

日・米・中・独 4カ国調査に見る AI利用の受容性と日本におけるAI浸透の未来像



林 裕之



藤坂さくら

CONTENTS

- I 生活者におけるAI利用の現在地
- II 産業のAIトランスフォーメーションに対する生活者受容性
- III 生活者はAIをどう捉えているか
- IV 日本におけるAI浸透時代の未来像

要約

- 1 2025年9月、野村総合研究所（NRI）は日本・米国・中国・ドイツでAIの利用状況と受容性に関する調査を実施した。生成AIの利用頻度は中国が86%と突出する一方で、日本は35%で最低であった。有料版のAI利用率も中国は65%と高く、日本は15%。中国はAIへの信頼度が高く、AI置換にも積極的だが、日本・米国・ドイツはプライバシー・バイアス・説明責任への懸念から慎重姿勢が強い。
- 2 次に、各国における産業別に見たAIトランスフォーメーションに対する生活者の受容性を比較した。日本では、流通・行政分野においてフェーズ1.0の受容性は高いが、AI化フェーズが進むと受容性は低下する。中国は全分野でAIの受容性が高く、日常生活へAIが浸透し、利便性・価格メリットを享受できていることが影響している。米国・ドイツは日本よりAIの受容性は低く、プライバシー・安全性への懸念や規制、インフラの断片性からAI化に対する賛否が二極化している。
- 3 さらに本調査では各国の文化的背景や生活者の価値観がAIへの態度や考え方に影響を与えているのではないかという仮説の基にクラスタリング分析を行った。その結果「利用度と信頼度」の二軸で構成される4つのクラスタに分類され、中国は「信頼×利用」、日本は「信頼×非利用」、欧米では「不信層」が多く、これらには国ごとの文化・宗教が信頼形成に影響していることが示唆された。
- 4 日本で多い「AI非利用層」がAI利用へ移行するためには、きっかけとしてAI利用の可視化、機能便益の体感、対人摩擦の低減が重要である。AI利用の浸透においては、生活上の実益・安全・透明性に基づく信頼形成が重要であり、AIの便益を公平に享受できるアクセスを保障することが、AI利用への移行を望ましい方向へ導くカギとなる。

I 生活者におけるAI利用の現在地

AI利用は国ごとに文化や制度、主要企業のAI技術開発の程度によって、その浸透度合いに違いが生じてくる。たとえば、AI分野の先進国である米国はOpenAIやGoogleなどの主要企業を抱え、AI技術の研究開発で世界をリードしており、また、資本主義における市場原理がうまく作用し、商業化・民間利用の先進事例が多い。

中国は国家戦略としてAI開発を推進し、行政・社会インフラにも広範にAIを導入しており、政府主導の管理体制が敷かれている中で、国民のデータ利用に対する認識や受容性も独特であると考えられる。

欧州各国もAI利用は盛んであるが、中でもドイツは経済大国であり、製造業やインダストリー4.0の文脈でAI活用が進んでおり、EUにおける厳格なAI規制（AI Act）の枠組みの中でAI利用が浸透している国である。

そこで野村総合研究所（NRI）は、日本におけるAI利用の現状をこれら諸外国と比較して現在の立ち位置を確認すること、および今後、日本におけるAI利用が浸透した際の生活者像を考察するため、2025年9月に日本・米国・中国・ドイツを対象としたアンケート調査を行った。

本稿は4つの章で構成している。まず第I章では各国における生成AIの利用頻度、有料サービスの利用、主な利用目的、信頼度、AI・ロボットへの置換に対する受容性を比較し、各国の特徴を紹介する。続いて第II章では、各産業におけるAI化フェーズに対する生活者の受容性を調査した結果として、各国の違いを紹介する。

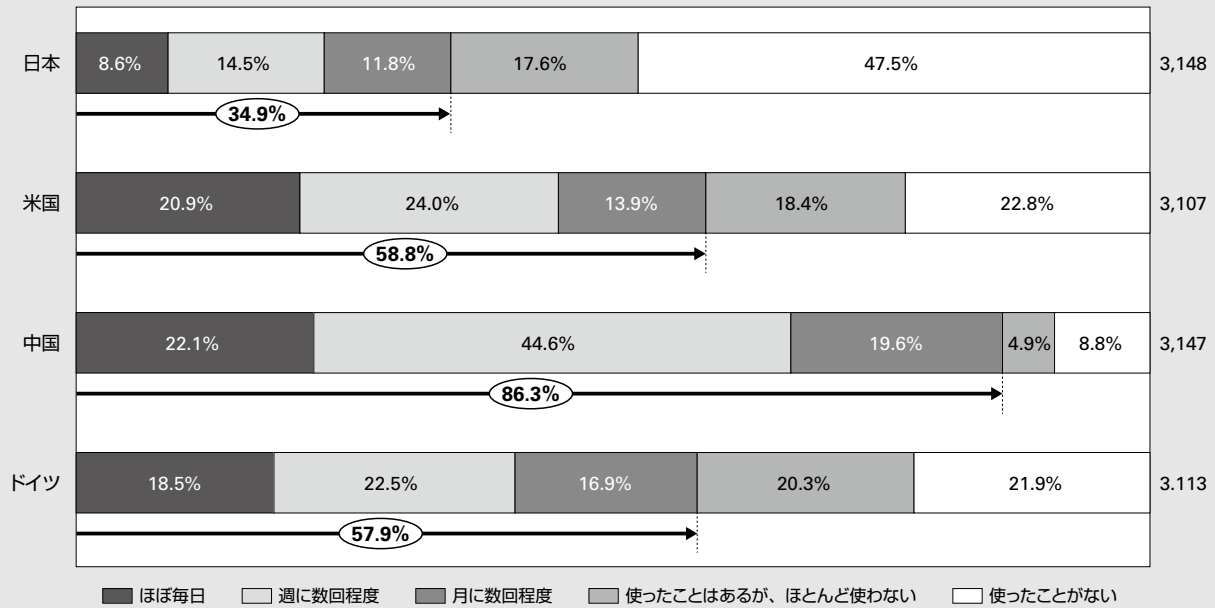
第III、IV章では、日本において今後、AI利用が浸透した際の生活者像を考察する。第III章では考察のため、各国のAI利用実態およびAIに対する考え方などの回答結果を用いたクラスタリングを行い、クラスタごとのAI利用者の特徴を整理した。そして第IV章では、第III章の分析結果を基に、将来的に日本人が現在の主要クラスタから、海外各国が属するAI利用クラスタに移行した場合に、どのような価値観や行動の変容が表れるかを考察した。

1 日本および各国におけるAI利用の実態

まず、生成AIの利用頻度を見ると、「月に数回以上」使う割合は中国が約86%と突出して高く、米国とドイツはともに6割弱、日本は約35%にとどまる（図1）。この差は、職場環境における導入のスピード、言語最適化されたツールの充実度、教育・業務プロセスへの組み込み度合いなど、複数の要因が重なって生じていると考えられ、結果として中国では日常的な道具として広く浸透しているものと考えられる。

有料版のサービス利用率も国ごとの差が大きい。中国では65%が有料版を利用しており、米国は39%、ドイツは32%、日本は15%で最も低い。中国における有料版の利用の高さには、国外サービスへのアクセス制限が影響しているといわれる。まず、ChatGPTなど海外の無料版に中国本土からアクセスしづらい事情がある。また、中国の大手（Baidu、Alibaba、ByteDance、iFLYTEKなど）は無料版の利用範囲を意図的に絞り、速度、トークン量、先進機能などで有料版を明確に優位

図1 生成AIの利用頻度



※ 小数第2位で四捨五入したため、合計が100にならない場合がある
 出所) 野村総合研究所「AI利用に関する国際比較調査」(2025年)より作成

化している。無料版では業務利用に耐えにくい仕様が多数あるため、結果として有料版の利用比率が高くなる構図となっている。

一方、日本は企業におけるAI導入の判断や情報セキュリティの審査に時間がかかることが一般的であり、費用対効果の面での導入判断の厳しさなどが重なり、有料版の普及が遅れている。無料版でも、日常的な問い合わせや要約には十分という認識があることも、有料版利用率が低いことにつながっている。

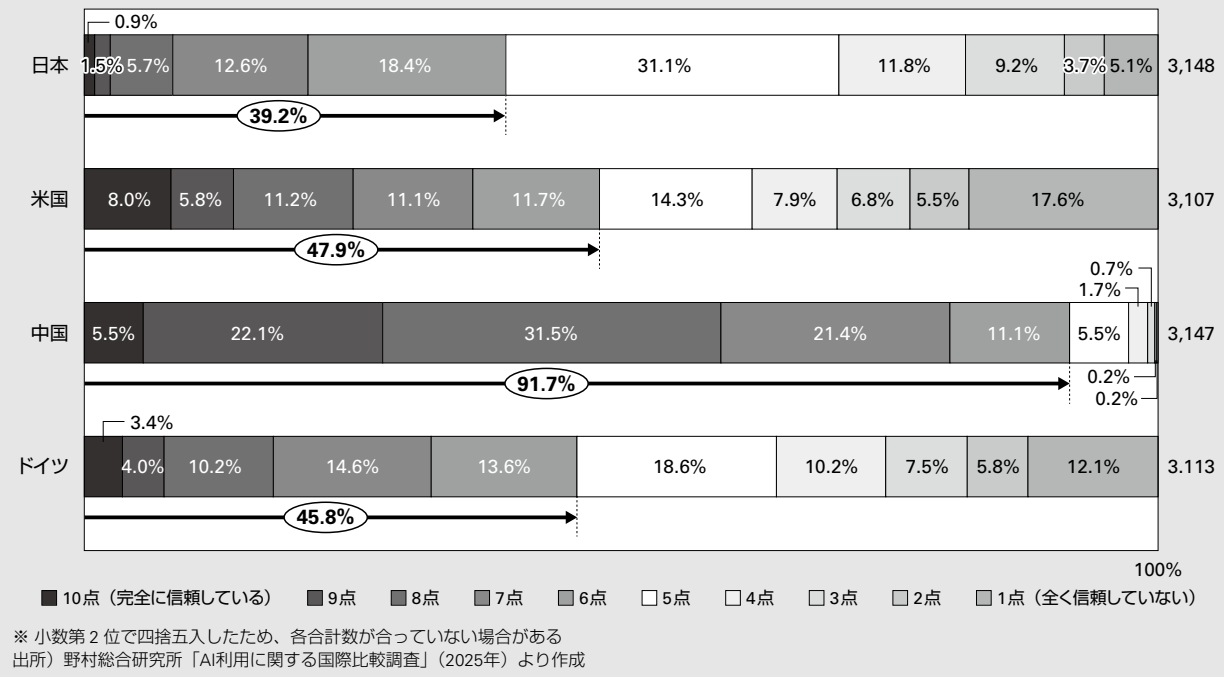
生成AIの主な利用目的を見ると、仕事で使う割合は日本47.6%、米国48.4%、ドイツ46.1%に対し、中国は66.4%と際立って高い。中国で仕事に生成AIをよく使う背景には、いくつかの要因がある。まずは企業のデジタル化投資が活発で、RPAやクラウド、社内ポータルと生成AIの組み合わせが進んでいることや、中国語向けに最適化されたモデル

や専用ツールが豊富で、検索・資料作成・翻訳・コード補助まで一連の業務が一本化されやすいことが挙げられる。また、SaaSの価格競争とAPI供給が旺盛で、システムへの組み込みコストが比較的低いことだけでなく、業務効率やKPI改善に直結する成果が明確に示されやすいことも、組織的な導入がトップダウンで進みやすい要因と考えられる。

2 日本および各国におけるAI利用への考え方

AIへの信頼度について、「AIの判断・提案をどの程度信頼するか」を、1点（全く信頼していない）から10点（完全に信頼している）で尋ねたところ、平均は日本5.1点、米国5.2点、ドイツ5.2点に対し、中国は7.6点と高い（図2）。さらに米国とドイツでは「全く信頼していない」と回答した層が1割を超

図2 AIに対する信頼度



えており、評価の二極化が見られる。

米欧で信頼が割れる背景としては、後述するようにプライバシー・著作権・偏り（バイアス）・説明責任への強い関心と、規制の議論が社会的に盛んに行われる傾向にあることが挙げられる。専門職やクリエイティブ領域では、生成物の品質や法リスクに対する懸念が根強く、慎重派が一定数いる。

一方で、エンジニアやデータ職では生産性向上効果が明確なため、積極活用層が厚くなる。結果として、職種・関心領域・価値観によって評価が分かれやすい構造になっている。

規制の面では、米国ではAI開発は基本的に自由競争が前提であり、OpenAIやアンソロピックなど、多くの生成AIスタートアップが台頭しており、政府の関与は最小限に抑えられている。

一方で、2023年にはバイデン政権が「AIに関する大統領令」を出し、「セキュリティ・倫理・差別」などに対する自主ガイドラインの強化を促している。EU（ドイツ含む）では、2024年に「欧州（EU）AI規制法」が可決され、世界で初めて包括的なAI法が誕生した。この法律では利用用途ごとにリスクを評価するスタイルを取っている。たとえば、医療や公共インフラは高リスクと判断し厳格に規制、画像生成など創作系は中リスクと判断し柔軟に運用することとしている。迷惑フィルターやチャットボットなどは低リスクとして制限なく使用できるとして整理されている。

また、「以下の人やモノがAI・ロボットに置き換わった場合、どれぐらい利用したいと思うか」という設問では、4カ国とも「子ども」や「配偶者・恋人」の置換は「許容でき

ない」と答えた割合が高かった。次いで「裁判官」や「政治家」など権限と責任の重い役割でも、慎重な姿勢が強い。人間の関係性や倫理的判断、公共の意思決定は、AIの効率や正確性だけでは代替しがたいという考えが各国で共通している。

一方で、中国はほぼすべての項目で「無条件で利用したい」の割合が相対的に高く、AIやロボットへの置換に対する受容性が顕著に高い。効率性への期待、生活サービス領域での実用的な成功体験、行政・企業によるデジタル施策の浸透が、前向きな態度を支えていると見られる。

II 産業のAIトランスフォーメーションに対する生活者受容性

1 AI化フェーズの定義と

産業別のAI化フェーズの内容

「知的資産創造」2026年1月号特集「産業のAIトランスフォーメーション」では、各産業におけるAIの影響について論じた。NRIでは、さまざまな産業におけるAI活用の萌芽事例を収集し、AIが産業に及ぼす影響について研究を進めている。中でも、活用が進んでいる製造業、流通業、通信業、ヘルスケア、公共サービスについて、それらの産業が

AIによってどう変化するかを、AI1.0、AI2.0、AI3.0の3つのAI化フェーズに分けて整理した（表1）。

本章では各産業におけるAIトランスフォーメーションの具体像を整理するとともに、アンケート調査から得られた生活者の受容性について紹介する。調査ではそれぞれの分野において、項目の数は異なるがおおむね上から順にフェーズ1.0からフェーズ3.0におけるAI化フェーズを次のように整理した（表2）。

2 日本における

産業別AI化フェーズの特徴

まず日本の調査結果から紹介する（図3）。

本稿では「AI受容性」を、各産業分野のAI化フェーズの内容に対して「好ましい」「やや好ましい」「やや好ましくない」「好ましくない」に分け、前者2つの割合が高い場合は「AI受容性が高い」とし、後者2つの割合が高い場合には「AI受容性が低い」とする。

日本においては、AIトランスフォーメーションの内容によりその受容性は41.5%から76.7%までと幅が広い。AI受容性が低いのは「SNS上での他者とのやり取りや、インターネット上のコンテンツを楽しむ代わりに、パーソナルAIとの対話を楽しむようになる」（41.5%）や「店舗での会話はAIアバターと行うことが一般化し、ARグラスおよびバーチャル棚で商品を確認」（49.0%）であり、人のコミュニケーションやリアルの買い物行動がAIに置き換わってしまうことに対する抵抗感は強い様子がうかがえる。

流通分野ではフェーズ1.0に該当する「『待ち時間の少なさ・お得さ・手軽さ』などの魅

表1 AI化の3つのフェーズ

AI 1.0	業務高度化フェーズ	個別業務の効率化や高速化にAIを活用する段階
AI 2.0	業界再定義フェーズ	業務プロセスや組織構造がAIによって変化する段階
AI 3.0	社会変革フェーズ	3DプリンターやXRなど他技術の進化とAIが融合して社会を一変させる段階。SFシナリオ

表2 流通・ヘルスケア・通信・製造・行政・教育の各分野におけるAI化フェーズ

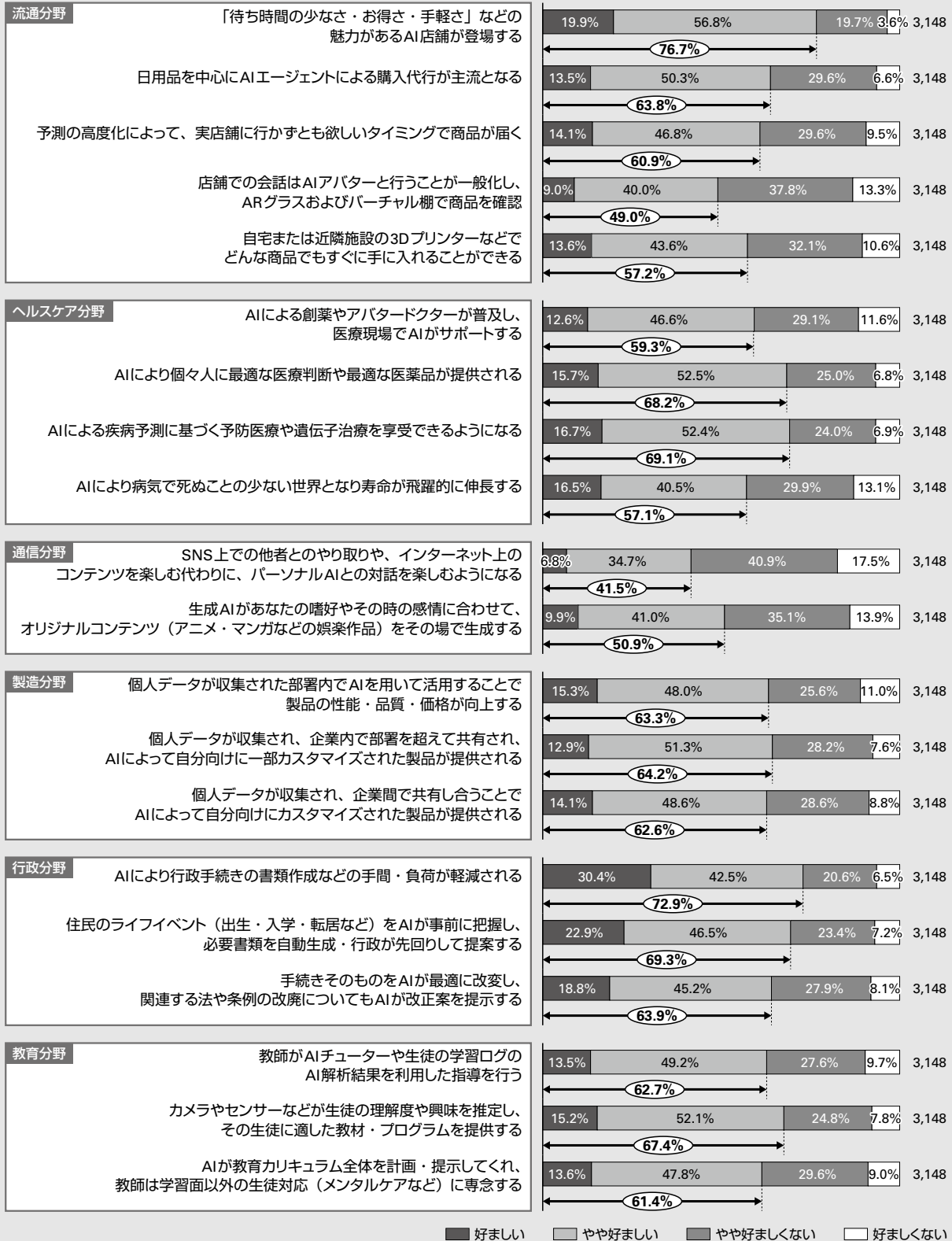
流通分野		製造分野	
フェーズ1.0	<ul style="list-style-type: none"> 「待ち時間の少なさ・お得さ・手軽さ」などの魅力があるAI店舗が登場する 	フェーズ1.0	<ul style="list-style-type: none"> 個人データが収集された部署内でAIを用いて活用することで製品の性能・品質・価格が向上する
フェーズ2.0	<ul style="list-style-type: none"> 日用品を中心にAIエージェントによる購入代行が主流となる 予測の高度化によって、実店舗に行かずとも欲しいタイミングで商品が届く 	フェーズ2.0	<ul style="list-style-type: none"> 個人データが収集され、企業内で部署を超えて共有され、AIによって自分向けに一部カスタマイズされた製品が提供される
フェーズ3.0	<ul style="list-style-type: none"> 店舗での会話はAIアバターと行うことが一般化し、ARグラスおよびバーチャル棚で商品を確認 自宅または近隣施設の3Dプリンターなどで、どんな商品でもすぐに手に入れることができる 	フェーズ3.0	<ul style="list-style-type: none"> 個人データが収集され、企業間で共有し合うことでAIによって自分向けにカスタマイズされた製品が提供される
ヘルスケア分野		行政分野	
フェーズ1.0	<ul style="list-style-type: none"> AIによる創薬やアバタードクターが普及し、医療現場でAIがサポートする 	フェーズ1.0	<ul style="list-style-type: none"> AIにより行政手続きの書類作成などの手間・負荷が軽減される
フェーズ2.0	<ul style="list-style-type: none"> AIにより個人に最適な医療判断や最適な医薬品が提供される AIによる疾病予測に基づく予防医療や遺伝子治療を享受できるようになる 	フェーズ2.0	<ul style="list-style-type: none"> 住民のライフイベント（出生・入学・転居など）をAIが事前に把握し、必要書類を自動生成・行政が先回りして提案する
フェーズ3.0	<ul style="list-style-type: none"> AIにより病気で死ぬことの少ない世界となり、寿命が飛躍的に伸長する 	フェーズ3.0	<ul style="list-style-type: none"> 手続きそのものをAIが最適に改変し、関連する法や条例の改廃についてもAIが改正案を提示する
通信分野		教育分野	
※フェーズ1.0は通信の高速化のため、調査対象外とした		フェーズ1.0	<ul style="list-style-type: none"> 教師がAIチューターや生徒の学習ログのAI解析結果を利用した指導を行う
フェーズ2.0	<ul style="list-style-type: none"> SNS上での他者とのやり取りやインターネット上のコンテンツを楽しむ代わりに、パーソナルAIとの対話を楽しむようになる 	フェーズ2.0	<ul style="list-style-type: none"> カメラやセンサーが生徒の理解度や興味を推定し、その生徒に適した教材・プログラムを提供する
フェーズ3.0	<ul style="list-style-type: none"> 生成AIがあなたの嗜好やそのときの感情に合わせて、オリジナルコンテンツ（アニメ・マンガなどの娯楽作品）をその場で生成する 	フェーズ3.0	<ul style="list-style-type: none"> AIが教育カリキュラム全体を計画・提示してくれ、教師は学習面以外の生徒対応（メンタルケアなど）に専念する

力があるAI店舗が登場する」は受容性が高い（76.7%）が、AI化フェーズが進むほど受容性が下がる傾向がある。一方で、ヘルスケア分野ではフェーズ1.0に該当する「AIによる創薬やアバタードクターが普及し、医療現場でAIがサポートする」が比較的低い（59.3%）のに対し、フェーズ2.0に該当する「AIによる疾病予測に基づく予防医療や遺伝子治

療を享受できるようになる」が高い（69.1%）など、AI化フェーズが進んだ方が受容性が高まる分野も見られた。

流通分野や行政分野では利便性が高まることに対するAI受容性が高く、それがフェーズ1.0で実現されるが、フェーズ3.0のようにリアルな行動が代替されてしまったり、AIが法令の改廃にかかわることに抵抗感を感じ

図3 産業のAIトランスフォーメーションに対する生活者受容性（日本）



※小計第2位で四捨五入したため、「AI受容性が高い」の数値がずれているように見えたり、合計が100にならなかつたりする場合があります
 ※n=3,148
 出所) 野村総合研究所「AI利用に関する国際比較調査」(2025年)より作成

る人が多いように思える。一方でヘルスケア分野ではフェーズ1.0の方が受容性が低い傾向が見られたが、これはフェーズ1.0のように現実的なシチュエーションという場では自身の治療というものにAIが直接かかわることのリアルさに抵抗を感じるが、AIによる予防医療や遺伝子治療などの近未来的な要素は実感が湧きにくく、抵抗感も高く出なかったのではないかと考えられる。

3 中国における 産業別AI化フェーズの特徴

次に中国のAI受容性を評価した結果を見てみる（図4）。

中国においては、各産業分野のAI受容性は日本と比較するとはるかに高い。たとえば流通分野では、フェーズ1.0の「『待ち時間の少なさ・お得さ・手軽さ』などの魅力があるAI店舗が登場する」については中国74.1%、日本76.7%と同程度であるが、フェーズ2.0の「日用品を中心にAIエージェントによる購入代行が主流となる」については中国76.0%、日本63.8%、「予測の高度化によって、実店舗に行かずとも欲しいタイミングで商品が届く」は中国74.5%、日本60.9%、フェーズ3.0の「店舗での会話はAIアバターと行うことが一般化し、ARグラスおよびバーチャル棚で商品を確認」は中国74.7%、日本49.0%、「自宅または近隣施設の3Dプリンターなどで、どんな商品でもすぐに手に入れることができる」は中国75.1%、日本57.2%といったように、日本ではAI化フェーズが進むほど受容性が落ちていたものが、中国では75%前後のままとなっていることが特徴的である。

この背景には、中国では消費生活のデジタ

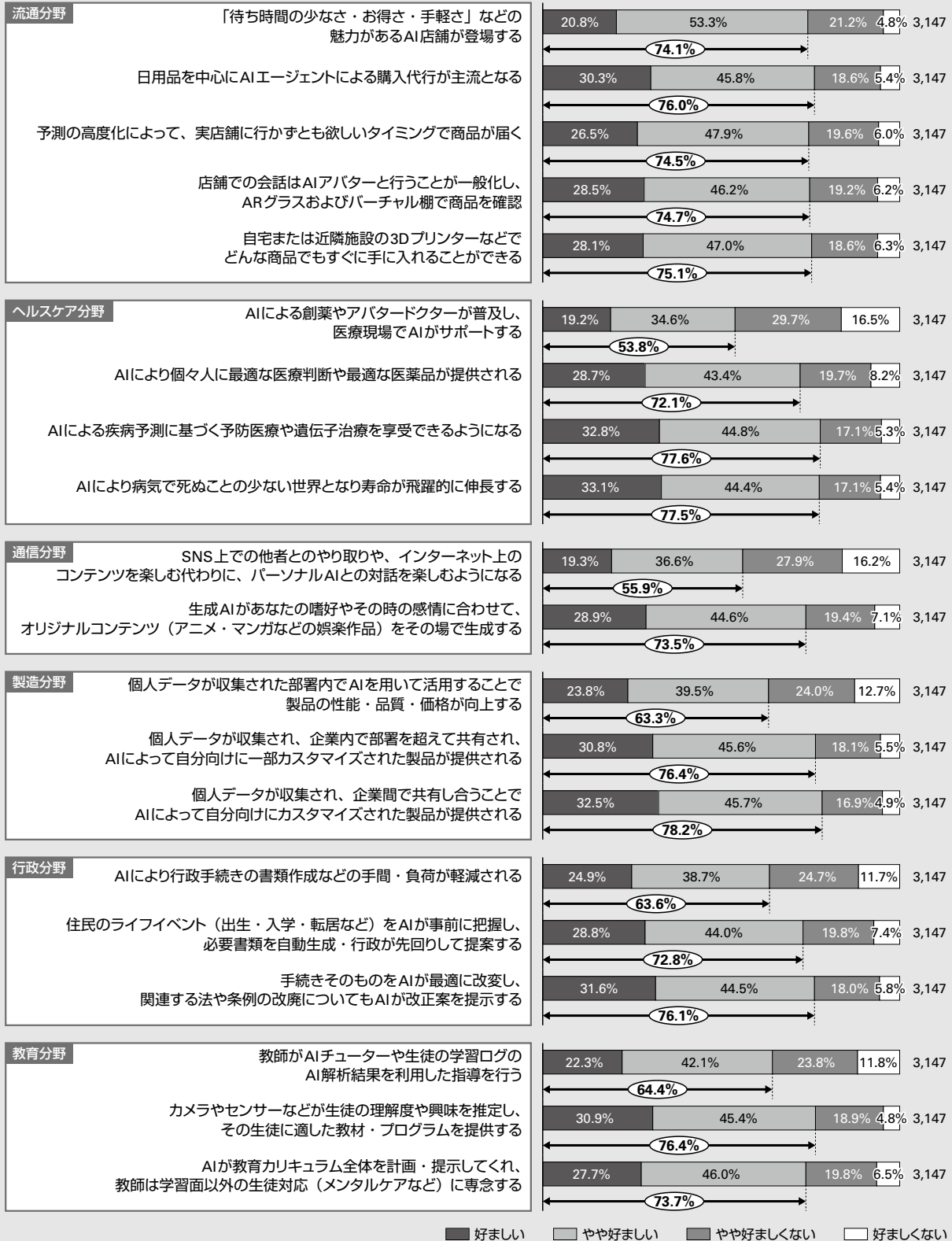
ル化が早期かつ広範に浸透しており、AIが近未来的なものではなく、すでに生活の一部として定着している点にある。中国ではスマホ決済（Alipay・WeChat Pay）やO2Oの即時配送を基盤に、需要予測、在庫最適化、ルート最適化、動的プライシング、レコメンドなどのアルゴリズムが日常的に機能している。毎年11月11日に盛大に祝われる「独身の日」の大型販促やコミュニティ販売のような大規模需要イベントでも、AIを使った需給マッチングとフルフィルメントが消費者体験を支えており、「予測の高度化により欲しいタイミングで届く」「購入代行の自動化で手間を減らす」といった価値が、中国ではすでに体験ベースで理解・期待されている。

また、顧客接点から決済・物流・アフターサービスまでが一体化されており、実店舗に行かずとも最適タイミングで届く体験が「当たり前」になっているため、AI化フェーズが進んでも受容性が落ちにくい。加えて、利便性・お得さに対する感度の高さや、データ活用に対する社会的な許容も寄与している。価格メリット、即時性、パーソナライズの明確な便益が提示される限り、AIを介した意思決定や購買プロセスの自動化に対する抵抗が小さく、アバター接客やバーチャル棚、家庭用3Dプリンターによるオンデマンド製造といった先進的な体験にも前向きでいられる。こうした環境要因が重なり合って、流通分野における中国のAI受容性を高位で安定させていると考えられる。

4 米国・ドイツにおける 産業別AI化フェーズの特徴

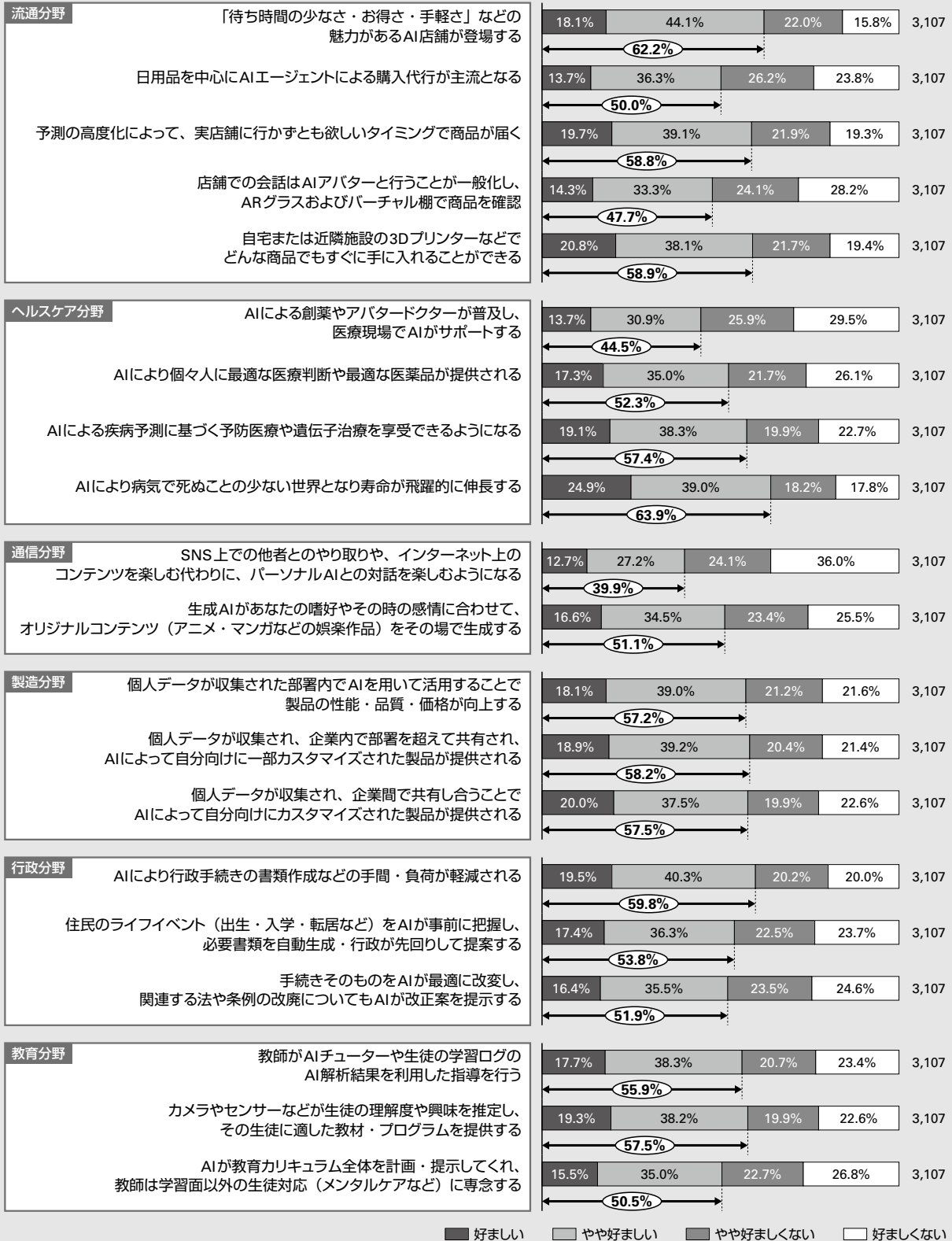
最後に米国とドイツの調査結果について紹

図4 産業のAIトランスフォーメーションに対する生活者受容性（中国）



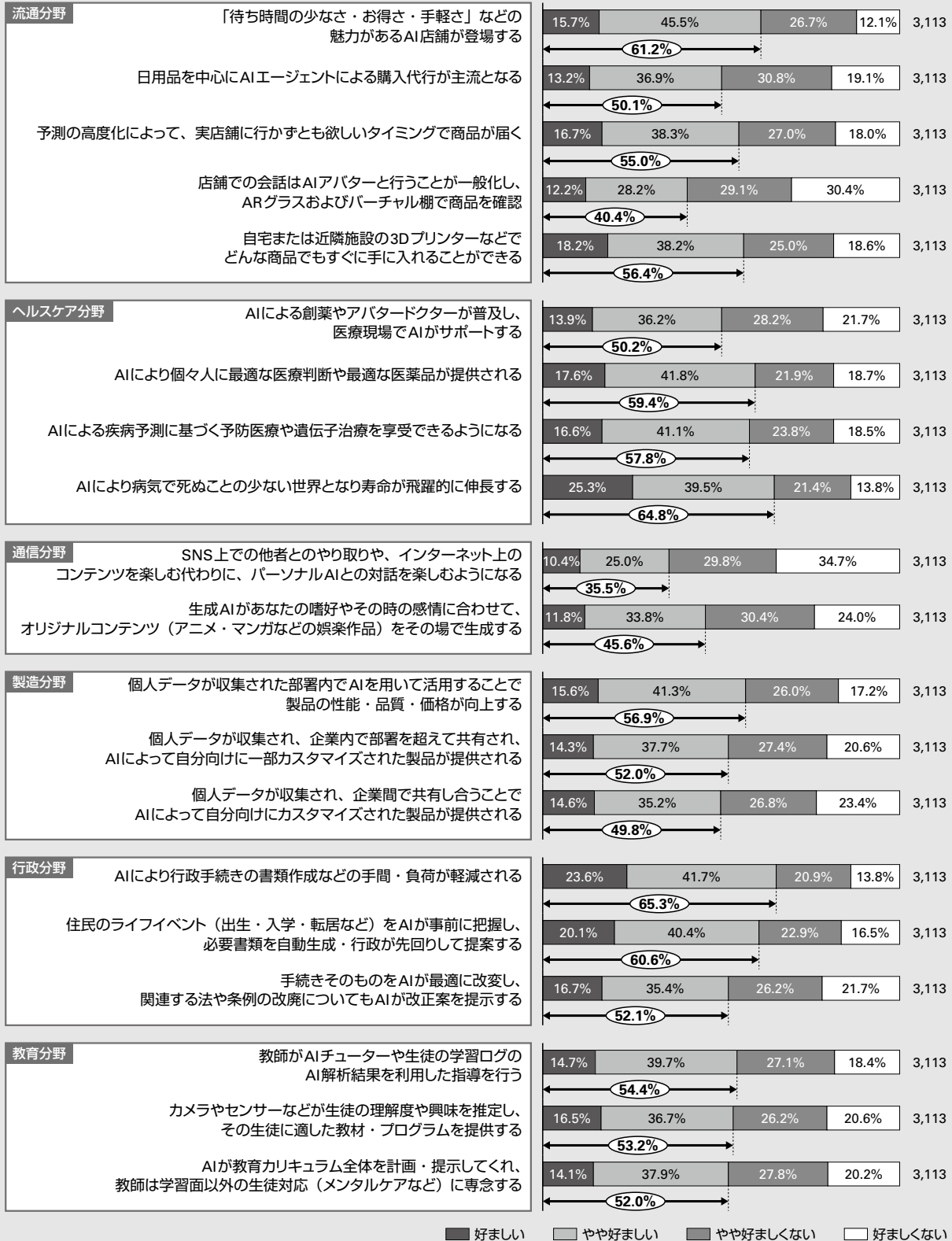
※小數第2位で四捨五入したため、「AI受容性が高い」の数値がずれているように見えたり、合計が100にならない場合があります
 ※n=3,147
 出所) 野村総合研究所「AI利用に関する国際比較調査」(2025年)より作成

図5 産業のAIトランスフォーメーションに対する生活者受容性（米国）



※小数第2位で四捨五入したため、「AI受容性が高い」の数値がずれているように見えたり、合計が100にならない場合がある
 ※n=3,107
 出所) 野村総合研究所「AI利用に関する国際比較調査」(2025年)より作成

図6 産業のAIトランスフォーメーションに対する生活者受容性（ドイツ）



■ 好ましい □ やや好ましい ■ やや好ましくない □ 好ましくない

※小教第2位で四捨五入したため、「AI受容性が高い」の数値がずれているように見えたり、合計が100にならなかつたりする場合があります

※n=3,113

出所) 野村総合研究所「AI利用に関する国際比較調査」(2025年)より作成

介する（図5、6）。米国とドイツは、流通分野や行政分野においてAI化フェーズが上がるほど受容性が下がる傾向や、ヘルスケア分野のようにAI化フェーズが上がるほど受容性が上がる傾向があり、その点は日本と似ている。

しかし、米国とドイツのAI受容性は全体的に日本よりも低い一方で、「好ましくない」と回答する割合も高く、AI受容性について賛成派と反対派が二極化している。

この背景には、リスク認識と規制・制度環境が強く影響していると考えられる。まず米国・ドイツともにプライバシーや説明責任への期待が高く、ブラックボックス的なAIに対する不信や監視社会への警戒が根強い。特にドイツでは、GDPR（EU一般データ保護規則）をはじめとする厳格なデータ保護と予防原則の文化、米国では、大規模なデータ漏洩・誤情報・アルゴリズム偏りをめぐるスキャンダルの蓄積が、消費者の慎重姿勢につながっている。結果として、利便性や価格の便益を重視して早期に受け入れる層と、権利侵害・差別・安全性・雇用喪失を懸念して反対する層が明確に分かれ、二極化が進みやすい。

次に、責任とリスク分担の不確実性がサービスの拡大を抑制している。米国は訴訟リスクや製造物責任への懸念が大きく、ドイツは産業安全規格や認証プロセスが厳格で、流通・行政など広範な現場においてAI代替にブレーキがかかりやすい。これはAIを導入することの影響が広範囲に及ぶことから、何か問題が発生したときの責任範囲も広がってしまい、リスク分担がしにくくなるからである。

さらに、サービス体験とインフラの断片性も影響している。米国やドイツではスーパーマーケットにおけるアプリの提供による一体的なサービスや無人店舗・顔認証決済の展開が限定的で、AIがもたらす「一気通貫の便利さ」を体験する機会が相対的に少ない。そのため、実感の湧かない便益よりも具体的なリスク（誤作動、差別、個人情報利用）への懸念が先行しやすく、AIに対する受容の高低がはっきりと分かれやすくなる。加えて、米国ではAIをめぐる政治的・思想的対立（表現の自由、検閲、ディープフェイク規制など）が受容態度を左右し、ドイツでは公共放送や専門団体が慎重論を強調することで保守的な態度が強化されやすい。こうした要因の重なりが、全体の受容水準は日本より低めでありながら、賛否の二極化を生み出している。

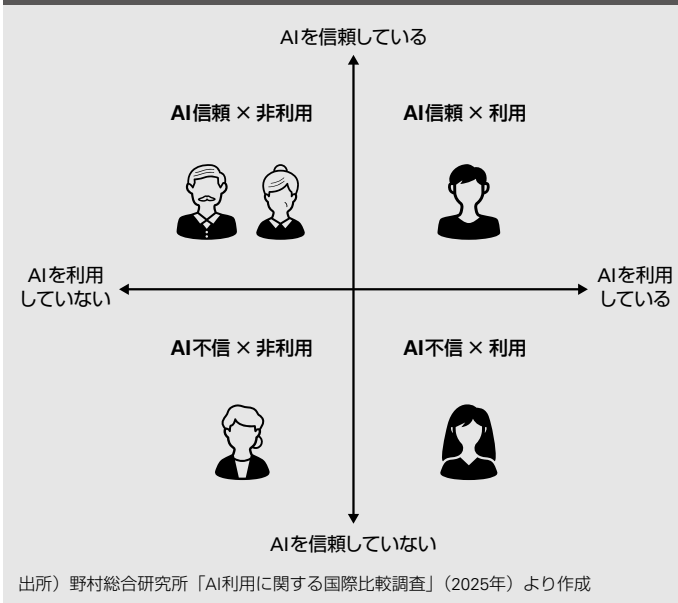
Ⅲ 生活者はAIをどう捉えているか

1 クラスタリング分析に用いた要素

本章では、AIの利用やAIに対する態度には各国の文化的背景や生活者それぞれが持つ価値観が影響しているのではないかと、という仮説を基に生活者を分類することで明らかになった特徴について報告する。

本調査では、生活者のAIに対する態度や価値観の違いに何が影響しているかを探るべく、次のような設問でクラスタリング分析を行った。「致命的でないAIのミスは許容できる／些細なミスも許容できない」などの【AI信頼点数】、「AIがあれば人間のコミュニティは不要／AI時代こそ感情のつながりが大切である」などの【AIに対する考え方】、

図7 本章におけるクラスタリングの軸と各クラスタの位置づけ



「AIによる買い物における最適な選択肢の提案、疾病予測、社会監視・違反検知、政策案作成」などの【AI機能拡張の許容度】、「AI名医 vs 対面診断の人間の医師」「AI相性マッチング vs 自分の直感でパートナーを選択

する」などの【AIと人間の選好度】である。

その結果、「AI信頼度」によって大別される「AI信頼グループ」と「AI不信グループ」の2つのグループが形成された。さらに、これらの指標と、月数回以上の生成AI利用層とほとんど利用しない層の「AI利用頻度」を組み合わせることによって、「AI信頼×利用層」「AI不信×利用層」「AI信頼×非利用層」「AI不信×非利用層」の4クラスタが形成された(図7)。

本章では、この4クラスタから得られた日本・米国・中国・ドイツの4カ国の生活者の特徴について報告するとともに、それらの特徴に価値観や文化的背景が与えている影響について考察する。

2 各国のクラスタ構成比と特徴

本調査における全体構成比は「AI信頼×利用層」が51.4%と半数以上を占め、「AI信頼×非利用層」が21.6%、「AI不信×非利用層」

図8 各国のクラスタ構成比

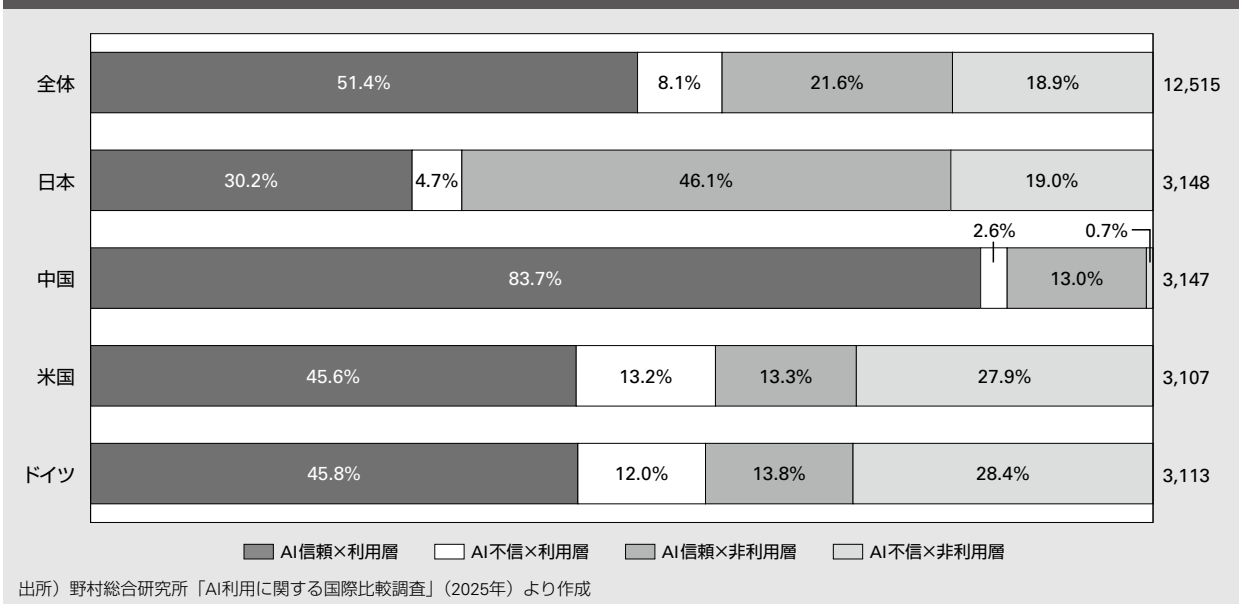
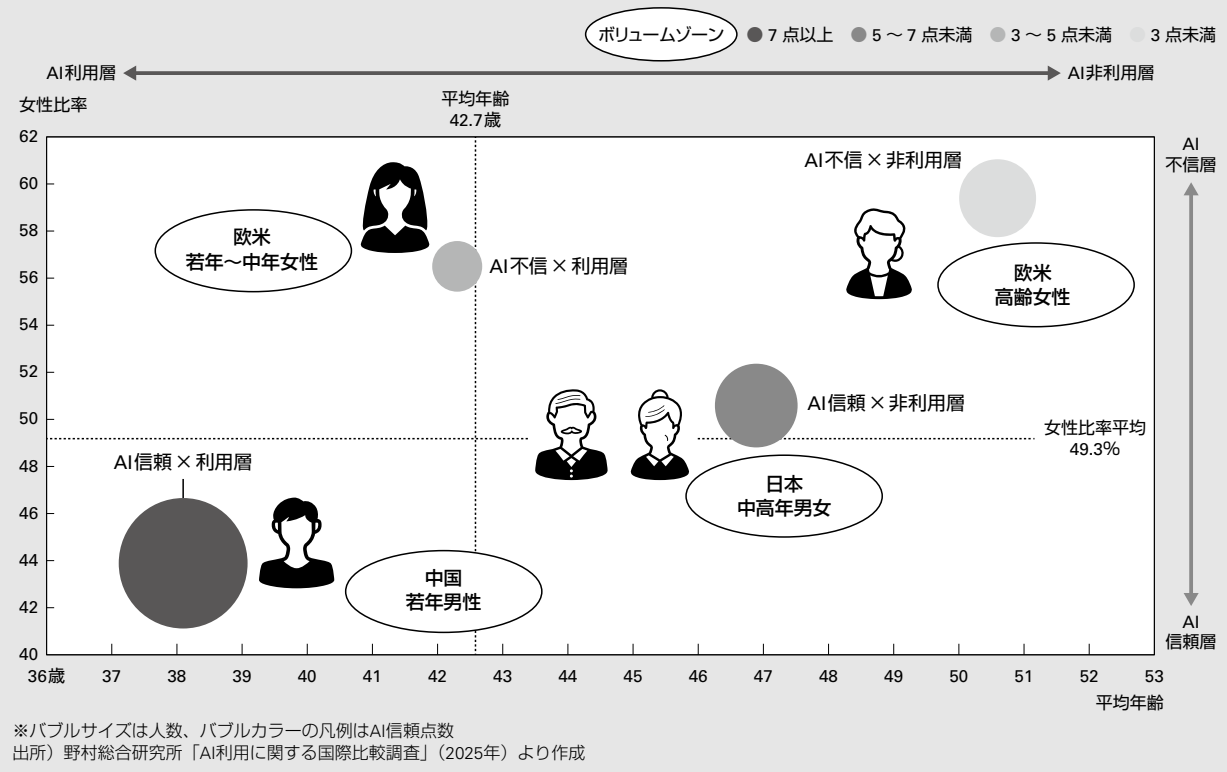


図9 性年代ポジショニングマップ



層」が18.9%、「AI不信×利用層」が8.1%であった。国別に見ると、中国は「AI信頼×利用層」が8割以上と突出している。一方、米国・ドイツは「AI信頼×利用層」が5割弱にとどまり、「AI不信×利用層」「AI不信×非利用層」といった不信層が相対的に多い傾向が見られた。日本は「AI信頼×非利用層」が約半数を占め、AIに対し信頼を示すものの利用は消極的な態度であることが特徴的である(図8)。

性年代のポジショニングでは、AIの「利用」は比較的若年に偏り、「信頼」は男性に多い傾向が確認された。不信層は欧米人女性に多く、欧米の高齢者ほど「不信×非利用」に、日本の高齢者ほど「信頼×非利用」に寄る傾向があった(図9)。次節ではこれらの

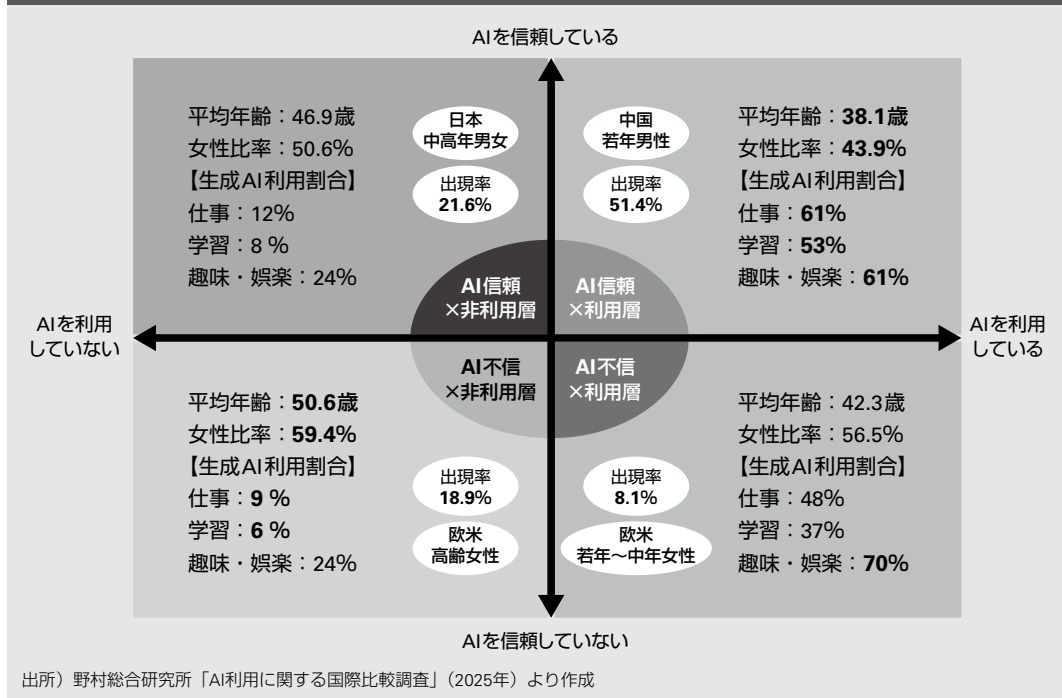
クラスターの詳細なプロフィールについて報告する。

3 クラスタ別プロフィールの詳細

ここでは、各クラスターのプロフィールについて、特徴や属性、生成AIの利用状況、AIによる技術進展に対する受容性、役割代替への態度などを整理する(図10)。

「AI信頼×利用層」は平均年齢38.1歳、女性比率43.9%でやや男性が多く、中国人出現率が約8割と高い。生成AIの利用は仕事61%、学習53%、趣味・娯楽61%と幅広く進展しており、レコメンド機能の利用にも積極的である。AIによる技術進展に対する受容性は高く、7~8割が肯定的だが、「アバタードクターやAIとの対話」など対人性にかかわる

図10 4カ国の生成AI信頼度×生成AI利用度クラスター別プロフィールの特徴



代替には慎重で、主治医や情緒機能では人間優位を支持する傾向がある。

「AI不信×利用層」は平均年齢42.3歳、女性比率56.5%で若年～中年女性が多い。欧米人が多く、キリスト教信者が4割強を占める。生成AIの利用は趣味・娯楽で70%と高いが、仕事48%、学習37%と限定的である。AIによる技術進展の受容性は低めで、特に対話機能やアバタードクターには否定的な態度を示す一方で、行政手続きの効率化や疾病予測など、明確な便益には半数以上が肯定的である。特に、対人・ケア領域では人間優位を重視する傾向がある。

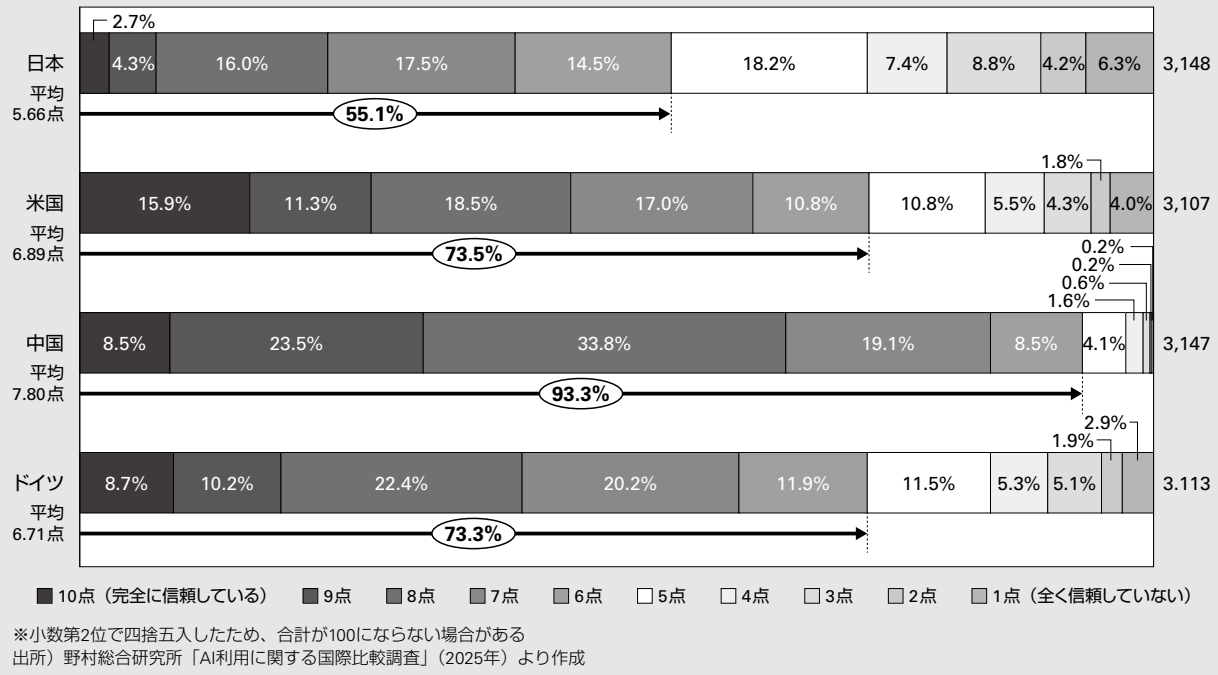
「AI信頼×非利用層」は平均年齢46.9歳、50～60代の男女が多く、日本人の出現率が高い。生成AIの利用は仕事12%、学習8%、趣味・娯楽24%と低いが、一定の利用が確認される。AIによる技術進展の受容性は6～

7割が肯定的だが、対話機能のAI代替には否定的な態度を示す。役割のAI代替許容度は平均的からやや高めで、AIの便益を期待しつつも対人コミュニケーションの価値を重視する傾向がある。

「AI不信×非利用層」は平均年齢50.6歳、女性比率59.4%で最も高齢かつ女性が多い。欧米人が多く、中国人の出現率は1%以下である点で特徴的である。生成AIの利用は仕事9%、学習6%、趣味・娯楽24%と最も低く、レコメンド機能の未使用者も多い。技術進展の受容性は2～3割台と低く、会話機能のAI代替許容度は1割台と最低水準である。一方で、AIによる利便性向上や疾病予測など直接的な便益には4～5割が肯定的な態度を示すが、創作物のAI代替には強い嫌悪感を示す。

筆者らは、上記で示したAIの利用や信頼

図11 各国の生活満足度



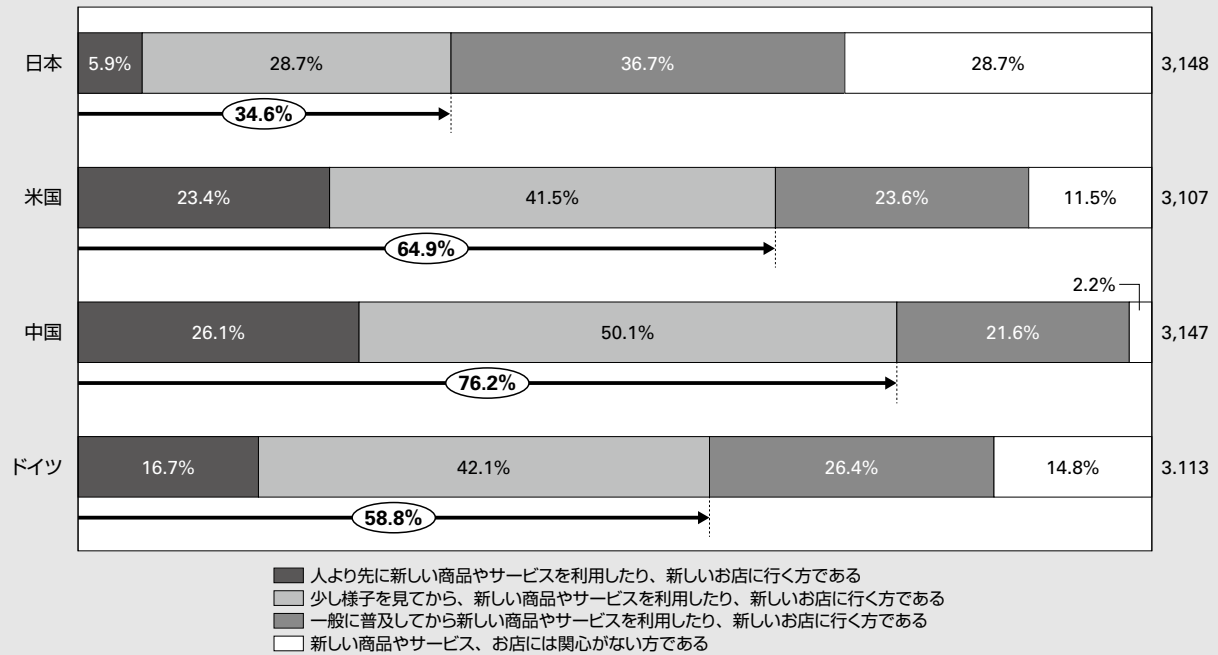
度の違いには基本価値観の影響があることを推察している。日常生活における基礎的価値観の比較では、日本は「和の尊重」、米国は「個人志向」、中国は「公民意識」、ドイツは「自由と多様性の尊重」の項目に肯定的な割合が高い傾向が見られた。

生活満足度は平均7.80点と中国で高く、米国・ドイツが6点台後半、日本は5点台半ば(図11)で、収入・人間関係・仕事・余暇の項目別満足度でも中国が相対的に高い傾向が見られた。消費価値観では、日本は「経済性重視」、米国は「価値重視」、中国は「安全・耐久性重視」、ドイツは「長持ち・お気に入り重視」の傾向が見られた。他方で日本の「カスタム・SNSシェア志向」、米国の「他者比較志向」、中国の「使い捨て志向」、ドイツの「ステータス重視志向」は相対的に低かった。

イノベーター(新しい商品・サービス、店舗を先行的に利用する層)は中国が約76%、米国約65%、ドイツ約60%、日本約35%であり(図12)、イノベーター度が高いほどAI利用率が高く、新しい物に対する利用抵抗が低いことが日常生活でのAI利用の促進につながっている可能性が示唆される。

さらに、最終学歴が高いほど生成AI利用層への出現率が高い傾向も確認され、大学などでの生成AI利用の経験が若年層のAI信頼や利用度の向上に寄与している可能性も示唆される。これらは、「AI信頼×利用層」が中国で厚く、「AI信頼×非利用層」が日本で厚い一方で、「AI不信×利用層」「AI不信×非利用層」が米国・ドイツで厚い構造と整合しており、基本価値観・満足度・イノベーター度・学歴が受容・利用に影響する条件である可能性が考えられる。

図12 各国のイノベーター度



※小数第2位で四捨五入したため、合計が100にならない場合がある
 出所) 野村総合研究所「AI利用に関する国際比較調査」(2025年)より作成

4 文化的背景が AI信頼に与える影響

さらに、筆者らは各クラスタにおいて各国の出現率に差があったことから、文化的な背景がAIをどの程度信頼するかに影響を及ぼしていると推察している。

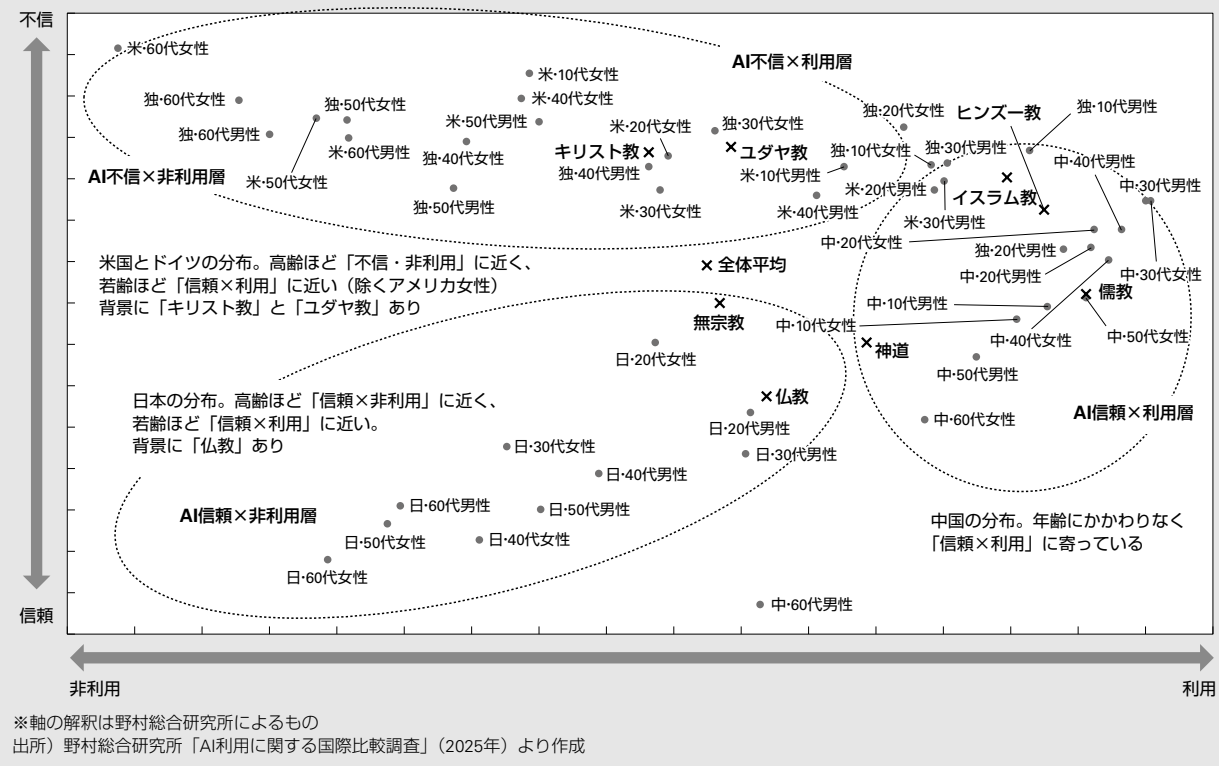
米国・ドイツにおいてAI不信層が相対的に多いことは前述したが、両国はいずれも一般的に個人主義や道徳的自律の規範が高く、人格の尊厳や意思の独自性を重視する傾向がある。強い人格・倫理規範が、本調査で「AI不信×利用層」「AI不信×非利用層」において機械への判断委譲に対する拒否感を高め、AI信頼形成を抑制している可能性が推察される。

さらに、B. Kennedy et al (2025)^{文献1}は米国でAIによる医療判断や会話代替に対する慎

重姿勢が強いことを報告し、T. Scantamburlo et al (2025)^{文献2}は欧州でAI利用に伴うプライバシー保護・安全性・説明可能性に対する懸念が根強いことを示している。本調査で米国・ドイツに不信層（「AI不信×利用層」「AI不信×非利用層」）が厚く、対人・会話のAI代替やアバタードクターの評価が低い点は、これら外部知見と整合的であり、人格や人間の尊厳・プライバシー重視の文化が「AI不信×利用層」「AI不信×非利用層」のAIへの信頼形成を抑制している可能性があると考えられている。

一方、中国は性年代にかかわらず「信頼×利用」に寄る（図13）。Ipsosが2023年に報告したグローバル調査^{文献3}では、中国のAI社会実装への肯定的態度を示しており、公的制度受容や技術実用主義の高さがうかがえる。本

図13 各国性年代とAI信頼度の関係



調査の各産業分野のAIによる技術進展において高い便益受容を示し、「AI信頼×利用層」が8割以上という中国の突出した特徴と併せると、技術便益重視の価値観と制度受容が重なり、AI許容・活用が促進される文化的背景が推察される。

日本で「AI信頼×非利用層」が厚い点について、スタンフォード大学のHAI (Human-Centered Artificial Intelligence) が報告している「Artificial Intelligence Index Report 2024」^{文献4}において、日本ではAIへの関心・期待が一定以上ある一方、現場導入の進捗や人材スキル面でボトルネックが見られる、と指摘されていることと整合している。本調査でも産業別のAI技術の進展の受容性は高水準であるのに対し、仕事・学習での利

用が低いという結果が得られており、AIに対する好意的印象と導入コスト・スキル習得負担とのギャップが非利用の背景として作用していることが推察される。

5 AIの捉え方と

AIに求める価値 (まとめ)

以上を総合すると、AIの捉え方は「信頼」と「利用」の二軸で鮮明な差異が立ち上がる。若年層ほど利用に前向きで、男性ほど信頼を持ちやすい一方、欧米の女性高齢層では不信・非利用が多い。レコメンド機能の受容度は検索の質・時間の認知と連動し、受容度が高い層ほど検索の質向上・時間短縮の効果を肯定的に捉え、未使用層では検索の質が低下するなどのネガティブな認知が強い。

各産業分野におけるAIの技術進展については、対人性・会話機能のAI代替、アバタードクターに対する慎重な姿勢がクラスタ横断で広く確認される一方、行政手続きの待ち時間の減少、疾病予測・予防医療、寿命延長といった直接便益は不信層でも一定の需要が見られる。国・宗教・文化の違いは、対人性の価値づけ（人格・プライバシー・ケア倫理）と機能便益の評価（効率・利便・安全）のバランスに影響し、結果としてクラスタ構成の差を生み出していると考えられる。

今後、企業・行政がAI受容を設計する際には、国・宗教・文化的背景に配慮し、産業分野別に求められる説明可能性・安全性・プライバシー保護の水準を調整しつつ、実用便益の提示と対人価値の尊重を両立させることが重要である。次章では、日本においてAIの利用を通じて今後どのような生活者の未来像を形づくるのか、態度・価値観変容の方向性と社会・市場への影響を考察する。

IV 日本における AI浸透時代の未来像

1 本章の位置づけと検討視点

本章では、第Ⅲ章で示した4クラスタのうち、将来像の先行形として位置づけられる「AI信頼×利用層」を軸に据え、日本人の出現率が高い「AI信頼×非利用層」がAI利用へと転じる過程と、その先に想定される生活者像の変化を検討する。分析に当たっては、AIによる役割代替の許容構造をコレスポネンダ分析により可視化し、生活シーン別のAI受容度や就業価値観の差異を踏まえつつ、「精神的負荷が高く、必ずしも対人コミュニ

ケーションでなくても成立する領域」からAIに代替される方向で未来像が形成されるのではないかという仮説の基に構成する。

宗教背景については、日本では無信仰の比率が相対的に高く、宗教教義というより実利・安全・透明性に基づく信頼形成がAI利用の行動に反映されやすいのではないかと推察している。

2 役割代替の許容構造から見る 「移行の入口」

社会におけるさまざまな役割のAI代替の許容に関するコレスポネンダ分析の結果からは、「AI信頼×利用層」「AI信頼×非利用層」の双方で「使役的かつ機能的な役割（家政婦などの使用人）」ではAI代替の許容がすでに進み、「自身と対等な情緒的機能が大きい存在（子どもや配偶者・恋人）」の代替は「何があっても利用したくない」という許容度が低い傾向が確認できる。

また、AI利用の有無にかかわらず双方において、処置や手術を行う医師やカウンセラー・セラピスト、実際に教壇に立つ教師、創作者、警察官などの導きや教示として上位の位置づけで認識されている情緒・信頼が相対的に重い役割であっても、受付や接客担当の店員、事務担当員や介護士などの機能的な役割と同様に「より高機能に進化するなら利用してよい」に布置される（図14、15）。特に「AI信頼×利用層」では「店員・接客員」や「友人・話し相手」について、比較的AI代替の許容度が高いことは注目に値する。無人レジやAIレコメンド、匿名チャット相談など、対人摩擦を回避しつつ目的を達成できる選択肢が社会に浸透している領域では、AI代替

図14 役割代替の許容構造 (AI信頼×利用層)

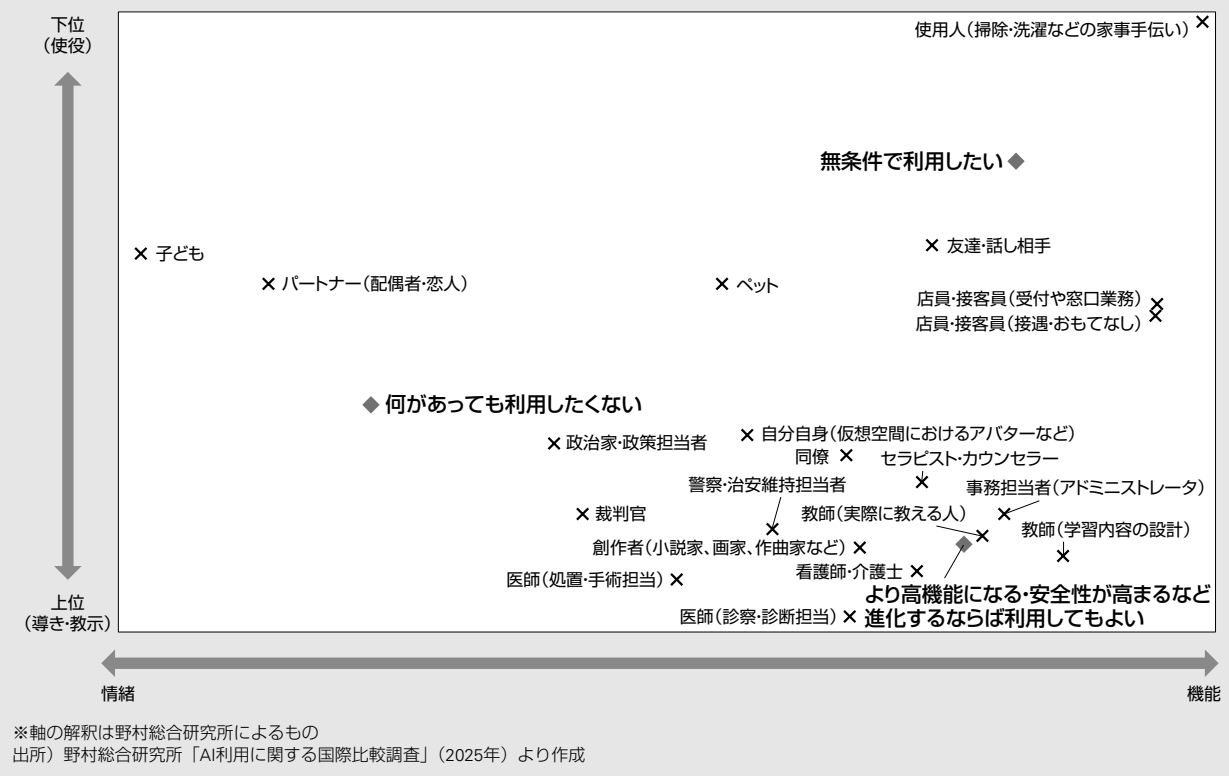
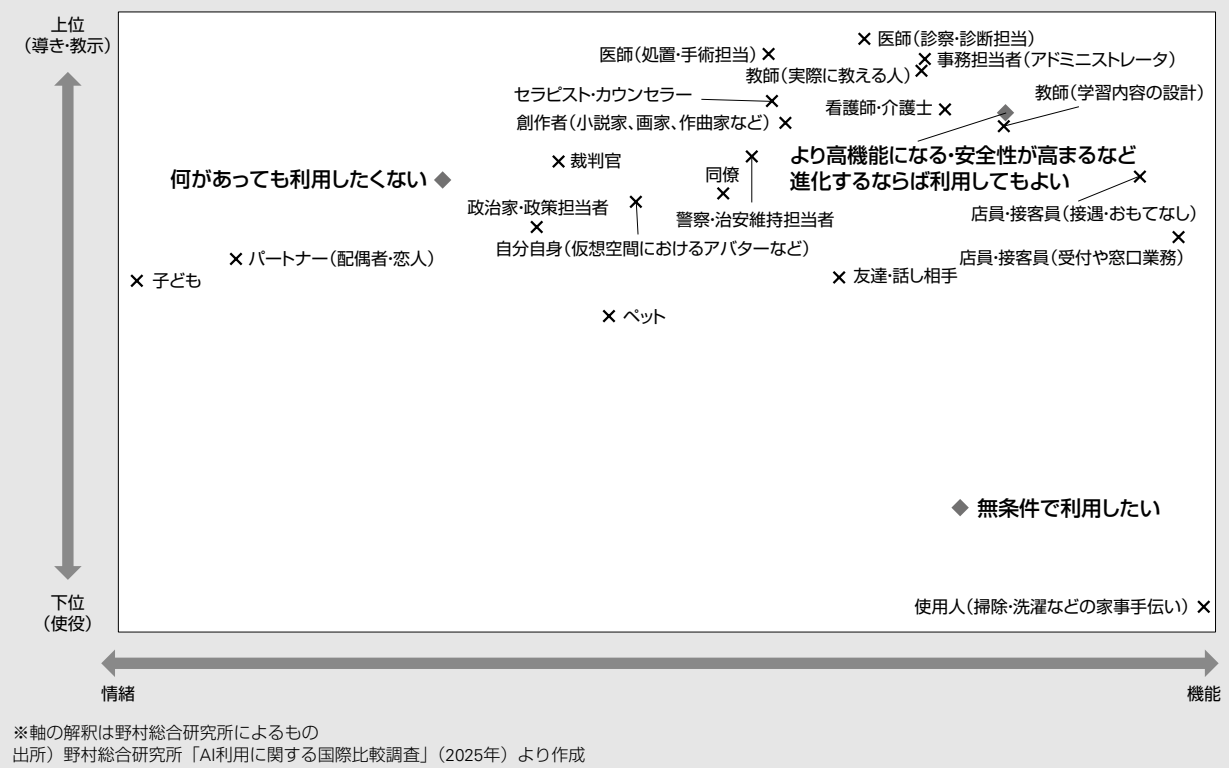


図15 役割代替の許容構造 (AI信頼×非利用層)



の許容度が先んじて進んでいると考えられる。「AI信頼×非利用層」がAI利用へと移行する入口は、この「機能役割×精神的負荷の緩和」の領域に見いだしやすい。

3 日本の「AI信頼×非利用層」がAI利用へ転じるきっかけ

日本人に多い「AI信頼×非利用層」は、「AIによる便益向上の評価は高いが会話・対話のAI代替に慎重」という態度が特徴である。利用への移行のきっかけは、第一に「具体的な利用像の可視化」である。家事、窓口の受付、販売員など、すでにAI活用の萌芽事例が広がり、使われる姿を具体的に想像できる生活シーンでは許容が高まりやすい。

第二に「機能便益の体感」である。レコメンドや自動要約、記録・検索の容易化などによる時間短縮・精度向上の体験が継続すれば、限定利用から常用化へ移行しやすい。

第三に「対人摩擦の低減」である。カスタマーハラスメントや過度な同調圧力、匿名空間での誹謗など、精神的負荷が高い場面では、AIを介した非対面・非対人のチャンネルが有効となり、利用のきっかけとなると考えられる。

4 認知オフロードの進行と意思決定の再設計

「AI信頼×非利用層」が利用へと転じる過程では、意思決定の前工程、すなわち候補情報の収集、選択肢の絞り込みと序列化、要約、記録をAIに委ねる「認知オフロード」が先行して進むと考えられる。たとえば、旅行計画での宿泊先や交通手段の候補提示、必要条件に沿った商品の一覧比較、会議議事録

の自動要約などがこれに当たる。AIが提示した結果を見て、人間が最終的な選択や判断・修正を行うが、その判断に至る前の情報探索・整理の負担は大きく軽減される。

「AI信頼×利用層」では、こうしたAIレコメンドなどによる「検索の質向上・時間短縮」に対して肯定的な評価が高く、実際に業務効率化や生活の時間的余裕につながっている。同じ便益が「AI信頼×非利用層」においても体感されれば、限定的利用から日常的な情報収集・比較・要約のAI委任へと常態化していく可能性が高い。

重要なのは、最終判断と責任の所在をどう設計するか、である。AIに選択肢整理を任せつつも、最終的な意思決定とその結果の責任はあくまで人が保持する「ハイブリッド意思決定」の構造こそが、利用への安心感と信頼を支える。日本では、宗教教義に基づく倫理規範よりも、根拠の明示や安全性、透明性といった実利的側面が信頼形成に直結する傾向が強い。

そのため、AIが提示する情報に至るロジックの説明、データの出所明示、そしてエラーや誤判定が発生した際のセーフティネット（訂正手続きや人間への即時エスカレーション）まで備えていることが、認知オフロードの受容を後押しする。これらの仕組みによって、利用初期段階でも「これは安全かつ便利だ」と感じやすくなり、結果として非利用層が利用層へと移行するきっかけとなる。

5 AI浸透が日本人の就業価値観に与える影響

分析対象者を日本の就業者に限定したクラスタリング集計では、就業価値観設問におい

て「会社や仕事より自分や家庭を優先したい」という項目に関してAI不信層で肯定が相対的に高く、「AI信頼×利用層」は否定がやや高い傾向であった。

さらに、「出世や昇進のためには多少つらいことでも我慢したい」という項目では「AI信頼×利用層」の肯定が相対的に高く、不信層で否定が目立つ。起業志向（「一流企業に勤めるより自分で事業を起こしたい」）は、日本の「AI信頼×利用層」で突出して高いとはいいがたい一方、不信層では否定が強い。したがって、日本ではAI活用による生活の効率化が先行して「便利さを重視する」価値観を押し上げ、その結果として可処分時間や心理的余裕が増し、就業や学び直しに向けるエネルギーが緩やかに増える、という順序での価値観変化が生じると考えられる。

6 「AI信頼×非利用層」が「AI信頼×利用層」へ移行した後 に生じる生活者像の変化

「AI信頼×非利用層」がAIの限定利用から常用化へ移行すると、日常タスクの設計が「AI前提」へと再編される。予約、購入、移動、行政手続きなどの定型・反復工程では、AIが候補提示と最適化を担い、人は例外処理と価値判断に集中する。対人接点は、情緒・共感・説明責任が重い場面へと再集中し、AIは簡易な相談や案内、学習などを広く支える。カスタマーハラスメントなどが問題になりやすい精神的負荷が高い対応では、非対人チャンネルが従業員保護と顧客体験の両立に資する。

若年層に広がるパーソナルAIへの相談やAIレコメンドの利用は、友人・話し相手の

機能を一部代替しつつ、より対面でのコミュニケーションに特化した深い人間関係を促進する「二層構造」を形成する。「AI信頼×利用層」で確認された「友人・話し相手」「店員・接客員」の代替許容の高さは、対人摩擦を避けても目的を果たし得る場面が広がる兆候であり、「AI信頼×非利用層」の移行でも同様の順路が妥当である。

7 企業・政策への含意 （日本における制度設計）

企業がAIを業務に導入する際には、初期段階から「有人対応との併用」「責任所在の明確化」「失敗時のセーフティネット」という3つの基本的条件を整えることが不可欠である。たとえば、顧客対応型チャットボットで自動応答を導入する場合でも、一定条件で人間のオペレーターに切り替えできる仕組みを用意し、「判断の発信主体はどこにあるのか」を明示しなければならない。さらには、誤診や誤案内が発生した場合に即座に是正できる代替チャンネル（専門スタッフの確認・再説明）や補償制度を事前に設計しておくことが求められる。

特に、医療や金融取引、行政申請など「生命・財産・権利」に直結する高リスク領域では、AIの判断過程を第三者が検証できる説明可能性、外部監査が可能な監査性、そして法律や規程で定められた責任の所在を明瞭化する必要がある。こうした制度的担保は、利用者に「最終的なセーフティネットが存在する」と確信させ、受容性を高める効果がある。

さらに、政策面では国民全体の基礎的AIリテラシーを向上させる教育の枠組みが不可

「AI利用に関する国際比較調査」の概要

AI利用に関する国際比較調査				
調査名	AI利用に関する国際比較調査			
調査国	日本	米国	中国	ドイツ
有効回収数	3,148人	3,107人	3,147人	3,113人
調査時期	2025年9月			
調査方法	インターネットリサーチ			
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・回答者属性 ・生活価値観・家族観・消費価値観 ・生活満足度（全体・領域別） ・個人における生成AIの利用状況 ・個人における生成AIの利用用途 ・個人における生成AIの受容性 ・企業におけるAIの活用状況 ・企業におけるAI導入の効果・課題 ・企業における中国系AIの採用状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・回答者属性 ・生活価値観・家族観・消費価値観 ・生活満足度（全体・領域別） ・個人における生成AIの利用状況 ・個人における生成AIの利用用途 ・個人における生成AIの受容性 		

欠である。たとえば、小中高校の情報教育にAIの基本構造や限界、倫理課題を組み込み、一般向けには地域講座やオンライン教材を通じて「AIの仕組みやリスクを理解し、自分で選択・拒否できる力」を養う。日本では、生活上の実益・安全・透明性に基づく信頼形成が行動に反映されやすく、こうした教育と制度設計の相乗効果は大きい。

すなわち、利用者が日常生活や業務で「AIに任せても安全だ」と感じられる状況をつくり出すことが、AI利用の定着には欠かせない。高リスク領域での厳格なルール設定、中・低リスク領域での有用性の可視化と負担軽減策の同時展開によって、「AI信頼×非利用層」が安心して利用層へ移行し、その状態を持続可能に保てる環境が形成される。

8 AI利用に移行した

日本の生活者の未来像（まとめ）

日本の生活者の未来像は、利便性志向の強化を先頭に、情報探索・比較・記録の認知負

荷をAIへ委ねる「ハイブリッド意思決定」が常態化し、対人接点が高付加価値な場面へ再編される姿である。起業志向の急伸を直ちに想定する必要はないが、生活の効率化で生じる余力が就業への前向きさや学び直しの着手を緩やかに押し上げる余地はある。

企業・政策・教育の三位一体で、人が価値を發揮すべき局面を社会として合意し、AIの便益を公平に享受できるアクセスを保障することが、「AI信頼×非利用層」から「AI信頼×利用層」への移行を望ましい方向へ導くカギとなる。

参考文献

- 1 B. Kennedy et al., "How Americans View AI and Its Impact on People and Society", Pew Research Center, 2025
- 2 T. Scantamburlo et al., "Artificial Intelligence Across Europe: A Study on Awareness, Attitude and Trust", IEEE Transactions on Artificial Intelligence, vol. 6, no. 2, pp. 477-490, 2025

- 3 Ipsos, "GLOBAL VIEWS ON A.I. 2023", 2023
- 4 Stanford University, Human-Centered Artificial Intelligence (HAI), "Artificial Intelligence Index Report 2024", 2024

著者

林 裕之（はやしひろゆき）

野村総合研究所（NRI）マーケティング戦略コンサルティング部 チーフコンサルタント

専門は生活者の意識・行動に関する調査研究、データに基づくマーケティング活動支援など

藤坂さくら（ふじさかさくら）

野村総合研究所（NRI）経営コンサルティング部 コンサルタント

専門は生活者の意識・行動分析、オープンイノベーションをはじめとした現場改革の伴走支援など