

# 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）

## 2025年9月期 第1四半期決算説明資料

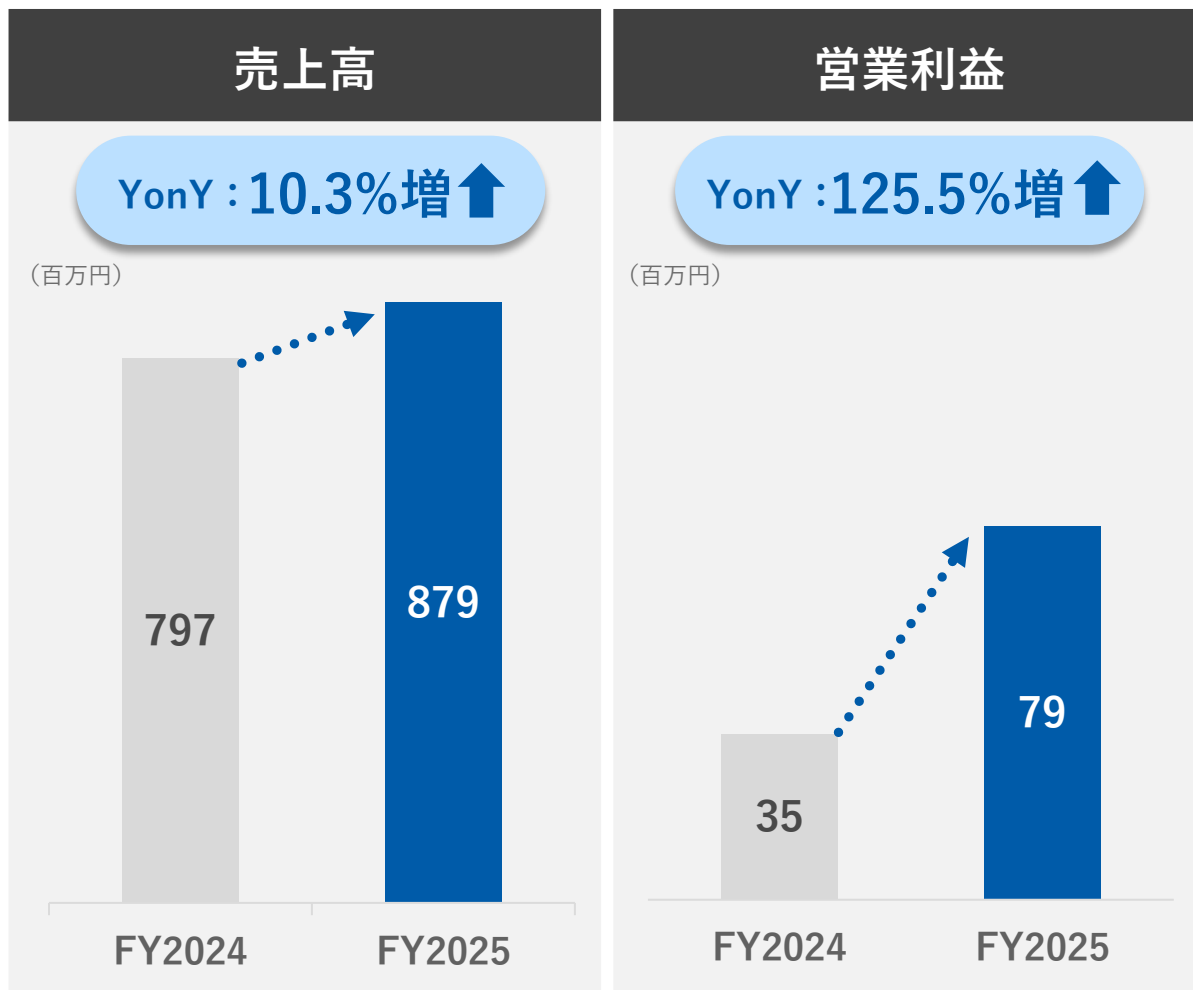
## INDEX

- Executive Summary**
1. エグゼクティブサマリー ..... P3
- Financial Results for FY2025 Q1**
2. 2025年9月期 第1四半期業績 ..... P7
- FY2025 Outlook**
3. 2025年9月期 通期業績予想 ..... P12
- Growth Strategy and Progress**
4. 成長戦略とその進捗状況 ..... P14
- About Intimate Merger**
5. 会社紹介・事業内容 ..... P23
- Appendix**
6. 参考資料 ..... P34

Executive Summary

# エグゼクティブサマリー

## 売上高、営業利益ともに四半期過去最高を更新



















### 売上高

- 生成AIの活用による業務効率化で、受注可能な案件のバリエーションが広がり、Performance DMPの売上高が増加。
- 「ポストCookie」サービスを利用した広告配信が順調に増加し、データ利用料の売上が増加。

### 営業利益

- データの付加価値が高く利益率の高いソリューションの売上比率が増加し、利益率が改善。
- 業務効率化により人件費を中心に販売管理費が減少したことも影響し、営業利益以下も増益。

# ハイライト (2/3) : 当四半期のKPI

|        | 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   |
|--------|--|--|---|---|
| 売上高    | 447 百万円 <br>YonY: +6.3%       | 107 百万円 <br>YonY: +19.7%      | 9 百万円 <br>YonY: $\Delta$ 18.2% | 318 百万円 <br>YonY: +14.2%       |
| 利益     | 105 百万円 <br>YonY: +33.5%      | 105 百万円 <br>YonY: +20.3%      | 8 百万円 <br>YonY: $\Delta$ 5.0%  | 88 百万円 <br>YonY: $\Delta$ 0.4% |
| アカウント数 | 475 件 <br>YonY: $\Delta$ 4.0% | 189 件 <br>YonY: $\Delta$ 8.3% | 32 件 <br>YonY: $\Delta$ 43.9%  | 6,508 件 <br>YonY: +11.7%       |
| 単価     | 940 千円 <br>YonY: +10.8%     | 565 千円 <br>YonY: +30.5%     | 267 千円 <br>YonY: +45.7%      | 49 千円 <br>YonY: +2.3%        |

## Ad Tech領域

- スポット需要を捉えて大口案件を獲得したことで、マーケティング支援の単価が増加。
- 生成AIの活用により受注可能な案件のバリエーションが広がり、**Performance DMPのアカウント数が過去最高を更新**。
- 「IM-UID」を利用した広告配信量が増加し、**「ポストCookie」関連のデータ利用料の売上は順調に増加**傾向。データマネジメント・アナリティクスの単価と利益増加に貢献。

## X-Tech領域

- 従来のデータ活用を超えた「オルタナティブデータセット」を提供開始。業界ニーズに応じてカスタマイズが可能な形で、多様なデータソースの提供が可能となる。
- 営業活動を効率化する「オルタナティブインテントデータ」を提供開始。Googleが開発した「Topics API」を活用し、法人単位での興味関心データにもとづき、営業活動のターゲティング精度を向上。

Financial Results for FY2025 Q1

# 2025年9月期 第1四半期業績

データの付加価値が高く収益性の高いソリューションの売上比率が高まり、売上総利益率は2.3%向上。

人件費を中心に販売管理費も減少し、営業利益以下も大幅増益。

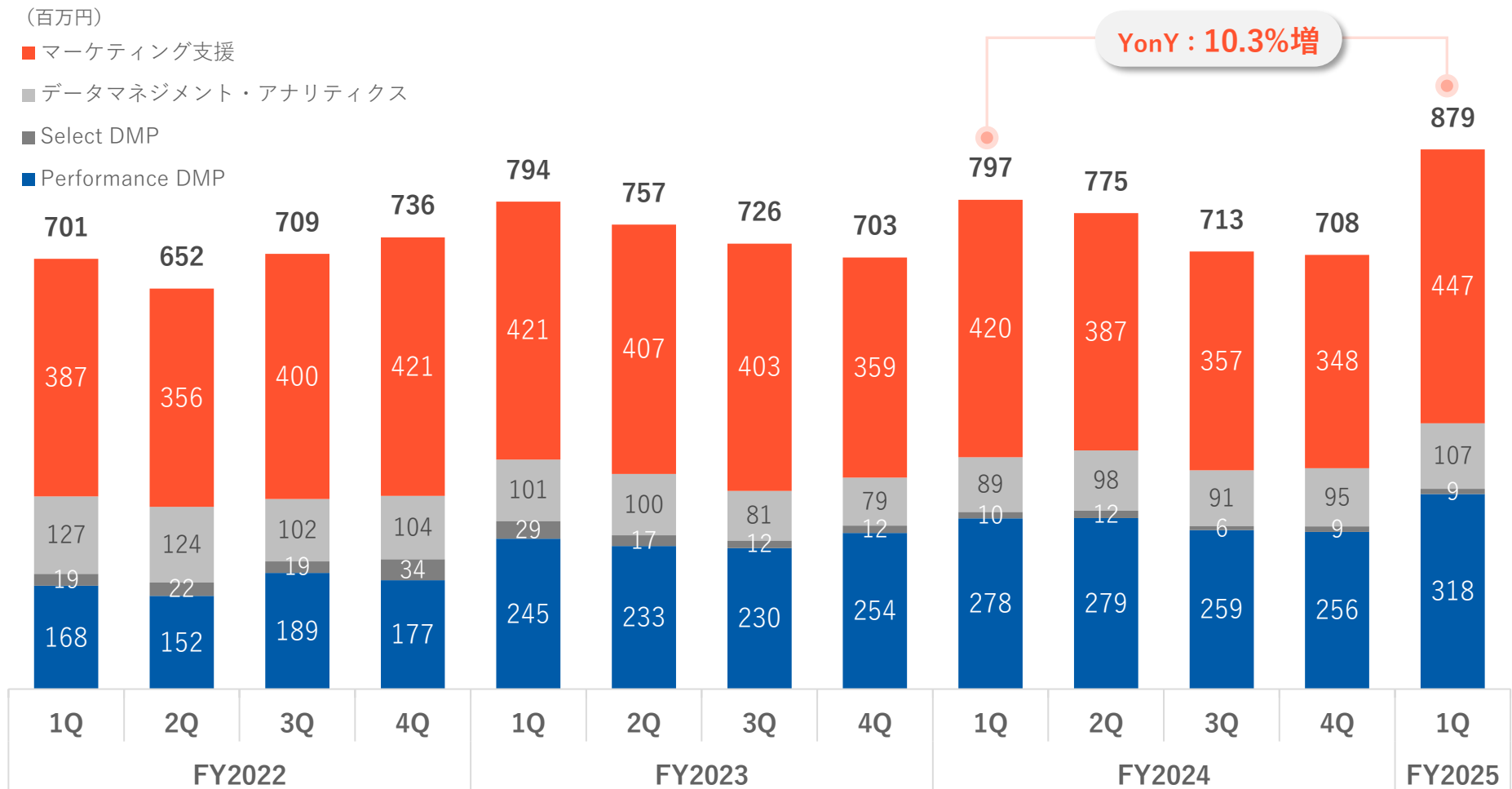
(百万円)

|                 | FY2024 Q1 | FY2025 Q1    | YonY |         |
|-----------------|-----------|--------------|------|---------|
|                 |           |              | 増減額  | 増減率     |
| 売上高             | 797       | <b>879</b>   | +82  | +10.3%  |
| 売上総利益           | 201       | <b>241</b>   | +40  | +20.1%  |
| (売上総利益率)        | 25.2%     | <b>27.5%</b> | -    | +2.3%   |
| 販売管理費           | 165       | <b>161</b>   | △4   | △2.4%   |
| 営業利益            | 35        | <b>79</b>    | +44  | +125.5% |
| (営業利益率)         | 4.4%      | <b>9.1%</b>  | -    | +4.7%   |
| 経常利益            | 35        | <b>79</b>    | +44  | +124.9% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 23        | <b>53</b>    | +30  | +124.0% |
| (当期純利益率)        | 3.0%      | <b>6.1%</b>  | -    | +3.1%   |



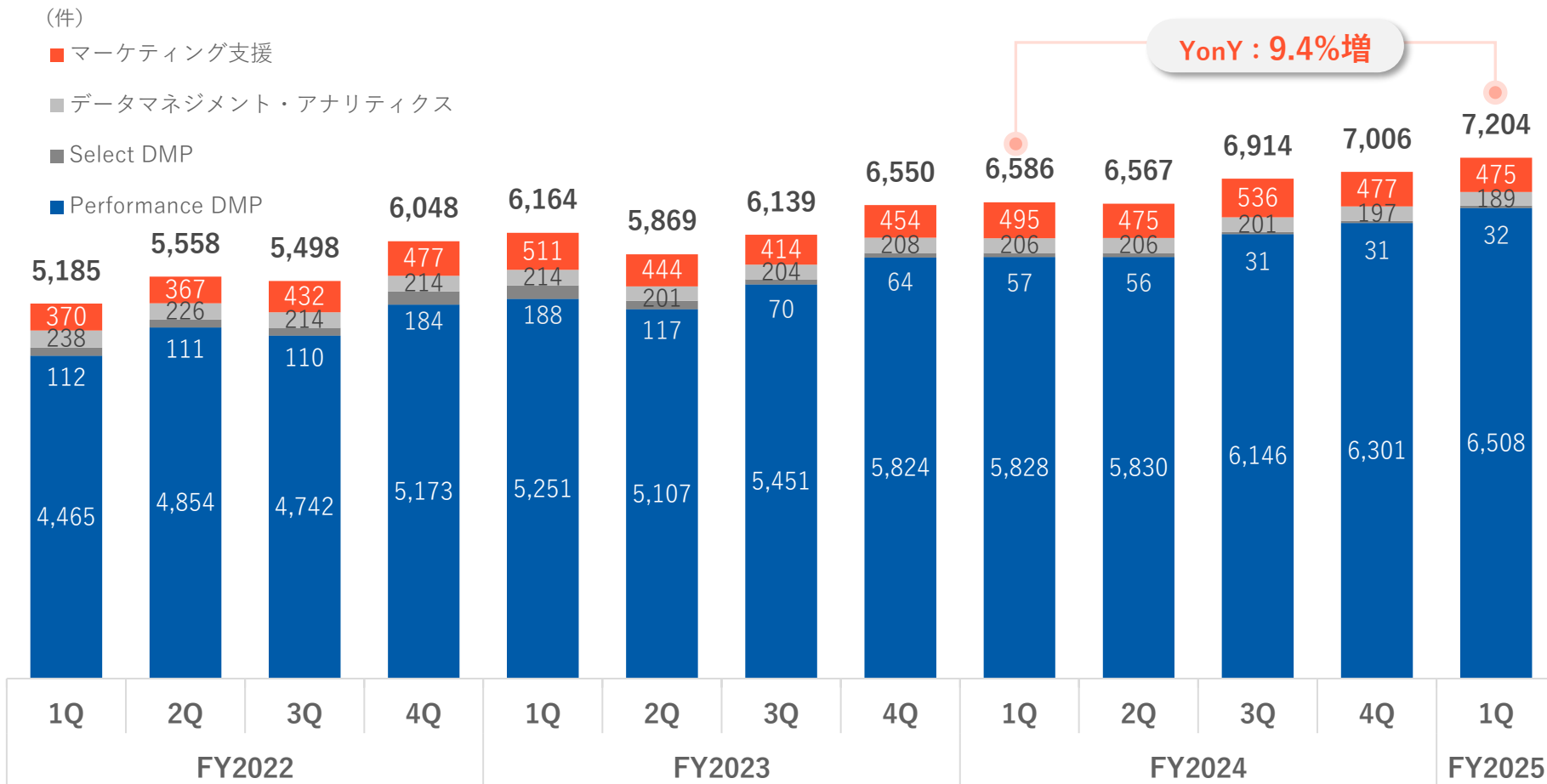
# ソリューション別売上高（四半期推移）

マーケティング支援、Performance DMPを中心に増加し、**四半期売上高は過去最高を更新**。  
収益性の高いデータマネジメント・データアナリティクスの売上増加は利益面で貢献。



# アカウント数（四半期推移）

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バリエーションの案件が受注可能となり、Performance DMPのアカウント数は引き続き増加傾向。

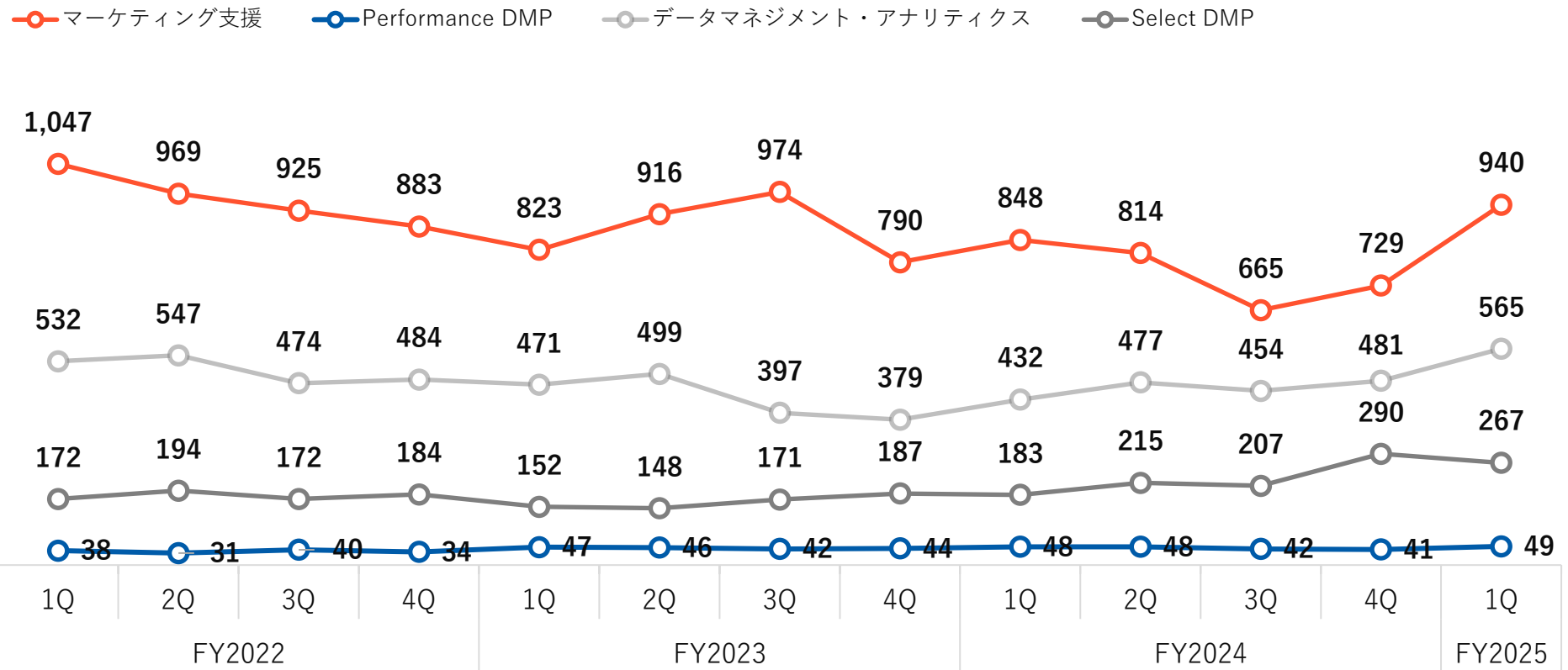


※1：1ヶ月の間に稼働したアカウントを単月アカウント数として、3ヶ月間の単月アカウント数の合計値。

# 平均単価（四半期推移）<sup>※1</sup>

スポット需要を捉えて大口案件を獲得したことで、マーケティング支援の単価は増加。  
 データマネジメント・アナリティクスの単価は、**ポストCookie連携先のデータ利用料の増加**により増加。

(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。

FY2025 Outlook

# 2025年9月期 業績予想

利益項目は年間予算に対して60%台の進捗となったが、  
Q2以降積極的な人材投資を予定しており、業績予想は据え置き。

(百万円)

|                     | FY2025 Q1 | FY2025<br>通期業績予想 | 進捗率   |
|---------------------|-----------|------------------|-------|
| 売上高                 | 879       | 3,528            | 24.9% |
| 営業利益                | 79        | 128              | 62.1% |
| (営業利益率)             | 9.1%      | 3.7%             | —     |
| 経常利益                | 79        | 127              | 62.4% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 53        | 84               | 63.2% |
| (当期純利益率)            | 6.1%      | 2.4%             | —     |

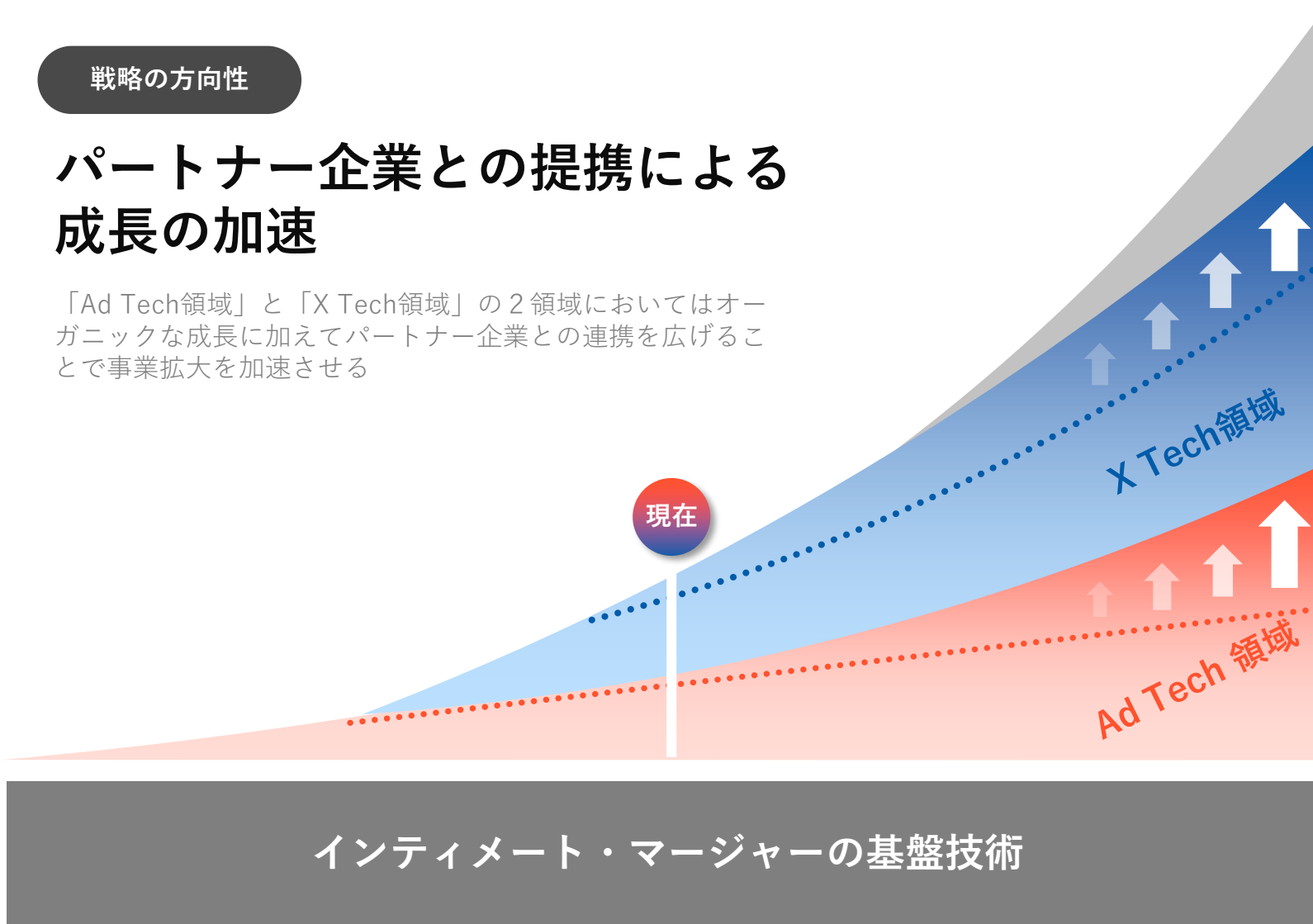
Growth Strategy and Progress

# 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

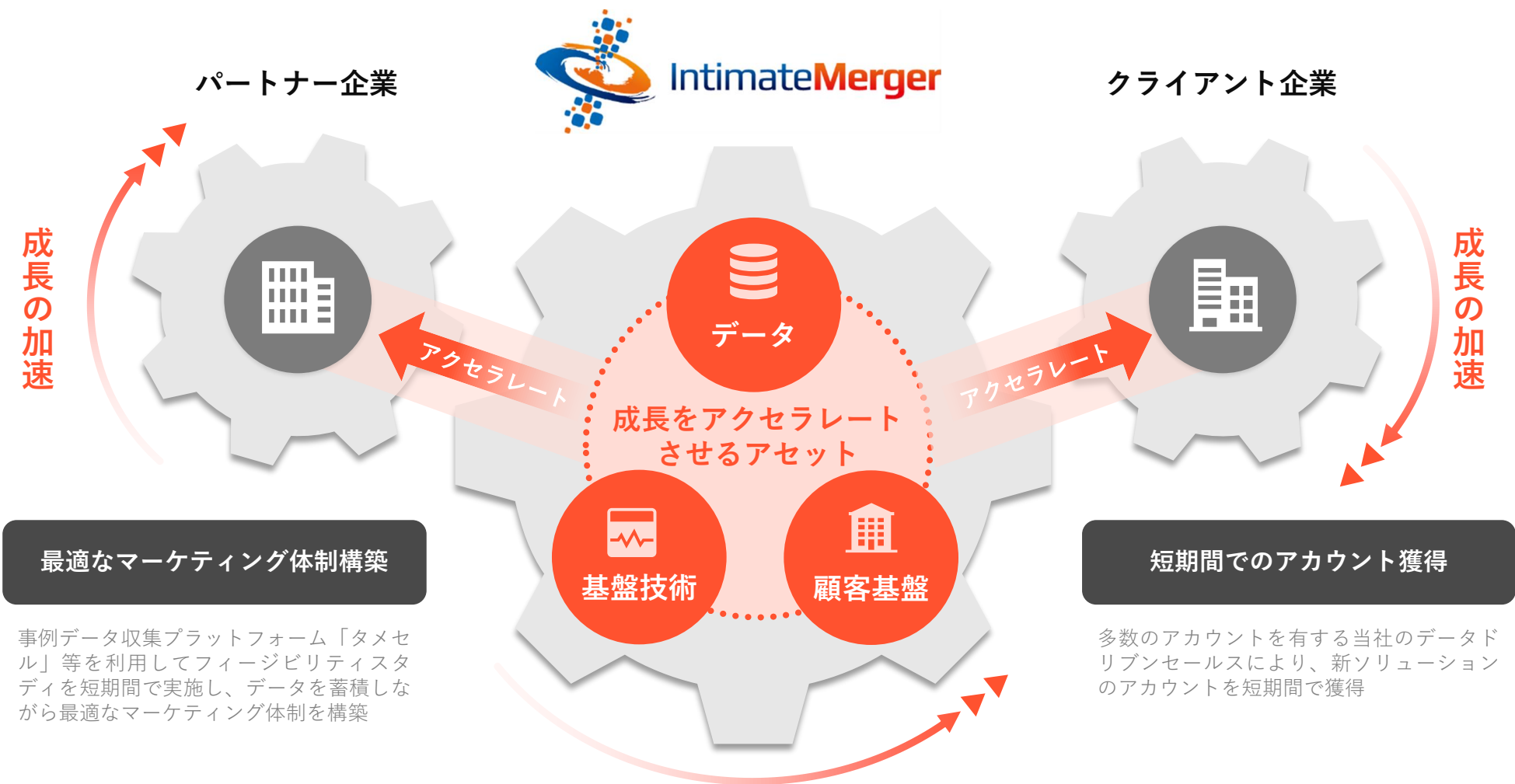
POINT

オーガニックな成長

インティメート・マージャーの基盤技術

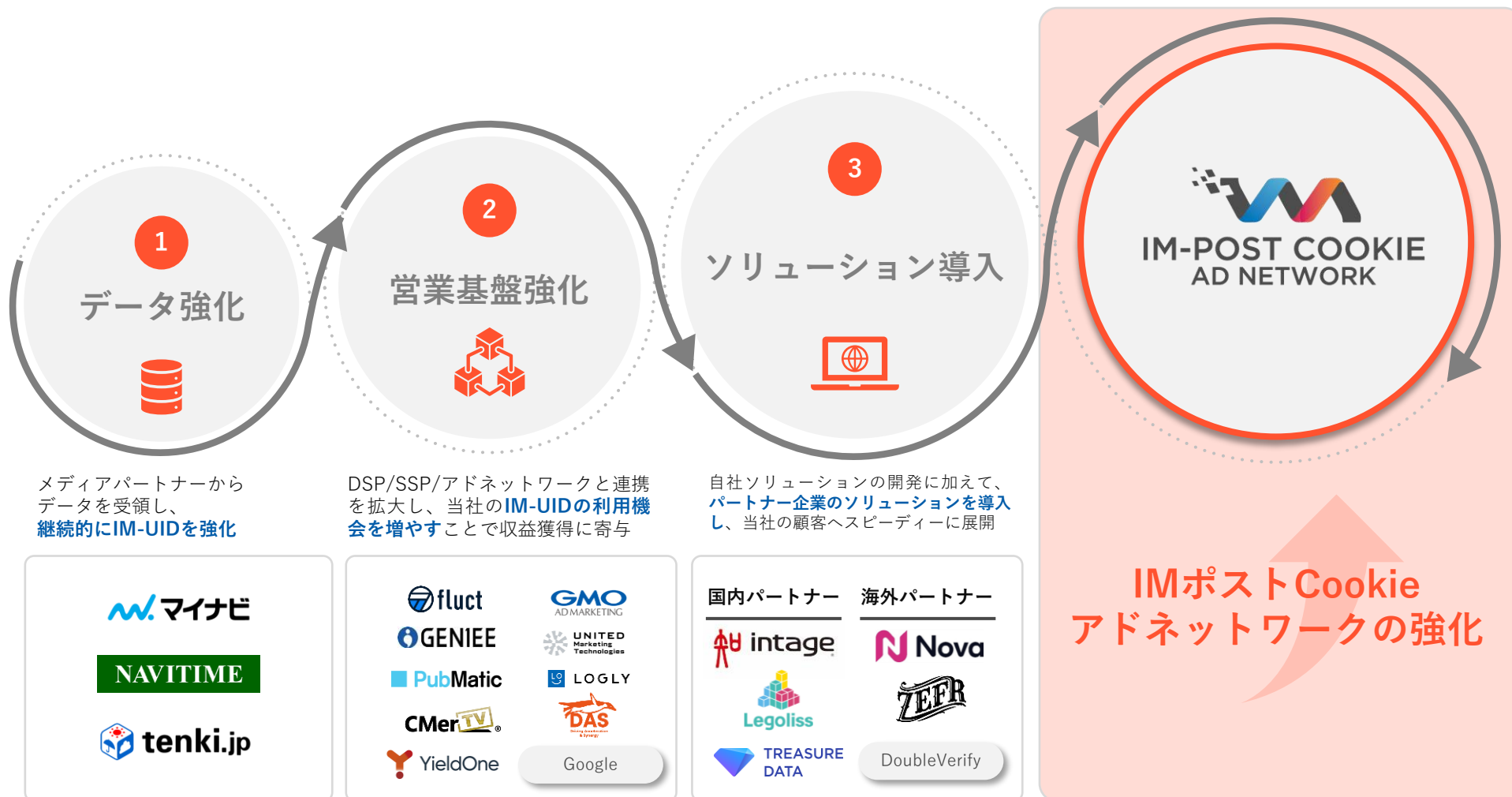
基盤技術の継続的な強化

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。

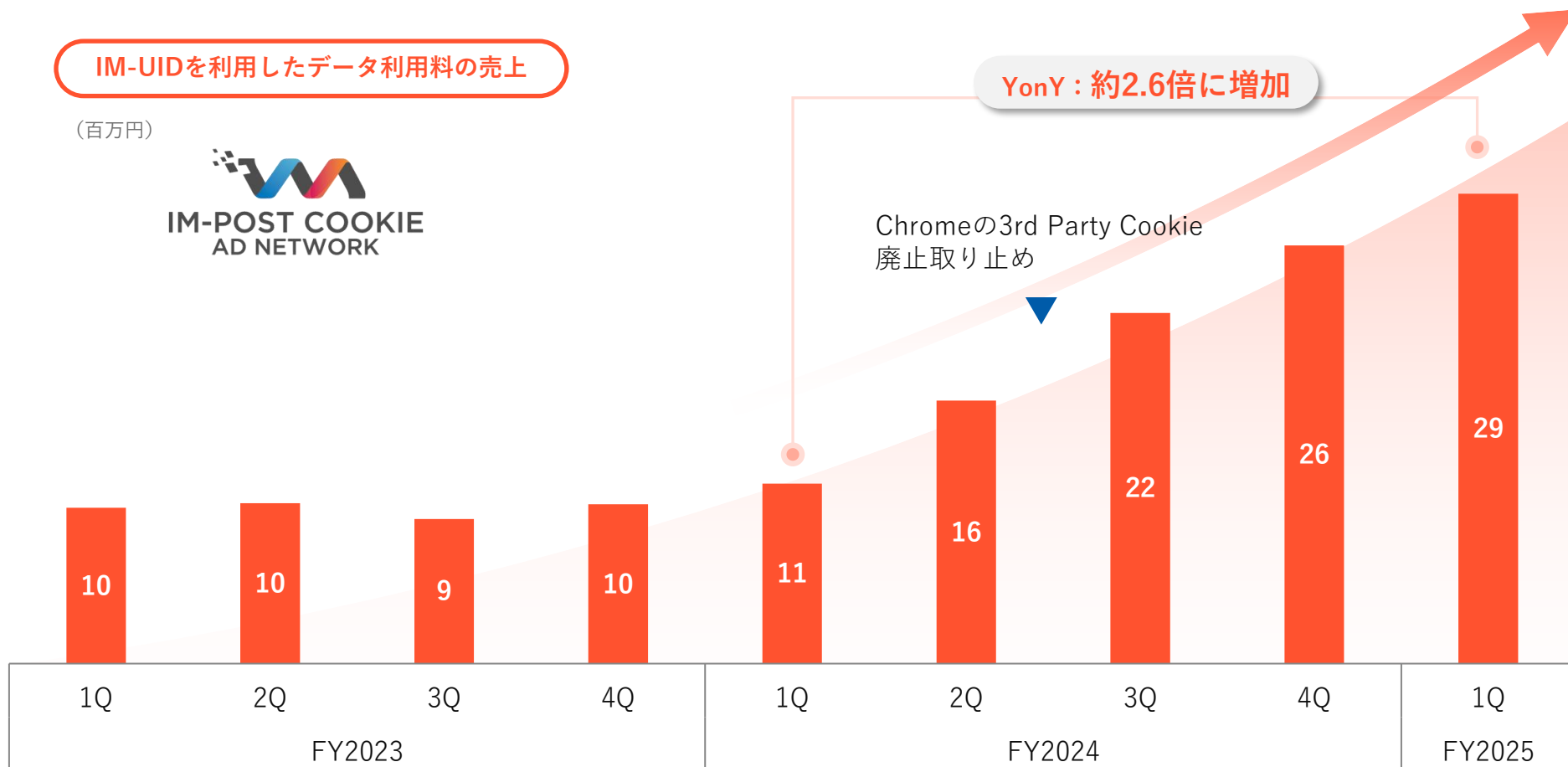




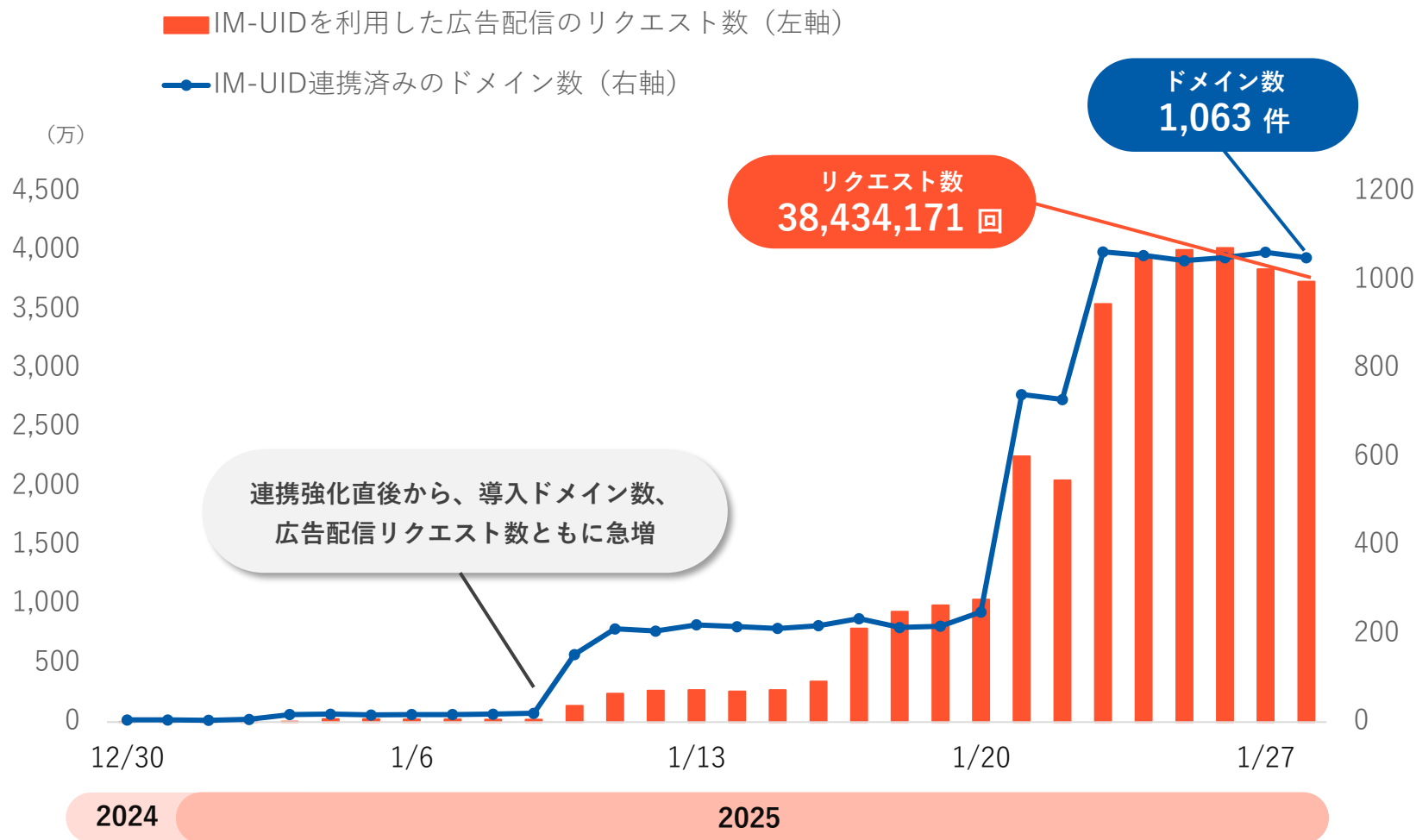
自社での基盤強化やソリューション開発に加えて、パートナーとの連携による基盤強化やソリューション導入により、IMポストCookieアドネットワークの機能強化および拡販をさらに加速させている



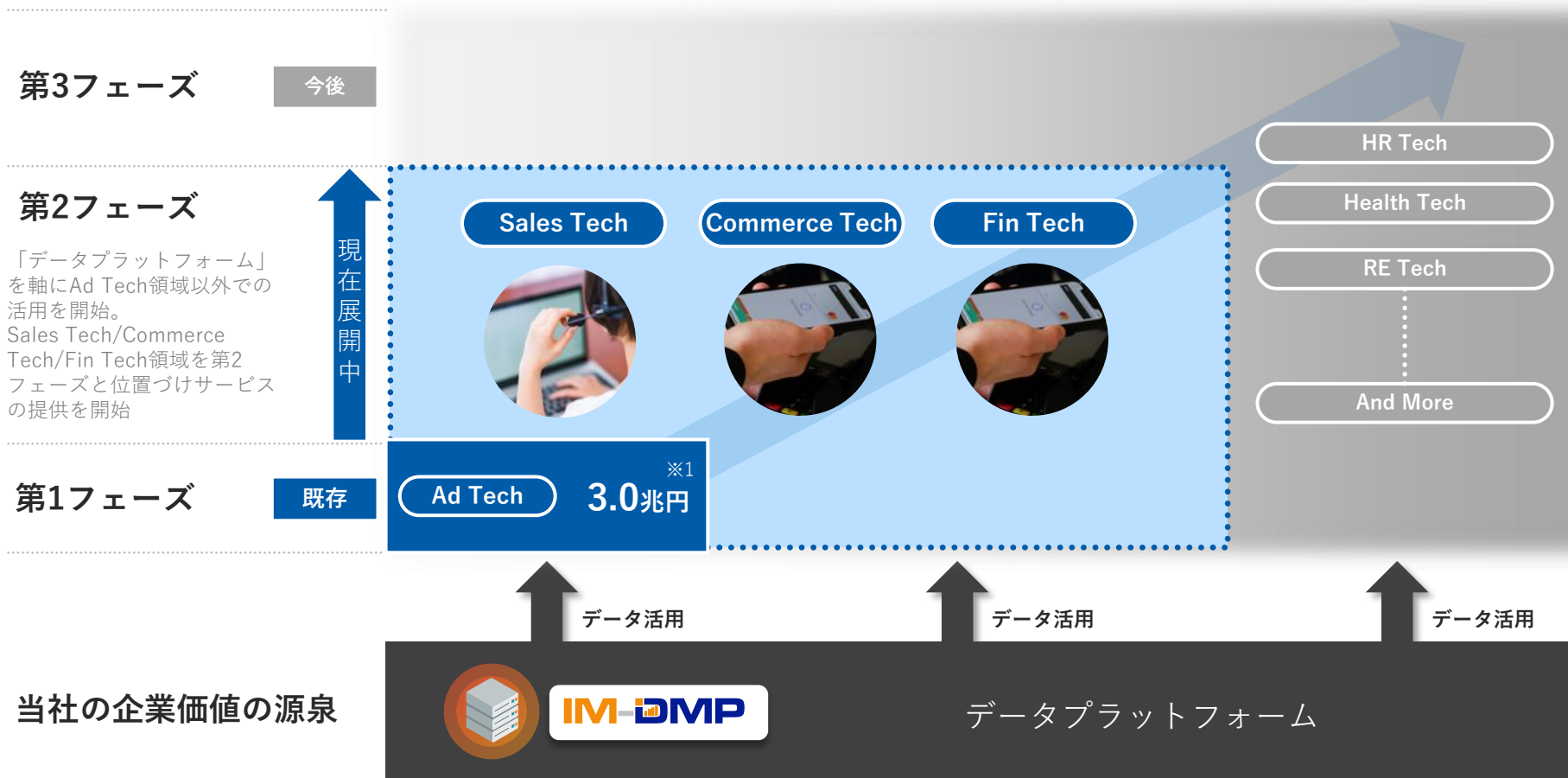
連携先の広告配信プラットフォームにおいて「IM-UID」を利用した広告配信量が増加し、データ利用料の売上も増加傾向。**Chromeの3rd Party Cookie廃止取り止め後もポストCookieの需要は順調に伸長。**



Google Ad Managerとの連携が強化され、日本の主力メディアでのIM-UID導入件数が増加。IM-UIDを利用した広告配信量増加によるデータ利用料の増加が加速する見通し。



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

従来のデータ活用を超えた「オルタナティブデータセット」を提供開始

長年にわたるデジタルマーケティングでの経験、独自に構築したデータ基盤及び多様なパートナーシップを通じて、膨大な「オルタナティブデータ」を収集・分析

### 特長 1 多様なデータソースの統合



Web閲覧履歴、アンケートデータ、IoTデバイスデータ、位置情報、POS データなど、**幅広いデータを収集し、業界ニーズに応じてカスタマイズが可能。**

### 特長 2 業界/職種特化型ソリューション



金融、小売、物流、製造業など、**業界ごとの課題に応じたデータセットを提供。**人事、営業、マーケティング、経営企画など、**職種ごとの課題に応じてカスタマイズが可能。**

### 特長 3 セキュリティとプライバシーの徹底管理



国内最大級のパブリック DMP 運営の知見を基に、**安全で信頼性の高いデータ活用環境を実現。**

営業活動を効率化する「オルタナティブインテントデータ」を提供開始

## オルタナティブインテントデータとは？

Google  
Topics API

ブラウザがユーザーの  
閲覧履歴を分析し、  
関心のあるトピックを特定



ウェブサイト訪問者の興味情報を匿名かつ  
プライバシーを尊重した形で取得



オルタナティブ  
インテントデータ

営業活動のターゲティング精度  
を向上させ、顧客にパーソナラ  
イズされたアプローチが可能

お客様にデータを提供

## 3つの特長

### 1 効率的な営業活動を推進

「Topics API」を活用することで、法人  
単位の興味関心にもとづき、**効率的な営業  
活動を行うことが可能。**

### 2 パーソナライズされた営業 アプローチ

潜在的な企業単位の興味に合わせたコンテンツ  
を提供・提案し、成約率の向上に貢献。

### 3 プライバシー保護の徹底

「Topics API」はユーザーの**プライバシーを  
尊重し、個人を特定できる情報を収集しない**  
設計。

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   | 54名（2024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。





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「ハイブリッド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

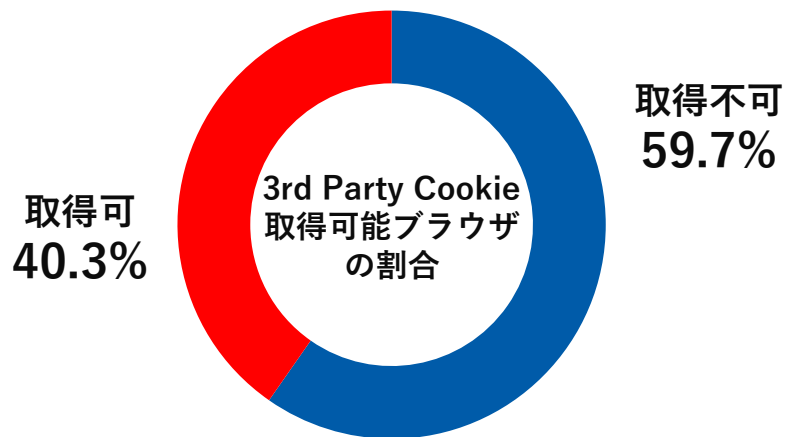
○ 2025年以降.....



### Google社がChromeでの 新たなプライバシー 制御機能を追加予定

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<br>(Microsoft Edge) | × |
| iPhone<br>(Safari)          | × |
| Android<br>(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。

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<br>(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   | -  |



## 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。

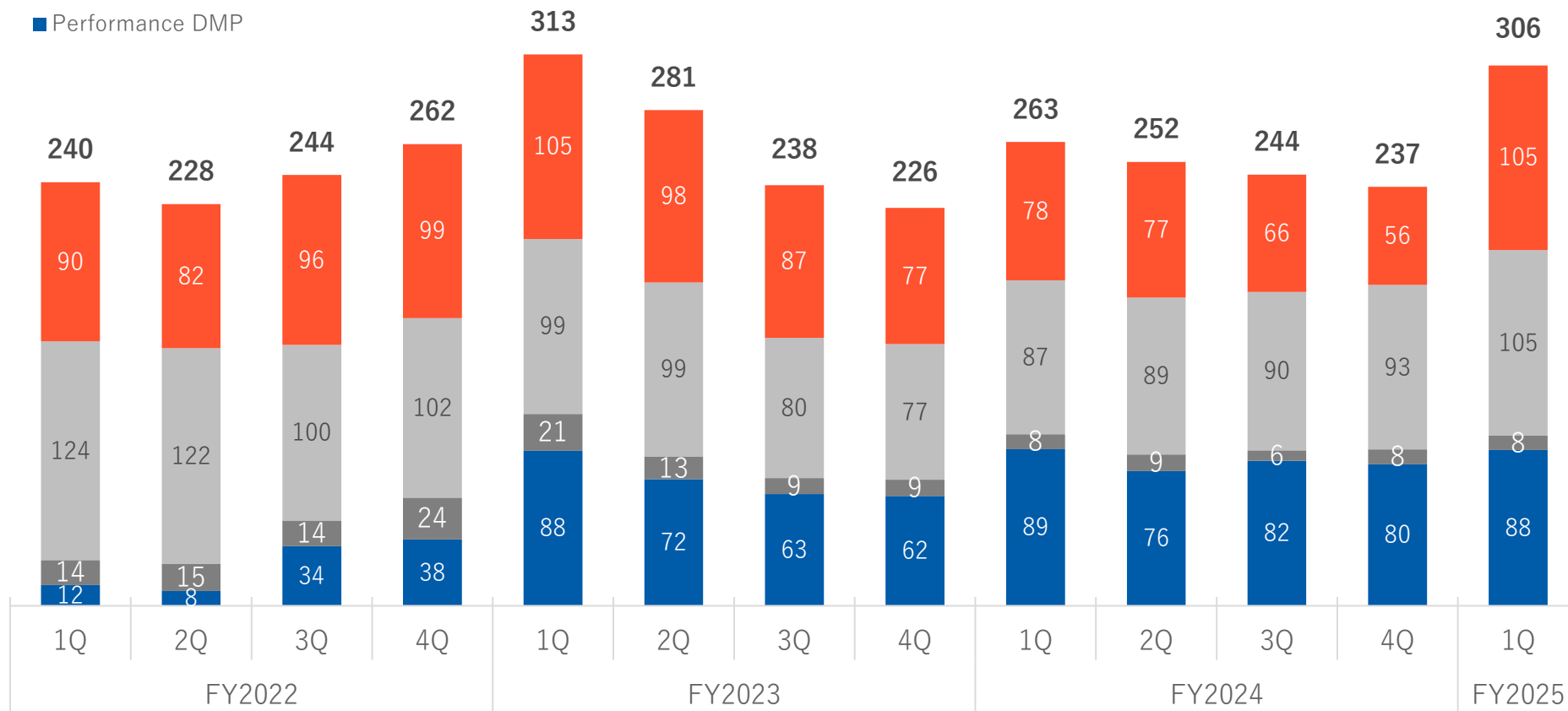
Appendix

# 参考資料

# ソリューション別限界利益（四半期推移）<sup>※1</sup>

(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

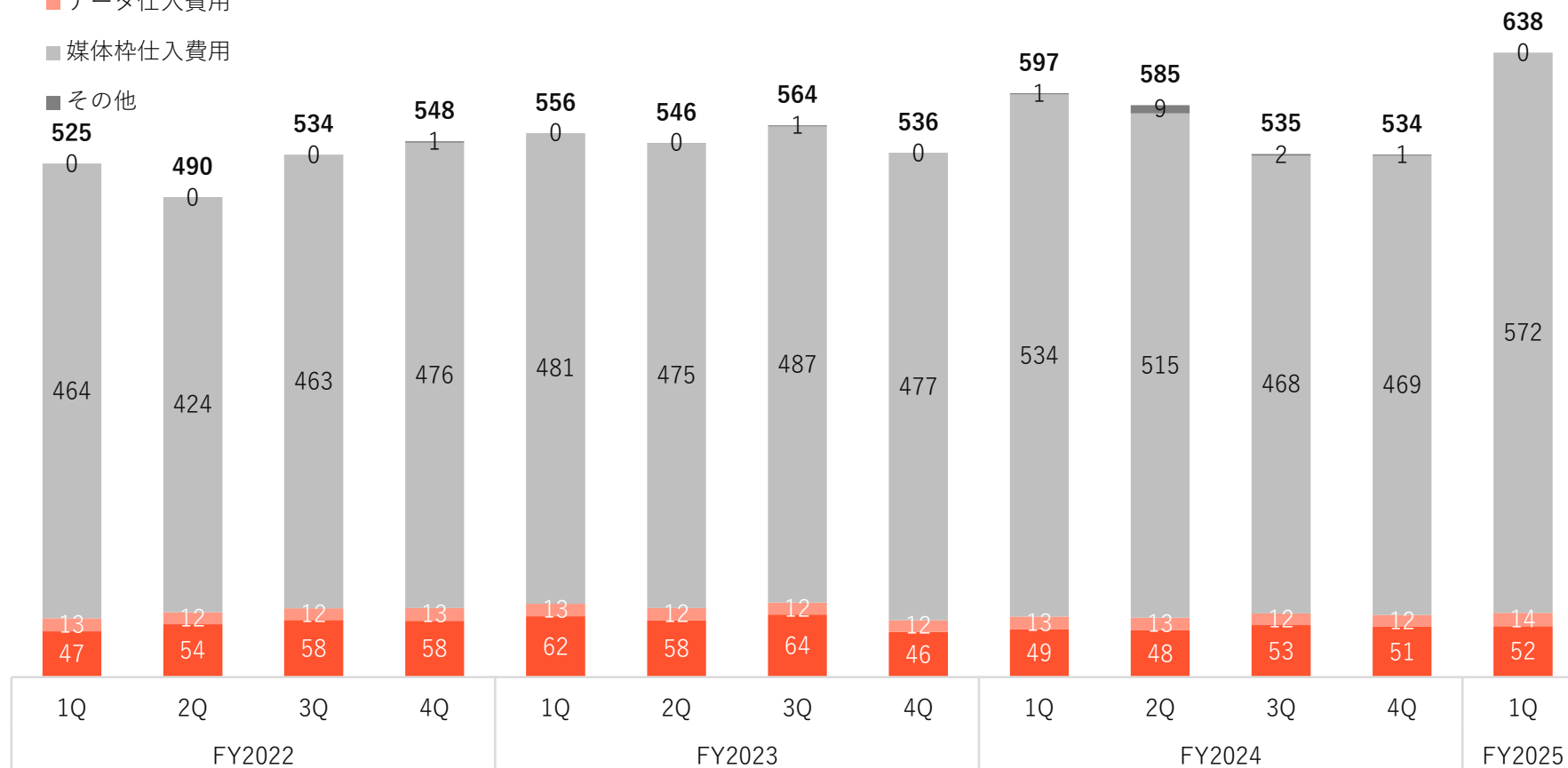


※1：売上高から、個別の売上に紐づく変動原価（主に媒体枠仕入費用）を差し引いた数値。

# 売上原価内訳（四半期推移）

(百万円)

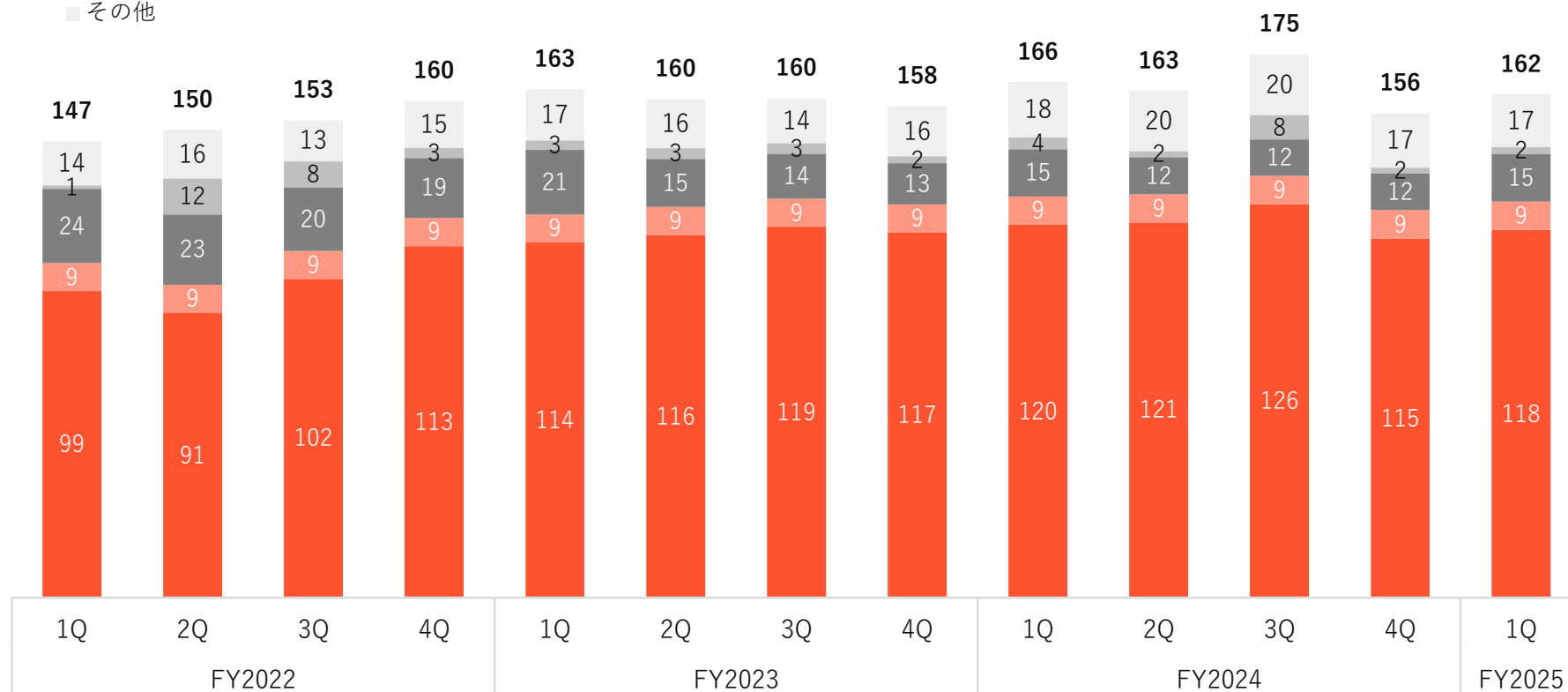
- サーバー費用
- データ仕入費用
- 媒体枠仕入費用
- その他



# 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
- その他



(百万円)

|         |           | FY2024 Q4<br>2024年9月末 | FY2025 Q1<br>2024年12月末 | YonY |        |
|---------|-----------|-----------------------|------------------------|------|--------|
|         |           |                       |                        | 増減額  | 増減率    |
| 資産      | 流動資産      | 2,049                 | <b>2,241</b>           | +192 | +9.3%  |
|         | 現金及び預金    | 1,622                 | <b>1,671</b>           | +49  | +3.0%  |
|         | 固定資産      | 72                    | <b>70</b>              | △2   | △2.1%  |
|         | 有形固定資産    | 8                     | <b>7</b>               | △1   | △5.9%  |
|         | 無形固定資産    | 0                     | <b>0</b>               | -    | -      |
|         | 投資その他の資産  | 64                    | <b>62</b>              | △2   | △1.6%  |
|         | <b>合計</b> | 2,122                 | <b>2,312</b>           | +190 | +9.0%  |
| 負債及び純資産 | 負債        | 517                   | <b>649</b>             | +132 | +25.5% |
|         | 借入金       | 100                   | <b>100</b>             | -    | -%     |
|         | 純資産       | 1,604                 | <b>1,662</b>           | +58  | +3.6%  |
|         | <b>合計</b> | 2,122                 | <b>2,312</b>           | +190 | +9.0%  |