



2014年3月27日

Criteo、日本国内における高い広告リーチ率を発表

デジタルパフォーマンス広告に特化したグローバルなテクノロジーカンパニーであるCRITEO株式会社（クリテオ、東京都品川区、代表取締役 兼 アジア太平洋地域担当マネージングディレクター：上野正博、以下Criteo）は、米国comScore（コムスコア）社が日本で実施したCriteoのリターゲティング・レコメンデーション広告のリーチ率に関する調査結果を発表しました。comScore社はデジタル業界の分析データを提供する最先端のインターネットテクノロジーカンパニーで、本調査は国内15歳以上のPCのインターネットユーザを対象に本年1月に実施されました。その結果、対象期間中にCriteoのリターゲティング・レコメンデーション広告を目にしたユニークビジター数は6,550万に達し、国内インターネットユーザの89%が一人ひとりの興味関心と関連性の高いパーソナライズされたCriteoのディスプレイ広告をみたという結果が得られました。

今回の調査対象期間において、ユニークビジター数がCriteoを上回ったのは、それぞれ6,950万のと6,900万となった米国を本社とする大手広告サービス提供企業2社でした。両社は広告主サイトを訪問したか否かに関わらず、その全てに対して広告を配信するメニューを有する一方、Criteoの広告は、広告主サイトに訪れたことがあるユーザのみに対してリターゲティング・レコメンデーション広告が生成・配信されるため、ユニークビジター数でCriteoが3位にランキングされたことは、市場におけるCriteoのリーダーシップを示すものです。

調査ではさらに、1ヶ月間にCriteoのパフォーマンスディスプレイ広告をみた世界主要各国のインターネットユーザ数（比率）も公表されました。その結果、オランダ85%、フランスとイタリア84%、英国83%、米国とブラジルとドイツ80%、スペイン76%でした。89%をマークした日本は世界の主要市場においても高いリーチ率を獲得しています。

*日本、米国、ブラジルは2014年1月、それ以外の国は2013年9月に調査を実施

調査方法について

本オーディエンス測定は、comScore社のメディアメトリックス（MMX）ソリューションを活用しています。comScore社は世界200万人のPCのパネリストから構成されるネットワークを擁しており、今回の調査ではこれらのパネリストに対してCriteoのすべてのディスプレイインプレッション（広告が表示されること）をプロキシレベルで追跡しました。データはCriteoのパフォーマンス広告を1回またはそれ以上みたユニークユーザを表しています。

###

comScore (コムスコア) について

comScore は、デジタル業界の分析データを提供する最先端のインターネットテクノロジーカンパニーです。comScore は、ユーザのオンライン上の行動を測定し、その情報をお客様のデジタルコンテンツの価値を最大化させるための知見と改善案に変化させます。

comScore は、代表取締役 Magid Abraham と代表 Gian Fulgoni により 1999 年に設立され、2007 年 6 月に公開会社となりました。詳細は www.comscore.com/jpn をご覧ください。

Criteo (クリテオ) について

Criteo はデジタルパフォーマンス広告に特化したグローバルリーダーで、5,000 以上のクライアントと取引があります。フランスに本社を置く Criteo は、南北アメリカ、ヨーロッパ、アジアにオフィスを展開しており、800 名を超える従業員を擁し、40 以上の国と地域に広告を配信しています。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。

本リリースに関するお問い合わせ先：

CRITEO 株式会社 広報担当: PressAPAC@criteo.com