

以下、要約すると電通の下位組織ビデオリサーチが独占する信憑性を疑われる調査によって視聴率が決定されています。

視聴率の信頼性 目次

- [視聴率](#)
 - [問題点](#)
 - [データの信憑性についての批判](#)
 - [データの質についての問題](#)
 - [番組内容への影響](#)
- [ビデオリサーチ](#)
 - [視聴率調査方法](#)
 - [視聴率不正操作問題](#)
- [視聴率と録画率、大きく乖離](#)
 - [「視聴率」「録画率」こんなに違う\(ゲンダイネット\)](#)
 - [低視聴率にあえぐ中居「婚カツ!」なんと録画ランキングでは大人気\(J-CASTニュース\)](#)
- [優良放送番組推進会議](#)
 - [「優良放送番組推進会議」にTV局は戦々恐々 委員長「視聴率が"神様"となっている結果、番組の質が低下」](#)
 - [優良放送番組推進会議](#)
 - [広告主による番組評価 視聴率組、顔触れガラリ テレ東が健闘](#)
- [関連サイト](#)

視聴率

出典: フリー百科事典『[ウィキペディア \(Wikipedia\)](#)』

日本では2000年3月以降、「[ビデオリサーチ](#)」の調査結果がそのまま世帯視聴率となっている。「ビデオリサーチ」の場合、機械式の視聴率調査は主要11地区（関東地区、関西地区、名古屋地区、札幌地区、仙台地区、福島地区、新潟地区、静岡地区、岡山香川地区、広島地区、北部九州地区）では毎日、その他の都市（青森地区、岩手地区、秋田地区、山形地区、富山地区、金沢地区、長野地区など）では毎月、月はじめ2週間の調査を行っている。標本数は関東地区、関西地区、名古屋地区が600、それ以外の地区は200である。ただし、放送エリア内に地元民放テレビ局が3局以上あることが機械式視聴率調査の条件のため、福井県、山梨県、徳島県、佐賀県、宮崎県では機械式視聴率調査は行われていない。

また、衛星放送・一部の独立UHF局などは一括して「その他の局」という扱いとなり、個別の数字は公表されない[1]。また、[録画による視聴（録画率）](#)やパソコンによる視聴はカウントされていない。

一般に関東地区、関西地区、名古屋地区などでは15パーセントを超えるとヒット作と言われることが多く、逆に10パーセントを切ると視聴率が低迷していると言われることが多い。それは、テレビの総視聴率が最も高い時間帯である19時-22時で総視聴率は約70パーセント、それを単純に民放5局とNHK2局の合計局数で割ると10パーセントになることからである。

民間放送各社はこの数値が広告の営業活動に大きくかわることから視聴率を重視している。近年では公共放送であるNHKも同様に重視している。

問題点

データの信憑性についての批判

視聴率のデータの信憑性に対する主な批判としては次のようなものが挙げられる。
「ビデオリサーチ」社は調査方法の詳細を公開していないため、信憑性を検証できない、日本における視聴率調査を「ビデオリサーチ」社が独占しており、他の比較データがない、調査は世帯単位で行っているのに、テレビが一家に何台もある実態に対応できていない、サンプル数が少ないため、少ない不正件数で大きく数値が変動してしまう、この脆弱性を悪用し、過去に日本テレビ視聴率不正操作問題が起こっており、今後も同様の問題が起こる可能性がある。

データの質についての問題

地域ごとのサンプル数に違いがあるため地域間の単純比較が難しい。データの誤差が考慮されることが非常に少ない。「ビデオリサーチ」社の調査方法では、標本数600・信頼度95パーセントの場合、視聴率10パーセントの時の誤差はプラスマイナス2.4ポイント、視聴率20パーセントの時の誤差はプラスマイナス3.3ポイントである。つまり、「視聴率20.0パーセント」と発表された場合の視聴率は、16.7-23.3パーセントの間にある確率が95パーセントということである。標本数200の地域ではさらに誤差が大きい。

番組内容への影響

現在のところ、視聴率は番組の良し悪しについての客観的指標として最も使用されている。視聴率が高い番組は「いい番組である」、「広告効果が高い番組である」という評価となるので、テレビ局はさまざまな手段で視聴率向上のための努力をする。しかし、その努力が行き過ぎると、番組内容は二の次で高視聴率を取れる番組を制作しようとしてしまう。その結果、さまざまな悪影響を与えてしまうこととなる。興味本位の番組・大衆迎合的番組が増える。また、そのような番組制作においてプライバシー権・放送倫理を侵害する問題が発生する温床となる。高視聴率を望む傾向が強くなるので、低視聴率番組は途中で打ち切られやすい。ただし、打ち切りとなった番組が後に多大な評価を得ることも希にある。**刺激的、ドラマ的な展開を求めんがためのやらせなどの捏造行為が発生しやすい、特に軽度のやらせは演出の一種として扱う傾向があり、番組全体の劇場化が指摘される。**

ビデオリサーチ

出典: フリー百科事典『[ウィキペディア \(Wikipedia\)](#)』

株式会社ビデオリサーチ (Video Research Ltd. 略称 "VR") は、テレビ番組の視聴率調査 (後述の5県を除く全国42都道府県)、ラジオ番組の聴取率調査をはじめとするメディアリサーチや、マーケティングリサーチを行う日本の会社。電通や民放キー局などが出資して設立した。

視聴率調査方法

会社設立当初は、社員が無作為に選んだ家庭に直接伺い、視聴した番組や時間を聞き込む方法をとっていたが、後に無作為に選んだ家庭に視聴率調査用の装置を設置し、その装置で一定時間に視聴しているチャンネルを記録、電話回線を通じてビデオリサーチ社に送信される方法に変わった。なお、装置の詳細や調査対象となる家庭の選出方法などは非公開 (対象家庭は無作為に選ばれる) となっており、調査中および終了後も調査方法について秘匿するよう誓約させている。2年間でサンプル世帯は交代する。なお、サンプル世帯選びにあたっては近親者にマスコミ関係者

がないか調べ、公正に行うよう努めている。視聴率は個人視聴率（テレビごと）と世帯視聴率（世帯ごと）に分類されるが、“視聴率”と言えば普通は世帯視聴率を指す。日本における視聴率は、かつてニールセンとビデオリサーチの2社が測定していたが、2000年にニールセンが日本国内における視聴率調査から撤退し、現在は、ビデオリサーチの測定した結果のみが用いられることとなった。撤退の理由は民放キー局との視聴率に関する対立とされる。

最近では、家族一人一人の年齢、性別などを登録した上で、個人ごとの視聴状況を調査できるようになっている。しかし、どのような目的やきっかけで視聴しているかについては調査を行っておらず、テレビ局側が求めた際に報告しているかは不明。

視聴率調査は放送区域内の地元民放テレビ局が3局以上あることが調査の条件である。したがって、山梨県、福井県、徳島県、佐賀県、宮崎県では視聴率調査が行われていない（ただし、年数回アンケート方式での調査が行われることがある）。

視聴率不正操作問題

2003年10月、日本テレビのプロデューサーが担当番組を見るように登録視聴者に依頼し金銭を渡す、いわゆる「視聴率工作」が行われていたことが発覚した。視聴を依頼する際、他局の番組も依頼に混ぜることで工作が発覚しないようにしていた。このプロデューサーは翌11月に解雇された。（日本テレビ視聴率買収事件の記事も参照）

この問題が発生して以降、視聴率以外に番組の質や影響力（効果）を数値化する指標の登場が特に期待されているが、決定的といえるものは現れていない。

ちなみに上記工作によって変動する視聴率は1%にも満たないと見られている。

視聴率と録画率、大きく乖離

「視聴率」「録画率」こんなに違う（ゲンダイネット）

<http://news.www.infoseek.co.jp/entertainment/story/21gendainet07027456/>

新たな価値を考える時期が来た！

ついに広告界からも声が上がった。日刊ゲンダイ本紙が再三指摘している「録画率」について、だ。

大手広告会社で20年近く広告制作に携わり、「その後、偶然にも視聴率調査世帯を経験した」という広告制作コンサルタントの赤羽紀久生氏が、朝日新聞（9日）紙面で、こう持論を展開した。

視聴率はもはや亡霊のようなものだと考えている。問題なのはビデオやDVDに録画したテレビ番組をそれだけ見ている、視聴率に積算されないことだ。視聴率1位の番組が、視聴者にもっとも支持された番組だとは限らないのだ

こうした事態を回避するため、日刊ゲンダイ本紙は「録画率も公開すべき」と繰り返している。いや、実際、一部のテレビ雑誌ではすでに独自の録画率調査を集計している。それが視聴率調査とどれほどの落差があるか、改めて見直してみると仰天の結果だ。

たとえば、4月27日から5月3日までの視聴率。1位から5位までを並べると、「ネプリーグ」「はねるのトビら」「NHKニュース」「首都圏ニュース」「ぐるぐるナインティナイン」という結果だ（ビデオリサーチ、関東地区）。

ところが、老舗のテレビ誌「TVガイド」が調べた録画率を見ると様相は一変する。

トップ5は「鋼の錬金術師」「けいおん!」「婚カツ!」「BOSS」「アイシテル」という具合だ。「月9始まって以来の低視聴率」などといわれた「婚カツ!」も録画率ではいい成績を収めている。どうしてこんなギャップが生まれるのか、改めて赤羽氏に聞いてみた。

「デジタル機器が普及した現在では、いい番組、興味がある番組だからこそ、録画して都合のいい時間に見る、これが普通の視聴スタイルになっています。少なくとも我が家では見たい番組はほとんど録画してから見ている。それが反映されないのでは“視聴率は番組に対する絶対的な評価としては機能してない”といわれても仕方ありません」

そのため、氏は「オープンな議論を」と主張しているが、日刊ゲンダイ本紙もまったく同感。「テレビ不況」が叫ばれる今だからこそ、テレビ各局はもちろん、スポンサーや広告代理店は、赤羽氏の指摘に耳を傾けるべきである。

(日刊ゲンダイ2009年5月18日掲載)

低視聴率にあえぐ中居「婚カツ！」なんと録画ランキングでは大人気(J-CASTニュース)

<http://www.j-cast.com/2009/05/22041727.html>

優良放送番組推進会議

「優良放送番組推進会議」にTV局は戦々恐々 委員長「視聴率が“神様”となっている結果、番組の質が低下」

(月刊『FACTA』2009年6月号)より引用

http://zasshi.news.yahoo.co.jp/article?a=20090529-00000001-facta-bus_all

安易で低劣な番組が氾濫するテレビの現状に業を煮やした経済界がついに動き出した。トヨタ自動車、キヤノン、新日本製鉄、東京電力、三菱重工業、三井物産など日本を代表する大手企業26社が4月28日、社員へのアンケートで「良い番組」を選び、公表する「優良放送番組推進会議」(委員長：有馬朗人・元文相)を立ち上げたのだ。

第1回の選定テーマは「報道番組」で、トップは「ワールドビジネスサテライト」(テレビ東京)。2位は「クローズアップ現代」(NHK)、3位は「週刊こどもニュース」(同)と視聴率ランキングの常連ではない番組が上位を占め、視聴「率」と視聴「質」の乖離を浮き彫りにした。

推進会議の有馬委員長は「今の放送は視聴率が“神様”となっている結果、番組の質が低下している」と放送界の現状を痛烈に批判。「みんなが良い番組と考えるものを積極的に応援したい」と会議設立の狙いを強調した。

会員企業は1社あたり年間20万円の運営資金を拠出する。会員企業のほとんどは民放の大スポンサー。「今後はテレビ番組にカネを出す代わりに口も出す」と、発足に関与したある企業の役員は言い切る。

背景には「CMを提供した番組の視聴率が高くても、商品・サービスの売れ行きは必ずしも良くなれない」という現状がある。電通の子会社、ビデオリサーチが事実上独占する視聴率という「神様」の客観性を疑問視する声が経済界に増えている。

一方、局側は「広告収入の激減が続く中で、アンケートの評価が低かったら、CM料の値下げなどの口実になれるのではないか」(キー局幹部)と戦々恐々としている。

優良放送番組推進会議

<http://good-program.jp/index.html>

< 主旨 >

現在の日本は混迷状態にあるが、その一因は様々な領域で世界の趨勢から乖離した日本社会の状態にあると思われる。とりわけテレビジョン放送番組の乖離は顕著であるが、これらを単純に良否で判断することは困難であり、表現の自由に抵触することも予測される。そこで優良な番組を推挙することが放送番組の向上に有効な手段の一つであると考え、そのような視点から、放送番組の動向に関心のある企業がアンケート調査に協力し、その結果を世間に公表することにより、テレビジョン放送で優良な番組が増加することを目指す「優良放送番組推進会議」を設立し、賛同する会員により運営する。

広告主による番組評価 視聴率組、顔触れガラリ テレ東が健闘

2009/11/7

<http://s01.megalodon.jp/2009-1107-0857-12/www.business-i.jp/news/flash-page/news/200911070106a.nwc>

関連サイト

(自動検索による外部リンクリストです。)

- [JYJ「マリオカート7」TV-CMロングバージョンなど/ユチョン ...](#)
- [打ち切り](#)
- [地下鉄にミタさんが!](#)
- [大衆をバカにするテレビ朝日 - 池田 信夫](#)
- [運転中に肘掛に腕乗っけてたら、姉に手をふにふにされた。](#)
- [大衆をバカに](#)
- [ヨーロッパの紅白歌合戦ユーロビジョン2012とか](#)
- [【映画】懐かしの「宇宙鉄人キョーダイン」35年ぶり復活...仮 ...](#)
- [2007.5.24「魔王」視聴率9.1%で終了](#)
- [ハ・ジウォン、苦戦のドラマ『The King 2Hearts』でも賛辞受ける](#)

- [【テレビ】フジテレビの豊田社長「家族のうた」不振の理由は ...](#)
- [さて、SMAPですがメンバー5人で誰が一番高い視聴率を獲得し ...](#)
- [【サッカー】W杯アジア最終予選前の強化試合アゼルバイジャ ...](#)
- [【サッカー】W杯アジア最終予選前の強化試合アゼルバイジャ ...](#)
- [「ちびまる子ちゃん」が「平清盛」よりはるかに勝っている理由](#)
- [【\\(^o^\)/】電通の顧問が視聴率調査のビデオリサーチ新社 ...](#)
- [日韓基本条約のやり直し! 実質! その他の週末記事](#)
- [視聴率調査を行うビデオリサーチ社長に電通・秋山氏](#)
- [Cosmodia Followers 【コスモディアフォロワーズ】-20 ...](#)
- [気になるニュース、さらっとドン。\(夕版\)](#)

- [2009年6月の政治関連記事リンク](#)
- [「優良ドラマ」アンケート2位は「不毛地帯」](#)
- [ワールドビジネスサテライト](#)

[年末年始の「優良番組」紅白歌合戦は何位？](#)

- [ナンバー1女優”香里奈『美咲ナンバーワン!!』大コケでスポ...](#)
- [優良放送番組推進会議](#)
- [テレビ界、視聴率至上主義の愚昧 / 月尾嘉男（東京大学名誉教授）](#)
- [AC公共広告機構](#)
- [優良放送番組推進会議](#)
- [パリゴルミネ有楽町店がワールドビジネスサテライトに！！](#)

以下広告