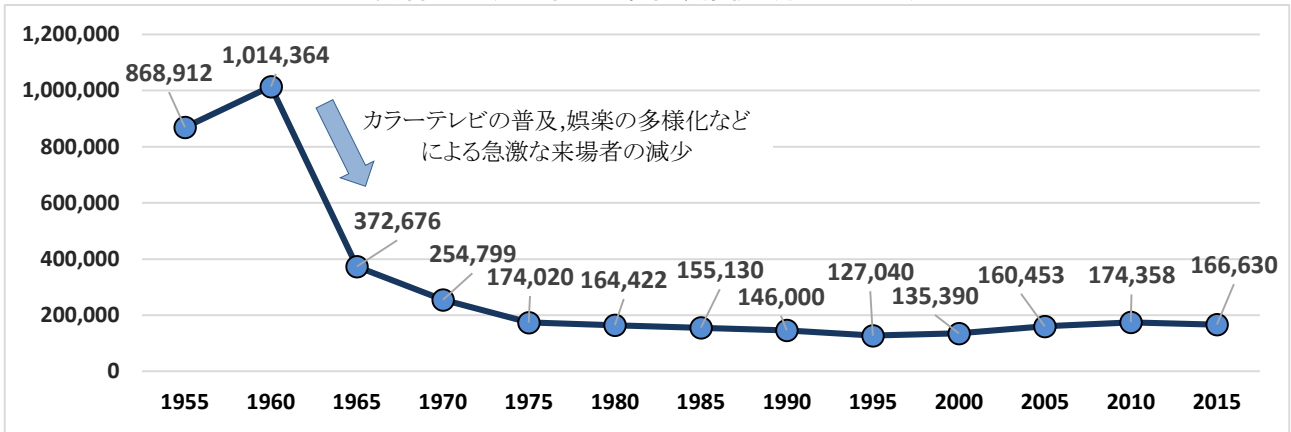


若者の娯楽としての映画鑑賞の特性

～「生活環境の多様化」「鑑賞方法の多様化」を通じて～

大鳥雄介（文教大学情報学部広報学科）

資料-1. 映画館の来場者数推移（単位：千人）



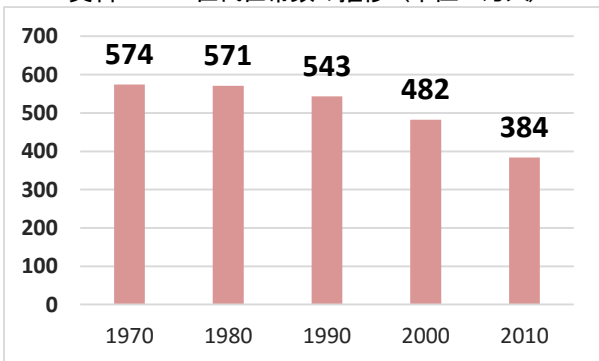
※一般社団法人日本映画製作者連盟の公開データを基に筆者作成

1. 調査研究の目的と背景

近年、映画が私たちに果たす役割は大きく変化しているのではないだろうか。かつて映画は「20世紀最大の娯楽」^{※1}と言われ、人々の娯楽の中心的存在であった。最盛期の1960年頃には映画館は年間10億人を超える入場者数を誇ったのだ^{※2}。しかし、テレビの普及をはじめとする「娯楽の多様化」を背景に入場者数は減少した。

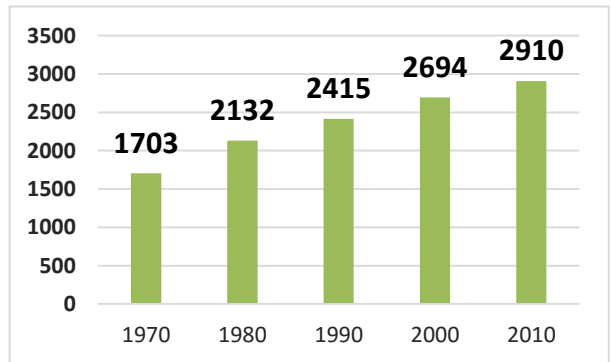
資料1に映画入場者数の推移を示した。これを見ると、もはや映画に「20世紀最大の娯楽」の面影がないことがわかるだろう。1990年頃には、映画館の入場者数は最盛期の約5分の1にまで落ち込み、映画産業はどん底の時代を迎えたのだ。しかしながら、2000年頃からは、若干の回復傾向にあることも事実である。

資料-2. 3世代世帯数の推移（単位：万人）



※「平成26年 国民生活基礎調査の概況」を基に筆者作成^{※3}

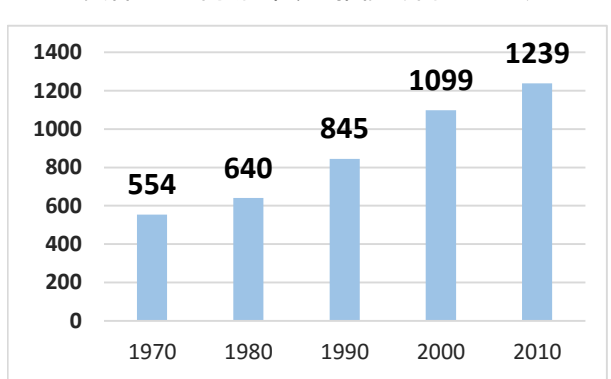
資料-3. 核家族総数の推移（単位：万人）



※平成26年 国民生活基礎調査の概況を基に筆者作成^{※3}

※核家族総数とは「夫婦のみの世帯」「夫婦+未婚の子供の世帯」「父親+母親のどちらか一方+未婚の子供の世帯」の合計である

資料-4. 単独世帯数の推移（単位：万人）



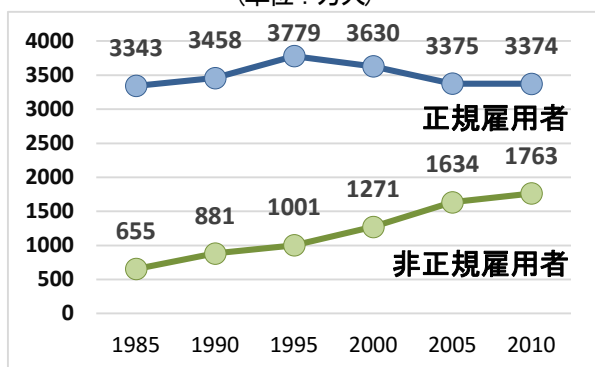
※「平成26年 国民生活基礎調査の概況」を基に筆者作成^{※3}

※単独世帯とは世帯員が1人のみの世帯のことである

加えて、映画の最盛期であった時代と比べると、近年は生活環境が多様化している。資料2～4は世帯数の種類別推移を示したものである。戦前には一般的であった祖父母と孫が同居する3世代世帯がゆるやかに減少し、核家族や単独世帯が急増していることがわかる。「家族のあり方」が多様化している。

また「働き方の多様化」も顕著である。資料5は正規雇用・非正規雇用の労働者数推移を示したものである。正規雇用者が減少し、派遣社員や契約社員、パート・アルバイトなどが含まれる非正規雇用者が増加している。

資料-5. 正規雇用・非正規雇用の労働者数推移
(単位：万人)



※内閣府 HP 「正規雇用・非正規雇用の労働者の推移」^{※4}より筆者作

さらに、「趣味の多様化」も顕著である。電通総研の電通若者研究部が平成25年に15～29歳の独身男女に行った「好きなものまるわかり調査」^{※5}によれば、若者は平均して11個の趣味を持ち、多趣味な傾向があるようだ。限られた金額を切り盛りしながら、複数の趣味にお金をかけているという。

このような生活環境の多様化の中で、娯楽として映画が人々の生活の中で占める役割や重要度が、大きく変化している。

また、鑑賞方法が多様化したことで、映画は劇場でしか鑑賞できない「特別な娯楽」から映像ソフトやインターネットで視聴できる「手軽な娯楽」へと変貌した。特に映像ソフトの「高画質化」や「レンタル料金の低価格化」は映画の娯楽としての特性に大きな変化を起こしたと言えるだろう。同じ「映画を鑑賞するという行為」であっても、鑑賞方法や視聴環境が異なれば娯楽として映画が果たす役割は大きく異なるのではないだろうか。例えば、「映画館にて1800円支払って、大きなスクリーンで映画を観る行為」と「レンタルビデオ店にて100円支払って、借りてきた映画を中断可能な状況で自宅のテレビで見る行為」は、それぞれ娯楽としての特性が全く異なるはずだ。

つまり、「生活環境の多様化」と「鑑賞方法の多様化」を主要因として娯楽として「映画鑑賞という行為が持つ特性」

が大きく変化しているのではないだろうか。

そこで、本研究では大学生へ映画鑑賞に関する現状把握調査を行い、若者がどのように映画と親しんでいるか検証した。これにより、現代において映画鑑賞が娯楽として持つ特性を明らかにしたい。

2. 調査研究の方法

2-1. 進捗経緯

4～6月	調査テーマ討論・文献収集
7～9月	調査実施・集計(予備調査)
10月	調査テーマの再検討・具体化
11～12月	調査実施・集計(本調査)
1月～2月	報告書作成

2-2. 予備調査

2-2-1. 目的

若者の映画鑑賞の現状を把握し、本調査にその結果を反映することを目的とした調査である。本調査の調査精度を高めることを目指した。自由記述式の項目を中心に質問を行い、自由な観点からの現状把握に務めた。

2-2-2. 主な質問項目

- ・映画の鑑賞手段
- ・最もよく利用する鑑賞手段の長所・短所(自由記述)
- ・ここ最近で利用頻度が下がった鑑賞方法
- ・映画の鑑賞相手(自由記述)
- ・鑑賞作品の決定時に参考となる情報源(自由記述)
- ・映画鑑賞時の重視項目(自由記述)

2-2-3. 実施概要

-実施方法-

調査票を用いた自記式の集合調査を実施

-実施場所-

文教大学湘南校舎

-調査対象者-

文教大学湘南校舎「音楽友の会」の所属学生

-実施日時-

2015年7月16日(木)

-調査主体-

大鳥雄介

-依頼数・有効回答数-

依頼数 21 有効回答数 23 有効回答率 91.3%

-対象者特性-

男性 8名 38.1% 女性 13名 61.9%

2-2-4. 留意点

予備調査と本調査の質問項目は重複し、本調査の結果が正式のものとなるので、本文中では予備調査の結果には言及しない。予備調査の結果は文末に付記した調査票及び図表を参照されたい。

2-3. 本調査

2-3-1. 目的

予備調査の結果を基に、更に広範な内容で映画の鑑賞状況や鑑賞方法ごとの印象などを掘り下げて調査することで「映画鑑賞行為全体の性質」や「鑑賞方法ごとの特性」に迫ることが目的である。

また、多様な鑑賞方法の中でも特に「映画館での鑑賞」に焦点を当てた設問を複数用意した。

2-3-2. 主な質問項目

- 映画の鑑賞頻度
 - 鑑賞状況の把握
- 鑑賞方法別の利用経験
 - 鑑賞方法ごとの普及度の測定
- 過去5年間の鑑賞方法別の利用頻度変化
 - 鑑賞方法の多様化による各利用頻度の増減を測定
- 映画鑑賞時の重視項目
 - 鑑賞者が重視することを測定
- 鑑賞方法別の特徴・特所
 - 鑑賞方法ごとの差異の把握
- 鑑賞作品を選ぶ際の情報源
 - 鑑賞行動に影響を及ぼしやすい情報源の特定
- 映画鑑賞の効用
 - 映画が鑑賞者にどのような心理的効用をもたらすか
- 映画館での上映前/上映後過ごし方
 - 映画館を利用した際の行動把握
- 映画館の利用シチュエーション
 - どの程度の時間が取れる日に映画館を利用するか
- 生活環境に関する項目
 - 生活環境が鑑賞状況・映画嗜好に影響を及ぼすか

予備調査と重複する質問については、予備調査の結果を基に選択肢を作成し、より精度の高い調査票になるように努めた。

2-3-3. 実施概要

-実施方法-

調査票を用いた自記式の集合調査

-実施場所-

文教大学湘南校舎

-調査対象者-

文教大学湘南校舎の以下の学生

- ・「メディア社会学」の受講生
- ・「言語コミュニケーション論」の受講生

-実施日時-

「メディア社会学」 2015年12月18日(金)
「言語コミュニケーション論」 2015年12月22日(火)

-調査主体-

大鳥雄介

-依頼数・有効回答数-

依頼数 126 有効回答数 111 有効回答率 88.1%

-対象者特性-

男性 57名 51.4% 女性 54名 48.6%
1年生 80名 72.1% 2年生 14名 12.6%
3年生 13名 11.7% 4年生以上 4名 3.6%
情報学部メディア表現学科 93名 83.8%
情報学部広報学科 17名 15.3%
その他学部・学科 1名 0.9%

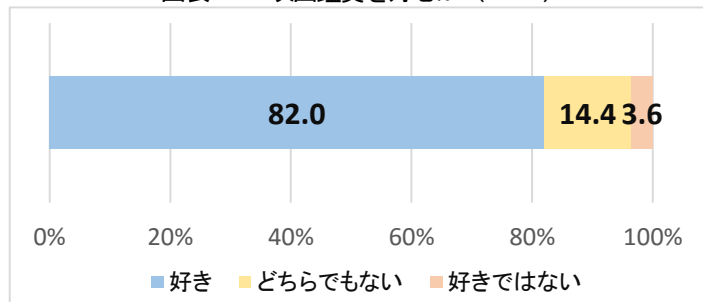
3. 調査研究の成果

3-1. 映画の鑑賞実態

3-1-1. 映画鑑賞を好むか

はじめに、映画鑑賞が好きかどうか尋ねた。その結果が図表-1である。「好き」と答えた人が82.0%、「どちらでもない」と答えた人が14.4%、「好きではない」と答えた人が3.6%であった。全体の8割以上の人が「好き」と回答し、「好きではない」と回答した人が僅かなことから、映画は万人受けする娯楽と言える。

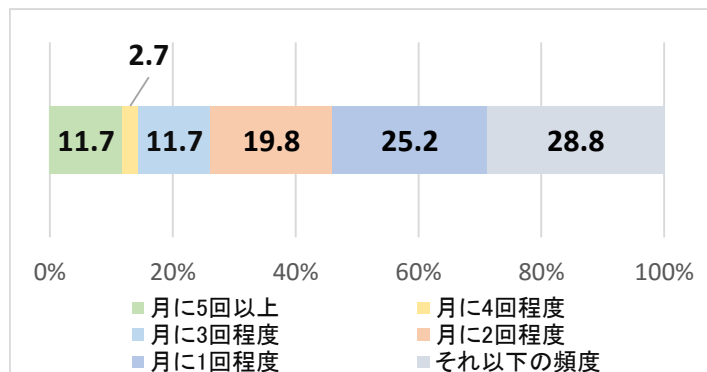
図表-1. 映画鑑賞を好むか (n=111)



3-1-2. 映画の鑑賞頻度

鑑賞方法を問わず、どのくらいの頻度で映画を鑑賞するか尋ねた結果が図表-2である。回答数が多い順に「それ以下の頻度」28.8%、「月に1回程度」25.2%、「月に2回程度」19.8%、「月に3回程度」11.7%、「月に5回以上」11.7%、「月に4回程度」2.7%であった。選択肢別では「それ以下の頻度」(=月に1回未満)と答えた人が28.8%と最も多かった。しかし、それ以外の選択肢を合計すると約7割の人が月に1回以上映画を見ていることになる。

図表-2. 映画鑑賞頻度 (n=111)



3-1-3. 鑑賞方法別の利用経験

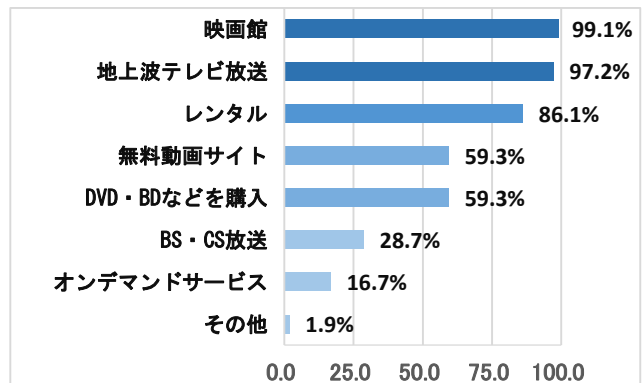
映画の鑑賞方法別の利用経験を複数回答にて尋ねた結果が図表-3である。「映画館」と「地上波テレビ放送」では、ほぼ全員が映画を鑑賞したことがあることがわかった。また、「レンタル」での鑑賞経験を持つ人も86.1%と極めて多かった。

「無料動画サイト」と「DVD・BDを購入」で鑑賞経験を持つ人は共に59.3%であった。

一方で、鑑賞経験が3割以下の方法は「BS・CS放送」と「オンデマンドサービス」であった。まだまだ、普及の途上にある鑑賞方法と言えるだろう。

全体としては、6割以上の人が利用経験を持つ鑑賞方法が、5つもあり普段から多様な鑑賞方法で映画を見ている人が多いことが裏付けられた。

図表-3. 鑑賞方法別の利用経験 (n=108)



※複数回答

順に「映画館」69.4%、「レンタル」18.0%、「地上波テレビ放送」4.5%、「DVD・BDなどを購入」3.6%、「無料動画サイト」3.6%、「その他」0.9%、「BS・CS放送」0.0%、「オンデマンドサービス」0.0%であった。

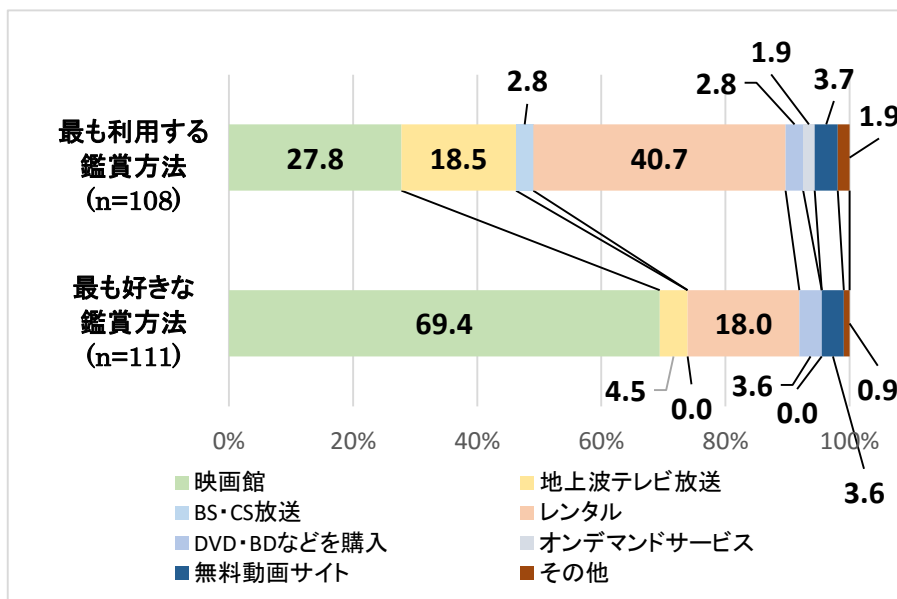
「最も利用する鑑賞方法」の結果と「最も好きな鑑賞方法」の結果に連関が見られるかカイ二乗検定を行ったところ、結果に有意差が見られた($\chi^2=146.716$, $df=35$, $p<.01$)。

「最も利用する鑑賞方法」では、約3割の回答であった「映画館」だが、最も好きな視聴方法には約7割の人が回答した。「映画館」で鑑賞することが一番好きだが、金銭的負担や利便性などの理由によって映画館以外で鑑賞することが多くなるのではないだろうか。

3-1-4. 最も利用する/最も好きな鑑賞方法

映画を鑑賞する際に「最も利用する鑑賞方法」と「最も好きな鑑賞方法」をそれぞれ尋ねた。その結果が、図表-4である。「最も利用する鑑賞方法」は回答数が多い順に「レンタル」40.7%、「映画館」27.8%、「地上波テレビ放送」18.5%、「無料動画サイト」3.7%、「BS・CS放送」2.8%、「DVD・BDなどを購入」2.8%、「オンデマンドサービス」1.9%、「その他」1.9%であった。「最も好きな鑑賞方法」は回答数が多い

図表-4. 最も利用する／最も好きな鑑賞方法



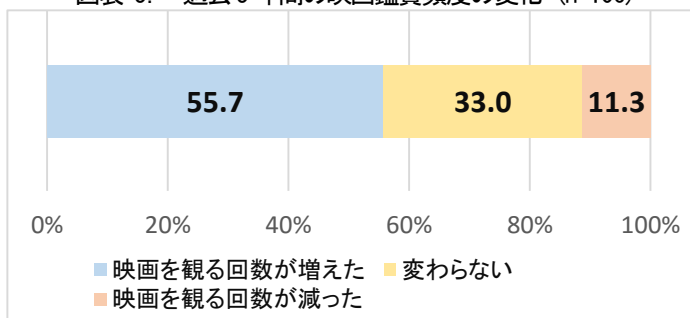
3-1-5. 過去5年間の映画鑑賞頻度の変化

過去5年間で映画の鑑賞頻度の変化を尋ねた結果が図表-5である。回答数が多い順に「映画を観る回数が増えた」55.7%、「変わらない」33.0%、「映画を観る回数が減った」11.3%であった。

「映画を観る回数が増えた」と答えた人が5割を超えたが、これは調査対象者の特性による影響が大きいであろう。調査対象者は5年前には中学生あるいは高校生であり、この頃と比べて大学に入り映画を観る回数が増えたと言える。

図表-6は過去5年間の鑑賞方法別の頻度変化を尋ねた結果である。注目する結果として「映画館」で鑑賞する回数が増えたと答えた人が約5割に上り、減ったと答えた人と3割強の差がついた。大学生になり映画館に足を運ぶ回数が増えた人が多いといえる。

図表-5. 過去5年間の映画鑑賞頻度の変化 (n=106)



図表-6. 過去5年間の鑑賞方法別の頻度変化 (n=111)

鑑賞方法	増えた	変わらない	減った	利用していない
映画館	48.6	35.1	16.2	0.0
地上波テレビ放送	26.1	50.5	21.6	1.8
有料放送	3.6	11.7	6.3	78.4
レンタル	37.8	30.6	21.6	9.9
DVD・BDなどを購入※n=110	13.6	40.0	20.0	26.4
オンデマンドサービス	10.8	14.4	3.6	71.2
無料動画サイト	31.5	33.3	12.6	22.5

※単位はパーセント

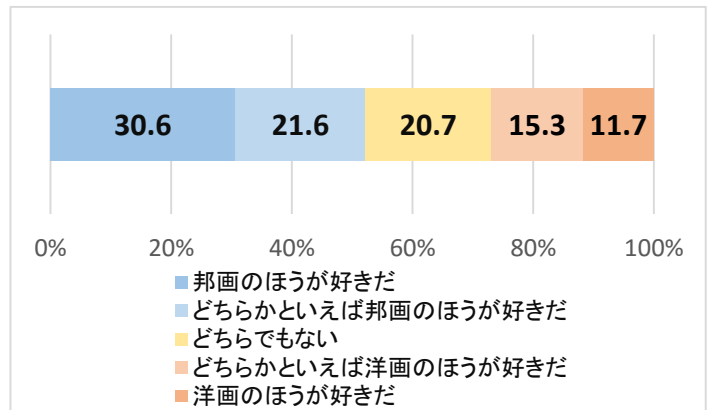
3-2. 鑑賞作品の嗜好

3-2-1. 邦画と洋画

邦画と洋画のどちらを好むか尋ねた結果が、図表-7である。結果は「邦画のほうが好きだ」30.6%、「どちらかといえば邦画のほうが好きだ」21.6%、「どちらでもない」20.7%、「どちらかといえば洋画のほうが好きだ」15.3%、「洋画のほうが好きだ」11.7%であった。

邦画派(邦画のほうが好きだ・どちらかといえば邦画のほうが好きだと回答した人)が約5割、洋画派(洋画のほうが好きだ・どちらかといえば洋画のほうが好きだ)と回答した人が約3割弱との結果となった。洋画を好む人よりも邦画を好む人が多いと言える。

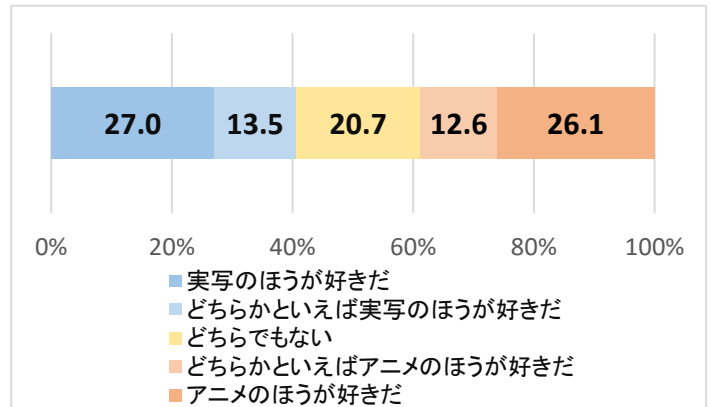
図表-7. 邦画派/洋画派 (n=111)



3-2-2. 実写とアニメ

実写作品とアニメ作品のどちらを好むか尋ねた結果が、図表-8である。結果は「実写のほうが好きだ」27.0%、「どちらかといえば実写のほうが好きだ」13.5%、「どちらでもない」20.7%、「どちらかといえばアニメのほうが好きだ」12.6%、「アニメのほうが好きだ」26.1%であった。実写作品を好む人もアニメ作品を好む人も、ほぼ同等程度ということになる。

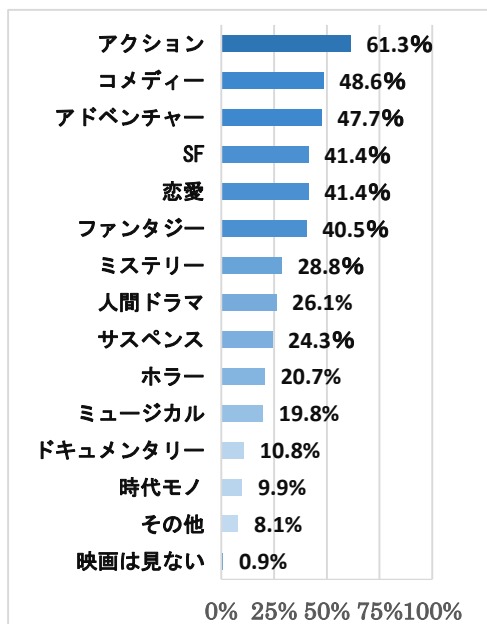
図表-8. 実写派/アニメ派 (n=111)



3-2-3. 好きな映画ジャンル

好きな映画作品のジャンルを尋ねた質問の結果が図表-9である。4割以上の人好きと回答したジャンルは回答数が多い順に「アクション」61.3%、「コメディ」48.6%、「アドベンチャー」47.7%、「SF」41.4%、「恋愛」41.4%、「ファンタジー」40.5%であった。

図表-9. 好きな映画ジャンル (n=111)



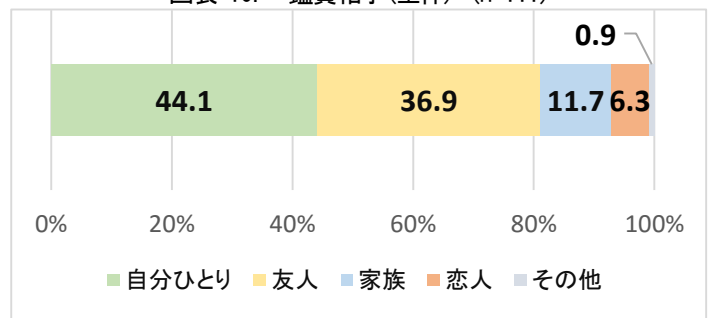
※複数回答

3-3. 鑑賞環境・料金

3-3-1. 映画の鑑賞相手

映画鑑賞時に誰と一緒に鑑賞することが多いか尋ねた結果が図表-10である。回答数が多い順に「自分ひとり」44.1%、「友人」36.9%、「家族」11.7%、「恋人」6.3%、「その他」0.9%であった。4割以上の人が「自分ひとり」で観ることが多いと答えた一方で、「友人」「家族」「恋人」の誰かと一緒に見る人が多い選択肢を足すと5割強となる。映画は、自分ひとりでも誰かと一緒でも楽しめる娯楽と言える。

図表-10. 鑑賞相手(全体) (n=111)



図表-11. 支払ってもよい最大金額 (n=111) ※単位：%

	2500円程度	2300円程度	1800円程度	1500円程度	1300円程度	1000円程度
どうしても観たい作品	12.6	12.6	28.8	24.3	7.2	11.7
なるべく観たい作品	2.7	2.7	18.0	36.9	13.5	20.7
少し気になる作品	0.0	0.9	9.0	22.5	7.2	39.6
	800円程度	500円程度	300円程度	100円程度	それ以下の金額	
どうしても観たい作品	0.0	0.0	0.0	1.8	0.9	
なるべく観たい作品	4.5	1.9	0.0	0.0	0.9	
少し気になる作品	6.3	9.0	0.9	3.6	0.9	

3-3-2. 映画の妥当な鑑賞料金

鑑賞方法は問わずに「どうしても観たい作品」「なるべく観たい作品」「少し気になる作品」の3つについてそれぞれ支払ってもよい最大金額を尋ねた。

その結果が図表-11である。細かな結果は上図を参照していただきたいが、各項目で支払ってもよい最大料金として最多で回答されていたのは、どうしても観たい作品では「1800円程度」28.8%、なるべく観たい作品では「1500円程度」36.9%、少し気になる作品では「1000円程度」39.6%であった。

映画館の通常の鑑賞料金が当日1800円、前売り1300円であることを考えると、なるべく観たい作品と少し気になる作品は、予め前売り券を購入するか割引がある日でない劇場で見る人は少ないと考えられる。

3-3-3. 映画鑑賞の情報源

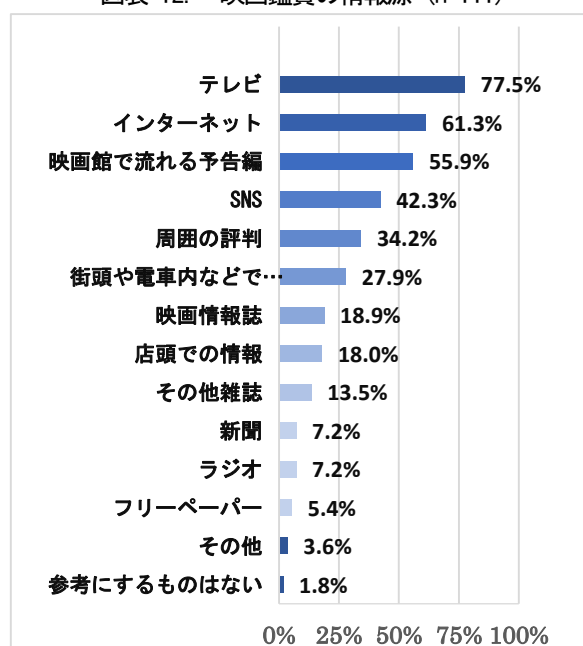
鑑賞作品を選ぶ際に参考とする情報源について尋ねた結果が、図表-12である。情報源にするとの回答が5割を超えたのは、「テレビ」77.5%、「インターネット」61.3%、「映画館で流れる予告編」55.9%であった。これらは鑑賞行動に影響を与えやすい情報源であると言える。

また、「映画館で流れる予告編」が第3位に入っており、実際に劇場のスクリーン・音響で予告編を見ることで鑑賞時の参考になったり、より興味を駆り立てられたりすると推測出来る。

3-4. 映画を鑑賞することで得られる効果

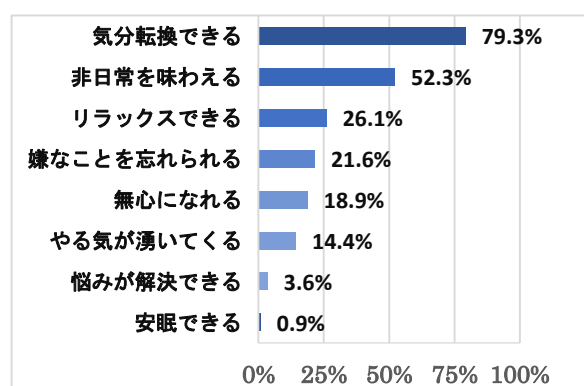
映画を観賞することで得られる効果を複数回答で尋ねた。その結果が図表-13である。回答数が多い順に「気分転換ができる」79.3%、「非日常を味わえる」52.3%、「リラックスできる」26.1%、「嫌なことが忘れられる」21.6%、「無心になれる」18.9%、「やる気が湧いてくる」14.4%、「悩みが解決できる」3.6%、「安眠できる」0.9%であった。

図表-12. 映画鑑賞の情報源 (n=111)



※複数回答

図表-13. 映画鑑賞で得られる効果 (n=111)



※複数回答 鑑賞方法は問わない

3-5. 映画館に関する質問

本調査では「多様化する鑑賞方法」のなかでも旧来からの定番の鑑賞方法である「映画館での鑑賞」に焦点を当てた。

鑑賞方法を問わない映画鑑賞全体での現状把握に加えて、「映画館での鑑賞」に限った現状も把握していきたい。

3-5-1. 映画館での映画鑑賞を好むか

映画館で映画鑑賞をすることが好きかどうか尋ねた。その結果が図表-14である。「好き」と答えた人が83.8%、「どちらでもない」と答えた人が3.6%、「好きではない」と答えた人が12.6%であった。

先述した「鑑賞方法を問わない場合」の結果との間に連関が見られるかカイ二乗検定を行ったところ、結果に有意差が見られた($\chi^2=69.806$, $df=4$, $p<.01$)。

「鑑賞方法を問わない場合」で「好き」と答えた人に比べ、「映画館での鑑賞」を「好き」と答えた人は僅かに多かった。

また、鑑賞方法を問わない場合に比べ映画館での鑑賞は「どちらでもない」と答えた人が減少し、「嫌い」と答えた人が増加した。一定数、映画館という環境が苦手な人がいるようだ。

3-5-2. 映画館での鑑賞頻度

映画館での鑑賞頻度を尋ねた結果が、図表-15である。回答数が多い順に「月に1回程度」28.8%、

「2~3ヶ月に1回程度」25.2%、

「半年に1回程度」15.3%、「1年に1回程度」15.3%、「それ以下の頻度」9.9%、「月に2回以上」5.4%となった。

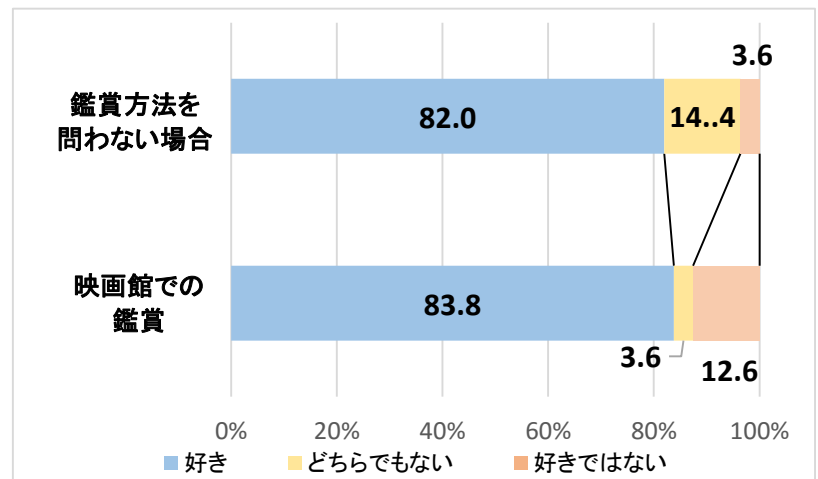
月に1回以上、映画館に行く人は3割を超えた。また、1年に1回以下の頻度で映画館に行く人は約1割であった。頻繁に映画館に足を運んでいる人が比較的多いと言える。

3-5-3. 映画館での鑑賞相手

図表-16では、「映画館」で誰と一緒に鑑賞することが多いか尋ねた結果を、「鑑賞方法を問わない場合」の鑑賞相手と比較した。映画館での鑑賞相手は回答数が多い順に「友人」48.6%、「自分ひとり」32.1%、「家族」11.9%、「恋人」6.4%、「その他」0.9%となった。

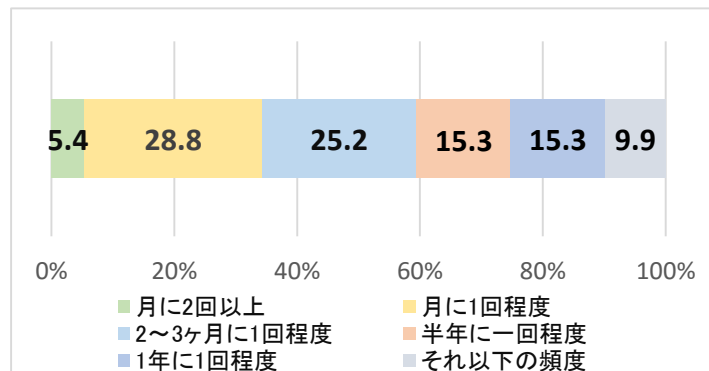
「鑑賞方法を問わない場合」の結果と「映画館での鑑賞」の結果に連関が見られるかカイ二乗検定を行ったところ、結果に有意差が見られた($\chi^2=262.064$, $df=16$, $p<.01$)。

図表-14. 映画鑑賞を好むか (n=111)

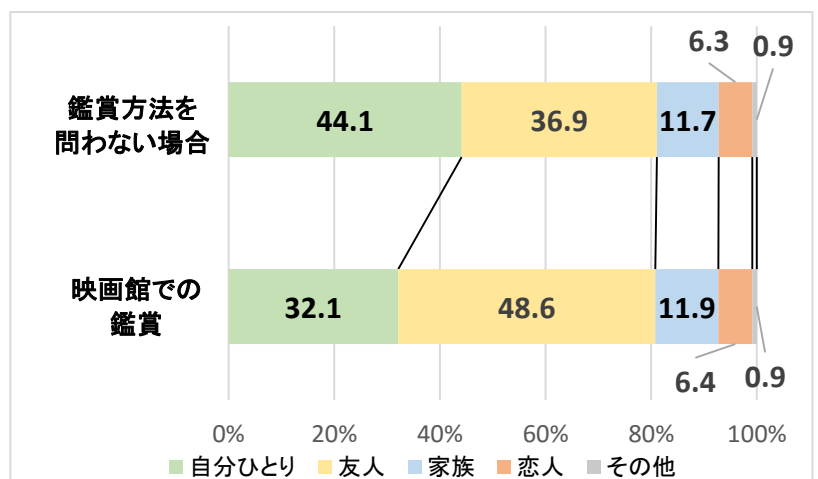


※鑑賞方法を問わない場合の結果は図表-1の内容を再掲

図表-15. 映画館での鑑賞頻度 (n=111)



図表-16. 鑑賞相手の比較 (n=111)



※鑑賞方法を問わない場合の結果は図表-11の内容を再掲

「鑑賞方法を問わない場合」と比べ「映画館での鑑賞」を「自分ひとり」で行う人は約1割少ない。映画館には誰かと行くものだという意識を持つ人が、やや多いのではなかろうか。

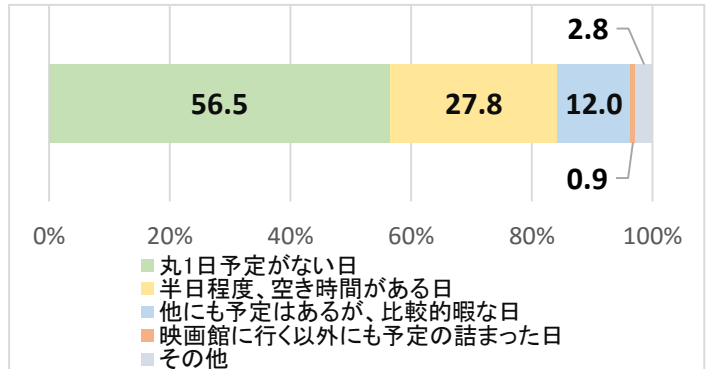
3-5-4. 映画館の利用シチュエーション

映画館をどの程度時間があるときに利用することが多いか尋ねた結果が、図表-17である。

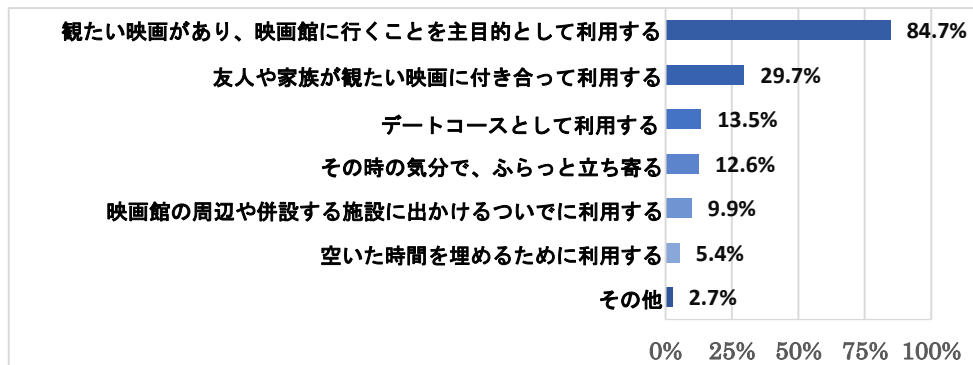
回答数が多い順に「丸1日予定のない日」56.5%、「半日程度、空き時間がある日」27.8%、「他にも予定はあるが、比較的暇な日」12.0%、「その他」2.8%、「映画館に行く以外にも予定の詰まった日」0.9%であった。

比較的まとまった時間が取れる日に映画館に行く人が多いと言える。映画館はまとまった時間がないと利用しづらいと考えることも出来るだろう。

図表-17. 映画館の利用シチュエーション (n=108)



図表-18. 映画館の利用目的 (n=111)



3-5-5. 映画館の利用目的

映画館をどのような目的で利用することが多いか複数回答で答えてもらった結果が、図表-18である。回答数が多い順に「観たい映画があり、映画館に行くことを主目的として利用する」84.7%、「友人や家族が観たい映画に付き合っ利用する」29.7%、「デートコースとして利用する」13.5%、

「その時の気分で、ふらっと立ち寄る」12.6%、「映画館の周辺や併設する施設に出かけるついでに利用する」9.9%、「空いた時間を埋めるために利用する」5.4%、「その他」2.7%であった。

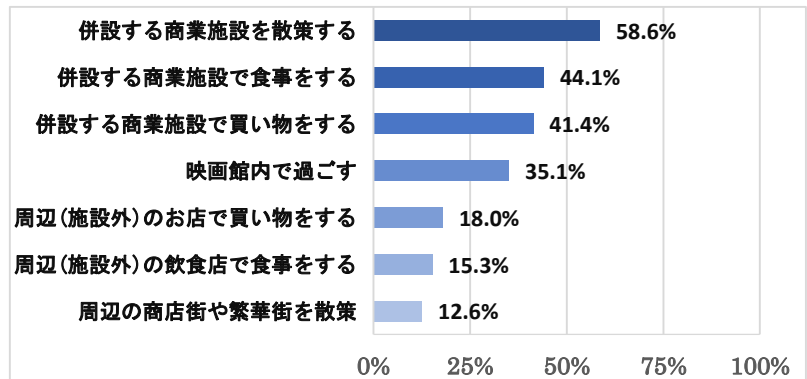
「観たい映画があり、映画館に行くことを ※複数回答 主目的として利用する」を筆頭に映画館で映画を鑑賞することが、外出の大きな目的となっている回答が多くなった。「映画館はついでに利用する」というよりも「わざわざ利用する」娯楽だと言える。

3-5-6. 上映前/上映後の過ごし方

映画館に出かけた際、映画の上映前と上映後にどのように過ごすか、複数回答で尋ねた結果が、図表-19,20である。

図表-19の「上映前の過ごし方」は回答数が多い順に「併

図表-19. 上映前の過ごし方 (n=111)



設する商業施設を散策する」58.6%、「併設する商業施設で食事をする」44.1%、「併設する商業施設で買い物をする」41.4%、「映画館内で過ごす」35.1%、「周辺(施設外)のお店で買い物をする」18.0%、「周辺(施設外)の飲食店で食事をする」15.3%、「周辺の商店街や繁華街を散策」12.6%であった。

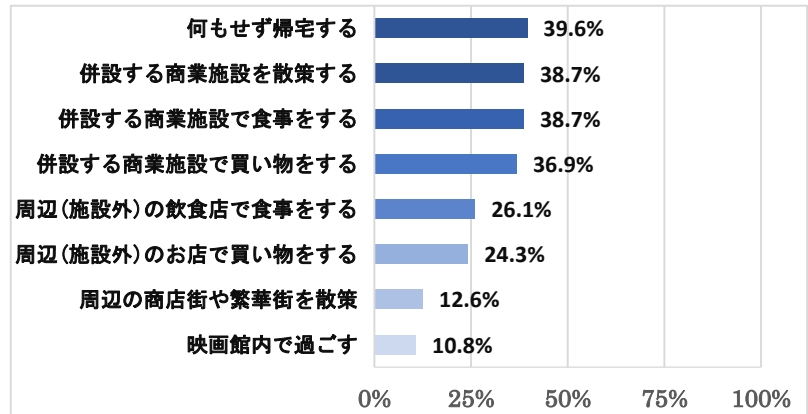
映画館内の他、併設する商業施設で過ごすという回答が多くなった。上映が始まるまでの間、商業施設を散策して暇をつぶしたり、食事を摂ったりする人が多いのだ。

次に図表-20は「上映後の過ごし方」を表している。なお、選択肢には「上映前の過ごし方」には設けなかった「何もせず帰宅する」を追加している。結果は回答数が多い順に「何もせず帰宅する」39.6%、「併設する商業施設を散策する」38.7%、「併設する商業施設で食事をする」38.7%、「併設する商業施設で買い物をする」36.9%、「周辺(施設外)の飲食店で食事をする」26.1%、「周辺(施設外)のお店で買い物をする」24.3%、「周辺の商店街や繁華街を散策」12.6%、「映画館内で過ごす」10.8%となった。

「何もせずに帰宅する」ことがあると答える人が一番多いものの、併設する商業施設や周辺のお店を利用してから帰宅する人も多いうのだ。

上映前と上映後の結果は、上映後の結果に「何もせず帰宅する」の選択肢が足されており回答が分散した可能性があるため、単純に比較することは出来ないものの、上映前のほうが「併設する商業施設」で過ごす人が多く、逆に上映後は「周辺のお店」で過ごす人が増えている。

図表-20. 上映後の過ごし方 (n=111)



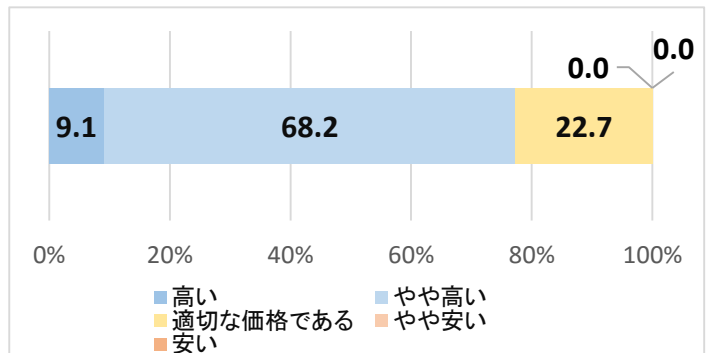
※複数回答

3-5-7. 映画館の鑑賞料金

映画館の鑑賞料金設定についてどう思うか尋ねた結果が、図表-21である。結果は回答数が多い順に「やや高い」68.2%、「高い」9.1%、「適切な金額である」22.7%、「やや安い」0.0%、「安い」0.0%であった。

「高い」、「やや高い」と答えた人の合計は約8割にも上り、「安い」、「やや安い」と回答した人は1人も居なかった。従って、映画館の鑑賞料金が高いと感じている人が大半ということになる。この背景には近年、他の鑑賞方法の低価格化が進んでいることも影響しているのではないだろうか。

図表-21. 映画館の鑑賞料金 (n=110)

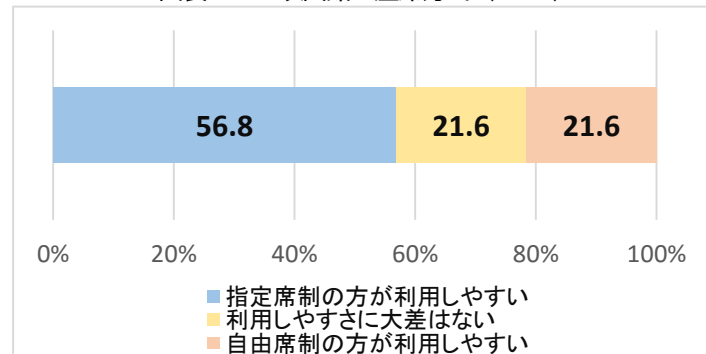


3-5-8. 映画館の座席方式

映画館の座席方式について指定席制と自由席制のどちらを好むか尋ねた結果が、図表-22である。回答数が多い順に「指定席制の方が利用しやすい」56.8%、「利用しやすさに大差はない」21.6%、「自由席制の方が利用しやすい」21.6%となった。

「指定席制の方が利用しやすい」と答えた人が多く、旧来の自由席制方式の映画館(≒単館)よりも指定席制の映画館(≒シネマコンプレックス)の方が利用しやすいと感じる人が多いことになる。

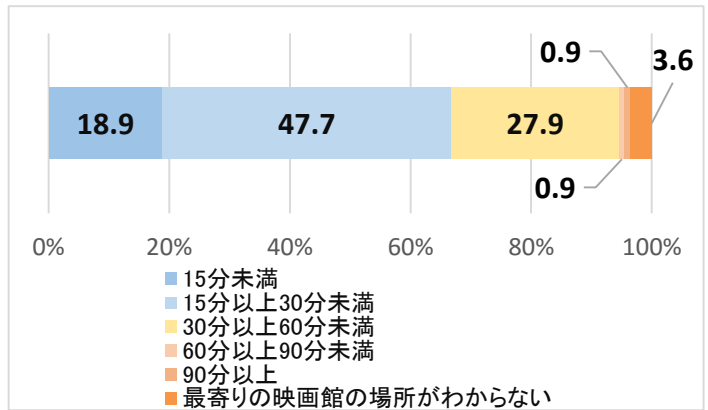
図表-22. 映画館の座席方式 (n=111)



3-5-9. 最寄りの映画館までの所要時間

最寄りの映画館までの所要時間を尋ねた結果が、図表-23である。回答数が多い順に「15分以上30分未満」47.7%、「30分以上60分未満」27.9%、「15分未満」18.9%、「最寄りの映画館がわからない」3.6%、「60分以上90分未満」0.9%、「90分以上」0.9%となった。半数以上の人々が映画館に30分以内にアクセス出来る環境に住んでいることがわかった。映画館はかなり身近な娯楽施設と言えるだろう。

図表-23 最寄りの映画館までの所要時間 (n=111)

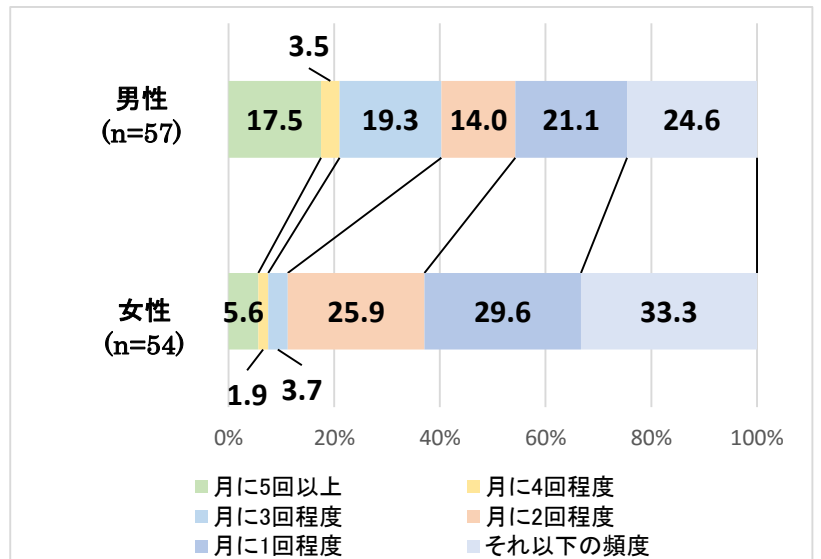


3-6. 男女間における映画鑑賞・嗜好の差異

3-6-1. 男女別の鑑賞頻度

男女別の鑑賞頻度を図表-24に示した。男性は「月5回以上」17.5%、「月4回程度」3.5%、「月3回程度」19.3%、「月2回程度」14.0%、「月1回程度」21.1%、「それ以下の頻度」24.6%となった。女性は「月5回以上」5.6%、「月4回程度」1.9%、「月3回程度」3.7%、「月2回程度」25.9%、「月1回程度」29.6%、「それ以下の頻度」33.3%となった。

図表-24. 男女別の映画鑑賞頻度



また、男女別の映画鑑賞頻度について連関が見られるか、カイ二乗検定を行った結果、有意な差が見られた($\chi^2=12.97$, $df=5$, $p<.05$)。男性の方が女性よりも高頻度で映画を鑑賞する人が多いと言える。

3-6-2. 男女ごとの映画鑑賞時の重視項目

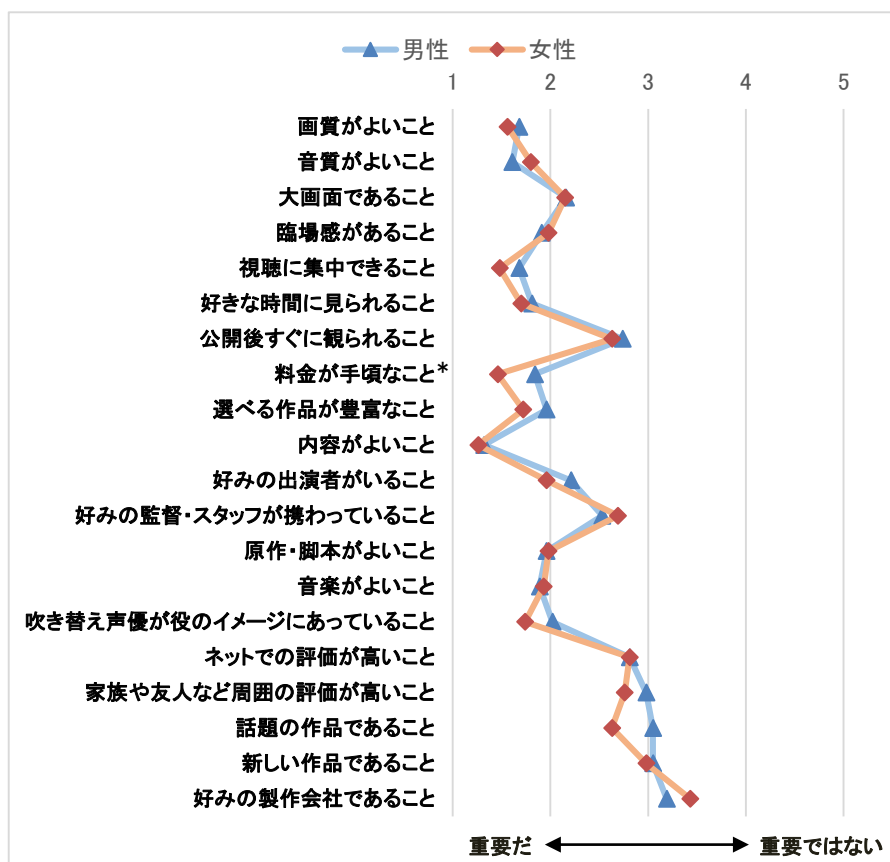
映画鑑賞時に重視することについて、20個の項目別に「1.とても重要だ」「2.重要だ」「3.どちらでもない」「4.どちらかといえば重要ではない」「5.まったく重要ではない」の5件法で、それぞれの項目をどれだけ重要だと思うか尋ねた。その結果を男女別に示したのが図表-25である。

※全体の結果は図表-2を参照のこと

どの項目についても回答の平均が「4.どちらかといえば重要ではない」「5.まったく重要ではない」に寄ったものはなかった。「3.どちらでもない」に寄ったものは「公開後すぐに観られること」「好みの監督・スタッフが携わっていること」「ネットでの評価が高いこと」「家族や友人など周囲の評価が高いこと」「話題の作品であること」「新しい作品であることであった」「好みの製作会社であること」であった。それ以外の項目は、比較的重要視されている傾向にあると言える。他者の評価や話題になっているかといった内容の項目は比較的重要視されていなかった。

また、全項目について男女間で有意差が見られるかt検定を行ったところ、「料金が手頃なこと」において男女間に有意差が見られた($t=2.375$, $df=109$, $p<.05$)。回答の平均値が男性「1.84」女性「1.46」であることから、女性は男性よりも鑑賞料金の手頃さを重要視すると解釈できる。なお、他の項目では男女間に有意差は見られなかった。

図表-25. 男女別の映画鑑賞時の重視項目
(全体：n=111 男性：n=57 女性：n=54)

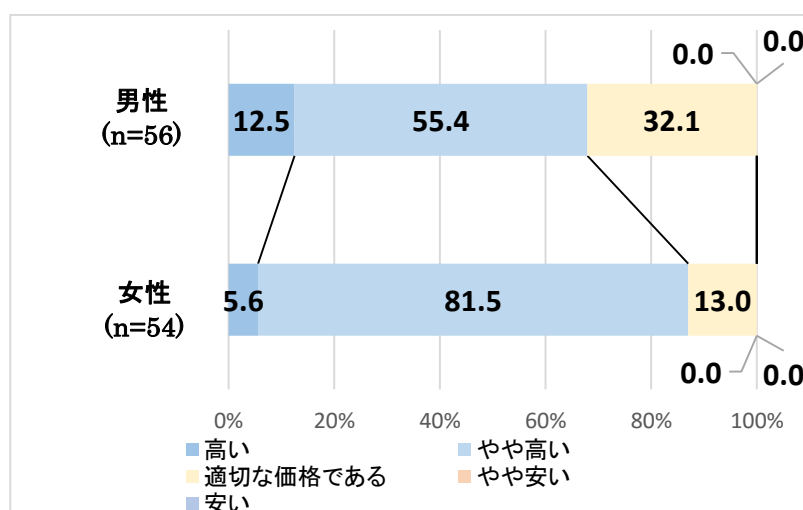


3-6-3. 映画館の鑑賞料金に関する男女の意識差

映画館の鑑賞料金設定についてどう考えるか、男女別に示した結果が図表-26である。男性は「高い」12.5%、「やや高い」55.4%、「適切な価格である」32.1%、「やや安い」0.0%、「安い」0.0%となった。女性は「高い」5.6%、「やや高い」81.5%、「適切な価格である」13.0%、「やや安い」0.0%、「安い」0.0%となった。

また、男女別の結果について連関が見られるか、カイ二乗検定を行った結果、有意な差が見られた($\chi^2=8.66$, $df=2$, $p<.05$)。男性よりも女性の方が鑑賞料金が「高い」あるいは「やや高い」と考える人が多いことがわかる。

図表-26. 男女別の映画館鑑賞料金



※全体の結果は図表-22を参照のこと

図表-27. 男女別「少し観たい作品」に支払ってもよい最大金額 ※単位：%

	2500 円 程度	2300 円 程度	1800 円 程度	1500 円 程度	1300 円 程度	1000 円 程度
男性 (n=57)	0.0	0.0	15.8	28.1	8.8	35.1
女性 (n=54)	0.0	1.9	1.9	16.7	5.6	44.4
	800 円 程度	500 円 程度	300 円 程度	100 円 程度	それ以下の 金額	
男性 (n=57)	0.0	5.3	0.0	5.3	1.8	
女性 (n=54)	13.0	13.0	1.9	1.9	0.0	

※全体の結果は図表-12 を参照のこと

3-6-4. 映画の妥当な鑑賞料金の男女差

3-3-2 では鑑賞方法を問わず、映画鑑賞に支払ってもよい最大金額を「どうしても観たい作品」「なるべく観たい作品」「少し気になる作品」の3 つについてそれぞれ答えてもらった。この結果を男女ごとに集計すると「どうしても観たい作品」「なるべく観たい作品」では回答傾向に差がつかなかったが、「少し気になる作品」に支払ってもよい最大金額についてはカイ二乗検定を行ったところ、男女間に有意な差が見られた($\chi^2=21.758$, $df=9$, $p \leq .01$)。これについて男女別の回答結果を図表-27 に示した。

「1000 円程度」以下の金額と回答した人の合計が男性では約 5 割なのに対し、女性では 7 割以上となった。前述の鑑賞料金に関する男女の意識差と併せて考えると、男性よりも女性のほうが映画への金銭支出にシビアであると言える。

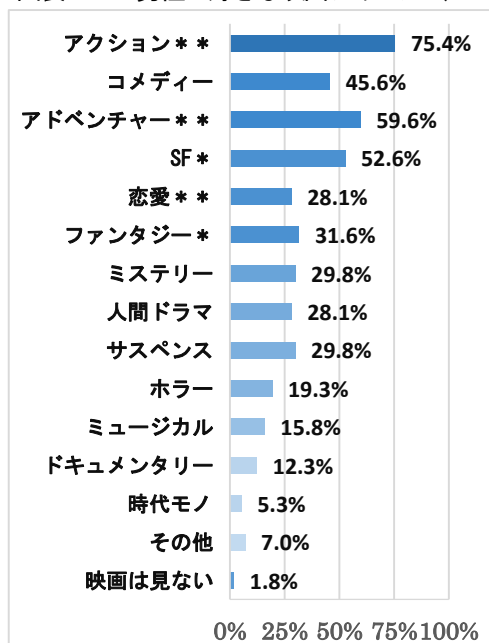
3-6-5. 好きな映画ジャンルの男女差

好きな映画ジャンルについて男女別に集計した結果が図

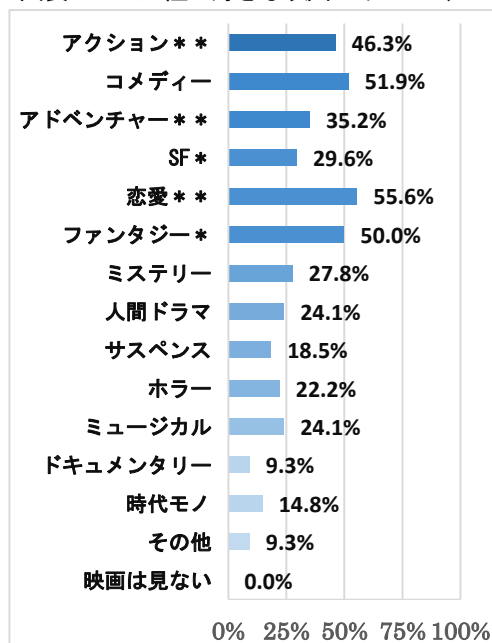
表-28,29 である。男女間の結果について連関が見られるかどうか、カイ二乗検定をおこなった結果、5 項目について回答に有意な差が見られた。有意な差が見られた 5 項目は、「アクション」($\chi^2=9.923$, $df=1$, $p < .01$)、「アドベンチャー」($\chi^2=6.652$, $df=1$, $p \leq .01$)、「SF」($\chi^2=6.046$, $df=1$, $p < .05$)、「恋愛」($\chi^2=8.632$, $df=1$, $p < .01$)、「アクション」($\chi^2=3.904$, $df=1$, $p < .05$)である。

この結果から男性の方が「アクション」「アドベンチャー」「SF」を好み、女性の方が「恋愛」「ファンタジー」をジャンルとして好むと言える。

図表-28. 男性の好きな映画ジャンル (n=57)



図表-29. 女性の好きな映画ジャンル (n=54)

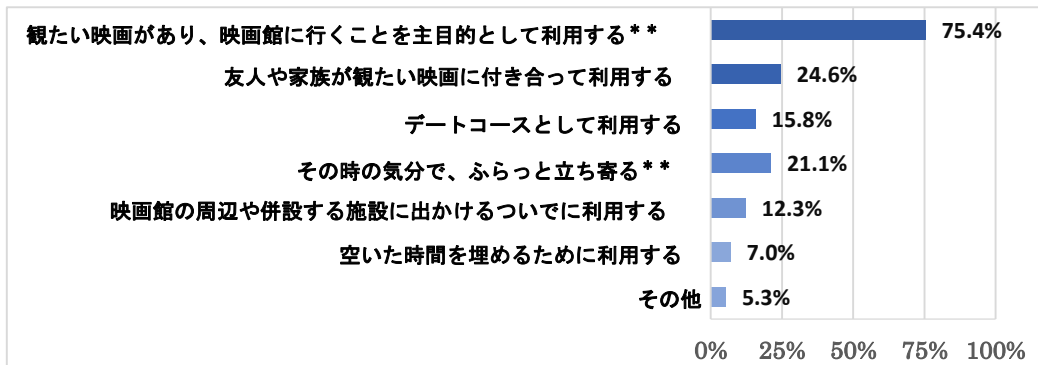


※複数回答

※男女間で有意差が見られた項目を 5%水準*,1%水準**で示した

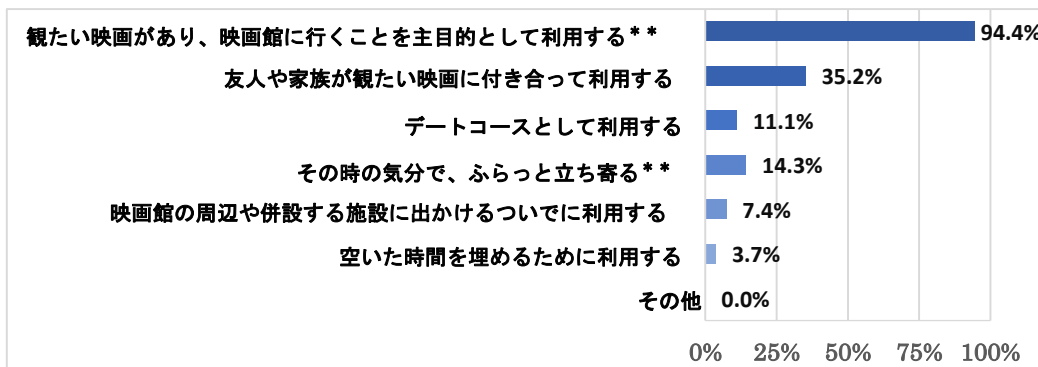
※全体の結果は図表-9 を参照のこと

図表-30. 男性の映画館の利用目的 (n=57)



※複数回答
 ※男女間で有意差が見られた項目を5%水準*,1%水準**で示した
 ※全体の結果は図表-19を参照のこと

図表-31. 女性の映画館の利用目的 (n=54)



3-6-6. 映画館の利用目的の男女差

映画館の利用目的について男女別に集計した結果が、図表-30,31である。男女間の結果について連関が見られるかどうか、カイ二乗検定をおこなった結果、2項目について回答に有意な差が見られた。有意な差が見られた2項目は、「観たい映画があり、映画館に行くことを主目的として利用する」($\chi^2=7.723, df=1, p<.01$)、「その時の気分で、ふらっと立ち寄る」($\chi^2=7.572, df=1, p<.01$)である。

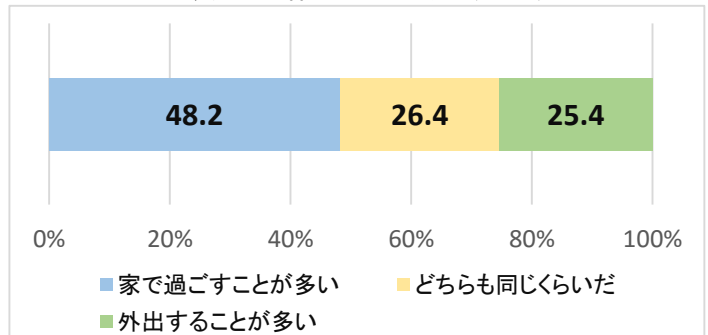
この結果から、女性の方が「観たい映画があり、映画館に行くことを主目的として利用すること」が男性より多く、男性の方が「その時の気分で、ふらっと立ち寄る」ことが女性より多いと言える。つまり、女性は観たい映画をしっかりと決めてから映画館を利用する傾向が強いが、男性は女性と比べ衝動的に映画館を利用することもあるのだ。

3-7. 休日の過ごし方が映画鑑賞に与える影響

本調査では調査対象者を特性ごとに分類するために、数問のフェースシート項目を設けた。それらを映画に関する質問項目とクロス集計することで、対象者の特性ごとに映画鑑賞・嗜好に傾向の違いが出るか分析を行った。

前述の性別による分類以外で、回答に興味深い有意差が見られたのが休日の過ごし方による分類である。

図表-32. 休日の過ごし方 (n=110)

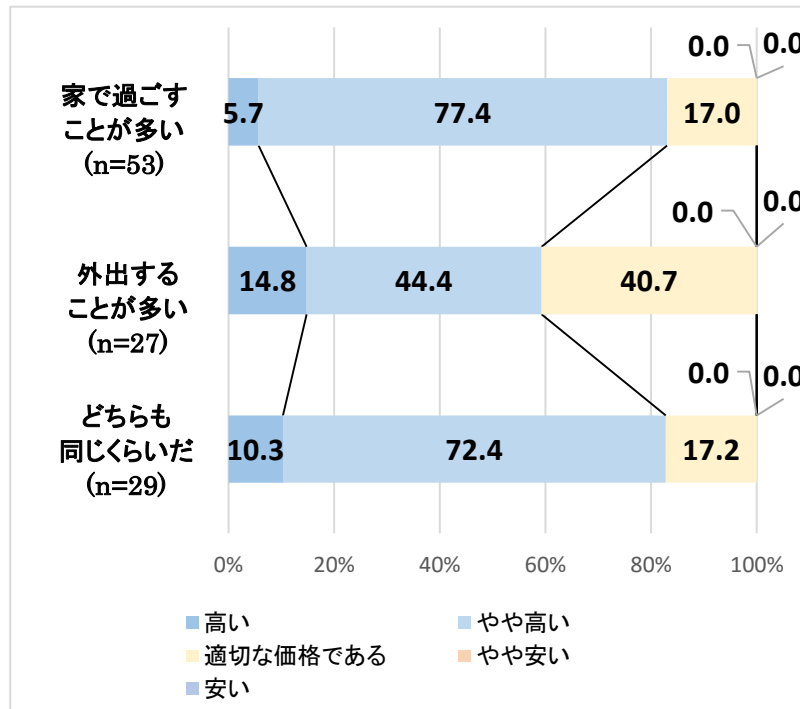


3-7-1. 調査対象者の休日の過ごし方

まず、休日の過ごし方を尋ねた質問の単体の集計結果について説明する。結果は図表-32に示した。「家で過ごすことが多い」48.2%、「どちらも同じくらいだ」26.4%、「外出することが多い」25.4%であった。

インドア派がアウトドア派の約2倍という結果になった。

図表-33. 休日の過ごし方別の映画鑑賞料金



※全体の結果は図表-22を参照のこと

3-7-2. 休日の過ごし方による妥当な鑑賞料金の差異

映画館の鑑賞料金設定についてどう考えるか、休日の過ごし方別に示した結果が図表-33である。

「家で過ごすことが多い人」は「高い」5.7%、「やや高い」77.4%、「適切な価格である」17.0%、「やや安い」0.0%、「安い」0.0%となった。

「外出することが多い人」は「高い」14.8%、「やや高い」44.4%、「適切な価格である」40.7%、「やや安い」0.0%、「安い」0.0%となった。「どちらも同じくらいだという人」は「高い」10.3%、「やや高い」72.4%、「適切な価格である」17.2%、「やや安い」0.0%、「安い」0.0%となった。

これらの結果について連関が見られるかどうか、カイ二乗検定をおこなった結果、回答に有意な差が見られた($\chi^2=9.628$, $df=4$, $p<.05$)。

全体的に「高い」あるいは「やや高い」と考える人が多いものの、「外出することが多い人」は「適切な価格である」と考える人が約4割となり、他の過ごし方をする人と比べて、2割程度多いという結果になった。

では、「休日に外出することが多い人」は映画館での鑑賞頻度が高いのだろうか。2項目間に連関が見られるかどうかカイ二乗検定を行ったが、回答に有意な差は見られなかった($\chi^2=10.092$, $df=10$, ns)。

しかしながら、「休日に外出することが多い人」に映画館の鑑賞料金が適切であると考えてる人が有意に多いことは実証されており、他の休日の過ごし方をする人よりも映画館に赴かせられる潜在的な可能性があるかもしれない。

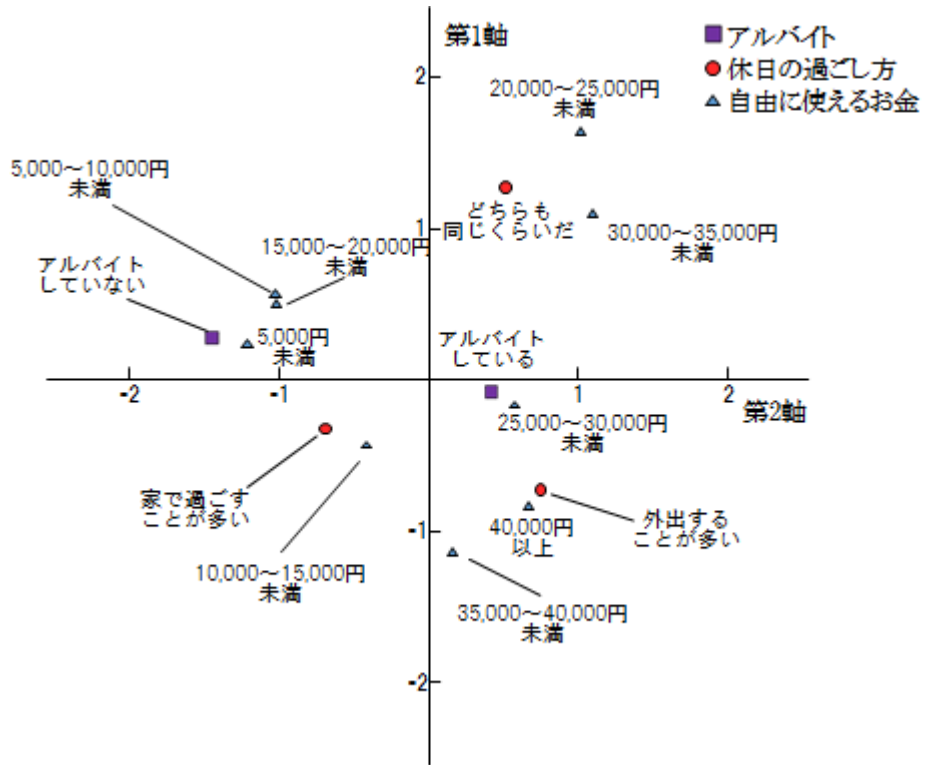
3-7-3. 休日の過ごし方とアルバイトの有無

自由に使えるお金の関係性

「休日に外出することが多い人」とはどのような特性を持つ人なのだろうか。「休日の過ごし方」「アルバイトの有無」「1ヶ月間に自由に使えるお金」の3項目の関係性を、最適尺度法を用いた多重コレスポネンス分析により、プロット図に描いた(図表-34)。各軸のクロンバックの α 係数の値は、第1軸0.327、第2軸0.327となり、平均値は0.471であった。項目間の布置関係より、休日に「外出することが多い」人は「1ヶ月間に自由に使えるお金」の金額が高額になる傾向が見られる。また、「1ヶ月間に自由に使えるお金」は「アルバイトしている」人ほど多い傾向にある。

さらに細かく見ていくと、アルバイトをしていて1ヶ月に自由に使えるお金が2,5000円以上あるということが、「休日に外出することが多い人」に当てはまりやすい特性であることが読み取れる。

図表-34. 休日の過ごし方×アルバイト有無×1ヶ月間に自由に使えるお金の多重コレスポネンス分析結果のプロット図 (n=110)

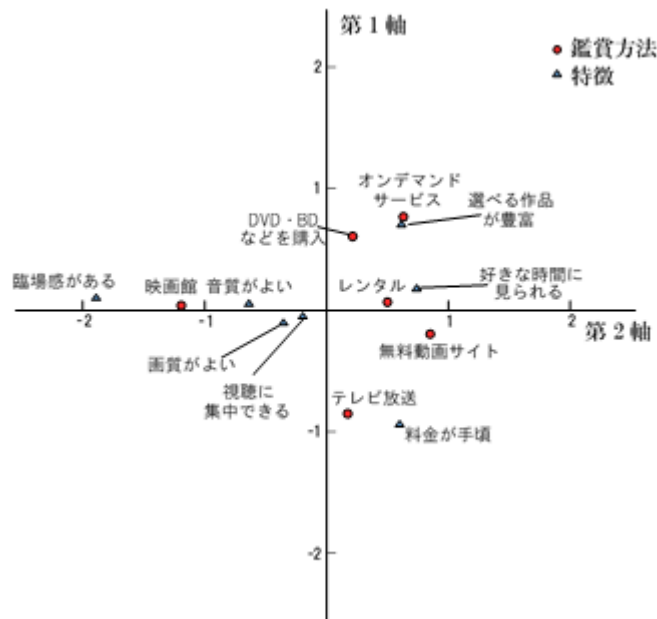


3-8. 鑑賞方法ごとの特徴によるコレスポネンス分析

本調査では映画の鑑賞方法別どのような特徴を持つと感じるか質問を行った。その結果をクロス集計表にまとめたものが、図表-35である。この質問では6種類の鑑賞方法について、それぞれに7つの特徴項目が当てはまるか複数回答にて尋ねた。クロス集計表を基にコレスポネンス分析を行い、その結果を2次元のプロット図に示したものが図表-36である。第1軸と第2軸の累積寄与率は90.3%(第1軸79.4%、第2軸10.9%)であった。第1軸のみで全体の約8割の関係性を説明できている。

項目間の布置関係が近いものほど、関係が強いと言える。例えば、「映画館」は「画質が良い」「臨場感がある」と他の鑑賞方法に比べ近接し、設備面で優位性のある鑑賞方法と言える。また、「レンタル」と「無料動画サイト」は「好きな時間に見られる」と近接することから、視聴に融通が利く鑑賞方法と言える。

図表-36. 鑑賞方法×特徴のコレスポネンス分析結果のプロット図 (n=98)



※該当数が0であったオンデマンドサービス-臨場感がある,無料動画サイト-臨場感があるの2項目はプロット図に反映されていない。

図表-35. 鑑賞方法ごとの特徴のクロス集計表 (n=98)

鑑賞方法	特徴						
	画質がよい	音質がよい	臨場感がある	視聴に集中できる	好きな時間に見られる	料金が手頃	選べる作品が豊富
映画館	78	83	93	63	7	16	19
テレビ放送	47	29	3	32	45	52	9
レンタル	41	28	3	48	79	66	81
オンデマンドサービス	9	6	0	8	24	8	24
無料動画サイト	7	5	0	16	56	43	35
DVD・BDを購入	40	30	2	28	59	6	34

※図表には度数のみを示した。各項目の母数に占めるパーセンテージは、文末に添付した調査票に記載した。

4. まとめと今後の課題

本研究の目的は、現代において映画が果たす役割を明らかにすることである。その為に、映画鑑賞が娯楽として持つ特性を明らかにし、若者が映画とどのように親しんでいるかを解明しようと試みた。本章では、本調査の結果から見えてきたことをまとめ、研究目的が達成されたかを検証していきたい。

本調査の結果から、最初に明らかになったのは大学生(≒若者)のほとんどが映画鑑賞を好み、習慣的に映画を見ていることであった。大学生にとって映画鑑賞が身近な娯楽であることは間違いない。

また、鑑賞方法に関して興味深い結果も明らかになった。一番好きな鑑賞方法として映画館をあげる人が7割近くいる一方で、一番よく利用する鑑賞方法として最多だったのはレンタルであったことである。映画館が一番好まれる

鑑賞方法でありながら、一番利用される鑑賞方法ではない。調査結果から、この要因として2つのことが考えられる。

1つ目は「金銭的問題」である。1章でも示したように、多趣味な若者が増えており1つの趣味にかけられるお金は限られているのが現状である。そのような状況の中で、調査結果によれば、映画館の鑑賞料金を「高い」「やや高い」と考える人が8割近くにのぼる。映画館で観ることが好きであっても代替となる鑑賞手段で極めて安価、場合によっては無料で鑑賞できる現実があり、一番利用される鑑賞方法になれないのだと考えられる。

若者の映画館での鑑賞頻度を高めるには鑑賞料金を下げる、あるいは、付加価値をつけて料金に見合った娯楽だと感じてもらえる工夫をすることが必要であろう。

2点目は「時間的問題」である。調査では映画館を最もよく利用するシチュエーションとして半数以上の人が「丸1日予定のない日」と答えており、映画館での鑑賞は比較的まとまった時間が取れないと行えないといえる。

他の鑑賞方法には、鑑賞方法×特徴のコレスポネンダンス分析結果からも明らかなように「好きな時間に見られる」という特徴を持つものもあり、利便性を考えた際の差は歴然である。映画館には、すきま時間でも利用できるという印象付けが必要だ。

調査結果を俯瞰して見えてきたことは、映画館での映画鑑賞は「そもそも娯楽」であり、それ以外での鑑賞方法での映画鑑賞は「そもそも娯楽」としても「ながら娯楽」としても楽しめる娯楽だということである。映画館では映画鑑賞がそもそもの目的であり、他のことを行うのは難しい。比べて、その他の鑑賞方法は何かをしながらも、あるいは中断しながらも楽しめることが多い。映画は鑑賞手段によって特性が2分される娯楽である。もともと、映画館で鑑賞する「そもそも娯楽」でしかなかった映画は、「鑑賞方法の多様化」「低価格な鑑賞方法の登場」などの要因により「ながら娯楽」としても楽しめるようになった。つまり、映画鑑賞の持つ娯楽としての特性が多様化しながら変化している。

また、1章で生活環境の変化として示した「趣味の多様化」などの要因により、「そもそも娯楽」として映画を楽しむことが減り、「ながら娯楽」として手軽に映画を楽しむことが増加していったと考えられる。

従来の映画館で鑑賞する「特別な娯楽」としての立ち位置は残りつつも、様々な鑑賞方法・鑑賞スタイルで「手軽に楽しむ娯楽」として映画鑑賞は受け入れられている。

では、現代において映画の果たすべき役割とは何であろうか。残念ながら今回の調査では充分には、示唆的な結果を得ることが出来なかった。しかし、映画の効用として多くの人が感じていることは「気分転換できる」「非日常を味わえる」といったことであった。これらの欲求を満たせる娯楽として魅力を高めていくことが、映画に求められる役割なのではないだろうか。

-引用文献(本文中)-

※1 フィールドワークス 『映画・映像業界大研究』
産学社 2008 P.2,3

※2 中村恵二/佐野陽子 『最新 映画産業の動向とカラクリがよ〜くわかる本 【第2版】』 秀和システム 2012 p.58,59

※3 平成26年 国民生活基礎調査の概況 厚生労働省
2016.2.21 <http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-tyosa/k-tyosa14/index.html>

※4 参考資料5 正規雇用・非正規雇用の労働者の推移
内閣府 2016.2.21 <http://www5.cao.go.jp/keizai2/keizai-syakai/k-s-kouzou/shiryu/houkoku/sankoushiryo5.pdf>

※5 電通総研 電通若者研究部 「好きなものまるわかり調査」(2012)

-参考文献(本文中)-

過去データ一覧表 一般社団法人日本映画製作者連盟
2016.2.21 <http://www.eiren.org/toukei/data.html>

3世代同居(さんせだいどうきょ)とは コトバンク
2016.2.21 <https://kotobank.jp/word/3世代同居>

-調査票参考文献-

「映画」に関するアンケート結果について
日本生命相互保険会社 2016.2.21
<https://www.nissay.co.jp/news/2013/pdf/20130419.pdf>

f

第3回「映画館での映画鑑賞」に関する調査(2014)
NTTコム リサーチ 2016.2.21
<http://research.nttcoms.com/database/data/001895/>

映画に関するアンケート(2015) ライフメディア
2016.2.21 <http://lifemedia.jp/everyen/entries/148>

「映画館」に関するアンケート(2013) DIMSDRIVE
2016.2.21
<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2013/130601/>

映画に関する調査(2011) マーシュ 2016.2.21
http://www.marsh-research.co.jp/mini_research/mr201110_2.html

映画に関する調査(2013) レポセン 2016.2.21
<https://repositen.jp/3825/15/52.html>

映画観客はどこにいる?各種調査から考える
松谷創一郎 Yahoo!ニュース 2016.2.21
<http://bylines.news.yahoo.co.jp/soichiromatsutani/20140811-00038154/>

映画が人に与える影響
—女子大学生を対象とした面接調査—
大西(2006) 2016.2.21
<http://www.wako.ac.jp/hattatsu/soturonopen2006/03D020onishi.pdf>

「調査票の設計～質問項目の作り方」中澤港 2016.2.21
<http://minato.sip2lc.org/howtoquest.pdf>

居住形態、通学時間 大学生の学習・生活実態調査報告書

ベネッセ教育総合研究所 2016.2.21
http://berd.benesse.jp/berd/center/open/report/daigaku_jittai/hon/daigaku_jittai_2_2_6.html

第1回「大学生は、ソト派?ウチ派?」
みんなとシナジー 電通若者問題研究所 2016.2.21
http://www.dentsu.co.jp/wakamon/topi_u01.html

Vol.18 休日に関する調査
休日はどのように過ごしていますか? バルク
2016.2.21 <http://www.vlcan.com/mr/report/018/004>

街中の映画館の存在意義に関する研究 谷(2005)
<http://www.soc.titech.ac.jp/~dohi/theses/Mfani.pdf>

映画を見る目的は1位「気分転換」、2位「オフタイムの充実」、3位「リラックス」、そして4位は「現実逃避」!
【アンケート企画:働く女の本音白書 Vol.9】 Woman type
2016.2.21
<http://woman.type.jp/wt/log/mag/archives/110>

映画に関するアンケート

このアンケートは皆さまの回答を通して、映画視聴に関する傾向を調査するものです。無記名でご回答いただき、個人が特定されることはありません。得られたデータは全て統計的に処理します。プライバシーの保護には十分に配慮し、ご回答の内容は本調査の目的以外には使用致しません。

- Q.1 どれくらいの頻度で映画を見ますか？ 例) () 週間/月に () 1) 回数度 ※視聴方法は問いません n=17
 () 週間/月に () 回数度 週1 回数度 41.2 月3 回数度 5.9 月2 回数度 23.5 月1 回数度 17.6 月1 回未満 11.8
- Q.2 映画を視聴する際に利用したことのある視聴方法を思い出せる限り答えて下さい。 ※いくつでも n=21
 1.映画館 95.2 2.テレビ放送 81.0 3.レンタル 100.0 4.オンデマンドサービス(TSUTAYA TV,Hulu など) 19.0
 5.無料動画サイト(YouTube など) 66.7 6.DVDなどを購入してみる 23.8 7.その他 () 0.0
- Q.3 映画を視聴する際に最もよく利用する視聴方法は何ですか？ ※ひとつだけ n=19
 1.映画館 0.0 2.テレビ放送 21.1 3.レンタル 57.9 4.オンデマンドサービス(TSUTAYA TV,Hulu など) 0.0
 5.無料動画サイト(YouTube など) 21.1 6.DVDなどを購入してみる 0.0 7.その他 () 0.0
- Q.4 Q.3 で答えた視聴方法の長所・短所を教えてください。
 テレビ 長所:無料(4) 短所:カットされている(1) 音量の迫力がない(1) レンタル 長所:安い(5) いつでも見られる(3)
 (普段見ないものを見られる(1) 家で見られる(1) 家から近い(1) 短所:迫力がない(2) 返し忘れる(1))
 無料動画サイト 長所:安い(4) 短所:スムーズに見られない(1) 広告が多い(1)
- Q.5 ここ最近で利用頻度が下がった視聴方法はありますか？ ※いくつでも n=21
 1.映画館 55.0 2.テレビ放送 15.0 3.レンタル 5.0 4.オンデマンドサービス(TSUTAYA TV,Hulu など) 0.0
 5.無料動画サイト(YouTube など) 10.0 6.DVDなどを購入してみる 20.0 7.その他 () 0.0
- Q.6 映画の内容や注目度によって複数の視聴方法を使い分けていますか？ n=21
 1.はい 57.1 2.いいえ 42.9
- Q.7 どの様な基準で視聴方法を使い分けていますか？ 詳しくお答えください。
 例) 映画館で見る理由は〇〇だ、レンタルで見る理由は〇〇だ、Hulu で見る映画は〇〇な映画なことが多いなど
 (本当に観たいものは映画館(6) 迫力があるものは映画館(3) それなりに観たいものはレンタル(2)
 手軽に観たいときはレンタル(2) 早く観たいときは映画館(2) 好きな俳優が出ていると映画館で観る(1) 気分(1))
- Q.8 映画を視聴する際、「誰かと見ること」と「一人で見ること」のどちらが多いですか？ n=21
 1.一人で見ることが多い 38.1 2.誰かと見ることが多い 38.1 3.どちらも同じくらいだ 23.8
- Q.9 誰かと映画を見るとき、一緒に見る相手はどんな人ですか？ 思いつく相手を全てお答え下さい。 n=19
 (友人 100.0 家族 42.1 恋人 21.1)
- Q.10 視聴する映画を決める際に、どの様な情報を参考にしますか？ 思いつくものを全てお答えください。 n=21
 例) 友人からの情報、テレビ、口コミサイト、名作ランキング、作品の Web ページ、SNS など
 (テレビ 57.1 口コミ 47.6 ネット 38.1 SNS 23.8)
- Q.11 Q.10 で答えた情報源の中で最も参考にするのは何ですか？ 理由とともに教えてください。 n=20
 (ネット 33.3 理由:情報量がある(1) 信ぴょう性が高い(1) よく見る(1) 口コミ 28.6 理由:信頼できる(2) 詳しい(1)
 テレビ 19.0 理由:わかりやすい(1) SNS 9.5 理由:目につきやすい(1))
- Q.12 映画を観る際に重視するポイントを思いつく限り挙げて下さい。 例) 画質、音響、値段、方法の手軽さなど n=17
 (出演者 41.1 音響 29.4 画質 29.4 内容 17.6 値段 17.6 音量 11.8 ストーリー 5.9 監督 5.9
 吹き替え声優があっているか 5.9)
- Q.13 家から一番近くの映画館までの所要時間を教えてください。 ※移動方法は問いません
 a.15分未満 b.15分以上 30分未満 c.30分以上 60分未満 d.60分以上 90分未満 e.90分以上
- Q.14 あなたが所有しているものを全て選んでください。 n=21
 1.テレビ 95.2 2.DVD・BD デッキ 71.4 3.パソコン 100.0 4.タブレット 28.6 5.スマートフォン 95.2
 6.PlayStation シリーズ 33.3 7.いずれも所有していない 0.0
- Q.15 あなたにあてはまるものを選んでください。 n=21
 1.男性 38.1 2.女性 61.9

質問は以上となります。ご協力ありがとうございました。

若者の映画視聴に関する調査

2015年12月

文教大学情報学部広報学科「社会調査Ⅲ」
 調査員氏名：大島雄介
 担当教員名：日吉昭彦

本調査は「社会調査Ⅲ」の授業の一環として行うものです。皆さまの回答を通して、若者の映画視聴に関する特性を把握・分析することを目的としています。無記名にて行うアンケートですので、個人を特定することはありません。調査結果はプライバシーの保護に配慮し、全て統計的に処理されます。回答内容を本調査の目的以外に使用することはありません。授業時間を頂戴し誠に恐縮ですが、ご協力よろしくお願い致します。

ご記入にあたってのお願い

1. 調査票を受け取ったご本人が、ご回答ください。
2. お答えになりにくい質問は無回答で構いませんが、なるべく該当するすべての質問にお答え下さい。
3. 回答結果はグラフや数表として表現し、個人がどのような回答をしたのか公表することはありません。どうぞありのままをお答えください。
4. それぞれの質問の指示に従ってご回答下さい。
 特に指定のない限り、あてはまる番号・空欄に○をつけてご回答下さい。
5. ご記入は黒色の筆記用具でお願いします。
6. 回答を訂正する場合は消しゴムや×印を用い、訂正したことを明示してください。
7. ご不明な点がございましたら、お気軽に調査員にお尋ねください。

Q.1 映画を観ることは好きですか。n=111

1. 好き 82.0 2. 好きではない 3.6 3. どちらでもない 14.4

Q.2 あなたが映画を観る頻度を教えてください。※視聴方法は問いません。n=111

1. 月に5回以上 11.7 2. 月に4回程度 2.7 3. 月に3回程度 11.7 4. 月に2回程度 19.8
 5. 月に1回程度 25.2 6. それ以下の頻度 28.8

Q.3 映画を観る際に利用したことがある視聴方法をすべて教えてください。n=108

1. 映画館 99.1 2. 地上波テレビ放送(録画を含む) 97.2
 3. BS・CS放送(録画を含む) 28.7 4. レンタル 86.1
 5. DVD・BDなどを購入 59.3 6. オンデマンドサービス(Netflix,Hulu など) 16.7
 7. 無料動画サイト(YouTube など) 69.3 8. その他() 1.9

Q.4 映画を観る際に最もよく利用する視聴方法を教えてください。※1つのみ n=108

1. 映画館 27.8 2. 地上波テレビ放送(録画を含む) 18.5
 3. BS・CS放送(録画を含む) 2.8 4. レンタル 40.7
 5. DVD・BDなどを購入 2.8 6. オンデマンドサービス(Netflix,Hulu など) 1.9
 7. 無料動画サイト(YouTube など) 3.7 8. その他() 1.9

Q.5 一番好きな映画の視聴方法を教えてください。※1つのみ n=111

1. 映画館 69.4 2. 地上波テレビ放送(録画を含む) 4.5
 3. BS・CS放送(録画を含む) 0.0 4. レンタル 18.0
 5. DVD・BDなどを購入 3.6 6. オンデマンドサービス(Netflix,Hulu など) 0.0
 7. 無料動画サイト(YouTube など) 3.6 8. その他() 0.9

Q.6 過去5年間で利用頻度が変化した視聴方法がありますか。視聴方法別にお知らせください。n=111

	増えた	変わらない	減った	利用していない
映画館	48.6	35.1	16.2	0.0
地上波テレビ放送	26.1	50.5	21.6	1.8
有料放送	3.6	11.7	6.3	78.4
レンタル	37.8	30.6	21.6	9.9
DVD・BDなどを購入 ※n=110	13.6	40.0	20.0	26.4
オンデマンドサービス	10.8	14.4	3.6	71.2
無料動画サイト	31.5	33.3	12.6	22.5

Q.7 過去5年間で全体的な映画の視聴頻度は変化しましたか。※視聴方法は問いません。n=106

1. 映画を観る回数が増えた 55.7 2. 変わらない 33.0 3. 映画を観る回数が減った 11.3

Q.8 あなたが映画を視聴する際に重視することはありますか。

以下の項目についての程度重視するか、それぞれお答えください。n=111

	とても重要だ	どちらかといえば重要だ	どちらでもない	どちらかといえば重要ではない	まったく重要ではない
画質がよいこと	55.9	32.4	7.2	2.7	1.8
音質がよいこと	47.7	38.7	9.9	2.7	0.9
大画面であること ※n=110	34.5	28.2	27.3	7.3	2.7
臨場感があること	34.2	44.1	16.2	3.6	1.8
視聴に集中できること	57.7	32.4	6.3	0.9	2.7
好きな時間に見られること	45.9	37.8	11.7	3.6	0.9
公開後すぐに観られること	20.7	26.1	27.0	16.2	9.9
料金が手頃なこと	53.2	33.3	9.0	3.6	0.9
選べる作品が豊富なこと	44.1	33.3	17.1	4.5	0.9
内容がよいこと	76.6	18.9	3.6	0.9	0.0
好みの出演者がいること	39.6	35.1	11.7	3.6	9.9
好みの監督・スタッフが携わっていること	26.1	20.7	30.6	11.7	10.8
原作・脚本がよいこと	45.0	25.2	21.6	3.6	4.5
音楽がよいこと	42.3	32.4	18.9	4.5	1.8
吹き替え声優が役のイメージに合っていること	46.8	31.5	13.5	2.7	5.4
ネットでの評価が高いこと	17.1	28.8	21.6	20.7	11.7
家族や友人など周囲の評価が高いこと	11.7	35.1	20.7	18.9	13.5
話題の作品であること	13.5	32.4	22.5	18.9	12.6
新しい作品であること	10.8	21.6	36.0	18.0	13.5
好みの制作会社であること	7.2	14.4	35.1	27.0	16.2

Q.9 映画の各視聴方法の特徴・特色として、あなたが当てはまると感じるものをすべてお選びください。n=98
※よこ列にも、たて列にも、いくつでもお選びください。

	映画鑑賞	テレビ放送	レンタル	オンラインサービス	無料動画サイト	DVD・BDなどを購入
画質がよい	79.6	48.0	41.8	9.2	7.1	40.8
音質がよい	84.7	29.6	28.6	6.1	5.1	30.6
臨場感がある	94.9	3.1	3.1	0.0	0.0	2.0
視聴に集中できる	64.3	32.7	49.0	8.2	16.3	28.6
好きな時間に見られる	7.1	45.9	80.6	24.5	57.1	60.2
料金が手頃	16.3	53.1	67.3	8.2	43.9	6.1
選べる作品が豊富	19.4	9.2	82.7	24.5	35.7	34.7

Q.10 あなたが映画を視聴する際に支払ってもよい最大金額について、以下の3つの場面でそれぞれお答え下さい。
どうしても観たい作品 n=111

a. 2500円程度	12.6	b. 2300円程度	12.6	c. 1800円程度	28.8	d. 1500円程度	24.3
e. 1300円程度	7.2	f. 1000円程度	11.7	g. 800円程度	0.0	h. 500円程度	0.0
i. 300円程度	0.0	j. 100円程度	1.8	k. それ以下の金額	0.9		

なるべく観たい作品 n=111

a. 2500円程度	2.7	b. 2300円程度	2.7	c. 1800円程度	18.0	d. 1500円程度	36.9
e. 1300円程度	13.5	f. 1000円程度	20.7	g. 800円程度	4.5	h. 500円程度	0.0
i. 300円程度	0.0	j. 100円程度	0.0	k. それ以下の金額	0.9		

少し気になる作品 n=111

a. 2500円程度	0.0	b. 2300円程度	0.9	c. 1800円程度	9.0	d. 1500円程度	22.5
e. 1300円程度	7.2	f. 1000円程度	39.6	g. 800円程度	6.3	h. 500円程度	9.0
i. 300円程度	0.9	j. 100円程度	3.6	k. それ以下の金額	0.9		

Q.11 あなたは映画を観る際にどなたと一緒にご覧になることが多いですか。1つお選びください。n=111
※視聴方法は問いません

1. 自分ひとり 44.1 2. 友人 36.9 3. 家族 11.7 4. 恋人 6.3 5. その他 () 0.9

Q.12 あなたが視聴する映画を決定する際、参考にする情報源をすべてお知らせ下さい。n=111

- | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|---------------|
| 1. テレビ 77.5 | 2. ラジオ 7.2 | 3. 新聞 7.2 | 4. 映画情報誌 18.9 |
| 5. その他の雑誌 13.5 | 6. フリーペーパー 5.4 | 7. インターネット 61.3 | |
| 8. 街頭や電車内などの宣伝・広告 27.9 | 9. 映画館で流れる予告編 55.9 | | |
| 10. SNS(Twitter・Facebook など) 42.3 | 11. 周囲の評判 34.2 | | |
| 12. 店頭での情報(レンタル店・販売店など) 18.0 | 13. その他 3.6 | 14. 参考にするものはない 1.8 | |

Q.13 映画を観ることでのどのような効果が得られると思いますか。あてはまるものをすべてお選び下さい。n=111

- | | | |
|------------------|-------------------|--------------------|
| 1. 気分転換できる 79.3 | 2. リラックスできる 26.1 | 3. 嫌なことを忘れられる 21.6 |
| 4. 非日常を味わえる 52.3 | 5. やる気が湧いてくる 14.4 | 6. 無心になれる 18.9 |
| 7. 悩みが解決できる 3.6 | 8. 安眠できる 0.9 | |

Q.14 映画館で映画を観ることは好きですか。n=111

- | | | |
|------------|---------------|-----------------|
| 1. 好き 83.8 | 2. 好きではない 3.6 | 3. どちらでもない 12.6 |
|------------|---------------|-----------------|

Q.15 あなたが映画館で映画を観る頻度を教えてください。n=111

- | | | |
|------------------|-----------------|--------------------|
| a. 月に2回以上 5.4 | b. 月に1回程度 28.8 | c. 2~3カ月に1回程度 25.2 |
| d. 半年に1回程度 15.3 | e. 1年に1回程度 15.3 | f. それ以下の頻度 9.9 |
| g. 映画館は利用しない 0.0 | | |

Q.16 どなたと一緒に映画館を利用されることが多いですか。1つお選び下さい。n=109

- | | | | | |
|---------------|------------|------------|-----------|---------------|
| 1. 自分ひとり 32.1 | 2. 友人 48.6 | 3. 家族 11.9 | 4. 恋人 6.4 | 5. その他() 0.9 |
|---------------|------------|------------|-----------|---------------|

Q.17 映画館の鑑賞料金は高いと思われませんか。n=110

- | | | | | |
|-----------|--------------|------------------|-------------|-----------|
| 1. 高い 9.1 | 2. やや高い 68.2 | 3. 適切な価格である 22.7 | 4. やや安い 0.0 | 5. 安い 0.0 |
|-----------|--------------|------------------|-------------|-----------|

Q.18 「指定席制の映画館」と「自由席制の映画館」のどちらが利用しやすいですか。n=111

- | | | |
|------------------|------------------|-------------------------------|
| 1. 指定席制の映画館 56.8 | 2. 自由席制の映画館 21.6 | 3. どちらも利用しやすい/やすすぎに大差はない 20.7 |
|------------------|------------------|-------------------------------|

Q.19 家から一番近い映画館まで、どれぐらいの時間で行くことができますか。※移動方法は問いません。n=111

- | | | |
|-------------------|--------------------|-------------------------|
| a. 15分未満 18.9 | b. 15分以上30分未満 47.7 | c. 30分以上60分未満 27.9 |
| d. 60分以上90分未満 0.9 | e. 90分以上 0.9 | f. 最寄りの映画館の場所がわからない 3.6 |

※Q.20~22では、あなたが映画館に出かけた時のことをお伺いします。

Q.20 上映前と上映後の時間をどのように過ごしますか。あてはまるものをすべてお選び下さい。
上映前 n=111

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. 映画館内で過ごす 35.1 | 2. 併設する商業施設を散策する 58.6 |
| 3. 併設する商業施設で食事をする 44.1 | 4. 併設する商業施設で買い物をする 41.4 |
| 5. 周辺の商店街や繁華街を散策 12.6 | 6. 周辺(施設外)の飲食店で食事をする 15.3 |
| 7. 周辺(施設外)のお店で買い物をする 18.0 | |

上映後 n

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. 映画館内で過ごす 10.8 | 2. 併設する商業施設を散策する 38.7 |
| 3. 併設する商業施設で食事をする 38.7 | 4. 併設する商業施設で買い物をする 36.9 |
| 5. 周辺の商店街や繁華街を散策 12.6 | 6. 周辺(施設外)の飲食店で食事をする 26.1 |
| 7. 周辺(施設外)のお店で買い物をする 24.3 | 8. 何もせずに帰宅する 39.6 |

Q.21 あなたはどのように映画館を利用されますか。ご自身の利用の仕方に近いものをお選び下さい。n=111

- | |
|--------------------------------------|
| 1. 観たい映画があり、映画館に行くことを主目的として利用する 84.7 |
| 2. 映画館の周辺や併設する施設に出かけるついでに利用する 9.9 |
| 3. 友人や家族が観たい映画に付き合っ利用する 29.7 |
| 4. テートコースとして利用する 13.5 |
| 5. 空いた時間を埋めるために利用する 5.4 |
| 6. その時の気分、ふらっと立ち寄る 12.6 |
| 7. その他 2.7 |

Q.22 どんな日に映画館を利用することが多いでしょうか。n=108
最もあてはまるシチュエーションを1つお選び下さい。

- | |
|--------------------------|
| 1. 丸1日予定がない日 56.5 |
| 2. 半日程度、空き時間がある日 27.8 |
| 3. 他にも予定はあるが、比較的暇な日 12.0 |
| 4. 映画館に行く以外に予定の詰まった日 0.9 |
| 5. その他 2.8 |

Q.23 邦画と洋画のどちらを好まれますか。n=111

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. 邦画のほうが好きだ 30.6 | 2. どちらかといえば邦画のほうが好きだ 21.6 |
| 3. どちらかといえば洋画のほうが好きだ 15.3 | 4. 洋画のほうが好きだ 11.7 |
| 5. どちらでもない 20.7 | |

Q.24 実写とアニメのどちらを好まれますか。n=111

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. 実写のほうが好きだ 27.0 | 2. どちらかといえば実写のほうが好きだ 13.5 |
| 3. どちらかといえばアニメのほうが好きだ 12.6 | 4. アニメのほうが好きだ 26.1 |
| 5. どちらでもない 20.7 | |

Q.25 あなたの好きな映画のジャンルをすべてお知らせ下さい。n=111

1. アクション 61.3	2. アドベンチャー 47.7	3. コメディ 48.6	4. 恋愛 41.4
5. ファンタジー 40.5	6. SF 41.4	7. サスペンス 24.3	8. ミステリー 28.8
9. ホラー 20.7	10. ミュージカル 19.8	11. 人間ドラマ 26.1	12. ドキュメンタリー 10.8
13.時代モノ 9.9	14.その他 8.1	15. 映画は見ない 0.9	

Q.26 あなたの現在のお住まいについてあてはまるものをお選びください。n=111

1. 実家 86.9	2. 一人暮らし 57.7	3. その他 5.4
------------	---------------	------------

Q.27 あなたは現在、アルバイトをしていますか。n=111

1. している 77.5	2. していない 22.5
--------------	---------------

Q.28 あなたが毎月、自由に使えるお金はどれくらいありますか。n=111

※自由に使えるお金とは生活に最低限かかるお金を除いて、趣味や美容、遊びなどにかけられるお金を指します。

a. 5000円未満 4.5	b. 5000～10000円未満 9.9	c. 10000～15000円未満 16.2
d. 15000～20000円未満 13.5	e. 20000～25000円未満 10.8	f. 25000～30000円未満 13.5
g. 30000～35000円未満 3.6	h. 35000～40000円未満 9.0	i. 40000円以上 18.9

Q.29 休日は「家で過ごすこと」と「外出すること」のどちらが多いですか。n=110

1. 家で過ごすことが多い 48.2	2. 外出することが多い 25.4	3. どちらも同じくらい 26.4
--------------------	-------------------	-------------------

Q.30 あなたは流行しているものに対してどのような態度を取ることが多いでしょうか。n=110
最もよく当てはまるものを1つお選び下さい。

1. いち早く取り入れる 5.5
2. 話題になり始めたら、早期に取り入れる 16.4
3. 多くの人が取り入れたら、自分も取り入れる 19.1
4. 流行が落ち着き始めた頃に取り入れる 15.5
5. 流行にあまり左右されず、取り入れることはほとんどない 43.6

Q.31 あなたの学年をお知らせください。n=111

a. 1年生 72.1	b. 2年生 12.6	c. 3年生 11.7	d. 4年生以上 3.6
-------------	-------------	-------------	--------------

Q.32 あなたの所属学科をお知らせください。n=111

1. メディア表現学科 83.8	2. 広報学科 15.3	3. その他学部・学科 0.9
------------------	--------------	-----------------

Q.33 あなたの性別をお知らせ下さい。n=111

1. 男性 51.4	2. 女性 48.6
------------	------------

質問は以上となります。
ご協力誠にありがとうございました。