

2025年4月28日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

Z世代のテクノロジーに関する意識調査  
ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査  
**Z世代の2人に1人が生成AIを使用している**  
テクノロジーの発展に「期待する」が約6割。  
一方、AIが仕事を代替することを不安視する人は8割超

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：勝 文彦、以下「LM」）は、15～29歳の方を対象に調査した「Z世代のテクノロジーに関する意識調査」（実施期間：2025年4月1日～4月4日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～7:00 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

※本調査では、15～29歳の方をZ世代としてリサーチしています

**【調査結果】**

- ・ TOPICS①  
Z世代の2人に1人が生成AIを使用している
- ・ TOPICS②  
テクノロジーの発展に対し「期待する層」が57.7%となり「不安を感じる層」を上回る
- ・ TOPICS③  
AI（人工知能）が人間の仕事を代替することについて、不安視する人が8割超
- ・ TOPICS④  
空飛ぶクルマや自動運転車などのモビリティ技術を「機会があれば利用したい」が全体の約4割
- ・ TOPICS⑤  
大阪・関西万博へ「行く予定はない」が全体の48.5%を占める一方、38.8%が興味を持っている

## 【調査結果詳細】

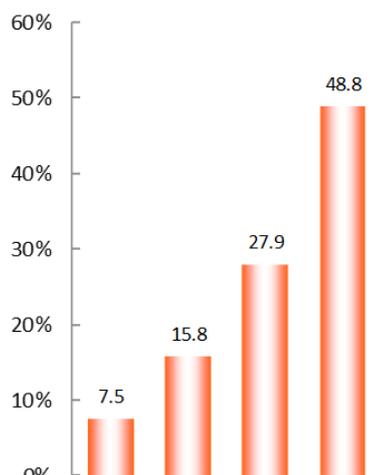
### ■TOPICS①

#### Z世代の2人に1人が生成AIを使用している

生成AI（ChatGPT、画像生成AIなど）の使用頻度について、「ほぼ毎日使っている」（7.5%）、「週に数回使っている」（15.8%）、「たまに使う程度」（27.9%）の合計が過半数を占めた。Z世代の2人に1人が生成AIを使用していることが分かった。「使ったことがない」が全体の48.8%だった。

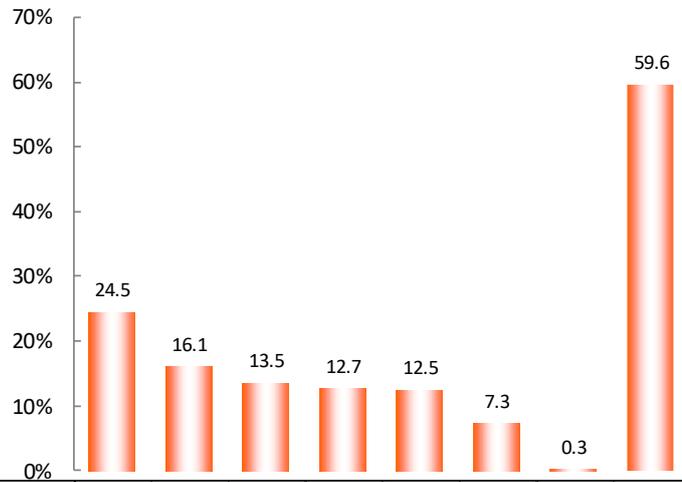
また、興味がある最先端技術の分野を伺ったところ、「特になし」が全体の約6割を占めた。「AI・機械学習」が全体で24.5%、性別では男性が31.4%となり、女性（18.1%）よりも13.3ポイント高い。

#### ▼生成AI（ChatGPT、画像生成AIなど）の使用頻度



		全体	ほぼ毎日使っている	週に数回使っている	たまに使う程度	使ったことがない
全体		(1200)	7.5	15.8	27.9	48.8
全体	男性	(580)	9.3	18.3	27.6	44.8
	女性	(620)	5.8	13.4	28.2	52.6
	10代	(200)	6.0	15.5	30.0	48.5
	20代	(1000)	7.8	15.8	27.5	48.9

▼興味がある最先端技術の分野 ※複数回答



		全体	AI・機械学習	バイオテクノロジー (遺伝子編集、再生医療)	モビリティ (自動運転、空飛ぶクルマ)	宇宙開発・ロボット	メタバース・VR/AR	量子コンピューター	その他	特になし
全体		(1200)	24.5	16.1	13.5	12.7	12.5	7.3	0.3	59.6
全体	男性	(580)	31.4	18.3	17.8	16.7	15.9	10.2	0.3	51.2
	女性	(620)	18.1	14.0	9.5	8.9	9.4	4.7	0.2	67.4
	10代	(200)	23.0	18.5	14.0	10.5	13.0	3.5	-	57.0
	20代	(1000)	24.8	15.6	13.4	13.1	12.4	8.1	0.3	60.1

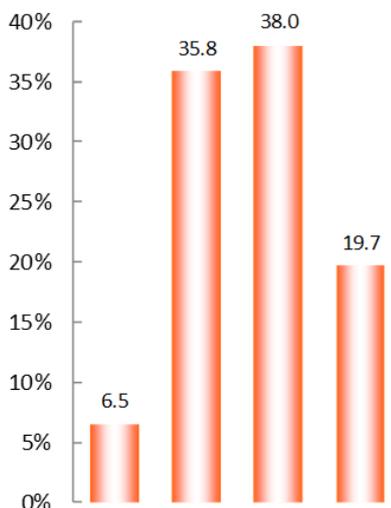
## ■TOPICS②

### テクノロジーの発展に対し「期待する層」が57.7%となり、「不安を感じる層」を上回る

テクノロジーの発展に対して、「どちらかといえば期待が大きい」が全体の38.0%でトップ、次いで「どちらかといえば不安を感じる」が35.8%、「非常に期待している」が19.7%となった。期待する層は57.7%となり、不安を感じる層（42.3%）を上回った。

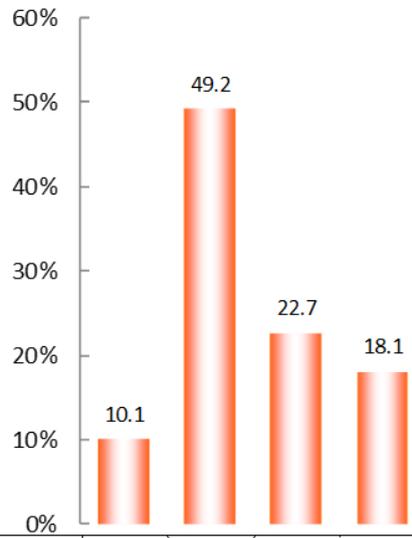
また、AIが今後の社会に与える影響について、「どちらかといえば良い影響を与える」が全体の49.2%で約半数を占めた。「非常に良い影響を与える」（10.1%）と合わせると59.3%となり、肯定的に捉える人の方が多かった。

#### ▼テクノロジーの発展に対する不安の有無



		全体	非常に不安を感じる	どちらかといえば不安を感じる	どちらかといえば期待が大きい	非常に期待している
全体		(1200)	6.5	35.8	38.0	19.7
全体	男性	(580)	5.9	34.1	38.6	21.4
	女性	(620)	7.1	37.4	37.4	18.1
	10代	(200)	6.5	42.5	28.5	22.5
	20代	(1000)	6.5	34.5	39.9	19.1

▼AI（人工知能）が今後の社会に与える影響について



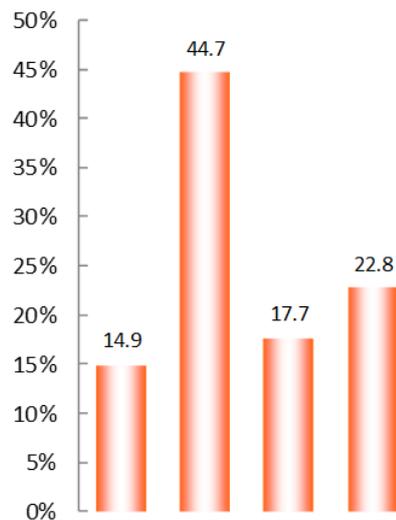
		全体	非常に良い影響を与える	どちらかといえば良い影響を与える	どちらかといえば悪い影響を与える	非常に悪い影響を与える
全体		(1200)	10.1	49.2	22.7	18.1
全体	男性	(580)	12.6	48.1	19.1	20.2
	女性	(620)	7.7	50.2	26.0	16.1
	10代	(200)	5.5	53.0	20.0	21.5
	20代	(1000)	11.0	48.4	23.2	17.4

### ■TOPICS③

#### AI（人工知能）が人間の仕事を代替することについて、不安視する人が8割超

AI（人工知能）が人間の仕事を代替することについて、「一部の仕事なら良いが、全体的には不安」が全体の44.7%でトップ、次いで「AIによる仕事の代替は反対」が22.8%、「自分の仕事が奪われるかもしれないので心配」が17.7%だった。合わせると、不安視する人が8割超となった。一方、「便利になるので歓迎する」は14.9%と最も低かった。

#### ▼AI（人工知能）が人間の仕事を代替することについての考え



		全体	便利になるので歓迎する	一部の仕事なら良いが、全体的には不安	自分の仕事が奪われるかもしれないので心配	AIによる仕事の代替は反対
全体		(1200)	14.9	44.7	17.7	22.8
全体	男性	(580)	19.0	42.2	15.9	22.9
	女性	(620)	11.1	46.9	19.4	22.6
	10代	(200)	9.0	47.0	18.5	25.5
	20代	(1000)	16.1	44.2	17.5	22.2

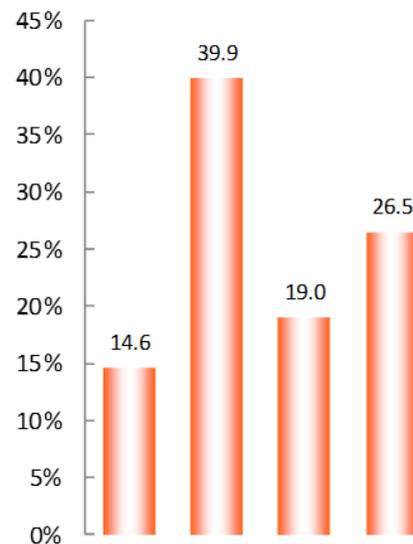
## ■TOPICS④

### 空飛ぶクルマや自動運転車などのモビリティ技術を「機会があれば利用したい」が全体の約4割

未来のモビリティ技術（空飛ぶクルマ、自動運転車など）を利用したいか伺ったところ、「機会があれば利用したい」が全体の約4割でトップだった。

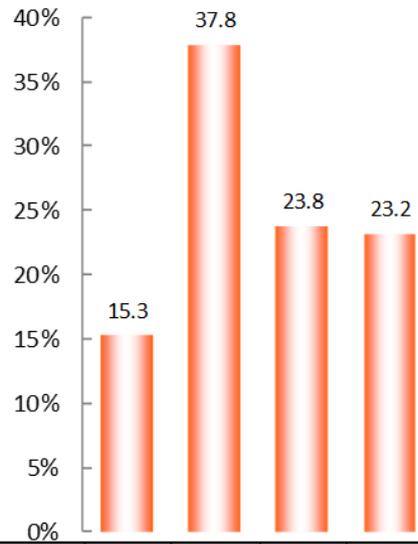
また、環境問題を解決する技術（再生可能エネルギー、CO2削減技術など）については、「ある程度期待している」が全体の37.8%だった。「非常に期待している」（15.3%）と合わせると期待する層は53.1%だった。

#### ▼未来のモビリティ技術（空飛ぶクルマ、自動運転車など）を利用したいか



		全体	ぜひ利用したい	機会があれば利用したい	あまり利用したくない	全く利用したい
全体		(1200)	14.6	39.9	19.0	26.5
全体	男性	(580)	15.9	44.0	15.0	25.2
	女性	(620)	13.4	36.1	22.7	27.7
	10代	(200)	10.5	40.0	21.0	28.5
	20代	(1000)	15.4	39.9	18.6	26.1

▼環境問題を解決する技術（再生可能エネルギー、CO2削減技術など）への期待



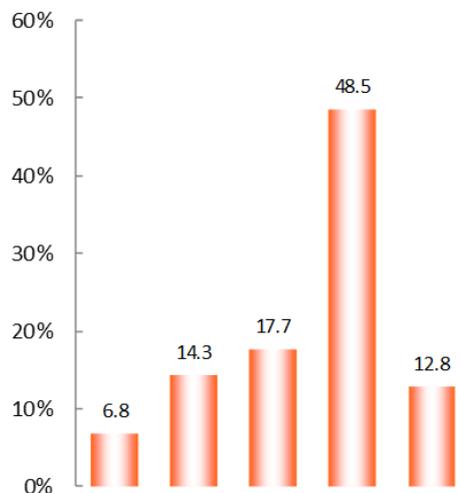
		全体	非常に期待している	ある程度期待している	あまり期待していない	全く期待していない
全体		(1200)	15.3	37.8	23.8	23.2
全体	男性	(580)	17.2	38.1	21.7	22.9
	女性	(620)	13.4	37.6	25.6	23.4
	10代	(200)	10.5	42.5	22.5	24.5
	20代	(1000)	16.2	36.9	24.0	22.9

## ■TOPICS⑤

### 大阪・関西万博へ「行く予定はない」が全体の48.5%を占める一方、38.8%が興味を持っている

「空飛ぶクルマ」をはじめ、最先端技術など世界の英知が結集する「大阪・関西万博」を訪れる予定を伺ったところ、「行く予定はない」が全体の48.5%を占めた。「行く予定がある」(6.8%)、「行きたいと思っている」(14.3%)、「興味はあるがまだ分からない」(17.7%)を合わせた、興味を持っている層は38.8%だった。

#### ▼大阪・関西万博を訪れる予定



		全体	行く予定がある	行きたいと思っている	興味はあるがまだ分からない	行く予定はない	大阪・関西万博が開催されることを知らない
		(1200)	6.8	14.3	17.7	48.5	12.8
全体	男性	(580)	7.1	16.0	18.4	45.5	12.9
	女性	(620)	6.5	12.6	16.9	51.3	12.7
	10代	(200)	8.0	10.5	18.0	45.0	18.5
	20代	(1000)	6.5	15.0	17.6	49.2	11.7

## 【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

Z世代の半数が生成AIを使いこなす一方、6割近くが先端技術に「特に関心なし」という現実  
は、技術リテラシーの明確な二極化である。特に男性のAI関心度（31.4%）が女性（18.1%）より  
高い点は、将来のデジタル・ジェンダーギャップのリスクを内包している。この層が労働市場の主力  
となれば、スキル格差が経済格差に直結する点に、今から課題意識を持つべきであろう。「AIに  
よる雇用代替」に8割超が不安を抱えつつ、技術発展には約6割が期待する。このギャップは、AI  
による効率化への期待と、自身の職が奪われる現実的な恐怖の現れだと言える。データ入力や事務  
処理など定型業務中心の職種への影響は避けられず、社会全体での実践的なリスクリング、特にAI  
を活用する側へのスキルシフトは急務である。

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

Z世代のビジネスパーソンから「生成AIは親友」という話を先日聞いた。一方、今回の調査で  
は2人に1人が生成AIを使用していないという結果だった。利用格差を実際のビジネスシーンで  
も感じる事も多い。

バブル世代の私も、情報を発信する仕事をしているため、日常の情報収集は本から検索へ移管し  
ており、今年に入り生成AI検索の利用が一挙に増えている。4つの生成AIを利用して、特性を理  
解し使い分けている。

但し生成AIは利用すればするほど、自身のAI失業の可能性を実感する。どうにかAIとの協業  
や、もしくはAIに出来ない事は無いのか？と、現状は取材などではなるべく現場に行く事を心掛  
けるようにしている。大阪・関西万博にも開幕2日目に行ってきた。万博の情報はSNSやメディ  
アから入ってくると思うが、例えば158の国と地域の方が一堂に会して、彼らから直接話を聞け  
るというのは生成AIには出来ない。万博は最先端技術を確認出来る以外にもこんな楽しみがある  
と痛感した。生成AIやテクノロジーと共存した働き方の未来を感じる機会にもなった。

以上

## 【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2025年4月1日～4月4日

パネル : 「Pontaリサーチ」会員

(Ponta会員で「Pontaリサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住15～29歳の方

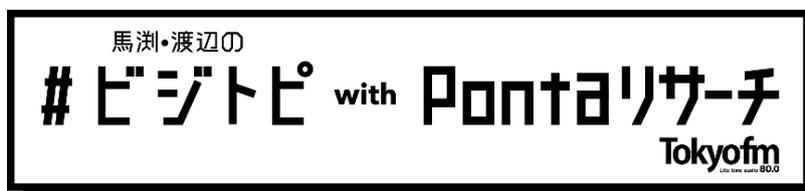
有効回答数 : 1,200名

※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています

### 【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

### ■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

### ■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 60分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~7:00

出演者 : 消費経済アナリスト・渡辺広明 (毎週)、経済アナリスト・馬淵磨理子 (第 1.2.4 週)・キャスター・石川奈津紀 (第 3.5 週)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

番組 X : [https://twitter.com/biztopi\\_tfm](https://twitter.com/biztopi_tfm)

### ■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト :

<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート (自主調査結果を掲載) : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先  
広報部にご連絡をお願い申し上げます。