

2020年6月4日

報道関係各位

CCC MARKETING HOLDINGS 株式会社

## 『映画に関するアンケート調査』映画好きに聞きました！

**10～20代の男性は映画好き!? 10人に1人は「週に1回は映画館・ミニシアターへ行く」**  
**映画好きの5割は「映画館で映画を観るのが一番好き！」**  
～人生を変えた映画 1位「スター・ウォーズ」 2位「ショーシャンクの空に」 3位「アルマゲドン」～

CCC MARKETING HOLDINGS 株式会社は、映画が好きな18～59歳の男女1,206名に、インターネット上での意識調査「Tアンケート」によって、『映画に関するアンケート調査』を実施しましたので、お知らせいたします。

## ■映画に関するアンケート調査ダイジェスト

### ●どのくらいの頻度で映画を観ている？

月1回以上では1位「映像配信」(40.5%) 2位「DVD」(28.7%) 3位「映画館」(18.0%)  
10～20代の男性の1割は、「週に1回以上は映画館・ミニシアターへ映画を見に行く」

### ●1番好きな映画鑑賞スタイルは？

1位「映画館」(52.4%) 2位「DVD」(17.2%) 3位「映像配信」(16.9%)  
映画好きの2割は、家での映画鑑賞用に「大画面テレビを設置している」

### ●男性は年代ごとに大きく変わる!? 「家で映画鑑賞しながらの飲食するもの」

10～20代は1位「ソフトドリンク」 2位「お菓子」 3位「お茶・コーヒー」  
30～40代は1位「お茶・コーヒー」 2位「アルコール」 3位「お菓子」  
50代は1位「お茶・コーヒー」 2位「飲食しない」 3位「アルコール」

### ●映画好きの3割は「映画の鑑賞記録をつける」

10～20代の2割は映画鑑賞の記録を「SNSに投稿」、50代は「カレンダー」

### ●人生を変えた映画は？

1位「スター・ウォーズ」 2位「ショーシャンクの空に」 3位「アルマゲドン」

### ●営業再開後の映画館で観たい映画は？

1位「名探偵コナン」 2位「」 3位「るろうに剣心」

■プレスリリースに関するお問い合わせ：

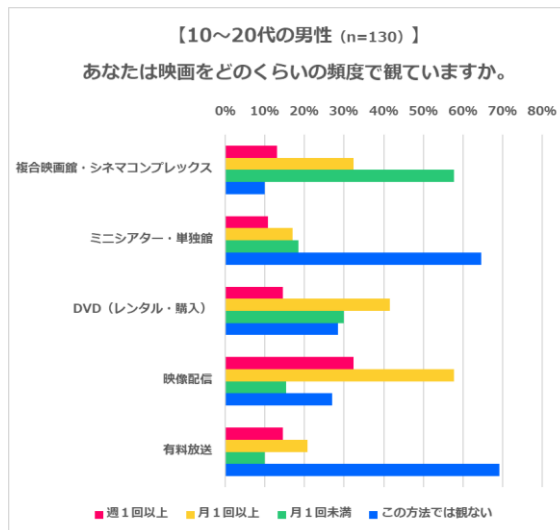
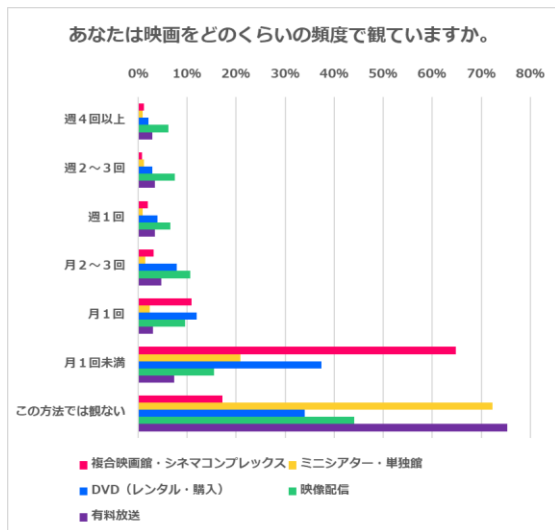
CCC MARKETING HOLDINGS株式会社  
広報担当：安藤 / TEL：03-6800-4464

## ● どのくらいの頻度で映画を観ている？

月1回以上では1位「映像配信」(40.5%) 2位「DVD」(28.7%) 3位「映画館」(18.0%)  
10~20代の男性の1割は、「週に1回以上は映画館へ映画を見に行く」

新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言が発令されたことにより、多くの方が自宅で過ごす時間が増え、「おうち時間」を満喫するために楽しい時間やホッと心温まる時間を求めて映画鑑賞をされたのではないのでしょうか。6月1日には東京でも映画館の営業再開が一部で始まりました。そこで今回のTアンケートでは、映画好きの18~59歳の男女1,206名を対象に、「映画」への意識調査を実施いたしました。

まず、どのくらいの頻度で映画を観ているかを聞いたところ、「月に1回以上は鑑賞している」との回答数が最も多かった鑑賞スタイルは、上位から「映像配信」(40.5%)、「DVD」(28.7%)、「映画館・シネコン」(18.0%)、「有料放送」(17.4%)、「ミニシアター」(6.9%)となり、身近で手軽な鑑賞スタイルの頻度が高いことが分かりました。この結果を性・年代別にみると、10~20代の男性は映画を見る頻度が高く、全ての鑑賞スタイルにおいて「週1回以上は映画を鑑賞している」との回答が1割以上存在する結果となりました。特に10~20代の男女ともに、「映像配信」で映画を観ている割合は「月1回以上」は5割、「週1回以上」で3割にのびります。



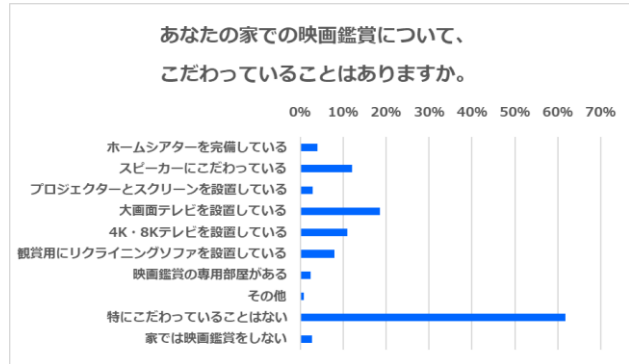
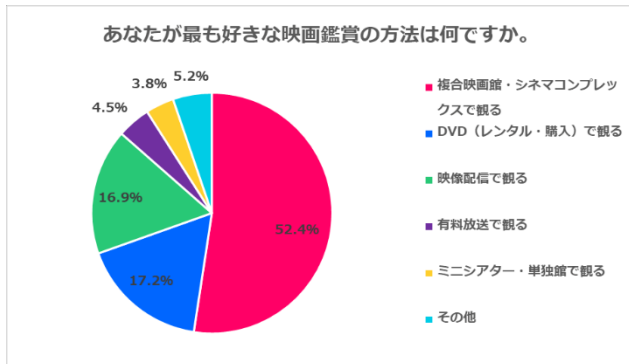
## ● 1番好きな映画鑑賞スタイルは？

1位「映画館」(52.4%) 2位「DVD」(17.2%) 3位「映像配信」(16.9%)  
映画好きの2割は、家での映画鑑賞用に「大画面テレビを設置している」

続いて、最も好きな映画鑑賞スタイルが何であるかを聞いたところ、1位「映画館・シネコン」(52.4%)、2位「DVD」(17.2%)、3位「映像配信」(16.9%)、4位「有料放送」(4.5%)、5位「ミニシアター」(3.8%)との結果となり、頻度では「映像配信」が上回るものの、映画好きの人にとって「映画館で映画を観る」ことが最も愛されている映画鑑賞スタイルであることが分かりました。

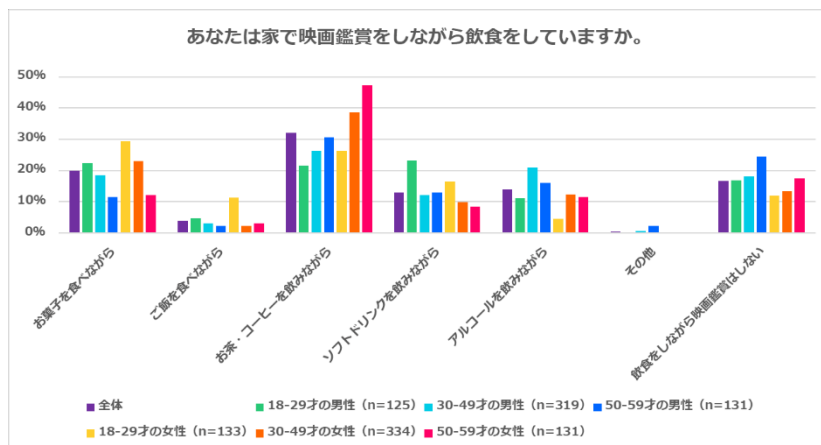
また、家で映画を観る時にこだわっているものがあるかどうかを複数選択で聞いたところ、最もこだわっている人が多かったものは「大画面テレビを設置している」(18.6%)、続いて「スピーカーにこだわっている」(12.1%)、「4K・8Kテレビを設置している」(10.9%)となり、まるで映画館で映画を観るような環境作りこだわっていることが見てとれる結果となりました。

# Tアンケート



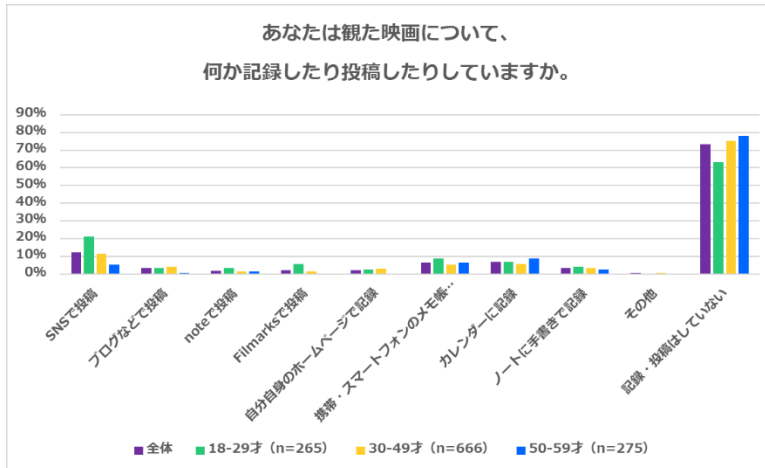
**●男性は年代ごとに大きく変わる!?「家で映画鑑賞しながらの飲食するもの」**  
 10～20代は1位「ソフトドリンク」 2位「お菓子」 3位「お茶・コーヒー」  
 30～40代は1位「お茶・コーヒー」 2位「アルコール」 3位「お菓子」  
 50代は1位「お茶・コーヒー」 2位「飲食しない」 3位「アルコール」

「映画館で映画を観ながらポップコーンを食べる」というシーンは想像に難くありませんが、一方の家で映画を観る時にはどういったものを飲んだり、食べたりしているのか、最もよく行っている飲食のスタイルを聞いたところ、上位から「お茶・コーヒー」（32.1%）、「お菓子」（19.9%）、「飲食しない」（16.6%）、「アルコール」（14.0%）、「ソフトドリンク」（12.9%）、「ご飯」（3.9%）となり、意外にも映画好きの人は、家での映画鑑賞中に、飲食せずに真剣に映画を観ている人も少なからずいることが分かりました。また、この結果を性・年代別にみると、男性は年齢が上がるにつれて家での映画鑑賞中の飲食スタイルに大きく変化していくことが分かりました。まず10～20代では1位から「ソフトドリンク」「お菓子」「お茶・コーヒー」と続き、若い層が好きな飲食スタイルが上位を占めますが、30～40代になると1位から「お茶・コーヒー」「アルコール」「お菓子」となり、ソフトドリンクからアルコールへと嗜好性が変化。50代では上位から「お茶・コーヒー」「飲食しない」「アルコール」との結果となり、飲食すらしらない、という映画鑑賞のスタイルへと変化していく傾向がみてとれる結果となりました。



●映画好きの3割は「映画の鑑賞記録をつける」  
10～20代の2割は映画鑑賞の記録を「SNSに投稿」、50代は「カレンダー」

映画好きの人が自分の鑑賞した映画をどのように記録しているのかを選択式で聞いたところ、意外にも7割の人が「記録・投稿はしていない」と回答しました。一方で記録方法を年代別でみると、10～20代では2割が「SNSで投稿」、30～40代でも1割が「SNSで投稿」を選択する中、50代では1割弱が「カレンダーに記録」を選択し、年代ごとに記録方法に特徴があることが分かりました。



●人生を変えた映画は？  
1位「スター・ウォーズ」 2位「ショーシャンクの空に」 3位「アルマゲドン」  
●営業再開後の映画館で観たい映画は？  
1位「名探偵コナン」 2位「鬼滅の刃」 3位「るろうに剣心」

最後に、人生を変えた映画が何であるか、また緊急事態宣言が解除され、映画館の営業が再開した後に映画館で観たい映画が何であるかを自由回答で聞きました。まず、人生を変えた映画では、1位はルーク・スカイウォーカーを主人公とする世界的な大ヒット映画の『スター・ウォーズ』が選ばれました。選んだ理由を聞いてみると、「小さい頃からすり切れるほど観てきた。男のロマンが全て詰まっている作品」、また「映画の面白さを知った」「科学を好きになるきっかけとなった」「映像の仕事をするきっかけ」など、まさに人生観を変えられたようなコメントが寄せられました。続いて2位は第67回アカデミー賞に輝いた希望を捨てずに生きていくことを訴える『ショーシャンクの空に』で、その理由としては「希望を与えてくれた」「諦めない心を学んだ」との回答が続き、3位は地球を救うために果敢にも宇宙へと飛び立つアクション映画『アルマゲドン』、こちらの理由は「中学生の時映画で初めて泣いたことから」「とにかく共感、感動した」と心を揺さぶられる映画であることが分かるコメントがありました。他にも「この作品を見ずに死ぬのはもったいない。本当に全てが面白く、絵も素晴らしいので」との理由で選ばれた『AKIRA』や、「なんとも言えない、青春の甘さ、苦さ、学生時代の幼なじみを思い出しました。大切にしようと思った作品」との理由で『あの日見た花の名前を僕達はまだ知らない』、また『バック・トゥ・ザ・フューチャー』を選んだ方は「小さい頃に見て生まれて初めてワクワクしたのを覚え

# Tアンケート



ています。映画とはこんなに面白いのかと衝撃を受けました」とのコメントがあり、映画は本当に人の心に大きな影響を与える存在であることに改めて気づかされる結果となりました。

続いて、営業再開後の映画館で観たい映画では、1位『名探偵コナン』、2位『鬼滅の刃』、3位『るろうに剣心』と上位3作品に全てアニメに関連する作品が選ばれ、コロナと共に生きる「新しい生活様式」と言われる中でも、日本のアニメは老若男女問わず不動で愛されていること分かりました。

## ■ 調査概要

調査方法	インターネット（Tアンケート）
調査期間	2020年5月22日（金）～5月26日（火）
調査地域	全国
調査対象	「映画が好き」と回答をした18～59歳の男女（T会員）
サンプル数	1,206名

※ 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。