

## ■枠ファインダ 搭載データ一覧

| データ種類           | 集計率区分 | 集計区分                            | 集計率取得方法 | 特性グループ              | 特性   | 備考                  |
|-----------------|-------|---------------------------------|---------|---------------------|--|---------------------|
| 視聴率             | 視聴率   | 年度平均                            | 毎60分    | 世帯                  | 世帯   | 全代理店共通データ           |
|                 | 視聴率   | 当週                              | 時間区分    | 世帯                  | 世帯   | 広告会社様の<br>契約データに準じる |
|                 |       | 4週平均<br>月平均<br>1クール平均<br>2クール平均 |         | 個人<br>特性グループ        | 個人全体<br>性別<br>年齢<br>…他   |                     |
| ADVANCED TARGET | 視聴率   | 年度平均<br>1クール平均                  | 毎60分    | 世帯年収                | 世帯年収600万円以上<br>世帯年収800万円以上<br>世帯年収1,000万円以上<br>世帯年収600万円未満<br>世帯年収400万円未満  |                     |
|                 |       |                                 |         | 個人年収                | 個人年収600万円未満<br>個人年収400万円未満<br>個人年収200万円未満  |                     |
|                 |       |                                 |         | 1か月のおこづかい           | 1か月のおこづかい1万円以上<br>1か月のおこづかい3万円以上<br>1か月のおこづかい1万円未満   |                     |
|                 |       |                                 |         | 運転免許・自家用車           | 運転免許保有<br>毎日運転する<br>週に3日以上運転する<br>週に1日以上運転する<br>自家用車購入意向_新車  |                     |
|                 |       |                                 |         | 日常意識                | 着るものにはお金をかけるほう<br>インスタント食品をよく利用する<br>インスタントや冷凍食品に抵抗ない<br>ファーストフードをよく利用する<br>健康に強い関心を持っている<br>ダイエットに関心がある<br>資産運用に関心がある<br>保険の加入・見直しを検討している<br>仕事関連の情報収集は欠かさない  |                     |
|                 |       |                                 |         | レジャー・趣味             | 映画鑑賞有_最近3か月間<br>一泊以上の国内旅行_最近1年間<br>遊園地・レジャーランド・テーマパーク_最近1年間  |                     |
|                 |       |                                 |         | 情報・広告に関する意識<br>【肯定】 | 広告をよく見るほう<br>人気や流行を知るために広告には大いに関心がある<br>広告は買い物をする際に大いに役立っている<br>興味のある商品の広告はきちんと見るようにしている<br>広告を見て関連サイトを確認することがよくある<br>自分向けの広告でなくてもひとつの情報として受けとる<br>最新の情報はいち早く入手したいほうだ<br>自分が「これは」と思った話題はすぐ人に伝えたい<br>情報収集に熱心なほう |                     |
|                 |       |                                 |         | 購買意識(あてはまる・やや)      | 新製品には興味がある<br>通信販売(ネット除く)に抵抗ない<br>ネット通販に抵抗ない   |                     |
|                 |       |                                 |         | 通販・オンラインショッピング      | 通販・オンラインショッピング_購入した<br>通販・オンラインショッピング_ヘビーユーザー<br>通販・オンラインショッピング_ライトユーザー  |                     |
|                 |       |                                 |         | VRTひとセグ             | 情報×選択セグメント_トレンドフリーク<br>情報×選択セグメント_雑学ロジカル<br>情報×選択セグメント_コミュニティ同調<br>情報×選択セグメント_堅実ストイック<br>情報×選択セグメント_ナチュラル低関与<br>表現嗜好セグメント_タレント重視<br>表現嗜好セグメント_機能実証派<br>表現嗜好セグメント_シンプル嗜好<br>表現嗜好セグメント_表現無頓着                     |                     |
|                 |       |                                 |         | 飲酒頻度                | 飲酒頻度_平日_自宅内_ほぼ毎日<br>飲酒頻度_平日_自宅内_月1回以上<br>飲酒頻度_平日_自宅外_月1回以上   |                     |
|                 |       |                                 |         | テレビCMを見て行った行動       | (携帯・スマホ)ネットで調べた<br>実店舗に見に行った<br>実際に購入(利用)した  |                     |
|                 |       |                                 |         | テレビCMの印象            | 商品やサービスに興味がわく<br>商品名が印象に残る<br>資料請求・問い合わせ経験がある<br>広告の商品をすぐに買う<br>商品やサービスへの欲求喚起<br>広告の商品・サービスが目につく<br>商品・サービスの購入経験がある<br>広告掲載店に行ったことがある<br>広告の内容をネットで調べる   |                     |

|               |                    |             |              |               |   |  |
|---------------|--------------------|-------------|--------------|---------------|---|--|
|               |                    |             |              | アルコール飲料_飲用有   | ビール_飲んだ<br>発泡酒_飲んだ<br>新ジャンル飲料_飲んだ<br>日本酒_飲んだ<br>焼酎_飲んだ<br>チューハイ_飲んだ                                 |  |
|               |                    |             |              | 関心のある商品種類     | お菓子<br>栄養補助食品・サプリメント<br>ビール・発泡酒・第三のビール<br>チューハイ(缶入りなど)<br>スマートフォンのゲームアプリ<br>普通乗用車・軽乗用車(国産)<br>輸入乗用車 |  |
|               |                    |             |              | SNS利用         | 1週間以内利用_Facebook(フェイスブック)<br>1週間以内利用_Instagram(インスタグラム)<br>1週間以内利用_Twitter(ツイッター)                   |  |
|               |                    |             |              | 動画配信サービス意識・利用 | 1年以内利用_動画配信サービス   |  |
| Media GaugeDP | 接触率                | 月平均         | 毎60分         | 個人属性          | 個人年収1000万円以上<br>輸入車保有者<br>持ち家(戸建て)居住者<br>賃貸居住者<br>海外旅行頻度年1回以上<br>家族に未就学児を持つ女性<br>企業の人事・総務担当者        |  |
|               |                    |             |              | 消費行動          | 国内主要メーカー化粧品使用者<br>基礎化粧品1万円以上購入者<br>ビール飲用者   |  |
|               |                    |             |              | 生活意識          | 乾燥敏感肌・ニキビに悩みを持っている<br>新商品の情報に敏感で、誰よりも早く手に入れたい   |  |
|               |                    |             |              | 趣味・興味         | パソコン・携帯電話・モバイル<br>車・バイク<br>お酒<br>映像・動画コンテンツ   |  |
|               |                    |             |              | 普段利用する店舗      | セブン・イレブン<br>ケンタッキーフライドチキン<br>ほっともっと(HottoMotto)   |  |
|               |                    |             |              | その他           | 世帯年収1000万円以上<br>趣味・興味:ゲーム   |  |
| 東芝テレビ視聴データ    | ライブ率<br>ライブ率+延べ再生率 | 年度平均<br>月平均 | 毎60分<br>時間区分 | 全体            | 全機器   |  |
|               |                    |             |              | 個人利用          | 男性視聴者<br>女性視聴者  |  |
|               |                    |             |              | テレビ利用傾向       | 有料ネット動画利用多い<br>ゲーム機利用多い   |  |