

VR FORUM 2025

Next STANDARDをともに。

DAY1

PROGRAM プログラム【9時 45分 開場予定】

10:45-10:55

OPENING

開会宣言



石川 豊

株式会社ビデオリサーチ
代表取締役 社長執行役員

11:00-12:00

SESSION1

放送メディアの変化と不変的な価値とは？

視聴行動や広告市場の構造変化が進む中、放送局はどのように進化し、社会的使命をどう維持するのか。ビデオリサーチメディアデザイン研究所の奥が、日本テレビ・テレビ東京のトップに、コンテンツ戦略から報道の公共性まで、放送メディアの「変化」と「不変的な価値」、そしてその未来像を深掘りします。



吉次 弘志氏

株式会社テレビ東京
ホールディングス
株式会社テレビ東京
代表取締役社長



福田 博之氏

日本テレビ
ホールディングス株式会社
日本テレビ放送網株式会社
代表取締役社長執行役員



奥 律哉

株式会社ビデオリサーチ
メディアデザイン研究所 所長



休憩

12:45-13:30

SESSION2

広告会社が見据えるメディアビジネスの未来

生活者環境やテクノロジーの発展など社会環境が大きく変化し、「生活者にとってのメディア価値」や「広告媒体としてのメディア価値」も変化しています。そのような今、広告会社はメディアビジネスやマーケティングの未来にどのような戦略を描くのか。電通・博報堂のメディア領域担当役員をお迎えし、メディアビジネスとマーケティングの「今」と「これから」を深掘りします。



中村 光孝氏

株式会社電通
統括執行役員
(メディア/スポーツ&エンターテインメント)



岩崎 秀昭氏

株式会社博報堂
取締役専務執行役員
メディアデザイン事業
ユニット長



尾関 光司

株式会社ビデオリサーチ
取締役 上席執行役員



休憩

13:45-14:20

SESSION3

"観る"から"つながる"Prime Video広告 ～視聴者の接点変化とAmazonの広告ビジネス戦略～

コネクテッドTVの普及や配信サービスの拡大により、今まで以上に視聴行動の複雑さが加速し、これに伴って広告も多様化しています。
こうした変化もありつつAmazonは2025年4月にPrime Video広告を日本でリリースし、およそ半年がたちました。オリジナルコンテンツやスポーツ中継番組などを提供しているPrime VideoとオンラインリテールとしてのAmazon。多様なステージを構えるメディアとして生活者との接点を広告という視点からどう考えているのか？
本セッションでは、Prime Video広告を中心に、Amazonが描く広告ビジネス戦略を深掘りしていきます。



石井 哲氏

アマゾンジャパン合同会社
Amazon Ads
ジャパン カントリーマネージャー



池田 宜秀

株式会社ビデオリサーチ
執行役員
首都圏ユニットマネージャー



休憩

14:30-15:30

SESSION4

FYCSの目指すカタチとは？

日本テレビ系列の4社が経営統合し、新たな認定放送持株会社・読売中京FSホールディングス〈FYCS〉が今年4月に設立。
ローカル局の経営環境が厳しさを増す中で、各社連携によるネットワークのスケールメリットを生かす事業戦略と系列の在り方について、FYCSが提唱するNext STANDARDを伺います。



石澤 顕氏

読売中京FS
ホールディングス株式会社
代表取締役社長



鈴木 教弘氏

読売中京FS
ホールディングス株式会社
シナジー戦略局長



三田谷 卓郎氏

読売テレビ放送株式会社
ビジネス局
東京ビジネスセンター長
兼 東京ビジネス部長



市 健治氏

中京テレビ放送株式会社
メディア戦略局長



野田 清茂氏

株式会社福岡放送
執行役員技術局長



古川 祥司氏

札幌テレビ放送株式会社
取締役総務局長



合田 美紀

株式会社ビデオリサーチ
執行役員
ネットワークユニットマネージャー



休憩

15:45-16:45

SESSION5

Next STANDARDをともに考える

第1部 海外でのエコシステムの変化 第2部 変化への対応をともに

【第1部：海外でのエコシステムの変化】

海外において、テレビメディアやテレビ広告を取り巻く環境は大きく変化、CTVやストリーミングサービスの視聴拡大がより進んできています。メディアやコンテンツのビジネスエコシステム、広告主ニーズの変化、メジャメントやデータの現状などを多角的に捉えながら、グローバルトレンドを読み解いていきます。

【第2部：変化への対応をともに】

日本が現在直面している、または今後起こりうる変化にどう対応すべきか、未来に向けて新たなスタンダードを築くための展望や課題、実践的なヒントを探っていきます。



小木 真

株式会社ビデオリサーチ
ビジネスデザインユニットマネージャー

※諸事情によりプログラムの内容は変更場合がございます。予めご了承ください。

※DAY2 Hall Bで開催されるプログラムは、リアルタイムでの配信を予定しておりません。ぜひ、会場にお越しください。（アーカイブ配信は実施予定です。）



PROGRAM

プログラム【9時 30分 開場予定】

10:00-10:45

SESSION1

変わるもの／変わらないもの

～生活者理解とマーケティングのNext STANDARDを探る～

生活者の行動・意識・価値観が大きく変化していると言われていた昨今、本当に変化ばかりしているのでしょうか？本セッションでは、生活者研究やマーケティングのトップランナーをお迎えし、当社ひと研究所の渡辺とともに、生活者の実態や変化をどうとらえるか、それを踏まえて今後、企業はどのように生活者に向き合い行動していくべきか、これからのマーケティングを考える上で必要な生活者理解の視点についてディスカッションします。



加藤 巧氏
株式会社インサイト
代表取締役



秋田 千恵氏
花王株式会社
経営企画部門
コンシューマーインテリジェンス室 室長



渡辺 庸人
株式会社ビデオリサーチ
ソリューションユニットフェロー
ひと研究所 所長



休憩

11:00-11:45

SESSION2

届ける力、響かせる力：これからのコンテンツ配信戦略

視聴者への配信チャネルが多様化する中で、コンテンツホルダーは戦略的に自社IPを展開し始めています。戦略的なコンテンツ権利化と配信プラットフォームとの関係をどう考えているのか。グローバルへ向けた取り組みについても伺います。



田中 徹氏
株式会社TBSテレビ
プラットフォームビジネス局長



岩橋 康平氏
東宝株式会社
エンタテインメントユニット
ライツ事業部
配信番組事業室長



松岡 逸美
株式会社ビデオリサーチ
ビジネスデザインユニット
新規ビジネス開発グループ
シニアプロデューサー



休憩

13:00-13:45

SESSION3

システムソリューション

意思決定を変えるAI×データ活用の最前線

AIとクラウドの融合による業務革新や、生成AI・AIエージェントの活用によって、意思決定のスピードと質がどう変わっていくのか。データ整備・マネジメントの重要性や、AI活用の基盤構築による「データの民主化」、さらに技術と運用・業務プロセスの面などから、今後の展望をお話いたします。



寶野 雄太氏
グーグル・クラウド・ジャパン合同会社
執行役員 テクノロジー部門
兼 事業開発本部



木塚 了敬
株式会社ビデオリサーチ
執行役員 CTO
システムソリューション
ユニットマネージャー



休憩

14:00-14:45

SESSION4

屋外広告やデジタルサイネージの未来

～プランニングとメジャメントの最前線～

OOH(屋外広告)は、電鉄や屋外だけでなくリールメディアも含まれ、近年ではプログラマティック化が進んでいます。広告主にとっては、ターゲティング精度や運用効率の向上など多くのメリットがある一方で、効果測定における共通指標が存在せず、個別の数値に頼らざるを得ない状況が続いています。今後、購買に近いデータを持つリールメディアの活用が進めば、指標の整備とともに広告主の利便性も高まるはずです。本セミナーでは、媒体社・広告会社それぞれの観点から、OOHの進化と課題、そして業界横断で進む取り組みについて議論します。



大和田 貴普氏
株式会社ジェイアール東日本企画
メディアソリューション本部
MASTRUM推進センター
業務推進部 担当部長



星野 一道路氏
株式会社東急エージェンシー
事業共創本部
東急OOHメディア事業局 局次長
兼 事業戦略部 部長



宮川 聡氏
株式会社 LIVE BOARD
取締役 ストラテジー部
ディレクター



藤森 省吾
株式会社ビデオリサーチ
ビジネスデザインユニット
新規ビジネス開発グループ
マネージャー



休憩

15:00-15:45

SESSION5

システムソリューション

地域×メディアコンテンツ

～交流人口・関係人口増加に向けた「私たち」の役割～

本セッションでは、高知県庁・テレビ高知・ビデオリサーチがそれぞれの強みを活かし、「地域のファンをどのようにつくっていくか？」という視点から、アプローチを探ります。地域のファンを増やしていくためには、県外からの観光客増加を目指すだけでなく、県民自身が誇りに思える地域の魅力をいかに育てるかという観点も不可欠です。その両面に向けた効果的な情報発信などを考えることから、自治体と放送局の連携のもたらす効果や、全国各地の地域活性化への応用可能性について、議論します。



谷脇 三和氏
高知県 観光振興スポーツ部
観光政策課 おもてなし室
観光政策課企画監 (おもてなし推進担当)
兼おもてなし室長



村山 まや氏
株式会社テレビ高知
コンテンツ局
編成ブランディング部
部長



寺本 花菜子
株式会社ビデオリサーチ
システムソリューションユニット
システムプロデュースグループ
コンサルタント



休憩

16:00-16:45

SESSION6

民放主体配信サービスが描く未来

radiko・TVerの新たなトップお二人にご登壇いただき、それぞれが目指す成長戦略の方向性や、これから自社や業界をどのように変えていこうとしているのか、放送と配信の役割分担と融合に関するNext STANDARDを伺います。



池田 卓生氏
株式会社radiko
代表取締役社長



大場 洋士氏
株式会社TVer
代表取締役社長



松尾 剛
株式会社ビデオリサーチ
ビジネスデザインユニット
プラットフォームアライアンス統括

※諸事情によりプログラムの内容は変更場合がございます。予めご了承ください。

※DAY2 Hall Bで開催されるプログラムは、リアルタイムでの配信を予定しておりません。ぜひ、会場にお越しください。(アーカイブ配信は実施予定です。)



PROGRAM

プログラム【9時 30分 開場予定】

10:20-10:50

SESSION1

データアセット

たくさんあるテレビ視聴データ、どう活用する？

近年は、視聴率に代表されるパネルデータに加えて、大規模な視聴ログデータの活用が進んでいます。「たくさんある」からこそ、見えてくるものがある。視聴ログデータは編成戦略の精度を高める、広告営業の提案力を強化する、番組制作の方向性を照らす、“新しい武器”になります。このセッションでは、テレビ視聴ログデータを活用している読売テレビとResolving LABが、番組制作や広告価値の向上に貢献できる事例をご紹介します。



松田 裕貴氏
読売テレビ放送株式会社
経営戦略局
兼 コンテンツ戦略局



重光 ゆみ
株式会社ビデオリサーチ
ビジネスデザインユニット
視聴データビジネスグループ
兼 Resolving LAB株式会社 データプランナー



休憩

11:30-12:00

SESSION2

データアセット

心を動かす映像をAIはどう見抜く？

～感情の可視化がもたらす可能性～

動画を見た人の感情をAIで“予測する”——そんな技術が、広告やコンテンツの現場で役立つのか。そして、クリエイティブ表現やメディア設計における課題や、企画・制作の判断にどのような影響を与えるのか。クリエイティブとプランニングの第一線で活躍するお二方とともに、ビデオリサーチが開発した新商品「Emolyzer」の実際の活用事例も交えながら、感情予測の分析が切り拓く可能性と価値について率直に語り合います。



千葉 智隆氏
株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ
統合チャネル戦略本部
ADK SCRUM
プランニング・ディレクター



加藤 洋平氏
株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ
エクスペリエンス・クリエイティブ本部
ADK SCRUM
クリエイティブ・ディレクター



野木 美穂
株式会社ビデオリサーチ
ビジネスデザインユニット
新規ビジネス開発グループ
プランナー



休憩

12:15-12:45

SESSION3

ビジネスソリューション

KDDIが考えるメディアプランニングの理想と現在地

～ROIを高める「量×質」のメディア戦略～

広告投資の最適化とROI向上が求められる今、広告主自身がデータを駆使し、戦略的なメディアプランニングを行う動きが加速しています。本セッションでは、日々メディア戦略のPDCAに取り組むKDDIの後舎様をお迎えし、今年ビデオリサーチと資本提携を結んだREVISIOの郡谷様とともに、広告主視点でのプランニングの理想像と現在地を掘り下げます。広告が十分に届いたかという「量」、広告が視聴され、好意的に受容されたかという「質」——この両面をどのように意思決定に活かしているのかを紐解きながら、ROI最大化のためのプランニングのあり方と課題、展望を提示します。



後舎 満氏
KDDI株式会社
ブランド・コミュニケーション本部
コミュニケーションデザイン部
メディア企画グループグループリーダー



郡谷 康士氏
REVISIO株式会社
代表取締役社長



小泉 健二
株式会社ビデオリサーチ
ソリューションユニット
ビジネスソリューショングループ
マネージャー



休憩

13:20-13:50

SESSION4

データアセット

北海道・沖縄発！ローカルコンテンツの底力

～埋もれさせないための挑戦～

地域の魅力を、もっと遠くへ、もっと広く。北海道テレビ・沖縄テレビのお二方に、限られた予算や人手という壁を乗り越えながら進む発信の工夫、ローカルコンテンツバンク (LCB) の取り組みやAI活用から見てきた今後の期待や課題を、ビデオリサーチとともに語っていただきます。



阿久津 友紀氏
北海道テレビ放送株式会社
社長室 部長



野波 宏次氏
沖縄テレビ放送株式会社
編成制作局 編成部 部長



伊藤 美鈴
株式会社ビデオリサーチ
ビジネスデザインユニット
新規ビジネス開発グループ
プランナー



休憩

14:20-14:50

SESSION5

システムソリューション

AI×データで進化する番組分析の可能性

関西テレビ メディアマーケティング部では、番組分析業務における属人化や業務負荷の課題に対し、社内外のデータをダッシュボードで可視化し、生成AIによるコメント自動生成を導入。試験導入から本導入に至るまでの経緯や、導入後の気づき、そして今後AIによって進化する番組分析の可能性についてご紹介します。



吉本 剛氏
関西テレビ放送株式会社
総合編成局
メディアマーケティング部 部長



松本 大輝
株式会社ビデオリサーチ
ネットワークユニット
西日本グループ 関西支社 サブリーダー
アカウントプランナー



休憩

15:20-15:50

SESSION6

ビジネスソリューション

メディアはマーケティングでもっと強くなる

今、メディアは変革の岐路に立っています。デジタルメディアの台頭でスクリーンが増え、人の目や耳は分散。でもそれはメディアにとって「接点が増えた」という最大のチャンス！マスメディアが持つ圧倒的なコンテンツ生成力と発信力にマーケティングを取り入れることで、強みにレバレッジを効かせることができます。数字で見立て、成功確率を高めるには、具体的にどう考えればよいのか？テレビメディアを例としてマーケティングの考え方を適用した具体的事例を交えてご紹介します。



金井 統氏
株式会社NexGen
CEO



宮田 正晃
株式会社ビデオリサーチ
ソリューションユニット
ビジネスソリューショングループ
マーケティングコンサルティング担当
コンサルタント



休憩

16:05-16:35

SESSION7

データアセット

『見えないCTV広告効果』を可視化せよ

5年で17倍成長するCTV広告市場。しかし「テレビCMとの効果比較ができない」「競合動向が見えない」など、業界共通の課題が山積みです。電通はこの課題にどう向き合ったのか？実際の事例では、従来手法では不可能だった横断的分析により、効果改善と投資最適化を実現。本セッションでは、電通×ビデオリサーチが、テレビCMとCTV広告データを組み合わせた革新的分析手法を公開。他の広告会社様でも再現可能なソリューションをご紹介します。



浦崎 永純氏
株式会社電通
第1マーケティング局
マーケティングコンサルタント



山下 陽平
株式会社ビデオリサーチ
テレビ・メディアコンテンツユニット
広告グループ リーダー プランナー



休憩

16:50-17:20

SESSION8

データアセット

タレントバリューが、コンテンツの未来を動かす。

～VRが目指す、エンタメ業界の共創パートナー～

コンテンツの原動力となる「タレントバリュー」について、実際のビジネスシーンにおける役割や重要性を、具体例とともにご紹介します。さらに本セッションでは、2025年5月に初開催され、日本初の国際音楽賞として大きな注目を集めた「MUSIC AWARDS JAPAN」を題材に、海外進出の可能性や成功の鍵を深掘りします。



栗田 秀一氏
一般社団法人カルチャー・アンド・エンタテインメント産業振興会
専務理事
株式会社レインボーエンタテインメント
代表取締役社長



高木 玲佳
株式会社ビデオリサーチ
テレビ・メディアコンテンツユニット
メディアコンテンツグループ
アシスタントプランナー

※諸事情によりプログラムの内容は変更する場合がございます。予めご了承ください。

※DAY2 Hall Bで開催されるプログラムは、リアルタイムでの配信を予定しておりません。ぜひ、会場にお越しください。（アーカイブ配信は実施予定です。）