

映画作品 SNS反響調査シリーズ

キングダム2 遥かなる大地へ



(C)原泰久/集英社 (C)2022 映画「キングダム」製作委員会



(C)原泰久/集英社 (C)2019映画「キングダム」製作委員会

比較対象作品：キングダム

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（性別、プロフィール）	P5
作品ごとの出現単語の違い	P6
性別ごとの出現単語の違い	P7
さらなる詳細な分析について	P8
お問い合わせ	P9
あなたへのおすすめレポート一覧	P10



(C)原泰久/集英社 (C)2022 映画「キングダム」製作委員会



(C)原泰久/集英社 (C)2019映画「キングダム」製作委員会

2022年7月1日、「キングダム2 遙かなる大地へ」（以下、第2作）が公開されました。

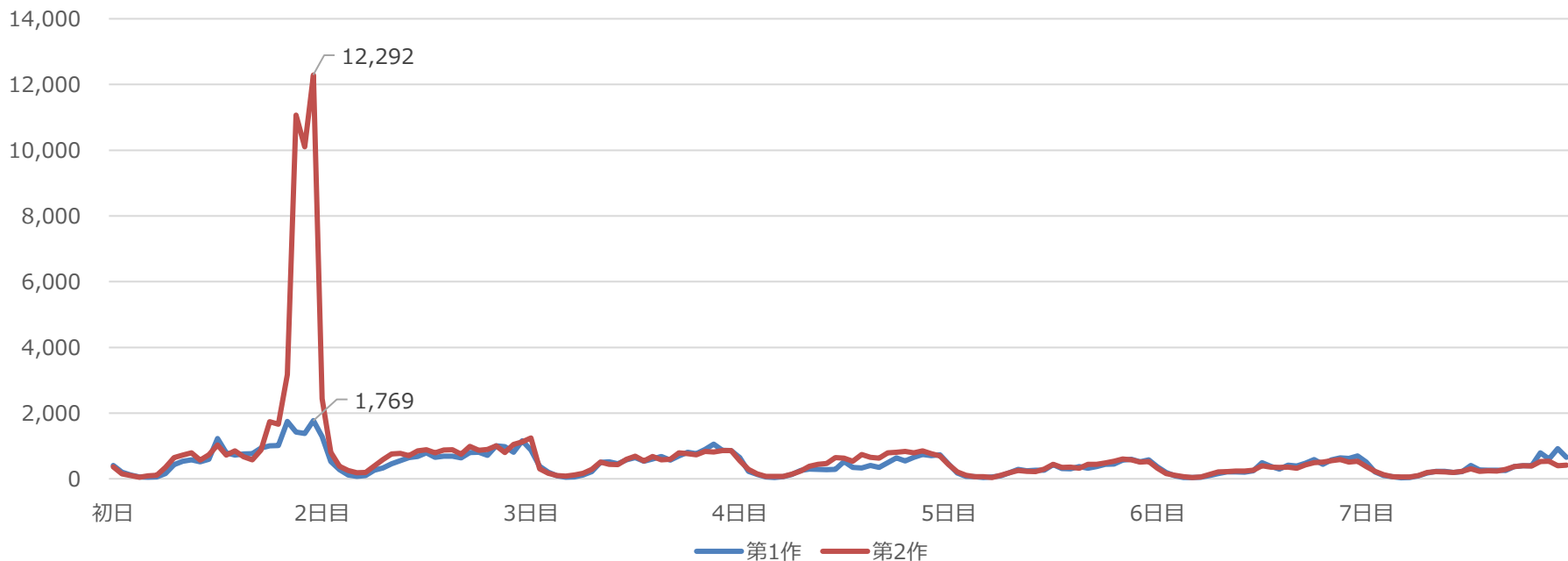
今回は2019年4月に公開された前作
「キングダム」（以下、第1作）を比較対象として、
公開後のTwitter反響の特徴とその違いを確認していきます。

Twitterでの公開1週間の反響比較

第2作 合計 **115,517** ツイート

第1作 合計 **77,303** 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**1.5倍のツイート数**となっていました。ツイート数の最大値は、どちらも初日の23時台となっていました。第2作では**初日の21時から23時台まで急激にツイート数が増加**しています。これは、ツイートを確認したところ**金曜ロードショーで第1作が放送された反響**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。

性別・プロフィール

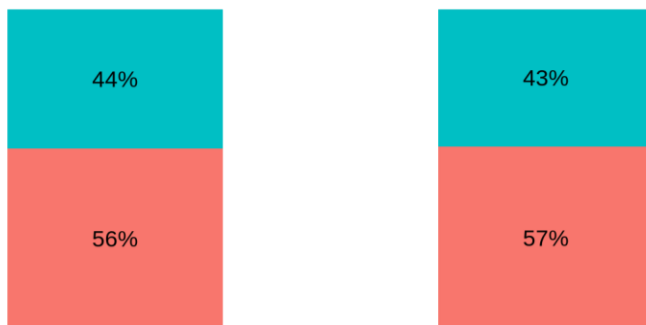
第1作
【2019年4月 公開】

第2作
【2022年7月 公開】

※性別：機械学習モデルによる予測値。
※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あり、比率は合計で1とはならない。

性別

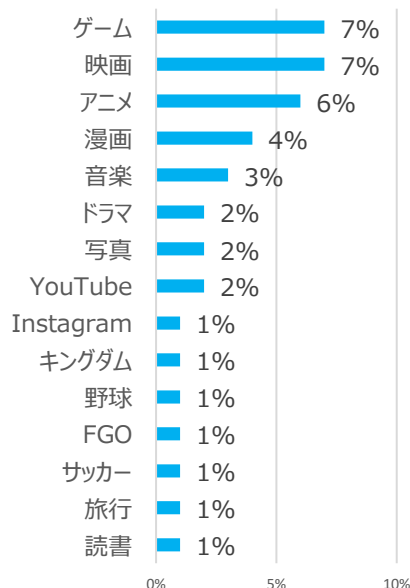
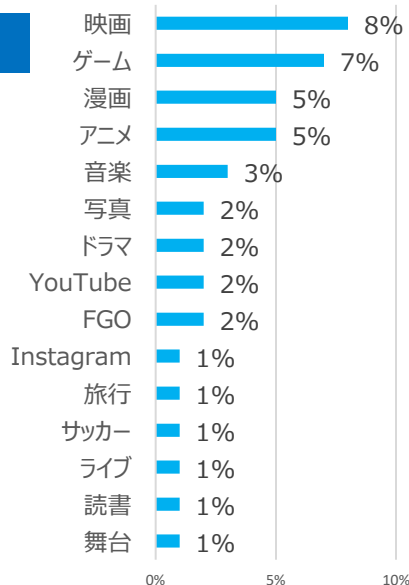
- 男性
- 女性



男性：43%、女性：57%

男女比率は、女性の方が高くなっていました。男女比率は第1作と同水準となっていました。

プロフィール



特徴：アニメ・ゲーム・漫画、映画 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。ユーザーは主にアニメ・ゲーム・漫画などの趣味をプロフィール欄に記載していました。なお、第2作では「キングダム」と記載しているユーザーは1%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。

第1作【2019年4月 公開】



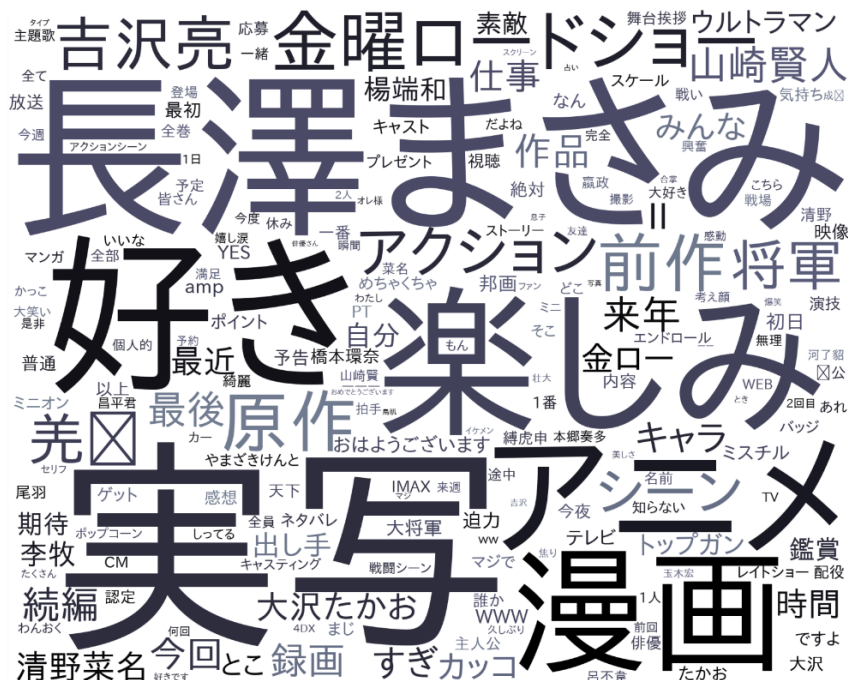
第2作【2022年7月 公開】



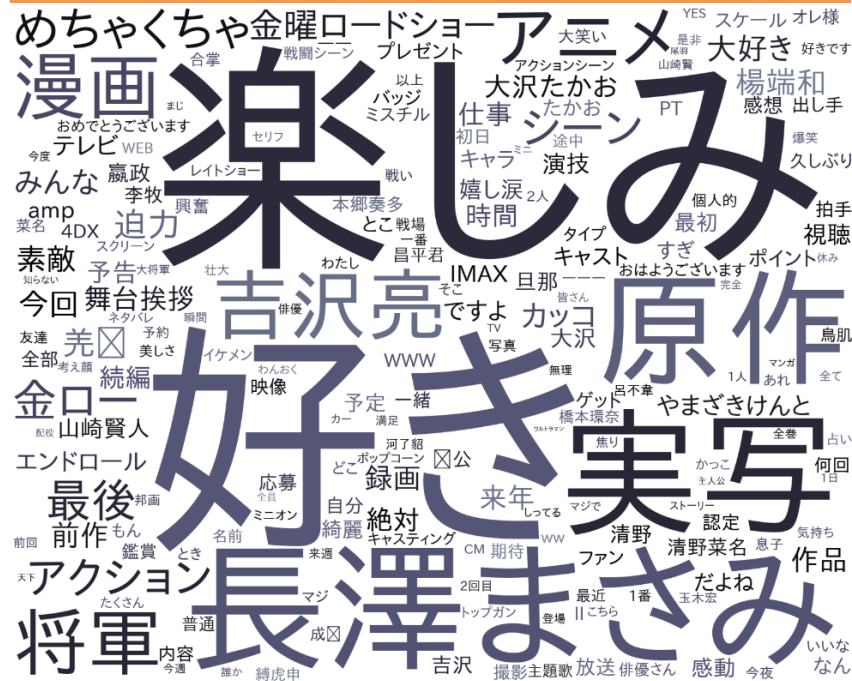
ツイートに出現した単語をワードクラウド（※）により可視化しました。第1作では「原作」、「実写」、「長澤まさみ」といった単語が多く利用されています。ツイートを確認したところ、長澤まさみさんに対する「カッコよかった」や「綺麗だった」など映画を鑑賞した感想が多く咳かかれていました。第2作は「楽しみ」、「実写」、「好き」といった単語が多く利用されました。第2作の反響は金曜ロードショーで第1作を放送していた影響か、第1作のものと近い結果となっていました。

第2作【2022年7月 公開】

男性



女性



第2作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上から順に男性では「長澤まさみ」、「実写」、「好き」、女性では「楽しみ」、「好き」、「長澤まさみ」となっていました。このことから、主に注目している要素は男女で共通していることが読み取れます。細かな男女の違いとしては、長澤まさみさんについては男性の方が女性と比較してより注目していることが挙げられます。

さらなる詳細な分析について

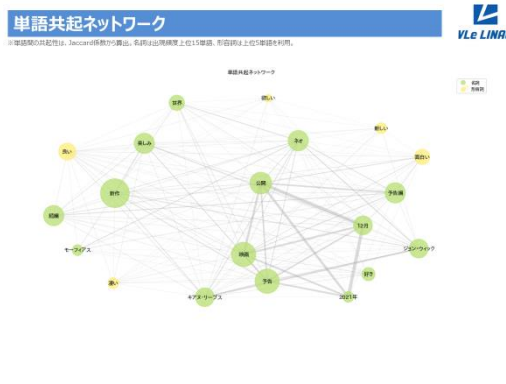
弊社調査レポートプランでは、お客様の分析のニーズに合わせて、
様々な分析が可能となっています。まずはお気軽にご相談ください。

ユーザーのフォロー先の傾向から
潜在層を把握したい

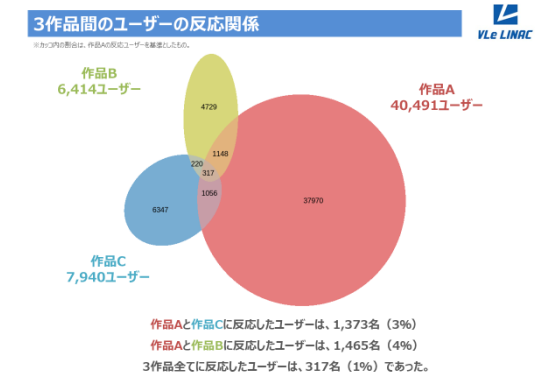
反応ユーザー フォロー先ランキング

順位	アカウント名	乗数	割合	フォロー数	順位	アカウント名	乗数	割合	フォロー数
1	ロンドン	1,868	30%	5,692,828	21	フリー・アゲイス ジャパン	928	15%	313,635
2	アサヒメイト	1,444	23%	3,216,498	22	朝日ロイヤル	926	15%	1,014,366
3	ピコ・ワイフ・クラブ	1,393	22%	3,902,679	23	ライブアゲイス	925	15%	1,356,066
4	ワザワザ	1,381	22%	3,474,704	24	ハルマシヤ	919	15%	1,266,942
5	コアポッド・オン・デ・グリス	1,251	20%	713,808	25	スターバックス コーヒー	917	15%	5,039,106
6	地産地消	1,213	20%	2,266,831	26	イオンスタイル	914	15%	1,921,953
7	ARM&MAKERS	1,195	19%	1,887,389	27	アサヒビール ASAHI BEER	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	一番心 (IBANDA! SPIRITS)	1,066	17%	1,338,115	29	東京の寿司屋 (とうきょうのすしや)	871	14%	726,218
10	少年ジャンプ編集部	1,054	17%	1,065,842	29	イセ	860	14%	870,260
11	熊本熊	1,006	16%	3,621,171	31	ココカラ	859	14%	1,284,277
12	日本人志	1,000	16%	8,153,933	32	丸亀製麺 (うぶ)	856	14%	958,110
13	SUNTORY (サントリー)	993	16%	1,306,363	33	中村豊也	840	14%	1,422,434
14	NETOBI	977	16%	1,458,176	34	ユニバーサルスタジオ・ジャパン株式会社	835	13%	1,980,712
15	ケンタッキーフライドチキン	976	16%	1,479,050	35	モスバーガー	829	13%	1,425,899
16	ARASHI	975	16%	2,477,486	35	マリビレッジ	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	スゴロ	947	15%	1,132,688	38	ONE OK ROCK_official	811	13%	1,684,414
19	浜田美歩	941	15%	1,835,362	39	株式会社 (とうきょう)	801	13%	737,156
20	福田純	936	15%	3,305,201	40	広瀬すず	800	13%	4,044,336

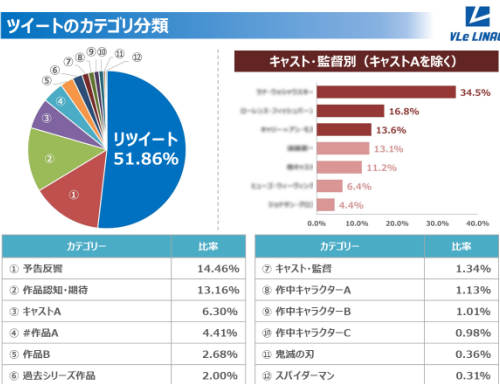
単語間の関係を詳しく把握したい



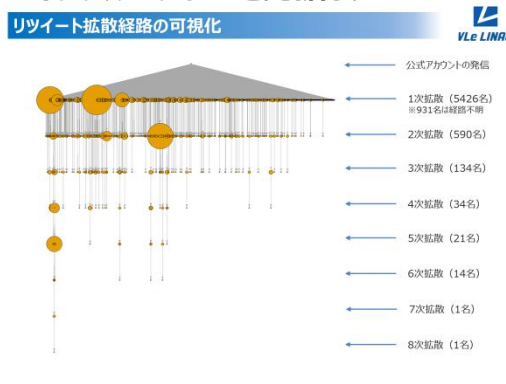
競合作品とのユーザーの反応傾向を
把握したい



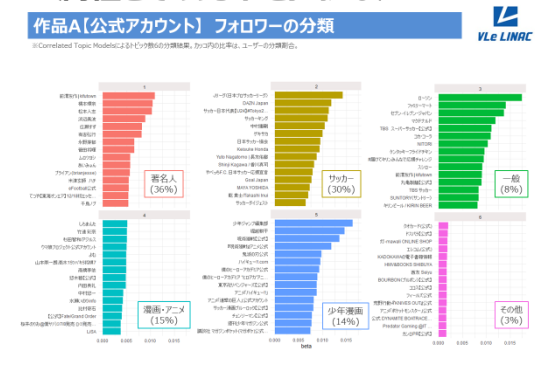
ツイートの話題の比率を知りたい



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（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](#)

 **VLe LINAC**



下記リンクよりダウンロードページへ移動できます。

映画 SNS反響調査シリーズ 「映画 ゆるキャン△」

映画 SNS反響調査シリーズ 「トップガン マーヴェリック」

