

NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の初回放送 視聴者はどこに注目したか

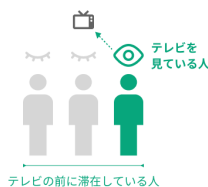
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION）は、2022年1月にスタートした『鎌倉殿の13人』の初回放送で、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しました。

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2022年1月スタートの『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。制作発表のときに、「三谷幸喜が贈る予測不能エンターテインメント！」というコピーがつけられ、2022年の大河ドラマに期待を寄せた視聴者も多かったのではないのでしょうか。

そんな『鎌倉殿の13人』の初回放送は、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

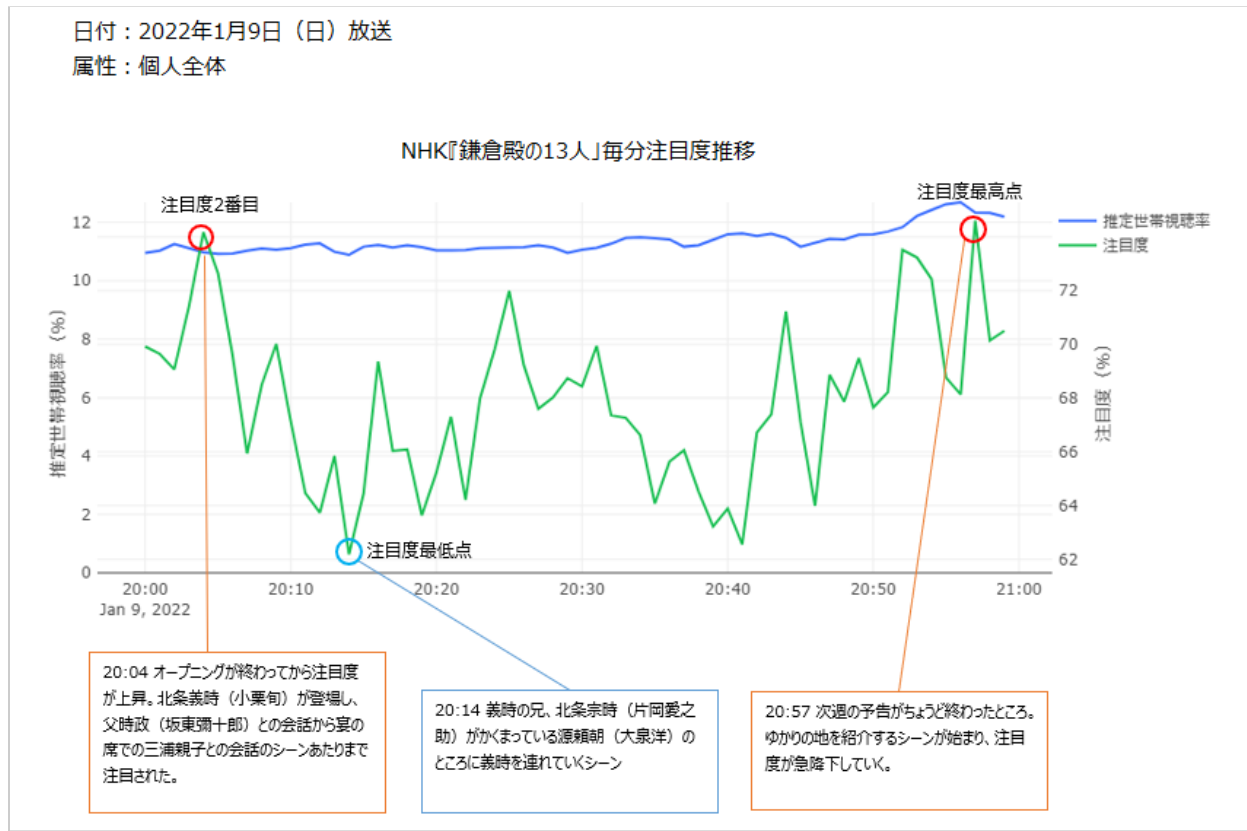
『鎌倉殿の13人』毎分の注視データで見る、視聴者が注目したシーンとは？

第一話は、北条義時（小栗旬さん）が源頼朝（大泉洋さん）を中心とした争いに、意図せず巻き込まれてしまうところが描かれました。

伊豆の地で、義時が兄・宗時（片岡愛之助さん）、姉・政子（小池栄子さん）らとのんびり暮らしていますが、頼朝が、義時の幼なじみで伊東祐親（浅野和之さん）の娘の八重（新垣結衣さん）と恋仲になり男児、千鶴丸を産んだことが分かり、そこから状況が一変していきます。

頼朝に食事を運んだ政子が頼朝に一目ぼれをして、会話もままならなくなるシーンや、逃亡の際の頼朝の化粧姿はコントのようで、三谷さんらしい演出を感じました。

毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移



一番視聴者に注目されたのは、次週予告が終わり、ゆかりの地を紹介するコーナーの直前の20:57で、注目度は75%でした。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※が63%なので、通常と比較してもかなり高い注目度だったと言えます。

初回放送は15分拡大しての放送でしたが、通常時は42分ごろからゆかりの地を紹介するコーナーが始まり20:45に終了します。その習慣のためか、42分付近で注目度が一度下がっていました。本放送は、拡大した15分の中にこの物語の今後のキーマンの紹介が行われ、そのまま次週予告となったため注目度が再び上がり、予告終了でピークとなりました。

二番目に注目度が高かったのは、20:04、主演で北条義時を演じる小栗旬さんの登場シーンでした。

一番注目度が低かったシーンは、北条家にかくまっている大泉洋さん演じる源頼朝のところへ、片岡愛之助さん演じる義時の兄、宗時が義時を連れていくシーンでした。重要なシーンではありましたが、暗い場所で音が小さかったため、視線が外れたことが考えられます。

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。

※ドラマジャンルの平均注目度：2021年の年間の、ドラマジャンルにおける注目度の平均値

<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。