

12月度 CS/BS ペイテレビ視聴数
約 950 万世帯、約 2,690 万人に到達
『小学生あり世帯』は「劇場版名探偵コナン紺碧の棺」
『健康関心層』は「鬼平外伝 正月四日の客」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12月度の機械式ペイテレビ接触率共同調査（調査期間：12月5日～12月18日）で、CS/BSペイテレビの視聴到達数は約950万世帯、約2,690万人になりました。

また、ターゲット別の接触状況では、『小学生あり世帯』でキッズステーションの「劇場版名探偵コナン紺碧の棺（ジョリー・ロジャー）」（12月10日放送）、『健康関心層』で時代劇専門チャンネルの「鬼平外伝 正月四日の客」（12月10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～

●健康関心層

～「自分の健康に強い関心がある」、または「サプリメント(健康食品)をよく利用する」、または「塩分・糖分のとり過ぎに注意している」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
鬼平外伝 正月四日の客	時代劇専門チャンネル	12月10日 土 16:00	0.79	219,100 人
鬼平犯科帳スペシャル 一寸の虫	時代劇専門チャンネル	12月17日 土 21:00	0.76	210,800 人
衛星生中継 2016-17ヒーローワールドチャレンジ 最終日	ゴルフネットワーク	12月5日 月 5:00	0.72	199,700 人
ドックはおもちゃドクター#56	ディズニージュニア	12月9日 金 18:00	0.67	185,800 人
読む！時代劇#12	時代劇専門チャンネル	12月17日 土 22:45	0.62	172,000 人

●輸入車関心層

～「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」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
衛星生中継 2016-17ヒーローワールドチャレンジ 最終日	ゴルフネットワーク	12月5日 月 5:00	2.06	50,900 人
16-17ワールドチャレンジ 最終日	ゴルフネットワーク	12月5日 月 20:00	2.04	50,400 人
ブーさんといっしょ#42	ディズニージュニア	12月13日 火 20:00	1.92	47,400 人
チャギントン	ディズニージュニア	12月13日 火 20:30	1.92	47,400 人
ケイトとミンミン#26	ディズニージュニア	12月13日 火 21:00	1.92	47,400 人

●美容フリーク(女性)

～「ダイエットに関心がある」または「顔・髪・肌・体型の管理に気を配っている」と回答した人。

または「美容関連のもので、欲しいものや気になっているものがある」「美容関連のものは、機能や成分にこだわるほうだ」と回答した人。

「1ヶ月に美容関連に10,000円以上の費用をかける」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
衛星生中継 2016-17ヒーローワールドチャレンジ 最終日	ゴルフネットワーク	12月5日 月 5:00	1.88	65,000 人
家門の栄光#47	女性チャンネル ♪LaLa TV	12月18日 日 15:00	1.47	50,800 人
インDEPENDENCE・デイ【特別版】【日本語吹替版】◆吹替60周年 5ヶ月連続企画◆	ムービープラス	12月17日 土 12:45	1.43	49,500 人
エレメンタリー ホームズ&ワトソン in NY 1 全話集中放送(帯)#10	スーパードラマTV	12月7日 水 13:00	1.35	46,700 人
読む！時代劇#12	時代劇専門チャンネル	12月17日 土 22:45	1.35	46,700 人

●機械式ペイテレビ接触率共同調査概要

調査期間：2016年12月5日(月)12月18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：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)
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	10,610,600 世帯
個人数	推定 3,850 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
「小学生あり世帯」：小学生がいる世帯
「エグゼクティブ世帯」：経営・管理職がいる世帯
「健康関心層」：「自分の健康に強い関心がある」、または「サプリメント(健康食品)をよく利用する」、または「塩分・糖分のとり過ぎに注意している」と回答した人
「輸入車関心層」：「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」と回答した人
「美容フリーク」：女性。「ダイエットに関心がある」または「顔・髪・肌・体型の管理に気を配っている」と回答した人。または「美容関連のもので、欲しいものや気になっているものがある」「美容関連のものは、機能や成分にこだわるほうだ」と回答した人。「1ヶ月に美容関連に10,000円以上の費用をかける」と回答した人。