



2021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	2021年11月16日(火) 13:30~14:00
開催方法	オンラインによる実開催
説明会資料名	2021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

株式会社インテイメート・マージャー  
東証マザーズ（証券コード：7072）

2021年9月期

通期決算説明会資料

データ活用における革命を起こす

## INDEX

- FY2021 4Q Summery**
1. 2021年9月期 4 Qサマリー ..... P3
- Financial Results for FY2021**
2. 2021年9月期 通期業績 ..... P5
- FY2022 Outlook**
3. 2022年9月期 通期業績予想 ..... P9
- Business Strategies**
4. 事業戦略について ..... P11
- Privacy Initiatives**
5. プライバシーに関する取組 ..... P24
- Q&A Session**
6. 質疑応答 ..... P29



FY2021 4Q Summery

# 2021年9月期4Q サマリー

## 総括

### ポストCookieソリューションのパートナー連携が進捗

広告主、パブリッシャー、パートナーと、  
多くのレイヤーとの取り組みが進行中

## 主要KPI

- 総アカウント数：**4,380件** **YonY：56%増加** ↑
  - 順調に総アカウントが増加
  - 特にPerformance DMP はQonQ：15%増加
- マーケティング支援売上：**254百万円** **QonQ：5%増加**
  - マーケティング支援は、3Qから引き続き単価上昇傾向
  - ポストCookieソリューションを含む新たな顧客ニーズを捉えたことが奏功し、売上高は改善トレンド

## トピックス

### ポストCookie

- ポストCookie時代に対応した広告配信技術を株式会社ジーニーへ提供。「IM-UID」と「GENIEE DSP」、「GENIEE SSP」との連携を開始。



### ポストCookie

- ポストCookie時代に向けて株式会社インテージと業務提携。デジタルマーケティングやデータマーケティング領域での共同サービス開発を目指す。



Financial Results for FY2021

# 2021年9月期 通期業績

上半期のマーケティング支援における単価減少の影響を受け、売上高は1.2%減少。

一方で、リモートワーク継続による販売管理費の減少、株式売却益等により、当期純利益は48.4%増加。

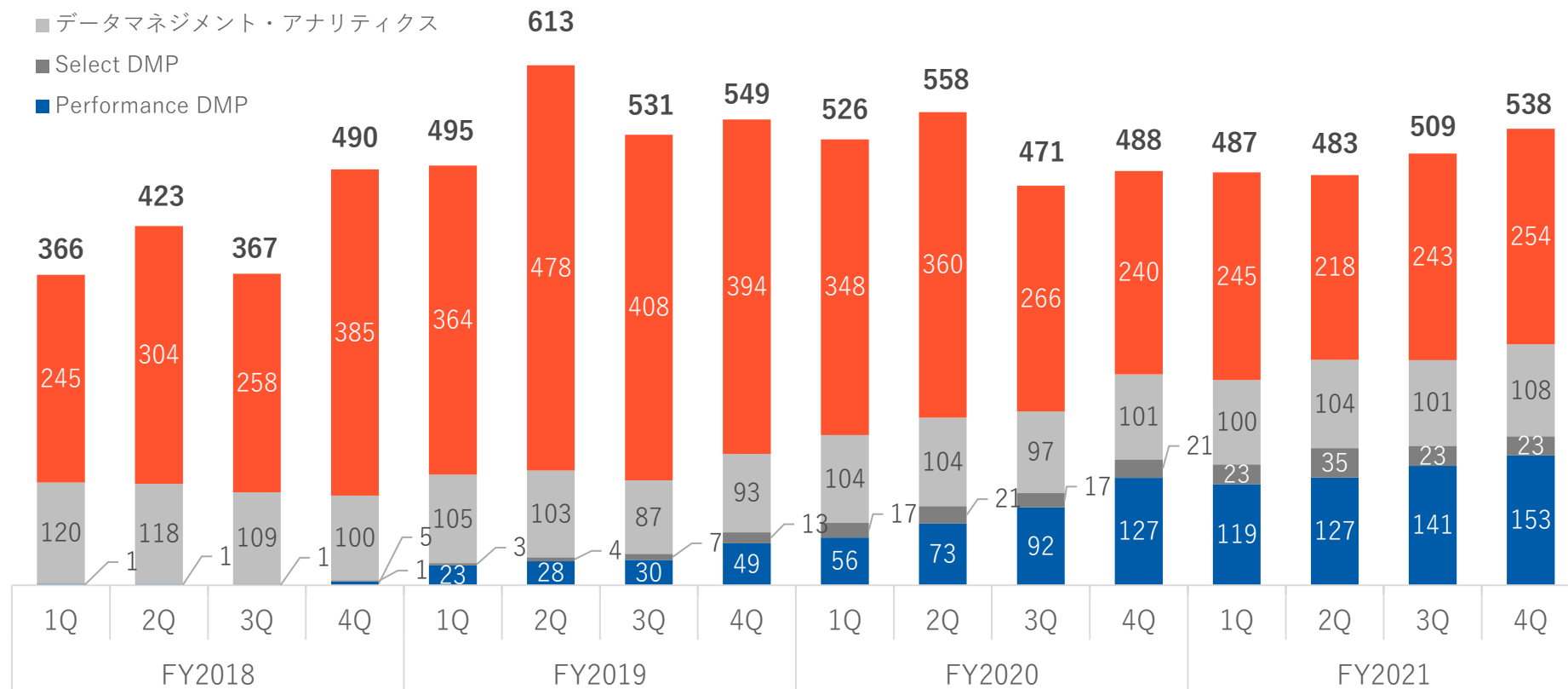
(百万円)

	FY2020 通期累計	FY2021 通期累計 <small>※2020年第2四半期より連結決算</small>	YonY	
			増減額	増減率
売上高	2,042	<b>2,017</b>	△25	△1.2%
売上総利益	641	<b>602</b>	△39	△6.1%
(売上総利益率)	31.4%	<b>29.9%</b>	—	△1.6%
販売管理費	584	<b>550</b>	△33	△5.8%
営業利益	57	<b>51</b>	△5	△9.7%
(営業利益率)	2.8%	<b>2.6%</b>	—	△0.2%
経常利益	36	<b>39</b>	+3	+9.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	20	<b>29</b>	+9	+48.4%
(当期純利益率)	1.0%	<b>1.5%</b>	—	+0.5%

顧客単価の改善トレンド継続により、マーケティング支援売上高がQonQでは5%増加。

(百万円)

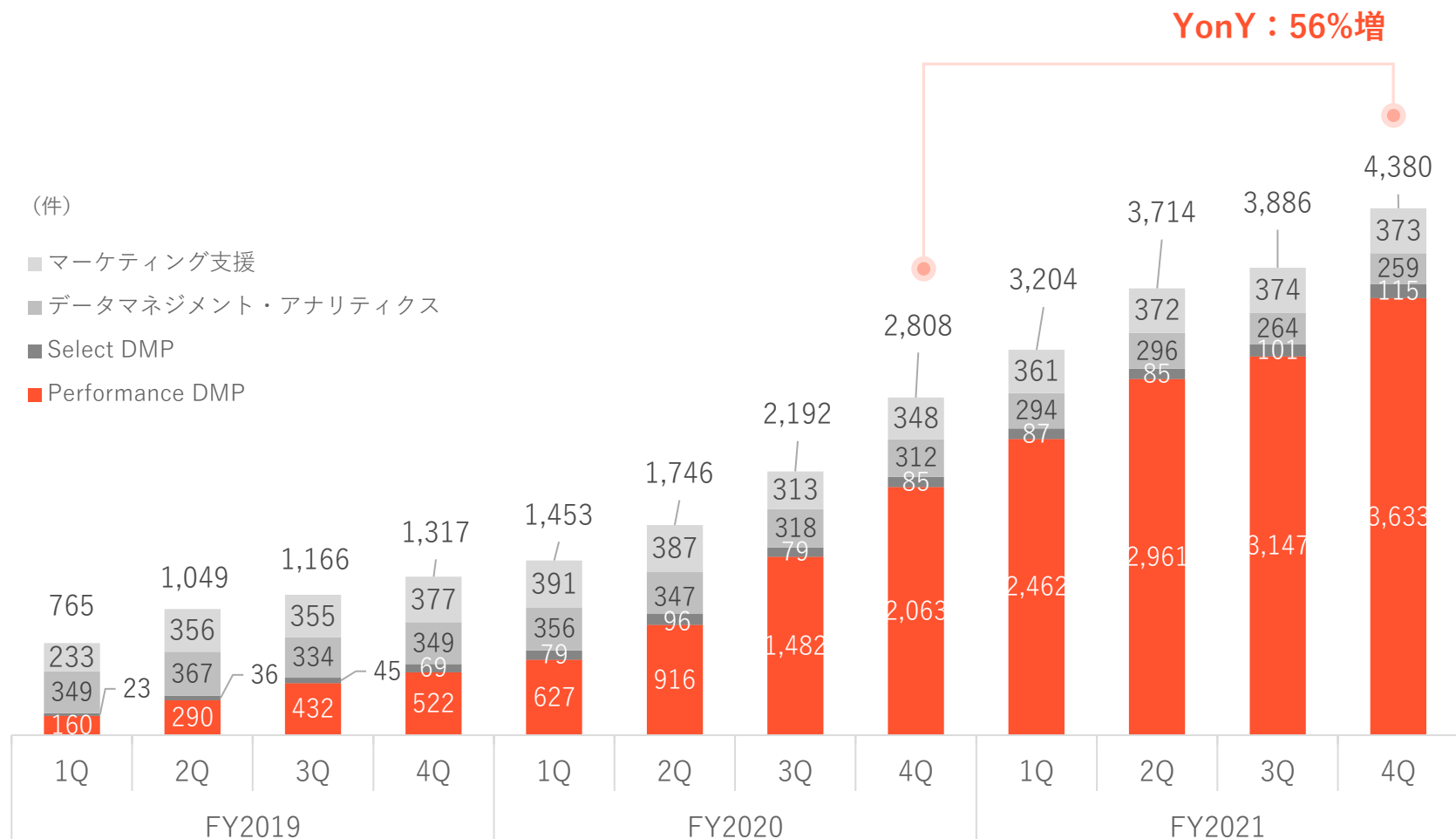
- マーケティング支援
- データマネジメント・アナリティクス
- Select DMP
- Performance DMP





# アカウント数（四半期推移）

Q3で開発が完了した**ポストCookieソリューション**の引き合いが多く、**新規アカウント獲得、単価上昇の双方に貢献**。これにより、全体アカウント数も4,380件（YonY：56%増）と過去最高値を更新。



※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

FY2022 Outlook

# 2022年9月期 通期業績予想


ポストCookieソリューションの拡販、X Tech(クロステック)領域の拡大を軸に、  
**売上高はYonY14.3%増加を見込む**。新領域への投資も継続するため、経常利益はYonY27.7%減少。

(百万円)

	FY2021 実績	FY2022 予想	YonY	
			増減額	増減率
売上高	2,017	<b>2,304</b>	+287	+14.3%
営業利益	51	<b>30</b>	△21	△42.1%
(営業利益率)	2.6%	<b>1.3%</b>	—	△1.3%
経常利益	39	<b>28</b>	△11	△27.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	29	<b>21</b>	△8	△28.7%
(当期純利益率)	1.5%	<b>0.9%</b>	—	△0.6%

Business Strategies

# 事業戦略について



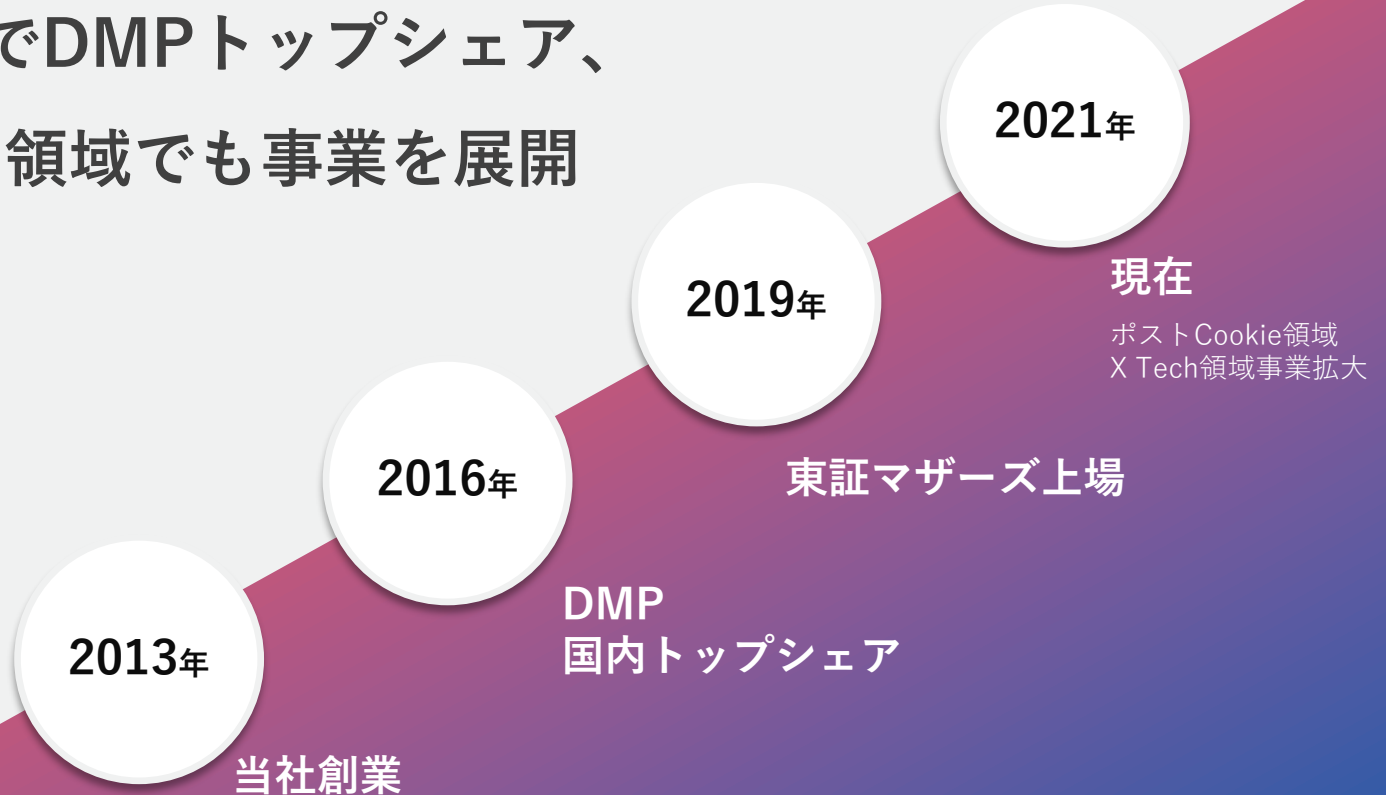
Mission

# 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。

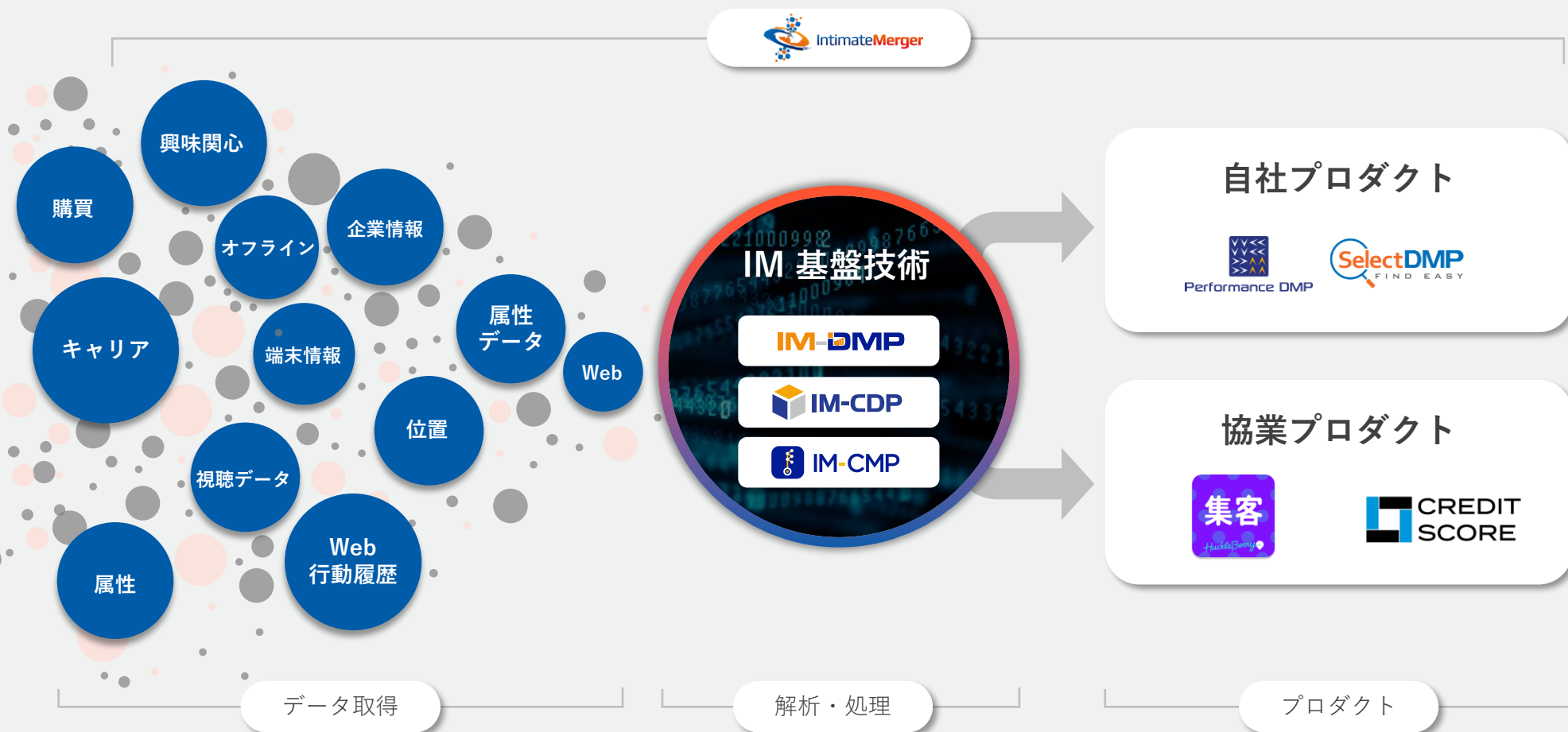
創業から約3年でアドテク領域におけるDMPのトップシェアを達成し、  
2019年に東証マザーズに上場。その後、アドテク領域で培った基盤技術を活用し、X Tech領域のDXを推進。

## 創業から約3年でDMPトップシェア、 アドテク以外の領域でも事業を展開

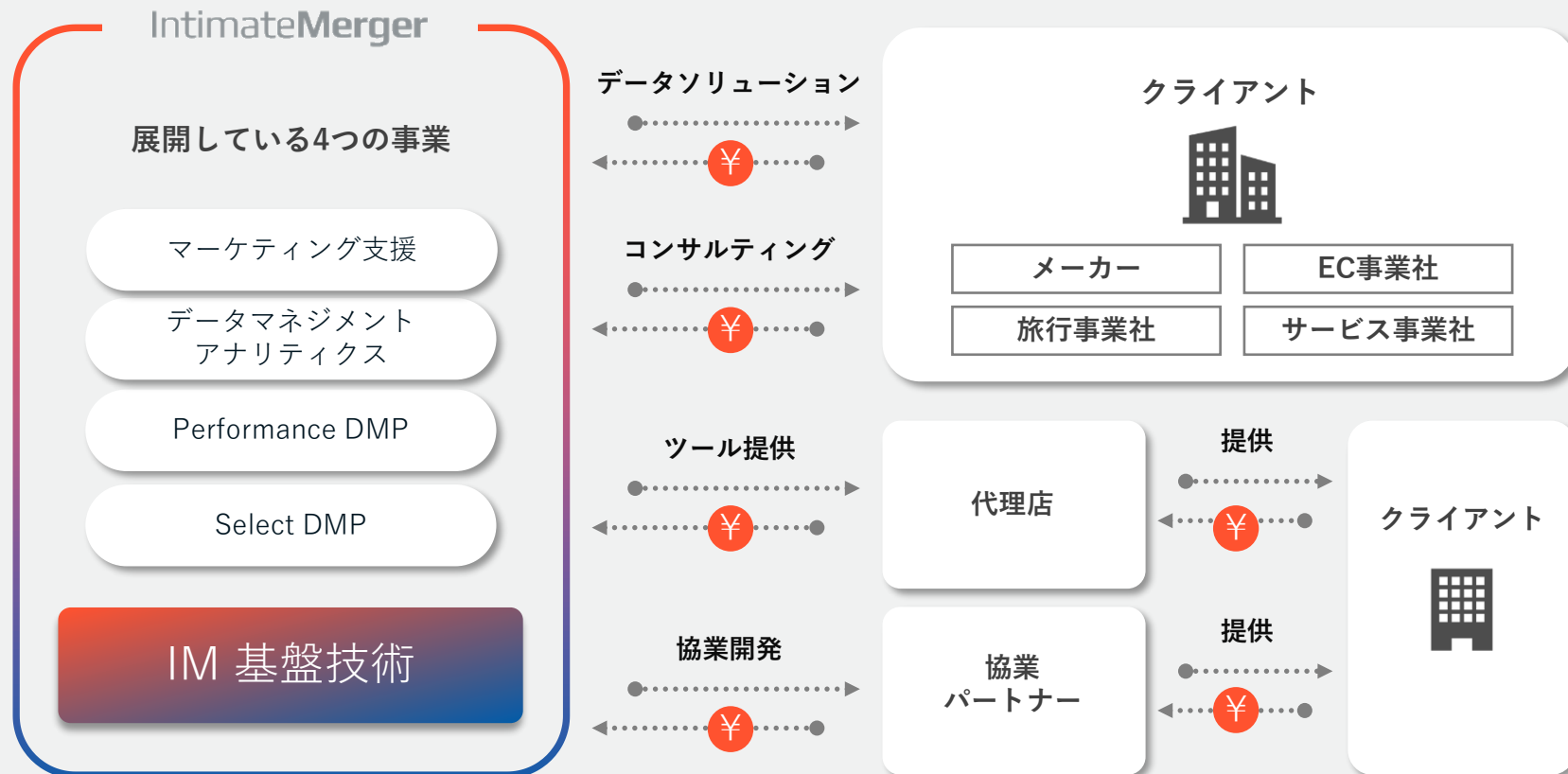


創業以来構築してきた当社基盤技術である「IM-DMP・CDP・CMP」を基軸に膨大なデータを収集しリアルタイムで解析が可能になり、様々な領域のクライアントに対してサービスを開発。

## 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



## 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





これまでの技術基盤を活用し中長期的に成長が見込める「ポストCookie・X Tech領域」の拡大に注力。

## 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



## 市場性

ポストCookie領域において **国内でNo.1を達成するポテンシャル**

## 独自性

既存の「基盤技術・提携パートナー」を有す事による  
**圧倒的な速度での事業展開**

## マイルストーン

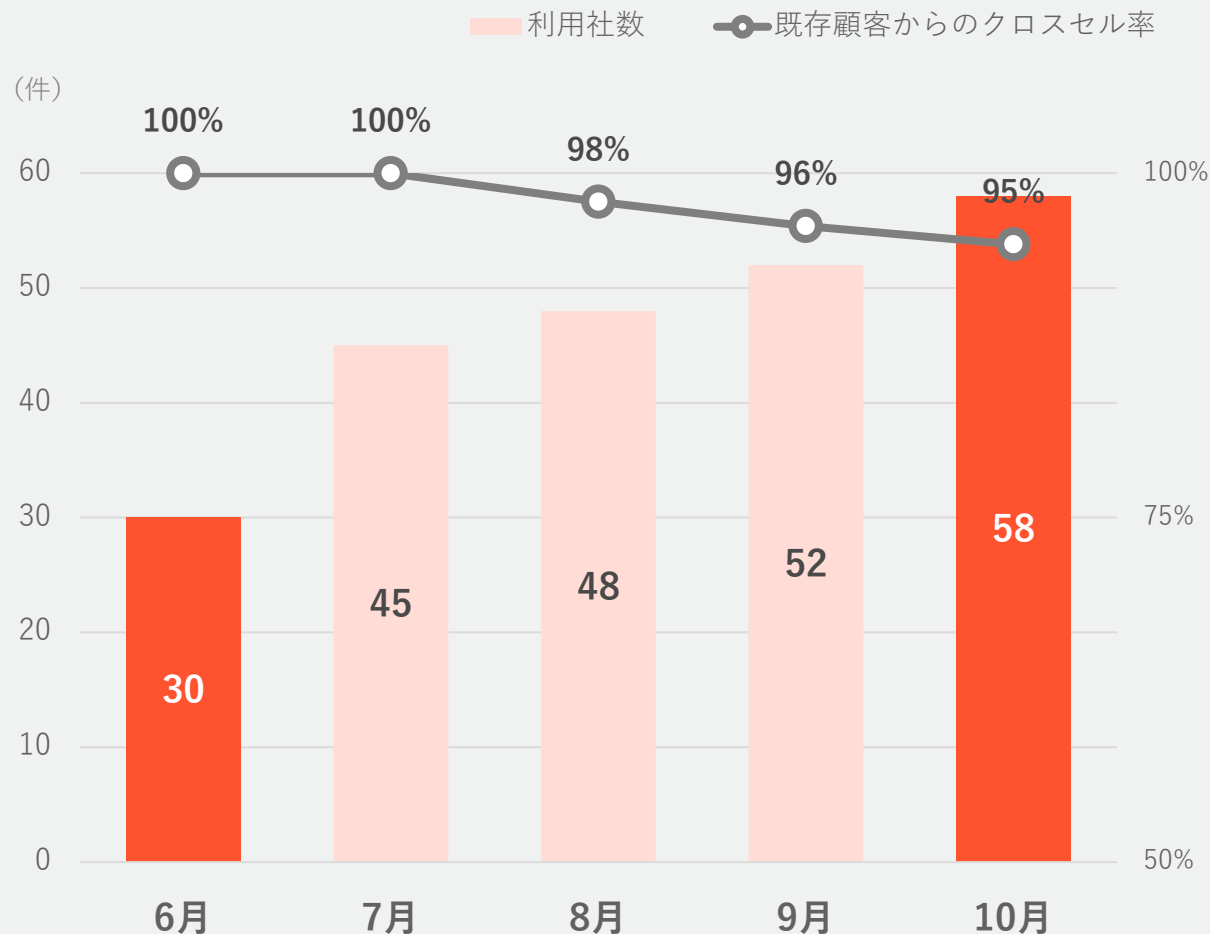
- ・先行してサービスの開発検証を実施 (**導入社数：58社**)
- ・連携メディアの拡大 (**提携サイト数：77万ドメイン**)

## 中期戦略

既存クライアントに対する **クロスセル販売**

5月のプレローンチ後、「ポストCookieソリューション」の利用社数は順調に増加。大半がPerformance DMPを利用する既存顧客への販売であり、効率的な案件獲得・サービス導入を実施。

### ポストCookieソリューションの利用社数



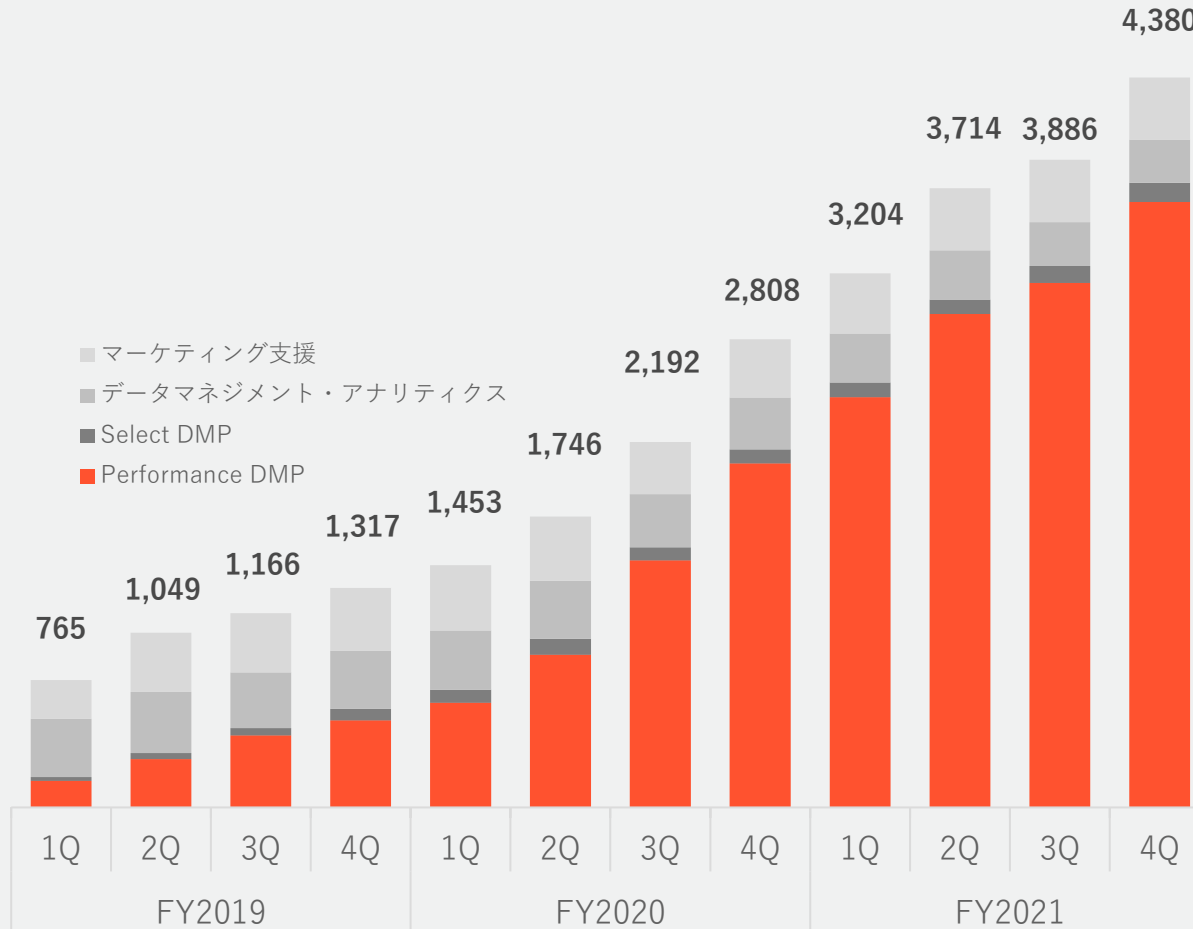
### アカウント数

配信アカウント数は順調に推移

### 販売経路

約95%が既存クライアントからのクロスセルでの販売

成果報酬型の「Performance DMP」を中心に、近年、当社サービス導入先の増加に注力。今後は大きく増加した既存クライアントに対して、付加価値の高い「ポストCookieソリューション」の導入を進める。



これまで

ここ数年Performance DMPをベースにアカウント数の大幅な増加に成功

これから

既存クライアントをベースにポストCookieソリューションの販売に注力し単価向上を図る

## 市場性

コロナの追い風を受けて**各領域でDXの流れが加速**

## 独自性

- ・ **協業モデル**による開発速度の加速
- ・ 当社だけが有すデータの**活用による協業**

緩やかな協業戦略

## マイルストーン

コマーステックの領域で  
ハックルベリー（Shopify）と**協業し流通総額21億円を突破**

## 中期戦略

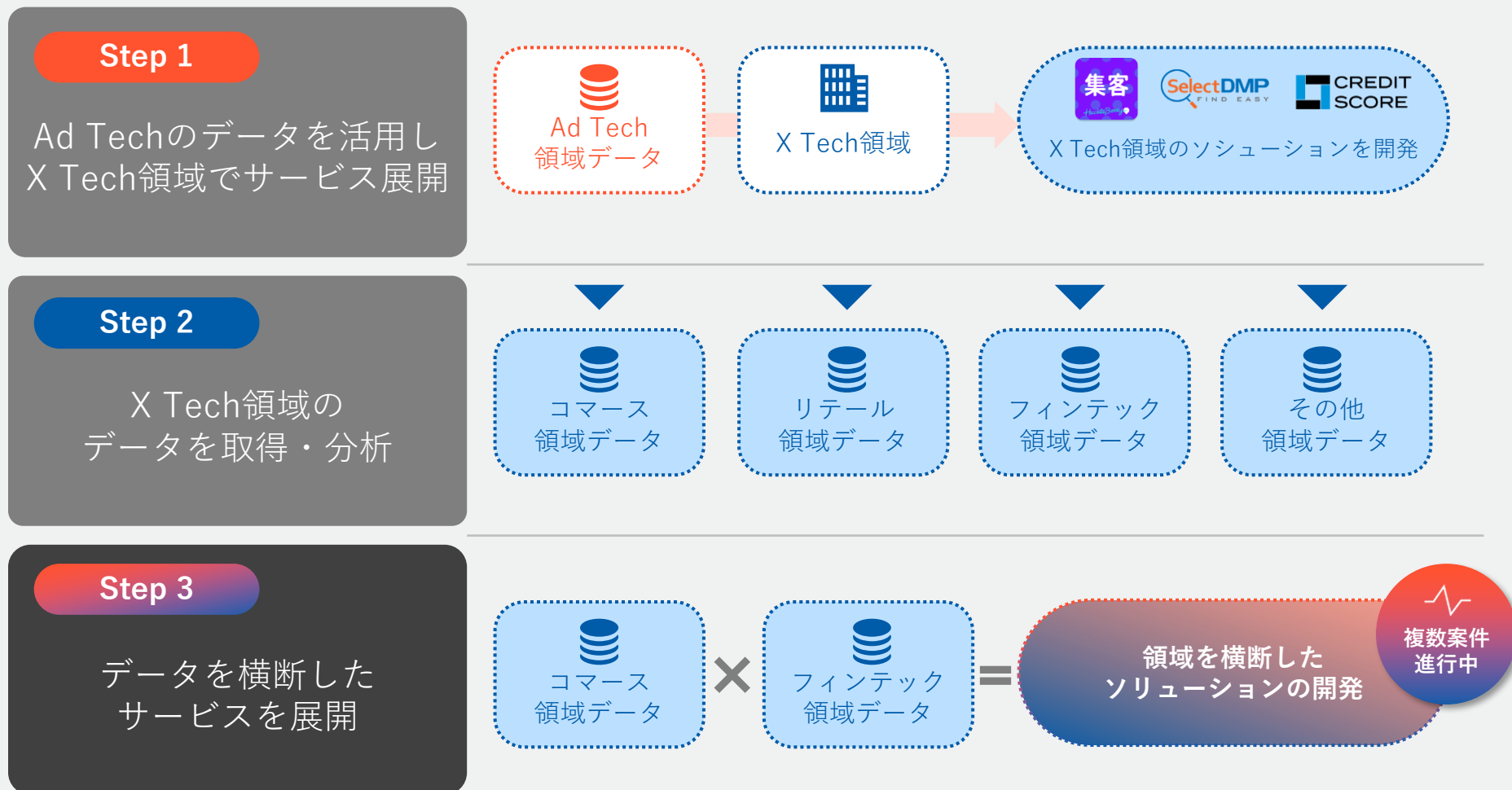
プライバシーに配慮した**当社独自のデータ活用で企業のDXを伴走**

各領域において主要なパートナーとともにソリューションを開発、主要KPIも成長中

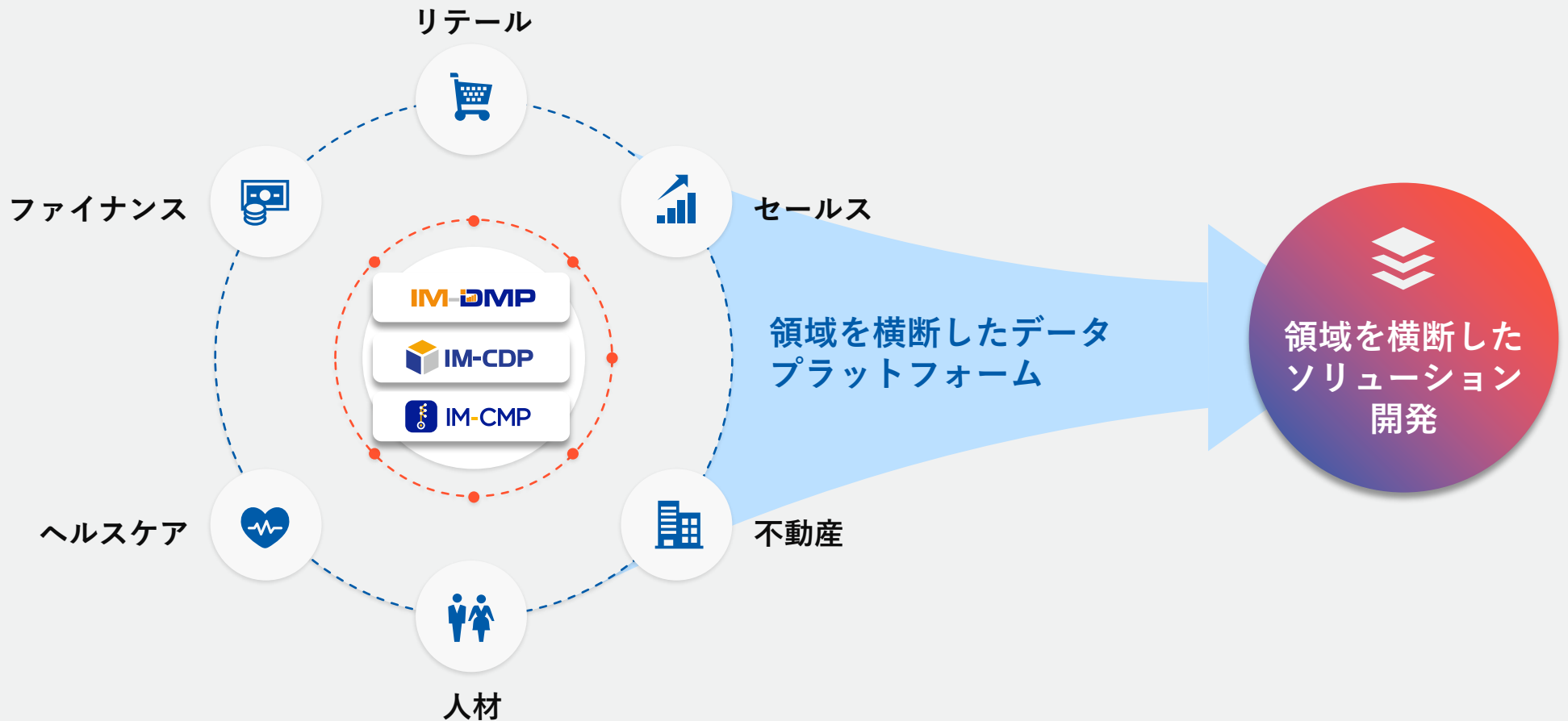
	セールス領域	コマース領域	ファイナンス領域
総括	 堅実に進捗	 主要KPIが成長	 今期注力領域
主な提携パートナー	自社開発	  その他大手小売事業者	 新生銀行
実績	<b>当社の売上高に貢献</b> FY2021の売上高は1.4億円に	<b>20億円突破</b> 「Shopify」上の流通総額	<b>商品提供の開始</b> クレジットスコアのデータを利用した商品の提供を開始
取得・活用しているデータ	企業ID    法人番号 Ad Techデータ	POS Ad Techデータ	金融スコア Ad Techデータ

素早く各領域のデータを習得するために、X Tech領域の事業者と協業し、  
そこで集めたデータを掛け合わせるにより「領域を横断したソリューション」の開発を進め事業拡大を目指す。

## 領域を横断したソリューションを開発し付加価値の高いソリューションを生み出す



中長期で領域を横断したデータプラットフォームカンパニーに





Privacy Initiatives

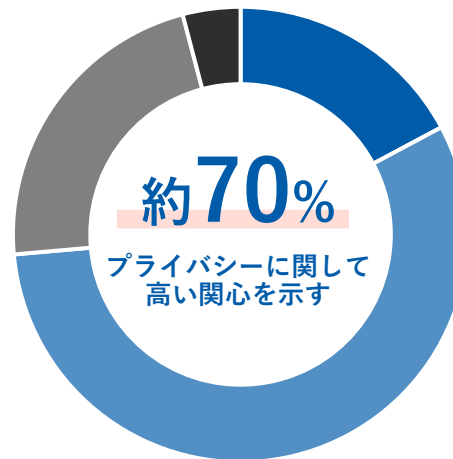
# プライバシーに関する取組

# 消費者のプライバシーに対する関心は 非常に高まりつつある



プライバシー保護に関して  
どの程度関心をお持ちですか？

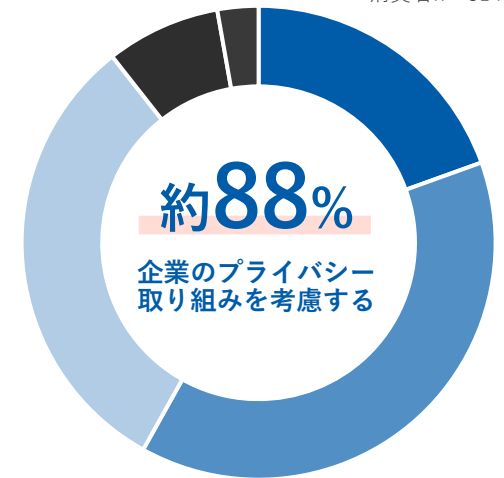
消費者n=314



- 非常に興味がある
- やや興味がある
- あまり興味がない
- 全く興味がない

提供企業の「プライバシー取り組み」を、  
あなたはどの程度配慮しますか？

消費者n=314



- 非常に考慮する
- やや考慮する
- 考慮する
- あまり考慮しない
- 考慮しない

# 世界中で広がる プライバシーを重視した 企業活動

ビジネスにおける持続可能性は世界的なムーブメントに。  
同様にプライバシーをより重視した企業活動に注目が集まる。

## 関連記事

APPLE

Appleは何故、ここまで声高に  
「プライバシー」保護を叫ぶのか？

URL

Amazon

アマゾン、Alexaの新機能で  
プライバシー重視を強調

URL

GOOGLE

よりプライバシーに配慮した  
ウェブの実現にむけて

URL

Meta(元Facebook)

フェイスブックは個人情報保護の強化  
を約束したが、どこまで信じられるの  
か？ いま浮き彫りになる課題

URL

## 当社ミッションとプライバシー課題への取り組み

世界中の人々が安心してインターネットを使える世の中を目指し、  
コーポレートミッションのもと様々なCSR活動を実施。

### 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。

社会課題

### • データプライバシーに関する不安

当社の取り組み

### • 安心なデータ活用を世の中に広めていく

- Cookieに依存しない広告配信技術の開発・提供
- プライバシー保護を重視したコンテキストマッチの要素抽出
- データプライバシーに関する啓蒙活動

## 当社の取り組みの詳細：Priv Tech社の設立

2020年にプライバシーテック領域における事業を展開するべく、株式会社ベクトル社との合併会社として「Priv Tech（プライブテック）株式会社」を設立。



### 企業基本情報

- 会社名 : Priv Tech株式会社
- 住所 : 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 17F
- 設立 : 2020年3月2日
- 代表取締役 : 中道 大輔
- 事業内容 : プライバシーテック分野におけるサービスの提供
- URL : <https://privtech.co.jp>

#### Service 1



同意管理プラットフォーム  
(CMP)

#### Service 2

プライバシー  
コンサルティング

プライバシー規制対策  
コンサルティング

#### Service 3

ポストクッキー  
コンサルティング

3rd Party Cookie規制対策  
コンサルティング

Q&A Session

# 質疑応答