

2017年7月 25 日

報道関係各位

衛星テレビ広告協議会 (CAB-J)

## 6月度CS/BSペイテレビ視聴数 約981万世帯、約2,826万人に到達

『年収1千万円以上世帯』はJ SPORTS 3の「プロ野球中継・オリックス×阪神」、  
『美容フリーク』はスーパー！ドラマTVの『クリミナル・マインド』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6月度の機械式ペイテレビ接触率共同調査(調査期間:6月5日～6月18日)で、CS/BSペイテレビの視聴到達数は約981万世帯、約2,826万人になりました。

ターゲット別の接触状況では、『年収1千万円以上世帯』でJ SPORTS 3の「J SPORTS STADIUM2017/～セ・パ交流戦～オリックスvs. 阪神」がトップとなりました。プロ野球中継が上位を占めるなかにあって、『美容フリーク』のスーパー！ドラマTV「クリミナル・マインド シーズン9」や『輸入車関心層』のヒストリーチャンネル「歴史秘話ヒストリア」が視聴数トップを獲得するなど、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/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～

### ●トレンド先取り層

～美容・ファッションについて「時代・流行を先取りする感覚に自信がある」と回答し、消費に対する考え方が「出来るだけ人とは違うモノを選びたい」または、「ブランド、メーカーに自分なりのこだわりを持っている」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
J SPORTS STADIUM2017/～セ・パ交流戦～「広島 vs. オリックス(06/14)」	J SPORTS 1	6月14日 水 17:55	1.78	51,500 人
J SPORTS STADIUM2017/～セ・パ交流戦～「広島 vs. 福岡ソフトバンク(06/18)」	J SPORTS 1	6月18日 日 13:25	1.66	48,000 人
子育てTV ハビクラ	キッズステーション	6月15日 木 9:30	1.63	47,200 人
サンシャイン2057	FOXムービー	6月9日 金 23:00	1.61	46,600 人
妖怪ウォッチ #61	キッズステーション	6月12日 月 17:00	1.61	46,600 人
アドベンチャー・タイム #3	カートゥーン ネットワーク	6月12日 月 20:00	1.61	46,600 人
それいけ! アンパンマン #439	キッズステーション	6月15日 木 11:30	1.61	46,600 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
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×ソフトバンク～東京ドーム～(生)	日テレジータス	6月13日 火 17:45	2.59	268,300 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×ロッテ～東京ドーム～(生)	日テレジータス	6月17日 土 17:45	1.82	188,500 人
巨人 in 東京ドーム(生)	日テレジータス	6月18日 日 18:43	1.62	167,800 人
[初]プロ野球セ・パ交流戦～札幌ドーム「日本ハム×巨人」	GAORA SPORTS	6月10日 土 17:30	1.46	151,200 人
[生][初]J SPORTS STADIUM2017/～セ・パ交流戦～「オリックス vs. 阪神(06/08)」	J SPORTS 3	6月8日 木 17:30	1.30	134,700 人
[生][初]J SPORTS STADIUM2017/～セ・パ交流戦～「広島 vs. オリックス(06/14)」	J SPORTS 1	6月14日 水 17:55	1.30	134,700 人

### ●美容フリーク

～女性。美容関連に1ヶ月に1万円以上使い、「ダイエットに関心がある」、「顔・髪・肌の手入れ・体型の管理に気を配っている」、美容関連のものについて「欲しいものや気になっているものがある」、「機能や成分に拘る」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
クリミナル・マインド#9 #9	スーパー! ドラマTV	6月5日 月 22:00	1.92	65,800 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×ソフトバンク～東京ドーム～(生)	日テレジータス	6月14日 水 17:45	1.65	56,600 人
NCIS ネイビー犯罪捜査班5(帯) #2	スーパー! ドラマTV	6月6日 火 20:00	1.37	47,000 人
エレメンタリー ホームズ&ワトソン in NY 3 #2	スーパー! ドラマTV	6月8日 木 22:00	1.37	47,000 人
ブラックリスト4 #19	スーパー! ドラマTV	6月8日 木 23:00	1.37	47,000 人

### ●輸入車関心層

～18才以上。「輸入車」を世帯保有し「乗用車」の広告に関心があると回答した人。または、「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
歴史秘話ヒストリア 日本にもあった? 謎の巨石文明～目覚める 飛鳥「石の女帝」～	ヒストリーチャンネル	6月17日 土 0:00	3.16	64,100 人
プロ野球セ・パ交流戦～甲子園「阪神×楽天」	GAORA SPORTS	6月17日 土 13:45	2.61	53,000 人
伝説の王国アトランティスを追え!	ヒストリーチャンネル	6月17日 土 2:00	2.30	46,700 人
17全米オープンゴルフ選手権 最終日	ゴルフネットワーク	6月18日 日 23:00	2.24	45,500 人
J SPORTS STADIUM2017/～セ・パ交流戦～「オリックス vs. 阪神(06/08)」	J SPORTS 3	6月8日 木 17:30	2.10	42,600 人

### ●不動産関心層

～「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～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率 (%)	平均接触人数
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×ソフトバンク～東京ドーム～(生)	日テレジータス	6月14日 水 17:45	1.55	92,600 人
次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×ロッテ～東京ドーム～(生)	日テレジータス	6月17日 土 17:45	1.51	90,200 人
プロ野球セ・パ交流戦～甲子園「阪神×西武」	GAORA SPORTS	6月13日 火 17:45	1.20	71,700 人
J SPORTS STADIUM2017/～セ・パ交流戦～「オリックス vs. 阪神(06/06)」	J SPORTS 3	6月6日 火 17:30	1.18	70,500 人
マッドマックス 怒りのデス・ロード ◆特集: マッドマックスの世界◆	ムービープラス	6月10日 土 21:00	1.18	70,500 人

以上

### ●機械式ペイテレビ接触率共同調査概要

調査期間：2017年6月5日（月）～6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：
  - 【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

【トレンド先取り層】：美容・ファッションについて「時代・流行を先取りする感覚に自信がある」と回答し、消費に対する考え方が「出来るだけ人とは違うモノを選びたい」または、「ブランド、メーカーに自分なりのこだわりを持っている」と回答した人。

【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。

【美容フリーク】：女性。美容関連に1ヶ月に1万円以上使い、「ダイエットに関心がある」、「顔・髪・肌の手入れ・体型の管理に気を配っている」、美容関連のものについて「欲しいものや気になっているものがある」、「機能や成分に拘る」と回答した人。

【輸入車関心層】：18才以上。「輸入車」を世帯保有し「乗用車」の広告に関心があると回答した人。または、「輸入車」が欲しいと回答した人。

【不動産関心層】：「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。