



映画のある生活Lab by Shochiku

各位

“映画館に年 5 回以上行く人は、生活の「幸福度」が顕著に高いことが判明”

映画のある生活ラボ 設立のお知らせ ～第 1 回レポート

この度、松竹株式会社(東京都中央区、代表取締役社長: 迫本 淳一)は、「映画のある生活ラボ」(URL: www.shochiku.co.jp/cinema/enjoy/lab/)を設立し、映画館での映画鑑賞が日々の生活にどのような影響を及ぼしているかを定量・定性的に調査研究し、判明した内容を発信していきます。

松竹が現在まで 100 年近く映画を製作・配給・興行して来られたのは、お客様が映画を通して活力と喜びを得て、生活の一部として愛してくださったからだ実感しておりますが、統計的なアプローチを行い、映画がもたらしている効果を検証するのは「映画のある生活ラボ」が初めての試みとなります。

第 1 回目のレポートとして、2018 年 6 月に行ったアンケート結果から、主に生活の“幸福度”に関連した項目を報告します。※詳細データを HP にてダウンロードできます。

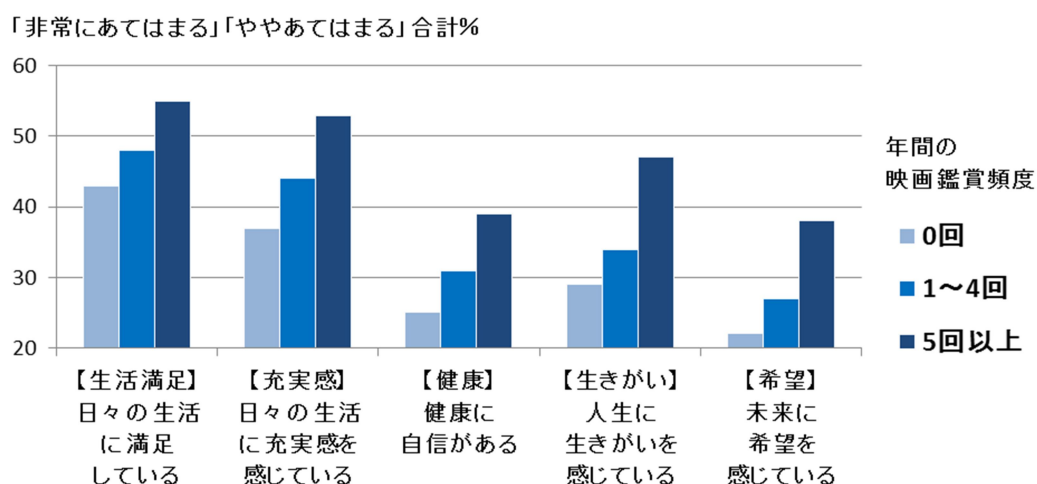
■アンケート実施概要

調査期間: 2018 年 6 月 8 日(金)～6 月 11 日(月)

調査手法: インターネットによるアンケート調査

調査対象: 全国の 15～69 才男女 2,230 名

■調査結果ダイジェスト: 映画館での映画鑑賞が“幸福度”を上昇させることが判明



映画館に年 5 回以上行く人は、「生活満足」「充実感」「健康」「生きがい」「希望」(これら 5 項目を総じて“幸福度”と定義)を感じている人が、年 0 回の人と比べて 10%以上高く、映画館で映画を見る行為が人々の“幸福度”を上昇させていました。

また、“幸福度”の上昇幅が大きくなるのは、年間鑑賞回数が 0 回から 1 回、4 回から 5 回の間であることが分かり、特に“幸福度”を上昇させる効果が高いのは、年 5 回以上の鑑賞と考えられます。

■お問い合わせ: 松竹株式会社 担当: 片岡・杉原 TEL: 03-5550-1665 Mail: marketing@shochiku.co.jp



映画のある生活 Lab

by Shochiku

■趣味や余暇活動に「求めている効果」と、その影響を受けている人口

これまでも多くの調査研究から、趣味や余暇活動を持つことが幸福度を上昇させることは判明していますが、19 種の主な余暇活動に対して、「求めている効果」を聴取した結果、上位 5 項目は、「ストレスを解消できる」「癒される」「非日常を味わえる」「心にゆとりをもてる」「思い出になる」となりました。

	余暇活動に求めていること (%)	余暇活動で得られること(1年以内実施者)					
		1位 [影響者数 :万人]	2位 [影響者数 :万人]	3位 [影響者数 :万人]	4位 [影響者数 :万人]	5位 [影響者数 :万人]	6位 [影響者数 :万人]
ストレスを 解消できる	47	国内旅行 [2117]	自宅での映画鑑賞 [1264]	自宅でのドラマ鑑賞 [1154]	ウォーキング・ジョギング・マラソン [1095]	ゲーム [968]	映画館での映画鑑賞 [899]
癒やされる	36	国内旅行 [1993]	自宅での映画鑑賞 [867]	自宅でのドラマ鑑賞 [768]	映画館での映画鑑賞 [559]	読書(小説・新書) [548]	アニメ鑑賞 [505]
非日常を 味わえる	35	国内旅行 [2281]	映画館での映画鑑賞 [936]	自宅での映画鑑賞 [902]	自宅でのドラマ鑑賞 [723]	読書(小説・新書) [641]	音楽ライブ・フェス [487]
心にゆとり をもてる	34	国内旅行 [1515]	読書(小説・新書) [694]	自宅での映画鑑賞 [662]	映画館での映画鑑賞 [552]	自宅でのドラマ鑑賞 [548]	ウォーキング・ジョギング・マラソン [385]
思い出に なる	31	国内旅行 [2646]	写真撮影 [740]	映画館での映画鑑賞 [589]	海外旅行 [464]	音楽ライブ・フェス [450]	自宅での映画鑑賞 [260]

その中で、余暇活動からそれらの効果を得ている人口をみると、映画館での映画鑑賞は、「非日常を味わえる」2 位、「思い出になる」3 位、「癒やされる」「心にゆとりをもてる」共に 4 位、「ストレスを解消できる」6 位でした。

他に映画館での映画鑑賞が 3 位以上となった項目は、「友人や仲間と楽しめる」「流行や話題にのれる」共に 2 位、「刺激が得られる」「人との話題が増える」「喜怒哀楽の感情が豊かになる」共に 3 位、でした。

■映画館での映画鑑賞ならではの特徴

①余暇活動の 1 回あたり費用(交通費含む)が 2,326 円と比較的安価である(例:国内旅行 35,308 円)

②参加形態が「一人で」47%、「家族・親戚と」48%、「友人・知人と」30%といずれも高く、様々な参加形態で実施できる

“幸福度”は年収が上がる程に高まる傾向がありますが、映画館での映画鑑賞においては、年収の影響を外しても参加率が高く、かつ“幸福度”を高める効果が確認できました。

他の余暇活動と比較して生活の“幸福度”を上昇させるコストパフォーマンスに優れていると考えられます。

また映画好きな方に、映画がもたらしてくれることを尋ねると、「現実では味わえない様々な感情と、時には現実が今で良かったと思う感謝。ワクワクに充実感。友人、家族との大事なひとときをもたらしてくれます」(40 代女性)、「ポップコーンと炭酸を片手に、隣の友達に小声で『楽しみだね』とか、予告を見ながら『今度これも一緒に行こうね』と話す時間がすごく好きだし、そういったことから、友達とより仲良くなれたり、話題が増えたりします」(10 代女性)という意見もあり、映画館での映画鑑賞は、非日常の癒やしや心のゆとりなどの効果と共に、人と人とのコミュニケーションを促進していることでも、“幸福度”の上昇に寄与していると考えられます。

今全く映画館に行っていない方は、まずは年 1 回の鑑賞を始めていただき、年に数回程度ご鑑賞の方は、年 5 回以上を目指して鑑賞機会を増やすと、生活の“幸福度”がさらに上昇する効果が期待できます。



映画のある生活Lab by Shochiku

■映画鑑賞が気軽に行える趣味である 6 つの理由

- ① 性別や年代を越えて参加・交流できる
- ② 事前準備や道具を必要とせず映画館に行くだけで良い
- ③ 一人でも家族でも友人とでも参加できる
- ④ 1 回あたりの所要時間が 2 時間前後とコンパクトである
- ⑤ 天候や季節に左右されず予定が立てやすい
- ⑥ “幸福度”の上昇効果が高い年間 5 回の鑑賞費用は 9,000 円(1 回 1,800 円×5 回で試算、交通費含まず)と、他の余暇活動に比べて安価である

■今後の取り組み

「映画のある生活ラボ」は今後 3 ヶ月に 1 回を目安に、調査レポートを発信します。第 1 回のテーマは「幸福」への影響で、次回は「教育」の効果について報告する予定です。

幼少期の読書が教育現場において推奨され、その効果を示している事例は多数ありますが、本調査においても小学生の頃に読書習慣があった人は、大人になっても読書を実施し、「教養・知識」「学力」「人間関係」が身につけていることが確認できました。

同様のことが映画鑑賞にも当てはまり、小学生の頃に映画鑑賞の習慣があった人は、大人になっても映画館に映画鑑賞に行く習慣を継続し、「教養・知識」「学力」「人間関係」が身につけていました。

次回のレポートでは「教育」に関する調査結果を発信したいと考えております。

■研究パートナーを募集しています

「映画のある生活ラボ」は主に「幸せ」「教育」「健康」の観点から、共同研究していただけるパートナーを募集しています。我々の取り組みに興味を持っていただける企業や医療機関、大学、教育機関、研究機関からのご連絡をお待ちしております。

お問い合わせ・連絡先: 松竹株式会社 映像統括部 映画のある生活ラボ

担当: 片岡佑輔・杉原結伊

TEL: 03-5550-1665 FAX: 03-5550-1638 Mail: marketing@shochiku.co.jp

HP: www.shochiku.co.jp/cinema/enjoy/lab

調査協力: 株式会社日本リサーチセンター