

## NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第7回「敵か、あるいは」 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20日に放送された第7回「敵か、あるいは」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7回「敵か、あるいは」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7回のタイトルは「敵か、あるいは」。上総広常（佐藤浩市さん）が源氏につくのか、平家につくのかを中心に描かれた回でした。

平家に幽閉された我が身を嘆く後白河法皇（西田敏行さん）。丹後局（鈴木京香さん）に対し、救出に名乗りを上げない源氏への不満をもらす中、平清盛（松平健さん）から拳兵した源頼朝（大泉洋さん）が石橋山で大敗したと知らされ悔しさで顔がゆがみます。その頃、房総半島で再起を図る頼朝は、有力豪族を味方に付けようと、千葉常胤（岡本信人さん）のもとへ安達盛長（野添義弘さん）を、上総広常のもとへ和田義盛（横田栄司さん）と北条義時（小栗旬さん）を送り込みますが、結果は...

SNSでは、上総広常の圧倒的な存在感についてなど、新規登場人物に対するコメントが多く寄せられていました。物語が動き出したと感じた人が多かったようです。

## 毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移

日付：2022年2月20日（日）放送

属性：個人全体



視聴者に最も注目されたのは20:26から27にかけてで、注目度は74%でした。頼朝が時政（坂東彌十郎さん）に武田への手紙を託した後、従者の安達盛長に、最近お気に入りの亀（江口のりこさん）を探させるシーンでした。そこから場面が切り替わり、義時が上総広常の屋敷で味方になってくれるよう話をし、奥州の土産を貰うところあたりまで注目されました。亀と上総広常という2名の新しい登場人物に注目が集まったのかもしれませんが。

2番目に注目されたのは、20:23で注目度は73%でした。伊豆山権現にいる政子（小池栄子さん）達の元へ仁田忠常（高岸宏行さん）と頼朝の弟、阿野全成（新納慎也さん）が訪れました。そこへ政子たちの正体を知った僧兵らが武器を片手に現れ、謀反を起こした頼朝の身内なら、まとめて伊東に差し出すと言われます。緊迫した状況の中、全成が謎の呪文を唱えて政子達を救おうとするシーンでした。伊豆山権現で過ごす女性3人組のシーンはよく見られる傾向にあります。コメディ要素が高くなることで注目度もあがっているのかもしれませんが。

注目度が低かったシーンは、20:03で61%。今回はオープニング中でした。

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](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。