

視聴率がよくわかるブック
TV RATING GUIDE BOOK



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。

サッカーやプロ野球などのスポーツ番組、大事件が起きた時の特別番組などの視聴率から「国民の関心の高さを探る」ことや、視聴率の移り変わりから「社会の動きを知る」といった、社会調査的な側面で利用されることがあります。

また、視聴率データは、広告出稿社(者)、テレビ局、広告会社が広告取引をする際に、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。さらに視聴者がテレビをよく見る時間帯やよく見る番組を知ること、番組制作・番組編成に役立てる、いわゆるマーケティングデータとしても活用されています。

このように関係業界内の多くの方々にご利用いただいている視聴率ですが、実際の調査方法やデータの見方などは、意外に知られていません。

本書を視聴率調査の測定方法や、計算方法を正しく理解していただくためのハンドブックとしてご活用いただければ幸いです。

CONTENTS

01 What are TV ratings ?

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。

15 How are TV ratings calculated ?

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説明します。

23 Milestones

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。

25 Glossary

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。

What are TV ratings ?

視聴率って??

調査の仕組みや方式など、
まずは基礎をご紹介します。

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。

テレビの録画やゲームは視聴率に含まれません。

視聴率の対象となるのは、地上波放送、BS放送、CS放送、CATVなどのテレビ放送です。

録画再生視聴、携帯端末などでのワンセグ放送視聴、テレビゲームなどは含まれませんが、パソコンテレビによるテレビ放送の視聴は視聴率調査の対象となります。

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

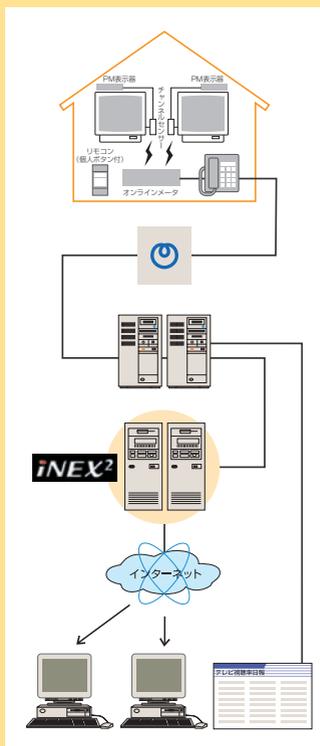


ピープルメータ(PM)というシステムを用いて、世帯視聴率と個人視聴率を同時に調査する方法です。



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よう工夫しています。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

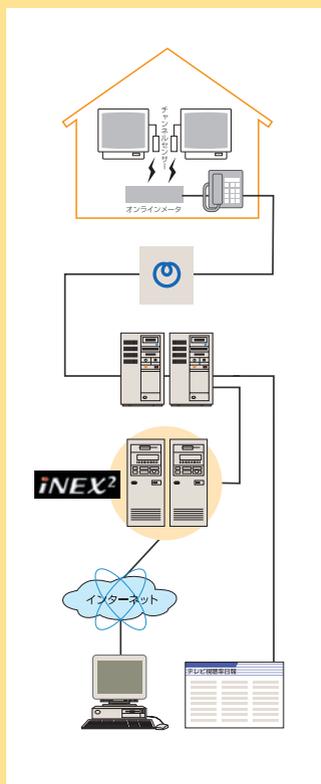
調査方法② オンラインメータシステムによる調査



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3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配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

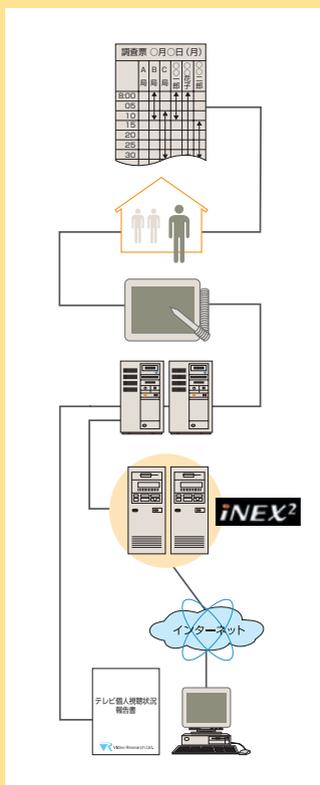
調査方法③ 日記式アンケートによる調査



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 6,600世帯のご協力によって行なわれています



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なわれています。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・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)

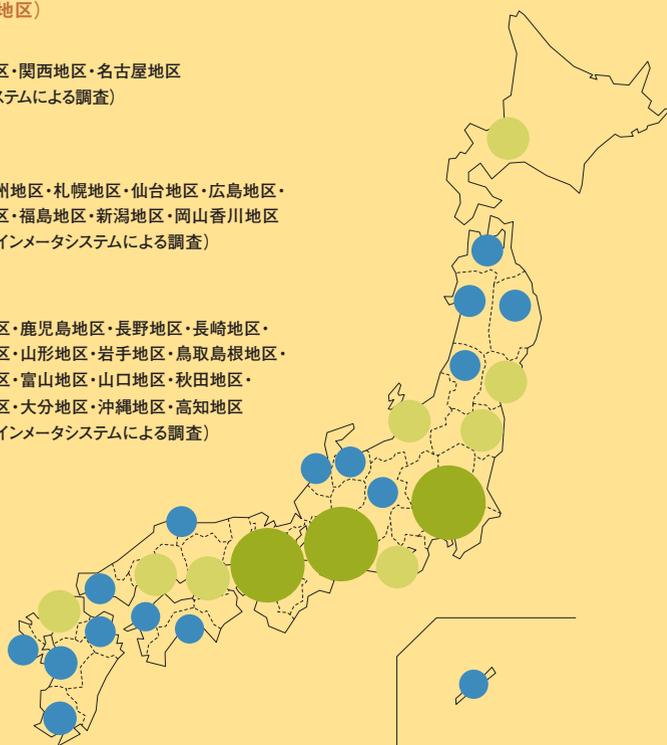
● 600世帯 関東地区・関西地区・名古屋地区
(PMシステムによる調査)

■ 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15,000,000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：15,000,000世帯
関東地区 調査対象世帯数：600世帯

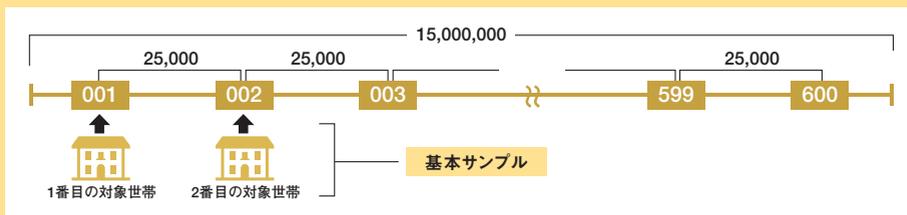
$15,000,000 \div 600 = 25,000$ ▶これがインターバル



STEP-3. 乱数表を用いて25,000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)	600	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
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							
調査対象テレビ台数	3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	1988.10.3
報告書	日報発行日	翌日						
	速報発行日	翌週木曜日				翌週金曜日		
調査方法・調査日	日記式 毎月 特定1週間	日記式 2・4・8・10月の 特定1週間	日記式 4月・10月の 特定1週間	日記式 2・4・8・10月の 特定1週間	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	1976.4	1975.5	1975.5	1975.5	1979.10	1987.10	1988.10	1988.10
報告書発行日	調査後4週目の木曜日		調査後4週目の金曜日		調査後4週目の 木曜日	調査後5週目の月曜日		

()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	3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	日報発行日		翌日		速報発行日			
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	3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	日報発行日		翌日		速報発行日			
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							

()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



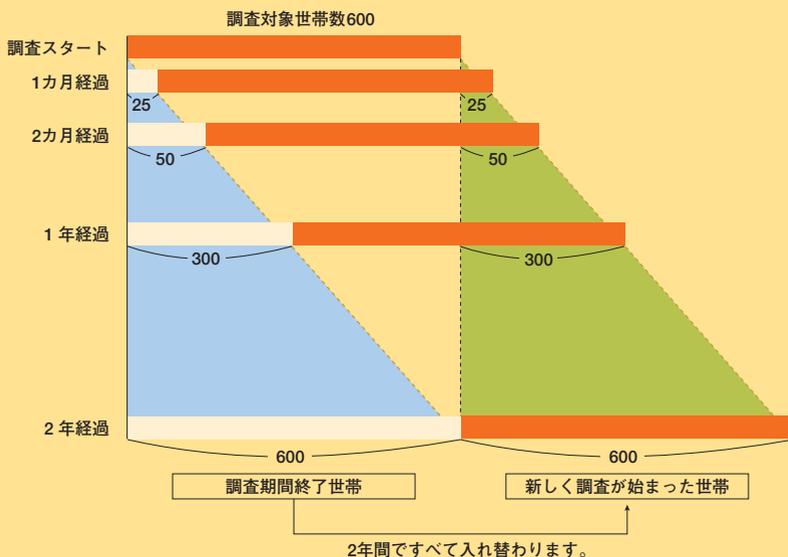
視聴率調査は対象世帯における普段の視聴実態を正確に調査するもの。
そこで、対象世帯の視聴態度に影響が出ないよう、名簿管理や視聴率測定機器の
設置は、徹底した秘匿主義で行なっています。
また、対象世帯はPMシステム調査地区では2年間(それ以外の地区は3年間)で
すべての世帯が入れ替わるようにローテーションしています。

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・関西・名古屋地区の例>

調査対象世帯数は600です。毎月25世帯(600÷24ヶ月)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。

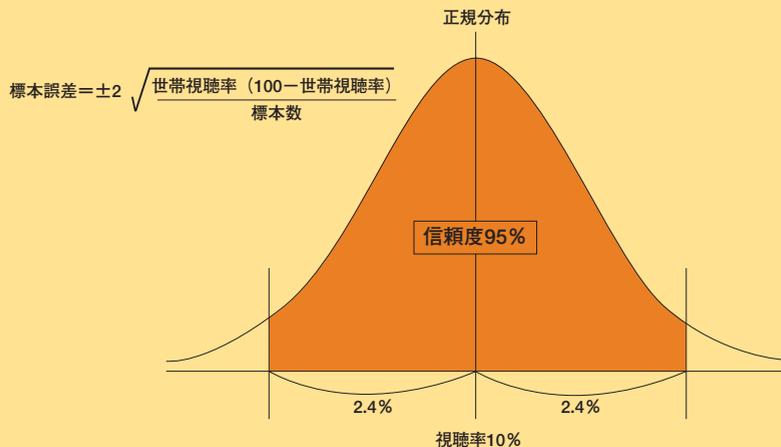


考慮すべき誤差があります



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 600	標本数 200
5%・95%	±1.8%	±3.1%
10%・90%	2.4	4.2
20%・80%	3.3	5.7
30%・70%	3.7	6.5
40%・60%	4.0	6.9
50%	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600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±2.4%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±1.2%にするための標本数は、4倍の2,400が必要です。

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(15,000,000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なってみます。

STEP-1

関東地区の調査エリアは全都六県と静岡県熱海市、伊東市です。
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、最後が静岡県伊東市となります。
(順番：茨城県→栃木県→群馬県→埼玉県→千葉県→東京都→神奈川県→静岡県)
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15,000,000世帯とします。
それを関東地区の標本世帯数である600で割ってインターバルを求めます。

$$15,000,000 \div 600 = 25,000 \text{ (インターバル)}$$

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599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25,000を足していき、600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+	25,000	25,089
003	25,089+	25,000	50,089
004	50,089+	25,000	75,089
005	75,089+	25,000	100,089
006	100,089+	25,000	125,089
007	125,089+	25,000	150,089
008	150,089+	25,000	175,089
⋮	⋮		⋮
266	6,600,089+	25,000	6,625,089
⋮	⋮		⋮
599	14,925,089+	25,000	14,950,089
600	14,950,089+	25,000	14,975,089

これらの番号に該当する世帯はどこにあるのか?

【図2】

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		調査区番号	地名	人口	世帯数	累積※	
★総世帯数 96,000 ★人口 250,000	1-1	日の丸1丁目	139	64	64		
	2-1	日の丸2丁目	128	51	115	←89番が含まれる	※累積は調査区内世帯数の足し上げです。 [89番はこの調査区の最初から数えて25番目(89-64=25)にあたる]
	3-1	日の丸3丁目	130	53	168		
	4-1-1	桜1丁目	123	49	217		
		⋮			47	264	
		⋮					
	755-1	富士5丁目	140	63	25,046		
	756-1	富士6丁目	131	54	25,100	←25,089番が含まれる	
	⋮			51	25,151		
	⋮						
東京都・中央区		調査区番号	地名	人口	世帯数	累積	
★総世帯数 36,000 ★人口 73,000	1-1	鶴1丁目	77	40	6,625,027		
	2-1-1	鶴2丁目	98	73	6,625,100	←6,625,089番が含まれる	
	3-1	鶴3丁目	92	54	6,625,154		
	4-1	亀1丁目	74	60	6,625,214		
		⋮			59	6,625,273	

STEP-6

抽出番号をもとに標本世帯がど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。(中略)

NO.266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.600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。

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)

(2011年10月末現在)

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×アラシ・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 ポリショイサーカス中継	1963 7/16 (火)	19:30- 45	NHK総合	55.3%
19 濁つくし・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・モデル	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号関連)	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とお願いたします。

※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)を伴うことにご留意ください。

How are TV ratings calculated ?

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説明します。

視聴率集計の基本は 「毎分視聴率」

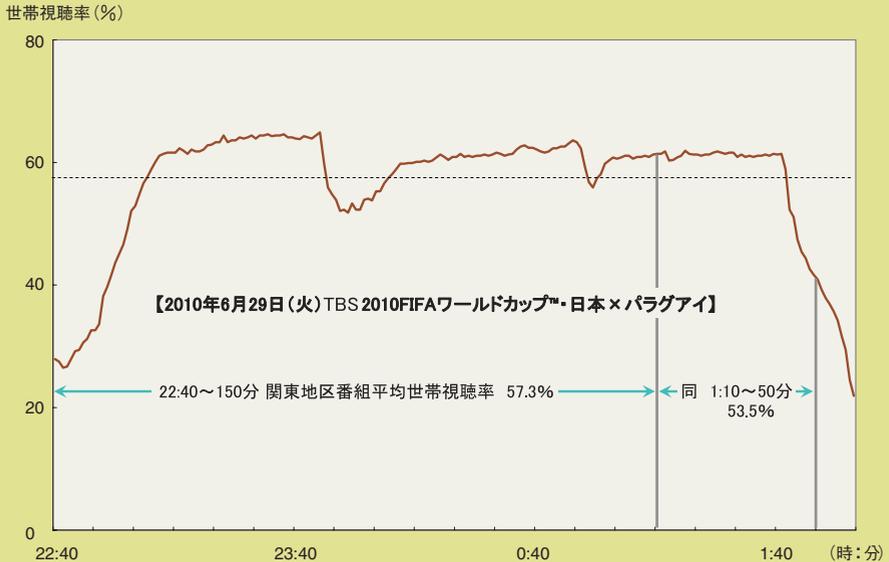


世帯視聴率も個人視聴率*もデータの最小単位は「毎分視聴率」で、番組（時間帯）の視聴率集計を行なう時は、この毎分視聴率をもとに計算します。

※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。



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)の視聴率集計を行なう時は、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 C局=4人 D局=1人

A局=2人 B局=1人 C局=1人

A局=1人 B局=1人 C局=1人

A局=1人 B局=1人 C局=1人

A局=1人 B局=1人 C局=1人

D局=1人

B局=1人 C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 ○ 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るので、
 $15人 / 20人 = 75.0\%$ となります。
- 局別 ○ 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 ○ 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るので、 $2人 / 3人 = 66.7\%$ となります。
男女13～19歳は3人中全員がテレビを見ているので、 $3人 / 3人 = 100.0\%$ となります。
- 局別 ○ 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。

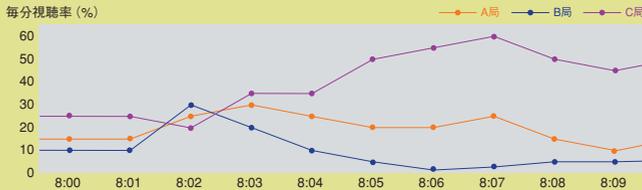
番組の平均視聴率も 毎分視聴率から計算します



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ことができます。

※ iNEX = information Network compleX

テレビ視聴率日報



番組はこのように掲載されています。

放送開始	放送分数	番組名	番組視聴率平均率	前週視聴率平均率	前週視聴率時率	前週視聴率時率	前週視聴率時率	前週視聴率時率	番組視聴率
1900	58	スーパーstar 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数で割ったもの
 - 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
 - 番組視聴占換率** 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?

POINT

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	17,791,000	177,910	40,596,000	405,960
関西地区	7,071,000	70,710	15,999,000	159,990
名古屋地区	3,752,000	37,520	9,222,000	92,220

※ 2011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17万8千世帯
 個人視聴率1%=約40万6千人
 (いずれも調査エリア内推定)

Milestones

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。

視聴率調査の歴史 (関東・関西・名古屋地区)

テレビ放送の初期には各テレビ局、広告会社によってさまざまな手法の視聴状況調査が行なわれていましたが、次第に業界共通のデータに対するニーズが高まり、アメリカの視聴率調査会社ニールセンが1961年から機械による視聴率調査をスタートしたのに続き、「日本版の視聴率調査会社を」の要望に応じて、1962年9月にテレビ局、広告会社为中心となり第三者機関としてビデオリサーチが設立されました。同年12月よりビデオリサーチの機械による視聴率調査がスタートし、現在に至っています。

	関東地区	関西地区	名古屋地区
1962	<p>1962年12月3日 機械式調査開始 調査エリアは東京23区、調査対象世帯数は246世帯でスタート(オフライン方式で調査員が記録テープを回収)。調査対象テレビ台数は1世帯につき1台</p> <p>1964年5月4日 調査エリア拡大 現行の調査エリア(1都6県と熱海市・伊東市)に。調査対象世帯数は430世帯</p>	<p>1963年5月27日 機械式調査開始 調査対象世帯数は300世帯でスタート(オフライン方式で調査員が記録テープを回収)。調査対象テレビ台数は1世帯につき1台</p>	<p>1964年9月14日 機械式調査開始 調査対象世帯数は200世帯でスタート(オフライン方式で調査員が記録テープを回収)。調査対象テレビ台数は1世帯につき1台</p>
1970	<p>1966年10月 日記式個人視聴率調査開始</p>	<p>1966年8月 日記式個人視聴率調査開始</p>	<p>1966年10月 日記式個人視聴率調査開始</p>
1980	<p>1977年9月26日 オンラインメータシステム調査開始 世帯視聴率日報(翌日)発行 調査対象世帯数は300世帯、調査対象テレビ台数は1世帯につき3台まで</p>	<p>1980年3月31日 オンラインメータシステム調査開始 世帯視聴率日報(翌日)発行 調査対象世帯数は250世帯、調査対象テレビ台数は1世帯につき3台まで</p>	<p>1980年9月29日 調査エリア拡大 調査対象世帯数は250世帯、調査対象テレビ台数は1世帯につき2台まで</p> <p>1986年9月29日 調査エリア拡大 オンラインメータシステム調査開始 世帯視聴率日報(翌日)発行 調査対象世帯数は250世帯、調査対象テレビ台数は1世帯につき3台まで</p>
1990	<p>1988年3月28日 1日の集計サイクルの変更 1日のサイクル3時～翌3時を5時～翌5時に変更</p>	<p>1988年3月28日 1日の集計サイクルの変更 1日のサイクル3時～翌3時を5時～翌5時に変更</p>	<p>1988年3月28日 1日の集計サイクルの変更 1日のサイクル3時～翌3時を5時～翌5時に変更</p>
2000	<p>1996年9月30日 PMシステムによる世帯視聴率調査開始 600世帯に切り替え 調査対象テレビ台数は1世帯につき8台まで</p> <p>1997年3月 日記式個人視聴率調査を終了</p> <p>1997年3月31日 PMシステムによる個人視聴率調査開始</p>	<p>2001年3月 日記式個人視聴率調査を終了</p> <p>2001年4月2日 PMシステムによる世帯視聴率調査、個人視聴率調査開始 600世帯に切り替え 調査対象テレビ台数は1世帯につき8台まで</p>	<p>2005年3月 日記式個人視聴率調査を終了</p> <p>2005年4月4日 PMシステムによる世帯視聴率調査、個人視聴率調査開始 600世帯に切り替え 調査対象テレビ台数は1世帯につき8台まで</p>
2010	<p>2011年7月24日 アナログ放送停波にともない、調査対象世帯を地上デジタル放送視聴可能世帯に切替</p>	<p>2011年7月24日 アナログ放送停波にともない、調査対象世帯を地上デジタル放送視聴可能世帯に切替</p>	<p>2011年7月24日 アナログ放送停波にともない、調査対象世帯を地上デジタル放送視聴可能世帯に切替</p>

Glossary

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。

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、NAB、JAAA、JACの4団体および会員社で構成されている。

▶ ARIB

Association of Radio Industries and Businesses

社団法人 電波産業会。1995年に設立され、主として通信・放送分野における「標準化」や「国際統一規格」などの推進を行なっている国内の機関。メーカー、電気通信事業者、放送局などが参加している。

▶ 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

Broadcasting Satellite

放送衛星。一般家庭で直接受信できることを目的とした衛星放送専用の人工衛星。

【関連用語→CS】

▶ 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、データ放送が行なわれている。

【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。

▶ 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】

▶ **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**

Communications Satellite

通信衛星。デジタル放送やケーブルテレビ向けの番組供給(スペースケーブルネット)と、テレビ番組の系列局への配信などに利用されている。

【関連用語→BS】

▶ **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度に打ち上げられたCS(N-SAT-110)による放送が2002年3月に開始。2011年6月現在、スカパーJSA T(株が通称「スカパー!」で約350ch、「スカパー! e2」では約70chの多チャンネル放送サービスを行なっている。

【関連用語→BSデジタル放送】

D

▶ **Dpa**

The Association for Promotion of Digital Broadcasting

社団法人デジタル放送推進協会。地上デジタルテレビ放送およびBSデジタル放送の普及並びにこれらに関連する事業を実施することにより、アナログ放送からデジタル放送への円滑な移行を図るとともに、デジタル放送の発展を推進し、公の福祉の増進及び国民生活の向上に貢献することを目的とする組織。

▶ **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

▶ **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】

▶ **Fレイト** 

視聴体験。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

「グロス・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・制御信号を受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 **compleX**

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。

J

▶ JAA

Japan Advertisers Association INC.

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

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。

▶ JAC

Japan Ad. Contents Production Companies Association

社団法人 日本アド・コンテンツ制作社連盟。映像広告制作上の規範と倫理の確立を行い、社会生活に効用をもたらす映像広告を制作することによって、放送文化の発展に寄与し、もって公共の福祉の増進に資することを目的とする組織。

▶ JEITA

Japan Electronics and Information Technology Industries Association

社団法人 電子情報技術産業協会。電子機器、電子部品の健全な生産、貿易及び消費の増進を図ることにより、電子情報技術産業の総合的な発展に資し、日本経済の発展と文化の興隆に寄与することを目的とした業界団体。

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。

N

▶ NAB

The National Association of Commercial Broadcasters in Japan

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。

P

▶ PM

People Meter

「ピープルメータ」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 

ピープルメータ(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→pay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〕「まあ好きなほう」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

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を。

【関連用語→HDTV、マルチチャンネル編成】

▶ SIU

Sets In Use

「セットインユース」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信(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】

▶ 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**▶ TCP/IP**

Transmission Control Protocol/Internet Protocol

プロトコルとは通信で正確なデータをやり取りするための「通信規則」のこと、その中でもTCP/IPはアメリカARPA(高等研究計画局)の提案により作成されたインターネット利用の標準プロトコルである。現在ではLANやイントラネットにも応用されている。

▶ 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】

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】

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。

▶ 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】

A～W

A

▶ 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。

I

▶ 委託放送事業者

放送ソフトを提供する事業者のこと。放送法の改正によりハード(放送設備)を所有しなくてもテレビ局になる道が開かれた。

【関連用語→受託放送事業者】

▶ インターネット

Internet

さまざまなコンピュータネットワーク同士を連結させた、世界規模のコンピュータネットワーク。

▶ インタラクティブ

Interactive

双方向。テレビに通信機能を付加し双方向性を加えることにより、様々なサービス実現の可能性が検討されている。現在は、データ放送を利用して、双方向機能を利用した番組企画やTコマースなどが具体化されている。

▶ インターレース

テレビやディスプレイなどの画面表示方式のひとつ。「飛び越し走査方式」ともいう。画面に画像を描く際に走査線を1本飛ばしに走査し、2回の走査で1回の画面表示を行なう方式。動画を表示する際にちらつきを抑えられるため、従来のアナログ放送と地上デジタルテレビ放送で採用されている。

【関連用語→プログレッシブ】

工

▶ 衛星波

放送衛星、通信衛星を通じて送られるテレビ電波。地上局からの地上波と比較して用いられることが多い。

【関連用語→地上波】

▶ 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。

▶ エンジニアリングサービス

放送の電波を利用して受信機内蔵のソフトウェアを更新し、受信機機能のバージョンアップ、不具合の解消、ロゴの更新など対象受信機に向けて行なうサービス。

オ

▶ 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。

▶ オンラインメータ 

調査対象世帯とビデオリサーチを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なう機器。アナログ対応の「βメータII」と放送のデジタル化による多チャンネル時代に加え開発した「デジタルメータ」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なう機器を設置し電話回線を通じて、自動でデータを収集・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回日記式で行な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 TV

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 TV

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なっている地区。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。対象はテレビ放送で、録画やテレビゲーム等は除く。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】

▶ コストパーミル

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

▶ サーバー型放送サービス(蓄積型放送)

大容量の蓄積装置を備えインターネットに接続された高度なデジタル放送受信機に向けて行なうもので、メタデータと呼ばれる番組に関連した情報(番組名、シーン情報、出演者情報など)を活用して、放送と通信が連携した多彩な視聴形態を実現する新たなサービス。

【関連用語→DVR、タイムシフト】

▶ 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。

【関連用語→JAA】

▶ 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 TV

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なっている地区。

【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】

▶ 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。

▶ 受託放送事業者

放送設備を保有する事業者、通信衛星のトランスポンダを所有・管理する通信衛星会社のこと。

【関連用語→委託放送事業者】

▶ 週平均視聴率

1週間(月～日)の平均視聴率。

ス

▶ ステーションブレイク(ステブレ)

参照→SB

▶ スポットCM

テレビ局が定めたCM時間帯に放送される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H型、ヨの字型、コの字型など】

セ

▶ 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。対象はテレビ放送で、録画やテレビゲーム等は除く。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

▶ **全国地上デジタル放送推進協議会**

民放テレビ127社、NHK、総務省、32の各地域地上デジタル放送推進協議会(地域協議会)で構成される任意組織。2001年設立。各テレビ局への周波数割り当てを定めるチャンネルプランの策定やアナアナ変更対策など、デジタルへの移行に伴う諸課題についての検討に取り組んでいる。「全国協議会」ともいう。

▶ **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。

▶ **多チャンネル化**

デジタル圧縮技術による放送の効率化や多様化の象徴的事象。衛星波、地上波、有線・無線通信など、様々な伝送経路がデジタル化される中で、物理的に視聴可能となるチャンネル数は今後も増加する可能性がある。

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日には岩手・宮城・福島の3県を除く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。残り3県も2012年3月31日に移行予定。

【関連用語→B-CASカード、UHF、VHF、サイマル放送】

▶ 地上波

地上局からサテライト(送信所)を通じて一般の家庭に送られる放送波。衛星局(BS、CS)からの衛星波と区別して用いられることが多い。

【関連用語→衛星波】

▶ 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。アナログ放送を測定するメディアセンサーとデジタル放送を測定するデジタルテレビセンサーがある。

【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

視聴率の分析手法のひとつ。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】

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(双方等)などである。

▶ デジタル放送推進協会

参照→Dpa

▶ 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→フレイト、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

▶ **日本アド・コンテンツ制作社連盟**

参照→JAC

▶ **日本広告業協会**

参照→JAAA

▶ **日本民間放送連盟**

参照→NAB

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

▶ **番組CM**

参照→タイムCM

▶ **番組終了時視聴率**

該当する局の番組が終了する直前1分間の視聴率。

▶ **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(時間枠)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

▶ **ヒールメータ**

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600世帯で、世帯視聴率が10%の時、信頼度95%での標本誤差は±2.4%になる。

▶ **標本世帯**

視聴率調査の対象世帯。関東地区の場合600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 

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。

(例→スカイパーフェクTV!、iモード<DoCoMo>)

▶ 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

▶ フロードバンド

Broad Band

広帯域。高速の通信回線の普及によって実現されたコンピュータネットワークと、その上で提供される大容量のデータを活用したサービス。有線・無線を問わず、各種通信技術によって実現される、おおむね500kbps以上の通信回線をさす。

▶ プロGRESS

テレビやディスプレイなどの画面表示方法のひとつ。「順次走査方式」「ノンインターレース」ともいう。画面に画像を描画する際に走査線を1本飛ばしてではなく、順番に走査する方式。コンピュータのディスプレイで採用されているが、デジタルテレビ放送の企画にも盛り込まれている。CG映像などとは相性がよく、エッジが効いた映像表現が可能と言われている。

【関連用語→インターレース】

へ

▶ ベイテレビ

有料テレビチャンネル。特定の契約者に有料で特別の放送を提供するシステム。ベイ・パー・チャンネルとベイ・パー・ビューがある。

【関連用語→PPV】

▶ ベイ・パー・ビュー

参照→PPV

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】

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)が視聴終了後ど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。2006年4月以降、順次各地で放送開始。

【関連用語→地上デジタルテレビ放送】



Video Research Ltd.

TV RATING GUIDE BOOK

[視聴率ハンドブック]

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

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

中国支社 〒730-0036 広島市中区袋町3-17
TEL 082-244-7341 FAX 082-244-7345

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

関西支社 〒530-0005 大阪市北区中之島2-3-33
TEL 06-6204-7700 FAX 06-6204-7711

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

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

中部支社 〒460-0003 名古屋市中区錦2-4-3
TEL 052-220-6610 FAX 052-220-6671

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

岡山営業所 〒700-0907 岡山市北区下石井2-1-3
TEL 086-234-9888 FAX 086-234-6673

