

ビデオリサーチ
サービスデータ一覧





ビデオリサーチ
サービスデータ一覧
index

I. テレビ

2

- ・視聴率レポート[年間52週調査地区]
- ・視聴率レポート[年間24週調査地区]
- ・視聴率特別報告書
- ・テレビ広告統計 (テレビ広告報告書/BS 広告データサービス)
- ・テレビ関連調査
 - テレビ番組カルテ/テレビ CM タレント一覧/
テレビタレントイメージ/スタア事典/
Multichannel Viewers Profile report (MVP)/TV-Pro/ex
- ・テレビ関連情報サービス
 - TVログ@iNEX/ADVANCED TARGET/VR TVPOP!

II. ラジオ

5

- ・ラジオ関連調査
 - 番組平均個人聴取率/毎60分・時間区分個人聴取率/
RV-R(ラジオ個人聴取率分析システム)/J-RADIO
- ・ラジオ広告統計

III. 新聞

6

- ・J-READ(全国新聞総合調査)

IV. 雑誌

6

- ・MAGASCENE/ex
- ・M-VALUE

V. 屋外(OOH)メディア

7

- ・SOTO/ex

VI. インターネット

8

- ・Web Report/Web PAC2/Mobile NetView/Mobile Reach MAX
- ・Interactive Tracker
- ・AD Value Panel
- ・Digital Ad Ratings (DAR)
- ・Web Ads Report Advance
- ・SmartPhone Ads Report/Listing Ads Report
- ・インターネット広告出稿効果シミュレータ

VII. メディア統合サービス

10

- ・VR CUBIC/VRビューーン! by VR CUBIC
- ・ACR/ex/MCR/ex/Senior+/ex/kids/ex
- ・J-MARC/VR Data Cupid-Age File/VR-MAPS-R&F++
- ・VR LINC
- ・SiteGraphics

VIII. 広告コミュニケーション効果測定サービス/その他

11

- ・テレビ CM カルテ/テレビ CM カルテスペシャルレポート
- ・TV-CM KARTE for Windows II/TV-CM SCOPE/
クリエイティブカルテ/V+/Mind-TOP®

IX. ネットワーク/オンラインサービス

12

- ・VR-CIP
- ・iNEX2

X. 海外マーケティングサービス

13

- ・T-cube (タイACR)/Global TGI
- ・海外テレビ視聴率データ/海外カスタムリサーチ/海外広告統計データ

XI. 調査・マーケティングサービス

13

- ・調査企画、実施、分析、レポート/調査施設

サービスデータ一覧



テレビ

■ 視聴率レポート〔52週調査地区〕

レポート名	レポート内容	調査エリア(調査開始日)											調査単位	発行日程	
		関東	関西	名古屋	北部九州	札幌	仙台	広島	静岡	岡山香川	新潟	福島			
テレビ 視聴率	日 報	放送の翌日に発行する報告書で番組平均世帯視聴率・終了時世帯視聴率・占拠率などを掲載。	'77 9/26	'80 3/31	'86 9/29	'90 4/2	'89 10/2	'91 9/30	'91 9/30	'91 4/1	'97 3/31	'02 4/1	'04 10/4	毎日	毎日 (翌日)
	速 報	週単位に発行する報告書で番組平均世帯視聴率・終了時世帯視聴率・占拠率などを掲載。	'66 1/3	'66 1/3	'66 1/3	'68 11/18	'78 10/2	'82 9/27	'81 3/30	'84 10/1	'88 10/3	'88 10/3	'87 10/5	毎週	毎週 (翌週)
	月 報	月を代表する4週間(5週間)の番組の視聴状況を掲載。 ○各週の番組平均視聴率及び4週(5週)平均 ○4週(5週)平均世帯特性別視聴率(世代構成、主婦職業、主婦年令、子供の有無) ○4週平均到達率、4週間累積到達率及び平均到達回数(年4回)	'73 4月	'73 4月	'73 4月	'73 4月	'78 10月	'82 10月	'81 4月	'84 10月	'97 4月	'02 4月		毎月	毎月 (最終週から3週目)
	季 報	3ヶ月間(13週間)のテレビ視聴状況を局別時間帯別に整理して掲載。 ○番組視聴率とその平均視聴率 ○種目別延本数、延分数、視聴率、占拠率 ○毎60分及び時間区分別平均世帯視聴率	'62 12/31	'63 7/1	'64 9/28	'68 12/30	'78 10/2	'82 9/27	'81 3/30	'84 10/1	'97 3/31	'02 4/1		1~3月 4~6月 7~9月 10~12月	5月 8月 11月 2月
	年 報	1年間のテレビ視聴状況(世帯・個人)をまとめて掲載。 ○高世帯視聴率番組100 種目別高世帯視聴率番組10 ○番組種目別放送状況 ○1日平均1世帯(1人)当り視聴時間(平日・土・日別) ○毎60分及び時間区分別平均世帯視聴率	'68	'68	'68	'69	'75	'75	'75	'85	'98	'03		1/1~12/31	年1回 3月
タイムシフト 視聴率	日 報	放送日から9日後に発行する日報と翌々週に発行する週報。報告書には番組平均世帯視聴率/タイムシフト視聴率/総合視聴率を掲載。	'16 10月	'18 4月	'18 7月									毎日	毎日 (9日後)
	週 報													毎週	毎週 (翌々週水曜日)
個人視聴 状況報告書	特定1週間の男女年令別による個人視聴状況を掲載。 ○番組平均個人視聴率、視聴者構成 ○番組終了時視聴率 ○毎30分、毎60分時間区分別視聴率、視聴者構成	'66 10月 ~ '97 3月	'66 8月 ~ '01 3月	'66 10月 ~ '05 3月	'76 4月	'75 5月	'75 5月	'75 5月	'79 10月	'88 10月	'88 10月	'87 10月	北部九州 年12回 札幌・静岡年4回 (2, 4, 8, 10月) 仙台・広島・岡山香川 新潟・福島年2回 (4, 10月)	北部九州 (毎月) 札幌・静岡 (3, 5, 9, 11月) 仙台・広島・岡山香川 新潟・福島 (5, 11月)	
個人視聴率 週 報 (16年4月より電子データ(Report Library)の提供)	1週間の個人の特性を男女年令区分・世帯主・主婦の19区分とし番組及び毎60分・時間区分平均個人視聴率を掲載。	'97 3/31	'01 4/2	'05 4/4									毎週	毎週 (翌週金曜日)	

■ 視聴率レポート〔24週調査地区〕

レポート名	調査エリア(調査開始日)															調査単位	発行日程	
	熊本	鹿児島	長野	長崎	金沢	山形	岩手	鳥取	島根	愛媛	富山	山口	秋田	青森	大分			沖縄
テレビ視聴率日報 (電子データのみ)	'04 10/11															毎月 第1月曜より 2週 (注)	調査日の 翌日	
テレビ視聴率速報	'89 10/2	'90 10/1	'91 4/1	'91 4/1	'91 10/7	'93 4/5	'94 10/3	'95 4/10	'95 4/10	'95 7/3	'96 4/8	'96 3/4	'97 3/3	'97 4/14	'97 4/14	'00 4/10	毎月 第1月曜より 2週 (注)	調査週の 翌週 金曜日
個人視聴状況報告書	'89 10月	'90 10月	'80 10月	'91 4月	'91 10月	'93 4月	'94 10月	'95 4月	'95 4月	'95 10月	'96 4月	'96 4月	'97 4月	'97 4月	'97 4月	'00 4月	年2回 (4, 10月)	年2回 (5, 11月)

(注) 4月・10月の調査は第2月曜からの連続2週間。

〈内容〉

テレビ視聴率日報……日単位に電子データ(iNEX2)で番組平均世帯視聴率・終了時世帯視聴率・占拠率などを掲載

テレビ視聴率速報……週単位に発行する報告書で番組平均世帯視聴率・終了時世帯視聴率・占拠率などを掲載

個人視聴状況報告書…男女年令別による個人視聴状況を掲載

○番組平均個人視聴率・視聴者構成

○毎60分時間区分別視聴率・視聴者構成

■ 視聴率特別報告書

レポート名	レポート内容	調査地区 (調査開始)	調査単位	発行日程
テレビ調査白書	<p>年間の視聴率及び広告出稿量に関する総括及びテレビと広告に関する考察。</p> <p>テレビ視聴率…総世帯視聴率の動向、個人視聴率の動向 高世帯視聴率番組</p> <p>テレビ広告……広告量(総量・広告主数と銘柄数、業種別出稿量変化) 広告主別、商品別、出演タレント別出稿量からみたマーケット動向</p>	関東、関西、名古屋、北部九州、札幌、仙台、広島、静岡、岡山香川、新潟(82)	1月～12月	年1回 5月

■ テレビ広告統計

	レポート名	レポート内容	調査単位	発行日程	調査地区(調査開始)		
					関東	関西	名古屋
テレビ広告報告書	週報 ('06年1月より電子データ(iNEX2)のみの提供)	1週間に放送された番組CM・スポットCMを業種別・広告主別・商品別に 出稿時点まで掲載したレポート ○番組CM・スポットCM別に挿入時刻・タイム区別・放送秒数・世帯 視聴率・放送局・番組放送時間・放送曜日など掲載	毎週	毎週	'66 6月	'64 4月	'06 1月
	月報	テレビ広告週報を基とし、業種別・商品種別・広告主別に月間の出稿 量を集計したもので銘柄単位でも利用できるレポート ○番組CM・スポットCM別に総本数、総秒数、延視聴率、広告費を掲載	毎月	毎月	'69 1月	'69 1月	'89 4月
BS広告データサービス		<p>BS放送各局のテレビCMの情報(広告主名、商品種類、銘柄名、CM内容、放送秒数等)と、そのオンエア状況(放送局、CM出稿年月日・時刻、番組関連情報(番組名、開始時刻、分数等)を確認することが出来るデータサービスです。</p> <p>また、BS各局で放送された通信販売関連(レスポンス)情報(商品内容、価格、電話番号、検索窓、URL、折込など)も取りまとめ、BS放送への広告出稿検討時の参考データとして利用可能。</p> <p><対象放送局> BS日テレ、BS朝日、BS-TBS、BSジャパン、BSフジ、BSイレブン 計6局</p> <p><データ提供形式></p> <ul style="list-style-type: none"> 週次サマリーレポート(PDFファイル形式)※週報データのみ オンエアCM時点リスト(CSVファイル形式)※週報・月報データ BS Ad Gather(ASPサービス)※週報・月報データ 					

※広告統計の対象放送局

テレビ広告(関東…NTV、EX、TBS、TX、CX/関西…MBS、ABC、KTV、YTV、TVO/名古屋…THK、CTV、CBC、NBN、TVA)

■ テレビ関連調査

レポート名	レポート内容	調査単位	発行日程	調査地区 (調査開始)	調査エリア	目標有効 標本数	調査対象
テレビ番組 力	25分以上のレギュラー番組（約280番組）の視聴感及びFレイト（視聴経験）Qレイト（好感度）クリエイティブ評価をまとめたレポート	5月 11月	7月 1月	関東（'79）	東京 30km圏	800人	男女 13～69才
テレビCMタレント一覧	タレントのテレビCMの出演状況をまとめたレポート ○CM出演タレントのアイウエオ順一覧と業種別一覧を掲載	1、4月 7、10月	2、5月 8、11月	関東（'71、5月） 関西（'72、5月）	関東、関西地区で放送されたCMを対象。		
テレビタレント イメージ	男女1000人のタレントについて人気度・知名度及びイメージ評価調査を行ったレポート ○イメージからみたタレントの類似性 ○人気度ベスト50 ○任意区分での集計が可能な windows版 PC集計アプリケーション「Talent-Cross」を2012年より提供	2月 8月	3月 9月	関東（'73）	東京 30km圏	2007年2月調査まで 950人 2007年8月調査より 1,120人	男女 10～59才 男女 10～69才
スタア事典	タレントのテレビ広告出演データとタレントイメージ調査データ及びプロフィールデータの3種類を統合した総合タレント情報です。キャスティング業務を強力にサポートします。						

レポート名	レポート内容	調査単位	調査地区 (調査開始)	目標有効 標本数	調査対象
M V P / e x	専門チャンネルなどの視聴者プロフィール・視聴可能状況、接触状況をプラットフォームレベル、各チャンネルレベルに対応したレポート。 *ACR/exのデータを分析・加工	年1回 (春)	下記7地区計 関東 関西 名古屋 北部九州 札幌 仙台 広島 ('99)	関東4,800人 関西1,700人 名古屋1,000人 北部九州・札幌・ 仙台・広島 各800人	男女 12～69才
T V - P r o / e x	ACR/exからテレビデータに求められる視点で構成したテレビ業界向けパッケージ。 テレビ接触データとプロフィールデータをかけあわせることで詳細な視聴者像やテレビ接触状況を把握することが可能。 ※詳細な視聴者分析、ターゲット分析メニューを備えたweb版集計・分析システム「VR-CIP — TV-Pro/ex」にて提供。	関東 年2回 (春・秋) 他地区 年1回 (春)	関東 関西 名古屋 北部九州 札幌 仙台 広島 ('99)	関東4,800人 関西1,700人 名古屋1,000人 北部九州・札幌・ 仙台・広島 各800人	男女 12～69才

■ テレビ関連情報サービス

サービス名	サービス内容
T V ロ グ @ i N E X	テレビ放送ログデータ（テレビ放送内容を記録した情報）と視聴率データを融合、テレビ放送で取り上げられた話題の到達量を把握できるサービス。
ADVANCED TARGET	関東・関西・名古屋地区の機械式個人視聴率とACR/exの豊富な調査項目の二つをデータフェージョンすることにより、性別・年代以外の多様なプロフィールでターゲットを作成して視聴率を提供するサービス。
V R T V P O P !	「速さ」「気づき」をコンセプトにしたテレビ視聴率Viewer。 指定番組について毎分やターゲット別・時系列データをワンクリックで把握できるほか、番組放送内容データも搭載。 ※搭載視聴率データ：関東PM/関西PM/名古屋PM



ラジオ

■ ラジオ関連調査

レポート名	レポート内容	調査単位	発行日程	調査地区(調査開始)	調査エリア	標本数	調査対象
番組平均個人聴取率	調査週(1週間調査)における特性別(性・年齢区分、職業区分、ドライバー)、聴取場所別の番組平均個人聴取率を掲載。	4月 6月 8月 10月 12月 2月	5月 7月 9月 11月 1月 3月	首都圏('90)	東京 35km圏	各地区 3,000人	男女 12~69才
毎60分・時間区分個人聴取率	調査週(1週間調査)における特性別(性・年齢区分、職業区分、ドライバー)、聴取場所別の毎60分及び時間区分平均個人聴取率を掲載。	6月 12月	7月 1月	関西圏('01)	関西圏		
		6月 12月	7月 1月	中京圏('02)	中京圏		
R V - R (ラジオ個人聴取率分析システム)	ラジオ個人聴取率データのWeb版分析システム。任意のターゲットにおける平均個人聴取率、聴取者構成割合、到達率、平均聴取分数などの各種分析を行うことができます。 ラジオ個人聴取率調査の付帯調査(プロフィール調査)のデータを用いて、「番組のリスナーがどんな人なのか(リスナープロフィール)」を求めることもできます。 首都圏・関西圏・中京圏のラジオ調査だけでなく、ビデオリサーチで実施する全国の個人聴取率調査のデータに対応できます。						
J-RADIO 全国ローカルラジオ聴取状況レポート	日頃のラジオ聴取時間帯を局別・曜日別・60分単位で調査した『ラジオ聴取習慣率』データ ※県別にPDF形式報告書とExcelデータシートにて提供 ※Web版集計・分析システム「VR-CIP @J-READ」にて、リスナープロフィールについても分析可能	年1回	年1回 5月	全国47都道府県('13)	調査は各都道府県単位	(目標有効標本数) 全国47都道府県合計 28,800人	男女 15~69才

■ ラジオ広告統計

	レポート名	レポート内容	調査単位	発行日程	調査地区(調査開始)		
					関東	関西	名古屋
ラジオ広告統計	月報 ('06年1月より電子データ(iNEX2)のみの提供)	業種別・商品別・広告主別に月間の出稿量を集計したもので銘柄単位でも利用できるレポート。 ○番組CM・スポットCM別に総本数、総秒数、広告費を掲載	毎月	毎月	'78 10月	'78 10月	

※広告統計の対象放送局

ラジオ広告 [関東…TBS、QR、LF、TFM、JWAVE 関西…ABC、MBS、OBC、FMO、FM802 ('06年1月~)]



新聞

レポート名	レポート内容	調査 単位	発行 日程	調査地区 (調査開始)	調査 エリア	目標有効 標本数	調査 対象
J-READ (全国新聞総合調査)	全国47都道府県で主要新聞の閲読状況を測定するとともに、生活行動・消費実態などをとらえることにより、各新聞読者のプロフィールを描くことも可能な新聞媒体の量と質の両面を明らかにする単媒体調査。各都道府県で統一の測定基準で調査することによって、地域間の比較にも利用できる。web版集計・分析システム「VR-CIP-@J-READ」も提供中。	年1回	年1回 3月	全国47 都道府県 (’02)	調査は 各都道府県 単位	全国47 都道府県合計 28,800人	男女 15~69才



雑誌

レポート名	レポート内容	調査 単位	調査地区 (調査開始)	目標有効 標本数	調査 対象
MAGASCENE/ex	ACR/exから雑誌データに求められる視点で構成した雑誌業界向けパッケージ。 約500誌の読者の量・読者の質・雑誌の質を捉える総合的な雑誌プランニングデータ。詳細な読者ターゲット像や雑誌接触状況を把握したり、出稿プランに基づいたリーチ推計も可能。 ○雑誌閲読率等の到達指標 ○読者プロフィール（基本属性・意識等） ○雑誌の質（回読人数・イメージ等） ○雑誌と関係の深い商品ジャンルへの関与情報 ※レポート及び詳細な読者分析、ターゲット分析、プランニングメニューを備えたweb版集計・分析システム「VR-CIP-MAGASCENE/ex」にて提供。	年1回 (春)	関東 関西 名古屋 北部九州 札幌 仙台 広島 (’99)	7地区合計 10,700人	男女 12~69才
M-VALUE (雑誌広告効果測定調査)	日本雑誌協会、日本雑誌広告協会が主体となり、当社とともに雑誌広告効果の共通指標整備を目的として実施している調査。雑誌読者への広告到達や広告接触後の心理変容・レスポンス行動などを測定し、蓄積データによる雑誌広告効果の基準値を整備。 ※web版集計システム「M-VALUE」にて蓄積データの検索や平均値の算出、要因分析（数量化I類）による効果指標の推定値算出などが可能。	年1回	同上 (’13)	調査対象誌 1誌あたり 150人	男女 15~69才 かつ調査 対象誌 読者



屋外(OOH)メディア

レポート名	レポート内容	調査単位	調査地区 (調査開始)	目標有効 標本数	調査 対象
SOTO/ex	ACR/exから屋外(OOH)データに求められる視点で構成した屋外・交通業界向けパッケージ。 鉄道(路線・駅)系データ、街(来街)系データ、道路利用状況、他メディア接触時間帯、商品購買・店舗利用など「屋外メディア」と購買の関係を総合的に捉えるプランニングデータ。主要な駅構内あるいは街の中の通過状況など、広告掲出ポイント別のデータも提供。 詳細な利用者ターゲット像や屋外メディア接触状況を把握したり、出稿プランに基づいたリーチ推計も可能。 ※レポート及び詳細な利用者分析、ターゲット分析、プランニングメニューを備えたweb版集計・分析システム「VR-CIP—SOTO/ex」にて提供。	関東 年2回 (春・秋)	関東 (’06)	関東 4,800人	男女 12~69才
		関西 年1回 (春)	関西 (’14) ※ACRデータ によるSOTO Lite KANSAI (’11)	関西 1,700人	

■ 関連会社サービス(ビデオリサーチ インタラクティブ)

サービス名	サービス内容	調査地区 (調査開始)	調査対象者
Web Report	パネル調査方式によるインターネット・オーディエンス測定調査。ホームユースにおけるインターネット利用状況（推定接触者数、Reach、Frequency、平均視聴ページ数、滞在時間等）を、Web上で提供。	日本全国 (’00.4月)	男女4才以上のインターネットユーザー
Web P A C 2	インターネット・オーディエンス測定調査のパネル対象者に対する詳細な特性調査データとWebの視聴データを組み合わせて分析するシングルソースデータベースシステム。Web上で提供。	日本全国 (’01.12月)	上記パネルの男女12才以上対象
Mobile NetView	Mobile NetViewは日本全国の8,000名(iOS、Android各4,000名)の調査協力モニターから取得するアクセスログ情報を元に作成されます。従来のアンケート調査とは異なり、実際のユーザーのアクセス記録に基づくデータであり、アプリやウェブサイトの利用時間や利用頻度などの正確な利用動向データの提供が可能です。また、利用者属性情報を含むパネル調査であるため、属性別の利用状況を把握できます。データは、ウェブサイトの訪問、アプリの利用もしくはスマートフォン全体での利用状況を参照することができ、また、利用者属性、OS、電話会社、デバイスなどのフィルターを使用してデータを抽出することもできます。 ※ビデオリサーチとニールセン社との資本業務提携に係る販売代理商品をひとつです。	日本全国	18才以上の Androidユーザー 4,000人 iOSユーザー 4,000人
Mobile Reach MAX	Mobile NetViewの視聴ログデータをもとに、選択したスマートフォンの個別アプリ／Webサイトについて、日本全国のスマートフォンユーザーにおけるリーチ（累積到達率）が最大になる組み合わせをシミュレートし、効率のよい順に順序づけて集計・可視化するASPサービス ※ビデオリサーチとニールセン社との資本業務提携に係る共同開発商品のひとつです。		
Interactive Tracker	インターネット広告効果測定(ポストインプレッション分析、ポストクリック分析)とサイト訪問者全数トラッキングを1つのシステムで計測することで、広告経由の訪問者のサイト内行動とそれ以外からの訪問者のサイト内行動を一元的に把握することが可能です。 全数トラッキングのみ、インターネット広告第三者配信のみ、広告効果測定のみのご利用にも対応しています。	全エリア対象 <国外含む> (’07.12月)	サイト訪問者／広告接触者

サービス名	サービス内容	調査地区 (調査開始)	調査対象者
AD Value Panel	<p>インターネット広告第三者配信とネットリサーチシステムを組み合わせた広告効果測定手法を用い、インタラクティブ領域での企業のコミュニケーション活動（主に広告活動）において、全数の計測結果からは捕捉しきれない</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット別の「Reach」「Frequency」 ・クロスデバイス／シングルソースでの「Total Reach」「Total Frequency」 ・アンケートによる認知効果／態度変容効果／CR評価／クロスメディア効果 <p>などを把握し、オンラインキャンペーンの総合的な効果検証を目的とする100万人規模の調査パネルです。</p>	日本全国	15～69才のインターネットユーザー 約100万人
Digital Ad Ratings (DAR)	<p>テレビCM同様にデジタル広告をReachで測ることのできる広告効果測定サービス。世界最大のユーザーデータベースであるFacebookとのマッチングと、代表性のあるパネルデータを融合することで、精度の高いターゲット別R&Fの提供が可能。“人”ベースでの計測になるため、デジタル広告のデバイス間の重複を除いたトータルリーチの提供が可能。</p> <p>※ビデオリサーチとニールセン社との資本業務提携に係る販売代理商品のひとつです。</p>	日本全国	広告接触者
Web Ads Report Advance			<p>主要メディアサイトの特定URL（'17.7月時点で1636URL）のみならず、ポータルサイトのニュース中面などで月間延べ1万ページ以上のURLをランダムに選び、バナー広告／動画広告／テキスト広告の掲載状況を毎日・毎時調査しDB化。あわせて、Web Reportの推定PVを基に、広告主／銘柄／素材別の推定インプレッション数、および推定広告料金算出機能を搭載し、Web上で提供。</p> <p>2007年10月度以降のデータについては、自宅外係数をもちいて、自宅内外トータルの推定インプレッション数、および推定広告料金の算出も可能です。また、2009年4月より、自社広告を除いた集計も可能に。</p> <p>2015年4月より動画の広告統計をオプションにて提供開始。</p>
SmartPhone Ads Report			<p><'11.7月より提供開始>スマートフォンアプリ内広告およびスマートフォンWeb広告を対象とした、広告素材の掲載の有無及び、その内容を把握するためのサービスをWeb上で提供。</p> <p>(※調査対象アプリ&サイト: 全69ビークル／328調査箇所/'16.9月現在)</p>
Listing Ads Watcher			<p><'14.4月より提供開始>お客様の指定ワードで検索連動型広告を収集する「検索連動型広告DBサービス」。掲載順位、推計広告費なども算出。インタラクティブ広告キャンペーンのトレースや競合出稿状況把握可能。スマートフォン検索連動広告にも対応。</p>
インターネット広告出稿効果シミュレータ			<p>主要ポータルサイトと実施したインターネット広告効果検証調査「NAVIプロジェクト」において、'08.4月にプレスリリースした結果データをもとにしたシミュレータ。インターネット広告出稿時の各種効果に関する予測値が算出可能。VRIホームページにて公開中。</p>



メディア統合サービス

サービス名	サービス内容
VR CUBIC	近年のメディア環境の変化により生じている、 ○生活者の多様化 ○各種デバイスの登場によるメディア接触の複雑化 ○コンテンツ視聴形態の多様化 のそれぞれに対応するため、シングルソースでテレビ/ネットの接触を機械式で測定するサービスです。 ※詳細なテレビ×ネットの分析、ターゲット分析メニューをWeb上で提供。
VRビューーン！ by VR CUBIC	「VR CUBIC」のTV視聴データを基に、地上波コンテンツ（番組・広告）の視聴状況を放送終了2～3時間後に確認できるデータリリースの即時性に特化したサービスです。 ※番組平均/番組毎分接触率、毎分/毎60分接触率、CM時点接触率などの分析メニューをWeb上で提供。

レポート名	レポート内容	調査単位	調査地区 (調査開始)	目標有効 標本数	調査 対象
ACR/ex	日本の主要マーケットである7地区において生活者の現状と変化を「人」「ブランド」「メディア」の3つの視点で捉えたシングルソースデータ。 「生活者の実態」「市場構造」「メディアオーディエンスの量と質」「商品とブランドの浸透」を無作為抽出による代表性のあるサンプルから捉え、「ブランドのPDCA」と「メディアプランニング」双方を支援するソリューションサービスを提供。 東京50km圏調査ではパネル化した対象者から心理変容・態度変容の継続分析が可能。 ※レポート及び詳細な市場把握、ターゲット分析、プランニングメニューを備えたweb版集計・分析システム「VR-CIP — ACR/ex」にて提供。	関東 年4回（春・夏・秋・冬） 関西・名古屋・北部九州・札幌・仙台・広島 年1回（春）	関東（72） 関西（73） 名古屋 北部九州 札幌 仙台 広島 （74）	関東4,800人 関西1,700人 名古屋1,000人 北部九州・札幌・仙台・広島 各800人	男女 12～69才
MCR/ex (Media Contact Report: メディア環境調査)	ACR/exと同一サンプルに対する生活行動調査を基軸にメディアを取り巻く環境の変化と生活行動に関するデータを提供するパッケージ。 日記式の生活行動調査からターゲットの行動パターンや行動リズムを捉え、ターゲットとの接点を分析することが可能。 ※詳細なメディア環境分析、生活行動分析、ターゲット分析メニューを備えたweb版集計・分析システム「VR-CIP—MCR/ex」にて提供。	関東 年2回（春・秋） 関西・名古屋・北部九州・札幌・仙台・広島 年1回（春）	関東（85） 関西 名古屋 北部九州 札幌 仙台 広島 （14）	関東4,800人 関西1,700人 名古屋1,000人 北部九州・札幌・仙台・広島 各800人	男女 12～69才

サービス名	サービス内容	調査単位	調査地区 (調査開始)	目標有効 標本数	調査 対象
Senior+/ex	ACR/exの調査対象年齢を74歳まで拡大した、シニアマーケティング向けパッケージ。シニアの生活実態、市場構造、メディアオーディエンス、商品と購買など、現代のシニア像の実態を把握。「シニア価値観セグメント」によってシニアを独自の視点でとらえることが可能。 「VR-CIP—Senior+/ex」にて提供。	年1回 (4～6月)	関東 関西 (15)	関東5,000人 関西2,000人	男女 12～74才

サービス名	サービス内容	調査単位	調査地区 (調査開始)	目標有効 標本数	調査 対象
kids/ex	ACR/ex調査の3-12歳の子供を持つサンプルに対して、子供へのキャラクター浸透状況及びテレビ・インターネット・雑誌などのメディア接触状況と消費行動・生活時間・意識を捉えたデータ ○キャラクター人気度・知名度 ○テレビ・インターネット・雑誌のメディア接触データ ○商品の消費状況・キャラクター商品の所有および欲求状況 ○生活時間・意識 ○詳細ターゲット分析、生活行動分析メニューを備えたWeb版集計・分析システム「VR-CIP_kids/ex」にてデータ提供	年1回 (10月)	関東 (17)	550人	ACR/ex調査の3-12歳の子供を持つサンプル

サービス名	サービス内容
J - M A R C (全国生活者「意識・商品利用状況等」地区別データ)	全国の47都道府県において、生活者の生活意識・商品利用・メディア評価などを調べた全国調査です。この調査は、すべての都道府県で同一時期に同一設計、同一内容で実施したものですので、あらゆる質問を他県と比較対照をすることが可能です。
VR Data Cupid - Age File	「データとデータを結びつけ、クライアントとターゲットを結びつける」ビデオリサーチのデータ統合サービスです。性・年齢を従来よりも細かく分析可能とした手法である「Age File」により、各種メディア接触や意識・行動、商品・サービス関与など様々な情報を共通のOUTPUTで観察することができます。さらに「フィッティング検索」により、Age Fileの形が類似したアイテムを探すことが可能です。 ※テレビ視聴率、テレビ番組カルテ、ラジオ個人聴取率、J-READ、MAGASCENE/ex、SOTO/ex、テレビタレントイメージ、ACR/ex、Web Report、Mind-Topからのデータを提供しています。
VR- MAPS- R&F++	テレビ、ラジオだけでなく、新聞、雑誌、インターネット、交通、街、道路の各媒体のリーチとフリークエンシーを推定。さらに複数媒体でのメディアミックスの推定も簡単にできるシステム。
VR LINC	テレビ視聴データなどのメディア、及びプロフィールデータを、DMPを通して企業が保有する各種データに連結・統合し、付加価値をつけるデータ統合ソリューション。
SiteGraphics	顧客がDMPなどで管理しているインターネットユーザーに推定プロフィールを付与するサービス。ユーザーの行動データとビデオリサーチグループの調査データをベースに、機械学習技術でプロフィールを推定。



広告コミュニケーション効果測定サービス／その他

レポート名	レポート内容	調査単位	発行日程	調査地区 (調査開始)	調査エリア	目標有効 標本数	調査対象
テレビコマーシャル カルテ	テレビCM評価のオムニバス調査。出稿量に対する認知効率の評価や、内容理解・商品興味関心・好意・イメージ評価などのクリエイティブ指標を、他社比較や業種別Norm値で評価が可能。長年継続して実施しているため、膨大なストックデータから成功CMの傾向を把握できるなど、クリエイティブに関連する課題解決に対応可能です。	毎月	毎月	関東 (82)	東京 30km圏	600人	男女 13~59才
テレビコマーシャルカルテ スペシャルレポート	CM投下量と認知率の関係性について一覧で業界平均（ノーム）値を把握できます。CM認知率予測などがPC上で集計可能なデジタル版もCDで提供します。		年1回	関東 (86)			
TV-CM KARTE for Windows II	テレビコマーシャルカルテのデータベースアプリです。テレビCM素材のクリエイティブ評価、出稿状況・ブランド・企業評価データの検索、任意ターゲットの集計が可能です。様々なパターンのグラフ・数表やCM再生機能も備えており、キャンペーンの評価・効果に関する仮説検証・実態調査や、事前プランニングの参考としてお使いいただけます。						
TV-CM SCOPE	テレビCM動画を直接視聴させて回答を得るインターネット調査。報告まで最短で約2週間というスピーディさと共に、動画調査ならではの興味反応曲線によりCMシーンごとの好意・興味の評価が可能です。CM認知者／非認知者別で出稿企業や商品・サービス評価も把握することが可能です。	(毎月)	(毎月)	関東('09)	1都3県	1,000人	男女 15~69才
クリエイティブカルテ	テレビコマーシャルカルテの強みである「オムニバスによる他社比較」と、TV-CM SCOPEの強みである「スピーディな動画調査」とを両立したサービスです。さらに、「動画広告の認知経路（テレビ／Web／交通／店頭など）をターゲット別に把握したい」という要望にも対応するなど、CMクリエイティブに関する多様なニーズをワンストップで提供します。調査結果はNorm値比較（全業種／カテゴリ別）により一般的なCMとの比較評価ができるほか、過去調査したCMであればバックデータとして閲覧することも可能です。	週2回 ①火曜 ②金曜	週2回 ①月曜 ②木曜	関東('16)	1都6県	540人	男女 15~69才

サービス名	サービス内容
V+(ブイ・ダッシュ・プラス)	ブランドの広告計画と効果管理をサポートする、ビデオリサーチのデータ統合型サービスです。様々な広告関連のデータをリンクしてご提供します。そして、広告量と消費者の心理的変化の指標の関係性を基に、広告活動の成果を把握し、今後の計画を支援します。
Mind-Top®	ブランド再生・広告想起調査による分析サービスです。ブランドの考慮率（買ってほしい）や広告想起率など、消費者の頭の中での位置づけを知るためのマーケティング指標を継続的に測定しています。



ネットワーク／オンラインサービス

■VR-CIP

これまで個別にご利用いただいている当社のサービスデータを、一度のログインで手軽に利用することが出来るWeb システムASPサービス。

当社の提供サービスを複数にまたがって利用できるだけでなく、お客様保有データやその他外部データとの連携も可能となる統合データサービス。

■iNEX2 (Information Network complex 2)

テレビ視聴率、CM統計データなど、メディアプランニングのデータを統合した情報サービスシステム。

毎日の視聴率データの検索、競合他社のCM出稿状況検索、テレビCM到達効果分析などに活用されています。

テレビ視聴率メニュー	
日報週報プリント	日報週報番組視聴率
	日報週報時間区分
	日報PDF
番組視聴率	番組視聴率一覧
	タイムテーブル
	番組検索
	毎分視聴率グラフ
	平均視聴率グラフ
	時系列グラフ
	番組視聴率集計
	高視聴率番組集計
	種目別番組集計
	時間区分
	3時間区分
	60分グラフ
	月平均グラフ
	時間区分集計
特別分析 (定型グラフ)	視聴分数分布
	拡がりと深さ
	継続率
特別分析	R&F
	リーチMax
	流入流出
	重複視聴

ラジオ個人聴取率メニュー (RV-R)	
デジタル版報告書	デジタル版報告書
番組個人聴取率	タイムテーブル
	番組検索
	毎5/15分個人聴取率グラフ
	特性別番組個人聴取率グラフ
	番組個人聴取率集計
	高個人聴取率集計
時間区分	曜日・時間区分
	時間区分集計
特別分析	聴取分数分布
	R&F
	流入流出
	重複聴取
プロフィール	リスナー分析
	ベストプロフィールを探す

CM統計メニュー	
テレビCM統計	月別サマリ表
	基本統計表
	トレンド一覧
	ターゲット一覧
	時点リスト
	局別時点リスト
	出稿タイムテーブル
	効率ゾーン分析
	SOV分析
	出稿ベスト
	出稿管理シート
	番組別時点リスト
	番組別基本集計
	提供番組一覧
新素材情報 (速報)	
マスター情報	
ラジオCM統計	月別サマリ表
	基本統計表
	トレンド一覧
	時点リスト
	局別時点リスト
	出稿タイムテーブル
	SOV分析
	出稿ベスト
	マスター情報
	テレビラジオCM統計
	マスター情報
テレビCM事後評価	テレビCM事後評価
6媒体広告統計	アイテム別基本統計表
	アイテム別トレンド
	アイテム比較
	アイテム比較トレンド
	アイテム別新聞一覧
	アイテム別雑誌一覧
	マスタ・データ変更履歴

■ オンラインサービス

サービス名	サービス内容
C A S S	テレビ・ラジオスポットタイムテーブル自動線引きシステム。
スポット事前立案	テレビ・ラジオスポットCMの取引業務を支援するシステム。作業内容や効率指標の管理ができます。
VR - B r i d g e	スポット事前立案とiNEX2テレビCM事後評価をセンターに集約したシステムの広告取引EDIにも対応しています。

X 海外マーケティングサービス

レポート名	レポート内容	調査単位	発行日程	調査地区 (調査開始日)	調査エリア	目標有効標本数	調査対象
T - c u b e (タ イ A C R)	タイにおいてテレビ・新聞・ラジオ・雑誌・交通機関など主要媒体の接触状況と商品の使用・所有・購入を同一標本でとらえたデータサービス。	年1回	年1回	バンコク圏 北部地区 東北地区 南部地区 中央地区	左記 5地区	バンコク圏800s 北部地区800s 東北地区800s 南部地区800s 中部地区800s	男女 12-59才
G l o b a l T G I	世界70ヶ国以上の媒体接触・商品使用購入状況・ライフスタイルをとらえたシングルソースデータです。Kantar Media社との提携によりご提供いたします。						
海外テレビ視聴率データ	Media Metrie社との提携により、世界各国の視聴率データを提供いたします。						
海外カスタムリサーチ	欧米、東アジア、東南アジアなど世界各国の調査機関とのネットワークを通じ、ニーズに合わせカスタマイズした調査が可能です。						
海外広告統計データ	テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・屋外広告・インターネットにおける出稿金額の情報を、海外の調査会社より取り寄せご提供。広告主別、製品カテゴリー別、ブランド別を年度別、月別など用途に応じ最適なフォーマットで提供可能。						

XI 調査・マーケティングサービス(調査企画、実施、分析、レポート/調査施設)

お客様のマーケティング課題解決に向け、最適な調査企画・設計をご提案。実施、分析、レポートまでをシームレスにサポートします。

調査・分析課題	<ul style="list-style-type: none"> ■各種メディア課題 <ul style="list-style-type: none"> ・メディア接触（消費）実態測定 ・テレビ番組などのコンテンツ評価（番組改善） ・番組カテゴリー研究（ニーズ探索） ・視聴者研究 ■広告課題 <ul style="list-style-type: none"> ・TVCM効果測定 ・クロスメディアキャンペーン効果測定 ・広告クリエイティブ評価（OA事前・事後） ・マーケティングROI算出 ・広告効果予測モデル構築 ・メディア最適配分シミュレーションモデル構築 	<ul style="list-style-type: none"> ■企業・ブランド課題 <ul style="list-style-type: none"> ・企業イメージ、CI調査 ・ブランド浸透/ブランド診断 ・消費・購入実態/消費者の態度意識、満足度評価 ・新製品開発（コンセプトテスト/製品テスト） ・既製品の検討/評価 ・需要予測 ・パッケージ、ネーミング評価 ■その他 <ul style="list-style-type: none"> ・生活者研究 ・世論/社会調査 ・流通調査 ・店舗/商圈調査 	<p>ほか</p> <p>ほか</p> <p>ほか</p>
調査手法	インターネット調査、訪問調査（留置/面接）、CLT、郵送調査、電話調査、ミステリーショッパー、集合調査（ホールテスト）、グループインタビュー、デプスインタビュー、MROC、エスノグラフィー、各種生体反応測定（アイトラッキング/脳波計測など） ほか		



Video Research Ltd.

株式会社 ビデオリサーチ

本 社 〒102-0075 東京都千代田区三番町6-17
TEL 03-5860-1723

関西支社 中部支社 九州支社
北海道支社 東北支社 中国支社
静岡営業所 信越営業所

URL <http://www.videor.co.jp/>

2018年3月