

2026 年 9 月 10 日

株式会社ロイヤリティマーケティング

アニメ好き 1,000 人に聞いたアニメの視聴実態に関する調査

20 代は「有料の定額制動画配信サービス」、
50 代は「テレビ番組」でのアニメ視聴が中心
おすすめ作品は「鬼滅の刃」「名探偵コナン」「ワンピース」が上位

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティマーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、「アニメの視聴実態に関する調査」（実施期間：2026 年 8 月 5 日～8 月 7 日）の結果をご報告いたします。本調査では LM の Life Action セグメントから「コミック、アニメファン」を抽出し、アニメへの関心が高い 20～50 代の 1,000 名を対象にアンケートを実施しました。

【調査結果】

・ TOPICS①

アニメの視聴方法は、20 代の約 5 割が「有料の定額制動画配信サービス」、50 代の約 6 割が「テレビ番組」

・ TOPICS②

20～30 代は「一気見」「ながら見」「倍速視聴」といった多様な視聴行動を取り入れる傾向がうかがえる

・ TOPICS③

好きなアニメ作品の視聴以外に行ったことは、「原作を読んだ」が約 5 割。アニメ関連にお金を使う人が最も多いのは 20 代

・ TOPICS④

好きなアニメのジャンル 1 位は、男性が「アクション・バトル」、女性が「日常・コメディ・癒やし」

・ TOPICS⑤

人におすすめしたいアニメ作品 1 位は「鬼滅の刃」、今夏に映画公開の「ちいかわ」が TOP10 入り

【調査結果詳細】

■TOPICS①

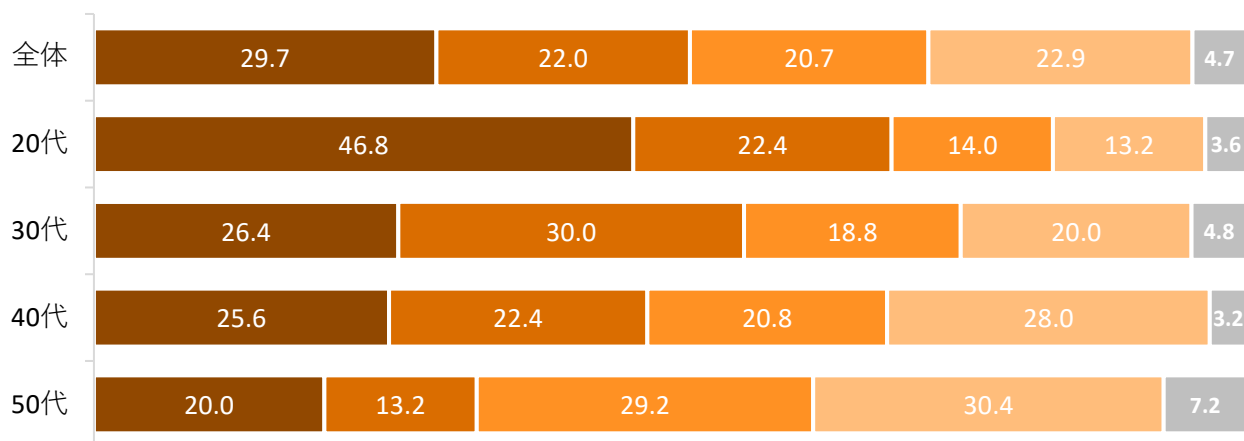
アニメの視聴方法は、20代の約5割が「有料の定額制動画配信サービス」、50代の約6割が「テレビ番組」

アニメを最もよく視聴する方法を聴取したところ、全体で「有料の定額制動画配信サービス」が29.7%で1位となった。次いで「テレビ番組の録画」が22.9%、「無料の動画配信・見逃し配信サービス」が22.0%、「テレビのリアルタイム放送」が20.7%で、同程度となった。

年代別に見ると、20代は「有料の定額制動画配信サービス」が46.8%で最も高く、他の年代と比べて突出して高かった。50代では「テレビ番組の録画」が30.4%、「テレビのリアルタイム放送」が29.2%となり、合わせて60%弱がテレビ番組でアニメを視聴している結果となった。年代が上がるほどテレビを主な視聴手段とする傾向がうかがえる。

▼年代別 アニメを最もよく視聴する方法(n=1,000 ※各年代 n=250)(%)

- 有料の定額制動画配信サービス
- 無料の動画配信・見逃し配信サービス
- テレビのリアルタイム放送
- テレビ番組の録画
- その他（DVD・Blu-ray、映画館、その他の合計）



■TOPICS②

20～30 代は「一気見」「ながら見」「倍速視聴」といった多様な視聴行動を取り入れる傾向がうかがえる

アニメ視聴時の行動について、「よく行う」「ときどき行う」の回答を合計した。アニメを見るタイミングについては、「放送・配信後、できるだけ早く見る」が61.9%、「数話たまってからまとめて見る」が58.8%だった。また、視聴スタイルについては「オープニングやエンディングなどを飛ばす」が61.7%、「好きな作品や場면을繰り返し見る」が54.4%、「家事や食事、スマートフォン操作などをしながら見る」が54.1%だった。

年代別で、若年層に特徴的な視聴行動を把握する観点から、年代差が見られる行動に着目した。「全話の放送・配信終了後に一気に見る」「家事や食事、スマートフォン操作などをしながら見る」などは、20代・30代ともに50代を20ポイント以上上回った。また、「本編を倍速で見る」は20代35.6%、30代32.4%に対し、50代18.4%と、比較的差が見られた。20～30代では、アニメを最もよく視聴する方法として、動画配信サービス（有料・無料合わせて）を挙げた割合が、20代で約8割、30代で約6割だった。こうした動画配信サービスの利用割合の高さとあわせて、20～30代では「一気見」「ながら見」「倍速視聴」など、さまざまなアニメ視聴行動を取り入れている傾向がうかがえる。

▼年代別 アニメ視聴時の行動（「よく行う」+「ときどき行う」）（n=1,000 ※各年代 n=250）（%）

視聴行動	項目	全体	20代	30代	40代	50代
視聴タイミング	放送・配信後、できるだけ早く見る	61.9	62.0	63.2	63.6	58.8
	数話たまってからまとめて見る	58.8	63.2	64.0	54.4	53.6
	全話の放送・配信終了後に一気に見る	43.7	51.2	52.8	42.0	28.8
視聴スタイル	好きな作品や場면을繰り返し見る	54.4	56.8	62.0	54.8	44.0
	家事や食事、スマートフォン操作などをしながら見る	54.1	64.8	65.2	44.4	42.0
	オープニングやエンディングなどを飛ばす	61.7	62.8	66.0	62.4	55.6
	本編を倍速で見る	28.4	35.6	32.4	27.2	18.4

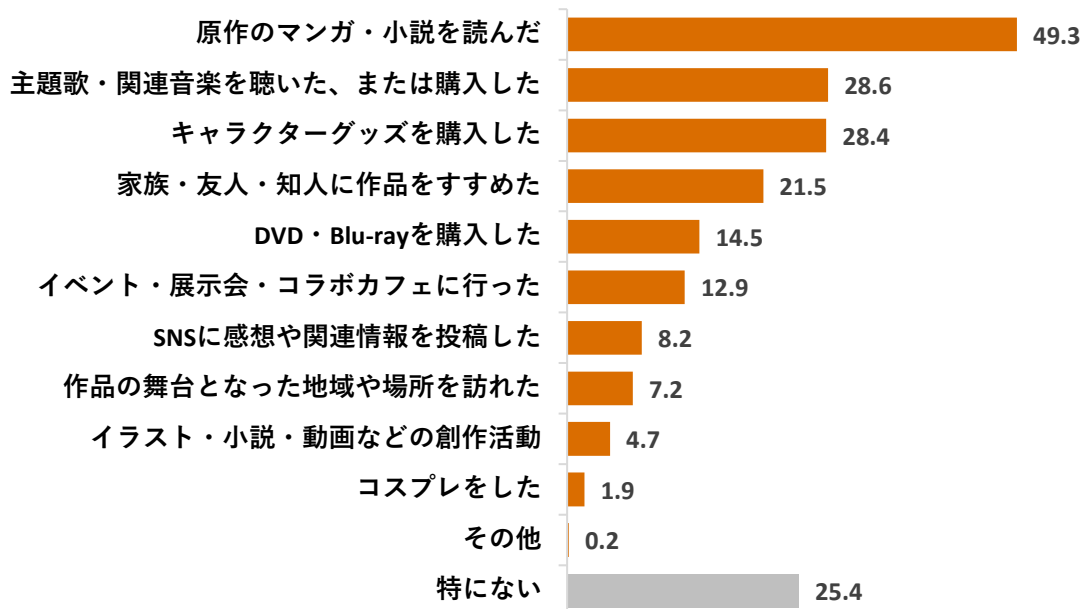
■TOPICS③

好きなアニメ作品の視聴以外に行ったことは、「原作を読んだ」が約 5 割。アニメ関連にお金を使う人が最も多いのは 20 代

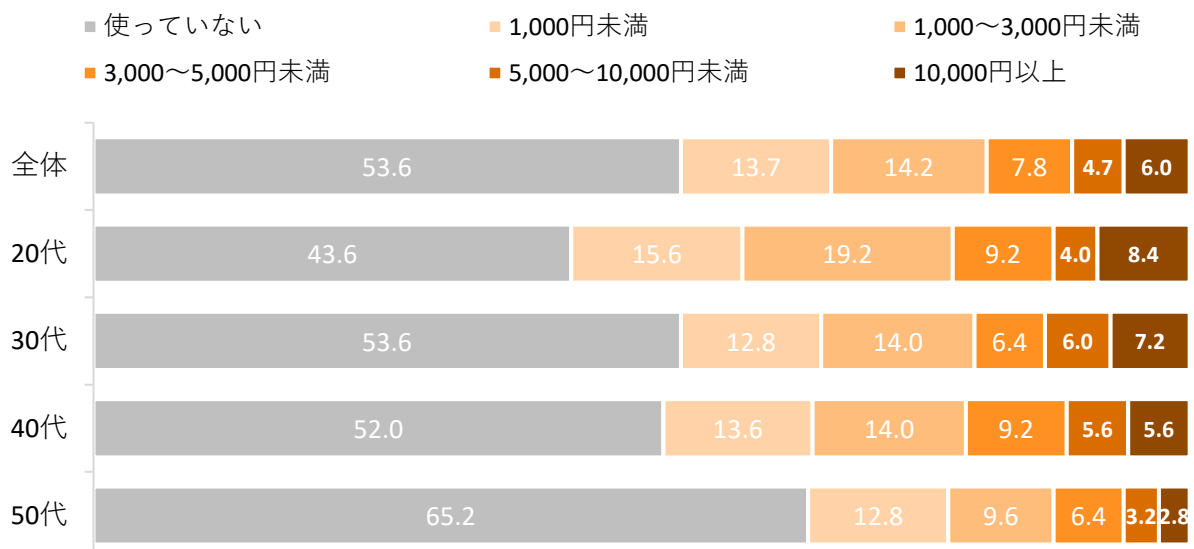
好きなアニメ作品に関連して、視聴以外に行ったことを聴取したところ、全体で「原作のマンガ・小説を読んだ」が 49.3%で最も高かった。次いで「主題歌・関連音楽を聴いた、または購入した」(28.6%)、「キャラクターグッズを購入した」(28.4%)となった。原作や音楽、グッズなど、関連コンテンツに購買・消費行動が広がっている様子がうかがえる。

アニメ関連の1カ月平均支出額について、全体の 53.6%が「使っていない」と回答した。年代別に見ると、20代は「使っていない」を除いた 56.4%が、アニメ関連にいくらかの支出をしており、最も高かった。月 10,000 円以上を支出する割合は、20代が 8.4%となり、30代 7.2%、40代 5.6%、50代 2.8%よりも高かった。

▼好きなアニメ作品に関連したアニメ視聴以外の行動 (n=1,000) (%)



▼年代別 直近 1 年間のアニメ関連支出 (月平均) (n=1,000 ※各年代 n=250)(%)



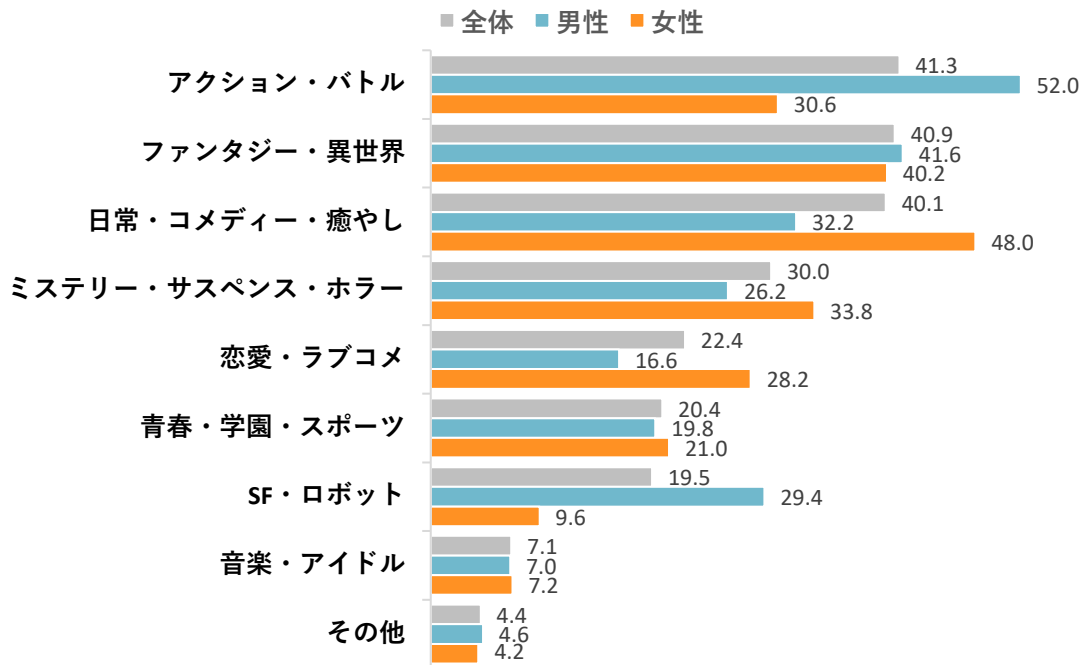
■TOPICS④

好きなアニメのジャンル 1 位は、男性が「アクション・バトル」、女性が「日常・コメディ・癒やし」

好きなアニメのジャンルについて、全体では「アクション・バトル」が 41.3%で最も高く、「ファンタジー・異世界」が 40.9%、「日常・コメディ・癒やし」が 40.1%で続いた。

男女別では、好まれるジャンルに違いが見られた。男性の 1 位「アクション・バトル」(52.0%)、「SF・ロボット」(29.4%) が、女性を約 20 ポイント以上、上回った。また女性の 1 位「日常・コメディ・癒やし」(48.0%)、「恋愛・ラブコメ」(28.2%) が、男性を 10 ポイント以上、上回る結果となった。

▼好きなアニメのジャンル (n=1,000 各性別 n=500)(%)



■TOPICS⑤

人におすすめしたいアニメ作品 1 位は「鬼滅の刃」、今夏に映画公開の「ちいかわ」が TOP10 入り

他の人におすすめしたいアニメ作品を最大 3 作品、自由回答で聴取したところ、「鬼滅の刃」が 140 件で最も多く、次いで「名探偵コナン」が 104 件、「ワンピース」が 86 件となった。また、2026 年 7 月 24 日に映画が公開された「ちいかわ」は 41 件で TOP10 に入った。ランキングには、長く親しまれている作品から、映画公開をきっかけに注目が高まっている最近の作品まで幅広く挙がった。

▼おすすめしたいアニメ作品 TOP10（自由回答／最大 3 作品・表記揺れを統合）（n=1,000）(件)

順位	作品名	件数
1	鬼滅の刃	140
2	名探偵コナン	104
3	ワンピース	86
4	薬屋のひとりごと	55
5	ドラゴンボール	50
6	葬送のフリーレン	46
7	サザエさん	43
8	進撃の巨人	42
9	ちいかわ	41
10	呪術廻戦	40

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2026 年 8 月 5 日～8 月 7 日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : Life Action セグメント『コミック、アニメファン』から抽出した、国内在住 20～50 代の男女で、アニメが好きな方

有効回答数 : 1,000 名 ※性年代別に各 125 サンプル回収

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティマーケティング マーケティング詳細紹介サイト：

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。