

日本BS放送 メディアプロフィール

BS11



会社概要

会社名	日本BS放送株式会社
チャンネル名	BS11(ビーエス イレブン)
本社	東京都千代田区神田駿河台2-5
主な事業内容	放送法に基づく基幹放送事業 等
代表者	代表取締役会長 齋藤 知久 代表取締役社長 近藤 和行
設立	1999年8月
資本金	41億9,071万円(2023年11月30日現在)
従業員数	単体 104名 連結 132名(2024年8月31日現在)

会社沿革

1999年 8月	株式会社ビックカメラにより設立
2007年12月	BSデジタルハイビジョン放送(BS11)開始
2015年 3月	東京証券株式市場 第1部へ上場
2022年 4月	東京証券取引所市場再編により、スタンダード市場へ移行
2022年12月	開局15周年

経営理念

質の高い情報を提供することで
人々に感動を与え
幸せな社会づくりに貢献します

経営ビジョン

豊かで癒される教養・娯楽番組と
中立公正な報道・情報番組を発信し
『価値ある時間』を約束します

行動指針

- 公共的使命を認識し社会の信頼に応えます
- 良質なコンテンツの創造を追求します
- 常に新しい可能性に挑戦します

視聴可能世帯数^{※1}

約**4,512**万世帯

世帯普及率^{※2}

77.1%

世帯視聴率^{※3}

1%あたり
56.2万世帯

個人視聴率^{※3}

1%あたり
116.1万人

1ヶ月の到達視聴者数^{※3}

推計
4,704万人

主な視聴者層^{※3}

50才以上

※1:2019年度住民基本台帳、全国総世帯数より推計

※2:2019年6月・12月「BS民放6社・ビデオリサーチ調査」2回分の平均値

※3:ビデオリサーチ・テレビ視聴率全国32地区「拡大推計マスタ」より推計

視聴数の目安

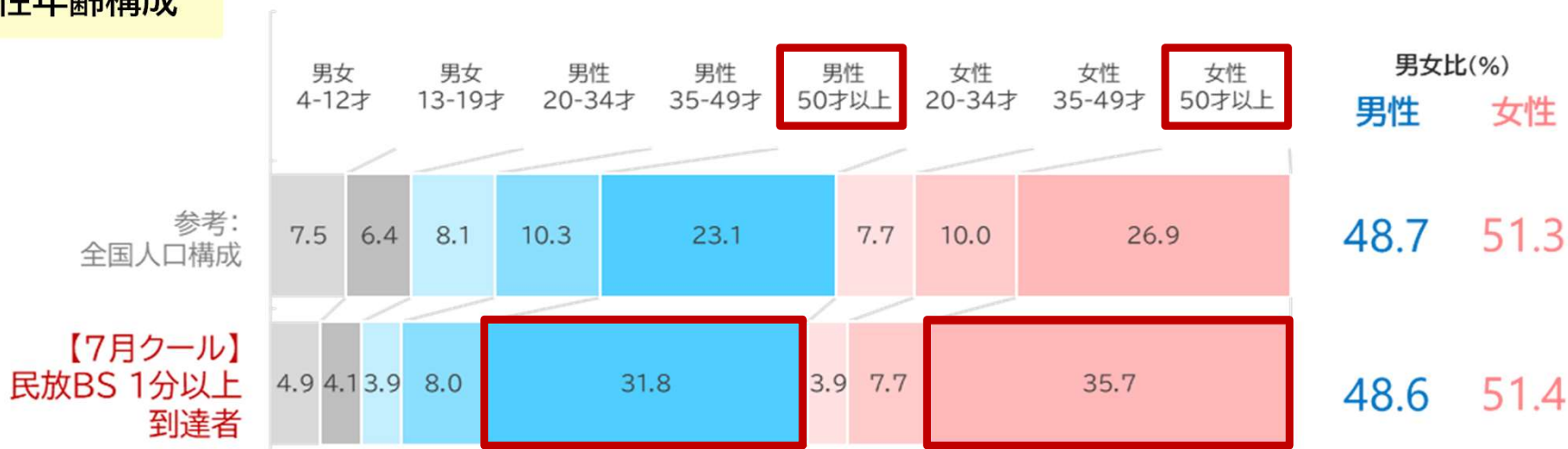
- ✓ 視聴可能世帯率 : BS放送の普及率は、全国総世帯数の**77.1%**
- ✓ 視聴率と視聴人数: BS放送の視聴率は、地上波放送と同様に自家用テレビ所有世帯(推定5,617.4万世帯)を母数とし(BS視聴不可世帯を含む)、視聴率1%の場合、推定**56.2万世帯**、**116.1万人**の視聴

**『全国を1波でカバーするBS放送は、視聴率1%では推定約116.1万人が視聴！
放送地区内の地上波放送と比べ、視聴者数が多くなります！』**

<ご参考> 地上波関東地区のキー局で視聴率1%の場合、推定19.7万世帯、40.1万人が視聴
(「VRマスタ」をもとに、当該地区テレビ視聴可能世帯数を1,971万世帯として推計)

<ビデオリサーチ「テレビ視聴率 全国32地区」をもとに加工。推定世帯率・人口は「拡大推計マスタ」より推計>

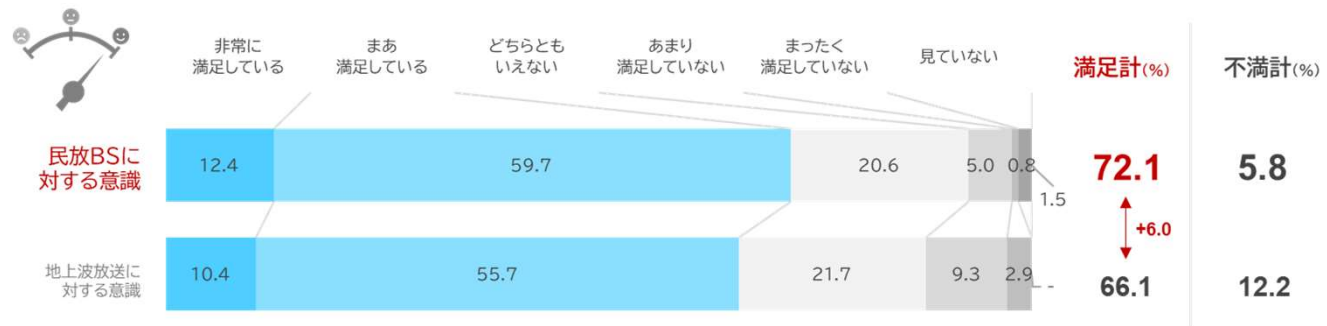
視聴者性年齢構成



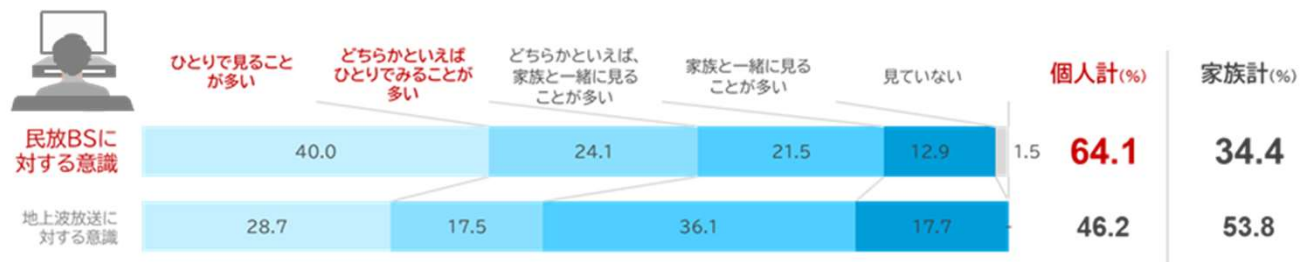
※全国人口構成…国勢調査(2015年)、住民基本台帳(2024年)より算出
※民放BS 1分以上到達者…テレビ視聴率 全国32地区で民放BS8局いずれかに1分以上到達した人
7月クール:2024年7月1日(月)~9月29日(日) 5-29時

“満足度が高い” “ひとりで見る割合が高い” “じっくりと見る割合が高い” 民放BS放送！

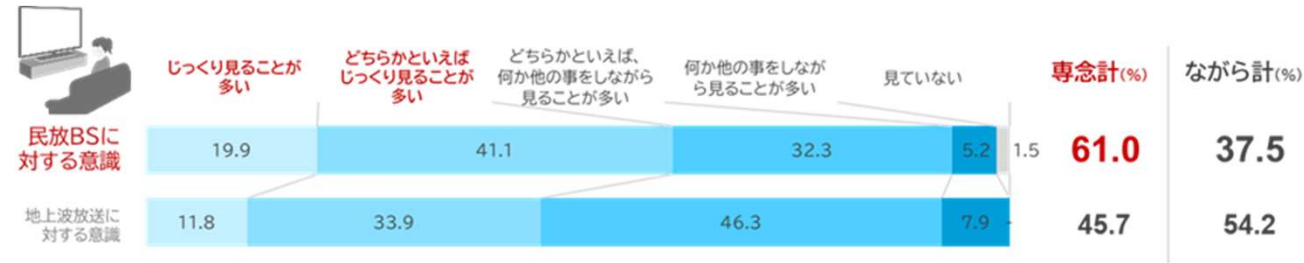
【満足度】



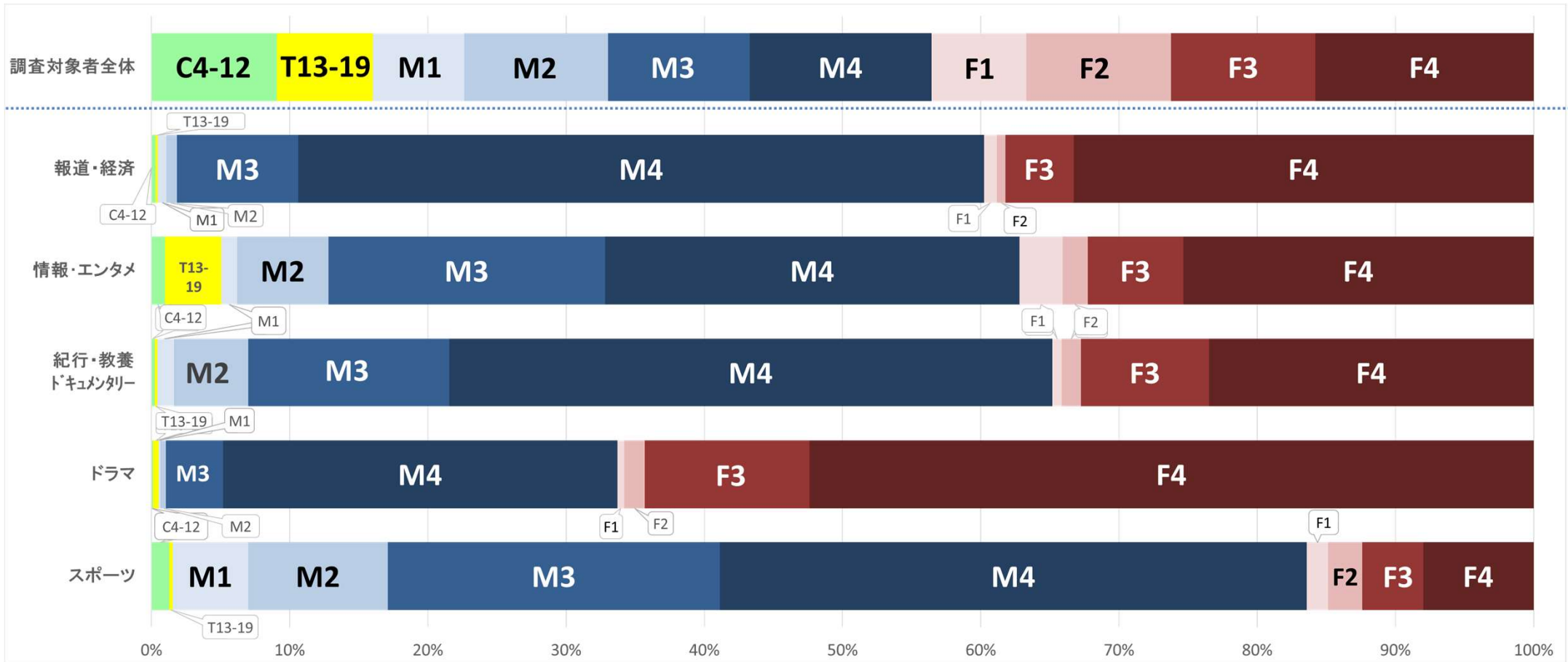
【個人視聴／家族視聴】



【専念視聴／ながら視聴】



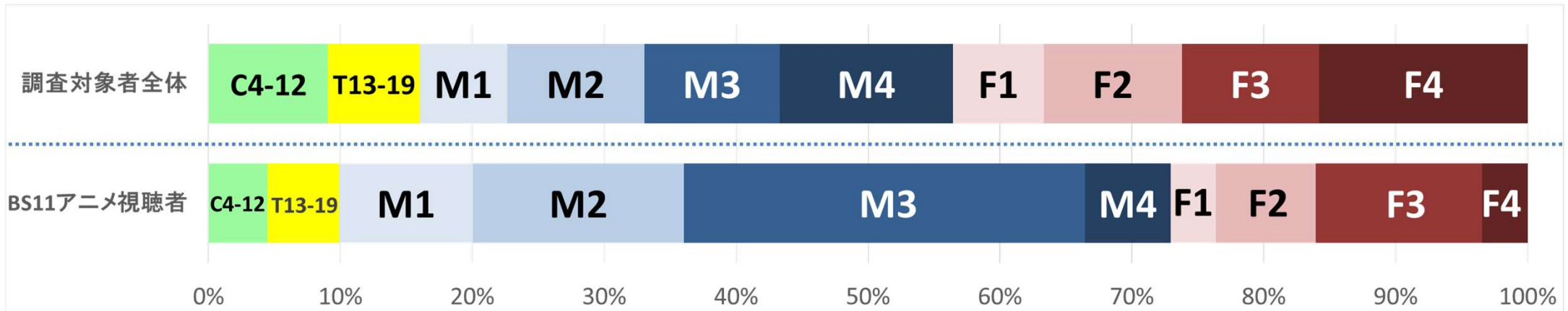
n=1,580(民放BSよく見る層)
「ビデオリサーチACR/ex2024」データより



(出所) 2024年4月～2024年9月VR-CIP



M4・F4層を中心に、時間帯・コンテンツにより、様々な年齢層からご視聴頂いております。



(出所) 2024年4月～2024年9月 VR-CIP



「アニメのBS11！」と認知度が高いBS11のアニメ番組は、若い層もご視聴頂いております。

生活習慣に合わせてゾーニング、各年代・ターゲット趣向に合わせて番組を編成

※2025年1月クール放送の主な番組

基本編成表

	月	火	水	木	金	土	日		
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10	平日 日中 音楽、エンタメ、ドラマ					土日午前 ドラマ			
11						土日午後 競馬中継 スポーツ			
12						平日18時～22時 ドラマ、音楽、紀行・教養、エンタメ、 ニュース・経済、スポーツ、アニメ		土日 18時～22時 特番、紀行・教養 ドキュメンタリー スポーツ アニメ	
13						平日23時～25時 アニメ、スポーツ、エンタメ		土日23時～25時 アニメ	
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									

平日：音楽、トーク、ドラマ



土日：ドラマ、競馬中継、スポーツ



生活習慣に合わせゾーニング、各年代・ターゲット趣向に合わせ番組を編成

※2025年1月クール放送の主な番組

基本編成表

	月	火	水	木	金	土	日
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							

平日：ドラマ、エンタメ、音楽、報道、スポーツ、アニメ



土日：ドキュメンタリー、紀行・教養、経済、スポーツ、エンタメ、アニメ



【新聞広告】

全国紙中心にブロック紙・地方紙も活用して全国に訴求。



【OOH】

ビックカメラ有楽町マルチビジョン・AKIBAマルチビジョン、ビックカメラ全国18店舗店内サイネージ、新宿パセラビジョンにて番宣動画を展開。
BS11最寄り駅「御茶ノ水駅」「新御茶ノ水駅」、ビックカメラ有楽町店地下で看板を展開。



【チラシ】

イベント会場や観光案内書などで配布。

(表)

(裏)



【テレビCM】

公式動画配信サイト「BS11+」、「鶴瓶のええ歌やなあ」 「ドラマ」「スポーツ番組」などをPR。

(展開放送局)

◆東京メトロポリタンテレビジョン、WOWOWプラス、スカパー! など



【EPG（電子番組表）広告】

テレビへの関心が高いEPG利用者に直接訴求。



【雑誌広告】

番組視聴者の特性にマッチした雑誌への広告掲載を実施。

『SCREEN』

『ALBA』

『財界』



【WEB広告】

Yahoo!・Google・LINE・X (旧Twitter)・YouTubeなど、視聴者の特性に応じて展開。取材・インタビューによるWEBタイアップ記事広告も実施。



◎特設サイト『京都の特等席』を運営 <https://www.kyoto-tokutoseki.jp/>

京都コンテンツと連動したポータルサイト『京都の特等席』を運営し、ブランディング。



營業事例

参考資料

◆主な番組提供社様 (2024年12月時点)

 <p>毎日新聞 日本郵政グループ SAPORO ビッグカメラ</p>	 <p>毎日新聞 ビッグカメラ</p>
 <p>BANDAI NAMCO Fun for All into the Future BUSHIROAD 毎日新聞 ビッグカメラ</p>	 <p>YAMAHA HONDA KATIX</p>
 <p>コニカミノルタ プラネタリウム BUSHIROAD 毎日新聞 ビッグカメラ</p>	 <p>HITACHI ALBATV GOLF</p>
 <p>毎日新聞</p>	 <p>ZURICH KONICA MINOLTA FANCL セブン&アイ HLDGS. MJS 東都自動車株式会社</p>
 <p>東建コーポレーション 毎日新聞 ビッグカメラ</p>	 <p>勤定奉行 H & PARTNERS</p>

◆主なスポット出稿実績クライアント様

 <p>Amusement Media College Asahi COSMO KADOKAWA jg.jp GUNZE 小学館 JR SoftBank</p>	 <p>満天 東宝 SEED ni ANIPLEX+ KING RECORDS NTT西日本 SEGA UNIVERSAL NTT東日本 SUZUKI CyberAgent. SUNTORY Panasonic Happy Elements PILOT FUJITSU FUJITSU GENERAL</p>
 <p>P&G ACECOOK docomo Y! mobile</p>	 <p>SEGA UNIVERSAL SUZUKI CyberAgent. SUNTORY Panasonic Happy Elements PILOT FUJITSU FUJITSU GENERAL</p>
 <p>TAKARA TOMY ACECOOK docomo Y! mobile</p>	 <p>SEGA UNIVERSAL SUZUKI CyberAgent. SUNTORY Panasonic Happy Elements PILOT FUJITSU FUJITSU GENERAL</p>



|社提供ミニ番組

『女性の生き方研究所』

中央公論新社様

雑誌『婦人公論』とコラボしたミニ番組です。
 コシノヒロコさんや阿川佐和子さん、荻原博子さんをはじめ雑誌の連載や特集記事でおなじみの特別ゲストが毎回登場。
 健康・美容・ファッション・お金などをテーマに、人生を豊かに過ごすヒントをお届けしました。
 『婦人公論』の公式YouTubeチャンネルにおいてもご活用いただいております。



|社提供ミニ番組

『知って得するアイデア帖! ~選りすぐり生活術~』

ジュピターショップチャンネル様

「暮らしの知恵」をコンセプトに毎日の生活を豊かにする様々な裏ワザや豆知識を紹介したホームドラマ風の情報番組です。
 3人家族である樹比田（じゅぴた）家が番組の舞台。
 生活に役立つ科学に裏打ちされた知識や常識破りのアイデアを色々と紹介すると共に、番組内では実際にショップチャンネルで販売中の人気商品の露出も実施。
 ショップチャンネルを知るきっかけ作り・新規顧客創出を目的としミニ番組形式で複数回放送を実施しました。



「社提供特番

『ドキュメント**戦略経営者**～未来を切り拓く経営者と税理士の挑戦～』

TKC全国会様

全国のTKC全国会様所属税理士による支援事例を取り上げた特番です。これからの時代を生き抜く「戦略経営者」たちの挑戦を描きつつ、彼らに寄り添う税理士とはどんな存在で、どのように支援を行っているかに迫りました。税理士がより身近に感じられるコンテンツとして評価をいただき、TKC様の公式YouTubeチャンネルにおいてもご活用いただいております。



番組内取り上げ

『大人のバイク時間 **MOTORISE**』

インターファーム様

バイク好きの為のオートバイ専門番組「MOTORISE」にて、バイクファン必見、話題のバイク売却ネットサービス「カチエックス」の紹介を実施。自身も熱狂的なバイクファンである、番組出演者の女優・小野木里奈が、クライアントご担当者へのインタビューを通じてサービスの魅力を発信。放送終了後、インフォマ映像を公式YouTubeでも見逃し配信する事で、広がりのある展開が実施出来ました。



オリジナルCM制作×紀行番組での放映

『京都画報』 『京都浪漫 悠久の物語』

世界文化社 様

雑誌『家庭画報』創刊800号記念特集
『最高の宿・感動のホテル』をテーマに
オリジナルCMを制作しました。

CMの世界観と親和性の高いBS11の紀行番組
『京都画報』 『京都浪漫 悠久の物語』内で放送し
連動感を高めました。



オリジナルCM制作×「山の日特番」での放映

『山女子はじめます！～高尾山・雲取山を登る～』

ABC少額短期保険 様

BS11が毎年放送している「山の日特番」に
ABC少額短期保険様にご提供いただくにあたり、
オリジナルCMの制作をご提案。
登山、キャンプなど、山などで起こるトラブルに対応した
「レスキュー費用保険」をテーマに
登山Youtuberのかほさんを起用して制作したCMは
番組との親和性が極めて高い展開となりました。



オリジナルCM制作×スポーツ中継特番組での放映

東テク様

車いすバスケットボールチーム『伊丹スーパーフェニックス』のスポンサードCMを制作。持続可能な社会の実現に向け、パラスポーツ支援を通じ「共生社会の実現」と「スポーツ文化の発展」を目指す東テク様の企業姿勢をPRしました。このCMはBS11のスポーツ中継特番で放映されています。



オリジナルCM制作×SPOT展開

郵政管理・支援機構様

郵便貯金権利消滅制度をお知らせする、郵政管理・支援機構様の60秒CMを制作いたしました。地上波テレビでは15秒での展開でしたが、専念視聴傾向の強いBSテレビの視聴者向けに長尺でしっかりと訴求するクリエイティブとしSPOTにて放映しました。



オリジナルCM制作×店舗展開

LGエレクトロニクスジャパン様

『LG Puri Care 衣類除湿乾燥機』をビックカメラの社員がおすすめするオリジナルCMを制作しました。ご提供いただいた番組内での放送に加え、ビックカメラの店頭でも放映。ビックカメラグループの放送局ならではの立体的なプロモーションを展開しました。

