

## 「人・ブランド・メディア」の関係性を捉える『ACR/ex』本日オープン

エーシーアール エクス

2014年10月14日  
株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京、社長:秋山創一)は、一般生活者1万人以上に通信機能付きタブレット端末を配布してデータを取得する国内最大規模のシングルソースデータサービス『ACR/ex』を本日より提供開始いたします。

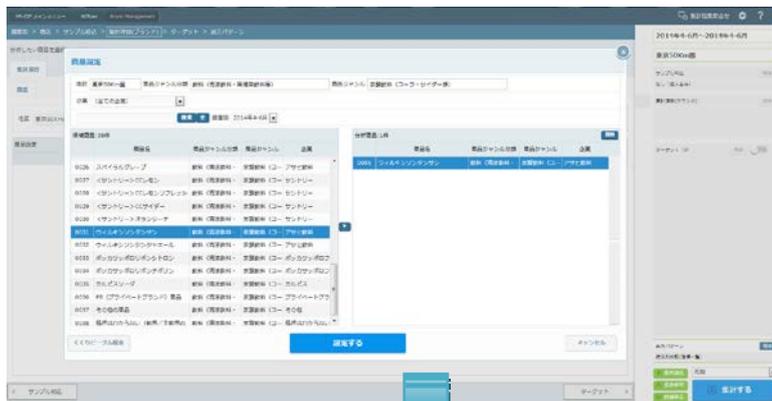
『ACR/ex』は、日本の主要マーケット7地区における生活者の現状と変化を「人・ブランド・メディア」の3つの視点で捉えたシングルソースデータです。無作為抽出による代表性のあるサンプルから、「生活者の実態把握」「ブランディング」「メディアプランニング」を支援するサービスです。

なお、本データは、新たに構築したASPサービス「VR-CIP (ブイアールシップ)」にてご提供いたします。視覚的で分かりやすい操作性を実現した「VR-CIP」では、多彩な分析メニューを搭載、集計結果のExcelファイル出力や自動グラフ化メニューなどの機能も提供しております。



【VR-CIP の画面イメージ】

<集計項目設定画面>



<アウトプットイメージ(簡単メニュー)>



また、『MCR/ex(エムシーアールエクス)』および『TV-Pro/ex(テレビプロエクス)』も、本日より提供開始いたします。

◇MCR/exとは・・・ACR/exと同一サンプルに対して生活行動調査を実施、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ご提供するパッケージです。

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となります。

◇TV-Pro/exとは・・・ACR/ex からテレビデータに関係する部分を取り出して構成したテレビ業界向けパッケージです。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となります。

なお、10月17日(金)15:30～16:30、弊社セミナーにおいて、本ACR/exデータの分析事例を、ASPサービス「VR-CIP」のデモンストレーションも交えて、ご紹介いたします。

お申し込みは以下サイトより受け付けております。

[http://www.videor.co.jp/seminar/2014\\_47.htm](http://www.videor.co.jp/seminar/2014_47.htm)

ACR/exの詳細については以下のページをご覧ください。

<http://www.videor.co.jp/solution/new-technology/acrex.htm>

## <ACR/exの調査概要>

調査エリア 及び 標本数	東京50km圏：4,800s	関西地区：1,700s 名古屋地区：1,000s 北部九州地区：800s 札幌地区：800s 仙台地区：800s 広島地区：800s
	<b>7地区計：10,700s</b>	
調査依頼期間	1年間のパネル化 (6ヶ月ごとに半数ずつ入替)	毎年4～6月 (1年ごと入替)
対象者抽出方法	ARS (エリア・ランダム・サンプリング) ※調査対象者の無作為抽出、インターネット非利用者も含む市場全体を母集団とする設計	
調査方法	訪問による調査対象者説得、 <b>電子調査票による調査</b> ※回答者全員に通信機能付きの回答専用端末(タブレット端末)を貸与	
調査対象者	男女12～69歳の個人	

本件の詳細については下記までお問い合わせ下さいませよう、お願い致します。

< お問い合わせ先 (株)ビデオリサーチ コーポレートコミュニケーション室 TEL.03-5860-1723 >