

# 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）

データ活用における革命を起こす

About Intimate Merger

# 会社紹介

## 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



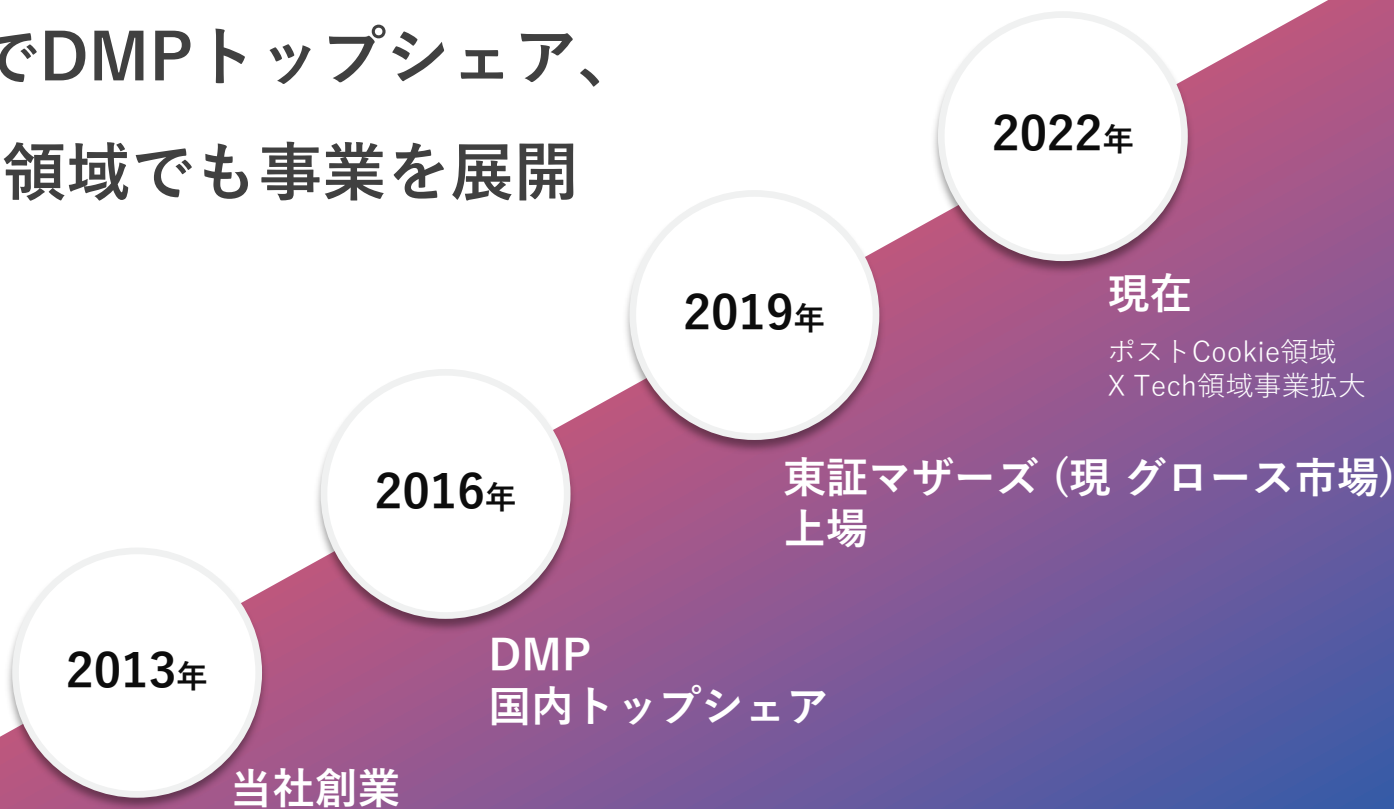
Mission

# 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。

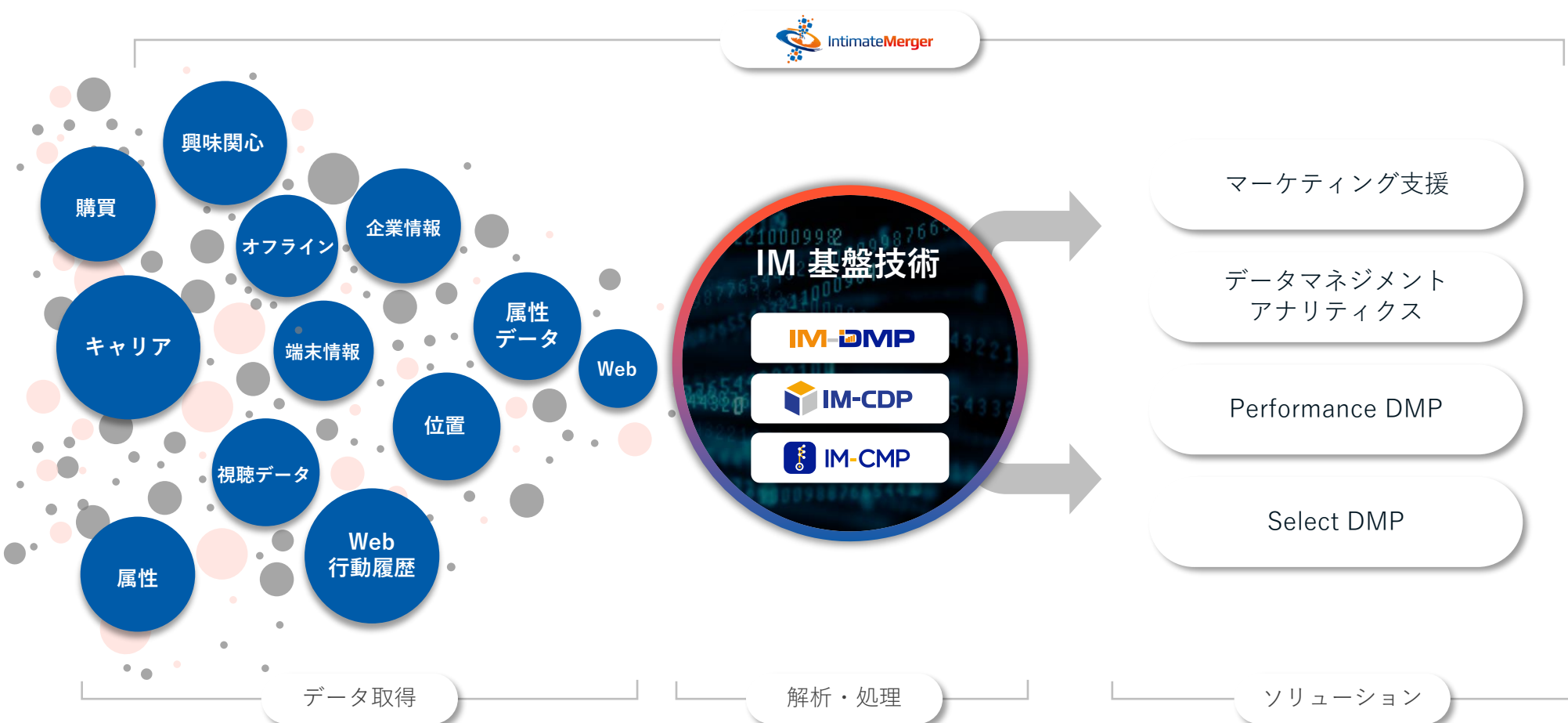
創業から約3年でアドテク領域におけるDMPのトップシェアを達成し、2019年に東証マザーズに上場。その後、アドテク領域で培った基盤技術を活用し、X Tech領域のDXを推進。

## 創業から約3年でDMPトップシェア、 アドテク以外の領域でも事業を展開

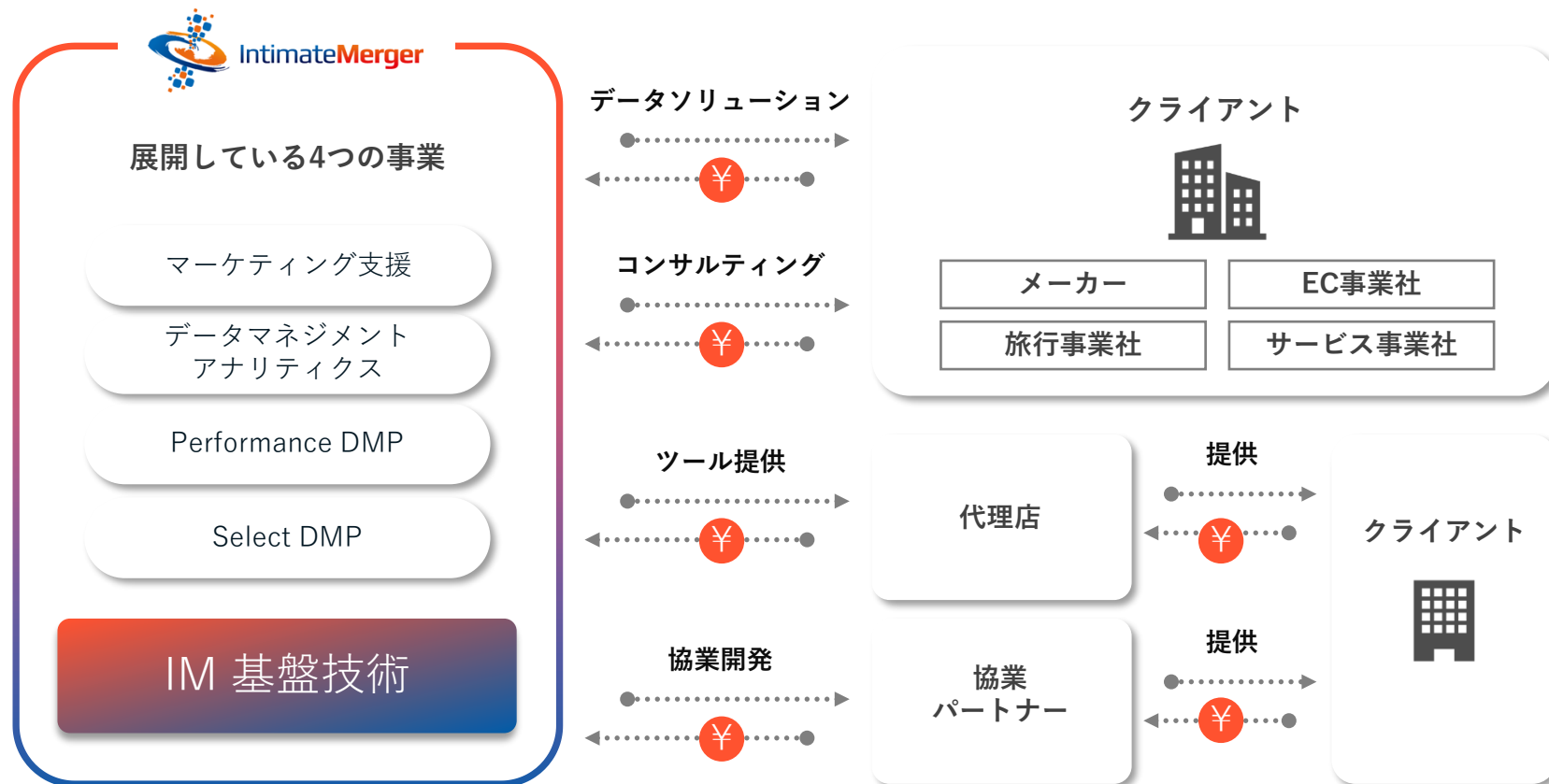


創業以来構築してきた当社基盤技術である「IM-DMP・CDP・CMP」を基軸に膨大なデータを収集しリアルタイムで解析が可能になり、様々な領域のクライアントに対するソリューションを開発。

## 基盤技術である「IM DMP/CDP/CMP」を基軸としたデータを基に事業を展開



主に4つのマネタイズポイントを起点にビジネスを展開



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**

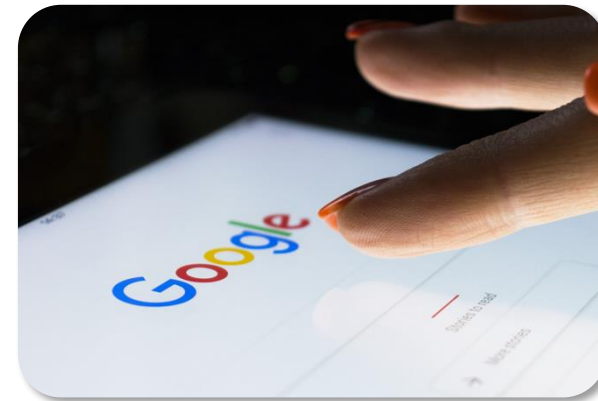
(GDPR = EU一般データ保護規則)

○ 2022年4月 .....→



**改正個人情報保護法  
が施行**








○ 2024年後半.....→



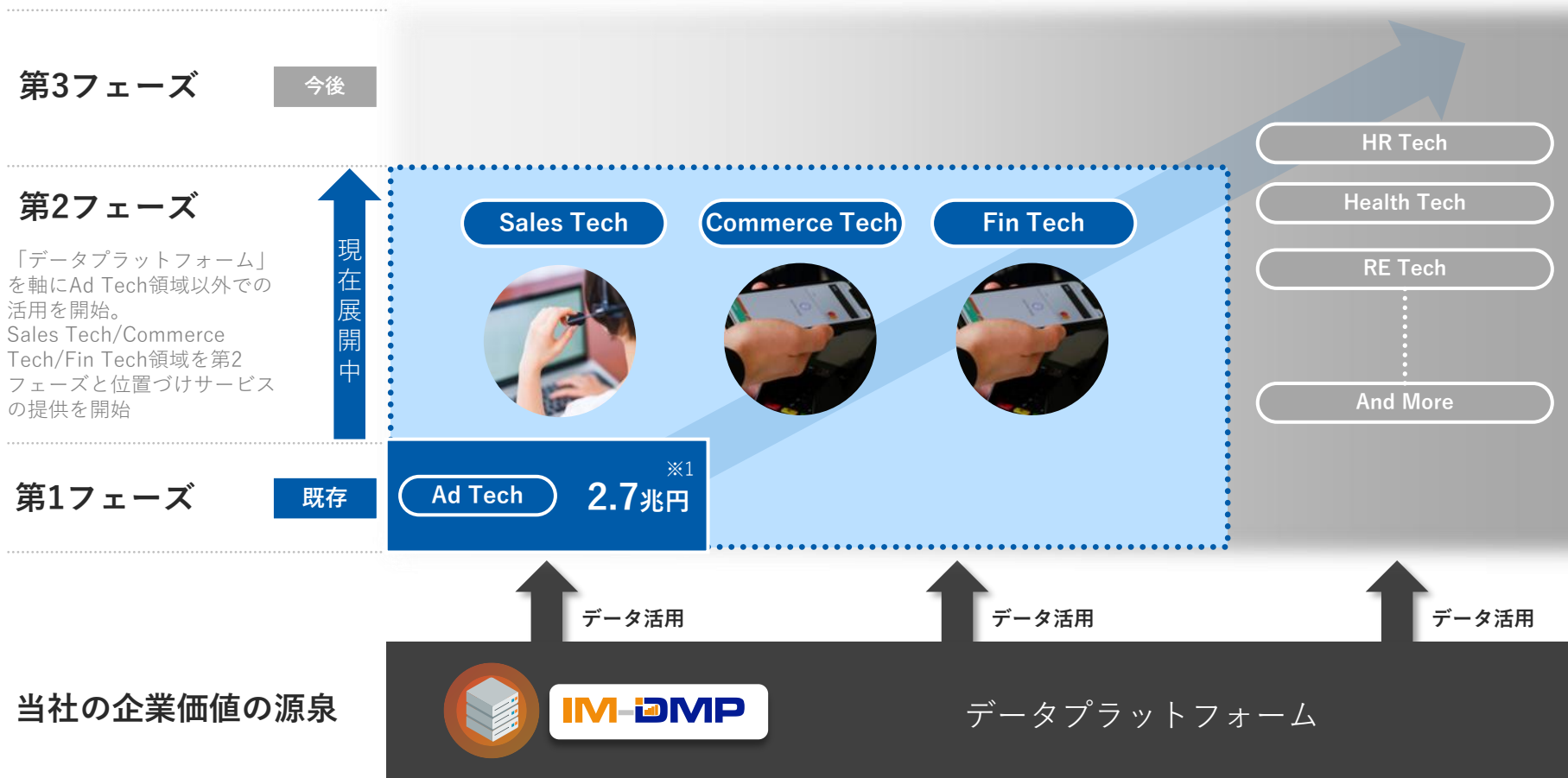
**Google社がChromeでの  
3rd Party Cookieを  
廃止予定**



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"> <li>・ 共通ID</li> </ul>	<p>ID単位</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 共通ID</li> </ul>	<p>群単位</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 機械学習               <ul style="list-style-type: none"> <li>- クラスタ利用</li> <li>- コンテキストマッチ</li> </ul> </li> </ul>	<p>ID単位</p> <p>群単位</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 共通ID</li> <li>・ 機械学習               <ul style="list-style-type: none"> <li>- クラスタ利用</li> <li>- コンテキストマッチ</li> </ul> </li> </ul>
当社との連携	 連携済み	 連携済み	 連携済み	-

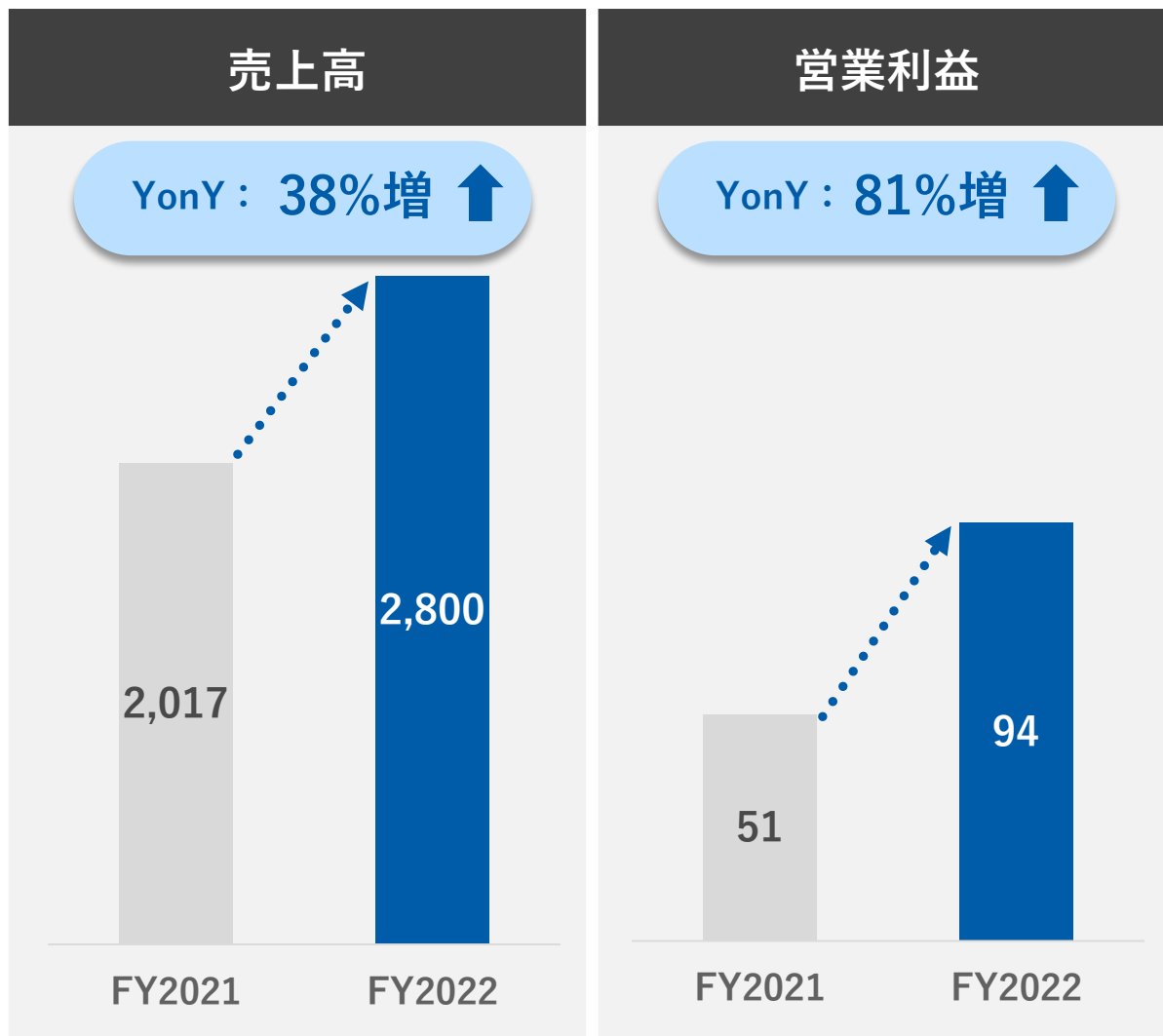
Ad Techで培った基盤技術をX Tech領域に拡大し、非連続的な成長を目指す。



※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

Executive Summary

# エグゼクティブサマリー



全体

## YoYで 増収増益の決算

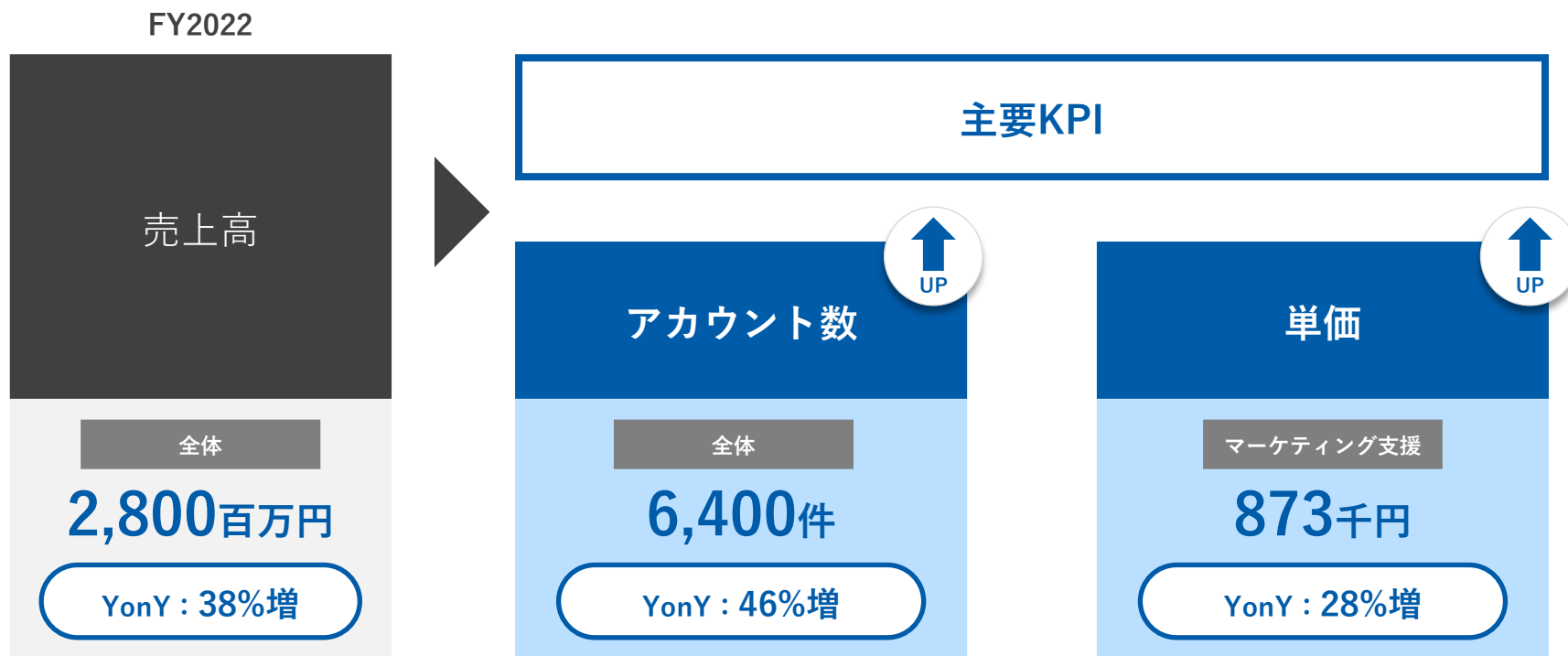
売上高

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、**売上高は過去最高を更新**。



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

Financial Results for FY2022

# 2022年9月期 通期業績

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38.8%増加し、過去最高。**  
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)

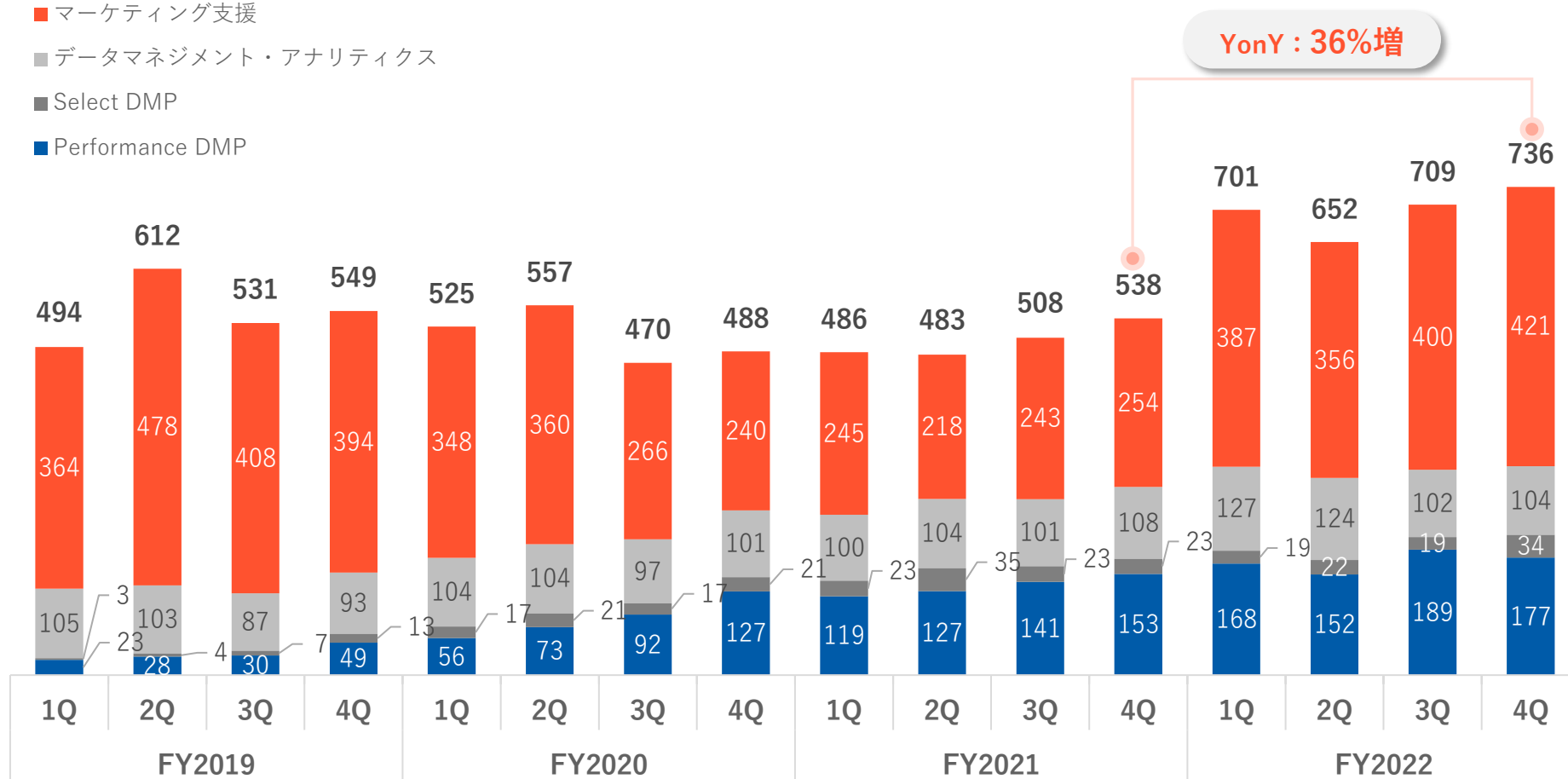
	FY2021 通期	FY2022 通期	YonY	
			増減額	増減率
売上高	2,017	<b>2,800</b>	+783	+38.8%
売上総利益	602	<b>704</b>	+102	+16.9%
(売上総利益率)	29.9%	<b>25.1%</b>	-	△4.8%
販売管理費	550	<b>609</b>	+59	+10.8%
営業利益	51	<b>94</b>	+43	+81.9%
(営業利益率)	2.6%	<b>3.4%</b>	-	+0.8%
経常利益	39	<b>92</b>	+53	+132.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	29	<b>70</b>	+41	+137.3%
(当期純利益率)	1.5%	<b>2.5%</b>	-	+1.0%

# ソリューション別売上高（四半期推移）

マーケティング支援を中心に好調に推移し、**四半期売上高は過去最高を更新。**

(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



YoY : 36%増



FY2023 Outlook

# 2023年9月期業績予想

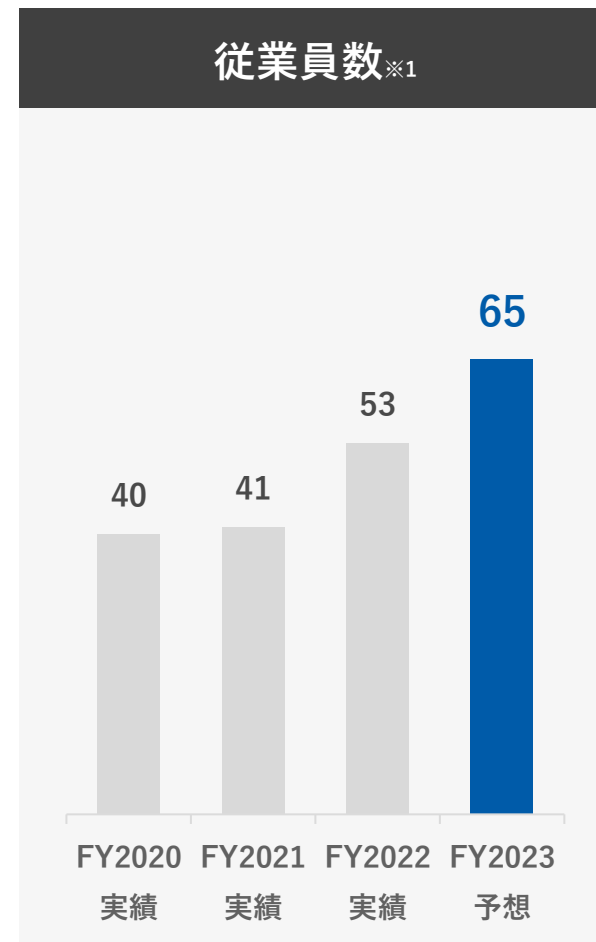
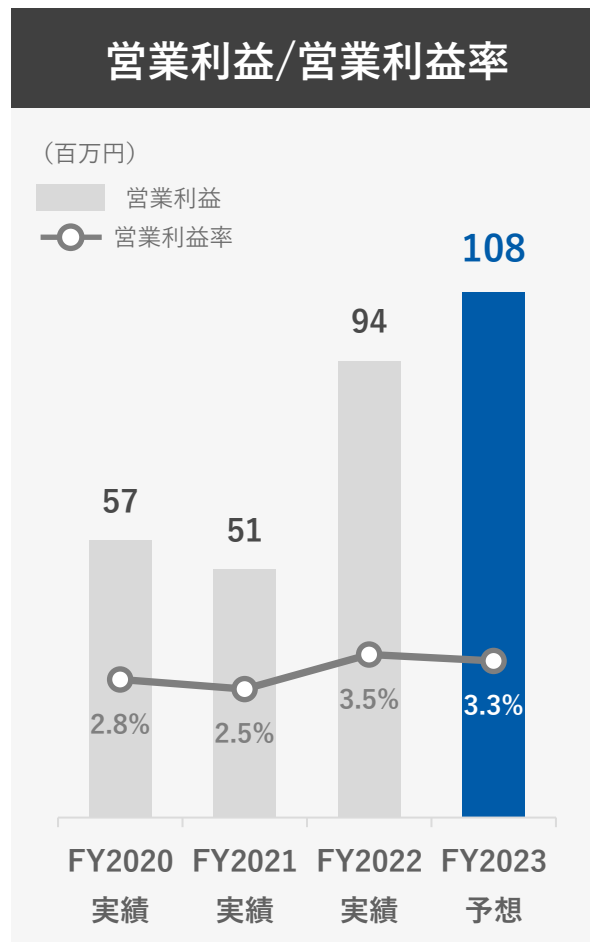
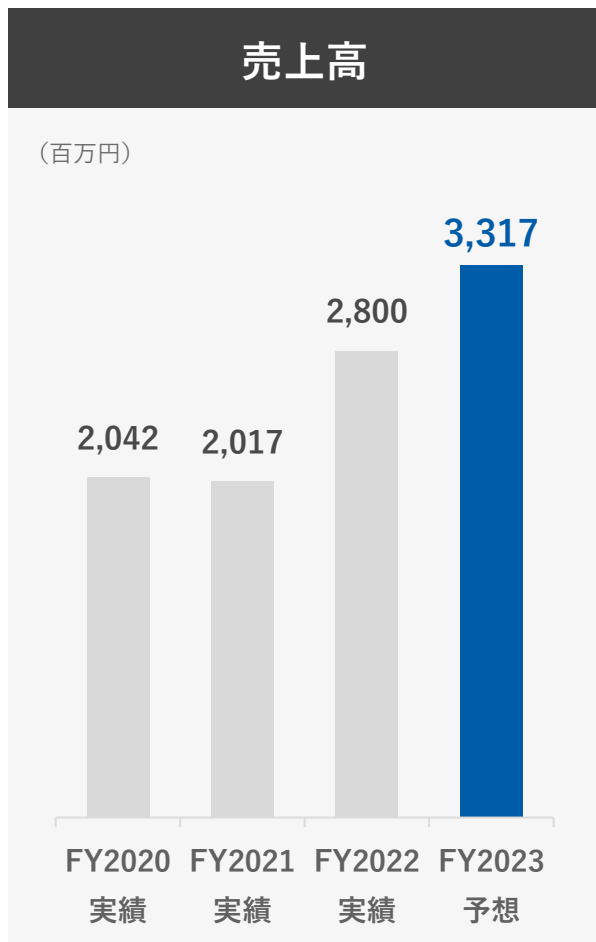
ポストCookieソリューションの拡販を軸に、**売上高はYoY18.5% 増加を見込む。**  
 将来に向けた人材投資も継続して実施するものの、**営業利益はYoY15.0%増加。**

(百万円)

	FY2022 実績	FY2023 予想	YoY	
			増減額	増減率
売上高	2,800	<b>3,317</b>	+517	+18.5%
営業利益	94	<b>108</b>	+14	+15.0%
(営業利益率)	3.4%	<b>3.3%</b>	-	△0.1%
経常利益	92	<b>108</b>	+16	+17.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	70	<b>70</b>	±0	+0.1%
(当期純利益率)	2.5%	<b>2.1%</b>	-	△0.4%

新型コロナウイルス感染症拡大による影響も落ち着き、**増収増益基調へ転換。**

採用ペースは順調に推移し、ポストCookieソリューション拡販に備え新規採用を継続。



※1：期末日時点

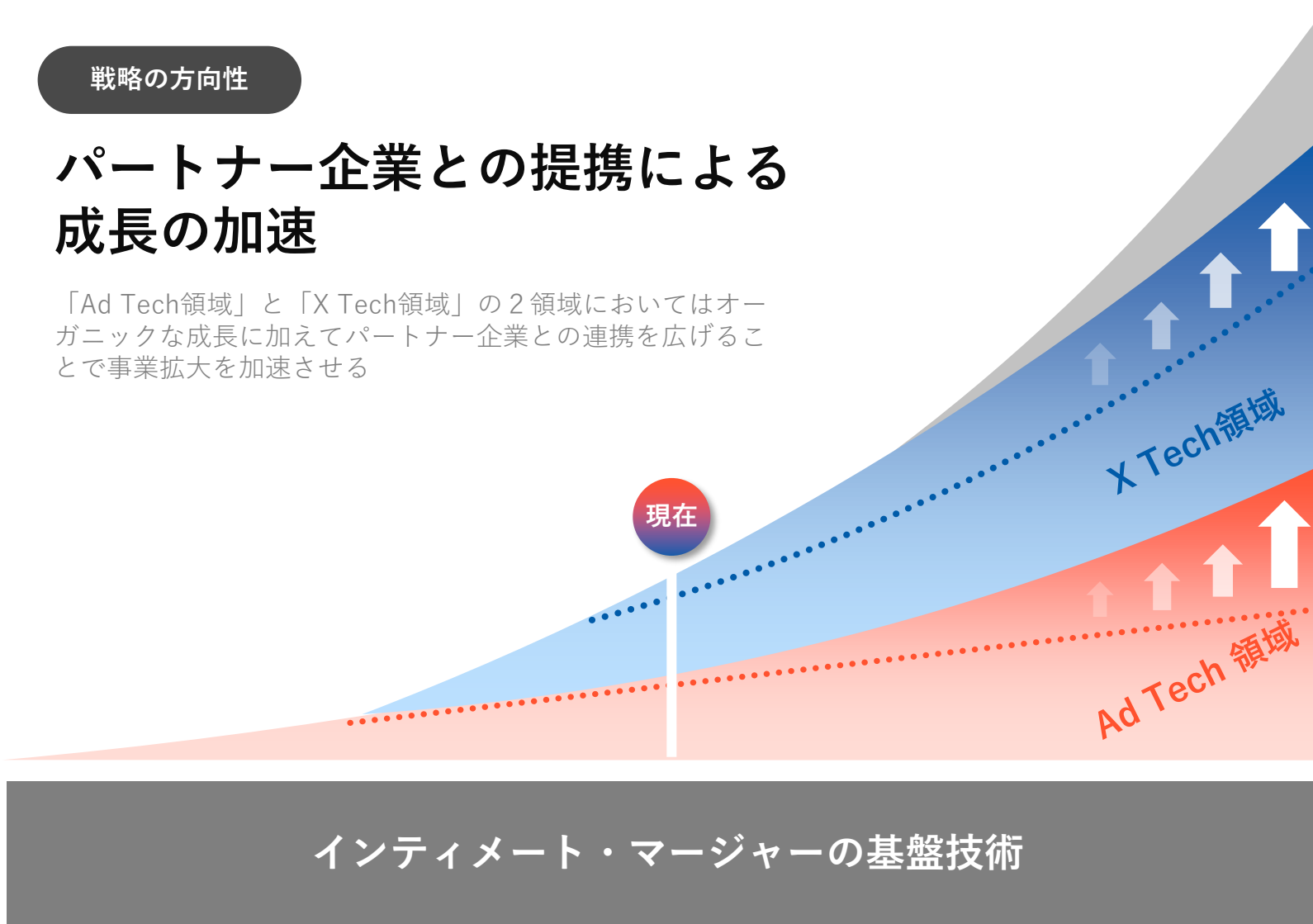
Growth Strategy and Progress

# 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

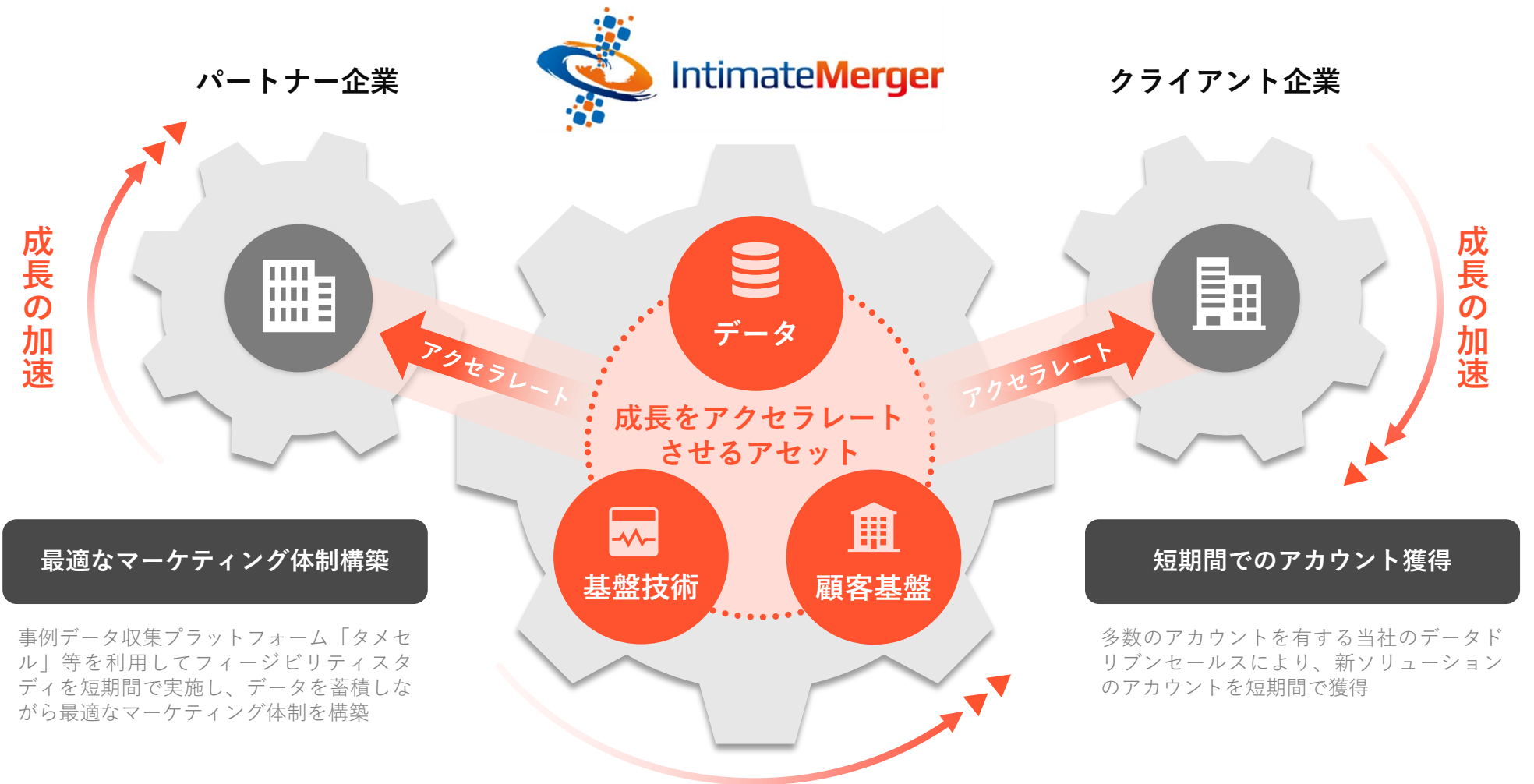
提携による成長の加速

POINT

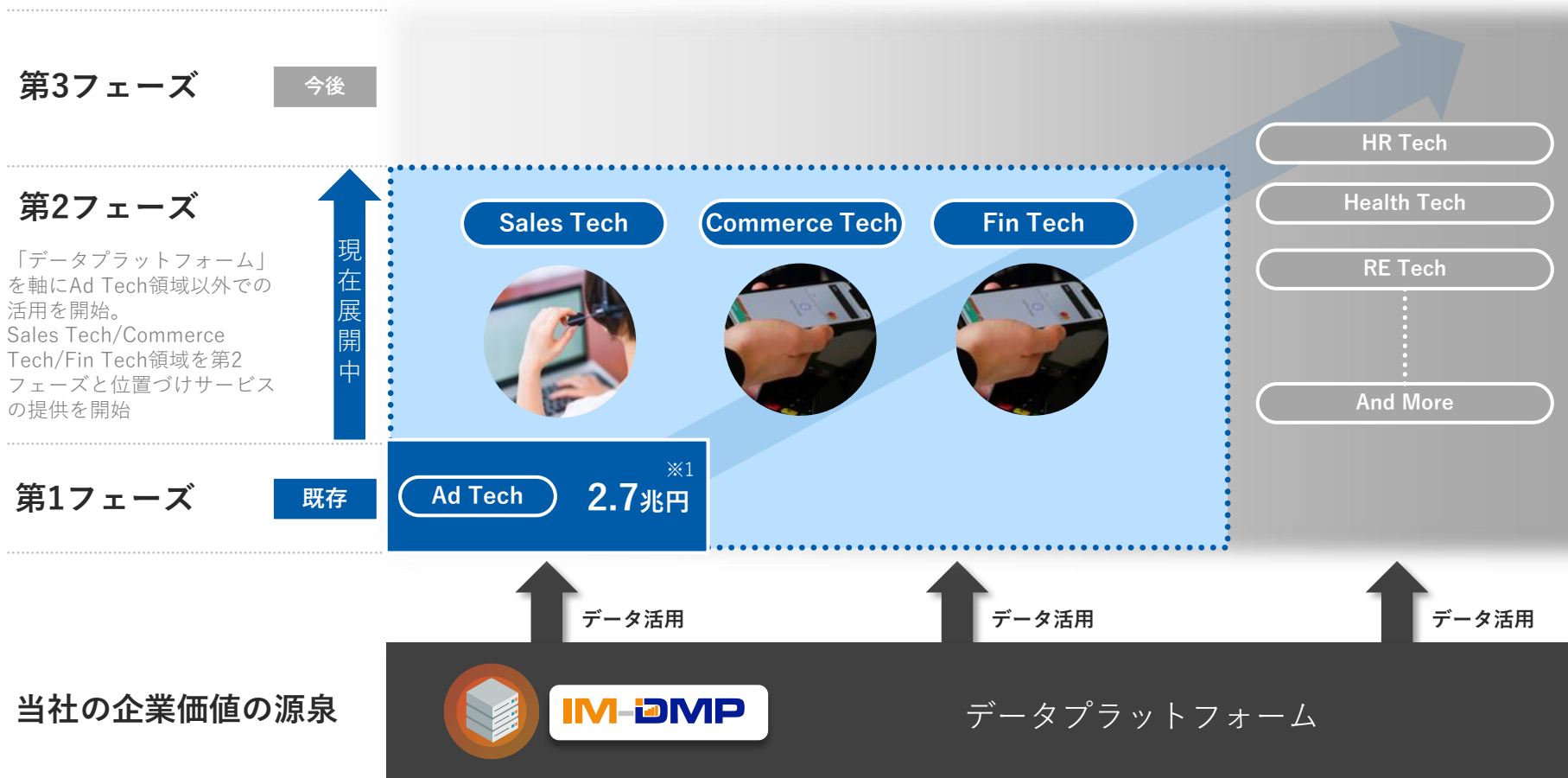
オーガニックな成長

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。



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