



<報道関係各位>

2024年10月17日

## Criteo、コマースに特化したサプライサイド・プラットフォーム 「コマース・グリッド」を日本で提供開始

コマースメディアを展開する Criteo (NASDAQ: CRTO) は、コマースに特化したサプライサイド・プラットフォーム (SSP)である「コマース・グリッド」を発表しました。「コマース・グリッド」は、広告主や代理店を含むデマンドサイド、そしてパブリッシャーやリテールメディアを展開する小売を含むサプライサイドの双方を結び、コマースデータを活用したプログラマティック広告を可能にします。

「コマース・グリッド」は、Criteo 独自のコマースオーディエンスをサプライサイドのバイヤーとセラーの両方に提供することで他とは一線を画した新しい SSP です。パブリッシャーは、Criteo の強力なコマースに関するインサイトを活用して、自社のインベントリの価値と関連性を高め、拡大傾向にあるコマースに特化したデマンドを獲得し、収益全体を最大化できます。また、 SHOPPABLE (即購入可能) なフォーマットやコマースに関する分析などの Criteo 独自のアセットも利用可能になります。

「コマース・グリッド」では、プレミアムな広告インベントリをパッケージ化して取引することができ、広告バイヤーは、好みのデマンドサイド・プラットフォーム (DSP) を通じて、数十億件のリアルタイムのコマースシグナルを分析する Criteo の最先端 AI 技術を基に構築されたオーディエンスをターゲティングし、あらゆるチャネル、デバイス、およびショッピングジャーニーの全ての段階にわたって潜在顧客を取り込むことができるようになります。

Criteo 日本代表取締役グレース・フロム (Grace Fromm) は次のように述べています。「『コマース・グリッド』は、Criteo の変革の過程における節目となる製品であり、当社のクライアントがコマースメディアという新たな機会を捉えて活かすことを可能にします。パブリッシャーはコマースメディアの機会そのものは認識しているものの、コマースの予算獲得やバイヤーにつながる明確な道筋を把握するのに苦労されています。当社は『コマース・グリッド』の提供を通じ、パブリッシャーをコマースの需要や機会に直接結び付けるだけでなく、広告主や代理店に、求めているセグメントへのリーチを、好みのデマンドプラットフォームを通じて、プレミアムな広告のサプライと組み合わせる形で提供します」

なお、本 SSP は 10 月 16 日 (水) ~18 日 (金) まで開催される「ad:tech tokyo (アドテック東京)」にて、Criteo が登壇する基調講演 (10 月 17 日 (木) 10:00 - 10:40) においても発表いたします。

「コマース・グリッド」の詳細は[こちら](#)をご覧ください。



## ■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo S.A. (NASDAQ: CRTO)は、より良いコマースの成果をマーケターやメディアオーナーに提供するグローバルコマースメディア企業です。業界をリードするコマースメディア・プラットフォームは、数千以上のマーケターとメディアオーナーを連携させ、商品との出会いから購入までのより豊かな体験を買い物客にもたらしめます。信頼性に高いインパクトのある広告を提供することで、Criteo は、新たな発見、イノベーションの実現、より豊かな選択を可能にするオープンインターネットを支えています。 ※CRITEO 株式会社はその日本法人です。[www.criteo.com/jp/](http://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@allisonworldwide.com](mailto:criteo_pr@allisonworldwide.com)