

Criteo、フルファンネルマーケティングを強化する 「Criteo 動画広告」を提供開始

世界最大級のリーチを誇るコマースデータセット「Criteo ショッピンググラフ」をもとに、
ブランド広告主の認知拡大キャンペーンをサポート

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、オープンインターネット（オープンウェブ）上で、興味関心を持つ可能性の高いユーザーに動画広告を配信できる「Criteo 動画広告」の提供を日本で開始しました。この新しいプロダクトは、Criteo の AI が消費者の購買行動に関する膨大なコマースデータを基にオープンインターネット上のオーディエンスを選定することで、より興味関心を持つ可能性の高いユーザーに広告を配信することができ、広告主の認知拡大（新規ユーザー層の獲得）を目的とするデジタルマーケティング施策の強化をサポートします。本プロダクトは、これまでベータ版として公開していた「Criteo 動画広告」の正式版です。

2021 年の動画広告市場規模は、4,205 億円（前年比 142.3%）まで成長を遂げ、2022 年に同市場は 5,497 億円、2025 年には 1 兆 465 億円に達する見込みです¹。デジタル広告市場において、広告フォーマットは、テキストや画像よりも、情報量が多くエンターテインメント性がある動画がオーディエンスに好まれる傾向にあります²。新型コロナウイルス感染症のパンデミックの発生以来、世代問わず動画配信（有料・無料）サービスの視聴数が最大の伸びを示していることから²、広告主は動画広告への投資を継続して積極的に行っています。

「Criteo 動画広告」とは

「Criteo 動画広告」は、ブランド広告主の認知拡大を目的とするデジタルマーケティング施策を、動画広告で展開するプロダクトです。オープンインターネットの中で最大級のオーディエンスリーチを誇る「Criteo ショッピンググラフ」を基盤として、手動設定する“コマースオーディエンス”、または Criteo AI が自動で行う“類似オーディエンス”いずれかを広告主側で選択したのち、Criteo AI エンジンにより、3つの配信フォーマット（インストリーム

¹ サイバーエージェント「2021 年国内動画広告の市場調査」

² Criteo「動画&コネクテッド TV の利用状況に関する調査」



ビデオ、アウトストリームビデオ、縦型ビデオ)へと広告キャンペーンが最適化されたのち、広告が配信されます。「Criteo 動画広告」の各指標平均値は、視聴完了率 50%-75%、視聴完了単価 0.2 - 0.8 円と高い水準を誇ります。マーケティング施策後に広告主は、Criteo が提供するブランドリフト・サーベイで、より詳細な動画広告の分析やユーザーの態度変容を検証することも可能です。また、ローワーファンネル向けの Criteo プロダクトである「Criteo カスタマーアキュイジション」や「Criteo ダイナミックリターゲティング」などと「Criteo 動画広告」を掛け合わせることで、「流入」や「獲得」を目的としたマーケティング施策もフルファンネルでサポートします。

「Criteo 動画広告」の特徴

- ◇ 興味関心がより高いオープンインターネット上のオーディエンスへのターゲティング設定
Criteo のコマー্সおよびファーストパーティ・データを活用することで、既存顧客や潜在顧客へのコミュニケーションを強化
- ◇ 堅牢なアクセスとスケール
デバイス、チャネルを通じて主要なパブリッシャーにアクセスするあらゆる動画コンテンツにおいてオーディエンスリーチ
- ◇ フルファンネル戦略
動画キャンペーンとディスプレイキャンペーンを同時展開することにより、オーディエンスを動画視聴からあらゆるショッピングジャーニーのタッチポイントへ移動させ、購入ファンネル全体で ROI を追跡可能
- ◇ セルフサービスツールを使った簡単な運用
セルフサービス型のユーザーインターフェース「Criteo マネージメント センター」で、キャンペーンの設定開始からパフォーマンスレポートの確認まで、簡単に運用・管理することが可能

また、同新製品は、各指標平均値の高い水準が評価され、クルマ情報メディア「グーネット」をはじめとする自動車関連情報や、生活関連情報を提供する株式会社プロトコーポレーションに採用されました。本製品の導入によって、新規ユーザー層へのリーチが効率よく最適化され、同社の認知度向上に役立っています。同社、IT ソリューション 4 部 マーケティングチームの蠣崎沙英氏は次のように述べています。

「これまでオンラインでの動画広告は出稿先が限られている状況だったところに、Criteo でも配信できることを知り、グーネットの CM 認知拡大の施策の一環として、Criteo 動画広告の導入を決めました。リーチ単価や CPM などといった各指標も満足いく結果に終わり、大変満足しています。さらに、Criteo はフルファンネルのキャンペーンとして次のアクションにつなげやすいところも魅力的で、今後ほかのファンネルのキャンペーンとともに継続的に動画広告を実施することで、視聴したユーザーを分析し、さらなる効果の向上に期待しています」



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。「オープンインターネットにおいて、“Criteo 動画広告”が最大級のリーチを誇るという点において、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。この度グーネット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、この新しいプロダクトが今後、ブランド認知を拡大するうえで、広範かつ購入意欲が高いオーディエンスにリーチするための強力な手段の一つになるものだと自負しています」

■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo (NASDAQ : CRTO) は、世界をリードするコマースメディアプラットフォームを提供するグローバルテクノロジー企業です。およそ2,900名のCriteoチームメンバーは、世界の22,000人以上のマーケターと数千人以上のメディアオーナーと提携して、世界最大級のコマースデータセットをアクティブ化し、より良いコマースの成果を推進しています。Criteoは、新たな発見、イノベーションの実現、より豊富な選択肢を可能にする、公正でオープンなインターネットを支持しながら、信頼性に優れたインパクトのある広告を強化することで、すべての消費者に豊かな体験をもたらします。 ※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