

報道関係者各位

2025年11月4日

(送付枚数：計5枚)

オリコン株式会社

2025年 オリコン顧客満足度[®]調査 『定額制動画配信サービス』利用実態データ

利用を継続する上で重視すること

U-NEXT利用者は「動画本数の豊富さ」の割合が81.6%で特に高い傾向に
月額料金の値上げ（価格改定）について

“継続が負担に感じる”が7割以上 “コンテンツ充実なら仕方ない”が上位のサービスも

オリコン株式会社（本社：東京都港区 代表取締役社長：小池 恒、略称：オリコン）は、グループ会社である株式会社oricon MEが、実際のサービス利用者を対象に第三者の立場で実施した、「2025年 オリコン顧客満足度[®]調査 定額制動画配信サービス」ランキングの2025年調査対象者2,956名に別途聴取した『定額制動画配信サービス』利用実態データを発表いたしました。結果は以下の通りとなりました。



《調査設問&TOPICS》

- 1) 視聴頻度が高いジャンル
10～40代は「アニメ」、50～60代は「洋画」が最多に
- 2) 利用を継続する上で重視すること
U-NEXT利用者は「動画本数の豊富さ」の割合が81.6%で特に高い傾向に
- 3) 広告付きプランが提供開始された場合の今後の切替意向
「広告付きプランに変更したくない」が6割以上 各サービスの利用者の反応に差も
- 4) 月額料金の値上げ（価格改定）について
“継続が負担に感じる”が7割以上 “コンテンツ充実なら仕方ない”が上位のサービスも

現在自身のアカウントで2ヶ月以上継続登録し、料金を把握して利用している全国の18～84歳までの男女2,956名（調査期間：2025/6/26～7/17）に聴取した回答をもとに集計した『定額制動画配信サービス 利用実態データ』。

今回は、有料動画配信サービス各社で、広告付きの料金プラン導入が続いているため、昨今の物価上昇や、さまざまな料金値上げの状況をふまえて、定額制動画配信サービスの利用を継続する上で重視すること、今後のプラン切替意向、現在の定額制動画配信サービスの料金について感じていることについても調査しました。

1) 視聴頻度が高いジャンル

10～40代は「アニメ」、50～60代は「洋画」が最多に

まずは、メインで利用している定額制動画配信サービスにおける『視聴頻度の高い映像ジャンル』（複数回答／視聴頻度の高いジャンルを5つまで選択）について年代別で集計したところ、「10・20代」「30代」「40代」では「アニメ」が最も高く、なかでも「10・20代」「30代」は「アニメ」の割合が約7割にのぼり、アニメジャンルの支持の高さが伺える結果となりました。一方、「50代」「60代以上」では「洋画」が最も高い結果となり、世代間での視聴傾向の違いが明らかになりました。

【お問い合わせ先】 ml-cspr@oricon.jp TEL:03-5785-5618 オリコン顧客満足度[®]広報窓口

『定額制動画配信サービス』年代別「視聴頻度の高いジャンル」(複数回答 n=2,956)

ジャンル名	TOTAL (n=2,956)	10・20代 (n=631)	30代 (n=471)	40代 (n=591)	50代 (n=682)	60代以上 (n=581)
アニメ	54.5%	66.4%	68.2%	59.2%	49.1%	31.8%
洋画	45.7%	27.1%	44.6%	45.7%	55.0%	56.1%
邦画	43.7%	32.3%	44.2%	45.5%	52.2%	43.9%
国内ドラマ	40.8%	39.3%	43.5%	45.2%	40.6%	36.0%
海外ドラマ (韓国ドラマは除く)	29.0%	14.3%	27.4%	33.5%	31.7%	38.4%
韓国ドラマ	16.8%	12.8%	16.6%	15.4%	18.6%	20.7%
スポーツ試合・中継	14.9%	9.5%	13.0%	14.4%	16.9%	20.7%
バラエティ	14.9%	17.7%	20.0%	19.0%	12.3%	6.4%
音楽	10.1%	8.4%	8.7%	9.6%	11.9%	11.4%
ドキュメンタリー	8.8%	5.2%	8.9%	10.5%	9.7%	10.0%
お笑い	5.6%	5.1%	7.4%	7.1%	6.6%	2.1%
演劇・ミュージカル	2.0%	4.1%	2.8%	1.5%	0.7%	0.9%
その他	0.2%	0.3%	0.0%	0.2%	0.3%	0.3%

※項目はTOTALの回答割合で降順

『定額制動画配信サービス』利用実態データ(オリコン顧客満足度®調査)

調査期間: 2025/06/26~2025/07/17 調査主体: 株式会社oricon ME (2025年11月4日発表)

2) 利用を継続する上で重視すること

U-NEXT利用者は「動画本数の豊富さ」の割合が81.6%で特に高い傾向に

つづいて、定額制動画配信サービスの『利用を継続する上で重視すること(複数回答)』について聴取したところ、全体では「動画本数の豊富さ(71.2%)」が最も多く、次いで「月額料金の安さ(64.1%)」「取り扱いジャンルの豊富さ(59.7%)」が続き、作品数やジャンルの豊富さ、料金の安さの割合が高い傾向となりました。

サービス利用者別で見ると、Disney+/Netflix/Hulu/U-NEXTでは「動画本数の豊富さ」が最も多く(Huluは同率で「月額料金の安さ」も最多)、次いで「取り扱いジャンルの豊富さ」が続きました。なかでもU-NEXTの利用者が「動画本数の豊富さ」を重視する割合が81.6%で特に高いことがうかがえます。

ABEMAプレミアム/Amazonプライムビデオ/FODプレミアム/DAZN/dアニメストア/DMM TVでは「月額料金の安さ」が最も多い結果に。とくにdアニメストア/DMM TVの利用者が継続する上で現状の料金の安さを重視する割合が高いことがうかがえます。

また、ABEMAプレミアム/DAZN/dアニメストア/DMM TV/Hulu/U-NEXTでは「再生画面の使いやすさ(視聴の快適さ)」を重視する割合も上位に。料金プランや広告付きなど視聴方法が選べるようになり、サービスによって継続する上での重視傾向に違いがあることがうかがえます。

サービス別「利用を継続する上で重視すること」(複数回答 n=2,956)

重視項目名	TOTAL (n=2,956)	ABEMA プレミアム (n=73)	Amazon プライム ビデオ (n=627)	FOD プレミアム (n=49)	DAZN (n=196)	dアニメ ストア (n=275)	DMM TV (n=123)	Disney+ (n=185)	Netflix (n=605)	Hulu (n=291)	U-NEXT (n=468)
動画本数の豊富さ	71.2%	56.2%	71.9%	59.2%	24.0%	80.4%	70.7%	71.4%	78.8%	66.7%	81.6%
月額料金の安さ	64.1%	61.6%	75.9%	67.3%	56.1%	80.7%	80.5%	51.4%	62.5%	66.7%	42.7%
取り扱いジャンルの豊富さ	59.7%	52.1%	64.0%	55.1%	29.6%	47.3%	44.7%	60.5%	67.6%	63.2%	67.3%
再生画面の使いやすさ (視聴の快適さ)	50.7%	56.2%	50.6%	46.9%	43.4%	50.2%	48.8%	44.9%	51.1%	54.0%	53.2%
動画の質の良さ	44.7%	53.4%	46.1%	46.9%	38.8%	45.1%	39.0%	42.7%	48.1%	40.5%	44.0%
作品の配信スピード、更新頻度	39.9%	45.2%	42.6%	38.8%	17.9%	41.8%	22.0%	42.7%	49.1%	34.7%	39.3%
便利機能の使いやすさ	26.8%	28.8%	31.3%	24.5%	16.3%	24.7%	24.4%	23.8%	29.6%	25.4%	25.6%
休止解約のしやすさ	15.0%	20.5%	17.4%	26.5%	13.3%	9.8%	11.4%	14.1%	14.4%	14.8%	15.8%
その他	2.5%	4.1%	2.4%	4.1%	7.1%	2.2%	1.6%	3.2%	1.5%	2.4%	1.7%
特になし	1.9%	2.7%	0.6%	8.2%	5.6%	0.7%	1.6%	1.6%	1.3%	3.1%	1.9%

※項目はTOTALの割合で降順/2025年オリコン顧客満足度®調査 定額制動画配信サービスにランクインしたサービスより抜粋

『定額制動画配信サービス』利用実態データ(オリコン顧客満足度®調査)

調査期間: 2025/06/26~2025/07/17 調査主体: 株式会社oricon ME (2025年11月4日発表)

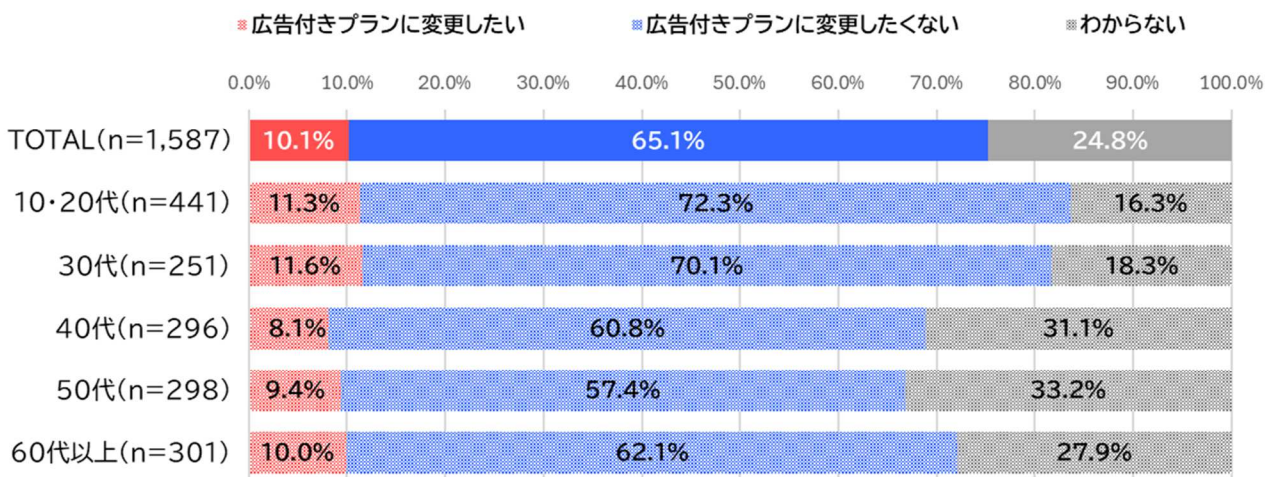
3) 広告付きプランが提供開始された場合の今後の切替意向

「広告付きプランに変更したくない」が6割以上 各サービスの利用者の反応に差も

つづいて、調査期間の時点で広告付きプランを提供していないサービス利用者1,587人を対象に『広告付きプランが提供開始された場合の今後の切替意向（単一回答）』を聴取したところ、全体で「広告付きプランに変更したくない」が6割以上、なかでも年代別「10・20代」「30代」では7割以上となりました。

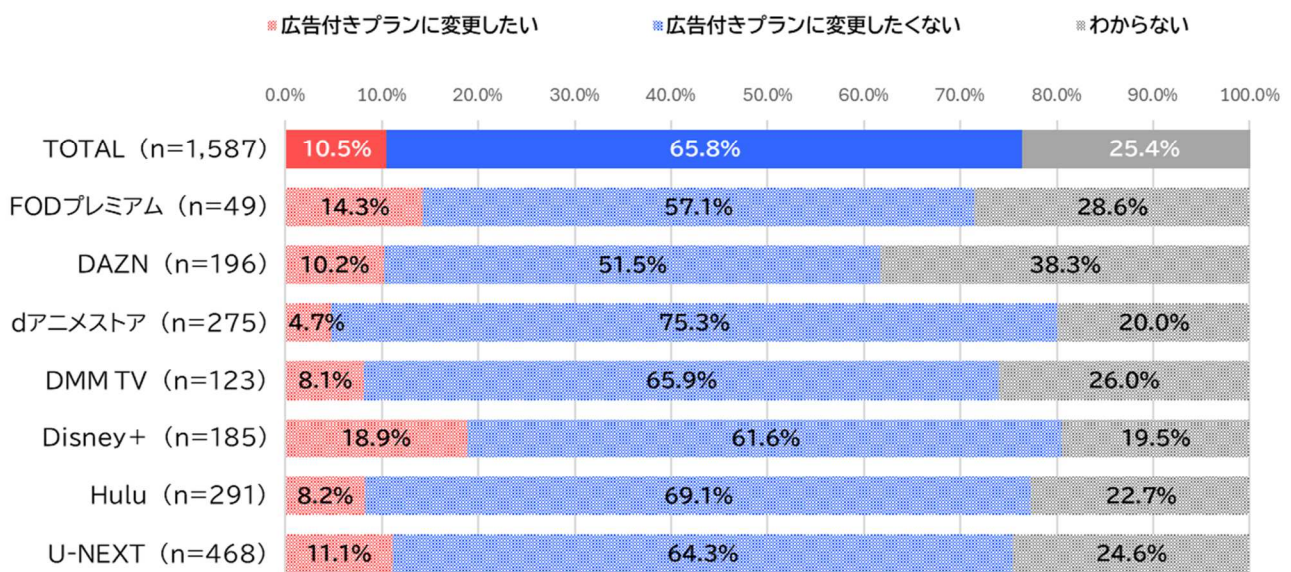
また、サービス利用者別で集計したところ、dアニメストア利用者は「変更したくない」が75.3%と最も多い結果に。利用者のサービスによっても反応に差が見られました。

年代別「広告付きプランが提供開始された場合の今後の切替意向」（単一回答 n=1,587）



※調査期間時点で広告付きプランを提供していないサービス利用回答者のみを対象
『定額制動画配信サービス』利用実態データ（オリコン顧客満足度®調査）
調査期間：2025/06/26～2025/07/17 調査主体：株式会社oricon ME（2025年11月4日発表）

サービス別「広告付きプランが提供開始された場合の今後の切替意向」（単一回答 n=1,587）



※調査期間時点で広告付きプランを提供していないサービス利用回答者のみを対象
『定額制動画配信サービス』利用実態データ（オリコン顧客満足度®調査）
調査期間：2025/06/26～2025/07/17 調査主体：株式会社oricon ME（2025年11月4日発表）

～広告付きプランに対する主な自由回答コメント～

- 「広告が挟まれる事により、作品への没入感が一気に失われる（10・20代/男性）」
- 「映画の世界観に広告が入ってくると、台無しになるから（30代/男性）」
- 「月額を払って見放題というサービスに魅力を感じているので、広告がつくのは嬉しくない（30代/女性）」
- 「値段に関わることだろうけど、視聴体験として広告があると、どれだけ短くてもテンポが悪くなる（40代/男性）」
- 「現在月額料金を支払って広告なしに慣れているので、いまから広告ありにはしたくない（50代/男性）」
- 「広告なしでストレスなく動画視聴できるのかサブスクの良いところだと思うから（50代/女性）」
- 「映画館と同じ雰囲気で大画面、ホームシアターで現在鑑賞しているが、広告が入ると全く別物になる（60代以上/男性）」
- 「ドラマや映画に没頭したいので広告付きだと楽しむことができないから（60代以上/女性）」
- 「広告の表示の頻度が忘れた頃にやってくるのであれば許容できるが、毎回初めに出るのはちょっとしんどい（60代以上/男性）」

- 「多少CMがある方が息抜きができて長時間視聴しやすい（10・20代/女性）」
- 「1分程度で広告が付いて、月額料金が2-300円程度安くなるなら考える（30代/男性）」
- 「広告付きになることで月額料金が安くなるなら前向きに検討すると思う（30代/女性）」
- 「やはり値段が高いので割安にコンテンツが見られるのであれば魅力だと思う（40代/男性）」
- 「価格が安くなり、Netflixの広告付き程度で入るのであれば気にならない（50代/男性）」

4) 月額料金の値上げ（価格改定）について

“継続が負担に感じる”が全年代で7割以上

“コンテンツが充実していれば仕方ない”が上位のサービスも

つづいて、『月額料金の値上げ（価格改定）について（複数回答）』聴取したところ、「月額料金が上がりすぎると、利用を続けるのが負担に感じる」が全ての年代で割合が最も高く7割以上に。次に、10・20代では「値上げするなら、ポイント還元など付加価値を提供してほしい」が26.5%で続き、30代・40代・50代・60代以上では「値上げを機に、他のサブスクも含めて契約の見直しを検討したい」が続きました。また、40代では「コンテンツが充実していれば、値上げも仕方ないと思う（25.9%）」が、50代と60代以上では「家族割引や長期利用者向け特典など、料金以外の工夫が欲しい」がそれぞれ3番目に続いています。

年代別「月額料金の値上げ（価格改定）について」（複数回答 n=2,956）

	TOTAL (n=2,956)	10・20代 (n=631)	30代 (n=471)	40代 (n=591)	50代 (n=682)	60代以上 (n=581)
月額料金が上がりすぎると、 利用を続けるのが負担に感じる	74.8%	75.0%	72.2%	73.3%	78.6%	73.8%
値上げを機に、他のサブスクも含めて 契約の見直しを検討したい	29.1%	24.2%	30.6%	31.0%	31.1%	28.7%
値上げするなら、ポイント還元など 付加価値を提供してほしい	24.8%	26.5%	29.5%	24.7%	24.2%	20.1%
家族割引や長期利用者向け特典 など、料金以外の工夫が欲しい	22.0%	14.4%	22.7%	24.9%	27.3%	20.7%
コンテンツが充実していれば、 値上げも仕方ないと思う	21.4%	18.4%	25.7%	25.9%	18.5%	20.3%
価格よりも、広告なしで快適に 視聴できることの方が重要	16.7%	18.5%	18.3%	18.8%	13.3%	15.5%
特に気にならない ／あまり影響を感じない	4.4%	7.3%	6.6%	3.6%	2.6%	2.6%
その他	0.9%	0.6%	0.6%	0.5%	1.3%	1.4%

※項目はTOTALの回答割合で降順

『定額制動画配信サービス』利用実態データ（オリコン顧客満足度[®]調査）

調査期間：2025/06/26～2025/07/17 調査主体：株式会社oricon ME（2025年11月4日発表）

サービス利用者別でも、「月額料金が上がりすぎると、利用を続けるのが負担に感じる」がいずれも割合が最も高く7割以上となりましたが、dアニメストア（29.1%）とNetflix（25.6%）では「コンテンツが充実していれば、値上げも仕方ないと思う」が2番目に高い割合となり、利用者の反応に差がうかがえる結果となりました。

サービス別「月額料金の値上げ(価格改定)について」(複数回答 n=2,956)

	TOTAL (n=2,956)	ABEMA プレミアム (n=73)	Amazon プライムビデオ (n=627)	FOD プレミアム (n=49)	DAZN (n=196)	dアニメストア (n=275)	DMM TV (n=123)	Disney+ (n=185)	Netflix (n=605)	Hulu (n=291)	U-NEXT (n=468)
月額料金が上がりすぎると、 利用を続けるのが負担に感じる	74.8%	74.0%	74.0%	77.6%	82.1%	70.2%	77.2%	76.2%	72.7%	77.7%	76.7%
値上げを機に、他のサブスクも含めて 契約の見直しを検討したい	29.1%	30.1%	29.2%	36.7%	25.5%	26.9%	34.1%	30.8%	23.6%	30.6%	34.4%
値上げするなら、ポイント還元など 付加価値を提供してほしい	24.8%	21.9%	25.8%	20.4%	19.4%	26.2%	28.5%	30.3%	20.7%	22.3%	28.8%
家族割引や長期利用者向け特典 など、料金以外の工夫が欲しい	22.0%	15.1%	23.0%	20.4%	25.5%	19.6%	22.0%	23.2%	23.0%	19.9%	21.4%
コンテンツが充実していれば、 値上げも仕方ないと思う	21.4%	23.3%	22.5%	28.6%	10.7%	29.1%	19.5%	17.8%	25.6%	18.6%	16.7%
価格よりも、広告なしで快適に 視聴できることが重要	16.7%	21.9%	14.7%	18.4%	10.2%	25.8%	15.4%	18.4%	12.7%	17.2%	19.7%
特に気にならない /あまり影響を感じない	0.9%	0.0%	0.8%	0.0%	2.0%	2.2%	0.0%	1.1%	0.3%	0.7%	1.1%
その他	4.4%	5.5%	4.3%	8.2%	5.6%	4.7%	5.7%	4.3%	5.0%	2.4%	3.0%

※項目はTOTALの割合で降順/2025年 オリコン顧客満足度®調査 定額制動画配信サービスにランクインしたサービスより抜粋
『定額制動画配信サービス』利用実態データ(オリコン顧客満足度®調査)
調査期間:2025/06/26~2025/07/17 調査主体:株式会社oricon ME (2025年11月4日発表)

《調査概要》2025年 オリコン顧客満足度®調査 定額制動画配信サービス 利用実態データ

- 発表日：2025/11/04 ■ 調査主体：株式会社oricon ME ■ 調査方法：インターネット調査
- サンプル数：2,956人 ■ 調査期間：2025/06/26~2025/07/17
- 定義：以下すべての条件を満たす定額制動画配信サービス
 - 1) 料金体系として、サブスクリプション方式を採用している
 - 2) ユーザー投稿コンテンツを含んでいない
 - 3) ストリーミング動画コンテンツを含んでいる
 - 4) アダルトのみ、ギャンブルのみ、もしくはその両方のコンテンツのみを扱うサービスでない
- 調査対象者 性別：指定なし 年齢：18~84歳 地域：全国

条件：以下すべての条件を満たす人

 - 1)自身のアカウントで利用していて、かつ、料金を把握している人
 - 2)現在利用している人で、2ヶ月以上継続登録している人

ただし、サブコンテンツや、アダルト、ギャンブルコンテンツがメインの利用者は対象外とする

注) 構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合がございます。

本レポートは、「2025年 オリコン顧客満足度®調査 定額制動画配信サービス」ランキングの調査期間：2025/06/26~2025/07/17の対象者2,956名に別途聴取したデータをまとめたものです。顧客満足度ランキングの詳細については、以下公式サイトランキングページおよびランキングリリース資料PDFをご参照いただければ幸いです。

2025年 オリコン顧客満足度®調査『定額制動画配信サービス』ランキング

ランキングページURL：<https://life.oricon.co.jp/rank-svod/>

ランキングリリースPDF：<https://life.oricon.co.jp/information/882/>

本プレスリリースの内容を引用される際は、以下の点にご留意ください。

- ・引用元の記載：調査会社「オリコン」または「オリコン顧客満足度®」による調査である旨をご記載ください。
- ・関連リンクの記載：Web上でご紹介いただく場合、「オリコン顧客満足度®」公式サイトへのリンクを設置いただけますと幸いです。

オリコン顧客満足度®調査に関する本稿は報道用資料です。報道目的以外での掲載データおよび掲載ランキングのご使用はご遠慮ください。

【お問い合わせ先】 ml-cspr@oricon.jp TEL:03-5785-5618 オリコン顧客満足度®広報窓口