



Innovation Nippon

生成AIと日本2026

2026年4月

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター

Innovation Nippon
生成 AI と日本 2026

2026 年 4 月



国際大学グローバル・コミュニケーション・センター

調査研究報告書執筆メンバー

- 山口 真一 国際大学 GLOCOM 教授・主幹研究員
- 渡辺 智暁 国際大学 GLOCOM 教授・研究部長・主幹研究員
- 逢坂 裕紀子 国際大学 GLOCOM 研究員
- 大島 英隆 国際大学 GLOCOM 研究員

目次

本編.....	16
1. 調査の実施方針等.....	17
1. 1. 調査の背景と目的.....	17
1. 2. 本研究で主に明らかにすること.....	17
1. 3. 生成 AI の定義.....	18
1. 4. 調査研究手法.....	18
1. 4. 1. 文献調査.....	19
1. 4. 2. アンケート調査分析.....	19
1. 4. 3. インタビュー調査.....	21
2. 生成 AI の利用状況.....	23
2. 1. 生成 AI サービスの認知.....	23
2. 2. 生成 AI の利用状況.....	25
2. 3. 生成 AI の具体的な利用方法.....	33
2. 3. 1. プライベートでの具体的な利用方法.....	33
2. 3. 2. 仕事での具体的な利用方法.....	37
3. 生成 AI リテラシー.....	42
3. 1. リテラシーテストの概要.....	42
3. 2. 各設問の正答率.....	45
3. 3. 生成 AI リテラシーの状況.....	47
3. 4. 生成 AI に関する啓発の状況.....	50
4. 生成 AI への評価.....	54
4. 1. 生成 AI への総合的評価.....	54
4. 2. AI が対応することへの評価.....	57
4. 3. 情報の信頼性.....	60
5. 政府・企業への要望.....	65
5. 1. 生成 AI に関する政府への期待.....	65
5. 2. 生成 AI に関する企業への期待.....	67
5. 3. リスク低減に向けて取り組むべき主体.....	70
6. 企業での生成 AI 活用.....	73
6. 1. 企業の生成 AI 活用状況.....	73
6. 2. 生成 AI の効果.....	76
6. 3. 生成 AI 導入の障壁.....	78
7. 生成 AI の受容決定要因.....	79
7. 1. 分析モデルの概説.....	79

7. 1. 1. UTAUT2 モデル	79
7. 1. 2. 分析に用いる心理変数群	80
7. 2. 分析手法	82
7. 3. 分析結果	83
8. 生成 AI 利用と幸福感の関係性	87
8. 1. 幸福感と利用状況	87
8. 2. 生成 AI の利用と幸福度の関係性	90
9. 生成 AI に対するタスク委任度と信頼性の関係	96
9. 1. タスク委任許容度の状況	96
9. 2. タスク委任許容度と信頼度との関係性	100
10. 生成 AI の擬人化的認知と探索的利用意図	104
10. 1. 擬人化的認知モデル	105
10. 2. 測定モデルの結果および構造モデルの構築	107
10. 3. 分析結果	109
11. 生成 AI の導入と定着に関するインタビュー調査	111
11. 0. 本章の位置づけと調査手法	111
11. 1. インフォーマントのプロフィール	111
11. 2. 導入から定着までのプロセス	113
11. 2. 1. 導入のきっかけ：職域の要請と個人的な知的好奇心	113
11. 2. 2. 活用の進展：検索の代替から「思考のパートナー」へ	114
11. 2. 3. 特筆すべき活用事例：文脈依存的な利用の広がり	115
11. 2. 4. 利用環境の影響：コスト・課金・組織アカウント	116
11. 2. 5. 利用の境界：高リスク領域の回避と使わない判断	117
11. 2. 6. 導入時の摩擦：ルール不在・萎縮・炎上不安	118
11. 3. 活用がもたらす主観的な変化	119
11. 3. 1. 効率化：時間短縮の実感と「余白」の創出	119
11. 3. 2. 創造性：壁打ちによる視点の拡張	120
11. 3. 3. 負担と懸念：生産性向上の副作用	120
11. 4. 格差をめぐる認識と見立て	121
11. 4. 1. 格差の要因に関する見立て：利用条件の差	121
11. 4. 2. 若年層への懸念：基礎能力の習得機会の変化	121
11. 4. 3. 支援としての活用：アクセシビリティと依存の懸念	122
11. 5. リテラシーとリスクへの向き合い方	122
11. 5. 1. 信頼と検証：ハルシネーションへの向き合い方	123
11. 5. 2. 不確実性への対処：セキュリティとプライバシー	123
11. 5. 3. 学習の経路と支援：啓発授受経験と支援ニーズ	124

1 1. 5. 4. 透明性と運用：出典確認と AI 利用の明記	124
1 1. 6. 制度的整備と教育・行政への期待	125
1 1. 6. 1. 条件付きの運用：教育現場のルール設計	125
1 1. 6. 2. 行政への期待：手続き案内の自動化とアクセシビリティ	126
1 1. 6. 3. 透明性と説明責任：ガバナンスと倫理的リスク	126
1 1. 7. 小結：本調査から得られる示唆と 2024 年調査結果との比較	127
1 1. 7. 1. 本調査から得られる示唆	127
1 1. 7. 2. 2024 年調査結果との比較	128
1 2. 文献調査	130
1 2. 1. 範囲と形式	130
1 2. 2. 概観	130
1 2. 2. 1. 我が国における利用の状況と経済的効果	130
1 2. 2. 2. メンタルヘルスと AI 利用	132
1 2. 2. 3. 利用の格差、促進・阻害要因	133
1 2. 2. 4. 日本および海外の AI 政策・ガバナンス動向	133
1 2. 2. 5. 現状の利用事例	135
1 2. 3. 利用に関する文献	136
1 2. 3. 1. テーマの範囲	136
1 2. 3. 2. 文献の範囲	136
1 2. 3. 3. AI 利用の概観	138
1 2. 4. 生成 AI の利用率と用途に関する研究	142
1 2. 4. 1. 利用ログ解析から見える用途と利用率	143
1 2. 4. 1. 1. Handa et al. (2025)	143
1 2. 4. 1. 2. Appel et al. (2026)	143
1 2. 4. 1. 3. Chatterji et al. (2025)	144
1 2. 4. 1. 4. Tomlinson et al. (2025)	145
1 2. 4. 1. 5. Costa-Gomes et al. (2025)	145
1 2. 4. 2. そのほか海外調査に見る用途と利用率	146
1 2. 4. 2. 1. Bick et al. (2025)	146
1 2. 4. 2. 2. Gomez Schieber et al. (2025)	146
1 2. 4. 3. 国際アンケートに基づく用途と利用率	147
1 2. 4. 3. 1. 総務省(2025)	147
1 2. 4. 3. 2. McKinsey (2025a)	150
1 2. 4. 3. 3. PwC Japan (2025)	150
1 2. 4. 4. 日本国内の用途と利用率（企業・業務利用）	151
1 2. 4. 4. 1. 国際大学 GLOCOM(2026)	151

1 2. 4. 4. 2.	デロイトトーマツグループ(2025)	152
1 2. 4. 4. 3.	野村総合研究所(2024)	152
1 2. 4. 4. 4.	野村総合研究所(2025)	153
1 2. 4. 4. 5.	インテージ(2025d)	153
1 2. 4. 4. 6.	インテージ(2025e)	154
1 2. 4. 4. 7.	インテージ(2025n)	155
1 2. 4. 4. 8.	パーソル総合研究所(2026)	156
1 2. 4. 4. 9.	日本情報システム・ユーザー協会(2024)	156
1 2. 4. 4. 10.	日本情報システム・ユーザー協会(2025)	157
1 2. 4. 4. 11.	日本情報経済社会推進協会&アイ・ティ・アール(2025)	159
1 2. 4. 4. 12.	情報通信総合研究所(2025)	160
1 2. 4. 4. 13.	日本情報経済社会推進協会&アイ・ティ・アール(2025)	162
1 2. 4. 5.	日本国内の用途と利用率(個人・プライベート利用)	163
1 2. 4. 5. 1.	NTTドコモ モバイル社会研究所(2025b)	163
1 2. 4. 5. 2.	インテージ(2025a)	163
1 2. 4. 5. 3.	インテージ(2025b)	164
1 2. 4. 5. 4.	インテージ(2025c)	165
1 2. 4. 5. 5.	インテージ(2025f)	165
1 2. 4. 5. 6.	インテージ(2025i)	166
1 2. 4. 5. 7.	明治安田総合研究所(2026)	167
1 2. 4. 5. 8.	JTB 総合研究所(2025)	168
1 2. 4. 5. 9.	NTTドコモ モバイル社会研究所(2025c)	169
1 2. 4. 5. 10.	NTTドコモ モバイル社会研究所(2025d)	169
1 2. 4. 5. 11.	NTTドコモ モバイル社会研究所(2025f)	170
1 2. 5.	利用の効果に関する研究	171
1 2. 5. 1.	満足度・一般的評価など	173
1 2. 5. 1. 1.	総務省(2025)	173
1 2. 5. 1. 2.	インテージ(2025d)	174
1 2. 5. 1. 3.	インテージ(2025i)	175
1 2. 5. 1. 4.	インテージ(2025j)	175
1 2. 5. 1. 5.	インテージ(2025l)	175
1 2. 5. 1. 6.	インテージ(2025n)	176
1 2. 5. 1. 7.	日本情報システム・ユーザー協会(2025)	177
1 2. 5. 1. 8.	情報通信総合研究所(2024)	178
1 2. 5. 1. 9.	日本情報経済社会推進協会&アイ・ティ・アール(2025)	178
1 2. 5. 1. 10.	NTTドコモ モバイル社会研究所(2025d)	180

1 2. 5. 2. 人間による労働の代替と補完.....	181
1 2. 5. 2. 1. Handa et al. (2025)	181
1 2. 5. 2. 2. Appel et al. (2026)	181
1 2. 5. 2. 3. Chatterji et al.(2025)	182
1 2. 5. 3. 多様な職業や業務における利用効果.....	182
1 2. 5. 3. 1. Becker et al. (2025)	183
1 2. 5. 3. 2. Tamkin & McCrory (2025).....	184
1 2. 5. 3. 3. Toner-Rodgers (2024).....	184
1 2. 5. 3. 4. Beauchene et al. (2025).....	185
1 2. 5. 3. 5. Dillon et al.(2025)	185
1 2. 5. 3. 6. 国際大学 GLOCOM(2026)	186
1 2. 5. 3. 7. パーソル総合研究所(2026)	186
1 2. 5. 3. 8. インテージ(2025m).....	186
1 2. 5. 3. 9. Schwarcz et al. (2025).....	187
1 2. 5. 4. 認知・学習への影響	188
1 2. 5. 4. 1. Zhao et al. (2025)	190
1 2. 5. 4. 2. Nie et al. (2025).....	190
1 2. 5. 4. 3. Liu et al (2026)	191
1 2. 5. 4. 4. Qian et al. (2024)	191
1 2. 5. 4. 5. Li et al. (2025)	192
1 2. 5. 4. 6. Zhang et al. (2025)	192
1 2. 5. 4. 7. Qu et al. (2025)	193
1 2. 5. 4. 8. Sun & Zhou(2024)	193
1 2. 5. 4. 9. Ma et al. (2025)	194
1 2. 5. 4. 10. Xia et al. (2025)	195
1 2. 5. 4. 11. Hu et al. (2025).....	195
1 2. 5. 4. 12. Han et al. (2025).....	196
1 2. 5. 4. 13. Deng et al. (2024).....	197
1 2. 5. 4. 14. Chen & Cheung (2025)	198
1 2. 5. 4. 15. Zhu et al. (2025)	199
1 2. 5. 5. メンタルヘルスへの影響.....	199
1 2. 5. 5. 1. Zang et al. (2025)	200
1 2. 5. 5. 2. Feng, et al. (2025).....	200
1 2. 5. 5. 3. Villarreal-Zegarra et al. (2025)	201
1 2. 5. 6. 組織への影響	202
1 2. 5. 6. 1. Challapally et al. (2025).....	203

1 2. 5. 6. 2.	Klein Teeselink (2025)	203
1 2. 5. 6. 3.	Yotzov et al. (2026)	204
1 2. 5. 6. 4.	Beauchene et al. (2025)	205
1 2. 5. 6. 5.	IBM (2025b)	205
1 2. 5. 6. 6.	McKinsey (2025a)	205
1 2. 5. 6. 7.	デロイトトーマツグループ(2025)	207
1 2. 5. 6. 8.	Niederhoffer et al. (2025)	208
1 2. 5. 6. 9.	Niederhoffer et al. (2026)	208
1 2. 5. 6. 10.	Humlum and Vestergaard (2026)	209
1 2. 5. 6. 11.	Hosseini and Lichtinger (2025)	210
1 2. 5. 7.	経済・社会などへの影響	211
1 2. 5. 7. 1.	del Rio-Chanona et al. (2025)	211
1 2. 5. 7. 2.	Cazzaniga, et al. (2024)	213
1 2. 5. 7. 3.	Tomlinson et al. (2025)	214
1 2. 5. 7. 4.	Kauhanen & Rouvinen(2025)	214
1 2. 5. 7. 5.	Hartley et al (2026)	214
1 2. 5. 7. 6.	Abel et al. (2024)	215
1 2. 5. 7. 7.	Manning & Aguirre (2026)	215
1 2. 5. 7. 8.	Hyman et al. (2025)	216
1 2. 5. 7. 9.	Klein Teeselink (2025)	218
1 2. 5. 7. 10.	Henseke et al. (2025)	219
1 2. 5. 7. 11.	Li et al. (2025)	220
1 2. 5. 7. 12.	Acemoglu (2024)	221
1 2. 5. 7. 13.	Tamkin & McCrory (2025)	221
1 2. 5. 7. 14.	Filippucci et al. (2024)	222
1 2. 5. 7. 15.	Filippucci et al. (2025)	223
1 2. 5. 7. 16.	Bergeaud (2024)	224
1 2. 5. 7. 17.	Briggs and Kodnani(2023)	225
1 2. 5. 7. 18.	Cazzaniga, et al. (2024)	226
1 2. 5. 7. 19.	Rockall et al. (2025)	227
1 2. 5. 7. 20.	Misch et al. (2025)	228
1 2. 5. 7. 21.	Cerutti et al. (2025)	228
1 2. 5. 7. 22.	OECD (2024)	229
1 2. 5. 7. 23.	新田 (2024)	231
1 2. 5. 7. 24.	Gmyrek et al.(2025)	232
1 2. 5. 7. 25.	Brynolfsson et al. (2025)	232

1 2. 5. 7. 2 6. Gimbel et al. (2025)	233
1 2. 5. 7. 2 7. SHRM(2025)	234
1 2. 6. 利用の格差に関する研究	235
1 2. 6. 1. 性別・年齢・教育・所得と格差	236
1 2. 6. 1. 1. Chatterji et al.(2025)	236
1 2. 6. 1. 2. Otis et al.(2025)	237
1 2. 6. 1. 3. Gmyrek et al.(2025)	237
1 2. 6. 1. 4. del Rio-Chanona et al. (2025)	238
1 2. 6. 1. 5. Borwein et al.(2026)	239
1 2. 6. 1. 6. Hartley et al (2026).....	240
1 2. 6. 1. 7. Henseke et al. (2025)	240
1 2. 6. 1. 8. OECD (undated)	241
1 2. 6. 1. 9. Arntz et al. (2026)	241
1 2. 6. 1. 1 0. Beauchene et al. (2025)	242
1 2. 6. 1. 1 1. パーソル総合研究所(2026)	242
1 2. 6. 1. 1 2. インテージ(2025c)	243
1 2. 6. 1. 1 3. インテージ(2025h)	243
1 2. 6. 1. 1 4. 総務省(2025)	244
1 2. 6. 2. 国・地域と格差.....	245
1 2. 6. 2. 1. Eurostat (2025).....	245
1 2. 6. 2. 2. Hartley et al (2026).....	245
1 2. 6. 2. 3. del Rio-Chanona et al. (2025)	246
1 2. 6. 2. 4. Appel et al. (2026)	246
1 2. 6. 2. 5. Beauchene et al. (2025)	246
1 2. 6. 2. 6. OECD (undated)	247
1 2. 6. 2. 7. 国際大学 GLOCOM(2026)	247
1 2. 6. 2. 8. パーソル総合研究所(2026)	248
1 2. 7. 生成 AI の促進・抑制要因	248
1 2. 7. 1. 海外における促進・抑制要因調査	249
1 2. 7. 1. 1. Eurostat (2025)	249
1 2. 7. 1. 2. Arntz et al. (2026)	249
1 2. 7. 1. 3. Challapally et al. (2025)	250
1 2. 7. 1. 4. McKinsey (2025b)	251
1 2. 7. 1. 5. Ayinaddis (2025)	251
1 2. 7. 1. 6. Schwaeke et al. (2025)	252
1 2. 7. 1. 7. Beauchene et al. (2025)	253

1 2. 7. 1. 8. IBM (2025a)	254
1 2. 7. 1. 9. McKinsey (2025a)	254
1 2. 7. 2. 国際比較調査における促進・抑制要因	254
1 2. 7. 2. 1. 総務省(2025)	254
1 2. 7. 3. 日本における促進・抑制要因の調査（企業・業務利用）	257
1 2. 7. 3. 1. 国際大学 GLOCOM(2026)	257
1 2. 7. 3. 2. PwC Japan (2025)	258
1 2. 7. 3. 3. デロイトトーマツグループ(2025)	258
1 2. 7. 3. 4. 野村総合研究所(2025)	259
1 2. 7. 3. 5. 野村総合研究所(2023)	259
1 2. 7. 3. 6. パーソル総合研究所(2026)	260
1 2. 7. 3. 7. インテージ(2025e)	260
1 2. 7. 3. 8. インテージ(2025m).....	261
1 2. 7. 3. 9. インテージ(2025n).....	261
1 2. 7. 3. 10. 日本情報システム・ユーザー協会(2025).....	262
1 2. 7. 3. 11. 日本情報経済社会推進協会&アイ・ティ・アール(2025) ..	263
1 2. 7. 3. 12. 情報通信総合研究所(2025).....	264
1 2. 7. 3. 13. 情報通信総合研究所(2024).....	264
1 2. 7. 3. 14. 日本情報経済社会推進協会&アイ・ティ・アール(2025) ..	265
1 2. 7. 4. 日本における促進・抑制要因の調査（個人・プライベート利用） ..	265
1 2. 7. 4. 1. インテージ(2025g)	265
1 2. 7. 4. 2. インテージ(2025i)	266
1 2. 7. 4. 3. インテージ(2025j)	267
1 2. 7. 4. 4. インテージ(2025k)	267
1 2. 7. 4. 5. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025a)	268
1 2. 7. 4. 6. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025e).....	269
1 2. 8. 国内外の政策動向に関する文献	269
1 2. 8. 1. 概況.....	269
1 2. 8. 2. 日本.....	271
1 2. 8. 2. 1. AI 事業者ガイドライン.....	271
1 2. 8. 2. 2. AI 法.....	272
1 2. 8. 2. 3. AI 基本計画.....	272
1 2. 8. 2. 4. 「日 ASEAN・AI 共創イニシアチブ」	273
1 2. 8. 3. 米国.....	273
1 2. 8. 3. 1. 概況：規制緩和、大統領令	273
1 2. 8. 3. 2. 開発、インフラ、利用、国際.....	274

1 2. 8. 3. 3. 米国の州法.....	277
1 2. 8. 4. EU 及び欧州	284
1 2. 8. 4. 1. 概況：法制化と共同規制.....	284
1 2. 8. 4. 2. 概況：競争力強化、AI 利用推進.....	286
1 2. 8. 4. 3. 概況：デジタル主権と経済安全保障.....	293
1 2. 8. 5. 中国.....	295
1 2. 8. 5. 1. Global AI Governance Action Plan.....	295
1 2. 8. 5. 2. 人工知能+（プラス）イニシアチブ.....	296
1 2. 8. 6. 韓国.....	296
1 2. 8. 6. 1. AI 基本法	296
1 2. 8. 6. 2. 新政府の経済成長戦略.....	298
1 2. 8. 7. 国際機関等.....	299
1 2. 8. 7. 1. 人類のための AI 統治報告書（国連）	299
1 2. 8. 7. 2. グローバル・デジタル・コンパクト（国連）	299
1 2. 8. 7. 3. 独立国際科学パネル、AI ガバナンスに関するグローバル・ダイア ログ（国連）	301
1 2. 8. 7. 4. 人々と地球のための包摂的でサステナブルな AI 宣言（AI アクシ ョン・サミット）	302
1 2. 8. 7. 5. 広島 AI プロセス報告枠組み（Hiroshima AI Process Reporting Framework）（G7）	302
1 2. 8. 7. 6. 繁栄のための AI に関する G7 首脳共同声明	304
1 2. 8. 7. 7. 人工知能と人権、民主主義及び法の支配に関する欧州評議会枠組 条約（欧州評議会）	305
1 2. 9. 活用事例	305
1 2. 9. 1. 範囲.....	305
1 2. 9. 2. 概況と動向.....	306
1 2. 9. 2. 1. 農業.....	307
1 2. 9. 2. 2. 一次産業（農業を除く）	309
1 2. 9. 2. 3. 製造業	311
1 2. 9. 2. 4. 小売業	316
1 2. 9. 2. 5. 食品・一般消費財	318
1 2. 9. 2. 6. 医療.....	319
1 2. 9. 2. 7. 金融.....	320
1 2. 9. 2. 8. 政府・自治体	322
1 2. 9. 2. 9. 観光.....	323
1 2. 9. 2. 10. エネルギー	326

1 2. 9. 2. 1 1. 教育	327
1 2. 9. 2. 1 2. その他.....	328
1 2. 9. 2. 1 3. 既存の事例集資料	329
1 2. 1 0. ガイドライン類.....	334
1 2. 1 0. 1. ガイドラインの性質、概況と範囲について	334
1 2. 1 0. 2. 教育・学習関連のガイドライン	336
1 2. 1 0. 2. 1. Empowering Education Leaders: A Toolkit for Safe, Ethical, and Equitable AI Integration	336
1 2. 1 0. 2. 2. Guidance on the Use of Federal Grant Funds to Improve Education Outcomes Using Artificial Intelligence (AI).....	337
1 2. 1 0. 2. 3. Avoiding the Discriminatory Use of Artificial Intelligence	338
1 2. 1 0. 2. 4. The Department of Labor’s Artificial Intelligence Literacy Framework.....	339
1 2. 1 0. 2. 5. Generative Artificial Intelligence in K-12 Classrooms.....	340
1 2. 1 0. 2. 6. Developing Policy and Protocols for the use of Generative AI in K-12 Classrooms.....	341
1 2. 1 0. 2. 7. Oregon Artificial Intelligence (AI).....	341
1 2. 1 0. 2. 8. Free AI Resources for Your School or Classroom	342
1 2. 1 0. 2. 9. Guidance and Considerations for Using Artificial Intelligence in Oklahoma K-12 Schools	342
1 2. 1 0. 2. 1 0. Model AI Policy for Districts.....	343
1 2. 1 0. 2. 1 1. Generative AI in the Classroom Guidance	344
1 2. 1 0. 2. 1 2. Our AI Initiatives.....	344
1 2. 1 0. 2. 1 3. The Justice-Centered Computer Science Initiative for K-12 Education.....	345
1 2. 1 0. 2. 1 4. Craft AI Literacy Resources.....	346
1 2. 1 0. 2. 1 5. Ethical guidelines on the use of artificial intelligence (AI) and data in teaching and learning for educators.....	346
1 2. 1 0. 2. 1 6. AILit Framework	347
1 2. 1 0. 2. 1 7. Framework for the educational use of Generative Artificial Intelligence in the European Schools.....	348
1 2. 1 0. 2. 1 8. Framework for the educational use of Generative Artificial Intelligence in the European Schools.....	349
1 2. 1 0. 2. 1 9. Artificial Intelligence and the Future of Teaching and Learning	349
1 2. 1 0. 2. 2 0. Generative AI in education.....	350

1 2. 1 0. 2. 2 1. Using AI in education settings: support materials.....	351
1 2. 1 0. 2. 2 2. Safe and effective use of AI in education.....	351
1 2. 1 0. 2. 2 3. Ofsted's approach to AI.....	351
1 2. 1 0. 2. 2 4. Australian Framework for Generative AI in Schools	352
1 2. 1 0. 2. 2 5. Statement from the IB about ChatGPT and artificial intelligence in assessment and education.....	353
1 2. 1 0. 2. 2 6. AI competency framework for students.....	353
1 2. 1 0. 2. 2 7. Guidance for generative AI in education and research.....	354
1 2. 1 0. 3. 国内の主要ガイドライン	355
1 2. 1 0. 3. 1. 自治体における AI 活用・導入ガイドブック<導入手順編> (第 4 版)	355
1 2. 1 0. 3. 2. 行政の進化と革新のための生成 AI の調達・利活用に係るガイ ドライン	356
1 2. 1 0. 3. 3. 生成 AI の導入・活用に向けた実践ハンドブック	356
1 2. 1 0. 3. 4. AI の利用・開発に関する契約チェックリスト	357
1 2. 1 0. 3. 5. 初等中等教育段階における生成 AI の利活用に関するガイドラ イン (Ver.2.0)	358
1 2. 1 0. 3. 6. コンテンツ制作のための生成 AI 利活用ガイドブック	358
1 2. 1 0. 3. 7. 医療デジタルデータの AI 研究開発等への利活用に係るガイド ライン	358
1 2. 1 0. 3. 8. AI と著作権に関する考え方について	359
1 2. 1 0. 3. 9. 生成 AI に関する教員向け研修動画シリーズ	359
1 2. 1 0. 3. 1 0. 大学・高専における生成 AI の教学面の取扱いについて	360
1 2. 1 0. 3. 1 1. 生成 AI サービスの利用に関する注意喚起等について ...	360
1 2. 1 0. 3. 1 2. ヘルスケア領域において生成 AI を活用したサービスを提供 する事業者が参照するための自主ガイドライン (ヘルスケア生成 AI 活用ガイド) 第 2.0 版.....	361
1 2. 1 0. 3. 1 3. 医療・ヘルスケア分野における生成 AI 利用ガイドライン (第 2 版)	361
1 2. 1 0. 3. 1 4. 生成 AI 開発契約ガイドライン 第 1 版.....	362
1 2. 1 0. 3. 1 5. 生成 AI の利用ガイドライン 第 1.1 版.....	362
1 2. 1 0. 3. 1 6. 中小企業のための「生成 AI」活用入門ガイド 第 7 版...	362
1 2. 1 0. 3. 1 7. テキスト生成 AI の導入・運用ガイドライン.....	363
1 3. 提言：生成 AI 時代における社会実装の方向性.....	364
第一の方向性：生成 AI の利用機会を社会全体に広げる	364
提言 1：生成 AI 政策の重点を「普及率中心」から「利用機会の格差是正」へ広げる	

.....	364
提言 2：社会全体に向けた基礎的 AI リテラシー教育を強化する	364
提言 3：AI リテラシー教育を講座中心から日常利用の中で学べる仕組みへ転換する	365
第二の方向性：安全で信頼できる AI 利用環境を整備する	365
提言 4：AI の利用領域と人間の判断の役割を整理する	365
提言 5：企業の AI 導入支援を操作教育から運用ガバナンス整備へ重点転換する	365
提言 6：AI 利用において検証と批判的思考を重視する教育を推進する	366
第三の方向性：AI 活用による社会的価値の拡張.....	366
提言 7：企業は AI 導入の効果を測定する仕組みを整備する.....	366
提言 8：行政 AI は人の代替ではなく行政サービスへのアクセス改善に活用する	366
提言 9：生成 AI 社会の目標を効率化ではなく人間の活動の高度化に置く	367
付録	368
付録A. 1. アンケート調査票.....	369
付録A. 2. インタビュー質問項目.....	426
1. 基礎項目（プロフィール確認）	426
2. 生成 AI の利用実態（深掘り）	427
3. リスク認知とガバナンス意識	428
4. まとめと提言に関する考察	429
付録A. 3. インタビュー調査におけるインフォーマントの発言抜粋.....	430
謝辞	437
Innovation Nippon とは	437

本編

1. 調査の実施方針等

1. 1. 調査の背景と目的

近年、生成 AI（大規模言語モデルや画像生成 AI など）は、急速に社会へ浸透している。個人による情報収集や文章・画像の作成にとどまらず、企業における業務支援や試作開発、教育・行政分野での試行的な活用など、その利用範囲は着実に広がっている。生成 AI の登場は、作業の効率化や発想の補助といった実務上の利点だけでなく、従来の働き方や学び方、情報との向き合い方そのものに変化をもたらしつつある。

一方で、生成 AI の普及は新たな課題も浮かび上がらせている。利用経験やスキルの差による格差、偽・誤情報の生成・拡散リスク、著作権やプライバシーをめぐる懸念、さらには教育や行政における判断の妥当性や説明責任といった問題である。生成 AI は利便性の高い技術であるがゆえに、その影響は個人の利用行動にとどまらず、組織や制度、社会的信頼のあり方にも及んでいる。

こうした状況を踏まえ、2024 年 5 月には、生成 AI の利用実態や意識、社会的影響を把握することを目的として、全国規模のアンケート調査およびインタビュー調査を行い、「Innovation Nippon 2024 生成 AI と日本」として発表した。しかし、生成 AI を取り巻く環境は変化の速度が極めて速く、数か月単位で利用実態や社会的関心が大きく変わる状況にある。また、分野を横断し、時系列で比較可能な形で生成 AI の社会的影響を捉えた実証データは、国内外を問わず十分に蓄積されているとは言い難い。

本報告書では、生成 AI の社会実装が進む中で生じている変化と課題について、「生活者」「企業」「教育・行政」といった複数の視点から整理を行う。全国調査およびインタビュー調査の結果をもとに、生成 AI の利用実態や受け止め方、活用が進む領域と停滞している領域を明らかにするとともに、そこに伴って生じている格差や懸念、期待を把握する。これらの分析を通じて、生成 AI を社会において持続的かつ適切に活用していく上での論点を整理し、今後の制度設計や運用を検討するための基礎的な知見を提示する。

1. 2. 本研究で主に明らかにすること

本調査研究では、主に以下の点について明らかにしたうえで、9 つの提言を導出する。

1. 生成 AI の利用率、利用場面、利用方法、非利用理由（時系列比較を含む／無意識利用も可能な限り拾う）
2. 年齢・所得・職業・地域・教育・企業規模等による活用及び効果の格差の実態と構造
3. 生成 AI に対する信頼性評価とリスク認知（偽情報・著作権・プライバシー等）

4. 活用がもたらす主観的な効率化・創造性向上・心理的負担等の変化
5. 制度的整備に対する期待と規範意識、政府・企業に求められる役割
6. 教育・公共サービスにおける生成 AI 導入への賛否と条件
7. 生成 AI に関するリテラシーの水準と啓発授受経験・ニーズ (知識、判断力、利用姿勢)

1. 3. 生成 AI の定義

AI (Artificial Intelligence) は、大量のデータから、故障の予兆や詐欺やスパム情報の検出、将来予測、また次に個人に表示する動画を決定するなど、既に社会の多くの場所で用いられている。このようにデータ分析目的で活用される AI は「Analytical AI」と呼ばれる。「生成 AI」とは、この技術に加えて、従来人間が得意としてきた情報やコンテンツを生成・創造する目的で用いられる形で急速に発展してきた AI 技術である¹。

生成 AI は文章だけではなく、画像や動画、音声、3D モデルなど様々な形態のコンテンツ・情報を生成することが可能であり、それぞれに特化したサービスも展開されている。例えば、Open AI はテキスト生成を得意とする「テキスト生成 AI」として、2020 年 5 月、1750 億のパラメータを使用する大規模言語モデル「GPT-3」を公表。さらに、2022 年 11 月に GPT3.5 をベースにした対話型 AI「ChatGPT」チャットボットを、2023 年 3 月に「GPT-4」を公表した。このテキスト生成 AI を皮切りに様々な生成 AI が発表されている。2022 年には、テキストを入力すると画像を生成する「プロンプト型画像生成 AI」が登場し、人間が描きたいものを AI が代わりに描くことが可能となった。2023 年には、米国のランウェイ社がテキストをもとに高品質な動画を生成する「Gen-2」を発表²するなど、多方面で開発が進められている。

本稿では、生成 AI について「コンテンツを生成・創造する目的で用いられる AI 技術」として定義して分析を行う。

1. 4. 調査研究手法

本研究は、定量調査と定性調査を組み合わせた構成とし、生成 AI の社会的影響と活用実態を多面的に把握する。特に、2024 年に実施した調査との時系列比較を行い、1～2 年での

¹ 総務省. (2023). 情報通信白書令和 5 年版 第 1 部 特集 新時代に求められる強靱・健全なデータ流通社会の実現に向けて.

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/html/nd131310.html>

² NEC. (2024). 動画生成 AI とは？サービス例やビジネス活用の可能性を解説.

https://www.nec-solutioninnovators.co.jp/sp/contents/column/20240329_generative-ai-video.html

変化や傾向の把握を可能にする。

1. 4. 1. 文献調査

生成 AI の利用実態や社会的影響を捉えるにあたり、既存研究および政策文書の整理を行う。具体的には、生成 AI の利用率や利用の広がり、利用によって生じる効果やリスク、ならびに利用を促進または阻害する要因について、国内外の主要な研究や仮説を整理する。

あわせて、生成 AI をめぐる政策的対応や社会実装の方向性を把握するため、各国政府や国際機関が公表している政策文書、ガイドライン、報告書を対象に分析を行う。特に、OECD、UNESCO、EU などの国際機関における議論を参照し、透明性、説明責任、公正性、リスク管理といった論点がどのように位置づけられているかを確認する。

さらに、国内外の自治体、企業、教育機関等における生成 AI の活用事例について、公開資料や報告書をもとに整理を行う。制度やガイドラインとして示されている方針と、現場における実際の運用との関係に着目し、両者の間に見られる共通点や相違点を検討する。

これらの文献調査の結果は、本報告書におけるアンケート調査およびインタビュー調査の分析と接続し、日本における生成 AI の社会実装をめぐる課題や論点を整理するための基礎的な視座として位置づける。定量・定性データの分析結果を解釈する際の背景情報として用いることで、議論の前提や射程を明確にする。

1. 4. 2. アンケート調査分析

アンケート調査は、文献調査の結果を踏まえて調査項目を設計し、生成 AI の普及状況や活用実態、その影響を把握することを目的として実施した。生成 AI に関する認知や利用状況に加え、利用に伴う意識やリスク認知、制度やガバナンスに対する考え方を多面的に捉える設問構成としている。

調査対象は、インターネットリサーチ会社であるマイボイスコム株式会社が保有する登録モニタのうち、全国の 20 歳から 69 歳までの生活者とした。本調査では 5,000 件以上の有効回答を回収している。調査期間は 2025 年 10 月 17 日から 10 月 26 日までであり、回答の信頼性を確保するため、トラップ設問を含むデータクリーニングを実施した。

調査は、予備調査と本調査の二段階で実施した。予備調査では、生成 AI を利用したことのある人の割合を把握することを主な目的とし、日本全国に居住する者を母集団として、性別・年代別の人口構成に基づいた割付を行った。具体的には、総務省が公表している人口推計（2025 年 4 月確報値）を用いて 5 歳刻みの性別・年代別人口構成比を算出し、データクリーニング後の予備調査サンプルがこれらの比率と一致するよう調整した。予備調査では 20,000 件の有効回答を回収している。

本調査における主な設問カテゴリは、以下のとおりである。

- 生成 AI の認知・利用状況（時系列比較）
- 利用目的・頻度・非利用理由
- 利用による生活・仕事・心理面の変化（効率性／創造性／精神的負担 等）
- リテラシー（知識クイズ、自己評価）
- リスク認知（誤情報、著作権、プライバシー、AI バイアス等）
- 規制・制度に関する認知・賛否
- 公共領域での AI 導入に関する設問
- 教育・家庭での生成 AI に対する態度
- 啓発コンテンツのニーズ・効果認知

調査設計上の特徴として、2024 年に実施した調査と同一の設問を一部含めることで、利用率、利用目的、リテラシー、リスク認知等について時系列での変化を定量的に把握できる点が挙げられる。また、リテラシーや公共領域での生成 AI 利用、主観的ウェルビーイングへの影響評価など、より踏み込んだ内容については新たに設問を設けている。さらに、年齢、性別、地域に加え、世帯年収、職種、学歴等を層化変数として用いることで、生成 AI の活用をめぐる格差構造を詳細に分析できる設計としている。

本アンケート調査は、生成 AI の普及状況や活用実態、利用に伴う影響を可視化するとともに、属性別の差異やガバナンスに関する意識を把握するための基礎的データとして位置づけられる。性別および年代別のサンプルサイズの内訳については、図表 1.1 および図表 1.2 に示すとおりである。

図表 1.1 予備調査のサンプルサイズ

	男性	女性	合計
20歳～24歳	855	801	1,656
25歳～29歳	893	841	1,734
30歳～34歳	877	828	1,705
35歳～39歳	923	883	1,806
40歳～44歳	1,018	988	2,006
45歳～49歳	1,156	1,125	2,281
50歳～54歳	1,315	1,288	2,603
55歳～59歳	1,136	1,132	2,268
60歳～64歳	1,006	1,023	2,029
65歳～69歳	931	981	1,912
合計	10,110	9,890	20,000

図表 1.2 本調査のサンプルサイズ

	男性	女性	合計
20歳～24歳	214	200	414
25歳～29歳	223	210	433
30歳～34歳	219	207	426
35歳～39歳	231	221	452
40歳～44歳	254	247	501
45歳～49歳	289	281	570
50歳～54歳	329	322	651
55歳～59歳	284	283	567
60歳～64歳	252	256	508
65歳～69歳	233	245	478
合計	2,528	2,472	5,000

1. 4. 3. インタビュー調査

アンケート調査による定量的分析を補完するため、インタビュー調査を実施した。調査対象は、生成 AI を積極的に活用している生活者、企業関係者、教育関係者、自治体担当者等の中から、活用目的や活用領域が異なる者を中心に 10 名を選定した。

本インタビュー調査は、定量調査では把握しきれない導入判断の背景や、生成 AI の活用が進展・定着していく過程における変化を明らかにすることを目的としている。得られた知見は、アンケート調査結果の解釈を補完し、分析全体の理解を深めるための材料として位置づける。

インタビュー調査の対象としたのは、インターネットリサーチ会社マイボイスコム社が保有する、20 歳～69 歳の登録モニタである。2025 年 11 月 21 日から 11 月 25 日にスクリーニング調査を実施し、有効回答約 5,000 件を回収した。スクリーニングでは、生成 AI の認知、主要サービスの利用状況（仕事・学業／プライベート）、利用頻度、勤務先等における利用ルールの有無、利用目的、ならびにプロンプトの試行錯誤状況を把握した。

インタビュー協力者の募集にあたっては、スクリーニング調査内でオンライン個別インタビューへの参加可否と参加可能時間帯を確認した上で、急なキャンセル不可、電話確認により参加確定、Zoom 利用環境、録画の可能性と利用目的、謝礼として 10,000 円相当のポイント支払い等の条件への同意を求めた。

そのうえで、オンライン個別インタビューへの参加が可能と回答し、仕事・学業または

プライベートにおいて週1回以上の生成AI利用頻度を満たし、かつプロンプトの試行錯誤が「日常的」または「時々」と回答した者を中心に候補者274名を抽出した。候補者の中から、年齢、性別、職業、利用領域（仕事・学業中心／プライベート中心）の偏りが過度にならないよう優先順位を付け、合計10名をインフォーマントとして選定した。

インタビューは半構造化形式で行い、生成AIの活用動機や期待、不安、導入時に直面した障壁、制度・倫理面に関する懸念のほか、実際の試行錯誤や失敗経験、利用が定着するまでの過程などについて聞き取りを行った。あらかじめ共通の質問項目を設定しつつ、回答内容に応じて柔軟に掘り下げることで、活用の背景や文脈を把握することを重視した。

インタビューは2025年12月7日から12月17日にかけて、オンラインで半構造化インタビュー法により実施した。質問項目は、導入の経緯と活用の変遷、主観的な変化（効率化・創造性・心理面）、リスク認知と対処（偽・誤情報、著作権、プライバシー、セキュリティ等）、格差認識と要因、所属組織のルール、教育・公共サービスへの導入に関する賛否と条件、啓発の受け取り経験と支援ニーズ等の観点から構成し、協力者の経験や関心に応じて調整した。

2. 生成 AI の利用状況

本章では、生成 AI の利用に関連する調査を行った結果から、生活者が生成 AI をどのように利用しているのかの実態を明らかにしていきたい。

2. 1. 生成 AI サービスの認知

本節では、生成 AI サービスの認知についての調査を行った結果を示す。

まず、図表 2.1 は生成 AI のサービス別に認知度を質問した結果について、各選択肢の割合を示したものである。結果を確認すると、ChatGPT は他のサービスと比較して圧倒的に多く認知されている。「全く知らない」と答えた人は、14.9%となっており、8 割以上の人が少なくとも名前を聞いたことはあることがわかる。また、Google 検索結果の AI による概要と Gemini についても、「全く知らない」と答えた人は 4 割前後と半数以上は認知している。これに Microsoft Copilot の認知率 4 割が続く形となっている。

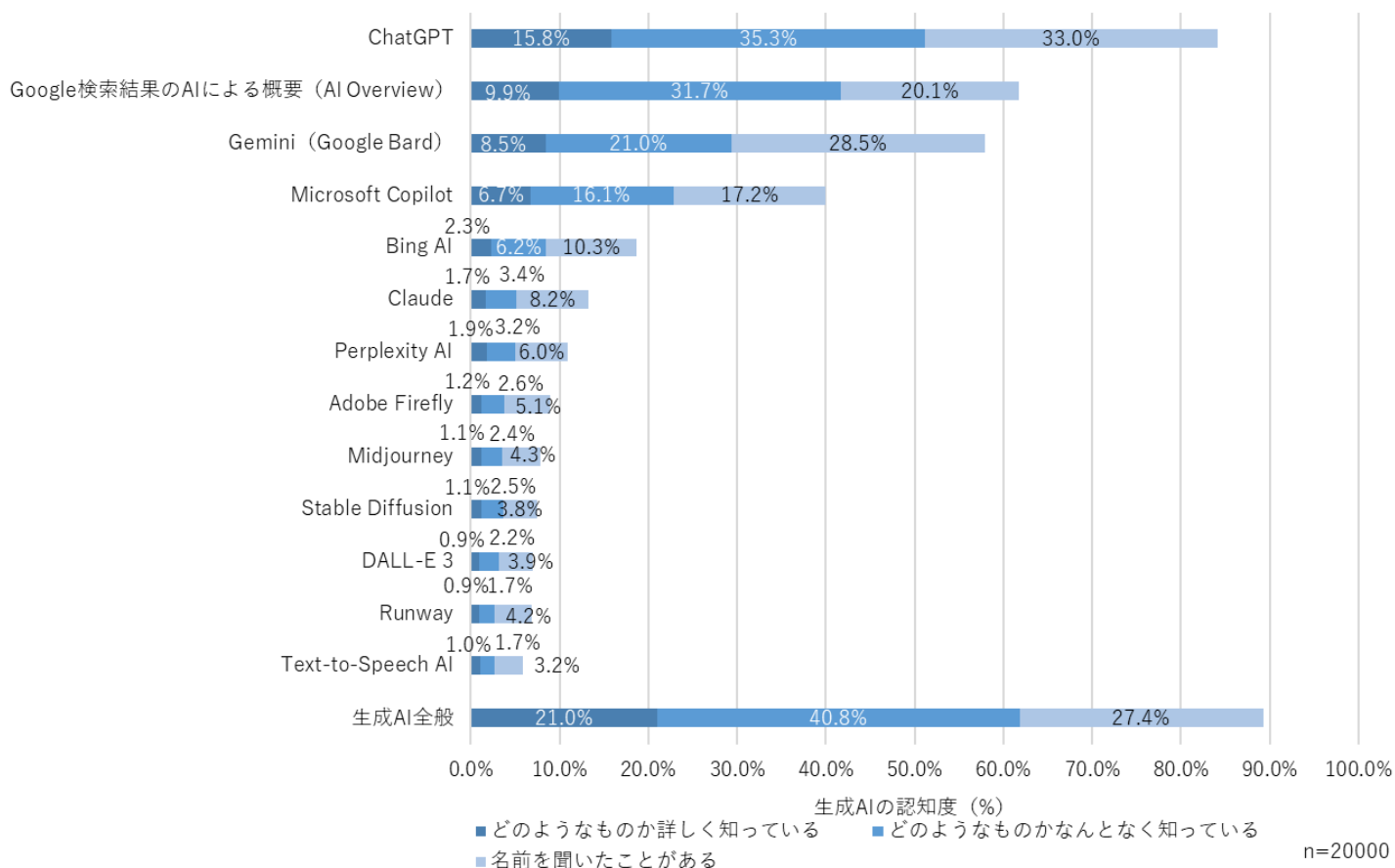
一方で、その他のサービスについては「全く知らない」と回答した人が圧倒的に多く、ほとんどのサービス、特にテキスト生成 AI 以外では 9 割以上の人が全く知らないと答えており、ChatGPT や Google、Microsoft といった身近なメガテック以外の生成 AI サービスは認知度が低いことが明らかとなった。なお、生成 AI 全般について「全く知らない」と回答した人は 10%強であり、名前の認知度はほぼ 9 割に達している。

Innovation Nippon 2024³の結果と比較すると、当時から最も認知度の高かった ChatGPT については、2%程度の認知率の上昇となっており大きな変化は見られない。一方で、当時は 3 番目に高い Gemini (Google Bard) でも 7 割以上の人が「全く知らない」と回答しており、当時と比較すると認知度が 3 割程度向上していることがわかる。その他にも Microsoft Copilot などや Claude など、当時は「その他の生成 AI サービス」として括られて、0.4%の認知度であったサービス群の認知度も 10%を超えており、ChatGPT 以外にも全体的なテキスト生成 AI の認知度向上が確認できる。また、その他の画像生成 AI や動画生成 AI についても、前回は認知度が 5%未満のサービスのみであったが、今回の調査では全体的に 5%前後の上昇が見られた。未だ認知率が 1 割にも満たないサービスも多いものの、当時の調査と比較すると認知度が全体的に向上していることが確認できる。

さらに興味深いことに、Bing AI は 2024 年の調査においての認知度は Google Bard よりも高い 2 番目に位置していたが、今回の調査においては Gemini (Google Bard) に大きく

³ 2024 年 2 月に調査を実施している。 https://www.glocom.ac.jp/wp-content/uploads/2024/05/IN2024_report_genAI_full.pdf

水をあげられ、寧ろ認知度は減少している。ここからは、様々なサービスが日夜開発・リリースされていく中で、生成 AI サービスの生存競争の激しさも示唆されている。

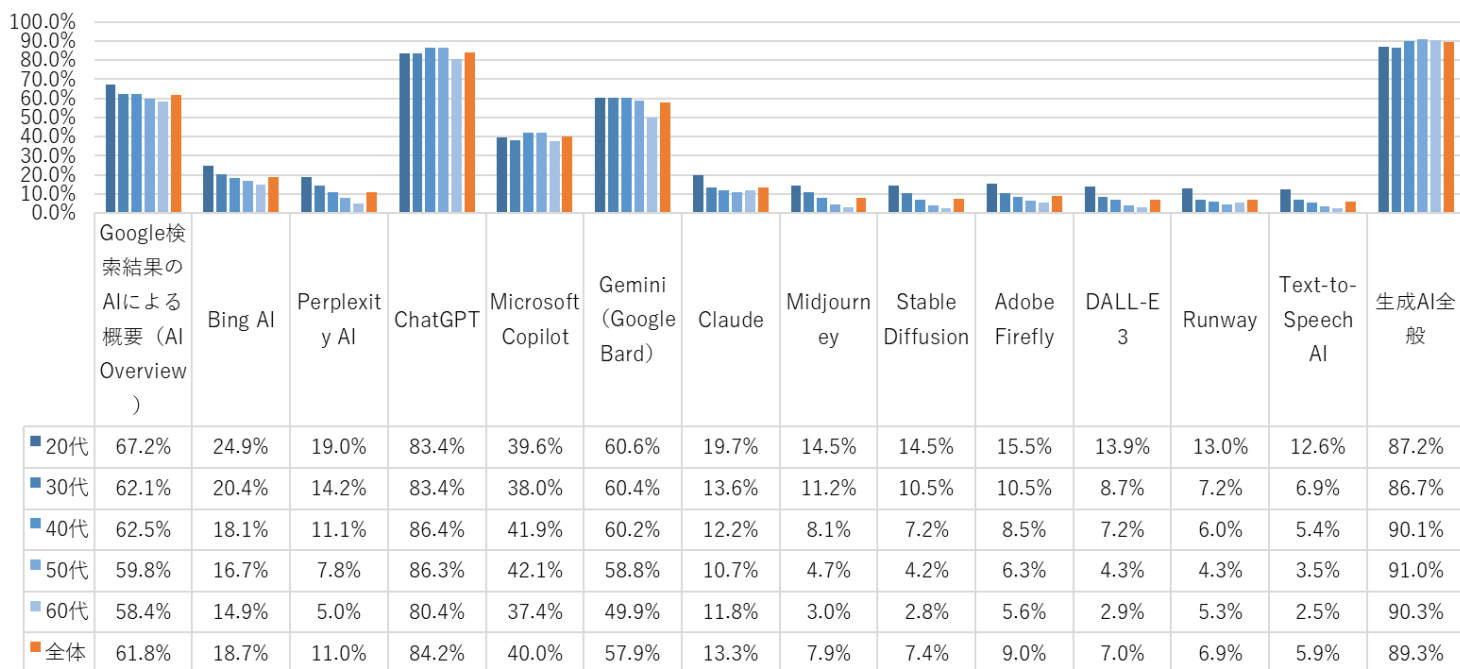


図表 2.1 生成 AI のサービス別認知度に関する各選択肢の割合

認知度に関して、「どのようなものかなんとなく知っている」以上に認知している人の割合を年代別にまとめた結果が図表 2.2 である。やはり最も認知度が高いサービスは「ChatGPT」が全年代で 8 割以上と圧倒的であり、次いで「Google 検索結果の AI による概要」が全年代で 6 割以上、3 番目に「Gemini」が 6 割前後となっている。年代別の特徴としては、これらの認知度が高い上位のサービスについては年代による極端な差が見られないものの、他の認知度が低いサービスについては右肩下がりのグラフとなっており、年齢が低い人ほど多様な生成 AI サービスを認知している傾向が明らかになっている。

一方、生成 AI 全般の認知度については、20~30 代が低く、50 代以上が 9 割を超えているグラフとなっており、年齢が高い人ほど「どのようなものかなんとなく知っている」という認知が高いことがわかる。

生成AIの認知度 (%)



n=20000

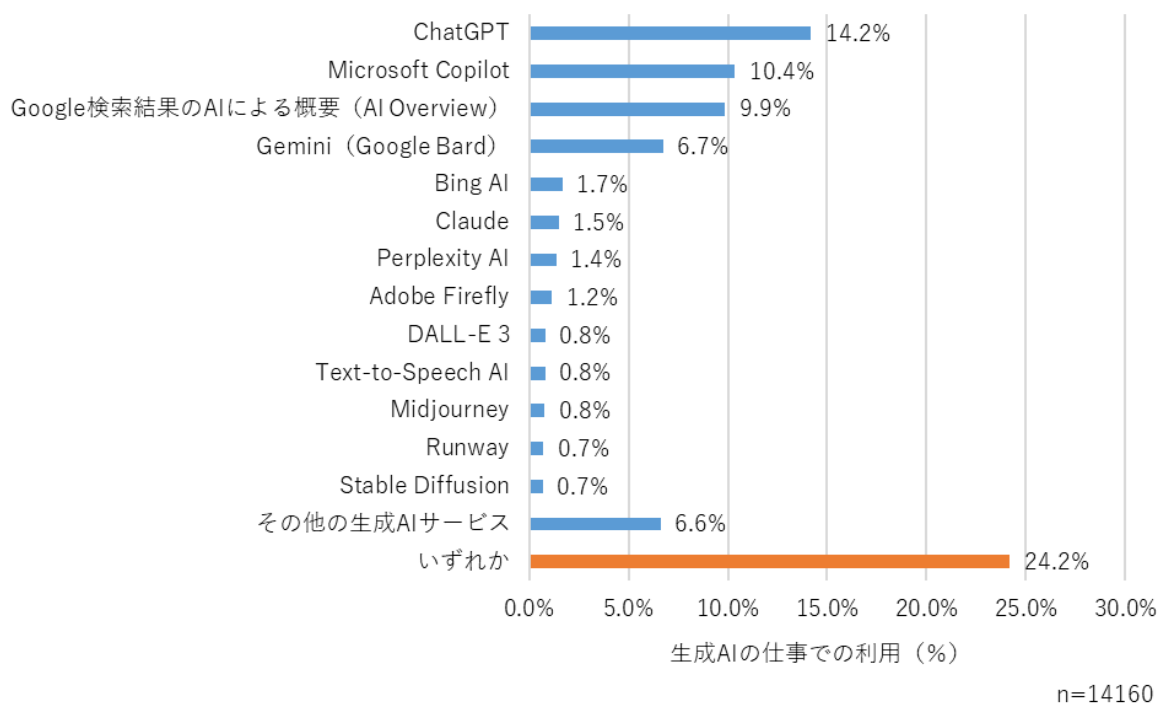
図表 2.2 生成 AI のサービス別認知度 (年代別 + 全体)

2. 2. 生成 AI の利用状況

本節では、プライベートと仕事のそれぞれの場面における、生成 AI サービスの利用状況についての調査を行った結果を示す。なお、本報告書第 2 章～6 章において、業務上の生成 AI の利用についてのアンケート設問は全て有職者を対象、プライベートの生成 AI 利用についての設問は全回答者を対象としている。

まず、有職者（学生、専業主婦・専業主夫、無職・定年退職以外）に対して各種の生成 AI サービスの利用をしているか否かについて尋ねた結果が図表 2.3 である。結果としては、いずれかの生成 AI サービスを利用していると回答した人が 24.2%と、約 4 人に 1 人が生成 AI サービスを仕事で利用していることがわかる。その中で最も利用されているサービスは「ChatGPT」(14.2%) であり、「Microsoft Copilot」(10.4%)、「Google 検索結果の AI による概要 (AI Overview)」(9.9%) と続いた。最も認知度が高い ChatGPT の利用率が最も高く、次いで Microsoft Office や Windows に搭載されている Copilot、そして検索時に活用できる Google の AI Overview が使われている結果となった。

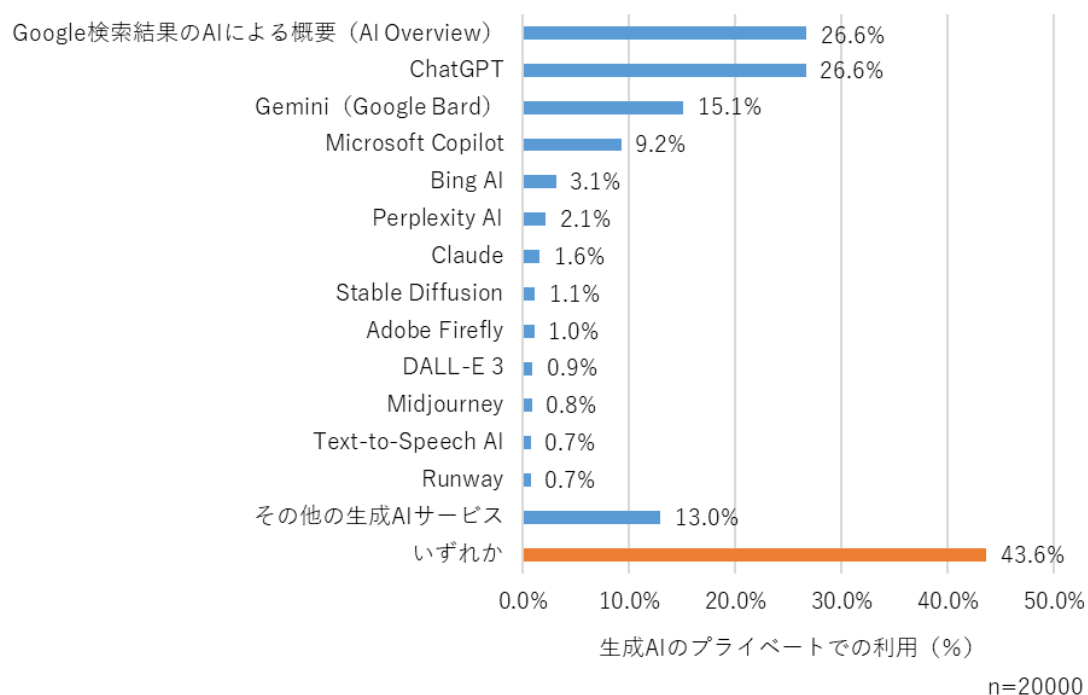
Innovation Nippon2024 においては、最も利用率の高い ChatGPT でも 8.0%、その他はほとんどが 2%以下の利用状況であった状況と比較すると、テキスト生成 AI を中心に大きく利用率が増加していることがわかる。



図表 2.3 生成 AI サービスを仕事で利用している割合

続いて、全回答者にプライベートの利用状況について質問した結果が図表 2.4 である。こちらはいずれかのサービスを利用している人の割合が 43.6%と、4 割以上の人は何らかの生成 AI サービスを利用している結果となった。個別のサービスとしては、「Google 検索結果の AI による概要 (AI Overview)」(26.6%) が最多であり、次いでほぼ同値の僅差で「ChatGPT」(26.6%)、「Gemini (Google Bard) (15.1%) となっていた。仕事で最も利用されていた「Microsoft Copilot」は、9.2%で 4 番目と依然高い順位ではあるものの、仕事と比較すると順位は 3 つ下げており、プライベートと仕事で利用されている生成 AI サービスには違いがあることが明らかとなった。

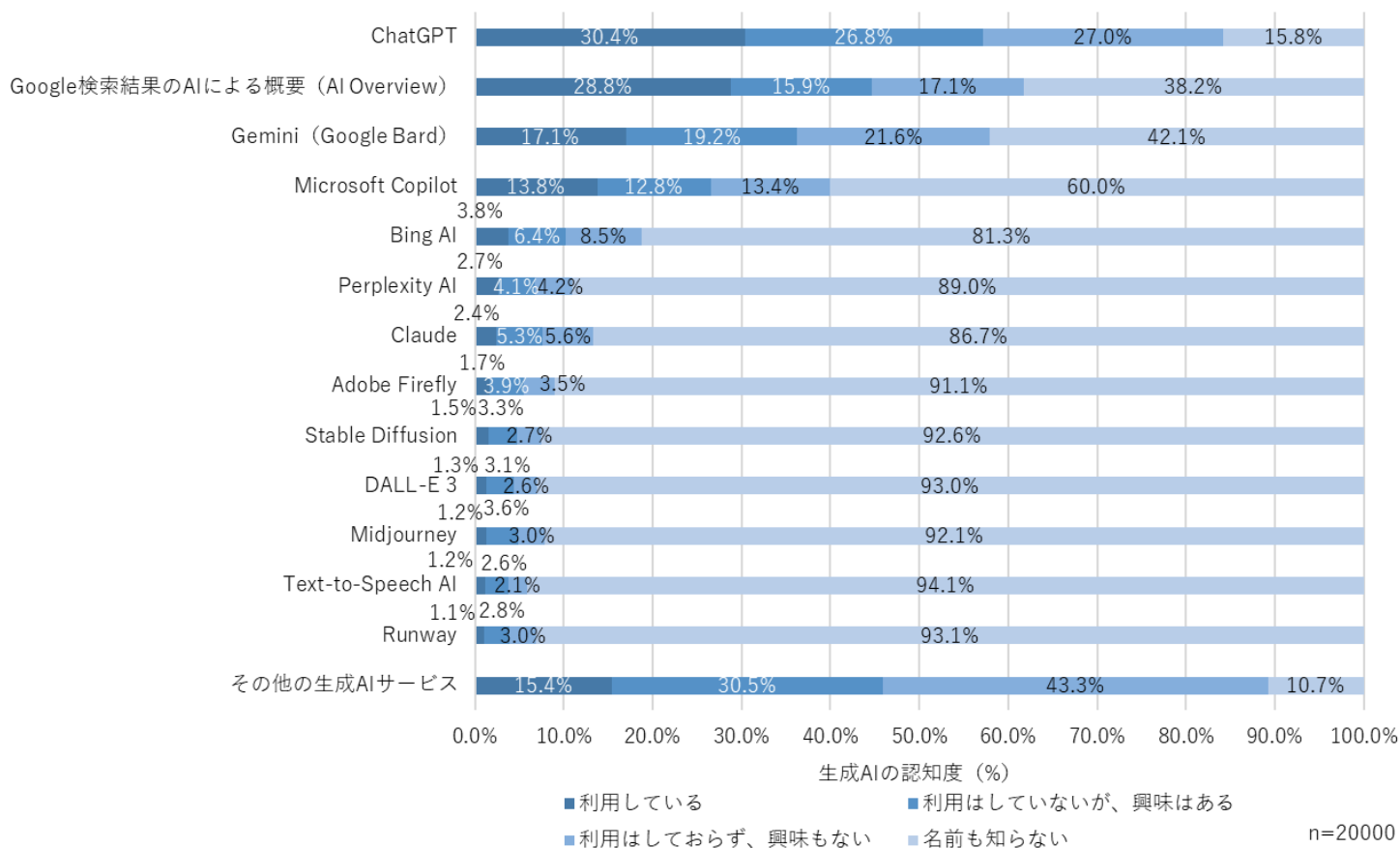
プライベートでの利用についても仕事の時と同様である。Innovation Nippon2024 において最も利用率の高い ChatGPT でも 11.0%、次点の Bing AI チャットが 4.4%で、その他はほとんどが 1%以下の利用状況であった状況と比較すると、テキスト生成 AI を中心に大きく利用率が増加していることがわかる。また、その他の生成 AI の利用率が前回は分野を問わず 0.5%未満だったが、今回は 13.0%と大きく向上している。これは、生成 AI を利用したサービスのすそ野が広がっていることが示唆されていると考えられる。一方で、画像や動画生成 AI の利用率については、当時も最大の Stable Diffusion が 1.1%、Midjourney が 0.9%、DALL-E 3 が 0.8%、Runway が 0.6%と、今回の調査とおおむね一致しており、大きな伸びは見られていない。



図表 2.4 生成 AI サービスをプライベートで利用している割合

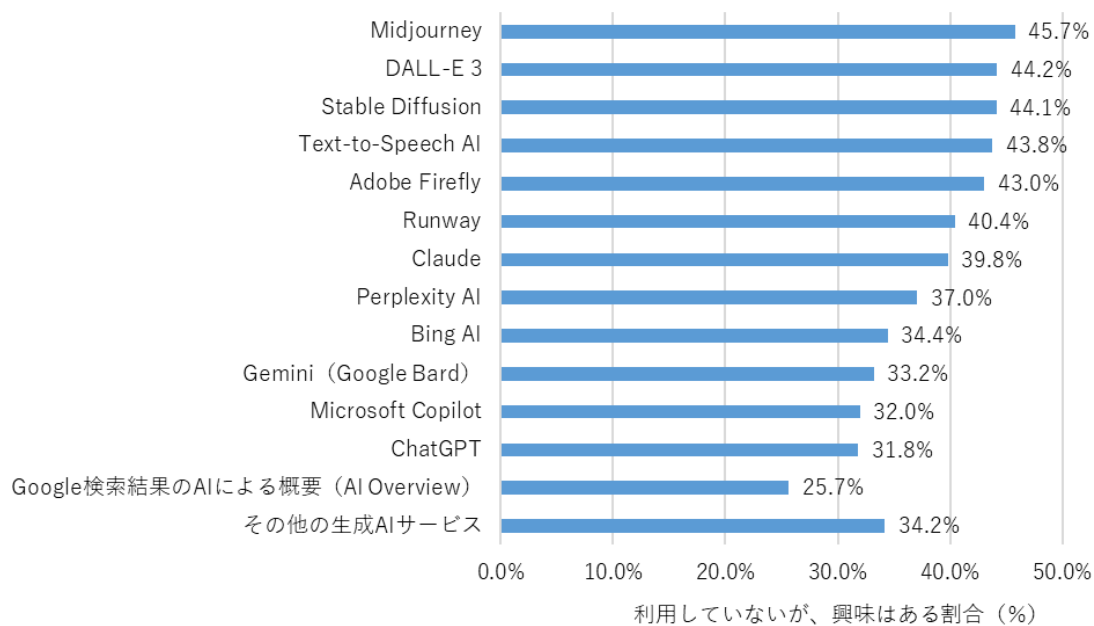
さらに、各生成 AI サービスについての利用有無だけでなく、「現在利用していないが興味がある」「現在利用していないし興味もない」の2つの選択肢も加え、興味関心の状況も踏まえた回答を収集した。なお、調査においては認知者にのみ設問を提示しており、図表 2.5 においては非回答者（非認知者）を補完した 100%での割合を集計した結果を表示している。

非認知者も含めた全体集計において、最も興味を持たれているサービスは「その他の生成 AI サービス」(30.5%) であり、次いで「ChatGPT」(26.8%)、「Gemini (Google Bard)」(19.2%) と続いており、全体的に認知度が高い生成 AI サービスに対して関心も集まっていることがわかる。また、本調査に選択肢として挙げた以外の生成 AI サービスについての興味の大きさも明らかとなっており、生成 AI サービスのすそ野の広さが示唆されている。



図表 2.5 利用していないが興味ある人の割合

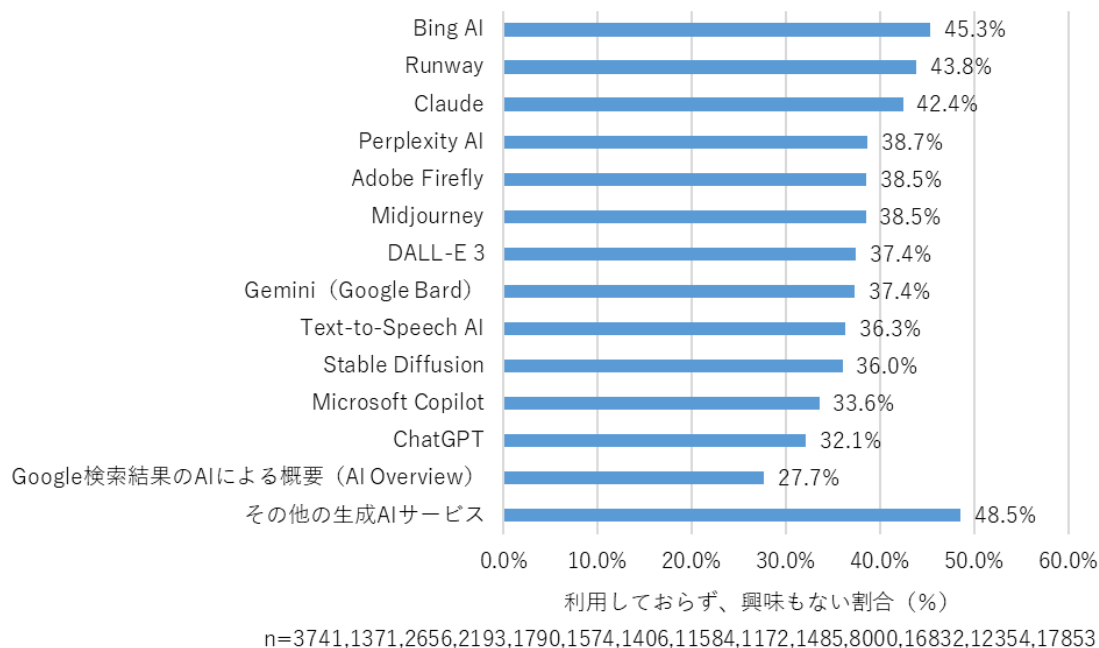
さらに、各生成 AI サービスの認知者に限定して、「現在利用していないが興味がある」と回答した割合を集計した結果が図表 2.5 である。最も興味を持たれているサービスは「Midjourney」(45.7%) であり、次いで「DALL-E 3」(44.2%)、「Stable Diffusion」(44.1%) と続いており、全体的に画像生成 AI に対して関心が集まっていることがわかる。



n=1574,1406,1485,1172,1790,1371,2656,2193,3741,11584,8000,16832,12354,17853

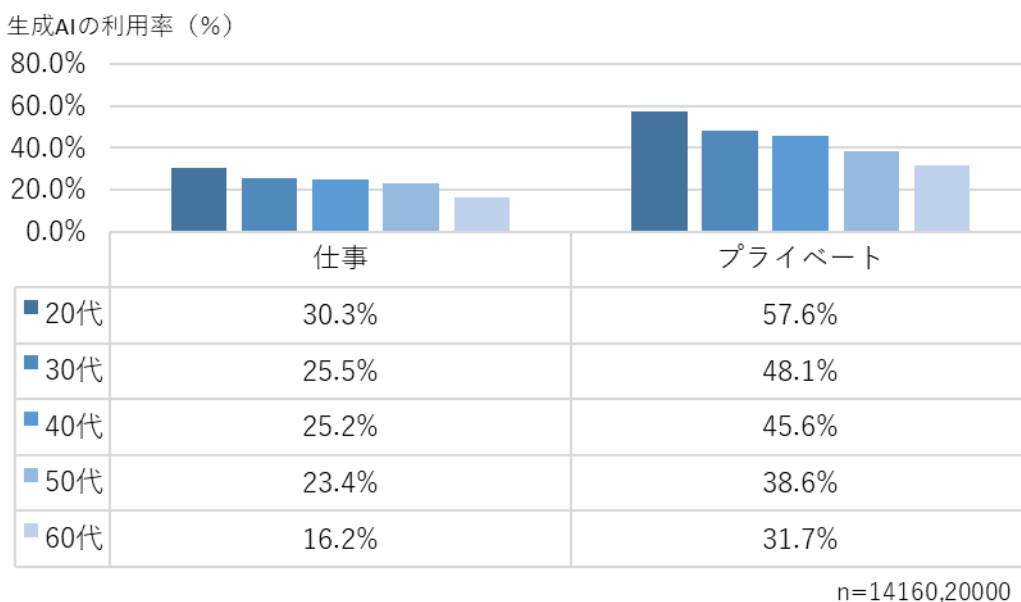
図表 2.6 利用していないが興味ある人の割合

一方で、認知者の中で、「現在利用していないし興味もない」と回答した人の割合を集計した結果が図表 2.6 である。結果として、Gemini (Google Bard) に認知度で大きく差をつけられた、Microsoft の検索エンジン搭載である「Bing AI」(45.3%) が最多、次いで動画生成 AI である「Runway」(43.8%)、3 番目にはテキスト生成 AI である「Claude」(42.4%) が選ばれた。



図表 2.7 利用していないし興味もない人の割合

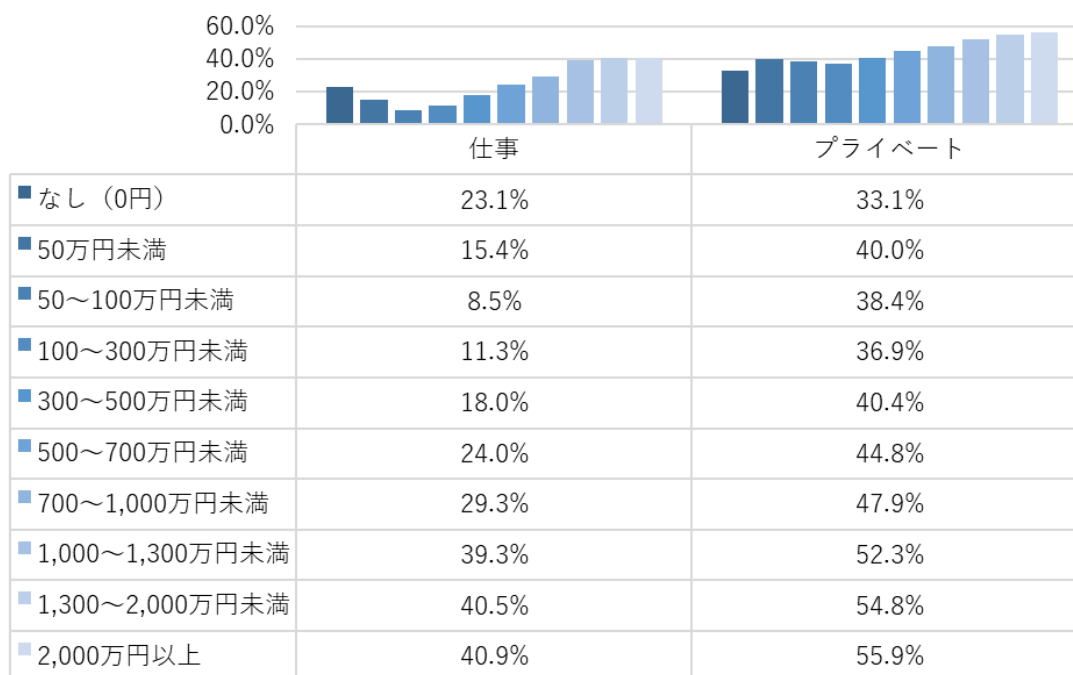
いずれかのサービスを仕事・プライベートのそれぞれで利用している人の割合を年代別に集計した結果が図表 2.8 である。結果を確認すると、両パターンでも 20 代が最も高い右肩下がりとなっており、若い人ほど生成 AI を利用している実態がわかる。



図表 2.8 いずれかのサービスを利用している人の割合 (年代別)

続いて、世帯年収別に生成 AI の利用率を集計した結果が図表 2.9 である。プライベートの「なし（0円）」は例外的ではあるものの、仕事とプライベートのどちらもU字型（仕事：50～100万円未満が底、プライベート：100～300万円未満が底）の分布となっている。基本的には世帯年収が上がると生成 AI の利用率も上がる傾向にあるものの、一定以下の世帯年収においては、寧ろ年収が低いと利用率が上がる結果となった。

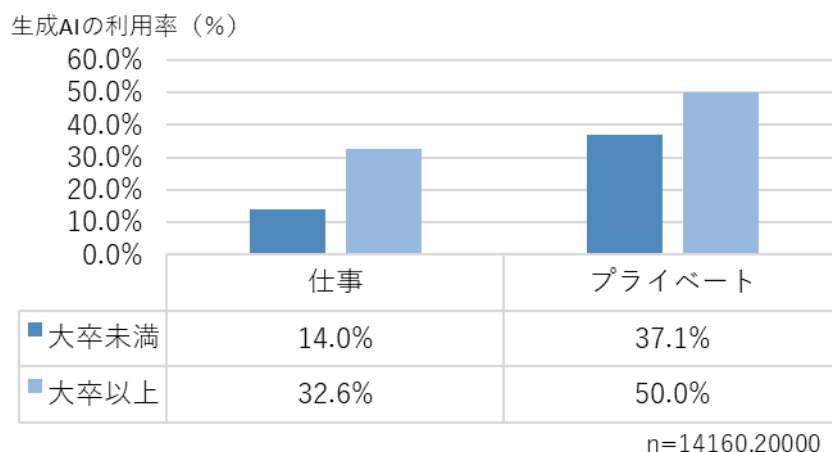
生成AIの利用率（％）



n=14160,20000

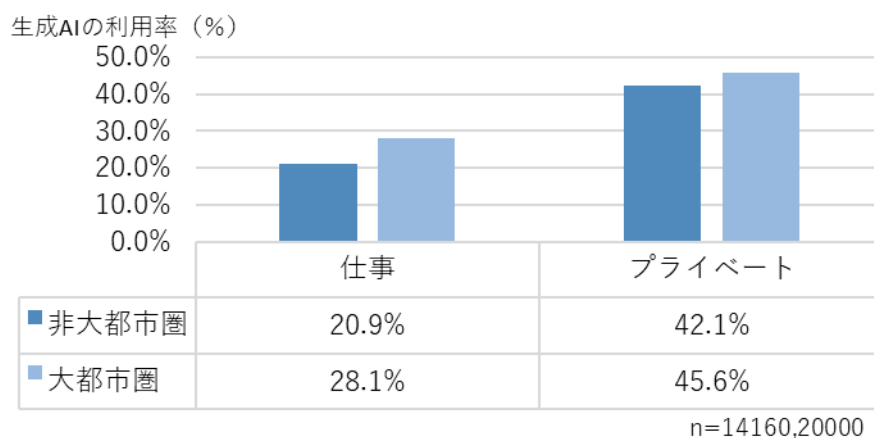
図表 2.9 いずれかのサービスを利用している人の割合（年収別）

さらに、最終学歴が大卒以上か未満かで区分して集計した結果が図表 2.10 である。大卒以上の最終学歴を持つ人の方が生成 AI を利用している傾向が、仕事・プライベート問わず見られており、特に仕事では 2 倍以上と顕著な差が開いている。



図表 2.10 いずれかのサービスを利用している人の割合（学歴別）

最後に、居住地についても大都市圏（東京都、神奈川県、埼玉県、愛知県、大阪府）居住者か否かで区分した集計結果が図表 2.11 である。結果としては、どちらも大都市圏居住者の生成 AI 利用率の方が高いものの、プライベートは約 1.08 倍とそこまで顕著な差とはなっていない。一方で、仕事においては約 1.34 倍の差が開いており、居住地における生成 AI 利用率の差が見られる。

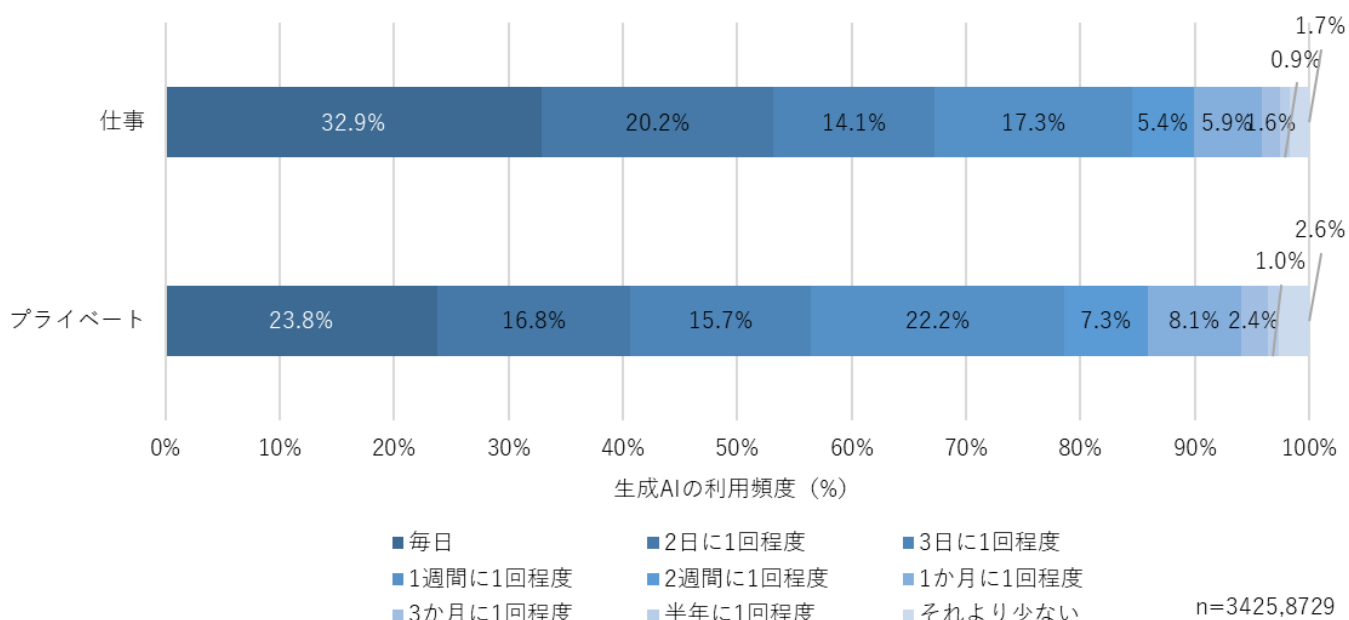


図表 2.11 いずれかのサービスを利用している人の割合（居住地別）

生成 AI 利用者を対象として、それぞれどの程度の頻度で生成 AI を利用しているかを調査した結果が図表 2.12 である。結果を確認すると、全体として仕事の利用頻度の方が高く、約 3 人に 1 人 (32.9%) は毎日利用、2 日に 1 回程度も合わせると、半数以上の人が高頻度で利用している。また、仕事・プライベート問わず約 8 割の人が 1 週間に 1 回程度以上利用しており、利用者に限れば一定以上の高頻度で利用していることがわかる。

Innovation Nippon 2024 と比較すると利用頻度は増加しており、前回は「毎日」利用していると回答した人が、仕事での利用が 1～2 割程度、プライベートでの利用は 1 割前後で

あったものが、今回は仕事では 32.9%、プライベートでは 23.8%と大きく向上している。仕事・プライベートを問わず、利用者の生活の中には生成 AI が日常的な存在とて溶け込んできていることがわかる。



図表 2.12 生成 AI サービスの利用頻度

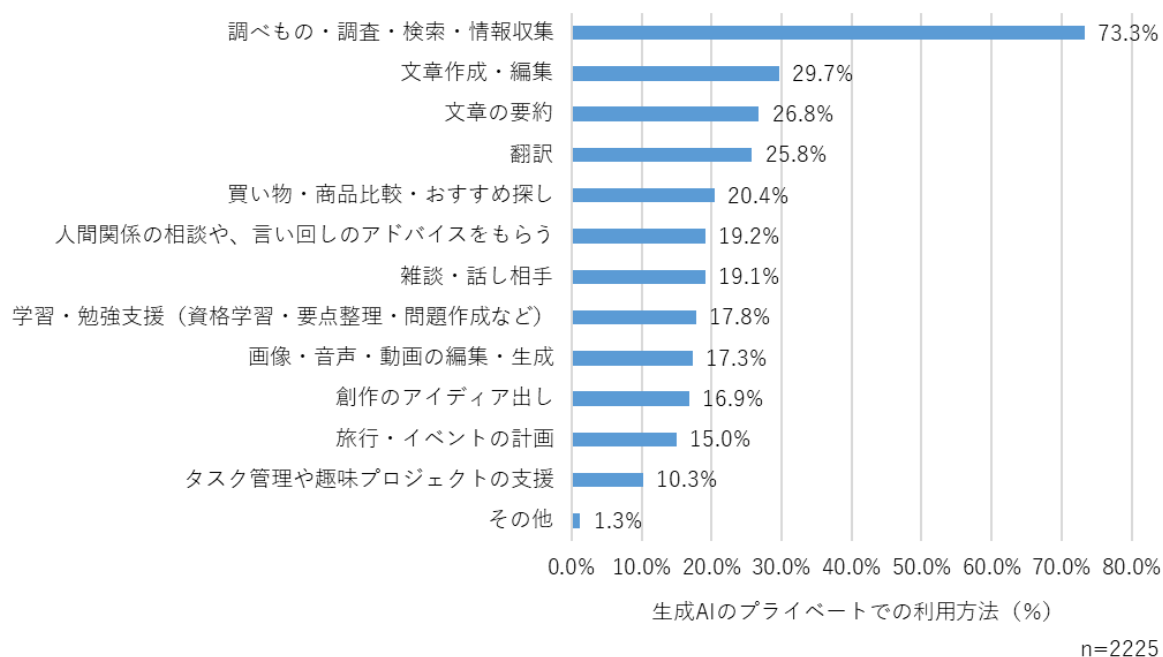
2. 3. 生成 AI の具体的な利用方法

本節では、生成 AI サービスの利用に関する具体的な利用方法とその評価から、人々がどのように生成 AI を利用しているのかの実態を明らかにする。

2. 3. 1. プライベートでの具体的な利用方法

まず、プライベートでの生成 AI の利用方法について調査した結果が図表 2.13 である。圧倒的に「調べもの・調査・検索・情報収集」で生成 AI は利用されており、利用者における 73.3%もの人がこの利用方法を実施していた。次いで、「文章作成・編集」が 29.7%、「文章の要約」が 26.8%と続いており、文章に関連するタスクを生成 AI に任せていることがわかる。

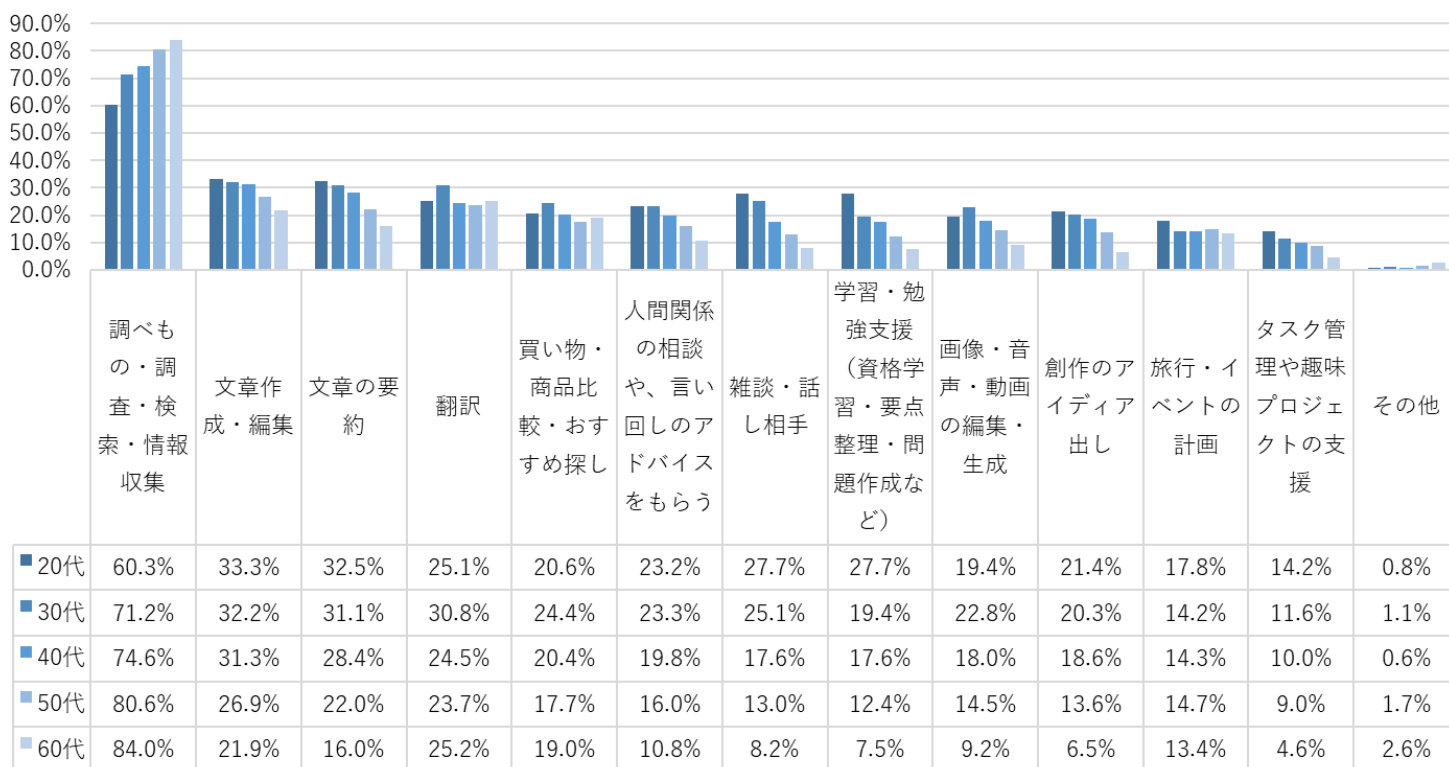
Innovation Nippon 2024 の調査においても、テキスト生成 AI の最も多い利用方法は「学習や調査のための質問と回答」(32.7%)、次点で「翻訳」(27.3%)、3番目に「趣味や個人的なブログの記事作成・作成支援」(21.7%)であり、選択肢は厳密には違うものの、調査や翻訳、文章の作成に生成 AI が利用される傾向は一致している。ただし、調査に生成 AI を利用しているとする回答は、前回の 3 割程度から今回は 7 割以上と 2 倍以上に増加しており、生成 AI を調査目的で活用する人が大きく増加していることがわかる。



図表 2.13 プライベートでの生成 AI の利用方法

次に、図表 2.13 の結果について年代別に集計した結果が図表 2.14 である。結果を確認すると、最も利用率が高い「調べもの・調査・検索・情報収集」とその他の利用方法で傾向が分かれている。「調べもの・調査・検索・情報収集」については、年代が上がるほど利用率が上がる右肩上がりのグラフとなっており、20代は6割程度であるのに対して50代以上は8割以上と大きな差が開いている。一方で、他の利用方法については若い人ほど実施している傾向が見られており、生成 AI の利用方法に年代別の傾向があることがわかった。

生成AIのプライベートでの利用方法（％）

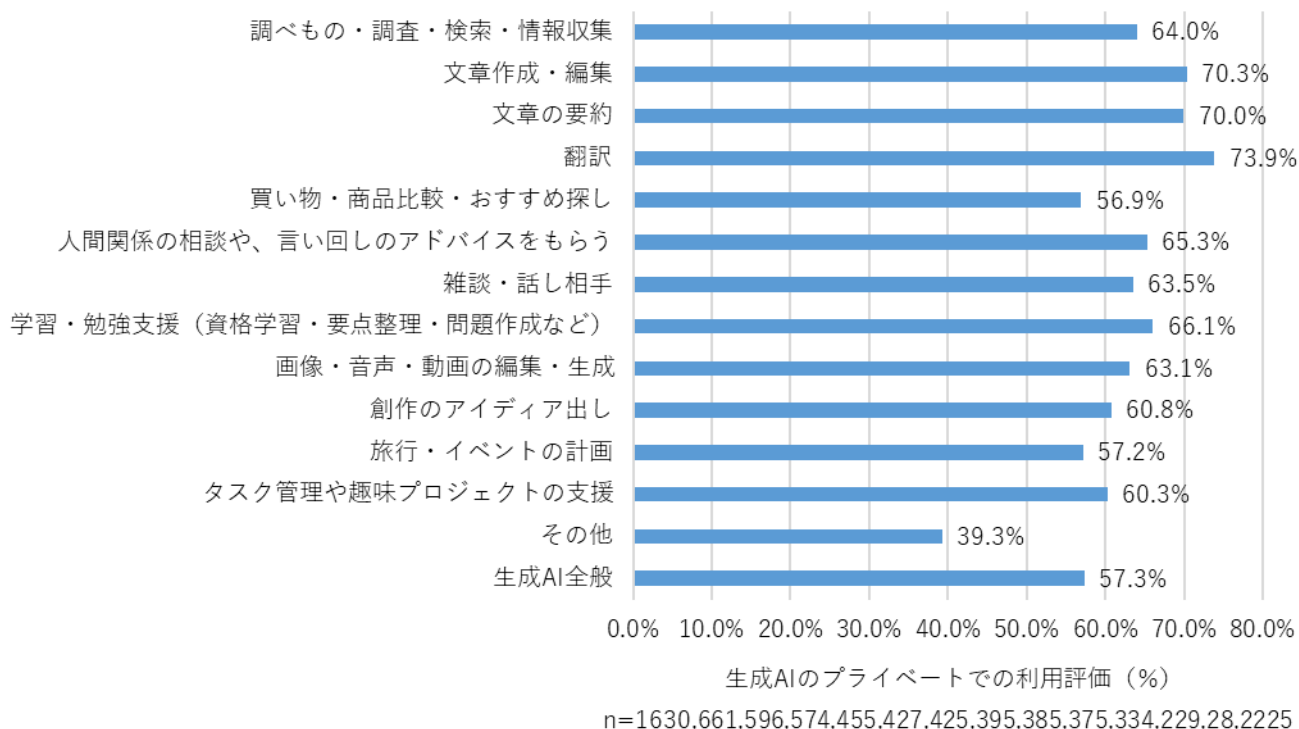


n=501,438,511,469,306

図表 2.14 プライベートでの生成 AI の利用方法（年代別）

さらに、各利用方法での利用者に対して評価を「非常に役立つ」～「全く役立たない」の7件法で質問し、「役立つ」以上の回答をした人を集計した結果が図表 2.15 である。なお、本設問では「生成 AI 全般」についても回答を収集している。また、項目の順番は図表 2.13 と揃えている。結果を確認すると、まず生成 AI 全般については 57.3%の人が役立つと回答しており、6割近い利用者が生成 AI を役立つと評価している。

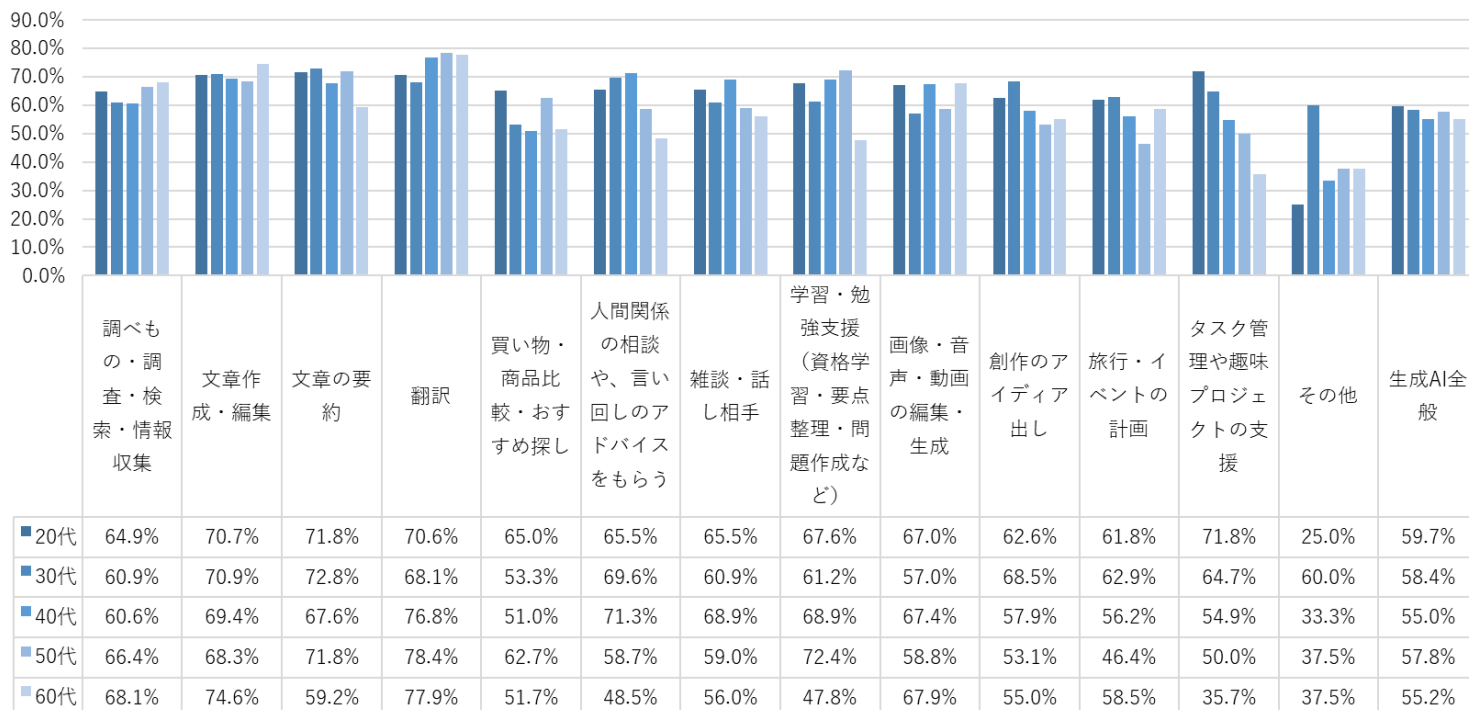
個別の利用方法について確認すると、「翻訳」（73.9%）が最も評価が高く、次いで「文章作成・編集」（70.3%）、「文章の要約」（70.0%）と続いた。翻訳をはじめとした文章そのものに関する回答に対して、利用者は役立つと評価しやすい傾向がわかる。一方で、評価が低い項目としては「買い物・商品比較・おすすめ探し」（56.9%）と「旅行・イベントの計画」（57.2%）で、6割未満となっている。どちらも半数以上の人々が役立つと評価しているものの、外部の情報を収集して比較したり、統合的な計画を行ったりする上では評価が比較的低い傾向が見られた。



図表 2.15 プライベートでの生成 AI の利用方法別評価

次に、この評価について年代別に集計した結果が図表 2.16 である。生成 AI 全般に対しては僅かに若い人の評価の方が高い傾向にある。その他の利用方法については一貫した傾向は見られない。

生成AIのプライベートでの利用評価 (%)



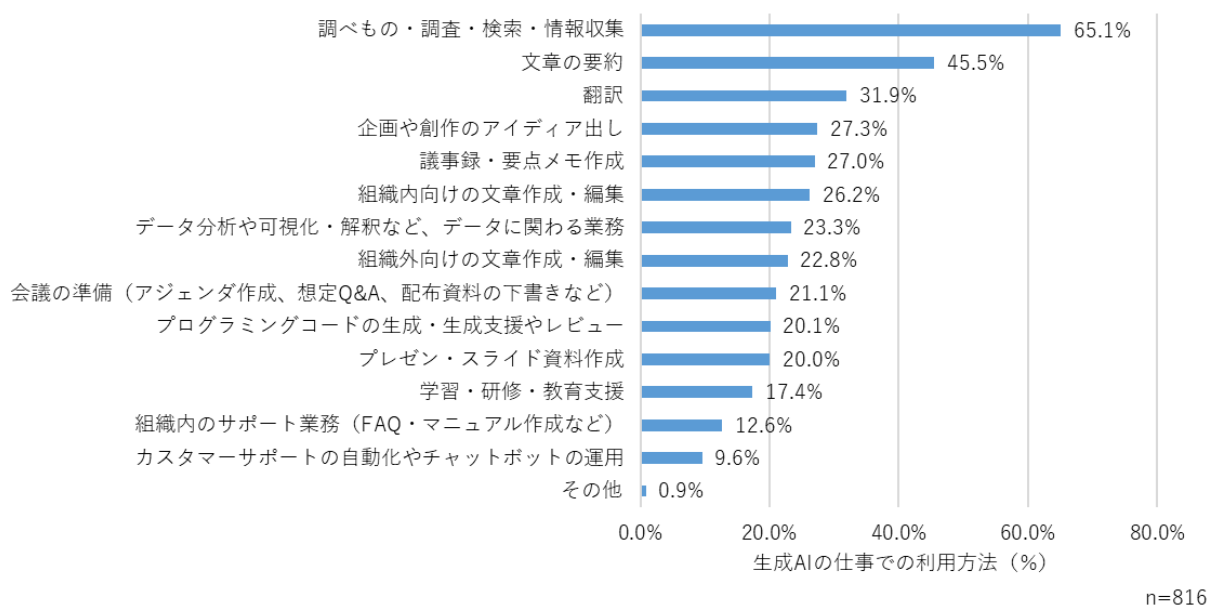
n=1630,661,596,574,455,427,425,395,385,375,334,229,28,2225

図表 2.16 プライベートでの生成 AI の利用方法別評価 (年代別)

2. 3. 2. 仕事での具体的な利用方法

同様に、利用者に対して仕事での生成 AI の利用方法について調査した結果が図表 2.17 である。仕事においても、圧倒的に「調べもの・調査・検索・情報収集」で生成 AI は利用されており、利用者における 65.1% もの人がこの利用方法を実施していた。次いで、「文章の要約」が 45.5%、「翻訳」が 31.9% と続いており、プライベート同様、文章に関連するタスクを生成 AI に任せていることがわかる。

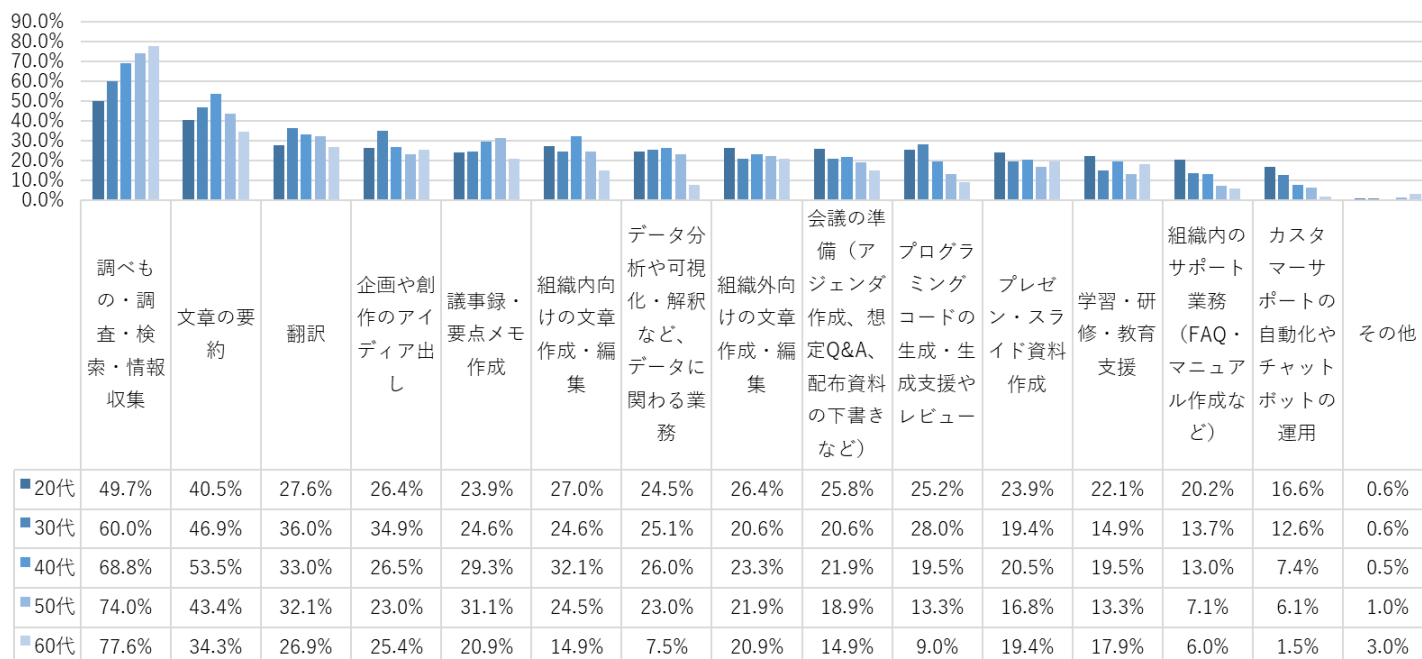
Innovation Nippon 2024 の調査においても、「情報の収集・検索・調査全般」は 53.2% と最多の利用方法となっており、傾向は一致している。一方で、当時は 2~4 番目の利用方法が文章の作成支援に関連する選択肢で 3~4 割程度の利用率で、当時より利用率が減少している。今回 2 番目に多かった「文章の要約」は前回調査では 20.2% の利用率で 8 番目に多い利用方法となっていたことから、仕事における利用方法には一部変化が見られる。文章の作成を生成 AI に任せるのではなく、既存の文章を整理する方向性で活用されている様子である。



図表 2.17 仕事での生成 AI の利用方法

次に、図表 2.17 の結果について年代別に集計した結果が図表 2.18 である。結果を確認すると、最も利用率が高い「調べもの・調査・検索・情報収集」は、プライベート同様、年代が上がるほど利用率が上がる右肩上がりのグラフとなっており、20代は5割程度なのに対して60代以上は約8割と大きな差が開いている。一方で、他の利用方法については、極端な違いはないものの、異なる傾向が見られた。文章の要約や翻訳など文章に関連する業務については、30～40代の利用傾向が20代のそれを上回っている。一方で、プログラミングやサポート業務については若い人ほど利用している傾向にある。

生成AIの仕事での利用方法 (%)

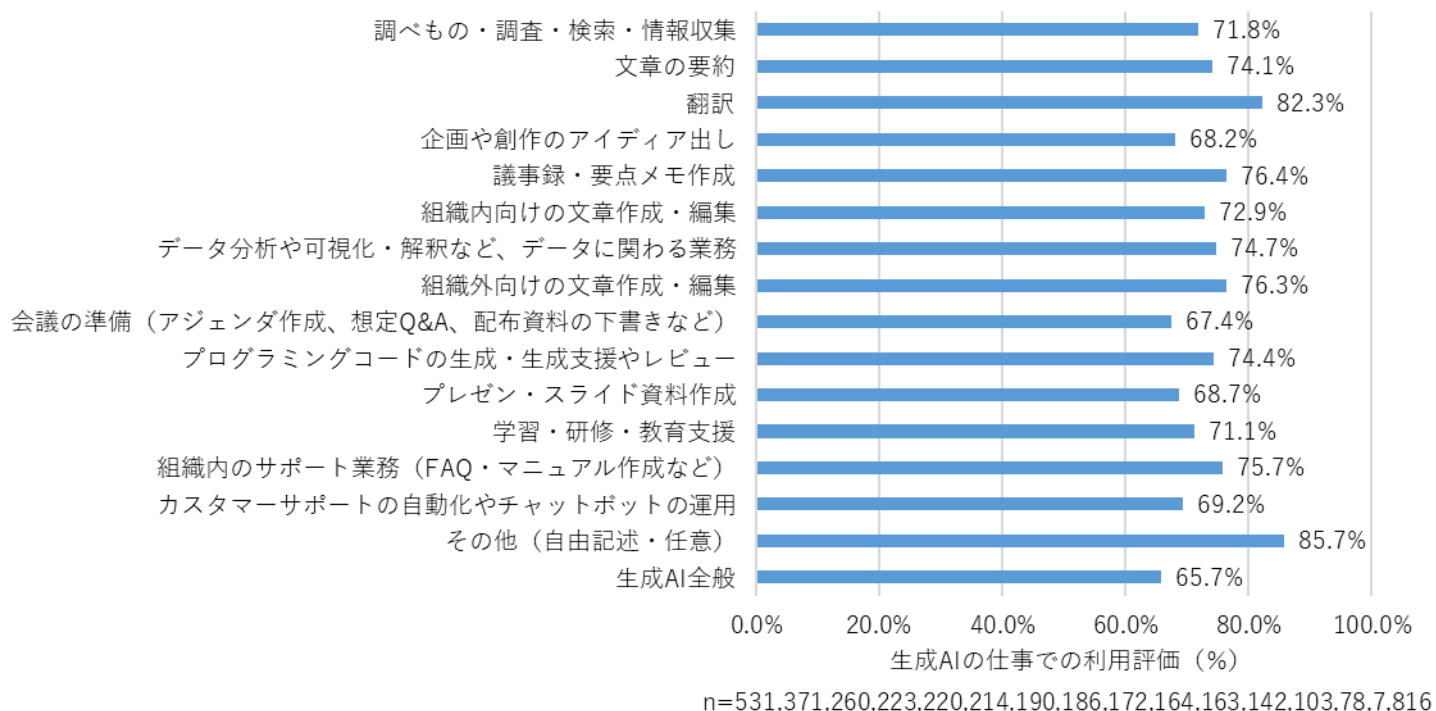


n=163,175,215,196,67

図表 2.18 仕事での生成 AI の利用方法（年代別）

さらに、各利用方法での利用者に対して、プライベート同様に評価を「非常に役立つ」～「全く役立たない」の7件法で質問し、「役立つ」以上の回答をした人を集計した結果が図表 2.19 である。なお、本設問では「生成 AI 全般」についても回答を収集している。また、図表 2.19 における項目の順番は図表 2.17 と揃えている。結果を確認すると、まず生成 AI 全般については 65.7%の人が役立つと回答しており、生成 AI に対する評価はプライベートよりも高い傾向にある。

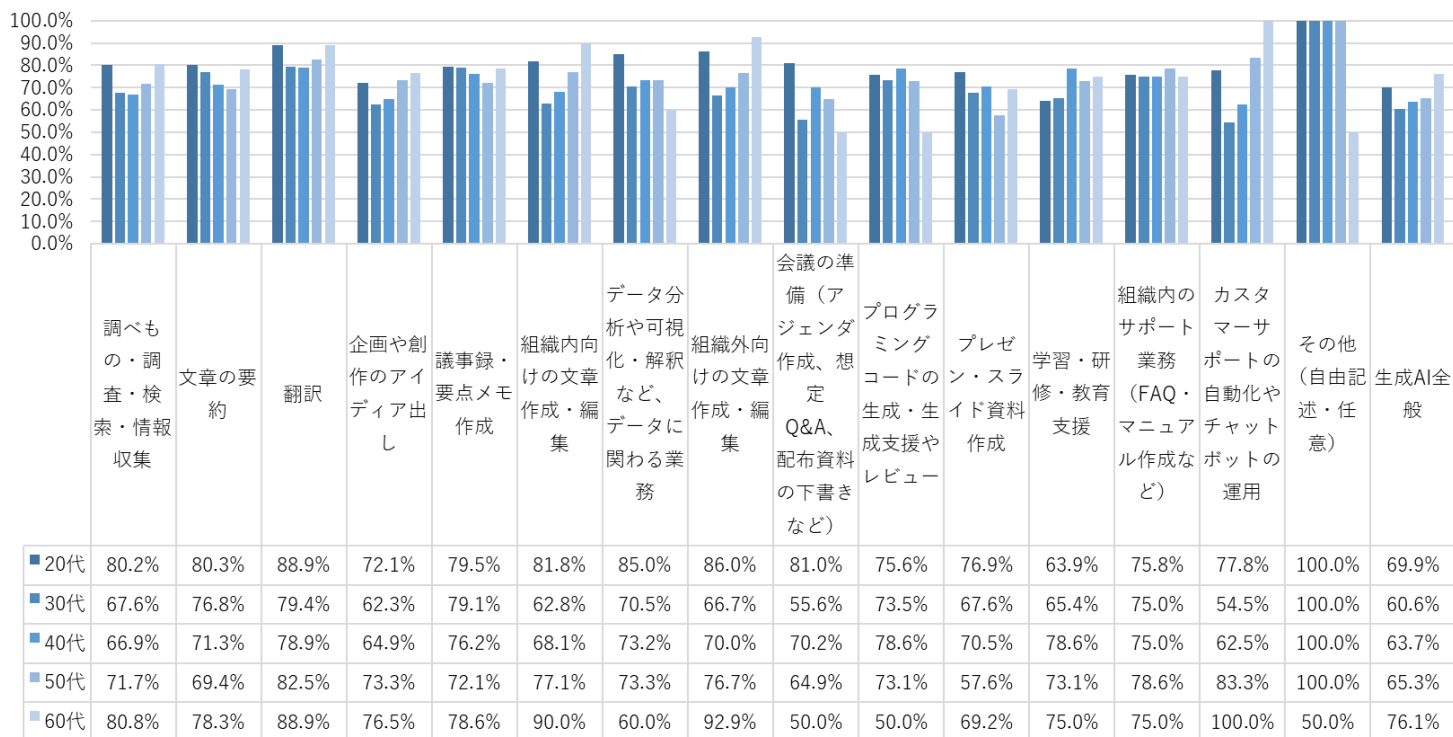
個別の利用方法について確認すると、「その他」（85.7%）が最も評価が高く、次いで「翻訳」（82.3%）、「議事録・要点メモ作成」（70.0%）と続いた。翻訳をはじめとした文章そのものに関する回答に対して、利用者は役立つと評価しやすい傾向がわかる。また、プライベートと違い「その他」が最多となっており、ここに挙げた選択肢以外で利用している場合、評価が高い傾向にあった。



図表 2.19 仕事での生成 AI の利用方法別評価

最後に、利用方法別の評価について年代別に集計した結果が図表 2.20 である。結果としては、全体的に U 字型の分布となっており、中年代層の評価が比較的低い結果となっている一方、若い人や年齢が高い人は生成 AI を役立つと評価している傾向が見られた。

生成AIの仕事での利用評価 (%)



n=531,371,260,223,220,214,190,186,172,164,163,142,103,78,7,816

図表 2.20 仕事での生成 AI の利用方法別評価（年代別）

3. 生成 AI リテラシー

本章では、生成 AI の活用用途に関する網羅的な質問の結果から、実際に生成 AI を活用している人々がどのように生成 AI を活用しているのか、その実態を明らかにしたい。

3. 1. リテラシーテストの概要

本節では、生成 AI に対する人々の理解度（リテラシー）を調査するために作成したリテラシーテストについて概説する。

具体的には、以下図表 3.1 のようなテストを出題し、正解数を 0～10 点で生成 AI リテラシーとした。なお、各生成 AI リテラシーの種類に関しては、「適切なものをすべてお選びください」として複数回答可の 4 択の問題を出題し、完答した場合に 1 点としている。また、Innovation Nippon 2024 での調査からの変更点として、「この中に正しいものはない」等の排他選択肢を各問に加えている。内容作成においては、総務省（2024）⁴の生成 AI に関する啓発資料内での問題と第 8 章の文献調査結果を参照した。また、各項目直後の（）内で実際の問題文を示している。

図表 3.1 生成 AI リテラシー調査項目⁵

番号	生成 AI リテラシーの種類	項目
1	生成 AI の機能（生成 AI の機能についての正確な説明として、適切なものを全してお選びください。）	<ul style="list-style-type: none"> ① 生成 AI は、入力されたキーワードに基づいて、先に用意された回答から適切な回答を提供する ② 生成 AI は、多種多様なメディア（音声、テキスト、画像）を生成できる ③ 生成 AI は、具体的な説明なしでもユーザーの質問の意図を完全に理解し、最適な回答を提供する ④ 生成 AI は、感情を理解し、ユーザーの感情状態に合わせて回答する
2	生成 AI が生成した誤った情報に騙されないための行動（生成 AI が生成した誤った情報に騙されない	<ul style="list-style-type: none"> ① 生成 AI に、「この情報は真実ですか？」と質問する ② 提供された情報は、常に批判的に疑って考えるようにする

⁴ 総務省. (2024). 生成 AI はじめの一步 ～生成 AI の入門的な使い方と注意点～.

https://www.soumu.go.jp/use_the_internet_wisely/special/generativeai/

⁵ 赤字は正解。

	ための行動として、適切なものを全てお選びください。)	<p>③ 提供された情報の出典や、その情報に関する専門家の意見を自分自身でも確認する</p> <p>④ 生成 AI は誤った情報を提供しないので、疑う必要はない</p>
3	生成 AI に入力すべきでない情報（生成 AI に入力すべきでない情報の例として正しいものを全てお選びください。)	<p>① 友人や家族の住所やメールアドレス</p> <p>② 業務上入手した顧客情報</p> <p>③ 職場やクラスの名簿を撮影した写真</p> <p>④ 個人（自分自身）の趣味や嗜好</p>
4	生成 AI でビジネスメールを作成する際に気を付けること（生成 AI でビジネスメール作成する際に気を付けるべきこととして、適切なものを全てお選びください。)	<p>① 生成 AI は違和感のない文章を作成するため、特にチェックせずそのまま使ってよい</p> <p>② 自分自身の氏名や所属は、他人の個人情報ではないため生成 AI に入力してよい</p> <p>③ 職務内容や顧客情報は機密情報に当たるので、生成 AI には入力しない</p> <p>④ AI によって生成されたメールの文章は確認し、違和感のある個所は修正する</p>
5	画像生成 AI で作った商品の広告イラストが、有名な広告デザインに似ていた際の対応（画像生成 AI で作った商品の広告イラストが、有名な広告デザインに似ていた際の対応として、適切なものを全てお選びください。)	<p>① 生成 AI が作ったイラストなので問題はないため、そのまま使う</p> <p>② 法的な問題に発展するリスクを避けるために、新しくイラストを生成しなおす</p> <p>③ 既存広告デザインの権利者から許諾を得たうえで利用する</p> <p>④ 既存の広告デザインとは全く異なるものとなるよう、デザインを大きく編集・変更して利用する</p>
6	生成 AI を用いて色々なコンテンツを作成する際、著作権やパブリシティ権の侵害を予防するための指示（生成 AI を用いて色々なコンテンツを作成する際、著作権やパブリシティ権の侵害を予防するための指示の例として、適切な	<p>① A 社の広告ポスターが素晴らしいので、似ているポスターを作成してください</p> <p>② 漫画 B が今後どうなるのか、現状から予想できる続編を書いてください</p> <p>③ 女優 C が水着を着ているイラストを生成してください</p> <p>④ 新たな化粧品を販売するための、キャッチコピーを考えてください</p>

	ものを全てお選びください。)	
7	生成 AI を活用する時の倫理（生成 AI を活用する時の倫理に関する説明として、適切なものを全てお選びください。)	<ul style="list-style-type: none"> ① 生成 AI に過度に依存しないように気を付ける ② SNS 上で犯行予告をするための文章を生成 AI に出力してもらう ③ 生成 AI を使うと思考力が落ちるので、勉強や仕事には一切使わない ④ 生成 AI を使ったサイバー犯罪や特殊詐欺を行わない
8	画像生成 AI で回答の偏見（性差）を軽減するため、指示を工夫する方法（画像生成 AI で「大企業の社長」の画像を生成したところ、すべて男性のイラストや写真であった。回答の偏見（性差）を軽減するため、指示を工夫する方法として、適切なものを全てお選びください。)	<ul style="list-style-type: none"> ① どのような企業なのか、どのような状況のイラストなのかの情報を追加する ② 男女両方の社長の存在を考慮したイラストを生成するよう求める ③ 「社員に信頼される社長」など、性別や年齢などに依存しない特徴を追加の情報として提供する ④ 具体的に指示を出すと偏見が増してしまうため、あいまいな指示を出すようにする
9	生成 AI の特性（生成 AI の特性の説明として、適切なものを全てお選びください。)	<ul style="list-style-type: none"> ① 生成 AI を使うためには、一般的なプログラムと同じように専用の言語を学ぶ必要がある ② 生成 AI に対して同じテーマでイラスト作成を依頼しても、同じイラストを描いてくれるとは限らない ③ 生成 AI はデータベースを基に正しい情報を出力するので、ビジネス文章にもそのまま利用できる ④ 生成 AI に英語の出力をさせるためには、英語で指示を出す必要がある
10	生成 AI に旅行のプランを立ててもらったとき、その後の適切な行動(生成 AI に旅行のプランを立てても	<ul style="list-style-type: none"> ① 生成 AI が提案した観光地の公式ウェブサイトを訪れて、最新の情報や開場時間を確認する ② 生成 AI が提供したプランの時間は正確なので、追加の確認や調整は行わずに旅行を行う

	らったとき、その後の行動として適切なものを全てお選びください。)	③ AI が提案した観光地は人気も考慮しているので、他の人の意見やレビューは参照しない ④ 提案されたレストランや宿泊施設が本当に存在しているか、公式ウェブサイトなどで確認する
--	----------------------------------	---

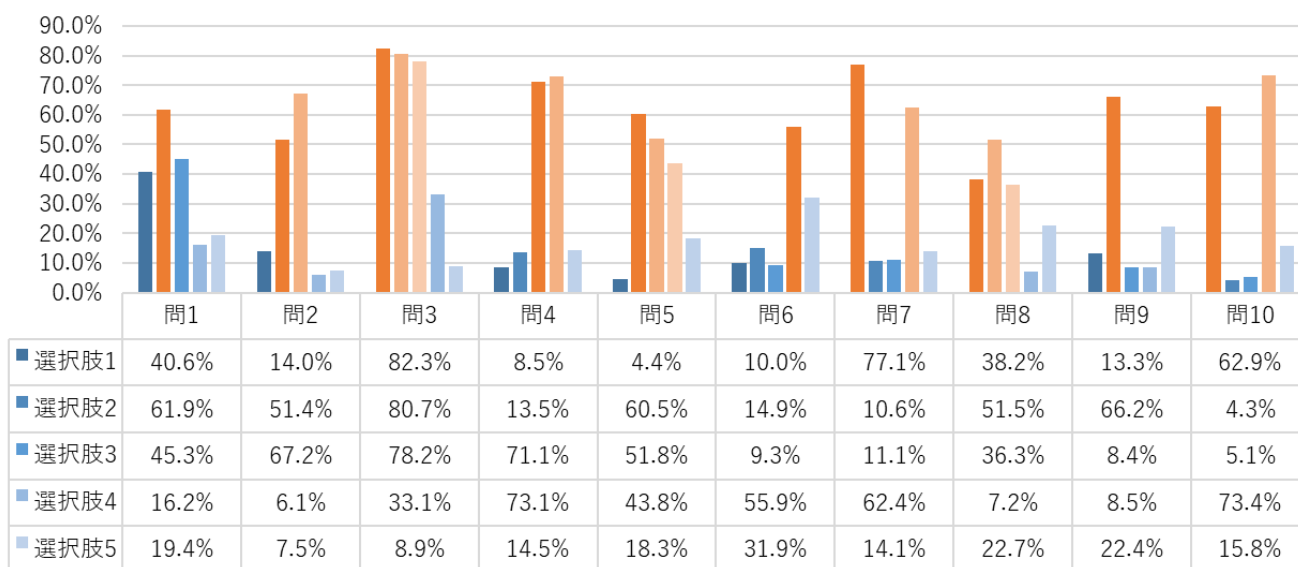
3. 2. 各設問の正答率

本節では、前節で示したりテラシートについて各問の正答率について示す。

まず、選択肢別の選択率としては、全体的に正解の問が選択されている傾向が見られた。最も選択された割合が高い正解選択肢の上位 3 問は、問 3 の生成 AI に入力してはいけない内容に集まっており、情報漏洩に対する意識の高さが見られる。一方で、問 8 の画像生成 AI におけるバイアスを減らすための問は全体的に正解の選択率が低く、生成 AI を利用する上でのバイアスへの対策については理解度の低さが浮き彫りとなった。

一方で、不正解の中で最も選択率が高い選択肢は問 1 の選択肢 3「生成 AI は、具体的な説明なしでもユーザーの質問の意図を完全に理解し、最適な回答を提供する」(45.3%)、次いで同問の選択肢 1「生成 AI は、入力されたキーワードに基づいて、先に用意された回答から適切な回答を提供する」(40.6%) であり、生成 AI というシステムそのものに対する理解度の低さが見られる。3 番目は問 3 の選択肢 4「入力してはいけないもの—個人（自分自身）の趣味や嗜好」(33.1%) であり、入力して問題ない情報も含めて情報漏洩に対する意識が過剰に高い可能性もみられる。

選択肢別の選択率 (%)



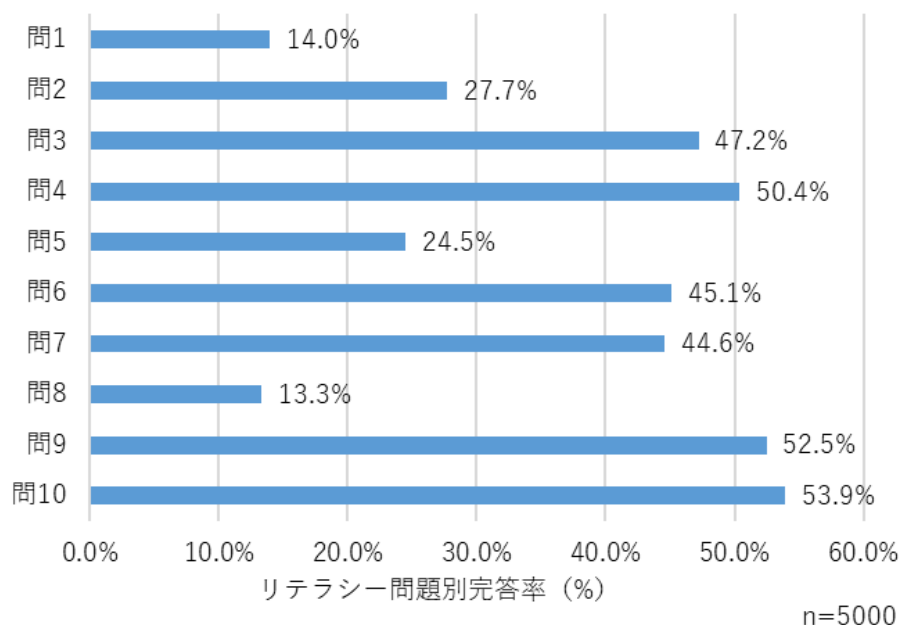
n=5000

図表 3.2 問題別にみた各選択肢の選択割合（オレンジが正解）

続いて、それぞれの問題についての完答率（正しい選択肢のみを選択した人の割合）を集計した結果が図表 3.3 である。結果を確認すると、完答率が高い順に問 10「生成 AI に旅行のプランを立ててもらったとき、その後の適切な行動」（53.9%）、問 9「生成 AI の特性」（52.5%）、問 4「生成 AI でビジネスメールを作成する際に気を付けること」（50.4%）となった。生成 AI を実用する上での注意点については完答率が高い傾向にある。

一方で、完答率が低い順にみると、問 8「画像生成 AI で回答の偏見（性差）を軽減するため、指示を工夫する方法」（13.3%）、問 1「生成 AI の機能」（14.0%）、問 5「画像生成 AI で作った商品の広告イラストが、有名な広告デザインに似ていた際の対応」（24.5%）となっていた。画像生成 AI を利用した際のバイアスや著作権に対する知識の低さが浮き彫りとなっているほか、生成 AI というシステムや使われている技術に対する理解度の低さも浮き彫りとなっている。

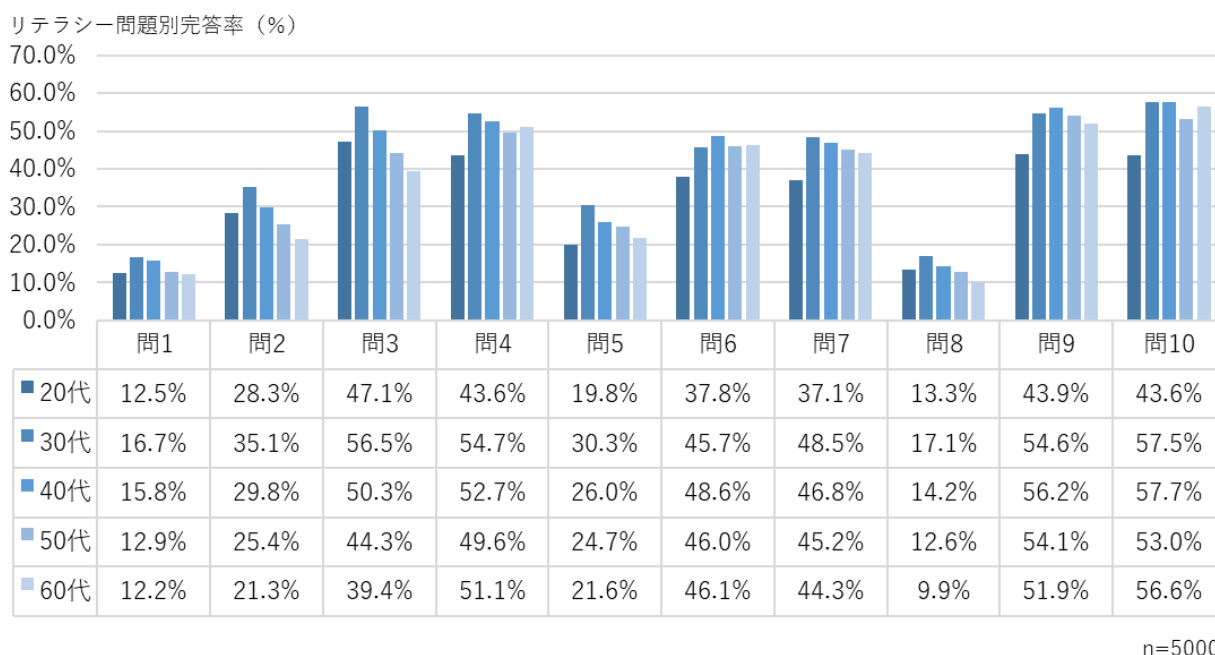
Innovation Nippon 2024 と比較すると、問 3「生成 AI に入力すべきでない情報の例」（当時 39.0%）と問 8「回答の偏見（性差）を軽減するため、指示を工夫する方法」（当時 11.8%）以外は、全ての項目で完答率が減少している。入力する内容については、一定のリテラシーの向上が認められるものの、生成 AI の機能（問 1）や誤った情報に騙されないための行動（問 2）、著作権侵害の予防（問 6）などの項目は向上が認められない。ただしこれは、「この中に正しいものはない」等の排他選択肢が追加されたことによる難易度の増加分とも捉えられることには、留意する必要がある。



図表 3.3 リテラシー問題別の完答率

さらに、図表 3.3 について年代別に集計した結果が図表 3.4 である。結果としては、全体的に 30 代が高く、次いで 40 代が高い山型の分布となっている。新しいテクノロジーであり、年代が上がるほどに理解度が低下することについては首肯できるが、20 代の完答率が低いことは、生成 AI の正しい利用を推進する上で望ましい結果とはいえない。

図表 3.3 の結果と併せて考えると、生成 AI を利用する上での実務的にどう対処すればよいか、という課題に対する知識は高いものの、生成 AI の潜在的に抱えるバイアスや著作権といった課題に対する啓発が若年層に対しても必要な可能性がある。



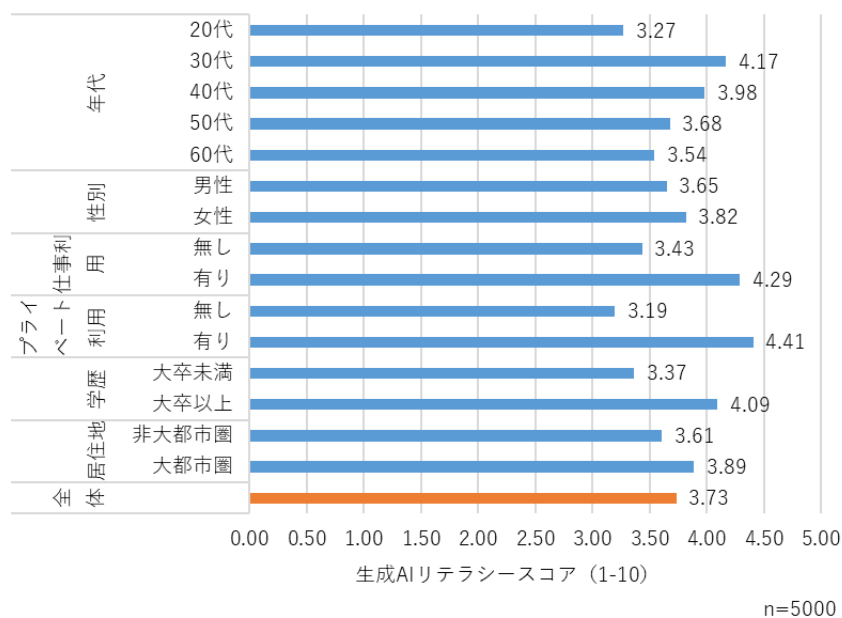
図表 3.4 リテラシー問題別の完答率 (年代別)

3. 3. 生成 AI リテラシーの状況

前節までに概説したリテラシーの問題それぞれに対する完答を 1 点とし、満点を 10 点とした合計点を「リテラシースコア」として集計した。本節においてはその結果を示す。

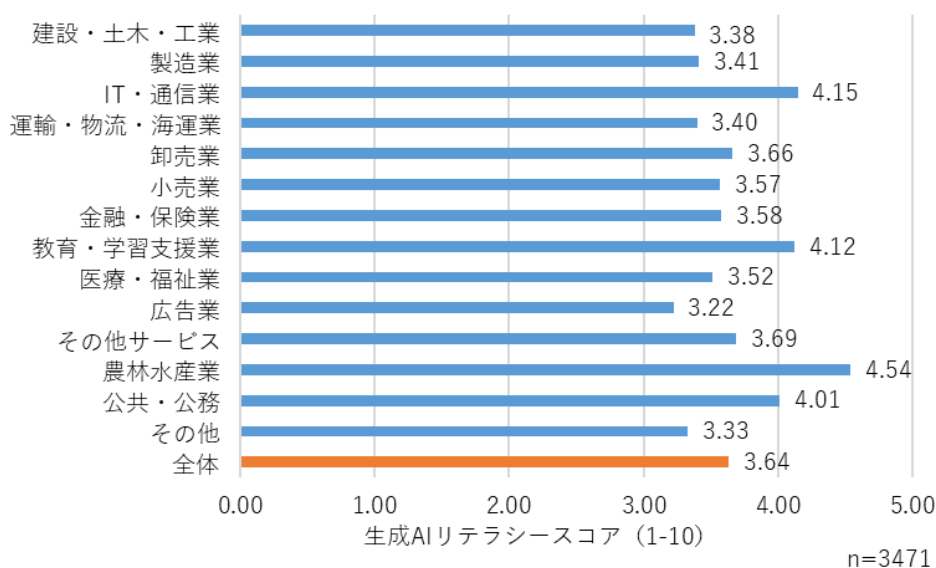
全体と各属性別に集計した結果が図表 3.5 である。全体のスコア平均は 3.73 点となっており、完答できた問題は平均で 4 問にも満たないスコアとなっていることがわかる。年代別に平均すると、30 代が 4.17 点と最も高く年代が上がるほどスコアは下がっていくが、20 代が 3.27 点と最も低い。男女別平均では、女性が 3.82 点、男性が 3.65 点と男性の方が低い。利用傾向別にはプライベート、仕事を問わず、利用している人は 4 点を超えているが利用していない人は 3.5 点未満となっており、生成 AI を利用していない人は生成 AI に対するリテラシーも低いことが明らかとなっている。

続いて学歴別の平均では、大卒以上が 4.09 点、大卒未満は 3.37 点となっており、最終学歴によっても生成 AI に対する知識に大きな隔たりが見られる。居住地別の平均では大都市圏が 3.89 点、非大都市圏が 3.61 点となっており、大都市圏居住者の方が生成 AI に対する正しい知識を保有していることがわかる。



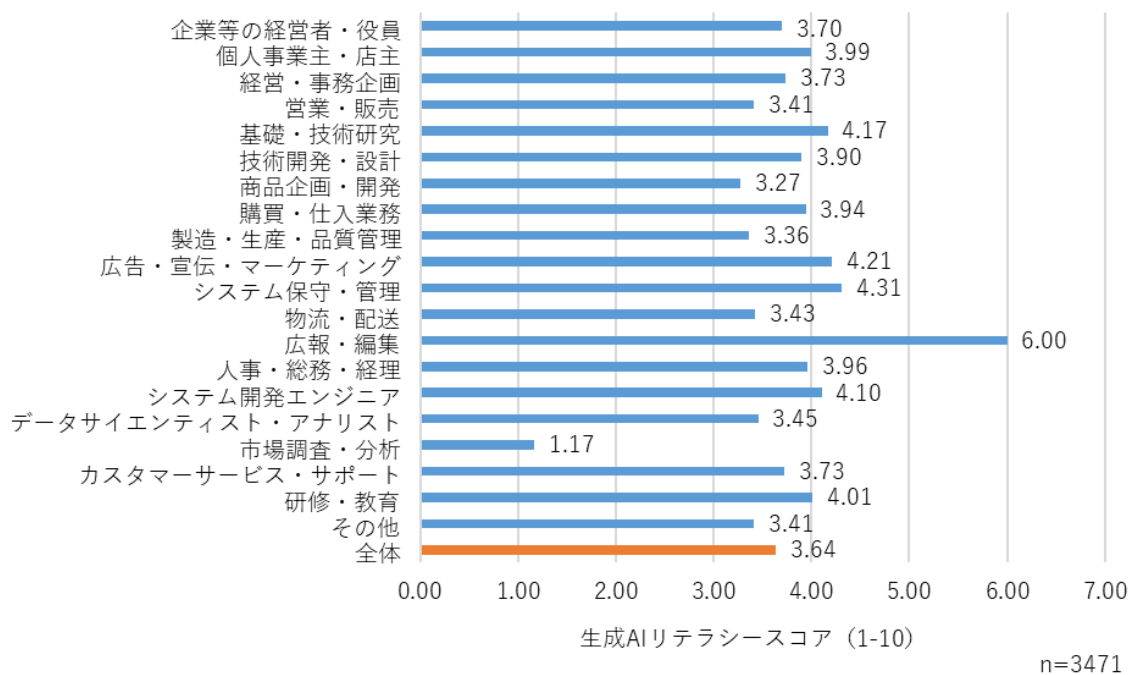
図表 3.5 生成 AI リテラシースコア (属性別)

続いて、有職者について業種別に整理した結果が図表 3.6 である。結果を確認すると、最もスコアが高いのは「農林水産業」の 4.54 点、次いで「IT・通信業」(4.15 点)、3 番目に「教育・学習支援業」(4.12 点) となった。これに加えて、4 番目の「公共・公務」(4.01 点) あまは 4 点を超えており比較的高いが、その他の業種については全体的に低い。また、一番低い業種は「広告業」の 3.22 点であり、画像生成 AI の活用が行われる一方で、著作権やバイアスなどの潜在的な課題に直面しやすいと想定される業種のスコアが最も低い結果となっており、社内での研修など積極的な啓発が求められる。但し、広告業はサンプルが 9 と少ないことには留意する必要がある。



図表 3.6 生成 AI リテラシースコア (業種別)

さらに、有職者について部署別に整理した結果が図表 3.7 である。結果を確認すると、最もスコアが高いのは「広報・編集」の 6.00 点であった。ただし、サンプルが 5 と小さいことには留意する必要がある。これを除くと、「システム保守・管理」(4.31 点) が最大、次いで「広告・宣伝・マーケティング」(4.21 点)、「基礎・技術研究」(4.17 点) となった。外部に対して情報を発信する広報部署所属の人のほか、研究系の業務に携わっている人は、リテラシーが高い傾向が見られる。一方、一番低い業種は「市場調査・分析」の 1.17 点であり、他の部署と比較して圧倒的に低い結果となったが、サンプルが 6 と小さいことには留意する必要がある。



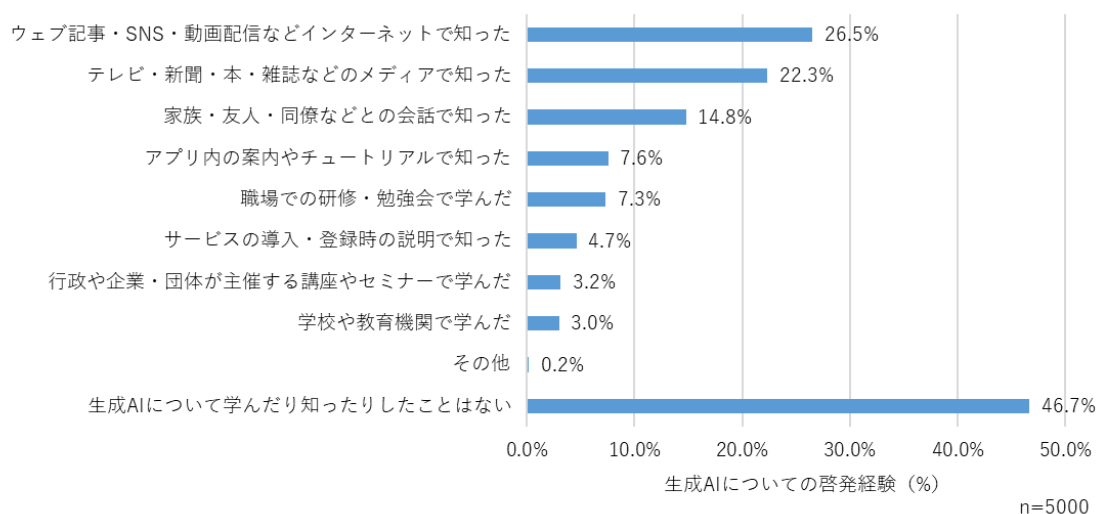
図表 3.7 生成 AI リテラシースコア (部署別)

3. 4. 生成 AI に関する啓発の状況

本節では、生成 AI の利用方法についての学習経験に関する結果を示し、人々の生成 AI に対する啓発状況の実態を明らかにする。

まず、生成 AI に対する啓発経験とその経路について調査した結果が図表 3.8 である。結果を確認すると、生成 AI に対する啓発を受けた人の中では「ウェブ記事・SNS・動画配信などインターネットで知った」と回答した人が 26.5%と多く、次いで「テレビ・新聞・本・雑誌などのメディアで知った」(22.3%)、「家族・友人・同僚などとの会話で知った」(14.8%)と続いた。

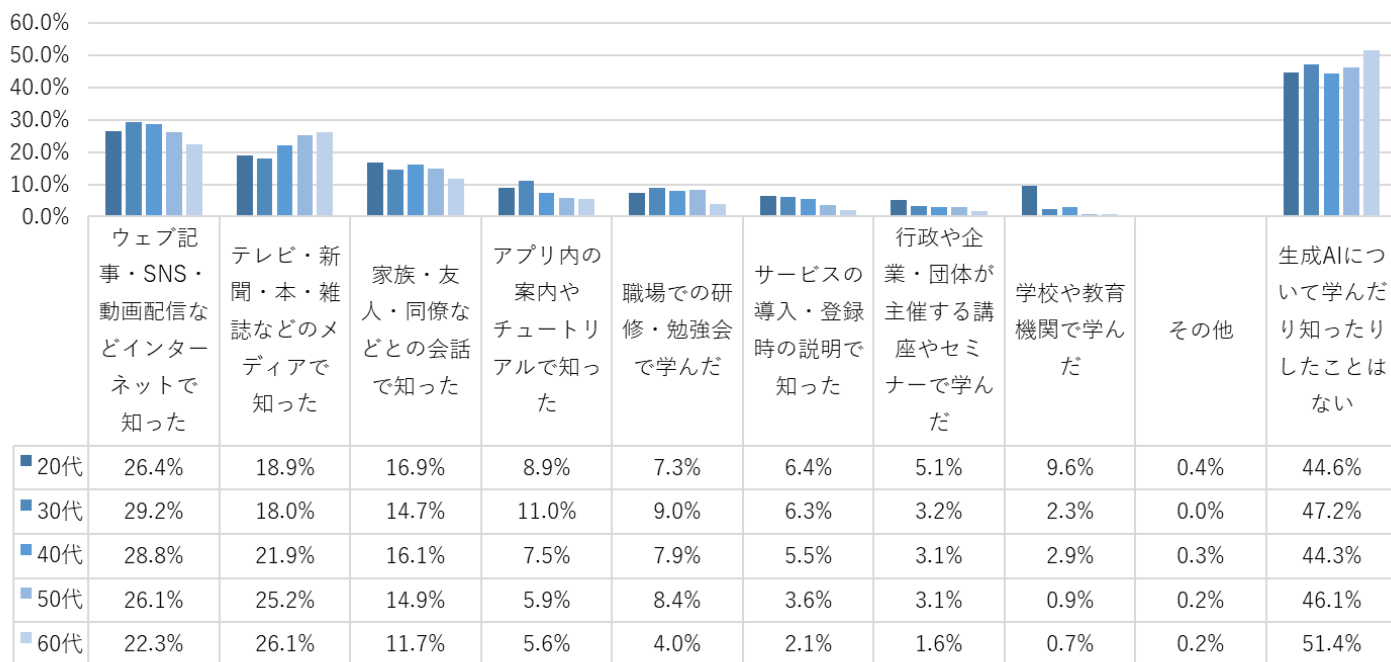
一方、「生成 AI について学んだり知ったりしたことはない」と回答した人は 46.7%と半数近くになっており、生成 AI に対する啓発経験の薄さが浮き彫りになる結果となった。



図表 3.8 生成 AI についての啓発経験

次に、図表 3.8 の結果について年代別に集計した結果が図表 3.9 である。年代別に極端な傾向は見られないが、インターネットで知った人は 30 代を中心としており、メディアで知った人は年代が上の人ほど多い傾向が見られる。また、60 代については啓発経験がない人が半数を超えている結果となった。

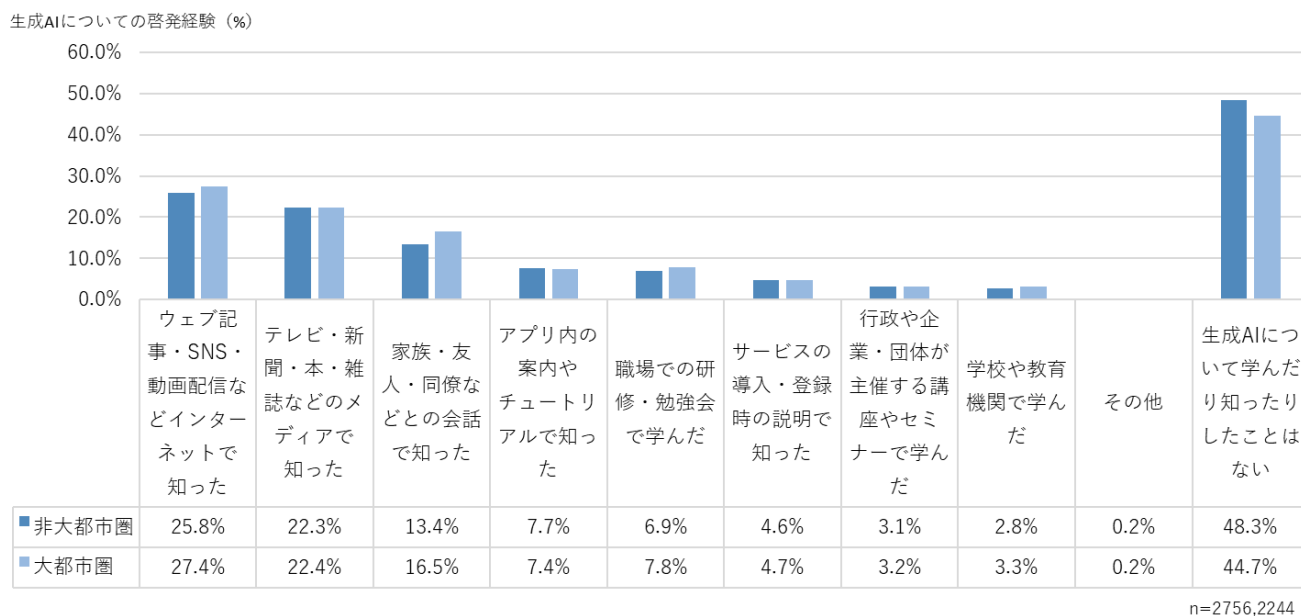
生成AIについての啓発経験 (%)



n=847,878,1071,1218,986

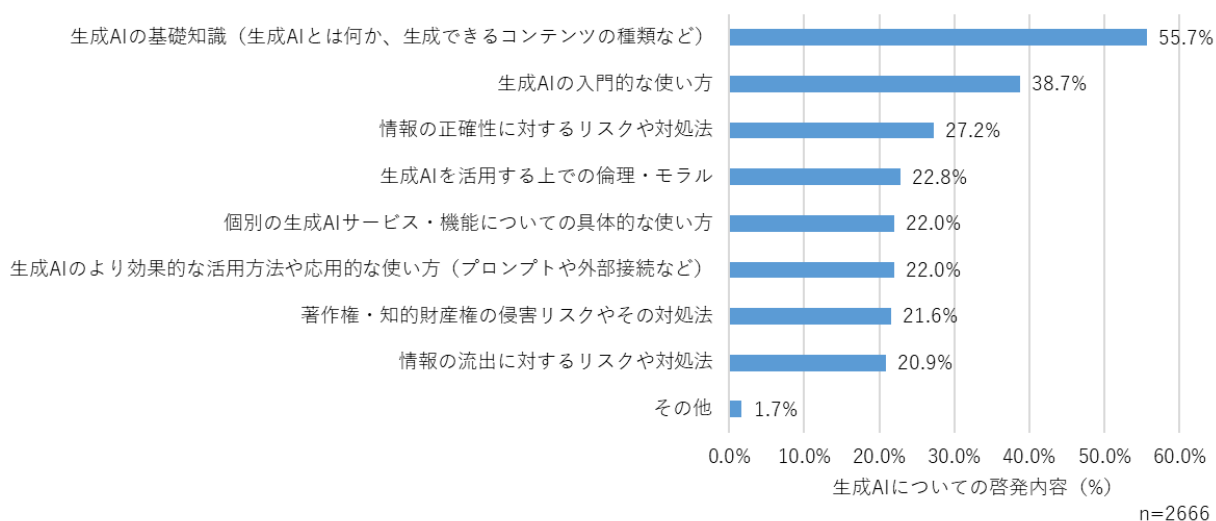
図表 3.9 生成 AI についての啓発経験 (年代別)

同様の結果について居住地別に集計した結果（図表 3.10）では、非大都市圏の人の方が生成 AI に対する啓発経験が、大都市圏に住んでいる人よりも 3.6%少ない結果となった。



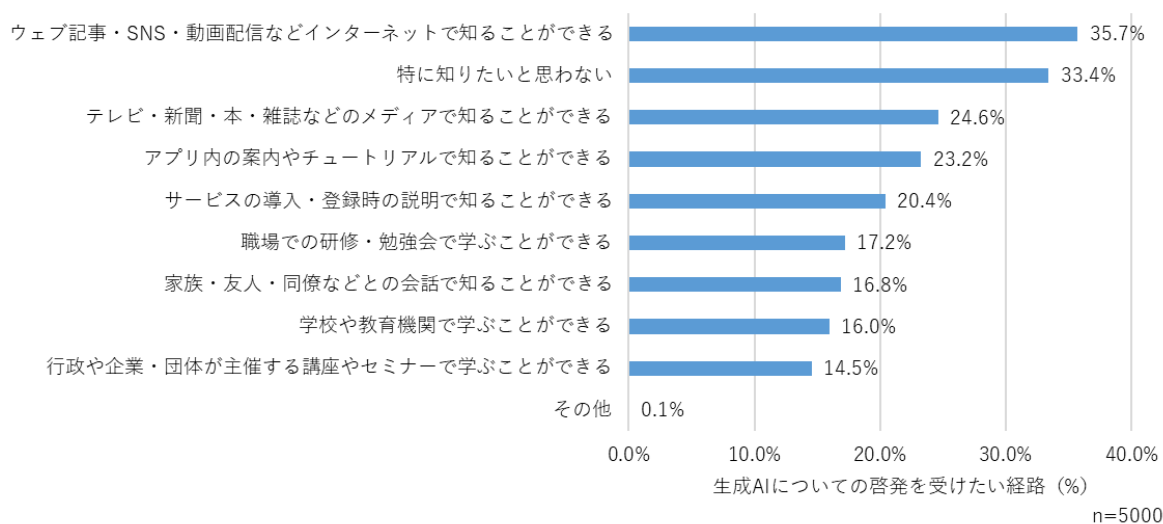
図表 3.10 生成 AI についての啓発経験（居住地別）

続いて、啓発経験者はどのような啓発を受けたのか、具体的な啓発内容について調査した結果が図表 3.11 である。結果を確認すると、「生成 AI の基礎知識（生成 AI とは何か、生成できるコンテンツの種類など）」が 55.7%と多く、啓発経験者の半数以上はこの内容について学んでいることがわかる。次いで「生成 AI の入門的な使い方」（38.7%）、「情報の正確性に対するリスクや対処法」が 27.2%と続いた。生成 AI に対する基礎知識や使い方に対しての啓発は比較的行われているものの、リスクやモラルについての啓発は遅れていることが明らかとなっている。



図表 3.11 生成 AI についての啓発を受けた内容

最後に、全回答者に対して、生成 AI についてどのような経路で啓発を受けられることが好ましいかを尋ねた結果が図表 3.12 である。結果としては、「ウェブ記事・SNS・動画配信などインターネットで知ることができる」が 35.7%と最多であり、3 番目には「テレビ・新聞・本・雑誌などのメディアで知ることができる」が 24.6%となっており、インターネットを中心に、メディアでの啓発も求められている結果となった。しかし、「特に知りたいと思わない」(33.4%) が 2 番目に多く、3 人に 1 人が生成 AI に対する啓発の必要性を感じていないことも明らかとなっている。



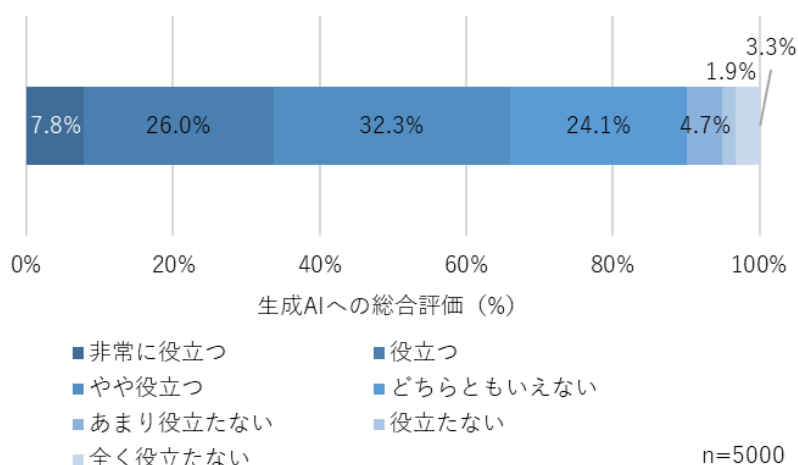
図表 3.12 生成 AI についての啓発を受けたい経路

4. 生成 AI への評価

4. 1. 生成 AI への総合的評価

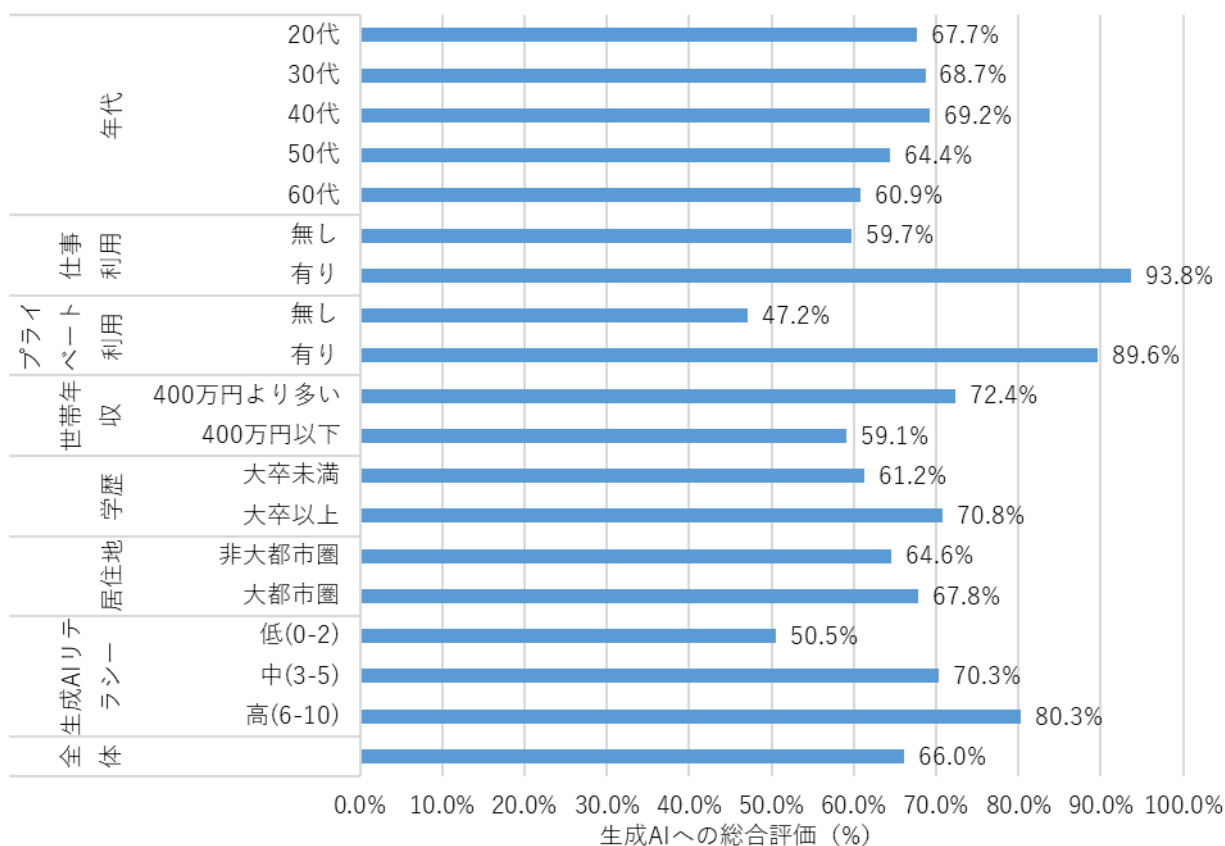
本節では、生成 AI に対する評価の調査の結果から、人々が生成 AI そのものについて全般的・社会的にどの程度有用と考えているかの実態を明らかにする。

まず生成 AI への総合的な評価として、「非常に役立つ」～「全く役立たない」の7件法で尋ねた結果が図表 4.1 である。結果を確認すると、「やや役立つ」以上の回答をした人が 66.1% と 6 割以上を占めている一方、「あまり役立たない」以下の回答をした人は 9.9% で 1 割未満となっており、全体的に生成 AI は役立つものであると人々に評価されていることがわかる。ただし、評価の中で最も大きいものは「やや役立つ」の 32.3% であり、極端に高い評価をしている人が多いわけではないことには留意する必要がある。



図表 4.1 生成 AI に対する総合的な評価

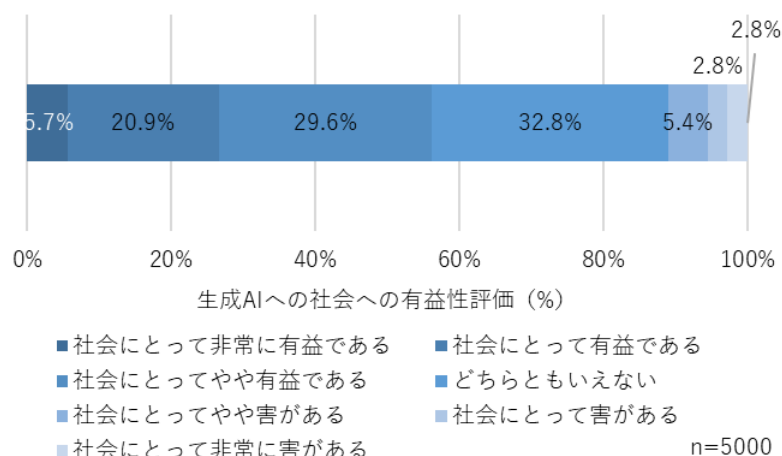
次に、図表 4.1 の結果について、「やや役立つ」以上の回答をした人の割合について各属性別に集計した結果が図表 4.2 である。年代別には、40 代が最も高い山型の分布となっており、年代が上の人の方が低い傾向にある。利用状況別には、仕事・プライベートを問わずに利用者の評価が高くなっており、約 9 割の利用者が「やや役立つ」以上の評価をしている。利用している人としていない人での評価の差が、属性の中でも最も顕著にみられる。その他の属性についても、年収が高い、学歴が大卒以上、大都市圏居住の方が生成 AI に対する総合的な評価は高い傾向にある。また、リテラシースコア別にもスコアが高い人ほど生成 AI に対する評価が高くなっていった。



n=847,878,1071,1218,986,2625,816,2775,2225,2608,2392,2476,2524,2756,2244,1766,1799,1435,5000

図表 4.2 生成 AI に対する総合的な評価（「やや役立つ」以上の割合）

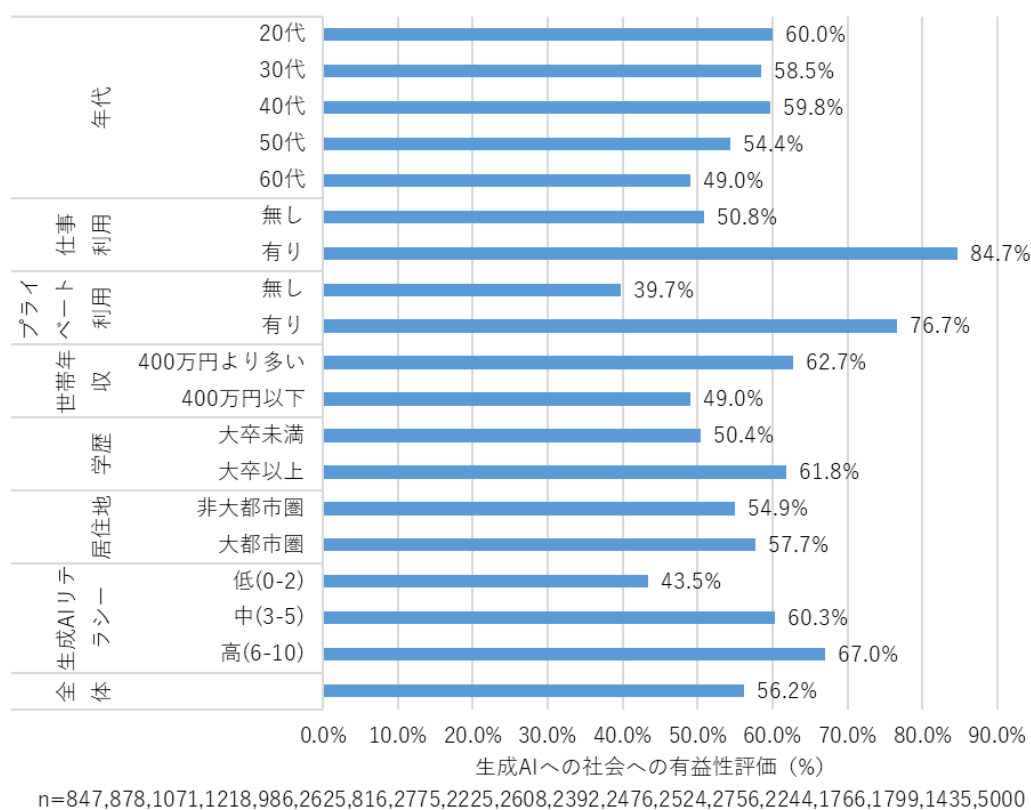
続いて、生成 AI が社会的に有益かどうかの評価として、「社会にとって非常に有益である」～「社会にとって非常に害がある」の 7 件法で尋ねた結果が図表 4.3 である。結果を確認すると、「社会にとってやや有益である」以上の回答をした人が 56.2%と 5 割以上を占めている一方、「社会にとってやや有害である」以下の回答をした人は 11.0%で 1 割程度となっており、生成 AI は社会的に有益なものであると人々に前向きに評価されていることがわかる。



図表 4.3 生成 AI に対する社会的有益性の評価

次に、図表 4.3 の結果について、「社会的にやや有益である」以上の回答をした人の割合について各属性別に集計した結果が図表 4.4 である。年代別には、20 代～40 代が高く、50 代以上の評価の方が低い傾向にある。

利用状況別には、仕事・プライベートを問わずに利用者の評価が高くなっており、約 8 割の利用者が「社会的にやや有益である」以上の評価をしている。その他の属性についても、年収が高い、学歴が大卒以上、大都市圏居住の方が生成 AI に対する総合的な評価は高い傾向にある。また、リテラシースコア別にもスコアが高い人ほど生成 AI に対する評価が高くなっていった。

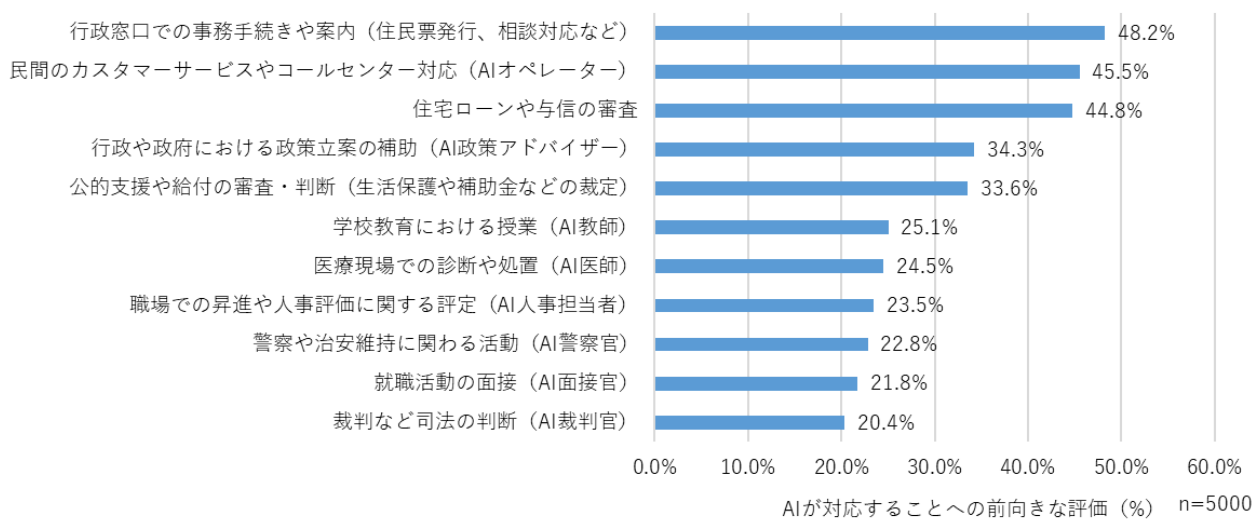


図表 4.4 生成 AI に対する総合的な評価（「社会にとってやや有益である」以上の割合）

4. 2. AI が対応することへの評価

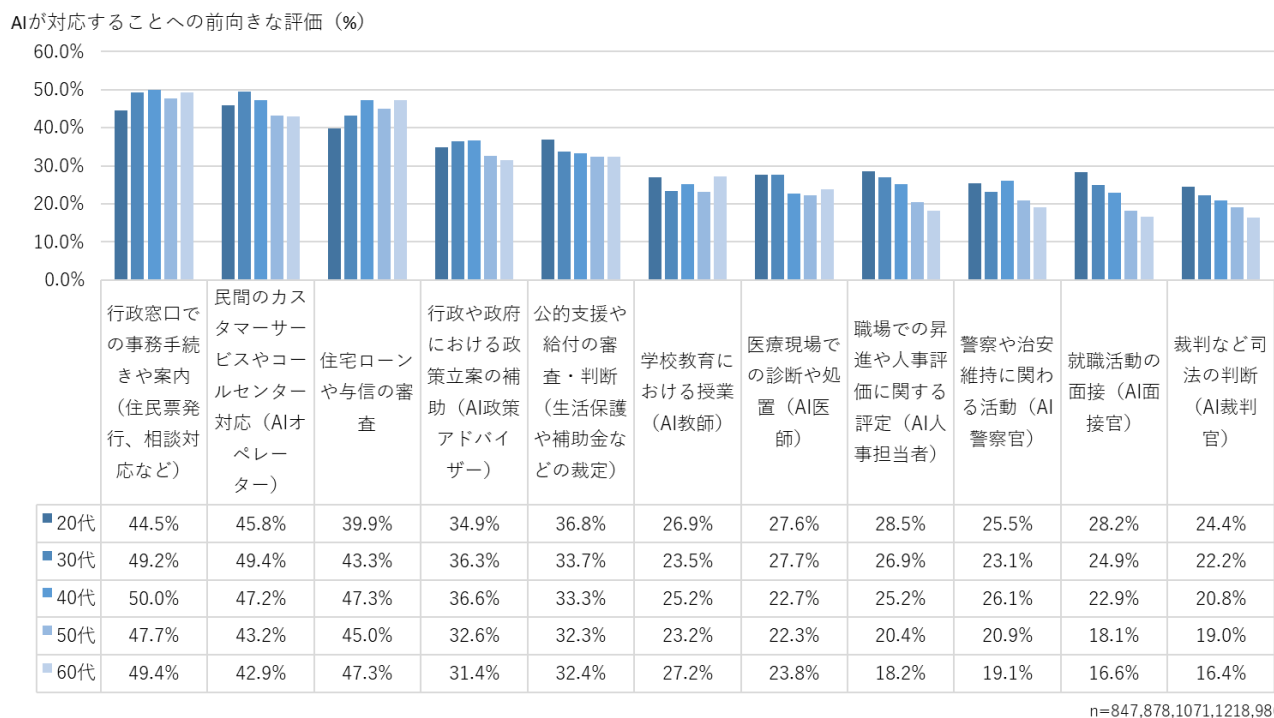
本節では、生成 AI が今ある仕組みを代替することに対する評価について調査した結果を示し、生成 AI に対する人々の認識の実態を明らかにする。具体的な設問においては、「A：生成 AI による対応で納得できる」「B：人間が対応すべきことであり、生成 AI による対応は納得できない」の 2 つの考え方を示し、「A に近い」～「B に近い」の 7 件法で回答してもらった。なお本節においては、「どちらかといえば A に近い」以上に、生成 AI による対応で納得できると回答した人の割合を、前向きに評価している人の割合として示す。

まず、生成 AI が対応することについて前向きに評価している人の割合が図表 4.5 である。結果を確認すると、「行政窓口での事務手続きや案内（住民票発行、相談対応など）」が 48.2% と最大であり、次いで「民間のカスタマーサービスやコールセンター対応（AI オペレーター）」（45.5%）、3 番目に「住宅ローンの与信の審査」（44.8%）となっていた。この 3 項目については 4 割を超えている。一方で、「学校教育における授業（AI 教師）」以下の項目は 3 割未満となっており、中でも「裁判など司法の判断（AI 裁判官）」は 20.4% と最も低い。全体的に、事務的な手続きに対しては評価が高いものの、裁判官のような専門性が高く、かつ他者の人生に大きな影響を与える職業や面接・人事などの判断が求められる場面においては、AI 対応への評価が低い傾向にある。



図表 4.5 AI が対応することへの評価

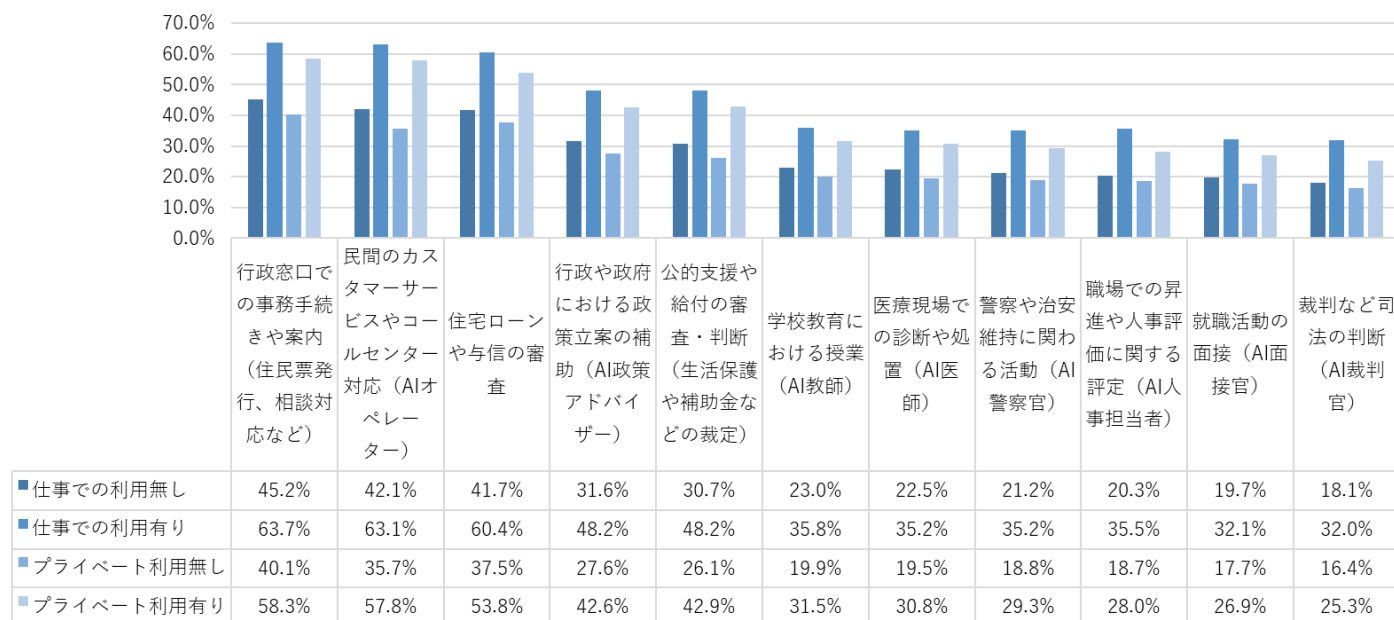
続いて、図表 4.5 の結果について年代別に集計した結果が図表 4.6 である。全体の割合が低くなった、専門性が高く、かつ他者の人生に大きな影響を与える職業ほど右肩下りの選択肢が多く、年齢と共にそれらに生成 AI が対応することに対する評価が低い傾向が見て取れる。一方で、「行政窓口での事務手続きや案内」と「住宅ローンや与信の審査」については年齢が高い人の方が寧ろ評価が高い傾向になっており、事務的な内容については年齢別の受容傾向が逆転していることは興味深い。



図表 4.6 AI が対応することへの評価 (年代別)

さらに、利用状況別に集計した結果が図表 4.7 である。仕事・プライベートを問わず、生成 AI を利用している人ほど AI が対応することへの評価は高い。

AIが対応することへの前向きな評価 (%)

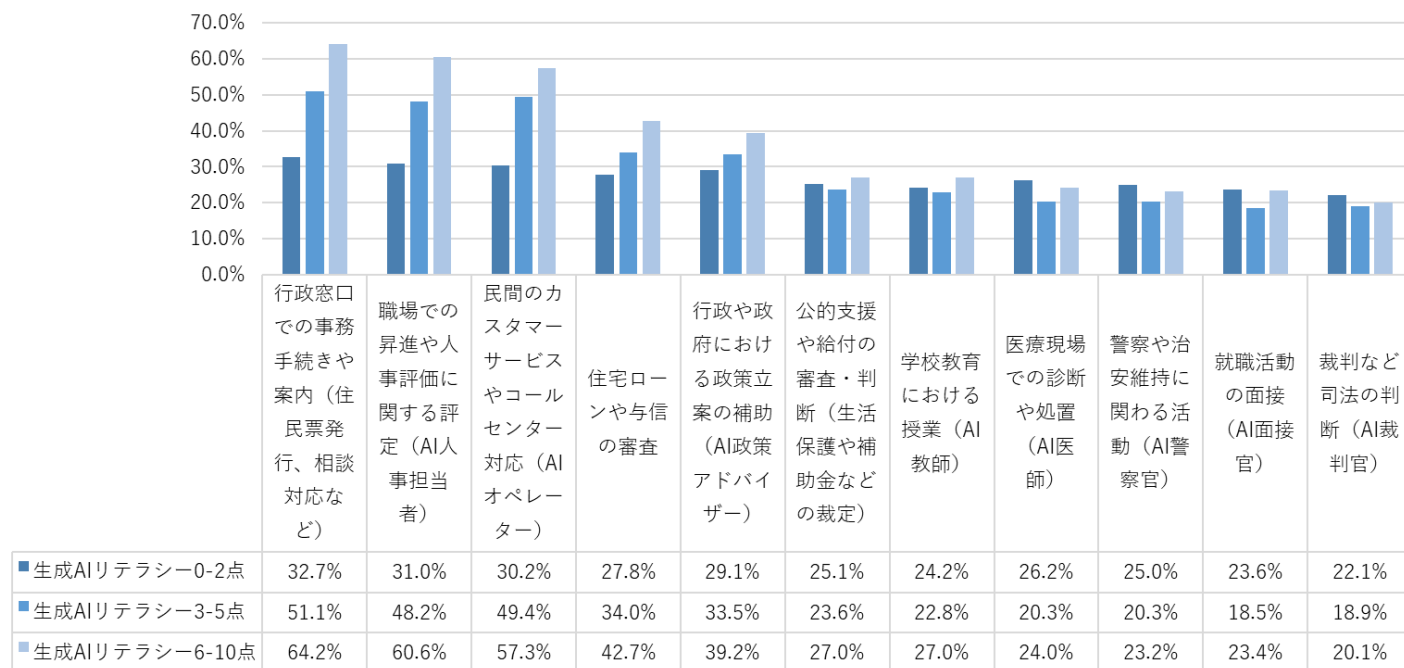


n=2625,816,2775,2225

図表 4.7 AI が対応することへの評価（生成 AI 利用別）

リテラシースコア別に集計すると、全体での評価上位の 3 項目についてはスコアが高い人ほど評価が高い一方で、全体での評価が下位の項目になると、寧ろスコアが低い人ほど評価が高い傾向にあることは興味深い。生成 AI の知識が高まることで、専門性が高く、かつ他者の人生に大きな影響を与えるような項目においては、AI が対応することへのリスクを感じて評価が低くなっていると考えられる。

AIが対応することへの前向きな評価 (%)



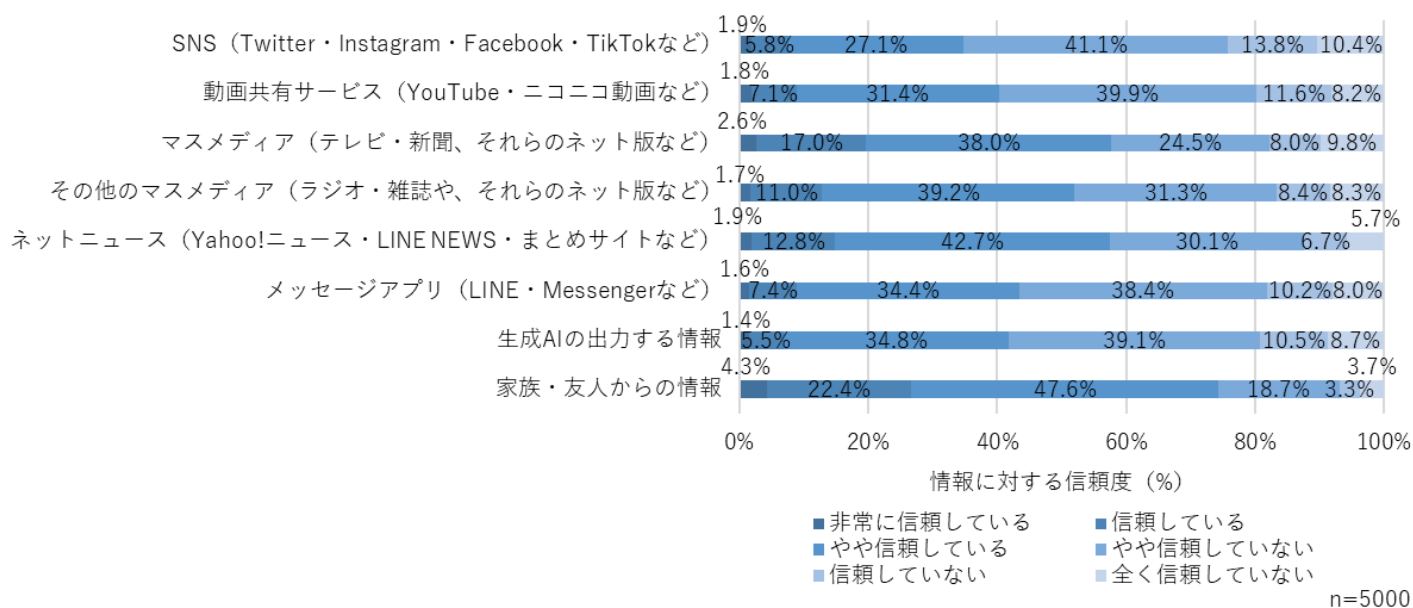
n=1766,1799,1435

図表 4.8 AI が対応することへの評価（生成 AI リテラシー別）

4. 3. 情報の信頼性

本節では、人々が生成 AI の出力する情報を含む情報源をどの程度信頼しているのかを調査した結果から、生成 AI の出力する情報への信頼度の実態を明らかにしたい。

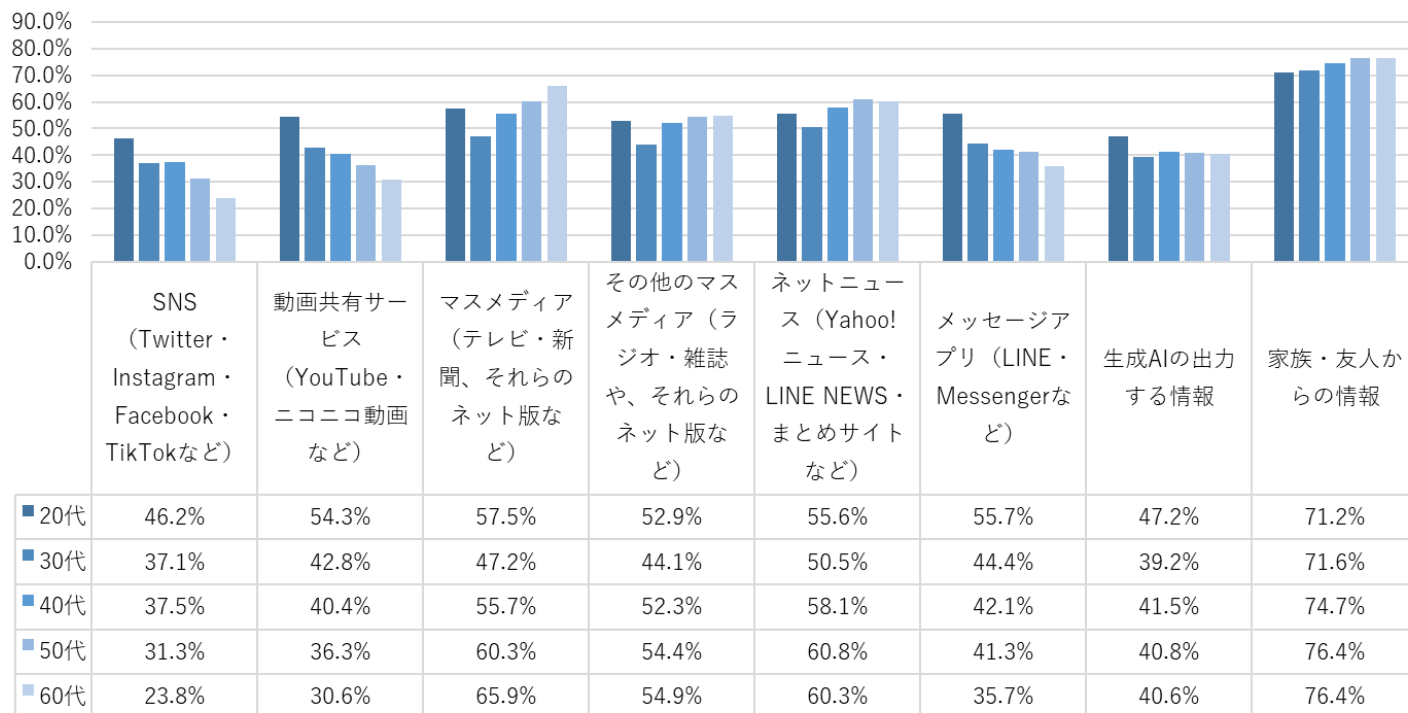
まず各情報源に対する信頼性に対して、「非常に信頼している」～「全く信頼していない」の 7 件法で尋ねた結果が図表 4.9 である。「やや信頼している」以上の回答について確認すると、「家族・友人からの情報」（74.3%）が最も信頼されており、次いで「マスメディア（テレビ・新聞、それらのネット版など）」（57.6%）と「ネットニュース（Yahoo!ニュース・LINE NEWS・まとめサイトなど）」（57.4%）が僅差で続いた。「生成 AI の出力する情報」は 41.7% であり、信頼できると考えている人は 4 割程度にとどまった。これは SNS と動画共有サービスに続き、下から 3 番目である。また、「非常に信頼している」と回答した人の割合は、生成 AI が最も低く 1.4%となっていることも興味深い。信頼できると考えている人の中でも、絶対的に信頼を寄せているというわけではない傾向が見られる。



図表 4.9 各情報源に対する信頼性評価

続いて、「やや信頼している」以上の回答をした人の割合について、年代別に集計した結果が図表 4.10 である。SNS や動画共有サービスについては若い人ほど信頼度が高く、メディア系統については 30 代が最も低い U 字型の分布となっている。生成 AI の出力する情報については、20 代が 47.2% と最も高いが、他の年代については 40% 前後とほとんど差が見られない。

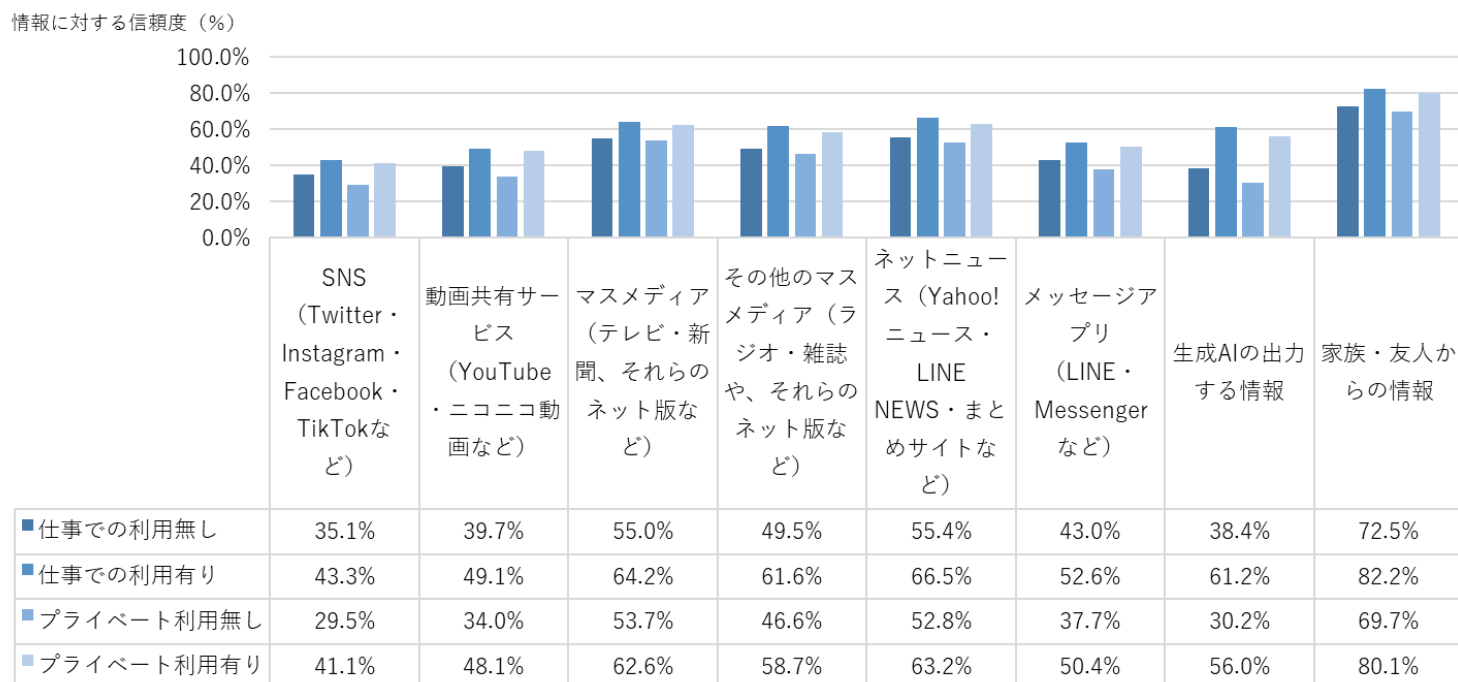
情報に対する信頼度 (%)



n=847,878,1071,1218,986

図表 4.10 各情報源に対する信頼性評価 (年代別)

さらに、利用状況別に集計した結果が図表 4.11 である。結果を確認すると、全ての項目において、生成 AI を利用している人が仕事・プライベートを問わず情報を信頼していることがわかる。この差は特に「生成 AI の出力する情報」で顕著となっており、利用の有無で 20%以上の差が見られる。

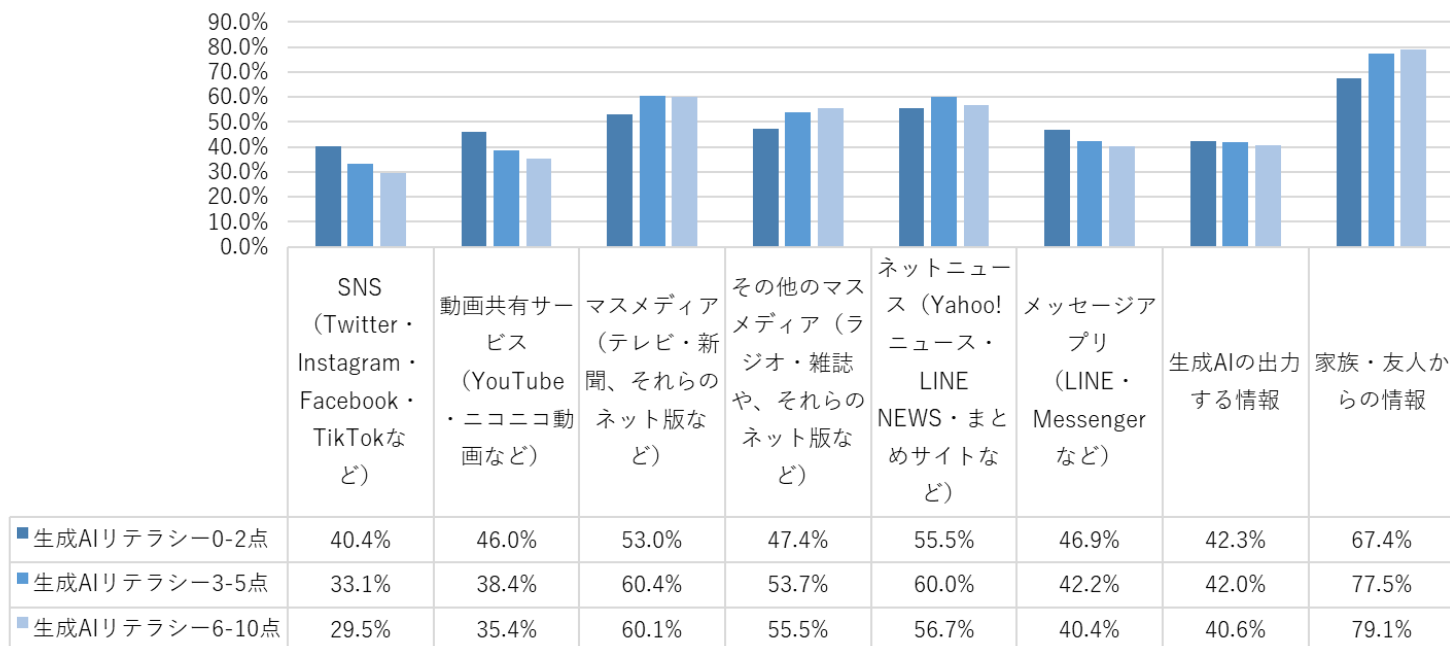


n=2625,816,2775,2225

図表 4.11 各情報源に対する信頼性評価 (生成 AI 利用別)

さらに、生成 AI リテラシー別にも集計した結果が図表 4.12 である。結果を確認すると、生成 AI リテラシーが高い人ほど、SNS や動画共有サービスを信頼しておらず、マスメディアの情報を信頼している傾向が見られた。一方で、生成 AI の出力する情報については、わずかに生成 AI リテラシーが高い人の信頼度の方が低いものの、極端に大きな差とはなっていない。

情報に対する信頼度 (%)



n=1766,1799,1435

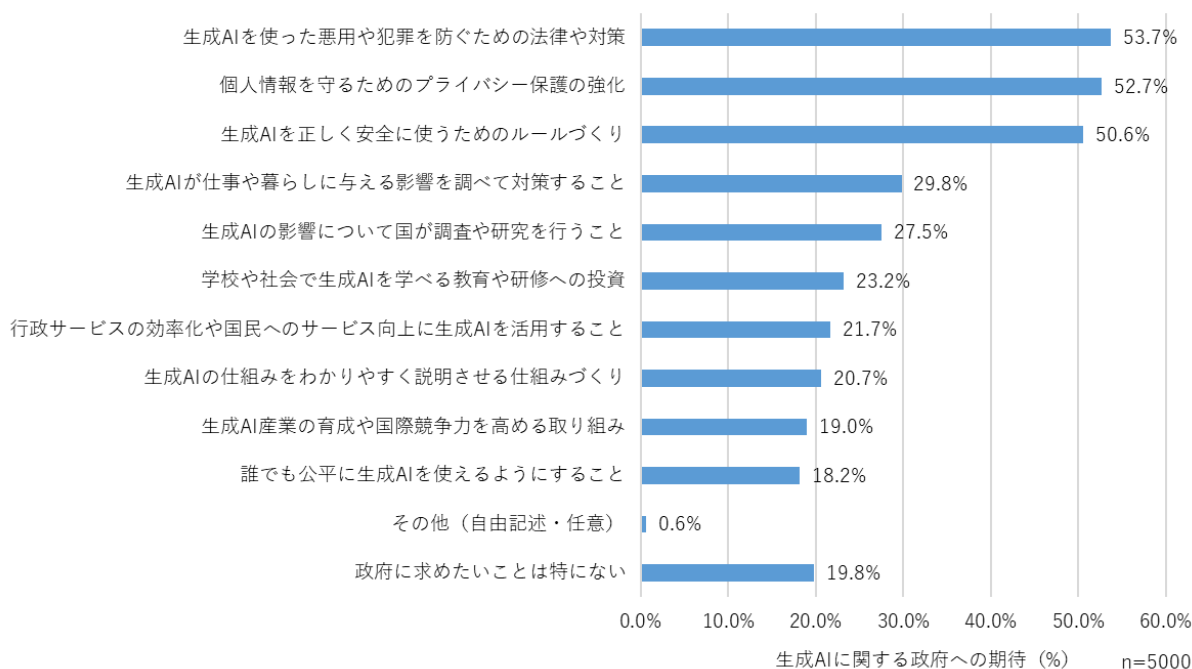
図表 4.12 各情報源に対する信頼性評価 (生成 AI リテラシー別)

5. 政府・企業への要望

5. 1. 生成 AI に関する政府への期待

本節では、生成 AI に関して政府に期待していることについての調査を行った結果を示す。

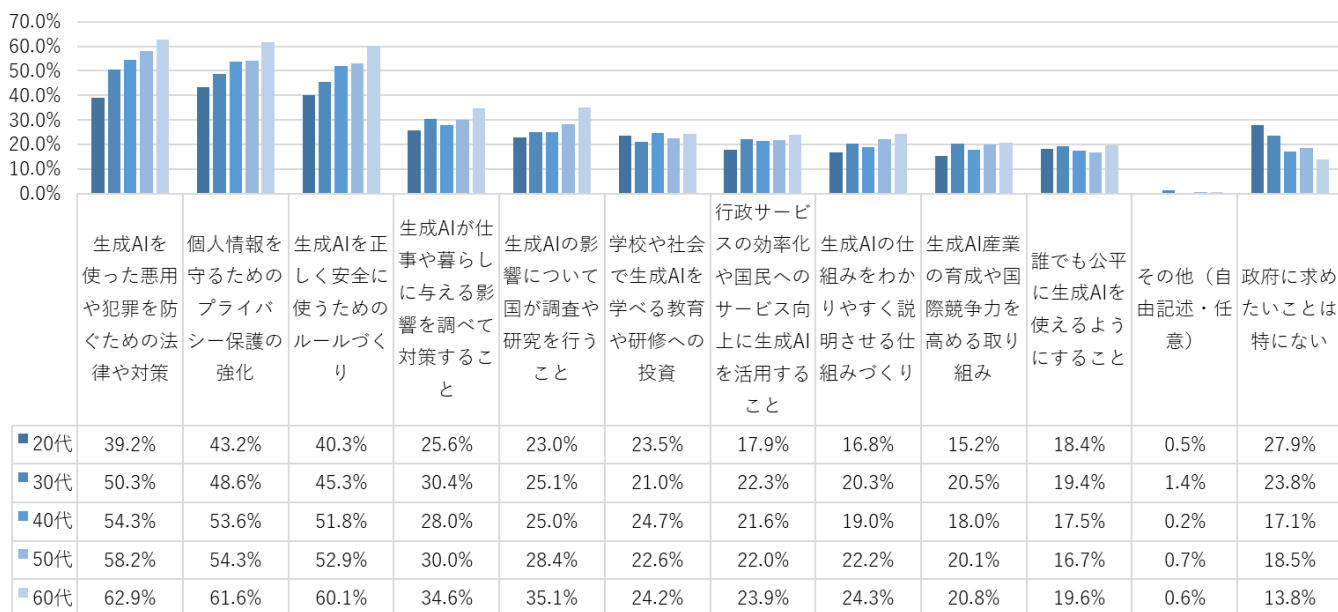
まず、政府に対して期待していることについて、それぞれの項目について複数回答で尋ねた結果の全体像が図表 5.1 である。最も政府に期待していることは「生成 AI を使った悪用や犯罪を防ぐための法律や対策」(53.7%) であり、次いで「個人情報を守るためのプライバシー保護の強化」(52.7%)、3 番目に「生成 AI を正しく安全に使うためのルールづくり」(50.6%) であり、ここまでは半数以上の人々が政府に期待しており、政府には生成 AI を用いた犯罪を防ぎ、人々が安全に利益を享受するための法律やルールの制定が求められている。一方で、調査や研究、投資、競争力といった文脈については、政府に対する期待としては低い傾向にある。この傾向は Innovation Nippon 2024 の内容とも一致している。



図表 5.1 生成 AI に関する政府への期待

政府への期待について、年代別に集計した結果が図表 5.2 である。図表 5.1 で上位に上がっていた 3 項目が特に顕著だが、全体的に年代が上の人ほど政府に対する期待が大きいことがわかる。一方で、「政府に求めたいことは特にない」とする回答は、若い人ほど大きい傾向にある。

生成AIに関する政府への期待 (%)

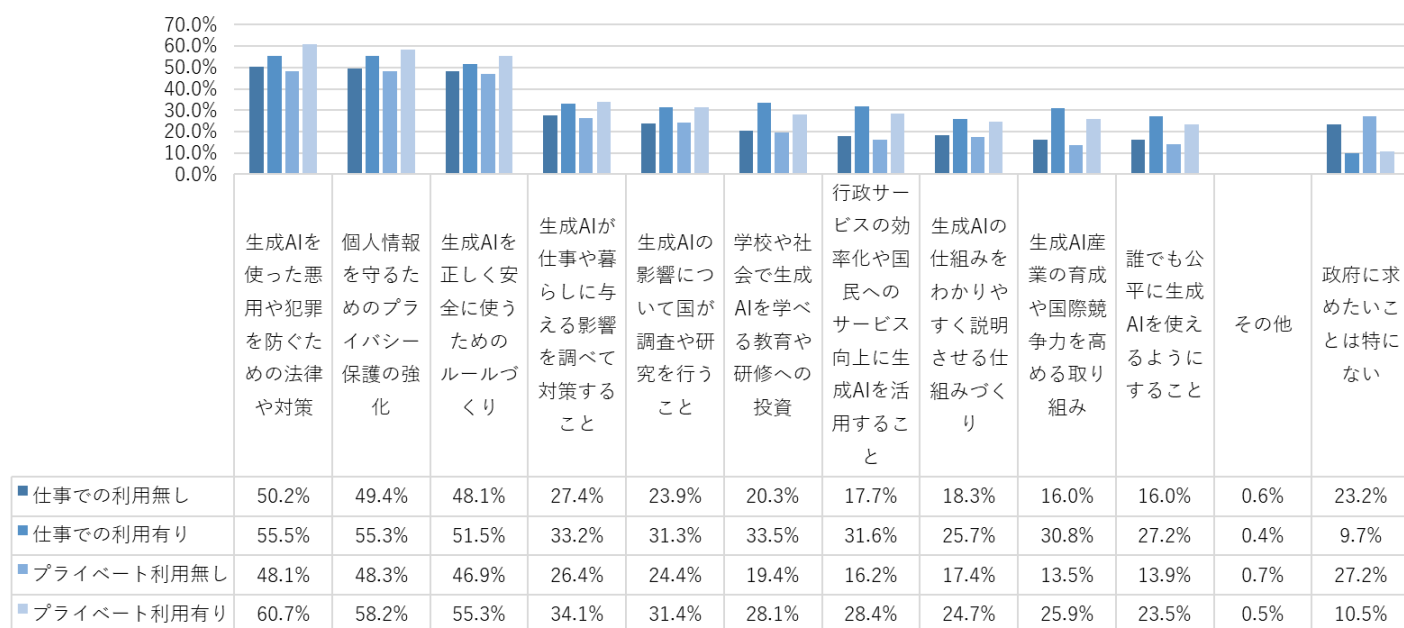


n=847,878,1071,1218,986

図表 5.2 生成 AI に関する政府への期待（年代別）

同様の内容について利用状況別に集計した結果が図表 5.3 である。まず全体として、利用しているの方が政府に対する期待も高くなっている。加えて、教育や効率的な活用、公平性といった項目では、特に利用経験の有無による評価の乖離が大きい。

生成AIに関する政府への期待 (%)

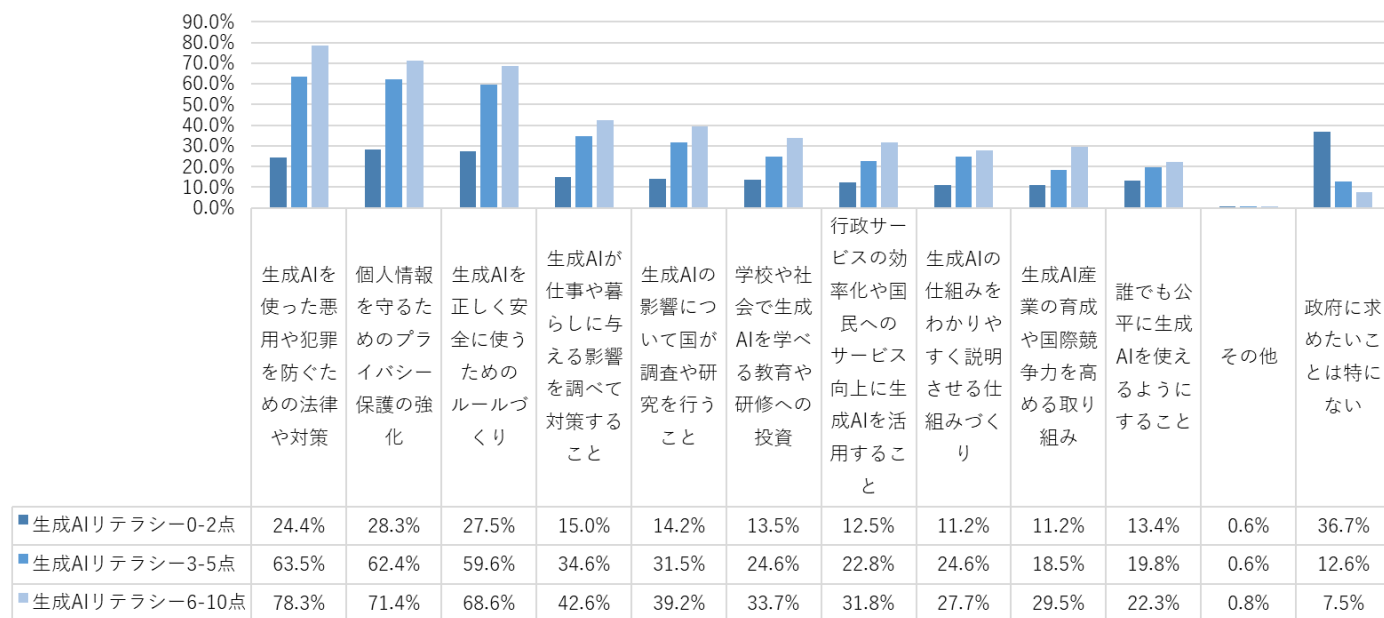


n=2625,816,2775,2225

図表 5.3 生成 AI に関する政府への期待（生成 AI 利用別）

最後に、生成 AI リテラシー別にも集計した結果が図表 5.4 である。結果は一貫して、生成 AI リテラシーが高い人ほど政府に対する期待も大きくなっていることがわかる。

生成AIに関する政府への期待 (%)



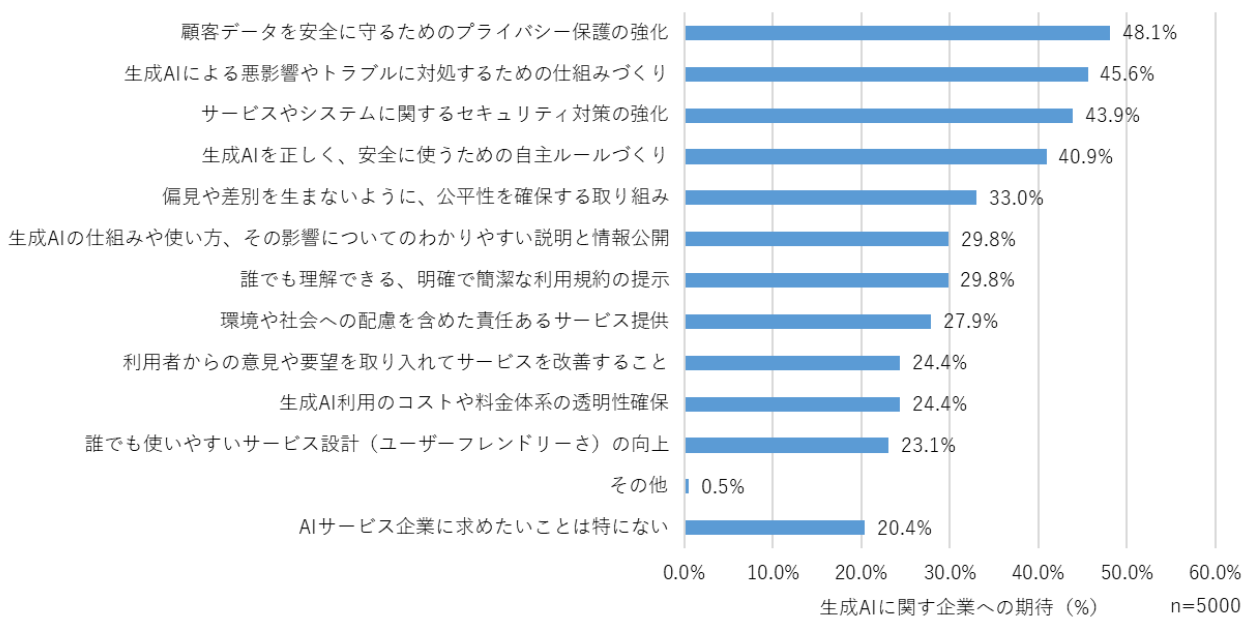
n=1766,1799,1435

図表 5.4 生成 AI に関する政府への期待 (生成 AI リテラシー別)

5. 2. 生成 AI に関する企業への期待

本節では、生成 AI に関して AI サービスを提供している企業に期待していることについての調査を行った結果を示す。

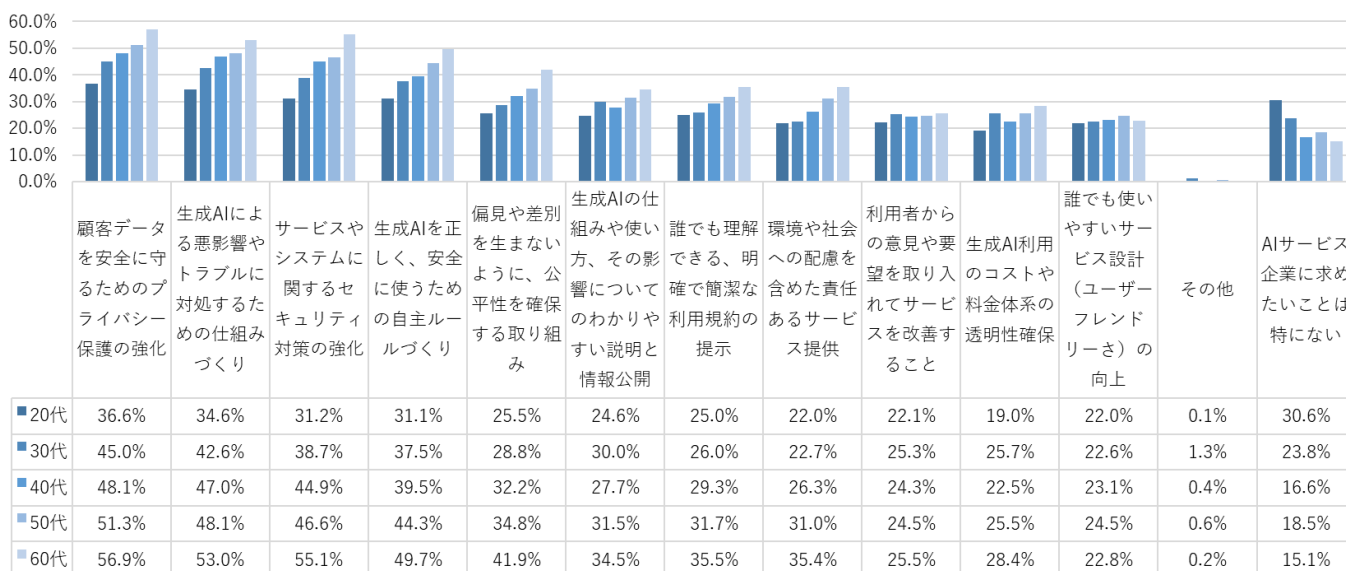
まず、企業に対して期待していることについて、それぞれの項目について複数回答を許容して尋ねた結果の全体像が図表 5.5 である。最も企業に期待されていることは「顧客データを安全に守るためのプライバシー保護の強化」(48.1%) である。次いで「生成 AI による悪影響やトラブルに対処するための仕組みづくり」(45.6%)、3 番目に「サービスやシステムに関するセキュリティ対策の強化」(43.9%) であり、これに加えて「生成 AI を正しく、安全に使うための自主ルールづくり」(40.9%) までは 4 割以上の人企業が期待していた。生成 AI の関連企業に対しても政府同様、生成 AI を利用することによって発生する可能性のある潜在的なトラブルやリスクに対する対策が強く求められている。この傾向は Innovation Nippon 2024 の内容とも一致している。



図表 5.5 生成 AI に関する企業への期待

企業への期待について、「やや期待している」以上に回答した結果を、年代別に集計した結果が図表 5.6 である。全体的に年代が上の人ほど政府に対する期待が大きいことがわかる。一方で、「AI サービス企業に求めたいことは特にな

生成AIに関する企業への期待 (%)

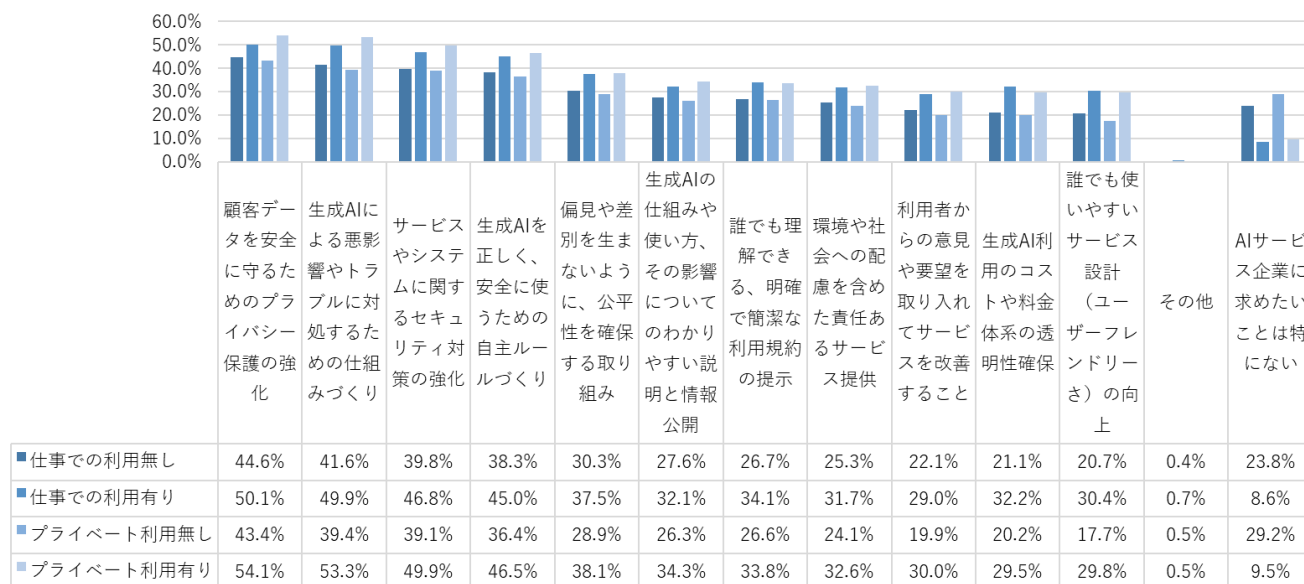


n=847,878,1071,1218,986

図表 5.6 生成 AI に関する企業への期待（年代別）

次に、同様の内容について利用状況別に集計した結果が図表 5.7 である。全体として、利用している人の方が企業に対する期待も大きい傾向にある。

生成AIに関する企業への期待 (%)

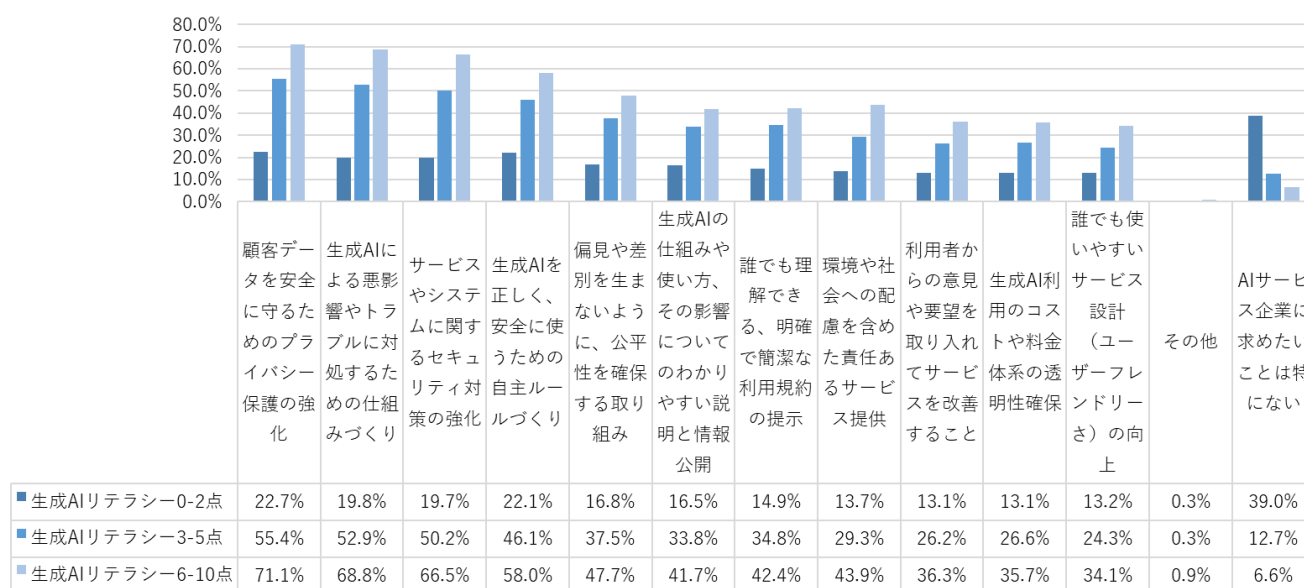


n=2625,816,2775,2225

図表 5.7 生成 AI に関する企業への期待（生成 AI 利用別）

最後に、生成 AI リテラシー別にも集計した結果が図表 5.8 である。結果は一貫して生成 AI リテラシーが高い人ほど企業に対する期待も大きくなっている。

生成AIに関する企業への期待 (%)



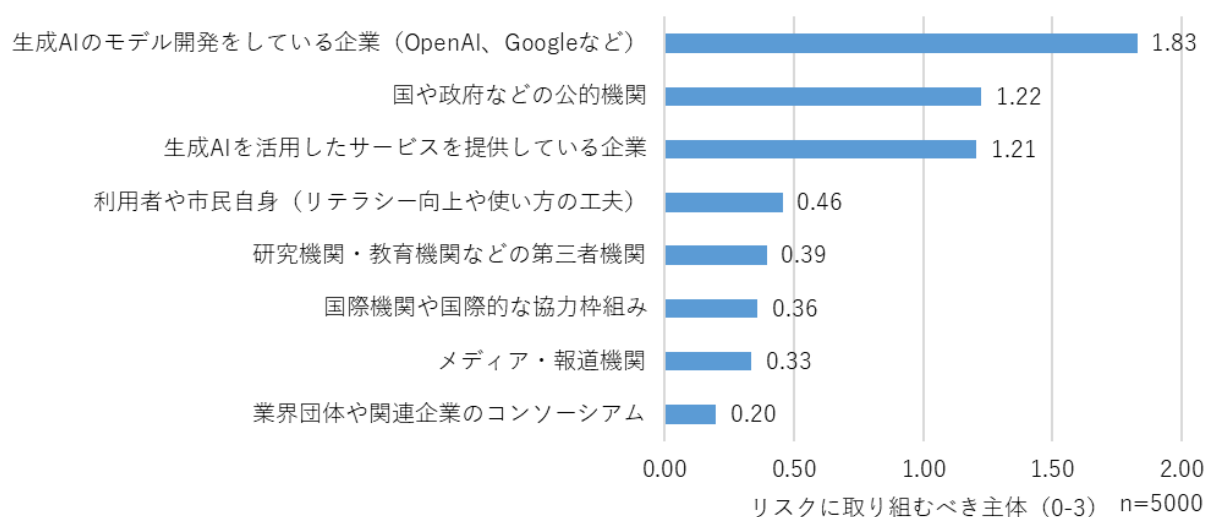
n=1766,1799,1435

図表 5.8 生成 AI に関する企業への期待（生成 AI リテラシー別）

5. 3. リスク低減に向けて取り組むべき主体

本節では、生成 AI によるリスクの低減について取り組むべき主体について、1 位から 3 位まで順位をつける形式で尋ねた結果を示す。結果においては、1 位を 3 点、2 位を 2 点、3 位を 1 点として集計を行っている。

まず、リスク低減に向けて取り組むべき主体としての評価の全体結果を図表 5.9 に示す。結果としては、「生成 AI のモデル開発をしている企業（OpenAI、Google など）」が 1.83 点で最も取り組むべき主体として考えられており、次いで「国や政府などの公的機関」が 1.22 点、3 番目に「生成 AI を活用したサービスを提供している企業」が 1.21 点と続き、これら 3 項目が突出して高い。政府やサービスを提供する企業ではなく、まずは基盤となるモデルを開発している企業がリスク低減に取り組むべきだ、と人々が考えている実態が明らかになった。

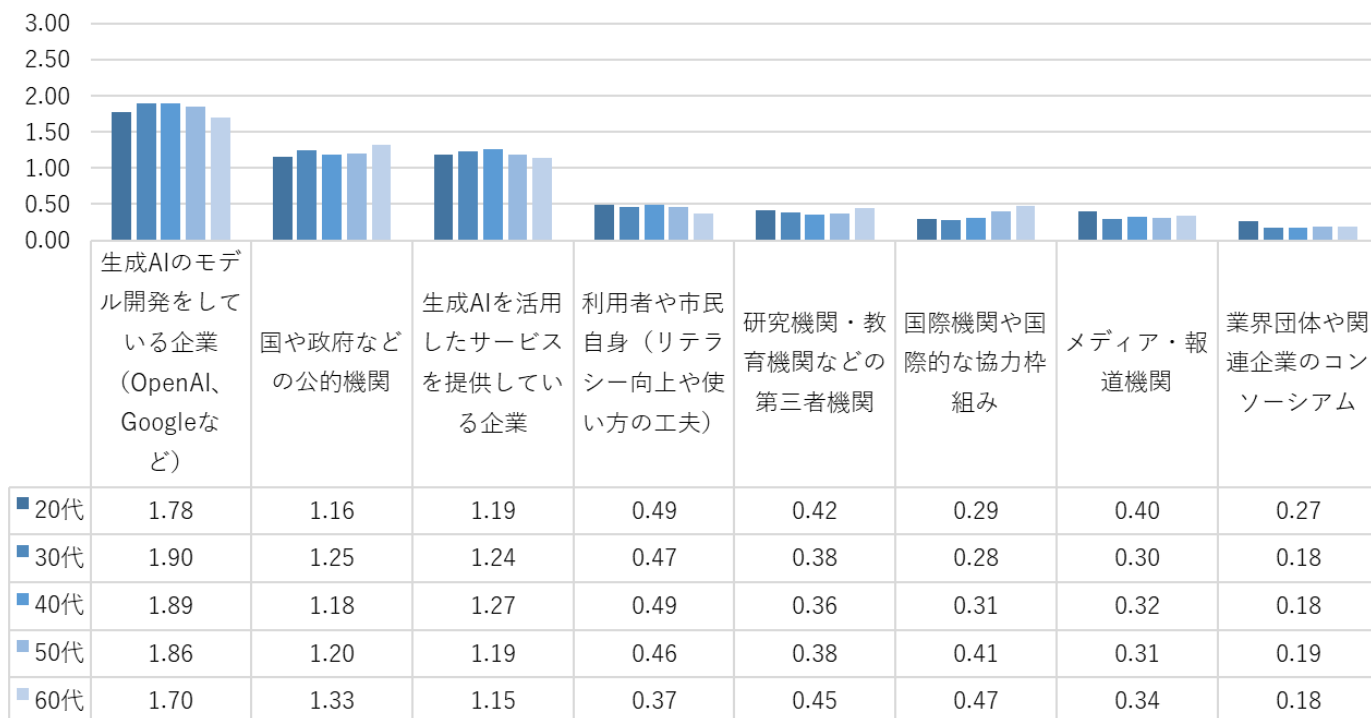


図表 5.9 リスク低減に向けて取り組むべき主体

次に、図表 5.10 は同様の結果について年代別に集計した結果であるが、年代による極端な差は見られない。

続いて、生成 AI の利用状況別に集計した結果が図表 5.11 である。極端に大きな差があるとは言い難いが、生成 AI に関連する企業が取り組むべきだとする回答は生成 AI の利用者に多く、対して政府や国際機関、メディアといった外部機関が取り組むべきだと考えている回答は生成 AI の非利用者に多い傾向にある。

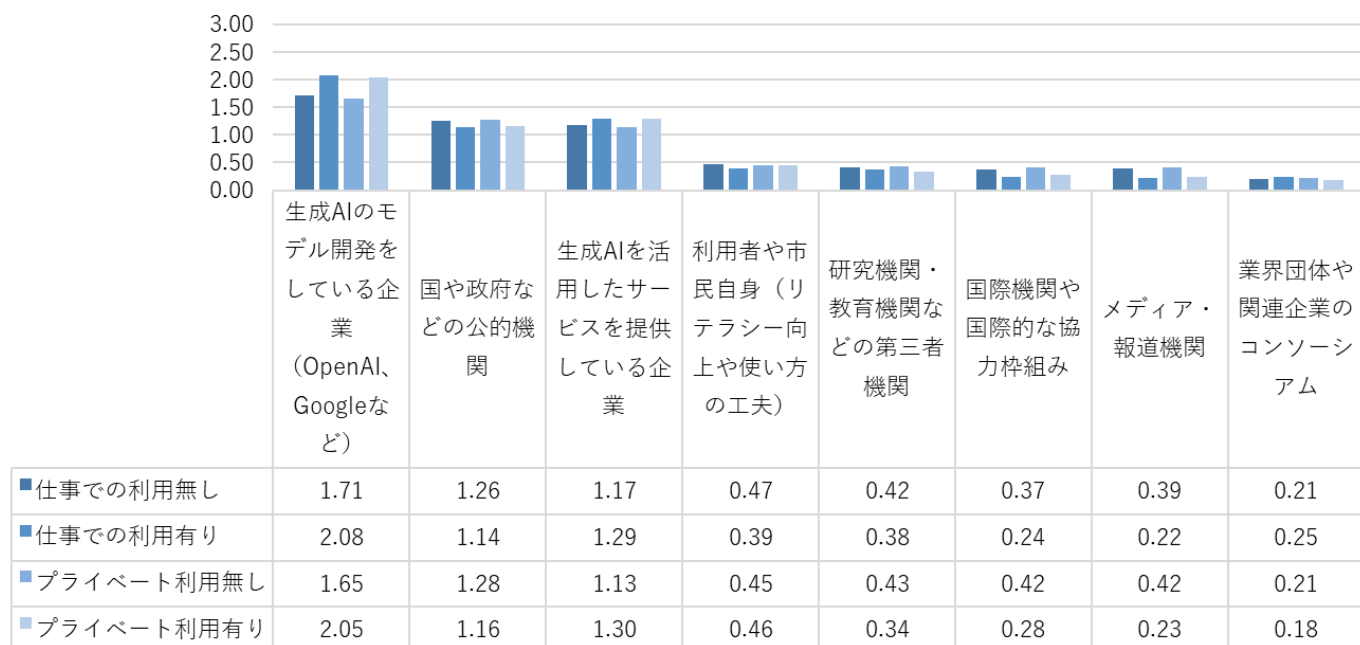
リスクに取り組むべき主体 (0-3)



n=847,878,1071,1218,986

図表 5.10 リスク低減に向けて取り組むべき主体 (年代別)

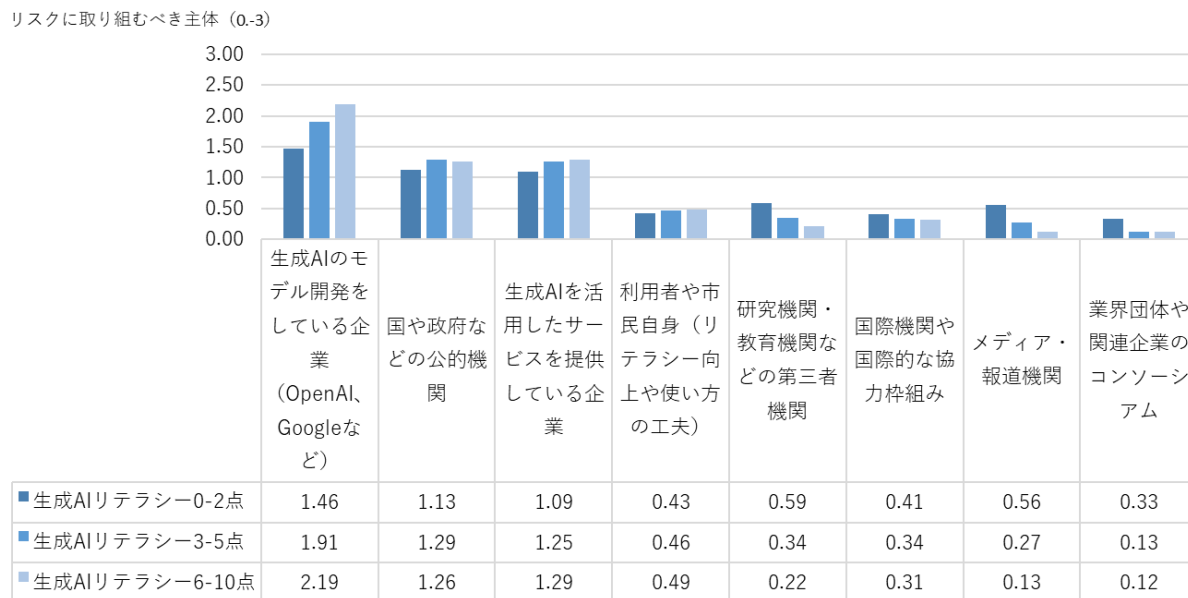
リスクに取り組むべき主体 (0-3)



n=2625,816,2775,2225

図表 5.11 リスク低減に向けて取り組むべき主体 (生成 AI 利用別)

最後に、リテラシースコア別に集計した結果が図表 5.12 であり、生成 AI のモデル開発をしている企業がリスクに取り組むべきと考えている人は、生成 AI リテラシーが高い層が多い。一方で、外部の機関が取り組むべきだと考えている人は、リテラシーが低い層に多い傾向が見られる。



n=1766,1799,1435

図表 5.12 リスク低減に向けて取り組むべき主体 (生成 AI リテラシー別)

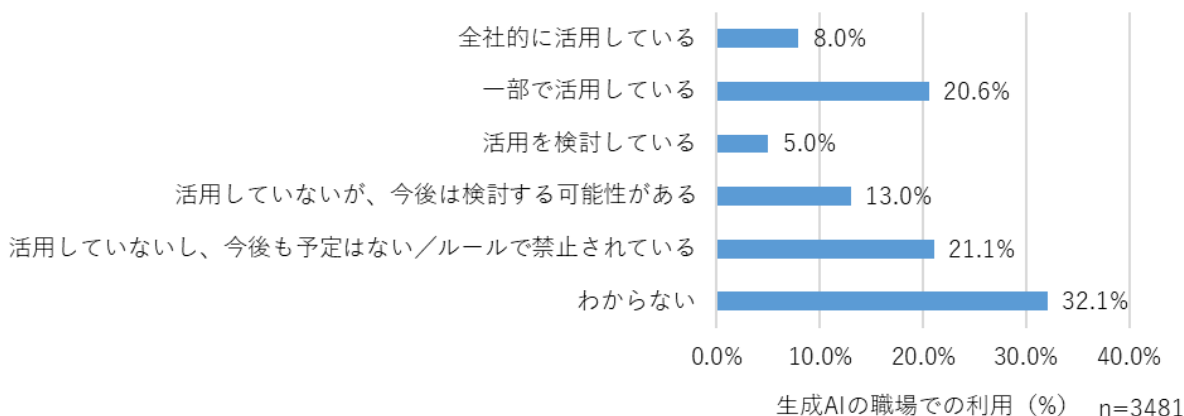
6. 企業での生成 AI 活用

6. 1. 企業の生成 AI 活用状況

本節では、企業がどの程度生成 AI を活用しているのか、企業の生成 AI の活用レベルを明らかにする。なお、本節の質問に関しては有職者を対象としている。

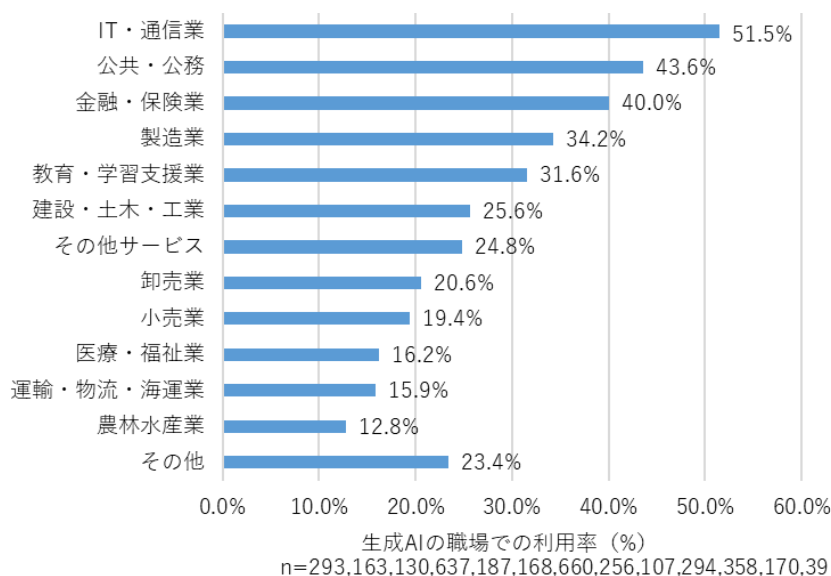
まず、所属している企業での生成 AI の活用状況について尋ねた結果が図表 6.1 である。結果を確認すると、「わからない」(32.1%) が最も多く、次いで「活用は検討しておらず、今後も予定はない/ルールで禁止されている」(21.1%)、3 番目に「一部で活用している」(20.6%) であった。3 人に 1 人程度が、自らの所属する企業で生成 AI が活用されているのか否かを把握できていない現状が明らかになっている。「全社的に活用している」は 8.0% に留まり、12 社に 1 社程度の割合となっている。しかし、一部の部署で活用している企業まで広げると 28.6% となり、4 分の 1 以上の企業が生成 AI を活用している。一方で、現在活用を検討していない企業は 34.1% に上り、活用を具体化できている企業よりも、まだ生成 AI の活用について検討を行っていない企業の方が多い。

Innovation Nippon 2024 においては、「全社的に活用している」が 3.9%、「一部の部署で活用している」が 13.2% であり、当時と比較して +11.5% の企業が生成 AI を活用している。



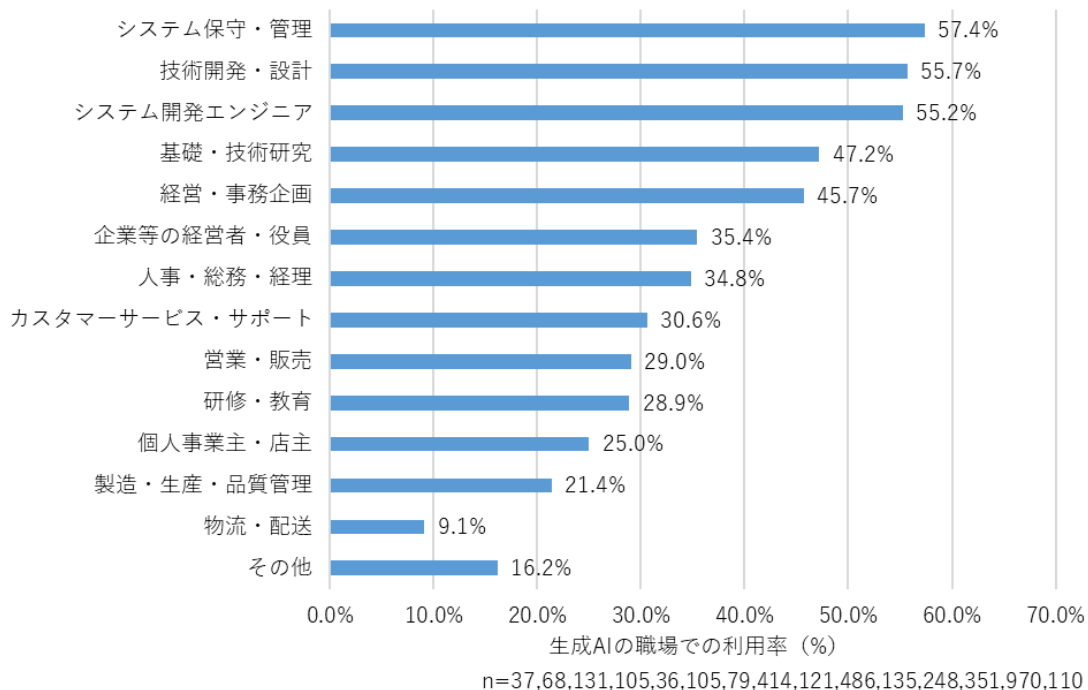
図表 6.1 企業の生成 AI 活用状況

続いて、「全社的に活用している」か「一部の部署で活用している」を選択している企業の割合について、業種別に集計した結果が図表 6.2 である。なお、サンプルサイズが極端に小さい業種を除くため、全サンプルの 1% (n=35) 以上の業種について分析を行っている。結果を確認すると、生成 AI の活用率が最も高い業種は「IT・通信業」の 51.5%、次いで「公共・公務」の 43.6%、3 番目に「金融・保険業」の 40.0% である。その他に全体平均の 28.6% を上回っている業種としては、「製造業」(34.2%)、「教育・学習支援業」(31.6%) であった。



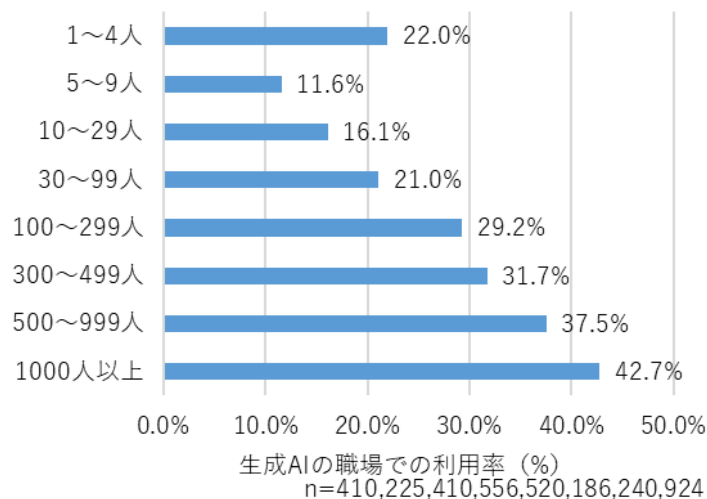
図表 6.2 企業の生成 AI 活用状況（業種別）

加えて、部署別に集計した結果の図表 6.3 を確認する。なお、サンプルサイズが極端に小さい部署を除くため、全サンプルの 1% (n=35) 以上の部署について分析を行っている。結果を確認すると、生成 AI の活用率が最も高い業種は「システム保守・管理」の 57.4%で、次いで「技術開発・設計」の 55.7%、3 番目に「システム開発エンジニア」の 55.2%であった。システム、技術系の部署に所属していると、5 割以上が生成 AI を職場活用していることがわかる。また、経営や企画系の部署も、比較的利用率が高い。



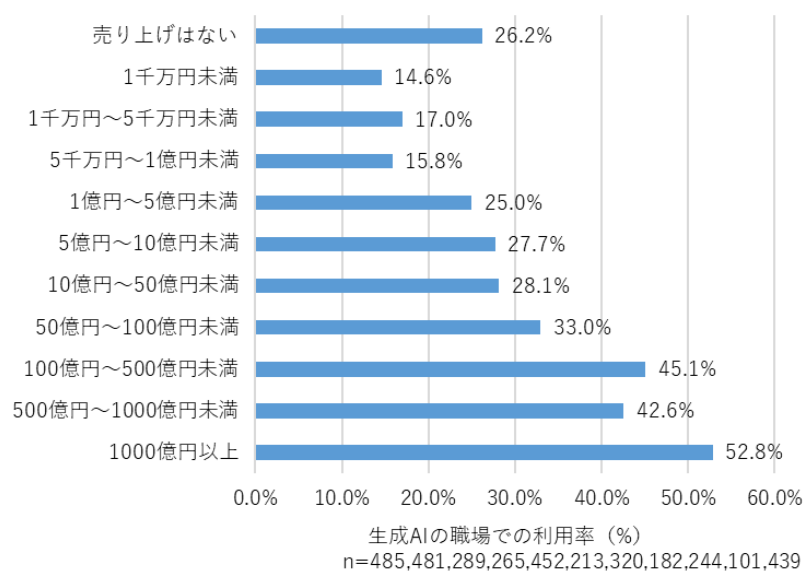
図表 6.3 企業の生成 AI 活用状況（部署別）

続けて、企業の人数別の集計も行った。結果の図表 6.4 を確認すると、極端に人数が少ない 1~4 人の場合を除き、生成 AI の利用率と企業の人数は右肩上がりの関係性になっている。基本的には人数が多いほど活用されている傾向にあるが、個人事業主に近い業態や初期のスタートアップの場合は、生成 AI を寧ろ積極的に活用していることが考えられる。



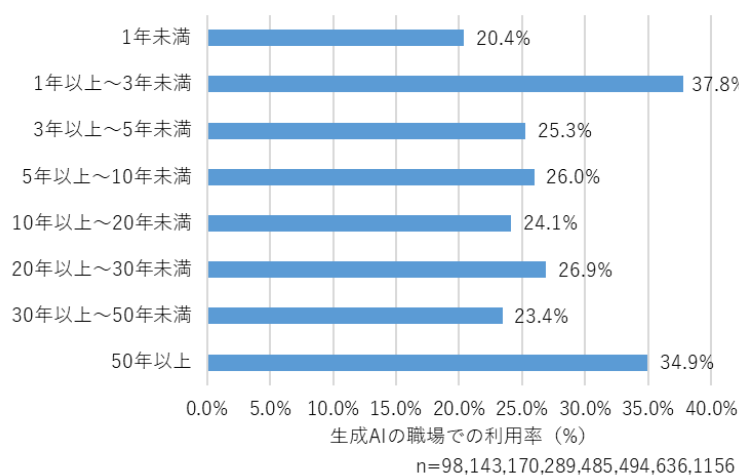
図表 6.4 企業の生成 AI 活用状況（企業規模別）

さらに、企業の売上規模別に集計した。結果の図表 6.5 を確認すると、原則として企業規模と生成 AI の利用率には右肩上がりの関係性があり、売上 1000 億円以上の企業においては半数以上の企業が生成 AI を活用している。但し、売上 1 億円未満の企業についてはほとんど差が見られない。



図表 6.5 企業の生成 AI 活用状況（売上規模別）

最後に、企業の設立からの年数別に集計した。結果の図表 6.6 を見ると、「1 年以上～3 年未満」(37.8%) が最も活用しており、次いで「50 年以上」(34.9%) が高く、残りは 25% 近辺に固まっている。設立から 3 年未満のスタートアップ企業の利用率が高いことは、そもそも AI 関連の事業を行っている可能性などを考えれば首肯できるが、次いで 50 年以上の老舗企業の利用率が高いことは興味深い。



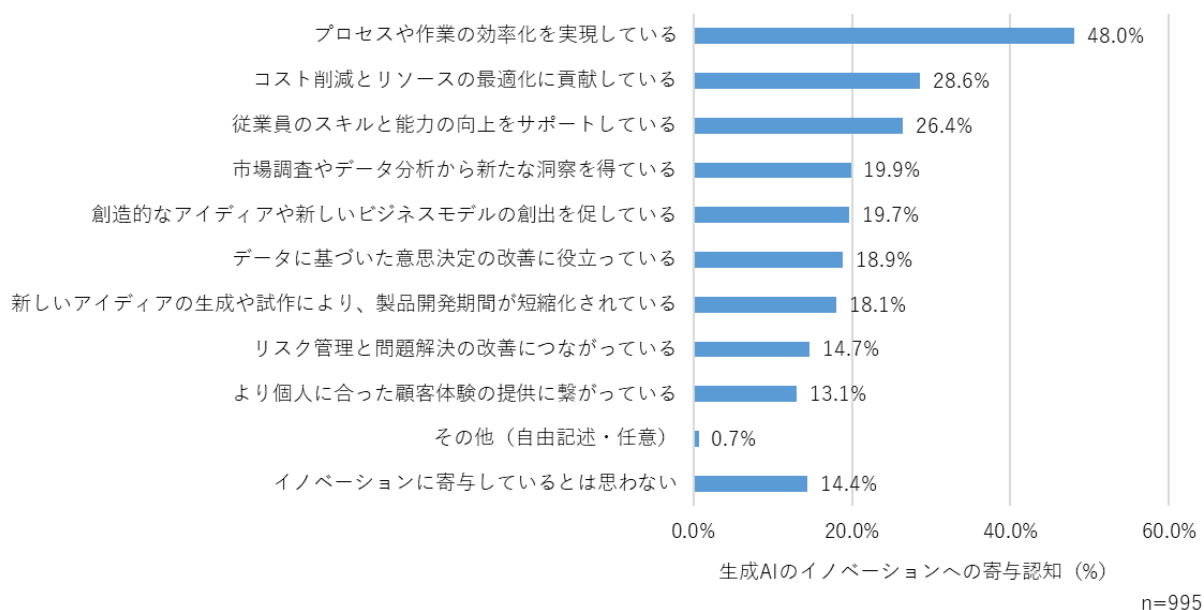
図表 6.6 企業の生成 AI 活用状況（設立からの年数別）

6. 2. 生成 AI の効果

本節では、生成 AI を活用している企業が、具体的にどのような側面から業務上のイノベーションに寄与していると感じているのかについて明らかにする。

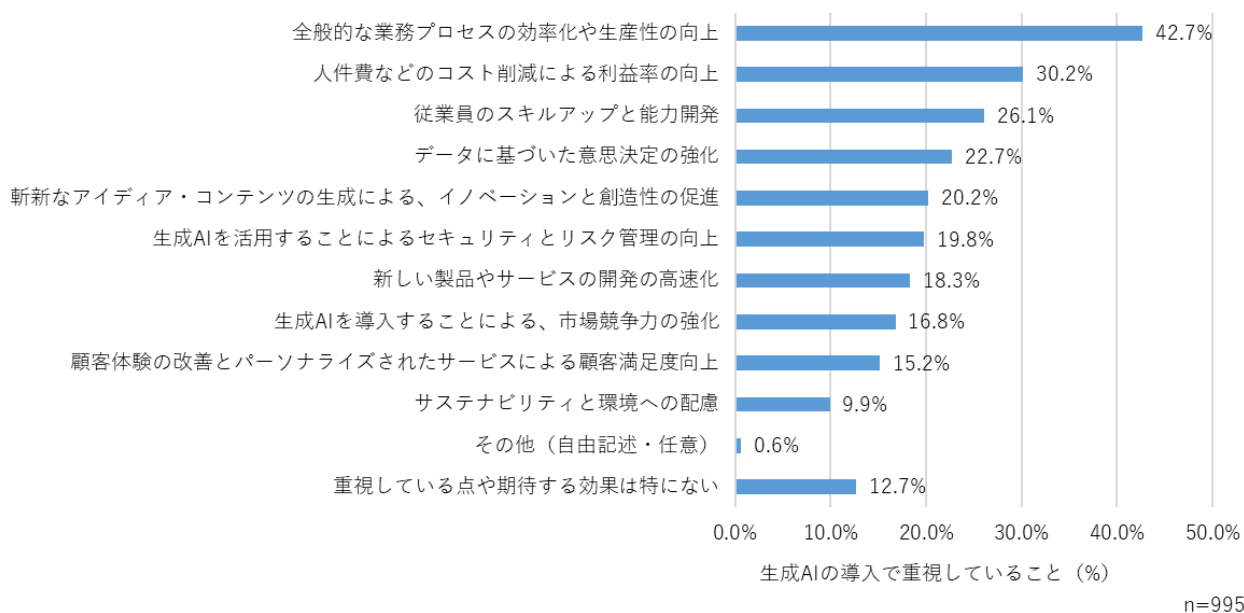
まず、生成 AI を「全社的に活用している」か「一部の部署で活用している」と回答した回答者に対して、具体的にどのような側面で生成 AI がイノベーションに寄与していると感じているのかについて尋ねた結果が図表 6.7 である。

結果を確認すると、「プロセスや作業の効率化を実現している」(48.0%) が圧倒的に最多であり、次いで「コスト削減とリソースの最適化に貢献している」(28.6%)、3 番目に「従業員のスキルと能力の向上をサポートしている」(26.4%) が選ばれている。「イノベーションに寄与しているとは思わない」と回答した人は 14.4% であり、85% 以上の利用者が、生成 AI が何らかのイノベーションに寄与していると考えている。この傾向は Innovation Nippon 2024 の傾向とも一致している。



図表 6.7 生成 AI のイノベーションへの寄与

続いて、生成 AI を導入するにあたって重視している項目を調査した結果が図表 6.8 である。結果を確認すると、「全般的な業務プロセスの効率化や生産性の向上」が 42.7%と最も選ばれており、次いで「人件費などのコスト削減による利益率の向上」が 30.2%、3 番目には「従業員のスキルアップと能力開発」の 26.1%が選ばれている。基本的には効率化やコスト削減目的での導入が盛んに行われているが、従業員のスキルアップ目的にも生成 AI が期待されていることがわかる。



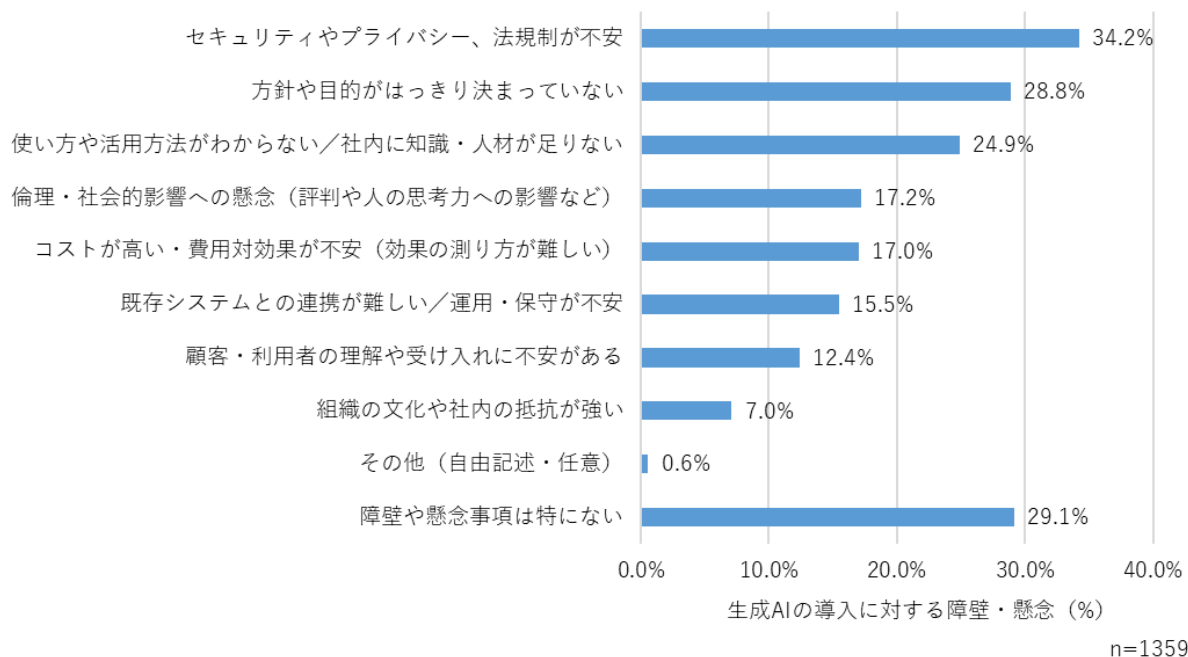
図表 6.8 生成 AI の導入で重視している項目

6. 3. 生成 AI 導入の障壁

これまでは生成 AI を導入している企業についての結果を示してきたが、生成 AI を現在導入していないと回答した人に対して、障壁や懸念事項になっている事項を調査した。

その結果、図表 6.9 を確認すると、最も障壁となっているのは「セキュリティやプライバシー、法規制が不安」(34.2%) であり、次いで「方針や目的がはっきり決まっていない」(28.8%)、3 番目には「使い方や活用方法がわからない／社内に知識・人材が足りない」(24.9%) が選ばれていた。方針や目的が決まらないことよりも、生成 AI を利用することへのセキュリティリスクに対する懸念が障壁として大きくなっていることが明らかになっており、政府や企業にはこれらの対策を早急に検討することが求められる。

Innovation Nippon 2024 においては、最も多く選ばれた理由が「適切な利用方法がわからないから」(29.4%)、次いで「導入するための人や技術が足りていないから」(24.6%) であり、セキュリティやリスクを導入の障壁として挙げる優先度は低かった。当時と比較すると、生成 AI を利用する人や技術は増加し、利用方法自体はわかりやすくなってきているものの、生成 AI を活用した際のリスクが次なる障壁として浮かび上がっていることが示唆されている。



図表 6.9 生成 AI の導入に対する障壁・懸念

7. 生成 AI の受容決定要因

7. 1. 分析モデルの概説

7. 1. 1. UTAUT2 モデル

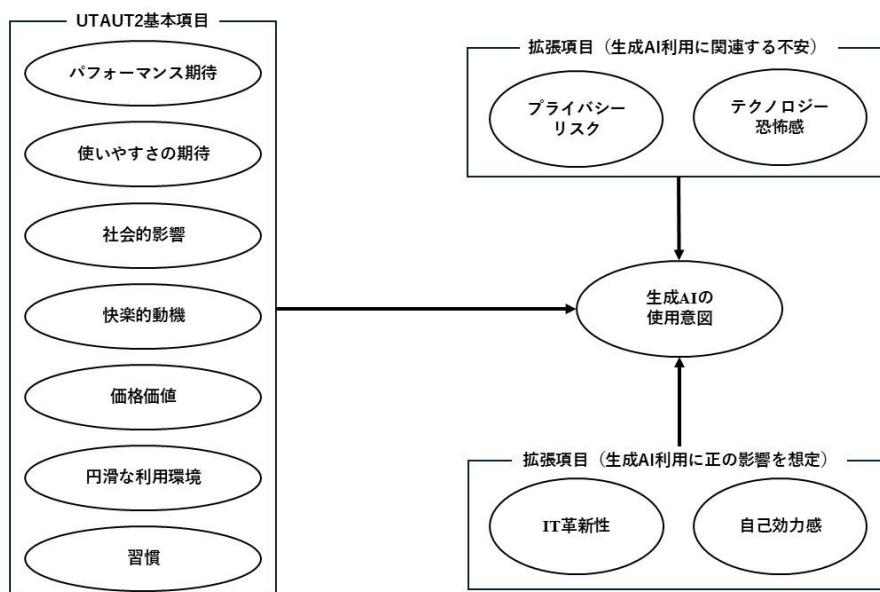
本節では、テクノロジー受容モデルの理論的枠組みを消費者の視点に即して構成した、Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) について概説する⁶。UTAUT2 は様々な文化的・社会的文脈における新技術の受容プロセスを分析するうえで、有用な理論枠組みとしての地位を確立しており、2012 年の発表以降、情報技術分野を中心に多くの研究者の注目を集め、IT ベースの製品やサービスの採用と利用行動を説明する実証的研究において広く用いられてきた。

UTAUT2 は理論的な包括性を有していることが評価されており、具体的には、技術採用におけるユーザーの意図的な行動に影響を与える 8 つの主要な決定要因（パフォーマンス期待、使いやすさの期待、社会的影響、快樂的動機、価格価値、円滑な利用環境、自己効力感、習慣）を用いて分析を行うものが、基本的な形となっている。また、近年の研究では、UTAUT2 はその適応性と柔軟性による拡張性の高さから、異なる文脈や技術領域における応用においてもその有効性が実証されている。たとえば、従来の UTAUT2 の構成に加え、エンドユーザーの行動に基づく新たなクラスターを見つけるために、テクノロジーへの不安や消費者信頼など外部の潜在変数を使用した研究なども行われている。

本稿では、生成 AI に関連するプライバシーリスクへの認識、技術に対する恐怖心としての「ロボット反乱への不安」「テクノロジー恐怖感」の 2 項目、さらに新技術の受容に関連すると考えられる「IT 革新性」を新たな潜在変数としてモデルに取り入れ、生成 AI の新技術需要に関連する使用意図への正負両面の要素から分析を行う。

以上を踏まえた具体的な SEM の概念モデルは以下の図表 7.1 の通りとなる。

⁶ Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>



図表 7.1 生成 AI の利用意図に関する UTAUT2 モデル概念図

7. 1. 2. 分析に用いる心理変数群

本節では、分析に用いる心理変数群について解説する

パフォーマンス期待は、業務に対して新技術を利用することが生産性を高めると感じる度合いと定義される。生成 AI の利用が日常生活における効率性、あるいは、業務のパフォーマンスを高めると感じる度合いとして分析を行う。

使いやすさの期待は、新技術の利用に対する容易さの認識の度合いだと定義され、利用意向への影響も複数の研究で明らかにされている。本研究においては、新技術である生成 AI および生成 AI を利用したサービスの導入や利用に対する簡単さ・わかりやすさの認知のレベルとして解釈できる。

社会的影響は、特定の新技術について、自分にとって重要な他者が利用するべきだと考えている度合いと定義される。生成 AI においても、周囲の人間の推薦は生成 AI の利用意図に対してはポジティブな影響を持っている可能性が考えられる。

快樂的動機は、テクノロジーの需要の文脈においては、新技術を受け入れた結果としての感情的な感覚として解釈できる。これを生成 AI に置き換えると、生成 AI を使うことを楽しいと感じる度合いだと言える。

価格価値は消費者にとっての、新技術を導入することによる便益と経済的コストの間における認知的トレードオフと定義される。これを生成 AI に置き換えると、個人が日常生活

に生成 AI を導入することによって得られる便益と、生成 AI を導入することによって発生するコストに対する評価と解釈できる。

円滑な利用環境は、個人が所属する組織や周囲の技術的インフラ・環境の存在が新技術の利用をサポートしてくれると感じている度合いと定義される。生成 AI においても、個人の利用を促進するにあたって重要な要素であると考えることができ、ポジティブな影響を持っている可能性が考えられる。

自己効力感とは、新技術を用いることができると認識する程度と定義される。つまり、「自分は生成 AI を使いこなせる」という自己評価であり、使いこなせる自信が高いほど生成 AI を利用する意向が強くなることが想定されるため、ポジティブな影響を持っている可能性が考えられる。

習慣は、行動が自動的であると個人が認識する程度と定義される。利用者のルーティンとして生成 AI の利用が含まれている度合として解釈することができ、これが強まれば生成 AI に対する利用意図も高まる可能性が考えられる。

不安感と新たなテクノロジー、代表的なものではコンピューターの利用意向に関する研究は以前から行われてきており、生成 AI の利用についてもコンピューターの誕生時と同様に、これまで利用したことがないような体験をユーザーに与えるものであり、ユーザーは不安感から生成 AI に対する利用意向が減少している可能性がある。

そして、こうしたテクノロジーに対する不安感 (Technophobia) には複数の側面があることが明らかになっている⁷。本研究では、生成 AI に関連すると考えた「テクノロジー恐怖感 (Technology fear)」と「ロボット反乱への不安 (Cybernetic revolt)」を用いる。

加えて、消費者のウェブサービスや IT サービス利用行動に、プライバシー懸念が影響することが指摘されている。プライバシー懸念とは、その人のプライバシーに対する敏感さを表す尺度である。特に、生成 AI については、個人情報保護やプライバシー、セキュリティ面からの指摘がなされてきており、利用意図への影響が想定される。

最後に、IT 革新性として、新技術を試すことを好む傾向についても調査を行い、変数として加えた。

⁷ Khasawneh, O. Y. (2018). Technophobia without borders: The influence of technophobia and emotional intelligence on technology acceptance and the moderating influence of organizational climate. *Computers in Human Behavior*, 88, 210-218. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.007>

7. 2. 分析手法

本研究では、生成 AI の継続利用意向に関する構成概念として、UTAUT2 モデルに基づき、パフォーマンス期待、使いやすさの期待、社会的影響、快樂的動機、価格価値、円滑な利用環境、自己効力感、習慣の 8 要素に加え、プライバシーリスクへの認識、ロボット反乱への不安、テクノロジー恐怖感、IT 革新性の 4 つを拡張した要素として分析を行った。

具体的な質問項目は、先行研究群に可能な限り忠実な構成とし、本研究の題材である生成 AI の文脈に沿うように内容を書き換えた。また、生成 AI の利用シナリオにそぐわない項目は除外した。全ての項目は、1（全くそう思わない）から 7（非常にそう思う）までの 7 件法のリッカート尺度を用いて測定された。

分析に用いた具体的な設問と、それぞれのデータに関する基本統計量は以下図表 7.2 のとおり。

図表 7.2 調査項目と基本統計量

大項目	質問項目	平均	標準偏差
パフォーマンス期待	生成AIは私の日常生活に役立つと思う	4.287	1.378
	生成AIを使えば、もっと早く物事を達成できるかもしれない	4.259	1.348
	生成AIを使ったサービスを利用すれば、私の生産性（仕事や作業の効率）が上がるかもしれない	4.177	1.413
使いやすさの期待	生成AIの使い方を学ぶのは簡単だ	3.823	1.347
	生成AIとのやりとりは、明確でわかりやすいと思う	4.024	1.318
	生成AIを使ったサービスは使いやすいと思う	4.040	1.301
社会的影響	生成AIを使いこなすのは簡単だと思う	3.713	1.359
	私にとって重要な人は、私が生成AIを使うべきだと思っている	3.499	1.446
	私の行動に影響を与える人は、私が生成AIを使うべきだと考えている	3.509	1.427
円滑な利用環境	私の尊敬する人は、私が生成AIを使うべきだと思っている	3.440	1.416
	私は生成AIを利用するために必要なリソースを持っている	3.550	1.486
	私は生成AIを利用するために必要な知識を持っている	3.443	1.515
価格価値	生成AIは、自分が使っている他のアプリケーションと互換性がある	3.801	1.314
	困ったときには、生成AIの使い方について助けを求めることができる	3.915	1.415
	生成AIは価格が手ごろだ	3.772	1.263
自己効力感	生成AIは価格に見合った価値がある	4.047	1.265
	現在の価格で、生成AIは良い価値を提供している	4.003	1.273
	ガイドがあれば、生成AIを利用したいと思う	4.110	1.387
快楽的動機	誰かが生成AIの使い方を教えてくれるなら、使いたいと思う	4.076	1.383
	他の人が使っているなら、生成AIを使いたいと思う	3.832	1.381
	生成AIを使うのは楽しいと思う	4.105	1.415
習慣	生成AIを使っていて心地よいと感じる	3.723	1.432
	生成AIを使うことはとても面白い	4.086	1.450
	生成AIを使うことは私の習慣になっている	3.276	1.658
プライバシーリスク	近頃の私は生成AIに依存していると思う	3.011	1.615
	生成AIを使えるときには必ず使っている	3.411	1.578
	生成AIを使うとき、個人情報の保護やプライバシーに不安を感じる	4.825	1.408
テクノロジー恐怖感	生成AIを使うとき、セキュリティやデータ全般の保護に不安を感じる	4.783	1.410
	生成AIの技術そのものには、個人情報保護上の課題が残っていると思う	4.892	1.429
	生成AIの技術そのものには、セキュリティ上の課題が残っていると思う	4.934	1.423
IT革新性	ロボットが世界を支配することを心配している	3.938	1.477
	ウェブサイトを見ると、簡単にストーカーされるのではないかと不安になる	3.895	1.400
	テクノロジーを使って私の行動が監視されていると感じる	3.929	1.388
利用意図	テクノロジーが私たちの生活、コミュニケーション、愛、そして他人を判断する方法までも変えてしまうことを心配している	4.145	1.342
	新しいテクノロジーによって人間が時代遅れになることを心配している	3.935	1.350
	新しいテクノロジーが私の仕事を奪うことを心配している	3.692	1.458
n	新しいテクノロジーの中で、怖いと感じる機能が一部ある	4.336	1.342
	新しいテクノロジーを知ったら、それを試す方法を探す	3.860	1.354
	仲間内では、新しいテクノロジーを最初に試すことが多い	3.230	1.528
5000	新しいテクノロジーを試すのが好きだ	3.762	1.451
	今後も生成AIを使ったサービスを利用するつもりである	4.093	1.471
	日常生活の中で、常に生成AIを使ったサービスを利用しようと思う	3.737	1.425
	私はこれからも頻繁に生成AIを利用するつもりだ	3.878	1.503

構造モデルにおけるパス係数の有意性は、5,000回のブートストラップ法により検定された。すべての分析は、Stata 19.5を用いて実施した。

7. 3. 分析結果

まず測定モデルの検証においては、信頼性の評価指標として Cronbach の α および Composite reliability (CR) を使用し、いずれも 0.70 を閾値とした。収束的妥当性としては、AVE (平均分散抽出量) が 0.50 以上であることを条件として判断した。判別妥当性は、

Fornell-Larcker 基準に基づき、AVE の平方根が他の潜在変数との相関係数より大きいことを確認した。

上記の検証を行ったうえで、構造分析の結果を図表 7.3 と図表 7.4 に示し、係数の大小関係は図 7.7 で図示する。構造モデルの分析結果は、生成 AI の利用意図に対して正に有意の影響を与えていた構成要素は、価格価値、プライバシーリスク以外の 8 要素であった。使用意図に対する影響として、快楽的動機の係数が 0.256 と最も大きな正の影響を与えており、次いでパフォーマンス期待、習慣、自己効力感、円滑な利用環境、使いやすさの期待、IT 革新性、社会的影響の順に有意な正の影響を示した。一方で、テクノロジーへの恐怖心は唯一、使用意図に対して有意な負の影響を示していた。また、価格価値、プライバシーリスク、ロボット反乱への不安は有意とならなかった。

つまり、生成 AI 利用は機能よりも楽しさが最大の誘因となっており、ゲーム感覚・インタラクティブ性・親しみやすさを高める施策が、生成 AI の利用意図を高めるためには有効である。同時に、パフォーマンスへの期待は依然として生成 AI の利用意図を高める要因として影響を保持しており「成果が向上する」「仕事や作業が効率化できる」と認識しているほど利用意図が高まることが確認された。3 番目には習慣の係数が大きくなっていることから、生成 AI がユーザーのルーティンに組み込まれると、利用が急速に定着する可能性が示唆されている。また、社会的影響の効果は他の構成要素と比較して小さくなっており、世間の推奨や周囲の期待が生成 AI 利用の主要決定因ではないことが示唆された。

加えて、価格価値が有意に行動意図に影響を与えていない結果となったことも興味深い。生成 AI には基本的には無料、あるいは低コストで利用できるサービスも多い現状が影響していると考えられる。

一方で、生成 AI の利用を妨げている要因としては、テクノロジーへの恐怖感が挙げられる。ここからは、「新しいテクノロジーの中で、怖いと感じる機能が一部ある」「新しいテクノロジーが私の仕事を奪うことを心配している」など、漠然とした恐怖や不安への回避性が生成 AI の利用意図を押し下げていることが示唆された。

図表 7.3 生成 AI の利用意図に関する構造分析の結果

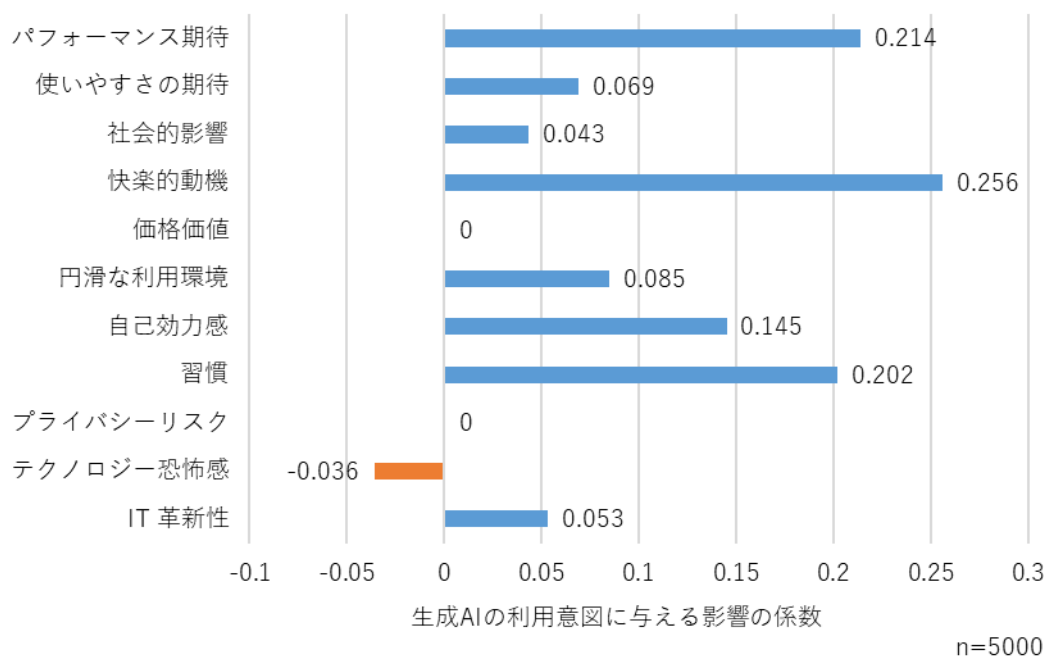
変数	係数	p値
パフォーマンス期待 → 利用意図	0.214	0.000 **
使いやすさの期待 → 利用意図	0.069	0.000 **
社会的影響 → 利用意図	0.042	0.001 **
快楽的動機 → 利用意図	0.256	0.000 **
価格価値 → 利用意図	0.006	0.686
円滑な利用環境 → 利用意図	0.084	0.000 **
自己効力感 → 利用意図	0.146	0.000 **
習慣 → 利用意図	0.201	0.000 **
プライバシーリスク → 利用意図	-0.005	0.521
テクノロジー恐怖感 → 利用意図	-0.049	0.000 **
IT革新性 → 利用意図	0.056	0.000 **
R2	0.847	
n	5000	

注1: **p<0.01, *p<0.05

注2: ブートストラップ(5,000反復)により推定

図表 7.4 生成 AI の利用意図に与える要素の整理

要素	要素の意味	利用意図への影響
パフォーマンス期待	生成AIの利用が日常生活における効率性や業務のパフォーマンスを高めると感じる度合い	生成AIへの利用意図を高める
使いやすさの期待	生成AIを利用したサービスの導入や利用に対する簡単さ・わかりやすさ	生成AIへの利用意図を高める
社会的影響	重要な他者が利用するべきだと考えている度合い	生成AIへの利用意図を高める
快楽的動機	生成AIを使うことを楽しいと感じる度合い	生成AIへの利用意図を高める
価格価値	個人が日常生活に生成AIを導入することによって得られる便益と費用の評価	影響していない
円滑な利用環境	生成AIを導入しやすくなるような、組織や周囲の技術的インフラ・環境の存在	生成AIへの利用意図を高める
自己効力感	自分は生成AIを使いこなせるという自己評価	生成AIへの利用意図を高める
習慣	利用者のルーティンとして生成AIの利用が含まれている度合い	生成AIへの利用意図を高める
プライバシーリスク	生成AIの利用を想定した際の、プライバシーに対する敏感さ	影響していない
テクノロジー恐怖感	現在の生活や規範に対する脅威としてのテクノロジーに対する恐怖感	生成AIへの利用意図を低下させる
IT革新性	新技術を試すことを好む一般的な傾向	生成AIへの利用意図を高める



図表 7.5 生成 AI の利用意図に影響を与える要素の大小関係

8. 生成 AI 利用と幸福感の関係性

8. 1. 幸福感と利用状況

生成 AI の利用と人々の幸福感の関係性についても調査を実施した。幸福度に関連する概念は複数あるが、OECD の定義する Well-Being が幸福度に関する包括的な概念として知られている。この Well-Being の中には、①一時的な感情や心の状態を示す感情としての幸福感 (Affect)、②日常生活全般に関する評価としての生活満足度 (Life satisfaction)、③人生の意味や目的としての幸福 (Eudaimonia) の 3 つが含まれているとされる⁸。

本節では、①に対応する指標として、ポジティブ感情とネガティブ感情を測る PANAS (Positive and Negative Affect Schedule)、②に対応する指標として、生活満足度 (Cantril ladder scale)、③に対応する指標として、Diener の人生満足度 (SWLS : Satisfaction with Life Scale) を用いて調査を実施。加えて、より広い概念である主観的幸福度 (SWB : Subjective Well-Being) に関する多角的な尺度である、主観的幸福の四因子⁹についても調査した結果について示す。

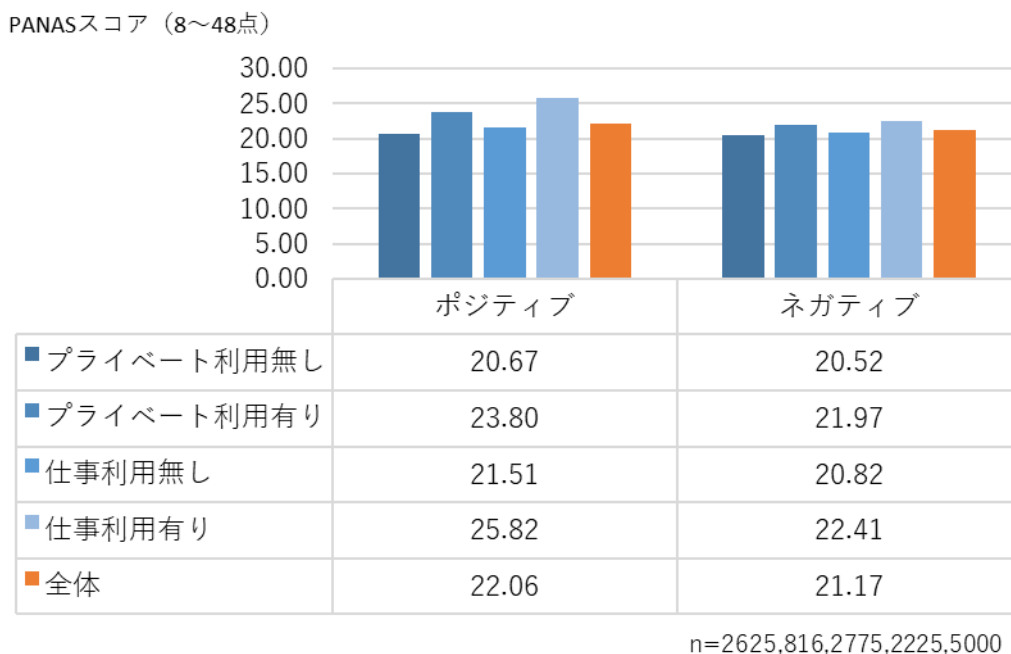
まず、PANAS 尺度を用いて、生成 AI の利用と感情の関係について尋ねた。ポジティブな感情とネガティブな感情を表す言葉 8 種類ずつに対して、「非常によくあてはまる」～「全く当てはまらない」の 6 件法にて尋ね、非常によくあてはまるを 6 点として合計値をスコアとして取得した。

ポジティブな感情とネガティブな感情のどちらのスコアも、生成 AI 利用者の方が高い傾向にあり、仕事利用有り > プライベート利用有り > 仕事利用無し > プライベート利用無しの順になっていた。つまり、生成 AI の利用はポジティブな感情とネガティブな感情両方との関連が示唆されている。

利用有無での差分はプライベートの利用有無で 3.13 点、仕事での利用有無で 4.31 点となっており、仕事での利用をしている人が利用していない人よりも 1.18 点、ポジティブな感情が想起される差分が大きくなっている。一方で、ネガティブのスコアについては利用有無での差分はプライベートの利用有無で 1.45 点、仕事での利用有無で 1.59 点となっており、極端に大きな差とはなっていない (図表 8.1)。

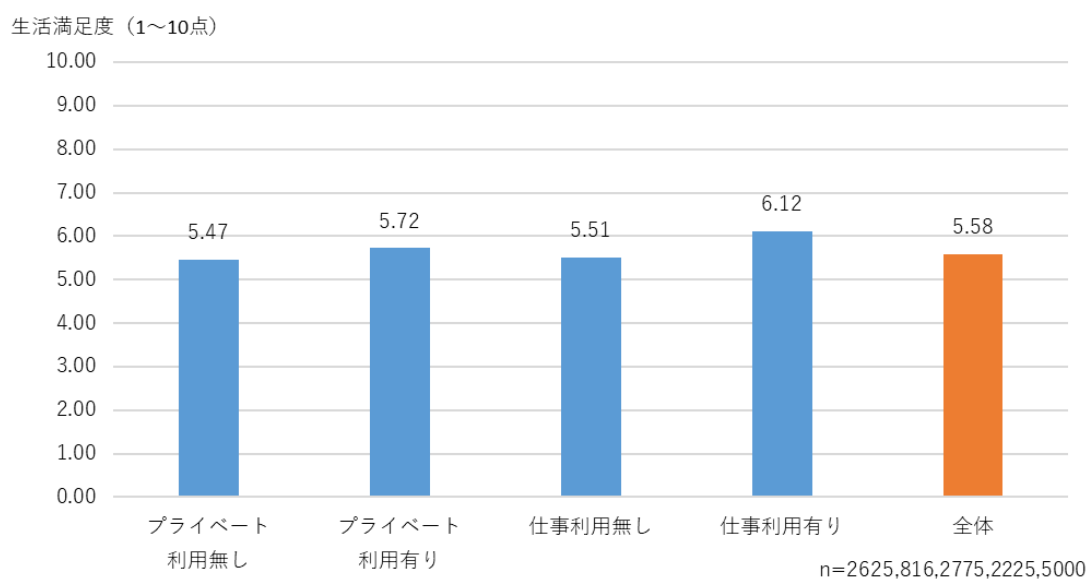
⁸ OECD (2013), OECD Guidelines on Measuring Subjective Well-being, OECD Publishing, Paris,

⁹ 前野隆司. (2013). 幸せのメカニズム—実践・幸福学入門, 講談社現代新書.



図表 8.1 PANAS スコア (全体+利用状況別)

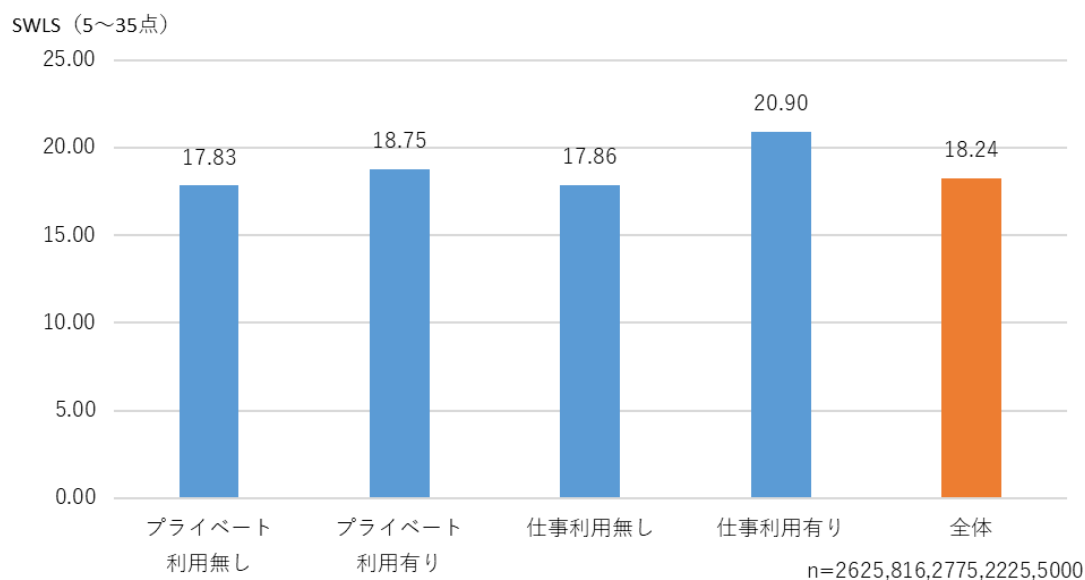
次に、生活満足度 (Cantril ladder scale) について調査した。現在の生活への満足度について、1~10 点で回答してもらった結果を集計している。結果としては、仕事利用有り > プライベート利用有り > 仕事利用無し > プライベート利用無しの順に生活満足度スコアが高い傾向にあった (図表 8.2)。つまり、生成 AI を利用している人の方が現在の生活に満足している傾向にあり、特に仕事で生成 AI を利用している人の方がこの傾向が強いことがわかる。



図表 8.2 生活満足度 (全体+利用状況別)

続けて、Diener の人生満足度について調査した。5 つの設問について、「7 点：非常によくあてはまる」～「1 点：全く当てはまらない」の 7 件法で取得し、合計値をスコアとした。

結果として、仕事利用有り > プライベート利用有り > 仕事利用無し > プライベート利用無しの順に人生満足度スコアが高い傾向にあった（図表 8.3）。つまり、生成 AI を利用している人の方が人生満足度が高い傾向にあり、特に仕事で生成 AI を利用している人の方が人生満足度が高い傾向にあることがわかる。



図表 8.3 人生満足度（全体 + 利用状況別）

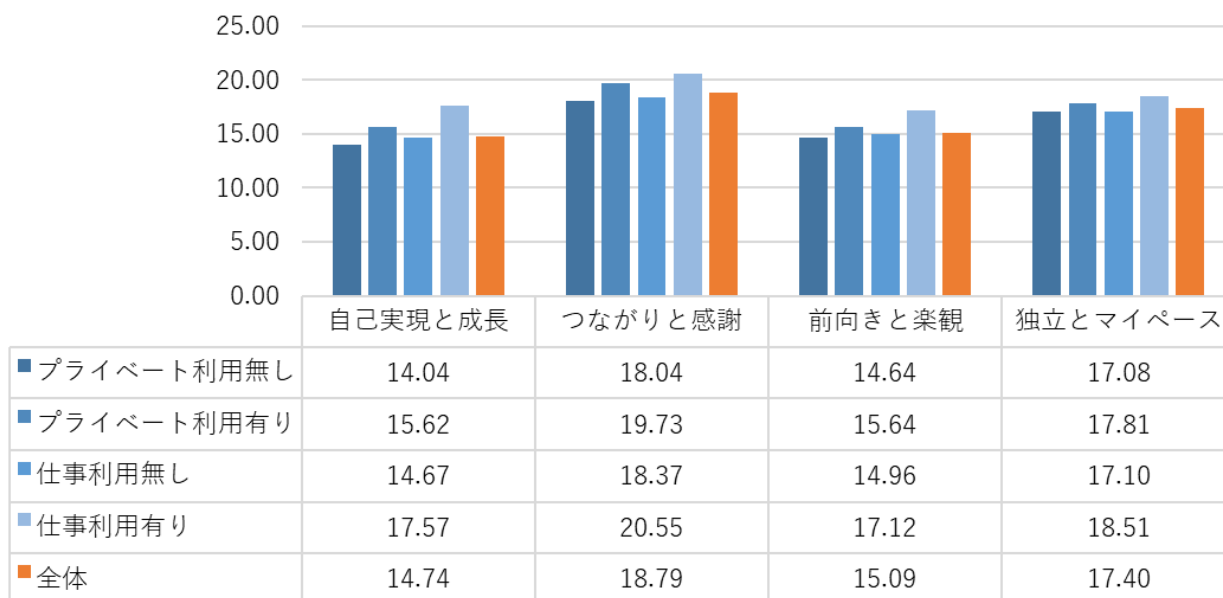
最後に、主観的幸福の四因子について調査した。主観的幸福感に関連する 4 つの因子については、各 4 つの下位尺度を「7 点：とてもそう思う」～「1 点：全くそう思わない」の 7 件法で取得し、合計値をスコアとして取得した。

4 つの因子すべてで生成 AI 利用者の方が非利用者よりもスコアが大きくなっており、仕事利用有り > プライベート利用有り > 仕事利用無し > プライベート利用無しの順になっていた。つまり、生成 AI の利用はプライベート、仕事を問わず主観的幸福の四因子すべてとの関連が示唆されている（図表 8.4）。

特にスコアの差分が大きかったものは、プライベートにおいては「つながりと感謝」の 1.70 点であり、仕事においては「自己実現と成長」の 2.91 点であった。また、「独立とマイペース」については、プライベート・仕事問わず差分が最低となっている。ここからは、プライベートでの生成 AI 利用は周囲へのつながりや感謝を感じやすくなることでの幸

福度を感じやすく、仕事では生成 AI を利用することで自己実現や成長を実感することで幸福度を感じやすくなっていることが示唆されている。

主観的幸福感の四因子（4～28点）



n=2625,816,2775,2225,5000

図表 8.4 主観的幸福の四因子（全体＋利用状況別）

8. 2. 生成 AI の利用と幸福度の関係性

本章では、回帰分析によって、生成 AI の利用状況と各幸福度の関係性を明らかにする。人々の主観的幸福度に関するモデルは、個人を i とした時に、次の式 8.1 のように書ける。

$$Wellbeing_i = \alpha + \beta_1 GENUsage_i + \beta_2 Characteristics_i \quad (8.1)$$

ただし、各記号は以下を指す。

- $Wellbeing_i$: 個人 i の幸福度のスコアのベクトル。PANAS（ポジティブ・ネガティブ）、SWLS、生活満足度、幸福の四因子の 8 項目。
- $GENUsage_i$: 生成 AI を利用していれば 1 とするダミー変数。
- $Characteristics_i$: 個人 i の属性ベクトル。性別、年齢、既婚、最終学歴、健康に関する主観的指標、世帯収入、総合的な人間関係への満足度、有職者ダミーの 8 要素が含まれている。
- α 、 β_1 、 β_2 : 各変数、ベクトルにかかっているパラメータ。

以上を踏まえて式 (8.1) を推定した結果が図表 8.5 から図表 8.7 である。ただし、標準化係数列には標準化偏回帰係数を記載している¹⁰。p 値は White の標準誤差から算出されている。

まず、一時的な感情や心の状態を示す感情としての幸福感にあたる、PANAS の結果（図表 8.5）について確認する。生成 AI の利用においては、ポジティブ・ネガティブともに、仕事とプライベートの両方の利用が有意に正の結果となっている。ここからは、生成 AI を利用している人は、ポジティブとネガティブどちらの感情も想起されている傾向にあると言える。また、標準化係数を比較すると、ポジティブではプライベートの利用が、ネガティブでは仕事の利用の係数の方が大きくなっており、プライベートの利用をしている人の方がポジティブな感情を想起されている傾向にある。これは、プライベートで生成 AI を活用している人の方が、タスクの処理よりも雑談や旅行の計画などのエンターテインメントに近い目的で活用していることが関係している可能性が考えられる。

加えて、ポジティブとネガティブの標準化係数を比較すると、ポジティブの方が仕事・プライベートともにネガティブの値よりも大きくなっている。生成 AI の利用はポジティブとネガティブの両方の感情の想起と関係があるが、ポジティブな感情との関係性の方が強いことが明らかになっている。

¹⁰ 標準化（偏回帰）係数とは、説明変数および目的変数をそれぞれ標準化（平均が 0、分散が 1 となるようにデータを変換）した値から算出される偏回帰係数のことであり、標準化偏回帰係数同士は大小比較が可能である。

図表 8.5 生成 AI の利用と主観的幸福度の関係 (PANAS)

	ポジティブ			ネガティブ		
	係数	標準化係数	p値	係数	標準化係数	p値
生成AI 仕事	2.281	0.082	0.000 **	1.481	0.054	0.000 **
利用 プライベート	1.937	0.092	0.000 **	0.949	0.046	0.000 **
属性 性別 (女性 = 1)	-0.885	-0.042	0.000 **	-0.100	-0.005	0.692
年齢 (歳)	-0.050	-0.066	0.000 **	-0.096	-0.129	0.000 **
結婚 (既婚 = 1)	0.941	0.045	0.000 **	1.379	0.067	0.000 **
世帯年収 (万円)	0.001	0.024	0.047 *	0.000	-0.017	0.213
学歴 (大卒以上 = 1)	0.491	0.023	0.037 *	0.348	0.017	0.166
身体的健康	0.267	0.058	0.022 *	0.393	0.086	0.002 **
精神的健康	0.685	0.144	0.000 **	-2.008	-0.431	0.000 **
人間関係満足度	1.038	0.149	0.000 **	-0.986	-0.144	0.000 **
職業 (有職者 = 1)	-0.030	-0.001	0.908	0.128	0.006	0.646
定数項	14.603	1.013	0.000 **	35.059	2.336	0.000 **
n	5000			5000		
R2	0.132			0.167		

注1: **p<0.01, *p<0.05

次に、人生満足度と生活満足度についての結果 (図表 8.6) を確認する。なお、人生満足度はより長期的な主観的幸福度、生活満足度は比較的短期的な主観的幸福度と解釈できる。

まず人生満足度については、仕事での生成 AI 利用のみが有意に正の関係性を持っており、プライベートでの生成 AI の利用は有意とならなかった。ここからは、仕事で生成 AI を利用している人は、より長期的なスパンで見たときの主観的幸福度が高い傾向にあるといえる。

一方、生活満足度については、仕事とプライベートのどちらでの生成 AI の利用も有意な結果とならなかった。つまり、比較的短期での生活における幸福度に対しては、生成 AI との関係性は見られないという解釈となる。

図表 8.6 生成 AI の利用と主観的幸福度の関係（人生満足度、生活満足度）

	人生満足度 (SWLS)			生活満足度 (LS)		
	係数	標準化係数	p値	係数	標準化係数	p値
生成AI 仕事	1.553	0.067	0.000 **	0.107	0.015	0.103
利用 プライベート	-0.146	-0.008	0.410	0.031	0.006	0.533
属性 性別（女性 = 1）	0.179	0.010	0.298	0.377	0.071	0.000 **
年齢（歳）	-0.041	-0.065	0.000 **	-0.005	-0.028	0.005 **
結婚（既婚 = 1）	1.988	0.115	0.000 **	0.662	0.125	0.000 **
世帯年収（万円）	0.001	0.031	0.002 **	0.000	0.066	0.000 **
学歴（大卒以上 = 1）	0.694	0.040	0.000 **	0.212	0.040	0.000 **
身体的健康	0.013	0.003	0.879	0.085	0.073	0.001 **
精神的健康	1.384	0.352	0.000 **	0.500	0.415	0.000 **
人間関係満足度	2.164	0.375	0.000 **	0.562	0.318	0.000 **
職業（有職者 = 1）	-0.244	-0.013	0.200	-0.088	-0.015	0.114
定数項	4.644	0.396	0.000 **	0.403	0.274	0.005 **
n	5000			5000		
R2	0.365			0.453		

注1: **p<0.01, *p<0.05

最後に、主観的幸福の四因子についての結果（図表 8.7）を確認する。4 項目すべてにおいて、仕事・プライベートの両方が有意に正の結果となっている。ここからは、生成 AI の利用は仕事・プライベートを問わず、様々な側面から主観的幸福度の高さに関連していることがわかる。標準化係数を確認すると、つながりと感謝以外の項目では、仕事での生成 AI の利用の係数がプライベートの値を上回っており、自己実現や楽観、独立という観点からは仕事での利用との関連性が強いことが明らかになっている。また、最も標準化係数が大きい項目は、仕事で生成 AI を利用している人は自己実現と成長の 0.082、プライベートで生成 AI を利用している人はつながりと感謝の 0.077 であった。

図表 8.7 生成 AI の利用と主観的幸福度の関係（主観的幸福の四因子）

		自己実現と成長			つながりと感謝			
		係数	標準化係数	p値	係数	標準化係数	p値	
生成AI	仕事	1.502	0.082	0.000 **	1.020	0.045	0.000 **	
利用	プライベート	0.699	0.050	0.000 **	1.319	0.077	0.000 **	
属性	性別（女性 = 1）	-0.080	-0.006	0.522	1.269	0.075	0.000 **	
	年齢（歳）	-0.008	-0.017	0.094	0.026	0.042	0.000 **	
	結婚（既婚 = 1）	0.661	0.048	0.000 **	0.698	0.041	0.000 **	
	世帯年収（万円）	0.001	0.044	0.000 **	0.001	0.030	0.000 **	
	学歴（大卒以上 = 1）	0.785	0.057	0.000 **	0.133	0.008	0.296	
	身体的健康	0.083	0.027	0.184	0.079	0.021	0.241	
	精神的健康	0.829	0.266	0.000 **	0.401	0.104	0.000 **	
	人間関係満足度	1.391	0.304	0.000 **	1.665	0.294	0.000 **	
	職業（有職者 = 1）	0.854	0.056	0.000 **	-0.251	-0.013	0.085	
		定数項	4.027	0.642	0.000 **	7.937	0.975	0.000 **
		n	5000			5000		
	R2	0.342			0.287			
		前向きと楽観			独立とマイペース			
		係数	標準化係数	p値	係数	標準化係数	p値	
生成AI	仕事	1.039	0.056	0.000 **	0.872	0.042	0.000 **	
利用	プライベート	0.339	0.024	0.006 **	0.514	0.033	0.000 **	
属性	性別（女性 = 1）	-0.229	-0.016	0.056	-0.107	-0.007	0.335	
	年齢（歳）	0.002	0.004	0.668	0.035	0.062	0.000 **	
	結婚（既婚 = 1）	0.554	0.040	0.000 **	-0.203	-0.013	0.099	
	世帯年収（万円）	0.001	0.040	0.000 **	0.000	0.015	0.061	
	学歴（大卒以上 = 1）	0.427	0.031	0.000 **	-0.194	-0.012	0.081	
	身体的健康	0.056	0.018	0.345	0.054	0.016	0.370	
	精神的健康	0.929	0.294	0.000 **	0.446	0.126	0.000 **	
	人間関係満足度	1.402	0.302	0.000 **	1.020	0.196	0.000 **	
	職業（有職者 = 1）	0.256	0.017	0.058	-0.444	-0.026	0.000 **	
		定数項	4.508	0.628	0.000 **	10.126	1.122	0.000 **
		n	5000			5000		
	R2	0.346			0.185			

注1: **p<0.01, *p<0.05

生成 AI の利用状況と幸福感の関係性の分析結果を以下の図表 8.8 に整理した。

生成 AI の利用は仕事・プライベートでの利用を問わず、ポジティブ・ネガティブ感情（感情的な幸福度）と関連しており、多面的な幸福度とも関連していることが明らかになった。特に、仕事で生成 AI を利用している人は「自己実現と成長」の側面、プライベートで生成 AI を利用している人は「つながりと感謝」の側面からの幸福度の高さに関連していることがわかる。仕事では生成 AI の利用やタスク処理能力の向上から、成長を感じることで幸福度が高まっている可能性がある。また、プライベートでも生成 AI を利用することで他者との繋がりを感じる機会の創出につながり、幸福度が高まっている可能性がある。

一方で、生活や人生単位での満足度については結果が異なっており、人生満足度においては仕事での生成 AI のみ有意となったものの、生活満足度については仕事・プライベートどちらも有意とならなかった。ここからは、生成 AI は生活そのものの満足度の高さとは未だ関連できておらず、短期的で感情的な幸福度との関連性や、仕事に限定しての長期的な幸福度との関係性が主となっていることが示唆されている。

図表 8.8 生成 AI の利用と主観的幸福度の関係

		仕事での利用	標準化係数	プライベートでの利用
PANAS	ポジティブ	利用していると高い傾向	<	利用していると高い傾向
	ネガティブ	利用していると高い傾向	>	利用していると高い傾向
生活満足度 (LS)		-	-	-
人生満足度 (SWLS)		利用していると高い傾向	>	-
幸福の四因子	自己実現と成長	利用していると高い傾向	>	利用していると高い傾向
	つながりと感謝	利用していると高い傾向	<	利用していると高い傾向
	前向きと楽観	利用していると高い傾向	>	利用していると高い傾向
	独立とマイペース	利用していると高い傾向	>	利用していると高い傾向

注：赤色は望ましい傾向、青色は望ましくない傾向を示す

9. 生成 AI に対するタスク委任度と信頼性の関係

本章では、有職者に対するアンケート調査から、生成 AI に対してどの程度タスクを委任できると考えているかを明らかにし、生成 AI が単なる人間のアシスタントとしてのツールから、提案や判断を必要とするタスクもこなす「エージェント (Agentic AI)」として許容される道筋を探る。

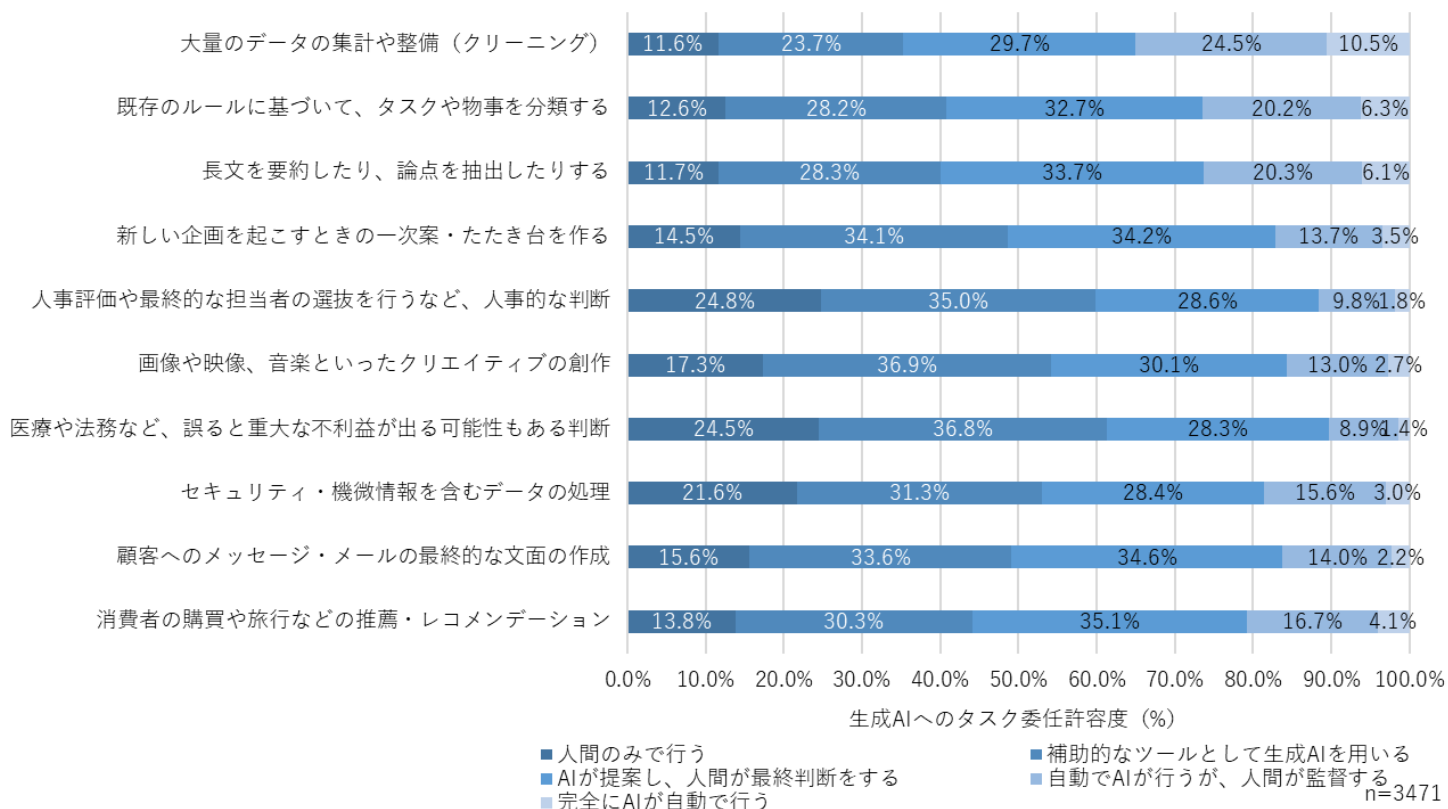
9. 1. タスク委任許容度の状況

本節では、タスク委任許容度の概観を示す。具体的には、自分やそのチームが仕事で遂行する必要があるタスクだとしたとき、生成 AI にどのレベルまで任せたいと思うかを、客観的・定量的業務から高リスク領域までの 10 個のタスクに対して、5 段階で調査を行った。ここでの 5 段階とは、AI への委任度が低い順に「人間のみで行う」「補助的なツールとして生成 AI を用いる」「AI が提案し、人間が最終判断をする」「自動で AI が行うが、人間が監督する」「完全に AI が自動で行う」である。

まず、全てのタスクへの委任許容度を集計した結果が図表 9.1 である。自らが遂行するタスクだとして「人間のみが行う」と最も考えられているタスクは、「人事評価や最終的な担当者の選抜を行うなど、人事的な判断」(24.8%)、次いで「医療や法務など、誤ると重大な不利益が出る可能性もある判断」(24.5%)、「セキュリティ・機微情報を含むデータの処理」(21.6%)であった。人間の人事判断や、医療やセキュリティといった高リスク領域に対しては、人間のみでの対処が望ましいと考えられている。

一方で、「完全に AI が行う」と「自動で AI が行うが、人間が監督する」、つまり自分のタスクを AI 自動化して良いと考えている項目は、「大量のデータの集計や整備 (クリーニング)」(35.0%) が最多であり、3 人に 1 人以上がデータの集計や整備は AI に任せて良いと考えていることがわかる。次いで、「既存のルールに基づいて、タスクや物事を分類する」(26.5%)、「長文を要約したり、論点を抽出したりする」(26.4%) と続いた。大きなデータを扱うタスクや、ルールを設定できるタスクについては AI に任せて良いと判断している人が多いことがわかる。また、「消費者の購買や旅行などの推薦・レコメンデーション」も 20.8% と、ここまでの 4 項目については 2 割以上の人々が AI の自動化を許容している。

これをさらに AI を補助的なツールを超えて使う段階「AI が提案し、人間が最終判断をする」まで拡大すると、「大量のデータの集計や整備 (クリーニング)」(64.7%)、「長文を要約したり、論点を抽出したりする」(60.1%)、「既存のルールに基づいて、タスクや物事を分類する」(59.2%)、「消費者の購買や旅行などの推薦・レコメンデーション」(55.9%) と過半数の人が許容する結果となった。人間が最終判断をする前提ではあるが、高リスク領域や人事、クリエイティブを除くと AI の提案を許容する人が多数派となっているタスクも多い。



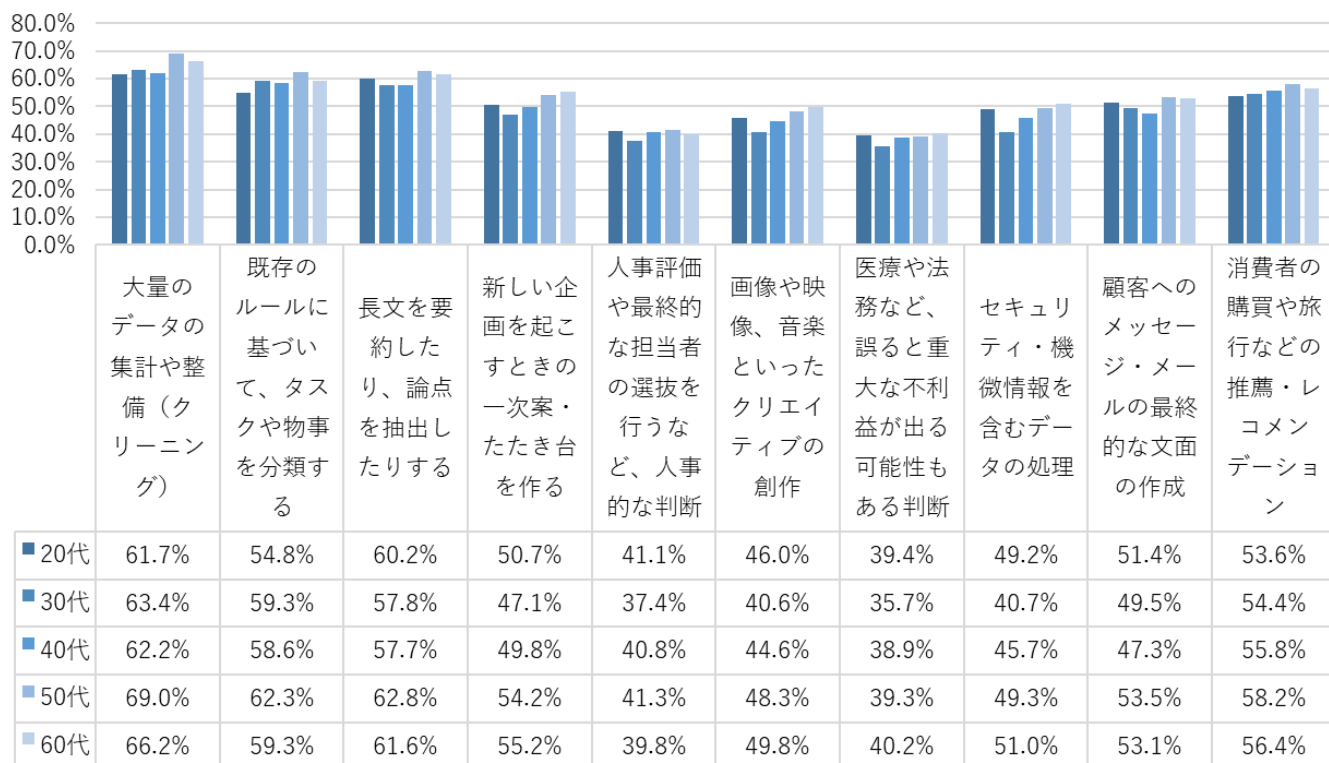
図表 9.1 タスク委任許容度

以降は「AI が提案し、人間が最終判断をする」以上に AI への委任を許容している人を「タスク委任を許容している」としてクロス集計を行った結果を示す。

まず、年代別の集計を行った結果が図表 9.2 である。結果を確認すると、全体的に強い傾向は見られないが、30 代の委任許容度が低い U 字型の分布が高リスク領域を中心にみられる。年代が高いほど新技術への委任を許容しないというわけではなく、寧ろ年代が高い人は前向きで、中堅の 30 代がタスク委任を許容していない点は興味深い。

続いて、男女別の集計を行った結果が図表 9.3 である。結果としては、一貫した傾向は見られないものの、「医療や法務など、誤ると重大な不利益が出る可能性もある判断」は女性が 9.1 ポイント低く、「人事評価や最終的な担当者の選抜を行うなど、人事的な判断」と「セキュリティ・機微情報を含むデータの処理」についても、女性が 3-4% 程度低い。高リスク領域を中心に、女性の方が生成 AI へのタスク委任については、比較的後ろ向きな様子が伺える。

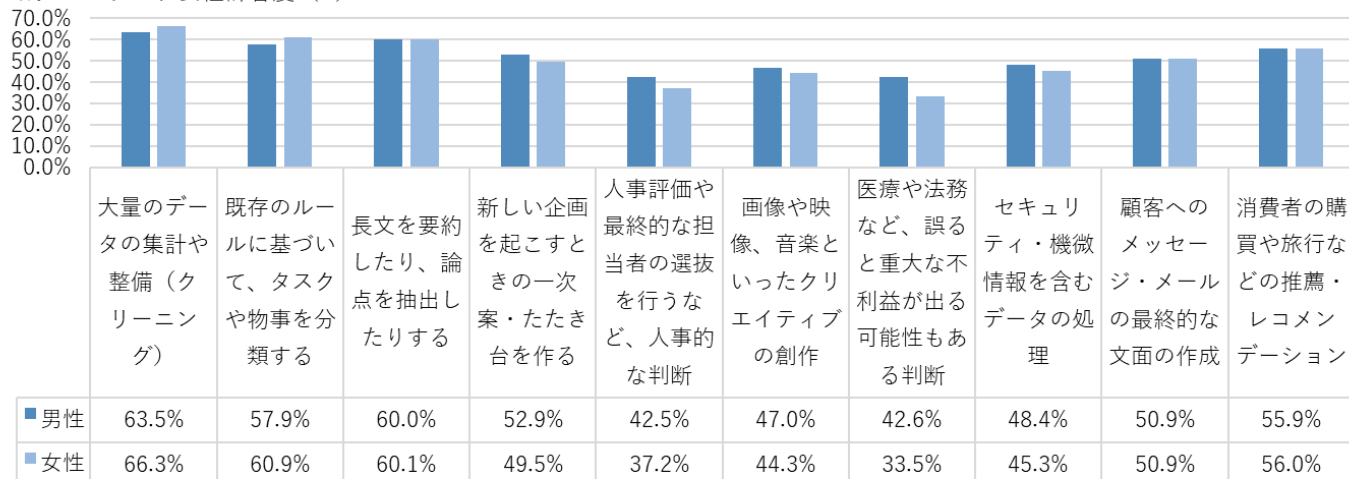
生成AIへのタスク委任許容度 (%)



n=535,658,843,917,518

図表 9.2 タスク委任を許容する人の割合 (年代別)

生成AIへのタスク委任許容度 (%)



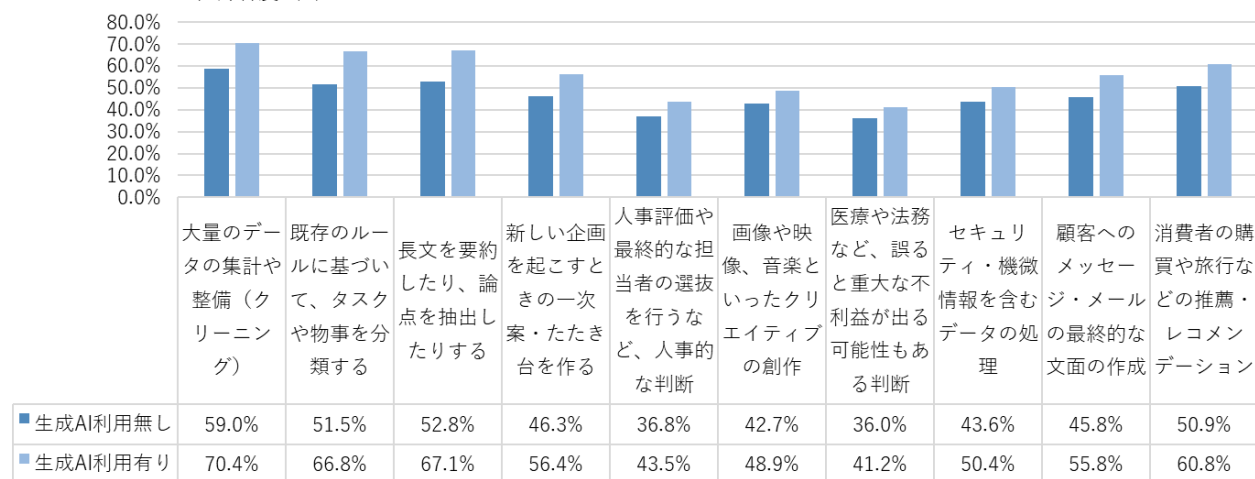
n=1971,1500

図表 9.3 タスク委任を許容する人の割合 (男女別)

図表 9.4 は生成 AI を仕事・プライベート問わず利用しているか否かで集計を行った結果である。結果は一貫して生成 AI 利用者の委任許容度の方が高い。

最後に、生成 AI リテラシー区別に調査した結果が図表 9.5 である。結果を確認すると、客観・定量的な業務やレコメンデーションのタスクについては生成 AI リテラシーが高いほど委任許容度が高い。一方で、高リスク領域については真逆の傾向となっており、生成 AI リテラシーが高いほど委任許容度が低い結果となっている。生成 AI への知識を持っている人ほど、高リスク領域を委任することに対する警戒感を持っていることがわかる。

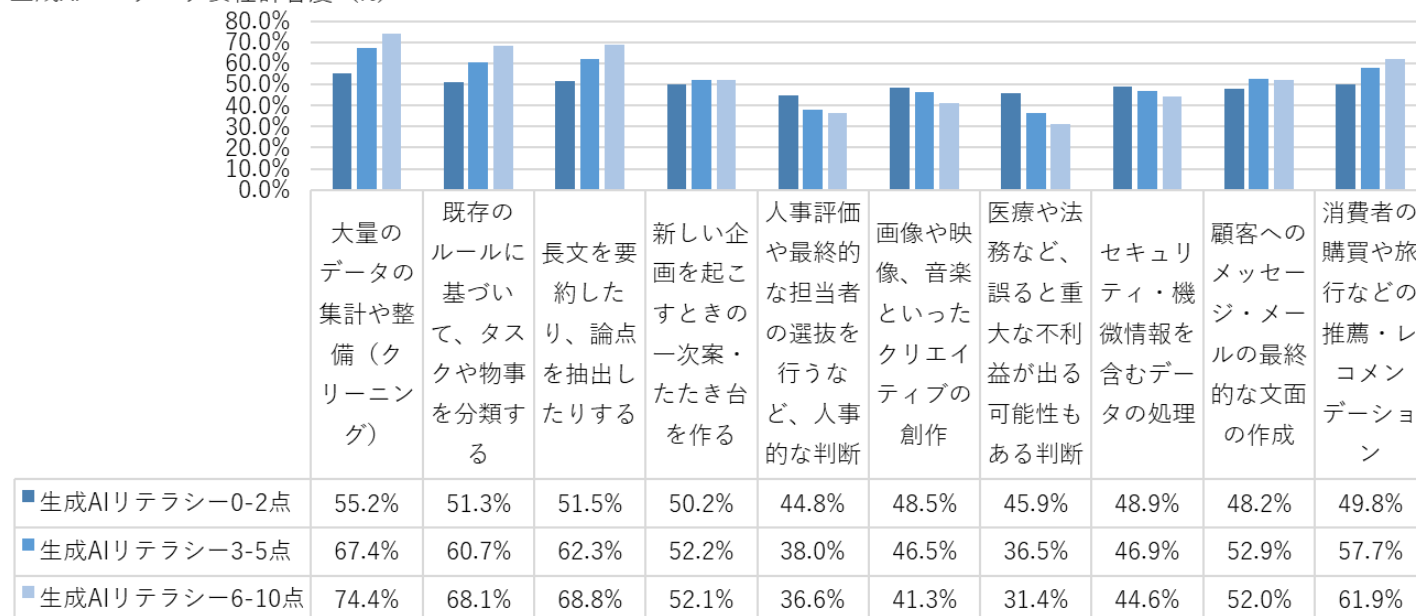
生成AIへのタスク委任許容度 (%)



n=1718,1753

図表 9.4 タスク委任を許容する人の割合 (生成 AI 利用有無別)

生成AIへのタスク委任許容度 (%)



n=1316,1188,967

図表 9.5 タスク委任を許容する人の割合 (生成 AI リテラシー区分別)

9. 2. タスク委任許容度と信頼度の関係性

本節では、回帰分析によって、生成 AI へのタスク委任許容度と生成 AI への信頼度や利用傾向の関係性を明らかにする。人々の生成 AI へのタスク委任許容度に関するモデルは、個人を i とした時に、次の式 9.1 のように書ける。

$$Delegation_i = \alpha + \beta_1 Trust_i + \beta_2 AIUsage_i + \beta_3 Characteristics_i \quad (9.1)$$

ただし、各記号は以下を指す。

- $Delegation_i$: 個人 i のタスク委任許容度ダミーのベクトル。10 項目のタスク別に、「AI が提案し、人間が最終判断をする」以上に AI への委任を許容している人を「タスク委任を許容している」としてダミー化している。
- $Trust_i$: 生成 AI に対する信頼度のベクトル。Trust in automation 指標の 6 項目（詳細は後述）とプライバシーリスクに対する認識の計 7 項目が含まれている。
- $AIUsage_i$: 生成 AI の利用傾向のベクトル。仕事での生成 AI の月当たりの利用日数と 3 章で取得した生成 AI リテラシースコアが含まれている。
- $Characteristics_i$: 個人 i の属性ベクトル。職位（経営者・管理職・一般社員・派遣/契約社員）、性別、年齢、最終学歴、勤務先での生成 AI 利用、生成 AI と親和性の高い部署所属ダミーの 6 要素が含まれている。
- α 、 β_1 、 β_2 、 β_3 : 各変数、ベクトルにかかっているパラメータ。

Trust in Automation (TiA) 指標とは、自動化システムの利用増加に伴い開発された、自動化への信頼を計測する尺度である¹¹。本研究では、この TiA 指標を生成 AI 向けに文言を変更し、日本語に翻訳して質問した。下位尺度には 6 種類があり、それぞれ「Reliability/Competence (能力への信頼性)」「Understanding/Predictability (理解・予測可能性)」「Familiarity (類似システムの認知・経験)」「Intention of Developers (開発者の意図理解)」「Propensity to Trust (システム全般への信頼)」「Trust in Automation (生成 AI への信頼)」である。() の内部は、回帰分析の係数名として使用している。これら 6 つの下位尺度、計 19 の設問について「とてもそう思う」～「全くそう思わない」の 5 件法で質問し、下位尺度別にスコアの平均値を取得して指標として用いた。

¹¹ Körber, M. (2018). Theoretical considerations and development of a questionnaire to measure trust in automation. In Congress of the International Ergonomics Association (pp. 13-30). Cham: Springer International Publishing.

以上を踏まえて式 (9.1) を推定した結果が図表 9.6 である。また、信頼度および生成 AI の利用状況の変数については、図表 9.7 にまとめた。

結果を確認すると、「能力への信頼性」「生成 AI への信頼」はほぼ一貫して正に有意の結果となっており、生成 AI へのタスク委任度の高さは、生成 AI に対する能力を含む信頼度の高さに関連していることがわかる。また、「理解・予測可能性」については、定量的ではない業務ほど正に有意になっている傾向が見られる。つまり、ルールに則って作業をこなす以上を任せられる人は、生成 AI の挙動が予測・理解できると考えている傾向にある。さらに、「システム全般への信頼」は高リスク領域で正に有意となっている。このことから、生成 AI に限らずシステム全般への信頼度が高い人は、高リスク領域でもタスクを委任してよいと考えている傾向が明らかになった。

一方で、「類似システムの認知・経験」と「開発者の意図」は全体的に負に有意の傾向が見られる。類似したシステムを認知・経験している人は専門システムを利用してタスクを遂行すれば良いので、生成 AI への委任度が低くなることは首肯できる。開発者の意図については、定量業務の一部と、高リスク領域を中心に負に有意となったことは興味深い。これは、生成 AI の開発者に対する知見が高まるほど、寧ろ高リスク領域は任せるべきではないという傾向になる一方で、定量的な業務は寧ろ生成 AI 以外のシステムに任せて良いと考えている傾向があるとも解釈ができるが、これ以上の理由は不明である。

さらに興味深いのは、「プライバシーリスク認知」と「リテラシースコア」については、定量的な業務や推薦タスクにおいては正に有意になる一方で、高リスク領域やクリエイティブ領域では符号が反転する点である。生成 AI 利用による個人情報の保護やデータセキュリティにリスクを感じる人は、人事や医療、セキュリティといった高リスク領域を生成 AI の判断に委ねることはリスクが大きいと感じていることがわかる。今後、生成 AI が人間をアシストするツールから、エージェントとして受容されていくためには、これらのリスクに対する安心感が重要となってくるであろう。また、生成 AI に対する正しい知識が身につけている人も、現状では高リスク領域を委ねることには後ろ向きの傾向が見られる。加えて、生成 AI に対する正しい知識が身につけている人は、クリエイティブの領域を AI による自動化に委ねることも後ろ向きであった。この結果は、生成 AI を利用したクリエイティブを活用することで発生し得る、著作権や肖像権などの課題を認知できているためだと解釈できる。生成 AI が今後さらにさまざまな領域で受容されるためには、こうした著作権などの課題にも適切に対処できるルール作りが求められるだろう。

最後に、属性について確認すると、年齢と学歴（大卒以上）はほぼ一貫して正に有意な結果となっていた。一方で、職位や勤務先での利用状況（利用有無、頻度）はほとんど有意となっておらず、職場での利用状況はタスク委任度に大きく関連しているとはいえない。

図表 9.6 タスク委任許容度と信頼度の関係性の回帰分析結果

		データ整備			分類タスク			文章要約			企画案			人事判断			
		係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値	
生成AIへの信頼	能力への信頼性	0.631	0.133	0.000 **	0.607	0.136	0.000 **	0.783	0.174	0.000 **	0.423	0.101	0.000 **	0.427	0.098	0.000 **	
	理解・予測可能性	0.137	0.029	0.171	0.005	0.001	0.957	0.002	0.001	0.980	0.224	0.053	0.021 *	0.164	0.038	0.099 .	
	類似システムの認知・経験	-0.467	-0.099	0.000 **	-0.427	-0.096	0.000 **	-0.404	-0.090	0.000 **	-0.263	-0.063	0.000 **	-0.003	-0.001	0.945	
	開発者の意図	-0.107	-0.023	0.141	-0.139	-0.031	0.048 *	-0.192	-0.043	0.007 **	-0.098	-0.023	0.158	-0.175	-0.040	0.016 *	
	システム全般への信頼	-0.080	-0.017	0.382	0.160	0.036	0.077 .	0.045	0.010	0.617	0.054	0.013	0.536	0.205	0.047	0.025 *	
	生成AIへの信頼	0.266	0.056	0.000 **	0.293	0.066	0.000 **	0.293	0.065	0.000 **	0.291	0.069	0.000 **	0.223	0.051	0.001 **	
	プライバシーリスク認知	0.086	0.018	0.014 *	0.056	0.012	0.099 .	0.046	0.010	0.173	-0.002	0.000	0.961	-0.121	-0.028	0.000 **	
生成AI利用状況	利用頻度_仕事	0.002	0.000	0.700	0.009	0.002	0.113	0.005	0.001	0.396	0.008	0.002	0.111	0.001	0.000	0.845	
属性	リテラシースコア	0.099	0.021	0.000 **	0.088	0.020	0.000 **	0.095	0.021	0.000 **	0.014	0.003	0.378	-0.007	-0.002	0.650	
	職位_経営者	0.108	0.023	0.447	-0.116	-0.026	0.391	0.081	0.018	0.558	-0.291	-0.069	0.028 *	0.143	0.033	0.286	
	職位_管理職	0.021	0.005	0.844	0.062	0.014	0.553	-0.011	-0.002	0.917	-0.045	-0.011	0.654	0.047	0.011	0.644	
	職位_派遣契約	0.054	0.011	0.685	-0.223	-0.050	0.084 .	-0.024	-0.005	0.855	-0.156	-0.037	0.218	-0.125	-0.029	0.338	
	年齢	0.006	0.001	0.039 *	0.007	0.002	0.019 *	0.005	0.001	0.091 .	0.012	0.003	0.000 **	0.006	0.001	0.041 *	
	性別女性	0.144	0.030	0.074 .	0.180	0.040	0.022 *	0.054	0.012	0.494	-0.073	-0.017	0.342	-0.076	-0.017	0.326	
	大卒以上	0.223	0.047	0.004 **	0.228	0.051	0.003 **	0.171	0.038	0.025 *	0.120	0.029	0.106	0.034	0.008	0.657	
	勤務先利用ダミー	0.135	0.028	0.190	-0.022	-0.005	0.820	0.179	0.040	0.072 .	0.067	0.016	0.474	-0.038	-0.009	0.693	
	部署ダミー	0.167	0.035	0.200	0.196	0.044	0.112	0.335	0.074	0.009 **	0.213	0.051	0.076 .	0.105	0.024	0.375	
	定数項	-2.153		0.000 **	-2.778	0.465	0.000 **	-2.712		0.000 **	-3.140		0.000 **	-3.532		0.000 **	
	Pseudo R2		0.059			0.056			0.059			0.034			0.037		
			クリエイティブ			医療・法務			セキュリティ			顧客へのメッセージ			レコメンデーション		
			係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値	係数	限界効果	p値
生成AIへの信頼	能力への信頼性	0.185	0.044	0.110	0.284	0.063	0.021 *	0.456	0.109	0.000 **	0.414	0.099	0.000 **	0.385	0.091	0.001 **	
	理解・予測可能性	0.224	0.053	0.020 *	0.244	0.054	0.016 *	0.344	0.082	0.000 **	0.274	0.066	0.004 **	0.237	0.056	0.013 *	
	類似システムの認知・経験	-0.141	-0.034	0.004 **	-0.033	-0.007	0.512	-0.153	-0.036	0.002 **	-0.237	-0.057	0.000 **	-0.292	-0.069	0.000 **	
	開発者の意図	0.087	0.021	0.205	-0.208	-0.046	0.004 **	-0.081	-0.019	0.246	-0.083	-0.020	0.225	-0.074	-0.018	0.273	
	システム全般への信頼	0.086	0.021	0.336	0.350	0.077	0.000 **	0.043	0.010	0.621	0.036	0.009	0.686	0.046	0.011	0.603	
	生成AIへの信頼	0.207	0.049	0.001 **	0.216	0.048	0.001 **	0.181	0.043	0.005 **	0.265	0.063	0.000 **	0.199	0.047	0.002 **	
	プライバシーリスク認知	-0.027	-0.006	0.411	-0.092	-0.020	0.008 **	-0.061	-0.015	0.063 .	-0.019	-0.005	0.562	0.043	0.010	0.186	
生成AI利用状況	利用頻度_仕事	0.008	0.002	0.108	0.004	0.001	0.444	0.006	0.001	0.270	0.000	0.000	0.926	-0.002	0.000	0.771	
属性	リテラシースコア	-0.032	-0.008	0.038 *	-0.063	-0.014	0.000 **	-0.006	-0.001	0.725	0.030	0.007	0.056 .	0.070	0.016	0.000 **	
	職位_経営者	-0.176	-0.042	0.186	0.141	0.031	0.296	-0.009	-0.002	0.948	0.047	0.011	0.724	0.075	0.018	0.574	
	職位_管理職	0.135	0.032	0.178	0.048	0.011	0.640	0.000	0.000	0.997	0.057	0.014	0.571	0.103	0.024	0.311	
	職位_派遣契約	-0.071	-0.017	0.567	-0.098	-0.022	0.466	-0.144	-0.034	0.252	-0.022	-0.005	0.860	-0.061	-0.014	0.626	
	年齢	0.011	0.003	0.000 **	0.008	0.002	0.007 **	0.009	0.002	0.002 **	0.006	0.001	0.037 *	0.005	0.001	0.111	
	性別女性	0.003	0.001	0.974	-0.198	-0.044	0.013 *	-0.013	-0.003	0.870	0.100	0.024	0.191	0.065	0.015	0.400	
	大卒以上	0.007	0.002	0.924	0.148	0.033	0.056 .	0.101	0.024	0.174	0.154	0.037	0.037 *	0.077	0.018	0.301	
	勤務先利用ダミー	-0.026	-0.006	0.783	0.095	0.021	0.329	0.003	0.001	0.976	0.147	0.035	0.118	0.069	0.016	0.468	
	部署ダミー	0.191	0.046	0.105	0.305	0.068	0.010 **	0.140	0.033	0.234	0.161	0.039	0.180	0.329	0.078	0.007 **	
	定数項	-3.246		0.000 **	-3.686		0.000 **	-3.458		0.000 **	-3.168		0.000 **	-2.544		0.000 **	
	Pseudo R2		0.029			0.053			0.031			0.031			0.031		
	n								3471								

注1: **p<0.01, *p<0.05

図表 9.7 タスク委任許容度と信頼度の関係性の概要

	整理	分類	要約	企画	人事	創作	医療	機微	顧客	推薦
能力への信頼性	+	+	+	+	+		+	+	+	+
理解・予測可能性				+	(+)	+	+	+	+	+
類似システムの認知・経験	-	-	-	-		-		-	-	-
開発者の意図		-	-		-		-			
システム全般への信頼		(+)			+		+			
生成AIへの信頼	+	+		+	+	+	+	+	+	+
プライバシーリスク認知	+	(+)			-		-	(-)		
利用頻度_仕事										
リテラシースコア	+	+	+			-	-			+

注：（）表記は $p < 0.1$ を示す

10. 生成 AI の擬人化的認知と探索的利用意図

本章では、生成 AI をパートナーやエージェントとして擬人化して認知していることと、探索的に新しい利用手法を模索していることとの関係性を明らかにする。

人は人間ではない対象に対しても、まるで人間かのように擬人化して認知・対応をすることは以前から知られている¹²。それは人型をしているロボットに限らない。AI に対しても感情移入してしまうという傾向は「ELIZA 効果」として知られており、1966 年に開発された自然言語処理プログラムであり、AI の元祖ともいわれる「ELIZA」に端を発する¹³。擬人化は、単にモノを生き物のように扱う（アニミズム）以上のもので、観察される行動の記述を越えて、対象に“人間的な心的・身体的特性”を表象することだと整理されている¹⁴。

ChatGPT をはじめとした生成 AI については、今後の発展の段階がハードウェアの製造側である NVIDIA から示されており、Generative AI→Agentic AI→Physical AI としてのロードマップが明らかになっている¹⁵。今後は AI が人間の命令を受けてサポートをするだけでなく、自律的に認識して推論し、意思決定までも行う「エージェント」として発展することが計画されている。従来の AI と比較しても、より人間的な挙動をすることが想定されることから、人々が擬人化的な認識を強めることも想定される。

擬人化をテーマとした研究は 2018 年以降にテクノロジーの文脈で増加している¹⁶。特に生成 AI については LLM の分野を中心に、人々の擬人化的認知に関連する研究が行われている。心理学的な文脈では、LLM を擬人化して認識し、LLM 自体の挙動を心理学的なアプ

¹² Reeves, B., & Nass, C. (1996). The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people. *Cambridge, UK*, 10(10), 19-36.

¹³ IBM, ELIZA effect at work: Avoiding emotional attachment to AI coworkers, <https://www.ibm.com/think/insights/eliza-effect-avoiding-emotional-attachment-to-ai>

¹⁴ Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. (2007). On seeing human: a three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological review*, 114(4), 864.

¹⁵ NVIDIA, What Is Agentic AI?, <https://www.nvidia.com/en-us/solutions/ai/agentic-ai/>

¹⁶ Hai, W., Katsumata, S., Yamaguchi, S., Ichikohji, T., Nakano, S., & Ikuine, F. (2026). Anthropomorphism in Human-Computer Interaction. In M. F. Silva, M. O. Tokhi, M. I. A. Ferreira, B. Malheiro, P. Guedes, P. Ferreira, & M. T. Costa (Eds.), *Crisis or Redemption with AI and Robotics? The Dawn of a New Era - Proceedings of the ICRES 2025 Conference* (pp. 206-218). (Lecture Notes in Networks and Systems; Vol. 1556 LNNS). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-032-00261-7_19

ローチで明かそうとする調査や、擬人化された度合いが人々の評価に与える影響の研究¹⁷が行われてきた。

こうした LLM をはじめとした AI における擬人化は諸刃の剣として見做されており、危険性がある一方で利益もあると考えられている。統一された見解は示されておらず、開発者は擬人化できる形を無くすべきか否かも結論が出ていない^{18,19}。また、生成 AI を擬人化して認知する度合いが、生成 AI の探索的な利用意図にどのような影響を与えるかの研究は未だなされていない。探索的な利用意図は、ユーザー側が生成 AI に対して価値を感じるためにも重要な要素であり、今後の AI の発展に人々の価値認識が追い付く文脈において擬人化がどのような影響を与えているのかを探ることには意義がある。

10. 1. 擬人化的認知モデル

本研究では、Intelligent Personal Assistants (IPA)であるスマート AI スピーカーに焦点を当てて、擬人化的な認知と探索的な利用意図について行われた研究²⁰を参考に、生成 AI の擬人化的認知と探索的利用のモデルを構築して分析した。

IPA のモデルにおいて、探索的な利用意図を高める動機的基盤は2つの側面があると定義されており、それらが「自己効力感」と「親密さ」の2点である。それぞれ、自分が効果的に IPA を扱えるとする認知と、IPA との社会的繋がりを感じ方である。これら2つの要素に対して、知覚された擬人化が影響を与え、それが間接的に探索的な利用意図に影響を与えるというのがモデルの基本的な考え方である。この知覚された擬人化については「認知的な側面」と「感情的な側面」の二面性があると定義し、更に認知的な側面においては「相互作用性」と「自律性」の側面があると定義、感情的な側面については「社会性」から定義されるとしている。

¹⁷ Hai, W., & Katsumata, S. (2025). Service recovery through anthropomorphic chatbots: a consumer face concern perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 1-20.

¹⁸ Reinecke, M. G., Ting, F., Savulescu, J., & Singh, I. (2025, February). The double-edged sword of anthropomorphism in llms. In *Proceedings* (Vol. 114, No. 1, p. 4). MDPI.

¹⁹ Peter, S., Riemer, K., & West, J. D. (2025). The benefits and dangers of anthropomorphic conversational agents. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 122(22), e2415898122.

²⁰ Cao, C., Hu, Y., & Xu, H. (2022). A mind in intelligent personal assistants: An empirical study of mind-based anthropomorphism, fulfilled motivations, and exploratory usage of intelligent personal assistants. *Frontiers in psychology*, 13, 856283.

本研究においてもこのモデルを踏襲しつつ、尺度の内容を生成 AI に変換、日本語化してアンケート調査を実施し、まずは測定モデルの信頼性の検定を行い、結果を確認した後に構造モデルを構築して最終的な分析を行った。

ここで、本研究における具体的な心理変数群は以下の通りである。

- 自律性 (Autonomy) : 生成 AI が「自律的に先回りして助けてくれる」と感じる度合い。
- 相互作用性 (Interactivity) : 生成 AI が「過去のやり取りに基づいて応答してくれる」と感じる度合い。
- 社会性 (Socialability) : 生成 AI を「心地よい会話相手」として捉える情緒的な度合い。
- 社会的繋がり (Social Connection) : 生成 AI との親近感や社会的つながりを感じる度合い。
- 自己効力感 (Self-efficacy) : 生成 AI を使いこなせる自信。
- 探索的な利用意図 (Intention to Explore) : 生成 AI の新しい使い方を探索したい意思。
- テクノロジー恐怖 (Technophobia) : 新しい技術による反乱や既存の人間社会への変化に対する不安。

ただし、IPA の文脈において「社会的繋がり」と「社会性」は、親近感やつながりを感じる関係性の側面（社会的繋がり）と、音声認識やユーモアを交えたコミュニケーションによって知覚されやすい、心地よい会話の相手だと感じる情緒的な側面（社会性）が分離した概念とされている。しかし生成 AI の文脈において、音声よりも文章での対話を主体とし、指示に対する直接的な応対を基本とした対話体験の中では、同時に形成されることで分離されていない可能性が考えられる。そこで本研究では、これらの2つの概念については測定モデルを検証したうえで、両者の弁別性と統合の可能性についても経験的に検討を行った。

また、本研究では擬人化のモデルに関する拡張として、「テクノロジー恐怖」を加えた。生成 AI についてはシンギュラリティやハルシネーションなど負の側面についても語られる文脈が存在している。こうした、技術が自己認識を持ち支配的になる可能性への不安（ロボット反乱への恐怖：Cybernetic Revolt）の認知が強いと、生成 AI を脅威的な存在として知覚させる可能性があり、自己効力感や社会的つながりの形成を阻害することで探索的な利用意図を抑制する可能性が考えられる。

アンケート調査の具体的な設問は図表 10.1 のとおりである。

図表 10.1 生成 AI の擬人化に関するアンケート調査項目

尺度	設問内容	平均	標準偏差
Autonomy (自律性)	生成AIは自動的に支援内容を調整してくれる	4.129	1.142
	生成AIは半自律的に作業を進めることがある	4.127	1.154
	生成AIは人の指示がなくても先回りして手助けしてくれる	3.861	1.218
Interactivity (相互作用性)	生成AIの応答は私の直前の入力内容に関連している	4.472	1.211
	生成AIは過去のやり取りを踏まえて応答してくれる	4.409	1.204
	生成AIは私の入力に基づき賢い提案をしてくれる	4.379	1.179
Sociability (社会性)	私は生成AIを心地よい会話相手だと感じる	3.876	1.401
	生成AIとのやり取りは心地よいと感じる	4.017	1.292
	私は生成AIの応対を感じが良いと感じている	4.232	1.230
Self-Efficacy (自己効力感)	ガイドがあれば、生成AIを利用したいと思う	3.934	1.278
	誰かが生成AIの使い方を教えてくれるなら、使いたいと思う	4.284	1.148
	他の人が使っているなら、生成AIを使いたいと思う	4.203	1.179
Social Connection (社会的つながり)	私は生成AIに親近感を覚える	3.818	1.351
	私は生成AIと社会的なつながりを感じる	3.656	1.339
	私は生成AIに関係性を感じる	3.808	1.341
Intention to Explore (探索意図)	生成AIを他の用途に向けて探索したい	4.196	1.260
	生成AIの新しい使い方を見つけたい	4.341	1.352
	今年、生成AIの新機能を探るために時間と労力をかけるつもりだ	3.714	1.327
Technophobia (テクノロジー恐怖)	ロボットが世界を支配することを心配している	4.106	1.542
	ウェブサイトを見ると、簡単にストーカーされるのではないかと不安になる	4.095	1.482
	テクノロジーが私たちの生活、コミュニケーション、愛、そして他人を判断する方法までも変えてしまうことを心配している	3.770	1.384
	新しいテクノロジーによって人間が時代遅れになることを心配している	3.957	1.403
	新しいテクノロジーが私の仕事を奪うことを心配している	4.222	1.535
n		2133	

10. 2. 測定モデルの結果および構造モデルの構築

上記の項目群について、まずは測定モデルの検証を行った。

具体的には、信頼性の評価指標として Cronbach の α および Composite reliability (CR) を使用し、いずれも 0.70 を閾値とした。収束的妥当性としては、AVE (平均分散抽出量) が 0.50 以上であることを条件として判断した。判別妥当性は、HTMT 基準に基づき各値が 0.85 を下回ることを条件とした。

信頼性の評価指標を算出した結果、Cronbach の α および Composite reliability (CR)、AVE については閾値を超えており、尺度の信頼性と妥当性は指示される結果となった。しかし、弁別性を検証した HTMT 基準において Sociability と Social Connection の間にのみ強い共分散が見られ、判別妥当性が十分に指示されない結果となった。なお、これら 2 つを分離したまま上位因子を導入した二次因子構造も検討したが、推定が不安定となり収束の困難さが観察された。つまり、生成 AI との対話体験においては IPA とは異なり、Sociability と Social Connection は生成 AI の社会性受容に関する体験として近接した機能を果たしている可能性が示されている。

以上を踏まえ、本研究ではこれら 2 つの要素を統合した潜在変数として Social Connection を導入し、生成 AI に対する親近感 (生成 AI とのやり取りを心地よいと感じる

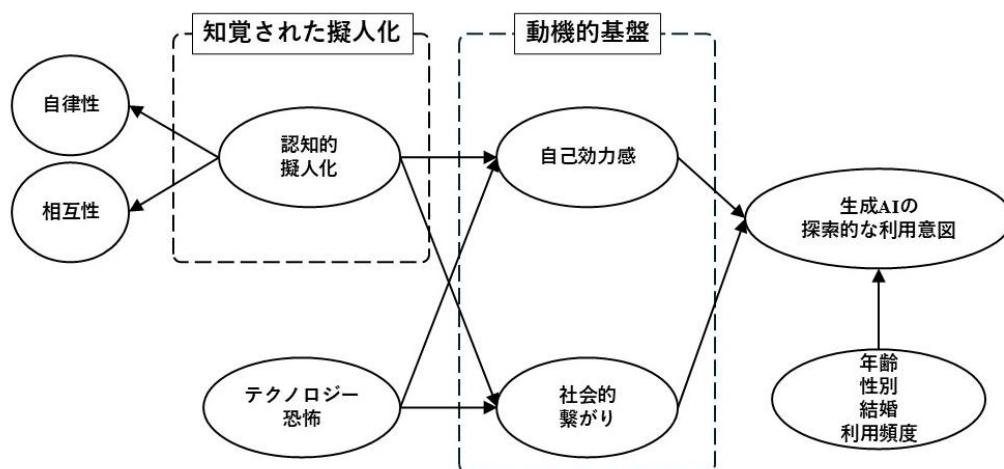
情緒的評価)と社会的関係性(親近感やつながり・関係性の感覚)の知覚を包括的に表現する指標として運用した。なお、新たな潜在変数を用いたモデルは、先述の適合度指標においても許容範囲の水準が得られた。

適合度指標については以下の図表 10.2 のとおり。

図表 10.2 生成 AI の擬人化に関する尺度の適合度指標

Construct	Items	Loadings	AVE	CR	Cronbach's α
Autonomy (自律性)	AU1	0.762	0.479 (0.506)*	0.744	0.766
	AU2	0.656			
	AU3	0.712			
Interactivity (相互作用性)	IA1	0.723	0.560	0.803	0.816
	IA2	0.805			
	IA3	0.790			
Social Connection (社会的つながり)	SO1	0.832	0.615	0.906	0.860
	SO2	0.763			
	SO3	0.828			
	SC1	0.791			
	SC2	0.708			
	SC3	0.786			
Self-Efficacy (自己効力感)	SE1	0.712	0.565	0.794	0.855
	SE2	0.776			
	SE3	0.753			
Intention to Explore (探索意図)	IE1	0.772	0.564	0.790	0.808
	IE2	0.692			
	IE3	0.755			
Cybernetic Revolt (テクノロジー恐怖)	CR1	0.765	0.502	0.834	0.771
	CR2	0.628			
	CR3	0.707			
	CR4	0.721			
	CR5	0.715			

最終的な SEM のモデルは以下の図表 10.3 のとおり。



図表 10.3 生成 AI の探索的な利用意図に関するモデル概念図

10.3. 分析結果

構造モデルの分析結果は図表 10.4 の通りとなった。パス図での結果も図表 10.5 に示す。

まず、認知的擬人化のパスについて検討する。自律性と相互作用性それぞれに対するパスは有意に正となっている。ここからは、生成 AI を擬人化して捉えている人は、生成 AI が自律的に先回りしたり、過去のやり取りに則った応答をしたりしてくれているという認知傾向が高いことがわかる。また、社会的繋がりおよび自己効力感へのパスからも、擬人化的な認知度が高い人は、生成 AI を心地よい話し相手であると捉える傾向が高く、使いこなせると考えている自信も高いことがわかる。

続いて、探索的な利用意図へのパスからは、探索的な利用については、生成 AI を使いこなせる自信と、親近感や社会的なつながりを生成 AI に感じている傾向のどちらも正の関連を示していることがわかる。ただし、親近感や社会的なつながりの方がパスの係数がより大きく、探索的な利用については、生成 AI を使いこなせる自信があることよりも、生成 AI に対して親近感や社会的なつながりを感じていることの方が重要であることを示す結果となった。

加えて、テクノロジーに対する恐怖感は、生成 AI を使いこなせる自信と社会的なつながりの認識をどちらも下げる傾向に効いており、特に使いこなせる自信に対しての影響が大きい。テクノロジーへの恐怖感は生成 AI を使いこなせる自信を相対的に強く下げることで、最終的な探索的な利用を妨げる要因となっていることがわかる。

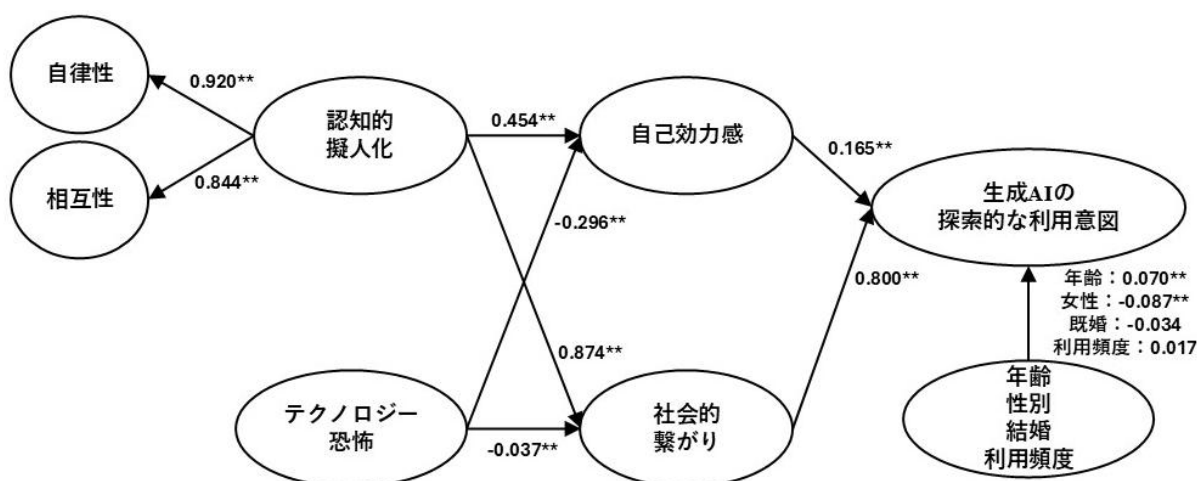
これらの結果を統合すると、生成 AI の普及には、単に技術的に使いこなせる自信を高めるだけでなく、生成 AI との社会的関係を受け入れられるような体験をすることの方が重要な可能性が高い。また、テクノロジーに対する恐怖感を払拭することは、生成 AI を使いこなせる自信を高めることに繋がり、引いては生成 AI を探索的に利用しようとする意図を妨げる要因を無くすことに繋がってくると言える。

図表 10.4 生成 AI の擬人化に関する構造モデルの分析結果

パス		標準化係数	p値
擬人化変数	認知的擬人化 -> 自律性	0.920	0.000 **
	認知的擬人化 -> 相互性	0.844	0.000 **
	認知的擬人化 -> 社会的繋がり	0.874	0.000 **
	テクノロジー恐怖 -> 社会的繋がり	-0.087	0.000 **
	認知的擬人化 -> 自己効力感	0.454	0.000 **
	テクノロジー恐怖 -> 自己効力感	-0.296	0.000 **
	社会的繋がり -> 探索的利用意図	0.800	0.000 **
	自己効力感 -> 探索的利用意図	0.165	0.000 **
属性	年齢 -> 探索的利用意図	0.070	0.000 **
	性別女性 -> 探索的利用意図	-0.087	0.000 **
	既婚 -> 探索的利用意図	-0.034	0.077
	利用頻度(日/月) -> 探索的利用意図	0.017	0.351

注1: **p<0.01, *p<0.05

図表 10.5 生成 AI の擬人化に関する構造モデルの分析結果 (パス図)



注1: **p<0.01, *p<0.05

1 1. 生成 AI の導入と定着に関するインタビュー調査

1 1. 0. 本章の位置づけと調査手法

本章では、本プロジェクトの定量調査を補完し、生成 AI の社会実装に伴う変化の実態を複数の視点から整理する。インタビュー調査は、大規模な定量調査では捉えにくい導入判断の背景にある文脈や、活用の意味づけ、利用が日常に定着していく過程を具体的に描くことで、提言の現実性と具体性を高めることを狙いとしている。

本章で扱う主な論点は、以下のとおりである。活用がもたらす主観的な効率化・創造性向上・心理的負担等の変化、年齢・職業等の属性に加えて組織環境や利用条件の違いも含めた活用・効果の格差の実態と構造、リテラシーの水準と啓発の受容経験・ニーズ（知識、判断力、利用姿勢）、そして制度的整備に対する期待と規範意識、教育・公共サービス領域への導入に関する賛否と条件である。

調査は、生成 AI の積極活用層（生活者、企業関係者、教育関係者、個人事業主、自治体担当者等）から、活用目的や領域の異なる 10 名を選定し、半構造化インタビューとして実施した。これにより、活用動機や期待だけでなく、不安や導入障壁、具体的な試行錯誤、利用が定着していく過程を、それぞれの文脈に沿って把握することを試みた。

分析にあたっては、2024 年に実施した前回調査の結果を「活用初期の社会実態」として参照し、この 2 年間で利用者の認識や活用実態がどのように深化・変化したかを、対比しながら整理する。あわせて、生活や業務の中で生成 AI がどのように位置づけられ、意味づけられているかの変化にも焦点を当てる。

なお、本調査は前回調査と同一対象者を追跡する継続調査（パネル調査）ではなく、生成 AI に親和性の高い層を中心に構成されている。そのため、本章は母集団の分布推定を目的とするものではない。定量結果だけでは見えにくい論理や分岐点、共通して見られるパターン、特筆すべき事例を示し、定量結果の解釈や提言の具体化につなげることを意図している。

1 1. 1. インフォーマントのプロフィール

本インタビュー調査は、2025 年 12 月 7 日から 12 月 17 日にかけて、生成 AI の積極活用層 10 名を対象に実施した（詳細は 1. 4. 3. を参照）。プライバシー保護の観点から、インフォーマントに関する詳細情報は開示しないが、インフォーマントは、生活者、企業関係者、教育関係者、個人事業主等を含み、活用目的や領域が偏らないように選定している。表 11.1 に、インフォーマントの属性と主な利用領域、利用ツールの概要を示す。

インフォーマントの構成は次のとおりである。性別は男性 5 名、女性 5 名であった。年代は 20 代 2 名、30 代 3 名、40 代 3 名、50 代 2 名である。職業は会社員・役員が 5 名で最多であり、教職員（公務員への移行を含む）が 2 名、自営業が 1 名、専業主婦が 1 名、無職（職業訓練中）が 1 名であった。主な使用領域は、プライベート中心が 6 名、仕事・学業中心が 4 名であった。

また、年齢・性別・職業の偏りに配慮して対象者を選定した一方、居住地域は首都圏（東京・神奈川）が 7 名であった。この点は、本章が扱う論点のうち、教育・公共サービスの導入条件や利用環境に関わる含意に影響し得るため、地域差の一般化は避け、必要に応じて留保を付して解釈する。

ID	年齢 性別	居住地	職業	主な使用 状況	主な使用ツール (仕事・学業)	主な使用ツール (私生活)
A	30 男性	秋田県	公務員	私生活	-	Gemini、 ChatGPT
B	46 女性	福岡県	自営業	私生活	ChatGPT、Microsoft Copilot、Gemini、 Grok	Microsoft Copilot
C	37 女性	東京都	専業主婦	私生活	-	ChatGPT、 Gemini
D	28 男性	神奈川県	会社員	私生活	ChatGPT	Gemini、Microsoft Copilot、ChatGPT
E	46 男性	神奈川県	会社員	私生活	ChatGPT、Gemini、 Canva、Claude、 Perplexity、Notion AI	ChatGPT、Gemini
F	52 男性	神奈川県	会社員	仕事・ 学業	Microsoft Copilot、 ChatGPT	Gemini
G	26 男性	熊本県	無職	仕事・ 学業	ChatGPT、Gemini、 Claude	その他の生成 AI サ ービス

H	48 女性	東京都	会社員	私生活	Microsoft Copilot、 ChatGPT	ChatGPT、 Gemini、Grok、 Canva
I	32 女性	東京都	会社員	仕事・ 学業	Microsoft Copilot、 ChatGPT	Canva
J	51 女性	東京都	教員	仕事・ 学業	ChatGPT、Gemini、 Perplexity	ChatGPT

図表 11.1 インフォーマントのプロフィール（「-」は該当なし）

11. 2. 導入から定着までのプロセス

本節では、生成 AI の導入から定着に至るプロセスと、現在の利用実態に焦点をあてる。その際、導入の契機や周囲の推奨、既存サービスへの組み込みといった要因に加え、コスト・課金や組織アカウントの付与などの利用条件が、活用の継続や使い分けにどのような影響を与えたかに注目した。あわせて、検索の代替から要約・構成支援・壁打ちへと活用が深化する過程、複数ツールを併用する実践、さらに高リスク領域を避ける線引きや「使わない判断」がどのように形成されているかを整理する。

11. 2. 1. 導入のきっかけ：職域の要請と個人的な知的好奇心

今回のインタビューでは、生成 AI 自体の認知はすでに一般化しており、利用開始のきっかけは、職域の要請に押される形と、個人的な知的的好奇心や新技術への関心から試す形の両方がみられた。もっとも、実際の利用開始は「完全に自発的」というよりも、業務上の必要や周囲の利用拡大といった外的要因が背中を押す形で生じやすい点は、前回調査と共通している [A, D, F, H]。

職域の要請は、導入の入口として分かりやすい。組織として生成 AI の活用が方針として掲げられ、目標設定や方針転換の一環として利用が求められるなど、トップダウンでの促しが利用開始の契機となる例がみられた [F]。また、社内でツールが導入され、説明会や研修が実施されることで、利用の正当性や安心感が担保され、試行的な利用が継続利用へつながる様子も確認された [E, I]。教育機関に勤務するインフォーマントにおいても、教職員向けの学内研修を通じて主要ツール名や想定用途を知り、日常的に使用するサービス環境と親和的であったことから利用に移行した例がみられた [A]。

一方で、周囲の利用が先に進んでいることが、そのまま導入の後押しになることも多い。身近な他者が「相談している」「便利に使っている」といった話題が、ハードルを下げ、実際に触れてみる動機になった例がみられた [D, H]。学習・研修の場で周囲の利用が進んでいたことや、近い立場の他者からの勧めが利用開始の入口として機能した例もあった [G]。

SNS 等での話題化や周辺情報の流通も、導入を促す要因として挙げられた。新しい技術への感度の高さに加え、SNS 上の議論やノウハウの流通が「試してみる」行動につながる例がみられた [A, E, G]。とりわけ、具体的な使い方の小技やテンプレートが拡散し、それを見かけたことが利用のきっかけになるという語りがあった [G]。さらに、業務上の危機感、たとえば自身の仕事が影響を受け得るという問題意識から、必要に迫られて利用を開始した例もみられた [B]。

加えて、既存サービスへの組み込みによって「気づけば触れていた」という導入も確認された。検索画面等に生成 AI の回答が自動的に表示され、意図せず接触機会が増えることで利用が始まる、あるいは利用が常態化する例が確認された [C, H, J]。この経路では、「導入した」という自覚が弱いまま利用が進みやすく、利用範囲や位置づけが後から定まっていって傾向がみられた [H, J]。

以上のとおり、導入の契機は、職域の要請、周囲からの推奨、SNS 等での話題化、既存サービスへの組み込みといった要因が重なって形成されていた。次項では、こうした導入を起点として、検索の代替から要約・構成支援・壁打ちへと活用がどのように深化していったかを述べる。

11. 2. 2. 活用の進展：検索の代替から「思考のパートナー」へ

導入後の利用は、軽い用途から始まり、継続利用のなかで役割が変わっていく形で語られた。利用開始当初は、珍しさや話題性から試す、あるいは検索の延長として簡単な疑問を解消するといった用途から始まる例が多かった [A, C, D, G, H, J]。一方、継続利用のなかで、要約や比較整理、文章の叩き台づくり、構成案作成、アイデア出しなど、思考のプロセスを補助する用途へと活用が深化していく様子が確認された [A, B, E, F, G, H, I, J]。

この変化は、生成 AI が「答えを返す道具」から、「考えるための相手」として捉え直されていく過程として語られた。たとえば、まとまらない考えを一度言語化して投げ返してもらう、論点の抜けや偏りを指摘させる、異なる観点を提示させるといった形で、壁打ち相手として利用する例がみられた [B, D, E, G, H, I]。また、完成原稿の作成よりも、構成や見出し案、論点整理、表現の候補出しといった「途中工程」で用いることで、最終成

果物の責任を人間側に残しつつ効率化する実践も確認された [A, B, F, I, J]。こうした使い方は、生成 AI をどこまで業務フローに組み込むかという線引きとも結びつき、利用の定着を支える要因になっている。

あわせて、複数の生成 AI を併用し、目的に応じて使い分ける「マルチツール利用」が一般化している点にも注目したい [B, C, D, E, F, G, H, I, J]。使い分けの基準としては、情報の鮮度への期待、出力の性格や得意不得意、利用環境との親和性（業務アカウントや既存ツールとの連携）、料金体系などが挙げられた [B, D, E, F, G, H, I]。同じ問いでも複数のツールに投げ、回答を比較しながら判断材料にするという使い方は、誤りへの警戒や検証行動とも接続していた [B, C, E, H, I, J]。

このように、活用は検索代替から出発しつつ、要約・構成・発想支援へと広がり、最終的には「思考のパートナー」として位置づけられる方向へ進展していた。

1 1. 2. 3. 特筆すべき活用事例：文脈依存的な利用の広がり

ここでは、一般的な検索代替や文章作成支援にとどまらず、既存ツールでは対応しにくい文脈依存的なニーズに生成 AI が適合した事例に注目する。言語・文化的背景が混在する場面や、入力方法の制約（音声入力等）によって誤変換が生じやすい場面、成果物に求められる仕様の厳密さが高い場面では、利用の価値がより明確に語られた。

海外生活における混成言語の翻訳は、その代表例である。インフォーマント H は、駐在先のマレーシアにおいて現地のメッセージアプリ上で受け取る文章が、英語に加えて福建語やマレー語が混ざる「マングリッシュ（混成語）」で書かれる場面があり、Google 翻訳では翻訳しきれないことが多かったと述べている。そこで ChatGPT や Copilot を用い、文脈を踏まえた翻訳を行うことで、やり取りの理解や返信文作成に活用するようになったという。方言や口語表現など、定型的な辞書対応だけでは扱いにくい言語現象に対して、生成 AI を試す動機にもつながっていた。

加えて、入力の揺れや誤変換を前提とした利用も、文脈依存的な活用として位置づけられる。インフォーマント B は、音声入力では漢字変換が誤ることが多い一方で、生成 AI との会話では誤変換があっても文脈から正しい意味を汲み取って回答を返すため、入力結果を逐一修正する手間が減ると述べている。定型的な音声変換ソフトでは誤変換の修正が負担になりやすいのに対し、生成 AI は誤りを含む入力を「意味のある発話」として処理できる点が評価されていた。

もう一つは、プログラミング学習における「厳密な指示守り」としての活用である。インフォーマント G は、一般的な相談や壁打ちでは ChatGPT を便利だと評価しつつ、プログラミングの例示を依頼した際に、意図していない機能を付け足すなど「必要以上に独創

的」な回答になることがあり、学習用途では扱いにくさを感じたと述べている。一方で、Gemini は厳密さを重視したコードを返しやすいたして、プログラミングでは Gemini を優先するという使い分けがみられた。求める成果物の仕様が明確で、逸脱が不都合になりやすい領域では、ツールの出力特性を踏まえた選択が行われていた。

加えて、外国語での文章作成や添削において、細かなニュアンス差を短時間で指摘させる用途も挙げられた。インフォーマント E は、英語やフランス語での文章の添削において、意図とずれる表現やニュアンスの差を具体的に示してもらえる点を評価し、業務上の文章作成を支える使い方として言及している。

これらの事例は、生成 AI の利用が「一般的に便利だから」だけでなく、既存の検索・翻訳・支援ツールでは埋めにくい隙間に対して、文脈込みで応答できる点が導入と定着を後押ししていることを示している。

1 1. 2. 4. 利用環境の影響：コスト・課金・組織アカウント

生成 AI の利用は、個人の意欲やスキルだけでなく、料金体系や利用環境といった条件にも左右される。今回のインタビューでは、無料版の制約が利用の継続やツール選択に影響する例と、組織が有料アカウントを付与することで利用が一気に定着する例が確認された。

無料版の制限は、ツールの併用や乗り換えを促す要因になっていた。質問回数の上限や機能制限に直面すると、まずは別の生成 AI サービスも試して補完し、用途に応じて使い分けるといった対応がみられた [A, B, H]。そのうえで、特定のサービスを主軸に移す、あるいは一部のサービスのみ有料版を利用して継続的に使うといった形で、利用の形が落ち着いていく例も確認された [H, J]。このとき、単に「安いから」ではなく、日常の導線として使いやすいか、検索や翻訳など特定用途で代替できるかといった観点もあわせて語られており、コストは使い分けの基準の一つとして位置づけられていた。

一方、組織アカウントの付与は、利用定着の決定打となりやすい。企業において Copilot 等の有料アカウントが配布されることで、個人負担なく利用できるようになり、業務フローの中で継続的に使う環境が整う例がみられた [E, F, I]。さらに、組織側でアカウントが整備されると、利用方法の周知や研修、上司・同僚の利用が広がりやすくなり、「使ってよい」という安心感や正当性が担保される点も、定着を後押ししていた [A, F, I]。

また、課金やアカウント付与は、個人内の問題にとどまらず、活用格差の構造とも結びつく。職場で有料アカウントが配布される層は高性能機能にアクセスしやすい一方、個人負担で課金するか否かにより利用可能な範囲が変わるため、同じ「積極活用層」であって

も利用経験の厚みに差が生まれ得る [D, F, I]。この点は、後述する格差の議論とも接続する重要な要素である。

1 1. 2. 5. 利用の境界：高リスク領域の回避と使わない判断

ここでは、生成 AI を「何に使うか」だけでなく、「何には使わないか」という線引きに焦点をあてる。今回のインタビューでは、便利さを実感しつつも、すべて任せることへの忌避感が語られる場面があり、とりわけ高リスク領域では「参考にはするが、最終判断は人が担う」という姿勢が共有されやすかった。

高リスク領域として挙げられたのは、医療判断や心理的ケアに関わる領域である。たとえば、体調不良の症状に関する情報収集として生成 AI を用いることはあっても、それで完結させず、必要に応じて医療機関にかかるべきだという線引きが示された [C, D]。また、心理カウンセリングのような領域については、共感の強さや回答の偏りが利用者の判断に影響し得ることを理由に、AI に任せることへの不安が語られた [I]。同様に「人生の重要な局面を AI に丸投げするのは良くない」という認識が示され、人が関与する余地を残す必要性を指摘したインフォーマントもいた [I]。

また、法律や契約に関わる領域でも、生成 AI を概念理解や論点整理の補助として用いることは有効だとしつつ、実際の交渉や手続きの判断は専門家に確認する必要があるという線引きが語られた [B]。生成 AI の回答は検討の入口としては役に立つ一方で、そのまま運用に落とし込めるとは限らず、無料相談等を含めた司法書士や弁護士への相談と併用するという実践が示されている [B]。

「個人の資質」が問われる場面でも、線引きは明確になりやすい。大学入試や面接・評価といった場面では、生成 AI の利用が前提になるほど、本人の理解や能力を適切に評価しにくくなるという問題意識が示された [A, E]。そのため、生成 AI の出力をそのまま評価対象にすることは避け、必要に応じて人間が突っ込んだ確認を行うなど、評価のプロセス自体を調整する必要があるという見方が語られた [I]。

こうした線引きは、「感情」や「価値判断」をどこまで扱わせるかという使い分けとも結びついている。人に言いにくいことを生成 AI に相談できる点は利点として語られる一方で、重要な決断において熟慮や判断のプロセスを AI に委ねすぎると、後から検証や振り返りを行う際に、自分の判断として納得しにくくなるリスクがあるという指摘もあった [B, H]。このため、事実確認や定型作業、叩き台づくりでは生成 AI を使用しつつ、感情を重視する相談や重要な意思決定は人間が引き受けるという、役割分担の感覚が形成されていた [G, H, I]。また、相談に関しては、対人の相談が相手の反応や関係性を引き受けながら進むのに対し、生成 AI への相談は即時性や非対面性のメリットがある反面、相互性や責

任の所在が曖昧になりやすいという見立ても示された [B, J]。そのため、相談内容の性質に応じて、人に相談する場と生成 AI を併用するという使い分けが重要になる [B, J]。

あわせて、責任の所在に関する認識も、この線引きを支えている。誤りが生じた場合でも「最後は使用者の責任」として判断を引き取る姿勢が示される一方で [C]、社会的影響が大きい局面では、利用者だけでなく、組織側の運用設計や、提供企業側のガイドライン整備といった責任も重要になるという認識が示された [F, I, J]。生成 AI の利用が広がるほど、「AI にやらせた」こと自体が説明の仕方や納得可能性に影響し得るため、どの領域で、どの程度まで任せるかという線引きを、運用と一体で設計する必要がある [F, I]。

1 1. 2. 6. 導入時の摩擦：ルール不在・萎縮・炎上不安

ここでは、生成 AI を「使わない」理由が、能力や意欲の不足だけではなく、組織や社会の側にある不確実性によって生じている点に注目する。今回のインタビューでは、特に導入初期に、ルール不在や評価への不安が「とりあえず様子を見る」姿勢を生み、活用を抑制する摩擦として働いていた。

ルールが整っていないことは、単純に使いにくさにつながる。たとえば、職場で生成 AI のルールやガイドラインが未整備であるため、文書生成などを業務でどこまで使ってよいのか判断がつかないという戸惑いが語られた [A]。別のケースでは、組織としてルールやガイドラインを「作成中」であり、過渡期のため運用が定まっていないという状況も示された [J]。こうした不確実性は、便利さが分かっているにもかかわらず、業務利用を慎重にする方向に働きやすい [A, J]。

特に摩擦が生じやすいのは、「入力してよい情報／よくない情報」の線引きである。実務上は、個人情報や機密情報の扱いに不安を抱えつつ、やむを得ず名前等が混じる状態で利用してしまい「冷や冷やする」という語りもみられた [B]。一方で、社内では機密のランクに応じて「ここからは NG」といった感覚的な線引きを持ち、そもそも AI に載せる必要がない情報は入力しないという実践も示された [F]。また、マニュアルやガイドラインにより、何が OK で何が NG かを明示している組織もあり、こうした整備が進むほど「使ってよい」という安心感につながることを示唆される [D, E, I]。

さらに、社会的な反発や周囲の視線が、使い始めの「言いづらさ」として作用する場合もある。たとえば、生成 AI を導入しているにもかかわらず、反感や反発を招くことを恐れて「使っていることを言えない」状況が語られた [B, I]。また、出力をそのまま使うことに慣れると「ちゃんと仕事をしていると言えない感じになる」という感覚が示され、自己評価や職業倫理の側面からも躊躇が生まれ得る [B]。教育領域では、レポートや志望

理由などに生成 AI が介在すると評価が難しくなるという問題意識が示され、現場での運用設計（確認の仕組み、問いの設計）が必要だという見方につながっていた [A, I, J]。

以上のように、使い始めを阻む摩擦は、ルールの未整備、入力可否の不確実性、そして利用をめぐる「言いづらさ」として現れていた。これらは、後述するリテラシー支援や運用ルールの整備とも接続する論点である。

1 1. 3. 活用がもたらす主観的な変化

本節では、生成 AI の利用が、日々の作業の進め方や成果物の作り方にどのような変化をもたらししているかに焦点をあてる。とりわけ、効率化や創造性への手応えが語られる一方で、負担の質が変わることや、依存・思考力低下への懸念もあわせて示されていた。

1 1. 3. 1. 効率化：時間短縮の実感と「余白」の創出

効率化の実感が語られやすかったのは、議事録作成、メール起案、文章の構成、資料の叩き台作成といった定型度の高い作業である [A, B, D, F, G, I]。たとえば、会議の記録については、録音・記録データをもとに AI がメモや議事録を作成できるようになったことで、従来のように議事録作成に集中する必要が薄れ、会議中の発言や議論に意識を向けやすくなったという語りがみられた [I]。メールについても、送付前に文面を確認し、伝わりやすい表現へ整える用途で継続的に用いている例があった [A, D, F, G]。

時間短縮の度合いが具体的に言及された例もある。資料作成等の作業について、これまで 100 分程度かかっていたものが 20 分程度まで短縮されたと述べるインフォーマントもいた [E]。また、比較サイトや公式ページを行き来しながら情報を確認していた手間が減り、その分を別の用事に回せるようになったという語りもあった [B, C, E]。こうした「余った時間」は、家事や育児、休息など生活側へ回る場合もあれば [C]、他の業務に充てられることで結果として業務量が増える場合もあり得る [E]。

あわせて、効率化の語りには、心理的な障壁の軽減が含まれていた。文章作成や対外的なコミュニケーションにおいて、「この書き方でよいか」を確認できることで不安が和らぐ、あるいは人には持ち込みにくい内容を AI に打ち明け、状況や感情をいったん言語化して落ち着かせるという使い方が語られている [A, F, H]。たとえば、職場での相談では感情が先立ってしまいそうな内容でも、状況を説明し、伝えたい点を箇条書きにしてもらうことで、落ち着いて話せる状態を作れたという例があった [A, H]。また、返信文や依頼文の文面を整える際に、相手にどう受け取られるかを想定した言い回しを複数出させ、角の立たない表現を選ぶことで、対人場面での心理的負担が軽くなるという語りもみられた [F]。

1 1. 3. 2. 創造性：壁打ちによる視点の拡張

創造性への貢献としては、「答えを得る」というよりも、考えを進めるための壁打ち相手として利用する実践が目立った [E, G, H, I, J]。たとえば、AI に論点や反論の候補を出させ、検討の見取り図を作ったうえで、必要な局面で上司や同僚と議論することで、短時間で密度の高い相談につなげられるという語りがあった [I]。また、アイデア出しの段階で複数案を並べたり、別の観点を提示させたりすることで、思考の行き詰まりをほぐす用途もみられた [D, E, G, H, J]。

視点の拡張という点では、納得できない回答に出会ったときの扱い方が興味深い。複数の AI に同じ質問を投げて比較し、本人として納得できない助言が出た場合は、いったん立ち止まって考え直すという使い方が示された [B]。さらに、創作活動の文脈では、あえて AI に展開案を書かせたうえで、出力が納得いかない点を手がかりに「本人が本来書きたかった展開」を言語化し、オリジナルな観点をもとに書き直すという活用が語られた [G, J]。このように、AI の出力をそのまま採用するのではなく、思考のズレを可視化する装置として使うことで、結果として発想が前に進むという位置づけが示されている [B, G, J]。

1 1. 3. 3. 負担と懸念：生産性向上の副作用

一方で、生産性向上がそのまま負担軽減につながるとは限らないという語りもあった。時間短縮によって捻出された分が、重要度の高い仕事に充てられることで依頼が増え、結果として負担感が増すという指摘がみられた [E]。また、高い品質の成果物をより多く求められることが当たり前になり、翌年以降の期待水準がさらに上がっていくことへの懸念も語られた [E]。効率化が「余白」を生む一方で、同じ時間内での要求量が増えるというパラドックスは、主観的な負担として捉えられる可能性がある。

加えて、使い続けることで生じる不安として、「考える力が弱まるのではないか」という懸念が挙げられた。何でも尋ねれば答えが返ってくる環境に慣れすぎると、本人が考える機会が減り、能力や思考力の低下につながり得るという見方が示されている [B, F, H, J]。依存に関しては、そもそも依存しすぎないよう警戒しているという語りがあり

[B]、AI の肯定的な応答が強いほどのめり込みやすいのではないかと懸念も語られた [J]。また、生成 AI への相談は即時性や非対面性のメリットがある一方で、対人への相談のように相手の反応や関係性を引き受けながら進む構造が弱くなりやすく、そのことが利用の偏りや依存を助長し得るという含意も示唆される [A, B, J]。他方で、中毒的な依存は特に感じないと述べる例もあり [F, G]、受け止め方には幅がある。

さらに、効率化の裏側で、確認や調整の手間が増える可能性も示唆された。生成 AI の出力はそのまま使えるとは限らず、誤りやズレを前提に点検や検証を行う必要があるという経験談があり [B, C, F, H]、この点は「速くなるが楽になるとは限らない」という感覚とも結びつき得る。こうした新たな負担は、利便性の実感と並走しながら、利用の境界設定や運用ルールへの関心を高める要因になっている。

1 1. 4. 格差をめぐる認識と見立て

本節では、生成 AI の活用をめぐる、インフォーマントがどのような格差を想定し、どのような要因が影響すると捉えているかに焦点をあてる。ここで扱う内容は、インフォーマント自身の経験や身近な観察にもとづくものに加え、社会全体に関する見立てや懸念として語られたものも含む。そのため、以下は「格差の実態」を確定するものではなく、今後検証すべき論点や仮説の候補として位置づける。

1 1. 4. 1. 格差の要因に関する見立て：利用条件の差

格差の要因として語られたのは、年齢やデジタルツールへの慣れに関する見立てである。特に高齢層については、スマートフォン等のデバイスやサービス環境へのアクセスの差、日常的に使い慣れているかどうかの影響し得るという語りがみられた [A, C, D, J]。また、職場や身近なコミュニティで生成 AI の利用が広がっているかどうか、使い始めるきっかけや学習機会を左右するという見立ても示された [A, D, I]。

一方、職場環境の違いについては、セキュリティやガイドラインの有無が利用範囲に影響し得るという語りがあった。たとえば、社内の規則や提供ツール側の仕組みによって機密情報が外部に漏れにくい形が担保されている場合は、業務利用に移行しやすいという認識が語られている [F, I]。他方で、個人情報を取り扱う業務では、入力や取り扱いに注意が必要だという意識も示された [A, B, D]。このように、個人のスキル差というよりも、利用できる環境や許容される範囲の違いが経験の厚みに影響し得るという見立てが含まれていた [A, D, F, I]。

1 1. 4. 2. 若年層への懸念：基礎能力の習得機会の変化

若年層に関しては、教育現場での生成 AI 利用が学習プロセスに与える影響について、懸念として語られる部分が多かった。たとえば、生成 AI の利用が前提化すると、自分で考えたり調べたりして答えを探す経験が減り、学習の基礎となる力が育ちにくくなるのではないかという不安が多くのインフォーマントから示された [A, B, C, D, F, H, I, J]。ここでいう基礎となる力には、与えられた文章や課題を正確に読み取り、問いを立て、情報源に当たり、根拠の確からしさを確かめ、得た情報を比較・整理し、自分の考えとして筋道立

てて言葉にする力が含まれているという認識が語られている [A, B, C, H, J]。また、レポート等の作成に生成 AI が介在する場合に、本人の理解や思考のプロセスをどのように見極めるかが難しくなるという問題意識も語られた [A, B, D, I, J]。

他方で、若年層の生成 AI 利用を一律に否定するというよりも、使うこと自体は止めにくく、むしろ使い方を教える必要があるという立場も示された [C, G, H, I, J]。一定の条件のもとで生成 AI を適切に使いこなし、出力を検証しながら学習に活かすことも育むべき能力の一部として位置づけられている [G, H, I, J]。たとえば、高校段階までは調べ方や書き方そのものを身につける時期である一方、大学段階以降は責任を持って利用できる余地があるという見方が語られた [A]。このように、懸念は「利用の有無」だけでなく、どの段階で、どの用途に、どのようなルールと指導のもとで位置づけるかという論点として提示されていた [A, G, I, J]。

1 1. 4. 3. 支援としての活用：アクセシビリティと依存の懸念

一方で、生成 AI が特定の困難を抱える人にとって、支援的に機能し得るという語りもみられた。たとえば、発達障害特性に伴うコミュニケーション上の難しさを自覚するインフォーマントは、対人場面で起きた出来事や迷いを生成 AI に説明し、状況の整理や、相手にどう伝えるかの言い回しの候補出しに用いることで、次の行動に移りやすくなると述べている [A, F, G]。ここでは、生成 AI が「正解を出す」存在というよりも、考えや感情を言語化して組み立て直すための補助線として位置づけられていた [G]。

また、身体的負荷の軽減という観点では、更年期に伴う指の痛みがある状況で、音声入力を活用しながら作業の構成やタスクを言語化し、リスト化するなどの用途に助けられているという語りがあった [A, B]。さらに、行政手続き等においては、手続きの前提となる状況説明や要求をうまく言語化できずに「窓口の隙間に落ちがち」な人がいるという問題意識が示され、生成 AI が質問を通じて事情を整理し、必要書類や申請の手順を見通しやすくすることで、申請支援の入口になり得るという期待が語られた [J]。

ただし、支援としての有効性と並行して、依存や関係性の固定化に関する懸念も語られている。生成 AI は「何を言っても受け止めてくれる」と感じやすく、相談のハードルを下げる一方で [D, H, J]、肯定的な応答に寄りかかりすぎると、考えるプロセスや決断の引き取り方が弱まり得るという警戒も示された [B, H]。

1 1. 5. リテラシーとリスクへの向き合い方

本節では、生成 AI を利用する際に、インフォーマントがどのように情報の真偽を判断し、どのような工夫でリスクを抑えようとしているかに焦点をあてる。今回のインタビュー

一では、誤りを前提とした検証行動、入力情報の線引き、組織内でのルールや研修の受け止め、そして生成物の扱い方に関する実務的な工夫が語られた。あわせて、利用者側の努力だけでは解決しにくい領域があるという認識も示されている。

11. 5. 1. 信頼と検証：ハルシネーションへの向き合い方

ハルシネーションへの向き合い方としては、多くのインフォーマントにおいて、出力をそのまま信じず、確認や検証を前提に利用する態度がみられた [B, C, D, E, F, G, H, I, J]。具体的には、複数の生成 AI に同じ問いを投げて回答を比較する、あるいは最終的に一次情報に当たるといった検証行動が語られている [B, C, D, G, H, J]。確認先としては、公式ウェブサイトや信頼できる資料に当たる、専門書等で確認するといった方法が挙げられ、生成 AI はあくまで探索や整理の補助として位置づけられていた [H]。また、用途の重要度に応じて検証の強度を変えているという語りもみられ、低リスクの用途では出力を参考として受け入れつつ、重要度が高い場合には必ず裏を取るという使い分けが示唆される [C, F]。

一方で、以前と比べて最近では生成 AI の出力結果の正確性が改善されたという印象や、生成 AI が「嘘を言う」印象は強くないという語りもみられた [A, C, D, G]。この場合、低リスクの用途では出力を結果として受け入れ、必要になったときにのみ確認するという使い方になりやすい。もっとも、こうした「消極的な信頼」は、生成 AI の用途が高リスク側に寄った場合に誤りの見落としにつながりやすく、検証を前提とした使い方と比べて相対的にリスクが高くなり得る [C, F]。

精度を上げるために、プロンプトの工夫を行う例もみられた。たとえば「間違えたら人が死にます」といった強い前提を置いて慎重な回答を促す、条件を細かく指定するなど、利用者側で出力精度を制御しようとする姿勢が語られている [F, G]。ただし、プロンプトを工夫しても誤りが混入し得るという理解があり、最終的には検証を前提とするという認識が共有されていた [B, H]。

11. 5. 2. 不確実性への対処：セキュリティとプライバシー

セキュリティとプライバシーの論点では、入力情報の扱いに慎重な姿勢がみられた。具体的には、個人名や機密情報をそのまま入力しない、記号化する、固有名詞を抽象化して相談するなど、自己防衛的な工夫が語られている [B, D, G, F, I]。また、そもそも AI に載せる必要のない情報は入力しないという線引きを持ち、使う領域そのものを限定する例もみられた [F]。

加えて、入力内容に限らず、機密情報が画面上に表示されている状態で生成 AI を起動すること自体に不安を感じ、重要な業務中は生成 AI を同じ端末上で開かない、あるいは学生情報等を画面に表示したまま利用しないといった回避策を取る例もみられた [A]。この語りは、技術的な真偽の断定というより、どの情報がどこまで参照・収集され得るかが利用者側で十分に把握しきれないという不確実性が、実務上の慎重な運用につながっていることを示す。

他方で、利便性とのトレードオフとして、利用環境側でデータがどの程度収集され得るかを厳密に把握しきれないまま、日常的なアカウント連携や機能の自動提示を受け入れているという語りもあった [C, E, H, J]。特に、検索画面や既存サービス上で生成 AI 機能が標準搭載されるようになると、意識せずに接触・利用が増えやすく、リスク意識との距離が生まれ得るという含意が示唆される [C, H, J]。この点は、利用者のリテラシーだけでなく、事業者側の設計やガイドの提示のあり方とも接続する。

1 1. 5. 3. 学習の経路と支援：啓発授受経験と支援ニーズ

リテラシーを身につける経路としては、社内研修、同僚からの伝授、自己学習（動画、SNS、記事等）といった複数のパターンが語られた [A, B, C, D, E, F, G, H, I]。社内研修については、ツールの基本的な使い方や禁止事項を共有することで「使ってよい範囲」が明確になり、心理的ハードルが下がるという評価がみられた [A, I]。また、同僚の具体的な実践例やテンプレートを見て学ぶ方が、抽象的な説明より定着しやすいという示唆もある [H]。

役立った形式としては、長い解説よりも、短いチェックリスト、用途別テンプレート、禁止事項の具体例、ケーススタディのように、現場の判断に直結する形が支持されやすい [I]。一方で、欲しい支援としては、「入力してよい情報／よくない情報」の早見表、事実確認の手順（一次情報の当たり方、出典要求の仕方）、教育・行政・企業など領域別の運用例（やってよい／悪い、承認フロー）といった、実務で迷う点に答えるガイドが挙げられた [A, B, I, J]。特に、生成 AI の出力をそのまま使わないという原則だけでは現場の判断が難しく、具体の事例に即した「線引き」の提示が求められている [I, J]。

1 1. 5. 4. 透明性と運用：出典確認と AI 利用の明記

生成物の扱いに関しては、出力をそのまま納品しない、一次情報を確認してから使うといった運用ルールが語られた [F, I]。生成 AI は叩き台や整理の補助として有効である一方、出典が不明確なまま文章が整ってしまうため、誤りや不適切な引用が混入し得るという認識が示された [H, J]。このため、最終成果物は人間が確認し、必要に応じて出典を付し直すことが重要であるという見方が共有されていた [F, H]。

透明性の観点では、AI 利用の明記やクレジット表記の必要性に言及があった。とりわけ、外部向けの文書や成果物では、どの程度まで AI の関与を示すべきかが曖昧になりやすく、組織としての規範や方針が求められるという含意が示唆される [I]。一方で、生成 AI を用いたコンテンツに対する社会的な受け止め方は領域によって揺れがあり、特に画像生成などクリエイティブ領域では反発や忌避感が強いという認識も語られた [B, G, I]。実際に、画像生成 AI の利用が読者の印象を下げ得ることを理由に、利用を控えるという判断が示されている [B]。このため、明記・クレジット表記は単に制度を整備すれば済むというよりも、提示先や目的に応じた説明や運用判断とセットで検討する必要がある。あわせて、AI が生成したことを示す表示が著作権等の論点とも結びつき得るという認識も示されており [G, I]、透明性の確保とリスク低減、受け手の理解形成をどのように両立させるかが課題となる。現場では必ずしも統一されたルールがあるわけではなく、部署や用途によって運用が分かれ得るという前提も見て取れる [E, F, I]。

1 1. 6. 制度的整備と教育・行政への期待

本節では、制度的整備や教育・行政領域への導入に関する規範意識を扱う。ただし、インタビュー全体の温度感として、制度や規制に対して積極的な期待を寄せるというよりも、「必要性は感じるが実現は難しい」「規制しても抜け道がある」といった距離感がしばしば語られた。一方で、フェイク動画や著作権など一部の領域では、罰則を含む法的対応が必要だという意見もみられ、制度への評価は論点によって揺れている。また、国の制度よりも、提供企業側の対応や運用設計を求める語りもあった。

一方で、教育や人材育成の領域では、運用ルールや環境づくりの必要性が比較的実感を伴って語られた。さらに、人口減少や人手不足を見据えて、公共領域で AI を活用せざるを得ないという見方も示されている。以下では、制度への期待が限定的であるという前提を置いたうえで、現場の運用として語られた条件や期待を整理する。

1 1. 6. 1. 条件付きの運用：教育現場のルール設計

教育領域については、完全な禁止は現実的ではなく、むしろ正しい使い方を教えるべきだという意見がみられた [C, G, I, J]。そのうえで、学年や学習目的に応じた条件付きの運用が必要だという見立てが語られている [A, C, I, J]。具体的には、提出物において思考プロセスを明示させる、参照した情報源や文献を示させる、生成 AI に依拠した部分を自己申告させるといった条件を付すことで、学習の過程と評価の透明性を担保するべきだという見方が語られた [A, C, G]。また、生成 AI が介在することを前提に、課題設計や評価方法を調整する必要があるという問題意識も示された [A, I, J]。

同時に、生成 AI を使いこなし、出力を検証しながら活用すること自体を能力の一部として捉え、禁止よりもリテラシー育成に重心を置くべきだという見方もみられた [D, I, J]。この点からも、期待されているのは「上からの一律ルール」というより、現場で迷いやすい線引きを具体例で示すガイドや、教職員向けの研修整備など、運用を支える環境づくりである [I, J]。あわせて、年齢フィルタ等の技術的制限を含む対策の可能性に言及する語りもあった [C, H]。

1 1. 6. 2. 行政への期待：手続き案内の自動化とアクセシビリティ

公共サービス・行政領域については、制度改革というより、業務負担の軽減や手続き案内の効率化に対する期待として語られやすかった [C, E, F, I]。チャットボット等でよくある質問に答える、手続き案内を行うといった入口の自動化は進めてほしいという意見がみられた [B, I]。行政手続きについては、担当者による対応の差や、窓口での対応が負担になり得るといった問題意識が語られ、属人的な差異を減らす方向への期待とも結びついている [D, J]。また、公共領域は「全部 AI でよい」といった強い肯定もみられた [D]。

アクセシビリティの観点では、適切な言語化ができないために行政の支援にたどり着きにくい層、いわゆる「行政の隙間に落ちがちな層」への申請支援ツールとしての可能性が語られた [J]。ここで想定されていたのは、質問を通じて本人の状況を整理し、必要な情報の提供や次の行動につなげるための支援としての役割である。あわせて、人口減少や人手不足の中で、単純作業は AI に寄せていかないと制度運用が回らなくなるのではないかという見方も示された [H, I]。

1 1. 6. 3. 透明性と説明責任：ガバナンスと倫理的リスク

ガバナンスに関しては、倫理的懸念が語られる一方で、制度で十分にコントロールできるという期待は強くないという温度感もみられた [E, H, J]。生成 AI の設計や調整によって提供側の価値観が反映され得ることへの懸念が示され、「世論誘導」やバイアスのリスクとして意識されていた [G, I, J]。また、特定の国・地域の法制度や政治環境の下で提供される生成 AI サービスについて、フィルタリングや出力の偏りが生じ得るのではないかという不安を述べた語りもあった [D, G]。安全のための制限は必要だと理解しつつも、その基準が不透明な場合に不信感が生じ得るといった見方が語られている [J]。

一方で、制度的対応が必要だとして言及されやすかったのは、著作権やフェイク動画・音声の悪用など、個人の注意や自己責任だけでは抑えきれない領域であった [B, G, I]。悪用の文脈では、生成 AI で作成された文章が詐欺に用いられ得るといった認識も語られた

[B]。他方で、こうした問題も最終的には個人の注意に依存するという見方もあり [C, F, H]、制度的介入への期待は論点によって揺れている。

さらに、成人向けコンテンツの生成や会話に関する需要が存在する一方で、主要サービスでは制限されるため、非公式なツールやアングラ的な情報流通に誘導されやすいという語りがあった [G]。この領域はディープフェイク等の問題とも隣接し得るという認識も示されており [G]、フィルタリングや提供側の運用設計、透明性の確保をめぐる論点として位置づけられる。

また、利用履歴が回答傾向に影響し、偏りが蓄積し得るという指摘もあり、必要に応じて履歴の扱いを調整する実践が語られた [B]。以上を踏まえると、当面は制度だけで解決するというより、透明性の確保や運用上のガイド整備、提供側の説明責任、利用者側の検証行動の定着といった複数手段の組み合わせで折り合いをつける現実的な姿勢が示唆される [A, F, G, I, J]。

1 1. 7. 小結：本調査から得られる示唆と 2024 年調査結果との比較

1 1. 7. 1. 本調査から得られる示唆

本調査は、定量調査では捉えにくい生成 AI 導入判断の背景、活用の意味づけ、利用が日常に定着していく過程を、具体的な実践に即して把握することを目的とした。インタビューからは、生成 AI の利用が検索代替にとどまらず、要約、比較整理、構成案作成、論点整理、壁打ちといった思考工程の補助へ広がっている様子が確認された。また、複数の生成 AI ツールを併用し、目的に応じて使い分ける実践も一般化している。あわせて、既存サービスへの組み込みや、組織による有料アカウント配布など、利用環境の条件が定着と使い分けに影響することも示唆された。

主観的な変化としては、議事録、メール、資料作成など定型度の高い作業で時間短縮が語られる一方、その効果が必ずしも負担軽減に直結するとは限らず、期待水準の上昇による負担増や、点検・検証といった新たな作業が増える可能性も示された。心理面では、言語化支援や相談のハードル低下といった利点が語られる一方、依存への警戒や意思決定の引き取り方に関する懸念もみられ、生成 AI にどこまで任せるかという線引きが実務上の論点として浮かび上がっている。

リスクへの向き合い方は一様ではない。生成 AI の出力を鵜呑みにせず、複数ツールで照合したり一次情報に当たったりして確認するという姿勢は多くみられる。一方で、店探しや製品候補の整理など影響が小さい用途では、出力をひとまず参考として使い、違和感があった場合や判断に影響しそうな場合にだけ確認するという使い方もみられた。定量調査

の結果を読む際には、単に利用場面やリスク認知の有無を見るだけでなく、用途の重要度に応じて「どこまで確認するか」、どの情報源で裏を取るか、複数の生成 AI を比較するかといった検証行動の具体もあわせて把握すると、信頼性評価の解釈がしやすくなる。

セキュリティとプライバシーについては、入力回避や匿名化などの自衛に加え、どの情報がどこまで参照・収集され得るかを利用者側で把握しきれない不確実性が、慎重な運用や萎縮につながる例もみられた。啓発や支援ニーズとしては、抽象的な啓蒙よりも、入力可否の早見表、事実確認の手順、領域別の運用例など、現場で迷う点に直結するガイドの提示を求める傾向がみられる。

制度や規制に関しては、倫理的な懸念は語られるものの、制度的対応への期待は全体として強くはなく、当面は運用、教育、ガイド整備など複数手段で折り合いをつける姿勢が示唆された。一方で、教育や人材育成、行政サービスの効率化については必要性が比較的事実感を伴って語られ、条件付きの運用設計や支援の具体像が示された。

1 1. 7. 2. 2024 年調査結果との比較

2024 年調査は、生成 AI の利用経験（非利用・利用・習熟）が、期待やリスク認知とどのように結びつくかを把握することに比重があった。日常利用者に加え、利用経験のない協力者を比較対象として含め、概念理解や認識の差を捉える設計である。これに対し本調査は、積極活用層を中心とし、導入と定着の条件、主観的变化、運用上の工夫、支援ニーズ、制度に対する距離感といった点が語られやすい構成となっている。したがって以下の比較は、母集団の代表性を示すものではなく、論点の現れ方や語られ方の違いとして整理する。

両調査に共通して、利用開始は完全に自発的というより、業務上の必要や周囲の利用拡大など外的要因が背中を押す形で生じやすい。また、生成 AI を万能視しているわけではなく、効率化や負担軽減などをもたらす実利的ツールとしての期待が語られやすい。

一方で、本調査では、生成 AI 活用の具体性と運用の厚みがより明確に語られた。2024 年調査では接触や認知と利用経験の関係が中心で、リスクについては著作権やフェイク動画への言及が一部に見られる一方、プライバシー、セキュリティ、ハルシネーション等を自発的に挙げる例は限定的であった。これに対し本調査では、複数ツールの使い分け、検証行動の具体、入力回避や運用ルールの工夫などが行動レベルで語られ、啓発ニーズもチェックリストや領域別運用例など実務的な形で明確化している。

あわせて、本調査では生成 AI の出力結果について「以前より改善された」「嘘を言う印象は強くない」といった語りもみられた。こうした認識があるため、低リスク用途では確認が省略されやすいという含意も示唆される。さらに、生成 AI の出力がより自然で精緻に

なるほど、誤りが誤りとして気づきにくくなり、裏取りや点検に要するコストが相対的に増える可能性がある。この点は、検証行動の実態や検証負担の感覚とあわせて、定量調査と接続して捉えるべき論点である。

本調査では、2024年調査と比べて、生成AIの活用がもたらす効果やリスクが「具体的な実践」だけでなく、それを支える認識や感覚のレベルまで踏み込んで語られた点が特徴的である。まず心理面では、生成AIが助けになる、安心するといった利点に加え、依存への警戒、意思決定の引き取り方、相談における相互性や責任の所在といった論点が語られやすくなった。生成AIを使うことで気持ちが軽くなるという語りがある一方で、使いすぎることによって考える機会が減るのではないかと、重要な判断を生成AIに委ねすぎると後から納得しにくくなるのではないかと懸念も併せて示されている。こうした両義的な受け止めは、生成AIが「便利な道具」としてだけではなく、日常の意思決定や対人関係に影響し得る存在として位置づけられ始めていることを示唆する。

次に、格差の捉え方も整理が進んだ。年齢やスキルの差という見立てに加え、生成AIの利用環境として、組織の導入状況、アカウント配布、研修の有無、セキュリティ条件といった要因が、利用経験の厚みを左右する要因として語られやすくなっている。ここでは、個人の能力差というよりも「生成AIを利用できる条件の差」が格差を生み得るという見方が前景化している。

制度期待については、2024年調査でも行政による対応を求める声は目立たなかったが、本調査でも生成AIをめぐる制度への期待は強くはなく、倫理的懸念を抱えつつも現実的には運用とリテラシーで折り合いをつける姿勢が相対的に強い。一方で、著作権やフェイク、悪用など生成AIの個人利用だけでは対応しきれない領域に限って論点として言及され、最低限の制度的対応が必要だという認識がみられた。また、教育と公共サービスについては、生成AIの全面的な禁止や一律の規制というより、条件付きの運用設計や支援の必要が比較的実感を伴って語られている。

1 2. 文献調査

1 2. 1. 範囲と形式

本章では生成 AI に関連する文献の中から、利用に関連した研究、政策文書、利用に関する指針類、および利用事例に関する文献を選定、紹介する。全体としては日本で生成 AI の活用を推進することや、AI に関連したリスクを適切に抑制することを念頭に置いた場合に参考になるとと思われる文献を対象としている。細かい範囲設定については個別のセクションごとに補足する。

一般の文献レビューよりも読みやすいものとするため、変則的な形式を採用した。主要な文献については個別に箇条書きで特徴や主な知見をまとめつつ、それを補完するために、個別には紹介しなかった文献群の動向や理解する上で有益と思われる文脈などを解説している。

なお、原則として本章では生成 AI のみを扱っており、AI の語で生成 AI のみのことを指している。文献・資料によっては識別系 AI なども含めて AI を広く扱っているため、その際にはその旨を明記した。

1 2. 2. 概観

1 2. 2. 1. 我が国における利用の状況と経済的効果

利用率や用途に関する文献からは、AI 利用の度合いは日本が他の先進諸国より低いことが伺われる。比較的是っきりわかるのは日米独中を比較した総務省(2025)²¹ であり、一度でも AI を使ったことがある人の割合で見ると日本は他国の半分未満であった。日本の 20 代は他の世代よりも利用率がかなり高く、この傾向は他国と比べても顕著であることがうかがわれるが、20 代の利用率であれば米独とは 2 倍よりも若干低い程度の開きになっていた。

²¹ 総務省(2025)国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究の請負 成果報告書

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r07_02_houkoku.pdf

利用率や利用量との関連を分析した調査ではないが、日本は AI に関する全般的な不安が群を抜いて低いことが伺われる調査も存在している (Ipsos, 2024, 2025)²² ²³。これが強みにできる可能性があるかどうかは検討に値するように思われる。高齢者についてもまだ調査が乏しく、中国が高い利用率になっている可能性が総務省調査からうかがわれるものの、より詳細な検討をする価値があるように思われる。

利用の効果としては時間節約効果をもっとも測定しやすく、短期的に効果として実感しやすいものであることもあり、いくつかの研究が存在する。週に 5~7 時間程度、つまり大きい場合にはほぼ一日分の労働時間を節約できるケースがあることがうかがえる。日本についても同様である。比較的丁寧に設計された研究では、特定のタスクについて AI を利用する場合とそうでない場合などを比較し、時間節約や品質やクリエイティビティを評価した研究などがあり、経済効果のマクロ推計などの基礎資料としても活用されているが、これを収集・整理した研究でも 30 件に満たない数の研究しか確認されておらず、日本を対象にしたものも含め、より幅広い研究が望まれる状況になっている。例えば用途としてプログラミング、文章作成、情報の収集・整理、アイデア創出（いわゆる壁打ち）、データ分析などが比較的頻繁に言及されるが、情報の収集・整理やデータ分析についてはどういった場面でどの程度時間節約が可能になるのか、詳細は明らかではない。より複合的で複雑な活動に使う場合や、若者の間で増えている悩み事相談への利用、従業員や顧客の満足度への影響など AI 利用の効果はマイクロレベルで調査すべき課題が多い。

AI 利用がどの程度経済を大きく変動させることになるかについては、様々な研究がなされているが、マイクロレベルでの研究と違い、比較的效果が確認しづらい。マイクロレベルでは利用者が個別の業務・作業をする際には時間が節約でき、品質が向上したり、クリエイティビティの向上が見られたりする。対照的に、経済全体の効果として例えば失業や賃金の大きな変動などは見られないとする研究も多い。AI 導入が企業レベルでも成長や生産性向上などにつながっていないとする研究も存在している。こうした断絶の理由として、AI の普及には時間がかかること、特定の業務に使う時間が節約できてもそれが必ずしも工期全体の短縮につながっていないこと、などが考えられる。大規模な失業が起きていないことについても、AI 利用が人間の代替効果を持つとは限らず、人間を補完し、生産性を高め

²² Ipsos (2024). The Ipsos AI Monitor 2024: 30-country Ipsos global advisor survey. <https://www.ipsos.com/en-dk/ipsos-ai-monitor-2024-changing-attitudes-and-feelings-about-ai-and-future-it-will-bring>

²³ Ipsos (2025). The Ipsos AI Monitor 2025: A 32-country Ipsos global advisor survey. <https://www.ipsos.com/en-dk/ipsos-ai-monitor-2025>

ることで価格を下げたり、生産量を上げたりする場合もあることが理由として考えられる。

12. 2. 2. メンタルヘルスと AI 利用

ほかに AI 利用がメンタルヘルスや認知能力に有害であるかどうかについて、既存のメタ分析などを中心にとりあげた。認知能力については比較的研究の蓄積があり、AI 利用は批判的思考やクリエイティビティを含め様々なポジティブな効果をもたらす傾向が認められた。ただしどのような条件下でより効果が強く・弱くなるか、など詳細な検討は課題として残されている部分も大きい。学校教育以外の幅広く多様な文脈についてどれだけ適用できるのかわからない部分もあるように思われる。AI を利用することで考えることなどを怠けるようになるのではないかと、という感覚を持つ人は少なくないと思われるが、その感覚と研究が指し示す方向が逆であることは留意に値するだろう。感覚が間違っていると断言できるだけの決定的な証拠がそろっているわけではないため、より細かな検討は重要だが、政策決定の上では AI の認知能力への効果については短絡的な悲観を正当化する理由は乏しいように思われる。

メンタルヘルスについては既存の研究が乏しく、手法や報告内容の点で質が低い点がまず問題である。加えて、またある程度作りこまれたアプリや特定の使用方法がもたらす改善効果を研究している、生成 AI 以外の AI を利用している研究も多い、など既存の研究の知見がどこまで今日の研究に応用可能であるかを考えさせられる部分も多い。だが、生成 AI も適切な使い方をすることでメリットがデメリットを上回る可能性が十分ありそうには思われる。近年の生成 AI チャットの普及を踏まえた、より質の高い更なる研究が課題と言えるだろう。

仮に全体としてはメリットがデメリットを大きく上回るとしても、チャットアプリなどが予想外の挙動をして例外的にごく少数の人のメンタルヘルスをひどく損なうような被害をどのように食い止められるのか、といった疑問は残ることになるだろう。そこで、多くの人のメリットを制限して、メンタルヘルスの改善を制限してでも、少数の大きな犠牲者が出ることを防ぐべきなのではないか、といった経営・政策上の価値判断は残ることになると思われる。そのような判断により直接的に参考になるような判断材料の提供や、あるいはその難しいトレードオフをどのように回避・緩和できるのかの対策についての有効性評価を提供することは、今回レビューした範囲の研究からは十分にできているとは到底言い難い。

1 2. 2. 3. 利用の格差、促進・阻害要因

利用の格差に関する研究を見ると、おおよその傾向としては特に意外な知見がなく、男性、若年層、大卒者、都市部住民、高収入国、などに AI 利用率が高いことがうかがわれる。AI 利用は格差の文脈では「利用できる人ほど恩恵を受けやすい」という暗黙の前提で語られるが、その点注意が必要なのは AI による社会・経済の変動に対応するコストを払う必要があるのも地方より都市部、途上国よりも高収入国である、という点であろう。ほかに若年層と女性についてもややこの暗黙の前提の当てはまりが悪い可能性がある。すなわち、女性は男性より利用率が低い、女性の労働者に占める AI 普及によって影響を受けやすい職についている人の割合は男性よりも高い。若年層の利用率は高い傾向にあるが、自分以外の人々の AI 利用によって雇用が減ることになるのではないかと、という説がある。

利用の促進・阻害要因に関する研究は厳密な手法や報告の拡充が望まれる領域のひとつだが、ひとつ興味深い知見として企業・組織が主導して AI を導入する場合には自主的な利用に任せるよりも利用率が高くなり、利用効果も大きくなることを示唆する研究が複数存在する。この理由はいくつも考えられるところだが、自主的に利用する場合であれば自分の好みにフィットするものを選べる、使い方についても自分の認知特性や業務のやり方などに合わせやすい、といったパーソナライズのメリットを上回るメリットがいくつか考えられる。エンタープライズ版が個人利用版より性能が高いこと、組織が業務見直しなども併せて実施するために AI がより効果的に使えること、セキュリティポリシーなどの都合上利用が制限される度合いが低くなること、研修や実証実験などを通じて AI の効果的な使い方について組織の習熟度が上がりそれを踏まえた利用法が実践できること、利用者間の情報交換を通じて習熟度が高まりやすいこと、などである。これらを断言できるほどのエビデンスがそろっているとは言い難い状況だが、利用推進において一考に値する可能性であるように思われる。

1 2. 2. 4. 日本および海外の AI 政策・ガバナンス動向

政策・ガバナンス動向について見ると、日本は米国や EU との路線の違いがより明確になりつつあるように思われる。米国は党派対立が深刻化していることなどにより議会の立法機能が低調であり、大統領令と州法が制度形成を担っている度合いが高いが、州法には積極的な規制を進めようとするものもあり、大統領府との協調はとれていない。州ごとに様々な法規制ができるという分散型の統治構造は、多様な試行錯誤の中から優れた制度やそれを支える考え方、概念などが台頭して来るメリットもあるが、それには時間がかかると思われる。AI ガバナンスの最適解は技術や産業動向などの変化と共に移ろう度合いが高いこととの相性が悪い面もあるだろう。AI は州ごとに提供されるわけではない場合が多く、提供者側にとっては法の遵守コストが重くなり過ぎる可能性もあるだろう。

EU は AI 法を制定し禁止、罰則付きの義務なども含めた制度を形成している点が注目されることが多いが、それを実効性のあるものにするための重要な細部は標準化などマルチステークホルダーの合意形成プロセスを経て定めるものもある。これは政府に不足しがちな技術やビジネス、利用者などの事情を踏まえた決定を行うことや、必要に応じてある程度柔軟に内容を調整する可能性も提供する強みもあるだろう。ただし、そもそも AI 法の規定が煩雑すぎた可能性について EU で議論があり、実際に施行の先送りや一部簡素化などが提案されるに至っている。米国と EU は、それぞれ放任寄り、規制寄りの動きに対する反動が起きていると見ることもできるだろう。日本では米国と異なり立法府を通じた AI 法の制定はしているが、同時に既存の法で既に違法である行為以外に違法行為を定めることはしていない。

日本のガバナンスは、既存法を除くと法的拘束力を持たせないガイドライン類を中心にしている。これが EU や米国に比べて優れたアプローチになるかどうかは自明ではないが、変化の激しさへの対応がしやすいこと、多様な利害関係者の持つ意向や情報を取り入れた制度形成がしやすいことなどがメリットになる可能性はあるだろう。日本企業は、大企業であればこうしたガイドラインを遵守する傾向が強いとか、ベンチャー企業であっても国内投資家や顧客などからガイドライン遵守を求められやすいといった傾向もあるだろう。そこで、ガイドラインの過剰な尊重・硬直的な遵守が起こらないかには注意が必要だろう。主要な AI モデルの開発は米中欧の企業に担われていることも多い中、それらの企業が日本のガイドラインを適度を守る程度に終始するとしたら、日本企業にとっては不利になる可能性もあろう。そうであっても、欧州や米国に比べると柔軟性や予測可能性が高く、開発や事業展開がしやすい国である、ということになる可能性はあるだろう。

国際的な面に注目すると、日本は 2023 年 G7 広島会合をきっかけに国際的なプレゼンスを高めることになったように思われる。この取り組みに G7 の構成国を超えた広がりが見られる点が目玉になる。広島プロセスフレンズグループとして 60 以上の国や地域と 40 以上の企業や組織が賛同しているグループがあり、広島 AI プロセスを通じて策定されたガイドラインの普及などガバナンス上の協調をする効果を持つことになると思われる。日本はこのフレンズグループにおいてもリーダーシップをとる立場にある。日本とアジアの近隣諸国との関係は友好的なものもそうでないものもあるが、世界的には中国、EU、米国と異なる立ち位置にある国として注目をされることがあり、例えば日本市場でサービスを展開する企業は同時に他の多くの国でもサービスを展開しやすくなる、といったガバナンスの共通性に根差したメリットをある程度生み出せる可能性もあるのではないかとされる。AI に関するガバナンスは既存の法によっても大きな影響を受けるため、それらの法体系が大きく異なっていればこのようなメリットは大きな意味を持たない点は注意が必要だろう。また、本稿の執筆を終えようとしている 2026 年第一四半期時点では、世

界の外交情勢は大きく揺らいでおり、日本が多くの国から友好的なパートナーや信頼できる国と受け取られるかどうかは自明ではないように思われる。

加えて中国、EUなどが経済安全保障上の観点から自国・自地域内での重要インフラの自立的確保を重視する度合いが高まっている点も、近年の重要な動向であろう。このような動きが広がれば、日本にとっての輸出先が狭まり、また日本が同様の傾向を強めれば日本国内での競争が弱くなることにもなる。経済安全保障への関心の高まりはいくつもの正当な理由があつてのことだが、どこまでを自国で完結させ、どこまでを信頼できるパートナーとの取引によって完結させ、どこまでを一般的な自由貿易・競争に委ねることになるかは、日本における AI 利用や開発を大きく左右しうるだろう。

日本の立ち位置を超えて、AI ガバナンスについて一般的な動向を述べるならば、国際協調が望ましく、AI の開発・提供者に負担をかけすぎればイノベーションの効率が落ち、適切なリスク抑制策がなければ被害を生んだり、市場ニーズに応えられないことがある、といった点を踏まえて設計することが望ましいと考えられるが、ではどのようなリスクのどのような抑制策が望ましいか、どの程度の国際協調が可能になるのか、などについてはまだ明らかになっていない点が多い。ただし、政策の主な手段としては、リスクについての点検、リスクに関する情報の整備、開示や公開、など国や地域を超えた共通性が見られるようになって来ている。また、様々な有望領域（製造業、科学研究、など）における AI 利用の促進、AI モデルを開発するにあたって現状ボトルネックとなりやすい人材、データ、計算資源、電力などの整備・増強といった AI 推進系の政策も多くの国・地域で見られる。

12. 2. 5. 現状の利用事例

利用事例を参照すると、事例は必ずしもどのような領域であっても費用対効果や具体的な施策の内容が豊富にあるというわけではない。ただ、利用率が乏しい領域であると思われるような一次産業や医療・ヘルスケア領域も含めて様々な利用例は既に存在していることは確認できる。

利用に関するガイドラインや啓発資料は、公共性の高い主体によってとりまとめられオンラインで無償公開されているものに限定しても、国内では既に幅広く存在しているが、利用事例の幅広さに比べると狭いことがうかがえる。リスク対策、用途や効果の理解、AI についての基本的な理解、使い方の工夫やコツ、関連する法制度の解説、などを幅広くカバーしたものが全ての領域に豊富に存在しているとは言い難い。また、教育分野については例外的に、日本でも米国でも研修用のビデオや資料まで存在しているが他の分野ではそこまでの充実ぶりは見られない。また、英語圏も含めて、AI の効果的な利用にあたって業務や組織をどのように見直すとよいかについてはあまりガイダンスが見当たらない。これ

は ICT 導入や DX 全般のガイダンスに吸収されるものであるためというところもあろう。だが、生成 AI に特に興味を持ちそこを入り口としてデジタル技術活用を進める例も（生成 AI が非常に使いやすいインターフェースを備えていることもあって）少なくないと思われるため、そのようなガイドラインの拡充も望ましいだろう。

1 2. 3. 利用に関する文献

1 2. 3. 1. テーマの範囲

本節では AI 利用の実態やその効果を調査した文献などの知見を解説し、その含意について整理する。生成 AI はとりわけ性能の向上が目覚ましいと思われることから、主に 2024 年後半以降の AI 利用を扱った文献を対象とする。これは主要なモデルでは ChatGPT がバージョン 4 から 4o へアップグレードされた頃以降、Copilot も 4o を統合している状況、Claude は 3.5 Opus に加えて Sonnet が提供された頃以降、Gemini は 1.5Pro がリリースされている状況、ということになる。

このように限定した場合でも文献の数は膨大である。そこで範囲を更に絞り込み、利用率や用途、利用から得られる効果（ネガティブなものも含む）、利用の格差、利用の促進・抑制要因と大きく分けた上で、特に利用効果については政策的な関心も高く、研究の量が多い経済効果について多くとりあげるようにした。ここには業務利用による時間節約や品質向上、企業の売り上げ増加、経済の成長、雇用の増減や賃金格差への影響などが含まれる。より細かな範囲についてはそれぞれの項目の冒頭に若干の案内を付した。他に、同じく政策的関心が高いと思われるテーマの中から、比較的多くの実証研究があるように見える分野として AI が人の認知スキルや学習にもたらす効果（例えば AI を使っていると思考能力が落ちるのではないか、といった疑問）に関わる研究を若干紹介し、あまり研究が豊富ではないながらも重要な課題としてメンタルヘルスへの影響についての研究を若干とりあげた。

1 2. 3. 2. 文献の範囲

扱う文献はデータを分析するタイプの文献（いわゆる実証研究）をとりあげることにした。論説や理論研究などよりも現状の理解に直接的に貢献するところが多いと考えたためである。その解釈・理解に際しては一部理論研究や論説なども参照したが、数が膨大であることから体系的・網羅的なレビューは断念している。この点をより重点的に掘り下げることにも価値があるだろう。実証研究を中心に取り上げることのもう一つの帰結は、既存のモデルやデータがあまりにも通用しづらいシンギュラリティや超人工知能のような話題

に切り込む研究が少なく、むしろ現状の延長線上に想定しやすい側面に注意が集中しやすい点であろう。これも本章の大きな限界と言える。

査読済みの研究論文に限定せず、ワーキングペーパーなど速報性が高いために直近の生成 AI の利用に関する動向を報じているものも含むこととした。その一つの帰結として、知見の精度は落ちることになると思われる²⁴。また、AI 開発企業の利用実態分析（独自の大規模な利用データを扱っている）、経営コンサルティング企業の報告書（通常のアンケート調査ではリーチしにくい企業経営者の意見を扱うものも多い）なども独自の強みがあることから対象とした。分析手法や情報開示量から見るとこれらの文献は、学術系のワーキングペーパーと比べても実証的なデータの裏付けが乏しいかあったとしても報告が限られており、仮説検証よりも仮説提示的な性質が強いものが多い点は留意が必要だが、多くの判断材料をタイムリーに提供できる傾向にある。文献としては変則的ではあるが、日本ではシンクタンクや民間の研究所が調査結果について報告書を公表せず、プレスリリースやブログ記事のような形でのみ公表する場合がある（報告書は別途有料で提供している場合も、提供していない場合もある）。これらについても、本稿の観点からはタイムリーで、参考になる情報を含み、少なくとも調査対象者やその規模などが開示されている資料はとりあげることにした。

文献は日本語圏と英語圏のものをとりあげたが、経済効果研究はアメリカ経済をベースにしている部分が多く、日本を対象にした研究例はある²⁵が少ないようだ。認知・学習関連研究は中国を対象にしたものが多い。解釈にあたってはどちらも注意が必要になる部分がある。

²⁴ 学術研究はしばしば実施に時間がかかるが、それに加えて査読を通じた出版までに時間がかかる。例えば AI 利用がもたらす効果についての有名な論文のひとつ、Brynjolfsson らによる 2025 年の研究は 2 月に公表されているが、元になった実験（ランダム化比較試験）の実施は 2020 年 10 月～2021 年 5 月であり、GPT-3 を用いている。

²⁵ 新田堯之 (2024). 「生成 AI が描く日本の職業の明暗とその対応策: AI と職業情報を活用した独自のビッグデータ分析」 大和総研調査季報 = DIR research quarterly review, 54, 38-71. https://www.dir.co.jp/report/research/economics/japan/20240425_030145.html; Tabuchi H, Nakajima I, Day M, Yoneda T, Tanabe M, Strang N, Engelmann J, Deguchi H, Akada M, Moriguchi T, Nakaniida Y, Tsuji H. (2024) Comparative educational effectiveness of AI generated images and traditional lectures for diagnosing chalazion and sebaceous carcinoma. Scientific Reports, 2024 Nov 25;14(1):29200. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-80732-4>

1 2. 3. 3. AI 利用の概観

日本における AI 利用の現状と用途については、インテージによる 2 種・3 次の比較的大規模な利用者調査^{26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39}、日本情報経済社会推進協会

²⁶ インテージ(2025a) 2025 年最新データに見る生成 AI 利用実態と「共感」への意識変容, 11.25, <https://gallery.intage.co.jp/genai202511btoc-1/>

²⁷ インテージ(2025b)生成 AI を活用した新しい検索のかたち, 12.02, <https://gallery.intage.co.jp/genai202511btoc-2/>

²⁸ インテージ(2025c) 2025 年最新データに見る生成 AI のビジネス現場での浸透と拡張, <https://gallery.intage.co.jp/genai202511btob-1/>

²⁹ インテージ(2025d) ビジネスにおける生成 AI による情報収集の行動変化と実務貢献, <https://gallery.intage.co.jp/genai202511btob-2/>

³⁰ インテージ(2025e). 多様化する生成 AI のビジネス利用:生成 AI 利用実態調査 2 回目 ビジネスパーソン編②, <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btob-2/>

³¹ インテージ(2025f). 生成 AI は「日常ツール」になりつつある?: 生成 AI 利用実態調査 2 回目 生活者編① <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btoc-1/>

³² インテージ(2025g). 生成 AI サービス別ユーザー特徴: 生成 AI 利用実態調査 2 回目 生活者編② <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btoc-2/>

³³ インテージ(2025h). ログで見る生成 AI 利用の変遷: 生成 AI 利用実態調査 2 回目 生活者編③ <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btoc-3/>

³⁴ インテージ(2025i). 日常生活における生成 AI の浸透実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編① <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-1/>

³⁵ インテージ(2025j). 学生の生成 AI 利用実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編② <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-2/>

³⁶ インテージ(2025k). 生成 AI の現状評価と使用者のニーズ: 生成 AI 利用実態調査 生活者編③ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-3/>

³⁷ インテージ(2025l). 生活者の視点から見た生成 AI 市場の現状: 生成 AI 利用実態調査 生活者編④ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-4/>

³⁸ インテージ(2025m). 生成 AI への期待と実情: 生成 AI 利用実態調査 ビジネスパーソン編② <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btob-2/>

³⁹ インテージ(2025n). 生成 AI サービス別利用状況: 生成 AI 利用実態調査 ビジネスパーソン編③ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btob-3/>

(JIPDEC)⁴⁰ ⁴¹や日本情報システム・ユーザー協会 (JUAS)⁴² ⁴³といった業界団体の調査などのお陰もあり、かなり多面的に知見が得られている。未成年者については情報が少ないが日本については NTT ドコモ モバイル社会研究所⁴⁴ ⁴⁵ ⁴⁶ ⁴⁷ ⁴⁸ ⁴⁹の調査が 15 歳以上を範囲とした調査を行い貴重な手がかりを提供している。

AI の利用率は国際的に合意された測定方法がなく、頻度や期間をどう設定するか（過去 3 カ月に 1 度だけ利用した人を利用者とカウントするか、など）によって数字は大きく異なる。AI は検索エンジンやビデオ会議ツールなど多様なツールに組み込まれておりそれらを利用者が把握し、想起できるとも限らない。企業の AI 利用率については、全社的でない

⁴⁰ 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) 生成 AI の活用成果の実態とセキュリティ課題への取り組み状況:「企業 IT 利活用動向調査 2025」結果報告, https://www.jipdec.or.jp/library/report/o66i7e00000015pm-att/20250314_s01.pdf

⁴¹ 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) 「企業 IT 利活用動向調査 2024」集計結果, https://www.jipdec.or.jp/library/report/m0p0h600000000x1m-att/20240315_s03.pdf

⁴² 日本情報システム・ユーザー協会(2025). 企業 IT 動向調査 報告書 2025: ユーザー企業の IT 投資・活用の最新動向 (2024 年度調査), https://juas.or.jp/cms/media/2025/04/JUAS_IT2025.pdf

⁴³ 日本情報システム・ユーザー協会(2024). 企業 IT 動向調査 報告書 2024: ユーザー企業の IT 投資・活用の最新動向 (2023 年度調査), https://juas.or.jp/cms/media/2025/01/JUAS_IT2024.pdf

⁴⁴ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025a) 生成 AI に「不安を感じている」人は全体で 29%、10 代では半数以上 <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20250804.html>

⁴⁵ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025b) 仕事・学業において生成 AI を「利用したことがある」人は 20%、利用したことがない理由で最も多いのは「必要性を感じない、興味関心がない」で 50% <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20250901.html>

⁴⁶ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025b) 仕事・学業において生成 AI を「利用したことがある」人は 20%、利用したことがない理由で最も多いのは「必要性を感じない、興味関心がない」で 50% <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20250901.html>

⁴⁷ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025d) 生成 AI を利用する端末、10 代の約 8 割はスマートフォンから <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20251020.html>

⁴⁸ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025e) 生成 AI をよく利用する人ほど外向的で新しもの好きな傾向 <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20251201.html>

⁴⁹ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025f) 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 <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20260115.html>

利用、従業員の自主的な利用などの扱いも調査によってばらつきがちであり、これらを企業の回答者が正確に回答できるかどうかの問題も発生しやすい。そこで単一の調査で国際比較をしているものを参考にすることが比較的重要になる。これに該当する重要な研究は総務省(2025)⁵⁰によって行われている。サンプルのとり方などにやや特徴がある調査ではあるが、日本の利用率の低さがよくわかる結果となっている。

もっとも、Ipsos の調査⁵¹⁵²からは、日本は AI に対する全般的な不安が他国より圧倒的に弱く、潜在的には AI 普及が進みやすい例外的な国なのではないか、あるいは、少なくとも何かの強みがここにあるのではないかと、とも思われる。(ただし、より具体的な点について楽観的であるとか、信頼をしているとは限らず、総務省(2025)の類似の調査でもその点は同じである。)

用途を見ると、プログラミング、文章作成、情報収集・整理、アイデア創出(いわゆる壁打ち)、データ分析、といったものが繰り返し登場する。ショッピングや予約、スケジュール調整といったエージェント AI を使う用途については、主要な調査に用途としてあがってくるほどではないと思われる。年齢によって用途に違いがあることがいくつかの調査からうかがえるが、若年層については若干の調査があるが後期高齢者についてはそもそも調査対象から除外されていることが多い。日本は 65 歳以上が人口の 30%程度を占める国であるため、後期高齢者にとって生成 AI はどんな風に役に立つのかを検討することにも意味があるように思われる。海外でもこの点についての調査が見られないため、国際競争戦略上も意味のある位置づけを与えられることも考えられるのではないだろうか。(ただし、総務省調査によれば一度でも AI を利用したことがあるかどうかを基準にした場合には中国の 60 代は他国より多い割合で AI を利用しており、日本の 4 倍程度になる点は留意する必要がある。)

AI 利用の効果は、利用から利用者が直接得られる時間節約については比較的わかりやすいが、それが利用者の業務・業績・労働時間などをどう変えるのか、企業組織レベルで業

⁵⁰ 総務省(2025)国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究の請負 成果報告書

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r07_02_houkoku.pdf

⁵¹ Ipsos (2024). The Ipsos AI Monitor 2024: 30-country Ipsos global advisor survey.
<https://www.ipsos.com/en-dk/ipsos-ai-monitor-2024-changing-attitudes-and-feelings-about-ai-and-future-it-will-bring>

⁵² Ipsos (2025). The Ipsos AI Monitor 2025: A 32-country Ipsos global advisor survey.
<https://www.ipsos.com/en-dk/ipsos-ai-monitor-2025>

績が変わるのか、など視野を時間的・対象範囲的に広げていくほど不明瞭な部分が多い。研究の数はここ2年ほどに限定しても膨大であり、本章でも多くをとりあげたが、近年の動向が続くのであれば議論・検討がまだまだ続くことになると思われる。

時間節約はAIのもたらしうる様々な効果の中で最も調査されているが、厳密に実施された調査は決して豊富とは言えない。ごく一部の業務について、比較的厳密な手法が用いられ、その更に一部だけが査読を経て出版されている状況にある。マクロ経済効果推計などでこの手の研究が参照され、AIが個々のタスクをどれだけ効率化するか的前提を決める際の基礎資料として利用されるが、そこで挙げられる研究の本数は10本に満たないことも多い。比較的広く収集・整理した研究でも25本程度である。日本における研究も含め、AI利用が業務の時間短縮や質の向上をどのようにもたらすかについて、より多くの実証研究がなされることが政策にとっても、AIを導入する企業やその支援に関わる企業にとっても望ましいように思われる。

ただし、一人当たりの平均的な効果が今後増加するか、減少するかについてはあまり議論がない。AIを最も有効に使えるような業務・業界はすでにAIを採用しており、今後はより効果が上がりにくい業務やAI利用のスキルがより乏しい層などへの拡大になると考え、普及率の上昇と共に一人当たりが受ける平均的なメリットは下がっていくとする意見もある。逆に、AIの性能向上、専門特化型のAIの発達、利用上の工夫やスキルの向上、業務フローや組織の再設計などによるAIの特性を生かした組織への変化、などによって今後はより効果が大きくなるとの考えもある。

そもそもAIの普及率が拡大することになるか、性能が向上することになるかどうかはあまり既存の研究で多角的に検討されていない点だが、現在はシェア獲得競争のための巨大な投資と安価な提供が起きており、いずれ競争の形が変わると思われる。高度なAIの価格が上昇する・無料で使えるAIの性能・利用量が制限される、といった高コスト化の方向も考えられるが、ウエイトなどのデータが公開され利用可能になっているものを（蒸留、量子化などの方法により）より安価・軽量に、デスクトップPCなどで利用できるようにするといった低コスト化の方向も考えられる。高コスト化が起こればAI普及率が伸び悩み、利用量が減少するなどの可能性がある。あるいは多くの利用者が低コストな選択肢を選ぶが、それが先端AIモデルよりも低性能であるために結果としてメリットが縮小するということも考えられる。

もっとも、これが例えば、「インクとペンに代えてワープロを使うこと」、などであれば効果についての細かな測定など特に必要ないではないか、ということになろう。AIの文脈でこのような調査や推計が盛んなのは、それがどういった層に失業をもたらすのか、賃金を抑制する圧力を生むのか、リスキリングなどの政策対応がどのくらいの規模で

必要になるのか、数々のリスクに見合うメリットがあるのか、といった社会問題や政策についての関心と結びついているからだ。

雇用や経済成長、生産性向上など経済への影響研究は米国で最も進んでいる。その最も目立った傾向を一点だけ挙げるとするなら、経済全体のレベルで観察されるような AI の影響は存在しないか、かなり限定されたものに留まるが、ミクロレベルでの影響測定や利用者アンケートからは大きな影響も見られ、それらを元に経済全体への影響を推計すると前提条件によってはかなり大きな影響が予測される、というものになるだろう。

米国では、どの職業にどのような業務の遂行が必要とされるかについての膨大かつ継続的に更新されているデータベースが存在するという強みがあり、それを活用しつつ、AI が遂行できそうな業務を特定していく中から、どのような職業が AI の影響を受けやすいかの基礎研究がされている。こうした研究は生成 AI の台頭以前、機械学習系の AI の研究の時代から行われてきている。それらをベースに、AI の経済全体への影響も推計される。

EU を扱ったものも含めて、こうした研究は米国を対象に積み上げられてきた研究をベースにしてきている。日本と米国では、職業別に求められるタスクにも違いがあると思われるが、その違いを埋めるための研究は乏しい。職業とタスクについてのデータベースは米国にならない日本版も 2020 年から整備され、これを活用しつつ生成 AI への影響を研究したものに新田(2024)⁵³に集約されている一連の文献がある。

米国では Acemoglu(2024)⁵⁴ の比較的シンプルな手法を用いた推計が特に影響力を持った。手法が採用しやすかっただけでなく、そこで出された結論が AI の効果が非常に小さいというものであった点も、一因であろう。それを参照しつつも、雇用、格差、経済成長などについて様々に異なる仮定や手法上の工夫を採用した推計が行われてきている。日本にはその厚みが乏しい点は気になるところである。

1 2 . 4 . 生成 AI の利用率と用途に関する研究

ここでは生成 AI の利用率と用途を示す研究について紹介する。利用率の内、格差として問題にされやすい知見、例えば男女別、国別などの利用率については利用の格差のセクションでとりあげる。利用率の差についての研究であっても産業別、職業別利用率などのよ

⁵³ 新田堯之 (2024). 「生成 AI が描く日本の職業の明暗とその対応策: AI と職業情報を活用した独自のビッグデータ分析」 大和総研調査季報= DIR research quarterly review, 54, 38-71. https://www.dir.co.jp/report/research/economics/japan/20240425_030145.html

⁵⁴ Acemoglu, D. (2024) Simple macroeconomics of AI. National Bureau of Economic Research Working Paper No. w 32487 <https://doi.org/10.3386/w32487>

うに格差問題と結び付けられることが少ない観点からの知見についてはこちらのセクションでとりあげる。

1 2. 4. 1. 利用ログ解析から見える用途と利用率

1 2. 4. 1. 1. Handa et al. (2025)⁵⁵

- Claude の利用データ (conversations) を分析することにより、同モデルがどのようなタスクに用いられているかを分析したものである。利用データは 2024 年 12 月から 25 年 1 月にかけてのものである⁵⁶。
- 職業別内訳を見ると、コンピュータ及び数学関連の職(37.2%)、アート・デザイン・エンタメ・スポーツ・メディア関連の職(10.3%)、ほか教育、ビジネスとファイナンス、事務管理などが多かった。
- タスク別内訳を見るとプログラミングに関する利用が特に多く、他に文章執筆に関わる利用が多い。この両方で半数ほどの利用を占めることになる。

1 2. 4. 1. 2. Appel et al. (2026)⁵⁷

- Claude の利用データを分析したものである。2025 年 4 月～11 月の利用データ分析からは次のような結論を出している。
- ソフトウェアプログラミングなどコンピュータと数学に関連したタスクは Claude の一般利用の 3 分の 1、企業向け API サービス利用の 50% を占める。
- 一般利用者の用途として 25 年 11 月時点で 2 番目に多いのは教育と図書館のカテゴリーに属するタスクで一般利用の 15% を占める。他にアート・デザイン・エンタメ・スポーツ・メディアのカテゴリーに属するタスクが 10% 程度、オフィス・事務管理のサポートが 8% 程度となっている。

⁵⁵ Handa, K., Tamkin, A., McCain, M., Huang, S., Durmus, E., Heck, S., ... & Ganguli, D. (2025). Which economic tasks are performed with AI? Evidence from millions of Claude conversations. arXiv preprint arXiv:2503.04761.

⁵⁶ 分析の種類により期間が異なるが短くて 7 日間、長くて 20 日間程度の利用期間から、50 万件または 100 万件のやりとりを抽出して解析している。

⁵⁷ Appel, R., Massenkoff, M., McCrory, P., McCain, M., Heller, R., Neylon, T., & Tamkin, A. (2026), Anthropic Economic Index report: economic primitives, 2026.01.15. <https://www.anthropic.com/research/anthropic-economic-index-january-2026-report>

1 2 . 4 . 1 . 3 . Chatterji et al. (2025) ⁵⁸

- ・ ChatGPT の利用データを解析している。2024 年 5 月～25 年 6 月にかけての利用からの無作為抽出である。様々な分類枠組みに従って次のような割合であったことを報じている。
- ・ 仕事利用は 2024 年 6 月は全体の 47%、翌 25 年 6 月は 27%と割合が大幅に減少している。
- ・ 仕事利用の 40%は作文であった。
- ・ 実用的な案内、情報検索、作文の 3 種の利用でほぼ 80%になる。なお、実用的な案内は、利用者の個人的な状況・ニーズに合わせた案内で、情報検索は利用者にとっても他の者にとっても同じ内容になるような情報の提供を指している。
- ・ プログラミングは全体の 4.2%と Haneda et al. (2025)とはだいぶ異なる。Claude はプログラミングに用いられることが多く、ChatGPT はそうではない、といった違いがあるため、ということが考えられるだろう。
- ・ 用途を尋ねること、行うこと、表現すること、の 3 種に分類するとそれぞれ 49%、40%、11%の割合になる。ここで表現することは、例えば詩を書くように指示を出すようなことではなく、利用者が自分の気持ちなどを入力することを指している。また、アドバイスを求めることは尋ねることに分類されている。
- ・ 様々な職業で必要とされるタスクの分類を Occupational Information Network (O*NET) の Generalized Work Activities に基づいて行い、利用頻度の分布を調べたところ、情報の取得(19.3%)、情報の意味を他人のために解釈する(13.1%)、情報の記録(12.8%)、他人へのアドバイス提供や他人の相談にのること(9.2%)、クリエイティブに考えること(9.1%)、意思決定や問題解決(8.5%)、コンピュータを使って仕事をする(4.9%)、情報が少なく分類するには曖昧過ぎる(4.5%)、データや情報の分析(3.4%)などが主な内容だった。

⁵⁸ Chatterji, A., Cunningham, T., Deming, D. J., Hitzig, Z., Ong, C., Shan, C. Y., & Wadman, K. (2025). How people use chatGPT (No. w34255). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w34255>

12.4.1.4. Tomlinson et al. (2025)⁵⁹

- ・ 2024年の1月～9月のCopilotの米国の利用データ20万件（会話1つを1件とカウント）を解析したものである。AIが利用者の補助に使われている場合と、AIが行動する形で使われている場合を分けてそれぞれの内訳を見ている。
- ・ 補助的な使い方の場合には情報収集、作文、他人とのコミュニケーションに使われることが多い。
- ・ AIが行動する形で使われている場合にはコーチ、アドバイザー、教師などとして用いられている。

12.4.1.5. Costa-Gomes et al. (2025)⁶⁰

- ・ 2025年1月～9月のCopilotの個人契約者の3750万件の会話を分析している。
- ・ 話題として最も多かったものはテクノロジー、仕事とキャリア、健康とフィットネス、言語習得と翻訳、社会・文化・歴史、の5つであった。
- ・ 利用の意図で最も多かったのは検索、アドバイス、創作、学習、テクニカルサポートであった。
- ・ 携帯端末では健康に関する情報取得とアドバイスの依頼が多く、デスクトップ端末では仕事とキャリアに関する会話が多かった。
- ・ 調査期間中に最も大きく変動したのはプログラミングの話題（開始時期より終了理時期の方が少ない）と社会・文化・歴史の話題（開始時期より終了時期の方が多）であった。これは既存利用者の用途拡大と、利用者の拡大と両方の要因によるものと推測されている。
- ・ デスクトップ端末からの利用は平日8時から17時にかけては仕事とキャリアの話題が多く、17時以降はテクノロジーが話題として最も多くなる。モバイル端末からは健康とフィットネスの話題が時間帯に関わらず多い。

⁵⁹ Tomlinson, K., Jaffe, S., Wang, W., Counts, S., & Suri, S. (2025). Working with AI: Measuring the occupational implications of generative AI. arXiv preprint arXiv:2507.07935.

⁶⁰ Costa-Gomes, B., Chen, S., Hsueh, C., Morgan, D., Schoenegger, P., Shah, Y., Way, S., Zhu, Y., Adeline, T., Bhaskar, M., Suleyman, M. & Spielman, S. (2025). It's about time: The temporal and modal dynamics of Copilot usage. arXiv preprint arXiv:2512.11879. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2512.11879>

- ・ AI 利用者に自分が失職するリスクについて尋ねると、0～5%と考える層が 30%強近く存在し最も多かった。分布は単峰型にはならず、失職リスクが 25～30%程度と考える人が 10%近く、45～50%程度と考える人も 10%近く存在し、5%ごとの区分ではそれらが他の区分よりも多い回答となった。80～100%と考える層も 10%程度存在した。
- ・ 生産性が特に向上したのはタスクで見ると科学、交渉、修理、システム評価、傾聴、スピーキング、トラブル解決、サービス案内、機器選択、複雑な問題解決、などの作業で 400～500%の大幅な効率性向上が見られた。

12.4.2. そのほか海外調査に見る用途と利用率

12.4.2.1. Bick et al. (2025)⁶¹

- ・ 米国の 18～64 歳の層による生成 AI 利用状況を報告している。代表性のあるサンプルに 2024 年 8 月、11 月、25 年 2 月、5 月、8 月と調査をしている。
- ・ 一年間で利用率は約 45 から 55%へ上昇している。仕事での利用は約 33 から 37%で、それ以外の（プライベートなどでの）利用は約 36 から 49%となっている。

12.4.2.2. Gomez Schieber et al. (2025)⁶²

- ・ 米国で 44 人の弁護士にインタビューを実施し、AI の使い方などについて分析したものである。
- ・ インタビュー協力者の AI についての理解を 5 種に大別している：強力な検索ツール、気兼ねなくやりとりできる壁打ちの相手⁶³、説得力のある書き手、感情のない機械、熟練度の低い弁護士の 5 種である。この中で感情のない機械と見る人は AI を利用しない人が多かった。
- ・ 既存研究で指摘されている AI の用途に沿って分析すると、中程度の利用をしている者は特に調査と文章作成が多く、次いで一般事務に類する業務への利用が多かった。

⁶¹ Bick, A., Blandin, A. & Deming, D. (2025) The state of generative AI adoption in 2025, On the Economy Blog, Federal Reserve Bank of St. Louis, November 13,

<https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2025/nov/state-generative-ai-adoption-2025>

⁶² Gomez Schieber, E. A., Kite, N., Hall, M. I., Turner, C., & Schlesinger, A. (2025). Attorneys and AI: How lawyers use Artificial Intelligence and analyze its impacts. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 9(7), 1-34. <https://doi.org/10.1145/3757554>

⁶³ 相手にどう思われるかを気にしなくてもよい、相手の邪魔になることを気にしなくてもよい、というような意味が込められている。

- ・ AI を強力な検索ツールと考える人は調査、文章作成、一般事務の仕事に使う人が多く、気兼ねなくやりとりできる壁打ちの相手と捉える人はアイデア創出に使うことが多く、熟練度の低い弁護士ととらえる人は一般事務の仕事に使う人が多かった。

12.4.3. 国際アンケートに基づく用途と利用率

12.4.3.1. 総務省(2025)⁶⁴

- ・ 日米独中での一般人及び企業へのアンケート調査から AI 利用率などを探った部分を含む調査である。一般人向けアンケートは 20～60 代を対象に 2025 年 1 月に実施され、日本は 1,030 名、他の国は各 520 名ずつ回答を得ている。企業向けアンケートは 25 年 1 月～2 月にかけて実施され、日本 500 社強、米独中は各国 300 社強の回答を得ている。ただし、デジタル化に 2024 年以前に取り組んでいない企業を除外している。
- ・ 過去に生成 AI を使ったことがある回答者の割合は、日本は他国の半分以下となっていた。（日本約 27%、米独中はそれぞれ約 69、59、81%）なお、アンケートでは世代ごとに同数のサンプルをとる方式を採用しているため、高齢者が多いなど人口分布の差に起因する影響は除外されている。
- ・ 年齢層別に利用率を見ると、20 代で日本と他国の差が最も小さくなっており、2 倍以下の開きになっている場合があった。（日本約 45%、米独中それぞれ 82、83、97%）
- ・ 中国は高齢者の利用率が高く、60 代でも約 66%と日本の 10 代よりも高いことが伺われた。日米独の 60 代の利用率はそれぞれ約 16、40、38%程度であり大きな差がある。
- ・ もっとも、一度でも使ったことがあるかどうかを尋ねている調査であるため、いずれかの国で高齢の AI 利用者が巨大な市場として確立していると言えるかどうかについては、本調査だけからは断言できない部分が多い。
- ・ 日本はまた、テキスト生成 AI の利用経験率が生成 AI 全体の利用経験率と非常に近く（差が 10%程度）他国ではこの差が 15～20%程度の差があることから、テキスト生

⁶⁴ 総務省(2025)国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究の請負 成果報告書

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r07_02_houkoku.pdf

成 AI 以外の生成 AI しか使ったことがない、という人が他の国に比べると少ないことがうかがえた。

- ・ テキスト生成の次に利用率が高いのはどの国でも画像・動画生成 AI だが両者の利用率の差は日本では3倍程度ある。他国では2倍を下回っている。日本におけるテキスト以外の生成 AI の利用率は約3~8%だが、他国では約18~38%であり、ここからも、日本はテキスト生成以外の生成 AI の利用率が全般的に低い上にテキスト生成 AI への集中度が高いことが伺われる。
- ・ 生成 AI を扱った調査の中にはあまり見られない質問として、AI 組み込み型の家電やサービスなど9種類の利用経験についても尋ねている。これは生成 AI に限らず広く AI について尋ねている質問である。日本ではサービスや機器に備わっている AI 機能を利用している率が高く約2~10%（翻訳）と非常に限られている。米国は21~35%、ドイツは14~26%、20~48%となっている。「わからない」という回答の率も他国より高いため、認知度が低いせいもある。
- ・ 日本は他国に比べて高齢化が進展しているため AI について関心を持つ人の割合がそもそも少ないのではないかと、という推測も考えられるが、本調査では人口の構成比を反映せず、各世代同じ数の男女に尋ねている。（アンケート調査の回答者がそれぞれの国だとしたら、どの国も人口ピラミッドがピラミッドではなく筒形になるような構成になっている、ということもできる。）従って高齢化の影響はむしろ弱める方向にバイアスがかかっている、国どうしの違いを説明する理由にはならないと思われる。
- ・ 用途別の生成 AI 利用意向を尋ねると、調べ物利用については比較的利用意向が高く、既に利用している約13%に加え、「ぜひ」利用したいと考える向きが28%、「条件によっては」利用したいと考える向きが35%存在し、利用に後ろ向きな人は約24%にとどまる。米国やドイツでは利用に後ろ向きな人はもっと多い（29~30%）ことから、この用途についての AI についての抵抗感・拒否感他国と比べて低い可能性も考えられる。ただし、中国では調べ物利用に後ろ向きな人は約11%しかおらず、他の用途に対する後ろ向きな人の割合もかなり低くなっている。
- ・ 日本では後ろ向きな人の割合は高い場合で43~46%（画像・動画生成、AI との会話、好みやライフスタイルに合わせた提案）になっている。米国は AI との会話について最も多くの人々が後ろ向きで約37%、他は33%（好みに合った提案）、約32%（健康関連アドバイス）など日本よりも後ろ向きな人の割合が少ない。ドイツは日本に近く、約40~42%が AI との会話、好みにあった提案、健康アドバイス関連などの利用に後ろ向きになっている。中国は調査対象とした4カ国中、後ろ向きな人がサービスに関わらず低く、最大で約22%（制作活動へのアドバイス、プログラミング、

DIY、家庭菜園などを含む）最低で5%（コンテンツの要約・翻訳）となっており、他は約12~16%の間である。

- ・ 日本はドラえもんなどの影響でAIに対する抵抗感が低いのではないか、という説があるが、こうした利用に後ろ向きな層の多さということで見ると、そのような要因よりもほかに強い影響力を持つ要因があるのではないかと思われる。本調査の内容からは、上記の通り、使い方がわからないという理由が多く日本人にとっての生成AIを使わない理由のひとつになっていたことが他国との違いになっている可能性も示唆される。
- ・ 企業アンケートで何らかの業務における生成AI利用割合を尋ねると日本企業は約55%であるところ、他の3国は約90~96%であった。
- ・ 用途別利用率を見ると、日本企業で多いのは文章など作成補助（メール、議事録、資料）でトライアル中のもも含めると約58%が利用中、であった。低いもので広報コンテンツ利用で44%の利用率であった。他の調査対象国では用途を問わない利用率が90%台になっていたが個別の用途別に利用率を尋ねた場合にも同様に高い利用率になっていた。社内向けヘルプデスク、文章など作成補助、アイデア創出、プログラミング、顧客対応、製品やサービスへの組み込み、広報コンテンツと7種の主な用途について、トライアルもしていない（検討中または導入予定なし）の割合は米国なら約10~16%であり、逆に何かの形で利用している割合は約84~90%となっていた。つまり、一つの用途だけに使っているのではなく、複数の用途にAIを使っている企業の割合が多いことが伺える。ドイツでは導入予定がない企業の割合はいずれに用途についても米国より1~3%多い傾向にあったが、利用が最も少ない用途（自社製品・サービスに組み込み）であっても83%、多いもので約88%（文章など作成補助）となっており、利用率では大差なかった。中国も全用途で高い利用率となっており、広報コンテンツ利用が90%で最も低くなっていた。
- ・ 日本ではトライアル中との回答の割合も多く、用途により約6~10%、他国では1~7%であった。
- ・ 様々な用途（その他を含め8種）について導入予定がない割合が他国に比べ高かった。「その他」を除外すると、導入予定がない場合であっても、その割合は他国では13%以下、低ければ約4%のところ、日本では約26~41%、ほとんどが30%台と明らかに異質な割合となっていた。そこで、AI利用が今後も進まない可能性も考えられる。
- ・ なお、この調査では詳細な分析はされていないが、利用環境整備に関連した質問について、日本企業は何もしていない割合とルールや禁止事項を定めている割合が高く、

活用方針については定めていない割合が多い。こうしたことから、日本は単に遅れている場合と、禁止や懸念が先に立っている場合とが混在しているのではないかと思われる。

1 2. 4. 3. 2. McKinsey (2025a)⁶⁵

- ・ 2024年7月に実施された101カ国、1,500人弱規模のアンケート調査をもとにAIの利用状況などを整理している。なお、この調査では生成AI以外のAIも含めて調査している。
- ・ AIの普及度合いの指標として、複数の部署にAIが導入されているかどうかを尋ねると、24年2～3月と同7月の調査で既に大きな違いが見られる。3つ以上の部署で活用されていると回答した人が27%から45%に、4つ以上の部署で15%から28%になどより多くの部署へ普及していることが伺える。
- ・ 8産業・11部門を掛け合わせた88のセグメントそれぞれについて、AIをいつも利用している（regularly using、すなわち特別な行為としてではなく、かつ反復して利用している）と回答した人の割合も示されている。傾向としては産業に関わらずマーケティング・営業部門は定期的に利用している。少ないのは製造部門やサプライチェーン・在庫管理部門などである。部門に関わらず利用が多い産業としてテクノロジー産業、メディアと通信、金融、などを挙げることができる。それ以外に、プロフェッショナルサービス産業のナレッジマネジメント部門、金融産業のリスク・コンプライアンスなどの部門、などがやや例外的に大きいように思われる。
- ・ 用途をモダリティ別に見ると、文章が63%の企業で生成されていて最も多く、画像（36%）、プログラム（27%）がそれに続く。その半分以下だが動画、音声も利用例がある。

1 2. 4. 3. 3. PwC Japan (2025)⁶⁶

- ・ 日米中英独の5カ国の企業勤務者（売上500億以上、課長職以上でAI導入に関与している者）へのアンケート調査に基づく分析をしている。実施時期は25年2～3月、回答者規模は国により103名（独）、400～600名台（米中英）、900名台（日）となっている。

⁶⁵ McKinsey (2025a) The state of AI: How organizations are rewiring to capture value, <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value>

⁶⁶ PwC Japan (2025)生成AIに関する実態調査 2025春 5カ国比較, 06.23, <https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/generative-ai-survey2025.html>

- ・ AI の用途として既に利用中または利用に向けて具体的に推進中のものを産業別に集計し、新規事業（AI を活用したサービス）、プログラミング、動画生成、カスタマーサービス、調査、戦略や企画の立案などを挙げている。
- ・ 利用度やその伸びを産業別に評価すると、テクノロジーおよび通信産業が利用度やその伸びが高く、サービス・接客、運輸・物流、小売りなどがそれに続く、逆にインフラ、金融証券、医療、建設、不動産、商社などは利用度が低いと整理している。

12.4.4. 日本国内の用途と利用率（企業・業務利用）

12.4.4.1. 国際大学 GLOCOM(2026)⁶⁷

- ・ 3種のアンケート調査などによって AI の業務利用について探ったものである。主なアンケートは AI の業務利用をしている人を対象にした 7000 人規模（AI を利用していない人も含めると 6 万人規模）で 2025 年 5 月に実施されている。
- ・ 全体として有業者の 11%程度が AI の業務利用を行っていた。
- ・ 用途は文書・資料作成、アイデア創出、情報収集・整理、翻訳などは利用率が高く利用者の 5 割を超えていた。最も高いのは情報の収集・整理用途であり 78%にのぼっていた。
- ・ 反対に低かったのは画像生成、顧客からの問い合わせ対応、社内情報共有であった。顧客対応は、単に自分の業務ではない場合もあると思われるが、社内での情報共有に使っていないことから、社内データの整備・活用がされていない可能性がうかがわれた。
- ・ 職種としては研究開発や企画・マーケティングの利用率が多くいずれも利用率が 4 割を超えた。接客、生産・物流、経理・事務は低く、5~10%であった。

⁶⁷ 国際大学 GLOCOM(2026)『日本における生成 AI 利用を進めるために』,
<https://www.glocom.ac.jp/activities/project/11336>

12.4.4.2. デロイトトーマツグループ(2025)⁶⁸

- ・ 25年7月に実施した国内企業へのアンケート調査からAIの利用用途、効果や推進上の課題を分析している。対象は売上1,000億以上のプライム市場所属企業の部長クラス以上700名である。
- ・ 用途としては既存業務の自動化が最多で60%強、業務改革を伴う利用は50%強、ビジネスモデル自体の変革が40%弱、他に戦略・企画支援(30%強)やイノベーション(25%強)、新規事業企画(20%)などとなっている。
- ・ これをほとんどの社員がAIを利用している企業に限ると、ビジネスモデル変革が最多で55%強、既存業務の自動化は50%となっている。

12.4.4.3. 野村総合研究所(2024)⁶⁹

- ・ 日本の大企業3000社のCIOを主な対象にして529社から回答を得たアンケートで、生成AIの利用状況などを調査している。2024年9月に実施されている。
- ・ 用途として多いのは文書の作成・加工、情報収集やアイデア創出などの2つでいずれも50%を超える企業で導入中または活用中であった。他に音声処理(約40%)、図表を含んだ資料の作成、画像・動画・音声の生成(いずれも20%前後)などが主な用途であった。
- ・ 業務に引き付けた用途として、社員などのサポート、本社業務がいずれも21%程度で最多である。IT業務がそれに続き約15%、顧客・取引先への対応などが約11%である。
- ・ 他の調査で挙げられることがある用途の中で営業・マーケティングは約8%、新規事業開発や研究開発は約10%と低いレベルにとどまった。プログラミングを含むIT関連業務も約15%に留まる。

⁶⁸ デロイトトーマツグループ(2025)「デロイト トーマツ、プライム上場企業における生成AI活用調査発表: 生産性向上実現や収益増を見込む企業が増加、4割が人員の配置転換を実施」08.28. <https://www.deloitte.com/jp/ja/about/press-room/nr20250828.html>

⁶⁹ 野村総合研究所(2024)「野村総合研究所、大手企業を対象に『IT活用実態調査(2024年)』を実施: AI活用の取り組みが進む一方、リスクへの対処が課題」11.27.

12.4.4.4. 野村総合研究所(2025)⁷⁰

- ・ 日本の大企業 3000 社の CIO を主な対象にし 517 社から回答を得たアンケートで、生成 AI の導入状況と課題を調査している。2025 年 9 月に実施されている。
- ・ 生成 AI 導入済み企業は回答企業中 57.7%であった。前年度、前々年度調査と比較すると年に 11~13%ポイントずつ伸びている。
- ・ 今後導入を検討する意向の企業 (15.2%) は前年度調査より減っており、大企業の導入が一段落しつつある可能性を指摘している。
- ・ ただし、同調査ではデータ活用に課題があるとしている企業が 30%存在するなどの結果も出ているため、より高度な使い方へと拡大していく可能性などは考えられるようにも見える。

12.4.4.5. インテージ(2025d)⁷¹

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000~21,000 人規模のアンケート調査の内 2,100 人程度の AI 利用者・利用検討者から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2024 年 10 月、25 年 3 月、25 年 10 月の 3 回実施されている。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100~2,200 人程度の AI 利用また利用検討中の人を対象にしている。
- ・ 用途に注目すると、業務において生成 AI を利用している人の中で最も多い用途は調べ物で約 47%が用途 (利用目的) のひとつとしている。次いで文章の生成や加工 (翻訳、要約、編集など) がいずれも 35~36%程度ある。少ないのはプログラム関連や文字以外のコンテンツ作成でいずれも約 12%となっている。それらの中間にデータ分析、壁打ち、スライドや書類の作成がある。
- ・ 時系列的変動を見ると、増加が続いているものもあるが、大きな変動がないように見えるものもある。また、理由は不明だが、2024 年 10 月、25 年 3 月、25 年 10 月を比較すると、用途として挙げられた割合が 25 年 3 月に最も少なくなっている、いわば V 字型の変動パターンを示す用途が大半である。例外的に増え続けているのは調べ

⁷⁰ 野村総合研究所(2025) 「野村総合研究所、日本企業を対象に『IT 活用実態調査 (2025 年)』を実施：生成 AI が普及した一方、活用に関わるリテラシー不足やリスク対策の遅れが課題に」 11.25. https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/20251125_1.html

⁷¹ インテージ(2025d) ビジネスにおける生成 AI による情報収集の行動変化と実務貢献, <https://gallery.intage.co.jp/genai202511btob-2/>

物と、スライド・書類の作成の2種のみである。24年10月と25年10月を比較すると後者の方が用途として挙げている人の割合が多い場合がやや多い。

- ・ 以上から、変動はあるものの、少しずつ一人当たりの用途が広がりつつあるように見える。
- ・ 利用頻度に着目すると、週に4日以上特定の目的でAIを使うという人が調べ物（約35%）、文章の加工（約28%）、文章生成（約23%）、プログラミング関連（約23%）、データ分析（約21%）など多くの用途について恒常的にAIを利用している人がいる。
- ・ 月に1日程度、月に1日未満しかある用途にAIを使わない、という低頻度利用者が多いのは文字以外のコンテンツ生成（約34%）、プログラム関連（約25%）、スライドや文書の作成（約27%）である。
- ・ 業務での調べ物の際にどのような情報源をどの程度利用するかを、AIを利用しているか、利用検討中の回答者について更に分析すると、事実確認から分析・考察まで深堀の度合いを5段階に分けて、どのような情報源を利用するかを探ったところ、公式サイトや検索結果で表示される内容（AIサマリー除く）などがよく参照される情報源で、生成AIとウェブ上の記事はそれに次いで参照される割合が高い情報源、YouTube動画はそれに次ぐ情報源、といった位置づけになる傾向にあった。最新情報の調査では例外的に利用率が低くなった。どの項目もほとんどの人がAIを最も重用しているわけではないが、それなりの役割を担うようになっていることがうかがえる。

12.4.4.6. インテージ(2025e)⁷²

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約21,000人規模のアンケート調査から生成AIのビジネス利用を探ったものの一つである。2025年3月に実施されている。（別途紹介した通り、同社は同様の調査を本稿執筆時点で第3回実施しているが本文献では第2回にあたる調査の結果のみが分析されている。）なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI利用の内訳などの分析には内2,100~2,200人程度のAI利用または利用検討中の人を対象にしている。

⁷² インテージ(2025e). 多様化する生成AIのビジネス利用:生成AI利用実態調査2回目 ビジネスパーソン編②, <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btob-2/>

- ・ 利用端末を PC、スマホ、タブレットそれぞれについて尋ねている。全体的にどのデバイスからも利用されていることがうかがえる。全回答者に占める仕事での AI 利用経験率は、PC を通じた利用は約 13%、スマホ約 9%、タブレット約 7%であった。
- ・ AI の種類別に見ると、BingAI・Copilot は PC が多い、Bard・Gemini はスマホが多い、などもあるが、その場合も経験率の差は大きくて 50%未満である。（Bing AI・Copilot は PC からの経験者 16%、他の端末からの経験者 11~12%）なお、ここでは各端末での AI 利用経験者に占める各 AI の利用経験者を見ている。
- ・ 用途別にみても、概ね同様の傾向があり、差は大きい場合もあるが（スライド・書類作成ならスマホからの利用経験率は約 14%、PC からは約 32%など）スマホやタブレットからの利用がほぼ皆無ということはない。
- ・ 会社独自のチャット型 AI を使った経験を持つ者も 9~14%存在しており、カスタマイズされた AI がある程度普及していることが伺える。ただし、ChatGPT がどの端末であれ 71~72%の利用経験率であることと比べ非常に限られている。

12. 4. 4. 7. インテージ(2025n)⁷³

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2025 年 3 月に実施されている。（別途紹介した通り、同社は同様の調査を本稿執筆時点で第 3 回実施しているが本文献では第 1 回のみが実施されている。）なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100 人程度の AI 利用また利用検討中の人を対象にしている。
- ・ AI サービス別の利用者数の集計があるが、ChatGPT が 501 人のところ、所属先独自のチャット AI が 110 人いる。独自のツールは失敗が多いとする説があるが、利用者数ベースでは ChatGPT の 20%程度は存在することになる。
- ・ 独自ツールは既存の AI ツール（ChatGPT、Microsoft Copilot、Gemini、GitHub Copilot）と比較して日常的に利用するとしている人の割合が少ない。それに週に数日程度の利用をすると回答した人を足し合わせた割合も少ない。つまり、相対的に使われていないことになる。この利用頻度で見た場合、次に使われていないツールは ChatGPT である。

⁷³ インテージ(2025n). 生成 AI サービス別利用状況: 生成 AI 利用実態調査 ビジネスパーソン編③ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btob-3/>

12.4.4.8. パーソル総合研究所(2026)⁷⁴

- ・ AI 利用者と非利用者それぞれ 1500 人ずつを対象としたアンケートで生成 AI の業務への利用状況や働き方への影響を分析している。調査は 2025 年 10 月に実施されている。
- ・ 業務利用は就業者の 32%程度であった。
- ・ 利用頻度はばらつきがあるが、頻度が高い人でほぼ毎日の利用が 7.6%、週 4 日以上の人が 4.1%、数か月に一度の利用者は 4.2%、月 1~3 日程度は 4.2%などとなっている。
- ・ 用途は 23 種類について尋ねており、資料・文書の加工が多い（作成、要約、修正、などを分けて尋ねているが、利用者の 18~21%がそのような用途に利用すると回答している。他に壁打ち利用、アイデア創出、メールや議事録作成なども 14~17%と多い。
- ・ 用途別の利用割合は職種別に見ると、かなり多様な分布を示す。IT 系の職種ではプログラミング用途が 29%、研究開発職では情報の整理が 32%など全体で見ると見られないような高い利用率を示す用途もある。

12.4.4.9. 日本情報システム・ユーザー協会(2024)⁷⁵

- ・ 2023 年 9~10 月に企業アンケート調査、12 月から翌 24 年 1~2 月にアンケート調査を実施し、IT 活用全般を扱い、その中で生成 AI に関する動向についても分析している。企業アンケートは東証上場企業及びそれに準ずる企業となっている。
- ・ 生成 AI（テキスト系）は約 8%が導入済、約 19%は試験中など導入前段階にあり、約 29%は検討中となっている。導入を見送った企業も 3%存在する。
- ・ テキスト系でない生成 AI については同じく約 3、11、27、2%となっている。
- ・ 生成 AI ではない AI についてはこれらが約 13、12、22、3%と分布している。
- ・ 産業別にテキスト系生成 AI 導入率を見ると、金融・保険が 13%で最も高く、次いで建築・土木とインフラが約 12%、加工組立型製造、卸売などで約 11%となっている。

⁷⁴ パーソル総合研究所(2026) 生成 AI とはたらき方に関する実態調査 <https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/generative-ai/>

⁷⁵ 日本情報システム・ユーザー協会(2024). 企業 IT 動向調査 報告書 2024: ユーザー企業の IT 投資・活用の最新動向（2023 年度調査）, https://juas.or.jp/cms/media/2025/01/JUAS_IT2024.pdf

導入率が低い業界を見ると小売・外食は約 1%と特に低く、次いで素材製造が約 4%である。

- ・ テキスト系でない生成 AI の導入率も、建築・土木と金融・保険が共に約 7%で最も高く、小売・外食 (0%)、サービス (約 1%)、素材製造・卸売 (約 3%) などが低い。
- ・ 売上高で見ると、導入済、導入前段階いずれの割合も売り上げ規模が大きいほど高くなっている。1 兆円以上の企業では 45%が導入済、35%はその前段階にある。100 億円未満の企業ではこれがそれぞれ約 1%、13%となる。
- ・ 導入済でない企業を含めた全企業にテキスト系生成 AI の利用状況を尋ねると、独自ツール開発が約 9%とほぼ導入済率と同程度、既存の SaaS を利用している率が約 38%となっており、導入したわけではないが利用されている実態があるようにも見える。他に従業員に選択を任せている場合約 41%もある。禁止しているのは約 12%である。例えば Teams や Zoom などの会議用ツールに AI による要約機能がついている、検索エンジンに要約の自動表示機能がついている、ブラウザに自動翻訳機能がついている、カメラアプリに加工機能がついている、など、企業側が導入するかどうかとは別に、様々な既存ツールやサービスに生成 AI を使った機能が付加されるようになっていることを部分的には反映していると思われる。
- ・ 導入検討時の用途について尋ねた質問では、生産性向上が 88%と突出して高い。(これは実際にどう使われているかではなく、導入を検討する段階で想定していた用途である)他に人手不足対策、翻訳、データ分析などが約 29~36%と高い。
- ・ 産業別にこれを見ると、生産性向上がすべての産業で高いほか、人手不足対策も高い。翻訳は 3 倍以上の開きがあり、加工組み立て型の製造業では約 47%、運輸・不動産では約 13%となっている。他の産業では低いが特定の産業で高い割合で意図される用途に、顧客との接点改善 (金融・保険では約 39%、他は 7~26%程度)がある。

12.4.4.10. 日本情報システム・ユーザー協会(2025)⁷⁶

- ・ 2024 年 9~10 月に実施された企業アンケート調査、12 月から翌 24 年 1~2 月にアンケート調査を実施し、IT 活用全般を扱い、その中で生成 AI に関する動向についても

⁷⁶ 日本情報システム・ユーザー協会(2025). 企業 IT 動向調査 報告書 2025: ユーザー企業の IT 投資・活用の最新動向 (2024 年度調査), https://juas.or.jp/cms/media/2025/04/JUAS_IT2025.pdf

分析している。企業アンケートは東証上場企業及びそれに準ずる企業 4500 社、回答は 981 社となっている。

- ・ 生成 AI の活用に取り組んでいる企業は全体の約 47%であった。インフラ企業は約 68%、建築・土木は 63%だが例外的に低いのは小売で約 24%であった。
- ・ データ活用についての状況を尋ねたところ、産業によってかなりばらつきがあることがうかがわれた。RAG への活用はインフラ企業で約 36%、金融・保険や運輸、不動産では約 30%だが、卸売、小売・飲食、サービスでは約 13%で 2 倍以上の開きがある。LLM の構築は建築・土木で約 23%、運輸・不動産と金融・保険で約 19~20%低いところでは卸売や小売・外食、素材型製造で約 6~10%であった。ファインチューニングに用いているケースも建築・土木、インフラ、金融・保険で約 13-15%、そのほか製造や卸売、小売・外食で約 5~6%であった。
- ・ 生成 AI（テキスト系）の導入率は前年の調査から大きく伸び 21%、テスト中など導入前段階にあると回答した企業も約 20%であった。そのほかの生成 AI は導入率約 5%、その前段階にある企業が約 11%で、伸び率は大きいがい低い導入率にとどまった。前年調査にはなかったコード系の生成 AI、画像・動画系生成 AI についても質問しているため「そのほか」の範囲が狭くなっていることが大きな理由と思われる。コード系は約 8%、画像・動画系は約 7%の導入率となっていた。
- ・ 検討後導入を見送った企業はテキスト系約 3%、それ以外の生成 AI 約 2%と依然低いレベルにとどまり、検討中の企業も約 23%と昨年ほどではないが依然非常に高いレベルであった。コード系、画像・動画系は検討見送りは約 2~3%、検討中は約 22~25%でテキスト系と似たレベルの検討状況にあるように見える。
- ・ 売上規模別にテキスト系生成 AI の導入動向を見ると、1 兆円以上の企業ではテスト中などの導入前段階の割合が減っている。既に約 74%の導入率と約 18%の導入前段階状況があることから、伸びは当然鈍化することになる。それ以下の売り上げ規模の企業にはまだその傾向はないため、企業単位で見た場合の今後の生成 AI の普及は 1 兆円未満の企業の動向に左右される、とも言えるだろう。
- ・ 産業別に導入率を見ると、コード系は組立型製造業、サービスでやや多く、画像・動画系は建築・土木や組立型製造業でやや多くなっている。
- ・ 産業別にテキスト系の導入動向の変化を見ると、すべての産業で導入率がかなり上がっているが、特に社会インフラ（約 12→39%で、他を引き離して全産業中最も高くなった）の変化が激しい。前年度はテスト中など準備前段階にある企業の率が約 30%と最も高かったことも理由の一つと思われる。同様の観点からは前年度の導入率が最も

高かった金融・保険は導入前段階の企業の率が約 35%と突出して高い。これが翌年以降、導入率の伸びにつながる可能性も考えられるだろう。（ただし、金融・保険は前年も導入前段階の企業の率が約 28%と 2 番目に高かったため、翌年以降の導入につながるかどうかは不明とみることもできる。）

- ・ 逆に導入率が低く、検討中の割合も低い産業として小売・外食を挙げることができる。未検討の割合も唯一 50%を超えている。
- ・ テキスト系生成 AI を導入済でない企業も含めて全企業に利用状況を尋ねると、独自ツール開発は約 13%と前年の約 9%から大きな伸びはなかった。従業員の選択に任せるケースは大きく減り（約 41→16%）、利用禁止も大きく減った（約 12→4%）ほかに、前年は設けていなかった「未導入」の選択肢を選んだ企業は約 27%となった。
- ・ 導入検討時の用途は前年と大きく変化はなかったが、産業別に見ると、昨年は低かった運輸・不動産における翻訳利用は約 13→31%と大きな変化がある。特定の産業で目立って高い率で意図される用途として社会インフラ産業における教育（40%、他産業では約 14-22%）と新事業創出（30%、他産業では約 5～20%）と人手不足緩和（60%、他産業では約 29～49%）がある。前年調査では、顧客との接点改善で金融・保険産業だけが突出していたが今回の調査ではそのような傾向は見られない。こうした動向が移ろいやすいものである可能性があるだろう。

12.4.4.11. 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025)⁷⁷

- ・ 生成 AI の利用状況を含む IT 関連の事項についてアンケート調査を実施している。従業員 50 名以上の企業の IT や経営企画の係長以上の担当者約 17,000 人を対象としたアンケート調査を実施し、1,000 人弱からの回答を得ている。回答は一社一回答となっている。アンケートは 24 年 1 月に実施されている。25 年 1 月にも同様の調査を実施しているが、24 年調査は詳細な集計データが公開されているのに対し、25 年調査については本稿執筆時点ではまだ公開されていない。
- ・ 自社製または組織として契約した生成 AI の利用率は約 16%、従業員の選択で契約などをした AI の利用は約 19%で、両者を合計した値である利用率は 35%であった。（翌年の調査よりも 10%低い。）導入しつつある企業が他に 35%存在し、禁止されて

⁷⁷ 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) 「企業 IT 利活用動向調査 2024」集計結果, https://www.jipdec.or.jp/library/report/m0p0h60000000x1m-att/20240315_s03.pdf

いる、不明、生成 AI を知らないといった層が合計で約 30%存在した。禁止は約 9%で翌年の調査よりも約 5%低い。

- ・ 産業別には卸売・小売、情報通信は会社が用意した AI を利用する率が高く（約 23、27%）、その率が低いのは建設・不動産、金融・保険、サービス（いずれも約 10%）であった。従業員が選んで使っている率が高いのは建設・不動産、金融、公共・その他（約 24~26%）であった。両者を足した利用率が高いのは情報通信と公共・その他の産業で 40%を超えていたほか、卸売・小売もそれにほぼ近い利用率であった。反対に低かったのはサービス（約 26%）次いで金融・保険（約 34%）であった。
- ・ 従業員規模別の利用率を見ると大企業ほど採用率が高い。ただし、従業員が選んで AI を使っている企業は最も規模の大きい企業群（5,000 人以上）と、3 番目に大きい企業群（300~999 人）であり（いずれも約 21%）、2 番目に大きな企業群と一番小さい企業群はそれより低かった。（約 17~18%）
- ・ 用途を見ると、多いのは調べ物、要約、資料作成、などで組織が用意した AI を利用している企業では高く、約 64、47、44%となっている。従業員が選んで使っている企業では要約、資料作成、原稿作成が約 39、39、32%となっている。文章作成系のタスクはこの調査ではマニュアルやルール、議事録、メールなどに分割されており、約 20~39%となっているが、これらをひとつにまとめていたらより高い利用率になっている可能性が十分考えられるだろう。アイデア創出はやや低く、約 28、19%となっている。（組織が用意した AI を利用している企業と、従業員が選んで使っている企業）

12.4.4.12. 情報通信総合研究所(2025)⁷⁸

- ・ 約 9.6 万人規模の大規模な就業者向けアンケート調査を実施し、生成 AI の企業における利用実態などを分析している。アンケートは 25 年 7 月に実施されている。また、同様の調査を 24 年 8-9 月に実施しており（約 11.2 万人規模）その結果と適宜比較している。
- ・ 企業の導入状況については、他の調査よりも細かく質問しており、企業規模については 10、50、100、300、500、1,000 人を境にそれぞれ以上/未満を分けることで 7 段階に分けている。導入状況については全社、一部のみ、希望者のみ、テスト中の 4 種に分けている。

⁷⁸ 情報通信総合研究所(2025) 企業における生成 AI 導入の現状と展望: 中小企業の導入促進には幅広いユースケースの共有が重要 <https://www.icr.co.jp/publicity/5325.html>

- ・ 全体的な傾向としては、他の調査と同様に、企業規模が大きいほど導入が進んでいる。ただし、例外も存在している。例えば 10 人未満の企業では、10 人以上 50 人未満の企業よりも全社導入率が高い。ただし一部の部門や部署のみで導入している場合と合計すると導入している例は後者が多くなる。この傾向は 24 年調査でも同様である。
- ・ 利用を強制せず、従業員の裁量に任せているケースは企業規模によってそれほど差がつかないこともうかがえる。具体的な数値は開示されておらずグラフのみだが、1,000 人以上の規模の企業と、50 人以上 100 人未満の企業規模では、全社導入率は 5 倍程度の違いがあるが、希望者のみ利用は 1.5 倍程度の開きにとどまっている。
- ・ 組織の一部のみでの導入も 1.5~2 倍程度の開きにとどまっているが、調査手法に照らして考えると大企業における一部での導入は、他の部署の者からの把握が容易とは限らず、調査結果が過少に出るバイアスがかかっていると考えられる。
- ・ 本調査は企業アンケートではなく従業員アンケートであるが、組織規模別の従業員数の全国分布に従ってデータをウェイトバック（補正）するなどの措置はしていないと思われる。この点には若干の注意が必要な場合はあるかも知れない。ちなみに、この調査での 100 人以上の企業の回答者は全体の 57%程度である。令和 6 年経済センサスを参照すると、従業員数は 62%程度である⁷⁹。企業数で見ると、100 人以上の企業の割合は 0.3%程度である点も、解釈上留意が必要となろう。
- ・ 産業別に見ると、情報通信（約 47%がテスト中かそれ以上の導入段階にある）、金融・保険、インフラ、製造（同約 31~39%）、の順に多くなっている。逆に少ないのは医療・福祉、宿泊・飲食、運輸などである。（同約 9~12%）なお、一次産業は回答者数が少ないためこの集計からは除外されている。
- ・ このアンケートはあくまで就業者に尋ねたものであるため、企業数ベースに直した場合の分布が類似の傾向を持つとは限らない点は注意が必要であろう。就業者アンケートでは大企業が過剰に、小企業が過少に回答に反映されやすくなるためである。企業単位でのアンケート調査を行った日本情報システム・ユーザー協会の調査結果と似ているのは両調査とも基本的に大企業の動向を反映しているため、という可能性がある。

⁷⁹ 経済センサス - 基礎調査 令和 6 年経済センサス - 基礎調査 甲調査（民営事業所） 企業等に関する集計 売上（収入）金額, e-Stat, <https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0004039879>

- ・ 回答者の所属を大きくフロント・ミドル・バックオフィス、現場、その他と5種に分類し、それぞれの回答者の利用率（1年以内の利用）を探ったところでは、ミドルオフィスが最も高く（約35%）、2位以下と倍の開きがある。フロント・バックオフィスはそれに次ぐ（約15、18%）。

12.4.4.13. 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025)⁸⁰

- ・ 生成AIの利用状況を含むIT関連の事項についてアンケート調査を実施している。従業員50名以上の企業のITや経営企画の係長以上の担当者約17,000人を対象としたアンケート調査を実施し、1,000人強からの回答を得ている。回答は一社一回答となっている。アンケートは25年1月に実施されている。
- ・ 生成AIの利用率は全体では45%であった、他にテスト中（約26%）、従業員の任意利用（14%）、禁止（約14%）という状況であった。
- ・ 産業別に見ると利用率が高いのは情報通信、製造、金融・保険、建設・不動産であった。全社利用が推奨されている企業に限ると、情報通信、製造、金融・保険、公共・そのほかが高い割合となっていた。
- ・ 従業員規模別にみると、規模が大きいほど利用率は高い傾向にあった。299人以下の企業が唯一全体平均の45%を下回り、約24%となっていた。5,000人以上の企業では60%を超える利用率であったことと大きな差が出ていた。
- ・ DXとの関係に着目すると全社的にDXが定着しているような企業ではAI利用が全社的に推奨されている率が非常に高く（約44%）、（定着はしていないとしても）全社戦略に基づくDX実践を行っている企業で同様の推奨がある率（約14%）と3倍以上の開きがあった。

⁸⁰ 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) 生成AIの活用成果の実態とセキュリティ課題への取り組み状況:「企業IT利活用動向調査2025」結果報告,
https://www.jipdec.or.jp/library/report/o66i7e00000015pm-att/20250314_s01.pdf

1 2. 4. 5. 日本国内の用途と利用率（個人・プライベート利用）

1 2. 4. 5. 1. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025b)⁸¹

- ・ 15～69 歳の日本人を対象にした AI についてのアンケート調査である。2025 年 2 月に実施、7,500 人強の回答を得ている。
- ・ 生成 AI を仕事または学業で利用したことがある率は 20%で、ほぼ毎日の利用は 3%、週 3～5 日程度は 4%、週 1～2 日程度は 5%、月数回程度は 5%、年数回程度は 3%となっている。
- ・ 年齢層・男女別に見るとこの利用率は男女とも若いほど利用率が高い。10 代男性が最も高く 56%、続いて 10 代女性（47%）、20 代男性（42%）、40 代男性（27%）、20 代女性（26%）、30 代男性（25%）、50 代男性（20%）、60 代男性（15%）、と続く。
- ・ プライベートでの利用率もほぼ同じである。10 代男性（56%）、20 代男性（47%）、10 代女性（37%）、30 代男性（34%）、40 代男性（30%）、20 代女性（27%）、の順にプライベートでの利用率が高い。
- ・ 利用したことがない層の挙げる利用しない理由は必要性がない、関心がないというもので、年齢層・男女別のグループ各グループの未利用層の 41～68%の利用したことがない層に選択された。

1 2. 4. 5. 2. インテージ(2025a)⁸²

- ・ 21,000 人強の日本人を対象にしたアンケートの結果を分析したものである。アンケートは 2024 年 10 月、25 年 3 月、同 10 月の 3 回実施されている。
- ・ 生成 AI 利用率として、利用したことがある者は 30%弱、日常的に利用する者は約 9%となっている。1 年前の同時期と比較しどちらも倍以上の割合となっている。
- ・ 日常的に利用している層は、今後利用を増やしたいと考える人の割合も他の層よりも大きくなっている。

⁸¹ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025b) 仕事・学業において生成 AI を「利用したことがある」人は 20%、利用したことがない理由で最も多いのは「必要性を感じない、興味関心がない」で 50% <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20250901.html>

⁸² インテージ(2025a) 2025 年最新データに見る生成 AI 利用実態と「共感」への意識変容, 11.25, <https://gallery.intage.co.jp/genai202511btoc-1/>

12.4.5.3. インテージ(2025b)⁸³

- ・ 2,100人強の日本人を対象にしたアンケートの内約2,100~2,200人のAI利用経験者を分析したものである。アンケートは2024年10月、25年3月、同10月の3回実施されている。
- ・ 生成AIの用途と利用割合として、調べ物利用が多く、25年3月時点と比較しても利用割合が伸びており2位以下の用途とも利用率が大きく異なる。
- ・ 調べ物利用はAIを日常的に利用する人の内約37%が利用している（25年10月）。同年3月時点では27%であった。
- ・ 他に文章の作成・加工、要約、翻訳がいずれも20%台の利用率となっていた。
- ・ これらに比べると利用率（日常的にAIを利用している人の中での利用率）は低めで9~11%程度だが、悩み事相談、交通、レジャー（旅行含む）、コンテンツの生成、言語学習、ショッピングなどが用途として存在している。
- ・ 3月と10月を比較するとほぼすべての用途（言語学習と翻訳を除く）で利用している人の割合が増えていることから、AIを日常的に利用している人は、より広い用途に使うようになった可能性が伺える。
- ・ 調べ物用途の詳細を見ると、既に挙げた用途と重複する交通、レジャーなどについての調べ物もあるが、他にニュース、健康、料理、学習、投資なども比較的多くなっている。これについて、頻繁に検索されるトピックは（飲食店を除き）生成AIでも調べ物利用の対象になる、検索で得られる情報の難易度が高い場合は生成AIの調べ物利用の対象になる、といった可能性が指摘されている。
- ・ 生成AIと他の検索手段の利用割合について更に詳細を見ると、特定のトピックについての調べ物をする人で、かつ、生成AIを日常的に利用する人の中でも、生成AIをトピックの調べ物に使う人は半数以下で、多くて20%台に留まる。例外は健康関連の調べ物で、これは40%台を超える。調べ物の手段としてより一般的なウェブ検索や検索画面を使うとする回答者はどのトピックについても75~85%に上る。他に、ソーシャルメディアを検索する人の割合も46-59%と生成AIよりも高い。

⁸³ インテージ(2025b)生成AIを活用した新しい検索のかたち, 12.02,
<https://gallery.intage.co.jp/genai202511btoc-2/>

12.4.5.4. インテージ(2025c)⁸⁴

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000～21,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2024 年 10 月、25 年 3 月、25 年 10 月の 3 回実施されている。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100～2,200 人程度の AI 利用または利用検討中の人を対象にしている。
- ・ 対象者全体に占める AI 利用経験がある人の割合は 21.7%である。
- ・ 職種別に見ると AI 利用経験がある割合が高いのは研究開発、技術、フリーランス、企画・事務で、約 29～53%となっている。低いのは一次産業、技能・生産職（理髪、運転などの対人サービスや工場ライン工など）でいずれも 10%を下回る。中間には接客、自営業、専門職、営業職がある。
- ・ 25 年 3 月と 10 月の差を見ると、10%ポイント以上割合が増えているのは研究開発、技術、フリーランスの 3 種であり、全体としても、利用率が元々高い職種で更に高くなる傾向にある。
- ・ 例外はフリーランスで、25 年 3 月時点では 4 位だったが、増分は 16.8%ポイントと最大であり、10 月時点では 3 位になった。ここにはデザイナーやフリーのライターが含まれる。この背景には画像生成機能や各種ソフトウェアとの連携機能などの拡充が考えられるとの考察もされている。
- ・ 産業別には、情報・ソフトウェア、通信、金融が高くそれぞれ約 55、49、31%である。低いのは建設・不動産、サービス、卸売・小売（いずれも約 18～19%）、公務員・団体職員、インフラ（いずれも約 21%）となっている。

12.4.5.5. インテージ(2025f)⁸⁵

- ・ 21,000 人強の日本人を対象にしたアンケートの結果を分析したものの一つである。アンケートは本稿執筆時点では 2024 年 10 月、25 年 3 月、同 10 月の 3 回実施されているが本文は第 2 回目までの実施時点での分析である。AI 利用の内訳などの分析に際しては、その内約 2,100～2,200 人の AI 利用経験者を分析したものである。

⁸⁴ インテージ(2025c) 2025 年最新データに見る生成 AI のビジネス現場での浸透と拡張、
<https://gallery.intage.co.jp/genai202511btob-1/>

⁸⁵ インテージ(2025f). 生成 AI は「日常ツール」になりつつある?: 生成 AI 利用実態調査 2 回目 生活者編① <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btoc-1/>

- ・ 端末別の利用率を見ると、生成 AI について知っている人の内、PC からの利用者は約 12%、スマートフォンからは約 14%、タブレットからは約 6%となっている。そもそも端末を利用していない層がそれぞれ存在するが、その割合は PC 約 50%、スマートフォン約 17%、タブレット約 76%となっている。
- ・ ちなみにスマートフォンを利用していない層は、総務省(2025)⁸⁶によれば 2024 年 8 月時点で 20%、毎年 1%強増加してきているとされ、本調査とほぼ同水準である。
- ・ 利用開始時期と利用頻度の関係についての分析があり、2022 年以前、23 年前半、後半、25 年以降、と分類すると、初期に利用を開始した利用者はほぼ毎日使っている率が高く、使い始めて間もない利用者も同様である。アーリーアダプター的な層を除外すると、時間と共に興味を失い、利用頻度が下がっている可能性を指摘している。ただし、週に一日程度以上の利用まで含めると、利用頻度が時間と共に低下する傾向は見られない。
- ・ 用途別に利用端末を見ると、差はあるものの、いずれかの端末から AI を利用したことがある人は、主要な用途（上位 10 種が挙げられている）については、利用者によって多様な端末を使っていることが伺える。
- ・ AI の用途を活用度別に分けた分析もあり、活用度が高い用途としては、交通、調べ物、文書生成・加工、ニュース要約、言語習得、翻訳、文章要約が挙げられている。全体的に文章を扱う用途が多い。対して、中程度の用途としてショッピング、飲食店選び、料理、旅行、静止画の制作、写真・動画の加工、といった趣味、生活関連が挙がる。他に悩み相談、自己啓発、日常会話も中程度の活用度とされている。活用度の定義やアンケートの具体的文言は不明だが、利用の幅を知る手がかりとしては有用であるように思われる。

1 2 . 4 . 5 . 6 . インテージ(2025i)⁸⁷

- ・ 21,000 人強（内 AI 利用経験者は約 2,200 名）を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施されている。同様の調査は本稿執筆時点で 3 回実施されているが本文献はその第 1 回実施時点で執筆されている。

⁸⁶ 総務省(2025). 令和 6 年 通信利用動向調査報告書（世帯編）

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05b1.html>

⁸⁷ インテージ(2025i). 日常生活における生成 AI の浸透実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編①

<https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-1/>

- ・ 用途別の利用率分析によると、文章の作成・加工、調べ物、翻訳、文章の要約が約 24～29%と高く、ニュース記事要約、静止画生成、言語学習、写真・動画の加工は約 10～12%であった。
- ・ インテージ(2025j)⁸⁸ は 21,000 人強（内 AI 利用経験者は約 2,200 名）を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施されている。同様の調査は本稿執筆時点で 3 回実施されているが本文献はその第 1 回実施時点で執筆されている。
- ・ 学生層と一般層を比較すると、学生の利用経験率は約 48%、学生を含む回答者全体の利用経験率約 13%の 4 倍近い。
- ・ 用途は一般と大きく変わらない部分もあるが、インテージ(2025i)で報告されている上位 8 件の用途にないものとして、詩・小説など創作や日常会話、特に目的のない利用が上位 11 位内に含まれる。
- ・ 有効性の評価について学生と一般層を比較すると、インテージ(2025i)でおおむね 60～70%の利用経験者が有効性を認めていた（70%は文章の作成・加工の 1 件のみ）のに対し、学生は 70～73%が認める用途がより多い（文章の作成・加工、文章の要約、翻訳、調べ物、詩や小説の創作）。これが要求水準の違いによるものなのか、使い方の巧拙によるものなのかは興味深い点であるように思われる。学生はより幅広い AI モデルやサービスを知っており、利用経験もあることから、部分的には AI を使い分けてより効果的に使えている可能性も考えられる。
- ・ 懸念について尋ねると、全般的に一般層よりも同意する人の率が低いことがうかがえる。ただし学力低下、著作権侵害、失業についてはより高いレベルの心配をしている。反対に一般層よりもかなり低いのはセキュリティや AI の暴走への懸念に同意する人の率である。

12.4.5.7. 明治安田総合研究所(2026)⁸⁹

- ・ 18～54 歳の約 9000 人に実施したアンケートである。25 年 12 月に実施されている。生成 AI を主なテーマとしたものではないが、仕事や恋愛についての相談に AI を用いているかを尋ねた質問などが含まれている。

⁸⁸ インテージ(2025j). 学生の生成 AI 利用実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編②
<https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-2/>

⁸⁹ 明治安田総合研究所(2026). 2026 年 全国年代別恋愛・結婚に関するアンケート調査,
https://www.myri.co.jp/research/report/2026_01.php

- ・ 恋愛について相談をしたことがあるのは全体の 23%、10 代女性は最も多く 47.6%、50 代女性は最も少なく 6.9%となっている。10 代男性、20 代の男女はいずれも 30% 台となっている。頻度としてよく行う層は 10 代女性で約 12%、時々は同じく約 19%、まれには 10 代男性で最も大きな割合の人が選んだ回答で約 18%となっている。ここにはドラフト作成やアドバイス取得、感情面のケアなどが含まれている。
- ・ 仕事についての相談は 10 代男性で最も確率が高く約 41%、他に 20 代および 30 代（男女とも）で 30%台が相談した経験を持つ。相談内容はアドバイス取得、ソフトウェアなどの使い方、仕事に関連したアイデア創出などが含まれる。業務だけでなく、キャリア・転職・就職に関連したものも含まれる。
- ・ 生成 AI のアドバイスは 10 代・20 代の男女は 30~40%がやや、またはとても有用だとしている。
- ・ 生成 AI サービスに対する支払い意思を尋ねた質問に対しては、約 71%が無料でなければ利用しない意向を回答している。月額 1,000 円以上支払う意思がある者は 14%となっている。10 代から 40 代までの男性はいずれも 13~18%が月に 1,000 円以上 3,000 円まで支払うとしており、男性は女性よりも全般的に支払い意思が高い。

1 2. 4. 5. 8. JTB 総合研究所(2025) ⁹⁰

- ・ 432 名の日本人（生成 AI を週に数回以上利用し、かつ 1 年以内に 1 回以上、泊まりがけの観光旅行をした人）を対象に生成 AI と旅行関連用途の利用について調査したものである。また、その前段として生成 AI の利用状況について 11,000 人規模の調査をしている。アンケート調査は 25 年 7 月に実施している。
- ・ 他の調査とは異なり、ここでは 20 代女性の生成 AI 利用率が最も高いという結果が出ている。毎日の利用は 30%で特に高い。20 代男性、30 代男性、30 代女性はこの率がそれぞれ約 22、23、20%となっている。週に数回、月に数回、たまに使用、をすべて合わせた利用率でも 20 代女性が最も高く、約 61%である。これに次ぐのが 30 代男性、40 代男性、20 代男性、30 代女性（約 52~57%）となっている。
- ・ 週に 1 度以上利用し、かつ、過去 1 年間に一泊以上の観光旅行をした人に限定すると、ほぼ全年代・男女いずれでも 76~90%が生成 AI を旅行に関して利用していた。例外は 50 歳以上の男女で男性約 71%、女性約 60%であった（本調査では 69 歳までを対象者にしている）。

⁹⁰ JTB 総合研究所(2025) 生成 AI の利用と旅行についての調査

<https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2025/08/tourism-ai/>

12.4.5.9. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025c)⁹¹

- ・ 15～69 歳の日本人を対象にした AI についてのアンケート調査である。2025 年 2 月に実施、7,500 人強の回答を得ている。
- ・ 回答者の内 AI 利用者（2,000 名弱）に、用途を尋ねたところ、調べ物が最も多く 46% が用途としていた。少なかったのは音楽、動画、プログラムの作成や加工で、8-12% だった。他に翻訳と文章の作成・要約は 32～37%とやや多かった。
- ・ 年代・性別を分けて用途別の利用率を見ると全体的な傾向と大きな違いはないが、10 代-30 代の女性については調べ物利用が必ずしも多くなく、順位としても 2 位～4 位となっている。テキスト作成・要約などがより多くなる傾向がある。
- ・ 就業形態別に用途別利用率を見ると、傾向によりばらつきがある。高校生は翻訳が多い（40%、2 位はテキスト作成・要約で 34%）。大学生や会社役員は調べ物、テキスト作成・要約と並んで業務効率化関連（学業の効率化やサポートも含まれる）の用途が多い（41～47%台、それらに次ぐ用途は、大学生は翻訳 36%、役員はアイデア創出 26%）。集中度も異なる。無職の人は調べ物に集中（55%、次いで翻訳が 33%、10%に満たない用途が 5 つある）。専業主婦・主夫も同様（同 56%、37%、10%に満たない用途が 4 つ）など、狭い範囲に用途が集中しがちな層がある。同時に、この両集団は「その他」の利用が 3～4%の回答となっており、他の集団ではおおむね 0～1% である場合もある点と異なっているように見える。
- ・ 各グループのサンプルサイズは小さいが、無職、専業主婦・主夫、パート・アルバイト、など他の調査ではわからない層についても用途別利用率が分析されている。
- ・ 利用頻度によって回答者をグループ分けし、用途別利用率が異なるかどうかの分析も行っている。順位については大きな違いはない。全体的な傾向として、頻繁に利用している人は、より幅広い用途で使っている傾向があるように見える。

12.4.5.10. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025d)⁹²

- ・ 15～69 歳の日本人を対象にした AI についてのアンケート調査である。2025 年 2 月に実施、7,500 人強の回答を得ている。

⁹¹ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025b) 仕事・学業において生成 AI を「利用したことがある」人は 20%、利用したことがない理由で最も多いのは「必要性を感じない、興味関心が低い」で 50% <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20250901.html>

⁹² NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025d) 生成 AI を利用する端末、10 代の約 8 割はスマートフォンから <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20251020.html>

- ・ 回答者の内 AI 利用者（2,000 名弱）に、AI を利用する際の端末について尋ねている。全体としてはスマートフォンが最も多く 67%、次いで PC が 52%、タブレットは 15% となっている。
- ・ 男女と年代に分割して傾向を見ると、全体的に若年層ほどスマートフォン利用が多く、高年齢になるほど PC 利用が多い。スマートフォン利用は 10 代では約 8 割になるが PC は女性 24%男性 40%である。PC 利用は 60 代では女性 57%男性 78%である。
- ・ 用途によって用いている端末の割合が異なっているかも分析している。どの用途でもスマートフォンの方が多くの人に利用されており、これは上記のスマートフォンからの利用の方が多いことと一致している。差が大きいのは翻訳（19%ポイント）、画像、動画、音楽の作成・加工（19～23%ポイント）などで、差が小さいのは業務効率化関連（4%ポイント）、プログラム作成（PC からの利用率が 1%ポイント高い）となっている。タブレット利用は全体として 15%の利用者にしか利用されていないことから予想される通り用途別の端末利用率は低い。ただし動画や音楽の作成・加工は目立って多い（それぞれ 30%、37%）。
- ・ 利用頻度別に見ると、高頻度利用者ほどスマートフォンからも利用するという人が多くなっている。PC からの利用もするという人は週に 1～2 日またはそれよりも少ない頻度で利用する人に多い。これらの動向は業務利用とプライベート利用どちらについてもあてはまる。

12.4.5.11. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025f)⁹³

- ・ 15～69 歳の日本人を対象にした AI についてのアンケート調査である。2025 年 11 月に実施、1,300 人弱の回答を得ている。
- ・ 回答者の内 AI 利用者（469 名）に AI との対話・相談について尋ねたところ、人間への相談よりも気楽（51%）、悩みを迅速に解決（59%）、使い始めるのが簡単（63%）などの項目への同意が多かった。「正確で信頼できる」への同意は 36%で否定が 25%、個人情報についても「信頼できる」への同意は 31%で否定が 25%と評価の低い項目があることも明らかになった。

⁹³ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025f) 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 <https://www.mobaken.jp/project/lifestyle/20260115.html>

- ・ 人間よりも気楽という意見への同委は 10～20 代女性の AI 利用者（67%）、30～40 代女性の AI 利用者（64%）で高かった。男性でも 30～40 代では 52%と過半数が賛成していた。
- ・ 人間への相談と比べてよいところもあるが、不満のない相談・対話の相手と認識されているわけではない、ということがうかがわれる結果となっている。
- ・ 回答者の内宿題や仕事での AI 利用者（288 名）に AI 生成物の内容確認について質問をしたところ、AI 生成物はすべて人間が確認すべきとの意見は 80%あり、反対意見は 7%にとどまった。その分布とは矛盾するが、人間が重要な部分だけを確認すればよいとの意見に対しては 57%が賛成、反対は 22%であった。さらに矛盾するが、確認作業も AI に委ねてよいとの意見への賛成は 38%、反対は 31%となった。尋ね方によって回答にかなりのばらつきがあるため、解釈の難しいデータではあるが、人間の確認が重要だと考える傾向が強いとは言える。

1 2 . 5 . 利用の効果に関する研究

このセクションでは利用の効果を扱った研究をとりあげる。効果の中にはネガティブなものもポジティブなものも含む。利用者個人に直接もたらされる効果、利用する組織について観察される効果、一国の経済や社会について観察される効果、とスケールを大まかに区別して別々にとりまとめた。

利用がネガティブな効果をもたらしたり、ポジティブな効果が期待以下であったりすれば、生成 AI の利用は止まることがある。そのため、利用の効果は、後のセクションで述べる利用の促進・抑制要因と地続きのテーマと言える。

利用の効果がどのような集団にもたらされやすいかについては、様々な研究があるため、広くは生成 AI と格差というテーマの一翼を成す。ただしこれは独立したセクションにまとめることはしなかった。利用の格差については利用率全般とは別のセクションを設けたが、利用の効果の格差については、利用の様々な効果やその様々な分布と区別するほどの分量がなかった、というのが一つの理由である。

非常に多くの研究があるのは経済的な効果についての研究である。政策課題としても、メディアの関心を集めやすい。AI による失業や大量失業のリスクがしばしばより具体的な

関心の的となる⁹⁴。AI の雇用への影響は生成 AI の爆発的な普及以前、機械学習が注目された 2010 年代から高い注目を浴び続けて来た話題であり、世界的な議論を巻き起こした大変動の予測⁹⁵が外れてその振り返りの議論も既に起きている^{96 97}。

近年の経済学の研究ではこの問題について AI が労働を代替することになるのか、あるいは補完することになるのかという問いとして扱うことが多い。ただし、一般に、仮に AI によってある既存の業務の大半が代替・自動化できるとして、それがその職業を消失させるのか、業務内容が大きく変容しつつ同じ（呼称の）職業として持続させることになるのかについては容易に予測できないとする考えもある。

例えば米国で ATM が急速に普及した 1990 年代、銀行の窓口受付の業務は大いに自動化されたが、窓口受付をする人間が担う業務が大きく変容し、大量失業は発生しなかった。そればかりか、支店を開設する初期費用が減ったこともあり、銀行の競争戦略もあり、結果として銀行の支店が増え、それに伴って窓口受付の雇用がかえって拡大したという⁹⁸。

あるいは機械学習の大家ジェフリー・ヒントンの 2016 年に、5 年以内に AI は放射線技師より優れた診断ができるようになることが「完全に明白」で放射線技師の仕事はなくなると述べたことを想起してもよい⁹⁹。確かに画像解析は人間よりも機械学習による判断が

⁹⁴ 例えば 2025 年パリで開催された AI アクションサミットの共同宣言にもこの問題についての注視が必要なことが盛り込まれている。Élysée (2025). Statement on Inclusive and Sustainable Artificial Intelligence for People and the Planet, February 11, <https://www.elysee.fr/en/emmanuel-macron/2025/02/11/statement-on-inclusive-and-sustainable-artificial-intelligence-for-people-and-the-planet>

⁹⁵ Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2013). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?. Oxford Martin School working paper. <https://oms-www.files.svdcn.com/production/downloads/academic/future-of-employment.pdf>.

⁹⁶ Frey, C. B. & Osborne, M. (2024). Generative AI and the future of work: A reappraisal, The Brown Journal of World Affairs, 30(1). <https://bjwa.brown.edu/30-1/generative-ai-and-the-future-of-work-a-reappraisal/>

⁹⁷ 長澤克重. (2024). AI による雇用喪失・創出に関わる諸要因の検討. 立命館経営学, 62(6), 1-21. <https://ritsume.repo.nii.ac.jp/records/2001824>

⁹⁸ Bessen, J. (2015). Toil and technology: Innovative technology is displacing workers to new jobs rather than replacing them entirely. Finance & Development, 52, 16-19. <https://doi.org/10.5089/9781498351942.022>

⁹⁹ Hinton, G. (2016). untitled comment. the 2016 Machine learning and market for intelligence conference in Toronto, Rotman School of Management, University of Toronto. <https://www.youtube.com/watch?v=2HMpRXstSvQ>

より精確・迅速な場合が多くあり、特に学習データとして使いやすいものが存在している場合には開発がしやすくなるが、一つの職業全体から見ると画像の解釈はタスクの一部にとどまるだろう。

AIによる業務の自動化が進んだ場合に雇用にどのように影響するかは、様々な可能性が考えられるところで、例えば Autor(2015)¹⁰⁰は自動化されるタスクと一緒に必要になる別のタスクを供給できる労働者は価値が上がる、供給が増加した際に需要も増大するようなサービス、消費者の所得が上昇した時に需要が拡大するサービスに関わっている労働者は価値が上がる、といった点が重要と指摘する。後にはより具体的に、ヘルスケア、教育、コンピューター・コードへの需要は上限がないようだと述べている(Autor, 2024)¹⁰¹。

よりマクロ的な視点からは、歴史的な労働力市場の大変動 (disruption) を 1880 年代から現在まで比較した Deming et al.(2025)¹⁰²が、近年はむしろ蒸気機関などの普及時期と比べると変動は穏やかであること、大きな変動は数十年をかけて生じる傾向にあるため現段階で予測するのは時期尚早であることを指摘している。

経済効果を扱う既存の文献の中には利用者個人への影響を見るものから、組織や経済全体の分析をするものまで多様なアプローチのものがある。以下では便宜的にそれらを個人・組織・経済・社会とスケールによって分割してとりまとめた。

12.5.1. 満足度・一般的評価など

12.5.1.1. 総務省(2025)¹⁰³

- ・ 日米独中での一般人及び企業へのアンケート調査から AI 利用率などを探った部分を含む調査である。一般人向けアンケートは 20~60 代を対象に 2025 年 1 月に実施され、日本は 1,030 名、他の国は各 520 名ずつ回答を得ている。企業向けアンケートは

¹⁰⁰ Autor, D. H. (2015). Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. *Journal of economic perspectives*, 29(3), 3-30.
<https://doi.org/10.1257/jep.29.3.3>

¹⁰¹ Autor, D. H. (2024). Applying AI to Rebuild middle class jobs, NBER Working Paper 33323, National Bureau of Economic Research. <http://www.nber.org/papers/w33323>

¹⁰² Deming, D.J., Ong, C., Summers, L. H. (2025). Technological disruption in the labor market. NBER Working Paper 32140, National Bureau of Economic Research. <http://www.nber.org/papers/w32140>.

¹⁰³ 総務省(2025)国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究の請負 成果報告書
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r07_02_houkoku.pdf

25年1月～2月にかけて実施され、日本500社強、米独中は各国300社強の回答を得ている。ただし、デジタル化に2024年以前に取り組んでいない企業を除外している。

- ・ 企業アンケートにおけるAI利用の評価を見てみると、期待を上回る効果を報告している率が日本は低く、期待通りの効果とした割合の半分程度にとどまる。米国では用途により両者が拮抗するレベルになることが多く、例外的に期待を上回る効果と回答した企業の割合が期待通りの効果とした企業の割合の2.5倍になったケース（社内向けヘルプデスク）もある。ドイツや中国は米国と日本の中間程度の結果であった。
- ・ この結果は、日本の企業がそもそも期待を高く持っているとか、事前に慎重に検討しているため概ね期待通りの成果に落ち着く場合が多い、という可能性もあるため、評価が難しいと考えられるだろう。

12.5.1.2. インテージ(2025d)¹⁰⁴

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約20,000～21,000人規模のアンケート調査の内2,100人程度のAI利用者・利用検討者から生成AIのビジネス利用を探ったものの一つである。2024年10月、25年3月、25年10月の3回実施されている。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI利用の内訳などの分析には内2,100～2,200人程度のAI利用または利用検討中の人を対象にしている。
- ・ 調べ物への有用度についてメリット、デメリットを探ったところ、簡単で時間が節約できる手の評価する意見が多い反面、欲しい情報が得られなかったことや確認に時間がかかった、誤情報が含まれていた点などがデメリットとして指摘される傾向にあった。
- ・ AI利用から得られる多様な効果について、実現できているかを尋ねた質問では、時間短縮が4割以上、アイデア創出やコンテンツ作成の効率改善は3割以上、定型業務の自動化、コスト削減、組織のデジタル化向上なども2割以上、と多方面で成果が出ていることが伺われたが、逆に過半数の人（AIにその効果を期待して使っている人の5割以上）が成果を感じている項目は一つもない、ということでもある。より低い人が達成できたとする項目として人件費削減、品質向上、データ活用、市場分析の高度化などは14～19%程度であった。1年前の回答と比べると、多くの項目について達成率が上がっている。これはAIの性能向上、AIの効果的利用法の習得、AIに対する期待の変化（できないと思った効果は期待しなくなるため、結果として期待し続けてい

¹⁰⁴ インテージ(2025d) ビジネスにおける生成AIによる情報収集の行動変化と実務貢献,
<https://gallery.intage.co.jp/genai202511btob-2/>

る人に占める達成できた人の割合は時間と共に上昇する) いずれによるものかは興味深い点であるように思われる。

12.5.1.3. インテージ(2025i)¹⁰⁵

- ・ 21,000人強(内 AI 利用経験者は約 2,200名)を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施されている。同様の調査は本稿執筆時点で 3 回実施されているが本文献はその第 1 回実施時点で執筆されている。
- ・ 用途別の有効性の分析からは、利用率の高い用途上位 8 種ほぼすべてについて、約 60~70%の人が有効性を認めている。例外的に有効性が低いのはニュース記事の要約で約 50%であった。

12.5.1.4. インテージ(2025j)¹⁰⁶

- ・ 21,000人強(内 AI 利用経験者は約 2,200名)を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施されている。同様の調査は本稿執筆時点で 3 回実施されているが本文献はその第 1 回実施時点で執筆されている。
- ・ 有効性の評価について学生と一般層を比較すると、インテージ(2025i)でおおむね 60~70%の利用経験者が有効性を認めていた(70%は文章の作成・加工の 1 件のみ)のに対し、学生は 70~73%が認める用途がより多い(文章の作成・加工、文章の要約、翻訳、調べ物、詩や小説の創作)。これが要求水準の違いによるものなのか、使い方の巧拙によるものなのかは興味深い点であるように思われる。学生はより幅広い AI モデルやサービスを知っており、利用経験もあることから、部分的には AI を使い分けてより効果的に使えている可能性も考えられる。

12.5.1.5. インテージ(2025l)¹⁰⁷

- ・ 21,000人強(内 AI 利用経験者は約 2,200名)を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施さ

¹⁰⁵ インテージ(2025i). 日常生活における生成 AI の浸透実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編

① <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-1/>

¹⁰⁶ インテージ(2025j). 学生の生成 AI 利用実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編②

<https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-2/>

¹⁰⁷ インテージ(2025l). 生活者の視点から見た生成 AI 市場の現状: 生成 AI 利用実態調査 生活者編④ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-4/>

れている。同様の調査は本稿執筆時点で3回実施されているが本文献はその第1回実施時点で執筆されている。

- ・ 利用者のサービス別の評価や利用頻度を尋ねた結果、サービスを認知している人が最も多い ChatGPT、次に多い Bing AI・Copilot、次に多い Bard・Gemini、それよりも少ない Perplexity の順に日常的に利用している者の割合が少なく、Perplexity の日常利用者は約 56%であったのに対し ChatGPT は約 25%であった。
- ・ 満足度もとても満足しているとした層は認知度の逆順、約 2 倍（Perplexity 約 29%、ChatGPT14%）の開きとなっていた。
- ・ 知名度が低いサービスは、より知られた他のサービスと比較されることから、利用頻度が低くなる可能性も考えられるが、結果はその反対である。逆に知名度の低いサービスを試そうと思う程度に関心の高いユーザーの方が頻繁に利用する人の割合が高く、ノウハウも溜まる結果、ChatGPT のように広く知られていることでカジュアルユーザーも多いサービスよりも頻繁に使われ、満足度が高くなる、といった状況になっている可能性が考えられる。Perplexity については出典の提示が高く評価された、Copilot はブラウザやオフィス用アプリへの組み込みが、Gemini はアンドロイドへの組み込みが評価された、といった機能や使いやすさの影響も考えられそうである。

12.5.1.6. インテージ(2025n)¹⁰⁸

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2025 年 3 月に実施されている（別途紹介した通り、同社は同様の調査を本稿執筆時点で第 3 回実施しているが本文献では第 1 回のみが実施されている）。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100 人程度の AI 利用または利用検討中の人を対象にしている。
- ・ 所属先独自のチャット AI についての調査が含まれており、利用者数ベースでは ChatGPT の 20%程度は独自チャット AI の利用者が存在する、利用頻度では既存の AI ツール（ChatGPT、Microsoft Copilot、Gemini、GitHub Copilot）と比較して低いことが示唆されている。
- ・ 満足度も低い傾向が伺われる。とても満足しているとしている利用者の割合は独自チャット AI が最も低く約 5%、次いで ChatGPT の約 10%、他のツールは 12~20%とな

¹⁰⁸ インテージ(2025n). 生成 AI サービス別利用状況: 生成 AI 利用実態調査 ビジネスパーソン編③ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btob-3/>

っている。やや満足していると回答した層をこれに足しても独自チャット AI は最も少なくなっている（ChatGPT はここでは他に見劣りしないレベルになる）。不満寄りの意見の割合に着目しても、独自チャット AI は他のツールよりあまり満足していない・まったく満足していないを合計した割合が他より多い（まったく満足していない人だけを見るなら、GitHub Copilot がより多い）。

- ・ 組織的に導入されている範囲に絞って活用度についても尋ねているが、ここでは少し異なる傾向が見受けられる。Gemini はとても活用していると回答する人の割合が最も少なく約 3%、独自チャット AI の 8% よりも低い。他のツールは約 10-16% とより高い。これにやや活用しているとする層を足すとやはり独自チャット AI が活用度が低くなる。否定寄りの意見の傾向もこれと似ている。全く活用していない層は Gemini や GitHub Copilot は約 9~10% 存在し、独自チャット AI の 3% より多い。これらに「あまり活用していない」層を足すと独自チャット AI が最も多くなる。
- ・ 以上から以下の 2 点が示唆されると思われる。
 - チャット AI ツールは利用頻度、満足度、活用度と、尺度によってどれがよいか、の序列が変わる。
 - 総じて独自チャット AI は低い評価になる。

12.5.1.7. 日本情報システム・ユーザー協会(2025) ¹⁰⁹

- ・ 2024 年 9~10 月に実施された企業アンケート調査、12 月から翌 24 年 1~2 月にアンケート調査を実施し、IT 活用全般を扱い、その中で生成 AI に関する動向についても分析している。企業アンケートは東証上場企業及びそれに準ずる企業 4500 社、回答は 981 社となっている。
- ・ 生成 AI 導入の効果、評価についても本調査ではいくつかの角度から検討を加えている。全体的に、期待を大きく上回ったと回答した企業は 4% のみである。産業別に見ると、0% である産業も多く（建築・土木、素材型製造、金融・保険、インフラ）、小売・外食が約 15% で最も高い。他はその他製造、卸売が 8~9%、組立型製造、運輸・不動産、サービスが約 1~4%、となっている。導入率が高い産業は効果が大きく出ているわけではないということがここからはうかがわれる。

¹⁰⁹ 日本情報システム・ユーザー協会(2025). 企業 IT 動向調査 報告書 2025: ユーザー企業の IT 投資・活用の最新動向 (2024 年度調査), https://juas.or.jp/cms/media/2025/04/JUAS_IT2025.pdf

- ・ 概ね期待通りの効果を得たとした企業は約 33%であり、期待を下回ったケースやわからない、まだこれから期待していた効果が出る、などを合わせた割合は約 63%となっている。産業別に見ると概ね期待通りの効果を得た企業の割合が少ないのは運輸・不動産、その他製造、小売・外食（約 19～23%）である。
- ・ ここでもインフラ産業のように導入率が高い産業でも必ずしも順調に効果が出ているわけではないことがうかがわれる。
- ・ 導入時の効果測定をしていない企業が多く、運輸・不動産では約 85%、製造業系と建築・土木では約 62～70%、他の産業も 48～53%となっている。例外は小売・外食産業で時間節約効果を 6 割以上の企業が導入時に測定しており、効果測定を行っていない企業は 3 割程度に留まっている。

12.5.1.8. 情報通信総合研究所(2024) ¹¹⁰

- ・ 約 11.2 万人規模の大規模な就業者向けアンケート調査を実施し、生成 AI の企業における利用実態などを分析している。アンケートは 24 年 8～9 月に実施されている。同様の調査の 2 回目に基づいた報告は情報通信総合研究所(2025)にあるが、ここと重複していない報告内容があるため、それを紹介する。
- ・ 利用者の満足度を所属の部署別に分析しているが、不満が多いのはコールセンター（約 30%で特に多い）、法務・知財（約 24%）、満足度が高いのは物流（約 90%、ほかほとんどの部署で 80%を超える満足度（非常に満足またはやや満足）となっている。本質問では「どちらともいえない」といった中立的な選択肢を設けていないが、どちらかといえばポジティブに捉えている人はどちらかといえばネガティブに捉えている人よりも遥かに多いということになるだろう。

12.5.1.9. 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) ¹¹¹

- ・ 生成 AI の利用状況を含む IT 関連の事項についてアンケート調査を実施している。従業員 50 名以上の企業の IT や経営企画の係長以上の担当者約 17,000 人を対象としたアンケート調査を実施し、1,000 人強からの回答を得ている。回答は一社一回答となっている。アンケートは 25 年 1 月に実施されている。

¹¹⁰ 情報通信総合研究所(2024) 企業における生成 AI 活用の格差浮き彫りに: 規模別・業種別の利用状況・課題と今後の展望 <https://www.icr.co.jp/publicity/5135.html>

¹¹¹ 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) 生成 AI の活用成果の実態とセキュリティ課題への取り組み状況: 「企業 IT 利活用動向調査 2025」結果報告, https://www.jipdec.or.jp/library/report/o66i7e0000015pm-att/20250314_s01.pdf

- ・ 効果について尋ねると、業務効率化が「非常に」効果があるとした企業の割合が特に高い（約 45%）。これはメール対応や資料作成を指している。
- ・ 他は 24%～約 28%と似たようなレベルの評価がデータ分析関連、文章の要約や翻訳、マーケティング系業務、会議関連業務、プログラミングなど開発の業務、顧客対応、教育、アイデア創出、プロジェクト管理などであった。「ある程度」効果が出ていると述べた企業の率も含めると、データ分析関連（約 51%）について高く、他は約 39～43%と狭い範囲で評価が横並び状態にあった。
- ・ DX との関係に着目すると、全社的に DX が定着している企業では「非常に」効果が高いとの評価が多く、上述の多くの用途について約 42～49%、文章の要約・翻訳は約 53%、日常業務については約 61%であった。DX が（定着はしていないにせよ）全社戦略に基づいて実践されている企業では約 21～31%、例外的に日常業務については約 44%が「非常に」効果があるとしていたことと大きな差がついている。
- ・ これが何らかの因果関係（DX の推進が AI 利用や AI の効果増大を生む、というような）によって呈されているパターンなのか、DX を成功させるような IT 部門が活躍しやすい企業では AI も活用されやすいといった相関的な関係なのかは不明だが、非常に目立った差があることから掘り下げて調査する価値がある点のように思われる。
- ・ 効果が大きい用途が産業によってどのように異なっているかを見ると、卸売・小売で効果が高く（「非常に」効果があるとの回答が全用途平均約 35%）、最も低い産業（建設・不動産や金融・保険はいずれも約 24%）と 10%ポイント程度の差がある。
- ・ 個別の用途について見ると、顧客対応では卸売・小売は約 38%の企業が非常に効果があると回答しているが、他の産業では約 19～28%、教育関連業務では公共・その他の産業で約 38%が非常に効果があると回答しているが、他は約 14%（金融・保険）、約 30%（情報通信）、21～25%（その他）と低くなっている。会議効率化においてもこの 2 産業はそれぞれ約 41%、約 38%が非常に効果を上げているが、他の産業は約 22～30%にとどまっている。
- ・ 従業員規模別に見ると、5,000 人以上の規模の企業では全用途で「非常に」効果があったとする率が高めであった。全用途平均値で見ると、非常に効果があったとする率が次に高かったのは 300～999 人規模の企業であった。1,000～4,999 人と、299 人以下の企業はいずれも同じ平均値であった。つまり有効活用は巨大企業ではしやすいが、小さい企業が不利とは限らない。

12.5.1.10. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025d) ¹¹²

- ・ 15～69 歳の日本人を対象にした AI についてのアンケート調査である。2025 年 2 月に実施、7,500 人強の回答を得ている。
- ・ 回答者の内 AI 利用者（2,000 名弱）に、AI の有用性などを尋ねている。
- ・ 全体としては「とても」役立っていると考える層は 15%、「まあまあ」との評価は 60%、「あまり」（役に立っていると思わない）は 23%、役に立っていると思わないが 2%であった。
- ・ 年代・男女を分けて傾向を見ると男性は同年代の女性よりもほぼ一貫して「とても」の評価が多い。例外は 60 代で女性が 3%ポイント高い。若年層ほどこの高評価の割合が多く、10 代男性 26%、20 代男性 23%、10 代女性と 30 代男性 20%、20 代女性 18%、30 代女性と 40 代男性 14%と年齢が上がるとうこう評価率は下がる。「あまり」役に立っていないと考える層は年齢と共に増える。
- ・ どのような点を評価するかについて尋ねると効率化・時間節約が最も多く 50%、能力の補完（翻訳、プログラミング、各種創作能力などを含む）が 40%、アイデア提案が 36%などとなっていた。
- ・ 男女・年代別にこの評価を見てもおおよその順位などは同じ傾向にあった。やや異なる傾向を示したのは 10 代男性（楽しいことを 42%が評価しと 2 位）、60 代女性（興味の幅を広げることを 40%が評価し 1 位）であった。
- ・ 不満に思っている点についても尋ねると、誤情報（35%）、誤情報の判別（31）、期待している回答が出てこない（27%）、うまく使えていないこと（24%）などが主な不満として相対的に高い率の人から選択された。
- ・ これを年代・男女に分けて見ても大まかな傾向に変化はなかった。ただし、誤情報に関する不満は 10 代男女、20 代女性、60 代男性で高かった（40%、10 代女性のみ 44%の項目あり）。また思考力や学力の低下については 10 代女子が 21%（不満の中で 4 番目に高い支持率）であった。

¹¹² NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025d) 生成 AI の役立つ点は「作業効率化」、不満は「誤情報が含まれている」が最多 <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20251120.html>

1 2. 5. 2. 人間による労働の代替と補完

1 2. 5. 2. 1. Handa et al. (2025)¹¹³

- ・ 2024 年 12 月～25 年 1 月にかけての Claude の利用データを分析したものである。
- ・ 利用の 43%は人間の関与が少ない自動化のために用いられている。57%は人間の能力の増強・補完に用いられている¹¹⁴。

1 2. 5. 2. 2. Appel et al. (2026)¹¹⁵

- ・ Claude の利用データを分析したものである。2025 年 4 月～11 月の利用データ分析からは次のような結論を出している。
- ・ 一般利用者は 25 年 1 月の利用の 56%は能力の増強・補完に、41%は自動化に用いられている。この比率は数%の範囲で変動するが、25 年 8 月には人間の増強・補完が 47%、自動化が 49%、と後者が多くなっている。
- ・ 両者の割合は、企業向けの API サービスの利用では全く異なっており、人間の増強・補完は 12～14%（25 年 8 月と 11 月）、自動化は 75～77%（25 年 11 月と 8 月）、となっている。
- ・ ここから、AI の業務利用においてはかなり自動化が多い可能性が考えられる。ただし、Claude はプログラミング関連のタスクに用いられることが多いことが影響している可能性もあると思われる。

¹¹³ Handa, K., Tamkin, A., McCain, M., Huang, S., Durmus, E., Heck, S., ... & Ganguli, D. (2025). Which economic tasks are performed with ai? evidence from millions of claude conversations. arXiv preprint arXiv:2503.04761.

¹¹⁴ 補完や増強については、AI の応答を踏まえて利用者が更に指示を出すなどのやりとりを伴うものであったり、理解を助けるような説明を求めるようなものであったり、利用者が用意したプログラムのチェックを依頼するものであるなど、利用者の入力内容の性質を元に判断している。自動化については、命令をしている、利用者自身の判断以外のフィードバック（プログラムを実行した際のエラーメッセージなど）を入力するやりとりになっている、といったものが該当するとしている。

¹¹⁵ Appel, R., Massenkoff, M., McCrory, P., McCain, M., Heller, R., Neylon, T., & Tamkin, A. (2026), Anthropic Economic Index report: economic primitives, 2026.01.15. <https://www.anthropic.com/research/anthropic-economic-index-january-2026-report>

1 2. 5. 2. 3. Chatterji et al.(2025)¹¹⁶

- ・ ChatGPT 利用記録の分析である。
- ・ 尋ねること（アドバイスを求めることを含む）は 49%、行うことは 40%という分布になっていると報じている。

1 2. 5. 3. 多様な職業や業務における利用効果

AI 利用によって様々な業務上のタスクや職業に時間節約、生産性向上などの効果が得られることは、労働の代替との関係で注目を集めて来た。労働の代替に関する研究は失業率などしばしば比較的巨視的であるのに対し、より微視的な観点からの研究群として個別の業務に着目するものがある、と言ってもよい。

注目されることが多い領域のひとつはプログラミングである。数あるタスクの中でプログラミングは正解とそうでない解を分ける基準が少なくともある程度は明快になっている。（エラーが出るプログラムは原則「正解」ではない、など。）学習用データもある程度存在している。このような性質を持つタスクは AI が性能を発揮しやすい傾向にある。比較的初期の段階で、例えば Peng et al. (2023)は実験を実施し、AI を用いることでプログラミングの時間は約 56%短縮されると報告したことなども、ソフトウェア開発が影響を受けると考える材料となるだろう。広く報道なども含めてみると、生成 AI を活用する企業がプログラマーをどの程度解雇するか、さらには生成 AI の高度化・普及によりソフトウェア産業が衰退することになるのかについて様々な発言や報道がある。だが、その後の研究では、そもそも利用がメリットをもたらすか、無駄に終わるかについて様々な見解が提起されている。その効果が一様ではないのではないかと、という説も多くある。Cui et al.(2025)は、3つの組織におけるランダム化比較試験の結果を統合的に分析した。これらの実験はマイクロソフト、アクセンチュア、及び匿名の企業において 2022 年 9 月から 2023 年 10 月にかけて GitHub Copilot を用いて実施されている。AI 利用者には約 26%の生産性向上が見られるが、熟練のプログラマーよりも経験の浅いプログラマーに高い効果が見られ、AI の継続利用率も高くなるとした。AI は中程度の出力に長けている、利用の敷居が低い、などの特性を持つため、高度な専門性が要求されるタスク・熟練の労働者よりも、経験の浅い労働者により助けになるのではないかと、というより一般的な説に沿った結果と言える。

¹¹⁶ Chatterji, A., Cunningham, T., Deming, D. J., Hitzig, Z., Ong, C., Shan, C. Y., & Wadman, K. (2025). How people use chatGPT. National Bureau of Economic Research Working Paper No. w34255. <https://doi.org/10.3386/w34255>

研究的な性質のものではないが、「使い方ガイド」「選び方ガイド」などでもどの AI モデルはどのような利用に向いているかを解説するものが多い。ここからも、誰にでも、どのような（プログラミングの）タスクにでもどの生成 AI であっても非常に高い性能を発揮するとは限らず、用途と AI モデルの適合度や、ユーザーインターフェースの特性、利用上の工夫などによって効果が変わってくる場所があると思われる。AI モデルの利用経験によっても効果が違って来る場合があるだろう。

プログラミングに限定せずに時間節約などの効果計測のレンジを見ると、上に言及した Peng et al. (2023) の 56%、Gambacorta, et al. (2024)¹¹⁷ の 55%（どちらもソフトウェア領域）から Brynjolfsson et al. (2025)¹¹⁸ の 14%（コールセンター業務）、同じく上に紹介した-19%まで幅広い。Noy & Zang (2023)¹¹⁹ は文章作成タスクの比較実験を通じて ChatGPT を用いた場合平均 40%の時間短縮のほかに 18%の品質向上、より高い満足度を報告している。

12.5.3.1. Becker et al. (2025)¹²⁰

- ・ 2025 年初頭時点でランダム化比較試験の形で AI 利用と AI を利用しないグループに分けてプログラミングのパフォーマンス比較を行っている。
- ・ 比較的熟練度の高いプログラマーに AI を用いてタスクを遂行させた場合、19%長くかかる。
- ・ 実際に利用したプログラマーは 20%程度の時間短縮が実現できたと回答した。（この認識は間違っていたことになる。）
- ・ 事前に効果を予想した専門家（経済学者と機械学習の専門家）も平均約 40%の時間短縮を予想していた。

¹¹⁷ Gambacorta, L., Qiu, H., Shan, S., & Rees, D. M. (2024). Generative AI and labour productivity: a field experiment on coding. Bank for International Settlements Working Paper No. 1208, <https://www.bis.org/publ/work1208.htm>

¹¹⁸ Brynjolfsson, E., Li, D., & Raymond, L. (2025). Generative AI at work. *The Quarterly Journal of Economics*, 140(2), 889-942. <https://doi.org/10.1093/qje/qjae044>

¹¹⁹ Noy, S., & Zhang, W. (2023). Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence. *Science*, 381(6654), 187-192. <https://doi.org/10.1126/science.adh2586>

¹²⁰ Becker, J., Rush, N., Barnes, E., & Rein, D. (2025). Measuring the impact of early-2025 AI on experienced open-source developer productivity. arXiv preprint arXiv:2507.09089.

1 2. 5. 3. 2. Tamkin & McCrory (2025)¹²¹

- ・ 後述する Acemoglu(2024)の手法に概ね従いつつ、Claude の利用データ 10 万件(会話 1 つを 1 件とカウント)を分析し、それらがどのタスクに該当し、それがどの程度の時間節約になっているかを計算したものである。さらに、様々な職業でどのようなタスクを実施しているか、各職業の賃金についての外部データと、各職業がそれぞれのタスクにどの程度時間を費やしているかについての独自の推計をもとに経済全体への貢献度を推計している。
- ・ 労働生産性向上全体への寄与度の大きさが大きいと推計されるのはソフトウェアデベロッパー (19%)、ジェネラルマネジャーやオペレーションズマネジャー (6%)、マーケットリサーチアナリストとマーケティング専門家 (5%)、カスタマーサービス担当者 (4%)、中学校教員 (3%) の 5 つの職種であった。

1 2. 5. 3. 3. Toner-Rodgers (2024)¹²²

- ・ ある大企業の物質科学研究開発ラボの AI 導入事例を分析し効果を報告している。2022 年 5 月から 3 回に分けて段階的に (異なる研究員に) AI ツールを導入しているため、導入済み研究員と導入前研究員の業績を比較した。AI は利用者から指示された物性を持つ分子化合物の候補を出力するというものである。研究員は 1,000 人を超える。
- ・ 典型的な研究員の業績は 0.56 件の新物質発見、0.16 件の特許申請、0.20 件の製品プロトタイプである。AI を利用する研究員は新物質発見が 44%増加、それを受けて特許申請件数が 39%増加、新製品プロトタイプは 17%増加している。
- ・ 質的にも向上が見られた。発見された物質は AI を利用しない研究員の発見する物質と比べて狙いに近い性質を持っている度合いが強かった。
- ・ 全体として研究開発は 13~15%の効率化になったとしている。この算定には AI の開発コストも含まれる (償却期間 5 年で算定)。
- ・ 効率性向上効果には人によって大きな違いがあった。AI 導入以前に最も業績の高かった上位 10%の研究員に集中しており、81%の向上であった。逆に下位 33%の研究員は僅かな改善効果しか見られなかった。

¹²¹ Tamkin & McCrory (2025). Estimating AI productivity gains from Claude conversations, <https://www.anthropic.com/research/estimating-productivity-gains>

¹²² Toner-Rodgers, A. (2024). Artificial intelligence, scientific discovery, and product innovation. arXiv preprint arXiv:2412.17866.

- ・ この生成 AI は分子化合物の候補を発案するタスクを大幅に代替するが、候補の優劣を判断する部分は人間が担うため、もともとその判断力に優れていた一部研究員の研究開発活動を補完する形で生産性の向上をもたらした（一部タスクの代替効果とより広い範囲のタスクの補完効果と形容している）。

1 2. 5. 3. 4. Beauchene et al. (2025)¹²³

- ・ 企業勤務者 1 万人規模のアンケート調査を実施、AI 利用状況などを分析している。回答者は日米英仏独伊西印ブラジル、中東地域それぞれから 1,000 名強と南アから 500 名強となっている。所属企業の売上規模や産業、回答者の職位は多様である。
- ・ 利用者の 47%は一日 1 時間程度の時間節約を報告している。

1 2. 5. 3. 5. Dillon et al.(2025)¹²⁴

- ・ 66 社の約 7,000 人を対象にオフィスソフトと統合された AI を提供した従業員とそうでない従業員の比較を行ったものである。実験は 2023 年 9 月から 24 年 10 月にかけて実施された。
- ・ アクセスを与えられた従業員の約 90%は 6 カ月の実験期間内に一度は AI を利用している。なお、利用率は実験の初期段階で高くなり、その後低下するが、この初期段階の部分は分析対象から除外している。好奇心や学習のために利用が多くなるといった効果が考えられ、ねらいとしている効果とは異なる効果になっているためである。
- ・ AI を提供された従業員は実験前と比較して週に 1.4 時間程度メールに使う時間が減少した。メールの送信・返信数や書類作成数、ミーティングの出席数、書類作成やミーティングに使う時間などには統計的に有意な変化は見られなかった。ただし、通常の業務時間外にアプリケーションを利用する時間が週に 15 分程度(9%)減少し、メールアプリをまとまった時間使わないことが増えた。

¹²³ Beauchene, V., Duranton, S., Kalra, N., & Martin, D. (2025). AI at Work: Momentum Builds, but Gaps Remain, Boston Consulting Group,

<https://www.bcg.com/publications/2025/ai-at-work-momentum-builds-but-gaps-remain>

¹²⁴ Dillon, E. W., Jaffe, S., Immorlica, N., & Stanton, C. T. (2025). Shifting work patterns with generative AI (No. w33795). National Bureau of Economic Research Working Paper w33795. <https://www.nber.org/papers/w33795/>

1 2. 5. 3. 6. 国際大学 GLOCOM(2026)¹²⁵

- ・ 3種のアンケート調査などによって AI の業務利用について探ったものである。主なアンケートは AI の業務利用をしている人を対象にした 7,000 人規模（AI を利用していない人も含めると 6 万人規模）で 2025 年 5 月に実施されている。
- ・ 時間節約効果は週に 5 時間程度で職種によるばらつきは少なかった。（4.35～6 時間）
- ・ 利用開始から 2 年以上経過している利用者に限定すると 7 時間程度の時間節約が見られた。
- ・ 能力向上について主観的な評価を尋ねたところ、用途（文書や資料の作成、翻訳、情報の収集・整理など）によらず 1.7～1.9 倍程度との平均値となった。
- ・ 産業別にみると、アニメ制作、ゲーム制作、インバウンド産業は利用率も高く、効果が大きい傾向にあった。

1 2. 5. 3. 7. パーソル総合研究所(2026)¹²⁶

- ・ AI 利用者と非利用者それぞれ 1500 人ずつを対象としたアンケートで生成 AI の業務への利用状況や働き方への影響を分析している。調査は 2025 年 10 月に実施されている。
- ・ 利用者が節約できる時間は平均すると 1 日 5 分強であり、週 4 日以上利用する層に限定すると 7 分強になる（週 5 日労働を想定した場合）。
- ・ 用途別に節約時間数を見ると、一週間あたりで文書・資料などの作成・加工と企画・立案などが 35 分を超え、データ分析関連と情報収集がいずれも 30 分を超え、開発やクリエイティブ系は 20 分程度となる。

1 2. 5. 3. 8. インテージ(2025m)¹²⁷

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2025 年 3 月に実施されている（別途紹介

¹²⁵ 国際大学 GLOCOM(2026)『日本における生成 AI 利用を進めるために』,
<https://www.glocom.ac.jp/activities/project/11336>

¹²⁶ パーソル総合研究所(2026) 生成 AI とはたらき方に関する実態調査 <https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/generative-ai/>

¹²⁷ インテージ(2025m). 生成 AI への期待と実情: 生成 AI 利用実態調査 ビジネスパーソン編②
<https://gallery.intage.co.jp/genai2025btob-2/>

た通り、同社は同様の調査を本稿執筆時点で第3回実施しているが本文献では第1回のみが実施されている）。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI利用の内訳などの分析には内2,100人程度のAI利用また利用検討中の人を対象にしている。

- ・ AIが今後自分の業務を置き換える度合いについて尋ねたところ、職位によってかなり異なる回答があった。役員は他と比べ25%以下の代替率や75%以上の代替率を予想する人が少なかった。
- ・ 同じ質問への回答を産業別に見ると、代替率が高いと考える人が他の産業より多いのは通信、ソフトウェア・情報、金融、医療・教育、建設・不動産だが、いずれも6～9%の人がそう考えているにとどまる。25～50%の代替率を予想する人はどの産業にも多い。少ないのは建設・不動産だがそれでも約39%程度の人があるように予想している。多くの産業では50～56%の人がそのように考える。

12. 5. 3. 9. Schwarcz et al. (2025)¹²⁸

- ・ 法律業務に検索機能付きのAI（RAG：検索拡張生成、Vincent AI）と推論モデル（ChatGPT-4o1 プレビュー版）を利用した場合の効果について検討している。ランダム化比較試験法によりAIなし、または上記いずれのAI利用を比較した。被験者は米国の州立大学のロースクールの学部2～3年または修士課程の学生である。実施時期は2024年10月である。各被験者に与えられたタスクは60～240分の時間制限付きの文書作成のタスクで、法律事務所の1～2年目の熟練度の低いメンバーが担うような現実的なタスクであった。提出物の評価は、精確性、分析の深さ、構成の適切さ、明快さ、指示への応答度合いの観点から著者らが行った。評価者は提出者がAIを使ったどうか分からないようにした上で評価している。
- ・ 検討した6種の内5業務について50～130%の生産性向上効果が統計的に優位な形で認められた。
- ・ RAGを用いた場合の生産性は50～110%の改善、推論モデルを用いた場合には75～130%の改善としている。

¹²⁸ Schwarcz, D., Manning, S., Barry, P., Cleveland, D. R., Prescott, J. J., & Rich, B. (2025). Ai-powered lawyering: Ai reasoning models, retrieval augmented generation, and the future of legal practice. Minnesota Legal Studies Research Paper, No. 25-16, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5162111>

- ・ どちらのツールによっても改善効果が見られなかったのは秘密保持契約の草稿作成であった。
- ・ 質を7段階で評価すると、AIの利用は0.25～0.53段階分の向上が認められた。この効果を標準化して表現すると、RAGを使った場合は標準偏差0.15～0.20分の向上が、推論モデルを使った場合は標準偏差0.30～0.35分の向上が認められた。後者は例えば平均的出来と、上位36～38%の出来の差ということになる。
- ・ 参加者の学業の成績によって効果が異なるかどうかを分析すると、推論モデルではそのような効果は認められない。RAGを利用する場合、品質への影響は特に成績による差がないが、時間短縮効果は成績の低い学生の方が大きい。この点でのみ、AIが格差を縮める効果があるということになる。
- ・ ただし、本実験ではベテランの法律家などを被験者にしているわけではないため、他の研究で指摘される格差圧縮効果の有無と厳密には異なる点を検証しているとも言える可能性がある。
- ・ 利用者の自己評価では、品質改善効果はRAG利用者の方が高く自己評価するが実際には推論モデル利用者の方が高い。時間短縮効果は推論モデルで大きいと自己評価されがちだが実際にはRAGとの違いはあまりない。
- ・ 著者の一人 Schwarcz は、ChatGPT-4 を用いた実験を本研究以前に実施しており¹²⁹、そこでは選択式の問題には有効、エッセイ記述式には有効ではない、成績が優秀でない生徒には有効、最も優秀な生徒には有害、といった結論になっていた。本論文では、4o や Vincent AI の効果は時間節約の点では過去の研究と大差ないが、品質改善の点で大きく異なるとしている。実験時点からの生成 AI の進展を考えると本論文公表時点では更に大きな効果が出ているだろうとも述べている。

12.5.4. 認知・学習への影響

生成 AI を使うことで、思考力や学力が落ちるのではないか、という懸念は報道などでもとりあげられることがあるもので、利用の促進・抑制要因のセクションでも取りあげた通り、日本の若年層にもそうした懸念が高い層がいることがうかがわれる。反面、教育分野の研究では AI の効果的な利用を報告する研究も珍しくない。効果がない場合や害があった場合の報告もあり、全体としての傾向を見通すことは個別の研究のレビューからだけでは

¹²⁹ Choi, J. & Schwarcz, D. (2025). AI Assistance in legal analysis: An empirical study, *Journal of Legal Education*, 73(2), 384-420. <https://jle.aals.org/home/vol73/iss2/5/>

やや難しいところがある。そうしたこともあり、ここでは複数の研究論文のデータを統合して再度分析するメタ分析を実施した論文をとりあげることにした。

メタ分析は典型的な手続きのひとつとして、既存の研究の出版バイアスの有無を確認するという長所がある。データのばらつきに照らして不自然に特定の結果についての報告だけが少ない場合には出版バイアスを疑い、必要に応じてそれを補正した上で分析を進めるなどの措置もとるため、メタ分析から得られる知見は個別の研究よりもやや信頼性が高くなる面もある。結果として出版バイアスはあまり見られないこと（皆無ではない）、生成 AI の利用は認知スキルの発達や学習成果の向上にポジティブに影響する場合が多いことがかなり明白になった。

もっとも、これは研究者が関与して生成 AI を使った場合の話であって、受験勉強に活用したとか、日常生活で常用した場合の効果にどれだけあてはめられるかについては様々な解釈があろう。また、特に初期の実験については、ChatGPT もまだ珍しく、利用する体験が新鮮であるが故に注意がひきつけられ、結果として学習が効果的になったというような一時的な（AI が当たり前になれば消失するような）効果が混じっていた可能性などもあるだろう。ただ、生成 AI を使うことで学習効果が上がるとか、批判的思考がより上手になるとしても全く驚くには値しないということは、十分に示されているように思われる。

なお、メタ分析の性質として、あるテーマについての分析が論文として 15 件、50 件など公表されてから、それらのデータを統合して分析するものであるため、どうしても現場の動きを迅速に捉えることができない傾向にある。本稿では原則として 2024 年下期以降の事象についての研究などをとりあげているが、以下のメタ分析群についてはこれを断念した。従って、以下にとりあげるものも、本稿執筆時点で最新の生成 AI（あるいは読者が本稿を読んでいる時点の AI）を使った場合の効果にどの程度そのままあてはめられるかについては、解釈の余地がより大きくなる。

経済学系の研究では AI は熟練度の低い労働者にとって効果が大きいのではないかということが関心事になっているが、同様の観点からのメタ分析が認知・学習領域に見られなかったのはやや残念である。今後の課題の一つのようにも思われる。

12.5.4.1. Zhao et al. (2025)¹³⁰

生成 AI の利用が学生の高次思考にもたらす影響についてメタ分析を行ったものである。対象としたのは 29 件の研究で報告されているデータで、2023~2025 年に公表の実験や準実験の手法を用いたものである。効果量 (Hedge's *g*) を見ている。

- ・ 批判的思考については、効果量は約 0.69 であった。これは中程度の効果量とされる。
- ・ 創造性については 0.44 であり、中程度の効果量とされる。
- ・ 問題解決能力については 0.75 と最も高い効果が見られた。これも中程度の効果量とされる。
- ・ これらの効果の強さなどを左右する調整変数の効果について検討したところ、特に介入期間の長さ (AI 利用期間の長さ) が 8 週間以上と以下で効果量が異なる傾向があり、8~16 週間の期間 AI を利用することがより望ましいことが明らかになった。学びの自己調整をする能力が高い学生と低い学生とでは前者の方が AI 利用の効果が高くなることも明らかになった。

12.5.4.2. Nie et al. (2025)¹³¹

- ・ 生成 AI の利用が学生の高次思考にもたらす影響についてメタ分析を行ったものである。対象としたのは 19 件の研究で報告されているデータで実験や準実験の手法を用いているものである。3 レベルのメタ分析を実施し、効果量 (Hedge's *g*) を見ている。
- ・ 生成 AI 利用が学生の高次思考に与える影響は効果量としては 0.851 (95%信頼区間は 0.452, 1.250) であった。

¹³⁰ Zhao, Y., Yue, Y., Sun, Z., Jiang, Q., & Li, G. (2025). Does generative Artificial Intelligence improve students' Higher-Order Thinking? A meta-analysis based on 29 experiments and quasi-experiments. *Journal of Intelligence*, 13(12), 160.

<https://doi.org/10.3390/jintelligence13120160>

¹³¹ Nie, X., Tian, Y., Liu, M., Wu, D., & Guo, Y. (2025). The impact of generative artificial intelligence on students' higher order thinking: Evidence from a three-level meta-analysis. *Education and Information Technologies*, 30(17), 25359-25390.

<https://doi.org/10.1007/s10639-025-13735-x>

- ・ 非常に多くの調整変数について検討を行ったが、実施期間については4～8週間では有意な効果が認められず、それより短い長い期間の実施が望ましいことが示唆された。大集団での実践は効果が弱くなることが示唆された。
- ・ 高次思考の種類などについても分析を行っている。
- ・ 創造性については統計的に有意な効果は認められなかった。問題解決、批判的思考、計算的思考、論理的思考などは有意に向上した。

1 2. 5. 4. 3. Liu et al (2026)¹³²

- ・ 生成 AI 利用が数学の学習アウトカムに与える影響についてメタ分析を実施したものである。22 件の実証研究を対象にした。
- ・ 効果量 (Hedge's g) は 0.534 であった。認知スキルの向上効果が認められたが、非認知スキルについては有意な影響が認められなかった。
- ・ 調整変数も探っている。授業へ生成 AI の組み込むこと、集団のサイズが大きすぎないこと、学習内容が幾何学や代数、統計学の場合効果が大きく、積分では小さいことが示唆された。グループで学習する形式の方が個別学習のスタイルより効果が高くなる、といった傾向が見られた。

1 2. 5. 4. 4. Qian et al. (2024)¹³³

- ・ 2024 年 4 月時点までの研究のみを扱った本稿の観点からはやや古い研究だが、26 本の研究を対象にメタ分析を実施し、生成 AI が学校の成績などに与える影響を調べている。なお本研究は IEEE 下の学会発表で論文誌掲載の研究論文ではない。メタ分析に用いた研究はいずれも実験または準実験手法を用いたものである。
- ・ 効果量 (Hedge's g) は 0.477、中程度の向上が見られた。
- ・ 研究間の異質性が高かったため調整変数を探ったところ、教科 (自然科学、社会科学、医学、プログラミング、ライティング) の中では医学での利用が特に効果が高い。($g=1.601$) 他に社会科学と自然科学も中程度の効果量であった。ライティング

¹³² Liu, B., Zhang, W., & Wang, F. (2026). Can generative Artificial Intelligence effectively enhance students' mathematics learning outcomes?—A meta-analysis of empirical studies from 2023 to 2025. *Education Sciences*, 16(1), 140. <https://doi.org/10.3390/educsci16010140>

¹³³ Qian, L., Li, W., Feng, Q., & Li, L. (2024, November). The effect of generative Artificial Intelligence on students' academic achievement: A meta-analysis. In *2024 International Conference on Intelligent Education and Intelligent Research (IEIR)*, Macau, China, pp. 1-5. <http://doi.org/10.1109/IEIR62538.2024.10960226>.

は生成 AI の用途としては頻出するが効果量は小さかった。AI 利用は一度ではなく複数回の繰り返し利用がより有効 (0.876)、集団は 51~100 人や 101~150 人規模への提供がより小さい集団やより大きい集団よりも有効 (0.649、0.600)、利用方法は AI との対話や AI を使ったコンテンツ生成がより効果的 (0.569、0.541) などが示唆された。検討した調整変数の中で利用者が学生か教師か、教育段階が小中高か大学かなどは特に影響が見られなかった。

1 2. 5. 4. 5. Li et al. (2025)¹³⁴

- ・ 医学教育における生成 AI ベースの教育と従来型の教育手法を比較するメタ分析を実施したものである。対象にしたのはランダム化比較試験を用いた研究 11 件、2024~25 年に公表されたものである。
- ・ 知識獲得の点では両グループに統計的に有意な差は見られなかった。
- ・ 実践系のコースでは効果 (技能習得の効果) があった。(標準化差 0.63、95%信頼区間 0.10~1.16)
- ・ 対象地域 (アジアと欧州) による効果の違いは見られなかった。実施期間 (1 週間以下かより長い期間か) の長い方が、効果が高いことがうかがわれた。
- ・ AI を利用した授業の方が学生の満足度が高い傾向にあった。

1 2. 5. 4. 6. Zhang et al. (2025)¹³⁵

- ・ 高等教育における AI 利用の効果についてメタ分析を実施したものである。2015~24 年に公表された研究 13 件を対象にしており、生成 AI でない AI も含むものだが、生成 AI の効果についても分析があるためとりあげることにした。
- ・ 効果量 (Hedges' g) は 0.86 と大きい。
- ・ 生成 AI のチャットアプリは特に効果量が大きい (g =1.02, 95%信頼区間 0.45, 1.59)。

¹³⁴ Li, J., Yin, K., Wang, Y., Jiang, X., & Chen, D. (2025). Effectiveness of generative Artificial Intelligence-based teaching versus traditional teaching methods in medical education: a meta-analysis of randomized controlled trials. *BMC Medical Education*, 25(1), 1175. <https://doi.org/10.1186/s12909-025-07750-2>

¹³⁵ Zhang, J., Jantakoon, T., & Laoha, R. (2025). Meta-analysis of Artificial Intelligence in education. *Higher Education Studies*, 15(2), 189-210. <https://doi.org/10.5539/hes.v15n2p189>

- ・ AI ベースの他の技術の活用について個別に分析しても軒並み学習成果の向上効果が見られた。

1 2. 5. 4. 7. Qu et al. (2025)¹³⁶

- ・ 生成 AI 利用が大学生の認知に与える影響についてメタ分析を実施している。Cohen's d (標準化された平均値の差) を用いて効果量を見ている。17 件の研究を対象にしている。
- ・ 生成 AI を用いた大学生の学習は効果量で 1.34 と認知面で大きな効果が認められた。
- ・ 研究データ間の異質性は高くなかったものの、調整変数の影響について分析をした。Bloom の認知領域における分類に沿って見ると、生成 AI 利用による向上効果は低次のスキルにはより高く、高次のスキルはより弱かった。
- ・ 利用法についての指示がある方が効果はより大きかったことから、ガイドを提供する方が望ましい。
- ・ 理解など低次の認知にとってはよいが、分析、評価、創造などへの効果が低い可能性は生成 AI の活用時に注意すべき点と評価している。生成 AI への依存が批判的思考などの高次認知を低下させる可能性にも既存研究をひきつつ注意を促している。

1 2. 5. 4. 8. Sun & Zhou(2024)¹³⁷

- ・ 生成 AI 利用が大学生の学習を向上させるかについてメタ分析を実施したものである。対象とした研究は 28 件である。効果量を Hedge's g で見ている。
- ・ 全般的な効果量は 0.533 で、中程度であった。
- ・ 調整変数の影響を探ったところ、学習活動の種類、集団の大きさ、生成されたコンテンツの 3 つの変数は影響を持っていた。成績向上効果が最も大きいのはグループ学習よりも個別学習 (g =0.600)、集団が 21~40 人 (g =0.776)、テキスト生成 (g =0.554) であった。

¹³⁶ Qu, X., Sherwood, J., Liu, P., & Aleisa, N. (2025). Generative AI tools in higher education: A meta-analysis of cognitive impact. In Proceedings of the extended abstracts of the CHI conference on human factors in computing systems, April 2025, pp. 1-9. <https://doi.org/10.1145/3706599.3719841>

¹³⁷ Sun, L., & Zhou, L. (2024). Does generative Artificial Intelligence improve the academic achievement of college students? A meta-analysis. Journal of Educational Computing Research, 62(7), 1676-1713. <https://doi.org/10.1177/07356331241277937>

- ・ 学習の達成度の測定・評価にはテスト、アンケート形式など研究によって異なる手法が用いられていたが、テストの場合が効果が大きい傾向にあった。AI 利用の期間の長短や学科は統計的に有意な差が見られなかった。

12.5.4.9. Ma et al. (2025)¹³⁸

- ・ 生成 AI の利用が学生の学習成果に与える影響をメタ分析したものである。34 件の実験・準実験手法に基づく研究が対象とされた。2023～24 年に公表されたものである。
- ・ 全般的な傾向として、生成 AI 利用は学習成果を向上させる中程度の効果があった。
($g = 0.68$)
- ・ 認知面とコンピテンシー面での効果量がやや大きく (0.795、0.711)、情動面ではやや小さかった (0.507)。
- ・ 調整変数の効果を探ったところ、学科は影響があったがその他の変数 (利用期間の長短、知識の種類 (手続き的か宣言的か)、学習内容についての事前の知識量、ChatGPT のバージョン) は統計的に有意な影響が見いだされなかった。効果が大きかったのは数学、自然科学、人文諸学で、コンピュータサイエンス、医学・看護学は小さかった。
- ・ 複数の調整変数間の相互作用についても確認したところ、人文諸学の分野で 1 日未満の期間の AI 利用は学習成果に負の影響を与える傾向があることがわかった。人文諸学の分野で事前知識のない状態での AI 利用を行うと、学習成果に負の影響を与える傾向があることがわかった。数学と ChatGPT-3.5 は学習成果をより増強する傾向があることがわかった。本研究では ChatGPT-4 を用いた実験結果も扱っているため、これは興味深い点と言えるだろう。ChatGPT のバージョンによる効果量の差はそれ単独で見ると統計的に有意ではない (偶然の産物と区別がつかない) が、学科との組み合わせでは有意性があるため、どう解釈するべきかについては更なる研究が必要になるだろう。

¹³⁸ Ma, N., & Zhong, Z. (2025). A meta analysis of the impact of generative Artificial Intelligence on learning outcomes. *Journal of Computer Assisted Learning*, 41(5), e70117. <https://doi.org/10.1111/jcal.70117>

1 2. 5. 4. 1 0. Xia et al. (2025)¹³⁹

- ・ 生成 AI 利用が大学生の学習成果にどのように影響を与えるかをメタ分析によって探った。2023-24 年にかけて公表された 24 件の研究が対象となった。Hedge's g を採用している。他のいくつかの研究同様ここでも Bloom の分類法を参照している。
- ・ 生成 AI は低次、高次(0.926, 0.640)双方の認知スキルと非認知スキル(0.552)に関する学習成果いずれについても有効であった。低次の認知スキルに対する効果量は大きいものとなっている。
- ・ 調整変数としては高次認知スキルに関する学習成果には学科が影響を持っていた。ただし個別の学科を見ると STEM は効果量が 0.488、医学は 1.607 と医学分野の効果が大きいことがうかがわれる。人文諸学の効果量は STEM より高いが統計的有意性が認められなかった。
- ・ 調整変数間の相互作用に注目すると、低次認知スキルに関する学習成果対しては、AI 利用が教室内で行われ、実施期間が 1 週間未満である場合にはそのほかの場合と比べて効果が大きい傾向があった。STEM 系の学科を個別学習形式で学ぶのに AI を用いる方が他の学科・形式よりも効果が大きい傾向があった。STEM 系の学科を 50 人以下のクラスで、個別学習形式で学ぶ際に AI を用いる方が他の学科・形式・人数規模よりも効果が高い傾向にあった。

1 2. 5. 4. 1 1. Hu et al. (2025)¹⁴⁰

- ・ 生成 AI 利用が学習成果に与える影響をメタ分析によって探ったものである。2023～24 年に公表された 21 件の研究論文を対象にした。Hedge's g を算出して分析している。認知面（成績、創造的思考、批判的思考、計算的思考）、行動面（問題解決、自己制御、リテラシー、教育法）、情動面（学びへのモチベーション、学習態度、自己効用感）の 3 領域について検討する。
- ・ 生成 AI を使う学習はそれ以前の AI や何もしない場合と比較すると、学習成果に中程度の向上効果がある（ $g = 0.572$ ）。

¹³⁹ Xia, Q., Zhang, P., Huang, W., & Chiu, T. K. (2025). The impact of generative AI on university students' learning outcomes via Bloom's taxonomy: A meta-analysis and pattern mining approach. *Asia Pacific Journal of Education*, 1-31.
<https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080/02188791.2025.2530503>

¹⁴⁰ Hu, D. X., Pang, D. D., & Xing, Z. (2025). Evaluating the effects of generative AI on student learning outcomes. *Educational Technology & Society*, 28(3), 226-240.

- ・ 認知 (0.604)、行動 (0.698)、情動 (0.478) いずれの領域の学習成果にも向上効果が見られる。
- ・ より細かくは教育法を除くすべてに統計的に有意な学習成果向上効果が認められた。効果が大きかったのは自己制御 (1.077) および計算的思考 (1.104)、リテラシー (0.919) で、中程度の効果としては学業成績 (0.653)、批判的思考 (0.632)、自己効用感 (0.602) などがある。創造的思考は 0.265 で効果が小さく、その他個別に言及していないものは 0.430~0.484 の範囲の効果であった。
- ・ 調整変数としては教育レベル、集団のサイズ、学科、教授法、AI 利用の期間、評価方法の 6 種について影響を調べたところ、30 人未満の小集団は中 (30~50)・大集団 (50 人超) より効果が高く (1.216)、独自に作成したテストによる評価 (0.984) は標準化されたテストを用いる評価よりも効果が高かった (これは独自に作成したテストが学習効果を過剰に評価している可能性もあるため、今後の研究では標準化されたテストを用いるべきとの指摘もされている)。

1 2 . 5 . 4 . 1 2 . Han et al. (2025)¹⁴¹

- ・ 生成 AI が学習効果に与える影響をシステマティック・レビューとメタ分析によって検討している。2022~25 年に公表された 68 件の実験または準実験手法による研究を対象とした。
- ・ 生成 AI を利用することの学習成果への効果量 (標準差) は 0.45 (95%信頼区間 0.43, 0.47) で、中程度であった。
- ・ 学習成果をより細かく分けて効果量を見ると、認知面の発達や情動・モチベーション領域については効果量が相対的に小さい (0.36, 0.38)。自己制御とメタ認知については中程度 (0.74)、行動面では大きい (1.08)。
- ・ 更に細かく認知面、情動、行動、自己制御・メタ認知のそれぞれについて細かな評価項目を分けて検討してみると、認知面では基礎知識の習得、高次思考いずれもが中程度 (0.34, 0.36)、情動面では学習のモチベーション、価値の認識 (0.50, 0.43) は中程度の効果が見られたが、感情の状態についての効果は有意性がなかった。行動面では自律的な参加、役割に基づくエンゲージメント、協力的な活動への参加に分けるとそれぞれ 1.69、0.63、0.89 と効果量はかなりばらつきがあった。自己制御・メタ認知

¹⁴¹ Han, X., Peng, H., & Liu, M. (2025). The impact of GenAI on learning outcomes: A systematic review and meta-analysis of experimental studies. *Educational Research Review*, 100714. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2025.100714>

面では自己観察と反省 (0.77)、学習方略 (0.63) となっていた。これらそれぞれの細かな評価項目間には統計的に有意な違いが認められた。

- ・ 研究データ間の異質性は高かったため、調整変数の分析を行ったところ初中等教育 (1.08、0.58)、自然科学 (0.70)、10 週間未満の短期間の利用 (0.49)、小・中集団 (50 人以下、51~250 人、0.52、0.55) で効果が相対的に高くなる傾向が確認された。最後の集団のサイズについては研究 (実験) の被験者の規模であるため、規模が小さい集団を用いた研究では対象者に合わせた実験の実施や介入方法の設計ができ、効果が大きく出やすいという可能性がある反面、同じ介入がより多様な集団に当てはまるとは限らないという事情がある可能性を指摘している。

1 2 . 5 . 4 . 1 3 . Deng et al. (2024)¹⁴²

- ・ 学生の学びに ChatGPT が与える影響をメタ分析によって探ったものである。2022~24 年に公表された実験・準実験手法を用いた 69 件の研究を対象にしている。Hedge's *g* を算出して効果量を分析する。
- ・ 全般的には成績 (0.712)、情動・モチベーション面(0.881)、高次思考(0.703)を向上させ、心理的な負担(-0.675)を減らし、自己効用感には影響がない。
- ・ なお、出版バイアスの可能性が示唆されたため、補正した場合には成績は 0.881、情動・モチベーション面は 1.122 とより大きな効果量になる。
- ・ 成績に影響を与えている調整変数を探ったところ、大学は小中高より効果が大きく (0.754)、人文諸学 (1.045) と医学 (0.916) は他学科より効果が大きく、教室での利用が実験室より効果が大きく (0.783)、実施期間が 1-4 週 (1.231)、または 5-10 週 (0.913) はそれ以外より効果が大きく、ChatGPT を活用した学習アプリよりも ChatGPT そのものを利用した方が、効果が大きい (0.757) 傾向があった。
- ・ 情動・モチベーション面に影響を与える調整変数を探ったところ、大学 (1.155) 利用は有意に大きな効果をもたらしている傾向があった。他の候補は全研究で同一だった (利用場面については、教室での利用以外の研究はなかった) ために差を検討する余地がなかったか、有意性がなかった。

¹⁴² Deng, R., Jiang, M., Yu, X., Lu, Y., & Liu, S. (2025). Does ChatGPT enhance student learning? A systematic review and meta-analysis of experimental studies. *Computers & Education*, 227, 105224. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2024.105224>

- ・ 高次思考については、実施期間のみ有意な調整変数で 1～4 週間の実施期間では効果量が 1.173 と他よりも大きい傾向があった。

1 2. 5. 4. 1 4. Chen & Cheung (2025) ¹⁴³

- ・ 大学生の学習成果に生成 AI がもたらす効果についてのメタ分析である。2023～25 年に公表された 57 件の研究を対象に実施した。Hedges' g を算出して効果量の大きさを見ている。
- ・ 全体としては、AI 利用は学習効果を大きく向上させる (0.804、95%信頼区間 0.636, 0.972)。
- ・ 成績 (0.633)、情動・モチベーション面 (0.617)、高次思考 (0.580) に中程度の効果が認められ、言語スキル習得には非常に大きな効果が認められた (2.331 95%信頼区間 1.617, 3.044)。他にメタ認知については統計的に有意な効果は認められなかった。
- ・ 全体としての効果、成績、言語スキルについては出版バイアスの可能性が認められたため効果について補正の上で再計算している。上記はその再計算された値となっている。
- ・ 一年生 (0.698) の語学学習 (1.782) または人文社会諸学 (0.615)、40～100 の集団での利用 (1.218)、4～12 週の利用期間 (1.014)、教室での利用 (0.891)、中東での利用か欧米・カナダでの利用 (1.581、0.853) または、ICT レベルが低い国での利用 (1.764)、社会経済的ステータスの低い国での利用 (1.751)、権力格差の大きい文化環境での利用 (0.859) はより高い効果が認められた。
- ・ テキスト・プログラミングコード・視覚メディアのいずれを生成するか、ChatGPT かそれ以外の Chat 型か、そのほかか、といった利用ツールは調整変数として有意な影響は見られなかった。AI が教師的役割とピア的役割を担う場合も有意な影響は認められなかった。
- ・ 本論文には既存の関連するメタ分析 (大学生の AI 利用が学習成果に与える影響についての分析結果を含むもの) の結果を要約したものが掲載されている。本稿で取り上げたものと一部重複はあるが全体的な傾向としては中程度の効果量を報じる者が多

¹⁴³ Chen, S., & Cheung, A. C. K. (2025). Effect of generative artificial intelligence on university students learning outcomes: A systematic review and meta-analysis. *Educational Research Review*, 100737. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2025.100737>

く、大きな効果量を報じるものもあるが、メタ分析の結果負の影響が見つかった例は存在していない。ただし、これらの結果を踏まえつつも、生成 AI の負の影響がある可能性についてはまだ検討の余地もあることを指摘する。

1 2. 5. 4. 1 5. Zhu et al. (2025)¹⁴⁴

- ・ 生成 AI が学生の学習成果に与える影響についてのメタ分析である。Hedge's *g* を算出して分析している。2022～24 年に公表された 26 件の研究が対象となった。
- ・ 全般的な効果としては小さい効果量が認められた。(0.392)
- ・ 成果を大きく分類すると身体的 (0.701)、社会・感情的 (0.347)、知的 (0.372) と互いにやや異なる効果量となっていた。
- ・ 調整変数を探ると小学生 (0.757) 10 週間以上の長い利用期間はより効果が大きい (0.697) 傾向があった。学習分野では、人文諸学は中程度の効果量 (0.506) であった。生成 AI の役割は統計的に有意な影響が見られなかった。

1 2. 5. 5. メンタルヘルスへの影響

利用実態調査を見ると、相談相手として生成 AI を利用する若年層は少なくないことがうかがえる。また報道では生成 AI を使って実在しない相手との疑似的恋愛をする、生成 AI を利用していたら自殺を肯定され実行してしまった、などの事例も報告されている。効果を検証した研究は数が少ないが、いくつかのメタ分析が存在するトピックでもあるため、手短にとりあげることとした。

これまでの研究を概観したところでは、メンタルヘルスにはよい効果があると期待できることがうかがえるが、限界も多く証拠が出そろったと言えるまでにはまだ時間がかかりそうである。生成 AI 以外の技術を使ったチャットボットなども研究されてきており、一方ではこうしたチャットを使った治療全般にはある程度の有効性があるのではないかとかがわせるような研究の蓄積はあるものの、生成 AI だけに着目した場合には予期せぬやり取りの発生による影響も含め、他の技術よりもリスクが高いのか、有効性が高いのか、両方なのかについては十分に検討されているわけではない。

¹⁴⁴ Zhu, Y., Liu, Q., & Zhao, L. (2025). Exploring the impact of generative artificial intelligence on students' learning outcomes: A meta-analysis. *Education and Information Technologies*, 30(11), 16211-16239. <https://doi.org/10.1007/s10639-025-13420-z>

1 2 . 5 . 5 . 1 . Zang et al. (2025)¹⁴⁵

- ・ 生成 AI か生成 AI とその他の AI のハイブリッド型のチャットボットの利用によりメンタルヘルス系のアウトカムにどのような影響が見られたかについてシステマティック・レビューとメタ分析を行ったものである。2019～25 年に公表された 26 件の研究をレビューの対象とし、14 件の研究をメタ分析の対象とした。
- ・ 欧米以外の国でこのような取り組みが多く、若年層と高齢者を対象にした研究は少なかった。
- ・ ランダム化比較試験を採用した研究のみを対象に実施したメタ分析の結果、小さいがポジティブな効果量 (0.30、95%信頼区間 0.004, 0.59) が見出された。対象となったメンタルヘルス上の問題はうつ、不安、ストレス、ネガティブな気分などであった。
- ・ メンタルヘルスの問題別に分けて分析をしたところ、うつを扱う研究群のデータのみ、統計的に有意な効果が見いだされた。(標準化差 0.49 95%信頼区間 0.03, 0.96)。
- ・ 分析対象にした既存の研究について、研究手法上の問題、出版バイアスの可能性などがあることも指摘し、今後の研究の進展が必要としている。

1 2 . 5 . 5 . 2 . Feng, et al. (2025)¹⁴⁶

- ・ 青年・若年層による AI チャットボットがメンタルヘルスに与える影響についてシステマティック・レビューとメタ分析をしたものである。2017～25 年にかけて公表され、ランダム化比較試験の手法を採用している 31 本の研究をレビュー対象とし、内 26 本の研究をメタ分析の対象とした。
- ・ 既存研究の傾向を見ると、実施場所は 18 の国や地域で米国 (10 件) と中国 (5 件) が多かった。チャットボットの利用で対象にされる症状はうつと不安が多く (19～20 件) ストレスマネジメントがそれに次いだ (7 件) 。認知行動療法が最も多く採用される治療のアプローチ (21 件) で、次いでマインドフルネス (9 件) だった。チャット

¹⁴⁵ Zhang, Q., Zhang, R., Xiong, Y., Sui, Y., Tong, C., & Lin, F. H. (2025). Generative AI Mental Health Chatbots as Therapeutic Tools: Systematic Review and Meta-Analysis of Their Role in Reducing Mental Health Issues. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e78238. <https://doi.org/10.2196/78238>

¹⁴⁶ Feng, X., Tian, L., Ho, G. W., Yorke, J., & Hui, V. (2025). The effectiveness of AI chatbots in alleviating mental distress and promoting health behaviors among adolescents and young adults: Systematic review and meta-analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e79850.

トボットは既存のメッセージ・チャットアプリ上で使えるもの（15件）または専用アプリ（13件）が多かった。技術的にはルールベースのシステム（18件）、情報検索型（10件）が多く生成 AI は3件であった。利用者の入力内容の解析に機械学習や深層学習といった AI 技術を活用する例は見られた。

- ・ メタ分析によって標準化差を算出、効果の大きさを見ると、幅広い症状軽減に有意な効果が認められた。（うつ -0.43、不安 -0.37、ストレス -0.41 心身症 -0.48 ネガティブ感情 -0.27 自己アンビバレンス・外見へのストレス -0.25）、ポジティブ感情を高める効果、自己効力感を高める効果は認められなかった。生活満足度やウェルビーイングを高める効果は小さいが有意であった。（0.12）健康に良い行動を増やす効果は弱いながらも認められた。（0.11）
- ・ エビデンスとしての質は全体としては低い、またはかなり低いと判断された。手法上の厳密性、論文の情報開示度合いなどに関し懸念があり、また、データ間の異質性も比較的高かったことから何らかの条件（調整変数）によって効果の大きさが異なることも示唆された。メタ分析の結果はこうした点を踏まえて慎重に解釈する必要があると注意を喚起している。

1 2 . 5 . 5 . 3 . Villarreal-Zegarra et al. (2025) ¹⁴⁷

- ・ 自然言語処理（NLP）技術を用いたツールを当事者自身が用いることでうつや不安の症状が軽減できるかについてのシステムティック・レビューとメタ分析である。2023年11月までに公表された研究で準実験またはランダム化比較試験の手法を用いた21本をレビューの対象とし、ランダム化比較試験手法を用いたものでメタ分析に必要な情報が開示されている16本をメタ分析の対象とした。出版時期からうかがえる通り、本研究は生成 AI を主な対象としたものではない。
- ・ レビュー対象とした研究の多くは高所得国で実施されており、米国が最も多い。うつを扱うものが約95%、不安を扱うものが約90%であった。研究の設計上 NLP モデルを利用しなかった人への措置は個々の研究により異なるが、治療なし・順番待ちや医学的情報の提供・読書療法といった扱いが多く、通常の治療を受けたケースも若干存在した。精神疾患を持つ人を対象に選定して実施したのは約33%の研究であった。AI ベースの NLP の研究は11件であった。

¹⁴⁷ Villarreal-Zegarra, D., Reategui-Rivera, C. M., García-Serna, J., Quispe-Callo, G., Lázaro-Cruz, G., Centeno-Terrazas, G., ... & Finkelstein, J. (2024). Self-administered interventions based on natural language processing models for reducing depressive and anxiety symptoms: systematic review and meta-analysis. *JMIR mental health*, 11, e59560.

- ・ メタ分析の結果、全般的な傾向としては自然言語処理モデルを利用した人は利用しなかった人と比べてうつ症状がより軽減する傾向にあり、その効果も大きなものであった。(標準化差 0.819) 不安の症状軽減については、有効性は認められたが効果はより小さかった (0.272)。
- ・ AI (機械学習・深層学習) ベースの NLP モデルを利用した人は、NLP を利用しなかった人と比べてうつ症状軽減効果がより大きく (0.821)、ルールベースの NLP モデルを使った人は NLP を使わなかった人と比べてうつ、不安いずれも症状軽減効果がより大きかった (0.854、0.347)。
- ・ 以上から NLP が有効であることがわかった。
- ・ 年齢によって効果量が変わるかを確認したが特にそのような傾向はみられなかった。比較対象とするグループが受けた措置別に見ると効果の大きさが異なることが伺われた。医学的情報の提供や読書療法の措置を受けたグループと比べると、NLP を利用したグループは、不安、うついずれの症状も軽減効果が大きいまたは中程度であった。(1.481、0.561)
- ・ 全体的にエビデンスとしての質が低い状況にある点については注意喚起をしている。出版バイアスの可能性が認められたこと、データ間の異質性が高いために何かの条件 (調整変数) によって大きく効果が左右される可能性があること、採用している手法の厳密性や論文の情報開示度の問題があること、などが理由である。

12.5.6. 組織への影響

一般に、企業の従業員の AI 利用は従業員に直接変化をもたらすだけでなく、それが AI を直接利用しない従業員などにも影響をもたらす。例えば 2023 年に実施された調査ではあるが、Otis et al. (2024)¹⁴⁸ によればケニアの中小企業の起業家を対象に ChatGPT をベースにしたアドバイス提供サービスを提供したところ、利用した企業は、そうでない企業と比べ業績に差が出たが、元々業績の悪い企業は AI 利用で業績が更に悪く、業績の良い企業は更に良くなるという傾向が見られたとされる。このような組織レベルの変化・効果は個人レベルの利用効果の積み上げからは見えてこない部分があると思われる。手法的には困難であっても調査に意義があるのもこの理由による。

¹⁴⁸ Otis, N. G., Clarke, R., Delecourt, S., Holtz, D. and Koning, R. (2024). The uneven impact of generative AI on entrepreneurial performance. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4671369>

1 2. 5. 6. 1. Challapally et al. (2025)¹⁴⁹

- ・ 2025 年 1 月～6 月に実施した 52 件のインタビュー、153 件のアンケート調査、文献調査などに基づく報告書である。
- ・ AI の試験的な導入の内、実装に至るのは 5%に過ぎないとした。これは自社の業務、ニーズに合わせた AI システムが継続的に生産性を向上させている・あるいは利潤に貢献していると判断されて本格採用された確率を指している。
- ・ 汎用 LLM は成功率が高く、試験的導入から採用に至る確率は 80%程度となる。

1 2. 5. 6. 2. Klein Teeselink (2025)¹⁵⁰

- ・ 企業の AI 利用と求人・雇用の関係を分析した研究である。公表されている求人情報をデータとして分析し、公表されている企業別の就業者データ（SNS から収集している）、関連する経済統計データと併せて分析している。対象にした期間は 2021 年 1 月～2025 年 6 月である。職業ごとに AI の影響を受けやすいかどうかを Eloundou et al. (2024)などを参照して算定している。また、企業ごとに AI の影響を受けやすい度合いを算定しているが、これは当該企業の従業員が AI の影響を受けやすい職業かどうかを、全従業員分平均することによって算定している。これらを元に AI に影響を受けやすい企業、職業と雇用・求人状況の関係を分析している。
- ・ AI の影響を受けやすい企業は、雇用を減らしている。ChatGPT が普及し始めた 2022 年 10 月以前と比べると、AI に影響を受けやすい度合いが平均より 1 標準偏差高い企業は 0.3%ポイント雇用が減り、求人をする確率は 1%ポイント減っている。
- ・ 求人の削減は特に低職位のポストが多く AI に影響を受けやすい度合いが平均より 1 標準偏差高くなるごとに 0.4%ポイント雇用が減る。高職位の雇用減は同じ尺度で 0.2%ポイント減る。
- ・ クリエイティブ系、技術系の職種の求人が特に減る。企業が AI に影響を受けやすい度合いが平均より 1 標準偏差分高くなるごとに、デザイン職は 0.6%ポイント、プロデューサー職は 0.5%ポイント、ソフトウェアエンジニア職は 1.0%ポイント、品質確保・テスター職は 1.1%ポイント求人が減る。他にも IT 専門職、IT プロジェクトマネージャーなどで求人減が見られる。営業職はむしろ増えている。

¹⁴⁹ Challapally, A., Pease, C., Raskar, R. and Chari, P. (2025). The GenAI Divide: State of AI in business 2025, MIT NANDA

¹⁵⁰ Klein Teeselink, B. (2025). Generative AI and labor market outcomes: Evidence from the United Kingdom. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5516798

- ・ ロンドンに本拠をおく企業とそれ以外の地域に本拠をおく企業を比較すると、前者の雇用は（AI に影響を受けやすいと想定される産業がロンドンに集積しているにもかかわらず）影響を受けておらず、それ以外の地域では雇用が微減する傾向にある。求人数は逆にロンドンの企業で減少幅が大きい。職業別に見ると、どちらも類似の影響を受けている。
- ・ この種の他の研究同様、AI に影響を受けやすいかどうかを基準に企業を分析しているために実際に AI 利用が原因になっているのかが不明瞭にとどまる点などは留意が必要であろう。例えば AI の活用の余地がありつつも AI 採用が遅れている企業で AI 採用が早い企業との競争で劣位に立つために業績が悪化し雇用や求人が減るといった効果も考えられなくはない。

12. 5. 6. 3. Yotzov et al. (2026)¹⁵¹

- ・ 英米独豪の経営幹部を対象に 4 カ国で 2025 年 11 月から 26 年 1 月にかけて実施した 6000 人規模の国際アンケート調査から AI 利用率などを探ったものである。
- ・ 過去 3 年間に AI がもたらした自社の生産性への影響について尋ねると、非常に小さな影響しか認識されておらず、英米独では 9 割程度の回答者は影響がなかった回答した。オーストラリアではその割合は 8 割程度であった。
- ・ 過去 3 年の雇用への影響を尋ねると、ドイツでは 95%が影響がなかったとの回答で英米は 9 割、オーストラリアは 8 割が同様の回答であった。国別に平均すると、オーストラリアとドイツは雇用増、英米は雇用減の回答が多い。
- ・ 向こう 3 年間についての予測を尋ねると、平均して生産量 0.8%増、生産性 1.4%増、雇用 0.7%減との予想であった。なお従業員は平均して生産性が 0.9 増、雇用が 0.5%増と予測しており、ズレがある。
- ・ 米国企業の幹部は生産性への影響をより大きく予測しており、向こう 3 年間で平均 2.3 向上すると考えていた。

¹⁵¹ Yotzov, I., Barrero, J. M., Bloom, N., Bunn, P., Davis, S. J., Foster, K. M., Jalca, A., Meyer, B. H., Mizen, P., Navarrete, M. A., Smietanka, P., Thwaites, G. & Wang, B. Z. (2026). Firm data on AI, NBER Working Paper 34836, <https://doi.org/10.3386/w34836>.

1 2. 5. 6. 4. Beauchene et al. (2025) ¹⁵²

- ・ 企業勤務者 1 万人規模のアンケート調査を実施、AI 利用状況などを分析している。回答者は日米英仏独伊西印ブラジル、中東地域それぞれから 1000 名強と南アから 500 名強となっている。所属企業の売上規模や産業、回答者の職位は多様である。
- ・ 失業を心配する人は 41%であり、日本は 40%と平均程度である。欧米はスペイン (61%)を除き 30%台である。日本以外の先進国は概ね利用率が高い国ほど失業の心配も高くなっている。
- ・ AI 利用に伴って業務フローの見直しをしている企業の回答者には、10 年以内に自分の仕事が消失していると考える人の割合が多い。

1 2. 5. 6. 5. IBM (2025b)¹⁵³

- ・ 世界各国・地域の CEO2,000 名へのインタビューとアンケート調査からなっている。実施時期は 2025 年第 1 四半期である。
- ・ 61%の CEO は、最も先端的な AI を持つ企業が競争上優位になるとしている。
- ・ 前年度の同様の調査 IBM(2024) ¹⁵⁴でもほぼ同率(59%)の回答であった。
- ・ 68%の CEO は、AI による中核業務変革の到来を想定している。

1 2. 5. 6. 6. McKinsey (2025a)¹⁵⁵

- ・ 2024 年 7 月に実施された 101 ヶ国、1,500 人弱規模のアンケート調査をもとに AI の利用状況などを整理している。なお、この調査では生成 AI 以外の AI も含めて調査している。
- ・ 組織への影響を見ると、8 割の企業は、AI が収入に影響を与えていないとしている。

¹⁵² Beauchene, V., Duranton, S., Kalra, N., & Martin, D. (2025). AI at Work: Momentum Builds, but Gaps Remain, Boston Consulting Group,

<https://www.bcg.com/publications/2025/ai-at-work-momentum-builds-but-gaps-remain>

¹⁵³ IBM(2025b) ビジネス成長を飛躍させるための 5 つの意識改革,

<https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/jp-ja/c-suite-study/ceo>

¹⁵⁴ IBM (2024) CEO に立ちほだかる 6 つの真実, <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/jp-ja/report/2024-ceo>

¹⁵⁵ McKinsey (2025a) The state of AI: How organizations are rewiring to capture value,

<https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value>

- ・ 汎用性の高い AI の利用から得られるメリットは薄く広く広がっており、補足しづらいが、カスタムメイドなどの AI は実証フェーズより先に進めないケースが多いことが背景にある。
- ・ 生成 AI を利用している企業で、コストが圧縮できたとする割合は増えているように見える。過去 1 年に生成 AI 利用によるコスト削減ができたかを尋ねると 24 年 2～3 月時点と、同 7 月時点での回答で違いがある。前者は 30% 台の企業がそのように報告している部門が多く、後者はどの部門でも 40% や 50% 以上の企業がそのように回答している。20% 以上の削減をしたと回答する企業の割合も増えている（ただし、コストが増加したと回答した企業の割合については報告されていない）。
- ・ AI 導入した部門の雇用が 3 年後にどのように変化すると考えるかを尋ねると、おおむね変化がないとの回答が最も多いが、20% を超える増加を報告する回答者もいる。このような大幅増員が多いのはサービス、サプライチェーン・在庫管理、ソフトウェア開発、IT、などでの AI 利用、製品・サービス開発、戦略・財務（8～10%）である。
- ・ 逆に大幅削減が多いのはサービスオペレーション、サプライチェーン・在庫管理、マーケティング・営業（10～15%）である。
- ・ 増減のバランスを見ると、製品・サービス開発や IT、ソフトウェア開発では増員、他は減員を予想する人が多い。全体の合計で見ると増加よりも減少を予想する人が多い。
- ・ 1 つ以上の部門で AI を利用している企業に、AI 利用が原因でどの程度の従業員のリスキングをしているかを尋ねると、5% 以下の従業員に留まるという企業とそれ以上と答える企業が半々程度になる。
- ・ 3 年後にどの程度の AI 起因リスキングをしているかを尋ねると 20% 以下とそれ以上とがおおよそ半々程度の回答になる。より大きな変化が今後起きると想定していることの示唆と言えるだろう。

12.5.6.7. デロイトトーマツグループ(2025)¹⁵⁶

- ・ 25年7月に実施した国内企業へのアンケート調査からAIの利用用途、効果や推進上の課題を分析している。対象は売上1,000億以上のプライム市場所属企業の部長クラス以上700名である。
- ・ 利用効果として意思決定のスピードについて尋ねており、大幅な向上が14.6%で見られる上、ほとんどの社員がAIを利用している企業に限るとその割合が40%を超えている。
- ・ 競争優位性の向上効果も、全社的に向上したと回答している割合が、意思決定のスピードと類似の回答割合を示す。
- ・ 社員の生産性への影響は30%程度の企業が変化がまだないとしており、10または30%程度の向上は60%近く、50または70%程度の向上は11%強の企業に見られる。100%以上の向上と回答する企業も0.9%存在し、生産性低下の回答は0.7%である。生産性に変化がない企業は15%を切っている。
- ・ ほとんどの社員がAIを利用している企業に限ると、50%または70%程度の向上を報告する会社が増え20%近い。4%の企業が生産性の100%以上の向上としている。
- ・ 生成AI活用による売上の変化はほとんどの企業で増加か変動なしと見込んでおり、増加を見込む企業は全体の50%強、ほとんどの社員がAIを利用している企業では80%近い。
- ・ 生成AIの台頭を受けての人員の配置転換は全体の40%程度の企業で実施されているが、生成AIをほとんどの社員が利用していると回答した企業に限ると70%近くが配置転換を実施している。
- ・ 因果関係については述べられていないが、AI推進チームを設置する場合、余剰人員の配置換えの場合、AI前提で業務フローを再編した場合など多様な場合が含まれると推察される。
- ・ AIで代替されることになる人材の雇用を減らしているとの回答は全体の25%を占める。56%強は削減しないとしている。

¹⁵⁶ デロイトトーマツグループ(2025)「デロイト トーマツ、プライム上場企業における生成AI活用調査発表: 生産性向上実現や収益増を見込む企業が増加、4割が人員の配置転換を実施」08.28. <https://www.deloitte.com/jp/ja/about/press-room/nr20250828.html>

1 2. 5. 6. 8. Niederhoffer et al. (2025)¹⁵⁷

- ・ 業務上やりとりされる質の低い・手をかけていない・または役に立たない AI 生成物を workslop と名付け、その詳細をアンケート調査で探ったものである。
- ・ アンケートに参加した人の内 40%は 1 カ月以内に workslop を受け取っており、平均して受け取るコンテンツの約 15%がこれに該当すると考えている。
- ・ これは同僚間のやりとりに多く含まれるが、上司への報告にも含まれることがあり、上司から部下への連絡にも含まれることがある。
- ・ 1 件あたり 2 時間近くをこの workslop への対応に費やしており、気分を害している人が 22%いる。
- ・ 実証データの報告には乏しく、アンケート結果についても非常に限られた分析しかされていない点で残念な研究だが、AI 利用の広がりや AI を利用しない人も含めて組織全体の生産性低下をもたらしうることを考える上では示唆的な着眼点ではあろう。

1 2. 5. 6. 9. Niederhoffer et al. (2026)¹⁵⁸

- ・ Niederhoffer et al. (2025)と同じ調査の結果を分析したものである。
- ・ 1 割程度の回答者は、自分が同僚に送った AI 生成物は半分以上が workslop に該当するとした。
- ・ 全く workslop を送ったことがない人は 3 割程度に留まった。
- ・ AI の無差別な利用、具体的な用途について考えないままでの AI 利用の推奨、それをもたらす各種のプレッシャーが一因として存在するとの見解を示している。

¹⁵⁷ Niederhoffer, K., Kellerman, G. R., Lee, A., Liebscher, A., Rapuano, K., & Hancock, J. T. (2025). AI-generated “workslop” is destroying productivity. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2025/09/ai-generated-workslop-is-destroying-productivity>

¹⁵⁸ Niederhoffer, K., Robichaux, A. & Hancock, J. T. (2026). Why people create AI “workslop”-and how to stop it. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2026/01/why-people-create-ai-workslop-and-how-to-stop-it>

12.5.6.10. Humlum and Vestergaard (2026)¹⁵⁹

- ・ デンマークを対象に 25,000 人規模の AI 利用のアンケート調査と政府統計を組み合わせ、AI の賃金などへの影響を探ったものである。アンケートは 2023 年 11~12 月と 24 年 11~12 月に実施されている。分析は AI の影響を受けやすいと考えられる 11 の職種を対象にした。総務、会計、人事、法務、マーケティング、カスタマーサービス、IT サポート、ソフトウェア開発、ジャーナリスト、教員などである。なお、本研究では、デンマーク経済は雇用の流動性が高く、賃金の交渉が毎年行われる傾向にあるため、AI 利用が雇用や賃金に影響を与えるのであればそれが統計に反映されやすいと想定している。
- ・ 会社の方針による AI 利用の奨励、法人向け AI の導入、研修の実施は、個人の自発的な AI 利用だけの場合と比べて、利用率が大きく上昇し、平均的な利用効果も時間節約、品質、クリエイティビティのいずれについても高くなる傾向がある。
- ・ AI 利用は生成物のチェックなどこれまでとは異なる業務を発生させている。一部の業務は同じ組織の AI を直接利用していない人にも発生する。その主なものとして教員が学生の AI 利用に対応する、といった業務が挙げられる。
- ・ AI 利用が賃金に与える影響を利用者と非利用者の賃金差から分析すると、利用者は 4 または 9%程度（奨励されて使っている場合、自主的に使っている場合）賃金が高いが、これは ChatGPT の台頭した 2022 年 11 月以前からある違いであり、AI 利用との因果関係とは言えない。賃金上昇効果は大きくても 2%以下と推定された。AI 利用を奨励するだけでなく法人向け AI を導入し、研修を実施している場合（AI の利用効果が最も大きくなる場合）の賃金上昇効果を分析しても同じであった。職業別に賃金上昇効果を見た場合でも、統計的に有意な変動は見られなかった。公式統計の分析だけでなく、アンケート回答者の認識も分析したが、97.7%の AI 利用者は賃金に効果がなかったと回答していた。AI を利用していない者も 99.5%は AI が自分の賃金に影響していないと回答していた。
- ・ 転職との関係を見ると、転職に伴って AI 利用時間が上昇することがうかがわれ、また、転職者は平均以上に AI を使っている者が、より AI を使っている職種に転職する傾向があることがうかがわれた。また、転職の結果、転職しない人よりも大きな賃金上昇率になることもうかがわれた。これらから、本研究では、転職が AI のメリット

¹⁵⁹ Humlum, A., & Vestergaard, E. (2025). Large language models, small labor market effects (No. w33777). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w33777>

が経済全体に恩恵をもたらす主なチャンネルになる可能性があることを指摘している。なお、企業によって AI が導入された場合には転職が増えるかどうかも検討しているが、そのような効果は見られなかった。ここから、AI の導入は解雇の圧力などを生み出していないと解釈された。

- ・ 雇用への影響を見るために、生成 AI を導入した企業とそうでない企業で若年層の雇用に変動に違いがあったかを分析したところ、あったとしても 0.3% 以下の変動だと推定された。
- ・ 以上から、AI の普及は利用者の生産性向上効果はあるが、企業組織のレベルでは雇用の変動や賃金の変動には至っていないと結論付けている。

1 2. 5. 6. 1 1. Hosseini and Lichtinger (2025)¹⁶⁰

- ・ AI が低級職の雇用に与える影響を 2015 年から 2025 年にかけて 28 万 5,000 社の求人データを SNS の履歴書データを併せて分析することで探ったものである。
- ・ 2023 年第 1 四半期以降、1 年半の間に AI を採用した企業はそうでない企業と比べて低級職のポストが約 9% 低下している。AI を採用した企業では上級職はそうでない企業と比べてより大きく伸びている。AI を採用した企業かどうかは、SNS 上で AI に関する特定の求人をしているかどうかで判断している。低級職は、求人データの提供元である Revelio Labs の分類上 Entry または Junior になっているものとして定義している。
- ・ この低級職の変化は、解雇や転職、昇進などではなく新規採用の削減という形で起きている。
- ・ 変化が ChatGPT の台頭後すぐに始まっていることから、これは AI 採用が実際に業務を減らしたためというよりも将来計画に変化があってそれに基づいて採用を減らしたことに起因していると解釈している。
- ・ Eloundou et al. (2024) の分類に基づいて AI の影響を受けやすい職業と受けにくい職業における低級職の求人動向を比較すると、採用した企業であっても AI の影響を受けにくい職業の低級職の求人は 2023 年以降も大きな変化はないが、AI の影響を受けやすい職業では低級職の求人が 2023 年第一四半期以降減っている。

¹⁶⁰ Lichtinger, G., & Hosseini, S. M. (2025). Generative AI as seniority-biased technological change: Evidence from US resume and job posting data. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5425555>

1 2. 5. 7. 経済・社会などへの影響

利用データの分析から得られる個々の利用者への効果やその所属組織への効果以外に、より広い範囲への影響を考える研究も存在する。

1 2. 5. 7. 1. del Rio-Chanona et al. (2025)¹⁶¹

- ・ 生成 AI 以外の AI も含め、AI と雇用の関係についての近年の研究を概観したものである。
- ・ 全体的な動向としては、一国の経済などのレベルで観察される影響は雇用・賃金・格差いずれについてもかなり限られており、よりミクロに観察した場合や理論的に検討した場合に観察・想定されるような AI 利用の大きな効果は見られない。また長期的な影響の予測は現段階では難しいとする。
- ・ Eloundou et al. (2023, 2024) をはじめ、この分野で大きな影響を持つ研究のアプローチは職業別に AI からの影響の受けやすさをスコア化し、経済への影響を探るといものだが、この影響の受けやすさには曖昧さがあり、AI による仕事の代替を意味するのかどうかを含め、研究者によって解釈が異なっている。
- ・ AI の普及自体は影響の受けやすさだけでは決まらず、AI の価格や労働者の賃金などによって左右されるがこれらを考慮したモデルにはなっていない。他にもいくつも限界がある手法であることには留意が必要である。
- ・ タスク別に AI 利用の効果を研究したものを（制御された環境下での実験・自然実験・フィールド実験手法を採用しているものに限り）概観すると、約 25 件が存在し、総じてタスクの完了時間が改善、品質の改善が見られることも多く、スキルの高い者と低い者の差が縮まることもあるが逆に大きくなる場合もあることがうかがえる。
- ・ 文章作成にかかわる研究を概観すると、時間節約効果は広くみられるが、品質についての知見は多様である。質の低下が起こる場合があることを示唆する研究があり、これは AI の使い方によるとするもの（壁打ち的利用か、ゴーストライターの利用か）もある(Chen and Chan, 2024)¹⁶²。

¹⁶¹ del Rio-Chanona, R. M., Ernst, E., Merola, R., Samaan, D., & Teutloff, O. (2025). AI and jobs. A review of theory, estimates, and evidence. arXiv preprint arXiv:2509.15265.

¹⁶² Chen, Z., & Chan, J. (2024). Large language model in creative work: The role of collaboration modality and user expertise. *Management Science*, 70(12), 9101-9117. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.03014>

- ・ 数学関連のタスクに関しては、数学の学力が低い学生にとっては AI のもたらす誤情報がそれと識別できずにかえって質が下がるとする研究がある (Kim & Moon, 2024)。¹⁶³
- ・ ディベート競技の準備への AI 利用を研究した, Roldán-Monés (2024)¹⁶⁴ では、タスクの複雑さのため、もっともスキルの高い者だけが AI を使いこなし恩恵を得ていた。他の者は AI 利用によって明確な恩恵を得ていなかった。
- ・ 一般に複雑なタスク（ゴールが明確ではない、前提知識や暗黙知を必要とする、などの特性を持つタスク）への AI 利用についての研究を見ると、スピードの改善、品質の改善などが見られる。また、パフォーマンスの高い者とそうでない者、スキルの高い者と低い者の間の差が小さくなる場合もあるが、大きくなる場合もある。（たとえば Halsberger et al., 2025¹⁶⁵, Otis et al., 2023¹⁶⁶）。
- ・ ネット上のフリーランス委託市場の動向を分析した研究では、単純なタスクについては委託の量や報酬額が減っていることがうかがえる。より複雑なタスクやクリエイティブティを必要とされる業務は影響が少ないか、逆に需要が増大していることがうかがえる。
- ・ 政府統計などから AI 利用の影響を分析する研究の動向を見ると、タスク別の AI 利用効果を見た場合よりもかなり限定的な影響しか存在しない。これは AI の普及に時間がかかることなどが原因であり、現状では AI は大変動をもたらしているというよりも緩慢な変化をもたらしている段階と形容している。

¹⁶³ Kim, D. G., & Moon, A. (2025). From helping hand to stumbling block: the ChatGPT paradox in competency experiment. *Applied Economics Letters*, 32(18), 2669-2673.

<https://doi.org/10.1080/13504851.2024.2337330>

¹⁶⁴ Roldán-Monés, A. (2024). When GenAI increases inequality: Evidence from a university debating competition. Esade Center for Economic Policy Working Paper, https://www.esade.edu/ecpol/wp-content/uploads/2019/09/2409-ChatGPTRoldan_ecpol.pdf

¹⁶⁵ Haslberger, M., Gingrich, J., & Bhatia, J. (2025). No great equalizer: Experimental evidence on productivity effects of generative AI use in the UK labor market. SSRN, <https://doi.org/10.2139/ssrn.4594466>

¹⁶⁶ Otis, N. G., Clarke, R., Delecourt, S., Holtz, D., & Koning, R. (2023). The uneven impact of generative AI on entrepreneurial performance. Harvard Business School Working Paper 24-042, https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/24-042_9ebd2f26-e292-404c-b858-3e883f0e11c0.pdf

- ・ 文書作成への AI 利用研究の中に、個々の文章の質は上がるが全体としては多様性が減るとする研究もある。(Doshi & Hauser, 2023)¹⁶⁷ これに類する知見は学術研究 (Hao et al., 2024)¹⁶⁸ やクリエイティブな作業 (Lee & Chung)¹⁶⁹、チェス (Riedl & Bogert, 2024)¹⁷⁰ などほかの領域でも見られる。AI がもたらすイノベーション加速効果とのバランスで全体として AI 利用がイノベーションにポジティブな効果をもたらすかどうかは今後の実証研究の課題としている。

12. 5. 7. 2. Cazzaniga, et al. (2024)¹⁷¹

- ・ 上記 Briggs and Kodnani(2023)による AI の生産性向上効果 (の最も低い値)、AI に影響を受ける職業についての研究 (Felten et al., 2023; Pizzinelli et al., 2023¹⁷²)、所得に関する既存の統計や研究などをベースに、AI が所得や所得格差に与える影響を推計している。対象としたのは主に英国で、他の国も適宜比較検討の対象としている。

¹⁶⁷ Doshi, A. R., & Hauser, O. P. (2024). Generative AI enhances individual creativity but reduces the collective diversity of novel content. *Science advances*, 10(28), eadn5290. <https://doi.org/10.1126/sciadv.adn5290>

¹⁶⁸ Hao, Q., Xu, F., Li, Y., & Evans, J. (2024). AI Expands Scientists' Impact but Contracts Science's Focus. *arXiv e-prints*, arXiv-2412. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2412.07727>

¹⁶⁹ Lee, B. C., & Chung, J. (2024). An empirical investigation of the impact of ChatGPT on creativity. *Nature Human Behaviour*, 8(10), 1906-1914. <https://doi.org/10.1038/s41562-024-01953-1>

¹⁷⁰ Riedl, C., & Bogert, E. (2024). Effects of ai feedback on learning, the skill gap, and intellectual diversity. *arXiv preprint arXiv:2409.18660*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2409.18660>

¹⁷¹ Cazzaniga, M., Jaumotte, F., Li, L., Melina, G., Panton, A. J., Pizzinelli, C., Rockall, E. J., & Tavares, M. M. (2024). Gen-AI: Artificial intelligence and the future of work. *IMF Staff Discussion Notes*. <https://doi.org/10.5089/9798400262548.006>

¹⁷² Pizzinelli, C., A. Panton, M. M. Tavares, M. Cazzaniga, and L. Li. (2023). Labor market exposure to AI: Cross-country differences and distributional implications, *IMF Working Paper 2023/216*, <https://doi.org/10.5089/9798400254802.001>

1 2. 5. 7. 3. Tomlinson et al. (2025)¹⁷³

- ・ 2024 年の 1 月～9 月の Copilot の米国の利用データ 20 万件（会話 1 つを 1 件とカウント）を解析したものである。AI が利用者の補助に使われている場合と、AI が行動する形で使われている場合を分けてそれぞれの内訳を見ている。
- ・ スキル別に見た AI のアウトプットの有効性、職業ごとに必要とされるスキル構成、AI が用いられる頻度などを加味して、AI 利用が有効と思われる度合い（補完的・代替的の区別はしていない）を各職業についてスコアづけている。スコアが高い（AI に行動させやすい）職業は「通訳・翻訳」「歴史家」「ライター、作家」「サービス営業職」「CNC ツールプログラマ」「放送アナウンサーと DJ」「カスタマーサービス担当」「テレマーケター」「政治学者」「数学者」「ジャーナリスト」「添乗員」「テクニカルライター」「コンシェルジュ」「校閲者」「編集者」「ビジネス講師」「PR 専門家」「データサイエンティスト」「個人向けファイナンシャルアドバイザー」「ウェブ開発者」「広告営業エージェント」「マネジメントアナリスト」「地理学者」「証券ブローカー事務職」などとなっている。

1 2. 5. 7. 4. Kauhanen & Rouvinen(2025)¹⁷⁴

- ・ 2019 年 1 月～2022 年 11 月と 2022 年 12 月～24 年 12 月のフィンランドの経済統計を用いた分析を行った。生成 AI の利用率が高い職種とそうでない職種を比較すると、両期間に起きた雇用や賃金について統計的に有意な差は見られないとした。職種を大きくグループ分けした上で各グループ内で、生成 AI の利用率が高い職種とそうでない職種を比較してもほぼ同様の結果となった。

1 2. 5. 7. 5. Hartley et al (2026)¹⁷⁵

- ・ 米国の就業者に対するアンケート調査（24 年 12 月、25 年 3・4 月、6・7 月の 3 回）で仕事での生成 AI 利用状況を数値化した。これを求人情報、経済統計と組み合わせ、生成 AI の利用度が雇用・賃金に与える影響や、生成 AI がより多く活用されている職種とほとんど活用されていない職種の雇用・賃金の変動を比較した。

¹⁷³ Tomlinson, K., Jaffe, S., Wang, W., Counts, S., & Suri, S. (2025). Working with AI: Measuring the occupational implications of generative AI. arXiv preprint arXiv:2507.07935. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2509.15265>

¹⁷⁴ Kauhanen, A., & Rouvinen, P. (2025). Assessing early labour market effects of generative AI: evidence from population data. *Applied Economics Letters*, 1-4. <https://doi.org/10.1080/13504851.2025.2513973>

¹⁷⁵ Hartley, J., Jolevski, F., Melo, V., & Moore, B. (2026). The labor market effects of generative artificial intelligence, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5136877>

- ・ 雇用に関する差はほぼ認められなかった。
- ・ 賃金については生成 AI をより多く活用している職種で顕著な伸びが認められた。

1 2 . 5 . 7 . 6 . Abel et al. (2024) ¹⁷⁶

- ・ 2024 年 8 月のニューヨークおよびニュージャージー北部地域の企業へのアンケート調査を簡単に整理したものである。
- ・ 過去 6 カ月に AI を使っている企業や今後 6 カ月の間に使う予定の企業は、AI 利用との関係で雇用を増減させるよりも、既存の従業員をトレーニングする傾向が強い。
- ・ 製造業の場合には解雇はなく、増員予定があるのみ。
- ・ サービス業は解雇と増員両方の例があるが、それらよりもトレーニングで対応する予定が多い。
- ・ 類似の傾向はこの調査に数か月先立つ 4 月のテキサス企業への調査 (Cañas & Kerr, 2024) ¹⁷⁷ からも見て取れる。

1 2 . 5 . 7 . 7 . Manning & Aguirre (2026) ¹⁷⁸

- ・ AI 利用の起きやすい職業の就業者が、転職の形で変化に適応できるかを米国について検討している。なお、AI 利用が起きやすい職業は Eloundou et al.(2024) ¹⁷⁹ をベースにしており、本稿で対象にしている期間以前のデータである。適応能力は流動資産、応用可能なスキル、居住地域の労働市場の状況、年齢を元に指標として作成したものである。

¹⁷⁶ Abel, J. R., Deitz, R., Emanuel, N., & Hyman, B. (2024). AI and the labor market: Will firms hire, fire, or retrain?. Liberty Street Economics.

<https://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2024/09/ai-and-the-labor-market-will-firms-hire-fire-or-retrain/>

¹⁷⁷ Cañas, J. & Kerr, E. (2024). Texas firms using AI report little impact on employment. June 25, <https://www.dallasfed.org/research/economics/2024/0625>

¹⁷⁸ Manning, S., & Aguirre, T. (2025). How adaptable are American workers to AI-induced job displacement?. National Bureau of Economic Research Working Paper No. w34705. <https://doi.org/10.3386/w34705>

¹⁷⁹ Eloundou, T., Manning, S., Mishkin, P., & Rock, D. (2024). GPTs are GPTs: Labor market impact potential of LLMs. Science 384 (6702), 1306–1308. <https://doi.org/10.1126/science.adj0998>

- ・ AI 利用が起きやすい職業についている人は、適応能力が高い傾向にある。（相関係数 r は 0.50）
- ・ AI 利用の起きやすさで見た場合の上位 25%の労働者は 3,710 万人程度で内 2,650 万人程度の適応能力指標は全労働人口の適応能力指標の中央値を上回っている。
- ・ このような分類に属する職業を、就労者数の多い人口順に並べると、コンピュータ・情報システムの管理者、マーケティング管理者、ファイナンシャル&投資アドバイザー、そのほかの数理科学系職業、ソフトウェア品質確保アナリストおよびテスター、でいずれも 20 万人以上の規模になっている。
- ・ 610 万人（労働人口の 4.2%）は AI 利用が起きやすい職業に就いており、かつ、適応能力が全体の下位 25%に属する。
- ・ このハイリスク層は一般事務管理系の職に就いていることが多い。就労者数が多い順に挙げると、オフィス事務、秘書、受付・案内係、医療関係秘書・事務員、などはそれぞれ 50 万人を超える。
- ・ 地域としては山岳西部地域と中西部の州都と大学町は、人口に占めるハイリスク層の割合が他の地域よりも高い。

1 2. 5. 7. 8. Hyman et al. (2025)¹⁸⁰

- ・ 米国のリスキリング施策の受講生約 10 万人データを分析し、AI に関連する失業の状況とその再就職先の特性、賃金への影響について探っている。リスキリングの受講生データは 2012 年～23 年末までと本稿の設定した対象期間よりも前になっている。また、受講生の失業前の職業が AI に影響を受けやすい職業であるかを Eloundou et al. (2024)¹⁸¹ , Brynjolfsson et al. (2018)¹⁸²を参照して判定しているが、両者とも本稿の設定した対象期間よりも前のデータによる研究である（後者は生成 AI 以前の機械学習の経済的影響を検討する研究である）。

¹⁸⁰ Hyman, B. G., Lahey, B., Ni, K., & Pilossoph, L. (2025). How Retractable Are AI-Exposed Workers? National Bureau of Economic Research Working Paper No. w34174.

<https://www.nber.org/papers/w34174>.

¹⁸¹ Eloundou, T., Manning, S., Mishkin, P., & Rock, D. (2024).GPTs are GPTs: Labor market impact potential of LLMs. *Science* 384 (6702), 1306–1308.

<https://doi.org/10.1126/science.adj0998>

¹⁸² Brynjolfsson, E., Mitchell, T. and Rock, D. (2018) What can machines learn and what does it mean for occupations and the economy?, AEA papers and proceedings, 108 pp. 43–47.

- ・ AI の影響を受けやすいと考えられる職業からの失業者は、そうでない失業者と比べて、再就職時の給与が約 25%低くなる傾向にある。
- ・ AI の影響を受けやすいと考えられる職業からの失業者が、AI の影響を受けやすいと考えられる職業へと再就職した場合には、そうでない場合に比べ、給与が約 29%低くなる傾向にある。
- ・ いずれの場合もリスクリング施策は効果があがっており、似たような特性を持つがリスクリングを受講しなかった人と比べると、受講生は平均して 4 半期当たり 1,500 ドル近く高い給与の職を得ている。
- ・ 失業前よりもより AI の影響を受けやすい職に再就職し、かつ給与水準も上昇する層も存在する。このような人の割合は 25~40%と推計される。母集団の失業者は所得が低い傾向にあるため、それを踏まえるとこの割合は高いと著者らは評価している。
- ・ 再就職に失敗している人を分析対象から除外しているため、リスクリングの効果や給与水準についての数値の解釈には留意が必要であろう。また、より AI の影響を受けやすい職業への再就職の割合についても同様であろう。
- ・ AI の影響を受けやすい職業については、実際の利用率を見ているわけではなく、理論的に AI の影響を受けやすいと推定された職業であるため、実際に AI 利用が原因で失業した、AI を利用する職業に就職した、とは限らない。また、AI の影響を受けやすい職種では AI 利用によって生産性が上がるだけで失業が起きないという場合も考えられるが、本研究ではその点は考慮に入れていない。
- ・ 生成 AI の直近の利用範囲拡大などについては必ずしも捕捉できていない可能性があるだろう。
- ・ そうした留意点はあるつつも、リスクリングの効果があり、より AI の影響を受けやすい職業へ高い給与で再就職が可能になるケースがあるということ自体は更に調査する価値のある知見だと思われる。より早い時期を対象にした研究ではあるが、ドイツの見習い制度が AI 活用に合わせたリスクリングに有効である可能性を 2019-2023 年のデータを分析して示した研究として Muehlemann (2025)¹⁸³ がある。

¹⁸³ Muehlemann, S. (2025). Artificial intelligence adoption and workplace training. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 238, 107206. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2025.107206>

1 2 . 5 . 7 . 9 . Klein Teeselink (2025)¹⁸⁴

- ・ 企業の AI 利用と求人・雇用の関係を分析した研究である。公表されている求人情報をデータとして分析し、公表されている企業別の就業者データ（SNS から収集している）、関連する経済統計データと併せて分析している。対象にした期間は 2021 年 1 月～2025 年 6 月である。職業ごとに AI の影響を受けやすいかどうかを Eloundou et al. (2024)などを参照して算定している。また、企業ごとに AI の影響を受けやすい度合いを算定しているが、これは当該企業の従業員が AI の影響を受けやすい職業かどうかを、全従業員分平均することによって算定している。これらを元に AI に影響を受けやすい企業・職業と雇用・求人状況の関係を分析している。
- ・ AI の影響を受けやすい職業ほど求人が減っている。2022 年 10 月以前は AI に影響を受けやすい職業とそうでない職業で求人量の変動パターンに違いは見られない。11 月以降は AI に影響を受けやすい度合いが平均より 1 標準偏差上がるごとに 3.9%求人量が少なくなる傾向にある。ただし、時系列変化を見ると、7 カ月後からこの傾向が統計的に有意になり、20 カ月後からはやや弱まるため、長期的な変化ではない可能性も考えられる。
- ・ 求人の減少はほぼ高賃金の職業でのみ生じている。すなわち、AI の影響は国内の賃金格差を縮小させる方向に作用している。
- ・ 他の研究(Hyman et al., 2025¹⁸⁵) では、機械学習系の AI に影響を受けやすい職種と、生成 AI に影響を受けやすい職種それぞれのスコアを比較すると、後者は前者を包含し、重複部分はスコアの相関が高いと報告されている。それを踏まえて本研究を見ると、ChatGPT の普及開始以前は、生成 AI に影響を受けやすい職種と受けにくい職種の求人状況が似たような変動パターンを示している点はやや興味深い。機械学習の普及による失業や雇用減につながる度合いが弱いことを示唆している可能性が考えられる。

¹⁸⁴ Klein Teeselink, B. (2025). Generative AI and labor market outcomes: Evidence from the United Kingdom. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5516798

¹⁸⁵ Hyman, B. G., Lahey, B., Ni, K., & Pilossoph, L. (2025). How Retractable Are AI-Exposed Workers? National Bureau of Economic Research Working Paper No. w34174. <https://www.nber.org/papers/w34174>.

1 2 . 5 . 7 . 1 0 . Henseke et al. (2025)¹⁸⁶

- ・ 米国の職業別の業務内容データについてのデータベースに基づいて開発されている Eloundou et al. (2024)を参照しつつ、英国の類似データに基づいて英国の各種職業がどの程度 AI の影響を受けやすいものであるかについて推計・分類を行い、それを元に生成 AI が英国の雇用に与えている影響を探ったものである。この英国のデータは、Skills and Employment Survey と呼ばれるもので、本論文では主に 2017 年調査と、2023 年 9 月から 24 年 7 月にかけて実施された調査を参照している。また、2017 年 4 月から 25 年 6 月までの英国のオンライン求人データも利用している。このデータは英国政府が試験的に作成・公開しているもので、米国に本拠を置く Bullhorn 社の Textkernel というサービス（公開されている求人情報をウェブクローラーで収集しているもの）のデータを元にして¹⁸⁷。
- ・ 英国経済を構成する各種職業を AI に影響を受けやすい度合いによって見ると、シンプルな言語系生成 AI のサービスを利用することで英国の業務（タスク）の約 25%程度は、時間を 25%程度節約できる。他のソフトウェアなどに統合された形で言語系生成 AI を利用することで更に 27%程度節約できる。
- ・ 業務の半分以上が言語系生成 AI に影響を受けると考えられる職業が経済全体に占める割合は約 13%と限られているが、同時に少なくとも何かの業務が言語系生成 AI に影響を受けると考えられる職業は、経済全体の 94%に及ぶ。ここから、生成 AI の効果は人間の雇用の自動化ではなく業務内容の再編（時間の使い方の変動）が主になるとしている。
- ・ 2017 年と 2023～24 年時点の経済の職業構成を比較すると、AI に影響を受けやすい職業の割合が大きくなっている。また、AI に影響を受けやすい業務は、時間当たりの賃金が約 12%低下している。オンライン求人広告の変動を見ると、ChatGPT の台頭した 2022 年第 3 四半期を境に、それ以前は AI に影響を受けやすい職業であるかどうかと求人広告の間には特段の関係が見られなかったものが、以後は影響を受けやすい

¹⁸⁶ Henseke, G., Davies, R., Felstead, A., Gallie, D., Green, F., & Zhou, Y. (2025). How exposed are UK jobs to generative AI? Developing and applying a novel task-based index. arXiv preprint arXiv:2507.22748. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2507.22748>

¹⁸⁷ Skills and Human Development team (2024) Measuring labour demand volumes across the UK using Textkernel data user, [guidehttps://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/methodologies/measuringlabourdemandvolumesacrosstheukusingtextkerneldatauserguide](https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/methodologies/measuringlabourdemandvolumesacrosstheukusingtextkerneldatauserguide)

職業ほど求人が減る、という傾向を示すようになってきている。以上から本論文では、生成 AI は既に AI による人間の代替の形で英国の労働市場に影響を与えている可能性があるとしている。

12.5.7.11. Li et al. (2025)¹⁸⁸

- ・ 2018～2025年第2四半期までの求人データ分析を行い、ChatGPT がリリースされた2022年11月以前と以後で動向が異なっているかを探ったものである。AIによる代替リスクが高いかどうかを Gmyrek et al. (2023)¹⁸⁹を参照しつつ決定し、高スコア（高リスク）と低スコアの職種で求人の変動に差があるかを比較する手法を用いている。
- ・ AIによる代替スコアが中央値より高い職種と低い職種を比較すると、前者は求人が12%少ない。
- ・ この差は生成 AI ローンチの最初の年は6%だったが3年目には18%となった。非熟練者向けの職は特に影響を受ける。一般事務職(40%)と専門サービス(30%)は特にこの傾向が強い。
- ・ なお、Gymrek et al. (2023)による職業別のAIに影響を受けやすい度合いの評価は後に改訂されている（Gmyrek et al., 2025）¹⁹⁰が、この研究では ChatGPT（3.5）のリリースに近いことを理由としてこのバージョンを参照しつつ分析をしている。

¹⁸⁸ Liu, Y., Wang, H., & Yu, S. (2025). Labor Demand in the Age of Generative AI: Early Evidence from the US Job Posting Data. World Bank Policy Research Working Paper 11263, <https://hdl.handle.net/10986/44004>

¹⁸⁹ Gmyrek, P., Berg, J., & Bescond, D. (2023). Generative AI and jobs: A global analysis of potential effects on job quantity and quality. ILO Working paper, 96. <https://www.ilo.org/publications/generative-ai-and-jobs-global-analysis-potential-effects-job-quantity-and>

¹⁹⁰ Gmyrek, P., Berg, J., Kamiński, K., Konopczyński, F., Ładna, A., Nafradi, B., Rosłaniec, K. & Troszyński, M. (2025). Generative AI and jobs: A refined global index of occupational exposure, ILO Working Paper 140, <https://doi.org/10.54394/HETP0387>

1 2. 5. 7. 1 2. Acemoglu (2024)¹⁹¹

- ・ AI 利用の効果についての既存の研究をベースに、AI が今後 10 年間に与える経済効果について推計したものである。AI の影響を受けやすい業務については Eloundou et al. (2023)¹⁹² をベースにしている。
- ・ 全要素生産性の伸びは 0.66%以下に留まる。
- ・ GDP 成長率は 1.4~1.56%と推計される。
- ・ 現在までの研究から得られた数値は AI が学習しやすいタスクについての生産性向上効果であるため、今後得られる効果はより小さい。これを勘案し生産性の伸びは 10 年間で 0.53%未満と考えるのがより妥当である。
- ・ GDP 成長率も 0.90%と考えるのがより妥当である。
- ・ 賃金への影響はわずかにとどまる。
- ・ LLM のような汎用モデルは精度が低いために影響も小さく留まるが、より専門分野に特化した AI が開発されるようになった場合には大きな恩恵をもたらす可能性があるとの意見も述べている。
- ・ 手法面、結論について後の研究でしばしば参照されているが、AI のもたらすインパクトを小さく見積もる前提条件については追随しない研究が多い。

1 2. 5. 7. 1 3. Tamkin & McCrory (2025)¹⁹³

- ・ 上記 Acemoglu(2024)の手法に概ね従いつつ、Claude の利用データ 10 万件(会話 1 つを 1 件とカウント)を分析して経済効果推計を行っている。会話がどのタスクに該当し、それがどの程度の時間節約になっているかを計算している。その結果を様々な職業でどのようなタスクを実施しているか、各職業の賃金についての外部データと、各職業がそれぞれのタスクにどの程度時間を費やしているかについての独自の推計とあわせて経済全体への貢献度を推計している。

¹⁹¹ Acemoglu, D. (2024) Simple macroeconomics of AI. National Bureau of Economic Research Working Paper No. w 32487 <https://doi.org/10.3386/w32487>

¹⁹² Eloundou, T., Manning, S., Mishkin, P., & Rock, D. (2023). GPTs are GPTs: An early look at the labor market impact potential of large language models. arXiv preprint arXiv:2303.10130, 10.

¹⁹³ Tamkin & McCrory (2025). Estimating AI productivity gains from Claude conversations, <https://www.anthropic.com/research/estimating-productivity-gains>

- ・ 現在の AI モデルの性能が向上することなく、利用パターンもそのままに、10 年かけて経済全体にまで普及する場合、生産性は年率 1.1%の伸びになる。
- ・ Claude の利用データがいつの時期のものであるかは開示されていないが、公表された時期に近いものであると想定され、時間節約の効果も Acemoglu が参考にした先行研究の値よりも高いものになっている点は評価できよう。ただし、AI 利用で短縮できた時間以外に、AI の生成結果の品質をチェックする時間が発生しているなど、従来にはなかった時間がかかっている場合などには Tamkin & McCrory (2025)の推計値が過大になるため、留意が必要である。

1 2 . 5 . 7 . 1 4 . Filippucci et al. (2024)¹⁹⁴

- ・ 上記 Acemoglu(2024)の手法も踏まえつつ、そこで推計された産業別の経済的な影響が更に産業間の取引でどのように経済全体に影響を与えるかについて、マクロ経済モデル（多部門一般均衡モデル）を用いて推計している。いくつかの異なるシナリオを想定した上で、今後 10 年間に生成 AI がもたらす労働生産性への貢献（より直接的には、その基礎となる全要素生産性への貢献）を推計している。
- ・ 今後 10 年間に生成 AI がもたらす全要素生産性への貢献は、1 年あたり 0.24~0.62% ポイントになる（労働生産性への貢献はこの 1.5 倍と考える）。
- ・ ICT による 1995~2004 年の米国の全要素生産性の成長はおよそ 1~1.5%ポイントと考えられていることを考えると、AI の貢献もかなりの規模であるとの評価をしている。
- ・ 低い値は、AI の普及率が 23%、高い値は、40%を想定した。加えて、AI の効果を高めるソフトウェアなどと組み合わせさせてより大きな効果をもたらすと想定した。
- ・ 利用から得られる基本的な効率化は 30%と考えている。生産に用いられる要素（労働者や資金）が適切に再配置されることが経済の効率的な成長の鍵になるがこれが実現する（人材であればリスキングなどを通じて再配置される）場合と、そうでない場合がシナリオには含まれる。
- ・ 予備的考察として、ロボットなどの技術との連携でより広い範囲の産業に AI が影響をもたらす可能性、AI への信頼が低く AI を活用するサービスなどへの需要が伸び悩

¹⁹⁴ Filippucci, F., Gal, P., & Schief, M. (2024). Miracle or Myth? Assessing the macroeconomic productivity gains from Artificial Intelligence, OECD Artificial Intelligence Papers, <https://doi.org/10.1787/b524a072-en>

む可能性、など追加的な前提も考慮し2つの追加シナリオについて検討すると、1年あたり全要素生産性が0.97%ポイントとなるケースもあった。

- ・ 以上は米国経済のデータに基づいた推計になっている。
- ・ 日本経済についての普及率データや産業連関データを用いて推計すると、全要素生産性へのAIの貢献は0.2~0.55%ポイント前後になる。
- ・ ただし、日本の産業別の職業構成についてのデータが国際的に互換性のある形では存在していないため、米国の職業構成を当てはめた推計になっていること、AI普及がもたらす業務への影響が米国と同等であると仮定していること、などに留意が必要である。

12. 5. 7. 15. Filippucci et al. (2025) ¹⁹⁵

- ・ 上記 Filippucci et al. (2024)を更新し、AI利用から得られる時間節約効果やAI普及率などについてのより近年の研究成果をとりいれて、G7を対象に推計を行ったものである。ただし、日本については他国と似たような基準での普及率データが取得できていない。
- ・ 最も悲観的なシナリオを採用すると、効果が低い日本やイタリアでは一年あたりの労働生産性へのAIの貢献は約0.2%ポイントとなる。効果が高い米国や英国では約0.4%ポイントとなる。
- ・ これはAI普及率が低く、AIの機能拡張も生じないとの仮定を採用した場合である。
- ・ 最も楽観的なシナリオでは約0.8~1.3%ポイントとなる。
- ・ これは普及が急速に伸び、AIの機能も拡張する場合である。
- ・ 日本は悲観・標準・楽観の3種のシナリオ下でのAIによる労働生産性への貢献は0.16、0.51、0.82%ポイントとなる。いずれの場合もG7中最も低い値である。
- ・ 算定に当たって用いられているデータの内、AIの普及率もG7中最も低い値となっている。
- ・ AIによる生産性向上についての推計を行った主要な研究を一年あたりの労働生産性の増加分に揃えて比較すると、上記 Acemoglu(2024)が最も低い推計値、次いで

¹⁹⁵ Filippucci, F., Gal, P., Laengle, K. & Schief, M. (2025). Macroeconomic productivity gains from Artificial Intelligence in G7 economies, OECD Artificial Intelligence Papers, <https://doi.org/10.1787/a5319ab5-en>

Bergeaud(2024)¹⁹⁶、本推計はそれを若干上回る程度に位置づけられる。これより大きな成長を推計したものには Aghion & Bunel (2024)¹⁹⁷ , Rockall et al. (2025)¹⁹⁸ (いずれも年 1%ポイント前後、Rockall et al. (2025) は楽観シナリオで 1.5%ポイント程度)、Briggs and Kodnani(2023)¹⁹⁹ (1.5%ポイント程度)、McKinsey (2023)²⁰⁰ (0.6% 程度だが楽観シナリオでは 3.4%ポイント程度と最大の推計値)、Baily et al. (2023)²⁰¹ (2.5%ポイント超) などがある。

1 2. 5. 7. 1 6. Bergeaud (2024)

- ・ 大枠では Acemoglu(2024)の手法を参照しつつ、様々な修正を行い、ユーロ圏を対象にした生産性向上効果の推計を行っている。修正には、AI に影響を受ける職種を特定するために多くの研究で用いられる Eloundou et al. (2023)ではなく、機械学習型の AI を前提にした Felten et al. (2021)²⁰²を用いたことも含まれる。

¹⁹⁶ Bergeaud, A. (2024). The past, present and future of European productivity, paper prepared for the ECB Forum on Central Banking Monetary policy in an era of transformation, 1-3 July 2024, Sintra, Portugal.

https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/sintra/ecb.forumcentbankpub2024_Bergeaud_paper.om.pdf

¹⁹⁷ Aghion, P. and Bunel, S. (2024). AI and growth: Where do we stand?,

<https://www.frbsf.org/wp-content/uploads/Al-and-Growth-Aghion-Bunel.pdf>

¹⁹⁸ Rockall, E., Tavares, M. M., & Pizzinelli, C. (2025). AI adoption and inequality. IMF Working Paper No.2025/068, <https://doi.org/10.5089/9798229006828.001>

¹⁹⁹ Briggs, J. and Kodnani, D. (2023). The potentially large effects of Artificial Intelligence on economic growth, Goldman Sachs Economics Research.

<https://www.gspublishing.com/content/research/en/reports/2023/03/27/d64e052b-0f6e-45d7-967b-d7be35fabd16.html>

²⁰⁰ McKinsey (2023), The economic potential of generative AI.

<https://www.mckinsey.com/capabilities/tech-and-ai/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier>

²⁰¹ Baily, M., E. Brynjolfsson and A. Korinek (2023), Machines of mind: The case for an AI-powered productivity boom. Brookings Institution,

<https://www.brookings.edu/articles/machines-of-mind-the-case-for-an-ai-powered-productivity-boom/>

²⁰² Felten, E., Raj, M., & Seamans, R. (2021). Occupational, industry, and geographic exposure to artificial intelligence: A novel dataset and its potential uses. Strategic Management Journal, 42(12), 2195-2217. <https://doi.org/10.1002/smj.3286>

- ・ 向こう 10 年程度の中期に AI によって得る全要素生産性を 2.9%と推計する。一年あたりでは 0.29%ポイントとなる。
- ・ 採用する前提により、10 年間の推計値は 1.3~4.5%までの範囲をとる。
- ・ 効果が大きいののはベルギー、オランダ、ドイツ、スロベニア、フランス（いずれも 3%を超える）低いのはアイルランド、ギリシャ（いずれも 2%を下回る）と推計された。

12. 5. 7. 17. Briggs and Kodnani(2023)²⁰³

- ・ 欧米を中心に AI による生産性と雇用への影響を検討したものである。この種の研究の多くは Acemoglu(2024)を参照し、多くのデータを必要とせずに推計ができる手法面などを継承するが、本研究は Acemoglu(2024)よりも前に実施されている²⁰⁴。
- ・ 米国の労働生産性の向こう 10 年間の変化について、AI 普及により年に 1.5%ポイント上昇すると推計する。検討されたシナリオの最も低い推計値は 0.3、高い値は 2.9%ポイントと約 10 倍の開きがある。
- ・ 1.5%は電気モーターやパーソナルコンピュータといった過去の汎用技術の登場によってもたらされた成長と同程度である。
- ・ グローバルには AI は 10 年間で GDP を 7%上昇させる効果がある。ただし、普及率や AI の性能向上などの影響が大きく、その両要素は不確実性が高い。
- ・ 米国を元に職業・産業構成比を他国に合わせた数値を計算すると、先進国の経済は AI からより大きなメリットを受ける傾向がある。香港、イスラエル、日本が上位 3 カ国で年間 1.5%を超える。スウェーデン、米国、英国、シンガポール、アルゼンチン、ユーロ圏、地理、韓国、ブラジルがこれに続く。グローバル平均がそれに続く。

²⁰³ Briggs, J. and Kodnani, D. (2023). The potentially large effects of Artificial Intelligence on economic growth, Goldman Sachs Economics Research.

<https://www.gspublishing.com/content/research/en/reports/2023/03/27/d64e052b-0f6e-45d7-967b-d7be35fabd16.html>

²⁰⁴ Acemoglu (2024) との比較について Briggs (2024) Addressing the AI growth debate, Top of Mind, Issue 129, June 25, <https://www.goldmansachs.com/insights/top-of-mind/gen-ai-too-much-spend-too-little-benefit>

12.5.7.18. Cazzaniga, et al. (2024)²⁰⁵

- ・ 上記 Briggs and Kodnani(2023)による AI の生産性向上効果（の最も低い値）、AI に影響を受ける職業についての研究（Felten et al., 2023; Pizzinelli et al., 2023²⁰⁶）、所得に関する既存の統計や研究などをベースに、AI が所得や所得格差に与える影響を推計している。対象としたのは主に英国で、他の国も適宜比較検討の対象としている。
- ・ 人々の所得への AI 普及の影響を考える上では、AI の経済への影響は他の研究でしばしば仮定されている「影響を受ける職業は代替される」ではなく、「職業を代替する影響と補完する影響がある」といった仮定を採用する方がよい。また、雇用や賃金の影響以外に資産所得への影響も重要になる。
- ・ 先進国は認知系の活動が経済活動の多くを占めることから、仕事の 60%程度が AI の影響を受け、その半分はネガティブな影響を、もう半分はポジティブな影響を受ける。
- ・ 新興国市場では影響を受ける仕事は 40%程度、低所得国は 26%程度である。
- ・ AI は賃金の高い仕事により大きな影響を与えるが、補完的な効果を与える場合もあるため、高賃金の方が AI から恩恵を受けられる者の割合も多くなる。
- ・ 資産所得は AI で増加するため、資産が多い層（多くの場合高所得者層）は AI の普及と共にその恩恵をより多く受ける。
- ・ これらの効果をあわせると、AI の普及と共に所得格差が拡大する可能性があるが、AI 利用から得られる生産性向上効果が強ければ、ほとんどの労働者にとっては所得上昇につながる。
- ・ 歴史的には若年層と大卒者は、高齢層や大卒未満の層よりも転職に成功しやすいことを踏まえた政策対応が望ましい。

²⁰⁵ Cazzaniga, M., Jaumotte, F., Li, L., Melina, G., Panton, A. J., Pizzinelli, C., Rockall, E. J., & Tavares, M. M. (2024). Gen-AI: Artificial intelligence and the future of work. IMF Staff Discussion Notes. <https://doi.org/10.5089/9798400262548.006>

²⁰⁶ Pizzinelli, C., A. Panton, M. M. Tavares, M. Cazzaniga, and L. Li. (2023). Labor market exposure to AI: Cross-country differences and distributional implications, IMF Working Paper 2023/216, <https://doi.org/10.5089/9798400254802.001>

- ・ 女性は男性よりも多く、AI の影響を受ける職に就いている。英国・米国、ブラジル、コロンビア、南アがこの傾向にあり、検討した国の中でインドのみ例外であった。ポジティブ・ネガティブの影響を受ける割合は半分ずつ程度であった。インドが他の国と違う理由は農業セクターに女性が多く就労していることにある可能性がある。
- ・ 教育レベルの高い層は AI による影響をより受けやすい。検討対象とした国全てに当てはまる傾向であった。ただし、補完的な影響を受ける度合いが高い場合が多い。
- ・ 年齢別に影響を見ると、国によってパターンはまちまちであった。

12. 5. 7. 19. Rockall et al. (2025)²⁰⁷

- ・ AI の普及が格差に与える影響についての研究である。他の研究に欠けていた視点として、企業が AI の導入度を決められるという前提を採用した。高所得層ほど AI の影響を受けやすい職に就いている度合いが高いこと、資産所得は AI の普及と共に増えること、経済全体としては生産性が高まるために賃金が上昇すること、を組み込んだモデル (Moll et al.(2022)²⁰⁸ をベースにした一般均衡モデル) と英国の家計データを用いて効果を算定した。
- ・ 格差は拡大する。生産性向上の恩恵として賃金上昇は所得階層に関わらずもたらされるが格差が縮まるわけではない。
- ・ 2014~2048 年の賃金変動率を推計すると格差は縮まる。上位 25%以上の層は高所得者ほど賃金が下落する傾向にあり、最大で 10%減となる。逆に上位 75%よりも低賃金の層は賃金が低いほど伸び率が高く、最大で 15%近い。
- ・ 資本所得はより効果が大きく、これを考慮に入れた総所得を見ると、所得下位 10%の層にも 20%近い増加が生じるが、上位 1%は総所得が 50%以上増加する見込みとなる。格差はかなり拡大する。
- ・ 資本所得への課税 (キャピタルゲイン課税のようなもの) を導入するなどの再分配政策を通じて格差を緩和することは考えられるが、その場合には企業は AI 普及を抑制

²⁰⁷ Rockall, E., Tavares, M. M., & Pizzinelli, C. (2025). AI adoption and inequality. IMF Working Paper No.2025/068, <https://doi.org/10.5089/9798229006828.001>

²⁰⁸ Moll, B., L. Rachel, and Restrepo, P. (2022). Uneven Growth: Automation's Impact on Income and Wealth Inequality. *Econometrica* 90 (6), 2645–2683.

することで反応することになるため、結果として AI の恩恵は小さく留まることになるという難しいトレードオフの存在を指摘する。

1 2 . 5 . 7 . 2 0 . Misch et al. (2025)²⁰⁹

- ・ Acemoglu(2024)の枠組みに準拠しつつ、欧州 31 国を対象に AI 普及がもたらす生産性向上効果を推計した。また、政策の影響について検討した。
- ・ 5 年間の生産性向上効果は 1.1%ポイントと限定的なものであった。
- ・ Acemoglu(2024)よりも 60%程度大きな推計値となった点については、近年の AI の性能向上を踏まえてより楽観的な前提を採用したことが主な理由としている。
- ・ Acemoglu(2024)に近い前提を採用する場合には 0.8%となる。この場合も米国の 0.7 よりやや大きい。産業構成・職業構成の違いが主な理由である。
- ・ 全要素生産性の上昇は高所得国ほど大きくなる傾向がある。
- ・ 多様なシナリオを検討するが、最も合理的と考えるものを採用した場合、ノルウェー、ルクセンブルグ、スイスが 5 年間に 2%を上回る全要素生産性の伸びを得るのに対し、ルーマニア、ブルガリア、ポーランド、ハンガリー、リトアニア、スロバキア、チェコ、ラトビア、などが低いと推計される。
- ・ EU の AI 法や職業関連規制、データプライバシー規制が AI の普及率を 50%程度抑制する場合、生産性向上効果も 30%程度減少すると見込まれる。特に前者 2 つの影響が大きいと見込まれる。

1 2 . 5 . 7 . 2 1 . Cerutti et al. (2025)²¹⁰

- ・ AI のもたらす経済効果を、一般均衡動学モデルを用いて推計し、地域ごとの違いを分析したものである。AI に影響を受けやすい産業が多い国と少ない国があること、AI の利活用をしやすい国とそうでない国があること、AI の活用に必要なデータや技術基盤の状況が異なっていること、を踏まえたモデルとなっている。AI の効果が小さいと仮定する Acemoglu(2024)と、同じ枠組みを踏襲しつつもより楽観的な仮定をおく

²⁰⁹ Misch, F., Park, B., Pizzinelli, C. and Sher, G. (2025), "AI and productivity in Europe", IMF Working Papers, 2025/067. <https://doi.org/10.5089/9798229006057.001>

²¹⁰ Cerutti, M. E. M., Pascual, A. I. G., Kido, Y., Li, L., Melina, M. G., Tavares, M. M. M., & Wingender, M. P. (2025). Global Impact of AI: Mind the Gap, IMF Working Paper 2025/076, <https://doi.org/10.5089/9798229008570.001>

Aghion & Bunel (2024)を参照しつつ、生産性や GDP の低成長・高成長モデルを用意し、それぞれの下に成長率を計算している。

- ・ 高成長シナリオの場合、全要素生産性は 10 年間で 2.4%成長する。低成長シナリオを採用する場合、1%に満たない。GDP への影響は 10 年間でそれぞれ約 4%と 1.3%となる。
- ・ 米国、ユーロ圏、他の先進国は最も大きな恩恵を享受する。米国は 10 年間で GDP が 5.4%上昇する（低成長シナリオの場合には 1.8%）。EU とスイス地域は 4.4%（同 1.5%）そのほかの先進国は 4.7%（同 1.6%）となっており、世界経済よりも大きい GDP 成長率となる。中国は産業構成上製造業が大きく、AI の影響を受けやすい職業の割合も少ない経済であることからやや低く、3.5%（低成長モデルの場合 1.2%）の成長率となる。中南米の新興国は 3.2%（同 1.1%）、アジア・中央アジア・ロシアなどの新興国は 3.0%（同 1.0%）、低所得国は 2.7%（同 0.9%）といった推計値になっている。
- ・ 政策を通じて AI 活用がしやすい状況が実現できた場合を想定すると、この格差はより小さくなる。例えば低所得国は 3%以上の成長率、新興国も 3%台後半程度の成長率となる可能性がある。

1 2 . 5 . 7 . 2 2 . OECD (2024)²¹¹

- ・ Eloundou et al. (2023) を参考に、AI によって自動化されやすいタスクを特定し、どのような職業のどのようなタスクの遂行を必要とするかの既存のデータを参考に、AI によって影響を受けやすい度合いを職業ごとにスコア化する。この際に、研究遂行時点では容易に自動化されないが、近い将来、業務と生成 AI を統合するような追加的なソフトウェアが使われるようになると AI に自動化されると想定されるタスクについても別途扱うことで、将来的な影響を推測している。なお、本研究は ChatGPT 3.5（2022 年 11 月にリリースされたものである）をベースに考察しており、「将来」も生成 AI の性能自体の向上については考慮していない。
- ・ 職業で必要とされるタスクの内、20%以上が従来の半分以下の時間で遂行できるようになるような職業は非常に多い。OECD 加盟国の全労働者の約 26%に該当する。生成 AI が業務により統合された場合には 70%に達する。

²¹¹ Organization for Economic Co-operation and Development (2024). Job creation and local economic development 2024: The geography of generative AI. 2024.11.28.

https://www.oecd.org/en/publications/job-creation-and-local-economic-development-2024_83325127-en.html

- ・ 50%以上のタスクを従来の半分以下の時間で遂行できるようになる職業に就いている人は、現状では 1%程度である。業務への統合が進んだ場合には OECD 加盟国の全労働者の 40%に上る。
- ・ なお、本研究では労働者の代替や補完については考察していないため、失業や配置転換が起きる度合いについての推計はない。
- ・ OECD 加盟国について見ると、将来的にも AI の影響を大きく受ける職業に就いている人の割合が少ない国と多い国がある。少ない国はメキシコ(25%)、コロンビア、コスタリカ、ルーマニア（いずれも 35%前後）、韓国（40%弱）などであり、米国がそれに続いて 40%台前半である。影響を大きく受ける、というのはタスクの 50%以上が AI により半分以下の時間で遂行できるようになることを意味する。
- ・ そのような近い将来大きく影響を受けると想定される職業に就いている人の割合が多いのはルクセンブルグ、英国（63-65%）、オランダ、カナダ、スイス（55-58%程度）である。
- ・ 日本は国別分析の対象に含まれていない。
- ・ ほぼすべての国で、AI の影響を受ける職業に就いているのは女性が多い。OECD 平均は女性が 1.2 倍である。
- ・ 教育、健康、ソーシャルワーカーの 3つの職業は女性の 30%の就業先になっており、比較的 AI の影響を受けやすい職業になっている。男女比を見ると女性の方が多くの国で影響を受けやすい職にいるのは、主にこの 3つの職業の存在によるところが大きい。
- ・ 教育レベルに着目すると、全ての対象国でより高度な教育を受けている者ほど AI の影響を受けやすい。
- ・ 都市化の度合いに着目すると、都市部はより大きな影響を受けることが想定される。ほぼすべての国で都市部が影響を受けやすい職業に就いている人の割合が最も多い。次いで町などが多く、田舎は最も少なくなっている。
- ・ 都市と田舎の格差を、影響を受けやすい職に就いている人の割合で比較すると、ルーマニアは都市部が田舎よりも 4 倍近く AI の影響を受けやすい職に就いている人の割合が大きい。ギリシャ、ハンガリー、黒アジア、ポーランド、アイスランド、スロバキア、ノルウェー、フィンランドが 2-2.5 倍の差がある。
- ・ 産業別に見ると、情報・通信、金融・保険、専門職・科学・技術、不動産、行政、などでは 70~98%程度の人が、将来的に大きな影響を受ける職種に就いている。

- ・ その割合が低いのは農業（10%未満）、建設業、宿泊・飲食（いずれも 25%以下）などとなっている。

1 2. 5. 7. 2 3. 新田 (2024)²¹²

- ・ 日本経済を対象に、タスクごとに AI の影響を受けやすい度合いをスコアづけし、それを職業と紐づけることで職業ごとに AI に影響を受けやすい度合いの分析を実施している。英語圏で頻繁に参照される Eloundou et al. (2023) に準拠しつつその日本版を開発している形になっている。それを踏まえつつ、生成 AI に影響される職業を代替されやすいか、補完されやすいかに分け、就業者に占める割合を産出している。
- ・ 代替される度合いが高い職業に就いている人は全就業者の約 21%、AI に補完される度合いが高い職業の人は約 18%と推計している。
- ・ 職業別の男女比データから、前者には女性が多く（59%）、後者には女性が少ない（約 36%）としている。
- ・ 産業別に見ると、代替される度合いが高い職種を多く含むのは金融・保険（約 58%）、公務（約 56%）、不動産・リース（約 45%）などである。逆に補完される度合いが高い産業として通信（65%）、学術研究（約 44%）がある。どちらも極めて少ない産業に宿泊・飲食、一次産業、（どちらも 5%未満）などがある。
- ・ 年収別に見ると、代替される度合いが高い職業は平均年収を下回る場合が多く、補完される度合いが高い職業はより高い年収の職業多く含む（医師、弁護士、管理職、金融・保険専門職など）。
- ・ なお、より早い時期に、さいとう(2023)が Eloundou et al. (2023) に準拠しつつ職業別の影響度、日本経済全体への影響などを推計している。ここでは代替性・補完性の分類などは行っていない²¹³。

²¹² 新田堯之 (2024). 「生成 AI が描く日本の職業の明暗とその対応策: AI と職業情報を活用した独自のビッグデータ分析」 大和総研調査季報= DIR research quarterly review, 54, 38-71. https://www.dir.co.jp/report/research/economics/japan/20240425_030145.html

²¹³ さいとうしげる(2023) ChatGPT が日本経済に与えるインパクト, Note, <https://note.com/saix/n/nff3dd5d2e341>

1 2 . 5 . 7 . 2 4 . Gmyrek et al.(2025) ²¹⁴

- ・ 職業別の AI からの影響の受けやすさについて、より新しいデータなどを元に算定しなおしたものである。Chat GPT 4o 以降ポーランドで実施したアンケート調査（職業とタスクの関係のデータ、自動化の可能性についての予測データ）と、専門家からの意見収集に基づき、AI からの影響の受けやすさを 4 段階（全く受けない、非常に小さい影響しか受けない、も含めるなら 6 段階）に分類している。それに基づく AI の経済への影響も推計している。
- ・ 米国経済の構造に影響を受けやすい米国のデータを用いず、ポーランドの経済と、それを更に国際的に通用するものとするための専門家の知見をベースにしている点に特徴がある。
- ・ AI に影響の受けやすい度合いで 4 段階中、最も高い段階に分類される職業群には事務職が属している点はこれまでの同様の分類と共通の結果となった。
- ・ ウェブデザイン、データベース専門家、金融関係のいくつかの職業など、デジタル化の度合いが高い職業は既存の分類よりも今回の分類によってより影響を受けやすいと判断された。
- ・ 最も影響を受けやすいと分類される職業は世界の雇用の 3.3%ほどだが、何らかの影響を受けると分類される職業は世界の雇用のおよそ 4 分の 1 に及ぶ。
- ・ ほとんどの職業では人間のインプットが必要になるタスクがあるため、AI による完全な代替よりも業務内容の変化が生じることになる。

1 2 . 5 . 7 . 2 5 . Brynjolfsson et al. (2025)²¹⁵

- ・ 米国における 2021 年から 2025 年までの給与支払いデータなどを分析し、AI が雇用・賃金に与える影響を探ったものである。このデータは給与関連のサービスを提供する企業が保有するもので、月々約 350~500 万人分が分析に必要な詳細を備えている。職業別の AI に影響を受けやすい度合いについて Eloundou et al. (2024) と Handa et al.

²¹⁴ Gmyrek, P., Berg, J., Kamiński, K., Konopczyński, F., Ładna, A., Nafradi, B., Rosłaniec, K. & Troszyński, M. (2025). Generative AI and jobs: A refined global index of occupational exposure, ILO Working Paper 140, <https://doi.org/10.54394/HETP0387>

²¹⁵ Brynjolfsson, E., Chandar, B., & Chen, R. (2025). Canaries in the coal mine? six facts about the recent employment effects of artificial intelligence. Stanford Digital Economy Lab. <https://digitaleconomy.stanford.edu/publication/canaries-in-the-coal-mine-six-facts-about-the-recent-employment-effects-of-artificial-intelligence/>

(2025)を元に分類している。前者はAIの影響が業務を代替するか、補完するかについての情報を含まないが、後者によってそれを補完する。

- ・ AIの影響を受けやすい職業では若年層（特に22～25歳）の雇用が減少している。他の年齢層では雇用が拡大しているパンデミック期後の米国経済にあって、他の年齢層や若年層でもAIに影響を受けやすい度合いが低い職業では伸びが見られる。
- ・ 自動化のためにAIを利用する度合いが高い職業と人間の補完のためにAIを利用する度合いが高い職業を比べると、前者はAIに影響を受けやすい。
- ・ 賃金への下方圧力などは観察されなかった。
- ・ 生成AI利用との因果関係についてはやや間接的な推測になるものの、これらの傾向を踏まえ、本研究では生成AI利用が若年層の雇用の一部に影響を与え始めているのではないかとしている。

12.5.7.26. Gimbel et al. (2025)²¹⁶

- ・ 政府統計に見られる米国経済の職業構成の変化を分析することで生成AIの雇用への影響を探ったものである。2022年11月のChatGPTの台頭以降33カ月分の変動を、他の複数の時期（古いものでは1996年1月からのインターネット普及期の変動）との比較をしている。データはセンサス室が公表する月次人口調査（Current Population Survey）を用いている。
- ・ 職業構成の変化は比較的激しいが、他の時期と比べて特に大きいとは言えない。
- ・ 上記のBrynjolfsson et al. (2025)を踏まえ、若年層における職業構成が変動しているかについても分析している。20～24歳と25～34歳職業構成を比較すると、両者の違いは2022年11月以前の動向と比べて若干大きいが大きく違うわけではない。
- ・ Eloundou(2023)を参考に職業別のAIからの影響の受けやすさによる職業を3つに分類し、より影響を受けやすい職業と中程度に影響を受ける職業、より少ない影響を受ける職業の割合が変動するかを分析したが、そのような変動は見られなかった。また、失業者のデータからこうした職業との関連性を探したが、特段の関連は見出されなかった。

²¹⁶ Gimbel, M., Kinder, M., Kendall, J. and Lee, M. (2025). Evaluating the impact of AI on the labor market: Current state of affairs, The Budget Lab at Yale, <https://budgetlab.yale.edu/research/evaluating-impact-ai-labor-market-current-state-affairs>

- ・ Anthropic の利用データ分析で自動化と人間の補完の使い方を区別するものがある（例えば Handa et al, 2025）ためそれを参考に AI 利用のパターンと雇用の関連を探ったが、ここでも特段の関連は見出されなかった。
- ・ 以上から、現段階では生成 AI は雇用に影響を与えていないようであると判断している。

12.5.7.27. SHRM(2025)²¹⁷

- ・ 2万人規模のアンケート調査から AI 利用や業務の自動化を探ったものである。アンケート調査は 2025 年 3~4 月に実施されている。
- ・ 50%以上の業務（タスク）の完遂に生成 AI を用いている人は既に全雇用の 7.8%を占めている。
- ・ なお、業務完遂への AI 利用については英語で tasks completed using generative AI という表現が用いられている。これは生成 AI による完全自動化をしているという意味ではなく、完遂に生成 AI を用いている、という意味に取れる表現であるように思われるため、そのような意味で回答している者がいるデータとして解釈することが適当であるように思われる。
- ・ 職種別にみるとこのような職の割合が高いのはコンピュータ・数学関連に特に多く（約 19%）、ビジネス・財務関連（約 13%）、建築・エンジニアリング関連（約 13%）、経営（約 12%）、生命・物理・社会科学関連（12%）などとなっている。
- ・ 逆に割合が低いのはヘルスケア臨床（約 4%）、教育・図書館、ヘルスケア補助、調理・食事提供、パーソナルケア（いずれも約 5%）などとなっており、対人コミュニケーションが重要な職種が多い。
- ・ 産業分類別に見ると高い割合で 50%以上の業務完遂に生成 AI を用いている職の人がいるのは、情報（約 13%）、専門職・科学・技術、金融・保険、経営（いずれも約 12%）などとなっている。
- ・ 逆にこの割合が低い産業は宿泊・飲食サービス（約 5%）、ヘルスケア・社会支援、小売、芸術・娯楽・レクリエーション、教育（いずれも約 6%）などとなっている。
- ・ 自分の職業が仮に技術によって完全に自動化できるとして、技術以外の理由によって完全な自動化を阻む要因があると考える回答者の割合を見ると、主要職種群（22 種）

²¹⁷ SHRM (2025) Automation, generative AI, and job displacement risk in U.S. employment, , Automation, Generative AI, and Job Displacement Risk in U.S. Employment

すべてで 50%以上の人があるような要因があると考えていた。割合は約 57-71%のレンジであった。

- ・ なお、ここでは生成 AI による自動化だけについて尋ねているわけではない。
- ・ 完全自動化を阻む要因としては顧客の意向（約 74%）、法規制（約 42%）、費用対効果（約 37%）などが主なものであった。
- ・ 完全自動化を妨げる要因がないと考える人の割合は全職業の 6%程度であった。
- ・ そのように考える人は、コンピュータ・数学関連（約 13%）、生産（約 9%）、建築・エンジニアリング、マネジメント、生命・物理・社会科学関連（いずれも約 8%）に多かった。
- ・ そのように考える人が少ない職種は教育・図書館、ヘルスケア臨床（いずれも約 3%）などであった。

1 2 . 6 . 利用の格差に関する研究

主に利用率の格差を扱う研究をこのセクションにまとめた。生成 AI の雇用・経済へのインパクト分析を行った研究の中には、AI の影響を受けて代替が起こりやすい職に就いている率が相対的に高い女性²¹⁸など特定の層が経済的に損失を被るのではないかと示唆する研究なども存在している。また、AI によって影響を受けるセクターは都市部や高スキルの仕事に多いなどの傾向があり、その内、一部は AI によって代替されるが、一部は AI によって補強されるという見方もある。この場合は、解像度を上げなければ多くの恩恵を得る人と、多くの被害を受ける人が重なる、というようなことにもなるだろう。AI が万人によって同じだけ使われるということはおおよそありえないため、利用率の差（その他にも利用

²¹⁸ Gmyrek, P., Berg, J. & Bescond, D. (2023). Generative AI and jobs: A global analysis of potential effects on job quantity and quality. ILO working paper 96, August 2023. <https://doi.org/10.54394/FHEM8239>

ただし、この研究では女性は恩恵を受けやすい職に就いている割合も相対的に男性より高いとの結果も示している。;AI に影響を受けやすい職に就いている割合は大差がないものの、要求されるスキルの水準がより低いため、結果としてより代替されやすい可能性がある」と指摘したものに Council of Economic Advisors (2024). An economic framework for understanding Artificial Intelligence, in Ch.7, The 2024 economic report of the president. The White House, 2024.03.21.;内閣府 政策統括官（経済財政分析担当）(2024). 「AI で変わる労働市場」, 第 1 章, 『世界経済の潮流』, https://www5.cao.go.jp/j-j/sekai_chouryuu/sh24-01/index-pdf.html .

量や利用から得られる恩恵の差) 自体は不可避だが、それが社会的な問題、すなわち格差とされる度合いはどのような差がもたらされるかによって異なる。大まかに個人の属性と扱われやすい性別、年齢、教育レベル、所得についての研究をひとまとめに扱う。人種については海外で研究があるが日本ではあまり議論になっていないことからとりあげなかった。それとは別に国や地域をめぐる格差についての研究をまとめた。国や地域も個人の居住地であると考えれば個人の特性と考えてよい場合も多く、厳密な区別というより便宜的なものである。

国間の利用率の差は格差(倫理的に不適切な差)ではなく競争状況のように扱われることもある。(先進国と途上国の利用率の差のように、格差として扱われやすい差もある。) 逆に、倫理的に語られ・見られないことも多いが、企業規模が違くと AI の利用率が違ふことを格差の問題とみることもできる。国についてはこの格差のセクションでとりあげ、企業規模と利用率の関係については利用率のセクションでとりあげた。他のやり方にも合理性はあるので便宜的なものである。

12.6.1. 性別・年齢・教育・所得と格差

生成 AI の利用率や利用量が性別、年齢、教育レベル、所得水準などによって異なるのではないか、ということは、特に AI が様々な恩恵をもたらす可能性を考える文脈では重要な意味を持つ。2023 年～24 年にかけて 12,000 人強を対象に米国で実施されたアンケート調査でからは、男性、若い成人、大卒、高所得、理工系の職業、認知能力が高く、リベラル系政党(民主党)寄り、インターネットリテラシーが高く、オープン性の高いパーソナリティなどの特性を持つ者がそうでない者よりもテキスト生成系 AI を使う可能性がより高く、格差は必ずしも縮小しないと示唆されている²¹⁹。

12.6.1.1. Chatterji et al.(2025)²²⁰

- ・ ChatGPT の利用データを解析している。2024 年 5 月から 2025 年 6 月にかけての利用から無作為に抽出したデータについて見ると、2025 年 6 月時点で利用者のファーストネームが女性に典型的な名前であるのは 48%で、ChatGPT のローンチから数か

²¹⁹ Angrisani, M., Casanova, M., Fast, N. J., Narang, J., & Schroeder, J. (2026). Gaps in LLM awareness, usage, and perceptions in the United States: Evidence from a nationally representative longitudinal survey. *PNAS Nexus*, pgag007.

<https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgag007>

²²⁰ Chatterji, A., Cunningham, T., Deming, D. J., Hitzig, Z., Ong, C., Shan, C. Y., & Wadman, K. (2025). How people use chatGPT (No. w34255). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w34255>

月後の時点では 80%近いアクティブユーザーが男性に典型的なファーストネームを用いていたことと対照的と指摘する。年齢は半数が 26 歳未満としている。教育レベルが高く、給与水準の高い職に就いている者が多い。

1 2. 6. 1. 2. Otis et al.(2025)²²¹

- ・ 既存の 18 件の研究をサーベイし、一貫して女性利用者が少ないことを確認したものである。総計すると 14 万人以上が含まれる。地域、産業、職種などに関わらずこのような男女差がほぼ一貫して存在する。差は女性が男性より約 20%少なく利用する、という形である。なお、ここでサーベイの対象となった個々の研究はほぼすべて 2024 年前半以前の利用状況調査で、厳密には本稿の設定した対象期間の範囲外である。

1 2. 6. 1. 3. Gmyrek et al.(2025) ²²²

- ・ 職業別の AI からの影響の受けやすさについて、より新しいデータなどを元に算定しなおしたものである。Chat GPT 4o 以降ポーランドで実施したアンケート調査（職業とタスクの関係のデータ、自動化の可能性についての予測データ）と、専門家からの意見収集に基づき、AI からの影響の受けやすさを 4 段階（全く受けない、非常に小さい影響しか受けない、も含めるなら 6 段階）に分類している。それに基づく AI の経済への影響も推計している。
- ・ この最も影響を受けやすい職業群に就いているのは世界の労働者の 3.3%程度ほどで、女性の労働者の 4.7%と女性はより高い割合でこうした職に就いている。
- ・ 4 段階全てにおいて女性労働者全体に占める影響を受ける職業に就いている女性の割合(28%)が男性労働者全体に占める、影響を受ける職業に就いている男性の割合(21%)より多くなっている。
- ・ ただし、影響を最も受けやすい職業の過半数を女性が占めている、というわけではない。

²²¹ Otis, N. G., Delecourt, S., Cranney, K., & Koning, R. (2025). Global evidence on gender gaps and generative AI. Harvard Business School Working Paper, No. 25-023, <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=66548>

²²² Gmyrek, P., Berg, J., Kamiński, K., Konopczyński, F., Ładna, A., Nafradi, B., Rosłaniec, K. & Troszyński, M. (2025). Generative AI and jobs: A refined global index of occupational exposure, ILO Working Paper 140, <https://doi.org/10.54394/HETP0387>

- ・ 高所得国ではこれがさらに多く 9.6%（男性は 3.5%）となり、世界経済より男女差も拡大する。人数で見ても、女性は約 3,000 万、男性は約 1,300 万と女性の方が 3 倍多く影響を受ける。
- ・ これは、女性が多く職を失うことになるとは限らない。本論文では、人間のインプットを必要とするタスクがこうした職業にも含まれると指摘している。高所得国では、AI の導入と共に職務内容が大きく変化することになるような職には、女性が男性の 3 倍就いているとは言える。
- ・ 本論文では踏み込んだ考察はなされていないが、人間のインプットを必要とされるタスクが隣接する職業に吸収され当該職業は大幅に AI に代替される可能性もあれば、当該職業に就いている者が AI を多量に利用して生産性を大きく向上させる可能性もあり、格差が女性に利益をもたらすか、損害をもたらすかは明言が難しいと思われる。

1 2 . 6 . 1 . 4 . del Rio-Chanona et al. (2025)²²³

- ・ 生成 AI 以外の AI も含め、AI と雇用の関係についての近年の研究を概観したものである。
- ・ 職業別に AI からの影響の受けやすさをスコア化する研究について手法面も含めて概観し、必ずしも失業のリスクなどを意味するとは限らないが、若年層、女性、都市部住民、教育レベルの高い者やスキルレベルの高い職、などはより影響を受けやすいことを既存の研究の動向から見ている。
- ・ 賃金との関係で見ると、高賃金であるほど影響を受けやすいとの見解も初期の研究には見られたが近年ではそのような効果は賃金が非常に高い職にはあてはまらないと示唆する研究がある。これは非常に高い賃金の職では AI 利用が人間を代替するよりも補完する効果を持つことによる可能性がある。

²²³ del Rio-Chanona, R. M., Ernst, E., Merola, R., Samaan, D., & Teutloff, O. (2025). AI and jobs. A review of theory, estimates, and evidence. arXiv preprint arXiv:2509.15265.

1 2. 6. 1. 5. Borwein et al.(2026)²²⁴

- ・ 2023年11月時点の米国とカナダでの3,000人規模のアンケート調査に基づく男女差の分析を行ったもので、本稿の設定した対象期間より前のものではあるが、男女差の原因について検討している。
- ・ 女性の生成 AI 利用率が男性より低い理由としてリスクを避けたがる意向が強いこと、AI 普及の影響をより強く受けやすい雇用状況にあることもうかがわれた。
- ・ 因果関係を調査するための追加的分析も行われている。アンケート調査の一部は、ある仮想的な会社が AI を採用する場合のリスクと恩恵についてそのリスクの高さのみをランダムに変動させて質問したもので、ここへの回答を通じて、リスクへの反応の男女差が、リスクがあると認識されている場合の生成 AI 利用意向の男女差に影響を与えていることもうかがわれた。
- ・ 同様の着眼点からの研究として他にも英国を対象にした Stephany & Duszynski (2026)²²⁵がある。
- ・ AI に対する不安を国際比較した調査に Ipsos (2024)²²⁶ および Ipsos (2025)²²⁷ アンケート調査がある。30カ国以上のモニターに2024年5月および25年3~4月時点で実施したものである。日本は国際的にみて不安のレベルが例外的に低い国となっている。そこで、不安を原因とする AI 利用の男女差が日本にあてはまるかどうかについては、否定的な材料もあるということになる。
- ・ なお、同調査によると、日本の回答者は AI による社会・経済・生活などへの影響が弱いものに留まると考える傾向が国際的に見ても強い。(その傾向にあてはまらないのは自分の現在の仕事が AI に代替される可能性で、これについては調査対象国の平均により近いレベルのリスクを感じている。)

²²⁴ Borwein, S., Magistro, B., Alvarez, R. M., Bonikowski, B., & Loewen, P. J. (2026). Explaining women's skepticism toward artificial intelligence: The role of risk orientation and risk exposure. *PNAS nexus*, 5(1), pgaf399. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgaf399>

²²⁵ Stephany, F., & Duszynski, J. (2026). Women Worry, Men Adopt: How Gendered Perceptions Shape the Use of Generative AI. arXiv preprint arXiv:2601.03880.

²²⁶ Ipsos (2024). The Ipsos AI Monitor 2024: 30-country Ipsos global advisor survey. <https://www.ipsos.com/en-dk/ipsos-ai-monitor-2024-changing-attitudes-and-feelings-about-ai-and-future-it-will-bring>

²²⁷ Ipsos (2025). The Ipsos AI Monitor 2025: A 32-country Ipsos global advisor survey. <https://www.ipsos.com/en-dk/ipsos-ai-monitor-2025>

1 2. 6. 1. 6. Hartley et al (2026)²²⁸

- ・ 米国の就業者に対するアンケート調査（2024年12月、25年3・4月、6・7月の3回）に基づき、生成AIの仕事での利用を調べたものである。若い、高学歴、高所得、男性、といった特徴がより高い利用率と結びつき、特にカスタマーサービス、マーケティング、ITで利用が多い傾向にあるとしている。
- ・ 高卒・大卒・大学院卒で生成AIの仕事での利用率が20%、37%、50%と異なっている。
- ・ 5万ドルを超える所得の者は20%、20万ドルを超える所得の者は50%の利用率となっている。
- ・ 男性は38%、女性は27.8%の利用率となっている。

1 2. 6. 1. 7. Henseke et al. (2025)²²⁹

- ・ 米国の職業別の業務内容データについてのデータベースに基づいて開発されている Eloundou et al. (2024)を参照しつつ、英国の類似データに基づいて英国の各種職業がどの程度AIの影響を受けやすいものであるかについて推計・分類を行い、それを元に生成AIが英国の雇用に与えている影響を探ったものである。この英国のデータは、Skills and Employment Surveyと呼ばれるもので、本論文では主に2017年調査と、2023年9月から24年7月にかけて実施された調査を参照している。
- ・ 様々な集団の就労状況（職業分布）から、それらの職業のAIの影響を受けやすさを平均すると、男性よりも女性が平均的に若干影響を受けやすい（2%ポイント程度の差）。30歳未満と60歳以上の労働者はその間の年齢の労働者よりも若干だけ影響を受けにくい（2%ポイント程度）教育レベルによる差はこれらよりも大きく、中等教育修了（GCSEs）者と大学卒業者とでは10%ポイントの違いがあり、これは1標準偏差に相当する。
- ・ 実際の利用率ではなく、理論的に利用に適した職業を考察している点にはやや注意が必要である。また、AIが自動化できる業務とそうでない業務がほとんどの職業で混ざっていることから、AIが人間を完全に代替することになる度合いは低いとしつつも、

²²⁸ Hartley, J., Jolevski, F., Melo, V., & Moore, B. (2026). The labor market effects of generative artificial intelligence, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5136877>

²²⁹ Henseke, G., Davies, R., Felstead, A., Gallie, D., Green, F., & Zhou, Y. (2025). How exposed are UK jobs to generative AI? Developing and applying a novel task-based index. arXiv preprint arXiv:2507.22748. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2507.22748>

求人データなどからは AI の影響を受けやすい職業における求人の減少、賃金の低下が認められるとしている。

1 2. 6. 1. 8. OECD (undated) ²³⁰

- ・ OECD 加盟国のビジネス及び個人の AI 利用率データを表示している。
- ・ 若年層（16～24 歳）と高齢者層（55～74 歳）の個人 AI 利用率比較を見ると 2025 年、2024 年ともデータのあるすべての国で若年層の方が利用率が高く、開きが小さい国でも 40%程度になっている。国によっては 60%程度の場合もある。
- ・ この分類法で 2025 年の高齢者利用率が最も高いのはノルウェーで 30%程度だが、これはデータがある国の中で若年層が最も低いトルコの若年層の利用率（40%弱）よりもさらに低い。

1 2. 6. 1. 9. Arntz et al. (2026)²³¹

- ・ 2019 年と 2024 年 6 月から 12 月にかけてドイツ人を対象に実施されたアンケート調査のパネルデータを分析している。回帰モデルに多数の変数を入れて、2019 年以降の AI 利用量増大との相関を探った。なお、この調査では DeepL や Siri など、生成 AI をベースにしていない AI も調査対象にしている。（2019 年以前の AI 利用はそのような AI がほとんどと想定される。）
- ・ 男性、大学卒業、特定のパーソナリティ（Big5 で Extraversion と Openness）、は利用が増える傾向が見られた。
- ・ 年齢は明確な相関が見いだされなかった。
- ・ 勤務先が公共セクターであることは利用増大と負の相関がみられた。
- ・ 明らかな相関がみられなかったものに、複雑な判断を要する仕事であるか、スキルを必要とする仕事であるか、勤務先の男女比、勤務先の教育レベルの高低、企業のサイズ、地域の平均年齢、地域の人口の男女比、地域の人口密度、などがあつた。

²³⁰ OECD (undated) OECD ICT Access and Usage Database,

<https://goingdigital.oecd.org/datakitchen/#/cover/5/ict/indicator/explore/en>

²³¹ Arntz, M., Baum, M., Brüll, E., Dorau, R., Hartwig, M., Matthes, B., Meyer, S., Schlenker, O., Tisch, A. & Wischniewski, S. (2026). Low barriers, high stakes: Formal and informal diffusion of AI in the workplace. ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper, (26-001). <https://www.zew.de/publikationen/low-barriers-high-stakes-formal-and-informal-diffusion-of-ai-in-the-workplace>

1 2. 6. 1. 1 0. Beauchene et al. (2025) ²³²

- ・ 企業勤務者 1 万人規模のアンケート調査を実施、AI 利用状況などを分析している。回答者は日米英仏独伊西印ブラジル、中東地域それぞれから 1,000 名強と南アから 500 名強となっている。所属企業の売上規模や産業、回答者の職位は多様である。
- ・ 職位を 3 分割すると最も高い群が AI を恒常的に使う人の割合が最も多く、最も低い群（平社員）が最も割合が低い。

1 2. 6. 1. 1 1. パーソル総合研究所(2026) ²³³

- ・ AI 利用者と非利用者それぞれ 1,500 人ずつを対象としたアンケートで生成 AI の業務への利用状況や働き方への影響を分析している。調査は 2025 年 10 月に実施されている。
- ・ 男女・年代別に見ると業務利用は男性が一貫して多く、かつ、若い世代ほど多い。20 代男性は 50%を超え、30 代男性と 20 代女性は 40%を超え、40 代・50 代男性と 30 代女性は 30%を超える。
- ・ 業務利用は都市部に集中、東京に特に集中し、40%を超える。福井・新潟・高知各県は 20%を下回る。
- ・ 正規雇用者の職位別に見ると中間管理職が 55～80%程度と多く、一般従業員は 36%、役員は 40%台前半と相対的に低い。専門職は約 35%となっている。
- ・ 企業規模は大きいほど利用率が高い。
- ・ 職種別に見ると IT、研究開発、間接部門の順に多く 54～65%の間である。他は製造、営業、サービスなどいずれも 20%台だが配送・物流・運輸は 11.2%と特に低い。
- ・ 雇用形態別に見ると嘱託社員、正社員、公務員・団体職員は 40%を超えて高い水準にある。契約、派遣、自営業は 20%台と低く、フリーランスや専門家はそれぞれ約 35、30%と中程度である。パート・アルバイトは 12.2%と最低になっている。
- ・ 産業別には情報通信が特に高く 60%を超える。他に研究・技術サービス、金融・保険などは 40%台後半、インフラ、不動産・リース、教育、などが 40%でそれらに続く。

²³² Beauchene, V., Duranton, S., Kalra, N., & Martin, D. (2025). AI at Work: Momentum Builds, but Gaps Remain, Boston Consulting Group, <https://www.bcg.com/publications/2025/ai-at-work-momentum-builds-but-gaps-remain>

²³³ パーソル総合研究所(2026) 生成 AI とはたらき方に関する実態調査 <https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/generative-ai/>

最も低いのは宿泊・飲食サービス、医療、卸売・小売、運輸、一次産業などでいずれも 20%台前半になる。

12.6.1.12. インテージ(2025c) ²³⁴

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000～21,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2024 年 10 月、25 年 3 月、25 年 10 月の 3 回実施されている。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100～2,200 人程度の AI 利用また利用検討中の人を対象にしている。
- ・ 職位別の利用率に着目すると、役員クラスの利用経験率が中間管理職、一般社員より多い傾向にあるが、大企業（1,000 人以上）においては中間管理職が最も多い。25 年 3 月時点では 100-999 人規模の組織においても、1,000 人以上の組織においても中間管理職の利用経験率が役員のそれを上回っていた。99 人以下の組織の場合、両者の利用率はほぼ同じである。
- ・ これらの結果からは、利用経験率で比較する限り、中間管理職と役員は拮抗する傾向にあるというのが日本の近年の状況と言えるように思われる。
- ・ 企業規模に着目すると、利用経験率は規模が大きいほど高い。

12.6.1.13. インテージ(2025h) ²³⁵

- ・ 同社の調査モニターの端末利用ログを解析したものである。
- ・ 生成 AI の利用率について、PC ブラウザからの生成 AI サイト訪問（30 秒以上）の推移を 2022 年 12 月から 25 年 3 月まで男女・年代別に分析したものがあがるが、どの年齢層も男性が女性よりも多く、男性も女性も 10～20 代最多、30～40 代がそれに続き、50～60 代がもっとも利用率が低いという分布になっている。
- ・ アンドロイド端末からの生成 AI アプリ利用率についても同様の分析があり、こちらでも同様の傾向が見られる。2025 年 2 月のみ、例外的に 10～20 代の女性が男性を上回っている。

²³⁴ インテージ(2025c) 2025 年最新データに見る生成 AI のビジネス現場での浸透と拡張、
<https://gallery.intage.co.jp/genai202511btob-1/>

²³⁵ インテージ(2025h). ログで見る生成 AI 利用の変遷: 生成 AI 利用実態調査 2 回目 生活者編③ <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btoc-3/>

12.6.1.14. 総務省(2025)²³⁶

- ・ 日米独中での一般人及び企業へのアンケート調査から AI 利用率などを探った部分を含む調査である。一般人向けアンケートは 20～60 代を対象に 2025 年 1 月に実施され、日本は 1,030 名、他の国は各 520 名ずつ回答を得ている。企業向けアンケートは 2025 年 1 月～2 月にかけて実施され、日本 500 社強、米独中は各国 300 社強の回答を得ている。ただし、デジタル化に 2024 年以前に取り組んでいない企業を除外している。
- ・ 年齢別に利用率を見ると、若年層は利用率が高い傾向がある。20 代の回答者は日本でも約 45%が生成 AI の利用経験がある。他国では約 82～97%となっている。高齢者側を見ると 60 代は日本では約 16%の利用率、他国では約 39 (米)、38 (独)、66 (中) %となっている。中国は特に年齢による違いが少ない。
- ・ 生成物のモダリティによって AI を分類し (テキスト、画像・動画、音声、音楽、プログラム)、年代との関連を探ると、日本では若年層ほどどのサービスも利用率が高い傾向はあるものの、40 代は 30 代よりも利用率が高い傾向もある (テキスト、画像・動画、音声、音楽、プログラムいずれも 30 代より 40 代の利用率が高い)。
- ・ 生成物のモダリティによって AI を分類し (テキスト、画像・動画、音声、音楽、プログラム)、所得階層との関連を探ると、日本では所得が高いほどどのサービスも利用率が高い傾向はあるものの、外れ値的な部分も多くみられる。
- ・ AI や生成 AI を組み込んだ機器やサービスの利用率についても尋ねているが、日本の回答者を年齢別に分けてこの質問への回答傾向を見ると、20 代はすべてのサービス・製品に関して他の年代より利用率が高い。ただし、そのレンジは 4～18%と他国の全年代平均と比べてもだいぶ低い。
- ・ 日本の回答者を世帯年収別に分けて同じ質問への回答傾向を見ると、最も世帯の多いグループ (1,000 万円以上) やそれに次ぐグループ (800 万円以上 1,000 万円未満) で利用率がもっとも高くなる傾向にある。後者の利用率が最も高くなるのは翻訳サービス (約 17%) AI による興味や人とのマッチング (約 4%)、AI 搭載のスマートフォン (約 9%)、生成 AI による商品説明 (約 7%) である。

²³⁶ 総務省(2025)国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究の請負 成果報告書

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r07_02_houkoku.pdf

- ・ 用途別の生成 AI 利用意向への回答について、日本人の回答者を年齢別に分けて傾向を見ると、若年層ほど利用意向が高く、後ろ向きな層が少なくなっている。日本人 20 代で調べ物利用について後ろ向きに考えている人は約 11%、コンテンツの要約・翻訳で約 15%、他は約 33-37%である。
- ・ 日本人の回答者を年収別に分けて同じ質問への回答傾向を見ると、利用に後ろ向きな人の割合は年収が最も高い層（1,000 万円以上）や 2 番目に高い層（800 万円以上 1,000 万円未満）で最も少なく、それより所得が低いグループは、低いほど利用に後ろ向きな人の割合が高くなる。これは用途に関わらず見られる傾向になっている。

12.6.2. 国・地域と格差

12.6.2.1. Eurostat (2025)²³⁷

- ・ EU 加盟国と周辺国を対象にした調査では生成 AI の個人利用率 17%台の国（トルコ、ルーマニア）もあればその 3 倍以上の 56%台（ノルウェー）、40%代後半の国（フィンランド、マルタ、エストニア、デンマーク、スイス）も存在した。

12.6.2.2. Hartley et al (2026)²³⁸

- ・ 米国の就業者に対するアンケート調査（2024 年 12 月、25 年 3・4 月、6・7 月の 3 回）に基づき、生成 AI の仕事での利用を調べたものである。詳細は報告されていないが、同じ調査を合計 14 か国で実施したことも言及されている。
- ・ 利用率 20~25%程度の国がイタリア、カナダ、フランス、日本でありこれらが最も低かった。
- ・ 米国、アイルランド、英国、豪州は 40~50%程度で最も高かった。
- ・ 中間にはスウェーデン、ドイツ、オランダ、ノルウェー、ニュージーランド、スペインが位置した。

²³⁷ Eurostat (2025). Digital economy and society statistics - households and individuals, December, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals

²³⁸ Hartley, J., Jolevski, F., Melo, V., & Moore, B. (2026). The labor market effects of generative artificial intelligence, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5136877>

1 2. 6. 2. 3. del Rio-Chanona et al. (2025) ²³⁹

- ・ 生成 AI 以外の AI も含め、AI と雇用の関係についての近年の研究を概観したものである。
- ・ 職業別に AI からの影響の受けやすさをスコア化する研究について手法面も含めて概観し、必ずしも失業のリスクなどを意味するとは限らないが、先進国の労働者より影響を受けやすいことを既存の研究の動向から見ている。

1 2. 6. 2. 4. Appel et al. (2026) ²⁴⁰

- ・ Claude の利用データを分析したものである。2025 年 4 月～11 月の利用データ分析からは次のような結論を出している。
- ・ 米国内での州別に Claude の人口当たり利用量の分布を見ると、50 州中上位 5 州に 50%の利用量が集中している。労働力人口で見ると、これら 5 州は全米の 38%にあたる。
- ・ 人口あたりの Claude 利用量の分布は、コンピュータと数学に関わる職業がその州に多いか、など、Claude の用途にマッチした職業の多寡と概ね一致している。
- ・ 国別の利用パターンを見ると、所得が高い国ほど仕事への利用が多く、低い国ほど学業への利用が多い傾向がある。
- ・ 労働人口一人当たり利用量は所得の高い国および教育レベルの高い国ほど高くなる傾向がある。

1 2. 6. 2. 5. Beauchene et al. (2025) ²⁴¹

- ・ 企業勤務者 1 万人規模のアンケート調査を実施、AI 利用状況などを分析している。回答者は日米英仏独伊西印ブラジル、中東地域それぞれから 1,000 名強と南アから 500 名強となっている。所属企業の売上規模や産業、回答者の職位は多様である。

²³⁹ del Rio-Chanona, R. M., Ernst, E., Merola, R., Samaan, D., & Teutloff, O. (2025). AI and jobs. A review of theory, estimates, and evidence. arXiv preprint arXiv:2509.15265.

²⁴⁰ Appel, R., Massenkoff, M., McCrory, P., McCain, M., Heller, R., Neylon, T., & Tamkin, A. (2026), Anthropic Economic Index report: economic primitives, 2026.01.15.
<https://www.anthropic.com/research/anthropic-economic-index-january-2026-report>

²⁴¹ Beauchene, V., Duranton, S., Kalra, N., & Martin, D. (2025). AI at Work: Momentum Builds, but Gaps Remain, Boston Consulting Group,
<https://www.bcg.com/publications/2025/ai-at-work-momentum-builds-but-gaps-remain>

- ・ 調査対象国・地域の中で週に数回(several times)以上使う人の割合が最も低いのは日本で 51%、次いで低いのは米仏でいずれも 64%、他の西欧諸国も 60%第後半か 78% (スペイン) となっている。グローバルサウス諸国はインドの 92%を筆頭に利用率がより高い。
- ・ ただし、インドの人口の 92%が週に数回以上 AI を使っているのか、回答者に偏りがあるのかは検討の余地があろう。
- ・ AI エージェントを業務フローに組み込んでいると回答した人の割合は調査国中日本が最低(7%)、ブラジル、インド、スペイン、米国は 15~18%と倍以上になっている。

1 2 . 6 . 2 . 6 . OECD (undated)²⁴²

- ・ OECD 加盟国のビジネス及び個人の AI 利用率データを表示している。
- ・ ビジネスの利用率は、日本はかなり低いように見えるが、詳細を見ると、日本は 2023 年データしかないところ、他の多くの国は 2024 年以降のデータを提供していることが背景にあることが伺える。2023 年時点では日本のビジネスにおける AI 利用率は高くはないが、最低レベルでもなく、その中間程度に位置する。
- ・ 2025 年データで見ると利用率が高い国はデンマーク、フィンランド、スウェーデン、ベルギー、ルクセンブルグ、オランダ、などであるが企業規模によって異なる。大企業の利用率と零細企業の利用率の差が大きい国としてスロヴェニア、ポーランド、ベルギー、フィンランドなどが挙げられる。
- ・ 個人の AI 利用率についても、日本は一見かなり低いように見えるが、これは日本については 2024 年データしかなく、他の国は 2025 年データを使って比較しているからそう見えているという部分がある。2024 年時点ではデータが比較可能な国が非常に限られているが、それらの国の中では日本は中程度の利用率であった。

1 2 . 6 . 2 . 7 . 国際大学 GLOCOM(2026)²⁴³

- ・ 3 種のアンケート調査などによって AI の業務利用について探ったものである。主なアンケートは AI の業務利用をしている人を対象にした 7,000 人規模 (AI を利用していない人も含めると 6 万人規模) で 2025 年 5 月に実施されている。

²⁴² OECD (undated) OECD ICT Access and Usage Database,
<https://goingdigital.oecd.org/datakitchen/#/cover/5/ict/indicator/explore/en>

²⁴³ 国際大学 GLOCOM(2026)『日本における生成 AI 利用を進めるために』,
<https://www.glocom.ac.jp/activities/project/11336>

- ・ 利用効果で見ると都市部よりも地方が平均値が高い傾向が認められた。地方には人口当たりの利用者は少ないが、その中で利用している人はリテラシーが高く使いこなしている度合いが高いなどの事情がある反面、都市部では AI 利用の適性が高い人もそうでない人も使っているのではないかといった推測をしている。
- ・ AI の導入律は大企業と大都市部の企業では高くなることがうかがわれた。職種構成の違いを除外してもこのような傾向が見られたため、たとえば AI 利用率がそもそも高い企画職が地方には少なく大都市部には多い、といった差だけでは説明がつかない違いがあると言える。

1 2 . 6 . 2 . 8 . パーソル総合研究所(2026) ²⁴⁴

- ・ AI 利用者とは非利用者それぞれ 1,500 人ずつを対象としたアンケートで生成 AI の業務への利用状況や働き方への影響を分析している。調査は 2025 年 10 月に実施されている。
- ・ 業務利用は都市部に集中、東京に特に集中し、40%を超える。福井・新潟・高知各県は 20%を下回る。（この調査では都道府県別に利用率を集計している。）

1 2 . 7 . 生成 AI の促進・抑制要因

AI の利用を促進・抑制する要因は多様なものが考えられる。利用率は男女や年齢、組織の規模などさまざまな要因との関係で不均一になっていることは既に利用率のセクションや格差のセクションで取り上げた通りであり、見方を変えればこれらもすべて促進・抑制要因であるとも言える。また、効果があがらなければ利用は減ったりなくなったりするため、効果の有無や多寡もまた、促進・抑制要因であるとも言える。

ここでは AI 利用を推進したい政府や組織に参考になりそうな要因について扱っている。なお、AI を利用するかどうか（組織が導入・採用するかどうか）と、AI の利用量を増やすかどうかは区別して扱うこともできるが、似たところもあるため、区別せずにひとまとめに扱っている。そこで、AI を利用する前に抱えている懸念も、AI を利用している人が抱えている懸念も、その懸念を取り除くことができればより AI の利用が起ころうような、抑制要因の一種とみなしてここでとりあげている。

²⁴⁴ パーソル総合研究所(2026) 生成 AI とはたらき方に関する実態調査
<https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/generative-ai/>

因果関係の推定や、2つの集団の差が統計的に有意であるかどうかの検定を志向するなど、学術的な厳密さに配慮した研究が乏しい領域の一つでもあり、説明する内容には仮説的な色合いの濃いものが多く含まれることになる。

12.7.1. 海外における促進・抑制要因調査

12.7.1.1. Eurostat (2025)²⁴⁵

- ・ EU加盟国及び周辺国34か国の個人にAI利用の有無とその理由を尋ねている。
- ・ ニーズが存在しないことが多くの国で30~40%台である。唯一ボスニア・ヘルツェゴビナが8%で、同国では存在を知らなかったとの回答が42%と他国に比べて突出している。
- ・ 使い方がわからないとの回答も5~14%程度ほとんどの国に存在する。
- ・ 存在を知らなかったと回答した人が10%以上の国はスペイン、ハンガリー、マルタ、ルーマニア、ボスニア・ヘルツェゴビナ、北マセドニア、セルビア(14, 23, 11, 13, 42, 11, 11%)で生成AIが欧州域で既に広く知られていることをうかがわせる。
- ・ 他にプライバシー、セキュリティ、安全性を理由に利用しなかったとした人は各国1~7%程存在し、アイルランドのみ11%となっている。

12.7.1.2. Arntz et al. (2026)²⁴⁶

- ・ 2019年と2024年6月から12月にかけてドイツ人を対象に実施されたアンケート調査のパネルデータを分析している。なお、この調査ではDeepLやSiriなど、生成AIをベースにしていないAIも調査対象にしている(2019年以前のAI利用はそのようなAIがほとんどと想定される)。仕事での利用について自主的にAIを使っているか、組織側の指示によってAIを使っているかに着目している。

²⁴⁵ Eurostat (2025). Digital economy and society statistics - households and individuals, December, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals

²⁴⁶ Arntz, M., Baum, M., Brüll, E., Dorau, R., Hartwig, M., Matthes, B., Meyer, S., Schlenker, O., Tisch, A. & Wischniewski, S. (2026). Low barriers, high stakes: Formal and informal diffusion of AI in the workplace. ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper, (26-001). <https://www.zew.de/publikationen/low-barriers-high-stakes-formal-and-informal-diffusion-of-ai-in-the-workplace>

- ・ 組織側の指示によって AI を使っている人は、より頻繁に AI を使っている。
- ・ AI 利用から得ている生産性向上効果も高い。
- ・ 文章処理や音声処理などよりも画像処理（画像生成 AI 利用も含む）、診断、Cobot 利用などより高度な用途は、組織側の指示による導入をした場合に頻繁にみられる。

1 2. 7. 1. 3. Challapally et al. (2025) ²⁴⁷

- ・ 2025 年 1 月～6 月に実施した 52 件のインタビュー、153 件のアンケート調査（業界の会合で収集したもの）、文献調査などに基づく報告書である。
- ・ 組織が文章系生成 AI（大規模言語モデル）のサブスクリプションを提供しているのは 40%だが、調査対象となった組織の 90%以上、ほぼすべての回答者が、組織の承認などを経ずにこの種の AI を自主的に利用していた。
- ・ 自主的な利用者は毎日、複数回これらの AI を利用していたが、組織から提供された AI の利用の多くはパイロットテストのフェーズで停滞していた。
- ・ 広く実施された他の調査と比較して非常にかけ離れた数値になっている点は解釈にあたって留意が必要だろう。アンケートの回答者が他の調査と大きく異なっていたなどの理由も考えられる。
- ・ 試験運用から本格実装に行かない「失敗」の理由については、新しいツールの採用に興味がない、AI の出力の質についての懸念、ユーザー体験の質が低い、経営幹部層の支援の欠如、変革マネジメントの困難さ、の順に頻繁に遭遇する課題とされた。
- ・ ただし、この報告書で「失敗」は 6 カ月以内に測定可能な KPI と共に実装に進むこと、とされているためより長期のプロジェクトについて適切に判断できていない可能性があることが報告書内にも注記されている。
- ・ 企業向け AI システムは、自主的に利用する AI よりも高い精確性などを期待される傾向にあり、この期待の高さも失敗の一因とされた。
- ・ AI システムの内製は外部からの調達に比べ成功率が半減する。

²⁴⁷ Challapally, A., Pease, C., Raskar, R. and Chari, P. (2025). The GenAI Divide: State of AI in business 2025, MIT NANDA

- ・ なお、McKinsey (2024)²⁴⁸も、企業の生成 AI パイロットテストの内成功するのは 10%に満たないと述べている。失敗の理由として挙げられるのは非構造化データ、IT インフラ、人的能力、変革マネジメント、AI で扱いたい領域についての専門知識などである。この解決策として他社とのコラボレーションを挙げ、同社が用意したエコシステム（多様な企業からなる）を勧める。

1 2. 7. 1. 4. McKinsey (2025b)²⁴⁹

- ・ McKinsey (2024), McKinsey (2025a) を参照しながら更に AI 推進の経営上の課題について論考を行った報告書である。論拠については提示されている範囲で判断する限り乏しいため、研究は仮説提唱の性質が強いものと言える。
- ・ 90%の生成 AI のパイロットテストが実装にまで到達しないのは、6 つの主要な理由による。1) サイロ化し、全体像を欠いた取り組みの乱立、CEO の関与の欠如、2) 既存のソリューションの不在と変化の速い技術を扱いながらの開発の困難さ、3) 大規模言語モデルの限界（ハルシネーション、受け身なツールであること、文脈保持の能力が限られていること）、4) AI 開発を担当するチームとオペレーション部門の距離、5) データの質や形態、6) 組織文化（変化、不確実性などへの抵抗）。
- ・ 実装にまで到達しても受け身なツールであり、業務フローへの統合などに課題が残りがちである。
- ・ こうした問題の解決のカギが AI エージェントである。ただし、その導入にはワークフローの見直しが重要になる。

1 2. 7. 1. 5. Ayinaddis (2025)²⁵⁰

- ・ 概ね本稿の対象期間外ではあるが、組織の規模と AI の導入についての関係を 2015 年から 10 年分の研究論文 78 本を対象にシステムティック・レビューによってまとめた

²⁴⁸ McKinsey (2024). McKinsey's ecosystem of strategic alliances brings the power of generative AI to clients, McKinsey blog, April 02, <https://www.mckinsey.com/about-us/new-at-mckinsey-blog/mckinsey-alliances-bring-the-power-of-generative-ai-to-clients>

²⁴⁹ McKinsey (2025b) Seizing the agentic AI advantage, <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/seizing-the-agentic-ai-advantage#/>

²⁵⁰ Ayinaddis, S. G. (2025). Artificial intelligence adoption dynamics and knowledge in SMEs and large firms: A systematic review and bibliometric analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(3), 100682.

ものである。レビュー対象とした文献の公表時期からもわかる通り、生成 AI に限定されず、機械学習や深層学習についての研究も含んでいる。また対象文献は経営学を中心に一部の分野に限定されている。

- ・ 技術・組織・環境の3つの領域に分類する TOE フレームワークによって AI 導入に影響する諸要因を整理している。
- ・ 技術に関連するところでは、技術的インフラ（追加学習などに必要な計算資源やデータを含む）、利用のしやすさやカスタマイズが可能かどうか、ニーズとのマッチ（中小企業はより短期的・一時的なニーズへの早急な対応を重視する）、データの必要性（中小企業は独自データを整備することが難しい）といった要因が影響する。
- ・ 組織領域では、従業員のスキルと能力（中小企業では不足しがちで、トレーニングが有効。パートナーシップなどを通じた外部からの調達も予算制約などがあるために中小企業には困難になりがち）、予算（外部からの調達も含む。中小企業は大企業に比べ予算的な余裕が小さい）、経営層のコミットメントや支援（中小企業は財政的余裕が乏しいために経営層からの支持が相対的に弱くなりがち）といった要因が影響する。環境領域では、市場競争の状況（大企業は競争戦略として AI 導入が不可避になりやすい）、パートナーシップ（AI を提供するベンダーやコンサルタントなどの支援を含む。中小企業にとっては重要）、規制や倫理的要請（最重要な要因と位置付けられている。大企業はコンプライアンスに必要なリソースを有しているが中小企業にとっては困難なことがあり、具体的なガイダンスなども必要になりがち。）が影響する。
- ・ 以上から、大企業と中小企業では AI の導入の促進・抑制要因は大きく異なる。利用する AI の種類やその目的も異なる傾向にある。

12.7.1.6. Schwaeke et al. (2025)²⁵¹

- ・ 特に中小企業の AI 導入の成否を分ける要因を扱ったシステマティック・レビューで 106 本の英語とドイツ語の査読済み論文を対象にしている。2024 年 6 月までに公表された文献が対象であるため、基本的に本稿の対象期間からは外れる。技術・組織・環境に諸要因を整理する TOE フレームワークがここでも用いられている。

²⁵¹ Schwaeke, J., Peters, A., Kanbach, D. K., Kraus, S., & Jones, P. (2025). The new normal: The status quo of AI adoption in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 63(3), 1297–1331. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2379999>

- ・ 技術領域では適合性（compatibility、企業の戦略など既存の諸要素へのフィット度の高さ、AI 導入にあたり追加的な調整が不要である度合いでもある）、組織内 IT インフラが中小企業の AI 導入の成否に影響するとする。
- ・ 組織領域では知識（デジタル技術への習熟度、導入にあたってのアプローチについての知識など）、リソース（資金、人材、技術的知識、法的知識、などの不足への対応力）、文化（学習への積極性や習得した知識の交換、コミュニケーションを通じた課題の直視・共有や克服へ向けた協力、リーダーシップのスタイルや経営層のコミットメント）が成否に影響するとする。
- ・ 環境領域では競争（他社の競争力の改善状況など）、政府の規制（政府の支援策を含む）、エコシステム（外部組織との協力）を挙げる。

12. 7. 1. 7. Beauchene et al. (2025)²⁵²

- ・ 企業勤務者 1 万人規模のアンケート調査を実施、AI 利用状況などを分析している。回答者は日米英仏独伊西印ブラジル、中東地域それぞれから 1,000 名強と南アから 500 名強となっている。所属企業の売上規模や産業、回答者の職位は多様である。
- ・ 恒常的に AI を利用する人の割合は、トレーニングが 1~5 時間あるかないかで大きく変動する（18%対 63%）。5~10 時間のトレーニングを受けた人は更に 20%ポイント近く恒常的な AI 利用率が高い。対面が非対面より有効、コーチへのアクセスがある方がないより有効、との示唆も出ている。
- ・ 上層部からの支持がある従業員は、そうでない従業員よりも恒常的利用率が 2 倍高い（82%）。
- ・ 上層部からの支持がある従業員は生成 AI のキャリアへの影響や仕事の楽しみへの影響についてポジティブに考える度合いが 3 倍以上高くなる。
- ・ AI 活用と共に業務フローの見直しをしている企業は一日 1 時間以上の時間節約をしている人の割合が多い。

²⁵² Beauchene, V., Duranton, S., Kalra, N., & Martin, D. (2025). AI at Work: Momentum Builds, but Gaps Remain, Boston Consulting Group, <https://www.bcg.com/publications/2025/ai-at-work-momentum-builds-but-gaps-remain>

1 2. 7. 1. 8. IBM (2025a)²⁵³

- ・ 2,300 社超の組織と、その中で CAIO（チーフ AI オフィサー）職を設けている企業の 600 人超の CAIO にアンケートを実施したものである。2025 年第 1 四半期に実施された。
- ・ CAIO を設置している組織はそうでない組織より AI の ROI が 10%高い。
- ・ AI の運用形式は中央集権型が分散型よりも ROI が 36%高い。

1 2. 7. 1. 9. McKinsey (2025a)²⁵⁴

- ・ 2024 年 7 月に実施された 101 ヶ国、1,500 人弱規模のアンケート調査をもとに AI の利用状況などを整理している。なお、この調査では生成 AI 以外の AI も含めて調査している。
- ・ しばしば AI 活用や導入の課題となる人材についての分析が含まれており、AI 関連人材を雇用することが難しいと回答する企業の割合は過去の同様の調査と比較すると概ね減っている。ソフトウェアエンジニア、ビジュアルライゼーションの専門家、AI データサイエンティスト、データエンジニア、プロンプトエンジニア、機械学習エンジニア、など多様な人材について尋ねている。ただし、困難と回答する企業の割合は職種にもよるが 40%台前半～70%後半であり、多くの職種について雇用困難な状況は緩和はされたものの続いていると思われる。

1 2. 7. 2. 国際比較調査における促進・抑制要因

1 2. 7. 2. 1. 総務省(2025)²⁵⁵

- ・ 日米独中での一般人及び企業へのアンケート調査から AI 利用率などを探った部分を含む調査である。一般人向けアンケートは 20～60 代を対象に 2025 年 1 月に実施され、日本は 1,030 名、他の国は各 520 名ずつ回答を得ている。企業向けアンケートは 25 年 1 月～2 月にかけて実施され、日本 500 社強、米独中は各国 300 社強の回答を

²⁵³ IBM (2025a) AI の ROI 向上のパズルを解く, <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/jp-ja/c-suite-study/caio>

²⁵⁴ McKinsey (2025a) The state of AI: How organizations are rewiring to capture value, <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value>

²⁵⁵ 総務省(2025)国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究の請負 成果報告書
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r07_02_houkoku.pdf

得ている。ただし、デジタル化に 2024 年以前に取り組んでいない企業を除外している。

- ・ テキスト生成 AI を利用しない理由について尋ねたところ、不要であることが日本(約 40%)を含め全ての対象国で理由として最も多くの回答者から挙げられた。それ以外の理由については国によってばらつきがあった。使い方がわからないことを挙げるものは日本に多く、上記不要性と同レベル(約 39%)であった。中国も類似の傾向があった。魅力的なサービスの欠如も 3~5 番目に多い理由となっていた。セキュリティ、品質への懸念は米国、ドイツではやや高く 3 位(約 14~15%が同意)だったが日本では約 4%にとどまった。
- ・ 画像・動画生成 AI を利用しない理由についても同様に尋ねているがテキスト系と概ね似た動向であった。
- ・ AI 利用に関するリスク認識を尋ねている質問では、日本は「わからない」との回答割合が他国より多くなっており約 21~22%であった。米国では約 11~14%、ドイツでは約 9~11%、中国では約 5~9%であった。「非常に」リスクだと感じる層は、日本(約 24~38%)は米国(約 28~48%)やドイツ(約 27~38%)と比べてやや少ないが、同等程度、中国は調査対象国中最も低い傾向にあった(約 15~39%)。
- ・ 日本で特にリスクだと思われる度合いが高いのは悪意ある人による利用(「非常に」約 38%、「どちらかといえば」約 27%、リスクだと認識)で、これは調査対象国にほぼ共通だが、米国、ドイツではこれらのほかにも情報漏洩やディープフェイクをリスクと感じる意見も多かった。他に、ハルシネーション、間違った反応が人命や健康の被害につながるリスク、多様性の喪失、差別の助長、など幅広いリスクについて質問がされている。
- ・ AI により自分、知人が被害を受けた割合、また報道などで被害について知っている割合についても調査を行っている。個人情報流出、自分に関するデータが AI 学習に利用されること、自分についての不適切な画像が第三者に生成される、家族や知人のディープフェイク、そのほかの人のディープフェイク、誤った内容を信じた、他人の著作物に類似したものを生成してしまった、などさまざまな被害を挙げて尋ねているが、そもそもそうした被害類型について「知らなかった」という回答が約 45~62%と多い。他の調査対象国では約 28~41%であった。
- ・ 日本では自身が被害にあったとの回答は 0~2%、家族・知人の被害は約 2~4%、報道などで知っていたのは約 34~50%であった。被害者は少なく、身近にも少ない。米国では本人被害が約 9~22%、家族・知人被害が約 14~22%、報道で知っていたケースは約 33~44%であった。自分や知り合いの被害は文字通り桁違いに多いことになる。

ドイツは自身の被害は3~9%、家族・知人の被害は約8~12%、報道で知っていたケースは約44~49%と米国ほどではないが被害が日本よりかなり多い。中国は自分の被害は約6~12%、家族・知人は約11~18%、報道は約38~52%となっている。

- ・ 企業アンケートの中で、専門的デジタル人材を擁している割合は、日本は他国より目立って少なく、約21~45%、AI・データ解析の専門人材については最低で21%、CIOやCDOも約36%となっている。AI・データの専門人材は中国、米国、ドイツでそれぞれ77%、約71%、65%と日本の3倍以上の割合の企業に在籍している。CIOやCDOはドイツ(約76%)、中国・米国(共に約90%)と日本の2倍以上の割合の企業に在籍している。
- ・ AI・データ解析の専門人材については、日本企業と比べ他国の企業は採用したいと考える企業の割合が多く、何も取り組んでいない企業の割合が少なくなっている。他に、育成や外部との契約などほかの手段についての意向は日本が目立って高い・低いということはないが、関連会社からの出向などの形での調達に取り組んでいる企業の割合は、日本はやや低い。
- ・ 生成AIの利用意向は積極活用の方針を持っている企業の割合が日本は他国より少ない。(日本約24%、米独共に約40%、中国約49%)方針を明確に定めていない企業の割合も約32%と他国の2.5~10倍、「わからない」との回答も他国より多かった。
- ・ 日本企業を従業員規模別に2グループに分けると300人以上の企業(大企業と分類)とそれ未満(中小企業と分類)では積極的に利用する方針になっている度合いも、領域を限定して利用する方針になっている度合いも、中小企業側で低かった。方針を定めていない割合やわからないとの回答の割合は中小企業側で高かった。
- ・ 生成AI利用に関連したルール整備、導入領域の選定、社員研修などの取り組みの実施率を調べたところ、これらも調査対象国中いずれも最低レベルであった。「いずれも実施していない」割合(約31%)は特に高く、他国の7~100倍程度となっていた。(米独:約3~4%、中国0.3%)
- ・ 日本企業を従業員規模別に2グループに分けると、ここでも大企業の方が各種取り組みの実施率が高かった。ただし、何もしていない企業の割合は300人以上の従業員規模の企業に限っても24%であり、他国の企業回答全体のレベルよりもはるかに高い。
- ・ 生成AI導入に際しての懸念事項としては日本の企業は他国の企業に比べるとセキュリティ、著作権侵害、ハルシネーション、不適切コンテンツいずれについての懸念もより多くの割合の企業が持っている。(約13~28%、他国では約7~25%)ただし、導入にあたっての懸念がないとしている企業の割合も日本が最も高い(約14%、他国

は約 8～9%)。効果的な利用方法が不明であることを懸念としている企業の割合は、日本は最も多く、約 30%、懸念の中ではこれが最も同意率の高いものになっている。ドイツはやや日本に近く (約 27%) 米中にはいずれも約 10%であった。他にコスト関連の懸念 (初期コスト、運用コスト) についての懸念は他と異なり日本企業が最も同意率が高くなっておらず、中国が約 38、42%と高く、最低レベルも一項目はドイツ、もう一項目は日本という分布になっている。

- ・ AI に関するトラブル経験率を探ると、利用率が低い日本はトラブル経験率も最も低く、トラブルを経験していない企業の割合は 73%で他国の約 20～31%と比べてかなり低かった。自社データが AI の学習に使われたトラブル経験は他国では最も多くの企業が挙げるもので米国約 42% (米国のトラブルとして突出して割合が高い) ドイツ約 27%中国約 30%となっていた。日本は約 9%で誤った出力が取引先に損害を与えたケース (約 10%) より若干低い 2 位となっている。

1 2. 7. 3. 日本における促進・抑制要因の調査 (企業・業務利用)

1 2. 7. 3. 1. 国際大学 GLOCOM(2026)²⁵⁶

- ・ 3 種のアンケート調査などによって AI の業務利用について探ったものである。主なアンケートは AI の業務利用をしている人を対象にした 7,000 人規模 (AI を利用していない人も含めると 6 万人規模) で 2025 年 5 月に実施されている。
- ・ 導入を左右する要因としてクラウド利用、業務記録がデジタルで残りやすいなどそもそもデジタル技術を使っている企業の方が、AI が会社に導入されやすいことがうかがわれた。
- ・ 勤務先からの指示を受けて AI を利用している人は、そうでない人よりも時間節約の効果が大きかった。
- ・ 使い始めてから半年以内の人は時間節約効果が出ていないケースも多く見られ、2 年以上経過している人には時間節約効果が見られやすいことがうかがわれた。
- ・ 詳細な分析はされていないが、ここには学習による効果の増大と、効果があがらない者の脱落による平均値の底上げと 2 種類の作用があることが考えられる。

²⁵⁶ 国際大学 GLOCOM(2026)『日本における生成 AI 利用を進めるために』,
<https://www.glocom.ac.jp/activities/project/11336>

- ・ 経営者の意向があること、業務見直しをしていること、AI 利用に関して研修や社内の情報交換がされていることなどが多くの用途について時間短縮効果をもたらす要因として機能していることがうかがわれた。

1 2. 7. 3. 2. PwC Japan (2025) ²⁵⁷

- ・ 日米中英独の 5 カ国の企業勤務者（売上 500 億以上、課長職以上で AI 導入に関与している者）へのアンケート調査に基づく分析をしている。実施時期は 25 年 2-3 月、回答者規模は国により 103 名（独）、400～600 名台（米中英）、900 名台（日）となっている。
- ・ AI 利用の効果が期待以上となる各国共通の成功要因として、業界変革への意識、経営トップの関与、業務プロセスとのすりあわせ、利用支援の体制（情報提供、ガバナンス、誘因付与など）を挙げる。
- ・ 情報提供は生成 AI の技術動向を社としてフォローできているかなどを指す。
- ・ 誘因付与は、生成 AI 利用のもたらした恩恵をボーナス、時短勤務、顧客・社会への価値還元などにつなげる意思を指す。
- ・ 「期待を大きく上回る」効果があったとする回答者は全体の 10%程度だが、その内、自身の業務の完全な代替や大部分（60-80%）の代替が起こると考える者が 70%存在する。対して効果が期待を下回った層の内この見方をする者は 16%にとどまる。

1 2. 7. 3. 3. デロイトトーマツグループ(2025) ²⁵⁸

- ・ 2025 年 7 月に実施した国内企業へのアンケート調査から AI の利用用途、効果や推進上の課題を分析している。対象は売上 1,000 億以上のプライム市場所属企業の部長クラス以上 700 名である。
- ・ 導入に際しての課題として専門人材不足が最多で 45%、セキュリティ・コンプライアンス・ガバナンス関連が 35.8%、他に推進体制構築、データ整備や品質確保、技術基盤整備、システム間連携、などが 25～27%台などとなっている。
- ・ 導入後の活用に関する課題を尋ねており、データ活用、リテラシー不足、AI の機能不足が比較的多くいずれも 40～45%程度である。回答の質の問題や外部への情報流出な

²⁵⁷ PwC Japan (2025)生成 AI に関する実態調査 2025 春 5 カ国比較, 06.23,

<https://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership/generative-ai-survey2025.html>

²⁵⁸ デロイトトーマツグループ(2025)「デロイト トーマツ、プライム上場企業における生成 AI 活用調査発表: 生産性向上実現や収益増を見込む企業が増加、4 割が人員の配置転換を実施」08.28. <https://www.deloitte.com/jp/ja/about/press-room/nr20250828.html>

どについての懸念は比較的良好に挙げられる課題だがいずれも相対的には低く、20%前後に留まる。

1 2. 7. 3. 4. 野村総合研究所(2025) ²⁵⁹

- ・ 日本の大企業約 3,000 社の CIO などを主な対象にし、517 社から回答を得たアンケートで、生成 AI の導入状況と課題を分析している。2025 年 9 月に実施されている。
- ・ AI 活用に関する課題としてはリテラシー・スキル不足が約 70%と最も多く、リスク管理（約 50%）、開発・運用ノウハウ不足(45%)がそれに続く。自社データ活用については約 30%、システム統合は約 25%、経営層の支持不足は 20%であった。他にメリットや効果、優れた用途についての疑問も約 25~30%程度存在した。

1 2. 7. 3. 5. 野村総合研究所(2023) ²⁶⁰

- ・ 日本の大企業約 3,000 社の CIO などを主な対象にして 459 社から回答を得たアンケートで、生成 AI の導入状況と課題を分析している。アンケートは 2023 年 9 月に実施されている。
- ・ 野村総合研究所(2025)で報告されている AI 活用に関する課題は、2023 年時点の調査についても報告されており、順位として見ると大きな変動は少ない。
- ・ 例外として、活用のメリットや効果についての疑問は減り、活用イメージについての疑問も減り、リスク管理も（順位としては高いが）減っている。
- ・ 利用法の具体化は進み、リスク対策も進んだが、まだ活用に向けた課題が多いという状況ともとれる。

²⁵⁹ 野村総合研究所(2025) 「野村総合研究所、日本企業を対象に『IT 活用実態調査 (2025 年)』を実施：生成 AI が普及した一方、活用に関わるリテラシー不足やリスク対策の遅れが課題に」11.25.

https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/20251125_1.html

²⁶⁰ 野村総合研究所(2023) 大手企業を対象に「IT 活用実態調査 (2023 年)」を実施：生成 AI の利用意向は高いが、リテラシー・スキルの不足とリスクへの対処が課題

https://www.nri.com/jp/news/newsrelease/20231128_1.html

12.7.3.6. パーソル総合研究所(2026)²⁶¹

- ・ AI 利用者と非利用者それぞれ 1,500 人ずつを対象としたアンケートで生成 AI の業務への利用状況や働き方への影響を分析している。調査は 2025 年 10 月に実施されている。
- ・ AI 非利用者にその理由を尋ねると、必要性がないとの回答が多い。セキュリティ上の懸念は課題としては挙がるが一般社員、経営層いずれも低い。
- ・ より細やかに、工夫して使っている人は得ている効果も高い傾向にある。
- ・ 組織風土やガバナンスの特徴を見ると、失敗の許容度が低く、統制が厳しい組織では活用が進みにくい。
- ・ 社内での使い方共有や支援体制などについては細かな質問をしており、利用推進・支援のための施策を考える上では参考になる。ただしそれら施策の有効性などについての情報は無い。

12.7.3.7. インテージ(2025e)²⁶²

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 21,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2025 年 3 月に実施されている（別途紹介した通り、同社は同様の調査を本稿執筆時点で第 3 回実施しているが本文では第 2 回にあたる調査の結果のみが分析されている）。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100~2,200 人程度の AI 利用または利用検討中の人を対象にしている。
- ・ 利用のきっかけについても報告があるが、生成 AI を利用している回答者に占める割合として多かったのは、社内での推奨(約 24%)、効率化への興味(約 21%)、興味(約 21%)、社内での他人の利用(約 16%)、などが上位に並ぶ。他に無料、アイデア創出、社内研修、利用指示、技術への興味などが約 10~12%だった。特徴として、社内環境と個人の興味の影響が大きいと言えるように思われる。10%に満たないがきっかけとして同意する人がいたものには取引先利用・取引先推奨・同業他社の利用・社外研修など(約 3~4%)社外事情的な理由もある。他にも、業務ツールへの機能追加、私生活での利用、ニュースなど(約 6~10%)もあった。

²⁶¹ パーソル総合研究所(2026) 生成 AI とはたらき方に関する実態調査

<https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/generative-ai/>

²⁶² インテージ(2025e). 多様化する生成 AI のビジネス利用:生成 AI 利用実態調査 2 回目 ビジネスパーソン編②, <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btob-2/>

12.7.3.8. インテージ(2025m)²⁶³

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2025 年 3 月に実施されている（別途紹介した通り、同社は同様の調査を本稿執筆時点で第 3 回実施しているが本文献では第 1 回のみが実施されている）。なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100 人程度の AI 利用また利用検討中の人を対象にしている。
- ・ AI を利用していない層にその理由を尋ねたところ、かなり多様な理由が伺えた。最も多いのは「分からない」で約 59%だが、より具体的な理由で最も多いもの（導入先がない）でも約 16%、専門人材不足、進め方が不明、導入先が不明、などそれに続く理由が 10~11%、以下 3~8%程度の人が挙げる理由が 13 種類存在する。プライバシー・セキュリティ、法・倫理、信頼性、といった AI に関して挙げられやすい懸念事項もあるが、AI 選定の困難、相談先の不明、といったプロセスに関わるもの、コスト、データ不足、システム統合の困難、経営層の理解不足、従業員の抵抗、など組織環境に関わるものもある。

12.7.3.9. インテージ(2025n)²⁶⁴

- ・ 日本の有職者を対象に実施された約 20,000 人規模のアンケート調査から生成 AI のビジネス利用を探ったものの一つである。2025 年 3 月に実施されている。（別途紹介した通り、同社は同様の調査を本稿執筆時点で第 3 回実施しているが本文献では第 1 回のみが実施されている。）なお、対象者からパート・アルバイト就業者は除外されている。また、AI 利用の内訳などの分析には内 2,100 人程度の AI 利用また利用検討中の人を対象にしている。
- ・ 組織として AI を導入している場合の導入のきっかけについてツール別に掲載されている。大まかな共通の傾向はあるものの、ツールによってかなりの違いがあることがうかがえる。GitHub Copilot を除くと比較的高いのは社内ユーザー、社外ユーザー、個人的利用体験といった口コミ的要素であり、マスメディアも高い。独自チャット AI は「個人的利用体験」はないがマスメディアがきっかけとして挙げられている。割合としては約 12~16%程度である。割合として低いのは売り手側からのアプローチで事例紹介、イベント、電話営業、メール営業、セミナーなどは概ね 6~9%か上位 10 件

²⁶³ インテージ(2025m). 生成 AI への期待と実情: 生成 AI 利用実態調査 ビジネスパーソン編② <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btob-2/>

²⁶⁴ インテージ(2025n). 生成 AI サービス別利用状況: 生成 AI 利用実態調査 ビジネスパーソン編③ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btob-3/>

に入らない割合であった。ただしここでも GitHub Copilot はこうしたパターンにあてはまりにくい。営業担当との直接のやりとりはツールによって有効性が大きく異なるなど、売り手側からのアプローチでもすべてが低いわけではない。

- ・ このアンケートはあくまで就業者に尋ねたものであるため、企業数ベースに直した場合の分布が類似の傾向を持つとは限らない点は注意が必要であろう。就業者アンケートでは大企業が過剰に、小企業が過少に回答に反映されやすくなるためである。

12.7.3.10. 日本情報システム・ユーザー協会(2025)²⁶⁵

- ・ 2024年9～10月に企業アンケート調査、12月から翌25年1月にインタビュー調査を実施し、IT活用全般を扱いつつ、その中で生成AIに関する動向についても分析している。企業アンケートは東証上場企業及びそれに準ずる企業4,500社、回答は981社となっている。
- ・ 一部のリスクについて対策状況や懸念の有無を尋ねたところ、懸念を持っていないとの回答はどのリスク項目についてもあまり大きくはなく、ハルシネーションについての懸念が売上100億円未満の企業（この調査の分類上最も小さい企業）で約11%だったほかはいずれも10%未満であった。
- ・ 情報漏洩系のリスクへの対策が最も多く、売上1兆円以上の企業（分類上最も大きい企業）では約61%が対策済であった。企業の売り上げ規模に関わらず対策済の率はこの項目が最も高かった。
- ・ 対策済の率が低かった項目にはプロンプトインジェクション、評判リスク、法令違反リスクがあり、1兆円以上の売上の企業でも約21～26%、100億円未満の企業や100億以上1,000億未満の企業では約2～5%の対応済率となっていた。
- ・ 産業別に対応済率を見ると、金融・保険産業、インフラ産業で相対的に対応率が高い傾向にあることが伺われた。
- ・ 生成AIのセキュリティ対応への活用について、具体的に例を挙げて尋ねると、用途によっては約10～11%で活用しているとの回答があった。アラートの説明などセキュリティ担当者の支援、XDR（Extended Detection and Response）への利用が売り上げの規模の大きい企業では10%を超える生成AI利用率になっていることがあった。

²⁶⁵ 日本情報システム・ユーザー協会(2025). 企業IT動向調査 報告書 2025: ユーザー企業のIT投資・活用の最新動向（2024年度調査）, https://juas.or.jp/cms/media/2025/04/JUAS_IT2025.pdf

- ・ 導入時の課題として情報漏洩、ハルシネーションが特に多く（約 67～70%）、著作権、プライバシー、などが次いで多く（約 47～54%）、人材、体制などが約 34～35%とそれらに続いた。
- ・ 導入済企業とテスト中の企業などフェーズ別に回答の傾向を比較すると、上位 4 つの課題については導入済の企業の方が、現在テスト中など導入の少し前の段階にある企業よりも、課題であると回答する時期が若干高い。これは既に導入済の企業は先進的で、AI に関する課題についても検討した上で早期に導入しているから、という企業の質の違いによるものとも考えることもできる。もうひとつ、導入してから振り返ってみると、ここに課題があった、と導入後に課題意識が高まるという可能性も考えられるように思われる。この後者の傾向は、他の調査からもうかがわれた可能性である。

12. 7. 3. 11. 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025)²⁶⁶

- ・ 生成 AI の利用状況を含む IT 関連の事項についてアンケート調査を実施している。従業員 50 名以上の企業の IT や経営企画の係長以上の担当者約 17,000 人を対象としたアンケート調査を実施し、1,000 人弱からの回答を得ている。回答は一社一回答となっている。アンケートは 2024 年 1 月に実施されている。2025 年 1 月にも同様の調査を実施しているが、24 年調査は詳細な集計データが公開されているのに対し、25 年調査については本稿執筆時点ではまだ公開されていない。
- ・ 懸念点は、組織が用意した AI を利用している企業では情報漏洩が最も多く約 67%、次いで誤情報、不適切出力、著作権侵害（約 35～42%）である。懸念の調査ではあまり見かけることがない雇用消失については約 15%と最も低い。
- ・ 従業員が選んで使っている企業における懸念点は誤情報、不適切出力、著作権侵害であり（約 31～46%）、漏洩への懸念はそれらに次ぐレベル（約 26%）となっている。雇用に関する懸念はここでも最低レベルで、約 7%の企業で懸念となっている。
- ・ AI 利用を検討している導入を進めている途中段階の企業は、多くの項目について懸念のレベルが高くなっている。

²⁶⁶ 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) 「企業 IT 利活用動向調査 2024」集計結果、

https://www.jipdec.or.jp/library/report/m0p0h60000000x1m-att/20240315_s03.pdf

12.7.3.12. 情報通信総合研究所(2025)²⁶⁷

- ・ 約 9.6 万人規模の大規模な就業者向けアンケート調査を実施し、生成 AI の企業における利用実態などを分析している。アンケートは 2025 年 7 月に実施されている。また、同様の調査を 2024 年 8～9 月に実施しており（約 11.2 万人規模）その結果と適宜比較している。
- ・ AI 導入をしない理由について尋ねている。300 人未満の規模の企業の従業員からの回答で多いのは用途がないこと（約 42%）であり、他にコスト、効果、人材に関する懸念が約 14～16%と多くなっている。少ないのはハルシネーションで約 3%である。300 人以上の規模の企業は用途（約 25%）を理由に挙げる回答が最多である点は同じだが、他にもセキュリティ（約 19%）が挙がる。コスト、効果、人材（約 16～18%）への懸念はより小規模な企業と同レベルである。一般的に 300 人以上の企業の方が利用しない理由を多く挙げる傾向がある点は、組織課題の多さを反映している可能性もあるだろう。
- ・ エージェント AI の導入についても理由を尋ねている。ここでも 300 人以上と未満に分けているが、順位を見る限り傾向はほぼ同じである。効率化、残業対策、DX、人手不足対策、などが多い。トップの意向によるとの回答は 300 人以上の規模の組織の方が多く、300 人未満の企業ではほぼ皆無となっている。

12.7.3.13. 情報通信総合研究所(2024)²⁶⁸

- ・ 約 11.2 万人規模の大規模な就業者向けアンケート調査を実施し、生成 AI の企業における利用実態などを分析している。アンケートは 2024 年 8～9 月に実施されている。同様の調査の 2 回目に基づいた報告は情報通信総合研究所(2025)にあるが、ここと重複していない報告内容があるため、それを紹介する。
- ・ 生成 AI を利用している人に課題を尋ねているが、ノウハウやハルシネーションが多く共に 50%以上の回答者が挙げている。導入しない理由としてはハルシネーションが挙がることのない点と併せて考えると興味深い動向である。
- ・ 他にも著作権、セキュリティ、有害表現（約 24～36%）等が挙がる。

²⁶⁷ 情報通信総合研究所(2025) 企業における生成 AI 導入の現状と展望: 中小企業の導入促進には幅広いユースケースの共有が重要 <https://www.icr.co.jp/publicity/5325.html>

²⁶⁸ 情報通信総合研究所(2024) 企業における生成 AI 活用の格差浮き彫りに: 規模別・業種別の利用状況・課題と今後の展望 <https://www.icr.co.jp/publicity/5135.html>

- ・ 推進にあたっての施策として有望視されるのは社内事例共有、プロンプト共有、社内研修、利用法についての資料作成などで(約 38~51%)、ノウハウは社内にあると考える回答者が多いことになる(100 人以上の組織に勤務している者は 60%弱、300 人以上で 45%程度なので、そのせいであることも考えられる)。

1 2. 7. 3. 1 4. 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) ²⁶⁹

- ・ 生成 AI の利用状況を含む IT 関連の事項についてアンケート調査を実施している。従業員 50 名以上の企業の IT や経営企画の係長以上の担当者約 17,000 人を対象としたアンケート調査を実施し、1,000 人強からの回答を得ている。回答は一社一回答となっている。アンケートは 2025 年 1 月に実施されている。
- ・ 運用にあたっての懸念についても尋ねているが、情報漏洩への懸念が最も高く、次いでハルシネーション、不適切コンテンツが生成されること、と続く。全社的に利用が推奨されている企業と、特定部門で利用している企業を比較すると、上記 3 点の内 2 点目と 3 点目については特定部門利用をしている企業でより高い懸念となっていた。他の懸念事項についても全社的に利用している企業の方が高い懸念レベルを示すわけではなかった。
- ・ AI 事業者ガイドラインの活用率を尋ねたところ、全社的に AI 利用が推奨されている企業の約 71%が活用しており、特定部門での AI 利用をしている企業の 32%と大きく開きがあった。リスク対策にあたって外部資料を参照している度合いの一つの表れとみることも出来るように思われる。

1 2. 7. 4. 日本における促進・抑制要因の調査 (個人・プライベート利用)

1 2. 7. 4. 1. インテージ(2025g) ²⁷⁰

- ・ 21,000 人強の日本人を対象にしたアンケートの結果を分析したものの一つである。アンケートは本稿執筆時点では 2024 年 10 月、25 年 3 月、同 10 月の 3 回実施されているが本文献は第 2 回目までの実施時点での分析である。AI 利用の内訳などの分析に際しては、その内約 2,100~2,200 人の AI 利用経験者を分析したものである。

²⁶⁹ 日本情報経済社会推進協会 & アイ・ティ・アール(2025) 生成 AI の活用成果の実態とセキュリティ課題への取り組み状況:「企業 IT 利活用動向調査 2025」結果報告,
https://www.jipdec.or.jp/library/report/o66i7e00000015pm-att/20250314_s01.pdf

²⁷⁰ インテージ(2025g). 生成 AI サービス別ユーザー特徴: 生成 AI 利用実態調査 2 回目 生活者編② <https://gallery.intage.co.jp/genai202505btoc-2/>

- ・ 生成 AI 利用のきっかけについての分析があり、SNS、ウェブ、スマホに組み込まれていたこと、テレビ、友人・知人がそれぞれ約 13~18%で上位を占める。個別の AI モデル別に見るとこの順位は異なっており、職場・学校の影響が ChatGPT や Copilot では約 18%程度存在する。Copilot は PC へ組み込まれていたことが約 38%で最上位であった。Gemini はテレビ CM (約 17%)、利用しているサービスに組み込まれていたこと(約 16%)も上位 5 種に含まれていた。

12.7.4.2. インテージ(2025i)²⁷¹

- ・ 21,000 人強 (内 AI 利用経験者は約 2,200 名) を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施されている。同様の調査は本稿執筆時点で 3 回実施されているが本文献はその第 1 回実施時点で執筆されている。
- ・ AI を利用しない層が挙げる利用しない理由は、約 42%は特になく、使い方や利用方法がわからないというものが約 17-22%であった。こうした理由が最も多いことから、AI は考えたり調べたりした上で利用していないわけではないことがうかがえる。AI に関する懸念として挙がることのあるセキュリティ・プライバシー、誤情報、著作権などの法的問題は約 9~12%と、より低かった。他に、自分で考えたい、既存のサービスで満足が共に 11%ほど挙げられていた。
- ・ AI についての懸念がないわけではなく、利用の有無にかかわらず AI について認知している人全体を見ると、懸念が特になくとしている人は約 23%、残る回答者は平均 3.6 件程度の懸念に同意していた。誤情報拡散 (約 44%)、セキュリティ、人間の能力低下 (共に約 35%)、AI の暴走 (約 32%)、学力低下、著作権侵害 (共に約 30%)、他に失業増加、人間関係希薄化、情報均質化、所得格差拡大なども約 13~24%の賛同者がおり、その他の懸念があったとした人も約 1%いた。
- ・ 個人的に被害を被ると思うから AI を使わない、というケースは多くはないとしても、AI の普及が社会・人類にマイナスの効果をもたらす懸念は持っている、と整理することも出来るように思われる。

²⁷¹ インテージ(2025i). 日常生活における生成 AI の浸透実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編

① <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-1/>

1 2. 7. 4. 3. インテージ(2025j)²⁷²

- ・ 21,000 人強（内 AI 利用経験者は約 2,200 名）を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施されている。同様の調査は本稿執筆時点で 3 回実施されているが本文献はその第 1 回実施時点で執筆されている。
- ・ 懸念について尋ねると、全般的に一般層よりも同意する人の率が低いことがうかがえる。ただし学力低下、著作権侵害、失業についてはより高いレベルの心配をしている。反対に一般層よりもかなり低いのはセキュリティや AI の暴走への懸念に同意する人の率である。

1 2. 7. 4. 4. インテージ(2025k)²⁷³

- ・ 21,000 人強（内 AI 利用経験者は約 2,200 名）を対象に実施したアンケート調査結果を分析し AI 利用について探ったもののひとつである。調査は 2024 年 10 月に実施されている。同様の調査は本稿執筆時点で 3 回実施されているが本文献はその第 1 回実施時点で執筆されている。
- ・ AI を利用している層に重視する点を尋ねたところ、無料、使いやすさ、セキュリティが高く（約 36～44%）、信頼性や品質、スピードがそれに続く結果となった。
- ・ 利用の有無に関わらず、AI を利用する・もっと利用するようになる条件を尋ねたところ、特にないが 25%で最も多く、次いでセキュリティ・プライバシー懸念の解消が約 24%であった。続いて使い方の分かりやすさ、信頼性、無料機能、著作権問題解消などが約 18～21%、改善されても（もっと）利用することはないとの意見が約 17%であった。他にも精度向上（約 15%）、利用しやすさ、汎用性、カスタマイズ性、人間への理解、サービスへの組み込み、専門性などが約 8～11%、他にも数件あり、幅広い非利用理由があることがうかがわれた。単純計算で、何かの改善があれば利用したいと考えている層は 58.5%おり、一人当たり平均 3 件以上、改善がなければ使わないとしている理由があることになる。
- ・ 同じアンケート調査に基づくインテージ(2025i)では AI を知っているが利用しない層に利用しない理由として尋ねた場合には、セキュリティ・プライバシーを含め各種懸

²⁷² インテージ(2025j). 学生の生成 AI 利用実態: 生成 AI 利用実態調査 生活者編②

<https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-2/>

²⁷³ インテージ(2025k). 生成 AI の現状評価と使用者のニーズ: 生成 AI 利用実態調査 生活者編

③ <https://gallery.intage.co.jp/genai2025btoc-3/>

念事項はより低く出ていたことから、利用を開始した後に、こうした懸念事項についての意識が高まり、更なる利用の抑制要因となっている可能性がうかがえる。

12. 7. 4. 5. NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025a) ²⁷⁴

- ・ 15～69歳の日本人を対象にしたAIについてのアンケート調査である。2025年2月に実施、7,500人強の回答を得ている。AIについてある程度以上知っている3,500人強の回答者に不安について尋ねその回答を分析している。
- ・ 生成AIへ不安を感じているまたはやや感じているのは、生成AIをある程度以上利用している者の約62%であった。
- ・ 若年層の方が不安を感じている率は高く、男性よりも女性が高い。10代男女は約64、72%、20代男女は約60、67%となる。
- ・ もっとも、女性は生成AIについて聞いたことがない、または知らないという人も男性より多いため、例えば10代女性全体に占める生成AIを不安に思う人の割合(51%)は、10代男性全体に占める生成AIを不安に思う人の割合(50%)と同じぐらいであり20代では全20代男性の40%、全20代女性の35%と男性の方が不安を感じている人が多いという結果になる。ドコモ研究所の解釈はこちらを前面に押し出すものである。
- ・ 生成AIに不安を感じている、またはやや感じている人により具体的な不安要素を尋ねたところでは、フェイクコンテンツの流通、思考力低下、情報漏洩、失業、などが高い割合の人に選ばれた。
- ・ この文献中では議論されていないが、上述の通り英語圏の研究にはAI利用率の男女差の一因として女性の方がAIへの不安が高いためとする説がある。女性はそもそもAIを知らない人が多いから利用率が低いのではないか、知っている人の中では確かに不安を感じる人は多いが、そもそも知っている人が男性よりも少ないので不安よりも認知度の低さが利用率の低さにつながっているのではないか、というのが本調査から導き出せる含意のように思われる。

²⁷⁴ NTT ドコモ モバイル社会研究所(2025a) 生成AIに「不安を感じている」人は全体で29%、10代では半数以上 <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20250804.html>

12.7.4.6. NTTドコモ モバイル社会研究所(2025e)²⁷⁵

- ・ 15～69歳の日本人を対象にしたAIについてのアンケート調査である。2025年11月に実施、1,300人弱の回答を得ている。
- ・ AI利用とパーソナリティ特性の関係を調べたところ、AIを頻繁に利用している人ほど、「活発で、外交的だと思う」との質問に対する同意の割合が高い人が多く含まれる傾向にあった。ほぼ毎日利用する人の内、このようなパーソナリティ特性があると「強く」思う人は29%、週3～5日程度の利用者には15%、週1～2日程度の利用者には10%程度含まれていた。より少ない頻度の利用者や未利用者には3～4%しかそのような人が含まれていなかった。「全く違う」と思う人の割合は逆に利用頻度が少ない人ほど多くなっていった。ただしほぼ毎日AIを使う人の中にはそのような人が13%含まれており、より頻度が少ない人に含まれる割合よりも多かった。中間的な回答も、このパーソナリティ特性を持っていると思う割合が強い人はAIの頻回利用者により多く含まれている傾向にあった。
- ・ 「新しいことが好きで、変わった考えをもつと思う」という別の特性についても賛否を尋ねて利用頻度別の分布を見たところ、ほぼ同じような傾向が見て取れた。ただし、この特性については、ほぼ毎日の利用よりもやや少ない、週3～5日程度の利用の層にもこのような人がより多くいることが伺われた。

12.8. 国内外の政策動向に関する文献

12.8.1. 概況

EUで2024年5月にAI法が成立し、世界で初めてAIを正面から、包括的に取り上げた立法となった。本節ではこれ以降の時期を中心に近年のAIの主要な政策動向について概観する。米国における第二次トランプ政権の成立、日本のAI法の成立とそれに基づくAI基本計画の策定、EUのAI大陸行動計画の公表、中国の人工知能+戦略の詳細の公表などはいずれもこの時期にあたる。

生成AIの高度化、普及の進展や技術開発競争の激化などに伴い、数年のうちに生成AI政策も様々に展開してきた。AIの開発などに関連して重視されるべき価値などの「原則」を定める政策文書の策定が多かった時期が過ぎ、より具体的な立法、ガイドライン整備などが進み、いわば規制側の制度化が進展して来ている。AIがもたらしうるさまざまなリス

²⁷⁵ NTTドコモ モバイル社会研究所(2025e) 生成AIをよく利用する人ほど外向的で新しもの好きな傾向 <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20251201.html>

クの防止策については既に広く議論されているが、立法という手段をどの程度採用するかについてばらつきがある。

本節ではこのような政策の動向について、主要な政策文書の簡単な紹介とそれを取りまく文脈の説明を提供する。

比較的細かく検討するのは米国と EU の動向である。放任対規制の軸で対比されることも多い両者だが、やや似た試行錯誤をしている側面も見られる。トランプ政権はイノベーション推進のために非規制的な方向性を重んじるものの、連邦法の制定を通じてその路線を法制化することには成功しておらず、異なる考えの人々によって州法を通じて規制が導入されつつある。規制を導入する州レベルの試みも法案が成立せずに終わる場合や後に改訂されることもあり、どの程度、どのような規制が適切であるかについては、試行錯誤が続き、それがこのようなやや統一性を欠いた動きになっていると思われる。EU は規制に積極的だと思われがちだが、AI 法の適用を延期する、遵守のための負担を軽減するといった取り組みも含めて EU 内での政策論争があり、イノベーション振興と規制をどう両立させるかについての試行錯誤がここにもみられる。正解が簡単に見通せるような政策課題ではないため、当然と言えば当然の展開かも知れないが、同時に、企業や投資家にとっては予見可能性が低く、対応コストがかかる政策環境になっているとも言えるだろう。日本では今のところこのような制度策定とその改訂という形での試行錯誤はあまり見られないように思われる。

国際的な側面に目を向けると、AI 関連の原則文書の議論は徐々に減り、実現のための議論の場づくりや原則を実践に反映させる制度についての進展が見られることがここ 2 年弱の特徴であるように思われる。例えばイギリスが主導して始まった AI サミットシリーズは、最初のブラッチェリー会合では主要なリスクについての議論が大きな関心事で「安全性」をテーマにしたサミットだったが、2026 年のインド会合では「インパクト」をテーマにし、利活用の恩恵をより中心に据えている。G7 会合も 2023 年広島では国際的なガバナンスを扱ったが 25 年カナダでは政府や中小企業の AI 活用推進を特にとりあげた。

また、一方では国際協調が広がり、米国、中国、日本はそれぞれ影響力を高めつつあるように見られるが、他方では以前より存在してきた「国外・域外の企業への依存度／自国・自地域の自立度」への関心が AI をめぐる政策ではより前景化しているように思われる。AI 政策の範囲を超えて、米国が先進国や民主主義国とどのような関係を築いていくか、中国が国際社会でどのような立ち位置を確立していくかなども含め、先行きの不透明性がここにもあり、それ故に AI 政策の国際面も不透明であるように思われる。

1 2. 8. 2. 日本

日本における 2024 年以降の主要な AI 政策として、AI 事業者ガイドライン²⁷⁶ の策定、AI 政策は AI 法²⁷⁷の策定、それに基づく AI 基本計画²⁷⁸ の策定の 3 点を挙げることができる。元々 AI 原則があったところにガイドライン化が進み、法制化はされているが、ガイドラインの内容を法に盛り込んで明確な拘束力を持たせたわけではなく、ガイドラインなどのソフトローを重視し、また政府以外の関係者の知見を積極的に取り入れ、制度設計上も多様なプレイヤーが役割を担う共同規制的な組み立てになっていると言える。

1 2. 8. 2. 1. AI 事業者ガイドライン²⁷⁹

経済産業省、総務省合同で開催されている AI 事業者ガイドライン検討会より 2024 年 4 月に第 1.0 版²⁸⁰、25 年 3 月に 1.1 版²⁸¹ が公表された。対象者は事業として AI の開発、提供、利用のいずれかに関わる者であり、非常に幅が広いが、これは元々開発者や利用者など向けのガイドラインが別々に策定されていたものを統合したため、という経緯もある。それまで政府が取りまとめたガイドラインである AI 開発ガイドライン²⁸²、AI 利活用ガイドライン²⁸³ や AI 原則実践のためのガバナンスガイドライン²⁸⁴ を統合したものと位

²⁷⁶ 総務省、経済産業省（2024, 2025）『AI 事業者ガイドライン』

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/ai_shakai_jisso/20240419_report.html

²⁷⁷ 人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律（令和七年法律第五十三号）

<https://laws.e-gov.go.jp/law/507AC0000000053>

²⁷⁸ 人工知能基本計画（2025）https://www8.cao.go.jp/cstp/ai/ai_plan/aipplan_20251223.pdf

²⁷⁹ 総務省、経済産業省（2024, 2025）『AI 事業者ガイドライン』

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/ai_shakai_jisso/20240419_report.html

²⁸⁰ 総務省、経済産業省（2024）『AI 事業者ガイドライン』

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/ai_shakai_jisso/pdf/20240419_1.pdf

²⁸¹ 総務省、経済産業省（2024）『AI 事業者ガイドライン』

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/ai_shakai_jisso/pdf/20250328_1.pdf

²⁸² 総務省(2017)『国際的な議論のための AI 開発ガイドライン案』

https://www.soumu.go.jp/main_content/000499625.pdf

²⁸³ 総務省(2019)『AI 利活用ガイドライン～AI 利活用のためのプラクティカルリファレンス～』

https://www.soumu.go.jp/main_content/000809595.pdf

²⁸⁴ 経済産業省（2021, 2022）『AI 原則実践のためのガバナンスガイドライン』

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/ai_shakai_jisso/20220128_report.html

置づけられる。また、OECD の AI 原則²⁸⁵ をはじめ海外の重要な動向を参照し取り入れていることも述べられている。

目指すべき社会のビジョン、様々な関係者が（立場に関わらず）重視すべき指針、関係者の立場ごとの注意点などが述べられている。

目指すべき社会は人間の尊厳、価値観の多様性、持続可能性を「基本理念」として掲げ、それらを実現するために関係者が重視すべき指針としては人間中心性、安全性、公平性、プライバシー、セキュリティ、透明性、アカウントビリティなどを挙げている。

罰則や法的拘束力を持つものではなく、ソフトローである。変化が早いこと、イノベーション阻害のリスクがあること、AI への期待が大きいことなどから「非拘束的なソフトローによって目的達成に導くゴールベースの考え方」を採用したと述べられている。

12.8.2.2. AI 法²⁸⁶

2025 年 5 月に成立した法律である。理念として経済・社会・安全保障にとって重要であるとの認識に立って AI に関する研究開発や産業の推進を行うことや、国際的協調を行うことなどが定められている。

EU の AI 法²⁸⁷ とは異なり、罰則を伴う義務を課さず、その意味ではソフトロー的なアプローチとなっている。AI に関連した被害やリスクについては国は「調査研究」をすることができ、事業者もこれに協力する義務を負い、調査研究に基づいて国は「指導、助言、情報提供その他必要な措置を講ずる」こととなっている。ほかに AI 戦略本部の設置、AI 基本計画の策定なども定めている。

12.8.2.3. AI 基本計画²⁸⁸

2025 年 12 月に閣議決定され、公表された計画である。世界で最も AI を開発・活用しやすい国を目指すことを基本的なねらいとして掲げ、3つの原則（イノベーション推進とリスク対応、変化への即応性・方針変更の迅速性、国際政策と国内政策の連携）と4つの

²⁸⁵ Organization for Economic Cooperation and Development (2019) Recommendation of the Council on Artificial Intelligence.

<https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/%20OECD-LEGAL-0449>

²⁸⁶ 人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律（令和七年法律第五十三号）

<https://laws.e-gov.go.jp/law/507AC0000000053>

²⁸⁷ Artificial Intelligence Act, Regulation (EU) 2024/1689,

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj/eng>

²⁸⁸ 人工知能基本計画（2025）https://www8.cao.go.jp/cstp/ai/ai_plan/aipplan_20251223.pdf

基本方針（利用促進、開発促進、ガバナンス構築の国内外での主導、社会変革）を掲げる。

12.8.2.4. 「日 ASEAN・AI 共創イニシアチブ」²⁸⁹

2025年10月、日 ASEAN 首脳会議の場で高市首相により提案され、歓迎された。

人材育成、AI 開発、ガバナンス支援、AI を活用したソリューションの共同開発などを含む取り組みとなっている。

なお2024年12月の日 ASEAN 経済共創フォーラムでは、ASEAN 各国の AI ガバナンスの統一性確保について日本に期待するとの意見も出ている²⁹⁰。

ただし、ASEAN やその主要メンバー国との間で AI 関連の協力をしているのは日本だけではない。

12.8.3. 米国

12.8.3.1. 概況：規制緩和、大統領令

米国は立法をしないことが注目されがちだが、その背景として議会における党派対立が深刻で長年立法府が立法の機能を担えない傾向が続いている点に留意する必要がある。2020年から2024年にかけてのバイデン政権（民主党）は大統領命令の形で AI に関する多くの政策を打ち出し、第二次トランプ政権の成立と共にバイデン政権時の大統領令の多くは廃止されたが、トランプ政権も AI については大統領令を通じた政策策定を行っている。

トランプ政権の方向性は、イノベーションと覇権、国益を重視することにある。また安全性（とりわけ安全性の名の下に行われてきたバイアスや差別の防止策）を敵視する傾向にある。AI Safety Institute は Center for AI Standards and Innovation に改称・再編された²⁹¹。

²⁸⁹ 外務省(2025) 「第28回日 ASEAN 首脳会議」

https://www.mofa.go.jp/mofaj/a_o/rp/pageit_000001_00004.html

²⁹⁰ 日本貿易振興機構 調査部アジア大洋州課 (2024) 日 ASEAN 経済共創フォーラム 2024、AI 共創も経済成長の鍵に、ビジネス短信, 2024.12.26.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/12/d21c9a6e526ae173.html>

²⁹¹ 国立研究開発法人科学技術振興機構 研究開発戦略センター (2025) 「米商務省、AI 安全研究所を AI 標準・イノベーションセンターに再編」 デイリーウォッチャー (海外記事検索), 2025.06.27 <https://crds.jst.go.jp/dw/20250627/2025062742192/>

連邦議会の立法が進まないことから、コロラド、カリフォルニアなどで州法が先行し、互いに異なる法律が導入されるに至っている。州ごとに異なる規制が策定されると、これに対応する AI 開発者や提供者などの負担が上がることが考えられるが²⁹²、これを牽制する動きもある。連邦議会に提出された法案いわゆる Big Beautiful Bill²⁹³ および Defense Spending Authorization Act²⁹⁴ では、州政府の AI 規制を阻止する規定を盛り込む試みがなされたが、議会で十分な賛同が得られず、通過する過程で除外された²⁹⁵。その後も 25 年 12 月には大統領令²⁹⁶ によって州法が合衆国憲法に違反するかどうかの調査などを政府に命じ、訴追を含めた措置を検討することで牽制してはいる。（連邦法によって州法を無効にすることはできるが、そのような連邦法が存在しない点には留意が必要であろう。）

12. 8. 3. 2. 開発、インフラ、利用、国際

2025 年 1 月 23 日、第二次トランプ政権発足 4 日目にはアメリカの AI 分野でのリーダーシップ強化を指示する大統領令を出した²⁹⁷。これを受ける形でより本格的な AI 行動計画を 25 年 7 月に発表した²⁹⁸。ここでは開発促進、インフラ拡充、利用促進、国際面での主導など全方位的な政策が示されている。この一部はその後の大統領令によってより具体的な指示となっている。例えば AI 行動計画と同日に発表された大統領令が 3 本あり²⁹⁹、

²⁹² Frazier, K & Thierer, A. (2025). 1,000 AI bills: Time for congress to get serious about preemption, Lawfare Media, May 9, <https://www.lawfaremedia.org/article/1-000-ai-bills--time-for-congress-to-get-serious-about-preemption>

²⁹³ One Big Beautiful Bill Act, 139 Stat. 72

²⁹⁴ National Defense Authorization Act for Fiscal Year 2026, Pub. L. 119–60

²⁹⁵ Venkatram, V., Narayanan, M. and Ji, J. (20206). The complicated politics of Trump's new AI Executive Order, The National Interest, <https://nationalinterest.org/blog/techland/the-complicated-politics-of-trumps-new-ai-executive-order>

²⁹⁶ The White House (2025) Ensuring a national policy framework for artificial intelligence, 90 FR 58499, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/12/eliminating-state-law-obstruction-of-national-artificial-intelligence-policy/>

²⁹⁷ The White House (2025) Removing Barriers to American Leadership in Artificial Intelligence, January 23, 2025, 90 FR 8741, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/01/removing-barriers-to-american-leadership-in-artificial-intelligence/>

²⁹⁸ The White House (2025) White House unveils America's AI Action Plan, July 23, <https://www.whitehouse.gov/articles/2025/07/white-house-unveils-americas-ai-action-plan/>

²⁹⁹ 葛西泰介 (2025) 「トランプ米政権、AI 行動計画を発表、規制緩和や輸出管理厳格化など表明」ビジネス短信, 2025.07.25.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/07/795a9288d3eb6871.html>

ータセンターの建設に必要とされる期間短縮³⁰⁰、連邦政府の購入する AI からの多様な
どへの配慮の排除³⁰¹、AI の輸出促進³⁰² を指示している。25 年 11 月に公表された大統領
令では、AI 行動計画で明示されていた科学研究への AI 活用を「ジェネシス・ミッシ
ョン」と称し、その発足を指示している³⁰³。

1 2. 8. 3. 2. 1. AI 行動計画³⁰⁴

2025 年 7 月に出された政府の計画。大統領府から政府各部門に対する勧告
(recommended policy actions) を並べており、短期的な実施 (near-term execution) を
想定していることが明記されている。

規制緩和やインフラの強化、人材育成、データ整備、製造業・科学研究などの特定分野
での AI 活用の推進、規制のサンドボックスや COE の設置を通じた AI ツールの実験的導入
促進、外交と国家安全保障分野でのリーダーシップ、AI 関連失業への対策など多方面に渡
る政策が含まれている。基本的には規制緩和基調ではあるものの、バイオセキュリティや
国家安全保障などのセキュリティリスクについて世界に先駆けて調べることも勧告に含ま
れている。米国が AI で世界的な地位(dominance) を維持することを明確に打ち出してい
るほか、国際的なガバナンス組織において中国の影響に対抗する、と中国を名指ししてい
る。

³⁰⁰ The White House (2025) Accelerating Federal permitting of data center infrastructure, July 23, 90 FR 35385, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/07/accelerating-federal-permitting-of-data-center-infrastructure/>

³⁰¹ The White House (2025) Preventing woke AI in the federal government, July 23, 90 FR 35389, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/07/preventing-woke-ai-in-the-federal-government/>

³⁰² The White House (2025) Promoting the export of the American AI technology stack, July 23, 90 FR 35393, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/07/promoting-the-export-of-the-american-ai-technology-stack/>

³⁰³ The White House (2025). Launching the Genesis Mission, 90 FR 55035, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/11/launching-the-genesis-mission/>

³⁰⁴ The White House (2025) White House unveils America's AI Action Plan, July 23, <https://www.whitehouse.gov/articles/2025/07/white-house-unveils-americas-ai-action-plan/>

1 2 . 8 . 3 . 2 . 2 . Genesis Mission³⁰⁵

2025 年 11 月に公表された政府の計画。AI を科学研究に活用し画期的な発見に繋げることを狙っている。エネルギー省長官を主な実施役とし、「アメリカ科学とセキュリティプラットフォーム」を発足する。これは AI を活用した研究を支援するリソースやツールを提供するもので、そこにはエネルギー省下の国立研究所のスーパーコンピューターを含む計算資源、基盤モデル、データセット、AI による実験の自動化や支援の仕組み、などを含む。

科学技術チャレンジを選定する。高度製造業、バイオ、重要素材、核融合・核エネルギー、量子科学、半導体・マイクロエレクトロニクスなどを含める。この研究に従事する人たちにプラットフォームへのアクセスを提供する。フェローシップなどの制度を設け、研究者の参加を促す。民間の参加を促進するような資金援助や懸賞を他の政府機関と共同で実施する。エネルギー省発表によれば翌 12 月には大手 AI 開発企業を含む 24 社がこのジェネシス・ミッションに協力することに同意している³⁰⁶。

1 2 . 8 . 3 . 2 . 3 . 日米間の技術繁栄ディール^{307 308}

MOU として 2025 年 10 月に署名された。日米間の合意を文書化したもので、法的拘束力のある権利・義務はこの文書からは発生しないと述べられている。

AI を含む複数の技術分野での協力を主に扱っている。AI については、「フルスタック」の輸出促進、イノベーションを重視する AI 政策、重要な技術の保護、AI 利用・普及に関する研究上の協力、AI エコシステムの安心・信頼性追求、などを含む。

³⁰⁵ The White House (2025). Launching the Genesis Mission, 90 FR 55035, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/11/launching-the-genesis-mission/>

³⁰⁶ Department of Energy (2025). Energy Department announces collaboration agreements with 24 organizations to advance the Genesis Mission, December 18, <https://www.energy.gov/articles/energy-department-announces-collaboration-agreements-24-organizations-advance-genesis>

³⁰⁷ 内閣府(2025)「日米間の技術繁栄ディールについての協力に関する覚書」
<https://www8.cao.go.jp/cstp/kokusaiteki/nichibei/20251028.html>

³⁰⁸ The White House (2025) Fact sheet: President Donald J. Trump drives forward billions in investments from Japan, October 28, <https://www.whitehouse.gov/fact-sheets/2025/10/28195/>

なお、トランプ政権は9月から10月にかけて英国³⁰⁹、韓国³¹⁰、日本それぞれとの二国間交渉を通じてこのような「技術繁栄ディール」(Technology Prosperity Deal)を締結し、AIを含む諸分野における協力などの合意を形成している。他に、オーストラリアとは同時期にこのようなディールの締結に向けて協議することを合意している³¹¹。これらの内、英国との協定について当初期待されていたほど順調には進展していないとの疑念を呈する報道もある³¹²。

12.8.3.3. 米国の州法

トランプ政権は州法がAIを規制し、イノベーションを減速させることを警戒しているが、AIをめぐる州法制定の動きはかなり盛んである。ディープフェイク、児童ポルノなど個別性の高いリスク、問題に対処するものの他に、包括的な規制法も存在する。これはAIの開発・提供に関わる企業の対応コストを増大させることになることから、トランプ政権の懸念が現実のものになりつつあると言える³¹³。

範囲の狭い課題を扱う州法は、AIに関する調査や検討を行うようなもの、意見表明の決議、AIの導入を支援するもの、タスクフォースを設置するものなど規制的な性質を持たないものも多く、非常に数が多い。National Conference of State Legislaturesは2024年、2025年のAI関連法案をそれぞれリスト化し、分類している。2025年は38州で100程度

³⁰⁹ The White House (2025) Memorandum of Understanding between the Government of the United States and the Government of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland Regarding the Technology Prosperity Deal, September 18, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/09/memorandum-of-understanding-between-the-government-of-the-united-states-of-america-and-the-government-of-the-united-kingdom-of-great-britain-and-northern-ireland-regarding-the-technology-prosperity-de/>

³¹⁰ The White House (2025) The United States signs Technology Prosperity Deals with Japan and Korea, October 29, <https://www.whitehouse.gov/articles/2025/10/the-united-states-signs-technology-prosperity-deals-with-japan-and-korea/>

³¹¹ The White House (2025) Fact sheet: President Donald J. Trump closes billion-dollar deals with Australia, October 20, <https://www.whitehouse.gov/fact-sheets/2025/10/fact-sheet-president-donald-j-trump-closes-billion-dollar-deals-with-australia/>

³¹² McMahon, L. (2025) Downing Street insists negotiations over US-UK tech deal still live, BBC, December 17, <https://www.bbc.com/news/articles/c79x54dprngo>

³¹³ 安東利華(2026)「パッチワーク化が進む米国のAI規制」2026.01.19 <https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2026/0102/859d70e177ed4dc4.html>

の法案が可決ないし施行されたとしている。リストされている法案は 1143 本にのぼる³¹⁴。2024 年は 488 本であった³¹⁵。Desouza(2025)³¹⁶ は 25 年の動向を分析しているが、その主要な種類としてディープフェイクポルノ・児童ポルノ、選挙、AI の透明性、自動判断技術・高リスク AI、政府利用、労働者保護、医療関連を挙げている。National Conference of State Legislatures(2024)は 2024 年の州法の法案を 20 以上の特徴によってタグづけしている（排他的な分類体系というよりも、一つの法案が複数の特徴を持つことがあることを前提にしている。）その中でリスク抑制や様々な被害抑制、安全性向上、信頼性確保などに関連性が強いものを挙げると、児童ポルノ禁止、犯罪への利用、サイバー攻撃への利用、雇用への影響、選挙活動での利用、医療健康関連での AI 利用、住宅関連での AI 利用、リスクやインパクトの評価、法廷・裁判での利用、AI 出力であることの開示義務、監視機関設置、AI の人格（法人格などと似た意味での法的扱い）についての規定、民事上の訴権、学習データ開示、アルゴリズムによる差別の禁止、などがある。利活用促進などに関わると思われるところでは AI に関する教育・トレーニング、政府利用、民間利用、AI 関連の予算、税制優遇措置などが挙げられる。（様々なセクターにおける利用については、一定の利用を禁じるものもあれば、後押しする者もあると思われるため、実際にはどちらとも分類しがたいところもあるだろう。）。Newman & Aft (2025)³¹⁷ は 2024 年の AI 関連法について、複数の州で法制化されたものとしてディープフェイクと性犯罪、ディープフェイクと選挙の保護、の 2 種を挙げる。O'Leary(2025)³¹⁸は消費者保護（消費者とのやりとりに AI 利用している場合の開示義務）、労働者の権利保護（雇用、人

³¹⁴ National Conference of State Legislatures(2025) Artificial Intelligence 2025 legislation, <https://www.ncsl.org/technology-and-communication/artificial-intelligence-2025-legislation>

³¹⁵ National Conference of State Legislatures(2025) Artificial Intelligence 2024 legislation, <https://www.ncsl.org/technology-and-communication/artificial-intelligence-2024-legislation>

³¹⁶ Desouza, K.C. (2025). How different states are approaching AI, Brookings, <https://www.brookings.edu/articles/how-different-states-are-approaching-ai/>

³¹⁷ Newman, B. and Adam Aft, A. (2025) Recent developments in Artificial Intelligence cases and legislation 2025, August 5, https://www.americanbar.org/groups/business_law/resources/business-law-today/2025-august/recent-developments-artificial-intelligence-cases-legislation/

³¹⁸ O'Leary, A. (2025). Washington races to regulate AI as technology outpaces policy December 05, <https://govfacts.org/long-term-challenges-future/technological-futures/artificial-intelligence-futures/washington-races-to-regulate-ai-as-technology-outpaces-policy/>

事評価、監視などへの AI 利用の規制)、プライバシー保護(同意取得義務付け、取得データの制限、セキュリティ確保義務付け)、バイアス防止、選挙の保護などがあるとする。比較的直近の日本語資料としては北村(2025)³¹⁹が米国州法における選挙関連のディープフェイク規制を概観している。

より包括的 AI 規制として挙げられることが比較的多いのは、カリフォルニア州 SB 53、テキサス州 HB149、ユタ州 SB 149、コロラド州 SB 25B-004 などである^{320 321}。他の州(例えば 24 年、米国内でもかなり早期に手続きが進んだコネチカット SB 2³²² やヴァージニア州の HB 2094 High-Risk Artificial Intelligence Developer and Deployer Act^{323 324})でも同様の動きがあったが知事が拒否権を発動したことや、拒否権行使の意向を示したことによって成立には至っていない。なお、包括的 AI 規制はより個別的な AI 規制法をすべて包括するような網羅性を持っているわけではなく、前後に別の法を通じてそれらを扱う場合もある。

1 2 . 8 . 3 . 3 . 1 . コロラド州 SB 24-205 An Act Concerning Consumer Protections for Interactions with Artificial Intelligence / 25B-004

2024 年 5 月に他州に先駆けて成立した包括的な AI 規制法という性格を持つ。施行は遅く、2026 年 6 月になる。アルゴリズム差別の防止義務を課す。開発者・提供者がアルゴリズム差別を回避する「合理的注意義務」を課す。雇用・住宅・教育・医療・金融などの決定に際し AI を利用する場合には影響を受ける個人にその旨を開示する義務を課す。こうした利用に用いられる AI 自体についての情報開示も義務付ける。

³¹⁹ 北村弥生(2025).「アメリカの選挙運動等におけるディープフェイク規制：2024 年 9 月のカリフォルニア州における法整備を中心に」外国の立法 305 (2025. 9) 1-37,
<https://doi.org/10.11501/14470062>

³²⁰ 安東利華(2026)「パッチワーク化が進む米国の AI 規制」2026.01.19
<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/special/2026/0102/859d70e177ed4dc4.html>

³²¹ Das, A. C. (2026) Artificial Intelligence legislative update, The National Law Review, January 14, 2026, <https://natlawreview.com/article/artificial-intelligence-legislative-update>

³²² Act Concerning Artificial Intelligence,
https://www.cga.ct.gov/asp/cgabillstatus/cgabillstatus.asp?selBillType=Bill&bill_num=SB00002&which_year=2024

³²³ Andrews, C. (2025). Virginia governor vetoes AI bill, March 25,
<https://iapp.org/news/a/virginia-governor-vetoes-ai-bill>

³²⁴ <https://lis.virginia.gov/bill-details/20251/HB2094/text/HB2094VG>

2026年2月施行を予定していたが、25年8月に成立したSB 25B-004によって延期された。包括的であり、当初の成立以前にも³²⁵、それ以後にもAI関連企業からの批判もあり改訂をめぐる議論も議会の内外で行われた³²⁶ ³²⁷。

1 2. 8. 3. 3. 2. カリフォルニア州 SB 1047³²⁸

カリフォルニア州では2024年に両議院を通過した後、24年9月に知事が拒否権を発動したことで成立しなかった法案である。この法案は、先端的なAIモデルの開発者に対する安全性テストの義務付け、既存のモデルを加工して提供する者への安全確保の責任付与、州の司法長官による訴訟可能性の明記などがされた。反対意見が多く出た後に法案の改訂も行われたが³²⁹、知事は署名を拒否した³³⁰。同じ25年9月に知事が署名したAI関連の法案は17あり、学習データに関する情報公開、AI生成コンテンツの判別可能性の確保、州政府による定期的リスク分析の義務付けなどを含む³³¹。

1 2. 8. 3. 3. 3. カリフォルニア州 SB 53 Transparency in Frontier Artificial Intelligence Act (TFAIA)³³²

2025年9月に法制化、26年1月施行。先端的AIモデルの開発者にリスクとその緩和策に関する情報公開を義務づけ。定期的なリスク評価の実施・政府への提出を義務づけ。重

³²⁵ Culane, M. (2024). Two unlikely states are leading the charge on regulating AI, Politico, 05.15, <https://www.politico.com/news/2024/05/15/ai-tech-regulations-lobbying-00157676>

³²⁶ Sick, C. (2025). Special legislative session on Colorado's AI law looms after lawmakers failed to act, The Colorado Sun, May 9, <https://coloradosun.com/2025/05/09/colorado-artificial-intelligence-special-session/>

³²⁷ Electronic Privacy Information Center (2025) EPIC urges Colorado lawmakers to retain protections for Coloradans in landmark AI law, August 25, <https://epic.org/epic-urges-colorado-lawmakers-to-retain-protections-for-coloradans-in-landmark-ai-law/>

³²⁸ SB-1047 Safe and Secure Innovation for Frontier Artificial Intelligence Models Act. https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billNavClient.xhtml?bill_id=202320240SB1047

³²⁹ 松井美樹(2025)「米カリフォルニア州のAI規制法案に多方面から反対表明」ビジネス短信, 2024.08.30, <https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/08/551e8d3acc28c84e.html>

³³⁰ 松井美樹(2025)「米カリフォルニア州知事、AI安全法案を拒否し、新たな取り組み発表」ビジネス短信, 2024.10.07, <https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/10/73761c6c009dcecf.html>

³³¹ 北村弥生(2025)「米国カリフォルニア州における生成AI関係法制」外国の立法 303, 1-25, <https://doi.org/10.11501/14063172>

³³² SB 53 Artificial Intelligence models: large developers https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=202520260SB53

大なインシデントについて政府への報告を義務付け。安全性に関する内部告発者に法的な保護を与える。2025年9月、州知事がSB1047への署名を拒否した際に、あるべき法規制について検討する専門家などからなるグループを立ち上げた。知事は本法が、その報告^{333 334 335}を受けているところもある、とも述べている^{336 337}。また、連邦レベルのAI規制が欠落していることを踏まえたものであることも述べている。AI開発者やベンチャー投資会社などの間でも評価は必ずしも一致していない^{338 339}。なお、カリフォルニア州はAI

³³³ Bommasani, R., Singer, S.R., Appel, R.E., Cen, S., Cooper, A.F., Cryst, E., Gailmard, L.A., Klaus,

I., Lee, M.M., Raji, I.D., Reuel, A., Spence, D., Wan, A., Wang, A., Zhang, D., Ho, D.E., Liang, P., Song,

D., Gonzalez, J.E., Zittrain, J., Chayes, J.T., Cuéllar, M.F., and Fei-Fei, L. (2025) The California Report on Frontier AI Policy, Joint California Policy Working Group on AI Frontier Models, June 17,

<https://www.gov.ca.gov/wp-content/uploads/2025/06/June-17-2025-%E2%80%93-The-California-Report-on-Frontier-AI-Policy.pdf>

³³⁴ California strengthens its position as the global AI leader with new working report issued by experts and academics, March 18,

<https://www.gov.ca.gov/2025/03/18/california-strengthens-its-position-as-the-global-ai-leader-with-new-working-report-issued-by-experts-and-academics/>

³³⁵ 芦崎暢(2025)「米カリフォルニア州知事、最先端AIの政策報告書を発表」ビジネス短信 2025.06.27. <https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/06/c93e9b9f6933a986.html>

³³⁶ Governor Newsom signs SB 53, advancing California's world-leading artificial intelligence industry, September 29,

<https://www.gov.ca.gov/2025/09/29/governor-newsom-signs-sb-53-advancing-californias-world-leading-artificial-intelligence-industry/>

³³⁷ Office of the Governor (2025). SB 53 signing message, September 29,

<https://www.gov.ca.gov/wp-content/uploads/2025/09/SB-53-Signing-Message.pdf>

³³⁸ Wharton Accountable AI Lab (2025) SB 53: What California's new AI safety law means for developers, November 14,

<https://ai-analytics.wharton.upenn.edu/wharton-accountable-ai-lab/sb-53-what-californias-new-ai-safety-law-means-for-developers/>

³³⁹ 松井美樹 (2025). 「カリフォルニア州、全米初の最先端AI安全開示法『SB53』制定」ビジネス短信 2025.10.03,

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/10/6537f3596ce4bce1.html>

関連法案を多く成立させている州のひとつであり、本法の後にも AI 関連の法を成立させ、施行に至っている^{340 341}。

12. 8. 3. 3. 4. テキサス州 HB 149 Texas Responsible Artificial Intelligence Governance Act (TRAIGA)³⁴²

2025年6月に法制化、26年1月に施行された。政府が消費者とのやりとりでAIを利用する場合の消費者への開示義務づけ、政府によるスコアリングなどの禁止、（政府であれ、他の誰であれ）特定目的（犯罪や暴力・自傷、憲法上の権利の制限、連邦法に反する差別的判断の助長、児童ポルノ・性的に露骨な表現）のためのAI開発・提供の禁止、違反に対する罰金、イノベーション促進に関する規定などが盛り込まれている。AI事業者にとっての負担が過剰になるリスクはここでも提起され、また、連邦法がない中での互いに異なる内容の州法が成立していく可能性についても問題視されていた³⁴³。HB 149 もそれ以前の批判を受けて改訂、再提出されたものとなっている³⁴⁴。

³⁴⁰ 松井美樹 (2025). 「米カリフォルニア州、AIの安全性・透明性・プライバシー保護強化への複数の法案を制定」ビジネス短信 2025.10.27.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/10/ea97d110406cf2b1.html>

³⁴¹ Newman, B. and Adam Aft, A. (2025) Recent developments in Artificial Intelligence cases and legislation 2025, August 5,

https://www.americanbar.org/groups/business_law/resources/business-law-today/2025-august/recent-developments-artificial-intelligence-cases-legislation/

³⁴² HB 149 Texas Responsible Artificial Intelligence Governance Act (TRAIGA)

<https://capitol.texas.gov/BillLookup/History.aspx?LegSess=89R&Bill=HB149>

³⁴³ Coalition urges Texas lawmakers against heavy-handed regulation of AI, R Street Institute, December 09, 2024,

<https://www.rstreet.org/outreach/coalition-urges-texas-lawmakers-against-heavy-handed-regulation-of-ai/>

³⁴⁴ Transparency Coalition (2025) The revised guide to TRAIGA 2.0, the Texas Responsible AI Governance Act,

<https://www.transparencycoalition.ai/news/analysis-whats-in-traiga-the-texas-responsible-ai-governance-act>

12.8.3.3.5. ユタ州 SB 149 Artificial Intelligence Policy Act³⁴⁵ / SB 226³⁴⁶

SB 149 は 24 年 3 月に成立し、5 月に施行された。SB 226 はこれを改正する形で 25 年 3 月に成立し、25 年 5 月に施行された。当初 SB 149 は生成 AI 利用の開示義務を広い範囲の主体に課していたものを³⁴⁷ より狭くし、加えて高リスク AI についてはより明示的な開示義務を課すものになっている。加えて、SB 149 は 2025 年 5 月に失効する予定であったが、27 年 7 月まで期限が延長された。

消費者と生成 AI をやりとりさせている事業者が、尋ねに応じてやり取りの相手が生成 AI であることを開示する義務、医療、金融、生体認証などを扱う生成 AI を利用している一定の事業者（州政府の許可を必要とする事業者）が顧客とのやり取りの前に生成 AI 利用について開示する義務、などを課している。

12.8.3.3.6. ニューヨーク州 SB6953B/ A6453B (The RAISE Act) ³⁴⁸

The RAISE Act は 2025 年 12 月に成立。カリフォルニア州で成立した SB 53 Transparency in Frontier Artificial Intelligence Act (TFAIA)との類似点が多いことがしばしば指摘される³⁴⁹。州法を通じた AI ガバナンスの路線が固まりつつあるとの解釈もある

³⁴⁵ SB 149 Artificial Intelligence Policy Act

<https://le.utah.gov/~2024/bills/static/SB0149.html>

³⁴⁶ SB 226 Artificial Intelligence Consumer Protection Amendments,

<https://le.utah.gov/~2025/bills/static/SB0226.html>

³⁴⁷ Sollitt, S. (2025). Utah lawmaker looks to rollback ‘onerous’ AI regulation for these businesses, The Salt Lake Tribune, February 15,

<https://www.sltrib.com/news/politics/2025/02/15/ai-chatbots-when-should-utahns/>

³⁴⁸ Assembly Bill A6453B

<https://www.nysenate.gov/legislation/bills/2025/A6453/amendment/B>

³⁴⁹ Peltz, M. E. & Lawrence, K. M. (2025). New York’s RAISE Act is now law: What it means for New York businesses, Falcon, Rappaport& Berkman, <https://frblaw.com/new-yorks-raise-act-is-now-law-what-it-means-for-new-york-businesses/>

³⁵⁰ ³⁵¹。先端的 AI モデルを開発する者はその提供に先立ちリスク対策を実施し、その内容を公表することが義務付ける。インシデントの報告を義務付ける。議会通過後も知事との間で交渉があり、変更がされることが伺われる³⁵²。

12.8.4. EU 及び欧州

12.8.4.1. 概況：法制化と共同規制

EU は長い期間をかけて議論・改訂を重ねた AI 法³⁵³ を 2024 年 5 月に成立させ、施行やそのための細かな規定づくりなどが進んでいる。AI 法は生成 AI の台頭以前に策定が始まった法案であり、対象は幅広い種類の AI を想定しているが、特に生成 AI を対象とした規定もあり、その内容をさらに具体化したものとしては 2025 年 7 月に公表された汎用 AI の行動規範（General-Purpose AI Code of Practice）がある。EU は立法を通じた AI ガバナンスの路線をとっていることが指摘されがちだが、行動規範の策定・行動規範の位置づけも含め、共同規制的な性質が濃い。規制面については包括的に立法をしたこともあり、その細則の具体化のフェーズにあり、今後もそのような進展が予定されている³⁵⁴、と形容し

³⁵⁰ Kierce, G., Gamino-Cheong, A. and Hopkins-Gillispie, J. H. (2026). New York's RAISE Act is the blueprint for AI regulation to come, Legal Exchange: Insights & Commentary, Bloomberg Law, <https://news.bloomberglaw.com/legal-exchange-insights-and-commentary/new-yorks-raise-act-is-the-blueprint-for-ai-regulation-to-come>

³⁵¹ Tobey, D., Carr, A. and Atleson, M. (2025) The RAISE Act: New York joins California in requiring developer transparency for large AI models, Artificial Intelligence and Data Analytics Alert, DLA Piper, <https://www.dlapiper.com/en-us/insights/publications/2025/12/the-raise-act-new-york-joins-california-in-requiring-developer-transparency-for-large-ai-models>

³⁵² Schwartz, T. & Waldmann Agarwal, M. A. (2026). New York enacts the RAISE Act regulating frontier AI models, Client Alert, Morrison Forrester, <https://www.mofo.com/resources/insights/260105-new-york-enacts-the-raise-act-regulating-frontier-ai-models>

³⁵³ Regulation (EU) 2024/1689, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>

³⁵⁴ European Commission (2025) Supporting the Implementation of the AI Act with Clear Guidelines, December 4, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/supporting-implementation-ai-act-clear-guidelines>.

でもよいように思われるが、同時に Digital Omnibus on AI 法案³⁵⁵を通じた規制緩和の動きも生じている。他に様々な政策を通じて開発促進、普及支援などを打ち出している。EU は AI リスクへの対策を比較的丁寧に検討・策定していると言ってよいと思われるが、興味深いことに、AI が失業や転職をもたらす可能性については特段の政策を設けておらず、AI 関連のリスクリング策は AI 専門人材を増やすもののみとなっている³⁵⁶。

1 2. 8. 4. 1. 1. The General-Purpose AI Code of Practice³⁵⁷

2025 年 7 月に公表された行動規範である³⁵⁸。AI 法 53 条と 55 条で導入された先端生成 AI に関する一部の義務について、どのようにそれらを満たすことができるのかを例示したものとなっている。この行動規範の策定は AI 法 56 条によるもので、当初の予定から 2 カ月ほど遅れての策定となった。

規範は従うことが期待されているが、従わないことが違法になるようなものではなく、その意味での法的拘束力は持たないが、法的な文脈で一定の役割を与えられている。すなわち、対象者は規範に従っていれば規制上の一定の義務を満たしていると見なされる、規範に従っていなければ個別に判断される、というある種の利便性を提供している³⁵⁹。欧州委員会の文書では自主的なツール(voluntary tool)という形容も見られる³⁶⁰。例えば Meta 社はこの規範が AI 法で規定された内容よりも重い負担を企業に負わせるものとして行動規

³⁵⁵ 2025/0359(COD) Simplification of the implementation of harmonised rules on artificial intelligence (Digital Omnibus on AI),

[https://oeil.europarl.europa.eu/oeil/en/procedure-file?reference=2025/0359\(COD\)](https://oeil.europarl.europa.eu/oeil/en/procedure-file?reference=2025/0359(COD))

³⁵⁶ Pozzi, F. Kuiper, E., and Valetto, P. (2025). AI's impact on Europe's job market: A call for a Social Compact,

<https://www.epc.eu/publication/ais-impact-on-europes-job-market-a-call-for-a-social-compact/>

³⁵⁷ The General-Purpose AI Code of Practice,

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/contents-code-gpai>

³⁵⁸ European Commission (2025). General-Purpose AI Code of Practice now available, July 10,

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_1787

³⁵⁹ AI 法 53(4)および 55(2)

³⁶⁰ Questions and answers on the code of practice for General-Purpose AI,

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/questions-and-answers-code-practice-general-purpose-ai>

範には従わないことを明言している。同社の J. Kaplan 氏はこの行動規範を「誤った道」とであると批判している³⁶¹。

内容的には3つの主要なチャプターから構成されており、それぞれ情報公開、著作権の扱い、リスク評価やリスク対策などについて具体的なフォームなどを含めて対応方法を示したものとなっている。情報公開と著作権の扱いについては生成 AI の提供者が対応を求められている部分であり、例えば AI の基本的な性能や限界についての情報を公開することが求められるがその開示のフォーマットが提供されている。また、著作権ポリシーを策定することが求められているが、それが具体的には53条(1)(d)の要求を満たすための取り組みを一つの文書にまとめ、その実施などについての責任を組織内で明らかにすることで満たせる、といった説明が提供されている。リスク関連については高リスクの生成 AI の提供者が対応を求められている部分である。

行動規範は生成 AI の提供者を対象にしているが、市民セクターの組織や学者も含め多様なステークホルダーの参加とインプットを経て策定されているものである³⁶²。(このような参加も AI 法である程度予定されたものである³⁶³。)

12.8.4.2. 概況：競争力強化、AI 利用推進

EU は規制に積極的な面もあるが、それに対する内部からの批判も強い。規制をすることでイノベーションや投資が減少し、EU の競争力が削がれることになるのではないかと、というのがその中心的な理由である。その一つの帰結として、AI の振興・推進のための政策も存在する。

AI に限られない広い文脈で見ると、元欧州中央銀行総裁のマリオ・ドラギによるいわゆるドラギ報告書がある³⁶⁴。2024年9月に公表されたEUの競争力を主題とする報告書で、規制の負担軽減も提言している。AI に関連したところでは、戦略的に重要な領域でEUが米国に大きく差をつけられていること、生成 AI のような新興領域ではEUにもチャンスがあること、AI の個別産業分野での活用も重要であること、などを述べている。な

³⁶¹ Kaplan, J. (2025) Meta rejects European Commission's AI Code of Practice, https://www.linkedin.com/posts/joel-kaplan-63905618_europe-is-heading-down-the-wrong-path-on-activity-7351928745668055042-XuF7

³⁶² 坂本裕司(2025)。「欧州委、AI 法に基づく『汎用 AI の行動規範』公開」ビジネス短信. 2025.07.15, <https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/07/de121f2f4895b6f0.html>

³⁶³ AI 法 56(3)に、AI 提供者、市民団体などの参加についての規定が存在する。

³⁶⁴ Mario Draghi (2024). The Draghi report: A competitiveness strategy for Europe, September 17 https://commission.europa.eu/topics/competitiveness/draghi-report_en#paragraph_47059

お、このような視点は AI 法策定段階から存在したものであり³⁶⁵、策定後になって浮上したのではない。

1 2. 8. 4. 2. 1. InvestAI³⁶⁶

2025 年 2 月にパリで開催された AI アクションサミットの中で EU 委員会の委員長ウルズラ・フォン・デア・ライエンによって公表されたイニシアチブ。

「AI ギガファクトリー」と称する大規模 AI 拠点の設置のための基金、そのほか AI のための投資など、官民合わせて最大 2,000 億ユーロの資金を動員することを提唱している。

(1,500 億ユーロは同サミットで公表された民間企業 60 社による EU AI Champions Initiative³⁶⁷ の一貫として向こう 5 年間に AI 関連の支出が予定されているものである³⁶⁸。EU 委員会による提案はこれに 500 億ユーロを積み増すものとなっている³⁶⁹。)

生成 AI や AI だけを対象にしたものではないが、Common European Data Spaces³⁷⁰ の形成を加速することも述べられている。

³⁶⁵ Madiega, T. A. (2024) Artificial intelligence act, Briefing, European Parliamentary Research Service,

https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI%282021%29698792

³⁶⁶ European Commission (2025). EU launches InvestAI initiative to mobilise €200 billion of investment in artificial intelligence, February 11,

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_467

³⁶⁷ Fürstenberg, J. (2025). Launching the ‘EU AI Champions Initiative’ to unlock Europe’s full potential in AI, February 10,

<https://www.generalcatalyst.com/stories/euaicihttps://www.generalcatalyst.com/stories/euaici>

³⁶⁸ EU Champions AI Initiative (2025). 60+ leading European companies launch the ‘EU AI Champions

Initiative’ to Re-Write the AI Playbook and Unlock Europe’s Full

Potential in AI, [https://files.elfsightcdn.com/eafe4a4d-3436-495d-b748-](https://files.elfsightcdn.com/eafe4a4d-3436-495d-b748-5bdce62d911d/d4981660-c262-46a5-b322-fc1f2c3c48f3/EU-AI-Champions-Initiative-Media-Release.pdf)

[5bdce62d911d/d4981660-c262-46a5-b322-fc1f2c3c48f3/EU-AI-Champions-Initiative-Media-Release.pdf](https://files.elfsightcdn.com/eafe4a4d-3436-495d-b748-5bdce62d911d/d4981660-c262-46a5-b322-fc1f2c3c48f3/EU-AI-Champions-Initiative-Media-Release.pdf)

³⁶⁹ European Commission (2025). Speech by President von der Leyen at the Artificial Intelligence Action Summit, February 11,

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_25_471

³⁷⁰ European Commission (2025). Common European data spaces, November 19,

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/data-spaces>

AI ギガファクトリーは、2024 年 1 月に打ち出された AI 研究開発関連の振興策パッケージ (AI innovation package³⁷¹) の一貫として推進された計算資源・人材・データなどの集積拠点「AI ファクトリー」³⁷² を強化したものに当たる。計算資源は既存の AI ファクトリーの 4 倍になるとされる。スタートアップや研究者などの AI 研究開発を推進し、民間投資を推進するねらいがある。AI ギガファクトリーについてライエン委員長は AI 版 CERN のようなものであり、最先端の巨大 AI モデルを巨大企業以外の研究者や企業が開発できるようにするものだ³⁷³と形容している。

なお、AI ギガファクトリーは 2025 年 2 月の InvestAI が起点になっているものではなく、その前月末に発表された Competitive Compass³⁷⁴ というより EU の競争力を意識した政策の中で打ち出されたものである。また、AI ギガファクトリーのより具体的な政策は 2 か月後に公表される AI Continent Action Plan (AI 大陸行動計画) に記載されることになる。その意味では InvestAI は AI ギガファクトリーについてあらかじめ決まっていたことを再確認し、優先順位や意味付けを与えた通過点的な性質も濃かったのではないと思われるが、AI Continent Action Plan の説明資料中には InvestAI によって AI ギガファクトリーへの資金提供が可能になったことに言及する箇所がある³⁷⁵。

Common European Data Spaces (欧州共通データ空間)³⁷⁶は政策的には 2020 年まで遡るもので、データの提供者と利用者の間を円滑にとりもつ基盤としての技術、データ仕様やガバナンスの仕組みを共有する個別のテーマ分野ごとの集団である。このような集団

³⁷¹ European Commission (2024). Commission launches AI innovation package to support Artificial Intelligence startups and SMEs, January 24,

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_383

³⁷² 吉沼啓介(2024).「欧州委、AI 開発支援パッケージ発表、スタートアップのスパコン活用を促進」ビジネス短信 2024.02.01

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/02/8f62b15251cbf6df.html>

³⁷³ European Commission (2025). EU launches InvestAI initiative to mobilise €200 billion of investment in artificial intelligence, February 11,

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_467

³⁷⁴ European Commission (2025). An EU Compass to regain competitiveness and secure sustainable prosperity, January 29,

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_339

³⁷⁵ European Commission (2025). AI Continent Action Plan, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/ai-continent-action-plan>

³⁷⁶ European Commission (2022). Staff working document on data spaces, February 14, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/staff-working-document-data-spaces>

の形成に着目し³⁷⁷ EU はクラウド基盤整備などを含めて政策的に後押しをすることでデータ活用・データ流通を推進している。

InvestAI が発表された AI アクションサミットは主要国の首脳級の出席もある AI サミット会合の一つ。

1 2 . 8 . 4 . 2 . 2 . AI Continent Action Plan³⁷⁸

EU 委員会によって 2025 年 4 月に公表された計画である。

AI 大陸行動計画は、AI 開発・普及のボトルネックとなる資源の整備を特徴としている。データ、コンピュータ、人材、クラウドなどである。また、AI 法による規制についての案内窓口を設置、コンプライアンスへの取り組みを支援することとしている。

Data Union Strategy、Apply AI strategy、Cloud and AI development Act という複数の戦略および法案がこの行動計画内に位置付けられている。Data Union Strategy は 25 年中に公表されるとし、実際に後に意見募集などを経て 11 月に公表された³⁷⁹。Apply AI strategy については後述する。Cloud and AI development Act については AI 開発などへの利用を念頭にした EU のクラウド基盤への投資環境整備、関連する研究への支援などの政策で、AI Continent Action Plan 公表と同日に意見募集が開始された³⁸⁰。

³⁷⁷ 日本貿易振興機構（ジェトロ）ブリュッセル事務所 海外調査部(2022). 『EU の産業データ政策の概要: EU デジタル政策の最新動向（第 2 回）』 2022.12.

https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/01/eca9090eff406247/20220023_02.pdf

³⁷⁸ EU Commission (2025). The AI Continent Action Plan, April 09, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ai-continent-action-plan>

³⁷⁹ European Commission (2025). European Data Union Strategy: Unlocking data for AI, November 19, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/data-union-strategy-unlocking-data-ai>

³⁸⁰ European Commission (2025). Have your say: Future cloud and AI policies in the EU, April 09, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/consultations/have-your-say-future-cloud-and-ai-policies-eu>

Apply AI 戦略と、AI in Science³⁸¹ の2つの戦略は、AI Continent Action Plan の具体化として25年10月に公表された³⁸²。前者はEUの重要産業におけるAI活用の推進であり、後者は科学研究におけるAI活用の推進である。

Apply AI 戦略は10の産業と公共セクターを対象にAI利用を支援する取り組み、EUの技術的独立性、産官学を横断するアライアンスの創設の3つの主要な要素からなるとも説明される³⁸³。

EUはChoose Europe for Science というプログラムを2025年5月から実施しており、短期契約の研究者などにEUでの研究職を提供するなどしてきた。これは同時期にトランプ政権が大学に補助金削減の可能性など圧力をかけたことも背景に実施されていると考えられる³⁸⁴。このChoose Europe for Science を科学研究におけるAI活用と組み合わせ、科学分野でのAI活用人材の誘致に力を入れる、ということが戦略には含まれる。また、上述したAIギガファクトリーやAIファクトリーの計算資源へのアクセス提供、関連する研究への資金提供なども挙げられている³⁸⁵。

³⁸¹ 独立行政法人日本貿易振興機構 調査部欧州課 (2025) 欧州委、産業と科学でAI技術活用を加速する2つの戦略発表」ビジネス短信, 2025.10.24.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/10/8549e3884140715f.html>

³⁸² European Commission (2025). Keeping European industry and science at the forefront of AI, October 8, https://commission.europa.eu/news-and-media/news/keeping-european-industry-and-science-forefront-ai-2025-10-08_en

³⁸³ European Commission (2025) Apply AI Strategy, December 17, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/apply-ai>

³⁸⁴ 吉沼啓介(2025)「欧州委、欧州への若手研究者誘致策となる新たな助成プログラムを発表」ビジネス短信 2025.05.21.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/05/a33f025a9284bea6.html>

³⁸⁵ European Commission (2025) Communication from the Commission to the European Parliament and the Council A European Strategy for Artificial Intelligence in science: paving the way for the Resource for AI Science in Europe (RAISE), COM(2025)724 final, October 8, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52025DC0724&qid=1762332390557>

12.8.4.2.3. Digital Omnibus on AI³⁸⁶

2025年11月末に欧州委員会によって提案されたAI法改訂を主な内容とする法案である。本稿執筆時点の26年2月初旬において、EU議会による採択はされていない。

内容はAI法の多岐に渡っているが、幅広い範囲の生成AIに直接関係する点も含まれている³⁸⁷。AI法111条には既に提供されているAIについていつまでに同法への対応を求めるかの規定群があるが、AI生成物（画像、動画、テキスト）がそれとわかるように機械判読可能な形で情報を付帯させる義務について、2026年8月2日以前に提供されている生成AIについては、2027年2月2日までの期限とする規定を盛り込んでいる。元々この50条を含め、生成AIを対象とした第五章の規定は2026年8月2日に発効する予定であったため、6カ月の延期が提案されたことになる。

また、高リスクシステムと分類されるAIシステムについては、最長で16カ月の適用延期も提案されている。高リスクシステムは生成AIを含むこともありうるため³⁸⁸、一部の生成AIに対する規制の適用がこれにより延期された形となる。零細企業を対象としていた負担軽減措置³⁸⁹の適用対象を拡大する、なども提案されている。

各国における規制当局の指定と、各種の義務を満たすための標準化されたガイダンスの整備が進んでいないことが背景にある^{390 391}。

本提案が受け入れられれば期限年数が実現するものの、EU理事会とEU議会による審議が必要であり、2027年8月以前にその手続きが完了することになる保証はない。

本提案はDigital Omnibusという提案の一部であり、Digital Omnibusにはサイバーセキュリティやデータプライバシーに関するルール簡素化の提案なども含まれる。そして、

³⁸⁶ 2025/0359(COD) Simplification of the implementation of harmonised rules on artificial intelligence (Digital Omnibus on AI), [https://oeil.europarl.europa.eu/oeil/en/procedure-file?reference=2025/0359\(COD\)](https://oeil.europarl.europa.eu/oeil/en/procedure-file?reference=2025/0359(COD))

³⁸⁷ Digital Omnibus on AI, para. 30

³⁸⁸ European Commission (2025). General-Purpose AI models in the AI Act: Questions & answers, September 9, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/faqs/general-purpose-ai-models-ai-act-questions-answers>

³⁸⁹ AI法63条

³⁹⁰ Niestadt, M. (2026). Digital Omnibus on AI [EU Legislation in Progress], <https://epthinktank.eu/2026/02/12/digital-omnibus-on-ai-eu-legislation-in-progress/>

³⁹¹ 坂本裕司(2025). 「欧州委、AI法の高リスクシステムに関する適用延期を提案」ビジネス短信 2025.12.01. <https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/12/185c985ef3623b30.html>

Digital Omnibus は Data Union Strategy と同時に提案されている。こちらの戦略は、デジタル ID に関する政策としての性質が強調されており、AI に利用できる高品質なデータにもつながるとしている³⁹²。他にもデータ標準の確立やデータ流通・利用の促進などの取り組みも含まれる³⁹³。

互いに関連のある法改正の提案が同日にされていながら二つに分割されていることについて説明はないが、このようになっていることで、AI 法改正についての合意が形成できれば、それ以外の改正案についての審議が難航しても AI 法改正が早急を実現できる、といったメリットが生まれることになると思われる。

また、デジタル関係のルールの特化は今回が皮切りであり、今後も更なる提案がされることになることも述べられている³⁹⁴。ドラギ報告書でも問題視されていた法制度の複雑化に対処し、EU の競争力強化の狙いがあることも述べられている³⁹⁵。ドラギ報告書に対するより直接的な応答である Competitive Compass³⁹⁶ の中で、EU の各種ルールの特化を目指すこと、対応の負担を少なくとも 25%軽減し、中小企業に対しては少なくとも 35%軽減することが掲げられており、後の Omnibus 提案の中で具体化する旨も述べられていた。また、EU 委員会のライエン委員長による 2025 年 9 月時点での State of the Union の資料では、ドラギ報告書を受けたルール特化のための Omnibus は他にも既に 6 本提

³⁹² European Commission (2025). Simpler EU digital rules and new digital wallets to save billions for businesses and boost innovation, November 19, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/simpler-eu-digital-rules-and-new-digital-wallets-save-billions-businesses-and-boost-innovation>

³⁹³ European Commission (2025). Communication from the Commission to the European Parliament and the Council: Data Union Strategy: Unlocking data for AI, COM(2025)/835, November 19, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52025DC0835>

³⁹⁴ European Commission (2025). Simpler EU digital rules and new digital wallets to save billions for businesses and boost innovation, November 19, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2718

³⁹⁵ European Commission (2025). Commission Staff Working Document: accompanying the documents, SWD(2025) 386 final, <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/121743>

³⁹⁶ European Commission (2025). An EU Compass to regain competitiveness and secure sustainable prosperity, January 29, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_339

案されていること、デジタル関連の Omnibus も提案される予定であることに言及がある³⁹⁷。9月時点でこの Digital Omnibus on AI はこれを受けた形となっている。

12.8.4.3. 概況：デジタル主権と経済安全保障

このような AI 推進の背景には、AI に関する EU 域外への依存性を弱めたいという経済安全保障上の意向もある。経済安全保障は近年、EU にとっては新型コロナ、エネルギーなどに関する脱ロシア依存といった異なる文脈で重要な課題となってきた経緯があり、デジタル分野での EU の国際競争力や国際秩序形成への影響力に関する意向もあり³⁹⁸、AI 分野でも重要な課題として浮上している。その大きなきっかけとして独仏共同で 25 年 11 月開催された「欧州のデジタル主権サミット」を挙げることができる³⁹⁹。もっとも、それをどのように追求・実現するのか、どのような理想像を描くのかについては加盟国間でも明確な合意が形成されていないとも思われる^{400 401}。また、このサミットの翌日に発表された Digital Omnibus on AI ではこのサミットでの主要な論点のひとつであった法規制の簡素化がまさに提案されるなど、このサミットでの合意が新しい政策となったというよりも、進行中の政策の持つ意味や意図のある側面がこのサミットを通じてより明確になったという性質もあるだろう⁴⁰²。ただし、その後の EU と米国の関係を考えると、ウクライナへの

³⁹⁷ European Commission (2025). State of the Union 2025: Letter of intent, September 5, https://commission.europa.eu/publications/state-union-2025-documents_en

³⁹⁸ 日欧産業協力センター (2022). 「EU のデジタル政策の方向性」 <https://www.eu-japan.eu/sites/default/files/publications/docs/EU-Digital-Policy1.pdf>

³⁹⁹ Élysée (2025) Summit on European Digital Sovereignty Delivers Landmark Commitments for a more competitive and sovereign Europe. November 18, <https://www.elysee.fr/en/emmanuel-macron/2025/11/18/summit-on-european-digital-sovereignty-delivers-landmark-commitments-for-a-more-competitive-and-sovereign-europe>

⁴⁰⁰ 中山裕貴(2025). 「ドイツ・フランス主導で欧州デジタル主権サミット開催、自律戦略を加速」 ビジネス短信 2025.12.01.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/12/09fe8fbfd23fac20.html>

⁴⁰¹ Roos, G. (2025). Integration or deregulation? Europe's split over how to achieve sovereignty, <https://www.chathamhouse.org/2026/02/integration-or-deregulation-europes-split-over-how-achieve-sovereignty>

⁴⁰² Hilberg, S. J. & Contzen, T. (2025). Europe's path to digital sovereignty: Insights and strategies from the EU summit 2025, November 18, <https://www.deloittelegal.de/dl/en/services/legal/perspectives/digitale-souveraenitaet-eu-gipfel-2025.html>

支援やグリーンランドの米国による領有の可能性などの出来事もあり、AI 政策とは遠いイシューの影響によって EU の主権や経済安全保障への関心が高まる可能性はあるように思われる。

1 2. 8. 4. 3. 1. International Digital Strategy

2025 年 6 月に公表された戦略である。他の EU の戦略類の多くは EU 委員会が単独で策定しているのに対し、本戦略は欧州連合外務・安全保障政策上級代表との合同で策定されているという特徴を持つ。

2024 年 4 月 EU 評議会がグローバルなデジタル関連の活動における EU のリーダーシップ強化の重要性を指摘したこと⁴⁰³ を受けて用意された戦略になっている。

主要目標として経済・事業上の国際協力を通じた EU の競争力強化、EU とパートナーの安全保障強化、パートナーと共同でのグローバルなデジタルガバナンスと標準への影響力行使を掲げている⁴⁰⁴。

AI に関連した具体的な活動として、上述の AI Continent Action Plan に言及し域外からの投資を促進したい考えが述べられている他、Choose Europe を通じた人材確保、AI フォクトリーの域外展開の可能性などにも言及している。AI 関連の国際的活動として、AI セーフティーインスティテュート間の協力を EU AI Office も今後関与する意向であること、OECD の Global Partnership on AI に引き続き参加すること、G7, G20 の場での議論に参加すること（ここには Hiroshima AI Process と Hiroshima Friends Group での活動が含まれる）、AI の科学利用に関し G7 ガイドラインの策定を模索すること、Horizon Europe を通じた域外パートナーとの研究協力を AI 関連や AI 活用型の研究に関しても支援すること、AI for Public Good イニシアチブを通じて世界中のパートナーと生成 AI を含む AI ソリューションを公益的な目的に活用する支援をすること、Smart Africa が創設した Africa AI Council の活動に協力していくこと、などを述べている。

⁴⁰³ EU Council (2024). Special meeting of the European Council(17 and 18 April 2024):

Conclusions, EUCO 12/24 CO EUR 10 CONCL 3, April 18,

<https://www.consilium.europa.eu/media/m5jlwe0p/euco-conclusions-20240417-18-en.pdf>

⁴⁰⁴ European Commission & High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy (2025). Joint Communication on an International Digital Strategy for the EU, June 05,

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/joint-communication-international-digital-strategy-eu>

1 2 . 8 . 4 . 3 . 2 . AI Opportunity Action Plan (英国) ⁴⁰⁵

25 年 1 月に公表された勸告・計画である。科学・イノベーション・技術省から英国議会へ提出された。

開発環境整備、幅広い利用促進（政府利用の戦略的推進を含む）、先端的企業支援という 3 つの主目標を掲げている。環境整備面では計算資源などのインフラ、データ整備、人材育成、法制度整備が挙げられている。先端的企業支援では「UK ソブリン AI」と称する新チームを創設し、技術動向を先読みしつつ英国内の AI 企業の国際競争力強化支援を行うとしている。2020 年代末までに先端的 AI の有力企業を国内に育成することが経済安全保障上重要との認識に基づく。また、当面は AI は激しい進展が続くため、過少投資、過少準備のリスクが高いとの見解も述べている。

1 2 . 8 . 5 . 中国

1 2 . 8 . 5 . 1 . Global AI Governance Action Plan⁴⁰⁶

2025 年 7 月に中国政府（外交部）から公表された AI に関する包括的な政策骨子。中国政府が主催した World Artificial Intelligence Conference and High-Level Meeting on Global AI Governance によるものとされる。

会議の席上、李強國務院総理は政府や国際機関、市民セクターなどを含む幅広い参加・協力を呼び掛けた⁴⁰⁷。

開発推進、利用促進、計算資源やデータ、人材、法制度、といった AI をめぐる主要な政策を推進すること、Global Digital Compact の実現に向けて協力することなどを定めている。オープンな協力、グローバルサウスを含めた幅広い国が恩恵を受けることなどを重視する方向になっている。包摂的なマルチステークホルダーによるガバナンスの構築もうた

⁴⁰⁵ Department for Science, Innovation and Technology (2025). AI Opportunities Action Plan, January 13, <https://www.gov.uk/government/publications/ai-opportunities-action-plan>

⁴⁰⁶ 中華人民共和國外交部(2025). Global AI Governance Action Plan, July 26, https://www.mfa.gov.cn/eng/xw/zyxw/202507/t20250729_11679232.html

⁴⁰⁷ Goh, B. (2025). China proposes new global AI cooperation organisation, Reuters, July 26, <https://www.reuters.com/world/china/china-proposes-new-global-ai-cooperation-organisation-2025-07-26/>

っており、中国政府はグローバルな AI 協力組織（世界人工知能協力組織）の設立を提案している⁴⁰⁸。

12.8.5.2. 人工知能+（プラス）イニシアチブ

2025年8月に国務院より詳細なガイドラインが公表された、中国における AI 利用推進策である。

元々は2024年3月に政府から議会へ提出された報告書で概要が発表されたもので⁴⁰⁹、産業・消費・学術研究などの諸領域に AI 利用を浸透させることを目標としている⁴¹⁰。

2027年までに6つの領域（研究開発、産業、消費、福祉、ガバナンス、国際協力）での AI エージェントや新世代高知能端末の利用率を70%に、2030年までに全ての領域で AI エージェントや次世代スマート端末の利用率を90%にすることが目標とされた⁴¹¹ ⁴¹²。

12.8.6. 韓国

12.8.6.1. AI 基本法⁴¹³

2024年12月に成立した包括的 AI 法である。2026年1月施行。

人工知能（AI）の発展と信頼基盤の構築に関する基本法がより長い名称であり、信頼性確保のための規制と、AI 推進のための諸政策とを共に包含するものとなっている。EU の

⁴⁰⁸ 佐川将平(2025). 「2025 世界 AI 大会、世界人工知能協力組織の設立を提唱」ビジネス短信 2025.08.07. <https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/08/438061d91857c62c.html>

⁴⁰⁹ 中華人民共和国国務院 (2024). Highlights of Chinese government work report, March 05, https://english.www.gov.cn/news/202403/05/content_WS65e6742bc6d0868f4e8e4a2d.html

⁴¹⁰ Global Times (2024) China to launch AI Plus initiative: Government Work Report, March 05, <https://www.globaltimes.cn/page/202403/1308210.shtml>

⁴¹¹ 中華人民共和国国務院 (2025).China issues guideline to accelerate 'AI Plus' integration across key sectors, August 27, https://english.www.gov.cn/policies/latestreleases/202508/27/content_WS68ae7976c6d0868f4e8f51a0.html

⁴¹² 蔣春霞(2025). 「中国、『AI プラス』行動の徹底に関する意見発表、6 重点分野で実施強化」ビジネス短信. 2025.09.03.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/09/8431c1ceb01ef8e8.html>

⁴¹³ 藤原 夏人(2025). 「韓国における AI 基本法の制定」外国の立法 304 (2025. 6) 41-69, <https://doi.org/10.11501/14349791>

AI 法にしばしば比較されるが、EU は規制のための法律という性質が非常に強く、推進策は EU 委員会の他の政策などに任せている点、より幅広いと言えるように思われる。

推進関連の政策としては開発、スタートアップ支援、海外進出支援、標準化、データ整備、利用促進、産業集積地形成、人材育成、中小企業支援などが盛り込まれている⁴¹⁴。⁴¹⁵。関連する政府機関などの設置も複数盛り込まれているほか、AI 基本計画の3年ごとの策定を科学技術情報通信部長官が担うことなども定められている。

大規模 AI システムを開発する事業者には、リスク評価実施・リスク管理システム構築を義務付けている。この大規模 AI システムは施行令で定められるものだが米国が先端 AI として指定した 10^{26} FLOPS の基準が採用されている⁴¹⁶。

影響力の大きい AI 利用については人間による監視を義務付けている。影響力の大きい利用として原子力安全、ヘルスケア、雇用審査、信用評価などへの利用がある。

製品やサービスが生成 AI を利用している場合にはそれを開示し、生成物が混同される恐れがある場合には AI 生成物であることを明示する義務を課している。

影響力の大ききの判断基準が明確ではないことから、適用範囲が曖昧との指摘・批判がある⁴¹⁷。

AI 生成物であることの明示義務などについては施行令・告示に具体的な規則を委ねる形になっているが、それについても批判がある⁴¹⁸。運用のための明確化・具体化については

⁴¹⁴ 藤原 夏人(2025).「韓国における AI 基本法の制定」外国の立法 304 (2025. 6) 41-69, <https://doi.org/10.11501/14349791>

⁴¹⁵ 橋本泰成(2025)「韓国国会で『AI 基本法』が議決」ビジネス短信 2025.01.08. <https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/01/2b80afa6e6a311b2.html>

⁴¹⁶ Umeda, S. (2026). South Korea: Comprehensive AI Legal Framework Takes Effect, Global Legal Monitor, February 20, <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2026-02-20/south-korea-comprehensive-ai-legal-framework-takes-effect/>

⁴¹⁷ 金康漢(2026)「韓国できょうから世界初の AI 規制施行…業界混乱、逆差別への懸念も」chosun online, 2026.01.22. https://www.chosunonline.com/site/data/html_dir/2026/01/22/2026012280057.html

⁴¹⁸ 聯合ニュース(2026).「韓国で世界初の AI 基本法施行 産業振興と規制の両立目指す = 業界から懸念の声も」, 2026.01.22. <https://jp.yna.co.kr/view/AJP20260122000800882>

科学技術情報通信部が主導し、マルチステークホルダー型のタスクフォースを立ち上げる、ドラフトをパブリックコメントにかけるなどして進めた⁴¹⁹ ⁴²⁰。

全体の分量が多いこともあり、中小企業やスタートアップが対応に苦慮しているとの指摘もある⁴²¹ ⁴²²。

法制化を急いだことを批判する向きもあるが、AI 推進のためにやや急いだ形での法制化をした旨のコメントが当時 19 本存在した法案の一本化などに関わった者からも出ている。もっとも、2020 年頃から多くの法案について議論を行い、規制的な側面が弱すぎるとの指摘を受けて法制化を一旦断念して 2024 年 5 月からの新規国会で再度議論が始まったという経緯もある⁴²³。

12. 8. 6. 2. 新政府の経済成長戦略

2025 年 8 月に公表された政府の戦略。

AI に関して「三大強国」を目指すとされている。

AI に関する重点分野として産業関連では人型ロボット、自動車、船舶、家電、ドローン、製造業の工場、半導体が挙げられ、海外人材の誘致も含めた人材確保も課題として掲げられている。インフラ関連ではデータ開放を挙げている。また、農業やバイオ領域での AI 活用促進のための拠点形成なども戦略の中には含まれている⁴²⁴。

⁴¹⁹ Kim & Chang (2025). Enactment of AI Basic Act and launch of Lower Statute Alignment Bureau

2025.05.14. <https://www.kimchang.com/en/insights/detail.kc?idx=31868>

⁴²⁰ Kim & Chang (2026). Recent developments in AI Basic Act, 2026.01.21.

<https://www.kimchang.com/en/insights/detail.kc?idx=33805>

⁴²¹ 金康漢(2026)「韓国できょうから世界初の AI 規制施行…業界混乱、逆差別への懸念も」 chosun online, 2026.01.22.

https://www.chosunonline.com/site/data/html_dir/2026/01/22/2026012280057.html

⁴²² 聯合ニュース(2026). 「韓国で世界初の AI 基本法施行 産業振興と規制の両立目指す = 業界から懸念の声も」, 2026.01.22. <https://jp.yna.co.kr/view/AJP20260122000800882>

⁴²³ 藤原 夏人(2025). 「韓国における AI 基本法の制定」 外国の立法 304 (2025. 6) 41-69, <https://doi.org/10.11501/14349791>

⁴²⁴ 李海昌(2025)「韓国政府、『AI3 大強国』『潜在成長率 3%』などを目指す経済成長戦略を発表」 ビジネス短信 2025.08.27.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/08/18645563fc355398.html>

関連する戦略目標として、自国の半導体産業を世界の「2強」に引きあげることが2025年12月に産業通商部より公表された戦略で設定されている⁴²⁵。

12. 8. 7. 国際機関等

12. 8. 7. 1. 人類のための AI 統治報告書（国連）⁴²⁶

2024年9月に公表された報告書。

2023年10月に組織された High-level Advisory Body on Artificial Intelligence によって作成されている。内容は多岐に渡っているが、様々な AI ガバナンスの国際フォーラムへの参加度には苦によってばらつきがあり、特に途上国の参加が乏しい点を指摘している。また、ガバナンスに関するフォーラムの間の協調がとられていないことや、標準化団体・キャパシティビルディングの取り組み、国際的な研究の取り組みなどの協調がとられていない、といった協調の不足があるため、ガバナンスの分断や、互換性の欠如、非効率が生まれるリスクがあり、グローバルなレベルでの協調が有益な場合があると指摘している。

同じ月に国連総会で採択されたグローバル・デジタル・コンパクトにも盛り込まれ、実現することになった AI に関する独立国際科学パネルと AI ガバナンスに関するグローバル・ダイアログの2つの仕組みはこの報告書にも勧告として盛り込まれている。ただし、独立国際科学パネルはその後実現したものに比べやや広い役割を担うものとして提案されている。

他に標準、データ、キャパシティビルディングなどについても協調やネットワーキングを強化する提案をしているほか、途上国支援の基金、国連事務総長に報告する AI 室の設置などについても勧告がされている。

12. 8. 7. 2. グローバル・デジタル・コンパクト（国連）⁴²⁷

2024年9月に採択された宣言「未来のための協定」の一部をなすもので、AI ガバナンスについての枠組みを含んでいる。

⁴²⁵ 橋爪直輝(2025). 「韓国政府、半導体世界2強に向けて『AI時代の半導体産業戦略』を発表」ビジネス短信 2025.12.22.

<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/12/b1a92f72a1a3c2af.html>

⁴²⁶ UN High-level Advisory Body on Artificial Intelligence(2025). Governing AI for Humanity, September 2024,

https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/governing_ai_for_humanity_final_report_en.pdf

⁴²⁷ Resolution adopted by the General Assembly on 22 September 2024: The Pact for the Future, A/RES/79/1, <https://docs.un.org/a/res/79/1>

人類の利益のために AI の国際的なガバナンスを強化することがうたわれている。より具体的にはリスクベースのアプローチが必要であること、発展途上国を含めたすべての国の平等な参加や全てのステークホルダーの意味ある参加が重要であること、などの認識を示している。

独立国際科学パネル、AI ガバナンスに関するグローバル・ダイアログ、AI の互換性確保のための標準、などがガバナンスの制度やツールとして挙げられている。また、オープンデータの推進についても盛り込まれている。

協定は全体としては SGD の推進、平和、人権など、未来世代のために取り組むべき課題を扱うものになっている⁴²⁸。

デジタル公共財についての記述があり、オープンな AI モデルを含め、デジタル公共財は社会と個人の開発上のニーズを満たすことや協力・投資を促すことに有効だという見解が盛り込まれている。その認識に立って、2030 年までにマルチステークホルダーの協力を通じてオープンな AI モデルを含むデジタル公共財を開発・配布・維持すること、オープン標準の採用や相互運用性確保を推進してシステムやプラットフォームの違いを超えてこうしたデジタル公共財が利用しやすくすること、デジタル公共財の開発に投資すること、などをコミットメントの内に掲げている。

AI 生成物の判別可能性を担保するためのラベル付与や電子透かし導入など、AI 生成物の流通によってもたらされる可能性があるリスクの抑制策の推進も盛り込まれている。

元々は 2021 年 9 月に事務省庁が発案して議論が重ねられてきたものである⁴²⁹。

⁴²⁸ 国連広報センター「国連、グローバル・ガバナンスを変革するための画期的な『未来のための協定』を採択」、2024.10.01. https://www.unic.or.jp/news_press/info/50928/

⁴²⁹ 飯田陽一(2025)。「AI を含むデジタル分野のガバナンス議論の状況」2025 年 11 月 IGF 勉強会, <https://www.nic.ad.jp/ja/materials/igf/20251104-2/8th-iida.pdf>

12.8.7.3. 独立国際科学パネル⁴³⁰、AI ガバナンスに関するグローバル・ダイアログ（国連）⁴³¹

2025年8月の国連総会で設置が決定された2つの枠組み⁴³² ⁴³³。グローバル・デジタル・コンパクトで具体的に挙げられていたものである。2025年9月には後者の立ち上げに関する非公式会合が開催されている⁴³⁴。AIのもたらす恩恵の平等性の確保やキャパシティビルディングなど、現状の不公平さの是正を求める声が多かったとの報道がある⁴³⁵。初会合は2026年7月にジュネーブで開催され、第2回会合は27年5月にニューヨークで開催される予定となっている⁴³⁶。

独立国際科学パネルは、エビデンスに基づく年次報告書を作成し、AI ガバナンスに課するグローバル・ダイアログの場で発表する役割を負っている。この報告書で扱うのはAIのもたらす機会、リスク、インパクトとされている⁴³⁷。

⁴³⁰ Independent International Scientific Panel on AI,
<https://www.un.org/independent-international-scientific-panel-ai/en>

⁴³¹ Global Dialogue on AI Governance,
<https://www.un.org/global-dialogue-ai-governance/en>

⁴³² Resolution adopted by the General Assembly on 26 August 2025: Terms of reference and modalities for the establishment and functioning of the Independent International Scientific Panel on Artificial Intelligence and the Global Dialogue on Artificial Intelligence Governance,
<https://docs.un.org/A/RES/79/325>

⁴³³ 山田恭之(2025).「国連、AI ガバナンスに関する協力促進に向け新たな枠組み設置」
ビジネス短信 2025.09.03.
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/09/a2770442ea926467.html>

⁴³⁴ 外務省(2025).「赤堀外務審議官の『AI ガバナンスに関するグローバル・ダイアログ立ち上げのためのハイレベル・マルチ・ステークホルダー非公式会合』出席（第80回国連総会ハイレベルウィーク関連行事）」2025.09.26.
https://www.mofa.go.jp/mofaj/dns/isc/pagew_000001_01987.html

⁴³⁵ Chow, A. R., (2025). The UN's AI warnings grow louder, September 26,
<https://time.com/7320747/un-ai-2025/>

⁴³⁶ United Nations (undated) Timeline, <https://www.un.org/global-dialogue-ai-governance/en/timeline>

⁴³⁷ United Nations (undated) FAQ, <https://www.un.org/independent-international-scientific-panel-ai/en/faq>

12.8.7.4. 人々と地球のための包摂的でサステナブルな AI 宣言 (AI アクション・サミット)⁴³⁸

2025年2月にパリで開催された AI アクションサミットで採択された共同宣言である。

共同宣言は AI の人間中心性、透明性、安全性、信頼性などを重視するもので米英両国は署名していないが、60 カ国が署名している⁴³⁹。

米国の第二次トランプ政権から出席したヴァンス副大統領が AI への規制を批判⁴⁴⁰、イノベーションや経済成長の可能性を重視する発言をし、共同声明にも署名を拒否している。

12.8.7.5. 広島 AI プロセス報告枠組み (Hiroshima AI Process Reporting Framework) (G7)

2025年2月に公表された、企業などが行動規範の遵守状況を開示するためのフレームワーク。

公表は上記の AI アクションサミットで行われた。

広島 AI プロセスは 2023 年 G7 の広島会合にて採択された AI ガバナンスに関するプロセス⁴⁴¹。このプロセスは AI ガバナンスに関するフォーラムであり、AI のもたらす機会とリスクについての透明性を後押しするという方向性があった。

⁴³⁸ Élysée (2025). Statement on Inclusive and Sustainable Artificial Intelligence for People and the Planet, February 11,
<https://www.elysee.fr/en/emmanuel-macron/2025/02/11/statement-on-inclusive-and-sustainable-artificial-intelligence-for-people-and-the-planet>

⁴³⁹ BBC News Japan(2025). AI アクションサミット、英米は共同声明に署名せず, February.12.
<https://www.bbc.com/japanese/articles/czx8ze7lx9no>

⁴⁴⁰ 山崎あき(2025)「AI アクションサミット、安全で持続可能な AI 普及に向けた行動宣言採択」ビジネス短信 2025.02.14
<https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/02/512b48c2998c0b6b.html>

⁴⁴¹ G7 Leaders' Statement on the Hiroshima AI Process, October 30, 2023,
https://www.soumu.go.jp/hiroshimaaiprocess/pdf/document05_en.pdf

ここで採用した行動規範⁴⁴² は高度 AI の開発者に対するもので、これを 2024 年 G7 の議長国であるイタリア政府、OECD などが協力して具体化している⁴⁴³。

フレームワークは広島 AI プロセスの行動規範に掲げられている 11 の項目についてのストレートな質問ではなく、7 分野の 39 問の質問から構成されている。回答は自由記述式になっている。

OECD は G7 と様々なコラボレーションをしているが、本件に関しては広島 AI プロセスの発足にあたってはコラボレーションのパートナーとして挙げられる団体の一つである⁴⁴⁴、G7 での合意を受けて開催された広島 AI プロセス G7 デジタル・技術大臣会合の共同声明⁴⁴⁵ でもキーとなる報告書を提供している、イタリアを議長国とする 2024 年の産業・技術・デジタル大臣会合の共同声明⁴⁴⁶ においても広島 AI プロセスの行動規範関連推進にあたってのコラボレーションのパートナーのひとつとして挙げられる、など密接な関係を持ってきている。(AI 領域におけるコラボレーションは他にも存在する⁴⁴⁷。) なお G7 の AI 領域におけるイニシアチブであった Global Partnership on AI (GPAI) が 24 年 7 月に OECD と合流している⁴⁴⁸。

⁴⁴² Hiroshima Process International Code of Conduct for Organizations Developing Advanced AI Systems, October 30, 2023, <https://www.mofa.go.jp/files/100573473.pdf>

⁴⁴³ Overview of the OECD Pilot of the Hiroshima Artificial Intelligence Process Reporting Framework Summary of the G7 Italian Presidency, October 15, 2024, <https://www.g7italy.it/wp-content/uploads/1728987712-final-overview-of-the-oecd-pilot-of-the-haip-reporting-framework.pdf>

⁴⁴⁴ G7 Leaders' Statement on the Hiroshima AI Process, October 30, 2023, https://www.soumu.go.jp/hiroshimaaiprocess/pdf/document05_en.pdf

⁴⁴⁵ Hiroshima AI Process G7 Digital & Tech Ministers' Statement, December 1, 2023, https://www.soumu.go.jp/hiroshimaaiprocess/pdf/document02_en.pdf

⁴⁴⁶ Ministerial Declaration, G7 Industry, Technology and Digital Ministerial Meeting, Verona and Toronto, 14-15 March 2024, <https://www.g7italy.it/wp-content/uploads/G7-Industry-Tech-and-Digital-Ministerial-Declaration-Annexes-1.pdf>

⁴⁴⁷ 飯田陽一(2025). 「AI を含むデジタル分野のガバナンス議論の状況」, 2025 年 11 月 IGF 勉強会資料, <https://www.nic.ad.jp/ja/materials/igf/20251104-2/8th-iida.pdf>

⁴⁴⁸ OECD (2024). GPAI and OECD unite to advance coordinated international efforts for trustworthy AI, July 3, <https://www.oecd.org/en/about/news/speech-statements/2024/07/GPAI-and-OECD-unite-to-advance-coordinated-international-efforts-for-trustworthy-AI.html>

この報告枠組みは、2025年2月（枠組み発表と同月）に東京で開催された広島 AI プロセスフレンズグループの第一回対面会合においても言及されている。（このフレンズグループは G7 以外の多様な国が AI ガバナンスの検討に参加する自主的な枠組みである。）フレンズグループの参加国の企業からも、この報告枠組みへの参加が起こることへの期待が表明されている⁴⁴⁹。

12. 8. 7. 6. 繁栄のための AI に関する G7 首脳共同声明

2025年6月に採択された共同声明。

カナダを議長国とする G7 会合の成果として採択された AI をめぐる共同声明。同会合では全体を包括するようなコミュニケの採択はされなかった⁴⁵⁰。

公共部門の AI 利用を推進するための制度 G7 GovAI Grand Challenge や中小零細企業の AI 利用支援策を推進する G7 AI 普及ロードマップ（G7 AI Adoption Roadmap）をローンチすることが述べられている。

前年のイタリアを議長国とする G7 関係閣僚会合（産業・技術・デジタル大臣会合、2024年3月⁴⁵¹）への報告資料として OECD とユネスコによってとりまとめられた公共部門の AI 採用推進のためのツールキット⁴⁵² が公表されている。また、10月に開催された産業・技術イノベーション大臣第二回会合の議論の成果として、中小・零細企業の AI 採用・開発を阻害する要因についての報告書⁴⁵³ がとりまとめられている。2025年の G7 ではこ

⁴⁴⁹ National Institute of Information and Communications Technology (2025). Closing keynote speech at the Hiroshima AI Process Friends Group meeting, 2025.02.27-28, https://www2.nict.go.jp/gpai-tokyo-esc/news/20250227_01/en/

⁴⁵⁰ 井口まゆ子(2025). 「G7 首脳、重要鉱物・AI・量子技術など 6 分野で共同声明を採択」ビジネス短信 2025.06.23. <https://www.jetro.go.jp/biznews/2025/06/2769e40c4b0d52d5.html>

⁴⁵¹ デジタル庁(2024). 「G7 産業・技術・デジタル大臣会合の開催結果」2024.03.26. <https://www.digital.go.jp/news/fb5e5973-1eb0-43c8-90c1-543533b2d496>

⁴⁵² OECD & UNESCO (2024). G7 Toolkit for Artificial Intelligence in the Public Sector, <https://www.g7italy.it/wp-content/uploads/1728922597-g7-toolkit-for-ai-in-the-public-sector.pdf>

⁴⁵³ Spallone, R. & Bandiera, M. (2024). G7 Report on Driving Factors and Challenges of AI Adoption and Development among Companies, especially Micro and Small Enterprises, https://www.g7italy.it/wp-content/uploads/FINAL_REPORT_AI_MSMEs_Ministerial_10_Oct_2024.pdf

れを発展させた形である。首脳会議後の関係大臣会議（2025年12月）では⁴⁵⁴、中小・零細企業のAI実装のツールキット⁴⁵⁵も作成・公開されている。

12.8.7.7. 人工知能と人権、民主主義及び法の支配に関する欧州評議会枠組条約（欧州評議会）⁴⁵⁶

2024年5月、欧州評議会閣僚委員会において採択された国際条約。9月から署名受付が始まった。日本は2025年2月に署名している。

タイトルの通り人権、民主主義、法の支配を重視するものであり、重視する原則には人間の尊厳と個の自律、透明性と監督、責任、平等、プライバシー、信頼性、イノベーションの安全性などの価値を重視している。

人権保護については侵害があった場合の申立てなど救済の制度を設けることが求められる。ただし、各国の国際的義務と・国内法との整合的な範囲で、という限定がついている。

人権・民主主義・法の支配に影響を及ぼしうるリスクの特定・アセスメント・防止・緩和の措置をとることが求められる。

12.9. 活用事例

12.9.1. 範囲

本節では、多様なセクター、場面におけるAI利用の事例を紹介する。

事例の紹介にあたっては、具体的な利用者名が特定されており、かつ、何らかの効果について言及があるものを対象にした。効果には測定しにくいものもあるが、幅広い利用や継続的な利用などもこの中に含めた。AIを導入する企業が導入のために投資すること自体も広く解釈すればそのAI利用に価値があることの認識を示唆しているとも考えることもできるが、これは含めなかった。

⁴⁵⁴ 総務省(2025). 「G7 産業・デジタル・技術大臣会合の開催結果」 2025.12.10.

https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01tsushin06_02000332.html

⁴⁵⁵ <https://ised-isde.canada.ca/site/ised/en/toolkit-small-and-medium-sized-enterprises-smes-deploying-artificial-intelligence-ai>

⁴⁵⁶ Council of Europe (undated) <https://www.coe.int/en/web/artificial-intelligence/the-framework-convention-on-artificial-intelligence>

事例ごとに、AI の活用によって得られた効果について具体的に記述するようにした。また、AI 導入に際してのプロセスや組織面での工夫などが目立つ形で述べられている場合には紹介中でそれにも触れるようにした。

個別の事例の他に、既存の利用事例集について本節の末尾にまとめて紹介した。ここでは効果が特に測定・報告されていないものであっても含めることとし、政府資料または学術文献・研究機関の公表する資料に限定した。原則としてこれらの資料で紹介している利用例からは個別事例はピックアップしていない。

12. 9. 2. 概況と動向

大きな動向としては、一般的な事務作業（書類作成、メール文案作成、データ分析、要約など）と社内向けやカスタマーサービス向けにチャットボットを活用する、という利用が幅広く見られた。これらは時間短縮の効果もわかりやすく、投資が正当化しやすい面もあるだろう。同時に、本稿では何らかの効果に言及している事例を収集の対象にしたが、そのような事例として対外的に公表しやすい面もあるだろう。

文字の入力がしづらい作業環境で音声入力を受け付ける、多言語で出入力ができる、といった点がメリットになることもある。画像を入力し文字識別させる利用法も見られた。

ビジネスで活用している例は予想通り大企業のもが多く、ベンダーかユーザー企業、つまり当事者性の高い者による報告になっている。ベンダーの中ではマイクロソフト社が特に多くの事例をその利用効果に言及しつつ報告していた。

効果については受け止め方にやや注意が必要な部分がある。それがよい面だけを取り上げている場合もある、というような比較的わかりやすい注意点もあるが、効果は概ね、事前と事後を比較しているものなので、事前の状態がデジタル化が皆無だったのか、ある程度のデジタル技術を活用していたのかによって「効果」は大きく変動するはずだが、事前の状況がわかりにくい場合もある。また、広汎な DX などに取り組む中での AI 利用のように、AI の効果とそれ以外の取り組みの効果を切り分けることが難しい場合もあるように思われる。また、AI の効果として紹介されているのが非常に具体的だが限定された範囲の効果で、それが「例示」でしかない場合もある。この例示を AI 利用の効果の主要部分だと思えば、AI の効果を過小評価することになるだろう。

情報源は研究機関や報道機関、政府機関に限らず、AI 関連の事業者や利用者自身によるもの（宣伝的な資料）も含めた。宣伝的な資料の中には、他の種類の文献・資料と比べ一面的な説明をしているもの、印象操作の度合いが高いものもあると思われるが、生成 AI の導入を判断するにあたって流通し、参照されている情報のスタンダードは満たしていると想定されるためこのようにした。もうひとつのバイアスとして、このような情報の公開

は、大企業による大規模な予算を伴った生成 AI 利用事例が多くなると思われるため、中小・零細事業者による利用、小規模な予算による利用などは事例として補足しづらい。

12.9.2.1. 農業

12.9.2.1.1. Bayer Crop Science (BCS) (ドイツ/グローバル)

利用者	Bayer Crop Science (BCS) (ドイツ/グローバル)
分野・用途	農業、知識マネジメント
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農学・製品情報をデータとして利用する RAG を構築、AI アシスタントをインターフェースとして用意することで、農場などにおいても簡単に専門的な知識にアクセスできるようにしている。複数の言語で利用できる。 ・ データは自社のレガシーシステムに分散されているもの、農学の資料、製品情報など複数のものを組み合わせている。 ・ 90 日でプロトタイプを構築、1,000 人の従業員に試してもらったところ評判がよかったため、世界中にいる数千人の従業員にこれを展開する予定としている。 ・ 従業員が農場などでアドバイスする際にも活用する。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/22209-bayer-azure-ai-foundry https://www.bayer.com/en/us/news-stories/artificial-intelligence-award

12.9.2.1.2. Dairy Farmers of America (米国/グローバル)

利用者	Dairy Farmers of America (米国/グローバル)
分野・用途	農業、オフィス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客とのコミュニケーション、調査分析、広告など様々な業務への活用のためにオフィス用ソフトと統合されている生成 AI を活用。 ・ 膨大な内部資料の調査分析、顧客対応の際のメモ・記録作成の効率化、などに活用され、最大で月に 20 時間の時間節約を実現。

	<ul style="list-style-type: none"> 社内調査では、利用者の 93%は他の同僚にも勧める、手放したくないツールである、との回答。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/19922-dairy-farmers-of-america-microsoft-365-copilot

12.9.2.1.3. Digital Green (米国／インド、ナイジェリア、ブラジル、他)

利用者	Digital Green (米国／インド、ナイジェリア、ブラジル、他)
分野・用途	農業、営農指導業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> スマホのチャットアプリを開発、各種の営農指導関連の情報を提供。 Digital Green は米国の非営利組織で途上国の農業支援を行っている。 RAG としてコールセンターのデータ、Digital Green 制作の学習用動画の書き起こし、農業情報ライブラリなどを利用 ケニアでは 450 人の農家への調査から 7 割がアドバイスを実行に移した、8 割の人がこの種のサービスを初めて経験した、8 割の人は得た知識を知人にも共有した、などが伺われた。 ただし必ずしも使いやすいものではなかったことなどが別の調査では示唆されている。 一日により多くの問題に対応できるようになったとの営農指導員の声もある。
資料	https://digitalgreen.org/global-impact/ https://openai.com/ja-JP/index/digital-green/ https://arxiv.org/abs/2409.08916

12.9.2.1.4. ITC (インド)

利用者	ITC (インド)
分野・用途	農業、営農支援
概要	<ul style="list-style-type: none"> 11 の言語で営農アドバイスや狭域天気予報を提供。

	<ul style="list-style-type: none"> 音声でのやり取りも可能になっている。 他の様々な機能を持つ ITCMAARS (ITC Metamarket for Advanced Agriculture and Rural Services) というアプリ上で展開しており、200 万人の農業従事者に提供されている。アプリのパイロットテストでは 10~15%の肥料節約と 10~15%収穫増をもたらした。
資料	https://www.microsoft.com/en-us/industry/blog/sustainability/2024/08/08/ai-in-the-fields-copilot-powers-smarter-farming/ https://www.financialexpress.com/policy/economy-farmers-get-an-intelligent-friend-3824427/

1 2 . 9 . 2 . 2 . 一次産業（農業を除く）

1 2 . 9 . 2 . 2 . 1 . 住友商事（日本／グローバル）

利用者	住友商事（日本／グローバル）
分野・用途	林業、商社、一般オフィス業務、財務
概要	<ul style="list-style-type: none"> 従業員 9 千人が AI を利用できるようにしたところ、半年後にアクティブユーザーは全体の 90%に達した。この段階で月に 1 万時間以上の削減、年間約 12 億円の節約になっていると推計している。 一般オフィス業務から投資・財務の分析まで幅広く利用されている。 熱心な利用者に普及促進の手伝いをしてもらい、ポスターを掲示する、利用上の工夫を共有する場を作る、などの工夫をした。
資料	https://www.sumitomocorp.com/en/jp/enrich/contents/0095

1 2 . 9 . 2 . 2 . 2 . UPM

利用者	UPM
分野・用途	林業、法務

概要	<ul style="list-style-type: none"> 現場での判断に使える意思決定やコンプライアンス検証支援用チャットボット。 伐採などの決定をするにあたり法律や認証制度のルールを確認する必要がある場合の支援ツールとして機能する。 同社のフィンランドの従業員数百名が使っている。他国にも展開を予定している。
資料	https://www.upm.com/articles/innovations/25/the-new-ai-frontier-the-digital-transformation-of-forestry/

12.9.2.2.3. Ma'aden (サウジ)

利用者	Ma'aden (サウジ)
分野・用途	鉱業、一般オフィス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> メール文案作成、データ分析、各種文書作成などに AI を利用している。 普及を後押しするためにアーリーアダプターになるであろう層にまずアクセスを提供。経営幹部層には研修も提供した。 第一フェーズでは 2,200 時間の節約効果があったと推計している。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/21514-maaden-microsoft-365-copilot

12.9.2.2.4. eFishery (インドネシア)

利用者	eFishery (インドネシア)
分野・用途	水産業
概要	<ul style="list-style-type: none"> 携帯電話端末から地元の言語で使える生成 AI で、養殖に関する専門的知見を提供、養殖担当者の判断を助ける。独自の専門資料のほか、養殖場の水質などについてのセンサーデータも扱う。

	<ul style="list-style-type: none"> 水質データや疾病の症状を元に AI に質問することでより迅速な対応ができるようになった。これによりエビの疾病や飼育ミスを軽減し、品質安定につなげる。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/21514-maaden-microsoft-365-copilot

12.9.2.3. 製造業

12.9.2.3.1. Eaton 社（アイルランド／グローバル）

利用者	Eaton 社（アイルランド／グローバル）
分野・用途	製造業、試作
概要	<ul style="list-style-type: none"> カスタム制作をする業務の中で他のソリューションと組み合わせて生成 AI を利用。 データは過去の事業の成果など独自のものも活用。 分野横断的なエンジニアリング課題がしばしば存在し、例えば照明器具であれば熱、電気、機械、光、生産に関するエンジニアリングの課題に取り組む際に長い時間がかかりがちであったところ、生成 AI などを利用して膨大なデザイン案の生成・評価を行えるように。 照明器具の場合にはデザインの所要時間を 87%削減、高速ギアの場合は 65%所要時間を削減、熱交換器の重量を 80%削減、などの成果をあげた。 携帯電話端末から地元の言語で使える生成 AI で、養殖に関する専門的知見を提供、養殖担当者の判断を助ける。独自の専門資料のほか、養殖場の水質などについてのセンサーデータも扱う。 水質データや疾病の症状を元に AI に質問することでより迅速な対応ができるようになった。これによりエビの疾病や飼育ミスを軽減し、品質安定につなげる。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/21514-maaden-microsoft-365-copilot

1 2 . 9 . 2 . 3 . 2 . 日立製作所（日本）

利用者	日立製作所（日本）
分野・用途	製造業、ソフトウェア開発
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全社的 AI トランスフォーメーションの一環。 ・ 社内データ活用により、AI を使って 70～90%程度のコード生成が可能であることを確認している。 ・ 特定のフレームワークを利用する場合の開発は元来 78%程度のコードを生成できていたが、生成 AI 活用により最大 99%になった。 ・ 開発業務の生産性が 30%向上したケースもある。 ・ 有志によるナレッジ共有やその体系化も行っている。 ・ 早期の利用者アンケートでは満足度向上（68%）、検索の時間短縮（71%）、コーディングへの集中改善（73%）、イライラ軽減（80%）、反復業務の心理的負担軽減（81%）、タスク処理の迅速化（83%）と高い評価を得た。
資料	https://www.microsoft.com/ja-jp/customers/story/22781-hitachi-github https://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2024/06/0604.html

1 2 . 9 . 2 . 3 . 3 . Bosch（ドイツ）

利用者	Bosch（ドイツ）
分野・用途	製造業、品質検査、システム開発
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産ラインで欠陥品の検査を行うプロセスに AI を活用。 ・ 検査用 AI の学習には、欠陥の判定をするにあたって参考にする画像が必要だったところ、欠陥品を作ってそれを撮影することはしたくないという事情があった。 ・ 100 枚に満たない実際の欠陥品の画像を活用して 15,000 枚の画像を生成。これを AI の学習用に活用した。

	<ul style="list-style-type: none"> この生成 AI 活用により検査用 AI のパイロットテストの期間を 6 カ月程度短縮。 検査プロセスの改善と共に数十万ユーロ規模の生産性向上が実現する見通しとしている。
資料	https://www.bosch.com/stories/ai-image-recognition-production/ https://boschmediaservice.hu/en/press_release/bosch_artificialintelligence_manufacturing_2024-391.html

1 2 . 9 . 2 . 3 . 4 . BMW (ドイツ)

利用者	BMW (ドイツ)
分野・用途	製造業、品質検査
概要	<ul style="list-style-type: none"> 自動車製造の過程で実施する品質検査の改善に生成 AI を活用。 一日 1,400 台ほど生産される自動車のどの部分を検査すべきかについて AI が計画を提示する。 検査結果の記録にも使うスマホアプリと連動しており、記録の際などにボイス入力してテキスト変換させることも可能。 自動車は顧客の指定を反映してそれぞれエンジンの種類や車種や装備が異なっている。AI はこの顧客の注文データやモデル・装備などのデータに加えて、工場のリアルタイム生産工程データも活用している。
資料	https://www.press.bmwgroup.com/global/article/detail/T0449729EN/artificial-intelligence-as-a-quality-booster?language=en

1 2 . 9 . 2 . 3 . 5 . DMG MORI (日本／グローバル)

利用者	DMG MORI (日本／グローバル)
分野・用途	製造業、製造工程改善

概要	<ul style="list-style-type: none"> DMG MORI は工作機械メーカー。 総合的な製造工程のデジタル管理の一環として生産現場の工程計画やリアルタイム管理などに AI を活用。 品質不良を従来の 3 分の 1 に削減。準備コストも 60%削減したと報告している。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/25456-dmg-mori-azure

12.9.2.3.6. パナソニック・コネク

利用者	パナソニック・コネク
分野・用途	製造業・IT、プログラミング業務、一般事務系業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> 幅広く生成 AI を活用している。プログラミング、書類作成、データ分析などが含まれる。 2024 年は月間利用者がほぼ社員の 50%ほどであり、一人当たりの時間節約効果は 28 分、画像利用は 36 分と推計している。 利用方法もプロンプトの文字数が長くなり、尋ねるより依頼する使い方が多くなっており、より効果が上がる利用方法になっていることがうかがえる。
資料	https://news.panasonic.com/jp/press/jn250707-2

12.9.2.3.7. 旭鉄工（日本）

利用者	旭鉄工（日本）
分野・用途	製造業、カイゼン業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> 社内に蓄積されたカイゼンの事例を生成 AI に学習させる。 「工場長」としてふるまう AI が前日の稼働データなどをレビューし、問題点の指摘、カイゼンの提案などを行う。 社長も後押ししての全社的な AI 導入の一環。

資料	https://www.ntt.com/bizon/qbb.html https://japan.zdnet.com/release/31025480/
----	--

12.9.2.3.8. トヨタ自動車

利用者	トヨタ自動車
分野・用途	製造業、製造工程
概要	<ul style="list-style-type: none"> 異なる専門性を組み込んだ複数の AI エージェントを用意、知識の継承、多分野の専門家の協力などを実現し、複雑なエンジニアリング課題への取り組みの質を向上させる。 過去の設計書類、法規制、エンジニアの手書き文書、AI の回答への人間の専門家による評価など多様なデータを使い、RAG で利用。 動力系統に関係する 800 人のエンジニアによる月間数百回の利用がある。
資料	https://news.microsoft.com/ja-jp/features/241120-toyota-is-deploying-ai-agents-to-harness-the-collective-wisdom-of-engineers-and-innovate-faster/?utm_source=chatgpt.com

12.9.2.3.9. Siemens

利用者	Siemens
分野・用途	製造、メンテナンス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイムのデータを活かしつつ AI によってメンテナンスが必要なタイミングを予測するのに生成 AI を活用。 パイロットケース群では不具合発生などによる受動的メンテナンスの時間を 25%節約できているとしている。 製造機器の不測のダウンタイムなどを避け、安定性への要求に応える助けになると位置付けている。

	<ul style="list-style-type: none"> 自分の企業にとっての深刻なペインポイントをとりあげ、その中でも比較的扱いやすい領域をくくりだして AI を導入した。
資料	https://press.siemens.com/global/en/pressrelease/siemens-expands-industrial-copilot-new-generative-ai-powered-maintenance-offering

12.9.2.3.10. Dow

利用者	Dow
分野・用途	製造、ロジスティックス、経理業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> 複数の AI エージェントによってメールの添付 PDF の形で届く請求書を分析、間違った内容、過剰請求などを検出・対処する。 年間 10 万件以上の請求書を添付 PDF で受け取っているため、エラー検知ができれば年間の送料の節約分が数百万ドルになると見込んでいる。
資料	https://www.microsoft.com/en-us/worklab/ai-impact-at-dow-copilot-identifies-millions-in-cost-savings

12.9.2.4. 小売業

12.9.2.4.1. Ingka (スウェーデン/グローバル)

利用者	Ingka (スウェーデン/グローバル)
分野・用途	小売業、コールセンター業務効率化
概要	<ul style="list-style-type: none"> カスタマーサービスに AI チャットボットを導入。 Ingka は IKEA のカスタマーサポートやデジタル面の業務を担う企業。 2021~23 年に問い合わせの 47%を解決 (約 320 万件分。コスト換算すると約 1,300 万ユーロの削減になる)。 8,500 名のコールセンタースタッフをリスキリング、リモートインテリアデザインやデジタル小売、関係構築などのスキ

	ルと共により高付加価値な相談業務に集中できるようにした。
資料	https://www.ingka.com/newsroom/ai-and-remote-selling-bring-ikea-design-expertise-to-the-many/ https://assets.site.ingka.com/ingka-com/reports/Ingka-Group-Annual-Summary-and-Sustainability-Report-FY23-1.pdf

12.9.2.4.2. アトレ（日本）

利用者	アトレ（日本）
分野・用途	小売、人事業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> AI メンターを導入。業務効率化だけでなく、社員の成長を促すような機能を AI に持たせている。 1 カ月以内の利用率はパートなどを含め全社員の 80%を超える。 AI の活用習熟度をレベル分け、ゲーミフィケーション要素をとりいれて学習を後押ししている。 AI のカスタマイズワークショップや AI 活用アイデアの考案イベントなどを開催。
資料	https://www.atpress.ne.jp/news/439489

12.9.2.4.3. パルコ

利用者	パルコ
分野・用途	小売、広告
概要	<ul style="list-style-type: none"> 広告キャンペーンを生成 AI のみで制作。 在米クリエイターを起用。 デジタルメディア協会（略称 AMD）主催「デジタル・コンテンツ・オブ・ジ・イヤー'23/第 29 回 AMD Award」で、年間コンテンツ賞「優秀賞」を受賞。

資料	https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000002679.000003639.html https://www.parco.co.jp/blog/detail/?id=678
----	--

12.9.2.5. 食品・一般消費財

12.9.2.5.1. 江崎グリコ（日本）

利用者	江崎グリコ（日本）
分野・用途	食品加工、一般オフィス業務（社内問い合わせ対応）
概要	<ul style="list-style-type: none"> 社内問い合わせへの回答をデータ化、RAGとしてAIチャットボットを利用。 システム部門では年間1万3000件規模の問い合わせを30%以上削減。
資料	https://blog-ja.allganize.ai/casestudy_glico/

12.9.2.5.2. Unilever（米国／グローバル）

利用者	Unilever（米国／グローバル）
分野・用途	一般消費財、広告
概要	<ul style="list-style-type: none"> 広告宣伝用のコンテンツ制作に生成AIを利用、非常に迅速な制作ができた。 そのため、インド、インドネシア、ベトナム、フィリピンに同時にコンテンツをリリースすることもできた、などキャンペーン展開上の新しい選択肢を手にした。 制作期間は最大で30%程度短縮できた。そのため、動画の視聴完了率、クリック率などが従来の2倍強になった（その時々々の国や地域のトレンドに即応したコンテンツの制作などもしやすい、異なるコンテンツへの反応の差を見ながら次のコンテンツの制作に反映させる、などもしやすいため）。
資料	https://www.unilever.com/news/news-search/2025/how-ai-is-helping-drive-desire-at-scale-across-unilever/

1 2 . 9 . 2 . 6 . 医療**1 2 . 9 . 2 . 6 . 1 . NHS (英国)**

利用者	NHS (英国)
分野・用途	医療、一般オフィス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3万人の従業員が参加する実証実験を行った。 ・ 一人一日 43 分の時間節約となった。 ・ 時間の節約ができる業務の例としてミーティングのメモ作成、複雑なメールのやりとりの要約作成、などを挙げている。
資料	https://www.gov.uk/government/news/major-nhs-ai-trial-delivers-unprecedented-time-and-cost-savings

1 2 . 9 . 2 . 6 . 2 . Sayvant (米国)

利用者	Sayvant (米国)
分野・用途	救急医療、事務処理
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 救急患者対応の際の書類作成を 10 分から 90 秒に短縮。典型的な急患臨床医は勤務時間の 20%を費やす業務なのでインパクトが大きい。 ・ 患者に合わせた退院時の指示を 30 の言語で作成できる。 ・ 退院時の待ち時間を 40%削減。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/23516-sayvant-azure-open-ai-service

1 2 . 9 . 2 . 6 . 3 . Syneos Health

利用者	Syneos Health
分野・用途	医療
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ AI を活用して治験の実施拠点の選定時間を大幅に短縮するなどし、拠点立ち上げにかかる期間を 10%以上短縮。

資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/22558-syneos-health-azure-open-ai-service
----	---

12.9.2.6.4. モデルナ (米国)

利用者	モデルナ (米国)
分野・用途	創薬、事務手続き、法務
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全社的に AI チャットアプリを導入。トレーニングや社内文化の変革も併せて実施した。これはプロンプトコンテスト、社内フォーラムを通じた知識共有などを含む。後に高度なバージョンに切り替えている。 ・ 社内の様々な現場・業務の利用者がカスタマイズした AI が導入から 2 カ月以内に 750 件、アクティブユーザーの 40% が AI をカスタマイズ。ユーザー一人当たりの平均会話数は週 120 回。 ・ 臨床試験の設計にあたって先行研究の参照、データ分析や図表作成などに活用する生成 AI も開発・検証を続けている。 ・ 法務では契約書の要約、社内ポリシーについての質問への回答作成などにカスタマイズした AI を活用している。
資料	https://openai.com/ja-JP/index/moderna/

12.9.2.7. 金融

12.9.2.7.1. Farm Credit Cnaa (カナダ)

利用者	Farm Credit Cnaa (カナダ)
分野・用途	金融、オフィス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ Farm Credit Canada は食品・農業分野の融資機関。 ・ 300 人の従業員の生産性向上のためにオフィス用ソフトと統合されている生成 AI を活用。後に 1,000 人までアクセスを拡大。

	<ul style="list-style-type: none"> 78%の従業員が利用しており、35%の利用者は週に 30-60 分の時間節約を報告している。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/18887-farm-credit-canada-microsoft-365-copilot

12.9.2.7.2. Klarna (スウェーデン)

利用者	Klarna (スウェーデン)
分野・用途	金融 (決済)、カスタマーサービス
概要	<ul style="list-style-type: none"> 全社的な導入を行い、従業員 90%は日常的に利用している。部門別にはコミュニケーション (93%)、マーケティング (88%)、法務 (86%) など。 カスタマーサービスのチャット 3 分の 2 程度 (約 230 万件) は AI のみで対応が完了している。顧客満足度では人間と同等であった。23 カ国、35 言語で展開している。 問い合わせへの回答精度が高く、反復的な問い合わせ件数は 25%t 現象している。 24 年度は 4000 万ドルの利益改善を見込んでいる。 フルタイムの担当者 700 人分程度の業務処理量になっている。 オンラインショッピング用のプラグインも開発、一般消費者に提供している。
資料	https://www.klarna.com/international/press/ https://openai.com/ja-JP/index/klarna/

12.9.2.7.3. 横浜銀行 (日本)

利用者	横浜銀行 (日本)
分野・用途	金融、書類作成

概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 稟議書作成が主な用途、月に一人 8 時間ほどの節約を見込む。 ・ 6 週間の実証実験後に導入を決定。 ・ 融資審査に活用した場合にはサービス品質向上にもつながると想定している。
資料	<p>https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000560.000046783.html</p> <p>https://jp.newsroom.ibm.com/2024-11-07-Bank-of-Yokohama-PoC-of-loan-approval-documents-using-generative-AI</p> <p>https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUB041JU0U4A101C2000000/</p>

12.9.2.8. 政府・自治体

12.9.2.8.1. 横須賀市（日本）

利用者	横須賀市（日本）
分野・用途	自治体、文書作成など
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全庁的導入。年間で少なくとも 22,700 時間削減との試算もある。残業時間の減少傾向ともおおむね一致する。 ・ 利用者は対象職員の 70%。 ・ 変化を肯定する組織風土があった。外部アドバイザーを迎え、研修やコンテスト、管理職層に訴求するコンテンツ、楽しさをてこに利用を推進する工夫、基本ルール策定など多くの利用推進策を実施している。 ・ 実証実験後のアンケート調査では、仕事の効率性向上を感じた回答者は 8 割超、利用意向のある人は 76%となっていた。
資料	<p>https://www.iais.or.jp/ais_online/online-articles/20250422/202505_01/</p> <p>https://openhub.ntt.com/journal/14933.html</p>

	https://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/0835/nagekomi/20230605_chatgpt2.html
--	---

12.9.2.8.2. 神戸市（日本）

利用者	神戸市（日本）
分野・用途	自治体、一般オフィス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> 2023年5-9月にAIを試験的に導入、要約、企画案作成、翻訳など様々な用途にAIを利用。 最終アンケートでは利用者のほぼ全員が効率向上（とても／まあまあそう思う）を選択。どちらとも言えないは4%、「向上しない」との回答は0だった。
資料	https://www.city.kobe.lg.jp/documents/63928/hokokusho.pdf

12.9.2.9. 観光

12.9.2.9.1. Vernost Tech Ventures（インド／グローバル）

利用者	Vernost Tech Ventures（インド／グローバル）
分野・用途	テクノロジー、観光、カスタマーサービス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> 社内と顧客向けに複数チャットAI群を作成、問い合わせへの対応、パッケージ旅行のレコメンドなどができるようにした。AIエージェント群も導入した。 顧客の予約前の検討段階、ポイント・マイル収集、予約変更、キャンセル処理などに対応。 消費者は少なくとも60%の時間節約ができるようにした。 問い合わせ対応もやり取りの履歴や顧客の関心についての情報が迅速に確認できるようになり、顧客とのやり取りの時間が50%節約できた。 営業チームはこれらの結果、生産性が25%向上した。 他のデータ整備などの取り組みも併せて実施している。

資料	https://aws.amazon.com/solutions/case-studies/vernost-case-study/
----	---

12.9.2.9.2. TUI Group (ドイツ)

利用者	TUI Group (ドイツ)
分野・用途	観光、一般オフィス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> AI アシスタントを従業員が自由に作成、共有できるような内部向けプラットフォームの実証実験をしたところ、400 以上の AI アシスタントが作成され、2,000 人を超えるの従業員に利用されている。 あるブランドのウェブサイト作成にあたり、数時間かかるホテル説明文を 20-30 分で生成でき最大 80%の時間節約になった。
資料	https://www.tuigroup.com/en/newsroom/news/tui-lets-employees-build-their-personal-ai-assistants

12.9.2.9.3. Airbnb

利用者	Airbnb
分野・用途	観光、カスタマーサービス
概要	<ul style="list-style-type: none"> カスタマーサポート（チャット、音声）領域に AI エージェントを導入。北米では AI が 3 分の 1 を処理している。 カスタマーサポートスタッフにコンタクトする必要がある顧客は（AI エージェント導入前と比べて）15%減った。 グローバル展開や、その他の領域（予約など）への展開も視野に入れている。
資料	https://techcrunch.com/2025/05/02/airbnb-is-quietly-rolling-out-an-ai-customer-service-bot-in-the-us/

	https://techcrunch.com/2026/02/13/airbnb-says-a-third-of-its-customer-support-is-now-handled-by-ai-in-the-u-s-and-canada/
--	---

12.9.2.9.4. Unilever Food Solutions (米国／グローバル)

利用者	Unilever Food Solutions (米国／グローバル)
分野・用途	外食、調理
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社で抱えるシェフのレシピと、食に関するトレンド調査データを利用し、様々な条件に応じたレシピ・調理・食材案をアドバイスする AI を構築。 ・ 96%の満足度と 30%の反復利用率を達成している。
資料	https://www.unilever.com/news/news-search/2025/how-ai-is-helping-drive-desire-at-scale-across-unilever/

12.9.2.9.5. 京阪ホールディングス (日本)

利用者	京阪ホールディングス (日本)
分野・用途	交通、観光、顧客対応業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅員が駅に不在の時間、多様化する電話での質問への対応に生成 AI と機械学習型の AI チャットボット両方を導入。 ・ 生成 AI は公式ウェブサイトや登録済み文書を使った RAG で FAQ を生成する。外国語（英中韓）にも対応する。 ・ 多言語 FAQ の更新・管理コスト低減などができたとしている。また、人員不足を軽減できたことで電話問い合わせの電話放棄率（電話の待機時間中に顧客が電話切ってしまうこと）が半減している。これは顧客満足度への貢献になっている。
資料	https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000126.000025663.html https://dcross.impress.co.jp/docs/usecase/004233.html https://dcross.impress.co.jp/docs/usecase/004233.html

12.9.2.10. エネルギー**12.9.2.10.1. JERA**

利用者	JERA
分野・用途	発電、エネルギー
概要	<ul style="list-style-type: none"> 社内用 AI エージェントを 3,000 人が利用。 90%の時間節約を実現したケースもある。
資料	https://www.microsoft.com/en-us/industry/blog/energy-and-resources/2025/03/04/microsoft-ai-powers-a-new-energy-future/ https://www.microsoft.com/ja-jp/customers/story/1767272863355152988-jera-azure-open-ai-service-energy-ja-japan

12.9.2.10.2. HELLEniQ Energy (ギリシャ/欧州)

利用者	HELLEniQ Energy (ギリシャ/欧州)
分野・用途	エネルギー、一般オフィス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の約 70%は生産性向上を報告した。 メール処理時間を 64%節約、欠席したミーティング内容の確認は従来の四分の一の時間でできるようになっていた。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/24670-helleniq-energy-microsoft-365-copilot

12.9.2.10.3. BKW (スイス)

利用者	BKW (スイス)
分野・用途	エネルギー、インフラ、広報業務、一般オフィス業務

概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 初期に実証の対象としたのは広報部門のメディア問い合わせ対応の改善で、AI の利用により 50%高速化し、質も明らかに向上した。
資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/24329-bkw-fmb-energie-ag-azure-ai-foundry

12.9.2.11. 教育

12.9.2.11.1. Newark Public Schools (米国)

利用者	Newark Public Schools (米国)
分野・用途	教育
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 動画教材、AI による教師の支援（ティーチングアシスタント）、生徒の学習状況把握支援などを組み合わせて実施。 ・ 州の標準試験では、州平均で2点の上昇が見られるが、このプログラムを通じて学んだ生徒の過半数が平均で6点上昇した。 ・ AI による支援は、練習問題の考案、生徒の興味に合わせたカスタマイズなど。
資料	https://www.khanacademy.org/schools/case-studies/newark-public-schools https://blog.khanacademy.org/wp-content/uploads/2025/11/Newark_White_Paper-2.pdf

12.9.2.11.2. 愛知県教育委員会 (日本)

利用者	愛知県教育委員会 (日本)
分野・用途	教育、教育業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教員のためにタブレット端末を導入、オフィス系ソフトと連携する AI も搭載されている。 ・ 箇条書きにした内容を文章にするなどの作業が簡単になり、文書作成時間が半減するなどの時短効果があった。

資料	https://www.microsoft.com/en/customers/story/23487-aichi-prefectural-board-of-education-surface-pro
----	---

12.9.2.11.3. Duolingo

利用者	Duolingo
分野・用途	教育、学習
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外国語学習アプリに AI を利用した新しい機能を追加した（タクシードライバーなどの役割を担当する AI と、学習者が乗客の役割を担当して会話する、といった役割割り当て型の会話機能、学習者の回答の正誤についての説明を AI が生成する機能）。 ・ 1 か月間の研究の結果、AI 機能導入後、いくつかの面で学習者の言語スキルに関する自己効力感が向上していることが確認できた。また、AI 機能は概ね学習者に有益なものと認識された。ただし、AI 機能の利用量と自己効力感の向上の間に相関はなく、自己効力感の中には AI 機能導入後も変動しないものもあった。 ・ 既存の研究によれば言語学習における自己効力感の増大は言語能力の増大につながり、また学習のための工夫などにもつながることから、ここに注目した研究を実施したと述べている。
資料	https://www.frontiersin.org/journals/education/articles/10.3389/educ.2025.1499497

12.9.2.12. その他

12.9.2.12.1. JR 西日本カスタマーリレーションズ

利用者	JR 西日本カスタマーリレーションズ
分野・用途	サービス、カスタマーサービス業務
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 月間 7 万件の対応があるが、対応後のその要約記録の作成作業に AI を導入。

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実証実験では特に時間がかかりがちな 3 種の件についての要約は時間が 18~54%節約された。
資料	https://www.westjr.co.jp/press/article/items/20230921_00_press_customercenter_ai.pdf

12.9.2.12.2. Cambium (米国)

利用者	Cambium (米国)
分野・用途	卸売業
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 木材取引にあたって使用する明細書 (scale slip) はフォーマットの多様性や手書き要素と印字要素の混在などがあり、社内処理のためのデータ化の手間が大きかった。 ・ この明細書を生成 AI によって処理、データ化することで従来は明細書一件あたり 2 人がかりで 25 分の時間をかけていたものを一人で 8 分で処理できるようになった。 ・ データエントリーのような単純労働から解放され、より高度な判断に時間を使えるようになった点が生産性の観点からは大きいとも指摘。
資料	https://medium.com/%40cambiumengineering/building-ai-for-lumbers-messiest-paperwork-a80da1a6fb4b

12.9.2.13. 既存の事例集資料

12.9.2.13.1. 福井県生成 AI 活用事例集 (福井県、2024 年 4 月)

資料名	福井県生成 AI 活用事例集 (福井県、2024 年 4 月)
対象	企業など
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実際に有効だったプロンプトとその効果 (主にどの程度時間が短縮できたか) が 11 件例示されている。 ・ 近い用途・ニーズがあればすぐに使える事例集とも言える。
URL	https://www.pref.fukui.lg.jp/doc/dx-suishin/top_d/fil/gai_usecase.pdf

12.9.2.13.2. 都職員のアイデアが詰まった文章生成 AI 活用事例集

資料名	都職員のアイデアが詰まった文章生成 AI 活用事例集（東京都デジタルサービス局 2024 年 1 月）
対象	自治体など
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実際に利用したプロンプトも参考にしつつプロンプト、そこに込められた工夫、結果を 26 件紹介している。 ・ アイデア創出、文章生成・加工、会議関連業務、広報関連業務、プログラミングなど幅広い用途について例を挙げている。 ・ 実際に使われたプロンプトとは限らないとの断り書きがある。
URL	https://www.digitalservice.metro.tokyo.lg.jp/documents/d/digitalservice/ai_prompt

12.9.2.13.3. 行政における生成 AI の適切な利活用に向けた技術検証 報告書および投稿プロンプト一覧

資料名	行政における生成 AI の適切な利活用に向けた技術検証 報告書および投稿プロンプト一覧（デジタル庁、2024 年 5 月）
対象	自治体
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 10 種類の業務について生成 AI を用いた時間節約や品質向上の可能性を模索。費用対効果の推計もしている。 ・ プロンプトエンジニアなどによる支援として作成された 61 件のプロンプトも公開している。
URL	https://www.digital.go.jp/news/19c125e9-35c5-48ba-a63f-f817bce95715

12.9.2.13.4. 自治体における AI 活用・導入ガイドブック<導入手順編>

資料名	自治体における AI 活用・導入ガイドブック<導入手順編>（総務省、2025 年 12 月）
対象	自治体
内容	・ 第 4 章に生成 AI を導入している自治体の導入状況、効果、課題などが 6 例とりまとめている。
URL	https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei04_02000155.html

12.9.2.13.5. 中小企業のデジタル活用・DX 事例集

資料名	中小企業のデジタル活用・DX 事例集（東京商工会議所、公表時期不明）
対象	中小企業
内容	・ 活用した技術で絞り込みが可能で、AI を指定すると生成 AI の活用事例も少なくとも 1 例見ることができる。
URL	https://www.tokyo-cci.or.jp/digital-support/jirei/

12.9.2.13.5. 中小企業のための「生成 AI」活用入門ガイド 第 7 版

資料名	中小企業のための「生成 AI」活用入門ガイド 第 7 版（東京商工会議所、2025 年 8 月）
対象	中小企業
内容	・ 社名は伏せられているが、中小企業の活用事例が数例掲載されている。
URL	https://www.tokyo-cci.or.jp/chusho/tcci_generativeai_guide_for_smes_ver07.pdf

12.9.2.13.6. 自治体における AI 活用・導入ガイドブック <別冊付録> 先行団体における生成 AI 導入事例集

資料名	自治体における AI 活用・導入ガイドブック <別冊付録> 先行団体における生成 AI 導入事例集（総務省、2024 年 7 月）
対象	自治体
内容	<ul style="list-style-type: none"> 生成 AI を利用している自治体について、用途、経緯、利用促進施策、効果、課題、今後の見通しなどを簡潔にまとめたもの。
URL	https://www.soumu.go.jp/main_content/000956981.pdf

12.9.2.13.7. 生成 AI の導入・活用に向けた実践ハンドブック（事例編）

資料名	生成 AI の導入・活用に向けた実践ハンドブック（事例編）（子ども家庭庁、2025 年 3 月）
対象	自治体・保育施設など
内容	<ul style="list-style-type: none"> 子どもや子育てに関連する生成 AI 利用事例 12 件。各事例 3 ページ分記載があり、他の事例集よりも情報量が多めである。 用途、ねらい、結果、課題などについて記載。利用者や利用方法などの詳細について参照すべき箇所の案内もある。詳細は別添の「実証結果報告書」にまとめられている。
URL	https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/c1890510-04d4-497b-9e23-a7f514016c7d/7ba11196/20250709_councils_kodomo_seisaku_DX_41.pdf （事例編） https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/c1890510-04d4-497b-9e23-a7f514016c7d/5d4c0283/20250813_councils_kodomo_seisaku_DX_43.pdf （実証結果報告書）

1 2 . 9 . 2 . 1 3 . 8 . Analysis of the generative AI landscape in the European public sector

資料名	Analysis of the generative AI landscape in the European public sector (EU 委員会、2025 年 4 月)
対象	政府、自治体
内容	<ul style="list-style-type: none"> 生成 AI の活用例を既存のデータセットから抽出、その概要をリストにし、傾向を分析している。リストの情報はかなり限られているが、元になったデータを参照するとより詳細な情報を得ることができる。
URL	https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7787b257-167d-11f0-b1a3-01aa75ed71a1/language-en (報告書) https://data.jrc.ec.europa.eu/dataset/e8e7bddd-8510-4936-9fa6-7e1b399cbd92 (報告書)

1 2 . 9 . 2 . 1 3 . 9 . 2024 Federal AI Use Case Inventory

資料名	2024 Federal AI Use Case Inventory (US Office of Management and Budget, January 2025)
対象	政府
内容	<ul style="list-style-type: none"> 法令により連邦の政府機関が AI をどのように活用しているか、どの程度の利用者数があるかについておおまかな集計・報告をしているもの。用途別利用者概数データといった性質を持つ。 個別の政府機関のウェブサイトでも当該機関の集計結果が公開されているが、そこではどの部局で、どのような目的で利用しているか、それが実証段階にあるのか実装されているのか、など個々の AI サービスとその利用をより細かく報告するものになっている場合がある。(例えば 農務省：https://www.usda.gov/ai/inventory 法務省：https://www.justice.gov/ai/ai-inventory はそのような詳細情報を掲載しており、かつ、2025 年度分の報告になっている)

URL	https://github.com/ombegov/2024-Federal-AI-Use-Case-Inventory
-----	---

12.9.2.13.10. Artificial Intelligence Adoption in Tourism – Key Considerations for Sector Stakeholders

資料名	Artificial Intelligence Adoption in Tourism – Key Considerations for Sector Stakeholders(World Tourism Organization and Saxion University of Applied Sciences、2025 年 1 月)
対象	観光業界ステークホルダー
内容	<ul style="list-style-type: none"> AI 利用に関する倫理的な視点からの考察、法的な注意点など、AI を利用する上でどのようなことに気を付け、何を目標として意識するとよいかについての議論と共に事例紹介がある。 AI 活用事例は 12 の組織が紹介されている。JTB のような企業、マドリッド市の観光担当部局のような自治体両方をカバーしている。取り組み、学び、成果、などについてまとめられている。
URL	https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284426065

12.10. ガイドライン類

12.10.1. ガイドラインの性質、概況と範囲について

本節では生成 AI の適切な利用を促すためのガイドラインや啓発資料などについて紹介する。

ガイドライン類は、政府、業界団体、非営利団体、利用促進に関わる企業（ベンダー、コンサルティング企業）など多様な主体が作成・公開している。ここでは公共性の高い主体がオンラインで無償公開しているものを中心にとりあげている。

生成 AI に関するガイドラインは、AI ガバナンスの中で一定の役割を担っている点で他の新興技術に関するガイドラインと少し性質が異なっている場合もある。これはガイドラインが多いことの一因でもあろう。ガイドラインの数が多いもう一つの理由は、誰でも無

料で使うことができ、メリットやデメリットがあり、メリットを増大させ、デメリットを抑制する工夫・方法がある、という点にあるだろう。

なお、ガイドライン類の中には開発者や AI の提供者を対象としたガイドラインも存在しているが、これらについては政策動向の節でとりあげるようにした。

このような特徴を持つものに限定しても、既に目的・対象者などに応じて夥しい数のガイドラインが存在している。

例えば学校教育を考えてみると、米国で学校向けの AI についてのガイダンスを公表している州は既に 34 州にのぼっている⁴⁵⁷。全米の公立校の学区は 13,000 を超え⁴⁵⁸、学校は 10 万近い⁴⁵⁹とされるため、州のガイドラインに基づいて学区が AI についての方針・規則を定めたり、各学校が定めるということも起こる。企業組織も、政府機関も同様にガイドラインなどを開発することがある。組織や団体の業務や活動内容・目的・構成員が非常に多様であれば、そのガイドラインが複雑になるため、抽象的な原則のような性質が濃いものとし、より具体的なガイドラインは各下位集団や部局などに作成させるということも考えられるだろう。（つまり米国の学校教育の世界で起こっていることと似ている）。AI の適切な使い方はまた、AI リテラシーと呼ぶことができる面も持つが、AI リテラシーの教材も数多くオンラインに存在している、AI リテラシーの尺度もある程度の研究に裏打ちされたものだけで 15 を超える⁴⁶⁰。

以上のような認識を踏まえ、本節では網羅性を目指すことはせず、幅広い層に比較的ヒントになりやすいと思われる領域として学校教育を中心とした教育・学習領域におけるガイドラインをとりあげる。学校教育がどのような場であるかについては、直接的な経験からある程度知っている者がとても多く、例えば製造業や卸売業におけるガイドラインに比

⁴⁵⁷ AI for Education (2025) State AI Guidance for K12 Schools, <https://www.aiforeducation.io/ai-resources/state-ai-guidance>

⁴⁵⁸ California Learning Resource Network (2025) How many public school districts in the US? , <https://www.clrn.org/how-many-public-school-districts-in-the-us/>

⁴⁵⁹ National Center for Education Statistics (2024) Table 2. Number of operating public elementary and secondary schools and districts, student membership, teachers, and pupil/teacher ratio, by state
 or jurisdiction: School year 2023–24, https://nces.ed.gov/ccd/tables/202324_summary_2.asp

⁴⁶⁰ Lintner, T. (2024). A systematic review of AI literacy scales, npj Science of Learning, 9, 50, <https://doi.org/10.1038/s41539-024-00264-4>

べると、文脈を理解できる度合いも高いと思われる。同時に、若年層ほど AI を使う傾向が高いこともあって、ガイドラインの必要性が高く、現場に密着したものも含め多様なガイドラインが存在する。加えて、教育領域ではそもそも AI についてどのような知識やスキルや態度を身に着けることが望ましいか、といったリテラシー、コンピテンシー的な側面についての議論もされているため、他分野よりもやや抽象的な問いにまで及ぶ考察をしたガイドラインも散見される。そのようなガイドラインが実用志向のものより優れているとは限らないが、その多様性は注目に値すると思われる。

教育領域のほかに、国内向けの多様な産業・職業向けガイドラインについて、特に日本の政府・公的機関のものを中心に幅広く紹介する。

ガイドラインの多様性を整理すると、「枠組み」と呼ばれるようなものも含め、かなり抽象度が高いものが存在する。ガイドラインはどのような性質を満たすべきであるか、どのような考えに立脚するべきであるか、どのような手続きによって定められるべきであるか、などを扱うもので、メタ・ガイドラインと言うことも出来るかもしれない。教育領域であれば、AI の望ましい利用法などについて、国が大枠を定め、それに基づいて州がより具体的なガイドラインを定め、更に具体的なガイドラインを個別の学区や学校が策定するということがありうる。AI リテラシーや AI コンピテンシーについても、国際枠組みのように抽象性の高いものもあれば、より具体的な教材、たとえばワークシートと動画とリーディングと教員向けガイドのような形にしているものもある。

また、ちょうど AI をめぐる政策論議と相似形をなして、利用のメリットを増大させるための情報とリスク抑制のための情報が存在していると言えるように思われる。一方にはどのようにしたらより効果的に利用できるかについての手ほどきのガイドラインがあり、他方の極にはどのようにしたら違法・非倫理的な利用を避けることができるかについての手ほどきのガイドラインがあり、個々のガイドラインはその 2 極の中間に位置する、と想像することも可能だろう。

12. 10. 2. 教育・学習関連のガイドライン

12. 10. 2. 1. Empowering Education Leaders: A Toolkit for Safe, Ethical, and Equitable AI Integration

資料名	Empowering Education Leaders: A Toolkit for Safe, Ethical, and Equitable AI Integration
-----	---

発行元・発行年	U.S. Department of Education, Office of Educational Technology, 2024 年 10 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学校教職員向けの AI 導入ガイド。生成 AI だけでなく、識別系の AI も含めて扱うものとなっている。 ・ リスク対策、AI 利用戦略策定、利用の有効性最大化、とそれぞれ異なる 3 つの目標を念頭においたセクションが主な内容になっている。組織内などで検討する際に活用できる議題例なども提供されている。 ・ リスク面では悪意ある利用（いじめなど）、バイアス、不適切コンテンツ、誤情報、過度な依存、AI の不透明性とリスク情報の不足、プライバシー、セキュリティ、各種不公平性などに言及する。 ・ 利用について、奨励される利用、許される利用、制限される利用、禁止される利用と、メリットとデメリット両面からの検討を反映した分類枠も例示する。 ・ 2023 年 10 月、バイデン政権時の大統領令⁴⁶¹ によって開発が命じられたことがきっかけとなっている。
URL	https://eric.ed.gov/?id=ED661924

1 2 . 1 0 . 2 . 2 . Guidance on the Use of Federal Grant Funds to Improve Education Outcomes Using Artificial Intelligence (AI)

資料名	Guidance on the Use of Federal Grant Funds to Improve Education Outcomes Using Artificial Intelligence (AI)
発行元・発行年	U.S. Department of Education, 2025 年 7 月

⁴⁶¹ The White House (2023). Safe, Secure, and Trustworthy Development and Use of Artificial Intelligence, Executive Order 14110, October 30, <https://www.federalregister.gov/documents/2023/11/01/2023-24283/safe-secure-and-trustworthy-development-and-use-of-artificial-intelligence>

内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 米国連邦政府の資金を受け取っている教育機関に対して、（その資金の使途として）どのように AI を利用することができるかについてガイダンスを与えるもの。 ・ 内容的には AI の利用を幅広く認めるものとなっている。生成 AI には限定されていない。 ・ 背景には、大統領令⁴⁶² によってこうした資金に関連した AI 利用支援が指示されていることがある。 ・ 具体的には AI を効果的に、また適切に使うために教員、家族などに講習を提供すること、個別学習を提供するチューターシステムや人間と AI のハイブリッドで学習を支援するプラットフォーム、学生が進路やキャリアについて検討する際や奨学金や高等教育への進学や就職などを検討する際の AI による支援などを連邦政府資金の使途として認めている。 ・ リスク面に関しては、5つの原則を挙げ、教育者主導、倫理、アクセシビリティ、透明性・説明可能性、データ保護についての注意を喚起している。
URL	https://www.ed.gov/about/news/press-release/us-department-of-education-issues-guidance-artificial-intelligence-use-schools-proposes-additional-supplemental-priority

1 2. 1 0. 2. 3. Avoiding the Discriminatory Use of Artificial Intelligence

資料名	Avoiding the Discriminatory Use of Artificial Intelligence
発行元・発行年	Office for Civil Rights, US Department of Education, 2024 年 11 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学校教育関係者に対し、公民権法との関係で AI 利用に関して注意すべき点を解説する資料。生成 AI に限らず AI 全般を扱う。

⁴⁶² The White House (2025). Advancing Artificial Intelligence education for American youth, April 23, 2025, <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/04/advancing-artificial-intelligence-education-for-american-youth/> (Section 6(c))

	<ul style="list-style-type: none"> 作成主体の米国教育省公民権室は同省の資金援助を受ける学校に公民権法を遵守させることを目的とする部署。人種、民族、性別や障害に基づく差別は同法で禁止されている。 非常に具体的な例を挙げながら、どのような場合に同室が調査を開始する可能性が高いかを説明している。 例えば生成 AI 関連では、AI で生成された性的な画像がある学生から別の学生に繰り返し送信されることについて、受け手側の学生から苦情があっても学校がそれを放置した場合、などが挙げられている。 全部で 21 の例が挙げられており、それらは差別の種類（人種・民族などの差別、性差別、障害者差別）によるセクションに分けられている。
URL	https://eric.ed.gov/?id=ED661946

1 2 . 1 0 . 2 . 4 . The Department of Labor’s Artificial Intelligence Literacy Framework

資料名	The Department of Labor’s Artificial Intelligence Literacy Framework
発行元・発行年	U.S. Department of Labor, 2026 年 2 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 州の労働関係当局などが AI リテラシーの教習プログラムを設計するにあたって参考となることを念頭においた枠組み。 カバーすべき領域を 5 つに分け、AI の原理を知る、既存のツールや用途を知る、文脈設定やプロンプトの工夫を知る、生成物を評価する、責任ある利用を心がける、という 5 領域それぞれについてどのような内容が含まれるかをリスト化している。 また、AI リテラシーの教習がどのように提供されるべきであるかについても 7 項目の提言をしている。たとえば支援者の準備（Prepare Enabling Roles）として、キャリアカウンセラー、管理職にある者、講師など、他人の学習を支援し、AI

	普及にも影響すると指摘し、こうした人々を対象とした教習の検討なども促している。
URL	https://www.dol.gov/agencies/eta/advisories/ten-07-25

1 2 . 1 0 . 2 . 5 . Generative Artificial Intelligence in K-12 Classrooms

資料名	Generative Artificial Intelligence in K-12 Classrooms
発行元・発行年	Department of Education, State of Oregon, 2025 年 3 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 幼稚園から高校まで（米国では K-12 と称される）の教育関係者向けのガイドライン。 ・ 人と AI の関係を考える際に、掃除機ロボットよりも電動自転車が望ましい、人の自律性や人間による監視・決定を重視する、という立場をとる。 ・ 注意喚起を呼びかけるリスクとしては著作権侵害、剽窃、バイアス、有料サービスへのアクセスの公平性、個人情報、ディープフェイクによるいじめ、など。 ・ 有望な用途として挙げられているのは学習デザイン、関連する教材の検索支援、各種の素案・草稿作成、個別学習支援、デジタルリテラシーを学ぶ教材など。 ・ ディープフェイクによるいじめについては特に法制化動向、学区別の方針策定にあたっての注意点なども盛り込んで相対的に細かく記されている。 ・ この文書は米国内外の多くの主要文書に言及しており、また、この文書をホストしているページも同様である。そこには AI リテラシー教育のための教材、AI の教育利用に関連する主要組織一覧など幅広い対象が含まれる。
URL	https://www.oregon.gov/ode/educator-resources/teachingcontent/pages/generative-artificial-intelligence-%28ai%29-for-k-12-schools.aspx

1 2 . 1 0 . 2 . 6 . Developing Policy and Protocols for the use of Generative AI in K-12 Classrooms

資料名	Developing Policy and Protocols for the use of Generative AI in K-12 Classrooms
発行元・発行年	Department of Education, State of Oregon, 2025 年 3 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上記の”Generative Artificial Intelligence in K-12 Classrooms”の付属文書。 ・ 州内の各学区が AI に関する方針を策定するにあたってのガイド。 ・ 具体的な方針の内容というよりも策定の前後を含めた手続き面について述べている。具体的には地元コミュニティとの協議、製品やサービスのレビュー、関係者の研修計画策定、実施と評価などを含むプロセスが提案されている。
URL	https://www.oregon.gov/ode/educator-resources/teachingcontent/Documents/ODE_Developing_Policy_and_Protocols_for_the_use_of_Generative_AI_in_K-12_Classrooms_2023.pdf

1 2 . 1 0 . 2 . 7 . Oregon Artificial Intelligence (AI)

資料名	Oregon Artificial Intelligence (AI)
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自由に利用しやすい教材・学習教材などを開発・共有するプラットフォームである OER Commons で、幼稚園から高校までの学校教育で AI を利用することに関する教材を収集・共有しているグループ。 ・ 100 件超の多様な資料が収集・共有されている。
URL	https://oercommons.org/groups/oregon-artificial-intelligence-ai/14767/

1 2. 1 0. 2. 8. Free AI Resources for Your School or Classroom

資料名	Free AI Resources for Your School or Classroom
発行元・発行年	AI for Education, 2023-2026 年
内容	<ul style="list-style-type: none"> AI の教育利用について、主に教員向け、場合により生徒や職員向けの各種資料。 プロンプトライブラリー⁴⁶³ では教員講習、授業の準備、宿題、など様々なタスクに応じライブラリーが容易されており、例えば特殊学級向けのものだけで 20 超ある。 学生のための AI 入門⁴⁶⁴ では、中学生向け、高校生向けそれぞれに AI 入門の授業計画、演習問題、ワークシート、既存の教育スタンダードとの整合性情報などがとりまとめられている。授業は 1 回 90 分、4 回の計画になっている。 無料で登録できるコース、過去の教育と AI に関するオンラインイベントのアーカイブ動画 50 本超、その他多様な関連資料、なども提供されている。
URL	https://www.aiforeducation.io/ai-resources-main

1 2. 1 0. 2. 9. Guidance and Considerations for Using Artificial Intelligence in Oklahoma K-12 Schools

資料名	Guidance and Considerations for Using Artificial Intelligence in Oklahoma K-12 Schools
発行元・発行年	Oklahoma State Department of Education, 2025 年 7 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 幼稚園から高校までの学校関係者対する、学校での AI 利用についての案内資料。 4 つの原則を掲げている。人間中心性、公平性、など AI に関する原則でしばしば登場するものになっている。

⁴⁶³ AI for Education (undated) Prompt Library, <https://www.aiforeducation.io/prompt-library>

⁴⁶⁴ AI for Education (undated) Free Lessons, <https://www.aiforeducation.io/free-genai-student-literacy-lessons>

	<ul style="list-style-type: none"> AI についての基本的な案内、活用から得られるメリット、導入方法やその際の責任分担や役割分担、各種リスクなどをとりあげている。 個別学習、生産性向上、といった一般的な AI のメリットのほかに、人口密度の低い地方であるが故の AI のメリットがあることを指摘する。教員不足補完、チューターとしての利用、データを追加学習させることでオクラホマ州の文化や歴史を反映させられること、などが挙げられている。 5 年間かけて学区内で AI を導入する場合の順序や、主要なタスクについて述べる。 リスク関連では、剽窃などについてのガイドラインが本文書内に含まれている。またプライバシーやセキュリティ、障害者差別などについての関連法が列挙されている。
URL	https://oklahoma.gov/education/services/standards-learning/artificial-intelligence--ai--and-digital-learning1.html

1 2 . 1 0 . 2 . 1 0 . Model AI Policy for Districts

資料名	Model AI Policy for Districts
発行元・発行年	Oklahoma State Department of Education, 公表時期不詳
内容	<ul style="list-style-type: none"> 学区の教育委員会が AI 利用についての方針を策定するにあたって利用できる素案を提供している。 シンプルだが比較的完結度が高く、合意が形成されていればほぼそのまま使うこともできるものになっている。 子どものプライバシー保護についての連邦法（COPPA⁴⁶⁵、FERPA）保護者の同意書、AI に関する FAQ（よくある質問とその回答集）も付随している。

⁴⁶⁵ Children's Online Privacy Protection Rule ("COPPA"), <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/childrens-online-privacy-protection-rule-coppa>

URL	https://oklahoma.gov/content/dam/ok/en/osde/ai-and-digital-learning/Model%20Policy%20Artificial%20Intelligence%20AI%20Use%20in%20Schools.docx.pdf
-----	---

1 2. 1 0. 2. 1 1. Generative AI in the Classroom Guidance

資料名	Generative AI in the Classroom Guidance
発行元・発行年	Delaware Department of Education, 2024 年 6 月
URL	https://education.delaware.gov/wp-content/uploads/2024/07/delaware_generative_ai_guidance.pdf

1 2. 1 0. 2. 1 2. Our AI Initiatives

資料名	Our AI Initiatives
発行元	Commons Sense Media
内容	<ul style="list-style-type: none"> IT と子供の保護に関する米国の非営利団体のひとつ 各種生成 AI の子どもにとっての安全性評価⁴⁶⁶、教職員向けの研修資料⁴⁶⁷、子どものいる家庭向けの啓発教材⁴⁶⁸、小 6~高 3 までの子供向けの学習用動画⁴⁶⁹、などを提供している。 例えば AI のリスク評価では Perplexity について、誤情報が完全に防止できないにも関わらず誤情報がないかのような誤解を与える点、回答が人々の有害なステレオタイプを強化してしまう場合がある点、透明性が欠けている点などを挙げ、

⁴⁶⁶ Common Sense Media (undated) AI Risk Assessments, <https://www.common sense media.org/ai-ratings/ai-risk-assessments>

⁴⁶⁷ Common Sense Media (undated) Professional Development, <https://www.common sense.org/education/professional-development>

⁴⁶⁸ Common Sense Media (undated) Videos and Tips for Families, <https://www.common sense media.org/ai/tips-and-videos>

⁴⁶⁹ Common Sense Media (undated) AI Literacy Lessons for Grades 6–12, <https://www.common sense.org/education/collections/ai-literacy-lessons-for-grades-6-12>

	<p>低年齢の学生向けではない、教員向けとしてはお勧めできない、などとしている。</p> <ul style="list-style-type: none"> 家庭向け啓発教材では、子どもと AI の話をする時のためのアドバイス、AI をとりあげている映画やテレビ番組とそれを見る際の注意点（どんな教訓が含まれているか、不適切表現が含まれているかなど、他の親や子供はどういう感想を持っているか、など）。
URL	https://www.common sense media.org/ai

12. 10. 2. 13. The Justice-Centered Computer Science Initiative for K-12 Education

資料名	The Justice-Centered Computer Science Initiative for K-12 Education
発行元・発行年	Kapor Foundation、2024 年 1 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 幼稚園から高校までの教育課程で、AI と正義について批判的に検討・受容するための教材・資料。特に多様性や包摂性、少数派の立場に対する関心から検討されている。教員を主な対象としている。対象としている AI は生成 AI に限られていない。 6つの主要な質問を用意し、それらについての事例や論説などのリーディング、授業用のスライドや演習問題などを用意している。 例えば AI の社会の影響をポジティブ・ネガティブ両面についての質問の中でも、平等性への影響や誰を排除したり軽んじるかを問う。AI が自閉症スペクトラム症を持つ子どもの学習を助ける可能性についての記事や、住宅ローンの判断に使われるアルゴリズムのバイアスについての記事、アルゴリズムバイアス入門の演習などが列挙されている。
URL	https://kaporfoundation.org/justicecs/

1 2 . 1 0 . 2 . 1 4 . Craft AI Literacy Resources

資料名	Craft AI Literacy Resources
発行元・発行年	CRAFT project, Stanford University, 随時更新
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高校教員向けに AI リテラシーに関連した授業用の資料を提供しているプロジェクト。現在 50 件弱の教材があり、随時追加されると記されている。 ・ 例えば AI と科学についての授業用の教材として、AI が地域の洪水対策の助けになるか、という問いを扱うものがある。架空の土地の様々なデータを選択すると、それを使った洪水予測のための AI モデルが作成される。AI モデルの予測に従って洪水対策をすることも、予測を無視することもできるようになっている。こうした演習をしながら、AI モデル、学習データ、AI の可能性や限界などについて学ぶものとなっている。関連した動画、教員用の資料なども併せて提供されている。 ・ 社会科の授業向け教材では、AI の検索結果・生成物に対するファクトチェックをとりあげている。AI の比較やプロンプトの工夫、ラテラルリーディングと呼ばれる手法（原典にあたるのではなく、他の様々な情報源をあたることで理解を深める手法）などが扱われるもので、ワークシートや教員向けの資料などがリーディングと共に提供されている。
URL	https://craft.stanford.edu/

1 2 . 1 0 . 2 . 1 5 . Ethical guidelines on the use of artificial intelligence (AI) and data in teaching and learning for educators

資料名	Ethical guidelines on the use of artificial intelligence (AI) and data in teaching and learning for educators
発行元・発行年	EU 委員会, 2022 年 5 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主に初中等教育の教員・学校経営者向けのガイドライン。AI の利用経験がない教員が主なターゲットと説明されている箇

	<p>所もある⁴⁷⁰。 ChatGPT の台頭以前に作成されたもので、特に生成 AI にフォーカスしたものではない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ プライバシー、公平性への配慮など生成 AI に関してもあてはまりがよい考え方も示されている。 ・ 基本的な考え方のほかに、採点への利用、事務手続きに関するチャットボットを使った生徒や保護者とのやりとり、などの具体的な場面に応じてどのような考え方を参照するとよいか具体的に示されている。 ・ 近年の AI の進展を踏まえた本ガイドライン改訂の動きも存在する⁴⁷¹。
URL	https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d81a0d54-5348-11ed-92ed-01aa75ed71a1/language-en

12.10.2.16. AILit Framework

資料名	AILit Framework
発行元・発行年	EU 委員会、OECD、2025 年 5 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教育関係者向けの AI リテラシーについての考え方の枠組み。現在レビュー用草稿となっている未完成版である。
URL	https://ailiteracyframework.org/

⁴⁷⁰ EU 委員会(2025). Ethical guidelines for educators on using artificial intelligence, <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/action-plan/ethical-guidelines-for-educators-on-using-ai>

⁴⁷¹ EU 委員会(2025) Revising guidelines on disinformation and AI ethics – workshops insights, <https://education.ec.europa.eu/news/revising-guidelines-on-disinformation-and-ai-ethics-workshops-insights>

12.10.2.17. Framework for the educational use of Generative Artificial Intelligence in the European Schools

資料名	Framework for the educational use of Generative Artificial Intelligence in the European Schools
発行元・発行年	European Schools, 2025年5月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保育園から中等教育の教職員向けの枠組み。European Schools は EU で多言語教育の提供などを行う組織。 ・ 枠組みという位置づけになっているのは、個々の学校がそれぞれの事情に合わせて方針などを策定することを想定しているため。 ・ 生成 AI は既に使われており、適切な利用は大きなメリットをもたらす可能性があることを認識しつつ、様々なリスクがあることに注意を喚起している。 ・ より有効な使い方の指南というよりもリスク対策の考え方を示すものとなっている。リスクとしては誤情報、プライバシー、不平等や差別、環境負荷などが挙げられている。 ・ そういった様々なリスクを考慮した上で、また、European Schools の掲げるビジョンや方針に照らして適切な AI の選択・利用法の決定などを支援するための文書となっている。 ・ 例えば採点については教師から生徒へのフィードバックのドラフト作成に AI を使うことは可能だが、AI に任せることは適切ではなく、また、生徒のパーソナルデータを AI に入力することは適切ではない、といったことが述べられている。 ・ EU の AI 法の規定との関係から、教職員や生徒は既存の生成 AI の目的を変更したり、新しい生成 AI ツールを開発することは禁止されていることも述べられている。
URL	https://www.eurisc.eu/BasicTexts/2025-01-D-65-en-2.pdf

12.10.2.18. Framework for the educational use of Generative Artificial Intelligence in the European Schools

資料名	Framework for the educational use of Generative Artificial Intelligence in the European Schools
発行元・発行年	European Schools, 2025年5月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 保育園から中等教育の教職員向けの枠組み。European Schools は EU で多言語教育の提供などを行う組織。 ・ 枠組みという位置づけになっているのは、個々の学校がそれぞれの事情に合わせて方針などを策定することを想定しているため。 ・ 生成 AI は既に使われており、適切な利用は大きなメリットをもたらす可能性があることを認識しつつ、様々なリスクがあることに注意を喚起している。 ・ より有効な使い方の指南というよりもリスク対策の考え方を示すものとなっている。リスクとしては誤情報、プライバシー、不平等や差別、環境負荷などが挙げられている。 ・ そういった様々なリスクを考慮した上で、また、European Schools の掲げるビジョンや方針に照らして適切な AI の選択・利用法の決定などを支援するための文書となっている。 ・ 例えば採点については教師から生徒へのフィードバックのドラフト作成に AI を使うことは可能だが、AI に任せることは適切ではなく、また、生徒のパーソナルデータを AI に入力することは適切ではない、といったことが述べられている。 ・ EU の AI 法の規定との関係から、教職員や生徒は既存の生成 AI の目的を変更したり、新しい生成 AI ツールを開発することは禁止されていることも述べられている。
URL	https://www.eursc.eu/BasicTexts/2025-01-D-65-en-2.pdf

12.10.2.19. Artificial Intelligence and the Future of Teaching and Learning

資料名	Artificial Intelligence and the Future of Teaching and Learning
-----	---

発行元・発行年	Office of Educational Technology, US Department of Education, 2023 年 5 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教育関係者に向けた報告書。 ・ 既存の学術研究も参照しつつ、関係者からの聞き取りに基づいて AI を教育や学習に活用する際の注意点や勧告をとりまとめたもの。 ・ AI についての入門的解説を含む。生成 AI については言及しているが、より広い範囲の AI を扱う。 ・ 教育現場でそのまま使う実務的ガイドラインというよりもその基礎となるものを志向しており、勧告のひとつはそれぞれの地域などに根差したガイドラインづくりになっている。
URL	https://www.ed.gov/sites/ed/files/documents/ai-report/ai-report.pdf

12. 10. 2. 20. Generative AI in education

資料名	Generative AI in education
発行元・発行年	UK Department for Education, 2025 年 8 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教員、学校に向けた案内。 ・ 子どもの安全、データ保護や著作権等の法に反する可能性への注意喚起、AI 出力に含まれる可能性がある誤情報・バイアス・有害表現、などのリスク面と、考えられる用途（個人に合わせた学習支援、カリキュラム開発）との両面について言及している。 ・ 安全が第一であり、例えばいじめのリスクなどは受け入れられないという考えを提示している。
URL	https://www.gov.uk/government/publications/generative-artificial-intelligence-in-education/generative-artificial-intelligence-ai-in-education

1 2. 1 0. 2. 2 1. Using AI in education settings: support materials

資料名	Using AI in education settings: support materials
発行元・発行年	UK Department for Education, 2025 年 6 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教育機関の教職員向け、および経営幹部向けの講習資料。 ・ どちらの資料も、AI を教育機関で利用することについてのリスクと、それを踏まえた適切な使い方を扱い、自分がどのように利用するか、どのようなリスク対応策を講じるかを考えることなどを促す。 ・ スライド、動画、動画の文字おこしなどから成っている。ワークシート的な部分、理解度を試す小テストなども組み込まれている。
URL	https://www.gov.uk/government/collections/using-ai-in-education-settings-support-materials

1 2. 1 0. 2. 2 2. Safe and effective use of AI in education

資料名	Safe and effective use of AI in education
発行元・発行年	UK Department for Education, 2025 年 6 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教育機関の教職員や経営者に向けた多様な資料集。 ・ AI に関する上述の講習資料を修了した人向けのテスト、教育に利用している人へのインタビュー集、関連する考察や調査報告、オンラインのシンポジウムの動画、教育者向けの査読付き論文誌の AI 特集号。
URL	https://chartered.college/safe-and-effective-use-of-ai-in-education/

1 2. 1 0. 2. 2 3. Ofsted's approach to AI

資料名	Ofsted's approach to AI
発行元・発行年	Office for Standards in Education, Children's Services and Skills, 2025 年 10 月

内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 教育機関向けに Ofsted が教育における AI 利用をどのように扱うかを説明する資料。 ・ Ofsted は教育機関などの検査をする政府機関で、学校教育のほかにも児童向け施設などを幅広く対象にする。 ・ AI はリスクとメリット両方をもたらすものであるため、AI 利用はそれ自体として問題視されるとか、メリットと見なされることはない。 ・ データ保護、安全性、バイアスや差別の 3 種のリスクを例として挙げている。これらを独自に問題にすることはないが、AI 以外の文脈で問題になるリスクやリスク対策との関連でこれらにも注目することがある。
URL	https://www.gov.uk/government/publications/ofsted-approach-to-ai

12. 10. 2. 24. Australian Framework for Generative AI in Schools

資料名	Australian Framework for Generative AI in Schools
発行元・発行年	Department of Education, Government of Australia, 2025 年 6 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ オーストラリアの学校教育関係者に対し、教育での AI 利用について考えるための枠組みを提供するもの。 ・ 原則として掲げる項目が 6 つあり、それらに基づいて 25 のガイドとなるステートメント（Guiding Statements）が述べられる、という構成をとる。 ・ 原則には説明責任、プライバシーなど比較的このような文書によくみられる要素も含まれるが、人と社会のウェルビーイング、教えと学び、などやや独特の要素も含まれる。 ・ 例えば、説明責任の原則の下には、異議申し立ての余地を重視するステートメントがある。AI の生成物や AI を参考にした決定について異議を申し立てる余地を作るべきとの考え

	<p>で、その前段として、AI 利用についての適切な開示も必要とされる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 別の例を挙げるとウェルビーイングに関するステートメントとしては、社会や人のウェルビーイングを AI 利用が損なわないことを重視するステートメントがある。 こうしたステートメント群からなる文書であり、規制的なものではなく、理念を提示したもの（aspirational）として議論の参考になることをねらいとしている。
URL	https://www.education.gov.au/schooling/resources/australian-framework-generative-artificial-intelligence-ai-schools

1 2 . 1 0 . 2 . 2 5 . Statement from the IB about ChatGPT and artificial intelligence in assessment and education

資料名	Statement from the IB about ChatGPT and artificial intelligence in assessment and education
発行元・発行年	International Baccalaureate, 2026 年 2 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 生成 AI を利用したレポート作成に関する簡単な声明。 International Baccalaureate（国際バカロレア）は世界に 5,000 校以上の認定校を持つ組織とその教育プログラム、それに基づく資格試験。 スペルチェッカー、翻訳ソフト、電卓を引き合いに出しつつ AI がいずれ当たり前になるとの考えを述べている。 AI の禁止は有効な対策ではないが、AI 由来のものであることを隠すなどの不正行為に用いることは禁止する。

1 2 . 1 0 . 2 . 2 6 . AI competency framework for students

資料名	AI competency framework for students
発行元・発行年	UNESCO, 2024 年 10 月

内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 学校教育の関係者に向けた、AI 関連コンピテンシーの国際的な枠組み。政策立案者、カリキュラム開発者など教員以外も含むことが明記されている。 ・ 営利企業の AI プラットフォームの使い方や、AI によって変化する社会への適応の仕方ではなく、批判的に AI について考え、未来社会を共に作っていくためのコンピテンシーを探る、という意図がある。全ての学生と市民が身に着けるべきコンピテンシーとも形容されている。 ・ 人間中心性、倫理、AI 利用、AI システムの設計といった 4 つの面それぞれについて、理解、応用、創造の 3 段階が求められるとする。創造は応用の上に、応用は理解の上に成り立つと想定されている。 ・ 例えば人間中心性についての創造の段階には、AI 時代のシティズンシップが位置付けられており、AI の影響を包摂性や持続可能性のある社会を作る責任との関係で捉えることが重視されている。 ・ このコンピテンシーを国家戦略、カリキュラム、教員のトレーニングなど様々なレベルで活用することが勧められている。 ・ 教師のためのバージョン AI competency framework for teachers⁴⁷² も存在する。
URL	https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391105

12. 10. 2. 27. Guidance for generative AI in education and research

資料名	Guidance for generative AI in education and research
発行元・発行年	UNESCO, 2023 年 9 月 (2026 年 1 月最終更新)
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人間中心を掲げたガイドライン。

⁴⁷² UNESCO (2024). AI competency framework for teachers, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391104>

	<ul style="list-style-type: none"> 生成 AI の技術的特性、倫理的課題、などを解説。 それらに基づいて教育・研究分野における生成 AI の利用を規制するための考え方の枠組みを提示。年齢制限なども検討に含まれている。 教師・学生双方による有効な利用法についても検討。例えば教員が使う場合の一例としてカリキュラムやコースを AI を使いながら設計することが考えられるとして、AI 利用から何を期待できるか、適切な AI の選び方はどのようなものか、注意すべきリスクはどのようなものか、などを述べている。 人間中心であることを重視、包摂性・公平性・文化的多様性にも着目し、AI がグローバル・ノースに偏っている可能性にも注意を呼び掛けている。
URL	https://www.unesco.org/en/articles/guidance-generative-ai-education-and-research

12. 10. 3. 国内の主要ガイドライン

12. 10. 3. 1. 自治体における AI 活用・導入ガイドブック<導入手順編> (第4版)

資料名	自治体における AI 活用・導入ガイドブック<導入手順編> (第4版)
発行元・発行年	総務省、2025年12月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 主に自治体職員向けの AI 導入の具体的手引き。 生成 AI の特徴、自治体にとっての価値、既存の利用例、など入門的な内容、機密情報の扱いについての注意点、利用促進のための工夫・施策例、具体的な導入までのステップ、具体的な検討課題や検討にあたって留意すべき考え方、などが盛り込まれている。別添として生成 AI 利用について自治体が採用できるガイドラインのひな形も提供されている。
URL	https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei04_02000155.html

12.10.3.2. 行政の進化と革新のための生成 AI の調達・利活用に係るガイドライン

資料名	行政の進化と革新のための生成 AI の調達・利活用に係るガイドライン
発行元・発行年	デジタル庁、2025 年 5 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 政府職員向けのテキスト系生成 AI 調達・利用ガイドライン。 仕様書や契約書の作成にあたっての留意点、関連する政府の方針の案内、既存の支援制度などを含んでおり、かなり実務よりのガイドライン。
URL	https://www.digital.go.jp/news/3579c42d-b11c-4756-b66e-3d3e35175623

12.10.3.3. 生成 AI の導入・活用に向けた実践ハンドブック

資料名	生成 AI の導入・活用に向けた実践ハンドブック
発行元・発行年	こども家庭庁、2025 年 3 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 自治体、保育施設等向けの案内資料。 画像や音声系も含め生成 AI の入門的な解説や主な用途（一般論、子育て関連の両方）、利用にあたっての注意点・リスク（用途に関連した注意喚起とより一般的な解説、主要関連法令）、国内外の主要ガイドラインとその特徴、生成 AI 導入のステップ、各ステップの検討課題、などの内容からなるもの。
URL	https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/c1890510-04d4-497b-9e23-a7f514016c7d/04f2c133/20250709_councils_kodomo_seisaku_DX_40.pdf https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/c1890510-04d4-497b-9e23-a7f514016c7d/7ba

	<p>11196/20250709_councils_kodomo_seisaku_DX_41.pdf (事例編)</p> <p>https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/c1890510-04d4-497b-9e23-a7f514016c7d/5d4c0283/20250813_councils_kodomo_seisaku_DX_43.pdf (実証結果報告書)</p> <p>https://www.cfa.go.jp/councils/kodomo_seisaku_DX</p>
--	---

12.10.3.4. AIの利用・開発に関する契約チェックリスト

資料名	AIの利用・開発に関する契約チェックリスト
発行元・発行年	経済産業省、2025年2月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ AI利用を検討する企業の事業担当者と法務担当者に向けた案内資料。 ・ AI利用を通じて自社データを提供すること（AIへのインプット）や生成物（AIのアウトプット）の利用可能性についての十分な検討を促し、その検討を支援することを目的としている。 ・ インプットについては事業上秘密にしておきたい情報の扱い以外にも、自社が扱う個人情報を入力する場合にそれが委託に該当すると言えるか、第三者提供に該当するかと考えるべきかといった点の検討も促す。入力内容についての知財権などがAI提供者側に譲渡される可能性、入力された情報をAI提供者が第三者に提供できる可能性などについても注意喚起している。 ・ アウトプットについては権利帰属、第三者提供の可否。
URL	https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/aiguidebook.html

12.10.3.5. 初等中等教育段階における生成 AI の利活用に関するガイドライン (Ver.2.0)

資料名	初等中等教育段階における生成 AI の利活用に関するガイドライン (Ver.2.0)
発行元・発行年	文部科学省、2024 年 12 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 初中等の学校教育関係者向け。 ・ AI についての入門的な解説、学校教育における用途や具体的な活用事例、利用にあたっての留意点やより基本的な考え方、関連する既存のガイドラインの案内など。児童が自ら AI を使う場合についても検討の対象となっている。留意点についてはチェックリストの形でも提供されている。また、AI の学校教育での利用に関連する研修の記録なども紹介されている。
URL	https://www.mext.go.jp/zyoukatsu/ai/

12.10.3.6. コンテンツ制作のための生成 AI 利活用ガイドブック

資料名	コンテンツ制作のための生成 AI 利活用ガイドブック
発行元・発行年	経済産業省、2024 年 7 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ コンテンツ制作関連業界の従事者に向けたガイドラインで利用から得られるメリットの解説と利用にまつわるリスク・その対策について述べている。関連する既存のガイドラインについても案内している。生成 AI を利用して制作した実際の作品をゲーム、アニメ、CM について紹介し、利用にあたっての工夫や、リスク対応も紹介している。
URL	https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/aiguidebook.html

12.10.3.7. 医療デジタルデータの AI 研究開発等への利活用に係るガイドライン

資料名	医療デジタルデータの AI 研究開発等への利活用に係るガイドライン
-----	-----------------------------------

発行元・発行年	厚生労働省、2024年3月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 医療機関等の医療従事者、学術研究機関等の研究者、民間企業等の開発担当者に向けたデータ利用に関するガイドライン。 生成 AI に特有の事情については基本的に除外されているが、より一般的に（生成 AI への利用であるかどうかに関わらず）医療関連の個人データを仮名加工して学術研究や製品開発利用する際に対応が必要となるかを、関連法令などについて列挙・解説する形で案内している。
URL	https://www.mhlw.go.jp/content/001310044.pdf

12.10.3.8. AI と著作権に関する考え方について

資料名	AI と著作権に関する考え方について
発行元・発行年	文化庁、2024年3月
内容	<ul style="list-style-type: none"> AI 利用者、開発者、提供者、学習データとして自らの著作物を利用される者などを対象として著作権法の詳細な解説を行うもの。 法的拘束力はないと断りつつ、現状では裁判で判断が示されていない、AI と著作権法に関する様々な論点について、解説している。開発、利用両面をカバーする資料となっている。
URL	https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/chosakuken/pdf/94037901_01.pdf

12.10.3.9. 生成 AI に関する教員向け研修動画シリーズ

資料名	生成 AI に関する教員向け研修動画シリーズ
発行元・発行年	文部科学省、2024-26年
内容	<ul style="list-style-type: none"> 生成 AI について複数回にわたって開催された教員向け研修の動画および講演資料が取りまとめられているもの。

	<ul style="list-style-type: none"> 工学の専門家による AI の解説、教育学の専門家による AI の教育・学習利用についての考え方、法学の専門家による AI の利用規約を読む際の着眼点・留意点など扱っている内容は幅広い。
URL	https://www.mext.go.jp/zyoukatsu/ai/movie.html

12. 10. 3. 10. 大学・高専における生成 AI の教学面の取扱いについて

資料名	大学・高専における生成 AI の教学面の取扱いについて
発行元・発行年	文部科学省、2023 年 7 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 大学、高等専門学校、またそれらを担当する自治体の行政部局などに対し政府が見解を説明するもの。 具体的な方針策定は個々の教育機関に委ねつつも、方針を適宜見直すことや教職員の研修を行うこと、禁止する用途と違反した場合の措置を明示すること、などが望ましいとしている。具体的ないくつかのリスク（誤情報、著作権侵害、情報漏洩など）についても手短かに解説している。
URL	https://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/2023/mext_01260.html

12. 10. 3. 11. 生成 AI サービスの利用に関する注意喚起等について

資料名	生成 AI サービスの利用に関する注意喚起等について
発行元・発行年	個人情報保護委員会、2023 年 6 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報を取扱う事業者、行政機関等に対する注意喚起をするもの。 AI へのプロンプト入力などの際に個人情報を入力することが本人同意の範囲に入らない場合が考えられること、個人情報に関連した誤情報がありうること、などに関して注意を促している。

URL	https://www.ppc.go.jp/news/careful_information/230602_AI_utilize_alert/
-----	---

12.10.3.12. ヘルスケア領域において生成 AI を活用したサービスを提供する事業者が参照するための自主ガイドライン（ヘルスケア生成 AI 活用ガイド）第 2.0 版

資料名	ヘルスケア領域において生成 AI を活用したサービスを提供する事業者が参照するための自主ガイドライン（ヘルスケア生成 AI 活用ガイド）第 2.0 版
発行元・発行年	日本デジタルヘルスアライアンス WG4 SubWG-B、2025 年 2 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケア領域のサービスで AI を活用する企業に対して、リスクを踏まえた適切な使い方について案内するガイドライン。医療機器や医療機器プログラムは対象から原則除外している。 生成 AI の入門的な解説、国内外の関連ガイドラインや法規制の解説、AI モデルの選定や追加学習の際の留意点、利用の際や生成物の扱いに関する留意点などをとりまとめている。企業向けチェックリスト、生成 AI を活用したサービスやそのガバナンスの事例集、病院内の AI 利用方針策定にあたって活用できるテンプレート、なども付属している。
URL	https://jadha.jp/news/news20250207.html

12.10.3.13. 医療・ヘルスケア分野における生成 AI 利用ガイドライン（第 2 版）

資料名	医療・ヘルスケア分野における生成 AI 利用ガイドライン（第 2 版）
発行元・発行年	医療 AI プラットフォーム技術研究組合、2025 年 7 月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 医療機関などで AI の開発・利用に関わる人に対し、リスクとその対策について案内するガイドライン。開発者、利用者それぞれが留意すべきリスクとその対策令を説明し、他に具体的な用途別に留意点を述べている。関連する法令などを述べている。例えば生成されたある種の情報を適切な有資格者が確認せずに提供することは医師法や医薬品医療機器等法

	に反することなどが指摘されている。誤情報、著作権侵害、情報漏洩、個人情報保護上の問題など法的なリスクもそれ以外のリスクも扱っている。
URL	https://haip-cip.org/news/20250711/

12.10.3.14. 生成 AI 開発契約ガイドライン 第1版

資料名	生成 AI 開発契約ガイドライン 第1版
発行元・発行年	日本ディープラーニング協会 2025年9月
内容	<ul style="list-style-type: none"> 生成 AI を含むシステムの開発を委託する企業に対して契約で留意すべき点などを解説するガイドライン。 生成 AI システムの開発の特徴や種類、各種契約書ひな型、主要な留意点について扱う。委託先のベンダーに対して何が合理的に期待できるかについての解説も随所に述べ、円滑な契約を支援することを狙っている。
URL	https://www.jdla.org/document/

12.10.3.15. 生成 AI の利用ガイドライン 第1.1版

資料名	生成 AI の利用ガイドライン 第1.1版
発行元・発行年	日本ディープラーニング協会 2023年10月、2024年2月（画像編）
内容	<ul style="list-style-type: none"> テキスト生成 AI、画像生成 AI それぞれについて、企業などがテンプレートとして活用できる利用方針のドラフトの形式をとりつつ、主要な留意点についてとりまとめたもの。利用規約上の制約への注意喚起、不適切なコンテンツの生成禁止など法的なリスク、それ以外のリスクを共に扱っている。
URL	https://www.jdla.org/document/#ai-guideline

12.10.3.16. 中小企業のための「生成 AI」活用入門ガイド 第7版

資料名	中小企業のための「生成 AI」活用入門ガイド 第7版
-----	----------------------------

発行元・発行年	東京商工会議所、2025年8月1日
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業の経営者や従業員の AI 利用を支援するためのガイド。2023年7月の第1版公表以来頻繁に改訂されている。 ・ 生成 AI の入門的な解説、主な用途や事例、より具体的な使い方のガイド、主要なリスクとその緩和策の解説、といった内容を含む。リスク低減よりも利用促進に重きをおいている。
URL	https://www.tokyo-cci.or.jp/file.jsp?id=1200434

12.10.3.17. テキスト生成 AI の導入・運用ガイドライン

資料名	テキスト生成 AI の導入・運用ガイドライン
発行元・発行年	情報処理推進機構（IPA）、2024年7月
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生成 AI の導入を検討している組織や既に利用している組織が持つ不安感の低減を目的として、セキュリティ関連の主要リスクとその低減策を解説する資料。 ・ AI についての入門的解説、よくある誤解、主なセキュリティリスクとその分類や対策、海外の関連法制、導入・運用にあたっての体制やプロセスについての留意点、ステップごとの課題。
URL	https://www.ipa.go.jp/jinzai/ics/core_human_resource/final_project/2024/generative-ai-guideline.html

1 3. 提言：生成 AI 時代における社会実装の方向性

本調査研究では、日本における生成 AI の利用実態、リテラシーの状況、企業導入の現状、AI 利用に対する意識、国内外の政策動向などについて、多角的に分析を行った。その結果、日本において、生成 AI の利用は着実に広がりつつある一方で、利用格差、知識不足、導入上の不確実性など、いくつかの重要な課題が明らかになった。

生成 AI は今後、業務、生産活動、教育、行政サービスなど幅広い領域に影響を及ぼす可能性が高い。しかし、その恩恵が社会全体に広がるためには、単なる普及促進にとどまらない戦略が必要である。

本調査研究の結果を踏まえると、今後の政策および社会的対応は、以下の三つの方向性を基本として検討されるべきである。

1. 生成 AI の利用機会を社会全体に広げること
2. 安全で信頼できる利用環境を整備すること
3. AI の活用によって人間の能力と社会的価値を拡張すること

以下では、この三つの方向性に基づき、具体的な 9 つの提言を示す。

第一の方向性：生成 AI の利用機会を社会全体に広げる

提言 1：生成 AI 政策の重点を「普及率中心」から「利用機会の格差是正」へ広げる

本調査では、生成 AI の利用状況において、学歴、居住地域、企業規模などによる差が確認された。特に業務利用については、大卒以上の層や大都市圏の居住者、大企業の従業員で利用率が高い傾向が見られた。この結果は、生成 AI の恩恵が社会の一部に偏る可能性を示唆している。一方で、生成 AI は比較的低コストで利用できるサービスも多く、利用環境次第では格差を縮める可能性もある。

そのため、今後の政策では、単に利用率の上昇を目標とするのではなく、地方、中小企業、非大卒層など、これまでデジタル技術の活用機会が限られてきた層に対して、どの程度利用機会を提供できているかを重要な指標として評価すべきである。

提言 2：社会全体に向けた基礎的 AI リテラシー教育を強化する

本調査では、生成 AI に関する基本的な知識の理解度は、利用者においても高くはないことが確認された。特に、画像生成 AI を利用した際のバイアスや著作権に対する知識の低さが

浮き彫りとなっているほか、生成 AI というシステムや使われている技術に対する理解度の低さも見えた。

生成 AI の社会的利用が拡大する中で、最低限の理解を社会全体で共有することは不可欠である。具体的には、生成 AI の出力が常に正確とは限らないこと、個人情報や機密情報の入力には注意が必要であること、出力バイアスや著作権に関する知識など、日常生活や業務に関係する基本的な知識の普及が求められる。

提言 3：AI リテラシー教育を講座中心から日常利用の中で学べる仕組みへ転換する

生成 AI について特に学びたいと考えていない人も 3 人に 1 人程度存在していることが本調査から明らかになった。また、知識を身に着ける手段としては、ウェブ記事・SNS・動画配信などのインターネットやアプリ、テレビ・新聞などのメディアなどが期待されていた。したがって、従来の講座や研修だけでは十分な効果が得られない可能性がある。

今後は、コミュニケーションツール、動画共有サービス、検索サービス、教育ツール、業務支援ツールなど、日常的に利用されるデジタルサービスの中に、AI 利用に関する注意喚起や確認プロセスを組み込み、利用の過程で自然に理解が深まる仕組みを整備することが求められる。

第二の方向性：安全で信頼できる AI 利用環境を整備する

提言 4：AI の利用領域と人間の判断の役割を整理する

本調査では、行政窓口対応などの事務的な業務に対しては AI 活用への受容度が比較的高い一方で、司法判断、教育評価、人事判断などの専門性が高く、かつ人々の人生に大きな影響を与える分野では慎重な意見が多く見られた。

これは、AI 活用に対する社会的受容が業務の種類によって異なる可能性を示している。したがって、AI の利用を推奨する領域と、人間による最終判断を必要とする領域について整理していくことが重要である。

提言 5：企業の AI 導入支援を操作教育から運用ガバナンス整備へ重点転換する

企業が生成 AI を導入していない理由としては、セキュリティやプライバシー、法的リスクへの懸念が多く挙げられた。2 年前の調査では利用方法が分からないことや人材不足が大きな理由として挙げられていたことを踏まえると、生成 AI 導入の課題が単なる技術習得の問題から、運用管理の問題へと移行しているといえる。また、本調査では、企業に対して AI の適切な利用ルールの整備や責任ある運用を求める意見も一定程度確認された。

今後は、入力情報の管理、ログ管理、利用範囲の明確化、著作権や個人情報への配慮などを含む実務的な運用ルールの整備が重要となる。

提言 6：AI 利用において検証と批判的思考を重視する教育を推進する

本調査では、生成 AI の出力に対する信頼度は必ずしも高くない一方で、利用経験のある人ほど信頼する傾向が確認された。また、若年層は生成 AI の利用率が高い一方で、必ずしも AI に関する知識が十分とは言えない可能性も示唆された。

AI の出力には誤りが含まれる可能性もあることから、利用が広がる中では、出力内容そのまま受け入れるのではなく、確認や検証を行う行動が重要になると考えられる。学校教育などにおいては、AI の利用能力だけでなく、情報を批判的に検討し判断する能力をあわせて育成していくことが重要である。

第三の方向性：AI 活用による社会的価値の拡張

提言 7：企業は AI 導入の効果を測定する仕組みを整備する

生成 AI を導入している企業の多くは業務効率化などの効果を実感していると回答している。その一方で、国内外の調査では、生成 AI 導入の効果を定量的に評価している企業は必ずしも多くないことが指摘されている。

こうした状況を踏まえると、AI 導入を持続的な競争力につなげるためには、業務時間の短縮や業務品質の変化などを客観的に測定し、その結果を踏まえて継続的に改善していく仕組みを整備することが重要である。

提言 8：行政 AI は人の代替ではなく行政サービスへのアクセス改善に活用する

本調査では、行政窓口の案内や手続き説明などに AI 活用を期待する人の割合は約半分と、高い傾向が見られた。また、政策立案や行政判断に関する助言など、意思決定を支援する用途についても一定の期待が確認された。さらに、政府に対して生成 AI の安全な利用環境の整備や適切なルールづくりを求める意見も一定程度確認された。

これらの結果は、行政 AI に対して必ずしも人間の判断を代替する役割だけが求められているわけではなく、行政サービスへのアクセスを改善する支援ツールとしての役割にも期待が寄せられていることを示している。

行政における AI 活用は、住民が必要な情報に迅速にアクセスできる環境を整備するための支援ツールとして活用するとともに、行政判断を補助する形での利用についても検討していくことが望ましい。

提言 9：生成 AI 社会の目標を効率化ではなく人間の活動の高度化に置く

生成 AI は業務効率化の手段として語られることが多いが、本調査では自己実現や成長といった幸福感の側面との関連も示唆された。AI によって削減された時間や労力が、人間による創造的活動、対人活動、判断業務などに再配分されるのであれば、AI は社会全体の価値創造や幸福感を高める可能性を持つ。

したがって、生成 AI の社会的活用を評価する際には、単なる効率化や経済効果だけでなく、人間の活動の質をどのように高めているかという観点も重視する必要がある。

付録

付録 A. 1. アンケート調査票

F1 あなたの性別をお知らせください。

ひとつだけ

必須

男性

女性

F2 あなたの年齢をお知らせください。



必須

歳

F3 あなたのお住まいをお知らせください。

ひとつだけ

必須

選択してください



F4 あなたは結婚していますか。

ひとつだけ

必須

結婚していない（未婚・離死別）

結婚している

F5 あなたの職業をお知らせください。



ひとつだけ

必須

会社員・役員

自営業

専門職（医師、弁護士、美容師、デザイナー等）

公務員

学生

専業主婦・専業主夫

パート・アルバイト・フリーター

無職・定年退職

その他

アンケート調査では、あなたの生成AI利用などについて詳細にお尋ねします。このアンケート調査は匿名で行われ、得られたデータは集計・分析されます。また、集計されていない個別データの内容を公表することはありません。調査結果は研究以外では使用しません。誰が回答したかが分からない状態で分析結果が公表されることがあります。この調査に参加するかどうかはあなた自身でお決めください。調査の協力有無によってあなたが不利益を被ることはありません。アンケートへの回答を以て、調査協力について同意したものとさせていただきます。

PQ1 あなたは以下の技術や具体的なサービスについてどの程度ご存じでしょうか？最も近いものを1つずつお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

		どのようなものか詳しく知っている	どのようなものかなんとなく知っている	名前を聞いたことがある	全く知らない
Google検索結果のAIによる概要 (AI Overview)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bing AI	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perplexity AI	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ChatGPT	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Microsoft Copilot	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gemini (Google Bard)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Claude	→	○	○	○	○
Midjourney	→	○	○	○	○
Stable Diffusion	→	○	○	○	○
Adobe Firefly	→	○	○	○	○
DALL-E 3	→	○	○	○	○
Runway	→	○	○	○	○
Text-to-Speech AI	→	○	○	○	○
生成AI全般	→	○	○	○	○
		どのよ うな もの か 詳 しく 知 っ て い る	どのよ うな もの か な ん と な く 知 っ て い る	名 前 を 聞 い た こ と が あ る	全 く 知 ら な い

PQ3 PQ2でお答えいただいた生成AIサービス全般について、どの程度利用していますか？
仕事とプライベートそれぞれで最も近いものをお選びください。



それぞれひとつだけ

必須

	仕事	プライベート
	↓	↓
毎日	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2日に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3日に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1週間に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2週間に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1か月に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3か月に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
半年に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
それより少ない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PQ4 過去1年間のあなた個人の収入と世帯（あなたを含めて、生計をともにしている家族全体）での収入は、いくらぐらいでしたか。
税金を差し引く前の収入でお答えください。年金、株式配当や臨時収入、副収入などすべての収入を合わせてください。

それぞれひとつだけ

必須

	個人年収	世帯年収
	↓	↓



なし (0円)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50~100万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
100~300万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
300~500万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
500~700万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
700~1,000万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1,000~1,300万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1,300~2,000万円未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2,000万円以上	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PQ5 あなたが最後に卒業した学校について、もっとも近いものを1つお選びください。

ただし、現在学生の場合は、現在所属している学校をお選びください。

ひとつだけ

必須

大学院

大学

短大・高専

専門学校

高校 (旧制中学)



中学 (旧制小学)

PQ6 あなたの勤務先の業種について、最も近いものを1つお選びください。
勤務先が複数ある場合には、主たる勤務先についてお答えください。

ひとつだけ

必須

建設・土木・工業

製造業

IT・通信業

運輸・物流・海運業

卸売業

小売業

金融・保険業

教育・学習支援業



医療・福祉業

広告業

その他サービス

農林水産業

公共・公務

その他

PQ7 あなたの勤務先での職種について、最も近いものを1つお選びください。
勤務先が複数ある場合には、主たる勤務先についてお答えください。

ひとつだけ

必須

企業等の経営者・役員

個人事業主・店主

経営・事務企画

営業・販売

基礎・技術研究

技術開発・設計

商品企画・開発

購買・仕入業務

製造・生産・品質管理

広告・宣伝・マーケティング

システム保守・管理

物流・配送

広報・編集

人事・総務・経理

システム開発エンジニア

データサイエンティスト・アナリスト

市場調査・分析

カスタマーサービス・サポート

研修・教育

その他

PQ8 あなたは、以下のサービスを日頃どれくらい利用していますか。
平日・休日を合わせて、平均して1日あたり利用している時間を教えてください。
日頃していない場合は0分をお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

	0分(利用していない)	15分未満	15分～30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間以上
SNS (X (旧Twitter)、Instagram、Facebook、Be Real、Threadsなど)	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
動画共有サービス (YouTube、TikTok、ニコニコ動画など)	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
メッセージアプリ (LINE、Messengerなど)	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
電子掲示板 (5ちゃんねるなど)	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
マスメディア (テレビ・新聞・ラジオ・雑誌や、それらのネット版など)	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
ネットニュース (Yahoo!ニュース・LINE NEWS・スマートニュースなど)	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
この行では「2時間～3時間未満」をお選びください	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
個人のウェブサイトやブログ (Ameba、はてなブログなど)	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
インターネット全般	→ ○	○	○	○	○	○	○	○	○
	0分(利用していない)	15分未満	15分～30分未満	30分～1時間未満	1時間～1時間半未満	1時間半～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～5時間未満	5時間以上

本調査

Q1 生成AIサービスについて、興味はあるのに利用していない理由にはどのようなものがありますか？

あなたの考えに当てはまるものをすべてお選びください。

いくつでも

必須

生成AIの使い方がわからないから（参考になる情報が無い、相談できる相手がいらないなど）

生成AIを使う目的がはっきりせず、必要性を感じないから

利用にあたってのコストが気になるから（サービスへの課金や端末代、費用対効果が不明など）

セキュリティやプライバシー、法規制に不安を感じるから

自分の周囲の雰囲気や生成AIへの抵抗があるから（職場文化／家族・友人の目が気になる）

職場・組織での利用が禁止されているから

既存システムやアプリとの連携や設定が面倒だと感じるから

利用者の思考力低下や依存など、倫理や社会的な影響への懸念があるから

その他

入力してください

特に理由はない

Q2 生成AIサービスについて利用しておらず、興味も持てない理由にはどのようなものがありますか？

あなたの考えに当てはまるものをすべてお選びください。

いくつでも

必須

生成AIの使い方がわからないから（参考になる情報が無い、相談できる相手がいないなど）

生成AIを使う目的がはっきりせず、必要性を感じないから

利用にあたってのコストが気になるから（サービスへの課金や端末代、費用対効果が不明など）

セキュリティやプライバシー、法規制に不安を感じるから

自分の周囲の雰囲気や生成AIへの抵抗があるから（職場文化／家族・友人の目が気になる）

職場・組織での利用が禁止されているから

既存システムやアプリとの連携や設定が面倒だと感じるから



利用者の思考力低下や依存など、倫理や社会的な影響への懸念があるから

その他

入力してください

特に理由はない

Q3 プライベートで生成AIをどのような用途で利用していますか？
当てはまるものをすべてお選びください。

いくつでも

必須

文章作成・編集

文章の要約

創作のアイデア出し

調べもの・調査・検索・情報収集

旅行・イベントの計画

タスク管理や趣味プロジェクトの支援

買い物・商品比較・おすすめ探し

人間関係の相談や、言い回しのアドバイスをもらう

雑談・話し相手

翻訳

学習・勉強支援（資格学習・要点整理・問題作成など）

画像・音声・動画の編集・生成

その他

入力してください

Q4 あなたはプライベートでの生成AIのそれぞれの利用方法について、どの程度役立つと感じていますか？
それぞれ当てはまるものを1つずつお答えください。

それぞれひとつだけ

必須

		非常に役立つ	役立つ	やや役立つ	どちらともいえない	あまり役立つたない	役立たない	全く役立たない
文章作成・編集	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
文章の要約	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
創作のアイデア出し	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
調べもの・調査・検索・情報収集	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
旅行・イベントの計画	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

タスク管理や趣味プロジェクトの支援	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
買い物・商品比較・おすすめ探し	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常に役立つ	役立つ	やや役立つ	どちらともいえない	あまり役立つたない	役立たない	全く役立たない
人間関係の相談や、言い回しのアドバイスをもらう	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
雑談・話し相手	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
翻訳	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
学習・勉強支援（資格学習・要点整理・問題作成など）	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
画像・音声・動画の編集・生成	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
その他 [[q3_13t]]	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
プライベートでの生成AI利用全般	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q5 仕事で生成AIをどのような用途で利用していますか？
 当てはまるものをすべてお選びください。

いくつでも

必須

組織内向けの文章作成・編集

組織外向けの文章作成・編集

文章の要約

プレゼン・スライド資料作成

会議の準備（アジェンダ作成、想定Q&A、配布資料の下書きなど）

議事録・要点メモ作成

企画や創作のアイデア出し

調べもの・調査・検索・情報収集

データ分析や可視化・解釈など、データに関わる業務

カスタマーサポートの自動化やチャットボットの運用

組織内のサポート業務（FAQ・マニュアル作成など）

翻訳

学習・研修・教育支援

プログラミングコードの生成・生成支援やレビュー

その他

入力してください

Q6 あなたは仕事での生成AIのそれぞれの利用方法について、どの程度役立つかと感
じていますか？

それぞれ当てはまるものを1つずつお答えください。

それぞれひとつだけ

必須

		非常に役立つ	役立つ	やや役立つ	どちらともいえない	あまり役立たない	役立たない	全く役立たない
組織内向けの文章作成・編集	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
組織外向けの文章作成・編集	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
文章の要約	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
プレゼン・スライド資料作成	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
会議の準備（アジェンダ作成、想定Q&A、配布資料の下書きなど）	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
議事録・要点メモ作成	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
企画や創作のアイデア出し	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
調べもの・調査・検索・情報収集	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常に役立つ	役立つ	やや役立つ	どちらともいえない	あまり役立たない	役立たない	全く役立たない
データ分析や可視化・解釈など、データに関わる業務	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
カスタマーサポートの自動化やチャットボットの運用	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
組織内のサポート業務（FAQ・マニュアル作成など）	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
翻訳	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
学習・研修・教育支援	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
プログラミングコードの生成・生成支援やレビュー	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
その他 [[q5_15t]]	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
仕事での生成AI利用全般	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q7 以下に状態を表す語がいくつか書かれています。
 現在のあなたの気分どの程度当てはまるか、最も近いものを1つお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

		非常によく当てはまる	当てはまる	どちらかといえば当てはまる	どちらかといえば当てはまらない	当てはまらない	まったく当てはまらない
活気のある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
わくわくした	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
気合の入った	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
きっぱりした	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
機敏な	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誇らしい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
強気な	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
熱狂した	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

		非常によく当てはまる	当てはまる	どちらかといえば当てはまる	どちらかといえば当てはまらない	当てはまらない	まったく当てはまらない
いらだった	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
苦悩した	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
びりびりした	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
びくびくした	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
恥じた	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
うろたえた	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
心配した	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
おびえた	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常によく当てはまる	当てはまる	どちらかといえば当てはまる	どちらかといえば当てはまらない	当てはまらない	まったく当てはまらない

Q8 以下の文章を読み、あなた自身がどのくらい思うかについて、最も適切なものを選択してください。
文章全体を総合的に見て、どれだけ思うか評価してください。



それぞれひとつだけ

必須

		とてもそう思う	かなりそう思う	すこしそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	ほとんどそう思わない	全くそう思わない
私は有能である	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は社会・組織の要請に答えている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私のこれまでの人生は、変化、学習、成長に満ちていた	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
今の自分は「本当になりたかった自分」である	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
人の喜ぶ顔が見たい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私を大切に思ってくれる人たちがいる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は、人生において感謝することがたくさんある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は日々の生活において、他者に親切にし、手助けしたいと思っている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		とてもそう思う	かなりそう思う	すこしそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	ほとんどそう思わない	全くそう思わない

Q9 以下の文章を読み、あなた自身がどのくらい思うかについて、最も適切なものを選択してください。
文章全体を総合的に見て、どれだけ思うか評価してください。

それぞれひとつだけ

必須



		とてもそう思う	かなりそう思う	すこしそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	ほとんどそう思わない	全くそう思わない
私はものごとが思い通りにいくと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は学校や仕事での失敗や不安な感情をあまり引きずらない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は他者との近しい関係を維持することができる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
自分は人生で多くのことを達成してきた	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は自分と他者をあまり比較しない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私に何ができて何ができないかは外部の制約のせいではない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
自分自身についての信念はあまり変化しない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
テレビを見ると、チャンネルをあまり頻繁に切り替え過ぎない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		とてもそう思う	かなりそう思う	すこしそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	ほとんどそう思わない	全くそう思わない

Q10 以下の文章を読み、あなた自身にどのくらい当てはまるかについて、最も適切なものを選択してください。
 文章全体を総合的に見て、自分にどれだけ当てはまるかを評価してください。

それぞれひとつだけ

必須

	非常に	だいた	少し当	どちち	あまり	ほとん	全く当
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

	→	よく当てはまる	いまいち	少し	どちち	あまり	ほとんど	全く当てはまらない
ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私の人生は、とても素晴らしい状態だ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は自分の人生に満足している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常に	だいた	少し	どちち	あまり	ほとん	全く

Q11 あなたの人生について、考えられる最も良い生活を10、最も悪い生活を1とします。
 現在のあなたの生活はいくつでしょうか。

ひとつだけ

必須

選択してください



以下の生成AIに関する設問にお答えください。

なお、正解は1つとは限りません。正しいと思うものを全てお選びください。

Q12S1 生成AIの機能についての正確な説明として、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIは、入力されたキーワードに基づいて、先に用意された回答から適切な回答を提供する

生成AIは、多種多様なメディア（音声、テキスト、画像）を生成できる

生成AIは、ユーザーの質問の意図を自動的に理解し、最適な回答を提供する

生成AIは、感情を理解し、ユーザーの感情状態に合わせて回答する

いずれも正確ではない

Q12S2 AIが生成した誤った情報に騙されないための行動として、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須



生成AIに、「この情報は真実ですか？」と質問する

提供された情報は、常に批判的に疑って考えるようにする

提供された情報の出典や、その情報に関する専門家の意見を自分自身でも確認する

生成AIが回答した内容は、公的機関の情報よりも信頼できると考える

生成AIは誤った情報を提供しないので、疑う必要はない

Q12S3 AIに入力すべきでない情報の例として正しいものを全てお選びください。

いくつでも

必須

友人や家族の住所やメールアドレス

業務上入手した顧客情報

職場やクラスの名簿を撮影した写真

個人の趣味や嗜好

いずれも入力して問題ない

Q12S4 AIでビジネスメール作成する際に気を付けるべきこととして、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIは違和感のない文章を作成するため、特にチェックせずそのまま使ってよい

自分自身の氏名や所属は、他人の個人情報ではないため生成AIに入力してよい

職務内容や顧客情報は機密情報に当たるので、生成AIには入力しない

AIによって生成されたメールの文章は確認し、違和感のある箇所は修正する

いずれも適切ではない

Q12S5 生成AIで作った商品の広告イラストが、有名な広告デザインに似ていた際の対応として、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIが作ったイラストなので問題はないため、そのまま使う

法的な問題に発展するリスクを避けるために、新しくイラストを生成しなおす

既存広告デザインの権利者から許諾を得たうえで利用する

既存の広告デザインとは全く異なるものとなるよう、大きく変更したデザインを利用する

いずれも適切ではない

Q12S6 AIを用いて色々なコンテンツを作成する際、著作権やパブリシティ権の侵害を予防するための指示の例として、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須

A社の広告ポスターが素晴らしいので、似ているポスターを作成して下さい

漫画Bが今後どうなるのか、現状から予想できる続編を書いてください

女優Cが水着を着ているイラストを生成してください

新たな化粧品を販売するための、キャッチコピーを考えて下さい

いずれも適切ではない

Q12S7 AIを活用する際に、倫理的に正しいと考えられる説明として、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIに過度に依存しないように気を付ける

SNS上で犯行予告をするための文章を生成AIに出力してもら

生成AIを使うと思考力が落ちるので、勉強や仕事には一切使わない

生成AIを使ったサイバー犯罪や特殊詐欺を行わない

いずれも適切ではない

Q12S8 生成AIで「大企業の社長」の画像を生成したところ、すべて男性のイラストや写真であった。回答の偏見（性差）を軽減するため、指示を工夫する方法として、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須

どのような企業なのか、どのような状況のイラストなのかの情報を追加する

男女両方の社長の存在を考慮したイラストを生成するよう求める

「社員に信頼される社長」など、性別や年齢などに依存しない特徴を追加の情報として提供する

具体的に指示を出すと偏見が増してしまうため、あいまいな指示を出すようにする

いずれも適切ではない

Q12S9 AIの特性の説明として、適切なものを全てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIを使うためには、一般的なプログラムと同じように専用の言語を学ぶ必要がある

生成AIに対して同じテーマでイラスト作成を依頼しても、同じイラストを描いてくれるとは限らない

生成AIはデータベースを基に正しい情報を出力するので、ビジネス文章にもそのまま利用できる

生成AIに英語の出力をさせるためには、英語で指示を出す必要がある

いずれも適切ではない

Q12S10 AIに旅行のプランを立ててもらったとき、その後の行動として適切なものを全
てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIが提案した観光地の公式ウェブサイトを訪れて、最新の情報や開場時間を確認する

生成AIが提供したプランの時間は正確なので、追加の確認や調整は行わずに旅行を行う

AIが提案した観光地は人気も考慮しているので、他の人の意見やレビューは参照しない

提案されたレストランや宿泊施設が本当に存在しているか、公式ウェブサイトなどで確認する

いずれも適切ではない

Q13 あなたは生成AI全般について、総合的にどの程度役立つと感じていますか？

ひとつだけ

必須

非常に役立つ

役立つ

やや役立つ

どちらともいえない

あまり役立たない

役立たない

全く役立たない

Q14 あなたは生成AI全般について、どのように考えていますか？

ひとつだけ

必須

社会にとって非常に有益である



社会にとって有益である

社会にとってやや有益である

どちらともいえない

社会にとってやや害がある

社会にとって害がある

社会にとって非常に害がある

Q15 あなたは、以下の媒体・サービス上の情報・ニュースについて、どれくらい信頼していますか。

それぞれひとつだけ

必須

		非常に信頼している	信頼している	やや信頼している	あまり信頼していない	信頼していない	全く信頼していない
SNS (X (旧Twitter)、Instagram、Facebook、BeReal、Threadsなど)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
動画共有サービス (YouTube、TikTok、ニコニコ動画など)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
マスメディア (テレビ・新聞・ラジオ・雑誌や、それらのネット版など)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
その他のマスメディア (ラジオ・雑誌や、それらのネット版など)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ネットニュース (Yahoo!ニュース・LINE NEWS・スマートニュースなど)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
メッセージアプリ (LINE・Messengerなど)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの出力する情報	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
家族・友人からの情報	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常に信頼している	信頼している	やや信頼している	あまり信頼していない	信頼していない	全く信頼していない

Q16 生成AIの将来的な展開に関して、政府に求めたいことはありますか？
以下の選択肢の中からあなたの考えに当てはまるものを、全てお選びください。

いくつでも

必須

個人情報を守るためのプライバシー保護の強化

生成AIを正しく安全に使うためのルールづくり

生成AIの影響について国が調査や研究を行うこと

学校や社会で生成AIを学べる教育や研修への投資

生成AIの仕組みを開発者やサービス提供者にわかりやすく説明させるルールづくり

生成AIが仕事や暮らしに与える影響を調べて対策すること

誰でも公平に生成AIを使えるようにすること

生成AIを使った悪用や犯罪を防ぐための法律や対策

生成AI産業の育成や国際競争力を高める取り組み

行政サービスの効率化や国民へのサービス向上に生成AIを活用すること

その他

入力してください

政府に求めたいことは特にない

Q17 生成AIの将来的な展開に関して、AIサービス企業に求めたいことはありますか？

以下の選択肢の中からあなたの考えに当てはまるものを、全てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIの仕組みや使い方、その影響についてのわかりやすい説明と情報公開

顧客データを安全に守るためのプライバシー保護の強化

誰でも理解できる、明確で簡潔な利用規約の提示

利用者からの意見や要望を取り入れてサービスを改善すること

生成AIを正しく、安全に使うための自主ルールづくり

誰でも使いやすいサービス設計（ユーザーフレンドリーさ）の向上

サービスやシステムに関するセキュリティ対策の強化

生成AIによる悪影響やトラブルに対処するための仕組みづくり

生成AI利用のコストや料金体系の透明性確保

偏見や差別を生まないように、公平性を確保する取り組み

環境や社会への配慮を含めた責任あるサービス提供

その他

入力してください

AIサービス企業に求めたいことは特にない

Q18 生成AIのリスク低減に向けて取り組むべき主体はどこだと思いますか？

ここでのリスクとは、たとえば、生成AIによる「知的財産権侵害」「プライバシー侵害」「情報漏洩」「フェイク情報」「思考力の低下や依存」などが挙げられます。

以下の主体について、1位から3位まで順位をつけてお答えください。

それぞれひとつだけ

必須

	1位	2位	3位
	↓	↓	↓
生成AIのモデル開発をしている企業（OpenAI、Googleなど）	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを活用したサービスを提供している企業	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
国や政府などの公的機関	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
研究機関・教育機関などの第三者機関	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
業界団体や関連企業のコンソーシアム	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
メディア・報道機関	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
利用者や市民自身（リテラシー向上や使い方の工夫）	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
国際機関や国際的な協力枠組み	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1位	2位	3位

Q19 以下の事項について、人間ではなく、生成AIに基づいて対応がなされたとしたら、あなたはどのように思いますか。あなたに対応の受け手だとして考えてください。以下のA, B二つの考え方に対して、あなたはどちらに近いでしょうか。あなたの考えに最も近い選択肢を選択してください。

なお、生成AIが対応することに伴う技術的課題は全て克服されていると仮定してください。

- A 生成AIによる対応で納得できる
 B 人間が対応すべきことであり、生成AIによる対応は納得できない

それぞれひとつだけ

必須

		Aに近い	ややAに近い	どちらかといえばAに近い	どちらともいえない	どちらかといえばBに近い	ややBに近い	Bに近い
職場での昇進や人事評価に関する評定 (AI人事担当者)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
就職活動の面接 (AI面接官)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
公的支援や給付の審査・判断 (生活保護や補助金などの裁定)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
行政窓口での事務手続きや案内 (住民票発行、相談対応など)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
行政や政府における政策立案の補助 (AI政策アドバイザー)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Aに近い	ややAに近い	どちらかといえばAに近い	どちらともいえない	どちらかといえばBに近い	ややBに近い	Bに近い
裁判など司法の判断 (AI裁判官)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
警察や治安維持に関わる活動 (AI警察官)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
住宅ローンや与信の審査	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
医療現場での診断や処置 (AI医師)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
学校教育における授業 (AI教師)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
民間のカスタマーサービスやコールセンター対応 (AIオペレーター)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Aに近い	ややAに近い	どちらかといえばAに近い	どちらともいえない	どちらかといえばBに近い	ややBに近い	Bに近い

Q20 あなたが働いているところは、支店、営業所なども含めて会社全体、店全体で従業員はおよそ何人ですか。

勤務先が複数ある場合には、主たる勤務先についてお答えください。

ひとつだけ

必須

1~4人

5~9人

10~29人

30~99人

100~299人

300~499人

500~999人

1000人以上

Q21 あなたの勤務している組織の売上高をお教えてください。
勤務先が複数ある場合には、主たる勤務先についてお答えください。

ひとつだけ

必須

売り上げはない

1千万円未満

1千万円～5千万円未満

5千万円～1億円未満

1億円～5億円未満

5億円～10億円未満

10億円～50億円未満

50億円～100億円未満

100億円～500億円未満

500億円～1000億円未満

1000億円以上

Q22 あなたの勤務している組織は設立から現在まで何年経っていますか。
勤務先が複数ある場合には、主たる勤務先についてお答えください。

ひとつだけ

必須

1年未満

1年以上～3年未満

3年以上～5年未満

5年以上～10年未満

10年以上～20年未満

20年以上～30年未満

30年以上～50年未満

50年以上

Q23 あなたの所属している勤務先では、生成AIの活用をしていますか？
当てはまるものを1つお選びください。
勤務先が複数ある場合には、主たる勤務先についてお答えください。



ひとつだけ

必須

全社的に活用している

一部で活用している

活用を検討している

活用していないが、今後は検討する可能性がある

活用していないし、今後も予定はない／ルールで禁止されている

わからない

Q24 生成AIを勤務先で活用しているとお答えいただいた方にお尋ねします。
生成AIはどのようにイノベーションに寄与していると思いますか？
当てはまるものを全てお選びください。

いくつでも

必須

新しいアイデアの生成や試作により、製品開発期間が短縮化されている

プロセスや作業の効率化を実現している

市場調査やデータ分析から新たな洞察を得ている

より個人に合った顧客体験の提供に繋がっている

コスト削減とリソースの最適化に貢献している

データに基づいた意思決定の改善に役立っている

創造的なアイデアや新しいビジネスモデルの創出を促している

従業員のスキルと能力の向上をサポートしている

リスク管理と問題解決の改善につながっている

その他

入力してください

イノベーションに寄与しているとは思わない

Q25 あなたの勤務している組織で生成AIを利用するにあたり、重視している点や期待する効果は何ですか？

当てはまるものを全てお選びください。

いくつでも

必須

全般的な業務プロセスの効率化や生産性の向上

人件費などのコスト削減による利益率の向上



新しい製品やサービスの開発の高速化

データに基づいた意思決定の強化

顧客体験の改善とパーソナライズされたサービスによる顧客満足度向上

生成AIを導入することによる、市場競争力の強化

従業員のスキルアップと能力開発

斬新なアイデア・コンテンツの生成による、イノベーションと創造性の促進

サステナビリティと環境への配慮

生成AIを活用することによるセキュリティとリスク管理の向上

その他

入力してください

重視している点や期待する効果は特にない

Q26 生成AIの導入に際して、組織として障壁や懸念事項となっている点は何ですか？

当てはまるものを全てお選びください。

いくつでも

必須

使い方や活用方法がわからない／社内に知識・人材が足りない



方針や目的がはっきり決まっていない

コストが高い・費用対効果が不安（効果の測り方が難しい）

セキュリティやプライバシー、法規制が不安

組織の文化や社内の抵抗が強い

顧客・利用者の理解や受け入れに不安がある

既存システムとの連携が難しい／運用・保守が不安

倫理・社会的影響への懸念（評判や人の思考力への影響など）

その他

入力してください

障壁や懸念事項は特にない

Q27 あなたは生成AIについて、どのようなイメージやお考えをお持ちですか？
それぞれ、あなたの考えに最も近いものをお答えください。

それぞれひとつだけ

必須

		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
生成AIは私の日常生活に役立つと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使えば、もっと早く物事を達成できるかもしれない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使ったサービスを利用すれば、私の生産性（仕事や作業の効率）が上がるかもしれない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの使い方を学ぶのは簡単だ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIとのやりとりは、明確でわかりやすいと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使ったサービスは使いやすいと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使いこなすのは簡単だと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
私にとって重要な人は、私が生成AIを使うべきだと思っている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私の行動に影響を与える人は、私が生成AIを使うべきだと考えている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私の尊敬する人は、私が生成AIを使うべきだと思っている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は生成AIを利用するために必要なリソースを持っている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は生成AIを利用するために必要な知識を持っている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは、自分が使っている他のアプリケーションと互換性がある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
困ったときには、生成AIの使い方について助けを求めることができる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

生成AIは価格が手ごろだ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは価格に見合った価値がある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
現在の価格で、生成AIは良い価値を提供している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ガイドがあれば、生成AIを利用したいと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
誰かが生成AIの使い方を教えてくれるなら、使いたいと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
他の人が使っているなら、生成AIを使いたいと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使うのは楽しいと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
生成AIを使っていて心地よいと感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使うことはとても面白い	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使うことは私の習慣になっている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
近頃の私は生成AIに依存していると思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使えるときには必ず使っている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
今後も生成AIを使ったサービスを利用するつもりである	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
日常生活の中で、常に生成AIを使ったサービスを利用しようと思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
私はこれからも頻繁に生成AIを利用するつもりだ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使うとき、個人情報の保護やプライバシーに不安を感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを使うとき、セキュリティやデータ全般の保護に不安を感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの技術そのものには、個人情報保護上の課題が残っていると思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの技術そのものには、セキュリティ上の課題が残っていると思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない

Q28 あなたはテクノロジー全般について、どのようなイメージやお考えをお持ちですか？
それぞれ、あなたの考えに最も近いものをお答えください。

それぞれひとつだけ **必須**

		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない
	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ロボットが世界を支配することを心配している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ウェブサイトを見ると、簡単にストーカーされるのではないかと不安になる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
テクノロジーを使って私の行動が監視されていると感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
テクノロジーが私たちの生活、コミュニケーション、愛、そして他人を判断する方法までも変えてしまうことを心配している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新しいテクノロジーによって人間が時代遅れになることを心配している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない

新しいテクノロジーが私の仕事を奪うことを心配している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新しいテクノロジーの中で、怖いと感じる機能が一部ある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新しいテクノロジーを知ったら、それを試す方法を探す	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
仲間内では、新しいテクノロジーを最初に試すことが多い	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
一般的に、新しいテクノロジーを試すことに躊躇する	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新しいテクノロジーを試すのが好きだ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常にそう思う	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	そう思わない	全くそう思わない

Q29 あなたは、生成AIの利用について教えてもらったり、資料を見たり読んだりしたことはありますか。
経験したこととして当てはまるものを全てお選びください。

いくつでも

必須

サービスの導入・登録時の説明で知った

学校や教育機関で学んだ

職場での研修・勉強会で学んだ

行政や企業・団体が主催する講座やセミナーで学んだ

テレビ・新聞・本・雑誌などのメディアで知った



ウェブ記事・SNS・動画配信などインターネットで知った

アプリ内の案内やチュートリアルで知った

家族・友人・同僚などとの会話で知った

その他

入力してください

生成AIについて学んだり知ったりしたことはない

Q30 あなたは、生成AIの利用についてどのようなことを教えてもらったり、資料を見たり読んだりしたことがありますか。
経験したこととして当てはまるものを全てお選びください。

いくつでも

必須

生成AIの基礎知識（生成AIとは何か、生成できるコンテンツの種類など）

生成AIの入門的な使い方

生成AIのより効果的な活用方法や応用的な使い方（プロンプトや外部接続など）

個別の生成AIサービス・機能についての具体的な使い方

情報の正確性に対するリスクや対処法

情報の流出に対するリスクや対処法



著作権・知的財産権の侵害リスクやその対処法

生成AIを活用する上での倫理・モラル

その他

入力してください

Q31 生成AIの使い方などの情報について、以下の何を通じて知ることができると便利だと思いますか？

この中から、当てはまるものを全てお選びください。

いくつでも

必須

サービスの導入・登録時の説明で知ることができる

学校や教育機関で学ぶことができる

職場での研修・勉強会で学ぶことができる

行政や企業・団体が主催する講座やセミナーで学ぶことができる

テレビ・新聞・本・雑誌などのメディアで知ることができる

ウェブ記事・SNS・動画配信などインターネットで知ることができる

アプリ内の案内やチュートリアルで知ることができる

家族・友人・同僚などとの会話で知ることができる



その他

入力してください

特に知りたいと思わない

Q32 次のタスクについて、自分やそのチームが仕事で遂行する必要があるタスクだとしたとき、生成AIにどのレベルまで任せたいと思いますか？
それぞれ1つずつお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

		人間のみに 行う	補助的な ツールとして 生成AIを用いる	AIが提案し、 人間が最終 判断をする	自動でAIが 行うが、人間 が監督する	完全にAIが 自動で行う
大量のデータの集計や整備（クリーニング）	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
既存のルールに基づいて、タスクや物事を分類する	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
長文を要約したり、論点を抽出したりする	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新しい企画を起こすときの一次案・たたき台を作る	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
人事評価や最終的な担当者の選抜を行うなど、人事的な判断	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
画像や映像、音楽といったクリエイティブの創作	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
医療や法務など、誤ると重大な不利益が出る可能性もある判断	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
セキュリティ・機微情報を含むデータの処理	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

顧客へのメッセージ・メールの最終的な文面の作成	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
消費者の購買や旅行などの推薦・レコメンデーション	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		人間のみに 行う	補助的な ツールとして 生成AIを用いる	AIが提案し、 人間が最終 判断をする	自動でAIが 行うが、人間 が監督する	完全にAIが 自動で行う

Q33 あなたは生成AIについてどのように感じていますか？
あなたの考えに近いものを、それぞれ1つずつお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

		とてもそう思う	そう思う	どちらでもない	そう思わない	全くそう思わない
生成AIは状況を正しく解釈できる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは安定して動作する	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIのシステムが不具合を起こす可能性は高い	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは人間が行っていた複雑なタスクを、代わりに引き継いで行う能力がある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIはときどき誤った出力をするかもしれない	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの能力に対して評価している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの状態はいつも明確である	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは予測できない反応をすることがある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの出力に対して、なぜそうなったのかを理解できる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIはどのように次の動作・挙動をするかが見通しづらい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		とてもそう思う	そう思う	どちらでもない	そう思わない	全くそう思わない
私は、生成AIと似たシステムを元々知っていた	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は、生成AIと似たシステムを元々使っていたことがある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの開発者は信頼できる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの開発者（サービス提供者）は、利用者の安心・安全を重視している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
見慣れない自動化システムには注意すべきだ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は何事に対してもどちらかと言えば信頼する方だ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
自動化のシステムは一般にうまく機能すると思う	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は生成AIを信頼している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は生成AIを頼りにしている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	とてもさう思う	さう思う	ごちうとも言えない	さう思わない	全くさう思わない
--	---------	------	-----------	--------	----------

Q34 以下のような条件が満たされたとき、現在より生成AIに任せる度合いをどの程度変えたいと思いますか。
 それぞれあなたの考えに近いものを1つずつお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

		大きく下げたい	やや下げたい	変わらない	やや上げたい	大きく上げたい
生成AIが出力した内容の根拠や参照が示される（説明可能性が高まる）	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
第三者機関による生成AIの安全性テストの結果や評価が公開されている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの判断には必ず人の最終確認（監督）を組み込める	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
取り扱うデータの漏えい防止を設定できるなど、安全性が担保されている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを用いたことによって誤ってしまったとき、責任・救済の制度や措置が明確である	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		大きく下げたい	やや下げたい	変わらない	やや上げたい	大きく上げたい

Q35 以下は、あなたが普段使う生成AI（例：ChatGPTなど）についての質問です。それぞれ、自分の考えに近いと思うものを1つずつお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

	全くそう思わない	そう思わない	あまりそう思わない	どさどさとも言えない	ややそう思う	そう思う	とてもそう思う
					^		

生成AIは自動的に支援内容を調整してくれる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは半自律的に作業を進めることがある	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは人の指示がなくても先回りして手助けしてくれる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの応答は私の直前の入力内容に関連している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは過去のやり取りを踏まえて応答してくれる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIは私の入力に基づき賢い提案をしてくれる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		全くそう思わない	そう思わない	あまりそう思わない	どさどさとも言えない	ややそう思う	そう思う	とてもそう思う
私は生成AIを心地よい会話相手だと感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIとのやり取りは心地よいと感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は生成AIの応対を感じが良いと感じている	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
途中で教えてくれる人がいなくても、生成AIの多くの機能を使いこなせる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
オンラインのヒントや他の利用者の経験があれば、生成AIの多くの機能を使いこなせる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
行き詰まったとき相談できる人がいれば、生成AIの多くの機能を使いこなせる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

		全くそう思わない	そう思わない	あまりそう思わない	どちらとも言えない	ややそう思う	そう思う	とてもそう思う
私は生成AIに親近感を覚える	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は生成AIと社会的なつながりを感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
私は生成AIに関係性を感じる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを他の用途に向けて探索したい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの新しい使い方を見つけたい	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
今年、生成AIの新機能を探るために時間と労力をかけるつもりだ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

		全くそう思わない	そう思わない	あまりそう思わない	どちらとも言えない	ややそう思う	そう思う	とてもそう思う
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q36 あなたの今の健康状態について、身体的なものと精神的なものでそれぞれ最も近いものを1つお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

	身体的な健康	精神的な健康
	↓	↓
非常に健康である	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
健康である	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
やや健康である	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
どちらともいえない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
あまり健康ではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
健康ではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
全く健康ではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q37 あなたは、以下の人間関係についてそれぞれどの程度満足していますか。
最も近いものを1つお選びください。

※ただし、パートナーがいない場合は「パートナーはいない」をお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

		非常に満足している	だいたい満足している	どちらともいえない	あまり満足していない	まったく満足していない	パートナーはいない
友人との関係	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
職場（学校）の人たちとの関係	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
パートナー（恋人・結婚相手）との関係	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
友人・知人・仕事仲間・クラスメイト・パートナーなどすべての人との総合的な関係	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q38 あなたの生成AIに関する知識について、以下の各項目がどの程度当てはまると思いますか。
最も近いものを1つずつお選びください。

それぞれひとつだけ

必須

	非常に	かなり	やや当	ど	あまり	ほん	全く当

		当てはまる	当てはまる	当てはまる	当てはまる	当てはまる	当てはまる	当てはまる
生成AIの基本的な使い方を理解している	→	○	○	○	○	○	○	○
生成AIを利用する際のルールや利用規約の基本を理解している	→	○	○	○	○	○	○	○
生成AIが大量のデータを学習して出力を作っていることを理解している	→	○	○	○	○	○	○	○
生成AIの出力には誤りや偏りが含まれる可能性を理解している	→	○	○	○	○	○	○	○
生成AIの利用には著作権やプライバシーなど法的リスクがあることを理解している	→	○	○	○	○	○	○	○
		非常に当てはまる	かなり当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまる	ほとんど当てはまる	全く当てはまる
生成AIの出力をそのまま信じず、他の情報と照合して確認している	→	○	○	○	○	○	○	○
生成AIが不適切な出力をした場合、自分で判断して利用を控えることができる	→	○	○	○	○	○	○	○
生成AIの出力を「利用できる場面」と「利用すべきでない場面」に分けて判断できる	→	○	○	○	○	○	○	○
生成AIを安全かつ責任を持って利用するよう心がけている	→	○	○	○	○	○	○	○
		非常に当てはまる	かなり当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまる	ほとんど当てはまる	全く当てはまる
他者に不利益を与えないように配慮して生成AIを利用している	→	○	○	○	○	○	○	○
仕事や生活の中で、生成AIを役立つ場面に応じて適切に使っている	→	○	○	○	○	○	○	○

生成AIに適切な指示（プロンプト）を工夫して与えることができる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIの出力を目的に合わせて修正・補正して活用できる	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
生成AIを活用する際に社会全体への影響も考慮している	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		非常に当てはまる	かなり当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	ほとんど当てはまらない	全く当てはまらない

Q39 あなたの現在のお仕事は大きく分けて以下のどれに当てはまりますか。最も近いものを1つお選びください。

ひとつだけ

必須

経営者・役員

正社員（部長以上）

正社員（課長クラス）

正社員（係長・主任クラス）

正社員（一般社員）

派遣社員・契約社員

付録 A. 2. インタビュー質問項目

以下に、インタビューで用いた質問項目を示す。

調査対象：

生成 AI の積極活用層（生活者、企業、教育関係者、自治体職員等から活用目的や活用領域の異なる 10 名）

目的：

定量調査では捉えきれない導入判断や活用の背景にある文脈・意味・変化のプロセスを明らかにし、提言の現実性と具体性を高める。

今回の調査目的は「生成 AI の社会実装に伴う変化と課題を、複数の視点から多角的に可視化し、変革の実態を明らかにする。そのうえで、格差是正・適正活用・信頼あるガバナンスの在り方について実証データに基づく提言を行うこと」。特に「活用がもたらす主観的な効率化・創造性向上・心理的負担等の変化」や「格差の実態と構造」、「リテラシーの水準と啓発授受経験・ニーズ」、「制度的整備に対する期待と規範意識」などの論点を深掘りする。

1. 基礎項目（プロフィール確認）

属性	学歴、職歴（職業・業種）に加えて、現在の主な業務内容や役割（例：企画職・開発職・管理職・教員・自治体職員など）を教えてください。
AI/ML に関する学習経験	機械学習・深層学習について学んだ経験（教育課程から現在まで）はありますか？機械学習・深層学習や AI の活用について、これまでどのように学んできましたか。 形式的な教育（学校・研修・講座など）、非公式な学習（オンラインコミュニティ、X や YouTube、書籍など）を含め、学習環境、媒体、内容、期間、経緯を教えてください。
リテラシーの自己評価と周囲との比較	ご自身の生成 AI に関する「知識」や「使いこなし方」を、周囲の人（同僚・同業者・友人・家族など）と比べて、どの程度だと感じますか？ ・ 具体的に、どんな点で「自分は詳しい／先行している」と感じますか。

	<ul style="list-style-type: none"> 逆に、「まだ弱い」「追いつけていない」と感じる部分があれば教えてください。
生成 AI の認知	<p>「AI」「生成 AI」という用語を初めて認識したのはいつ頃で、どのようなきっかけでしたか？</p> <p>ニュース、SNS、職場・学校での話題、具体的なサービス名など、覚えている範囲で教えてください。</p>

2. 生成 AI の利用実態（深掘り）

利用しているサービス	<p>現在、利用している生成 AI のサービスをすべて教えてください（有料版／無料版）。</p> <p>テキスト生成、画像生成、動画生成、音声生成など、種類ごとに分かる範囲で教えてください。</p>
活用動機と変遷	<p>生成 AI を使い始めた当初の目的と、現在の主な目的、利用頻度、利用場面を具体的に教えてください。</p> <ul style="list-style-type: none"> 使い始めた当初と比べて、利用目的や頻度はどのように変化しましたか？ 特に「ここから一気に使うようになった」「仕事や生活に組み込まれた」と感じる転換点があれば、その時期やきっかけについて教えてください。
積極活用層としての位置づけ	<p>周囲の人たち（職場・学校・コミュニティなど）と比べて、ご自身は生成 AI を「かなり積極的に使っている方」だと思いますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> そう感じる理由や、周囲との違いを具体的なエピソードとともに教えてください。
試行錯誤・導入障壁	<p>活用するにあたって、どのような試行錯誤や失敗経験がありましたか？</p> <p>導入・活用において、現在も感じている障壁（技術的、コスト、組織的、ユーザーインターフェース、言語の問題など）があれば具体的に教えてください。</p>
活用効果（主観的な変化）	<p>生成 AI の活用を通じて、ご自身の仕事や生活、心理面にどのような変化がありましたか？</p> <ul style="list-style-type: none"> 具体的なタスクの効率化、成果物の質、創造性への影響

	<ul style="list-style-type: none"> 心理的な負担の増減（不安・安心感・プレッシャー・楽しさなど）について、できれば具体的なエピソードを交えて教えてください。
非利用／利用を控えている領域	<p>逆に、「あえて生成 AI を使っていない」「使うことにためらいがある」場面や領域はありますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> どのような理由で、そのような線引きをしているのかを教えてください。

3. リスク認知とガバナンス意識

リスク認知	<p>生成 AI を利用していて、不安や疑問を感じることはありますか？ 具体的にどのようなリスク（偽・誤情報、著作権、プライバシー、AI バイアス、セキュリティ、依存・スキル低下など）を懸念していますか？</p>
リスクと実際の対応	<p>そうしたリスクに対して、日常的にどのような対策や工夫をしていますか？ 例えば、「必ず人間のチェックを入れる」「特定の用途には使わない」「サービス選びで気をつけていること」などがあれば教えてください。</p>
格差とリスク／メリットの偏在	<p>生成 AI の活用によって、「得をしている人／取り残されている人」がいると感じますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> 身近な具体例や、社会全体を見たときの印象があれば教えてください。 その格差は、どのような要因（年齢、所得、スキル、組織文化、制度など）から生じていると思いますか？
対策の必要性	<p>生成 AI のリスクや格差を踏まえたとき、社会的になんらかの対策を取る必要があると思いますか？</p> <p>ある場合は、どのような施策が必要だと思いますか？（政府に求められること、企業に求められること、それぞれあれば教えてください）</p>
所属組織・学校・自治体のルール	<p>現在所属している組織（企業・学校・自治体など）では、生成 AI の利用に関するルールやガイドラインはありますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> その内容を可能な範囲で教えてください。 実際の運用はどうなっていますか？ルールと現場の使い方との間にギャップがあれば教えてください。
公共・教育領域への導入	<p>教育現場や公共サービスにおける生成 AI の導入について、賛成ですか、反対ですか？</p> <p>また、導入する上での条件（こういう形ならよい／ここは守るべき）や懸念事項は何だと思いますか？</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ご自身の分野・立場から見た具体的なイメージがあれば教えてください。
啓発ニーズ	<p>生成 AI に関する情報収集やアップデートをどのように行っていますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> 参考にしている情報源（人、コミュニティ、媒体など） 実際に役立った啓発コンテンツや研修があれば、その内容や良かった点を教えてください。
他者への啓発経験	<p>これまでに、ご自身が周囲の人（同僚、部下、学生、住民など）に対して、生成 AI の使い方や留意点を教えたり、研修・勉強会などを行った経験はありますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ある場合、その内容・工夫・難しかった点を教えてください。

4. まとめと提言に関する考察

今後の展望	<p>今後、生成 AI は社会全体やご自身の分野でどのように発展していくと予想しますか？ ポジティブな変化、懸念している点の両方があれば教えてください。</p>
提言	<p>もし政府や企業、教育機関、自治体などに提言できるとしたら、生成 AI の社会実装を進めるうえで、どのような点に取り組むべきだと思いませんか？</p> <ul style="list-style-type: none"> 「格差是正」「適正活用」「信頼あるガバナンス」という観点から、それぞれあれば教えてください。

	<p>ぱり、生成 AI の綺麗事とは違う回答が生身の人間からは返ってくるので、法律ってこういう風に通用しないところがあるんだなと分かりました。そういう面倒くさい人間との相談とかすり合わせっていうのは、たぶん子どもはできなくて、手間一つでずっと生成 AI でやっちゃいそうだから、悩み事があった時とかに、生成 AI だけに相談するようになったら、まずいんじゃないかなという気がしますね。」</p>
<p>AI の配慮モードが会話を阻害するストレス</p>	<p>「個人的な悩みの相談を結構長期間しちゃった時期があったんですよ。そしたら私に対する印象が、この人は危ない人だとか、すごくセンシティブな配慮がいるっていう風に学習しちゃって、そんなつもりじゃない会話を入れても、「いのちの電話」とか、ありますよね、定型文、あれがしょっちゅう出てくるようになって、普通の日常の会話ができなくなっちゃったんです。」</p>

インフォーマント C：30 代女性・専業主婦

<p>Google への信頼と導入の経緯</p>	<p>「(Gemini について) 広告みたいな感じで Google 側から出てきて使い始めました。チャット GPT とかも 2、3 年前からあるのは知ってたんですけど、当時は精度がそこまで信じられないかもみたいなネガティブな情報をテレビとかで見かけてたし、その会社さんもあんまりよくわからなかったので放置してました。でも、Google だったら普段から使ってるツールの一つだし、信用できそうと思ってやってみました。」</p>
<p>子どもの「考える力」と実体験喪失に対する懸念</p>	<p>「うちの子も自宅でも学校の授業でも常日頃 iPad を使っていて、何でも音声で入力できちゃうので、例えば漢字ができないとか、自分で文章を書く力、調べる力がなくなってきそうでちょっと怖いんです。私たちの時代は図書館で本を探して一個ずつ調べていたので、そういう経験は小学校の時しかできないと思うんです。大人になったら全部ネットで済ますと思うので、小学校の時だからこそできる実体験をやってほしいですね。」</p>

インフォーマント D：20 代男性・会社員 (IT 企業人事)

情報の性質に応じた能動的なマルチ AI の使い分け	<p>「ゲームの攻略だと結構 Gemini が強いので Gemini を使ったり、中国情勢みたいなのがちょっと気になったときは DeepSeek をちょっと使ってみたり。あともうちょっと第三者視点の意見が知りたいときは、記事とかを読ませて chatGPT にも Gemini にも読ませて、Copilot を使ったりしますね。Claude はちょっと文章を作りたいときに簡単にまとめてくれるので使ったりしました。」</p>
主観のズレを補正する「壁打ち」	<p>「主観になりがちな自分の視点がちょっとずれてるのかなって思う時、客観的に分析してほしいんです。昔のことを思い出して変な人いたなあみたいな時に「ああいう人いたけどどう思いますか」とかって聞いたりします。(回答を見て)「あー本当にヤバい人だったんだな」って客観的に納得できたり、「あーこういう視点もあるんだ」とか自分では思いつかなかった視点をもらえてすごい納得することがあります。」</p>
AI の使いこなしを資質と捉える人事の視点	<p>「(AI を使って素晴らしい ES を書いてきた後輩について) それを使いこなせる能力があるんでそこは肯定したいなと思います。あんまり否定には捉えたくないですね。そういう能力あるのかっていう感じでプラス要素にはなるかなと思ってます。」</p>

インフォーマント E：40 代男性・会社員（金融機関管理職）

効率化による「実務上の休憩時間」の喪失	<p>「今まで（生成 AI 導入以前は）誰かにやってもらっていたことだったりとか、待ち時間、例えば Excel の細かい部分を修正したりとかパワーポイントのオブジェクトの部分を修正したりみたいなのが、どちらかという実務上の休憩時間ではないですけど、ちょっと気分を整えたりするようなイメージの時間に使えたところが、（生成 AI 導入によって）やっぱりすぐに次の仕事に取り組まなければとか、今まで 1 個だけでよかったのが、同じ時間で 3 つ仕事をしてくださいねというような感じになってしまったので、かなり負担感が増えたような気はしますかね。」</p>
生産性向上に伴い上昇し続ける評価基準への恐怖	<p>「今までよりも高いクオリティのものを数多く出すのがスタンダードになってしまうと、例えばこれが一旦評価が締まって来年になったときに、今まで 1 だったら 3 になったので、じゃあ来年 5 やってくださいねとかになってしまうと、もう本当に大変と言いますか、たぶん自分が捌ききれなくなったりとか、なってしまったりすると思いますし……予算の関係上ちょ</p>

	<p>っと人いないよねとかになってしまったら大変なので、その辺はやっぱりちょっと怖いかなというイメージではありますかね。」</p>
--	---

インフォーマント F：50 代男性・会社員（卸売業情報システム）	
<p>文章品質の向上と確認工程増加のジレンマ</p>	<p>「良い面はやっぱり、コミュニケーションの質が上がったのかなと思いますし、メール文章を書くにしても、ある意味私が書いたような立派な文章に仕立ててくれるので、アウトプットが私より立派だから（笑）。悪い面は本当何にするにしても 1 回嘔ませなくちゃダメというか、本当に（自分が）バカになってきてるんじゃないかなといったところがあって、生成 AI を使ってスピードアップは業務効率化とかスピードアップにはつながってないかなといったところは正直思います。……負担が減ってるとはあまり思わないですね。本当にこれでアクションしていいんだっけといったところで一旦踏みとどまって、ちょっと Copilot に相談しようみたいなところがあるんで（時間がかかる）。」</p>
<p>アナログ場面での AI による補助への期待</p>	<p>「今のお店は QR コード決済とか当たり前じゃないですか。注文も全部 QR コードで読んで、スマホありきじゃないですか。お年寄りの方、そんなスマホありきで、パッパパッパできないじゃないですか。そういったところもスマホの中の生成 AI さんがフォローしてくれると、助かるのかなって思ってます。」</p>

インフォーマント G：20 代男性・無職（職業訓練中）	
<p>ツールの「人格」の違いが壁打ちの質に影響するという見立て</p>	<p>「クロードは明らかに人格があるから、壁打ちに役に立たないんですよ。例えば「彼氏にこんなこと言われたんだけど、私の何が悪かったか教えてください」みたいなことを書くと、チャット GPT や Gemini は私の何が悪かったのかを答えてくるんですね。でも、Claude は「そんな彼氏やめなよ」って返してくるんですよ。明らかに AI が思想を持っているので、話の種としては面白いけども、普段使いで思考を深めるのにはちょっと危険かなっていう感じで。」</p>

他者の思考を学び社会適応を補完するための AI 活用	<p>「(生成 AI を使うようになって) 明らかに変わったなっていうのは、コミュ障が改善したかな。結構自分なりの視点にこだわってしまうところがあって、合理的に考えたらこうじゃんっていう凝り固まった時があるんですけど。AI に聞いて「その人の思想ではこういうことだから、そもそもあなたが思ってるのと目的が違う」みたいに教えてもらって。同じ物事でも人によって、どこを最適にしようとしてるかが全然違うっていうことが分かるようになって、しゃべるコミュ障だったのが、今は一旦黙って相手の話を聞くっていうのができるようになったかなっていうのはあります。」</p>
若手の「実務経験」喪失リスク	<p>「企業が新卒をゆっくり育成するタイミングがなくなるんじゃないかってちょっと気になって。一部の熟練者が AI を使って大量の仕事をさばくようになって、初心者が給料をもらいながら経験を積むための簡単な仕事は AI に投げればできてしまう。そうすると、初心者にいらっしゃる仕事がなくなってしまうんじゃないかっていう心配をしています。実務経験を積む場所が全くなってしまうんじゃないか、と。」</p>

インフォーマント H：40 代女性・会社員（建築事務所経理）

翻訳の有用性が導入のきっかけになった経験	<p>「少し前までマレーシアに住んでいたんで、もともと使い始めは翻訳が多かったです。マレーシアだったらマングリッシュ (Manglish) って英語と福建語とマレー語、ごちゃ混ぜの言葉があるんですよね。なので、Google 翻訳とかだと翻訳しきれないんですよ。数年前だと Google 翻訳さんは、例えば「瓜二つ」という単語を「Two Melons」とか訳してくれて、会話しているときにそれが出たら脱力するじゃないですか。その辺が生成 AI のほうがまだ応用効くというか、もうちょっとちゃんとした翻訳をしてくれるので、それでだんだん使うようになりました。」</p>
AI 任せの決断が招く責任感喪失への恐れ	<p>「何でもかんでも聞いて何でもかんでもその通りにしてるのは、考える力と、自分で決断する力が落ちそうな気がするんです。答えが必ず返ってくるから、漢字書かへんかったら忘れるみたいに、自分で考える力がボケてくる。就職とか人生の重要な決断を、AI が教えてくれたからって腹落ちしないまま決めていたら、何かあったときに自分で責任が取れなくなってしまう。普段から小さいことでもいいから、とにかく自分で考えて自分で決めて、何かあったら自分で自分の失敗の尻を拭うっていう癖をつけとかなあかんっていうのはありますね。」</p>

インフォーマント I : 30 代女性・会社員（製造業人事）	
Copilot 導入と業務ツール連携が利用定着を加速	「最初はチャット GPT が弊社で導入されて、しばらく使っていたんですけども、途中から Copilot のライセンスも使えるようになりまして、Copilot のほうが Microsoft Office の各種ツールと連携されていて使いやすいので、最近 Copilot のほうが使用頻度が高めですね。Outlook とか OneDrive 上に置いている資料とかも全部考慮して応答返してくれるので、答えの幅が広がっているというか、精度が上がっているような感じがします。」
AI が代替できない非言語コミュニケーションの価値	「生成 AI は、非言語コミュニケーションはまだまだなんじゃないかなと思っています。人間が対面なりオンラインなりで目線とか、ちょっとした発音の途中の躊躇、ためらい感みたいなのを拾うのって、まだまだ人間の方が得意なんじゃないかなというふうに思っているので相談者さんの悩みに寄り添うことはまだできないのかなと思っています。……いろんな本とか読んで、やっぱり言語化能力を伸ばすことが AI を使いこなすスキルの一つだみたいな説もあってまさにそうだなと思いますし、要件定義をしっかりできる、構造を組み立てられる力、プラスちゃんと AI にそれを伝えられる言語能力、ボキャブラリーとかが必要になってくると思いますね。でもそれができない、ちょっと苦手だっとなっちゃう方だと、やっぱり AI だけに何かを頼るとするのは限界があると思いますし、そういううまく言語化できないモヤモヤを引き出すのが、人間のカウンセラーとかができる部分だと思うので、そう考えるとやっぱりモヤモヤを引き出す言語化できていないものをちゃんと言葉、形にしてあげるっていうのは、AI だとやっぱり厳しいのかなって思います。」
専門外領域における検証の限界	「個人的に苦手分野っていうのはあるんですけど、Excel の関数を出してもらおうとか、あと HTML コードを出してもらおうとか……そもそも AI が出してくる答えがよくわかんないみたいな。結局基礎知識がないので、それっぽい答えは返ってくるんですけど本質的な理解には至らないというか、結局ある程度自分がわかってる内容の分野じゃないと、いくら AI に聞けばわかるよと言われてもわかんないなみたいな。」

インフォーマント J：50 代女性・教員（大学教員）	
行政手続きで言語化が難しい層を支える可能性への期待	「例えば、こんな言い方するとあれだけど、グレーゾーンの知的の方だったり、IQ グレーの方たちなんかで、例えばいろんな手続きをしなきゃいけない行政に行っても、書類の書き方がわからないとか、どういうふうに説明したらいいかわからないとか、そうやってうまく行政に救ってもらえないような方たちが、AI のツールをうまく使って、きちんと自分の困っていることを理解してもらって、それに必要な制度を使えるように整備してもらえるみたいなことに使えるのであれば。窓口でひどい対応をされて、行政が嫌になって生活保護も受けずに帰っちゃって大変な目に遭うみたいなこともあったりするんで、そういう人たちがうまく使ってきちんと必要なサービスを受けられるようになる分にはとっても有効なのかもしれないなと思います。」
「考えること」の放棄への懸念	「教育する側も含めてですけど、やっぱり一度楽をしてしまうと、もうとにかく全部これに任せちゃおうみたいになって、自分で考えたり調べたりっていうことをしなくなっていくと、今結構学生さんたちもそういう傾向も出てきていて、自分で考えて記録するとか考察するとかいうのが、書いてきたものを読んでも、明らかにこれ生成 AI 使ってるなっていうのが増えてきていて、使うことは別にももちろん否定はしないんですけど、全てを任せて、それをさも自分の考えのようになっていく風になっていっちゃうと、もう考えない人間になってしまうので、いざそれがなくなったときにやっていけないよねっていう人が増えていくのかなという心配はありますかね。」

謝辞

本報告書の作成にあたり、多くの方々のご協力を賜りました。まず、本研究の実施にあたり、グーグル合同会社のサポートを受けて進めている Innovation Nippon プロジェクトの一環として研究を進める機会をいただいたことに深く感謝申し上げます。

また、本研究に関する貴重なご助言やご意見をくださった関係者の皆様、ならびに調査やデータ提供にご協力いただいた方々にも、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

最後に、本報告書のとりまとめに尽力いただいたすべての関係者に、心より感謝申し上げます。

Innovation Nippon とは

Innovation Nippon は、国際大学 GLOCOM が、グーグル合同会社のサポートを受けて 2013 年に立ち上げた研究プロジェクトです。情報通信技術（IT）を通じて日本におけるイノベーションを促進することを目的とし、法制度や、産業振興・規制緩和等の政策のあり方、ビジネス慣行などに関する産学連携の実証的なプロジェクトを行い、関係機関の政策企画・判断に役立ていただくための提言などを行っています。

奥付

書名： Innovation Nippon 生成 AI と日本 2026

発行者： 国際大学グローバル・コミュニケーション・センター

発行所： 国際大学グローバル・コミュニケーション・センター

発行日： 2026 年 4 月

執筆者： 山口真一（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター 教授）

渡辺智暁（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター 教授）

逢坂裕紀子（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター 研究員）

大島英隆（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター 研究員）

問い合わせ先：

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター

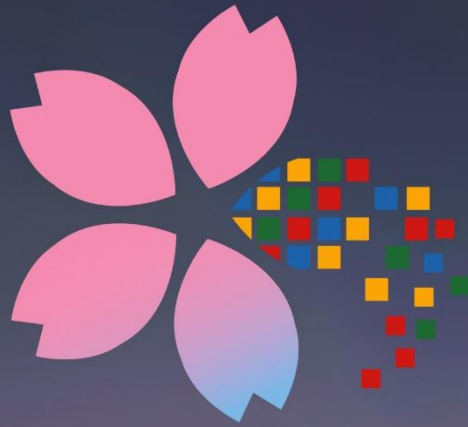
住所： 〒106-0032 東京都港区六本木 6-15-21 ハークス六本木ビル 2 階

電話： 03-5411-6677

FAX： 03-5412-7111

Web サイト： <https://www.glocom.ac.jp>

※表紙は Unsplash の TOKYOLUV 氏が撮影した写真を加工して作成しました。



INNOVATION NIPPON

