

IntimateMerger

株式会社インティメート・マージャー
東証グロース（証券コード：7072）

2025年9月期 通期決算説明資料

2025/11/14

INDEX

- 1. Introduction
イントロダクション P3
- 2. Financial Results for FY2025
2025年9月期 通期業績 P10
- 3. Business Plan
事業計画 P18
- 4. Growth Strategy and Progress
成長戦略とその進捗状況 P26
- 5. Appendix
参考資料 P34



Introduction

イントロダクション



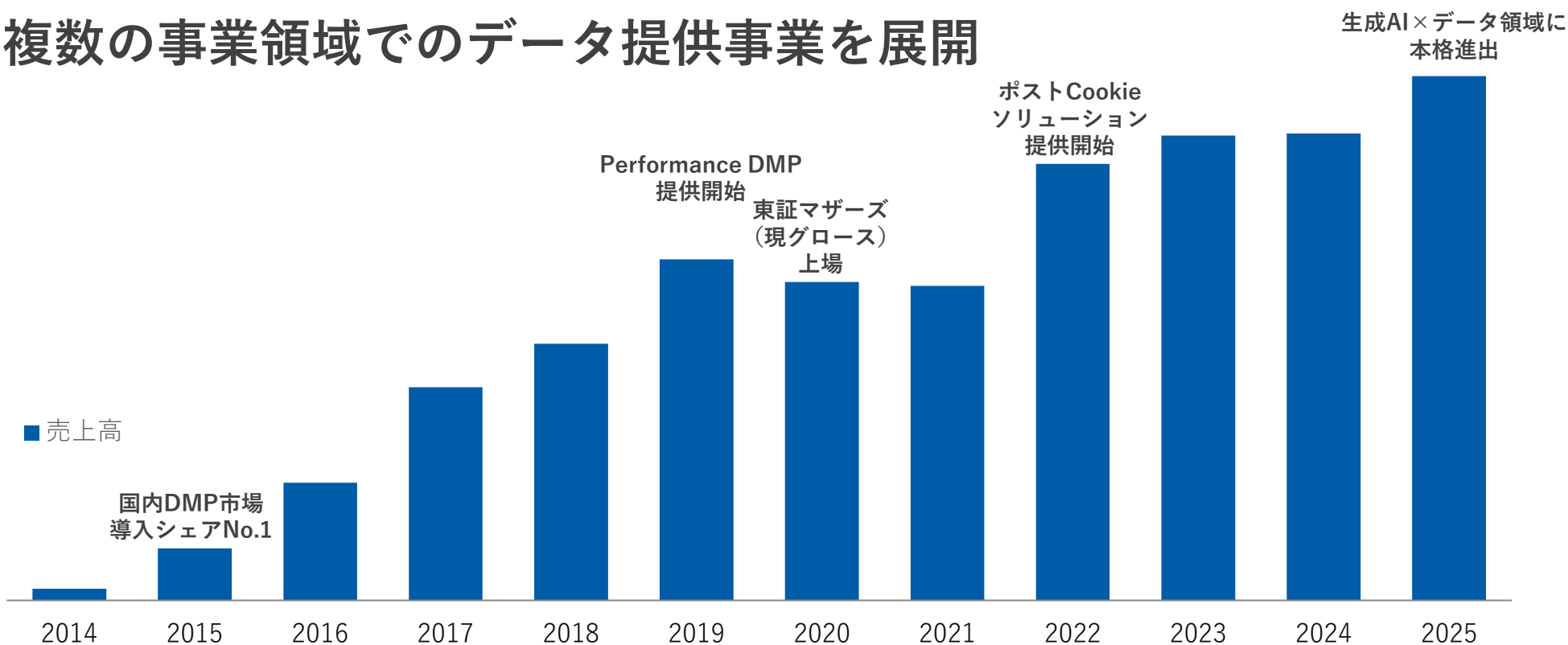
Mission

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。

創業開始直後より、国内DMP市場導入シェアNo.1^{※1}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、クロステック領域のDXを推進。

国内DMP市場導入シェアNo.1^{※1}、 複数の事業領域でのデータ提供事業を展開



※1 株式会社DataSign「DataSign Report 上場企業調査2025.10」

プロフィール



代表取締役社長

築島亮次

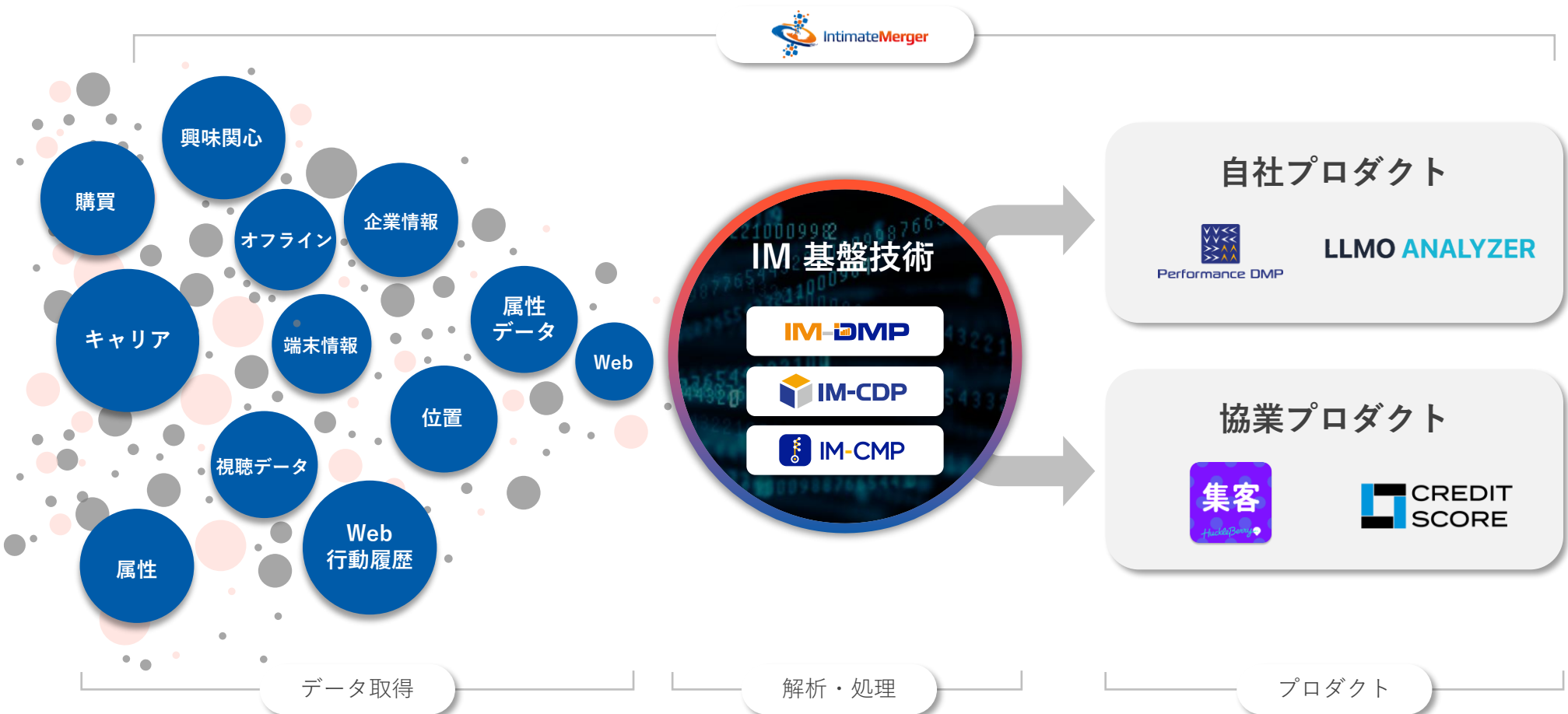
(Ryoji Yanashima)

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。

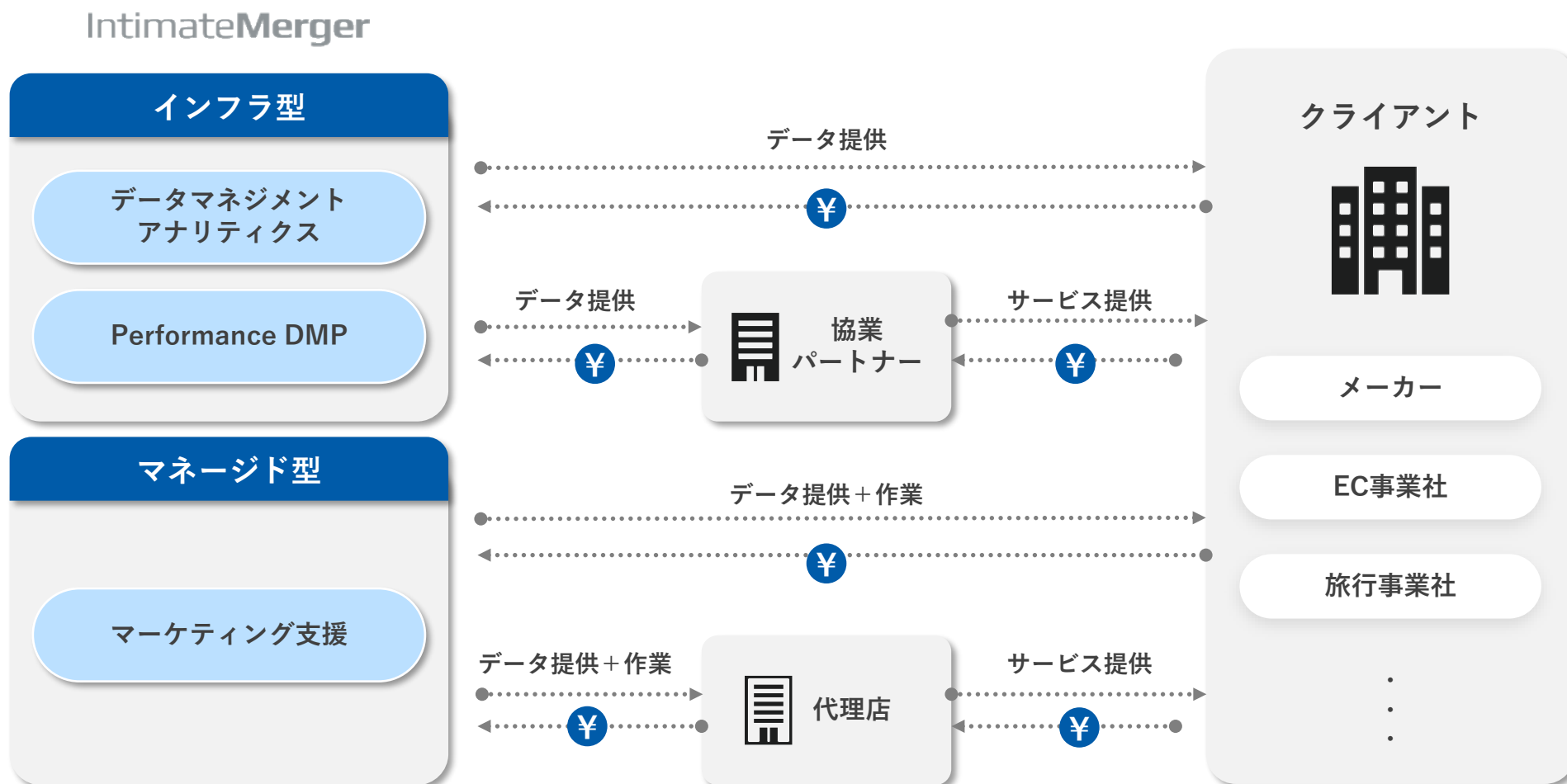
経歴

- 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

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



データ活用の作業まで請け負う”マネージド型”と、データ基盤を提供する”インフラ型”のビジネスを展開。
 現在は、**スケーラブルで収益性の高いインフラ型**へ主力が移行。



ソリューション一覧	ソリューションの説明
1 データマネジメント・アナリティクス	IM-DMPのデータを企業に提供したり、企業の保有ツールとIM-DMPを連携することで、企業が持つ1st Party Dataの精度の向上、分析を支援するサービス。
2 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い、成果に応じて料金が発生するサービス。
3 マーケティング支援	IM-DMPのデータを活用したオンライン広告配信環境を提供、または顧客に代わり広告配信運用を実施し、費用対効果の高いマーケティング活動を支援するサービス。

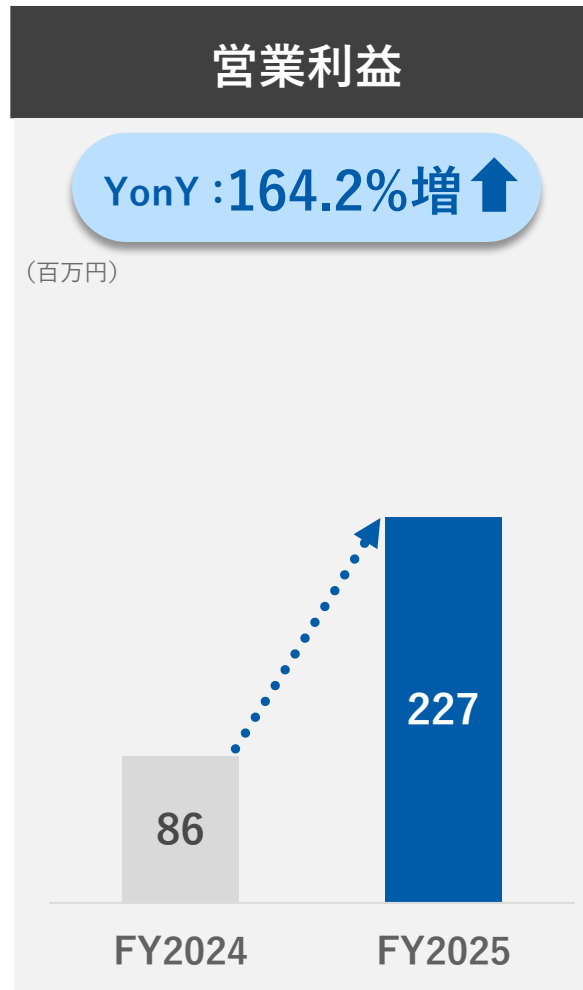
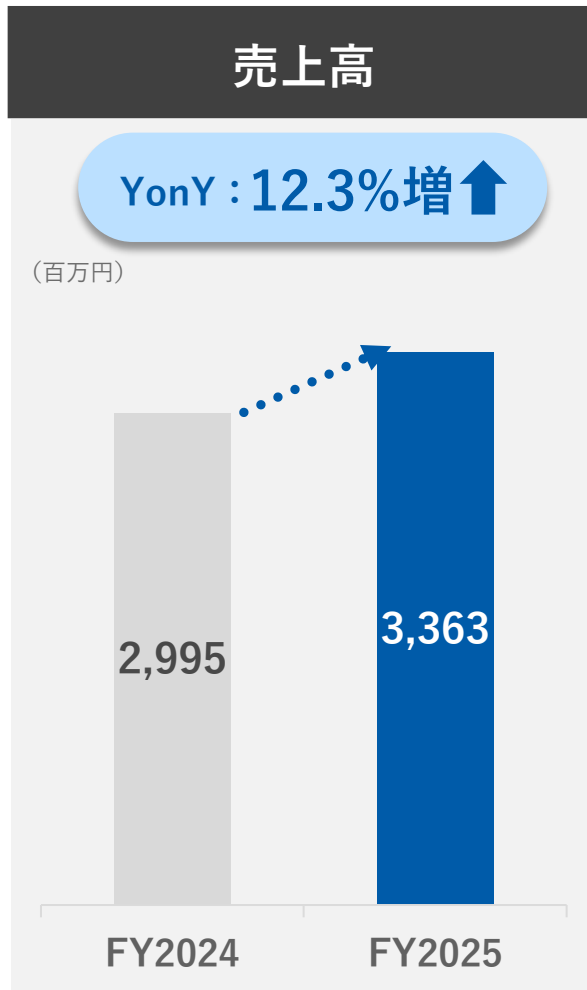
※従来1つのソリューションとして開示していたSelect DMPは、広く「データマネジメント・アナリティクス」に分類されるため、2026年9月期より「データマネジメント・データアナリティクス」へ統合。

※新規事業である「AI領域」や「クロステック領域」へのデータインフラ提供事業は、当面「データマネジメント・データアナリティクス」に内包するが、業績進捗については決算説明資料の中で別途開示を予定。（これまでの売上推移はP32を参照。）

Financial Results for FY2025

2025年9月期 通期業績

売上高、営業利益ともに過去最高を更新



売上高

- ・ クライアントの意向に左右されづらいソリューションへの売上構成の移行が進んでおり、安定して売上を支え。
- ・ 「ポストCookie」ニーズが堅調。
「IM-UID」を利用した広告配信量増加により、データ利用料の売上も増加。

営業利益

- ・ 収益性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。
- ・ 業務効率化の進展によりコストの最適化を行い、販管費を抑制。

不採算案件の見直しと代理店型（インフラ型）取引への移行により取引先を集約。
アカウント数は減少するも、全ソリューションで単価向上と効率的な事業運営を推進。

	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	Performance DMP	Select DMP
売上高 詳細はP14	411 百万円 UP YonY : +18.1%	125 百万円 UP YonY : +32.2%	296 百万円 UP YonY : +15.7%	8 百万円 DOWN YonY : △4.8%
利益 詳細はP15	77 百万円 DOWN YonY : △3.9%	123 百万円 UP YonY : + 32.6%	75 百万円 UP YonY : +35.7%	8 百万円 DOWN YonY : △3.8%
アカウント数 詳細はP16	476 件 DOWN YonY : △0.2%	189 件 DOWN YonY : △4.1%	6,099 件 DOWN YonY : △3.2%	27 件 DOWN YonY : △12.9%
単価 詳細はP17	863 千円 UP YonY : +18.4%	662 千円 UP YonY : +37.8%	48 千円 UP YonY : +19.5%	317 千円 UP YonY : +9.3%

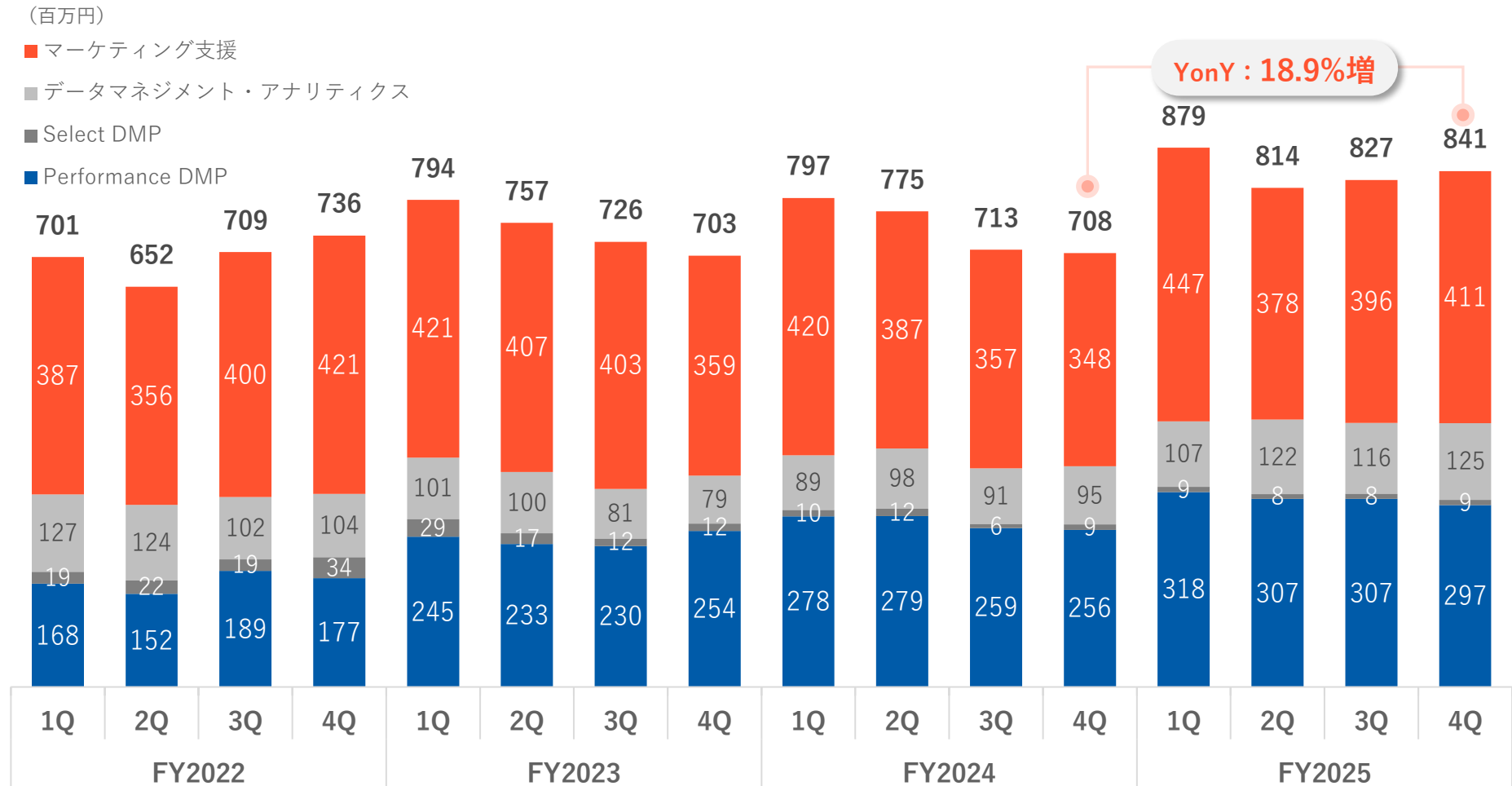
収益性の高いインフラとしてのデータ利用料売上の比率が高まり、**売上総利益率は1.5%改善**。
生成AI活用による業務効率化の進展で、コストの最適化を図り、**営業利益以下も過去最高を更新**。

(百万円)

	FY2024 Q4	FY2025 Q4	YonY	
			増減額	増減率
売上高	2,995	3,363	+368	+12.3%
売上総利益	744	886	+142	+19.0%
(売上総利益率)	24.9%	26.4%	-	+1.5%
販売管理費	658	658	±0	±0%
営業利益	86	227	+141	+164.2%
(営業利益率)	2.9%	6.8%	-	+3.9%
経常利益	86	229	+143	+165.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	57	153	+96	+168.3%
(当期純利益率)	1.9%	4.6%	-	+2.7%

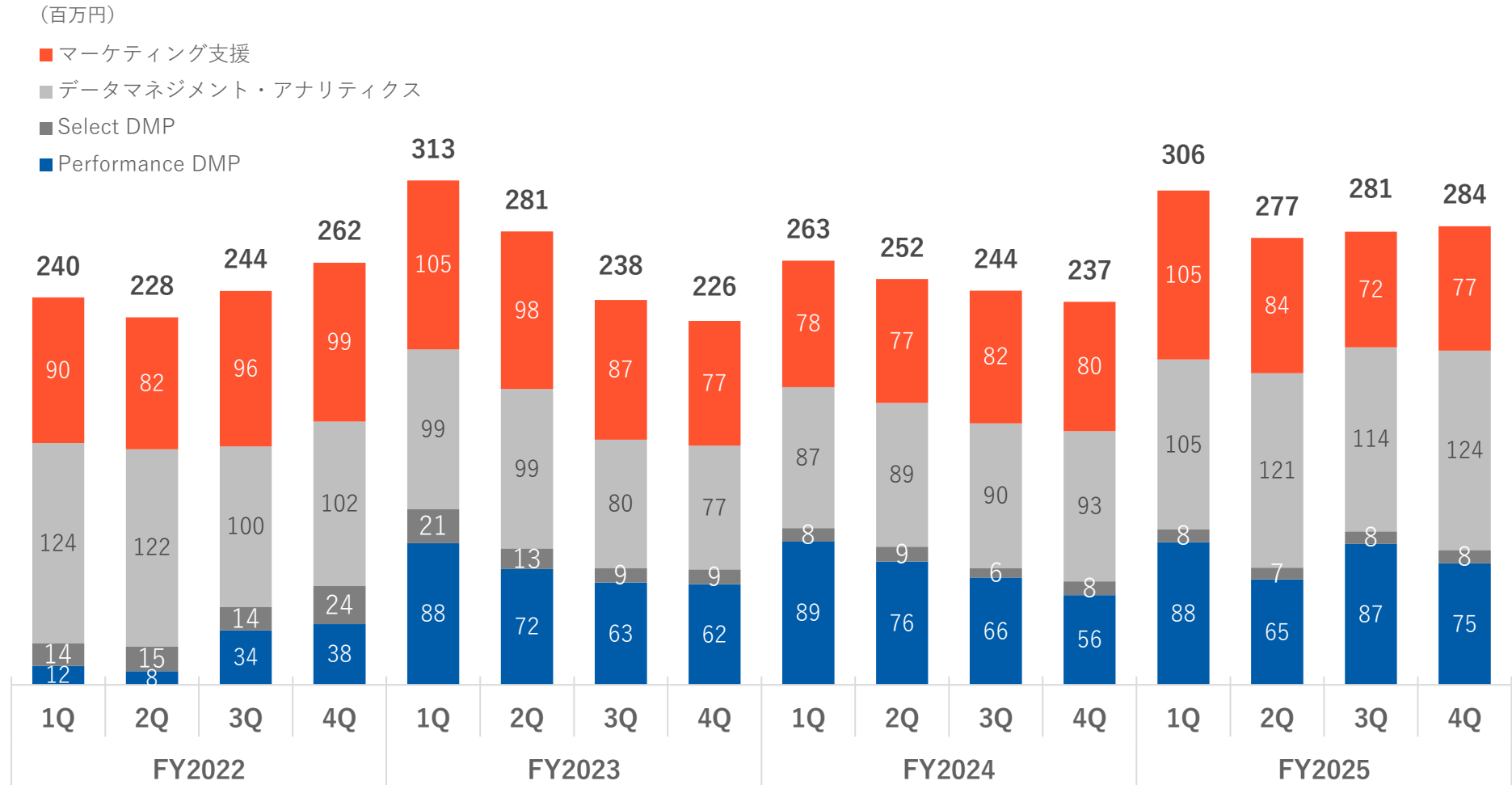
ソリューション別売上高（四半期推移）

一案件への依存度が比較的低い、Performance DMPとデータマネジメント・アナリティクスへ事業の主力を移行しており、安定して業績を下支え。**全四半期で前期実績を上回り、継続的な成長軌道を確立。**



ソリューション別限界利益（四半期推移）^{※1}

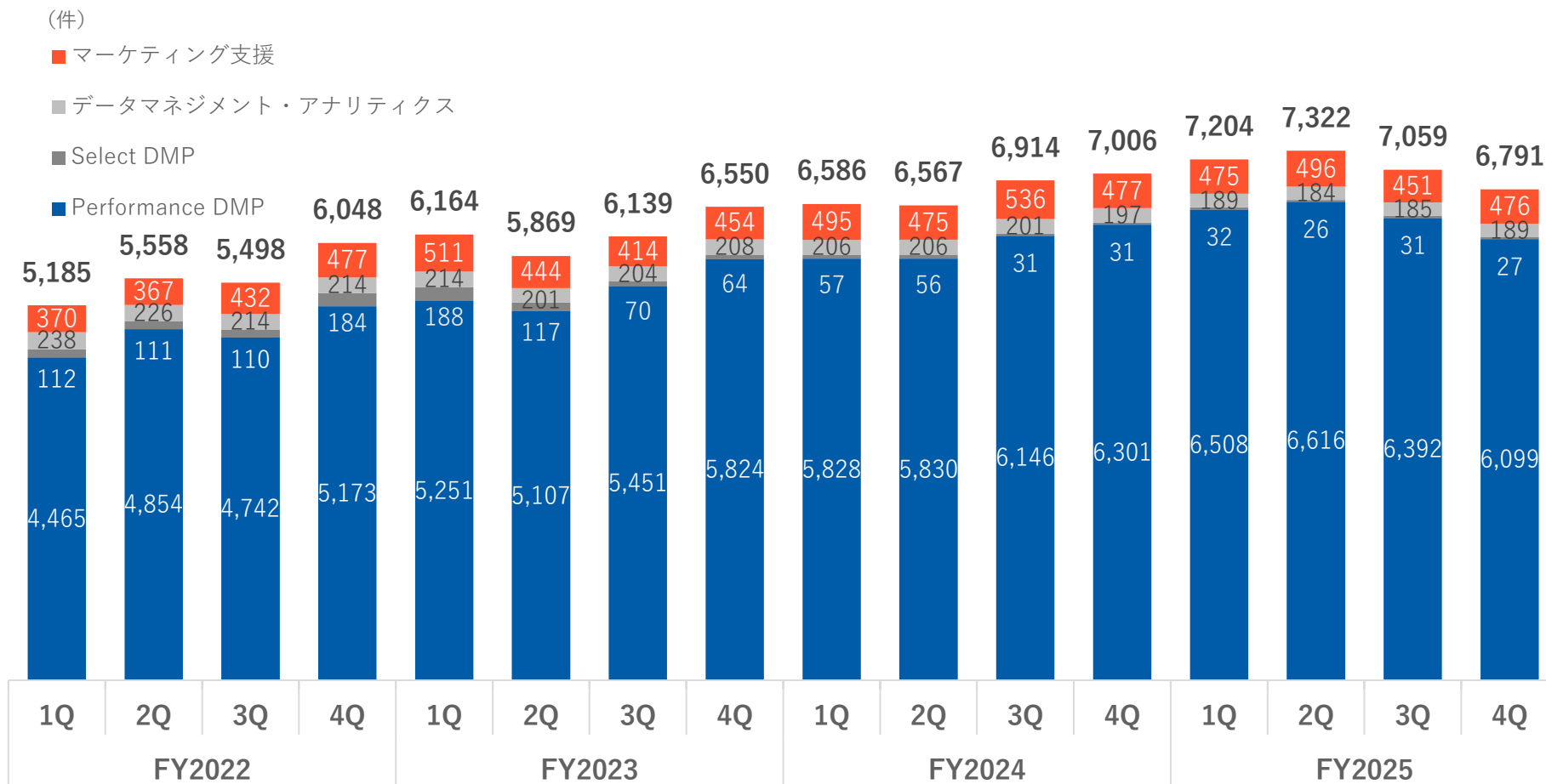
事業構造の転換が想定以上に進み、収益率の高いデータマネジメント・アナリティクスが利益を牽引。



※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。

アカウント数（四半期推移）

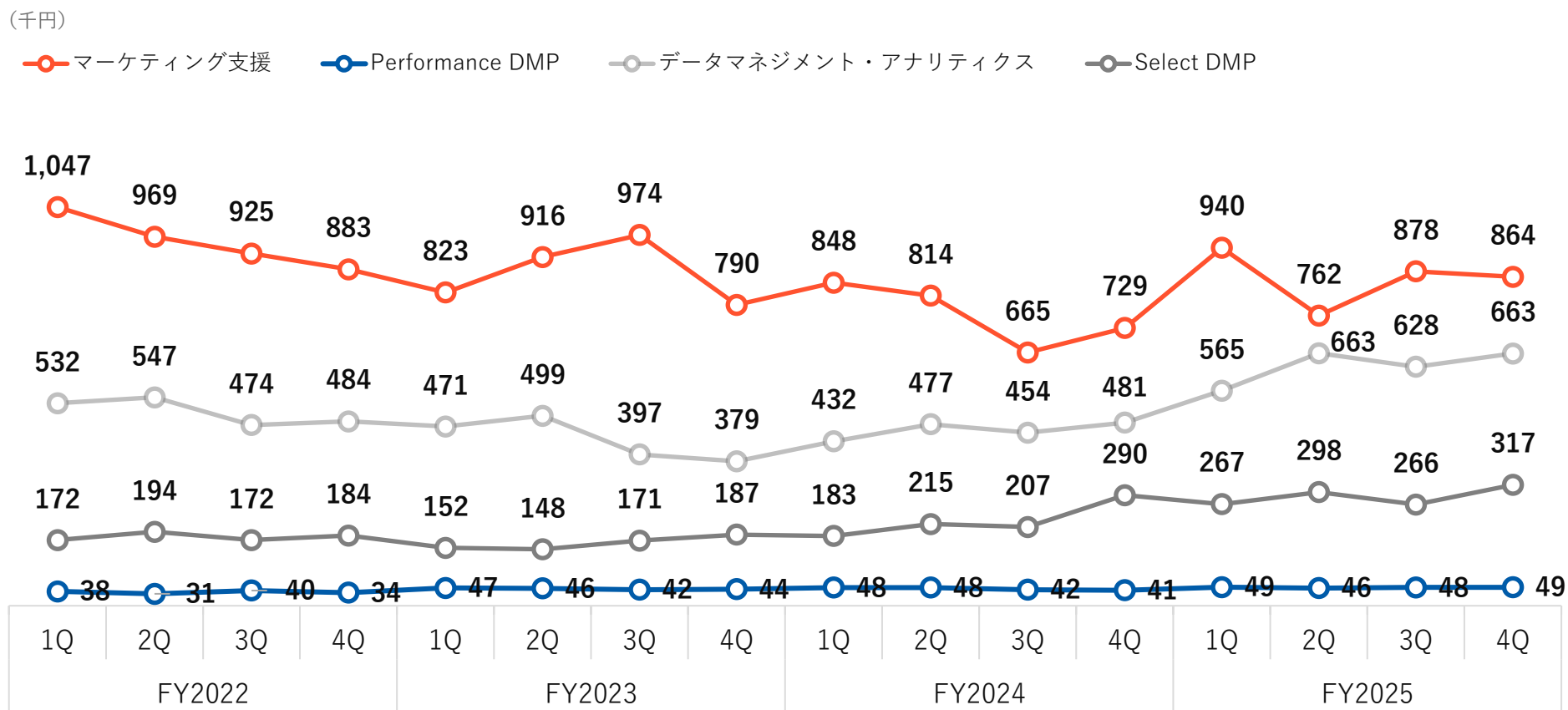
Performance DMPは、**定期的な不採算案件の見直し**でアカウント数が減少したものの、収益性が改善。
データマネジメントは、代理店型の販売を増やし、取引先が集約されていることから横ばい推移。



※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）※1

データマネジメントは、プラットフォームを経由したインフラ型の販売への移行により、単価増加トレンドが継続。Performance DMPは不採算案件の見直しにより、YonYで20%増加。



※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。

Business Plan

事業計画

生成AIの急速な普及により、データ活用が誰にでも可能な時代へ。

同時に、**データの価値が再評価され、アドテクの枠を超え、多領域で価値を生む存在に。**

1

生成AIの台頭

生成AIが急速に発展し、データの分析が誰でも可能な時代に。
データ活用の技術的なハードルが大幅に低下し、データの価値最大化を実現する環境が整った。

2

データ価値の再評価

生成AIの台頭に付随して、企業におけるデータの戦略的重要性が見直され、競争優位性の源泉としての認識が高まる。
データを資産として活用する動きが加速。

当社の事業領域

Before

アドテクの一領域としての
データ提供事業会社

After

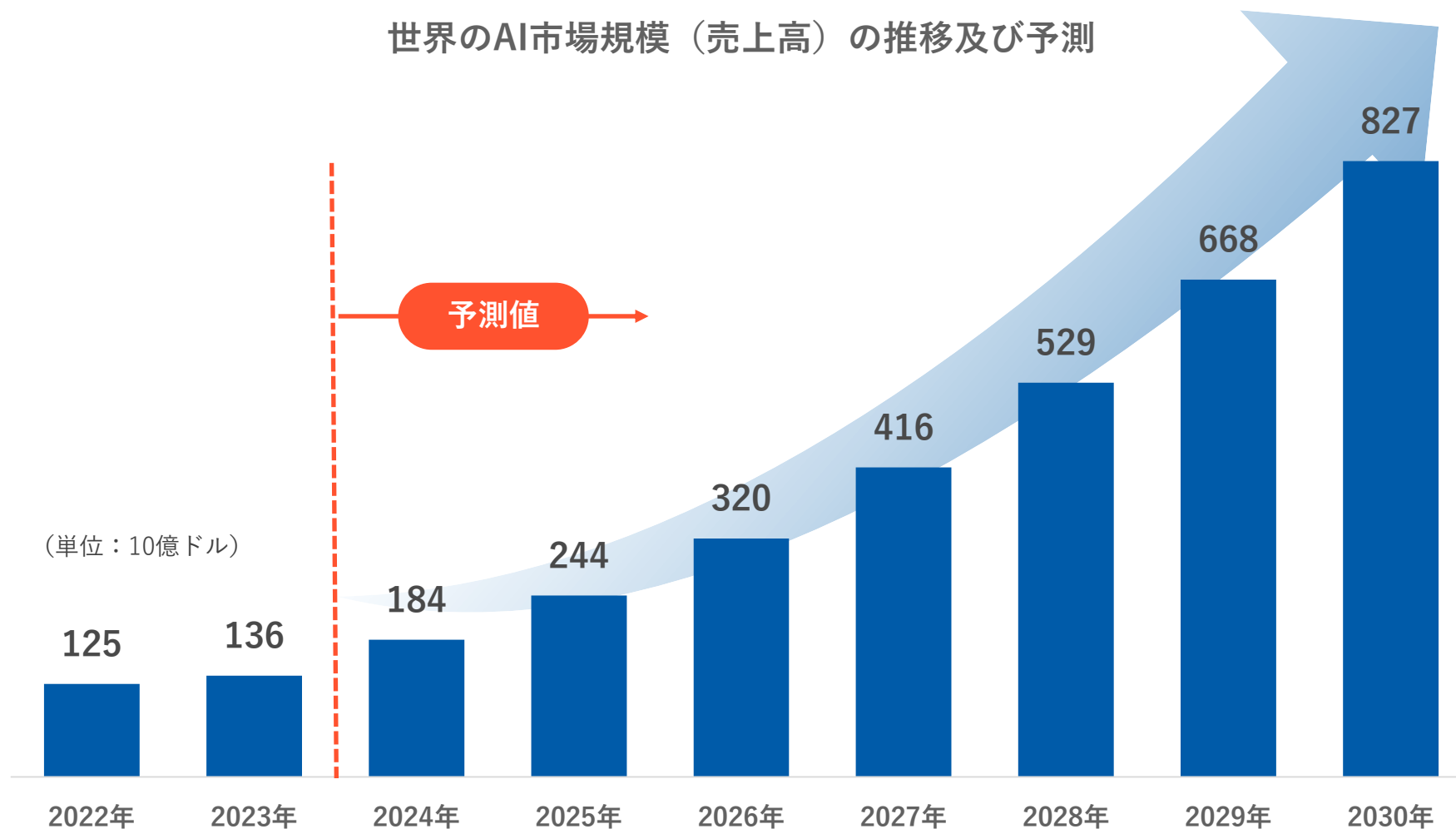
多領域における
AI-Readyデータ※の
提供事業会社

※AI-Ready データ：P21を参照

生成AI市場は2030年まで飛躍的に拡大。

生成AIへのデータ提供事業は市場成長と直線的に連動し、加速度的に増加する見通し。

世界のAI市場規模（売上高）の推移及び予測



※出典：総務省『令和7年版 情報通信白書』

AI活用の成功には、従来のデータとは異なる”AI-Ready”なデータ基盤を利用することが不可欠

■AI導入の失敗リスクとデータ品質

” 2025 年末までに、**30%の生成 AI プロジェクト**は、データ品質の低さ、不十分なリスク管理、コストの増大、ビジネス価値の不透明さなどを理由に、概念実証後に**中断される**”と言われる。

■AI導入の成否を決定する「AI-Readyデータ」とは何か？

“AI-Ready データとは、特定のユースケース向けの AI モデルを教育・運用するために必要な、あらゆるパターン、エラー、外れ値、想定外の事象を正しく反映できるデータを指す。”

“AIの活用において、「AI-Ready データ」は不可欠な要素。”

※ 出典：Gartner®『AI時代に備えるデータ戦略：データ管理とガバナンスのための実践的アプローチ』, 2025年4月1日
<https://www.gartner.co.jp/ja/data-analytics/insights/ai-ready-data-roadmap>

GARTNERは、Gartner Inc.または関連会社の米国およびその他の国における登録商標およびサービスマークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved.
本書に記載するGartnerのコンテンツ（以下「Gartnerコンテンツ」）は、Gartnerシンジケート・サブスクリプション・サービスの一部としてGartner, Inc.(以下「Gartner」)が発行したりサーチ・オピニオンまたは見解を表すものであり、事実を述べているものではありません。Gartnerコンテンツの内容はいずれも、そのコンテンツが発行された当時の内容であり、本書が発行された日の内容ではありません。また、Gartnerコンテンツに記載されている見解は予告なく変更されることがあります。

AI技術はコモディティ化し、差を生むのは“良質なデータ”。

DMPで培った多様な情報資産が、生成AI×データAI時代の新たな事業領域での成功確率を高める。



市場成長との直線的連動性

AI市場の拡大に伴い、インプットデータの流通量も連動して成長



データ活用×AIの相性

生成AIがデータ活用のハードルを低下させ、当社のDMPデータを「汎用資産」化



既存インフラの活用

IM-DMPを「クロステック」の基盤として流用し、低コストで多領域へ迅速に展開可能



アドテクノロジーの流用

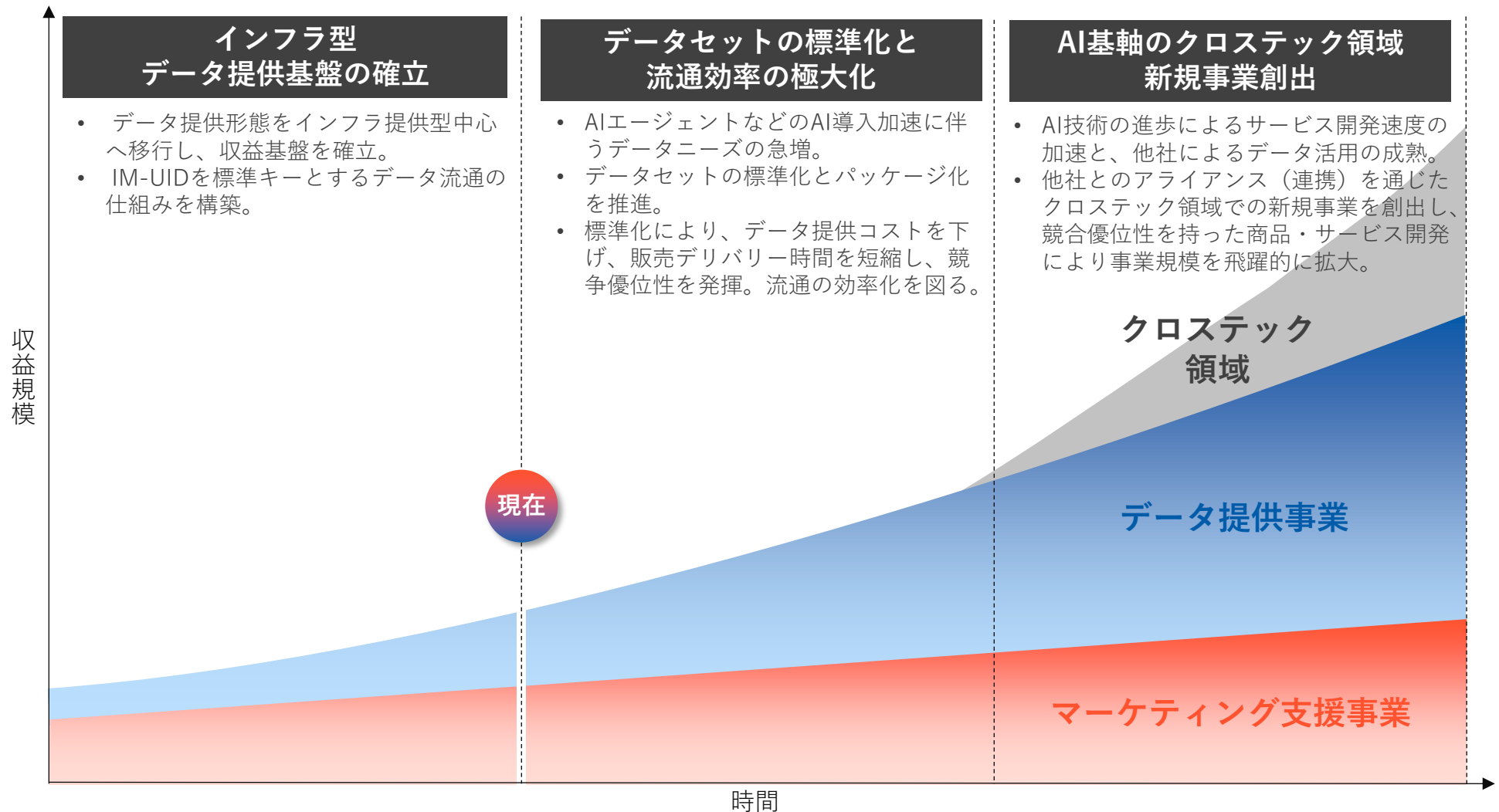
アドテックで手に入れた成功ノウハウを他領域に移植



コンペティターの少なさ

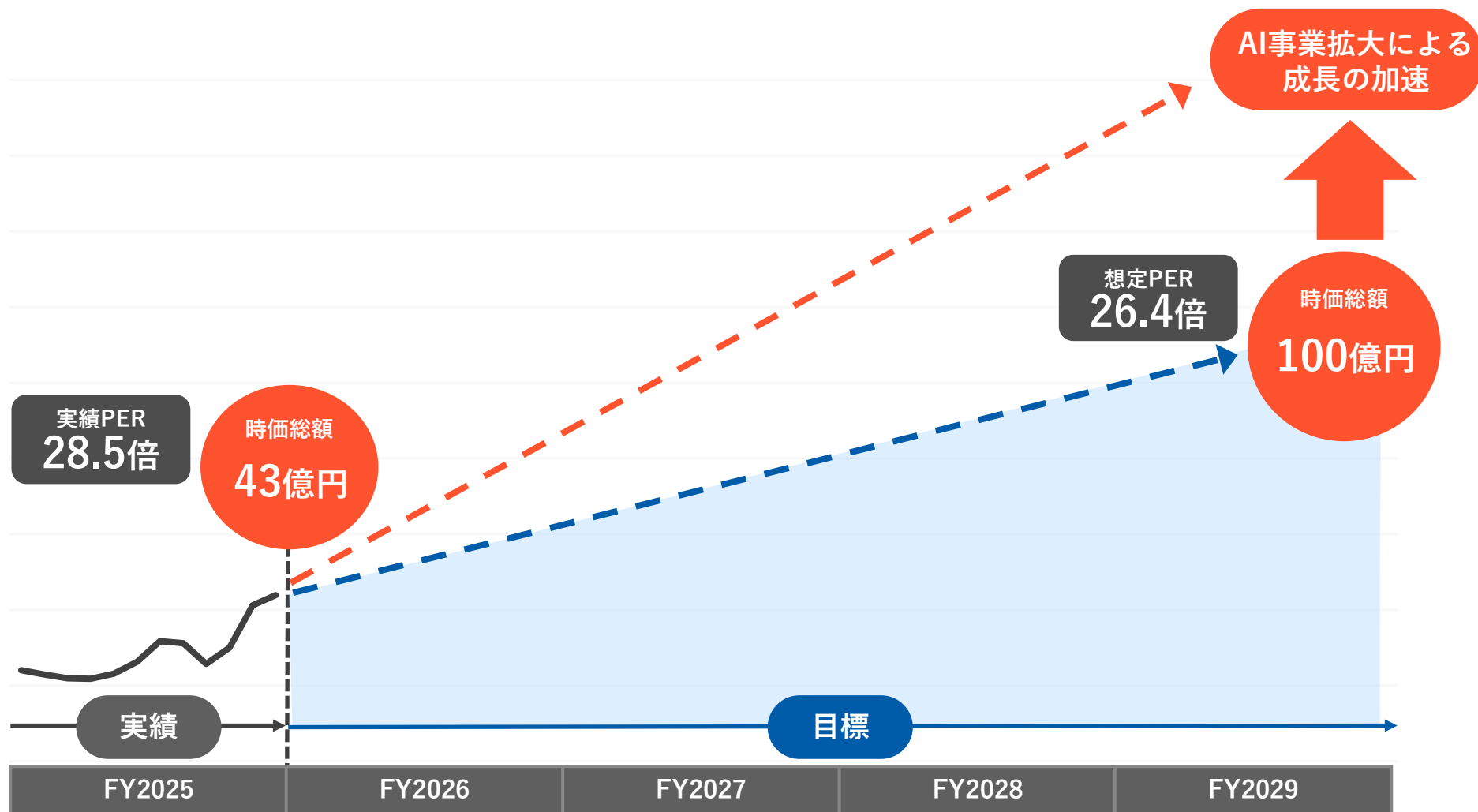
多様なデータを広範に保有し、利活用インフラを持つ企業は極めて稀

データアセットを最大限に活用し、多領域で新規データ事業を創出。
利益項目に重点を置いた事業構成への変革により、飛躍的な収益拡大を実現する。



事業構造の転換による高収益化を加速し、市場評価と時価総額の大幅な成長を実現。

利益CAGRと同等以上のPERを目指し、時価総額100億円を早期に達成する。



4年後の財務目標達成に向けて、着実な増収増益と中期成長シナリオを遂行する。

(百万円)

	FY2025 実績	FY2026 予想	YonY	
			増減額	増減率
売上高	3,363	3,704	+341	+10.1%
営業利益	227	284	+57	+25.1%
(営業利益率)	6.8%	7.7%	-	+0.9%
経常利益	229	283	+54	+23.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	153	185	+32	+20.6%
(当期純利益率)	4.6%	5.0%	-	+0.4%

Growth Strategy and Progress

成長戦略とその進捗状況

広告配信プラットフォームの技術の急速な進展により、運用作業は誰でも可能な時代に。
内製化が可能となる中、効果の高い広告出稿を行うための**”データ”自体に顧客のニーズが移行。**



外部要因

AIプラットフォーム機能の発達

各種プラットフォームでAI自動化機能が標準化

アドテクの効率化進展

運用作業の自動化により人的作業が削減

配信手法の標準化

技術的な差別化要因の減少



顧客ニーズの変化

インハウス化の加速

企業の内製化志向の強まり

データ活用重視

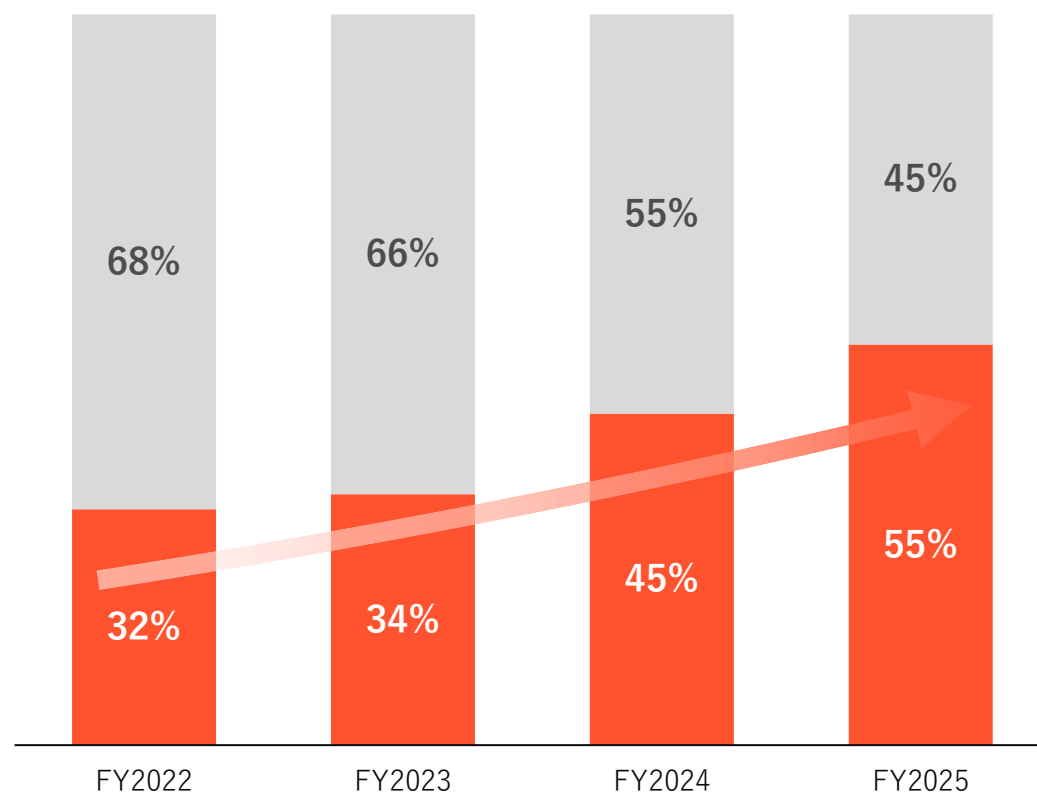
データドリブンな配信への需要増加

成果重視

成果報酬型課金体系への移行要求

市場環境の変化を捉え、差別化が難しい運用代行モデルから、データの価値を軸としたモデルへ移行。
中長期的な収益成長を実現する事業構造へ。

マーケティング支援売上の販売形態別の割合



フルマネージ型

- 広告配信運用の作業代行まで実施
- 差別化困難→価格競争大
- 労働集約型
(人員数に依存した収益モデル)

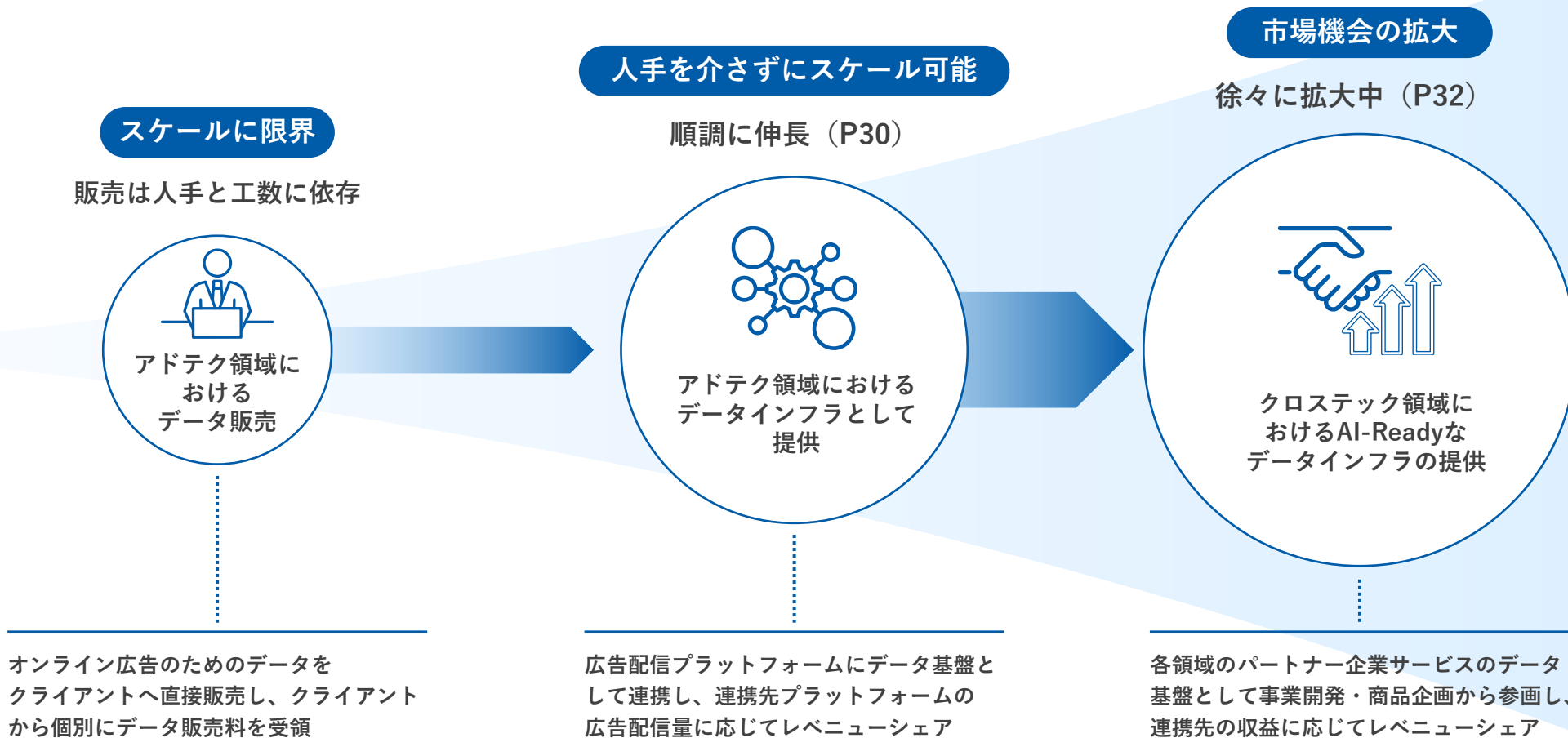


セルフサービス型

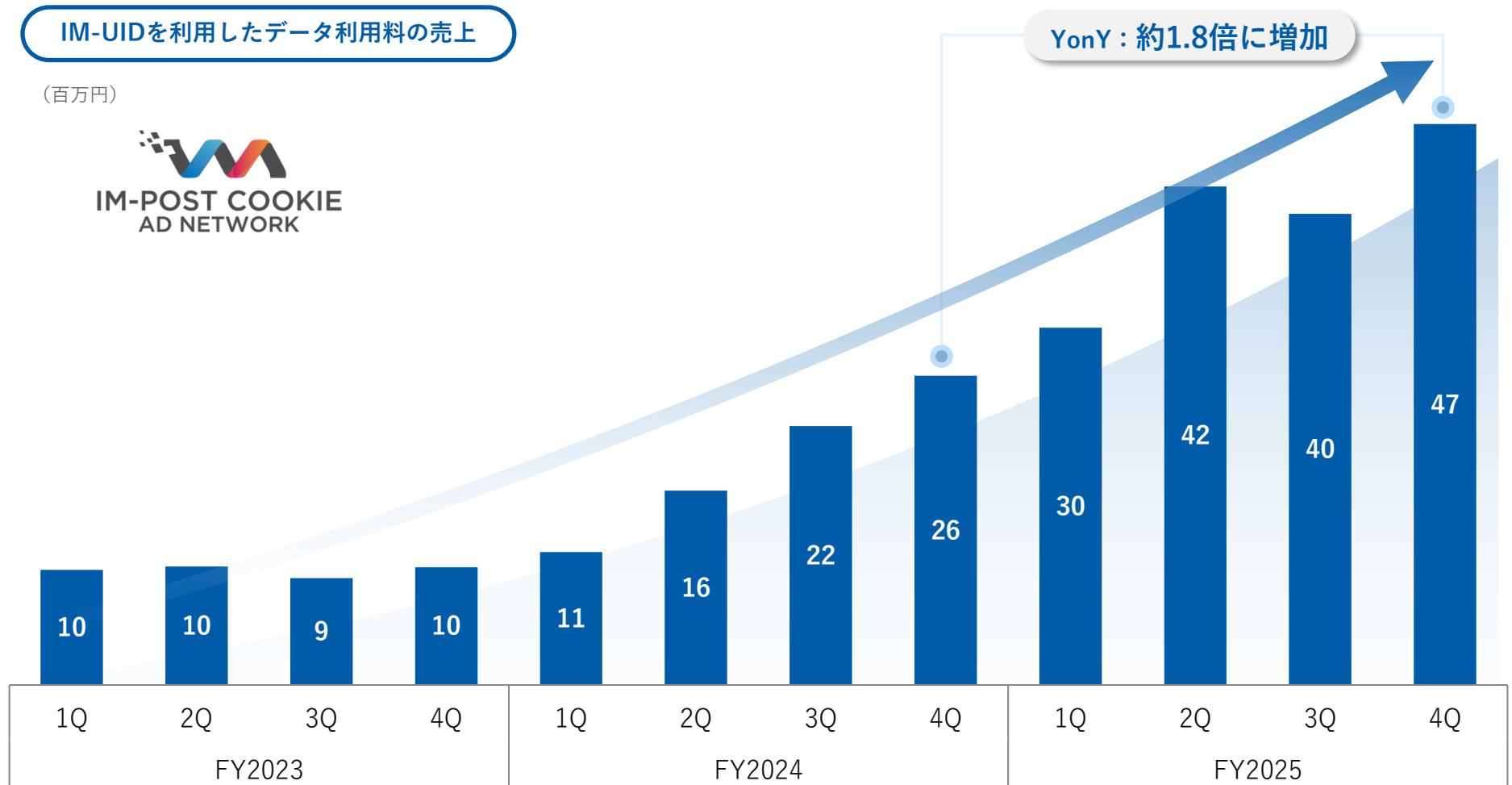
- データと配信環境のみ提供
- 独自のデータによる価値提供
(差別化+競争力の確保)
- 人員数に依存せずにスケール可能

アドテク領域におけるインフラとしてのデータ販売事業は順調に伸長。

多領域におけるデータ基盤として、パートナー企業と事業開発・商品企画を行い、事業領域拡大を推進。



2Qの広告業界の需要期の反動により3Qは減少したものの、4Qは引き続き増加トレンド。



データ×AIの活用により、あらゆる領域で事業展開の可能性が広がる。

積極的なPR活動により、各領域でのデータ活用可能性の認知を広め、市場開拓を行う。



セールス領域

顧客データや商談履歴を解析し、成約率向上やリードスコアリングを自動化。



小売領域

購買・会員データを活用し、店舗・ECを横断した顧客体験の最適化や、リピート率向上施策を支援。



HR領域

人材管理・採用支援システムへのデータ提供による、候補者マッチングや人材要件の最適化、採用業務の自動化。



金融領域

信用情報・行動データを活用し、リスク評価やスコアリング精度を高め、個別最適な商品提案・与信判断を支援。

データ × AI



政策領域

統計・位置・行動データを活用し、自治体や政府の政策立案・評価を支援。



医療領域

MR活動や医療機関営業の効率化を目的に、医師・医療機関データを活用したターゲティングやアプローチ最適化を実現。



外食領域

来店データ・商圈データ・口コミデータなどを統合分析し、店舗戦略やメニュー開発、販促活動の高度化を支援。



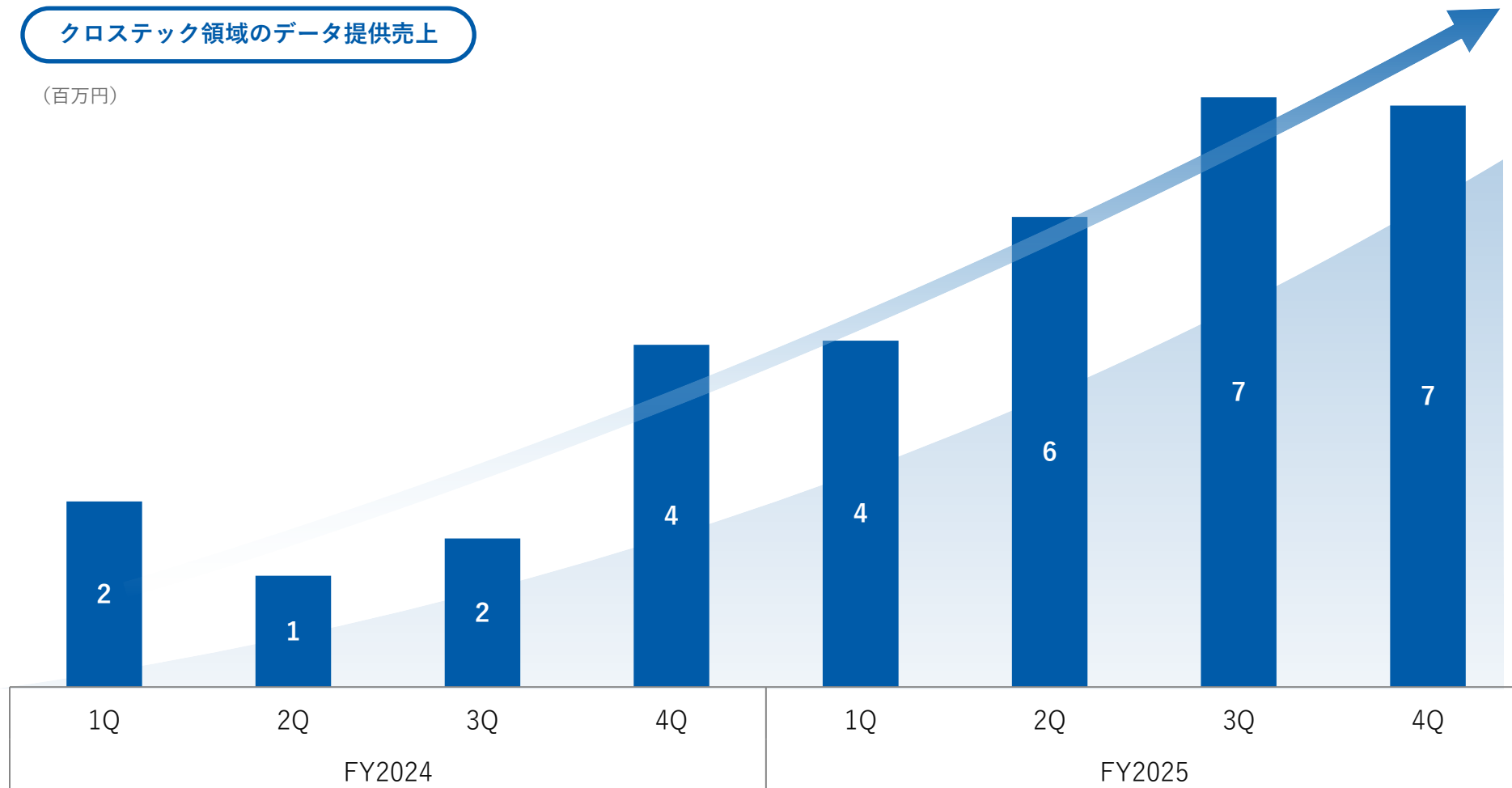
メディア運営領域

メディアコンテンツの作成・投稿・運用をAI×データで最適化・自動化し、効率的で継続的な収益化を実現。

AI-Readyデータの提供という新たな収益基盤として、セールステック事業者へのデータインフラ提供を中心に、既に事業展開を開始。

クロステック領域のデータ提供売上

(百万円)



AI人材の採用／育成を進め、社内のAI活用を推進。

既存事業の業務効率化を進め、重点施策である新規事業領域の立ち上げにリソースを投下。

1



AI活用による
事業開発の加速

AI活用の専門部署（AIエバンジェリスト）を立ち上げ、社内のAI活用を推進。
企画立案や新規事業のシステム開発を自動化し、事業開発コストを最小化。

2



リソースの集中

既存事業（広告）領域の効率化を図り、クロステック領域の事業開発へ人材をシフト。

3



データの付加価値拡大
による単価向上

TV視聴・マス広告接触データなどを連携高単価・多用途なデータセットの提供へ拡大。

Appendix

参考資料

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	57名（2025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）			
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

幅広い業種・業界に多様なサービスを提供。



F O R I T

売上原価内訳（四半期推移）

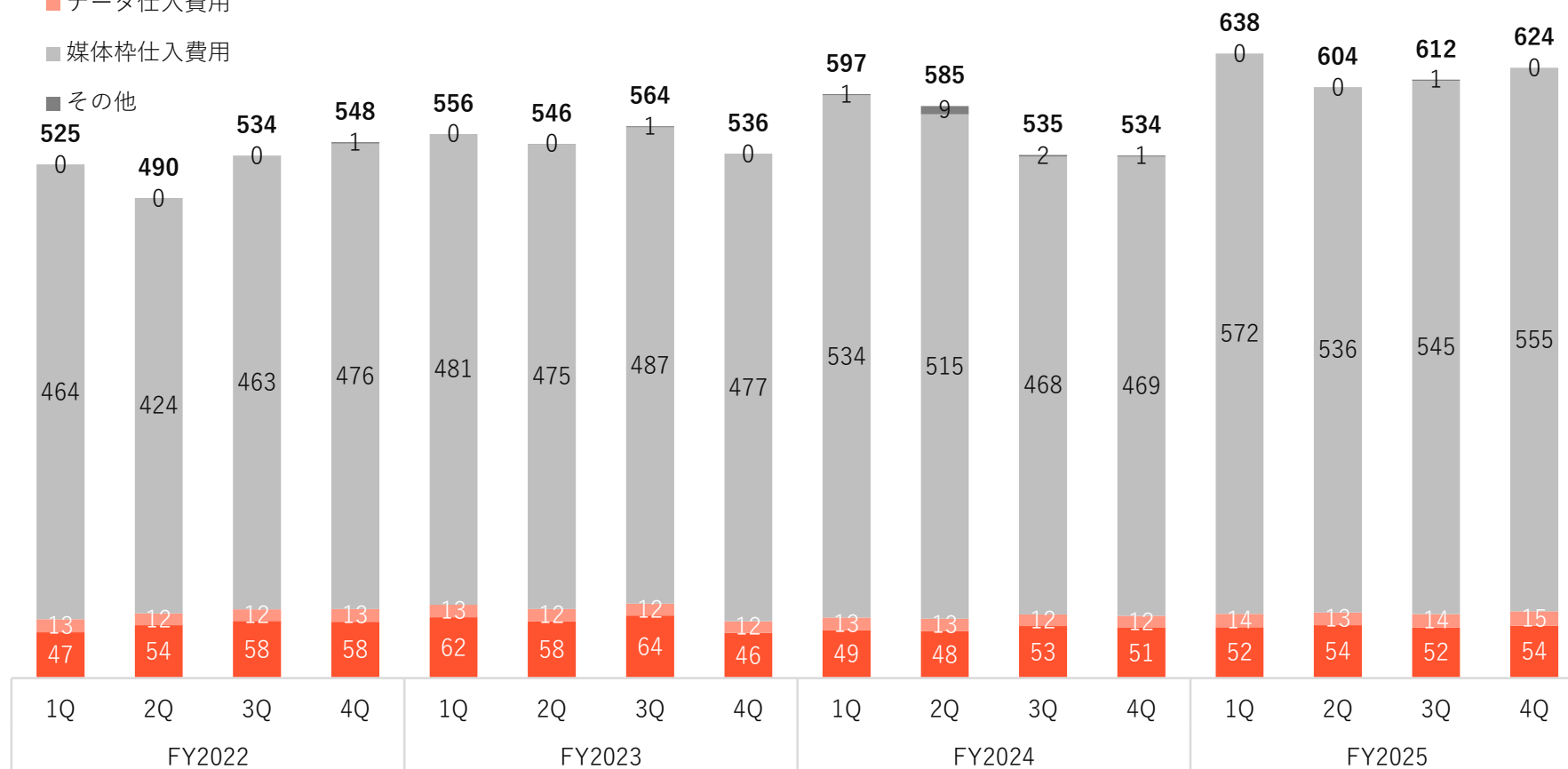
（百万円）

■ サーバー費用

■ データ仕入費用

■ 媒体枠仕入費用

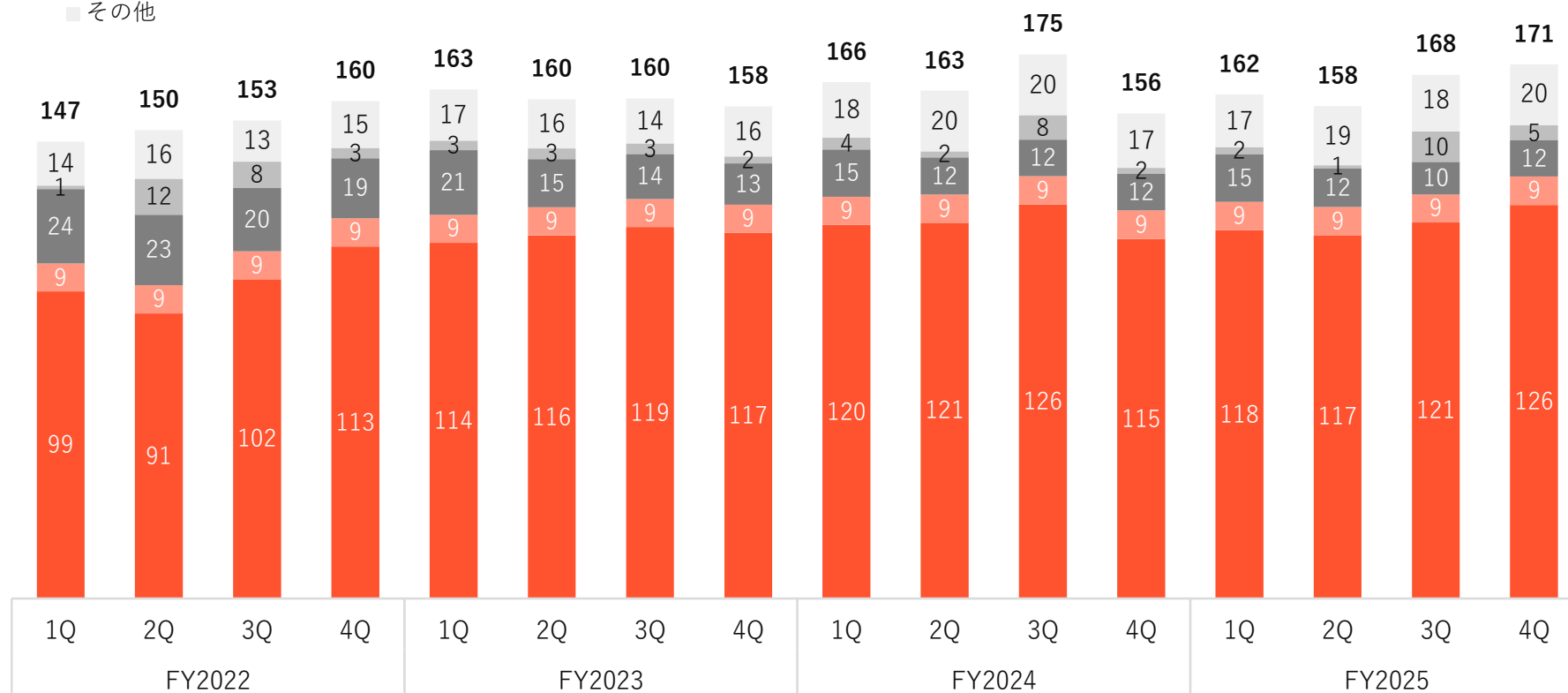
■ その他



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 2024年9月末	FY2025 Q4 2025年9月末	YonY	
				増減額	増減率
資産	流動資産	2,049	2,112	+63	+3.1%
	現金及び預金	1,622	1,625	+3	+0.2%
	固定資産	72	78	+6	+9.0%
	有形固定資産	8	6	△2	△19.4%
	無形固定資産	0	0	-	-
	投資その他の資産	64	72	+8	+12.6%
	合計	2,122	2,191	+69	+3.3%
負債及び純資産	負債	517	634	+117	+22.6%
	借入金	100	100	-	-%
	純資産	1,604	1,556	△48	△3.0%
	合計	2,122	2,191	+69	+3.3%

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

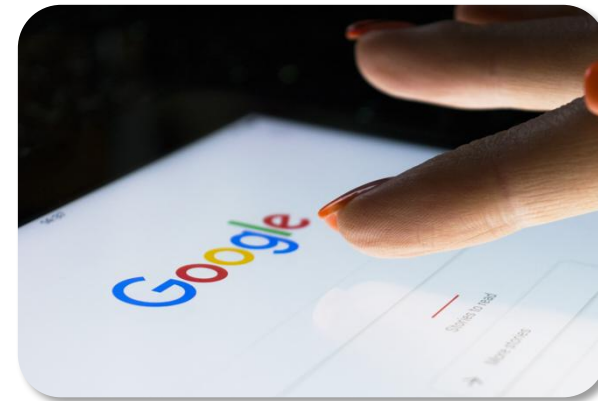
(GDPR = EU一般データ保護規則)

○ 2022年4月→



**改正個人情報保護法
が施行**

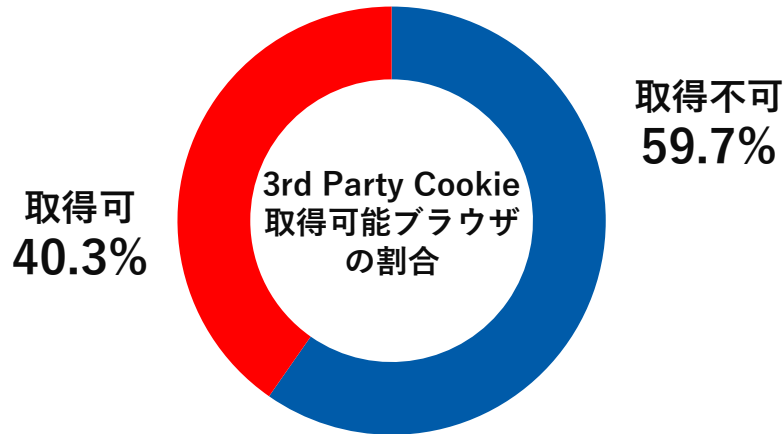
○ 2025年以降.....→



**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るが、**当社のポストCookieソリューションにより代替が可能であり、既に広範の企業に導入が浸透。**

現状



Windows (Microsoft Edge)	×
iPhone (Safari)	×
Android (Chrome)	○

今後

2025年4月

GoogleもChromeの 3rd Party Cookie廃止の 取り止めを決定

- 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。
- 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 (ポストCookie)	ID単位	ID単位	群単位	ID単位 群単位
	・ 共通ID	・ 共通ID	・ 機械学習 - クラスター利用 - コンテキストマッチ	・ 共通ID ・ 機械学習 - クラスター利用 - コンテキストマッチ
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）をご覧ください。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。