

2017年12月13日

報道関係各位

衛星テレビ広告協議会(CAB-J)

## 10月度CS/BSペイテレビ視聴数 約1,018万世帯、約2,909万人に到達

『小学生あり世帯』はディズニー・チャンネルの「ディセンダント2」、  
『ゲーム好き』はナショナル ジオグラフィックの  
「メーデー！:航空機事故の真実と真相“操縦不能”」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10月度の機械式ペイテレビ接触率共同調査(調査期間:10月9日～10月22日)で、CS/BSペイテレビの視聴到達数は約1,018万世帯、約2,909万人になりました。

ターゲット別の接触状況では、野球中継が上位を占める中であって『小学生あり世帯』でディズニー・チャンネルの「ディセンダント2」が、『ゲーム好き』でナショナル ジオグラフィックの「メーデー！:航空機事故の真実と真相“操縦不能”」が、トップとなり、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/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](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～

### ●輸入車購入検討層

～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
J SPORTS STADIUM2017 クライマックスシリーズ センファイナルステージ 第2戦「広島 vs. 横浜DeNA(10/19)」	J SPORTS 1	10月19日 木 17:55	3.28	84,600 人
プロ野球セ・リーグ・クライマックスシリーズ～甲子園「阪神×DeNA」	GAORA SPORTS	10月14日 土 13:45	1.98	51,100 人
ウォール・ストリート【日本語吹替版】	ムービープラス	10月19日 木 18:30	1.80	46,400 人
ベイマックス	ディズニーXD	10月15日 日 18:45	1.77	45,700 人
レプリカント	ムービープラス	10月17日 火 19:00	1.71	44,100 人

### ●保険検討層

～「生命保険」「損害保険(自動車保険含む)」いずれかに関してテレビショッピングで購入や資料請求をしたことがある、または、「生命・損害保険」の広告に関心がある人～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触人数
J SPORTS STADIUM2017 クライマックスシリーズ センファイナルステージ 第3戦「広島 vs. 横浜DeNA(10/20)」	J SPORTS 1	10月20日 金 17:45	2.60	59,300 人
プロ野球～甲子園「阪神×中日」	スカイA	10月10日 火 17:45	2.57	58,700 人
2017 HAWKS BASEBALL PARK クライマックスシリーズ センファイナルステージ 第4戦 福岡ソフトバンクホークス vs. 東北楽天ゴールデンイーグルス	FOXスポーツ&エンターテイメント	10月21日 土 12:45	2.37	54,100 人
プロ野球セ・リーグ・クライマックスシリーズ～甲子園「阪神×DeNA」	GAORA SPORTS	10月15日 日 13:45	2.25	51,400 人
プレ男レッスン～佐久間馨&ゴルゴ松本メソッド～#4	ゴルフネットワーク	10月13日 金 10:45	1.98	45,200 人

### ●サプリメント関心層

～「サプリメント(健康食品)をよく利用する」と回答し、「機能性飲料・食品・健康食品、特定保健食品、健康食品」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
J SPORTS STADIUM2017 クライマックスシリーズ センファイナルステージ 第3戦「広島 vs. 横浜DeNA(10/20)」	J SPORTS 1	10月20日 金 17:45	2.18	105,500 人
プロ野球セ・リーグ・クライマックスシリーズ～甲子園「阪神×DeNA」	GAORA SPORTS	10月15日 日 13:45	2.04	98,700 人
2017 HAWKS BASEBALL PARK クライマックスシリーズ センファイナルステージ 第4戦 福岡ソフトバンクホークス vs. 東北楽天ゴールデンイーグルス	FOXスポーツ&エンターテイメント	10月21日 土 12:45	1.66	80,300 人
名車再生！クラシックカー・ディーラーズ～ボルシェ 914	ディスカバリーチャンネル	10月20日 金 14:00	1.65	79,800 人
プロ野球～甲子園「阪神×中日」	スカイA	10月10日 火 17:45	1.33	64,400 人

### ●大人のグルメ高感度層

～20才以上。「おいしい店をよく知っている」と回答し、「おとなの週末」、「dancyu」いずれかを最近6ヶ月に閲読あるいは、「グルメ番組」が好きと回答した人～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触人数
2017 HAWKS BASEBALL PARK クライマックスシリーズ センファイナルステージ 第4戦 福岡ソフトバンクホークス vs. 東北楽天ゴールデンイーグルス	FOXスポーツ&エンターテイメント	10月21日 土 12:45	2.41	67,100 人
鬼平犯科帳5#3	時代劇専門チャンネル	10月15日 日 9:00	2.30	64,000 人
必殺仕置人#23	時代劇専門チャンネル	10月13日 金 23:00	1.94	54,000 人
J SPORTS STADIUM2017 クライマックスシリーズ センファイナルステージ 第2戦「広島 vs. 横浜DeNA(10/19)」	J SPORTS 1	10月19日 木 17:55	1.79	49,800 人
強KOWAMOTE面～一寸先は闇社会～【映画『間金ウジマくん』一挙放送記念】	映画・チャンネルNECO	10月21日 土 2:00	1.78	49,600 人

### ●ゲーム好き

～家庭用テレビゲーム機本体、家庭用ゲームソフト、携帯型ゲーム、モバイルゲームのいずれかが欲しいと回答し、「家庭用テレビゲーム機本体、家庭用ゲームソフト、携帯型ゲーム、モバイルゲーム」のいずれかの広告に関心があり、「最近1年間でPCオンラインゲーム・ソーシャルゲーム、家庭用テレビゲーム(据置型・ポータブル型)、モバイルゲーム」のいずれかを行った人～

番組名	チャンネル	放送日時	接触率(%)	平均接触人数
メーデー！：航空機事故の真実と真相“操縦不能”	ナショナルジオグラフィック	10月13日 金 1:00	3.02	100,600 人
必殺仕置人#23	時代劇専門チャンネル	10月13日 金 23:00	2.49	83,000 人
夏目友人帳 伍#8-9	アニマックス	10月20日 金 20:00	2.38	79,300 人
第二次世界大戦の潜水艦“ハーダー：日本軍の支配海域へ”	ナショナルジオグラフィック	10月14日 土 14:00	2.36	78,600 人
進撃の巨人 Season2#3-4	アニマックス	10月20日 金 22:00	2.15	71,600 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10月9日（月）～10月22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	11,011,797 世帯
個人数	推定 3,940 万人
個人数 (13才以上)	推定 3,490 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

【輸入車購入検討層】（新名称）：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。【保険検討層】（新規）：「生命保険」「損害保険（自動車保険含む）」いずれかに関してテレビショッピングで購入や資料請求をしたことがある、または、「生命・損害保険」の広告に関心がある人。

【サプリメント関心層】（新規）：「サプリメント（健康食品）をよく利用する」と回答し、「機能的飲料・食品・健康食品、特定保健食品、健康食品」のいずれかの広告に関心があると回答した人。【大人のグルメ高感度層】（新規）：20才以上。「おいしい店をよく知っている」と回答し、「おとなの週末」、「dancyu」いずれかを最近6ヶ月に閲覧あるいは、「グルメ番組」が好きと回答した人。【ゲーム好き】（新規）：「家庭用テレビゲーム機本体、家庭用ゲームソフト、携帯型ゲーム、モバイルゲーム」のいずれかが欲しいと回答し、「家庭用テレビゲーム機本体、家庭用ゲームソフト、携帯型ゲーム、モバイルゲーム」のいずれかの広告に関心があり、「最近1年間でPCオンラインゲーム・ソーシャルゲーム、家庭用テレビゲーム（据置型・ポータブル型）、モバイルゲーム」のいずれかを行った人。