

2026年度 新入社員の 会社生活意識調査

生成AI
活用意識
編



学校法人産業能率大学 総合研究所（所在地：東京都世田谷区、以下「本学」）は、2026年度入社の新入社員を対象に、生成AIに対する意識についてアンケートを実施し、「2026年度 新入社員の会社生活意識調査 生成AI活用意識 編」としてまとめました。

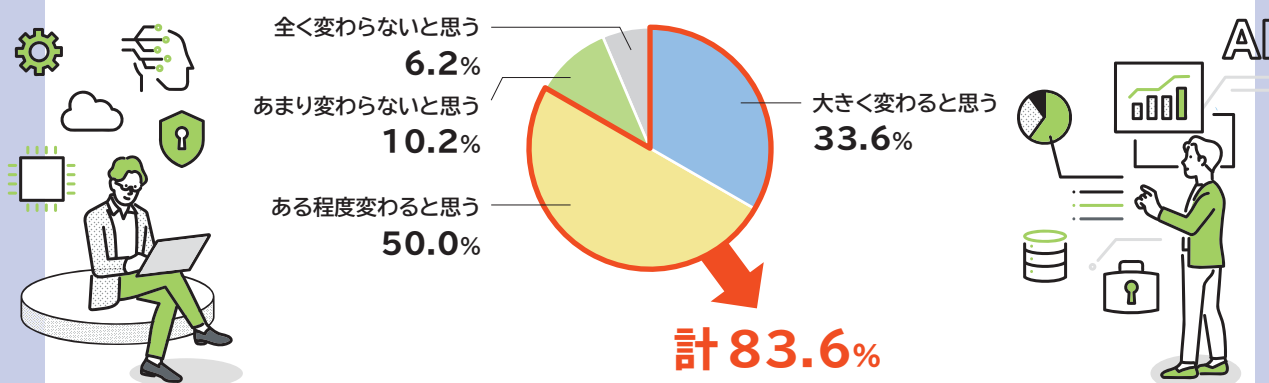
本学では、1990年度から新入社員を対象とした調査を毎年実施しており、新入社員調査として今回で37回目にあたります。従来は、本学が実施する新入社員研修の受講者を対象としていましたが、2026年度は、調査会社モニターを対象とするインターネット調査により実施しました。なお、過年度調査（2025年度以前の「新入社員の会社生活調査」）とは、調査対象者および調査方法が異なるため、結果についての経年比較は行っていません。

本調査は、2026年4月3日から4月9日まで実施し、500人から回答を得ました。

PICKUP DATA

生成AIの普及により、仕事の進め方や業務のあり方はどの程度変わる？

「ある程度変わると思う」…………… **50.0%**
 「大きく変わると思う」…………… **33.6%**



生成AIの普及により、仕事の進め方や業務のあり方はどの程度変わると思うか（問3・単数回答）を尋ねたところ、「ある程度変わると思う」が半数の50.0%を占めました。続いて「大きく変わると思う」が33.6%で、この両選択肢を合わせると83.6%が“変わる”と回答しました。

一方、「あまり変わらないと思う」は10.2%、「全く

変わらないと思う」は6.2%で、変化を見込まない回答は合わせて16.4%でした。

入社時点で何らかの場面において生成AIを活用した経験がある新入社員が83.2%を占めていること（問1）からも、生成AIはすでに身近に活用されるだけでなく、今後の仕事の進め方や業務のあり方にも影響をもたらすものとして捉えられていることがうかがえます。

お問い合わせ先

学校法人産業能率大学 総合研究所 マーケティングセンター

〒158-8630 東京都世田谷区等々力6-39-15

電話：03-5758-5117 Mail: sanno_souken@hj.sanno.ac.jp



学校法人 産業能率大学 総合研究所

目 次

● PICKUP DATA	表1
● 調査概要	P.2
● 総 括	P.3
● 調査内容解説	P.4～P.7
● 寄 稿	P.8～P.9
● データ集	P.10～P.12

調査概要

1. 調査対象	2026年度入社の新入社員
2. 調査時期	2026年4月3日～4月9日
3. 調査方法	調査会社モニターを用いたインターネット調査 ^(注)
4. 有効回答	500人 (男性253人・50.6%/女性247人・49.4%)

5. 所属企業プロフィール	従業員数	1,000人以上	150人 (30.0%)
		300人以上 1,000人未満	105人 (21.0%)
		100人以上 300人未満	131人 (26.2%)
		30人以上 100人未満	84人 (16.8%)
		29人未満	30人 (6.0%)
		500人	100%

企業所在地	北海道	22人 (4.4%)
	東 北	26人 (5.2%)
	関 東	207人 (41.4%)
	中 部	78人 (15.6%)
	近 畿	78人 (15.6%)
	中 国	23人 (4.6%)
	四 国	14人 (2.8%)
	九州・沖縄	52人 (10.4%)
	500人	100%

(注) 本調査では、性別および地域構成に著しい偏りが生じないよう、厚生労働省「雇用動向調査(令和6年)」を参考に、回収サンプルの割付目安を設定し、その目安に沿って回答を収集した。性別については、新卒で正社員として入職した層に近い区分(一般労働者、期間の定めなし、新規学卒者)の構成比を参考にした。

地域については、新規学卒者の都道府県別入職者数を地域ブロック別に再集計した構成比を参考にした。実際の回収構成は、性別・地域ともに割付目安とおおむね一致しており、割付目安との差はいずれも0.3ポイント程度である。

業 種	鉱業、採石業、砂利採取業	4人 (0.8%)
	建設業	33人 (6.6%)
	製造業	70人 (14.0%)
	電気・ガス・熱供給・水道業	24人 (4.8%)
	情報通信業	46人 (9.2%)
	運輸業、郵便業	17人 (3.4%)
	卸売業、小売業	42人 (8.4%)
	金融業、保険業	19人 (3.8%)
	不動産業、物品賃貸業	20人 (4.0%)
	学術研究、専門・技術サービス業	11人 (2.2%)
	宿泊業、飲食サービス業	22人 (4.4%)
	生活関連サービス業、娯楽業	9人 (1.8%)
	教育、学習支援業	19人 (3.8%)
	医療、福祉	68人 (13.6%)
	複合サービス事業	19人 (3.8%)
	サービス業(他に分類されないもの)	40人 (8.0%)
	公務(官公庁・自治体など)	25人 (5.0%)
	その他	12人 (2.4%)
	500人	100%



2022年末以降、生成AIは急速に社会へ普及し、さまざまな場面で活用されるようになりました。本年度の新入社員は、生成AIが一般に広まり始めた時期に学生生活を送り、生成AIが身近な存在となりつつある中で社会人になった世代です。

企業においても、生成AIを業務に活用する動きがみられ、業務の効率化や仕事の進め方にどのような変化をもたらすのか、関心が高まっています。

こうした背景を踏まえ、新入社員がこれまで生成AIをどのように活用してきたのか、また、仕事において今後どのように活用していきたいと考えているのかを調査し、「2026年度 新入社員の会社生活意識調査 生成AI活用意識 編」としてまとめました。

これまでに生成AIをどのような場面で活用したかを尋ねると、「文章作成」が34.2%で最も高く、次いで「日常の相談相手」が32.4%、「検索や情報収集」が32.2%でした。このほか、「学習や研究」28.6%、「就職活動」27.2%などが挙げられ、何らかの場面で生成AIを活用したことがある新入社員は83.2%でした（問1）。

仕事での生成AI活用については、「業務の効率化や作業の削減のために活用したい」が36.0%、「積極的に活用して新しい価値を生み出したい」が26.8%で、両者を合わせると62.8%でした（問2）。

また、生成AIの普及による仕事の進め方や業務のあり方の変化については、「大きく変わらと思う」が33.6%、「ある程度変わらと思う」が50.0%で、合わせて83.6%が変化を見込んでいます（問3）。

生成AIが出力する情報への信頼度は、「41～60%程度」が33.0%で最も高く、次いで「21～40%程度」が27.0%でした。「0%（全く信頼できない）」から「21～40%程度」までを合計した割合は36.0%、「61～80%程度」から「100%（完全に信頼できる）」までを合計した割合は31.0%でした。「41～60%程度」を選ぶ人が最も多い一方、低い信頼度と高い信頼度にも回答が分かれています（問4）。

将来、生成AIの発展により自分の仕事が減ったり、代替されたりする可能性については、「強い不安を感じている」が12.8%、「やや不安を感じている」が46.4%で、合わせて59.2%でした。生成AIによる仕事の変化を見込む回答が多い一方で、自分の仕事への影響に不安を感じる新入社員も約6割を占めています（問5）。

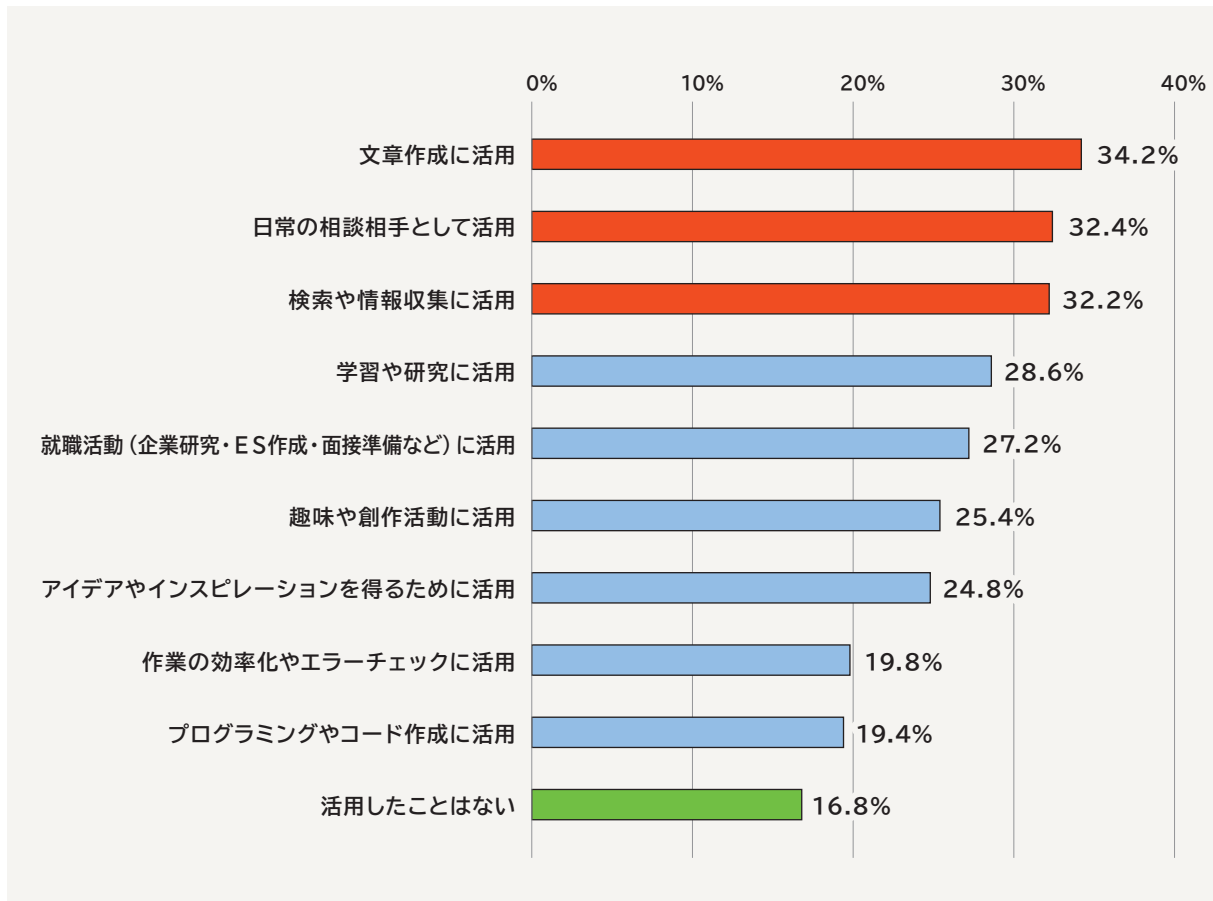
これらの結果から、本年度の新入社員の多くが、すでに生成AIを何らかの場面で活用した経験を持っていることがわかります。また、仕事での活用に前向きな回答がみられる一方、自分の仕事への影響に対する不安もみられました。生成AIが出力する情報への信頼度については評価が分かれており、新入社員の生成AIに対する意識は様々ではないことがうかがえます。



調査内容解説

生成AIを活用した場面は？

「文章作成に活用」 **34.2%**
「日常の相談に活用」 **32.4%**
「検索や情報収集に活用」 **32.2%**
「活用したことはない」 **16.8%**



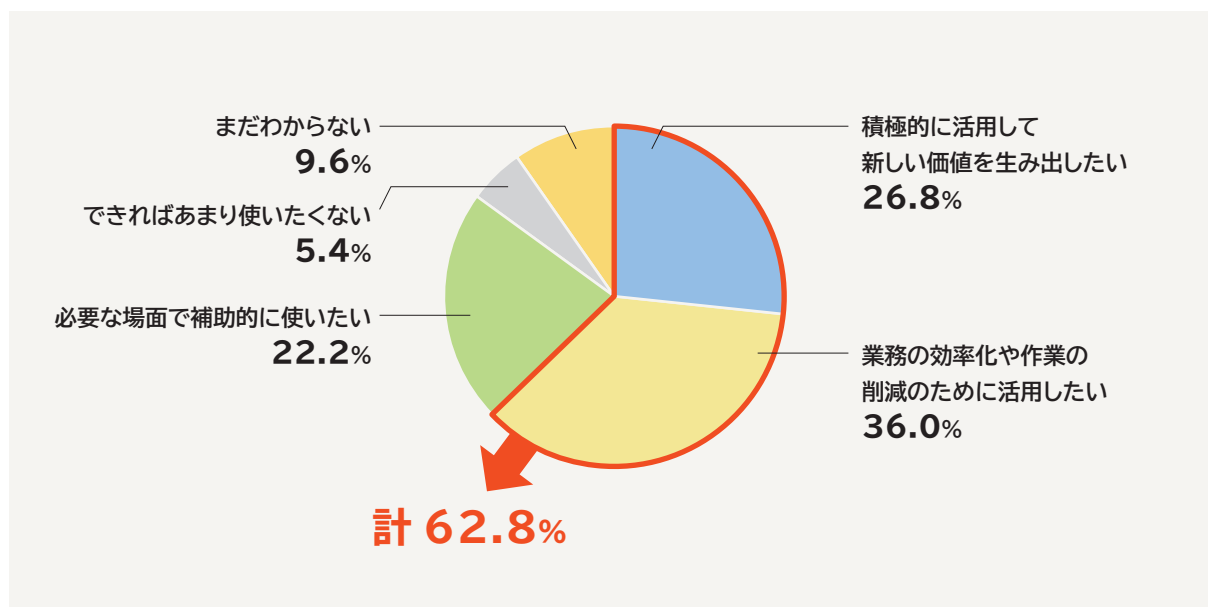
2026年度の新入社員を対象に、生成AIをどのような場面で活用したか（問1・複数回答）を尋ねた結果、最も多く選ばれたのは「文章作成に活用」の34.2%で、次いで「日常の相談相手として活用」32.4%、「検索や情報収集に活用」32.2%でした。

一方、「活用したことはない」は16.8%で、入社時点で何らかの場面で生成AIを活用したことがある新入社員は83.2%でした。

生成AIは、文章作成や相談、情報収集など、幅広い用途で活用されていることがわかります。

仕事で生成AIを活用するのに最も近い考えは？

「業務の効率化や作業の削減」 **36.0%**
「積極的に活用し新しい価値を生み出したい」 **26.8%**



仕事で生成AIを活用することについて、自身の考えに最も近いものを尋ねました（問2・単数回答）。その結果、「業務の効率化や作業の削減のために活用したい」が36.0%で最も高く、次いで「積極的に活用して新しい価値を生み出したい」が26.8%でした。両者を合わせると62.8%でした。

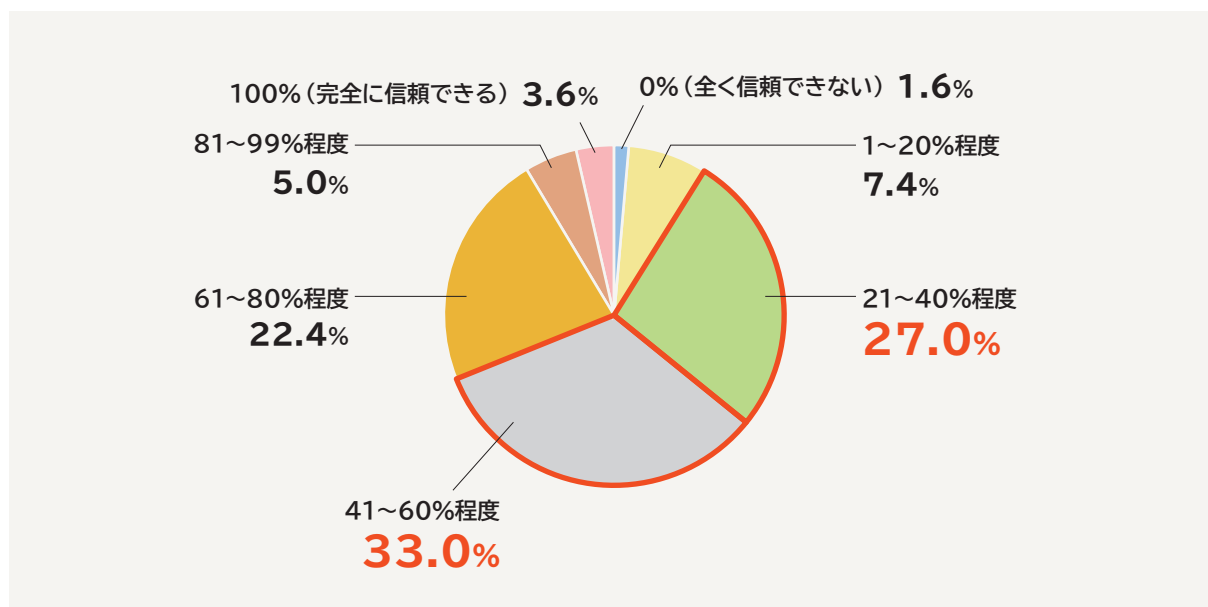
また、「必要な場面で補助的に使いたい」は22.2%、「できればあまり使いたくない」は5.4%、「まだわからない」は9.6%でした。

積極的な活用や業務の効率化を志向する回答が6割を超える一方、必要な場面で補助的に活用したいという回答も2割を超えており、仕事における生成AIの活用に対する姿勢には違いがみられます。

生成AIが出力する情報はどの程度信頼できる？

「41～60%程度」 **33.0%**

「21～40%程度」 **27.0%**



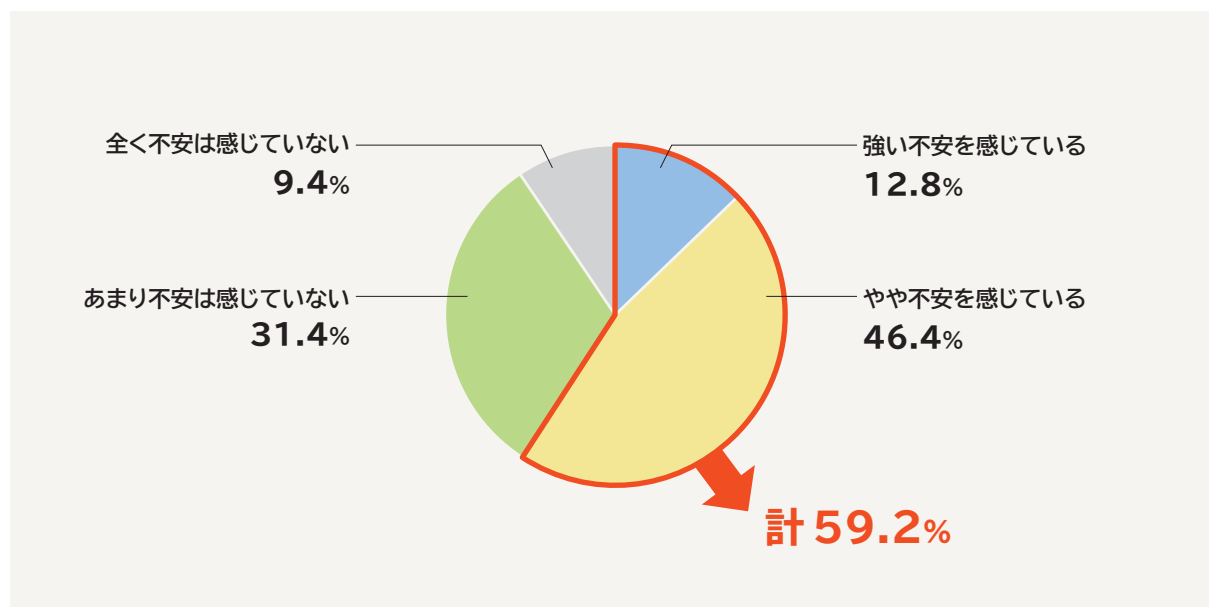
生成AIが出力する情報について、どの程度信頼できているかを尋ねました（問4・単数回答）。その結果、「41～60%程度」が33.0%で最も高く、次いで「21～40%程度」が27.0%、「61～80%程度」が22.4%でした。

また、「81～99%程度」は5.0%、完全に信頼できるとする「100%」は3.6%でした。一方、「1～20%程度」は7.4%、全く信頼できないとする「0%」は1.6%でした。

「0%」から「21～40%程度」までを合わせると36.0%、「61～80%程度」から「100%」までを合わせると31.0%でした。「41～60%程度」が最も多く選ばれたものの、生成AIが出力する情報への信頼度については、評価が分かれています。

生成AIの発展により仕事が減る、 代替される可能性については？

“不安を感じている” **計 59.2%**



将来、生成AIの発展によって自分の仕事が減ったり、代替されたりする可能性について、どのように感じているかを尋ねました（問5・単数回答）。その結果、「強い不安を感じている」が12.8%、「やや不安を感じている」が46.4%で、両者を合わせると59.2%でした。

一方、「あまり不安を感じていない」は31.4%、「全く不安を感じていない」は9.4%で、両者を合わせると40.8%でした。

生成AIによる自分の仕事への影響に不安を感じている新入社員が約6割を占める一方、不安を感じていない回答は約4割で、受け止め方に違いがみられます。



学校法人産業能率大学
経営管理研究所 マネジメント研究センター 主任研究員
産業能率大学 経営学部 兼任教員

古庄 裕 Yutaka Furusho

コンサルティングファームを経て、学校法人産業能率大学に入職。現在は、研修講師として新規事業・サービス立案、デザイン思考、マーケティングなどの研修を主に担当している。あわせて大学教員として、経営やマーケティングの授業、ゼミを受け持ち、大学生の育成にも携わっている。主な研究領域は、マーケティング、イノベーション、新規事業立案、新製品開発など。

生成AI時代の新入社員育成「答え」より「問い」を育てることの重要性

2026年度の新入社員を対象とした生成AI活用意識調査からは、生成AIがすでに新入社員にとって身近な存在になっていることがうかがえます。何らかの場面で生成AIを活用した経験がある人は83.2%にのぼり、活用場面としては「文章作成」34.2%、「日常の相談相手」32.4%、「検索や情報収集」32.2%が上位でした。学生生活の延長線上で生成AIに触れてきた人材が、いま企業に入社してきていると捉えるべきでしょう。筆者も学生と接する中で、まずはAIに聞いてみるという学生は多く見受けられます。

仕事での活用意向を見ても、「業務の効率化や作業の削減のために活用したい」が36.0%、「積極的に活用して新しい価値を生み出したい」が26.8%で、合わせて62.8%が前向きな姿勢を示しています。また、83.6%が生成AIの普及によって仕事の進め方や業務のあり方は変わると見ています。新入社員自身が、生成AIを一時的な流行ではなく、働き方を変える存在として認識していることがわかります。

昨今、企業は既存事業の強化（知の深化）と新規事業の探索（知の探索）という『両利きの経営』が求められています。AIによりこの両輪が加速すると解釈できる内容かもしれません。

一方で、楽観一色ではありません。生成AIが出力する情報の信頼度は「41～60%程度」が33.0%で最も多く、評価は一方向に固まっています。さらに、将来、生成AIの発展によって自分の仕事が減ったり代替されたりすることに不安を感じる人は59.2%に達しました。つまり、新入社員は生成AIの利便性を感じながらも、その出力を無条件に信じているわけではなく、自身の仕事との関係に不安も抱えています。



この結果を人事・育成の観点から見ると、今後の新入社員教育で重視すべきなのは、「AIを使えるようにすること」だけではないように思います。既にある程度のAIスキルを持った人材が入社してくることを考えると、生成AIに何を聞くのか、何を明らかにしたいのか、どのような前提で考えるのかといった「問いを立てる力」を育てることが重要になるのではないのでしょうか。

生成AIは、与えられた問いに対して素早く答えを返します。しかし、問いが曖昧であれば、返ってくる答えも曖昧になります。逆に、目的や条件が整理された問いであれば、生成AIは思考を深め、業務の質を高める有効な支援ツールになります。

これからの職場では、正解を早く出す力だけでは差別化しにくくなります。なぜその業務を行うのか、誰のための成果なのか、何を優先すべきか、どこにリスクがあるのかを考え、問いとして言語化できる人材が価値を持ちます。たとえば資料作成ひとつを取っても、「資料を作る」という作業指示ではなく、「誰に何を理解してもらうための資料なのか」と問い直せるかどうかで、AIの使い方も成果物の質も大きく変わります。

人事・育成担当者に求められるのは、生成AIの操作方法だけを教えることではありません。業務の目的を整理する力、前提を疑う力、答えを鵜呑みにせず検証する力、そしてよりよい問いへと掘り下げる力を育成の中に組み込むことです。生成AI時代の人材育成とは、AI活用研修を増やすことそのものではなく、「問いを立てる力」を軸に仕事の質を高める教育へ転換することではないのでしょうか。

生成AIの普及によって、答えにたどり着くハードルは確実に下がりました。だからこそ、企業の育成施策で問われるのは、答えを出す訓練以上に、良質な問いを立てる訓練です。新入社員を、AIに使われる人材ではなく、AIを使いこなしながら価値を生み出す人材へ育てられるかどうか。その鍵は、「何を問うか」を育てることにあります。



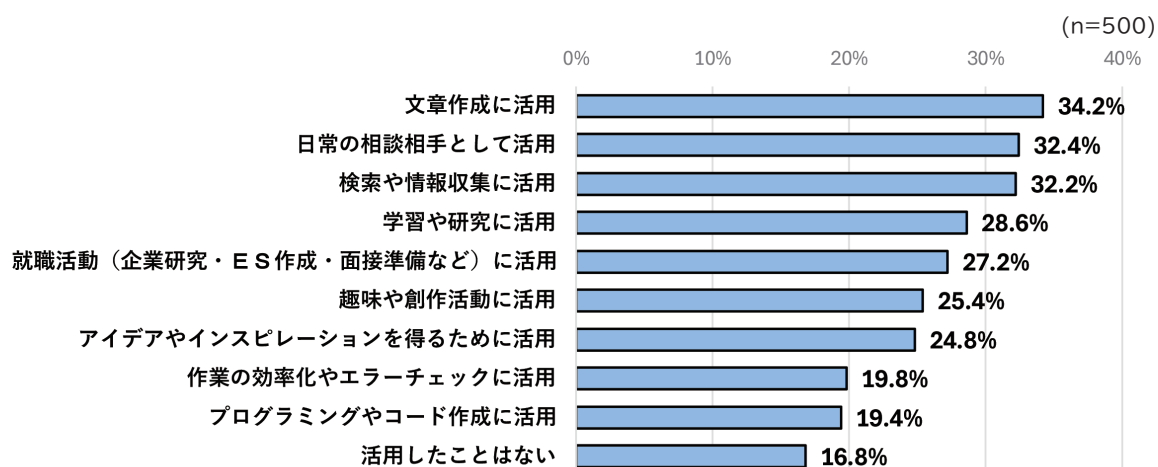
2026年度 新入社員の
会社生活意識調査

生成AI
活用意識
編

データ集

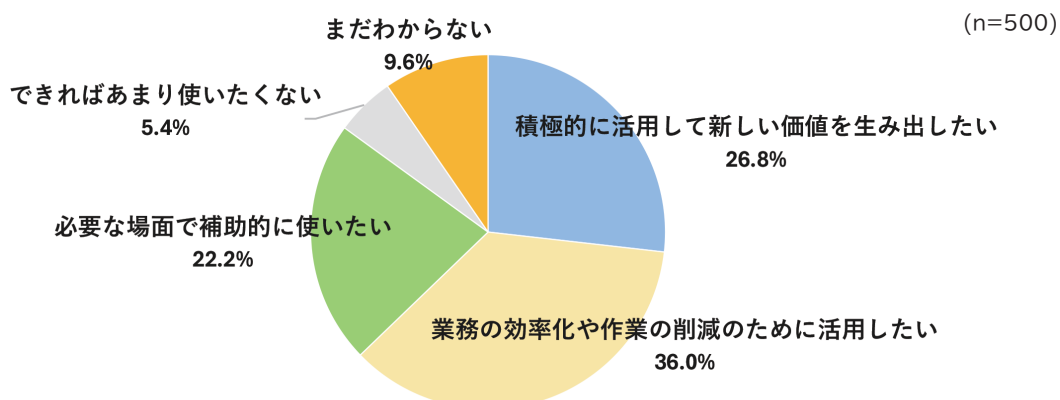
問 1

あなたは、これまでに生成AIをどのような場面で活用したことがありますか？（複数回答）



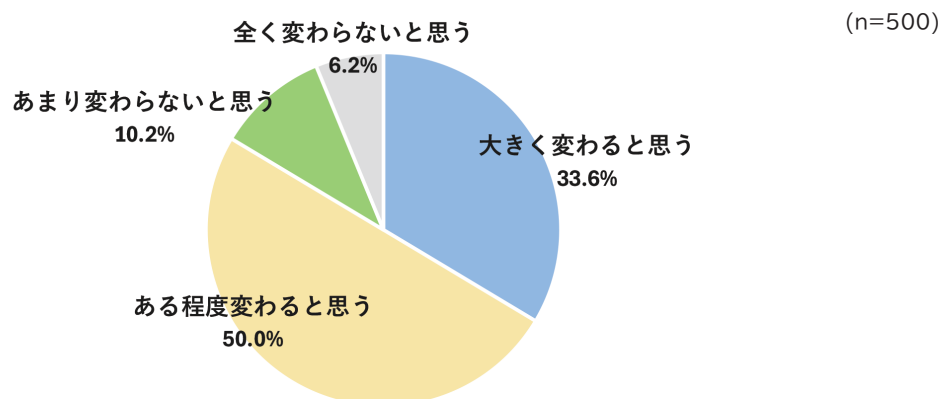
問 2

仕事で生成AIを活用することについて、あなたの考えに最も近いものはどれですか？（1つ選択）



問 3

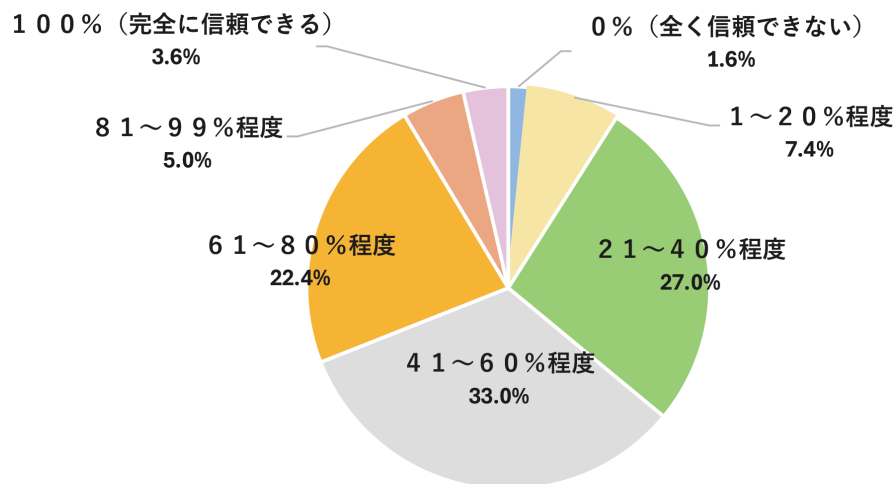
生成AIの普及により、仕事の進め方や業務のあり方はどの程度変わるとお考えですか？（1つ選択）



問 4

生成AIが出力する情報について、どの程度信頼できると感じていますか？（1つ選択）

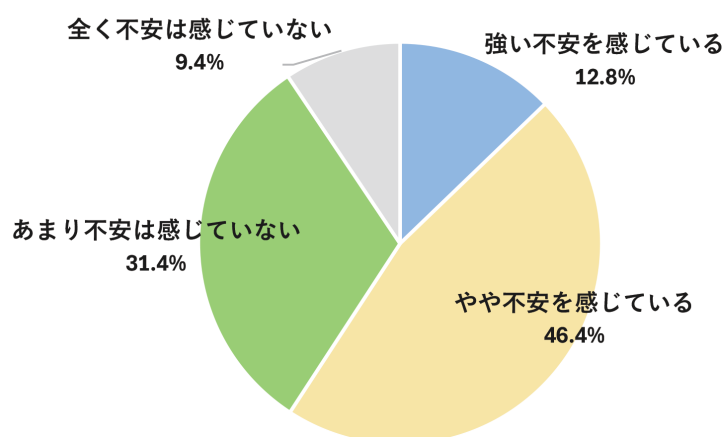
(n=500)



問 5

将来、生成AIの発展によって自分の仕事が減ったり、代替されたりする可能性について、どのように感じていますか？（1つ選択）

(n=500)



2026年度 新入社員の
会社生活意識調査

生成AI
活用意識
編

2026年8月

学校法人産業能率大学

〒158-8630 東京都世田谷区等々力6-39-15

TEL: 03-5758-5117

(総合研究所 マーケティングセンター)