2025～2026年のモバイルICT社会トレンド総括

1. はじめに――モバイルICTを取り巻く環境変化

前回の発刊から約2年が経過し、モバイルICTを取り巻く環境は引き続き大きな変化を遂げている。情報通信分野においては、通信インフラの高度化やデジタルサービスの浸透が進むとともに、ICTが社会や産業活動を支える基盤としての存在感を一層強めている。

前回(2024年版)は、IOWN構想や6Gといった次世代通信基盤の動向、生成AIの登場とその可能性、フィンテックの普及、サイバーセキュリティの課題などを中心に、モバイルICTを取り巻くトレンドを整理した。この2年間で、これらのトレンドはさらに進展している。特に生成AIについては、登場時の注目や期待の段階から、業務や日常生活における実用的なツールとして定着する段階へと移行しており、ICT環境全体の前提条件が大きく変化している。

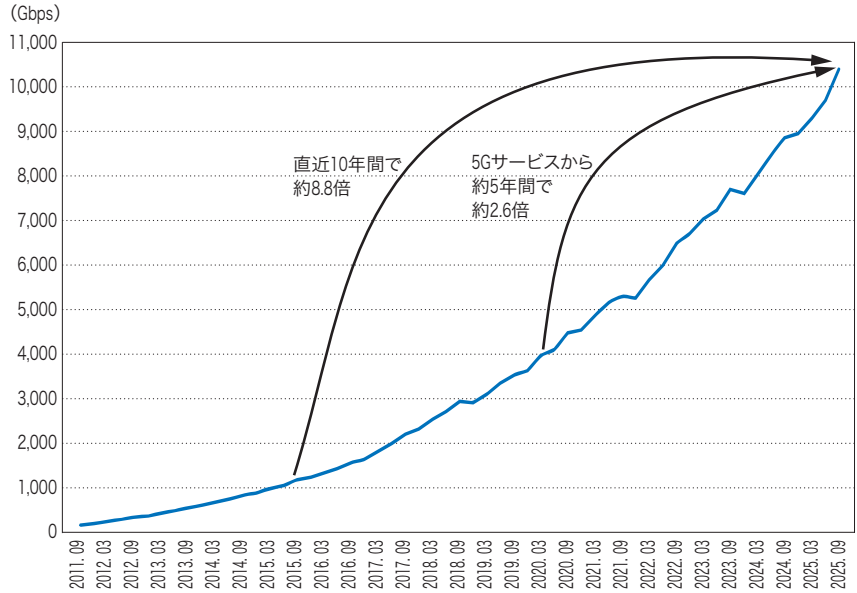
まず、通信分野では5Gの普及が進展し、高速・大容量通信が日常的に利用される環境が整備されつつある。5Gの人口カバー率はすでに98%を超え、通信基盤は全国的に整備された状況にある[1]。

こうした通信基盤の整備を背景に、国内の移動通信トラヒックは増加を続けている。総務省の公表資料[2]によれば、2025年9月時点の月間平均トラヒックは、5Gサービスの開始(2020年3月)から約5年間で約2.6倍、過去10年間では約8.8倍に達しており、加速度的な増加傾向が続いている(**図表1**)。動画配信やクラウドサービスの利用拡大に加え、近年では生成AIの活用なども広がり、大容量通信は特別なものではなく生活の前提として定着しつつある。

こうした変化の背景には、コロナ禍以降に拡大したリモートワークが、その後も一定程度定着していること[3]やオンラインサービスの利用が広がっていることがあげられる。通信環境やデジタルサービスが生活の前提となる中で、ICTはより一層日常生活に欠かせない存在となっている[4]。

加えて、近年のモバイルICT環境における大きな特徴として、生成AIの爆発

図表1●国内移動通信トラヒック（月間平均）の推移



出典：総務省「我が国の移動通信トラヒックの現状」をもとに作成

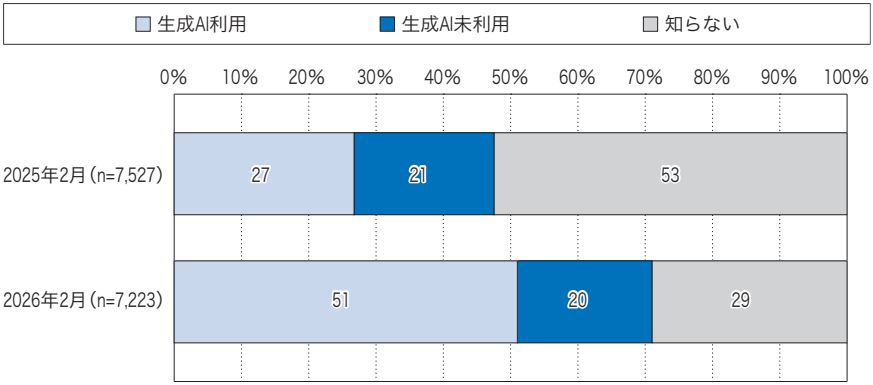
的な普及と社会的定着があげられる。生成AIは、情報検索・文章作成・要約・翻訳、さらにはコンテンツ生成など、多様な用途で利用されるようになり、個人および企業の双方において日常的なツールとして位置付けられつつある。

弊所の調査においても、生成AIの利用率はこの1年で大幅に増加しており、利用者は過半数に達している（**図表2**）。利用はプライベート・仕事の双方で進み、若年層にとどまらず幅広い年代に広がっている[5]。

こうした生成AIの普及に伴い、人々の情報取得や意思決定のあり方にも変化が見られるようになっている。従来は情報を能動的に探す行動が中心であったが、近年ではAIやレコメンド機能により提示される情報を前提に判断を行う場面が増加しており、情報との向き合い方そのものが変化しつつあるといえる。実際、弊所の調査では、検索結果に表示されるAI要約だけで満足し、リンク先を開かない「ゼロクリック検索」を行う人が生成AI利用者の約6割に上っており[6]、情報を「探す」行動そのものが変容し始めている。

一方で、生成AIの普及に伴い新たな課題も顕在化している。誤情報やフェイ

図表2●生成AI利用率の推移



出典：2025～2026年生成AI利用意識・行動調査

クコンテンツの生成・拡散が容易となり、情報の信頼性に関するリスクが高まっている。さらに、パーソナライズの進展に伴い、利便性とプライバシー保護のバランスに対する関心も高まっている。

このように、通信インフラの高度化と生成AIの普及が相まって、ICTは単なる技術的進展を超え、人々の行動や意思決定を支える前提条件として、生活や社会に定着する段階を迎えている。本稿では、こうした変化を踏まえ、直近2年間のモバイルICTをめぐるトレンドについて整理する。

2. 社会基盤として成熟する通信インフラ

通信分野では、5Gの普及により高速・大容量通信が日常的に利用される環境が整い、通信は生活や業務を支える社会基盤として定着している。さらに、5Gの機能を拡張する5G-Advancedの導入も進みつつあり、低遅延や高信頼といった通信品質の一層の向上が図られている。

こうした中、次世代の通信基盤に向けた取り組みも本格化している。6Gについては、2024年に策定された「Beyond 5G推進戦略2.0」[7]のもと、AI社会を支える次世代のデジタルインフラとして、国内外で研究開発が進められている。

なお、政府が掲げるBeyond 5Gは6Gのみを指すものではなく、オール光ネットワーク（APN）や非地上系ネットワーク（NTN）を含めた、次世代の通信基盤全体を指す概念である。6Gが目指すのは、単なる通信速度の向上ではなく、デ

ジタルと現実の空間をより高度に結びつける基盤の実現である。

このような次世代通信基盤の構想のもと、IOWN構想に代表されるように、ネットワーク基盤そのものの構造転換も進んでいる。IOWNは、電気信号を光信号に置き換えることで、超低遅延・大容量通信と消費電力の大幅な低減を同時に実現する構想であり、近年では実証や一部商用の取り組みも進められている。今後も段階的に光技術の適用範囲を拡大し、大幅な電力効率の改善を目指すロードマップが示されており、AI時代における持続可能なデジタルインフラとして期待されている[8]。

一方、通信エリアの拡張という観点では、衛星通信やHAPS(高高度プラットフォーム)[9]などの非地上系ネットワーク(NTN)への関心が高まっている。

このうち、低軌道衛星を活用した通信サービスについては、実証や試行的な導入を経て一部では実利用も始まっており、山間部や離島・海上など従来通信が届きにくかった地域への対応が進展している。また、HAPSについても国内外で実証実験が進められており、商用化に向けた取り組みが進みつつある。

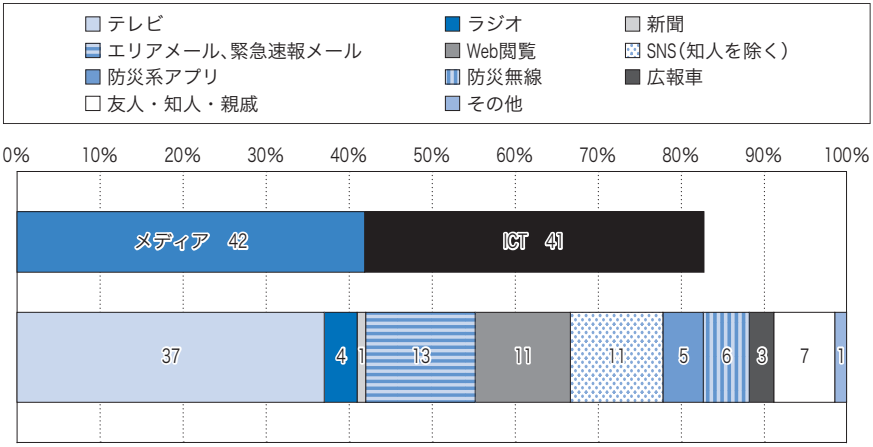
特に防災分野においては、地上インフラが被災した場合でも衛星やHAPSを通じた通信手段を確保できる点で、NTNの社会的意義は大きい[10]。弊所の調査においても、災害時に最も重視する情報取得手段としてICT関連をあげる人がテレビなどのメディアと同水準に達しており、通信インフラの重要性が一層高まっていることが確認されている[11](**図表3**)。

災害時の情報伝達や支援活動の継続を支える手段として、通信インフラの強靭化は今後さらに重要性を増すと考えられる。

このように、通信分野では「より速く、より大容量に」という進化が続く中で、「どこでも、途切れず、持続可能に」という方向への広がりも見せている。通信は、もはや単なる接続手段ではなく、AIやデータ活用を含む社会全体のデジタル基盤としての役割が一層大きくなっている。

こうした動きは国内に限ったものではなく、OECDをはじめとする国際的な政策議論においても、通信ネットワークは速度や容量といった性能指標だけでなく、災害や危機時にも社会機能を維持できるかというレジリエンスの観点からとらえる必要性が指摘されている[12]。

図表3●地震発生時に最も重視する情報取得手段



出典：2024年防災調査

3. AI・データ利活用の進展と社会実装

生成AIは、2022年末のChatGPT公開を契機に急速に社会へ浸透し、その進化は新たな段階を迎えている。当初はテキストの生成や要約が中心であったが、現在では画像、音声、動画など複数の形式を横断的に扱う「マルチモーダルAI」へと進化しており、コンテンツ生成を含めて活用の幅は大きく広がっている[13]。

こうした技術の高度化に伴い、生成AIの利用は個人の情報検索や文章作成にとどまらず、企業における業務効率化や意思決定の支援にも広がっている。総務省の報告[14]によれば、国内企業における生成AIの業務利用率は5割を超える水準に達している。グローバルの調査では企業のAI導入率（生成AIに限らない）が9割近くに達したとの報告[15]もあり、AIは実験的な技術から事業運営の基盤として組み込まれる段階に入りつつある。

さらに、2025年以降の大きなトレンドとして、「AIエージェント」の台頭があげられる。AIエージェントとは、ユーザーから与えられた指示に基づき、自律的に問題解決やタスク実行を行うソフトウェアである[16]。従来の生成AIがリクエストに応じて情報提供や簡単なタスクを完了するのに対し、AIエージェントは複雑な複数ステップのアクションを実行し、学習・適応しながら独立して意思決定できる点に特徴がある。

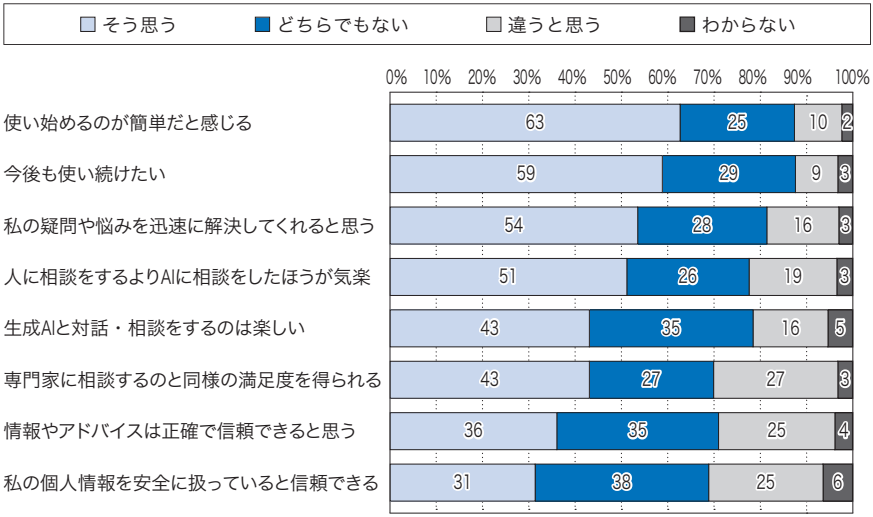
グローバルの調査では、6割以上の企業がAIエージェントの実験に着手しているとされており[15]、国内においても企業の業務への活用が始まりつつある。AIの活用は「質問に答える」段階から「業務を代行する」段階へと移行しつつあり、人が担ってきた判断や意思決定の一部をAIに委ねる場面も生まれ始めている。

一方で、AI活用の広がりは、企業にとどまらず個人の日常生活にも及んでいる。弊所の調査では、生成AIとの対話・相談について「疑問や悩みを迅速に解決してくれると思う」「人に相談するより気楽」と感じる利用者が半数を超えており[17]、情報検索や文章作成にとどまらず、日常の悩みや判断をAIに相談するという新たな利用スタイルが広がりつつある(**図表4**)。

AIの高度化は、データ活用のあり方にも変化をもたらしている。AIとデータの組み合わせにより、個人の嗜好や行動パターンに基づいたサービスのパーソナライズが進展しており、利便性の向上とともに情報の偏りやプライバシーへの配慮といった新たな課題も生じている。

このように、AI・データ活用の領域では技術の高度化と社会実装が並行して進展している。一方で、AIにどこまで判断や行動を委ねるのかという点は、今後、社会や企業にとって重要な論点となっていく。

図表4●生成AIとの対話・相談に対する意識



出典：2025年情報機器に関する予備調査

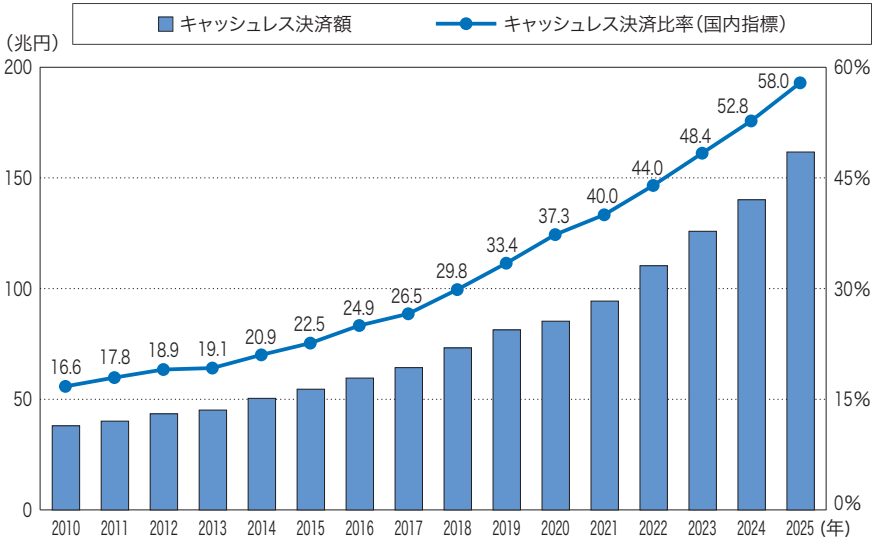
4. デジタルサービスと生活・行動の変化

AIやデータ活用の進展に伴い、デジタルサービスは高度化を続けている。しかし、その変化は技術やサービスの側だけにとどまらない。注目すべきは、利用者である生活者の側に起きている行動や意思決定の変化である。本項では、金融・メディア・ECといった身近な領域を通じて、生活者の行動がどのように変わりつつあるかを整理する。

金融分野では、キャッシュレス決済の普及が進み、経済産業省の調査[18]によれば国内のキャッシュレス決済比率は年々上昇を続けている(**図表5**)。弊所の調査においても、スマートフォンでのキャッシュレス決済を週1回以上利用する人は約6割に達しており[19]、日常的な金融行動のデジタル化が幅広い年代で進行している。

こうした環境の中で、ポイント還元率やアプリの提案に基づいて決済手段や購入先を選ぶ行動が広がっており、金融に関する日常的な判断の一部が、サービス側の設計に沿う形で行われるようになりつつある。こうした変化は、決済をはじめとする金融サービスの利用をより手軽なものにする一方で、生活者の意思決定とサービスの提案との関係がより密接になっていることを示している。

図表5●キャッシュレス決済額および比率の推移



出典：経済産業省「2025年のキャッシュレス決済比率を算出しました」をもとに作図

メディア分野においても、情報接触のあり方が変化している。弊所の調査[20]によれば、SNSの利用目的はサービスごとに分かれており、Xはニュースや話題の収集、Instagramは有名人や知人の動向把握、TikTokは暇つぶしといった使い分けが定着している。いずれもプラットフォーム側のアルゴリズムやレコメンドによって表示されるコンテンツが利用体験の中心を占めており、利用者が接する情報はサービス側から提示される比重が高まっている。また、弊所の調査[21]では、日々の情報入手手段は年代によって大きく異なり、若年層はSNSを、シニア層はテレビ番組を主な情報源としていることが確認されている(**図表6**)。同じ社会に暮らしていても、触れている情報の前提が異なる状況が生まれつつある。

ECの分野では、利用履歴や嗜好に基づく商品推薦が一般化しており、利用者にとっての利便性は向上している。一方で、レコメンドの精度が高まるほど、提示されない商品や選択肢の存在が見えにくくなるという側面もある。利用者は多くの選択肢の中から自ら選んでいるように感じていても、実際にはサービス側が設計した選択肢の中で判断している可能性がある。

このように、金融・メディア・ECといった身近な領域において、共通する変化が見られる。それは、情報やサービスを「探す」行動から、「提示され、委ねる」行動への転換である。

デジタルサービスの高度化は、生活者に利便性をもたらすと同時に、意思決定のあり方そのものを変えつつある。こうした変化は、次項で述べるリスクや課題とも密接に関係している。

5. ICTの高度化に伴うリスクと課題

前項まで見てきたように、通信インフラの整備、AIの社会実装、デジタルサービスの高度化は、生活者に大きな利便性をもたらしている。しかしその一方で、ICTの高度化に伴うリスクもまた変質し、複雑さを増している。本項では、サイバーセキュリティ・AI倫理・プライバシー・情報流通リスクの4つの観点から、現在顕在化しつつある課題を整理する。

注目すべきは、近年のリスクが単に件数の増加といった量的変化にとどまらず、攻撃手法や影響範囲の拡大、責任構造の複雑化といった質的変化を伴って

図表6●日々の情報入手手段（年代別・上位5位）

□ ICT　▨ メディア　▨ 対人

（%）

	10代（n=403）		20代（n=974）		30代（n=1,000）		40代（n=1,221）	
1位	YouTube・TikTok	97	YouTube・TikTok	95	YouTube・TikTok	91	Webサイト閲覧	89
2位	家族や知人と非対面	91	家族や知人と非対面	89	家族や知人と非対面	89	家族や知人と非対面	88
3位	家族や知人と対面	89	X・Instagram・Facebook	87	Webサイト閲覧	88	テレビ番組	85
4位	X・Instagram・Facebook	86	Webサイト閲覧	84	テレビ番組	80	YouTube・TikTok	79
5位	Webサイト閲覧	83	家族や知人と対面	81	家族や知人と対面	78	家族や知人と対面	79

	50代（n=1,380）		60代（n=1,154）		70代（n=1,227）		全年代（n=7,359）	
1位	家族や知人と非対面	90	家族や知人と非対面	92	テレビ番組	95	家族や知人と非対面	90
2位	Webサイト閲覧	90	テレビ番組	92	家族や知人と非対面	92	Webサイト閲覧	86
3位	テレビ番組	88	Webサイト閲覧	87	家族や知人と対面	86	テレビ番組	86
4位	家族や知人と対面	79	家族や知人と対面	83	Webサイト閲覧	76	家族や知人と対面	81
5位	YouTube・TikTok	79	YouTube・TikTok	72	新聞	62	YouTube・TikTok	79

出典：2026年情報への向き合い方調査

いる点である。

サイバーセキュリティの分野では、攻撃の高度化と巧妙化が進んでいる。IPA(情報処理推進機構)が発表した「情報セキュリティ10大脅威 2026」[22]では、「AIの利用をめぐるサイバーリスク」が初めて選出され、組織部門の3位に位置付けられた(**図表7**)。生成AIを悪用したなりすましやフィッシング、ディープフェイクによる詐欺といった攻撃手法の高度化に加え、業務でのAI利用時における意図しない情報漏えいや、AI出力を無批判に受け入れることによるリスクなど、多面的な課題が顕在化していることを背景に、初めて選出されたものと考えられる。

攻撃の対象は企業や組織に限られず、スマートフォン決済やSNSアカウントといった個人利用のサービスにも及んでおり[23]、リスクは生活者の身近な領域へと広がっている。

図表7●情報セキュリティ10大脅威 2026(組織)

順位	脅威	初選出年
1	ランサム攻撃による被害	2016年
2	サプライチェーンや委託先を狙った攻撃	2019年
3	**AIの利用をめぐるサイバーリスク**	**2026年(初選出)**
4	システムの脆弱性を悪用した攻撃	2016年
5	機密情報を狙った標的型攻撃	2016年
6	地政学的リスクに起因するサイバー攻撃(情報戦を含む)	2025年
7	内部不正による情報漏えい等	2016年
8	リモートワーク等の環境や仕組みを狙った攻撃	2021年
9	DDoS攻撃(分散型サービス妨害攻撃)	2016年
10	ビジネスメール詐欺	2018年

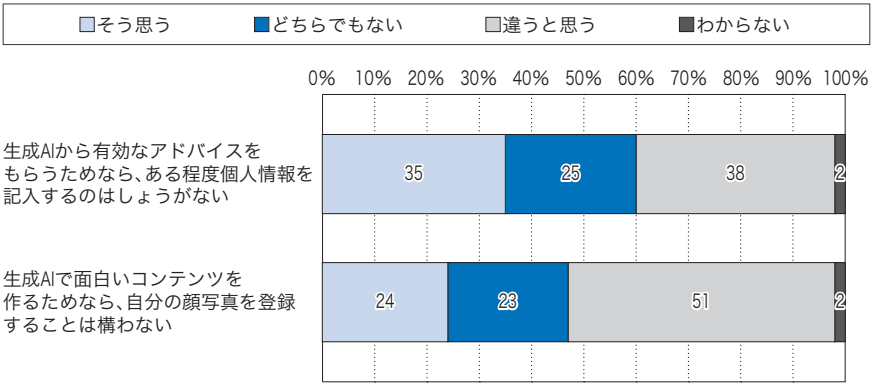
出典:IPA(情報処理推進機構)「情報セキュリティ10大脅威 2026」をもとに作図

AI倫理に関しても、技術の急速な普及に伴い課題が顕在化している。生成AIが出力する情報には、学習データに起因するバイアスやハルシネーション(事実に基づかない情報をもっともらしく生成する現象)が含まれるリスクがあり、その出力を無批判に受け入れることの危うさが指摘されている。また、著作権や知的財産をめぐっては、AIが学習に利用したデータと生成物の関係について

法的な整理が進められており、文化庁では「AIと著作権に関する考え方」[24]を公表し、その後もガイダンス整備や継続的な検討を進めるなど、制度面での対応が本格化している。AIの生成結果や判断支援が社会や個人に影響を及ぼすようになる中、その責任の所在をどのように整理していくかは引き続き重要な論点である。

プライバシーに関しては、前項までで述べたパーソナライズの進展と表裏一体の課題がある。弊所の調査[25]では、生成AIから有効な回答を得るために個人情報を入力することについて、肯定する人が35%、否定する人が38%と意見が拮抗しており、利便性とリスクの間で利用者の判断も一様でない(**図表8**)。

図表8●生成AIへの個人情報や顔写真の登録に対する意識



出典：2026年あんしんなモバイル利用調査

また、サービスの最適化に必要な個人データの収集・活用が拡大する一方で、利用者がどのようなデータをどの範囲で提供しているかを十分に認識できていないケースも多い。利便性とプライバシー保護のバランスをどのように確保するかは、サービス提供者と利用者の双方にとって重要な課題となっている。

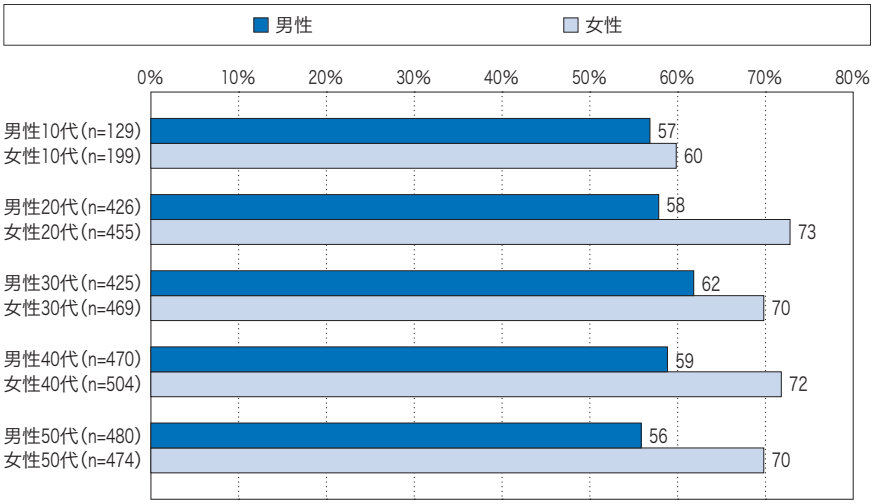
情報流通リスクについては、生成AIの普及に伴いその性質が大きく変化している。従来は人手による誤情報やデマが中心であったが、現在では生成AIを用いた高精度なフェイクコンテンツが容易に作成・拡散される状況にある。総務省においても、偽・誤情報への対策技術の開発・実証事業が進められているほか、2025年4月には「情報流通プラットフォーム対処法」が施行され、大規模プラッ

トフォーム事業者に対する制度的対応が始まっている[26]。

政府広報によれば、偽情報に気づかない人は85％にも上るとされており[27]、情報の真偽を見極めることの困難さは社会的な課題となっている。弊所の調査においても、SNSの「情報の多さ」により6～7割の利用者が疲れを感じているとの結果が得られており[28]、情報過多の中で判断の質を保つことの難しさが示唆されている（**図表9**）。

このように、ICTの高度化がもたらすリスクは、個別の被害にとどまらず、人々の判断や意思決定が行われる環境そのものを変質させつつある。技術の恩恵を享受しながら、こうしたリスクにどう向き合うかは、社会全体で考えていくべき課題である。

図表9●SNSによる情報疲労を感じる割合



注：利用意識を問う設問「SNSには情報があふれていて、ついていくのに疲れると感じる」に対する選択肢「そう思う」「まあそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」のうち、「そう思う」「まあそう思う」と回答した割合。

出典：2025年SNS利用者行動調査

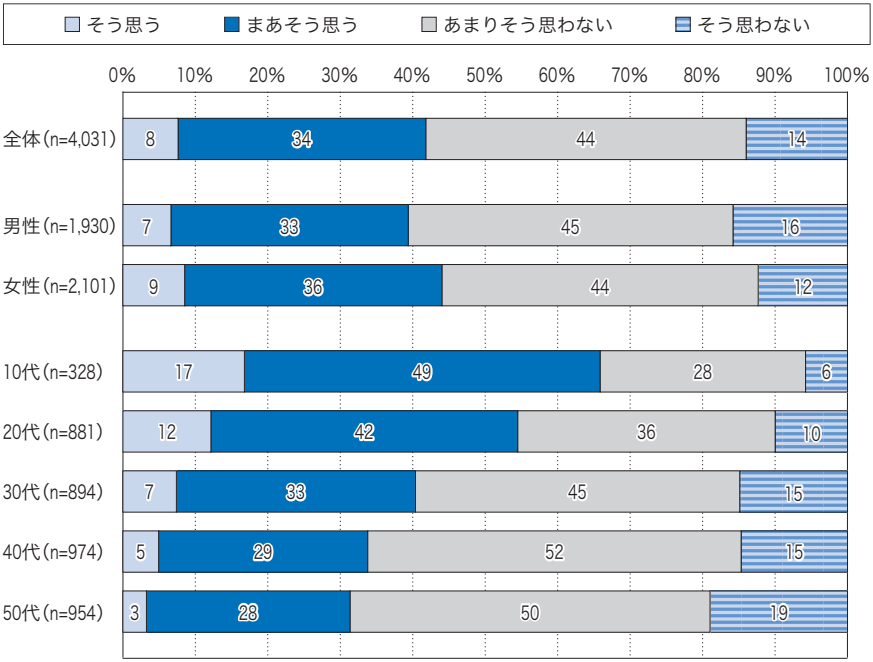
6. おわりに

通信、AI、データはもはや個別の技術領域ではなく、一体化したデジタル基盤として社会を支える段階に入っている。そしてその変化は人々の情報行動や意思決定のあり方にまで及んでいる。

AIの社会実装が進む中で、技術に委ねる領域と人間が担う判断の領域の境界をどのように設定するかは今後ますます重要な問題となっていく。その一方で、弊所の調査において10代の約7割が「SNSを使うと幸福感が増す」と回答しており[29]、利用者の関わり方次第でモバイルICTは生活を豊かにする力を持っている（**図表10**）。

こうした技術の進展は今後さらに続き、デジタルとフィジカルの融合もより身近なものとなっていくことが想定される。モバイルICTが生活の「前提」として定着した今、その変化がもたらす可能性とリスクの双方を見据えながら、社会としてどのように向き合っていくか、引き続き注視していきたい。

図表10●「SNSを利用すると幸福感が増すと思う」に対する回答



出典：2025年SNS利用者行動調査

注

1 総務省「5Gの整備状況」
https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban14_02000731.html

2 総務省「我が国の移動通信トラヒックの現状」
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/field/data/gt010602.pdf

3 本書第3章第1節 資料3-4「テレワーク実施状況[職業別]」

4 本書第1章第1節 資料1-3a「スマートフォン比率(2台目まで含む)[年次推移]」

5 本書第3章第3節 資料3-10「生成AI利用率の前年比較」

6 本書第3章第3節 資料3-15「ゼロクリック検索実施状況」

7 総務省「Beyond 5Gに向けた技術戦略の推進」
https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/B5G_sokushin/index.html
※「Beyond 5G推進戦略2.0」(令和6年8月策定)

8 NTT「IOWN | 機能と特性」
https://group.ntt/jp/group/iown/function/

9 総務省(2024)「令和6年版 情報通信白書」第II部第1章第2節 3(2)NTN(Non-Terrestrial Network:非地上系ネットワーク)
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r06/pdf/n2120000.pdf

10 総務省(2025)「令和7年版 情報通信白書」第II部第2章第3節 3(3)Beyond 5G
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/pdf/n2230000.pdf

11 NTTドコモ モバイル社会研究所
「地震発生時に最も重視する情報　メディア・ICT関連ともに4割強」(2026年3月30日)
https://www.moba-ken.jp/project/disaster/disaster20260330.html

12 OECD. (2025). "Enhancing the resilience of communication networks."
https://www.oecd.org/en/publications/enhancing-the-resilience-of-communication-networks_d6920477-en.html

13 総務省(2025)「令和7年版 情報通信白書」第I部第1章第2節 1(2)AI研究開発における最近の動向
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/pdf/n1120000.pdf

14 総務省(2025)「令和7年版 情報通信白書」第I部第1章第2節 2(2)企業におけるAI利用の現状
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/pdf/n1120000.pdf

15 McKinsey & Company. (2025). The state of AI in 2025: Agents, innovation, and transformation.
https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai

16 IPA(独立行政法人情報処理推進機構)「SDS技術コラム:AIエージェント」(2025年7月8日)
https://www.ipa.go.jp/digital/kaihatsu/sds-column/ai-agent.html

17 NTTドコモ モバイル社会研究所「生成AIへの対話・相談は『簡単』『迅速』『気楽』『使い続けたい』と思う人が半数超え」(2026年1月15日)
https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20260115.html

18 経済産業省「2025年のキャッシュレス決済比率を算出しました」(2026年3月31日)
https://www.meti.go.jp/press/2025/03/20260331006/20260331006.html

19 本書第4章第1節 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」

20 本書第2章第3節 資料2-12「SNSでの情報収集方法［利用SNS別］」

21 NTTドコモ モバイル社会研究所「年代による差が大きい　日々の情報入手手段」（2026年4月23日）
https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20260423.html

22 IPA（独立行政法人情報処理推進機構）「情報セキュリティ10大脅威 2026」（2026年1月29日）
https://www.ipa.go.jp/security/10threats/10threats2026.html

23 IPA（独立行政法人情報処理推進機構）「インターネットサービスへの不正ログインによる被害が増加中」（2025年8月28日）
https://www.ipa.go.jp/security/anshin/attention/2025/mgdayori20250828.html
をもとに筆者整理

24 文化庁「AIと著作権に関する考え方について」（2024年3月15日）
https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/aiandcopyright.html

25 NTTドコモ モバイル社会研究所「生成AIへの個人情報入力、有効な回答のためなら3人に1人が肯定」（2026年5月21日）
https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20260521.html

26 総務省（2025）「令和7年版 情報通信白書」第Ⅰ部第2章第3節 2（1）情報流通プラットフォーム対処法の施行
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/pdf/n1230000.pdf

27 政府広報オンライン「偽・誤情報対策」（2025年12月8日）
https://www.gov-online.go.jp/article/202512/tv-6267.html

28 NTTドコモ モバイル社会研究所「SNSの『情報の多さ』により、利用頻度にかかわらず6～7割が疲れを実感」（2026年2月19日）
https://www.moba-ken.jp/project/service/20260219.html

29 NTTドコモ モバイル社会研究所「『SNSを使うと幸福感が増す』10代の約7割」（2025年10月9日）
https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20251009.html