

視聴者注目の”瞬間”を分析！ NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第15回「足固めの儀式」

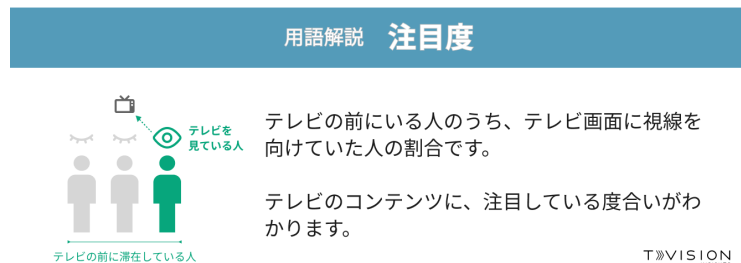
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION）は、2022年1月にスタートした、三谷幸喜さん脚本・小栗旬さん主演の『鎌倉殿の13人』を、毎放送回、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しています。

4月17日に放送された第15回「足固めの儀式」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。



『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15回は、源頼朝（大泉洋さん）が脅威を感じていた上総広常（佐藤浩市さん）に対して行った、あまりに非情な謀略に衝撃を受けた回でした。

源義経（菅田将暉さん）率いる一軍が迫っていると知った木曾義仲（青木崇高さん）は、後白河法皇（西田敏行さん）を捕らえて京に籠もります。一方、鎌倉では御家人たちが謀反を計画。上総広常も加わり、義仲の嫡男・義高（市川染五郎さん）を旗頭とし、都ばかりに目を向ける頼朝の失脚をたくらみます。義時（小栗旬さん）は御家人たちの計画を潰すため大江広元（栗原英雄さん）らと連携し。。。というストーリーでした。

ツイッターでは日本のトレンド上位に、「#鎌倉殿の13人」をはじめ、「上総介殿」「大泉のせい」がランクインしました。上総広常の衝撃の最期を惜しむ声や頼朝への反感が多くつぶやかれました。

毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移



最も注目されたのは終盤、20時33～34分で、注目度は77%でした。上総広常と梶原景時（中村獅童さん）が、すごろくをするシーンから始まります。頼朝から命じられた景時が、御家人たちが集まる中で、広常を斬りつける壮絶な場面でした。逃げようとする広常に対し、景時が「広常は法皇様と頼朝に盾突いた大悪人であるため成敗すると怒鳴ります。広常は義時に助けを求めますが、義時は俯いて答えませんでした。。。切なすぎる広常の最期、と話題になっていた場面がやはり一番注目されました。

注目度2番目のシーンは20時18分で、75.1%でした。政子（小池栄子さん）や義高らに刀を向けた、和田義盛（横田栄司さん）をはじめとする坂東武者たち。義時がその謀反をやめさせるために、木曾義仲の行いを正すことが大切だと説得します。裏で義時と通じていた畠山重忠（中川大志さん）が、詭弁であるとわざと義時に反対すると、和田義盛は、義時の言う通りだと急に態度を変え、納得します。一件落ち着いた、皆が安心するシーンでした。緊迫シーンとコミカルシーンが絶妙に入り交じっていて、見ていて飽きない構成でした。

注目度が一番低かったシーンはオープニングとその直後で、注目度は55.9%でした。オープニング直後は、頼朝への謀反を企てる板東武者の集まりで、作戦会議をしている場面でした。

※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%

<過去放送回の「鎌倉殿の13人」各回注目シーン分析はこちらをご覧ください>

<https://telescope.tvisioninsights.co.jp/summary-kamakura13/>

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。

<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。