

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

映画をみるなら「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） －

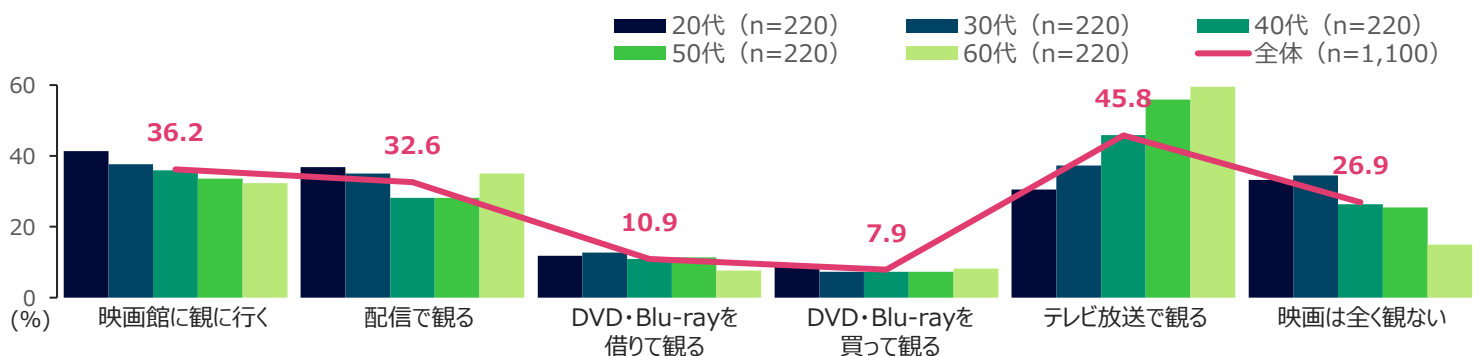
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「映画館に関する調査（2025年）」を実施しました。最近では長時間の上映作品がヒットしており、映画館に足を運ぶ人もいます。今回は、「映画の鑑賞方法」「よく利用する映画館のタイプ」「ちょうど良いと感じる鑑賞時間」「映画館で映画を観ることへの魅力」「映画館で観たいと思う映画のジャンル」を聴取しました。

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

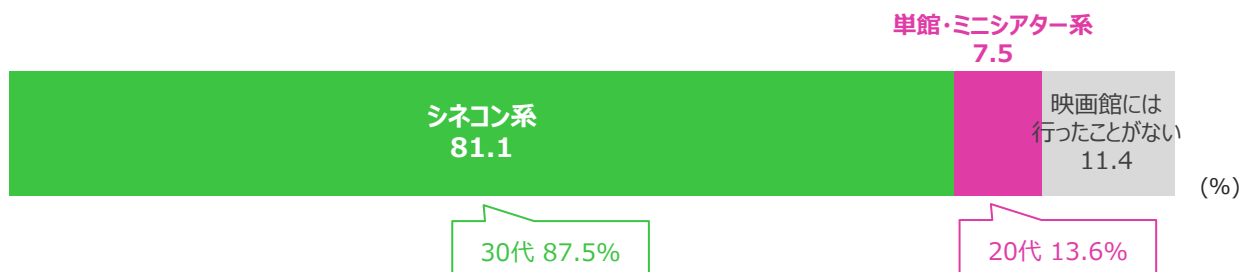
■ 調査結果

- ✓ 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＞

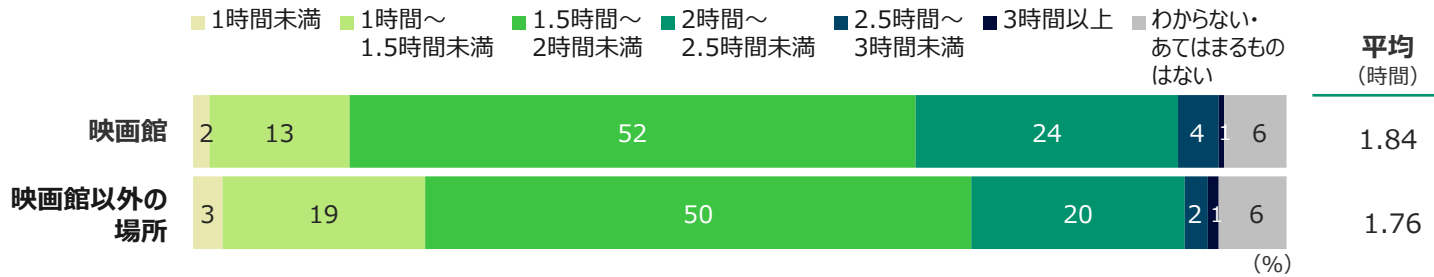
＜図1＞ 映画の鑑賞方法（複数回答）



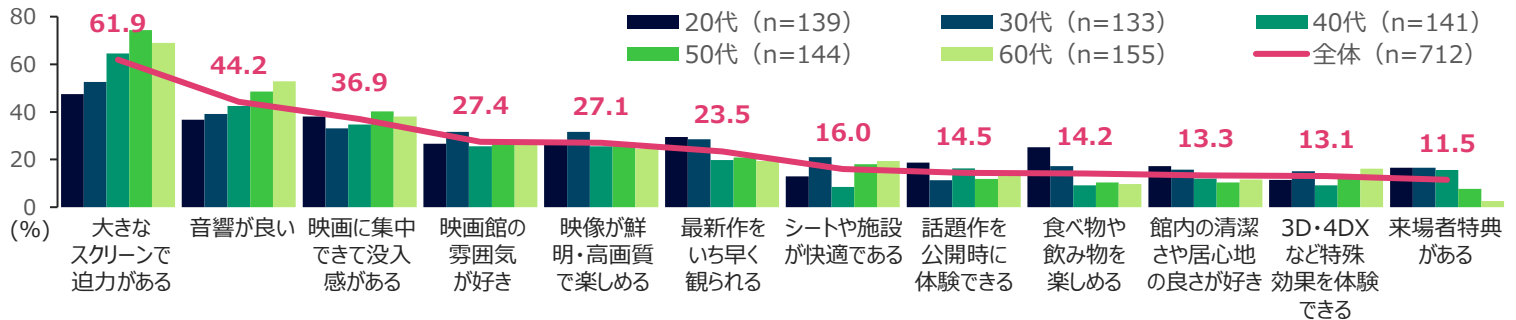
＜図2＞ 最もよく利用する映画館のタイプ（単一回答：n=804） ※映画を観る人ベース



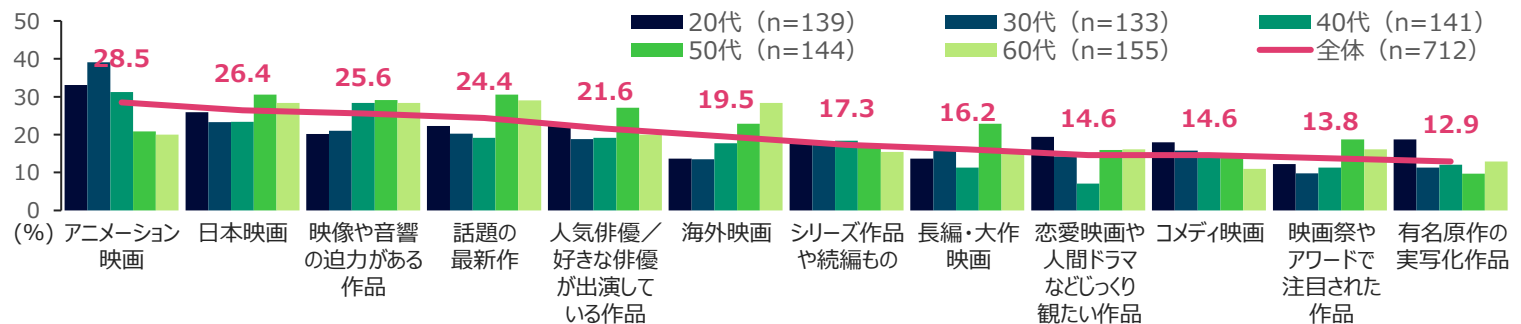
＜図3＞ ちょうど良いと感じる映画の鑑賞時間（映画館／映画館以外）（単一回答：n=804）※映画を観る人ベース



＜図4＞ 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



＜図5＞ 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ィング

◆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

「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・・・」