

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

第2四半期決算説明資料

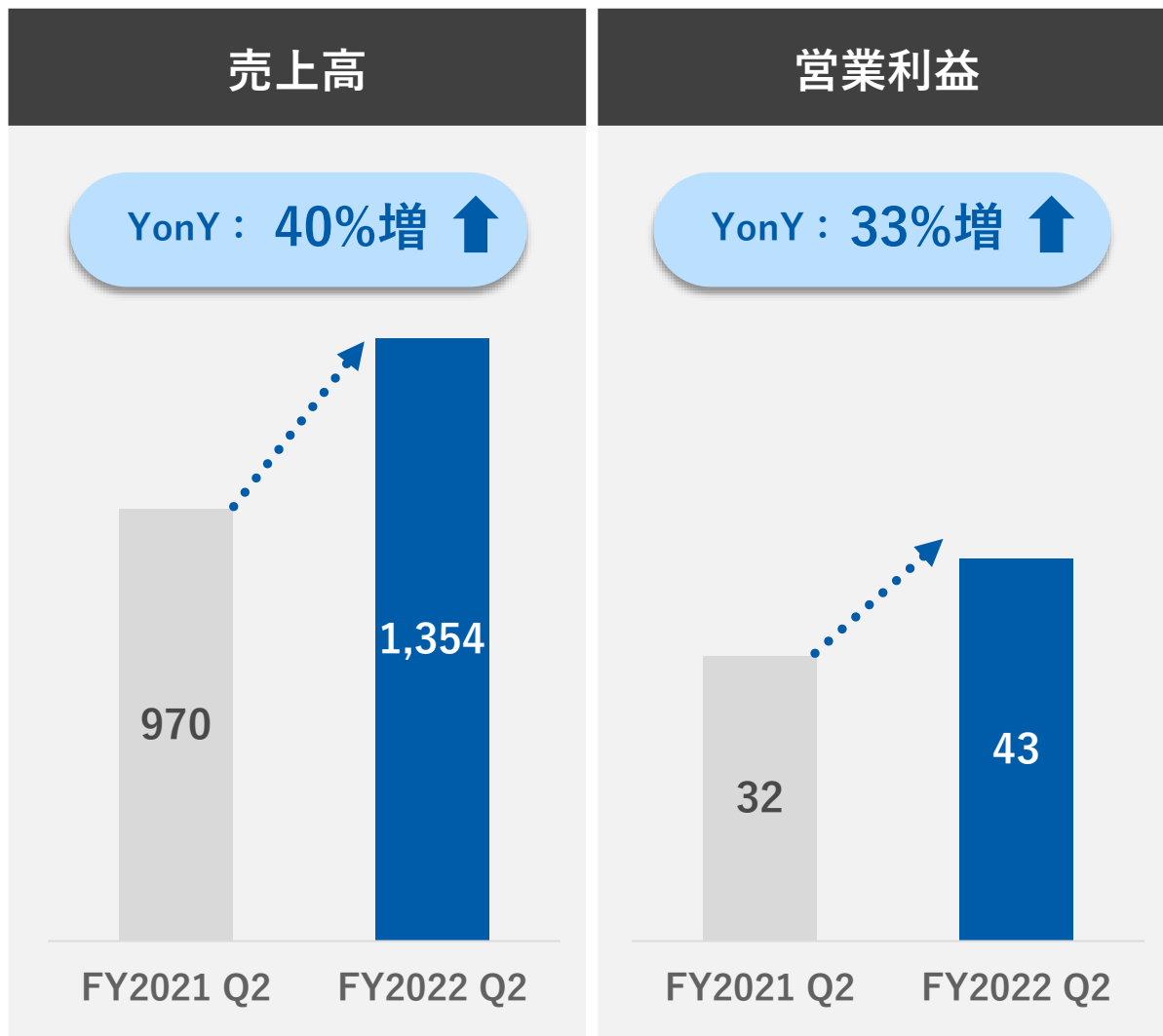
データ活用における革命を起こす

## INDEX

- Executive Summery**
1. エグゼクティブサマリー ..... P3
- Financial Results for FY2022 Q2**
2. 2022年9月期第2四半期業績 ..... P7
- FY2022 Outlook**
3. 2022年9月期通期業績予想 ..... P12
- Growth Strategy and Progress**
4. 成長戦略とその進捗状況 ..... P14
- About Intimate Merger**
5. 会社概要・事業内容 ..... P25
- Appendix**
6. 参考資料 ..... P35

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、**四半期売上高は過去最高水準で推移**。



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

## Ad Tech領域

### マーケティング支援の単価は Q1に引き続き好調を維持

エンタメ業界の受注がコロナ前に  
回復したことが主な要因

### ポストCookieソリューションの アカウント数が287件を突破

既存クライアントに対するクロスセル販売に  
より効率的に案件を獲得

ポストCookie

## X Tech領域

### Commerce Tech分野の「集客」 の流通総額が40億円を超える

Commerce Tech分野におけるShopify内アプリ  
「集客」の流通総額が40億円を超える

Commerce Tech

### 改正個人情報保護法に対する ”攻め”と”守り”を構築

改正個人情報保護法への対応が完了するとともに、  
新ソリューション「IM Privacy Suite」の提供を開始

Financial Results for FY2022 Q2

# 2022年9月期第2四半期業績

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39.6%増加**。  
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 Q2	FY2022 Q2	YonY	
			増減額	増減率
売上高	970	<b>1,354</b>	+384	+39.6%
売上総利益	304	<b>339</b>	+35	+11.7%
(売上総利益率)	31.4%	<b>25.1%</b>	—	△6.3%
販売管理費	271	<b>296</b>	+25	+9.1%
営業利益	32	<b>43</b>	+11	+33.4%
(営業利益率)	3.3%	<b>3.2%</b>	—	△0.1%
経常利益	20	<b>42</b>	+22	+103.2%
親会社株主に帰属する四半期純利益	30	<b>29</b>	△1	△3.9%
(四半期純利益率)	3.2%	<b>2.2%</b>	—	△1.0%

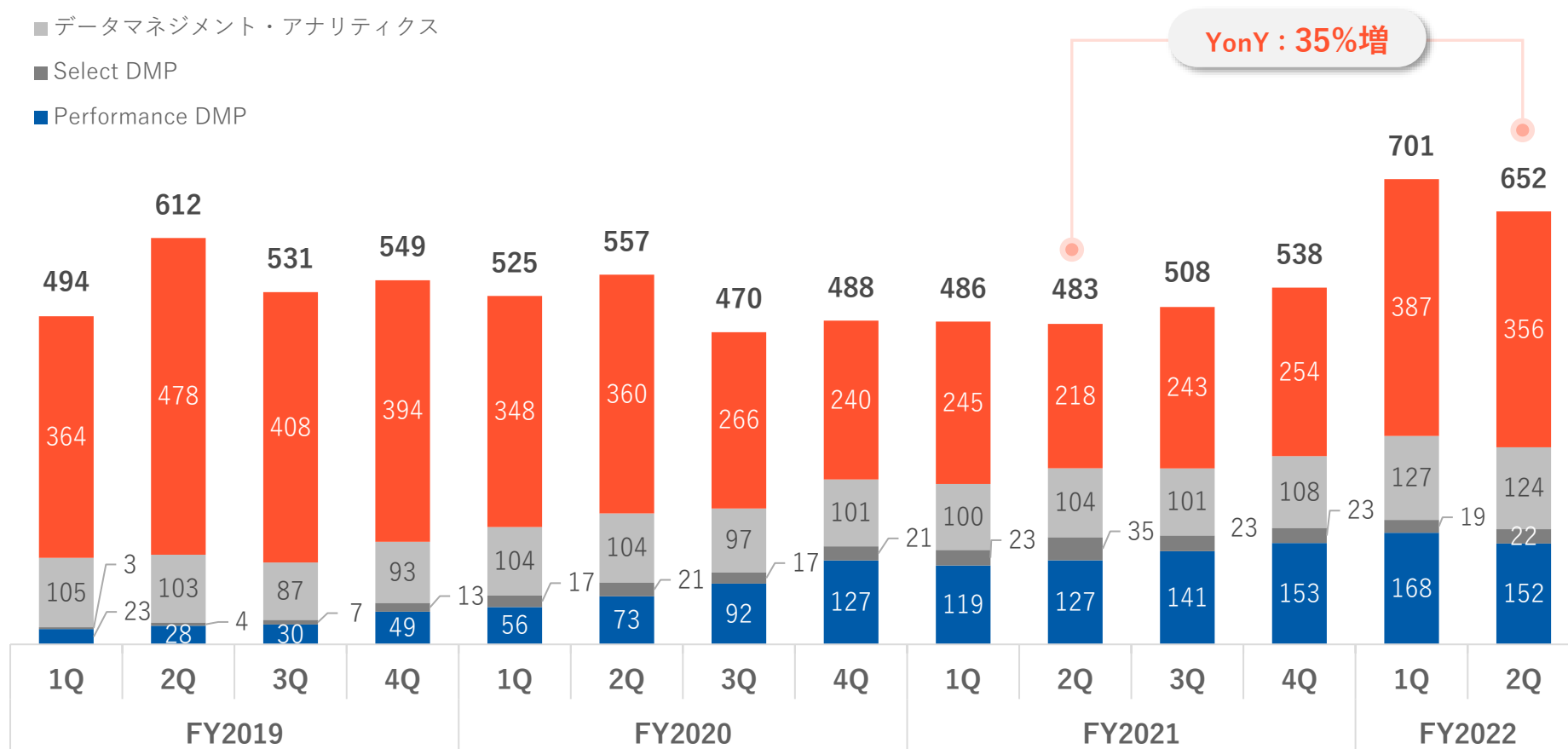


# ソリューション別売上高（四半期推移）

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み、前四半期に続き**四半期売上高は過去最高水準で推移**。

(百万円)

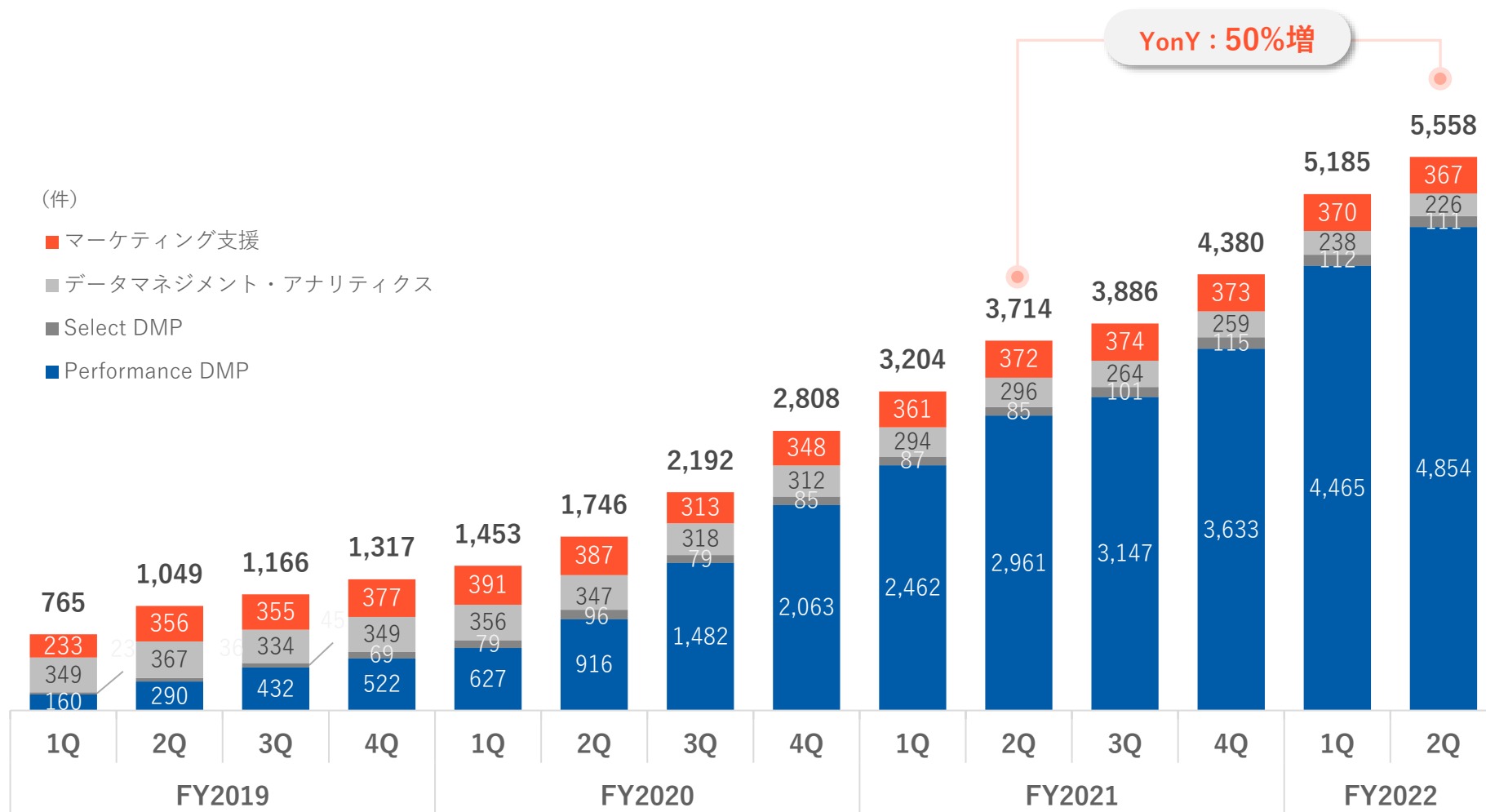
- マーケティング支援
- データマネジメント・アナリティクス
- Select DMP
- Performance DMP



YonY : 35%増

# アカウント数（四半期推移）

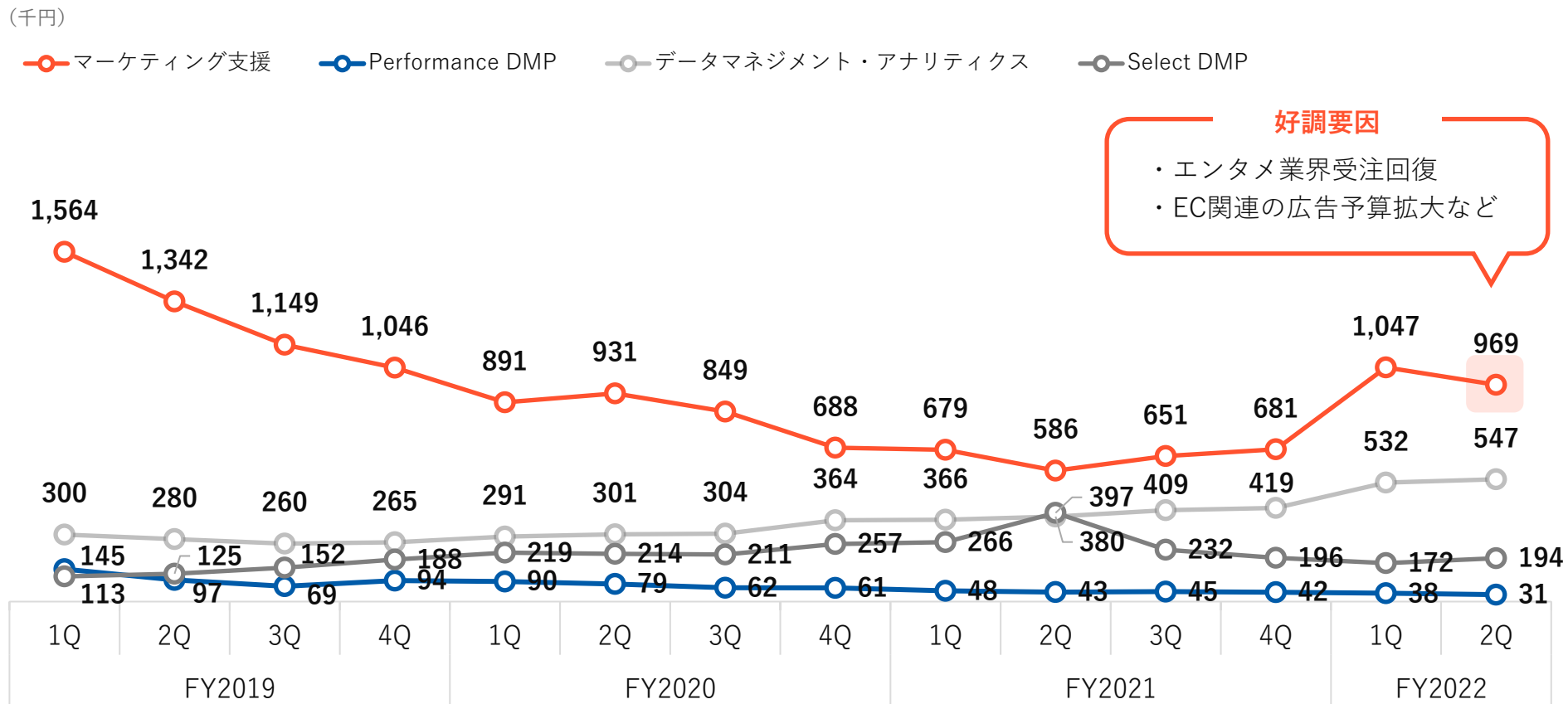
「Shopify」向けアプリの導入等により、Performance DMPを中心に好調推移。  
 総アカウント数はYonY50%増と**最高値を更新**。



※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

# 平均単価（四半期推移）<sup>※1</sup>

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、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**。



※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

FY2022 Outlook

# 2022年9月期業績予想

Q2の売上高進捗率は**58.8%**と順調。Q2時点で利益は年間予算を超える水準となったが、**人材を中心に積極投資**を行う予定であり、業績予想は据え置き。

(百万円)

	FY2022Q2	FY2022 通期業績予想	進捗率
売上高	1,354	2,304	<b>58.8%</b>
営業利益	43	30	<b>143.2%</b>
(営業利益率)	3.2%	1.3%	—
経常利益	42	28	<b>146.8%</b>
親会社株主に帰属する 四半期純利益	29	21	<b>138.6%</b>

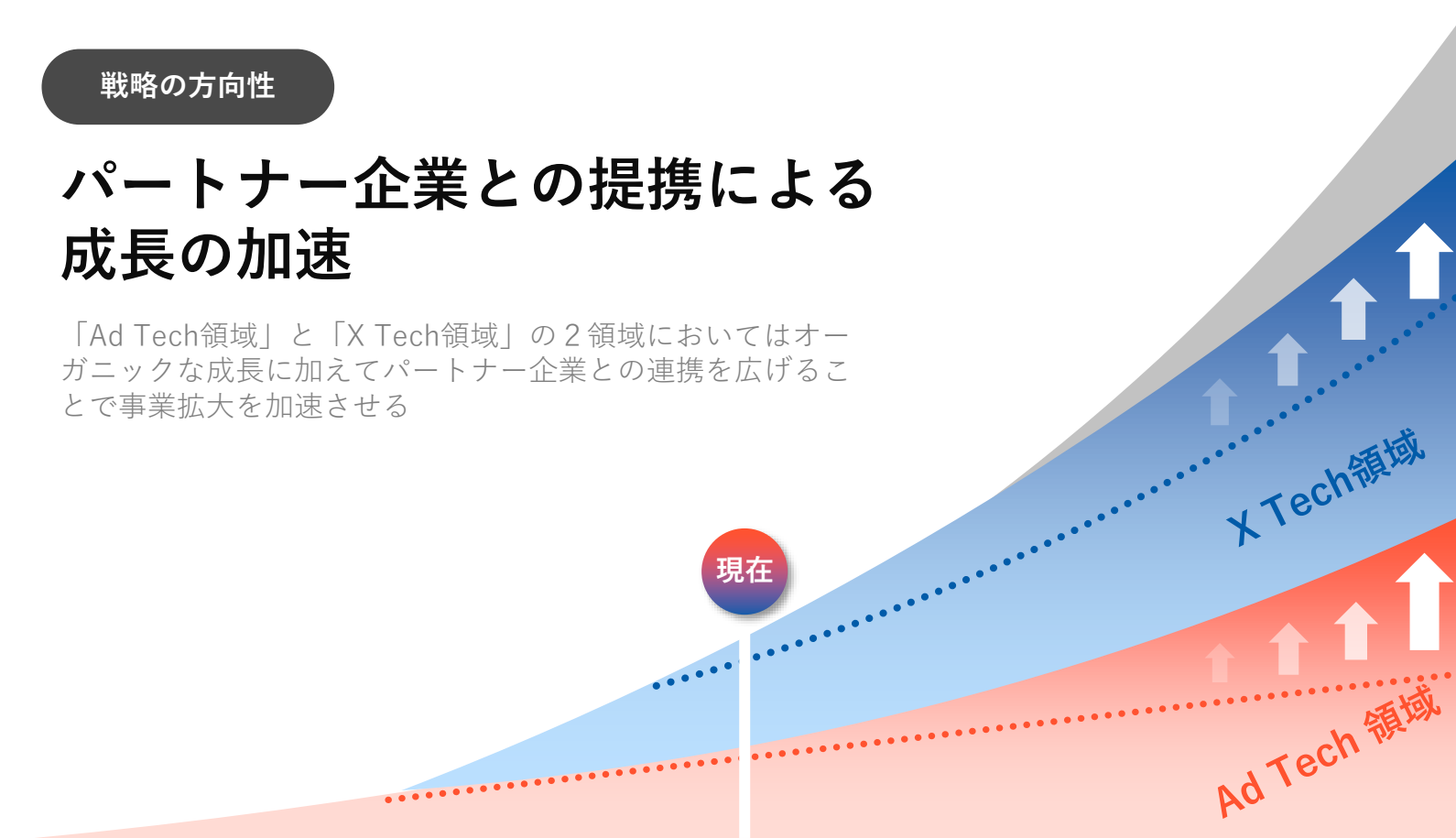
Growth Strategy and Progress

# 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

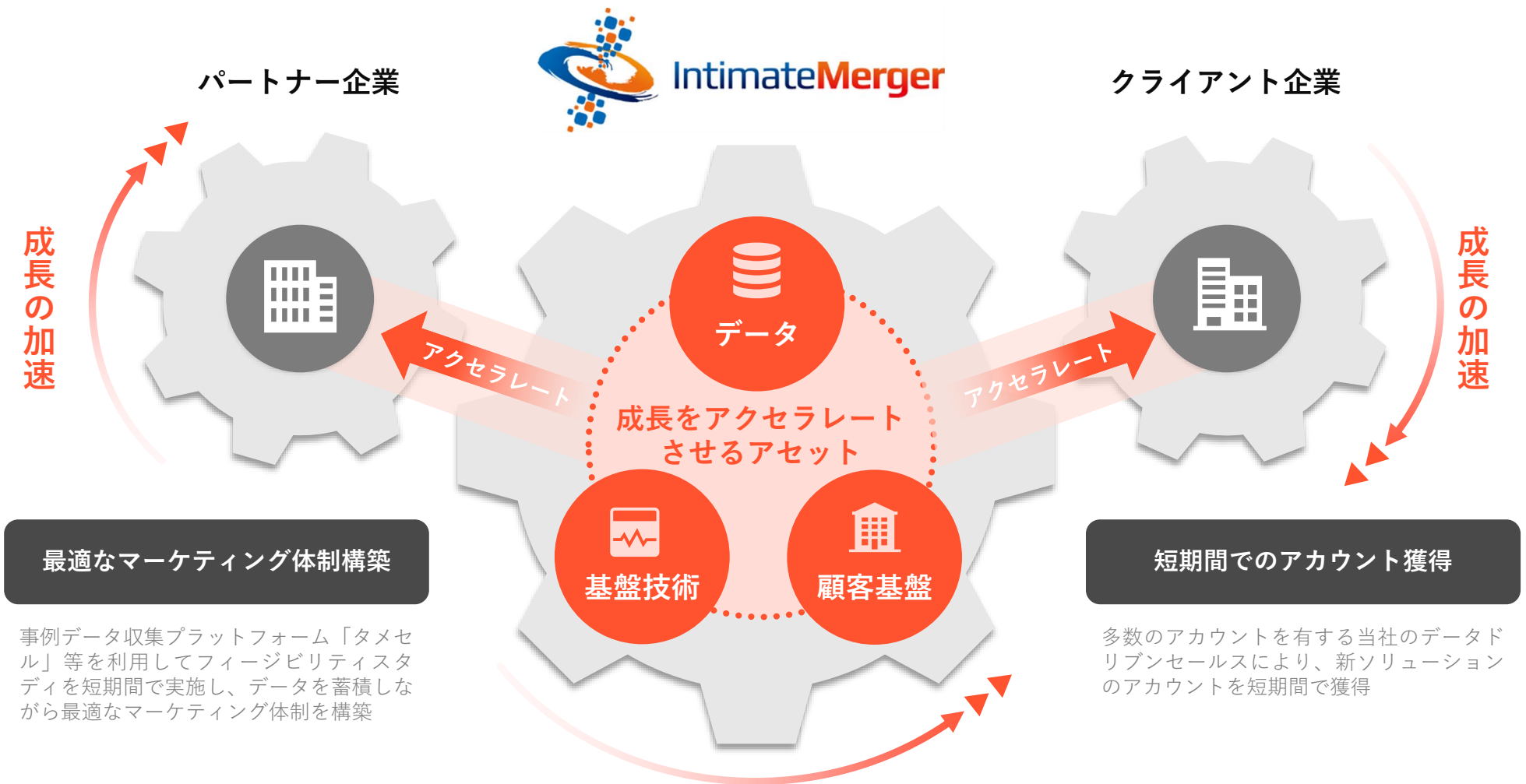
POINT

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

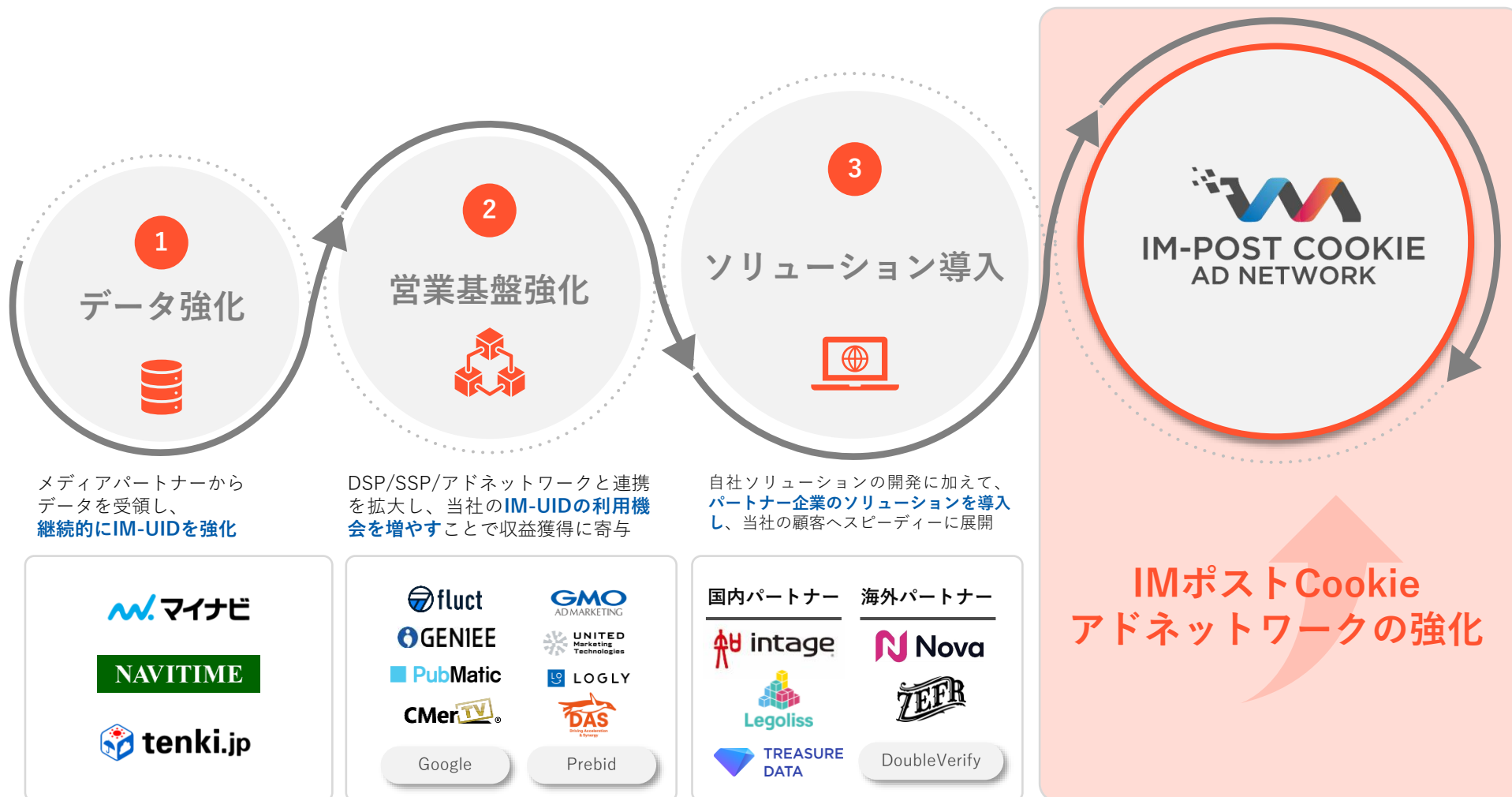
基盤技術の継続的な強化

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



Polar Mobile Group Inc.のソーシャルディスプレイ広告作成および配信ツール「Nova」の販売開始



拠点

カナダ



運営会社

Polar Mobile Group Inc.

サービス名

Nova

## 概要

**「Nova」は世界中で利用されている  
広告作成・配信のためのソリューション**

ソーシャルディスプレイ広告ツールの「Nova」は、FacebookやInstagram、TikTokなどソーシャルフォーマットのクリエイティブをWeb上のディスプレイ広告枠で活用することを可能にします。Novaは世界中で累計6,000社を上回るブランド企業に利用されています。

## 提携の内容

**「Nova」の導入により  
広告出稿の促進が期待できる**

Novaの導入により、クリエイティブを保有していない広告主が円滑に広告を出しやすくなり、当社の営業活動を加速することができます。

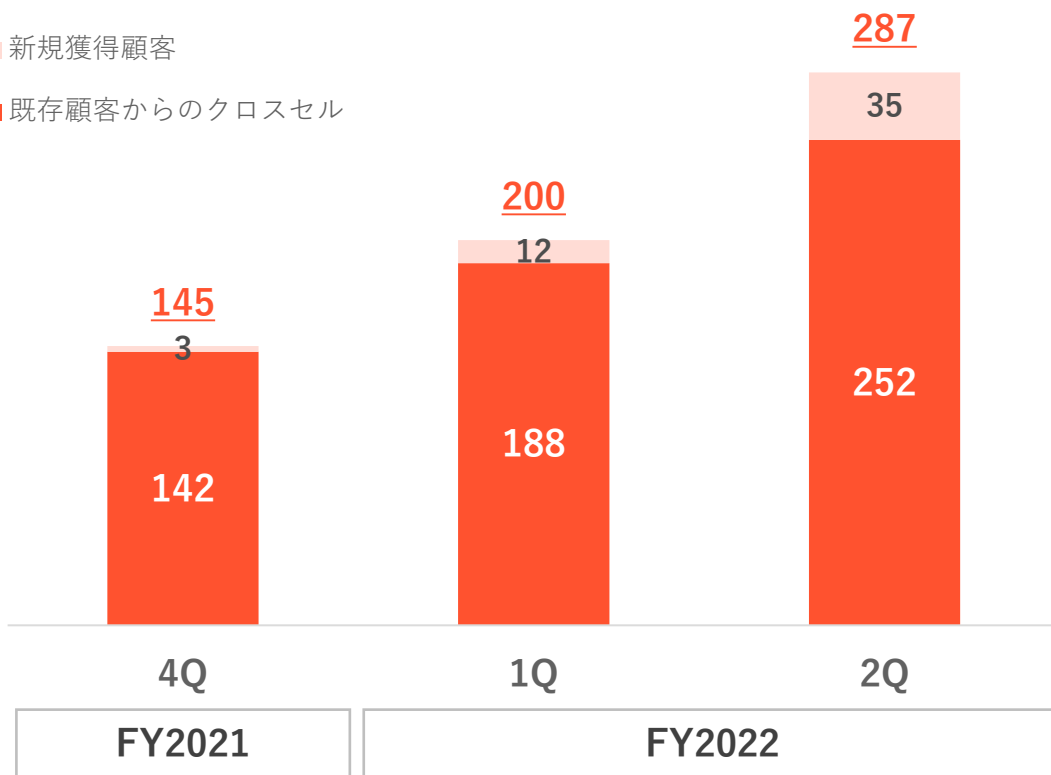
Performance DMPで獲得したクライアントに対するクロスセル販売に加え、新規顧客の獲得も進み、ポストCookieソリューションの**アカウント数は順調に増加**。

### 四半期毎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



累計アカウント数は

**287件**

QonQ : 44%増

当年度上期はポストCookieソリューションのクロスセル販売による収益拡大を図っていた。  
さらに下期からは新たな施策として広告代理店/ASPの収益化を支援するソリューションを準備中。



NEW

新たな  
施策

X Tech領域に事業領域を拡大し、非連続的な成長を目指す

### 第3フェーズ

今後

### 第2フェーズ

「データプラットフォーム」を軸にAd Tech領域以外での活用を開始。  
Sales Tech/Commerce Tech/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

Commerce Tech

Fin Tech

HR Tech

Health Tech

RE Tech

And More

### 第1フェーズ

既存

Ad Tech

※1  
2.2兆円

データ活用

データ活用

データ活用

当社の企業価値の源泉

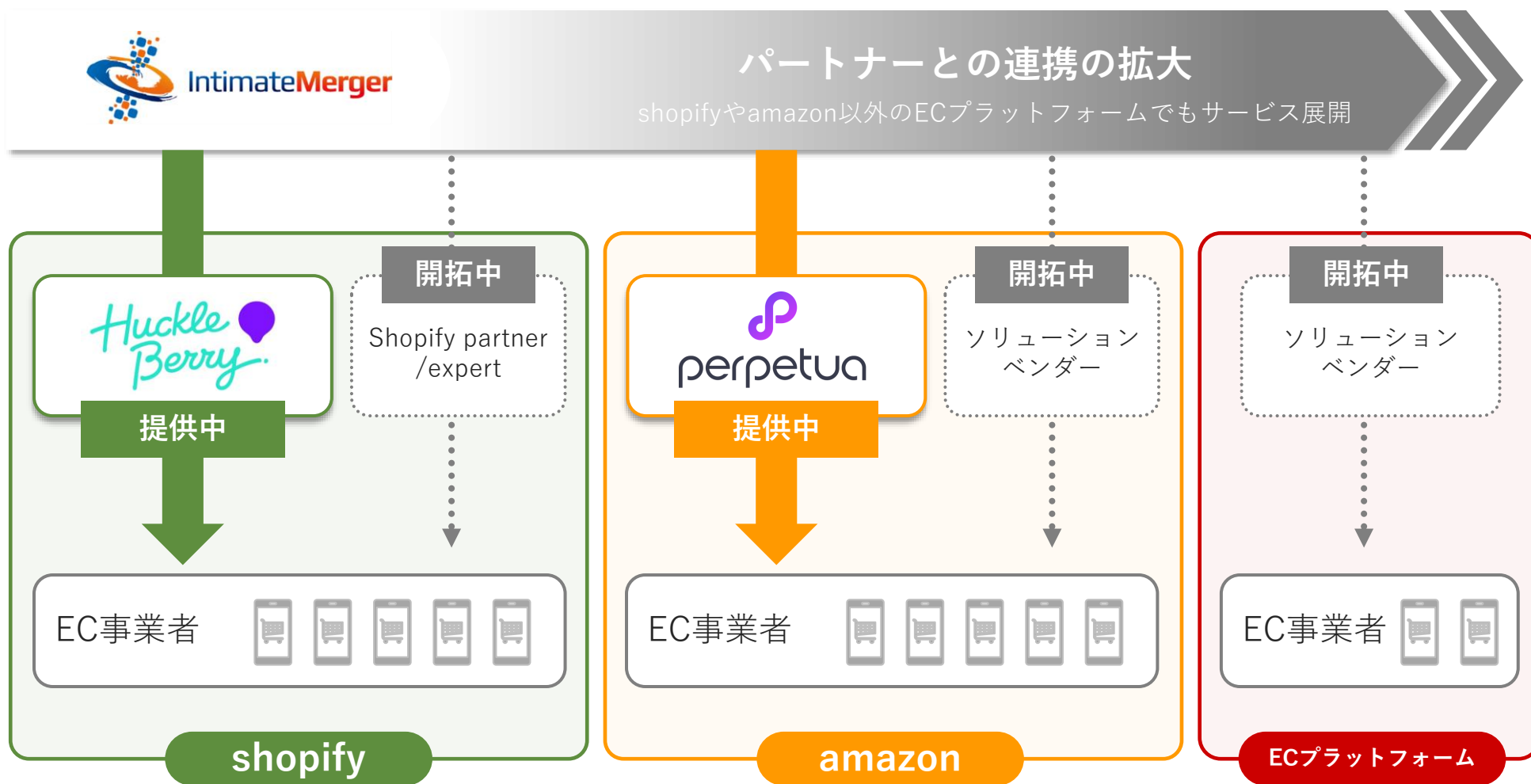


IM-DMP

データプラットフォーム

※1 (株)電通「日本の広告費2020」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

EC事業者に対してソリューションを提供しているハックルベリーとPerpetua以外の企業との連携を拡大し、Commerce Techの収益拡大を図る



Commerce Tech領域において進めているShopify以外のECプラットフォームへの展開の第一歩としてPerpetuaと連携し、AmazonでのEC事業者向けにもソリューションを提供開始。



拠点

アメリカ



運営会社

Perpetua Labs, Inc.

親会社

Ascential社（ロンドン証券取引所に上場）

## 概要

「Perpetua」は  
Amazon広告最適化AIツール

PerpetuaはAmazon広告最適化AIツール「Perpetua（パーペチュア）」を提供しています。現在、日本国内で約400のAmazon出店企業が導入しており、Amazon内スポンサー広告をAIで管理・運用することで、広告運用改善はもとより、工数削減を実現しています。

## 提携の内容

## 当社とのデータ連携により機能が強化された「Perpetua」をEC事業者に提供

「Perpetua」に当社の「IM-DMP」を連携することにより、Amazon内外の潜在顧客への接触からスポンサー広告での刈り取り、施策毎の相関性の把握までを1つのプラットフォーム内で完結させることができ、従来の方と異なった方法でAmazon顧客へ強固なアプローチが可能になりました。

改正個人情報保護法による事業上の悪影響はなく、  
これを機に新サービス「IM Privacy Suite」の提供を開始

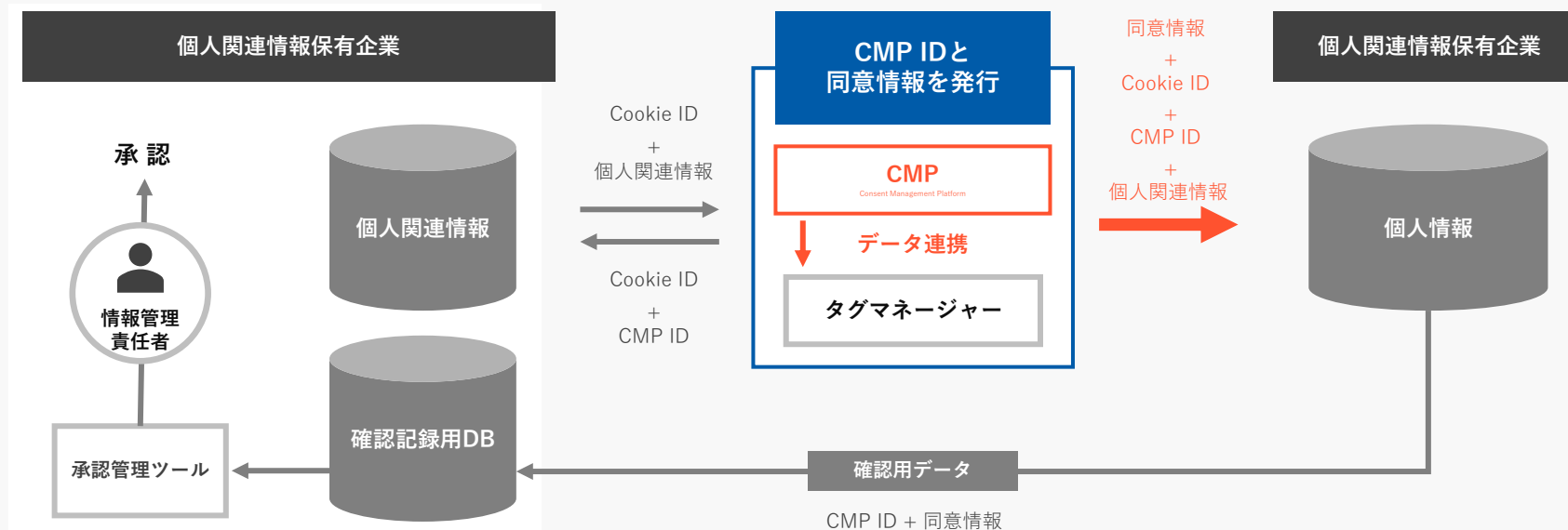
## 当社事業への影響はなし

2022年4月に施行された改正個人情報保護法に際して既存のお客様との取引の対応を率先して進めた結果、法改正への対応は全て完了し、取引の**中止等の財務的な影響はありませんでした**。

## 市場の変化と捉えサービスを開発

「CMP」を導入しただけでは改正個人情報保護法の対応を網羅することが難しいという現状を踏まえ、同法を遵守して「CMP」を運用するための支援サービス「**IM Privacy Suite**」の提供を開始しました。

### IM Privacy Suiteの仕組み





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	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	42名（2022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IMATE・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
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

## 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。



新生銀行



F O R I T

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。

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

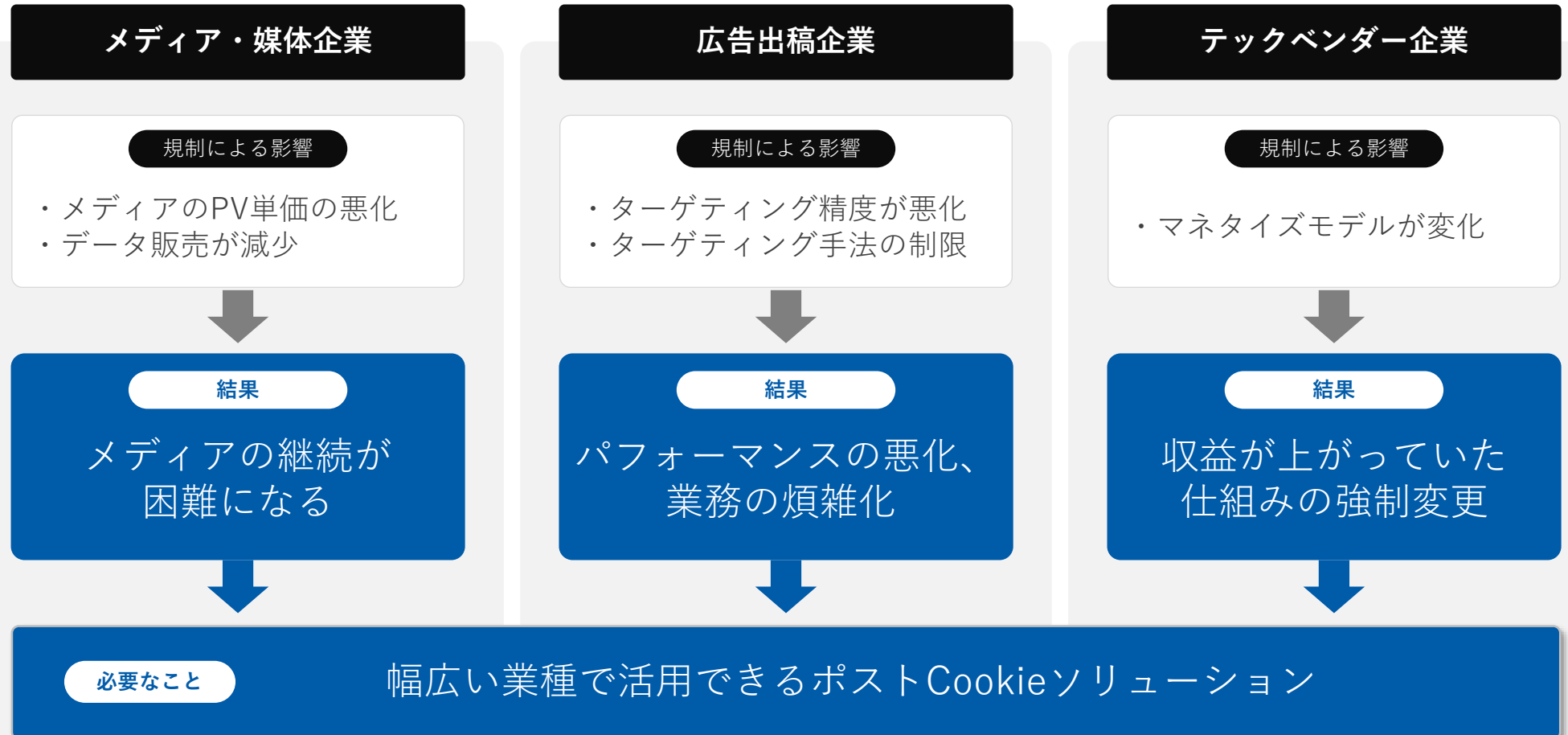
Cookieの技術は現行のほとんどのWeb関連ツールで活用されており、幅広い業種・企業において変化が求められる。

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。



## 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。

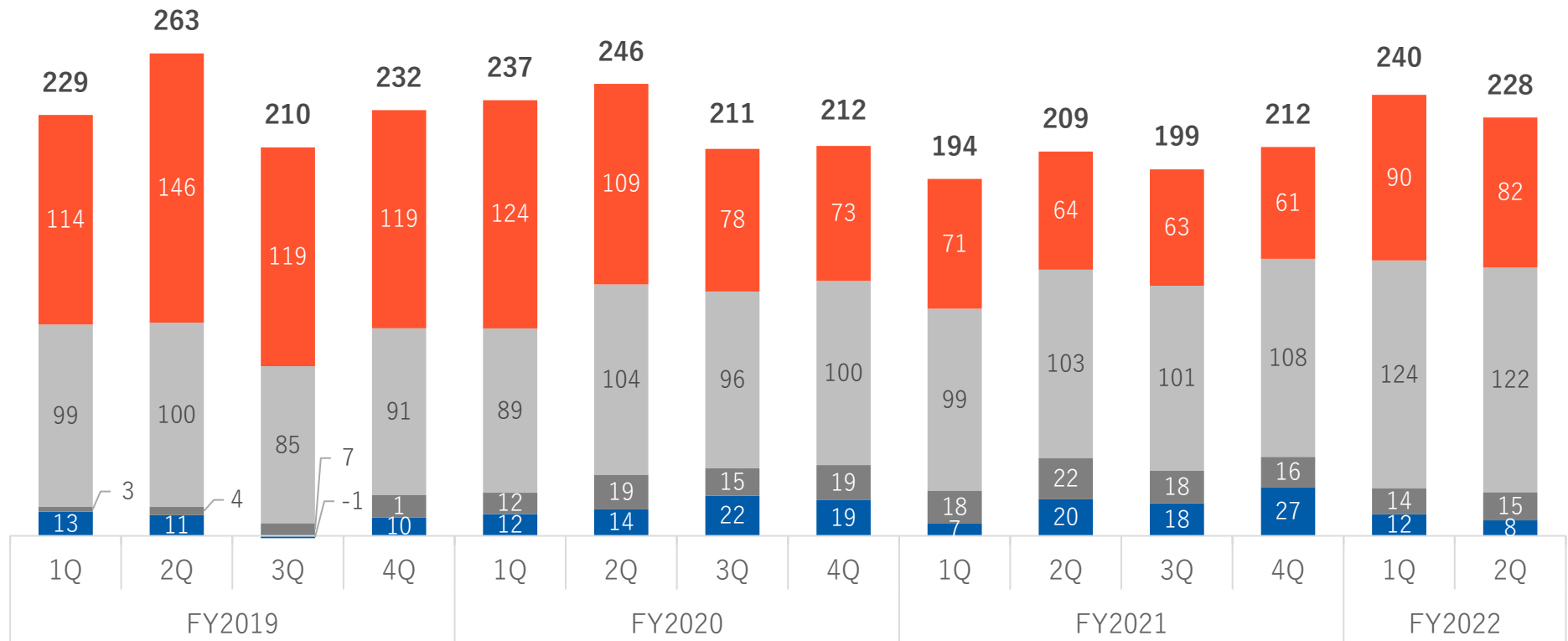
Appendix

# 参考資料

# ソリューション別限界利益（四半期推移）<sup>※1</sup>

(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

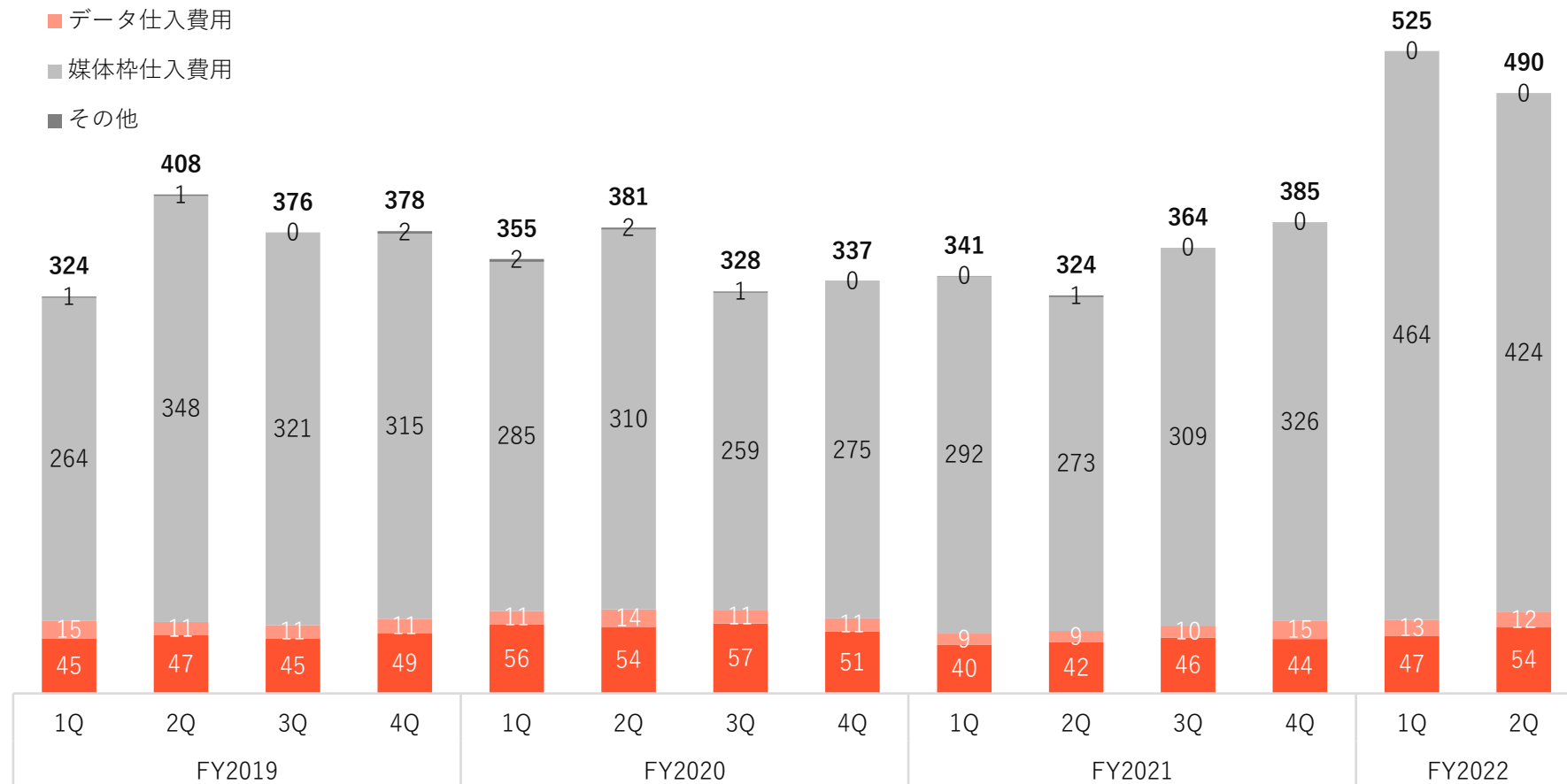


※1：売上高から、個別の売上に紐づく変動原価（主に媒体枠仕入費用）を差し引いた数値

# 売上原価内訳（四半期推移）

(百万円)

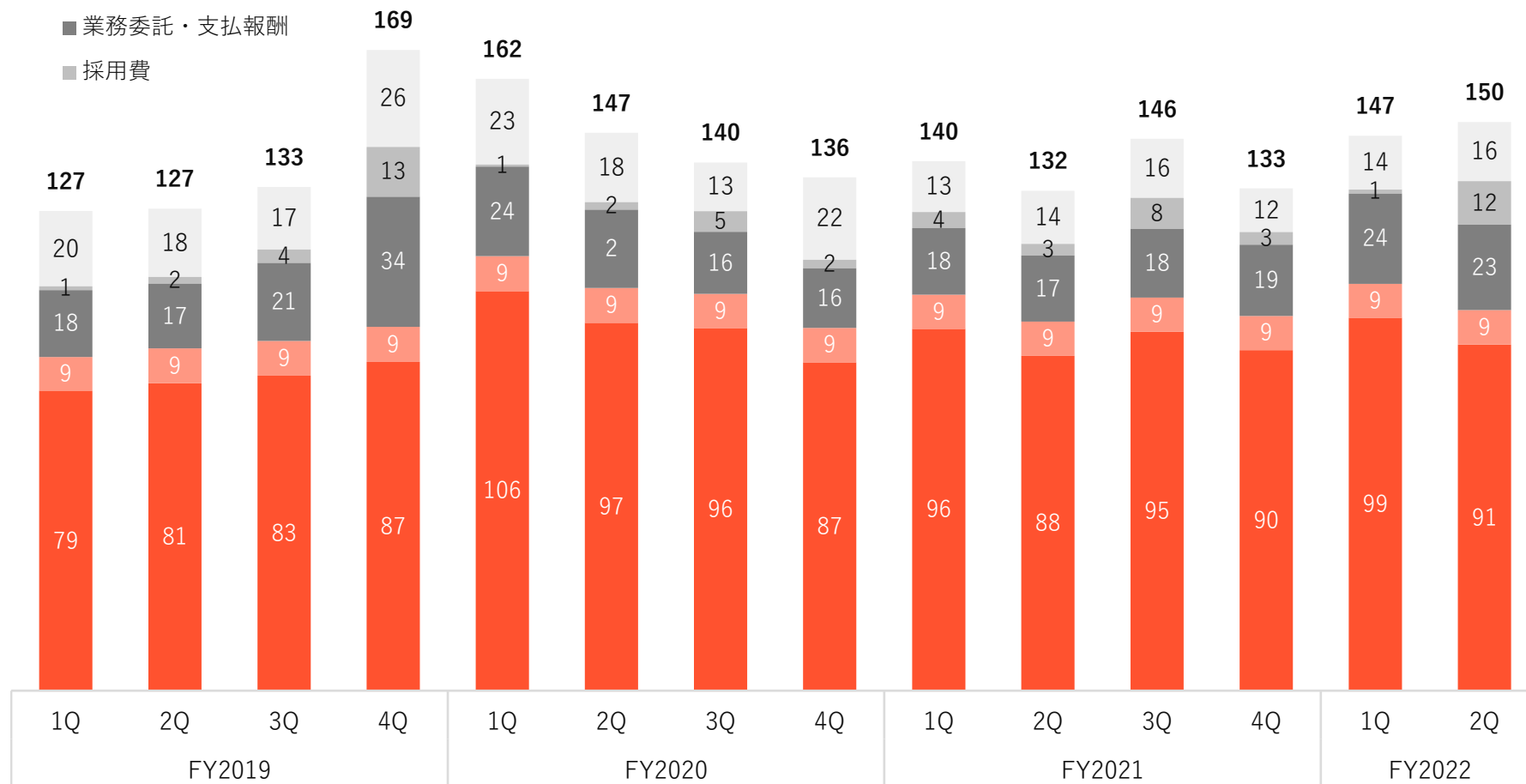
- サーバー費用
- データ仕入費用
- 媒体枠仕入費用
- その他



# 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	FY2022Q2 2022年3月末	QonQ	
				増減額	増減率
資産	流動資産	1,689	<b>1,815</b>	+126	+7.5%
	現金及び預金	1,350	<b>1,396</b>	+46	+3.4%
	固定資産	65	<b>61</b>	△4	△6.0%
	有形固定資産	9	<b>10</b>	+1	+6.0%
	無形固定資産	1	<b>1</b>	△0	△22.5%
	投資その他の資産	54	<b>50</b>	△4	△7.7%
	<b>合計</b>	1,755	<b>1,877</b>	+122	+7.0%
負債及び純資産	負債	440	<b>509</b>	+69	+15.7%
	借入金	100	<b>100</b>	-	-%
	純資産	1,314	<b>1,368</b>	+54	+4.1%
	<b>合計</b>	1,755	<b>1,877</b>	+122	+7.0%