

## 【CAB-J】機械式ペイテレビ接触率共同調査

## CS/BSペイテレビ 高接触番組 週間ベスト10

調査開始日	2019/10/7
調査終了日	2019/10/13

順位	番組名	チャンネル	放送日時	平均接触
				世帯数
1	[生] プロ野球 クライマックス セ 1stステージ 第3戦 DeNA×阪神	TBSチャンネル2 名作ドラマ・スポーツ・アニメ	2019/10/7	444,700
2	[生] Fun! BASEBALL!! 2019 クライマックスシリーズファイナルステージ 第4戦 巨人×阪神	日テレジータス	2019/10/13	289,200
3	[生] ラグビーワールドカップ2019 プールA 日本×スコットランド(10/13)	J SPORTS 2	2019/10/13	193,900
4	[生] 2019 プロ野球 パーソル クライマックス パ 1stステージ 第3戦 ソフトバンク対楽天	FOXスポーツ&エンターテイメント	2019/10/7	163,200
5	[生] LIONS BASEBALL LIVE 埼玉西武×福岡ソフトバンク	フジテレビTWO ドラマ・アニメ	2019/10/10	146,800
6	剣客商売 1 #7 [池波正太郎劇場] ◆藤田まこと/山本學	時代劇専門チャンネル	2019/10/13	103,000
7	[生] ラグビーワールドカップ2019 プールB 南アフリカ×カナダ(10/8)	J SPORTS 2	2019/10/8	96,400
8	[生] ラグビーワールドカップ2019 プールD オーストラリア×ジョージア(10/11)	J SPORTS 2	2019/10/11	95,300
9	[生] プロ野球ニュース 2019	フジテレビONE スポーツ・バラエティ	2019/10/7	93,100
10	孤独のグルメ Season 5 #11 <全12話>	チャンネル銀河 歴史ドラマ・サスペンス・日本のうた	2019/10/12	92,000

## ●ランキングの集計方法

◆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
◆その他	・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 ・番組名は、原則として各局がEPGに登録した情報に基づく

## ●機械式ペイテレビ接触率共同調査とは

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おり、同調査は、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として設計されています。

この調査により、ポーリングデータや視聴ログでは難しい『代表性のある個人視聴の実測把握』を可能とし、ペイテレビ広告の特徴であるターゲットメディアの特性を表現することが可能となっています。

## ●機械式ペイテレビ接触率共同調査の詳細

◆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
◆調査時期	世帯調査は52週365日/年。個人は12週/年(偶数月第1日曜日の次の月曜より連続する2週間)
◆調査地域	関東(東京30km圏)・関西(2府3県主要地域)・名古屋(中京3県主要地域)・北部九州(北部九州主要地域)・札幌(札幌市内)
◆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かつ音声出力端子付のテレビ受像機を所有している世帯
◆調査対象者	調査対象世帯及び調査世帯内に居住する満4歳以上の個人
◆調査標本数	5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
◆調査主体	衛星テレビ広告協議会(CAB-J)
◆調査機関	株式会社ビデオリサーチ

以上