第4章

お金とICT利用、趣味・娯楽とICT利用

第1節 消費・購買とICT

第2節 金融サービス

第3節 趣味・娯楽とICT利用

第1節

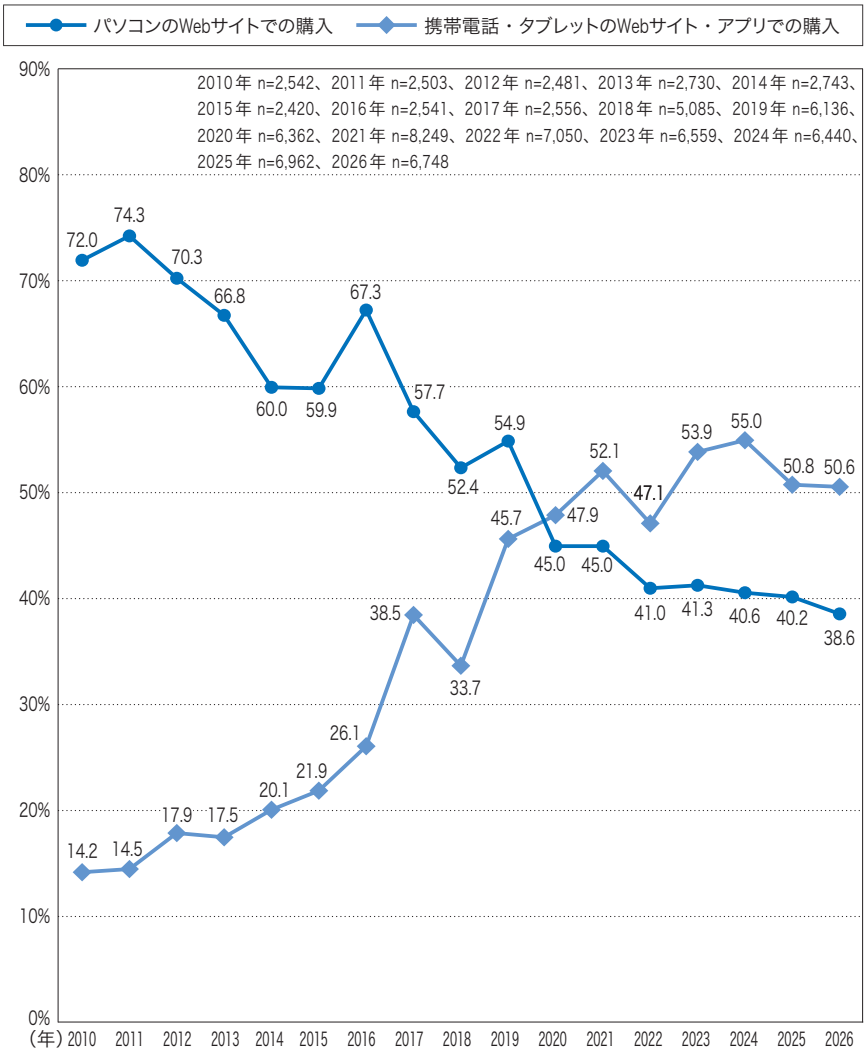
消費・購買とICT

ポイント

- 携帯電話・タブレットでのネットショッピング利用は51%で横ばい、パソコンでの購入は39%と減少傾向が続く（資料4-1）。
- キャッシュレス決済は全体の62%が週1回以上利用し、QRコード決済では「PayPay」の認知率が91.2%と高い（資料4-4、資料4-5）。
- 全体の64%が「非現金派」または「やや非現金派」で、電子決済の選択理由は「ポイントがたまる」が72%と最多（資料4-6、資料4-7）。

資料4-1 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)

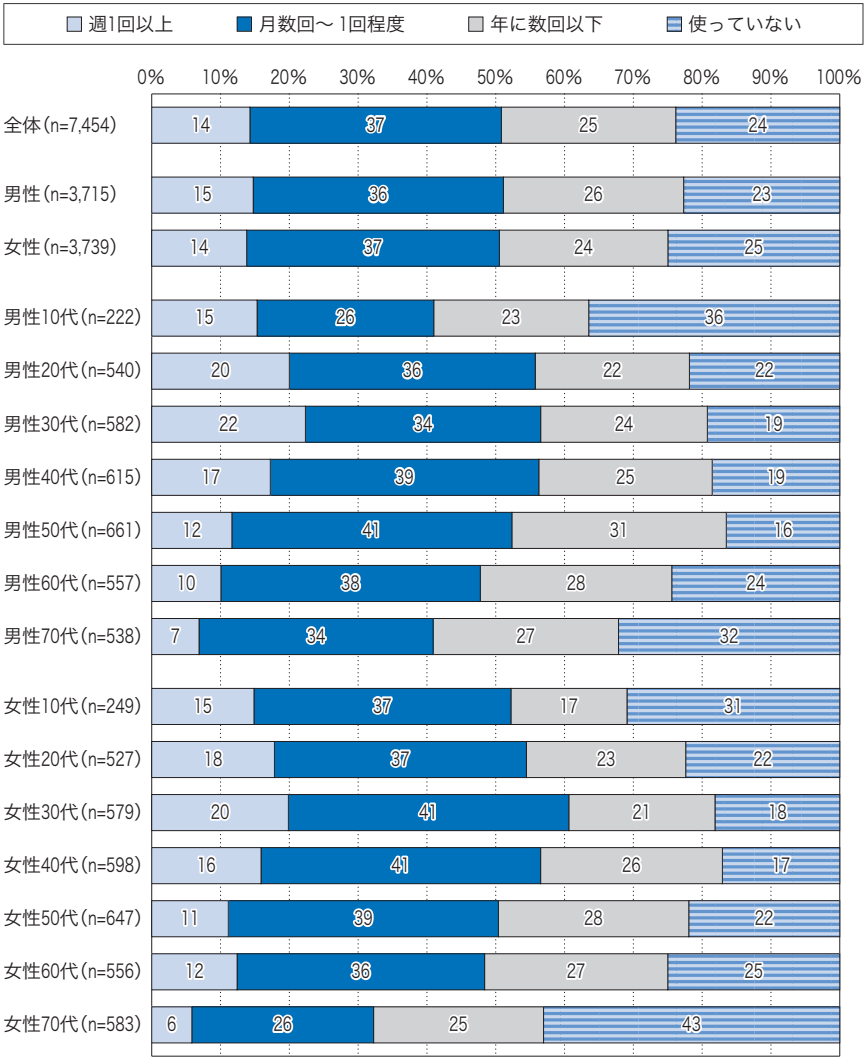
●「携帯電話・タブレットのWebサイト・アプリでの購入」は50%前後で横ばい、「パソコンのWebサイトでの購入」は緩やかな減少傾向。



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：2010～2026年一般向けモバイル動向調査

資料4-2 スマートフォンでのネットショッピング、ネットフリマ、ネットオークション利用頻度（単一回答）

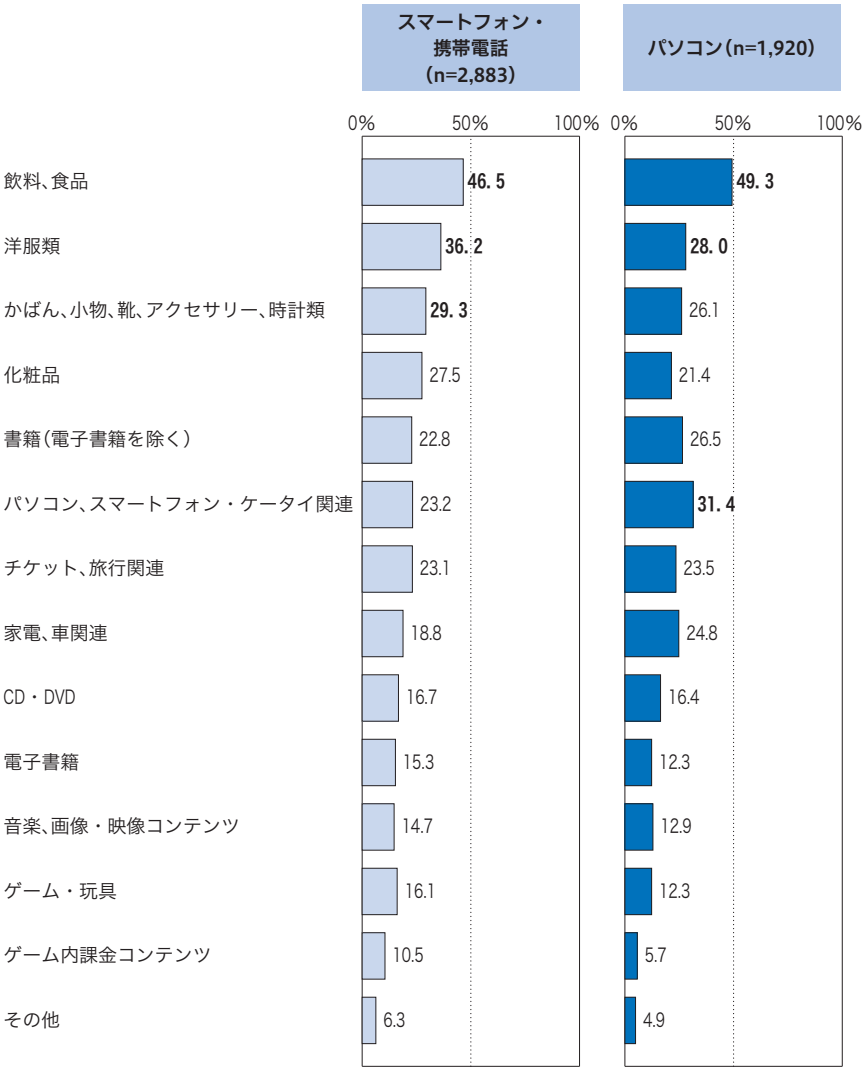
- 「月数回～1回程度」の利用者が37%と最多で、全体の76%が利用経験あり。
- 若年層ほど利用頻度が高く、男性20～30代では週1回以上が20～22%に達する。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-3 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。

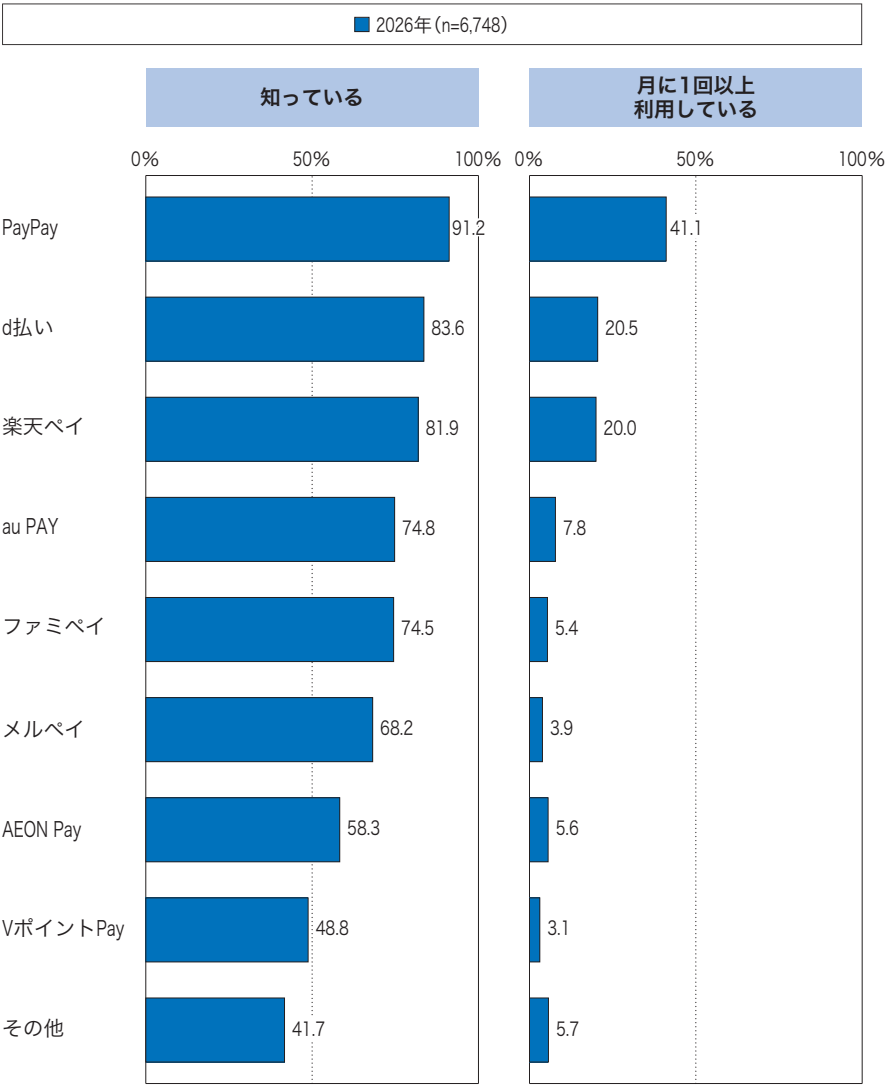


注1：各端末でネットショッピングを利用した人が回答。
注2：端末（縦軸）ごとに値の上位3つを太字にしている。
出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料4-4 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」（91.2%）が最も高い。次いで、「d払い」（83.6%）、「楽天ペイ」（81.9%）と続く。

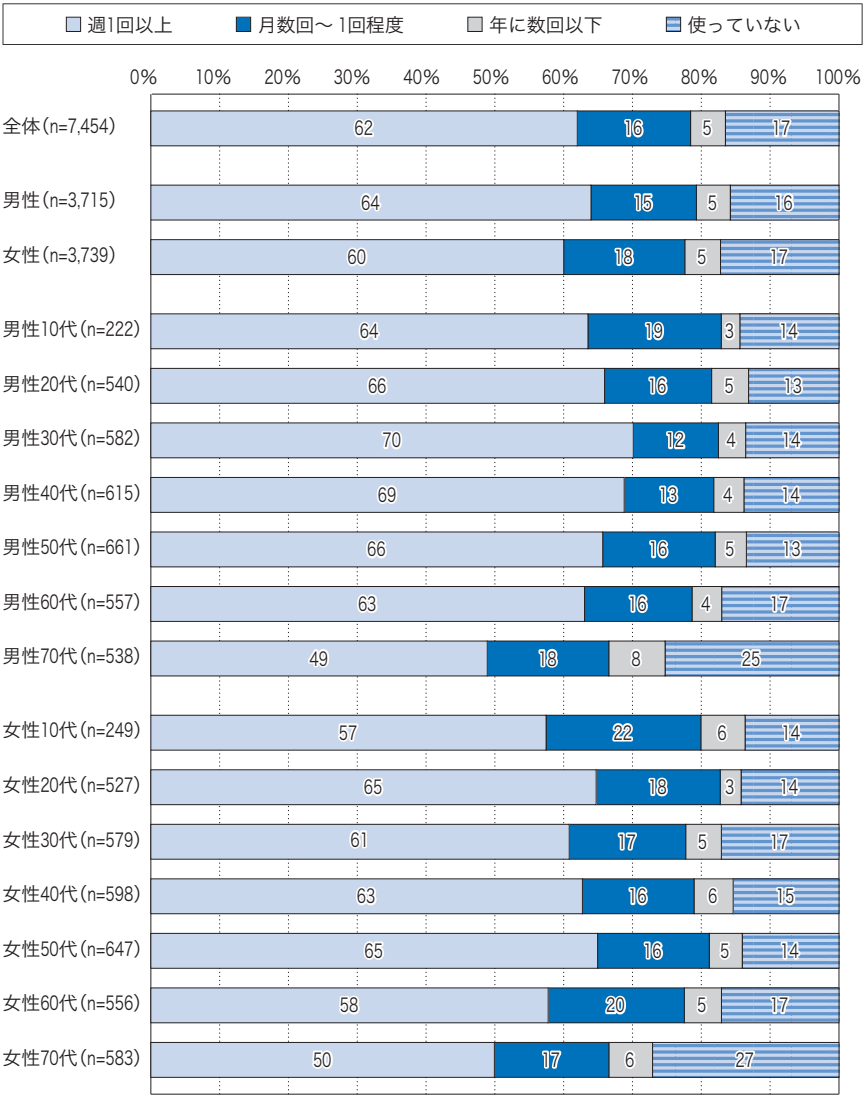
●月1回以上の利用率では「PayPay」が突出（41.1%）し、「d払い」（20.5%）、「楽天ペイ」（20.0%）と続く。



出典：2026年一般向けモバイル動向調査

資料4-5 スマートフォンでのキャッシュレス決済利用頻度(単一回答)

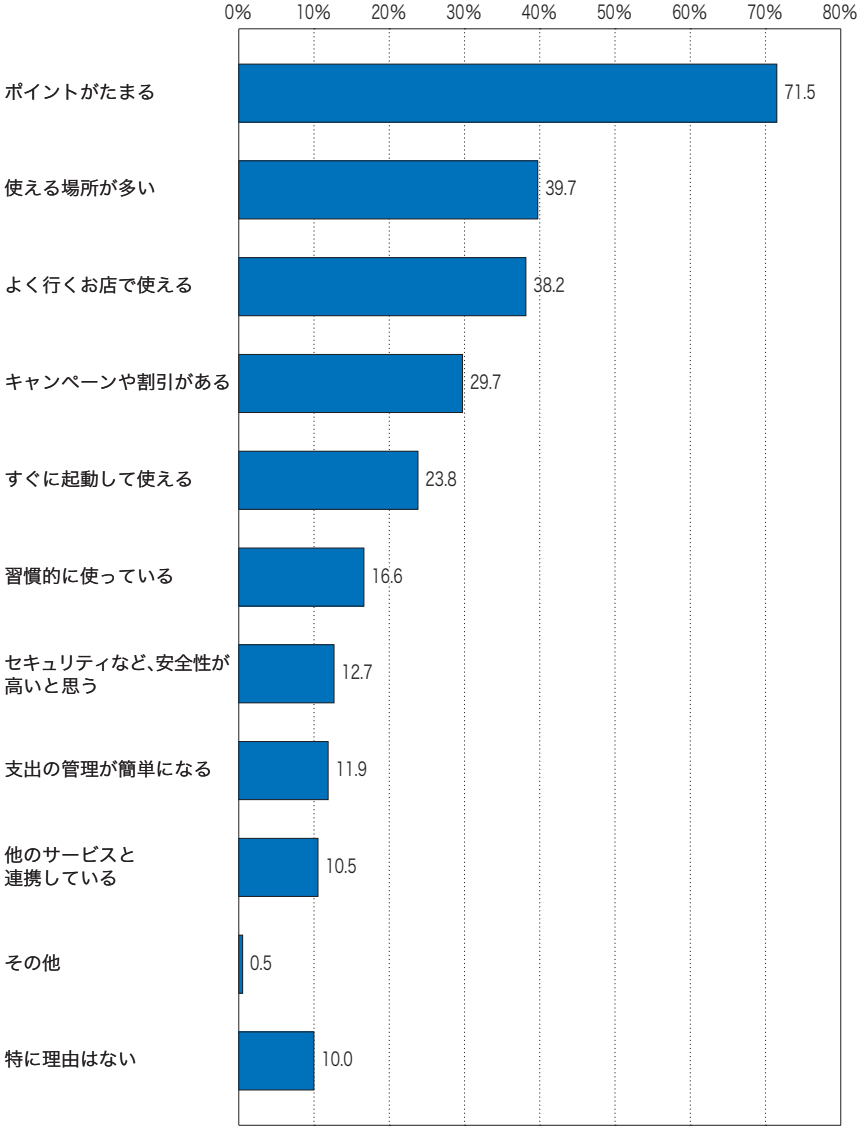
- 全体の62%が週1回以上キャッシュレス決済を利用しており、男性30～40代で70%程度と特に高い。
- 70代でも約半数が週1回以上利用し、幅広い年代に浸透している。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-6 電子決済の選択・使い分け理由（複数回答）

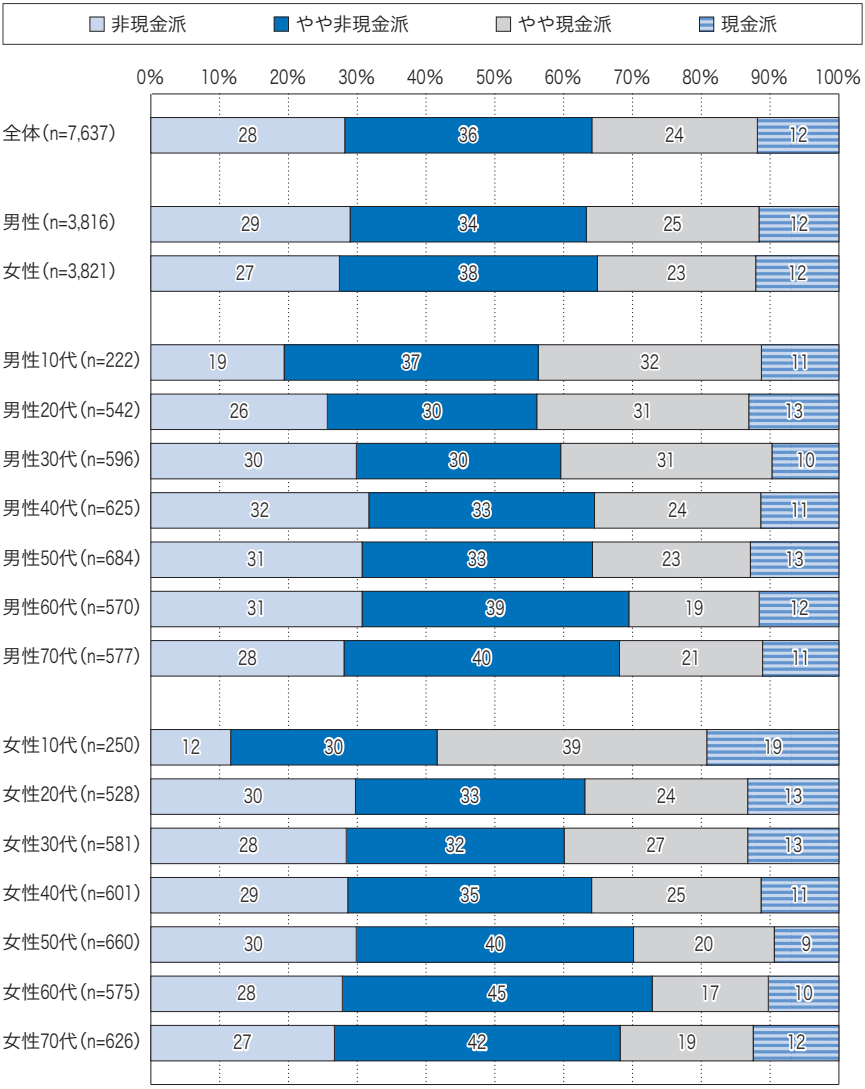
●電子決済の選択理由は「ポイントがたまる」が72%で突出して高く、次いで「使える場所が多い」40%、「よく行くお店で使える」38%と続く。



注：電子決済（交通系、QRコード、クレジットカードなど）利用者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-7 支払は非現金派(クレジットカード・電子マネー・QRコード決済など)か現金派か(単一回答)

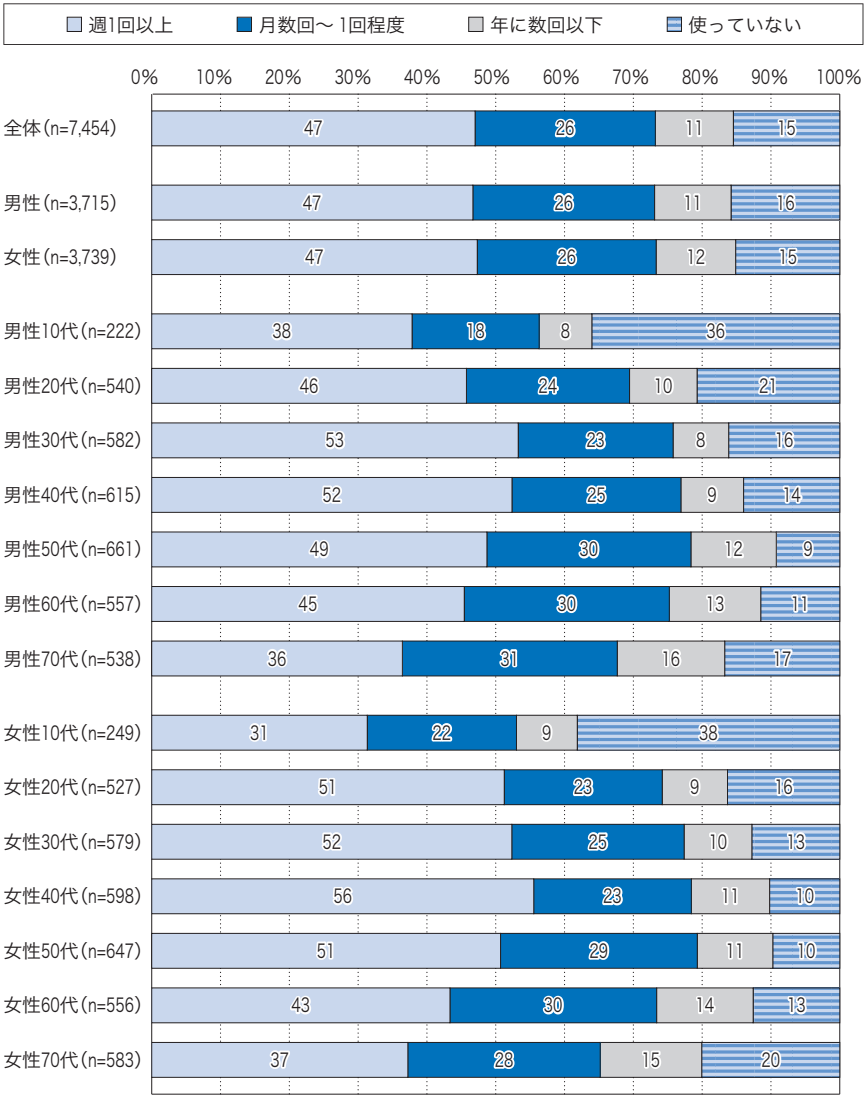
- 全体の64%が「非現金派」または「やや非現金派」で、現金離れが進行。
- 女性10代は「やや現金派＋現金派」が58%と、若年女性は現金志向がやや強い。



出典：2026年お金とICT調査

資料4-8 スマートフォンでのポイントカード・ポイント決済利用頻度（単一回答）

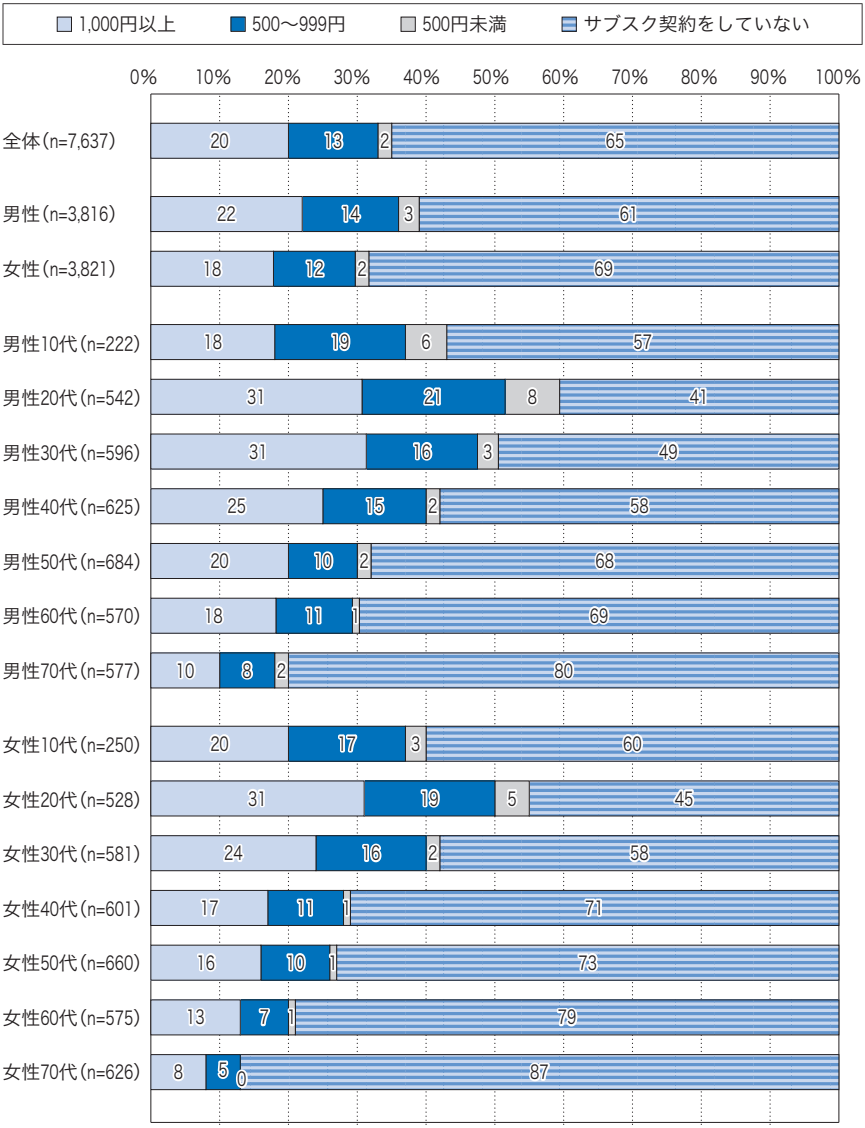
●ポイントカード・ポイント決済は全体の47%が週1回以上利用。
●女性40代が56%と最も高く、10代は31～38%と相対的に低い。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-9 動画・音楽配信サービスのサブスク月額（単一回答）

●動画・音楽配信サブスクは全体の65%が未契約。
●20代は男女とも55～60%が契約しており利用が高い一方、70代では80～87%が未契約。



出典：2026年お金とICT調査

第2節

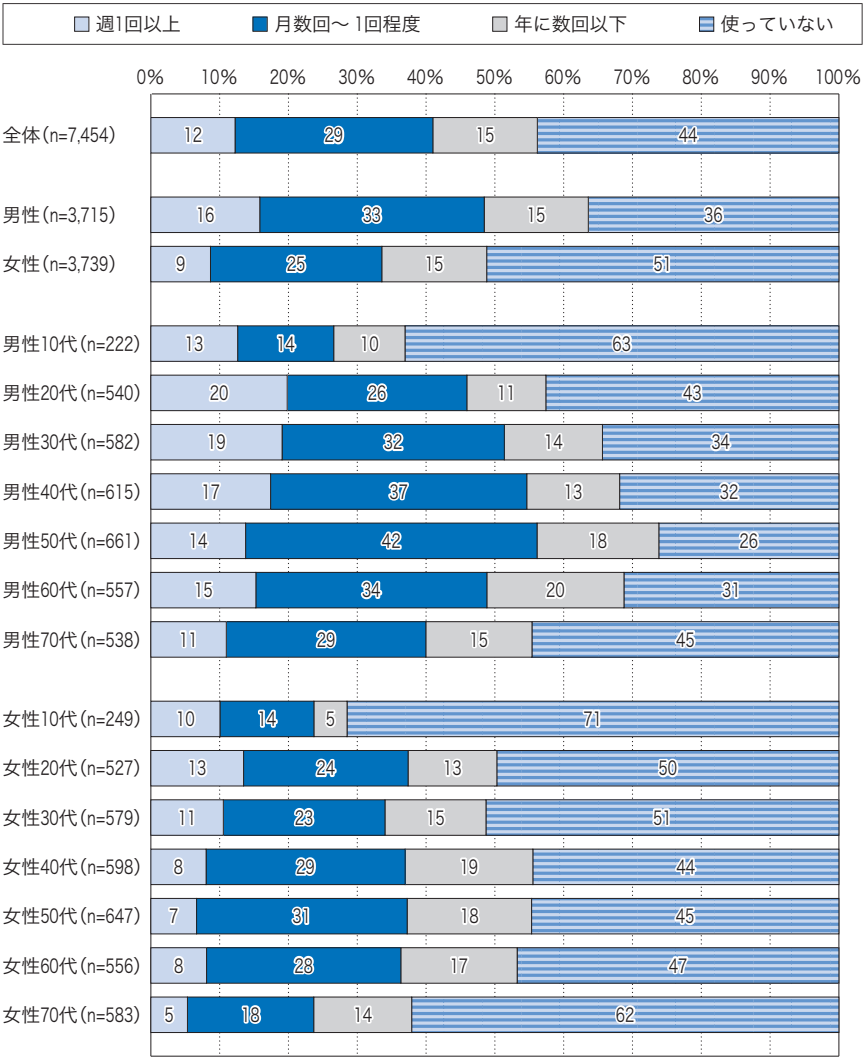
金融サービス

ポイント

- ネットバンキングは全体の44%が未利用だが、男性50代では月1回以上の利用が56%と比較的高い（資料4-10）。
- 株取引アプリは全体の71%が未利用で男女差が大きく、家計簿・資産管理アプリも76%が未利用（資料4-11、資料4-12）。
- お金や資産形成の情報入手手段は40%が「入手しない」で、利用手段では「インターネット検索」が25%と最多（資料4-15）。

資料4-10 スマートフォンでのネットバンキング、ネットでの銀行サービス利用頻度（単一回答）

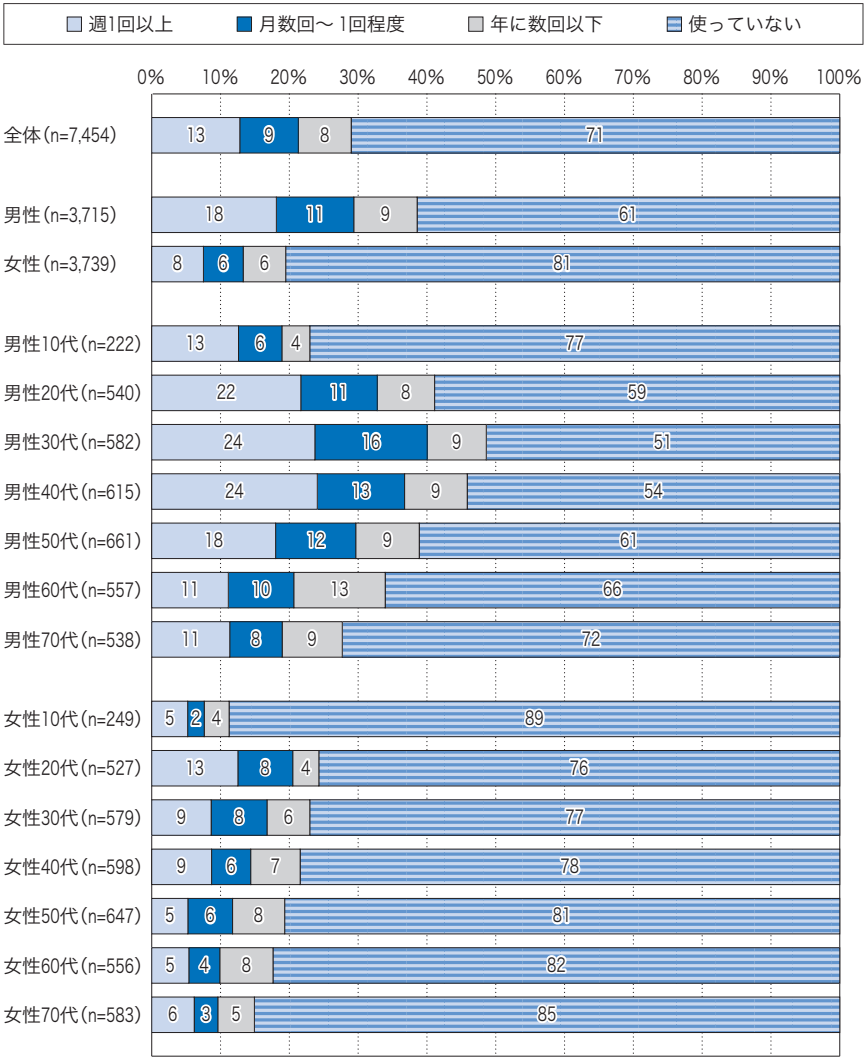
- ネットバンキングは全体の44％が未利用で、女性（51％）の方が男性（36％）よりも未利用の割合が高い。
- 男性50代では月1回以上の利用が56％と比較的高い。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-11 スマートフォンでの株取引アプリ利用、ネットで株式・投資商品の取引頻度（単一回答）

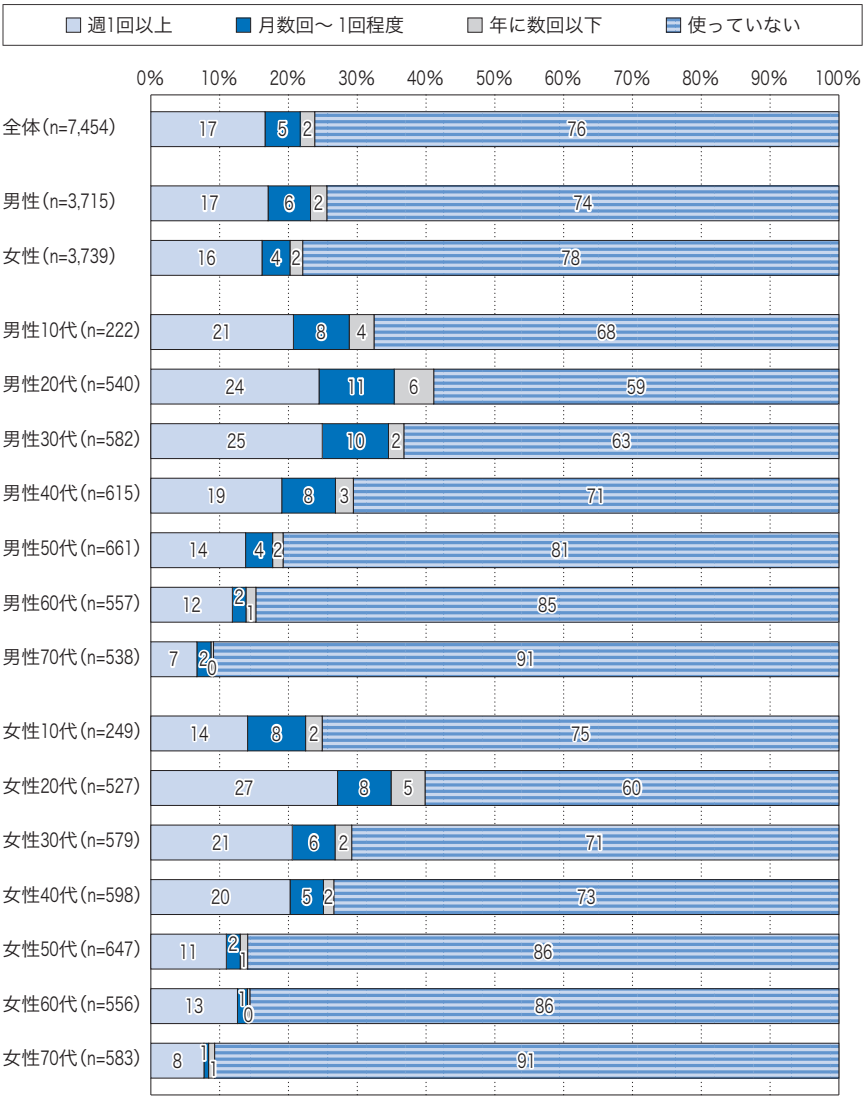
- 株取引アプリは全体の71％が未利用。
- 男性30～40代では週1回以上が24％と利用が高い一方、女性は81％が未利用と男女差が大きい。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-12 スマートフォンでの家計簿・資産管理アプリ利用頻度（単一回答）

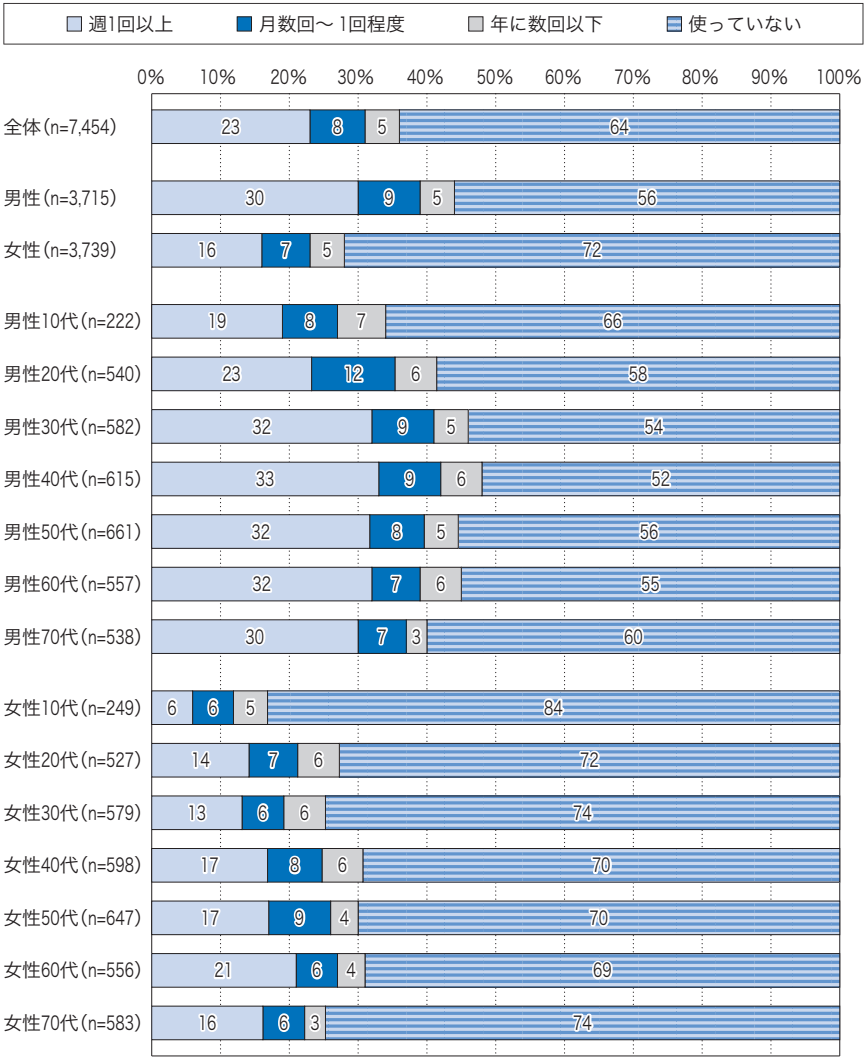
- 家計簿・資産管理アプリは全体の76%が未利用だが、週1回以上の利用者も17%存在する。
- 男女とも20代は約4割が利用しており、相対的に利用率が高い。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-13 スマートフォンでのお金や金融・経済に関するニュースサイト・アプリ利用頻度（単一回答）

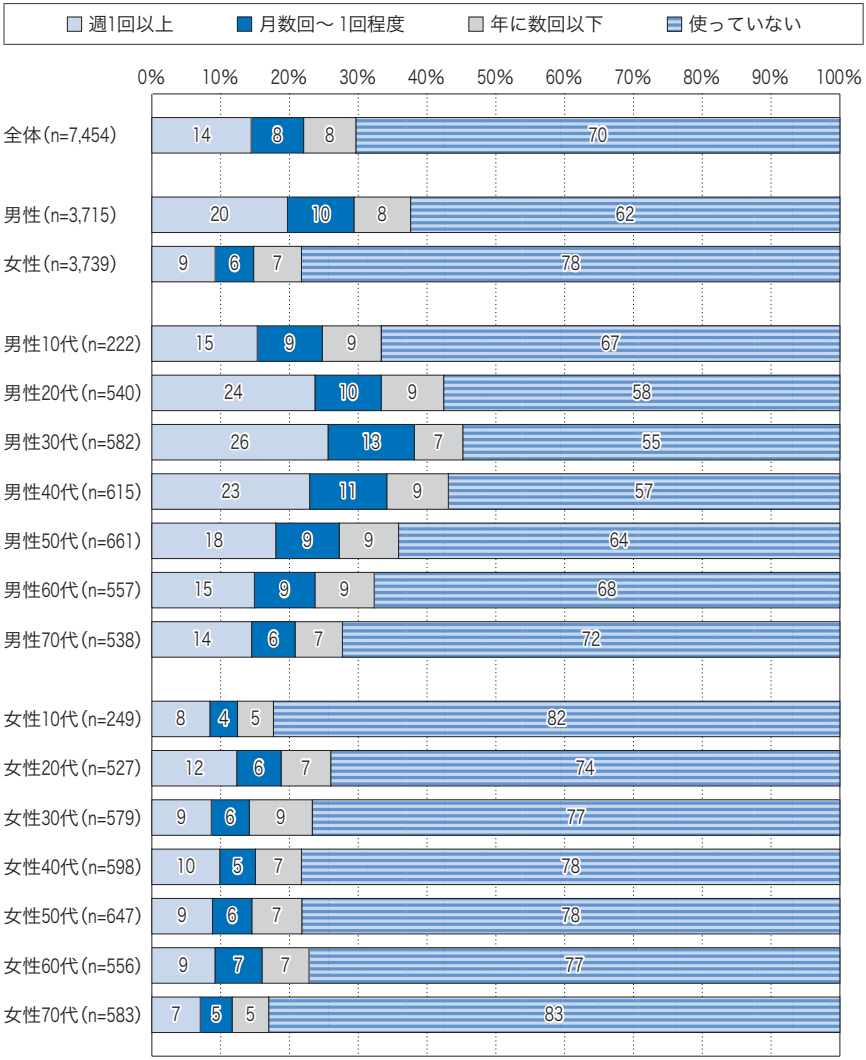
- 金融・経済ニュースアプリは全体の23%が週1回以上利用し、男性は30%と女性（16%）の約2倍。
- 男性40代では33%が週1回以上利用している。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-14 スマートフォンでのお金や金融・経済に関する動画の視聴頻度（単一回答）

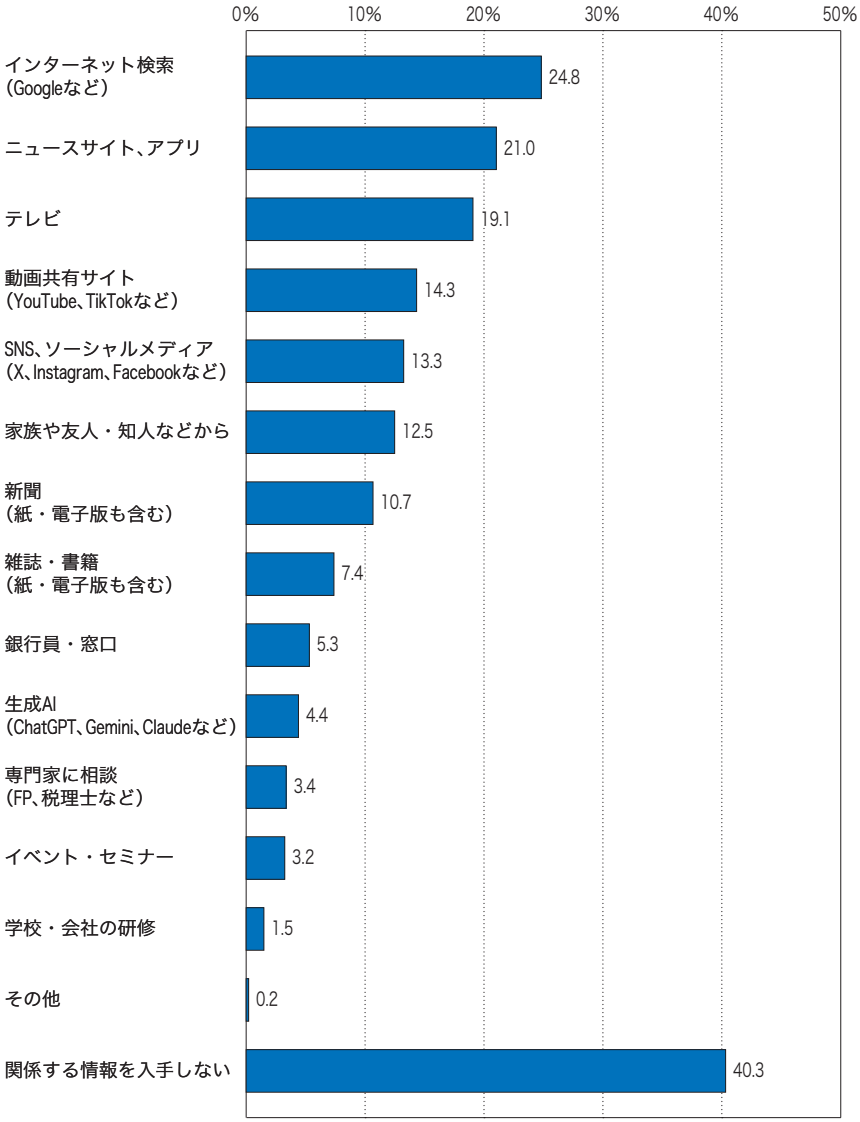
●金融・経済動画は全体の70%が視聴していない。
●男性は20%が週1回以上と、女性（9%）の約2倍で、男性30代が26%と最も高い。



注：スマートフォン所有者が回答。
出典：2026年お金とICT調査

資料4-15 お金や資産形成の情報入手手段（複数回答）

●何らかの方法で情報を入手している人が約6割。
●利用する手段では「インターネット検索」が25%、「ニュースサイト・アプリ」が21%と続く。



出典：2026年お金とICT調査

第3節

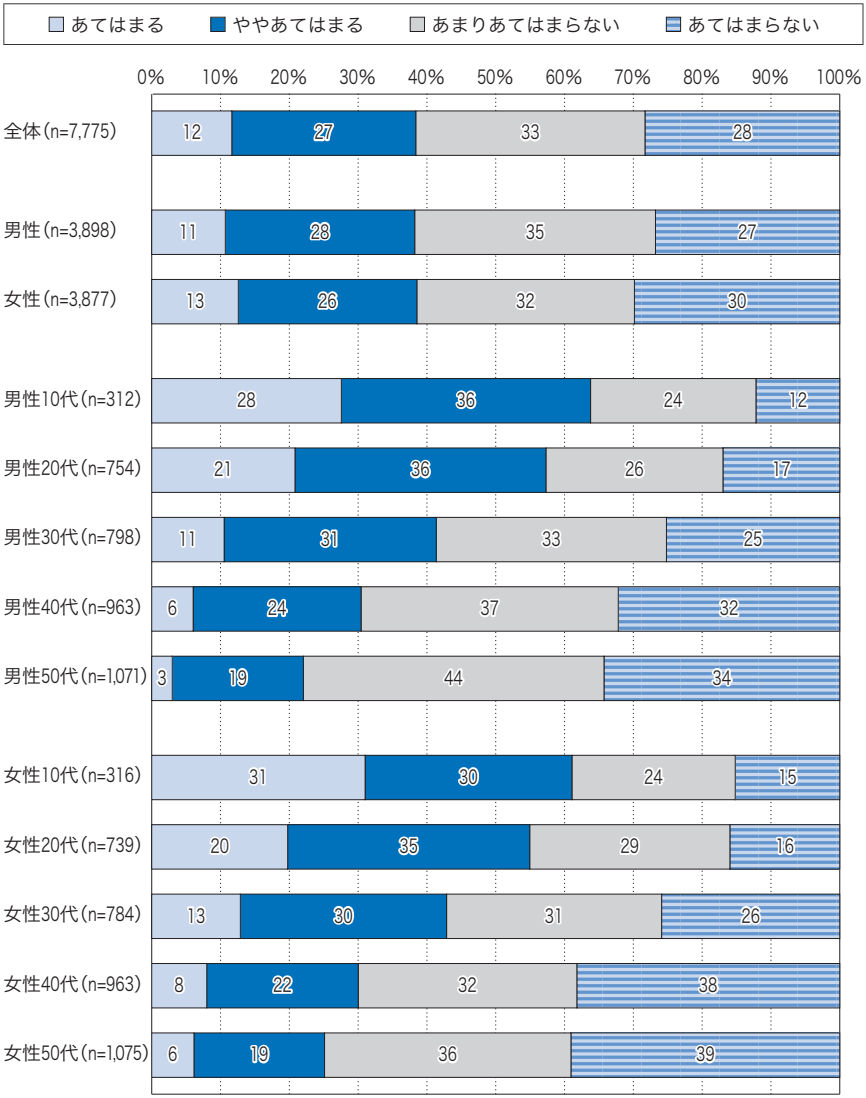
趣味・娯楽とICT利用

ポイント

- 趣味の情報収集でSNS・動画サイトを活用する人は57%と過半数で、情報源は「YouTube」が53%で最多（資料4-17、資料4-22）。
- 趣味のコミュニティには77%が不参加で個人で楽しむ層が大多数だが、趣味を始めたきっかけは「インターネットで見て」が33%と最多（資料4-20、資料4-21）。

資料4-16 スマートフォンを通じて、共通の趣味や関心を持つ仲間が見つかった（単一回答）

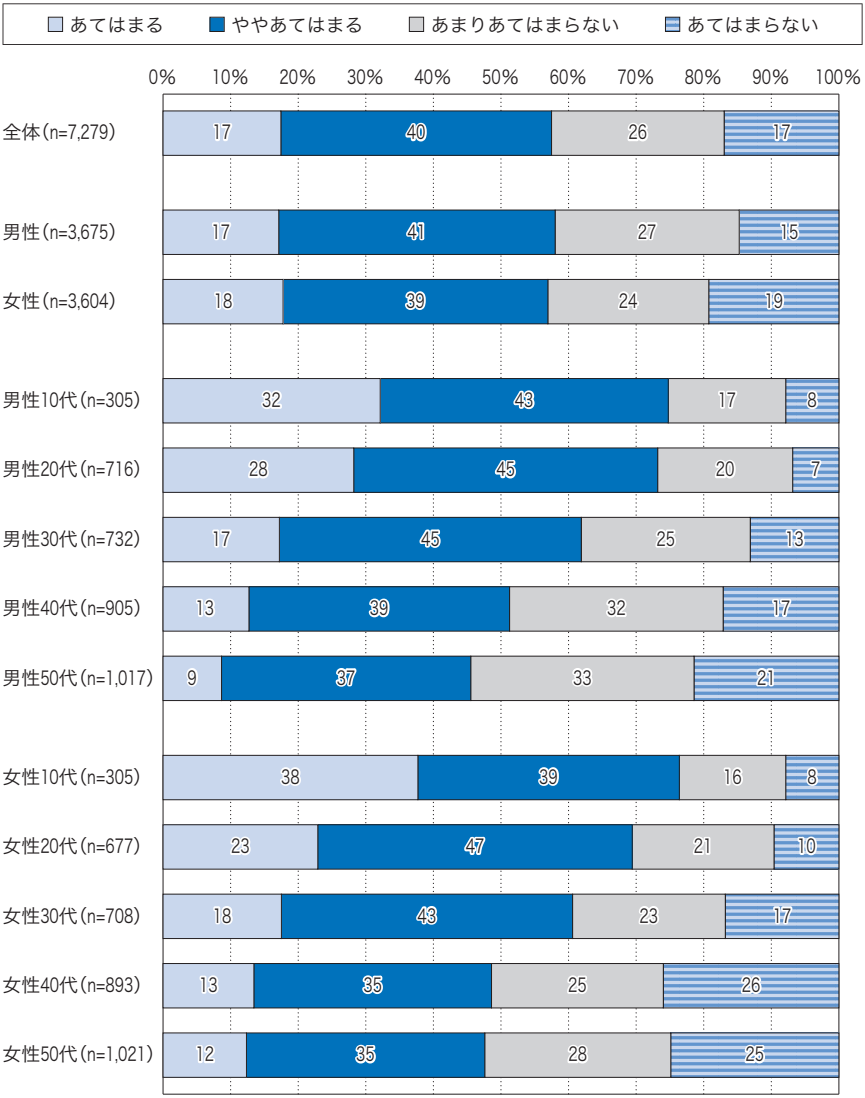
●「あてはまる」「ややあてはまる」の合計は全体で約4割。
●10代では6割強が肯定的だが、50代では2割強にとどまり、年代差が顕著。



注：スマートフォン利用者が回答。
出典：2026年趣味・娯楽とICT調査

資料4-17 趣味の情報をSNSや動画サイトで収集するようになった（単一回答）

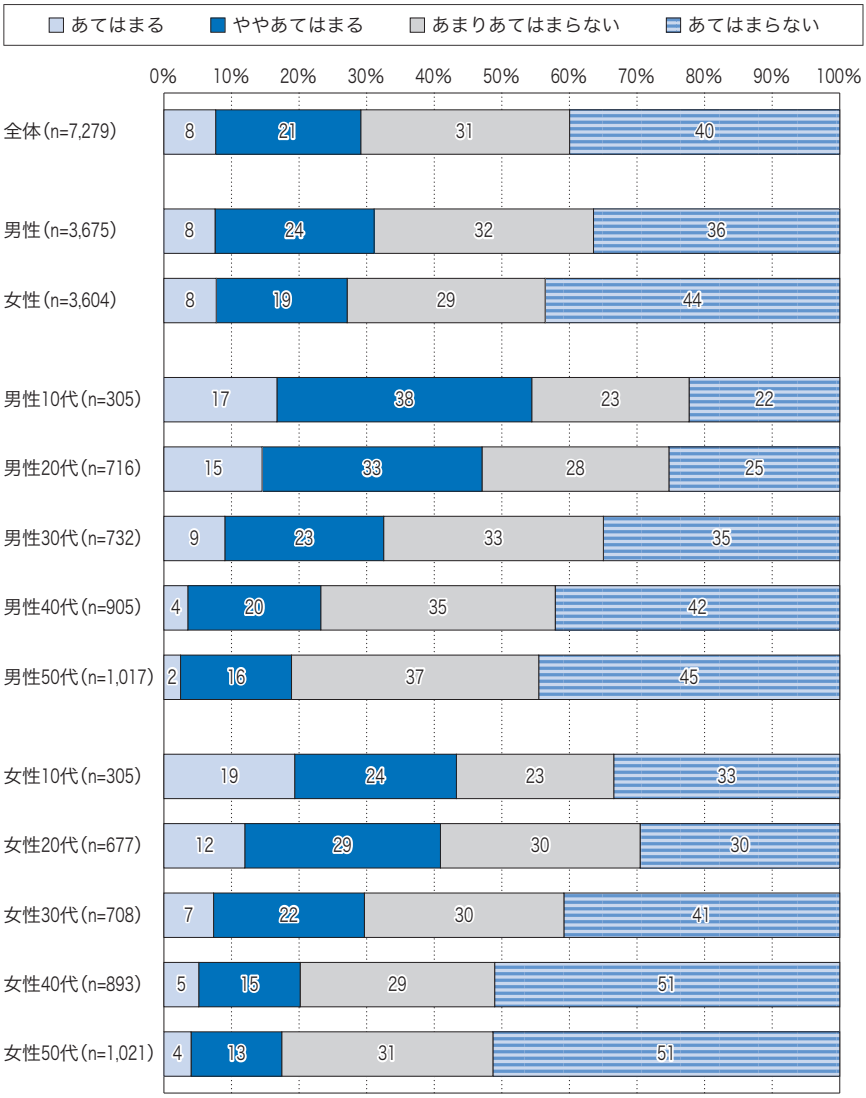
●「あてはまる」「ややあてはまる」の合計は全体で約6割。
●10代は75%程度が肯定的だが、50代でも約半数が該当し、幅広い世代で浸透。



注：「趣味がある」と回答した人が回答。
出典：2026年趣味・娯楽とICT調査

資料4-18 趣味によってオンラインでのやり取りや発信が増えた(単一回答)

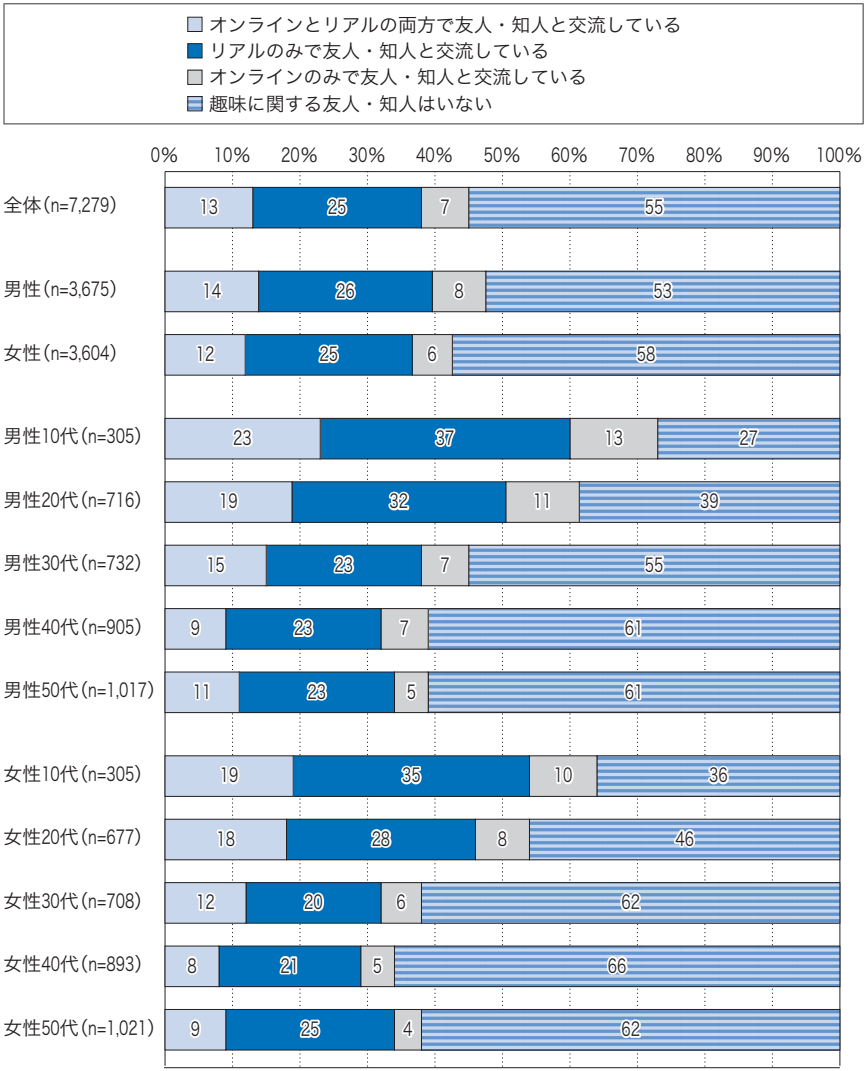
- 趣味でのオンライン発信は全体の29%が肯定的で、40%が「あてはまらない」。
- 10代は43～54%が肯定的だが、50代では17～19%と年代による差が大きい。



注：「趣味がある」と回答した人が回答。
出典：2026年趣味・娯楽とICT調査

資料4-19 「趣味について連絡を取り合ったり、一緒に活動したりする友人・知人」との交流状況（単一回答）

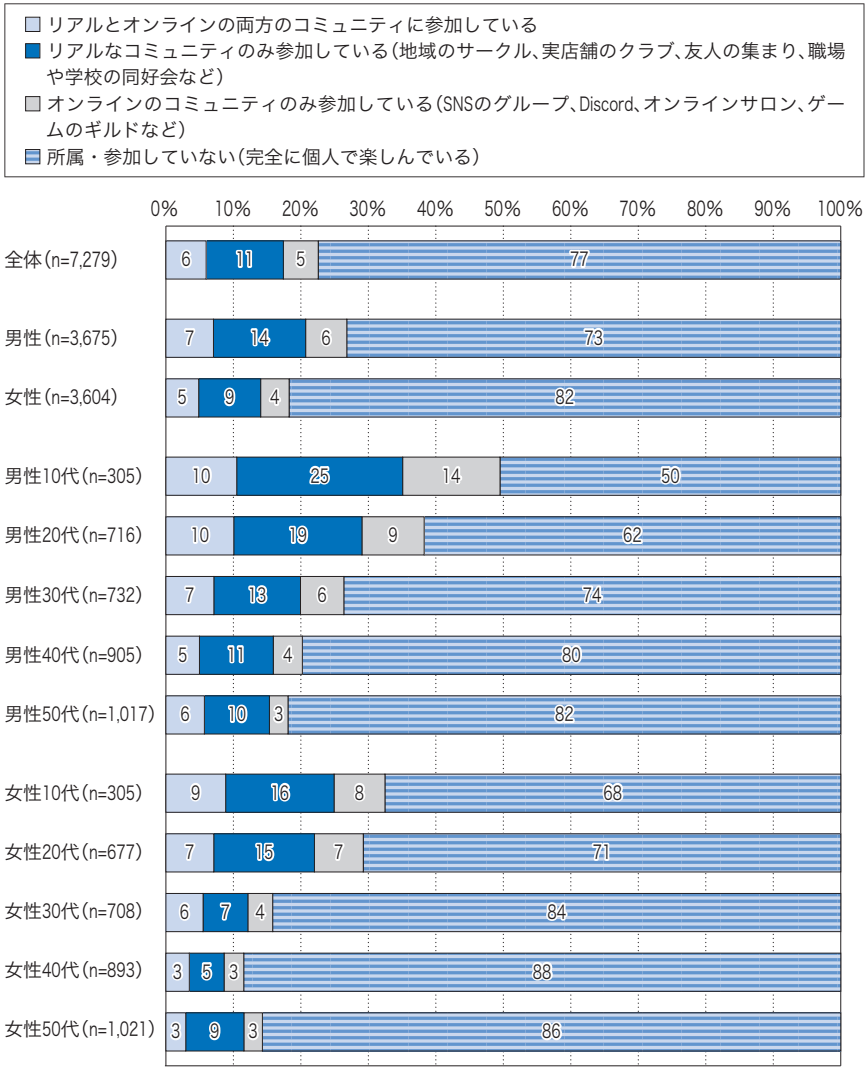
●全体の55%が「趣味に関する友人・知人はいない」と回答。
●「オンラインとリアルの両方で交流」は13%で、10代が19～23%と最も高い。



注1：「趣味がある」と回答した人が回答。
注2：最も熱中している趣味について回答。
出典：2026年趣味・娯楽とICT調査

資料4-20 趣味でのコミュニティやグループ、団体などへの所属・参加状況（単一回答）

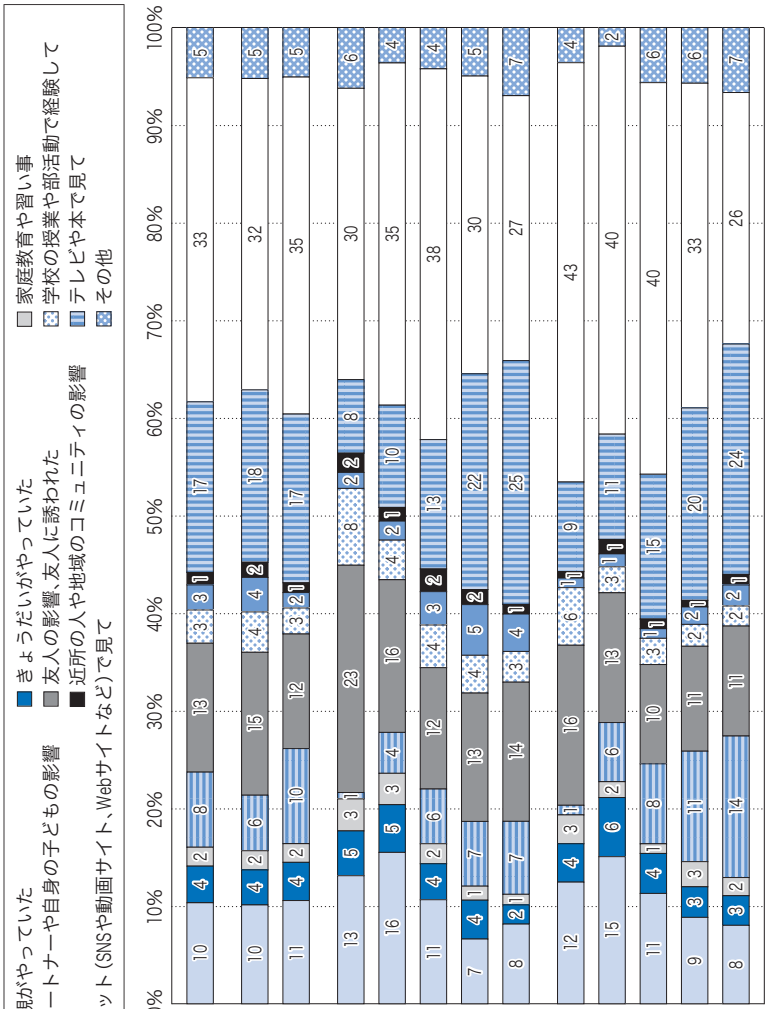
●全体の77%がコミュニティに不参加で、個人で楽しむ層が大多数。
●男性10代は約半数が参加しており、リアルのみ参加が25%と最多。



注1：「趣味がある」と回答した人が回答。
注2：最も熱中している趣味について回答。
出典：2026年趣味・娯楽とICT調査

資料4-21 趣味を始めたきっかけ（単一回答）

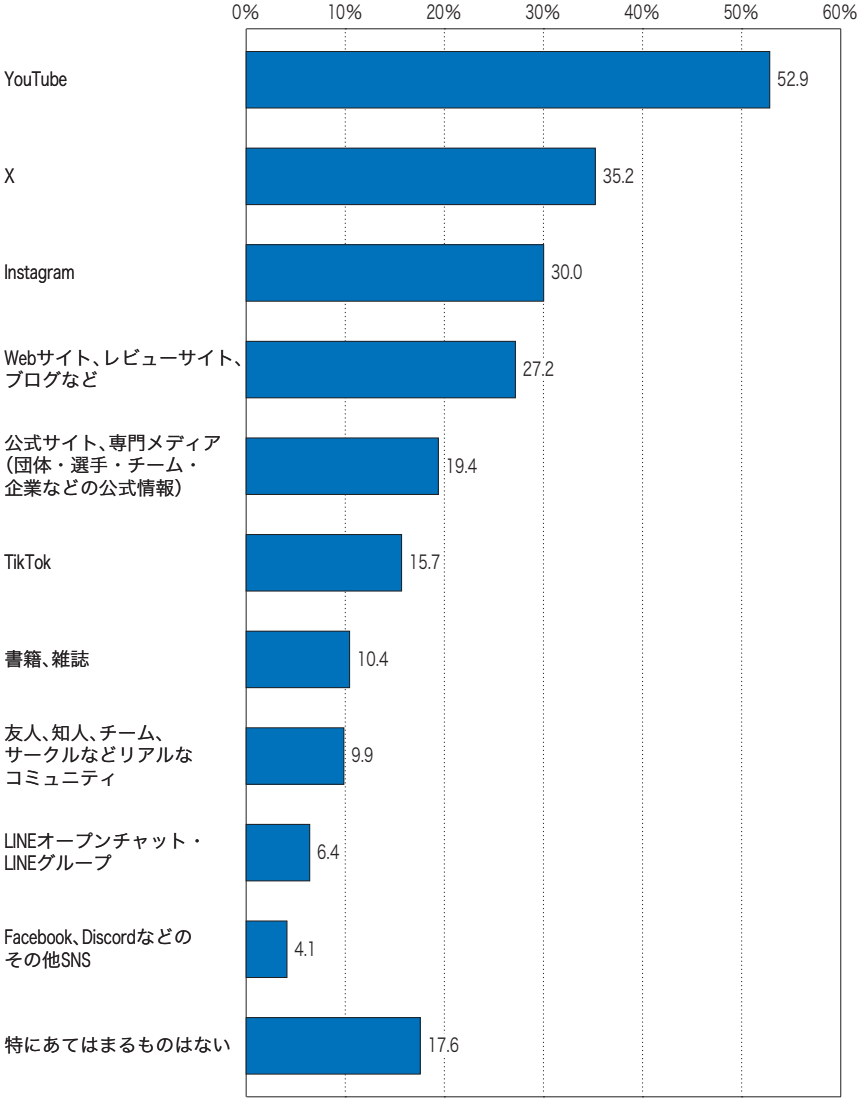
- 趣味を始めたきっかけは「インターネットで見て」が33%で最多、次いで「テレビや本で見て」17%。
- 女性10代は「インターネットで見て」が43%と特に高い。



注1：「趣味がある」と回答した人が回答。
注2：最も熱中している趣味について回答。
出典：2026年趣味・娯楽とICT調査

資料4-22 趣味に関して普段主に利用している情報源（複数回答）

●趣味の情報源は「YouTube」が53%で最多、次いで「X」35%、「Instagram」30%とSNS・動画系が上位を占める。



注1：趣味があると回答した人が回答。
注2：最も熱中している趣味について回答。
出典：2026年趣味・娯楽とICT調査