

■各指標の算出

1. 再生数

再生が開始された時点のカウント。

番組は、プレロール広告終了直後に再生された時点の視聴ログがカウント対象。

広告については、0%時点の視聴ログがカウント対象。

1-1. 再生数(Imp)

単位	Imp	小数点以下桁数	0	四捨五入なし	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	<input type="radio"/>	TVerアンケート	-
----	-----	---------	---	--------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	-----------	---

再生開始時点の視聴ログのカウント

例1-1-1. 番組の再生数(Imp)のカウント方法

<視聴ログ>					
日時	ブラウザ	番組	視聴秒数	途中再生	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	X	A	0		○
2017/08/06 00:01:13	Y	B	0		○
2017/08/06 00:01:28	X	A	60		-
2017/08/06 00:02:13	Y	B	60		-
2017/08/06 00:02:28	X	A	120		-
2017/08/06 00:03:10	Y	A	120	開始	○
2017/08/06 00:03:13	Y	B	120		-
2017/08/06 00:03:28	X	A	180		-
2017/08/06 00:04:10	Y	A	180		-

①視聴分数が0分のログ、または途中再生開始のログの件数をカウント。

番組	再生数(Imp)
A	2
B	1
全体	3

例1-1-2. 広告の再生数(Imp)のカウント方法

<視聴ログ>					
日時	ブラウザ	素材	視聴割合	カウント対象	
2017/08/06 00:00:28	X	A	0	○	
2017/08/06 00:00:36	X	A	25	-	
2017/08/06 00:00:36	Y	B	0	○	
2017/08/06 00:00:44	X	A	50	-	
2017/08/06 00:00:45	Y	B	25	-	
2017/08/06 00:00:51	X	A	75	-	
2017/08/06 00:01:53	Y	B	75	-	
2017/08/06 00:00:59	X	A	100	-	
2017/08/06 00:01:11	X	B	0	○	

①視聴割合が0%のログの件数をカウント。

素材	再生数(Imp)
A	1
B	2
全体	3

■各指標の算出

1-2. 推計再生数

単位	Imp	小数点以下桁数	0	小数第一位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	-	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	-----	---------	---	------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	---	-----------	-----------------------

再生数×TVerアンケートの特性別視聴者構成割合(Impベース)

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(Imp)」参照。

※視聴者構成割合(Impベース)の算出方法については、「4-1. 視聴者構成割合(Impベース)」参照。

※当指標は、他の指標を算出する際に使用されることはない。

例1-2. 推計再生数の算出方法

<視聴ログ>			<視聴者構成割合(Impベース)>	
日付	サンプル	再生数	サンプル	特性
2017/08/02	C	2	A	M35-49
2017/08/04	A	1	B	M20-34
2017/08/09	-	4	C	M20-34
2017/08/11	B	3	D	F20-34
2017/08/14	A	5	E	M50-64
2017/08/18	G	6	F	F50-64
2017/08/22	E	3	G	F20-34
2017/08/25	H	2	H	F35-49
2017/08/27	-	2		
2017/08/29	F	1		

特性	視聴者構成割合(Impベース)
M20-34	0.21739130434782600000
M35-49	0.26086956521739100000
M50-64	0.13043478260869600000
F20-34	0.26086956521739100000
F35-49	0.08695652173913040000
F50-64	0.04347826086956520000

①再生数をカウント。

再生数
29

②再生数に、視聴者構成割合(Impベース)を乗ずる。

特性	推計再生数	①×特性別の視聴者構成割合(Impベース)
M20-34	6	29 * 0.147723177525023 = 6.30434782608696
M35-49	8	29 * 0.219501154546885 = 7.56521739130435
M50-64	4	29 * 0.157764954929045 = 3.78260869565217
F20-34	8	29 * 0.18561015580831 = 7.56521739130435
F35-49	3	29 * 0.181614176263598 = 2.52173913043478
F50-64	1	29 * 0.107786380927137 = 1.26086956521739

■各指標の算出

1-3. 完再生数

再生が完了した時点のカウント。

番組は最終時点(※)の視聴ログ、広告は100%時点の視聴ログがカウント対象。

※番組の最終時点 = 視聴秒数が「放送尺～総秒数」の間に含まれる時点。

1-3-1. 完再生数【全数】

単位	Imp	小数点以下桁数	0	四捨五入なし	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	<input type="radio"/>	TVerアンケート	-
----	-----	---------	---	--------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	-----------	---

再生完了時点の視聴ログのカウント

1-3-2. 完再生数【TVerアンケート】

単位	Imp	小数点以下桁数	0	小数第一位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	-	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	-----	---------	---	------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	---	-----------	-----------------------

TVerアンケート接触者の再生完了時点の視聴ログのカウント

表1-3-1-1. 番組のカウント対象のログ (例. 放送尺=3分、総秒数=195秒の場合)

視聴秒数	0秒	60秒	120秒	180秒	195秒
視聴定義	再生数(Imp)	(なし)	(なし)	完再生	(カット※)
カウント対象	×	×	×	○	×

表1-3-2. 広告のカウント対象のログ

視聴割合	0%	25%	50%	75%	100%
視聴定義	再生数(Imp)	25%時点再生	50%時点再生	75%時点再生	完再生
カウント対象	×	×	×	×	○

■各指標の算出

例1-3-1. 番組の全数の完再生数のカウント方法

<視聴ログ>						<番組情報>		
日時	ブラウザ	番組	視聴秒数	途中再生	カウント対象	番組	放送尺	総秒数
2017/08/06 00:00:28	X	A	0		-	A	3分	180秒
2017/08/06 00:01:28	X	A	60		-	B	2分	168秒
2017/08/06 00:02:28	Y	B	0		-			
2017/08/06 00:02:28	X	A	120		-			
2017/08/06 00:02:28	Y	B	63	開始	-			
2017/08/06 00:02:33	Z	A	0		-			
2017/08/06 00:03:28	X	A	180		○			
2017/08/06 00:03:28	Y	B	60		-			
2017/08/06 00:03:28	Y	B	123		※			
2017/08/06 00:03:33	Z	A	60		-			
2017/08/06 00:04:13	Y	B	168		※			
2017/08/06 00:04:28	Y	B	120		○			
2017/08/06 00:05:16	Y	B	168		※			

(※はクレンジング処理にてカットされるログ)

①最終時点のログの件数をカウント。

番組	完再生数
A	1
B	1

例1-3-2. 広告のTVerアンケートの完再生数の算出方法

<視聴ログ>					<TVerアンケート情報>	
日時	サンプル	素材	視聴割合	カウント対象	サンプル	特性
2017/08/06 00:00:36	A	X	75	-	A	M20-34
2017/08/06 00:00:36	B	Y	0	-	B	M35-49
2017/08/06 00:00:44	A	X	100	○	C	M20-34
2017/08/06 00:00:45	B	Y	25	-		
2017/08/06 00:00:51	C	Z	75	-		
2017/08/06 00:00:53	B	Y	75	-		
2017/08/06 00:00:59	C	Z	100	○		
2017/08/06 00:01:01	B	Y	100	○		

①VR月別・サンプル別に、100%時点のログの件数をカウント。

サンプル	件数
A	1
B	1
C	1

②特特性別に件数を足し上げる。

特性	TVerアンケート完再生数
M20-34	2
M35-49	1

■各指標の算出

1-4. 完再生率

再生が開始された時点(※1)に対する、再生が完了した時点の比率。

※1 再生が開始された時点=番組の0分時点の視聴ログ、または広告の0%時点の視聴ログ

※2 番組の再生が開始された時点として、途中再生開始時点はカウントしない。そのため、番組については100%を超えることがありうる。

1-4-1. 完再生率(Comp)【全数】

単位	%	小数点以下桁数	1	小数第二位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

$$\text{完再生数【全数】} \div \text{再生開始時点の視聴ログのカウン} \times 100$$

※完再生数【全数】の算出方法については、「1-3-1. 完再生数【全数】」参照。

1-4-2. 完再生率(Comp)【TVerアンケート】

単位	%	小数点以下桁数	1	小数第二位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

$$\text{完再生数【TVerアンケート】} \div \text{TVerアンケート接触者の再生開始時点の視聴ログのカウン} \times 100$$

※完再生数【TVerアンケート】の算出方法については、「1-3-2. 完再生数【TVerアンケート】」参照。

例1-4-1. 番組の全数の完再生率(Comp)の算出方法

<視聴ログ>						<番組情報>	
日時	ブラウザ	番組	視聴秒数	途中再生	カウント対象	番組	放送尺
2017/08/06 00:00:28	X	A	0		再生開始	A	3分
2017/08/06 00:01:28	X	A	60		-	B	2分
2017/08/06 00:01:28	Y	B	0		再生開始		
2017/08/06 00:02:28	X	A	120		-		
2017/08/06 00:02:28	Y	B	60		-		
2017/08/06 00:03:28	Z	A	0		再生開始		
2017/08/06 00:03:28	X	A	180		完再生数		
2017/08/06 00:03:28	Y	B	120		完再生数		
2017/08/06 00:04:01	Z	B	60	開始	-		
2017/08/06 00:04:28	Z	A	60		-		
2017/08/06 00:05:01	Z	B	120		完再生数		
2017/08/06 00:05:28	Z	A	120		-		

①再生開始時点のログの件数と、完再生数をカウント。

番組	再生開始	完再生数
A	2	1
B	1	2

②再生開始時点のログの件数に対する、完再生数の比率を算出。

番組	完再生率(Comp)	(完再生数【全数】 ÷ 再生開始時点の視聴ログのカウン) × 100
A	50.0%	(1 / 2) * 100 = 50.0000000000
B	200.0%	(2 / 1) * 100 = 200.0000000000

例1-4-2. 広告のTVerアンケートの完再生率(Comp)の算出方法

<視聴ログ>					<TVerアンケート情報>	
日時	サンプル	素材	視聴割合	カウント対象	サンプル	特性
2017/08/06 00:00:28	A	X	0	再生開始	A	M20-34
2017/08/06 00:00:36	A	X	25	-	B	M35-49
2017/08/06 00:00:44	A	X	50	-	C	M20-34
2017/08/06 00:00:49	B	Y	0	再生開始		
2017/08/06 00:00:51	A	X	75	-		
2017/08/06 00:00:56	B	Y	75	-		
2017/08/06 00:00:59	A	X	100	完再生		
2017/08/06 00:01:21	C	Y	0	再生開始		

①サンプル別に、再生開始時点のログの件数と、完再生数をカウント。

サンプル	再生開始	完再生数
A	1	1
B	1	0
C	1	0

②特性別に、件数を足し上げる

特性	再生開始合計	完再生数合計
M20-34	2	1
M35-49	1	0

③再生開始時点に対する、完再生数の比率を算出。

特性	完再生率(Comp)	(特性別の完再生数【TVerアンケート】 ÷ ②) × 100
M20-34	50.0%	(1 / 2) * 100 = 50.0000000000
M35-49	0.0%	(0 / 1) * 100 = 0.0000000000

■各指標の算出

1-5. %時点再生数

単位	Imp	小数点以下桁数	0	四捨五入なし	番組	-	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	-----	---------	---	--------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

広告の25%・50%・75%の各時点のカウント。

25%・50%・75%の各時点の視聴ログのカウント

表1-5. カウント対象のログ

視聴割合	0%	25%	50%	75%	100%
視聴定義	再生数(Imp)	25%時点再生	50%時点再生	75%時点再生	完再生
カウント対象	×	○	◎	●	×

例1-5. %時点再生数のカウント方法

<視聴ログ>				
日時	ブラウザ	素材	視聴割合	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	X	A	0	-
2017/08/06 00:00:36	X	A	25	○
2017/08/06 00:00:36	Y	B	0	-
2017/08/06 00:00:44	X	A	50	◎
2017/08/06 00:00:45	Y	B	25	○
2017/08/06 00:00:51	X	A	75	●
2017/08/06 00:00:59	X	A	100	-
2017/08/06 00:01:07	Z	B	0	-
2017/08/06 00:01:14	Z	B	25	○
2017/08/06 00:01:21	Y	A	0	-
2017/08/06 00:01:21	Z	B	50	◎
2017/08/06 00:01:25	X	B	0	-

①各視聴割合のログの件数をカウント。

素材	25%時点再生数	50%時点再生数	75%時点再生数
A	1	1	1
B	2	1	0

■各指標の算出

1-6. %時点再生率

単位	%	小数点以下桁数	1	小数第二位を四捨五入	番組	-	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

広告の、再生が開始された時点に対する、25%・50%・75%の各時点の割合。

$$(\% \text{時点再生数} \div \text{再生数}) \times 100$$

※%時点再生数の算出方法については、「1-5. %時点再生数」参照。

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(imp)」参照。

例1-6. %時点再生率の算出方法

<視聴ログ>

日時	ブラウザ	素材	視聴割合
2017/08/06 00:00:28	X	A	0
2017/08/06 00:00:36	X	A	25
2017/08/06 00:00:36	Y	B	0
2017/08/06 00:00:44	X	A	50
2017/08/06 00:00:45	Y	B	25
2017/08/06 00:00:51	X	A	75
2017/08/06 00:00:59	X	A	100
2017/08/06 00:01:07	Z	B	0
2017/08/06 00:01:14	Z	B	25
2017/08/06 00:01:21	Y	A	0
2017/08/06 00:01:21	Z	B	50
2017/08/06 00:01:25	X	B	0

①再生数に対する、25%・50%・75%の各時点の再生数の割合を算出。

素材	再生数	25%時点再生数	50%時点再生数	75%時点再生数	25%時点再生率	50%時点再生率	75%時点再生率
A	2	1	1	1	50.0%	50.0%	50.0%
B	3	2	1	0	66.7%	33.3%	0.0%

素材	(25%時点再生数 ÷ 再生数) × 100	(50%時点再生数 ÷ 再生数) × 100	(75%時点再生数 ÷ 再生数) × 100
A	(1 / 2) * 100 = 50.0000000000	(1 / 2) * 100 = 50.0000000000	(1 / 2) * 100 = 50.0000000000
B	(2 / 3) * 100 = 66.6666666666...	(1 / 3) * 100 = 33.3333333333...	(0 / 3) * 100 = 0.0000000000

■各指標の算出

1-7. デバイス別再生数割合

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

全デバイスでの再生数に対する、パソコン、スマートデバイス、コネクテッドTVでの再生数の割合。

$$(\text{デバイス別の再生数} \div \text{再生数}) \times 100$$

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(imp)」参照。

例1-7. 広告のデバイス別再生数割合の算出方法

<視聴ログ>

日時	デバイス	素材	視聴割合	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	PC	A	0	○
2017/08/06 00:00:36	PC	A	25	-
2017/08/06 00:00:36	SD	B	0	○
2017/08/06 00:00:44	PC	A	50	-
2017/08/06 00:00:45	SD	B	25	-
2017/08/06 00:00:51	PC	A	75	-
2017/08/06 00:00:59	PC	A	100	-
2017/08/06 00:01:07	CTV	B	0	○
2017/08/06 00:01:14	CTV	B	25	-
2017/08/06 00:01:21	SD	A	0	○
2017/08/06 00:01:21	CTV	B	50	-
2017/08/06 00:01:25	PC	B	0	○

①デバイス別に、再生数をカウント。

デバイス	再生数
PC (パソコン)	2
SD (スマートデバイス)	2
CTV (コネクテッドTV)	1
全デバイス	5

②全デバイスでの再生数に対する、デバイス別の再生数の割合を算出。

デバイス	デバイス別再生数割合
PC (パソコン)	40.00%
SD (スマートデバイス)	40.00%
CTV (コネクテッドTV)	20.00%

(デバイス別の再生数 ÷ 再生数) × 100
(2 / 5) * 100 = 40.0000000000
(2 / 5) * 100 = 40.0000000000
(1 / 5) * 100 = 20.0000000000

■各指標の算出

1-8. プラットフォーム別再生数割合

単位	%	小数点以下桁数	1	小数第二位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

全プラットフォームでの再生数に対する、プラットフォーム別の再生数の割合。

$$\text{(プラットフォーム別の再生数} \div \text{再生数)} \times 100$$

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(Imp)」参照。

例1-8-1. 広告のプラットフォーム別再生数割合の算出方法

<視聴ログ>

日時	プラットフォーム	素材	視聴割合	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	OM	A	0	○
2017/08/06 00:00:36	OM	A	25	-
2017/08/06 00:00:36	ABEMA	B	0	○
2017/08/06 00:00:44	OM	A	50	-
2017/08/06 00:00:45	ABEMA	B	25	-
2017/08/06 00:00:51	OM	A	75	-
2017/08/06 00:00:59	OM	A	100	-
2017/08/06 00:01:07	TVer	B	0	○
2017/08/06 00:01:14	TVer	B	25	-
2017/08/06 00:01:21	ABEMA	A	0	○
2017/08/06 00:01:21	TVer	B	50	-
2017/08/06 00:01:25	TVer	B	0	○
2017/08/06 00:01:32	TVer	A	0	○

例1-8-2. 番組のプラットフォーム別再生数割合の算出方法

<視聴ログ>

日時	プラットフォーム	番組	視聴秒数	途中再生	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	OM	A	0		○
2017/08/06 00:01:28	OM	A	60		-
2017/08/06 00:01:28	ABEMA	B	0		○
2017/08/06 00:02:28	ABEMA	A	120		-
2017/08/06 00:02:28	Tver	B	60		-
2017/08/06 00:03:28	Tver	A	180		-
2017/08/06 00:03:40	Tver	A	120	開始	○
2017/08/06 00:04:28	OM	A	240		-
2017/08/06 00:10:40	OM	A	0		○
2017/08/06 01:02:28	ABEMA	B	0		○
2017/08/06 01:02:28	Tver	A	0		○

①プラットフォーム別に、再生数をカウント。

プラットフォーム	再生数
OM	3
TVer	5
ABEMA	4
全プラットフォーム	12

②全プラットフォームでの再生数に対する、プラットフォーム別の再生数の割合を算出。

プラットフォーム	プラットフォーム別再生数割合	(プラットフォーム別の再生数 ÷ 再生数) × 100
OM	25.00%	(3 / 12) * 100 = 25.0000000000
TVer	41.67%	(5 / 12) * 100 = 41.6666666666
ABEMA	33.33%	(4 / 12) * 100 = 33.3333333333

■各指標の算出

1-9. TVerアンケート内再生数

単位	Imp	小数点以下桁数	0	小数第一位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	-	TVerアンケート	○
----	-----	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

TVerアンケート接触者に絞った再生数

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(Imp)」参照。

例1-9. TVerアンケート内再生数の算出方法

<視聴ログ>
(再生数を日別・サンプル別に足し上げ後) <TVerアンケート情報>

日付	サンプル	再生数	サンプル	特性
2017/08/02	C	2	A	M35-49
2017/08/04	A	1	B	M20-34
2017/08/09	-	4	C	M20-34
2017/08/11	B	3	D	F20-34
2017/08/14	A	5	E	M50-64
2017/08/18	G	6	F	F50-64
2017/08/22	E	3	G	F20-34
2017/08/25	H	2	H	F35-49
2017/08/27	-	2		
2017/08/30	D	2		

①特特別に、再生数を足し上げる。

特性	再生数
M20-34	5
M35-49	6
M50-64	3
F20-34	8
F35-49	2
F50-64	0

③特特別に足し上げた再生数を足し上げて、特性全体の再生数を算出。

全体の再生数	特特別の合計 (①)
24	5 + 6 + 3 + 8 + 2 + 0 = 24

■各指標の算出

2. 視聴人数

番組は、プレロール広告終了直後に再生された時点の視聴ログがカウント対象。

広告については、0%時点の視聴ログがカウント対象。

2-1. 視聴人数(UB)

単位	人	小数点以下桁数	0	四捨五入なし	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	<input type="radio"/>	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	--------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	-----------	---

再生開始時点の視聴ログから、各PFの1stIDまたはUUIDの重複を除いたカウント

※UUID=VR SDKより発番される、アプリ固有のID

例2-1-1. 番組の視聴人数(UB)のカウント方法

<視聴ログ>					
日時	各PFの1stID/UUID	番組	視聴秒数	途中再生	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	X	A	0		○
2017/08/06 00:01:28	X	A	60		-
2017/08/06 00:01:28	Y	B	0		○
2017/08/06 00:02:28	X	A	120		-
2017/08/06 00:02:28	Y	B	60		-
2017/08/06 00:03:28	X	A	180		-
2017/08/06 00:03:40	Z	A	120	開始	○
2017/08/06 00:04:28	X	A	240		-
2017/08/06 00:10:40	X	A	0		○
2017/08/06 01:02:28	X	B	0		○
2017/08/06 01:02:28	W	A	0		○

①視聴分数が0分のログまたは途中再生開始のログのうち、各PFの1stID/UUIDの重複を除いた件数をカウント。

番組	視聴人数(UB)
A	3
B	2
全体	4

例2-1-2. 広告の視聴人数(UB)のカウント方法

<視聴ログ>				
日時	各PFの1stID/UUID	素材	視聴割合	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	X	A	0	○
2017/08/06 00:00:36	X	A	25	-
2017/08/06 00:00:36	Y	B	0	○
2017/08/06 00:00:44	X	A	50	-
2017/08/06 00:00:45	Y	B	25	-
2017/08/06 00:00:51	X	A	75	-
2017/08/06 00:00:59	X	A	100	-
2017/08/06 00:01:07	Z	B	0	○
2017/08/06 00:01:14	Z	B	25	-
2017/08/06 00:01:21	Y	A	0	○
2017/08/06 00:01:25	Z	B	0	○

①視聴割合が0%のログのうち、各PFの1stID/UUIDの重複を除いた件数をカウント。

素材	視聴人数(UB)
A	2
B	2
全体	3

■各指標の算出

2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)

単位	人	小数点以下桁数	0	四捨五入なし	番組	○	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	--------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

再生が開始された時点から、ブラウザおよびアプリの重複を除外したカウント。

ユニークユーザ数 (UU)、再生者数とも呼ぶ。

また、「ユニークブラウザ数 (UB) + ユニークアプリ数」と同じ内容である。

TVerアンケート接触者の再生開始時点の視聴ログから、TVer1stIDまたはCookieまたはADIDの重複を除いたカウント

※ADID = Advertising ID

※PF=TVerのログは、TVer1stIDをキーに紐づけ重複排除。TVerを除くPFのPC・CTVブラウザログはCookie、SD・CTVアプリログはADIDでアンケートと紐づけ・重複排除。

例2-2. 広告のTVerアンケート内視聴人数(UB)の算出方法

<0%時点の視聴ログ>				<TVerアンケート情報>		
日時	TVer1stID/Cookie/ADID	デバイス	PF	TVer1stID/Cookie/ADID	サンプル	特性
2017/07/30 00:00:28	Y	PC	TVer	Z	A	M35-49
2017/08/06 00:01:28	W	SD	TVer	Y	B	M20-34
2017/08/10 00:00:28	A	CTV	TVer	X	C	M20-34
2017/08/12 00:02:28	V	CTV	TVer	W	D	F20-34
2017/08/23 00:03:28	U	SD	OM	V	E	M50-64
2017/08/30 00:04:28	W	SD	TVer	U	F	F50-64
2017/08/25 00:05:28	X	PC	OM	T	G	F20-34
2017/08/27 00:06:28	Z	SD	TVer	S	H	F35-49
2017/08/28 00:07:28	X	PC	ABEMA			
2017/09/01 00:08:28	Z	SD	TVer			
2017/09/03 00:09:28	S	PC	OM			
2017/09/11 00:10:28	Z	SD	TVer			
2017/09/15 00:11:28	T	SD	TVer			
2017/09/19 00:00:28	B	PC	OM			
2017/09/22 00:12:28	V	CTV	TVer			
2017/09/30 00:13:28	C	SD	ABEMA			
2017/10/02 00:14:28	X	PC	OM			

①特性別に、サンプルの件数をカウント。

特性	サンプルの件数
M20-34	2
M35-49	1
M50-64	1
F20-34	2
F35-49	0
F50-64	1
全体	7

■各指標の算出

2-5. デバイス別視聴人数割合

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

全デバイスでの視聴人数に対する、パソコンまたはスマートデバイスでの視聴人数の割合。

$$(\text{デバイス別の視聴人数} \div \text{視聴人数}) \times 100$$

※視聴人数の算出方法については、「2-1. 視聴人数(UB)」参照。

例2-5. 広告のデバイス別視聴人数割合の算出方法

<視聴ログ>

日時	デバイス	各PFの1stID/UUID	素材	視聴割合	カウント対象
2017/08/06 00:00:28	SD	X	A	0	○
2017/08/06 00:00:36	SD	X	A	25	-
2017/08/06 00:00:36	PC	Y	B	0	○
2017/08/06 00:00:44	SD	X	A	50	-
2017/08/06 00:00:45	PC	Y	B	25	-
2017/08/06 00:00:51	SD	X	A	75	-
2017/08/06 00:00:59	SD	X	A	100	-
2017/08/06 00:01:07	SD	Z	B	0	○
2017/08/06 00:01:14	SD	Z	B	25	-
2017/08/06 00:01:21	CTV	V	A	0	○
2017/08/06 00:01:25	SD	Z	B	0	○

①デバイス別に、視聴人数をカウント。

デバイス	視聴人数
PC (パソコン)	1
SD (スマートデバイス)	2
CTV (コネクテッドTV)	1
全デバイス	4

②全デバイスでの視聴人数に対する、デバイス別の視聴人数の割合を算出。

デバイス	デバイス別視聴人数割合	(デバイス別の視聴人数 ÷ 視聴人数) × 100
PC (パソコン)	25.00%	(1 / 4) * 100 = 25.0000000000
SD (スマートデバイス)	50.00%	(2 / 4) * 100 = 50.0000000000
CTV (コネクテッドTV)	25.00%	(1 / 4) * 100 = 25.0000000000

■各指標の算出

3. 視聴分数

3-1視聴分数 (VOD)

単位	時間：分	小数点以下桁数	0	四捨五入なし	番組	○	広告	-	全数	○	TVerアンケート	-
----	------	---------	---	--------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

番組の視聴ログ1件を、1分として足し上げた分数。

①放送尺が1分未満の場合は、0分時点の視聴ログがカウント対象。

②放送尺が1分以上の場合は、0分時点の視聴ログ、または以下の条件1～3のすべてを満たす視聴ログがカウント対象となる。

条件1：視聴秒数 = 60の倍数

条件2：視聴秒数 = 0から「放送尺-1分」の間

※「放送尺-1分」とする理由は、「放送尺-1分」まで視聴していれば、番組を十分に視聴しているものとするため。

条件3：レジューム機能またはシーンシェア機能による途中再生の開始時点でない。

①または②に該当する視聴ログのカウント

例3. 全数の視聴時間のカウント方法

<視聴ログ>						<番組情報>		
視聴日時	ブラウザ	番組	視聴秒数	途中再生	カウント対象	番組	放送尺	総秒数
2017/08/06 00:00:28	X	A	0		○	A	3分	185秒
2017/08/06 00:01:28	X	A	60		○	B	1分	55秒
2017/08/06 00:01:28	Y	B	0		○			
2017/08/06 00:02:28	X	A	120		○			
2017/08/06 00:02:23	Y	B	55		-			
2017/08/06 00:03:28	Y	A	62	開始	-			
2017/08/06 00:03:28	X	A	180		-			
2017/08/06 00:03:33	X	A	185		-			
2017/08/06 00:04:26	Y	A	120		○			
2017/08/06 00:04:28	X	B	0		○			
2017/08/06 00:05:28	Y	A	180		-			

①0分時点またはカウント対象のログの件数をカウント。

番組	視聴時間
A	4分
B	2分
全体	6分

■各指標の算出

3-1視聴分数 (LIVE)

単位	時間：分	小数点以下桁数	0	四捨五入なし	番組	○	広告	-	全数	○	TVerアンケート	-
----	------	---------	---	--------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

番組の視聴ログ1件を、1分として足し上げた分数。

例. 全数の視聴分数 (LIVE) のカウント方法

<視聴ログ>					<番組情報>			
視聴日時	ブラウザ	番組	途中再生	カウント対象	番組	放送尺	放送開始日時	放送終了日時
2017/08/06 00:00:28	X	A	開始	○	A	3分	2017/8/6 0:00:00	2017/8/6 0:02:59
2017/08/06 00:01:28	X	A		○	B	1分	2017/8/6 0:01:00	2017/8/6 0:01:59
2017/08/06 00:01:28	Y	B	開始	○				
2017/08/06 00:01:48	Y	A	開始	○				
2017/08/06 00:02:28	X	A		○				
2017/08/06 00:02:30	Z	A	開始	○				
2017/08/06 00:02:48	Y	A		○				

①0分時点またはカウント対象のログの件数をカウント。

番組	視聴時間
A	6分
B	1分
全体	7分

■各指標の算出

3-2. TVerアンケート視聴分数

単位	Imp	小数点以下桁数	0	小数第一位を四捨五入	番組	○	広告	-	全数	-	TVerアンケート	○
----	-----	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

TVerアンケート接触者の視聴ログに絞り、ターゲットごとにログの件数をカウント

※視聴分数の算出方法については、「3. 視聴分数」参照。

※視聴者構成割合(視聴分数ベース)の算出方法については、「4-4. 視聴者構成割合(視聴分数ベース)」参照。

※当指標は、他の指標を算出する際に使用されることはない。

例1-2. TVerアンケート視聴分数の算出方法

<視聴ログ>			<TVerアンケート情報>	
日付	サンプル	視聴分数	サンプル	特性
2017/08/02	C	2	A	M35-49
2017/08/04	A	1	B	M20-34
2017/08/09	-	4	C	M20-34
2017/08/11	B	3	D	F20-34
2017/08/14	A	5	E	M50-64
2017/08/18	G	6	F	F50-64
2017/08/22	E	3	G	F20-34
2017/08/25	H	2	H	F35-49
2017/08/27	-	2		
2017/08/29	F	1		

①TVerアンケートに紐付く視聴分数をカウント。

特性	視聴分数
M20-34	5
M35-49	6
M50-64	3
F20-34	6
F35-49	2
F50-64	1

■各指標の算出

4. 視聴者構成割合

特性全体のスコアに対する、特性別のスコアの割合。

4-1. 視聴者構成割合(UBベース)

単位	%	小数点以下桁数	1	小数第二位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	-	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	---	---------	---	------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	---	-----------	-----------------------

$$(TVerアンケート接触者の特性別視聴人数(UB) \div TVerアンケート接触者全体の視聴人数(UB)) \times 100$$

※TVerアンケート内視聴人数(UB)の算出方法については、「2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)」参照。

例4-1. 視聴者構成割合(UBベース)の算出方法

<TVerアンケート内視聴人数(UB)>

特性	TVerアンケート内視聴人数(UB)
M20-34	118
M35-49	175
M50-64	126
F20-34	148
F35-49	145
F50-64	86
全体	798

①特性全体のTVerアンケート内視聴人数(UB)に対する、特性別のTVerアンケート内視聴人数(UB)の割合を算出。

特性	視聴者構成割合(UBベース)
M20-34	14.8%
M35-49	21.9%
M50-64	15.8%
F20-34	18.5%
F35-49	18.2%
F50-64	10.8%

(特性別のTVerアンケート内視聴人数(UB) ÷ 特性全体のTVerアンケート内視聴人数(UB)) × 100	
(118 / 798) * 100 = 14.7869674185464	
(175 / 798) * 100 = 21.9298245614035	
(126 / 798) * 100 = 15.7894736842105	
(148 / 798) * 100 = 18.546365914787	
(145 / 798) * 100 = 18.1704260651629	
(86 / 798) * 100 = 10.7769423558897	

4-2. 視聴者構成割合 (Impベース)

単位	%	小数点以下桁数	1	小数第二位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

(TVerアンケート接触者の**特性別再生数** ÷ TVerアンケート接触者全体の再生数) × 100

例4-2. 広告の視聴者構成割合 (Impベース)の算出方法

<視聴ログ>			<TVerアンケート情報>	
日付	サンプル	再生数	サンプル	特性
2017/08/02	C	2	A	M35-49
2017/08/04	A	1	B	M20-34
2017/08/09	-	4	C	M20-34
2017/08/11	B	3	D	F20-34
2017/08/14	A	5	E	M50-64
2017/08/18	G	6	F	F50-64
2017/08/22	E	3	G	F20-34
2017/08/25	H	2	H	F35-49
2017/08/27	-	2		
2017/08/30	D	2		

①特性別に、再生数を足し上げる。

特性	再生数合計
M20-34	5
M35-49	6
M50-64	3
F20-34	8
F35-49	2
F50-64	0

②全特性の再生数を足し上げる。

全体の再生数
24

③特性全体の再生数に対する、特性別の再生数の割合を算出。

特性	視聴者構成割合 (Impベース)	(② ÷ ③) × 100
M20-34	20.8%	(5 / 24) * 100 = 20.833333333333
M35-49	25.0%	(6 / 24) * 100 = 25.000000000000
M50-64	12.5%	(3 / 24) * 100 = 12.500000000000
F20-34	33.3%	(8 / 24) * 100 = 33.333333333333
F35-49	8.3%	(2 / 24) * 100 = 8.333333333333
F50-64	0.0%	(0 / 24) * 100 = 0.0000000000

■各指標の算出

4-3. 延べ視聴者構成割合

番組の話数別の、特性全体のTVerアンケート内視聴人数(UB)に対する、特特別のTVerアンケート内視聴人数(UB)の割合。

※シリーズ=テレビ番組が1年間のうちのある期間に放送される時、その間に放送される話数のセット。

※話数は、放送回、コンテンツ、エピソードとも呼ぶ。

4-3-1. 延べ視聴者構成割合【話数別】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	-	全数	-	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	---	---------	---	------------	----	-----------------------	----	---	----	---	-----------	-----------------------

$(\text{TVerアンケート接触者の話数別・特特別視聴人数(UB)} \div \text{TVerアンケート接触者全体の合計(話数別・特特別のTVerアンケート接触者視聴人数(UB))})$

※TVerアンケート内視聴人数(UB)の算出方法については、「2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)」参照。

4-3-2. 延べ視聴者構成割合【シリーズ別】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	-	全数	-	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	---	---------	---	------------	----	-----------------------	----	---	----	---	-----------	-----------------------

$(\text{シリーズ内の特特別の合計(話数別・特特別のTVerアンケート接触者の視聴人数(UB))} \div \text{シリーズ内の合計(特性全体の話数別のTVerアンケート接触者の視聴人数(UB))})$

※TVerアンケート内視聴人数(UB)の算出方法については、「2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)」参照。

例4-3-1. シリーズと話数の関係

シリーズ	話数
僕のヒーローアカデミア (第1期)	第1話
	第2話
	...
	第13話
僕のヒーローアカデミア (第2期)	第1話
	第2話
	...
	第13話

■各指標の算出

例4-3-2. 延べ視聴者構成割合の算出方法

<TVerアンケート内視聴人数(UB)>		
	TVerアンケート内視聴人数(UB)	
特性	第1話	第2話
M20-34	118	135
M35-49	175	147
M50-64	126	144
F20-34	148	85
F35-49	145	117
F50-64	86	174
全体	798	802

①話数別に、特性全体のTVerアンケート内視聴人数(UB)に対する、特性格別のTVerアンケート内視聴人数(UB)の割合を算出。

特性	延べ視聴者構成割合【話数別】	
	第1話	第2話
M20-34	14.79%	16.83%
M35-49	21.93%	18.33%
M50-64	15.79%	17.96%
F20-34	18.55%	10.60%
F35-49	18.17%	14.59%
F50-64	10.78%	21.70%

話数別・特性格別のTVerアンケート内視聴人数(UB) ÷ 特性全体の合計 (話数別・特性格別のTVerアンケート内視聴人数(UB)) × 100	
第1話	第2話
$(118 / 798) * 100 = 14.7869674185464$	$(135 / 802) * 100 = 16.8329177057357$
$(175 / 798) * 100 = 21.9298245614035$	$(147 / 802) * 100 = 18.3291770573566$
$(126 / 798) * 100 = 15.7894736842105$	$(144 / 802) * 100 = 17.9551122194514$
$(148 / 798) * 100 = 18.546365914787$	$(85 / 802) * 100 = 10.5985037406484$
$(145 / 798) * 100 = 18.1704260651629$	$(117 / 802) * 100 = 14.5885286783042$
$(86 / 798) * 100 = 10.7769423558897$	$(174 / 802) * 100 = 21.6957605985037$

②シリーズ別の延べ視聴者構成割合を求める場合は、特性格別に話数別のTVerアンケート内視聴人数(UB)を足し上げた値を、特性全体の話数別のTVerアンケート内視聴人数(UB)を足し上げた値で除する。

特性	延べ視聴者構成割合【シリーズ別】
M20-34	15.81%
M35-49	20.13%
M50-64	16.88%
F20-34	14.56%
F35-49	16.38%
F50-64	16.25%

■各指標の算出

4-4. 視聴者構成割合(視聴分数ベース)

単位	%	小数点以下桁数	1	小数第二位を四捨五入	番組	○	広告	-	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

$$(TVerアンケート接触者の**特性別視聴分数** \div TVerアンケート接触者**全体の視聴分数**) \times 100$$

※TVerアンケート内視聴分数の算出方法については、「3-1. TVerアンケート内視聴分数」参照。

例4-4-1. 視聴者構成割合(視聴分数ベース)の算出方法

<TVerアンケート内視聴分数>

特性	TVerアンケート内視聴分数
M20-34	118
M35-49	175
M50-64	126
F20-34	148
F35-49	145
F50-64	86
全体	798

①特性全体のTVerアンケート内視聴分数に対する、特性別のTVerアンケート内視聴分数の割合を算出。

特性	視聴者構成割合(視聴分数ベース)
M20-34	14.8%
M35-49	21.9%
M50-64	15.8%
F20-34	18.5%
F35-49	18.2%
F50-64	10.8%

(特性別のTVerアンケート内視聴分数 \div 特性全体のTVerアンケート内視聴分数) \times 100
(118 / 798) * 100 = 14.7869674185464
(175 / 798) * 100 = 21.9298245614035
(126 / 798) * 100 = 15.7894736842105
(148 / 798) * 100 = 18.546365914787
(145 / 798) * 100 = 18.1704260651629
(86 / 798) * 100 = 10.7769423558897

■各指標の算出

5. R&F

5-0. 特性母数

以降のTVerアンケート指標の処理で共通的に使用する、「特性母数」の算出方法を示す。

なお、当該母数を使用するTVerアンケート指標は、2025/3/11データより提供開始。

5-0-1. 特性別母数

対象期間内の人口合計（特性別の年別母数）÷人口ファイル数

5-0-2. 全特性母数

対象期間内の人口合計（年別の合計（特性別の年別母数））÷人口ファイル数

例5-0. 特性母数の算出方法

<年別母数情報>

年	M20-34	M35-49	M50-64	F20-34	F35-49	F50-64	全体
2024	9,925,780	12,278,764	12,859,835	9,343,101	11,821,338	12,760,918	68,989,736
2025	9,981,780	12,678,764	13,409,835	9,373,101	12,421,338	13,260,918	71,125,736

※ 毎年10月データ（暦月、10/1データが確定する10/15集計処理）より、当該年の母数に切り替え。

※ TVerアンケートにおける母数は、住民基本台帳に基づく日本全体人口を参照。（2025年データはダミー）

例5-0-1. 2025/09～2025/11の、M35-49の特性別母数を算出

①特性別母数

$(12,278,764 + 12,678,764) / 2 = 12,478,764$

例5-0-2. 2025/09～2025/11の全特性母数を算出

②-1. 年別の合計（特性別の年別母数）

2024	$9925780 + 12278764 + 12859835 + 9343101 + 11821338 + 12760918 = 68989736$
2025	$9981780 + 12678764 + 13409835 + 9373101 + 12421338 + 13260918 = 71125736$

②-2. 対象期間内の合計（②-1）÷対象期間の母数の年数

$(68989736 + 71125736) / 2 = 70057736$

■各指標の算出

5-1. 平均再生回数(Freq)

視聴人数1人当たりの再生数。

5-1-1. 平均再生回数(Freq)【全数】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	<input type="radio"/>	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	---	---------	---	------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	-----------	-----------------------

再生数 ÷ 視聴人数

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(Imp)」参照。

※視聴人数の算出方法については、「2-1. 視聴人数(UB)」参照。

5-1-2. 平均再生回数(Freq)【TVerアンケート】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	<input type="radio"/>	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	---	---------	---	------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	-----------------------	-----------	-----------------------

特性別の合計 (TVerアンケート接触者の再生数) ÷ 特性別のTVerアンケート接触者の視聴人数(UB)

※再生数 = 「1-1. 再生数(Imp)」参照。

※TVerアンケート内視聴人数(UB) = 「2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)」参照。

例5-1-1. 広告の全数の平均再生回数(Freq)の算出方法

<デバイス別情報>		
デバイス	再生数(Imp)	視聴人数(UB)
パソコン	2	2
スマートデバイス	5	3

①視聴人数1人当たりの再生数を算出。

デバイス	平均再生回数(Freq)
PC (パソコン)	1.00
SD (スマートデバイス)	1.67

再生数 ÷ 視聴人数
2 / 2 = 1.0000000000
5 / 3 = 1.6666666666...

例5-1-2. 番組のTVerアンケートの平均再生回数(Freq)の算出方法

<視聴ログ> (再生数を日別・サンプル別に足し上げ後)			<TVerアンケート内視聴人数(UB)>		<TVerアンケート情報>	
日付	サンプル	再生数	特性	TVerアンケート内視聴人数(UB)	サンプル	特性
2017/08/02	B	2	M20-34	1	A	M35-49
2017/08/15	A	1	M35-49	2	B	M20-34
2017/08/23	B	1			C	M35-49
2017/08/15	C	3				

①特性別に、再生数を足し上げる。

特性	再生数合計
M20-34	3
M35-49	4

②TVerアンケート内視聴人数1人当たりの再生数を算出。

特性	平均再生回数(Freq)	再生数合計 ÷ TVerアンケート内視聴人数(UB)
M20-34	3.00	3 / 1 = 3.0000000000
M35-49	2.00	4 / 2 = 2.0000000000

■各指標の算出

5-2. 到達率

5-2-1. 到達率(UBベース)

サンプル全体に対する、番組または広告を視聴したサンプル（ブラウザおよびアプリの重複除く）の割合。

5-2-1-1. 到達率(UBベース) 【特性別】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	-	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	---	---------	---	------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	---	-----------	-----------------------

$$\text{(特性別TVerアンケート接触者の視聴人数(UB) } \div \text{ 特性別母数)} \times 100$$

※TVerアンケート内視聴人数(UB)の算出方法については、「2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)」参照。

※特性別母数の算出方法については、「5-0-1. 特性別母数」参照。

5-2-1-2. 到達率(UBベース) 【特性全体】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	<input type="radio"/>	広告	<input type="radio"/>	全数	-	TVerアンケート	<input type="radio"/>
----	---	---------	---	------------	----	-----------------------	----	-----------------------	----	---	-----------	-----------------------

$$\text{(特性全体のTVerアンケート接触者の視聴人数(UB) } \div \text{ 全特性母数)} \times 100$$

※TVerアンケート内視聴人数(UB)の算出方法については、「2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)」参照。

※全特性母数の算出方法については、「5-0-2. 全特性母数」参照。

例5-2-1. 到達率(UBベース)の算出方法

<TVerアンケート内視聴人数(UB)>		<特性母数情報>							
特性	TVerアンケート内視聴人数(UB)	年	M20-34	M35-49	M50-64	F20-34	F35-49	F50-64	全体
M20-34	18700	2024	9,925,780	12,278,764	12,859,835	9,343,101	11,821,338	12,760,918	68,989,736
M35-49	29700	2025	9,981,780	12,678,764	13,409,835	9,373,101	12,421,338	13,260,918	71,125,736
M50-64	25300								
F20-34	34600								
F35-49	47800								
F50-64	36900								
全体	193000								

※2025年データはダミー

①特性別の到達率を算出。

特性	到達率(UBベース)
M20-34	0.19%
M35-49	0.24%
M50-64	0.19%
F20-34	0.37%
F35-49	0.39%
F50-64	0.28%

(特性別のTVerアンケート内視聴人数(UB) ÷ 特性別母数) × 100	
(18700 / ((9925780 + 9981780) / 2)) * 100 = 0.187868327409286	
(29700 / ((12278764 + 12678764) / 2)) * 100 = 0.238004340814523	
(25300 / ((12859835 + 13409835) / 2)) * 100 = 0.192617569996121	
(34600 / ((9343101 + 9373101) / 2)) * 100 = 0.369733132822567	
(47800 / ((11821338 + 12421338) / 2)) * 100 = 0.39434590471778	
(36900 / ((12760918 + 13260918) / 2)) * 100 = 0.283607966786048	

②特性全体の到達率を算出する場合は、特性別のTVerアンケート内視聴人数(UB)を足上げた値と、全特性母数を使用する。

特性	到達率(UBベース)
全体	0.28%

(特性全体のTVerアンケート内視聴人数(UB) ÷ 全特性母数) × 100	
(193000 / ((68989736 + 71125736) / 2)) * 100 = 0.275487063983912	

■各指標の算出

5-2-2. 到達率(Impベース)

サンプル全体に対する、番組または広告を視聴したサンプル（ブラウザおよびアプリの重複含む）の割合。

5-2-2-1. 到達率(Impベース) 【特性別】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

$$\text{(特性別の合計 (TVerアンケート接触者の再生数) } \div \text{ 特性別母数) } \times 100$$

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(Imp)」参照。

※特性別母数の算出方法については、「5-0-1. 特性別母数」参照。

5-2-2-2. 到達率(Impベース) 【特性全体】

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

$$\text{(特性全体の合計 (TVerアンケート接触者の再生数) } \div \text{ 全特性母数) } \times 100$$

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(Imp)」参照。

※全特性母数の算出方法については、「5-0-2. 全特性母数」参照。

例5-2-2. 到達率(Impベース)の算出方法

<視聴ログ> (再生数を月別・サンプル別に足し上げ後)			<TVerアンケート情報>		<特性母数情報>							
日付	サンプル	再生数	サンプル	特性	年	M20-34	M35-49	M50-64	F20-34	F35-49	F50-64	全体
2025/10	C	20,000	A	M35-49	2024	9,925,780	12,278,764	12,859,835	9,343,101	11,821,338	12,760,918	68,989,736
2025/10	A	10,000	B	M20-34	2025	9,981,780	12,678,764	13,409,835	9,373,101	12,421,338	13,260,918	71,125,736
2025/10	-	4,000	C	M20-34	※2025年データはダミー							
2025/10	B	30,000	D	F20-34								
2025/09	A	5,000	E	M50-64								
2025/10	G	60,000	F	F50-64								
2025/10	E	30,000	G	F20-34								
2025/09	H	20,000	H	F35-49								
2025/09	-	2,000										
2025/09	D	20,000										

①特性別に、再生数を足し上げる。

特性	再生数合計
M20-34	50,000
M35-49	15,000
M50-64	30,000
F20-34	80,000
F35-49	20,000
F50-64	0
全体	195,000

■各指標の算出

②特性別の到達率を算出。

特性	到達率(Impベース)
M20-34	0.50%
M35-49	0.12%
M50-64	0.23%
F20-34	0.85%
F35-49	0.16%
F50-64	0.00%

(②÷特性別母数) × 100
$(50000 / ((9925780 + 9981780) / 2)) * 100 = 0.502321731040871$
$(15000 / ((12278764 + 12678764) / 2)) * 100 = 0.120204212532587$
$(30000 / ((12859835 + 13409835) / 2)) * 100 = 0.228400280627811$
$(80000 / ((9343101 + 9373101) / 2)) * 100 = 0.854874295543508$
$(20000 / ((11821338 + 12421338) / 2)) * 100 = 0.164998286492795$
$(0 / ((12760918 + 13260918) / 2)) * 100 = 0.00000000000$

④特性全体の到達率を算出する場合は、特性別に再生数を足し上げた値と、全特性母数を使用する。

特性	到達率(Impベース)
全体	0.278%

(特性全体の合計) ÷ 全特性母数 × 100
$(195000 / ((68989736 + 71125736) / 2)) * 100 = 0.278341852211724$

5-2-3. 延べ到達率シェア

「4-2. 視聴者構成割合(Impベース)」と同一内容。

■各指標の算出

5-3. 平均再生率

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	○	広告	-	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

シリーズ内で平均した放送尺に対してどのくらいの時間、視聴されたかを表す割合。

サンプル全体をベースとする。

※基本的に、1話数に対して算出することを想定。

※複数の話数に対して算出する場合は値が不正確になるため、あくまでも参考値とする。

$$\left(\text{TVerアンケート接触者の視聴時間合計} \div \text{特性別母数} \right) \div \text{番組尺の平均} \left(\text{シリーズ内の話数別の放送尺の合計} \div \text{シリーズ内の話数の数} \right) \times 100$$

※視聴時間の算出方法については、「3. 視聴時間」参照。

※特性別母数の算出方法については、「5-0-1. 特性別母数」参照。

例5-3. 平均再生率の算出方法

<視聴時間>			<番組情報>		<特性別母数情報>	
サンプル	特性	視聴時間 (秒)	話数	放送尺 (秒)	特性	母数
A	M20-34	120000	#1	120	M20-34	9,925,780
B	M35-49	6000	#2	180	M35-49	12,278,764
C	M20-34	1800000				
D	M20-34	900000				
E	M20-34	900000				

①特性別に、視聴時間を足し上げる。(秒⇒分に直す)

特性	視聴時間合計(分)	特性別の合計 (①)		視聴時間合計 ÷ 60
M20-34	62000	120000 + 1800000 + 900000 + 900000 = 3720000		3720000 ÷ 60 = 62000
M35-49	100	6000		6000 ÷ 60 = 100

②1サンプル当たりの視聴時間を算出。(秒⇒分に直す)

特性	視聴時間平均	② ÷ 特性別母数	
M20-34	0.0062463605	62000 / 9925780 = 0.0062463605	
M35-49	0.0000081441	100 / 12278764 = 0.0000081441	

③平均再生率を算出。

特性	平均再生率	③ ÷ (シリーズ内の話数別の放送尺の合計 ÷ シリーズ内の話数の数) × 100	
M20-34	0.25%	(0.0062463605 / (((120 + 180) / 2) / 60)) * 100 = 0.24985441950154	
M35-49	0.00%	(0.0000081441 / (((120 + 180) / 2) / 60)) * 100 = 0.000325765687816787	

■各指標の算出

5-4. 平均再生分数

単位	分	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	○	広告	-	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

番組の1サンプル当たりの視聴時間。

$$\text{TVerアンケート接触者の視聴分数の合計} \div \text{TVerアンケート接触者の視聴人数}$$

※視聴時間の算出方法については、「3. 視聴時間」参照。

※TVerアンケート内視聴人数(UB)の算出方法については、「2-2. TVerアンケート内視聴人数(UB)」参照。（四捨五入前の値を使用する）

例5-4. 平均再生分数の算出方法

<視聴時間>			<TVerアンケート内視聴人数(UB)>	
サンプル	特性	視聴時間	特性	TVerアンケート内視聴人数(UB)
A	M20-34	2分	M20-34	2
B	M35-49	1分	M35-49	1
C	M20-34	3分		

①特性別に、視聴時間を足し上げる。

特性	視聴時間合計
M20-34	5
M35-49	1

②1サンプル当たりの視聴時間を算出。

特性	平均再生分数	② ÷ TVerアンケート内視聴人数(UB)
M20-34	2.50	5 / 2 = 2.50
M35-49	1.00	1 / 1 = 1.00

■各指標の算出

5-5. 平均再生割合

単位	%	小数点以下桁数	2	小数第三位を四捨五入	番組	○	広告	-	全数	-	TVerアンケート	○
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

シリーズ内で平均した放送尺に対してどのくらいの時間、視聴されたかを表す比率。

視聴したサンプルのみをベースとする。

1サンプルが同一話数を複数回視聴することがあるため、100%を超えることがありうる。

※基本的に、1話数に対して算出することを想定。

※複数の話数に対して算出する場合は値が不正確になるため、あくまでも参考値とする。

TVerアンケート接触者の**平均再生分数** ÷ 番組尺 の平均（シリーズ内の話数別の放送尺の合計 ÷ シリーズ内の話数の数） × 100

※平均再生分数の算出方法については、「5-4. 平均再生分数」参照。

例5-5. 平均再生割合の算出方法

<平均再生分数>		<番組情報>	
特性	平均再生分数	話数	放送尺（秒）
M20-34	2.5000000000	#1	300
M35-49	1.0000000000	#2	300

①放送尺を秒⇒分に直す。

話数	放送尺 ÷ 60
#1	300 ÷ 60 = 5
#2	300 ÷ 60 = 5

②平均再生分数を、放送尺で除する。

特性	平均再生割合	(平均再生分数 ÷ (シリーズ内の話数別の放送尺の合計 ÷ シリーズ内の話数の数)) × 100
M20-34	50.00%	$(2.5 / ((5 + 5) / 2)) * 100 = 50.00$
M35-49	20.00%	$(1 / ((5 + 5) / 2)) * 100 = 20.00$

■各指標の算出

5-6. 1再生当たりの平均再生時間

単位	時間:分	小数点以下桁数	0	小数第一位を四捨五入	番組	○	広告	-	全数	○	TVerアンケート	-
----	------	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

1再生当たりの番組の視聴時間。

視聴時間 ÷ 再生数

※視聴時間の算出方法については、「3. 視聴時間」参照。

※再生数の算出方法については、「1-1. 再生数(imp)」参照。

例5-6. 1再生当たりの平均視聴時間の算出方法

<視聴ログ>

(視聴時間を日別・サンプル別に足し上げ後)

日付	番組	視聴時間	再生数
2017/08/06	A	2時間10分	4
2017/08/06	B	3時間33分	8
2017/08/25	A	1時間27分	2

①1再生当たりの視聴時間を算出。

番組	平均視聴時間	視聴時間 ÷ 再生数
A	36分	$((2 * 60) + 10) + ((1 * 60) + 27) / 6 = 36.16666666666667$
B	27分	$((3 * 60) + 33) / 8 = 26.6250000000$

■各指標の算出

6. 各指標の相対%

単位	%	小数点以下桁数	0	小数第一位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

比較対象期間のスコアに対する、集計対象期間のスコアの増加率または減少率。

比較対象期間は、集計対象期間の開始日の前日を起点として、集計対象期間と同じ日数さかのぼった期間。

$$\left(\frac{\text{集計対象期間のスコア} - \text{比較対象期間のスコア}}{\text{比較対象期間のスコア}} \right) \times 100$$

表6-1. 算出対象の指標

指標名	番組	広告	全数	TVerアンケート
1-1. 再生数(Imp)	○	○	○	-
1-3-1. 完再生数【全数】	-	○	○	-
1-5. %時点再生数	-	○	○	-
2-1. 視聴人数(UB)	○	○	○	-
3. 視聴時間	○	-	○	-
5-6. 平均視聴時間	○	-	○	-

表6-2. 画面での表示

記号	意味
▲n%	n%増加
▼n%	n%減少
0%	変化なし
-	比較対象期間のスコアが0

例6-1. 再生数(Imp)の集計対象期間が、2017/08/14～2017/08/20の7日間である場合

⇒比較対象期間は、2017/08/07～2017/08/13の7日間

比較対象期間		★集計対象期間	
再生数 = 14,643		再生数 = 19,519	
8/7	8/13	8/14	8/20
開始日	終了日	開始日	終了日

相対%	$\left(\frac{\text{集計対象期間のスコア} - \text{比較対象期間のスコア}}{\text{比較対象期間のスコア}} \right) \times 100$
33%	$((19519 - 14643) / 14643) * 100 = 33.29918732500171 \Rightarrow 33\% \text{増加}$

例6-2. 視聴人数(UB)の集計対象期間が、2017/09/04～2017/09/10の7日間である場合

⇒比較対象期間は、2017/08/28～2017/09/03の7日間

比較対象期間		★集計対象期間	
視聴人数 = 12,668		視聴人数 = 11,162	
8/28	9/3	9/4	9/10
開始日	終了日	開始日	終了日

相対%	$\left(\frac{\text{集計対象期間のスコア} - \text{比較対象期間のスコア}}{\text{比較対象期間のスコア}} \right) \times 100$
-12%	$((11162 - 12668) / 12668) * 100 = -11.88822229239027 \Rightarrow 12\% \text{減少}$

■各指標の算出

7. 各指標の期間内平均

単位	-	小数点以下桁数	0	小数第一位を四捨五入	番組	○	広告	○	全数	○	TVerアンケート	-
----	---	---------	---	------------	----	---	----	---	----	---	-----------	---

集計対象期間内の1日当たりのスコア。

集計対象期間のスコアの合計 ÷ 集計対象期間の日数

表7. 算出対象の指標

指標名	単位	番組	広告	全数	TVerアンケート
1-1. 再生数(lmp)	lmp	○	○	○	-
1-3-1. 完再生数【全数】	lmp	○	○	○	-
1-5. %時点再生数	lmp	-	○	○	-
2-1. 視聴人数(UB)	人	○	○	○	-

例7. 平均視聴人数の算出方法

<日別の視聴人数>

日付	視聴人数
2017/08/01	12,691
2017/08/02	10,306
2017/08/03	10,015
2017/08/04	10,796
2017/08/05	7,415
2017/08/06	12,656
2017/08/07	11,834

①視聴人数を足し上げて、集計対象期間1日当たりの視聴人数を算出。

平均視聴人数	集計対象期間のスコアの合計 ÷ 集計対象期間の日数
10,816	$(12691 + 10306 + 10015 + 10796 + 7415 + 12656 + 11834) / 7 = 10816.14285714286$

■各指標の算出

8.注意事項

8-1.平均尺の取り方

■POINT①

【Program_id×Conetents_id毎の放送尺平均の求め方】

番組マスターの総秒数を、Program_id×Conetents_id毎にgrouping,averageする。

※端数がある場合も、小数点の切り捨ては行わない。

■POINT②

【平均再生率・平均再生割合を算出する際の、平均の求め方】

複数Program_id×Conetents_idについて算出する場合、分子同士を足し上げたものを、分母同士を足し上げたもので除する。

※Program_id×Conetents_idの数で除することはしない。(Power BIとの違い)

$$\left(\text{対象のProgram_id} \times \text{Conetents_idに該当する番組ログの、TVerアンケート内視聴時間} \div \text{特性母数} \right) \div \text{対象のProgram_id} \times \text{Conetents_idの放送尺平均のサマリー} \times 100(\%)$$

例8-1-1.番組ログ

番組名 (Program_id)	番組詳細 (Conetents_id)	視聴時間 (秒)
A	ID1	1500
A	ID1	1800
A	ID2	2100
B	ID3	3600

例8-1-2.Program_id×Conetents_id毎の放送尺平均

Program_id×Conetents_id	放送尺平均 (秒)
A_ID1	1800
A_ID2	2400
B_ID3	3600

※実際には、番組ログと番組マスターの紐付けは番組IDで行うが、マスタ紐づけ後のProgram_id×Conetents_id毎で行うものとする。

※例示ログ数が少ないため、便宜的に、[特性母数を2](#)とする

① (対象のProgram_id×Conetents_id毎に該当する番組ログの、TVerアンケート内視聴時間を算出

番組 (Program_id×Conetents_id)	TVerアンケート内視聴時間 (分)	視聴時間 ÷ 60
A_ID1	55	(1500+1800)/60=55
A_ID2	35	2100/60=35
B_ID3	60	3600/60=60

②対象のProgram_id×Conetents_id毎の放送尺平均のサマリーを算出

番組 (Program_id×Conetents_id)	放送尺平均 (分)	放送尺平均 ÷ 60
A_ID1	30	1800/60=30
A_ID2	40	2400/60=40
B_ID3	60	3600/60=60

例8-1.Program_id×Conetents_id毎[=コンテンツ]毎

番組 (Program_id×Conetents_id)	平均再生率	((① ÷ 特性母数) ÷ ②) × 100(%)
A_ID1	91.67%	((55/2)/30)*100=91.66666667
A_ID2	43.75%	((35/2)/40)*100=43.75
B_ID3	50.00%	((60/2)/60)*100=50

※番組マスターの放送尺平均算出の際は、番組ログのデータ有無、フィルタリングは一切加味せず、番組マスター単体でProgram_id×Conetents_id毎にgrouping,averageを算出する。

※番組ログ側の視聴時間算出の際、放送尺平均が1分未満/1分以上 であるかどうかの判定は、average算出結果を切り捨てせずに(小数点付きのまま)判定を行う。