

## 特別調査

# 生成AIの利用に関する調査

－『利用経験あり』は2割弱。関心の高さがみられ、利用者の拡大が予想される－

## はじめに

生成AI\*技術の急速な進化に伴って、企業の生成AIへの注目が高まっているとともに、個人で利用する動きも広がっている。

こうしたなか、当社では生成AIの利用状況や課題などについて把握するため、9月下旬に県内勤労者400人を対象にインターネットによるアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

### ※生成AIとは

コンピュータがデータのパターンや関係を学習し、人間のよう  
に新しいものを作り出すことができる技術。テキスト生成、画  
像・映像生成、音声生成などの用途がある。

## アンケート調査の結果

### (1) 生成AIの利用状況

#### －『利用経験あり』は18.5%－

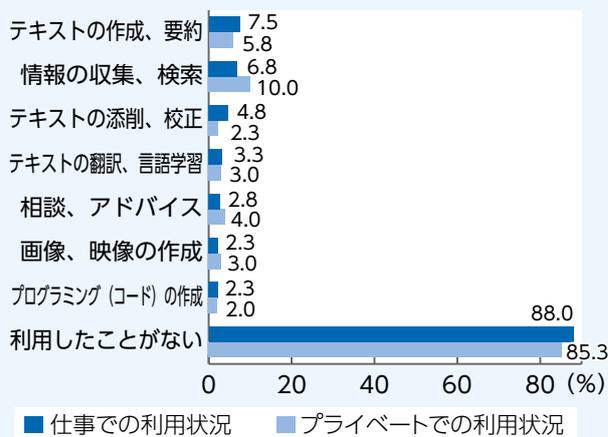
全ての回答者に、「テキスト（文書）の作成、要約」「情報の収集、検索」など、生成AIについて1つでも「利用したことがある」（以下、『利用経験あり』）と回答した割合は18.5%となった。一方、1つも「生成AIを利用したことがない」（以下、『利用経験なし』）は81.5%と、『利用経験あり』を大きく上回った。

#### 〈仕事での利用〉

#### －『仕事で利用』は1割強－

全ての回答者に、仕事での生成AIの利用状況を尋ねたところ（複数回答）、「テキスト（文書）の作成、要約」「情報の収集、検索」の割合が高くなった（図表1）。これら生成AIについて1つでも「仕事で利用したことがある」（以下、『仕事で利用』）

■ 図表1 生成AIの利用状況  
(複数回答、上位項目のみ)



は12.0%となった。一方、「仕事で利用したことがない」は88.0%と、仕事でのAIの利用は少数にとどまっている。

#### 〈プライベートでの利用〉

#### －『プライベートで利用』は1割台半ば－

全ての回答者に、プライベートでの生成AIの利用状況を尋ねたところ（複数回答）、「情報の収集、検索」の割合が最も高くなった（図表1）。以下「テキスト（文書）の作成、要約」「相談・アドバイス」などの順となった。これら生成AIについて1つでも「プライベートで利用したことがある」（以下、『プライベートで利用』）は14.7%となった。一方、「プライベートで利用したことがない」は85.3%となった。

### (2) 課題、利用しない理由

#### －『利用・活用する方法がわからない』がトップ－

全ての回答者に、生成AIを利用するうえでの課題または利用しない理由を尋ねたところ（複数回答）、「利用・活用する方法がわからない」の割合が26.5%と最も高くなった（図表2）。以下「情報が

正確でないことがある」「必要なサービス、技術がない」などの順となった。

利用状況別にみると、『利用経験あり』では「情報が正確でないことがある」「著作権や知的財産権などを侵害するおそれがある」などが『利用経験なし』に比べて高くなった。一方、『利用経験なし』では「利用・活用する方法がわからない」などが『利用経験あり』に比べて高くなった。

### (3) 生成AIの活用方法や効果、課題

生成AIの活用方法や効果、課題などについて尋ねたところ、以下のような声が聞かれた。

#### 【活用方法、効果】

- ・勤務先やPTA活動で案内文の作成に利用している。便利なので定型文の作成は生成AIに頼っている（50代男性）
- ・職場で生成AIを利用し、業務計画を立てた。業務の改善、作業時間の短縮に繋がっている（40代女性）
- ・画像作成に利用している。イメージしていたものがスピーディーにできるところが良い（60代男性）
- ・面接の練習に対話型AIを利用した（40代女性）

#### 【課題など】

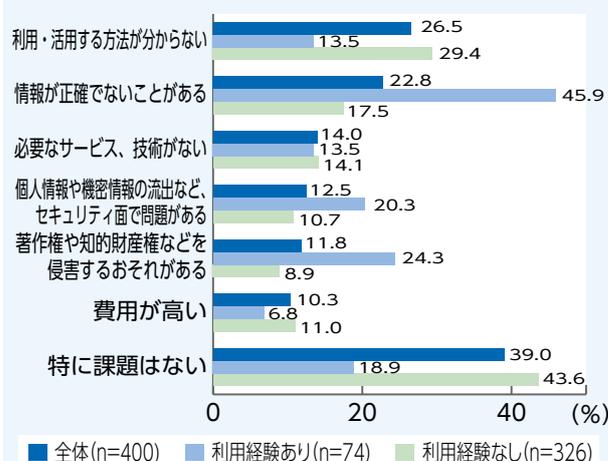
- ・内容の正確性や著作権等の権利関係を確認するためのチェックに時間がかかる（50代男性）
- ・医療関係は個人情報の扱いに特に注意する必要があるため、利用には慎重になってしまう（20代女性）
- ・興味があるので、講座の開催など気軽に触れられる機会が欲しい（50代男性）
- ・今は利用していないが、業務改善に繋がるのであれば、勤務先で指導、導入してほしい（30代男性）

## まとめ

今回の調査では、生成AIの『利用経験あり』は2割弱となり、利用者は一部にとどまっていることが示された。

『利用経験あり』との回答者からは、利便性の向上や画像作成や面接の練習など、これまでは自分だけではできなかったことが実現しているといった声

■ 図表2 課題、利用しない理由  
(複数回答、利用状況別)



#### 【調査の要領】

1. 調査時期  
2024年9月下旬
2. 調査方法  
インターネットによるアンケート調査
3. 調査の対象者  
インターネット調査会社の登録モニターのうち県内の勤労者400人

		人数	構成比 (%)
合計 (内訳)		400	100.0
性別	男性	201	50.3
	女性	199	49.8
年代	20代	64	16.0
	30代	77	19.3
	40代	91	22.8
	50代	91	22.8
	60代	77	19.3
婚姻	未婚	197	49.3
	既婚	203	50.7

(注) 図表の数値は四捨五入をしているため、回答割合の合計が100.0%とならない場合がある

が寄せられた。一方、『利用経験なし』との回答者からも「講座の開催など気軽に触れられる機会が欲しい」「業務改善に繋がるのであれば、勤務先で指導、導入してほしい」といった声にあるように、生成AIに対する関心は高いことがうかがえる。こうしたことから、情報の正確さや個人情報などの流出といった課題はあるものの、生成AIの利用はさらに拡大することが予想される。(2024年11月 近)