

2026年3月17日

博報堂生活総研・上海 第13回「生活者“動”察」研究成果を発表

AI 浸透の先に、中国生活者に芽生える新欲求「智向 (Zhi Xiang)」

AI を巧みに取り入れ、自分らしさを磨きながら、進むべき方向性を見出していく中国生活者

博報堂生活総研・上海は、中国伝媒大学広告/ブランド学院との共同研究「生活者“動”察」を行い、13回目となる研究発表会を中国・上海市にて開催しました。

今年のテーマは、「AI 浸透の先に、中国生活者にみえてきた新たな意識と行動の兆し」です。2025年頃からの自国発生成 AI の発展を機に、中国社会で AI が急速に浸透し、生活者の意識と行動にも大きな影響を与えています。AI の浸透が国家戦略として推進されていることに加え、EC やモバイル決済などのテクノロジーが利便性を高めてきたという実感もあり、中国生活者は AI の活用に積極的です。

現在、中国における AI の活用は、仕事や情報収集の効率化といった「タスク効率化ツール」としての側面が主流ですが、趣味を深めたり、学びたい知識や技能を習得したりする際に AI を活かす人も多く見られます。さらに、AI とのやりとりを通じて自身の情緒をコントロールしたり、AI との共同作業や対話を通じて自分の強みやらしさを再発見したりする生活者も現れてきています。

中国内外の AI 関連の研究や論文では、特に「(AI によって) 仕事が奪われる」、「社交意欲や能力が失われる」、「主体的な学習意欲が後退する」といったリスクも議論されています。しかし中国生活者は、こうした懸念を多少は抱えているものの、AI を使いこなす人ほど自分ならではの強みに気付いたり、AI との対話から得られる新たな視点や気づきを自らのインスピレーションへと変えるなど、AI と上手に付き合っている様子がみえてきました。自分の強みを研ぎ澄ましたり、本当に好きなことを見つけ、それを深めたりするために AI を活用し始めているのです。

「AI (中国語：人工^イ智能) を巧みに取り入れ、自分らしさを磨きながら、自身の進むべき方向性を見出していきたい」。私たちは、中国生活者のこの新たな欲求を『智向 (Zhixiang)』と名付けました。



3月17日に開催された研究発表会「生活者“動”察 2025」では、AIの普及が進む中で、中国生活者がとり始めている新たな行動や意識の変化を、データや具体的な事例を交えながら紹介しました。本発表のレポート（日本語・中国語・英語）をご希望の方は、博報堂生活綜研・上海<sei-katsu-sha.info@hakuodo-shzy.cn>までお問い合わせください。

<参考データ>

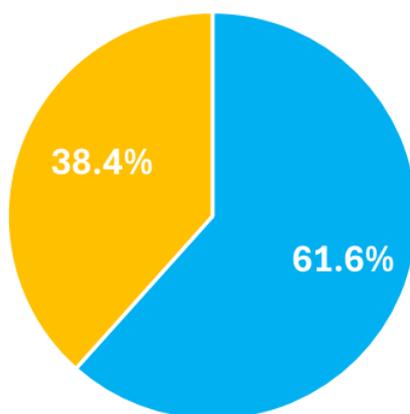
① 【AIの利用頻度と受容意識】

「AIを利用している」と回答した人は61.6%。そのうちの約85%が週1回以上、10～30代では半数以上が週5日以上利用。AIに不安を抱く利用者は少数で、期待を感じている人が多い。

- 「AIを利用している」と回答した人は61.6%。（データ1）
- AIを利用している人に利用頻度をきいたところ、「週5日以上利用する」と回答したヘビーユーザーが46.2%に達し、ミドルユーザー（週1～4日利用）の38.1%と合わせると、AI利用者のうちの約85%が週に1日以上利用。特に30代ではヘビーユーザーが54.2%と最も多く、仕事や育児などで忙しい日々の中、AIを活用することで時間を効率的に活用しているようです。（データ2）
- AIに対する意識も前向きで、AI利用者の約7割（68.6%）が「期待している」と回答しました。（データ3）

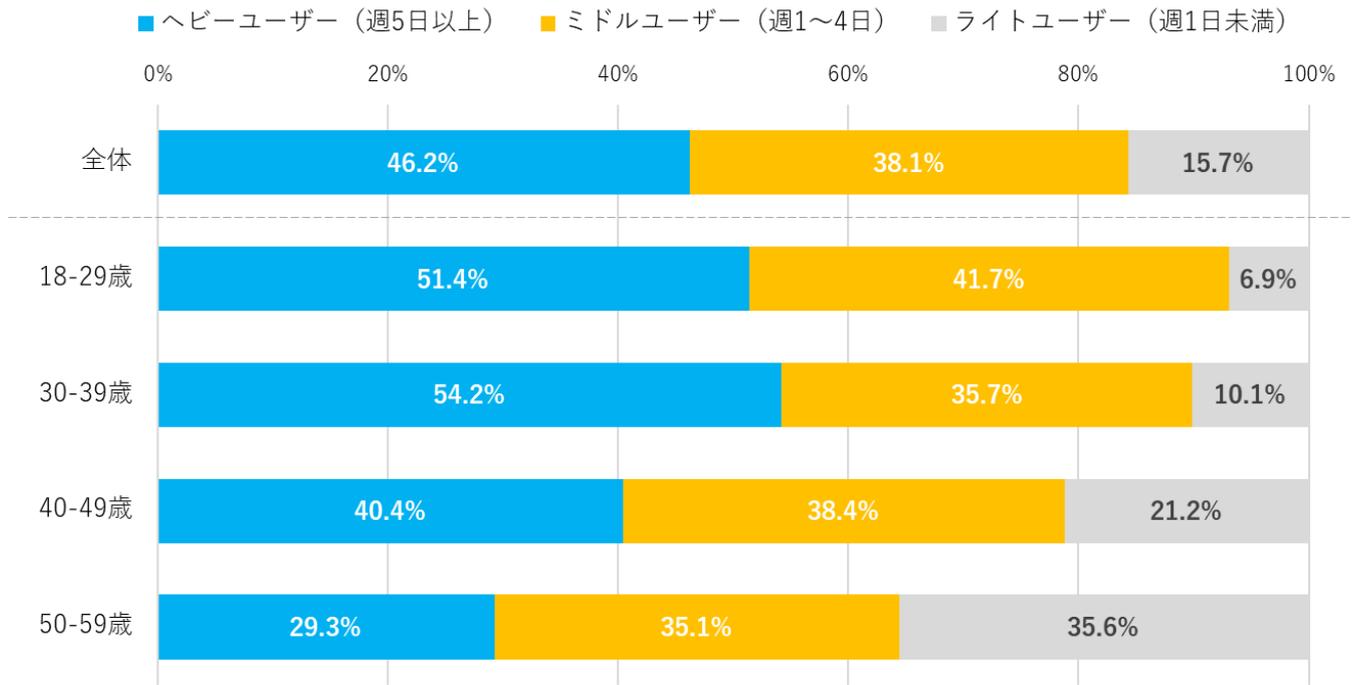
<データ1> AI利用者の割合

■ AIを利用している ■ AIを利用していない



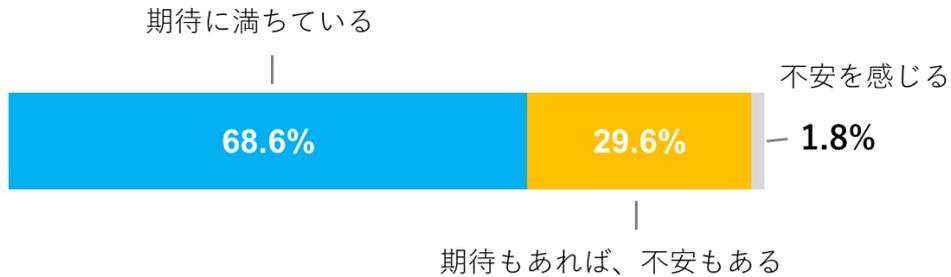
博報堂生活綜研・上海「AI利用実態定量調査（スクリーニング調査）」（n=4,871）

<データ 2> AI の利用頻度 ※AI 利用者ベース



博報堂生活総研・上海「AI 利用実態定量調査」(n=3,000)

<データ 3> AI に対する意識 ※AI 利用者ベース



博報堂生活総研・上海「AI 利用実態定量調査」(n=3,000)

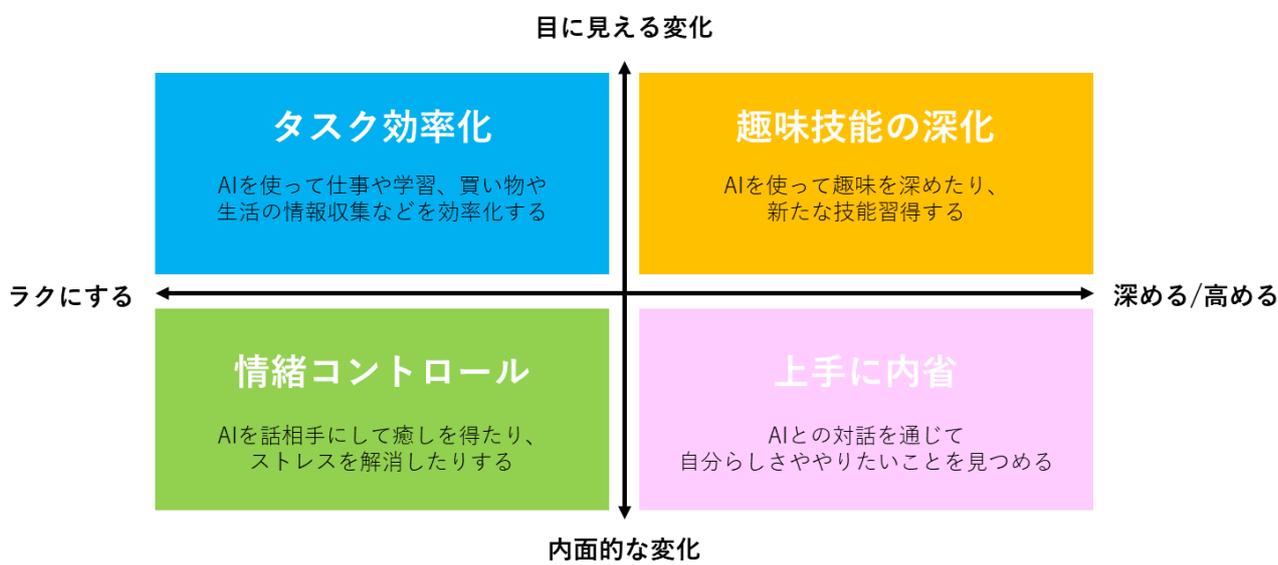
② 【AI の主な利用目的と意向】

AI 利用者へのインタビュー調査から、AI 利用の主な目的を「タスク効率化」「趣味技能の深化」「情緒コントロール」「内省」の4つに分類。現在は「タスクの効率化」と「趣味技能の深化」のための活用が主流だが、今後は「情緒コントロール」や「内省」を目的とした活用も広がっていくとみられる。

- AI 利用者が実際にどんな時に AI を利用しているのかその行動実態をインタビュー調査で集め、AI 利用の目的を、「ラクにする／軽くする行動」か「深める／高める行動」かという横軸と、「目に見える変化のための行動」か「内面的な変化のための行動」かという縦軸の4領域に整理し「タスク効率化」「趣味技能の深化」「情緒コントロール」「上手に内省」の4つに分類しました。(図)

- AI 利用者に、各目的のために現在 AI をどの程度活用しているのかを複数回答できいたところ、「タスク効率化」が 80.0%と最も高く、次いで「趣味技能の深化」が 65.2%となりました。（データ 4）
- 各目的に対し、今後の利用意向を 5 段階できいたところ、「タスク効率化」（96.8%）や「趣味技能の進化」（92.8%）のために利用したい（「利用意向が高まる」+「やや高まる」と回答した人は 9 割超に。また、AI 活用を通じて癒しを得たり、ストレスを解消する「情緒コントロール」（78.1%）や、AI との対話を通じて自分らしさややりたいことを見つける「内省」（70.8%）のために利用したいという人も 7 割を超えました。AI 利用の目的が、精神的な充足や自己探求といった内面的な領域へと広がっていく兆しがみられます。（データ 5）

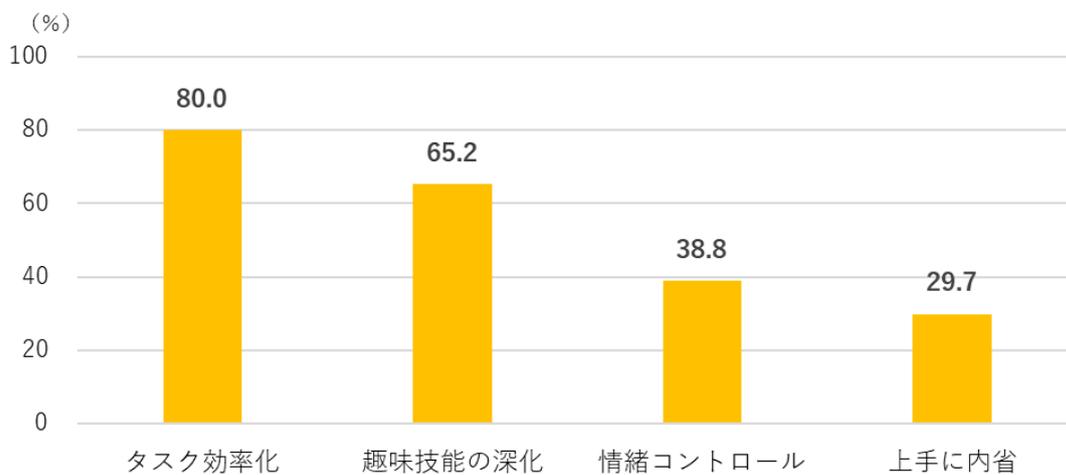
<図> AI の主な利用目的



博報堂生活綜研・上海が「AI を活用した定性調査」の結果をもとに作成

<データ 4> 現在の利用目的 ※AI 利用者ベース

Q) 現在、生成 AI をどのような目的で利用していますか（複数回答）

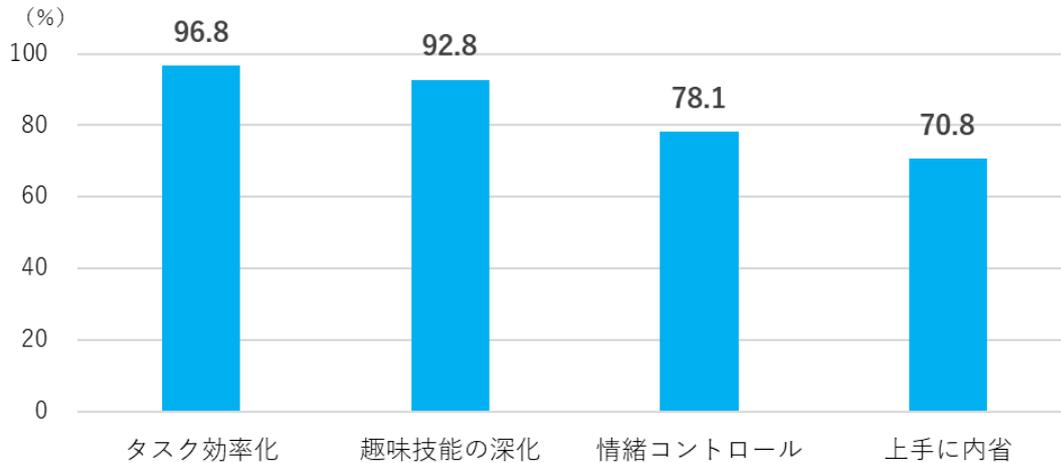


博報堂生活綜研・上海「AI 利用実態定量調査」(n=3,000)

<データ5> 今後の利用意向 ※AI利用者ベース

Q) 今後、AIの各利用目的に関して、あなたの利用意向はどのように変化していくと思いますか？

(5段階のいずれか選択：利用意向が高まる・やや高まる・変わらない・利用意向はやや下がる・下がる)



※数値は「利用意向が高まる」+「利用意向がやや高まる」と回答した人の合計

博報堂生活総研・上海「AI利用実態定量調査」(n=3,000)

③ 【AI浸透への懸念に対する中国のAI利用者の意識】

AIの急速な普及に伴い、さまざまなリスクも懸念されている。しかし、中国のAI利用者はAIのポジティブな側面により着眼し、自分の強みや好きなことを発見する好機とみている。

AIの普及が進むなか、「仕事が奪われる」、「人との交流意欲や能力が失われる」、「主体的な学習意欲が後退する」といったリスクも懸念されています。しかし利用者にインタビューすると、リスクを意識して委縮するのではなく、AIの活用を通じて自分の強みを見出したり、AIを情緒のバランスを取るためのサポーターや社交のアドバイザーにしたり、AIによって学習や情報探索のハードルを下げ、自分の好きなことややりたいことを探求したりするようになってきています。(表)

<表> AI 浸透に伴うグローバルな懸念と中国の AI 利用者の対応行動

AI浸透に伴う主な懸念	中国のAI利用者の行動	背後にある意識
1. 就労機会／意欲の減少、スキルの低下 AIが仕事を奪い、就労やスキルアップの意欲が低下するという懸念	基礎的な仕事をAIに任せたり、AIと協働しながら、自らの価値を再考 単純作業や基本的な仕事はAIに任せ、自分は創造的な思考や判断、人間らしい応対などAIが不得意な領域に注力する。	自分ならではの能力や特質を見出し、最大限に発揮したい
2. 社交意欲や能力の低下 AIとの交流に満足し、現実の人間との社交意欲や能力が後退するという懸念	AIを活用し、リアルな社交能力を改善 AIとの対話で心を整え、前向きな気持ちで人との交流に向き合う。あるいはAIから高度な社交術を学び、リアルな交流に役立てる。	対人関係も大切にして、何事にも柔軟に対処できるよう自分の内面を磨きたい
3. 能動的な探求意欲の低下 AIでいつでも手軽に答えが見つかるので、自ら考え、深く何かを探求する意欲が失われるという懸念	AI活用により何かを探求する際のハードル（金銭的、時間的、心理的など）を低下 AIを活用することで、新しいことを始めたり、何かを探求するときのお金や時間、試行錯誤する労力や不安といったハードルを下げていく。	自分に合う、深めたい趣味や、伸ばしたいチカラなどを探りたい。

博報堂生活総研・上海がインタビュー調査、有識者との対話より作成

④ 【AI 浸透の先にある中国生活者の新たな意識】

中国生活者は、AI（中国語：人工**智**能）を巧みに取り入れ、自分らしさを磨きながら、自身の進むべき方向性を見出していく「**智向（Zhixiang）**」へ

不確実性の高い時代において、将来への不安や迷いを抱く中国生活者は、AI を単なる「効率化のためのツール」とは考えていません。むしろ、AI を主体的に使いこなすことで自分ならではの強みを高めたり、自らの可能性を拡張したりし続けています。

「AI（中国語：人工**智**能）を巧みに取り入れ、自分らしさを磨きながら、自身の進むべき方向性を見出したい」。AI が生活のあらゆる場面に浸透した先には、この「**智向（Zhixiang）**」という欲求が、中国生活者の間でさらに広がっていくと私たちは考えます。

【本研究にあたり実施した調査の概要】

■ AI を活用した定性調査（300 サンプル）

対象者条件：18－59 歳男女、1－4 級都市在住、生成 AI 利用者

調査手法：AI によるインタビュー

調査時期：2025 年 11 月

調査機関：JIU YUAN QIAN CHANG (SH) Management Consulting Co., Ltd.

■AI 先端利用者 & 一般利用者インタビュー調査 (30 サンプル)

対象者条件：20-59 歳男女、1-3 級都市在住

調査手法：1 対 1 のデプスインタビュー (90 分) および生活写真の分析

調査時期：2025 年 9-10 月

調査機関：Shanghai Horizon Research Co., Ltd.

■AI 利用実態定量調査 (3,000 サンプル)

対象者条件：18-59 歳男女、1-4 級都市在住、生成 AI 利用者

※スクリーニング調査 (対象者 4,871 サンプル) で、「生成 AI を利用している」と回答した人

調査手法：インターネット調査

調査時期：2025 年 10-11 月

調査機関：Shanghai Zhongyan Network Technology Ltd.

【博報堂生活綜研・上海 (Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai)】

博報堂生活綜研・上海は、2012 年に中国・上海に設立された博報堂グループのシンクタンクです。日本で蓄積してきた生活者研究のノウハウを生かし、中国における企業のマーケティング活動をサポートしていくと同時に、これからの中国の新しい暮らしのあり方を現地で洞察・提言する活動を行っています。

現在の主要業務は、以下の通りです：

- ・生活者の本質的な欲求を洞察し、新しい暮らしのあり方を提言する「生活者“動”察」
- ・自動車、化粧品などの特定の 카테고리や、若者、富裕層など特定の生活者を分析する「特定テーマ研究」
- ・生活者発想を基盤とした企業のマーケティング活動に対する「コンサルティング」

「生活者“動”察」は博報堂生活綜研・上海と中国伝媒大学広告/ブランド学院との共同研究発表です。毎年開催される「生活者“動”察」研究発表では、中国の生活者の行動と欲求の変化を分析し、独自のキーワードを提言します。今回の「智向」は、昨年の「自築消費」に続く 13 回目の研究成果となります。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 玉 koho.mail@hakuhodo.co.jp