



Digital Consumer Trends 2023

日本版

テクノロジー・メディア・通信インダストリー

目次 - Digital Consumer Trends 2023 日本版

トピック	ページ
デバイス	3
コネクティビティ	11
動画ストリーミングサービス	16
オンライン行動	21
生成AI	27
コストオブリビング	32

調査概要

「Digital Consumer Trends 2023」は、デロイトのテクノロジー・メディア・通信インダストリーが実施するデジタル消費者動向のグローバル調査である。2019年まで「モバイル利用動向調査」として実施していた調査を、デジタルチャネルを介した消費行動を対象を拡大し、2020年に刷新した。2023年はPCやスマートフォンによるオンラインアンケートを通じて、世界17ヶ国・地域、計27,150人を対象に調査を実施。日本では2023年8月から9月にかけて2,000人を対象に調査を行った。

※対象サンプルの年齢は18～75歳である

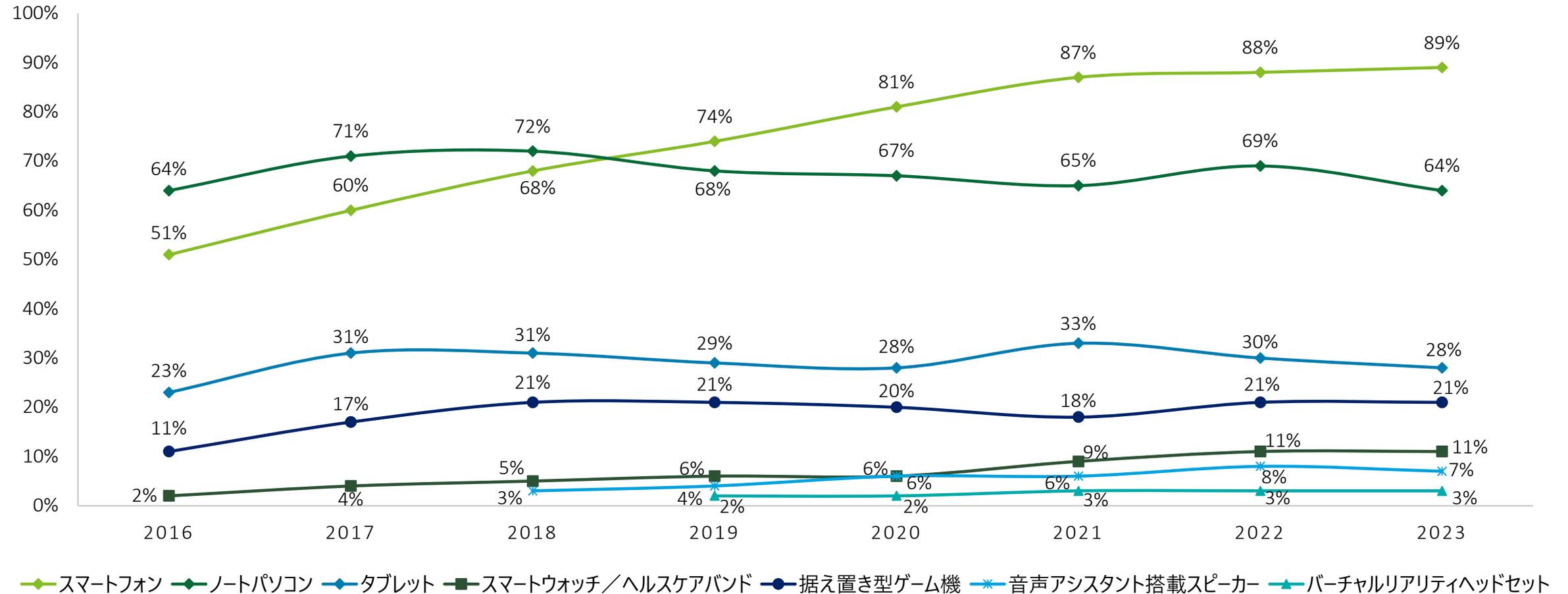
※本調査の数値は小数点第1位を四捨五入しているため、合計値が100%にならないことがある



デバイス

スマートフォン保有率は2021年付近から飽和状態となり、タブレット等のデジタルデバイスの保有率は数年来変わらず推移している

Q3.次に挙げるデバイスのうち、あなたが所有しているもの、または使うことができるものはどれですか。
該当するものをすべて選んでください



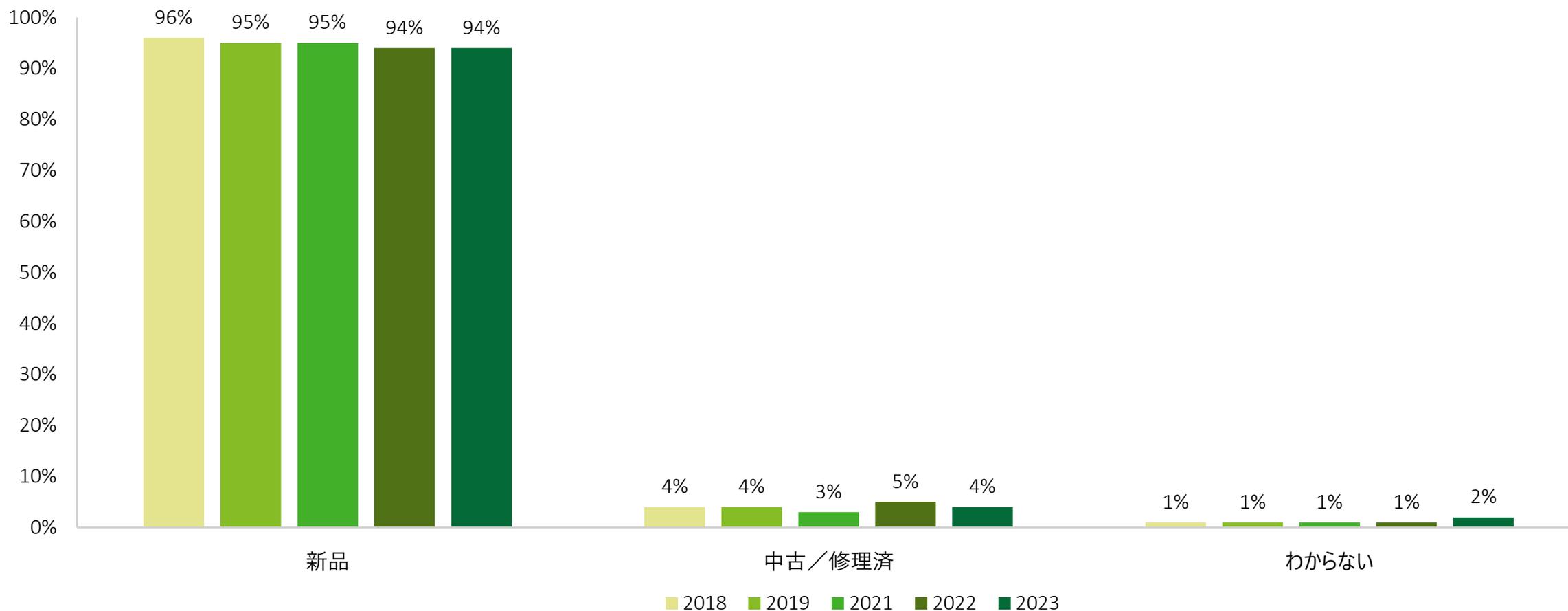
N=日本 2016 (2,000)、2017 (2,003)、2018 (2,000)、2019 (2,001)、2020 (2,000)、2021 (2,000)、2022 (2,000)、2023 (2,000)

注：18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2016~2023

スマートフォンの多くは新品で購入されるが、中古/修理済み端末の利用も一定割合ある

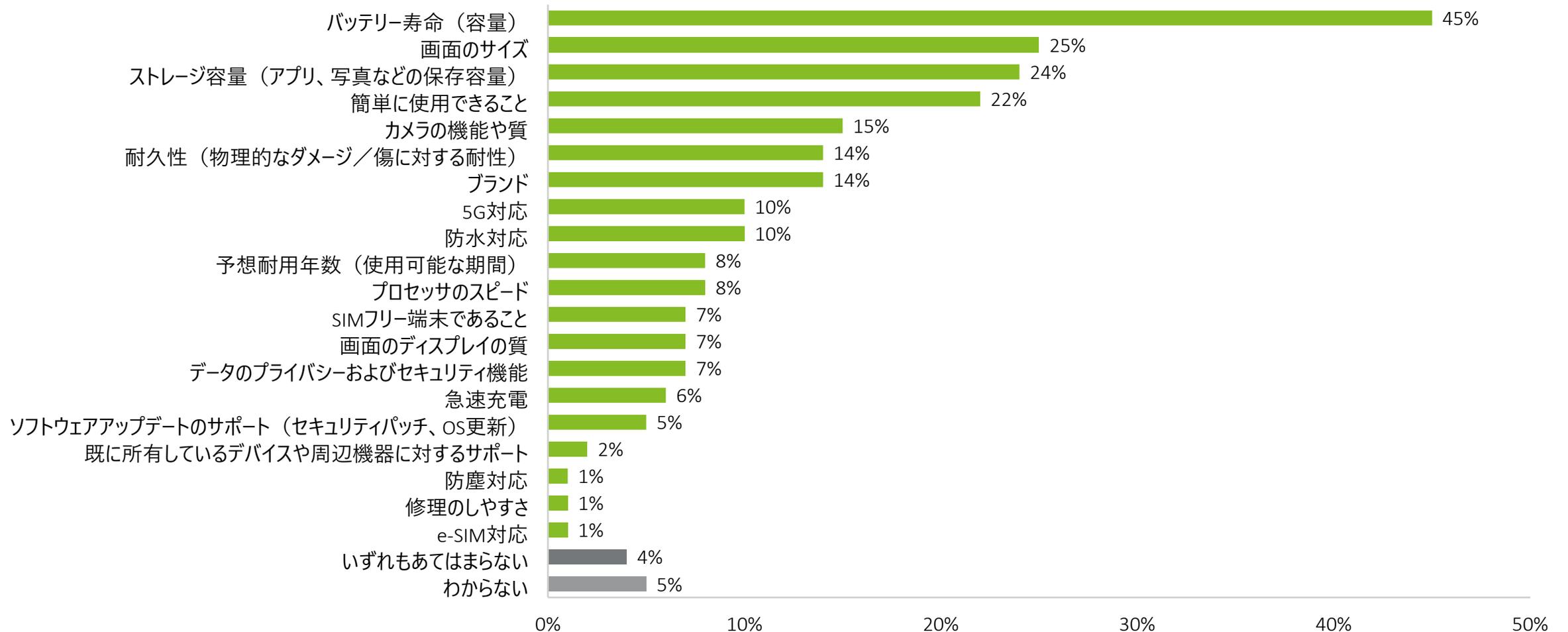
Q18. 現在お使いの携帯電話（スマートフォン含む）を入手した時、その端末は新品でしたか、それとも中古でしたか。
回答を1つだけ選んでください



N = 2018年 (1,700)、2019 (1,773)、2021 (1,844)、2022 (1,837)、2023 (1,841)、携帯電話（スマートフォンを含む）所有者
出所: Digital Consumer Trends 日本版、2018~2023

バッテリー（45%）、画面サイズ（25%）、ストレージ容量（24%）がスマートフォンの購入時に重要視される

S8. 次に購入するスマートフォンを検討する際、あなたにとって価格以外で最も重要なことは以下のどれですか。回答を3つまでお選びください

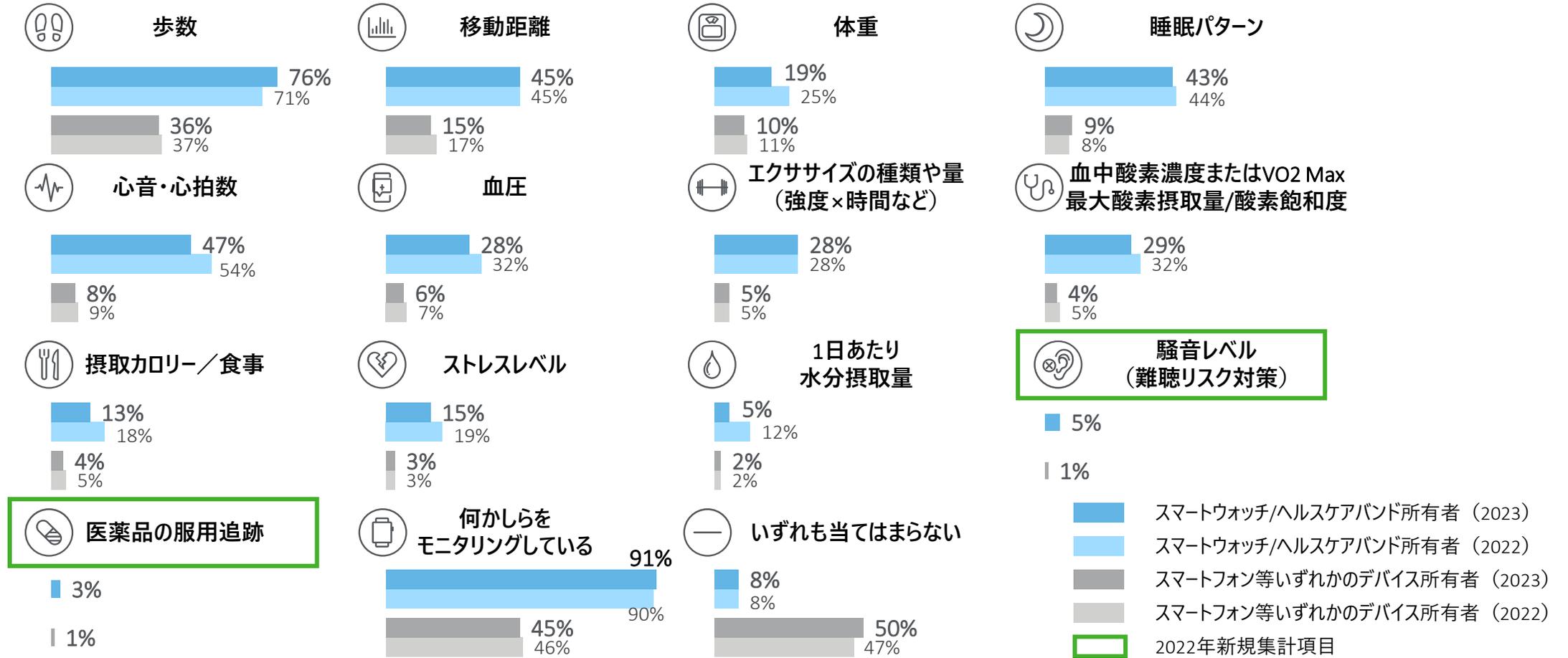


N = 日本 2023 (1,841)、携帯電話（スマートフォンを含む）所有者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

ヘルスケア項目は昨年同様に「歩数」が最も多く、次いで「移動距離」や「体重」がモニタリングされている

Q46a. あなたがスマートフォン、スマートウォッチ、ヘルスケアバンド（リストバンド型活動量計）などのデバイスでモニターしていることは、次のどれですか。該当するものをすべて選んでください



N = 日本 2022 TOTAL (1,757)、スマートウォッチ／ヘルスケアバンド所有者 (203)
 N = 日本 2023 TOTAL (1,789)、スマートウォッチ／ヘルスケアバンド所有者 (224)
 注：スマートフォン、スマートウォッチ、もしくはヘルスケアバンドを所有している18-75歳の回答者
 出所: Digital Consumer Trends 日本版、2022～2023

高年齢層は「歩数」を、若年齢層は「体重」や「睡眠パターン」を特にモニタリングしている

Q46a. あなたがスマートフォン、スマートウォッチ、ヘルスケアバンド（リストバンド型活動量計）などのデバイスでモニターしていることは、次のどれですか。該当するものをすべて選んでください



	全年齢平均	年齢別					
		18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-75
歩数	36%	29%	32%	34%	39%	33%	44%
移動距離	15%	20%	16%	14%	17%	10%	17%
体重	10%	14%	13%	10%	14%	7%	7%
睡眠パターン	9%	11%	10%	10%	11%	6%	8%
心音／心拍数	8%	7%	9%	6%	11%	6%	8%
血圧	6%	4%	4%	6%	7%	5%	8%
エクササイズの種類や量（強度×時間など）	5%	4%	7%	5%	7%	3%	4%
血中酸素濃度（最大酸素摂取量（VO2 Max）、血中酸素ウェルネス、血中酸素飽和度（SPO2）など）	4%	4%	6%	2%	4%	4%	5%
摂取カロリー／食事	4%	7%	6%	5%	4%	2%	1%
ストレスレベル	3%	4%	5%	3%	2%	2%	1%
1日当たりの水分摂取量	2%	2%	3%	2%	2%	1%	1%
医薬品の服用追跡	1%	2%	1%	1%	1%	0	1%
騒音レベル（難聴リスク対策）	1%	1%	2%	1%	1%	-	-
いずれもあてはまらない	50%	39%	48%	49%	51%	58%	49%
わからない	5%	12%	6%	6%	5%	3%	2%

年配なほど多い

若いほど多い

N = 日本 2023 (1,789)、スマートフォン、スマートウォッチ、もしくはヘルスケアバンドを所有している18-75歳の回答者

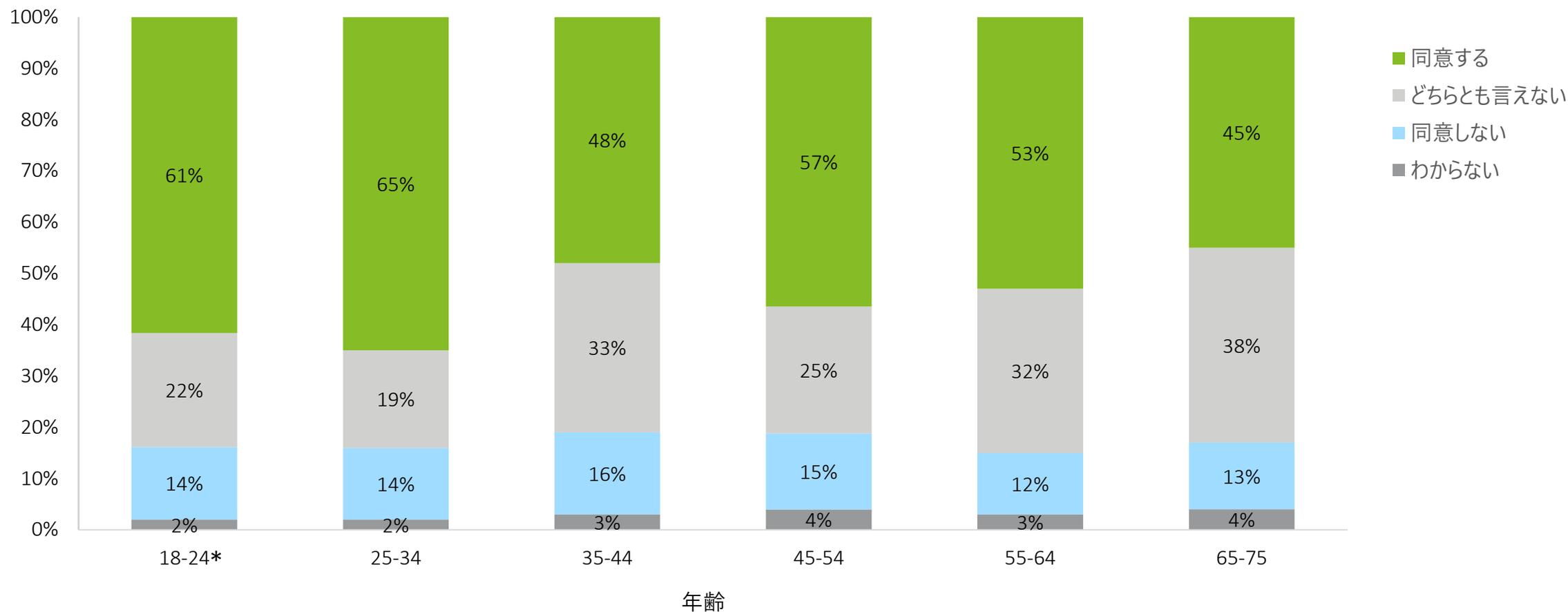
注：18-75歳の回答者、18-24歳（175）、25-34歳（259）、35-44歳（323）、45-54歳（375）、55-64歳（301）、65-75歳（357）

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

30代前半までの若年層では、健康データを医師に提供してよいと考える割合が6割を超える

Q303. 次の記述にどの程度同意するかをお答えください。

デバイスに記録された私の健康データに医師がアクセスしても構わない（例：歩数、カロリー、心拍数、睡眠）。



N = 日本 2023 (804)、1つ以上のヘルスケア項目をモニタリングしている18-75歳の回答者

注：18-75歳の回答者、18-24歳 (86*)、25-34歳 (120)、35-44歳 (147)、45-54歳 (163)、55-64歳 (116)、65-75歳 (172) *母数が少ない項目

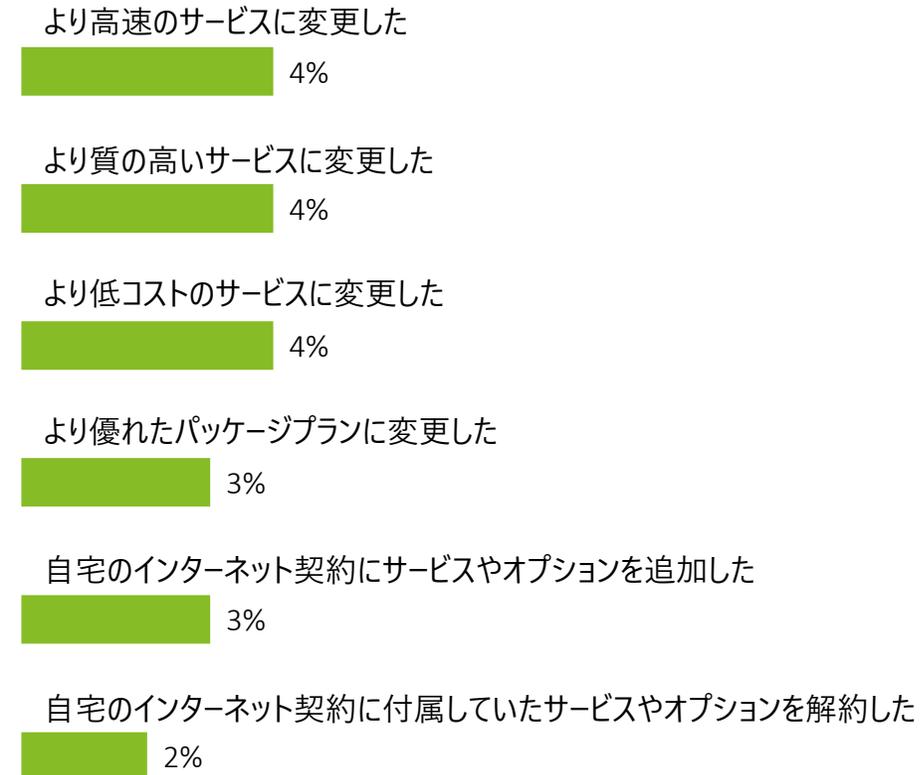
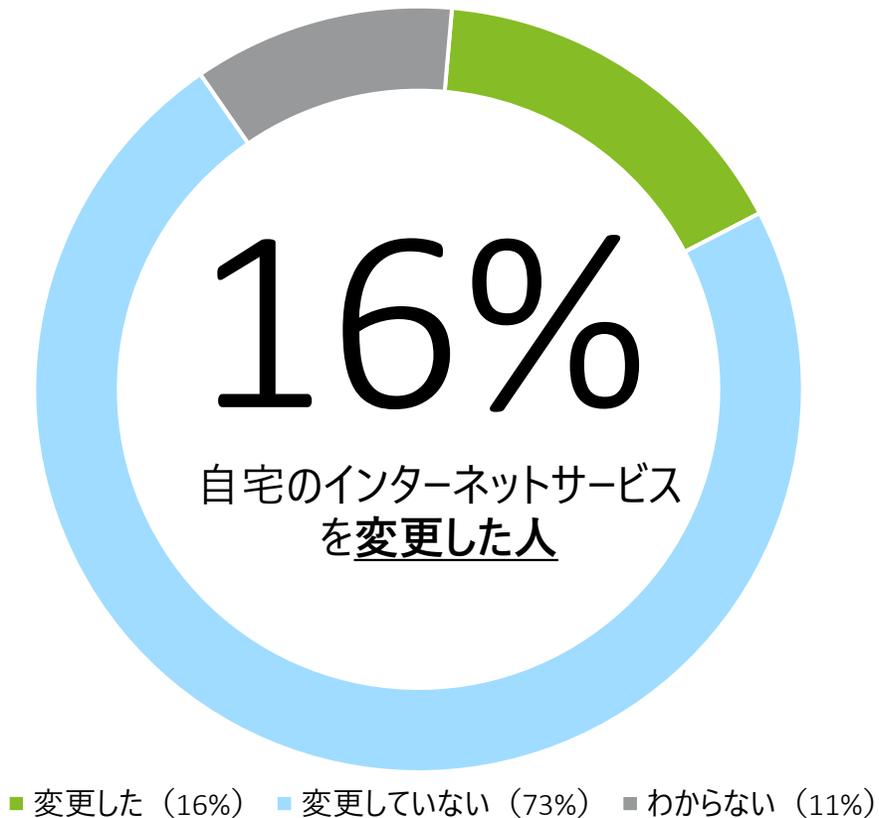
出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023



コネクティビティ

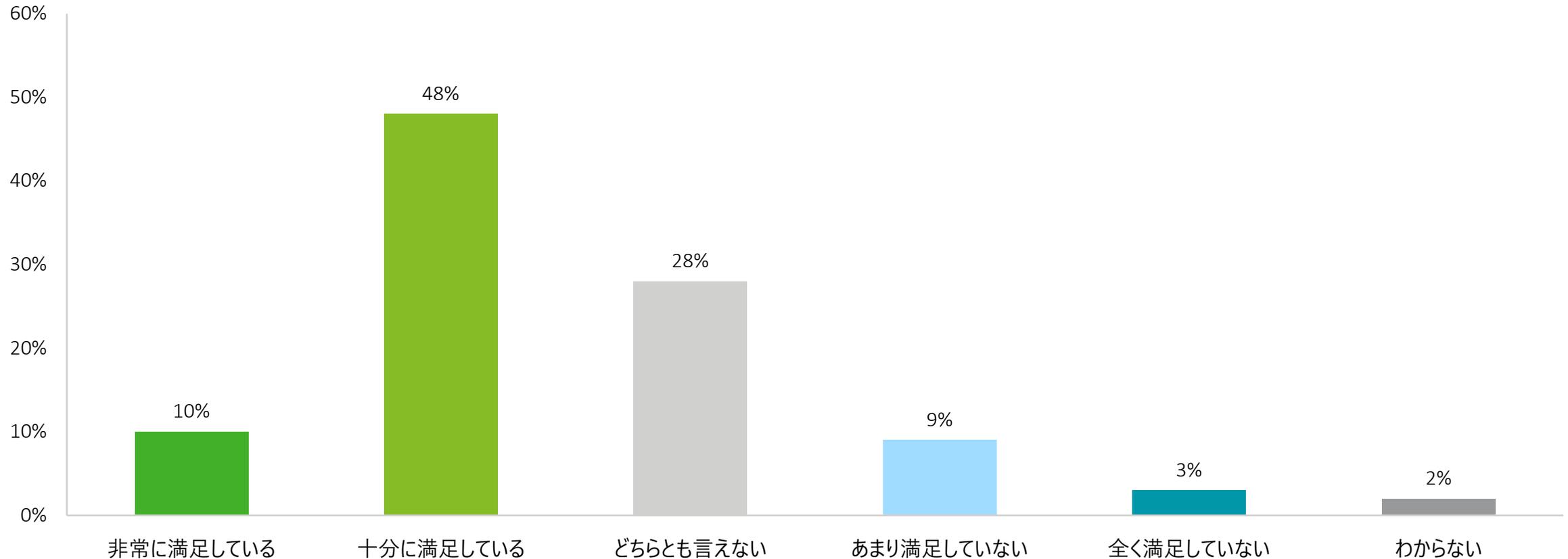
16%の消費者が過去1年間に自宅のインターネットサービスを見直し、より「高速化」、「高品質化」、「低コスト化」している

C2A. 以下に挙げる変更のうち、過去12か月の間に自宅のインターネットサービスについて行ったものがあればお答えください。
該当するものをすべて選んでください



大半の消費者は現在の自宅インターネット環境に満足しているが、不満を抱く消費者も一定程度存在する

Q401. ご自宅のインターネット接続について、全般的にどの程度満足していますか。回答を1つだけ選んでください

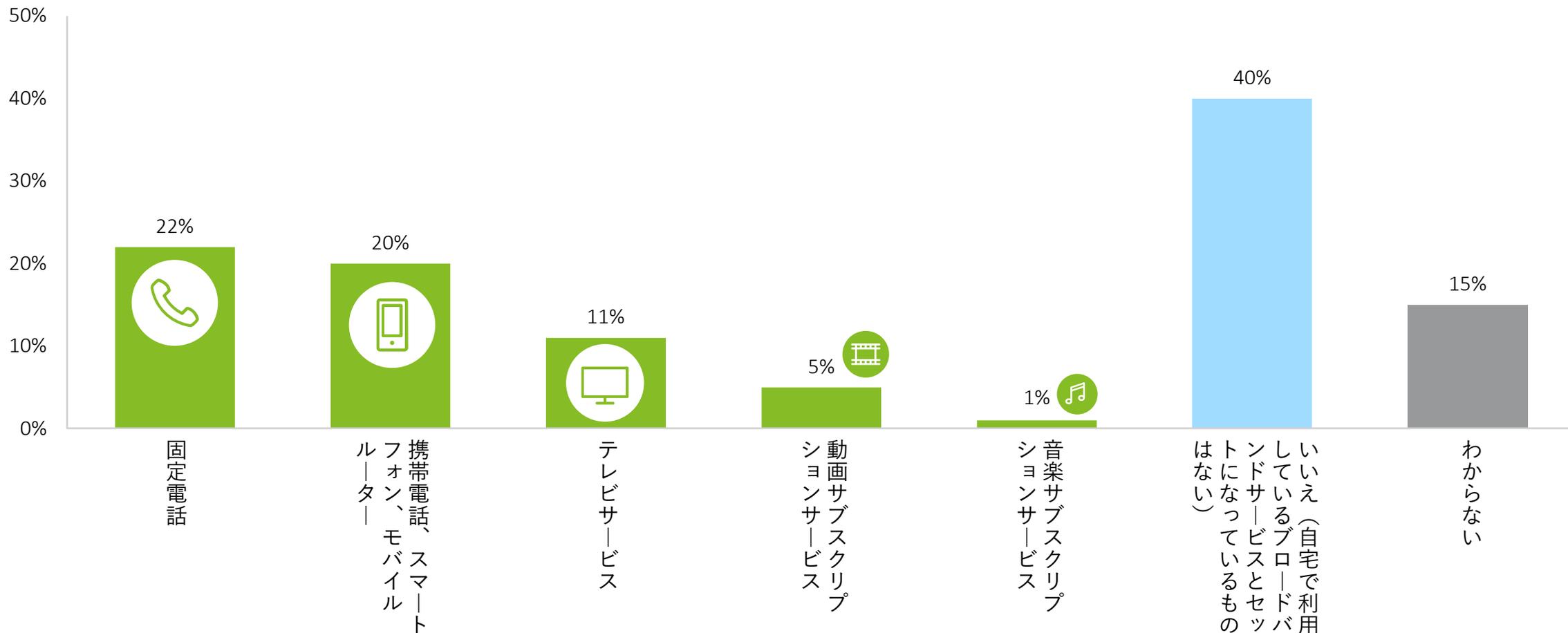


N = 日本 2023 (1,882)、自宅でインターネットにアクセスする18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

自宅のインターネットサービスとセットで購入される割合は、固定電話に携帯電話・スマートフォンが並ぶ

C3. ご自宅のブロードバンドサービスは、以下のいずれかとセットになっていますか。該当するものをすべて選んでください



N = 日本 2023 (1,559)、自宅でブロードバンドサービスを利用する18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

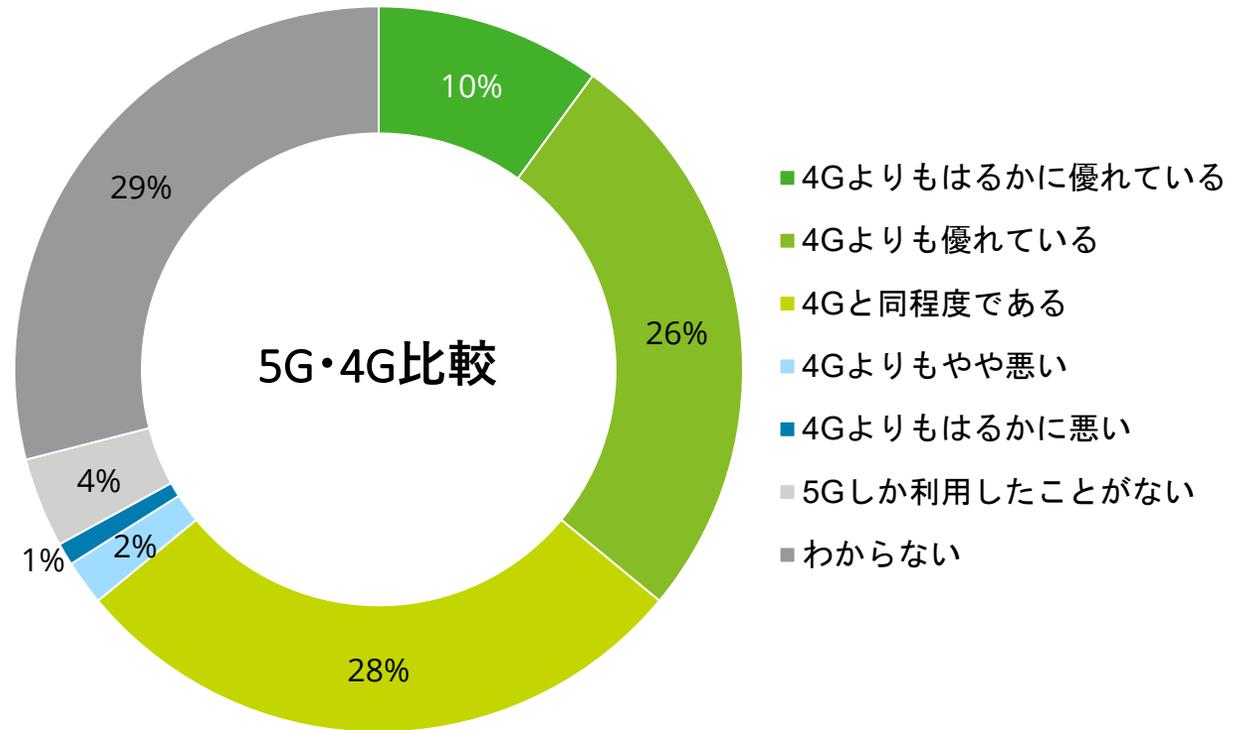
38%の消費者が5Gを利用している。そのうち4Gとの差を実感できている消費者は36%に留まっている

Q27C. あなたが、現在主にお使いのスマートフォンでは5G回線を利用していますか。回答を1つだけ選んでください

Q27D. 携帯電話（スマートフォン）で5G回線を利用してから、モバイルインターネットでの全体的な体験（速度、接続、信頼性など）は、4Gの時と比べてどのように変わりましたか、それとも変わりませんか。回答を1つだけ選んでください

38%

現在、5G回線を利用

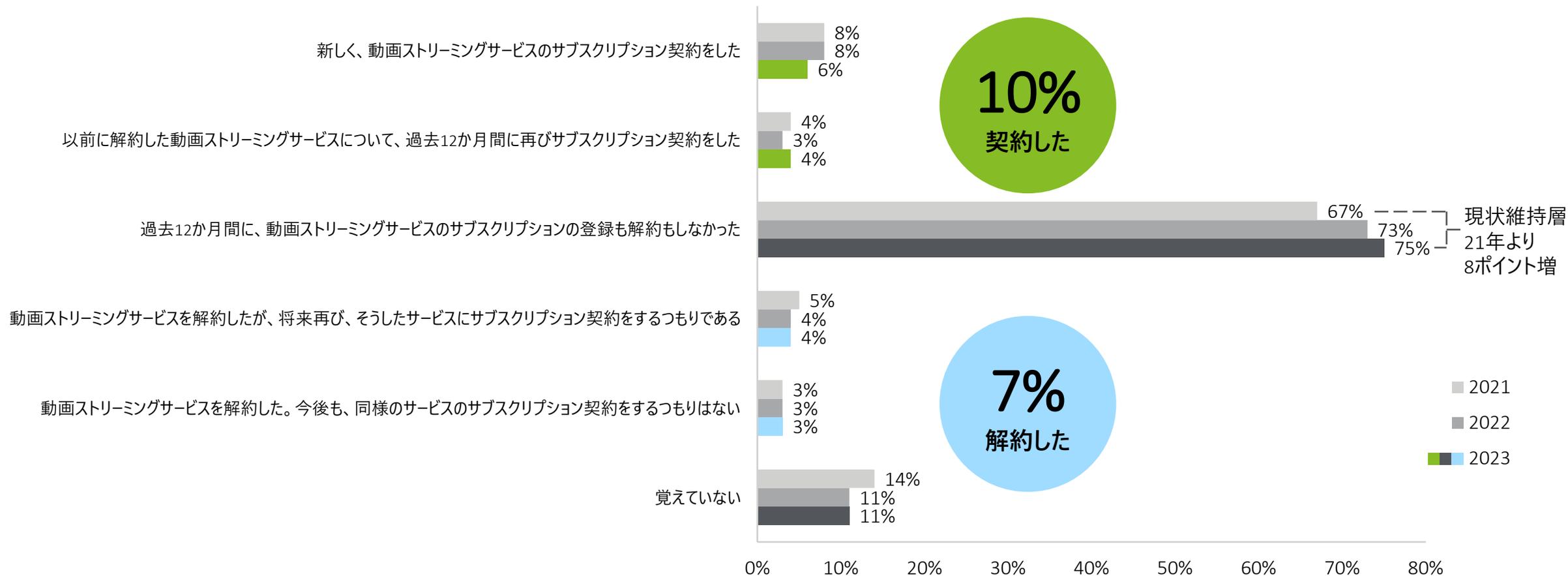




動画ストリーミング
サービス

「動画ストリーミングサービスの登録も解約もしなかった」現状維持層が増加傾向にある

QM1. 過去12か月間に、あなたまたはご家族のどなたかは、いずれかの動画ストリーミングサービス（例：Netflix、Disney+）のサブスクリプションを契約（月払い・年払い等での定期購入）、あるいは既存の契約を解約しましたか。該当するものをすべて選んでください

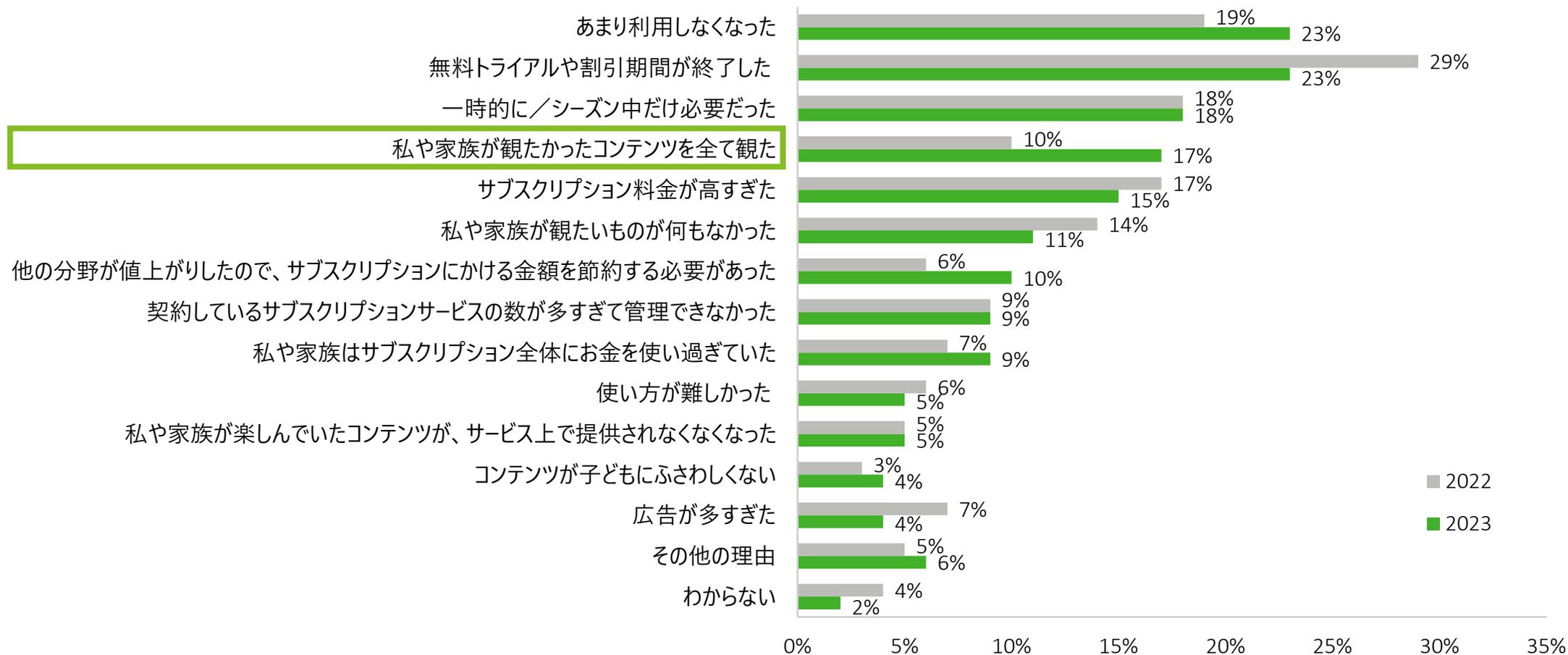


N = 日本 2021 (2,000)、2022 (2,000)、2023 (2,000)、18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

観たいコンテンツを観終えたことによるストリーミングサービス解約の割合が増加している

QM2. 過去12か月間に、動画ストリーミングサービスの有料サブスクリプション登録を解約したとお答えいただきました。解約したのはなぜですか。該当するものをすべて選んでください

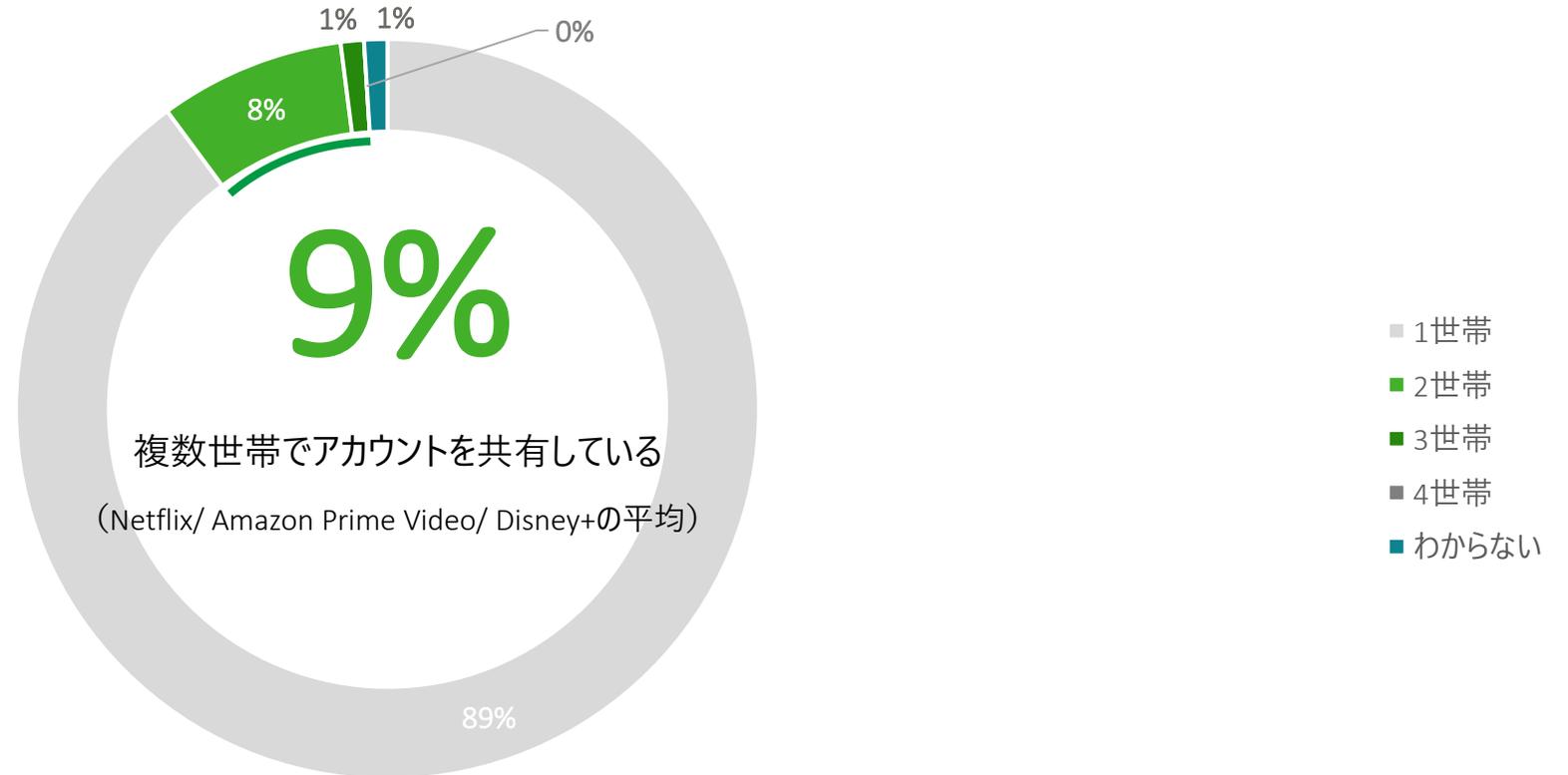


N = 日本 2022 (180)、2023 (192)、過去12か月間の間にビデオストリーミングサービスの解約をした18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

主要な有料動画ストリーミングサービスの利用者の9%がアカウントを複数世帯でシェアしていると回答

Q405. 先ほど、動画サブスクリプションのアカウントにアクセスできるとお答えいただきました。ご自身の家庭を含み、以下のアカウントを何世帯で共有していますか。回答をひとつだけ選んでください



N = 日本 2023 (858、Netflix: 217/ Amazon Prime Video: 570/ Disney+: 70*)、有料動画サブスクリプションサービス (Netflix、Amazon Prime Video、Disney+) を利用する18-75歳の回答者 *母数が少ない項目

注：主要な3つのストリーミングサービスに対する調査の平均値

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

動画ストリーミングサービスは支払いを分担せず自身での支払いが75%を占める

Q61C. あなたが利用できる以下の動画配信サービスの料金はどなたが支払っていますか。回答をひとつだけ選んでください

支払者は誰か?	支払者はどこに住んでいるか?	支払いを誰かと分担しているか?	全年齢平均	年齢別					
				18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-75
自身	家庭内	いいえ	75%	58%*	78%	80%	76%	76%	78%
自身	家庭内	はい	1%	3%	2%	1%	1%	0%	1%
他の誰か	家庭内	はい	2%	6%	2%	1%	2%	5%	0%
他の誰か	家庭内	いいえ	16%	22%	14%	15%	18%	15%	15%
他の誰か	家庭外	はい	0%	0%	0%	1%	0%	2%	1%
他の誰か	家庭外	いいえ	3%	9%	3%	1%	1%	2%	5%
上記以外			1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%

N = 日本 2023 (858、Netflix: 217/ Amazon Prime Video: 570/ Disney+: 70*)、有料動画サブスクリプションサービス (Netflix、Amazon Prime Video、Disney+) を利用する18-75歳の回答者 *母数が少ない項目

注：18-75歳の回答者、18-24歳 (99*)、25-34歳 (183)、35-44歳 (142)、45-54歳 (182)、55-64歳 (121)、65-75歳 (131) *母数が少ない項目

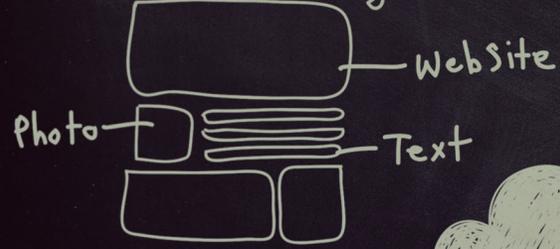
注：主要な3つのストリーミングサービスに対する調査の平均値

注：上記以外は、「わからない」と回答した回答者 (1%)

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

exchange information and ideas in virtual communities and network.

SEARCH 



Web-site

a location connected to the Internet that maintains one or more pages on the World Wide Web



Share

ADD FRIENDS +



COMMUNITY



Computer

SOCIAL MEDIA



E-mail



Connect



World Wide Web

The world wide Web is a system of interlinked hypertext documents that are accessed via the Internet. With a web browser, one can view web pages that may contain text, images, videos, and other multimedia and navigate between them via hyper

In-ter-net

a global computer network providing a variety of information and communication facilities, consisting of interconnected networks using standardized communication protocols.

SHARE

CHAT

HOW TO CONNECT?

friend

noun

- ① a person whom one knows and with whom one has a bond of mutual affection, typically exclusive of sexual or family relations.
- ② (Friend) a member of the Religious Society of Friends; a Quaker.



good morning!

Hi :)



Hi...

Input field with a 'send' button

オンライン行動

中高年層の消費者もでオンライン検索、銀行の残高確認などにスマートフォン使用が広がる

Q60. 次のことをする時に好んで使用するデバイスを1つお答えください。回答を1つ選択してください

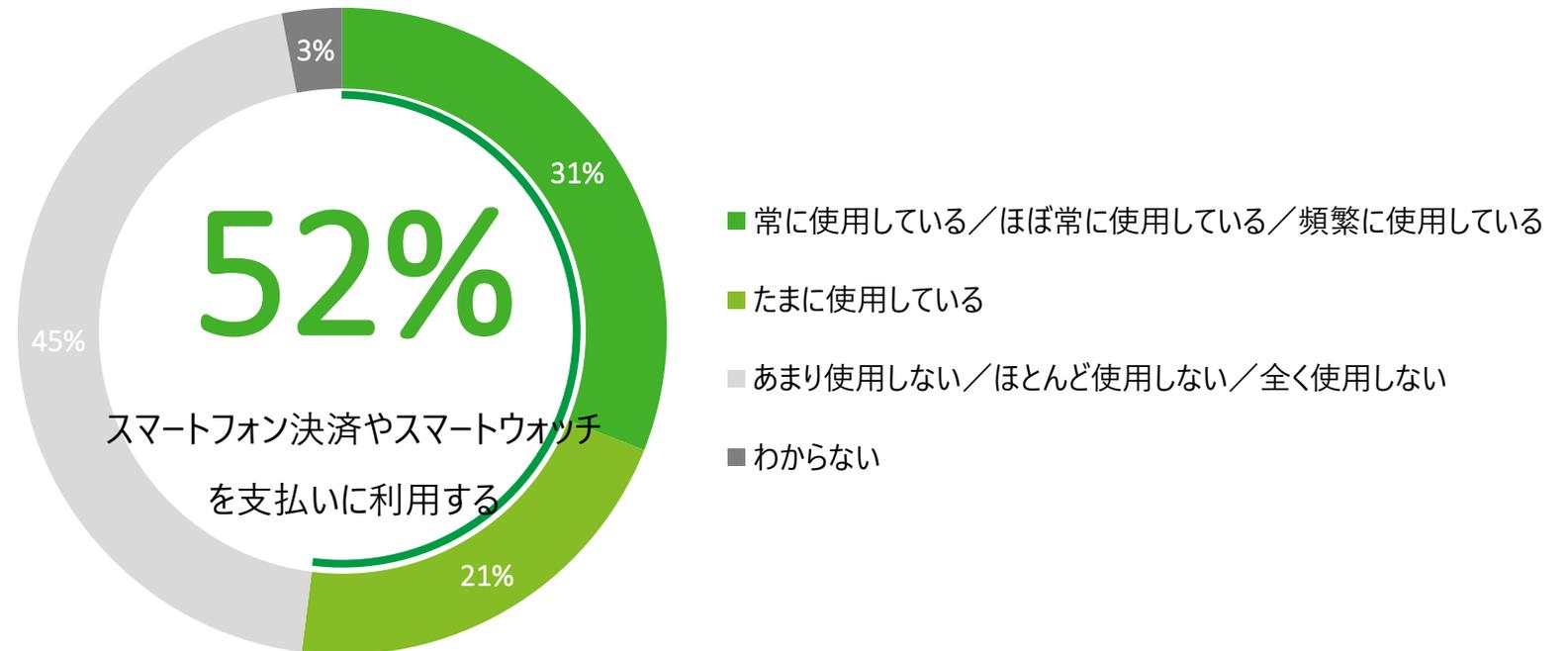
日本 (2022-23)	合計	男性	女性	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-75
ショッピングサイトを閲覧する	スマートフォン	スマートフォン (22年ノートパソコン)	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	ノートパソコン	ノートパソコン
オンラインで購入する	スマートフォン	スマートフォン (22年ノートパソコン)	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	ノートパソコン	ノートパソコン
オンライン検索	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン (22年ノートパソコン)	ノートパソコン
銀行の残高を確認する	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン (22年ノートパソコン)	ノートパソコン
ゲームをプレーする	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン (22年ゲーム機)	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン (22年ノートパソコン)
映画やテレビ番組をストリーミング視聴する	テレビ	テレビ	テレビ	スマートフォン	スマートフォン (22年テレビ)	テレビ	テレビ	テレビ	テレビ
見逃し配信サービスを利用してテレビ番組を視聴する	スマートフォン (22年テレビ)	テレビ	スマートフォン	スマートフォン	スマートフォン (22年テレビ)	スマートフォン (22年テレビ)	スマートフォン (22年テレビ)	ノートパソコン	テレビ (22年ノートパソコン)
テレビ局が放送する時間にテレビ番組を見る	テレビ	テレビ	テレビ	テレビ	テレビ	テレビ	テレビ	テレビ	テレビ

N = 日本 2022 (863)、2023 (884)、スマートフォンを所有する18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

消費者の過半数はスマートフォンやスマートウォッチの決済機能を利用しており、約3割は利用頻度が高い

Q403. 支払い方法として選択肢がある場合、あなたが店舗やレストランなどで、スマートフォン決済やスマートウォッチ（Apple PayやGoogle Payなど）を支払いに使用する頻度はどのくらいですか。回答をひとつだけ選んでください

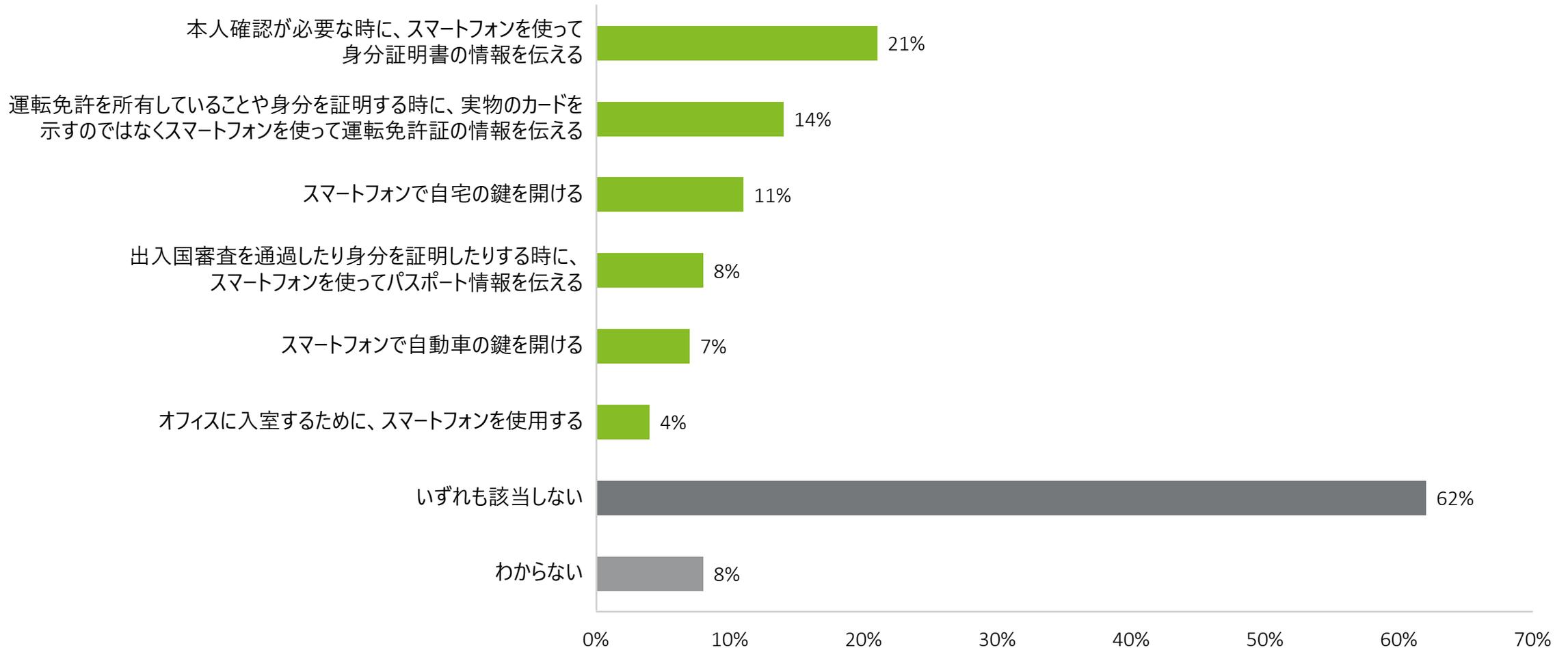


N = 日本 2023 (1,785)、スマートフォン、スマートウォッチを利用する18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

スマートフォンで代替したい用途として最も多い回答は、身分証明書（21%）、次いで運転免許証（14%）

Q404. 以下のうち、他のアイテム（物理的な鍵、身分証、書類など）の代わりにスマートフォンを使用できるようにしたいと思うものは何ですか。該当するものをすべて選んでください

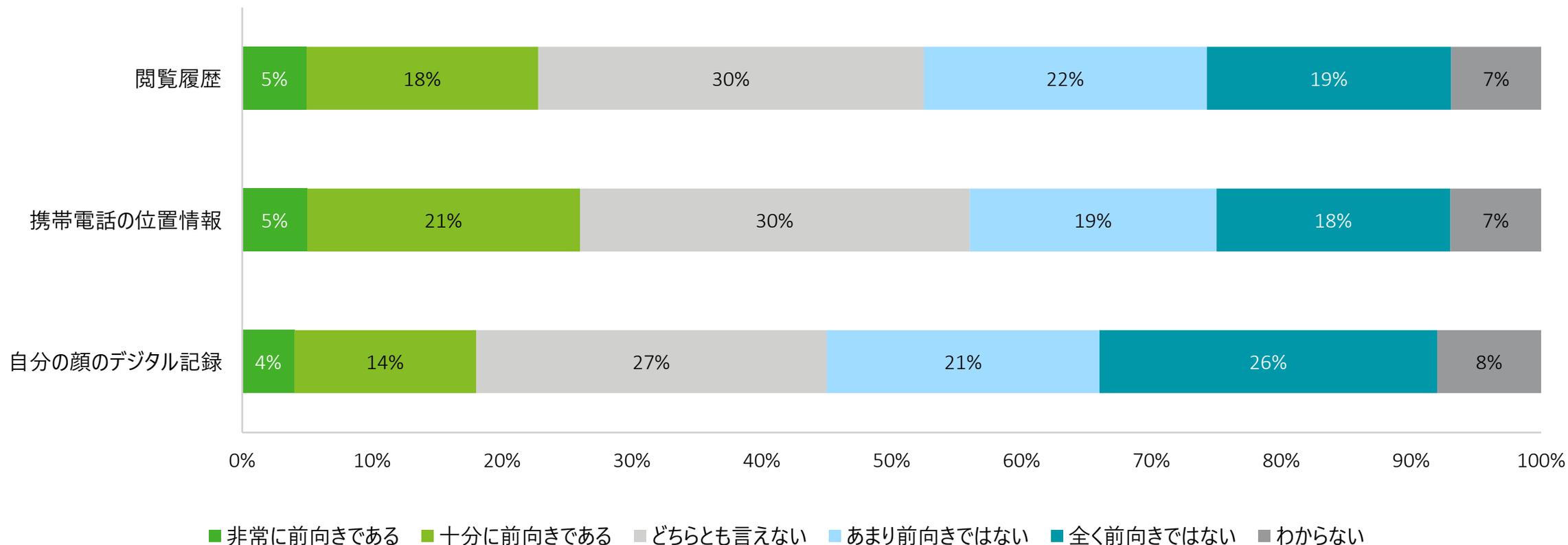


N = 日本 2023 (1,779)、スマートフォンを所有する18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

全体の約2割程度が、オンライン詐欺から身を守れるなら、個人的な情報を法執行機関に提供することに前向きである

Q409.日本の法執行機関についてお伺いします。もし、オンライン詐欺から効果的に身を守ることができるなら、以下の情報へのアクセスを法執行機関に提供することについて、どの程度前向きですか。回答をひとつだけ選んでください

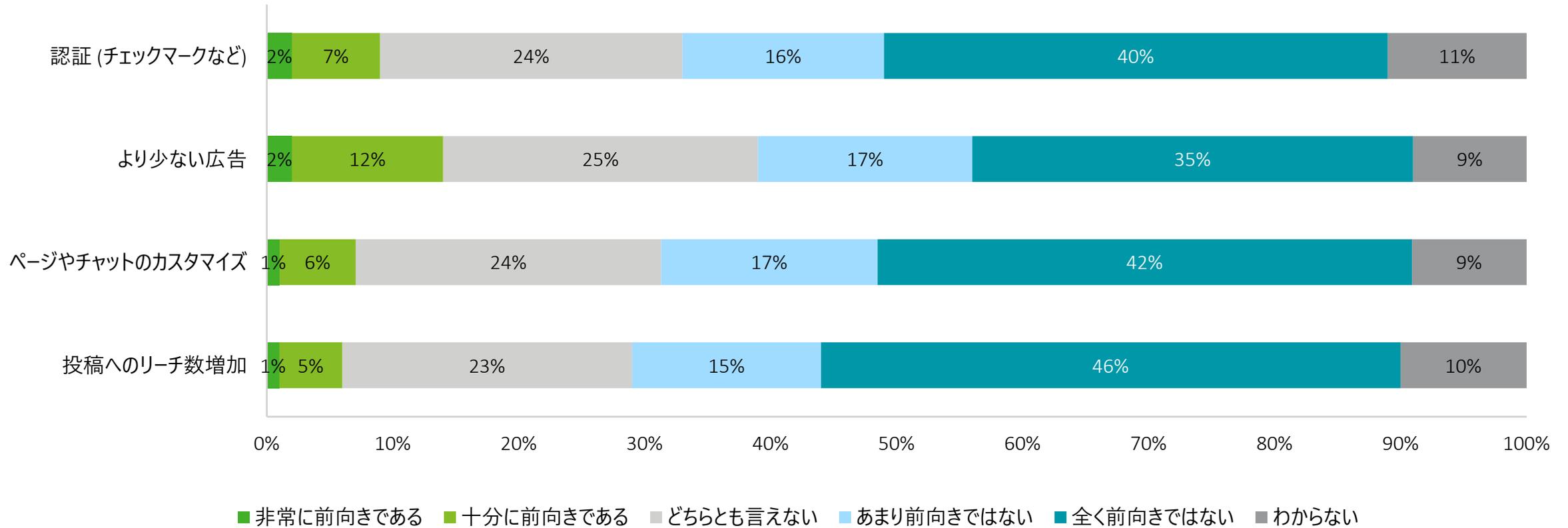


N = 日本 2023 (2,000)、18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

広告の削減などソーシャルメディアの付加機能に追加で料金を支払うことには慎重な傾向がみられる

Q1SM. ソーシャルメディアの以下機能に対して、あなたが料金を支払う可能性はどの程度ありますか。
すでに料金を支払っているものをすべて含めてください。



N = 日本 2023 (2,000) 、18-75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

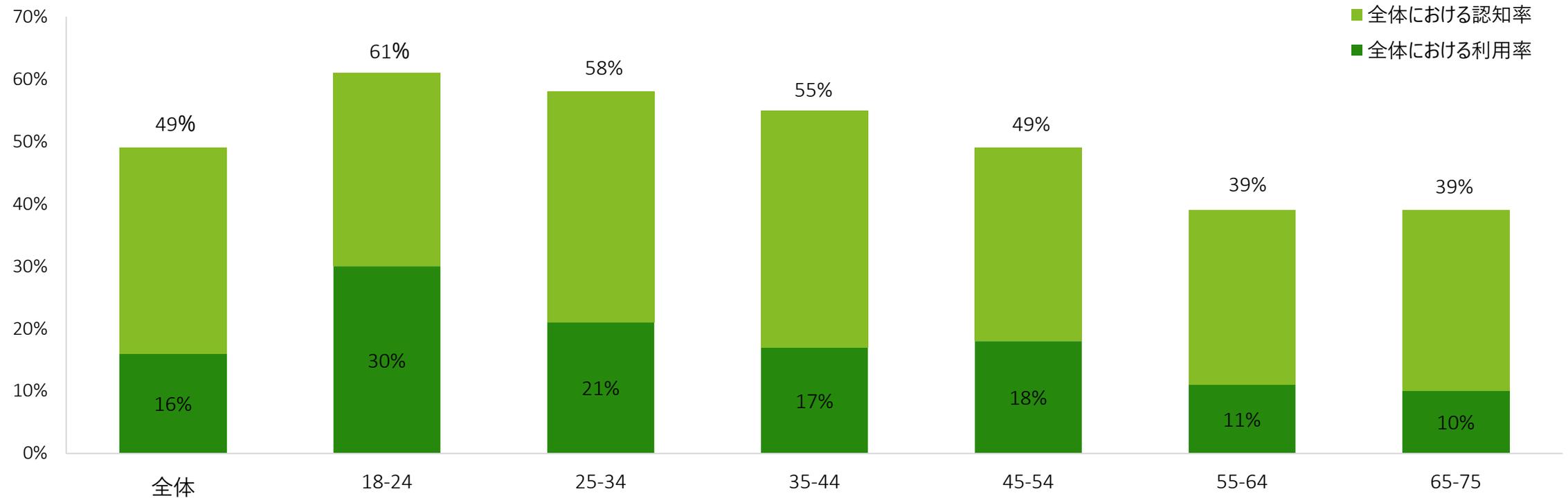


生成AI

生成AIは全体の約半数（49%）に認知されている。年代別認知率では、若年層ほど高い傾向だが、中高年層でも4割近い

Q. 以下に挙げる生成系AIツールのうち、あなたがお存じのものはどれですか。該当するものをすべて選んでください

Q. あなたが利用したことのある生成系AIツールはどれですか。該当するものをすべて選んでください



N=日本（2,000）、18-24（190）、25-34（285）、35-44（355）、45-54（413）、55-64（342）、65-75（415） 注：18～75歳の回答者

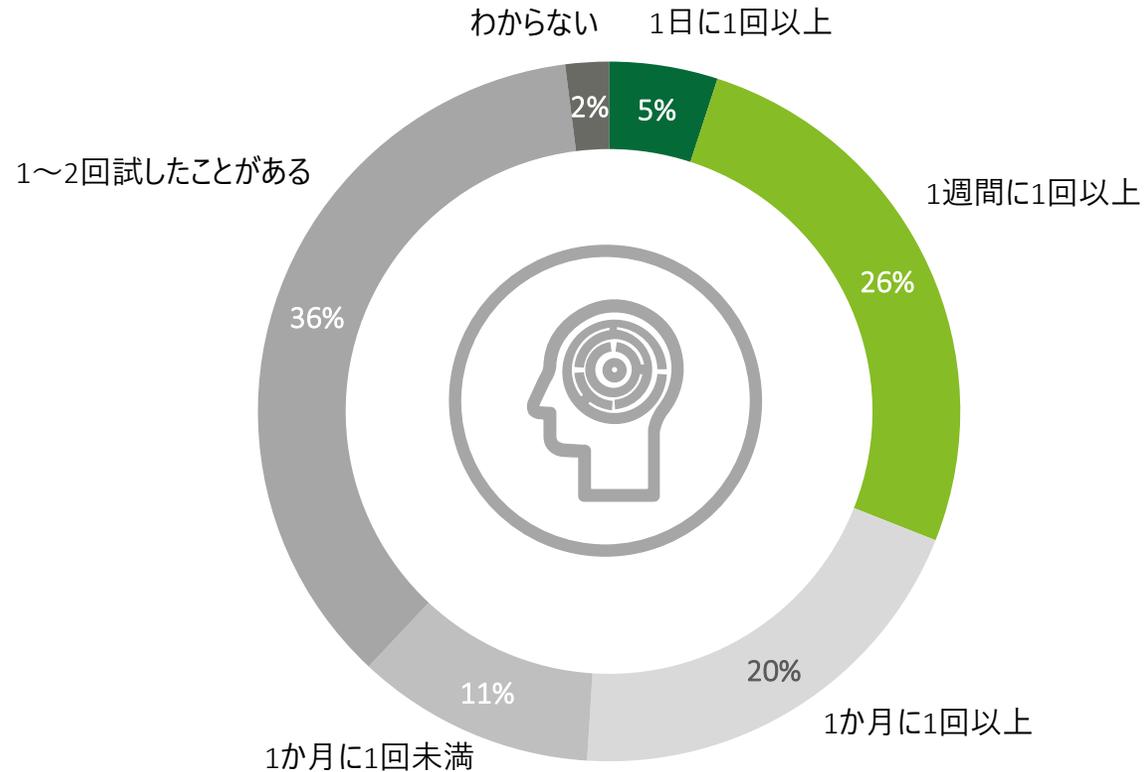
出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

週に1回以上生成AIを使うのは使用経験者のうち約3割、大多数は個人的な目的で利用している

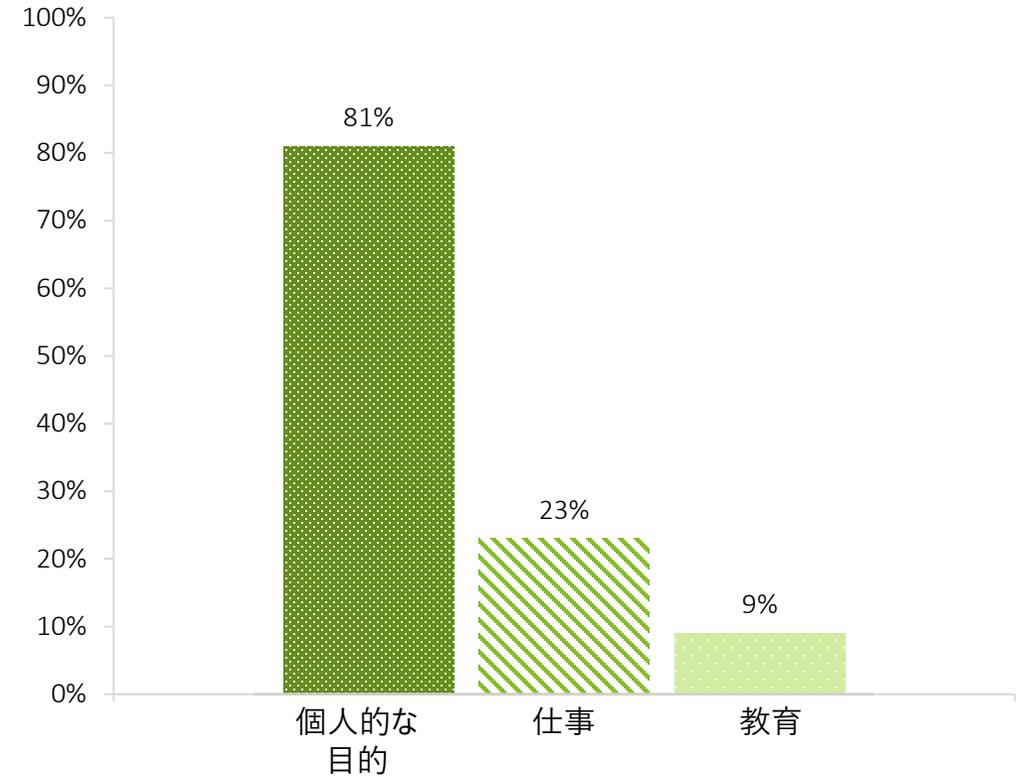
Q4AI. 以下のうち、あなたの使い方に最もよく当てはまるものはどれですか。回答をひとつだけ選んでください

Q3AI. 以下のうち、生成AIを利用した目的はどれですか。該当するものをすべて選択してください

生成AIの利用頻度



生成AIの利用目的

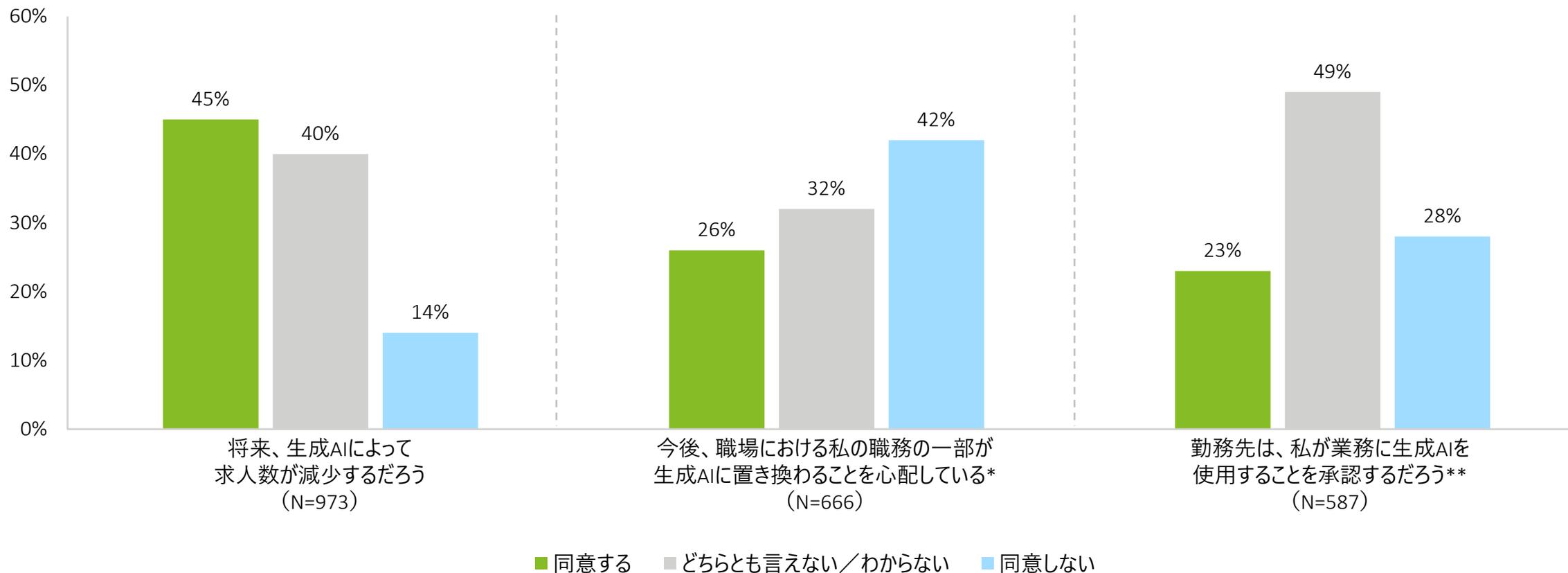


N=日本 (328) 注: 生成AIを使ったことのある18〜75歳の回答者

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

生成AIを認知している回答者の約半数（45%）が将来AIによる求人数の減少に同意している

Q8AI. 次の各記述にどの程度同意しますか。回答をひとつだけ選んでください

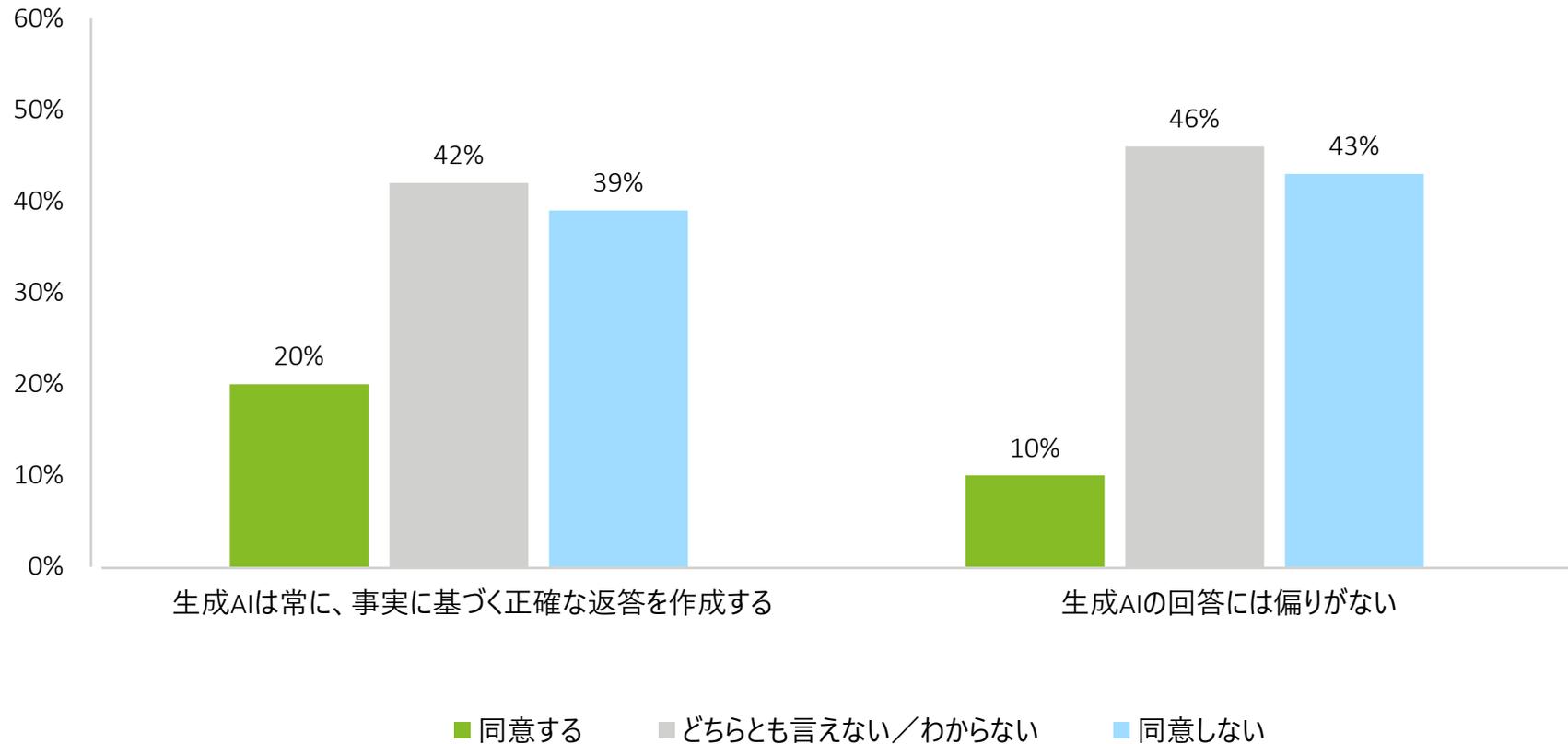


N=日本（973）注：生成AIを知っている18～75歳の回答者、*仕事をしている回答者（666）／**雇用されている回答者（587）

出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

生成AIの返答の正確性や偏りのなさについては、「どちらとも言えない」あるいは「同意しない」との回答が大部分を占める

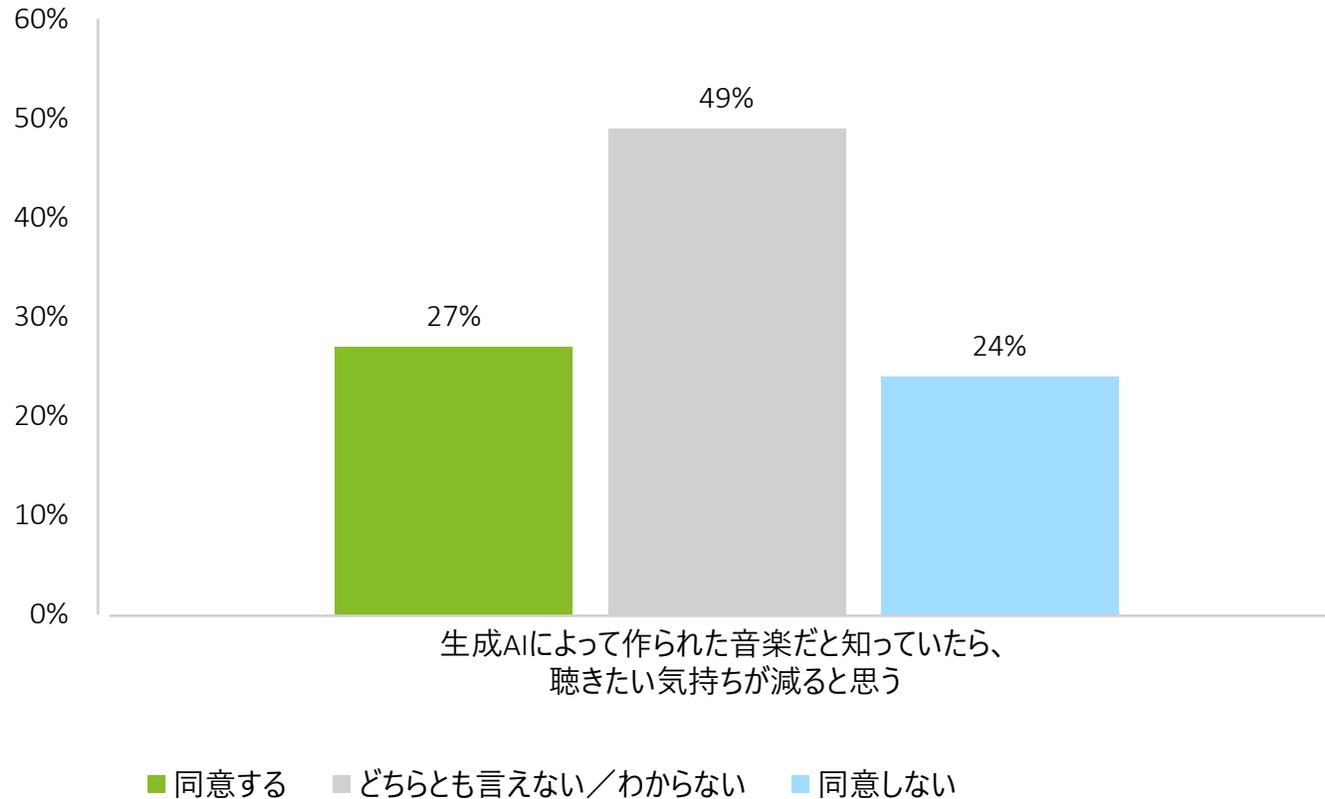
Q8AI. 次の各記述にどの程度同意しますか。回答をひとつだけ選んでください



N=日本（973）注：生成AIを知っている18～75歳の回答者
出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023

生成AIを認知している回答者の約3割が生成AIによって生み出された音楽と知ったら聞きたい気持ちが減るに同意しているが、同意しない回答者も一定割合ある

Q8AI. 次の各記述にどの程度同意しますか。回答をひとつだけ選んでください



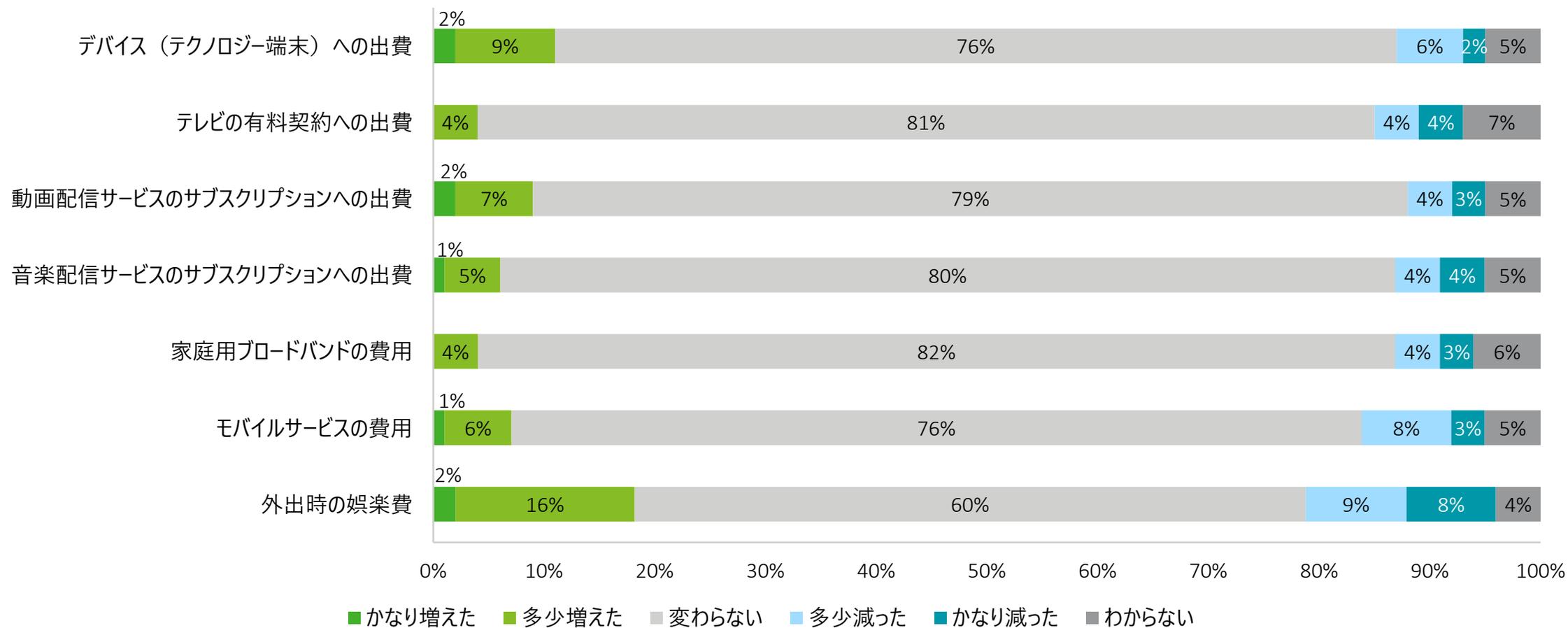
N=日本 (973) 注: 生成AIを知っている18~75歳の回答者
出所: Digital Consumer Trends 日本版、2023



コストオブリビング

行動制限がなくなり外出時の娯楽費が増加傾向

Q319. 12か月前と比較して、あなたが以下のことに費やす金額はどのように変化しましたか。回答をひとつだけ選んでください



2023 Digital Consumer Trends 日本版

執筆・編集

内野 幸治 / Koji Uchino

デロイト トーマツ コンサルティング シニアマネジャー

夫馬 康仁 / Yasuhito Fuma

デロイト トーマツ コンサルティング シニアコンサルタント

平良 逸郎 / Itsuro Taira

デロイト トーマツ コンサルティング コンサルタント

中村 堯史 / Takashi Nakamura

デロイト トーマツ コンサルティング コンサルタント

問い合わせ先

デロイト トーマツ グループ

テクノロジー・メディア・通信 (TMT) インダストリーグループ

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-3 丸の内二重橋ビルディング

Tel: 03-5220-8600 Fax: 03-5220-8601

E-mail: jp-tmt@tohmatu.co.jp

www.deloitte.com/jp/dtc

Deloitte.

デロイト トーマツ

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイト ネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ 合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャル アドバイザリー 合同会社、デロイト トーマツ 税理士 法人、DT 弁護士 法人およびデロイト トーマツ グループ 合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナル グループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスク アドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約1万7千名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュート マツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバル ネットワーク 組織を構成するメンバー ファーム およびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数 を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバー ファーム および関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバー ファーム ならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファーム または関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。デロイト アジア パシフィック リミテッドは DTTL のメンバー ファーム であり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバー およびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィック における100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャル アドバイザリー、リスク アドバイザリー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500® の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約415,000名の人材の活動の詳細については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、DTTL、そのグローバル ネットワーク 組織を構成するメンバー ファーム およびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバー ファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301