

映画作品 SNS反響調査シリーズ

「映画ドラえもん のび太の宇宙小戦争 2021」



(C)藤子プロ・小学館・テレビ朝日・シンエイ・ADK 2021



(C)藤子プロ・小学館・テレビ朝日・シンエイ・ADK 2020

比較対象作品: 「映画ドラえもん のび太の新恐竜」

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)藤子プロ・小学館・テレビ朝日・シンエイ・ADK 2021



(C)藤子プロ・小学館・テレビ朝日・シンエイ・ADK 2020

2022年3月4日、

「映画ドラえもん のび太の宇宙小戦争 2021」（以下、宇宙小戦争）が公開されました。

今回は、2020年8月に公開された前作

「映画ドラえもん のび太の新恐竜」（以下、新恐竜）

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

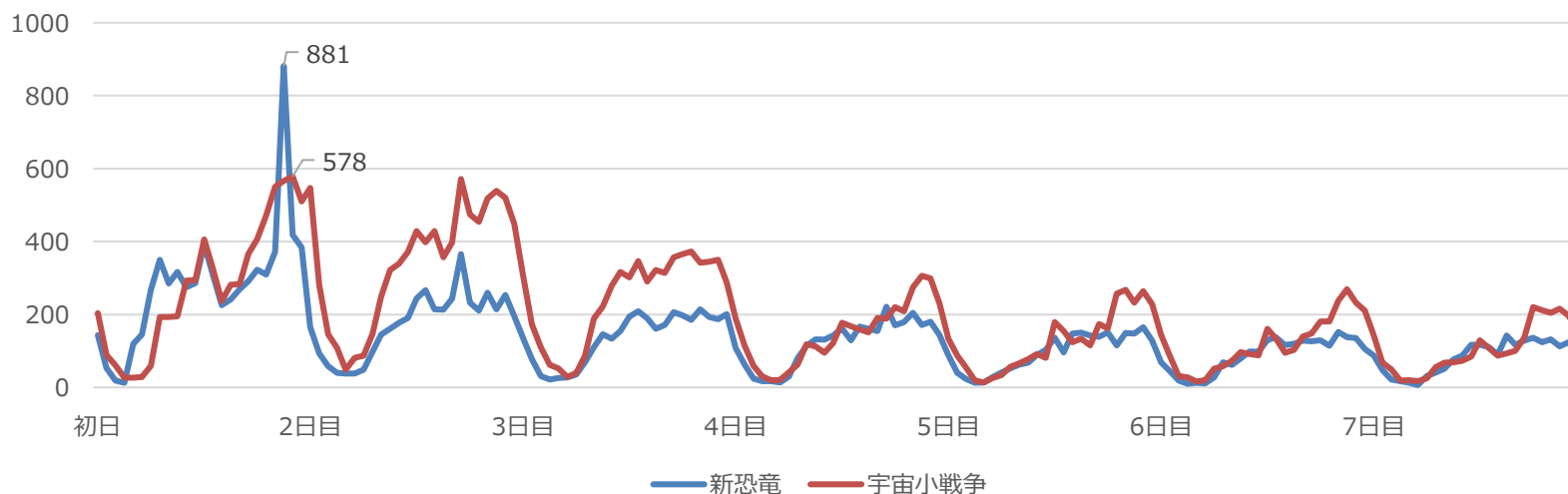
宇宙小戦争

合計 32,799 ツイート

新恐竜

合計 23,510 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、新恐竜の**1.4倍のツイート数**となっていました。

ツイート数の最大は**新恐竜**では**初日の21時台**、**宇宙小戦争**では**初日の22時台**でした。新恐竜の初日の21時台にツイート数が急増している理由は、**テレビ朝日の番組「アメトーーク！」のコーナー「ドラえもん芸人」に関する反響**でした。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

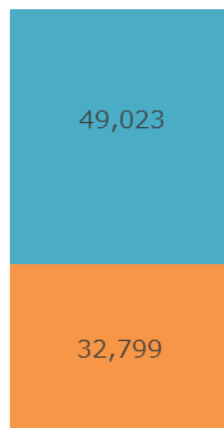
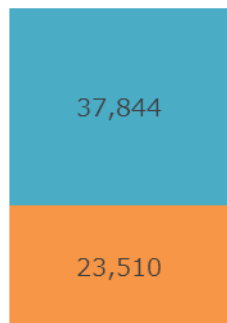
新恐竜
【2020年8月 公開】

宇宙小戦争
【2022年3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

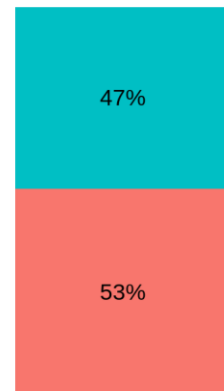
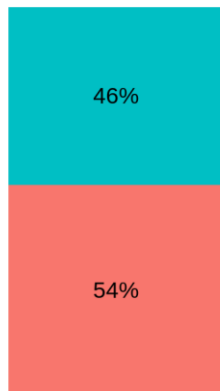


非リツイート 比率
宇宙小戦争 40%
新恐竜 38%

全体に対する非リツイートの比率は、40%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 : 47%、女性 : 53%

男女比は、女性の方が高くなっていました。前作でも女性が54%となっており、男女比での大きな変化がないことがわかります。

年代・趣味

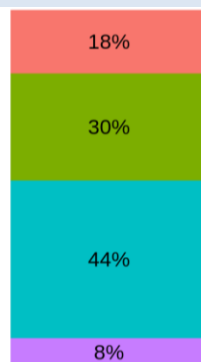
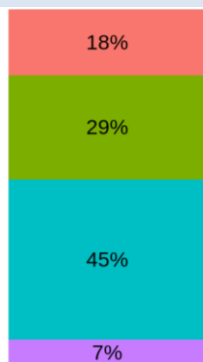
新恐竜
【2020年8月 公開】

宇宙小戦争
【2022年3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

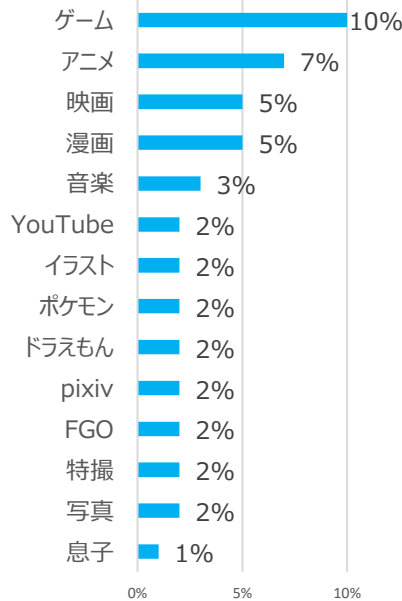
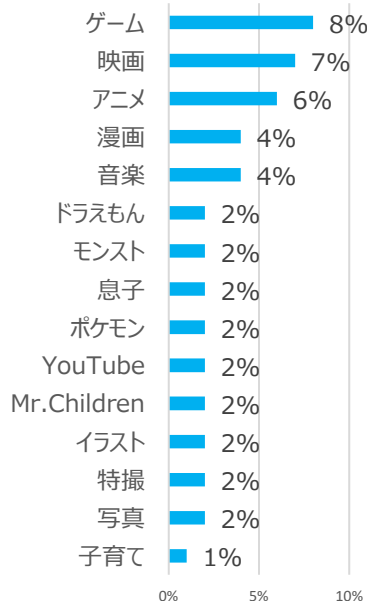


年代比

20代 > 30代 > 40代 > 10代

年代に関しては前作と同程度となりました。

趣味



特徴：ゲーム・アニメ・映画

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、映画といった趣味を記載しているユーザーが多くツイートしていることがわかりました。なお、「ドラえもん」と記載しているドラえもんファンは両作品とも2%となっていました。

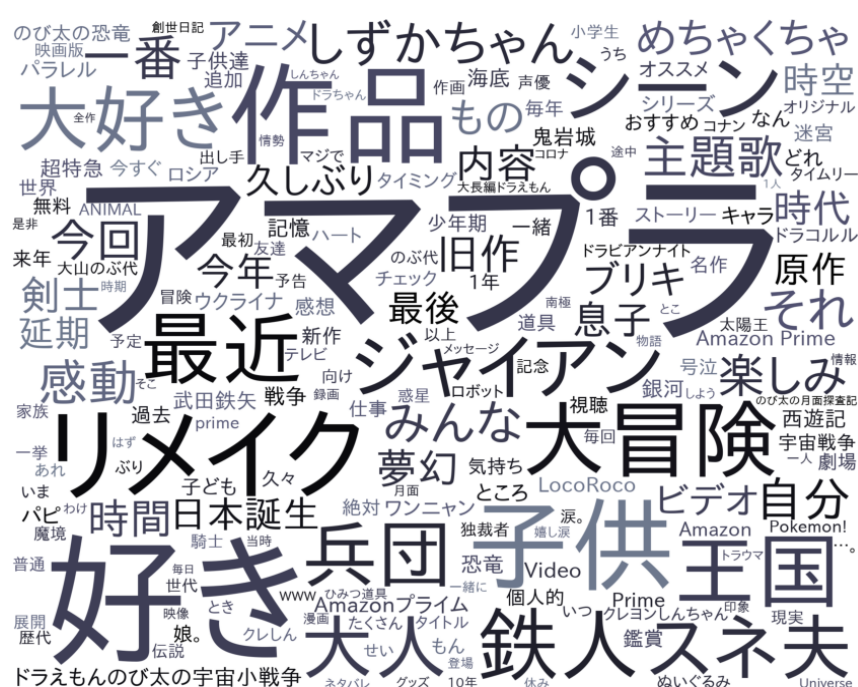
作品ごとの出現単語の違い

※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。

新恐竜【2020年8月 公開】



宇宙小戦争【2022年3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。**新恐竜**では、「感動」「好き」「子供」といった要素が注目されています。ツイートの詳細を確認したところ、「子供と一緒に観に行ったけど、大人の私が感動して泣いてしまった」などの**夏休みシーズン**に子供と一緒に鑑賞したユーザーの感想が多く散見されました。

宇宙小戦争では、「アマプラ」「好き」「作品」といった要素が注目されています。現在上映している宇宙小戦争の反響よりも、**2月28日にアマゾンプライムビデオで配信された過去のドラえもん映画作品の反響が高い**ことが読み取れます。また、春休みシーズンとしては早いめか、「子供」や「息子」といった要素は新恐竜と比べるとやや小さくなっています。

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

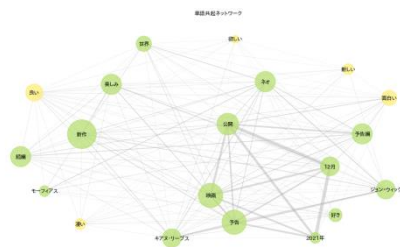
反応ユーザー フォロー先ランキング



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 ツバシ	928	15%
2	ファミリーマート	1,444	23%	22	ファミリハグフ	928	15%
3	ビターレフアンクラブ	1,393	22%	23	ラブアデュース	925	15%
4	マサキナ	1,381	22%	24	ハートランド	919	15%
5	コナミサウンドエクスプレス	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	イオンスタイル	914	15%
7	ABEMA TV	1,195	19%	27	アサヒビール ASAHI BEER	899	14%
8	ORICON NEWS (オリコン)	1,139	18%	28	モスバーガー	875	14%
9	一番館 (BANDAI SPIRITS)	1,066	17%	29	東宝少年団	871	14%
10	少年チャンピオン	1,054	17%	30	イオ	860	14%
11	熊本熊	1,006	16%	31	コナラ	859	14%
12	熊本人志	1,000	16%	32	丸亀製麺	856	14%
13	SUNTORY (サントリー)	993	16%	33	中村書店	840	14%
14	NETORU	977	16%	34	ユニバーサルスタジオジャパン公式	835	13%
15	アンキョーフイナフキ	976	16%	35	モスファミ	829	13%
16	ASAHI	975	16%	36	ザ・ビレッジ	826	13%
17	アサヒ飲料AsahiSoftDrinks	964	16%	37	キリンビール / KIRIN BEER	817	13%
18	スロー	947	15%	38	ONE OK ROCK_official	811	13%
19	津田美波	941	15%	39	妹尾もも(公式)	801	13%
20	徳田健	936	15%	40	近所です	800	13%

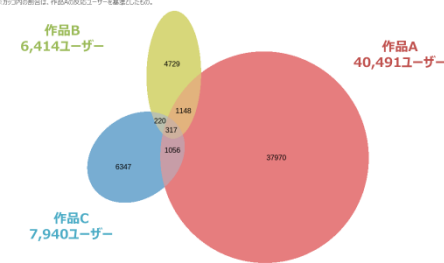
単語共起ネットワーク

※単語間の共起は、Jaccard係数が算出。右側は出現頻度上位15単語、右側は上位15単語の出現頻度。



3作品間のユーザーの反応関係

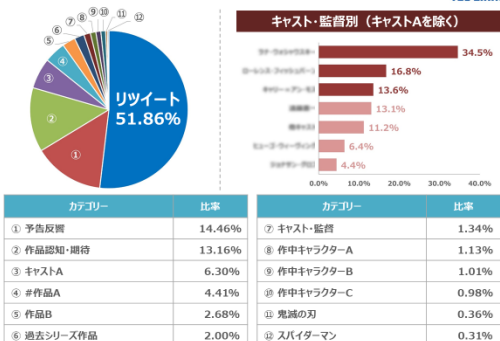
※各作品間の関係は、作品Aと作品B、作品Bと作品C、作品Aと作品Cの反応関係。



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。

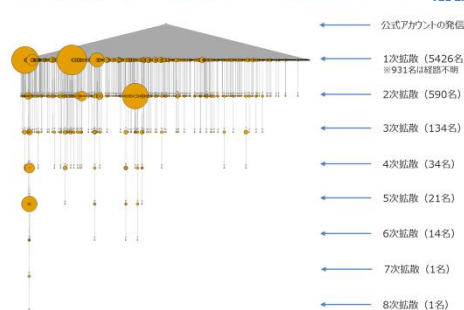
ツイートの話題の比率を知りたい

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

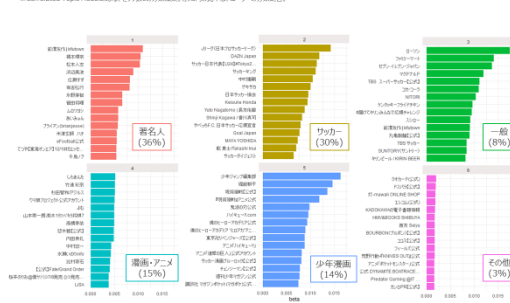
リツイート拡散経路の可視化



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。フォロワーの属性は、ユーザーの分類。



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 「映画『THE BATMAN-ザ・バットマン-』 は『ジョーカー』を超える反響となったか？」

