

ChatGPTなど生成AIに関する日本における意識調査

GfK Japan（東京：中野区）は、ChatGPTなど生成AIに関する意識調査を2023年8月に日本で実施し、東南アジア諸国*で23年に行った同調査と比較したGfKのアナリストによる分析結果を発表した。

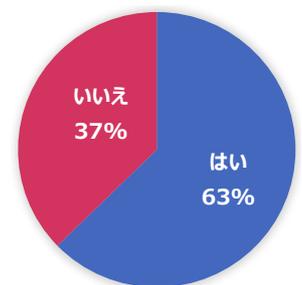
【概要】

- ・日本の消費者のChatGPTの認知度は63%で、東南アジア6カ国の74%と比べて低かった。
- ・日本ではフルタイム勤務者の61%がChatGPTを使用した経験が無く、ビジネス目的でも東南アジア6カ国では30%が利用経験があるが、日本では17%と限定的であった。
- ・AI利用に対して生産性向上など業務上のメリットを感じている日本のフルタイム勤務者は5割近くいる。

【ChatGPTに対する日本と東南アジア諸国での意識の違い】

昨年11月のリリース以来、OpenAIのChatGPTはビジネスや教育・学習場面での活用など、日本や東南アジアにおいても利用の機会が増えている。アジア諸国で調査を行っているGfK APAC MCIダイレクター、Ravi Aryaは日本と東南アジアでのChatGPTに対する意識の違いは明確であると言う。「ChatGPTについて『知っている』と答えた日本の消費者が63%（図1）であるのに対し、東南アジアの消費者は同74%と認知度に顕著な差が見られた」とし、さらに「日本ではフルタイム勤務者の61%がChatGPTを利用した経験がなく、東南アジアと倍近い開きが見られた。ビジネス目的での利用も、東南アジアの30%に対し、日本ではわずか17%（図2）という調査結果が出ている。」と説明している。

図1. 日本におけるChatGPTの認知度



【AIに関する日本での意識】

「日本の企業ではAIを最大限に活用する方法を継続して模索しており、効率化や販促に有効であることが証明されつつあるが、プライバシーの問題も懸念されている。企業や政府機関は徐々にChatGPTを導入し、その利点を強調し生産性を向上させながら、並行して安全性の問題にも取り組んでいる。このような背景から、日本のフルタイム勤務者のAIに対する意識（図3）は、約46%が仕事の生産性向上にAIが役立つと考え、約41%がより生産性を高めるために新しいスキルを学ばざるを得ないと感じている。」と日本においても徐々にAIの利点や導入の必要性といった意識が広がりつつある状況についてもAryaは説明している。

図2. ChatGPTの利用目的
(フルタイム勤務者)

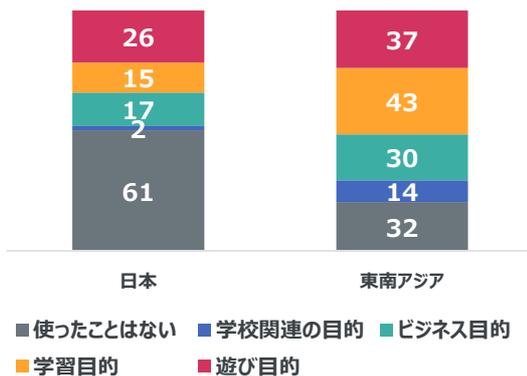
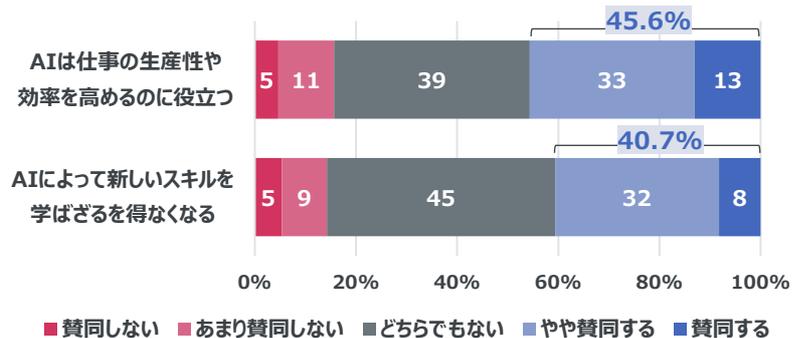


図3. AIに対する考え方
(日本のフルタイム勤務者)



「ChatGPTをはじめとした生成AIに関する意識調査」概要

- 調査期間： 2023年8/28（月）～8/31（木）
 - 調査対象： 日本国内在住の一般消費者1,212名
 - 調査方法： Web調査
 - 回答者属性： 男女16-99歳
 - 調査内容： ChatGPTをはじめとした生成AIに対する、認知と利用経験、活用意向、イメージなど
- *東南アジア：タイ、マレーシア、シンガポール、ベトナム、フィリピン、台湾の6カ国
調査結果の詳細に関するお問合せは下記までご連絡ください。