

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3四半期決算説明資料

データ活用における革命を起こす

2021/08/13

INDEX

- Executive Summery**
1. エグゼクティブサマリー P3
- Financial Results for FY2021 Q3**
2. 2021年9月期 第3四半期業績 P6
- FY2021 Outlook**
3. 2021年9月期 通期業績予想 P10
- Q3_Topics**
4. Q3トピックス P12
- Development Progress Post-Cookie**
5. ポストCookie領域の進捗 P15
- About Intimate Merger**
6. 会社概要・事業内容 P20
- Appendix**
7. 参考資料 P36



Executive Summary

エグゼクティブサマリー

総括

各種ポストCookieソリューションの開発が完了、

Q3より「IM-UID」の他社連携が進捗。

(FY2021 Q4より販売を開始)

主要KPI

- 総アカウント数 : 3,891件** YoY : 78%増加 ↑
 - 好調に増加
 - 特にSelect DMPはQonQ : 19%増加
- マーケティング支援売上 : 243百万円** QonQ : 11%改善
 - マーケティング支援が、単価が反転したことでQonQで売上増加傾向に
 - 2020年3月頃から低調だったマーケティング支援は、新たな顧客ニーズを捉えて再成長トレンドに

トピックス

ポストCookie

- GMOアドマーケティング株式会社が提供する広告配信プラットフォーム「ReeMo (リーモ) byGMO」と「IM-UID」の連携を開始

ポストCookie

- ユナイテッドマーケティングテクノロジーズ株式会社が提供するSSP「adstir」とDSP「Bypass」において、「IM-UID」との連携を開始

「開発・導入検証」が前倒しで進捗

①開発 ②導入検証が**大きく前倒しで完了**し、これから③拡販フェーズへ

① 開発	完了 約Q1分前倒しで完了
② 導入検証	完了 約Q2分前倒しで完了
③ 拡販	来期から本格的に販売開始

大手2社との提携を実施

プラットフォーム上で3rd Party Cookieを使わない配信が可能に



UNITED

広告配信プラットフォーム

DSP

SSP

詳細はP13-14をご確認ください

Financial Results for FY2021 Q3

2021年9月期 第3四半期業績

QonQで売上は増加傾向にあるものの、Q2の減少幅を吸収しきれず、**YonYでは売上高は4.8%減少**。
オンラインとオフラインを組み合わせた効率的な働き方を継続し、**販売管理費も6.9%減少**。

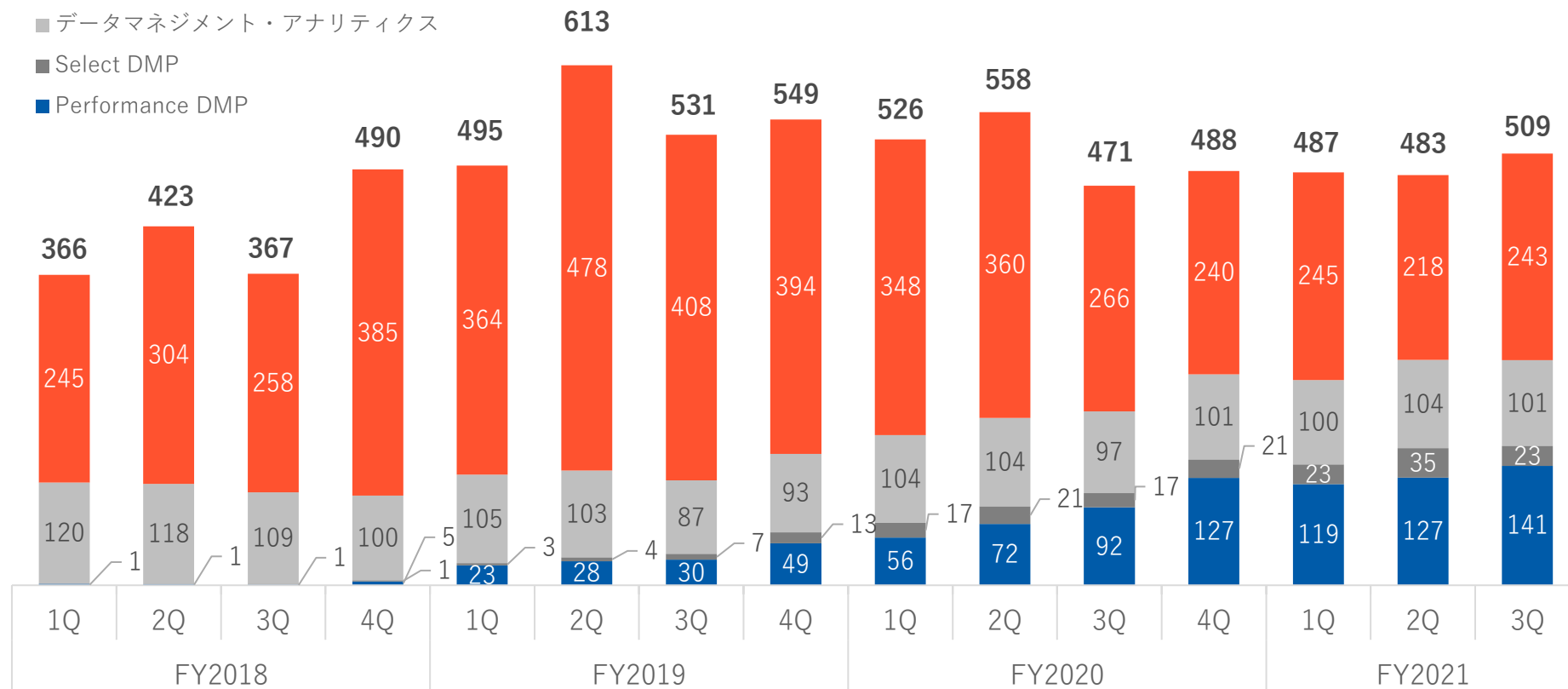
(百万円)

	FY2020 Q3	FY2021 Q3 ※2020年第2四半期より連結決算	YonY	
			増減額	増減率
売上高	1,554	1,479	△74	△4.8%
売上総利益	490	449	△41	△8.4%
(売上総利益率)	31.5%	30.4%	—	△1.1%
販売管理費	448	417	△30	△6.9%
営業利益	41	31	△10	△24.8%
(営業利益率)	2.7%	2.1%	—	△0.6%
経常利益	29	19	△9	△32.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	13	30	+17	+131.4%
(四半期純利益率)	0.8%	2.0%	—	+1.2%

顧客単価の反転上昇により、FY2021 Q3のマーケティング支援売上高がQonQ11%増となった。

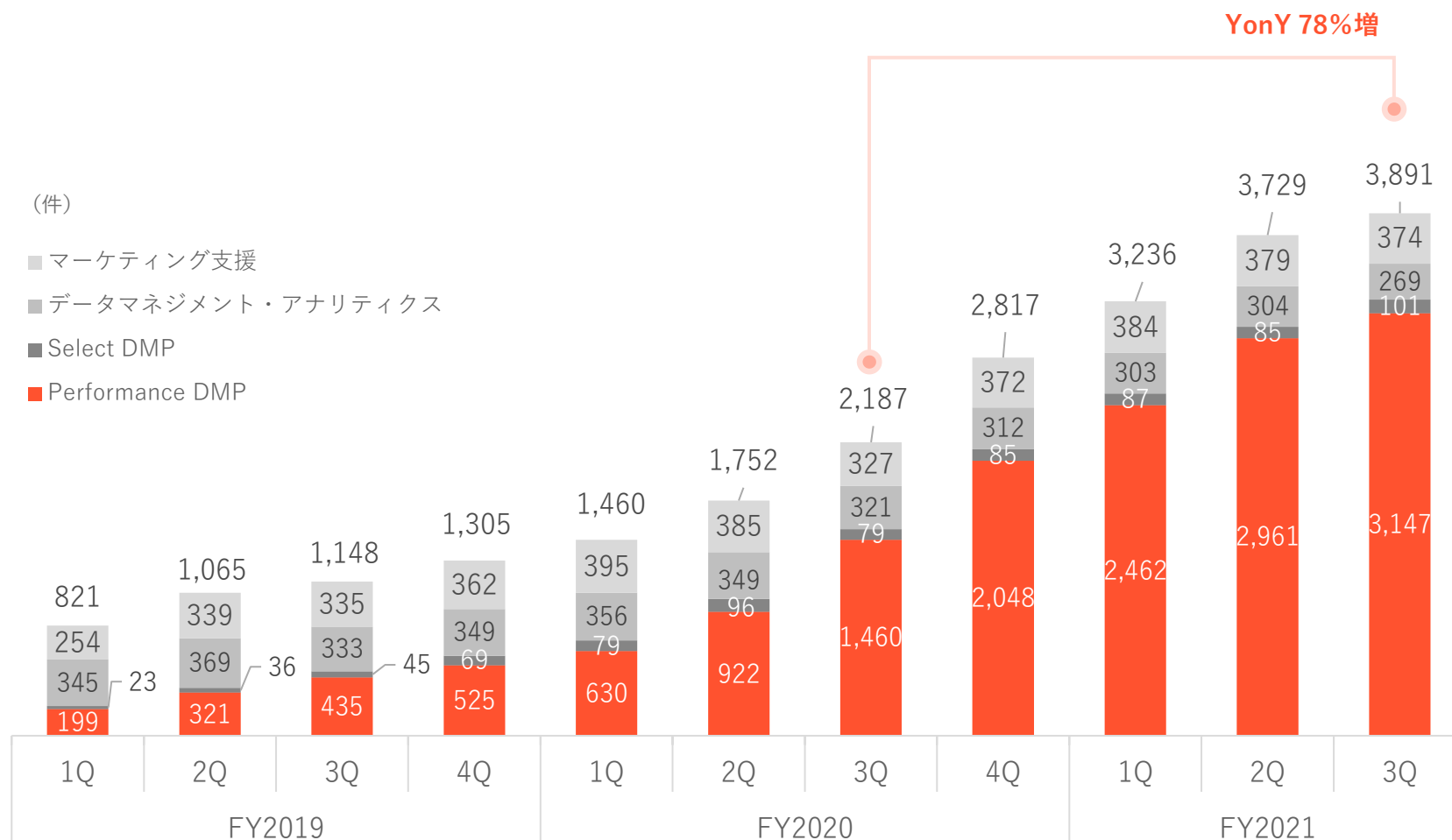
(百万円)

- 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）

幅広い領域でのオンライン需要を捉えたことで、Select DMPやPerformance DMPを中心に、アカウント数が3,891件（YonY：78%増）と**過去最高値を更新**。



※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

FY2021 Outlook

2021年9月期 通期業績予想

FY2021 Q4はポストCookieソリューションの他社連携の推進、検証導入を進める。

FY2021 Q2における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 Q3	FY2021 通期業績予想	進捗率
売上高	1,479	2,307	64.1%
営業利益	31	76	40.9%
(営業利益率)	2.1%	3.3%	—
経常利益	19	32	61.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	30	8	368.5%

*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

Q3_Topics

Q3トピックス

GMOアドマーケティング株式会社と
ポストCookie時代に向けたターゲティング技術の提供を開始。

プレスリリース

ポストCookie関連提携

「IM-UID」を広告配信 プラットフォーム「ReeMo」と連携

GMOアドマーケティング株式会社とポストCookie時代に向けたターゲティング技術の提供を開始
3rd Party Cookieに依存しない共通IDソリューション「IM Universal Identifier」と「ReeMo(リーモ) byGMO」を連携

国内最大級バリックDMPを提供するデータプラットフォームカンパニーの株式会社インディメート・マージャー（本社：東京都港区、代表取締役社長：築島 亮次、以下当社）は、当社が提供する3rd Party Cookie を利用せずに、異なるドメイン間で3rd Party Dataを連携する共通IDソリューション「IM Universal Identifier（以下IM-UID）」とGMOインターネットグループでアドテック/ロジ事業、メディアセールス事業を展開するGMOアドマーケティング株式会社（代表取締役社長：渡部謙太郎 以下、GMOアドマーケティング）が提供するコンテンツ広告配信に特化した広告配信プラットフォーム「ReeMo(リーモ) byGMO（以下、ReeMo）」の連携を開始したことをお知らせします。



2017年9月にリリースされたApple社製のWebブラウザ「Safari11」による3rd Party Cookie規制をはじめとした広告ターゲティング技術に規制が進む中、環境の変化に対応するべく、当社はこれまで共通IDソリューション「IM-UID」をはじめとした3rd Party Cookieに依存しないポストCookie領域のサービスを提供してきました。そしてこのたび、GMOアドマーケティングが提供する広告配信プラットフォーム「ReeMo」と連携することで、3rd Party Cookieを利用せずに、精度の高い広告配信を実施することが可能になります。

なお、共通IDソリューション「IM-UID」がデマンド向け広告配信プラットフォームを提供している事業者と連携するのは、今回が初の取り組みとなります。今後もSSPやDSPを提供している事業者と連携していき、Ad Tech領域におけるポストCookie時代の対応をしていく予定です。

リリース日：2021.06.29

POINT

デマンド向け広告配信プラットフォームを提供している
事業者へ初の提供

初提供



「ReeMo」と連携することで、
3rd Party Cookieを利用せずに、
精度の高い広告配信を実施することが可能に

ユニテッドマーケティングテクノロジーズ株式会社と
ポストCookie時代に向けたターゲティング技術の提供を開始。

プレスリリース

ポストCookie関連提携

「IM-UID」をSSP「adstir」、DSP「Bypass」と連携

ユニテッドマーケティングテクノロジーズ株式会社とポストCookie時代に向けたターゲティング技術の提供を開始

3rd Party Cookieに依存しない共通IDソリューション「IM Universal Identifier」をSSP「adstir」、DSP「Bypass」と連携

国内最大級パブリックDMPを提供するデータプラットフォームカンパニーの株式会社インディメット・マージャー（本社：東京都港区、代表取締役社長：藤島 秀次、以下当社）は、当社が提供する3rd Party Cookieを利用せずに、異なるドメイン間で3rd Party Dataを連携する共通IDソリューション「IM Universal Identifier（以下IM-UID）」とユニテッド株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 執行役員：早川 寿樹）の100%子会社であるユニテッドマーケティングテクノロジーズ株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：伊良子真史）が提供するSSP(Supply Side Platform)「adstir」とDSP (Demand Side Platform)「Bypass」の連携を開始したことをお知らせします。



昨今、「GDPR（EU一般データ保護規則）」や「CCPA（カリフォルニア州消費者プライバシー法）」などの影響によるデータ収集・活用の規制強化や、SafariやChromeといったブラウザ提供会社の仕様変更により、3rd Party Cookieを利用したソリューションでは自社サイト以外で収集した情報（3rd Party Data）を連携することが困難になっていくと予想されます。

この連携により、SSP「adstir」と接続するDSPはCookieを使用せず「IM-UID」を使用して広告配信が可能になるため、媒体社様の収益性の向上が見込まれます。また、DSP「Bypass」においては3rd Party Cookieに依存しない「IM-UID」への広告配信が可能になる事で広告配信効果の向上が見込まれます。

なお、共通IDソリューション「IM-UID」は、今後もSSPやDSPを提供している事業者と連携していき、Ad Tech領域におけるポストCookie時代の対応をしていく予定です。

今後もプライバシーに配慮しながらIMでは時代の変化に対応しながら、さまざまな領域でのデータ活用を目指し、今後も「データとAI技術」を活用したプロダクト開発・マーケティングの支援を推進してまいります。

リリース日：2021.06.30

POINT



SSP

SSP「adstir」と接続するDSPは「IM-UID」を使用して広告配信が可能に

DSP

DSP「Bypass」にて「IM-UID」への広告配信が可能に

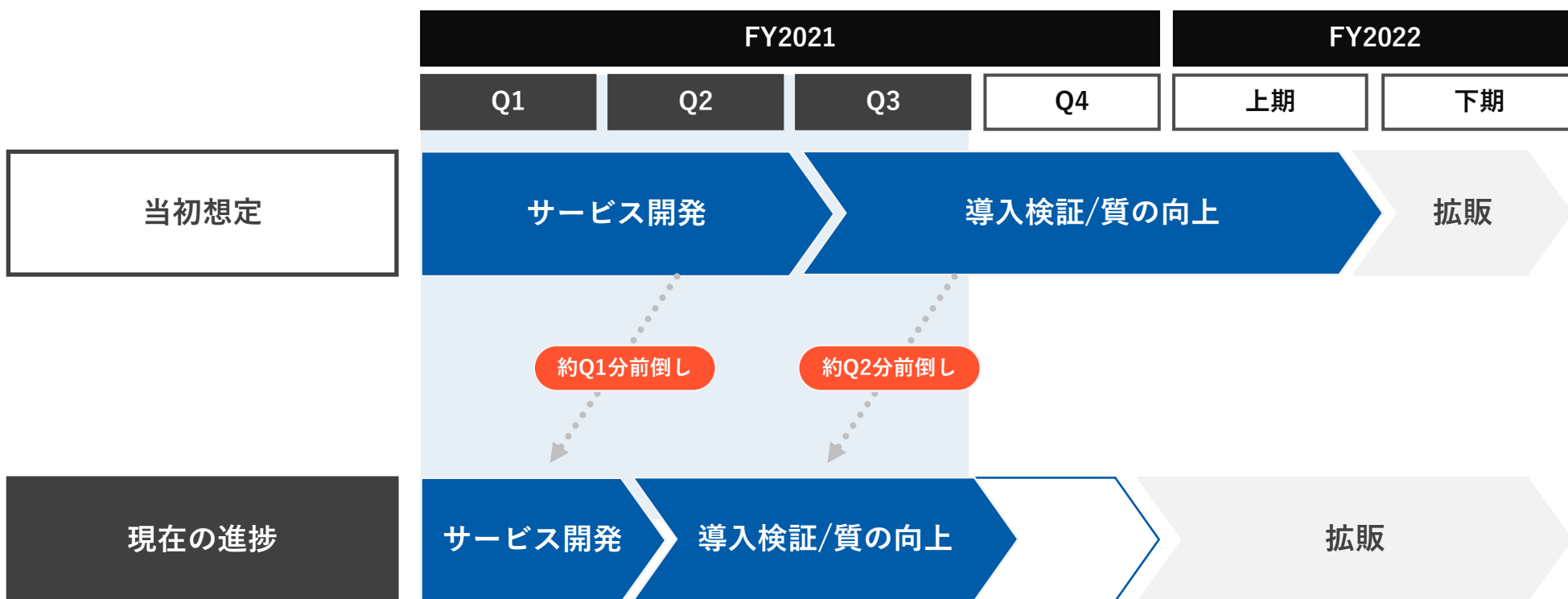
媒体社様の
収益性向上

広告配信の
効果向上

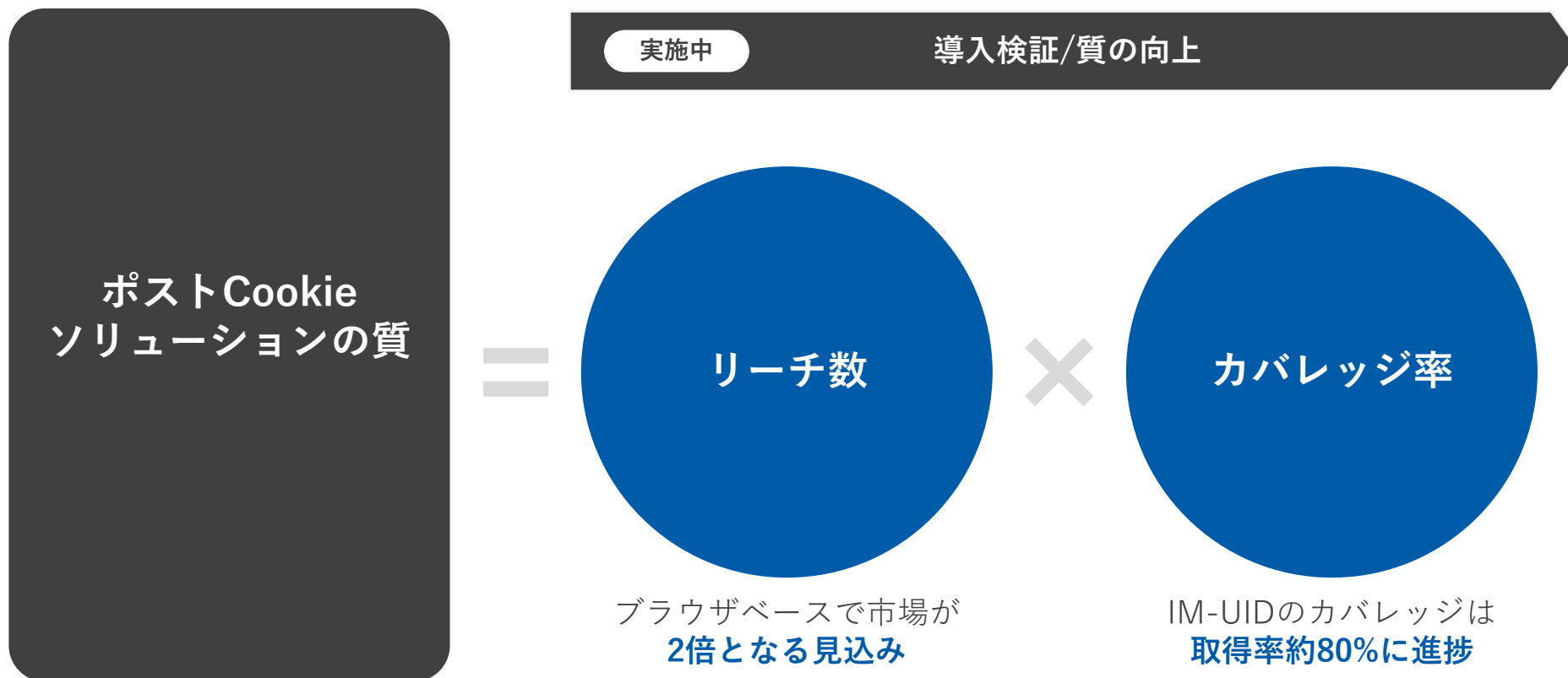
Development Progress Post-Cookie

ポストCookie領域の進捗

「市場のニーズ」「製品の品質の良さ」などを背景に、**開発、及び導入検証が大きく前倒して進捗中**。今期は製品の更なる質の向上を目指す。



ポストCookieソリューションの質は「リーチ数」と「カバレッジ率」の掛け合わせで向上する。



POINT

ポストCookie
ソリューション
開発後は
対象市場が2倍に

ブラウザ数の増加

3rd Party Cookie
利用可能な
ブラウザ

約2倍

新たにターゲット
可能になったブラウザ

3rd Party Cookie
利用可能な
ブラウザ

以前

Cookie：可

これから

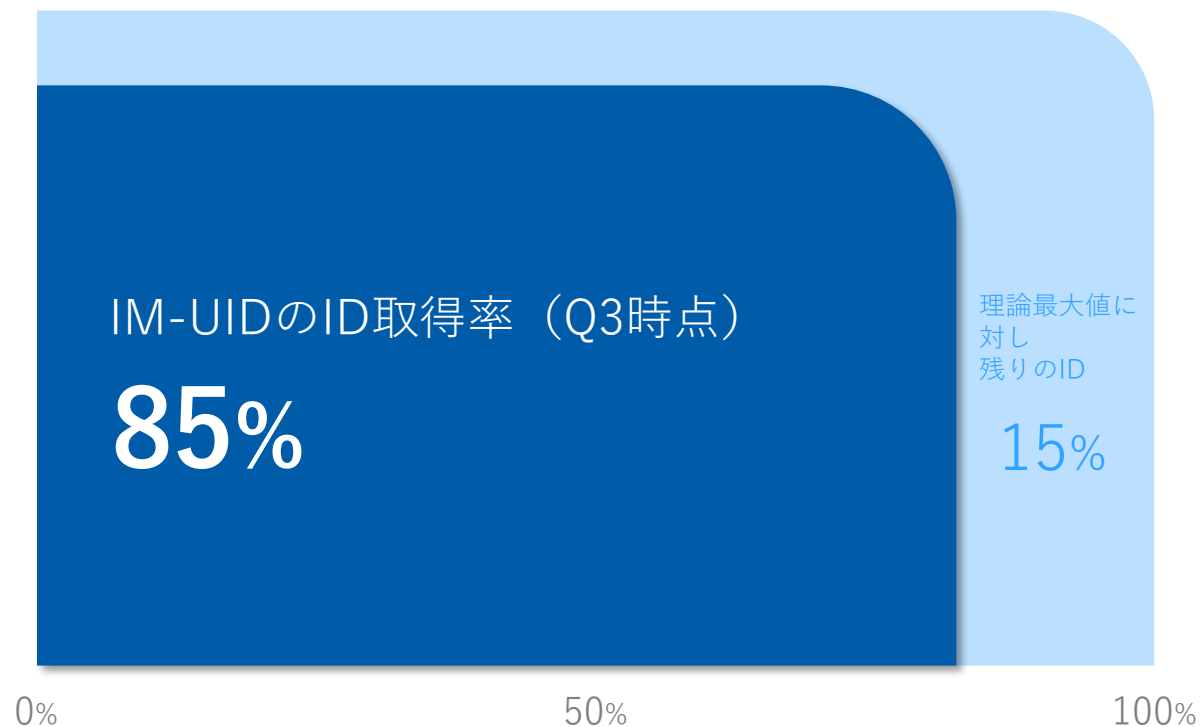
Cookie：可



Cookie：不可

POINT

ID取得率は
理論最大値に対し
8割と堅実に進捗



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	独立社外取締役	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	41名（2021年6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。

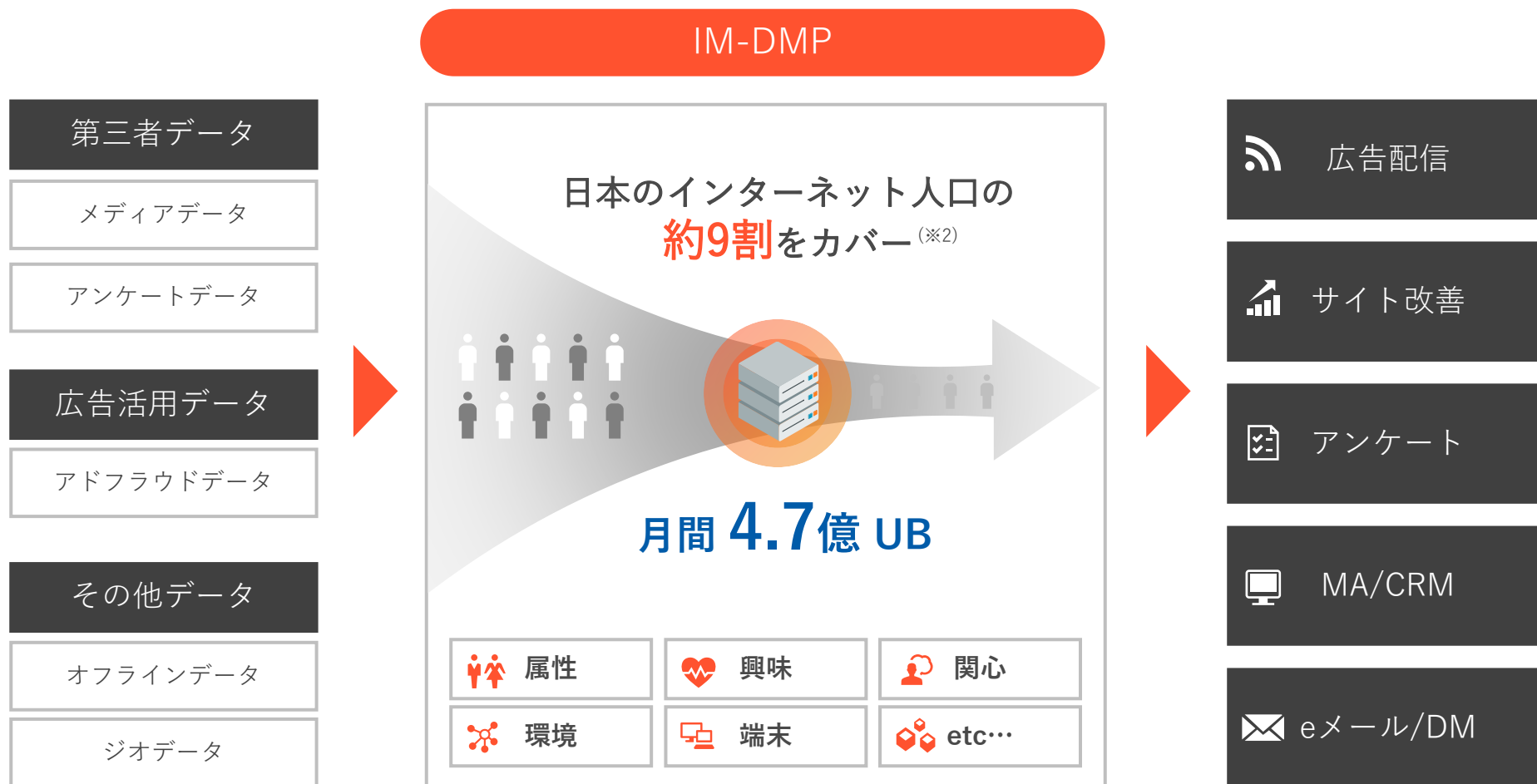


Mission

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^(※1)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。

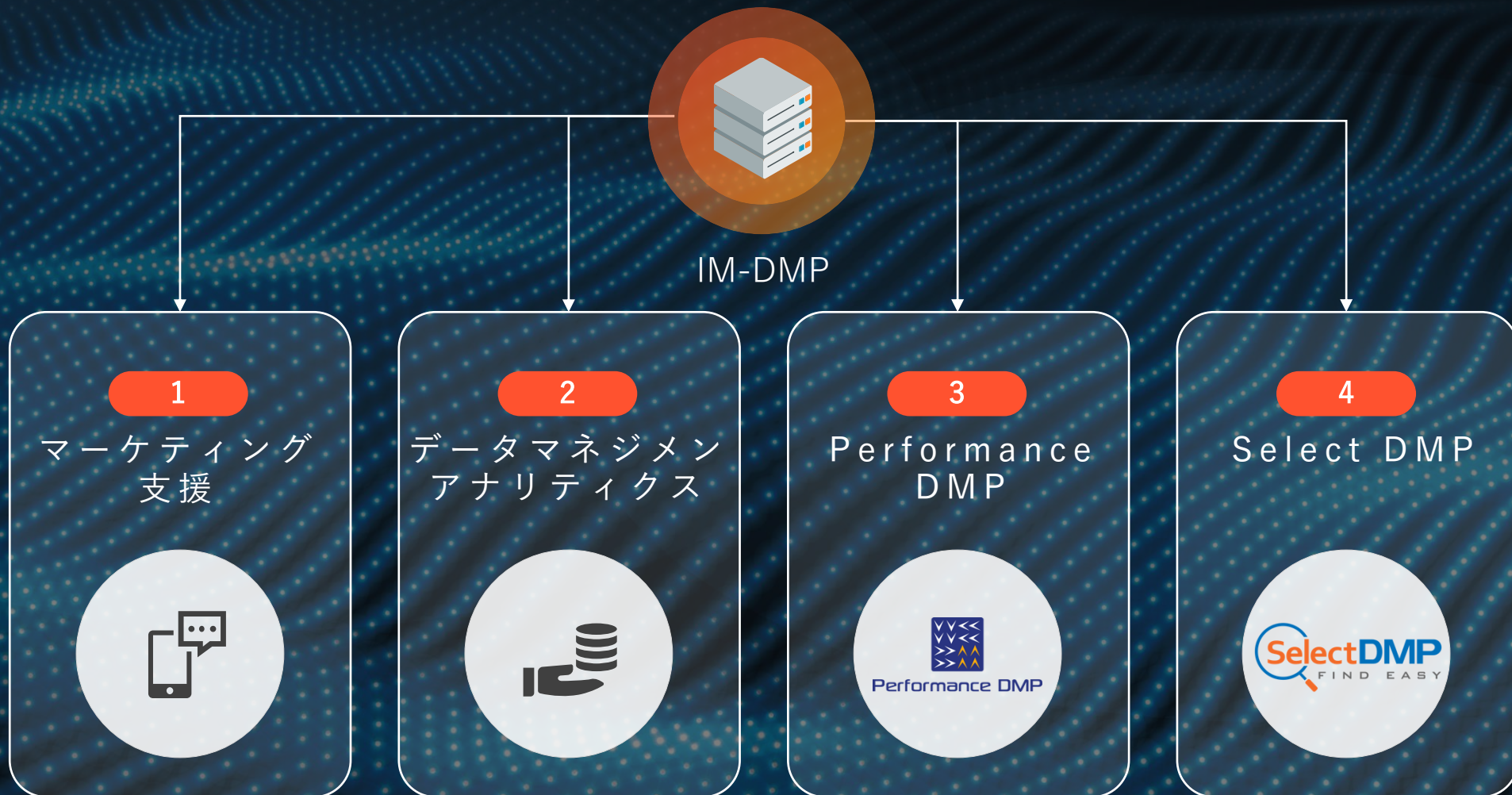


(※1) 一定期間内に計測された重複のないブラウザの数を示します。多くの場合、ブラウザの識別にはCookieが利用され、一定期間内に計測された重複のないCookieの数のことを示します。

(※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。

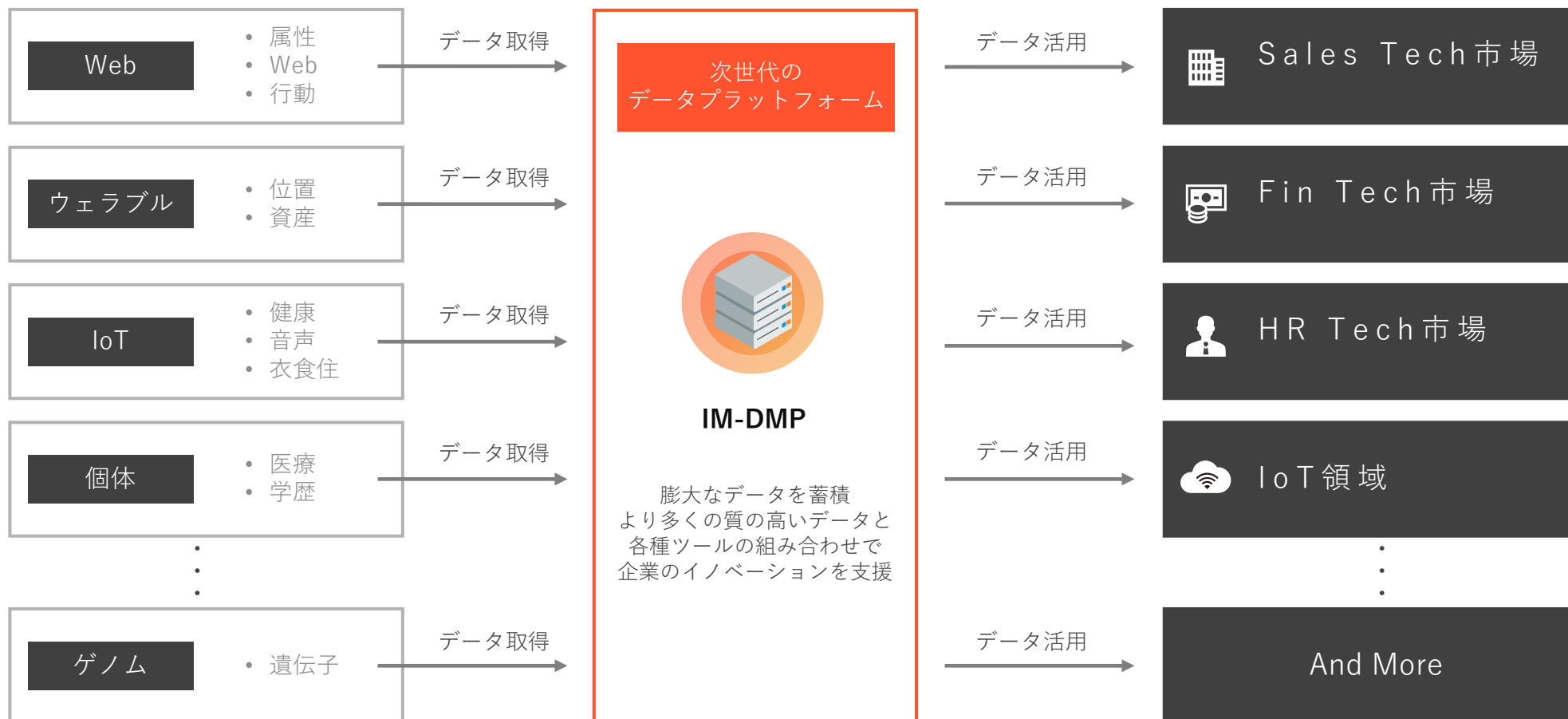
IM-DMP[※]を軸に大きく**4種類のソリューション**を提供。

※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

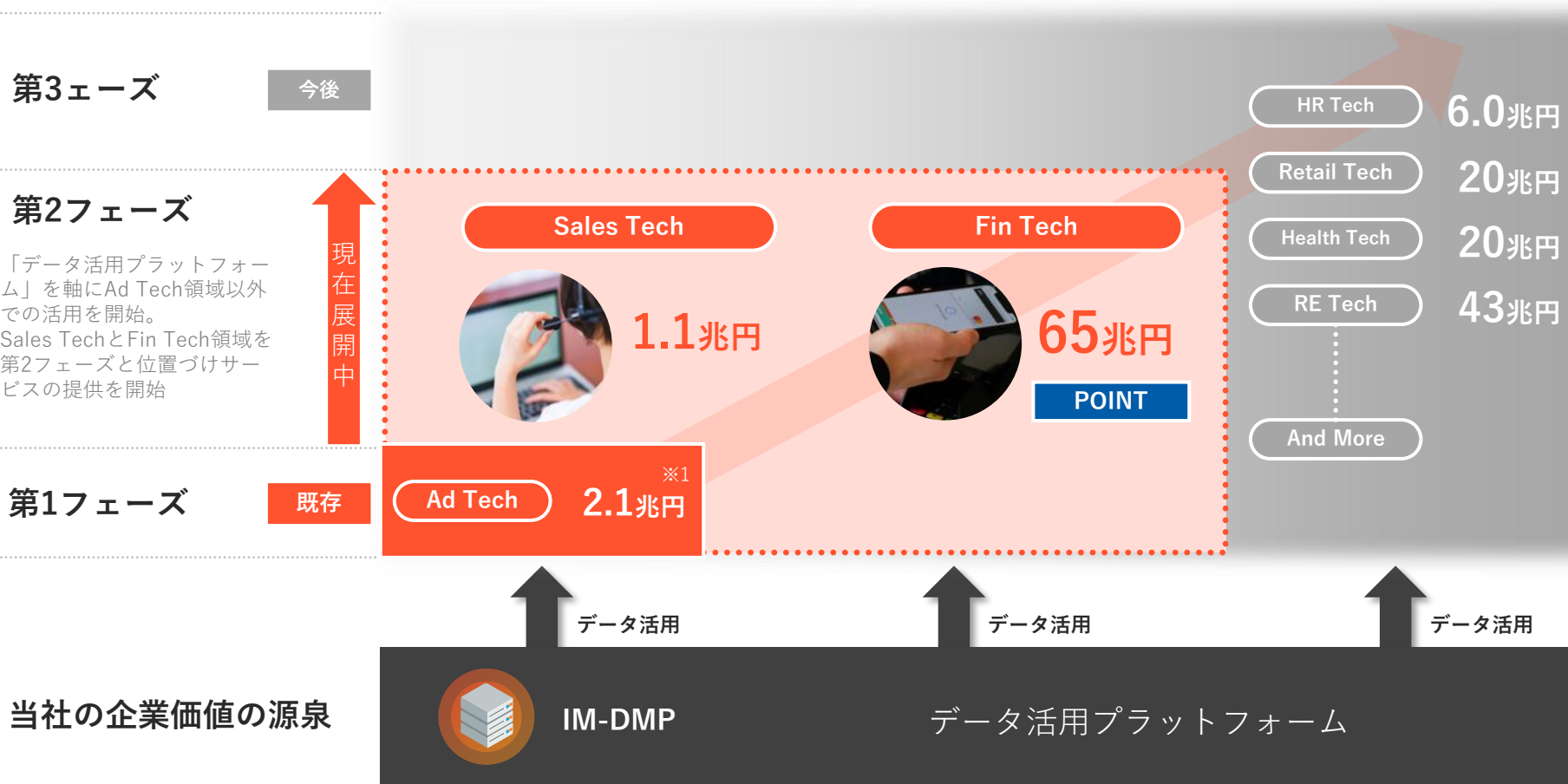


同業他社はAd Tech市場に特化しており汎用性が低いのに対し、

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。



※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

世界中で3rd Party Cookieに対する規制が始まっており、**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

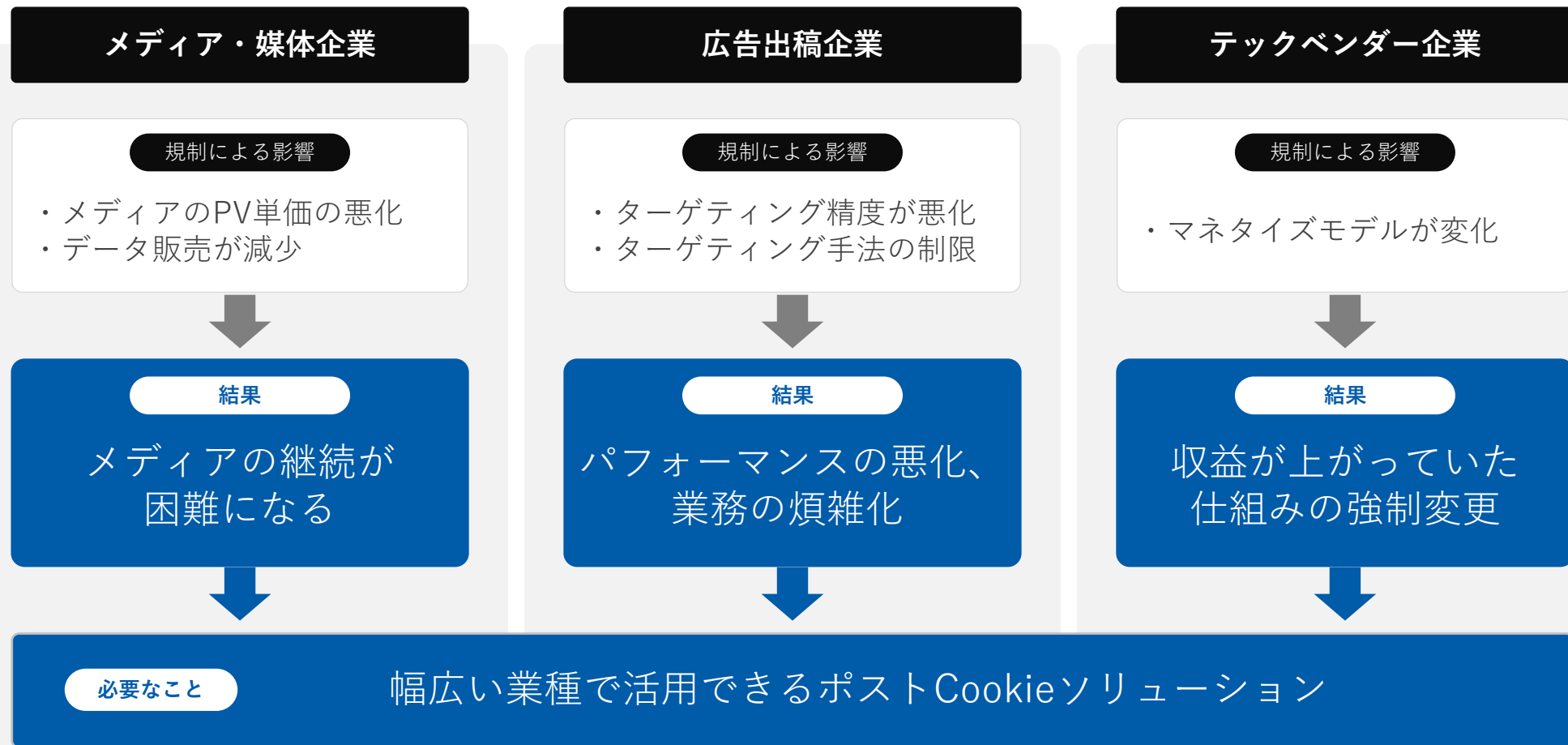
世界各国で3rd Party Cookieを規制する動きがあり、各企業で変革が迫られている

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、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

3rd Party 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、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3rd Party 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、ソリューションを開発。**

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 					

将来見通しに関する注意事項

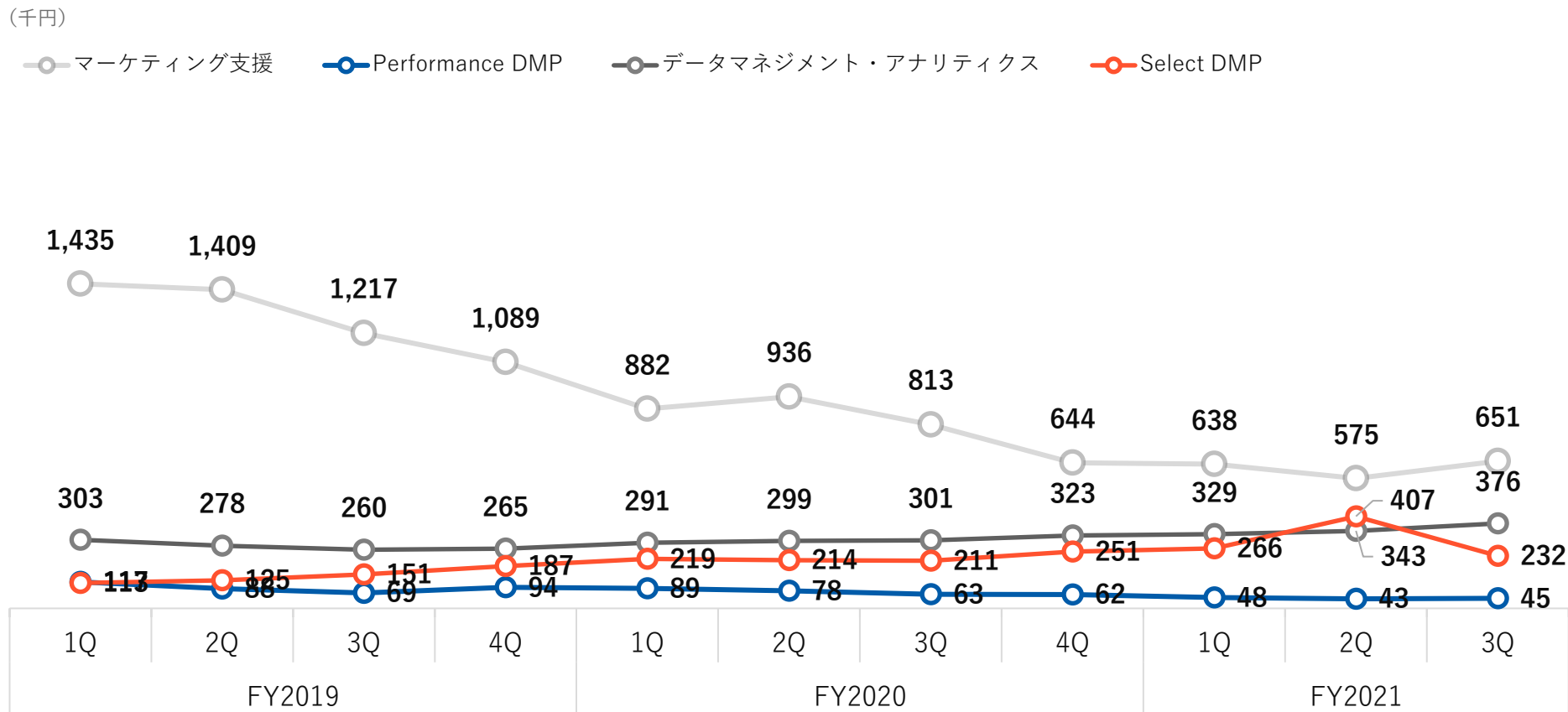
- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- 当社は、将来の事象などの発生にか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

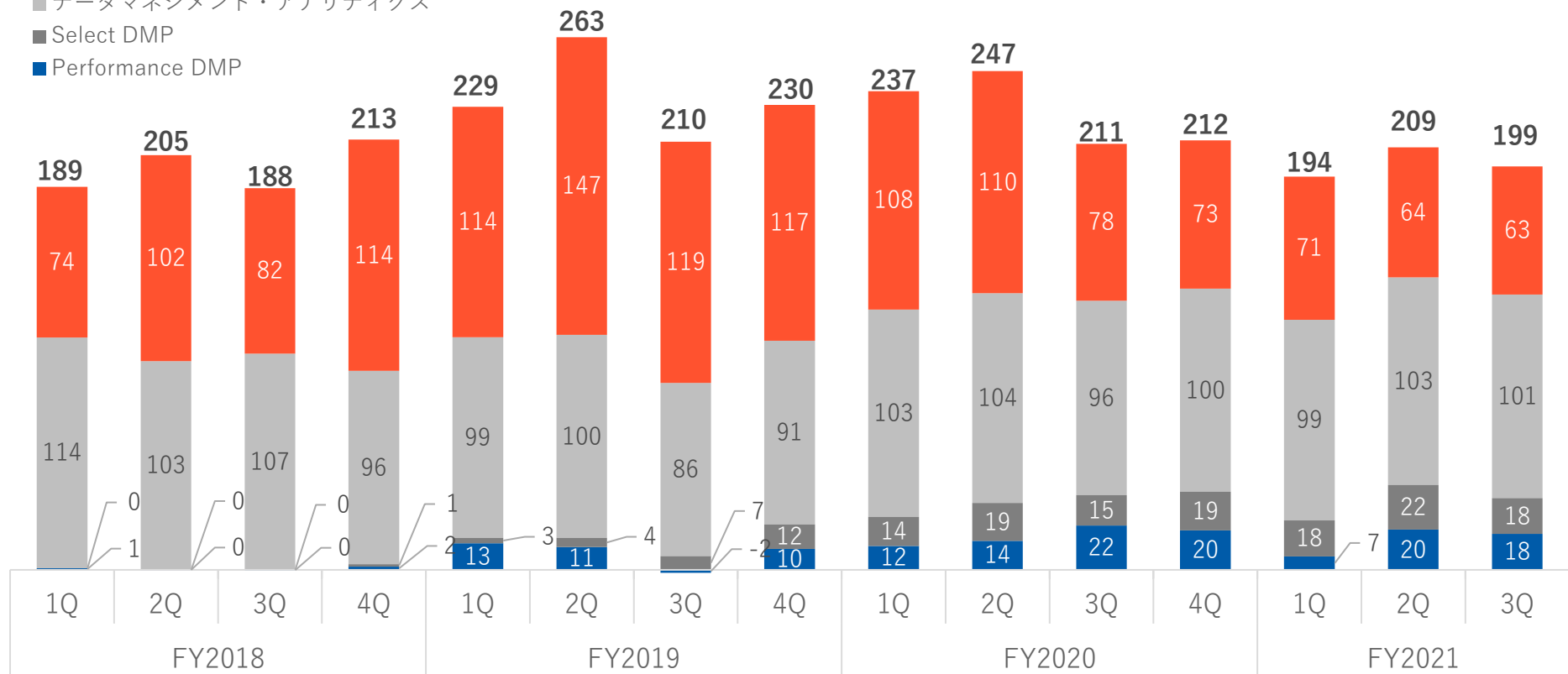


※1：四半期累計売上高を四半期累積アカウント数で除した数値

ソリューション別限界利益 ^{※1} (四半期推移)

(百万円)

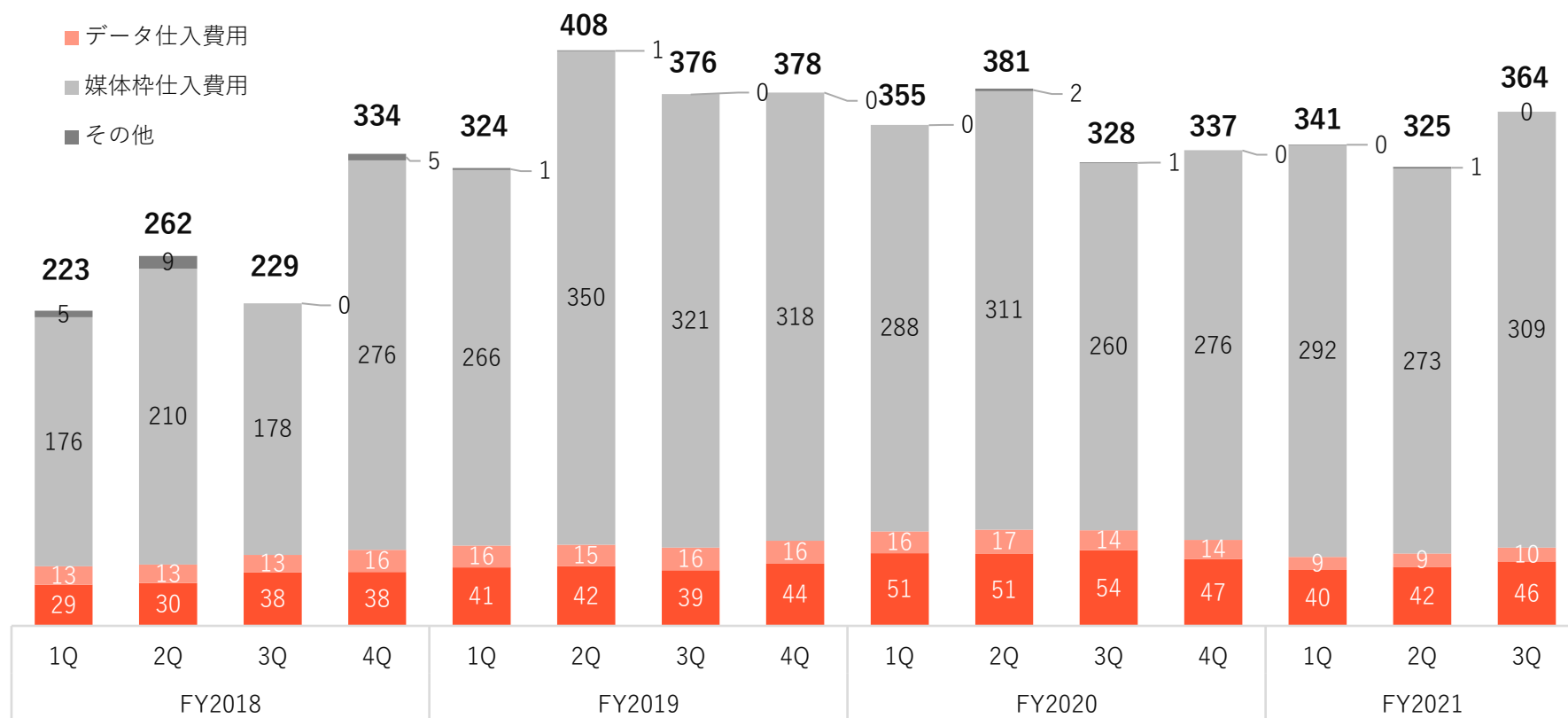
- マーケティング支援
- データマネジメント・アナリティクス
- Select DMP
- Performance DMP



※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

(百万円)

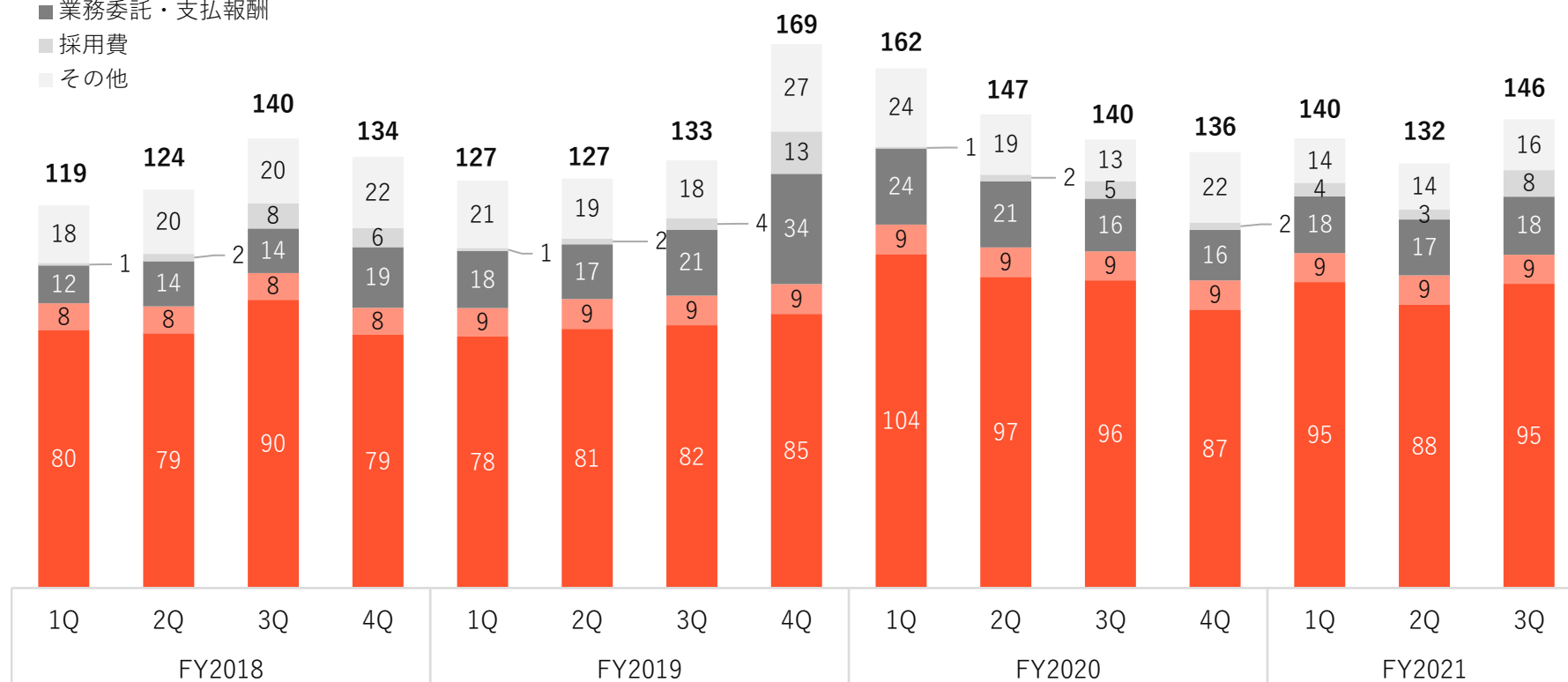
- サーバー費用
- データ仕入費用
- 媒体枠仕入費用
- その他



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 Q3 2021年6月末	QonQ	
				増減額	増減率
資産	流動資産	1,515	1,653	+138	+9.1%
	現金及び預金	1,168	1,326	+158	+13.6%
	固定資産	95	78	△17	△18.1%
	有形固定資産	11	10	△1	△8.2%
	無形固定資産	2	1	△1	△23.6%
	投資その他の資産	82	66	△16	△19.3%
	合計	1,611	1,731	+120	+7.5%
負債及び純資産	負債	380	414	+34	+9.0%
	借入金	100	100	-	-%
	純資産	1,231	1,316	+85	+7.0%
	合計	1,611	1,731	+120	+7.5%