第3章

コンテンツとメディア

第1節 オンラインサービス利用状況

第2節 動画・VRサービス利用状況

第3節 生成AI利用状況

第1節

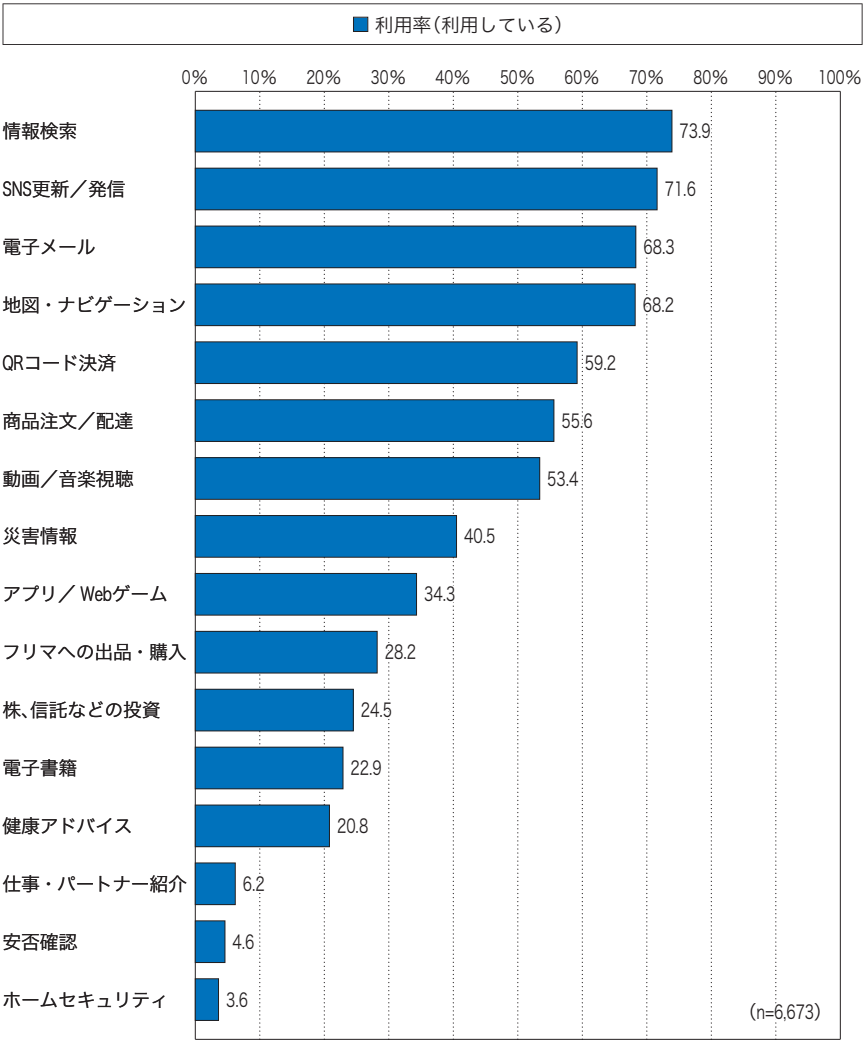
オンラインサービス利用状況

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7割強で最も高く、次いで、「SNS更新／発信」「電子メール」が続く（資料3-1）。
- プライベートでのスマートフォンによるインターネット利用時間は毎年増え、2026年では23%が4時間以上、48%が2時間以上となった（資料3-2）。

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）

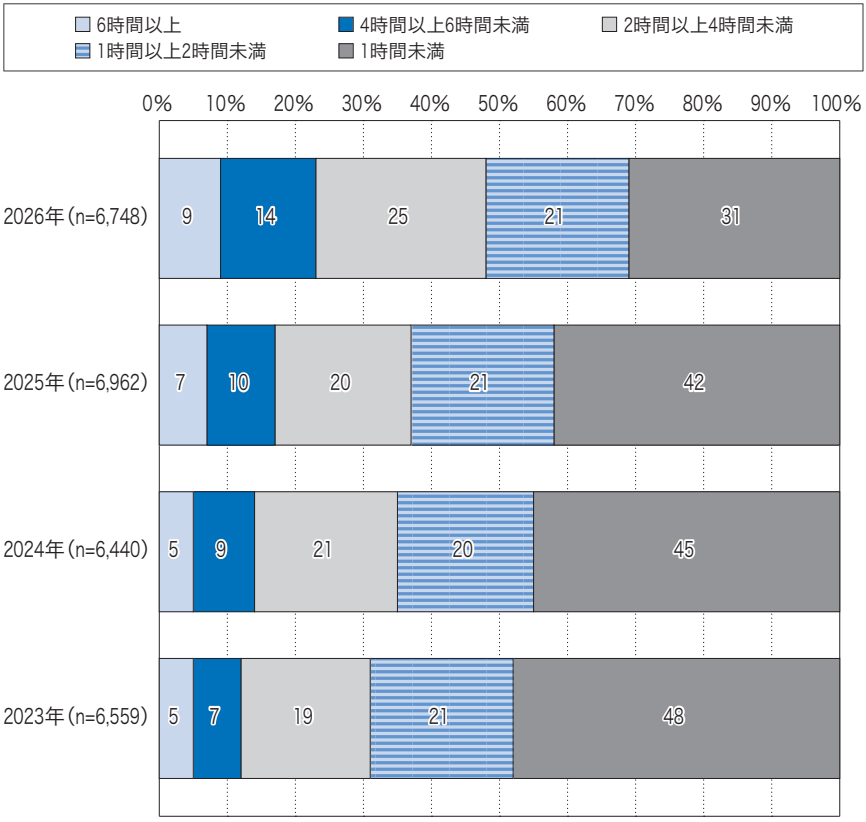
●コンテンツ・アプリの利用率は「情報検索」が73.9%で最も高い。次いで、「SNS更新／発信」が71.6%、「電子メール」が68.3%。



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：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-2 仕事・学校以外でのスマートフォンによるインターネット利用時間の推移（単一回答）

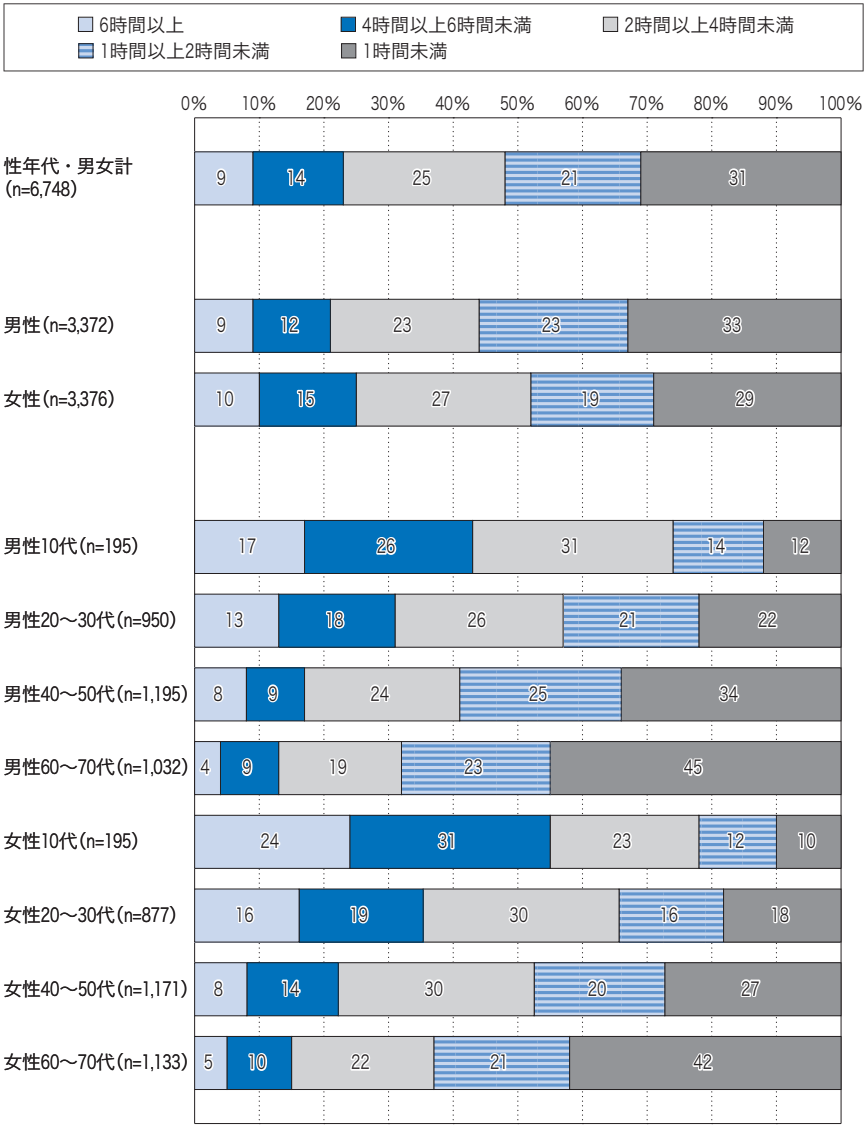
●プライベートでのスマートフォンによるインターネット利用時間は毎年増え、2026年では23%が4時間以上、48%が2時間以上となった。



出典：2023～2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-3 仕事・学校以外でのスマートフォンによるインターネット利用時間[性年代別](単一回答)

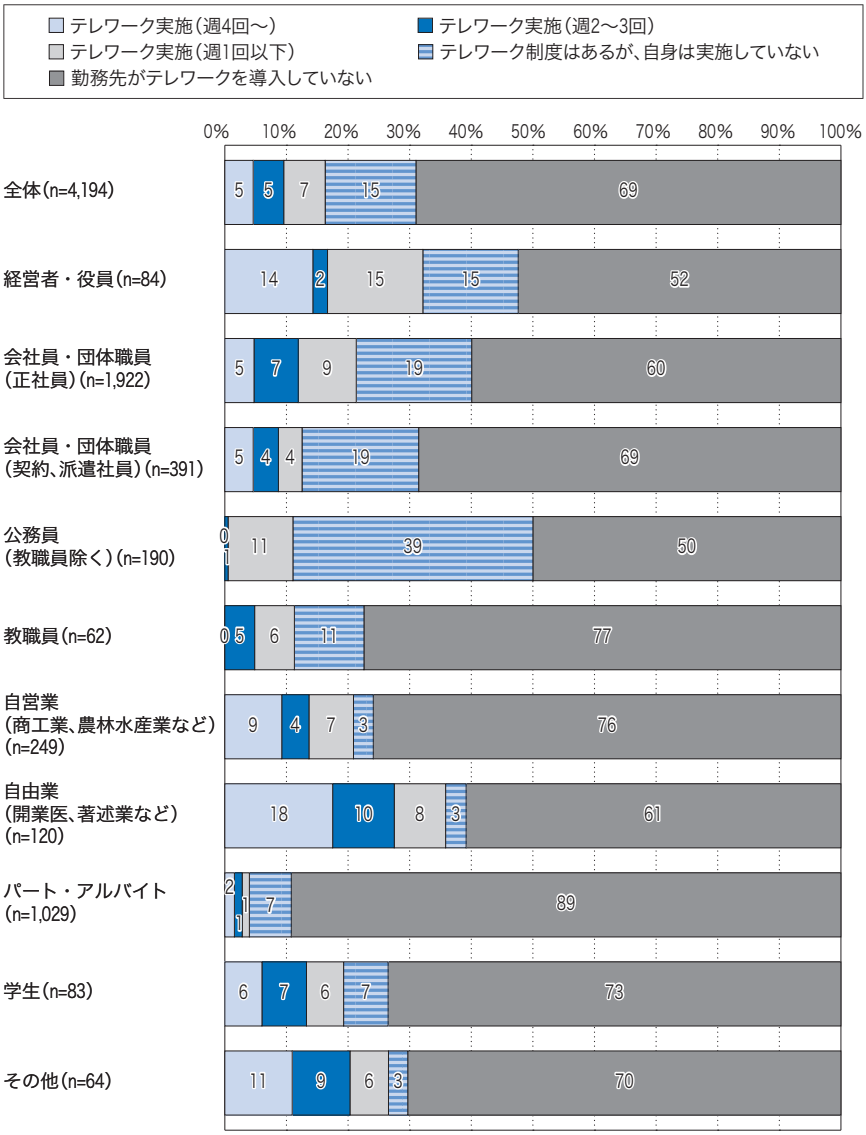
●男女ともに若年齢層ほど利用時間が長くなる傾向が見られ、特に10代女性の過半数は4時間以上スマートフォンでインターネットを利用。



出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-4 テレワーク実施状況[職業別](単一回答)

●テレワークの実施率は17%。
●「経営者・役員」や「自由業」で高い。



注：無職以外の方が回答。
出典：2026年一般向けモバイル動向調査

第2節

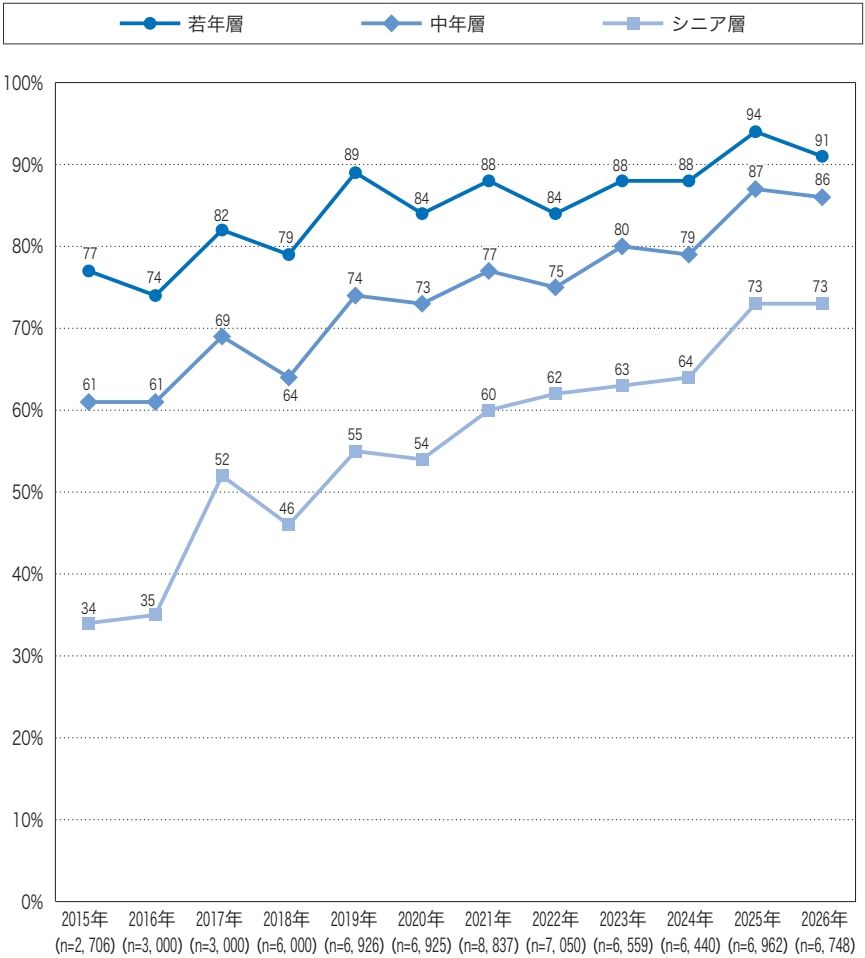
動画・VRサービス利用状況

ポイント

- 動画サービスの利用率は長期的に上昇傾向が見られ、特に高齢者層で7割に達している（資料3-5）。
- 利用している無料動画サービスは「YouTube」が引き続き突出して高い（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く、「Netflix」が次点で続く（資料3-7）。
- VRの利用率は15%、XRの利用率は6%、メタバースの利用率は8%（資料3-9）。

資料3-5 動画サービスの月1回以上利用率の推移[年代別]

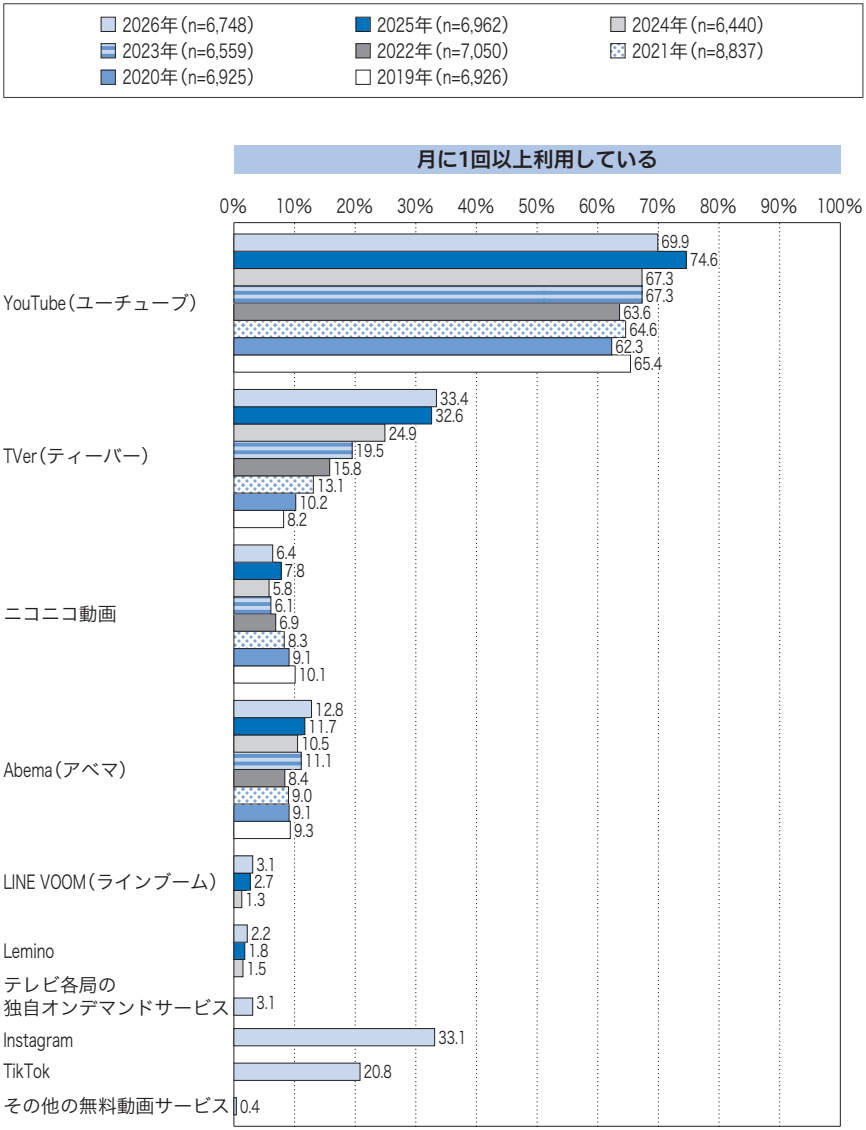
- すべての年代で利用率は長期的に上昇。一方で直近数年は伸びが緩やかになり、高い水準で横ばい。
- 若年層(15～29歳)では9割を超え、中年層(30～59歳)でも8割を超えるなど、利用は高水準で推移。
- シニア層(60～79歳)は2015年の34%から2026年には73%と、約2倍に拡大。



注1：「利用している」は無料動画サービス、有料動画サービス、ライブ動画サービスのいずれかを月1回以上利用している割合。
注2：ライブ動画サービスは2021年より調査開始。
出典：2015～2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-6 動画サービスの月1回以上利用率《無料動画》(複数回答)

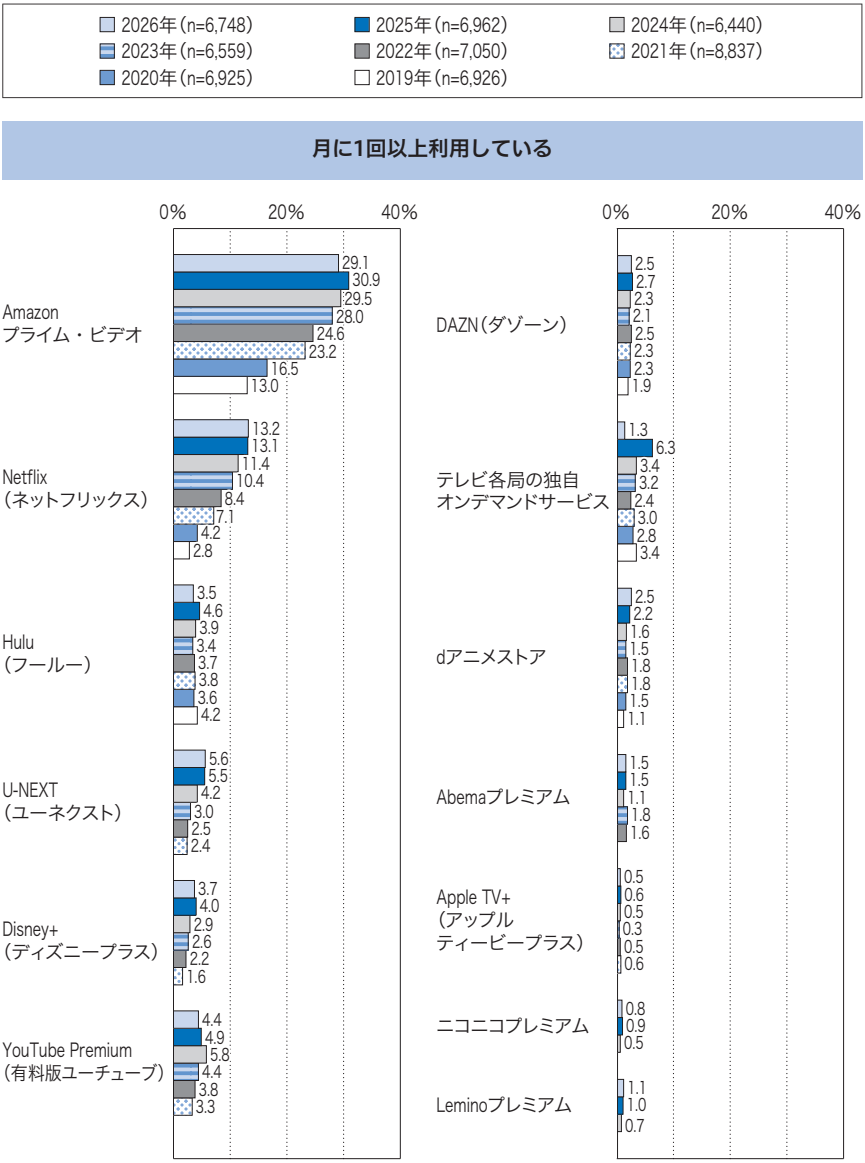
●2026年の無料動画サービスの月1回以上利用率は、「YouTube」が69.9%でトップ。次いで、「TVer」「Instagram」が続く。



出典：2019～2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-7 動画サービスの月1回以上利用率《有料動画》(複数回答)

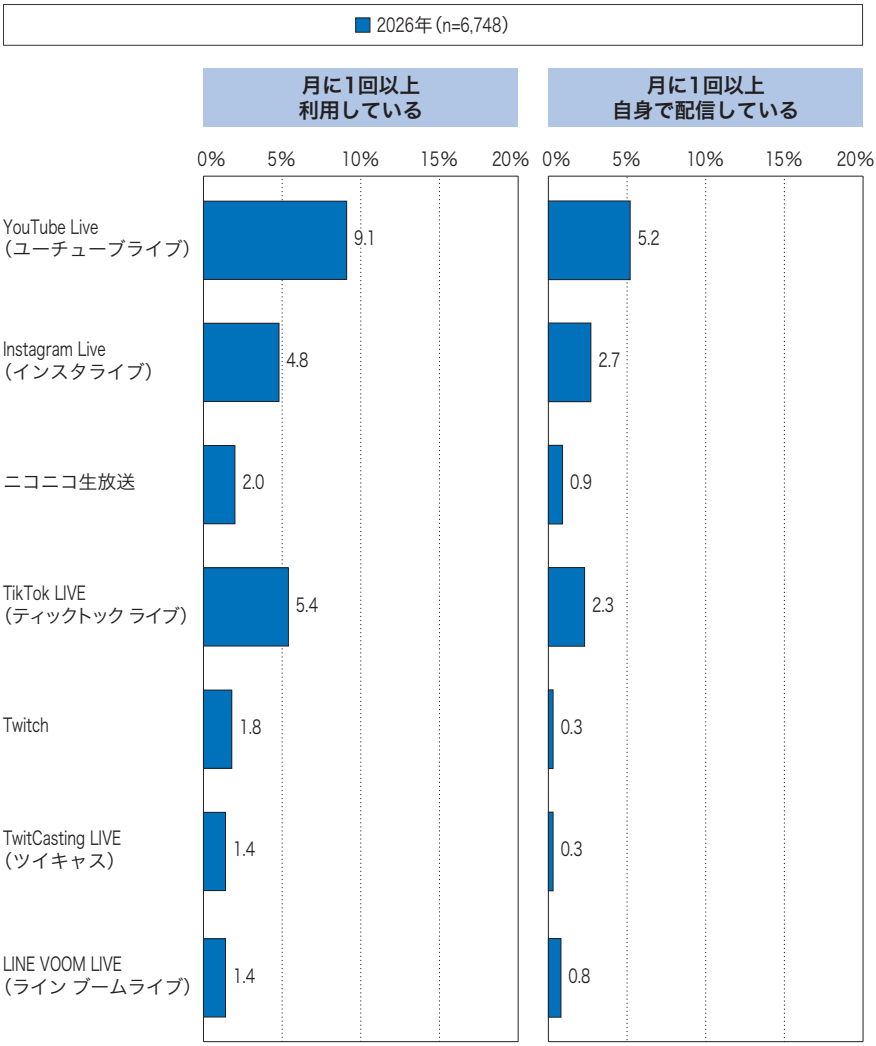
●有料動画サービスの月1回以上利用は「Amazonプライム・ビデオ」がトップで、「Netflix」「U-NEXT」が続く。



出典：2019～2026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月1回以上利用率・配信率（複数回答）

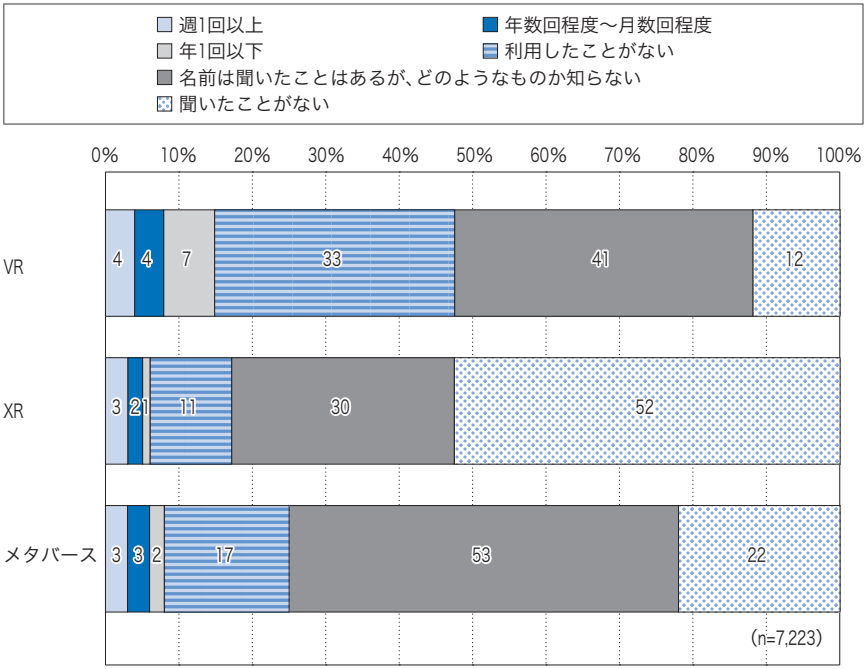
●ライブ動画サービスの月1回以上利用率は「YouTube Live」が最も高く、「TikTok LIVE」「Instagram Live」が続く。月1回以上配信も同様の3サービスがトップ。



出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-9 VR・XR・メタバースの利用率（単一回答）

●VRの利用率は15%、XRの利用率は6%、メタバースの利用率は8%。



注1：全国の15～69歳が回答。

注2：それぞれの認知度・利用頻度は、下記のように用語を説明して調査を実施。

- VR ※VRは仮想空間を現実と同じように感じ取れる技術や機器を指します。
- XR ※XRとは、VR（仮想現実）、AR（拡張現実）、MR（複合現実）を含む、現実世界と仮想空間を融合させる技術の総称です。
- メタバース ※メタバースにはVRChatなどがあり、インターネット上に存在する仮想空間を指します。

注3：プライベートと仕事・学業での利用頻度を調査し、利用頻度の多い方を集計。

出典：2026年生成AI・VR調査

第3節

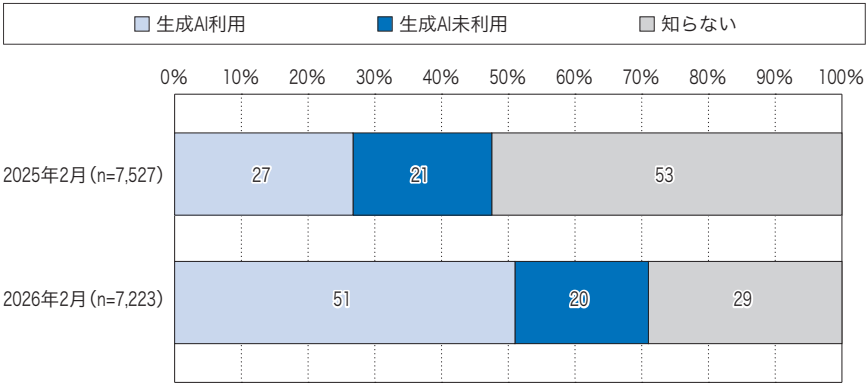
生成AI利用状況

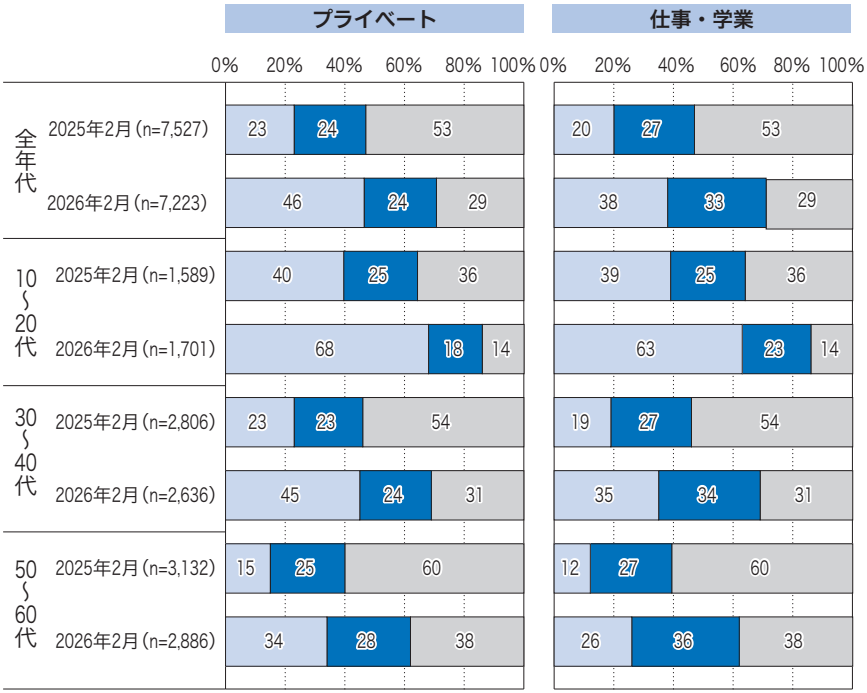
ポイント

- 生成AI利用率は27%から51%へとほぼ倍増し、過半数に達した（資料3-10）。
- 生成AI利用端末はスマートフォンが多く80%（資料3-11）。
- 生成AIのファクトチェックは「常に行っている」「状況により行っている」を合わせた割合が約5割（資料3-16）。

資料3-10 生成AI利用率の前年比較（単一回答）

●生成AI利用率は27%から51%へとほぼ倍増し、過半数に達した。

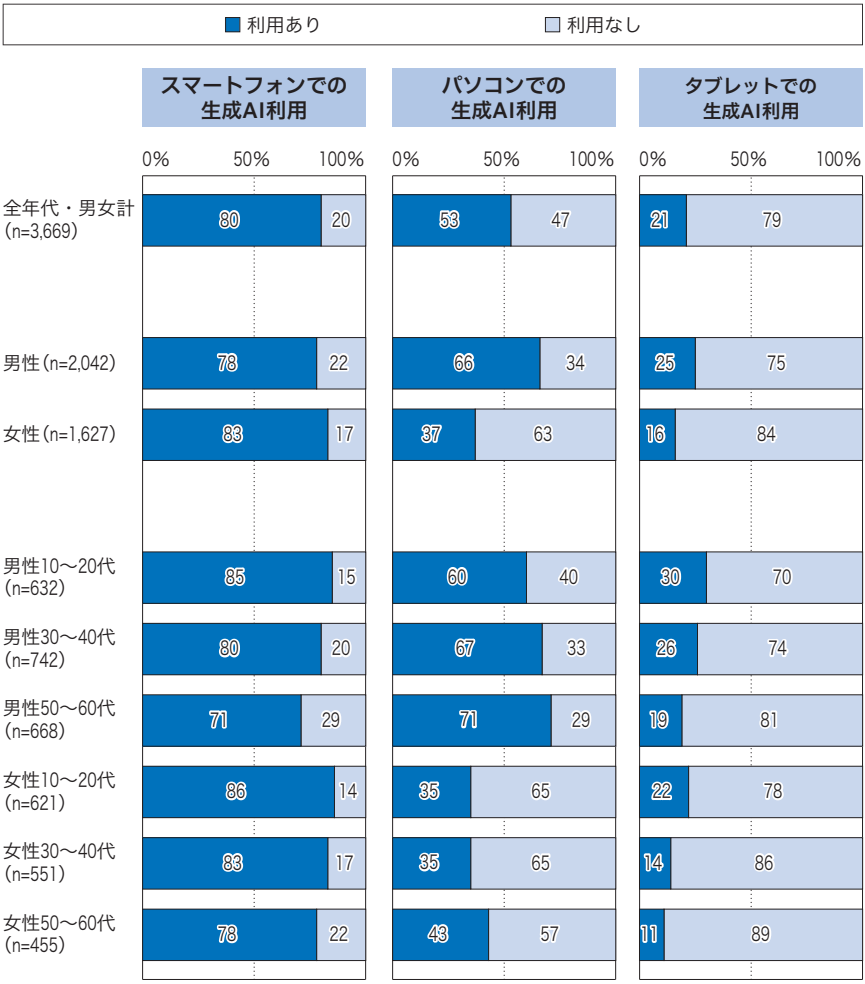




注1：全国の15〜69歳が回答。
注2：2026年は生成AI（対話・相談、検索・テキスト生成、動画・画像・音楽生成）を1つ以上利用した方を集計。
出典：2025〜2026年生成AI・VR調査

資料3-11 生成AIを利用する端末[性年代別](複数回答をもとに作成)

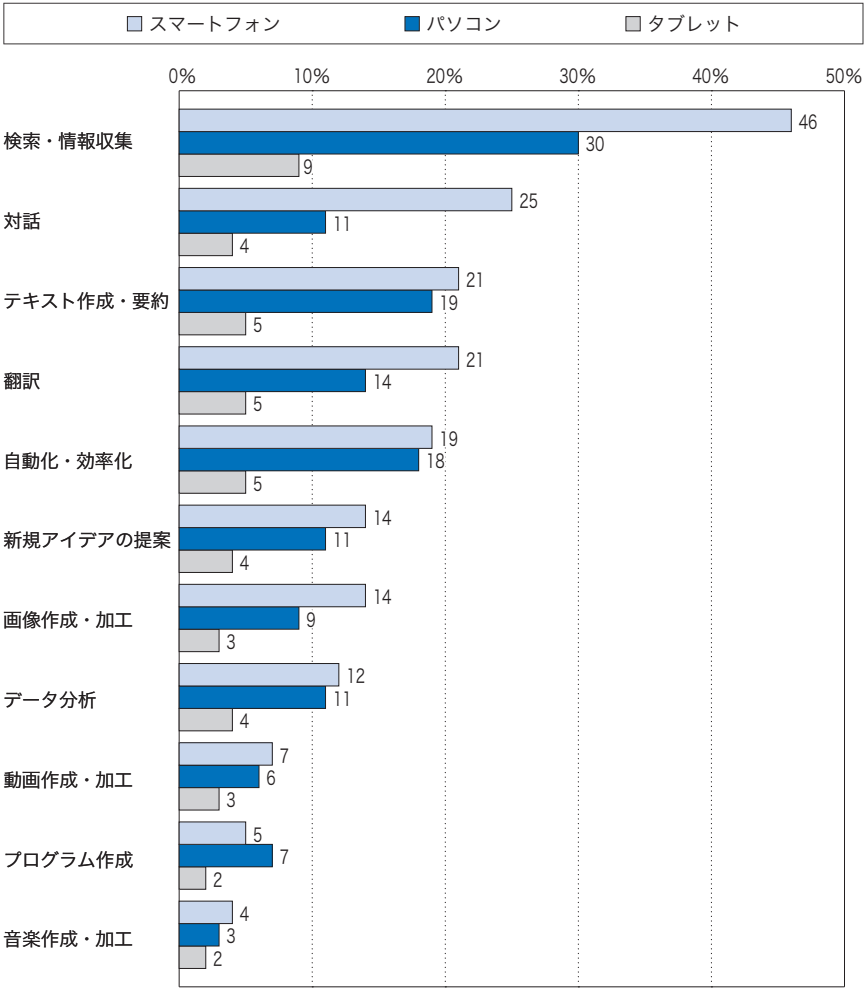
- 生成AIを利用する端末はスマートフォンが最も多く、80%がスマートフォンで利用。
- いずれの性年代区分においても、スマートフォンで生成AIを利用している割合が最も高い。
- スマートフォンでの生成AI利用は若年層で高く、10～20代ではスマートフォンからの生成AI利用が85%ほど。



注：生成AIを利用する全国の15～69歳が回答。
出典：2026年生成AI・VR調査

資料3-12 生成AIを利用する端末[利用用途別](複数回答)

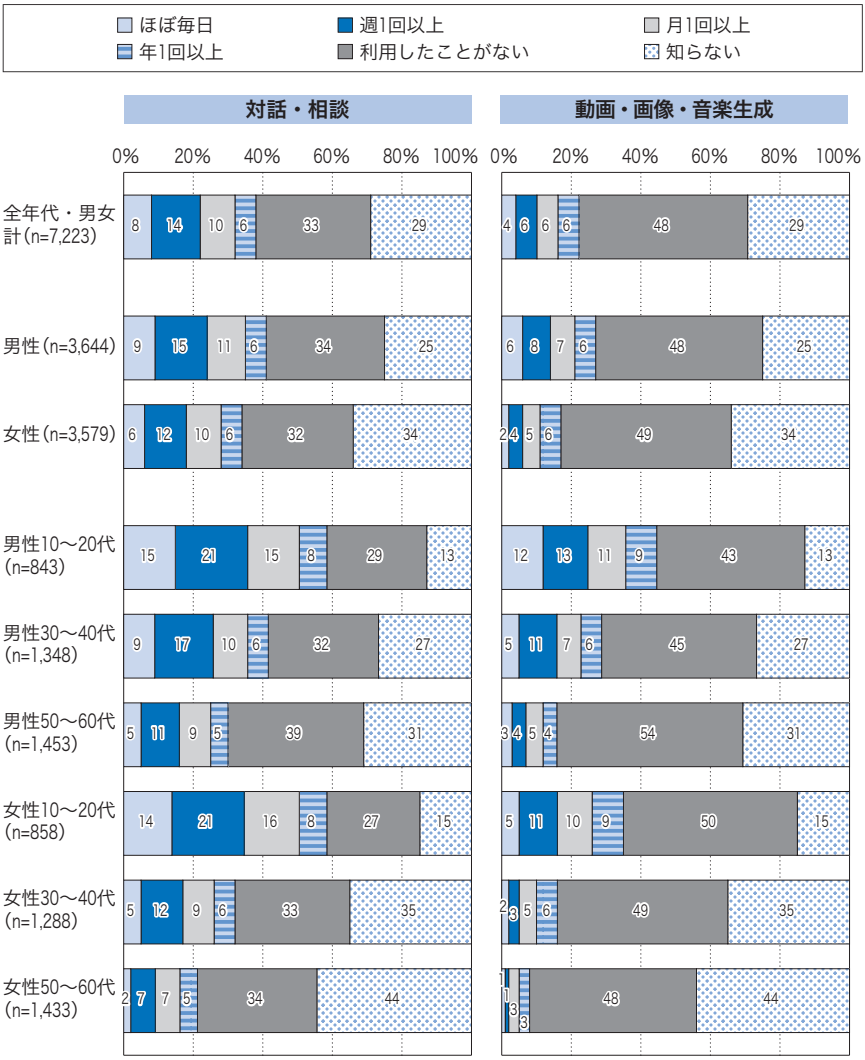
- いずれの端末でも、生成AIの利用用途は「検索・情報収集」が最も高い。
- スマートフォンでは「検索・情報収集」「対話」といった即時性の高い用途での利用割合が相対的に高い。
- 一方、パソコンでは「テキスト作成・要約」や「自動化・効率化」など、作業系用途での利用割合が比較的高い。



注1：生成AIを利用する全国の15～69歳が回答。
注2：利用用途の選択肢はランダムな順番で提示して調査を実施。
出典：2026年生成AI・VR調査

資料3-13 プライベートでの生成AIの利用頻度[性年代別](単一回答)

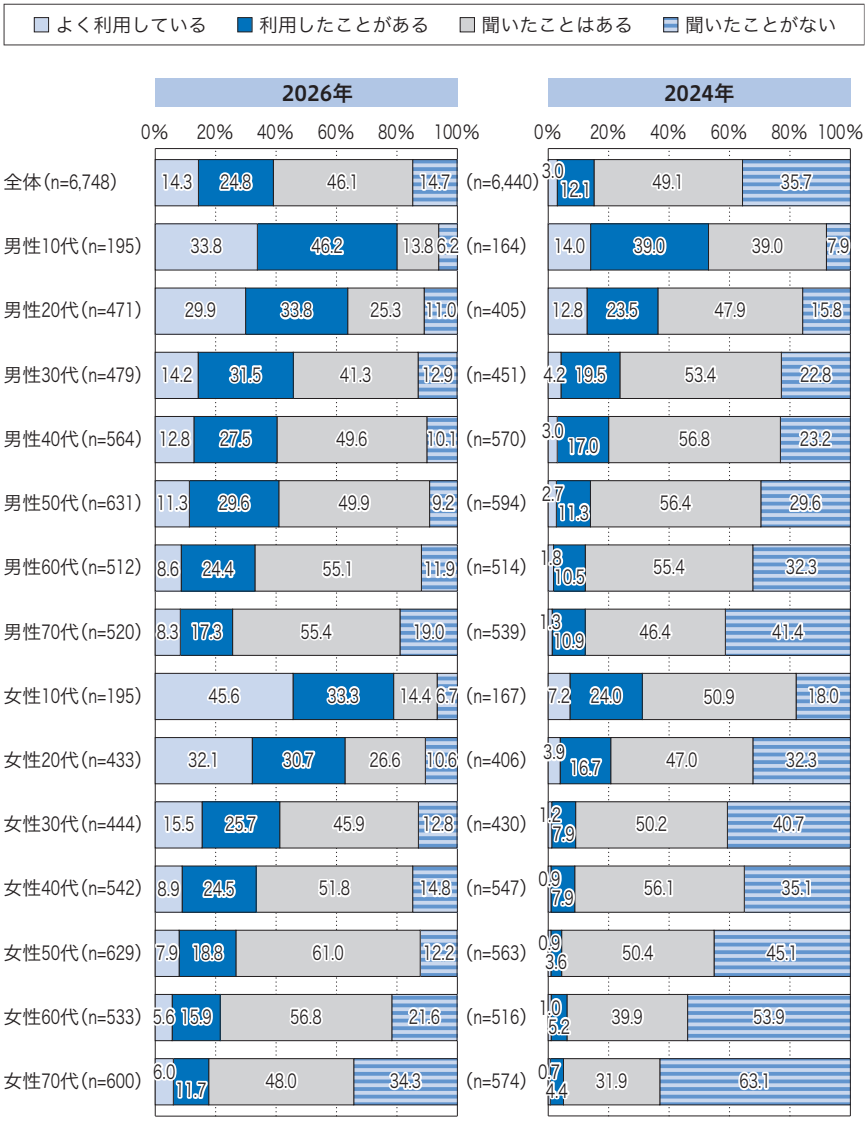
- プライベートでの対話・相談では、「ほぼ毎日」「週1回以上」を合わせた割合が22%を占めており、特に若年層で利用頻度が高い傾向。
- プライベートでの動画・画像・音楽生成では、「ほぼ毎日」「週1回以上」を合わせた割合は10%にとどまり、若年層や男性でやや利用頻度が高い傾向。



注：全国の15～69歳が回答。
出典：2026年生成AI・VR調査

資料3-14a 生成AIサービスの認知率・利用率（単一回答）《ChatGPT》

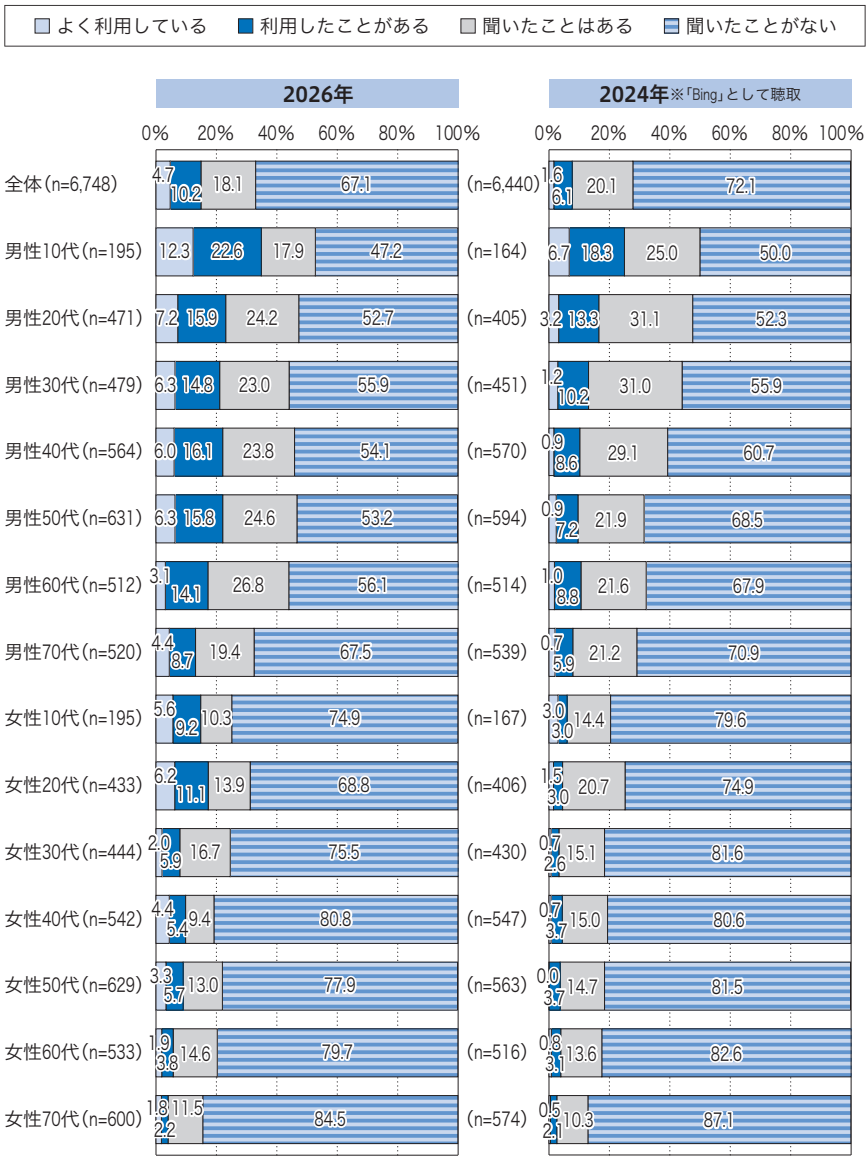
●ChatGPTの2026年認知率は85.3%で、2024年の64.3%よりも増加している。
●利用率は年代が若いほど高くなっている。



注：2024年度はスマートフォン・タブレット所有者に聴取。
出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-14b 生成AIサービスの認知率・利用率（単一回答）《Copilot（Bing）》

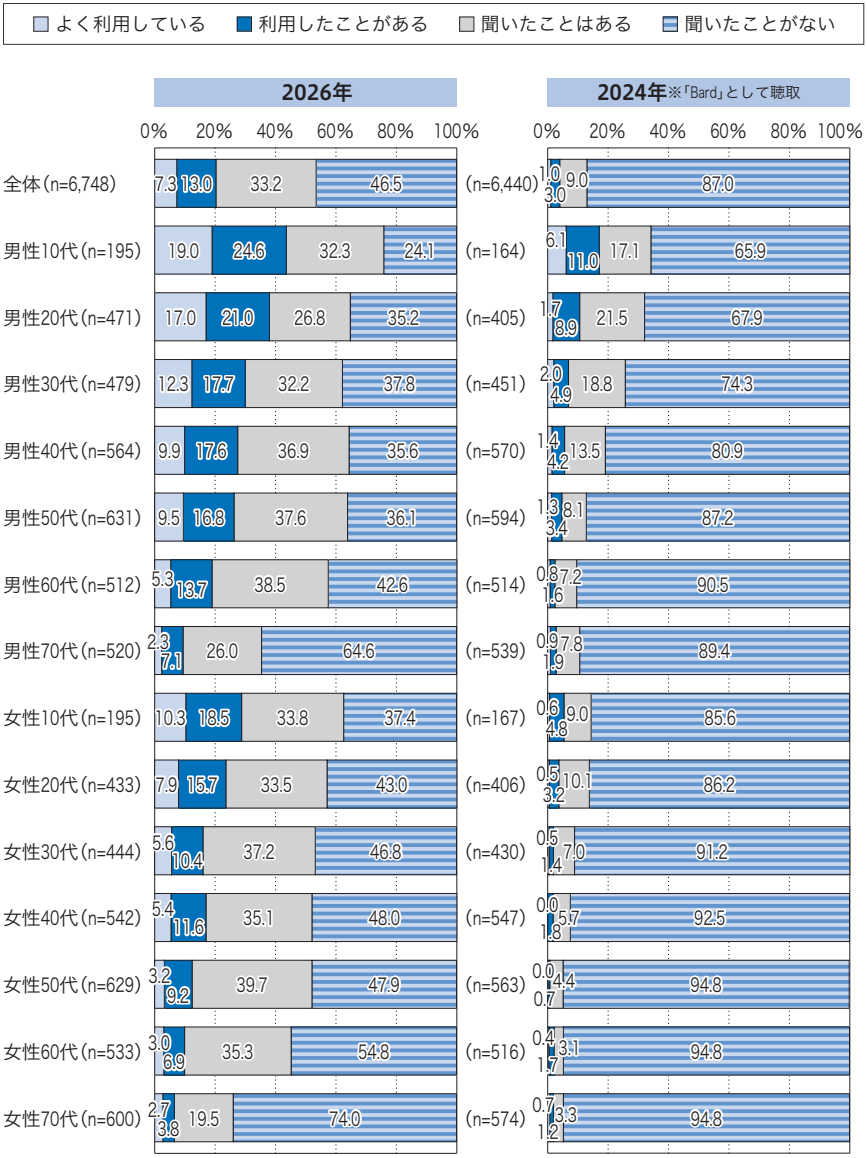
●Copilotの2026年の認知率は32.9%で、2024年の27.9%よりも増加している。



注：2024年度はスマートフォン・タブレット所有者に聴取。
出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-14c 生成AIサービスの認知率・利用率（単一回答）《Gemini（Bard）》

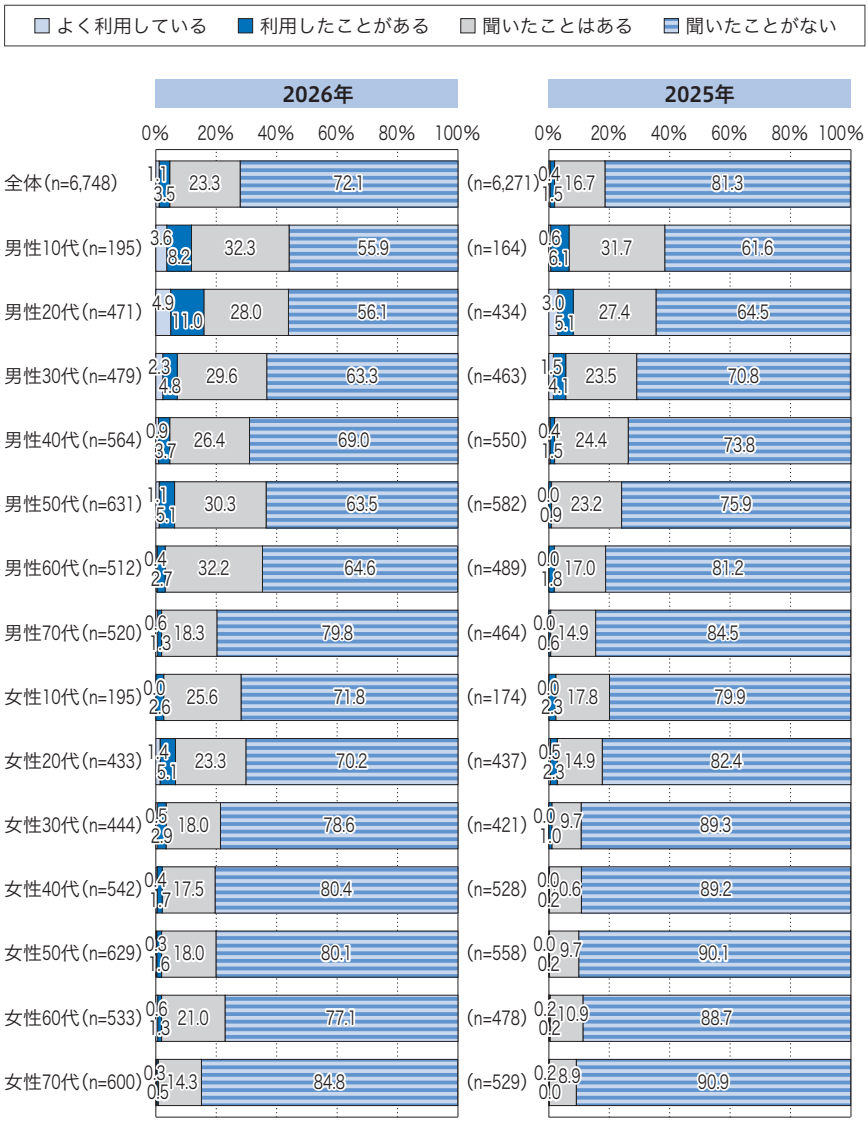
●Geminiの2026年の認知率は53.5%で、2024年の13.0%よりも増加している。



注：2024年度はスマートフォン・タブレット所有者に聴取。
出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-14d 生成AIサービスの認知率・利用率（単一回答）《Apple Intelligence》

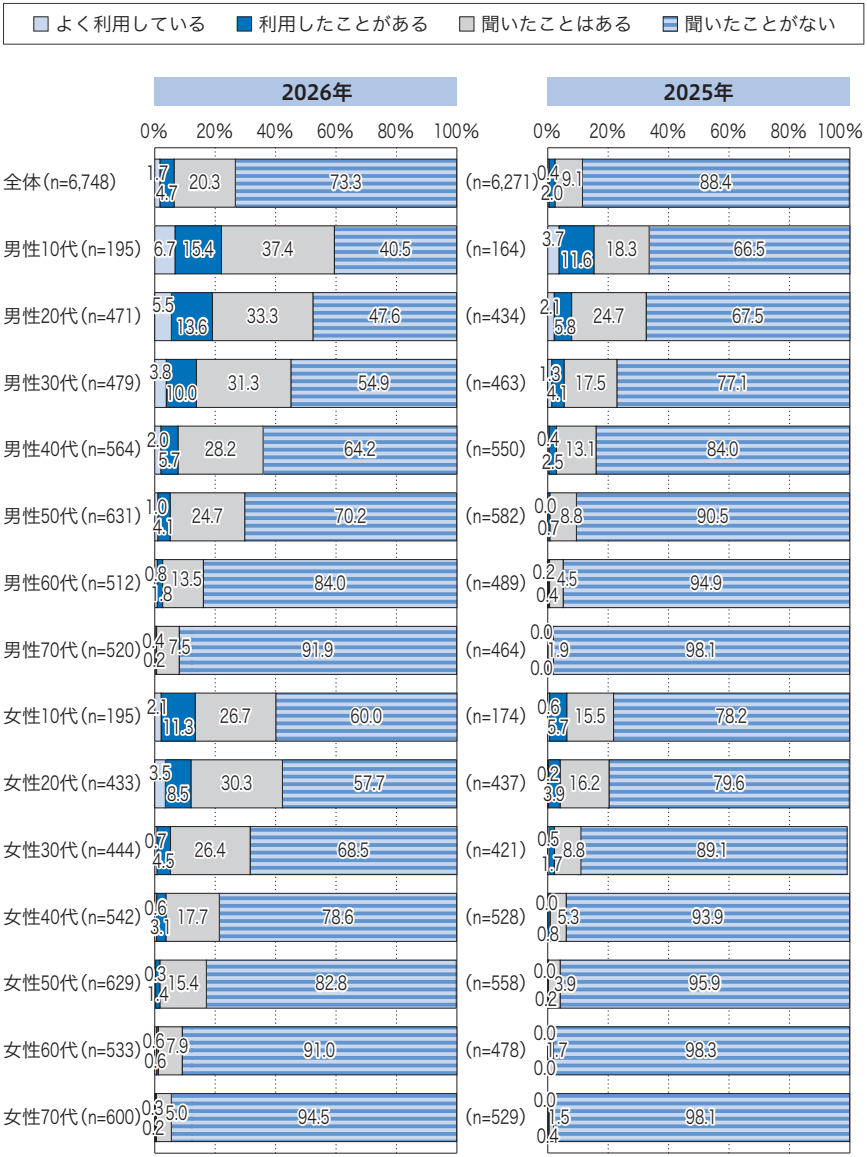
●Apple Intelligenceの2026年の認知率は27.9％で、2025年の18.7％よりも増加している。



注：2025年度はスマートフォン・タブレット所有者に聴取。
出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-14e 生成AIサービスの認知率・利用率(単一回答)《Grok》

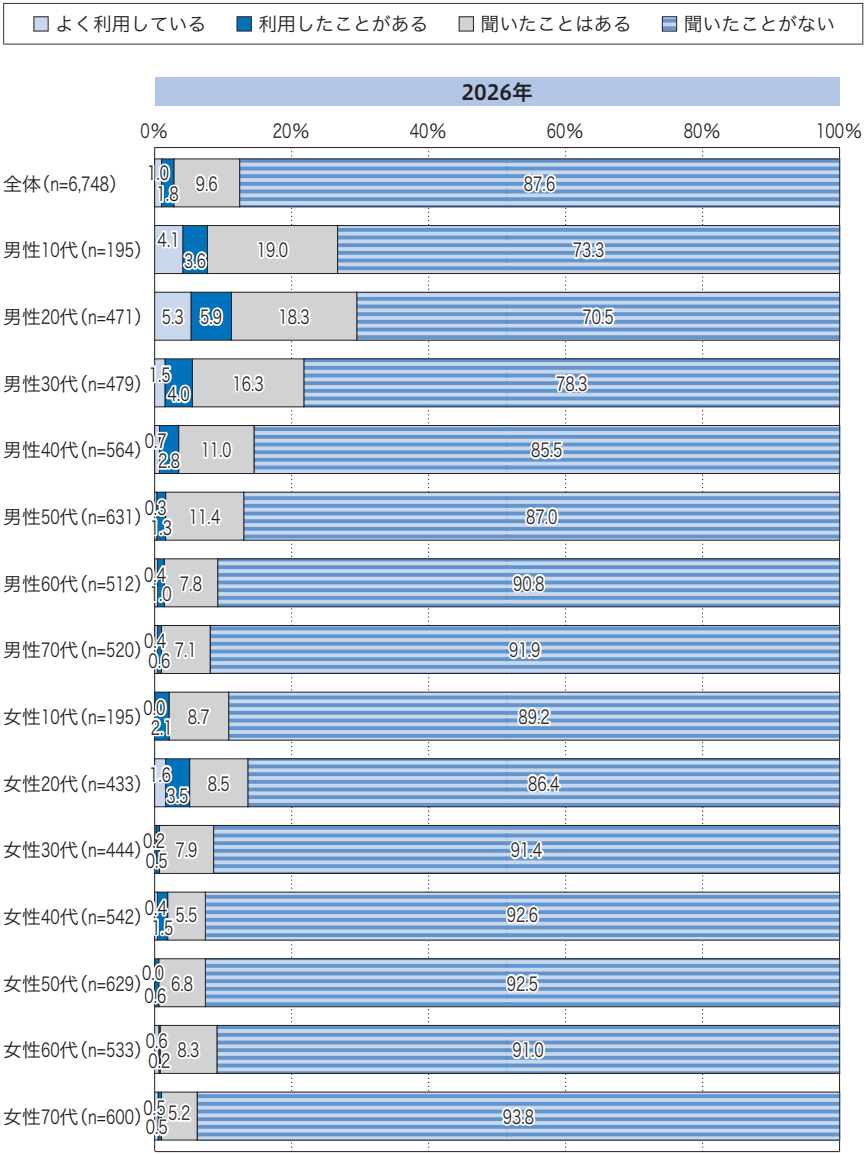
●Grokの2026年の認知率は26.7%で、2025年の11.6%より増加している。



注：2025年度はスマートフォン・タブレット所有者に聴取。
出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-14f 生成AIサービスの認知率・利用率(単一回答)《Claude》

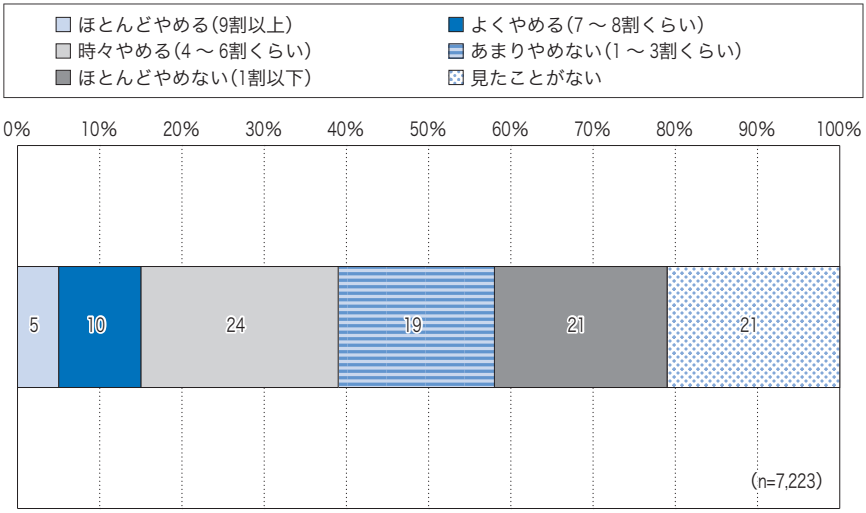
●Claudeの認知率は12.4%。



出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料3-15 ゼロクリック検索実施状況（単一回答）

●インターネットでの検索では約6割がAI要約で検索完結すると回答。



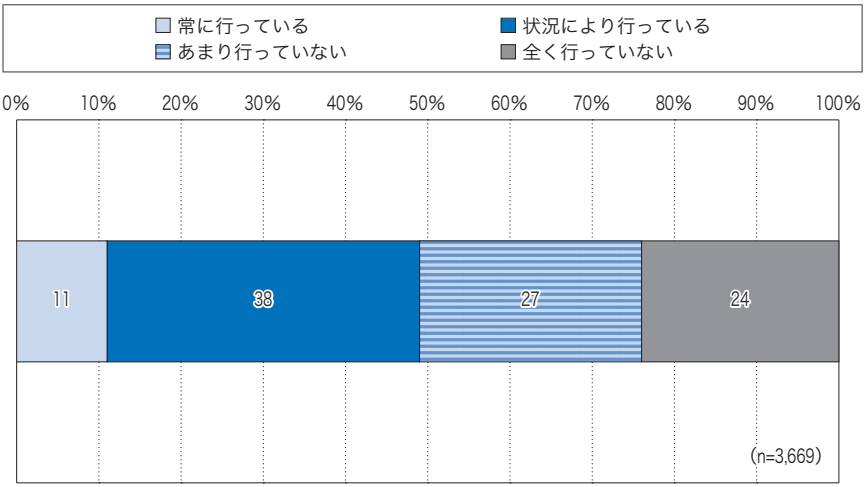
注1：全国の15～69歳が回答。

注2：「インターネットで検索したときに『AIが作った要約』が表示されますが、あなたはその要約だけを見て、リンクをクリックせずに調べるのをやめることがどのくらいありますか？」と質問した回答を集計。

出典：2026年生成AI・VR調査

資料3-16 生成AIのファクトチェック実施状況（単一回答）

●生成AIのファクトチェックは「常に行っている」「状況により行っている」を合わせた割合が約5割。



注1：生成AIを利用する全国の15～69歳が回答。
注2：「あなたは生成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ますか？（なお、ファクトチェックとは情報の正確性、妥当性を検証することを指します）」と質問し回答を集計。
出典：2026年生成AI・VR調査