

4章

生成AI・VR、金融とICT利用

1節

生成AIの利用意識・行動

ポイント

- 生成AIを知っている人は47%（資料4-1）、月数回以上利用している人は17%（資料4-2、4-3）。
- 生成AIに期待している人は33%（資料4-4）、不安に思っている人は29%（資料4-5）。
- 生成AIの利用用途で最も多いのは「検索、情報収集」で46%。次いで、「テキスト作成、要約」で37%、「翻訳」で32%（資料4-7）。

[資料4-1] 生成AIの認知率（単一回答） 90

[資料4-2] 生成AIの利用率[仕事、学業]（単一回答） 91

[資料4-3] 生成AIの利用率[プライベート]（単一回答） 92

[資料4-4] 生成AIの期待度（単一回答） 93

[資料4-5] 生成AIの不安度（単一回答） 94

[資料4-6] 生成AIに期待していること、不安に思うこと（複数回答） 95

[資料4-7] 生成AIの利用用途（複数回答） 96

[資料4-8] 生成AIの満足度（単一回答） 97

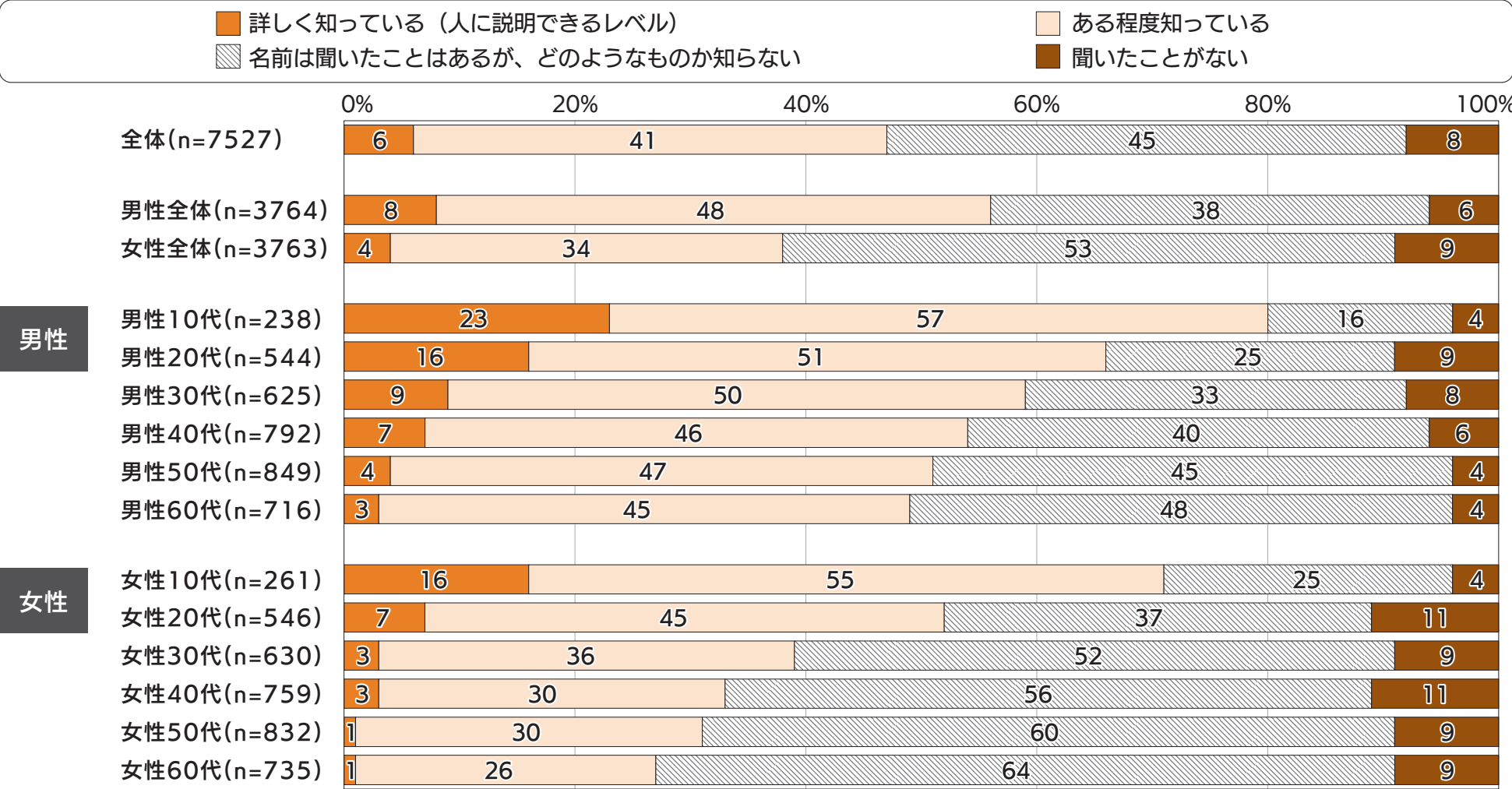
[資料4-9] 生成AIの利用サービス（複数回答） 98

[資料4-10] 生成AIで自分自身が作った生成物のファクトチェックを行っているか（単一回答） 99

[資料4-1]

生成AIの認知率(単一回答)

- 全体で「詳しく知っている(人に説明できるレベル)」「ある程度知っている」は47%。
- 男女ともに若年層のほう知っている割合が高く、「男性10代」で80%。

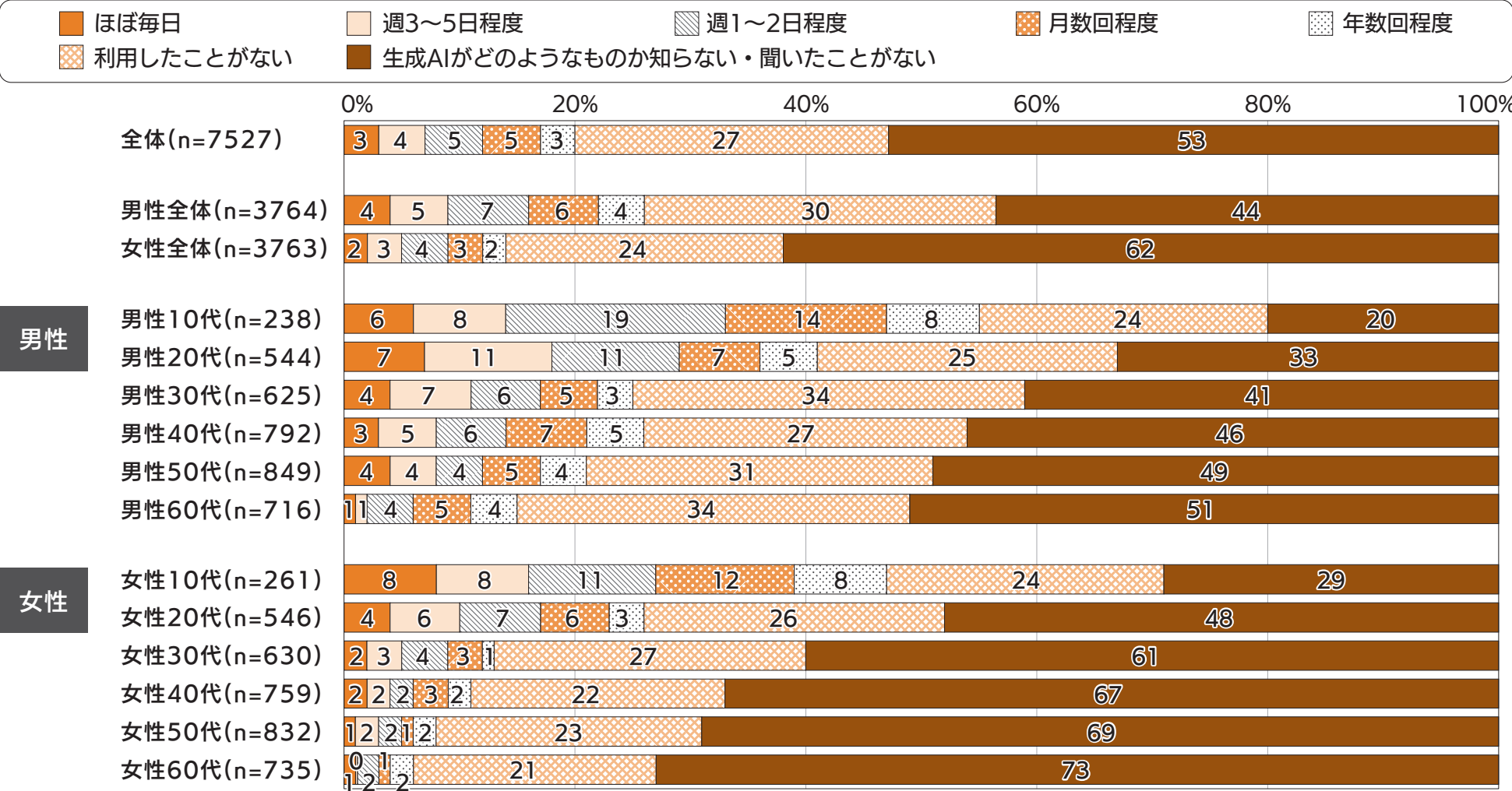


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-2]

生成AIの利用率[仕事、学業] (単一回答)

- 全体で「月数回以上」は17%。
- 男性のほうが利用している割合が高く、「月数回以上」で22%。

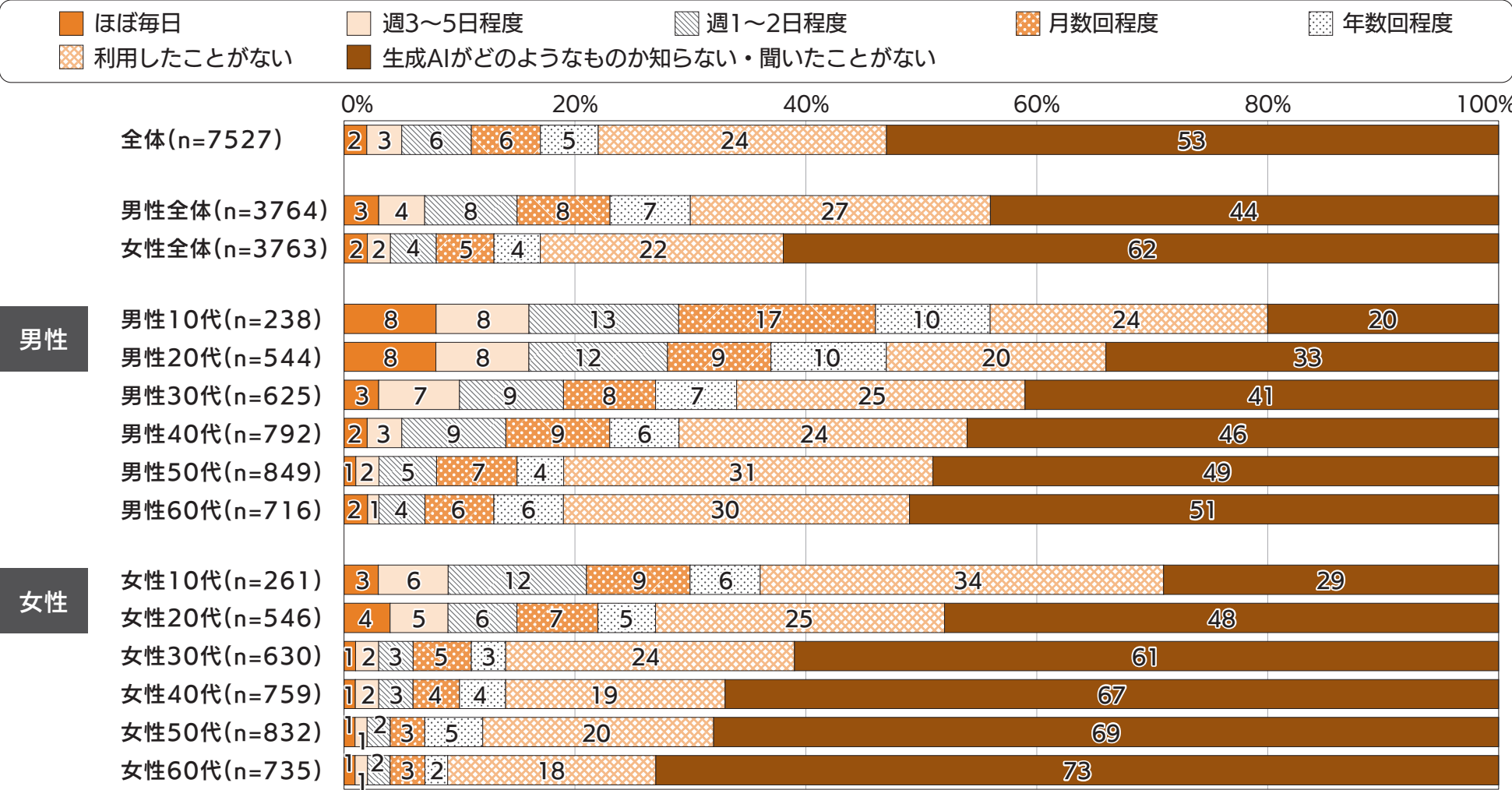


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-3]

生成AIの利用率[プライベート](単一回答)

- 全体で「月数回以上」は17%。
- 男性のほうが利用している割合が高く、「月数回以上」で23%。

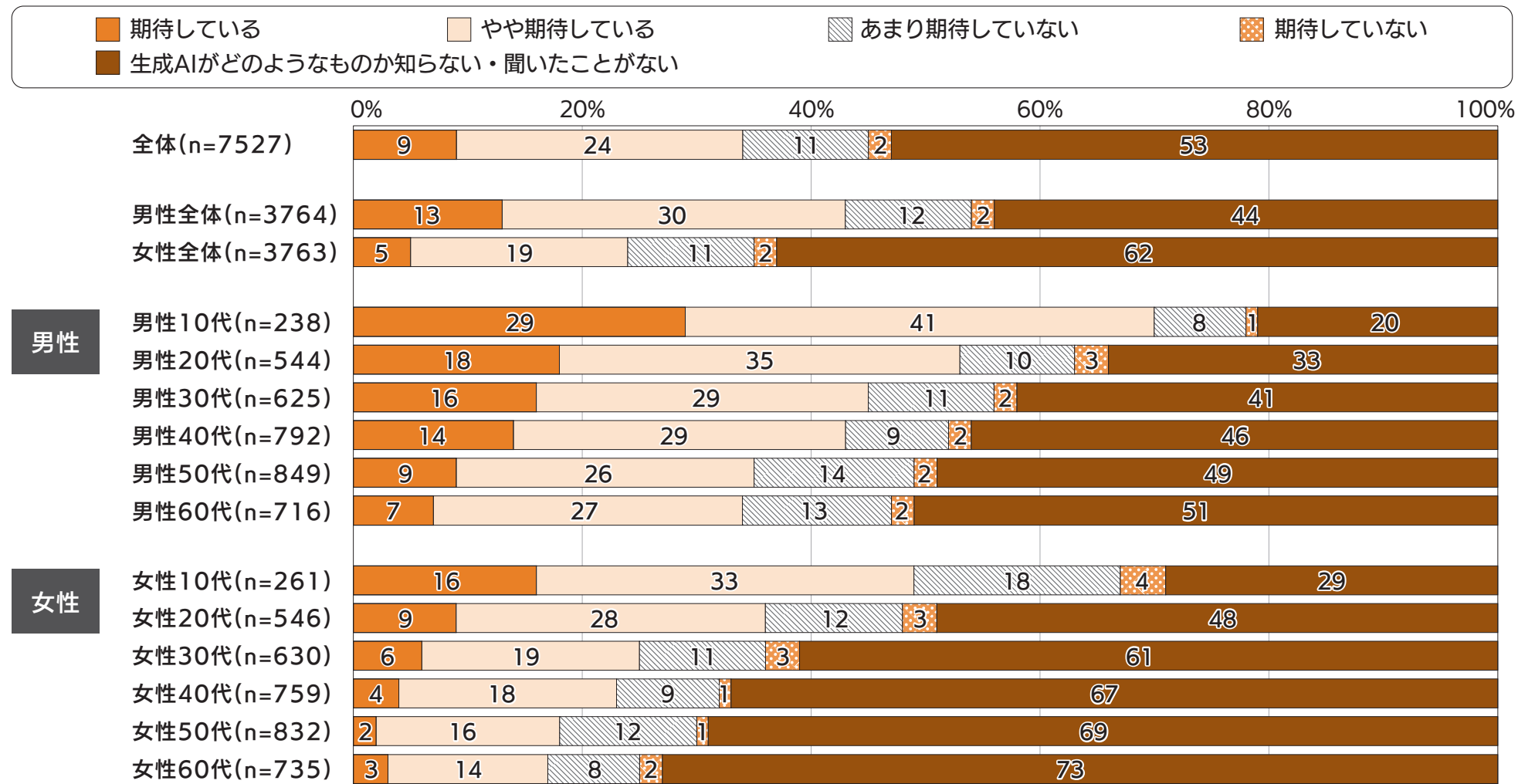


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-4]

生成AIの期待度(単一回答)

- 全体で「期待している」「やや期待している」は33%。
- 男性のほうが期待している割合が高く、43%。
- 男女ともに若年層のほうが期待している割合が高い。

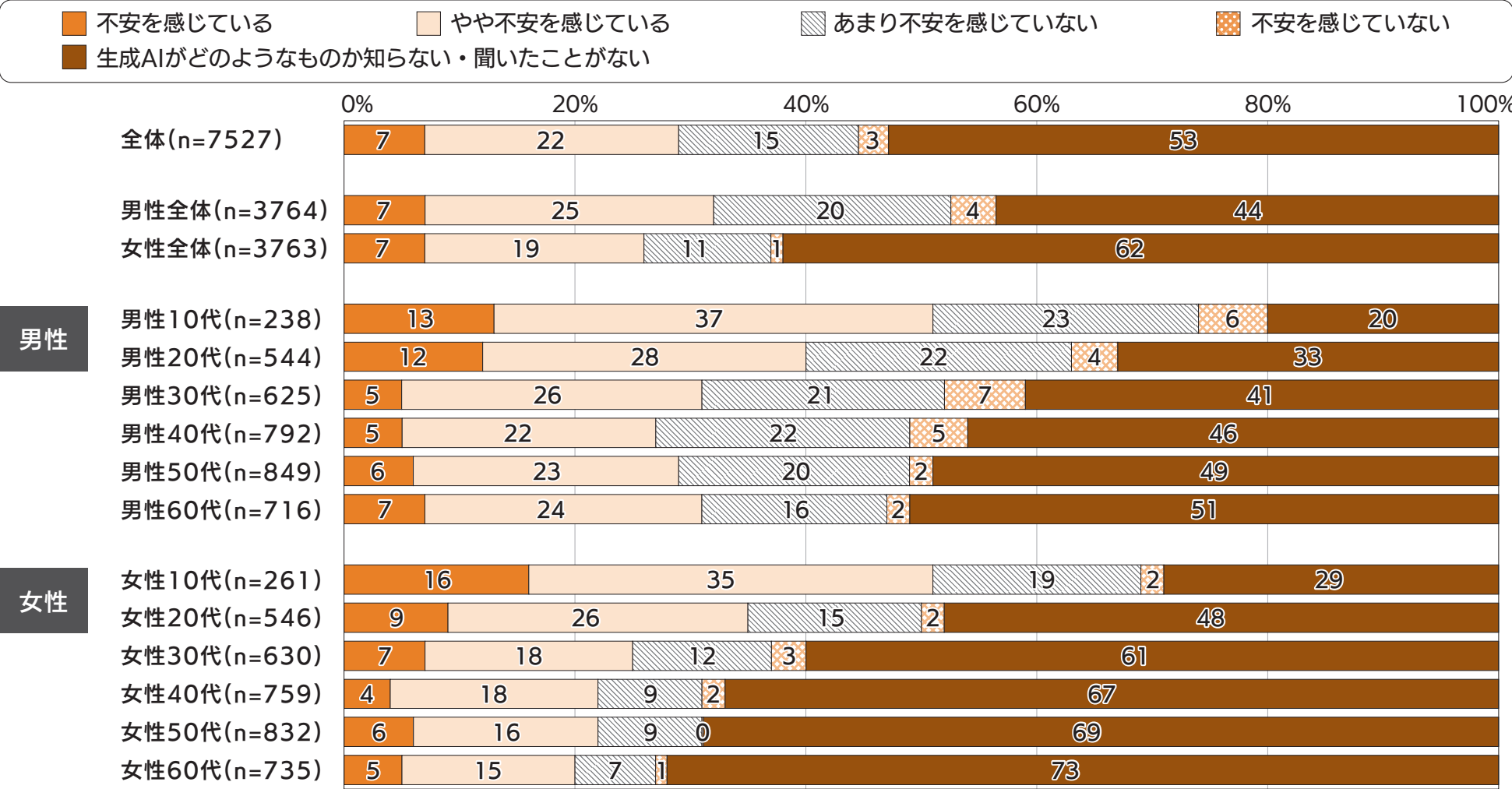


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-5]

生成AIの不安度(単一回答)

- 全体で「不安を感じている」「やや不安を感じている」は29%。
- 男性のほうが不安を感じている割合が高く、32%。
- 女性は若年層ほど不安を感じている割合が高い。

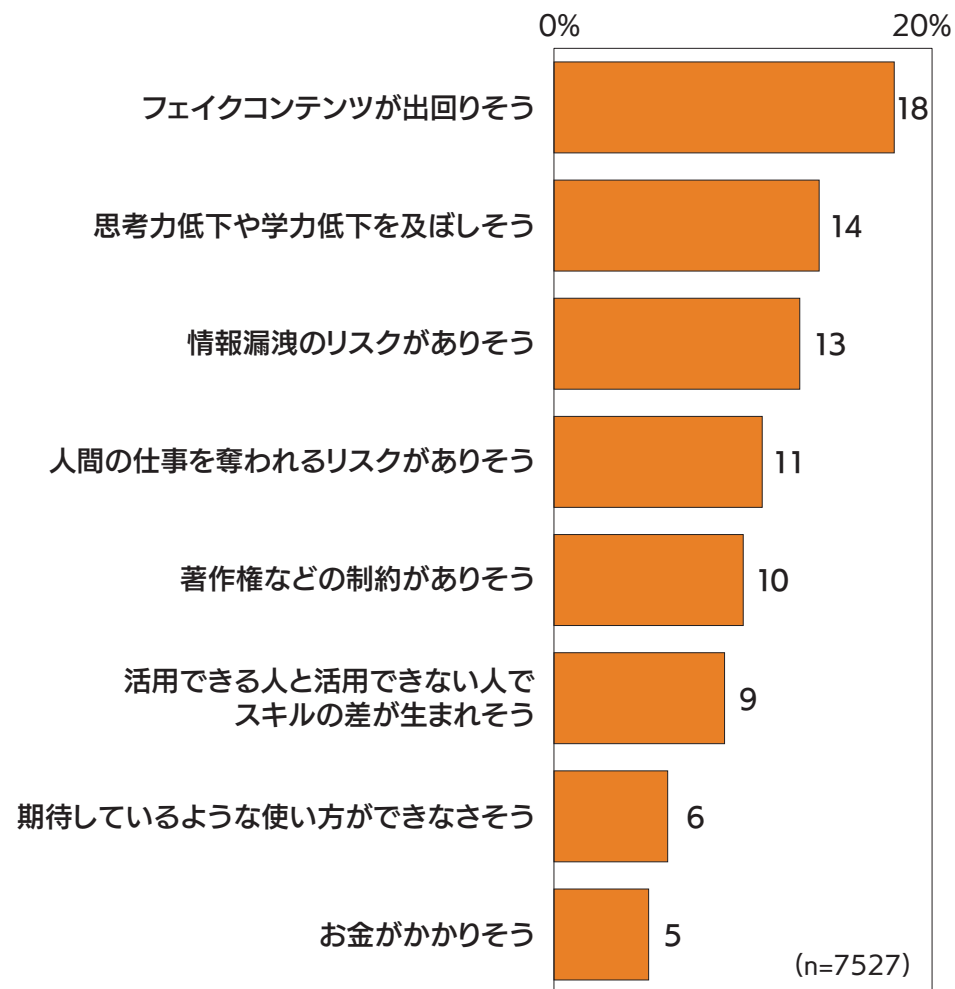
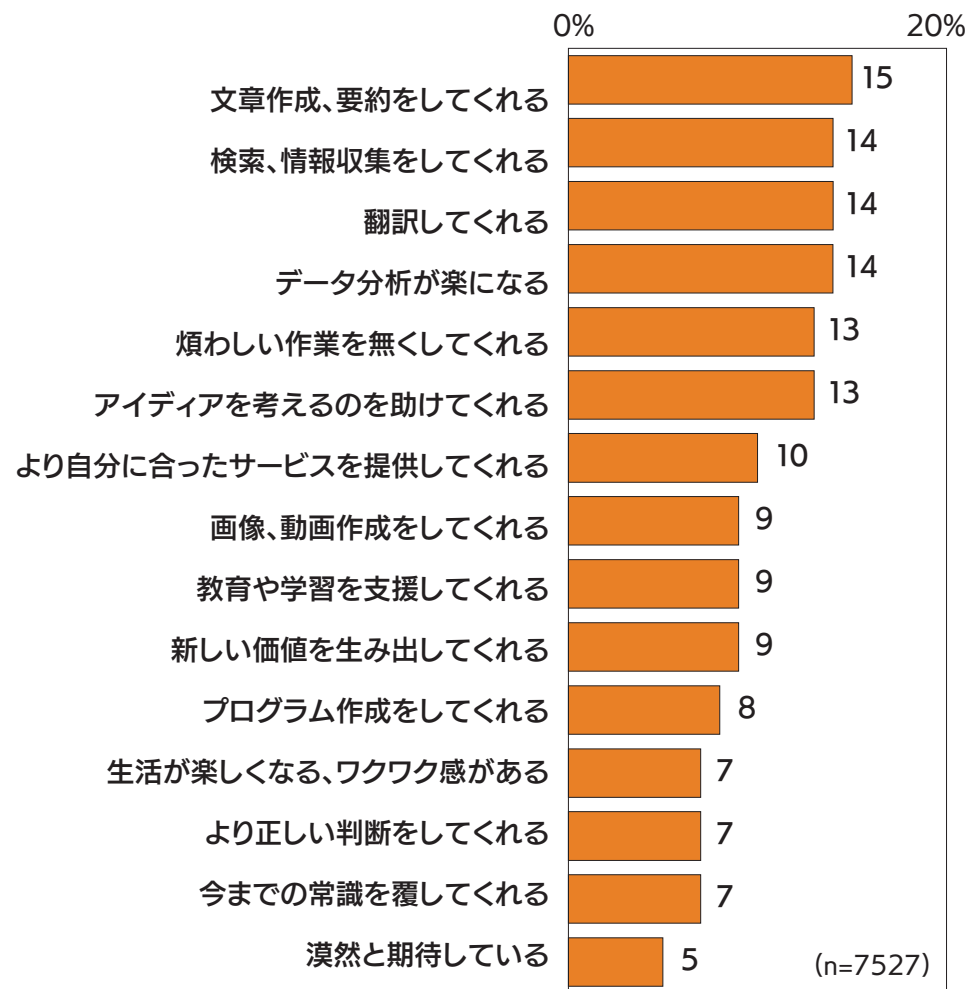


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-6]

生成AIに期待していること、不安に思うこと(複数回答)

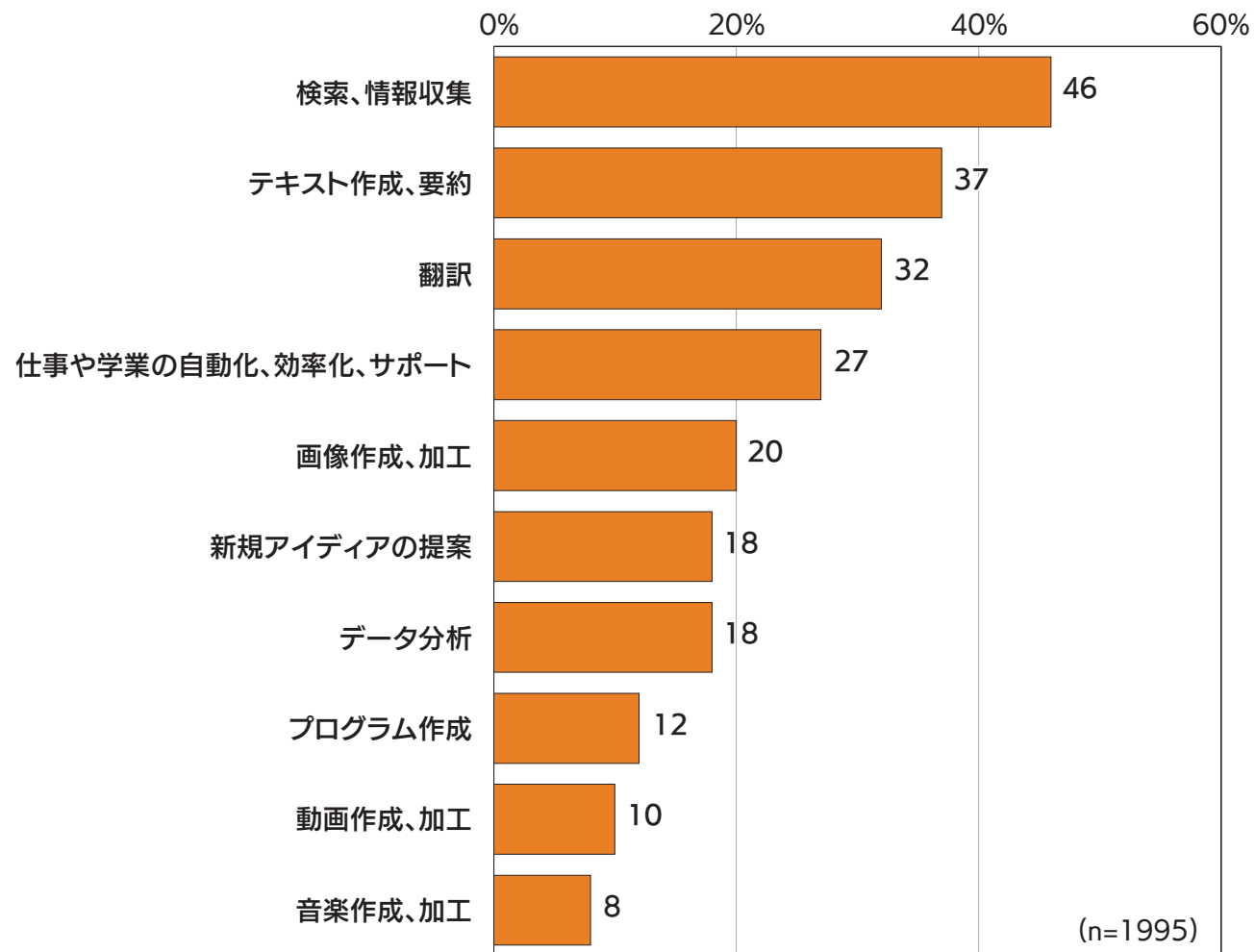
- 期待していることで最も割合が高いのは「文章作成、要約をしてくれる」で15%。
- 不安に思うことで最も割合が高いのは「フェイクコンテンツが出回りそう」で18%。



[資料4-7]

生成AIの利用用途(複数回答)

● 最も割合が高いのは「検索、情報収集」で46%。次いで、「テキスト作成、要約」で37%、「翻訳」で32%。



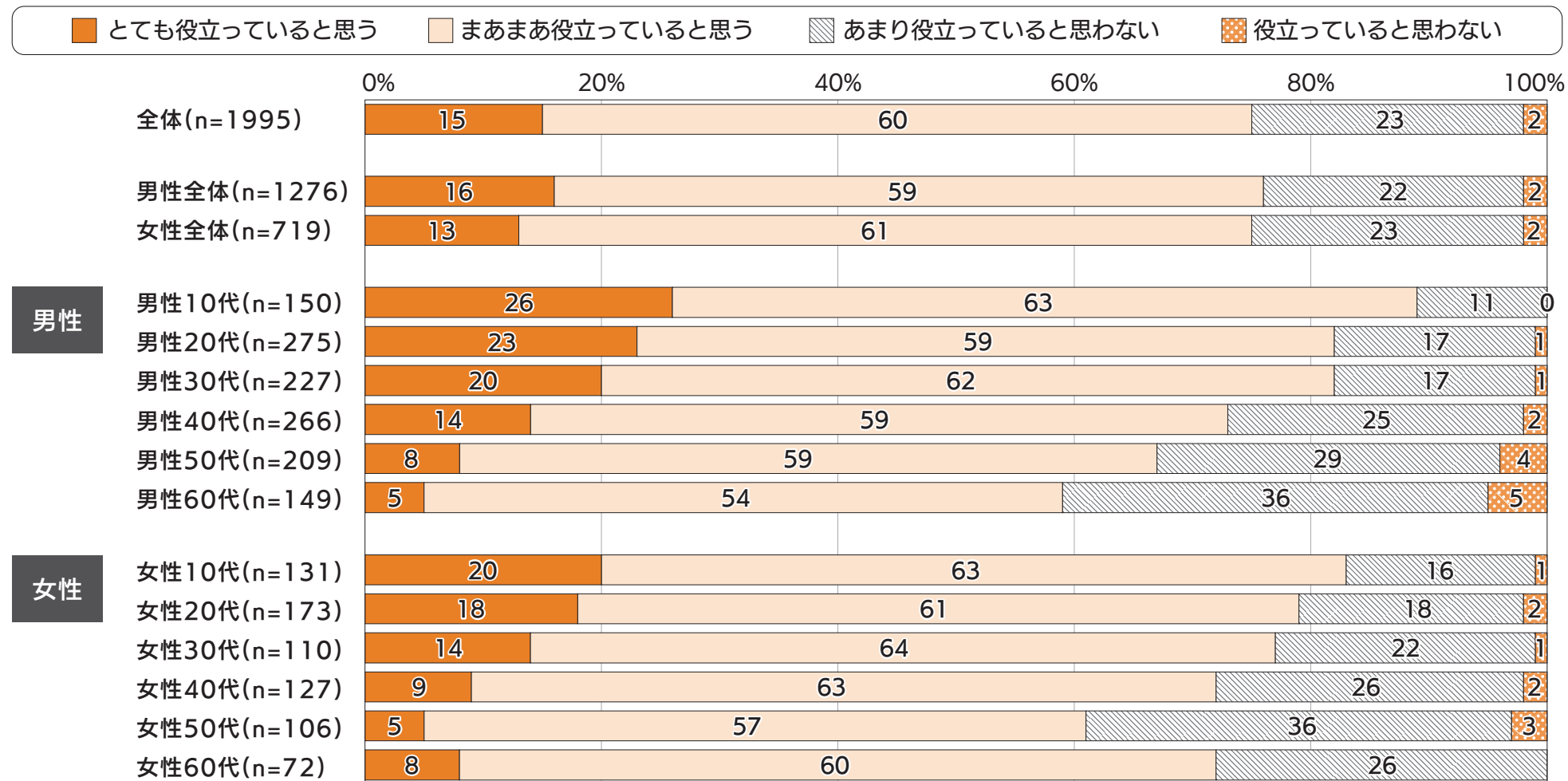
注：生成 AI を利用したことがある人が回答。

出典：2025 年 生成 AI・VR 調査

[資料4-8]

生成AIの満足度(単一回答)

- 全体で「とても役立っていると思う」「まあまあ役立っていると思う」は75%。
- 男女ともに若年層のほうが役立っていると思う割合が高く、「男性10代」で89%。



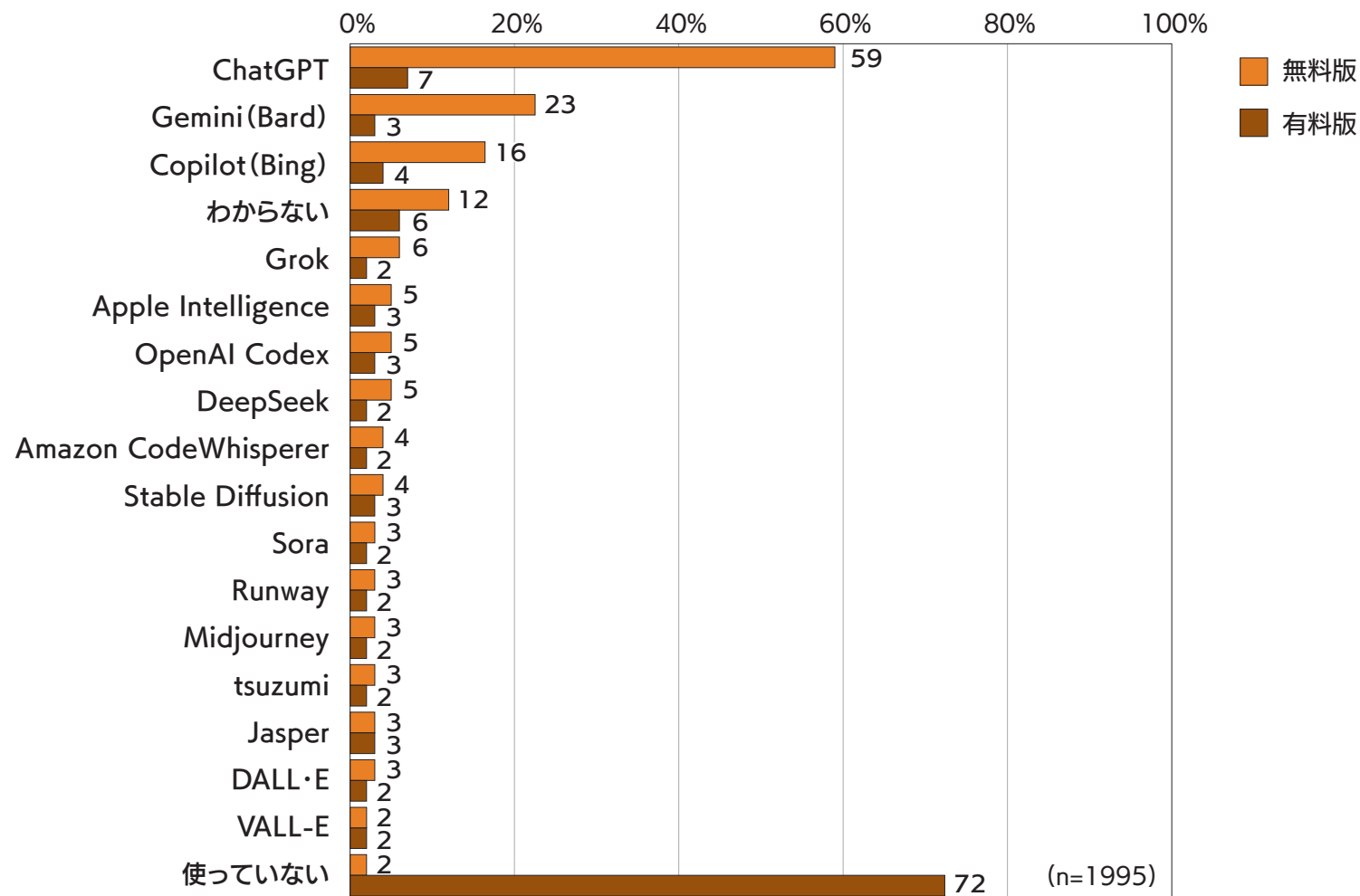
注：生成AIを利用したことがある人が回答。

出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-9]

生成AIの利用サービス(複数回答)

- 無料版で最も割合が高いのは「ChatGPT」で59%。次いで、「Gemini」で23%、「Copilot」で16%。
- 有料版は全体的に利用率が低く、「使っていない」が72%。



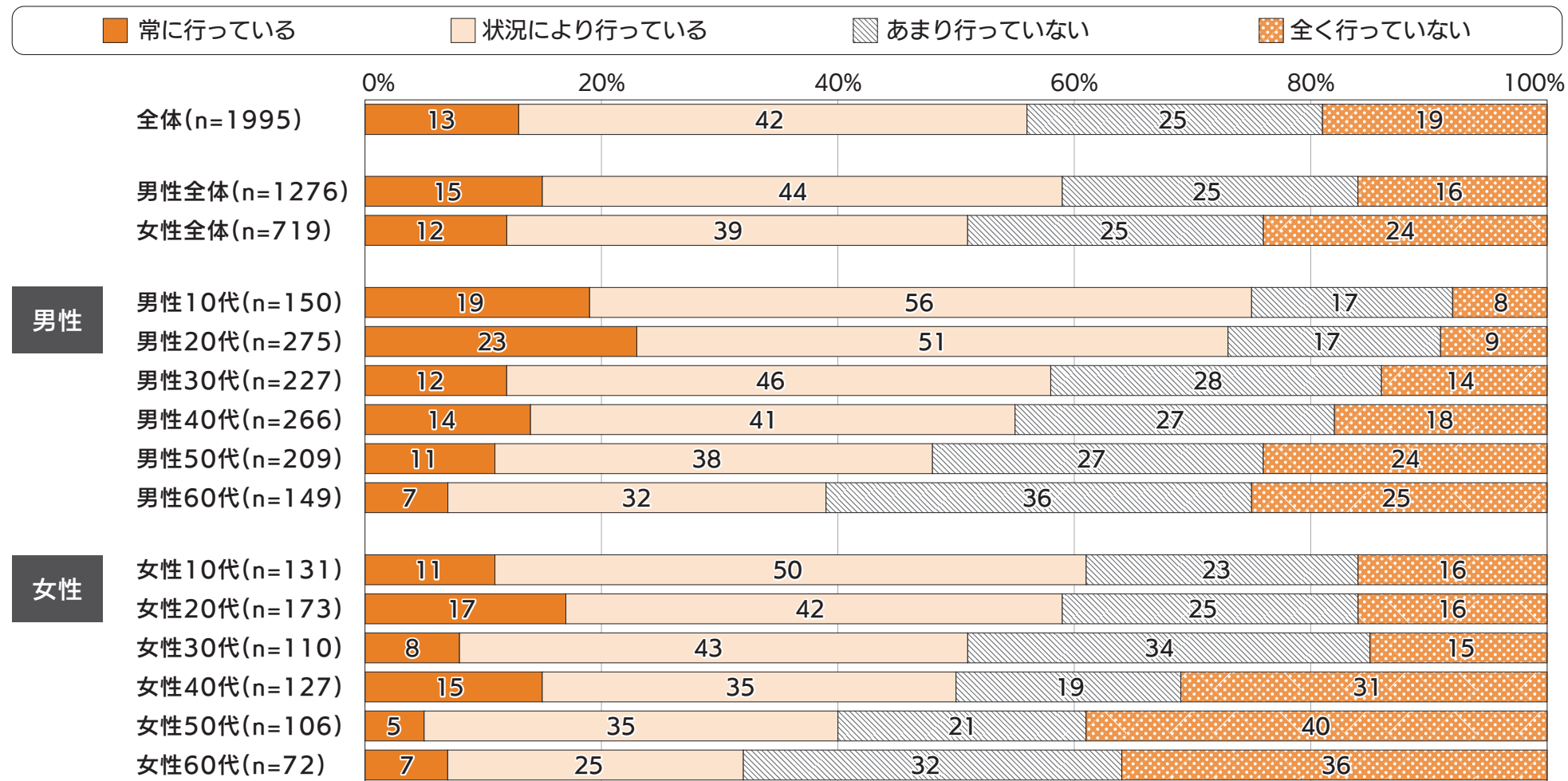
注：生成 AI を利用したことがある人が回答。

出典：2025 年 生成 AI ・ VR 調査

[資料4-10]

生成AIで自分自身が作った生成物のファクトチェックを行っているか(単一回答)

- 全体で「常に行っている」「状況により行っている」は55%。
- 男性のほうが行っている割合が高く、59%。
- 男女ともに若年層のほうが行っている割合が高く、「男性10代」で75%。



注：生成AIを利用したことがある人が回答。

出典：2025年生成AI・VR調査

4章

生成AI・VR、金融とICT利用

2節

VR・メタバースの利用意識・行動

ポイント

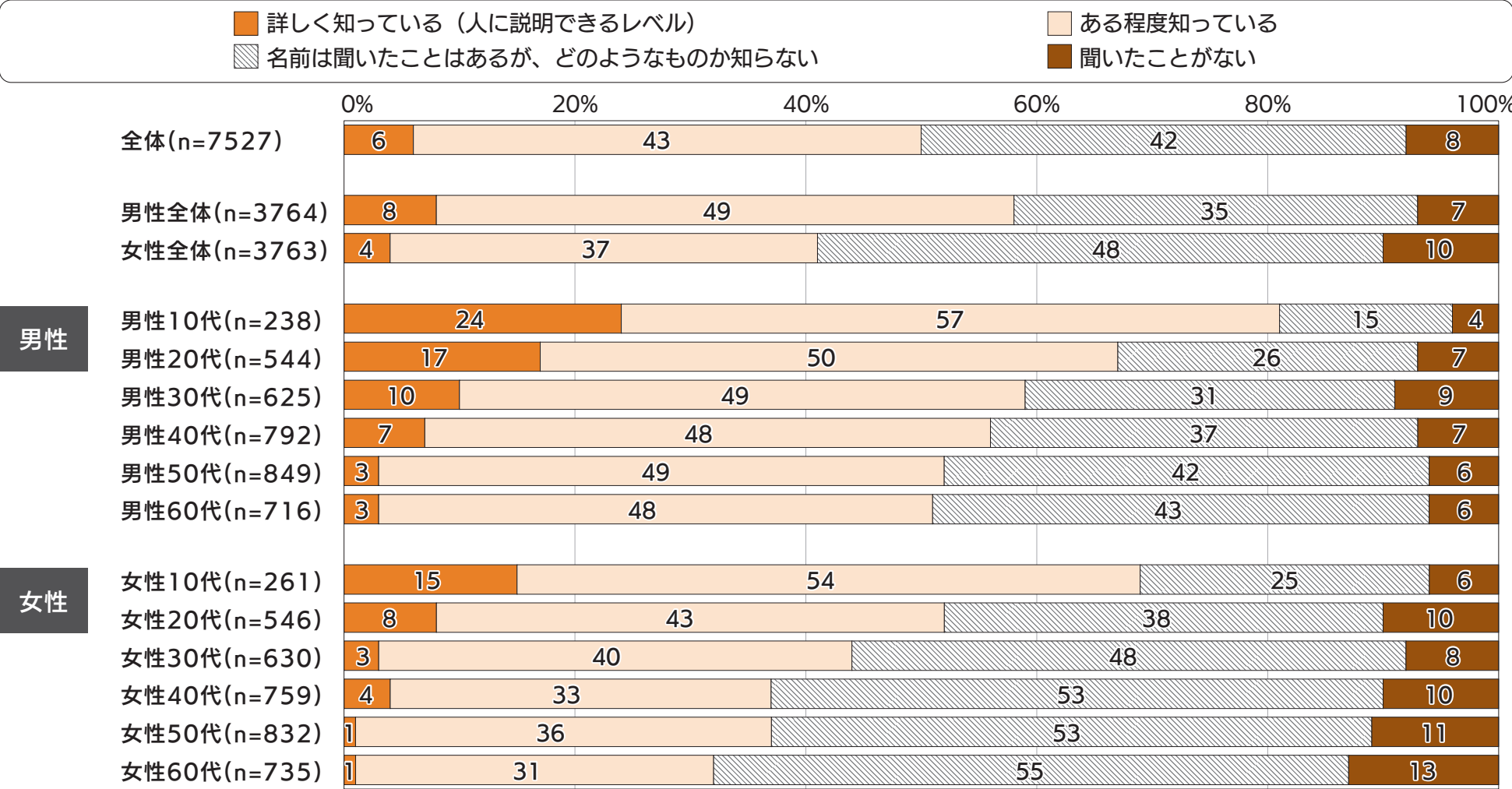
- VRを知っている人は49%（資料4-11）、メタバースを知っている人は29%（資料4-12）。
- VR・メタバースを月数回以上利用している人は8～9%（資料4-13、4-14）。
- VR・メタバースの利用用途で最も多いのは「ゲーム」で36%。次いで、「映画などの動画視聴」で25%、「アトラクション」で23%（資料4-16）。

[資料4-11] VRの認知率（単一回答）	101
[資料4-12] メタバースの認知率（単一回答）	102
[資料4-13] VR・メタバースの利用率[仕事、学業]（単一回答）	103
[資料4-14] VR・メタバースの利用率[プライベート]（単一回答）	104
[資料4-15] VR・メタバースに期待していること、不安に思うこと（複数回答）	105
[資料4-16] VR・メタバースの利用用途（複数回答）	106

[資料4-11]

VRの認知率(単一回答)

- 全体で「詳しく知っている(人に説明できるレベル)」「ある程度知っている」は49%。
- 男女ともに若年層のほう知っている割合が高く、「男性10代」で81%。

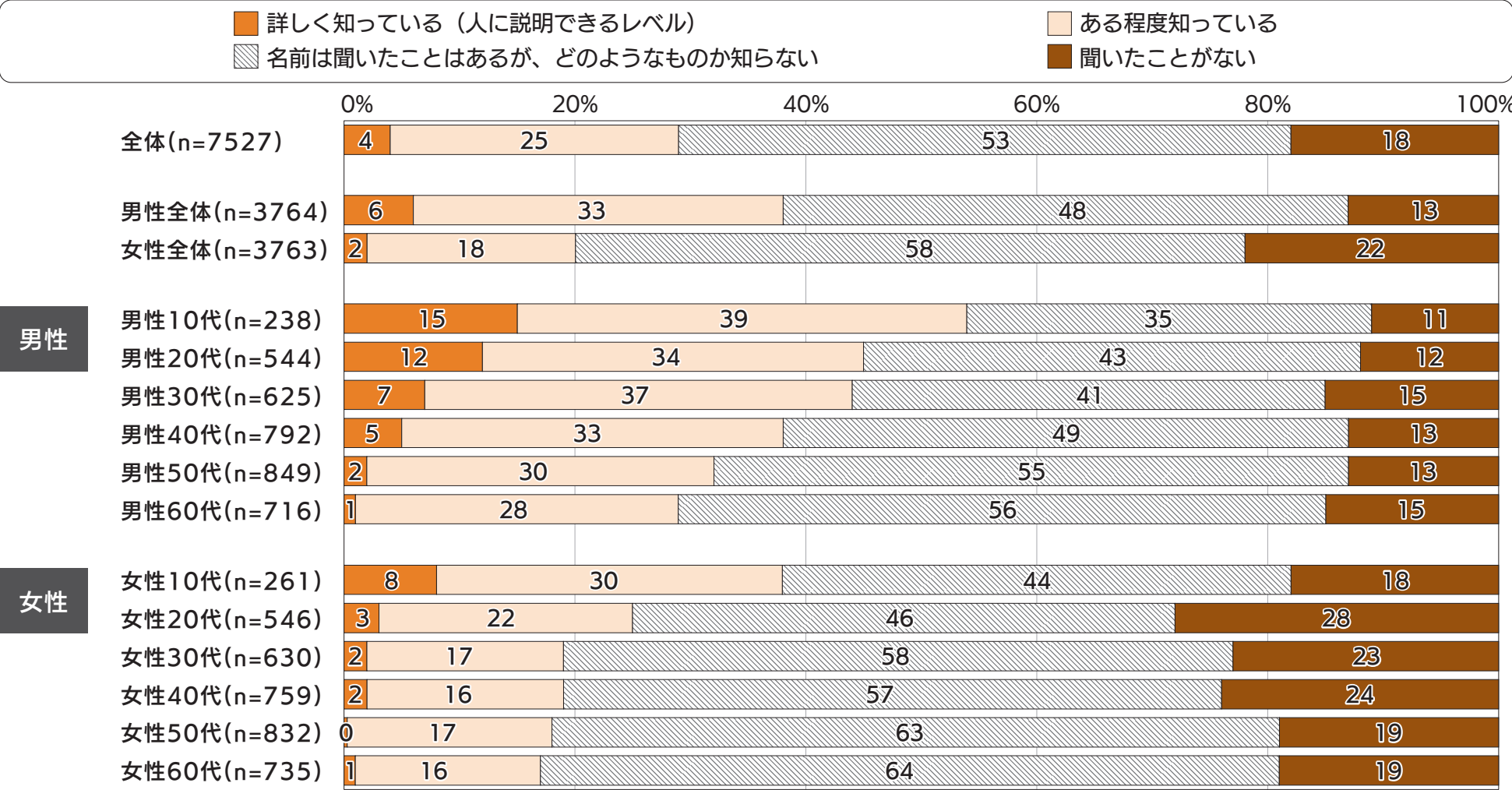


出典：2025年 生成 AI・VR調査

[資料4-12]

メタバースの認知率(単一回答)

- 全体で「詳しく知っている(人に説明できるレベル)」「ある程度知っている」は29%。
- 男女ともに若年層のほう知っている割合が高く、「男性10代」で54%。

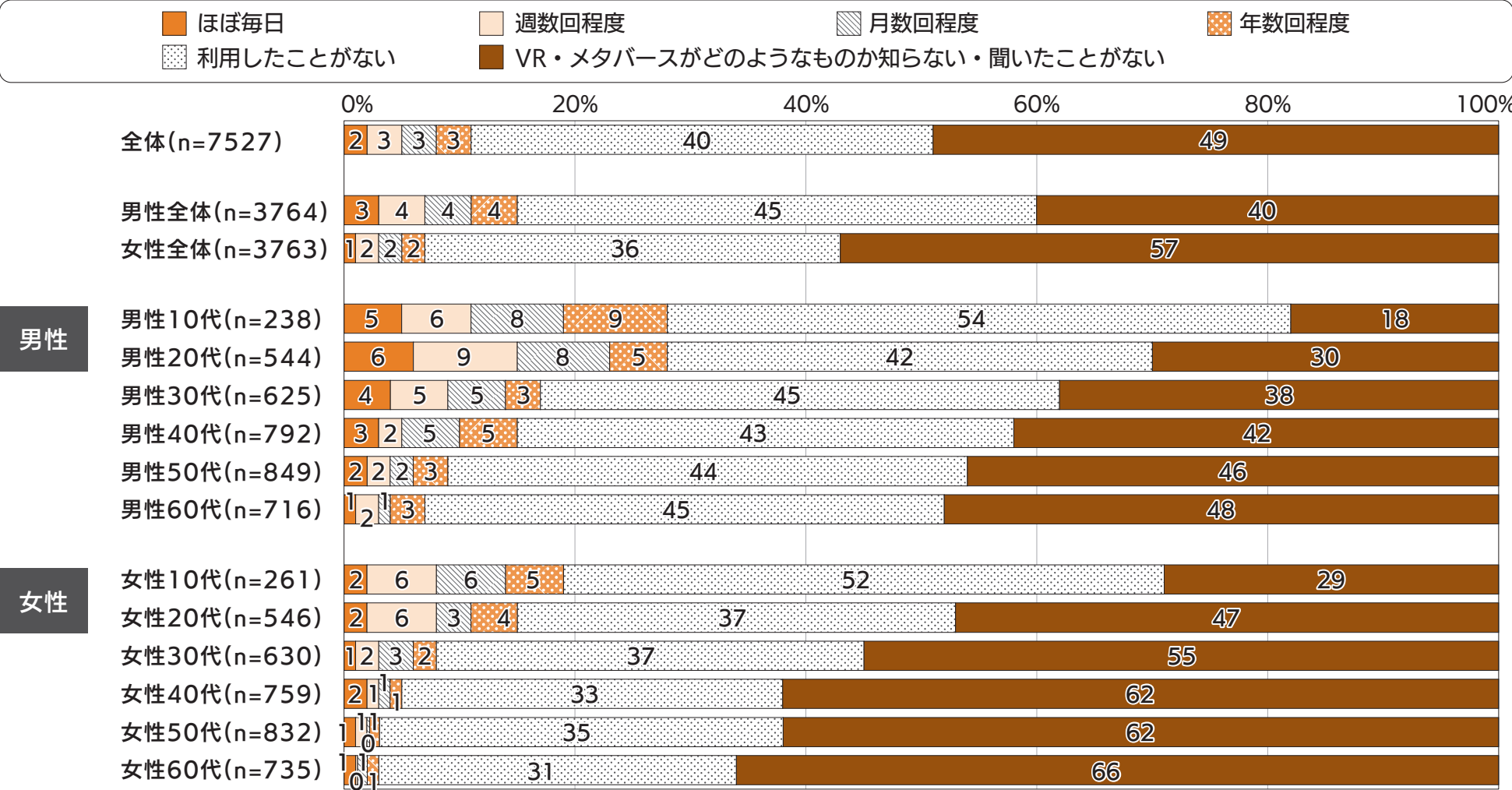


出典：2025年 生成 AI・VR調査

[資料4-13]

VR・メタバースの利用率[仕事、学業] (単一回答)

- 全体で「月数回以上」は8%。
- 男性のほうが利用している割合が高く、「月数回以上」で11%。

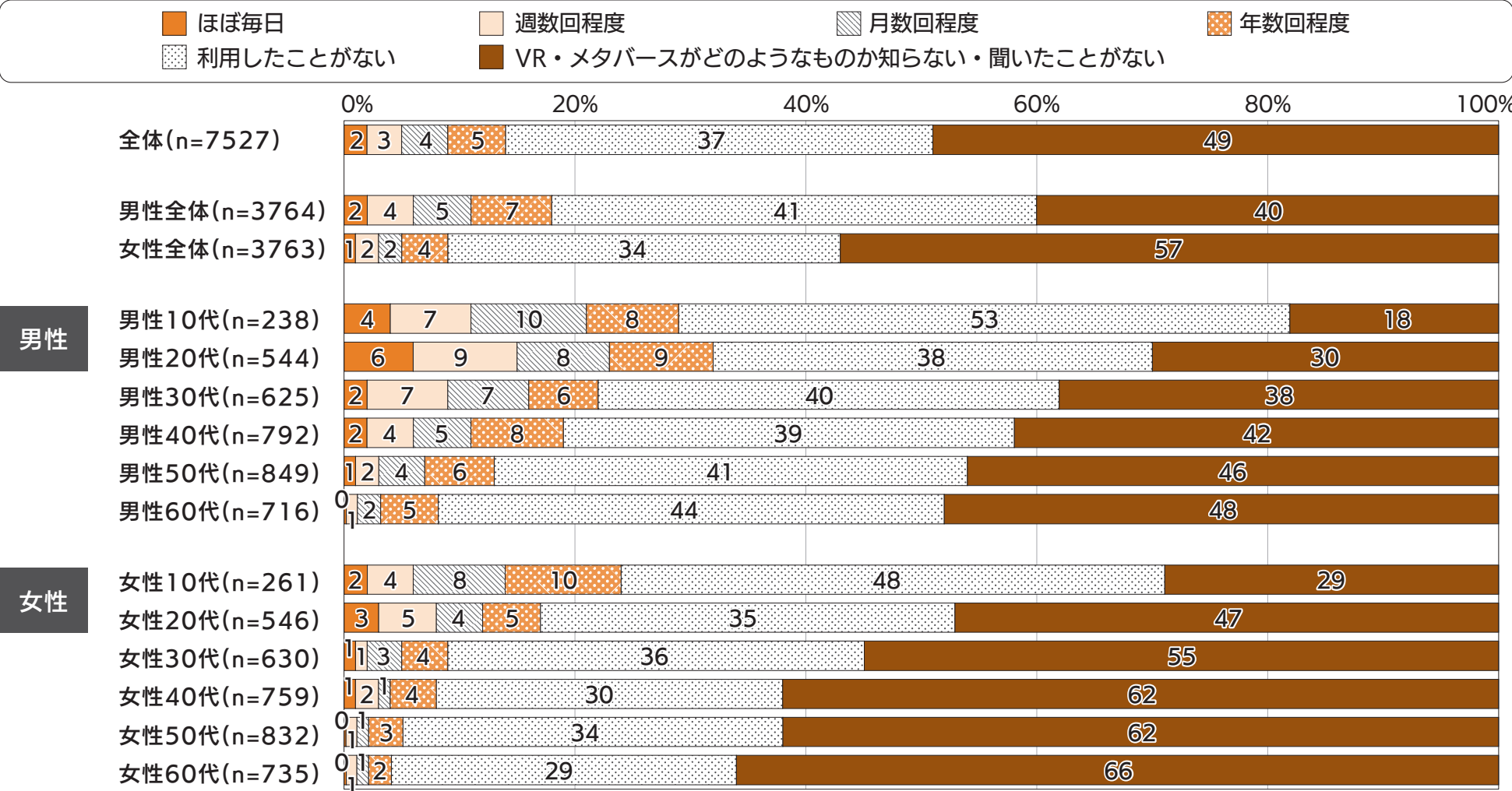


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-14]

VR・メタバースの利用率[プライベート](単一回答)

- 全体で「月数回以上」は9%。
- 男性のほうが利用している割合が高く、「月数回以上」で11%。

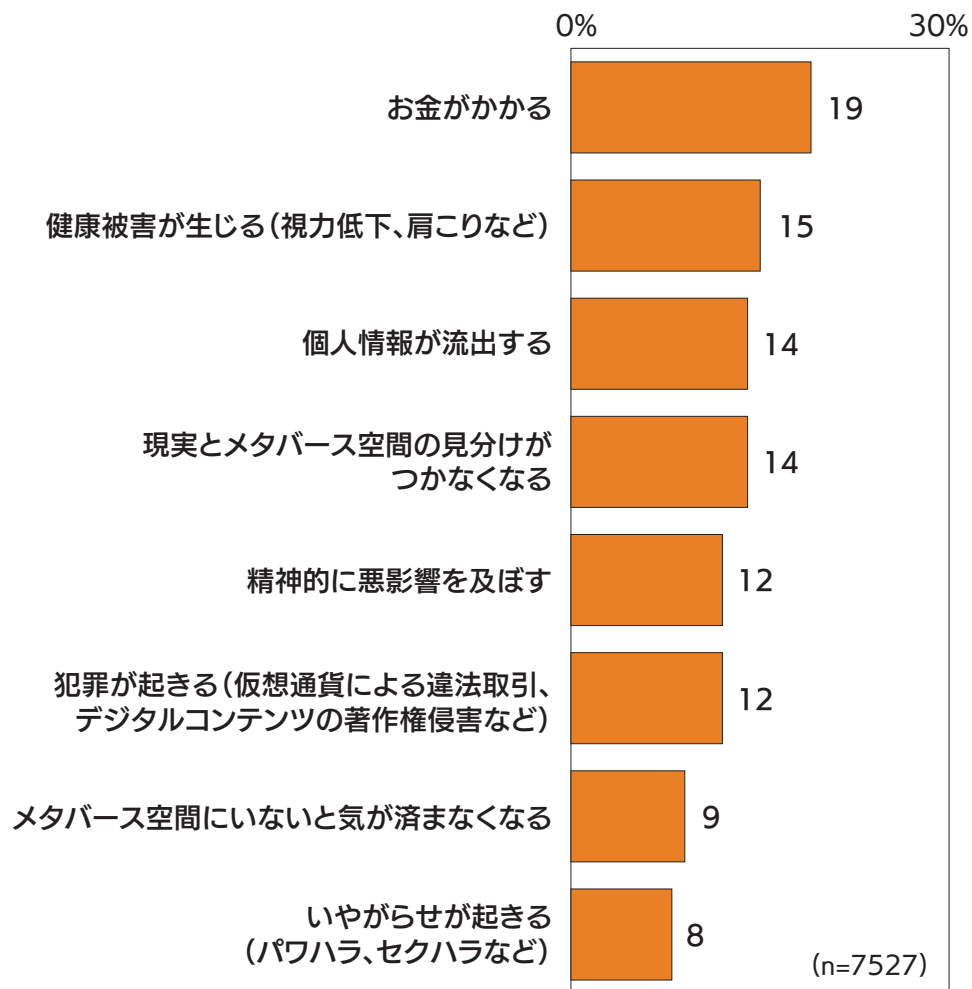
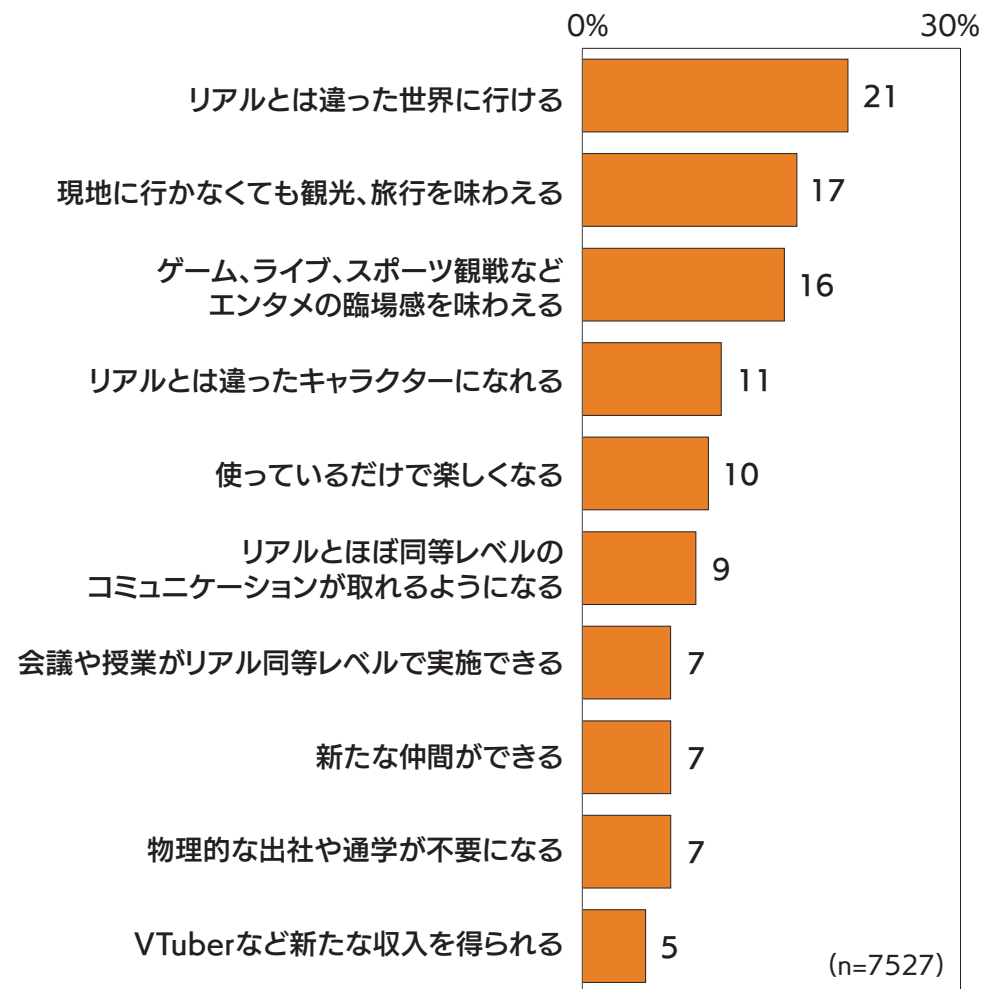


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-15]

VR・メタバースに期待していること、不安に思うこと(複数回答)

- 期待していることで最も割合が高いのは「リアルとは違った世界に行ける」で21%。
- 不安に思うことで最も割合が高いのは「お金がかかる」で19%。

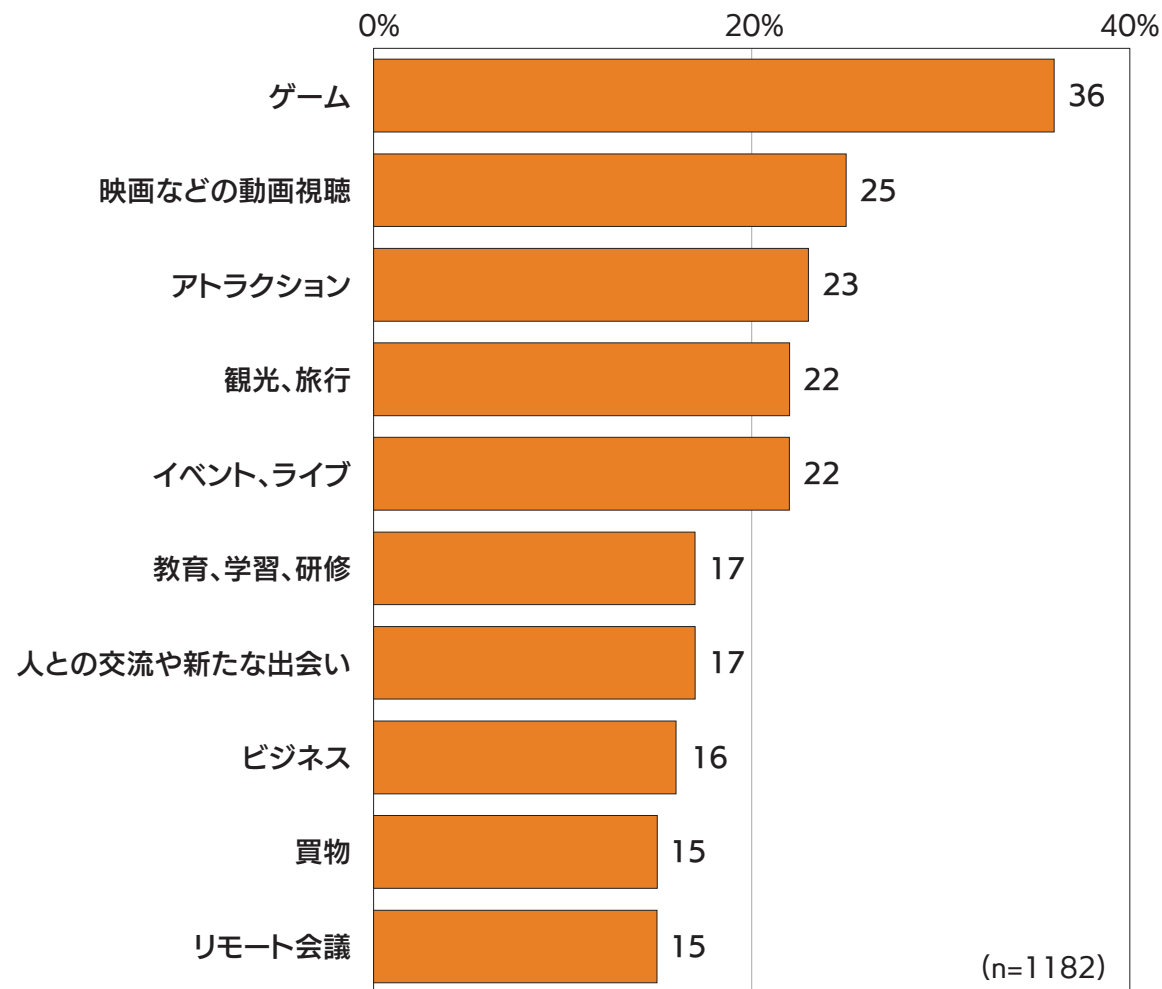


出典：2025年 生成AI・VR調査

[資料4-16]

VR・メタバースの利用用途(複数回答)

● 最も割合が高いのは「ゲーム」で36%。次いで、「映画などの動画視聴」で25%、「アトラクション」で23%。



注：VR・メタバースを利用したことがある人が回答。

出典：2025年 生成AI・VR調査

4章 生成AI・VR、金融とICT利用

3節

金融とICT利用

ネットショッピングやネットフリマの利用頻度、金融関連サービスの利用率、金融関連の利用意識

ポイント

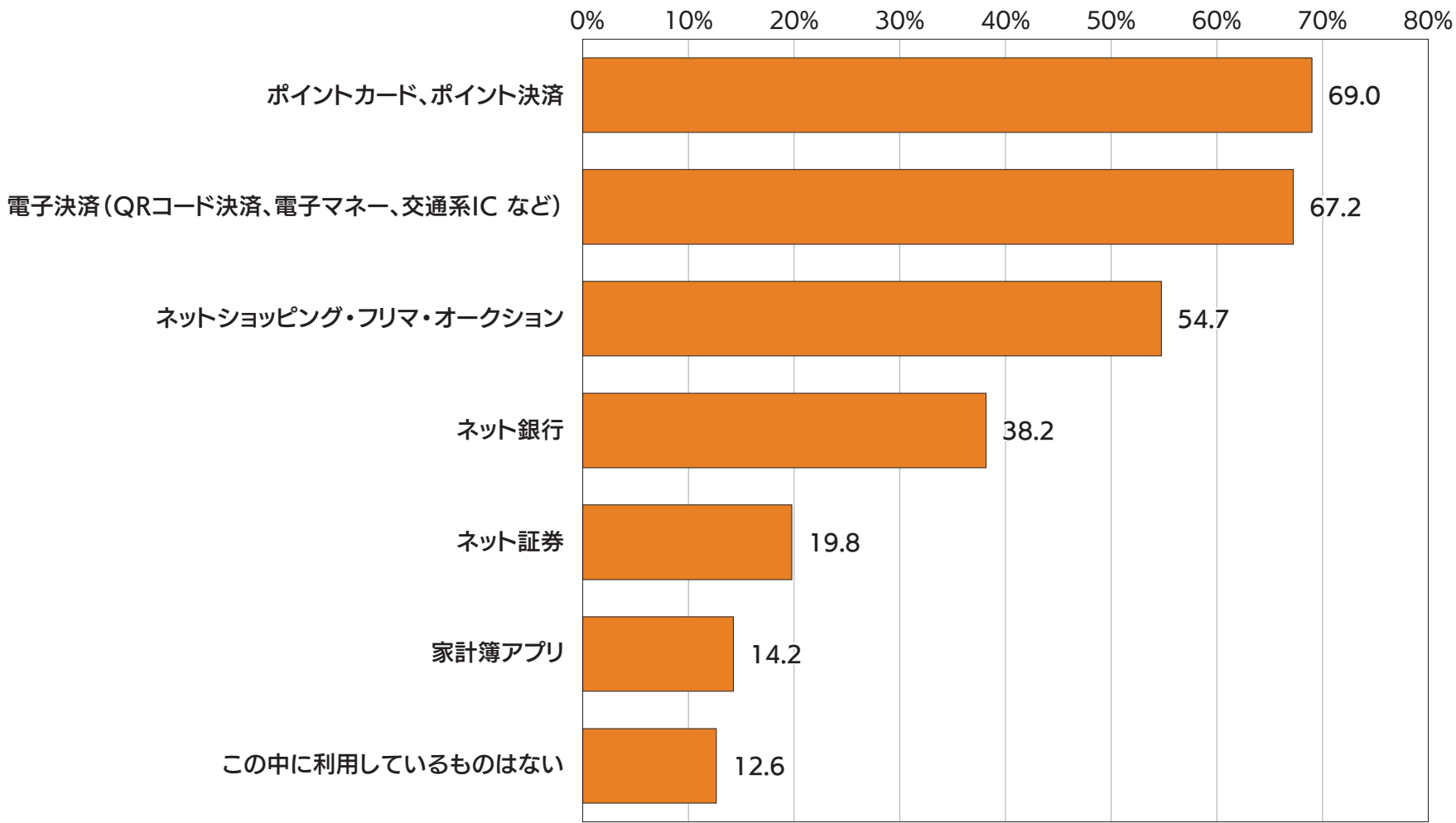
- 金融関連サービスで利用率が高いのは「ポイントカード、ポイント決済」「電子決済」で約7割。「ネット銀行」は約4割、「ネット証券」は約2割が利用（資料4-17）。
- 週1日以上ネットショッピングを利用する割合は若年層のほうが高い傾向（資料4-19）。
- ネットフリマやネットオークションでの出品頻度は男女とも20代が最も高く、約2割が月1回程度以上出品している（資料4-23）。

[資料4-17] 金融関連サービスの利用状況（複数回答）	108	[資料4-23] ネットフリマやネットオークションでの出品頻度〔性年代別〕（単一回答）	114
[資料4-18] 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）	109	[資料4-24] QRコード決済の認知率・利用率（複数回答）	115
[資料4-19] ネットショッピング利用頻度〔性年代別〕（単一回答）	110	[資料4-25] クレジットカードやQRコード・バーコード決済はつい使い過ぎてしまう〔性年代別〕（単一回答）	116
[資料4-20] 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）	111	[資料4-26] クレジットカードやQRコード・バーコード決済は使うことに不安がある〔性年代別〕（単一回答）	117
[資料4-21] ネットスーパー、フードデリバリーサービス利用頻度〔性年代別〕（単一回答）	112		
[資料4-22] ネットフリマやネットオークションでの購入頻度〔性年代別〕（単一回答）	113		

[資料4-17]

金融関連サービスの利用状況(複数回答)

- 金融関連サービスで利用率が高いのは「ポイントカード、ポイント決済」「電子決済」で約7割。
- 「ネット銀行」は約4割、「ネット証券」は約2割が利用。



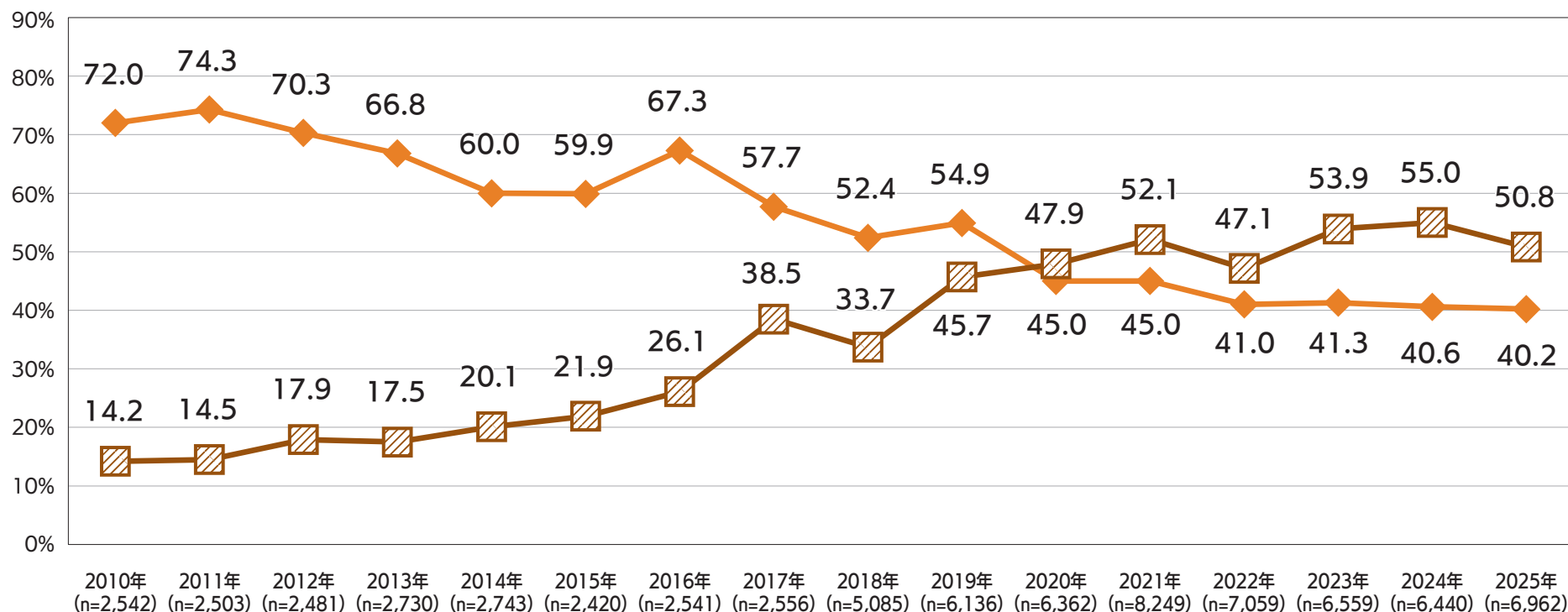
注：スマートフォン利用者が回答。
出典：2025年金融とICT調査

[資料4-18]

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」は長期的には増加傾向であるが、ここ数年は横ばい。
- 「パソコンでの購入」は緩やかな減少傾向。

◆ 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。

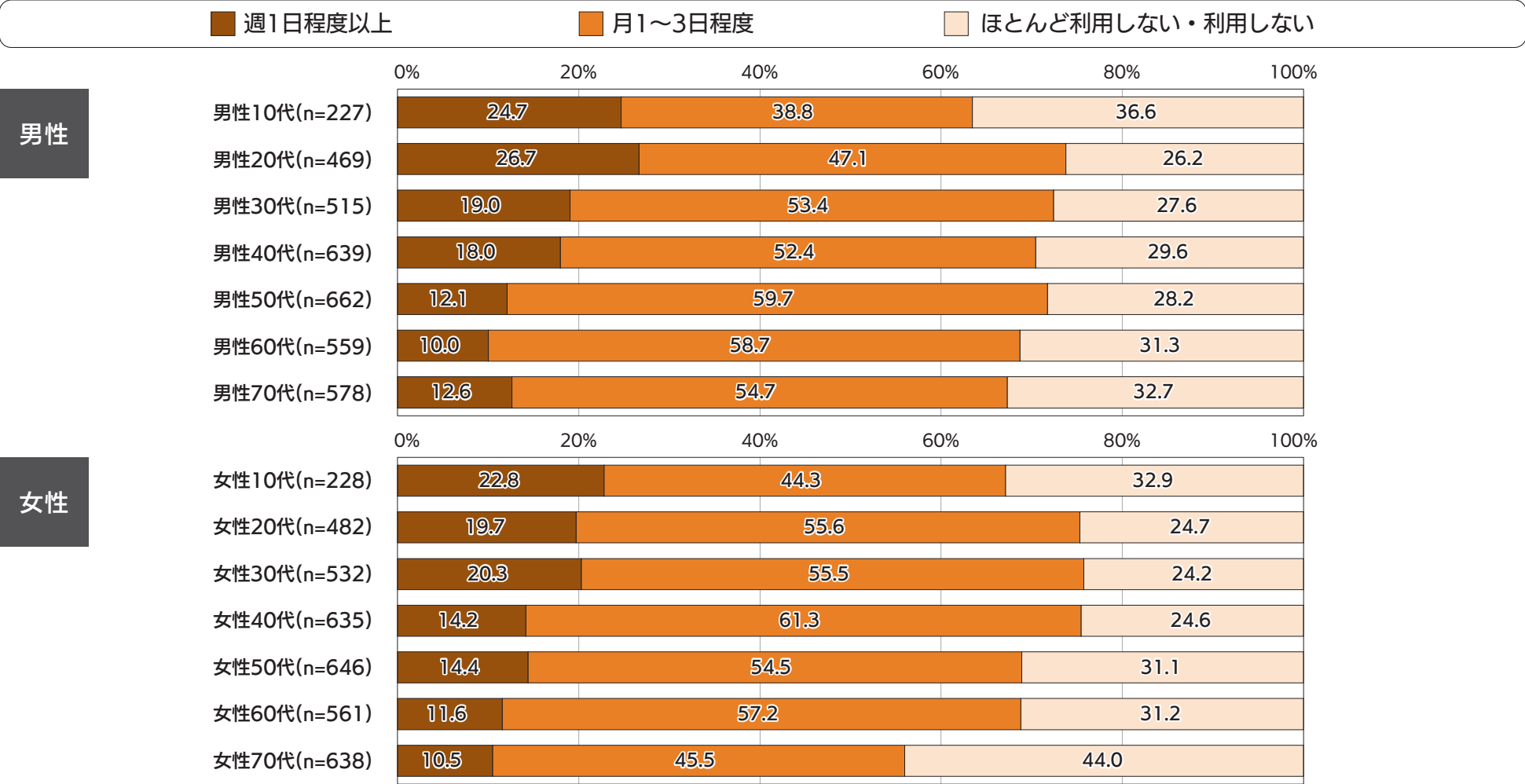
注2：「携帯電話・タブレットのWebサイト・アプリでの購入」は、2018年以前は携帯電話・タブレットのアプリでの購入を含めず調査。

出典：2010年～2025年一般向けモバイル動向調査

[資料4-19]

ネットショッピング利用頻度[性年代別] (単一回答)

- 週1日以上ネットショッピングを利用する割合は若年層のほうが高い傾向。
- 70代女性の4割強はネットショッピングをほとんど利用しない、もしくは利用しない。



出典：2025年金融とICT 調査

[資料4-20]

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。

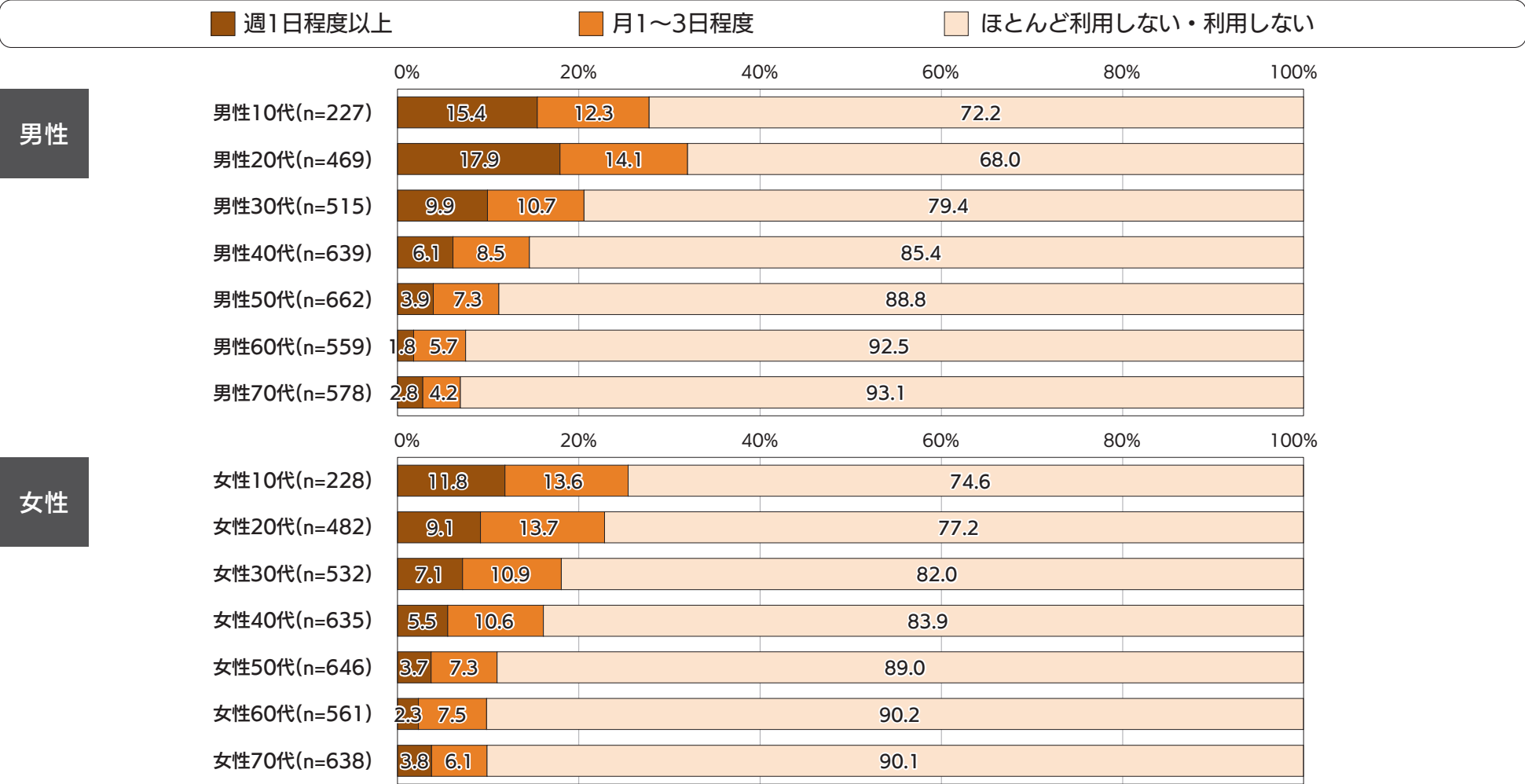
	携帯電話・タブレット (n=2,996)	パソコン (n=2,043)
飲料、食品	46.9	49.4
洋服類	38.0	28.8
かばん、小物、靴、アクセサリ、時計類	31.3	24.9
化粧品	28.5	20.3
書籍（電子書籍を除く）	24.3	25.5
パソコン、スマホ・ケータイ関連	22.3	27.7
チケット、旅行関連	21.7	22.4
家電、車関連	19.6	22.0
CD・DVD	16.8	15.7
電子書籍	16.1	10.5
音楽、画像・映像コンテンツ	15.5	12.1
ゲーム・玩具	15.5	11.6
ゲーム内課金コンテンツ	9.3	5.2
その他	6.1	5.6

注：各端末でネットショッピングを利用した方が回答。
出典：2025年一般向けモバイル動向調査

[資料4-21]

ネットスーパー、フードデリバリーサービス利用頻度[性年代別] (単一回答)

● 週1日以上ネットスーパー・フードデリバリーサービスを利用する割合は若年層のほうが高い傾向。

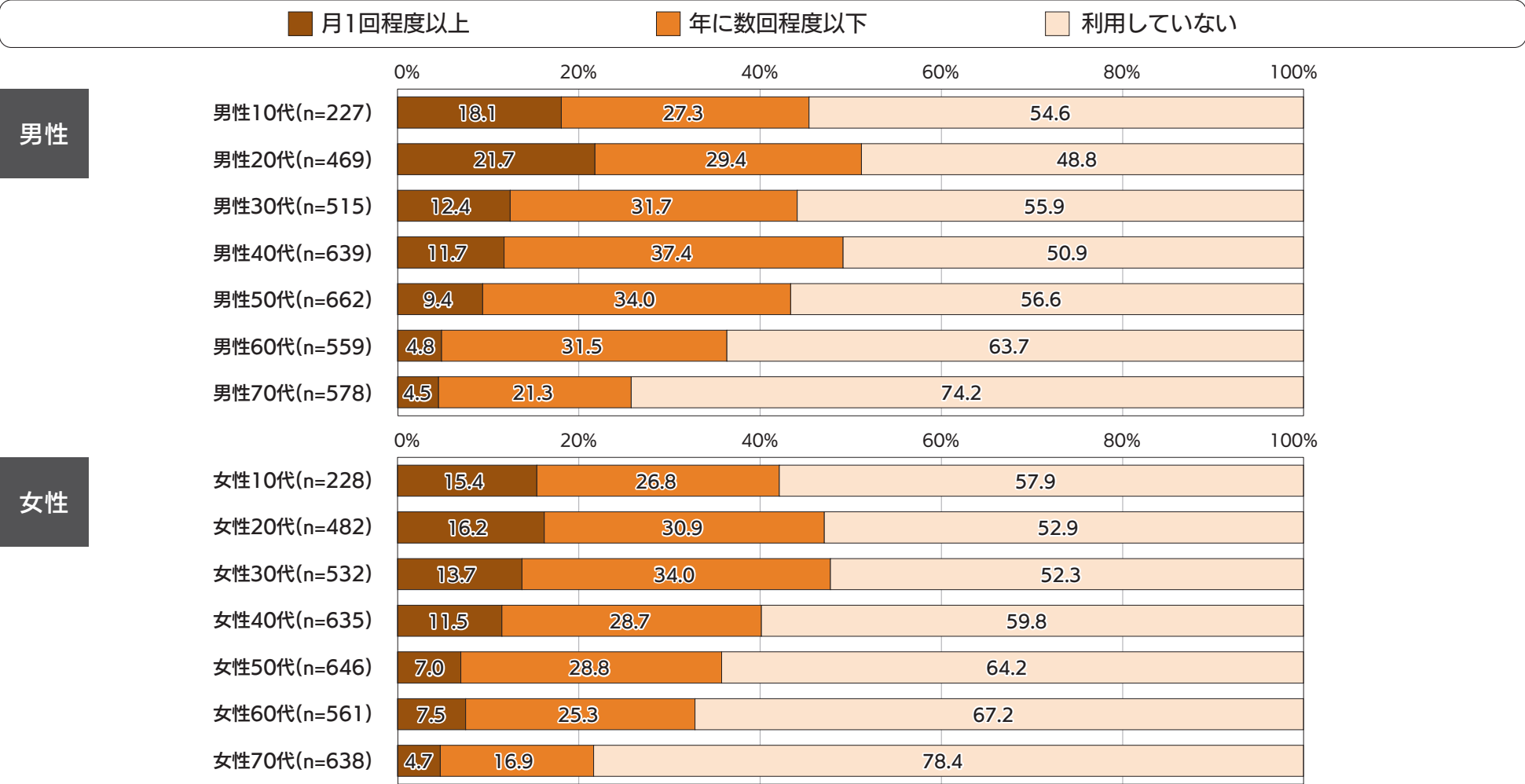


出典：2025年金融とICT調査

[資料4-22]

ネットフリマやネットオークションでの購入頻度[性年代別] (単一回答)

● 月1回程度以上利用する割合は20代男性が2割超で最も高い。

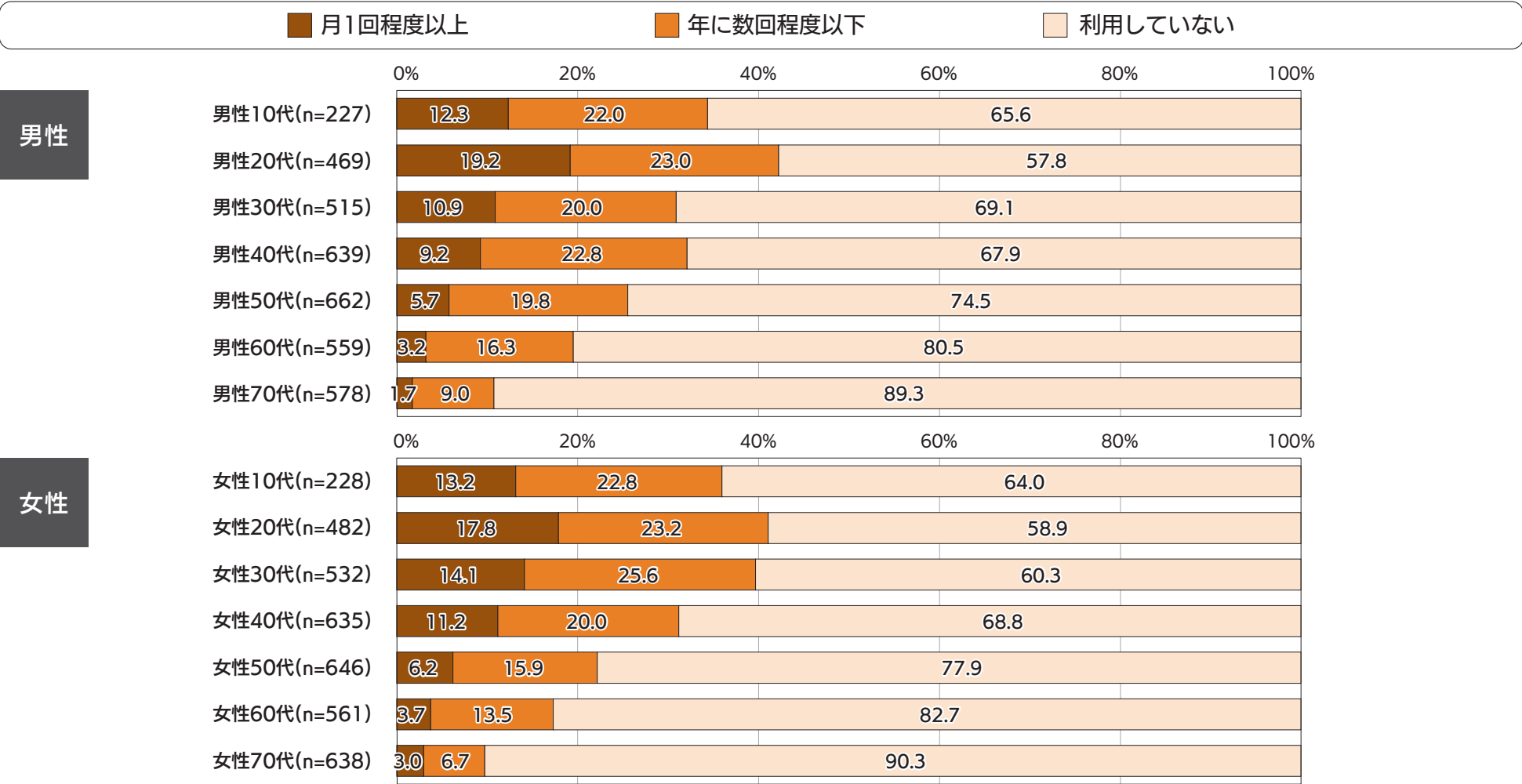


出典：2025年金融とICT調査

[資料4-23]

ネットフリマやネットオークションでの出品頻度[性年代別] (単一回答)

● 男女とも20代の出品頻度が最も高く、約2割が月1回程度以上出品している。



出典：2025年金融とICT調査

[資料4-24]

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)

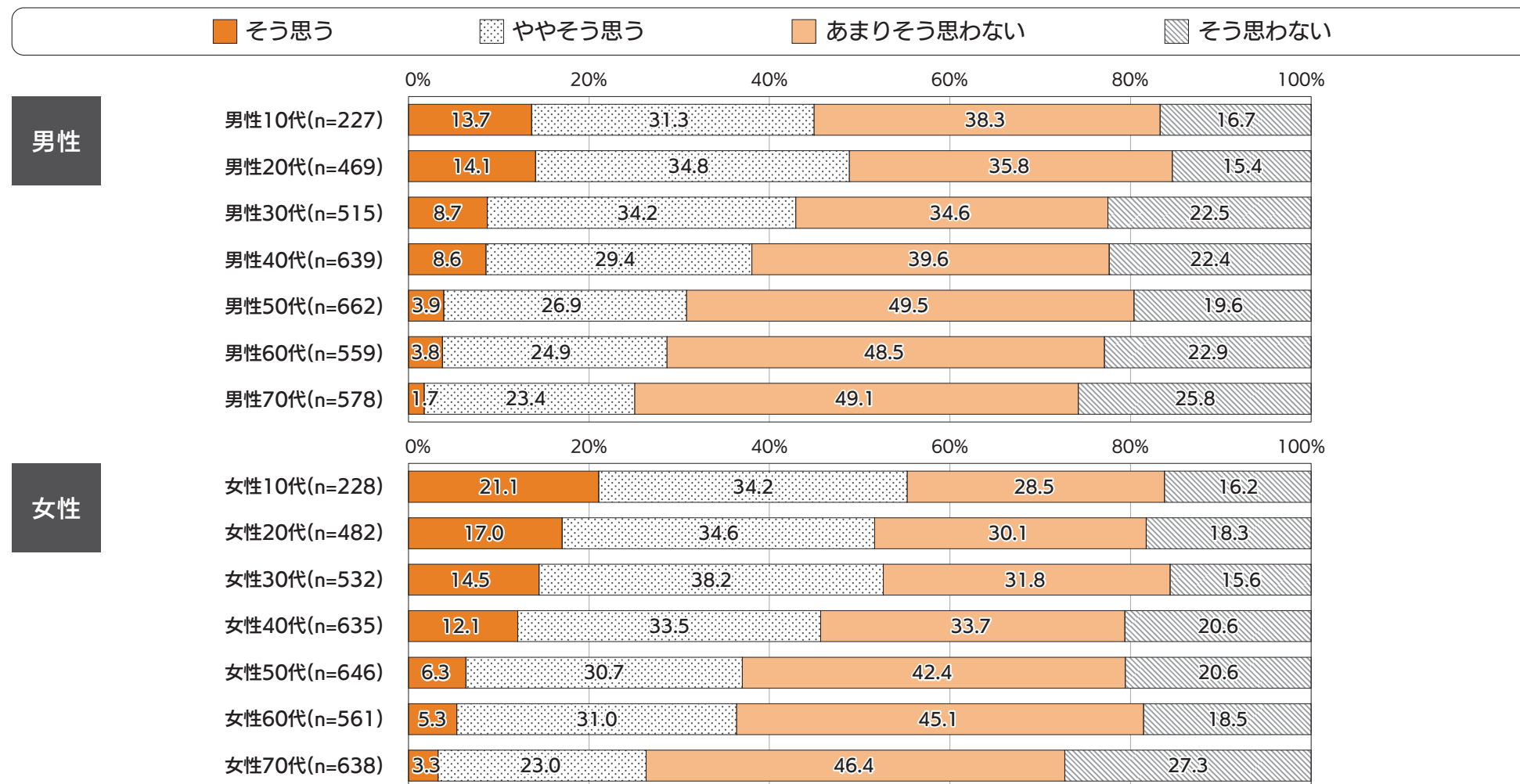
	知っている	月に1回以上 利用している
PayPay	92.1	41.1
d払い	84.4	19.8
楽天ペイ	83.1	19.5
au PAY	76.5	7.6
LINE Pay	75.4	1.9
メルペイ	70.0	4.1
FamiPay	69.4	4.9
ゆうちょPay	57.3	1.1
QUOカードPay	53.6	1.7
VポイントPay	49.8	2.8
その他	39.2	5.7

出典：2025年一般向けモバイル動向調査

[資料4-25]

クレジットカードやQRコード・バーコード決済はつい使い過ぎてしまう[性年代別] (単一回答)

● 若年層のほうがクレジットカードやQRコード・バーコード決済はつい使い過ぎてしまうと感じる割合が高い。

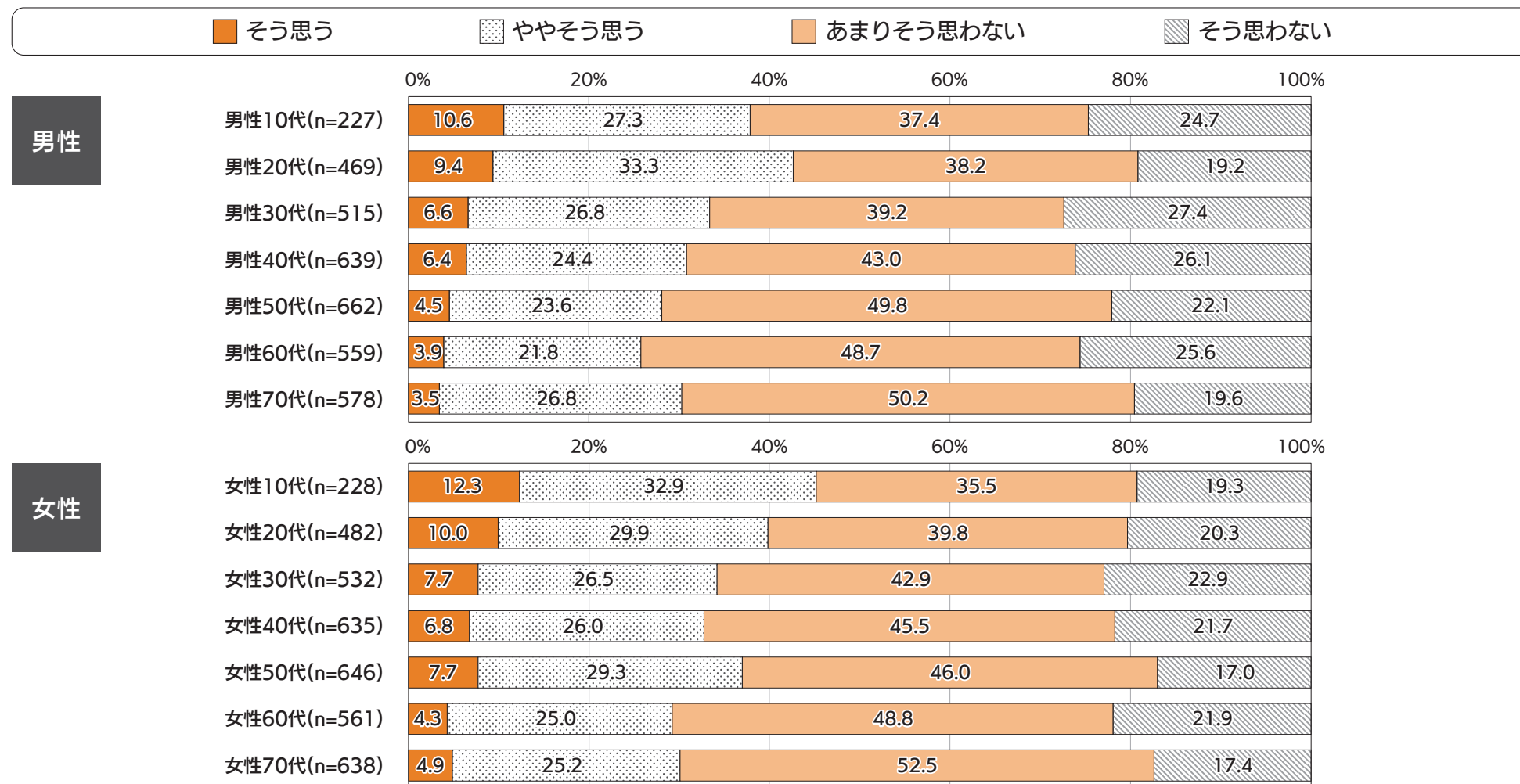


出典：2025年金融とICT調査

[資料4-26]

クレジットカードやQRコード・バーコード決済は使うことに不安がある[性年代別] (単一回答)

● 若年層のほうがクレジットカードやQRコード・バーコード決済を使うことに不安がある傾向。



出典：2025年金融とICT調査