

## CAB-J 機械式ペイテレビ接触率共同調査・データ活用勉強会 を実施

### 4つの世帯ターゲットと14の個人ターゲットを新たに設定

### 接触者推計数表記を導入

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）は、2016年2月22日（月）に株式会社ビデオリサーチ本社（東京都千代田区）にて、同協議会正会員、賛助会員向けに、機械式ペイテレビ接触率共同調査・データ活用勉強会を開催しました。

勉強会では、CAB-J 森明生メディアデータ委員会副委員長とビデオリサーチ衛星メディア調査部重光ゆみ氏より、CAB-J が推奨する、接触率を「推計接触世帯数、接触人数」で表記する手法と、これに連動して導入する「新たなターゲット」を発表しました。

この手法を用いると、個別の番組について、たとえば番組の平均視聴世帯数は14万1千世帯、キッズ（4～12才男女）の平均視聴人数は13万5千人、さらに子育て世帯の平均視聴世帯は、9万9千世帯などとなります。※CAB-J メディアデータ委員会推計

また、ターゲット設定は、「エグゼクティブ世帯」や「子育て世帯」など4つの世帯ターゲットと、「トレンド先取り層」「輸入車関心層」など14の個人ターゲットを、新たに導入します。これにより従来よりいわれていた、優良広告ターゲットに広告を届けることができるペイテレビの価値を正しく表すと共に、広告取引で使いやすいデータの提供に繋がるとCAB-Jでは考えています。

CAB-J では、推計接触世帯、接触人数と新ターゲットの会員各社での利用を推進すると共に、定期的な推計数公表に向けて準備を進めてまいります。

#### ●CAB-J が推進する接触世帯数、接触人数推計用新ターゲット

##### ● 世帯ターゲット

- 年収1,000万円以上世帯
- エグゼクティブ世帯
- 子育て世帯
- シニアあり世帯

##### ● 個人ターゲット

- トrend先取り層
- 流行追っかけ層
- テレビ通販ユーザー
- アルコール関心層
- 美容関心層（女性）
- 健康関心層
- 国産車関心層
- 輸入車関心層
- 海外旅行好き
- 国内旅行好き
- 金融商品が欲しい
- 不動産関心層
- 白物家電が欲しい
- PC・AV機器が欲しい

## ■機械式ペイテレビ接触率調査とは

CAB-Jでは会員社共同で2007年10月からピープルメーターによる機械式接触率調査を実施しています。

### ●機械式ペイテレビ接触率調査概要

調査週： 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経由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）

### ●集計方法

接触世帯： 平均接触率に2015年6月CAB-J調べのペイテレビ総加入世帯を乗じて算出。  
集計に使用した全国のペイテレビ視聴可能者数：  
世帯 10,761,648世帯  
個人 38,741,933人（CAB-J推計）

本件に関するお問い合わせ先

衛星テレビ広告協議会（CAB-J）事務局

〒107-0052 東京都港区赤坂2-8-2 ATビル4階

電話 03-6441-0550 FAX 03-6441-0600

担当：足立

以上