

国内外の X・TikTok から導き出した「2024 年 年間 SNS ムーブメント大賞」を発表！
TBWA\HAKUHODO ソーシャルボイス分析チーム「65dB TOKYO」が分析
～ムーブメントの裏側を解説した特別レポートも公開～

株式会社 TBWA\HAKUHODO（本社：東京都港区、代表取締役社長兼 CEO：内田 渉）のマーケティング組織「65dB TOKYO」は、国内外の X と TikTok を横断して導き出した「2024 年 年間 SNS ムーブメント大賞」を発表します。



「65dB TOKYO」は、SNS や動画プラットフォーム上のソーシャルボイスを分析し企業のマーケティング支援を行う SNS 分析のプロフェッショナルチームです。X、Instagram、TikTok などのプラットフォームを横断し、最新トレンドを捉えています。

2024 年も残すところあとわずかとなった今、日々 SNS をウォッチしている「65dB TOKYO」が今年の SNS で盛り上がりを見せたムーブメントを以下の 3 つの視点から振り返り、大賞を決定しました。

目まぐるしくトレンドが移り変わる昨今。上半期/下半期にはあらゆるトレンドランキングが発表され、世の中の流行りを見ることができます。2024 年に流行ったトレンドと、それがなぜ・どのように広まったのか、その理由や背景をさまざまな角度から分析し、そこから見えてくる潮流やインサイトを深掘りしました。

【① Xムーブメント大賞】

2024年にX上で最も話題となった現象やトピックから選定

【② X・TikTok 横断ムーブメント大賞】

XとTikTokの両方で共通して盛り上がりを見せた現象から選定

【③ 海外比較！消費ムーブメント大賞】

海外の動向と比較し、独自の流行が垣間見られた”日本ならではの”のSNSトレンドから選定

また、それぞれの大賞を発表するだけでなく、ムーブメントの中でも特に特徴的だったトレンドをランキング付けしました。さらにソーシャルリスニングを通して各ムーブメントがどのような傾向が見られたか、詳細を解説したレポートを公開しました。

レポートダウンロードはこちら：[65dB TOKYO「2024年 年間 SNS ムーブメント大賞」](#)

■2024年 年間 SNS ムーブメント大賞は「動物ネタ」「〇〇界限」「キンダーカルト」！

2024年 年間SNSムーブメント大賞発表！

ムーブメントから2025年の兆しを調査

Xムーブメント大賞 動物ネタ祭り	X/TikTok横断ムーブメント大賞 〇〇界限	海外比較！消費ムーブメント大賞 キンダーカルト
👑 猫ミーム	👑 風呂キャンセル界限	👑 平成女兒チョコ
👑 好きな〇〇発表ドラゴン	👑 回転界限	👑 セボンスター
👑 アザラシ幼稚園	👑 自然界限	👑 フェラムネ
優しいSNS活用の回復	界限のマニアック化	大人のワクワク消費

65dB Tokyo

【①X ムーブメント大賞】動物ネタ祭り

2024年、Xでは「猫ミーム」や「好きな〇〇発表ドラゴン」などの動物ネタが大きなムーブメントになりました。「猫ミーム」は270万以上、「好きな〇〇発表ドラゴン」は150万以上ものメンションを獲得していることから、2024年のムーブメント大賞に決定しました。

SNSで自分のことを発信したいけれど、ネガティブな議論が白熱しやすいXでは自分語りや炎上に発展するリスクも。そんな中で、自分の過去のエピソードや好きなものを猫やドラゴンなどの動物キャラクターを通して嫌味なく・楽しく発信できるフォーマットが多くのユーザーに受け入れられ、一気に広まりを見せました。このような自己発信を通じて人々の共感を得ることは、ありのままの自分を受け入れる自己肯定感に繋がります。さらに、「アザラシ幼稚園」のように、癒される動物の姿だけでなく保護活動にもつながる「良いこと」をシェアし、多くの人々に広がっていく様子は、自己肯定感を倍増させます。

このような自己肯定感を高めるXの投稿数は、過去4年間の中で最も高まっています。2024年のXからは、「嫌味なく、楽しく自分のことを発信したい」「ありのままの自分を肯定したい/してほしい」「誰かにとってもよいことをすることで、自分の肯定感も高めたい」という人々の優しいSNS活用の様子を読み取ることができました。SNS誕生初期のような本来の使い方への回帰は、SNS疲れしている現代のユーザーにより求められていくと思われま

【②X/TikTok 横断ムーブメント大賞】〇〇界限

「界限」に関する投稿（リポストも含む）は2022年から1,000万回を超え、2023年には1,200万回、2024年は10月時点でさらにそれを上回り、右肩上がりに伸び続けています。このように著者なトレンドがXおよびTikTokということなるプラットフォームで発生したことから、2024年のX/TikTok 横断ムーブメント大賞に決定しました。

「界限」というワードは、昨年までは「トー横界限」「水色界限」などの自身の所属を表す言葉として活用されていましたが、今年はそれにとどまらないさまざまな使われ方が広がりました。さらに、XとTikTokとでは異なる傾向が見られます。

Xでは、人に言いづらいアンダーグラウンドな事象に関連した「界限」が広がりを見せたのに対し、TikTokでは動画に落とし込みやすい行動・アクティビティ系の「界限」が広がりました。たとえば、入浴へのハードルが極端に高くお風呂をキャンセルすることを指す「風呂キャンセル界限」のハッシュタグ量は、TikTokでは895だったのに対し、Xでは39,447もの話題量が確認されています。また、音楽に合わせて回転するフォーマット「回転界限」はXでの話題量は1,730でしたが、TikTok

では 21,300 ものハッシュタグ量が確認されています。

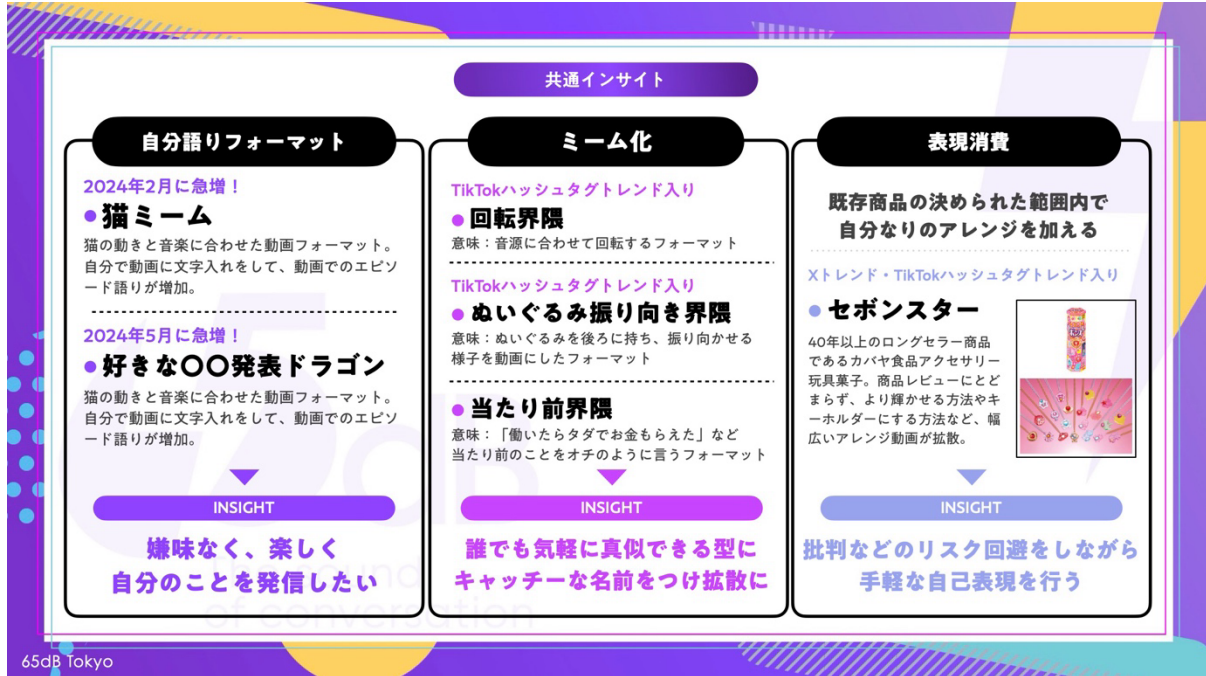
【③海外比較！消費ムーブメント大賞】 キンダーカルト

TBWA\HAKUHODO では、世界のトレンドを発信するレポート「[EDGES](#)」を発行するなど、グローバルに現れるカルチャーの潮流を継続的に観測しています。2024 年、グローバルで巻き起こったムーブメントのひとつに、大人が子供に戻って楽しむ消費「キンダーカルト」がありました。日本でもキンダーカルトのムーブメントが起っていますが、海外と比較すると、大人たちの消費傾向の違いが見て取れます。

日本では、昨年から「平成女兒チョコ」などの昔を懐かしむ”懐古消費”が盛り上がっていますが、今年はそのに加えて、45 年間愛され続けているアクセサリ玩具菓子「セボンスター」を大人の女性たちがリメイクして自分なりのアレンジを加える”表現消費”や、「フェラムネ」に付属するおもちゃが大人を中心に爆発的ヒットするなどの低予算で気軽に楽しむ“安定消費”の傾向が目立つようになりました。日本で求められるのは「自己表現をする余白」と「手軽さ」であり、安価にワクワクを楽しむ大人たちが多く見られます。

一方で、アメリカやシンガポールの X や TikTok のムーブメントから見えてくるのは、商品をありのまま楽しみ、その商品から生まれる『妄想体験』に重きがおかれている様子です。また、昔懐かしい商品を楽しむよりも、新たに大人向けに誕生した商品が好まれる傾向に。海外の大人たちは、大人になって初めて体験できる高級な物事にワクワクするようです。

■総括：自己表現が広がった 2024 年の SNS



以上の3つのムーブメントから、「自己表現をリスクなく、土台があった上で表現したい」という共通のインサイトが浮かび上がりました。自己表現のためにゼロから何かを作ると他人からの評価・意見がダイレクトに自分に返ってくるため、既存のものに自分なりのアレンジを加えることができるアイテムや行動が受け入れられやすい傾向が見られました。すなわち表現の自由とリスク回避を両立させる選択肢がムーブメントになると言えますが、この傾向は2025年も続いていくでしょう。

（調査概要）

調査実施時期：2024年11月

調査実施対象期間：2024年1月1日～2024年10月31日

対象：主要プラットフォーム SNS (X、TikTok)

分析方法：ソーシャルリスニング（ツール名：Brand Watch、TikTok Creative Center）

調査主体：TBWA\HAKUHODO「65dB TOKYO」

※ 本リリース内容を掲載いただく際は、出典「TBWA\HAKUHODO「65dB TOKYO」」と明記をお願いします。

※ 本レポートや「65dB TOKYO」に関する取材も受け付けています。

レポートダウンロードはこちら：[65dB TOKYO「2024年 年間 SNS ムーブメント大賞」](#)

■65dB TOKYO について

「65dB」は、2018年にTBWAグループに加入した、フランスを拠点とするマーケティングカンパニーです。人々が通常の会話で発する音声の強さ（65デシベル）をグループ名とするこの組織は、ソーシャルボイスの分析結果を元にした企業のマーケティング支援を展開することを主力事業としており、パリ、東京、上海、ニューヨーク、ムンバイ、サンパウロ、ジャカルタおよびドーハに拠点を置いています。65dB TOKYOはTBWA HAKUHODO傘下に組織を置く事で、TBWA HAKUHODOのグローバルレベルのクリエイティブチームとも連携し、マーケティングプロセスをワンストップで支援することも可能です。

<http://65db.jp/>

■TBWA\HAKUHODO (TBWA 博報堂) について

2006年に博報堂、TBWA ワールドワイドのジョイントベンチャーとして設立された総合広告会社です。博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」「パートナー主義」とTBWAがグローバル市場で駆使してきた「DISRUPTION®」メソッドを中心とした独自のノウハウを融合。質の高いソリューションを創造し、クライアントのビジネスの成長に貢献します。「DISRUPTION®」は既成概念に縛られず、常識を壊し、新しいヴィジョンを見いだすTBWA\HAKUHODOの哲学です。マーケティングに限らず、ビジネスにおけるすべての局面でディスラプションという新しい視点を武器に事業やブランドを進化させるアイデアを生み出します。

<https://www.tbwahakuhodo.co.jp>