

# 令和8年版情報通信白書（概要）

2026年7月 総務省

**第I部 特集 AIの進展がもたらす多面的影響～人間とAIが健全に協働するデジタル社会の実現に向けて～**

2025年に「人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律」(AI法)が制定・施行され、官民を挙げてのAIの開発・活用の取組が進む中、本年の情報通信白書の特集では、**AIの利活用に焦点**を当て、個人・企業についての国際的なアンケート調査結果も交えながら分析しつつ、企業におけるAI活用事例や、先進的な取組を進める企業へのヒアリング調査結果、AI利用をめぐる最新の研究動向等を概観し、**人間とAIが健全に協働するデジタル社会について展望**を試みる。

→ はじめに

→ 第1章 個人におけるAI利用 ～AIがもたらす行動様式の変化～

→ 第2章 企業等におけるAI利用の進展 ～より良いAI利活用にに向けて～

→ 第3章 AIの進展に伴う課題と対応 ～人間とAIの健全な協働に向けて～

**第II部 情報通信分野の現状と課題**

情報通信分野における市場の動向やデジタル活用の現状を概観し、情報通信政策の現在の取組等を整理

**第1章 ICT市場の動向**

- 国内外のICT産業の概況や各市場(例:電気通信、放送コンテンツ・アプリケーション)の現状を整理・分析
- 国民生活・企業活動・公的分野における国内外のデジタル活用の現状を整理・分析

**第2章 総務省におけるICT政策の取組状況**

- ICT分野における省内横断的な取組、各政策領域(電気通信、電波政策、放送政策等)において総務省が実施する政策・今後の方向性等を整理

データ集:第1部・第2部の関連データを総務省ホームページ上で掲載



# 第I部 特集 AIの進展がもたらす多面的影響

～人間とAIが健全に協働するデジタル社会の実現に向けて～

## 個人向けアンケート調査について

- 調査方法: インターネットアンケート調査
- 調査期間: 2026年1月～2026年2月
- 対象: アンケート調査会社が保有するモニターから、年齢と性別が偏らないように抽出(均等割り付けを実施) (※1、2)
- 有効回答数: 日本 1,236件 米国・ドイツ・中国 各624件

(単位:人)

|     | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 合計    |
|-----|------|------|------|------|------|------|-------|
| 日本  | 206  | 206  | 206  | 206  | 206  | 206  | 1,236 |
| 米国  | 104  | 104  | 104  | 104  | 104  | 104  | 624   |
| ドイツ | 104  | 104  | 104  | 104  | 104  | 104  | 624   |
| 中国  | 104  | 104  | 104  | 104  | 104  | 104  | 624   |
| 合計  | 518  | 518  | 518  | 518  | 518  | 518  | 3,108 |

## 企業向けアンケート調査について

- 調査方法: インターネットアンケート調査
- 調査期間: 2026年1月～2026年2月
- 対象: アンケート調査会社が保有するモニターのうち、対象各国に在住する者であって、従業員10名以上、かつ、2025年までにデジタル化の取組を開始した企業に勤めており、企業全体の戦略等を理解する管理職以上の役職の中から抽出(※3)
- 有効回答数: 日本 515件 米国・ドイツ・中国 各309件

(単位:人(社))

|     | 大企業   | 中小企業 | 合計    |
|-----|-------|------|-------|
| 日本  | 353   | 162  | 515   |
| 米国  | 217   | 92   | 309   |
| ドイツ | 211   | 98   | 309   |
| 中国  | 250   | 59   | 309   |
| 合計  | 1,031 | 411  | 1,442 |

(※1) その他の属性(居住地域(都市部/地方部)など)については、登録モニターの構成による制約を受けうる。

(※2) 登録モニターにおけるサンプル数確保の観点から、15歳未満及び70歳代以上は対象外となった。

(※3) 企業規模については、中小企業庁の「中小企業の定義」や昨年度の委託調査結果を踏まえ、「製造業」、「建設業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「金融業・保険業」、「不動産業・物品賃貸業」、「運輸業・郵便業」、「情報通信業」は従業員数が300人以上の企業を「大企業」、同300人未満の企業を「中小企業」として分類した。「卸売業・小売業」、「サービス業・その他」は、従業員数が100人以上の企業を「大企業」、同100人未満の企業を「中小企業」として分類した。

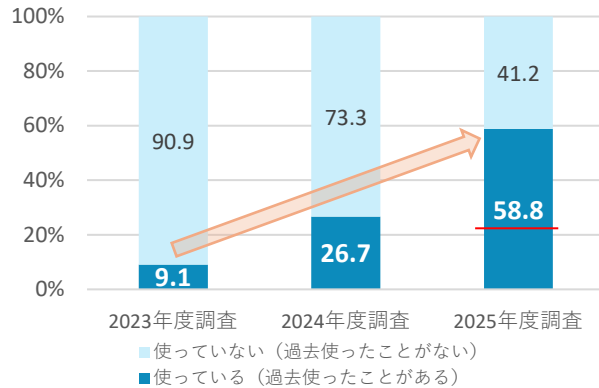
# 個人におけるAI利用 ～AIがもたらす行動様式の変化～

4

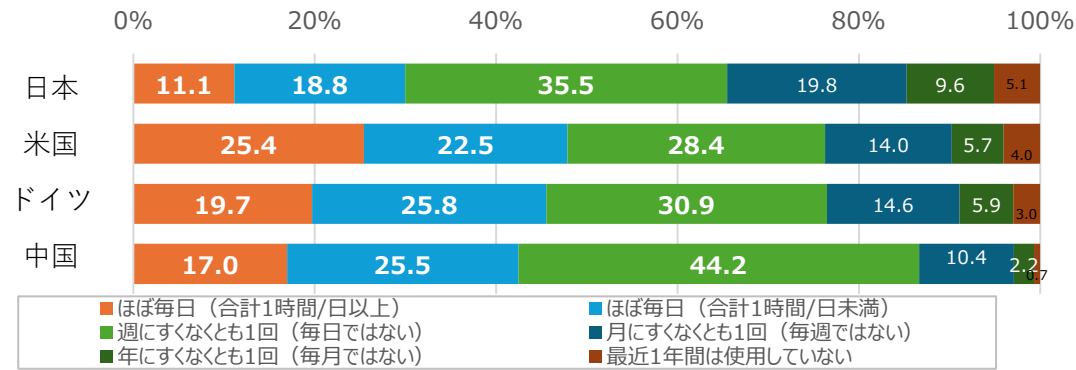
- 日本における生成AIの利用率(利用経験率)は、他の3か国より低いものの、今回の**2025年度調査で58.8%となり※**、**2024年度調査(26.7%)に比べて大幅に上昇**。他方、画像・動画生成などテキスト生成以外のAIサービスでは日本の生成AIの利用率は未だ低い。
- 日本では「ほぼ毎日」利用すると回答した割合は約3割、「ほぼ毎日1時間以上」利用すると回答した割合に限っても1割超。

※ 2023年度調査・2024年度調査では、調査対象の年齢を20歳以上としていたが、2025年度調査では、新たに15歳～19歳を調査対象に加えている。2025年度調査において、20歳以上の利用率は52.2%であった。

## 日本における生成AIサービスの利用経験(全体)

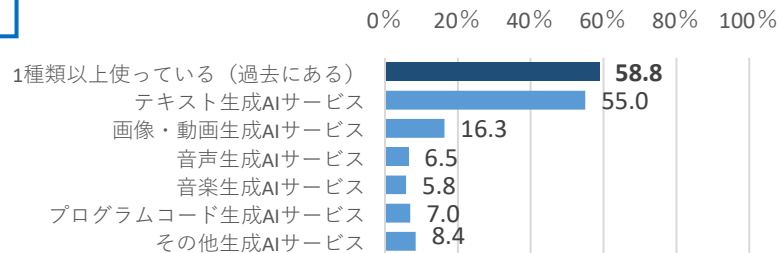


## 生成AIサービスの利用頻度(国別)

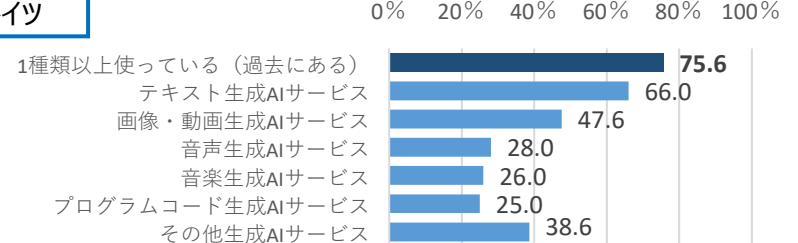


## 生成AIサービスの利用経験(国別)

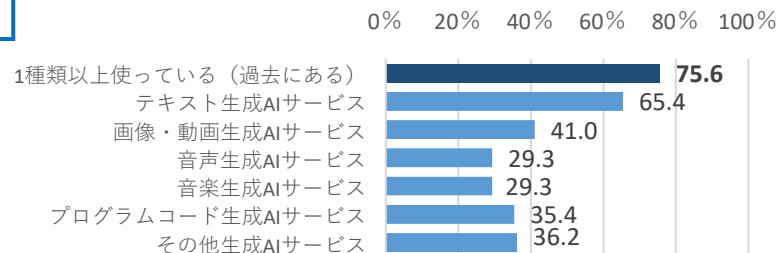
### 日本



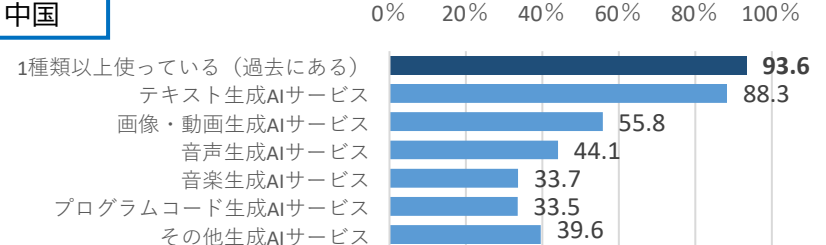
### ドイツ



### 米国



### 中国

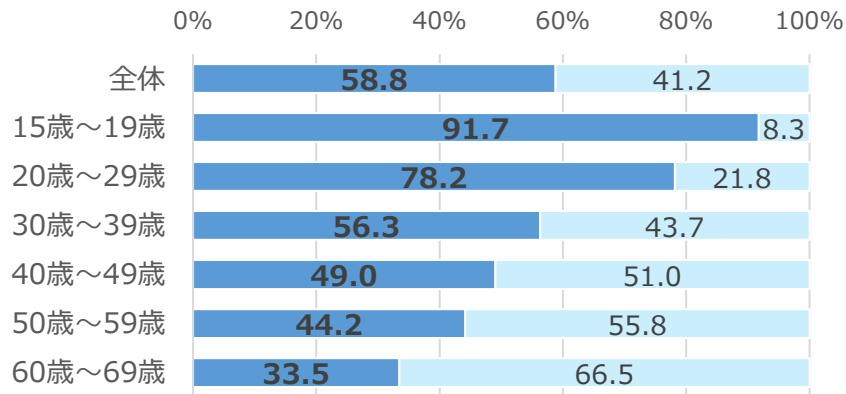


- 年齢階層別に生成AIの利用状況を見たところ、日本では15歳～19歳の利用経験率が最も高く、これに20歳～29歳、30～39歳が続く。他の3か国でも、15歳～19歳又は20～29歳の若年層を中心として、生成AIの利用経験率が高い傾向。

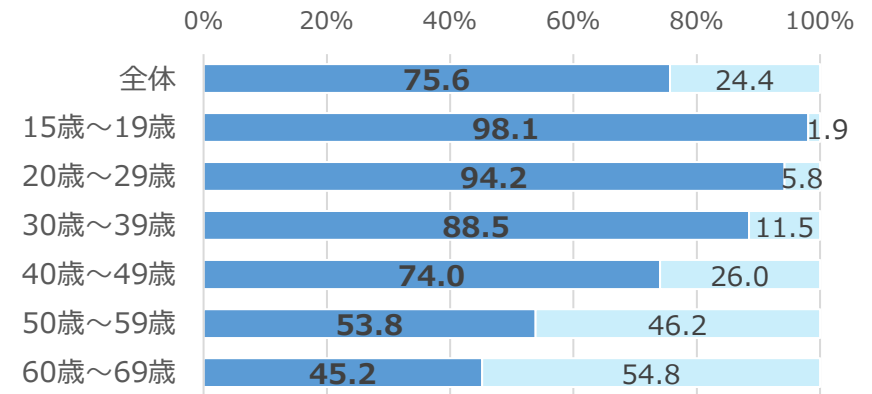
生成AIサービスの利用経験(国別、年齢別)

■使っている(過去使ったことがある)  
■使っていない(過去使ったことがない)

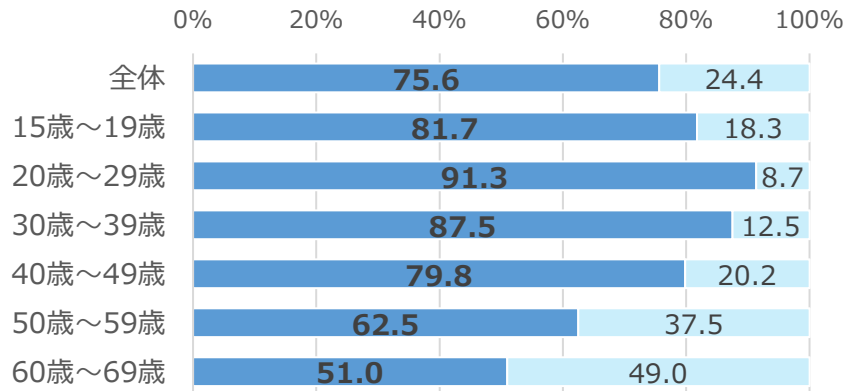
日本



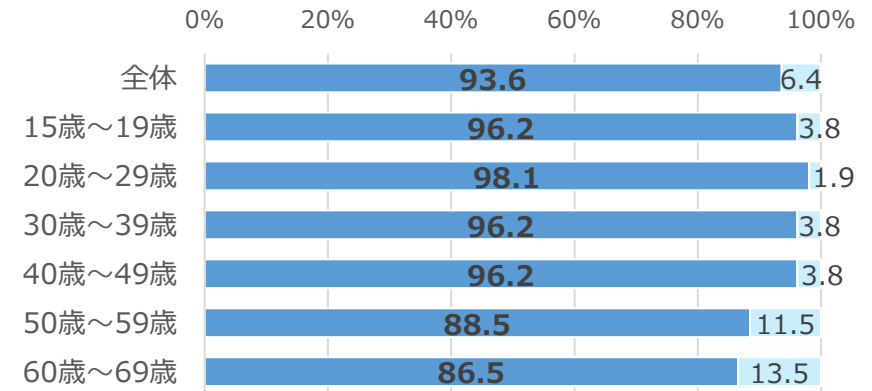
ドイツ



米国



中国



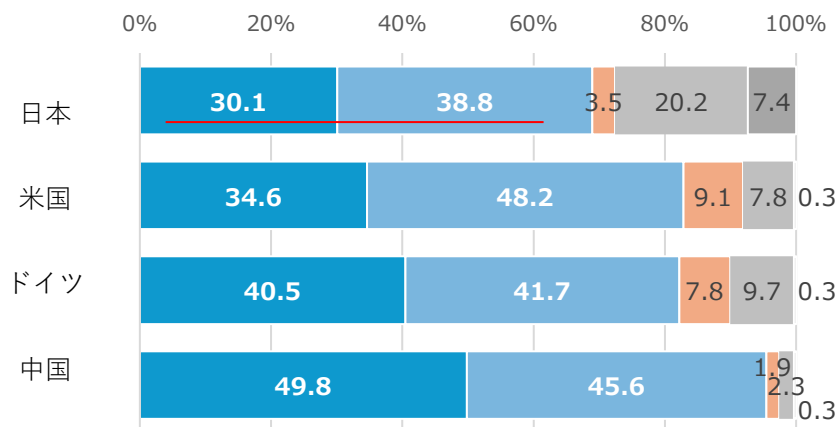
- 生成AIに対する感覚について、「生成AIはどのような存在か」を尋ねたところ、日本・米国・ドイツでは「機械・道具」と回答する割合が最も高く、中国では「秘書・アシスタント」と回答する割合が最も高い。次に高い回答割合としては、日本では「辞書・百科事典」が続く一方で、米国・中国では「友人」が、ドイツでは「カウンセラー」が続く。生成AIの利用率が高い3か国では、生成AIを「機械・道具」「秘書・アシスタント」としてだけでなく、「友人」「カウンセラー」など感情を共有する相手として捉えている層が相当数存在することがうかがわれる。

## 生成AIに対する感覚②(生成AIはどのような存在か)(国別)

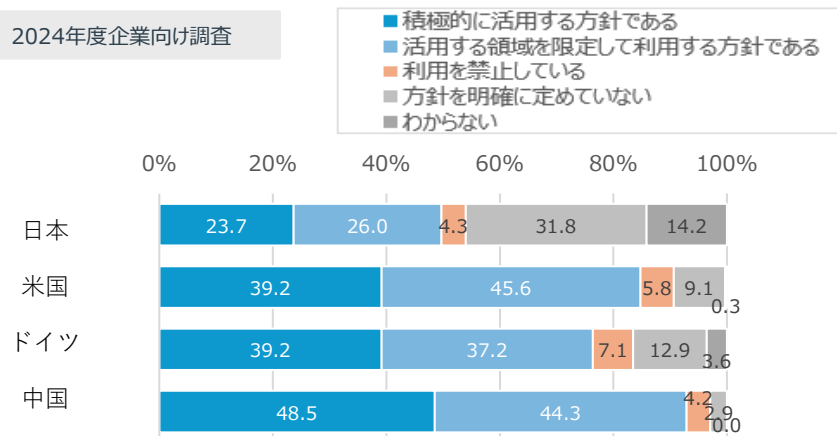
| No. | 日本                     |      | 米国                     |      | ドイツ                    |      | 中国                     |      |
|-----|------------------------|------|------------------------|------|------------------------|------|------------------------|------|
| 1   | 機械・道具                  | 38.3 | 機械・道具                  | 46.0 | 機械・道具                  | 43.3 | 秘書・アシスタント              | 44.7 |
| 2   | 辞書・百科事典                | 28.9 | 友人                     | 25.3 | カウンセラー                 | 41.0 | 友人                     | 39.9 |
| 3   | 秘書・アシスタント              | 21.4 | 辞書・百科事典                | 24.5 | 辞書・百科事典                | 28.8 | カウンセラー                 | 38.1 |
| 4   | カウンセラー                 | 12.9 | 家族                     | 21.5 | 秘書・アシスタント              | 22.8 | 辞書・百科事典                | 26.9 |
| 5   | 先生・コーチ                 | 12.9 | 秘書・アシスタント              | 19.6 | 同僚                     | 14.3 | 家族                     | 22.1 |
| 6   | 友人                     | 10.9 | 先生・コーチ                 | 16.0 | 友人                     | 14.1 | 機械・道具                  | 21.2 |
| 7   | 自分を強化または拡張してくれる分身または一部 | 10.9 | カウンセラー                 | 11.5 | 先生・コーチ                 | 12.7 | 同僚                     | 20.7 |
| 8   | 家族                     | 6.2  | 同僚                     | 10.6 | 家族                     | 12.5 | 自分を強化または拡張してくれる分身または一部 | 19.1 |
| 9   | その他                    | 5.3  | 自分を強化または拡張してくれる分身または一部 | 9.1  | 自分を強化または拡張してくれる分身または一部 | 7.2  | 先生・コーチ                 | 16.2 |
| 10  | 同僚                     | 4.0  | 恋人                     | 9.0  | 恋人                     | 6.1  | 恋人                     | 6.6  |
| 11  | 恋人                     | 2.8  | その他                    | 6.6  | その他                    | 5.8  | その他                    | 0.0  |

- 所属する企業における生成AIの活用方針に関し「積極的に活用する方針」「活用する領域を限定して利用する方針」と回答した割合の合計は、日本は他の3か国より低いものの、**2025年度調査で68.9%となり、2024年度調査(49.7%)に比べて大きく上昇した。**
- また、生成AIの活用状況を尋ねたところ、日本において、自社の何らかの業務で生成AIを利用していると回答した割合は86.4%となり、2024年度調査に比べて大幅に上昇し、他の3か国との差が小さくなった。

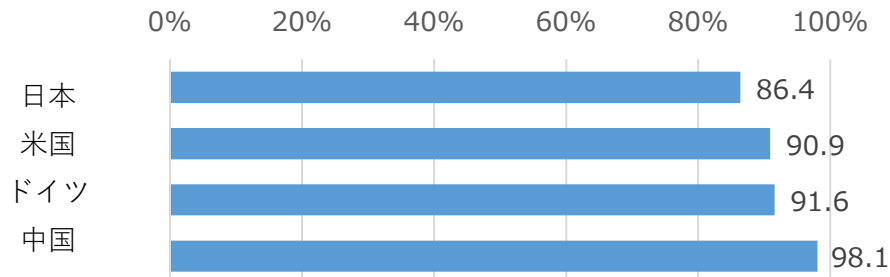
生成AI活用方針の策定状況(国別)



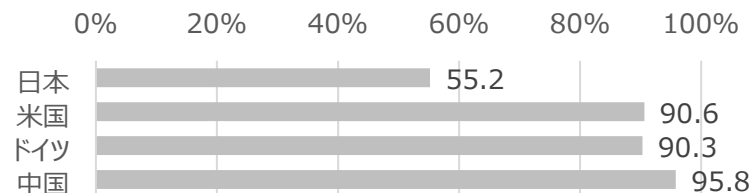
(参考) 2024年度企業向け調査



生成AIを一つ以上の業務で利用している割合(国別)



(参考) 2024年度企業向け調査

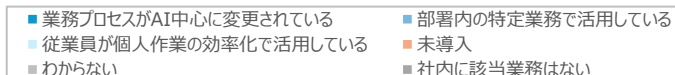


# 企業等におけるAI利用の進展～より良いAI利活用に向けて～

8

- 業務類型ごとの活用状況については、日本では「議事録・メール作成補助」の回答割合が約7割と最も高く、導入効果を実感すると回答した割合も同様だった。米国では各業務類型で総じて活用率が高いほか、「研究・商品開発」において効果を実感すると回答した割合が高い。

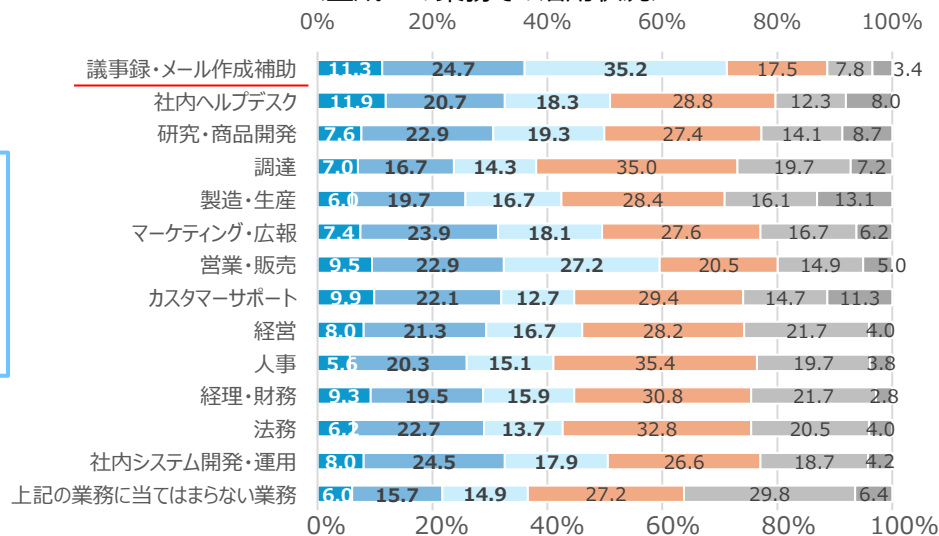
## 業務類型ごとの生成AI活用状況と効果の実感(日本、米国)



### <生成AIの業務での活用状況>

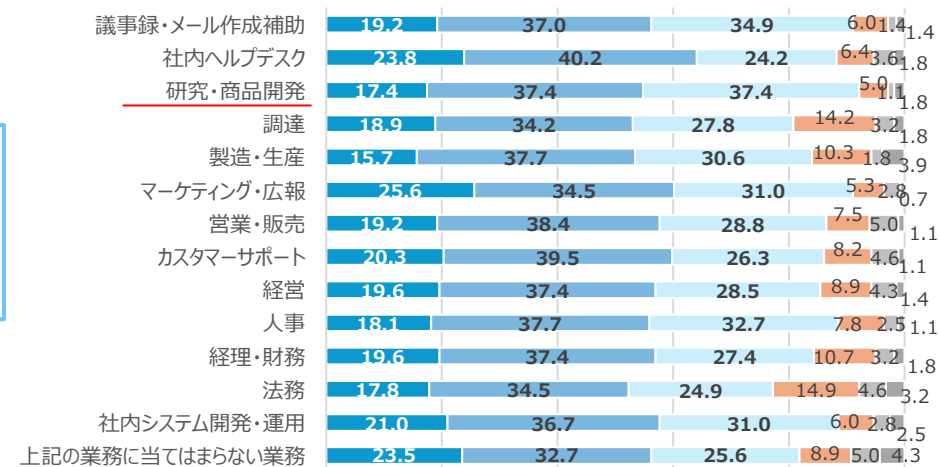
### <生成AIの活用効果を感じる割合>

日本

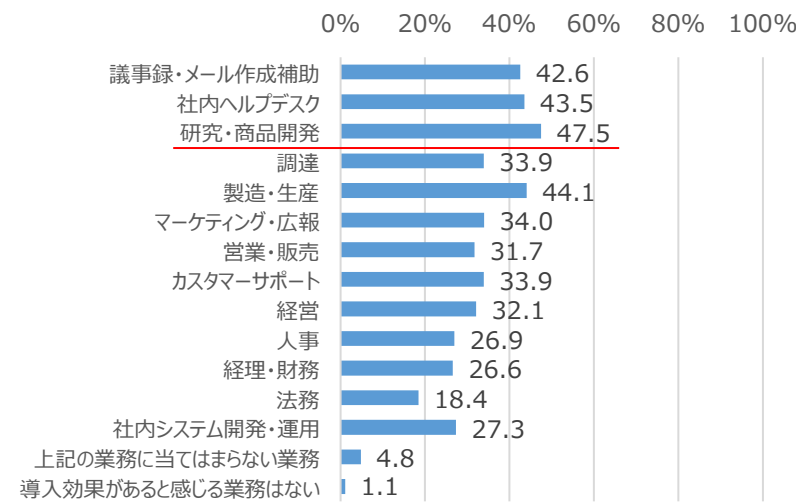
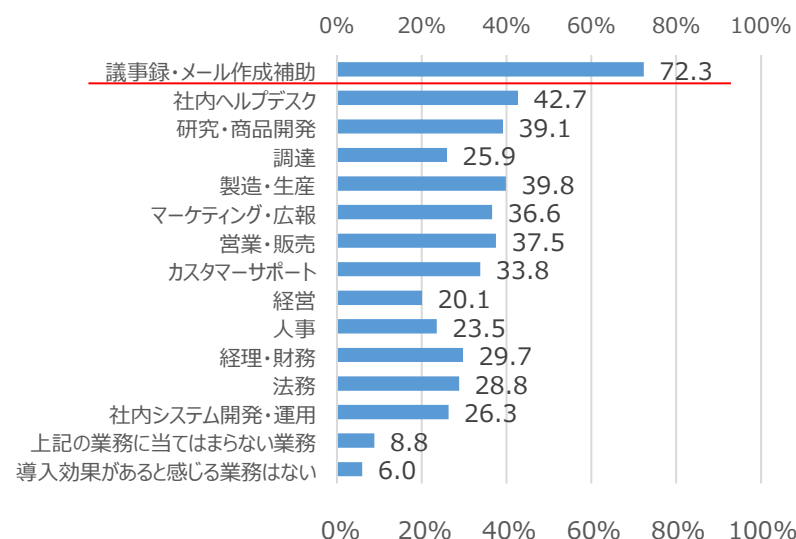


「業務プロセスがAI中心に変更されている」を選択した場合のみ  
「従業員が個人作業の効率化で活用している」を選択した場合のみ  
「部署内の特定業務で活用している」を選択した場合のみ

米国

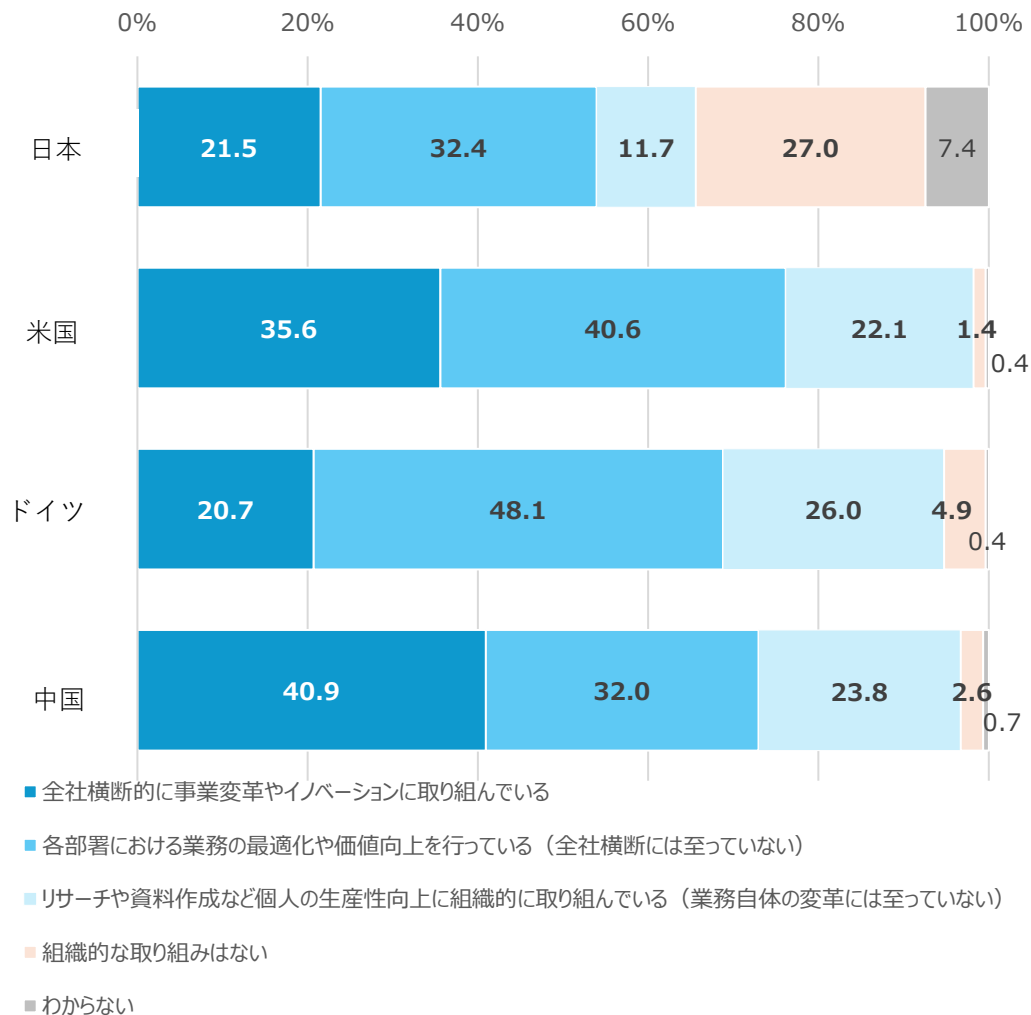


「業務プロセスがAI中心に変更されている」を選択した場合のみ  
「従業員が個人作業の効率化で活用している」を選択した場合のみ  
「部署内の特定業務で活用している」を選択した場合のみ

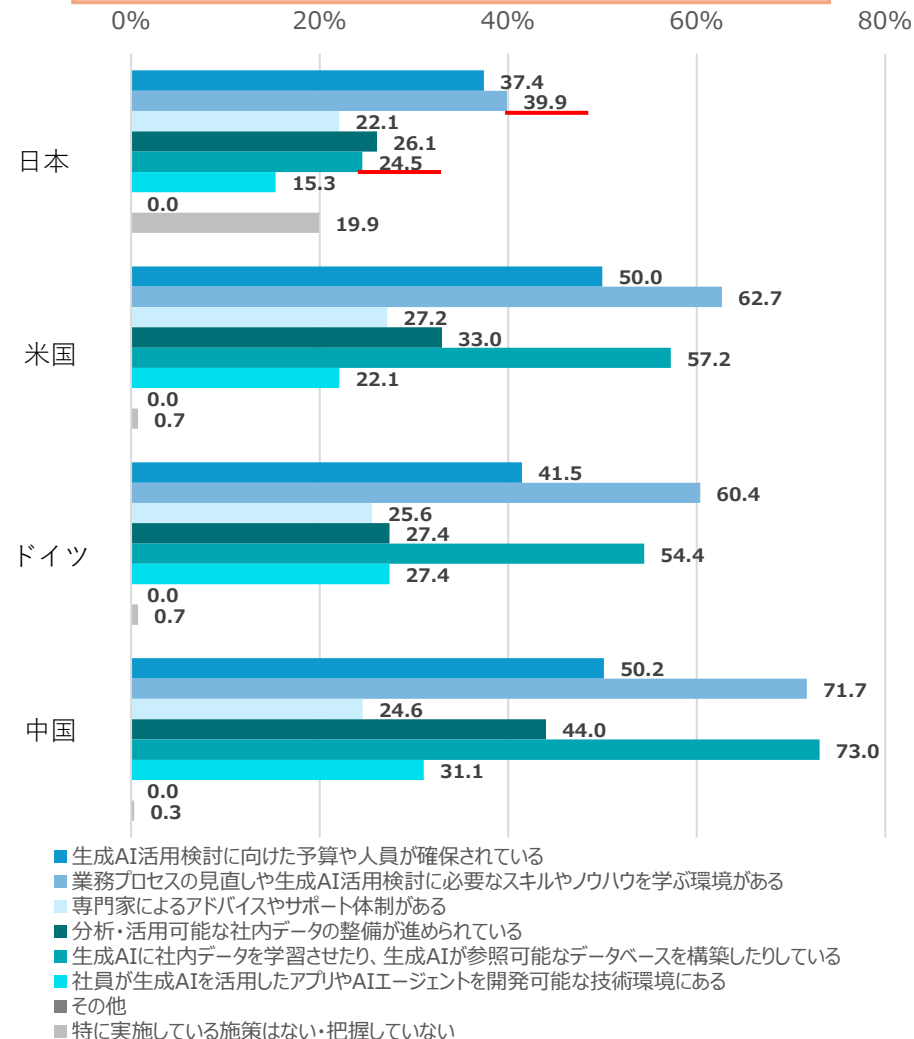


- 生成AI活用による業務変革について尋ねたところ、日本では「**組織的な取組はない**」と回答した割合が**約3割弱**となり他の3か国より高い。
- また、業務変革の環境整備については、「**業務プロセスの見直しや生成AI活用検討に必要なスキルやノウハウを学ぶ環境がある**」「**生成AIに社内データを学習させたり、生成AIが参照可能なデータベースを構築したりしている**」の項目で回答割合が**他の3か国より顕著に低い**。

生成AIによる業務変革に関する組織的な取組状況(国別)



生成AIによる業務変革に関する環境整備の状況(国別)



- 先進的な取組を進める企業や有識者へのヒアリングから得られる示唆：
  - **経営層がAIの有効性を認識し、社内外へ積極的に発信。**優先的に活用すべき事業領域を明示。  
(有識者)経営層はAIをコストではなく、ノウハウや知見が時間とともに蓄積し、価値が向上していく無形資産として捉えるべき。
  - **AI活用を前提とした業務の抜本的な変革を進めており、その際、人間とAIの役割分担の設計を重視。**
  - **事業部門の現場におけるニーズや課題意識を検討の起点**とし、DX推進部門が伴走支援。
  - 最新のAI技術を活用可能な共通基盤を整備するとともに、社内システムや社内データとの連携を推進。
  - 人材育成、利用ポリシー・ガイドラインの整備、評価の仕組みづくりなどを推進。

## AI活用で先進的な取組を実施する企業の例(ヒアリング調査)

### 中外製薬(大企業、製薬)の取組例

- ❑ 経営層が「競争環境の中でいつディスラプト(淘汰)されるかわからない」との危機意識を持ち、積極的にAI活用に取り組む姿勢を明確化。
- ❑ 汎用的な生成AIの利用からAIを活用した業務変革まで、段階的な戦略を設定。「AI Everyday」「AI Everywhere」「AI Transformation」)
- ❑ 事業部門のニーズを基にDX推進部門が最新の技術を橋渡し。
- ❑ デジタル人材育成プログラムを実施し人材育成・人材流動に取り組むほか、全社員参加のアイデア創出プログラム「Digital Innovation Lab」を実施。
- ❑ 人間の判断や確認を適切に介在させる「ヒューマン・イン・ザ・ループ」の考え方に基づくAIガバナンスを重視。

### アイニコグループ(中小企業、不動産・介護等)の取組例

- ❑ 経営者が「AI前提の働き方に変革しなければ会社の将来はない」という認識を持ち、AI活用のための集中プロジェクトをスタート。
- ❑ 同プロジェクトでは、専門企業の伴走支援を受けつつ、各事業部門の課題認識を起点にAIで解決したい課題と目標を設定し、定期的な進捗確認の下で1年間の検討を実施。
- ❑ 成果として、利用者の送迎ルート最適化システム作成(介護事業部門)、問合せ対応のテンプレート化・自動化(不動産事業部門)など全10事業部の合計で年間2,247時間分もの業務時間削減につながったとの報告。
- ❑ AI導入以前から、業務フローやチェックシートの整備等に取り組む習慣が根付いており、こうした業務プロセスの効率化・改善を行う社内風土・文化が定着していたことがAIツール活用においても有効。

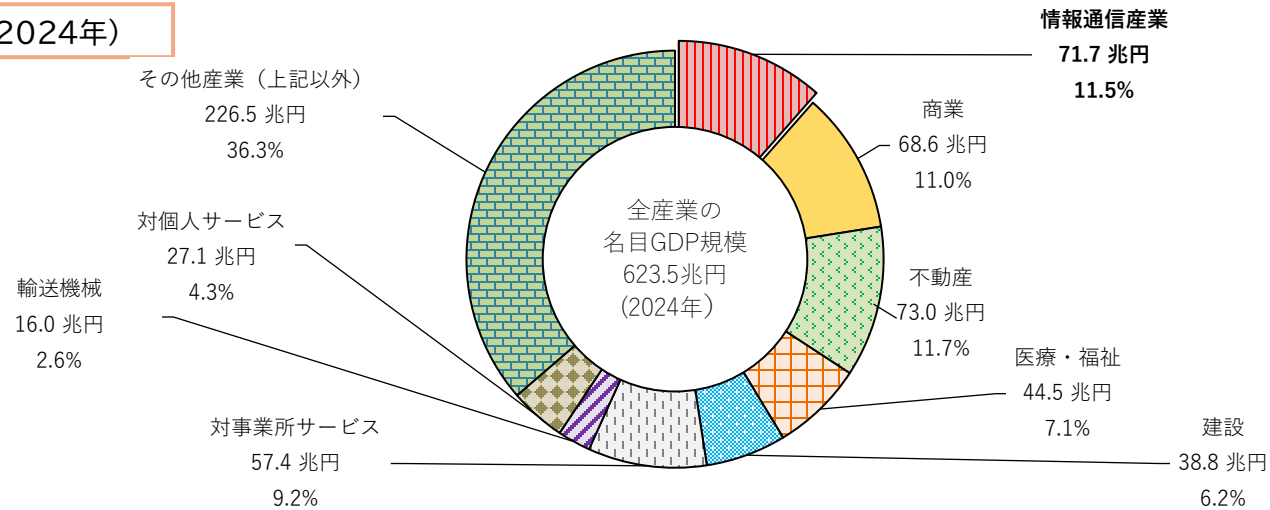
## 有識者のコメント(国立情報学研究所 佐藤一郎教授)

- 企業経営者はAIをコストではなく資産として位置づけ、業務の自動化を目標にするのではなくノウハウや知見を資産化するための手段としてAIを捉え、導入した方が良いと考えられる。AIによって、これまでできなかったことができるようになり、新たな価値を創出できるようになる上、これまで現場や個人のレベルで蓄積されてきた知見を、無形資産として企業全体が活用可能になる。
- 知見・知識・ノウハウをAI化することは、利用すれば利用するほどAI側に知見が蓄積されてゆき、時間とともに価値が上がるようなAIを作ることにつながる。そういったAI活用を行えるかどうか、今後の企業の成長等を左右するのではないか。

## 第II部 情報通信分野の現状と課題

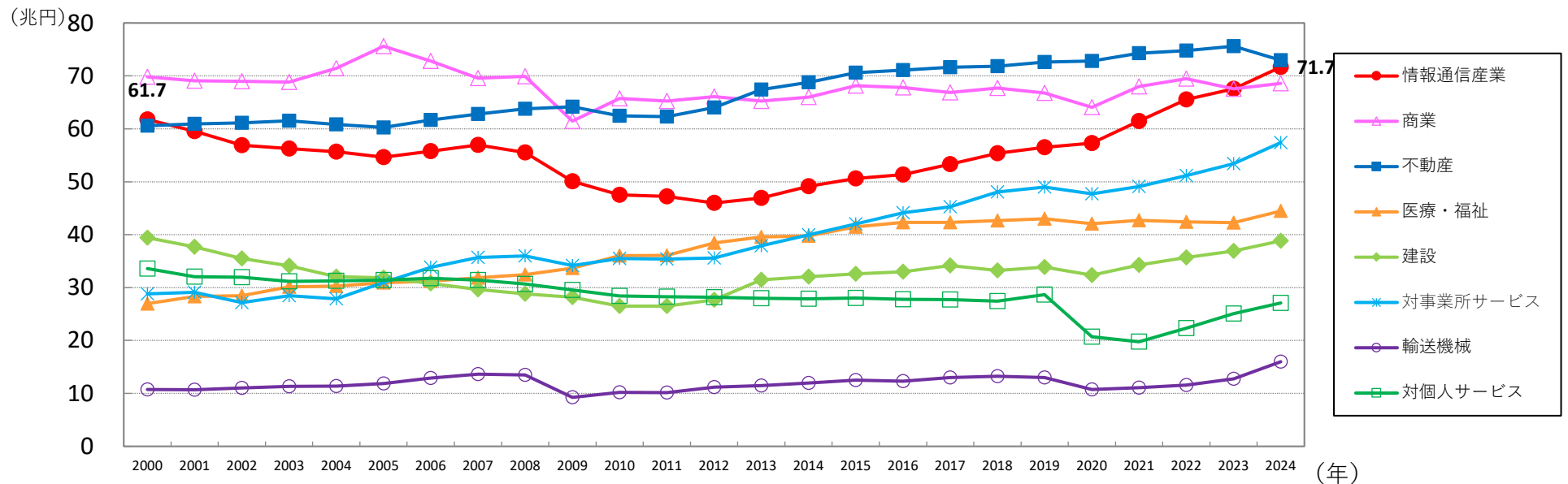
- 2024年の情報通信産業の名目GDPは71.7兆円(2020年価格基準による推計)。名目GDPの約11.5%を情報通信産業が占める。

## 主な産業のGDP(名目)(2024年)



(出典) 総務省 (2026) 「令和7年度 ICTの経済分析に関する調査」

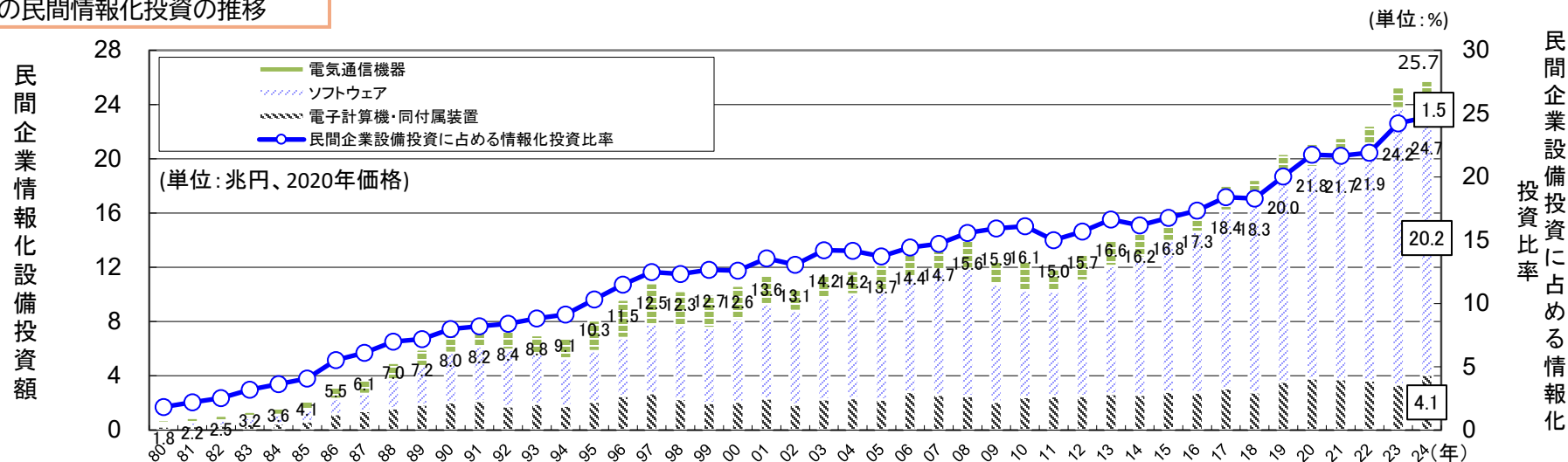
## 主な産業のGDP(名目)(推移)



(出典) 総務省 (2026) 「令和7年度 ICTの経済分析に関する調査」

- 2024年の我が国の民間企業による情報化投資は、2020年価格で25.7兆円(前年比1.9%増)と推計。内訳としては、ソフトウェア(受託開発及びパッケージソフト)投資が20.2兆円で、全体の約78%を占める。
- 日米の情報化投資の推移を比較すると、米国の情報化投資は一時的な足踏みはあるものの、堅調に増加。他方、日本の情報化投資は、緩やかな増加及び横ばいの傾向が続いている。

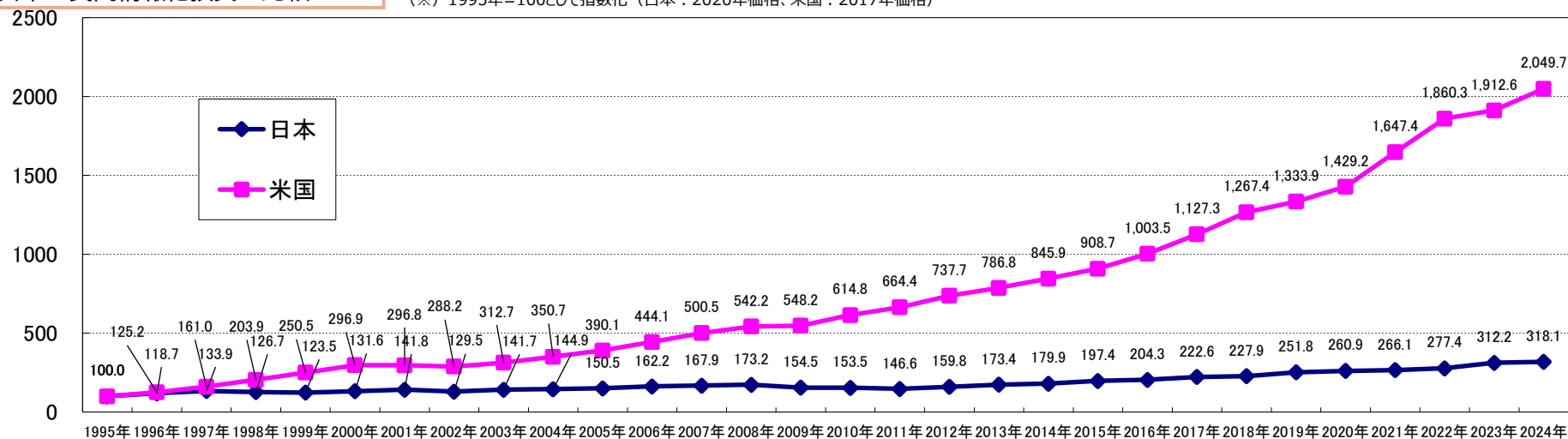
## 我が国の民間情報化投資の推移



## 日米の民間情報化投資の比較

(※) 1995年=100として指数化 (日本: 2020年価格、米国: 2017年価格)

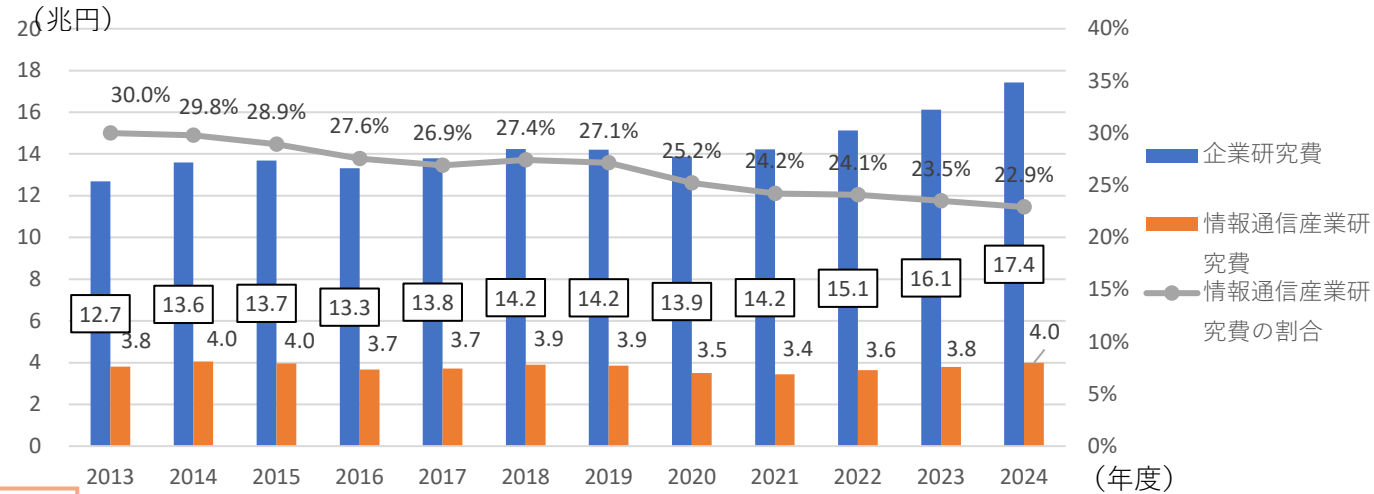
(出典) 総務省 (2026) 「令和7年度 ICTの経済分析に関する調査」



(出典) 総務省 (2026) 「令和7年度 ICTの経済分析に関する調査」

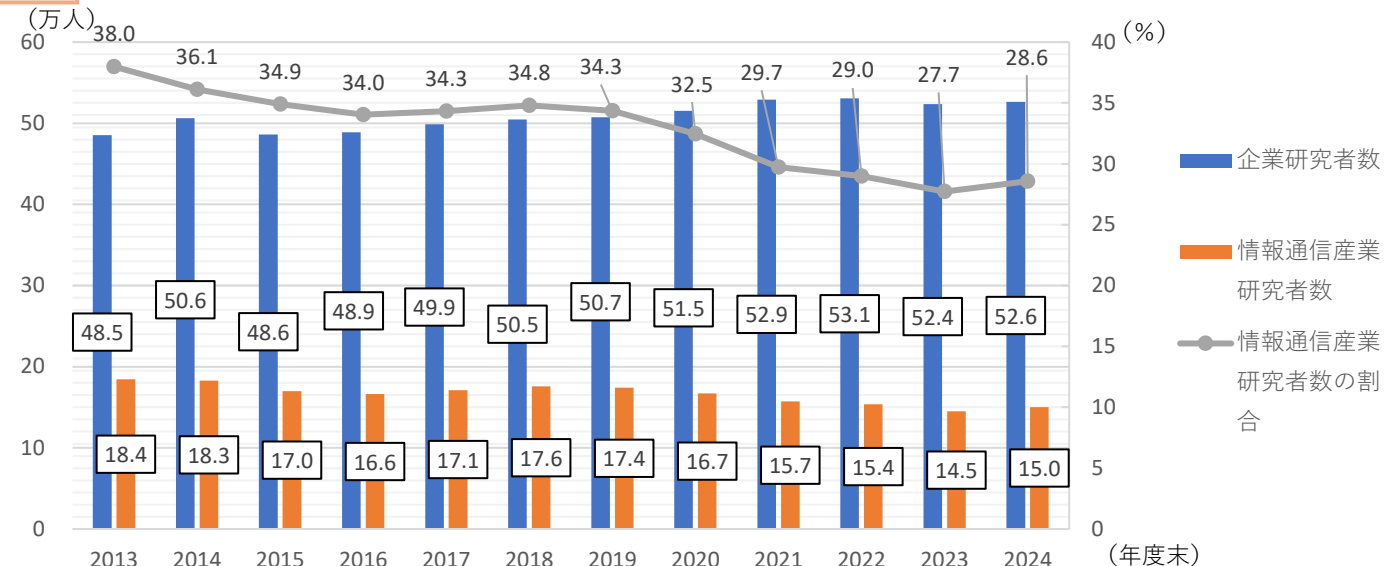
- 2024年度の企業の研究費のうち情報通信産業の研究費は約4.0兆円(22.9%)。近年横ばい又は微増の傾向。
- 2024年度末の企業の研究者数のうち情報通信産業の研究者数は約15.0万人(28.6%)。近年減少傾向が続いていたが微増。

## 企業研究費の推移



(出典) 総務省統計局「科学技術研究調査」各年度版を基に作成

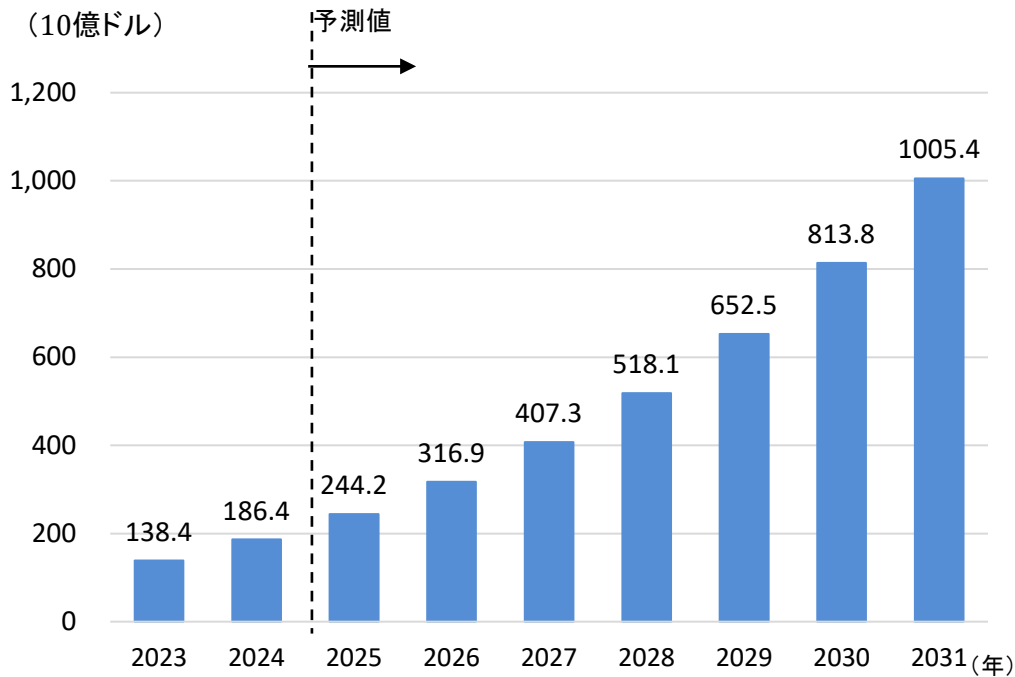
## 企業研究者数の推移



(出典) 総務省統計局「科学技術研究調査」各年度版を基に作成

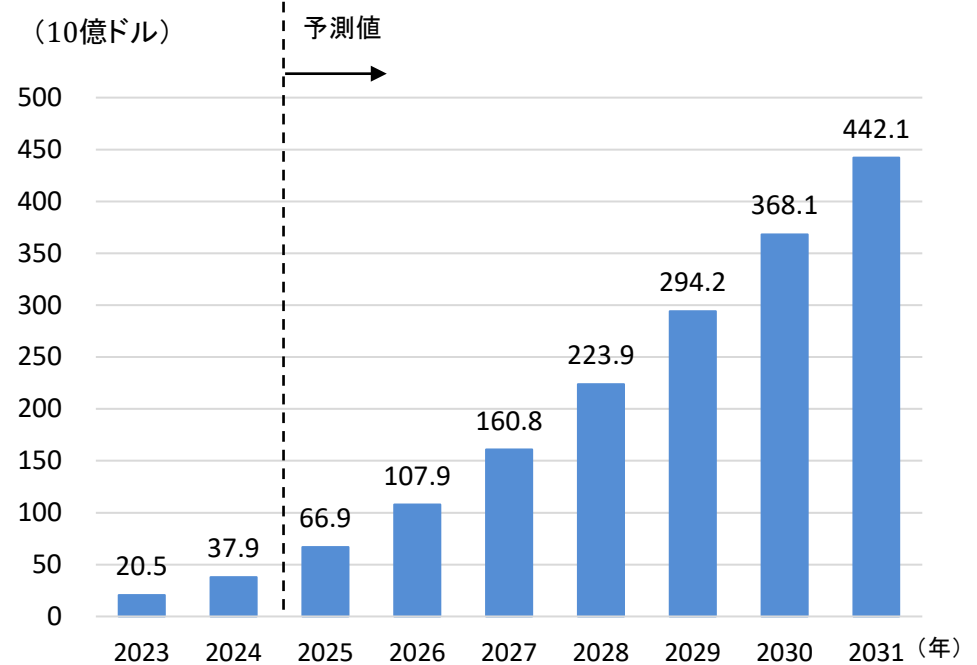
- 世界のAI市場規模は、2025年には2,442億ドル、2031年には1兆54億ドルまで拡大するとの予測。
- 世界の生成AI市場は、2024年の379億ドルから、2025年には669億ドル(AI市場全体の27.4%)、2031年には4,421億ドル(同44.0%)まで拡大するとの予測。

世界のAI市場規模の推移及び予測



(出典) Statista (2026年2月10日取得データ) を基に作成

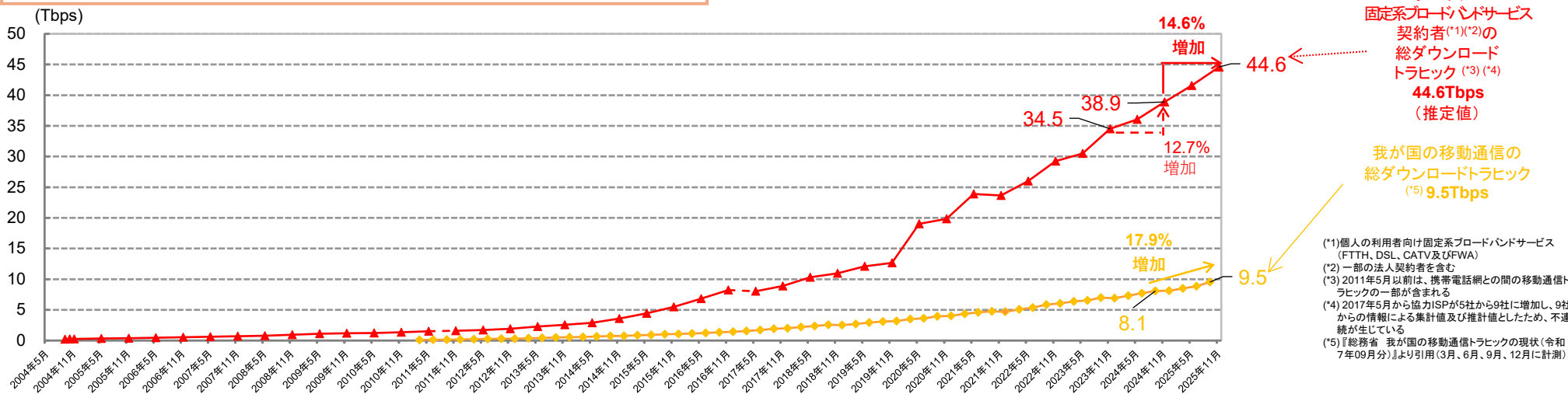
世界の生成AI市場規模の推移及び予測



(出典) Statista (2026年2月10日取得データ) を基に作成

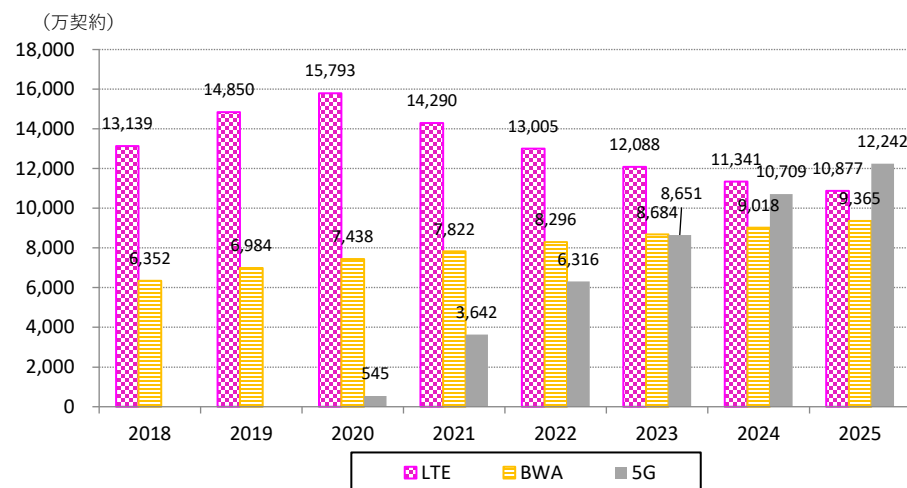
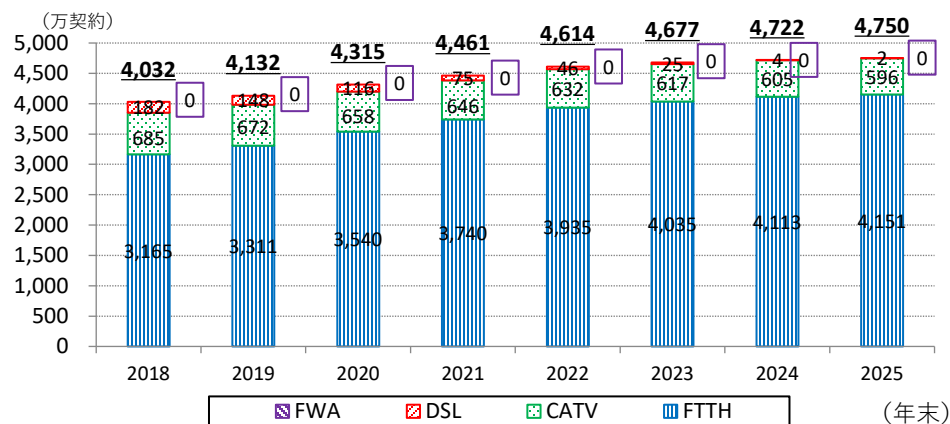
- 我が国の固定系ブロードバンドサービス契約者の総ダウンロードトラフィックは、新型コロナウイルス感染症の発生後に急増。増減率の変動はあるが総じて増加を続け、2025年11月時点では前年同月比14.6%増。移動通信の総ダウンロードトラフィックについても、総じて増加を続け、同時点では前年同月比17.9%増。
- 2025年末の固定系ブロードバンドの契約数は4,750万(前年同期比0.6%増)。移動系超高速ブロードバンドの契約数のうち、3.9-4世代携帯電話(LTE)は1億877万(前年同期比4.1%減)、5世代携帯電話(5G)は1億2,242万(前年同期比14.3%増)、BWAは9,365万(前年同期比3.8%増)。

## インターネットトラフィックの推移(固定系・移動系、ダウンロードトラフィック)



(出典) 総務省 (2026)「我が国のインターネットにおけるトラフィックの集計結果(2025年11月分)」

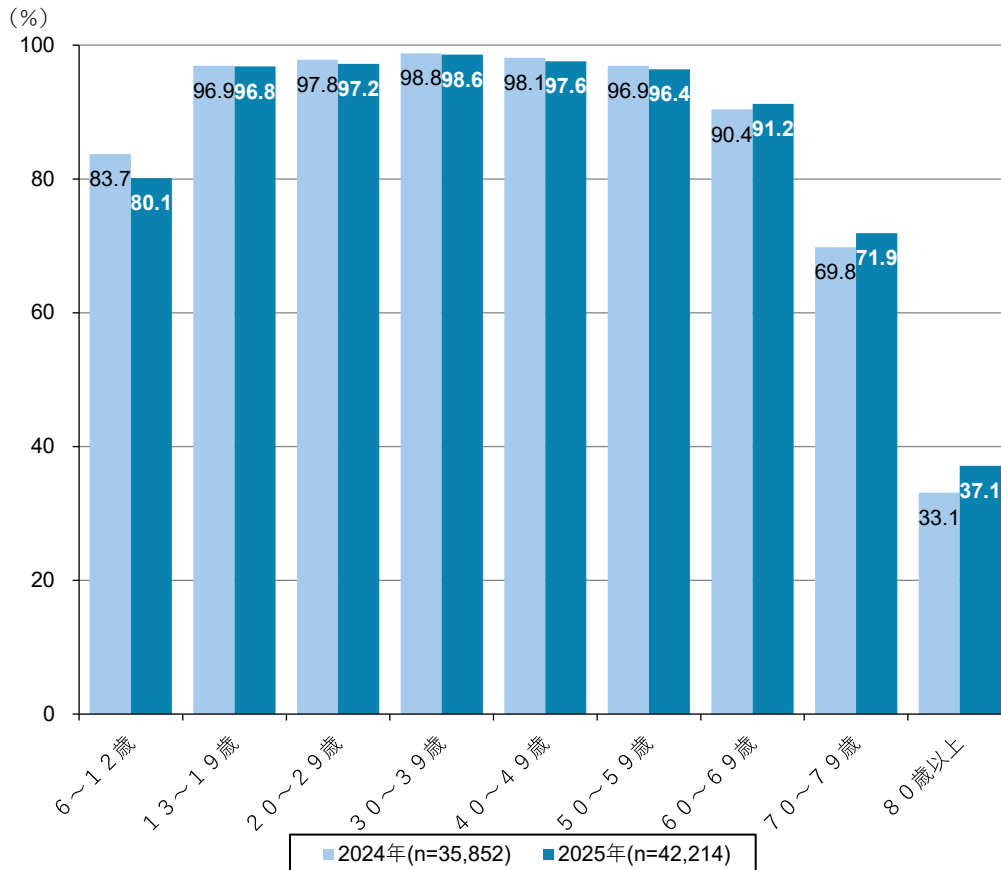
## ブロードバンド契約数の推移(固定系・移動系超高速ブロードバンド)



(出典) 総務省「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(令和7年度第3四半期(12月末))」を基に作成  
 ※ 過去の数値については、事業者報告の修正があったため、昨年の公表値とは異なる。

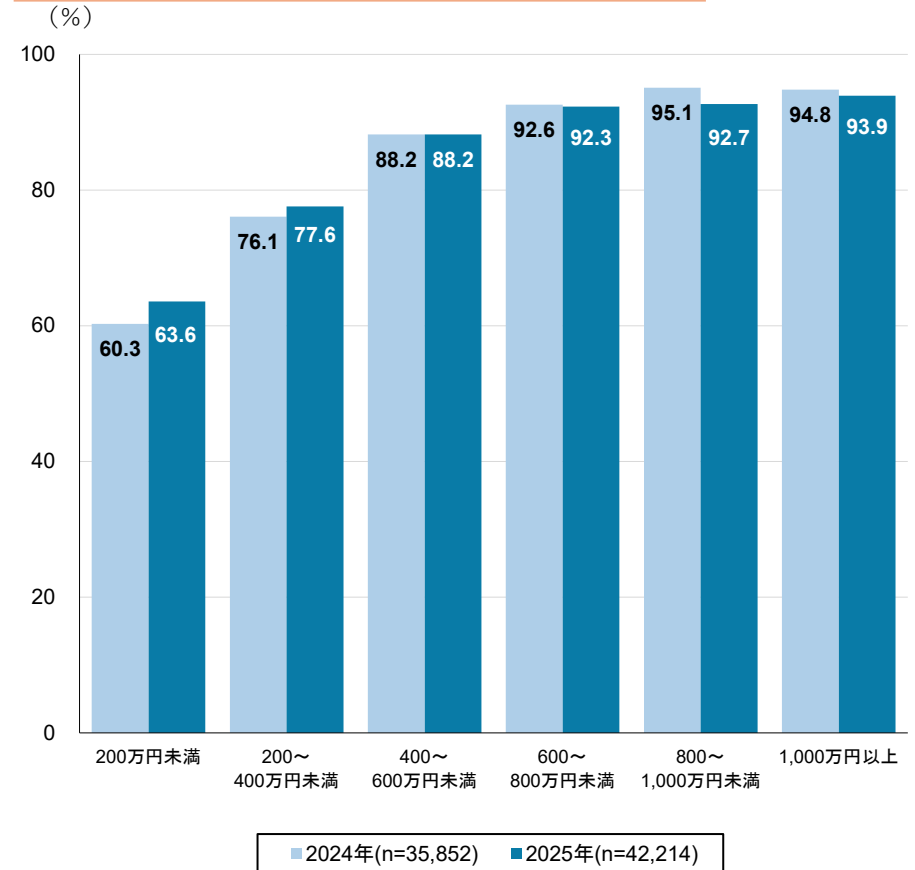
- 個人の年齢階層別インターネット利用率は、13歳から69歳までの各階層で9割を超えている。70歳以降、年齢階層が上がるにつれて利用率が低下する傾向にあるが、70歳～79歳の階層でも7割を超える。
- また、世帯年収別インターネット利用率は、400万円以上の各階層で8割を超えている。

## 年齢階層別インターネット利用率(個人)



(出典) 総務省「通信利用動向調査」

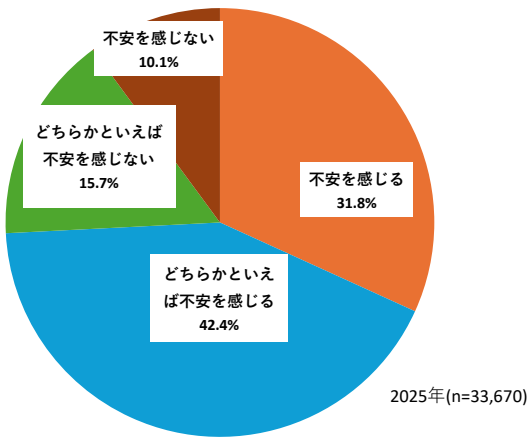
## 世帯年収別インターネット利用率



(出典) 総務省「通信利用動向調査」

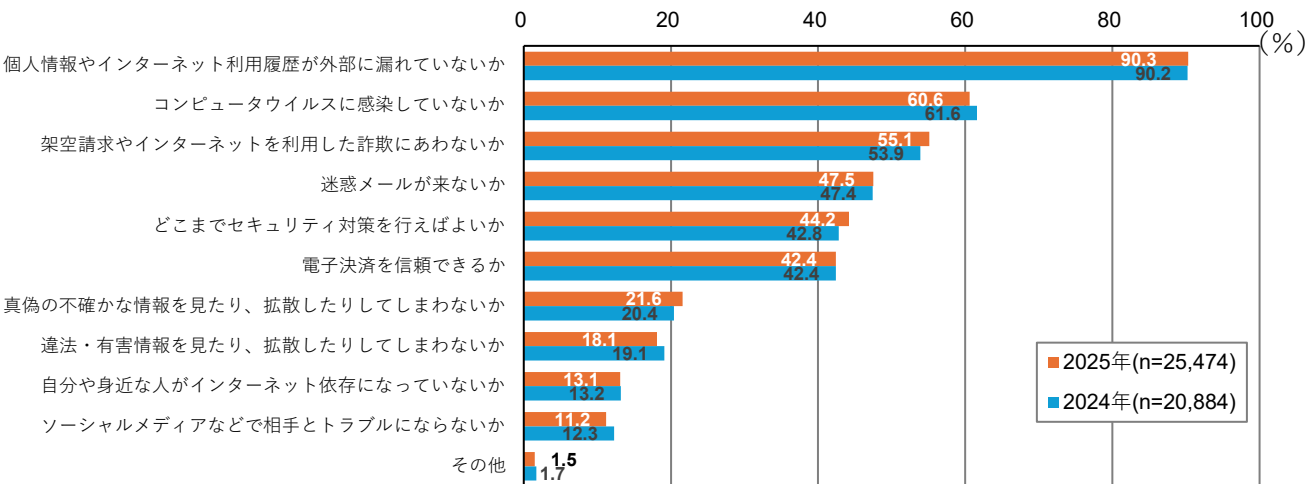
- インターネットの利用時に「不安を感じる」「どちらかといえば不安を感じる」と回答した割合は約7割。不安の内容としては、個人情報やインターネット利用履歴の漏洩が最も高く(90.3%)、コンピューターウイルスへの感染(60.6%)、架空請求やインターネットを利用した詐欺(55.1%)が続く。
- プラットフォーム企業が提供するサービス等を利用するに当たり、パーソナルデータを提供することについて「よく認識している」「やや認識している」と回答した割合は、米国が最も高く(76.4%)、日本は約4割(44.7%)。

インターネット利用時に不安を感じる人の割合



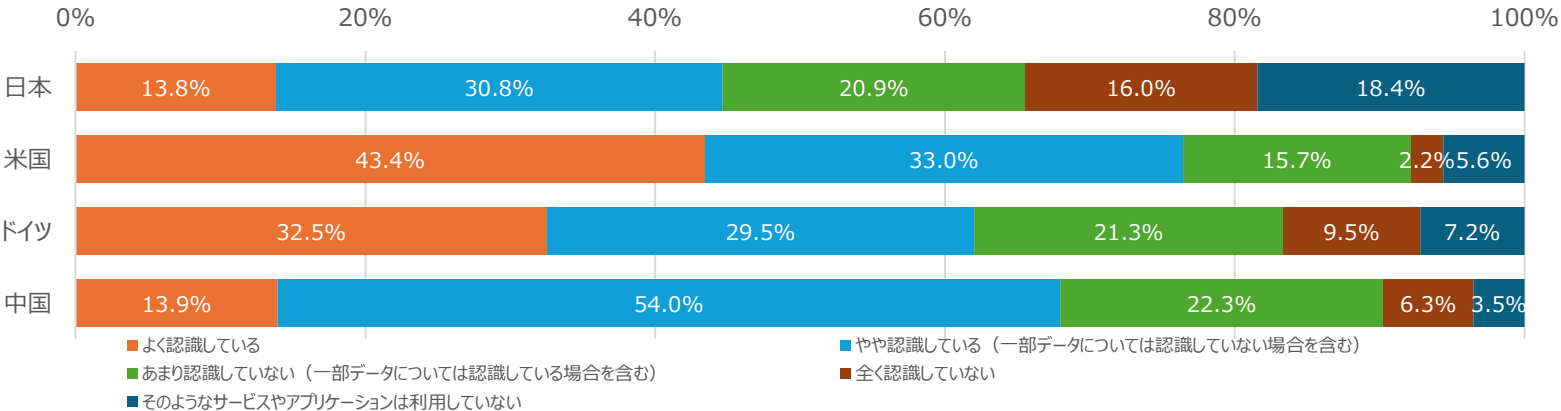
(出典) 総務省「通信利用動向調査」

インターネット利用時に感じる不安の内容(複数回答)



(出典) 総務省「通信利用動向調査」

パーソナルデータ提供に対する認識の有無



(出典) 総務省 (2026) 「国内外における最新の情報通信技術の研究開発及びデジタル活用の動向に関する調査研究」