映画　SNS反響調査シリーズ

「映画　すみっコぐらし　青い月夜のまほうのコ」

比較対象作品　：「映画　すみっコぐらし　とびだす絵本とひみつのコ」

©2019日本すみっコぐらし協会映画部

©2021 日本すみっコぐらし協会映画部

VLe LINAC

概要と目次

概要

2021年11月5日、「映画　すみっコぐらし　青い月夜のまほうのコ」が公開されました。
今回は、前作の「映画　すみっコぐらし　とびだす絵本とひみつのコ」を比較対象として、公開後1週間のTwitter反響の性別や年代、趣味、男女ごとのツイートの違いから、特徴を確認していきます。

目次

「映画　すみっコぐらし　青い月夜のまほうのコ」の公開　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

「映画　すみっコぐらし　青い月夜のまほうのコ」の公開

©2019 日本すみっコぐらし協会映画部

©2021 日本すみっコぐらし協会映画部

2021年11月5日、映画すみっコぐらしの2作目である

「映画　すみっコぐらし　青い月夜のまほうのコ」（以下、2作目）

が公開されました。今回は、2019年11月に公開され、大ヒットを記録した1作目

「映画　すみっコぐらし　とびだす絵本とひみつのコ」（以下、1作目）

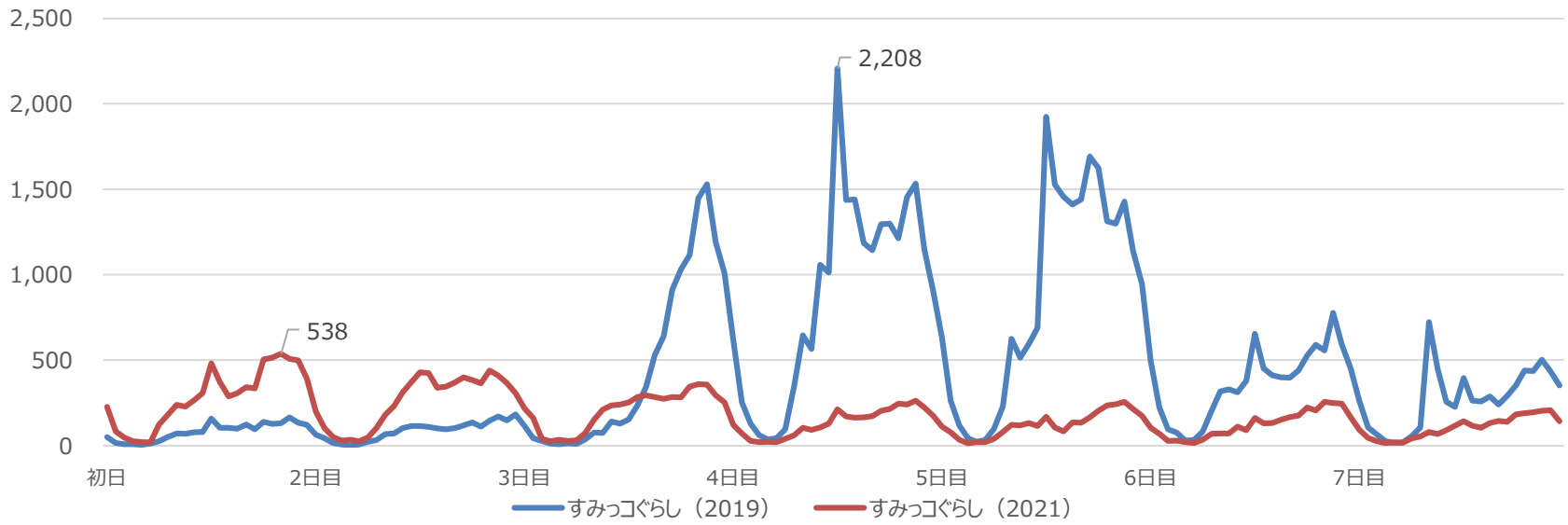
を比較対象として、公開後のTwitter反響の特徴を確認していきます。

Twitterでの公開1週間の反響比較

映画　すみっコぐらし（2作目）　　合計　29,931　ツイート

映画　すみっコぐらし（1作目）　　合計　72,462　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、前作の4割程度のツイート数でした。

ツイート推移は、2作目は初日の夜のツイートが最大なのに対して、1作目は公開4日目にツイート数が最大となっていました。これは、初日と2日目に鑑賞したユーザーの口コミにより情報が拡散した可能性が考えられます（詳細は後述）。

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

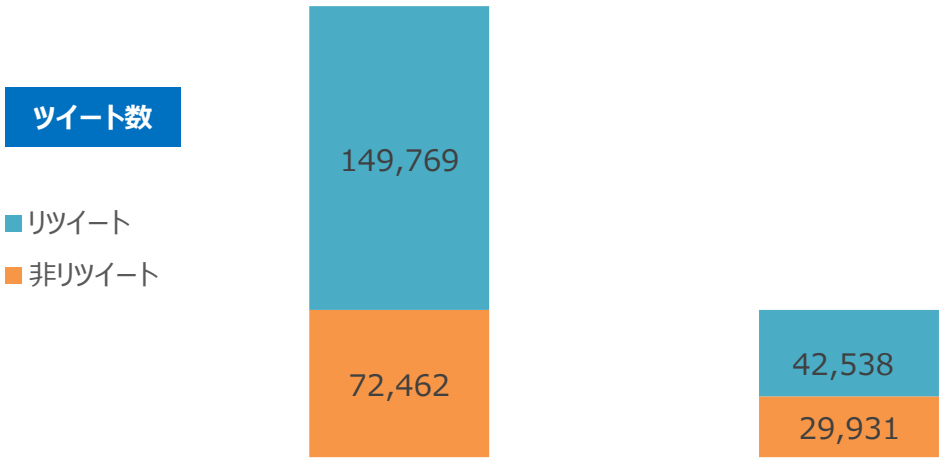
ツイート数・性別

映画　すみっコぐらし（1作目）

映画　すみっコぐらし（2作目）

※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。

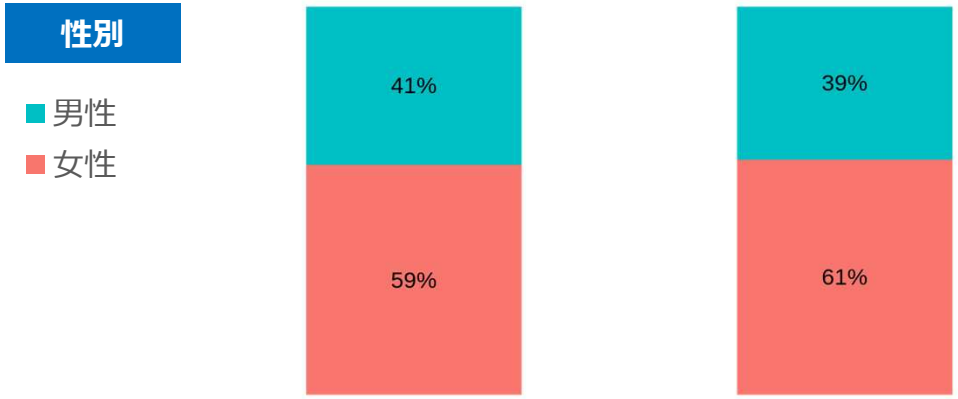
ツイート数



非リツイート　比率
2作目　41%
1作目　33%

全体に対する非リツイートの比率は、41%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Twitter上での能動的な行動比率と読み取ることができます。

性別



男女比　約 2：3

男女比は、女性の方が高い値となっていました。女性は、すみっコぐらしコンテンツのファンが多く、男性は「子供と観に行った」などのツイートが多く見受けられました。

基本情報

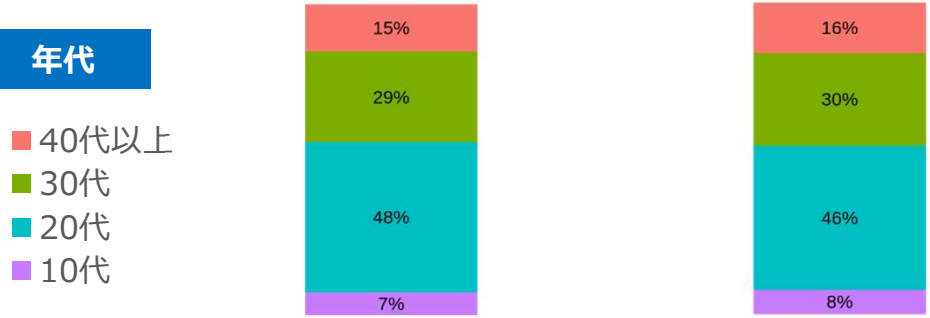
年代・趣味

映画　すみっコぐらし（1作目）

映画　すみっコぐらし（2作目）

※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おり、合計で1とはならない。

年代

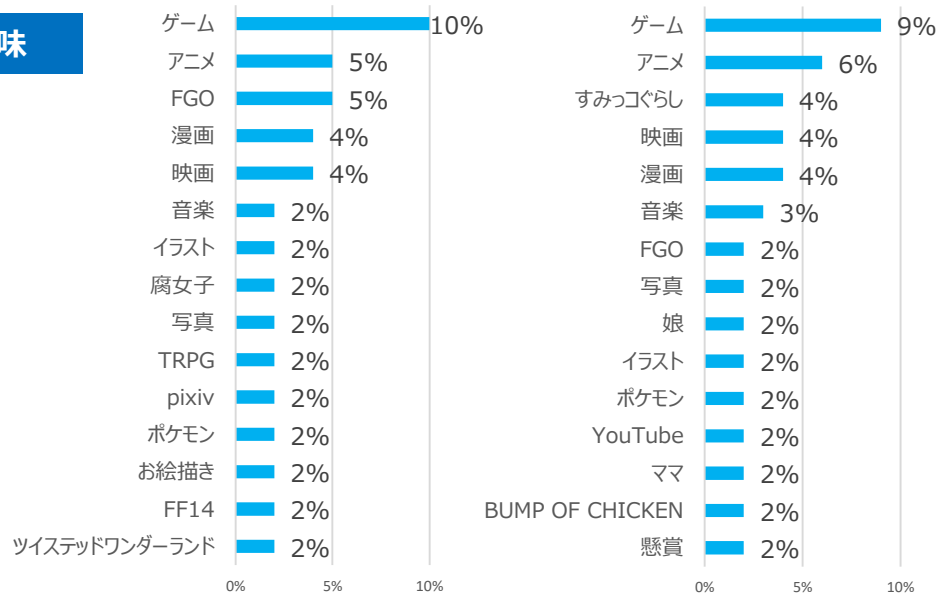


年代比

20代＞30代＞40代＞10代

年代比は、どちらも同水準になっており、大きな差は確認できませんでした。

趣味



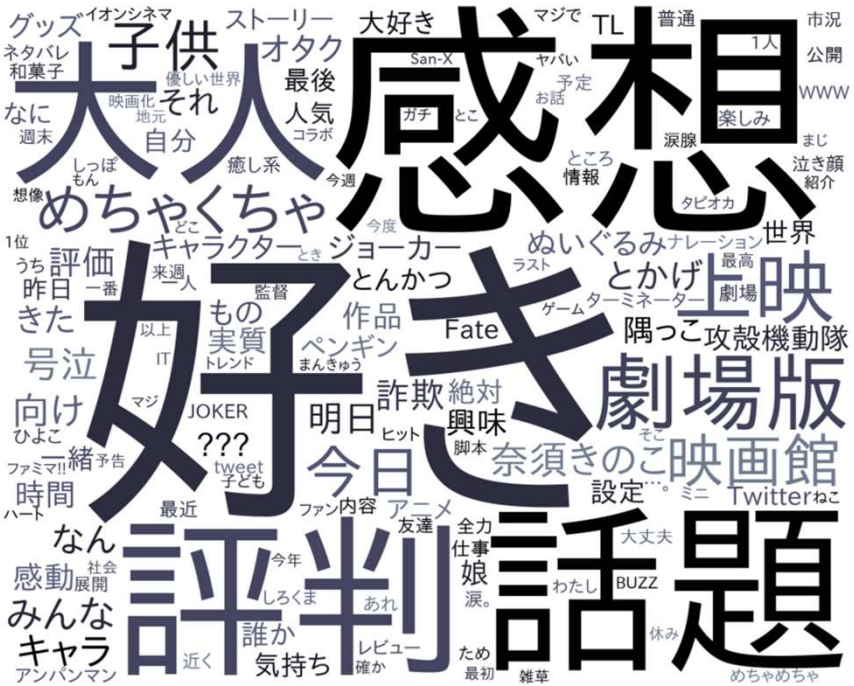
特徴：ゲーム・アニメ、すみっコぐらしファン、子持ち

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、すみっコぐらしといった趣味のユーザーの他に「娘」、「ママ」などの子供に関する情報を記載しているユーザーもいました。

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

映画　すみっコぐらし（1作目）



映画　すみっコぐらし（2作目）

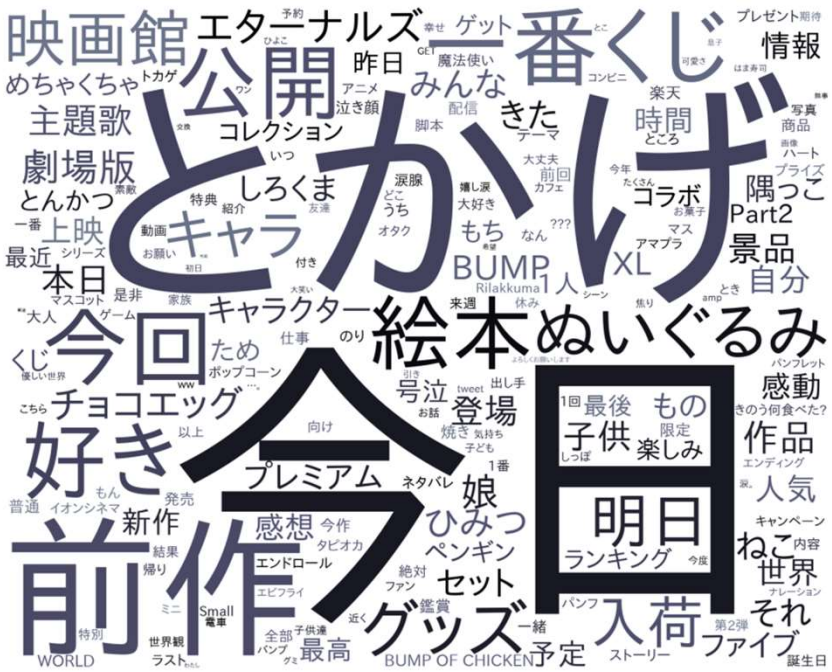
ツイートに出現した単語をワードクラウド（※）により可視化しました。**1作目では、「感想」、「話題」、「大人」**といった要素が注目されています。ツイートの詳細を確認したところ、**「大人が見ても面白いと話題」といった内容の感想がTwitter上で拡散**していました。**2作目では作中のキャラクター「とかげ」や一番くじの景品「ぬいぐるみ」**などに注目されていることがわかります。このことから、1作目では**内容が話題となり広い層が反応**したのに対して、2作目では**すみっコぐらしのコアなファンが反応**したと読み取れます。

性別ごとの出現単語の違い

VLe LINAC

映画　すみっコぐらし（2作目）

男性



女性

2作目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。女性は作中のキャラクターであり、2作目で大きく取り上げられた「とかげ」や「一番くじ」「ぬいぐるみ」について多く言及していることがわかります。男性は「とかげ」や「前作」について言及していました。「とかげ」については、男女問わず多くのユーザーに語られていたことがわかりました。

さらなる詳細な分析について

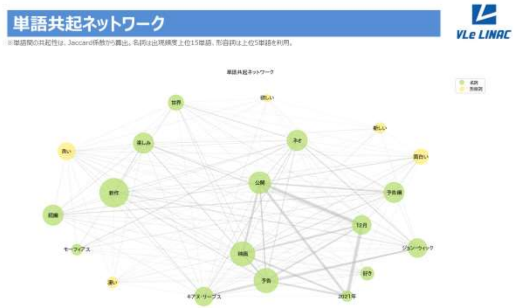
VLe LINAC

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。

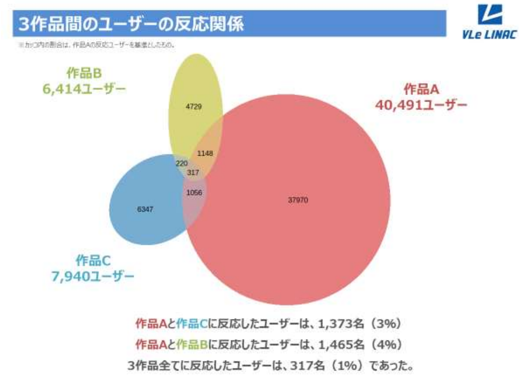
ユーザーのフォロー先の傾向から潜在層を把握したい

順位	アカウント名	重複数	重複率	フォロワー数	順位	アカウント名	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%	313,635
2	ファミリーマート	1,444	23%	3,216,408	22	キリンビバレッジ♪	926	15%	1,014,366
3	セブン-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%	1,356,066
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	ユナイテッド・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%	192,953
7	ABEMA(アベマ)	1,195	19%	1,887,389	27	アサヒビール 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	一番くじ（BANDAI SPIRITS）	1,066	17%	1,338,115	29	無添くら寿司【公式】	871	14%	726,218
10	少年ジャンプ編集部	1,054	17%	1,065,842	29	イオン	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	丸亀製麺【公式】	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	ケンタッキーフライドチキン	976	16%	1,479,050	35	モデルプレス	829	13%	1,425,899
16	ARASHI	975	16%	2,477,486	35	ザテレビジョン	826	13%	524,599
17	アサヒ飲料AsahiSoftDrinks	964	16%	832,880	37	キリンビール / KIRIN BEER	817	13%	1,044,486
18	スシロー	947	15%	1,132,688	38	ONE OK ROCK_official	811	13%	1,684,414
18	浜辺美波	941	15%	1,835,362	39	ほっともっと(公式)	801	13%	737,156
20	菅田将暉	936	15%	3,305,201	40	広瀬すず	800	13%	4,044,336

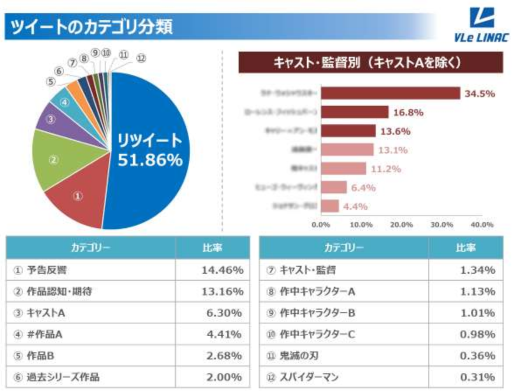
単語間の関係を詳しく把握したい



競合作品とのユーザーの反応傾向を把握したい



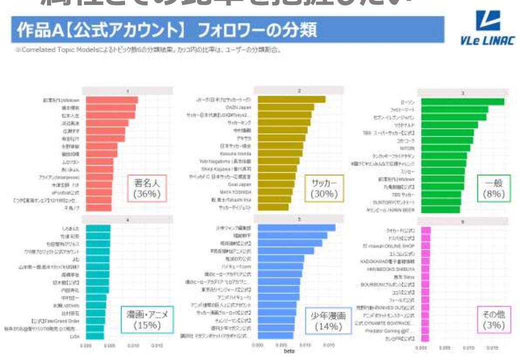
ツイートの話題の比率を知りたい



カテゴリー	比率	カテゴリー	比率
① 予告反響	14.46%	⑦ キャスト・監督	1.34%
② 作品認知・期待	13.16%	⑧ 作中キャラクターA	1.13%
③ キャストA	6.30%	⑨ 作中キャラクターB	1.01%
④ #作品A	4.41%	⑩ 作中キャラクターC	0.98%
⑤ 作品B	2.68%	⑪ 鬼滅の刃	0.36%
⑥ 過去シリーズ作品	2.00%	⑫ スパイダーマン	0.31%

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

株式会社 VLe ライナック
VLe Linac, Inc.

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。

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
「エターナルズ」