

IntimateMerger

株式会社インティメート・マージャー

会 社 説 明 資 料

東証マザーズ（証券コード：7072）



INDEX

- About Intimate Merger**
- 1. 会社紹介 P3
- Business Description**
- 2. 当社の事業内容 P6
- Topics**
- 3. Q4トピックス P14
- Growth Strategy**
- 4. 成長戦略 P18
- Appendix**
- 5. 参考資料 P23

About Intimate Merger

1

会社紹介

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



代表取締役社長

築島亮次

(Ryoji Yanashima)

| | |
|----------|---|
| 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 | 株式会社ベクトルとの合併にて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 |

Business Description

2

当社の事業内容

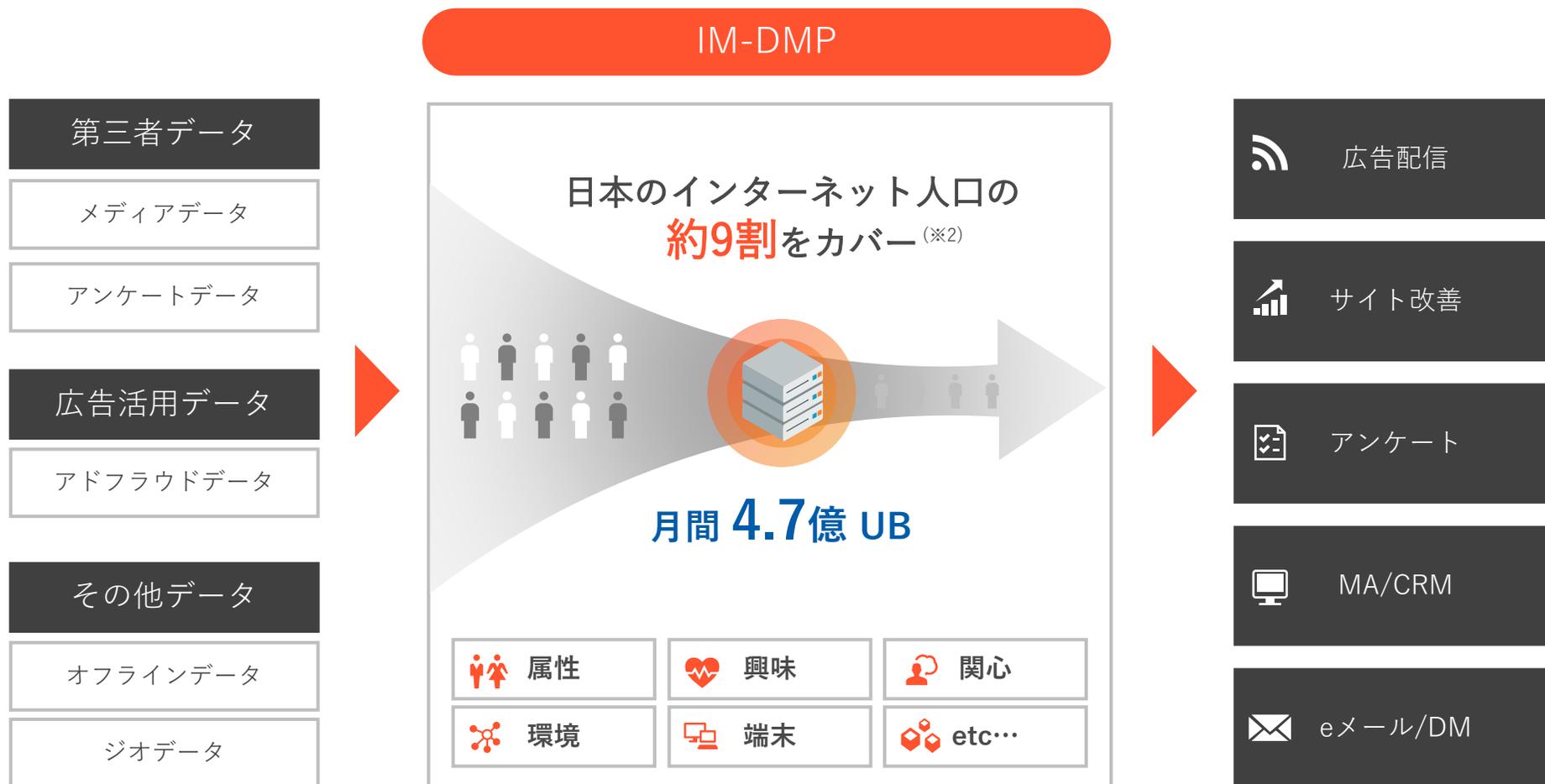
Mission

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。

POINT

(※1) 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。

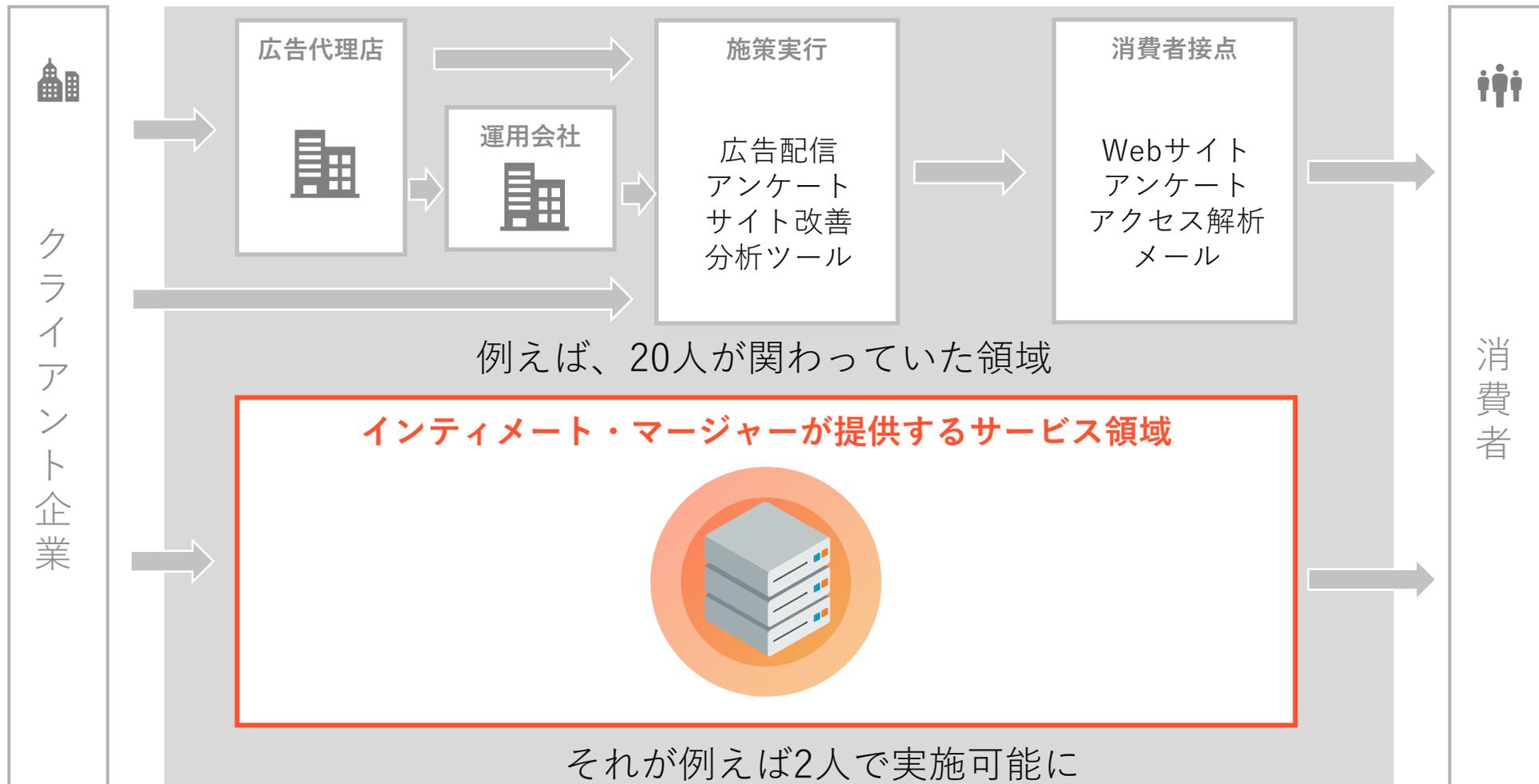


(※1) 一定期間内に計測された重複のないブラウザの数を示します。多くの場合、ブラウザの識別にはCookieが利用され、一定期間内に計測された重複のないCookieの数のことを示します。

(※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。

POINT

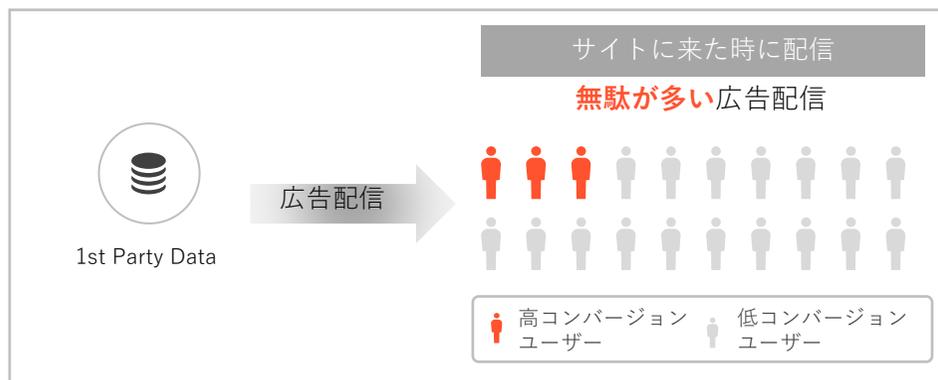
今まで市場に存在していた非効率な領域を効率化するために
データを利用して解決できる領域にサービスを提供



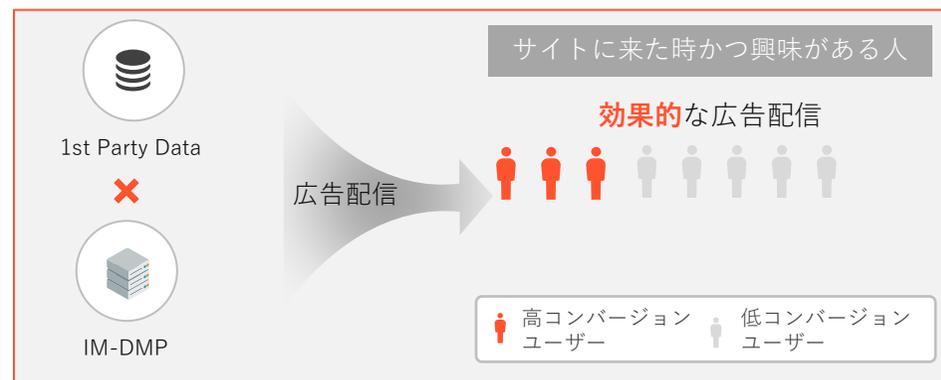
POINT

企業が保有する1st Party Data に、IM-DMPを掛け合わせることで、見込み顧客に対するアプローチ等の**効果的な広告配信が可能**になる。

DMPを使わない場合



IM-DMPを活用した場合



掲載されるサイトの情報

サイト情報

掲載されるサイトの情報

—

サイト来訪者情報

サイトに来た人の興味関心

サイト内容に合わせたバナー広告

最適化＋活用方法

サイト内容＋人に合わせた
バナー広告

POINT

データ収集ネットワーク、ビッグデータ処理技術、AIによるデータ解析技術を駆使して、規模と技術力の両面で高い優位性を誇る。



1

データ収集ネットワーク

多様なカテゴリーのメディア企業からデータを収集しており、カバー率は国内インターネット人口の約9割

2

ビッグデータ処理技術

秒間最大5万件のデータを処理

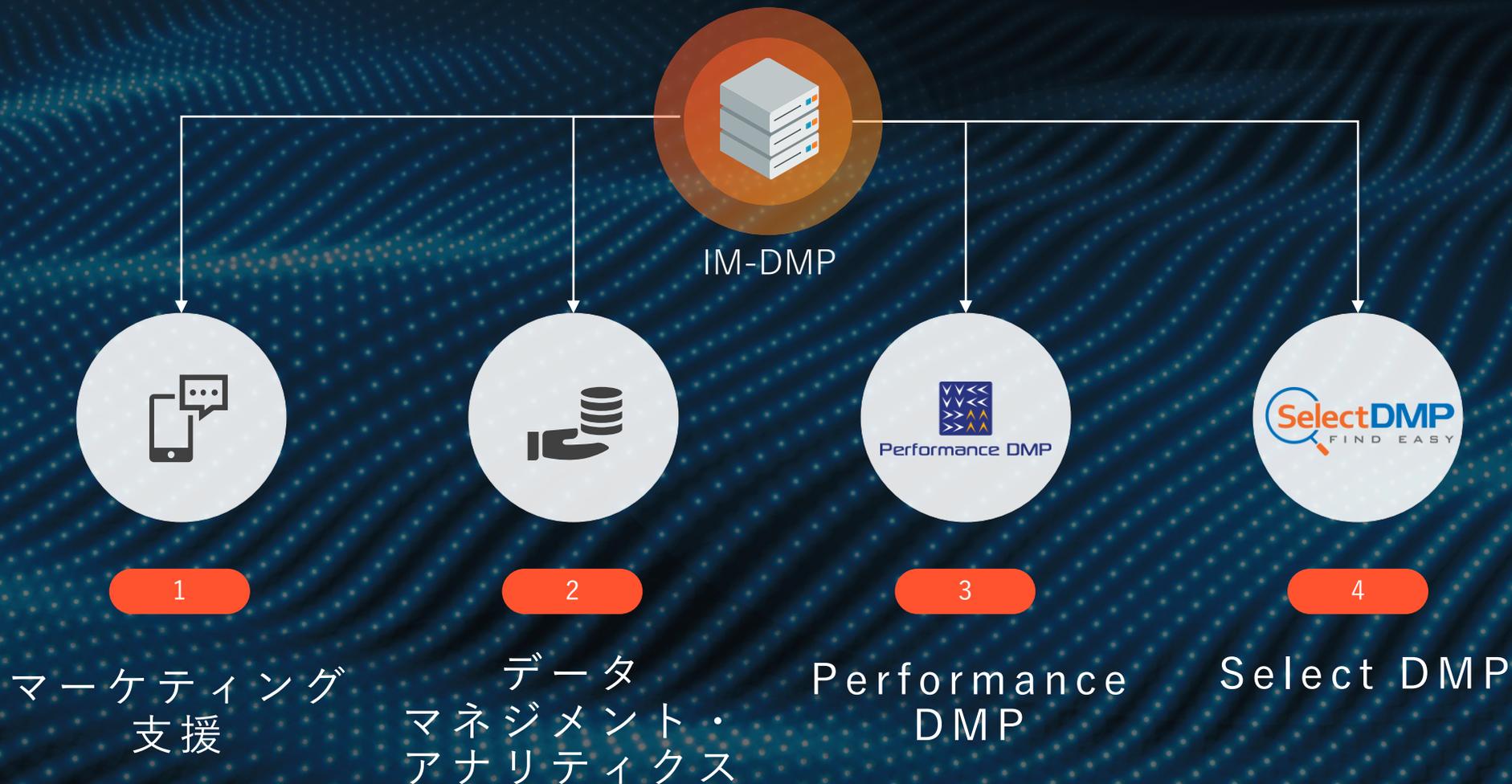
3

AIによるデータ解析技術

収集したデータを自社開発のAIにより加工処理をして付加価値創出

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



POINT

2020年3月には、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



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なマーケティング施策を実現するために活用できるDMP。

開発



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。

開発



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。

開発



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

開発



ビッグデータ

Q4_Topics

3 Q4トピックス

POINT

9/14より、金融サービスに特化したAIスコアリング機能を実装し、Fin Tech領域の強化に向け株式会社インタースペースと業務提携を開始

成果報酬型ディスプレイ広告運用サービス「Performance DMP」 AIスコアリング機能を実装し、金融サービスに向けて提供開始



このたび実装されたAIスコアリング機能は、当社と株式会社新生銀行の合併会社であるクレジットスコア株式会社が独自開発したスコアリングモデルを使うことで、金融サービスの審査通過率が高いと推定されるユーザー獲得の推進や、リスクが想定されるユーザーを広告露出対象から除外するなど、さまざまなマーケティング支援を可能にしています。

これにより、事業者の審査コストの削減が見込まれるほか、LTVの高いユーザー獲得の促進に繋げるなど、「効率的、かつ効果的」な「Performance DMP」の提供が可能になりました。なお、複数社に向けてテスト導入を行ったところ、AIスコアリング機能を用いた「Performance DMP」は、他社の広告配信に比べて最大約2.5倍の審査通過率の向上が見受けられました。

POINT

10/7より株式会社ハックルベリーとShopifyアプリのブランド「AppArcha（アップアルカ・略称：A2）」における新たな機能拡張アプリケーションの開発・運営に関する共同事業を開始。

インティメート・マージャー×ハックルベリー
Shopifyアプリ「AppArcha」における共同事業を開始



昨今の新型コロナウイルス感染拡大により長引く自粛生活に伴い、2020年3月以前と比べて総合ECサイトの利用者は増加しており、Webを介して商品を販売するECへの出展は、企業の販売経路のひとつとしてより重要視されています。

IMは、データやAI技術を活用した最適化の基盤として広告・マーケティング領域におけるデータ分析・活用に広くご利用いただいております。サービス導入企業のマーケティング活動の支援を行ってきております。

このような背景を受け、この度EC領域でのアプリケーションの企画運用を得意とするハックルベリーと、Shopifyへ出展する企業に向けた「より簡単でシームレスなWeb集客」を目指し、Shopify Inc.が運営する「Shopify アプリストア」（「Shopify」における機能拡張のためのアプリケーションストア）において、Shopify（ショッピング）アプリのブランド「AppArcha（アップアルカ・略称：A2）」における共同事業を開始する運びとなりました。

POINT

三井物産株式会社の子会社である株式会社Legolissとの協業開始における第1弾施策

データマーケティング会社の株式会社Legolissと協業開始
～カスタマイズ型CDP「kukuLu」にポストCookieアドテクノロジー技術など提供～



昨今、企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）化が浸透してきたことにより、データ活用による業務効率やサービスの質を向上させるマーケティング支援など、業種業界を問わずビッグデータの活用が重要視されるようになりました。しかし、「GDPR（EU一般データ保護規則）」や「CCPA（カリフォルニア州消費者プライバシー法）」などの影響により、データ収集・活用が規制強化の対象になるほか、SafariのITPやChromeがプライバシー強化されるなど、活用できる情報量やデータの取得方法が年々変化しており、最も規制による影響を受けるアドテクノロジー業界において、データ活用における新しい手法への転換期に突入しています。

株式会社インティメート・マージャー（以下IM）、国内最大級のパブリックDMP企業として、これまでもポストCookie時代に向けた手法に関する研究・開発を行ってまいりました。今回の業務提携により、IMが保有する機械学習によるリアルタイム解析技術やポストCookieアドテクノロジー技術などを株式会社Legolissが運営するマルチクラウド対応のカスタマイズ型CDP「kukuLu」に提供しサポート体制を構築することで、アドテクノロジー業界の今後を見据えたマーケティング共同パッケージを開発していく予定です。

※CDP（カスタマー・データ・プラットフォーム）：顧客一人ひとりの属性データや行動データを収集、蓄積、統合するためのデータプラットフォーム

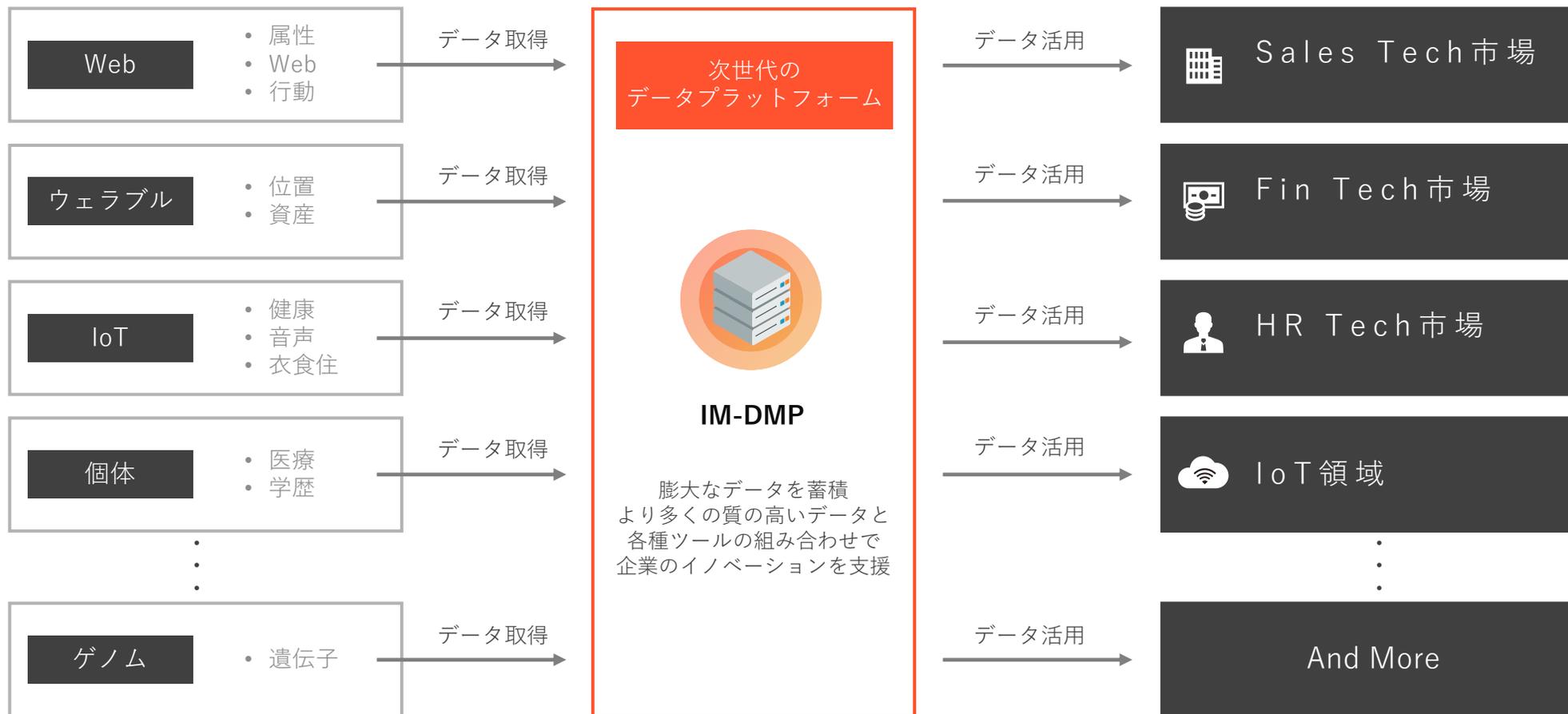
Growth Strategy

4

成長戦略

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。

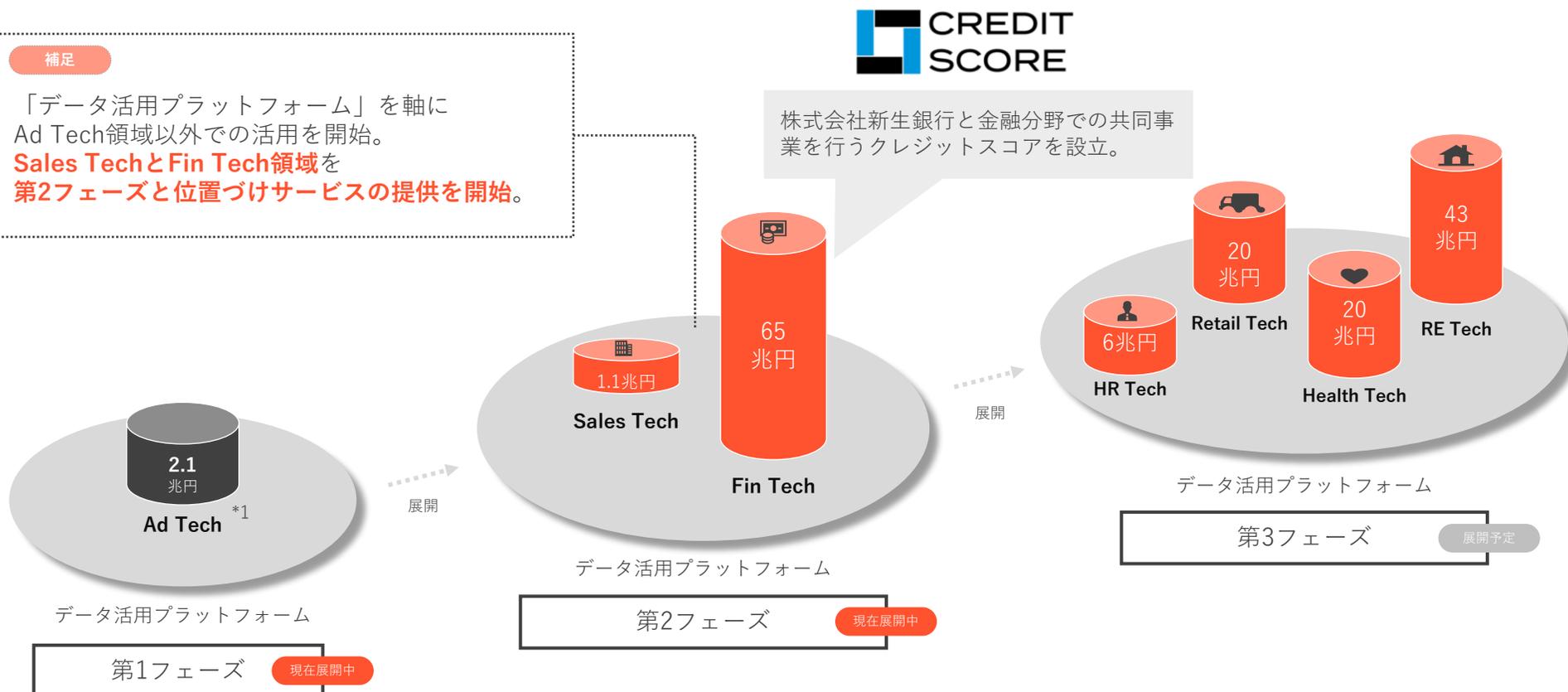


POINT

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。2020年3月には、**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。**



※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

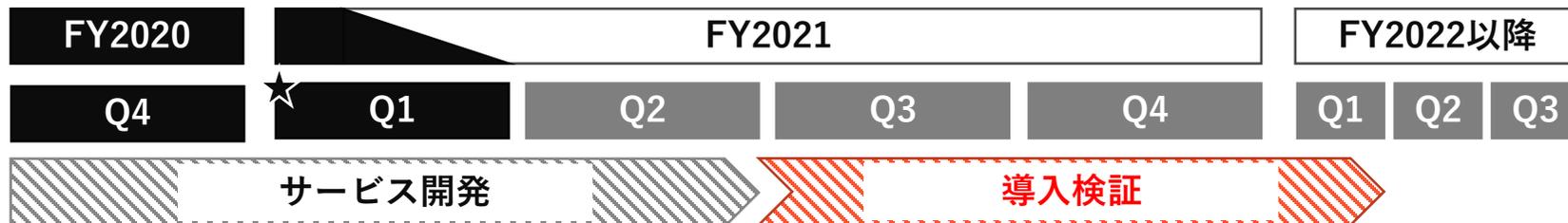
※2 コールセンターサービス市場（株式会社矢野経済研究所）、MA市場（矢野経済研究所）、マーケティングリサーチ市場（一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会）の合算にて算出

POINT

DMPに限らず、アドテクノロジーにおいて3rd party cookieが使えなくなることで市場に大きな変化がもたらされる。これをチャンスと捉え、既存市場でのシェア拡大を進める。

| | アドテクノロジー領域 | | | X-Tech | | |
|------------------|------------------------------|-----------|-----------------|----------|------------|-----------------|
| | 計測・分析 | 運用型広告 | | FinTech | Sales Tech | Privacy Tech |
| 現状サービスのCookie依存度 | 高 | | | 中 | 低 | 低 |
| 既存の市場規模比較 | 小 | 大 | | 中 | 小 | |
| ソリューション | データマネジメント・アナリティクス | マーケティング支援 | Performance DMP | クレジットスコア | SelectDMP | PrivTech |
| 今後の方針 | 新規/既存クライアントの代替ソリューションへの移行を推進 | | 依存している領域の軽減 | | 継続 | 個人情報保護法対応のニーズ拡大 |
| ポストCookie施策 | 共通IDソリューション | | | | | |
| | リアルタイムオーディエンス解析 | | | | | |
| | プラットフォームとの連携強化 | | | | | |
| | 同意管理 | | | | | |

POINT 各取り組みの直近のリリースと今後の方針は以下の通り



外部要因

※1

※2

共通ID
ソリューション

サービス開発中

サービスの開発完了及びテストクライアントの獲得を目指す

プラットフォーム
連携強化随時大手プラットフォームの
仕様変更に合わせて開発ChromeブラウザのPrivacy Sandbox(※1)への対応などを含めた
大手プラットフォームの仕様変更に合わせて開発を推進

同意管理

IM-CMP / Trust360リリース
プライバシーポリシー
改善ツールリリース改正個人情報保護法が施工されるタイミング(※2)にむけて
導入クライアント数を積み上げていくリアルタイム
オーディエンス
解析金融領域向け
最適化機能開発

テストクライアントを獲得し、ユースケースを拡充していく

Appendix

5

參考資料

| | | | | |
|---------------|------------------------------------|-------|-------|--------|
| 会社名 | 株式会社インテイメート・マージャー | | | |
| 経営陣 | 代表取締役 | 築島 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 | 40名（2020年9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 （J I A A） | | | |

POINT

幅広い業種・業界に多様なサービスを提供。

