

4月度 CS/BS ペイテレビ視聴数
約 1,000 万世帯、約 2,850 万人に到達
『シニアあり世帯』は「プロ野球中継 広島 vs 阪神」
『トレンド先取り層』は「陽のあたる坂道」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4月度の機械式ペイテレビ接触率共同調査（調査期間：4月11日～4月24日）で、CS/BSペイテレビの視聴到達数は約1,000万世帯、約2,850万人になりました。

また、今年調査から導入した4つの世帯ターゲットと14の個人ターゲットでは、『シニアあり世帯』で、J SPORTS 1の「J SPORTS STADIUM2016 広島 vs. 阪神」（4月23日放送）、『トレンド先取り層』で、日本映画専門チャンネルの「陽のあたる坂道」（4月23日放送）が視聴数トップとなりました。

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/BS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にタッチできるペイテレビの広告にご期待ください。

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 FAX03-6441-0600
担当：清正

●ターゲット別高接触率番組 ～個人～

- アルコール関心層(20歳以上)
～ビールなどアルコール飲料の広告に関心がある～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触人数
[生][初]J SPORTS STADIUM2016「広島 vs. 阪神(04/22)」	J SPORTS 1	4月22日 金 17:55	2.03	172,100 人
[初]プロ野球～甲子園「阪神×ヤクルト」	スカイA	4月19日 火 17:45	1.43	121,200 人
[生]16 ロッテチャンピオンシップ 最終日	ゴルフネットワーク	4月17日 日 10:15	1.36	115,300 人
[初]プロ野球～甲子園「阪神×DeNA」	スカイA	4月14日 木 17:45	1.09	92,400 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2016 巨人×広島 ～東京ドーム～(生)	日テレジータス	4月17日 日 13:45	0.93	78,800 人

- トレンド先取り層(13歳以上)
～時代・流行を先取りする感覚に自信がある～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触人数
[映]「陽のあたる坂道」	日本映画専門チャンネル	4月23日 土 9:10	1.63	63,200 人
[初]ATPテニス・ワールドツアー-500・パルセロナ・オープン・ニコ・ピレリ「準決勝 錦織圭vsB.ペール」	GAORA SPORTS	4月23日 土 20:28	1.58	61,300 人
[吹][解]刑事コロンボ#21	スーパー!ドラマTV	4月24日 日 17:00	1.35	52,300 人
2015 SBS演技大賞	女性チャンネル♪LaLa TV	4月17日 日 13:30	1.21	46,900 人
腕におぼえあり3#7	時代劇専門チャンネル	4月18日 月 21:00	1.20	46,500 人

- 輸入車関心層(18歳以上)
～「世帯に輸入車を所有しており、乗用車の広告に関心がある」あるいは「輸入車が欲しい」～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触人数
[初]ATPテニス・ワールドツアー-500・パルセロナ・オープン・ニコ・ピレリ「準決勝 錦織圭vsB.ペール」	GAORA SPORTS	4月23日 土 20:28	2.44	70,400 人
ドラゴンボールZ#148	アニマックス	4月20日 水 18:00	2.00	57,700 人
[生][初]J SPORTS STADIUM2016「広島 vs. 阪神(04/23)」	J SPORTS 1	4月23日 土 13:55	1.95	56,300 人
【特集】日本の戦艦と零戦】一式戦闘機 隼	歴史チャンネル 日本・世界の歴史とエンタメ	4月13日 水 19:00	1.60	46,200 人
[字]ボディ・オブ・ブルーフ/死体の証言2(帯)#18	スーパー!ドラマTV	4月19日 火 26:00	1.60	46,200 人
[字]LAW & ORDER10(帯)#17	スーパー!ドラマTV	4月19日 火 27:00	1.60	46,200 人
カンフーパンダ ザ・シリーズ#46	ディズニード	4月20日 水 19:00	1.60	46,200 人
世界の巨大工場6「日産 GT-R」	ナショ ナルジオグラフィックチャンネル	4月20日 水 20:00	1.60	46,200 人

●機械式ペイテレビ接触率共同調査概要

調査期間： 2016年4月11日（月）～4月24日（日） ※偶数月の連続する2週間（年間12週）	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	調査対象テレビ： C S 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）
調査地域： 関東（東京30km圏）、関西（2府3県主要地域）	最小データ単位： 毎5分データ
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	調査会社： 株式会社ビデオリサーチ
設計標本数： 関東、関西地区 計600世帯	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 10,761,648 世帯

個人数 推定 3,840 万人

個人数（13才以上）推定 3,350 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：
「シニアあり世帯」： 60才以上がいる世帯
「子育て世帯」： 小学生がいる世帯
「年収1,000万円以上世帯」： 世帯年収1,000万円以上の世帯
「アルコール 関心層」： 20才以上。関心商品広告項目で「ビール（ビール・発泡酒）」、「アルコール飲料（ビール・発泡酒を除く）」のいずれかに該当。
「トレンド先取り層」： 意識項目で「時代・流行を先取りする感覚に自信がある」に該当。
「輸入車関心層」： 18才以上。輸入車を世帯保有し関心商品広告項目で乗用車に該当。または、欲求商品項目で「輸入車」に該当。