

## Criteo、LINE 公式アカウントでのレコメンデーション・メッセージ機能の開発に向け DAC、電通デジタル、Micoworks と実証実験の実施で合意

よりパーソナライズされた販促コミュニケーションの強化を実現へ

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 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、LINE 公式アカウントでのレコメンデーション・メッセージ機能の開発に向けて、LINE Biz Partner Program\*1 の Technology Partner であるデジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 (本社:東京都渋谷区、代表取締役社長 執行役員 CEO 兼 CCO:田中雄三、以下 DAC)、株式会社電通デジタル (本社:東京都港区、代表取締役社長執行役員:瀧本 恒、以下、電通デジタル)、Micoworks 株式会社 (本社:大阪府大阪市北区、代表取締役:山田 修、以下: Micoworks) の三社それぞれと実証実験を実施することで合意したことを発表しました。

本合意により、企業やブランドがコンバージョンや売上をより高めることを可能にするために、Criteo の AI 技術と膨大な購買データを活用して LINE 公式アカウントのユーザーの興味関心を分析し、ユーザー毎にパーソナライズされた最適なレコメンデーション・メッセージを LINE 公式アカウント上で配信できる機能の技術的な開発を視野に、各社と協力してまいります。





世界的なインフレの波が消費者の購買行動の変化を加速させる中、よりパーソナライズされた広告コミュニケーションで消費者との関係を強化していくことがますます重要になってきています。そのような中で、成約率が高そうな顧客を見極め、関連性が高い広告の作成・配信を可能とする CRM（顧客管理）を活用したマーケティング施策が見直されており、国内の CRM アプリケーション市場は 2021 年から 26 年の年平均成長率 10.0% で推移し、2026 年には 2,917 億 9,000 万円になる見通しで\*2 市場ポテンシャルが高いことがうかがえます。デジタルマーケティングのなかでも、LINE 公式アカウントを活用したコミュニケーション施策をより強化したいというニーズが増えてきています。

今回 Criteo が技術提供することにより、企業やブランドといった広告主は通常の LINE を活用したコミュニケーションに加え、Criteo の膨大な購買データを活用することで、より関連性の高いパーソナライズされたコンテンツを通じてユーザーとの関係を強化し、コンバージョンや売上に繋げることが可能となります。

LINE 株式会社 マーケティングソリューションカンパニー カンパニーエグゼクティブ 宮本裕樹氏は次のように述べています。「ユーザーの顧客体験を向上させるうえでは、多様化しているユーザーニーズに対して、最適なタイミングでのパーソナライズされたメッセージの配信が必要不可欠です。現在多くの企業様にご利用いただいている LINE 公式アカウントのビジネス促進においても、Criteo 様の AI 技術および膨大な購買/行動データを活用したレコメンデーション・メッセージは強力なドライバーになります。Criteo 様および Technology Partner の DAC 様、電通デジタル様、Micoworks 様とのコラボレーションで、これからの LINE 公式アカウントの新しいマーケティングのかたちを創っていきたいと考えています」

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社代表取締役社長 執行役員 CEO 兼 CCO 田中雄三氏は次のように述べています。「昨今マクロ経済の不透明感が続いている中、企業では生活者のあらゆる購買機会への的確なリーチと、コマースの成果向上が重要視されています。多くのマーケターが抱えていた 3rd パーティークッキーに依存した生活者とのつながり方の課題に対し、LINE のユーザー ID を活かした Criteo のコマースメディア・プラットフォームのネットワーク効果は、リーチとコマース収益を支える新たな解決策となるでしょう。Criteo が持つ購買やコンバージョンに関する大量のデータと、我々 DAC が持つ LINE 公式アカウントにおける豊富な知見と高い運用力、そして両社の開発力を合わせれば、生活者ファーストのカスタマーエクスペリエンス（CX）とロイヤルティ向上に繋がるソリューションが提供できると確信しています」

株式会社電通デジタル 副社長執行役員 杉浦 友彦氏は次のように述べています。「LINE を生活者と企業間を結ぶ『ラストワンマイル』ととらえ、消費者の顧客体験を向上し、当社クライアントのビジネスを最大化するために、Criteo の豊富なデータ、リコメンダアルゴリズム知見を活用して友だちとのコミュニケーション精度をあげるサービス創出に協力しています。昨年末に実施した実証実験においては、データ連携の同意を取得した上で、ファーストパーティデータ（会員情報）を取得できていない友だちに対しても最適な商材のご紹介をするサー



ビスのトライアルを行った結果、サイト訪問率がディスプレイ広告の 10 倍以上という成果も確認できました。今後も、より良い顧客体験と、ユーザーのプライバシー保護、コミュニケーションの精度を高度に両立するサービス開発を、Criteo さまと共に取り組んできたいと考えております」

Micoworks 株式会社取締役 COO 八重樫 健氏は次のように述べています。「生活者のニーズは急速に多様化しており、『顧客育成』が非常に重要なテーマになっています。また、B2C の企業での『顧客育成』においては、生活者の方々に最も多く利用されている LINE<sup>\*3</sup>を始めとする SNS を最適に活用することが重要です。この度の Criteo 社との技術連携により、多種多様な商材を提供されている企業において、お客さま一人ひとりに最適な商材・サービスを LINE 内でコミュニケーションすることが可能になります。この取り組みを通じて、Micoworks のミッションである『Empower every brand for the better future』の世界にまた一歩近づけることを確信しております」

Criteo 北アジア地域最高責任者 兼 日本代表取締役であるグレース・フロム（Grace Fromm）は、次のように述べています。「Criteo の強みである高度な AI と膨大な購買データが、ブランドや企業の皆様による LINE を活用したデジタルマーケティングに貢献し、関連性の高い価値あるコンテンツをお届けすることによって消費者の皆様にもよりよい体験を提供できるよう、この度の新たな取り組みに大変期待しています。今後も Criteo は自社の技術を市場のニーズに合わせて柔軟に提供し、デジタルマーケティングを総合的に支援できるよう貢献して参ります」

\*1 LINE 株式会社が提供する各種法人向けサービスの販売を行う広告代理店を認定・表彰するパートナープログラム

\*2 2022 年 IDC Japan「国内顧客エクスペリエンス（CX）関連ソフトウェア／CRM アプリケーション市場予測」

\*3 総務省情報通信政策研究所「[令和 3 年版 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査](#)」

#### ■Criteo (クリテオ) について

[Criteo](#) (NASDAQ: CRTO)は、より良いコマースの成果をマーケターやメディアオーナーに提供するグローバルコマースメディア企業です。業界をリードするコマースメディア・プラットフォームは、22,000 人以上のマーケターと数千以上のメディアオーナーを連携させ、商品との出会いから購入までのより豊かな体験を消費者にもたらしめます。信頼性に高いインパクトのある広告を提供することで、Criteo は、新たな発見、イノベーションの実現、より豊かな選択を可能にするオープンインターネットを支えています。 ※CRITEO 株式会社はその日本法人です。