

NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第3回「拳兵は慎重に」 視聴者はどこに注目したか

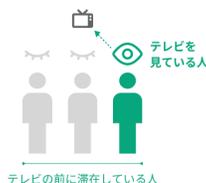
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION）は、2022年1月にスタートした『鎌倉殿の13人』の第3回「拳兵は慎重に」で、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しました。

三谷幸喜さんが脚本を手がけ、小栗旬さんが主演を務める『鎌倉殿の13人』。この大河ドラマは、戦国時代や幕末に比べるとあまり知名度のない、鎌倉時代に焦点をあてた作品です。

第3回「拳兵は慎重に」は、視聴者にどのように見られていたのでしょうか？
テレビの視聴者の様子を、1分毎の「TVISION推定視聴率」と、「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＝注目度※」のグラフで見ました。

※注目度とは？

テレビの前にいる人（滞在者）のうち、テレビ画面に視線を向けていた人（注視者）の割合を表します。シーンに注目している度合いがわかります。



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。

TVISION
INSIGHTS

『鎌倉殿の13人』毎分の注視データで見る、視聴者が注目したシーンとは？

第3回のタイトルは「拳兵は慎重に」。北条家の婿となった**源頼朝**（大泉洋さん）が、平家打倒の拳兵を決意するまでが描かれた回でした。

頼朝と引き離された**八重**（新垣結衣さん）は、**伊東祐親**（浅野和之さん）の家人・**江間次郎**（芹澤興人さん）の元へ嫁がされていました。対岸から、**北条義時**（小栗旬さん）が江間館を見つめています。

そんな折、頼朝の叔父・**行家**（杉本哲太さん）が北条館を訪ね、怪しがる**政子**（小池栄子さん）。しづしづ対面する頼朝でしたが、行家は**平清盛**（松平健さん）へ反旗を翻した**後白河法皇**（西田敏行さん）の御子・**以仁王**（木村昴さん）の令旨（りょうじ）を携えていました…

SNSでは、政子の八重への勝ち誇ったような振る舞いが怖いなど、小池栄子さんの演技にも注目が集まっておりました。

毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移

日付：2022年1月23日（日）放送

属性：個人全体



一番視聴者に注目されたのは20:35ごろで、注目度は76%でした。義時と政子が良い知らせがあるのだと頼朝の元へ来たところに、兄の**宗時**（片岡愛之助さん）が**文覚**（市川猿之助さん）を連れて、突然割り込んでくるところでした。宗時は文覚が源氏の再興を唱えている方だと熱く頼朝に紹介しますが、父の**時政**（坂東彌十郎さん）には、偽物売りつけると批判されてしまいます。その後、政子が頼朝に拳兵の意志があるのではないかと迫る重要シーンのひとつに繋がっていきます。

二番目に注目されたシーンは同率で2つありました。一つ目は20:22ごろ、義時と時政が伊豆の国衛（役所）に出向いたところ、**堤信遠**（吉見一豊さん）に謀反を疑われ屈辱を受けるシーンでした。音が急に大きくなったことで、注目された可能性もあります。もうひとつは20:25ごろ、政子が山の上で暮らす八重に気が付き、にこやかに手を振るシーンでした。頼朝と引き裂かれ、望まぬ結婚をさせられた八重に対し、頼朝を手に入れた政子の笑顔。SNSでも話題のひとつとなりました。

注目度が低かったシーンは、冒頭のオープニング中でした。毎回同じシーンのため目線をそらしても問題ないという心理の視聴者が多かったと思われます。

このように、TVISIONでは、視聴者のテレビ目線を番組では毎分、CMでは毎秒でデータを取得しております。今後も注目のテレビ番組やCMの分析を行って参ります。

※2021年の年間の、プライム帯（19-23時）におけるドラマジャンルの平均注目度は63%

<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、きちんと見ているか」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160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。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。