

IntimateMerger

株式会社インテイメート・マージャー
東証マザーズ（証券コード：7072）

2021年9月期

第2四半期決算説明資料

データ活用における革命を起こす

2021/05/14

INDEX

- Executive Summery**
1. エグゼクティブサマリー P3
- Financial Results for FY2021 Q2**
2. 2021年9月期 第2四半期業績 P6
- FY2021 Outlook**
3. 2021年9月期 通期予想 P10
- Topics**
4. Q2トピックス P12
- Development progress Post-Cookie**
5. ポストCookie領域の進捗 P19
- About Intimate Merger**
6. 会社概要・事業内容 P27
- Appendix**
7. 参考資料 P38



Executive Summary

エグゼクティブサマリー

総括

「**ポストCookie**」時代の各種ソリューションの開発が着実に進捗、前倒しでQ2より実証実験を実施。
(FY2021 Q3より導入検証を開始)

主要KPI

- 総アカウント数：**3,729件** YonY：**112%増加** ↑
 - 好調に増加
 - 特にPerformance DMPはQonQ：20%増加
- 連結販管費：**271百万円** YonY：**12%改善**
 - コロナ感染対策を継続し、オンラインとオフラインを組み合わせた業務効率化を実施
 - オフィス関連費用を中心に削減し、今後の成長領域に対しては確りとリソースを配分

トピックス

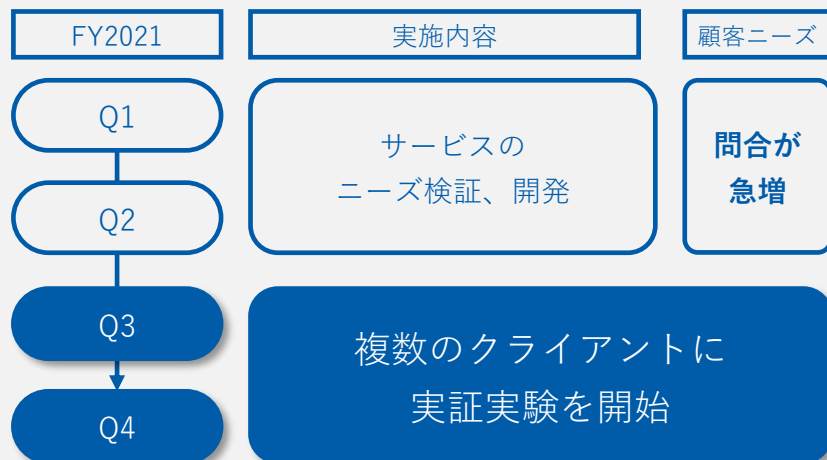
Performance DMP

- Shopify専用アプリ「アフィリエイト連携」において、Performance DMP導入件数が150件を突破

Select DMP

- IM-CDPにおけるB2Bマーケティング機能を提供開始、同時にSelect DMPとの連携による企業のDX支援を推進

1 「ポストCookie」ソリューションの導入検証へ



セミナー・IR活動などにより
「ポストCookie」に対する問合せが急増！
Q3からは実証実験開始

2 「Shopify」アプリ上の流通総額が急増



Shopify内

流通総額

9.3億円

(2021年4月時点)

当社が開発に携わる「アフィリエイト連携」
経由の流通総額が9.3億円となり、
今後も拡大を見込む

Financial Results for FY2021 Q2

2021年9月期 第2四半期業績

新型コロナウイルス感染拡大による**広告費削減傾向は継続**。

マーケティング支援における四半期単価が減少したことで、売上高もYonYで減少となる。

(百万円)

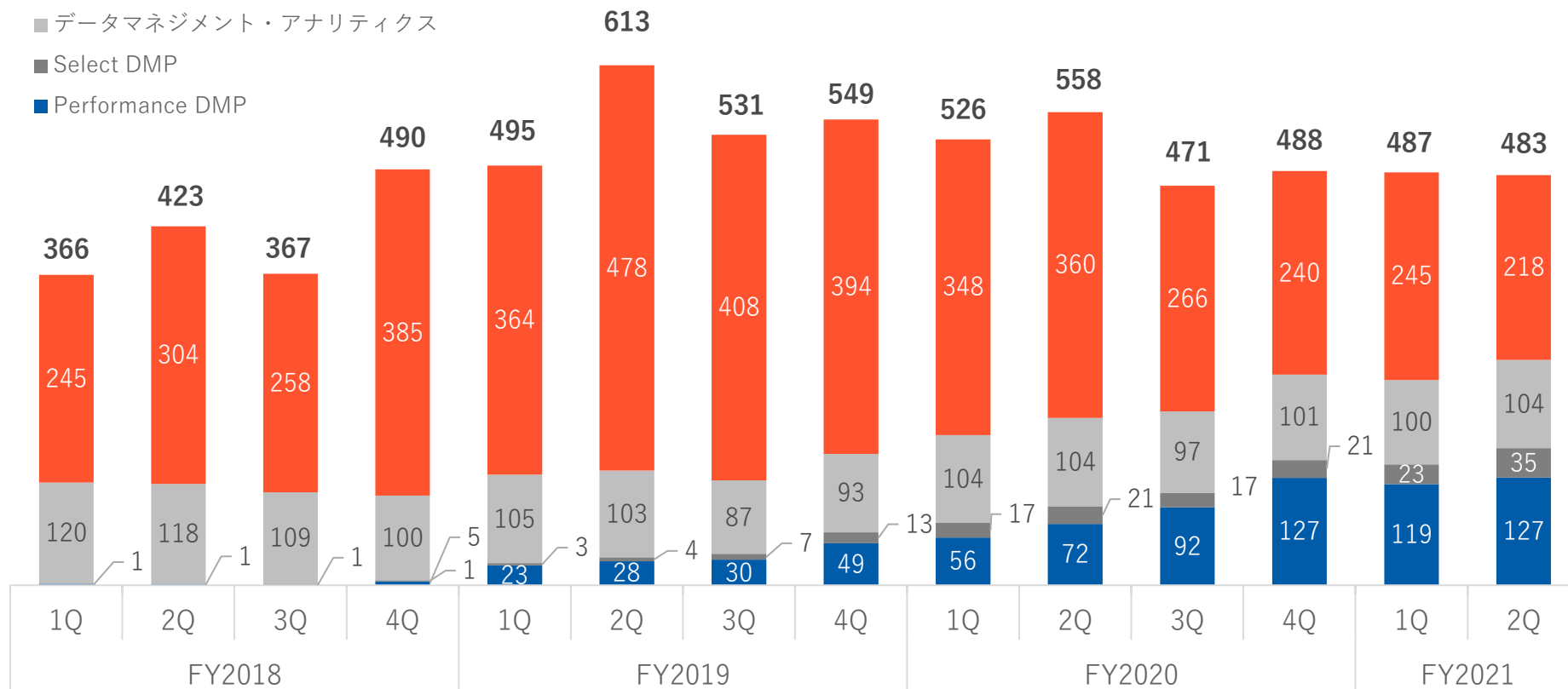
	FY2020 Q2	FY2021 Q2 ※2020年第2四半期より連結決算	YonY	
			増減額	増減率
売上高	1,083	970	△113	△10.4%
売上総利益	347	304	△43	△12.5%
(売上総利益率)	32.1%	31.3%	—	△0.8%
販売管理費	308	271	△37	△12.0%
営業利益	38	32	△6	△16.8%
(営業利益率)	3.6%	3.3%	—	△0.3%
経常利益	33	20	△13	△37.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	22	30	+8	+37.6%
(四半期純利益率)	2.1%	3.2%	—	+1.1%

ソリューション別売上高（四半期推移）

FY2021 Q2の**Select DMP売上高はQonQ49%増**となり、
BtoBマーケティングにおけるマーケティング手法の多様化が浸透し始めている。

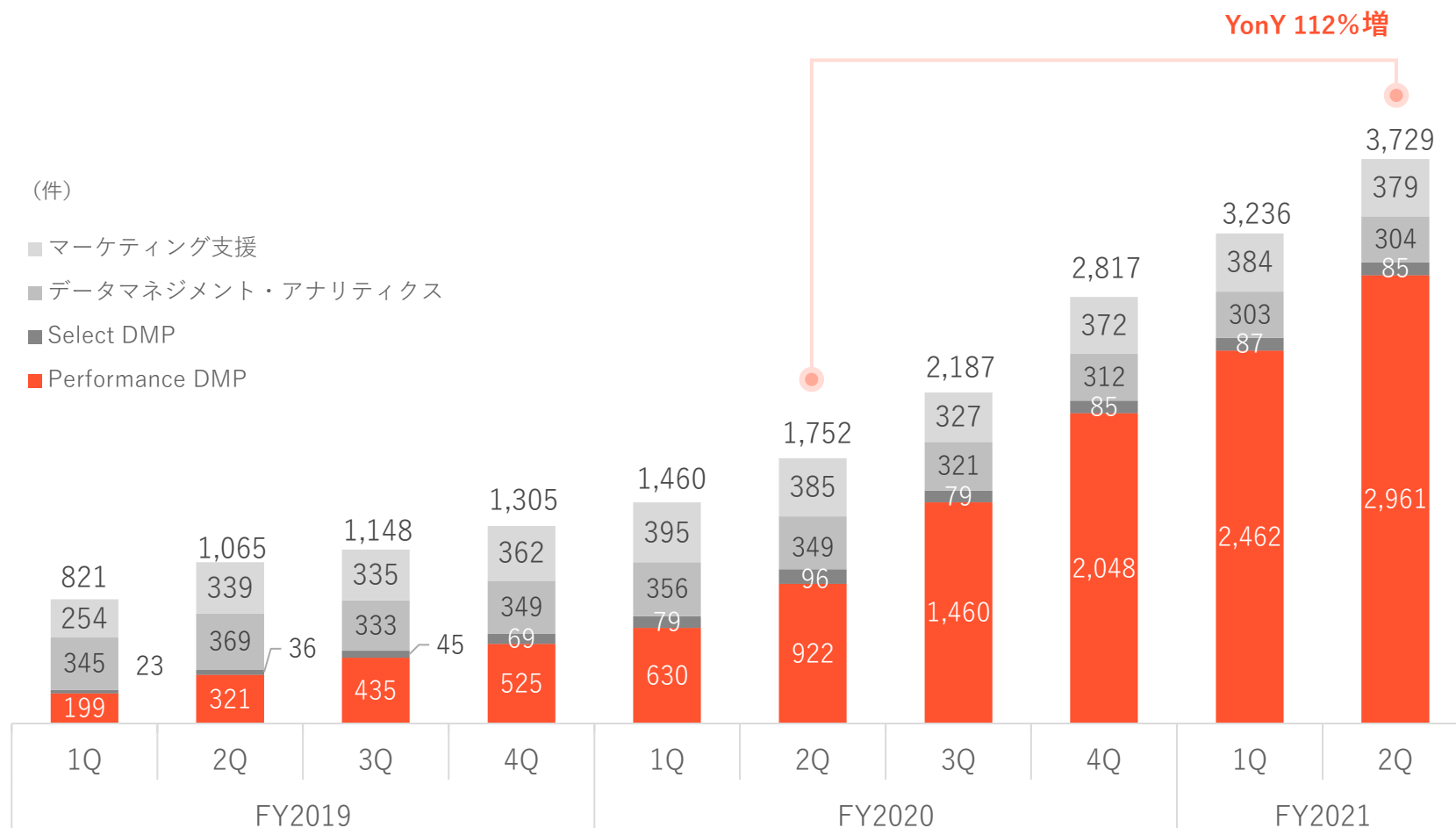
(百万円)

- 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）

BtoBマーケティングなど、幅広い領域でのオンライン需要を捉え、アカウント数が3,729件（YonY：112%増）と**過去最高値を更新**。QonQでも15%増と好調。



※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

FY2021 Outlook

2021年9月期 業績予想

FY2021下期はポストCookieソリューションの導入・検収フェーズのため、アカウント数増加を見込む。持分法適用会社であったPriv Tech株式会社の株式一部譲渡により、関係会社株式売却益を計上。^{*1}

(百万円)

	FY2021 Q2	FY2021 通期業績予想	進捗率
売上高	970	2,307	42.0%
営業利益	32	76	42.1%
(営業利益率)	3.3%	3.3%	—
経常利益	20	32	64.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	30	8	372.3%

*1：詳細に関しては2021年4月28日公開のリリースを参照ください

Q2_Topics

Q2トピックス

① コマーstekク：Shopify専用appをリリース

D2Cブランドの定番のeコマースプラットフォームの「Shopify（カナダ）」のapp Store内で利用できるアプリ「**アフィリエイト連携**（完全成果報酬型アフィリエイト）」をハックルベリー社と共同開発。

Shopify専用アプリ



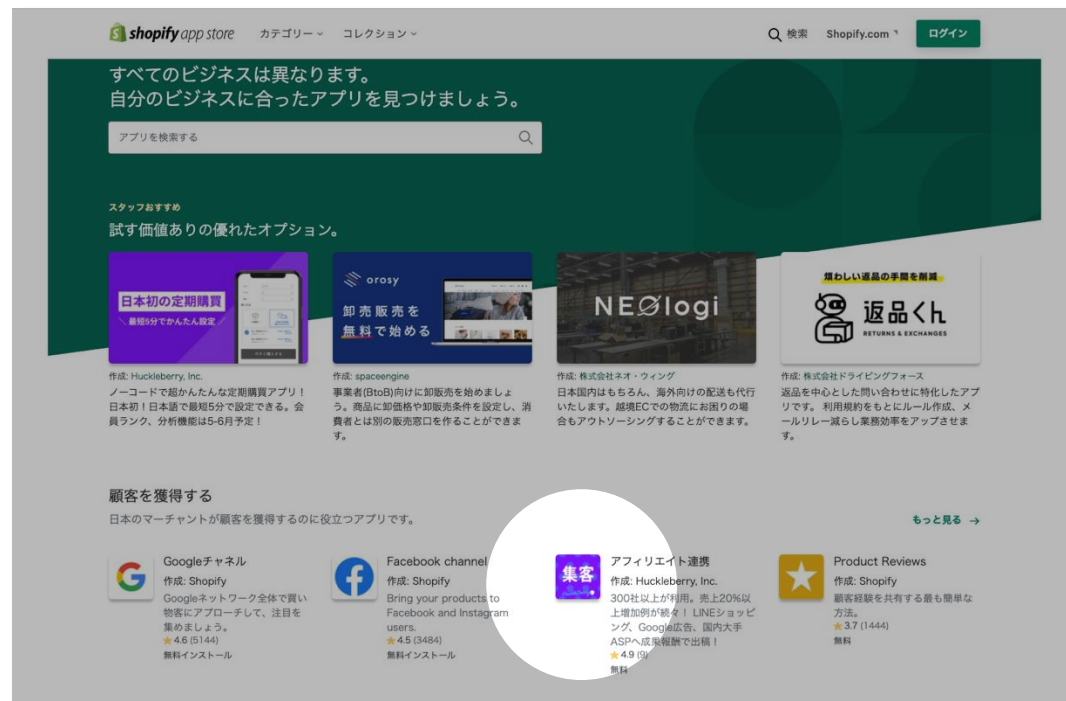
利用社数
150社突破

概要 完全成果報酬型アフィリエイトアプリ

利用社数 150社突破（2021年3月時点）

リリース日 2021年1月

開発会社 インティメート・マージャー
ハックルベリー



Shopify app Store のトップページに「Google」「Facebook」と同列に表示されている状況

(百万円)

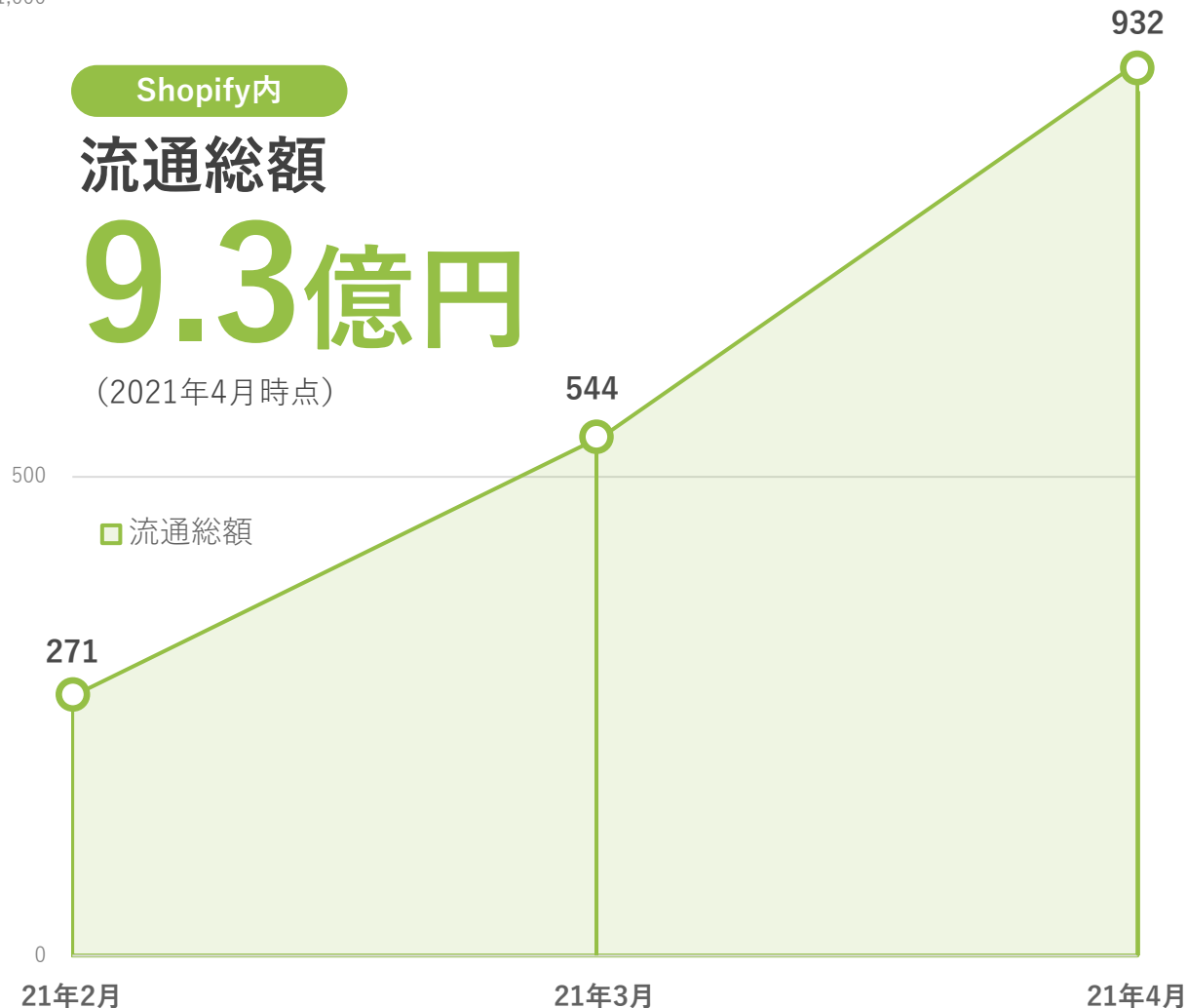
1,000

Shopify内

流通総額

9.3億円

(2021年4月時点)



POINT

サービス開始
約4ヶ月で流通総額は
約9.3億円となり
**非常に好調な
滑り出しとなる**

当社が保有するデータ活用し、様々なプラットフォーム上で利用できるサービスを開発。
現在は「Shopify」上で展開しているが**今後は様々なプラットフォームに横展開予定**。

コマースデータプラットフォーム



「IM-CDP」と「Select DMP」の連携を開始。B2Bマーケティングにおけるデータ蓄積・分析・施策実行までを一貫してサポートし、B2B領域におけるDXを推進。

データ構築支援サービス



URL

リファラ

B2B向けリードジェネレーションツール



IPアドレス



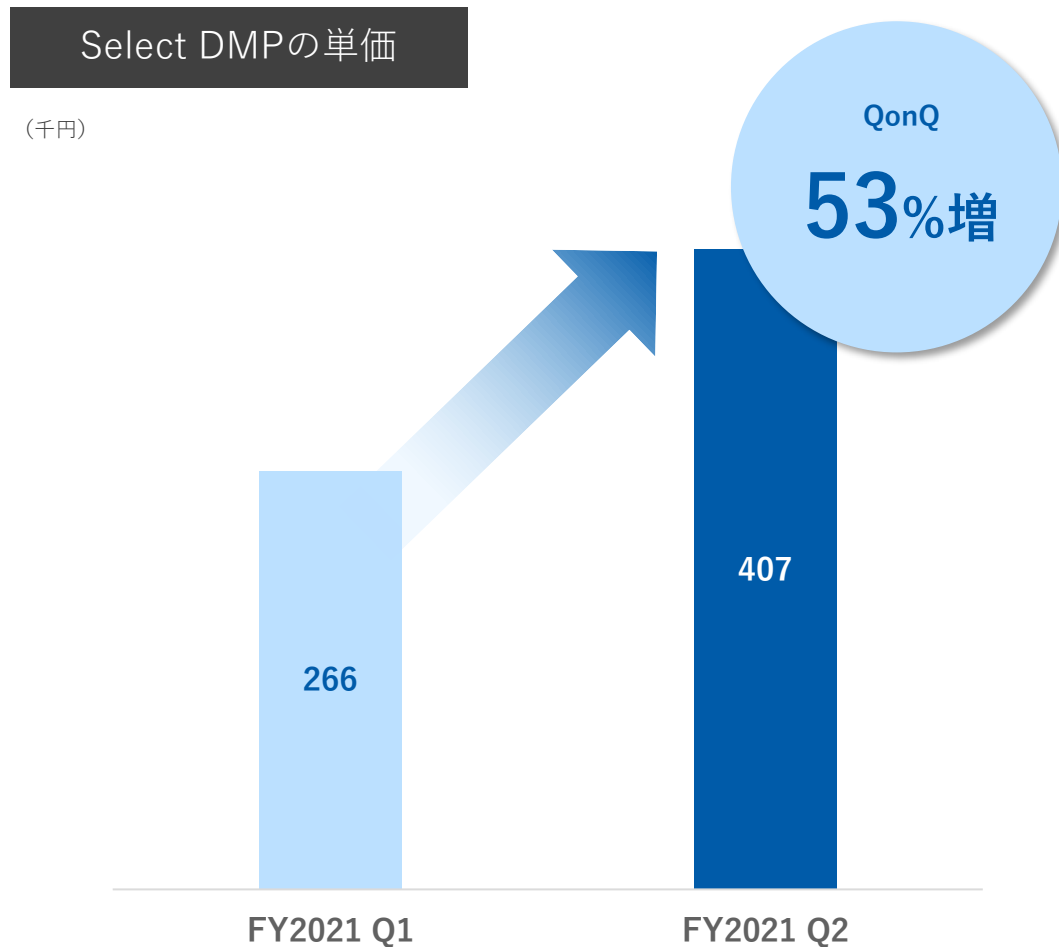
従来のIPアドレスに紐づく企業ニーズの探知に加えて
WEB サイトへのアクセス情報をもとにした来訪企業のサイトアクセス状況分析



サイト訪問企業をリアルタイムに検知し、営業活動を効率化

② セールステック領域：連携によるアップセルの実現

「IM-CDP」と「Select DMP」の連携を開始したことにより
Select DMPの単価が407千円とQonQで53%増加。



単価上昇の要因

- ① 柔軟な提案
- ② より精度の高い配信

ができることにより、
「Select DMP」の単価が向上

コロナ禍初期はオンラインセミナーの集客には広告予算を割かない企業が多く、予算が低下していたが、**2021年に入りオンラインセミナーの集客に対する認識が変化**し広告予算を確保する動きへ。

単価向上に起因する市場背景

時代	Before コロナ	With/After コロナ (初期)	With/After コロナ (現在)
① イベントの開催方法	リアルな場 (会場・大会議室など)	オンライン	オンライン ニーズを捉える
② 認識の変化	集客にデジタル広告は 必須	集客にデジタル広告は 不要	集客にデジタル広告が 必要
③ 企業の広告予算	高い	低い	高い

Development progress Post-Cookie

ポストCookie領域の進捗

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。

○ 2018年5月→



欧州でGDPRが施行

(GDPR = EU一般データ保護規則)

○ 2020年1月→



Google社が段階的に 廃止を発表

Webブラウザ「Google Chrome」の
3rd Party Cookie サポート

○ 2020年6月→



改正個人情報保護法 が成立

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

「Cookie」の技術は現行のほとんどのWeb関連ツールで活用されており、幅広い業種・企業において変化が求められる。

主要なWeb関連ツール				
	リターゲティング	アクセス解析	MA <small>(マーケティングオートメーション)</small>	CDP <small>(カスタマーデータプラットフォーム)</small>
3rd party cookie	 利用不可	 利用不可	 利用不可	 利用不可
1st party cookie	 利用不可	 iOSで制限あり	 iOSで制限あり	 iOSで制限あり

海外企業では既に「Cookie」に変わる新たな技術が開発・活用されはじめており、日本もここ数年で必ず必要となる

メディア運営企業、広告出稿企業ともに、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開発・実装化**を進める。



現在4つの「ポストCookie」ソリューションを用意し、それぞれの企業ニーズに合わせた支援体制を構築。



当社が開発している
「ポストCookie」時代の新たな技術

4つのポストCookieソリューション

1

共通ID
ソリューション

Cookieを代替する共通IDを独自に開発、パートナーへ展開

2

プラットフォーム
との連携強化

大手広告配信媒体の運営企業が持つ独自データプラットフォームとIM-DMPを連携

3

リアルタイム
オーディエンス解析

IMの持つ高度なオーディエンス推定技術を使ったCookieを使用しないリアルタイムユーザー解析
(FinTech領域では試験提供済)

4

同意管理
システム

高付加価値のユーザーデータをユーザー体験を損なわずに実施できるように、企業の個人データ同意取得をサポート

既存の多くのサービスが「Cookie」に依存している状況であり、各ソリューションの「ポストCookie」化が必須。これを大きな好機と捉え、現在ソリューションを開発中。

業界	アドテクノロジー			X-Tech		
領域	計測・分析	運用型広告		FinTech	Sales Tech	Privacy Tech
サービスのCookie依存度	高	高		中	小	小
現状展開中の自社ソリューション	データマネジメント / アナリティクス	マーケティング支援	Performance DMP	クレジットスコア	Select DMP	Priv Tech
ポストCookie施策	<p>現在提供しているソリューションのポストCookie対策の開発は順調</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 共通IDソリューション ② プラットフォームとの連携強化 ③ リアルタイムオーディエンス解析 ④ 同意管理 					

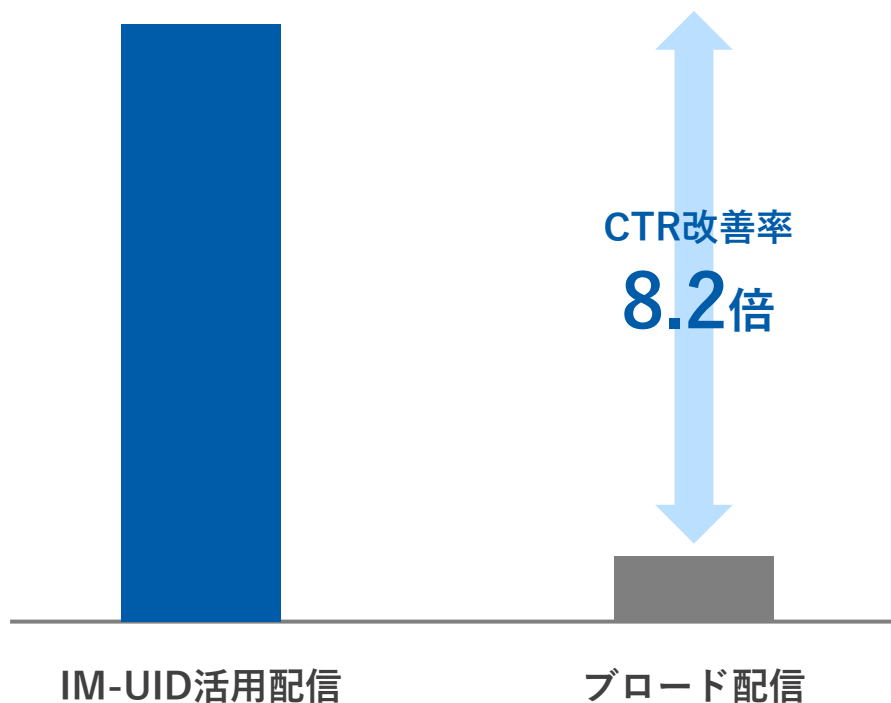
この大きな変化を捉えるため開発にリソースを投下、**各ソリューション開発は順調に進捗**。
FY2021 Q3を目処に複数のクライアントと共に**実証実験を開始**。



ポストCookieソリューションの一つである

「IM-UID」の実証実験を数十社のクライアントに対して実施。

実績結果：CTRの改善



クライアント業種



POINT

多岐の業種にわたって実証実験を実施中

注：※ブロード配信のCTRを1とした時のパフォーマンス

About Intimate Merger

会社概要・事業内容

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		
	取締役	久田 康平	社外取締役	永田 暁彦
	取締役	村井 浩起	常勤監査役	石沢 美穂子
	取締役	佐伯 朋嗣	監査役	横山 幸太郎
	取締役	永井 秀輔	監査役	大杉 泉
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	38名（2021年3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）			
	Priv Tech株式会社			
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	株式会社ベクトルとの合併にてPriv Tech株式会社を設立
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

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

幅広い業種・業界に多様なサービスを提供。

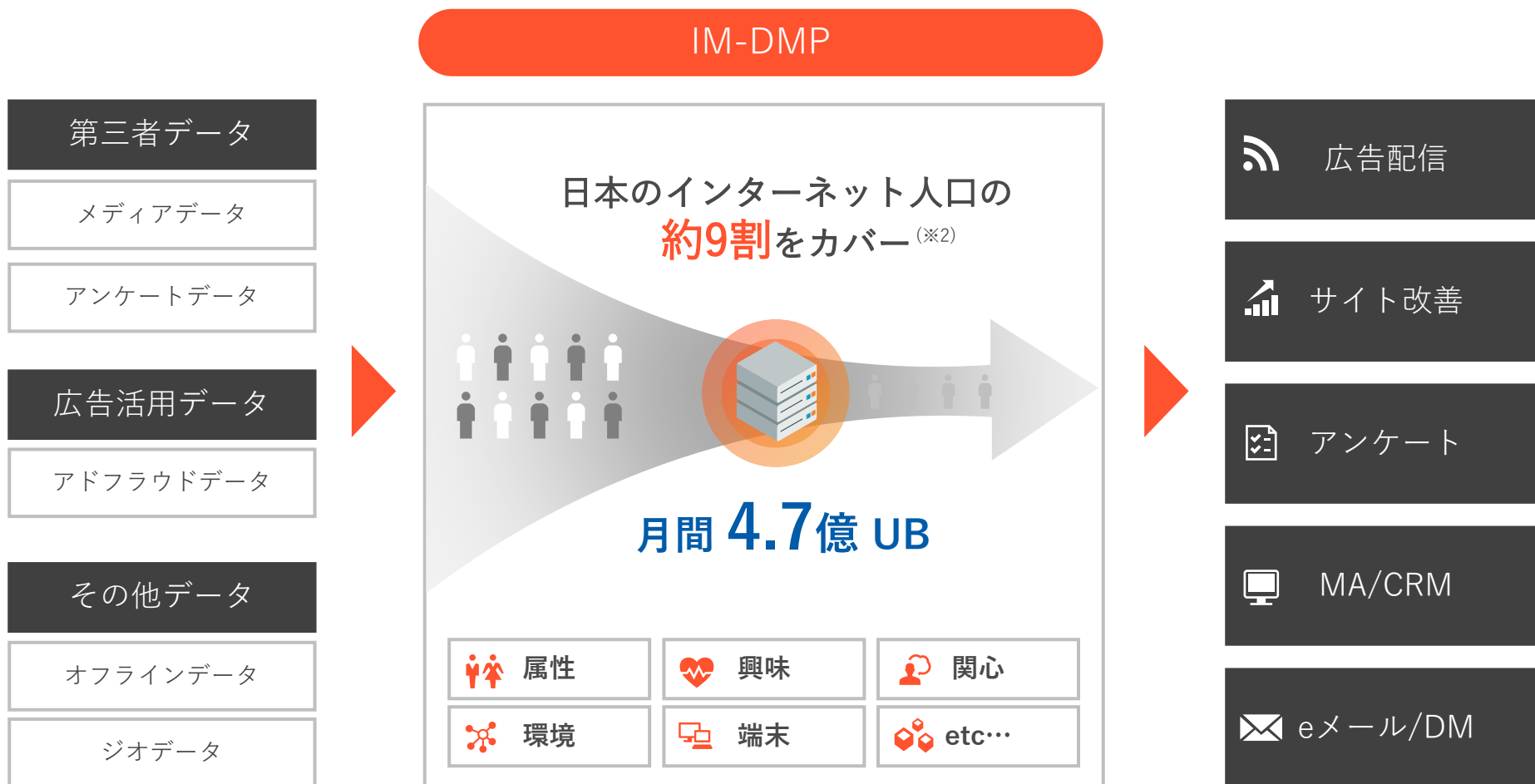


Mission

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。

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)

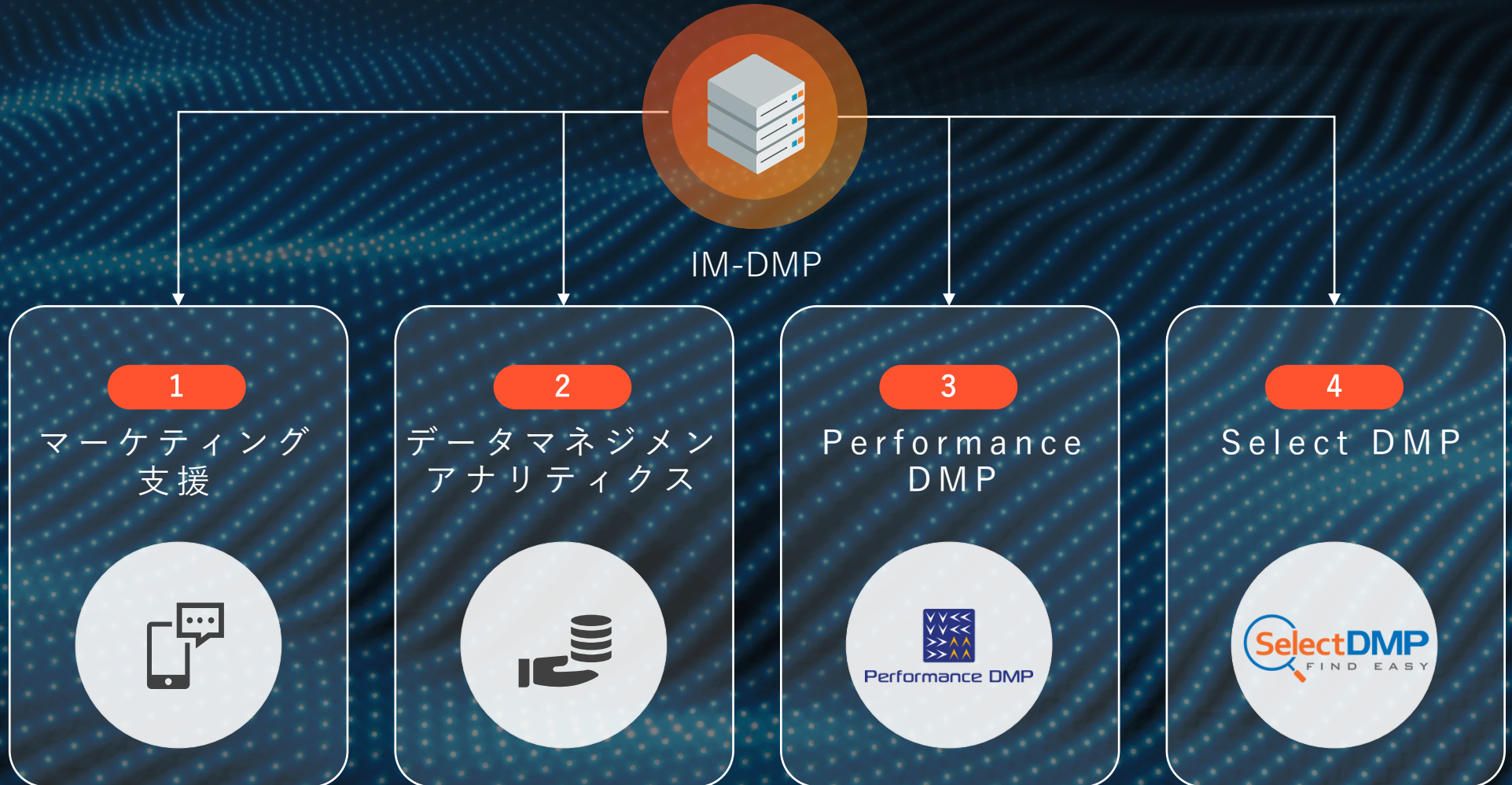


(※1) 一定期間内に計測された重複のないブラウザの数を示します。多くの場合、ブラウザの識別にはCookieが利用され、一定期間内に計測された重複のないCookieの数のことを示します。

(※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。

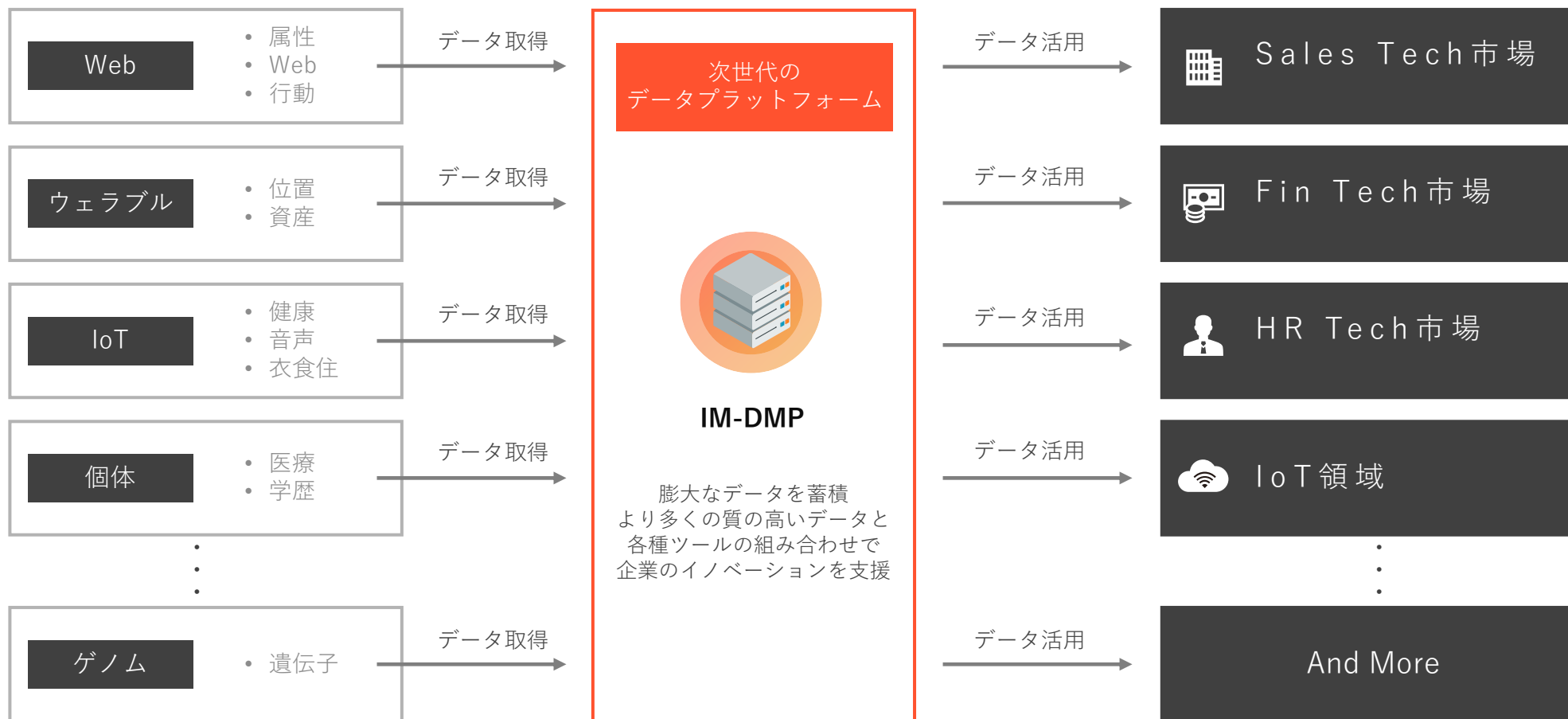
※
IM-DMPを軸に大きく**4種類のソリューション**を提供。

※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



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。



汎用性の高い「IM-DMP」を活かし、**段階的に様々な巨大市場に進出**。第2フェーズではSalesTech、Fin Tech市場へ進出し、より巨大な市場への展開である第3フェーズ展開に備える。

第3フェーズ

今後

第2フェーズ

「データ活用プラットフォーム」を軸にAd Tech領域以外での活用を開始。Sales TechとFin Tech領域を第2フェーズと位置づけサービスの提供を開始

現在展開中

Sales Tech



1.1兆円

Fin Tech



65兆円

POINT

第1フェーズ

既存

Ad Tech

※1
2.1兆円

HR Tech

6.0兆円

Retail Tech

20兆円

Health Tech

20兆円

RE Tech

43兆円

And More

当社の企業価値の源泉



IM-DMP

データ活用プラットフォーム

データ活用

データ活用

データ活用

※1 (株)電通「日本の広告費2019」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

将来見通しに関する注意事項

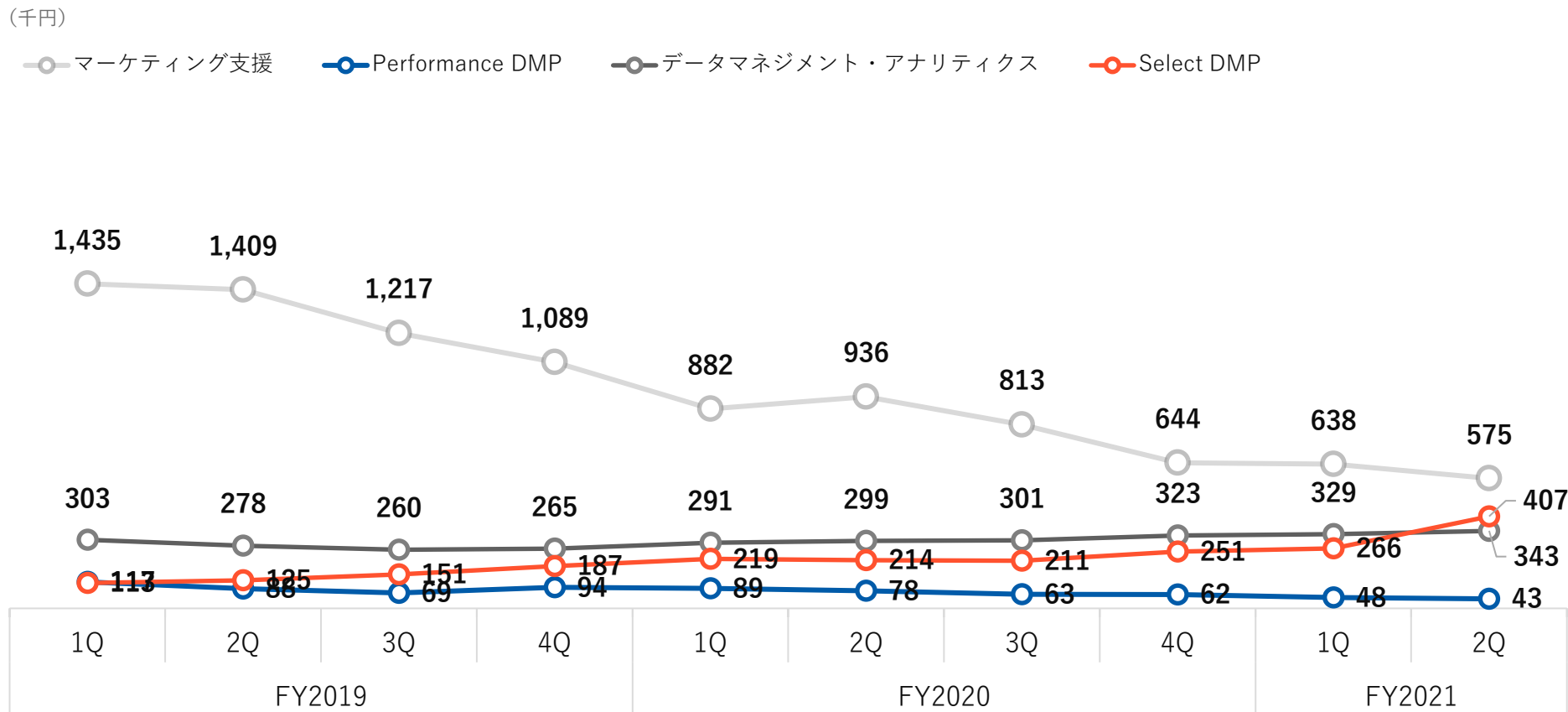
- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、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。

07

Appendix

參考資料

平均単価（四半期推移）^{※1}

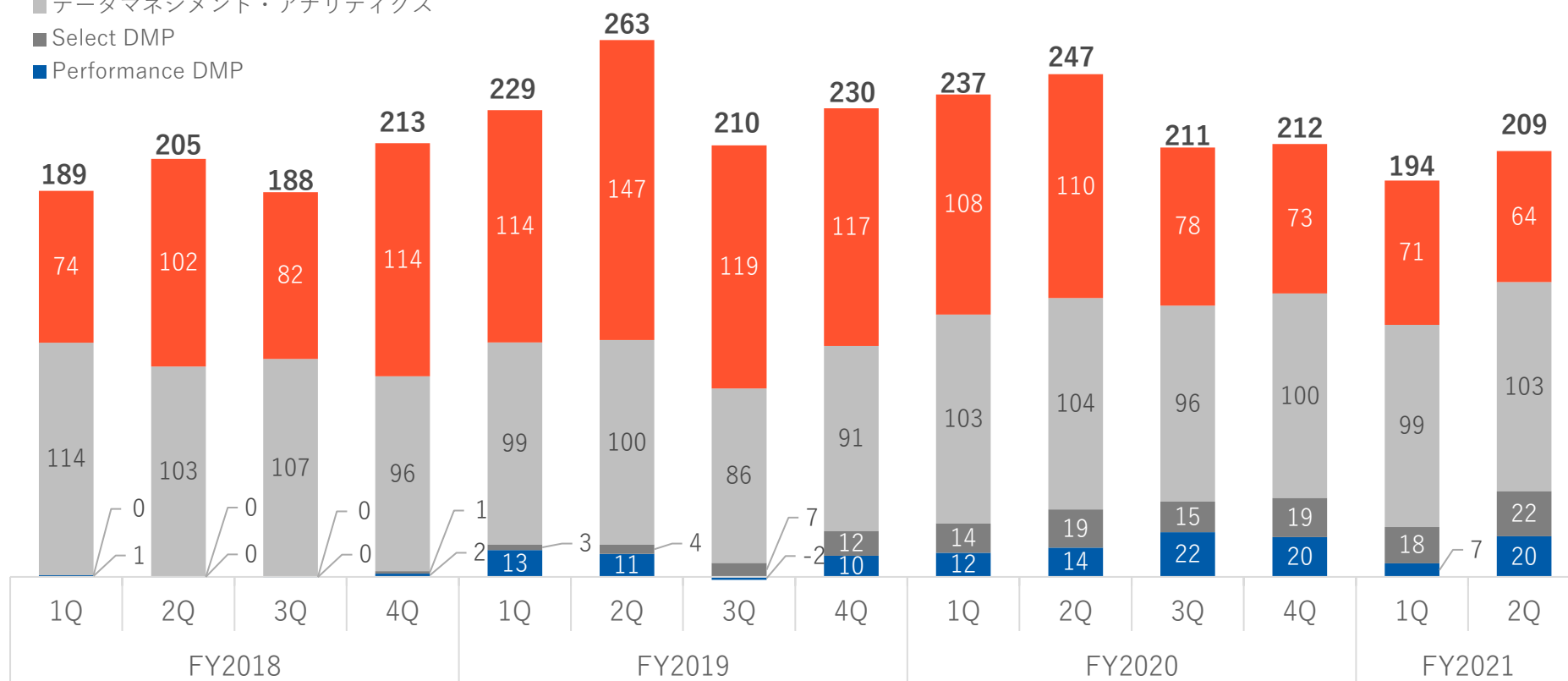


※1：四半期累計売上高を四半期累積アカウント数で除した数値

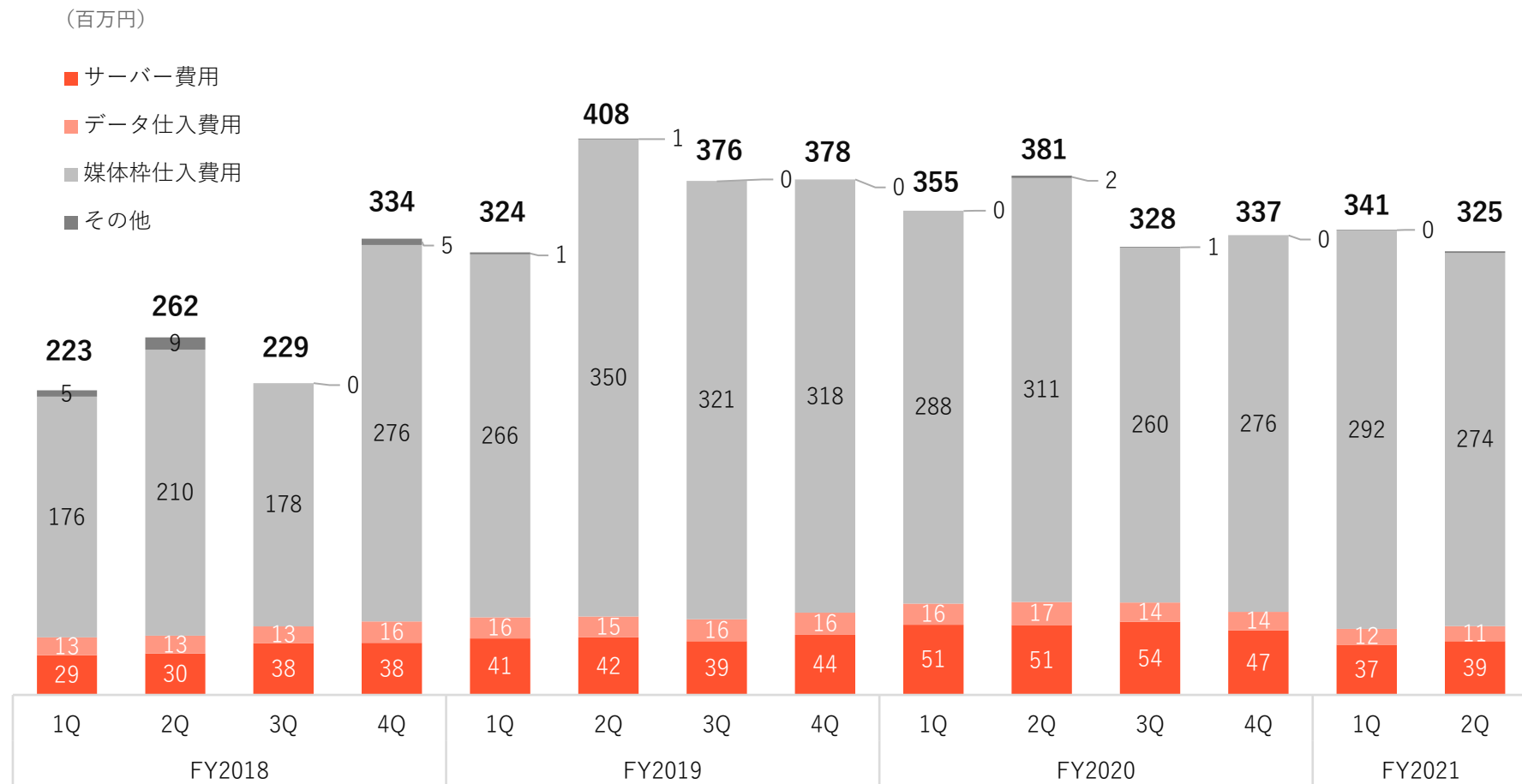
ソリューション別限界利益 ^{※1} (四半期推移)

(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



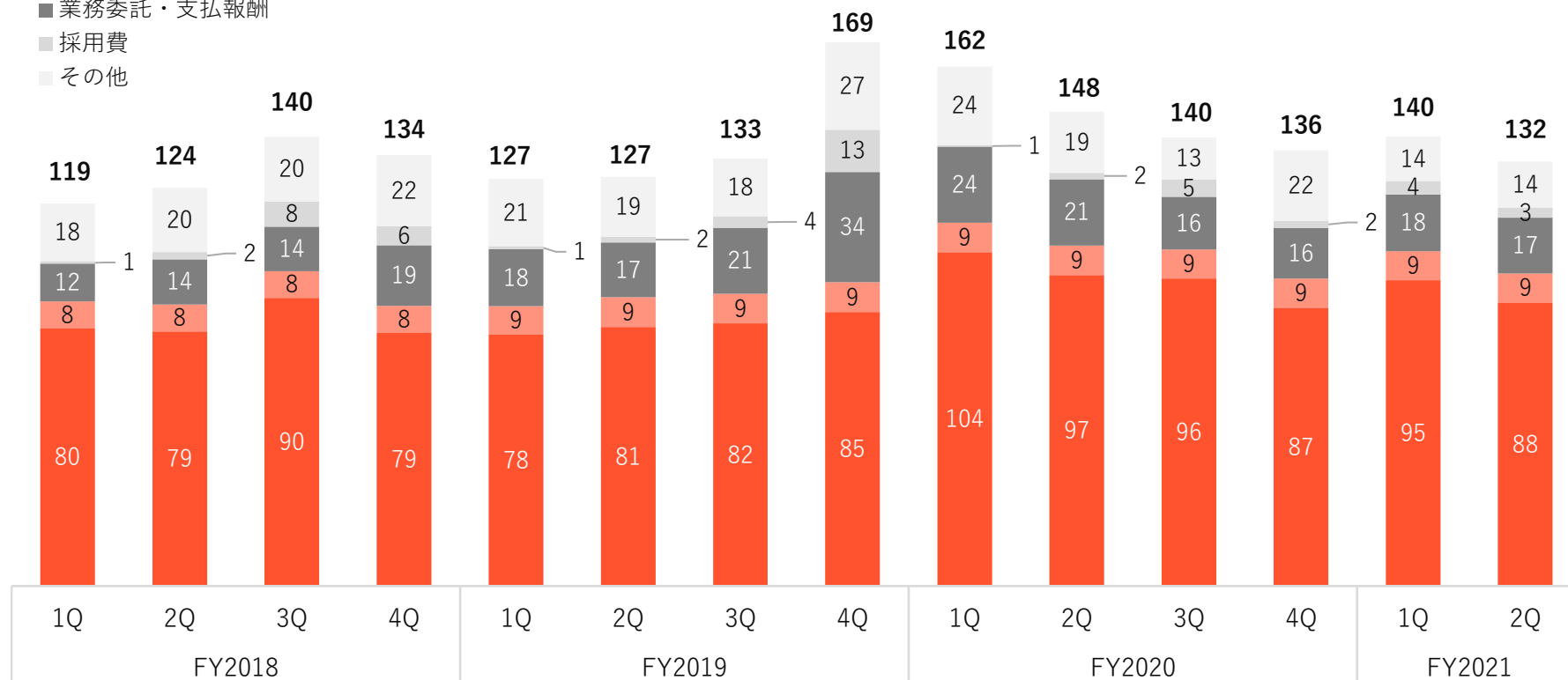
※1：売上高から、個別の売上に紐づく変動原価（主に媒体枠仕入費用）を差し引いた数値



連結販売管理費（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
- その他



(百万円)

		FY2020 Q4 2020年9月末	FY2021 Q2 2020年12月末	QonQ	
				増減額	増減率
資産	流動資産	1,515	1,643	+128	+8.4%
	現金及び預金	1,168	1,312	+144	+12.3%
	固定資産	95	78	△17	△17.5%
	有形固定資産	11	10	△1	△4.2%
	無形固定資産	2	1	△1	△15.8%
	投資その他の資産	82	66	△16	△19.3%
	合計	1,611	1,722	+111	+6.9%
負債及び純資産	負債	380	412	+32	+8.4%
	借入金	100	100	-	-%
	純資産	1,231	1,309	+78	+6.4%
	合計	1,611	1,722	+111	+6.9%