

## NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第5回「兄との約束」 視聴者はどこに注目したか

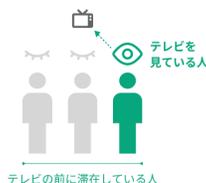
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION）は、2022年1月にスタートした『鎌倉殿の13人』の第5回「兄との約束」で、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しました。

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5回「兄との約束」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

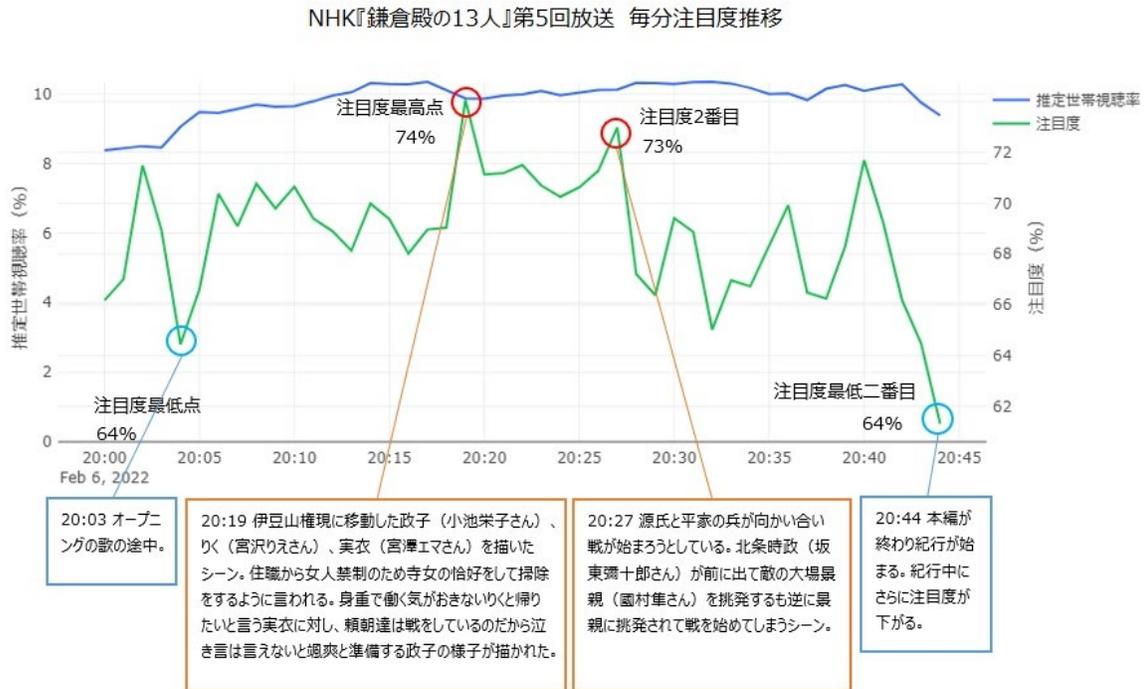
## 『鎌倉殿の13人』毎分の注視データで見る、視聴者が注目したシーンとは？

第5回のタイトルは「兄との約束」。ついに挙兵した**源頼朝**（大泉洋さん）の、戦の行方が描かれた回でした。

闇夜にまぎれ、堤館と山木館を立て続けに襲撃した頼朝の一党。見事に首級を挙げて勝利した頼朝は、**北条義時**（小栗旬さん）の知恵も借り、坂東での政まつりごとの第一歩として土地の分配を始めました。しかし、これを知った平家方が激怒します。相模では、奉行を務める**大庭景親**（國村隼さん）が**梶原景時**（中村獅童さん）ら三千の兵を率いて出陣。伊豆でも、頼朝討伐に燃える**伊東祐親**（浅野和之さん）が動き出します。これに対して、頼朝は全軍を率いて鎌倉を目指す...

SNSでは「『死んだ』というナレーションが悲しすぎる」など、**北条宗時**（片岡愛之助さん）の早すぎる最期を惜しむ声が目立ちました。

## 毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移



視聴者に最も注目されたのは20:19で、最高注目度は74%でした。伊豆山権現に移動した**政子**（小池栄子さん）、**りく**（宮沢りえさん）、**実衣**（宮澤エマさん）を描いたシーンでした。住職から女人禁制のため寺女の恰好をして掃除をするように言われた3人。身重で働く気がおきないりと帰りたい実衣に対し、頼朝達は戦をしているのだから泣き言は言えないと返答と準備する政子の様子が描かれていました。緊迫した戦いや画面の暗いシーンが多い中で、現代的な3人のやりとりがコミカルで共感呼び、注目があがったのかもしれませんが。

2番目に注目されたのは、20:27で注目度は73%でした。源氏と平家の兵が向かい合い戦が始まろうとしているところでした。**北条時政**（坂東彌十郎さん）が前に出て、敵の大場景親を挑発するも、反対に景親に挑発されて戦を始めてしまうシーン。大きな音とともに、ついに源平合戦が始まったというところでした。

注目度が低かったシーンは、冒頭のオープニング中とエンディングの紀行の場面でした。ドラマの内容にのみ興味関心が高いということが分かります。

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](mailto: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。