

3章

コンテンツとメディア

1節

ユーティリティ系サービス

ポイント

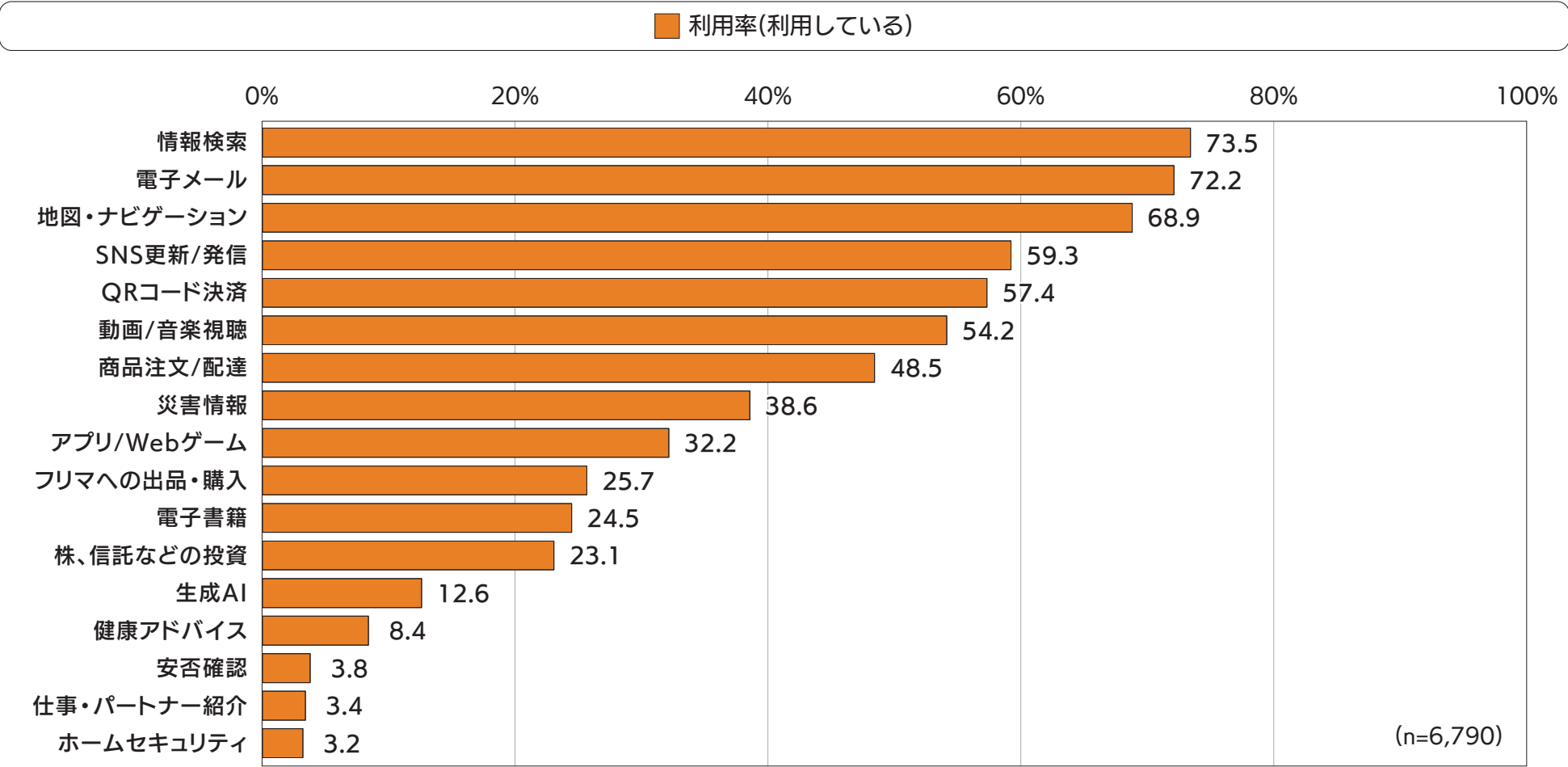
- コンテンツやアプリケーションの利用率は「情報検索」が73.5%で最も高い。次いで、「電子メール(72.2%)」「地図・ナビゲーション(68.9%)」が続く(資料3-1)。

〔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) 73

[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73.5%で最も高い。
- 次いで、「電子メール」が72.2%、「地図・ナビゲーション」が68.9%。



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：2025年一般向けモバイル動向調査

3章

コンテンツとメディア

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してきたが直近数年は50%前後(資料3-2)。
- 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、「飲料、食品」が最も高い(資料3-3)。

[資料3-2]	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)	75
[資料3-3]	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)	76

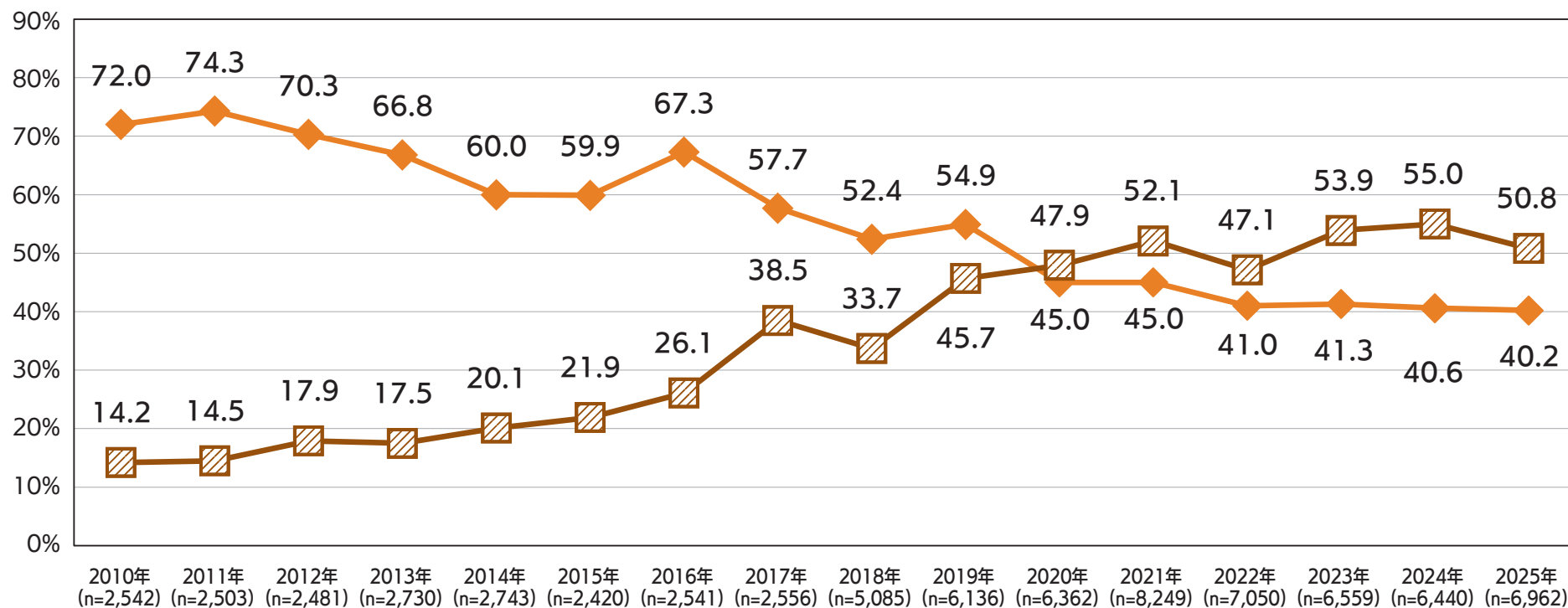
[資料3-2]

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50%前後で横ばい、「パソコンでの購入」は40%前後で横ばい。

◆ パソコンのWebサイトでの購入

▨ 携帯電話・タブレットのWebサイト・アプリでの購入



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～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料3-3]

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、「飲料、食品」が最も多い。

	携帯電話・タブレット (n=2,996)	パソコン (n=2,043)
飲料、食品	46.9	49.4
洋服類	38.0	28.8
かばん、小物、靴、アクセサリ、時計類	31.3	24.9
化粧品	28.5	20.3
書籍(電子書籍を除く)	24.3	25.5
パソコン、スマホ・ケータイ関連	22.3	27.7
チケット、旅行関連	21.7	22.4
家電、車関連	19.6	22.0
CD・DVD	16.8	15.7
電子書籍	16.1	10.5
音楽、画像・映像コンテンツ	15.5	12.1
ゲーム・玩具	15.5	11.6
ゲーム内課金コンテンツ	9.3	5.2
その他	6.1	5.6

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：2025年一般向けモバイル動向調査

3章

コンテンツとメディア

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3-4)。
- 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3-5)。
- ライブ動画サービスでは「YouTube Live」「Instagram Live」の認知率が高く、月1回以上の視聴率では「YouTube Live」が高い(資料3-7)。

[資料3-4] 動画サービスの認知率・利用率《無料動画》(複数回答) 78

[資料3-5] 動画サービスの認知率・利用率《有料動画》(複数回答) 79

[資料3-6] YouTube投稿[性年代別](単一回答)..... 81

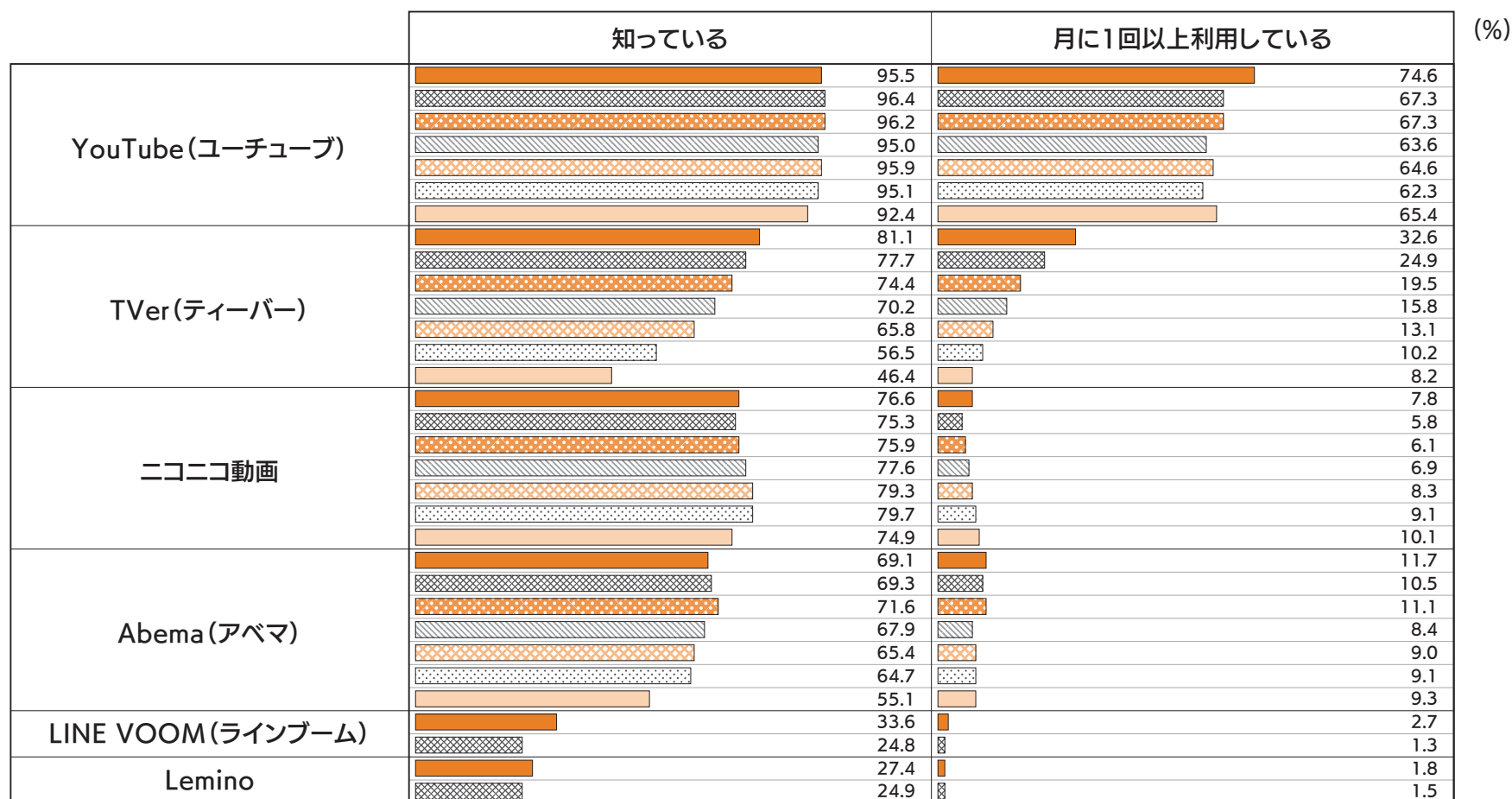
[資料3-7] ライブ動画サービスの認知率・利用率(複数回答)..... 82

[資料3-4]

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7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。

2025年(n=6,962) 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)



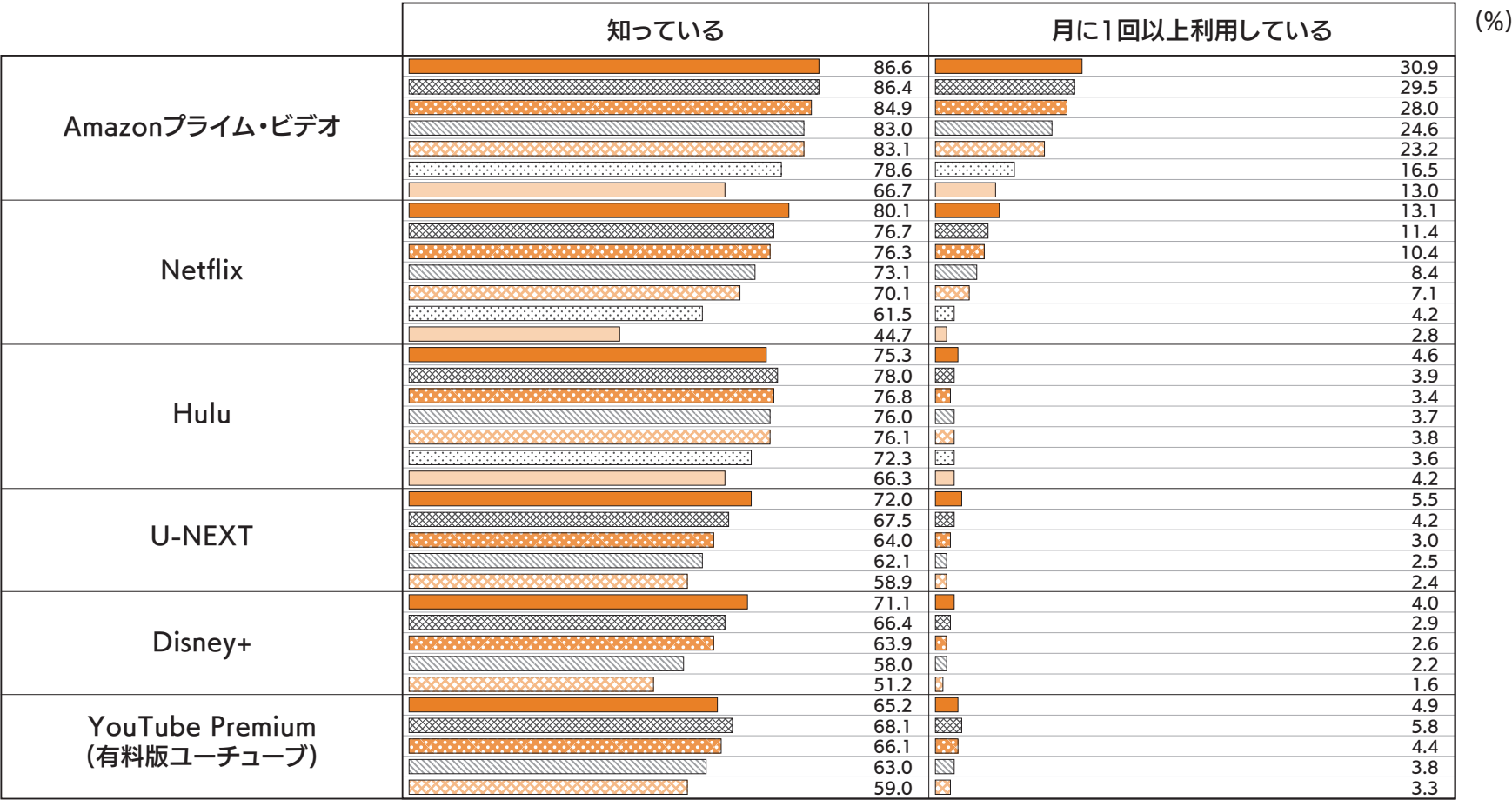
出典：2019～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料3-5-1]

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、「Netflix」「Hulu」が続く。
- 月1回以上利用でも「Amazonプライム・ビデオ」がトップ。

2025年(n=6,962) 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)

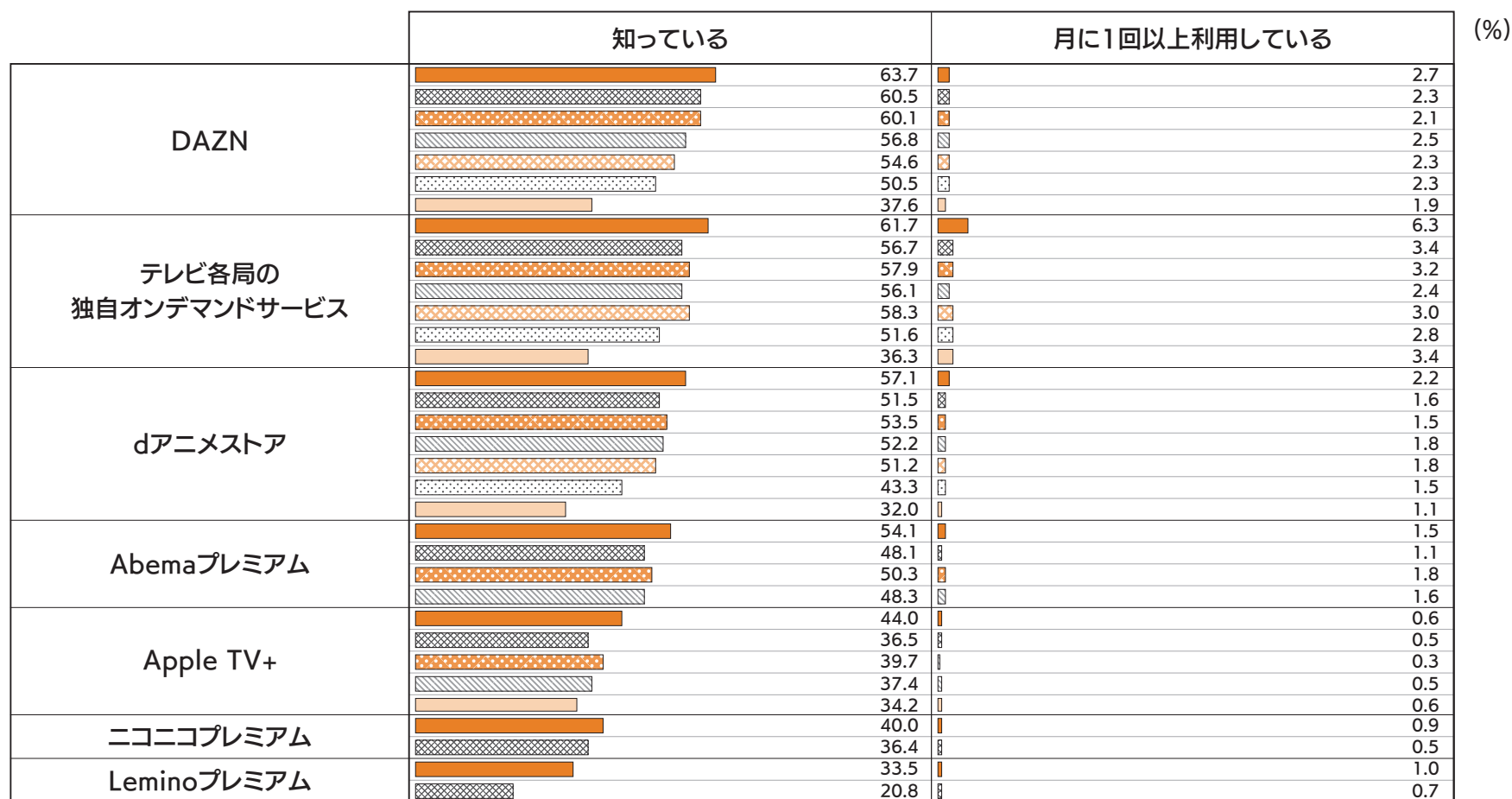


出典：2019～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料3-5-2]

動画サービスの認知率・利用率《有料動画》(複数回答)

2025年(n=6,962) 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)

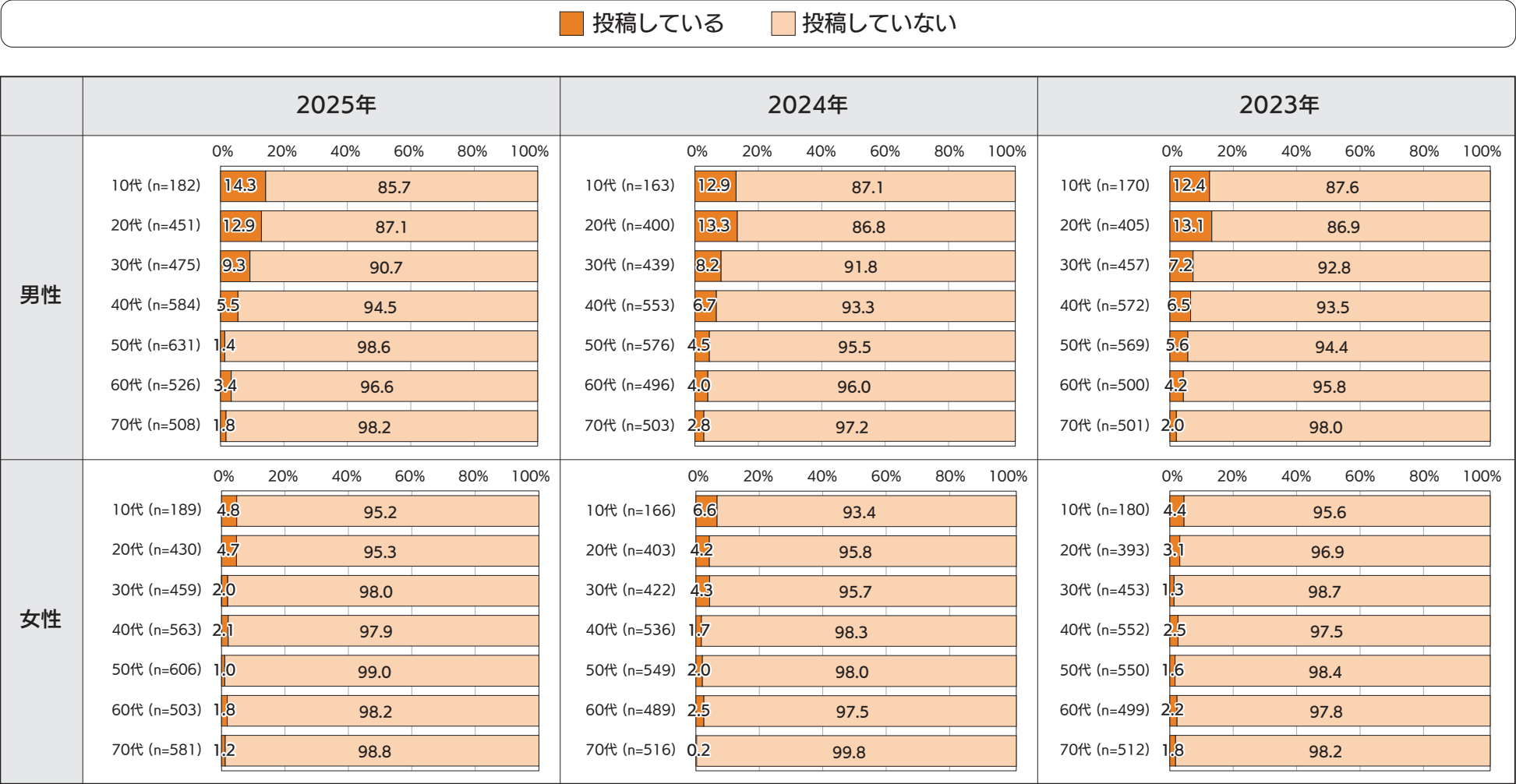


出典：2019～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料3-6]

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代以下男性で1割を超える。



注：YouTubeを知っていると回答した方が対象。
出典：2023～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料3-7]

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「YouTubeLive」「Instagram Live」で3割強。
- 月1回以上の視聴率・配信率でも「YouTube Live」がトップ。

2025年(n=6,962)

	知っている	月に1回以上 視聴している	月に1回以上 自身で配信している	(%)
YouTube Live(ユーチューブライブ)	33.8	6.3	1.3	
Instagram Live(インスタライブ)	33.7	4.2	0.9	
ニコニコ生放送	27.9	3.5	1.2	
Tiktok LIVE(ティックトック ライブ)	26.4	3.6	0.8	
TwitCasting LIVE(ツイキャス)	17.5	2.4	1.1	
17 Live(イチナナ)	17.3	1.3	0.6	
SHOWROOM(ショールーム)	13.8	1.5	0.5	
LINE VOOM LIVE(ライン ブームライブ)	11.9	1.5	0.7	
Facebook LIVE(フェイスブックライブ)	9.7	1.6	0.8	

出典：2019～2025年一般向けモバイル動向調査

3章

コンテンツとメディア

4節

QRコード決済利用状況

ポイント

- 「PayPay」がQRコード決済の中で認知率(92.1%)・利用率(41.1%)ともに最も高い(資料3-8)。

[資料3-8] QRコード決済の認知率・利用率(複数回答) 84

[資料3-8]

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」(92.1%)が最も高い。次いで、「d払い」(84.4%)、「楽天ペイ」(83.1%)と続く。
- 月1回以上の利用率では「PayPay」が約4割。

2025年(n=6,962)

	知っている	月に1回以上 利用している	(%)
PayPay	92.1	41.1	
d払い	84.4	19.8	
楽天ペイ	83.1	19.5	
au PAY	76.5	7.6	
LINE Pay	75.4	1.9	
メルペイ	70.0	4.1	
FamiPay	69.4	4.9	
ゆうちょPay	57.3	1.1	
QUOカードPay	53.6	1.7	
VポイントPay	49.8	2.8	
その他	39.2	5.7	

出典：2025年一般向けモバイル動向調査

3章

コンテンツとメディア

5節

テレワーク実施状況

ポイント

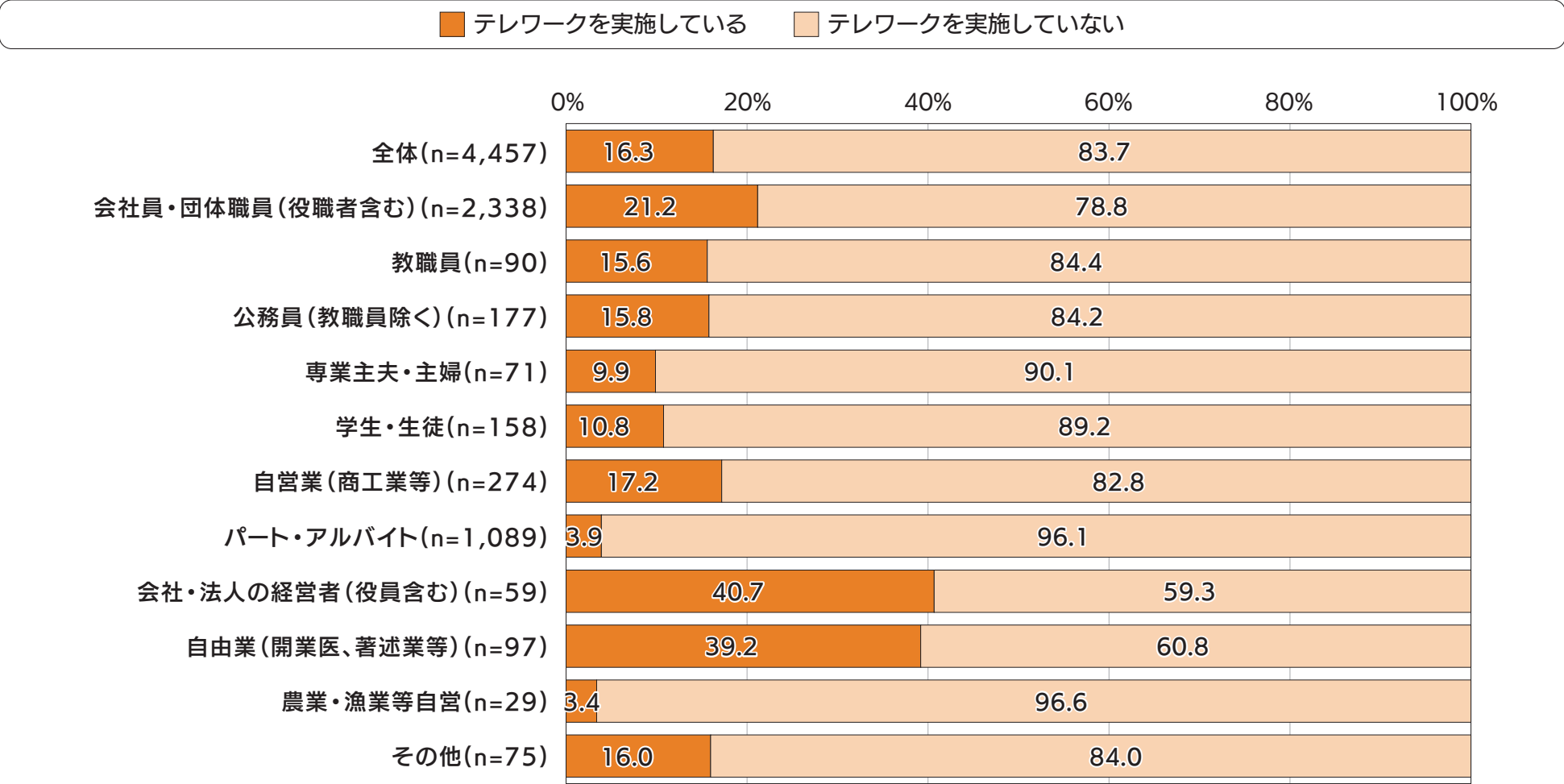
- テレワークの実施率は16.3%。「会社・法人の経営者」や「自由業」で高い傾向(資料3-9)。

[資料3-9] テレワーク実施率[職業別] (単一回答) 86

[資料3-9]

テレワーク実施率[職業別] (単一回答)

- テレワークの実施率は16.3%。
- 「会社・法人の経営者」や「自由業」で高い傾向。



注：無職以外の方が回答。
出典：2025年一般向けモバイル動向調査