

2018年3月1日

報道関係各位

衛星テレビ広告協議会(CAB-J)

## 2月度CS/BSペイテレビ視聴数 約997万世帯、約2,777万人に到達

『テレビ通販ユーザー』は、時代劇専門チャンネルの「剣客商売 御老中暗殺」、  
『不動産購入検討層』は、シネフィルWOWOWの「フィラデルフィア・エキスペ  
リメント」がトップ！

### ～機械式ペイテレビ接触率共同調査～

衛星テレビ広告協議会(東京都港区 会長:滝山 正夫、通称:CAB-J)が実施した2月度の機械式ペイテレビ接触率共同調査(調査期間:1月29日～2月11日)で、CS/BSペイテレビの視聴到達数※は約997万世帯、約2,777万人になりました。

ターゲット別の接触状況では、『テレビ通販ユーザー』は、時代劇専門チャンネルの「剣客商売 御老中暗殺」が、『不動産購入検討層』は、シネフィルWOWOWの「フィラデルフィア・エキスペリメント」がトップとなり、CS/BSペイテレビの特徴である多様な視聴動向が伺える結果となりました。

メディアの多様化が進む中、専門性の高い番組編成で多様な嗜好に応えることができるCS/B Sペイテレビに、ターゲットメディアとして期待が集まっています。CAB-Jでは、このようなニーズに応えるため、2007年の10月から機械式の接触率調査を実施しています。今回報道発表しましたランキングは分析の一例であり、本調査は、多様な顧客ターゲットと放送番組をマッチングさせる機能を持つユニークな調査です。放送番組でありながらターゲットとダイレクト・タッチできるペイテレビの広告にご期待ください。

※視聴到達数とは、調査期間中に5分以上CS/BSペイテレビに接触した世帯、または人数

●本件に関するお問い合わせは、下記までメールにてお願いいたします。

衛星テレビ広告協議会(CAB-J)事務局

[info.cab-j@eiseihoso.org](mailto:info.cab-j@eiseihoso.org)

〒107-0052 東京都港区赤坂2-8-2 ATビル4階 一般社団法人衛星放送協会内  
電話03-6441-0550 (担当:池田)



## ●ターゲット別高接触率番組 ～個人～

### ●テレビ通販ユーザー

～テレビショッピング番組やCMを見て「購入・利用・資料請求・問い合わせをしたことがある」と回答した人～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率 (%)	平均接触人数
刺客商売 御老中暗殺	時代劇専門チャンネル	2月10日 土 11:15	1.22	130,100 人
トランスフォーマー ザ・シリーズ#2 敵からの贈りもの	ムービープラス	2月7日 水 22:00	1.08	115,100 人
神谷玄次郎捕物控#1	時代劇専門チャンネル	2月10日 土 10:00	0.90	95,900 人
鬼平犯科帳6#5	時代劇専門チャンネル	2月4日 日 9:00	0.84	89,500 人
夏目友人帳 いつかゆきのひに	アニマックス	2月10日 土 20:30	0.83	88,500 人

### ●不動産購入検討層

～「分譲住宅(戸建て、マンション)、スマートハウス、別荘・リゾートマンション」のいずれかを知りたいと回答した人。または、「住宅、マンションなどの不動産」の広告に関心があると回答した人。～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率 (%)	平均接触人数
フィラデルフィア・エクスベリメント	シネフィルWOWOW	2月3日 土 1:00	1.20	77,200 人
[映]「SP 革命篇」	日本映画専門チャンネル	1月31日 水 23:00	1.11	71,400 人
X-MEN2[字]ロシアンズ一挙放送	FOXムービー	2月3日 土 16:25	1.11	71,400 人
名探偵コナン「回転寿司ミステリー」	アニマックス	1月29日 月 1:00	0.86	55,300 人
冒険野郎マクガイバー シーズン2 #2“殺し屋”[字]	FOXクラシック 名作ドラマ	1月31日 水 1:00	0.83	53,400 人
○特集:旧日本軍と歴史の真相○ナチスに残る都市伝説の真相	ナショナルジオグラフィック	2月3日 土 14:00	0.83	53,400 人
刺客商売2#6	時代劇専門チャンネル	2月11日 日 18:15	0.83	53,400 人

### ●掃除・洗剤関心主婦層

～主婦。「掃除機(掃除機、洗剤等)」に関してテレビショッピングで購入や資料請求をしたことがあるまたは、「洗剤」の広告に関心があるまたは、「ロボット掃除機、サイクロン掃除機、ドラム式洗濯機」のいずれかを知りたいと回答した人。～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率 (%)	平均接触人数
シカゴ・ファイア(シーズン4) #13	AXN	2月2日 金 23:00	1.10	87,700 人
ドックはおもちやドクター#22	ディズニージュニア	2月7日 水 14:00	1.10	87,700 人
リトル・マーメイド#8	ディズニージュニア	2月7日 水 12:00	1.05	83,700 人
ケイトとミンミン#3	ディズニージュニア	2月7日 水 14:30	1.01	80,500 人
サラとダクン	ディズニージュニア	2月7日 水 11:30	0.86	68,600 人

### ●海外旅行好き

～「最近1年間で海外旅行に行った回数が2回以上」または、「海外旅行案内」の広告に関心があると回答した人。～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率 (%)	平均接触人数
[初]猛虎キャンプレポート2018	スカイA	2月11日 日 12:45	1.06	104,200 人
アウトロー(2012年)	ムービープラス	2月8日 木 21:00	0.95	93,400 人
[字]MURDER IN THE FIRST/第1級殺人2#3	スーパー!ドラマTV	1月31日 水 22:00	0.94	92,400 人
ルパン三世(PART2)デジタルリマスター版#135-136	アニマックス	1月30日 火 0:00	0.89	87,500 人
ブレ男レッスン～高田順史メソッド～ #1&2	ゴルフネットワーク	2月1日 木 20:30	0.86	84,600 人

### ●トレンドフォロワー

～「買い物や物選びについて「流行のものを選ぶ」または、「消費に対する考え方が「周りの人が持っているものなどを見て思わず自分も欲しくなってしまうことが多い」と回答した人。～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率 (%)	平均接触人数
夏目友人帳 いつかゆきのひに	アニマックス	2月10日 土 20:30	1.04	134,500 人
鬼平犯科帳6#5	時代劇専門チャンネル	2月4日 日 9:00	0.87	112,500 人
[初]猛虎キャンプレポート2018	スカイA	2月11日 日 12:45	0.78	100,900 人
名探偵コナン「犯人との二日間」	アニマックス	1月29日 月 12:00	0.74	95,700 人
3月のライオン#5-6	アニマックス	2月2日 金 21:00	0.68	88,000 人

以上

## ●機械式ペイテレビ接触率共同調査概要

調査期間：2018年1月29日(月)～2月11日(日)  
※偶数月の連続する2週間(年間12週)

調査内容：調査対象の世帯及び世帯内個人の専門チャンネル視聴状況

調査地域：関東(東京30km圏)、関西(2府3県主要地域)

調査対象世帯：直接受信及びCATV経路によりペイテレビが視聴可能な世帯で且つ音声出力端子付のテレビ受像機を所有している世帯

設計標本数：関東、関西地区 計600世帯

調査方法：音声マッチングによる機械式調査(押しボタンによって個人接触を測定)

調査対象テレビ：CS専門チャンネル視聴可能で且つ音声出力端子付のテレビ受像機(最大3台)

最小データ単位：毎5分データ

調査会社：株式会社ビデオリサーチ

調査主体：衛星テレビ広告協議会(CAB-J)

## ●全国推計到達世帯（個人）数の集計方法

- ・到達率：5分以上接触で判定
- ・到達世帯（個人）推計数：到達率に CAB-J 調べのペイテレビ総加入世帯（個人）を乗じて算出

全国のペイテレビ視聴可能数(CAB-J 調べ)

世帯数 11,011,797 世帯

個人数 推定 3,940 万人

個人数（13才以上）推定 3,490 万人

※個人付帯アンケート項目を用いたターゲットの推計では、13才以上個人を使います

## ●ターゲット別高接触番組の集計方法

- ・集計対象チャンネル：当月調査の参加チャンネルに限る
- ・集計対象番組：
  - 15分以上の番組。同一タイトル（スポーツ番組は、同一大会、同一 CH・同一対戦カード）、インフォーマーシャル番組を除く ※シーズン違いやスペシャル番組は別番組として扱う
- ・平均接触世帯（個人）推計数：全国のペイテレビ視聴可能数×ターゲットの含有率×接触率もしくは到達率
- ・ターゲットの含有率：
  - 機械式ペイテレビ接触率共同調査の対象世帯より算出。調査対象世帯もしくは世帯内個人のうち、当該ターゲットのサンプル数が占める割合。付帯アンケート調査の項目を用いたターゲット利用時には、付帯調査協力世帯もしくは13才以上の付帯調査協力者のうち、当該ターゲットのサンプル数が占める割合。

## ●ターゲット定義

- ・世帯ターゲット

【年収1,000万円以上世帯】：世帯年収1,000万円以上の世帯

【小学生あり世帯】：小学生がいる世帯

【シニアあり世帯】：60才以上がいる世帯

- ・個人ターゲット

【テレビ通販ユーザー】：テレビショッピング番組やCMを見て「購入・利用・資料請求・問い合わせをしたことがある」と回答した人。

【不動産購入検討層】：「分譲住宅（戸建て、マンション）、スマートハウス、別荘・リゾートマンション」のいずれかを欲しいと回答した人。または、「住宅、マンションなどの不動産」の広告に関心があると回答した人。

【掃除・洗剤関心主婦層】：主婦。「掃除機具（掃除機、洗剤等）」に関してテレビショッピングで購入や資料請求をしたことがあるまたは、「洗剤」の広告に関心があるまたは、「ロボット掃除機、サイクロン掃除機、ドラム式洗濯機」のいずれかを欲しいと回答した人。

【海外旅行好き】：「最近1年間で海外旅行に行った回数が2回以上」または、「海外旅行案内」の広告に関心があると回答した人。

【トレンドフォロワー】：買い物や物選びについて「流行のものを選ぶ」または、消費に対する考え方が「周りの人が持っているものなどを見て思わず自分も欲しくなってしまうことが多い」と回答した人。