債務整理のサイトを複数閲覧

POINT 企業のイノベーションを支援する **データプラットフォーマーNo.1の地位**を確立。



POINT 2019年9月期には売上高21.4億円、営業利益1.3億円を見込む。



Appendix

5

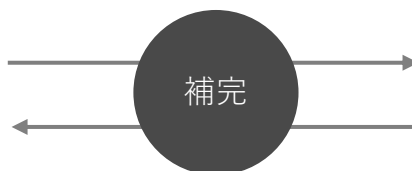
參考資料

POINT

プライベートDMPは企業独自のマーケティングデータを集約する。
パブリックDMP(IM-DMP)は大規模な第三者データを保有し、**データ提供や連携を行う。**

プライベートDMP
(各企業ごとに構築)

パブリックDMP
(IM-DMP)



企業独自のマーケティングデータを
集約するDMP

外部サイトの行動データなどの大規模な
第三者データを保有するDMP

会員データ

アンケート結果

購買データ

WEBサイトログ

広告配信データ

etc.

属性データ

企業データ

行動データ

通信環境データ

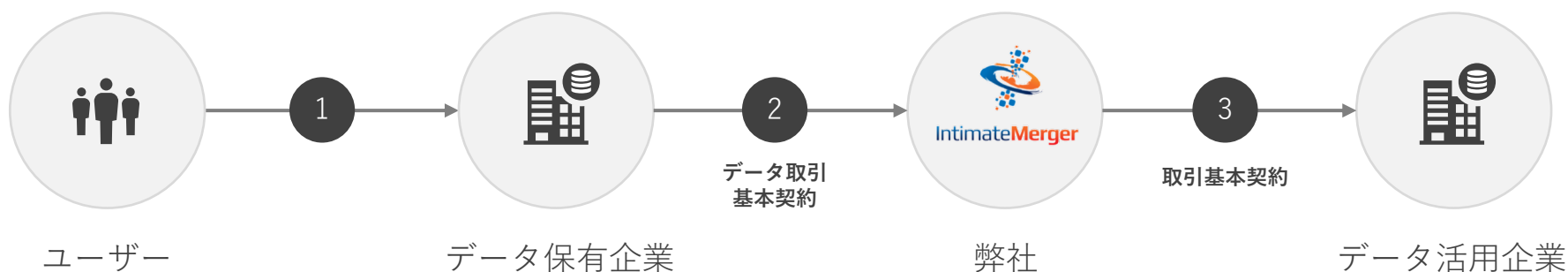
嗜好性データ

etc.

POINT

データ保有企業からは提供データに関する**許諾取得の表明保証**を取得し、
データ活用企業へは**Cookie情報の第三者提供の禁止**と**プライバシー侵害の禁止**を契約で徹底。

プライバシー保護に関する取り組み



- ① データ保有企業とユーザー間でIMへの提供予定のデータの取得に関する許諾をオプトイン形式またはオプトアウト形式で取得
- ② **データ取引基本契約**：弊社からデータ保有企業に対して提供データに関する許諾の取得に関する表明保証を取得
- ③ **取引基本契約**：Cookie情報の第三者への提供の禁止とプライバシー侵害の禁止

オプトイン形式…ユーザーの同意を得る方法
オプトアウト形式…データ提供を拒否できる旨を説明する方法

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。