

2026年7月14日
株式会社ビデオリサーチ

SNSでバズるテレビ番組の特徴は

「勝敗が決まる番組」「音楽番組・アイドル冠番組」「アニメ番組」

～ ビデオリサーチ 2025 年度テレビ番組 X（旧ツイッター）ポスト数ランキングより分析 ～

株式会社ビデオリサーチ（以下当社）は、X（旧ツイッター）に投稿されたテレビ番組に関するポストを解析するサービス「Buzz ビューーン！」を用いて、SNS で話題化（バズる）しやすいテレビ番組の特徴について分析しました。本レポートでは、2025 年度〔2025 年 3 月 31 日（月）～2026 年 3 月 29 日（日）〕のテレビ番組 X ポスト数ランキング TOP10 を裏付けデータとして、バズりやすい番組ジャンルとその投稿の盛り上がり方の特徴を解説します。

< 調査サマリー >

■ バズるテレビ番組の特徴①「勝敗が決まる番組」

実況・応援・気持ちの共有によって盛り上がり連鎖し、勝負の展開ごとにポストの山が形成

■ バズるテレビ番組の特徴②「音楽番組・アイドル冠番組」

推し活ツールとしての投稿が多い。推しのアーティスト歌唱シーン前後や、アイドル冠番組は番組中継続的にポスト発生

■ バズるテレビ番組の特徴③「アニメ番組」

熱量の高い視聴者層が積極的に投稿。放送中だけでなく、ネタバレ回避を目的とした翌朝視聴で朝にもポストの山

■ バズるテレビ番組の特徴④「バルス」「別班」…共通のキーワードが盛り上がりを生む

「ラピュタ」の「バルス」、「VIVANT」の「別班」など、視聴者が共通して語れるキーワードは、コミュニケーション活性化

2025年度「Buzzビューーン！ ポスト数ランキングTOP10」

対象期間：2025年3月31日～2026年3月29日

順位	番組名	放送局	放送日	ポスト数（件）
1	M-1グランプリ 2025	テレビ朝日	2025年12月21日	471,935
2	プラチナイト・上田と女がDEEPに吠える夜 & 機動戦士Gundam GQuuuuuuX	日本テレビ	2025年6月24日	405,507
3	NHK紅白歌合戦	NHK 総合	2025年12月31日	387,526
4	THE MUSIC DAY	日本テレビ	2025年7月5日	358,104
5	音楽の日2025	TBS	2025年7月19日	335,025
6	Best Artist 2025	日本テレビ	2025年11月29日	265,072
7	6SixTONES	TBS	2026年1月12日	233,306
8	SMBC日本シリーズ2025第5戦 阪神×ソフトバンク	テレビ朝日	2025年10月30日	233,013
9	ミュージックステーション	テレビ朝日	2025年12月26日	224,687
10	第67回 輝く！日本レコード大賞	TBS	2025年12月30日	211,812

※Buzzビューーン！より（Xでのポストをビデオリサーチにて解析）

【図】2025 年度「Buzz ビューーン！」テレビ番組 X ポスト数ランキング TOP10

- 対象番組：関東で放送された、放送時間の全てまたは一部が 6 時～9 時（放送分数 10 分以上）、19 時～26 時（放送分数 20 分以上）の時間帯の番組
- 対象局：日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京、NHK 総合
- 取得時間：番組放送日の 24 時間（5 時～29 時）に投稿されたポスト数（旧ツイート数）
- ※レギュラー番組で同一局の同一番組名のものが 2 番組以上ある場合には最も高いポスト数のみを掲載しています
- ※番組名や放送枠は、各局公式サイト情報をベースにしておりますのでビデオリサーチが提供する番組情報とは異なります
- ※取得時の不具合等によりデータが欠損している場合がございます

【分析結果】

■ バズるテレビ番組の特徴① 実況や応援で盛り上がる「勝敗が決まる番組」

1 位のテレビ朝日「M-1 グランプリ 2025」、8 位のテレビ朝日「SMBC 日本シリーズ 2025 第 5 戦 阪神×ソフトバンク」など、勝敗が決まる番組が上位にランクインしました。**勝敗が決まる番組では、勝負の実況・応援・自分自身の気持ちの動きの共有によって X 上の盛り上がり連鎖し、ポスト数が多くなる傾向がみられます。**最終局面だけでなく、途中の試合展開ごとにもポストの山が形成されます。「M-1 グランプリ 2025」の毎分ポスト数の推移をみると、各漫才師のパフォーマンス終了タイミングで随時ポストの山ができ、番組終盤の「たろう」の漫才直後に最大の山が観測されました。応援する声やネタの感想、優勝予想が活発に投稿されていました。

■ バズるテレビ番組の特徴② 推し活×拡散でトレンド入りしやすい「音楽番組・アイドル冠番組」

TOP10 には、3 位の NHK 総合「NHK 紅白歌合戦」、4 位の日本テレビ「THE MUSIC DAY」、5 位の TBS「音楽の日 2025」、6 位の日本テレビ「Best Artist 2025」、9 位のテレビ朝日「ミュージックステーション」、10 位の TBS「第 67 回 輝く！日本レコード大賞」と、音楽番組 6 番組がランクイン。アイドルの冠番組では 7 位に TBS「6SixTONES」が入りました。**音楽番組とアイドル冠番組に共通するのは、推し活ツールとしての投稿が多い点です。**

音楽番組では、推しのアーティスト登場時に盛り上がり、歌唱中はいったん落ち着き、歌唱終了後に再び盛り上がるという特徴的な動きがみられます。歌唱中に投稿が落ち着くのは、推しの歌唱シーンから目を離したくないという心理が働いたためと推察されます。また、複数アーティストのコラボ歌唱シーンでは、各アーティストのファンが一斉に投稿するため、より大きな盛り上がりが発生します。

アイドル冠番組は、番組中継続的にポストの山が形成されることが特徴です。推しのアイドルの反応や仕草一つ一つに反応したり、リアルタイム視聴するために放送開始前から「リアタイ待機中」といった投稿もみられます。「6SixTONES」のほか、「Golden SixTONES」や「それ Snow Man にやらせて下さい」、「タイムレスマン」など、アイドル冠番組は当社が公開している毎月のテレビ番組ポスト数ランキングの常連となっています。

*ご参考：[一番投稿されたテレビ番組は？2026 年 5 月度 X（旧ツイッター）ポスト数ランキング](#)

■ バズるテレビ番組の特徴③ 熱量の高い感想投稿が多い「アニメ番組」

2 位の日本テレビ「プラチナイト・上田と女が DEEP に吠える夜 & 機動戦士 Gundam GQuuuuuuX（ジークアクス）」は、1 枠の中で 2 つの番組が放送されていますが、投稿のタイミングや内容を見ると、アニメ「機動戦士 Gundam GQuuuuuuX（ジークアクス）」に関する投稿がほとんどでした。TOP10 入り番組の中では放送分数が 30 分程度と短いため、放送時間あたりのポスト数は突出して多く、**熱量の高い視聴者層が積極的に投稿したことがうかがえます。**

さらに特徴的だったのが、翌朝にポストの山ができていたことです。大きな盛り上がり故に SNS やネットニュースで意図せずストーリー内容を知ってしまうこと（ネタバレ）を避けようと、朝起きてすぐ仕事や学校に行く前に動画配信や録画を視聴して投稿する人が多かったことが要因と考えられます。

■ バズるテレビ番組の特徴④ 共通のキーワードがあるとより盛り上がる「バルス」「別班」事例

最後に、2025 年度のランキング対象外ですが、特徴的な事例として 2 例を紹介します。

・2024 年 8 月 30 日放送の日本テレビ「金曜ロードショー『天空の城ラピュタ』」では、作中の「バルス」と唱えるタイミングに合わせて多くのユーザーが同様に「バルス」と投稿し、ポスト数が急増。いわゆる「バルス祭り」が確認されました。

・2023 年放送の TBS「VIVANT」では、考察要素の強いストーリー展開を背景に、「別班」という謎めいたキーワードを軸に「別班とは何か」「誰が別班なのか」といった考察投稿が活発化しました。

このように、視聴者が共通して語れるキーワードの存在が、X 上での投稿やコミュニケーションを活性化させ、ポスト数の盛り上がりにつながったと考えられます。

■ SNS 投稿・閲覧が、テレビ番組の視聴体験を拡張する

ジャンルや番組によってバズるタイミングや X 投稿の動機は異なりますが、共通して言えるのは、**みんなが同じ時間に同じコンテンツを見ることができるテレビ放送と X の相性が良い**ということです。テレビはリアルタイムで多くの人が同じ場面を共有できるメディアであり、X 上でその瞬間の驚き・感動・興奮を他者と共有し、他者の反応を知ることで、一人での視聴では得られない一体感や共感を得ることができます。X の投稿は、**テレビ番組の視聴体験を拡張し、満足度を高める役割を果たしている**と考えられます。

【クレジット表記のお願い】

本データを記事掲載する際は、下記クレジットを付記の上ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

「Buzz ビューーン！より（X でのポストをビデオリサーチにて解析）」

※本レターは、当社ウェブメディア「VR Digest+」内の記事から情報を抜粋してお届けしています

SNS でバズるテレビ番組の特徴とは？2025 年度 X（旧ツイッター）ポスト数ランキングから分析（2026 年 6 月 25 日公開）

<https://www.videor.co.jp/digestplus/article/tv260625.html>

【本記事で紹介したサービス】

・サービス名：ビデオリサーチ「Buzz ビューーン！」

（<https://www.videor.co.jp/service/media-data/buzzvieewn.html>）

・対象期間：2025 年 3 月 31 日～2026 年 3 月 29 日

「Buzz ビューーン！」は、X（旧ツイッター）のポストを解析し、コンテンツの“視聴質”を表すサービスのひとつです。テレビ番組に関するポスト数の集計・分析を通じて、番組やコンテンツが SNS 上でどのように受容されているかを把握することができます。

【取材のご案内】

本記事の執筆者・**白岩 佳子**（株式会社ビデオリサーチ データデザインユニット テレビデータグループ）へのインタビュー取材も随時受け付けております。今回のランキングの背景や分析手法、「SNS×テレビ視聴」をめぐる最新トレンドなどについて、より詳しくお話しできます。ご関心をお持ちいただけましたら、下記お問い合わせ先までお気軽にご連絡ください。

■ 株式会社ビデオリサーチ（<https://www.videor.co.jp/>）

株式会社ビデオリサーチは、テレビを含む動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。1962 年にテレビ視聴率データを提供する調査機関として設立され、日本国内におけるテレビ視聴率調査や各種メディアデータ、マーケティングデータを提供しています。公正なデータと信頼性の高い指標を基盤に、企業のマーケティング課題解決をトータルサポートし、知恵と情熱でデータ&システムを駆使するソリューションカンパニーとして、企業の意思決定を支援しています。