

2024年11月25日

株式会社博報堂DYホールディングス

博報堂DYホールディングス Human-Centered AI Institute

「AIと暮らす未来の生活調査2024」を実施

- ・生活者の5割以上が、生成AI関連サービスを認知。月1以上の利用者も2倍以上に増加。
- ・生成AI利用層の8割が「AIは手助けしてくれる存在」とポジティブに捉えている。
- ・プライベートより、仕事や学業で生成AIを利用するという人が昨年度調査より大幅に増加。
- ・10代の6割以上がAIを使いこなしている「AIネイティブ世代」。
- ・生成AIの利用用途上位は「文書作成・文書処理」「業務効率化」「翻訳作業」「アイデア出し」。
- ・生成AIへの将来期待意識は高く「インターネットよりも大きな影響を与える」と7割が回答。

株式会社博報堂DYホールディングス（東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）のHuman-Centered AI Instituteは、全国の15～69歳の生活者を対象に2回目となる「AIと暮らす未来の生活調査」を実施しました。

AIは今後ますます社会に浸透し、人々の暮らしにも影響を与えるようになると考えられます。2023年11月に実施した第1回「AIと暮らす未来の生活調査」に続き、AIに対する現状の生活者意識や利用状況などに加え、将来的な期待や意向などを明らかにすることを目的に調査を行いました。調査結果からは、生活者に生成AI関連サービスが急速に浸透していることや、公私含めた様々な活用が確認され、さらにAIに対して将来任せたい内容や、高い期待意識などが確認できました。以下、調査結果の要点を速報としてお知らせいたします。

【調査結果サマリー】**1) AIに関する現在の状況**

- ・生成AI関連サービスの認知は55.7%（推定4,270万人）、月1回以上の利用者（以下、利用層）は17.9%で（推定1,367万人）。2023年度調査結果と比較して認知・利用層ともに2倍以上増加。
- ・利用層の利用用途は、「文章作成・文章処理」、「業務の効率化」、「翻訳作業」、「アイデア出し」が上位に挙がる。2023年度調査結果と比較すると、「アイデア出し」「業務の効率化」「文章・記事・ドキュメント要約」の用途が特に増加。
- ・AIの存在は「アドバイザー」のイメージに次いで「機械的」「得体の知れない」が高い。利用層に絞ると、「先生・部下」「仲間」といったイメージが上位に挙がる。
- ・AIの活用シーンとしてプライベートでの利用が多いと答えた人は40.2%、業務や仕事・学業で利用することが多いと答えた人は36.5%。2023年度調査結果と比較すると、業務や仕事・学業で利用することが多いと答えた人が大幅に増加。
- ・10代の63.6%がAIを使いこなしている「AIネイティブ世代」。

2) AI に関する将来の期待

- 生活者全体では「AI によって業務の効率化は進む」、「AI を仕事で使いこなすために、どこから手を付けていいのかわからない」、「AI のよい使い方がよくわからない」、「AI はインターネットよりも社会に大きな影響を与える」が上位に並ぶ。不安はありつつも、インターネットよりも社会に大きな影響を与えるかもしれないという期待意識が伺われる。一方、利用層では「生成 AI の使い方をもっと知りたい」、「AI によって人間と AI の新たなコラボレーションが生まれる」、「生成 AI は人間が気づいていない新たな問いを見つけてくれる」、「AI はインターネットよりも社会に大きな影響を与える」など新たな価値創出への期待意識が上位に並ぶ。
- 将来 AI が発展した社会においても、「公共政策および経営意思決定支援」、「教育支援」、「医療処置および手術支援」、「医療診断」など社会のルールや教育・医療領域は人間がやるべきと回答。一方、AI がやるべき仕事としては「ルーティンワーク・単純作業」、「物流管理」、「予測分析」などが上位に並ぶ。

【調査概要】

- 調査名称：「AI と暮らす未来の生活調査 2024」
 - 調査方法：インターネット調査
 - 調査時期：2024 年 10 月
 - 調査地域/対象者：全国 15～69 歳の男女
 - 調査機関：株式会社マクロミル
 - 有効回答数：事前調査(49,529 サンプル) 本調査(2,289 サンプル)
 - 分析/集計機関：エム・アール・エス広告調査 ※集計結果は事前調査結果出現率により算出
- ・本調査における各名称の定義

利用層	生成 AI 関連サービスのいずれかを 1 か月に 1 回以上利用したことがある人
認知層	生成 AI 関連サービスのいずれかを「知っている」と回答した人
過去経験層	生成 AI 関連サービスのいずれかにて利用頻度を「2～3 ヶ月に 1 回程度」「半年に 1 回程度」「1 年に 1 回程度」「それ以下」のいずれかを選択した人

- 生成 AI 関連サービス：以下のサービス
 - Chat GPT、
 - Google Gemini、
 - Microsoft Copilot、
 - コード生成サービス (GitHub Copilot、Cursor など)、
 - その他の対話型 AI サービス (Claude3、AI チャットくん、AI のベリすとなど)、
 - 画像生成サービス (Adobe Firefly、Midjourney、Discord など)、
 - 音楽・音声の生成サービス(Suno、Udio、CoeFont など)、
 - 自分の写真をアップロードすることでアバター画像を自動生成してくれる機能(SNOW、LINE など)

【本件に関するお問い合わせ】

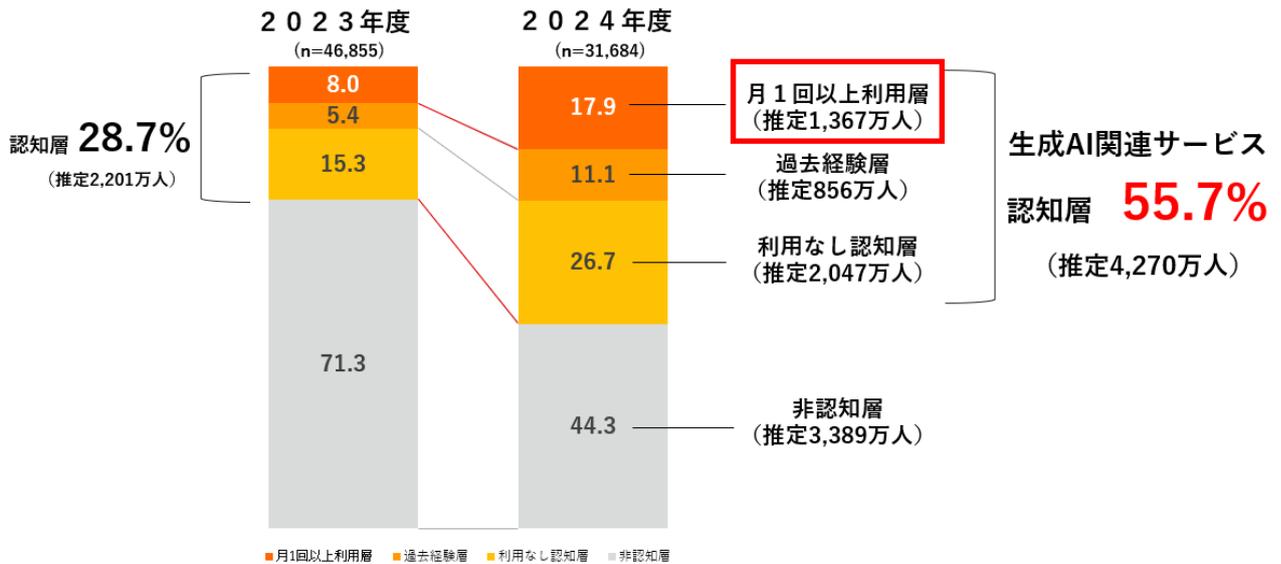
株式会社博報堂 D Y ホールディングス グループ広報・IR 室 倉品・山崎 koho.mail@hakuodo.co.jp

【調査結果詳細】

1) AI に関する現在の状況

① 生成 AI 関連サービスの認知、利用経験

生成 AI 関連サービスを 1 か月に 1 回以上利用している人（以下、利用層）は全体の 17.9% となった。昨年の 8.0% から 2 倍以上の伸びとなっている。また、生成 AI 関連サービスを知っているという認知層は全体の 55.7% と、2023 年の調査結果と比較すると生成 AI 関連サービスが急速に浸透していることが確認できる。



② 生成 AI 関連サービス利用層の性年齢

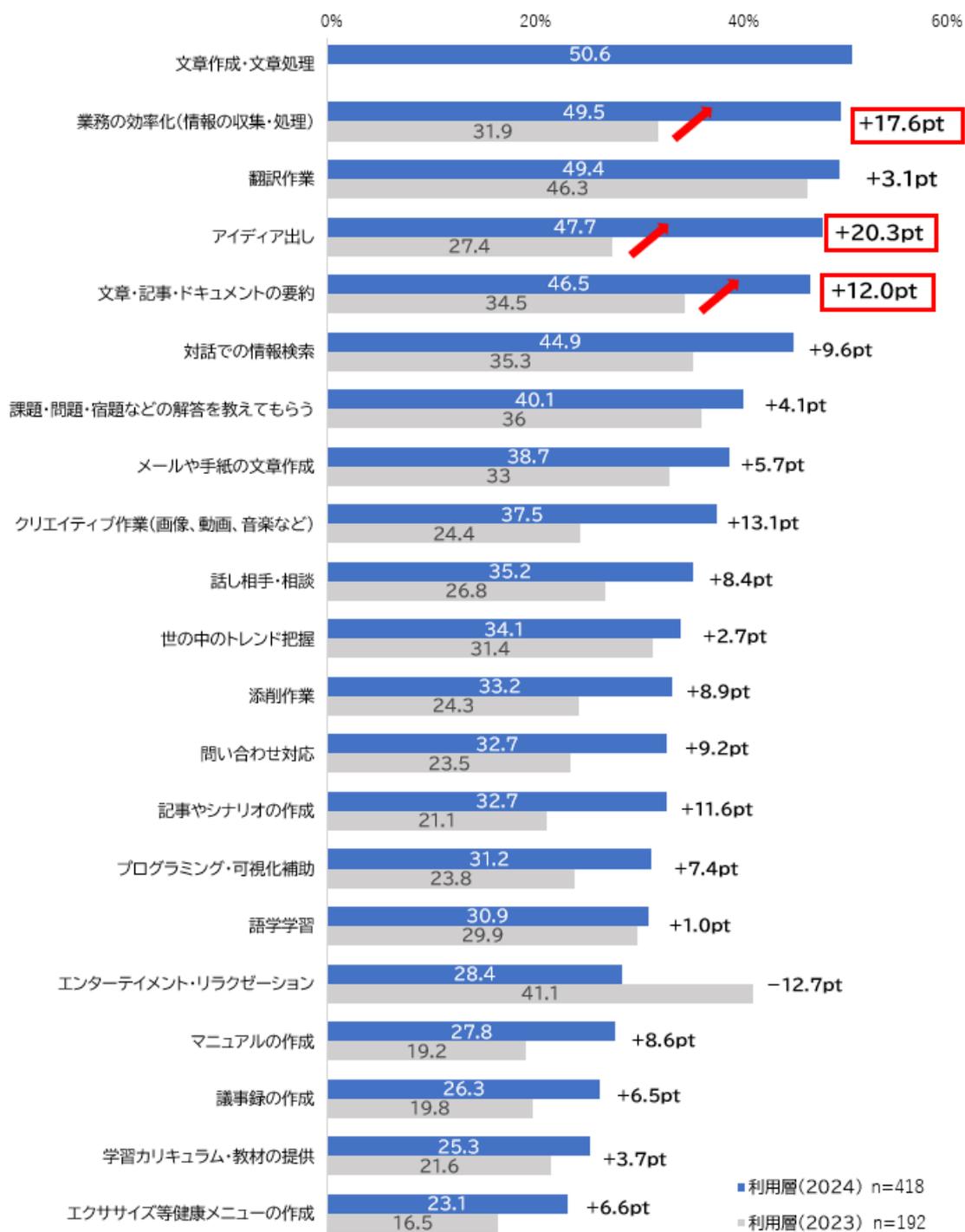
利用層の平均年齢は 40.2 歳。男性比率が 72.9% と高い。



③ 生成 AI 関連サービス利用層のサービスの利用用途

利用層（月 1 回以上の利用者）に実際の利用用途を聞いたところ、「文章作成・文章処理」が 1 位（50.6%）となり、次いで「業務の効率化（情報の収集・処理）」（49.5%）、「翻訳作業」（49.4%）、「アイデア出し」（47.7%）と続く。2023 年度調査結果と比較すると、「アイデア出し」「業務の効率化」「文章・記事・ドキュメント要約」の用途が特に増加している傾向が確認できる。

※「文書作成・文章処理」は 2024 年からの新設項目



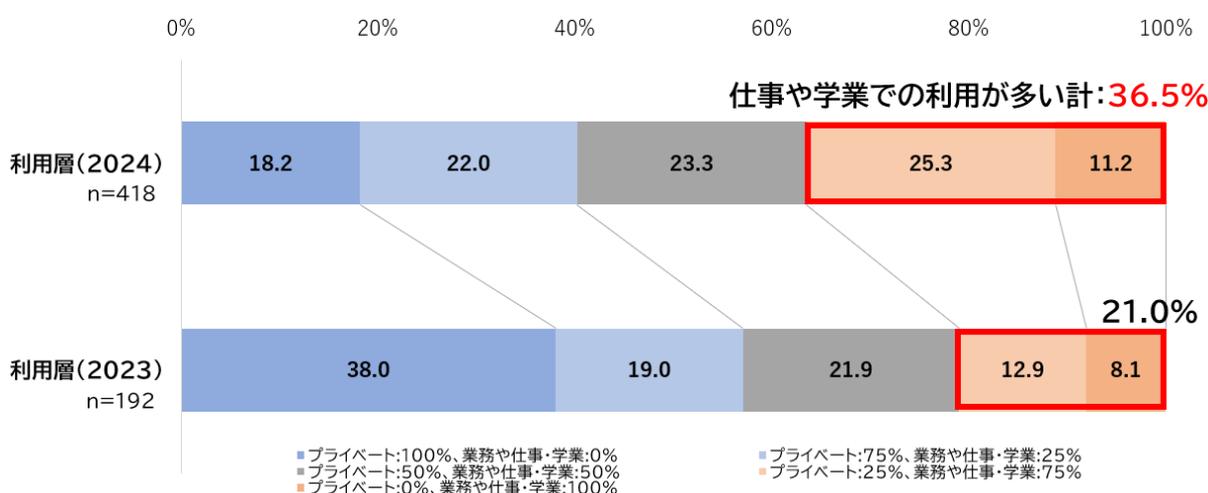
④ 生活者における AI の存在

AI は例えるならどんな存在なのか聞いたところ、全体、利用層ともに、1位は「自分にアドバイスを提供し、問題解決を手助けしてくれる存在」(全体 64.0%/利用層 83.2%)であった。全体では、2位「機械的すぎて、冷たい存在」(48.7%)、3位「得体の知れない、不安を感じさせる存在」(46.3%)と続くが、利用層に絞ると、2位「自分を磨き、サポートしてくれる先生または部下」(68.3%)、「一緒に楽しみ、目標を共有できる仲間」(53.0%)とポジティブな存在として捉えられている傾向が確認できる。

	全体 (n=2289)		利用層 (n=418)	
1位	自分にアドバイスを提供し、問題解決を手助けしてくれる存在	64.0%	自分にアドバイスを提供し、問題解決を手助けしてくれる存在	83.2%
2位	機械的すぎて、冷たい存在	48.7%	自分を導き、サポートしてくれる先生または部下	68.3%
3位	得体の知れない、不安を感じさせる存在	46.3%	一緒に楽しみ、目標を共有できる仲間	53.0%
4位	自分を導き、サポートしてくれる先生または部下	45.9%	社会の中で自分の役割を奪ってしまう存在	42.0%
5位	人の判断を無視して、勝手に物事を決めてしまう存在	41.0%	安心感と支えを提供してくれる家族のような存在	41.3%

⑤ AI の仕事・学業での利用とプライベートでの利用の割合

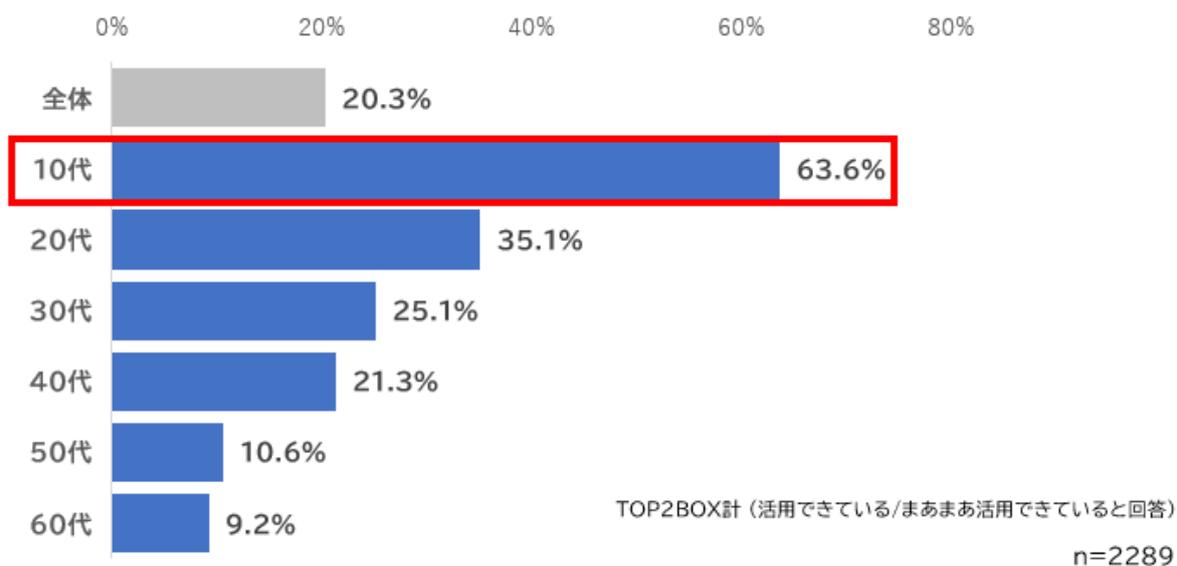
AI 関連サービスを仕事や学業、またはプライベートで利用する場合、どのような割合で利用しているか聞いたところ、プライベートでの利用が多いと答えた人は 40.2%、業務や仕事・学業で利用することが多いと答えた人は 36.5%となった。2023 年度調査結果と比較すると、業務や仕事・学業で利用することが多いと答えた人の割合が増加しており、AI を仕事や学業で利用する傾向が高まっていることが確認できる。



⑥ 10代はAIネイティブ世代

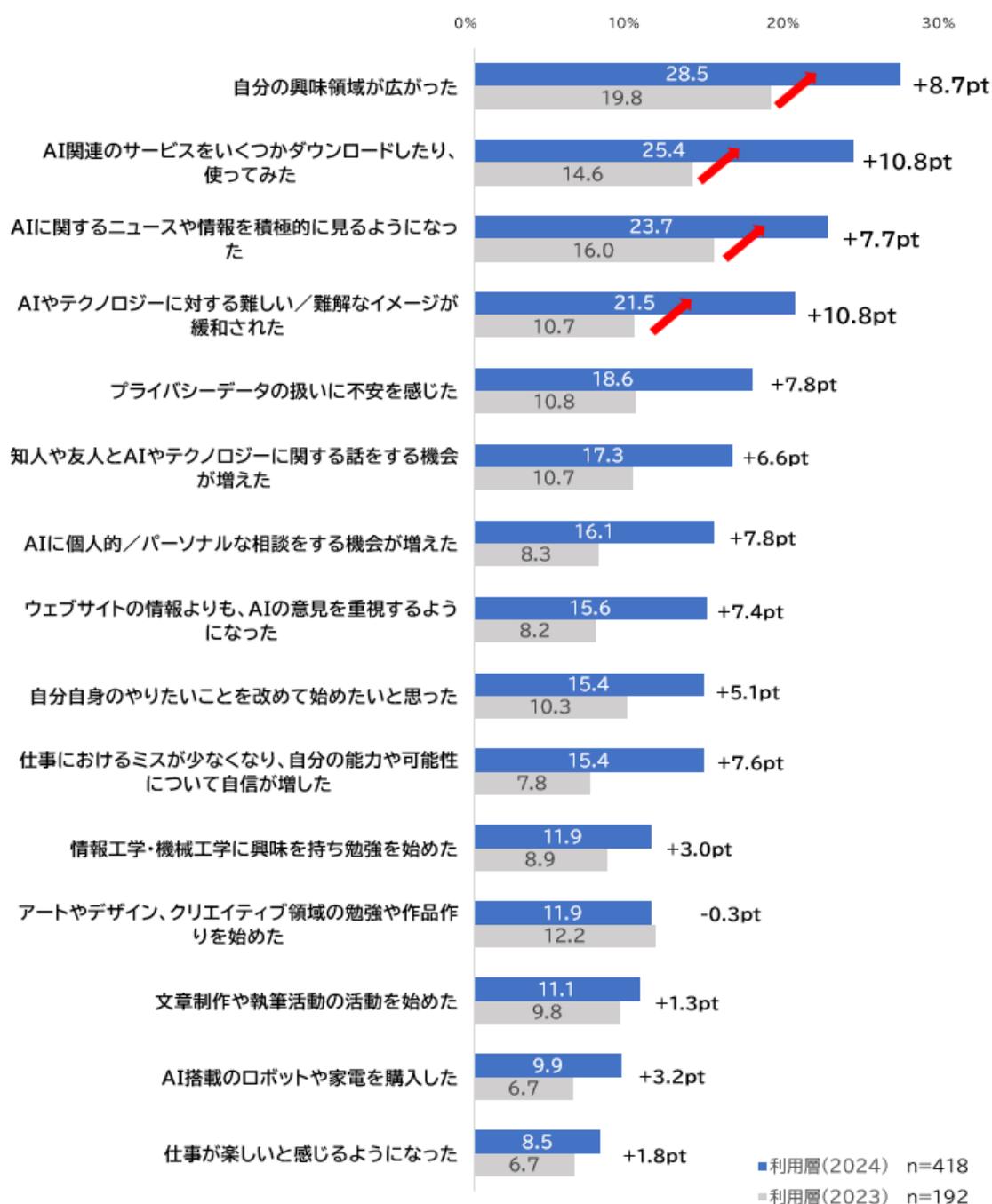
AIの活用度合いを確認すると、10代男女は「AIを使いこなしている」と自認している割合が63.6%と全世代平均（20.3%）と比較して特に高く、AIネイティブ世代と呼ぶことができる。急速にAIが生活に浸透していく中で、10代は社会人になる前のタイミングで既に生成AIが実装されている各種ツール類やSNSを使いこなしていることが伺える。

Q. AIを活用できていると思いますか？



⑦ AI 関連サービス利用後の行動・意識変化

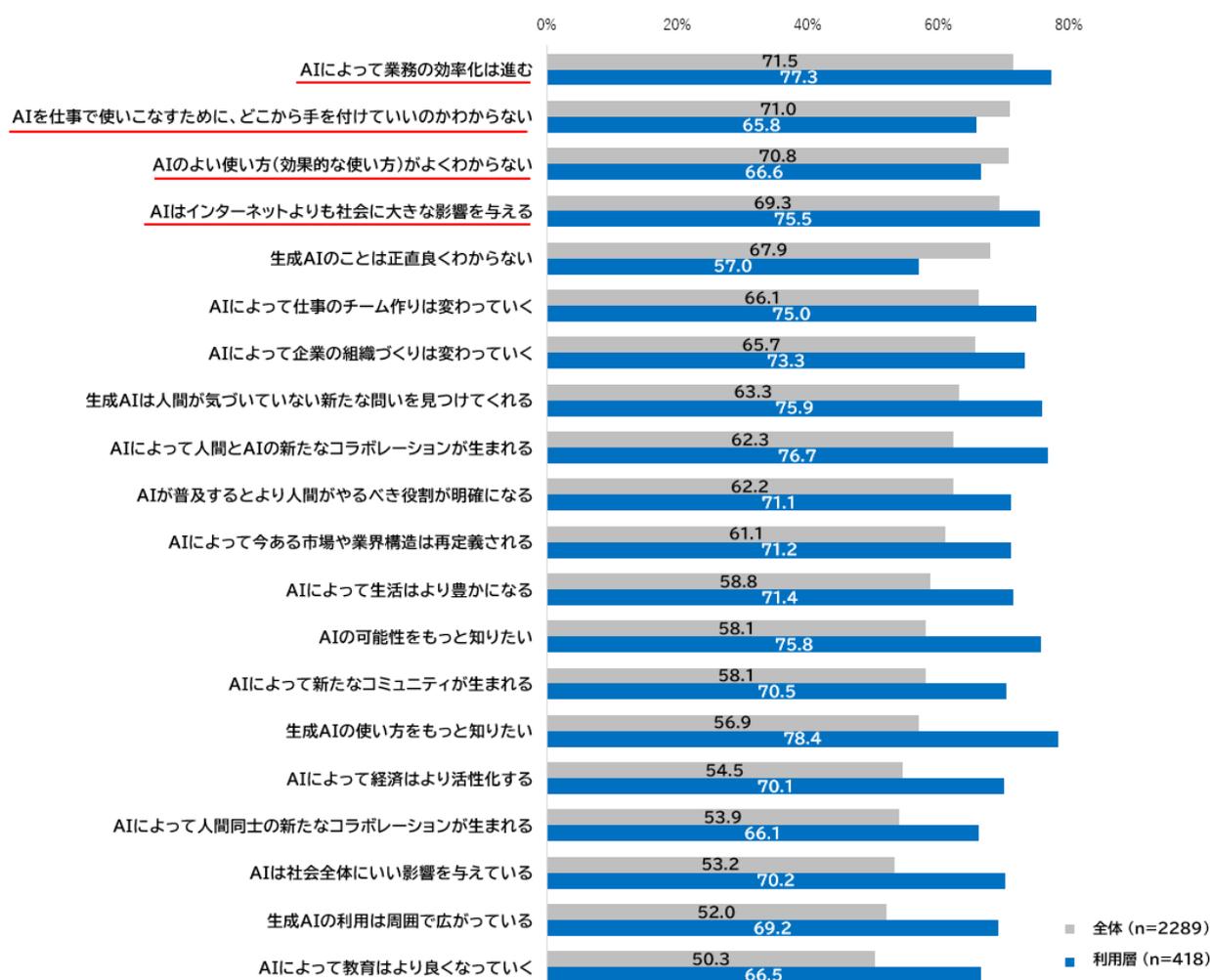
利用層に、AI 関連サービス利用後にどのような行動や意識の変化があったのか聞いたところ、「自分の興味領域が広がった」(28.5%)がトップ。次いで、「AI 関連のサービスをいくつかダウンロードしたり、使ってみた」(25.4%)、「AI に関するニュースや情報を積極的に見るようになった」(23.7%)、「AI やテクノロジーに対する難しい／難解なイメージが緩和された」(21.5%)が続く。2023 年度調査結果と比較すると、ほぼすべての項目で生活者の行動・意識変化は高まっていることが確認できる。



2) AI に関する将来の期待

① AI への将来意識

AI に対する将来意識を聞いたところ、全体では「AI によって業務の効率化は進む」(71.5%)、「AI を仕事で使いこなすために、どこから手を付けていいのかわからない」(71.0%)、「AI のよい使い方(効果的な使い方)がよくわからない」(70.8%)、「AI はインターネットよりも社会に大きな影響を与える」(69.3%) が上位に並ぶ。AI を使いこなせるか不安という意識はあるが、インターネットよりも社会に大きな影響を与えるかもしれないという期待意識も伺われる。一方、利用層では「生成 AI の使い方をもっと知りたい」(78.4%)、「AI によって人間と AI の新たなコラボレーションが生まれる」(76.7%)、「生成 AI は人間が気づいていない新たな問いを見つけられる」(75.9%)、「AI はインターネットよりも社会に大きな影響を与える」(75.5%) など新たな価値創出への期待意識が上位に並んだ。



② 人間がやるべき仕事と AI に任せたい仕事

生活者に人手不足が解消される可能性を想定した上で、人間がやるべき仕事と、AI に任せたい仕事を聞いたところ、人手が足りなくても人間がやるべき仕事として「公共政策および経営意思決定支援」(28.6%)、「教育支援」(26.0%)、「医療処置および手術支援」(24.7%)、「医療診断」(24.0%)が上位に並んだ。一方、AI に任せたい仕事としては「ルーティンワーク・単純作業」(51.6%)、「物流管理」(47.3%)、「予測分析」(44.7%)、「翻訳」(44.1%)が上位に並んだ。



n=2289