

2021年9月期 通期決算 質疑応答集

この質疑応答集は、2021年11月12日（金）に公表した2021年9月期通期決算発表以降において、株主、投資家の皆さまからのお問い合わせや、アナリスト、機関投資家の方々との1on1ミーティングにていただいた主なご質問をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

Q1：ポスト Cookie ソリューションの市場フェーズと、御社の開発や販売の状況について教えてください。

A1：弊社のポスト Cookie ソリューションは、サービスとして提供できる段階まで開発が完了し、販売を拡大するフェーズとなっております。ポスト Cookie ソリューションの需要は既に広がりつつありますが、市場ニーズが大きく拡大するのは、2023年に Google Chrome における 3rd Party Cookie のサポートが廃止されるタイミングと想定しております。弊社としては、このニーズ拡大のタイミングに向けて、サービスラインナップの拡充を図り、先行して市場シェアの獲得に注力していく所存です。

Q2：Google の 3rd party Cookie のサポート終了が 1 年以上延期されたことによる、事業への影響を教えてください。

A2：ポスト Cookie ソリューション市場の大きな拡大は後ろ倒しとなりますが、ポスト Cookie に対する社会の関心は高く、導入企業数も順調に増加しております。また、弊社としても、サービスの質の検証と向上を行い、継続的にご利用頂けるような開発の時間的猶予が確保できた点はメリットと考えております。

Q3：ポスト cookie ソリューションの競合はどのようなものがありますか。

A3：ポスト Cookie ソリューションについては海外のアドテクノロジーの企業を中心にさまざまなソリューションが開発されており、特定のソリューションや特定の企業が大きなシェアを持っているものではないものと認識しております。弊社が開発をしているソリューションに関しましては、その中でも国内外で注目されているポスト Cookie ソリューションとなっており、それぞれの領域で海外の企業を中心に競合商品を出している企業があります。

（例：共通 ID ソリューションは theTradeDesk 社の Unified ID、リアルタイムオーディエンス解析では DynamicYield 社のサービス、同意管理システムで言えば OneTrust などがあります。）

Q4：共通 ID ソリューションを提供しているプレイヤーはそれなりの数いると思いますが、現時点で御社に優位性があるのか教えてください。

A4：海外においては、theTradeDesk 社や Liveramp 社が共通 ID ソリューションを提供しておりますが、国内においては、現状弊社以外に共通 ID ソリューションを提供している企業は把握しておりません。共通 ID ソリューションで優位性を確保するためには、メディア様やパブリッシャー様に多く導入頂き、データの量と質を確保する点がポイントとなると考えております。弊社は DMP サービスを提供する中で、大手メディア様やパブリッシャー様とデータの連携を行ってまいりました。既存のネットワークを利用して、既に多くのクライアント様との間で、共通 ID ソリューション「IM-UID」の連携が進んでおり、海外事業者と比較しても優位性があるものと考えております。

Q5：大手広告代理店は、データクリーンルームをポスト Cookie ソリューションとして注力度を上げているような印象を受けますが、御社のソリューションとどのような棲み分けになると考えていますか。

A5：ポスト Cookie ソリューションは、「①3rd Party Cookie を利用しないターゲティング広告」と、「②3rd Party Cookie を利用しない広告効果測定（トラッキング）ツール」の 2 点に大きく分類されます。データクリーンルームは、②をメインの用途としており、従来のようなターゲティング広告を継続して行うためには、弊社のポスト Cookie ソリューションが必要となります。その広告配信の効果測定が、データクリーンルームを利用することで可能になるため、弊社のソリューションを補完する位置付けになると考えております。

Q6：3rd party cookie の規制により、サイト内回遊データ（1st party data）の分析・活用の価値が相対的に上昇するのではないかと考えています。その点に関しての御社の取り組みや見立てについて教えてください。

A6：弊社としても、1st Party Data の価値は上昇するものと認識しております。既にポスト Cookie ソリューションの一つとして、サイト内の回遊データを用いてユーザーの属性分析を行う「リアルタイムデータ連携」というサービスを提供しており、今後注力すべき領域の一つと位置付けております。

Q7 : Google Chrome の 3rd Party Cookie のサポートが終了し、ポスト Cookie ソリューションのニーズ取り込みが本格的に進む 2023 年 9 月期の業績のイメージを教えてください。

A7 : 「ポスト Cookie ソリューション」はインターネット広告市場全体に係る基盤となる技術となります。2020 年のインターネット広告市場は、1 兆 7,567 億円(株式会社電通「2020 年日本の広告費」)程度とされておりますが、この内、Cookie が利用できない「ポスト Cookie」分野の市場規模については現状算定ができておりません。そのため現時点では、どの程度の市場シェアや売上規模を想定しているかお伝えすることはできませんが、市場での当社以外の代替ソリューションは多く見られないことから、この機会をシェア獲得の大きなチャンスと捉えており、既に展開しているソリューションである「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」の売上増加に大きく寄与するものと考えております。

Q8 : 先日ニュースが出ていたローソン様との取り組みについて、具体的な取り組み内容を教えてください。

A8 : ローソン様が保有する購買データと、弊社が保有するデータ分析の基盤技術を掛け合わせて、より効果的なレシート広告を発行する取組となります。弊社はこれまでオンライン上でのデータ活用を中心に事業展開をしてきましたが、今回の取組は小売店でのマーケティングにデータを活用する「コマーステック」の一施策として注力する領域となります。今後も、オンラインとオフラインのデータを横断したデータ活用を進め、データ活用領域の拡大を進めてまいります。

■ インティメート・マージャーについて (<https://corp.intimatemerger.com/>)

「世の中のさまざまな領域における、データを使った効率化」をミッションに掲げ、国内 DMP 市場導入シェア No.1(※1)のデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」を保有するデータマーケティングカンパニー。約 4.7 億のオーディエンスデータ(※2)と高度な分析技術を掛け合わせたデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」の提供・構築支援、データ活用に関するコンサルティングサービスを提供しています。また、プライバシー保護に関する取り組みとして、一般社団法人 日本経済団体連合会が掲げる「個人データ適正利用経営宣言」に賛同しています。今後は Sales Tech や Fin Tech、Privacy Tech などの X-Tech 領域に事業を展開し「データビジネスのプロデューサー集団」を目指します。

※1 出典元 : 「DataSign Web サービス調査レポート 2021.2」

※2 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。

本リリースに関する報道関係者のお問い合わせ
株式会社インティメート・マージャー IR 担当
Email: ir@intimatemerger.com