

報道関係各位

2025年12月2日
株式会社クロス・マーケティング

AIに対する法律やルールの規制を求める人は8割 生成AIは効率的なイメージが強く、安全よりも危険イメージが上回る

- AIに関する調査（2025年）意識編 -

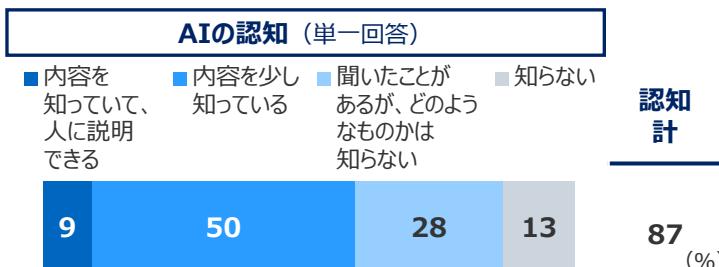
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年10月、全国20～79歳の男女3,000名を対象に「AIに関する調査（2025年）」を行いました。2022年11月にChatGPTが登場し、急速にAI（人工知能）関連の商品・サービスや生成AIツールの市場規模は拡大しました。今回は意識編として、AI・生成AIの浸透状況、利用意向、自分の生活との関係、期待と不安、法律やルールによる規制の必要性、生成AIのイメージ、今後、AIが発展している中で人間が頑張れることを分析しました。

■調査結果（一部抜粋）

- 【AI・生成AI浸透状況】AI（人工知能）の認知率は87%で、AIのイメージは「対話型AI、文章や画像を作るAI」「スマートフォン」で5割を超える。AI関連サービス・製品の利用頻度は週に1日以上が24%、月1日以上で32%。<図1>一方、生成AIの認知率は77%で、知っている生成AIは「ChatGPT」「Gemini」が高い。利用頻度は週に1日以上が20%、月1日以上で28%。<図2>認知率はAIの方が高いが、月に1日以上の利用率は、AIと生成AIで大きな差はない。
- 【AIに対する意識】AI関連サービス・商品の利用意向は52%、今後の期待と不安では期待の方が大きいが48%と双方ともに二分した。自分との生活にAIと関係があるは39%と生活との関連性を感じている人は4割程度にとどまる。法律やルールによる規制の必要性は「必要」49%、「どちらかというと必要」30%と合わせて78%と多くはAIに対してルール・規制を求めている。<図3>
- 【生成AIツールのイメージと人間が頑張れること】生成AIのイメージについて確認をした。ポジティブなイメージでは「効率的」82%が最も高く、「客観的」「可能性を感じる」が6割台。ネガティブなイメージでは「危険」が「安全」よりも高い58%である。<図4>AIが進化・発展している中、人間が頑張れることを自由回答で聴取した。考えることを怠らない、判断能力を身につける、情報リテラシーを高める、感情・心・思いやりを大切に、コミュニケーション・対話の力をつける、頼りすぎない・共存のために使い分けるようにするといった声が聞かれた。<図5>

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20251202AI>

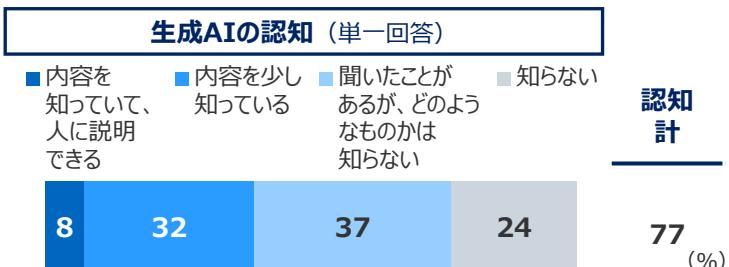
<図1> AI浸透状況（単一回答・複数回答：n=3,000）



AIのイメージ（複数回答）

- 1 対話型AI、文章や画像を作るAI (60%)
- 2 スマートフォン (50%)
- 3 インターネットの検索やおすすめ機能 (37%)
- 4位 自動運転・運転支援システム (34%)
- 5位 便利な家電 (32%)

<図2> 生成AI浸透状況（単一回答・複数回答：n=3,000）



知っている生成AI（複数回答）

- 1 ChatGPT (62%)
- 2 Gemini (34%)
- 3 Copilot (18%)

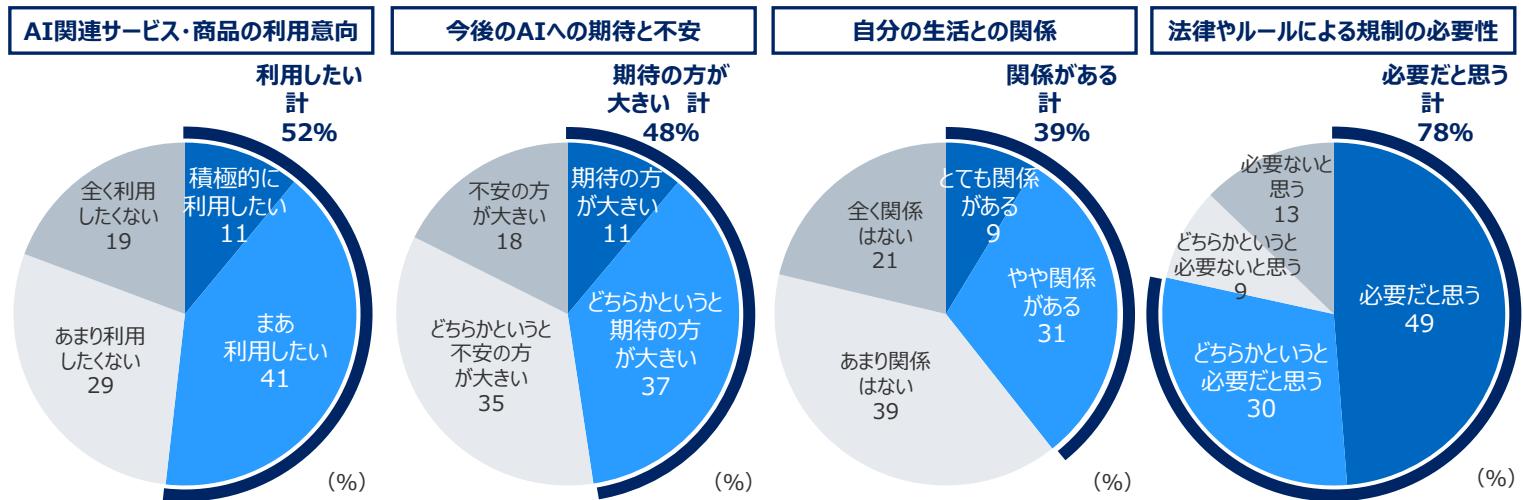
AI関連サービス・製品の利用頻度（単一回答）



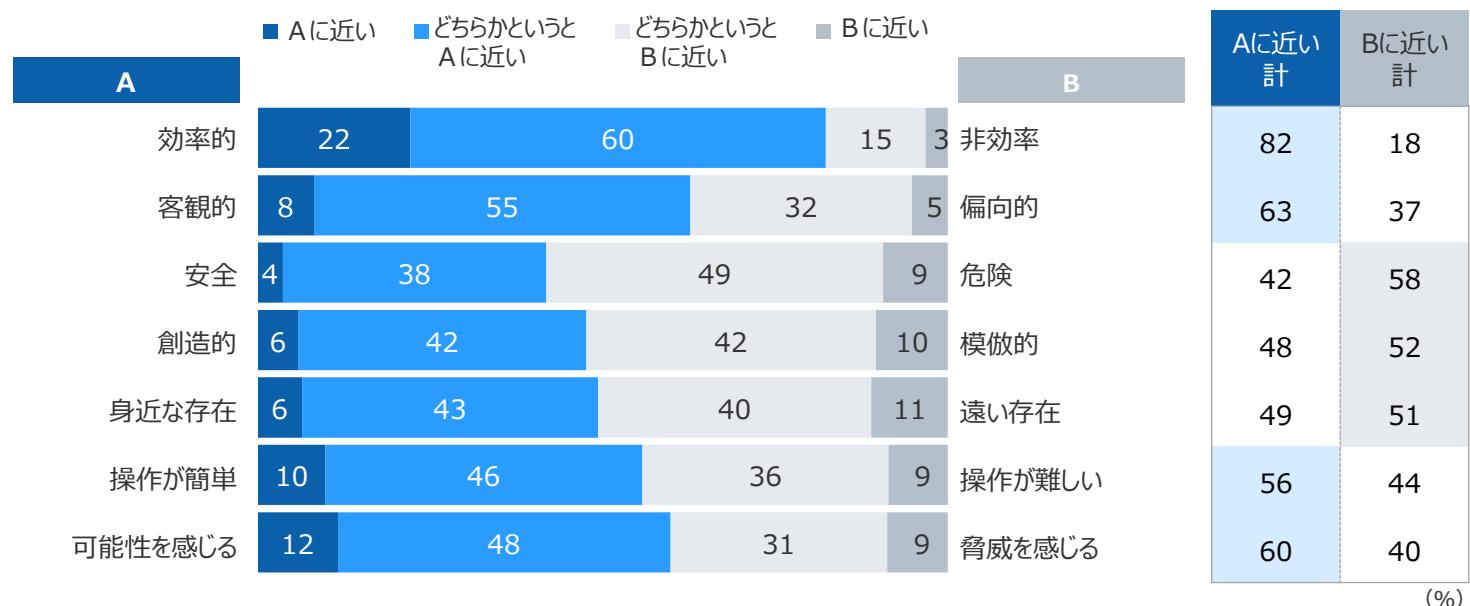
生成AIの利用頻度（単一回答）



<図3> AIに対する意識 (単一回答 : n=3,000)



<図4> 生成AIツールのイメージ (単一回答 : n=3,000)



<図5> AIが進化・発展している中、人間が頑張ることは？ (自由回答一部抜粋)

- **思考力・考えることを怠らない**
あくまで道具としてAIを使用し、最終判断は自己責任と自覚する
まずは、自分の頭で考えること
安易に頼らず、答えに疑問を持てるように考えることを放棄しない
- **判断能力を身につける**
誤った情報に流されたり翻弄されないように判断力を身につける
AIに提案はさせてでも最終判断は人が行うべき
AIの情報の真実どうぞを正確に判断する力
- **情報リテラシーを高める**
論理的に考えること、情報リテラシーを身につけること
人は何が正しくて、何が間違ってるのかを見極めるのに必要な情報リテラシーを養えるように努力をしなければいけない
- **感情・心・思いやりを大切に**
他人に対する感情や、愛情、ロボットには、わからない心が大切
人間の感情とかふれあいとか 大事なものは残していくたい
気配りや思いやりなど、人間特有の感情表現が今後は貴重になる
- **コミュニケーション・対話の力をつける**
人間だからこその力、コミュニケーション能力や聞く力などを磨くべき
非言語コミュニケーションをくみ取れる力をつけること
人の対話を諦めない
- **非依存・頼りすぎない・共存・使い分ける**
頼りすぎない、用途に合わせた使い方で固執しないようにするべき
AIとの住み分け、共存について考えていくこと
AIに頼りすぎないで、自分の思うままの行動も必要

■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/職業/同居家族/ポテンシャル・ニーズ・クラスター判別結果）
- 調査結果サマリー

▼調査結果

- AIと聞いて思い浮かぶもの（純粋想起）
- AIの規制の必要性
- 普段利用する情報機器
- AIについて、今後規制が必要だと思う内容
- 1日あたりのネット利用時間（平日/休日）
- 生成AIという言葉の認知、理解度
- SNSの利用状況（閲覧するもの/発信や投稿もするもの）
- 生成AIツールの認知状況（知っているもの/使ったことがあるもの）
- 新しい商品やサービスに対する考え方・行動
- 生成AIツールの利用頻度
- AIという言葉の認知、理解度
- 生成AIツールへの信頼度
- AIと聞いてイメージするもの
- 生成AIツールの利用意向
- AI商品・サービスの利用頻度/利用意向
- 生成AIツールの存在定義
- AIと自分の生活の関係の有無
- 生成AIツールのイメージ
- AIへの期待度・不安度
- （効率性/客觀性/安全性/創造性/身近な存在か/操作の容易性/可能性）
- AIが社会や生活に与える良い影響/懸念・不安
- AIが進化・発展していく中、人間が頑張らないといけないと思うこと（自由回答抜粋）

▼ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/20251202AI>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2025年10月27日（月）～28日（火）

調査地域 : 全国47都道府県

有効回答数 : 本調査 3,000サンプル

調査対象 : 20～79歳の男女

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」