

TV Rating Guide Book

What's
視聽率?

CONTENTS

03	第1章 視聴率の調査方法
	視聴率って?? 調査の仕組みや方法など、まずは基礎をご紹介します。
17	第2章 視聴率の計算方法
	視聴率って、どのように計算されているの? 視聴率の計算方法をご紹介します。
25	第3章 新しい視聴率
	テレビ視聴率の調査方法は時代とともに進歩しています。
27	第4章 用語集
	これだけは知っておきたい。 テレビ視聴率調査関連の専門用語集をお届けします。

PROLOGUE

視聴率は、テレビの番組やCMがどのくらいの世帯や人々に見られているかを示すひとつの指標です。

視聴率データは「国民の関心の高さを知る」「社会の動きを知る」という社会調査的な側面での利用、また、広告出稿社（者）、テレビ局、広告会社が広告取引をする際にも、テレビの媒体力や広告効果を測るひとつの指標として利用されています。

従来の視聴率調査は下図のように自宅内でのリアルタイム視聴を対象にしていますが、これからの視聴率調査は生活者（視聴者）の多様化・デジタル化（各種テレビ視聴デバイスの普及）による視聴形態の変化から生じている「テレビ視聴の分散化」に対応していくことが必要だと考えています。

ビデオリサーチは『テレビ番組のあらゆるリーチを測定する』というコンセプトのもと、テレビメディアの価値を正しく示すために、下図に整理した分散化するテレビ視聴形態の中で、従来の視聴率調査領域外で、最も視聴量が多い自宅内のタイムシフト視聴の実態を把握する取り組みを2016年10月から関東地区においてスタートさせました。

2016年10月～ 関東地区視聴率調査の拡張領域

	自宅内 視聴	自宅外 視聴
リアルタイム 視聴	従来の 視聴率調査	
タイムシフト 視聴	今回の 拡張領域	

視聴率の全体像

2016年10月3日(月)から、関東地区の視聴率調査は、タイムシフト測定も実施する運びとなり、視聴率に新たな指標を追加しました。

視聴率

地上波放送、BS放送、CS放送、CATVなどのテレビ放送のリアルタイムでの視聴を示す指標〈従来どおり〉

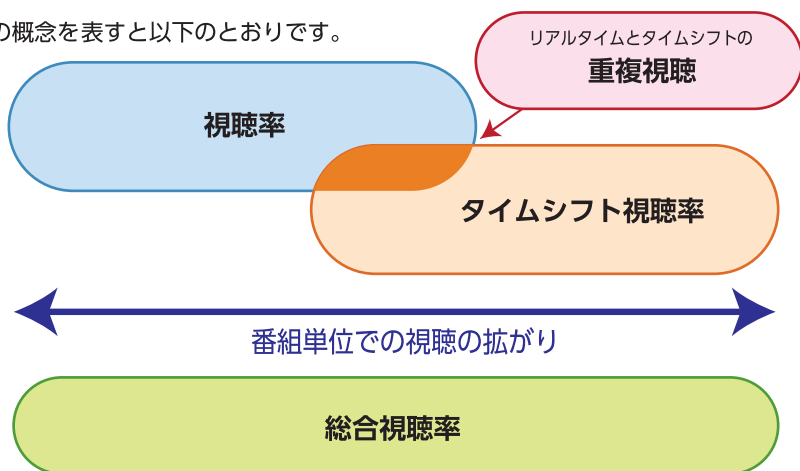
タイムシフト視聴率

タイムシフトでの視聴を示す指標。リアルタイム視聴の有無にかかわらず、7日内(168時間内)でのタイムシフト視聴の実態を示します。

総合視聴率

リアルタイム視聴とタイムシフト視聴のいずれかでの視聴を示す指標。
リアルタイムでも視聴し、タイムシフトでも視聴した場合は
“1カウント(複数回視聴としてカウントしない)”として集計しています。

指標の概念を表すと以下のとおりです。



$$\text{【総合視聴率】} = \text{「視聴率} + \text{タイムシフト視聴率} - \text{重複視聴」}$$

まず、1章では従来の「視聴率」からご説明していきます。

第1章 視聴率の調査方法

CHAPTER 1

視聴率は 「世帯視聴率」と「個人視聴率」の2つ



視聴率は、テレビの番組やコマーシャルが「どのくらいの世帯や人々に見られているのか」という視聴の量を示すひとつの指標です。
必ずしもテレビ番組そのものの価値や質的な評価を直接的に示すものではありません。

視聴率には「世帯視聴率」と「個人視聴率」があります。

世帯視聴率



テレビ所有世帯のうち、どのくらいの世帯がテレビをつけていたかを示す割合。一般的に使われる「視聴率」とは、この世帯視聴率のことです。

個人視聴率



世帯内の4歳以上の家族全員の中で、誰がどれくらいテレビを視聴したかを示す割合。視聴者を、性別・年齢別・職業別などに分けて、どれくらい見られていたかを知りたいときに利用されています。

視聴率は、地上波放送、BS放送、CS放送、CATVなどのテレビ放送をリアルタイムで視聴している世帯、または個人の割合のことです。

尚、パソコンテレビによるテレビ視聴は、視聴率の測定対象となりますが、携帯端末などでのワンセグ放送の視聴、テレビゲームなどは対象となりません。

関東地区では2016年10月3日より調査対象世帯を600世帯から900世帯に拡張し、タイムシフト視聴も測定しています。

視聴率調査 3つの調査方法

調査方法① ピープルメータ(PM)システムによる調査

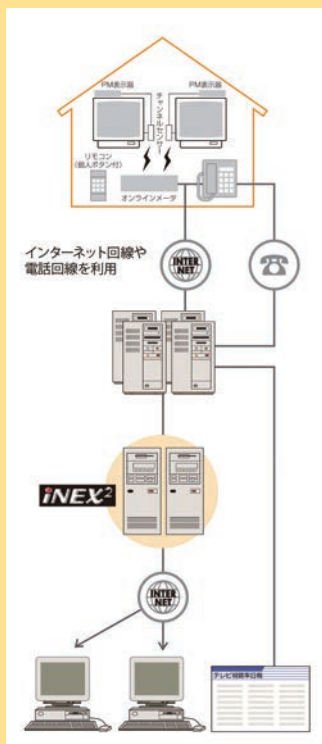


ピープルメータ(PM)というシステムを用いて、世帯視聴率と個人視聴率を同時に調査する方法です。



PM(ピープルメータ)システムによる視聴率調査

※関東地区は1997年3月31日より、関西地区は2001年4月2日より、名古屋地区は2005年4月4日よりそれぞれスタート。



STEP-1. 調査対象世帯内での視聴状況測定

家庭内の最大8台までのテレビの視聴状況を測定します。チャンネルセンサーで視聴しているチャンネルを測定するとともに、PM表示器には世帯内の個人各々のボタンがあり、視聴の開始時と終了時にそれを押すことにより個人の視聴を登録していただきます。ボタンには個人の顔のイラストをつければ、入力確認がしやすい工夫をしています。リモコンによる遠隔操作も可能です。(調査対象は世帯内の4歳以上の家族全員)
測定した視聴データはオンラインメータに転送、記録されます。

STEP-2. データ送信

記録されたデータは、データ通信回線(インターネット回線もしくは電話回線)を利用して、毎日、早朝に自動ダイヤルによりデータセンターに送信されます。

STEP-3. 集計

世帯視聴率・個人視聴率とも最小単位は1分。それら毎分視聴率をもとに、世帯単位や年齢区分ごとの番組視聴率や時間区分視聴率を集計します。

STEP-4. 視聴率データ提供サービス

ビデオリサーチのWebによるデータサービスシステムであるiNEX²により、契約企業やテレビ局、広告会社などに視聴率データを提供しています。

STEP-5. 印刷

世帯視聴率データは、翌営業日に視聴率日報として印刷し、発行しています。

視聴率調査 3つの調査方法

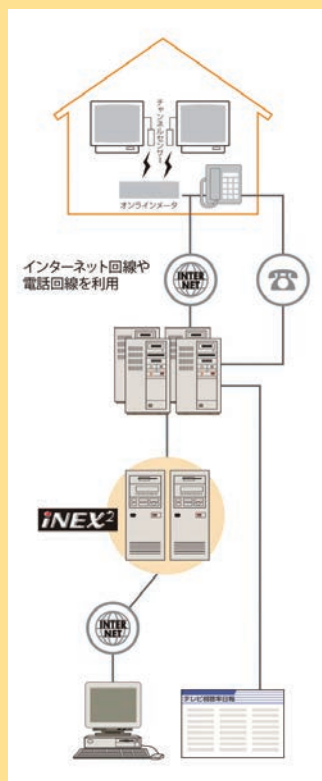
調査方法② オンラインメータシステムによる調査



オンラインメータというシステムを用いて、世帯視聴率を調査する方法です。



オンラインメータシステムによる世帯視聴率調査



STEP-1. 調査対象世帯内での視聴状況測定

家庭内の最大8台までのテレビにそれぞれ接続されたチャンネルセンサーから、オンラインメータに無線でデータが転送され、1日の視聴状況が記録されます。

STEP-2. データ送信

記録されたデータは、データ通信回線（インターネット回線もしくは電話回線）を利用して毎日、早朝に自動ダイヤルによりデータセンターに送信されます。

STEP-3. 集計

世帯視聴率の最小単位は1分。それら毎分視聴率をもとに番組視聴率や時間区分視聴率を集計します。

STEP-4. 視聴率データ提供サービス

ビデオリサーチのWebによるデータサービスシステムであるiNEX²により、契約企業やテレビ局、広告会社などに視聴率データを提供しています。

STEP-5. 印刷

世帯視聴率データは、翌営業日に視聴率日報として印刷し、発行しています。

視聴率調査 3つの調査方法

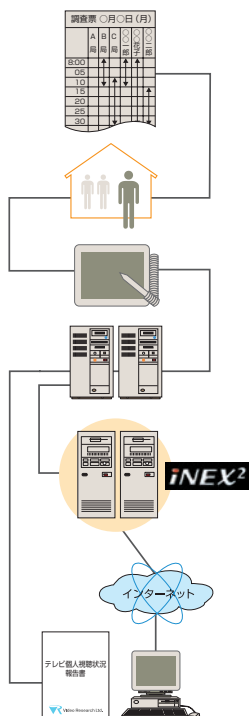
調査方法③ 日記式アンケートによる調査



日記式のアンケートを用いて、個人視聴率を調査する方法です。



日記式アンケートによる個人視聴率調査



STEP-1. 調査対象世帯内での視聴状況測定

調査員によって調査票が届けられ、対象者(世帯内の4歳以上の家族全員)はテレビの視聴状況を記入します。調査票には5分刻みの記入欄があり、対象者は、テレビごとに、個人単位でテレビを見た時間に矢印線(↓)を引く方法で、1週間毎日記入していただきます。

STEP-2. 調査票の回収

調査員が訪問し、1週間分の視聴記録を回収します。記入もれや不明な点は、その場でチェックします。

STEP-3. データ入力

視聴記録は、専用の入力機器(デジタイザ)を用いてペンタッチ入力し、パソコンにデータを蓄積します。

STEP-4. 集計

入力されたデータは、1週間分まとめてデータセンターで集計します。日記式個人視聴率の最小単位は5分。それら毎5分視聴率をもとに、年齢区分ごとの番組視聴率や時間区分視聴率を集計します。

STEP-5. 視聴率データ提供サービス

ビデオリサーチのWebによるデータサービスシステムであるiNEX²により、調査から3～5週間後に契約企業やテレビ局、広告会社などに個人視聴率データを提供しています。

STEP-6. 印刷

1週間分の個人視聴率データは、テレビ個人視聴状況報告書として、調査から4～5週間後に印刷し、発行しています。

視聴率調査は全国27地区 6,900世帯のご協力によって行われています



日本の放送エリアは全部で32ありますが、それぞれの放送エリアごとに視聴率調査が行われています。ビデオリサーチでは、関東地区をはじめ全国27地区の調査エリアで、PMシステムによる調査とオンラインメータシステムによる調査を実施しています。(日本全国をひとつの調査エリアとした視聴率調査は実施していません)

また、調査対象世帯数は、PMシステムによる調査の関東地区で900世帯、関西地区、名古屋地区で600世帯、それ以外のオンラインメータシステムによる調査地区は200世帯です。

機械式世帯視聴率調査地区

■ PMシステム調査地区 (3地区)

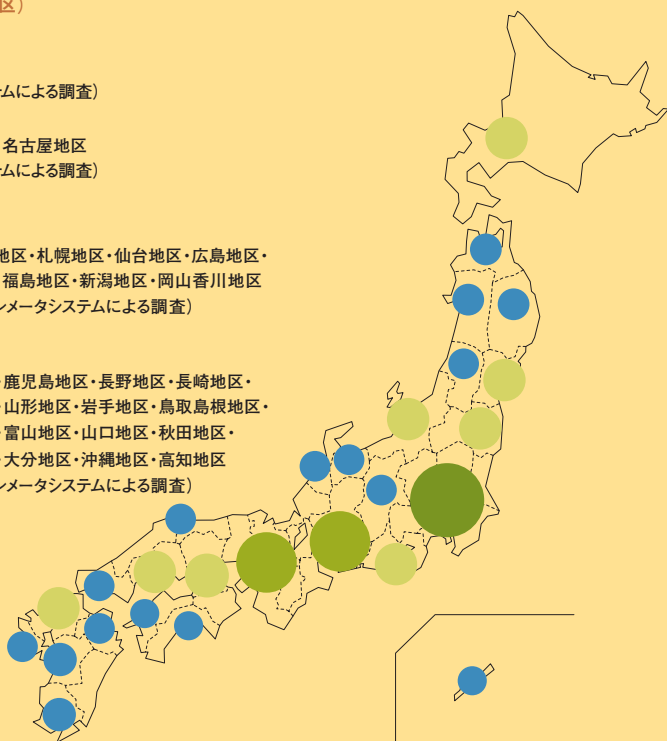
-  **900世帯** 関東地区
(PMシステムによる調査)
-  **600世帯** 関西地区・名古屋地区
(PMシステムによる調査)

■ 52週調査地区 (8地区)

-  **200世帯** 北部九州地区・札幌地区・仙台地区・広島地区・静岡地区・福島地区・新潟地区・岡山香川地区
(オンラインメータシステムによる調査)

■ 24週調査地区 (16地区)

-  **200世帯** 熊本地区・鹿児島地区・長野地区・長崎地区・金沢地区・山形地区・岩手地区・鳥取島根地区・愛媛地区・富山地区・山口地区・秋田地区・青森地区・大分地区・沖縄地区・高知地区
(オンラインメータシステムによる調査)



※各地区の調査内容詳細はP.8～9の視聴率調査のスペックをご参照ください。

視聴率調査の対象となる世帯は 統計学の理論に基づいて抽出しています



統計学の理論に基づいて、無作為（ランダム）に対象世帯を選びます。
この手法をランダムサンプリング（無作為抽出法）と呼びますが、ビデオリサーチでは
その手法のひとつである「系統抽出法」*という手法を採用しています。
なお、病院、事務所、寮、テレビ非所有世帯、そしてマスコミ関係者のいる世帯などは除きます。

サンプリングの仕方—関東地区の例

STEP-1. 国勢調査の世帯数データをもとに調査エリア内の総世帯数を求めます。

わかりやすくご説明するために、ここでは仮に、
関東地区のエリア内総世帯数を18,000,000世帯とします。



STEP-2. 調査エリア内総世帯数を調査対象世帯数で割り、インターバルを決めます。

関東地区 エリア内総世帯数：18,000,000世帯
関東地区 調査対象世帯数：900世帯

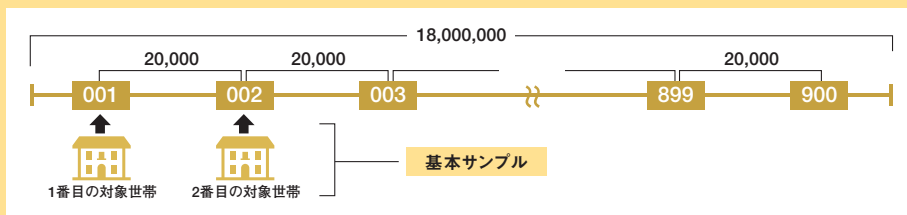
$18,000,000 \div 900 = 20,000$ ➡これがインターバル



STEP-3. 乱数表を用いて20,000よりも小さな数字をひとつ選び、スタートナンバーとします。
この数字が1番目の対象世帯となります。



STEP-4. スタートナンバーにインターバルを加算していき、選ばれる世帯の番号を求めていきます。



STEP-5. これらの番号に該当する世帯に調査協力をお願いします。

もし、調査協力が得られないなど調査不能であった場合は、代表性を確保するために、同地点より世帯特性に基づき「代替世帯」を抽出します。

※「系統抽出法」については、P.12～13でも詳しくご紹介しています。

視聴率調査のスペック

スペック① PMシステム調査地区&52週調査地区



各地区ごとの調査内容の詳細は、以下の通りです。

■PMシステム調査地区(3地区)

	関東地区	関西地区	名古屋地区
調査方法	PMシステム	PMシステム	PMシステム
調査日	毎日	毎日	毎日
調査対象世帯数〔4歳以上家族全員〕	900	600	600
調査対象テレビ台数	8台まで	8台まで	8台まで
機械式調査開始年月日	1962.12.3	1963.5.27	1964.9.14
日記式個人視聴率調査開始年月	1966.10	1966.8	1966.10
PMシステム調査開始	1997.3.31 <1996.9.30>	2001.4.2	2005.4.4
報告書	日報発行日〔世帯〕iNEX〔世帯・個人〕	翌日	翌日
	速報発行日〔世帯〕	翌週水曜日	翌週水曜日
	個人視聴率週報発行日	翌週金曜日	翌週金曜日

〈 〉はPMによる世帯視聴率調査開始年月日

■52週調査地区(8地区)

	北部九州地区	札幌地区	仙台地区	広島地区	静岡地区	福島地区	新潟地区	岡山・香川地区
世帯視聴率	調査方法・調査日							
	オンラインメータシステム・毎日							
	調査対象世帯数							
	200							
世帯視聴率	調査対象テレビ台数							
	8台まで							
	機械式調査開始年月日	1968.11.18	1978.10. 2 (1974.12.2)	1982. 9.27 (1974.12.2)	1981.3.30 (1974.12.2)	1984.10. 1 (1979.10.8)	1987.10.5	1988.10.3
	調査対象世帯数〔4歳以上家族全員〕							
個人視聴率	調査方法・調査日							
	日記式 4月・10月の 特定1週間							
	調査対象テレビ台数							
	3台まで							
個人視聴率	調査開始年月							
	1976.4							
	調査後4週目の水曜日							
	調査後5週目の月曜日							

※日記式個人視聴率の報告書発行日は概算での予定。 ( )は世帯視聴率の日記式自主調査開始年月日

視聴率調査のスペック

スペック② 24週調査地区



各地区ごとの調査内容の詳細は、以下の通りです。

■ 24週調査地区 (16地区)

		熊本地区	鹿児島地区	長野地区	長崎地区	金沢地区	山形地区	岩手地区	鳥取・島根地区
世帯視聴率	調査方法・調査日	オンラインメータシステム・毎月2週間 ※毎月第1月曜からの連続2週間を調査〔4・10月は第2月曜からの連続2週間〕							
	調査対象世帯数	200							
	調査対象テレビ台数	8台まで							
	機械式調査開始年月日	1989.10.2	1990.10.1	1991.4.1 (1980.10.13)	1991.4.1	1991.10.7	1993.4.5	1994.10.3	1995.4.10
	報告書	翌日 翌週金曜日							
個人視聴率	調査方法・調査日	日記式 4月・10月の特定1週間							
	調査対象世帯数 〔4歳以上家族全員〕	300							
	調査対象テレビ台数	3台まで							
	調査開始年月	1989.10	1990.10	1980.10	1991.4	1991.10	1993.4	1994.10	1995.4
	報告書発行日	調査後5週目の月曜日							
		愛媛地区	富山地区	山口地区	秋田地区	青森地区	大分地区	沖縄地区	高知地区
世帯視聴率	調査方法・調査日	オンラインメータシステム・毎月2週間 ※毎月第1月曜からの連続2週間を調査〔4・10月は第2月曜からの連続2週間〕							
	調査対象世帯数	200							
	調査対象テレビ台数	8台まで							
	機械式調査開始年月日	1995.4.10	1995.7.3	1996.4.8	1996.3.4	1997.3.3	1997.4.14	1997.4.14	2000.4.10
	報告書	翌日 翌週金曜日							
個人視聴率	調査方法・調査日	日記式 4月・10月の特定1週間							
	調査対象世帯数 〔4歳以上家族全員〕	300							
	調査対象テレビ台数	3台まで							
	調査開始年月	1995.4	1995.10	1996.4	1996.4	1997.4	1997.4	1997.4	2000.4
	報告書発行日	調査後5週目の月曜日							

※日記式個人視聴率の報告書発行日は概算での予定。

( ) は世帯視聴率の日記式自主調査開始年月日

視聴率調査の対象世帯は 入れ替わるようにローテーションしています



視聴率調査は対象世帯における普段の視聴実態を正確に調査するもの。

そこで、対象世帯の視聴態度に影響が出ないよう、名簿管理や視聴率測定機器の設置は、徹底した秘匿主義で行っています。

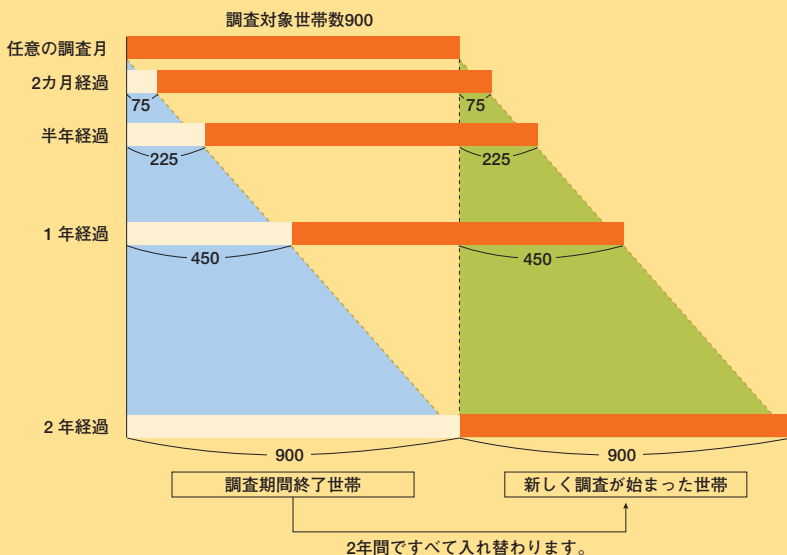
また、対象世帯はPMシステム調査地区では2年間(それ以外の地区は3年間)ですべての世帯が入れ替わるようにローテーションしています。

調査をお願いする期間

- 関東、関西、名古屋地区(PMシステム調査地区)：2年間
- それ以外の地区：3年間

<関東地区の例>

調査対象世帯数は900です。毎月37～38世帯($900 \div 24$ ヵ月)を入れ替え、2年間ですべての対象世帯が入れ替わるようにしています。



※関西、名古屋地区では毎月25世帯($600 \div 24$ ヵ月)を入れ替えます。

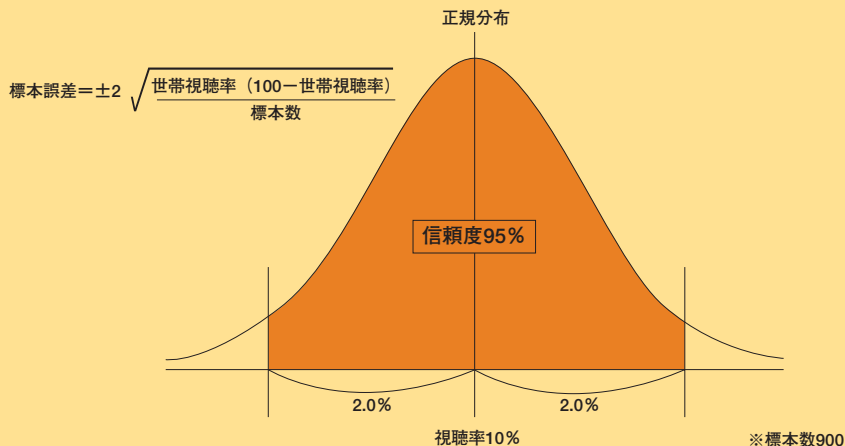
考慮すべき誤差があります



視聴率調査は、国や自治体、マスコミなどが実施する世論調査と同様に、統計理論に基づいた標本調査です。

標本調査から得られる視聴率は、標本誤差（＝統計上の誤差）を伴います。

考慮すべき誤差の大きさは視聴率と標本数によって異なります。



世帯視聴率	標本数900	標本数600	標本数200
5%・95%	±1.5%	±1.8%	±3.1%
10%・90%	2.0	2.4	4.2
20%・80%	2.7	3.3	5.7
30%・70%	3.1	3.7	6.5
40%・60%	3.3	4.0	6.9
50%	3.3	4.1	7.1

標本誤差は図のような正規分布を描きます。標本数900の場合、信頼度95%（100回中95回はこの幅に収まる）で考えると、視聴率が10%での、考慮すべき標本誤差は±2.0%です。また、真の値は調査結果である10%の近くに多くあることを意味します。例えば標本誤差を半分の±1.0%にするための標本数は、4倍の3,600が必要です。

More Info!

ランダムサンプリング『系統抽出法』の考え方

対象世帯の抽出方法については7ページで簡単にご説明していますが、ここでは、より具体的にビデオリサーチが採用している手法である『系統抽出法』の考え方について、順を追ってご説明します。
尚、使用する国勢調査の世帯数(18,000,000世帯)は仮定値です。

■『系統抽出法』とは

母集団を構成するものに通し番号をつけておき、はじめの標本*だけランダムに選び、あとの標本は一定間隔(インターバル)で系統的に抽出する方法です。

※「標本」：調査対象のこと。以下の文中では調査対象世帯を標本世帯と表記しています。

■系統抽出法 関東地区を例として系統抽出を行ってみます。

STEP-1

関東地区の調査エリアは全都六県です。

そこに含まれるすべての市区町村を行政単位コード順にならべます。

関東地区では茨城県水戸市が一番目で、最後が神奈川県清川村となります。

(順番：茨城県→栃木県→群馬県→埼玉県→千葉県→東京都→神奈川県)

また、各市区町村の中は調査区*番号順に並べます。

※調査区：国勢調査における調査単位として区画されたもの

STEP-2

国勢調査の世帯数データをもとに、市区町村ごとの各調査区に含まれる世帯の数を、STEP-1で並べた順番で足し上げ(図2 累積欄参照)、関東地区の総世帯数を求めます。
(足し上げることで全世帯に通し番号をつけることと同じになります)

STEP-3

わかりやすくご説明するために、ここでは仮に、関東地区の総世帯数を18,000,000世帯とします。
それを関東地区の標本世帯数である900で割ってインターバルを求めます。

$$18,000,000 \div 900 = 20,000 \text{ (インターバル)}$$

標本世帯を一定間隔で抽出するために必要な値

STEP-4

乱数表を使用してインターバルよりも小さい数字をひとつ決めます。

この場合89という数字が出たとします。89はそのままNO.001の標本世帯の抽出番号になるとともに残り899世帯を抽出するためのスタートナンバーとなります。

STEP-5

スタートナンバーにインターバルである20,000を足していき、900世帯分の抽出番号をすべて求めます。
(図1参照)

[図1]

標本世帯NO.		インターバル	抽出番号
001			89
002	89+	20,000	20,089
003	20,089+	20,000	40,089
004	40,089+	20,000	60,089
005	60,089+	20,000	80,089
006	80,089+	20,000	100,089
007	100,089+	20,000	120,089
008	120,089+	20,000	140,089
⋮	⋮		⋮
400	7,960,089+	20,000	7,980,089
⋮	⋮		⋮
899	17,940,089+	20,000	17,960,089
900	17,960,089+	20,000	17,980,089

[図2]

これらの番号に該当する世帯はどこにあるのか？

調査区番号・地名・人口・世帯数は架空のものです。					
茨城県・水戸市		調査区ナンバー	地名	人口	世帯数
★総世帯数	118,000	1-1	日の丸1丁目	139	64
★人口	271,000	2-1	日の丸2丁目	128	51
		3-1	日の丸3丁目	130	53
		4-1-1	桜1丁目	123	49
					47
			⋮		264
		755-1	富士5丁目	140	63
		756-1	富士6丁目	131	54
					51
			⋮		20,040
					20,094
					20,145
東京都・中央区		調査区ナンバー	地名	人口	世帯数
★総世帯数	79,000	1-1	鶴1丁目	77	40
★人口	141,000	2-1-1	鶴2丁目	100	73
		3-1	鶴3丁目	92	54
		4-1	亀1丁目	74	60
					59
			⋮		7,980,027
					7,980,100
					7,980,154
					7,980,214
					7,980,273

STEP-6

抽出番号をもとに標本世帯がこの調査区に含まれるかを見ていきます。(図2参照)

NO.001の標本世帯は水戸市の調査区番号2-1(日の丸2丁目)に、

NO.002の標本世帯は、同じく水戸市の調査区番号756-1(富士6丁目)にあります。

NO.400の標本世帯は東京都中央区の調査区番号2-1-1(鶴2丁目)にあります。

このようにNO.900の標本世帯が含まれる調査区がわかるまでこの手順を続けます。

STEP-7

調査区を特定したあとは、標本世帯の特定を行います。(図2参照)

そのために各調査区内の地図を作成し、全世帯に便宜上、一定のルールで連番をつけます。

No.001の標本世帯は、水戸市日の丸2丁目の、最初から数えて25番目の世帯となります。

$$89 - 64 = 25$$

抽出番号

1つ前の調査区までの累積世帯数

このように、他の条件を一切つげず、世帯につけた番号をもとに

スタートナンバーとインターバルから標本世帯を抽出する手法を系統抽出法と言います。

More Info!

視聴率調査開始(1962年12月3日)からの
全局高世帯視聴率番組50〈関東地区〉

(2017年3月現在)

番組名	放送日	放送開始-放送分	放送局	番組平均世帯視聴率
1 第14回NHK紅白歌合戦	1963 12/31 (火)	21:05-160	NHK総合	81.4%
2 東京オリンピック大会(女子バレー・日本×ソ連ほか)	1964 10/23 (金)	19:20-220	NHK総合	66.8%
3 2002FIFAワールドカップ™グループリーグ日本×ロシア	2002 6/ 9 (日)	20:00-174	フジテレビ	66.1%
4 プロレス(WWA世界選手権・デストロイヤー×力道山)	1963 5/24 (金)	20:00- 75	日本テレビ	64.0%
5 世界バンタム級タイトルマッチ ファイティング原田×エデル・ジョフレ	1966 5/31 (火)	20:00- 86	フジテレビ	63.7%
6 おしん	1983 11/12 (土)	8:15- 15	NHK総合	62.9%
7 ワールドカップサッカーフランス'98 日本×クロアチア	1998 6/20 (土)	21:22-128	NHK総合	60.9%
8 世界バンタム級タイトルマッチ ファイティング原田×アラン・ラドキン	1965 11/30 (火)	20:00- 86	フジテレビ	60.4%
9 ついに帰らなかった吉展ちゃん	1965 7/ 5 (月)	7:35- 25	NHK総合	59.0%
10 第20回オリンピックミュンヘン大会	1972 9/ 8 (金)	7:21- 51	NHK総合	58.7%
11 ゆく年くる年	1963 12/31 (火)	23:45- 15	NHK総合	57.4%
12 2010FIFAワールドカップ™ 日本×パラグアイ	2010 6/29 (火)	22:40-150	T B S	57.3%
13 世界バンタム級タイトルマッチ ファイティング原田×ベルナルド・カラバロ	1967 7/ 4 (火)	20:00- 86	フジテレビ	57.0%
14 旅路	1968 3/ 9 (土)	8:15- 15	NHK総合	56.9%
15 ザ・ビートルズ日本公演	1966 7/ 1 (金)	21:00- 60	日本テレビ	56.5%
16 おはなはん	1966 9/19 (月)	8:15- 15	NHK総合	56.4%
17 ありがとう	1972 12/21 (木)	20:00- 55	T B S	56.3%
18 あしたこそ	1969 1/31 (金)	8:15- 15	NHK総合	55.5%
19 ボリショイサーカス中継	1963 7/16 (火)	19:30- 45	NHK総合	55.3%
19 湾つくし・最終回	1985 10/ 5 (土)	8:15- 15	NHK総合	55.3%
21 蘭子ひとり	1972 2/10 (木)	8:15- 15	NHK総合	55.2%
22 世界バンタム級タイトルマッチ ファイティング原田×エデル・ジョフレ	1965 5/18 (火)	20:00- 86	フジテレビ	54.9%
23 世界バンタム級タイトルマッチ ファイティング原田×ジョー・メデル	1967 1/ 3 (火)	20:00- 86	フジテレビ	53.9%
24 ニュース(吉展ちゃん事件)	1965 7/ 5 (月)	8:00- 15	NHK総合	53.6%
25 世界バンタム級タイトルマッチ ファイティング原田×ライオネル・ローズ	1968 2/27 (火)	20:00- 86	フジテレビ	53.4%
26 藍より青く	1972 9/ 8 (金)	8:15- 15	NHK総合	53.3%
26 鳩子の海	1975 3/22 (土)	8:15- 15	NHK総合	53.3%
28 第11回冬季オリンピック札幌大会(90メートル級ジャンプほか)	1972 2/11 (金)	9:30-180	NHK総合	53.1%
29 赤穂浪士	1964 11/29 (日)	21:30- 45	NHK総合	53.0%
30 サッカー・2006FIFAワールドカップ™ 日本×クロアチア	2006 6/18 (日)	21:35-175	テレビ朝日	52.7%
31 大相撲初場所・千秋楽(千代の富士初優勝)	1981 1/25 (日)	16:37- 83	NHK総合	52.2%
32 宇宙中継・オリンピックメキシコ大会	1968 10/25 (金)	7:20- 60	NHK総合	51.8%
32 北の家族	1974 3/ 1 (金)	8:15- 15	NHK総合	51.8%
34 プロレスリング(WWA世界選手権・豊登×デストロイヤー)	1965 2/26 (金)	20:00- 76	日本テレビ	51.2%
35 ニュース(連合赤軍・浅間山荘事件)	1972 2/28 (月)	9:40-640	NHK総合	50.8%
35 第19回輝く日本レコード大賞	1977 12/31 (土)	19:00-115	T B S	50.8%
35 第60回全国高校野球選手権大会・閉会式	1978 8/20 (日)	14:20- 65	NHK総合	50.8%
38 世界フライ級王座決定戦 ホラシオ・アカバロ×高山勝義	1966 3/ 1 (火)	20:00- 86	フジテレビ	50.7%
39 ベン・ケーシー	1963 1/11 (金)	21:30- 60	T B S	50.6%
39 田中総理中国へ	1972 9/25 (月)	7:35- 55	NHK総合	50.6%
39 大相撲春場所・千秋楽(貴ノ花 初優勝)	1975 3/23 (日)	17:03- 57	NHK総合	50.6%
39 ノンちゃんの夢	1988 9/24 (土)	8:15- 15	NHK総合	50.6%
43 8時だヨ!全員集合	1973 4/ 7 (土)	20:00- 55	T B S	50.5%
44 おていちゃん	1978 9/11 (月)	8:15- 15	NHK総合	50.0%
44 ニュース・天気予報(台風18号関東)	1982 9/12 (日)	19:00- 20	NHK総合	50.0%
44 もうひとりのおしん	1983 8/17 (水)	8:15- 15	NHK総合	50.0%
47 マー姉ちゃん	1979 9/25 (火)	8:15- 15	NHK総合	49.9%
48 ゆびざり	1973 1/25 (木)	20:00- 55	T B S	49.8%
49 はね駒	1986 8/30 (土)	8:15- 15	NHK総合	49.7%
50 武田信玄	1988 2/14 (日)	20:00- 45	NHK総合	49.2%

※15分以上の番組を対象としています。

※オリンピック・ワールドカップサッカー・大相撲・高校野球などは大会・場所ごとに、またプロ野球公式戦は局別に、オールスター・日本シリーズは年ごとに、それぞれひとつずつ番組平均世帯視聴率の最も高いものを抽出。紅白歌合戦・レコード大賞は、調査開始以来最も高いものをそれぞれひとつずつ抽出。

※1962年～、1964年～、1977年～、1996年～のそれぞれの時期で調査設計上の変更があります。(詳細は24ページ参照)。そのため異なる調査設計での視聴率を単純に比較することはできません。その点をご留意の上、参考データとしてご利用くださいますようお願いいたします。

※視聴率調査は標本調査と言われるもので、標本調査から得られる結果は標本誤差(統計上の誤差)を伴うことにご注意ください。

第2章 視聴率の計算方法

CHAPTER 2

視聴率集計の基本は 「毎分視聴率」



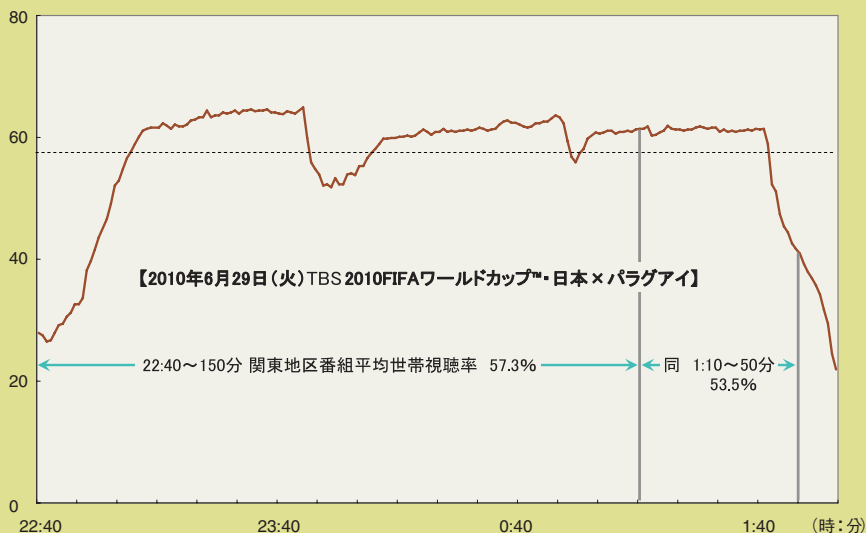
世帯視聴率も個人視聴率*もデータの最小単位は「毎分視聴率」で、番組（時間帯）の視聴率集計を行う時は、この毎分視聴率をもとに計算します。

※ただし、日記式個人視聴率データの場合、最小単位は5分です。

毎分視聴率

毎分視聴率とは1分ごとの視聴率で、視聴率データの最小単位です。

世帯視聴率(%)



これは、2010FIFAワールドカップ決勝トーナメントの日本戦の中継番組の毎分視聴率をグラフ化したものです。番組開始から11時のキックオフに向けての急激な上昇、ハーフタイムを挟んでの前半戦と後半戦、さらにPK戦と、試合経過にともなう分単位での視聴状況がよくわかります。

よく言われる「視聴率」とは 世帯視聴率をさしています



メディアで取り上げられることの多い「視聴率」。

一般的に「視聴率」と言うと、「世帯視聴率」のことです。

世帯視聴率の最小単位は、毎分視聴率です。番組の（時間帯）の視聴率集計を行う時は、この毎分視聴率をもとに計算します。

世帯視聴率（毎分視聴率&占拠率）の計算方法

5世帯を対象に調査していると仮定した場合

	TV1	TV2	TV3	TV ON/OFF	局のカウント
佐藤家 TV3台所有	A局	A局	OFF	ON	A局=1
鈴木家 TV2台所有	OFF	OFF		OFF	
田中家 TV1台所有	A局			ON	A局=1
山田家 TV1台所有	OFF			OFF	
佐々木家 TV2台所有	B局	C局		ON	B局=1 C局=1
				ON=3	A局=2 B局=1 C局=1

1台でもテレビがonになっていれば、その世帯はテレビを見ているとみなします。

5世帯中3世帯がテレビを見ているので

●総世帯視聴率(HUT)^{※1} ➡ $\frac{3 \text{世帯}}{5 \text{世帯}} = 60.0\%$

佐藤家はTV1とTV2が両方ともA局になっていますが、佐藤家(世帯)としてみるとA局のカウントは1となります。
佐々木家はTV1がB局、TV2がC局となっているのでカウントはB局、C局とも1カウントずつになります。

●各局の視聴率 ➡ A局 $\frac{2 \text{世帯}}{5 \text{世帯}} = 40.0\%$ B局 $\frac{1 \text{世帯}}{5 \text{世帯}} = 20.0\%$ C局 $\frac{1 \text{世帯}}{5 \text{世帯}} = 20.0\%$

各局の視聴率をもとに占拠率も計算できます。

●各局の占拠率^{※2} ➡ (各局の視聴率を合計して占拠率を算出するための母数を作る)

$$[A局 40.0\%] + [B局 20.0\%] + [C局 20.0\%] = 80.0\%$$

$$A局 \frac{40.0\%}{80.0\%} = 50.0\% \quad B局 \frac{20.0\%}{80.0\%} = 25.0\% \quad C局 \frac{20.0\%}{80.0\%} = 25.0\%$$

※1 総世帯視聴率(HUT) …テレビ放送を放送と同時に視聴している世帯の割合

※2 占拠率 …各局の視聴率の合計を100として、そのうち特定局または番組の占める割合のこと

ちなみに各局の視聴率の合計とHUTの関係は ➡ $40.0\% + 20.0\% + 20.0\% \geq 60.0\%$

これが $\geq$ になる理由は、世帯内の複数のテレビを調査しているからです。

個人視聴率も 毎分視聴率が最小単位



「どのような人がどれくらいテレビを視聴したか」を示す個人視聴率も、毎分視聴率が最小単位です（日記式個人視聴率は最小単位5分）。

また、個人視聴率調査の対象者は世帯内における4歳以上の家族全員です。

個人視聴率は業界内のマーケティングデータとして、番組の編成や制作の現場で役立てられています。

例えば、5世帯20人を対象に調査をしている場合の個人視聴状況

※8つの性・年齢区分（特性区分）はビデオリサーチの標準区分です。

※●○●●●はテレビを視聴している人、×はテレビを視聴していない人を表します。

世帯 (5世帯)	家族人数 (20人)	テレビ 台数	視聴局	男 女			男 性			女 性		
				個人全体 (20人)	4～12歳 (3人)	13～19歳 (3人)	20～34歳 (1人)	35～49歳 (2人)	50歳以上 (3人)	20～34歳 (2人)	35～49歳 (3人)	50歳以上 (3人)
佐藤家	6人	1台目	A局	A局＝2人			●			●		
		2台目	B局	B局＝3人					●	●		●
		3台目	OFF									
				視聴なし1人	×							
鈴木家	2人	1台目	OFF									
		2台目	OFF									
		3台目	OFF									
				視聴なし2人			×				×	
田中家	4人	1台目	A局	A局＝3人		●●		●				
		2台目	OFF									
		3台目	OFF									
				視聴なし1人								×
山田家	5人	1台目	A局	A局＝1人					●			
		2台目	B局	B局＝1人	●							
		3台目	C局	C局＝1人		●						
		4台目	C局	C局＝2人							●	●
				視聴なし0人								
佐々木家	3人	1台目	D局	D局＝1人					●			
		2台目	OFF									
		3台目	C局	C局＝1人	●							
				視聴なし1人							×	
合計	20人			視聴 15人	視聴 2人	視聴 3人	視聴 1人	視聴 1人	視聴 3人	視聴 2人	視聴 1人	視聴 2人

内訳は…

A局＝6人

B局＝4人 B局＝1人

C局＝4人 C局＝1人 C局＝1人

D局＝1人

A局＝2人

A局＝1人

A局＝1人

A局＝1人

A局＝1人

A局＝1人

B局＝1人

B局＝1人

C局＝1人 C局＝1人

D局＝1人

いろいろな『顔』が見える 個人視聴率の計算方法



「全員の中でどのくらいの人が視聴しているのか」が知りたいときは個人全体の計算方法を、
「特定の人の中でどれくらい視聴しているのか」が知りたいときは性・年齢別の計算方法を用いて、
さまざまな角度から分析できるのが個人視聴率です。

『全局』はテレビ視聴の割合を、『局別』は局ごとの視聴の割合を表します。

個人視聴率（毎分視聴率）の計算方法

個人全体では、対象となる世帯内の4歳以上の家族全員を母数にしています。

個人全体

個人全体では対象となる世帯内の4歳以上の家族全員を分母にしています。

全局	① 対象者の中で何%の人がテレビを見ていたかを示す指標です。 左記の例では対象者20人中15人がテレビを見ていたので、 $15人 / 20人 = 75.0\%$となります。
局別	① 個人全体の局別視聴率は… A局＝6人が見ているので $6人 / 20人 = 30.0\%$となります。 B局＝4人が見ているので $4人 / 20人 = 20.0\%$となります。 C局＝4人が見ているので $4人 / 20人 = 20.0\%$となります。 D局＝1人が見ているので $1人 / 20人 = 5.0\%$となります。

性・年齢別

性・年齢別では各特性区分に該当する人全員を分母にしています。

全局	① 男女4～12歳に該当するのは3人、そのうち2人がテレビを見ていたので、$2人 / 3人 = 66.7\%$となります。 男女13～19歳は3人中全員がテレビを見ていたので、$3人 / 3人 = 100.0\%$となります。
局別	① 男女4～12歳（該当者3人）におけるC局の視聴率は、佐々木家において1人が見ているので、 $1人 / 3人 = 33.3\%$となります。 男女13～19歳（該当者3人）におけるA局の視聴率は、田中家において2人が見ているので、 $2人 / 3人 = 66.7\%$となります。 男性50歳以上（該当者3人）におけるD局の視聴率は、佐々木家において1人が見ているので、 $1人 / 3人 = 33.3\%$となります。 女性20～34歳以上（該当者2人）におけるB局の視聴率は、佐藤家において1人が見ているので、 $1人 / 2人 = 50.0\%$となります。

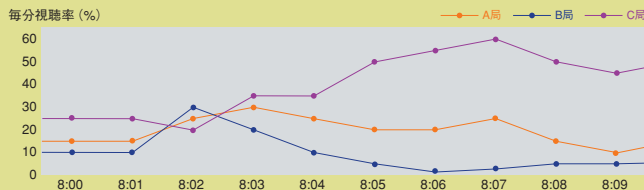
番組の平均視聴率も 毎分視聴率から計算します



テレビ番組の視聴率もまた、毎分視聴率から計算します。
毎分視聴率の合計を番組の放送分数で割ったもの、それが番組平均視聴率です。

番組平均視聴率の計算方法（世帯視聴率）

A、B、C局が8時開始の10分間の番組を放送しているとした場合



時間	8:00	8:01	8:02	8:03	8:04	8:05	8:06	8:07	8:08	8:09	10分間の 視聴率の合計	番組平均 世帯視聴率
A局	15.0	15.0	25.0	30.0	25.0	20.0	20.0	25.0	15.0	10.0	200.0	20.0%
B局	10.0	10.0	30.0	20.0	10.0	5.0	2.0	3.0	5.0	5.0	100.0	10.0%
C局	25.0	25.0	20.0	35.0	35.0	50.0	55.0	60.0	50.0	45.0	400.0	40.0%

各局の世帯視聴率（毎分視聴率）は10分間でそれぞれ10個ずつ。

この10分番組の世帯視聴率はそれぞれ

A局 20.0%
8:00～8:09 ⇨ B局 10.0%
C局 40.0%

このように番組の世帯視聴率は毎分世帯視聴率の合計を番組の放送分数で割ったもの、すなわち平均したものです。

番組の世帯視聴率⇒番組平均世帯視聴率

$$\bullet \text{ 番組平均世帯視聴率} = \frac{\text{番組の放送時間内における1分ごとの視聴率の合計}}{\text{番組の放送分数}}$$

ここでは10分番組を例にしましたが、番組ごとだけでなく特定の時間帯で区切り、同じように平均視聴率を計算することができます。

レポートの具体例として 『テレビ視聴率日報』をご紹介します



ビデオリサーチが発行しているレポートのひとつに『テレビ視聴率日報（通称：日報）』があります。日報は、基本的に翌営業日に発行されるため、最新の視聴率データを掲載しています。記載データは以下の通りです。

また、Webによるデータサービスシステム（iNEX²※）もあります。

この契約により、毎朝9時には最新の視聴率データをパソコン上で見るができます。

※ iNEX = information Network compleX

テレビ視聴率日報



番組はこのような掲載されています。

放送開始	放送分	放送数	番組名	番組平均視聴率	前週平均視聴率	前週視聴率	前週視聴率	前週視聴率	番組視聴率	番組視聴率
1900	58		スーパースター夢の共演	19.0	(16.3)	18.2	(17.2)	28.3		
1958	56		猫目魚の目	17.2	(15.9)	15.5	(20.2)	22.0		
2054	3		ニュースの時間	12.3	(20.3)	11.9	(20.0)	15.8		

記載データ	番組平均世帯視聴率	番組の放送時間内における毎分視聴率の合計を放送分で割ったもの
	前四週平均世帯視聴率	その番組の放送時間に対する前週までの過去4回（放送実時間）の世帯視聴率の平均
	終了時世帯視聴率	番組終了時、すなわち次の番組が開始される1分前の世帯視聴率
	前四週終了時世帯視聴率	その番組終了時に対する前週までの過去4回（放送実時間）の世帯視聴率の平均
	番組視聴占拠率	その番組の放送時間に対応する各局世帯視聴率の合計に対する番組平均世帯視聴率の占める比率
	他	地上デジタルテレビ放送の最も若いサービスIDチャンネルと異なる内容が別のサービスIDで放送されていることを表す

※テレビ視聴率日報は当日までの発表情報に基づいた予定情報で作成しているため、実際の放送番組や時間が異なる場合があります（日報データの確定版はテレビ視聴率速報です）。

視聴率からは 「何世帯」「何人」が見たかを推定できます



視聴率から「何世帯が見たか?」「何人が見たか?」を推定することができます。
 視聴世帯数・視聴人数を視聴率から計算する際には、
 調査エリア内推定の自家用テレビ所有総世帯数と4歳以上の人口のデータを用います。

視聴率1%は何世帯? 何人?



世帯視聴率からは「世帯数」、個人視聴率からは「人数」が推定できます。
 ビデオリサーチでは調査エリア内推定自家用テレビ所有世帯数および4歳以上の人口のデータを利用して推定します。
 ちなみに、世帯視聴率の数字をもとに「〇〇〇万人が見た!」といったようなコメントは正しくありません。

調査エリア内推定自家用テレビ所有世帯				
	 世帯視聴率(単位:世帯)		 個人視聴率(単位:人)	
	総世帯数	1%あたり	4歳以上人口	1%あたり
関東地区	18,352,000	183,520	40,562,000	405,620
関西地区	7,162,000	71,620	15,749,000	157,490
名古屋地区	3,892,000	38,920	9,216,000	92,160

※ 2016年10月3日現在 (毎年10月頃更新)



関東地区の場合


 世帯視聴率1%＝約18万4千世帯


 個人視聴率1%＝約40万6千人
 (いずれも調査エリア内推定)

第3章 新しい視聴率

CHAPTER 3

タイムシフトとは？



番組放送日から7日以内(放送開始から168時間以内)の
タイムシフト視聴を測定し、ある放送(番組・時間帯)がどのくらい
タイムシフト視聴されたかを捉えます。

タイムシフト測定の考え方

▶10/3(月) 21時から放送された番組の場合

▶視聴のタイミング

- 10/3(月)
- 10/4(火) ①
- 10/5(水) ②
- 10/6(木) ③
- 10/7(金) ④
- 10/8(土) ⑤
- 10/9(日) ⑥
- 10/10(月) ⑦

21時から番組の放送
と同時に視聴
⇒リアルタイム視聴

番組の放送から遅れて
視聴(追っかけ再生含む)
⇒タイムシフト視聴

①放送開始時間より168時間まで
の視聴をタイムシフト視聴と
しています。

②世帯・個人ともに視聴を
捉えます。

※1日は5:00~29:00
としています。

《タイムシフトレポート見本》

タイムシフト 基本レポート①【関東地区】

番組率日報<世帯>

'yy-mm-dd[月]

番組率日報<世帯>

放送日時

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

放送局

番組名

放送時間

放送開始

放送終了

放送日

第4章 用語集

CHAPTER 4

視聴率調査関連の専門用語

A to Z

A

▶ ACC

All Japan Radio & Television Commercial Confederation

社団法人 全日本シーエム放送連盟。JAA、JBA、JAAA、JACの4団体および会員社で構成されている。

▶ ACジャパン

公益社団法人。広告を使って社会貢献をという考えに基き、公共広告という形で発信することを目的とする。1971年に関西公共広告機構として発足、1974年全国組織「公共広告機構」となる。2009年「ACジャパン」に名称変更。

▶ A-PAB

The Association for Promotion of Advanced Broadcasting Services

一般社団法人 放送サービス高度化推進協会。2016年4月、デジタル放送推進協会(Dpa)と次世代放送推進フォーラム(NextTV-F)が統合され発足した協会。放送サービスの安定的な運用を図り、その普及・発達に努めるとともに、放送およびそれに関連・応用するサービスや産業の高度化を推進し、もって公共の福祉の増進と国民生活の向上に資することを目的とした組織(A-PABのWebサイトより引用)。

▶ Aタイム

広告料金区分の呼称。タイムランクのうち、広告料金の最も高い料金ランクの時間帯のこと。

B

▶ B-CASカード

BS-Conditional Access Systems Card

BSデジタル放送による有料放送の視聴やデータ放送の応答のために必要なユーザー専用のICカードの名称。カードの登録により、ユーザーは放送局からメッセージなどを受信できるようになる。2004年4月から、地上デジタルテレビ放送でもRMP(デジタルコンテンツ保護)を運用するために、このカードが利用されている。

【関連用語→BSデジタル放送、CAS、地上デジタルテレビ放送】

▶ BPO

Broadcasting Ethics & Program Improvement Organization

放送倫理・番組向上機構。放送倫理検証委員会、放送と人権等権利に関する委員会(放送人権委員会)、放送と青少年に関する委員会(青少年委員会)の3つの委員会を運営する、放送界の自主的な自律機関。

▶ BS デジタル放送

放送衛星(Broadcasting Satellite:BS)を用いた、デジタル方式による放送サービス。2000年12月から本放送が開始され、デジタルハイビジョン(HDTV)放送、標準テレビ(SDTV)放送、音声放送、データ放送が行われている。

【関連用語→B-CASカード、CSデジタル放送】

C

▶ CAS

Conditional Access System

限定受信システム。放送のスクランブル化(およびその解除)やペイ・パー・ビューなどを実現するためのシステム。BS/110度CS放送では限定受信にB-CASシステムを利用しているが、地上/BSデジタル放送は著作権保護(RMP)にB-CASを利用している。

【関連用語→B-CASカード】

▶ CASS

Computer Assisted Spot planning System

スポットタイムテーブル自動線引きシステム。スポットCM投入時刻を入力することにより、スポット案がタイムテーブル上に自動的に線引きされ、出力される。

【関連用語→VR-Bridge】

⑩…業界用語として使用されている通称   🌐…ビデオリサーチ関連用語

▶ CATV

Cable Television

有線テレビ、有線テレビジョン放送を行なう施設、事業。難視聴解消目的の施設と、多チャンネル放送・自主放送を主目的とする都市型施設がある。

▶ CC

Cow Catcher

「カウキャッチャー」の略。番組提供社が番組開始の提供クレジットの表示直前の枠に出すCM。時に応じてタイムCM・スポットCM用の枠として使われる。

【関連用語→HH】

▶ CCI

Copy Control Information

コピー制御情報。デジタルコンテンツの複製回数を制御する目的でメディアに付加される信号。放送番組の著作権保護を目的として導入。

▶ CM

Commercial Message

狭義の意味では民放テレビ・ラジオ局の放送広告をいう。タイムCMとスポットCMがある。

▶ CPM

Cost Per Mill

「コスト・パー・ミル」の略。当該広告をその訴求対象1000世帯(人)に伝達するのに必要な広告費のこと。

▶ CSデジタル放送

通信衛星(Communication Satellite:CS)を用いた、デジタル方式による放送サービス。1996年10月に日本初のデジタル放送として開始され、東経110度に取り上げられたCS(N-SAT-110)による放送が2002年3月に開始。2015年1月現在、スカパーJSAT(株)が通称「スカパー!」で約70ch、「スカパー!プレミアムサービス」では約260ch(ラジオ100チャンネルを含む)の多チャンネル放送サービスを行っている。

【関連用語→BSデジタル放送】

D

▶ DVR

Digital Video Recorder

記録媒体にハードディスクなどデジタルメディアを用いる録画機器(機能)の総称。「HDDレコーダー」「パーソナルビデオレコーダー(PVR)」「パーソナルデジタルレコーダー(PDR)」などともいう。

【関連用語→HDMI、タイムシフト】

E

▶ EDI

Electronic Data Interchange

商取引における受発注などの情報を、標準的な方式を定めて電子的に交換すること。テレビセールスでは、主にスポット取引に関して導入されている。大手広告会社が共同で設立した広告EDIセンターを通じて、放送局と広告会社が枠取り・素材割り付け・枠移動・放送確認・金額などの情報をやりとりしている。

▶ EPG

Electric Program Guide

「電子番組ガイド(案内)」「電子番組表」。テレビの画面に番組表を表示するシステム。検索機能や録画機器との連動機能などを備え、多チャンネル環境下における番組やチャンネルの選択の必須機能。CSデジタル放送、BSデジタル放送や地上デジタルテレビ放送では、放送波を通じて同サービスを提供しているが、通信網を利用する方法もあり、インターネットでも同様のサービスがある。

F

▶ F1、F2、F3

個人視聴率の集計区分の通称。F1=女性20～34歳、F2=女性35～49歳、F3=女性50歳以上をさす。

【関連用語→M1、M2、M3】

▶ フレイト

視聴経験。ビデオリサーチのテレビ番組カルテの調査対象者のうち、対象番組を2、3ヵ月の間に見たことのある(「いつも」「ときどき」「たまに」見ていると回答した)人の割合。FはFamiliarity。

【関連用語→Qレイト、テレビ番組カルテ】

G

▶ GRP

Gross Rating Points

「クロス・レイティング・ポイント」の略。ある期間中に放送したテレビCMの各回世帯視聴率の合計。「延べ視聴率」ともいう。

H

▶ HDTV (HD)

High Definition Television

テレビジョン放送のうち、走査方式が1本おきであって、1の映像の走査線数が1125本以上のもの。または、走査方式が順次であって、1の映像の走査線数が750本以上のもの。これより走査線数が少ないものをSDTV(標準画質)という。

【関連用語→SDTV、マルチチャンネル編成】

▶ HDMI

High Definition Multimedia Interface

家電やAV機器向けのデジタル映像・音声の入出力インターフェース規格。1本のケーブルで、映像・音声・制御信号を送受信できることやデジタルコンテンツ保護の制御が可能なことから、DVR(デジタル録画機器)のほとんどに搭載されている。

【関連用語→DVR】

▶ HH

Hitch Hike

「ヒッチハイク」の略。番組提供社が番組の終了のクレジットの表示直後の枠で出すCM。

【関連用語→CC】

▶ HUT

Households Using Television

総世帯視聴率。調査対象となる世帯全体の中で、どのくらいの世帯がテレビ放送を放送と同時に視聴していたのかという割合。

【関連用語→PUT、SIU、TOT】

I

▶ iNEX

information **NE**twork comple**X**

テレビ視聴率分析、テレビCM統計、テレビCM事後評価などメディアプランニングの各種データを統合したデータサービスシステム。2004年4月より専用回線であった従来のiNEXをWeb化し、iNEX2へ移行。

▶ iNEXヘルプデスク

iNEX2やACR for win IIなどのサービスについて、操作方法やデータの見方に関するユーザーからの問い合わせに、電話やFAX、Eメールで対応しているビデオリサーチの専門窓口。

▶ ISDB-T

Integrated Services Digital Broadcasting-Terrestrial

日本で開発された地上デジタル放送方式の名称。「地上放送(Terrestrial)による統合デジタル放送サービス」の意。周波数帯域としてUHF帯を利用し、ひとつの放送局用のチャンネルあたりおよそ5.6MHzの幅が割り当てられている。このチャンネルをさらに13個のセグメントと呼ばれる単位に分割し、複数の違った画質の動画データや、動画・音声以外のデータなどを1つのチャンネルに多重化して同時に送信できるのが大きな特徴である。

⑩…業界用語として使用されている通称 …ビデオリサーチ関連用語

J

▶ JAA

Japan Advertisers Association INC.

公益社団法人 日本アドバイザーズ協会。各業種の広告出稿社で構成された組織で、昭和32年創立。広告活動の質的向上と合理化をめざし、日本経済の健全な発展に寄与することを目的としている。

▶ JAAA

Japan Advertising Agencies Association

一般社団法人 日本広告業協会(業協)。広告会社各社が広告業の健全な発達と広告活動の改善向上を図ることを目的に、昭和25年に発足した組織。

▶ JARO

Japan Advertising Review Organization

公益社団法人 日本広告審査機構。1974年創立の広告主、媒体社、広告関連会社による公益社団法人。公正な広告活動の推進を通じて広告・表示の質的向上を図り、消費者利益の擁護および増進を期し、社会、経済の健全な発展と、国民生活の向上に寄与することを目的としている。

▶ JBA

The Japan Commercial Broadcasters Association

一般社団法人 日本民間放送連盟(民放連)。民間放送各社を会員とする社団法人。昭和26年に民放ラジオ局16社によって任意団体として創立され、翌27年電波監理委員会の許可を得て社団法人となった。民放共通の問題を処理し、民放の公共的使命の達成を目的とした組織。2012年、一般社団法人化に伴い英文名称をNABより変更。

M

▶ M1、M2、M3

個人視聴率の集計区分の通称。M1＝男性20～34歳、M2＝男性35～49歳、M3＝男性50歳以上をさす。

【関連用語→F1、F2、F3】

▶ Mid Break

同一番組内で提供テロップ切り換えの合間に入れるCM。

▶ MPEG

デジタル映像や音声の圧縮方式の規格名。規格を開発した組織「Moving Picture Experts Group」の略称がそのまま使われている。MPEG2、MPEG4などの各規格があり、それぞれ特徴や用途が異なる。

O

▶ OFDM

Orthogonal Frequency Division Multiplexing

デジタル変調方式の1つ。「直交周波数分割多重」という。日本や欧米の地上デジタル放送で採用されている。同一周波数で複数の搬送波を用いても干渉が起きにくいと、ゴーストなどの電波障害に強い。

P

▶ PM

People Meter

「ビープルメータ」の略。世帯視聴率と個人視聴率を同時に調査するシステムで、日記式個人視聴率調査に代わるものとして米国で開発された。ビデオリサーチでは調査世帯のテレビごとに設置した視聴チャンネルを測定する「チャンネルセンサー」と個人の視聴を入力・表示する「PM表示器」により世帯視聴率と個人視聴率を同時に調査する方法を独自に開発。関東地区で1997年3月31日より、関西地区で2001年4月2日より、名古屋地区で2005年4月4日より導入。

【関連用語→PM表示器、個人視聴率】

▶ PM表示器

ビープルメータ(PM)システムによる個人視聴率調査で使用する機器。個人のボタンの入力状況を光るイラストボタンで表示する。ボタンの押し忘れを防ぐために警報装置(ランプ&アラーム)を内蔵している。

【関連用語→PM、個人視聴率】

▶ PPV

Pay Per View

デジタル放送やケーブルテレビ加入世帯が追加料金を支払って受けるサービスのひとつで、視聴した番組単位で料金を支払うサービス。

【関連用語→ペイテレビ】

▶ PT

Participating Announcement

番組提供ではなく、番組内に挿入されるCMのこと。通常、数社のCMが挿入される。

【関連用語→SB、スポットCM】

▶ PUT

Persons Using Television

総個人視聴率。調査対象となる世帯の4歳以上の個人全体の中で、どのくらいの人がテレビ放送を放送と同時に視聴していたのかという割合。

【関連用語→HUT、TOT】

▶ PVR

参照→DVR

Q

▶ Qレイト

好感度。ビデオリサーチのテレビ番組カルテの対象番組視聴経験者のうち、その番組に好感を持った(「非常に好き」「まあ好きだろう」と回答した)人の割合。QはQuality。

【関連用語→Fレイト、テレビ番組カルテ】

R

▶ Reach

参照→到達率、累積到達率

▶ RMP

Rights Management and Protection

放送番組(コンテンツ)の著作権を保護するための技術やその仕組みのこと。「コピー制御」と呼ばれることもある。コンテンツの再生、コピー等に対する許諾条件を付し、不正コピーなどの許諾に基づかない使用からコンテンツを保護する方式の総称。地上/BSデジタル放送ではCCI(コピー制御情報)を付加するなど、RMPによる著作権保護を導入している。

S

▶ SB

Station Break

「ステーションブレイク(ステブレ)」の略。ある番組から次の番組へ移る間の時間のこと。ステブレの周辺にミニ番組、ガイドなどが設けられ、スポットCMの中核をなす時間枠となっている。

【関連用語→PT、スポットCM】

▶ SDTV (SD)

Standard Definition Television

標準テレビ放送。従来のアナログ放送と同程度のテレビ画質をデジタル放送で実現したもの。

【関連用語→HDTV、マルチチャンネル編成】

▶ SIU

Sets In Use

「セッツインユース」の略。調査対象世帯のテレビやラジオのスイッチの入れられている受像(信)機の割合。家庭内のテレビ台数が複数になり、セット単位では世帯単位の稼働状況が表せないため、総世帯視聴率を表すものとして、現在ではHUTが使われている。

【関連用語→HUT】

⑩…業界用語として使用されている通称   📺…ビデオリサーチ関連用語

▶ STB

Set Top Box

「セットトップボックス」の略。テレビに接続して様々なサービスを受けられるようにする機器の総称。テレビの上に置いておくことが多いことからこう呼ばれる。衛星放送やケーブルテレビの受信機、電話回線に接続してインターネット接続や通信カラオケを提供するものなど、様々な種類がある。メディアのデジタル化の進展において、録画機器やゲーム機などもこの範疇に近づいている。

T

▶ TOT

Total Of Television

全局合計視聴率。ある時間帯における各局の視聴率を合計した数字。個人の全局合計視聴率(局別視聴率の合計)は、PUTと同じ。なお、世帯視聴率調査では、複数のテレビを調査対象としているため、同時に異なった局を見ている世帯がある場合、全局合計視聴率はHUTより高くなる。

【関連用語→HUT、PUT】

▶ TRP

Target Rating Points

「ターゲット・レイティング・ポイント」の略。個人視聴率の指標で、世帯視聴率のGRPに相当する。ある期間中に放送したテレビCMの各回個人視聴率の合計。

▶ Tver(ティーバー)

在京民放5社(日本テレビ放送網株式会社、株式会社テレビ朝日、株式会社TBSテレビ、株式会社テレビ東京、株式会社フジテレビジョン)による公式テレビポータルで、テレビ番組を広告付きで無料配信するキャッチアップサービス。運営はプレゼントキャスト。配信コンテンツは各社放送中のドラマやバラエティの一部で、放送終了後から次回放送までの1週間程度配信される。2015年10月よりサービス開始。

U

▶ UHF

Ultra High Frequency

極超短波。300～3000MHz(波長10cm～1m)までの周波数帯の電波。VHFに比べて直進性が強く到達距離は短い(チャンネル数を多く取れる(50チャンネルまで収容可能))。地上デジタルテレビ放送は、すべてUHFである。

【関連用語→VHF、地上デジタルテレビ放送】

▶ USB

Universal Serial Bus

コンピュータ等の情報機器に周辺機器を接続するためのシリアルバス規格の1つ。特に外部記憶デバイスとして扱えるUSB接続のUSBメモリは可搬性の高さからよく利用されている。

V

▶ VHF

Very High Frequency

超短波。30～300MHz(波長1～10m)までの周波数帯の電波。アナログ停波までの民放アナログテレビ局の半数と、現在もFMラジオ局がこのVHFを使用している。UHFに比べてチャンネル数はあまり多く取れない(12チャンネルまで収容可能)が到達距離は長い。地上デジタルテレビ放送移行にともなって空きチャンネルの有効活用が模索されている。

【関連用語→UHF、地上デジタルテレビ放送】

▶ VOD

Video On Demand

映画などの映像をネットワーク経由で、ユーザーの要求に応じて配信するサービス。大容量のデジタル映像データベースと高速大容量回線を組み合わせる必要がある。有線放送やセットトップボックス、インターネット等の配信手段とテレビ受像機や携帯電話、PCなどの視聴手段で様々な組合せのサービスがある。

▶ VR-Bridge

2015年10月にスポット事前作案システムからリニューアルした、テレビ・ラジオスポットCMの取引業務を支援するシステム。標準的に利用されている「タイムテーブル」や「CMスケジュール表」の出力や、出稿後の事後評価まで、ワンストップでキャンペーンの管理を行うことができる。また、広告取引EDIにも対応しており、スポット取引全般の業務を効率化することができる。

【関連用語→CASS】

▶ VR CUBIC ビアールキュービック

Video Research Cross and Unique reach of Broadcasting and Interactive Communication

テレビとインターネットのメディア接触を測定するシングルソースパネル調査で、関東1都6県で15歳から69歳男女のインターネットユーザーを基本とした約5000世帯の調査。テレビ接触は機械式、インターネット接触はログ取得で調査を行う。視聴者プロフィールや行動・態度変容などについては、別途アンケート調査を行っている。

▶ VRON ファイロン

ビデオリサーチが開発した「音声透かし」を認識するスマートフォン向けアプリケーション、またはその技術。音声透かしが埋め込まれたコンテンツをスマホのマイクに聞かせて認識させると、Webコンテンツを表示させるといったプロモーションツールとして活用が可能。SDK (Software Development Kit) としての組み込みも可能。

「VRON」はValue Receiver and Offscreen Navigator の頭文字。

▶ Video Research Information Town

iNEX2をはじめとしたビデオリサーチによるWebサービスのポータルサイト。

【関連用語→iNEX】

ア～ワ

ア

▶ アスペクト比 (画角)

画面の縦と横の比。従来のアナログカラーテレビ放送方式におけるアスペクト比は4:3で、地上デジタルテレビ放送のHDTVは16:9、SDTVは16:9と4:3の2種類がある。

▶ アクチュアル (actual rating)

実際に放送されたときのCMの視聴率のこと。

エ

▶ 衛星放送 (BS・CS放送)

放送衛星 (BS)、通信衛星 (CS) のトランスポンダ (中継器) を利用して、直接地上の家庭に向けて放送するシステム。パラボラアンテナを使用して受信する。

▶ エンコード／デコード

Encode/Decode

データの一定の規則に従って符号化 (暗号化) することをエンコードという。エンコードを行なうソフトウェアや機器をエンコーダという。デジタル放送の分野では、映像データをMPEG-2規格で圧縮することがこれにあたる。エンコードされたデータを元の映像に戻すこと (複合化) をデコード、そのためのソフトウェアや機器をデコーダといい、地上デジタルテレビ放送の受信機器はMPEG-2信号をビデオ信号に戻すデコーダを内蔵する。エンコード・デコードともに完了までに多少の計算時間がかかるため、地上デジタルテレビ放送ではオンエア画面に遅れが生じる。

オ

▶ 帯番組

1週間または平日などに毎日、同時間に同一タイトルで放送されるレギュラー番組。「ベルト番組」ともいう。

▶ オプティマイザー

一般的に最も効率的なメディア・プランニングを支援するコンピュータ・システムのこと。広告予算、広告のターゲットなどの条件を入力するだけで、最大の媒体到達をもたらすメディア・プランができる。データとして、テレビの視聴率や、新聞・雑誌の閲読率などが用いられている。

▶ 音声透かし

元となるデジタル音源に対し、電子的に情報を埋め込み、埋め込んだ音声から情報を読み出すデジタル音声信号処理技術。聞こえ方が変わらないように、コンテンツ特定のためのデータを情報として埋め込むことが可能。

⑩ …業界用語として使用されている通称   ▶ …ビデオサーチ関連用語

▶ 音声多重放送

主音声とは別にもうひとつの音声を送るもの。ステレオ放送、二カ国語放送などが代表的なもの。

▶ 音声フィンガープリント

元となるデジタル音源から音声波形の特徴を電子的に抽出し、元音源よりも小さなデータ(フィンガープリント)として扱うデジタル音声信号処理技術。参照用フィンガープリントをマスターと照合することにより、コンテンツ特定を行う。(音声透かしと音声フィンガープリントは多様化するメディア視聴環境の調査を行う上で重要な音声技術)

▶ オンラインメータ ▶

調査対象世帯とビデオリサーチをデータ通信回線(インターネット回線または電話回線)で結んだオンラインメータシステムのデータの蓄積および通信を行う機器。放送のデジタル化による多チャンネル時代に備え開発した「デジタルメータ」等がある。

【関連用語→オンラインメータシステム、チャンネルセンサー】

▶ オンラインメータシステム ▶

機械式世帯視聴率調査の調査システム。調査対象世帯に視聴率を測定する機器と測定データの蓄積および通信を行う機器を設置しデータ通信回線(インターネット回線または電話回線)を通じて、自動でデータを集集計し、翌朝には視聴率がわかる仕組みになっている。

【関連用語→オンラインメータ、自主調査地区、チャンネルセンサー】

カ

▶ カウキャッチャー

参照→CC

キ

▶ 機械式世帯視聴率調査

参照→オンラインメータシステム

▶ 逆L型

CM出稿パターンのひとつ。平日の夜から深夜、及び土日の全日に投入するパターン。

【関連用語→スポット投入パターン】

▶ 共同調査地区 ▶

自主調査地区以外の地区で、それぞれの地区の民放各局共同の委託契約に基づいてビデオリサーチが年4～6回日記式で行っている視聴率調査地区。

ケ

▶ 継続率(視聴継続率)

視聴率の分析手法のひとつ。編成上の流れにおける前番組から後番組へ、あるいは前週の番組から翌週の番組へ視聴が継続した世帯(個人)の割合。

▶ ケーブルテレビ

参照→CATV

コ

▶ ゴールデンタイム ⑩

視聴率を時間帯別に見るときに使われる、1日の時間区分のうちの19時～22時の3時間の通称。

【関連用語→三冠、全日、プライムタイム】

▶ 52週調査地区 ▶

ビデオリサーチの視聴率自主調査地区で年間(365日)を通して視聴率調査を行っている地区。関東、関西、名古屋、北部九州、札幌、仙台、広島、静岡、福島、新潟、岡山・香川の11地区。

【関連用語→自主調査地区】

▶ 個人視聴率

調査対象となる世帯の4歳以上の個人全体の中で、時間別や番組別にどのくらいの人がテレビを視聴していたかという割合。視聴者を性・年齢別、職業別などに分けて使われている。調査方法は機械式(PMシステム)と日記式がある。

【関連用語→PM、PM表示器】

▶ コストバミル

参照→CPM

▶ コの字型

CM出稿パターンのひとつ。平日の朝・夕方～深夜と土日の全日に多く投入するパターン。

【関連用語→スポット投入パターン】

▶ コマーシャル

参照→CM

サ

▶ サービスエリア

テレビやラジオの放送局ごとの放送電波の受信可能な地域。

▶ サイマル放送

複数のチャンネルや放送形式で、同じ時間に同じ番組を放送することをさす。ラジオ放送をインターネット配信するサービス「ラジコ」はIPサイマルラジオという。

【関連用語→地上デジタルテレビ放送】

▶ サス

Sustaining Program

「サステニング・プログラム」の略。自主番組。提供社をつけずに、放送局が一切の費用を負担して放送する番組のこと。

▶ ザッピング

Zapping

テレビ視聴の際に頻繁にチャンネルを切り替える行為。

類義語：フリッピング

▶ 三冠

全日、ゴールデンタイム、プライムタイムの3つの時間帯で局別世帯視聴率のトップであること。

シ

▶ 自主調査地区

ビデオリサーチが機械式世帯視聴率調査を行っている地区。

【関連用語→オンラインメータシステム、52週調査地区、24週調査地区】

▶ 視聴質

視聴率という量的な指標に対して番組の質的な評価の指標として提起された。その定義は確立されていないが、一般的には誰が見ているか（視聴者構成）、どのように見ているか（ながら視聴など）、番組の内容はどうだったか（番組内容評価）、CMの内容表現はどうだったか（CMの質）などに分類される。

▶ 視聴者構成割合

テレビを見ている人を100として、性・年齢階層別の視聴者の割合をパーセントで示したもの。

▶ 視聴世帯数

特定エリア内の特定時間帯におけるテレビを見ている世帯の数。エリア内の推定自家用テレビ所有世帯に対するテレビ視聴世帯の数で、世帯視聴率×エリア内推定自家用テレビ所有世帯数で求める。

参照→22ページ

▶ 視聴人数

特定エリア内の特定時間帯におけるテレビを見ている人の数。エリア内の推定自家用テレビ所有世帯内の4歳以上のテレビ視聴家族の総人数で、個人視聴率×エリア内推定自家用テレビ所有世帯4歳以上総人口で求める。

参照→22ページ

▶ 視聴条件

該当する時間帯、番組の放送分数の何分以上視聴していれば、視聴していたとするかの基準を決めるもの。視聴分数と断続的（途切れ途切れ）か継続的（連続）かの設定をする。例えば視聴分数1/3以上・断続とした場合は、該当する番組の放送分数の1/3以上を途切れ途切れでも視聴していれば、「視聴」と判定する。

【関連用語→判定到達率】

⑩…業界用語として使用されている通称   ㊦…ビデオリサーチ関連用語

▶ 視聴分数分布

視聴率の分析手法のひとつ。番組や時間帯の視聴世帯(者)を視聴時間量の分布からみる分析手法。

▶ 視聴率

地上波放送、BS放送、CS放送、CATVなどのテレビ放送のリアルタイムでの視聴を示す指標。

【関連用語→総合視聴率、タイムシフト視聴率】

▶ 週平均視聴率

1週間(月～日)の平均視聴率。

ス

▶ スクイーズ

16:9の映像を水平方向に圧縮し、4:3の映像にしてDVDなどに記録すること。再生時に16:9の映像に戻すが、4:3のテレビではそのまま再生すると縦長の映像になってしまうため、レターボックスなどの処理が必要。

▶ ス克蘭ブル

有料のテレビ放送を契約者だけが見られるようにする技術。総務省令によって著作権保護を行う放送も使用可能となった。同期信号抑圧方式や走査線的位置を入れ替える方式など、いろいろな方式がある。

▶ ステーションブレイク(ステブレ)

参照→SB

▶ ストリーミング

インターネットなどのネットワークを通じて、映像や音声などのマルチメディアデータを視聴する際に、データを受信しながら同時に再生を行う方式。

▶ スポットCM

テレビ局が定めたCM時間枠に放送されるCM。PT・SB・ガイドがある。

【関連用語→PT、SB、タイムCM】

▶ スポット投入パターン

スポットCMを投入するパターン。1週間のタイムテーブルの時間帯別投入本数百分比により分類される。

【関連用語→逆L型、全日型、ヨの字型、コの字型など】

▶ スマートテレビ

インターネットが利用できる多機能型テレビ。ブロードバンドのインターネット経由でテレビ放送以外のコンテンツを視聴できるほか、アプリのダウンロード、マルチスクリーン対応、SNSとの連携機能が搭載されていることなどを要件とすることが多いが、定義はまだ定まっていない。

セ

▶ セカンドスクリーン

マルチスクリーンの利用形態のうち、テレビをメインスクリーンととらえた時にスマートフォンやタブレットなど、手で操作するガジェットを指す。

【関連用語→マルチスクリーン】

▶ 世帯視聴率

調査対象となる世帯全体の中で、時間別や番組別にどのくらいの世帯がテレビをつけていたかという割合。一般に視聴率といった場合、この世帯視聴率をさすことが多い。

▶ セッツインユース

参照→SIU

▶ セットトップボックス

参照→STB

▶ 占拠率(視聴占拠率)

該当する局の視聴率が、放送全体の視聴率に占める割合。各局の視聴率の合計で該当するテレビ局の視聴率を除し、パーセント表示したもの。「シェア」ともいう。

▶ 全局合計視聴率

参照→TOT

▶ 全日(全日平均) ㊦

視聴率を時間帯別に見るときに使われる、1日の時間区分のうちの6時～24時までの18時間の通称(およびその時間帯の平均)。

【関連用語→ゴールデンタイム、三冠、プライムタイム】

▶ 全日型

CM出稿パターンのひとつ。平日・土日のほぼ全日に投入するパターン。

【関連用語→スポット投入パターン】

▶ 全日本シーエム放送連盟

参照→ACC

▶ 前四週平均

該当する局の当日の番組が放送された枠や時間帯に、普段（過去4週間）どのくらいの視聴があったのかを見る数値。放送枠についての該当する週を除く過去4週間の平均視聴率。

ソ

▶ 総合視聴率

リアルタイム視聴とタイムシフト視聴のいずれかでの視聴を示す指標。リアルタイムでも視聴し、タイムシフトでも視聴した場合は“1カウント（複数回視聴としてカウントしない）”として集計しています。

【関連用語→視聴率、タイムシフト視聴率】

▶ 総世帯視聴率

参照→HUT

タ

▶ タイムCM

番組と一体で売買されるCM枠で放送されるCM。「番組CM」「提供CM」「プログラム・コマーシャル」ともいう。

【関連用語→スポットCM】

▶ タイムシフト（視聴）

Time Shift

テレビ放送本来の編成時間軸の流れ（放送と同時）とは、別の時間軸でテレビ番組を見る行為。DVRやサーバー型放送サービス、ホームサーバーなどにより、視聴者が「見たいときに、見たい番組を、自分の見たい見方で見る」ことができるようになることをさす。

【関連用語→DVR】

▶ タイムシフト視聴率

タイムシフトでの視聴を示す指標。リアルタイム視聴の有無にかかわらず、7日内（168時間内）でのタイムシフト視聴の実態を示します。

【関連用語→視聴率、総合視聴率】

▶ タイムランク

放送広告料金の基準のための時間区分で、曜日・時間帯別に設定される。Aタイム・特Bタイム・Bタイム・Cタイムがある。

チ

▶ 地上デジタルテレビ放送

地上の放送塔から送信する地上波テレビ放送をデジタル化したもの。日本では2003年12月に関東圏・中京圏・近畿圏の三大都市圏で放送が始まり、2006年12月には全国の都道府県庁所在地でも放送を開始した。電波の有効利用やテレビ放送の高画質化・高機能化を推進するため、国によりデジタル方式に移行することが定められ、2011年7月24日（岩手・宮城・福島）の3県は2012年3月31日）に全ての地区でアナログ放送が停止し、デジタル放送に移行した。

【関連用語→B-CASカード、UHF、VHF、サイマル放送】

▶ チャンネルセンサー

調査対象となる世帯のテレビに接続して、視聴しているチャンネルを測定する機器。

【関連用語→オンラインメータ、オンラインメータシステム】

▶ 重複到達率

視聴率の分析法のひとつ。複数の番組（時間枠）のうち2つ以上の番組（時間枠）を両方とも視聴した世帯（個人）の割合。

【関連用語→視聴条件】

⑩…業界用語として使用されている通称   🔗…ビデオリサーチ関連用語

テ

▶ データ放送

放送波を使って音声、文字、映像などの情報をテレビ、パソコン、移動体端末などの受信機に送るサービス。

▶ デジアナ変換

ケーブルテレビ事業者が、地上デジタルテレビ放送の番組を再送信するとともに、期間限定(2015年3月末までの)暫定的措置として、地上デジタル放送をアナログ方式に変換した信号も併せて各家庭に配信するもの。

▶ デジタル放送

従来のアナログ放送に対して使われる言葉で、音声・映像をデジタル処理して送出する放送。この利点は、多チャンネル化、高画質化、高機能化(双方向等)などである。

▶ テレビ視聴率速報 🔗

対象となる局の1週間分の全番組の番組平均世帯視聴率、終了時世帯視聴率、番組視聴占拠率などを集計・掲載しているレポート。(テレビ視聴率日報の確定版)

▶ テレビ視聴率日報 🔗

番組平均世帯視聴率、終了時世帯視聴率、番組視聴占拠率などを予定番組表に基づいて集計・掲載し、翌営業日に発行している印刷物では最も早いレポート。

▶ テレビ番組カルテ 🔗

番組の質的な評価への取り組みとして、ビデオリサーチが視聴者の番組に対する意識を測ることを目的に、1979年から開始した調査。番組の「基本評価」として視聴経験、好感度、満足度、視聴継続意向、番組視聴感、「クリエイティブ評価」としてはジャンル別に出演者、内容、制作的要素などについて調査している。

【関連用語→Fレイト、Qレイト】

ト

▶ 到達率(Reach)

視聴率の分析手法のひとつ。一定の期間内に、特定のテレビ番組またはCMに一度でも接触したことのある(=番組やCMが到達した)世帯(個人)の割合。「リーチ」ともいう。一度でも接触すればカウントされ、接触量(視聴分数など)は問わない。

【関連用語→累積到達率】

ニ

▶ 24週調査地区 🔗

ビデオリサーチの視聴率自主調査地区で毎月第1月曜日(4・10月は第2月曜)から2週間のみ視聴率調査を行っている地区(年間24週間)。熊本、鹿児島、長野、長崎、金沢、山形、岩手、鳥取・島根、愛媛、富山、山口、秋田、青森、大分、沖縄、高知の16地区。

【関連用語→自主調査地区】

▶ 日記式視聴率調査

調査対象世帯に対し1週間のテレビ視聴状況を日記式のアンケートに記入してもらう調査。

▶ 日本アドバイザーズ協会

参照→JAA

▶ 日本広告審査機構

参照→JARO

▶ 日本広告業協会

参照→JAAA

▶ 日本民間放送連盟

参照→JBA

ネ

▶ ネットワーク

異なる地区のテレビ局(ラジオ局)が番組やニュースをお互いにやりとりするために形成された。代表的なものとして「ニュースネットワーク」がある。

ハ

▶ パーコスト(%コスト)

番組CM・スポットCMの効率を見るために使われる指標のひとつ。世帯(個人)視聴率1%を獲得するために要する費用を金額で示したもの(広告費÷GRP)。

▶ ハイビジョン

参照→HDTV

▶ ハイブリッドキャスト

HybridCast

デジタル放送システムに通信サービスHTML5を融合し、放送と通信が機能的に連携してテレビを軸にさまざまなサービスを展開するための基盤システム。(財)NHKエンジニアリングサービスの登録商標)

▶ 箱番組

週1回、同一曜日の同時刻に、同一タイトルで放送されるレギュラー番組。

▶ 8Kテレビ

表示パネルの画素数がフルハイビジョンテレビの16倍あるテレビ。表示パネルの横(水平方向)の画素数が7680(約8000)、縦(4320)あり、1000画素が1K(キロ)という単位で表されることから8Kテレビとよばれる。

▶ 番組CM

参照→タイムCM

▶ 番組終了時視聴率

ある番組の放送時間終了直前の1分間の視聴率。通常ステーション・ブレイクの視聴率と見なされる。

▶ 番組平均視聴率

該当する番組の放送時間内における視聴世帯(個人)の割合で、番組の放送時間内における「毎分視聴率」の合計を番組の放送分数で除し、パーセント表示したもの。

▶ 判定到達率

視聴率の分析手法のひとつ。ある番組(時間帯)の放送枠(放送分数)のうち、特定の視聴条件に適合した世帯(個人)の割合。

【関連用語→視聴条件】

ヒ

▶ ビーブルメータ

参照→PM

▶ ヒッチハイク

参照→HH

▶ ビデオ・オン・デマンド

参照→VOD

▶ 標本誤差

視聴率は標本調査から集計した数値なので、その数値は絶対値ではなく誤差を伴う。調査対象世帯数が900世帯で、世帯視聴率が10%の時、信頼度95%での標本誤差は±2.0%になる。

▶ 標本世帯

視聴率調査の対象世帯。関東地区の場合900世帯。

▶ 拡がりと深さ

視聴率の分析手法のひとつ。番組や時間帯がどのように見られているかを、視聴世帯(者)の拡がり(1分以上視聴世帯(者)の割合)と視聴の深さ(平均視聴割合=視聴世帯(者)あたりの平均視聴分数÷放送分数)でみる分析手法。

フ

▶ プライムタイム ⑩

視聴率を時間帯別に見るときに使われる、1日の時間区分のうちの19時～23時の4時間の通称。

【関連用語→ゴールデンタイム、三冠、全日】

▶ プラットフォーム

Platform

元来、アプリケーション(ソフト)を動作させる基幹となるOSの種類や環境、設定、およびそのデバイスなどをさす。転じて、放送や通信においても、コンテンツ管理、課金・徴収代行、顧客管理などを行なう事業者もプラットフォームと呼ばれる。

▶ フリークエンシー

Frequency

視聴(到達)回数。到達した世帯(個人)をベースに何回見られた(接触した)かを示す指標。

平均視聴回数はAverage Frequency。視聴回数分布はFrequency Distribution。

▶ フリッピング

Flipping

参照→ザッピング

▶ フルセグ

フルセグメント放送の略で地上デジタルテレビ放送を指す。地上デジタル放送の1チャンネルの放送波の帯域幅は13の領域に分かれており、そのうちの12領域を用いた高解像度のテレビ放送をフルセグ放送という。

ヘ

▶ ベイ・バー・ビュー

参照→PPV

ホ

▶ 放送倫理・番組向上機構

参照→BPO

マ

▶ 毎分視聴率

1分毎の視聴率。ビデオリサーチが集計している視聴率データの最小単位。

▶ マルチアングル放送

ひとつの番組を様々な角度で撮影し、同時に放送すること。例えば、サッカー番組で、スタジアム全体・選手の控えベンチ・特定の選手など複数の映像を同じ事業者が同時に別チャンネルで放送するようなことをさす。同じ試合を違う視点から視聴が可能という特徴がある。

▶ マルチスクリーン

①映画やテレビで、異なる映像を同時に多数映し出す方式の画面。

②複数のデバイスを併用するメディアの利用形態。一般にはテレビを見ながら手元のデジタル端末で関連情報の取得やSNSで発言することを指す。近年は②の意での用いられ方が主流。

【関連用語→セカンドスクリーン】

▶ マルチチャンネル編成(まだら編成)

デジタルテレビ放送の番組編成で、HDTVとSDTVが混在したまだら状の編成のこと。「まだら編成」ともいう。例えば、HDTVでの「野球中継」の後の同時時間帯に、SDTV1チャンネルでは「ニュース」を、SDTV2チャンネルでは「野球中継の延長」を、SDTV3チャンネルでは「ショッピング番組」といった編成をすること。

【関連用語→HDTV、SDTV】

ミ

▶ ミッドブレイク

参照→Mid Break

ヨ

▶ ヨの字型

CM出稿パターンのひとつ。平日の朝・昼・夜から深夜及び土日の全日に多く投入するパターン。

【関連用語→スポット投入パターン】

▶ 4Kテレビ

表示パネルの画素数がフルハイビジョンテレビの4倍あるテレビ。表示パネルの横(水平方向)の画素数が3840(約4000)、縦2160あり、1000画素が1K(キロ)という単位で表されることから4Kテレビとよばれる。

リ

▶ リーチ

Reach

参照→到達率、累積到達率

▶ リーチMAX

視聴率の分析手法のひとつ。目的リーチに到達するための最も効率の良い組合せを見つけるための分析手法。

▶ 流入・流出

視聴率の分析手法のひとつ。視聴移動。毎分の時点で分析する場合と、番組の長さに対して視聴条件を決めて分析する場合がある。

どこの局からどのくらいの視聴世帯(者)が、その時点(番組)にチャンネルを切り替えてきたのかを表したものが「流入」。その時点(番組)の視聴世帯(者)が視聴終了後この局にチャンネルを切り替えたのかを表したものが「流出」。

ル

▶ 累積到達率

Cumulative Reach

視聴率の分析手法のひとつ。複数回放送されたテレビ番組やCMに一度でも接触したことのある(=番組やCMが到達した)世帯(個人)の割合。最大でも100%で100%を超えることはない。テレビでは番組もCMも複数回放送が一般的なため、累積到達率の意味で「到達率」というケースが多い。

【関連用語→到達率】

ワ

▶ ワンクール

One Cours

CMまたは番組の放送契約期間の単位。一般的には3ヵ月、13週間がワンクール。

▶ ワンセグ

地上デジタルテレビ放送で、13セグメント帯域の1セグメントを利用した放送サービス。帯域が狭いため、画質を落とした低ビットレートの映像を伝送するが、受信機の消費電力が少ないという利点がある。携帯端末(携帯電話やPDAなど)や移動体端末(ポータブルTVやカーナビ画面など)での受信を想定して「携帯端末向け放送」と呼ぶこともある。

【関連用語→地上デジタルテレビ放送】

TV RATING GUIDE BOOK

[視聴率ハンドブック]



Video Research Ltd.

株式会社 ビデオリサーチ

本社	〒102-0075 東京都千代田区三番町6-17	TEL 03-5860-1711	FAX 03-3556-8761
関西支社	〒530-0001 大阪市北区梅田2-2-22	TEL 06-4799-6900	FAX 06-4799-6909
中部支社	〒460-0003 名古屋市中区錦2-4-3	TEL 052-220-6610	FAX 052-220-6671
九州支社	〒810-0001 福岡市中央区天神2-14-13	TEL 092-716-4666	FAX 092-716-4671
北海道支社	〒060-0051 札幌市中央区南1条東1-3	TEL 011-271-0670	FAX 011-271-6266
東北支社	〒980-0021 仙台市青葉区中央2-8-13	TEL 022-227-6711	FAX 022-267-1741
中国支社	〒730-0036 広島市中区袋町3-17	TEL 082-244-7341	FAX 082-244-7345
静岡営業所	〒420-0851 静岡市葵区黒金町11-7	TEL 054-205-2200	FAX 054-250-2278
信越営業所	〒951-8055 新潟市中央区礎町通二ノ町2077	TEL 025-226-6251	FAX 025-226-1131

URL <http://www.videor.co.jp/>

