

アジア太平洋地域のEコマース成長の加速に向けて 「Criteo リセラープログラム」を提供

～域内のマーチャント、デジタルマーケットプレイス、国・地域の成長加速を確実なものに～

コマースマーケティングのリーディングカンパニーであるCriteo（本社：フランス、NASDAQ：CRTO）は、本日、「Criteoリセラープログラム」のAPI提供を開始したことを発表いたしました。アジア太平洋地域（APAC）向けに開発されたこのプログラムにより、マーケットプレイス¹を運営する企業が、自社のマーケットプレイス上で、一人ひとりの興味、関心に合わせたレコメンデーション広告を配信するCriteoダイナミックリターゲティングを、個々のセラー²に展開または再販することができます。

経済産業省の市場調査によると、日本におけるECの市場規模は物販系分野のみで既に8兆43億円に達しています³。APACで見ると、ECの販売額は2021年までに3兆米ドルを超え、域内全体の小売り額の25%超を占めると予想されています⁴。APAC全域で見ると、買い物客10人のうちほぼ6人がマーケットプレイスで商品を購入しています⁵。したがって、Criteoリセラープログラムは、マーケットプレイスとそのセラーが、APACにおけるこの成長機会を最大限取り込むのに役立つように開発されています。同時に、消費者にとっては、あらゆるデバイスとチャネルを通じたより一層シームレスな購買体験が提供されることとなります。

Criteoの日本取締役社長であるグレース・フロムは、次のように述べています。「Criteoリセラープログラムは、最も効果的でオープンなコマース・マーケティング・エコシステムの構築という、当社のCMEビジョンにおける大きな一歩となるものです。このプログラムにより、個々のセラーはマーケットプレイスの中で、オンライン上で買い物客のリエンゲージメントを行う代表的な手法であるCriteoダイナミックリターゲティングを活用することができます。そして、買い物客が求める好きな商品により効果的に出会えるように、自社の広告費を管理・調整することが可能になります。これにより、セラーはもちろんのこと、マーケットプレイスの収益拡大、さらにはセラーが属する国・地域の歳入拡大にもつながります。このプログラムは、各国・地域と域内全体におけるEコマースの一層の成長をもたらすものです」

マーケットプレイスの運営企業は、CriteoのダイナミックリターゲティングにおいてCriteoが提供するリセラープログラムエンジンを活用することで、セラー毎の独自の広告商材として設定・実施できるようになり、セラー別に予算・配信管理が可能となります。これにより、Criteoが生成していたレコメンド枠のアルゴリズムに、セラー毎の予算とCPCならびにユーザーデータが加味されるようになるため、これまで以上に各セラー別の目的に沿ったプロモーションの実施が可能となります。

また、Criteoリセラープログラムでは、キャンペーンマネジメントを簡素化するアプリケーション・プログラミング・インターフェイス（API）をマーケットプレイスに提供します。したがって、マーケットプレイスが技術的なインテグレーションを管理するため、セラー自身がさらなる技術開発を行う必要はありません。

日本では、Yahoo!ショッピングが2016年の初めにこのCriteo Reseller Programを導入しています。導入後短期間で、1800以上の出店者が、ダイナミックリターゲティングを個々のキャンペーンとして活用することで、商品ページへの集客力を高められることに価値を見出し、結果的にYahoo!の



マーケットプレイスの売上が69%増加しました。

Criteoダイナミックリターゲティング (Criteo Dynamic Retargeting) について:

マシンラーニングの技術を活用し、さまざまなデバイス、ブラウザ、アプリを通じた買い物客の行動を総合的に理解します。この技術は、特定の商品に対する個人別の購入性向を正確に予測し、商品のレコメンデーションや広告のビジュアルデザインをリアルタイムでカスタマイズするものです。それによって、エンゲージメントを高め、対象となっている個人を買い物へと誘導します。Criteoは数千に及び一流のパブリッシャーと取引があり、その規模を活かして、あらゆるオンラインチャネルにおいて最善のダイナミックな広告表示を保証します。これにより、買い物客がオンライン上のどこにいても、リーチとエンゲージメントを向上させることができます。

※1 マーケットプレイス：売り手と買い手が自由に参加できる、インターネット上の取引所

※2 セラー：マーケットプレイス上で商品を出品して取引を行う個々の売り手のこと。

※3 経済産業省市場調査：<http://www.meti.go.jp/press/2017/04/20170424001/20170424001.html>

※4 eMarketer の Asia-Pacific Retail and eCommerce Sales: eMarketer's Estimates for 2016-2021 (2017年8月) による。

※5 eMarketer の Digital Buyers in Select Countries in Asia-Pacific Who Have Purchased from C2C eCommerce Sites (2017年6月) による。

###

■ Criteo (クリテオ) について ■

コマースマーケティングのリーダーである Criteo (NASDAQ : CRTO) は、小売業やブランドの利益と売上高の拡大を支援するため、高いパフォーマンスを生み出すオープンなコマース・マーケティング・エコシステムを構築しています。2,700名以上の Criteo チームメンバーは、世界中 17,000社の広告主と、数千のパブリッシャーと連携して、ユーザーが本当に求めているものに出会える仕組みを提供しています。Criteo コマース・マーケティング・エコシステム上で分析されるオンライン取引高は 5,500 億ドル超にのびります。

CRITEO 株式会社はその日本法人です。詳細は <http://www.criteo.com/jp/> をご覧ください。