映画作品 SNS反響調査シリーズ

「鋼の錬金術師 完結編 復讐者スカー」



(C)2022 荒川弘/SQUARE ENIX (C)2022 映画「鋼の錬金術師2&3」製作委員会



(C)2017 荒川弘/SQUARE ENIX (C)2017 映画「鋼の錬金術師」製作委員会

比較対象作品:「鋼の錬金術師」



目次

本レポートの目的	P3				
Twitterでの公開1週間の反響比較					
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				

本レポートの目的





(C)2022 荒川弘/SQUARE ENIX (C)2022 映画「鋼の錬金術師2&3」製作委員会



(C)2017 荒川弘/SQUARE ENIX (C)2017 映画「鋼の錬金術師」製作委員会

2022年5月20日、

映画「鋼の錬金術師 完結編 復讐者スカー」(以下、復讐者スカー)が公開されました。 今回は2017年12月に公開された前作「鋼の錬金術師」(以下、第1作)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



復讐者スカー 合計 39,482 ツイート

第1作 合計 99,528 ツイート

7日間のツイート数の推移(1時間毎)



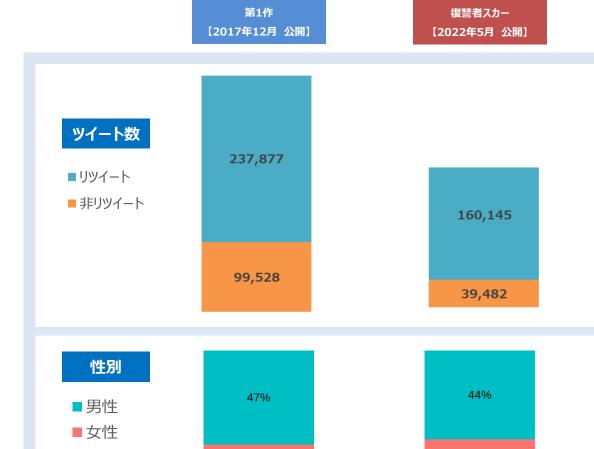
リツイート (RT) を除いたツイート数 (非リツイート) は、第1作の4割程度のツイート数となっていました。 ツイート数の最大値は、どちらの作品も2日目の13時台となっていました。 ツイートの詳細を確認したところ、 両作品とも原作漫画のファンによるネガティブな意見が見受けられました。 次のスライドからは、 ツイートしたユーザーの性別、 年代と

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。

基本情報



ツイート数・性別



53%

56%

※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。

非リツイート 比率 復讐者スカー 20% 第1作 29%

全体に対する非リッイートの比率は、 20%となっていました。リッイートは受動的、非リッイートは能動的な行動であるため、非リッ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。

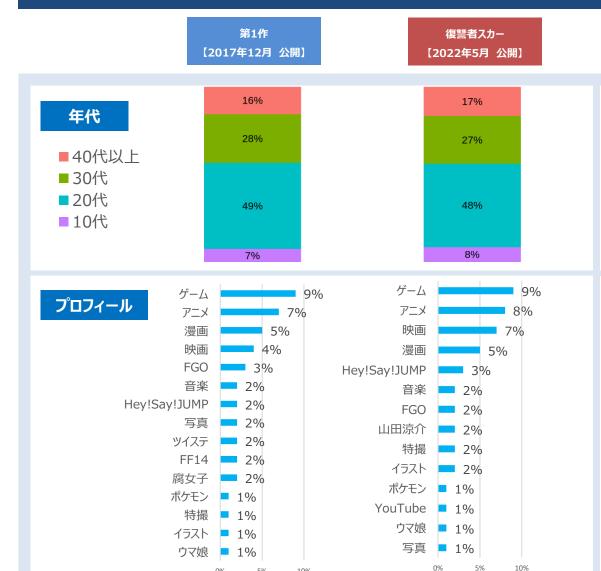
男性:44%、女性:56%

男女比率は、女性の方が高くなっていました。また、比率は第1作と同程度となっており、大きな変化はありません。

基本情報



年代·趣味



5%

10%

※年代:10代は13歳~17歳、20代は18~29歳としている。 ※プロフィール:現時点のTwitterプロフィール文に出現する名詞のうち、 ユーザーの特徴を表す単語を集計した結果の上位。複数の単語を記載し ているユーザーもおり、比率は合計で1とはならない。

年代比 20代 > 30代 > 40代 > 10代

年代も第1作と同程度となっており、 大きな変化はありません。

特徴:ゲーム・アニメ・漫画、 映画、特撮ファン

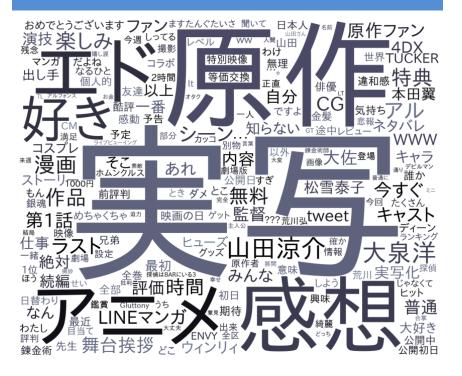
ツイートを投稿したユーザーのプロフィール 欄に書かれている趣味に関する単語を 集計しました。ゲーム・アニメ・漫画や映 画、Hey! Say! JUMPを好むユーザー が反応していました。Hey! Say! JUMPファンは、主演の山田涼介さんが 所属するグループのため多く反応している ようです。

作品ごとの出現単語の違い

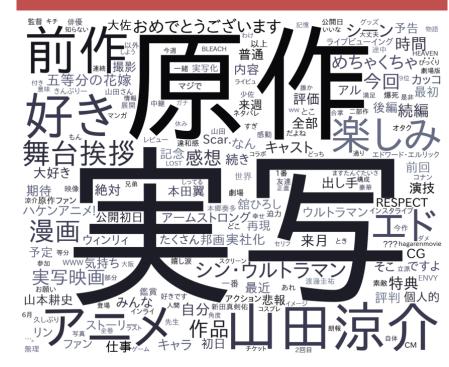


※ワードクラウド:単語の出現頻度を文字の大小で可視化する手法。作品タイトルに含まれる単語は除外している。

第1作【2017年12月 公開】



復讐者スカー 【2022年5月 公開】

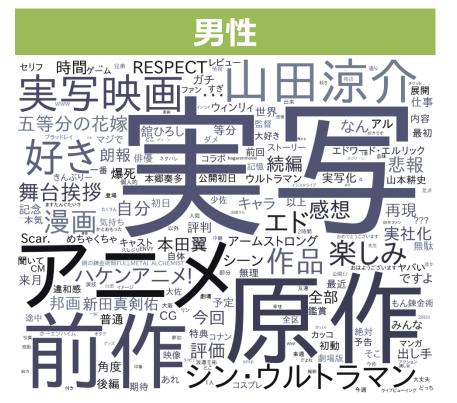


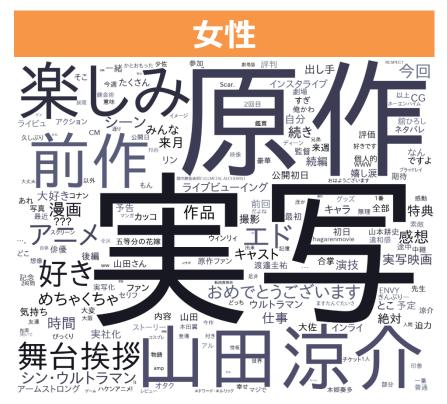
ツイートに出現した単語をワードクラウド(※)により可視化しました。第1作では、「実写」、「原作」、「感想」といった 単語が多く利用されていました。比較対象は原作漫画となっており、原作漫画ファンによる感想ツイートが多く発見でき ました。復讐者スカーでは、「実写」、「原作」、「前作」といった単語が多く利用されています。こちらも比較対象は主に 原作漫画となっていますが、「前作よりも面白い」などの比較対象が第1作となっているツイートも散見されました。また、 映画の感想についてのツイートは、第1作と比べて少なくなっていた印象を受けました。

性別ごとの出現単語の違い



復讐者スカー 【2022年5月 公開】





復讐者スカーのツイートについてさらに詳しく、性別ごとの出現単語の違いを確認していきます。多く利用されている単語は、 男性では「実写」、「原作」、「前作」、女性では「実写」、「原作」、「山田涼介」となっていました。前作である第1作について の言及は男性の方が多いことから、女性に比べて男性の方が第1作と比較して語っていると読み取れます。

女性は山田涼介さんについて話題にすることが多く、Hey! Say! JUMPファンや山田涼介さんのファンが多く反応していたと考えることができます。

さらなる詳細な分析について



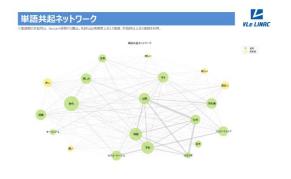
弊社調査レポートプランでは、お客様の分析のニーズに合わせて、

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。

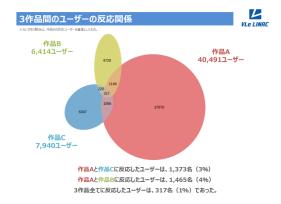
ユーザーのフォロー先の傾向から 潜在層を把握したい

miz		重複数	重複家	フォロワー数	RHCQ		重複数	重複率	フォロワー数
1	ローソン	1,868	30%	5,692,828	21	ワーナー ブラザース ジャパン	928	15%	313,63
2	ファミリーマート	1,444	23%	3,216,408	22	キリンピバレッジ』	926	15%	1,014,36
3	セプン・イレブン・ジャパン	1,393	22%	3,902,679	23	ライブドアニュース	925	15%	1,356,06
4	マクドナルド	1,381	22%	3,474,704	24	ハーゲンダッツ	919	15%	1,266,042
5	ユナイテット・シネマ公式	1,251	20%	713,808	25	スターバックス コーヒー	917	15%	5,039,108
6	鬼滅の刃公式	1,213	20%	2,266,831	26	イオンシネマ(公式)	914	15%	192,95
7	ABEMA(7/17)	1,195	19%	1,887,389	27	アサヒビール ASAHIBEER	899	14%	1,316,31
В	ORICON NEWS (#UIDZII-X)	1,139	18%	795,585	28	モスパーガー	875	1496	1,080,068
9	一善(() (BANDAI SPIRITS)	1,066	17%	1,338,115	29	無承(5寿司[公式]	871	14%	726,218
10	少年ジャンプ展集部	1,054	17%	1,065,842	29	(II)	860	14%	870,260
11	橋本環奈	1,006	16%	3,621,171	31	コカ・コーラ	859	14%	1,294,277
12	松本人志	1,000	16%	8,153,933	32	汽車製程[23代]	856	14%	958,110
13	SUNTORY(サントリー)	993	16%	1,306,303	33	中村倫也	840	14%	1,422,434
14	NITORI	977	16%	1,459,176	34	ユニバーサル・スタジオ・ジャパン公式	835	13%	1,980,712
15	ウンタッキーフライトチキン ℃	976	16%	1,479,050	35	モデルプレス	829	13%	1,425,89
16	ARASHI	975	16%	2,477,486	35	ザテレビジョン	826	13%	524,599
17	アサビ飲料AsahiSoftDrinks	964	16%	832,880	37	キリンピール / KIRIN BEER	817	13%	1,044,486
18	250-	947	15%	1,132,688	38	ONE OK ROCK_official	811	13%	1,684,414
18	洪辺美波	941	15%	1,835,362	39	#obBob(2235)	801	13%	737,156
20	製田将 種	936	15%	3,305,201	40	広栖すず	800	13%	4,044,336

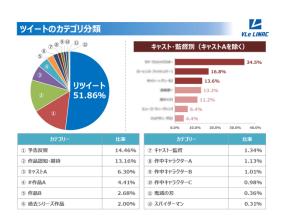
単語間の関係を詳しく把握したい



競合作品とのユーザーの反応傾向を 把握したい



ツイートの話題の比率を知りたい



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



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



お問い合わせ

ソーシャルリスニング(ロコミ分析・調査)なら、

「i-Catch」(アイキャッチ)

まずは、お気軽にお問合せ・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



あなたへのおすすめレポート一覧

下記リンクよりダウンロードページへ移動できます。

<u>大ヒット映画を支えるSNS分析</u> 最新分析手法 映画 SNS反響調査シリーズ映画「シン・ウルトラマン」は「シン・ゴジラ」を超える反響となったか?



