

## 日本の ChatGPT 利用動向（2023 年 4 月時点） ～利用者の多くが肯定的な評価～

野村総合研究所 未来創発センター デジタル社会研究室 室長 森 健

マーケティングサイエンスコンサルティング部 シニアコンサルタント 林 裕之

### 概要

- OpenAI 社が 2022 年 11 月に公開した ChatGPT は、公開 2 か月で世界のユーザー数が 1 億人に達するほど急速に拡大している。Openai.com へのアクセス数を見ると、日本からのアクセス数は 4 月中旬に 746 万／日に達し、トラフィックシェアは、米国、インドに次いで 3 番目に多い。
- 野村総合研究所（NRI）は 2023 年 4 月 15～16 日にかけて、関東に住む 15～69 歳を対象にネットアンケート調査を行った。それによると、回答者の 61.3%が ChatGPT を認知し、12.1%が実際に利用したことがある。性別の利用率を見ると、男性 17.7%、女性 6.2%で男性の利用率が圧倒的に高く、特に男性 10 代～30 代では利用率 20%を超えている。
- 職業別では、大学生・大学院生・専門学生（21.6%）、教職員（20.5%）と教育関係者の利用率が最も高く、会社役員（17.2%）、会社員（16.7%）の利用率が次に高い。逆に医師・医療関係者の利用率は 5.3%とかなり低かった。
- ChatGPT 利用者の 9 割近くが継続して利用したいと回答している。利用者の一部は懸念を表明しているが、現時点では日本人の利用者の大半が ChatGPT に対して肯定的な意見を表明している。

## 公開から2か月でユーザー数が1億人に達した ChatGPT

米国 OpenAI 社が 2022 年 11 月 30 日に公開した生成型 AI「ChatGPT」は、猛スピードで世界中に広がり、4 日後の 12 月 4 日には利用者が世界で 100 万人を超え、2 か月後の 2023 年 1 月には 1 億人を突破したと言われている。ちなみにこれまでの主要 SNS を見ても、ユーザー数 1 億人に到達したのは TikTok で 9 か月、インスタグラムは 2 年 4 か月かかっていることから、ChatGPT の浸透スピードがいかに早いかがわかるだろう。

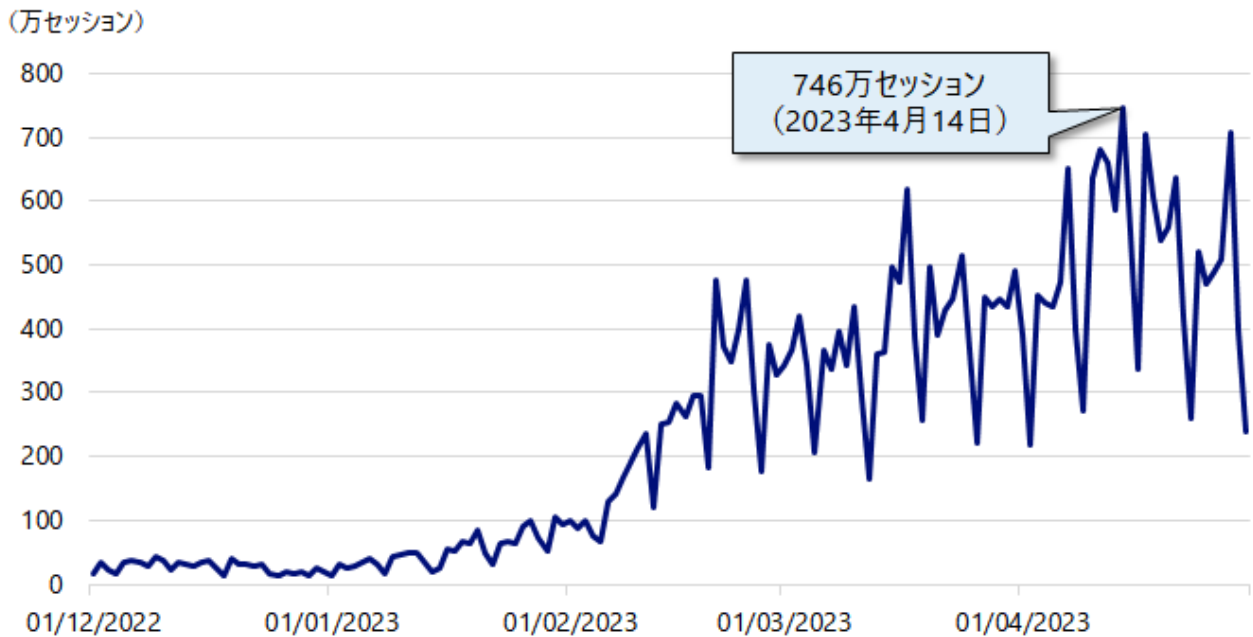
ちなみに ChatGPT 並みのスピードで広まったものとして新型コロナワクチンがある。同ワクチンの世界全体での接種回数は、ワクチンが登場した 2020 年 12 月から、やはり 2 か月後の 2021 年 1 月 29 日に延べ 1 億回に達している<sup>1</sup>。

## 世界的に見て ChatGPT の利用度合いが高い日本

日本の利用状況はどうなっているのだろうか。ChatGPT を提供する Openai.com への日本からのアクセス状況を見てみよう。図表 1 に示したように、2023 年 2 月頃から 100 万／日を超え、アクセス数が急拡大していることがわかる。4 月末まででみると、4 月 14 日には 746 万回のアクセス数となり、その後は横ばい／微減傾向にある。また土日のアクセス数が急減することも特徴で、現時点では休日に何かを聞くような存在ではないということになる。

日本の利用状況を他国と比較してみよう。Openai.com への国別トラフィックシェアを見ると（図表 2）、1 位米国、2 位インドに次いで、日本は 3 位（6.6%）と上位にいる。日本は人口規模を考えれば、米国、インドよりも ChatGPT の利用度合いが高いと言えるだろう。ウェブサイトへのアクセス状況を可視化する Similarweb によれば、日本から同サイトへのアクセスの平均滞在時間は 8 分 56 秒で、米国の 6 分 50 秒、インドの 6 分 27 秒よりもだいぶ長く、これを見ても日本人の関心の高さがうかがえる。

図表1：Openai.com への日本からのアクセス数推移（2022/12/1～2023/4/30）



出所) similarweb より NRI 作成

図表2：Openai.com の国別トラフィックシェア（2022年11月～2023年4月）

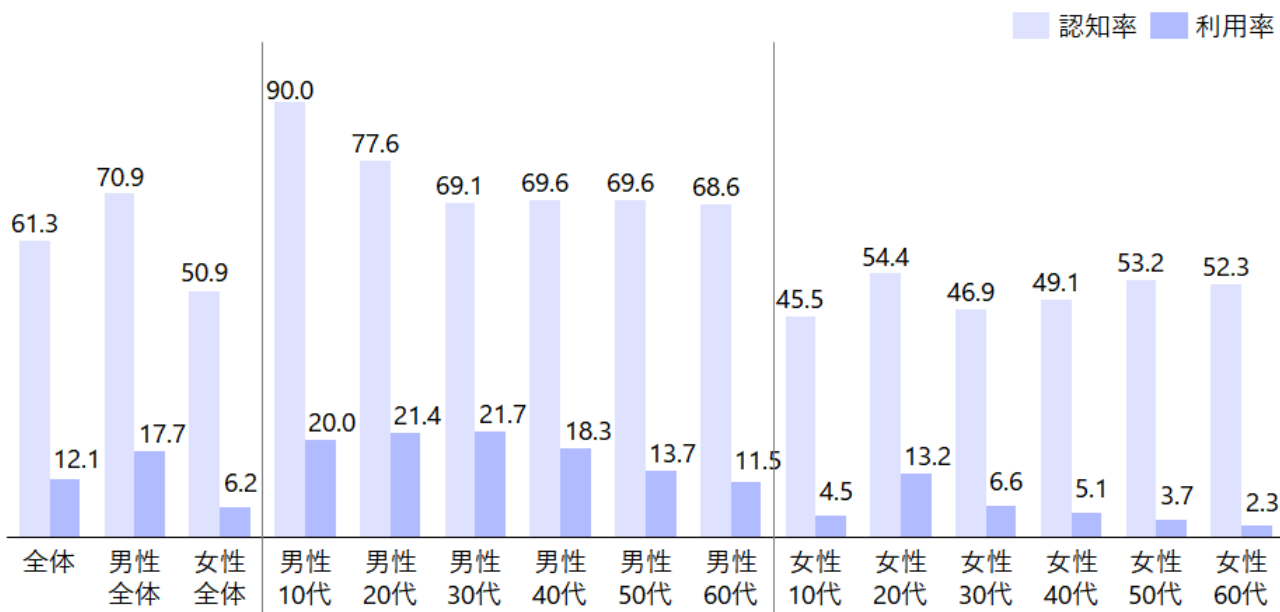
順位	国	トラフィックシェア
1	米国	10.6%
2	インド	9.0%
3	日本	6.6%
4	インドネシア	3.6%
5	カナダ	3.2%
6	フランス	3.0%
7	スウェーデン	2.5%
8	ブラジル	2.4%
9	ドイツ	2.3%
10	中国	2.3%

出所) similarweb より NRI 作成

## 61%が認知し 12%が実際に利用したことがある（2023年4月15~16日時点）

ChatGPT に対する日本人の認知・利用度について詳しく見てみよう。野村総合研究所（NRI）は、2023年4月15~16日にかけて、（地域限定ではあるが）関東地方在住の15~69歳を対象にインターネットアンケートを行い、ChatGPT の認知・利用動向について調査した。同調査によれば、その時点でChatGPTを知っていると答えた人の比率が61.3%、実際に利用したことがあると答えた人は12.1%であった。性別では特に男性の比率が高く、認知率では70.9%（男性）対50.9%（女性）、利用率でも17.7%（男性）対6.2%（女性）と大きな差がみられた。年齢別にみると、10代~30代の男性の利用率が20%を超えていて最も高い。女性は20代が唯一10%以上の利用率となっていた。

ChatGPT の性年代別認知・利用率（関東地方15~69歳、2023年4月15~16日）



出所) NRI「インサイトシグナル調査」2023年4月15~16日

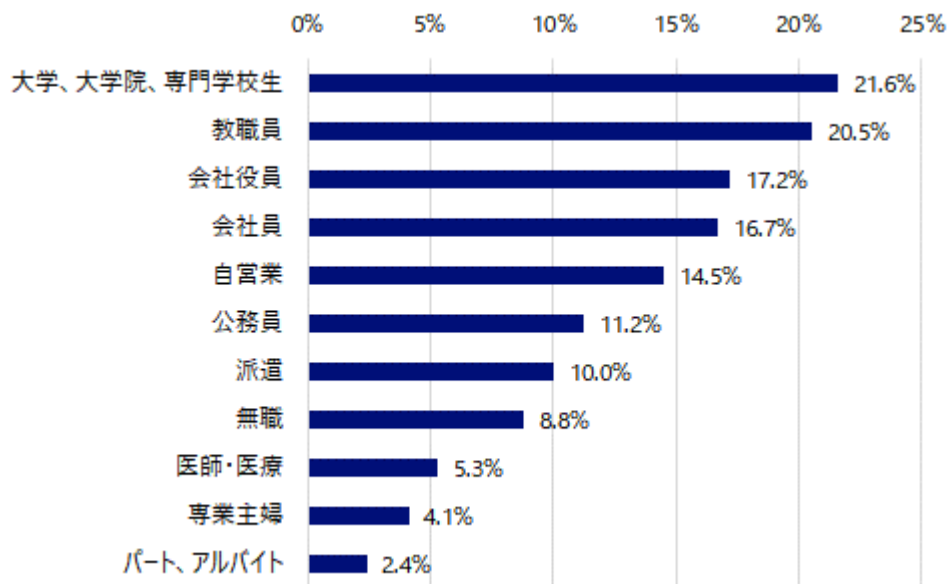
## 学生・教職員の利用率が最も高い

次に職業別の利用度合いを見ると、学生（21.6%）と教職員（20.5%）の利用率が20%を超えて最も高く、教育関係者の利用が高いことがわかる。世界中の大学が学生のChatGPT利用についてガイ

ドラインを作成して、レポート作成時の利用を禁止する大学も出てきている。たとえば上智大学は、教員の許可なく AI が生成した文章や計算結果をレポート作成に使うことを禁じ、検出ツールで違反が確認された場合は厳罰に処すという通達をした<sup>2</sup>。世界を見ても、たとえば英国のオックスフォード大学、ケンブリッジ大学は、ともに評価につながるレポート作成や試験時の生成 AI 使用を禁じていて<sup>3</sup>、教育現場では生成 AI との付き合い方が喫緊の課題となっている。

教育関係者の次に利用率が高いのが会社役員（17.2%）、会社員（16.7%）、そして自営業（14.5%）が続く。企業の場合は、生成 AI 利用による機密漏洩への懸念が強く、生成 AI の利用ガイドランスを各企業が策定している段階だ。最も利用率が低いのはパート・アルバイト（2.4%）や専業主婦（4.1%）だが、医師・医療関係者も 5.3%と低い。人命と向き合う医療関係者からすれば、ChatGPT の回答内容の正確性に疑問がある中で、業務の一環として使う余地はまだかなり小さいということかもしれない。

図表 3：職業別に見た ChatGPT 利用率



出所) NRI「インサイトシグナル調査」2023 年 4 月 15~16 日

## 利用者の一部は懸念を表明しているが、肯定的なコメントが大半を占める

アンケート調査では、今後の利用意向についても質問しているが、実際に ChatGPT を使ったことがある人の 88.7%が継続して利用したいと回答している。つまり 1 度でも利用すると、かなりの確率で継続利用したいと感じていることになる。ちなみに残り 11.3%の人（利用したことはあるが今後は利用しないと答えた人）の理由としては、「必要を感じなかった」「思考が停止する」「使うのが難しかった」「怖い」といったコメントがみられた。

ChatGPT を利用したことがあり、今後も利用したいという回答者のコメントを見ると、「面白い」「仕事が効率化できる」「仕事の時間が短縮できる」「生活が豊かになりそう」といったコメントに加えて、「コードの制作が楽になった」「HTML や CSS の知識がなくてもコードを添削してウェブページを作ることができた」「人に質問しづらいことがあっても AI には質問しやすい」といった具体的な体験やメリットを指摘するコメントも見られた。

ただし、今後も使いたい理由として、「AI と話すのは人間と話しているより楽しい」といったものもあり、生成 AI の更なる進化によって、人間同士のコミュニケーションの希薄化や、「AI としか話さない人間」が増えていくような未来像も垣間見ることができた。

しかしいずれにせよ、日本語をそれなりの質の高さで話す ChatGPT の登場によって、日本人と AI の距離が一気に近くなったことは間違いない。フランスの IPSOS 社が 2022 年 1 月に発表した AI 関連調査<sup>4</sup>によると、「私は AI が何かについてよく理解している」という質問に「はい」と回答した人の比率が、日本は調査対象 28 か国中最も低かった（41%）。しかし ChatGPT の登場によって、日本人が AI を実際に使う機会が格段に増えたため、「習うより慣れろ」の精神で日本人の AI 理解度（実際的な存在としての AI 理解）も大きく高まっているのではないか。

## 【参考】アンケート調査の概要

■調査名	「インサイトシグナル調査」
■実施時期	2023年4月15日～2023年4月16日※
■調査方法	インターネット調査
■調査対象	関東1都6県（茨城、栃木、群馬、千葉、埼玉、東京、神奈川）在住の満15～69歳の男女個人（20歳～59歳は人口構成で年代割付）
■有効回答数	3,204人
■主な調査項目	メディア（テレビ、新聞、雑誌、デジタル、交通広告など）への接触 クリエイティブ認知状況 商品・サービスに対する購買プロセス 消費価値観、趣味、悩みなど チャンネル利用状況、SNS等のツール利用状況など 世帯構成、職業、金融資産など

<sup>1</sup> Our World in Data より（<https://ourworldindata.org/grapher/cumulative-covid-vaccinations>）

<sup>2</sup> 「ChatGPT 等の AI チャットボット（生成 AI）への対応について」上智大学、2023 年 3 月 27 日

<sup>3</sup> “Oxford and Cambridge ban ChatGPT over plagiarism fears but other universities choose to embrace AI bot” iNews, 2023 年 2 月 28 日

<sup>4</sup> “Global Opinions and Expectations about AI” IPSOS, 2022 年 1 月

### 【レポートに関するお問い合わせ】

株式会社野村総合研究所 コーポレートコミュニケーション部

TEL : 03-5877-7100 E-mail : kouhou@nri.co.jp