



<報道関係各位>

2016年3月吉日  
CRITEO 株式会社

## Criteo、2015年第4四半期モバイルコマースレポートを発表

モバイル先進企業が差を拡大

パフォーマンスマーケティングのテクノロジー企業である Criteo S.A. (本社：フランス、NASDAQ：CRTO、以下 Criteo) は、2015年第4四半期モバイルコマースレポート ([Q4 2015 State of Mobile Commerce Report](#)) を発表しました。本レポートは、消費者の購入経路の変化を背景に、四半期ごとにモバイルコマースの動向を調査した上で、オンラインショッピングの行動に関する知見を提供するものです。

### < 全体サマリー >

- 日本における e コマース取引のうち、**47%**は購入過程で複数のデバイスを使用。
- 日本のモバイル商取引のシェアは e コマースによる全取引の **49%**に到達。
- Criteo は、Universal Match 機能により、複数のデバイスやブラウザ、アプリをまたぐ場合でも、パーソナライズされた体験を提供。

Criteo が日本のオンライン商取引を調査した結果、47%は複数のデバイスまたはチャネルを通して行われていることが判明。このうち 45%はモバイルデバイスで最終的な商取引が行われています。これは、消費者が購入過程でさまざまなデバイスを活用しつつ、モバイル上で買い物をする習慣がついていることを示しています。

モバイルコマースの拡大に伴い、消費者が今まで以上にパーソナライズされたブランド体験を求める傾向が強くなっています。デジタルマーケターとしては、もはやデバイスの使用を単に消費者を識別して買い物に導くための手段と見ることはできません。消費者がショッピングする際に有意義で適切な体験を提供するために、複数のデバイスやブラウザ、アプリを使用するユーザーのプロフィールを理解することが、企業が成功するための鍵となります。

Criteo の製品である Criteo ダイナミックリターゲティング ([Criteo Dynamic Retargeting](#)) の Universal Match 機能は、オンラインでの商品推奨や広告、入札をそれぞれのユーザーにカスタマイズするためのものです。これにより、マーケターはキャンペーンの成果を最大化し、それぞれの消費者に合わせた快適なマーケティング体験を提供することができます。

### <本件に関する報道関係者お問い合わせ先>

CRITEO PR 事務局 担当：伊藤・三宅  
TEL: 03-5572-6071 Mail: [criteo-pr@vectorinc.co.jp](mailto:criteo-pr@vectorinc.co.jp)



## ■エグゼクティブのコメント

Criteo の最高製品責任者であるジョナサン・ウルフは「Criteo のモバイルコマース四半期レポートは、モバイルが今日のコマースにおける必須要素であり、ほとんどの消費者が複数のデバイスを使用して閲覧し、買い物をしていることを示しています」と述べており、「デジタルに精通した消費者をより深く理解するために、マーケターは個々のデバイスそのものに目を向けることを止め、それらの背後にいるユーザーを理解しなければなりません。複数デバイスによる購買行動はもはや一般的です。Criteo の Universal Match 機能による新しいソリューションを活用すれば、広告主は、買い物客が最も購入する可能性が高いときに、使用される全デバイスをターゲットにしたメッセージを配信することができます」と述べています。

## ■Criteo の Universal Match 機能について

Criteo の Universal Match 機能は、毎日 350 億以上にも及ぶインターネットの閲覧履歴を処理することにより、ID が完全一致する 5 億人以上のユーザーの複数デバイスにまたがる購買行動を分析することができる機能です。Universal Match は、モバイルアプリ、モバイルウェブ、独自のウェブエコシステム、デスクトップをはじめとするあらゆるデバイスやチャネルの間に現存しているギャップを埋めるだけでなく、ID とデバイス間の正確で大規模な顧客マッチングを展開し、これまで制限されていたマーケターの選択肢を広げます。

さらに、今回の本レポート ([Q4 2015 State of Mobile Commerce Report](#)) の調査結果では、モバイルコマースへの急速なシフトおよび Criteo の Universal Match 機能によるユニークなソリューションに対するニーズが強調されています。

## ■レポートハイライト

### 小売業界で成長著しいモバイルショッピング

快適なモバイルショッピング体験を提供する小売業者では、モバイルデバイスを使用する顧客が増えた 2015 年は素晴らしい業績を上げることができました。モバイルを活用する消費者対応でブランドが成功をおさめるには、あらゆるデバイスを通して消費者の欲求やニーズを満たすモバイルマーケティング戦略に投資する必要があります。

- 2015 年第 4 四半期では、日本のモバイル商取引のシェアは 2014 年より **2%** 上昇し、e コマースによる全取引の **49%** に到達。
- モバイルデバイス全般で見ると、タブレットの方がスマートフォンよりも販売額が多かったものの、iOS デバイスによる注文金額は平均よりも高い。

<本件に関する報道関係者お問い合わせ先>

CRITEO PR 事務局 担当：伊藤・三宅

TEL: 03-5572-6071 Mail: [criteo-pr@vectorinc.co.jp](mailto:criteo-pr@vectorinc.co.jp)



## モバイル消費者がスマートフォン上でのショッピングを好む傾向に

スマートフォンはモバイル販売の大半を占め、モバイル上での商品選択と会計までを含む購入デバイスとして一般化しつつあります。各ブランドがそのモバイルショッピング体験を顧客に最適化する際には、e コマースのキーとなる手段としてスマートフォンに焦点を合わせる必要があります。

- 日本では全モバイル商取引の約 **90%**をスマートフォンが占め、この推進力となったのがスマホ上での取引機能の改善、デバイスの高い普及率、大きくて明るいスクリーン、高速無線ブロードバンドの普及など。
- e コマース上におけるスマートフォン利用は全世界におけるモバイル販売の大半を占め、この傾向は日本と韓国で最も顕著。

## 拡大を続けるクロスデバイス活用

消費者はショッピングのあらゆる段階で複数のデバイス（ラップトップ、タブレット、スマートフォン）を気軽に使用するようになってきています。クロスデバイス使用の際に消費者エンゲージメントを築くためには、消費者の行動や影響力、意図をより深く理解する必要があります。さらにブランドが成功を収めるためには、消費者志向を徹底するとともに Criteo の Universal Match のようなテクノロジーを活用する必要があります。

- 2015年第4四半期、商取引のほぼ **40%**が複数デバイスまたはチャンネルを通して実施。
- デスクトップでの買い物客のうち **37%**が、購入前に別の少なくとも一つのデバイスで同じ小売業者のサイトを閲覧。
- 購入過程で複数のデバイスを使用する可能性が最も高いのは、タブレットで最終的な購入を行ったクロスデバイス対応の買い物客であることから、タブレットによる買い物客の **43%**はそのショッピングの際に複数のデバイスを使用していることが判明。

## 購入ハードルを除去するアプリが収益をけん引

消費者に関連する適切な商品を表示し、かつ購入のハードルを先読みして取り除くアプリを提供する小売業者やブランドは、そうでない他社よりも順調な販売と高い価値評価を実現しています。顧客とのエンゲージメント、コンバージョン、そして収益を高めるためには、適切な商品を表示し、有用な商品を明示するとともに購入過程を簡素化するアプリの構築が必要です。

- モバイル体験を重視してきた小売業者で見ると、モバイルアプリが小売業界におけるモバイル商取引全体の **54%**を占め、旅行業界ではモバイル商取引の **58%**を占有。
- モバイルアプリを使用する買い物客はモバイルウェブ上の買い物客より **286%**も多く商品閲覧し、買い物かごに入れる割合がモバイルブラウザよりも **90%**高くなる。
- アプリでの全体的なコンバージョンレートはモバイルブラウザよりも **120%**高い。

＜本件に関する報道関係者お問い合わせ先＞

CRITEO PR 事務局 担当：伊藤・三宅

TEL: 03-5572-6071 Mail: [criteo-pr@vectorinc.co.jp](mailto:criteo-pr@vectorinc.co.jp)



## モバイルコマースのグローバルな成長は不可避

モバイルがeコマースでの取引に占める割合は全世界で確実に高まっており、特に日本、英国、韓国ではその成長が顕著に表れています。世界中の消費者が購入デバイスとしてモバイルを選ぶようになっているため、世界的なブランドは、ユーザーが求める基準に適合したマーケティング戦略を確保する必要があります。

- モバイルコマースは全世界のeコマースによる小売販売の**35%**を占め、日本は全世界のトップに位置。
- グローバルで見たeコマースによる全取引の**50%**はクロスデバイスによる利用。

※本資料は、米国 Criteo より 2 月 17 日に発表されたプレスリリースの抄訳です。

###

### ■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo はパーソナライズされたパフォーマンスマーケティングをスケーラブルに提供しています。広告クリック後のコンバージョンを評価することにより、ROI (投資利益率) の透明性を確保し、測定を容易にします。2015 年 12 月 31 日現在、Criteo は南北アメリカ、ヨーロッパ、アジアに 27 カ所のオフィスを展開し、1,800 名を超える従業員を擁して世界各国 10,000 以上の広告主にサービスを提供しており、14,000 近いパブリッシャーと直接取引関係を結んでいます。

※詳細は <http://www.criteo.com> をご覧ください。

※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。

<本件に関する報道関係者お問い合わせ先>

CRITEO PR 事務局 担当：伊藤・三宅

TEL: 03-5572-6071 Mail: [criteo-pr@vectorinc.co.jp](mailto:criteo-pr@vectorinc.co.jp)