

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）

2024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 FY2024 Q1**

2. 2024年9月期 第1四半期業績 P6
- FY2024 Outlook**

3. 2024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**

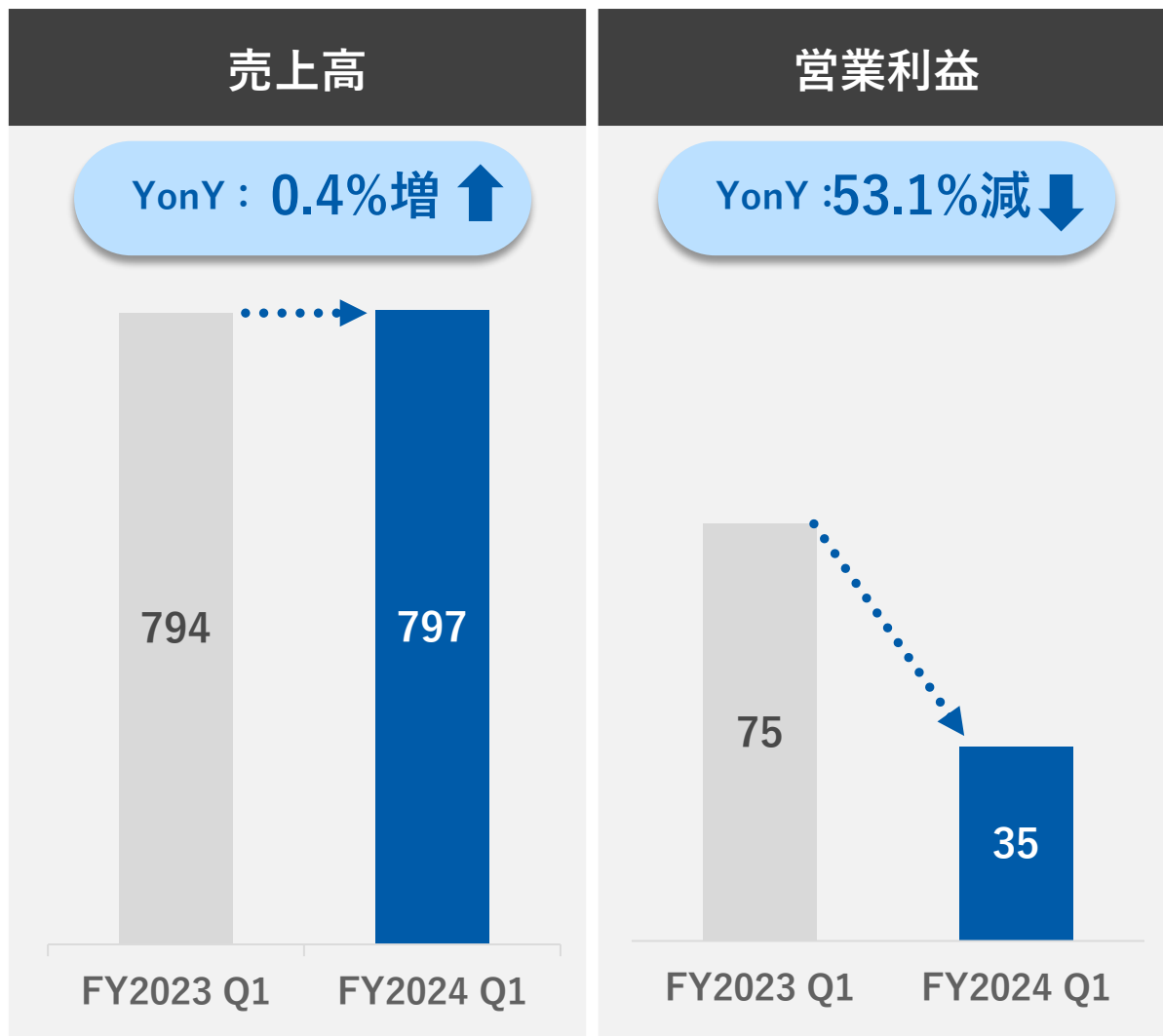
5. 会社概要・事業内容 P23
- Appendix**

6. 参考資料 P33



Executive Summary

エグゼクティブサマリー



全体

YoYで 増収減益の決算

売上高

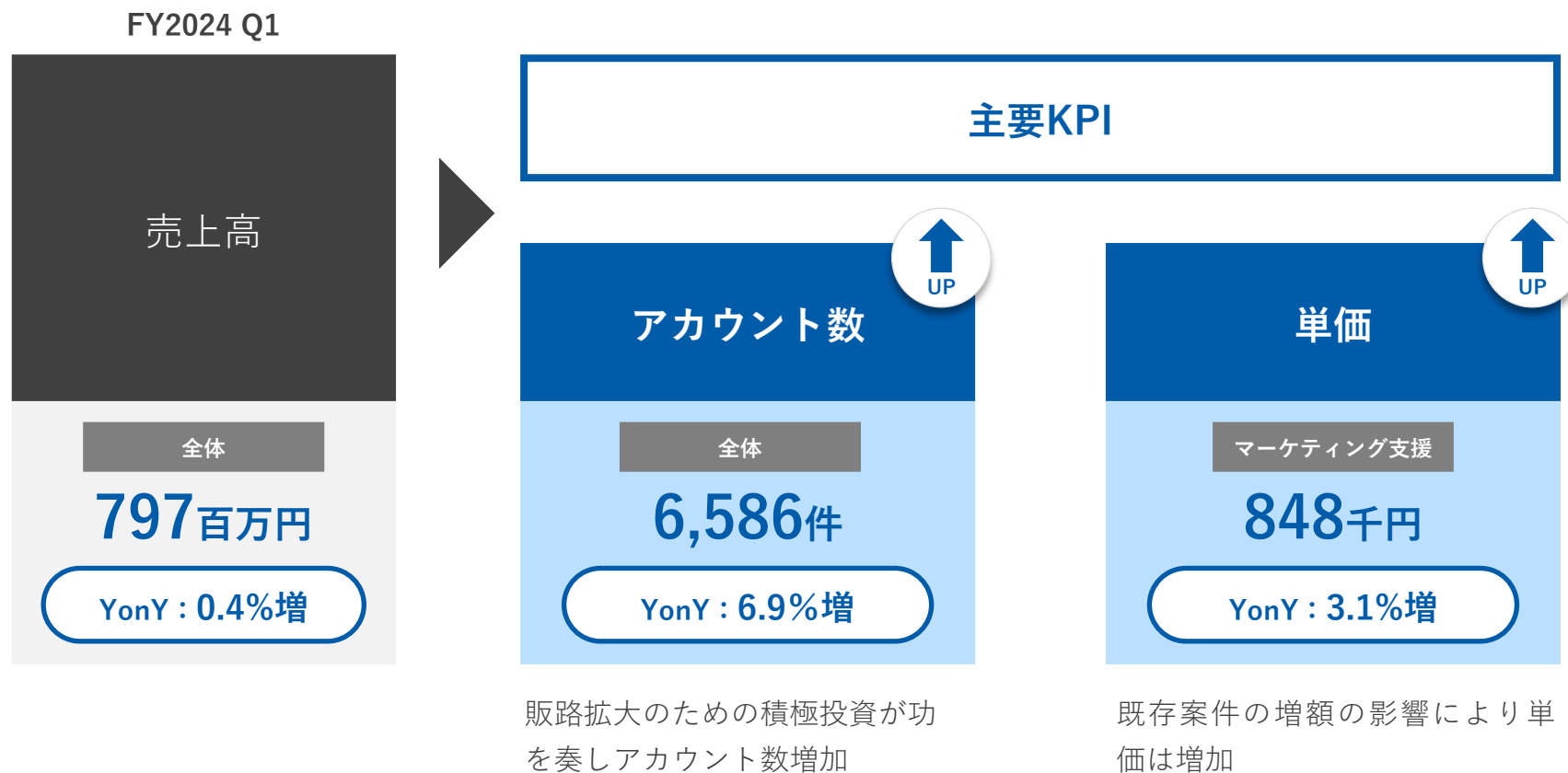
YoYではほぼ横ばいも、**過去最高の四半期売上を更新。**

広告関連市場の景況変化の影響を受けて前四半期まで低迷していたマーケティング支援売上が回復

営業利益

一部業務の外注化やセルフサービス型の商材の伸長による粗利率低下の影響で、営業利益は減少

マーケティング支援における単価が改善したことに加え、
Performance DMPが引き続き好調に推移し、**売上高は過去最高を更新。**



Financial Results for FY2024 Q1

2024年9月期 第1四半期業績

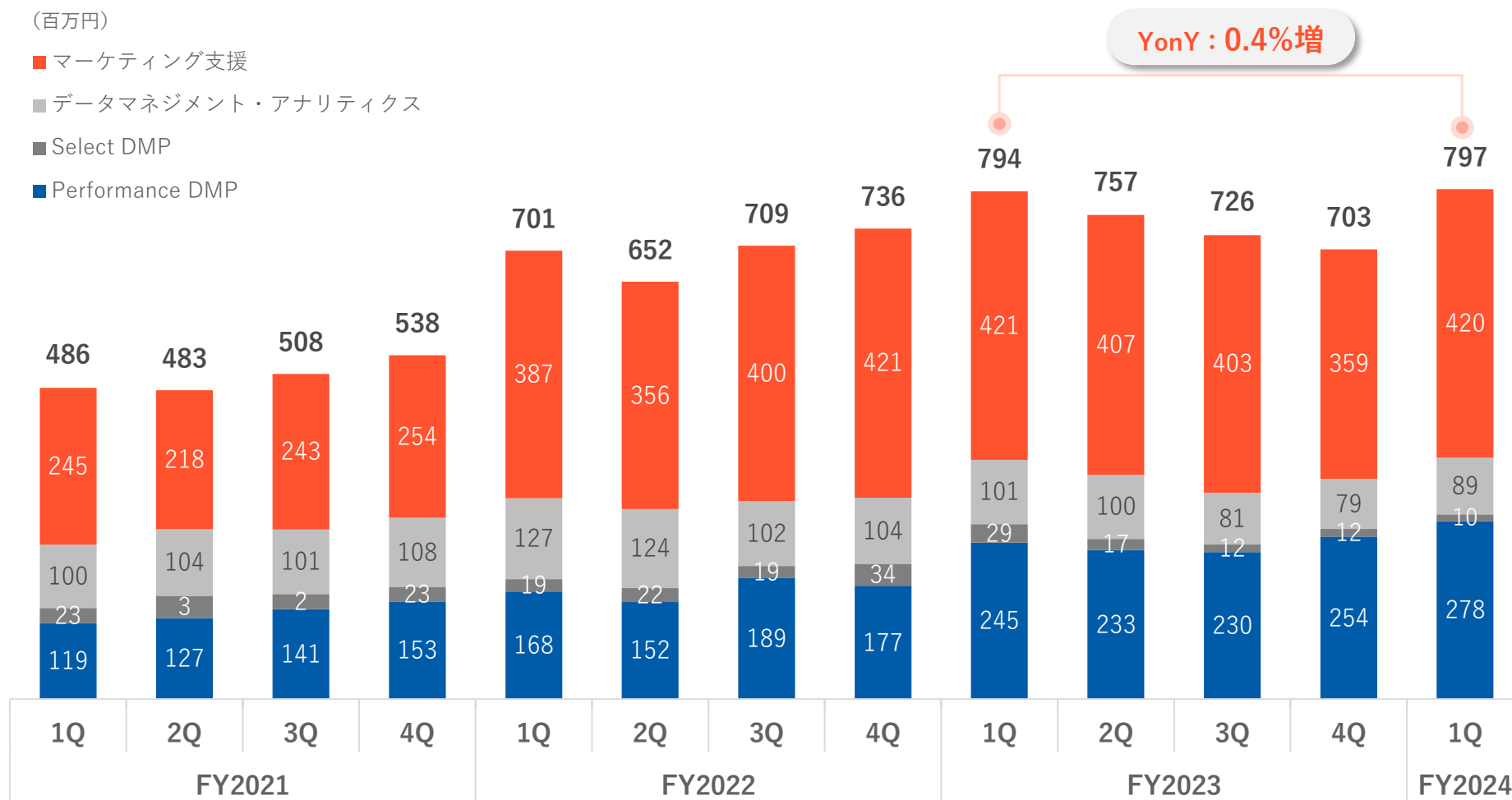
一部業務の外注化やセルフサービス型の商材の伸長により、売上総利益率はYonYで△4.9%と低下。
収益性の高い新規ソリューションの拡販やデータ提供を推し進め、利益率向上を目指す。

(百万円)

	FY2023 Q1	FY2024 Q1	YonY	
			増減額	増減率
売上高	794	797	+3	+0.4%
売上総利益	238	201	△37	△15.8%
(売上総利益率)	30.1%	25.2%	-	△4.9%
販売管理費	163	165	+2	+1.5%
営業利益	75	35	△40	△53.1%
(営業利益率)	9.5%	4.4%	-	△5.1%
経常利益	76	35	△41	△53.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	52	23	△29	△54.8%
(当期純利益率)	6.7%	3.0%	-	△3.7%

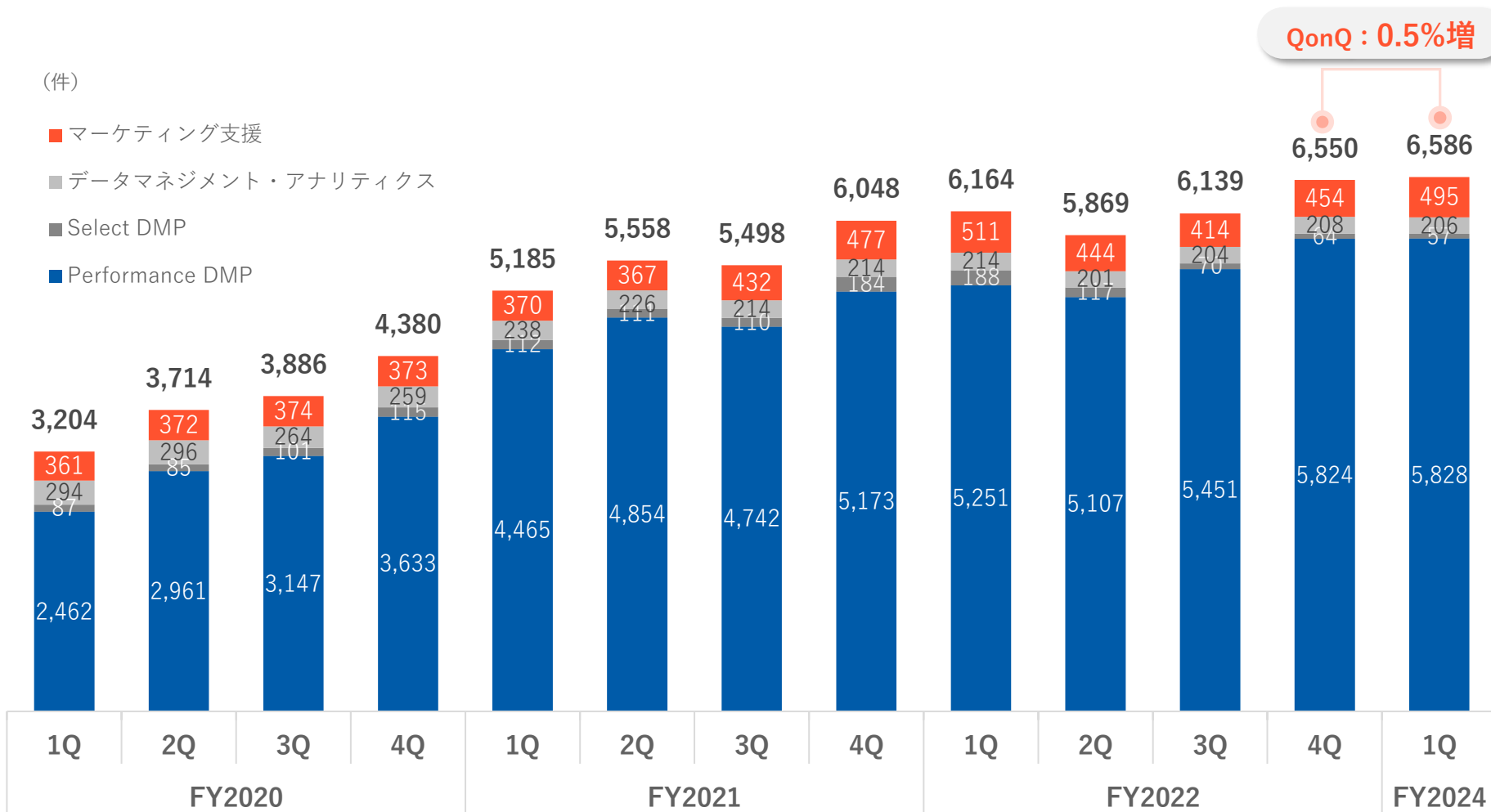
ソリューション別売上高（四半期推移）

ポストCookieソリューションの需要の高まりを受けて、
マーケティング支援とデータマネジメント・アナリティクス売上がQonQで増加基調に転換。



アカウント数（四半期推移）

イベント出展強化や外部パートナーを活用した営業活動の強化等、販路拡大のための積極投資が功を奏し、**マーケティング支援のアカウント数はQonQで増加基調を継続。**



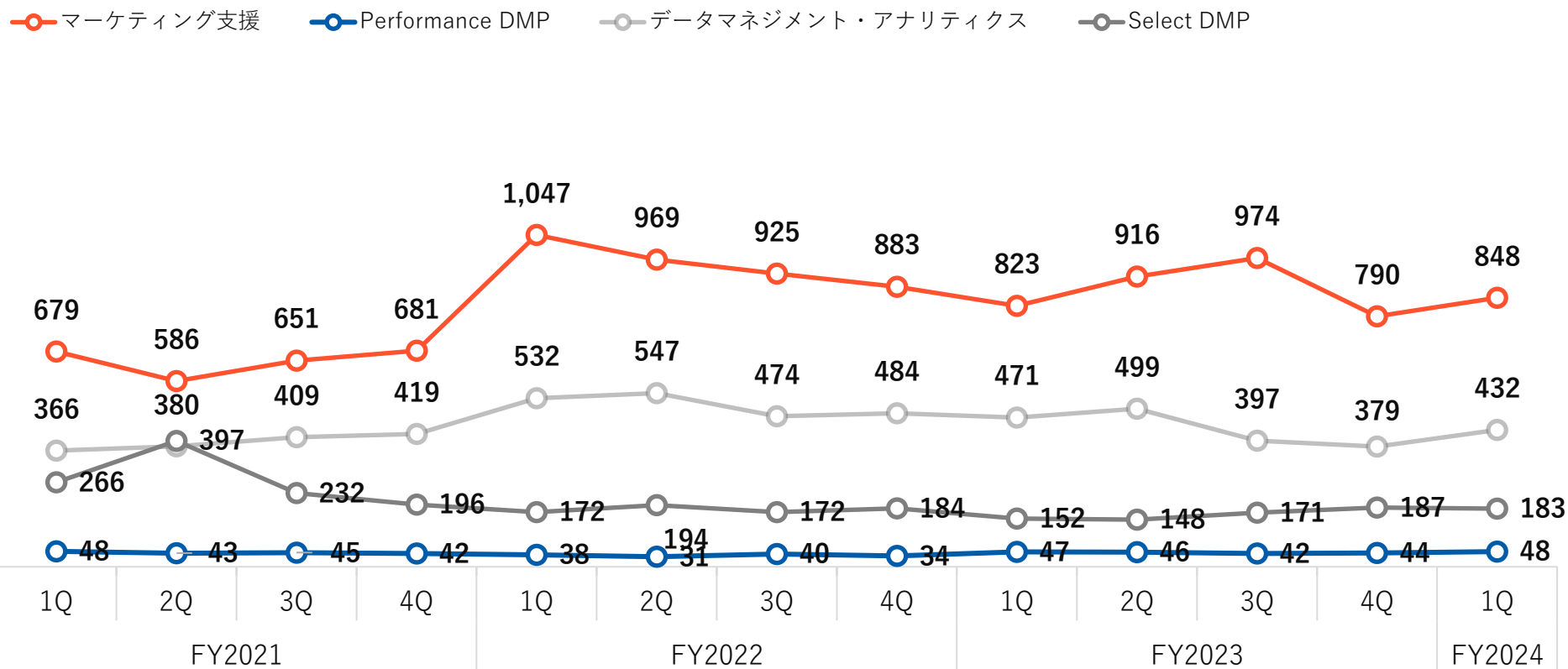
※1：1ヶ月の間に稼働したアカウントを単月アカウント数として、3ヶ月間の単月アカウント数の合計値。

平均単価（四半期推移）^{※1}

既存案件の増額により、マーケティング支援の単価が改善。

Performance DMPは、機械学習を用いた広告効果の高い案件への注力により、引き続き単価が上昇。

(千円)



※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。

FY2024 Outlook

2024年9月期業績予想

2024年末に向けたポストCookie需要の高まりを踏まえた案件増加と、拡販体制を充実させるための人的資本への投資を見込んでおり、売上高、各段階利益ともに、業績予想は据え置き。

(百万円)

	FY2024 Q1	FY2024 通期業績予想	進捗率
売上高	797	3,455	23.1%
営業利益	35	145	24.1%
(営業利益率)	4.4%	4.2%	—
経常利益	35	145	24.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	23	94	24.5%
(当期純利益率)	3.0%	2.7%	—

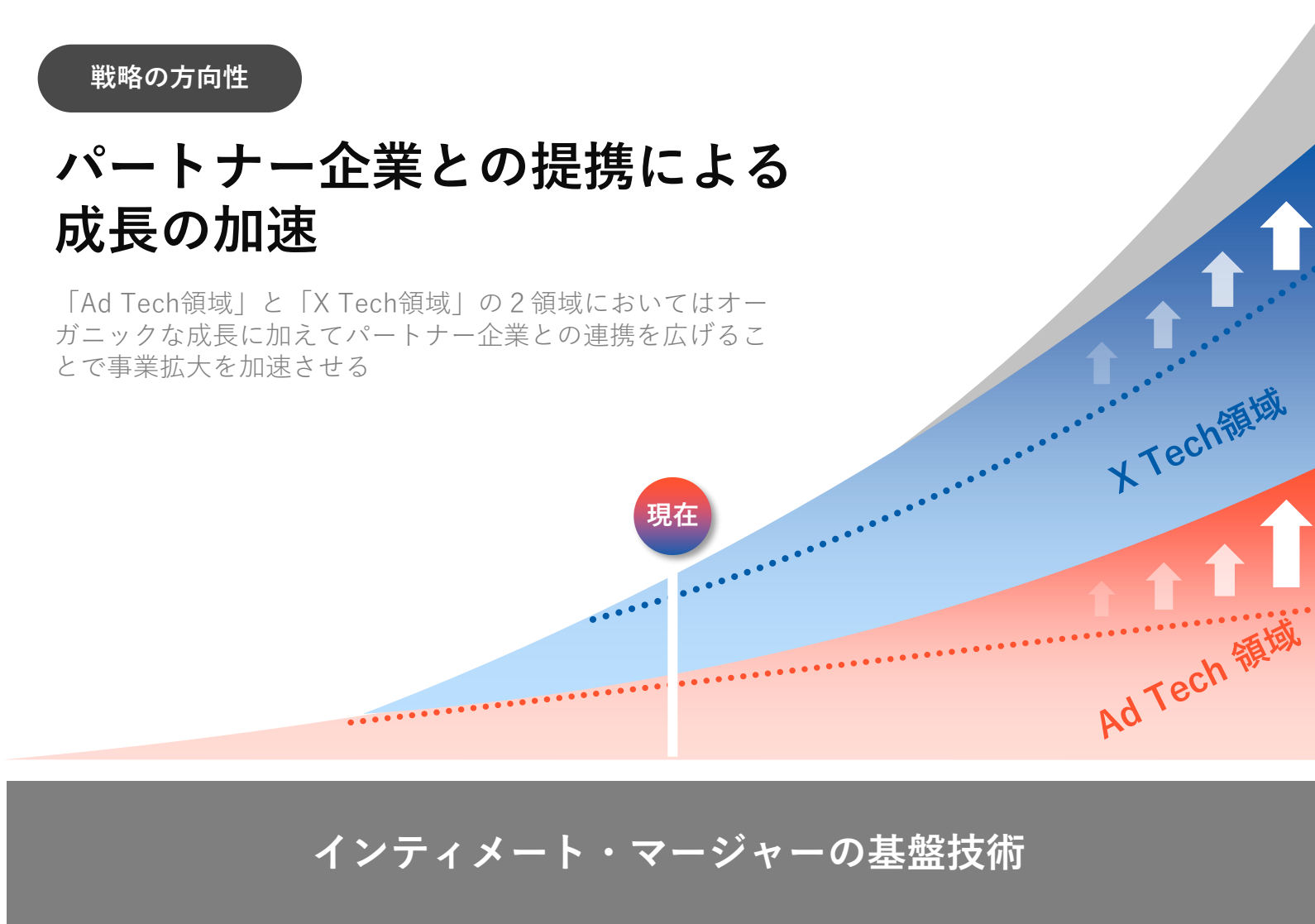
Growth Strategy and Progress

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

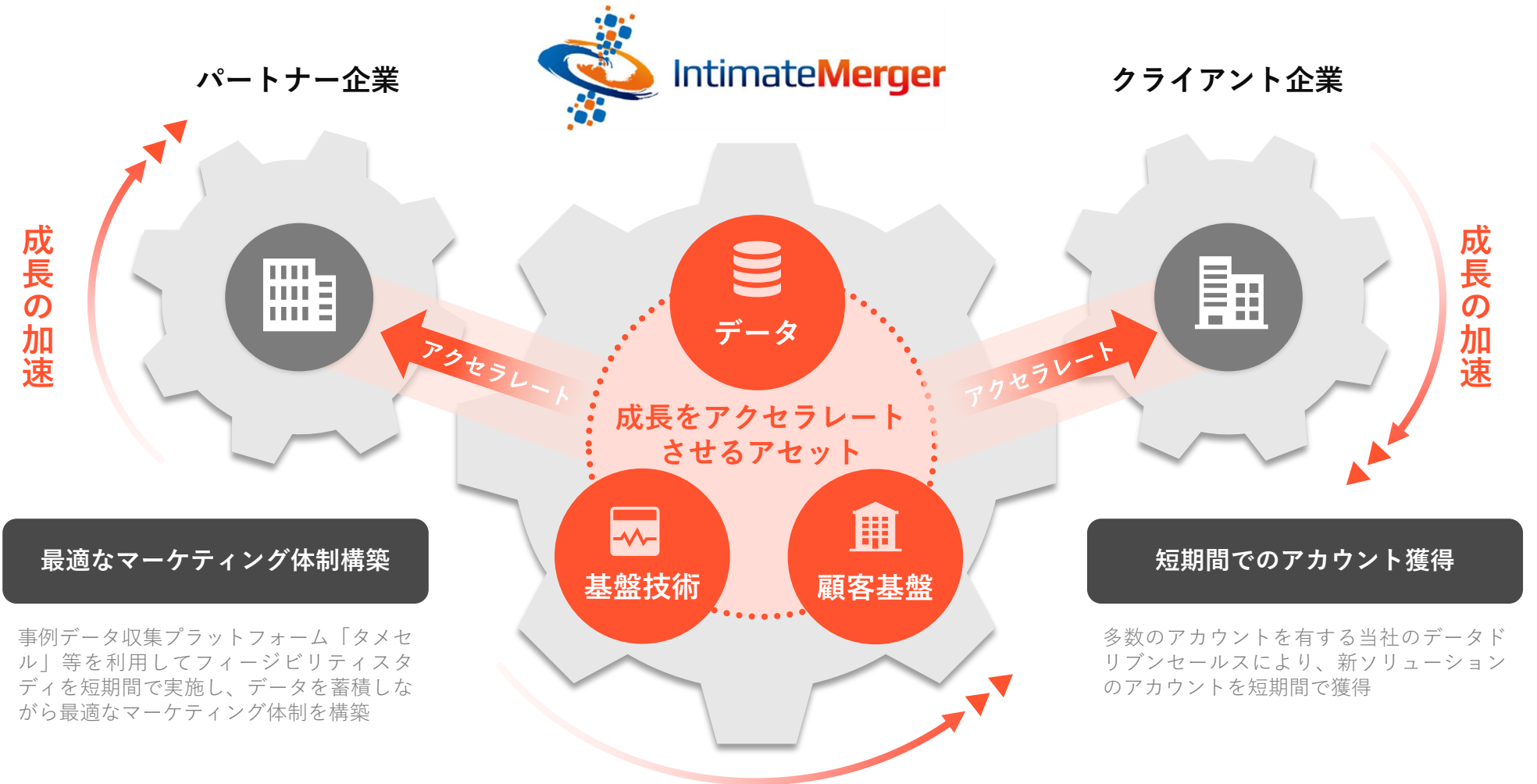
提携による成長の加速

POINT

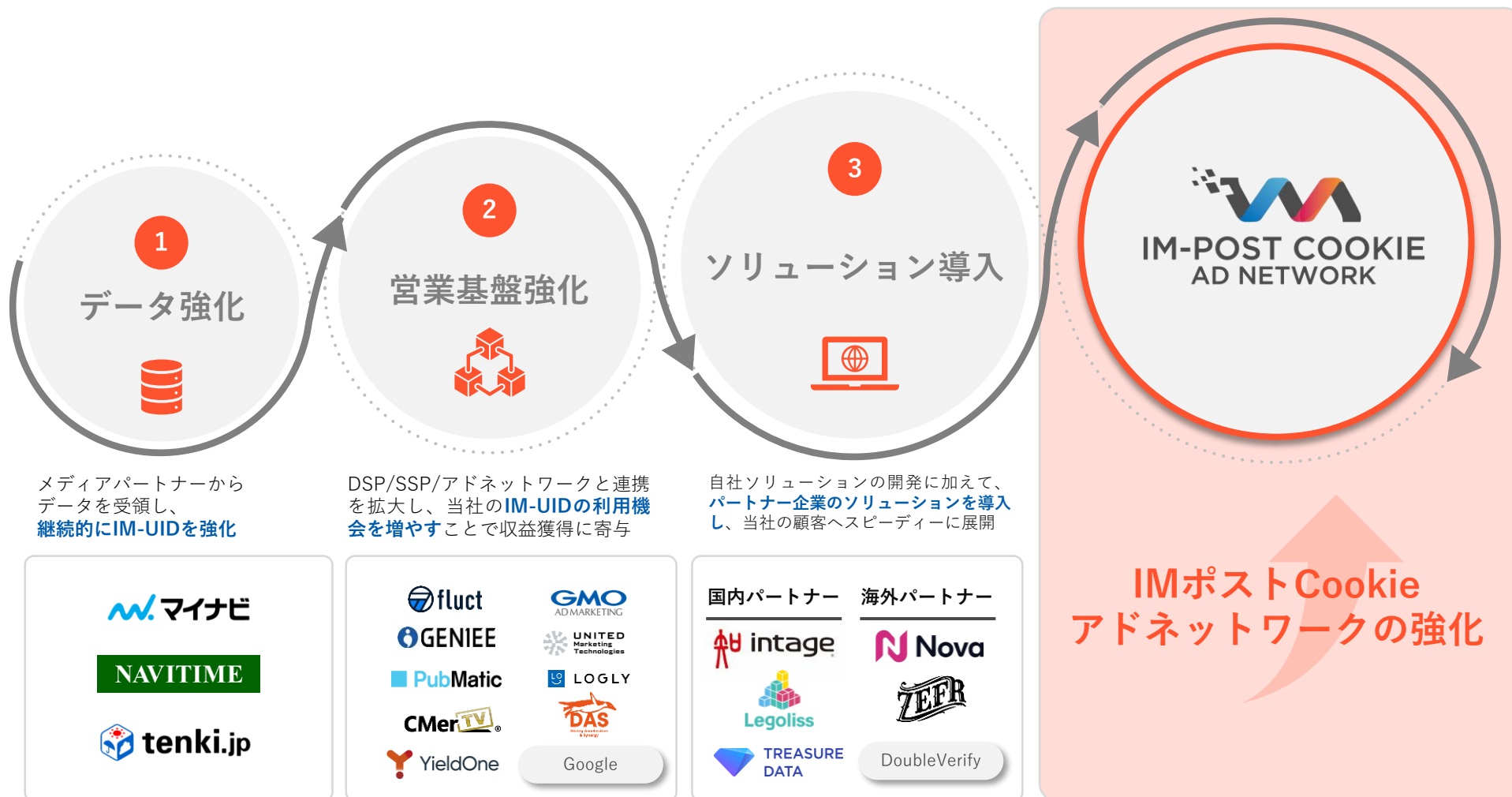
オーガニックな成長

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、短時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



当四半期も新たなパートナー企業にデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」を提供し、ネットワークを拡大している



オンラインとオフラインを統合した広告効果測定サービスを提供開始



ビーコンネットワークと
GPSによる位置情報技術を活用した、
屋内外の人流ビッグデータをAIで解析する
「Beacon Bank」を運営




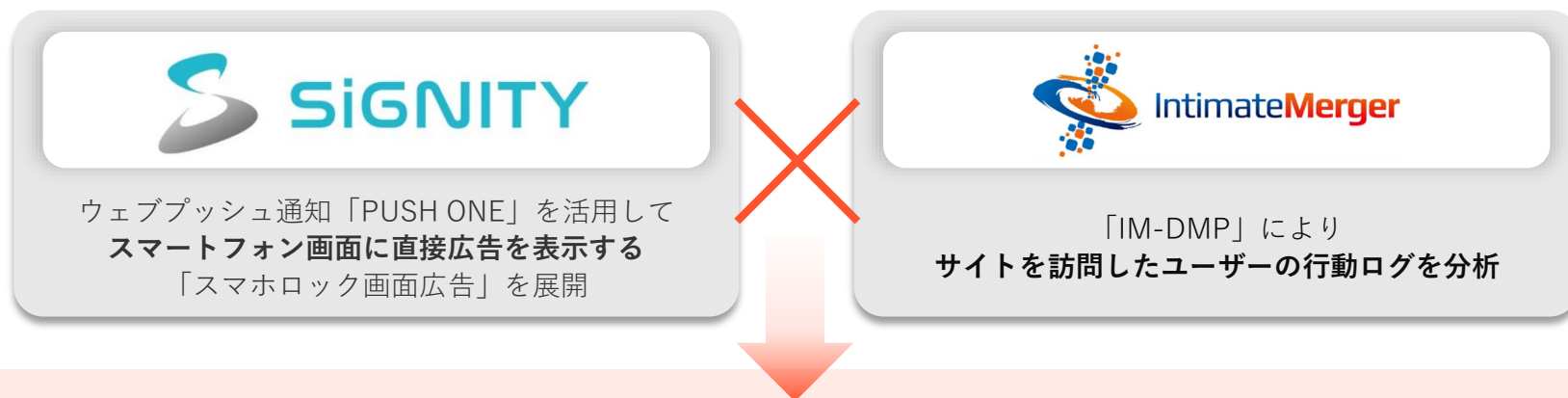
「IM-DMP」提供により手に入れた
国内最大級のインテントデータ



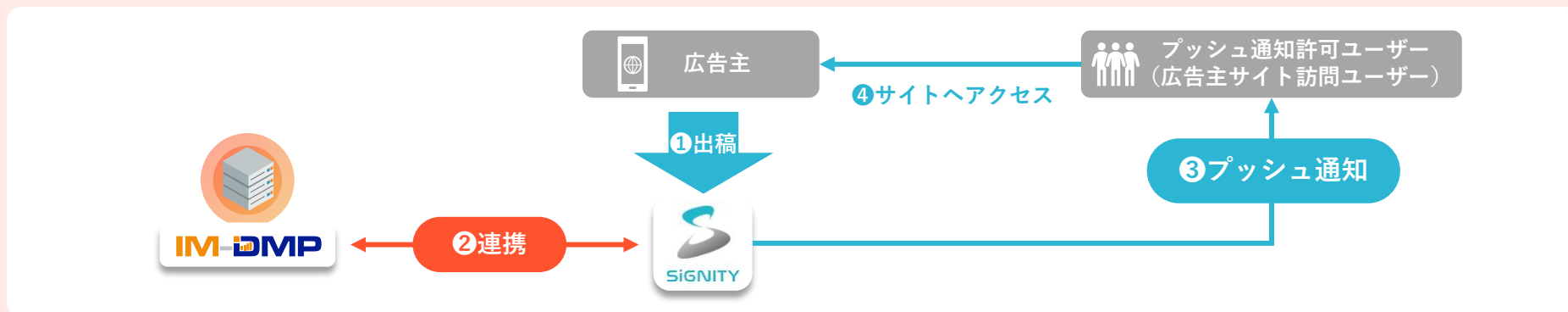
オウンドメディアやデジタル広告など
オンライン上の情報接触者におけるオフラインでの来店・来場を計測

データ活用プラットフォーム「IM-DMP」を提供し、パートナー企業と新ソリューションを共同開発した

 Cookie規制に対応したターゲティング広告サービス「リタゲプッシュ通知」を共同開発



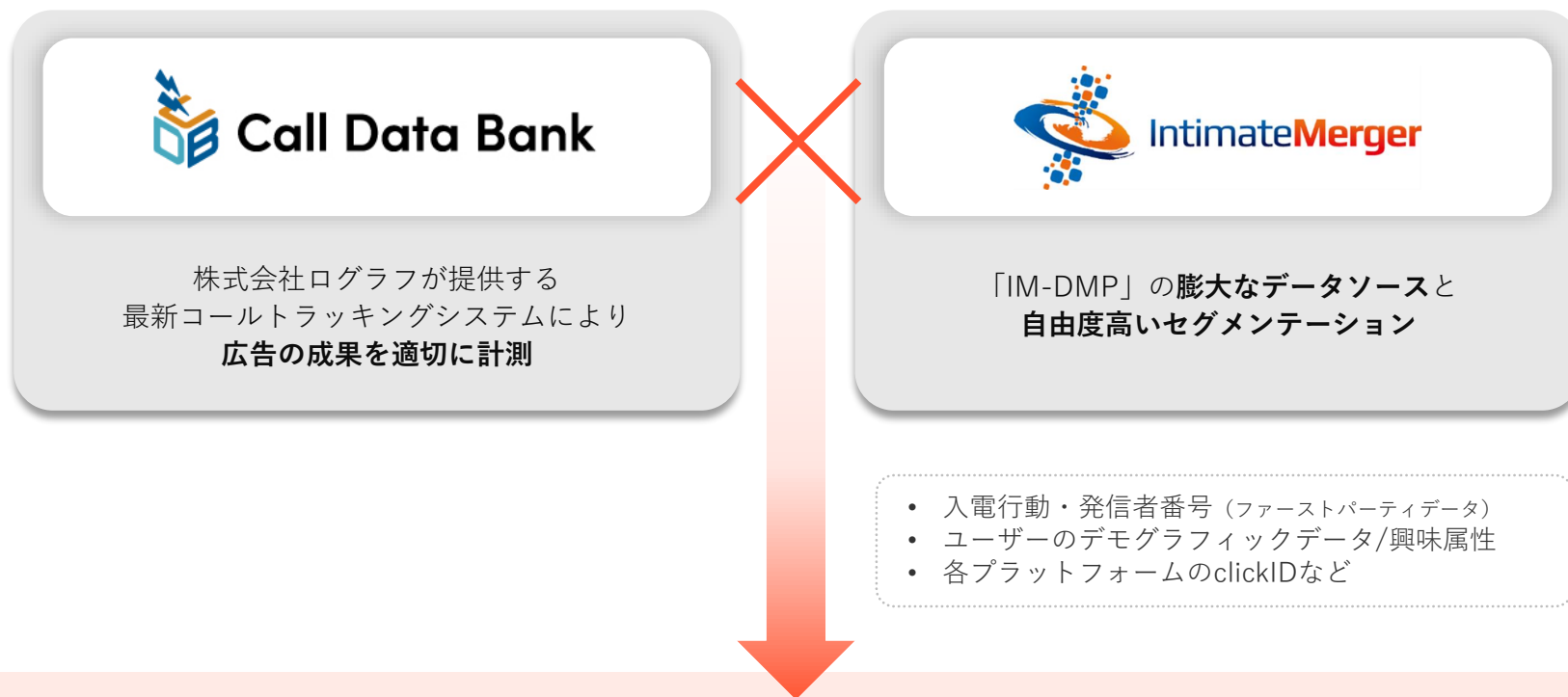
精度の高いプッシュ通知型リターゲティング広告を実現する



データ活用プラットフォーム「IM-DMP」を提供し、パートナー企業と新ソリューションを共同開発した

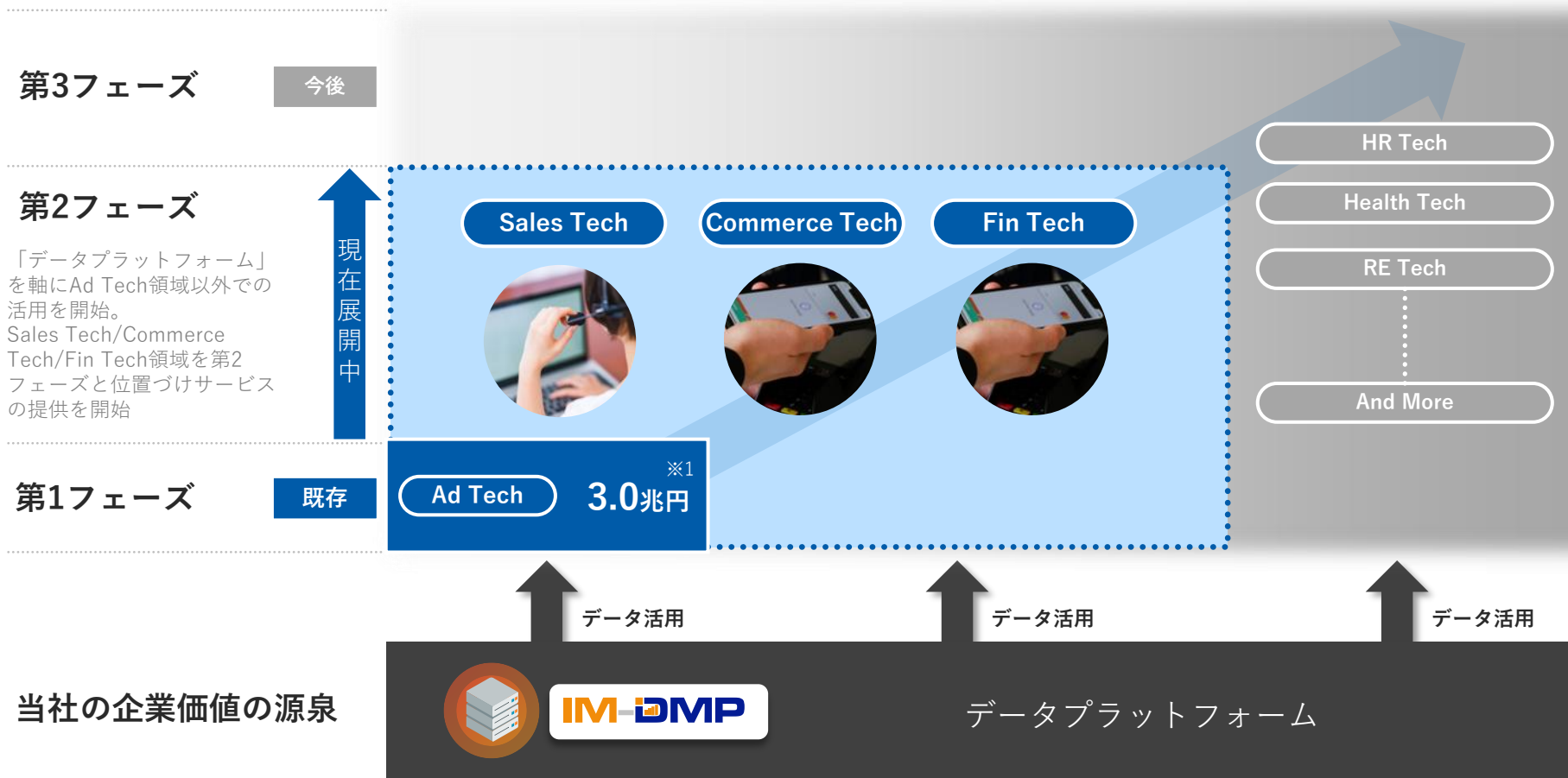


コールトラッキングシステム「Call Data Bank」にIM-DMPを技術提供



入電してきたユーザーの各種データを使用して横断分析

X Tech領域に事業領域を拡大し、非連続的な成長を目指す

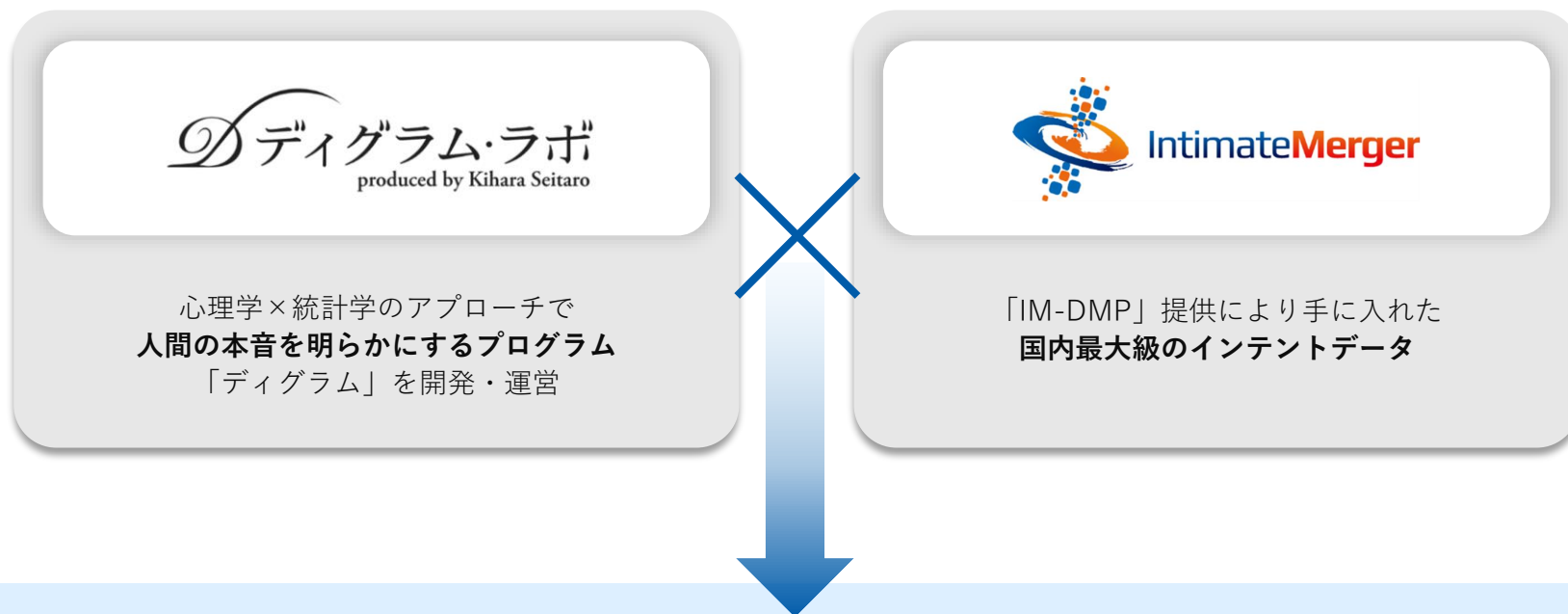


※1 (株)電通「日本の広告費2022」日本の媒体別広告費 インターネット広告費：広告制作費を含む

X Tech領域でも新たなパートナー企業と新ソリューションを共同開発した



生成AI「ディグラム5 powered by GPT-4」を共同開発



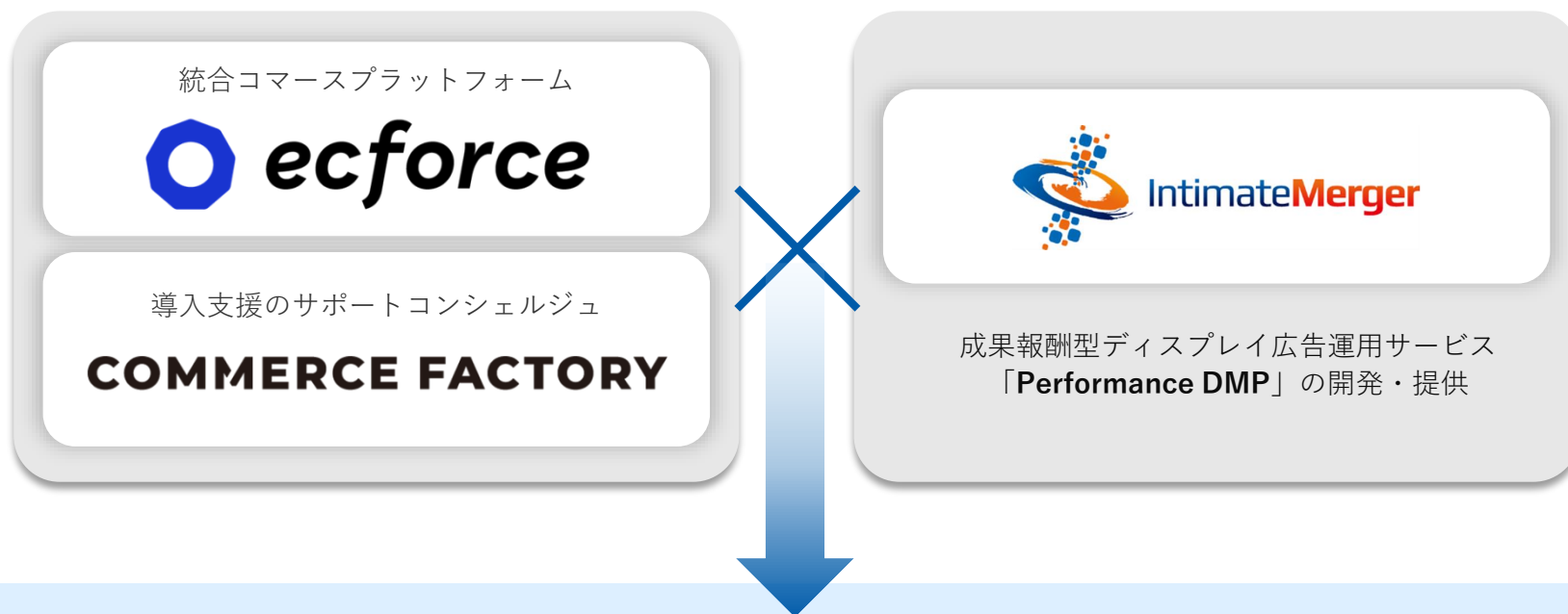
営業・接客が発生する分野*やレコメンドが要される分野で
“人間らしさ”を保ちながらデジタル化を図る

※営業・接客が発生する分野：不動産業界・保険業界・小売業界など / カウンセリングやレコメンドが要される分野：人材業界・教育・学校など

コマーステック領域でもネットワークを拡大して、拡販体制を整備した



成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス「Performance DMP」導入支援の整備



「ecforce」導入ショップに対し、「Performance DMP」を活用し
Web広告における効果向上を支援する

About Intimate Merger

会社紹介

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	56名（2023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（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思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

海外で普及しているポストCookieサービスと同等の、複数のソリューションを開発済み。当社の基盤技術は、ポストCookieソリューションを提供する主要な海外事業者との連携も既に図れており、国内で圧倒的なプレゼンスを確立。

	LiveRamp	The Trade Desk	Criteo	IntimateMerger
本社	 アメリカ	 アメリカ	 フランス	 日本
提供サービス (ポストCookie)	<p>ID単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 共通ID 	<p>ID単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 共通ID 	<p>群単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 機械学習 <ul style="list-style-type: none"> - クラスタ利用 - コンテキストマッチ 	<p>ID単位</p> <p>群単位</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 共通ID ・ 機械学習 <ul style="list-style-type: none"> - クラスタ利用 - コンテキストマッチ
当社との連携	 連携済み	 連携済み	 連携済み	-

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。

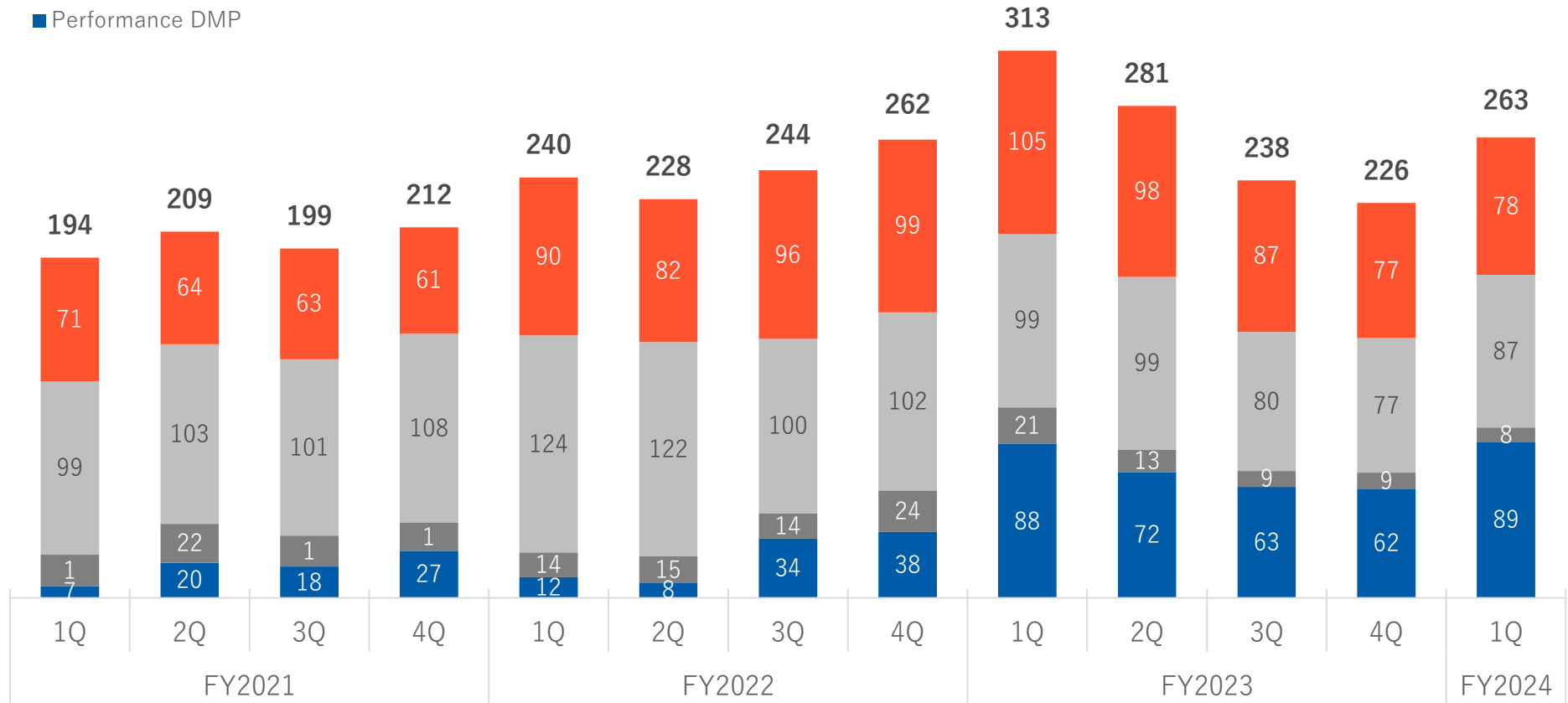
Appendix

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

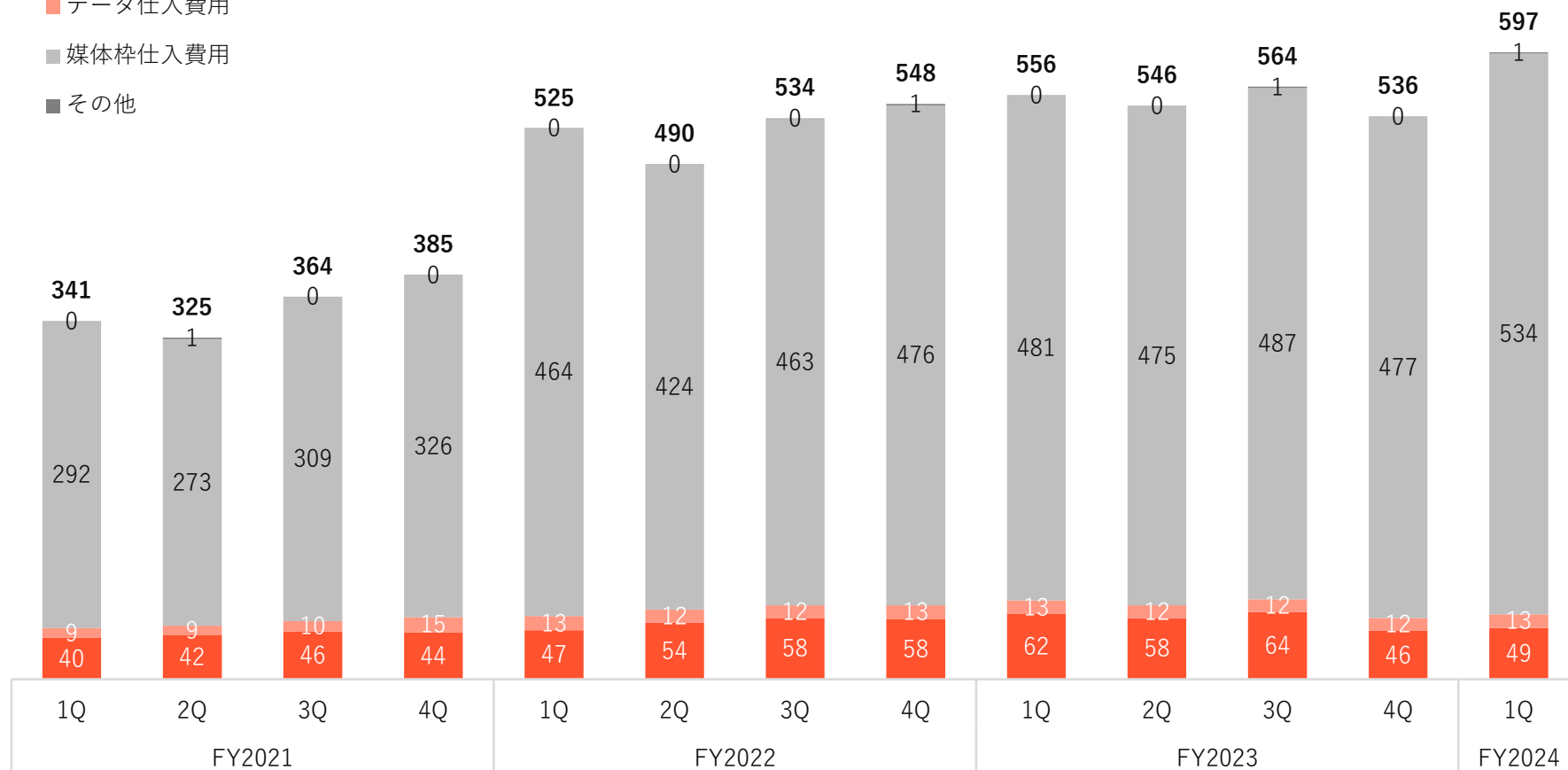


※1：売上高から、個別の売上に紐づく変動原価（主に媒体枠仕入費用）を差し引いた数値。

売上原価内訳（四半期推移）

(百万円)

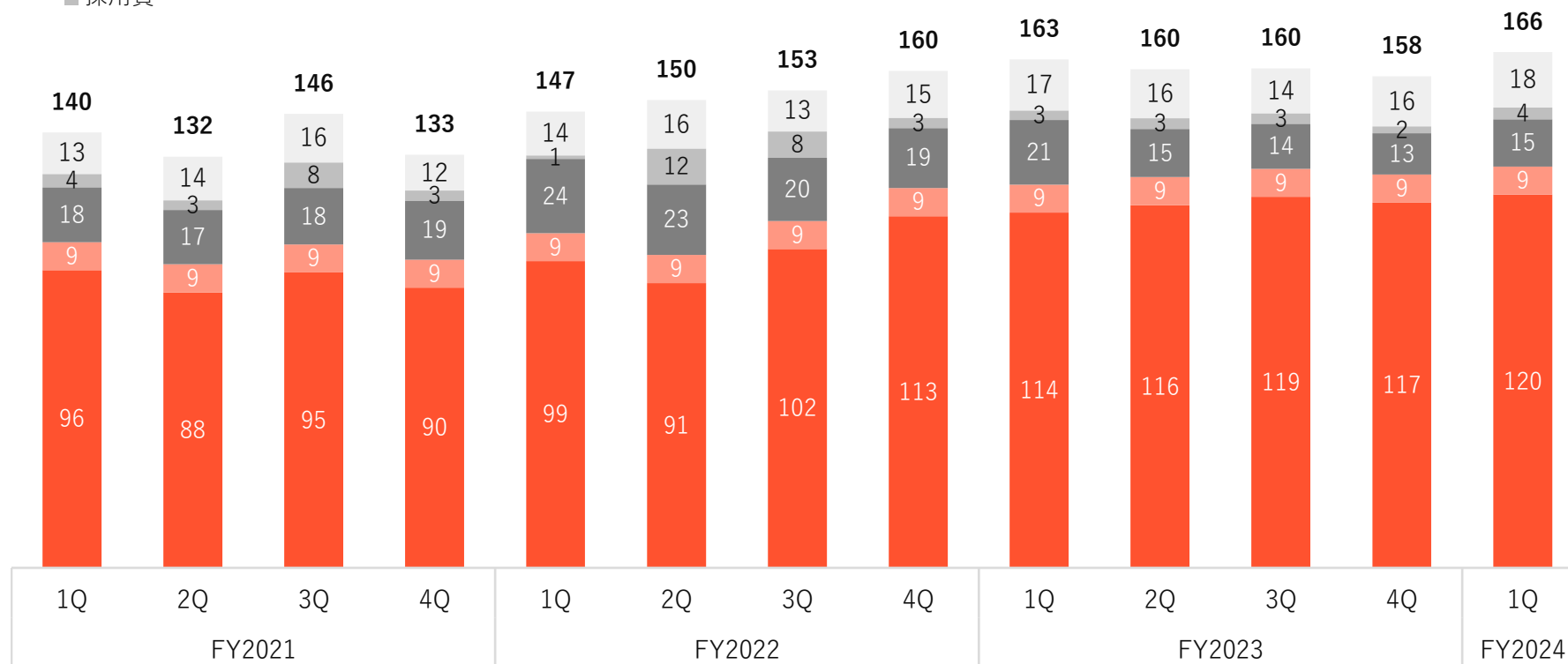
- サーバー費用
- データ仕入費用
- 媒体枠仕入費用
- その他



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)

		FY2023 Q4 2023年9月末	FY2024 Q1 2023年12月末	YonY	
				増減額	増減率
資産	流動資産	2,018	2,100	+82	+4.1%
	現金及び預金	1,611	1,631	+20	+1.3%
	固定資産	74	73	△1	△2.4%
	有形固定資産	9	8	△1	△5.1%
	無形固定資産	0	0	△0	-
	投資その他の資産	65	64	△1	△1.7%
	合計	2,093	2,173	+80	+3.8%
負債及び純資産	負債	561	614	+53	+9.4%
	借入金	100	100	-	-%
	純資産	1,531	1,558	+27	+1.8%
	合計	2,093	2,173	+80	+3.8%