

2017年9月22日

報道関係各位

衛星テレビ広告協議会(CAB-J)

8月度CS/BSペイテレビ視聴数 約993万世帯、約2,873万人に到達

『エグゼクティブ世帯』はゴルフネットワークの「松山英樹を見た7つの証言」、
『白物家電が欲しい』はJ SPORTSのプロ野球中継「広島vs. 巨人」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8月度の機械式ペイテレビ接触率共同調査(調査期間:8月7日～8月20日)で、CS/BSペイテレビの視聴到達数は約993万世帯、約2,873万人になりました。

ターゲット別の接触状況では、全米プロでの松山英樹選手の活躍に注目が集まり、ゴルフネットワークが放送した「全米プロゴルフ選手権」「松山英樹を見た7つの証言」が各ターゲットの上位を占め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/B S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・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

〒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)

機械式ペイテレビ接触率共同調査 8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 9,930,000世帯

$$= (\text{ペイテレビ加入世帯}) \times (\text{8月度ペイテレビ計累積到達率})$$

約1,061.1万世帯 93.67%

●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 28,730,000人

$$= (\text{ペイテレビ加入個人数}) \times (\text{8月度ペイテレビ計累積到達率})$$

推定3,850万人 74.63%

●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 |
|---|------------|---------------|--------|-----------|
| [初]松山英樹を見た7つの証言(3) | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:00 | 6.53 | 146,100世帯 |
| ギア猿～バスターをサルベージ(1)～パットわかる！バスターの仕組み。 | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:30 | 3.33 | 74,500世帯 |
| [生]17全米プロゴルフ選手権 2日目 | ゴルフネットワーク | 8月12日 土 5:00 | 2.78 | 62,200世帯 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月9日 水 17:45 | 2.72 | 60,800世帯 |
| [生][初]J SPORTS STADIUM2017中日 vs. 阪神(08/20) | J SPORTS 2 | 8月20日 日 13:55 | 2.40 | 53,700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 |
|------------------------------------|---------------------|---------------|--------|-----------|
| [初]松山英樹を見た7つの証言(3) | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:00 | 5.84 | 205,900世帯 |
| ギア猿～バスターをサルベージ(1)～パットわかる！バスターの仕組み。 | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:30 | 2.92 | 102,900世帯 |
| [初]プロ野球～京セラドーム大阪「阪神×広島」 | スカイA | 8月16日 水 17:45 | 2.73 | 96,200世帯 |
| Doraemon#26 | ディズニーマジックチャンネル | 8月9日 水 11:30 | 2.70 | 95,200世帯 |
| おかしなガムボール #28 | 海外アニメ！カートゥーン ネットワーク | 8月8日 火 18:00 | 2.68 | 94,500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 |
|---|------------|---------------|--------|-----------|
| [初]松山英樹を見た7つの証言(3) | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:00 | 5.32 | 249,400世帯 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月9日 水 17:45 | 5.17 | 242,400世帯 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×DeNA ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月18日 金 17:45 | 4.64 | 217,500世帯 |
| [初]J SPORTS STADIUM2017「広島 vs. 巨人(08/13)」 | J SPORTS 1 | 8月13日 日 17:45 | 4.28 | 200,600世帯 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 広島×巨人 ～マツダ～(生) | 日テレジータス | 8月11日 金 17:45 | 3.38 | 158,500世帯 |

●ターゲット別高接触率番組 ～個人～

●自家用車関心層

～18才以上。自動車を世帯保有し「乗用車」の広告に関心があり自動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 |
|---|------------|---------------|---------|-----------|
| [初] 松山英樹を見た7つの証言(3) | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:00 | 3.23 | 284,000 人 |
| [初] J SPORTS STADIUM2017「広島 vs. 巨人(08/13)」 | J SPORTS 1 | 8月13日 日 17:45 | 2.31 | 203,100 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×DeNA ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月18日 金 17:45 | 1.85 | 162,600 人 |
| ギア猿～バッテリーをサルベージ(1)～パッとわかる！バッテリーの仕組み。 | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:30 | 1.84 | 161,800 人 |
| [生] 17全米プロゴルフ選手権 3日目 | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 5:00 | 1.81 | 159,100 人 |

●健康関心層

～「自分の健康に強い関心がある」、「サプリメント(健康食品)をよく利用する」、「塩分のとりすぎに注意している」、「糖分のとりすぎに注意している」のいずれかに「はい」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 |
|---|------------|---------------|---------|-----------|
| [初] 松山英樹を見た7つの証言(3) | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:00 | 2.14 | 598,500 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月9日 水 17:45 | 1.96 | 548,200 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×DeNA ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月18日 金 17:45 | 1.94 | 542,600 人 |
| [初] J SPORTS STADIUM2017「広島 vs. 巨人(08/13)」 | J SPORTS 1 | 8月13日 日 17:45 | 1.90 | 531,400 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 広島×巨人 ～マツダ～(生) | 日テレジータス | 8月11日 金 17:45 | 1.45 | 405,500 人 |

●PC・AV機器が欲しい

～「パソコン、DVD/ハードディスクプレーヤー/レコーダー、ブルーレイディスクレコーダー/プレーヤー、複合機プリンター、液晶大型テレビ、4Kテレビ、ホームシアターシステム、ホームプロジェクター」のいずれかを欲しいと回答した人。
または、「オーディオ製品、プラズマ、液晶テレビ、3D対応テレビ、4Kテレビ、DVD/ハードディスクプレーヤー/レコーダー、ブルーレイディスクレコーダー/プレーヤー、パソコン、パソコンソフト、複合機プリンター」のいずれか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 |
|---|------------|---------------|---------|-----------|
| [初] 松山英樹を見た7つの証言(3) | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:00 | 1.89 | 331,000 人 |
| [初] J SPORTS STADIUM2017「広島 vs. 巨人(08/13)」 | J SPORTS 1 | 8月13日 日 17:45 | 1.69 | 296,000 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×DeNA ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月18日 金 17:45 | 1.37 | 239,900 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月9日 水 17:45 | 1.36 | 238,200 人 |
| [初] プロ野球～京セラドーム大阪「阪神×広島」 | スカイA | 8月16日 水 17:45 | 1.09 | 190,900 人 |

●白物家電が欲しい

～「食器洗い乾燥機、IHクッキングヒーター」のいずれかを欲しいと回答した人。または、「冷・暖房器具、台所用電気製品、IHクッキングヒーター」のいずれか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 |
|---|------------|---------------|---------|-----------|
| [初] J SPORTS STADIUM2017「広島 vs. 巨人(08/13)」 | J SPORTS 1 | 8月13日 日 17:45 | 2.97 | 199,100 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×阪神 ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月9日 水 17:45 | 2.46 | 164,900 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 巨人×DeNA ～東京ドーム～(生) | 日テレジータス | 8月18日 金 17:45 | 2.13 | 142,800 人 |
| [初] 松山英樹を見た7つの証言(3) | ゴルフネットワーク | 8月13日 日 8:00 | 1.68 | 112,600 人 |
| 次の瞬間、熱くなれ。THE BASEBALL2017 広島×巨人 ～マツダ～(生) | 日テレジータス | 8月11日 金 17:45 | 1.49 | 99,900 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8月7日（月）～8月20日（日）
※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）

●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：

【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

【自家用車関心層】：18才以上。自動車を世帯保有し「乗用車」の広告に関心があり自動車が欲しいと回答した人。

【健康関心層】：「自分の健康に強い関心がある」、「サプリメント（健康食品）をよく利用する」、「塩分のとりすぎに注意している」、「糖分のとりすぎに注意している」のいずれかに「はい」と回答した人。

【PC・AV機器が欲しい】：「パソコン、DVDハードディスクプレーヤー/レコーダー、ブルーレイディスクレコーダー/プレーヤー、複合機プリンター、液晶大型テレビ、4Kテレビ、ホームシアターシステム、ホームプロジェクター」のいずれかを欲しいと回答した人。または、「オーディオ製品、プラズマ・液晶テレビ、3D対応テレビ、4Kテレビ、DVDハードディスクプレーヤー/レコーダー、ブルーレイディスクレコーダー/プレーヤー、パソコン、パソコンソフト、複合機プリンター」のいずれかの広告に関心があると回答した人。

【白物家電が欲しい】：「食器洗い乾燥機、IHクッキングヒーター」のいずれかを欲しいと回答した人。または、「冷・暖房器具、台所用電気製品、IHクッキングヒーター」のいずれかの広告に関心があると回答した人。