

義経登場シーンで注目度が上昇！ NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第8回「いざ、鎌倉」を分析

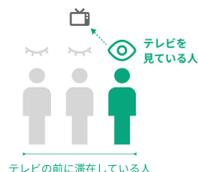
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社(所在地:東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION)は、2022年1月にスタートした『鎌倉殿の13人』の、2月27日に放送された第8回「いざ、鎌倉」で、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しました。

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8回「いざ、鎌倉」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8回のタイトルは「いざ、鎌倉」。緊急事態に際して、どこかに急いで向かう時などに使われる慣用句として有名な言葉がタイトルとなりました。

挙兵した源頼朝(大泉洋さん)を討つため、追討軍を送る平清盛(松平健さん)。後白河法皇(西田敏行さん)は地図を広げ、丹後局(鈴木京香さん)らと戦況を占います。一方、奥州をたった源義経(菅田将暉さん)は、兄・頼朝との対面を夢見て歩みを進めていました。そのころ坂東では、上総広常(佐藤浩市さん)らを加え勢いを増す頼朝が、鎌倉を目指して進軍します。頼朝の命を受けた北条義時(小栗旬さん)は、武田信義(八嶋智人さん)を味方に引き入れるため、再び甲斐へと向かいました……

SNSでは、「菅田義経」がトレンド入りするなど、本格的な登場となった義経に対するコメントが、多く寄せられていました。

毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移

日付：2022年2月27日（日）放送

属性：個人全体



視聴者に最も注目されたのは20:34で、注目度は77%でした。おなかを空かせていた義経達一行が、もってきた里芋の煮物を食べるシーンでした。滑る里芋を箸で食べることに苦戦している従者達を横目に、義経は里芋に箸を刺して豪快に食べていました。里芋をくれたお礼に、鎌倉からさらしたくさんの芋をもってくると言ったり、海の匂いを嗅いで突然海を目指したりと義経の天真爛漫ぶりが伺えました。

2番目に注目されたのは、20:06で注目度は76%でした。義経が野にいたうさぎを射ち、弁慶（桂久創さん）に渡すシーンでした。そのうさぎを射抜いたのは自分だと主張する獵師に対して、義経は、矢の飛んだ距離で勝負しようと持ち掛けましたが、結局、勝負せずにその獵師に矢を向けました。注目度1、2位が義経の登場シーンとなりました。

注目度が低かったシーンは、20:03で61%。今回もオープニング中でした。2番目に低かったのは、20:32で政子（小池栄子さん）、りく（宮沢りえさん）、実衣（宮澤エマさん）の登場シーンでした。伊豆山権現で過ごす女性3人組のシーンは注目が高い傾向でしたが、今回は低くなりました。

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。