



<報道関係各位>

2025 年 9 月 11 日

Criteo

Criteo、Google とリテールメディアにおけるオンサイト広告の連携を発表

広告主は Google の Search Ads 360 を通じ、Criteo のリテールメディアのプレミアムインベントリに
広告キャンペーンを拡大でき、小売業者はデマンドが促進され、測定可能な成長を実現

コマースメディアを展開する 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、Google とリテールメディアにおけるオンサイト広告の連携を発表しました。Criteo は、Google 初のオンサイト・リテールメディアパートナーとなり、今回の連携は、デジタルコマース全域で広告主やブランド各社の機会拡大を促進する上で重要なマイルストーンとなります。

この連携は、Google Search Ads 360 を通じて、まずアメリカ地域を対象に限定ベータ版として提供され、その後グローバル規模で拡大し、他の [Google Marketing Platform ツール](#)へ展開される予定です。

まず、第一段として、Criteo のリテールメディアを活用する 200 社を超える小売業者は、Google Search Ads 360 プラットフォームからのデマンドを受け入れることを選択でき、幅広い業種のグローバル ブランドと繋がることができます。広告主にとっては、今回の連携により Criteo の大規模なリテールネットワーク全体にわたるキャンペーンの作成、実行、最適化が可能となり、スケール、効率性、透明性を兼ね備えた柔軟な広告運用が提供されます。Criteo と Google は、小売業者に統一された測定手法を提供することで、ブランドが広告のインクリメンタル効果（増分効果）を明確に把握できるようにし、予算配分の最適化、パフォーマンスの向上、より確信を持った投資判断を可能にします。

Google のエンタープライズプラットフォーム担当ゼネラルマネージャーである Bill Reardon 氏は次のように述べています。「私たちはシームレスなコマースメディアエコシステムの構築に注力しています。Criteo のリテールメディアを利用する広範な小売業者のネットワークを活用することで、広告主が購買行動の重要な瞬間、つまりオンサイトでのスポンサー商品広告を通じて顧客とつながることが可能になります。Performance Max や Shopping Ads など、既存のオフサイトソリューションと組み合わせることで、広告主や代理店が広告パフォーマンスをより包括的に把握し、よりスマートな意思決定および、効果的なキャンペーンの運用を実現できるよう支援します」



業界予測によると、リテールメディア市場は 2027 年までに 2,040 億ドル*に達するとされています。しかし、現在の支出は一部の主要プレーヤーに集中しています。今回の連携は、より多様な小売業者が広告予算を獲得し、より多くのブランドがより広範なエコシステム全体に自信を持って投資できるようにすることで、リテールメディアにおける競争環境の公平性が確保されます。これは、新たな広告予算へのアクセスを可能にし、インクリメンタル効果の明確な証拠を提供することで実現します。

Criteo のリテールメディア部門プレジデントであるシェリー・スミスは次のように述べています。「当社の最大級のリテールメディアパートナーの一社として Google を迎え、Criteo プラットフォームをご利用の小売業者にスケールアップされたブランド広告を提供できることを嬉しく思います。本連携を通じて、より多くのブランドを当社のグローバルな小売業者のネットワークに繋ぎ、かつ既存ブランドの投資を強化することで、小売業者のメディアの拡大と広告インベントリの価値の最大化を支援し、同時に広告主が購買意欲の高い消費者にリーチできるよう支援してまいります」

Criteo のリテールメディアに関する詳細は[こちら](#)をご覧ください。

* 出典：Activate、eMarketer、GroupM、Madison & Wall

■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo (NASDAQ: CRTO)は、ブランド、広告代理店、小売業者、メディアオーナーのコマースエコシステムをつなぐグローバルプラットフォームです。AI を活用した Criteo の広告プラットフォームは、年間 1 兆ドルを超えるコマース売上高のデータを分析し、消費者とのつながりの強化、そして新たな商品やサービスの発見や高度にパーソナライズされた体験を実現します。世界中の小売からデジタルコマースまで、数千ものクライアントとパートナーシップを擁する Criteo は、企業がパフォーマンスと成長を促進するために必要なテクノロジー、ツール、インサイトを提供しています。※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、新しいビジネス機会への投資と投資のタイミング、買収または戦略的取引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（関税の変更や新しい関税など）を含む国際的な成長と拡大に関する不確実性、競争やクライアントのインハウス化の影響、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、支出を増減できるクライアントの柔軟性、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、2025 年 2 月 28 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。現在、米国におけるインフレや金利の変動を含むマクロ経済状況が、Criteo の事業運営、財務状況、キャッシュフローおよび業績に影響を及ぼしており、今後も影響を及ぼす可能性が



あります。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。