



<報道関係各位>

2026 年 2 月 6 日

Criteo

Criteo、AI ショッピングアシスタント向け 「エージェンティック・コマース・レコメンデーション・サービス」を発表

～AI アシスタント上で高精度な商品レコメンデーションを提供し、関連性を最大 60%向上～

コマースのエコシステムをつなぐグローバルプラットフォームである 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、独自のコマースインテリジェンスを基盤に、AI ショッピングアシスタント向けに最適化された高精度な商品レコメンデーションを可能にする「エージェンティック・コマース・レコメンデーション・サービス」を発表しました。

LLM（大規模言語モデル）プラットフォームが AI ショッピングアシスタントへと進化し、またリテラー（小売企業）が独自の AI チャットボットを開発する中で、消費者のオンラインでの商品発見から購入までの体験は、大きく転換しつつあります。こうした AI 主導のショッピング体験が普及するなか、AI アシスタントには、単なる商品説明の提示に留まらない、より高度な機能が求められています。実際の購買行動データに基づき、関連性と信頼性の高い、パーソナライズな提案を実現する「[高水準なコマースのレコメンデーション基盤](#)」の重要性が高まっています。

Criteo のコマースインテリジェンスを基盤とする本サービスは、商品説明のみを用いた第三者アプローチと比較して、レコメンデーションの関連性を最大 60%向上させます¹。このパフォーマンスは、1 日あたり 7 億 2,000 万人の利用者、年間 1 兆ドルの取引額、そして 45 億点に及ぶ商品 SKU という、Criteo 独自のコマースに特化したプラットフォームの規模によって支えられています。

本サービスは Criteo が開発した MCP（モデル・コンテキスト・プロトコル）を通じて提供され、AI ショッピングアシスタントを店舗の在庫データに直接接続し、消費者の購買リクエストを、取引可能でキュレーションされた商品レコメンデーションへと変換します。従来のクローリング手法では取得できない実購買シグナルを基に、個々の消費者に最も関連性がある商品を提示することが可能になります。

さらに本サービスは、Criteo が築いてきたリテラーとの強固なパートナーシップと既存の商品データを活用するため、リテラーは追加の技術的リソースを投じることなく、円滑にエージェンティック・コマースを導入することが可能です。ブランドは本サービスを通じて商品露出の機会を最大化できる一方、リテラー側の商品データ、取引データ、顧客データは AI エージェント環境に最適化されたコントロール機能により厳重に保護されます。



エージェンティック・コマース・レコメンデーション・サービスの仕組み

- **ショッピングリクエスト（例）**：消費者が AI ショッピングアシスタントに対し、自身のニーズ・好み・予算に合うノート PC を探してほしいと依頼する。
- **AI アシスタントからのクエリ**：AI ショッピングアシスタントは、関連性のある商品を選定するため Criteo エージェンティック・コマース・レコメンデーション・サービスにクエリを実行する。
- **コマースインテリジェンスによるフィルタリング**：Criteo は、実際のショッピング行動や多角的な購買シグナルをリアルタイムに解析。商品の人気度や在庫状況、さらには個々のユーザーの意図を深く洞察し、膨大な選択肢の中から、各消費者に最も関連性の高い商品をフィルタリングおよびランキングする。
- **キュレーションされた結果**：Criteo は、商品のローデータではない、キュレーションされた商品レコメンデーションのショートリストを返す。
- **パーソナライズされたスムーズな消費者体験**：AI アシスタントは結果を提示し、商品比較を行い、AI エージェントの中でそのまま「カートへの追加」や「支払い」のサポートも可能となる。

Criteo のエージェンティック・コマース・レコメンデーション・サービスは、消費者の多様な購買意図を深く理解し、探索的な検索および特定の商品を狙う検索まで幅広く対応します。単に関連商品を提示するだけでなく、文脈に応じて最適な補完商品を提案するインテリジェンスを備えており、AI エージェントでの購買体験の質を一層高めます。

Criteo の最高経営責任者（CEO）であるマイケル・コマシンスキは次のように述べています。
「エージェンティック・コマースにおける本当の競争優位性は、高品質なコマースデータへのアクセスをいかに大規模に実現できるかにあります。本サービスは、消費者に関連性の高い体験を提供しつつ、リテーラーのデータ保護、ブランドの健全性、プラットフォームの信頼性を維持しながら、エコシステム全体に機能する AI 主導のショッピング体験にコマースインテリジェンスをもたらします」

2025 年末の初期パイロットテストに続き、現在 Criteo は大規模 LLM プラットフォームとのテストを継続しており、2026 年初頭にかけて、追加のプラットフォーム、リテーラー、ブランドとのテストも拡大しています。Criteo エージェンティック・コマース・レコメンデーション・サービスが実現する AI ショッピングの未来についての詳細は [こちら](#) を参照ください。

¹ 2026 年 1 月に実施した取引データの社内テストに基づき、Criteo のエージェンティック・コマース・レコメンデーション・サービスは、商品説明のみに基づいた第三者アプローチと比較して、レコメンデーションの関連性が最大 60% 向上することが確認されています。Criteo は「関連性」を、「商品が消費者の現在の意図、ニーズ、好みにどれだけ合致し、購買に向けた行動を促進するかの度合い」と定義しています。

■ 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、当社が計画している、フランスからルクセンブルクへのクロスボーダー転換による法的本拠地の移転が現在の計画や事業運営に与える影響、転換完了に必要な条件を満たせないリスク、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（転換を含む）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を含む将来の機会と計画に関連するリスク、一般的な政治・経済・競争環境および特定市場環境の変化、マーケティング業界における不利な変化、適用法令または会計基準の変更など。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、転換に関連して 2026 年 1 月 22 日に SEC に Rule 424(b)(3) のもとで提出された委任状／目論見書など、当社の今後の提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。