



2022年3月22日

<映画鑑賞者調査>

コロナ禍で映画市場が縮小するなか IMAX・4DX・MX4D などの 特殊上映形式が存在感を増す

— GEM 映画白書ダッシュボード —

エンタテインメント業界に向けたデータ×デジタルマーケティングサービスを提供する GEM Partners 株式会社（ジェムパートナーズ、所在地：東京都港区、代表取締役：梅津文）は3月22日（火）、映画鑑賞者の属性や行動心理に迫るオンライン分析ツール「GEM 映画白書ダッシュボード」の最新2021年度のデータを用いて、コロナ禍における映画鑑賞者の分析結果を発表いたします。

新型コロナウイルスの流行により、映画館で映画を観る「映画劇場鑑賞者」は減少を続けています。さらに、映画館で映画を観たいと思う理由が全体的に減少していることも分かりました。しかし、そういった厳しい状況下でも、IMAX・4DX・MX4D などの特殊上映形式を映画館で映画を観たい理由にあげている割合は前年を上回っていることが判明しました。最新の「GEM 映画白書ダッシュボード」を用いて、これら詳細を紐解いていきます。

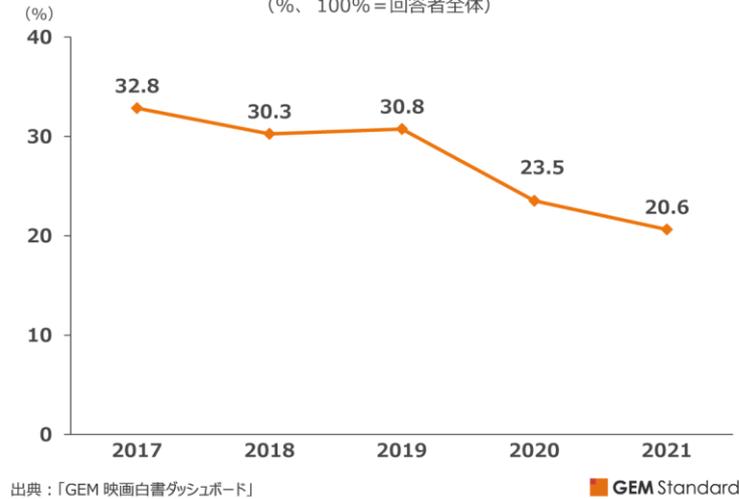
【2021年映画鑑賞者調査 ハイライト】

- 映画劇場鑑賞者[※]の割合は2021年も減少し、約20%に
※2021年に映画館で1本以上映画を観た人
- コロナ流行前と比較して映画劇場鑑賞者においても、約4割が映画館での映画鑑賞頻度が減少、約3割が月額定額有料ネット配信での映画鑑賞頻度が増加
- 映画館で映画を観たいと思う理由が2020年から全体的に減少するなか、「特殊な上映形式（IMAX・4DX・MX4Dなど）」や「特殊な上映イベント（爆音上映、応援上映など）」など、映画館特有の設備を生かした上映方法を挙げる割合は2020年から増加

映画劇場鑑賞者の割合は 2021 年も減少し、約 20%に

映画劇場鑑賞者割合の推移

※ 映画劇場鑑賞者：各年において映画館で 1 本以上映画を観た人
(%、100% = 回答者全体)

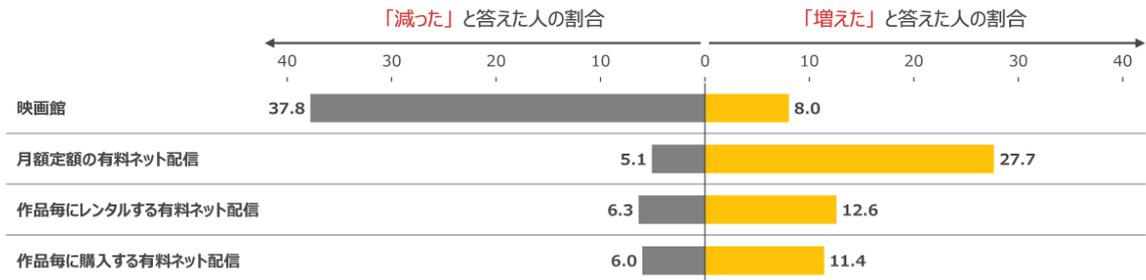


上記は、「GEM 映画白書ダッシュボード」調査対象者の 15 歳から 69 歳に占める映画劇場鑑賞者（1 年間に映画館で 1 本以上映画を観た人）の割合です。新型コロナウイルスが流行した 2020 年に大きく減少した後、減少幅は小さくなりましたが、2021 年においても減少し、約 20%となっています。

コロナ流行前と比較して映画劇場鑑賞者においても、約 4 割が映画館での鑑賞頻度が減少、約 3 割が月額定額有料ネット配信での映画鑑賞頻度が増加

映画館・有料ネット配信における“映画”の年間鑑賞頻度 新型コロナウイルス流行前と 2021 年比較

(%、100% = 映画劇場鑑賞者※2021 年に映画館で 1 本以上映画を観た人)



上記は「映画劇場鑑賞者を対象に、映画館、有料ネット配信のサービス形態別に、1 年間で映画を観る頻度が、新型コロナウイルス流行前と 2021 年を比較してどう変化したか」を表したグラフです。

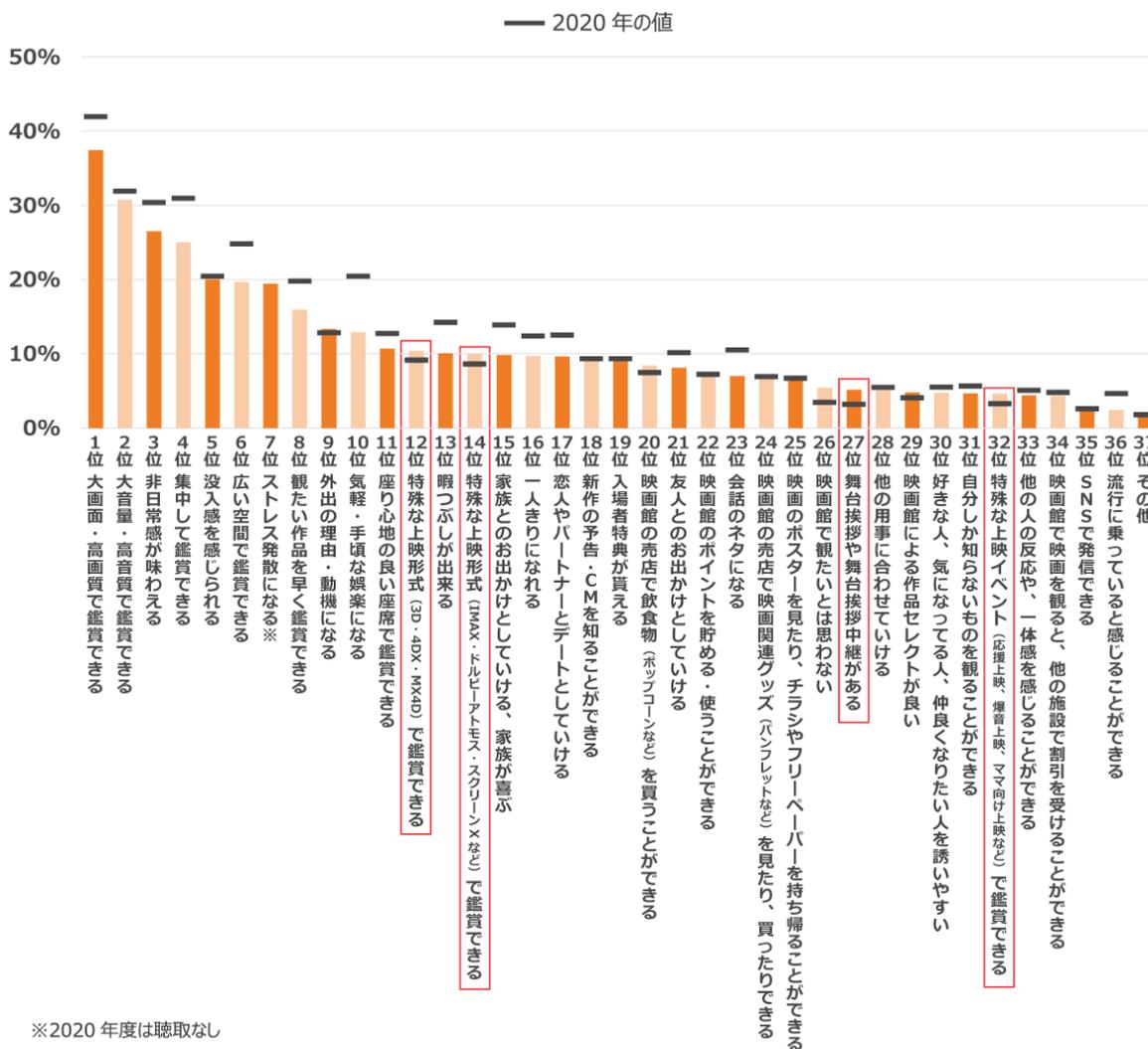
映画館で1本以上映画を観ている「映画劇場鑑賞者」であっても、約4割の人が映画館での映画鑑賞頻度に関して新型コロナウイルス流行以前よりも減少していました。

一方で、有料ネット配信で映画を観る映画劇場鑑賞者は全体的に増加。特に月額定額の有料ネット配信で映画を鑑賞する頻度は約3割の人で増加していることが分かります。

映画館で映画を観たいと思う理由が2020年から全体的に減少するなか、「特殊な上映形式（IMAX・4DX・MX4Dなど）」や「特殊な上映イベント（爆音上映、応援上映など）」など、映画館特有の設備を生かした上映方法を挙げる割合は2020年から増加

2021年 映画劇場鑑賞者※における「映画館で映画を観たいと思う理由」

(%、100% = 映画劇場鑑賞者※2021年に映画館で1本以上映画を観た人)



※2020年度は聴取なし

出典：「GEM 映画白書ダッシュボード」

GEM Standard

映画劇場鑑賞者において「映画館で映画を観たいと思う理由」は前年（2020年）と比較して、どのように変化しているのでしょうか。全体的に減少傾向にあるなかで、上位項目においても減少が見られることから、映画劇場鑑賞者における「映画館で映画を観たいと思う理由」＝熱量が全体的に低下していることが懸念されます。

その一方で、「特殊な上映形式（3D、4DX、MX4D）で鑑賞できる」「特殊な上映形式（IMAX、ドルビーアトモス、スクリーンXなど）で鑑賞できる」「舞台挨拶や舞台挨拶中継がある」「特殊な上映イベント（応援上映、爆音上映、ママ向け上映など）で鑑賞できる」などは前年から伸びています。このことから、映画館特有の設備を生かした上映方法やイベントなどを企画し、発信することが今後より重要になってくると思われます。

*

このように「GEM 映画白書ダッシュボード」を利用することで、映画劇場鑑賞者が映画を観る際に何を求めているのかを把握できます。さらに本ツールを用いて、ジャンル嗜好者、コンテンツ別鑑賞者、ウィンドウ別鑑賞者などの、多彩なセグメント軸で分析することも可能です。

■ 「GEM 映画白書ダッシュボード」（最新 2021 年度データ概要）

調査方法／対象：インターネットアンケート／全国に住む 15～69 歳の男女

調査実施日：2022 年 1 月 22 日（土）～2022 年 1 月 23 日（日）

回答者数：14,314 人（うち映画劇場鑑賞者 ※ 4,292 人分）

重みづけ：総務省発表の人口統計、CATS 参加率を参考に各調査者を性年代・映画鑑賞頻度別に重みづけ

■ 「GEM 映画白書ダッシュボード」の購入、お問い合わせ

<https://gem-standard.com/p/products/131>

■ 会社概要

会社名：GEM Partners 株式会社 設立：2008 年 3 月 17 日 代表取締役：梅津 文

事業内容：エンタテインメントビジネス領域で下記に関わる一切のこと（マーケティング戦略の立案と実行モニタリング／デジタルマーケティング実行／メディアの企画・運営）

サービスサイト：「GEM Standard」<https://gem-standard.com/>

■ 本件に関するお問い合わせ先

GEM Partners（ジェムパートナーズ）株式会社

担当：河西（かさい） 電話：03-6303-1346 メールアドレス：info@gempartners.com