

報道関係者各位

2023年9月11日

REVISIO株式会社

速報！ラグビーワールドカップ2023「日本×チリ」 視聴者がくぎづけになったシーンは？

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンへの「注視」を測るREVISIO株式会社（旧TVISION INSIGHTS、本社：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷康士、以下REVISIO）は、9月10日(日)に地上波NHK総合で放送された、ラグビーワールドカップ2023「日本×チリ」について、どのシーンが一番視られていたのか、毎分の注目度データを使って分析致しました。（注目度が高いことは、テレビの前の視聴者がくぎづけになったことを表します）

ラグビーW杯2023

日本×チリ

視聴者がくぎづけになったシーンは？

REVISIO



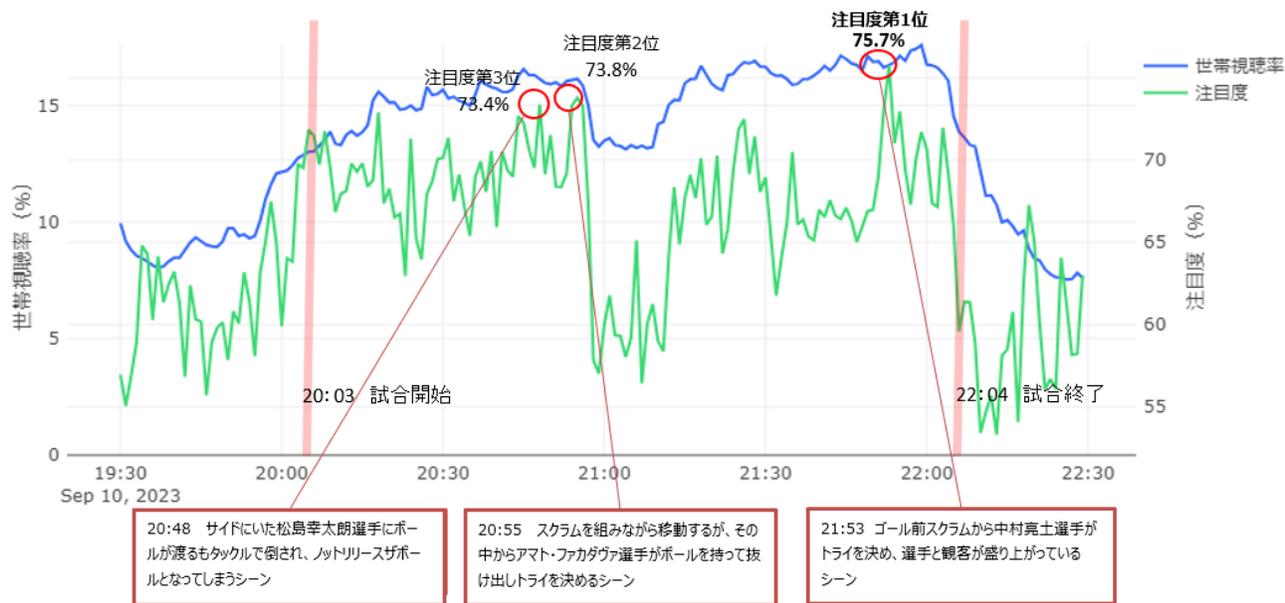
ラグビーワールドカップフランス大会の1次リーグ初戦で、日本は初出場のチリと対戦し42対12で勝利し、3大会連続の白星スタートを切りました。2大会連続決勝トーナメント進出を狙う日本にとっては幸先の良いスタートとなりましたが、実際にテレビの前の人にはどのシーンにくぎづけになっていたのでしょうか？

チリ戦で注目度が高かったシーン、ベスト3を発表します。

「日本×チリ」で一番注目されたのは中村亮土選手のトライ！

日付：2023年9月10日（日）放送
属性：個人全体

ラグビーワールドカップ「日本×チリ」 毎分注目度推移



●第1位: 最も注目されたシーン 21時53分 中村亮土選手がトライを決め、選手と観客が盛り上がっているシーン 注目度：75.7%

最も注目を集めたシーンは、相手陣営深くでのスクラムから押し込んだあと、中村亮土選手がトライを決めた場面でした。後半31分頃でした。選手と観客が歓声を上げて盛り上がり、注目されたと考えられます。このシーンの解説とリプレイが流れ、続いて松田力也選手がコンバージョンキックを行う場面まで注目されました。2大会連続出場の中村選手が、W杯で初のトライを決めました。ファンから歓喜のコメントが相次ぎました。

●第2位: 2番目に注目されたシーン 20時55分 スクラムを組みながら移動する中で、アマト・ファカダヴァ選手がボールを持って抜け出しトライ 注目度：73.8%

2番目に注目されたのは、前半41分で、日本のスローインから試合が再開されました。スクラムを組みながら移動しているところで、アマト・ファカダヴァ選手がボールを持って抜け出し、トライを決めました。アマト・ファカダヴァ選手は前半8分にもトライを決めており、1試合で2トライを決めました。トライには歓声上がるため、注目が集まりやすいと思われます。注目度1位のシーンに続き、2位もトライの場面でした。

●第3位: 3番目に注目されたシーン 20時48分 サイドにいた松島幸太郎選手にボールが渡りますがタックルで倒され、ノットリリースザボールとなってしまう 注目度：73.4%

3番目に注目されたのは、前半の35分で、試合が再開されたところでした。チリのスローインで日本ボールとなり、サイドにいた松島幸太郎選手にボールが渡りましたが、タックルで倒され、ノットリリースザボールという反則が取られました。チャンスに会場がどよめき、注目を浴びました。

日本は今月17日に（日本時間では今月18日）に1次リーグの2戦目で前回大会準優勝で世界ランキング8位の強豪イングランドと対戦します。日本の真価が問われる厳しい戦いが予想されますが、チリ戦で見せてくれた攻守ともども日本らしい戦い方で勝ち進められるよう全力で応援したいです。

REVISIOでは今後も、思わずくぎづけになってしまう番組やコンテンツを分析していく予定です。

■分析データの概要

日時：2023年9月10日（日）19時30分～22時29分

放送局：NHK総合

属性：個人全体

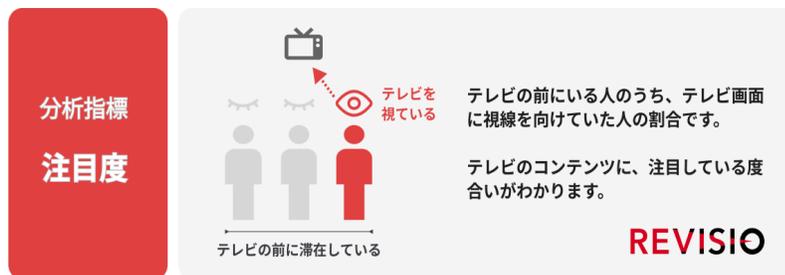
地域：関東地域

調査パネル：関東2,000世帯

指標：注目度※1、世帯視聴率※REVISIO計測による

※1 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。



【本件に関する問い合わせ先】

REVISIO株式会社 <https://revisio.co.jp/>

広報担当 佐野

東京都千代田区大手町1丁目6番1号大手町ビル

E-mail info@revisio.com Tel (担当直通) 050-5468-2785

【REVISIO株式会社について】

REVISIO株式会社（2022年10月にTVISION INSIGHTS株式会社から社名変更）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、REVISIO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、ちゃんと見ているか」というREVISIO独自の注視データを広告主・広告会社・放送局など国内累計200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の全番組の視聴データ、ならびにコネクテッドTVの注視データを提供しています。