

Yahoo!リサーチ、映画鑑賞に関するアンケートを実施 ～ 70.9%の回答者が上映時間などの情報をインターネットから 入手 ～

2004年6月18日

ヤフー株式会社

Yahoo!リサーチ、映画鑑賞に関するアンケートを実施

～ 70.9%の回答者が上映時間などの情報をインターネットから入手 ～

Yahoo!リサーチのアドレス：<http://research.yahoo.co.jp/>

Yahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）の提供するサービス「Yahoo!リサーチ」では、「Yahoo!リサーチ・モニター」を対象に、5月17日（月）から5月20日（木）までの4日間にわたって「映画の鑑賞方法」に関するアンケートを実施しました。

<調査の概要>

調査期間：2004年5月17日（月）～5月20日（木）

調査対象：Yahoo!リサーチ・モニター

調査方法：ウェブ上でのアンケート調査

回答者：321名（男性－48.6%、女性－51.4%）

居住地域：首都圏－159名、関西圏－162名

年代：20代－45.8%、30代－54.2%

<集計結果>

- ◆「普通の映画館とシネコン（シネマコンプレックス）では、どちらに行くことが多いですか」という問いに対し、「シネコン」（55.8%）が、「普通の映画館」（34.2%）を上回りました。「シネコン」が浸透してきたと言えます。

◆上映時間などの情報の入手先（複数回答可）は、「インターネット」と答えた人が70.9%と、2位の「雑誌」（39.7%）を大きく上回りました。

アンケート結果の詳細は下記のとおりです。

質問1：1か月平均でどの程度映画をみますか？

映画館、テレビ、ビデオなどの総数をお答えください。

1本	—	27.7%
2本	—	22.1%
3本	—	13.4%
4本	—	7.6%
5本	—	5.3%
6本～10本	—	11.2%
11本～20本	—	3.1%
21本以上	—	0.6%
みていない	—	9.0%

質問2：映画はどのようなメディアで見ますか？（複数回答可）

1位	映画館	—	62.0%
2位	地上波テレビ	—	61.4%
3位	レンタルビデオ	—	54.8%
4位	レンタルDVD	—	46.4%
5位	ビデオ・DVDを購入	—	29.0%

質問3：映画館を選ぶ基準は何ですか？（複数回答可）

	合計	男性	女性
1 場所がよい	74.9%	69.3%	80.6%
2 座席がよい	52.8%	55.4%	50.0%
3 定員入替制である	38.2%	39.6%	36.7%
4 サービスが充実している	29.1%	30.7%	27.6%
5 予約が可能な	26.6%	22.8%	30.6%

※質問2で「映画館」と答えた人に対する質問です。

質問4：普通の映画館とシネコン（シネマコンプレックス）では、どちらに行くことが多いですか？

シネコン	—	55.8%
普通の映画館	—	34.2%
同じくらい	—	10.0%

※質問2で「映画館」と答えた人に対する質問です。

質問5：上映時間などの情報は、どこで入手しますか？（複数回答可）

			合計	男性	女性
1位	インターネット	—	70.9%	74.3%	67.3%
2位	雑誌	—	39.7%	43.6%	35.7%
3位	テレビ	—	32.7%	30.7%	34.7%
4位	映画館	—	30.2%	27.7%	32.7%
5位	新聞	—	26.1%	21.8%	30.6%

※質問2で「映画館」と答えた人に対する質問です。

質問6：家で映画をみることには、どんなメリットを感じますか？（複数回答可）

1位	好きな時にみられる	—	78.2%
2位	途中で休んだりできる	—	77.9%
3位	料金が安くすむ	—	77.3%
4位	気をつかわない	—	62.0%
5位	飲食しながらみられる	—	55.8%

質問7：映画の内容や評判などの情報は、どこから入手しますか？（複数回答可）

			合計	男性	女性
1位	テレビ	—	68.2%	61.5%	74.5%
2位	インターネット	—	50.8%	54.5%	47.3%
3位	雑誌	—	45.2%	44.9%	45.5%

質問8：DVDソフトは、何枚持っていますか？

0枚	—	34.9%
1枚～5枚	—	38.0%
6枚～10枚	—	11.5%
11枚～20枚	—	5.9%
21枚～30枚	—	4.1%
31枚以上	—	5.6%

質問9：DVDソフトの発売情報は、どこで入手しますか？（複数回答可）

			合計	男性	女性
1位	インターネット	—	53.1%	57.9%	48.0%
2位	テレビ	—	52.6%	45.8%	59.8%
3位	雑誌	—	45.0%	46.7%	43.1%

【Yahoo!リサーチ】 <http://research.yahoo.co.jp/>

「Yahoo!リサーチ」は、約20万人のモニター会員を持つ、さまざまな市場調査を実施する法人向けインターネット調査サービスで、Yahoo! JAPANとインテージが共同で設立した株式会社 インテージ・インタラクティブ（本社：東京都東久留米市、代表者：長崎貴裕）が運営しています。モニター会員はインターネットユーザーの約8割がアクセスするYahoo! JAPANから集められているので、母集団の代表性に優れています。また、年齢、性別、職業、業種、年収、家族構成など50項目にのぼる属性データを持っており、目的に応じた属性でのインターネット調査がスピーディーに実施できる仕組みとなっています。

【Yahoo! JAPAN】 <http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約3752万人のユニークカスタマー数※と、1日8億ページビューのアクセスを誇るインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティー、コマース、モバイルなど多くのサービスを提供しています。Yahoo!のグローバルウェブネットワークは、アメリカ合衆国、ラテンアメリカ、カナダ、ヨーロッパ、アジアなど世界25の国と地域で展開しています。

※2004年5月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率84.3%、職場からの視聴率90.8%というデータをもとに、家庭、または職場からのインターネットユーザーを約4429万人（NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より）としてYahoo! JAPANのユニークカスタマー数を算出。