



入社直前意識調査 AI活用編



2026年度新入社員は“AIネイティブ予備群”

91.8%が 仕事でのAI活用必要
情報の正確性 思考・創造力低下に不安

累計20,000社460万人以上の組織開発・人材育成を支援するALL DIFFERENT（オールディファレント）株式会社（所在地：東京都千代田区 代表取締役社長：眞崎大輔）および「人と組織の未来創り®」に関する調査・研究を行うラーニングイノベーション総合研究所®は2026年1月20日～3月4日の期間で、2026年に企業に入社する新入社員を対象に、「入社直前意識調査」を行いました。本リリースでは、26卒のAI活用に関する意識について調査・分析した結果を公表いたします。

背景

日々、進化を続ける人工知能（AI）。すでに多くの企業で生成AIの活用が導入されており、業務の効率化や生産性の向上だけでなく、新規事業やイノベーションの創出など様々な模索が行われています。

2026年度の新入社員は子供のころからスマホやSNSに触れてきており、学生時代にオンライン授業を経験した人も多い世代です。さらに、効率を重視する傾向が強く、生成AIを日常的に使用している初めての世代でもあります。

そんな2026年度新入社員は今まで生成AIをどのように活用し、また今後仕事でどのように向き合っていきたいと考えているのか、AI活用に関する調査を行いました。

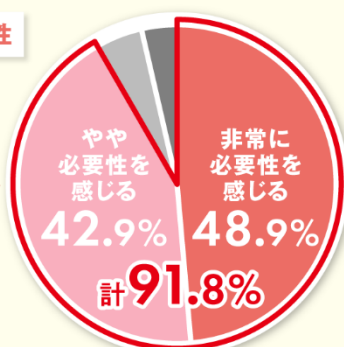
調査概要

- 2026年度新入社員の86.1%が生成AIを使用。約4人に1人が「ほとんど毎日使う」と回答
- 生成AIの利用目的は「調べものや情報収集」が約半数。「思考の整理」「アイデア出し」が続く
- 生成AIを使うときの工夫、「自分でも一度考えたり調べたりした」は5割超
- 生成AIを使う不安、「情報の正確性」は7割超でダントツ。約半数が「思考・創造力の低下」を危惧
- 生成AIが就職活動に与えた影響、「特になし」が3割超。「自分の軸が明確になった」などポジティブ項目が続く
- 働くうえでAIの活用、「非常に必要」「やや必要」が91.8%。「使わないという選択肢ない」の声も
- 生成AIの進化による将来や今後の仕事への影響、「不安を感じない」が53.4%で、「感じる」やや上回る。不安の内容は、「自分の仕事が置き換わる」がトップ

26卒新入社員のAIに関する考え

働くうえでの必要性

9割以上の新入社員
「働くうえで
AIは必要」



使うことへの不安



情報の正確性……………73.3%



思考力・創造力の低下……………54.1%



個人情報・プライバシーの保護…48.1%

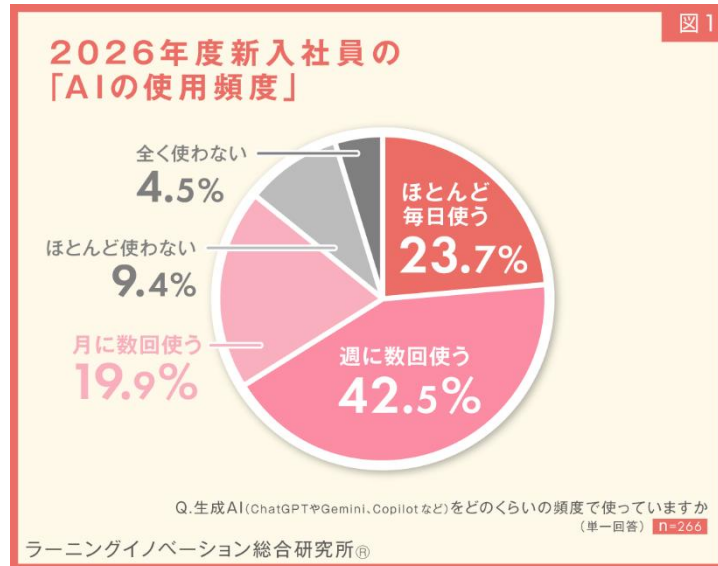
調査結果

1. 2026 年度新入社員の約 9 割が生成 AI を使用。約 4 人に 1 人が「ほとんど毎日使う」と回答

まず、生成 AI（ChatGPT や Gemini、Copilot など）をどのくらいの頻度で使っているか、質問しました。

結果、「ほとんど毎日使う」（23.7%）、「週に数回使う」（42.5%）、「月に数回使う」（19.9%）、「ほとんど使わない」（9.4%）、「全く使わない」（4.5%）となりました。

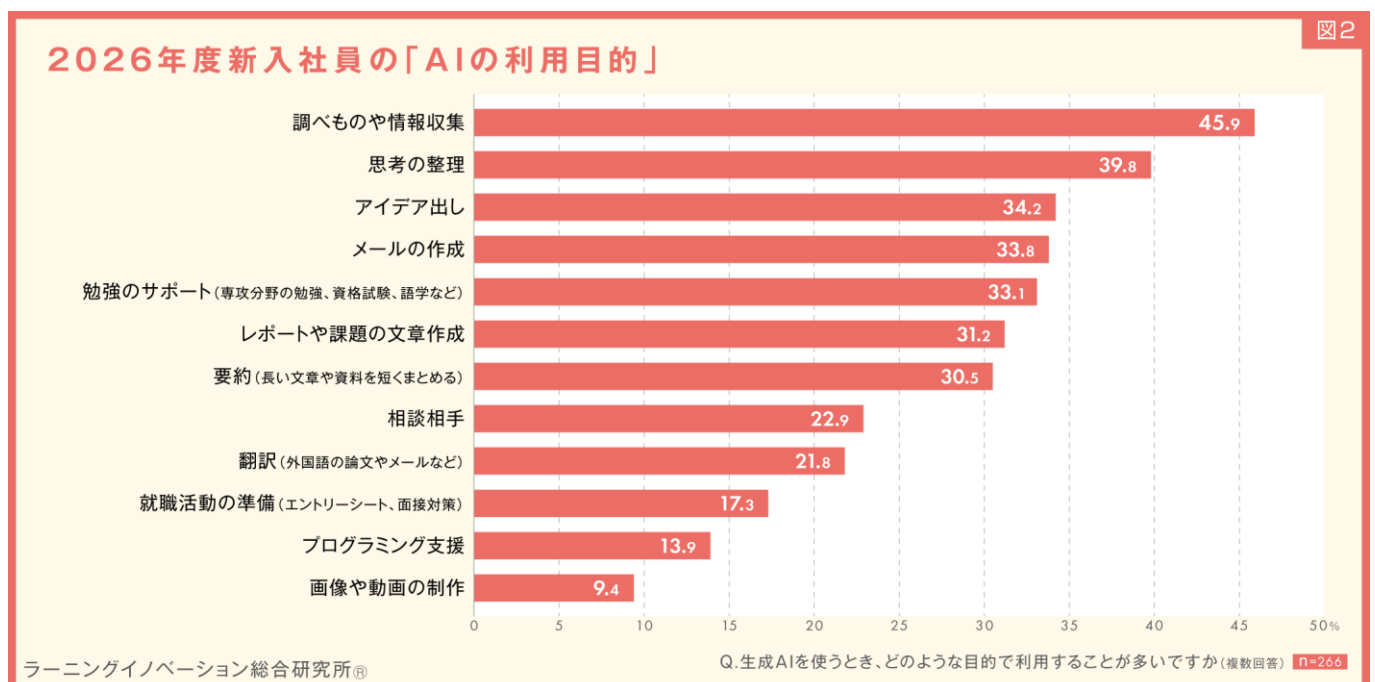
2026 年度に入社する新入社員の 86.1% が日常的に生成 AI を使っていると回答する結果となりました（図 1）。



2. 生成 AI の利用目的は「調べものや情報収集」が 45.9% でトップ。「思考の整理」「アイデア出し」が続く

次いで、生成 AI の利用目的について質問しました。

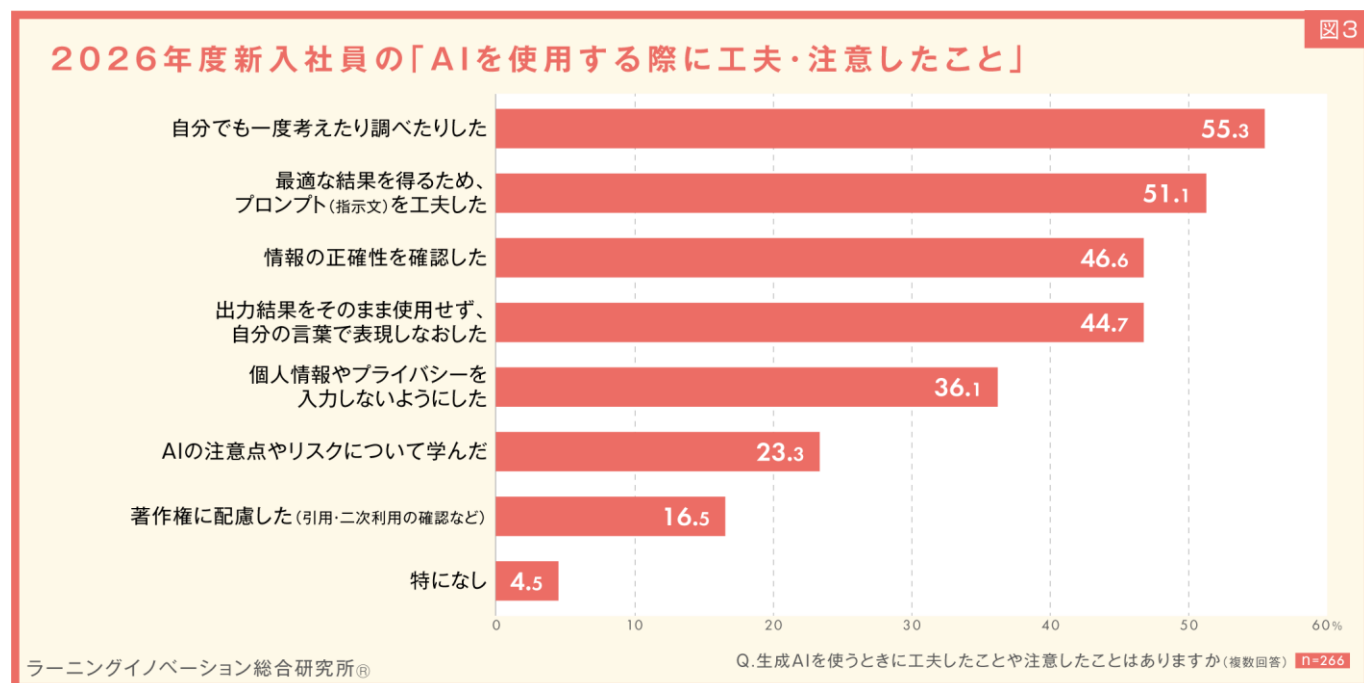
結果、「調べものや情報収集」の割合が最も高く、45.9% でした。「思考の整理」（39.8%）、「アイデア出し」（34.2%）、「メールの作成」（33.8%）、「勉強のサポート（専攻分野の勉強、資格試験、語学など）」（33.1%）が 3 割超で続き、さまざまな目的で利用していることが分かりました（図 2）。



3. 生成 AI を使うときの工夫、「自分でも一度考えたり調べたりした」は 5 割超

生成 AI を使うときに工夫したことや注意したことについて聞いたところ、「自分でも一度考えたり調べたりした」が 55.3% でトップ。「最適な結果を得るため、プロンプト（指示文）を工夫した」も、51.1% で半数を超えました。

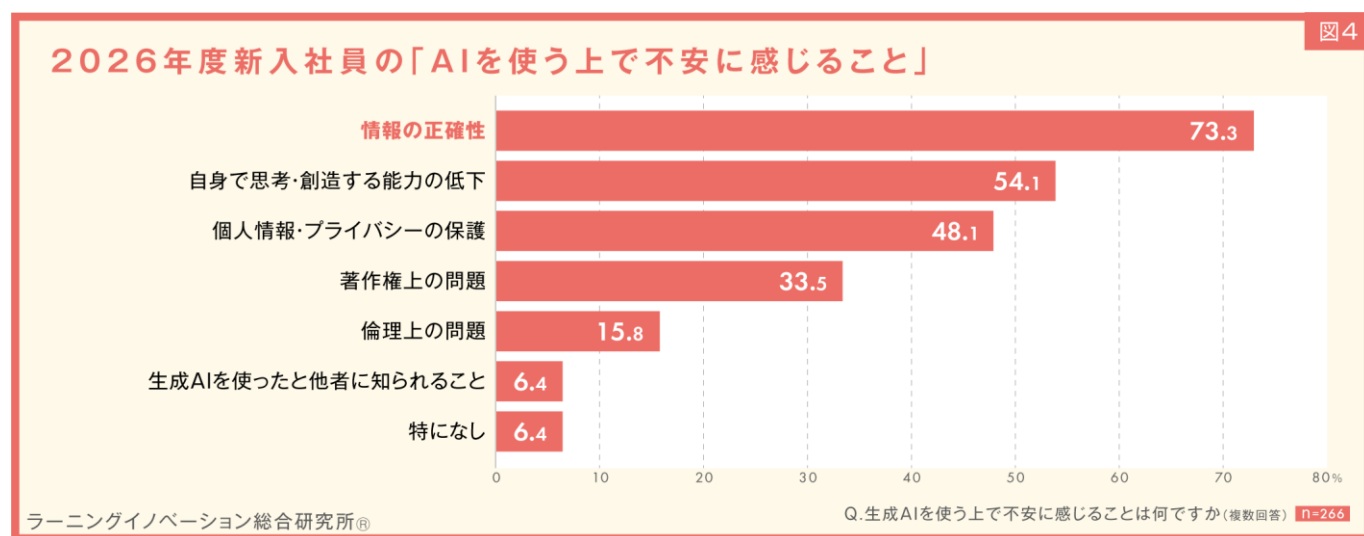
しかし、「情報の正確性を確認した」は 46.6%、「出力結果をそのまま使用せず、自分の言葉で表現しなおした」は 44.7% と、半数以下となりました（図 3）。



4. 生成 AI を使う不安、「情報の正確性」は 7 割超でダントツ。約半数が「思考・創造力の低下」を危惧

次に、生成 AI を使う上で不安に感じることを質問しました。

結果、「情報の正確性」が 73.3% とダントツでした。次いで「自身で思考・創造する能力の低下」（54.1%）、「個人情報・プライバシーの保護」（48.1%）、「著作権上の問題」（33.5%）となりました（図 4）。



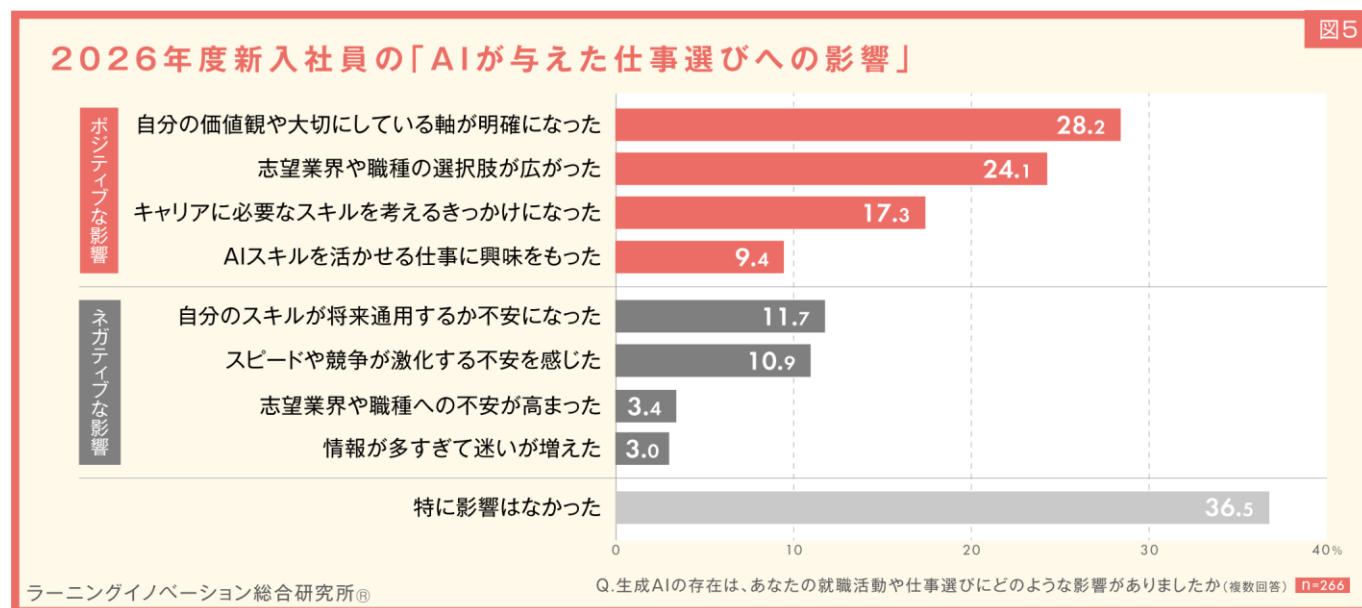
5. 生成AIが就職活動に与えた影響、「特になし」が3割超。「自分の軸が明確になった」などポジティブ項目が続く

生成AIの存在が、就職活動や仕事選びにどのように影響したか聞きました。

最も多かったのは「特に影響はなかった」で36.5%でした。次いで多かったのが、「自分の価値観や大切にしている軸が明確になった」（28.2%）、「志望業界や職種の選択肢が広がった」（24.1%）、「キャリアに必要なスキルを考えるきっかけになった」（17.3%）とポジティブな回答が続きました。

一方、「自分のスキルが将来通用するか不安になった」（11.7%）、「スピードや競争が激化する不安を感じた」（10.9%）などのネガティブな影響に関する項目は1割程度にとどまりました。

回答全体を通して、ポジティブな影響に関する回答の割合が高く、ネガティブな影響に関する割合は低い傾向となりました（図5）。

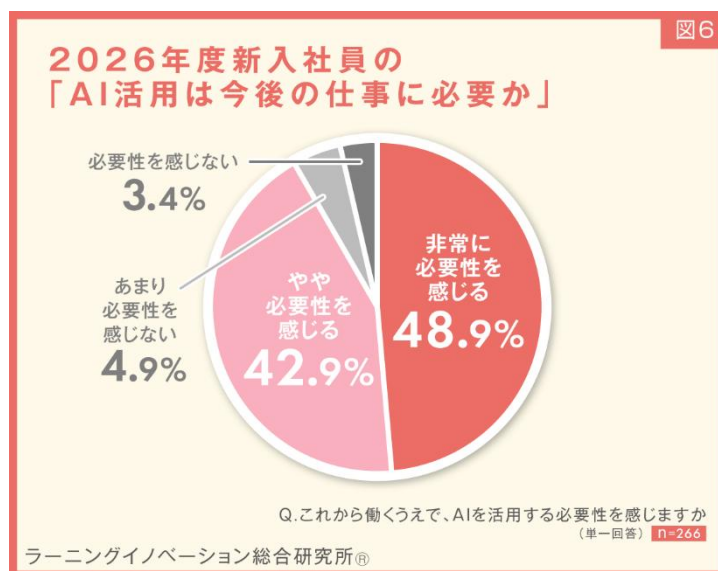


6. 働くうえでAIの活用、「非常に必要」「やや必要」が91.8%。「使わないという選択肢ない」の声も

ここからは今後の仕事におけるAIの活用について2026年度新入社員がどのように考えているのか探ります。

これから働くうえで、AIを活用する必要性について聞いたところ、「非常に必要性を感じる」（48.9%）、「やや必要性を感じる」（42.9%）、「あまり必要性を感じない」（4.9%）、「必要性を感じない」（3.4%）でした。

91.8%の新入社員が「働くうえでAIは必要」と回答する結果となりました（図6）。



この質問に対して、その選択肢を選んだ理由を質問しました。

回答を一部抜粋してご紹介すると、「AIを使わないという選択肢ない」という声がある一方、「誰でも使用しているからこそ、他の人との差別化を速いうちから考えておくことが重要」「AIにできることとできないことを理解しておかないと代替される可能性がある」など、AIを活用するだけでなく、AIを「使いこなす必要性」も感じていることが伺えます（原文のまま）。

▼フリーコメントの代表例（原文のまま）

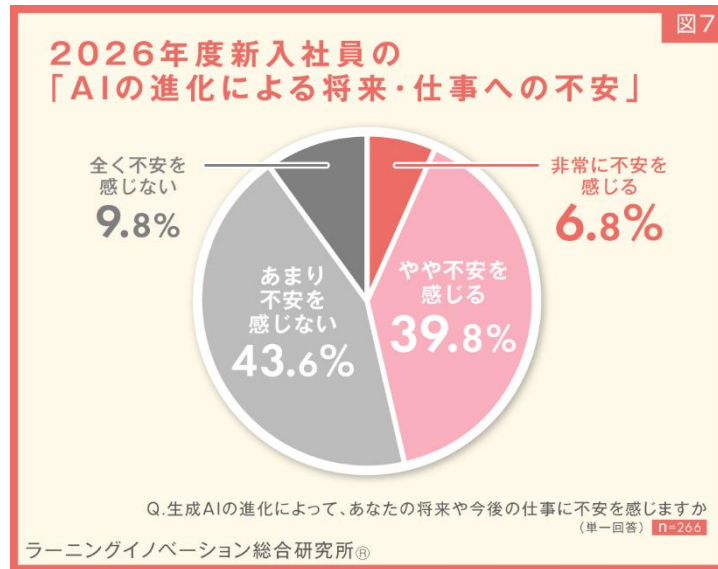
必要がある (「やや必要性を感じる」を含む)	「AIにできることとできないことを理解しておかないと代替される可能性があるから。」 情報通信業、男性 「これからAIはさらに進化していくと考えています。AIを使用したほうが圧倒的に効率がいいので、使わないという選択肢はないと考えています。しかし、誰でも使用しているからこそ、他の人との差別化を速いうちから考えておくことが重要であると感じています。」 情報通信業、男性 「今までの紙媒体よりもデジタル化をしたりAIに任せたりすることで効率的になる業務や、人件費削減に繋がるなどメリットが大きいです。デメリットとしてはAIだけで出来る業務が増えて失業してしまうケースが考えられますが、そのリスクを取っても、作業の効率化やミスを減らすことができる点は評価するべきだと思います。」 その他、女性
必要を感じない (「あまり必要性を感じない」を含む)	「生成AIは、学習や情報整理の効率化に役立つ一方で、正確性や著作権・倫理面への配慮が不可欠だと感じており、便利さに頼りすぎず主体的に活用することが重要だと考えています。」 情報通信業、男性

7. 生成 AI の進化による将来や今後の仕事への影響、「不安を感じない」が 53.4%で、「感じる」やや上回る。 不安の内容は、「自分の仕事が置き換わる」がトップ

生成 AI の進化によって、将来や今後の仕事に不安を感じるか質問しました。

結果、「非常に不安を感じる」は 6.8%、「やや不安を感じる」は 39.8%、「あまり不安を感じない」は 43.6%、「全く不安を感じない」は 9.8%でした。

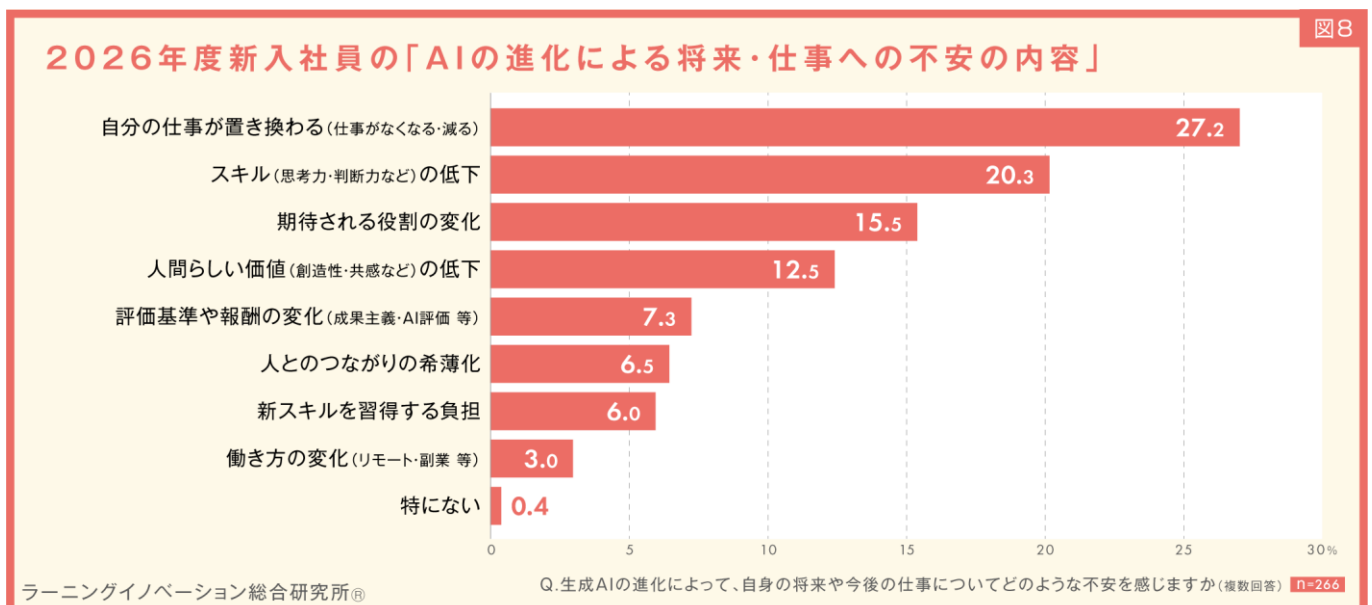
「非常に不安を感じる」と「やや不安を感じる」の合計は 46.6%、「あまり不安を感じない」と「全く不安を感じない」の合計は 53.4%で、不安の有無はほぼ拮抗していましたが、不安を感じない層がやや高い割合となりました（図 7）。



最後に回答者全員に、生成 AI の進化によって、自身の将来や今後の仕事についての不安の内容について質問しました。

最も回答割合が高かったのは、「自分の仕事が置き換わる（仕事がなくなる・減る）」で 27.2%でした。次いで「スキル（思考力・判断力など）の低下」（20.3%）、「期待される役割の変化」（15.5%）、「人間らしい価値（創造性・共感など）の低下」（12.5%）が続きました。「特にない」と回答したのはわずか 0.4%でした。

まだ社会人として働いた経験がない新入社員も、AI の進化による自身の将来や仕事への影響を少なからず感じている様子がうかがえました（図 8）。



まとめ

本調査結果から、2026 年入社の新入社員は、約 9 割が日常的に生成 AI を利用しており、情報収集や思考の整理、アイデア出しなど様々な目的で活用していることが分かりました。

幅広い目的で生成 AI を活用している新入社員ですが、活用する中で「情報の正確性」や「思考・創造力の低下」に不安を抱えているものの、生成 AI を使うときに「自分でも一度考えたり調べたりした」割合は 55.3%、「情報の正確性を確認した」は 46.6%で半数以下でした。

就職活動や仕事選びに生成 AI がどのように影響したか聞いたところ、「特になし」が 3 割超で最大。「自分の価値観や大切にしている軸が明確になった」「志望業界や職種の選択肢が広がった」などポジティブな内容は 2 割以上だったのに対し、「自分のスキルが将来通用するか不安になった」「スピードや競争が激化する不安を感じた」などネガティブな回答は 1 割程度と低くなりました。

さらに、働く上で AI 活用の必要性について聞いたところ、9 割以上が必要と回答しました。今後、生成 AI の進化によって企業の人材戦略や職務・業務の設計も変化すると予想されていますが、生成 AI の進化による将来や今後の仕事への影響について、「不安を感じる」と回答した割合は 4 割程度となりました。それらの不安の内容は「自分の仕事が置き換わる」が約 3 割、「スキルの低下」が約 2 割でした。

全体を通じて、2026 年度新入社員は AI の持つプラスの側面に着目する傾向が強いことがうかがえる一方、変化の激しいビジネス環境の中で AI 活用がどのような影響を及ぼすのかについてのイメージはやや希薄な様子が見えられました。

考察 「“AI ネーティブ予備群”を真の成果創出人材に導くためには」

本調査では、2026 年新入社員はすでに学生時代から、AI を“思考を整理する相棒”として日常的に活用する習慣が見受けられ、9 割以上が「今後の仕事に必要」と回答しました。こうした特徴から、今後社会人として AI を使いこなし、成果を創出していく「AI ネーティブ予備群」と位置付けられるでしょう。

注目すべきは、AI に対する不安への意識と実際の行動のギャップです。AI 利用に対する不安に、7 割以上が「情報の正確性」を挙げているものの、AI 使用時に「情報の正確性を確認した」割合は 5 割を下回りました。

2026 年度新入社員には、今後、成果創出のために AI を使いこなす、真の「AI ネーティブ」としての活躍が期待されますが、企業としてはどのようにサポートしていくとよいのでしょうか。

■AI で成果創出する人材を育てるために、会社がサポートすべきこと

① 「仕事の責任は自分にある」ことへの理解浸透

生成 AI を使う上でプロンプトのテクニックが重視されがちですが、成果創出のために重要なのは「何を実現すべきか思考する力」と「実行しながら学び、修正し続け、やり抜く力」です。

新入社員には、AI がアウトプットしたものをそのまま使うのではなく、「もっと良くできないか」を自分自身で考えることが重要だということを理解・浸透させることが大切です。AI が提示した答えの質を検証し、磨き上げる責任が本人にあることを繰り返し伝え、成果物に対して上司や先輩社員からフィードバックし続けることが求められます。

② 思考力を高めるための経験の設計

①の責任を果たすためには、物事を多角的な視点から捉えたり、前提を疑ったりする思考力が必要です。様々な業務経験（成功体験・失敗体験）を蓄積し、その業務経験を学びに転換することにより思考力が深められますが、育成を設計する際、以下の 2 点をセットで機能させることが重要です。

- ・業務の目的や期待する役割・学びなどを伝え、理解を促す
- ・本人の経験・学びに対し、上司や先輩社員がフィードバックや内省支援を行い、次の改善を促進する

新入社員のうちに、こうした経験、思考、修正、実行サイクルを高速で回し続けることで、AI に正解を求めるのではなく、AI を使いこなして成果を創出できる人材としての成長土台を築けるでしょう。

変化がますます激しくなり、人も組織も淘汰され^{とうた}う時代において、組織の中での役割を自ら見だし、責任感と思考力を携えて活躍できる人材の育成は非常に重要です。

上記のようなサポートを通じて新入社員が配属後、「自立」の状態に進んだ後も、さらなる成長への期待や目指してほしい姿、役割を伝達し続けることが企業・管理職に求められます。新人・若手社員は自らが目指すべき姿や果たすべき役割が明確になることで、依頼されたタスクを完遂するだけでなく、自ら課題を設定する「自立自走」人材へと成長していけるでしょう。



ALL DIFFERENT株式会社

事業開発推進本部 コンテンツマネジメント部 ユニットリーダー

宮澤 光輝（みやざわ・こうき）

東京大学卒業後、ALL DIFFERENT（旧トーマツ イノベーション/ラーニングエージェンシー）に入社。コンサルタントと研修講師を兼務し、サービスの企画・開発、研修講師育成、中堅～大企業に対して研修の企画・提案および実施などをはじめとした人材育成支援に従事。複数の全社プロジェクトでプロジェクトリーダーを担当。現在はサービスの企画・開発チームのリーダーとして、対面研修、オンライン研修などの新サービスの企画・開発、研修講師育成を担う。研修講師としては公開講座や企業内研修等で、OJT指導者向け、管理職向けの研修を中心に年間100回以上実施。

調査概要

調査対象者	当社が提供する内定者向け研修の受講者（2026年4月入社予定）
調査時期	2026年1月20日～3月4日
調査方法	Web・マークシート記入式でのアンケート調査
サンプル数	266人
属性	（１）業種 漁業 1人（0.4%） 建設業 10人（3.8%） 製造業 22人（8.3%） 電気・ガス・熱供給・水道業 4人（1.5%） 情報通信業 104人（39.1%） 運輸業 郵便業 7人（2.6%） 卸売業 小売業 13人（4.9%） 金融業 保険業 6人（2.3%） 不動産業 物品賃貸業 7人（2.6%） 学術研究 専門・技術サービス業 14人（5.3%） 宿泊業 飲食サービス業 1人（0.4%） 生活関連サービス業 娯楽業 3人（1.1%） 教育 学習支援業 1人（0.4%） 医療 福祉 2人（0.8%） 複合サービス事業 3人（1.1%） サービス業 他に分類されないもの 20人（7.5%） その他 45人（16.9%） わからない 3人（1.1%） （２）企業規模 1～50人 32人（12.0%） 51～100人 42人（15.8%） 101～300人 113人（42.5%） 301～1,000人 50人（18.8%） 1,001～5,000人 9人（3.4%） わからない 20人（7.5%）

*本調査を引用される際は【ラーニングイノベーション総合研究所「入社直前意識調査（AI活用編）」】と明記ください
*各設問において読み取り時にエラーおよびブランクと判断されたものは、欠損データとして分析の対象外としています
*構成比などの数値は小数点以下第二位を四捨五入しているため、合計値が100%とならない場合がございます

ラーニングイノベーション総合研究所について

当社の研究機関、ラーニングイノベーション総合研究所[®]（以下、LI総研）は、「人と組織の未来創り[®]」に関する様々な調査・研究活動を行っております。
LI総研はデータに基づいた最適な解決策もご提供し、お客様の組織開発をサポートしております。

ALL DIFFERENT株式会社について

当社は、組織開発・人材育成支援を手掛けるコンサルティング企業です。「真の未来創りの伴走者」として、人材育成から、人事制度の構築、経営計画の策定、人材採用に至るまでの組織開発・人材育成の全領域を一貫してご支援しております。

代表取締役社長 眞崎 大輔
本社所在地 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 2-7-1 有楽町ITOCiA（イトシア）オフィスタワー 15F(受付)・17F・18F
支社 関西支社、中部支社
人員数 328人（2025年4月1日時点）
事業 組織開発支援・人材育成支援、各種コンテンツ開発・提供、ラーニングイノベーション総合研究所による各種調査研究の実施
サービス 定額制集合研修「Biz CAMPUS Basic」／ライブオンライン研修「Biz CAMPUS Live」
ビジネススキル学習アプリ「Mobile Knowledge」／ビジネススキル診断テスト「Biz SCORE Basic」
IT技術習得支援サービス「IT CAMPUS」／デジタルスキル習得支援サービス「DX CAMPUS」
管理職アセスメント「Discover HR」「Competency Survey for Managers」
人事制度構築支援サービス「Empower HR」／経営計画策定支援サービス「Empower COMPASS」
転職支援サービス「Biz JOURNEY」ほか
URL <https://www.all-different.co.jp/corporate>

※記載されている社名、サービス名などの固有名詞は登録商標です。なお、本文および図表中において、必ずしも商標表示（（R）、TM）は付記していません。



本件に関するお問い合わせ先	ALL DIFFERENT（オールディファレント）株式会社 企画グループ 加藤、富田、宇佐美 Mail： ad-press@all-different.co.jp Tel：03-5222-5111（代表） 080-4579-3834（富田）
---------------	---