

会社案内2025

Corporate Profile

ごあいさつ



多様なコミュニケーション活動に貢献する企業を目指して

当社は1969年2月、「大阪ブイ・アール・サービス」という商号のもと、大阪で生まれました。設立当初より開始している「テレビ広告統計業務」は、ビデオリサーチが発表するテレビ視聴率の付加情報として欠かせないものとなっているだけでなく、調査地区の拡大や速報化など、顧客のニーズに合わせた進化を続け、今でも当社の確固たる事業として業界に貢献しています。

1999年には商号を「ビデオリサーチコムハウス」にあらため、「データを価値ある情報に高め、多様なコミュニケーション活動に貢献します。」という企業理念のもと、当社の持つ資産を編集・発信することで広く業界に貢献していくことを新たに宣言いたしました。これはグループとしての支援だけでなく、当社の強みを十分に発揮し、独自に業界へ貢献していくことの表明でもあります。

2022年4月にはビデオリサーチの一部業務とビデオリサーチコムハウスの業務すべてを引き継ぐ形で、「ビデオリサーチコミュニケーションズ」に商号をあらためました。ビデオリサーチは「事業推進・事業開発・顧客提案の専門組織」として、当社は「安定運用・品質管理・常時改善の専門組織」として、グループ全体で、高品質なデータ・ツールなどのソリューション提供力と顧客起点でのスピーディーなビジネス開発力を高めてまいります。

株式会社ビデオリサーチコミュニケーションズ

代表取締役社長執行役員

滝山 和男

2022年4月、グループフォーメーションを強化し『ビデオリサーチコミュニケーションズ』に！

事業環境変化の激化や顧客ニーズ高度化への対応に向け、グループの総合力を強化

60年間培ってきた信頼度の高い安定運用力をベースに
能動的に未来を志向する組織体制へ

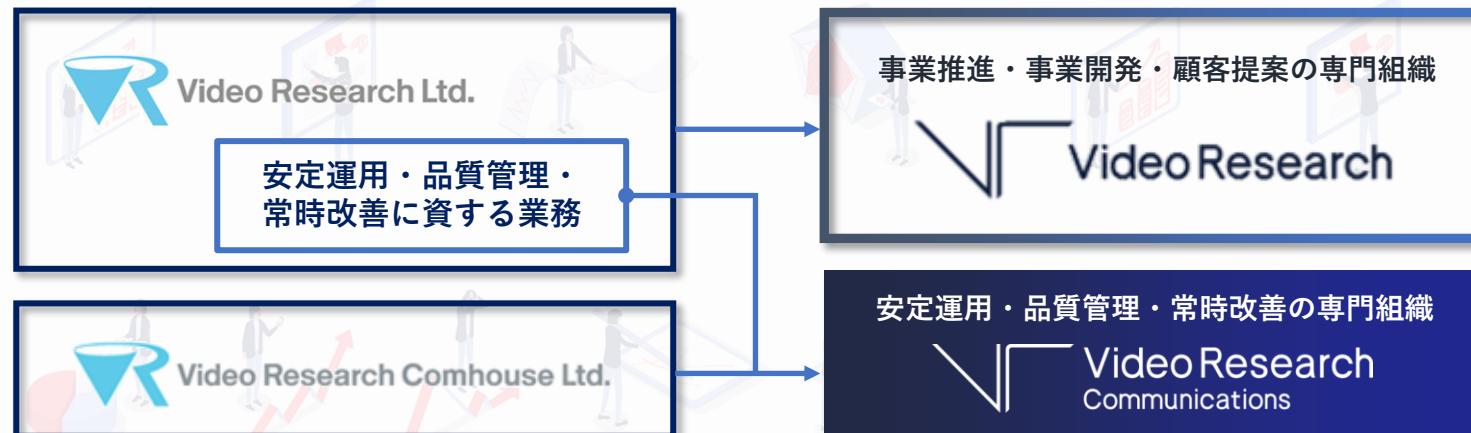
高品質を実現する安定運用体制

- さらなる信頼の獲得
- たゆまぬ改善、たゆまぬ効率化

変化を先取る“ビジネス開発”体制

- 次世代データ、次世代ビジネスの開発
- 顧客課題を先取りしたソリューション提供
- 次の収益源を作り出す高効率の投資実行

上記2体制の高度化・スピードアップを実現するため、2022年4月グループフォーメーションを変更しました





Business Processes Innovation !

～あらゆるビジネスプロセスをスマートに～

『ビデオリサーチコミュニケーションズ』は、視聴率事業をはじめとするビデオリサーチの基幹事業におけるプロセス管理を担い、グループの各種商品の作製と安定的な提供を実現するとともに、知見と技術を活用した品質の維持・向上によるサービスの進化を継続します。

さらに、それらを通して培われるノウハウを生かし、グループ内外を問わず広く社会に貢献してまいります。

BPI (Business Process Innovation)

ヒト



高品質な業務運用プロセス

視聴率測定を始めとするメディア
メジャメント事業で培われた、
精度の高い業務運用の
知見とノウハウを結集

ヒト



深い洞察力

膨大なデータの海からお客様の
ビジネス改善につながるインサイトを
導き出す高度なデータ分析力と提案力

技術



先端テクノロジー

常に新しいテクノロジーを取り入れ
システムやツールの力で業務運用プロセスに
革新をもたらす



ヒトと技術の力で
ビジネスプロセスをイノベーションさせる

事業内容

ビデオリサーチ テレビ視聴率調査の運用

視聴率調査の安定運用・品質管理・常時改善



ヒト 全国32の放送エリアそれぞれにおいて、調査対象となる世帯は、統計学の理論に基づいて無作為に選ばれます。(系統抽出法) また、24時間365日の視聴実態をより正確に調査するため、全てのエリアで「3年間で全ての世帯が入れ替わる」ようにローテーションしています。

技術 PM (ピープルメータ) システムを用いて世帯と個人のリアルタイム、タイムシフト視聴率を測定します。対象テレビに測定器を設置し視聴番組の音声をフィンガープリント化*、センターにあるデータベースと照合しチャンネルを判定しています。
*フィンガープリントとは、音声の特徴を捉えて、数値・コードに置き換えたものです。

ヒト 視聴率集計の基本は、世帯も個人も毎分視聴率。その毎分視聴率を番組ごとに平均したものが番組平均視聴率です。リアルタイム視聴率、タイムシフト視聴率(7日内再生)、総合視聴率(リアルタイム・タイムシフトいずれかでの視聴を表す指標)と様々な視聴率を算出しています。

技術 52週(毎日)の視聴率を日報・週報などの単位で提供しています。「iNEX3」「TV-POP」など様々な視聴率ビューワーをご用意。お手元でリッチな分析が可能です*1。

常に正確な視聴率データをご利用いただけるよう、各作製工程の「安定運用・品質管理・常時改善」PDCAを実施しています


*1...テレビ視聴率データの提供にはビデオリサーチとのご契約が必要です

事業内容

番組情報データベースの作製

日々の視聴率データに必要不可欠な番組情報をデータベース化

●テレビ視聴率用番組情報

 **全国32地区の地上波やBS/CSの番組情報をデータベース化しています。そのデータを基にビデオリサーチでは番組ごとの視聴率や接触率の算出を行っています。**
当社では、新聞や雑誌、WEBなどに掲載される番組放送予定表とは異なり、実際の放送結果までを確認してデータを作製しています。



地上波




BS・CS



視聴率用番組情報
データベース

●自動線引きシステム(CASS)用番組情報

 **全国のテレビ・ラジオの番組基本編成情報を各放送局から入手し、データを加工・データベース化しています。**
そのデータを基にビデオリサーチでは広告会社向けにスポットCMの取引業務を支援するサービスを提供しています。



テレビ



ラジオ



自動線引きシステム用
番組情報データベース

事業内容

広告データベースの作製

日々流れる広告をデータベースとして『記録』

●テレビ広告・ラジオ広告データベース

技術 ヒト



『いつ』『どこで』『どんな』CMが流れたかを調査しています。テレビCMにおいては、技術の力でCMを捕捉し、ヒトの力で補完した基礎データを、ヒトと技術の力で点検しデータベースを作製しています。作製したデータは、週や月単位でまとめた広告統計*2データとして提供されます。

テレビCMについては、『テレビCM速報データ*3』としてオンエア翌日に提供するサービスもあります。



●インターネット広告データベース



技術



主なホームページ・アプリに掲載されている「バナー広告」「スマートフォン広告」「動画広告」を中心に調査し広告統計*4データとして提供されます。

*2…テレビ・ラジオ広告統計の提供にはビデオリサーチとのご契約が必要です
*3…関東・関西・名古屋地区で放送されているCMの全国での放送実績をデータ化
*4…インターネット広告統計の提供にはビデオリサーチインタラクティブとのご契約が必要です

事業内容

テレビCM放送確認サービス

テレビCMの放送を全国規模で追跡・確認



ヒト



本サービスは、放送局が計画通りにテレビCMを放送したかを第三機関として確認・証明(Evidence)するものです。広告関連業界の了承のもと、全国32地区民放114局を24時間・365日、放送時刻を付加し録画しています。広告主様、広告代理店様からご提供いただくテレビCMの放送予定表をもとに、全国の放送録画と照らし合わせ、予定通りにCMが放送されたことを確認します。

事業内容

特別分析サービス

膨大なデータから、価値のある情報へ

●テレビCM出稿分析*5



自社キャンペーンのアクチュアル管理や競合他社の出稿状況を早期に把握！



技術

『テレビCM速報データ』では、関東・関西・名古屋地区で放送されているCMの全国の放送実績がオンエア翌日に提供可能なため、テレビCMの出稿量をオンエア翌日には確認できます。



●テレビCMキャンペーン管理*5



キャンペーン実施後の評価(予実管理)が可能！



ヒト

技術

テレビCM速報データをもとに全国でのR&F集計を実施し、日々のキャンペーン到達状況を作製。キャンペーン期間中は日々GRPを算出しますので、キャンペーンの計画GRPへの達成状況を1日単位でスピーディーに把握できます。

TableauやPowerBIなど、BIツールへの搭載・ご報告も可能。

●プロダクトプレースメント、看板・ゼッケン広告モニター



番組内におけるロゴ等の露出度の調査・集計が可能！



ヒト

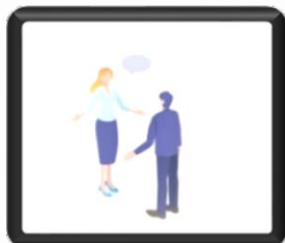
テレビドラマ内における商品やスポーツ中継番組内における、看板やユニフォームロゴ、企業やブランドロゴ等の露出量を調査。GRP・広告費を付加する事で、費用対効果を算出することも可能です。

事業内容

メディアリサーチ・その他マーケティング調査

メディアリサーチ・その他マーケティング調査の安定運用・品質管理・常時改善

●調査実務の安定運用



訪問留置調査



メディア系調査



ネットリサーチ



定性調査



テレビ視聴率調査以外にも、ラジオ・新聞・雑誌・インターネット・OOH(交通・屋外)等、信頼性の高い各種メディアメジャメントデータの作製、また、各企業様のマーケティング課題にお応えする豊富な生活者データ作製を行っています。

ACR/ex*6	ラジオ*6	その他調査
 MCR _{ex} MAGASCENE _{ex} SOTO _{ex} SOTO+ _{ex} TV-Pro _{ex} MVP _{ex} Kids _{ex} ・ACR/ex関連商品全般	 ・首都圏ラジオ ・関西圏ラジオ ・中京圏ラジオ ・その他受注ラジオ	 ・各種調査手法の安定運用 - インターネット調査 - オンライングループインタビュー - オンラインデプスインタビュー - 訪問留置調査 - 郵送調査など

* 上記は一例です。様々な調査手法で数多くの調査を安定的に実施・運用しております。

事業内容

Flexible Workers®

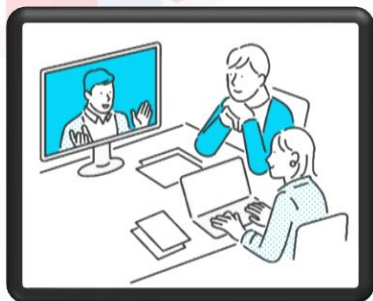
在宅ワーカーを組織し、必要な時に必要なヒトを活用



2018年に発足した社内プロジェクトから派生し「在宅ワーカー運営組織」として2021年に新設したサービスです。

Flexible Workers®という在宅ワーカー組織を活用することで、必要な時に必要な人をオンラインで繋ぎ、企業の仕事を効率的に回していくサービスの実現を目指しています。

現在は社内業務を中心に在宅ワーカーに発注し、業務プロセスの見直しと組織運営のノウハウを蓄積しています。業務経験により組織を育成し、取り組む領域を拡大させることによって当社のノウハウを外部へ提供し、あらゆる業界で有効活用されていくことを目指しています。



業務経験で培ったノウハウを活かし、様々な業界での有効活用を目指しています



沿革

年	月	TOPICS
1969年	2月	・大阪ブイ・アール・サービス（株）創立 ・テレビ広告統計業務開始（関東・関西）
1971年	9月	・（株）ブイ・アール・サービスに社名変更
1973年	4月	・全国テレビCM放送確認サービス開始
1978年	12月	・ラジオ広告統計業務開始（関東・関西）
1985年	4月	・「テレビスポットCM自動線引システム・C A S S」向け 番組表メンテナンス業務開始
1987年	10月	・日記式視聴率調査データエントリー業務開始【2021年8月終了】
1988年	4月	・テレビ視聴率用番組情報作製業務開始
1989年	4月	・名古屋地区 テレビ広告統計業務開始
1992年	7月	・テレビ広告統計用CM自動識別システム運用開始
1998年	4月	・豊橋営業所開設【2005年3月閉鎖】
1999年	4月	・C I刷新、(株)ビデオリサーチコムハウスに社名変更
2000年	4月	・テレビCM放送確認にエンコード式CM自動確認運用開始 【2006年3月終了】
2001年	11月	・インターネット広告レポートサービス開始

年	月	TOPICS
2003年	12月	・地上波デジタル テレビCM放送確認開始 （東京・大阪・名古屋）
2010年	4月	・テレビCM速報サービス開始
2012年	10月	・BS広告データサービス開始
2014年	1月	・テレビCM超速報サービス開始
2016年	7月	・北部九州・札幌地区 テレビCM速報サービス開始
2018年	4月	・テレビCM速報サービス 測定地区を日本全国に拡大し提供開始
2019年	3月	・関西支社閉鎖
2020年	4月	・地上波27地区・全国BS（52週） テレビ視聴率用番組情報 作製業務開始 ・全国CM枠データ作製業務開始
2021年	4月	・Flexible Workers 事業開始
2021年	10月	・地上波32地区 テレビ視聴率用番組情報作製業務開始
2022年	4月	・V I・C I刷新、(株)ビデオリサーチコミュニケーションズ設立 (株)ビデオリサーチの一部業務と(株)ビデオリサーチコムハウス 業務すべてを引き継ぐ

会社概要

商号	株式会社ビデオリサーチコミュニケーションズ Video Research Communications Ltd.
所在地	<三番町オフィス> 〒102-0075 東京都千代田区三番町6-17 TEL 03-5860-1800 <関西オフィス> 〒553-0003 大阪市福島区福島5-6-16 ラグザ大阪ノースオフィス7階 TEL 06-4799-6910
設立年月日	2022年4月1日 *創業1969年2月1日
代表取締役社長 執行役員	滝山 和男
資本金	2,495万円
株主	株式会社ビデオリサーチ他
加入団体	日本マーケティング・リサーチ協会、日本世論調査協会、ACC賛助会員
従業員数	社員205名 ※2025年4月現在
グループ会社	<u>株式会社ビデオリサーチ</u>
事業内容	テレビ視聴率調査/各種メディア/マーケティングリサーチの企画・立案・実施・運用管理、 テレビ・ラジオ広告データ/調査情報等の情報処理・システム開発・運用管理 など

今、テレビをつけた人がいる。
そこが、テレビの現場だ。
見るか見ないか、判断は一瞬。
私たちはその様子を伝えてきた。

視聴率はただの数字ではない。
その向こうには人がいる。
一人ひとりの視線が積み重なって
メディアを変え、そして社会を変えていく。

時代とともに見方は変わる。
見る手段、見る画面、見る場所。
すべてを測る。見る人とつくる人を支える。
テクノロジーと想像力で、私たちは進化する。

すべては、たったひとりの「見る」を
正しく見つめるために。

見るを、見つめる

ビデオリサーチ

ヒトと技術の力でビジネスプロセスにイノベーションを

Business Process Innovation !



Video Research
Communications