

報道関係者各位

2023年9月14日

REVISIO株式会社

## テレビ視聴の注視データを取得するREVISIO、 コネクテッドTVの利用実態第二弾を発表 (REVISIO実測値アップデート版)

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、2023年1月に株式会社クロス・マーケティングと共同で発表した「コネクテッドTV白書2023」の第二弾として、「コネクテッドTV白書実測値アップデート版」（以下、本資料）を発表します。



### 本資料について

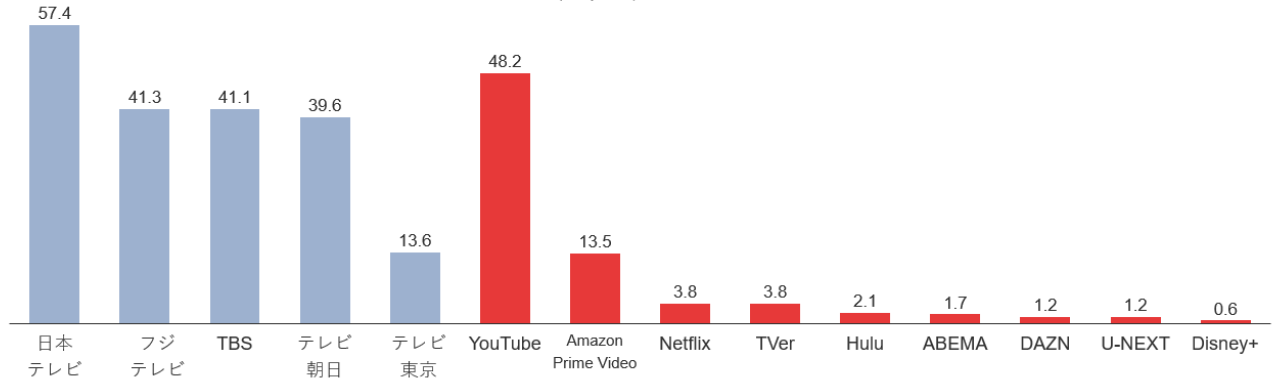
昨今のコネクテッドTVの普及に伴い、コネクテッドTV（以下、CTV）広告市場の拡大が進んでいます。広告主の方々のCTVへの注目度の高まる一方、CTVを評価し分析するための意識データや視聴データはまだ数が少ない状況です。そんな中、2023年1月に「コネクテッドTV白書2023」を発表し、多くの方にご好評いただきました。当初は1年ごとの更新を予定しておりましたが、CTV視聴の実態が日々変化する中、よりタイムリーな情報をお届けするため、前回の白書のREVISIO実測データ部分をアップデートし、第二弾を発表しました。CTV視聴実態をとらえる定点観測資料としてお役立ていただければ幸いです。

**本資料の概要（一部抜粋）**

CTV利用世帯において、YouTubeの視聴時間が日本テレビに続いて第2位となりました。Amazon Prime Videoの視聴時間もテレビ東京に迫る勢いとなりました。全体を通してみると、日本テレビの視聴時間が最も長く、依然として、地上波キー局の存在感が大きいと言えます。

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)

※対象期間：2023年4月～6月



また、共視聴（2人以上でテレビを注視していた時間の割合）においては、コンテンツの豊富さに強みを持ち、Paraviとの統合も発表されたU-NEXTがトップとなりました。

注視度（テレビ前に滞在している時どれくらい注視されるか）を見てみると、視聴のタイミングやコンテンツを自分で選べる動画サービスが地上波より注視されている結果でした。有料コンテンツであるU-NEXTやNetflixが特に注視されており、AVOD（広告掲載型の動画配信サービス）の中ではABEMAの注視度が高くなりました。

**本資料の無償ダウンロードはこちら**

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いる資料は、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。

ダウンロードはこちら：<https://attention.revisio.co.jp//1010172/2023-09-12/n2n7>

<引用・転載時のクレジット表記のお願い>

本資料の引用・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> 「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 2023 4-6月実測値アップデート版』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 佐野

東京都千代田区大手町1丁目6番1号大手町ビル

E-mail [info@revisio.com](mailto:info@revisio.com) Tel (担当直通) 050-5468-2785**【REVISIO株式会社について】**

REVISIO株式会社（2022年10月にTVISION INSIGHTS株式会社から社名変更）は、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200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。