

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5節 生成AIサービス利用状況

第1節

ユーティリティ系サービス

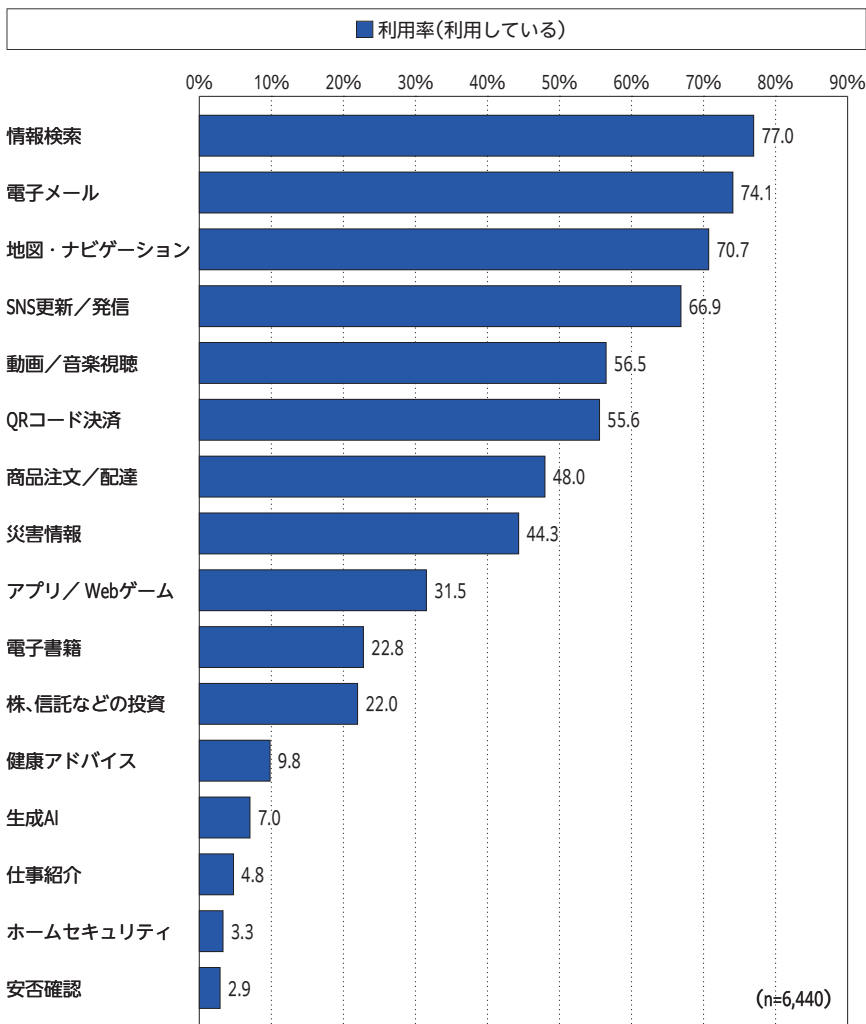
.....ポイント.....

- コンテンツやアプリケーションの利用率は「情報検索」が8割弱。「電子メール」「地図・ナビゲーション」も7割強が利用(資料3-1)。
- 各音声検索サービスの認知は、全体的に前回と同程度(資料3-2)。
- 各音声検索サービスの利用率は「Amazon Alexa」が増加傾向(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「情報検索」が77.0%で最も高い。
- 次いで、「電子メール」が74.1%、「地図・ナビゲーション」が70.7%。



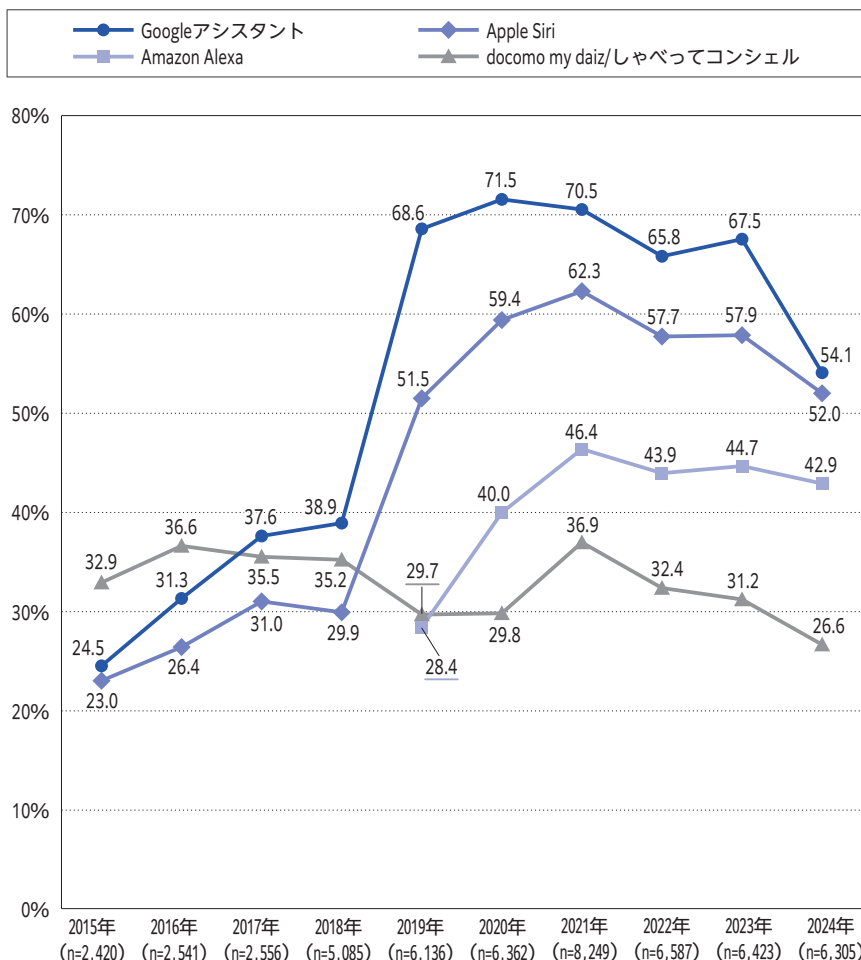
注1：携帯電話またはパソコン所有者が回答。

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：2024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、全体的に前回と同程度となった。
- 「Googleアシスタント」の認知率が前回よりも13ポイント程度減少した。



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：「Googleアシスタント」は2023年まで「Google音声検索」として聴取。

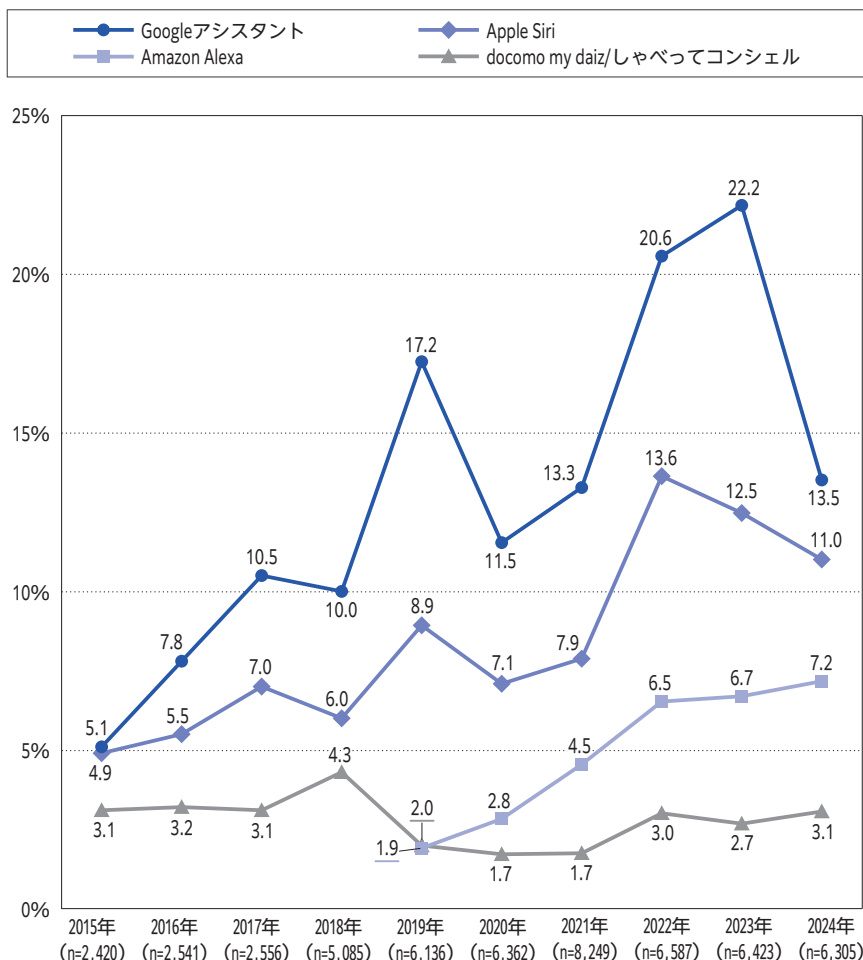
注3：「Amazon Alexa」は2019年より個別に調査開始。

出典：2015年-2024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)

●「Googleアシスタント」は10ポイントほど低下。

●「Amazon Alexa」は増加傾向。



注1：携帯電話所有者が回答。

注2：「Googleアシスタント」は2023年まで「Google音声検索」として聴取。

注3：「Amazon Alexa」は2019年より個別に調査開始。

出典：2015年-2024年一般向けモバイル動向調査

第2節

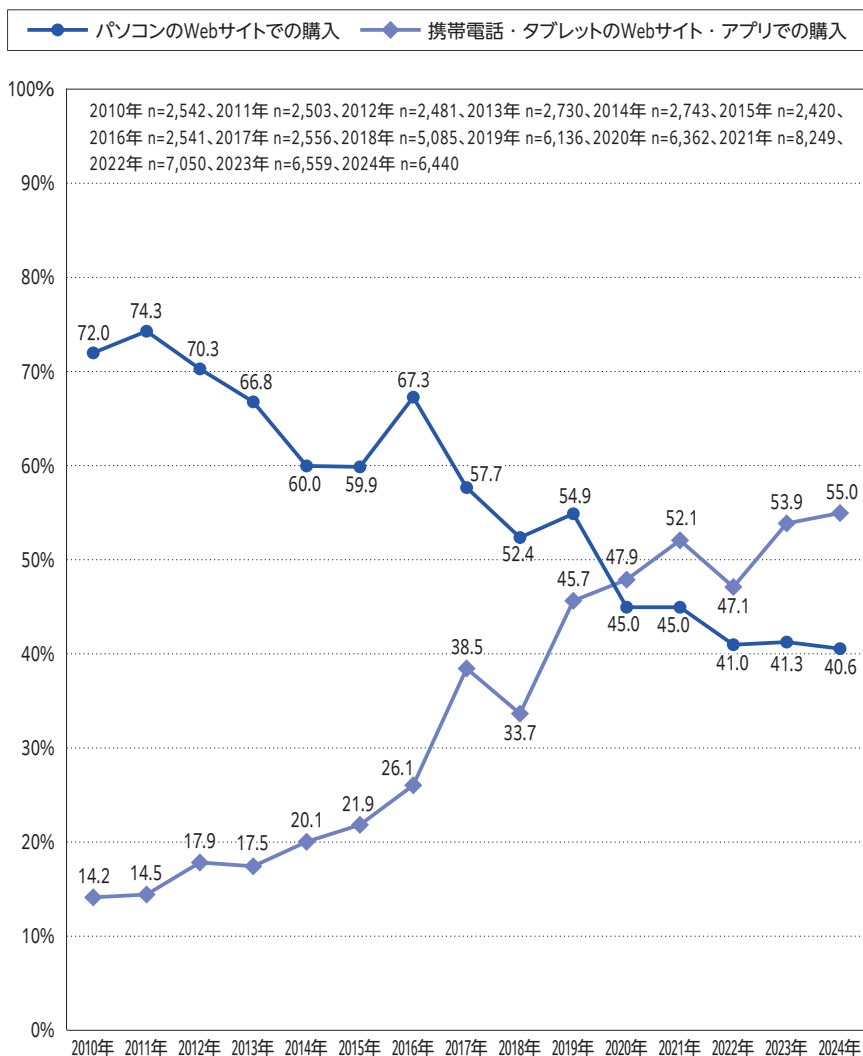
ネット購買

ポイント

- 携帯電話・タブレットでのネットショッピングやオークションの利用は年々増加傾向(資料3-4)。
- 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3-5)。

資料3-4 ネットショッピングやオークション利用率の年次推移(複数回答)

- 「携帯電話・タブレットでの購入」は年々増加傾向に対し、「パソコンでの購入」は2022年以降は横ばいの傾向。



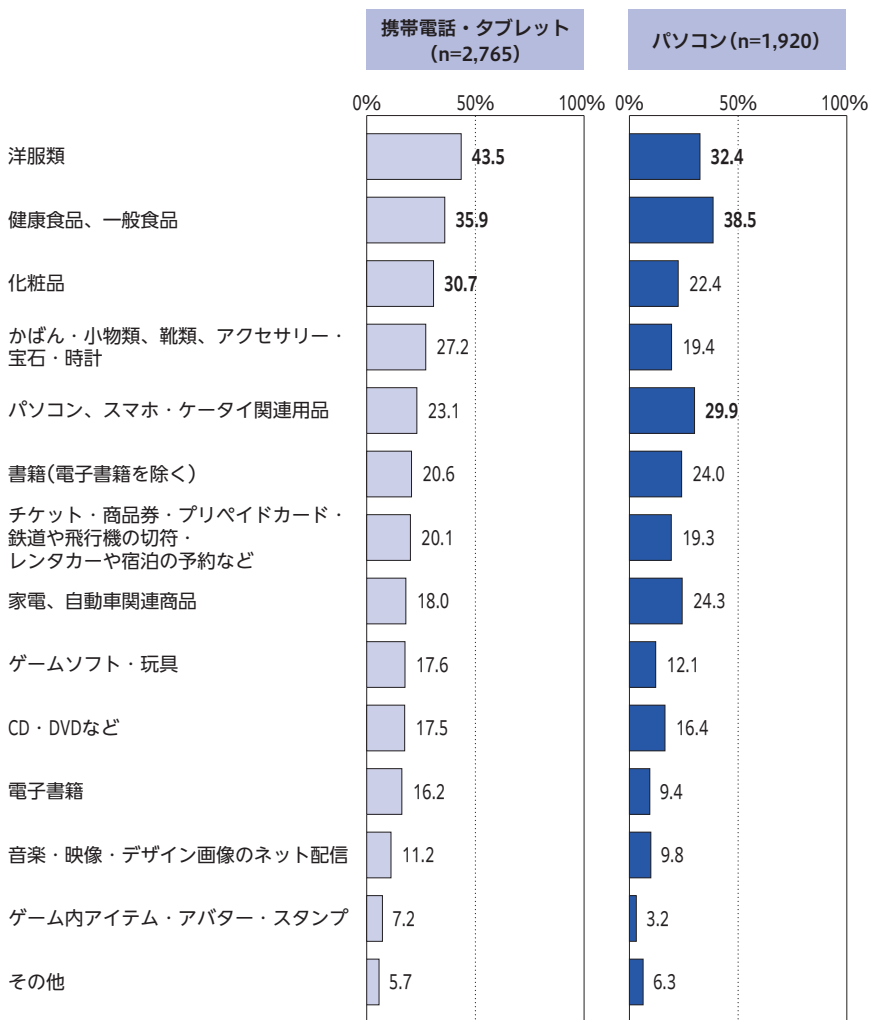
注1：携帯電話またはパソコン所有者が回答。

注2：「携帯電話・タブレットのWebサイト・アプリでの購入」は、2018年以前は携帯電話・タブレットのアプリでの購入を含めず調査。

出典：2010年-2024年一般向けモバイル動向調査

資料3-5 ネットショッピングで直近1ヶ月で購入したもの[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」(43.5%)、パソコンでは「健康食品、一般食品」(38.5%)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方が回答。

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：2024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3-6)。
- 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。「Hulu」「Netflix」が次点で続く(資料3-7)。
- ライブ動画サービスでは「YouTube Live」「ニコニコ生放送」の認知率が高く、月1回以上の視聴率では「YouTube Live」「Instagram Live」が高い(資料3-9)。

資料3-6 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。
- 「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。

2024年(n=6,440)

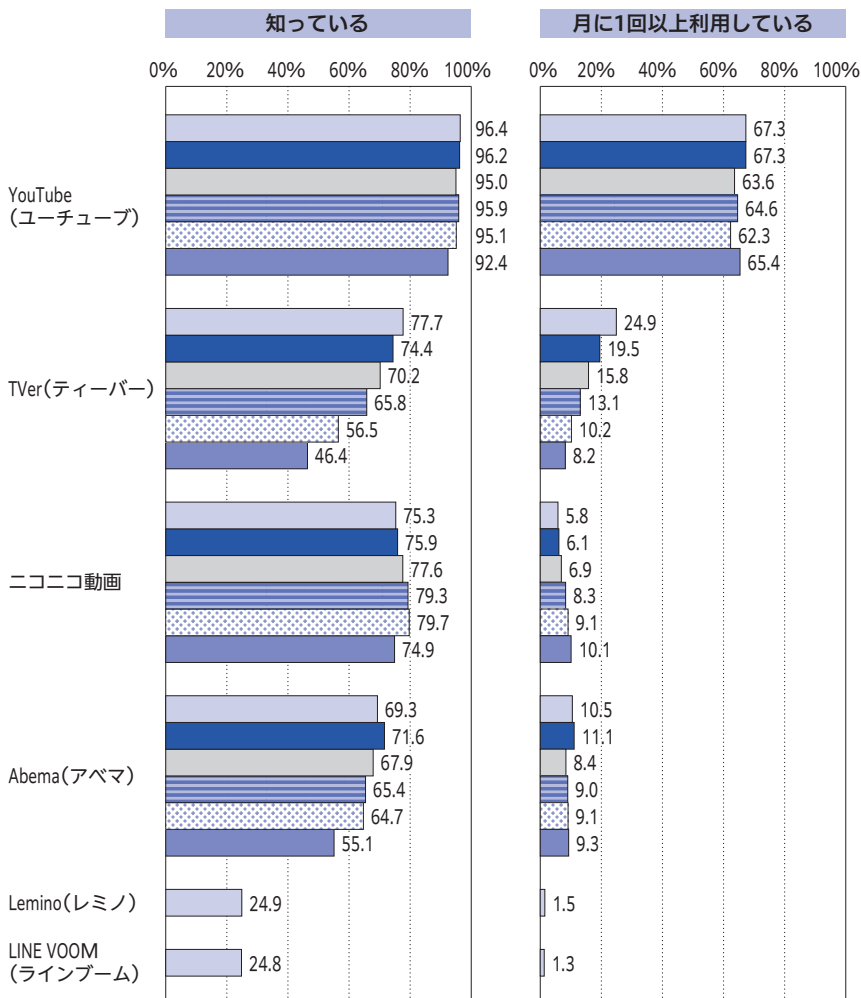
2023年(n=6,559)

2022年(n=7,050)

2021年(n=8,837)

2020年(n=6,925)

2019年(n=6,926)

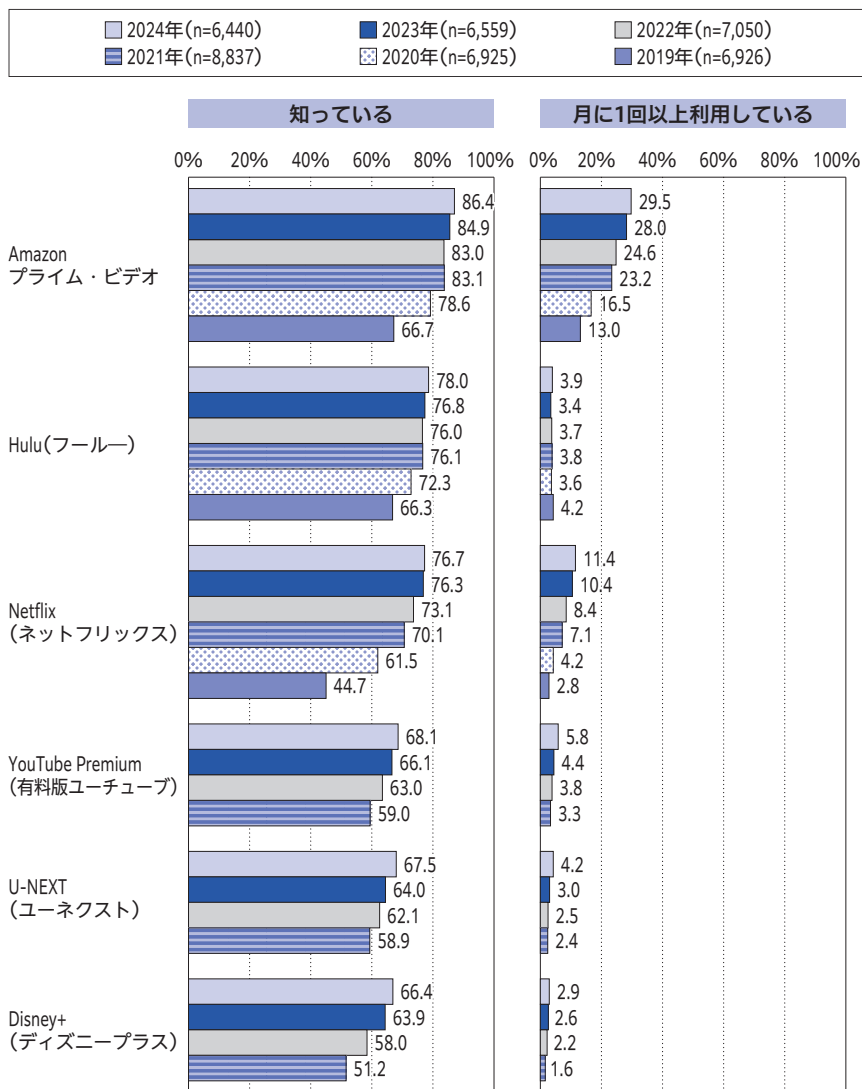


注：Lemino、LINE VOOMは2024年から聴取。

出典：2019年-2024年一般向けモバイル動向調査

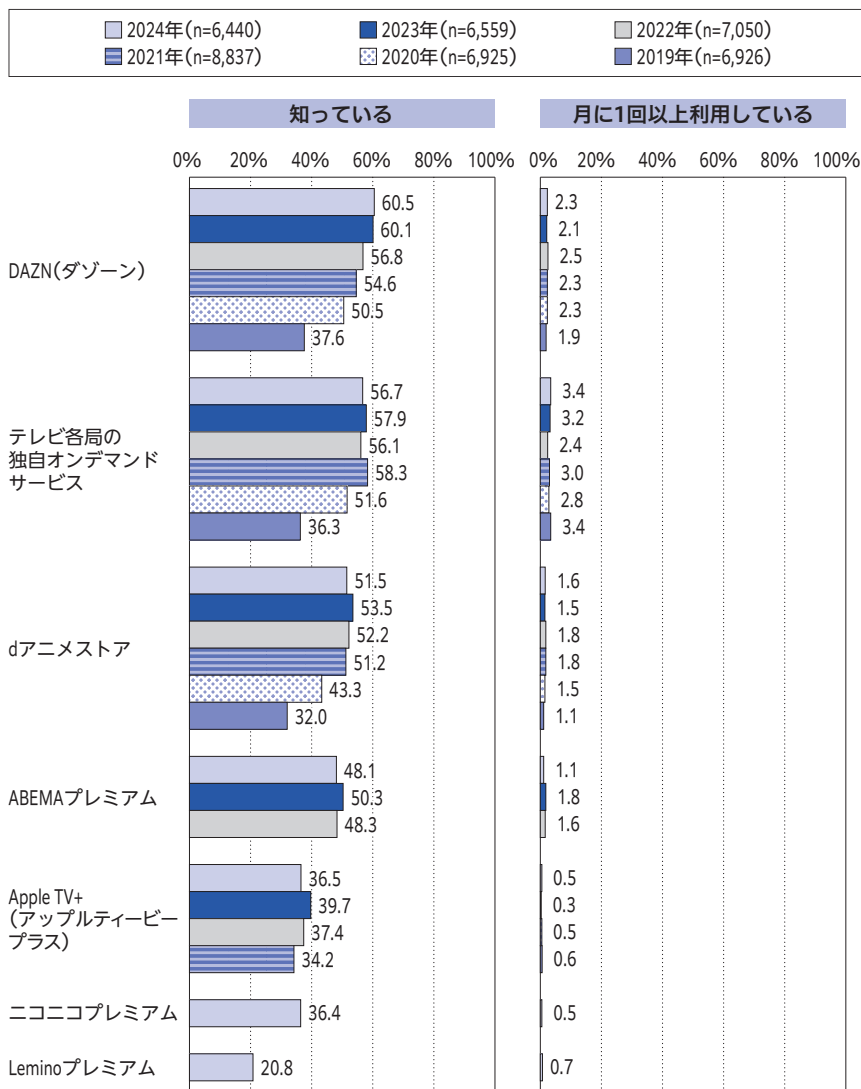
資料3-7-1 動画サービスの認知率・利用率《有料動画》(複数回答)

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



出典：2019年-2024年一般向けモバイル動向調査

資料3-7-2 動画サービスの認知率・利用率《有料動画》(複数回答)

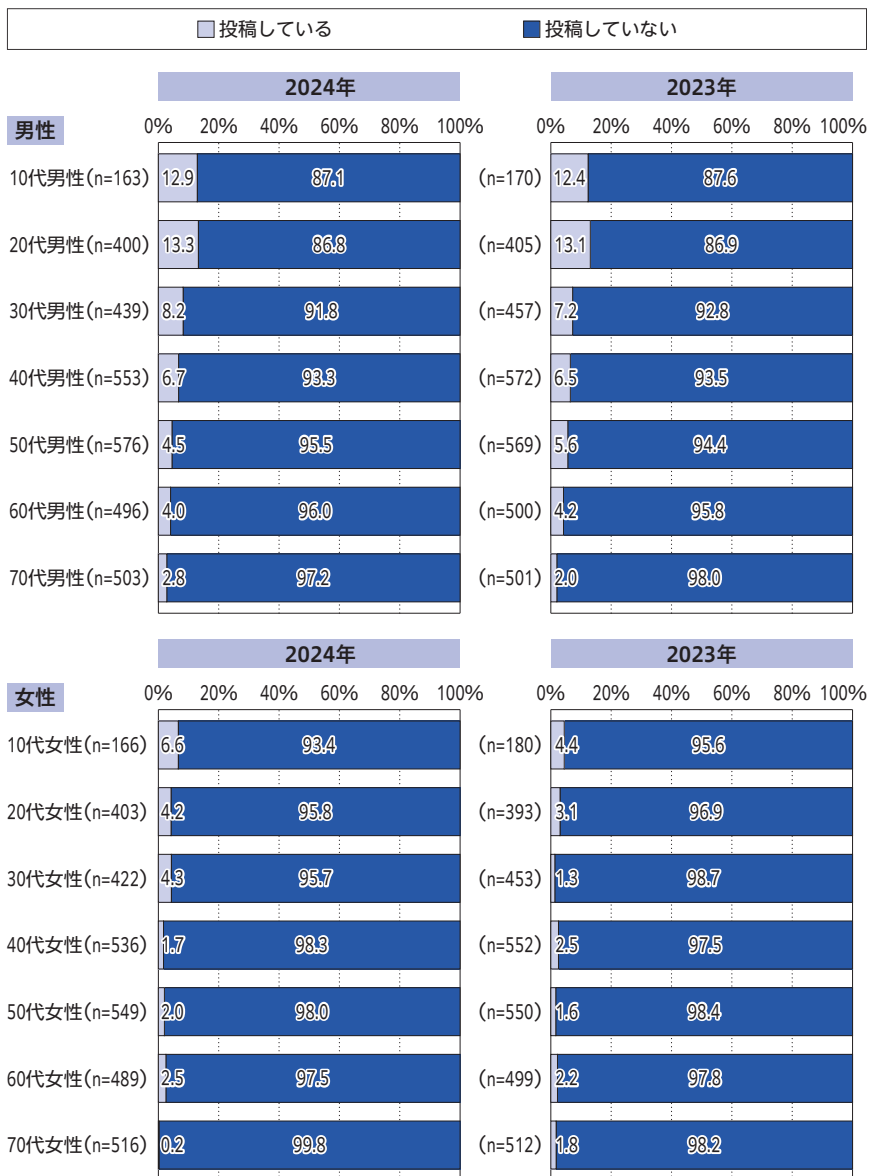


注：ニコニコプレミアム、Leminoプレミアムは2024年から聴取。

出典：2019年-2024年一般向けモバイル動向調査

資料3-8 YouTube投稿[性年代別] (単一回答)

● YouTube投稿率は男性若年層で高く、20代男性では13.3%。



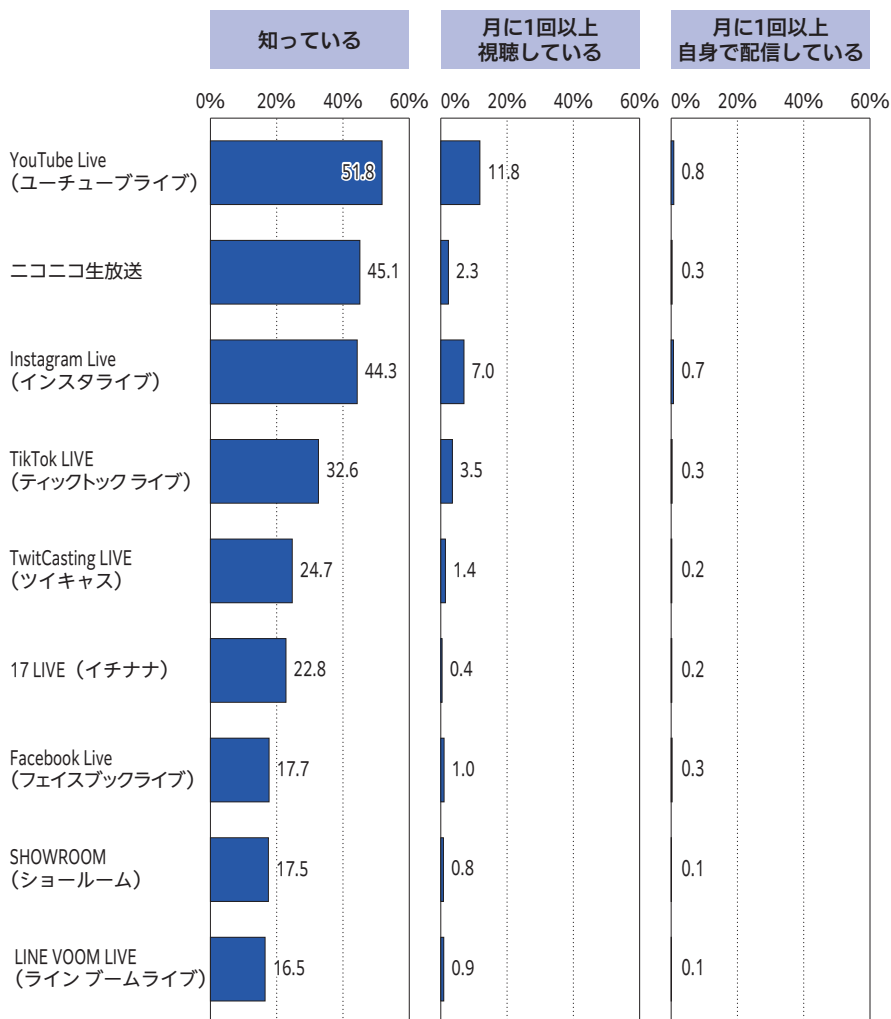
注：YouTubeを知っていると回答した方が対象。

出典：2023年-2024年一般向けモバイル動向調査

資料3-9 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」「Instagram Live」で4割半ばから5割強。
- 月1回以上の視聴率では「YouTube Live」がトップで、次点で「Instagram Live」が続く。

■ 2024年(n=6,440)



出典：2024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

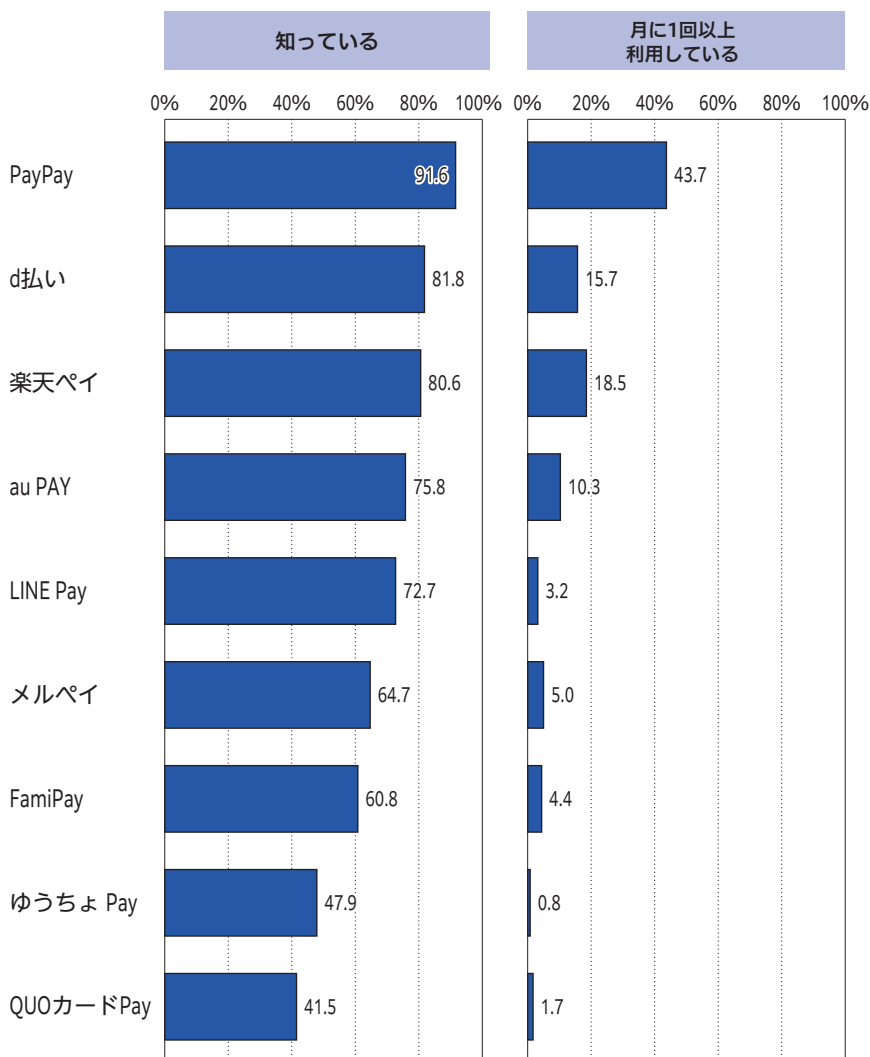
ポイント

- QRコード決済の認知率は「PayPay」(91.6%)が最も高い。月1回以上の利用率では「PayPay」が約4割(資料3-10)。

資料3-10 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」(91.6%)が最も高い。次いで、「d払い」(81.8%)、「楽天ペイ」(80.6%)と続く。
- 月1回以上の利用率では「PayPay」が約4割。

■ 2024年(n=6,440)



出典：2024年一般向けモバイル動向調査

第5節

生成AIサービス利用状況

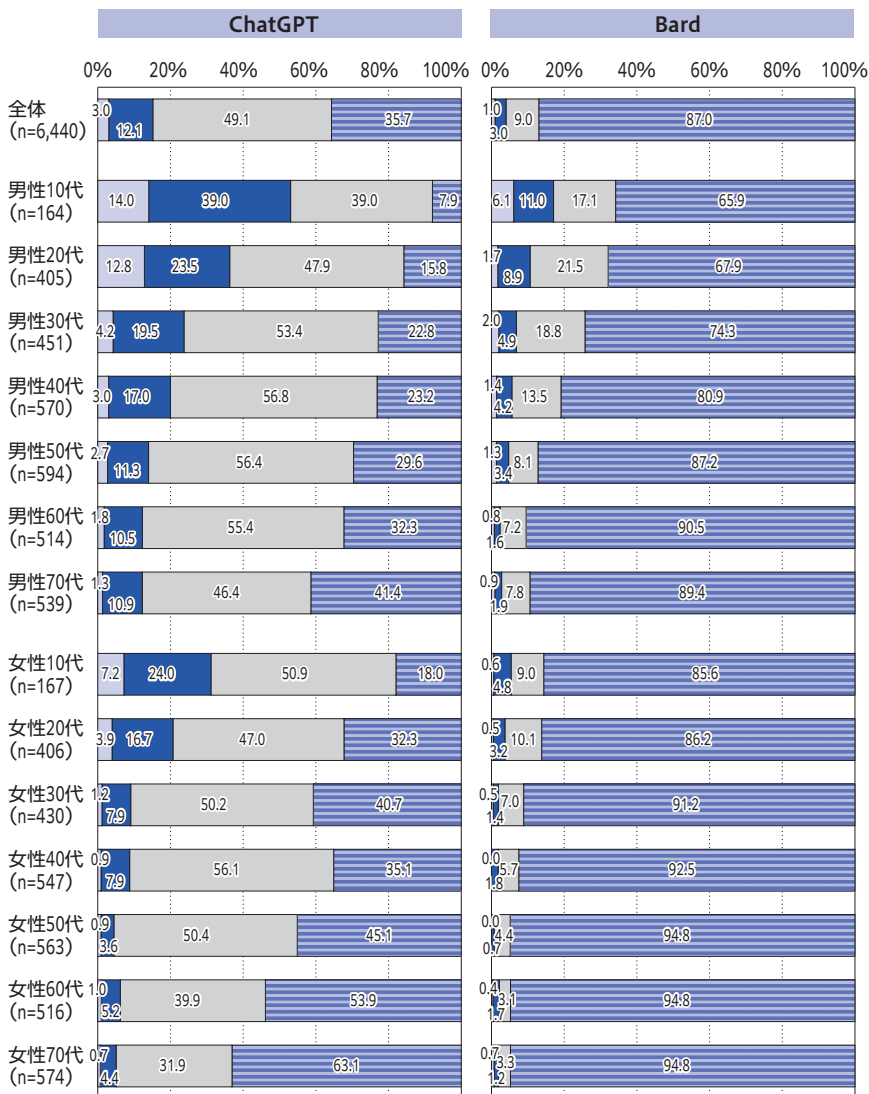
ポイント

- 生成AIの認知率や利用率は「ChatGPT」が最も高い(資料3-11)。

資料3-11-1 生成AIサービスの認知率・利用率(単一回答)

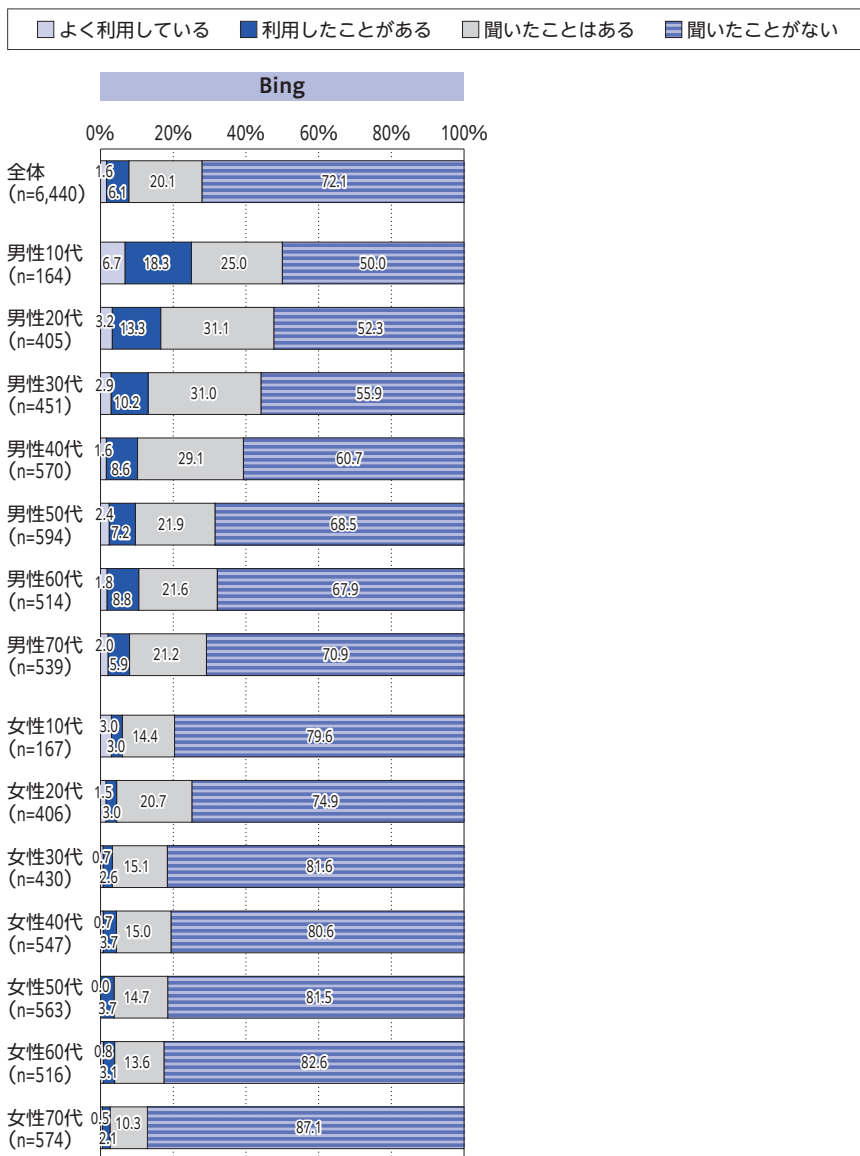
- 生成AIの認知度としてはChatGPTが6割強と他サービスと比較して高い。
- 各サービスの認知率や利用率は年代が若いほど高くなっている。

□ よく利用している ■ 利用したことがある □ 聞いたことはある ■ 聞いたことがない



出典：2024年一般向けモバイル動向調査

資料3-11-2 生成AIサービスの認知率・利用率(単一回答)



出典：2024年一般向けモバイル動向調査