2020年6月5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　簗島　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5月15日（金）　17:30
開催方法	オンラインによる開催（録画）
開催場所	弊社コーポレートサイトIRページにて公開 （URL）https://corp.intimatemerger.com/ir/
説明会資料名	2020年9月期　第2四半期決算説明資料

【添付資料】
投資説明会において使用した資料

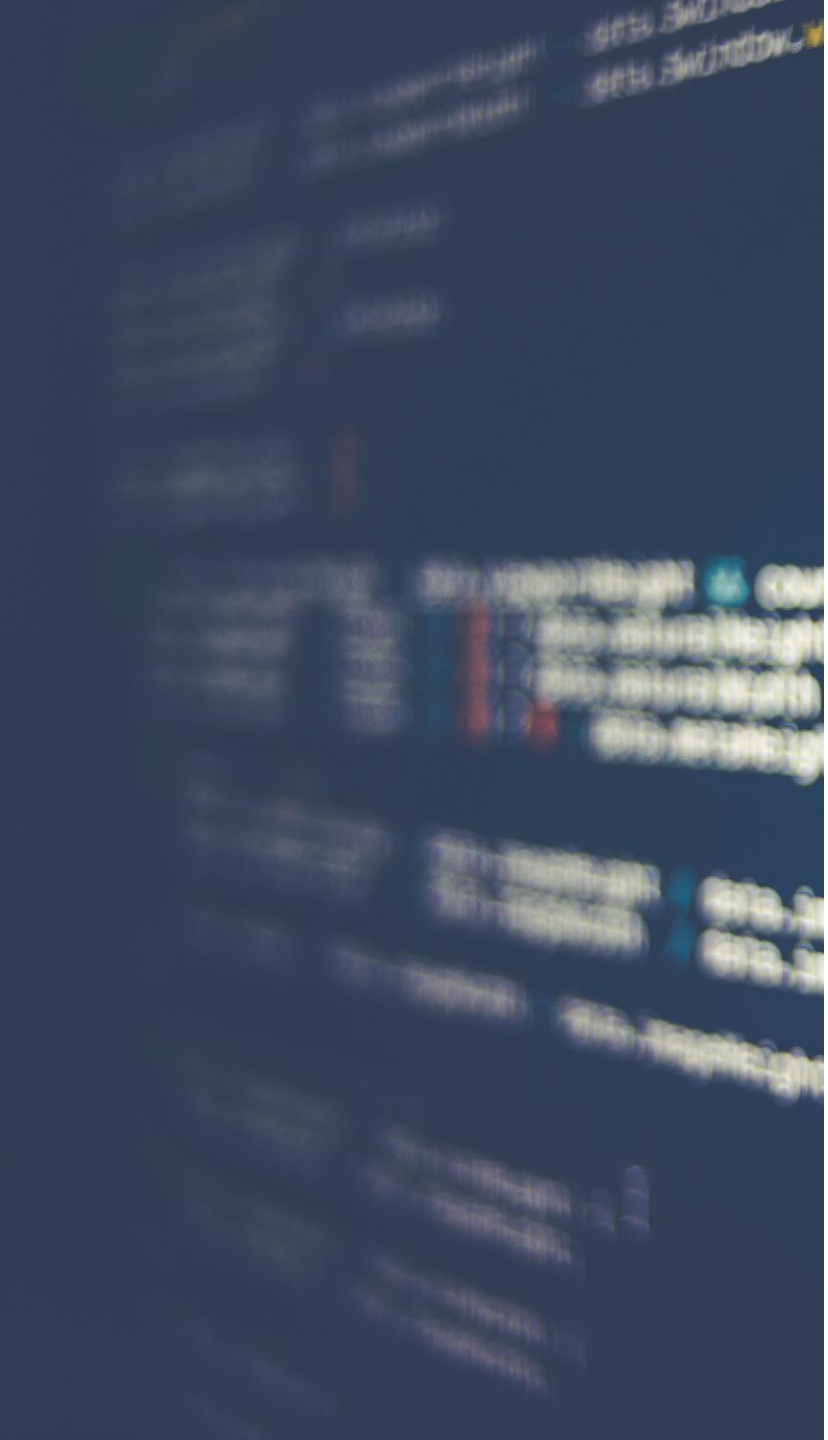
以上

IntimateMerger

2020年9月期
第２四半期決算説明資料

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

Business Description

1. 当社の事業内容 P3

FY2020 2019.10 - 2020.3

2. 2020年9月期　第２四半期業績 P8

Impact of COVID-19

3. 新型コロナウイルスの影響について P18

Business Plan For FY2020

4. 2020年9月期 通期業績予想 P21

Growth Strategy

5. 成長戦略 P25

Topics

6. Q2トピックス P28

About Intimate Merger

7. 会社紹介 P33

IntimateMerger

Business Description

1 当社の事業内容

IntimateMerger

Mission

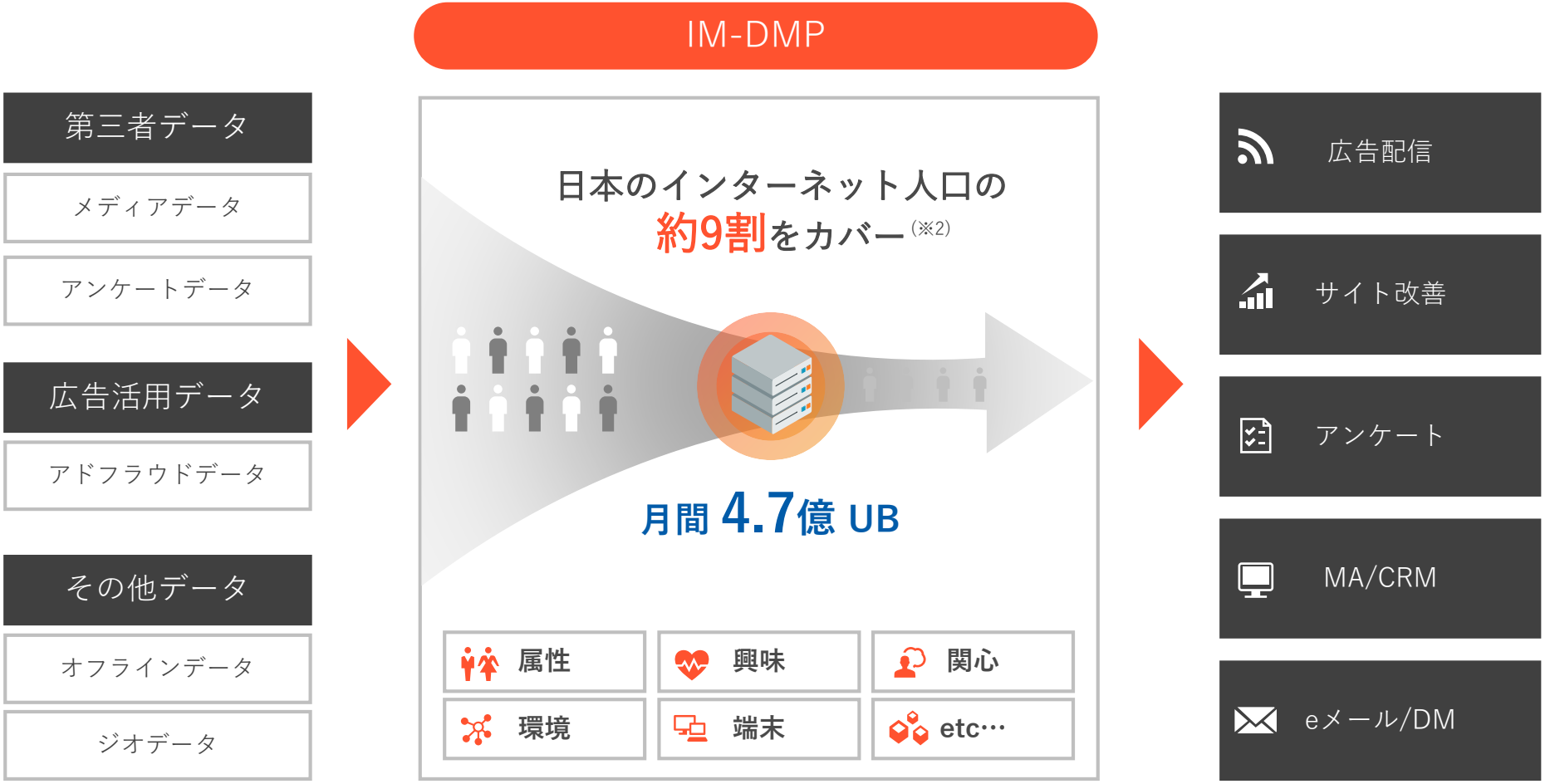
データ活用における革命を起こす

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。

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

IM-DMPとは

POINT 月間4.7億以上の(※1)**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。

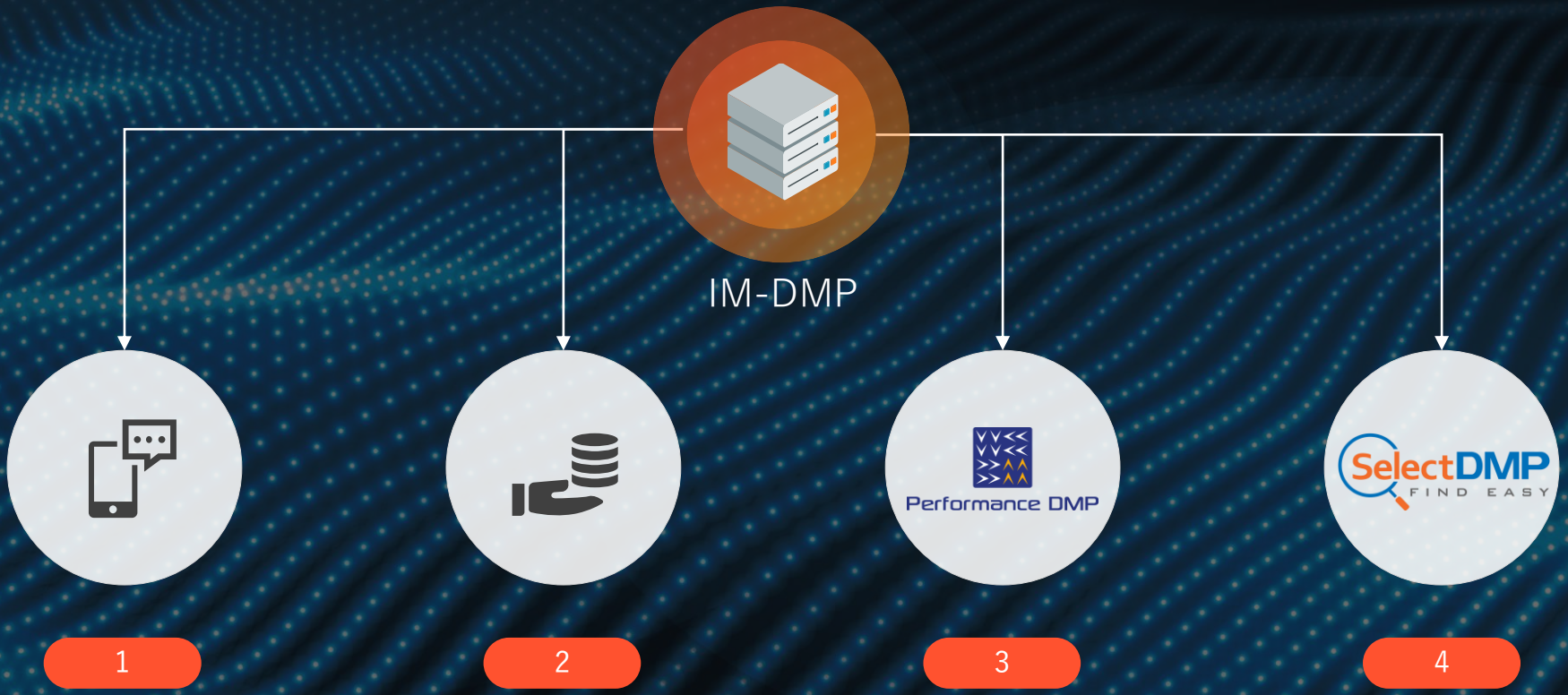
© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

提供ソリューション

IntimateMerger

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



© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

新規事業

POINT

第2四半期では、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

IntimateMerger DMP

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ンなマーケティング施策を実現するために活用できるDMP。

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。

SelectDMP FIND EASY

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。

CREDIT SCORE

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「クレジットスコア株式会社」を設立。

開発　開発　開発　開発

ビッグデータ

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

IntimateMerger

FY2020　2019.10 - 2020.3

2 2020年9月期 第2四半期業績

業績ハイライト

2Q業績サマリー

売上高 10.8億円 （YonY 97.8%） 営業利益 38百万円 （YonY 31.8%）

- 新規事業売上は堅調に増加したものの、マーケティング支援における顧客数及び単価の減少幅が大きく、前期比減収減益で着地。
- 当初計画からの上期実績ビハインド、下期の新型コロナウイルス影響予想を踏まえ、通期個別業績予想を下方修正。（詳細は後述）

売上について

- マーケティング支援売上について、例年3月を頂点とした売上の伸長が見られたものの、新型コロナウイルスの影響による一部業種の広告宣伝費削減もあり、顧客数、単価ともに減少。
- 一方で、新規事業に位置付けている「Performance DMP」、「Select DMP」は、堅調に顧客数を伸ばし、前期比増収。
- データマネジメント・アナリティクス売上は、ほぼ横ばいの推移。

利益について

- 新市場への展開を加速させるため、新規人材採用は積極姿勢を継続しており、人件費は前年対比増加傾向。
- 10月の東証マザーズ上場に係る費用、IR・PR面での業務委託費等も増加したため、販売管理費は21%増加。

※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。

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

PLサマリー

IntimateMerger

（百万円）

	FY2019 2Q累計	FY2020 2Q累計 ※2020年3月より連結決算	前期比 増減額	前期比 増減率
売 上 高	1,107	1,083	△24	△2.2%
売上総利益	375	347	△28	△7.4%
（売上総利益率）	33.8%	32.1%	△1.8pts	-
販売管理費	254	309	+55	+21.6%
営業利益	121	38	△83	△68.5%
（営業利益率）	11.0%	3.5%	△7.5pts	-
経常利益	121	33	△88	△72.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	83	22	△61	△73.3%
（四半期純利益率）	7.4%	2.0%	△5.4pts	-
EPS	34.73円	8.08円	△26.9円	-
ROE	13.6%	1.8%	-	-

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

BSサマリー

IntimateMerger

POINT

関連会社2社設立時の出資により、投資その他の資産が51百万円増加。
純資産は、東証マザーズ上場時の増資等で6億円増加し、12.2億円に。

（百万円）

		2019.9	2020.3	前期末比増減	増減率
資産	流動資産	909	1,434	+524	+57.7%
	固定資産	59	109	+50	+84.2%
	有形固定資産	3	3	0	△23.4%
	無形固定資産	1	1	0	△13.1%
	投資その他の資産	53	105	+51	+94.6%
	合計	968	1,543	575	+59.3%
負債及び純資産	負債	342	316	△26	△7.7%
	借入金	-	-	-	-%
	純資産	625	1,227	+601	+96.0%
	合計	968	1,543	575	+59.3%

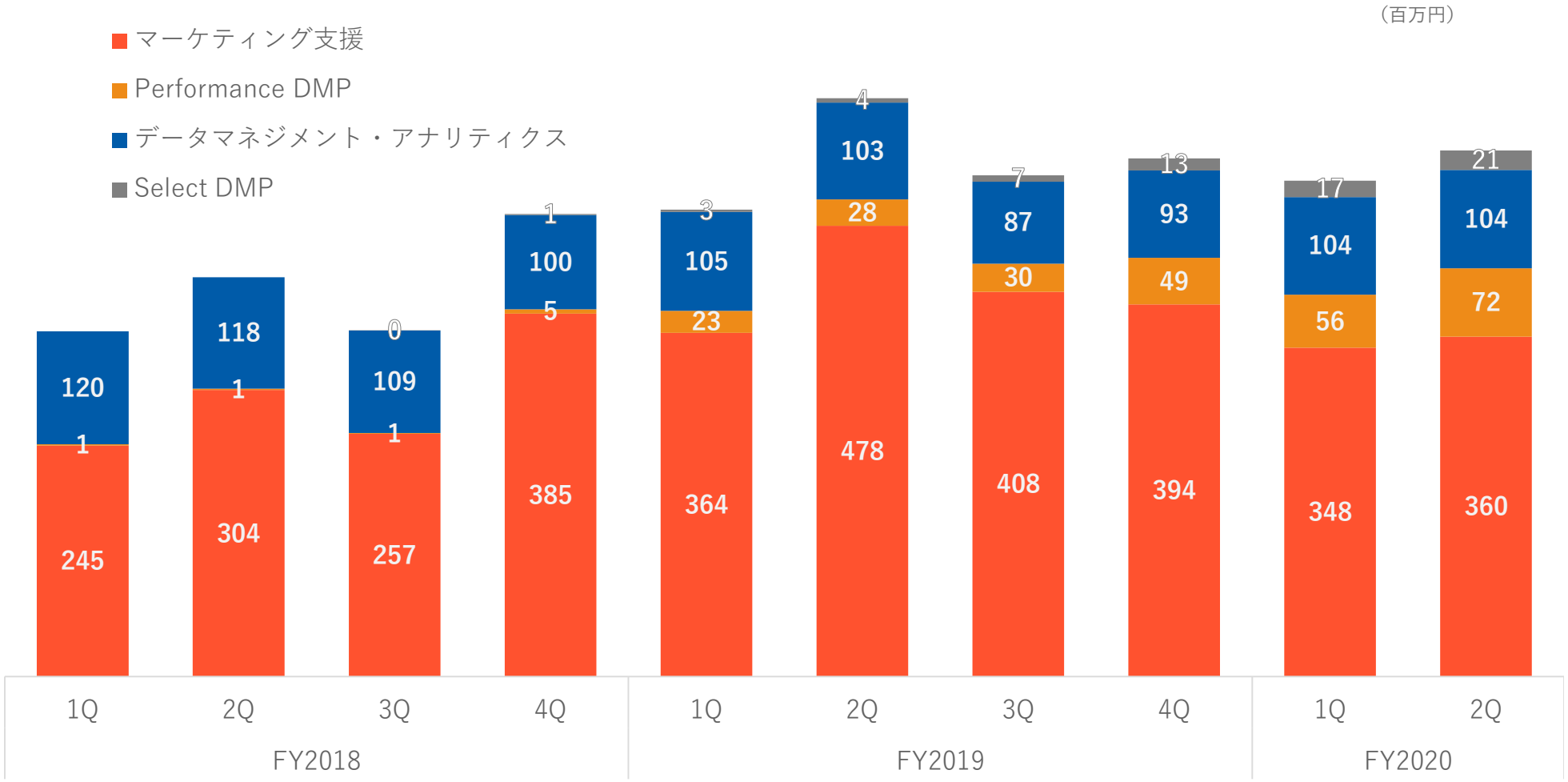
© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

ソリューション別売上高 四半期推移

IntimateMerger

POINT

マーケティング支援売上は前年同期比▲25%と減少した。
一方で、**Performance DMP売上は前年同期比+157%**と大きく伸長した。



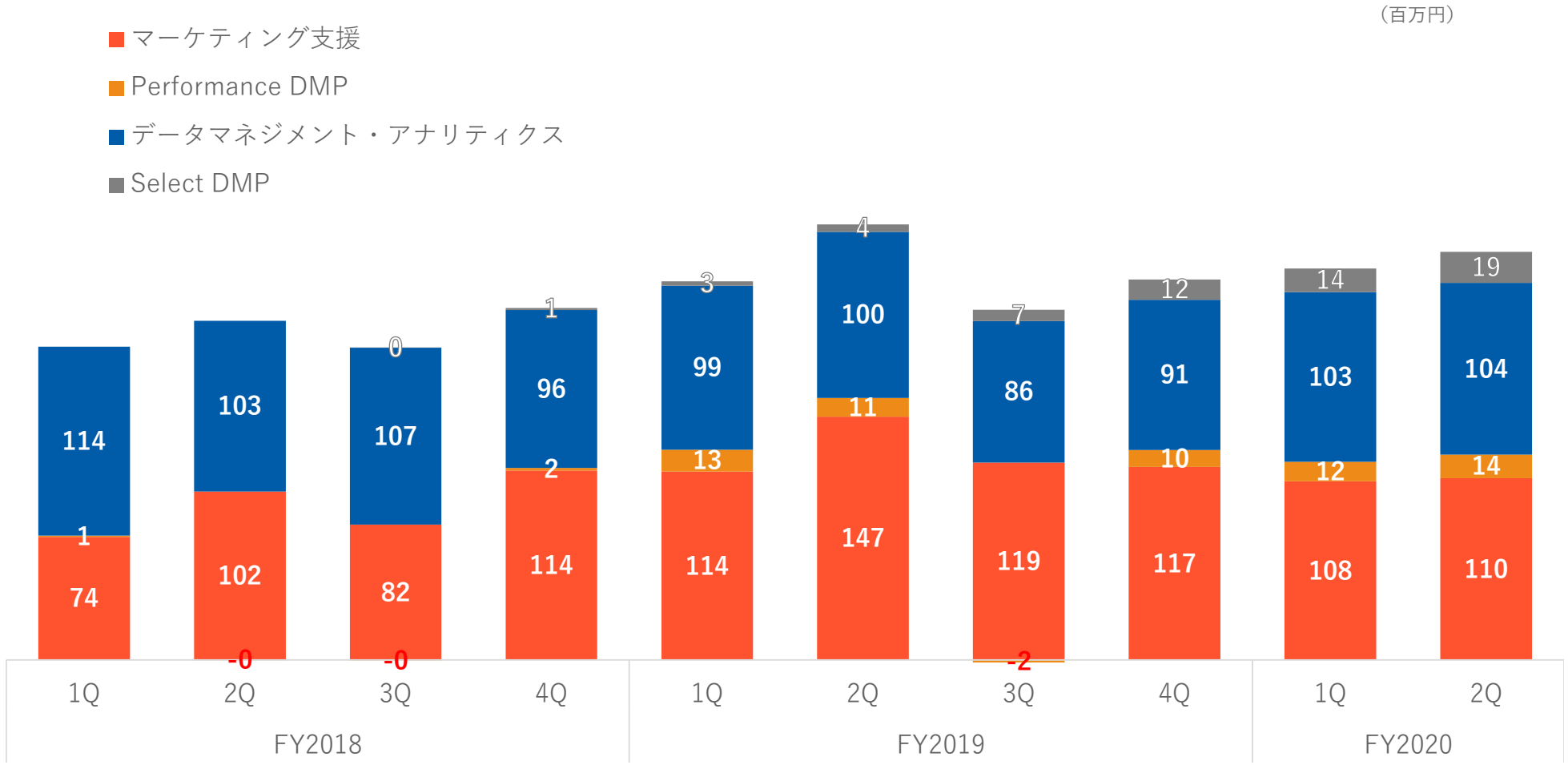
© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

ソリューション別限界利益（※1）四半期推移

IntimateMerger

POINT

限界利益ベースでは、ストック型のソリューションのシェアが拡大。
データマネジメント・アナリティクス及びSelect DMPが、全体の約50%に。



※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

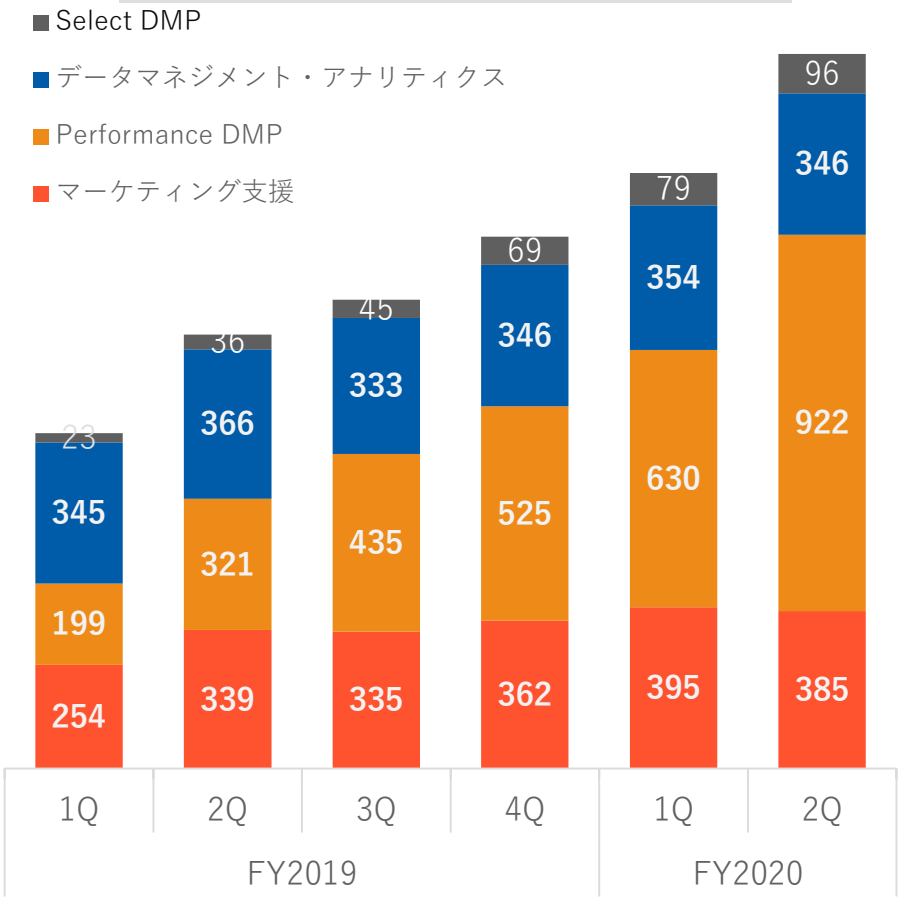
© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

アカウント数・単価 四半期推移

IntimateMerger

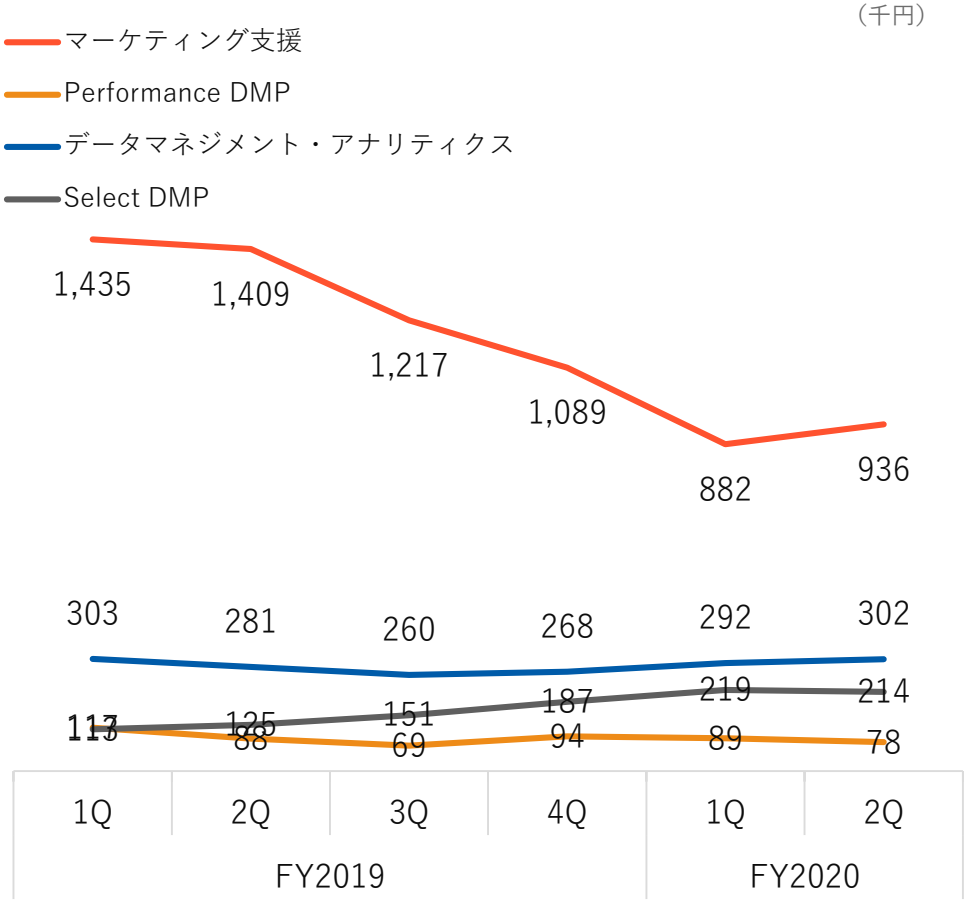
POINT Performance DMPは、アカウント数が前年同期比187%増加。

四半期累積アカウント数（※2）



※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

四半期平均単価（※3）



※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

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

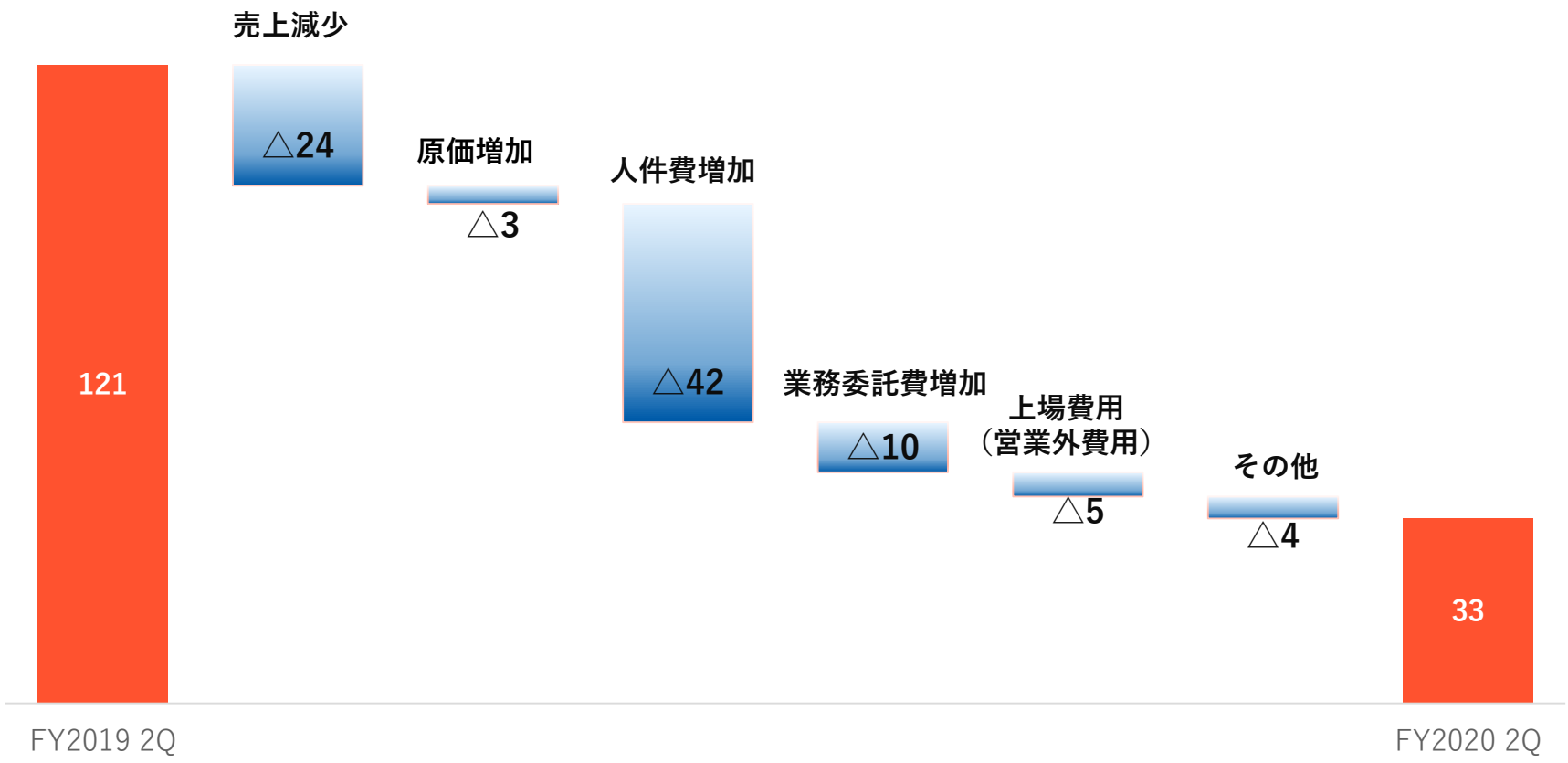
前年同期との比較（経常利益ベース）

IntimateMerger

POINT 売上減少、採用進捗による人件費の増加等により、前期比減益。

FY2020 2Q 前期比経常利益増減要因

（百万円）



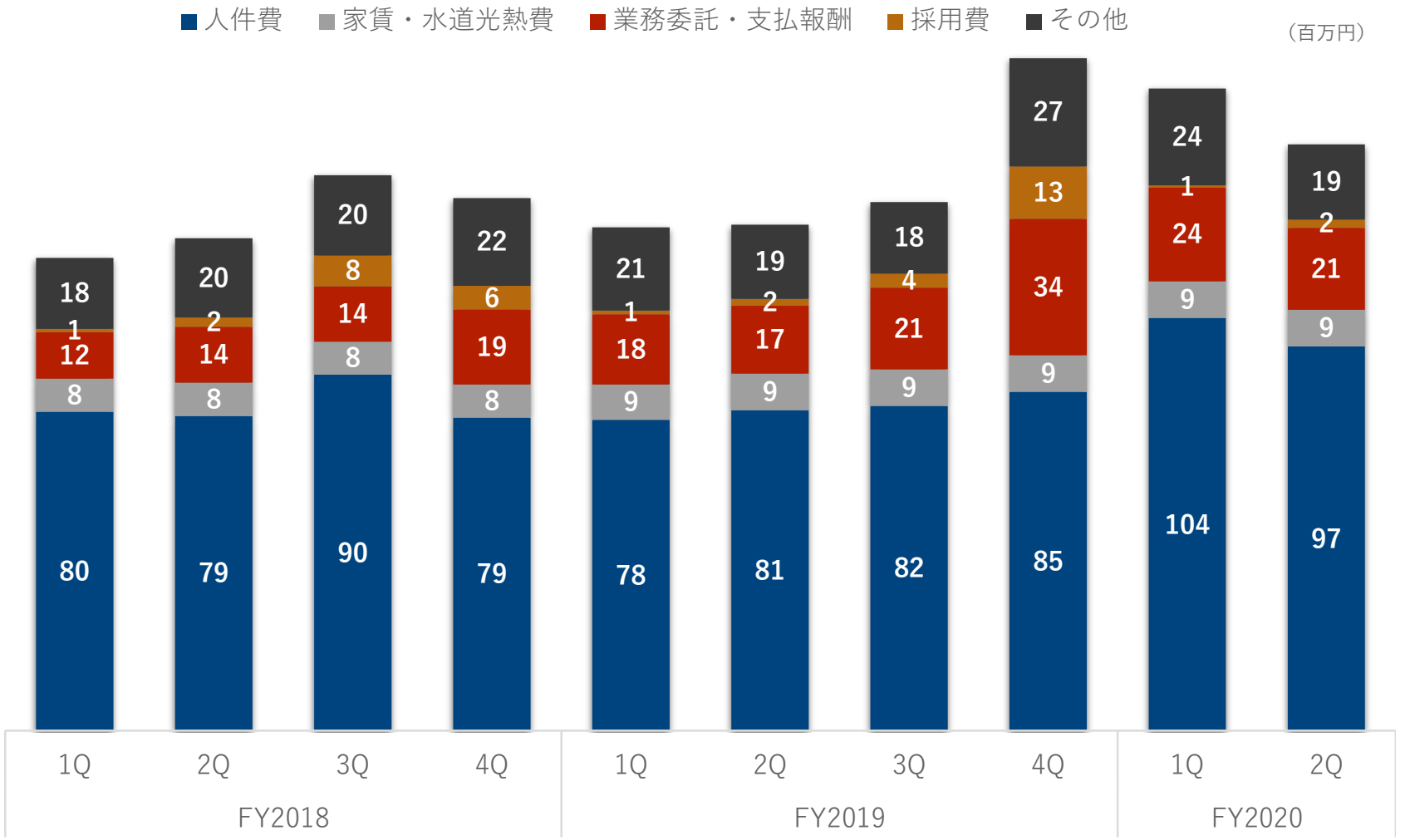
© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

連結販売管理費　四半期推移

IntimateMerger

POINT

業務委託・支払報酬は、上場後は平時水準へ。
前期4Q以降は、積極的な人材投資により人件費・採用費が増加。



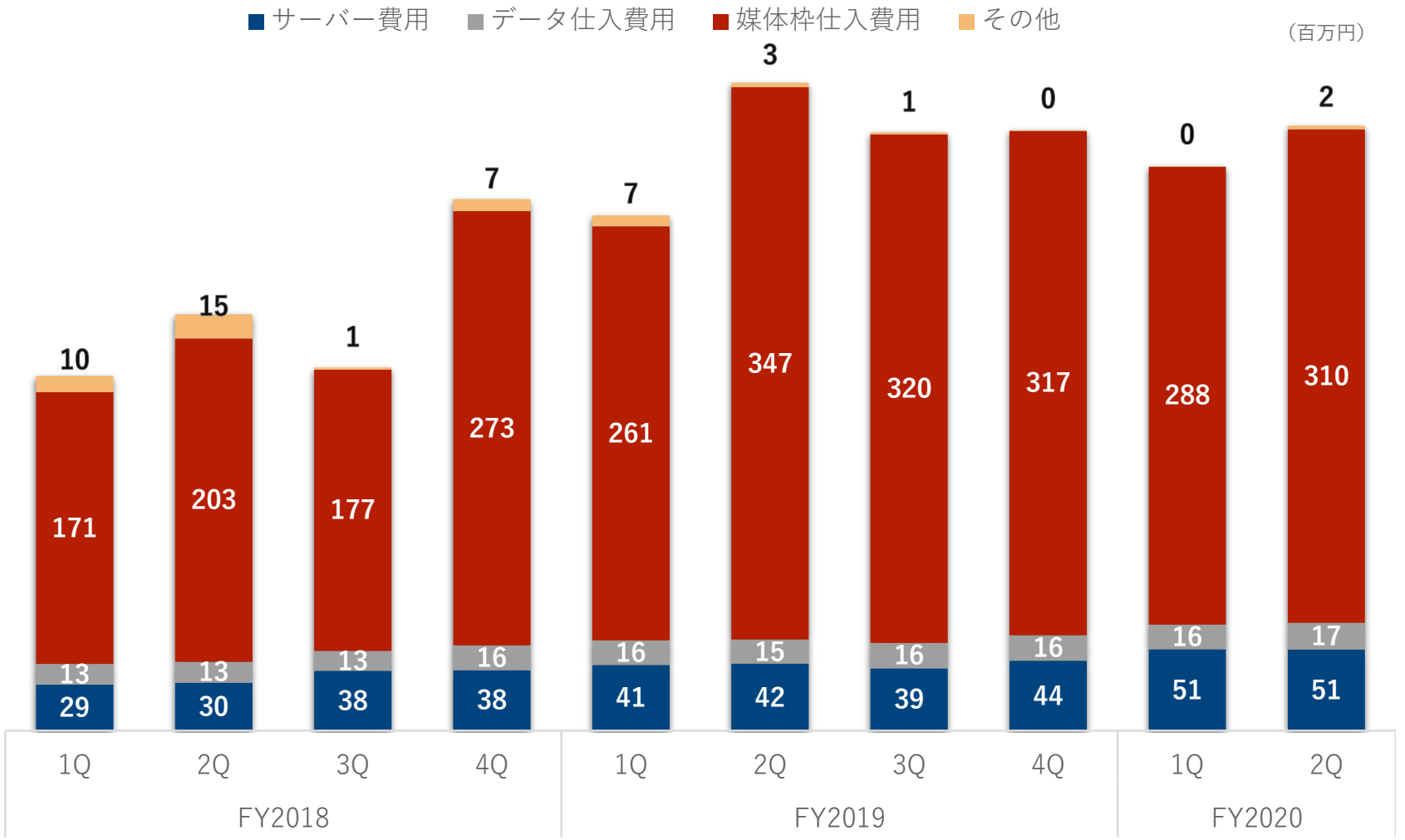
© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

売上原価内訳　四半期推移

IntimateMerger

POINT

マーケティング支援売上と連動する媒体仕入費用を除けば、大きなコスト増加はなし。引き続き効率的なデータ蓄積でコスト抑制を図る。



© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

IntimateMerger

Impact of COVID-19

3 新型コロナウイルスの影響について

新型コロナウイルスの当社事業への影響

POINT 2020年9月期 第4四半期まで一部事業への影響は継続するものと想定

社内体制

- 2020年2月より、代表取締役の簗島を責任者とする緊急対策本部を設置
- 設置後速やかに、全従業員を対象にリモートワークによる在宅勤務をスタート
- 3/2リリースの通り、出張、宴席等については原則禁止。セミナー、採用面接については、全面オンラインでの実施へ移行
- 今後も社会情勢に応じて迅速な判断を行い、対応内容および期間継続を検討

売上への影響

- マーケティング支援売上については、特定業種（旅行業、イベント業、エンターテインメント業等）の大手顧客からの受注停止により、大幅な売上減少が想定される。
- データマネジメント・アナリティクス売上については、ストック型売上につき、減少トレンドは見込まれない。
- Performance DMPについては、案件ポートフォリオが多岐に渡るため、成果獲得し易い業界を重点的に推進することで、今後も継続的な売上伸長を見込む。
- Select DMPについては、BtoB領域のマーケティング戦略が、テレアポやDMからオンライン施策に移行し易い環境になり、中長期的には新規獲得の好機に。

成長戦略への影響

- マーケティング支援におけるネガティブインパクトが9月末まで続くと仮定すると、一時的な売上減少は避けられず、3Q~4Qのマーケティング支援売上は期初予想から▲65%程度の減少を見込む。
- 新市場展開を加速し、”アフターコロナ”における強固な収益基盤の確立が不可欠。

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

提供ソリューション別の新型コロナウイルスの影響

IntimateMerger

POINT ソリューション別の新型コロナウイルスの影響と対応策は以下の通り。

	市場ニーズ	各ソリューション毎の影響	対応策
マーケティング支援	減少	• 特定業種（旅行業、イベント業、エンターテインメント業等）におけるマーケティング予算は大幅に減少	• 広告代理店やメディア企業などのパートナー企業との連携により、特定業種以外の顧客層の新規獲得を図る
データマネジメント・アナリティクス	フラット	• 現状は特段の影響なし	• 新たなニーズ創出のため、積極的にアドテクノロジー以外の領域にもデータ活用の領域を広げていく
Performance DMP	増加	• 特定業種における予算の減少はあるものの、全体としてはマーケティング予算削減ニーズの高まりを受け、案件が増加傾向に。	• 引き続き新規案件獲得を進めつつ、アカウント設計の最適化を図ることで、パフォーマンス向上による利益率向上を目指す
Select DMP	増加	• 在宅勤務が増えたことによる架電効率の悪化で、営業効率改善ニーズは増加傾向	• 営業効率改善ニーズをスピーディーに捉えるため、リード獲得手段の多様化を進める

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

IntimateMerger

Business Plan For FY2020

4 2020年9月期 通期業績予想

個別業績予想の修正について

- 2020年9月期通期の単体業績見通しを、売上高1,968百万円、営業利益2百万円へ下方修正。
- マーケティング支援売上の大口顧客について、特定業種（旅行業、イベント業、エンターテインメント業等）は受注停止状態にあり、これが第4四半期まで続くものと仮定。
- 新市場に向けたサービス展開における積極投資は継続するため、コストは計画対比で若干の減少に止まる。

（百万円）

	2019.9（通期実績）	2020.3（Q2実績）	2020.9（期初予想）	2020.9（修正予想）	期初予想比 増減額	期初予想比 増減率
売 上 高	2,188	1,083	2,790	1,968	△821	△29.4%
営業利益	146	38	223	2	△220	△98.7%
（営業利益率）	6.7%	3.5%	8.0%	0.2%	-	-
経常利益	142	33	223	△1	△225	△100.9%
（経常利益率）	6.5%	3.0%	8.0%	-	-	-
当期純利益	96	22	152	△2	△154	△101.6%

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

修正予想の詳細

IntimateMerger

POINT ソリューション別の売上見込み修正理由は下記の通り

	下期売上見込み	前提となるシナリオ	下期に向けたアクション
マーケティング支援	減少	• 特定業種（旅行業、イベント業、エンターテイメント）におけるマーケティング予算はほぼゼロとなり、少なくとも9月末までは新規獲得も困難。	• 既存の特定業種以外の業界顧客について、フォロー体制を手厚くし、既存顧客の減少を抑える
データマネジメント・アナリティクス	フラット	• 既存顧客については、新型コロナウイルスの影響は限定的。 • ただし、設備投資意欲が減退している現在の環境では、新規獲得も伸びづらい。	• 新たな顧客層開拓のため、中長期的な対応が必要不可欠なプライバシー保護分野での新商品展開を計画。
Performance DMP	増加	• マーケティング予算削減ニーズの高まりを受け、成果報酬型のマーケティング手法の予算配分は増加傾向。 • 引き続きアカウント数の増加が見込める。	• 新規案件獲得を加速させつつ、アカウント設計の最適化、オペレーションの効率化を図ることで、パフォーマンス向上を目指す。
Select DMP	フラット	• 在宅勤務が増えたことで、従来よりもオンライン商談、オンラインセミナー等の効率的な営業手法に注目が集まっている。 • ただし、リード獲得予算を拡大させている積極姿勢の企業は限定的。	• リード獲得手段の多様化を進め、オンラインでのリード獲得の確度を高めることで、商品価値の確立を図る。

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

連結業績予想

- 2020年9月期第2四半期より、連結決算へ移行。
- 今回修正後の個別業績予想を含む連結業績予想は、売上高1,969百万円、経常利益▲24百万円、親会社株主に帰属する当期純利益▲24百万円を見込む。
- 連結経常損益▲26百万円は、主にPriv Tech株式会社における持分法による投資損失を見込む。

（百万円）

	2019.9 （単体通期実績）	2020.9 （連結予想）	前期単体比		2020.9 （単体修正予想）
			増減額	増減率	
連結売上高	2,188	1,969	△219	△10.0%	1,968
営業利益	146	3	△143	△97.9%	2
（営業利益率）	6.7%	0.2%	-	-	0.2%
経常利益	142	△23	△166	△116.1%	△1
（経常利益率）	6.5%	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	96 ※単体における当期純利益	△24	△120	△125.0%	△2 ※単体における当期純利益

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

IntimateMerger

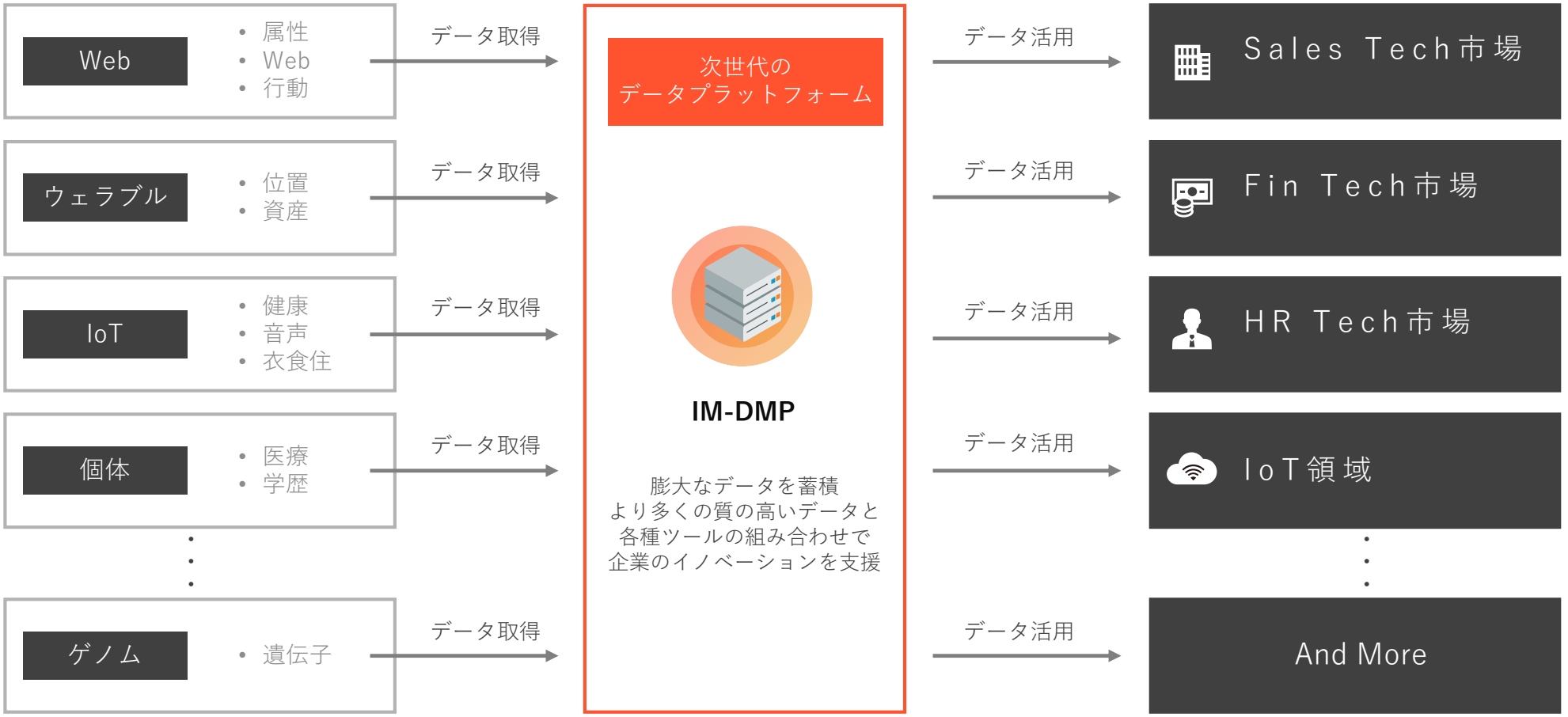
Growth Strategy

5 成長戦略

成長戦略の基本方針

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。



© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

成長戦略の実行計画

IntimateMerger

POINT

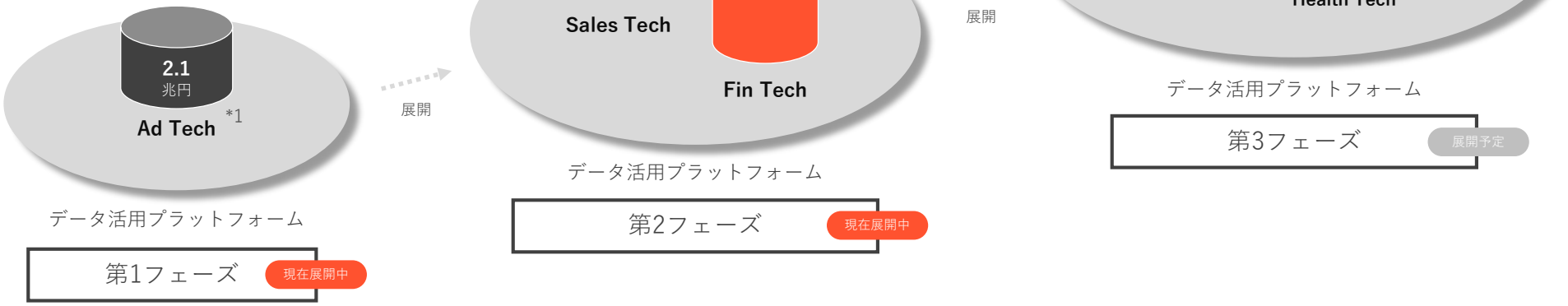
汎用性の高い「IM-DMP」を活かし、段階的に様々な巨大市場に進出。第二四半期は、
Fin Tech市場進出のため「クレジットスコア株式会社（以下クレジットスコア）」を設立。

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。

CREDIT SCORE

2020年3月に新生銀行と金融分野での共同事業を行うクレジットスコアを設立。



データ活用プラットフォーム
第1フェーズ 現在展開中

データ活用プラットフォーム
第2フェーズ 現在展開中

データ活用プラットフォーム
第3フェーズ 展開予定

※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

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

IntimateMerger

Q2_Topics

6 Q2トピックス

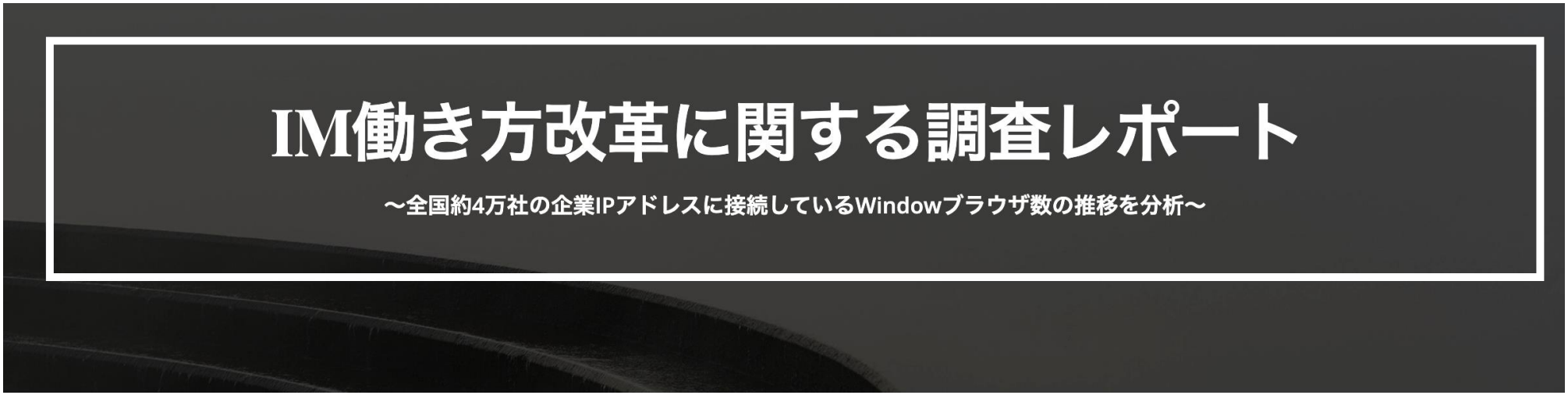
Topics1 新型コロナウイルスによる働き方改革に関する調査リリース

IntimateMerger

POINT

弊社のデータを用いて都道府県別・業種別のリモートワークの状況を把握。

リモートワークの実施/未実施を把握することにより営業アプローチの効率化に利用。



「IM-DMP」と「Select DMP」のIPアドレスと企業名を掛け合わせ取得した匿名化されたデータを活用し、企業IPアドレスに接続しているWindowブラウザ数の推移 を掲載しております。

- **対象企業**：Select DMPが保有している企業IPリストから約40,000社
- **データを取得している時間帯**：毎日AM11時
- **対象業種**：全99種の中から当社データにより判別できたもの
  - (業種分類、及びIPアドレス情報はランドスケイプ社提供)

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

Topics2 “3rd party cookie”に依存しないサービスの拡充

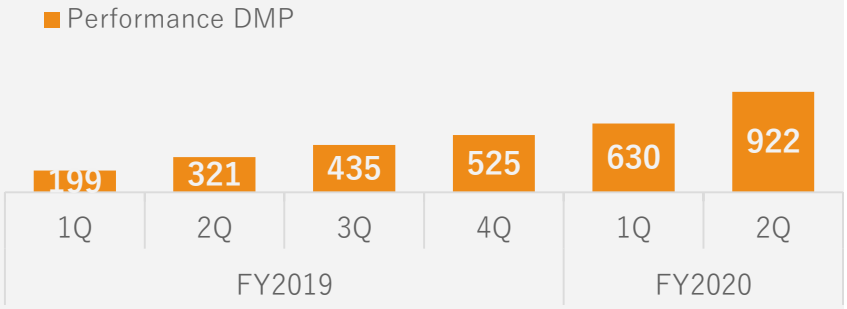
IntimateMerger

POINT

今後のデータ活用市場の変化に合わせて3rd party cookieに依存しないサービスである「Performance DMP」「Select DMP」の機能強化及び拡充を目指す。

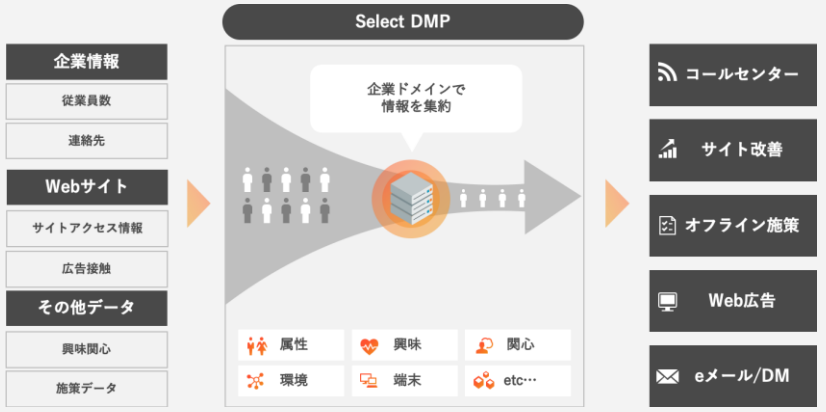
1. PerformanceDMPでの機械学習による最適化

機械学習によるアカウントの自動設計・最適化サービスをPerformance DMPに取り込むことで、アカウント数が拡大。



2. Select DMPのデータ連携先拡充

コールセンターや他社のマーケティングオートメーションツールとの連携を行い、企業情報に基づく営業活動支援の連携ツールを拡充。



© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

Topics3 Fintech領域への参入

IntimateMerger

POINT

弊社が保有するWeb行動データと新生銀行が保有する金融データを掛け合わせた
独自のAIスコアにより、**未知の顧客に対する信用力を高い精度で定量化**することを目指す。



1 与信モデル

主に後払い等新規参入事業者など独自の与信モデルを持たない金融機関向けに高度なモデルを提供

2 不正検知

金融領域で発生している各種不正行為を機械学習の仕組みを利用することで検出する

3 金融特化マーケティング

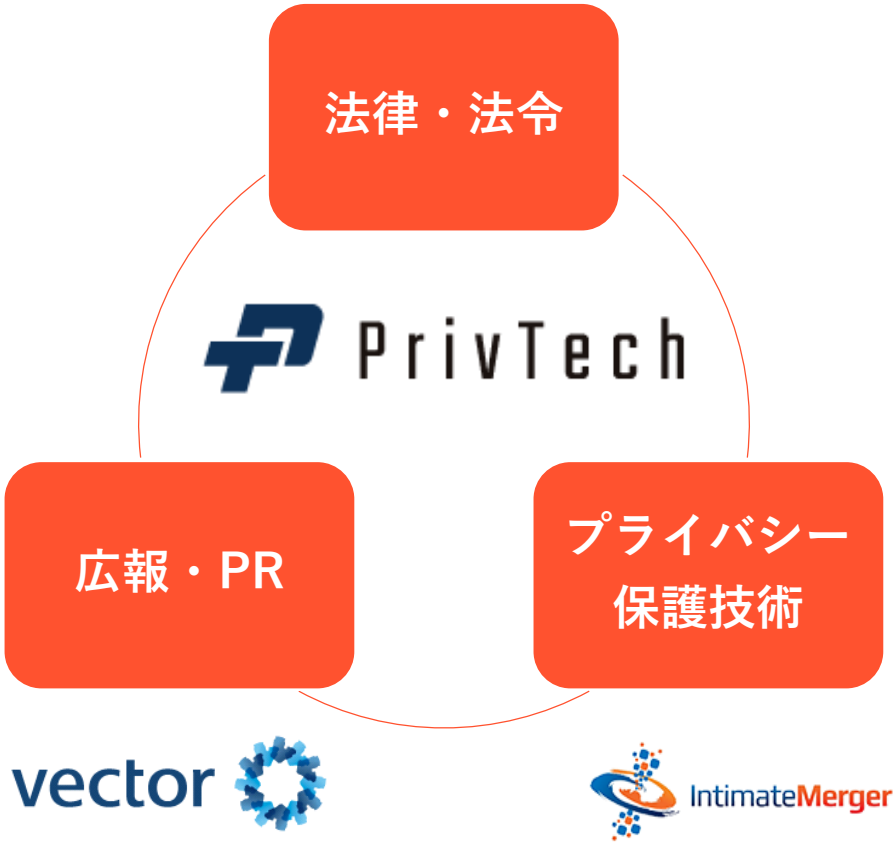
稼働率や審査通過率といったよりビジネスゴールに近いマーケティングサービスを提供

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

Topics4 プライバシー保護領域へのサービス提供を開始

IntimateMerger

POINT 個人情報保護法の改正を見据えて、プライバシー保護領域に関連したサービスの提供を開始



■プライバシー保護技術
- 許諾管理の仕組みの提供
- データ暗号化技術の提供

■法令・法律面
- 現行個人情報保護法への対応
- 改正個人情報保護法への対応
- GDPR／CCPA／その他地域法への対応

■データ活用面
- 許諾レベルに応じた活用
- ブラウザの仕様に合わせた活用
- データ収集コストを超える価値の提供

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

IntimateMerger

About Intimate Merger

7 会社紹介

基礎情報

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	簗島 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3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 （ＪＩＡＡ）			

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

企業の沿革

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の合弁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弁にて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

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

代表のご紹介



代表取締役社長

築島亮次

（Ryoji Yanashima）

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

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

クライアント一覧

POINT **幅広い業種・業界**に多用なサービスを提供。

ITOCHU
watashi by shiseido
Otsuka 大塚製薬株式会社
sansan
小学館 SHOGAKUKAN
YAHOO! JAPAN
salesforce
dentsu
opt
CyberAgent
giftee*

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.

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。

© Intimate Merger, Inc. All Rights Reserved.