

NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第4回「矢のゆくえ」 視聴者はどこに注目したか

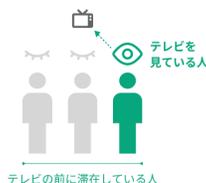
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION）は、2022年1月にスタートした『鎌倉殿の13人』の第4回「矢のゆくえ」で、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しました。

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4回「矢のゆくえ」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4回のタイトルは「矢のゆくえ」。源頼朝（大泉洋さん）が、ついに挙兵を決め、注目の源平合戦が幕を開けるところまでが描かれた回でした。

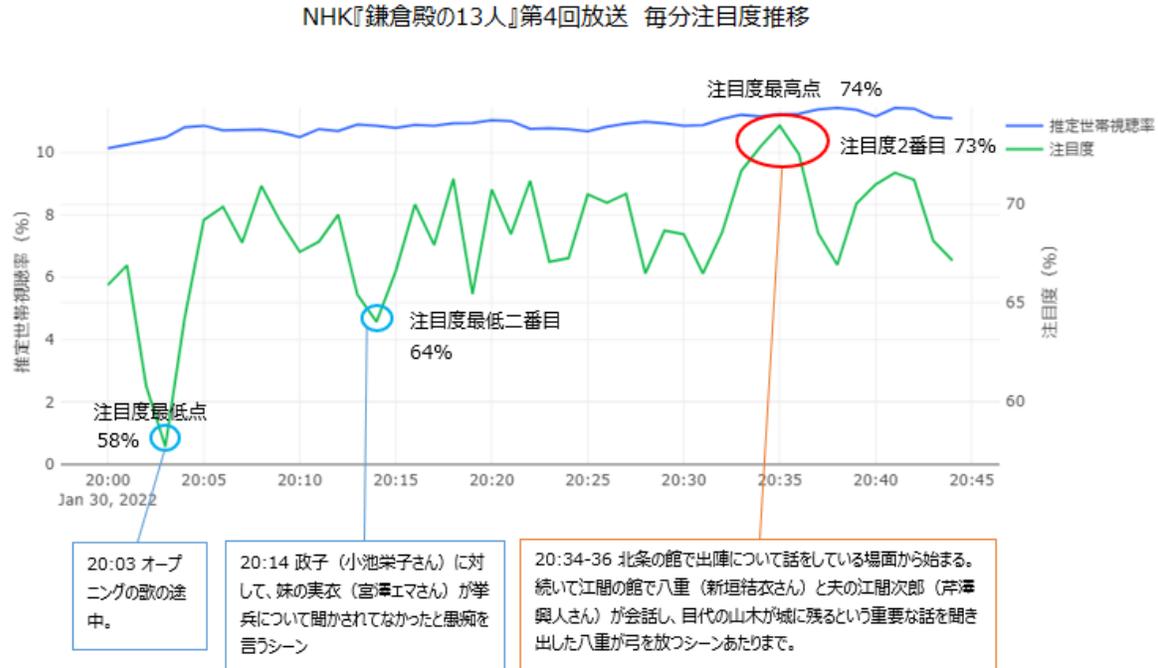
治承4年（1180年）8月、挙兵を決断した頼朝の一党は、伊豆国の目代・山木兼隆（木原勝利さん）を討って初戦を飾るべく、戦支度（いくさじたく）を始めます。しかし、頼朝の乳母の子供である山内首藤経俊（山口馬木也さん）に助力を断られるなど、強大な平家の威光の前に思うように兵が集まりません。強気な兄・宗時（片岡愛之助さん）とは対照的に、自身の浅慮を後悔する北条義時（小栗旬さん）。そんな中、対岸の江間館で暮らす八重（新垣結衣さん）が義時に声をかけ...

タイトルにもなっている「八重の弓を引く姿がカッコいい」、「夢に毎回後白河法皇が出てくるのは大変だ」など、SNSでは今回も話題となるシーンが多くありました。

毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移

日付：2022年1月30日（日）放送

属性：個人全体



視聴者に注目されたのは20:34から36ごろで、最高注目度は74%でした。北条の館で、出陣について話をしている場面が続いて江間の館で八重と夫が会話するシーンへ。そこで「目代の山木が城に残る」という重要な話を聞き出した八重が、山木に弓を放つシーンあたりまでが注目されていました。大きな音楽とセリフがないシーンが絶妙に組み合わせられており、注目されたと考えられます。

注目度が低かったシーンは、前回同様、冒頭のオープニング中でした。二番目に低かったのは、20:14ごろで64%でした。**政子**（小池栄子さん）に対して、妹の**実衣**（宮澤エマさん）が「拳兵について聞かされてなかった」と愚痴を言うシーンでした。

オープニングシーンを除くと、注目されなかった場面と一番注目された場面での差が少なく、全体を通して集中してテレビを見ていたという結果になりました。

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。