



2026 年 8 月 28 日

各位

会社名 株式会社インティメート・マージャー
代表者名 代表取締役 築島 亮次
(コード番号：7072 東証グロース)
問合せ先 管理本部部長 寒澤 陽平
(電話番号：03-5114-6051)

2026 年 9 月期 第 3 四半期決算 質疑応答集

この質疑応答集は、2026 年 8 月 14 日（金）に公表した 2026 年 9 月期 第 3 四半期決算について、当社で想定していた質問および発表以降に株主、投資家の皆さまからのお問い合わせや、アナリスト、機関投資家の方々との 1on1 ミーティングにていただいた主なご質問をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

Q1. 第 3Q を終えて、前年同期比で 7.7%増収、42.1%増益と業績が堅調です。 社内計画との比較を含めて貴社での業績評価について教えてください。

A : 第 3 四半期累計の業績は、前年同期比で増収かつ大幅な増益を達成し、2 期連続で過去最高を更新しました。通期計画に対する進捗状況を見ましても、売上高は計画通り極めて着実に推移している一方、各段階利益については計画に対し、非常に堅調な進捗率を記録しております。この好調な進捗は、PerformanceDMP、データマネジメント・データアナリティクス等の利益率の高いソリューションが利益を牽引し、費用面においてはサーバー費用をはじめとする固定費の効率的な管理を徹底したことにあると考えており、上期の好調さを維持した極めて良好な評価と捉えております。

Q2 : Performance DMP の好調要因、特にどの部分がクライアントからの評価につながっているかについて教えてください。

A : Performance DMP の好調要因は、不採算案件の選別作業が一巡したことに加え、世界最大級の広告インテリジェンスである Browsi 社とのデータ連携による新規メニューの拡充や配信効率向上が成果を上げ始めた点にあります。これにより高単価な新規優良顧客の獲得が進み、平均単価は過去最高を更新しました。さらに単価向上と並行して、アカウント数が前四半期比で増加基調へと明確に反転しており、他社にはない競合ターゲティング手法の希少性や、当社のデータ技術がもたらす確実な広告効果がクライアントから評価された結果であると捉えております。

Q3 : 生成 AI が急速な勢いでビジネスに浸透する中、貴社の事業領域における事業環境の変化について教えてください。

A : 生成 AI の急速な普及は、当社のデータインフラとしての戦略的重要性を劇的に高めるチャンスです。AI の台頭でデータ活用の技術的ハードルは下がりましたが、AI を正しく機能させるには、実務向けに整理された『AI-Ready なデータ』が不可欠です。このため、当社は単なる広告向けのデータ提供から、AI エージェント等の自動意思決定を支える『データ流通インフラ企業』へと価値が再定義されるフェーズに入りました。現在、金融、医療、セールス、小売など多様な領域の企業から、データ連携に関する戦略的アライアンスや引き合いが急速に拡大しております。

Q4 : 昨年、中長期的な成長イメージ、財務目標を開示されています。今後、成長の軸となる部分について、改めて教えてください。

A : 中長期成長の軸は、データと技術を活用し、人手に頼らずスケラブルに成長する「インフラ型・レベニューシェア型ビジネス」の構築です。具体的には「IM-UID」等を通じたアドテック領域のデータ提供によるストック収益の最大化。次に、個別カスタマイズしていたデータをパッケージ化して提供するデータ流通の効率化。そして3つ目に、AI 技術を取り込み他業界のシステムに当社のデータを組み込んでレベニューシェアを得る「クロステック新規事業の拡大」です。売上の増加に対して費用や人員を比例させずに利益率を高める高レバレッジな収益構造を目指します。

Q5 : 第 3Q までの業績が堅調で、通期予想の達成目途が立っているように、見受けられます、通期業績予想を修正しない理由、第 4Q で想定されている費用や投資について教えてください。

A：各段階利益が極めて高水準な進捗を示し、通期計画の達成目途は十分に立っています
が、この超過利益をそのまま着地させるのではなく、来期以降の持続的成長を確実にするため、第4四半期に成長投資を前倒し・集中して実行することを選択し通期予想を据え置きました。投資領域は、メディアデータ販売加速のためのシステム構築、Performance DMPでさらなる高単価を狙うための新規配信ロジック開発、生成AI連携の強化などです。これらは来期以降に固定費を恒常的に肥大化させるものではなく、将来の収益性を高めるための一過性のシステム開発等への投資となります。

Q6：クロステック領域でこれまで開示されたもので大きな進捗があったものや TOPICS について教えてください。

A：クロステック領域における相談や引き合いは順調に増加傾向にあるものの、提携先企業での意思決定やリードタイムが長期化する傾向にあります。これに対する対策として、当社は提携先パートナー数を単に増やすこと以上に、すで取引のある提携先のデータ活用と売上拡大を直接支援する「顧客伴走型リレーション構築」へ社内リソースを集中投下し始めており、提携先での収益化スピードを高めることで、中長期的な収益の柱に育ててまいります。

■インティメート・マージャーについて (<https://corp.intimatemerger.com/>)

「世の中のさまざまな領域における、データを使った効率化」をミッションに掲げ、国内 DMP 市場導入シェア No.1(※1)のデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」を保有するデータマーケティングカンパニー。約 4.7 億のオーディエンスデータ(※2)と高度な分析技術を掛け合わせたデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」の提供・構築支援、データ活用に関するコンサルティングサービスを提供しています。また、プライバシー保護に関する取り組みとして、一般社団法人 日本経済団体連合会が掲げる「個人データ適正利用経営宣言」に賛同しています。今後は Sales Tech や Fin Tech、Privacy Tech などの X-Tech 領域に事業を展開し「データビジネスのプロデューサー集団」を目指します。

※1 出典元：「DataSign Web サービス調査レポート 2021.2」

※2 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。

本リリースに関する報道関係者のお問い合わせ
株式会社インティメート・マージャー IR 担当
Email: ir@intimatemerger.com