

2025 年 11 月 17 日

株式会社博報堂 D Y ホールディングス

博報堂 D Y ホールディングス Human-Centered AI Institute**「AI と暮らす未来の生活調査 2025」を実施**

**生成 AI を利用しているのは、生活者の 3 分の 1 にあたる 33.6%
10 代の 62.6%、50 代以上でも「4 人に 1 人」が生成 AI を利用
「生成 AI の情報を信頼している」利用者が 55.1%。
一方で、「生成 AI の情報だけでは不十分、他メディアからの情報も必要」
と考える利用者は半数近くの 48.3%**

株式会社博報堂 D Y ホールディングス（東京都港区、代表取締役社長：西山泰央）の Human-Centered AI Institute は、全国の 15～69 歳の生活者を対象に 3 回目となる「AI と暮らす未来の生活調査 2025」を実施しました。生成 AI が急速に普及した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行った調査からは、生成 AI 利用者が 3 割を超え、幅広い年代がビジネス以外のシーンで利用していることなどが確認できました。以下、本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】

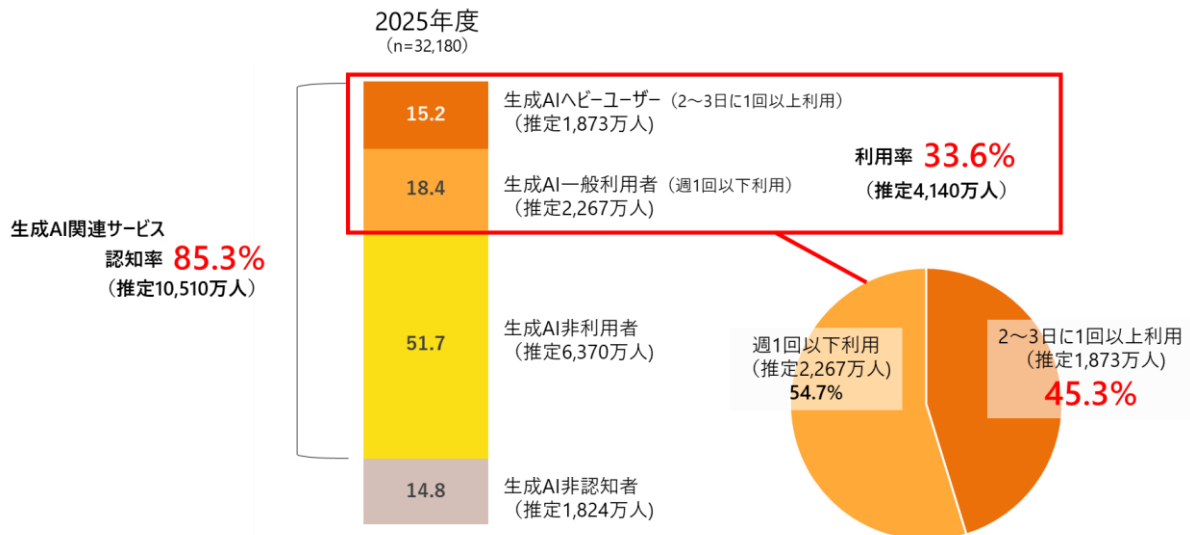
- 生成 AI の認知は 85.3%。推定 1 億 510 万人がすでに認知
- 生成 AI 利用者は全体の 33.6%。推定 4,140 万人が利用
- 利用者の 45.3%が 2～3 日に 1 回以上利用するヘビーユーザー
- 10 代の 62.6%が生成 AI を利用。50 代以上の「4 人に 1 人」が利用
- 10 代にとって生成 AI は「悩みを相談できる相手」「遊び相手」
- 50 代以上にとって生成 AI は「サポート要員」
- 92.6%がプライベート・学業において生成 AI を利用
- 「生成 AI の提供情報を信頼している」のは、利用者の 55.1%で過半数を超える
- 利用者の 48.3%が「生成 AI の情報だけでは不十分、マスメディアなど他の情報も必要」
- 人間がやるべき仕事は「医療」「教育」。AI がやるべき仕事は「ルーティンワーク」「翻訳」
- 楽しみたい「買い物」は人間のテリトリー
- 将来的には、生成 AI に「心と体のサポート」も期待

【調査結果詳細】

① 生活者全体の 85.3% が生成 AI を認知し、33.6% が生成 AI を利用

利用者の 45.3% が 2～3 日に 1 回以上利用するヘビーユーザー

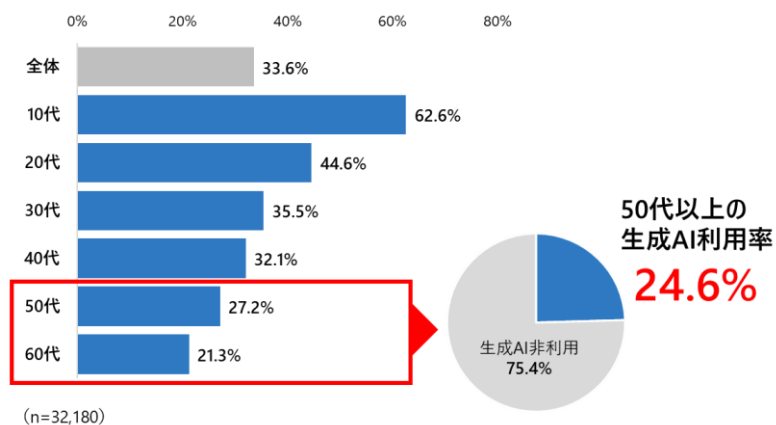
生成 AI 関連サービスを利用している人は全体の 3 分の 1 以上にあたる 33.6%。利用者の 45.3% が「2～3 日に 1 回以上利用」するヘビーユーザー。生成 AI 関連サービスを知っているという人は全体の 85.3% と生成 AI 関連サービスの存在が広く認知されていることが確認できる。



② AI ネイティブである 10 代の生成 AI 利用率は 62.6%

50 代以上でも「4 人に 1 人」が利用

年代別に分析してみると 10 代の利用率が 62.6% と圧倒的に多い。急速に AI が生活に浸透していく中で、10 代は AI ネイティブとして生成 AI を使いこなしていることが伺える。50 代以上でも、生成 AI 利用率が 24.6% と、およそ 4 人に 1 人が生成 AI を利用しており、シニア世代の AI 活用も今後ますます広がっていくと考えられる。

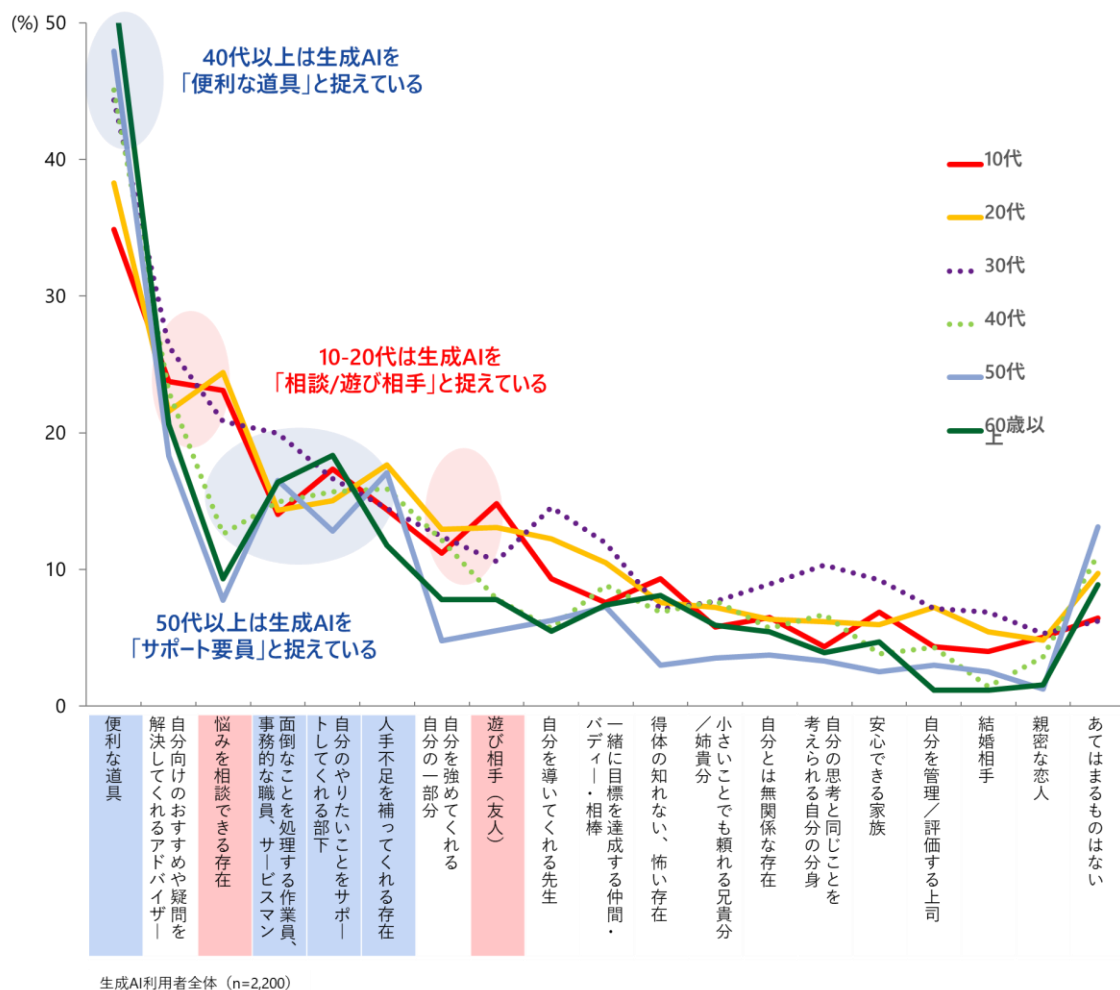


③ 10代にとっては「悩みを相談できる相手」「遊び相手」

50代以上にとっては「サポート要員」

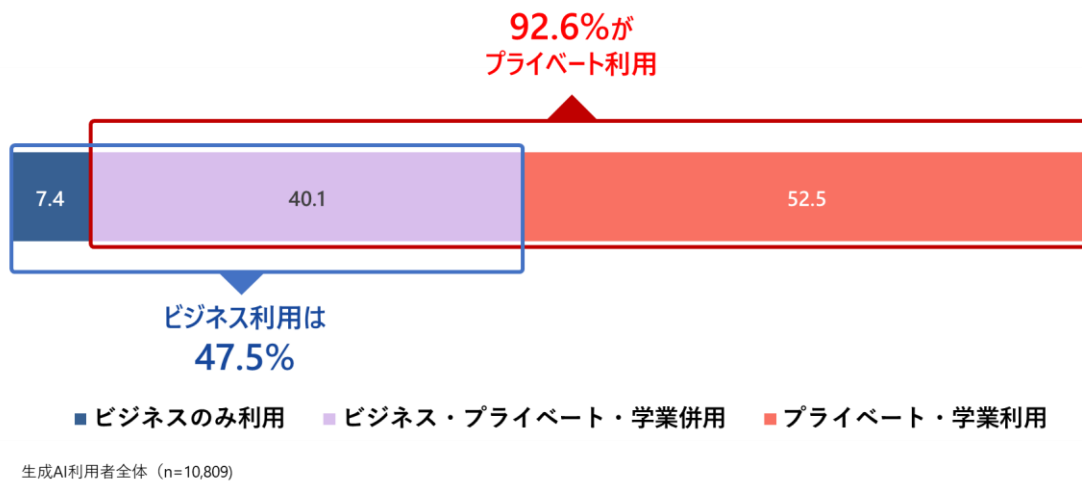
生成 AI 関連サービス利用者全体に、生成 AI はどのような存在か聞いたところ、43.6%が「便利な道具」と回答。年代別に区切ってみると 10 代は生成 AI を「便利な道具」と捉えつつも、「悩みを相談できる存在」や「遊び相手」としても捉えていることがわかった。50 代以上は、生成 AI をあくまでも「便利な道具」「サポート要員」として捉えており、情緒的なつながりを求める傾向は低い。

生成AI利用者全体 (n=2,200)		
1	便利な道具	43.6%
2	自分向けのおすすめや疑問を解決してくれるアドバイザー	22.2%
3	悩みを相談できる存在	16.6%
4	面倒なことを処理する作業員、事務的な職員、サービスマン	16.0%
5	自分のやりたいことをサポートしてくれる部下	15.7%
6	人手不足を補ってくれる存在	15.6%
7	自分を強めてくれる自分の一部	10.4%
8	遊び相手（友人）	9.9%
9	自分を導いてくれる先生	9.1%
10	一緒に目標を達成する仲間・バディ・相棒	6.8%



④ 生成 AI の利用者は 92.6%がプライベートで利用、生活に身近なツールに

ビジネスやプライベート・学業における生成 AI 関連サービスの利用状況について聞いたところ、全体の半分以上の 52.5%がプライベート・学業利用と答えた。ビジネスとの併用も加えると 92.6%がプライベート・学業において生成 AI を利用しており、ビジネスのみ利用は 7.4%にとどまった。プライベートでの生成 AI 利用が広く浸透しており、生活に身近なツールとして定着しつつあることがうかがえる。



⑤ プライベートでは「悩みを相談できる存在」「遊び相手」

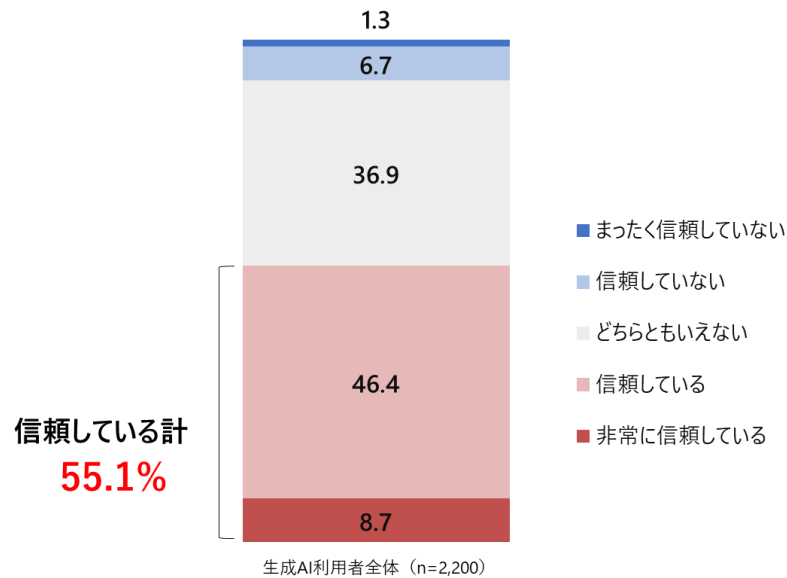
ビジネスでは「仕事をサポートする存在」

ヘビーユーザーに生成 AI はどのような存在か聞いたところ、プライベート・学業利用ヘビーユーザーは生成 AI を「悩みを相談できる存在」や「遊び相手」として、捉えているのに対し、ビジネス利用ヘビーユーザーは仕事をサポートする存在として捉える傾向があった。

	ビジネス利用 ヘビーユーザー (n=550)		プライベート・学業のみ利用 ヘビーユーザー (n=425)
1	便利な道具 44.2%	便利な道具	46.1%
2	自分向けのおすすめや疑問を 解決してくれるアドバイザー 24.7%	悩みを相談できる存在	31.1%
3	人手不足を補ってくれる存在 21.5%	自分向けのおすすめや疑問を 解決してくれるアドバイザー	28.2%
4	自分のやりたいことを サポートしてくれる部下 21.1%	遊び相手 (友人)	17.4%
5	面倒なことを処理する作業員、 事務的な職員、サービスマン 19.8%	自分のやりたいことを サポートしてくれる部下	14.8%

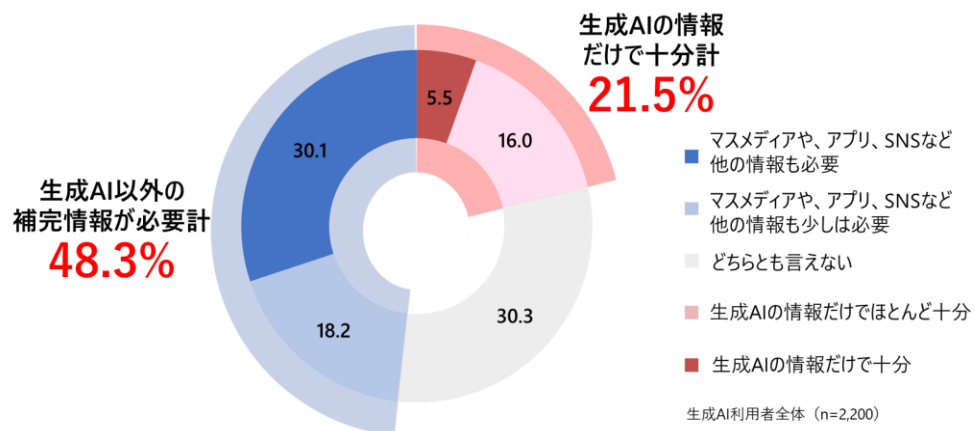
⑥ 「生成 AI の提供情報を信頼している」のは、利用者の 55.1%で過半数を超える

生成 AI 関連サービスが提供する情報についてどの程度信頼しているかを聞いたところ、利用者の過半数にあたる 55.1%が、「生成 AI が提供する情報を信頼している」と回答。「信頼していない」人は 8.0%と圧倒的に少なく、多くの人が生成 AI の提供情報を信頼して利用していることが判明。



⑦ 一方で「生成 AI の情報だけでは不十分、マスメディアなど他の情報も必要」と考えている、は 48.3%と約半数にのぼる

上記のように生成 AI を信頼している人が多い一方で、「マスメディアや、アプリ、SNSなどで情報を得なくても、生成 AI を使った AI サービスで情報を得るだけで十分か」質問すると、「マスメディアや、アプリ、SNS などの他の情報を得なくても、生成 AI の情報だけで十分」だと考える利用者は 21.5%にとどまった。利用者の約半数にあたる 48.3%は、生成 AI が提供する情報に加えて、マスメディアや、アプリ、SNS などの他からの補完情報も必要だと感じていることがわかった。

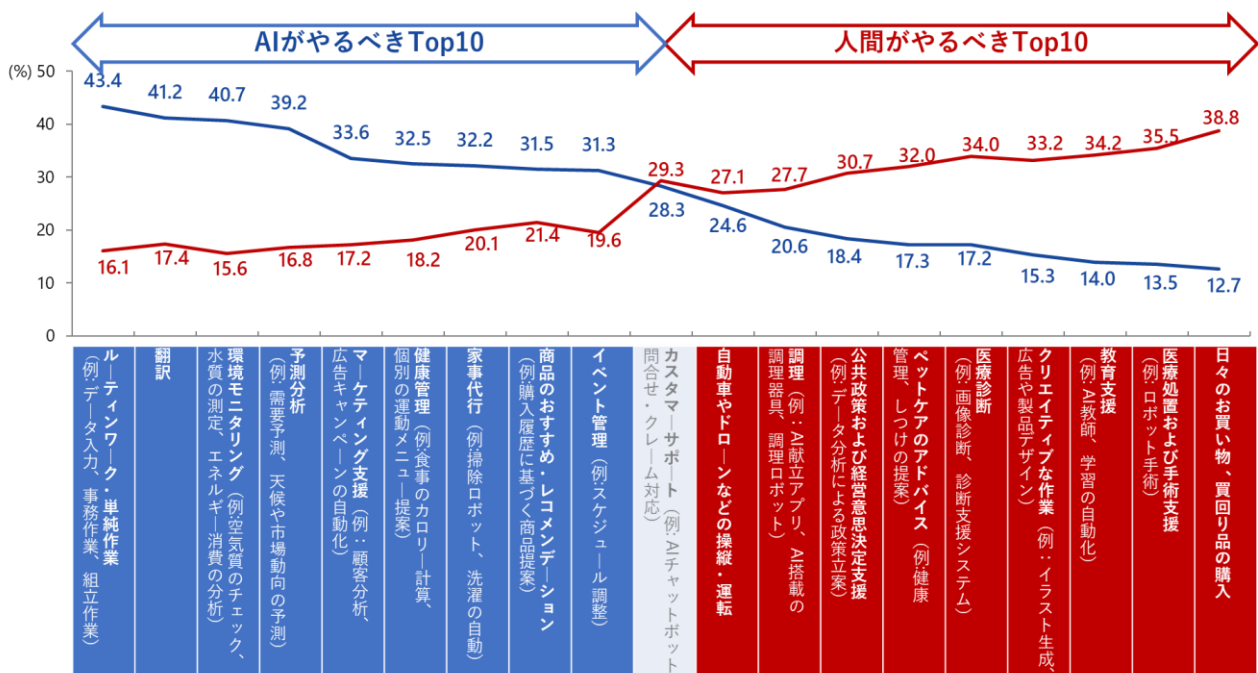


⑧ 人間がやるべき仕事は「医療」「教育」

AI がやるべき仕事は「ルーティンワーク」「翻訳」

楽しみたい「買い物」は人間のテリトリー

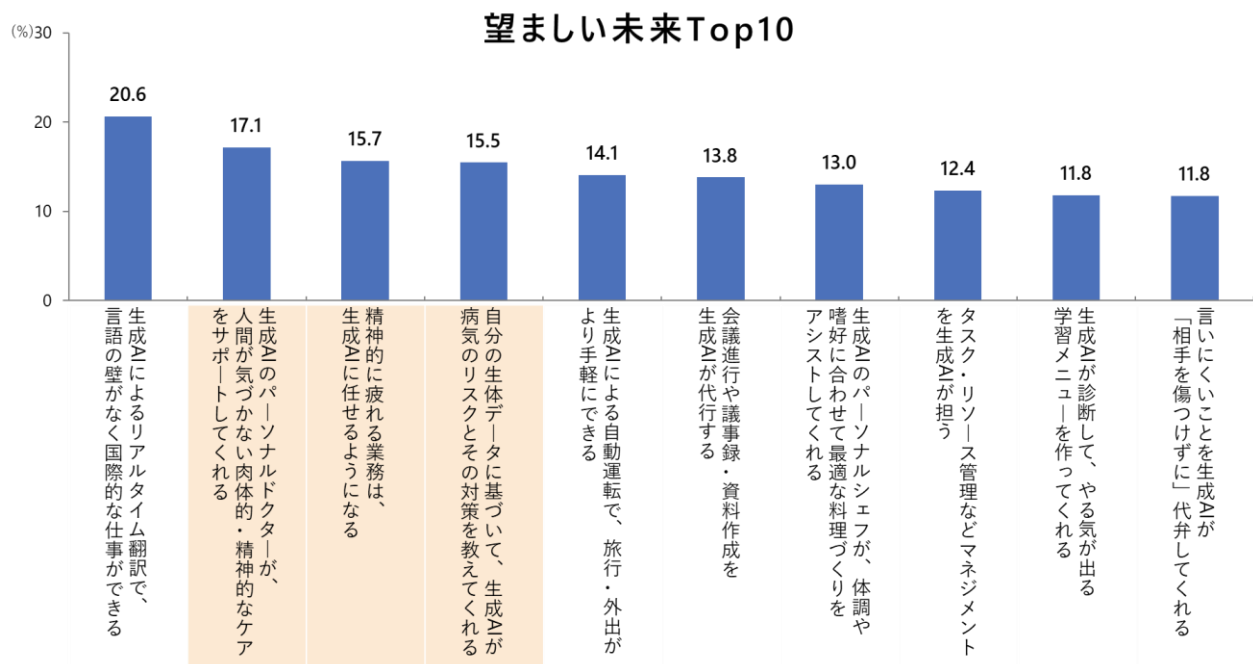
未来に向けて、どのような仕事であれば生成 AI に任せてもよいかを聞いたところ、「ルーティンワーク・単純作業」(43.4%)、「翻訳」(41.2%)、「環境モニタリング」(40.7%)、「予測分析」(39.2%)が上位に並んだ。一方、人間がやるべき仕事には、「日々のお買い物、買回り品の購入」(38.8%)、「医療処置および手術支援」(35.5%)、「教育支援」(34.2%)、「医療診断」(34.0%)が上位に並んだ。楽しみたい「買い物」は人間がやるべきという結果になった。また、「カスタマーサポート（問合せ・クレーム対応）」は人間がやるべきという数値が若干高い。



回答者全体 (n=2,400)

⑨ 望ましい未来：将来的には生成 AI に「心と体のサポート」も期待

生成 AI と人間が共存していく中で「望ましい未来」を聞いたところ、「リアルタイム翻訳で、言語の壁がなく国際的な仕事ができる」(20.6%) がもっとも高い。「生成 AI のパーソナルドクターが肉体的・精神的なケアをしてくれる」(17.1%)、「精神的に疲れる業務は、生成 AI に任せるようになる」(15.7%)、「生成 AI が病気のリスクとその対策を教えてくれる」(15.5%)といった肉体的、精神的なサポートを期待する傾向があり、今後いっそう人間に寄り添うパートナーとなることを期待されていることがうかがえる。



回答者全体 (n=2,400)

【調査概要】

- ・ 調査名称：「AI と暮らす未来の生活調査 2025」
- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ 調査時期：2025 年 9 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(32,180 サンプル) 本調査(2,400 サンプル)
- ・ 分析/集計機関：エム・アール・エス広告調査 株式会社

【本調査における各名称の定義】

生成 AI 認知者	生成 AI について、「詳しく知っている」「どのようなものが大体知っている」「名前だけは聞いたことがある」と回答した人
生成 AI 利用者	生成 AI を「仕事」「プライベート」「学業」のいずれかで利用していると回答した人
生成 AI 非利用者	生成 AI を「仕事」「プライベート」「学業」の全てにおいて利用していないと回答した人

【本調査割付】

セル別出現率（生成AI認知者ベース） n=27,430

		ビジネス利用 (他用途併用 含む)	プライベート・ 学業のみ利用
生成AI 利用 経験者	ヘビーユーザ層 (H+M)	10.1%	7.7%
	一般ユーザ層 (L+LL+ それ以下)	8.5%	13.0%
非利用× 利用意向あり	潜在利用者	12.2%	
非利用× 利用意向なし	非利用者	48.4%	

本調査割付数 n=2,400

		ビジネス利用 (他用途併用 含む)	プライベート・ 学業のみ利用
生成AI 利用 経験者	ヘビーユーザ層 (H+M)	550ss	425ss
	一般ユーザ層 (L+LL+ それ以下)	480ss	745ss
非利用× 利用意向あり	潜在利用者	100ss	
非利用× 利用意向なし	非利用者	100ss	

【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・塚田 koho.mail@hakuhodo.co.jp