

# 第3章

## コンテンツと メディア

第1節 ユーティリティ系サービス

第2節 ネット購買

第3節 動画利用状況

第4節 QRコード決済利用状況

## 第1節

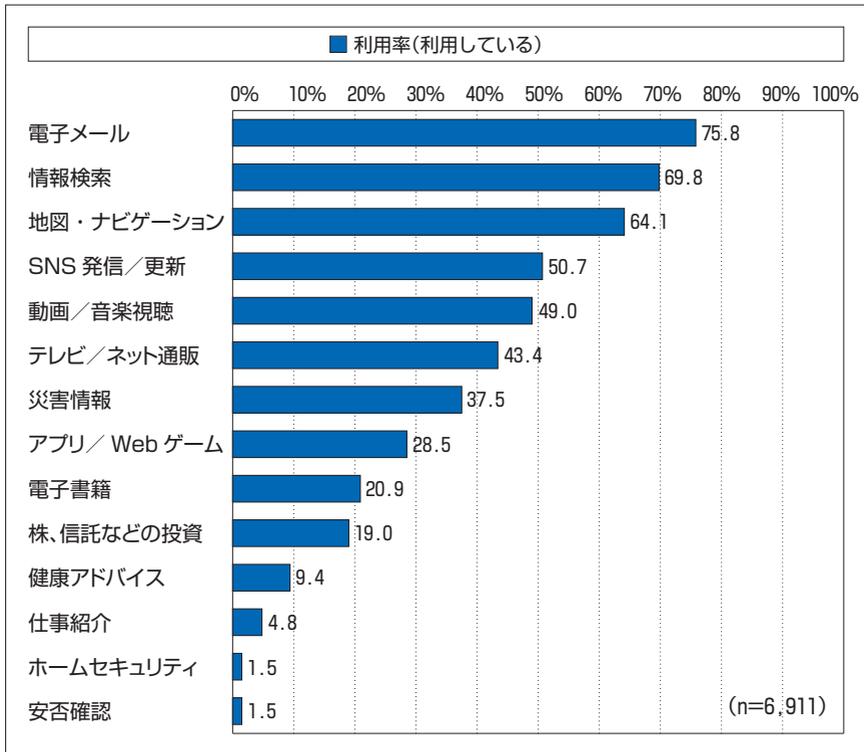
# ユーティリティ系サービス

### ポイント

- コンテンツやアプリケーションの利用率は「電子メール」が8割弱。「情報検索」「地図・ナビゲーション」も6～7割が利用(資料3-1)。
- 各音声検索サービスの認知は、全体的に前年から低下(資料3-2)。
- 一方、各音声検索サービスの利用率は前年から上昇(資料3-3)。

### 資料3-1 携帯電話、パソコンによるコンテンツやアプリケーションの利用状況(複数回答)

- 携帯電話によるコンテンツ・アプリの利用率は「電子メール」が75.8%で最も高い。
- 次いで、「情報検索」が69.8%、「地図・ナビゲーション」が64.1%。



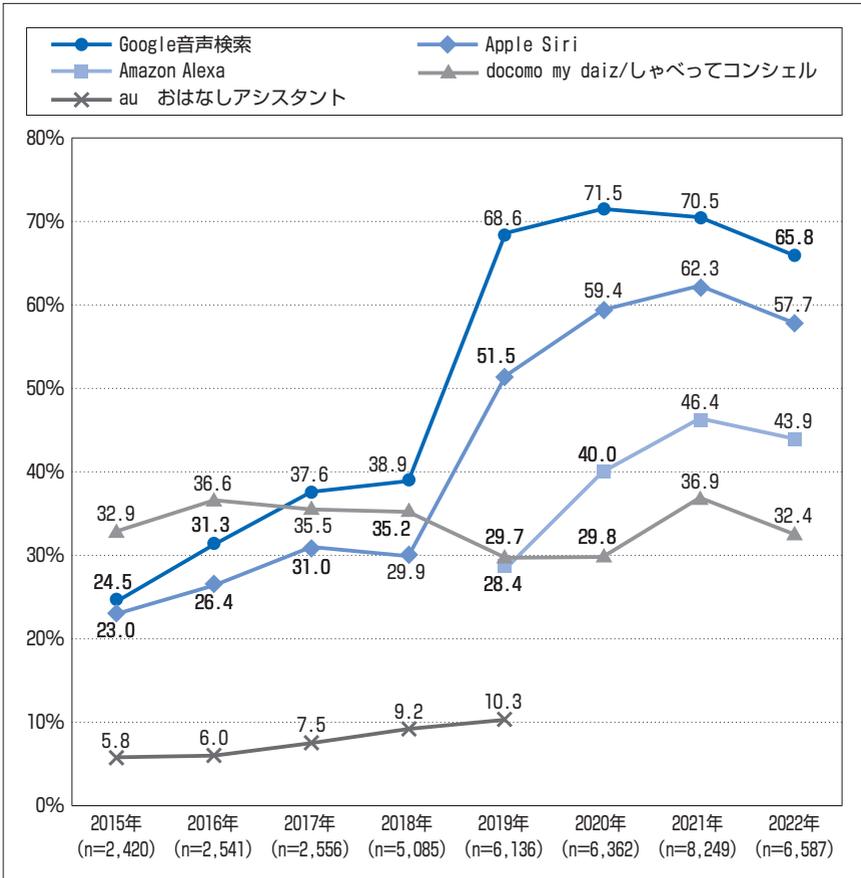
注1：「利用率(利用している)」は、携帯電話またはパソコン所有者が回答。

注2：「ホームセキュリティ」は、外出時などに自宅の家電のスイッチや鍵の開け閉めなどを確認できるサービス。

出典：2022年一般向けモバイル動向調査

### 資料3-2 音声認識機能の認知率の年次推移(複数回答)

●各音声検索サービスの認知は、全体的に前年から低下。



注1：携帯電話所有者を集計。

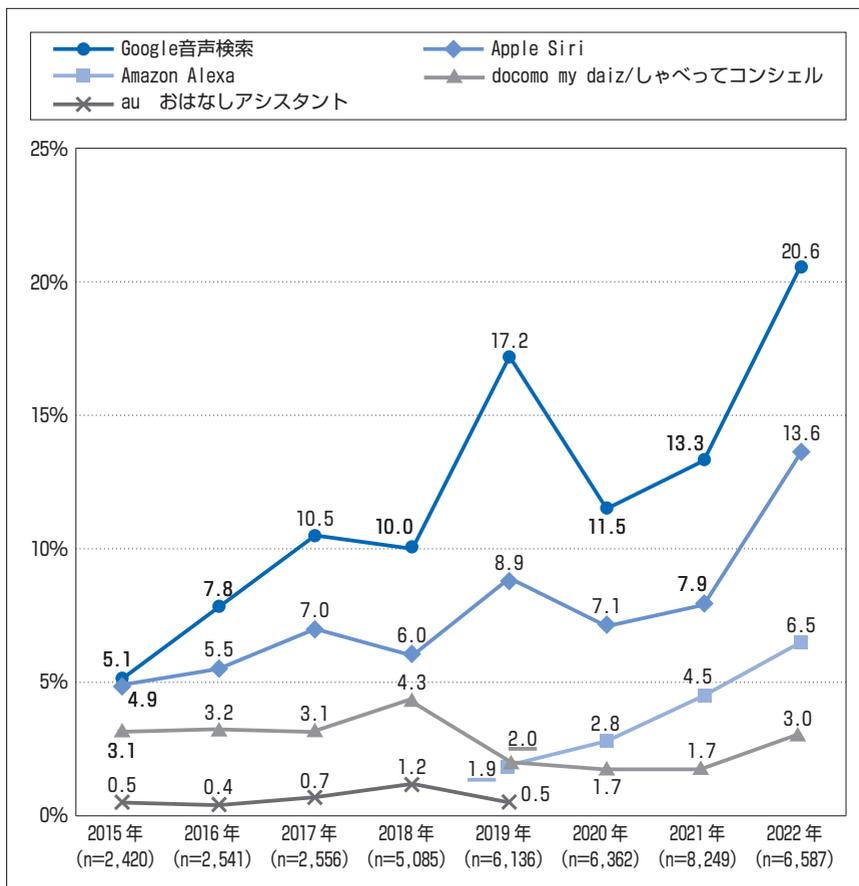
注2：「Amazon Alexa」は2019年より個別に調査開始。

注3：「au おはなしアシスタント」は2018年7月31日をもってサービスを終了。

出典：2015年-2022年一般向けモバイル動向調査

### 資料3-3 音声認識機能の利用率の年次推移(複数回答)

●各音声検索サービスの利用率は、全体的に前年から上昇。



注1：携帯電話所有者で利用していると答えた人を集計。

注2：「Amazon Alexa」は2019年より個別に調査開始。

注3：「au おはなしアシスタント」は2018年7月31日をもってサービスを終了。

出典：2015年-2022年一般向けモバイル動向調査

## 第2節

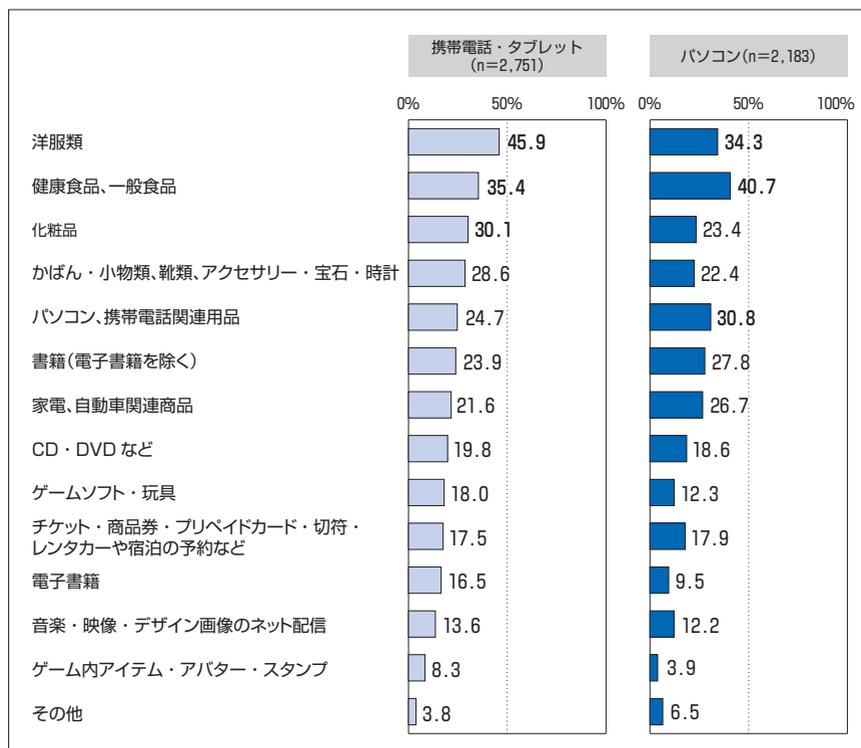
# ネット購買

### ポイント

- 直近の1ヶ月にショッピングサイトで購入した品物の種類は、携帯電話・タブレットでは「洋服類」。パソコンでは「健康食品、一般食品」が多い(資料3-4)。

### 資料3-4 ネットショッピングで直近1ヶ月で購入したものの 【購入端末別】(複数回答)

●直近1ヶ月にショッピングサイトで購入した品物の種類は、携帯電話・タブレットでは「洋服類」(45.9%)、パソコンでは「健康食品、一般食品」(40.7%)が最も多い。



注1：各端末でネットショッピングを利用した人が回答。

注2：端末(縦軸)ごとに値の上位3つを太字にしている。

出典：2022年一般向けモバイル動向調査

## 第3節

# 動画利用状況

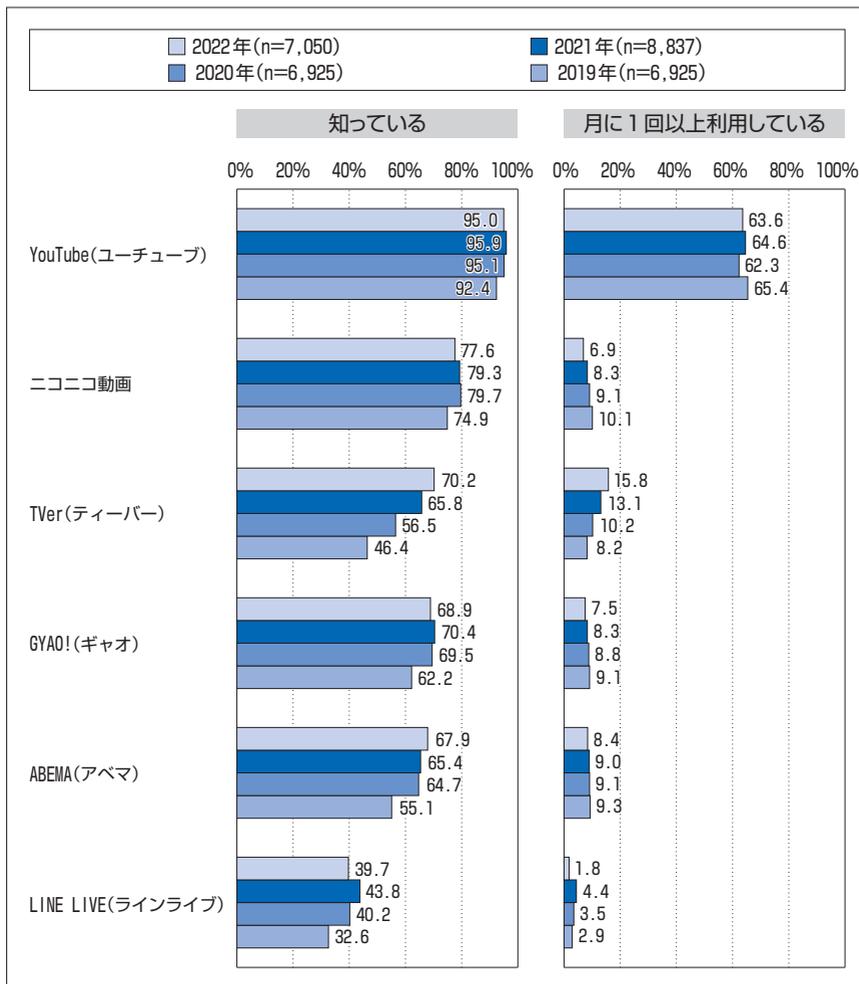
### ポイント

---

- 利用している無料動画サービスは「YouTube」の一強が継続(資料3-5)。
  - 有料動画サービスでは「Amazon プライム・ビデオ」の利用率が比較的高い。「Netflix」が次点で続く(資料3-6)。
  - ライブ動画サービスでは「YouTube Live」「ニコニコ生放送」の認知率が高い(資料3-8)。
-

### 資料3-5 動画サービスの認知率・利用率 《無料動画》(複数回答)

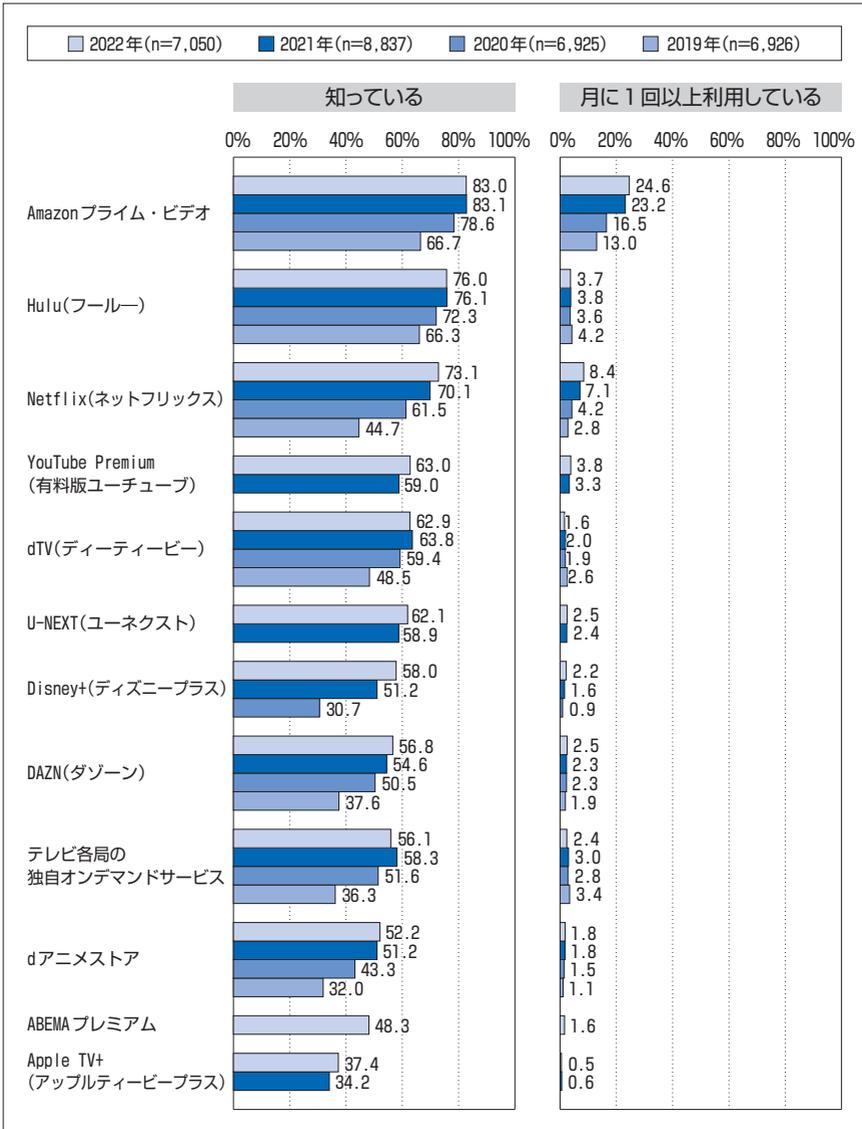
- 無料動画サービスの認知率・利用率は、ともに「YouTube」がトップ。  
また「YouTube」は月1回以上の利用率が6割を超えており、他の無料動画サービスよりも圧倒的に浸透度が高い。



出典：2019-2022年一般向けモバイル動向調査

### 資料3-6 動画サービスの認知率・利用率 《有料動画》(複数回答)

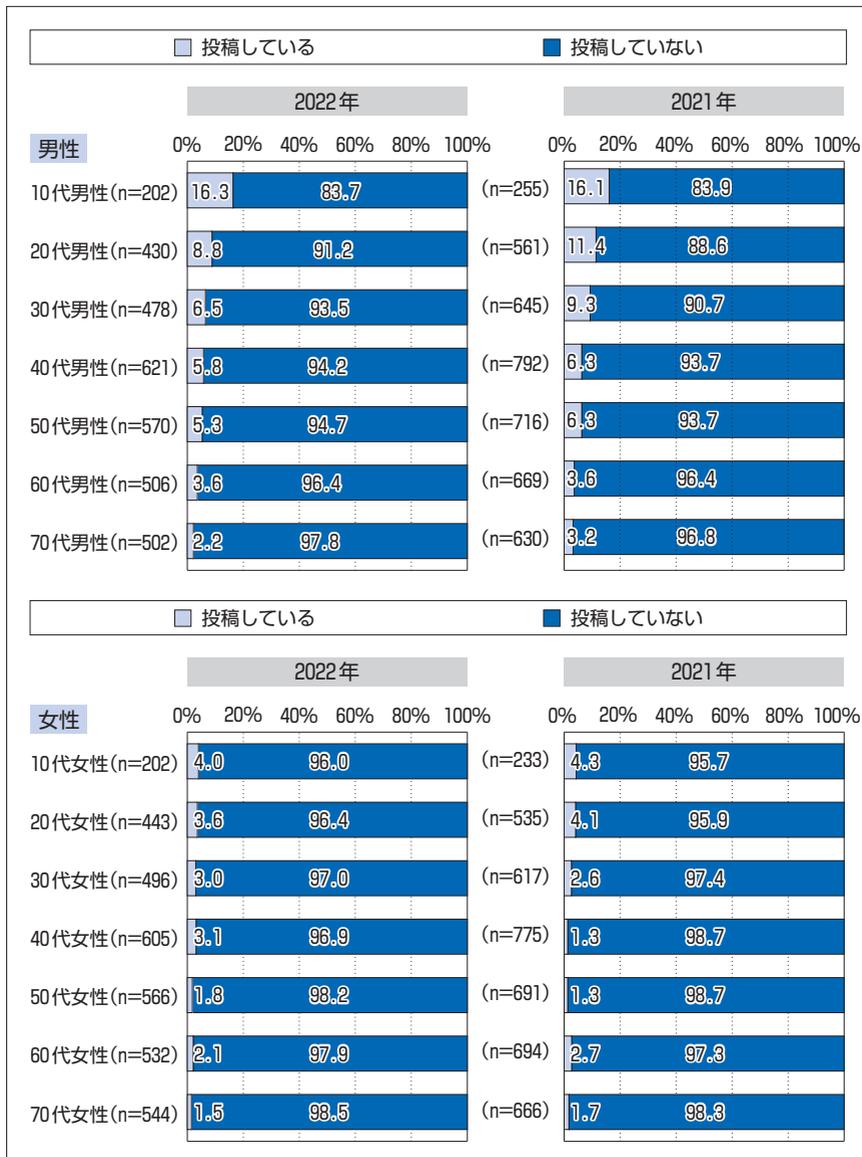
- 有料動画サービスでは「Amazonプライム・ビデオ」の認知率・利用率がトップ。
- 月1回以上利用では「Netflix」が次点で続く。



注：Disney+：2020年はDisney DELUXEで聴取  
 出典：2019-2022年一般向けモバイル動向調査

### 資料3-7 YouTube投稿[性年代別](単一回答)

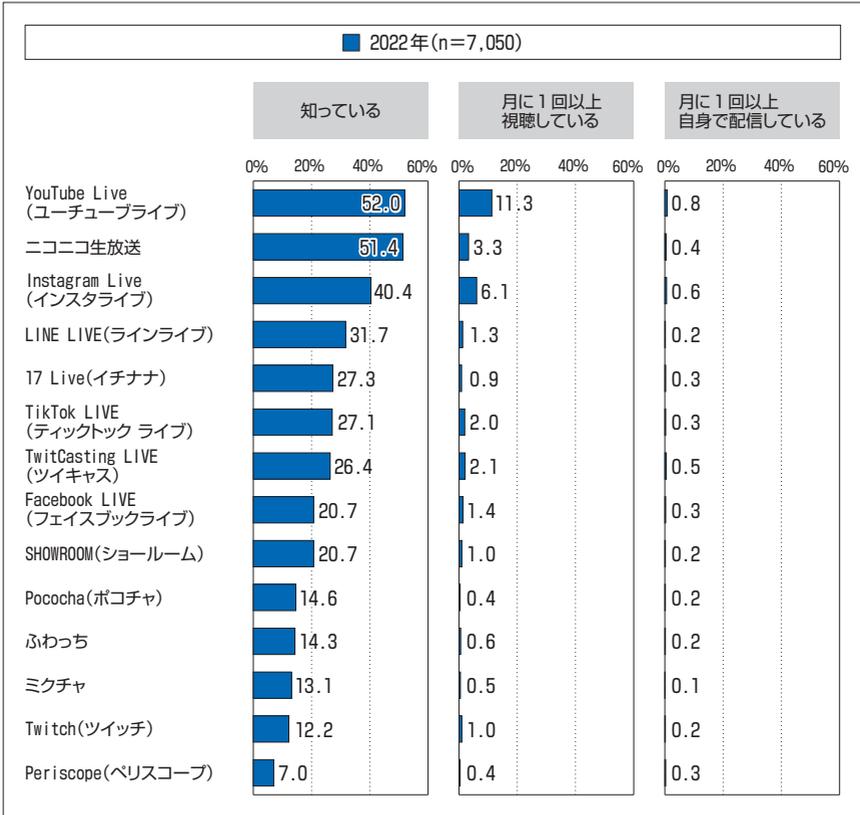
●YouTube投稿率は男性若年層で高く、10代男性では16.3%。



出典：2021-2022年一般向けモバイル動向調査

### 資料3-8 ライブ動画サービスの認知率・利用率(複数回答)

- ライブ動画サービスの認知率上位は「YouTube Live」「ニコニコ生放送」で5割超。
- 月1回以上の視聴率では「YouTube Live」がトップ(11.3%)。



出典：2022年一般向けモバイル動向調査

## 第4節

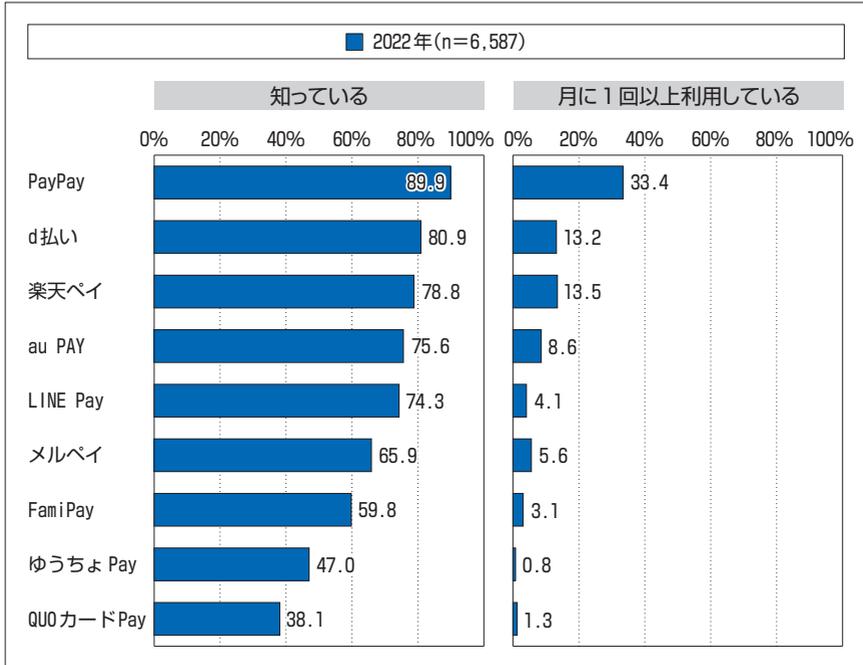
# QRコード決済利用状況

### ポイント

- QRコード決済の認知率は、「PayPay」(89.9%)が最も高い。次いで、「d払い」(80.9%)、「楽天ペイ」(78.8%)と続く。
- 月1回以上の利用率では「PayPay」が多い(33.4%) (資料3-9)。

### 資料3-9 QRコード決済の認知率・利用率(複数回答)

- QRコード決済の認知率は、「PayPay」(89.9%)が最も高い。次いで、「d払い」(80.9%)、「楽天ペイ」(78.8%)と続く。
- 月1回以上の利用率では「PayPay」が多い(33.4%)。



注1：携帯電話所有者が回答。

出典：2022年一般向けモバイル動向調査