

マスターズゴルフ2022、夜中の放送でも注目した年齢層は？

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社(所在地:東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION)は、マスターズゴルフ2022の初日放送が、視聴者にどのように見られたのかを分析しました。

マスターズ第一日、同時間帯に放送された番組と比較
 特に男性50歳以上がよく見ていた

番組名	放送局	開始時間	終了時間	注視含有		
				個人全体	M2	M3
マスターズゴルフ2022第1日	TBSテレビ	23:56	1:28	10.4%	10.3%	26.3%
四畳半神話大系(再)	フジテレビ	1:05	1:35	10.1%	15.6%	13.2%
グルメ推理ゲーム常連3	日本テレビ	23:59	0:54	10.0%	11.6%	10.9%
newszero	日本テレビ	23:00	23:59	9.5%	10.2%	13.4%
アメトーーク!	テレビ朝日	23:15	0:15	9.4%	13.2%	11.1%
キスマイ超BUSAIKU!?	フジテレビ	0:35	1:05	8.7%	6.1%	6.6%
FNNLiveNews α	フジテレビ	23:40	0:25	8.6%	4.7%	14.9%
じっくり聞いタロウ〜スター近況	テレビ東京	0:00	0:30	7.5%	5.0%	18.5%
AKB48サヨナラ毛利さん	日本テレビ	0:59	1:29	6.9%	2.0%	11.3%
もっと知りたい!元彼の遺言状	フジテレビ	0:25	0:35	6.8%	1.4%	8.8%
お願い!ランキングpresntsそだテ	テレビ朝日	0:45	1:20	6.4%	6.3%	10.2%
みんなのスポーツSportsforAll	テレビ東京	23:55	0:00	6.0%	16.8%	12.9%
テレビ千鳥	テレビ朝日	0:15	0:45	6.0%	9.8%	4.9%
全力坂	テレビ朝日	1:20	1:26	5.8%	0.9%	4.3%
イントロ	日本テレビ	0:54	0:59	4.8%	1.1%	5.3%
花嫁未満エスケープ	テレビ東京	0:30	1:00	3.7%	7.4%	8.3%
ダイアンの絶対取材しない店	テレビ東京	1:00	1:30	3.9%	1.5%	6.6%

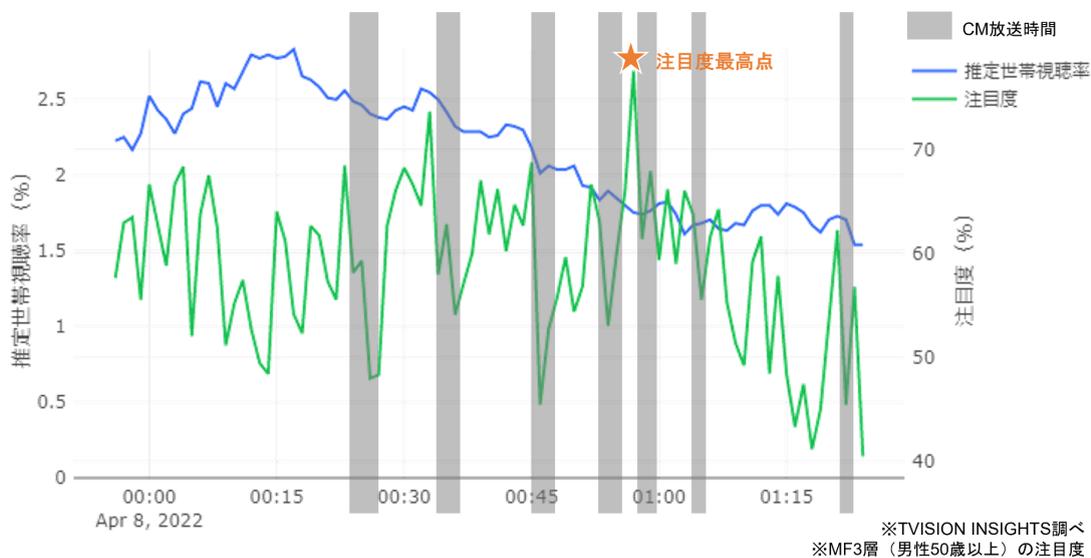
マスターズ2022第一日と同時間帯に放送された番組と、注視含有を比較

上図は、「マスターズゴルフ2022第一日」が放送された、4/7の23時56分～25時25分に重なって放送された番組の見られ方と比較した表です。右の「注視含有」は推定世帯視聴率の中で、特定年齢層が見ていた割合を示し、高いほどよく見られた事がわかります。

他の番組と比べて、マスターズは特にM3層(男性50歳～)によく見られていたことがわかります。M2層(男性35～49歳)が一番見ていた番組はテレビ東京「みんなのスポーツSport for All」で、マスターズと同様スポーツ番組でした。M3層に比べて、マスターズをあまり見ていない結果となりました。

男性50歳以上層が最も熱中して見ていた時間帯は？

『マスターズゴルフ2022第一日』 男性50歳以上の注目のようす



上図はテレビの前にいる人が、番組を見ていた割合を「注目度」として、番組の1分毎の注目度の推移を表したグラフです。注目度は、視聴者がコンテンツに注目した度合いがわかります。

もっとも注目されたのは、24時57分ごろで、最高注目度は77.6%でした。1年以上ぶりのツアー競技参加となったタイガーウッズに続き、松山が3番ホールで、ドライバーを用いて一打目に挑むシーンでした。

スポーツ番組における、男性50歳以上層の平均注目度は50.3%なので、深夜帯における77.6%は驚異的です。昨年のM-1グランプリの優勝発表の瞬間と同じくらい、熱中して見られていました。

<本件に関する問い合わせ先>

TVISION INSIGHTS株式会社 広報担当 佐野、峯島

東京都千代田区大手町1丁目6番1号大手町ビル6階

E-mail info@tvisioninsights.com

Tel(担当直通) 050-5468-2785

【TVISION INSIGHTS株式会社について】

TVISION INSIGHTS株式会社は人体認識技術によってテレビ番組・CMの視聴態勢データを取得し、BtoB向け視聴分析サービスを提供しています。ご家庭のテレビに、TVISIONが独自に開発した人体認識技術を搭載した調査機器を設置し、調査参加者の視聴態勢を毎秒で自動的に取得。「誰がテレビの前において、ちゃんと見ているか」というTVISION独自のアテンションデータを広告主・広告会社・放送局など国内累計100社以上のクライアントにご活用いただいています。現在、国内では関東エリアの2,000世帯・関西エリア600世帯、地上波/MX/BSの全番組を計測しています。