

報道関係者各位

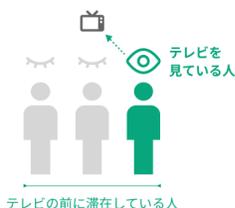
TVISION INSIGHTS株式会社

NHK新朝ドラ「カムカムエヴリバディ」初回放送の注目度を検証

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「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、2021年11月1日(月)に初回放送を迎えたNHK 連続テレビ小説「カムカムエヴリバディ」（通称：朝ドラ）を題材に、朝の本放送と昼の再放送で注目度がどのように異なるのかについて検証しました。

検証のために使用した「注目度」について

用語解説 注目度



テレビの前にいる人のうち、テレビ画面に視線を向けていた人の割合です。

テレビのコンテンツに、注目している度合いがわかります。

T>VISION
INSIGHTS

NHKの新朝ドラ「カムカムエヴリバディ」に注目

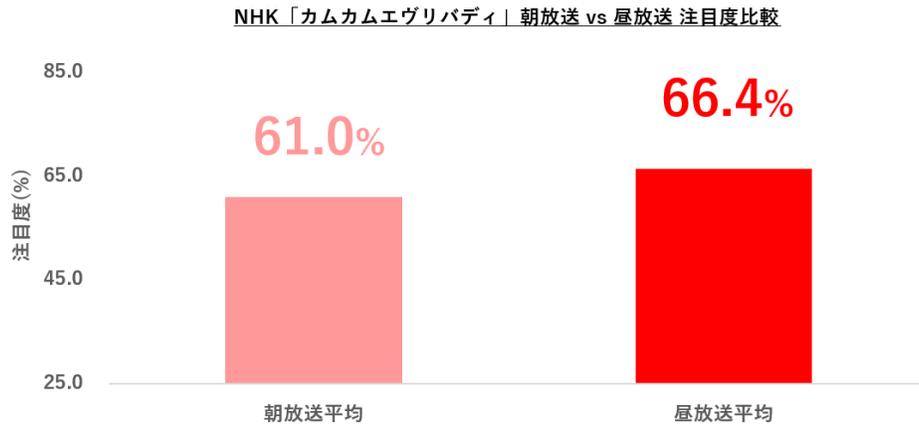
2021年11月1日(月)よりNHK連続テレビ小説「カムカムエヴリバディ」が放送開始しました。国民的ドラマ枠といっても過言ではない朝ドラの新シリーズを題材に、朝の本放送と昼の再放送での注目度を比較しました。

対象番組： NHK 連続テレビ小説「カムカムエヴリバディ」

放送日： 2021年11月1日(月)

放送時間： 朝放送 (本放送、8:00~8:15)、昼放送 (再放送、12:45~13:00)

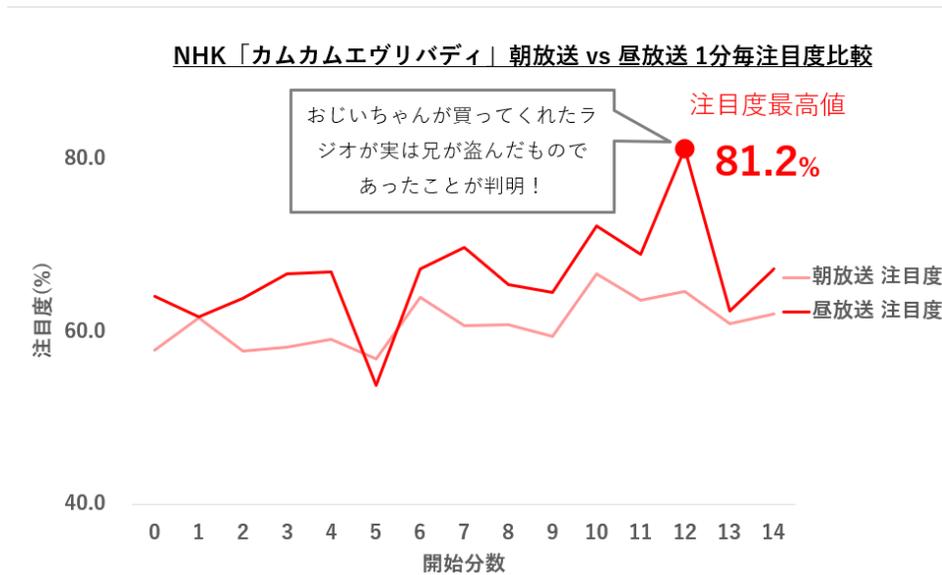
注目度は朝より昼のほうが高い



まず、朝放送(8:00~8:15)と昼放送(12:45~13:00)の放送回をTVISIONの独自指標、注目度で比較してみました。注目度とは、「テレビの前にいる人がちゃんとテレビを見ている割合を測る指標」で、注目度50%というのは仮に100人がテレビの前いたら、50人がちゃんとテレビを見ていたということを示します。

朝放送の注目度**61.0%**に対して、昼放送の注目度は**66.4%**になっており、朝放送に比べて昼放送のほうが、テレビの前の視聴者は番組をしっかりと見ていたということが分かります。朝の時間帯は慌ただしくテレビをゆっくりと見られていないが、昼の時間帯は比較的ゆったりとテレビを見ている人が多いということでしょうか。

注目度を番組開始から1分ごとに比較



さらに注目度を1分ごとに見てみたのが前出のグラフになります。朝放送は番組全体を通じて注目度の上下が小さいですが、昼放送は番組後半にかけて注目度の上昇が見られます。昼放送の注目度が最高値**81.2%**を記録した開始12分ごろは、主人公 安子が欲しがっていたラジオが、実はおじいちゃんからのプレゼントではなく、兄が近所から盗んできたものだったという驚きの展開に、視聴者が釘付けになっていました。昼放送ではこういったストーリーの流れを追うことができる視聴者が多く、結果として注目度が高まったと考えられます。

今回の検証によって、同じ放送内容でも時間帯によって見られ方が異なるという興味深い結果が得られました。TVISIONでは今後もさまざまな切り口から、テレビ番組の本当の見られ方を明らかにしていきたいと思えます。

<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1,000世帯・関西エリア100世帯、地上波/MX/BSの全番組を計測しています。TVISIONでは「新しいデータによってメディアマーケットを圧倒的に進化させる」というミッションのもと、テレビの価値をアテンションデータによって顕在化しています。