

4月度 CS/BS ペイテレビ視聴数**約 966 万世帯、約 2,829 万人に到達**

『シニアあり世帯』は、日テレジータス「プロ野球中継・巨人×広島」

『金融商品が欲しい』は日本映画専門チャンネル「闇金ウシジマくん」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 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 10 日～4 月 23 日）で、CS/BS ペイテレビの視聴到達数は約 966 万世帯、約 2,829 万人になりました。

ターゲット別の接触状況では、プロ野球シーズンに入ったことから、『シニアあり世帯』で日テレジータスの「次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL 2017 巨人×広島」がトップとなるなど、プロ野球関連番組が上位を占める結果となりました。また、『子育て世帯』ではディズニー・チャンネルの「ザ・ペンギンズ from マダガスカル」（4 月 10 日放送）が、『金融商品が欲しい』では日本映画専門チャンネルの「闇金ウシジマくん」（4 月 17 日放送）が視聴数トップを獲得し、多様な視聴動向も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/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

機械式ペイテレビ接触率共同調査 4 月度調査結果

●全国推計到達世帯数

調査期間（2週間）にペイテレビに接触した世帯は、

全国推計到達世帯数：約 9,660,000世帯

$$= (\text{ペイテレビ加入世帯}) \times (\text{4月度ペイテレビ計累積到達率})$$

約1,061.1万世帯 91.00%

●全国推計到達人数

調査期間（2週間）にペイテレビに接触した個人は、

全国推計到達人数：約 28,290,000人

$$= (\text{ペイテレビ加入個人数}) \times (\text{4月度ペイテレビ計累積到達率})$$

推定3,850万人 73.47%

●ターゲット別高接触率番組 ～世帯～

●エグゼクティブ世帯

～経営・管理職がいる世帯～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触世帯数
プロ野球～甲子園「阪神×広島」	GAORA SPORTS	4月15日 土 13:45	3.67	78,500 世帯
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×広島 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月11日 火 17:45	2.61	55,900 世帯
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月23日 日 13:45	2.54	54,400 世帯
名探偵コナンTVスペシャル 服部平次vs工藤新一 ゲレンデの推理対決	アニマックス	4月23日 日 12:50	2.50	53,500 世帯
黒子のバスケ#58	アニマックス	4月20日 木 18:00	2.48	53,100 世帯

●子育て世帯

～0才から中学生がいる世帯～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触世帯数
ザ・ペンギンズ from マダガスカル #59	ディズニー・チャンネル	4月10日 月 13:30	3.69	134,200 世帯
怪奇ゾーン グラビティフォールズ #36	ディズニー・チャンネル	4月20日 木 16:30	3.35	121,900 世帯
ティンカー・ベルと妖精の家	ディズニー・チャンネル	4月15日 土 11:30	3.19	116,100 世帯
Doraemon #48	ディズニー・チャンネル	4月20日 木 17:00	3.10	112,800 世帯
ちびまる子ちゃん イタリアから来た少年	ディズニー・チャンネル	4月23日 日 13:00	3.01	109,500 世帯

●シニアあり世帯

～60才以上がいる世帯～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触世帯数
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×広島 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月13日 木 17:45	3.47	153,500 世帯
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月23日 日 13:45	3.24	143,300 世帯
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×ヤクルト ～鹿児島～	日テレジータス	4月19日 水 17:30	3.09	136,700 世帯
剣客商売スペシャル 女用心棒	時代劇専門チャンネル	4月22日 土 20:00	2.31	102,200 世帯
プロ野球～甲子園「阪神×広島」	GAORA SPORTS	4月15日 土 13:45	2.22	98,200 世帯

●ターゲット別高接触率番組 ～個人～

●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
J SPORTS STADIUM2017「広島vs. 横浜DeNA(04/18)」	J SPORTS 1	4月18日 火 17:55	1.76	147,200 人
プロ野球～甲子園「阪神×広島」	GAORA SPORTS	4月15日 土 13:45	1.40	117,100 人
J SPORTS STADIUM2017「中日vs. 阪神(04/20)」	J SPORTS 2	4月20日 木 17:55	1.20	100,400 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×広島 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月12日 水 17:45	1.15	96,200 人
まだ間に合う! エレメンタリー ホームズ&ワトソン in NY 3#7	スーパー!ドラマTV	4月15日 土 18:00	0.84	70,300 人
怪奇ゾーン グラビティフォールズ#22	ディズニーマジックチャンネル	4月22日 土 12:30	0.84	70,300 人

●アルコール関心層

～20才以上。「ビール(ビール・発泡酒)」と「アルコール飲料(ビール・発泡酒を除く)」の広告に関心があり、食の志向について「お酒を飲む事が好きだ」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
J SPORTS STADIUM2017「広島vs. 横浜DeNA(04/20)」	J SPORTS 1	4月20日 木 17:55	1.78	133,800 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×広島 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月11日 火 17:45	1.49	112,000 人
プロ野球～甲子園「阪神×広島」	GAORA SPORTS	4月16日 日 13:45	1.34	100,700 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月22日 土 13:45	1.09	81,900 人
プロ野球～東京ドーム「日本ハム×オリックス」	GAORA SPORTS	4月20日 木 17:30	1.05	78,900 人

●金融商品が欲しい

～「株式、金融債、国債、公社債等債権、国内(国外)投資信託、FXトレード」のいずれかを買いたいと回答した人。～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触人数
間金ウジマくん[最終回] #9	日本映画専門チャンネル	4月17日 月 3:30	2.98	58,100 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～	日テレジータス	4月23日 日 13:45	2.84	55,400 人
間金ウジマくん Season2[最終回] #9	日本映画専門チャンネル	4月18日 火 3:30	2.78	54,200 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×ヤクルト ～熊本～	日テレジータス	4月18日 火 17:30	2.39	46,600 人
真田ノ一忍法伝かすみ 愛と裏切りの絆	映画チャンネルNECO	4月14日 金 4:40	2.38	46,400 人

●機械式ペイテレビ接触率共同調査概要

調査期間： 2017年4月10日（月）～4月23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

※全国47都道府県に対応した調査データからペイテレビ視聴可能者の平均家族人数を算出しています

●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：
【エグゼクティブ世帯】：経営・管理職がいる世帯
【子育て世帯】：0才から中学生がいる世帯
【シニアあり世帯】：60才以上がいる世帯

●個人ターゲット

- 【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。
- 【アルコール 関心層】：20才以上。「ビール（ビール・発泡酒）」と「アルコール飲料（ビール・発泡酒を除く）」の広告に関心があり、食の志向について「お酒を飲む事が好きだ」と回答した人。（定義変更）
- 【金融商品が欲しい】：「株式、金融債、国債、公社債等債権、国内（国外）投資信託、FXトレード」のいずれかを買いたいと回答した人。

以上