

# シン・ウルトラマン公開記念

## 大ヒット映画を支えるSNS分析 最新分析手法



(C)石森プロ・東映



(C)2021「シン・ウルトラマン」製作委員会  
(C)円谷プロ  
(公開日は延期前のもの)



(C)カラー (C)カラー／Project Eva.  
(C)カラー／EVA製作委員会

# 概要と目次

## 概要

※本レポートは2021年に資料公開した「大ヒット映画を支えるSNS分析 最新分析手法」の内容と同じものになっています。

2021年4月3日、映画「シン・仮面ライダー」の制作が発表されました。

今回は、シン・仮面ライダーを題材として、同じ庵野秀明作品である

「シン・ウルトラマン」、「エヴァンゲリオン」と比較し、この作品がどのようなユーザーの獲得を目指せばよいか、Twitterデータから探っていきます。

## 目次

|                              |    |                           |        |
|------------------------------|----|---------------------------|--------|
| シン・仮面ライダーの公開                 | P3 | 3つのターゲットの性別と年代            | P8     |
| 3作品のTwitterアカウントのフォロワーの性別と年代 | P4 | 3つのターゲットのフォロワーのフォロー先ランキング | P9     |
| 3作品のフォロワーのフォロー先ランキング         | P5 | まとめ（ターゲットごとの特徴とアプローチ）     | P10    |
| 3作品のTwitterフォロワーの重なり         | P6 | 弊社サービスの紹介                 | P11-12 |
| シン・仮面ライダーのターゲットは？            | P7 | お問い合わせ                    | P13    |

# シン・仮面ライダーの公開

※「シン・エヴァンゲリオン」の公式ツイッターアカウントはないため、エヴァンゲリオン公式（@evangelion\_co）と比較した。



(C)石森プロ・東映



(C)2021「シン・ウルトラマン」製作委員会  
(C)円谷プロ  
(公開日は延期前のもの)



(C)カラー (C)カラー／Project Eva.  
(C)カラー／EVA製作委員会

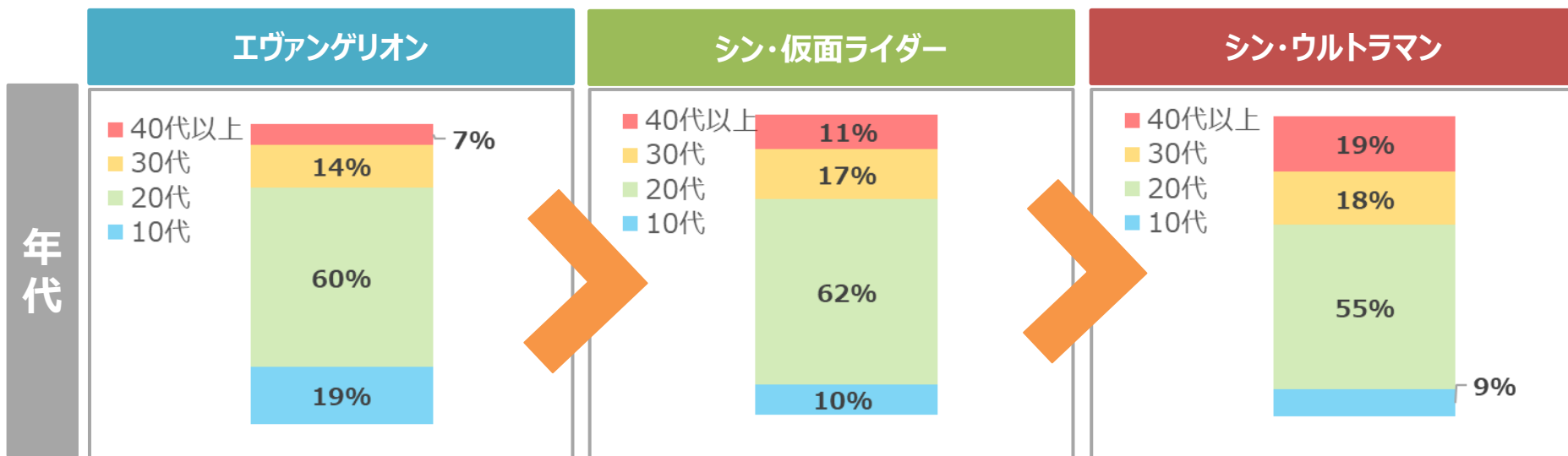
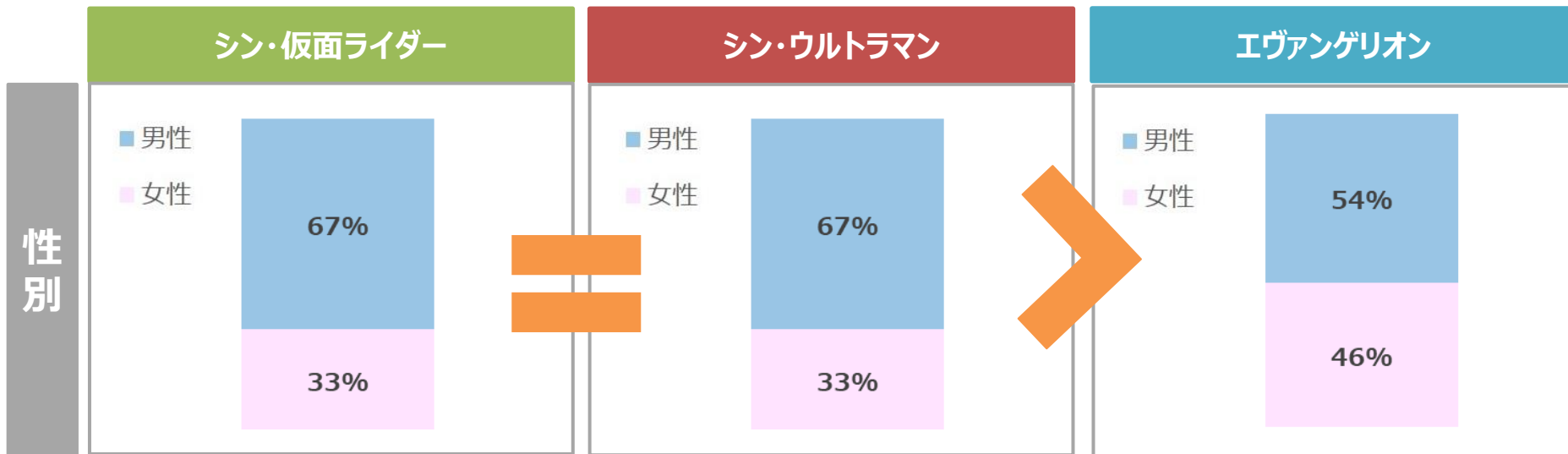
2021年4月3日、「シン・仮面ライダー」の制作が発表されました。

今回は同じ庵野秀明の3作品と比較し、

シン・仮面ライダーがどのようなユーザーの獲得を目指せばよいか  
をTwitterデータから探っていきます。

# 3作品のTwitterアカウントのフォロワーの性別と年代

※性別、年代は機械学習モデルを使って予測。予測値であるため、実際の値と異なる可能性がある。



# 3作品のフォロワーのフォロー先ランキング

※アカウントのフォロワーのサンプリングデータから算出。

## シン・仮面ライダー

| 順位 | アカウント名                 | 重複率  |
|----|------------------------|------|
| 1  | 『シン・仮面ライダー』【公式】        | 100% |
| 2  | 仮面ライダー公式               | 61%  |
| 3  | 仮面ライダーゼロワン             | 44%  |
| 4  | 仮面ライダーおもちゃウェブ公式        | 40%  |
| 5  | 仮面ライダージオウ              | 40%  |
| 6  | 仮面ライダーセイバー【東映公式】       | 36%  |
| 7  | プレミアムバンダイ              | 36%  |
| 8  | セイバー+ゼンカイジャー スーパーヒー... | 35%  |
| 9  | ローソン                   | 29%  |
| 10 | 円谷プロダクション              | 29%  |
| 10 | 魂ネーションズ公式／魂フィ          | 29%  |
| ⋮  | ⋮                      | ⋮    |
| 15 | エヴァンゲリオン公式             | 27%  |
| ⋮  | ⋮                      | ⋮    |
| 19 | 映画『シン・ウルトラマン』公式アカウント   | 25%  |

仮面ライダーの公式アカウントや「プレミアムバンダイ」、「魂ネーションズ公式」などグッズ販売をしているサイトのアカウントが上位を占めています。

## シン・ウルトラマン

| 順位 | アカウント名                | 重複率  |
|----|-----------------------|------|
| 1  | 映画『シン・ウルトラマン』公式アカウント  | 100% |
| 2  | 円谷プロダクション             | 37%  |
| 3  | 株式会社カラー               | 34%  |
| 4  | エヴァンゲリオン公式            | 31%  |
| 5  | (株)カラー 2号機            | 26%  |
| 6  | 前澤友作   お金贈りおじさん       | 25%  |
| 7  | ウルクロZ / ウルトラマントリガー 公式 | 24%  |
| 8  | ローソン                  | 23%  |
| 8  | 特務機関NERV              | 23%  |
| 10 | 杉田智和/アジルス             | 21%  |
| 10 | 河野太郎                  | 21%  |
| 12 | 『シン・仮面ライダー』【公式】       | 21%  |
| 13 | 仮面ライダー公式              | 21%  |
| 14 | SSSS.DYNAZENON公式アカウント | 19%  |
| 15 | 松本人志                  | 19%  |

「円谷プロダクション」、「ウルクロZ」などのウルトラマン関連、エヴァンゲリオンや声優「杉田智和」、アニメ「SSSS.DYNAZENON」などもフォローしているようです。

## エヴァンゲリオン

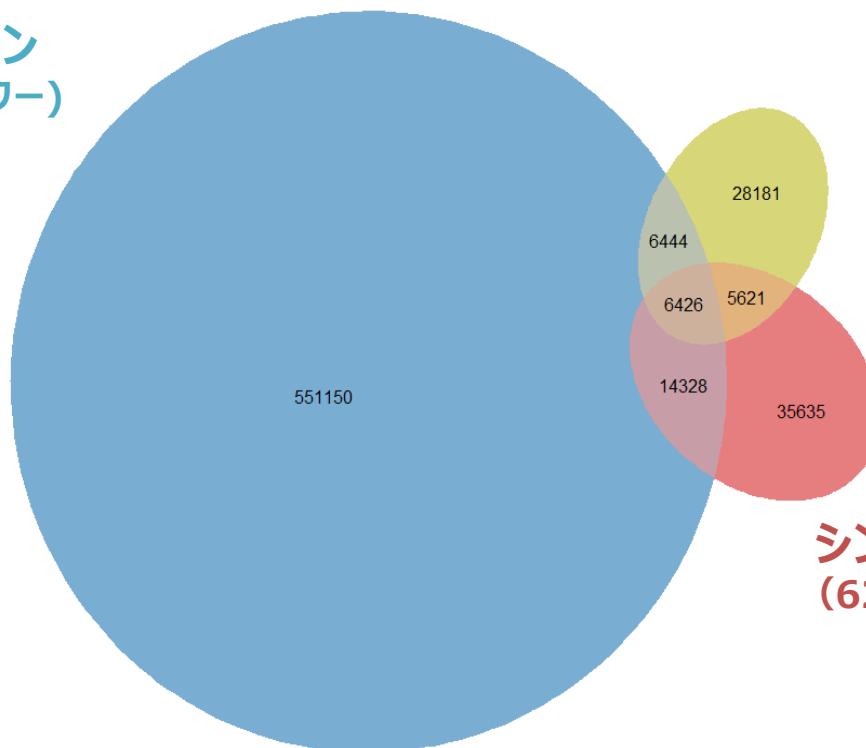
| 順位    | アカウント名                | 重複率  |
|-------|-----------------------|------|
| 1     | エヴァンゲリオン公式            | 100% |
| 2     | 株式会社カラー               | 32%  |
| 3     | エヴァインフォ公式             | 25%  |
| 4     | 特務機関NERV              | 24%  |
| 5     | (株)カラー 2号機            | 22%  |
| 6     | 前澤友作   お金贈りおじさん       | 21%  |
| 7     | 一番ぐじ (BANDAI SPIRITS) | 19%  |
| 7     | 鬼滅の刃公式                | 19%  |
| 9     | ローソン                  | 18%  |
| 10    | 杉田智和/アジルス             | 17%  |
| 11    | 少年ジャンプ編集部             | 17%  |
| ⋮     | ⋮                     | ⋮    |
| 283   | 映画『シン・ウルトラマン』公式アカウント  | 4%   |
| ⋮     | ⋮                     | ⋮    |
| 2,337 | 『シン・仮面ライダー』【公式】       | 2%   |

「株式会社カラー」、「エヴァインフォ公式」などのエヴァンゲリオン関連、「鬼滅の刃公式」、「少年ジャンプ編集部」などのジャンプ漫画のアカウントもフォローしています。

# 3作品のTwitterフォロワーの重なり

シン・仮面ライダーと他2作品のフォロワーの重なりを図で表しました。

エヴァンゲリオン  
(578,348フォロワー)



シン・仮面ライダー  
(46,672フォロワー)

シン・ウルトラマン  
(62,010フォロワー)

シン・仮面ライダーとエヴァンゲリオンをフォローしている人は、12,870名（26%）

シン・仮面ライダーとシン・ウルトラマンもフォローしている人は、12,047名（28%）

3作品をフォローしている人は、6,426名（14%）でした。

# シン・仮面ライダーのターゲットは？

シン・仮面ライダーのターゲットとするユーザーは、以下の3つが考えられます。

エヴァンゲリオン  
(578,348フォロワー)

シン・仮面ライダー  
(46,672フォロワー)

ターゲット2 (35,635名) :  
シン・ウルトラマン ファン

ターゲット1 (551,150名) :  
エヴァンゲリオン ファン

ターゲット3 (14,328名) :  
エヴァンゲリオン&シン・ウルトラマン ファン

3つのターゲットについて、先程と同様に性別・年代とフォロー先を確認します。

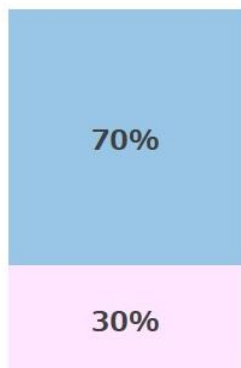
# 3つのターゲットの性別と年代

※性別、年代は機械学習モデルを使って予測。予測値であるため、実際の値と異なる可能性がある。

性別

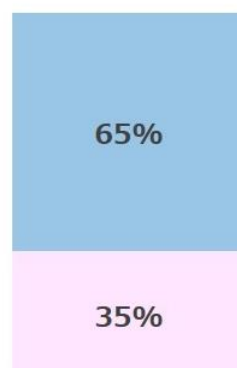
エヴァンゲリオン&シン・ウルトラマン

■ 男性  
■ 女性



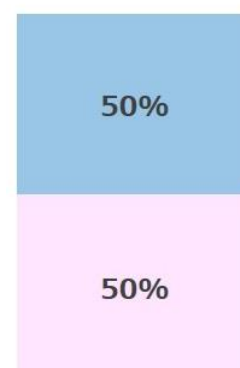
シン・ウルトラマン

■ 男性  
■ 女性



エヴァンゲリオン

■ 男性  
■ 女性

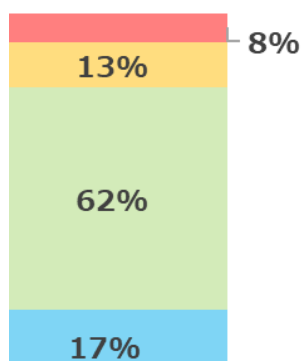


男性ユーザー比率の大小関係は上のようになっていました。

年代

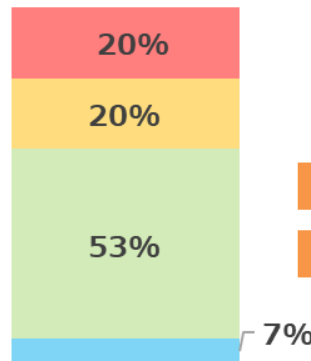
エヴァンゲリオン

■ 40代以上  
■ 30代  
■ 20代  
■ 10代



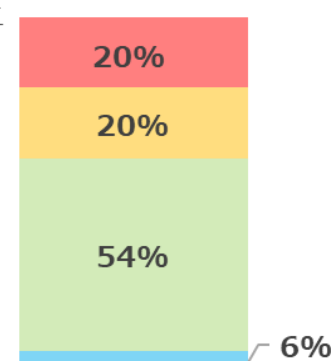
シン・ウルトラマン

■ 40代以上  
■ 30代  
■ 20代  
■ 10代



エヴァンゲリオン&シン・ウルトラマン

■ 40代以上  
■ 30代  
■ 20代  
■ 10代



20代以下（若年層）の比率の大小関係は上のようになっていました。



# 3つのターゲットのフォロワーのフォロー先ランキング

※アカウントのフォロワーのサンプリングデータから算出。

## エヴァンゲリオン

| 順位 | アカウント名                | 重複率  |
|----|-----------------------|------|
| 1  | エヴァンゲリオン公式            | 100% |
| 2  | 株式会社カラー               | 30%  |
| 3  | エヴァインフォ公式             | 24%  |
| 4  | 特務機関NERV              | 23%  |
| 5  | 前澤友作   お金贈りおじさん       | 21%  |
| 6  | (株)カラー 2号機            | 19%  |
| 7  | 一番くじ (BANDAI SPIRITS) | 18%  |
| 8  | 鬼滅の刃公式                | 17%  |
| 9  | ローソン                  | 17%  |
| 10 | 杉田智和/アジルス             | 16%  |
| 11 | 松本人志                  | 16%  |
| 12 | 少年ジャンプ編集部             | 14%  |
| 13 | セブン-イレブン・ジャパン         | 14%  |
| 14 | 花江 夏樹                 | 13%  |
| 14 | 宇多田ヒカル                | 13%  |

「鬼滅の刃公式」、「少年ジャンプ編集部」などの少年ジャンプ作品のアカウントや「杉田智和」、「花江夏樹」などの男性声優をフォローしています。

## シン・ウルトラマン

| 順位 | アカウント名                | 重複率  |
|----|-----------------------|------|
| 1  | 映画『シン・ウルトラマン』公式アカウント  | 100% |
| 2  | 円谷プロダクション             | 33%  |
| 3  | ウルクロZ / ウルトラマントリガー 公式 | 21%  |
| 4  | 前澤友作   お金贈りおじさん       | 19%  |
| 4  | ローソン                  | 19%  |
| 6  | 河野太郎                  | 18%  |
| 7  | JUMP㊦ to dream        | 16%  |
| 8  | ゴジラ                   | 16%  |
| 9  | ファミリーマート              | 15%  |
| 9  | シンドラ「探偵☆星鴨」【公式】4月26…  | 15%  |
| 11 | 松本人志                  | 15%  |
| 12 | ARASHI                | 15%  |
| 13 | NHKニュース               | 14%  |
| 14 | 首相官邸(災害・危機管理情報)       | 14%  |
| 15 | SSSS.DYNAZENON公式アカウント | 14%  |

作品に出演するHey! Say! JUMPの有岡大貴の関連する「JUMP㊦ to dream」、ドラマ「シンドラ「探偵☆星鴨」【公式】」などのフォローが特徴的です。

## エヴァンゲリオン&シン・ウルトラマン

| 順位 | アカウント名               | 重複率  |
|----|----------------------|------|
| 1  | エヴァンゲリオン公式           | 100% |
| 1  | 映画『シン・ウルトラマン』公式アカウント | 100% |
| 3  | 株式会社カラー              | 79%  |
| 4  | (株)カラー 2号機           | 64%  |
| 5  | エヴァインフォ公式            | 48%  |
| 6  | 特務機関NERV             | 44%  |
| 7  | 前澤友作   お金贈りおじさん      | 33%  |
| 8  | 緒方恵美「再生(仮)」「劇薬-…     | 32%  |
| 8  | 宇多田ヒカル               | 32%  |
| 10 | 山下いくと@エヴァンゲリオンANIMA… | 31%  |
| 11 | 任天堂株式会社              | 30%  |
| 12 | 安野モヨコ                | 29%  |
| 13 | 松本人志                 | 29%  |
| 14 | ローソン                 | 29%  |
| 15 | 貞本義行@腰痛              | 28%  |

「株式会社カラー」、「(株)カラー 2号機」などのエヴァンゲリオン関連のアカウントが多く、コアなエヴァンゲリオンファン、庵野秀明監督ファンと考えられます。

# まとめ（ターゲットごとの特徴とアプローチ）

## それぞれのターゲットの特徴とシン・仮面ライダーのファン獲得へのアプローチは

### エヴァンゲリオン ファン

**特徴** : 男性 50%、20代以下 79%

**アプローチ** : エヴァンゲリオンのライトなファンと考えられます。少年ジャンプ作品や男性声優のフォロワーが多いため、週刊少年ジャンプ作家とのコラボや男性声優による予告編などが有効と考えられます。

### シン・ウルトラマン ファン

**特徴** : 男性 65%、20代以下 70%

**アプローチ** : Hey! Say! JUMPの有岡大貴のドラマなどの関連作品のフォロワー（15~16%）と比較的多いため、女性ファンに向けてはHey! Say! JUMPメンバーに作品を紹介してもらう企画などは有効と考えられます。

### エヴァンゲリオン&シン・ウルトラマン ファン

**特徴** : 男性 70%、20代以下 60%

**アプローチ** : エヴァンゲリオンや庵野秀明監督、株式会社カラーのコアなファンが多いと考えられます。特別なアプローチは必要なく、株式会社カラーなどから作品情報の発信を繰り返すことによってファンを獲得できると考えられます。

# さらなる詳細な分析について

弊社調査レポートプランでは、お客様の分析のニーズに合わせて、  
様々な分析が可能となっています。まずはお気軽にご相談ください。

ユーザーのフォロー先の傾向から  
潜在層を把握したい

単語間の関係を詳しく把握したい

競合作品とのユーザーの反応傾向を  
把握したい

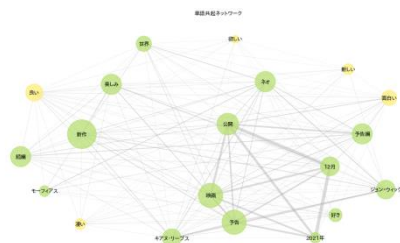
## 反応ユーザー フォロー先ランキング



| 順位 | アカウント名                 | 件数    | 割合  | フォロワー数    | 順位 | アカウント名               | 件数  | 割合  | フォロワー数    |
|----|------------------------|-------|-----|-----------|----|----------------------|-----|-----|-----------|
| 1  | ローソン                   | 1,868 | 30% | 5,692,828 | 21 | フナト アザース ツバシ         | 928 | 15% | 313,635   |
| 2  | ファミリーマート               | 1,444 | 23% | 3,216,498 | 22 | サカイ/ルック              | 928 | 15% | 1,014,366 |
| 3  | ビターレフアンクラブ             | 1,393 | 22% | 3,902,679 | 23 | ライブアユース              | 925 | 15% | 1,356,066 |
| 4  | マクドナルド                 | 1,381 | 22% | 3,474,704 | 24 | ハッシュタグ               | 919 | 15% | 1,266,042 |
| 5  | コナミデジタルエンタテインメント       | 1,291 | 20% | 713,808   | 25 | スターバックス コーヒー         | 917 | 15% | 5,039,108 |
| 6  | 電通の公式                  | 1,213 | 20% | 2,266,831 | 26 | イオンストア公式             | 914 | 15% | 192,953   |
| 7  | ABEMA TV               | 1,195 | 19% | 1,887,389 | 27 | アサヒビル ASAHIBEER      | 899 | 14% | 1,316,313 |
| 8  | ORICON NEWS (オリコンニュース) | 1,139 | 18% | 795,585   | 28 | モスバーガー               | 875 | 14% | 1,080,068 |
| 9  | 一番館 (BANDAI SPIRITS)   | 1,066 | 17% | 1,338,115 | 29 | 東宝少年団公式              | 871 | 14% | 726,218   |
| 10 | 少年チャンピオン               | 1,054 | 17% | 1,065,842 | 30 | イオ                   | 860 | 14% | 870,260   |
| 11 | 熊本熊                    | 1,006 | 16% | 3,621,171 | 31 | コナラ                  | 859 | 14% | 1,294,277 |
| 12 | 熊本人志                   | 1,000 | 16% | 8,153,933 | 32 | 丸亀製麺公式               | 856 | 14% | 958,110   |
| 13 | SUNTORY (サントリー)        | 993   | 16% | 1,306,363 | 33 | 中村貴也                 | 840 | 14% | 1,422,434 |
| 14 | NETORU                 | 977   | 16% | 1,458,176 | 34 | ユニバーサルスタジオジャパン公式     | 835 | 13% | 1,980,712 |
| 15 | アンバー・フレイム              | 976   | 16% | 1,479,030 | 35 | モスバーガー               | 829 | 13% | 1,425,899 |
| 16 | ASAHI                  | 975   | 16% | 2,477,486 | 36 | ザ・ビートルズ              | 826 | 13% | 524,599   |
| 17 | アサヒ飲料AsahiSoftDrinks   | 964   | 16% | 832,880   | 37 | サントリー / KIRIN BEER   | 817 | 13% | 1,044,486 |
| 18 | スロー                    | 947   | 15% | 1,132,688 | 38 | ONE OK ROCK_official | 811 | 13% | 1,684,414 |
| 19 | 津田美波                   | 941   | 15% | 1,835,362 | 39 | はなもん(公式)             | 801 | 13% | 737,150   |
| 20 | 徳島新聞                   | 936   | 15% | 3,305,201 | 40 | 近所です                 | 800 | 13% | 4,044,336 |

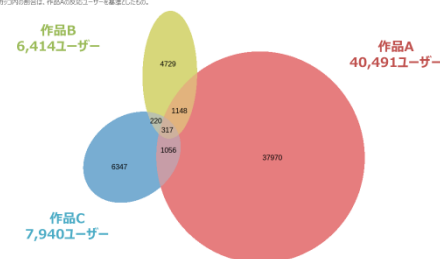
## 単語共起ネットワーク

※単語間の共起は、Jaccard係数が0.5以上、出現回数10以上、出現割合1%以上で検出された。



## 3作品間のユーザーの反応関係

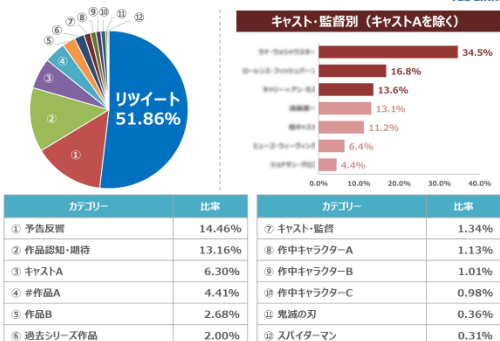
※各作品間の関係は、作品Aと作品B、作品Bと作品C、作品Aと作品Cの反応関係を示す。



作品Aと作品Cに反応したユーザーは、1,373名 (3%)  
作品Aと作品Bに反応したユーザーは、1,465名 (4%)  
3作品全てに反応したユーザーは、317名 (1%) であった。

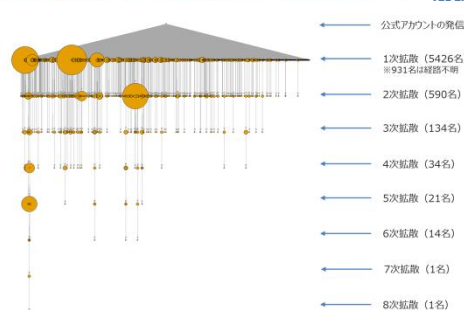
## ツイートの話題の比率を知りたい

### ツイートのカテゴリ分類



## リツイートの拡散経路から インフルエンサーを発掘したい

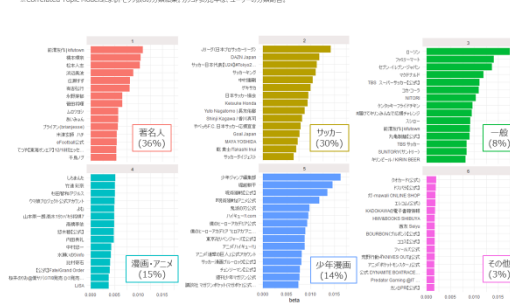
### リツイート拡散経路の可視化



## アカウントのフォロワーの 属性とその比率を把握したい

### 作品A【公式アカウント】フォロワーの分類

※Correlated Topic Modelにより、作品Aのフォロワーの属性を分類し、作品Aのフォロワーの属性を把握する。



## お問い合わせ

ソーシャルリスニング（口コミ分析・調査）なら、  
「i-Catch」（アイキャッチ）

まずは、お気軽にお問い合わせ・ご相談下さい。

株式会社VLeライナック サポートデスク内

i-Catch事務局 **03-6857-5310**

[i-catch@vle-linac.jp](mailto:i-catch@vle-linac.jp)

・・・メール

<https://vle-linac.co.jp/contact/>

・・・お問い合わせフォーム

**その他の調査レポートはこちら**