



2020年11月19日

各位

会社名	株式会社インテイメート・マージャー
代表者名	代表取締役 築島 亮次 (コード番号：7072 東証マザーズ)
問合せ先	取締役 久田 康平 (電話番号：03-5114-6051)

<マザーズ>投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時	2020年11月18日(水) 14:00~14:30
開催方法	オンラインによる実開催
説明会資料名	2020年9月期 通期決算説明会資料

【添付資料】

投資説明会において使用した資料

以上

IntimateMerger

2020年9月期 通期決算説明会資料

株式会社インティメート・マージャー

東証マザーズ（証券コード：7072）



INDEX

FY2020 2019.10 - 2020.9

1.	2020年9月期 通期業績	P3
----	---------------	----

Business Description

2.	当社の事業内容	P14
----	---------	-----

Topics

3.	Q4トピックス	P21
----	---------	-----

Business plan for FY2021

4.	2021年9月期 通期業績予想	P25
----	-----------------	-----

About Intimate Merger

5.	会社紹介	P30
----	------	-----

FY2020 2019.10 - 2020.9

1

2020年9月期 通期業績

(百万円)

	FY2019 通期累計	FY2020 通期累計 ※2020年第2四半期より連結決算	前期比	
			増減額	増減率
売上高	2,188	2,042	△146	△6.7%
売上総利益	702	641	△61	△8.7%
(売上総利益率)	32.1%	31.4%	△0.7pts	-
販売管理費	556	584	+28	+5.0%
営業利益	146	57	△89	△60.6%
(営業利益率)	6.7%	2.8%	△3.9pts	-
経常利益	142	36	△106	△74.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	96	20	△76	△79.2%
(当期純利益率)	4.4%	1.0%	△3.4pts	-
ROE	15.4%	1.6%	△13.8pts	-

※2020年9月期第2四半期より連結財務諸表を公表しております。本資料に記載の予想比、実績との前年同期比は、単体財務諸表との比較となります。
連結財務諸表と単体財務諸表のPL差はほとんど生じておりませんので、投資判断の資料として一定の合理性がある情報であると判断しております。

通期業績サマリー

売上高 20.4億円 (YoY 93.3%、修正後業績予想比 +72百万円)

営業利益 57百万円 (YoY 39.4%、修正後業績予想比 +54百万円)

売上について

- 新型コロナウイルスの影響で一部業界の広告費抑制傾向が強まり、マーケティング支援売上が前年対比減収。
- Performance DMP売上は、銀行・証券・カード会社等の金融サービス向けのオプション機能をリリースするなどの商品力強化、各ASPとの連携強化を背景に、過去最高売上を記録。

利益について

- 新型コロナウイルス対策によるリモートワーク推進をはじめ全社的な生産性向上に取り組んだ結果、販売管理費は前年対比+5%の上昇に留まった。
- ポストCookieテクノロジーへの開発投資、新規事業領域人材の積極採用は継続しており、**当該関連費用をこなしながらも通期では一定の黒字を確保。**

※2020年9月期第2四半期より連結財務諸表を公表しております。本資料に記載の予想比、実績との前年同期比は、単体財務諸表との比較となります。連結財務諸表と単体財務諸表のPL差はほとんど生じておりませんので、投資判断の資料として一定の合理性がある情報であると判断しております。

POINT

2019年10月の公募増資および2020年9月の運転資金借入により、柔軟な投資判断が可能となる十分なキャッシュポジションを確保。

(百万円)

		2019.9	2020.9	前期末比 増減	増減率
資 産	流動資産	909	1,515	+606	+66.7%
	固定資産	59	95	+36	+61.0%
	有形固定資産	3	11	+8	+218.7%
	無形固定資産	1	2	+1	+6.3%
	投資その他の資産	53	82	+29	+52.7%
	合計	968	1,611	+643	+66.4%
負 債 及 び 純 資 産	負債	342	380	+38	+11.0%
	借入金	0	100	+100	-%
	純資産	625	1,231	+606	+96.8%
	合計	968	1,611	+643	+66.4%

Performance DMPの通期合計売上は前年比266%となり、引き続き増収ペースを維持。

POINT

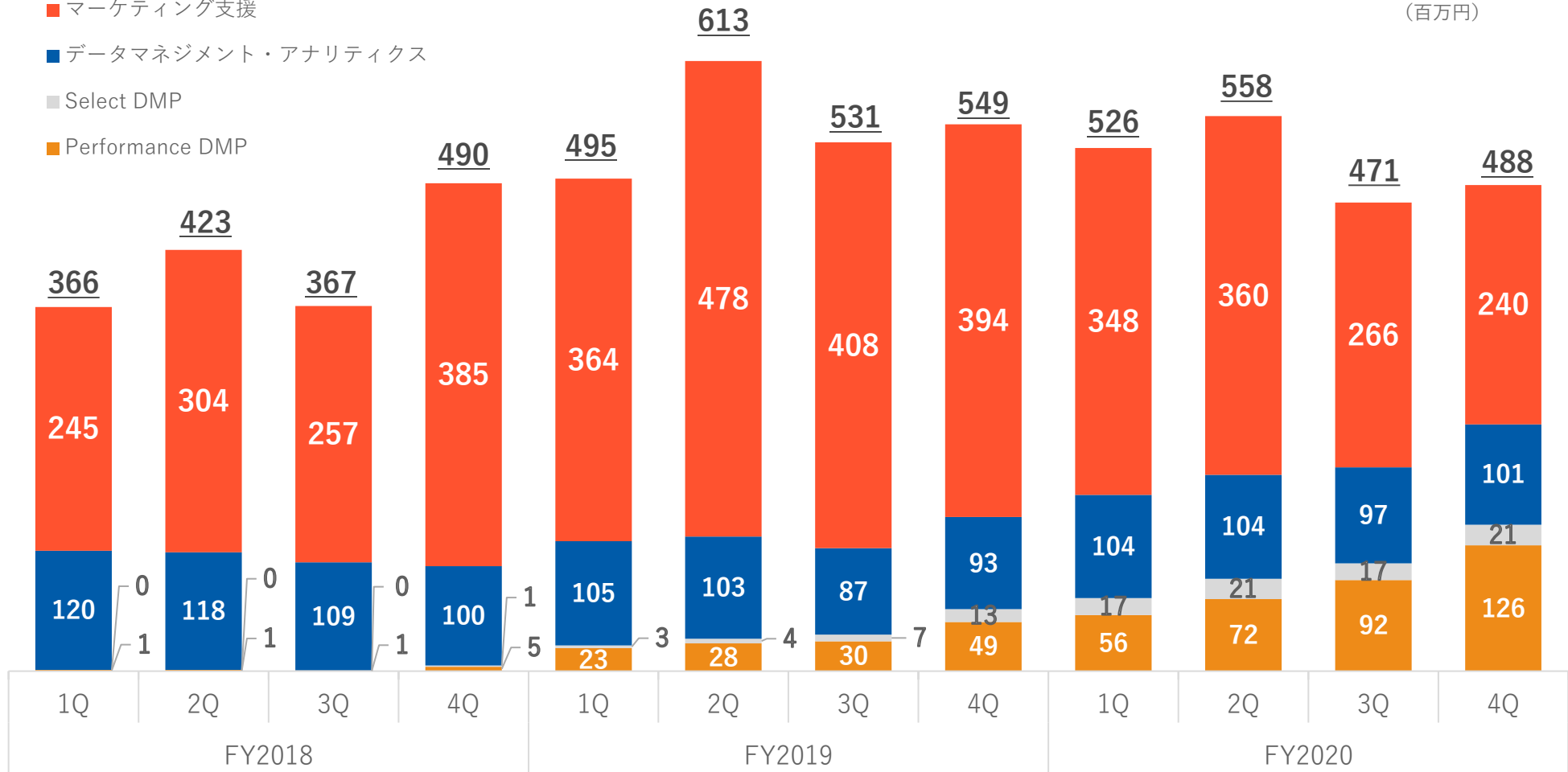
■ マーケティング支援

■ データマネジメント・アナリティクス

■ Select DMP

■ Performance DMP

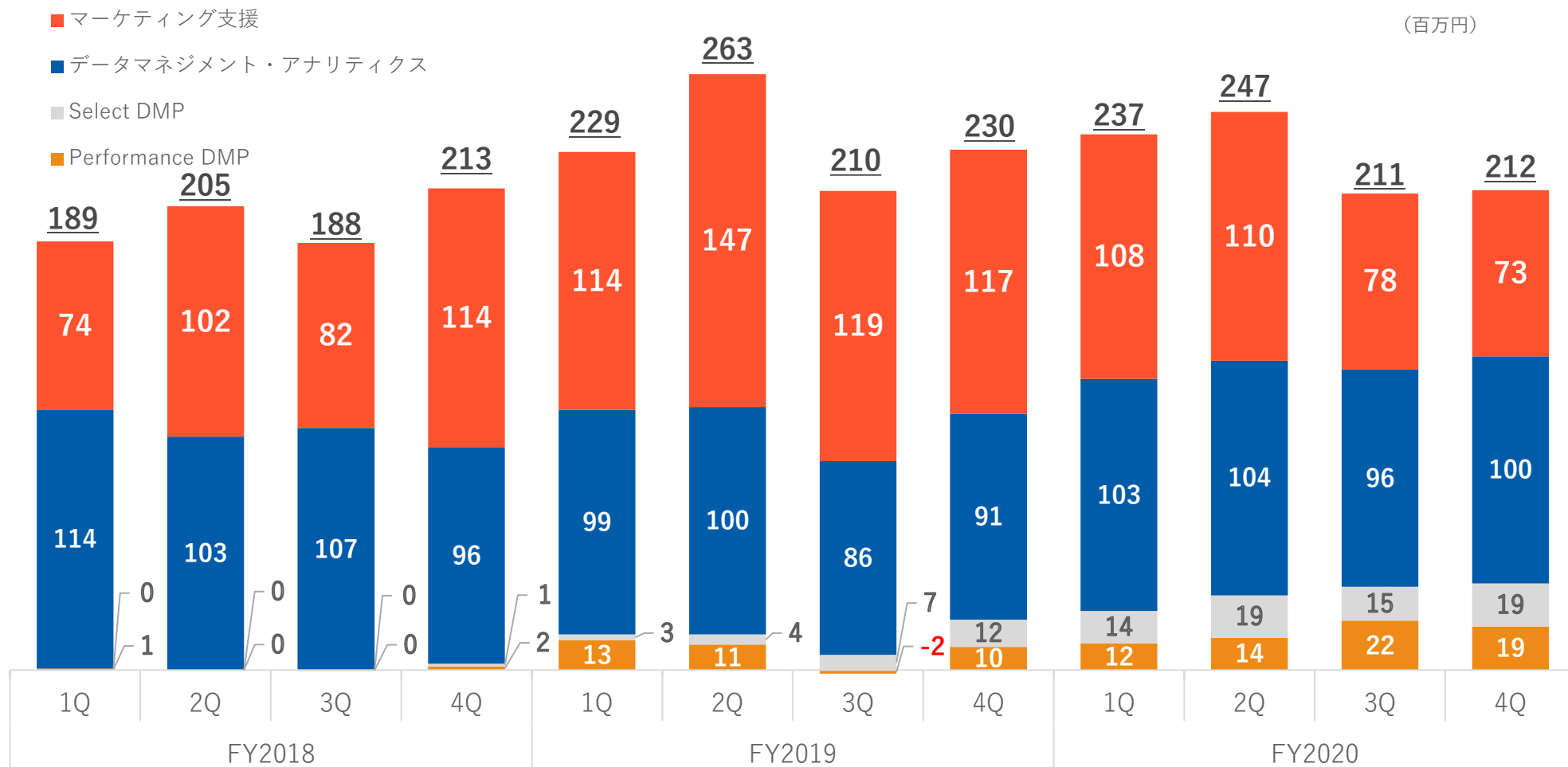
(百万円)



ソリューション別限界利益(※1) 四半期推移

今期より金融業界へのデータ提供が進み始め、データマネジメント・アナリティクスの通期合計限界利益は、前年比107%の増加。

POINT

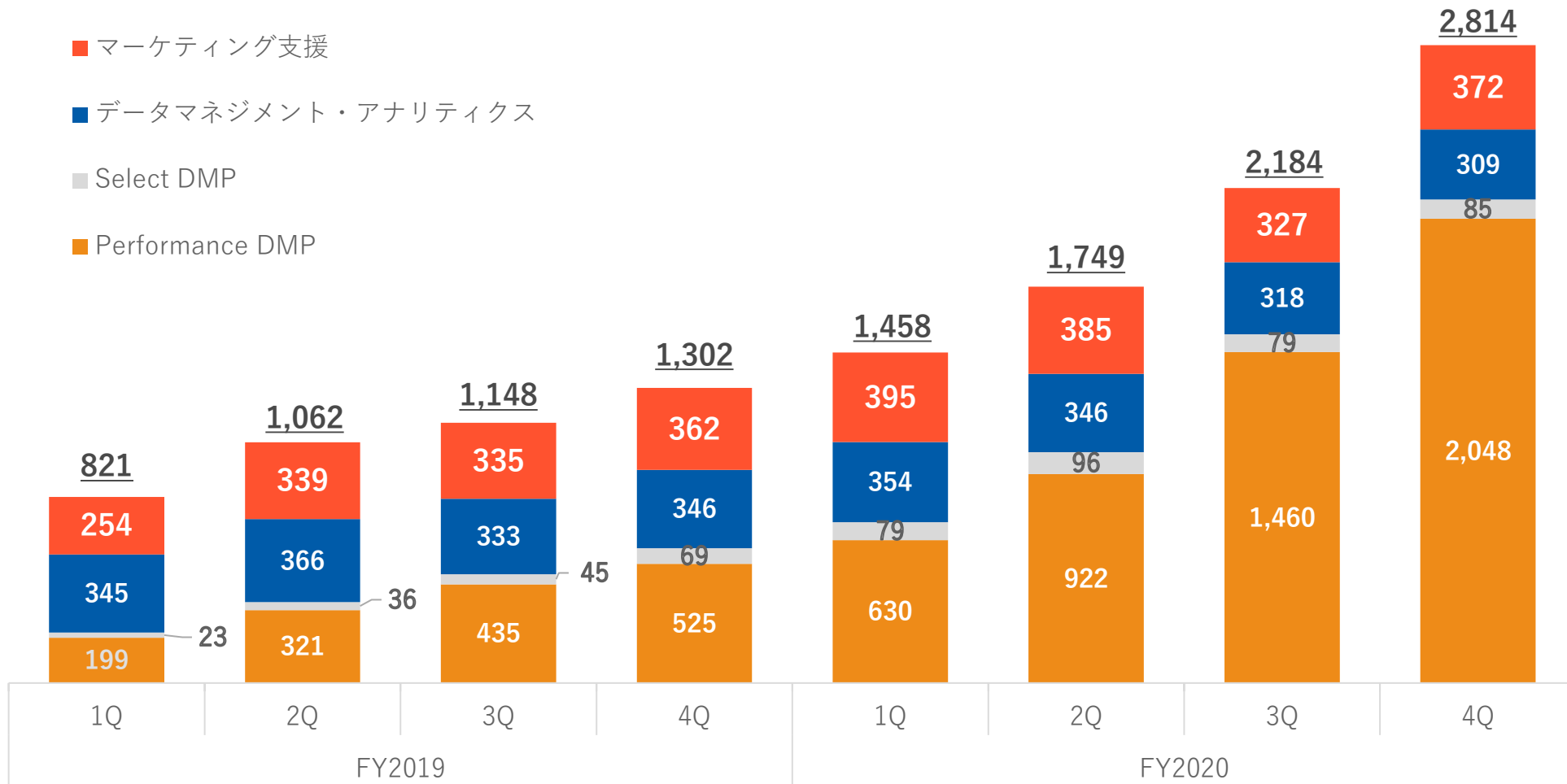


※1：売上高から、個別の売上に紐づく変動原価（主に媒体枠仕入費用）を差し引いた数値

アカウント数 四半期推移(※2)

POINT

Performance DMPを中心に、各ソリューション合計のアカウント数は前期末対比で216%に増加し、様々な業界で顧客基盤が拡大。

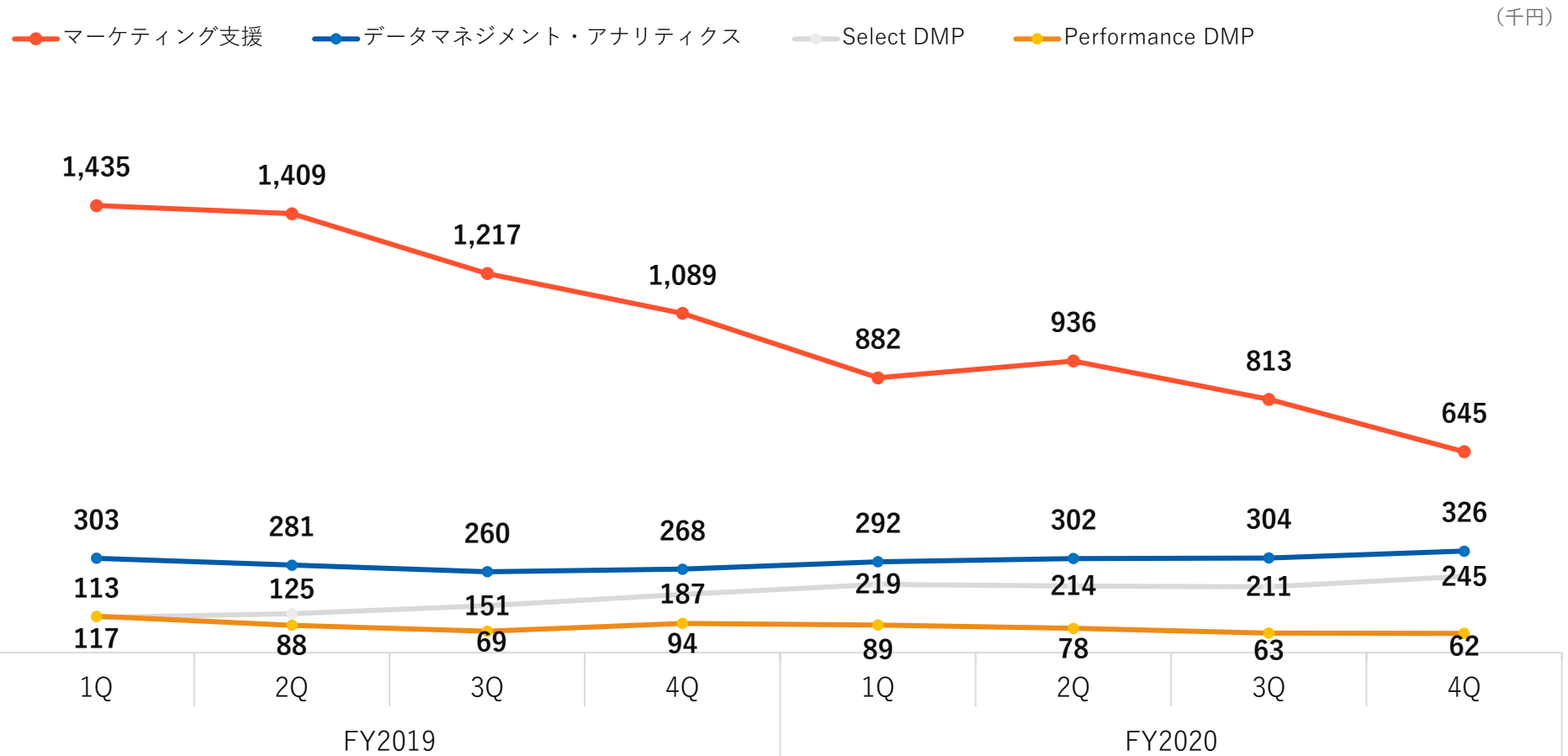


※2：1ヶ月の間に稼働したアカウントを単月アカウント数として、3ヶ月間の単月アカウント数の合計値

平均単価 四半期推移 (※3)

POINT

広告宣伝を停止していたクライアントからの再受注はあるものの、予算拡大には消極的な傾向があり、マーケティング支援単価はQonQで減少。



※3：四半期累計売上高を四半期累積アカウント数で除した数値

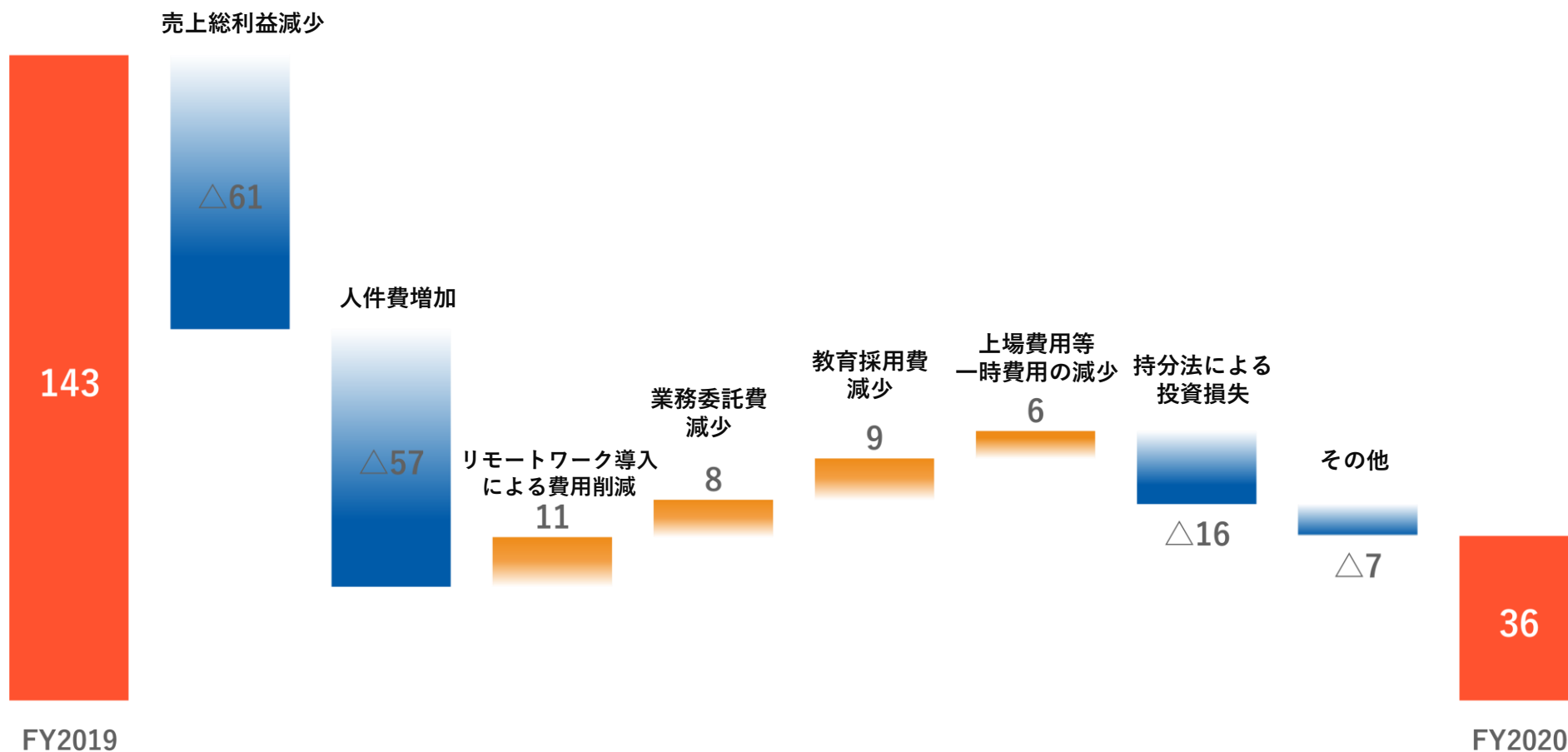
前年同期との比較（連結経常利益ベース）

POINT

新型コロナウイルスの流行が本格化した3月以降も、新規事業領域への人材投資は積極採用を継続したため、人件費は前期対比で+57M増加。

FY2020 前期比経常利益増減要因

(百万円)

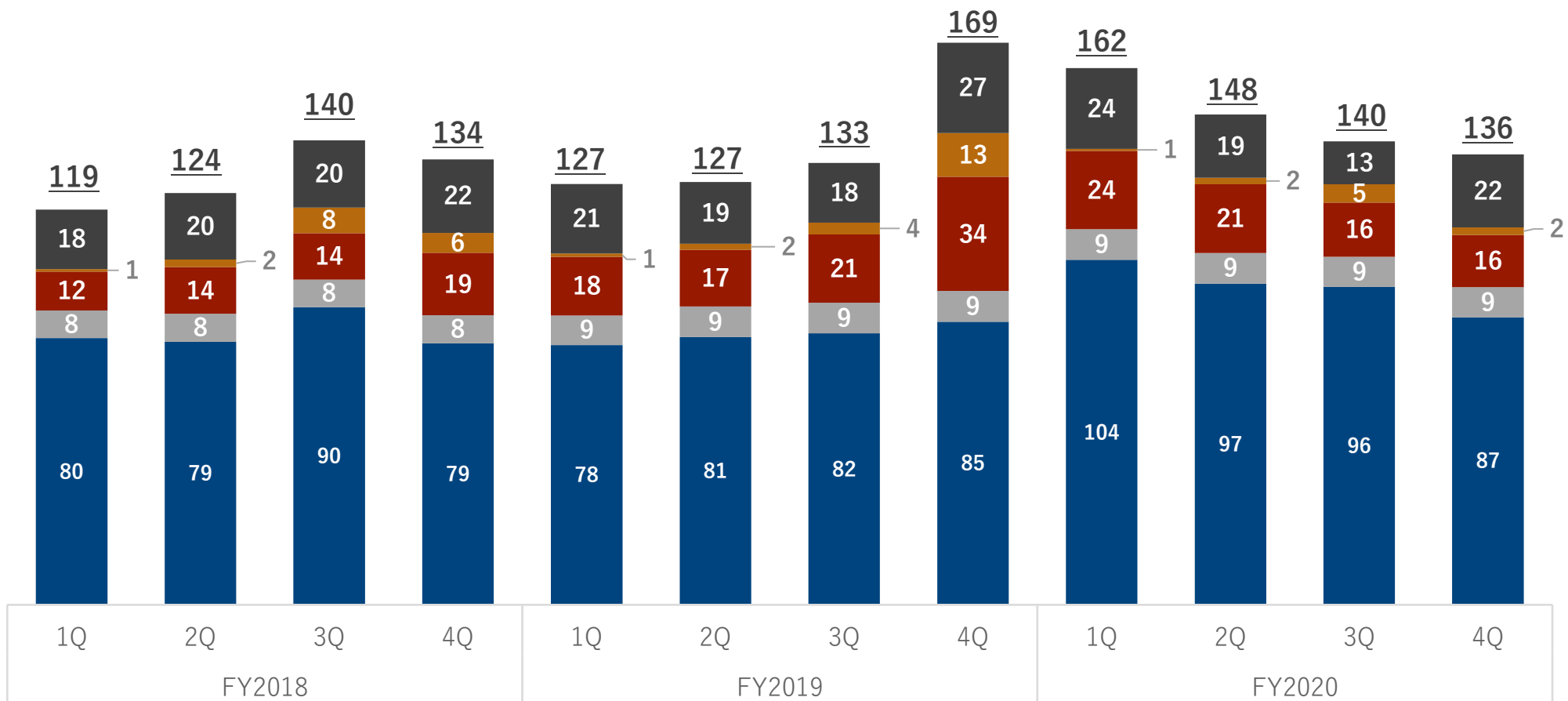


POINT

リモートワーク中心の働き方に合わせて一部オフィス改装を行ったスポット要因により、4Q「その他」費用がQonQで増加。

■ 人件費 ■ 家賃・水道光熱費 ■ 業務委託・支払報酬 ■ 採用費 ■ その他

(百万円)

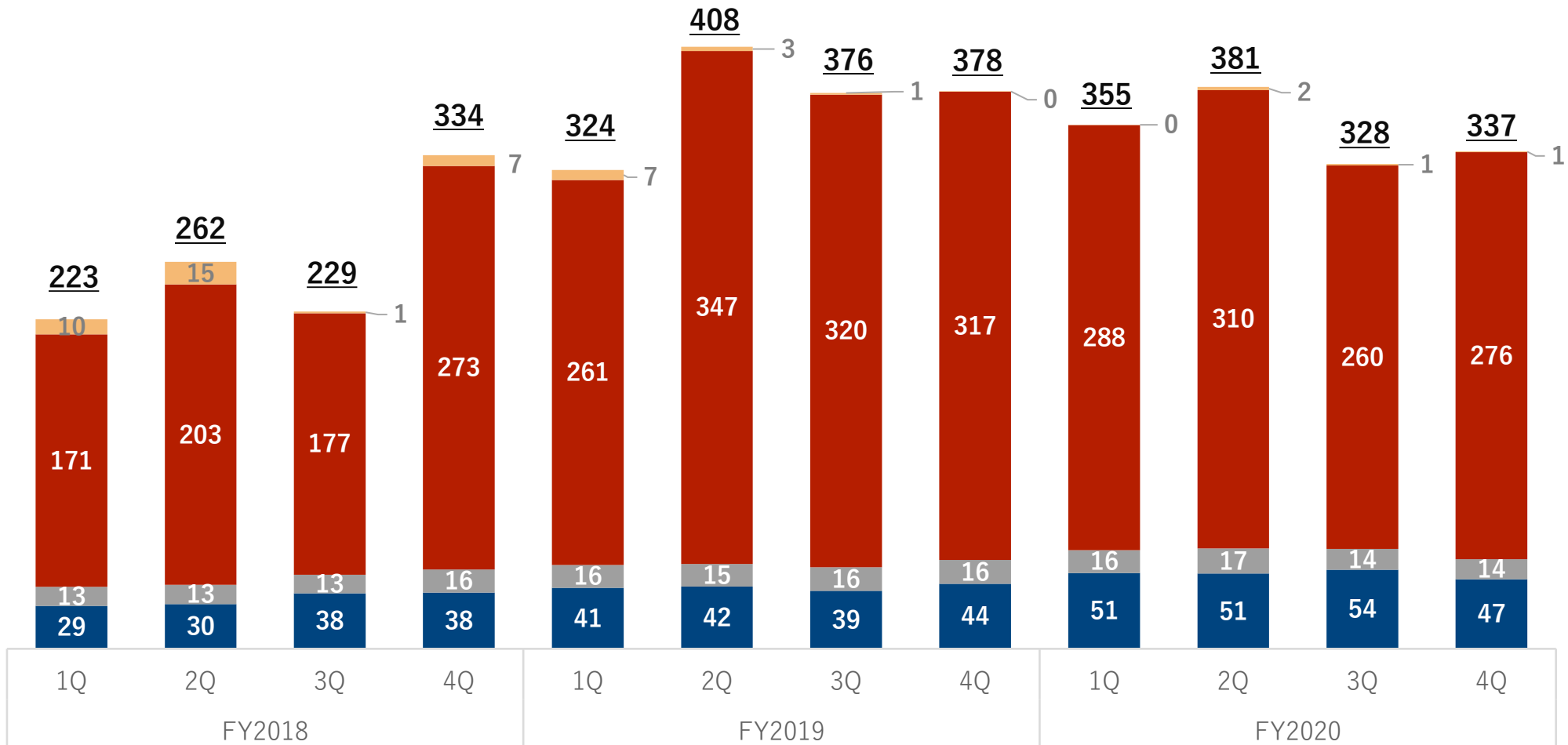


データ蓄積基盤の効率化開発が進捗し、4Qのサーバー費用はQonQ▲12%と減少。

POINT

■ サーバー費用 ■ データ仕入費用 ■ 媒体枠仕入費用 ■ その他

(百万円)



Business Description

2

当社の事業内容

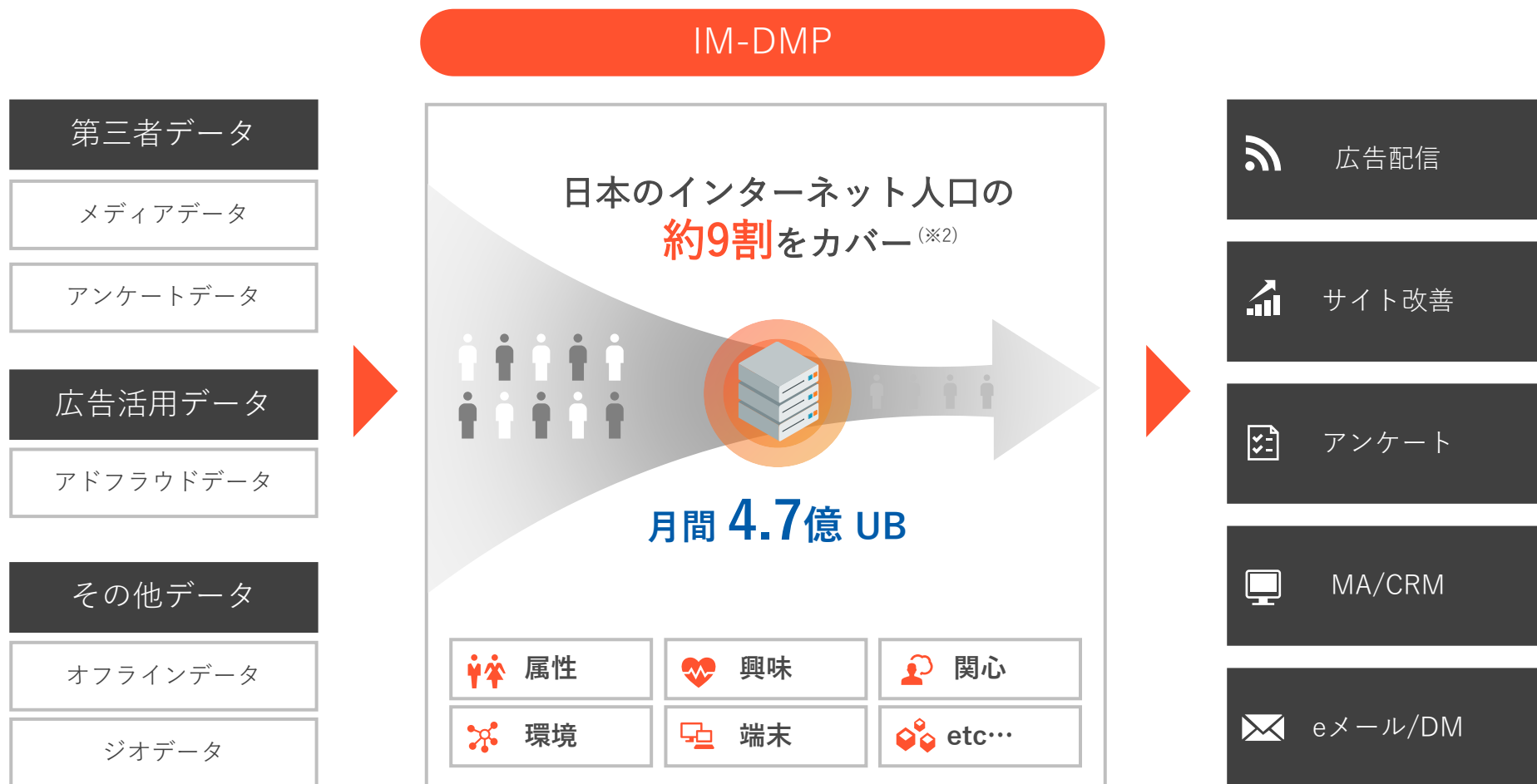
Mission

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。

POINT

(※1) 月間4.7億以上のユニークブラウザに紐づく3rd Party Data等を保有するパブリックDMP。

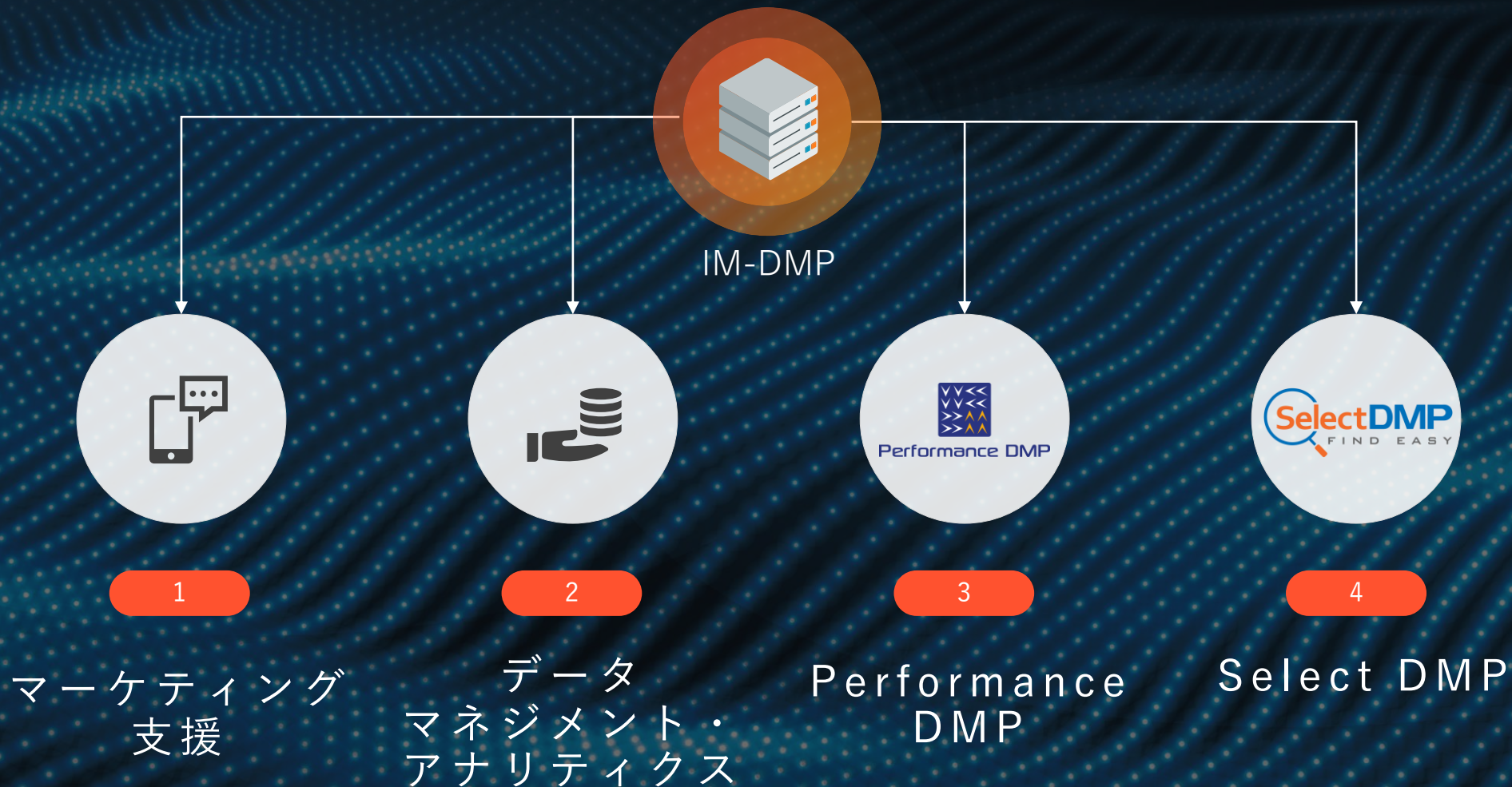


(※1) 一定期間内に計測された重複のないブラウザの数を示します。多くの場合、ブラウザの識別にはCookieが利用され、一定期間内に計測された重複のないCookieの数のことを示します。

(※2) 株式会社インテージの調査による1会員あたりのCookie数から逆算して割合を算出しております。

IM-DMP[※]を軸に大きく**4種類のソリューション**を提供。

※月間4.7億以上のユニークブラウザに紐づく3rd Party Data等を保有するパブリックDMP



POINT

2020年3月には、新たに新生銀行との共同事業にて信用スコアサービス提供事業を行う「クレジットスコア株式会社（以下クレジットスコア）」を設立。

新規事業



月間4.7億以上のユニークブラウザのデータを保有し、成果の出るデータドリブなマーケティング施策を実現するために活用できるDMP。

開発



成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス。IM-DMPを活用し、高パフォーマンスのユーザーを分析することで、高い費用対効果で広告配信を行うサービス。

開発



BtoB企業向けニーズ検知型企業リスト生成サービス。WEB閲覧履歴から、自社商材に関心を持っている可能性が高い見込み顧客企業を抽出し、リスト化するサービス。

開発



資本業務提携先である株式会社新生銀行と共同事業として信用スコアリングサービスを行う

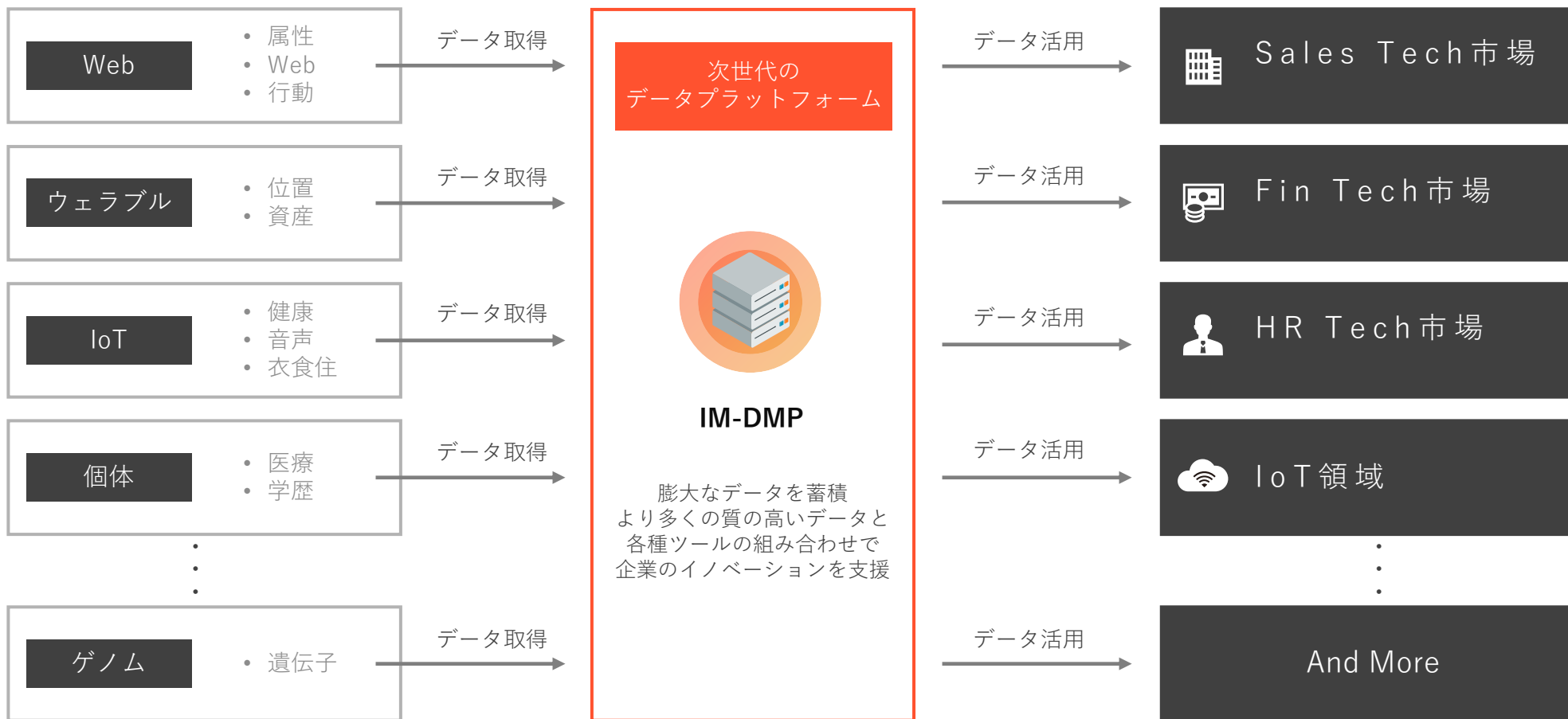
開発



ビッグデータ

POINT

同業他社はAd Tech市場に特化しており汎用性が低いのに対し、
当社のデータプラットフォームは汎用性が高く、さまざまな産業や業種への展開が可能。

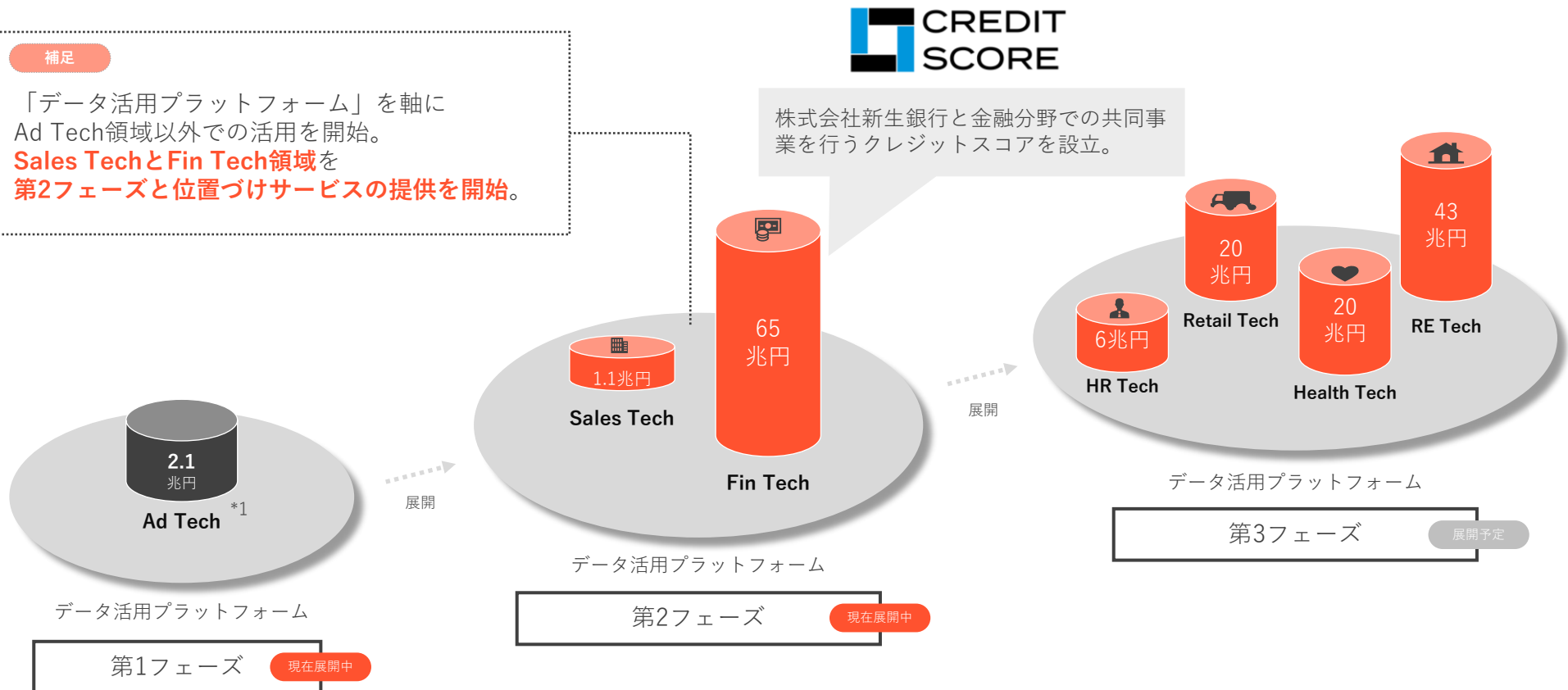


POINT

汎用性の高い「IM-DMP」を活かし、段階的に様々な巨大市場に進出。2020年3月には、**Fin Tech市場進出のため「クレジットスコア株式会社（以下クレジットスコア）」を設立。**

補足

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



※1 (株)電通「日本の広告費2019」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

※2 コールセンターサービス市場（株式会社矢野経済研究所）、MA市場（矢野経済研究所）、マーケティングリサーチ市場（一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会）の合算にて算出

Q4_Topics

3 Q4トピックス

POINT

9/14より、金融サービスに特化したAIスコアリング機能を実装し、Fin Tech領域の強化に向け株式会社インタースペースと業務提携を開始

成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス「Performance DMP」 AIスコアリング機能を実装し、金融サービスに向けて提供開始



このたび実装されたAIスコアリング機能は、当社と株式会社新生銀行の合併会社であるクレジットスコア株式会社が独自開発したスコアリングモデルを使うことで、金融サービスの審査通過率が高いと推定されるユーザー獲得の推進や、リスクが想定されるユーザーを広告露出対象から除外するなど、さまざまなマーケティング支援を可能にしています。

これにより、事業者の審査コストの削減が見込まれるほか、LTVの高いユーザー獲得の促進に繋げるなど、「効率的、かつ効果的」な「Performance DMP」の提供が可能になりました。なお、複数社に向けてテスト導入を行ったところ、AIスコアリング機能を用いた「Performance DMP」は、他社の広告配信に比べて最大約2.5倍の審査通過率の向上が見受けられました。

POINT

10/7より株式会社ハックルベリーとShopifyアプリのブランド「AppArcha（アップアルカ・略称：A2）」における新たな機能拡張アプリケーションの開発・運営に関する共同事業を開始。

インティメート・マージャー×ハックルベリー
Shopifyアプリ「AppArcha」における共同事業を開始



昨今の新型コロナウイルス感染拡大により長引く自粛生活に伴い、2020年3月以前と比べて総合ECサイトの利用者は増加しており、Webを介して商品を販売するECへの出展は、企業の販売経路のひとつとしてより重要視されています。

IMは、データやAI技術を活用した最適化の基盤として広告・マーケティング領域におけるデータ分析・活用に広くご利用いただいております。サービス導入企業のマーケティング活動の支援を行ってまいります。

この様な背景を受け、この度EC領域でのアプリケーションの企画運用を得意とするハックルベリーと、Shopifyへ出展する企業に向けた「より簡単でシームレスなWeb集客」を目指し、Shopify Inc.が運営する「Shopify アプリストア」（「Shopify」における機能拡張のためのアプリケーションストア）において、Shopify（ショッピング）アプリのブランド「AppArcha（アップアルカ・略称：A2）」における共同事業を開始する運びとなりました。

POINT

三井物産株式会社の子会社である株式会社Legolissとの協業開始における第1弾施策

データマーケティング会社の株式会社Legolissと協業開始
～カスタマイズ型CDP「kukuLu」にポストCookieアドテクノロジー技術など提供～



昨今、企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）化が浸透してきたことにより、データ活用による業務効率やサービスの質を向上させるマーケティング支援など、業種業界を問わずビッグデータの活用が重要視されるようになりました。しかし、「GDPR（EU一般データ保護規則）」や「CCPA（カリフォルニア州消費者プライバシー法）」などの影響により、データ収集・活用が規制強化の対象になるほか、SafariのITPやChromeがプライバシー強化されるなど、活用できる情報量やデータの取得方法が年々変化しており、最も規制による影響を受けるアドテクノロジー業界において、データ活用における新しい手法への転換期に突入しています。

株式会社インティメート・マージャー（以下IM）、国内最大級のパブリックDMP企業として、これまでもポストCookie時代に向けた手法に関する研究・開発を行ってまいりました。今回の業務提携により、IMが保有する機械学習によるリアルタイム解析技術やポストCookieアドテクノロジー技術などを株式会社Legolissが運営するマルチクラウド対応のカスタマイズ型CDP「kukuLu」に提供しサポート体制を構築することで、アドテクノロジー業界の今後を見据えたマーケティング共同パッケージを開発していく予定です。

※CDP（カスタマー・データ・プラットフォーム）：顧客一人ひとりの属性データや行動データを収集、蓄積、統合するためのデータプラットフォーム

Business plan for FY2021

4

2021年9月期 通期業績予想

POINT

FY2021連結業績予想は、売上高23億円（YoY 113.0%）、営業利益76百万円（YoY133.4%）

（百万円）

	FY2020 連結実績	FY2021 連結予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	2,042	2,307	+265	+13.0%
営業利益	57	76	+19	+33.4%
（営業利益率）	2.8%	3.3%	+0.5pts	-
経常利益	36	32	△4	△11.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	20	8	△11	△59.0%

POINT ポストCookieテクノロジーの本格提供により、各ソリューションの顧客基盤確立を目指す

ソリューション・ 関連会社

業績予想の前提・考え方

マーケティング支援

- 平均単価は前年並み水準を見込んでいるものの、Data Driven RPA（広告アカウント自動最適化サービス）、大手広告配信プラットフォームの仕様に合わせた新規開発等によりアカウント数の増加を見込む。

データマネジメント・ アナリティクス

- 平均単価及びアカウント数は緩やかに増加を見込むものの、他社では困難なFY2022以降のポストCookie対応を見据えた新規提案を行うことで、中長期的なストック売上を固めに行く。

Performance DMP

- 平均単価は現状の水準を維持しつつも、前期と同様にアカウント数の増加による増収を見込む。
- また、リアルタイムオーディエンス解析等の技術開発を強みとして、新規業界への進出を狙う。

Select DMP

- 他社ツールとの連携を強化することで、リード獲得件数の増加による受注件数及び単価の増加を目指す。

クレジットスコア ・ Priv Tech

- 金融業界向けのスコア開発を本格的にスタートし、今期2Qまでにスコア精度実証を実施、継続的な受注の道筋をつける。
- FY2022にニーズ拡大が想定される改正個人情報保護法対応に合わせて、CMPの導入クライアント数の積み上げを図る。

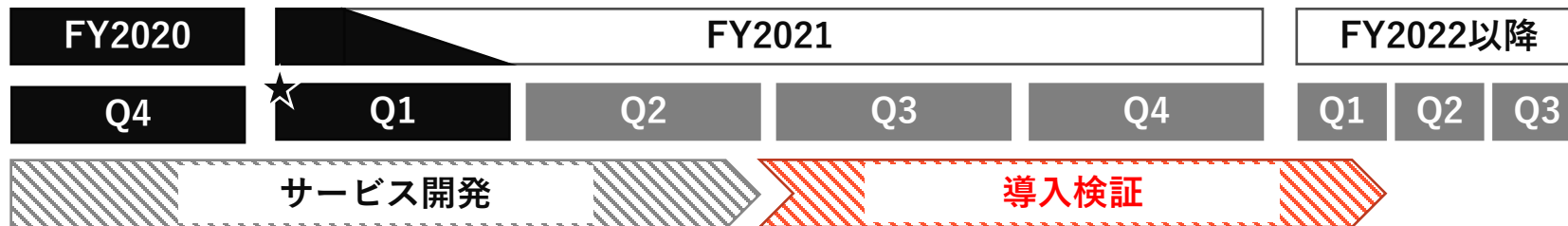
各ソリューションでのポストCookieテクノロジー開発を本格始動

POINT

DMPに限らず、アドテクノロジーにおいて3rd party cookieが使えなくなることで市場に大きな変化がもたらされる。これをチャンスと捉え、既存市場でのシェア拡大を進める。

	アドテクノロジー領域			X-Tech		
	計測・分析	運用型広告		FinTech	Sales Tech	Privacy Tech
現状サービスのCookie依存度	高			中	低	低
既存の市場規模比較	小	大		中	小	
ソリューション	データマネジメント・アナリティクス	マーケティング支援	Performance DMP	クレジットスコア	SelectDMP	PrivTech
今後の方針	新規/既存クライアントの代替ソリューションへの移行を推進		依存している領域の軽減		継続	個人情報保護法対応のニーズ拡大
ポストCookie施策	共通IDソリューション					
	リアルタイムオーディエンス解析					
	プラットフォームとの連携強化					
						同意管理

POINT 各取り組みの直近のリリースと今後の方針は以下の通り



外部要因

※1

※2

共通ID
ソリューション

サービス開発中

サービスの開発完了及びテストクライアントの獲得を目指す

プラットフォーム
連携強化

随時大手プラットフォームの
仕様変更に合わせて開発

ChromeブラウザのPrivacy Sandbox(※1)への対応などを含めた
大手プラットフォームの仕様変更に合わせて開発を推進

同意管理

IM-CMP / Trust360リリース
プライバシーポリシー
改善ツールリリース

改正個人情報保護法が施行されるタイミング(※2)にむけて
導入クライアント数を積み上げていく

リアルタイム
オーディエンス
解析

金融領域向け
最適化機能開発

テストクライアントを獲得し、ユースケースを拡充していく

About Intimate Merger

5

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		
	取締役	久田 康平	社外取締役	永田 暁彦
	取締役	村井 浩起	常勤監査役	大島 忠
	取締役	佐伯 朋嗣	監査役	横山 幸太郎
	取締役	永井 秀輔	監査役	大杉 泉
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	39名（2020年9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（持分法適用会社）			
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

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)

POINT 幅広い業種・業界に多様なサービスを提供。



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。