



<報道関係各位>

2021年10月21日

CRITEO 株式会社

Criteo、クッキーレス環境下での広告のパーソナライズを可能にする、 「CriteoコンテキストUAL広告」のベータ版の提供を開始

コマースメディアプラットフォームで世界をリードするグローバルなテクノロジー企業である [Criteo](#)（クリテオ、本社:フランス、日本代表取締役:グレース・フロム、以下 Criteo）は、コンテキストUALのシグナルをリアルタイムにファーストパーティーのコマースデータにつなげて解析することで、広告を掲載する先のウェブページのコンテンツと、掲載する広告とを最適化させることができる新しいソリューション「[Criteo コンテキストUAL広告](#)」のベータ版の提供を日本で開始しました。これにより、クッキーレス環境下においても継続してマーケティングに確かな成果をもたらすデジタル広告の手法を提供することが可能になります。

昨今、マーケティングはデータプライバシーに配慮し、オーディエンスを獲得していくソリューションを模索しています。Criteo が今年日本で実施した調査*によると、「クッキーレス環境下での有効なマーケティング手法についてテストや検証を開始している」、または「開始する予定がある」と回答したマーケティングは 83%でした。実際に検討中、または検証を開始する予定がある手法として、32%の回答者がコンテキストUAL広告をあげています。

コンテキストUAL広告は、クッキーレス環境下での有効な手法として見直され始めているだけでなく、機械学習や AI といった、従来よりも進化した技術を掛け合わせて、オープンウェブ上でのコンテンツとのマッチングの精度が上がってきています。Criteo の技術は、コンテンツ本文のキーワードの解析だけではなく、コンテンツのセグメント、ウェブページ、写真までも深く解析し、Criteo のファーストパーティーデータと突き合わせることで、マーケティングにより強力なコンテキストUAL広告を提供します。

Criteo コンテキストUAL広告は、まず最初に広告主のファーストパーティーデータを学習し、既存ユーザーの中で最も直近に購買に至ったユーザーを分析します。そして、機械学習に基づく Criteo の AI が、多数のパブリッシャーの中からユーザーと最も親和性の高い掲載先として候補のドメイン（URL）と、コンテンツ内容のカテゴリを選出することが可能になります。Criteo が接続する膨大なネットワークの中からすべてのパブリッシャーのドメインを、コンテンツ内容とユーザーの購買行動のシグナルの解析データから指数付けし、パーソナライズされたレコメンド商品を親和性の高いサイトに掲載することができます。結果として将来購買に至る可能性の高いユーザーにリーチすることができます。



この新ソリューションを、日本で初めて株式会社ユニテッドアローズが導入しました。



UNITED ARROWS LTD.

株式会社ユニテッドアローズの DX 推進センター デジタルマーケティング部 原康人氏は次のように述べています。「デジタル化によってお客様の体験をより豊かにしていくことは、今後ますます重要になってくると考えます。クッキーレス環境下においても、お客様に豊かな体験を提供していくにあたり、効果的なデジタルマーケティングについて検討していました。その一つの策として、これまでも機械学習の精度の高さに確かな信頼感をもっていた Criteo のコンテキストチュアル広告の導入を決めました。実際に導入して効果を検証したところ、同目的の施策と比較すると訪問単価はほぼ変わらない一方で CTR が約 800%、CVR は約 300% 高く、費用対効果の良さを実感しています。」

Criteo のパートナーシップ戦略責任者である池田智幸は次のように述べています。「Criteo のコンテキストチュアル広告は、従来のコンテキストチュアル広告とは違い、掲載先のコンテンツの内容を解析するだけでなく、購買行動のシグナルを Criteo の AI が解析して Criteo のファーストパーティーデータと結びつけるという点で、他社とは一線を介すものであり、マーケターの皆様に確かな効果を期待いただけるものと確信しています。この度株式会社ユニテッドアローズ様にご導入いただきマーケティング施策の成果が表れたことで、この新しい製品が今後クッキーレス環境下においても、日本のマーケターの皆様が購買にいたる可能性の高いユーザーにリーチするための強力な手段の一つになるものと、確かな手ごたえを感じています。」



Criteo コンテクスチュアル広告の特徴

- **技術力-サイトコンテンツ分析・解析力**

機械学習に基づく AI が、テキスト、コンテンツのセンチメント、画像の内容解析を行うことで、コンテンツターゲティングを実現することが可能

- **膨大なメディアネットワーク**

クリテオが接続するすべてのメディアネットワークを対象に、URL 単位で解析を行い、メディアサイトと広告アクションデータを、コマースシグナルとして、紐づけ、活用することが可能

- **リターゲティング配信キャンペーン広告反響に基づくメディア選定**

アカウントレベルでのリターゲティング配信結果を、各広告配信枠に紐づけ、他社と比較し、相対的に広告反響が高い（親和性が高い）配信メディアから優先、選定配信

- **ダイナミック・クリエイティブ**

個々のパブリッシャーの URL 単位にて、コンテンツ解析結果および、コマースシグナルを元に、バナーのダイナミックレコメンデーションを実施

*Criteo 自社調査：2021 年 8 月から 9 月にかけて、デジタルマーケティングに従事し、Google 社によるサードパーティークッキー廃止についての延期の発表を既知の日本人を対象に実施。有効回答数 126。

■Criteo (クリテオ) について■

Criteo (NASDAQ : CRTO) は、コマースメディアプラットフォームで世界をリードするテクノロジー企業です。世界20,000社以上の広告主、数千のパブリッシャーと連携して得られる膨大なデータを機械学習を用いて精密に分析することで、あらゆる広告チャネルを通じた効率的な広告配信を実現します。Criteoはテクノロジーを通じて、あらゆる規模の広告主に対し、ユーザーが本当に求めているものに出会える仕組みを提供します。 ※CRITEO株式会社はその日本法人です。www.criteo.com/jp/

本件に関する報道関係者お問い合わせ先

CRITEO 株式会社 広報 酒井

CRITEO 株式会社 PR 事務局（アリソン・アンド・パートナーズ株式会社内）

E-mail : criteo_pr@allisonpr.com