



<報道関係各位>

2024年4月4日
CRITEO 株式会社

Criteo、リテールメディア測定で初の MRC 認定を取得

デスクトップ、モバイルウェブ、モバイルアプリにおけるインプレッションとクリックの測定指標が認定

コマースメディアを展開する [Criteo \(NASDAQ: CRTO\)](#) は、Criteo リテールメディアプラットフォーム『[コマースマックス](#)』*および『[コマースイールド](#)』*のオンサイト広告（スポンサードプロダクト広告とディスプレイ広告）について、デスクトップ、モバイルウェブ、モバイルアプリ内環境におけるレンダリングされたディスプレイのインプレッションおよびクリックの広告指標に関して、メディアの調査と評価を行う国際的な業界団体 [Media Rating Council \(MRC\)](#) から同社初となる認定を受けたことを発表しました。また、本認定取得の一環として、Criteo は一般的な無効なトラフィック（GIVT）の検出とフィルタリングに関する MRC のガイドラインに基づき評価されました。これにより、マーケターにとって Criteo のプラットフォーム上で得られるコマースの成果への信頼性がより強固なものとなります。

MRC のエグゼクティブ・ディレクター兼 CEO であるジョージ・W・アイヴィー氏は次のように述べています。「Criteo の MRC 認定取得は、同社が透明性の確保と業界でのリーダーシップにコミットしていることを示す重要な出来事であり、称賛すべきことです。小売企業、ブランド、代理店は、急成長するリテールメディアの領域で事業を推進する上で、MRC に認定された Criteo の測定ソリューションを確かな信頼をもって役立てることができます」

今回の認定は、Criteo のインプレッションとクリックの指標が有効かつ信頼性の高いことを立証するもので、広告主にはいっそうの透明性がもたらされます。また、MRC による認定には、オンサイト広告におけるスポンサードプロダクト広告とディスプレイ広告の両方に対する Criteo の GIVT 検出機能の審査も含まれています。この機能は、広告主や代理店が特定の無効なソースを識別できます。

Criteo は長年にわたり、広告主がショッピング体験全体にわたって消費者とのつながりを保つためのコマースメディア戦略を構築してきました。リテールメディアは広告業界で最も急成長している分野のひとつであり、GroupM によると 2026 年までに全世界でその広告費が 1,500 億ドルを超えると予測されています。

Criteo の最高収益責任者であるブライアン・グリーンソンは次のように述べています。「今回の認定は、成熟しつつあるリテールメディアにおいて大きな前進であり、Criteo にとって大変誇らしい成果です。業界標準であるという認定に後押しされ、Criteo はお客様にリテールメディア戦略を推進するために最高品質で最も正確な測定を提供することができます」



MRC の認定を受けるにあたり、MRC より委託した独立系公認会計士事務所が、Criteo のシステムとプロセスを包括的に監査しました。また、その結果を MRC メンバーの代表からなる監査委員会が審査して Criteo のプラットフォームが MRC の厳格な基準を満たしていることを確認しました。MRC による認定は、Criteo の信頼性が高く、高度な測定能力を明確に示す重要な成果です。

*=日本では未提供

■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo S.A. (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、数千以上のマーケターと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買い物客にもたらしめます。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。www.criteo.com/jp/

将来の見通しに関する記述

本プレスリリースには、市場機会と将来の成長見通しに関する予想、過去の要因ではなく、実際の結果と大きな乖離の原因となり得るリスクや不確実性を含む記述など、「将来の見通しに関する記述」が含まれています。こうした要因には次のものが挙げられますが、これらに限られるものではありません。テクノロジーの変化に対応する当社の革新的なテクノロジーおよび能力に関連した失敗、インターネットディスプレイ広告在庫の一貫した供給にアクセスし、その在庫を拡大する当社の能力の不確実性、Googleが発表したChromeブラウザの変更案と機能強化のタイミングと規模に関する不確実性、新しいビジネス機会への投資と投資のタイミング、買収の予想利益が期待通りに実現する可能性、特定の国または地域の政治・経済的状況の変化を含む国際的な成長と拡大に関する不確実性、競争の影響、法的、規制的、または自主規制の進展に関する不確実性および同業他社による準拠の影響、データの収集と共有に対する消費者の抵抗の影響、サードパーティを介してデータにアクセスする当社の能力、費用対効果が高い当社のブランド強化の不可能、将来の成長が明示されていない最新の業績、成長および業績の潜在的な変動を管理し、クライアントの基盤を拡大する当社の能力、TACを除く収益が最大化する経済的影響ならびに、未知の財務実績と結果の不確実性含む将来の機会と計画に関連するリスク。これらリスクは、Risk Factors (リスク要因) ならび、2024年2月23日に発表されたForm 10-Qの四半期報告書、その他、証券取引委員会届出書類などに記載されています。法律で義務付けられている場合を除き、当社は、新しい情報、将来の出来事、期待の変化などの結果として、本リリースに含まれる将来の見通しに関する記述を更新する義務を負いません。

###