報道関係者各位

2026年5月21日
株式会社インティメート・マージャー

国内最大級パブリックDMPを提供するインティメート・マージャー

世界最大級の広告インテリジェンス「Browsi」とデータ連携を開始

国内初、月間1,320億件以上の広告配信ログを活用した Cookieレス環境での広告接触分析とリターゲティングを実現

国内最大級のパブリックDMPを提供するデータプラットフォームカンパニー、株式会社インティメート・マージャー（本社：東京都港区、代表取締役社長：簗島 亮平、以下、当社）は、広告主および広告会社向けのマーケティングインテリジェンスプラットフォームであり、大規模な広告接触データを活用して、デジタルチャネル全体における競合のプレゼンス、クリエイティブトレンド、市場変化に関するインサイトを提供するBrowsi（本社：イスラエル・テルアビブおよび米国ニューヨーク、共同創業者兼CEO：Asaf Shamly、以下、Browsi）と、当社のポストクッキー識別子「IM-UID」のデータ連携を2026年5月21日（木）より開始したことをお知らせします。
なお、Browsiが保有する広告接触データセットとハイブリッドCookie時代におけるデータの連携を通じたパートナーシップは、国内で初めての取り組みとなります 。

昨今、Cookie規制の影響により3rd Party Cookieに依存しない精度の高いマーケティング手法が急務となり、企業はハイブリッドCookie時代への対応を迫られています。特に、競合他社の広告展開やユーザーの広告接触状況を把握することは、企業の戦略策定において極めて重要であるものの、プライバシー保護の観点からその可視化には高い技術的障壁が存在していました。

当社は、国内最大級のパブリックDMPを基盤に、約10億のオーディエンスデータと独自の共通IDソリューション「IM-UID」を通じて、プライバシーに配慮したデータ活用の可能性を広げてきました。

一方、Browsiはオープンウェブ全体をモデリングし、月間1,320億件以上の広告配信ログを分析する世界有数の広告インテリジェンスデータセットを展開しています。

今回、当社の「IM-UID」とBrowsiが保有する広告接触データを連携させることで、 日本市場において国内初となる、Cookieレス環境下での高度な広告接触データセットの構築を実現しました。これにより、従来のDSPや分析ツールでは困難だった「どのターゲットが、どの競合広告に接触したか」というシグナルを特定し、多角的なマーケティング分析や施策実行が可能になります。

■データ連携により実現するマーケティングソリューション

- **Cookieレスなリターゲティングの実現**
  Browsiが捕捉した広告接触ログを「IM-UID」と紐付けることで、Cookieに依存しない再到達ターゲティングが可能になります。

- **事実に基づいたオーディエンス属性分析**
  広告接触層に対し、当社の保有する膨大なオーディエンスデータ（興味関心・ライフスタイル等）を掛け合わせることで、高精度なプロファイル分析を実現し、クリエイティブ戦略やメディアプランニングを高度化します。

- **データ主導の戦略コンサルティングの強化**
  これらの分析データを当社のコンサルティング業務に統合。広告運用のインハウス化支援や、競合インテリジェンスに基づいた戦略立案など、企業のデータ利活用をエンドツーエンドで支援します。

当社は今後も、国内外の先進的なテクノロジーパートナーとの連携を強化し、さまざまな業界におけるマーケティングの効率化とビジネス変革を支援してまいります。

コメント：Browsi（Quote: Browsi）

「日本の広告主はこれまで、自社キャンペーンについての可視性は持っていましたが、市場全体で何が起きているかについてはほとんど把握できていませんでした。本パートナーシップはそれを変えるものです。Browsiのオープンウェブインテリジェンスとインティメート・マージャーのID基盤を組み合わせることで、ブランドおよび広告会社に競争環境の事実に基づいた全体像、そしてそれに基づいて行動するためのツールを提供します。」

－ Asaf Shamly、Browsi 共同創業者兼CEO、Browsi

コメント：株式会社インティメート・マージャー（Quote: Intimate Merger Inc.）

：「Browsi様との提携を大変嬉しく思います。弊社の『IM-UID』とBrowsi様の広告分析データが融合し、クッキーに依存せず『誰がどの広告に接触したか』の可視化が実現します。このデータを活用することでターゲティング広告の実施からマーケティング高度化、顧客分析までの

支援**させていただきます。**」

－ 築島亮次、代表取締役社長、株式会社**インティメート・マージャー**

■Browsiについて（https://www.browsi.com/）

Browsiは、オープンウェブおよびソーシャルチャネル全体におけるデジタル広告活動を分析する、ブランドおよび広告会社向けの競合マーケティングインテリジェンスプラットフォームを提供しています。同社のプラットフォームは大規模な広告接触データを活用し、競合のプレゼンス、クリエイティブトレンド、市場の変化を高い粒度かつタイムリーな更新で理解できるよう支援します。Browsiのデータ基盤はパブリッシャー向けテクノロジーから生まれ、現在は同社の競合インテリジェンス製品を支えています。

■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」と「IM-UID」を保有するデータマーケティングカンパニー。約10億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：「教えてURL Webサービス調査レポート 2024.3」

※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　広報　岸田
Email：pr@intimatemerger.com