

2024年4月18日

一般財団法人日本情報経済社会推進協会

生成AIへの“期待”は“不安”を上回るも、誤情報の拡散や自分への影響に不安感**よく利用する人の半数が「役に立つ・使える」と回答****—「デジタル社会における消費者意識調査2024」—**

一般財団法人日本情報経済社会推進協会（所在地：東京都港区、会長：杉山 秀二、以下 JIPDEC）は、国内の18歳～70代男女を対象に、普及が加速する生成AIの利用実態や期待・不安の度合い、Webサービス利用時の個人情報提供に対する意識等に関する「デジタル社会における消費者意識調査」を実施しました。（有効回答数：1,449名）。

今回の調査結果のポイントは、次の5点があげられます。

1. 「生成AI（人工知能）」について、64.2%の人が「知っているが利用したことはない」と回答
2. 生成AIに関するイメージは、先進的・最先端・便利とポジティブな印象が多い一方、知っているが利用したことがない人の中にはなんとなく怖いと感じている人（27.8%）も
3. 「生成AI」を使ったサービスの普及に対しては「不安」よりも「期待」を感じているが、「誤った（不確かな、偏った、ウソの）情報が自分に提供されること」「誤った（不確かな、偏った、ウソの）情報が世の中に拡散されること」に4割以上が不安を感じている
4. 40～50代の女性はWebサービス等での個人情報提供に抵抗を感じ、利用を取りやめた経験を持つ割合が半数近い
5. Webサイトに掲載されている約款や同意書、プライバシーポリシーなどを読まない（または、読まない可能性がある）理由は、「分量が多すぎる」（55.0%）「文字ばかりで読みづらい」（36.0%）から

このほか、電子契約の利用状況等に関する調査結果、年代／性別分析結果等もWebサイトで公開しています。

調査結果ポイント**■プライベートで「生成AI（人工知能）」を利用したことがある人は、約18%**

急速に普及が進む「生成AI」について（図1）、「知っているが利用したことがない」人は全体で約64%でした。「よく利用している」、「利用したことがある」のは全体で18%程度ですが、18歳～20代の男性の利用率は40%を超え、他年代と比べ20ポイント以上高い結果になっています。

職業別でも、学生は「よく利用している」、「利用したことがある」が約 45%と全体の中でも圧倒的に高い数字となり、自営業、専業主婦（主夫）はどちらも約 7 割以上が「知っているが利用したことはない」と回答しました。

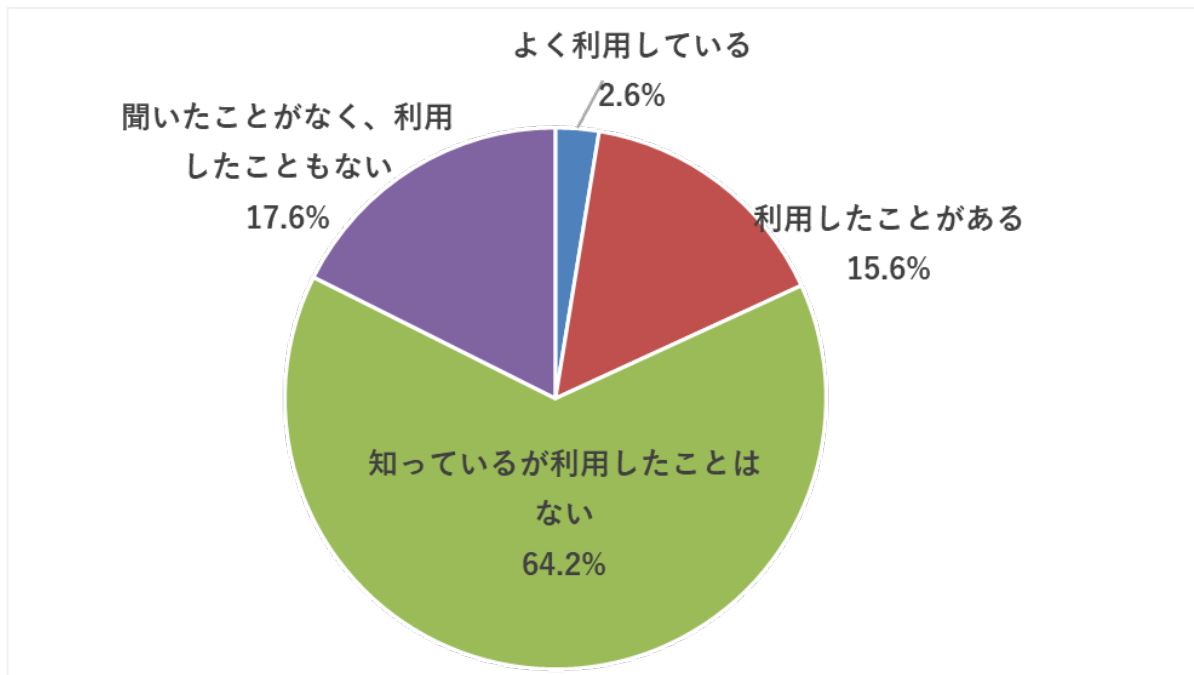


図 1:プライベートでの「生成 AI（人工知能）」利用

■生成 AI に関するイメージは、先進的・最先端・便利・遊び心がある等ポジティブな印象

「生成 AI」に対するイメージを聞いたところ、全体としては、「わからない」という答えが最多ではありましたが、それ以外だと比較的ネガティブな言葉よりもポジティブなイメージを持つ言葉が選ばれていました。特に「よく利用している」、「利用したことがある」人に先進的や最先端、役に立つ・使える、夢がある・遊び心があるという回答が多くあがりました。中でも「よく利用している」人の約半数は「役に立つ・使える」と回答しています。一方で、「なんとなく怖い」と回答した人の割合は「生成 AI」を「よく利用している人」は 5.1%だったのに対し、「知っているが利用したことがない」人は 27.8%でした。

■生成 AI を使ったサービスの普及に対しては「不安」よりも「期待」が上回る

生成 AI を使ったサービスに対する期待度は、全体的に「期待」が「不安」を上回り、「よく利用している」、「利用したことがある人」は特に高くなりました。ただし、「誤った（不確かな、偏った、ウソの）情報が自分に提供されること」、「誤った（不確かな、偏った、ウソの）情報が世の中に拡散されること」に対しては、4 割以上が不安を感じていました。JIPDEC が企業に対して行っている調査「企業 IT 利活用動向調査^{※1}」でも、ハルシネーション（生成 AI が出力した偽情報を信じて使用する）への懸念が示されており、今後の課題と捉えることができます。

期待する理由（図 2）としては、「商品やサービス提供までの時間が早くなる（26.5%）」「商品やサービスの質が向上する（21.3%）」が多く、中でも学生は自身へのメリットが大きくなる、と期待する傾向が高いことがわかりました。一方で、自営業・無職の方は「特に期待していない」割合が全体では 20%に対し、30%と高くなりました。

※1 [企業 IT 利活用動向調査 2024](#)

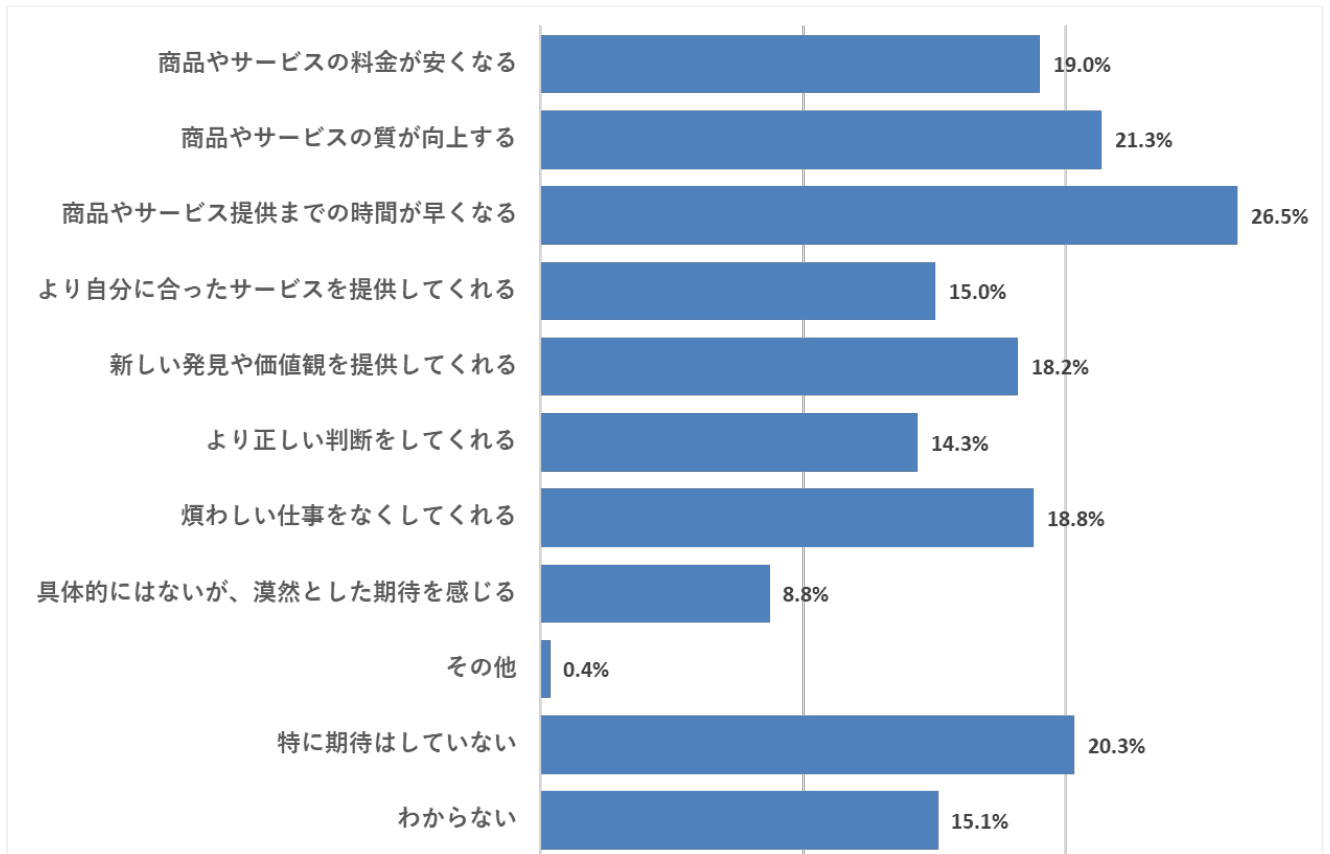


図 2：企業が「生成 AI」を用いたサービスを提供する際、期待すること

■ 40～50 代女性は個人情報の提供に抵抗を感じた際、半数が利用をやめた経験あり

Web サービスやアプリケーションを利用する際に、自分や家族の個人情報やプライバシーに関する情報を提供することに抵抗があるか聞いたところ（図 3）、程度の差はあるものの感じたことがある人は全体で 80%を超えました。また、抵抗を感じたため該当のサービスの利用を取りやめた経験がある人は、40代、50代の女性が最も多く、45.6%、46.2%

となりました。

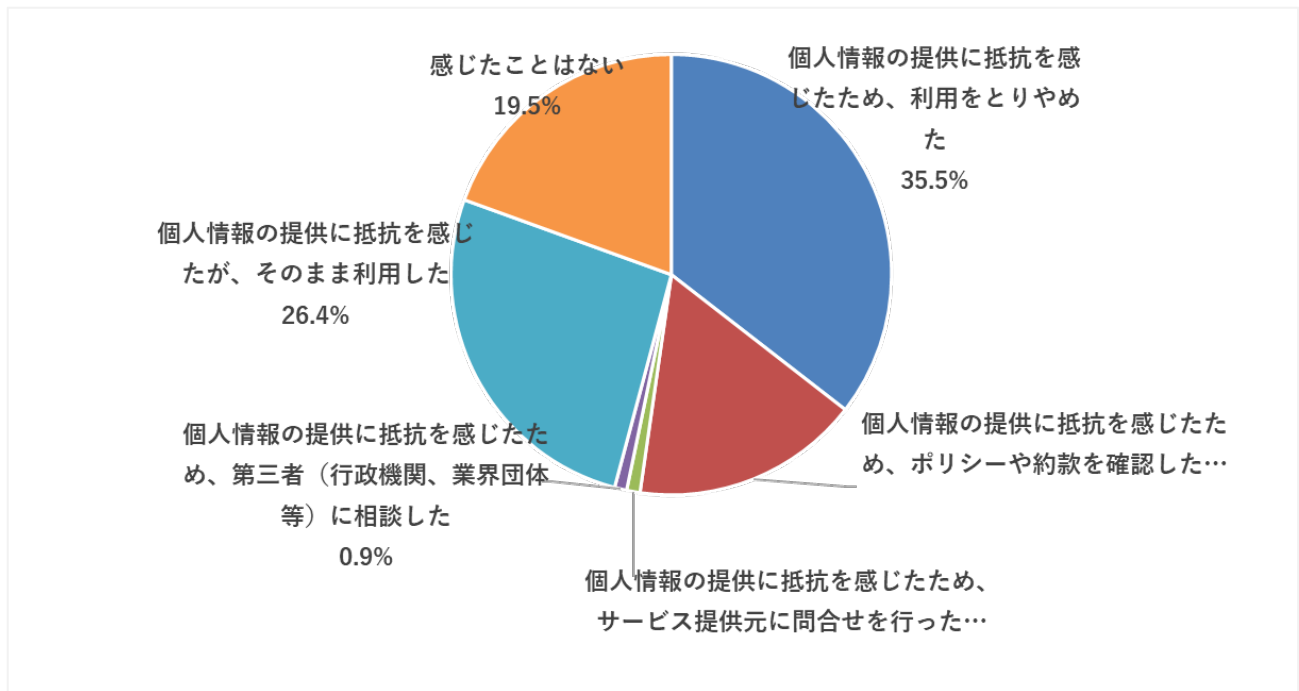


図 3：自分や家族の個人情報やプライバシーに関する情報を提供することへの抵抗感

■約款や同意書、プライバシーポリシーなどはボリュームの問題で読みにくさを感じている

企業が Web サイト等で公開している約款やプライバシーポリシー、契約時の同意書などについて読んでいるか尋ねたところ（図 4）、ほとんど（まったく）読まない人が約 23%でした。77%の人は程度の差こそあれ読んでいると回答しましたが、読まない理由（図 5）としては分量の多さ、文字ばかりで読みにくいが挙げられました。

「企業 IT 利活用動向調査」の結果でも、企業のプライバシーガバナンスに関する対外的な取り組みがまだ進んでいないことがうかがえますが、今後、企業側の見せ方・工夫次第で消費者の行動が変わる可能性があります。

なお、全体の 4 分の 1 が「信頼している企業だから読まない」と回答し、「みんなが使っているサービスだから」と回答したのは 18 歳～30 代の女性、18 歳～20 代の男性で、いずれも約 28%と多い傾向でした。

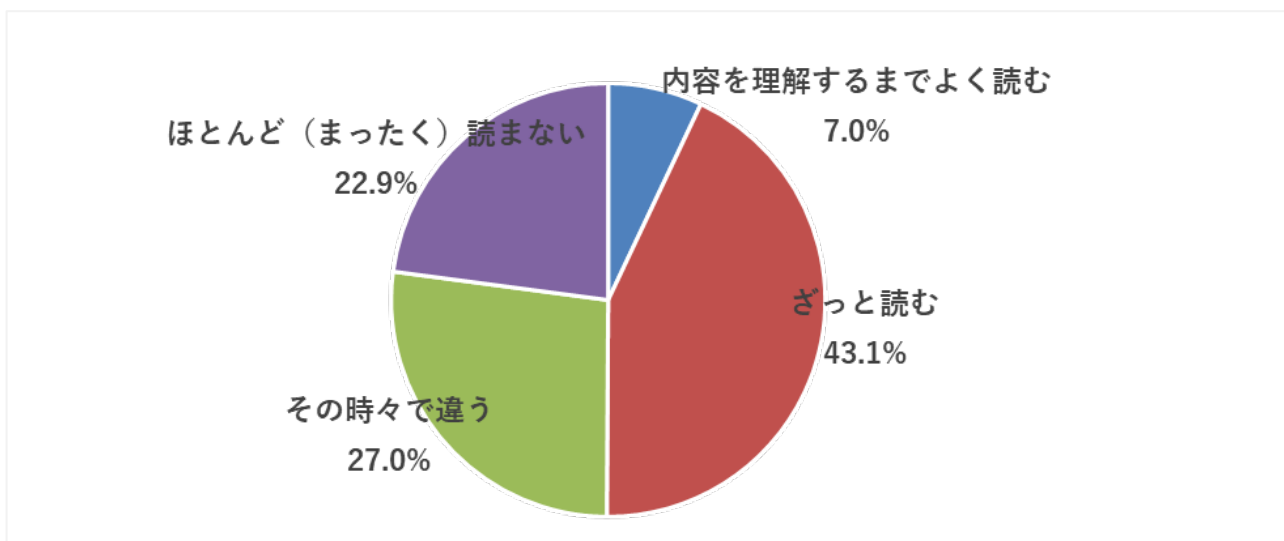


図 4：Web サイトに掲載されている約款や同意書、プライバシーポリシーについて

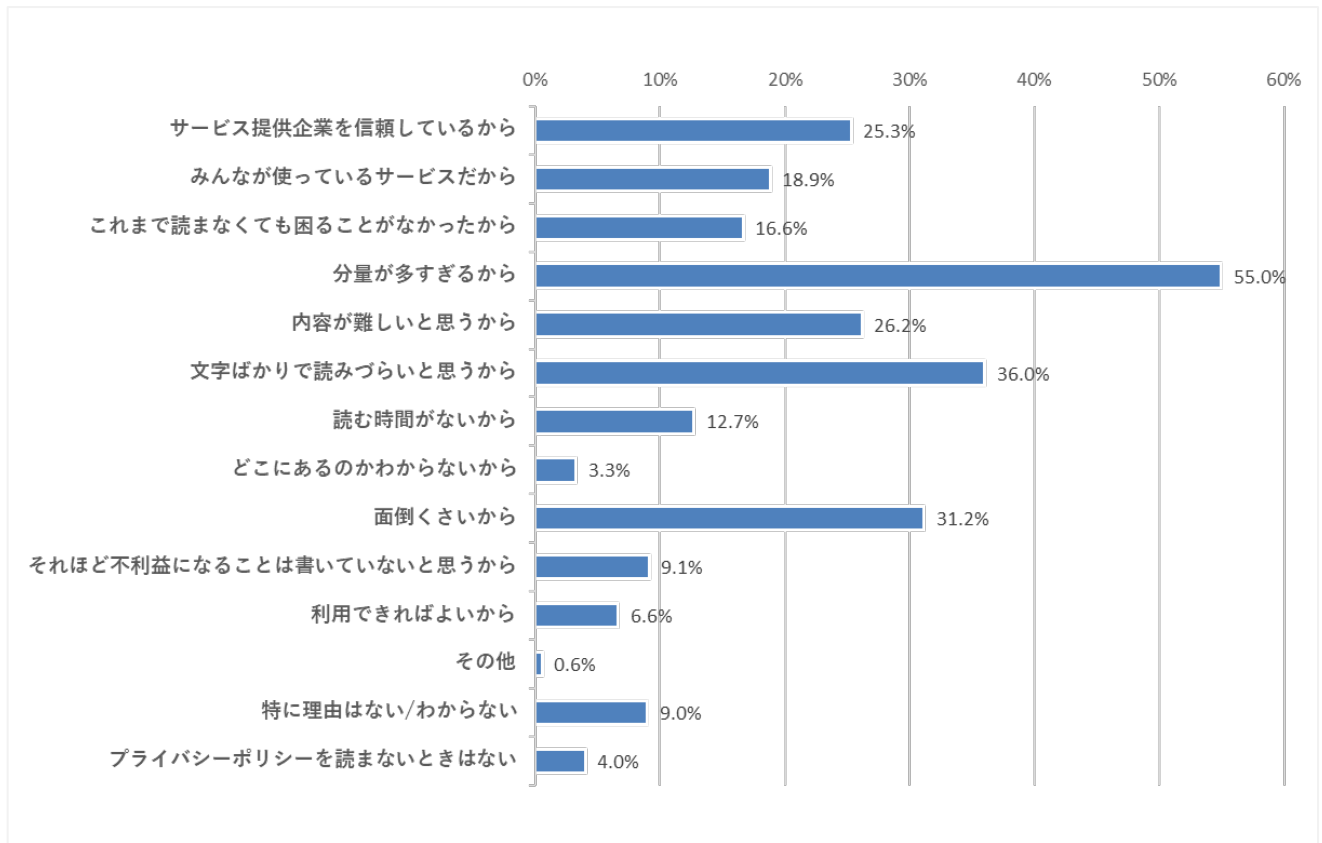


図 5：約款や同意書、プライバシーポリシーなどを読まない理由

■ 本調査について

1. 調査期間：2024年2月26日(月)～2024年2月28日(水)
2. 実施主体：一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）
3. 調査方法：Web アンケート調査
4. 調査対象：日本在住、18歳～79歳、1,449名（男性49.4%、女性50.6%）

■ 本件に関するお問い合わせ

一般財団法人日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）

広報室

[お問い合わせフォーム](#)