

# ネタバレが若者の映画視聴の 決定に与える影響の分析

東京理科大学 経営学部経営学科 渡邊研究室

森 奏恵

佐藤 詩音

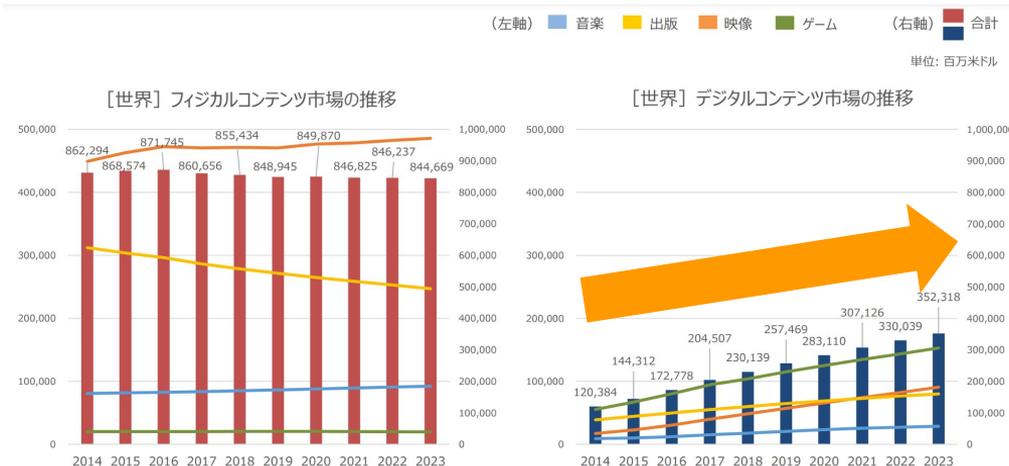
# 目次

1. 研究背景
2. 研究目的
3. 仮説
4. データ概要
5. 分析手法
6. 分析結果
7. 考察
8. まとめ
9. 今後の課題
10. 参考文献

# 1. 研究背景

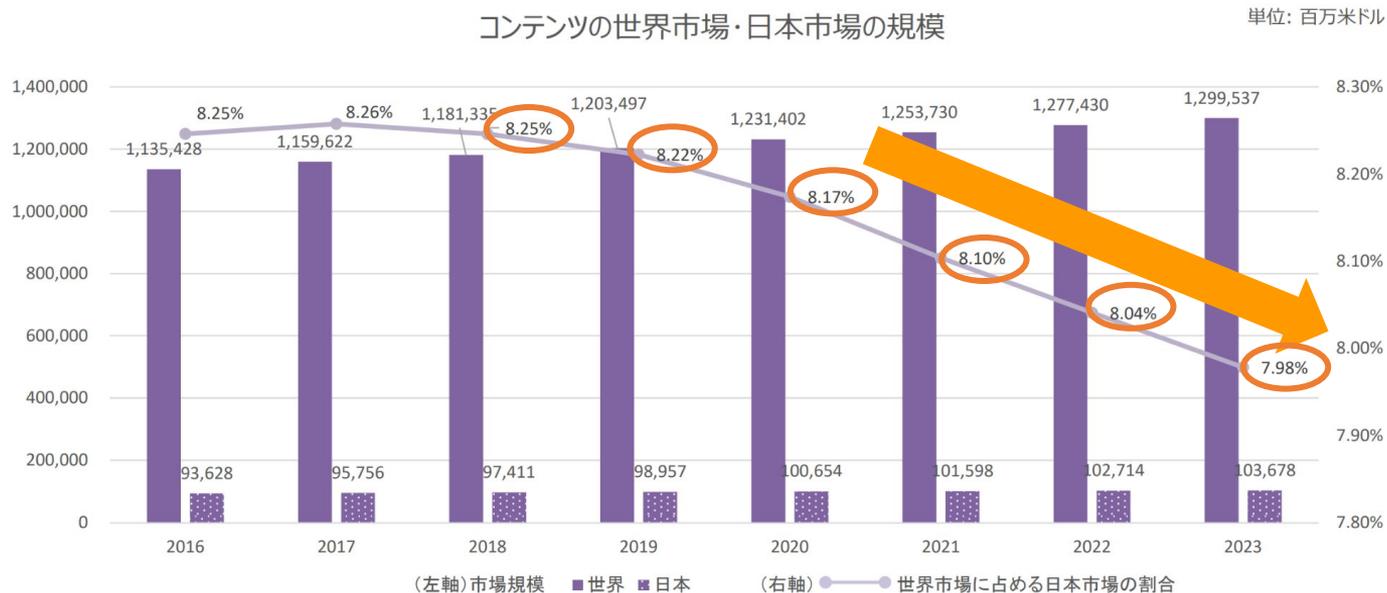
## ①コンテンツ市場の変化

- ・世界のコンテンツ市場の成長・拡大
- ・ストリーミングプラットフォームの台頭



世界のデジタルコンテンツ市場は拡大している

# 1. 研究背景



コンテンツの世界市場が伸びているなか、日本市場の割合は減少傾向にある

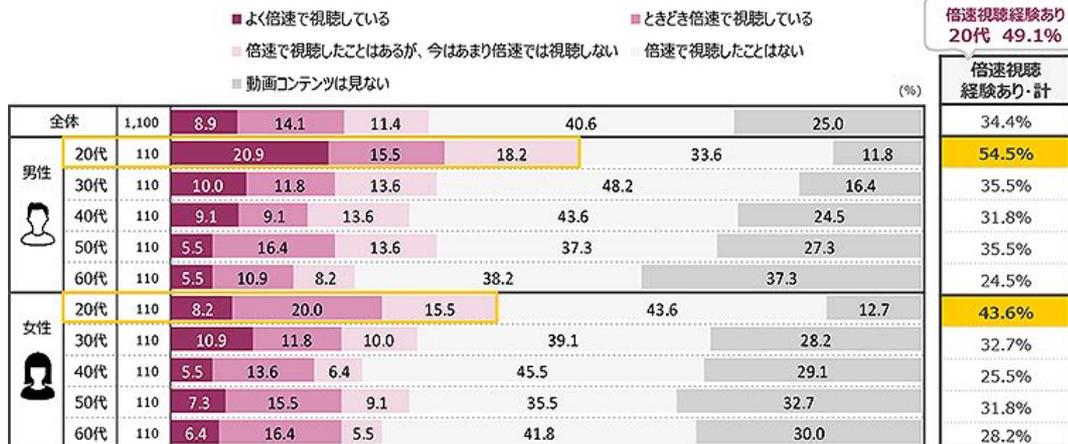
# 1. 研究背景

## ②Z世代の特徴

- ・感情を動かされたくない”快適至上主義”
- ・タイムパフォーマンス重視
- ・倍速視聴の定着化

倍速視聴と10秒飛ばしは  
年齢が若ければ若いほど  
習慣化されている

<図1> 動画コンテンツの倍速視聴経験（単一回答：n=1,100）



# 1. 研究背景

## ③社会問題

- ・著作権侵害問題
- ・ネタバレサイトやファスト映画への厳しい取り締まり

判例:

**コンテンツ海外流通促進機構(CODA)と日本映像ソフト協会(JVA)の会員企業13社は、「ファスト映画」を無断でアップロードしていた被告3名に対する損害賠償請求訴訟を、5月19日付けで東京地方裁判所に提起した。(中略)原告13社は、損害額を20億円相当と算定し、今回の訴訟により、最低限の損害回復として5億円の一部請求を求めている。**

Impress Watch『「ファスト映画」の違法アップロード者に損害賠償請求 東宝ら13社』より引用  
(<https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/1410712.html>)

# 1. 研究背景

## ④ 口コミに対する注目の高まり

- ・SNSの拡大により、映画宣伝に口コミが活用

事例:

- ・『君の名は。』(2016年公開)

少ない広告宣伝費の中、試写会を多く開くことで、SNS評価が拡散し、映画をまだ見ていない人の視聴意欲を高めた。

- ・『カメラを止めるな!』(2018年公開)

当初は2館だけの限定公開だったが、著名人がツイートしたことで注目を集めた。最終的には300館以上で上映され、興行収入は30億を超えた。

# 1. 研究背景

## 先行研究

	発表年度	雑誌名	筆者	論文タイトル	論文キーワード	概要・要約
1	2022	DECISION SUPPORT SYSTEMS	Li, Y ; Luo,Li,Xu	Exploring the spoiler effect in the digital age: Evidence from the movie industry	Spoilers,eWOM,Moview reviews,Box office revenue,Narrative	ネタバレのロコミは映画の興行収入に公開されてから6日間負の影響を与える(中国のサイトを利用)
2	2021	JOURNAL OF MARKETING	Ryoo, JH; Wang, Lu	Do Spoilers Really Spoil? Using Topic Modeling to Measure the Effect of Spoiler Reviews on Box Office Revenue	machine learning,motion pictures,online word of mouthspoilers,topic modeling	ネタバレの強さと興行収入との間に有意かつ正の関係が見出される。ネタバレ強度のプラスの効果は、限定公開、広告費の少なさ、ユーザー評価が中程度の映画でより大きく、映画の公開後の初期の頃に強くなる。(IMDbを利用)

## 2. 研究目的

### 課題

- ・コンテンツ数が世界的に増え続けている
- ・日本の市場割合は減少傾向にある
- ・若者の映像作品の視聴方法に変化が生じている
- ・著作権侵害問題の深刻化
- ・口コミに対する注目の高まり

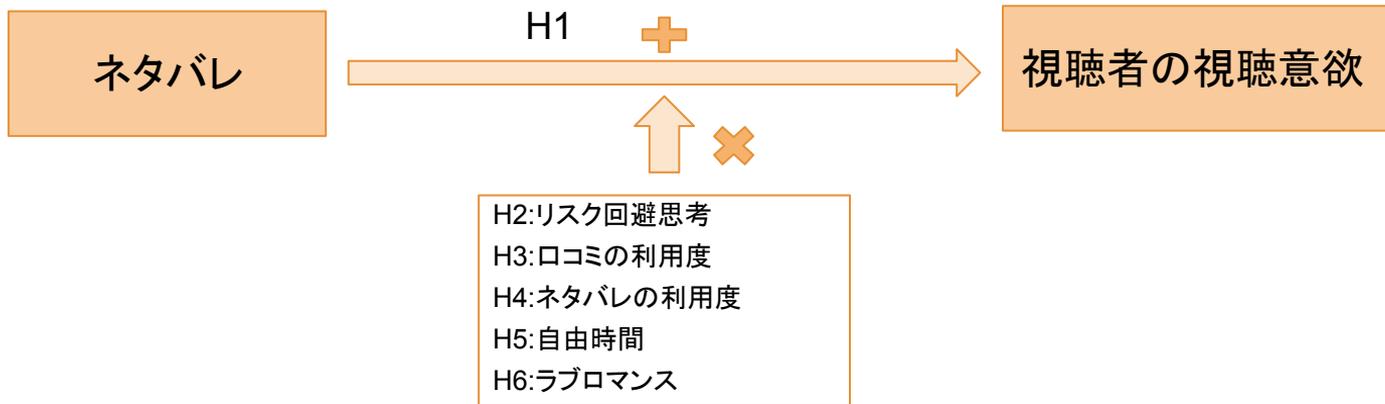


### 目的

ネタバレありの口コミが消費者に与える影響を分析することで、映像作品のプロモーションに新たな可能性をもたらす。

**RQ: ネットバレありの口コミは若者の映画視聴意欲を高めるのか**

### 3. 仮説



H1: ネットバレは視聴者の視聴意欲に正の影響を与える

H2: ネットバレによる影響は視聴者のリスク回避思考の強さによって強化される

H3: ネットバレによる影響は普段の視聴者の口コミの利用度によって強化される

H4: ネットバレによる影響は普段の視聴者のネットバレの利用度によって強化される

H5: ネットバレによる影響は視聴者の自由時間の短さによって強化される

H6: ネットバレが視聴意欲をもたらす影響は、アクションより恋愛のジャンルの方が強い

## 4. 分析手法

調査手法: インターネットリサーチ (Freeasy使用)

調査対象: Z世代 (18歳以上 26歳以下)

※Z世代とは一般的には1990年代後半から2012年頃に生まれた世代を指す。本調査ではコンテンツ消費に関わる事象のため、お小遣いで消費活動をする人が多い高校生以下を省いた18歳以上～1996年に生まれた人を対象にした。

サンプル数: 1200 (スクリーニング調査を含めて3000)

調査期間: 2022/11/08～2022/11/12

データ分析方法: 重回帰分析 (Rを使用)

# 4. 分析手法—重回帰分析

全アンケート結果をもとに重回帰分析を行った。

変数		測定方法、指標など
従属変数	ロコミを読む前と後の映画の視聴意欲の変化率	ロコミを読む前後で映画を視聴したいか~7段階で評価してもらい、その変化率を求めた
独立変数	普通のロコミの利用度	普段から映画の視聴前にロコミを読むかに対して段階で評価(全く当てはまらない*1、当てはまらない*2、どちらかと言えば当てはまらない*3、どちらとも言えない*4、どちらかと言えば当てはまる*5、当てはまる*6、非常に当てはまる*7)
	普通のネタバレの利用度	普段から映画の視聴前にネタバレを読むかに対して段階で評価(全く当てはまらない*1、当てはまらない*2、どちらかと言えば当てはまらない*3、どちらとも言えない*4、どちらかと言えば当てはまる*5、当てはまる*6、非常に当てはまる*7)
	リスク回避思考	リスク回避思考を問うつの質問の項目の和(全く当てはまらない*1、当てはまらない*2、どちらかと言えば当てはまらない*3、どちらとも言えない*4、どちらかと言えば当てはまる*5、当てはまる*6、非常に当てはまる*7)
	自由時間	自由時間とは、総生活時間から睡眠など必要時間、仕事など拘束時間を差し引いた、それ以外の自由に使える生活時間。(0~1時間未満=1,1~2時間未満=2,2~3時間未満=3,3~4時間未満=4,4~5時間未満=5,5~6時間未満=6,6時間以上=7)
	ラブロマンス	ラブロマンス映画をダミー変数として設定
	ネタバレ	ネタバレをダミー変数として設定
コントロール変数	年齢	アンケートの回答者の年齢
	性別	男性をダミー変数として設定
	普段のアクション映画の視聴	よく観る映画ジャンルから、アクションをダミー変数として設定
	普段の恋愛映画の視聴	よく観る映画ジャンルから、ラブロマンスをダミー変数として設定
掛け合わせ変数	ネタバレ×ラブロマンス	
	ネタバレ×普段のロコミの利用度	
	ネタバレ×普段のネタバレの利用度	
	ネタバレ×自由時間	
	ネタバレ×リスク回避思考	

# 5. データ概要

## 【スクリーニング調査】質問内容

1. 当てはまる項目をそれぞれ選択してください。(7段階評価)

①あなたは映画が好きですか？

映画の好みを  
問う

②あなたは映画を観る前に、口コミサイトやSNSのおすすめ情報などをみますか？

③あなたは映画を観る前に、ネタバレサイトやネタバレレビュー、ファスト映画(映画を数分から十数分程度で紹介する非公式のYouTubeチャンネル)などをみますか？

映画に関する習  
慣を問う

④あなたは新しい、または今までと異なる製品を試すことに慎重ですか？

リスク回避思考  
を問う

⑤あなたはあまり自信のないものを試すより、いつも買っているブランドで買いたいですか？

## 5. データ概要

### 質問内容

2. あなたがよく観る映画のジャンルは何ですか？
3. あなたは年間に映画を何作品ほど視聴しますか？（映画館、ストリーミングサービスを含む）
4. あなたは1日のうち平均して自由時間がどのくらいありますか？

※自由時間とは、総生活時間から睡眠など必要時間、仕事など拘束時間を差し引いた、それ以外の自由に使える生活時間。

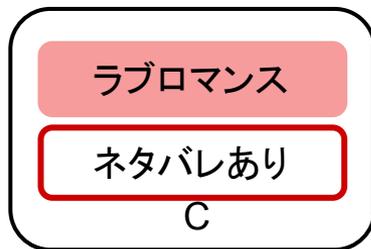
忙しさを問う

# 5. データ概要

## 【本調査】

4つのグループ(300人ずつ)に分け、それぞれ作成したレビューを読んだ前後の視聴意欲を調査する

### グループの分け方



# 5. データ概要

## 【本調査】

### 質問内容

(1)あなたは「幸せのレシピ」(「エクスペンダブルズ」)を視聴してみたいですか？



〈レビューを見せる〉



(2)上記口コミを読んで、あなたは「幸せなレシピ」(「エクスペンダブルズ」)を視聴してみたいですか？

(先ほどと同じ場合は、同じ選択をしてください)

(3)先ほどの回答の理由を教えてください。

### 回答方法

リッカート尺度を用い、「全く当てはまらない」「当てはまらない」「どちらかと言えば当てはまらない」「どちらとも言えない」「どちらかと言えば当てはまる」「当てはまる」「非常に当てはまる」の 7段階で評価

# 5. データ概要

対象作品:

①エクスペンダブルス( アクション 作品)

公開年: 2010年10月

上映時間: 103分

Filmmarks評価: 3.6

【あらすじ】

『ランボー 最後の戦場』でも監督、脚本、主演を務めたシルヴェスター・スタローンが今回も同様に一人三役をこなしたアクション超大作。腕利きの傭兵(ようへい)チームのメンバーたちが、命懸けの危険な任務に挑む姿を描く。出演者もジェイソン・ステイサムにジェット・リー、ミッキー・ロークにブルース・ウィリスにアーノルド・シュワルツェネッガーと夢のような面子が一同に集結。彼らが挑む迫力の肉弾戦や銃撃戦、過激な爆破シーンに息をのむ。

ネタバレの影響  
が少ない？

# 5. データ概要

対象作品:

② 幸せのレシピ (ラブロマンス作品)

公開年: 2007年9月

上映時間: 104分

Filmmarks評価: 3.6

【あらすじ】

ドイツ映画『マーサの幸せレシピ』をハリウッドでリメイクしたハートウォーミングなラブストーリー。人気レストランの料理長を務める女性が、思いがけない出来事をきっかけに新しい自分を見つけ出す姿を描く。監督は『シャイン』のスコット・ヒックス。主人公のシェフを『シカゴ』のキャサリン・ゼタ・ジョーンズが演じる。ヒロインの変ぼうと、登場するおいしそうな料理の数々が見どころ。

ネタバレの影響  
が多い？

## 5. データ概要

ネタバレありの口コミの作成方法:

Yahoo!映画のサイトに掲載されているネタバレありレビューを集計

※Yahoo!映画では、ネタバレの内容を含む口コミを投稿する際、ネタバレラベルが付けられる。



Text Mining Studioを使い、係り受け頻度解析、言葉ネットワーク、対応バブル分析を行う

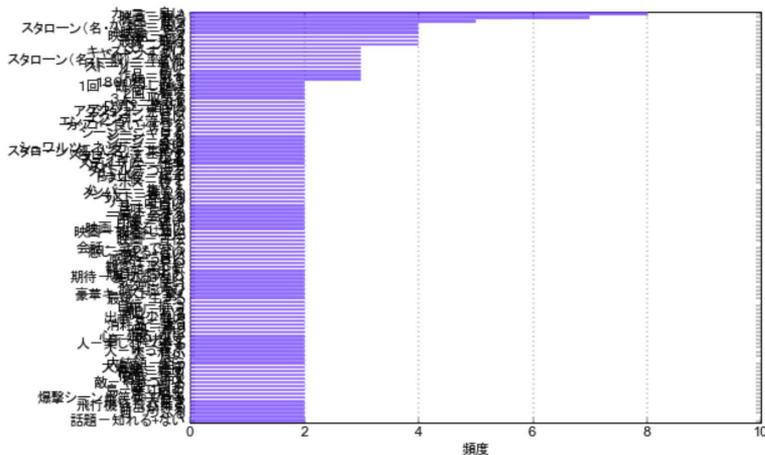


文字数を約200文字とし、Text Mining Studioで上がった単語を含め、話の展開を踏まえた口コミを作成する

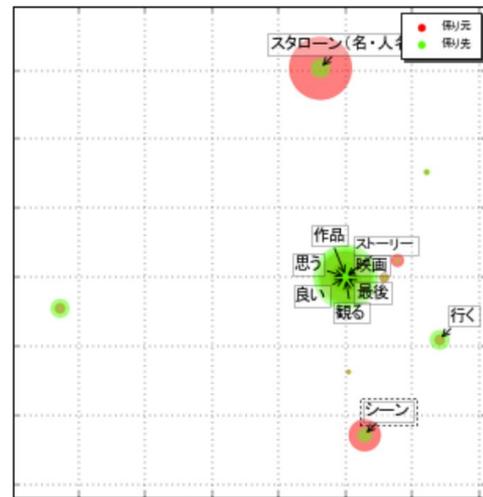
# 5. データ概要

Text Mining Studio分析結果  
（『エクスペンダブルズ』）

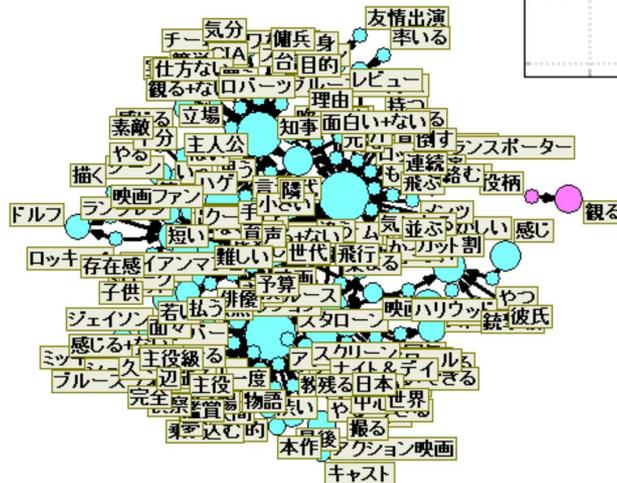
## ▼係り受け頻度解析



## 対応バブル分析▶



## ▼言葉ネットワーク





# 5. データ概要

## ネタバレなしの口コミ

### ①『エクスペンダブルズ』(アクション)

ストーリーは単純でthe 王道アクション映画という感じだった。

内容は、スターリン率いる最強傭兵集団が南国のある島の軍事独裁政権を壊滅させるというミッションに挑む。背景に、アメリカのCIAの陰謀が隠れていることが分かり、ミッションは難航し、一度は諦めようとする。しかし、自分たちエクスペンダブルズ(消耗品)の魂を救うため島に戻り、最後まで戦い抜き、めでたくボス抹殺する。

往年のアクションスターたちが繰り広げるアクションは圧巻で、ストレス発散にはおすすすめな映画である。

赤マーカー: Text Mining Studio1による分析用いた箇所  
下線: 結末を書いた箇所

### ②『幸せのレシピ』(ラブロマンス)

ストーリーは単純でthe 王道の心温まる恋愛映画という感じだった。

内容は、料理の腕は確かなものの完ぺき主義で気の強い女性シェフが、陽気で人間味に溢れる副料理長と出会い、恋に落ちていく話である。これだけ聞くとよくある話だと思われるかもしれないが、母を亡くした姪っ子が心開いていく過程が、話のアクセントになっている。最終的には、女性シェフの心は副料理長によって溶かされ、二人、いや姪っ子を含めた三人の距離は、急速に近づいていく。

見終わった後、幸せな余韻が楽しめるおすすすめな映画である。

# 5. データ概要

## ネタバレなしの口コミ

### ①『エクスペンダブルズ』(アクション)

ストーリーは単純でthe 王道アクション映画という感じだった。

スターロン率いる傭兵チームのメンバーたちが、命懸けの危険な任務に挑む姿を描いており、CG全盛の今、肉体派のアナログアクションはかえって新鮮で、また、懐かしさも感じた。肉弾戦・銃撃戦・大爆破など、アクションの王道まっしぐらで、ストーリーはどうしても、その破壊力に恐れ入った。

往年のアクションスターたちが繰り広げるアクションは圧巻で、ストレス発散にはおすすすめな映画である。

### ②『幸せのレシピ』(ラブロマンス)

ストーリーは単純でthe 王道の心温まる恋愛映画という感じだった。

完ぺき主義で気の強い女性シェフと陽気で人間味に溢れる副料理長の恋愛模様と、登場人物たちの成長模様がバランスよく練りこまれている。劇中の音楽や食べものの美しさも魅力的である。人を愛すること、相手の気持ちを思いやること、心を開くことの大切さが伝わるだろう。

見終わった後、幸せな余韻が楽しめるおすすすめな映画である。

## 6. 結果一記述統計量

変数名	平均	S.D.	最小値	最大値
変化率	0.13	0.58	-0.86	6.00
年齢	22.48	2.54	18.00	26.00
性別	0.49	0.50	0.00	1.00
普段のロコミの利用度	3.49	1.79	1.00	7.00
普段のネタバレの利用度	2.60	1.70	1.00	7.00
リスク回避	8.77	2.87	2.00	7.00
普段のアクション映画の視聴	0.24	0.43	0.00	1.00
普段の恋愛映画の視聴	0.25	0.43	0.00	1.00
自由時間	3.73	1.81	1.00	7.00
ラブロマンス	0.50	0.50	0.00	1.00
ネタバレ	0.50	0.50	0	1

件数 1047件

# 6. 結果一重回帰分析

- ネタバレは有意水準0.01で正に有意
- 年齢、幸せのレシピは有意水準0.01で負に有意
- ネタバレ \* 普段のネタバレの利用度は有意水準0.1で負に有意



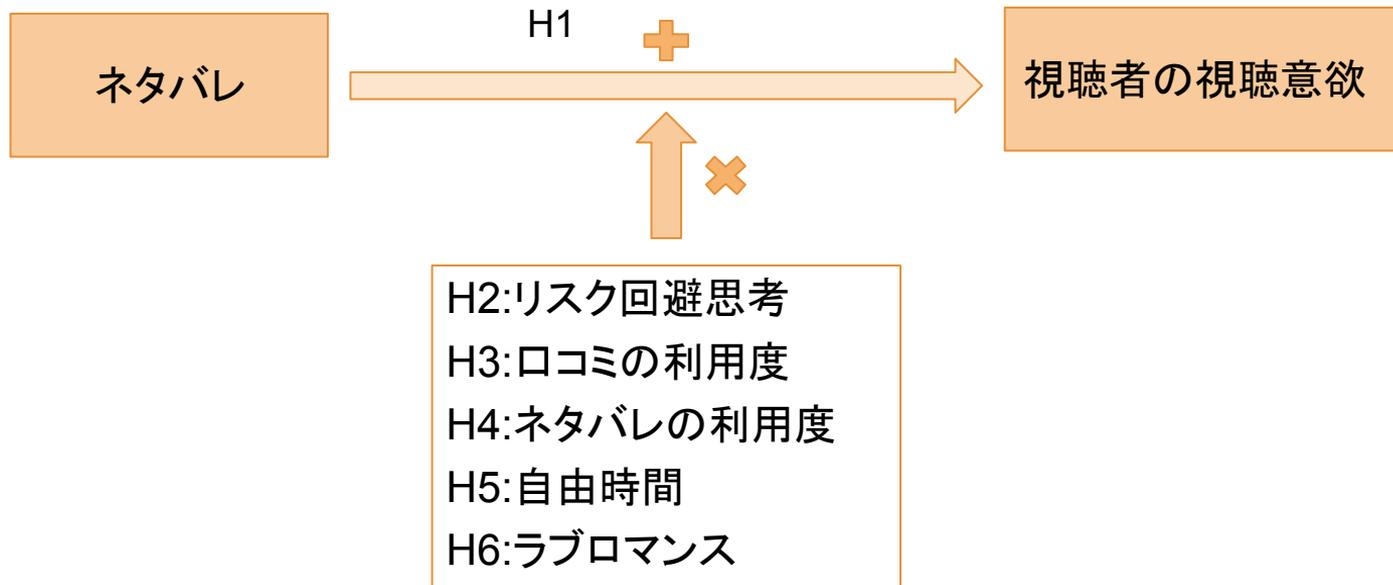
- ネタバレは視聴者の視聴意欲に正の影響を与える
- ネタバレによる影響は普段の視聴者の口コミの利用度により負に強化される

	推定値	標準誤差	t値	p値
(Intercept)	0.458347	0.190325	2.408	0.0162 *
年齢	-0.017496	0.007132	-2.453	0.0143 *
性別	-0.009173	0.037905	-0.242	0.8088
普段の口コミの利用度	0.001749	0.017448	0.1	0.9202
普段のネタバレの利用度	0.005492	0.0176	0.312	0.7551
リスク回避	0.006515	0.009468	0.688	0.4916
普段のアクション映画の視聴	0.072249	0.043887	1.646	0.1
普段の恋愛映画の視聴	0.026387	0.044562	0.592	0.5539
自由時間	-0.002658	0.014095	-0.189	0.8505
ラブロマンス	-0.100779	0.050586	-1.992	0.0466 *
ネタバレ(H1)	0.300013	0.137423	2.183	0.0293 *
ネタバレ * リスク回避(H2)	-0.010089	0.013543	-0.745	0.4565
ネタバレ * 普段の口コミの利用(H3)	-0.045252	0.024515	-1.846	0.0652
ネタバレ * 普段のネタバレの利用度(H4)	-0.007358	0.024478	-0.301	0.7638
ネタバレ * 自由時間(H5)	0.000443	0.020106	0.022	0.9824
ネタバレ * ラブロマンス(H6)	0.04122	0.071439	0.577	0.5641
観測数	1031			
決定係数	0.02822			
自由度調整済み決定係数	0.01408			
残差の標準誤差	0.5756			
F検定の統計量	1.996			

Signif. codes: 0 '\*\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

# 6. 結果

＜仮説の結果＞



H1:支持された H2 H4 H5 H6:支持されなかった H3:負に影響を与える

## 7. 考察

- Z世代において、ネタバレは映画視聴の決定を促す要因になる
- その効果は視聴者の属性によって大きな変化は見られない

→ ネットバレをプロモーションに効果的に取り入れることで視聴数が増えると考えられる

- ネットバレによる視聴者の映画視聴を促す効果はジャンルに影響されない

→ ネットバレの活用はどのジャンルの映画でも効果的である

- 普段から口コミを読む人にはネタバレの効果は薄れてしまう

→ 口コミの利用方法として、多数のレビューをみるという声もあったため、普段から口コミを読む人にとっては、口コミの量が少なく、判断しづらかったのではないかと考えられる

## 7. 考察

ネタバレなしの場合の平均視聴意欲変化率 10.05%

ネタバレありの場合の平均視聴意欲変化率 15.81%

→ネタバレがあることで平均5.76%視聴意欲がUP

<提案>

試写会の視聴者にSNSなどでネタバレの口コミを投稿するよう積極的に促す宣伝を行うことで映画公開後の動員数を伸ばすことができるのではないか

## 8. まとめ

- ・ ネタバレは視聴者の映画の視聴意欲に正の影響を与える
- ・ その影響は視聴者の属性や映画のジャンルの影響を受けないため、積極的に映画広告に活用していくことで、映画の視聴数を増加することができる。

口コミにネタバレを入れるよう促す宣伝



まだ映画を見ていない人の映画視聴意欲が高まる



映画の動員数が増加

## 9. 今後の課題

本調査では対象作品が2作品と少ないことや、コメディとラブロマンス以外のジャンルの映画が含まれていないことから、信憑性に疑問が残る。

→ 今後は、他のジャンル(ホラー、サスペンス、スポーツなど)も同様に調査する必要がある。また、調査する際には同ジャンル内でも作品数を複数用意する必要がある。

参考資料より、Z世代のみを調査対象としていた。

→ 幅広い年齢層にも調査する必要がある。

# 10. 参考文献

- [1] 稲田豊史(著)、「映画を早送りで観る人たち ファスト映画・ネタバレ ——コンテンツ消費の現在形」、光文社新書(2022)
- [2] 商務情報政策局コンテンツ産業課、「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」(2020)、最終校閲2022/11/25  
[https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/contents/downloadfiles/report/202002\\_contentsmarket.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/report/202002_contentsmarket.pdf)
- [3] Yahoo Japan, GYAO、Yahoo!映画 | 新作映画やレビュー・クチコミ情報、最終校閲 2022.11.28  
<https://movies.yahoo.co.jp/>
- [4] Filmarks映画 | 映画情報サービス - 国内最大級の映画レビュー数、最終校閲 2022.1.11  
<https://filmarks.com/movies/1266>
- [5] Filmarks映画 | 映画情報サービス - 国内最大級の映画レビュー数、最終校閲 2022.1.11  
<https://filmarks.com/movies/35174>
- [6] Seung-Hee Lee, Jane E. Workman, Kwangho Jung, "Brand relationships and risk: influence of risk avoidance and gender on brand consumption", Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 2016
- [7] P. S. RAJU, Optimum Stimulation Level: Its Relationship to Personality, Demographics, and Exploratory Behavior, JOURNAL OF CONSUMER RESEARCH Vol. 7, 1980
- [8] 福岡の経済メディア NetIB-NEWS、「SNS世代のロコミで大ヒットした！アニメ映画「君の名は。」(後)」  
最終校閲2022/12/02  
<https://www.data-max.co.jp/article/13625>
- [9] 徳力基彦、東洋経済オンライン、「カメラを止めるな！」の超ヒット生んだ本質、最終校閲 2022/12/02  
<https://toyokeizai.net/articles/-/253810>