



2025 年 11 月 26 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)

2025 年 9 月期 第 4 四半期決算 質疑応答集

この質疑応答集は、2025 年 11月14日（金）に公表した 2025 年 9 月期 第 4 四半期決算について、当社で想定していまし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. 2025 年 9 月期業績について、2 桁増収と大幅増益となった要因について教えてください。

A：大幅増益の主な要因は、収益性の高い「インフラ型」（データ提供基盤）への事業の主力の移行が想定以上に進展したことで利益率が改善した点にあります。特に、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だことで、安定した収益基盤となりました。増収につきましては、「ポスト Cookie」ニーズが堅調に推移し、「IM-UID」を利用した広告配信量が増加したことにより、データ利用料の売上が増加したことが主要因です。さらに、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たことで、継続的な成長軌道が確立されました。

Q2：ポスト Cookie サービスは、どのように進展しましたでしょうか。

A：ポスト Cookie サービスは堅調に推移し、「IM-UID」を利用したデータ利用料の売上は前期比で約 1.8 倍に増加いたしました。第 2 四半期の広告業界の需要期の反動により第 3 四

半期は減少したものの、第 4 四半期は引き続き増加トレンドを維持しております。

世界中で 3rd Party Cookie に対する規制が進む中、当社は既に海外で普及している主要なポスト Cookie サービス（LiveRamp、TheTradeDesk、Criteo など）と同等の複数のソリューションを開発済みであり、これらの海外事業者との連携も既に図れているため、国内で圧倒的なプレゼンスを確立しています。Google が Chrome での 3rd Party Cookie 廃止を取り止めましたが、依然として約 6 割のブラウザでは取得が不可能なため、Cookie が利用できるブラウザとできないブラウザの両方への対策が必要な「ハイブリッド Cookie」時代において、当社のソリューションが広範の企業に導入が浸透しています。

Q3：2025 年 9 月期の事業環境と貴社顧客企業のマーケティングにおける投資マインドがどのような状況であったかについて教えてください。

A：2025 年 9 月期の事業環境につきましては、生成 AI の急速な普及によりデータの分析が誰でも可能な時代となり、データ活用の技術的なハードルが大幅に低下しました。これにより、企業の戦略的重要性としてデータの価値が見直され、当社の事業領域がアドテクの一領域からより多領域へ当社のデータを活用していただく環境が整いました。

顧客企業のマーケティングにおける投資マインドといたしましては、各広告配信プラットフォームで AI 自動化機能が標準化された結果、運用作業の平準化が進み、各社が内製化志向を強めております。顧客のニーズは、運用作業自体から、効果の高い広告出稿を行うための「データ」そのものの価値に移行しており、データドリブンな配信への需要増加と成果報酬型課金体系への移行要求が高まる状況となっております。

Q4：今回、2029 年 9 月期に時価総額 100 億という目標を掲げられました。その前提となる成長戦略について教えてください。

A：2029 年 9 月期に時価総額 100 億円を達成するための成長戦略は、当社の保有するデータアセットを最大限に活用し、利益項目に重点を置いた事業構造への変革を加速させることにあります。成長戦略は 3 段階で構成され、現在はデータ提供形態をインフラ提供型中心へ移行し、「IM-UID」を標準キーとするデータ流通の仕組みを構築することで収益基盤を確立するフェーズです。

中期段階では、AI 導入加速に伴うデータニーズの急増に対応するため、データセットの標準化とパッケージ化を推進し、データ提供にかかるコストを下げ、流通効率を最大化することで

競争優位性を確率していきます。

最終的な成長加速期には、他社とのアライアンスを通じたクロステック領域での新規事業を創出し、当社独自のアドバンテージを活かした商品・サービス開発により事業規模を飛躍的に拡大させることを目指します。財務目標としては、利益の CAGR（年平均成長率）と同等以上の PER を目指し、時価総額 100 億円の早期達成を図ります。

Q5：生成 AI の市場が拡大する中において、貴社が持つアドバンテージと関連業界におけるポジショニングについて教えてください。

A：生成 AI 市場は 2030 年まで飛躍的に拡大する見通しであり、AI 活用の成功には「AI-Ready データ」が不可欠となりますが、当社には DMP で培った多様な情報資産とインフラ技術による明確な優位性がございます。当社の優位性は、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加速度的に増加するという市場成長との直線的連動性を持つ点です。また、生成 AI がデータ活用のハードルを大幅に低下させることで、当社の DMP データを「汎用資産」として多領域で活用できるようになり、IM-DMP をクロステックの基盤として流用できるため、低コストで多領域へ素早く展開できることも強みとなります。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少なく、競合の少なさも優位性の一つです。

関連業界におけるポジショニングとしては、従来の「アドテクの一領域としてのデータ提供事業会社」から、「多領域における AI-Ready データを提供する事業会社」へとポジションを転換し、ミッションとして掲げている「データ活用における革命を起こす」をより一層加速させていきます。

Q6：時価総額 100 億円を目指す中で、既存の領域と、注力されるクロステック領域において、どのような取り組みを行い、それぞれ、どのような成長スピードをイメージしているかについて教えてください。

A：既存のマーケティング支援領域では、前述した世界的なマーケティングの内製化トレンドを背景に、差別化が難しい運用代行モデルから、独自のデータ提供を軸とするセルフサービス型（インフラ型）への構造転換を継続し、生成 AI を活用した業務効率化を進めます。この既存事業は、収益性の高いインフラ提供型への移行により収益基盤を確立し、安定した成長を下支えすることをイメージしております。

一方、注力するクロステック領域においては、既存事業の効率化で捻出した人材リソースを

事業開発へ集中させるとともに、AI 活用の専門部署である「AI エバンジェリスト」を立ち上げ、企画立案や新規事業のシステム開発を AI で自動化し、開発コストの削減を推進します。また、TV 視聴データなどの高単価・多用途なデータセットの提供を拡大し、単価向上を目指します。クロスセック領域は、セールスセ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しており、AI 市場の成長に連動し、データセットの標準化と流通効率化を通じて事業規模を飛躍的に拡大させ、時価総額 100 億円達成の成長ドライバーとしていく想定です。

Q7：今期（2026 年 9 月期）に重点的に取り組まれること、獲得すべき成果はどのようなものになるかを教えてください。

A：第一に、当社の持つデータの多様性（バリエーション）の拡大に取り組みます。当社の連携する様々なデータを取り込むことを進め、自社の持つデータのバリエーションを増やしていきます。生成 AI の普及により、データ分析の難易度が低くなり、データインフラのニーズが高まっている中で、アドテクノロジーの領域で主に活用されていたインターネット上の行動履歴等のデータに加え、オフライン情報や B2B の営業活動のデータなど、様々なデータを外部の企業から集約し、サービス基盤に取り込むことで、より優位性の高いデータインフラの構築を進めていきます。

第二に、データインフラの流通先の拡大です。当社は、データインフラの流通先を、従来のアドテクノロジーの領域だけでなく、クロスセックの領域においても増やしていくことに注力していきます。生成 AI 市場の拡大に伴い、インターネット広告以外の領域（市場調査、金融、営業活動など）においても、当社のデータやインフラの必要性が増しており、今後はこうした新たな領域へ積極的にデータを提供していくことで、データ活用の幅を広げていきます。

これらの施策を通じて、データを利用した意思決定や、データ活用システムを構築することが当たり前になる世界を早期に実現し、当社のデータインフラを様々な領域の顧客に利用していただく機会を増やし、収益および利益を拡大させていきます。

Q8：2026 年 9 月期は、約 10%の増収、約 25%の営業増益と通期業績を計画されています。前期の業績結果と照らして、保守的な見通しにも見えますが、今期の業績予想の前提と達成するためのポイントについて教えてください。

A：2026 年 9 月期の業績予想につきまして、前期の営業利益成長率（164.2%増）と比較すると増益率が落ち着いた水準に見えますが、これは一時的な急成長ではなく、持続的かつ質

の高い成長を重視し、高収益体質への事業構造の転換を確実にするための計画が前提となっています。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を高める構造転換は引き続き推進し、結果として営業利益率は前期の 6.8%から 7.7%へと改善する見通しです。前期の大幅増益で確保した利益は、将来の成長の柱であるクロステック領域の新規事業立ち上げや、AI 人材の採用・育成といった戦略的なリソース投下に充当いたします。

達成するためのポイントにつきましては、既存のマーケティング支援領域において可能な限り AI を活用した業務効率化を行うことで、人的リソースをクロステック事業開発に集中させ、汎用的なデータセットの提供を拡大し、データ提供における単価の増加トレンドを維持することです。高収益化と持続的な成長基盤の構築に重点を置いた堅実な見通しであることをご理解いただけますと幸いです。

■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