

NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第6回「悪い知らせ」 視聴者はどこに注目したか

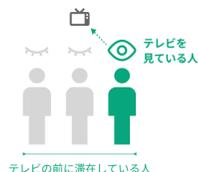
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社(所在地:東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION)は、2022年1月にスタートした『鎌倉殿の13人』の、2月13日に放送された第6回「悪い知らせ」で、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しました。

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』。この大河ドラマの第6回「悪い知らせ」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6回のタイトルは「悪い知らせ」。平家方に大敗した源頼朝(大泉洋さん)たちがどう劣勢の状況を打破していくべきか描かれた回でした。

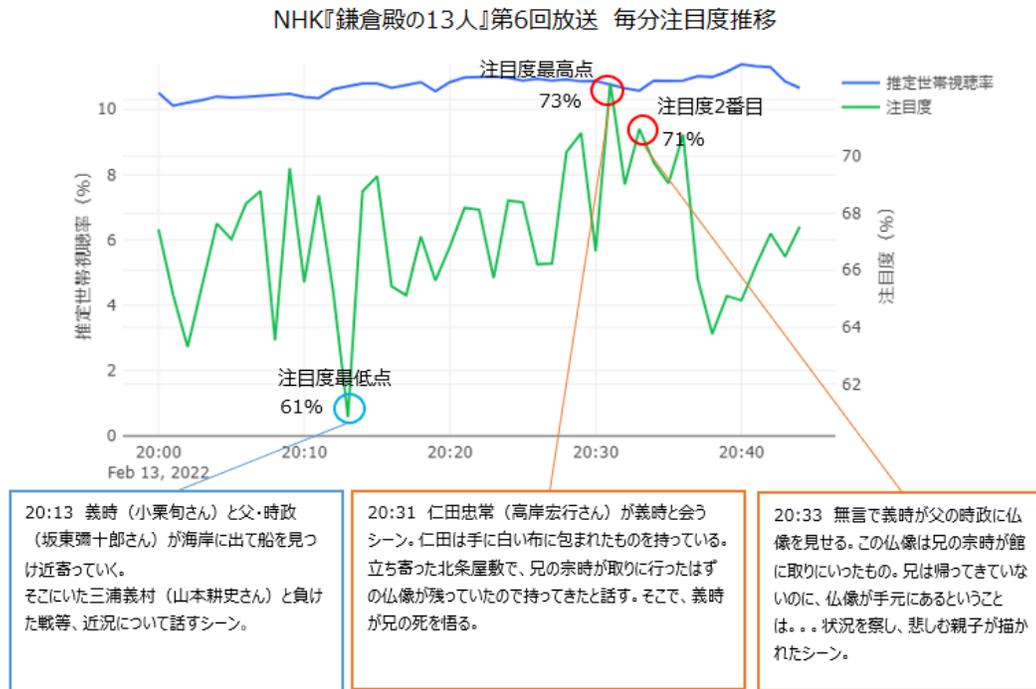
大庭景親(國村隼さん)率いる平家方の前に大敗を喫した頼朝の一党。この合戦で、北条家を引っ張ってきた宗時(片岡愛之助さん)ら有力な坂東武者が戦死しました。敵の追撃から必死に逃げる頼朝は、信頼する従者・安達盛長(野添義弘さん)らとともに石橋山山中に身を潜めます。一方、兄・宗時の熱い想いに決意を新たにした義時(小栗旬さん)は、再起を図るべく父・時政(坂東彌十郎さん)とともに甲斐を治める武田信義(八嶋智人さん)のもとへ向かったのです...

「悪い知らせ」というタイトルは宗時らの死の話のほかに、八重(新垣結衣さん)が5年経って初めてわが子の死を知ったという意味も含まれているのではないかという投稿もありました。また、八重の涙に感情移入する方も多く見られました。

毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移

日付：2022年2月13日（日）放送

属性：個人全体



視聴者に最も注目されたのは20:31で、注目度は73%でした。仁田忠常（ティモンディ・高岸宏行さん）が義時と会うシーンでした。義時と会った時、仁田は白い布に包まれたものを手にしていました。立ち寄った北条屋敷で、義時の兄・時宗が取りに行ったはずの仏像が、そのまま残っていたので持って帰ってきたのだと義時に話します。そこで、義時は兄の死を悟りました。今回の重要シーンの一つで、注目があがったのも納得です。

2番目に注目されたのは、20:33で注目度は71%でした。義時が、無言で父・時政に仏像を見せる場所でした。宗時は帰ってきていないのに、宗時が館に取りにいったはずの仏像が手元にあるということは...と状況を察し、悲しむ親子が描かれたシーンとなりました。最高注目度のシーンに続き、こちらも今回のタイトルである「悪い知らせ」を強調する重要なシーンでした。

注目度が低かったシーンは、20:13で注目度は61%です。ここ数回は、オープニングシーンの注目度が低くなっていましたが、今回は違いました。義時と父・時政が、三浦義村（山本耕史さん）に海岸で会い、戦に負けたなど、近況について話すシーンとなりました。

TVISIONでは、視聴者のテレビへ視線がどれだけ向けられたのか、テレビ番組では毎分、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。