

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）

2023年9月期 第1四半期決算説明資料

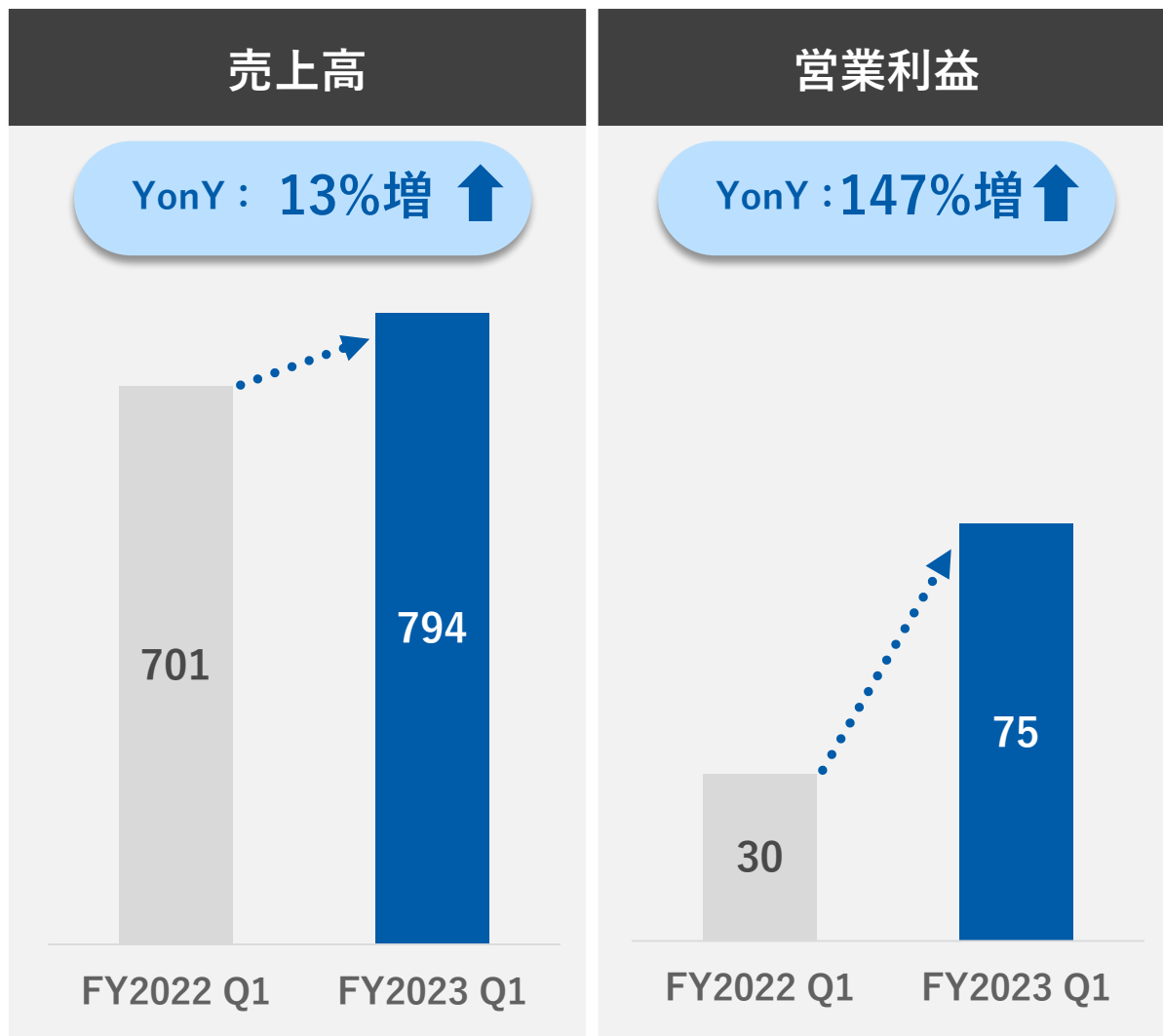
INDEX

- Executive Summary**
1. エグゼクティブサマリー P3
- Financial Results for FY2023 Q1**
2. 2023年9月期 第1四半期業績 P6
- FY2023 Outlook**
3. 2023年9月期 通期業績予想 P11
- Growth Strategy and Progress**
4. 成長戦略とその進捗状況 P13
- About Intimate Merger**
5. 会社概要・事業内容 P22
- Appendix**
6. 参考資料 P31



Executive Summary

エグゼクティブサマリー



全体

YonYで 増収増益の決算

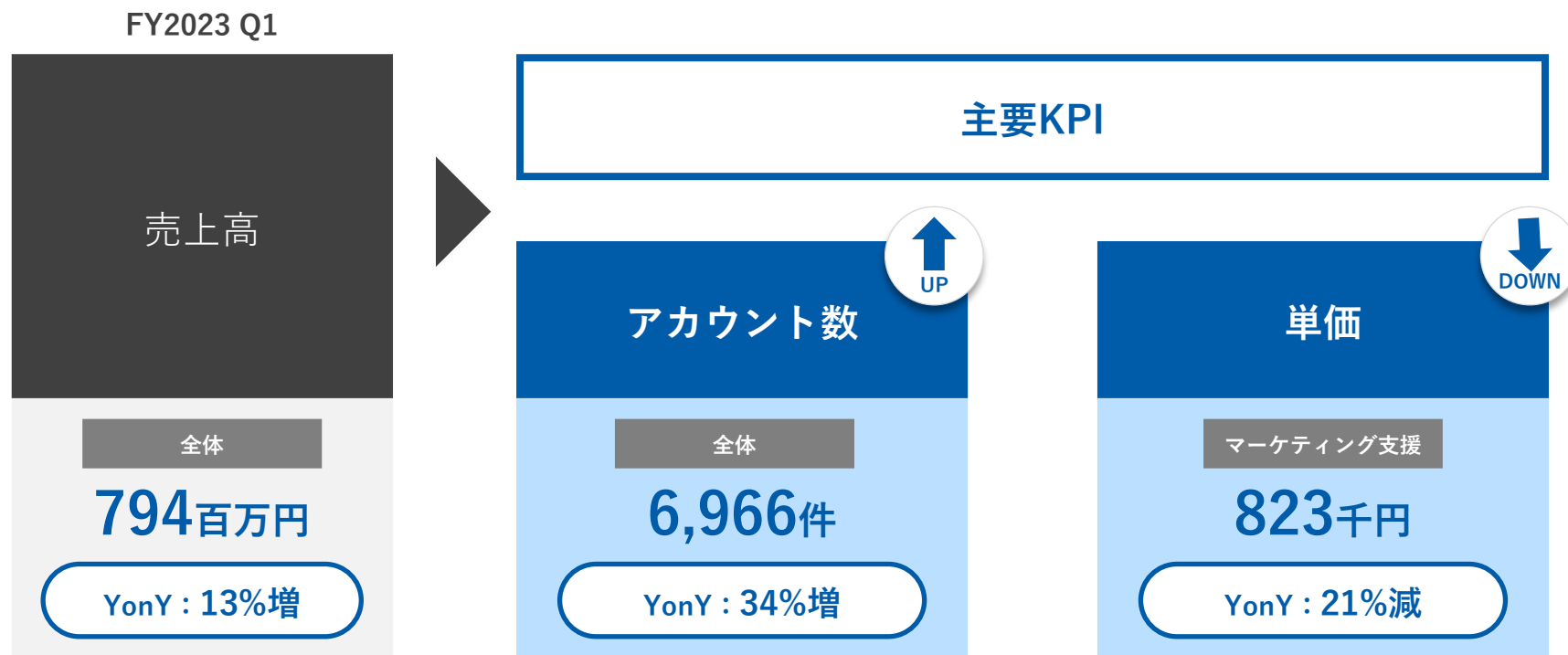
売上高

Performance DMPにおいて、取引条件の見直しや、費用対効果の高い案件への注力等、各種施策が功を奏し、過去最高売上を更新

営業利益

人員強化により販管費は増加したものの、マーケティング支援、Performance DMPの収益性向上による粗利増加の影響により、営業利益は増加

マーケティング支援は新規案件の獲得により前年同期比で単価が低下したものの、ポストCookieソリューションを軸にした新規アカウントの獲得が進んだ結果、四半期売上高は過去最高を記録。



マーケティング支援・Performance DMPを中心に好調に推移

新規案件は比較的少額から開始することが多く、マーケティング支援の顧客単価は低下

Financial Results for FY2023 Q1

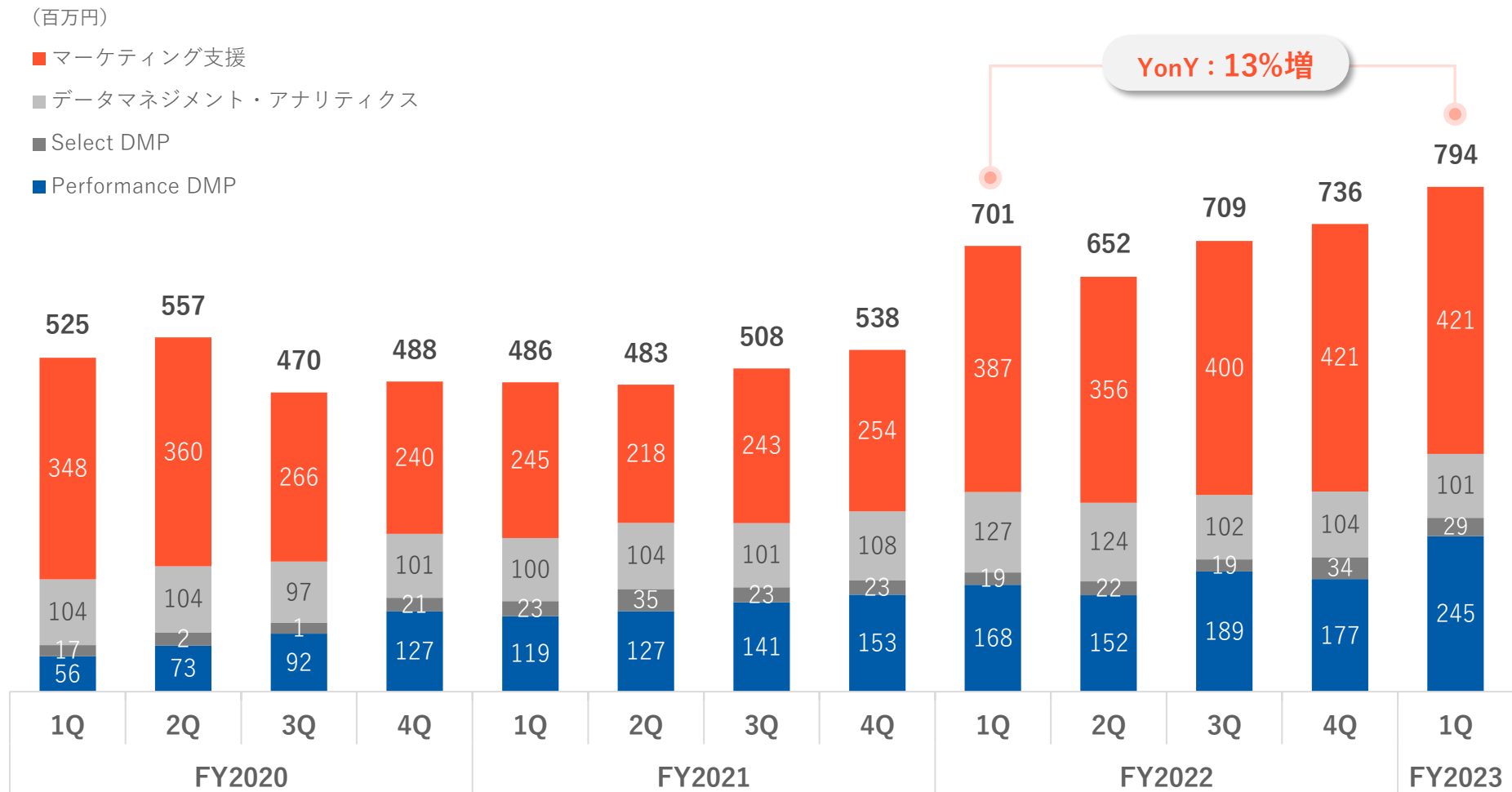
2023年9月期 第1四半期業績

Performance DMPにおける案件選別や取引条件の見直しが主要因となり、**売上高は13.3%増加**、**売上総利益率も前年同期比4.9%増加**と、**収益性も改善**。

(百万円)

	FY2022 Q1	FY2023 Q1	YonY	
			増減額	増減率
売上高	701	794	+93	+13.3%
売上総利益	177	238	+61	+34.9%
(売上総利益率)	25.2%	30.1%	-	+4.9%
販売管理費	146	163	+17	+11.4%
営業利益	30	75	+45	+147.4%
(営業利益率)	4.4%	9.5%	-	+5.1%
経常利益	30	76	+46	+154.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	20	52	+32	+153.1%
(当期純利益率)	3.0%	6.7%	-	+3.7%

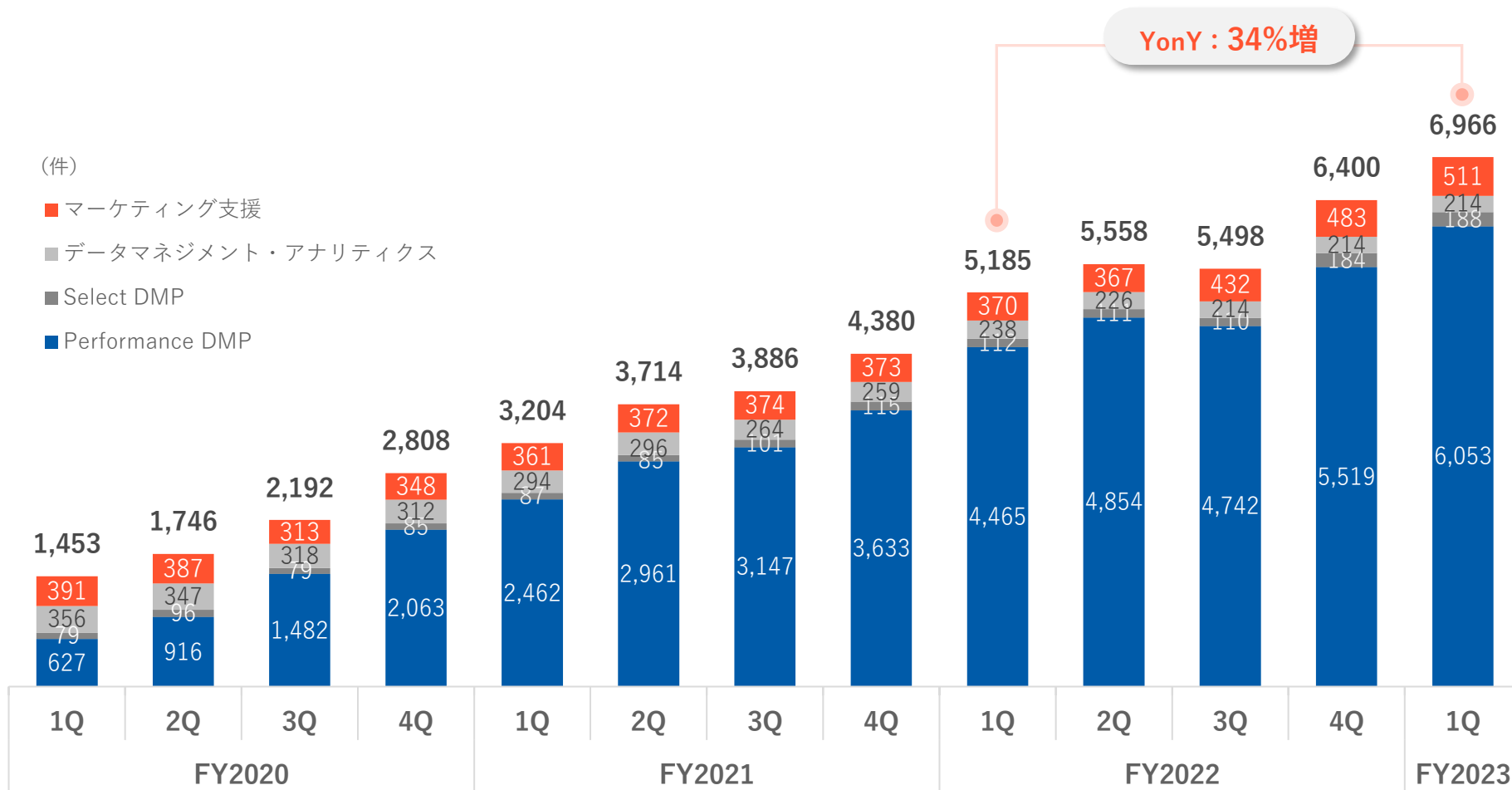
Performance DMPを中心に好調に推移し、**四半期売上高は引き続き過去最高を更新。**



アカウント数（四半期推移）

EC事業者向けの案件を中心に**Performance DMPのアカウント数**は順調に増加。

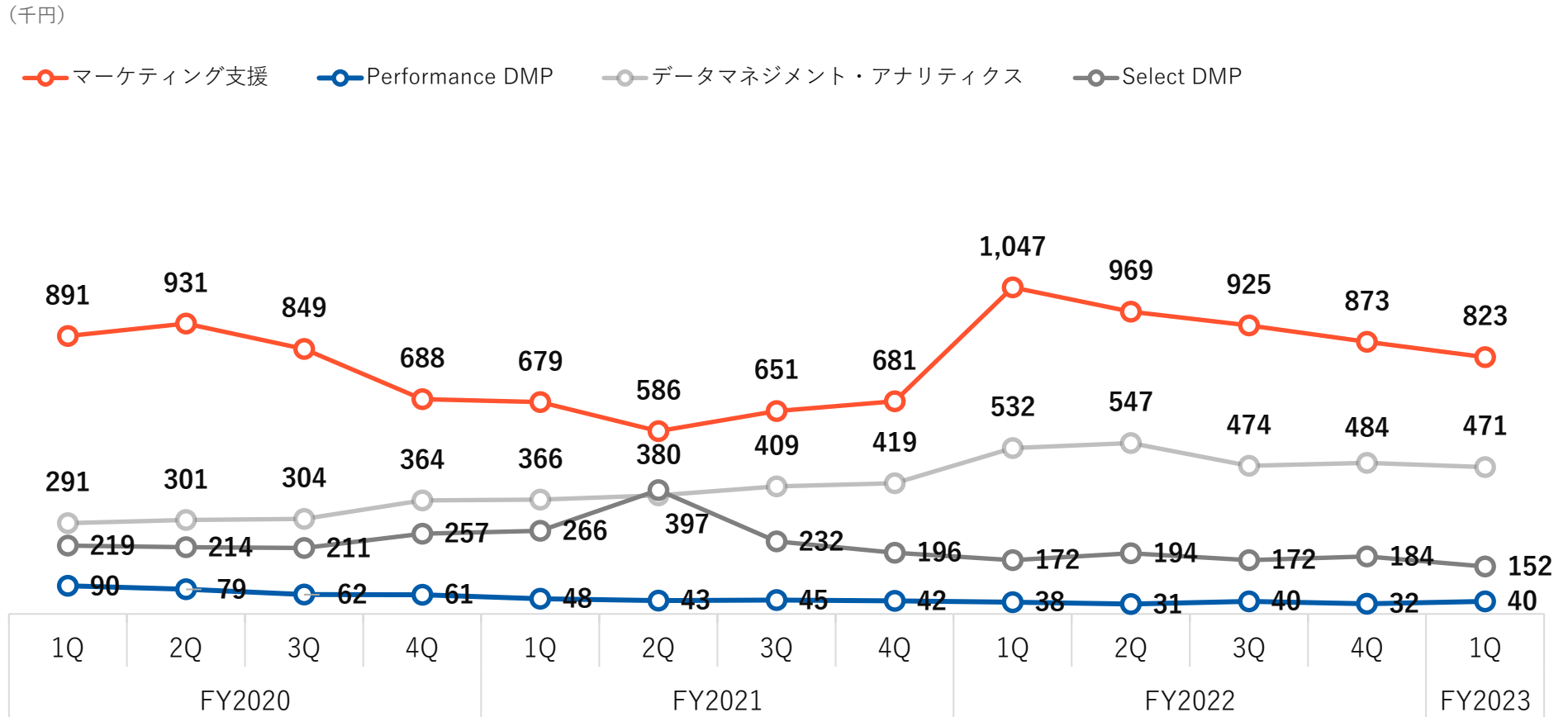
マーケティング支援についても、**ポストCookieソリューション**を軸にした新規顧客の獲得により、過去最高を更新。



※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）^{※1}

マーケティング支援は、比較的少額から開始した新規案件の影響により顧客単価は前年同期比で低下。
Performance DMPは、費用対効果の高い案件への注力や取引条件の見直しにより、
アカウントを増加させながらも単価は前年同期と同水準を維持。



※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

FY2023 Outlook

2023年9月期 通期業績予想

利益項目は年間予算に対して70%前後の進捗となったが、
Q2以降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)

	FY2023 Q1	FY2023 通期業績予想	進捗率
売上高	794	3,317	24.0%
営業利益	75	108	69.6%
(営業利益率)	9.5%	3.3%	—
経常利益	76	108	70.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	52	70	74.9%
(当期純利益率)	6.7%	2.1%	—

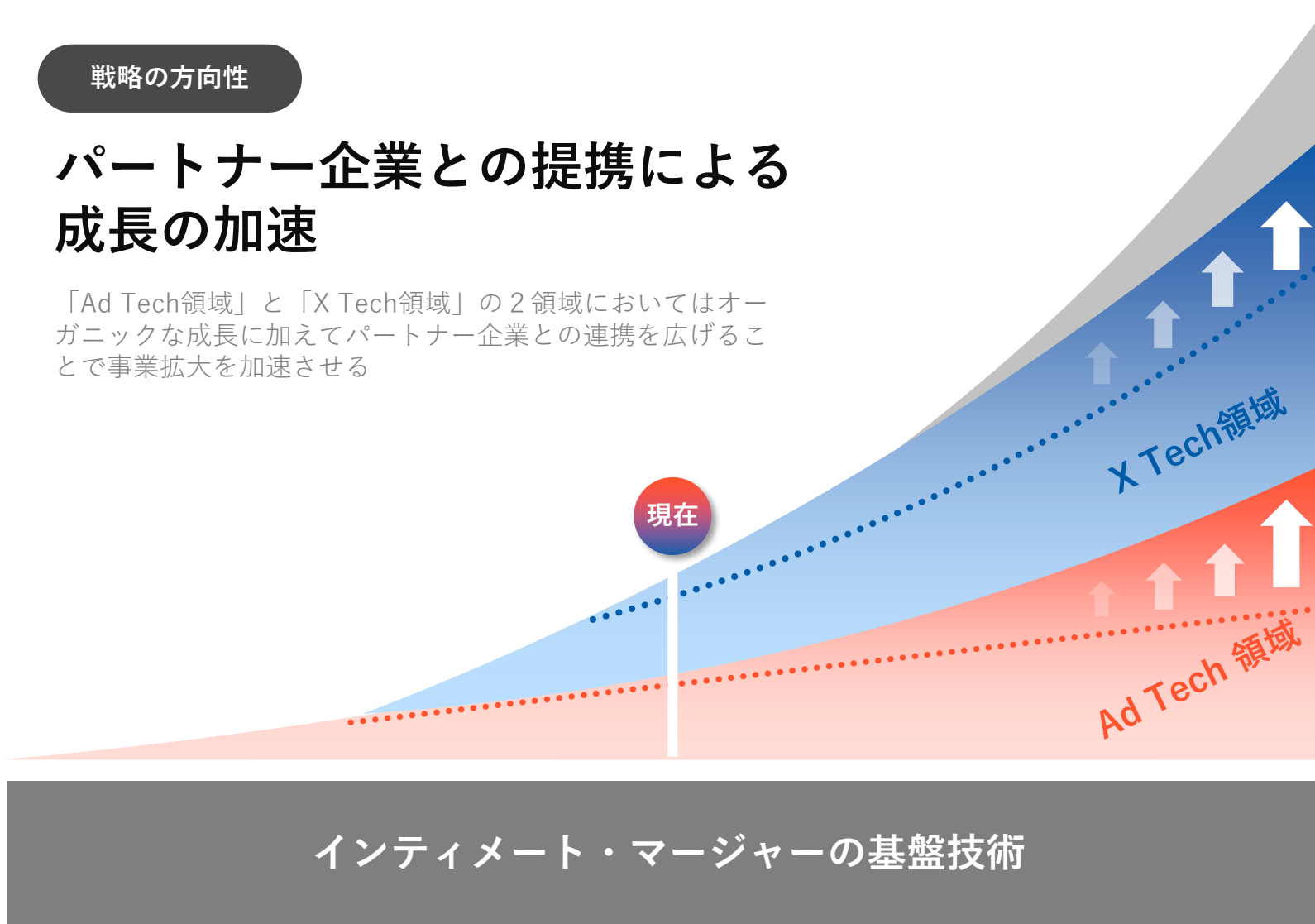
Growth Strategy and Progress

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

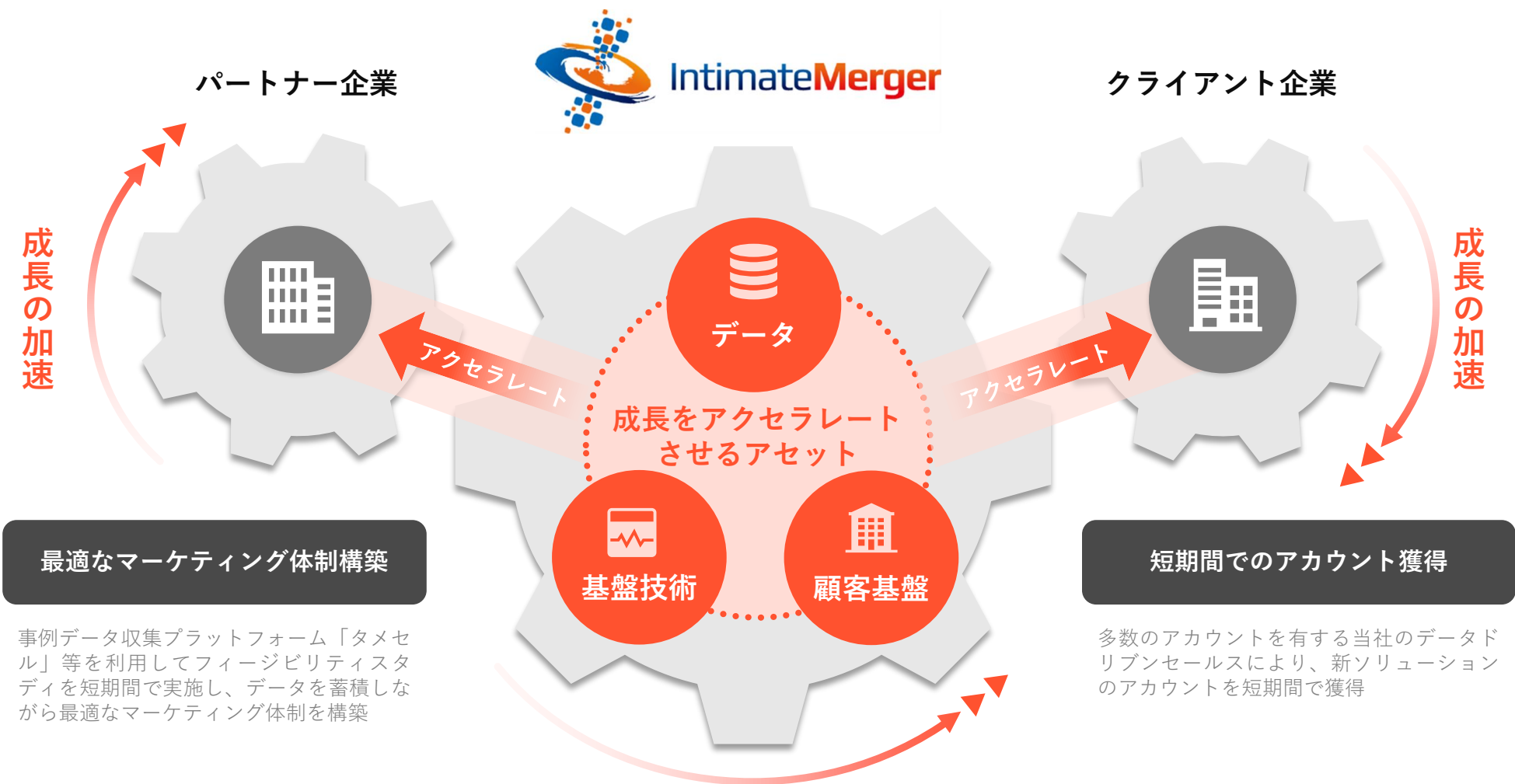
提携による成長の加速

POINT

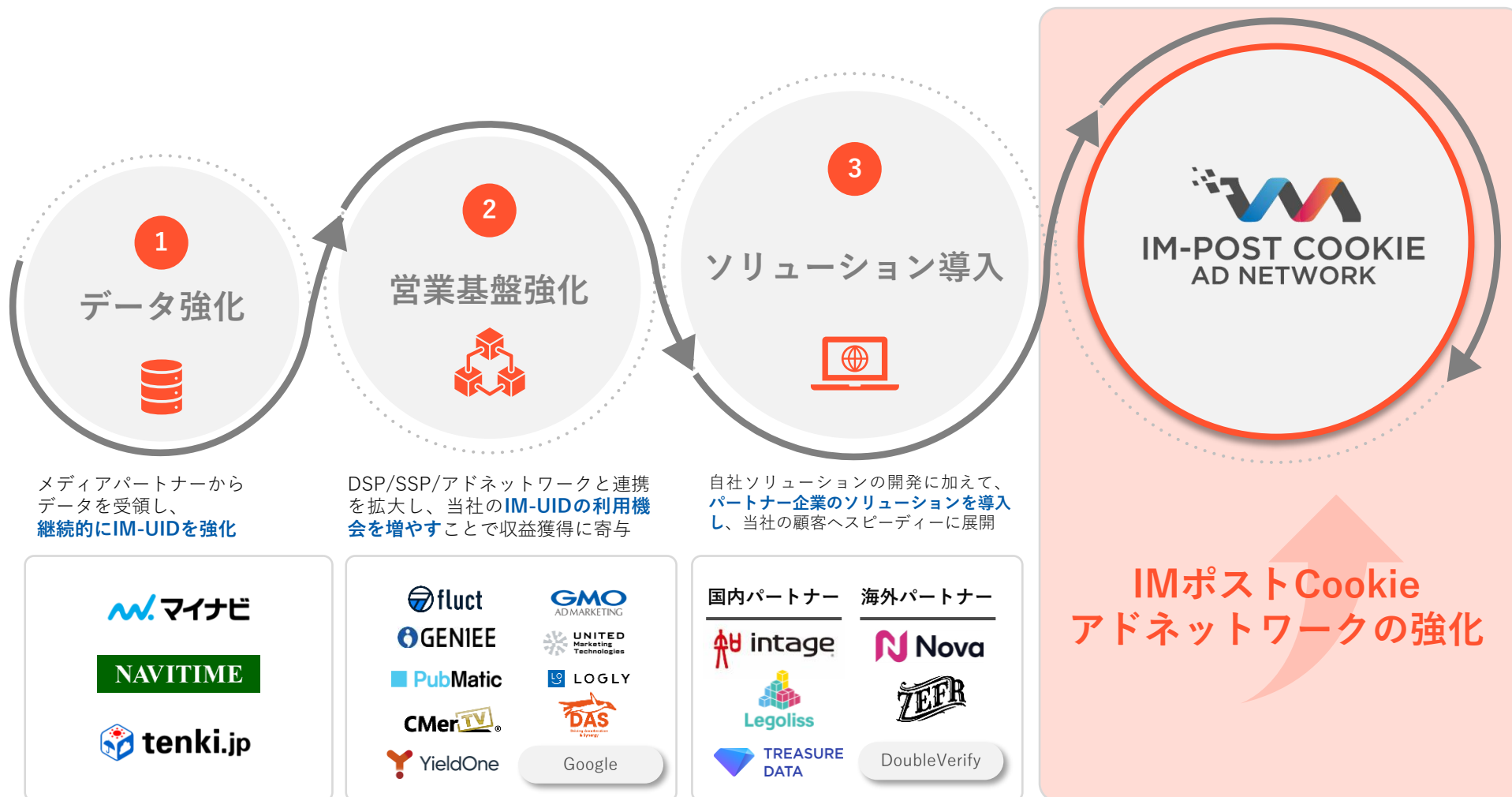
オーガニックな成長

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

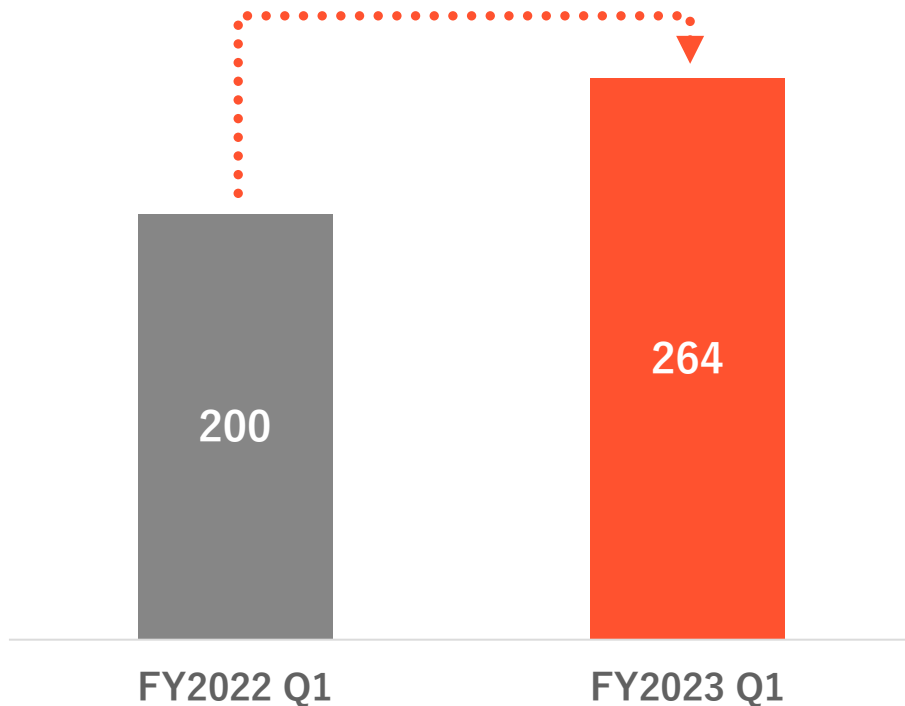


Performance DMPで獲得したクライアントに対するクロスセル販売に加え、新規顧客の獲得も進み、ポストCookieソリューションの**アカウント数は順調に増加**。

アカウント数の推移

(件)

YoY : 64件増 ↑



IM-POST COOKIE
AD NETWORK

アカウント数は
264件

YoY : 32%増

当四半期も新たなパートナー企業に共通IDソリューション「IM-UID」を提供し、ネットワークを拡大している



株式会社マイクロアドのDSP「UNIVERSE Ads」と SSP「MicroAd COMPASS」と連携

DSP「UNIVERSE Ads」においては3rd Party Cookieに依存しない「IM-UID」で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る。

また、SSP「MicroAd COMPASS」と接続するDSPは3rd Party Cookieを使用せずに「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る。

リリース時期：2022年11月



株式会社アイモバイルの 「i-mobile Ad Network」と連携

アイモバイルが運用するスマートフォン・PCに対応した国内最大級の運用型アドネットワーク「i-mobile Ad Network」に「IM-UID」を技術提供したことで、広告主は3rd Party Cookieを利用せずにユーザープライバシーに配慮した上で、Cookieの利用制限後もより多くのスマートフォンデバイスへのターゲティング配信が可能になる。

リリース時期：2022年12月

「IMポストCookieアドネットワーク」に動画広告測定機能「IMポストCookie Brand Lift」を追加。
これにより3rd Party Cookieに依存しない動画広告の効果測定が可能に。



Cookieに依存しない
リーチ可能なユーザー群



配信先アカウント：264社

機能追加



IMポストCookie Brand Lift

動画広告の効果測定が可能に

追加できる2つの指標

- 認知率
- 検索経由
サイト来訪

測定方法

- クロスデバイス
計測
- アンケート

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
2.7兆円

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

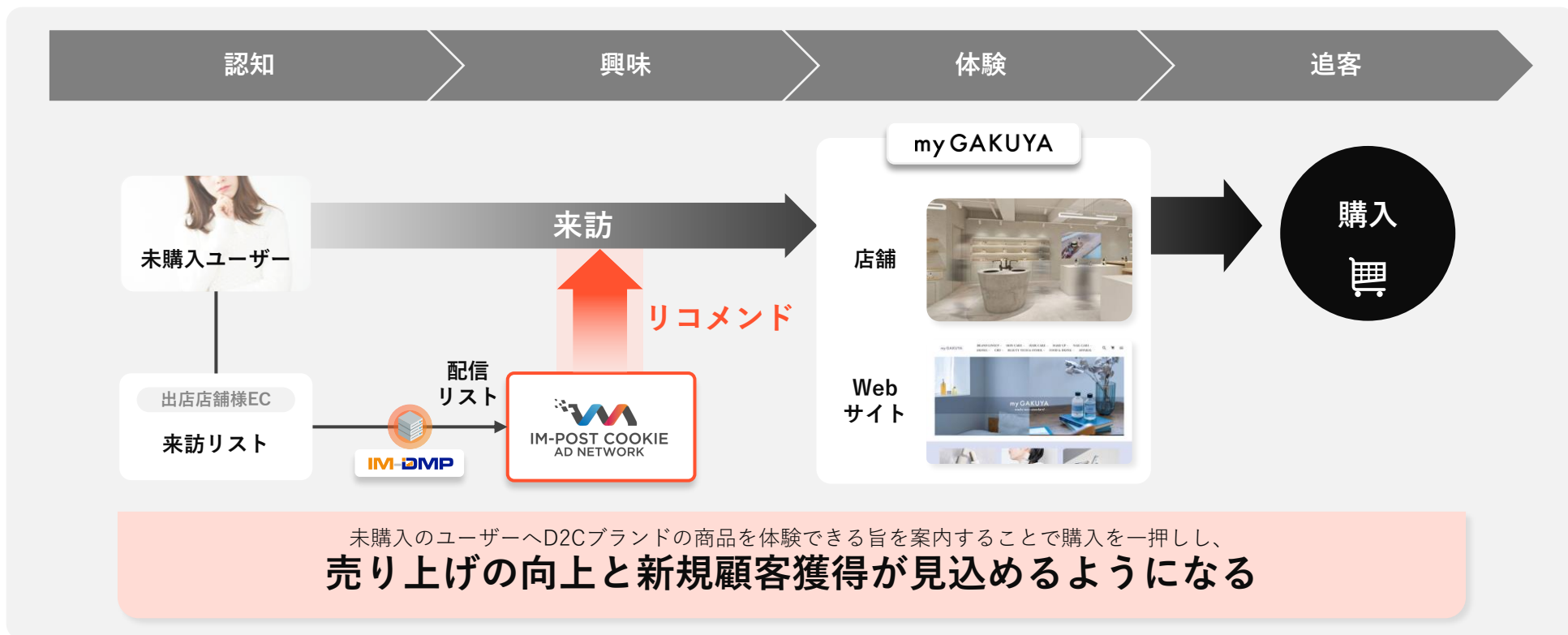
データプラットフォーム

※1 (株)電通「日本の広告費2021」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

当社の提供するデータ技術とECブランドの体験型シェア店舗「my GAKUYA」を連携させて、デジタルコマース領域におけるOMO商品「my GAKUYA 集客フォローパッケージ」を共同開発

my GAKUYA 集客フォローパッケージとは

株式会社N2iが運営する日本初のジェンダーレスコスメ×体験型ストア「my GAKUYA」に出店しているD2Cブランド特化型のリターゲティング広告



OMO：「Online Merges with Offline」の略称で、リアル店舗とインターネットの店舗を連携させること
 D2C：「Direct to Consumer」の略称で、プラットフォームサービス等を利用せず、自ら開設したウェブサイトを通じた販売が増加しており、自らが企画・生産した商品を消費者に対して直接販売すること

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	53名（2022年12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）			
加盟団体	一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（JIAA） 一般社団法人 デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）			

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。

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



代表取締役社長

築島亮次

(Ryoji Yanashima)


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、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。

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

○ 2018年5月→



欧州でGDPRが施行
(GDPR = EU一般データ保護規則)

○ 2022年4月→



**改正個人情報保護法
が施行**

○ 2024年後半.....→



**Google社がChromeでの
3rd Party Cookieを
廃止予定**

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提供開始**。

メディア・媒体企業

規制による影響

- ・メディアのPV単価の悪化
- ・データ販売が減少

結果

メディアの継続が
困難になる

広告出稿企業

規制による影響

- ・ターゲティング精度が悪化
- ・ターゲティング手法の制限

結果

パフォーマンスの悪化、
業務の煩雑化

テックベンダー企業

規制による影響

- ・マネタイズモデルが変化

結果

収益が上がっていた
仕組みの強制変更

必要なこと

幅広い業種で活用できるポストCookieソリューション



IMポストCookie
アドネットワーク

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。

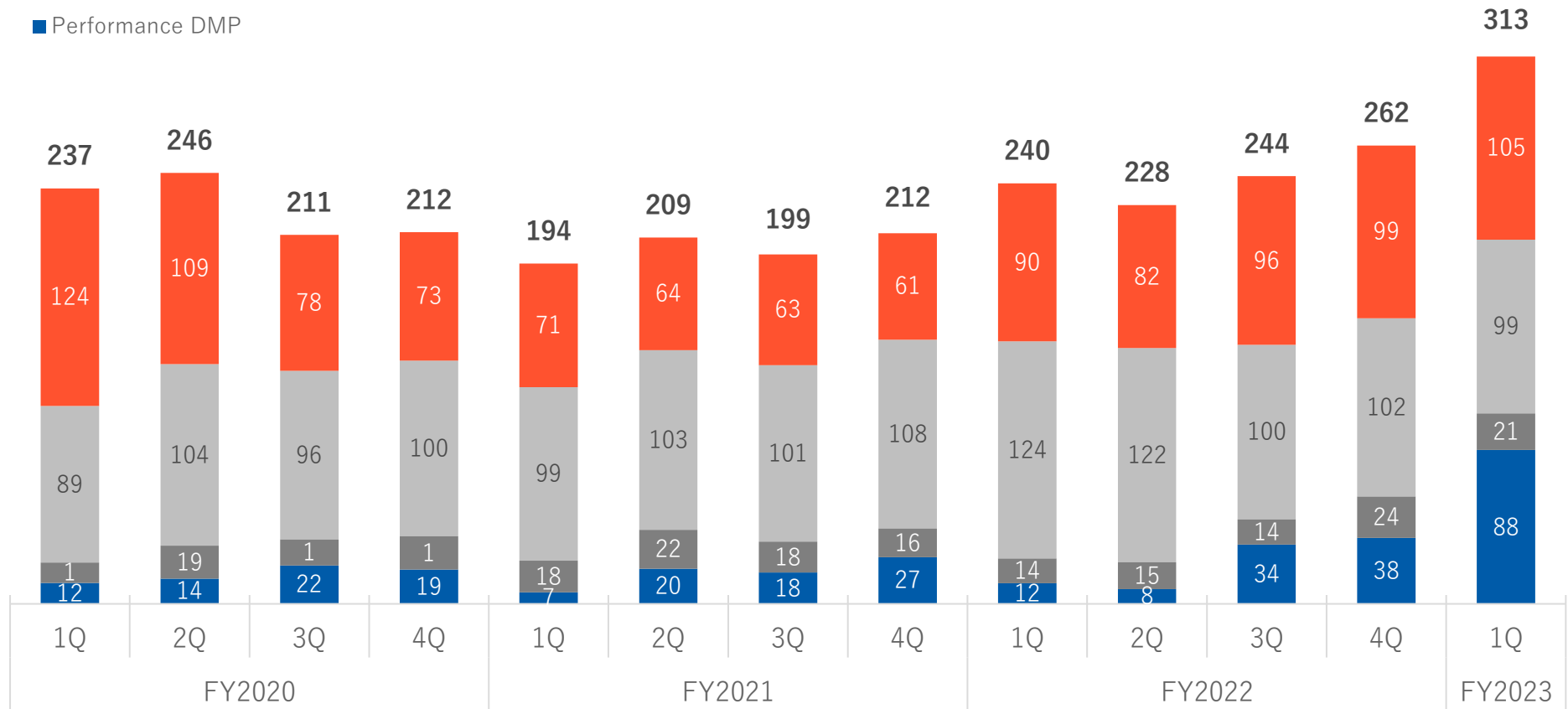
Appendix

参考資料

ソリューション別限界利益（四半期推移）^{※1}

(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

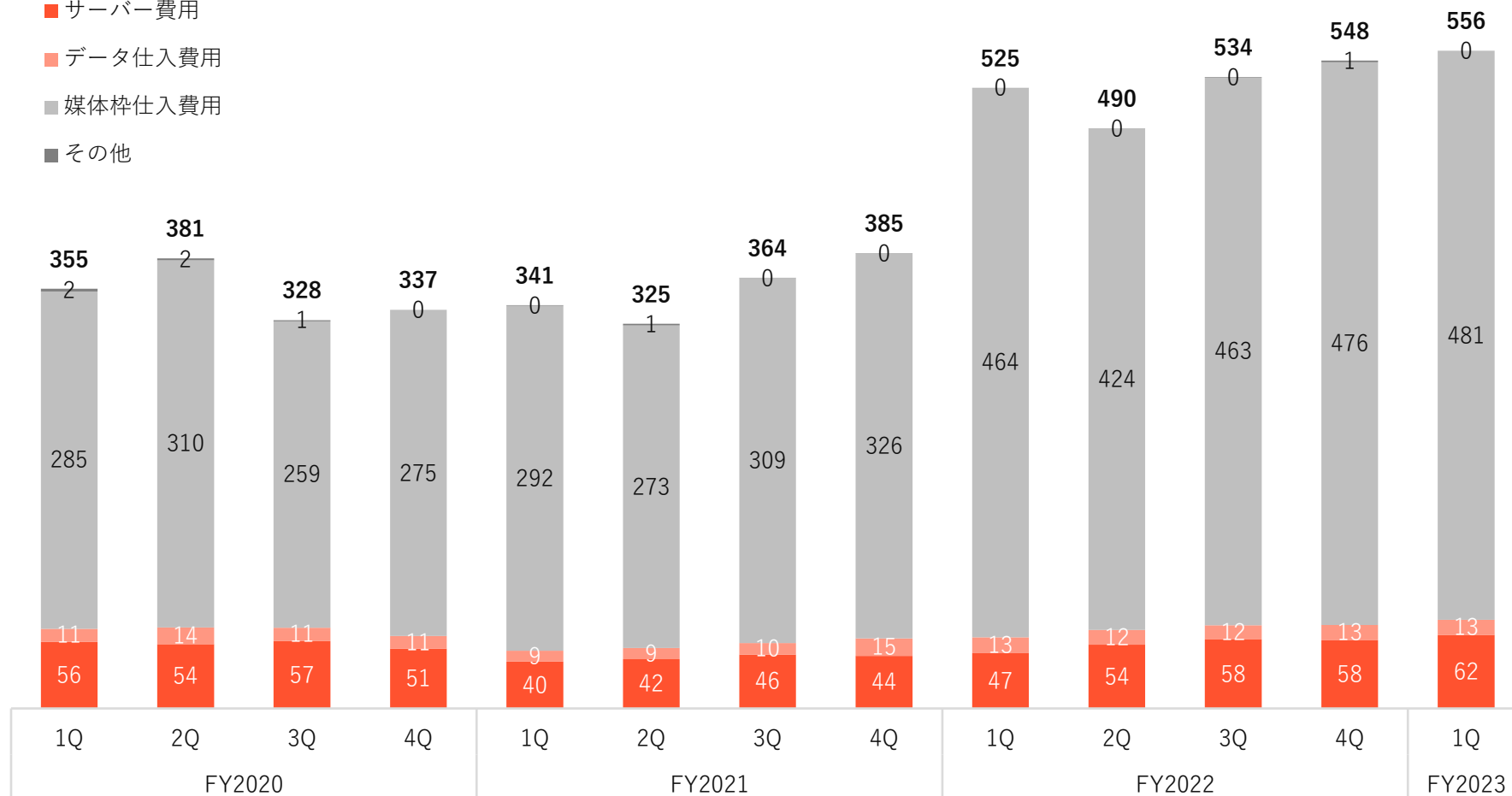


※1：売上高から、個別の売上に紐づく変動原価（主に媒体枠仕入費用）を差し引いた数値

売上原価内訳（四半期推移）

(百万円)

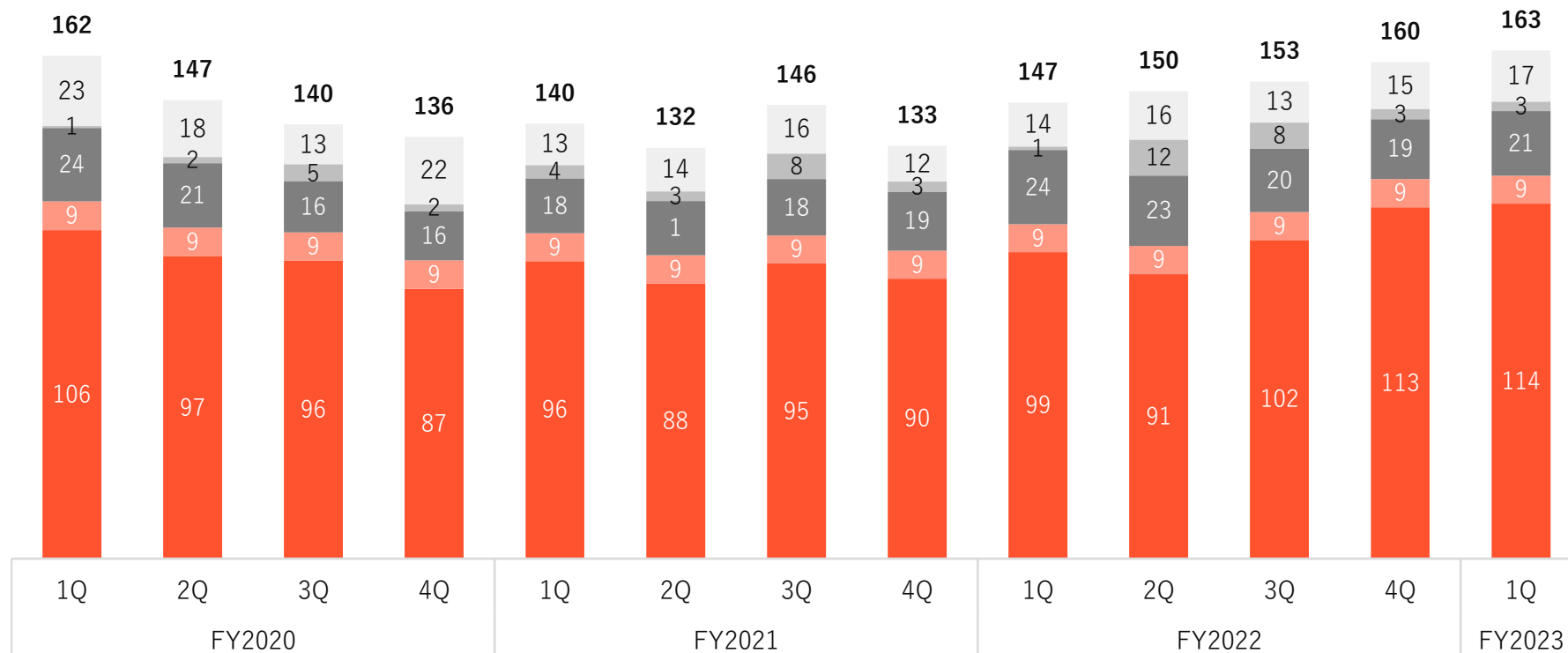
- サーバー費用
- データ仕入費用
- 媒体枠仕入費用
- その他



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)

		FY2022 Q4 2022年9月末	FY2023 Q1 2022年12月末	QonQ	
				増減額	増減率
資産	流動資産	1,910	1,941	+31	+1.6%
	現金及び預金	1,459	1,439	△20	△1.4%
	固定資産	76	74	△2	△3.4%
	有形固定資産	10	10	△0	△4.7%
	無形固定資産	0	0	△0	△19.0%
	投資その他の資産	65	63	△2	△3.0%
	合計	1,987	2,015	+28	+1.4%
負債及び純資産	負債	569	541	△28	△4.9%
	借入金	100	100	-	-%
	純資産	1,418	1,474	+56	+3.9%
	合計	1,987	2,015	+28	+1.4%