

# 中央調査報

## (主な内容)

- ChatGPT 夜明け前：人工知能との親密性をめぐる可能性 ..... 1
- 告知板..... 10

## ChatGPT 夜明け前： 人工知能との親密性をめぐる可能性

同志社大学社会学研究科博士後期課程 王 婧瑜(オウ セイユ)

### 1. はじめに

AIが自律的なアクターとして人間の生活領域に進出しつつある現代において、そうした知的エージェントの存在に対する社会の認識のあり方は、技術の受容・拒否、倫理的な議論、政策決定などに対して極めて重要な影響を及ぼすと考えられる。特に、一般の市民がAIをどのように認識しているのかを体系的に分析・理解することは、技術の適切な社会実装や政策形成のベースラインとして不可欠であり、AIサービスを提供する企業にとっても、消費者の期待や懸念を把握し、それに対応した適切な設計・運用方針を策定する上で不可避の課題である。

飛躍的な技術的進歩により、AIは利用者から認識しにくい、単なる組み込み型のシステムとして機能するだけでなく、スタンドアローンのソフトウェアやインタラクティブなサービスとして一般利用者と直接的に接触する機会が増加している。特に、2022年の革新的なChatGPTの登場により、「大規模言語モデル」や「生成AI」が一般利用者にとっても身近な存在となり、驚異的な速度で多様な領域へと浸透し始めている。例えば、LINEでヤマト運輸のAIと会話するこ

とで荷物の確認や再配達への依頼が容易にでき、また、集荷依頼の電話を対象として、自動音声のオペレータが対応する「AIオペレータ」<sup>1</sup>も導入されている。チャットボットの活用はカスタマーサービスにとどまらず、ヘルスケアやエンタメ領域での応用も拡大している。

結果として、AIと直接「対話」することも日常的な行為として定着しつつある。この現象は、知能を備えた人工エージェントの社会的な位置づけや、人間との関係性の変容を示唆するものである。すなわち、AIは単なる道具としての役割だけでなく、対話を通じて「親密な他者」として情緒的なつながりを持つことが求められる存在にも見なされるようになることが予測される。また、AIが単なる情報媒介を超え、メディア単体で独立し、さらには「自律的な他者」として能動的に人間とのインタラクションを行うことは、従来の対人コミュニケーションモデルに対する根源的な再考を促すものとなるであろう。それらの関わりを理解・構築していく前提として、一般の利用者がAIに対してどのような想定を抱いてAIとインタラクションするのかを探求することは重要な課題である。

このような背景を踏まえ、本研究では人々がAIに対して抱くイメージの構造を探索的に分析し、そのイメージに対する解釈の方向性を提案することを目的とする。特に、本研究が注目する点は二つある。第一に、日常的なインタラクションにおけるAIとの接触経験や、AIの社会的役割に関する認識の広がりやChatGPTが十分に広まらない段階でどの程度あったのか、またAIの社会的役割の認識の構造はどのようになっていくのか、いわばスタート地点、ないし「夜明け前」の姿を明らかにする。第二に、AIと人間の関係性の構築、特にAIとの親密な関係の形成可能性に関する想像や期待が、人々のAIに対する認識にどう反映するかを推論する。つまり、本論は日本人のAIとの接触経験や、AIの社会的役割に関する認識に関する分析結果に注目し、一般的にはよく知られていないAIと人間の関係性を日本の利用者がどう考えているかを紹介する。

## 2. 研究方法

本研究では、一般利用者が持つAIのイメージの構造を明らかにすることを目的として、全国規模のオンラインウェブ調査を実施した。本調査は調査会社Freeasyに委託し、2023年3月14日に実施された。JST 次世代研究者挑戦的研究プログラムJPMJSP2129の支援を受けた研究の一環としての調査であった。

### 2.1. 調査対象とサンプリング

調査対象は日本全国の15歳以上69歳以下の一般利用者とし、年齢層および性別が均等に分布するように調査会社保有の調査モニター（筑波大学と共同開発のクリーニングされたモニター）からサンプリングを行った。具体的には、男女それぞれ445人（合計990人）を対象とし、年齢層ごとの内訳は以下の通りであった。10代（15歳以上19歳以下）:90人、20代~60代:各世代に180人。このように、世代別・男女別に均等な配分を確保することで、AIのイメージに対する世代間・性別間の比較分析が可能となるよう設計した。

### 2.2. 調査方法と調査票設計

本調査はオンライン形式で実施され、調査票

は全22問で構成された。年齢、性別、職業、居住地などの属性情報は調査会社によって提供されるため、質問項目はAIに対する全体的な認識と予期、AIとのインタラクション、AIとの関係性の受容、という三つの視点からのAIの社会的イメージを測定するよう設計した。本論文で言及する質問項目を例示しながら具体的な内容を下記にて示す(Q\*は本調査内での質問の番号)。

• デモグラフィック要因(年齢、性別、収入、居住地などの属性情報)

• AIの定義・認識・予期(全体的な認識)

Q2:あなたにとってAIはどのような存在だというイメージでしょうか?以下の項目の当てはまり度合いを選んでください(回答は8項目の5点尺度:「全く当てはまらない」~「大いに当てはまる」)

• AIとのインタラクション(日常的な接触経験、社会実装の想定)

その1:日常接触(製品、メディア)

Q1:人工知能(AI)に技術関連する以下の製品やサービスの中で最も親しみを感じる項目を3つ選んでください。(選択肢は9項目のリスト+「その他」)

その2:日常利用における場面と役割の想定

Q5:あなたはどのような場面でAI技術を利用したいと考えられますか?最も当てはまる3つの場面を選んでください。(6項目のリスト+「その他」)

Q6:あなたがAI技術を利用する場合、AIはどのような役割を担うべきだと思いますか?次の中で最も当てはまる3項目を選んでください。(7項目のリスト)

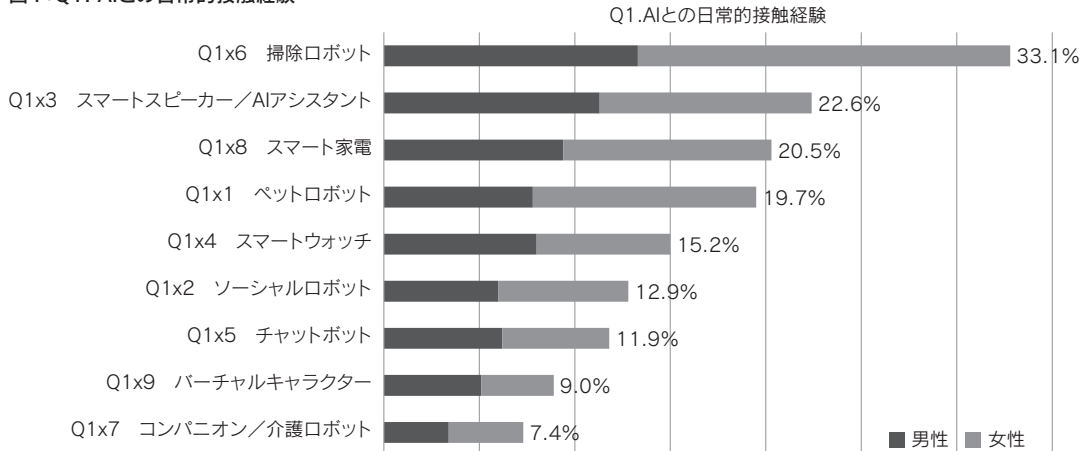
その3:AIとの会話

Q7:あなたはAIと会話したことはありますか?(例えば、オンラインプラットフォームで、AIとチャットできるスマホアプリ、ゲーム、公共のサービス窓口など)

Q8:(Q7であると回答した人を対象に)どのような会話ですか?(3項目のリスト+「その他」)

• AIとの関係性(関係性の受容と親密関係)

図1:Q1. AIとの日常的接触経験



Q12:あなたはふだんの生活でAIと会話をした  
たいと思いますか?(5点尺度)

Q15:人工知能(AI)が情報技術(ある種の道具)  
として利用されるだけではなく、人間と  
親密な結びつきを結ぶ可能性があるかと考  
えますか?(例えば、ペット、家族、友達、  
仕事仲間、学ぶ相手、助言者などとの関  
係性のようなもの)

これらの質問を通じて、AIに対する認識の多  
次元的な構造を明らかにし、その形成要因およ  
び社会的関連要因について考察する。データ分析  
にはSPSSによる統計解析およびKHCoderによ  
るテキストマイニングを行い、量的・質的両面か  
らアプローチした。本論文の分析は前者に絞る。

### 3. 分析結果

#### 3.1. 日常生活におけるAI

本節では、AIとの日常的接触経験や社会実  
装の想定に関する単純集計結果をもとに、日常  
生活の文脈において人々がAIをどのように認識  
し、どのようなサービスに親しみを感じている  
のか、さらにAIの利用場面や社会的役割に対  
してどのような期待やイメージを抱いているの  
かを概観する。

スマート家電やウェアラブルデバイスなどが  
一般化しつつある一方で、消費者は開発側とは  
異なり、AI技術の社会実装に関する十分な知  
識を有していない可能性がある。そこで、人々

が日常生活においてどのようなサービスをAI技  
術と結びつけて認識しているのかを把握するた  
め、Q1「あなたにとって人工知能(AI)に関連す  
る製品やサービスで親しみを感ずるのはどれで  
すか」について、最大3項目までの複数選択で回  
答を求めた。上位にある回答はまず「掃除ロボ  
ット」33.1%、そして会話型の「スマートスピー  
カー/AIアシスタント」22.6%、「スマート家電」  
20.5%であった。「当てはまるものはない」と  
いう回答は33.1%であった。(図1)

ここで得られた回答を擬人化の度合いによ  
って2種類に分けて得点を加算し、「AIの日常接  
触・利用」という尺度を作成した。具体的な項目  
は以下に示す。

- ①擬人化された外部機構を有しない「日常道  
具」:3スマートスピーカー/AIアシスタント、  
4スマートウォッチ、6掃除ロボット、8スマ  
ート家電が該当
- ②擬人化された外部機構を有する「人間より近  
い存在、人間の代替」:1ペットロボット、2ソ  
ーシャルロボット、5チャットボット、7コン  
パニオン/介護ロボット、9バーチャルキャラ  
クターが該当

次にAI技術の日常利用に対する人々の予期や  
役割の想定を明らかにするため、Q5ではAIの  
利用場面、Q6では社会的役割に関して回答を  
求めた。利用場面の想定では、「あてはまるもの  
はない」(37.1%)を除くと「プライベートな生活空

図2:Q5. AIの利用場面の想定

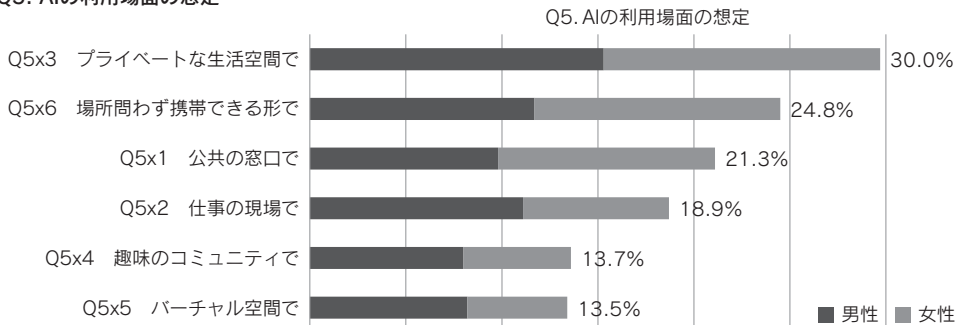
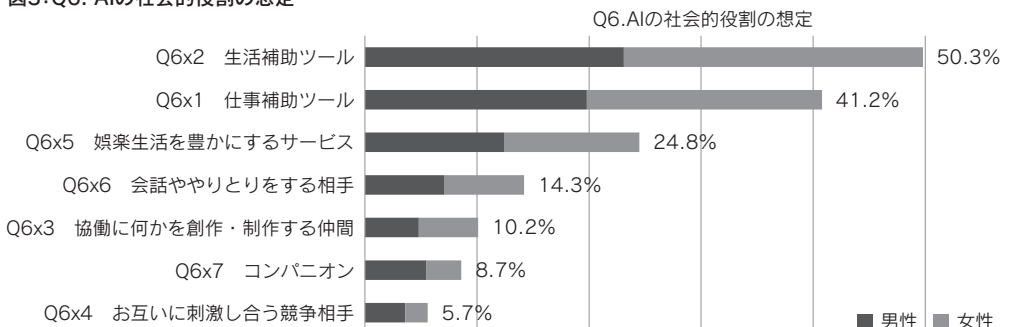


図3:Q6. AIの社会的役割の想定



間で」(30.0%)が最も多く、次いで「場所を問わず携帯できる形で(携帯電話、スマートウォッチやイヤホンのように)」(24.8%)が続いた。(図2)

一方、利用場面の想定において「仕事の現場で」は18.9%で第4位にとどまったが、Q6の社会的役割の認識については「仕事を補助するツール」が41.2%と第2位に位置し、利用場面と社会的役割に関する認識の間に差異が垣間見える。最も多く選ばれた役割は「日常生活を補助するツール」(50.3%)であり、AI技術に対する生活支援道具としての期待がうかがえる。(図3)

さらに、AI技術の日常利用に関する想定の特徴を明らかにするため、AIの利用場面と社会的役割について各選択肢間の関係性をクラスター分析(k-means法)を用いて検証する。利用場面や社会的役割についての認識の分化を明らかに

するためである。特徴のある2つのクラスターは表1に示す通りだった(表1と表2が示す%はクラスター内%)。

該当する接触経験のないクラスターは主にクラスター1(n=595)として現れた。次いで、クラスター2(n=167)はQ5x1「公共窓口」とQ5x2「仕事現場」が強調され、またQ5x6「場所とわず携帯できる形で」も現れているため、「公共空間」と名付けた。クラスター3(n=228)はQ5x4「趣味のコミュニティー」にやや反応はあるが、特にQ5x3「私生活空間」の傾向が強く現れているため、「私生活空間」と命名する。

次にAIの社会的役割の想定に関して検討すると、クラスター1(n=545)は特徴がなく、クラスター2(n=283)とクラスター3(n=162)を表2のように解釈できることが分かる。

表1: Q5 AI の利用場面の想定のクラスター分析結果

クラスター2 「公共空間」	Q5x1 公共窓口 (75%) と Q5x2 仕事現場 (64%) に特徴的、また Q5x6 場所とわず携帯できる形で (70%) にも反応多
クラスター3 「私生活空間」	Q5x3 私生活空間 (98%) Q5x4 趣味のコミュニティ (34%)

表2: Q6 AI の社会的役割の想定のクラスター分析結果

クラスター2 「補助型の道具」	Q6x1 仕事補助 (92%) と Q6x2 生活補助 (84%) が強く現れている。Q6x6 会話相手 (50%) が半数
クラスター3 「娯楽的サービス」	Q6x5 娯楽生活を豊かにするサービス (100%)

クラスター3「娯楽のサービス」はクラスター2「補助型の道具」の役割よりインフォーマルで、人との関係性をうかがわせる面が表れているが、道具性も同じく強調されている。一方で、全体の反応を見るとAIの他者性・主体性がより強調される項目であるQ6x3「協働に何かを創作・制作する仲間」、Q6x4「お互いに刺激し合う競争相手」、Q6x7「コンパニオンとして生活を共にする仲間」に対する期待は弱く、AIが「共創・共生の他者」として人間社会に組み込まれるクラスターとして独立した役割を持つまでには認識の上で分化していないのではないかとと思われる<sup>2</sup>。

全体を通じて回答者のおよそ3分の1がAIへの接触経験を認識しておらず、したがってその利用場面や社会的役割についてもイメージしにくいことには留意が必要である。2024年1月の時点になっても日本国内でChatGPTに関して「聞いたことがない」人々が35.7%いる(NTTドコモモバイル社会研究所の報告<sup>3</sup>)ことに鑑みると、日本人の3分の1はAIとの接点を(明示的に)持たないまま過ごしているのかもしれない。

日常生活における具体的な接触経験、利用場面の想定や役割の想定以外に、人工知能という存在に対する全体的な認識についても調査した。人々のイメージを把握するために、Q2「あなたにとってAIはどのような存在だというイメージですか」という質問項目を用い、8項目について5件法(「全く当てはまらない」～「大いに当てはまる」)で回答を得た。これらのデータに対して、AIに対するイメージの構造を探索的に明らかにする目的で、因子分析を実施した。

AIのイメージ(Q2)に対して最尤法(Varimax回転)を用いた因子分析を行った結果、累積寄与率50.9%で2因子が抽出された。回転後の因子負荷量(表3)を見ると、Q2m1「機械」、Q2m2「プログラムやアルゴリズム」、Q2m3「システム」とQ2m4「人工物」は第1因子に負荷(0.731~0.808)が高いため、この因子は道具性が強く「道具的人工システムという認識」の因子だと解釈する。Q2m7「人間に近いもの」・Q2m8「話を通じるロボット」は第2因子に負荷

(0.592, 0.797)が高く、この因子は「人間に近い存在・ロボットの他者」と名付ける。この結果は、AIに対する認識が「人工物としての機能性や道具性」と「擬人的他者としての親近性」という2軸によって構造化されていることを推測させる。

表3: Q2 AI に対するイメージの因子分析結果

回転後の因子行列	因子	
	1	2
Q2 AI に対するイメージ		
Q2m1 機械	<b>0.798</b>	0.104
Q2m2 プログラムやアルゴリズム	<b>0.731</b>	0.147
Q2m3 システム	<b>0.808</b>	0.135
Q2m4 人工物	<b>0.806</b>	0.055
Q2m5 日常ツール	0.185	0.470
Q2m6 メディア作品の中の存在	0.373	0.290
Q2m7 人間に近いもの	-0.151	<b>0.797</b>
Q2m8 話を通じるロボット	0.248	<b>0.592</b>

### 3.2. AIと会話すること

AIの日常接触・利用(Q1)の調査結果にも表れているように、SiriやAlexaに代表されるチャットボットやAI音声アシスタントは、スマートフォンやスマートスピーカーといったデバイスを介して、一般消費者が日常的に利用する最も身近なAI技術の一つである。こうした対話的なインタラクションにおいて、AIは単なる内部機能としての「ブラックボックス」的存在にとどまらず、利用者にとって「話しかけられる相手」として直接的に認識されやすい。そのため、AIとの心理的な関係性や親密性を検討する上で、AIとの会話経験は有効かつ重要な分析対象となる。この点に注目して、本調査ではAIとの会話経験の有無を確認した上で、会話経験のあるユーザーに対して、会話の内容を尋ねた。

調査の結果、AIとの会話経験が「ある」と回答したのは全体の19.5% (n=193)であり、「ない」と回答した人は全体の65.7% (n=650)と過半数を占めた。(図4) 会話経験のある回答者に対して、会話内容について複数回答形式で尋ねたところ、「問い合わせや情報収集」が最も多く62.2%、次いで「雑談」33.2%、「事務的な依頼」28.0%であった。(図5)

次に、AIとの会話経験が「ある」と回答した人

図4:Q7.会話経験の有無

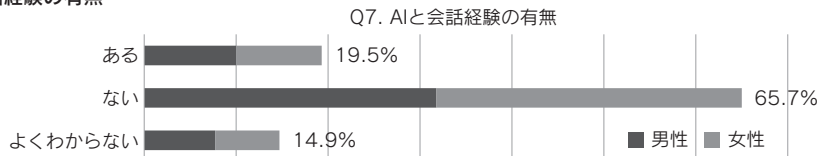
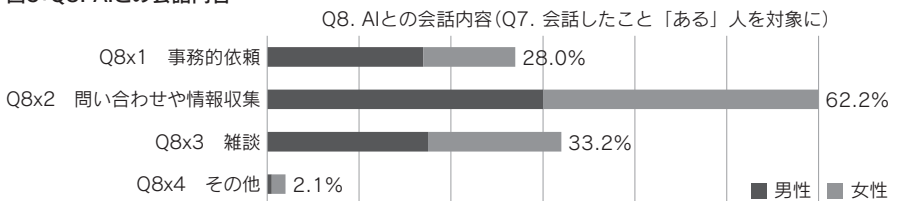


図5:Q8. AIとの会話内容



以外の回答者 (n=797) に対して AI との会話意欲について (Q12) 調査した。その結果、「会話したい」および「どちらかという会話したい」と回答した人は 17.4% にとどまり、一方で「どちらかという会話したくない」および「会話したくない」と回答した人は 43.5% と、会話に消極的な回答者が多数を占めた。(図6)

会話意欲に関する予測要因を探求するために、まず日常的な接触経験に注目し、Q1項目に基づいて作成した「AIの日常接触・利用」に関する尺度を用いて重回帰分析を行なった(表4左)。なお、従属変数である会話意欲 (Q12) は「会話したい」を1、「会話したくない」を5とする5件法で数値化されているため、回帰係数が負である場合は、会話意欲が高いことを意味する。

分析の結果、「日常道具」「人間により近い存在 (人間の代替)」の二つの尺度は、AI との会話意欲を有意に予測することが示された (いずれも  $p < .001$ )。特に「人間により近い存在」との接触の効果は注目に値しよう ( $\beta = -0.273$ )。つまり、日常生活において擬人化の度合いが高い AI エージェ

ントに親しみを感じている人ほど、AI との会話に対して積極的な意欲を示す傾向が見出された。

次に AI に対するイメージと会話意欲の関係性を見るために、Q2の分析で得られた「人工物としての機能性や道具性」と「擬人的他者としての親近性」の二つの軸の因子スコアを独立変数、AI との会話意欲を従属変数とした重回帰分析を行った(表4右)。

モデル全体は有意であり、AI との会話意欲に対する予測力が認められた。決定係数は  $R^2 = .112$  (調整済  $R^2 = .107$ ) であり、AI との会話意欲の約 11.2% を説明した。回帰係数の検討からは第2因子「人間に近い存在・ロボットの他者」が明瞭な負の効果 ( $\beta = -.330, p < .001$ ) を示した。一方、第1因子「道具的人工システムという認識」の効果は有意ではなかった。接触・利用の経験と一貫して、AI に対して「擬人的他者としての親近性」を強く認識している利用者の会話意欲が高いことを推測できる。

二つのモデルいずれも、AI との会話意欲は AI エージェントの擬人化度合いと強く結びついて

図6:AIとの会話意欲

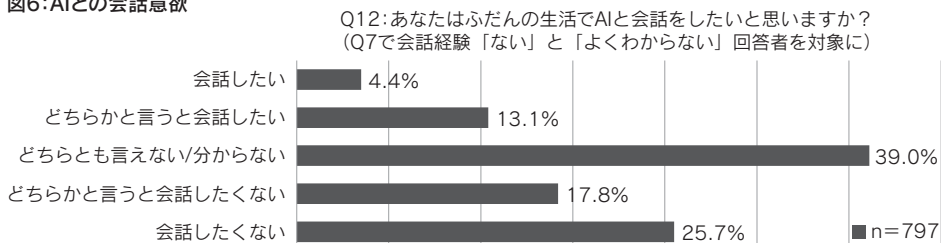


表4：AIとの会話意欲（Q12）に関する回帰分析

従属変数：あなたは普段の生活でAIと会話したいと思いますか？(Q12)	モデル1 日常接触・利用 (Q1)			モデル2 AIに対するイメージ (Q2)		
	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
日常道具	-0.242	-7.268	< .001			
人間により近い存在（人間の代替）	-0.273	-8.249	< .001			
因子1：道具的人工システムという認識				0.015	0.447	0.655
因子2：人間に近い存在・ロボットの他者				-0.330	-9.819	< .001
年齢（才）	-0.031	-0.940	0.348	-0.055	-1.608	0.108
性別（男性：1, 女性：2）	0.041	1.246	0.213	-0.003	-0.084	0.933
世帯年収	0.005	0.156	0.876	-0.019	-0.554	0.580
定数		22.672	< .001		21.083	< .001
R	0.378			0.335		
R Square	0.143			0.112		
Adjusted R Square	0.138			0.107		
N	797			797		

いることが示唆された。

### 3.3. AIとの親密関係

前節では、AIに対する認識や接触経験と、AIとの会話意欲との関連性について検討した。その結果、「道具性」としての側面よりも、「人間に親しみやすい擬人化された他者」としての側面が、会話というインタラクティブな行為への意欲に対して強く関連していることが示された。

では、これまで人間同士に限られていた「会話」の相手がAIとなることで、人とAIとの関係性にはどのような変化や可能性が生じるのだろうか。本節では、回答者の持つAIとの親密関係に対する予期に関する構造的要因を探索的に検討する。

人工知能が情報技術（ある種の道具）として利用されるだけでなく、人間と親密な関係を結ぶ可能性（Q15）について尋ねたところ、「ある」と回答した割合が28.0%、「ない」が38.0%、「どちらとも言えない」が34.0%となった。（図7）

AIと親密な関係を築くことに対してポジティブな態度を抱くことが、これまで検討してきたAIに対するイメージや接触経験などの要因とどのような関連を持つのかを明らかにするため、

ロジスティック回帰分析を実施した。Q15の回答に基づき、「ある」と回答した者には1、それ以外の回答者には0を付与したダミー変数を従属変数とし、各予測変数の影響を検証した。（表5）

日常生活の利用・接触経験に関して、Q1に基づく二つの変数「日常道具」（ $B=0.517, p < .001$ ）と「人間により近い存在、人間の代替」（ $B=0.857, p < .001$ ）のいずれも、AIと親密な関係を築くことに対する予期を有意に予測していた（モデル1）。後者は、モデル6で主要独立変数を同時投入しても統計的な有意性を落とさずロバストであり、人間に近い特徴を持つAIエージェントとの接触経験の方が、AIとの親密関係を築けると信じる傾向をより強く予測できることが示唆された。

AIに対するイメージ（Q2）の因子分析により抽出された2つの因子を独立変数として投入したロジスティック回帰分析（モデル2）の結果、いずれの因子もAIと親密な関係を築くことに対する予期を有意に予測していた。モデル2の説明力はやや限定的であり、Nagelkerke  $R^2$  は0.121にとどまったが、特にAIを道具的な人工システ

図7：AIとの親密関係の予期

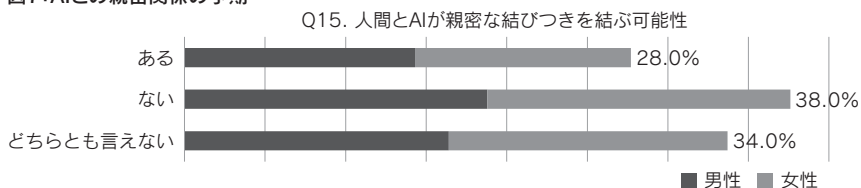


表5：AIと親密関係を結ぶ予期に対するロジスティック回帰分析

		ロジスティック回帰分析						
従属変数:人間とAIと親密な関係を結ぶ可能性があると考えますか?(Q15)		モデル1	モデル2	モデル3	モデル4	モデル5	モデル6	モデル7
主要な独立変数		利用・接触経験 (Q1)	AIのイメージ (Q2)	利用場面 (Q5)	社会的役割 (Q6)	会話内容 (Q8)	(Q8) 込みの値	
		B(SE)						
Q1 人間により近い存在、人間の代替	日常道具	0.517(0.078)***					0.197(0.090)*	-0.319(0.243)
	因子1 道具的人工システム	0.857(0.090)***					0.550(0.100)***	0.209(0.238)
Q2 因子2 人間に近い存在・ロボットの他者	因子1 道具的人工システム		0.353(0.092)***				0.120(0.102)	-0.372(0.205)+
	因子2 人間に近い存在・ロボットの他者		0.766(0.097)***				0.586(0.103)***	1.079(0.233)***
Q5 公共空間クラスター 私生活空間クラスター	公共空間クラスター			1.745(0.195)***			1.033(0.225)***	0.681(0.514)
	私生活空間クラスター			1.721(0.177)***			1.004(0.203)***	0.604(0.475)
Q6 補助型の道具クラスター 娯楽的サービスクラスター	補助型の道具クラスター				1.543(0.213)***		0.556(0.250)*	-0.704(0.619)
	娯楽的サービスクラスター				2.019(0.247)***		0.947(0.288)**	-0.616(0.679)
Q8 Q8x2 問い合わせや情報収集 Q8x3 雑談	問い合わせや情報収集					0.713(0.400)		0.970(0.466)*
	雑談					0.927(0.414)*		1.023(0.495)*
性別(男性:1,女性:2) 世帯年収	年齢	0.004(0.005)	0.003(0.005)	0.004(0.005)	-0.002(0.005)	-0.005(0.010)	0.003(0.005)	-0.007(0.012)
	性別(男性:1,女性:2) 世帯年収	-0.230(0.153)	-0.041(0.148)	-0.022(0.153)	-0.127(0.148)	-0.143(0.301)	-0.044(0.163)	0.121(0.352)
-2 Log likelihood		1040.324	1086.558	1034.235	1080.126	250.027	935.788	208.566
Nagelkerke R2		0.181	0.121	0.189	0.130	0.064	0.308	0.315
N		990	990	990	990	189	990	189

+ 0.05 ≤ p < 0.10; \* 0.01 ≤ p < 0.05; \*\* 0.001 ≤ p < 0.01; \*\*\* p < 0.001

ムではなく、人間に近い存在やロボットのな他者として認識する傾向 (B=0.766, p < .001)が、親密関係を築けるという認識に対してより強い正の関連性を持つことを示していた(モデル6で主要独立変数を同時投入してもこの認識は統計的に有意であった)。

また、利用場面(Q5)と社会的役割(Q6)の三つのクラスターそれぞれについてダミー変数を作成し、特徴のある四つのクラスターを独立変数とする分析(モデル3と4)を行なった。公共空間クラスターと私生活空間クラスターを投入した結果、いずれも有効な予測因子であった。特徴のないクラスター1に対して公共空間クラスター(B=1.396, p < .001)も私生活空間クラスター(B=1.351, p < .001)もともに有効な予測要因であった。社会的役割(モデル4)に関しても同様に、

いずれも有意な予測因子であり、基準としてのクラスター1に対して「娯楽的サービス」クラスター (B=1.273, p < .001)は「補助的道具」クラスター (B=0.907, p < .001)とほぼ同様の予測力を有している。ただし、モデル6に見るように有効な独立変数を同時に投入してみると、有意性の度合いからみて、社会生活においてAIに娯楽的な役割を想定する人の方がAIとの親密な関係の形成に対してより肯定的な見通しを持っていると読み取ることができるかもしれない。

最後に、会話内容が親密関係の予期に与える影響を確認するため、AIとの会話経験がある回答者に限り、その会話内容(Q8)を独立変数とした分析を行った(n=189)。その結果、「雑談」(Q8x3)のみが有意な予測因子であり(B=0.927, p =.025)、「問い合わせや情報収集」や「事務的

依頼」といった実務的な会話に比べて、「雑談」の経験がある回答者の方が、AIとの親密な関係性を築く可能性についてより肯定的な予期を抱いていることが示された。

#### 4. 考察

本研究では、AIに対する日本人のイメージを調査し、計量的な分析を行った。AIに関する概括的なイメージ、日常生活における接触経験、さらに利用場面や社会的役割の想定に関する分析を通じて、AIに対する認識は主に「人工物としての機能性・道具性」と「擬人的な他者としての親近性」という二つの軸に左右されていることが示唆された。AIに対しては「補助型の道具」や「娯楽的サービス」としての道具性の強い役割が想定される一方で、人間と協働しながら「共生」していく主体的な他者としての想定はまだ明確に現れていないようである。

また、AIと直接「会話」という行為に関する質問からは、全体のおよそ6割の回答者が明確な会話経験を有していないことが判明した。非会話経験者の会話意欲(Q12)に関する回帰分析の結果、日常生活におけるAIとの接触が深まることで、会話意欲にポジティブな影響を与える可能性が示された。さらに、AIをより人間に近い存在として認識する傾向も、会話意欲を有意に予測しており、「擬人化の度合い」も、人間がAIとインタラクティブな関係を築こうとする態度を予測するうえで重要な要因となることが明らかになった。

最後に、AIとの親密な関係性を築くことに対する予期(Q15)に関するロジスティック回帰分析の結果から、AIの全体的なイメージにおいて道具的な側面に重点を置く利用者よりも、人間に近い他者としてAIを捉える傾向や、実際の接触経験の増加の方が、AIとの親密な関係性に対する予期にポジティブに寄与することが明らかとなった。一方で、利用場面や社会的役割の想定については、想定の実体性がAIの普及状況に大きく依存していると考えられ、本調査の時点ではこれらに関する認識が明確に定着している

とは言いがたく、親密性との関連性も依然として不明確な部分が残されている。しかし、接触経験のなかでも注目すべき点は、AIとの会話経験の中でも「雑談」の経験が、親密関係を予測する上で有意な因子であったことである。これは、インタラクティブかつ非目的なやりとりを通じて、AIが他者として認識されやすくなる可能性を示唆している。

本研究で実施したウェブ調査は、ChatGPTが一般的に利用されるわずか前に行われたものであり、そのため当時の実態およびAIに対するイメージに限定された内容となっている。しかし、分析の結果から「会話」がAIとの関係性に重要な影響を及ぼしうることが示唆されたことを踏まえると、今後は同様の枠組みに基づく再調査を通じて、ChatGPT普及前後における認識や態度の変化を検討する意義があるといえる。特に、知能的な人工エージェントとのインタラクションを通じて、従来の人間中心のコミュニケーションモデルがどのように更新されるのか、あるいは人間が自己と類似した人工的存在を媒介として、自己認識をいかに深めていくのかといった点について、今後さらに議論を深めていく必要がある。

#### 注釈

1. 「AIオペレータ」についての情報は、ヤマト運輸株式会社の公式サイトを参照。<https://www.kuronekoyamato.co.jp/ytcc/customer/send/members/shuka/artificial-intelligence.html>(2025年4月6日アクセス)。
2. クラスター数を増しても分化したクラスターは表れなかった。
3. モバイル社会研究所(2024)「レポート 学生の4割超・教職員の約3割がChatGPT利用」<https://www.moba-ken.jp/project/service/20240610.html>(2025年4月7日アクセス)。

#### 参考文献

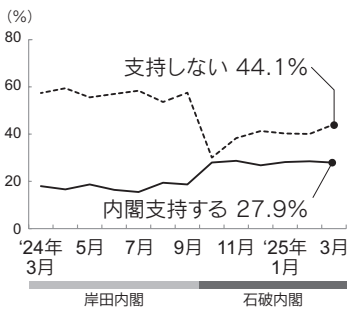
モバイル社会研究所(2024)「レポート 学生の4割超・教職員の約3割がChatGPT利用」<https://www.moba-ken.jp/project/service/20240610.html>

### ◇ 告 知 板

#### 3月の時事世論調査

3月の時事世論調査によると、石破内閣の支持率は0.6ポイント減の27.9%でほぼ横ばいだった。不支持率は44.1%の4.0ポイント増で、不支持が支持を上回った状況が続いている。

調査は全国18歳以上の男女2,000人を対象として3月7日から10日に実施、有効回収(率)は1,186(59.3%)だった。



#### この時期の国内の動きは、

ホンダと日産、統合協議終了：ホンダと日産自動車は、それぞれ経営統合協議の打ち切りを正式決定した。日産の内田誠社長は、ホンダからの日産を完全子会社とする案に「日産の自主性が守られるか確信を持てなかった」と破談の理由を説明した(2月13日)。

備蓄米放出、21万トン：農林水産省は政府備蓄米の放出に向け、数量や対象者など入札の概要を公表した。放出量は21万トンとする。コメは価格の高騰が続いており、流通の目詰まり解消を図る(2月14日)。

天皇陛下65歳「穏やかな春願う」：天皇陛下の65歳の誕生日を祝う一般参賀が皇居で行われた。陛下はあいさつで、「全国各地の皆さん一人一人にとって、穏やかな春が訪れるよう願っております」と述べられた(2月23日)。

昨年出生数、過去最少72万人：厚生労働省は2024年の人口動態統計の速報値を公表した。年間出生数は72万988人と、9年連続で過去最少を更新。前年の速報値から3万7643人(5.0%)減

で、70万人割れが目前となった(2月27日)。

悠仁さま、初の記者会見：昨年9月に成年を迎えた秋篠宮家の長男悠仁さまは、赤坂御用地内の赤坂東邸で初めての記者会見に臨まれた。「成年皇族としての自覚を持ち、皇室の一員としての役割をしっかりと果たしていきたい」と抱負を語った(3月3日)。

石破首相、高額療養費上げ見送り：石破茂首相は、医療費が高額となった場合に患者負担を抑える「高額療養費制度」見直しを巡り、今年8月に予定していた患者負担上限額の引き上げを見送ると表明した(3月7日)。

#### 国外では、

ローマ教皇、トランプ政権を批判：フランシスコ・ローマ教皇は、トランプ米大統領が進めている不法移民の強制送還を「深刻な危機」と批判した。米国のカトリック司教らに送付した公開書簡で表明した(2月11日)。

ミャンマー詐欺拠点に「1万人以上」：ミャンマーの対タイ国境近くに中国系犯罪組織の特殊詐欺拠点が有る問題で、タイ警察は日本や中国など関係する約20カ国の大使館の担当者らとバンコクで協議し、情報共有を強化することで一致した(2月17日)。

保守野党が第1党、独総選挙：23日投票のドイツ連邦議会(下院、定数630)選挙は即日開票され、保守野党キリスト教民主・社会同盟が208議席を獲得して第1党の座を確保。2021年以来となる政権への復帰が確実となった(2月24日)。

米ウ首脳会談決裂：トランプ米大統領はホワイトハウスでウクライナのゼレンスキー大統領と会談した。ロシアのウクライナ侵攻終結を巡り、互いの主張は平行線をたどり、激しい口論の末、会談が決裂。予定していた合意文書への署名は中止となった(2月28日)。

ウクライナに「揺るぎない支

持」英首相：スターマー英首相とゼレンスキー大統領は、ロンドンの首相官邸で会談した。英首相官邸によると、スターマー氏はウクライナに対する揺るぎない支持を改めて表明した(3月1日)。

マクロン大統領「仏の核で欧州防衛」議論：フランスのマクロン大統領は、国民向けにテレビ演説し、自国の核抑止力で欧州の同盟国を防衛する議論を始めると述べた(3月5日)。

政党支持率 自民党の支持率は17.9%で前月と変化なしだった。以下、立憲民主党は1.2ポイント減の4.2%、日本維新の会は0.4ポイント増の2.4%、公明党は0.3ポイント減の3.5%、共産党は0.5ポイント減の1.3%、国民民主党は8.0%と1.9ポイント増で引き続き野党最多だった。支持政党なしは1.2ポイント減の54.8%だった。

#### 政党支持率 (上段：3月、下段：2月)

政党	3月 (%)	2月 (%)
自民党	17.9	17.9
公明党	4.2	4.5
立憲民主党	2.4	2.8
国民民主党	3.5	3.2
日本維新の会	1.3	1.8
共産党	8.0	8.5
支持政党なし	54.8	56.0

国民の景気感 「良くなった」は前月から0.3ポイント増の2.8%、「悪くなった」は1.6ポイント増の54.5%だった。時事世論景気指数は前月から3ポイント減少して19となった。

#### 時事世論景気指数

年	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年
12月	129.1	126.0	120.0	131.9	130.0	109.9	25.0
1月	23.1	53.3	77	59	45	59	61
2月	51	59	52	42	38	22	19

暮らし向き 昨年の今頃と比べて「楽になった」は前月と変わらず3.2%、「苦しくなった」は0.8ポイント減の48.4%となった。