

2026年4月2日  
株式会社ビデオリサーチ

## テレビ CM × Prime Video 広告 のトータルリーチ計測を開始 ～テレビ CM×動画広告のリーチ改善施策支援サービス 『Cross Media Reach Report (CMR) 』をアップデート～

株式会社ビデオリサーチ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員：石川 豊、以下「当社」）は、2022年11月に開始した、テレビCMと動画広告の統合リーチを最大化する改善施策支援サービス『[Cross Media Reach Report \(CMR\)](#)』をアップデートし、テレビCMと、アマゾンジャパン合同会社が提供するPrime Video 広告との2媒体間におけるトータルリーチ計測（重複・インクリメンタルを含む）に対応しました。本バージョンアップにより、テレビCM×Prime Video 広告の総合的な広告施策評価が可能となり、確かなデータに基づく次回施策の最適化にご活用いただけます。



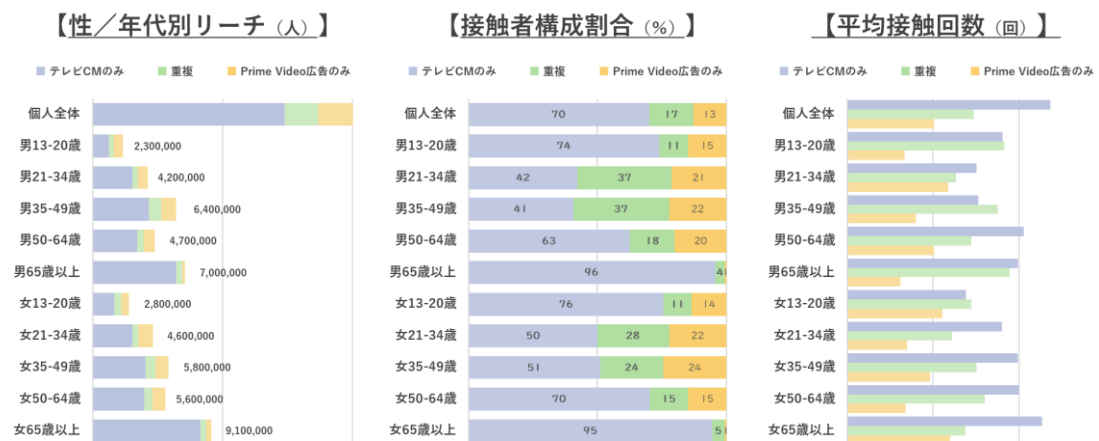
近年、生活者の視聴行動はテレビ放送と動画配信へと分散・多様化しており、媒体を横断した広告到達状況の把握がより重要になっています。今回のCMRアップデートは、変化するメディア環境下において、テレビCMとPrime Video 広告のトータルリーチ最適化をより実務的に支援するものです。2媒体間でのキャンペーン単位のトータルリーチを算出し、トータル、重複、インクリメンタルといった切り口で到達状況を一体的に把握することで、媒体配分や効果検証の判断材料を、従来よりも具体的かつ俯瞰的に確認していただけます。

テレビCM×Prime Video 広告のトータルリーチ測定では、テレビ視聴データとPrime Video 広告の接触シグナルを基点に、両媒体の接触状況を統合的に推定するアプローチを採用しています。また、テレビCMとPrime Video 広告の重複状況の推定には、生活者のテレビ放送・動画プラットフォームの視聴状況を可視化する当社サービス『[STREAMO \(ストリーモ\)](#)』を活用した数理モデルによる独自ロジックを用いています。

## <CMR サービス概要>

Cross Media Reach Report (CMR) は、テレビ CM と動画広告の「リーチ」の統合的な評価・管理を通して、広告施策の最適化を支援するサービスです。当社の『全国テレビ CM データ』と、媒体社提供の 1st Party シグナルを活用して、キャンペーン単位での 2 媒体間のトータルリーチを算出します。トータルリーチに加え、重複、インクリメンタル、性/年代別のリーチ、接触状況など、さまざまな切り口で到達状況を把握し、キャンペーン全体を統合的に評価することが可能です。

## <アウトプットイメージ>



当社は、テレビ×デジタルのリーチ・予算配分シミュレーションにより、広告プランニング領域の支援を行う『Cross Media Ad Simulator (CM-AdSim)』や、放送と配信の統合指標を日次で提供する『CM-UMPs (シーエムアンプ)』、配信プラットフォームの利用実態を可視化する『STREAMO (ストリーモ)』など、メディア環境の変化に対応したデータ&システムの拡充を進めてきました。また、第三者機関によるテレビ×動画プラットフォームのトータルリーチメジャメント開発に向けた取り組みとして、『CMR』においてもさらなる機能拡大を予定しています。

今後も、変化するメディア環境に即した統合的な指標開発を推進し、テレビ・動画広告市場全体のさらなる活性化に貢献してまいります。

## 株式会社ビデオリサーチ (<https://www.videor.co.jp/>)

株式会社ビデオリサーチは、テレビを含む動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。1962年にテレビ視聴率データを提供する調査機関として設立され、日本国内におけるテレビ視聴率調査や各種メディアデータ、マーケティングデータを提供しています。公正なデータと信頼性の高い指標を基盤に、企業のマーケティング課題解決をトータルサポートし、知恵と情熱でデータ&システムを駆使するソリューションカンパニーとして、企業の意思決定を支援しています。

## <本件に関するお問い合わせ先>

株式会社ビデオリサーチコミュニケーションズ ビデオリサーチグループ広報セクション

Tel : 03-5860-1723 E-mail : [info@videor.co.jp](mailto:info@videor.co.jp)