

3つのシーンが注目度の高さで拮抗！ NHK大河ドラマ『鎌倉殿の13人』の第9回「決戦前夜」を分析

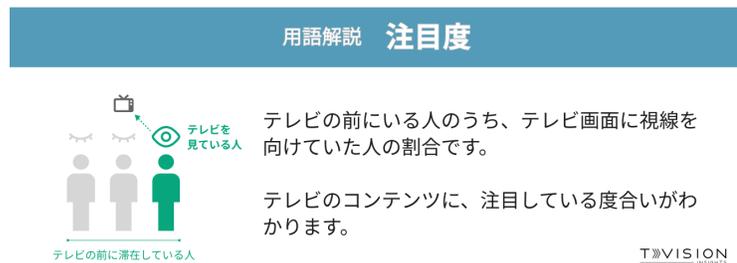
ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンの「視られている量」を測るTVISION INSIGHTS株式会社（所在地：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION）は、2022年1月にスタートした『鎌倉殿の13人』の、3月6日に放送された第9回「決戦前夜」で、視聴者がどのシーンに注目したのかを分析しました。

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9回「決戦前夜」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※」のグラフで見ってみました。

※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9回のタイトルは「決戦前夜」。源頼朝（大泉洋さん）軍の伊東祐親（浅野和之さん）追討から、かの有名な「富士川の戦い」、頼朝と義経（菅田将暉さん）の兄弟対面までが描かれた回でした。

ついに鎌倉入りを果たした頼朝の一党。敵対した平家方を捕らえるため、頼朝は競わせるように和田義盛（横田栄司さん）と畠山重忠（中川大志さん）を派遣しました。これを知った北条義時（小栗旬さん）と三浦義村（山本耕史さん）は、祖父・伊東祐親と八重（新垣結衣さん）を救うため急ぎ伊東へと向かいます。そのころ、都を出た平家の追討軍が東海道を進軍します。甲斐では、出陣を約束した武田信義（八嶋智人さん）が義時の父・時政（坂東彌十郎さん）に……

SNSでは、義経による「顔そっくり」や「富士川の戦い」、「江間さん」などがトレンド入りしました。意外性や驚きのあるシーンに視聴者が反応したようです。

毎分での注目度と推定世帯視聴率の推移

日付：2022年3月6日（日）放送

属性：個人全体



この第9回では、注目度最高점에せまる数値だったシーンが2つありました。また、注目度が高い1・3番目のシーンは、SNSのトレンドとも一致しました。

最も注目されたのは20:32で、注目度は76.86%でした。富士川の戦いのシーンです。時政と三浦義澄（佐藤B作さん）が河原で喧嘩を始めたせいで、水鳥が一斉に羽ばたき、その音を聞いた平家が源氏が攻めてきたのだと勘違いをします。そして、平家が総崩れするという場面となりました。三谷幸喜さんならではの富士川の戦いでした。

2番目に注目されたのは20:25で、注目度は76.83%でした。武田の陣で酒を飲んでいる頼朝のことを、よく思っていない坂東武者たち。その代表として時政が頼朝に意見をしにいくつもりが、そのまま酒の席で酔っばらってしまう、というシーンです。酒の席という賑やかな感じから急に深夜で音が少なくなり、長澤まさみさんのナレーションで、富士川の戦いへと続くという、緩急のあった場面でした。

3番目に注目されたのは、20:40で注目度は76.6%でした。頼朝と義経の対面シーンとなりました。義経はこの時を待ち焦がれていたと涙を流し、会えた事を喜びます。兄弟である証拠

はあるのかと問われた義経は、顔がそっくりだとコミカルに答えます。その後、肉親の登場に感動した頼朝が、義経を抱きしめるあたりまで、注視が高くなりました。

注目度が低かったシーンは、20:01で63%。今回もオープニング中でした。2番目に低かったのは20:16で、頼朝から時政が、武田を連れてきていないことに対して叱責を受ける場面でした。

※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。