

報道関係者各位

2024年4月11日  
REVISIO 株式会社

## テレビ視聴の注視データを取得する REVISIO、調査会社のクロス・マーケティングと 共同研究結果第2弾「コネクテッドTV白書2024」を発表

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンへの「注視」を測る REVISIO 株式会社（旧 TVISION INSIGHTS、本社：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷康士、以下 REVISIO）は、株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼 CEO 五十嵐幹、以下クロス・マーケティング）と、コネクテッドTV（以下、CTV）の視聴傾向について、研究結果をまとめた資料「コネクテッドTV白書2024」を共同で発表いたします。

昨年発表した「コネクテッドTV白書2023」の反響が大きく、2024年度版も発表することとなりました。急速に市場の拡大を遂げているCTVの視聴実態を明らかにしています。



### ■結果詳細レポートの無償ダウンロードはこちら

共同研究結果をまとめた資料では、本リリースで取り上げた内容以外にも数多くのデータを掲載しております。下記ページからダウンロードいただけますので、ぜひご活用ください。

REVISIO の資料ダウンロードはこちら：<https://revisio.co.jp/download>

クロス・マーケティングの資料ダウンロードはこちら：[https://www.cross-m.co.jp/report\\_all/](https://www.cross-m.co.jp/report_all/)

## 共同研究の背景と目的

昨今のCTV視聴の普及に伴い、CTV広告市場の拡大が進んでいます。広告主の方々のCTVへの注目度が高まる一方、CTVを評価し分析するための意識データや視聴データはまだ数が少ない状況です。本共同研究では、視聴者のCTV視聴の実態について、意識データと視聴データを掛け合わせることで、深く分析しております。動画サービス毎の視聴データや、共視聴（2人以上で視聴すること）の傾向などを様々な切り口でまとめており、今後のCTVの展望を考えるにあたってのヒントになるものと考えております。

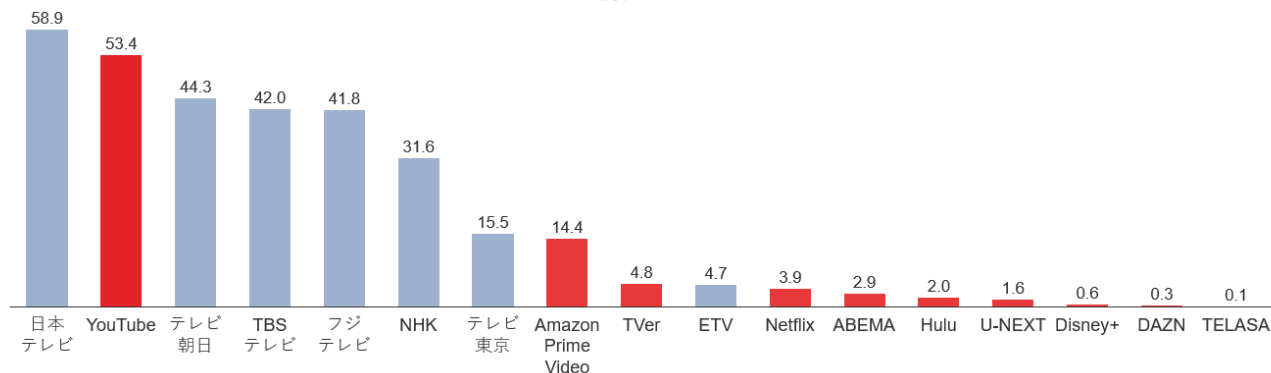
本研究ではREVISIOが保有する関東エリア2,000世帯から得られるCTV視聴データと、クロス・マーケティングが実施したスクリーニング調査35,000名、本調査2,000名のアンケートデータを利用しております。また、本研究も二年目に入ったことで昨年との比較も白書内に含めることができました。経年データを追うことで、新しい観点を引き続き提供していければと考えております。

## 共同研究結果の概要

### CTVの視聴時間は順調に伸び、「YouTube」が「日テレ」に続いて2位に

CTV視聴世帯における各動画サービスの平均視聴時間は、「YouTube」が53.4分/日でした。「YouTube」は、昨年からさらに視聴時間が順調に伸び、地上波も合わせたランキングで2位になりました。

テレビデバイスで1日あたり何分利用されているか  
(分/日)

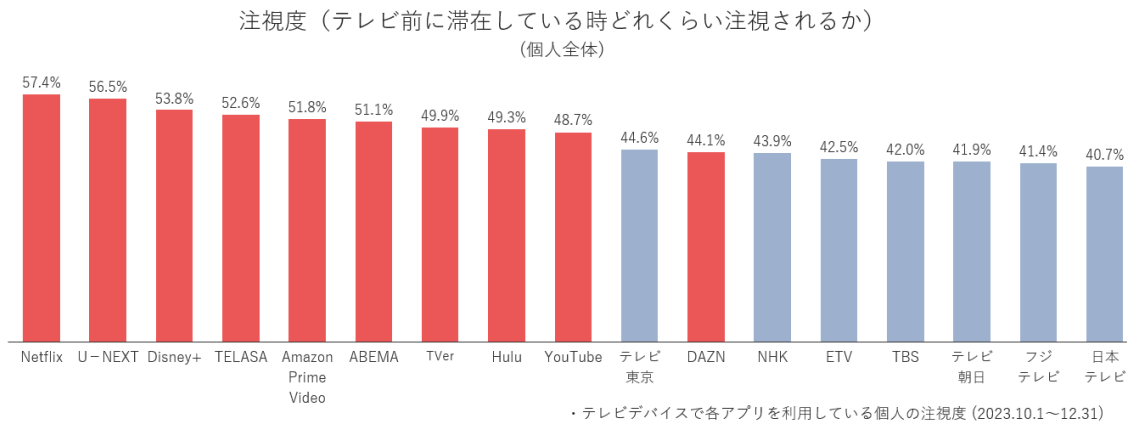


・ REVISIO調査パネル（2,000世帯）において、該当のチャンネル・動画サービスを利用している世帯の平均利用時間(2023.10.1~12.31で集計)  
 ・ dTV, FOD, NHKプラスは計測対象外

※CTV利用世帯における、テレビデバイスでの地上波テレビ+動画サービスの平均利用時間/日  
 ※REVISIO計測によるデータを元に集計

## 昨年に引き続き、注視度は地上波より動画サービスのほうが高い！

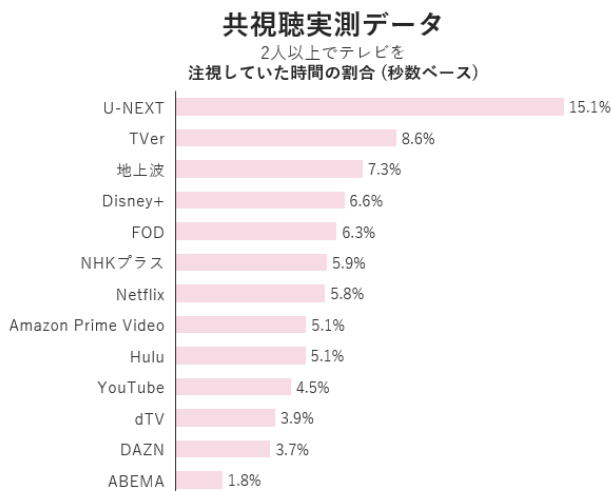
REVISIO が計測する注視度は、昨年同様、地上波より、動画サービスの方が高い結果になりました。動画サービスのほうが、視聴コンテンツを自ら選択する場合が相対的に多いことが要因と見られます。引き続きこの傾向は続くと想定されます。



※CTV 利用世帯における、テレビデバイスでの地上波テレビ+動画サービスの注視度 (%)  
※REVISIO 計測によるデータを元に集計

## 共視聴は地上波番組を視聴可能な動画サービス「U-NEXT」や「TVer」で高い

視聴実測データを動画サービスごとに見ると、「U-NEXT」、「TVer」、「地上波」の順で共視聴割合（時間ベース）が高い結果となりました。「TVer」と「U-NEXT」には地上波コンテンツが多いという共通点があります。とくに、「U-NEXT」は昨年、「Paravi（パラビ）」と合併し、人気コンテンツである『VIVANT』をはじめとする多くの地上波コンテンツが視聴可能となりました。地上波コンテンツは共視聴されやすいと言えます。



・本調査：CTV利用者(n=2000)  
・実測データ：  
各アプリを視聴中2人以上でテレビ画面を注視した時間の割合 (2023.10.1~12.31)。地上波にはBS含む

※CTV 利用世帯における、テレビデバイスでの地上波テレビ+動画サービスの共視聴  
※REVISIO 計測によるデータを元に集計

### <引用・転載時のクレジット表記のお願い>

本研究の引用・転載時には、必ずクレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングとテレビ視聴の注視データを取得する REVISIO が実施した『コネクテッド TV 白書 2024』によると・・・」

#### 【本件に関する問い合わせ先】

■REVISIO 株式会社 <https://revisio.co.jp/>

広報担当 安武

東京都千代田区大手町 1 丁目 6 番 1 号大手町ビル 6 階

E-mail [info@revisio.com](mailto:info@revisio.com) Tel (担当直通) 050-5897-4931

■株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>

マーケティング部

東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティタワー24F

E-mail [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

#### 【REVISIO 株式会社について】

REVISIO 株式会社は 2022/10/1 より、TVISION INSIGHTS 株式会社から社名を変更いたしました。

人体認識技術によってテレビ番組・CM の視聴態勢データを取得し、BtoB 向け視聴分析サービスを提供しています。ご家庭のテレビに、REVISIO が独自に開発した人体認識技術を搭載した調査機器を設置し、調査参加者の視聴態勢を毎秒で自動的に取得。「誰がテレビの前において、ちゃんと見ているか」という REVISIO 独自の注視データを広告主・広告会社・放送局など国内累計 160 社以上のクライアントにご活用いただいています。

現在、国内では関東エリアの 2,000 世帯・関西エリア 600 世帯、地上波/MX/BS の全番組の視聴データ、ならびにコネクテッド TV の注視データを提供しています。

#### 【株式会社クロス・マーケティングについて】

2003 年の設立当初からネットリサーチ事業を行っており、現在、年間約 10,000 件以上のリサーチ事業を通じ、お客様のマーケティング支援を行っています。企業・政府・大学など幅広い分野で調査実績があります。日本全国からの調査依頼に対応しているほか、世界 10 か国、20 拠点以上で展開しているため、グローバルリサーチも可能です。経験豊富なリサーチャーが多数在籍しており、戦略立案から効果検証までお客様のニーズに合わせ、ネットリサーチ、オフライン調査、定量・定性などから最適な手法を提案します。また、リサーチのみならず、データマーケティング支援にも力を入れています。