

2011年8月26日

報道関係者 各位

ライフネット生命保険株式会社

～ライフネット生命、「映画」に関する調査～

映画館「以前利用していたが利用しなくなった」24.1%

「オンライン動画」利用率が高いのは10代、50代は「衛星放送」が7割弱

映画選びの決め手は「テレビCM」7割弱、女性は「出演俳優」重要視

今年鑑賞したい(鑑賞した)シリーズ映画1位「パイレーツ・オブ・カリビアン 生命の泉」

シリーズ映画の新作に備えて過去作を鑑賞4割半

期待の3Dリメイク映画 男性は「スター・ウォーズ」女性は「ハリー・ポッター」

3D映画鑑賞は「字幕」より「吹き替え版」、恋愛映画は「字幕」

名作映画 原作を読む4割弱、10代女性では6割弱

映画のお供は定番の「ポップコーン」「コーラ」 10代には「チュロス」人気

映画館にマイボトル持参 女性の2割弱

初めてのデートで映画5割が経験、40代は6割半

家族を大切にしような邦画女優1位は『武士の家計簿』主演の仲間由紀恵さん

インターネットを活用して新しい生命保険サービスを提供するライフネット生命保険株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 出口治明)は2011年7月15日～7月20日の6日間、全国の15歳～59歳の年に1回以上映画を鑑賞する方を対象に、「映画」に関する調査をモバイルリサーチ(携帯電話によるインターネットリサーチ)で実施、1,000名(性別:男性500名・女性500名、年代別:10代200名・20代200名・30代200名・40代200名・50代200名)の有効回答を集計しました。

アンケート総括

■ **映画館「以前利用していたが利用しなくなった」24.1%**

■ **「オンライン動画」利用率が高いのは10代、50代は「衛星放送」が7割弱**

■ **映画選びの決め手は「テレビCM」7割弱、女性は「出演俳優」6割強、ヘビーユーザーは「映画情報サイトの評価」2割半**

年に1回以上の頻度で映画を鑑賞する全回答者(1,000名)に対し、映画の鑑賞方法を聞いたところ、「映画館」を「よく利用する」は19.7%、「たまに利用する」は55.0%で、それらを合計した『利用率』は74.7%、「以前利用していたが利用しなくなった」は24.1%、「利用したことはない」は1.2%となりました。

その他の鑑賞方法の『利用率』をみると、「レンタルビデオ店(VHS・DVD・ブルーレ

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

イ)は65.6%、「衛星放送(BS・CS)」は49.6%、「オンライン動画」は28.7%、「宅配レンタル」は6.7%となりました。

年代別で『利用率』を比較すると、10代は「オンライン動画」が38.5%で他年代より高く、50代は「衛星放送(BS・CS)」が67.0%で他年代より高くなりました。

次に、全回答者(1,000名)に対し、鑑賞する映画を選ぶときに“映画選びの決め手”となるものを複数回答形式で聞いたところ、「テレビCM」が68.8%で最も高くなりました。次いで「映画クリップ」が59.4%、「出演俳優」が50.2%、「映画紹介番組」が44.3%で続きました。

男女別にみると、「出演俳優」では女性(63.2%)が男性(37.2%)よりも26.0ポイント高くなりました。

また、“映画選びの決め手”になる情報源を鑑賞頻度別、鑑賞方法別にみると、ヘビーユーザー(映画を月に2回以上鑑賞する層)やオンライン動画ユーザー(映画の鑑賞方法にオンライン動画を利用している層)は「映画情報サイトの評価」が決め手になる割合が高く(ヘビーユーザー26.2%、オンライン動画ユーザー26.1%)なったほか、オンライン動画ユーザーは「インターネットのクチコミ」(26.5%)が高くなるなど、決め手になる情報源に特徴が見られました。

また、映画の鑑賞頻度が高くなるにつれ「脚本家・原作者」(ヘビーユーザー24.2%)や「映画監督」(ヘビーユーザー20.9%)といった、映画の製作者を映画選びの基準にしている傾向が見られました。

■ 今年鑑賞したい(鑑賞した)シリーズ映画1位「パイレーツ・オブ・カリビアン 生命の泉」

■ シリーズ映画の新作に備えて過去作を鑑賞4割半

全回答者(1,000名)に対し、今年公開予定の続編・シリーズ映画の中から、映画館で鑑賞したい(鑑賞した)映画を複数回答形式で聞いたところ、1位はディズニーの人気アクション『カリブの海賊』をモチーフにした映画で、シリーズ初の3D上映もされる「パイレーツ・オブ・カリビアン 生命の泉」40.2%となり、僅差で2位は世界的ベストセラーシリーズの完結編で、こちらもシリーズ初の3D上映もされる「ハリー・ポッターと死の秘宝 PART2」38.2%となりました。

そのほか、「トランスフォーマー ダークサイド・ムーン」(男性22.2%、女性11.0%)や「ワイルド・スピード MEGA MAX」(男性16.0%、女性4.2%)などのアクション映画では男性の割合が高くなり、週刊ヤングジャンプに連載中の漫画が原作の「GANTZ PERFECT ANSWER」は10代の割合が高く(26.5%)、シリーズ1作目が1996年に放映されたスパイ映画のシリーズ最新作「ミッション：インポッシブル ゴースト・プロトコル」は30代以上の割合が高く(30代25.5%、40代26.5%、50代24.5%)となりました。

続いて、全回答者(1,000名)に対し、続編・シリーズ映画を鑑賞する前に過去作のストーリーをおさらいするか聞いたところ、「過去作を鑑賞する」が44.6%、「あらすじを調べる」が26.6%、「おさらいなしで新作を鑑賞する」が25.8%となりました。続編の放映まで期間が開くシリーズ映画ですが、新作の鑑賞に備えて過去作を鑑賞する方が4割半と多数派になりました。

また、年代別に比較すると、「過去作を鑑賞する」と回答した10代は52.5%で他年代と比べて割合が最も高く、年代が上がるにつれ割合が低くなり、50代は「過去作を鑑賞する」が32.0%にとどまりました。若い年代ほどシリーズ映画の鑑賞前に過去作のおさらいをする

傾向があるようです。

■ 期待の3Dリメイク映画 男性は「スター・ウォーズ」女性は「ハリー・ポッター」
■ 3D映画鑑賞は「字幕」より「吹き替え版」5割強、一方恋愛映画は「字幕」で

過去に放映された人気作品を立体映像化し、リメイクした映画が登場しています。そこで、ユーザーから3D化が期待されている作品を調べました。全対象者(1,000名)に対し、3Dリメイクされたら見たいと思う名作映画を自由回答形式で聞いたところ、1位は「スター・ウォーズ」で89件、2位は「ハリー・ポッター」で67件、3位は「バック・トゥー・ザ・フューチャー」で43件となりました。

1位の「スター・ウォーズ」は89件全てが男性からの回答、2位の「ハリー・ポッター」は67件のうち66件が女性からの回答になり、3Dリメイクを期待する作品は男女の意見が分かれました。

続いて、全回答者(1,000名)に対し、洋画を鑑賞する際に字幕と吹き替えのどちらで鑑賞したいと思うかを洋画のジャンルごとに聞いたところ、「3D映画」では『字幕派』（「字幕」と「どちらかと言えば字幕」の合計）が36.9%、『吹き替え派』（「吹き替え」と「どちらかと言えば吹き替え」の合計）が52.5%となり、15.6ポイント差で『吹き替え派』が高くなりました。3D映画とは逆に、『字幕派』が高くなったジャンルは「ミュージカル映画」（『字幕派』56.7%、『吹き替え派』26.7%）と「恋愛映画」（『字幕派』59.1%、『吹き替え派』33.4%）でした。立体映像が魅力の3D映画は吹き替え版で、音楽が魅力のミュージカル映画や細かい感情の機微を楽しみたい恋愛映画は字幕版で鑑賞したいと思われるようです。

その他、「アクション映画」（『字幕派』47.8%、『吹き替え派』47.9%）や「コメディ映画」（『字幕派』44.2%、『吹き替え派』50.5%）では字幕と吹き替えの差は僅かでしたが、年代別にみると10代は『吹き替え派』がどちらも6割強で多数派となりました。（「アクション映画」の『吹き替え派』10代62.5%、「コメディ映画」の『吹き替え派』10代63.5%）

■ 名作映画 原作を読む4割弱、10代女性では6割弱
■ 映画のお供は定番の「ポップコーン」「コーラ」 10代には「チュロス」人気
■ 映画館にマイボトル持参 女性の2割弱

全回答者(1,000名)に対し、名作映画に出会えたときにとったことがある行動を聞いたところ、「原作を鑑賞する(読む)」38.8%、「DVDを購入する」38.5%、「知人に紹介する」38.0%が4割弱となり、以下「同じ作品を連続鑑賞する」36.9%と「出演俳優の他作品を鑑賞する」31.4%が3割台で続きました。

名作映画に出会えたときに「原作を鑑賞する(読む)」行動を起こしたことのある女性は48.0%で男性(29.6%)よりも18.4ポイント高くなり、特に10代の女性(59.0%)と20代の女性(51.0%)の割合が高く、半数以上は映画鑑賞後に原作も鑑賞した経験があるようです。

また、自身が見た名作映画をクチコミで広めたことがある方は女性、特に若い年代に多い傾向が見られ、「知人に紹介する」では10代女性が52.0%、「HP・ブログに感想を投稿する」では10代女性が29.0%となりました。

続いて、映画館を利用する方(747名)に対し、映画館で映画鑑賞する際に、つい買ってしまったり持ち込みしたりする“映画のお供”を複数回答形式で聞いたところ、1位は「ポップコーン」で61.2%、2位は「コーラ(炭酸ドリンク)」で53.8%となりました。

また、「ハンカチ」は男性が7.3%、女性が31.5%と女性が男性より24.2ポイント高くなったほか、体温調節をするための「羽織もの(上着・ストール)」(男性3.1%、女性29.0%)や「ひざ掛け」(男性2.2%、女性16.7%)でも10ポイント以上女性が男性よりも高くなり、女性は映画館の空調に気を使っている傾向がわかりました。そのほか、飲み物を持参するための「マイボトル」(男性8.1%、女性18.7%)でも女性の回答が高くなりました。

また、「コーヒー」は高い年代ほど割合が高く(40代38.0%、50代38.6%)、「チュロス」は若い年代ほど割合が高く(10代22.5%)なる傾向が見られました。

■ 初めてのデートで映画5割が経験、40代は6割半

■ 家族を大切にしような邦画女優1位は『武士の家計簿』主演の仲間由紀恵さん

全回答者(1,000名)に対し、恋人との初めてのデートで映画を見た経験があるか聞いたところ、「ある」が49.9%となりました。半数の方が恋人との初めてのデートに映画鑑賞を取り入れていることがわかりました。また、30代以上では6割超が初めてのデートで映画を見た経験が「ある」と回答し、特に40代は多く64.5%が「ある」と回答しました。

夏休みには、家族で映画鑑賞という機会も多くなることを背景に、全回答者(1,000名)に対して、家族を大切にしような邦画女優を複数回答形式で聞いたところ、1位は『武士の家計簿』の主演女優である「仲間由紀恵」さん(36.9%)となりました。以下、僅差で『プリンセストヨトミ』の主演女優「綾瀬はるか」さんが36.1%で2位に、『犬とあなたの物語 いぬの映画』の主演女優「松嶋菜々子」さんが35.1%で3位になりました。また、「松嶋菜々子」さんは女性からの支持が高く(41.0%)、同性からみた最も家族を大切にしような女優となりました。

■■調査概要■■

- 調査タイトル：映画に関する調査
- 調査対象：ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする
15歳～59歳の年に1回以上映画を鑑賞する方
- 調査期間：2011年7月15日～7月20日
- 調査方法：モバイルリサーチ
- 調査地域：全国
- 有効回答数：1,000サンプル（有効回答母数から1,000サンプルを抽出）
- 実施機関：ネットエイジア株式会社

■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂きますよう、お願い申し上げます。

- 会社名：ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名：代表取締役社長 出口 治明
- 設立：2006年10月
- 所在地：東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
- 業務内容：インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ：<http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部：松岡
TEL:03-5216-7900

調査協力会社：ネットエイジア株式会社 担当：安高

- ◆ ライフネット生命について URL：<http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

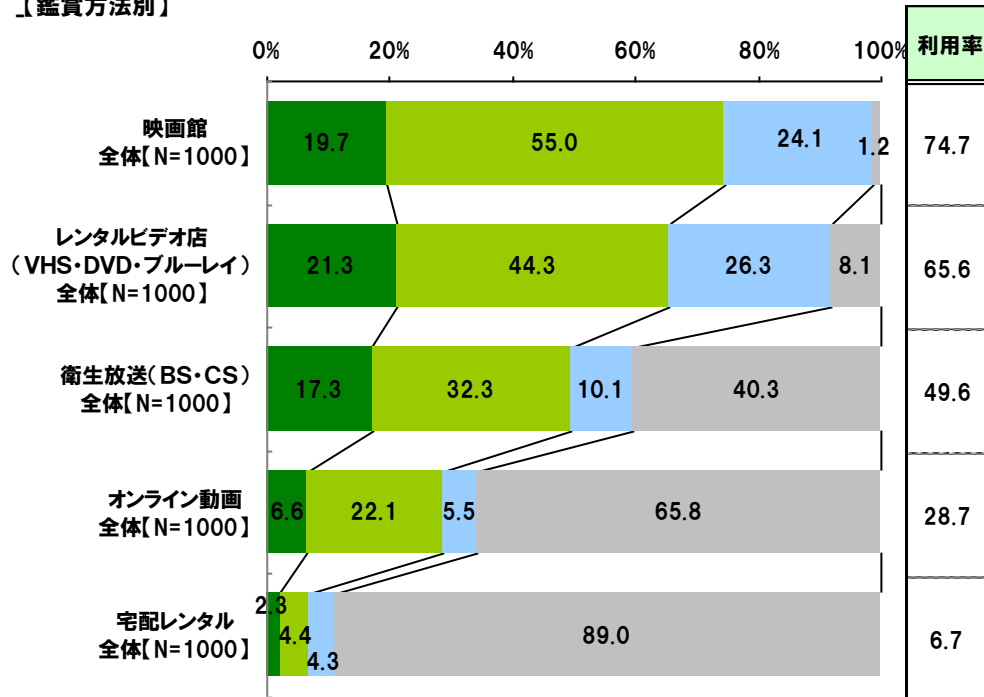
ライフネット生命は、保険の原点に戻り「どこよりも正直な経営を行い、どこよりもわかりやすく、シンプルで便利で安い商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。相互扶助という「保険の原点」に立ち返りつつ、最新のテクノロジーを最大限活用して、生活者にとって便利でわかりやすく、かつ高品質な生命保険商品・サービスを提供することを目指しています。また、インターネットの活用により販売・事務コストを徹底的に削減し、価格競争力に加えて、24時間いつでも可能な納得の保険選びと迅速な申し込み手続きを実現し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

- ◆ 会社及び商品の詳細は <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧下さい。
- ◆ お客さまの問い合わせ窓口：TEL 0120-205566
受付時間：平日9時～22時、土曜日9時～18時、(年末年始、日曜、祝日は除く)

ライフネット生命保険株式会社

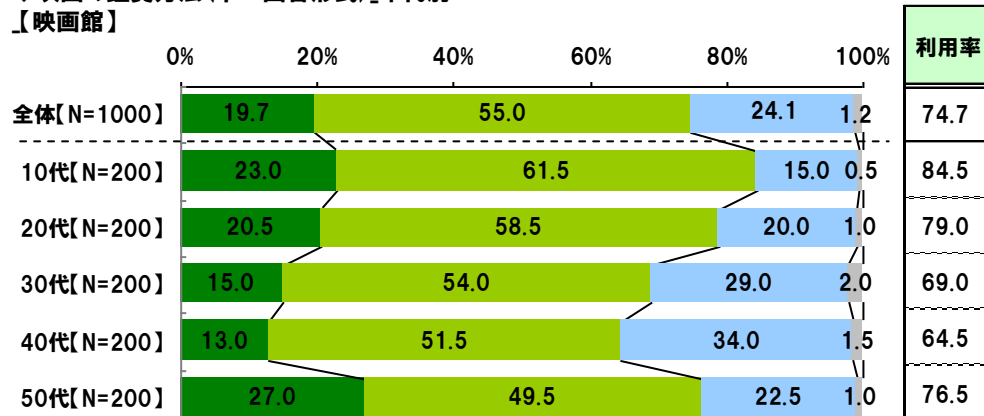
Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

◆映画の鑑賞方法(単一回答形式)
 【鑑賞方法別】



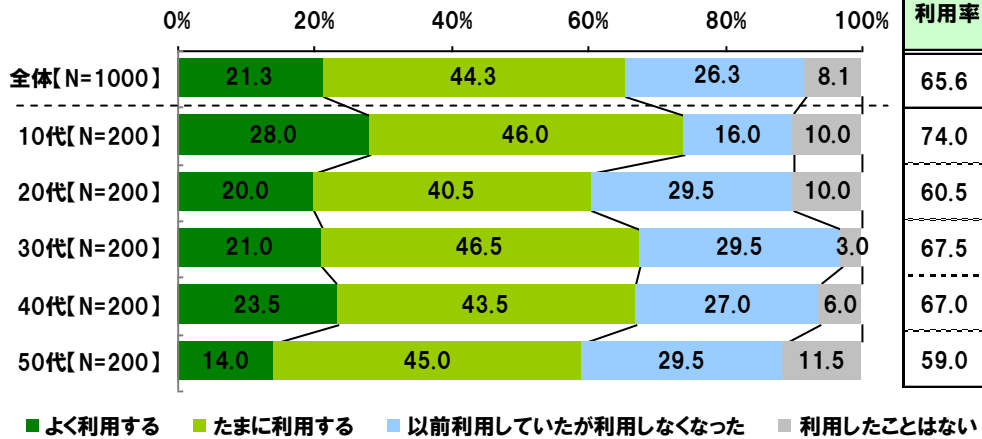
■ よく利用する ■ たまに利用する ■ 以前利用していたが利用しなくなった ■ 利用したことはない

◆映画の鑑賞方法(単一回答形式)_年代別
 【映画館】

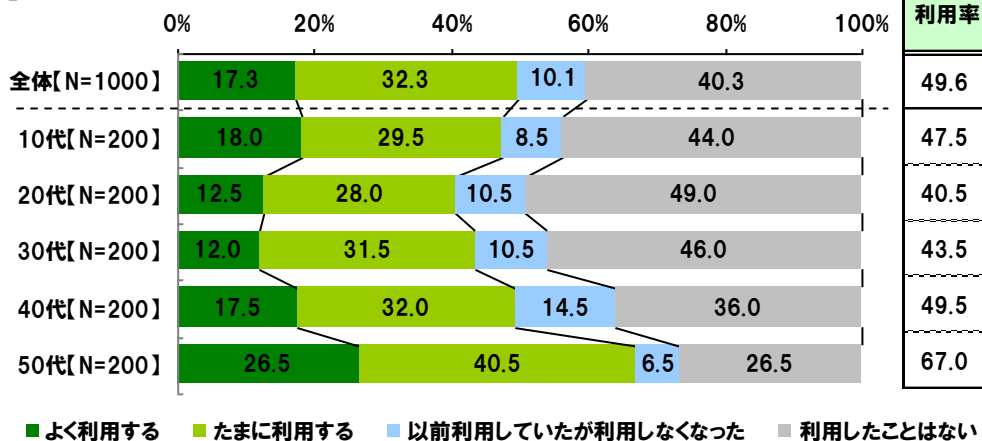


■ よく利用する ■ たまに利用する ■ 以前利用していたが利用しなくなった ■ 利用したことはない

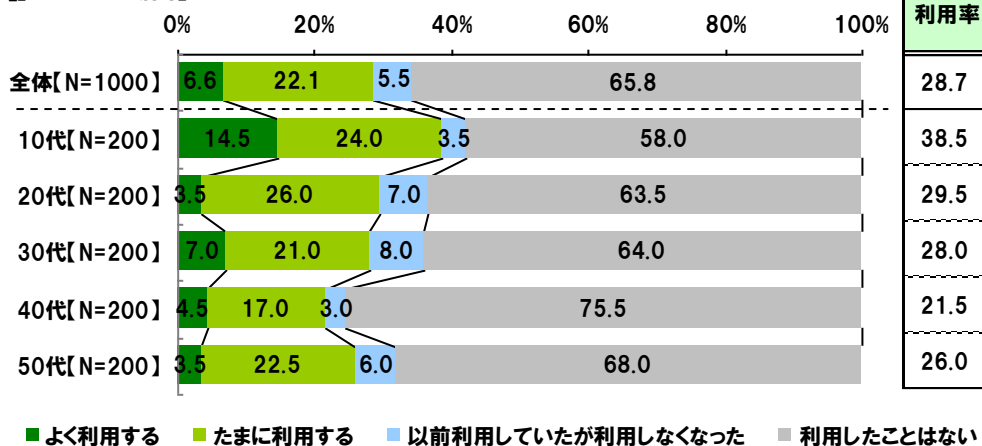
◆映画の鑑賞方法(単一回答形式)_年代別
 【レンタルビデオ店(VHS・DVD・ブルーレイ)】



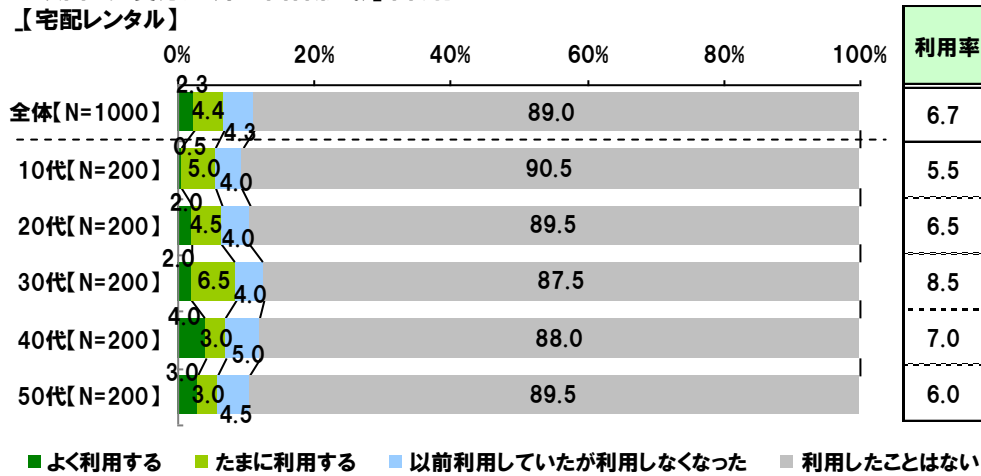
◆映画の鑑賞方法(単一回答形式)_年代別
 【衛星放送(BS・CS)】



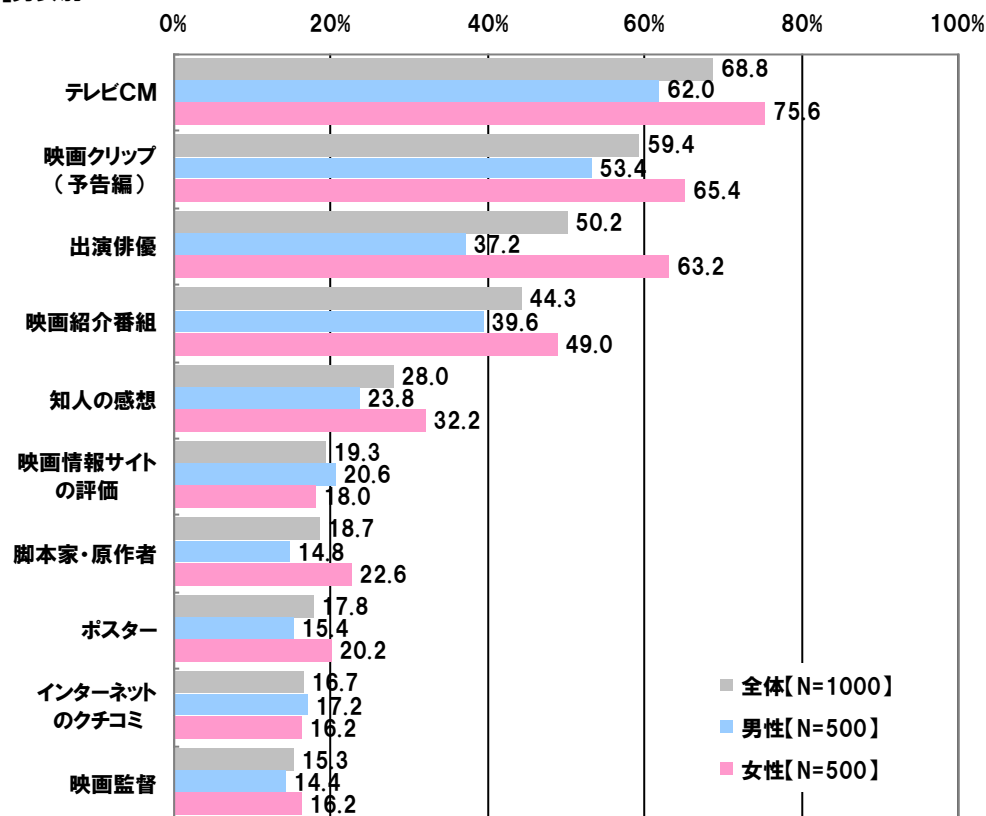
◆映画の鑑賞方法(単一回答形式)_年代別
 【オンライン動画】



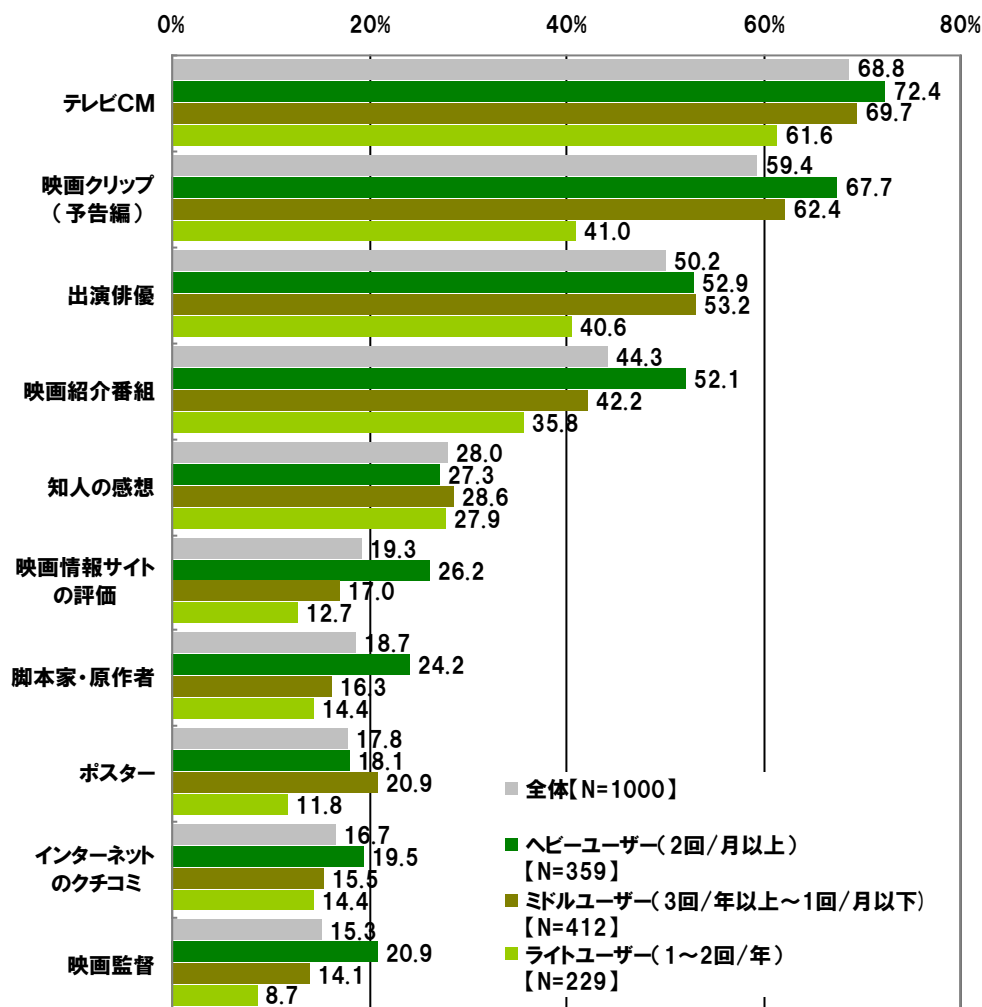
◆映画の鑑賞方法(単一回答形式)_年代別
 【宅配レンタル】



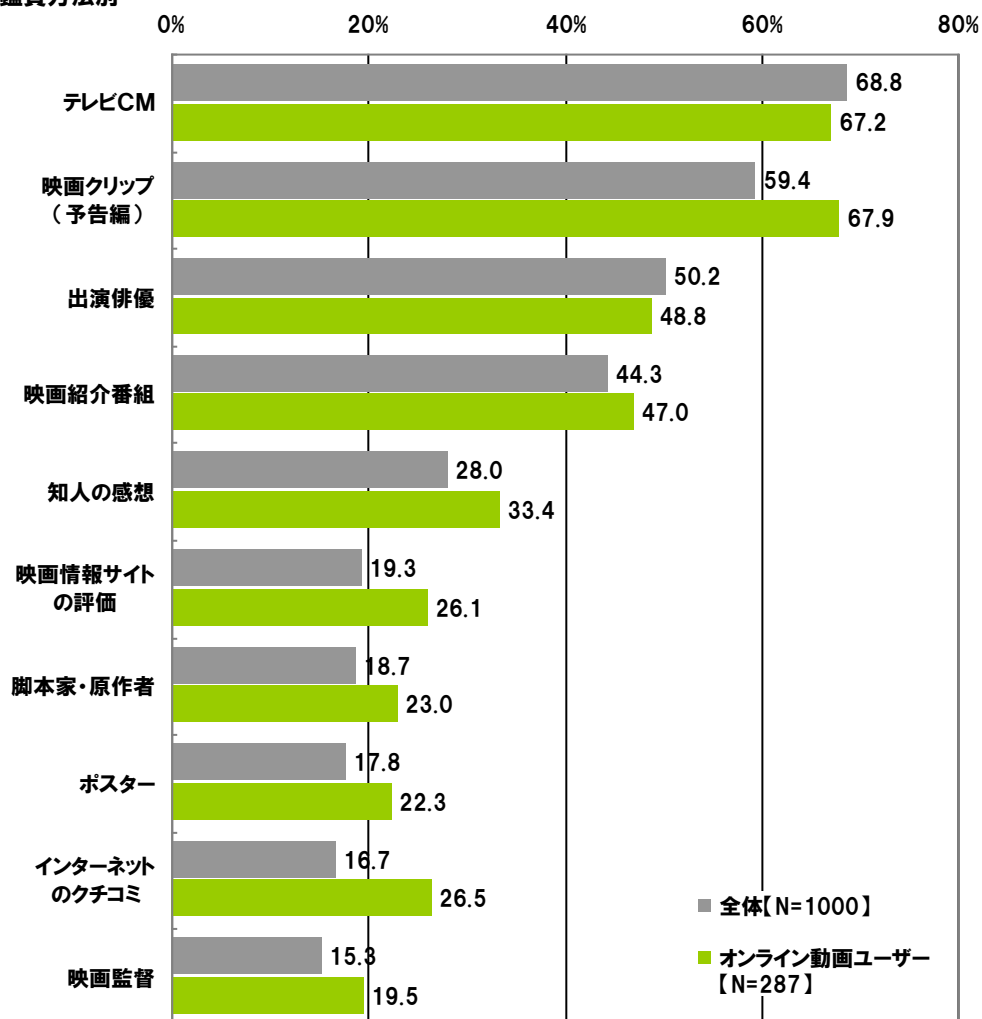
◆”映画選びの決め手”になるもの(複数回答形式)※上位10位までを抜粋
 _男女別



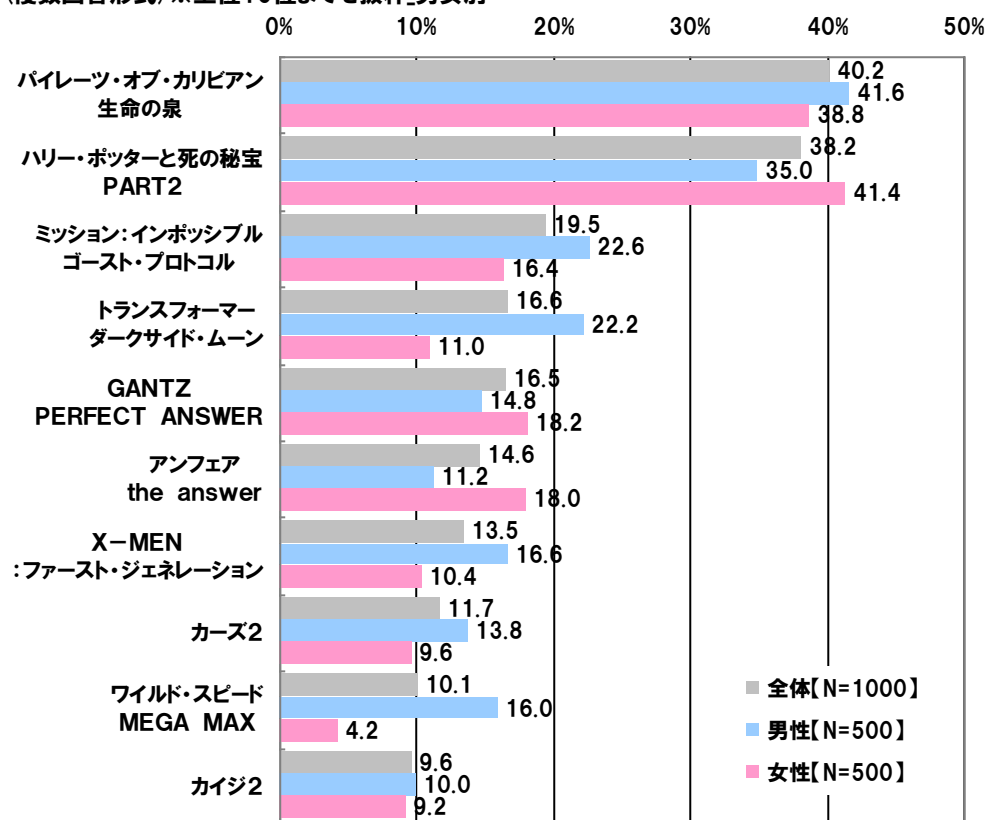
◆”映画選びの決め手”になるもの(複数回答形式) ※上位10位までを抜粋
 鑑賞頻度別



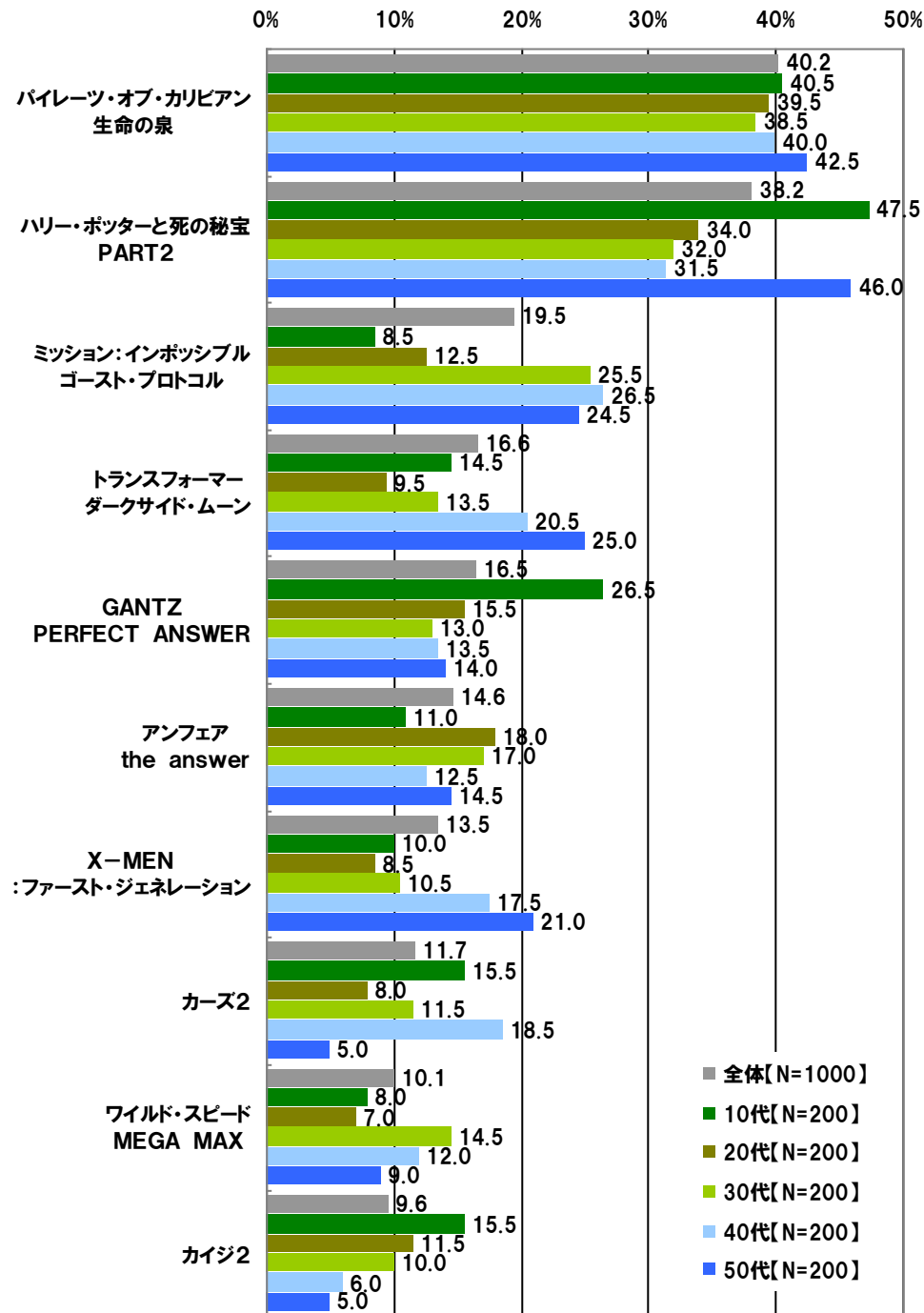
◆”映画選びの決め手”になるもの(複数回答形式) ※上位10位までを抜粋
鑑賞方法別



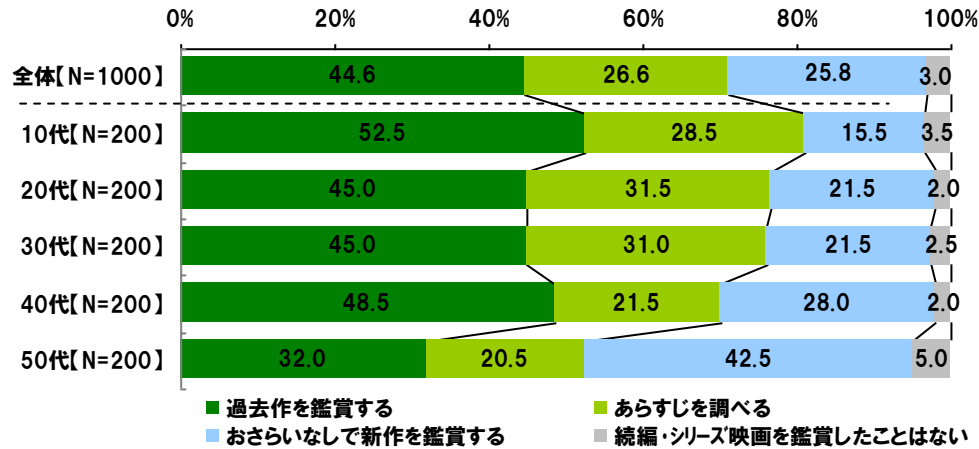
◆映画館で鑑賞したい(鑑賞した)今年公開予定の続編・シリーズ映画
 (複数回答形式) ※上位10位までを抜粋_男女別



◆映画館で鑑賞したい(鑑賞した)今年公開予定の続編・シリーズ映画
 (複数回答形式) ※上位10位までを抜粋_年代別



◆続編・シリーズ映画を鑑賞する前に過去のストーリーをおさらいするか
 (単一回答形式) 年代別



◆3Dリメイクされたら見たいと思う名作映画(自由回答方式)

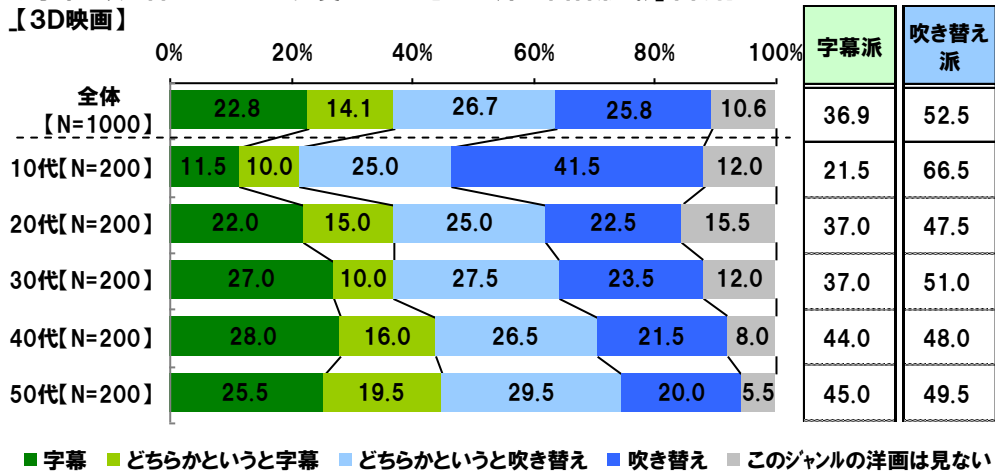
順位	映画名	件数
1位	スター・ウォーズ	89件
2位	ハリリー・ポッター	67件
3位	バック・トゥー・ザ・フューチャー	43件
4位	ターミネーター	24件
5位	タイタニック	23件

男女別

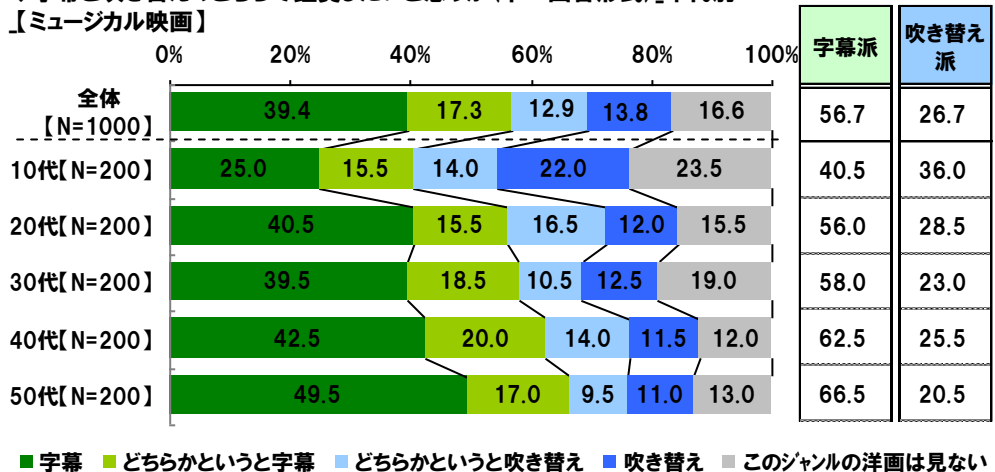
性別	順位	映画名	件数
男性 [N=500]	1位	スター・ウォーズ	89件
	2位	バック・トゥー・ザ・フューチャー	24件
		ターミネーター	
	4位	タイタニック	23件
	5位	ジブリ映画	14件

性別	順位	映画名	件数
女性 [N=500]	1位	ハリリー・ポッター	66件
	2位	マトリックス	21件
	3位	バック・トゥー・ザ・フューチャー	19件
	4位	パイレーツ・オブ・カリビアン	16件
ロード・オブ・ザ・リング			

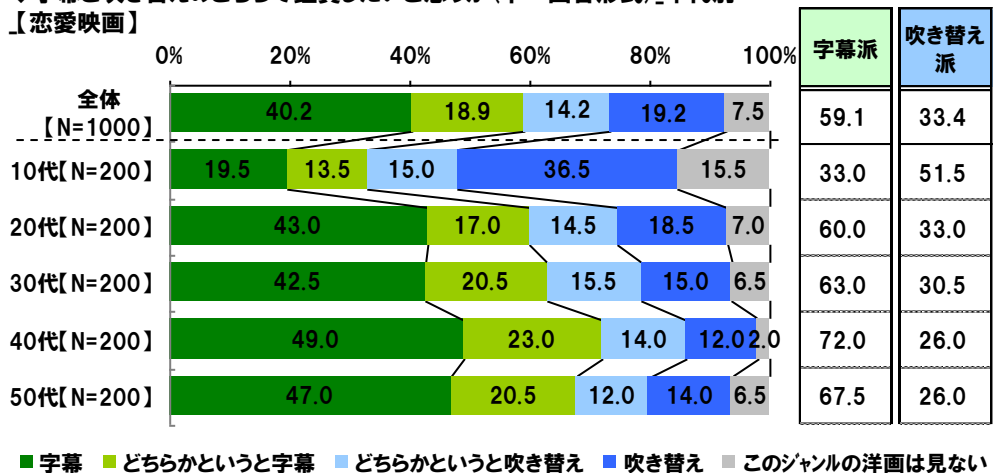
◆字幕と吹き替えのどちらで鑑賞したいと思うか(単一回答形式)_年代別
【3D映画】



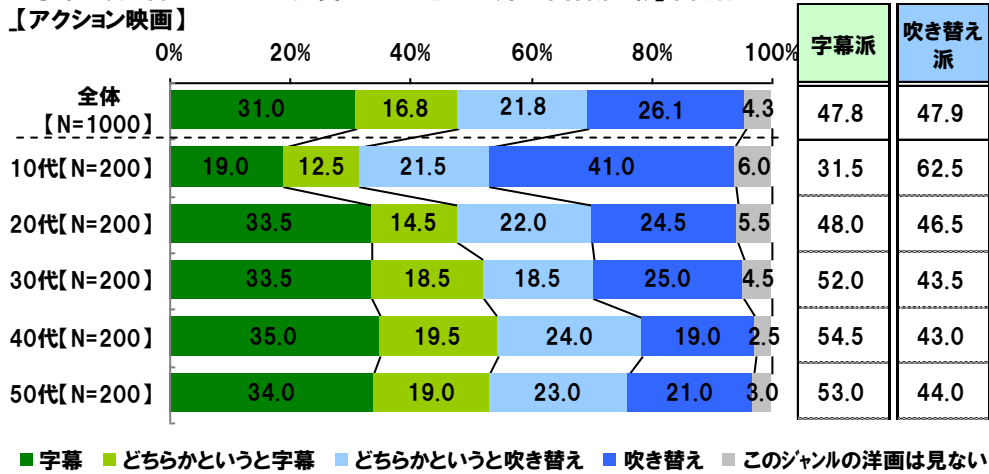
◆字幕と吹き替えのどちらで鑑賞したいと思うか(単一回答形式)_年代別
【ミュージカル映画】



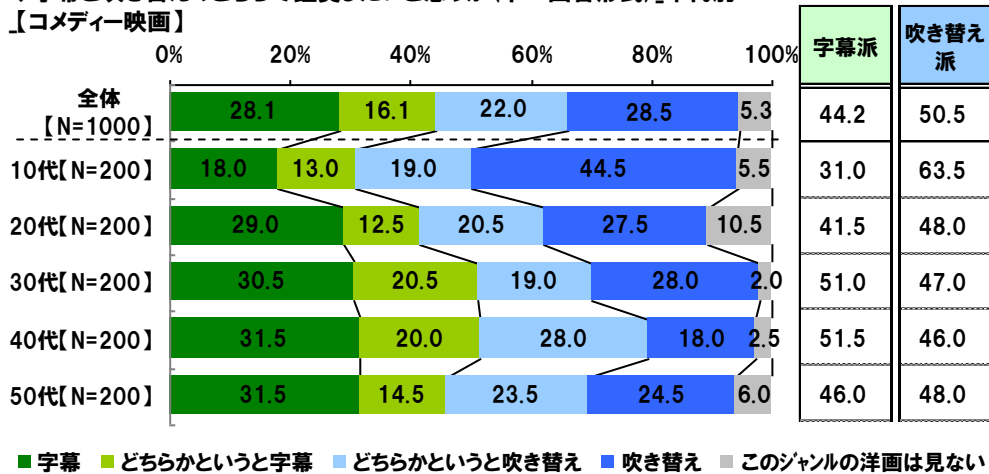
◆字幕と吹き替えのどちらで鑑賞したいと思うか(単一回答形式)_年代別
【恋愛映画】



◆字幕と吹き替えのどちらで鑑賞したいと思うか(単一回答形式)_年代別
 【アクション映画】

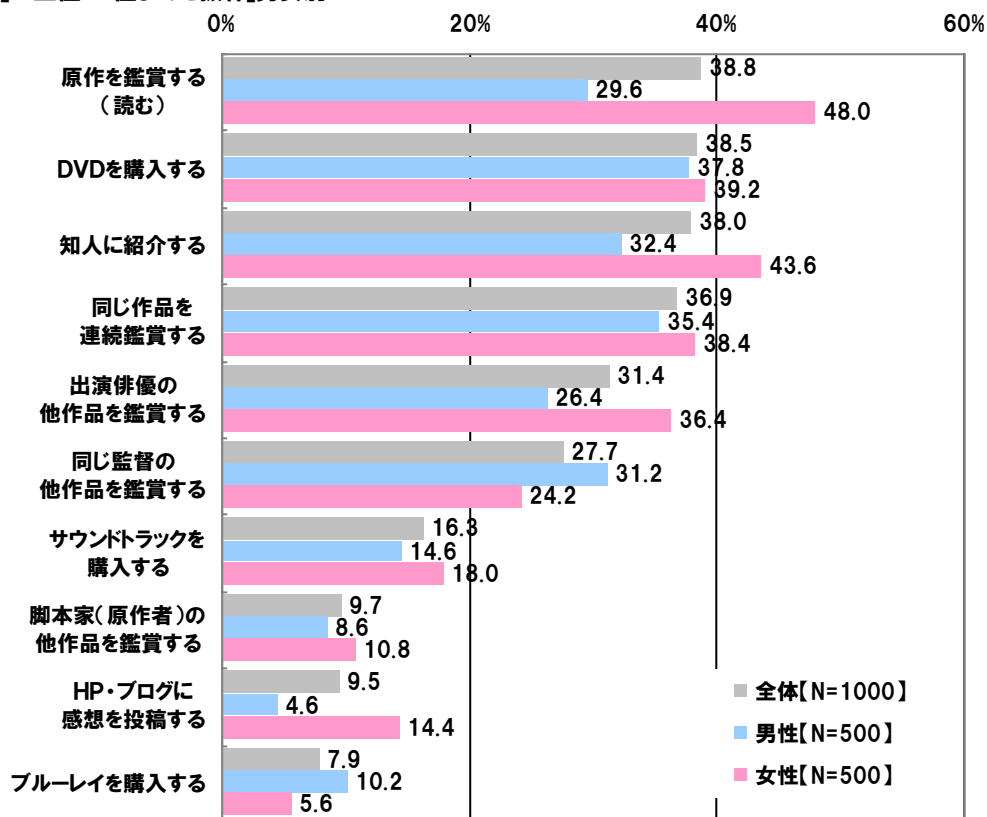


◆字幕と吹き替えのどちらで鑑賞したいと思うか(単一回答形式)_年代別
 【コメディ映画】



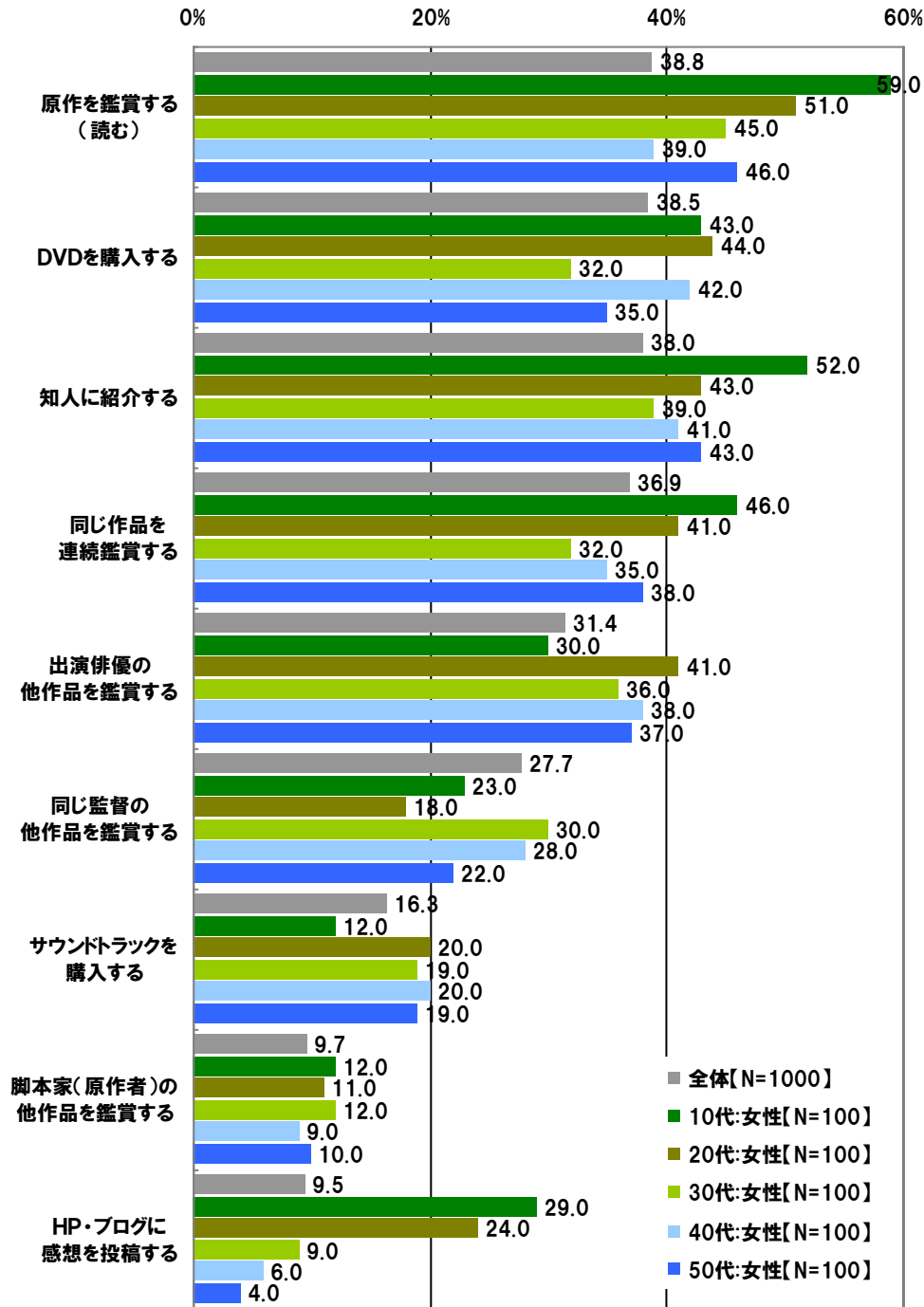
◆名作映画に出会えたときに取ったことがある行動(複数回答形式)

※上位10位までを抜粋_男女別

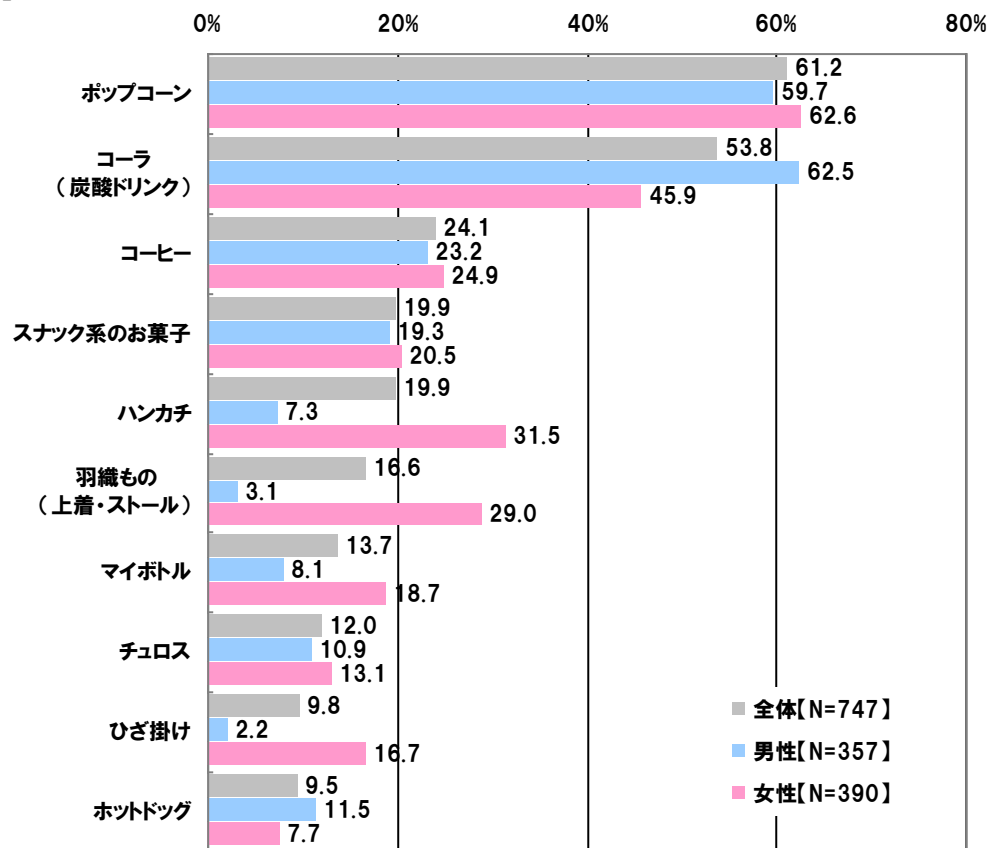


◆名作映画に出会えたときに取ったことがある行動 (複数回答形式)

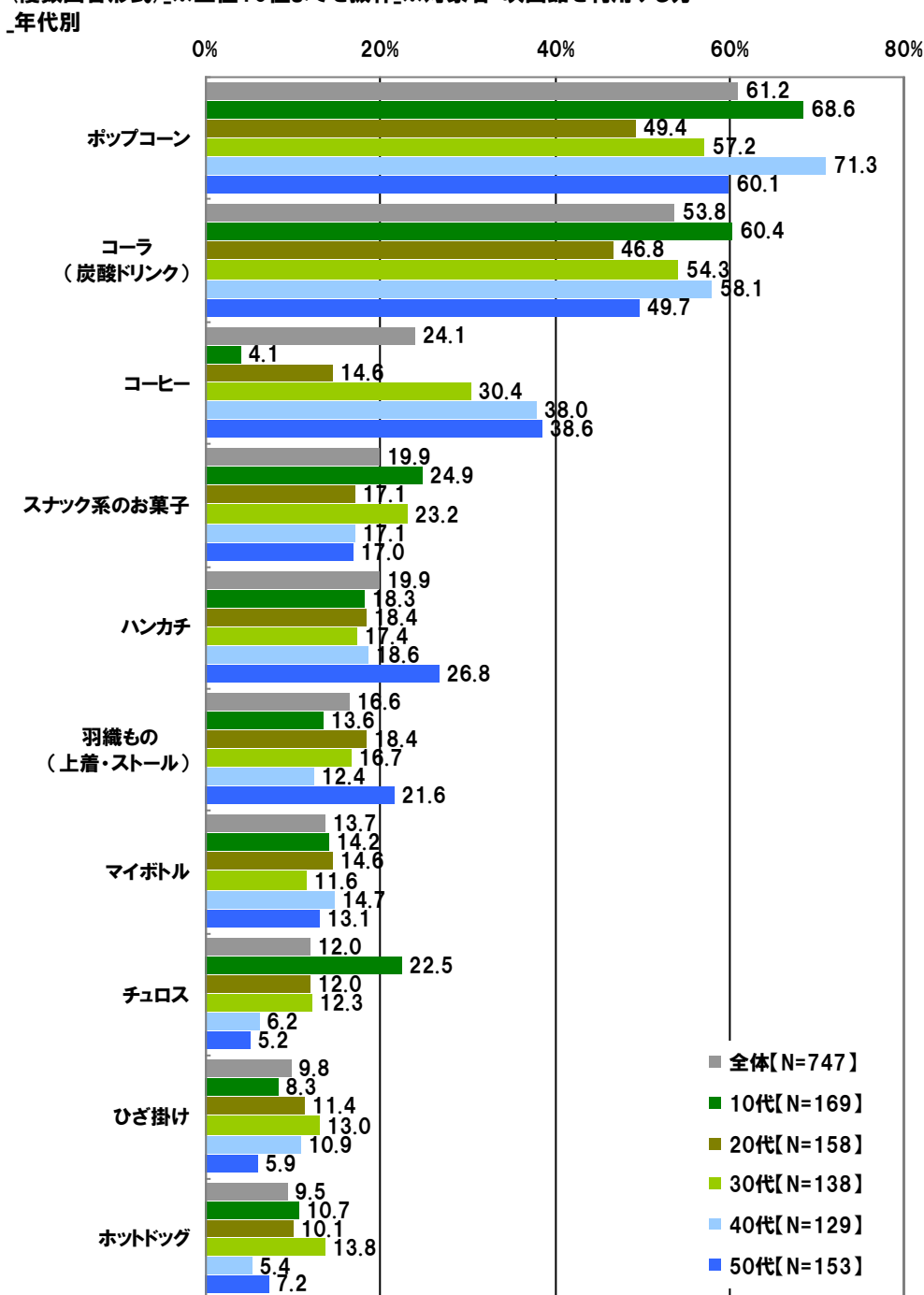
※上位10位までを抜粋_女性年代別



◆映画館で映画鑑賞する際に、つい買ってしまったり持ち込みしたりする”映画のお供”
 (複数回答形式) ※上位10位までを抜粋 ※対象者: 映画館を利用する方
 _男女別

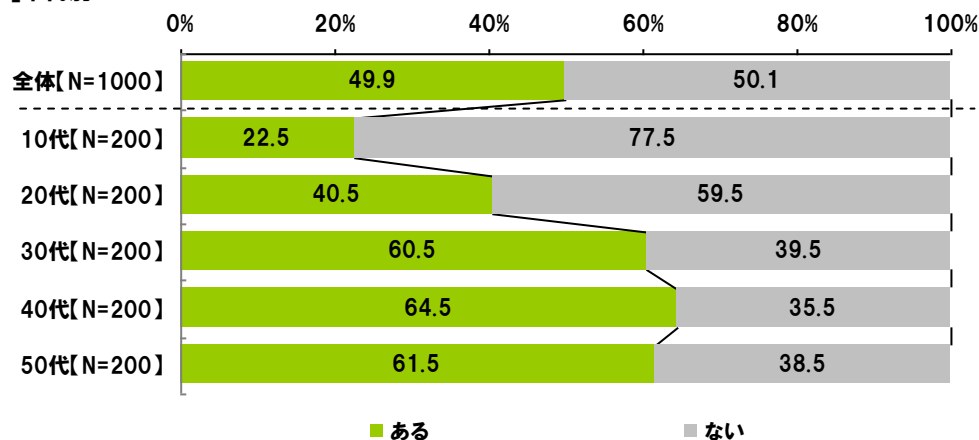


◆映画館で映画鑑賞する際に、つい買ってしまったり持ち込みしたりする”映画のお供”
 (複数回答形式) ※上位10位までを抜粋 ※対象者: 映画館を利用する方



◆恋人との初めてのデートで映画を観た経験(単一回答形式)

年代別



◆家族を大切にしような邦画女優(複数回答形式) ※上位10位までを抜粋

男女別

