

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 －

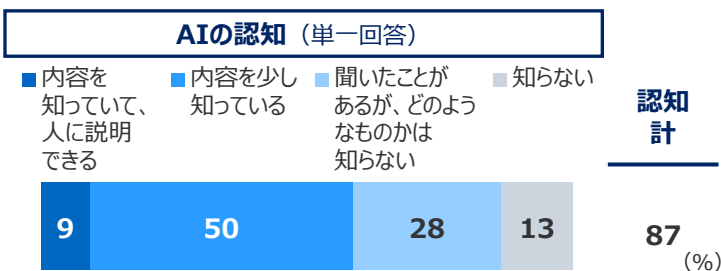
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年10月、全国20～79歳の男女3,000名を対象に「AIに関する調査（2025年）」を行いました。2022年11月にChatGPTが登場し、急速にAI（人工知能）関連の商品・サービスや生成AIツールの市場規模は拡大しました。今回は意識編として、AI・生成AIの浸透状況、利用意向、自分の生活との関係、期待と不安、法律やルールによる規制の必要性、生成AIのイメージ、今後、AIが発展している中で人間が頑張れることを分析しました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

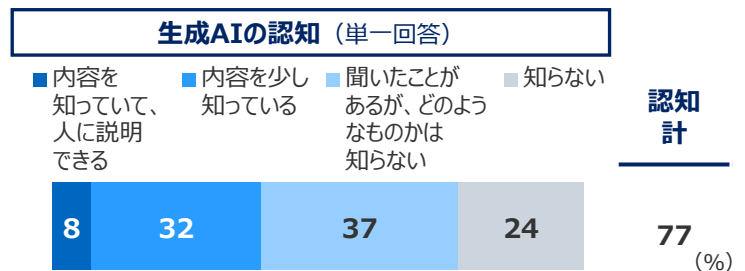
- ✓ **【AI・生成AI浸透状況】** AI（人工知能）の認知率は87%で、AIのイメージは「対話型AI、文章や画像を作るAI」「スマートフォン」で5割を超える。AI関連サービス・製品の利用頻度は週に1日以上が24%、月1日以上で32%。＜図1＞ 一方、生成AIの認知率は77%で、知っている生成AIは「ChatGPT」「Gemini」が高い。利用頻度は週に1日以上が20%、月1日以上で28%。＜図2＞ 認知率はAIの方が高いが、月に1日以上の利用率は、AIと生成AIで大きな差はない。
- ✓ **【AIに対する意識】** AI関連サービス・商品の利用意向は52%、今後の期待と不安では期待の方が大きい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）



<図2> 生成AI浸透状況（単一回答・複数回答：n=3,000）



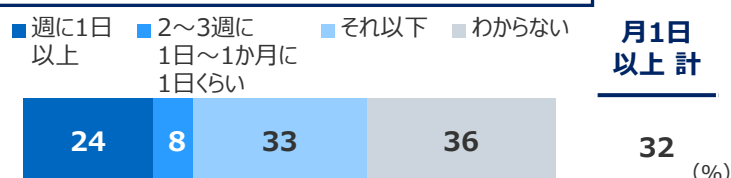
AIのイメージ（複数回答）

- 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 自動運転・運転支援システム（34%）
- 5 便利な家電（32%）

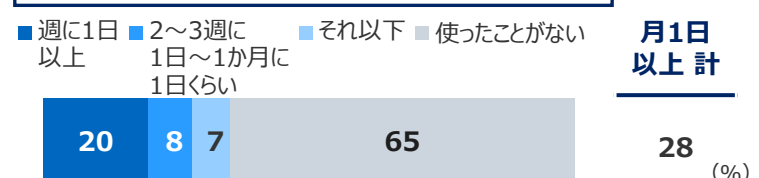
知っている生成AI（複数回答）

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

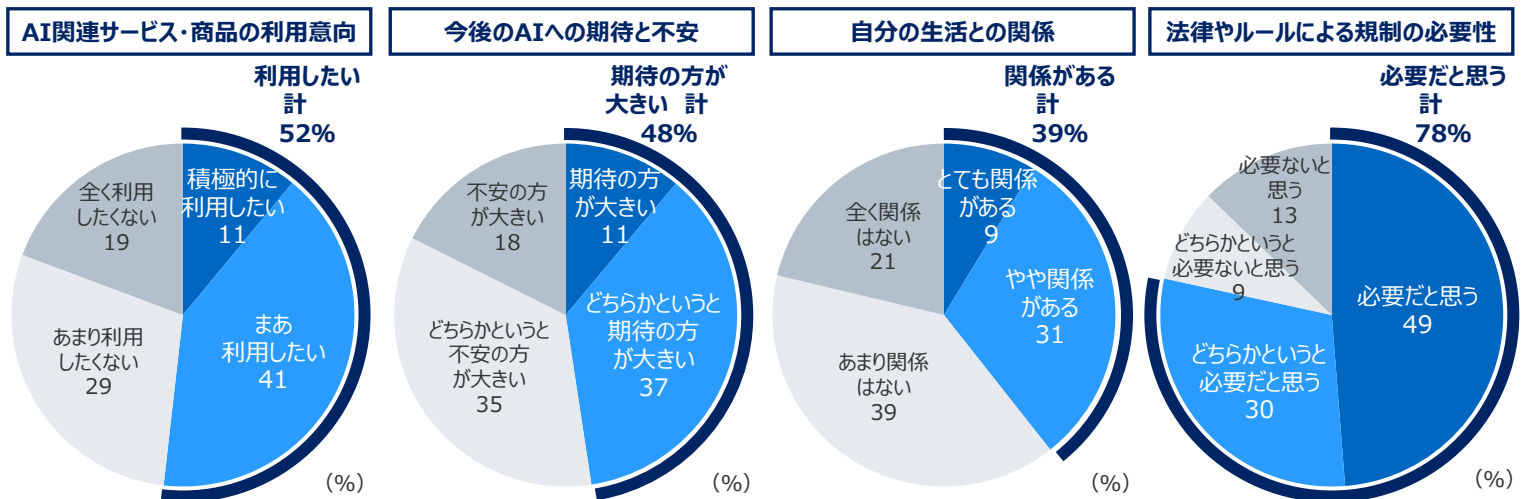
AI関連サービス・製品の利用頻度（単一回答）



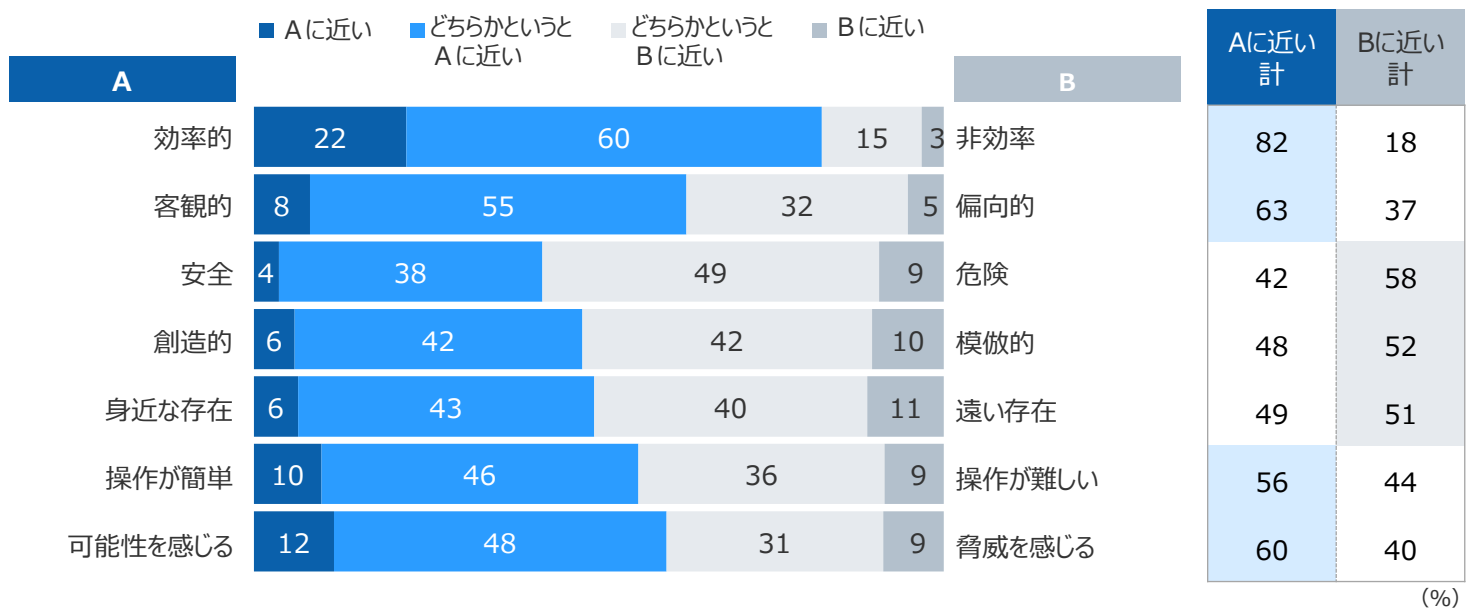
生成AIの利用頻度（単一回答）



<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に提案はさせても最終判断は人が行うべき
AIの情報の真実とそう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、何が間違ってい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きたい
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

人間だからこそできる力、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
人との対話を諦めない

● 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（純粹想起）
- ☐ 普段利用する情報機器
- ☐ 1日あたりのネット利用時間（平日/休日）
- ☐ SNSの利用状況（閲覧するもの/発信や投稿もするもの）
- ☐ 新しい商品やサービスに対する考え方・行動
- ☐ AIという言葉の認知、理解度
- ☐ AIと聞いてイメージするもの
- ☐ AI商品・サービスの利用頻度/利用意向
- ☐ AIと自分の生活の関係の有無
- ☐ AIへの期待度・不安度
- ☐ AIが社会や生活に与える良い影響/懸念・不安
- ☐ AIの規制の必要性
- ☐ AIについて、今後規制が必要だと思う内容
- ☐ 生成AIという言葉の認知、理解度
- ☐ 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）
- ☐ 生成AIツールの利用頻度
- ☐ 生成AIツールへの信頼度
- ☐ 生成AIツールの利用意向
- ☐ 生成AIツールの存在定義
- ☐ 生成AIツールのイメージ
（効率性/客観性/安全性/創造性/身近な存在か/操作の容易性/可能性）
- ☐ 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
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20～79歳の男女

調査期間 : 2025年10月27日（月）～28日（火）

有効回答数 : 本調査 3,000サンプル

※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ィング

◆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・・・」