

IntimateMerger

証券コード：7072

株式会社インティメート・マージャー

2024/11/14

事業計画及び

成長可能性に関する事項_2024

01 会社概要

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 財務ハイライトと重要な経営指標
6. 成長戦略
7. リスク情報



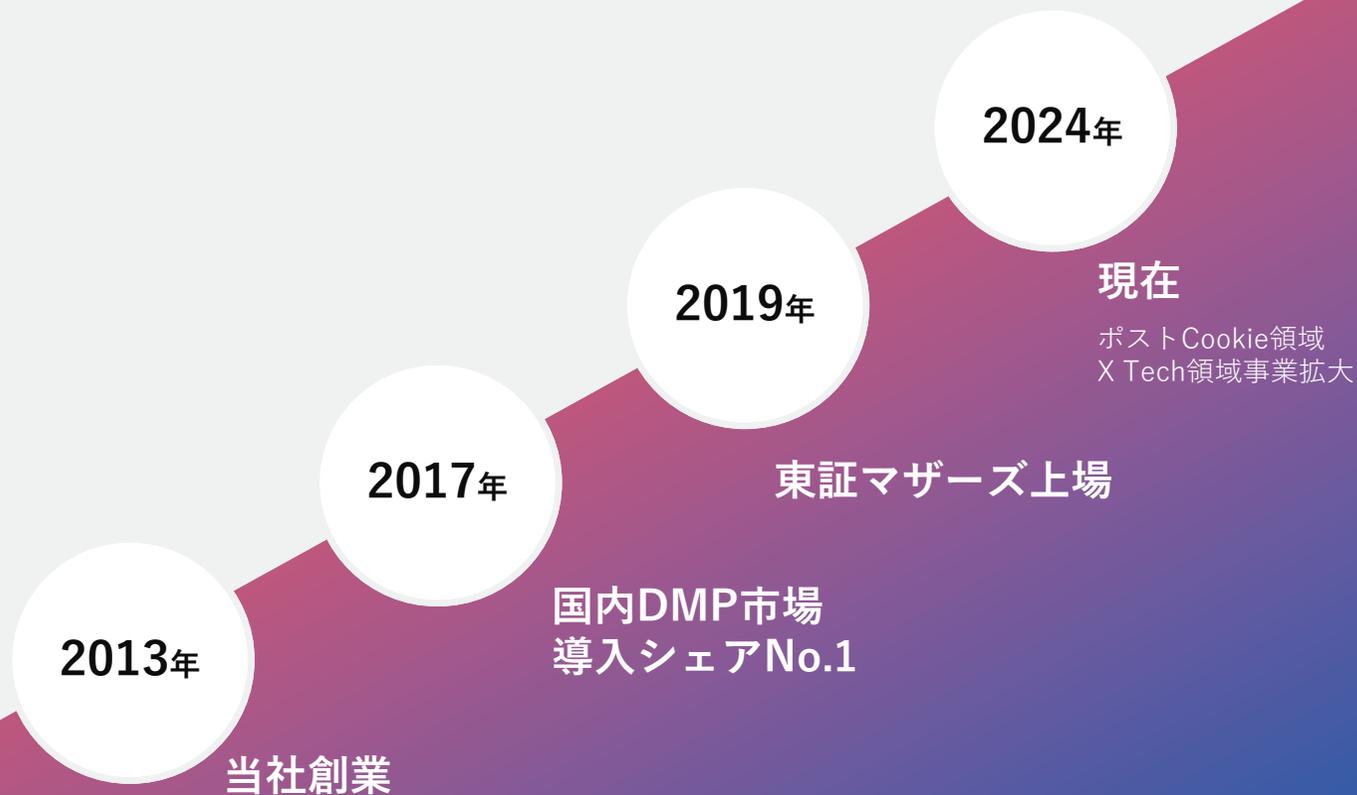
Mission

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。

アドテク領域における国内DMP市場導入シェアNo.1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。

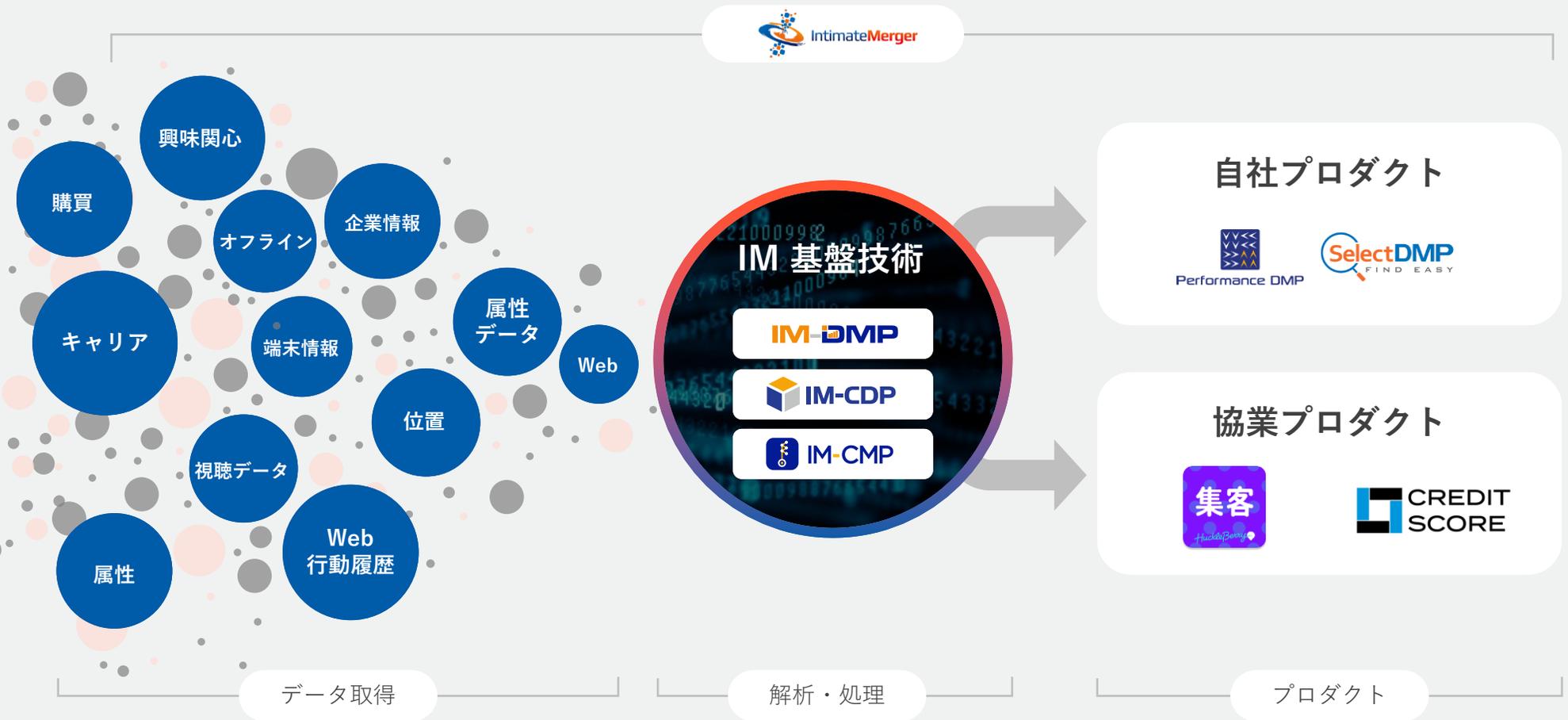
※1 国内DMP市場導入シェアNo.1、 アドテク以外の領域でも事業を展開



※1 株式会社DataSign 「DataSign Report 上場企業調査2024.3」

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してサービスを開発。

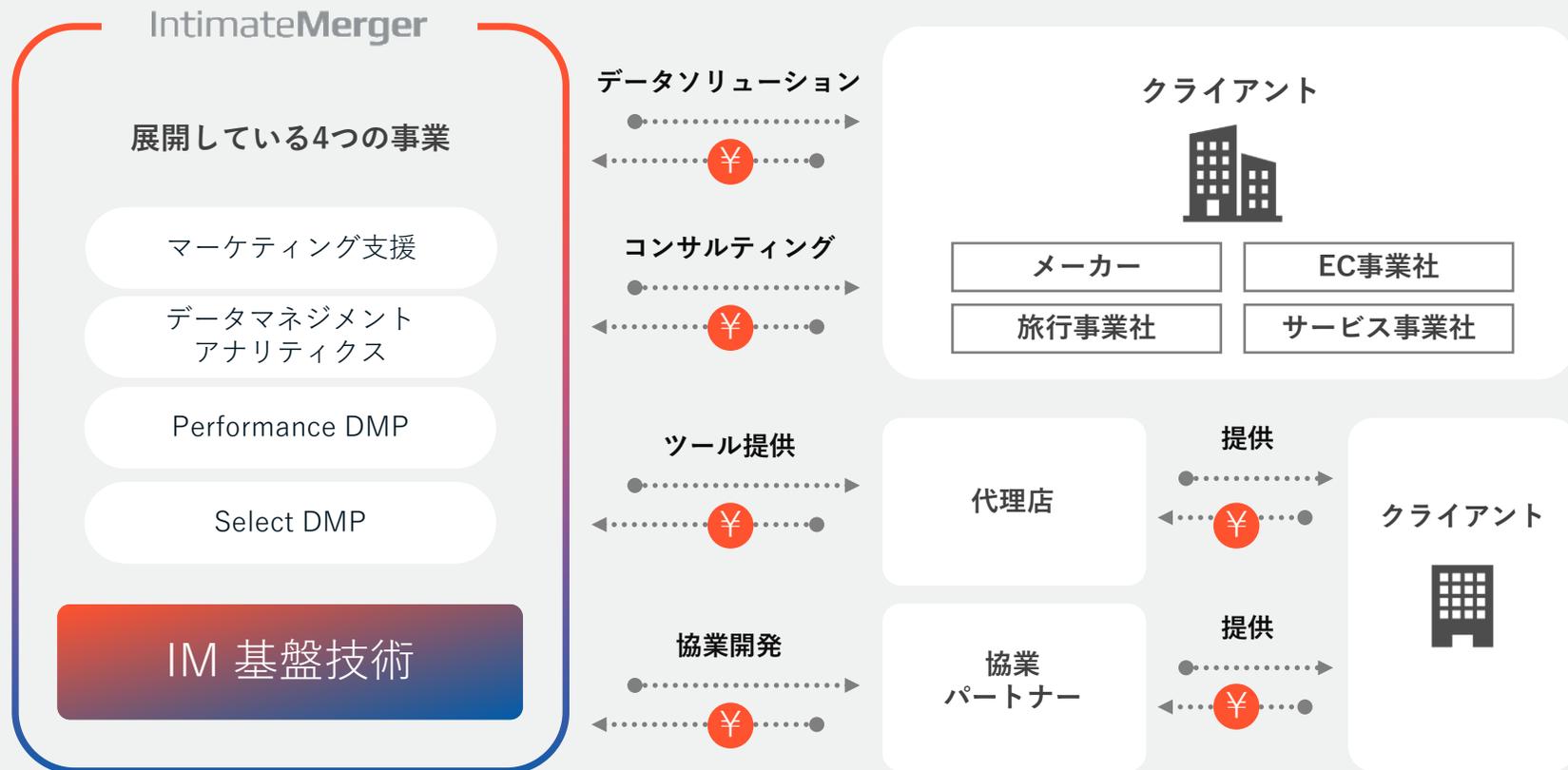
基盤技術である「IM DMP/CDP/CMP」を基軸としたデータを基に事業を展開



事業の内容

1. 会社概要
2. **事業の内容**
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 財務ハイライトと重要な経営指標
6. 成長戦略
7. リスク情報

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



4つのソリューションを提供。

ソリューション一覧	ソリューションの説明
1 マーケティング支援	IM-DMPを活用したユーザーフィルタリングを通して、費用対効果の高いマーケティング活動を支援するサービス。
2 データマネジメント・アナリティクス	IM-DMPのデータを企業に提供したり、企業の保有ツールとIM-DMPを連携することで、企業が持つ1st Party Dataの精度の向上、分析を支援するサービス。
3 Performance DMP	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。
4 Select DMP	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。

03 市場環境

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. **市場環境**

4. 競争優位性
5. 財務ハイライトと重要な経営指標
6. 成長戦略
7. リスク情報

世界中で3rd Party Cookieに対する規制が始まっており、3rd Party Cookieを利用した従来のデジタルマーケティングが困難に。3rd Party Cookie を利用しない「ポストCookie」時代へ突入し、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

○ 2025年以降.....



Google社がChromeでの 新たなプライバシー 制御機能を追加予定

3rd Party 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。

海外企業では既に3rd Party 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

主要なWeb関連ツール

	リターゲティング	アクセス解析	MA (マーケティングオートメーション)	CDP (カスタマーデータプラットフォーム)
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

3rd Party Cookieの規制が、企業・業界に及ぼす具体的な悪影響

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。



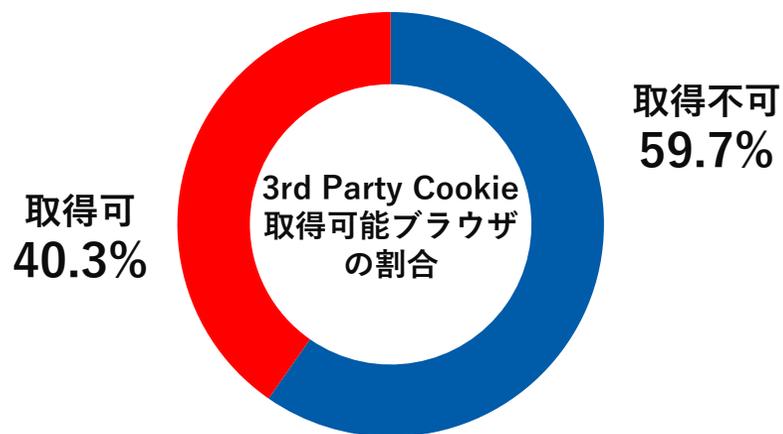
既に海外で普及しているポストCookieサービスと同等のソリューションを開発済み。当社の基盤技術は、ポストCookieソリューションを提供する主要な海外事業者との連携も既に図れており、国内事業展開における優位性を有する。

ポストCookieサービスを展開する海外事業者と比較し、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	-

既に約6割のブラウザは3rd Party Cookieの取得が不可能。将来的にはさらに増加する可能性もあり、引き続き3rd Party Cookieを代替するソリューションが求められる。

現状



Windows
(Microsoft Edge)

×

iPhone
(Safari)

×

Android
(Chrome)

○

今後

2024年7月

GoogleもChromeの
3rd Party Cookie廃止を予定
していたが、取り止めを発表

- Edge・Safariでは、3rd Party Cookie取得不可能。依然として約6割が取得不可能ブラウザ。
- 今後、Chromeにおいてオプトイン形式での同意取得も想定され、さらにCookie取得不可能ブラウザの割合が増える可能性。
- Cookieが利用できるブラウザと利用できないブラウザの両方への対策が必要。

消費全般のオンライン化や、企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）が浸透してきたことにより、業種や業界を問わずビッグデータ活用を重要視する傾向が加速化。これまでアドテック領域中心だったデータ活用技術が、幅広い領域に展開されることが期待されている。



※1 (株)電通「日本の広告費2023」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

競争優位性

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. **競争優位性**
5. 財務ハイライトと重要な経営指標
6. 成長戦略
7. リスク情報

創業当初より培ってきた「データ・開発力・汎用性」を基軸に他のプレイヤーへの参入障壁を確立。
更に、この強みによって他プレイヤーとの協業が促進され、新プロダクトの創出にも寄与している。

これまで培ってきた3つの強みを基軸に参入障壁を確立

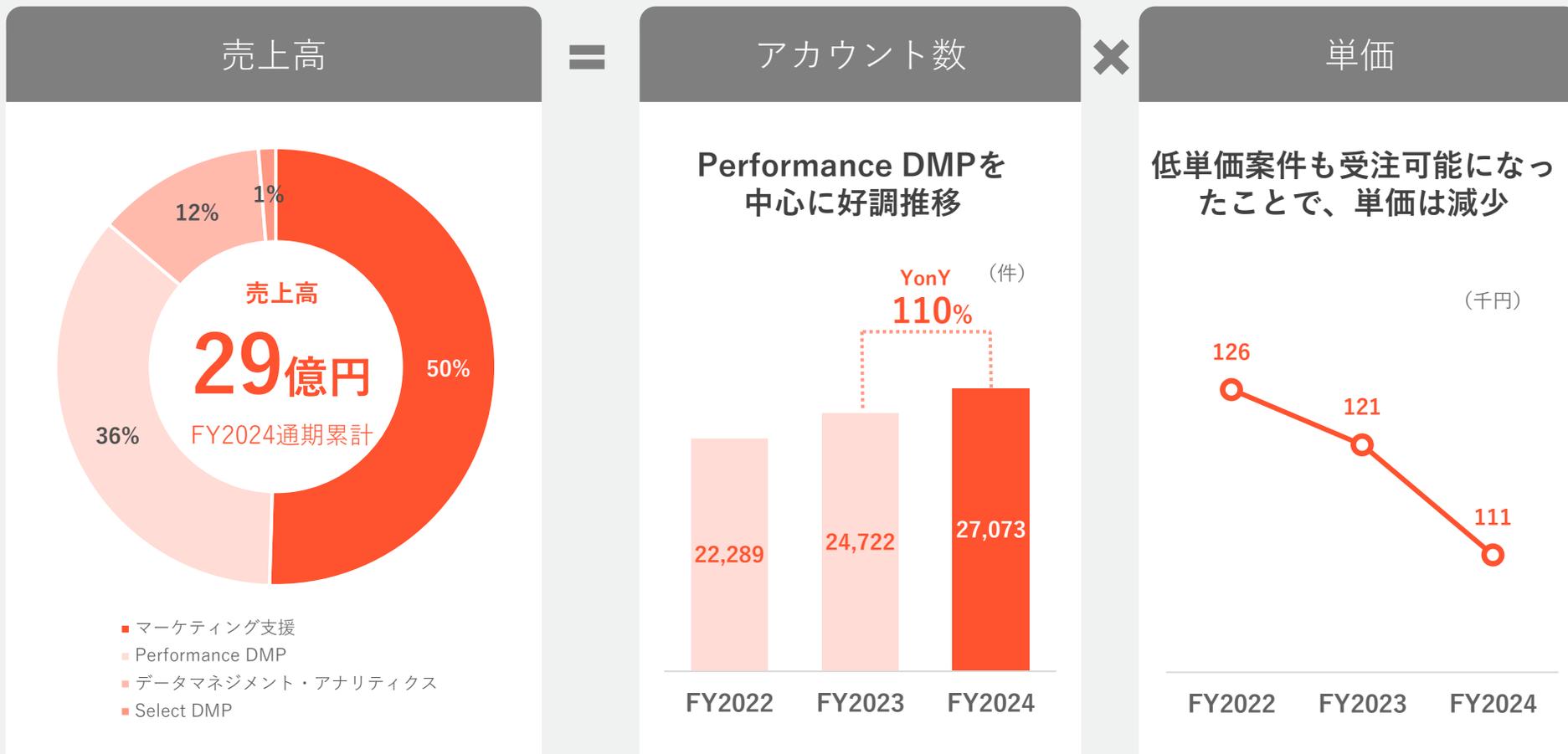


財務ハイライトと 重要な経営指標

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. **財務ハイライトと重要な経営指標**
6. 成長戦略
7. リスク情報

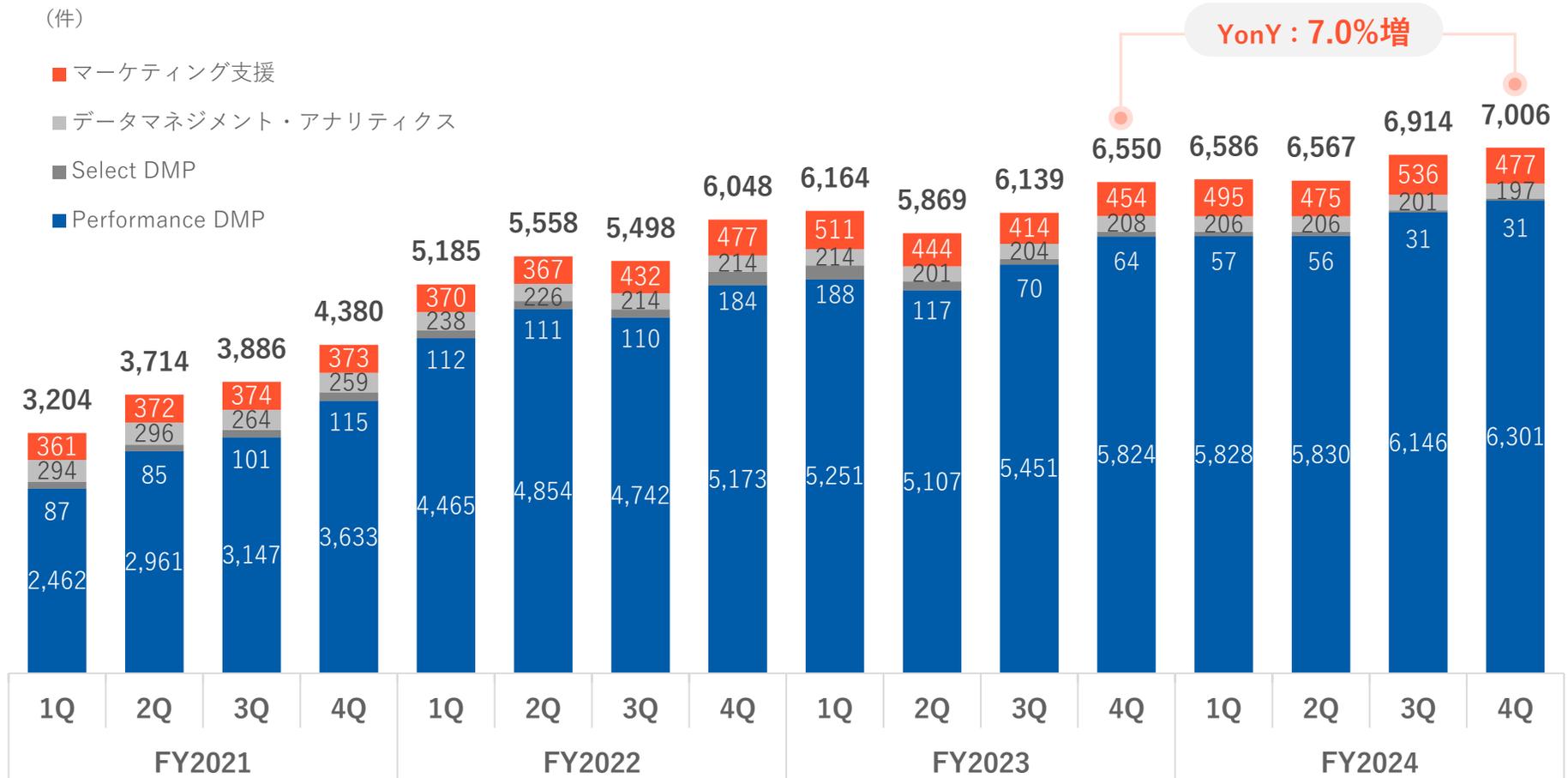
生成AIを活用した業務の効率化により、これまで受けられなかった低単価の案件も受注可能となったことで、Performance DMPを中心にアカウント数は好調に推移。

単価の低いソリューションの比率が増加したことで単価は減少したものの、案件数の増加によりカバーし過去最高売上を更新。



アカウント数の推移

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を行った他、業務効率化によりこれまで受けられなかったバリュエーションの案件が受注可能となり、アカウント数は増加。

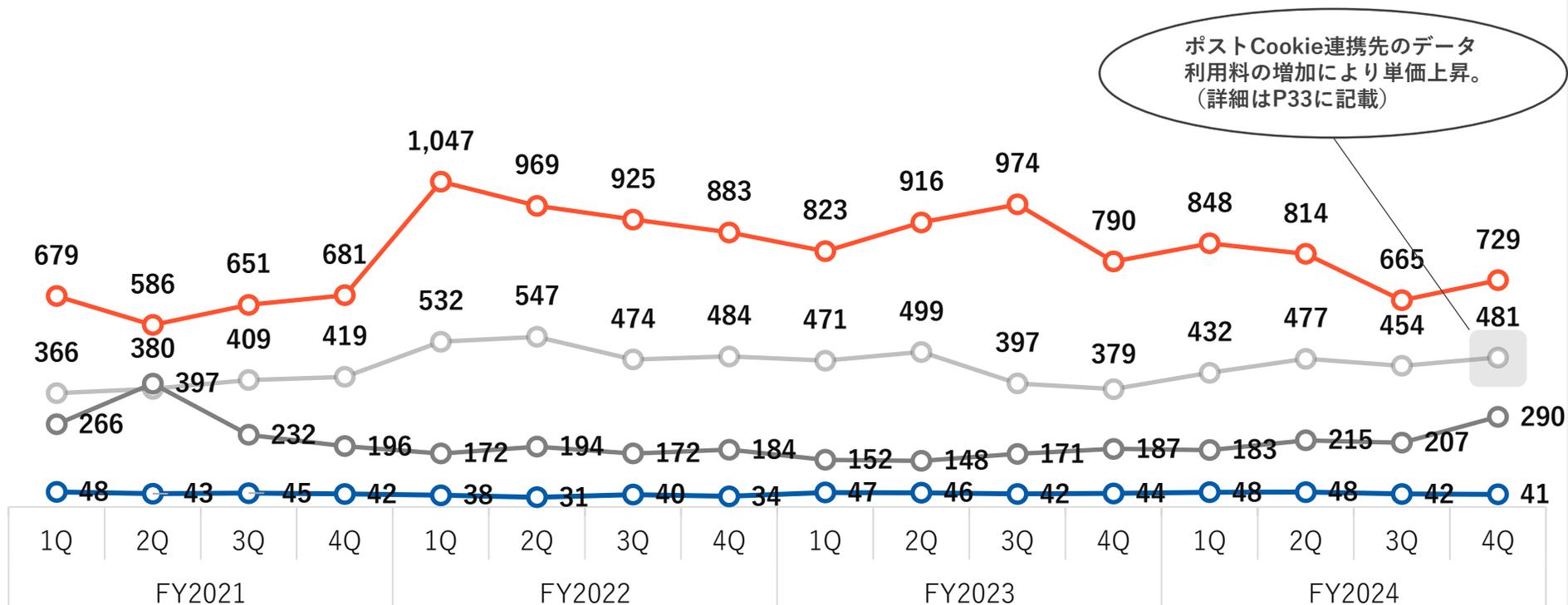


平均単価の推移

マーケティング支援は、前年度に受注していたスポットの大口案件の影響もあり、単価は減少。
 Select DMPにおいて、大手営業代行事業者のサービスに連携し、インフラ利用料として収益を得るサービスラインナップを増やしたことで、単価が増加傾向。

(千円)

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



ポストCookie連携先のデータ利用料の増加により単価上昇。
 (詳細はP33に記載)

FY2025 通期業績予想

流動的であった3rd Party Cookieを取り巻く環境が落ち着いたことで、改めて高まる需要を取り込み、売上高はYonY17.8%増加を見込む。利益率の高いソリューションの比率を高め、売上成長率より高い利益成長を実現する。

(百万円)

	FY2024 実績	FY2025 予想	YonY	
			増減額	増減率
売上高	2,995	3,528	+533	+17.8%
営業利益	86	128	+42	+49.5%
(営業利益率)	2.9%	3.7%	-	+0.8%
経常利益	85	127	+41	+47.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	57	84	+27	+48.4%
(当期純利益率)	1.9%	2.4%	-	+0.5%

年度別業績推移

アドテク領域／クロステック領域ともに、提携先のサービスにデータを連携するインフラ提供としてのラインナップを拡充し、収益力と生産性の向上を図る。

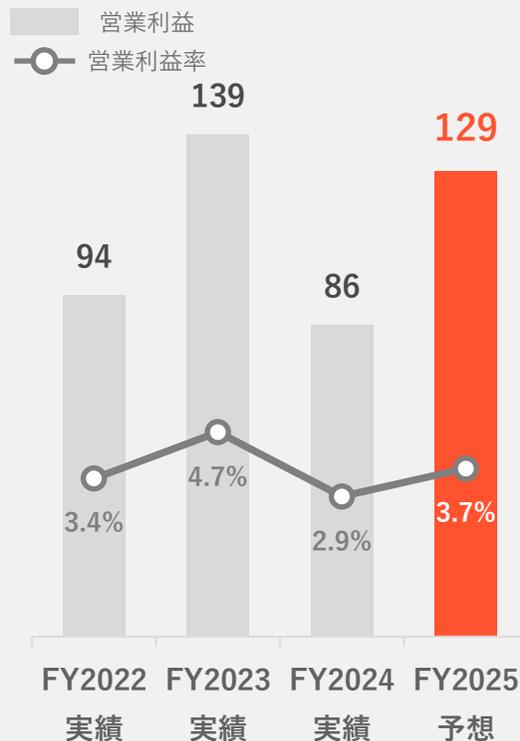
売上高

(百万円)



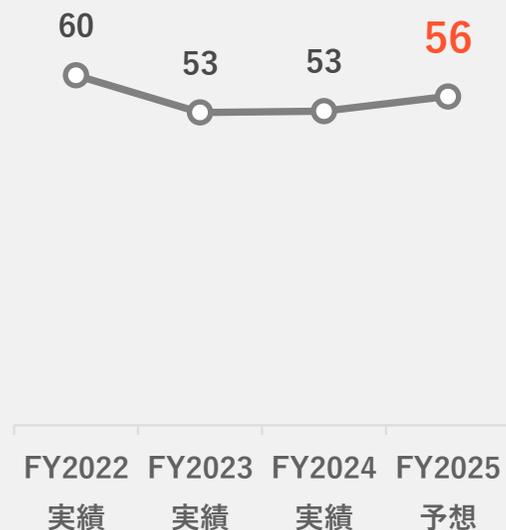
営業利益/営業利益率

(百万円)



従業員1人当たり売上高^{※1}

(百万円)



※1：売上高を期中の平均正社員数で除した数値

成長戦略

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 財務ハイライトと重要な経営指標
6. **成長戦略**
7. リスク情報

既存のアドテック領域サービスの代替手段となる「ポストCookie」市場でシェア拡大を目指すとともに、アドテック領域でのデータやデータ利活用に関するノウハウを他領域へ展開するため、開発や販売人員の強化等リソースを投下し、サービス提供領域の拡充を図る。

中期では「ポストCookie・X Tech領域」にリソースを投下しさらなる成長を図る



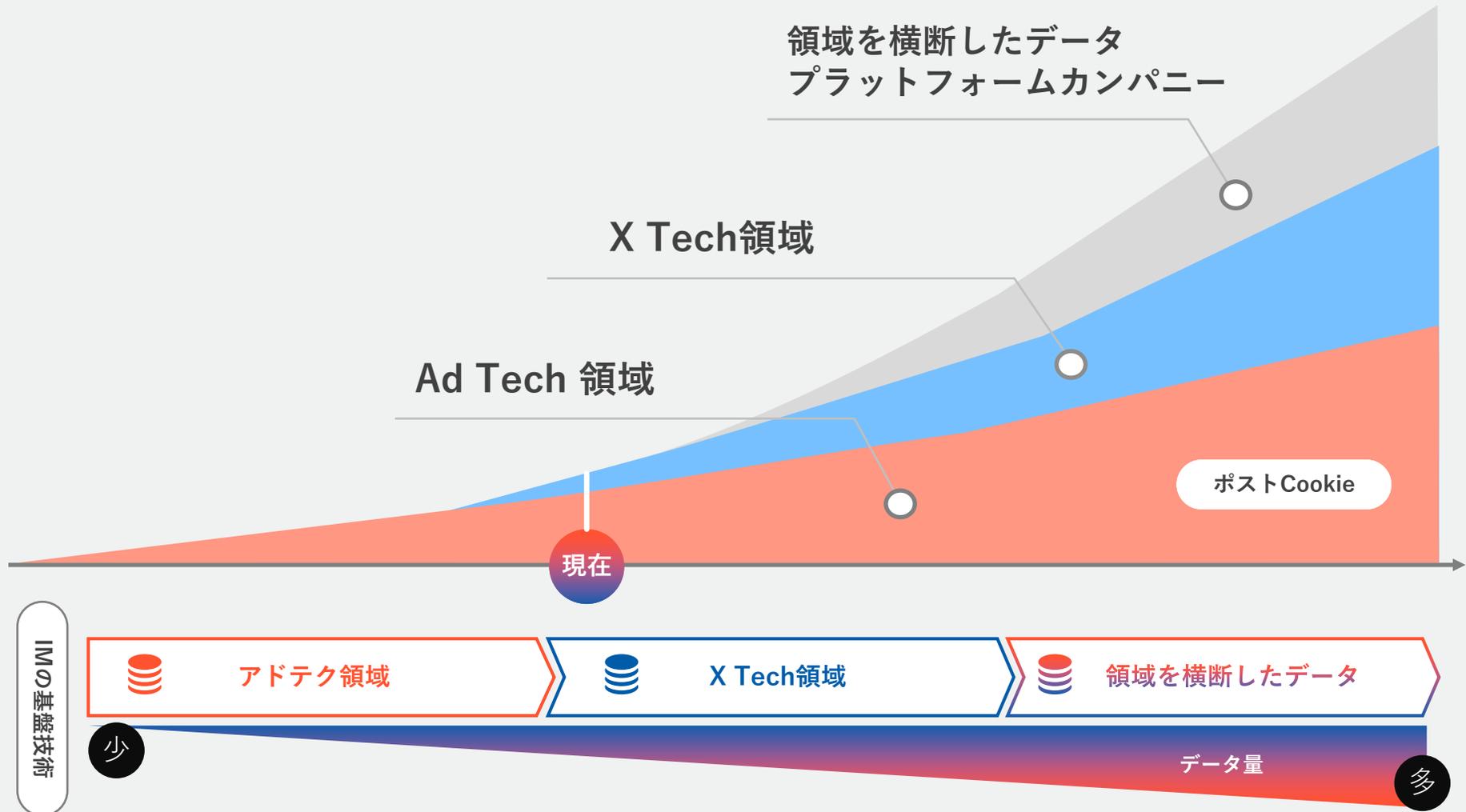
Ad Tech領域で培った、企業が保有する顧客データ（1st Party Data）と3rd Party Dataを連携して分析する基盤技術を利用し、セールス領域（企業の営業活動の効率化）やリテール領域（小売店のマーケティング支援）等、X Tech領域におけるデータを利用した効率化のサービス開発が可能。

IMの基盤技術をベースに成長性の高い二つの領域で事業拡大

	戦略の詳細	市場の成長性	特徴	基盤技術
Ad Tech 領域 ポストCookie	領域TOP 国内のポストCookieソリューションのNo.1の地位確立を目指す	高	先行優位 （開発完了）	IM基盤技術 開発コスト/リソースを圧倒的に削減
X Tech領域	協業戦略 データ・開発力を基軸に、パートナー企業とソリューションを開発し、事業を拡大	高	データ基盤 （協業戦略）	

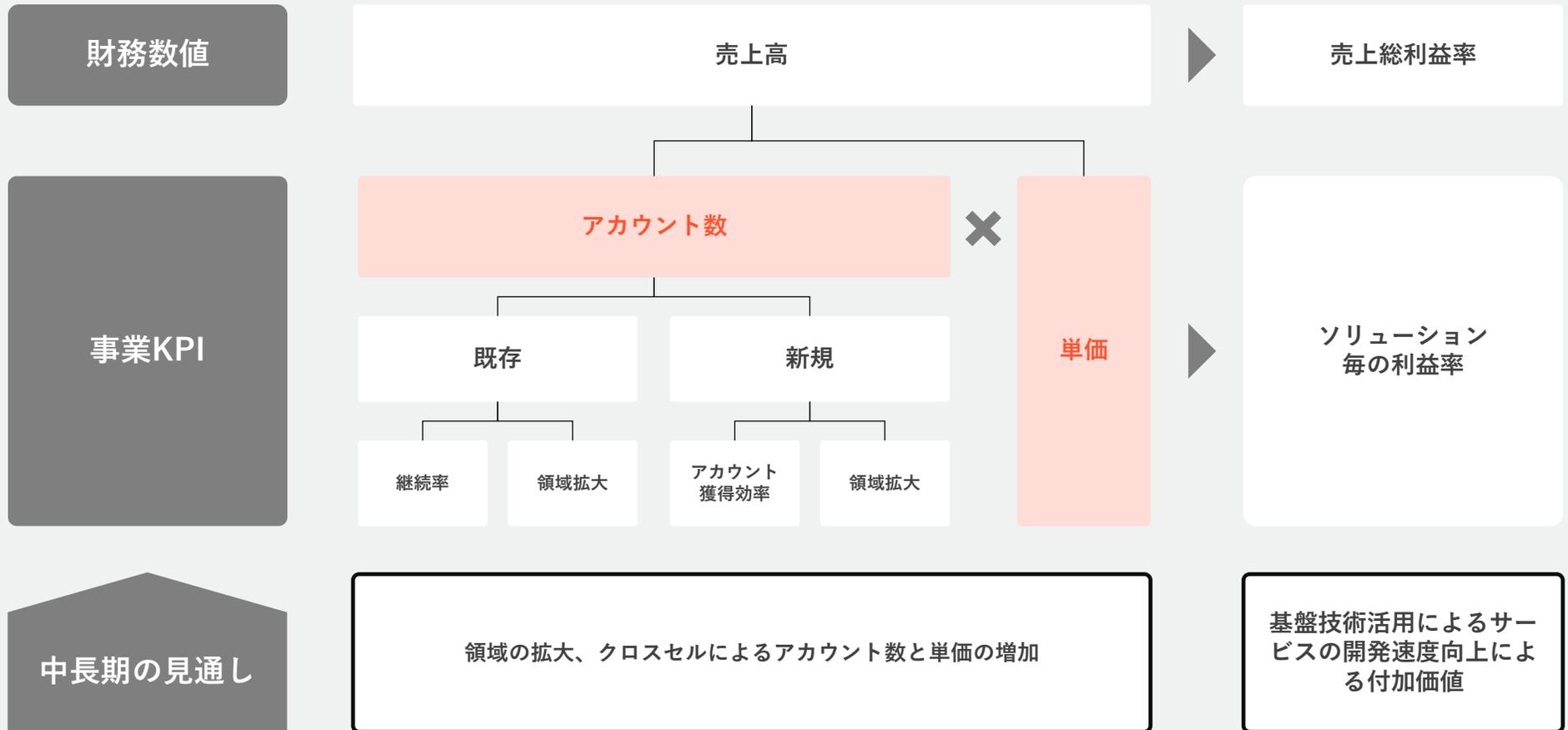
中長期成長のイメージ

これまで培ってきた「Ad Tech領域」のデータを活用し、中期的で「X Tech領域」での事業拡大を図り、長期では領域を横断した「データプラットフォームカンパニー」として成長を図る。

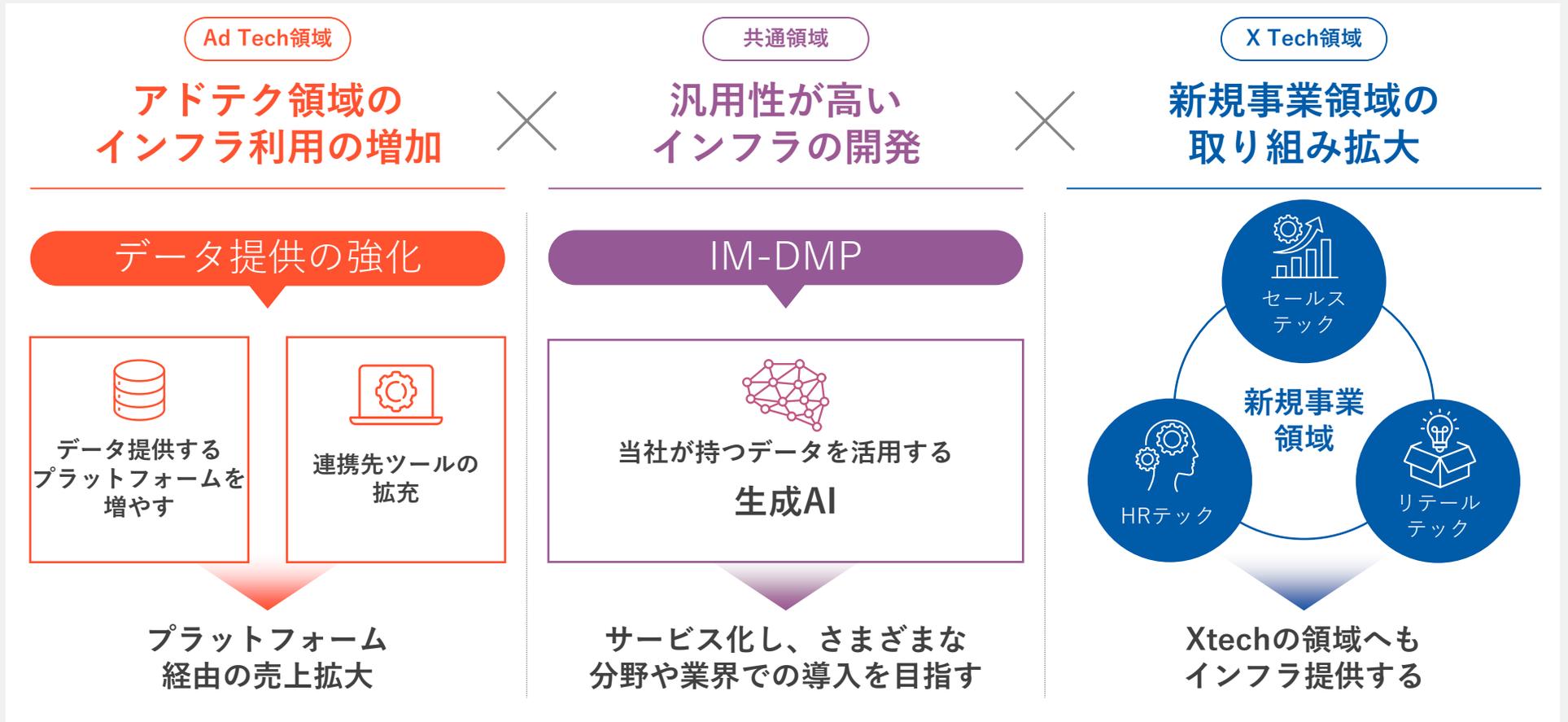


サービス提供領域を拡大することで、引き続きアカウント数の増加を目指すとともに、今後は、領域を横断したデータ活用を進めることでサービスの高付加価値化を行い、単価上昇とソリューション毎の利益率向上にも注力していく。

中長期で企業価値を最大化するために主要KPIの拡大を図る

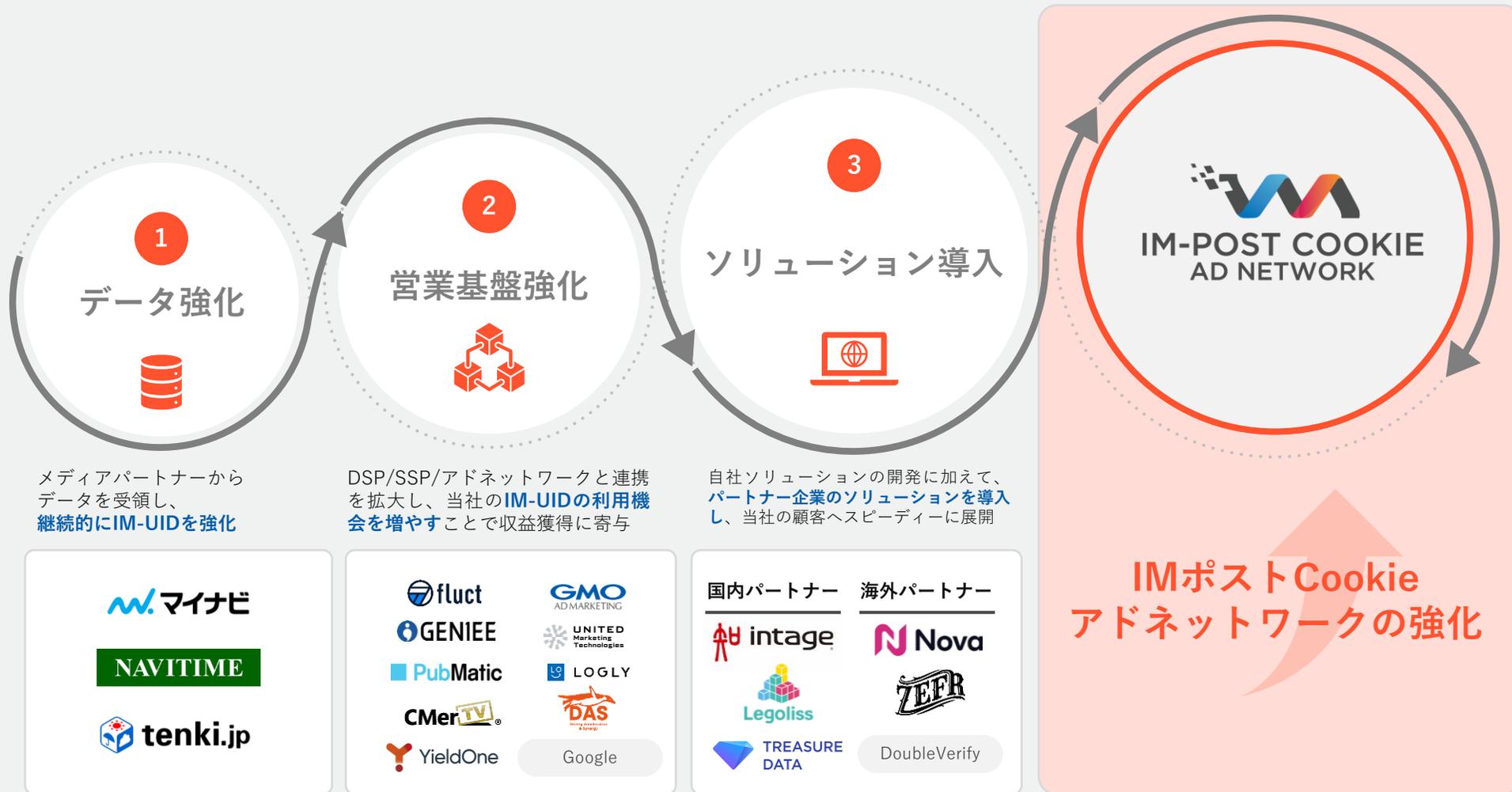


主に以下の3つの施策により、高い売上成長率を実現させる。



パートナーとの連携によるポストCookieソリューションの強化

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。



様々なアドテック事業者との連携を進め、ポストcookieソリューション「IM-UID」を利用した広告配信が可能な広告枠の割合を広げることで、インフラ利用料としての売上を拡大する準備を進めた。

営業基盤強化



コマースメディアを展開するCRITEOが提供するターゲティング広告ソリューションに「IM-UID」を連携。



アクセルマークが提供する広告配信プラットフォーム『AXEL MARK DSP』および『ADroute』に「IM-UID」を連携。



国内最大級のテレビ視聴データを活用するDSP「TVBridge Ads」に「IM-UID」を連携。

ソリューション導入



株式会社unerryと共同して、オンラインとオフラインを統合したマーケティング効果測定サービスを提供。



株式会社シグニティと、プッシュ通知を活用した新たな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。



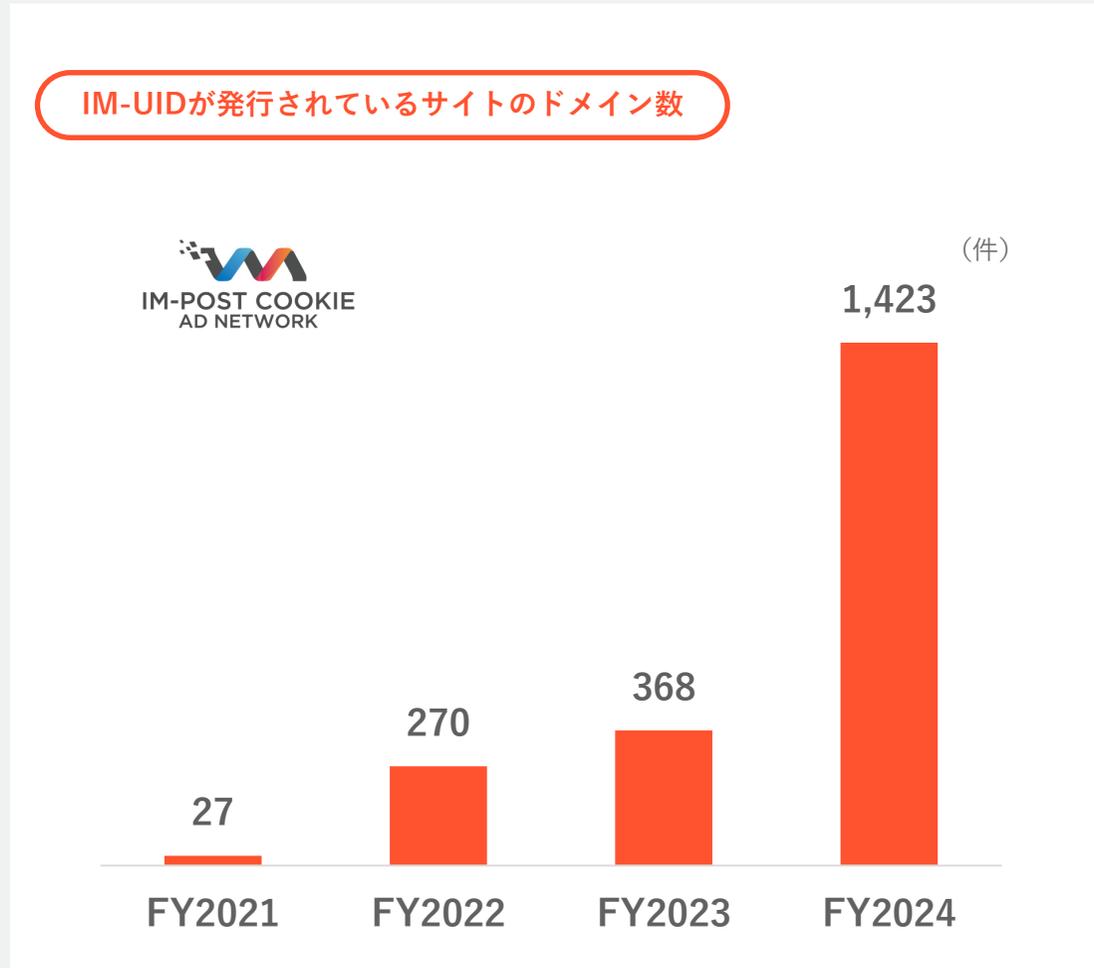
株式会社ログラフが提供するコールトラッキングシステム「Call Data Bank」とIM-DMPを連携。



株式会社ログラフとポスト Cookie 時代のリターゲティング広告サービス「IM-ODB Connect」を共同開発。

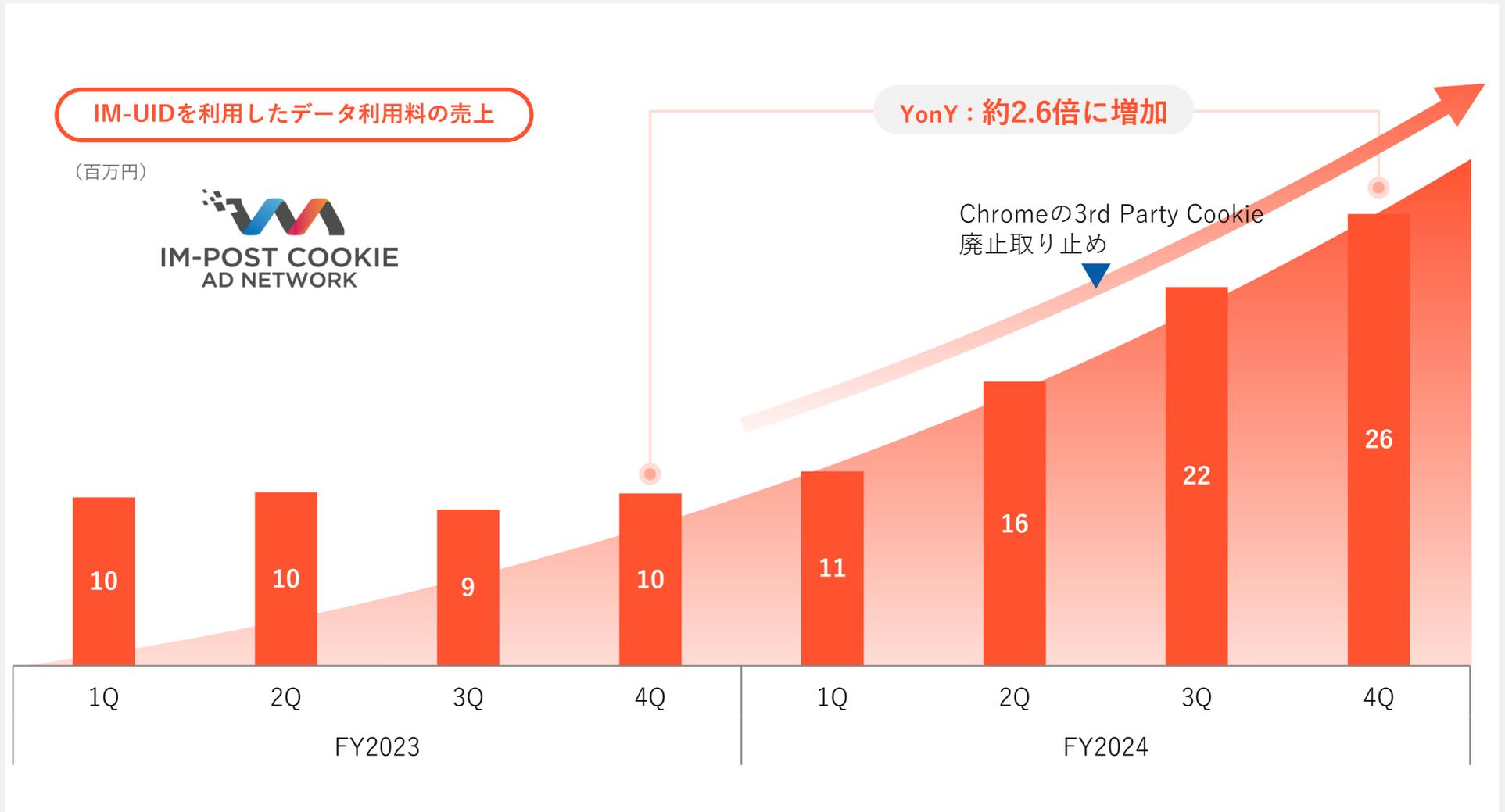
ポストCookieソリューションの進捗

ここ数年、当社のポストCookieソリューションである「IM-UID」を各DSP/SSP事業者へ連携する取組を進めてきたが、2024年3月に連携したCRITEO社を中心に提携先のアドテク事業者を通じた「IM-UID」の導入が大きく加速。



ポストCookieソリューションの進捗

連携先の広告配信プラットフォームにおいて「IM-UID」を利用した広告配信量が増加し、データ利用料の売上も増加傾向。
Chromeの3rd Party Cookie廃止取り止め後もポストCookieの需要は順調に伸長。



Ad Tech領域で培った「データ」や「基盤技術」を活用した、X Tech領域(アドテク以外の領域)での事業拡大を目指して、各領域の事業者と連携をして新たなサービス開発を進めた。

Retail Tech



株式会社SUPER STUDIOとアライアンス連携。
EC カート成長率 No.1の「ecforce」導入ショップに向けた専用窓口を開設し、「Performance DMP」を導入のサポートを開始。

Fin Tech



子会社のクレジットスコア株式会社が、株式会社アプラス社の金融プラットフォーム「BANKIT® (バンキット)」に対してポイントプログラムの提供を開始。



ディグラム・ラボ株式会社とOpen AIを共同開発。
生成AIを活用し、性格タイプに合わせてカスタマイズされた保険の選び方を提案するサービスをライフネット生命保険株式会社に提供。

07

リスク情報

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 財務ハイライトと重要な経営指標
6. 成長戦略
7. **リスク情報**

項目	主要なリスクと対応策	可能性	時期	影響度
<p>新サービス等の 開発体制</p>	<p>インターネット市場における技術革新のスピードは非常に早く、競合優位性の確保ができない場合には、新規受注の減少や契約継続率の低下により当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。新サービスの開発に際しては、システム開発の必要性や優秀な人材の拡充が必要となるため、迅速な開発が行える体制整備や優秀な開発人材の確保を行ってまいります。</p>	<p>中</p>	<p>常時</p>	<p>大</p>
<p>優秀な人材の 確保と教育制度 の充実</p>	<p>当社グループは、今後の成長のために、多様で優秀な人材の確保が不可欠であり、必要な人材を確保できない場合、あるいは人材の社外流出等が発生した場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。このため、当社ではソーシャルメディアの活用等、採用方法の多様化を図り、当社グループの求める専門性や資質を兼ね備えた人材の登用を進めるとともに、研修制度の充実等、教育体制の整備を進め、人材の定着と能力の底上げを行っていく方針であります。</p>	<p>中</p>	<p>中期 ～ 長期</p>	<p>大</p>
<p>認知度の向上</p>	<p>当社グループは、これまで広告宣伝活動に頼らず、提供サービスの機能優位性に拠る形での営業活動に専念してまいりました。その結果として、現在、幅広い業種、企業に当社グループ製品を導入頂き、継続的な取引による確固たる顧客基盤の構築を実現することが出来ていると考えております。一方で、当社グループ及び当社サービスの認知度の向上を図ることができず、今後の新規案件の獲得や更なる成長を続けることができず、当社の業績に影響を与える可能性がございます。そのため、今後は広告宣伝活動による積極的な販売促進活動に取り組み、認知度の向上に努める方針であります。</p>	<p>低</p>	<p>中期 ～ 長期</p>	<p>中</p>

※その他のリスクについては、有価証券報告書の【事業等のリスク】をご参照ください。

END

本資料は、本決算の発表後（11月下旬～12月上旬）を目処として更新し、開示を行う予定です。
なお、財務数値及び事業の進捗に関する事項は、四半期毎に開示を行う予定です。