

電通総研、「クオリティ・オブ・ソサエティ指標 2026」の調査結果を発表

－ AI 利用の広がりに伴う意識変化に注目 －

テクノロジーで企業と社会の進化を実現する株式会社電通総研(本社:東京都港区、代表取締役社長:岩本 浩久、以下「電通総研」)は、2026 年 10 月 19 日(月)、「[クオリティ・オブ・ソサエティ指標 2026](#)」の結果と主なファインディングスを発表します。

電通総研のシンクタンク組織である、ヒューマノロジー創発本部 Quality of Society センター(以下「QoS センター」)は、クオリティ・オブ・ソサエティをテーマに、「人々の意識の変化がどのような社会を形づくっていくのか」を捉えるための定量調査「クオリティ・オブ・ソサエティ指標」を 2019 年以来、毎年実施しています。

■ 「クオリティ・オブ・ソサエティ指標 2026」調査の背景

本調査は、主に 2 つの項目群から構成されます。1 つは「社会の質」に対する人々の現在の認識と選好される社会の方向性を探るための項目群、もう 1 つは「個人」「家族・コミュニティ」「社会」の視点から、人々の考える社会の現在地を捉えるための項目群です。

毎年「クオリティ・オブ・ソサエティ指標」で尋ねている時系列項目に加え、AI 活用の程度、AI エージェントの受容度を新たに尋ねました。また、昨今改めて日本文化への関心が高まっている様子が見えことから、日本らしい文化として魅力的と感じるものについても尋ね、「[クオリティ・オブ・ソサエティ指標 2023](#)」の結果と比較しました。

【「クオリティ・オブ・ソサエティ指標 2026」－ 主なファインディングス －】

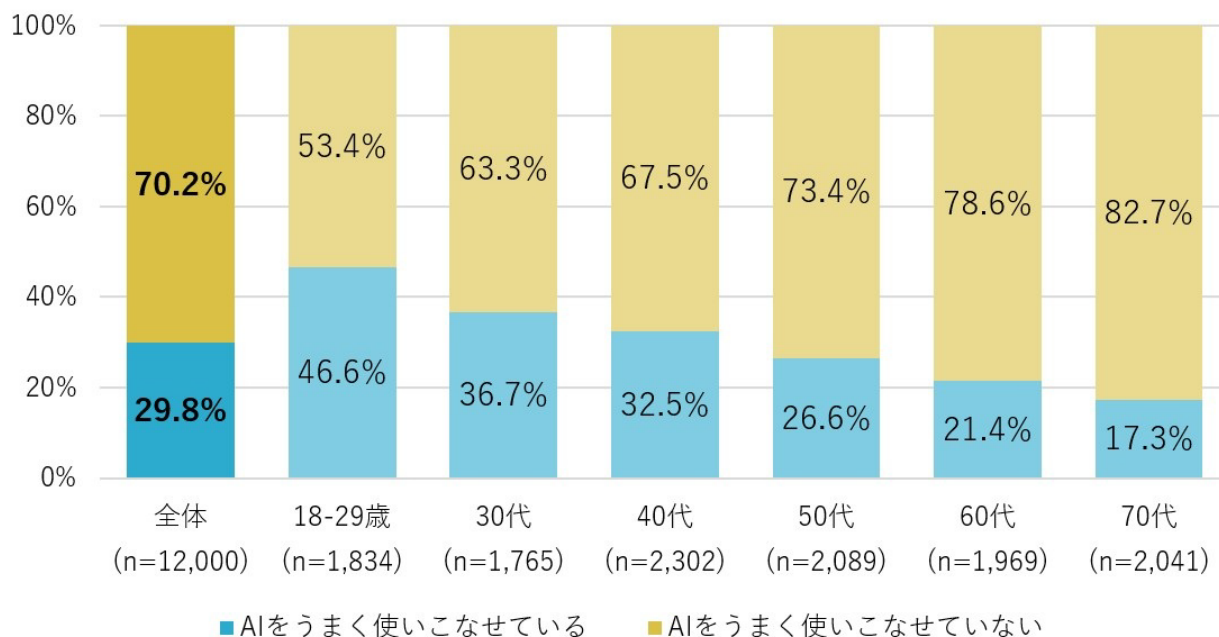
1. 「AI をうまく使いこなせている」と認識しているのは約 3 割。若年層ほど使いこなせていると回答
2. 「AI をうまく使いこなせている」と回答した人の方が、日常生活における利用場面を想定した際の AI エージェント使用の受容度が高い
3. AI やロボットに自分の仕事を奪われる不安を、働いている人の 3 割程度が感じている。昨年は若年層において不安を感じる人が多かったが、今年は 40 代以上で増加して年代差が縮小
4. 日本らしい文化として魅力的と感じるもの、1 位は「食文化」。
「浮世絵・日本画」「相撲」「盆栽」を日本らしい文化として魅力的と感じる人が、2023 年比で 10 ポイント以上増加

※以下、グラフ内の各割合は全体に占める回答者の実数に基づき算出し四捨五入で表記しています。また、各割合を合算した回答者割合も、全体に占める合算部分の回答者の実数に基づき算出し四捨五入で表記しているため、各割合の単純合算数値と必ずしも一致しない場合があります。

1. 「AIをうまく使いこなせている」と認識しているのは約3割。若年層ほど使いこなせていると回答。

テクノロジーに関する考えとして「自分は、AI(人工知能)をうまく使いこなせていると思うか」について尋ねたところ、「AIをうまく使いこなせている」という回答は全体の約3割(29.8%)であった。年代別では、若年層ほどAIをうまく使いこなせていると回答した割合が高いが、もっとも高い18-29歳でも半数には届いていない(46.6%)。この結果から、対話型生成AIが身近になってきたが、まだ多くの人はAIの活用では試行錯誤の段階にあると考えられる。

AIをうまく使いこなせているか

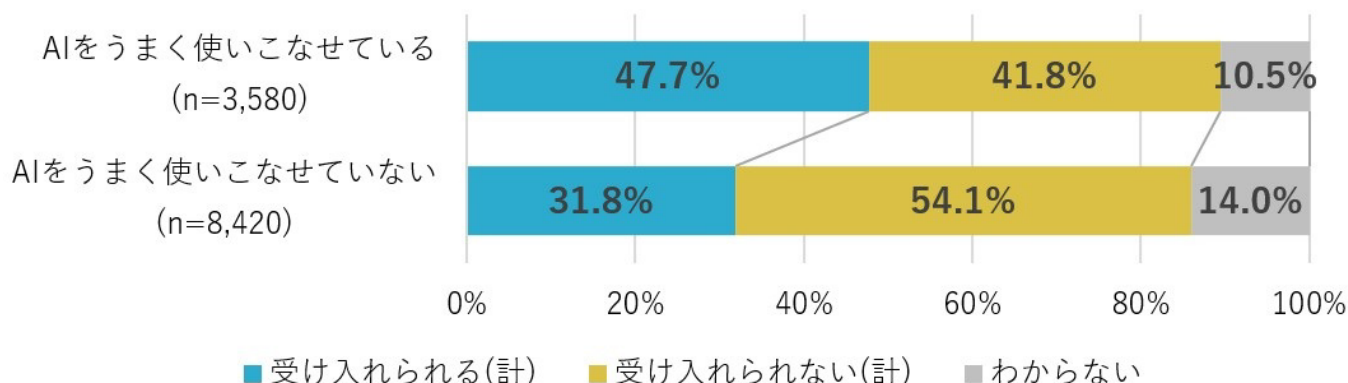


2. 「AIをうまく使いこなせている」と回答した人の方が、日常生活における利用場面を想定した際のAIエージェント使用の受容度が高い。

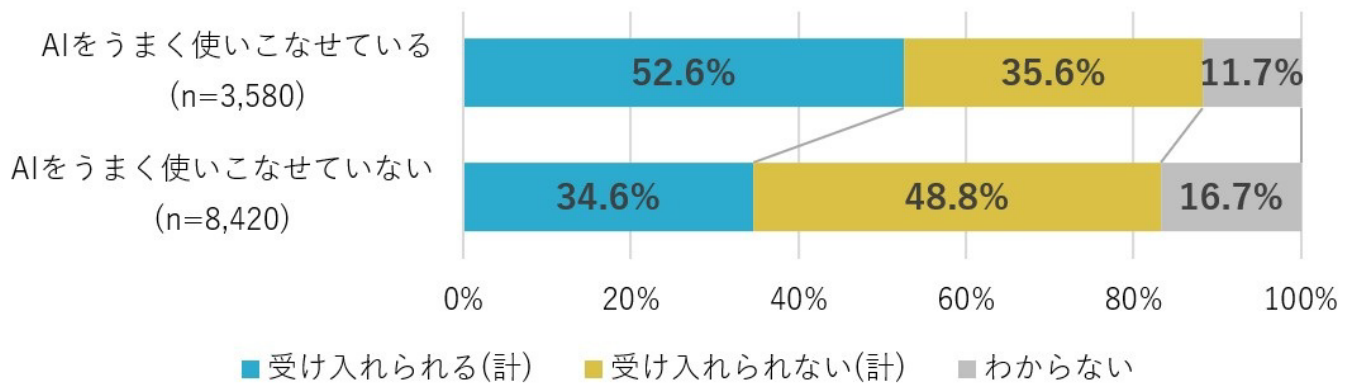
AIエージェント(AIを使った自動支援サービス)を、日常生活で利用する可能性がある場面として、「資産運用などお金の管理」「趣味が合う友人や恋人と出会うきっかけづくり」「レストランや旅行の予約など余暇の計画」を挙げ、AIエージェントにそれぞれ任せることを受け入れられるか、その受容度を尋ねた。

別の質問の「AIをうまく使いこなせている」「AIをうまく使いこなせていない」の回答者別で比較したところ、「AIをうまく使いこなせている」と回答した人の方が、3つの場面全てで「受け入れられる(計)」の割合が高い傾向が見られた。

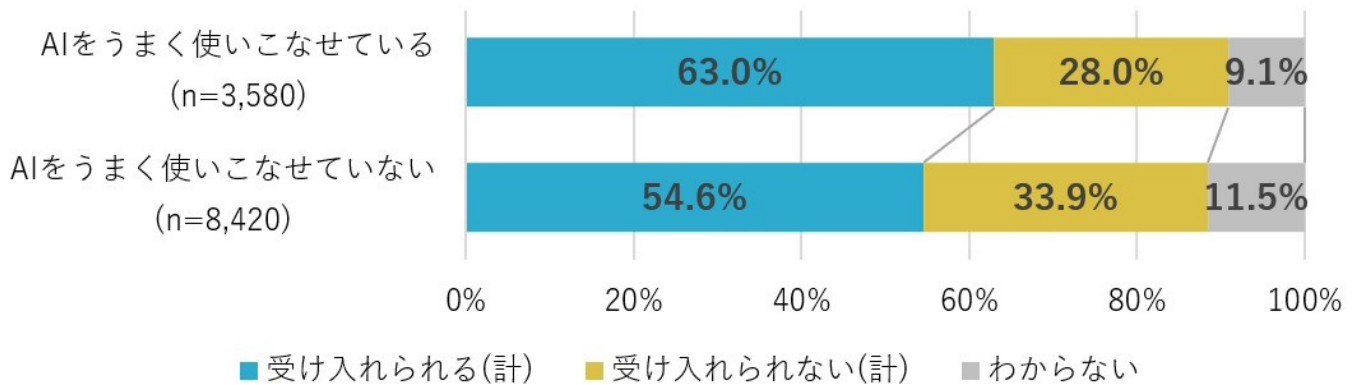
AIエージェントに資産運用などお金の管理を任せること



AIエージェントに興味合う友人や恋人と出会うきっかけづくりを任せること



AIエージェントにレストランや旅行の予約など余暇の計画を任せること

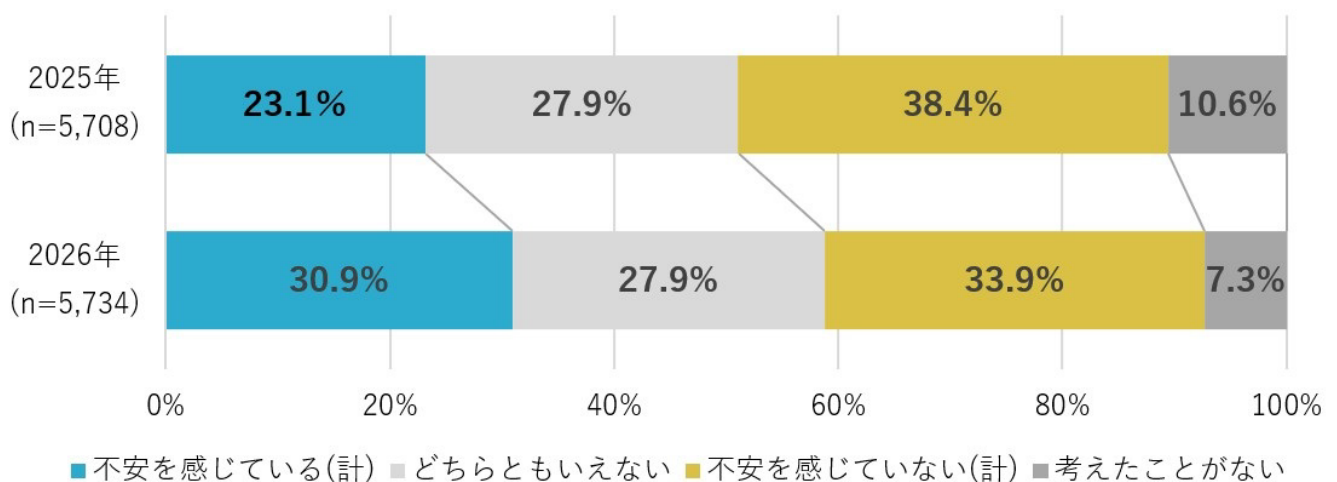


3. 働いている人の3割程度がAIやロボットに自分の仕事を奪われる不安を感じている。

昨年は若年層のほうで不安を感じる人が多かったが、今年は40代以上で増加して年代差が縮小。

現在働いている人(就労者:2026年はn=5,734、2025年はn=5,708)を対象に、AIやロボットなどのデジタル化が進むことによって、自分の仕事を奪われる不安を感じているか尋ねたところ、「不安を感じている(計)」は昨年から7.8ポイント増加し、30.9%となった。

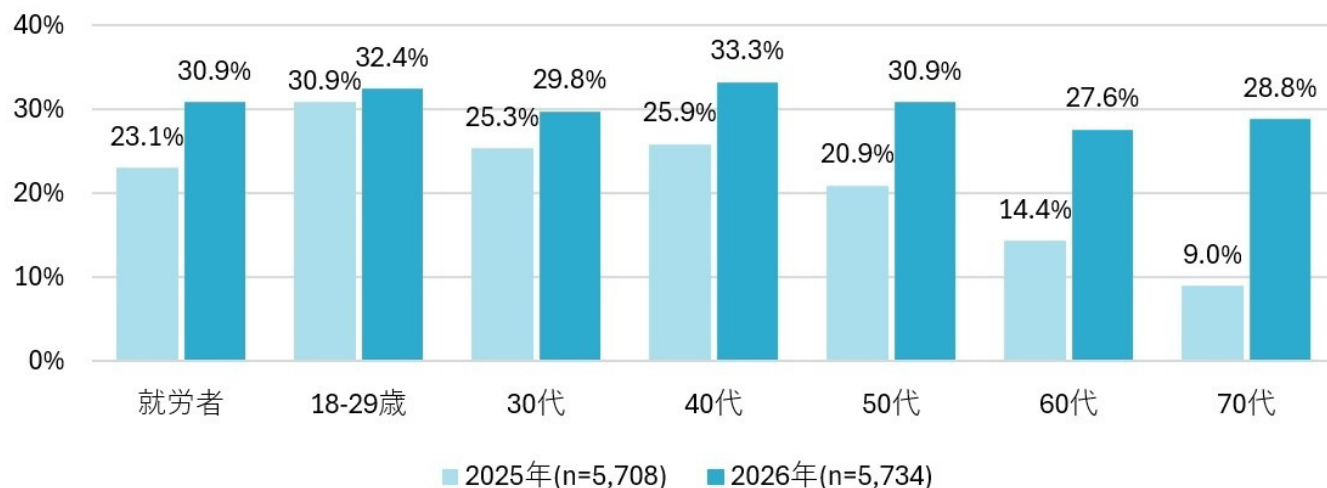
AIやロボットに自分の仕事が奪われる不安



昨年は不安を感じている割合は若年層で高かったが、今年は40代から70代でも不安を感じている割合が増加した結果、全ての年代で3割前後となり、年代差が小さくなった。この一年間で職場におけるAI活用が進んでいるため、広い年代で不安を感じている人が増加したと考えられる。

AIやロボットに自分の仕事が奪われる不安

不安を感じている(計) 年代別



4. 日本らしい文化として魅力的と感じるもの、1位は「食文化」。

「浮世絵・日本画」「相撲」「盆栽」を日本らしい文化として魅力的と感じる人が、2023年比で10ポイント以上増加。

日本らしい文化として魅力的と感じるものを尋ねたところ(複数回答可)、1位は「食文化(郷土料理、特産物なども含む)」54.3%、2位は「自然・風景(四季なども含む)」51.5%、3位は「歴史的建造物・神社仏閣」51.4%となった。上位3項目はいずれも半数を超えており、2023年と順位が同じであった。

日本らしい文化として魅力的と感じるもの(上位10項目)

順位	選択肢	2026年 全体 (n=12,000)	2023年 全体 (n=12,000)	増加ポイント
1	食文化(郷土料理、特産物なども含む)	54.3%	51.0%	3.3
2	自然・風景(四季なども含む)	51.5%	49.9%	1.6
3	歴史的建造物・神社仏閣	51.4%	46.3%	5.1
4	温泉・入浴文化	49.4%	42.1%	7.3
5	着物・和服	48.7%	40.2%	8.5
6	伝統工芸品(織物、陶磁器、漆器、染織品、木工品、和紙など)	45.5%	42.3%	3.2
7	茶道・華道・香道	44.2%	34.5%	9.8
8	アニメ	42.8%	39.1%	3.7
9	年中行事・風習・祭り	42.1%	37.2%	4.9
10	伝統芸能(歌舞伎、能、狂言など)	41.1%	34.3%	6.7

2023 年調査との比較で 10 ポイント以上増加したものは、11 位の「浮世絵・日本画」39.2%(2023 年比+10.2 ポイント)、17 位の「相撲」35.9%(同+13.5 ポイント)、18 位の「盆栽」32.9%(同+11.1 ポイント)の 3 つだった。

日本らしい文化として魅力的と感じるもの（2023年比で10ポイント以上増加した項目）

順位	選択肢	2026年 全体 (n=12,000)	2023年 全体 (n=12,000)	増加ポイント
11	浮世絵・日本画	39.2%	29.0%	10.2
17	相撲	35.9%	22.5%	13.5
18	盆栽	32.9%	21.8%	11.1

■「クオリティ・オブ・ソサエティ指標 2026」概要

- ・調査時期 : 2026 年 6 月 23 日～6 月 30 日
- ・調査方法 : インターネット調査
- ・サンプル数 : 12,000 人(人口構成比に合わせて回収)
- ・対象者 : 18-79 歳の男女 ※高校生を含む
- ・対象地域 : 全国
- ・調査機関 : 電通マクロミルインサイト

・調査データ URL: 以下より、時系列データを含む、本調査のレポートをご覧ください。

https://societe.dentsusoken.com/wp-content/uploads/2026/10/qos_survey_2026.pdf

※本調査(12,000 サンプル)の標本サイズの誤差幅は、信頼区間 95%とし、誤差値が最大となる 50%の回答スコアで計算すると±1.3%となります。

<ご参考資料>

・[電通総研 QoS センター](#)

2025 年 10 月 15 日

[電通総研、「クオリティ・オブ・ソサエティ指標 2025」の調査結果を発表](#)

■電通総研について <https://www.dentsusoken.com>

電通総研は、「HUMANOLOGY for the future～人とテクノロジーで、その先をつくる。～」という企業ビジョンの下、「システムインテグレーション」「コンサルティング」「シンクタンク」という 3 つの機能の連携により、企業・官庁・自治体や生活者を含めた「社会」全体と真摯に向き合い、課題の提言からテクノロジーによる解決までの循環を生み出し、より良い社会への進化を支援・実装することを目指しています。

テクノロジーや業界、企業、地域の枠を超えた「X Innovation(クロスイノベーション)」を推進し、これからも人とテクノロジーの力で未来を切り拓き、新しい価値を創出し続けます。

* 本リリースに記載された会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【本調査に関するお問い合わせ先】

株式会社電通総研 ヒューマノロジー創発本部 Quality of Society センター 中川、増田、齋藤

E-Mail: gsociety@dentsusoken.com

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社電通総研 コーポレートコミュニケーション部 山田

TEL: 03-6713-6100 E-Mail: g-pr@group.dentsusoken.com