

【リデル調査】アニメ好きインフルエンサーが選ぶ「このアニメ、SNS がうまいな！」と思う No.1 は！？「セリフと声優さんの掛け合わせ」が決め手。その他、“推し”や“SNS ならでは”の情報の質・量などが成功の秘訣。

アニメ情報源は「X」一強かと思いきや意外にも…。人気インフルエンサーに聞いた「アニメと SNS」に関する調査

SNS・インフルエンサーマーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、インフルエンサーのマッチングプラットフォーム『SPIRIT（スピリット）』に登録しているインフルエンサーを対象に、「アニメと SNS」に関して調査しました。

アニメ好きインフルエンサーが選ぶ

**このアニメ
SNSがうまいな！
と思うNo.1は!?**

「セリフと声優さんの掛け合わせ」が決め手。
“推し”や“SNSならでは”の情報の質・量などが成功の秘訣。

アニメ情報源は「X」一強かと思いきや意外にも…。人気インフルエンサーに聞いた「アニメと SNS」に関する調査 ▲LIDDELL

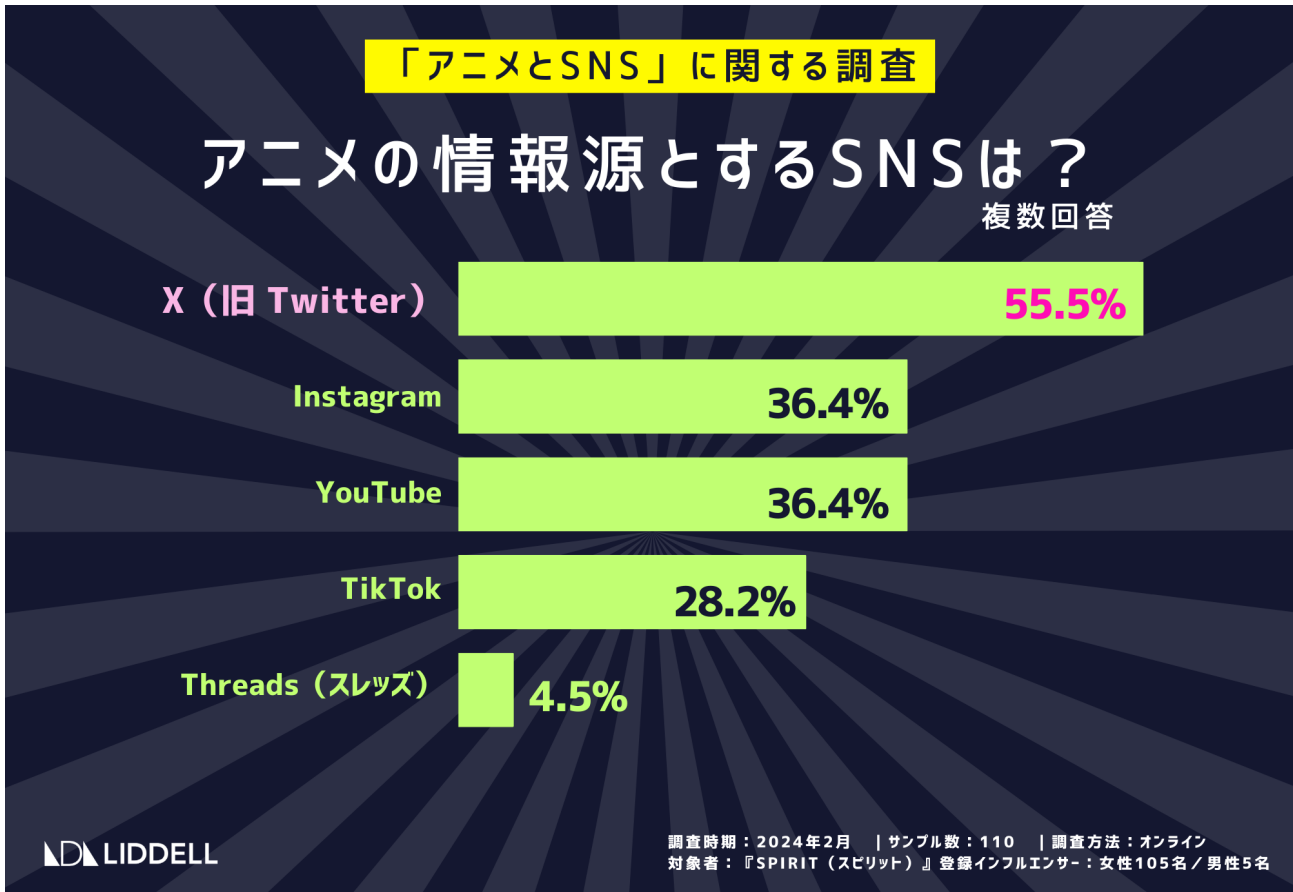
まず、アニメの情報源となる SNS は？とアンケートをとったところ、X（旧 Twitter）が半数以上となりましたが、同率で2位の Instagram と YouTube が健闘。フォトジェニックな世界観が特徴的な Instagram がアニメの参考 SNS としても活用されていました。

インフルエンサーが「運用が上手」「印象に残っている」と感じたアニメ公式 SNS は、原作者や声優などが一体になって盛り上げているアカウントが注目される傾向にありました。また、フォローするアカウントは「作品への敬意、好き」が最も多い結果となりましたが、SNS 限定で発信される「裏話」「制作秘話」「キャラクター解説」などの情報を適切な頻度でわかりやすく発信しているアカウントもフォローされていることがわかりました。

<調査サマリー>

- アニメの情報源 SNS で最も多いのは「X」だが「インスタ」「YouTube」も詰め寄る
- 「運用が上手」「印象に残っている」と感じたアニメ公式 SNS は『呪術廻戦』
- アニメ公式 SNS で「フォローする」理由は、「作品が好き」のほか「SNS 限定の情報があるか」「推しがいるか」「グッズの情報やキャンペーン企画」なども理由に。

アニメを知るきっかけになる SNS で最も多いのは「X」



アニメの情報源とする SNS を複数選択で聞いたところ、最も多いのは「X」で 55.5%、次いで「Instagram」と「YouTube」が 36.4%、「TikTok」は 28.2%、「Threads (スレッズ)」は 4.5% という結果となりました。アニメ SNS といえば「Twitter (現 X) 一択」と以前は言われていましたが、今回のアンケートがインフルエンサー限定で、さらに女性 95.45%、男性 4.55% という割合が関係するのか、「Instagram」と「YouTube」もアニメを探す SNS として上がってきました。

2024 年最新！インフルエンサーが選ぶ TOP10！

「運用が上手」「SNS が印象に残っている」と感じた【アニメ公式 SNS】

人気作品の票が多いが、公式アカウントを複数運営し SNS の特徴にあわせて発信する内容を分けている公式 SNS に注目が集まりました。また、声優や原作者が一体になって盛り上げる公式アカウントや、限定コンテンツの発信、作品と連動させていた例もあげられました。

「アニメとSNS」に関する調査

2024年最新！インフルエンサーが選ぶTOP10！
「運用が上手」「SNSが印象に残っている」と感じた
アニメ公式SNS

| | |
|----|------------|
| 1位 | 呪術廻戦 |
| 2位 | SPY×FAMILY |
| 3位 | 葬送のフリーレン |

| | |
|-----|---------------|
| 4位 | マッシュル-MASHLE- |
| 5位 | 鬼滅の刃 |
| 6位 | ちいかわ |
| 7位 | 進撃の巨人 |
| 8位 | 名探偵コナン |
| 9位 | 薬屋のひとりごと |
| 10位 | 東京リベンジャーズ |

LIDDELL

調査時期：2024年2月 | サンプル数：110 | 調査方法：オンライン
対象者：『SPIRIT（スピリット）』登録インフルエンサー：女性105名／男性5名

1位 呪術廻戦

<https://x.com/animejujutsu?s=20>

https://www.tiktok.com/@jujutsukaisen_official

2位 SPY×FAMILY

https://www.instagram.com/spy_family_official

https://x.com/spyfamily_anime?s=20

3位 葬送のフリーレン

https://twitter.com/Anime_Frieren

4位 マッシュル-MASHLE-

https://www.tiktok.com/@mashle_official

5位 鬼滅の刃

https://www.instagram.com/kimetsu_movie_campaign

6位 ちいかわ

https://twitter.com/anime_chiikawa?s=21

7位 進撃の巨人

https://twitter.com/anime_shingeki

8位 名探偵コナン

https://x.com/conan_anime1000?s=20

9位 薬屋のひとりごと

https://twitter.com/kusuriya_PR

10位 東京リベンジャーズ

https://twitter.com/anime_toman

1位の『呪術廻戦』は、「アニメで放送されたセリフを公式アカウントで発信し、声優が引用リポストで同じセリフを書き込むなど、声優を巻き込んでの運用は喜ぶファンも多く上手だなと感じる。」などと、熱を感じる投票コメントも多く、作品のみならず SNS でもファンの心を掴んでいることが散見されました。

2位の『SPY×FAMILY』も同様に、「声優と原作者が一体になって盛り上げている感じがする」など、制作会社や原作者、声優など現場チームの雰囲気良さなどが SNS から垣間見えることもポイントになっていました。

その他、TikTok と X など、「それぞれのアカウントで発信する内容を分けているのが印象的」という声や、「YouTube 限定アニメが配信されていたり、X で作者の落書きが投稿されていたり、限定コンテンツが充実していた」という内容も寄せられました。

また『【推しの子】』『僕のヒーローアカデミア』『ハイキュー!!』『銀魂』『キングダム』『ドラえもん』『ドラゴンボール』『ONE PIECE』『HUNTER×HUNTER』『School Days』『ヴァイオレット・エヴァーガーデン』などがランクイン。

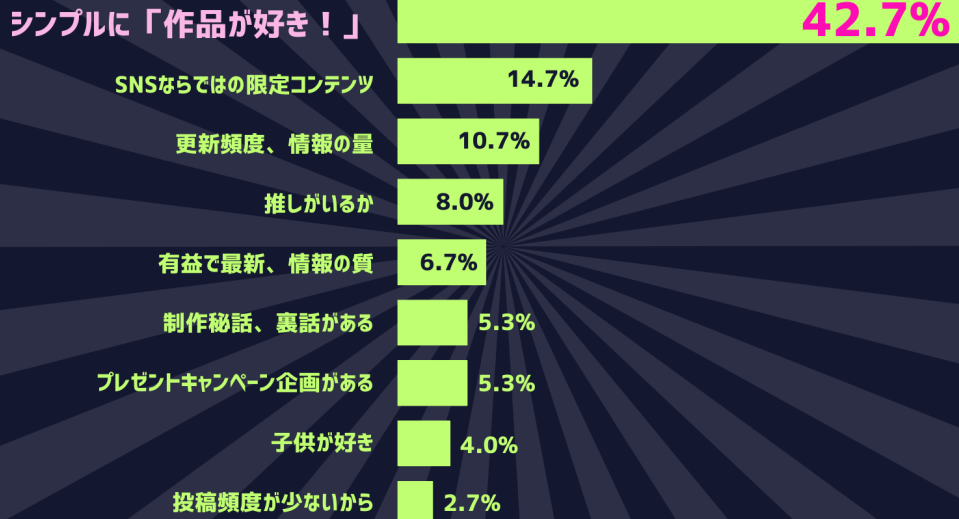
アニメ公式 SNS で「フォローする」理由は「好き」

上手いと感じたアニメ公式 SNS を「フォローする」理由を詳しく聞いたところ、シンプルに「作品が好き」など敬意や深掘りしたくなる強い興味が最も多い理由でした。

続いて、投稿頻度、情報の質、SNS 独自の情報、グッズやプレゼントキャンペーン企画の実施も理由となっており、少数票ではありますが、「投稿頻度が多すぎない」という声もありました。

「アニメとSNS」に関する調査

アニメ公式SNSを「フォローする」理由を教えてください。



LIDDELL

調査時期：2024年2月 | サンプル数：110 | 調査方法：オンライン
対象者：『SPIRIT（スピリット）』登録インフルエンサー：女性105名/男性5名

【アニメ公式 SNS を「フォローする」理由を教えてください。】を聞いたところ、【作品が好き】が42.7%と最も多い結果となりました。流行りに関係なく心底好きな作品、何度も見るアニメ、余計なコンテンツはいらない、シンプルにそのアニメを楽しみたい、などと作品愛に溢れるコメントが多数寄せられました。

続いて、【SNS ならではの限定コンテンツ】が14.7%で、「ダンスなどを覚えるため」という SNS 特有のコンテンツの楽しみ方や、「小ネタや先生のメッセージ付きのイラストや原画の投稿が嬉しい」など、お知らせ、宣伝だけではなく SNS 独自のコンテンツに期待していることがわかりました。

中でも「私を癒してくれるか」という回答がとても印象的でした。不特定多数のユーザーに向けるのではなく、“誰”かを想像したコンテンツを提供することもフォローされる秘訣かもしれません。

「『僕とロボコ』場合、アニメ内で Twitter（現 X）のアカウントを話題にし、検索させる話だったのでフォローしました」という回答など、SNS 単独投稿よりも連携することでフォローされることもわかりました。

また、【更新頻度、情報の量】が10.7%で、「発信が活発かどうかで決めることが多いです。公式ならではの発信が多いとフォローしたくなり、逆に公式よりもファンアカウントの方が活発的に情報発信をしていると公式をフォローしていません。」というシビアな意見も散見されました。

【推しがいるか】が8%で、「推しのキャラ、声優を求めてフォローする」「推しのグッズが欲しい」など、推しのコメントや推しグッズ情報などをメリットとしているようでした。

「SNS の中の人が見えて見えるアカウントはフォローしません。」という意見もありました。推しキャラへの愛情は現実世界の雰囲気は邪魔なのかもしれません。

【有益で最新、情報の質】が6.7%で、「次期のアニメ情報やイベント情報など、旬の情報をきちんと投稿するかどうか」など簡潔に分かりやすく、すぐに知りたいというタイプを求める声もありました。

【制作秘話、裏話がある】が5.3%、設定の裏話やキャラクターの背景など、限定感のある情報が評判でした。印象的な回答は「告知のみの場合はフォローしない。SNS 限定での企画があるとフォローしてしまう。描き下ろしのキャライラストやスピノフ的な四コマとか。『東京リベンジャーズ』は YouTube 限定のアニメや Twitter (現 X) でも作者の落書きとか投稿があったので面白かった。」

【プレゼントキャンペーン企画がある】が5.3%で声優陣のサインアイテムなど欲求に素直な意見も見られました。

そして、【子供が好き】という声が4%あり、「子供が好きで見たい時にすぐ見られるようにしたいから」「イベントやキャンペーン、グッズ販売など子供が好きなものを早く知りたいから」というパパママ意見もありました。

その他、【投稿頻度が少ないから】2.7%、投稿頻度が高い方が良いという意見は多くありましたが、その逆の少数派も存在しました。

投稿が多すぎると情報過多になり、重要な情報が埋もれることや、質の低下を危惧。情報公開のイベント性が減少し、特別感が失われる。もしくは情報を出しすぎると未視聴のファンにとって、重要な展開やサプライズを知ってしまう恐れがあるなど、作品を大切にすることからこそ、情報の取り扱いも配慮することが必要かもしれません。

アニメ公式 SNS が「ファンを獲得し、リテンション」するために、SNS 独自コンテンツとアルゴリズムを意識した運用が必要。

今回の調査によって、注目されるアニメ公式 SNS は、放送日や公開情報を発信するのみならず、原作者や声優の巻き込み、裏話、解説などの限定情報、グッズやプレゼント企画などを、適切な頻度でわかりやすく発信していることがわかりました。

また、SNS の特徴にあわせて限定コンテンツを発信しているアカウントや、作品と連動しているものは、具体的な事例として挙げられるほど、印象に残っていることがわかりました。

あわせて、新規発見できずとも、人気作品はフィードに流れてくるのでフォローするという声もあったのですが、その場合、SNS アルゴリズムを意識した運用も重要です。

リデルは、蓄積された知見を活かしつつ、常にアップデートしながら、SNS・インフルエンサーマーケティングのパイオニア企業として、安心・安全で健全なマーケティング活動と経済活性化に寄与してまいります。お気軽にお問い合わせください。

<調査概要>

- 「アニメと SNS」に関する調査
- 調査時期：2024 年 2 月
- サンプル数：110
- 調査方法：オンライン
- 対象者：『SPIRIT (スピリット)』登録インフルエンサー：女性 105 名／男性 5 名

【本件に関するお問合せ】

リデルでは本プレスリリースに関する内容のほか、「SNS・インフルエンサー」「ファン・コミュニティ」「コミュニティ AI」関連の市場動向、トレンド、ナレッジ、各種データなどを共有すると共に、ご取材を積極的にお受けしております。また、弊社役員や専門スタッフ、インフルエンサーに関するご取材も承っております。お気軽にお問い合わせください。
ご連絡を心よりお待ちしております。

リデル株式会社

担当：貫（ぬき）

メール：pr@liddell.tokyo

[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW]

SNS 施策がオールインワン！運用型の SNS・インフルエンサーマーケティングプラットフォーム

URL：<https://service.liddell.tokyo/>

[KAL /カル]

業務最適化やコミュニティ AI に。社内情報を学習した、自社プライベート生成 AI の提供

URL：<https://liddell-tokyo.studio.site/>

[インフルエンサー・アワード・ジャパン：インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。]

第 8 回 IAJ 特設サイト：<https://lp.spirit-japan.com/iaj/2023/>

<Information>

・【インバウンド対策】訪日客向け SNS 多言語対応開始

URL：<https://service.liddell.tokyo/notice/2702/>

・【WWDJAPAN ×リデル】ステマ規制理解促進コンテンツ「もしかしてステマ？」大募集

URL：<https://service.liddell.tokyo/notice/2641/>

・【ファン・コミュニティ戦略】戦略から日々の運用までシステムとノウハウで遂行

URL：<https://service.liddell.tokyo/notice/2504/>

[企業情報]

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田 晃一

本社：東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー12F

事業内容：人の影響を活用したマーケティング戦略支援および運用サービスを提供

(1) SNS・インフルエンサーマーケティングプラットフォームの運営

(2) ファン・コミュニティマーケティング戦略および実行支援

(3) 生成 AI・WEB3 マーケティングおよびシステム開発

コーポレート URL：<https://liddell.tokyo/>

採用に関して：<https://www.wantedly.com/companies/liddell/>