

映画作品 SNS反響調査シリーズ

「名探偵コナン ハロウィンの花嫁」



(C)2022 青山剛昌／名探偵コナン製作委員会



(C)2020 青山剛昌／名探偵コナン製作委員会

比較対象作品：「名探偵コナン 緋色の弾丸」

目次

本レポートの目的	P3
Twitterでの公開1週間の反響比較	P4
基本情報（ツイート数、性別）	P5
基本情報（年代、趣味）	P6
作品ごとの出現単語の違い	P7
性別ごとの出現単語の違い	P8
さらなる詳細な分析について	P9
お問い合わせ	P10
あなたへのおすすめレポート一覧	P11



(C)2022 青山剛昌／名探偵コナン製作委員会



(C)2020 青山剛昌／名探偵コナン製作委員会

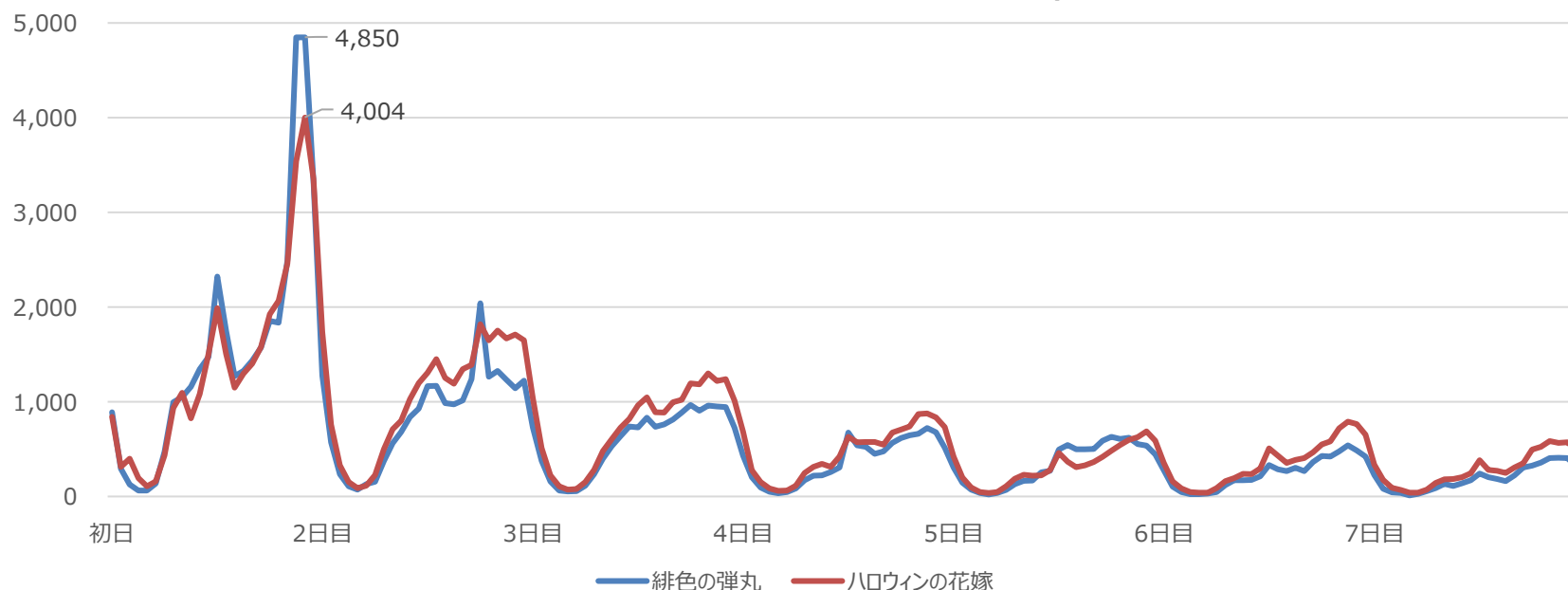
2022年4月15日、劇場版名探偵コナンシリーズの最新作
「名探偵コナン ハロウィンの花嫁」（以下、ハロウィンの花嫁）が公開されました。
今回は2021年4月に公開された前作
「名探偵コナン 緋色の弾丸」（以下、緋色の弾丸）
を比較対象として、公開後のTwitter反響の特徴とその違いを確認していきます。

Twitterでの公開1週間の反響比較

ハロウィンの花嫁 合計 112,910 ツイート

緋色の弾丸 合計 100,239 ツイート

7日間のツイート数の推移（1時間毎）



リツイート（RT）を除いたツイート数（非リツイート）は、緋色の弾丸と比べて**1.1倍のツイート数**となっていました。
ツイート数は全体としてはハロウィンの花嫁の方が多いですが、初日のツイート数は緋色の弾丸の方が多くなっていました。次のスライドからは、ツイートしたユーザーの性別、年代といった基本属性やツイート内で利用されていた単語を確認することで、2つの作品の特徴について紐解いていきます。

ツイート数・性別

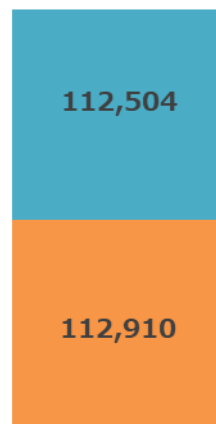
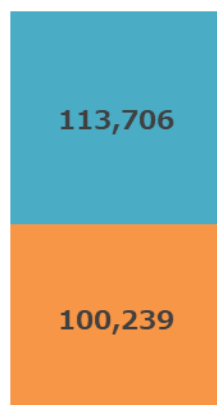
緋色の弾丸
【2021年4月 公開】

ハロウィンの花嫁
【2022年4月 公開】

※性別、年代は、機械学習モデルによる予測値。
ユーザーの過去100ツイートを利用し予測している。

ツイート数

■ リツイート
■ 非リツイート

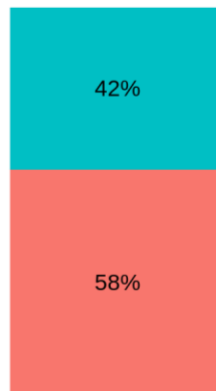
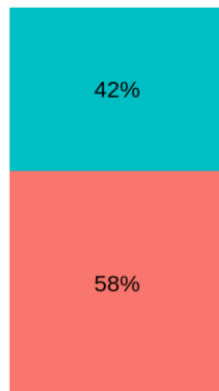


非リツイート 比率
ハロウィンの花嫁 50%
緋色の弾丸 47%

全体に対する非リツイートの比率は、50%となっていました。リツイートは受動的、非リツイートは能動的な行動であるため、非リツイート比率はユーザーの能動的な行動比率と読み取ることができます。

性別

■ 男性
■ 女性



男性 : 42%、女性 : 58%

男女比率は、女性方が高くなっていました。昨年に公開された緋色の弾丸と比較しても大きな変化はありません。

年代・趣味

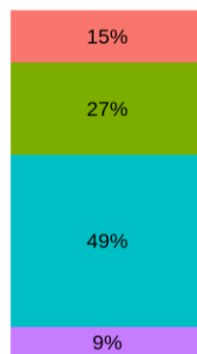
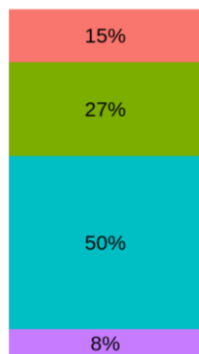
緋色の弾丸
【2021年4月 公開】

ハロウィンの花嫁
【2022年4月 公開】

※年代：10代は13歳～17歳、20代は18～29歳としている。
※趣味：現時点のTwitterプロフィール文に出現する名詞を集計したもの。
複数の趣味を記載しているユーザーもあり、合計で1とはならない。

年代

■ 40代以上
■ 30代
■ 20代
■ 10代

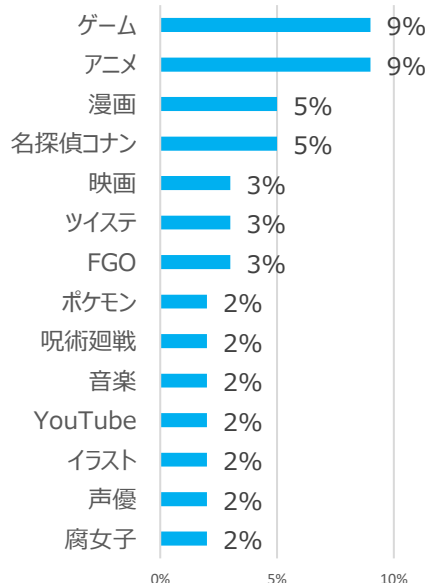
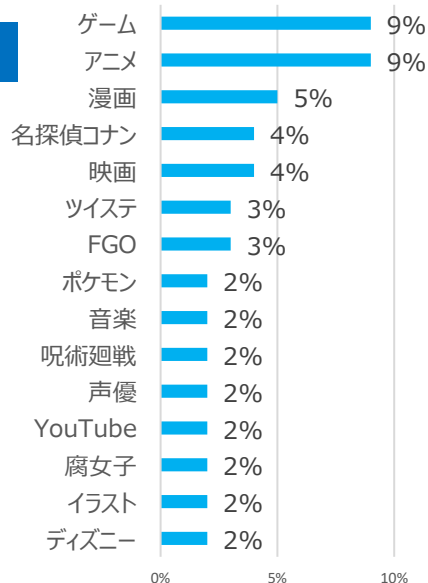


年代比

20代 > 30代 > 40代 > 10代

年代に関しては緋色の弾丸と同程度となっており、変化はありません。

趣味



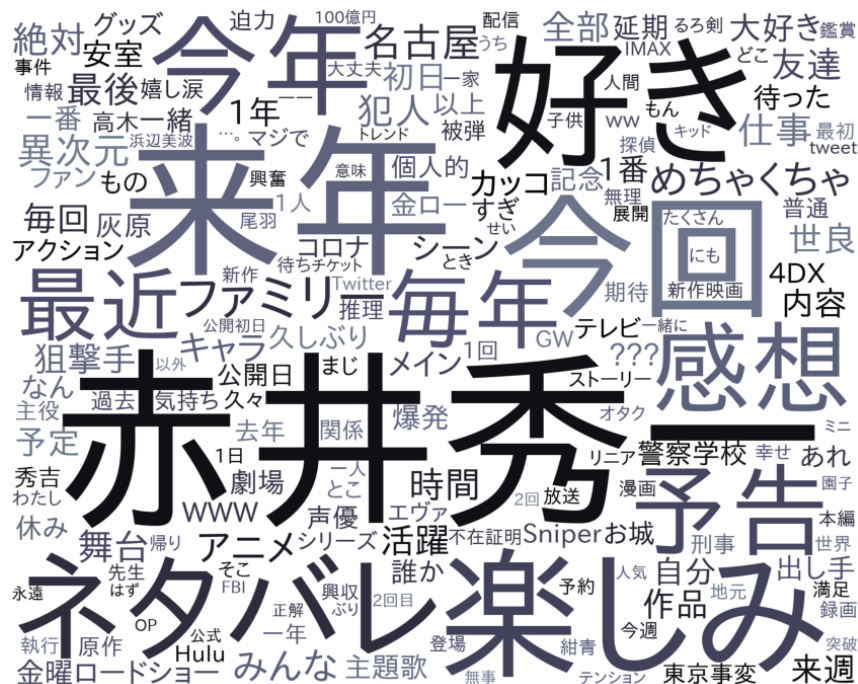
特徴：ゲーム・アニメ・漫画、名探偵コナン ファン

ツイートを投稿したユーザーのプロフィール欄に書かれている趣味に関する単語を集計しました。ゲーム・アニメ・漫画を好むユーザーが反応していました。「名探偵コナン」とプロフィール欄に記載しているユーザーは5%でした。

作品ごとの出現単語の違い

※ワードクラウド：単語の出現頻度を文字の大小で可視化する手法。作品タイトルに含まれる単語は除外している。

緋色の弾丸【2021年4月 公開】



ハロウィンの花嫁【2022年4月 公開】



ツイートに出現した単語をワードクラウド（※）により可視化しました。**緋色の弾丸**では、作中のキャラクター「**赤井秀一**」、「**来年**」、「**好き**」といった要素が注目されています。「来年」は、ハロウィンの花嫁の情報が一部解禁されたことによる反響でした。**ハロウィンの花嫁**では、「**今年**」、「**好き**」、「**楽しみ**」といった要素に注目されています。**緋色の弾丸**では「**赤井秀一**」が大きく注目されていましたが、**ハロウィンの花嫁**では**緋色の弾丸**と比較して、特定のキャラクターが大きく注目されているわけではないと読み取れます。

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

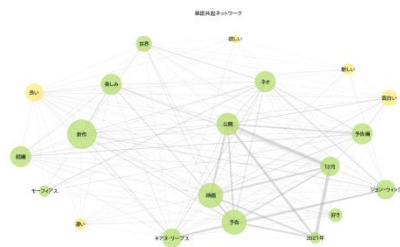
反応ユーザー フォロー先ランキング



順位	アカウント名	件数	割合	順位	アカウント名	件数	割合
1	ローソン	1,868	30%	21	フナト アザース ツイン	928	15%
2	ファミリーマート	1,444	23%	22	ファミマのポップ	928	15%
3	ビターレフアンクラブ	1,393	22%	23	ライブドアニュース	925	15%
4	マクドナルド	1,381	22%	24	バーンスタフ	919	15%
5	コナクォーターズ	1,291	20%	25	スターバックス コーヒー	917	15%
6	電通の公式	1,213	20%	26	イオンストア	914	15%
7	ABEMA	1,195	19%	27	アサヒ	899	14%
8	ORICON NEWS	1,139	18%	28	モスバーガー	875	14%
9	一番	1,066	17%	29	東宝	871	14%
10	少年ジャンプ編集部	1,054	17%	30	イオ	860	14%
11	熊本県	1,006	16%	31	コナラ	859	14%
12	熊本県	1,000	16%	32	丸亀製麺	856	14%
13	SUNTORY	993	16%	33	中野	840	14%
14	NETORI	977	16%	34	ユニバーサルスタジオジャパン	835	13%
15	アンバー・フレイム	976	16%	35	モスバーガー	829	13%
16	AKASHI	975	16%	36	ザ・ビートルズ	826	13%
17	アサヒ飲料	964	16%	37	キリンビール	817	13%
18	フジ	947	15%	38	ONE OK ROCK	811	13%
19	井田	941	15%	39	井田	801	13%
20	井田	936	15%	40	井田	800	13%

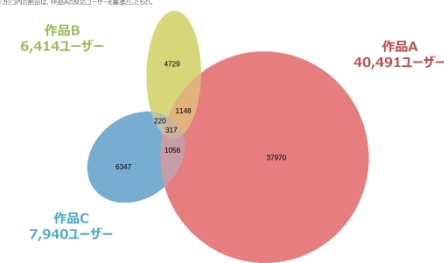
単語共起ネットワーク

※単語間の関係性は、Jaccard係数が算出。右側は山崎屋と上田は関係、右側は上田と関係を示す。



3作品間のユーザーの反応関係

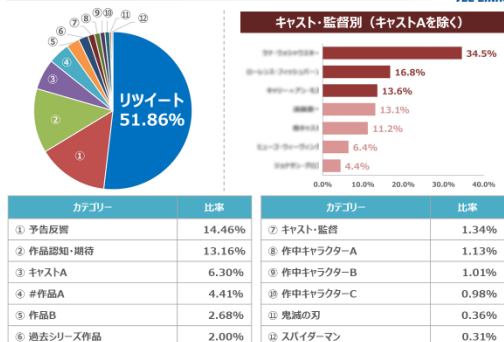
※各作品間の関係性は、作品Aと作品B、作品Bと作品C、作品Aと作品Cの反応関係を示す。



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。

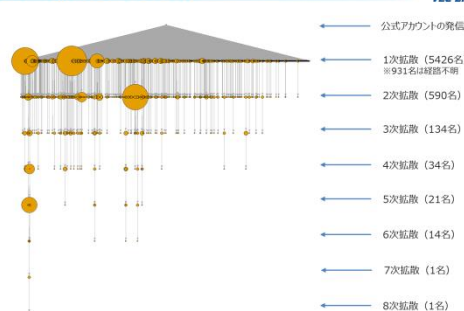
ツイートの話題の比率を知りたい

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

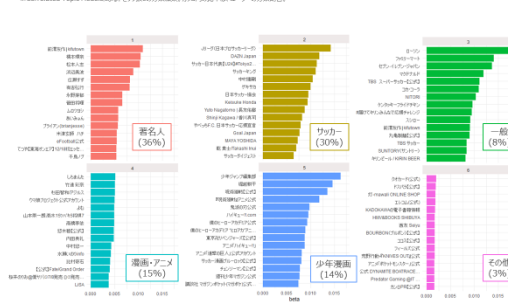
リツイート拡散経路の可視化



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

・・・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

下記リンクよりダウンロードページへ移動できます。

大ヒット映画を支えるSNS分析 最新分析手法



映画 SNS反響調査シリーズ 「ファンタスティック・ビーストとダンブルドアの秘密」

