



報道関係者各位

【コンテンツビジネス研究所調べ】学生メディア・コンテンツ利用調査2026 -生成AI編- 生成AI継続利用率が1年で約1.5倍、84.5%に 学生生活に欠かせない存在へ 1年は会話、4年は就活と学年で異なる使い方、学年が上がるほど「なくなると困る」と回答

産業能率大学（神奈川県伊勢原市、以下本学）コンテンツビジネス研究所は、在学生を対象に「学生メディア・コンテンツ利用調査 2026」を実施いたしました。本調査は、スマートフォンや SNS の利用状況、動画配信サービスの視聴実態、若者の間で定着する「推し活」事情、さらには音楽やアニメ、ゲームなど多岐にわたるエンターテインメント・コンテンツの嗜好まで、現代学生のメディア接触とコンテンツ消費のリアルな現状を総合的に捉える目的で毎年実施しているものです。

本リリースでは、これら多岐にわたる調査結果の中から、近年急速に学生の生活や学習に浸透している「生成 AI の利用実態」に関するデータを抜粋し、ご報告いたします。

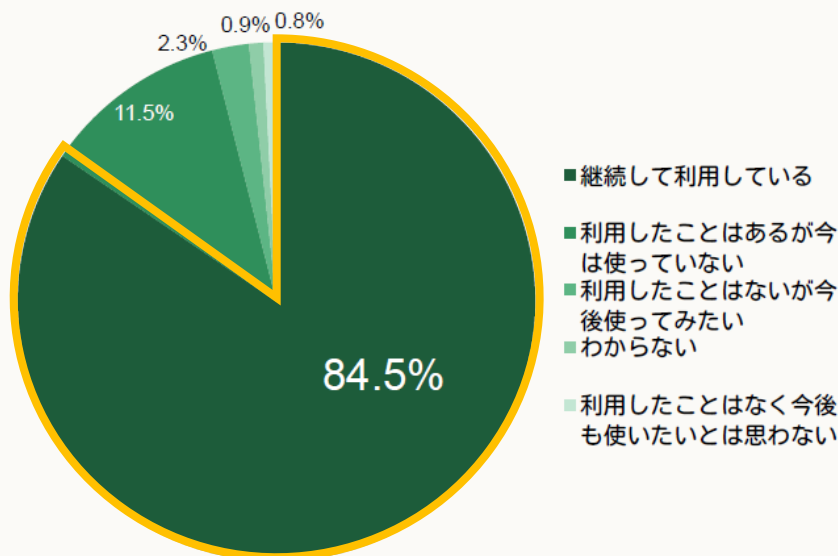
【調査結果ハイライト】

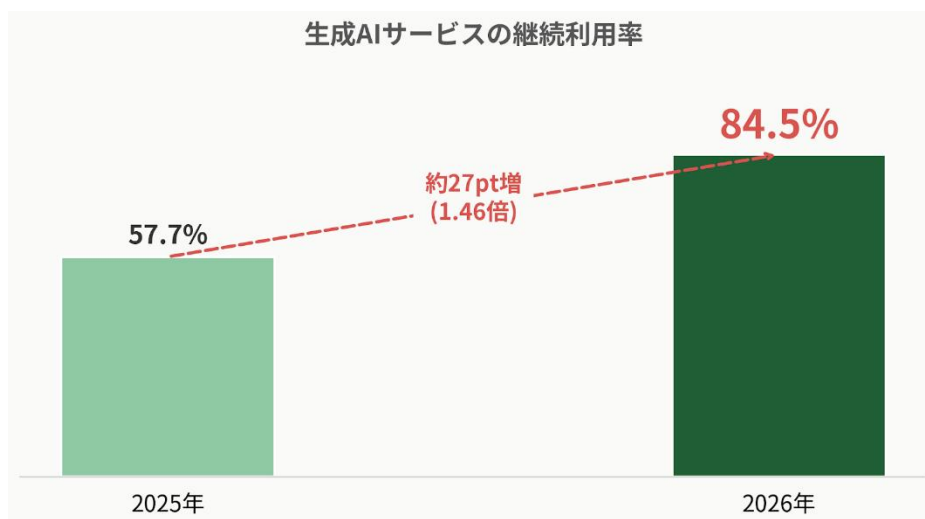
- ・継続利用率は 84.5%。前年（57.7%）から 27 ポイント上昇し、入学時点から AI 利用が当たり前に
- ・利用サービスは「ChatGPT」が 90.4%で圧倒的首位。「Gemini」が 12.3%→49.5%と急伸し多様化
- ・1 年生は「会話・雑談」、4 年生は「就活」での活用が顕著に
- ・8 割以上が使えなくなると困ると回答。学年が上がるほど「非常に困る」割合増加

1. 生成 AI 利用状況：継続利用率は前年の 57.7%から 84.5%へ急成長

生成 AI サービスの利用状況について尋ねたところ、「継続して利用している」と回答した学生が 84.5%に達しました。「利用したことはあるが今は使っていない」（11.5%）を合わせると、96%の学生が生成 AI の利用経験を持っています。学年による利用率の差はほとんど見られず（1 年生 86.7%～4 年生 84.6%）、大学入学時点からすでに生成 AI の利用が当たり前となっている現状が浮き彫りになりました。

生成AIサービスの利用状況（全体）





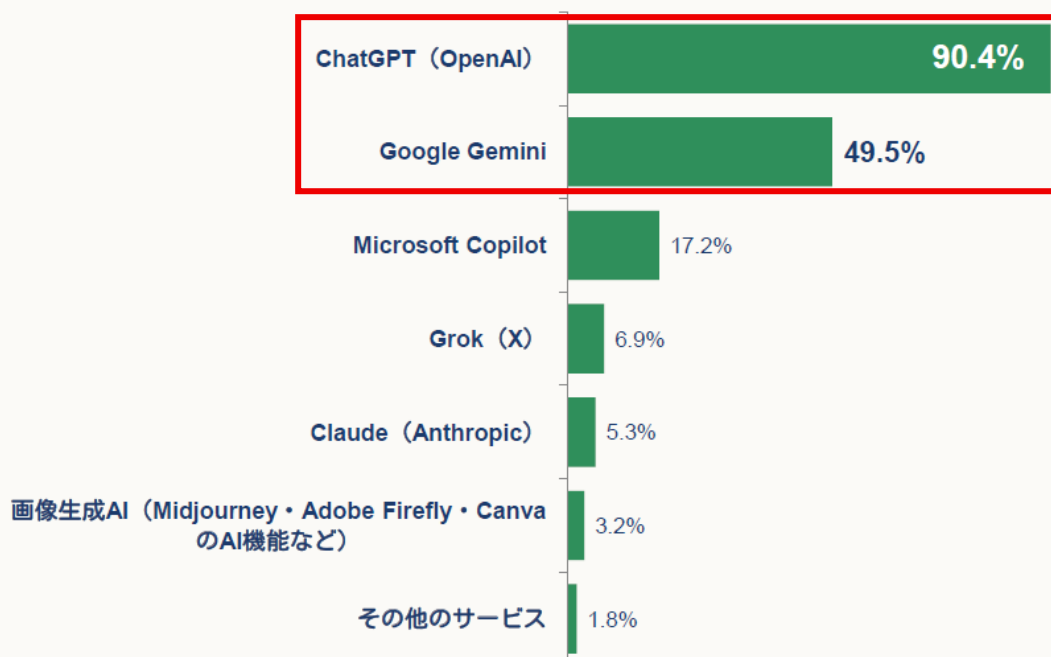
前年（2025 年）調査※1 での継続利用率は 57.7%であり、わずか 1 年で約 27 ポイント（1.46 倍）の大幅な伸びを記録しました。

※1 2025 年調査結果：<https://www.sanno.ac.jp/undergraduate/contentsbusinesslab/surveyreport/report2025.html>

2. 利用サービス：ChatGPT が 9 割超、Gemini が前年比 4 倍に急増

利用している生成 AI サービス（複数選択）については、「ChatGPT（OpenAI）」が 90.4%と圧倒的なシェアを誇っています。次ぐ「Google Gemini」については、前年（2025 年）の 12.3%から 49.5%へと約 4 倍に急増し、半数近くの学生が利用する規模に伸長しました。前年調査では事実上の「ChatGPT 一強」状態でしたが、今年は学生たちが ChatGPT をベースとしつつ、Gemini や Copilot など他のサービスも併用し、目的や状況に合わせて複数の生成 AI ツールを比較・併用する傾向が広がっていることがわかります。

生成AI利用者が使うサービス



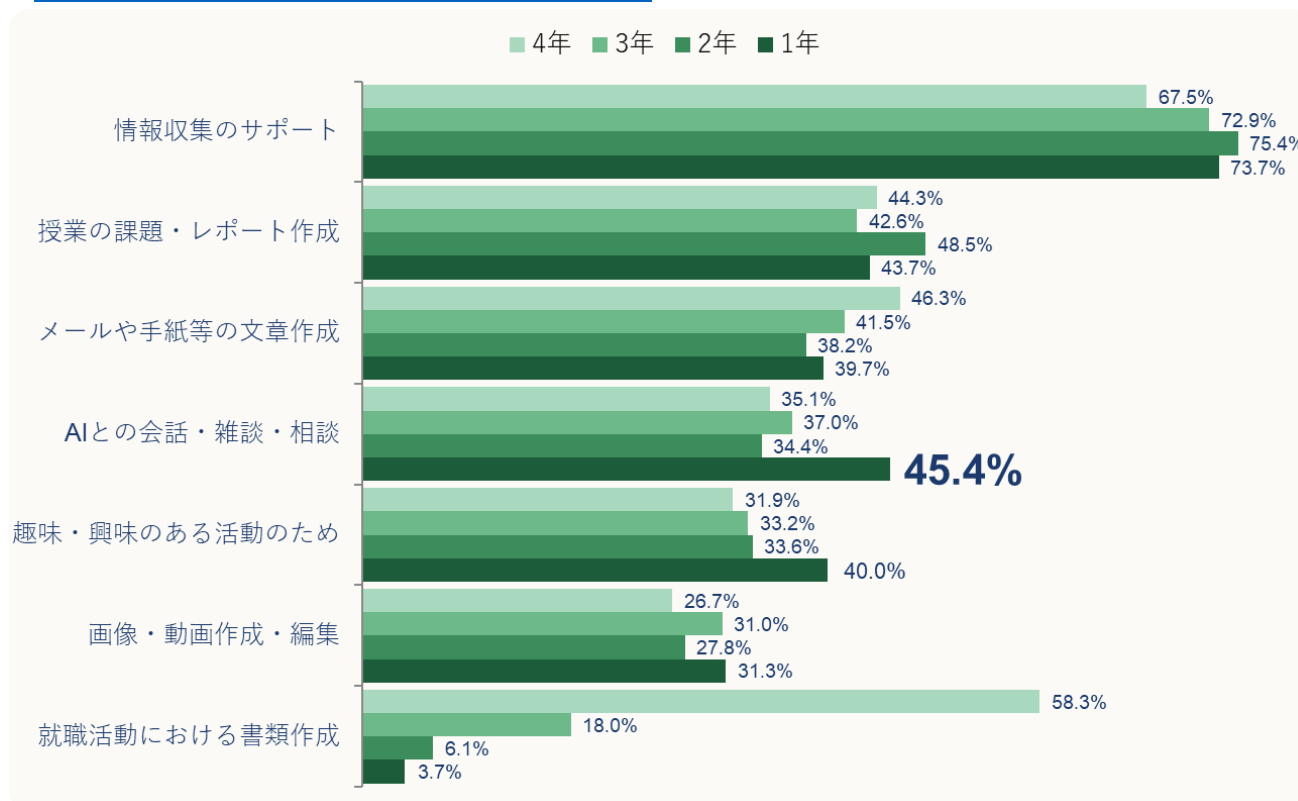


2026 年 8 月 13 日

3. 利用目的：全学年で「情報収集」が最多。1 年生は「会話・雑談」、4 年生は「就活」へ

生成 AI の利用目的（複数選択）は、全学年共通で「情報収集のサポート」が最多（67.5%～75.4%）となりました。特筆すべき点として、学年ごとの用途の違いが挙げられます。1 年生では「AI との会話・雑談・相談」が 45.4%、「趣味・興味のある活動のため」が 40.0%と他学年より高く、生成 AI を日常的な会話や個人的な関心の中で利用している傾向が見えます。一方、4 年生になると「就職活動における書類作成」が 58.3%で上位にランクインします。「授業の課題・レポート作成」での利用は、44.8%でこちらも前回調査（29.5%）から約 15 ポイント上昇しています。これは全国大学生協連「第 61 回学生生活実態調査」※2（2025 年）の結果ともおおむね近い数値です。

※2 2026 年 2 月発表 全国大学生生活協同組合連合会「第 61 回学生の消費生活実態調査（学生生活実態調査）」より
(https://www.univcoop.or.jp/vision/vision_1896.html)



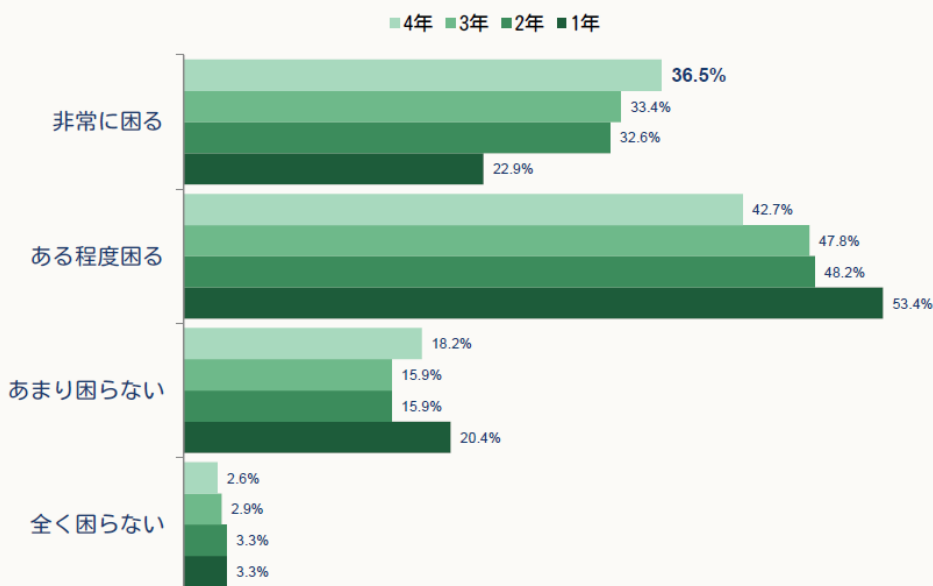


4. 影響度：学年が上がるほど「非常に困る」が増加

「生成 AI が使えなくなった場合の影響」について尋ねたところ、「非常に困る」または「ある程度困る」と回答した割合が全体で 83.8% に上りました。8 割の学生が「困る」と回答したことは、生成 AI がすでに多くの学生にとって日常から切り離しにくい存在になっていることを示しています。

特に「非常に困る」と回答した割合は、1 年生の 22.9% に対し、4 年生では 36.5% となっており、学年が上がるほど高くなる傾向が見られました。

生成AIが使えなくなった場合の影響（学年別）



産業能率大学 学生メディア・コンテンツ利用調査 2026 | コンテンツビジネス研究所

■ コンテンツビジネス研究所による解説

本調査が示す通り、現代の大学生にとって、情報収集の手段やコミュニケーションの形は絶えずアップデートされるものであり、生成 AI もその一つとして急速に生活へ組み込まれています。

昨年（2025 年）の調査では 57.7% だった継続利用率が、わずか 1 年で 84.5% へと急増しました。さらに、ChatGPT 一強だった状況から、Gemini などの他サービスを併用する割合も大幅に増加しています。これは、生成 AI が一過性のトレンドや一部の IT リテラシー層に向けた「特別なツール」から目的や状況に応じて複数のサービスを使い分ける段階へと移行しつつあることを示しています。

また、用途の面でも興味深い結果が見られました。1 年生が生成 AI を「会話・雑談・相談」や「趣味・興味のある活動」といった日常生活や個人的な関心の延長で利用する傾向が見られるのに対し、4 年生は「就活の書類作成」などより具体的な課題や目的に応じた活用へとシフトしているようです。

今回の調査結果からは、利用率の大幅な上昇に加え、利用サービスや利用目的にも変化が見られました。生成 AI は「使うかどうか」の段階から、「どのように使い分けるか」の段階へ移行しつつあることがうかがえます。

調査概要

対象・方法：産業能率大学 全在学生／Web アンケート

期間：2026 年 4 月 7 日～7 月 3 日（1 年生：4 月 24 日～6 月 30 日）

有効回答数：2,607 件（2026 年 5 月 1 日現在の在籍者数 4,078 人の 63.9%）

学年内訳 1 年 579 件／2 年 711 件／3 年 687 件／4 年 630 件

性別内訳男性 1,221 件／女性 1,386 件



2026 年 8 月 13 日

■ コンテンツビジネス研究所について

コンテンツビジネス研究所は、デジタルコンテンツに限定せず、キャラクタービジネス、ブランドマネジメント、イベント等を含む広い意味での「コンテンツ」を対象としたコンテンツビジネスやコンテンツ制作に関する様々な活動を通じての実践的な研究を行なうために 2014 年 4 月に設立されました。当研究所の研究成果を本学の学生に還元するとともに、コンテンツビジネスの振興とマネジメント研究への寄与を図ります。

<主な活動内容>

学生のメディア・コンテンツ利用調査（年次）
コンテンツマーケティング・デジタルコンテンツに関する公開講座の開講
学生の制作活動支援「デコラボギャラリー」および成果発表の場の創出
著作権に関する勉強会の開催
年次報告書（アニュアルレポート）の作成・公表

研究所長：北川 博美（情報マネジメント学部 教授）

詳細：<https://www.sanno.ac.jp/undergraduate/contentsbusinesslab/index.html>

本調査結果の利用やご取材については、下記広報事務局までお問い合わせください。

◆ 本件に関するご取材・お問い合わせ ◆

産業能率大学広報事務局（共同ピーアール内）

Email：sanno-u-pr@kyodo-pr.co.jp TEL：田ヶ谷（080-1088-7338）盧（090-1113-4727）