

報道関係各位

 2025年8月27日  
 株式会社クロス・マーケティング

## 映画を見るなら「映画館で」が36% 映画館ではアニメーションや日本映画が人気

– 映画館に関する調査（2025年） –

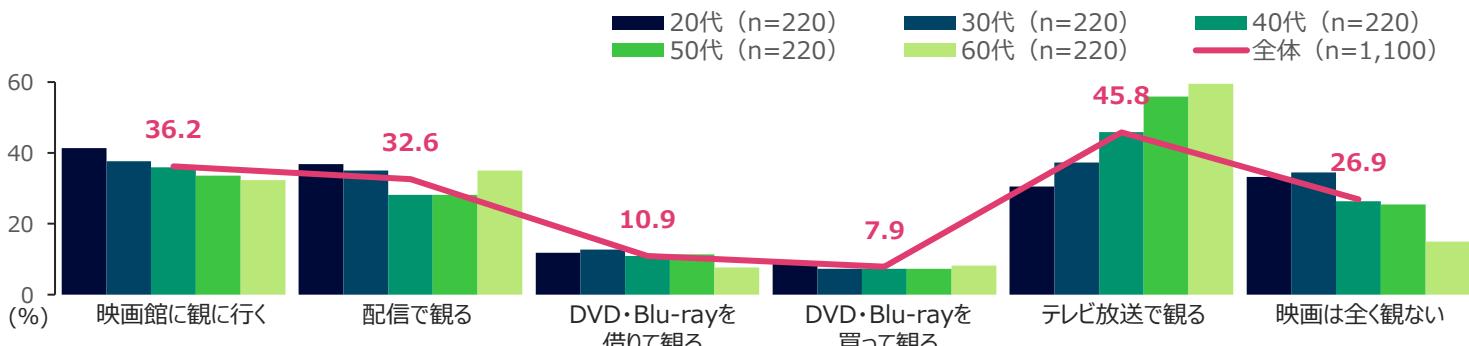
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「映画館に関する調査（2025年）」を実施しました。最近では長時間の上映作品がヒットしており、映画館に足を運ぶ人もいると思います。今回は、「映画の鑑賞方法」「よく利用する映画館のタイプ」「ちょうど良いと感じる鑑賞時間」「映画館で映画を観ることへの魅力」「映画館で観たいと思う映画のジャンル」を聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250827cinema>

### ■調査結果

- ✓ 映画の鑑賞方法は「テレビ放送で観る」が45.8%で最多。「映画館に観に行く」が36.2%で続く。  
「テレビ放送で観る」は年代が上がるほど高まり、特に50～60代は6割に近い。一方、「映画館に観に行く」は若い世代ほど高い。  
<図1>
- ✓ 最もよく利用する映画館は「シネコン系」で81.1%とほとんどで、「単館・ミニシアター系」は7.5%程度。  
「単館・ミニシアター系」は20代のみ13.6%と高め。  
<図2>
- ✓ ちょうど良いと感じる映画の鑑賞時間は、映画館で1.84時間、映画館以外は1.76時間と映画館の方が長い。  
映画館や映画館以外の鑑賞時間は、いずれも「1.5時間～2時間未満」がボリュームゾーン。  
<図3>
- ✓ 映画館で映画を観ることへの魅力は、「大きなスクリーンで迫力がある」「音響がいい」「映画に集中できて没入感がある」がTOP3。  
50～60代は「大きなスクリーン」「音響」の割合が高く、設備の良さを重視する傾向がうかがえた。  
<図4>
- ✓ 映画館で観たい映画は、「アニメーション映画」が28.5%、「日本映画」は26.4%、「映像や音響の迫力がある作品」は25.6%。  
20～40代は「アニメーション映画」、50～60代は「日本映画」「話題の最新作」「海外映画」が人気。  
<図5>

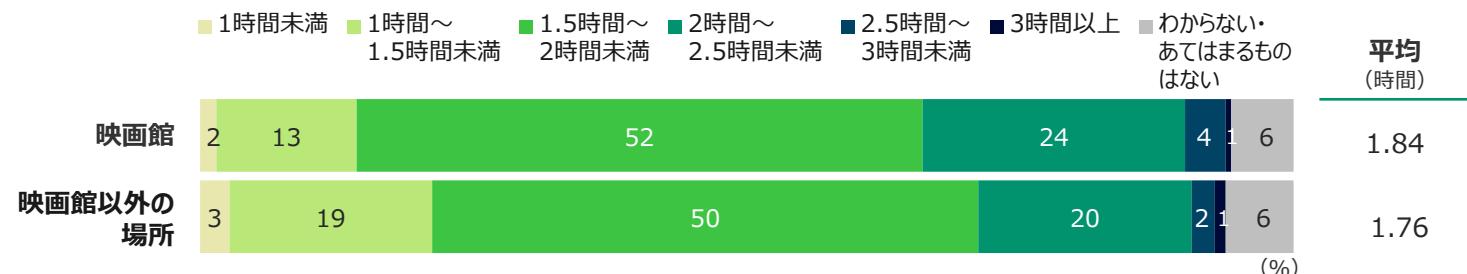
<図1> 映画の鑑賞方法（複数回答）



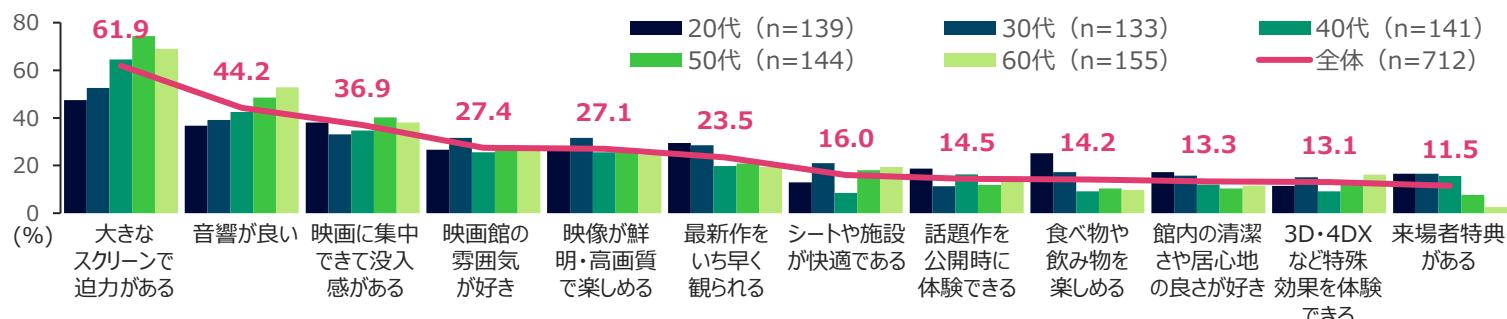
<図2> 最もよく利用する映画館のタイプ<sup>°</sup>（単一回答：n=804） ※映画を観る人ベース



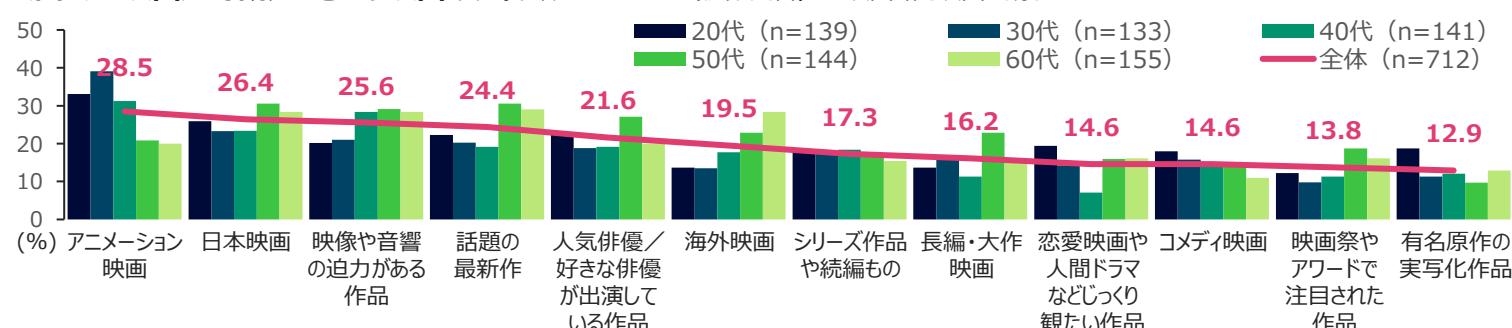
&lt;図3&gt; ちょうど良いと感じる映画の鑑賞時間（映画館／映画館以外）（単一回答：n=804）※映画を観る人ベース



&lt;図4&gt; 映画館で映画を観ることへの魅力 TOP12（複数回答）※映画館で映画を観る人ベース



&lt;図5&gt; 映画館で観たいと思う映画のジャンル TOP12（複数回答）※映画館で映画を観る人ベース



## ■調査項目

- 属性設問
- 映画の鑑賞方法
- 最もよく利用する映画館のタイプ
- ちょうど良いと感じる映画の鑑賞時間（映画館／映画館以外）
- 映画館で映画を観ることへの魅力
- 映画館で観たいと思う映画のジャンル

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250827cinema>

## ■調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20～69歳の男女  
 調査期間 : 2025年8月22日（金）～24日（日）  
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

## 【会社概要】

- 会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

## ◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

«例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」