

## 2025年度 新入社員の意識調査 結果

### 1 はじめに

当社では、OKB総研主催の新入社員研修会の受講者を対象に意識調査を実施している。30回目となる今年度は、例年の質問に加えて、「新入社員の生成AIに対する意識」について調査した。

### 2 調査概要

本調査の概要は下表の通りである。

- (1) 調査対象：岐阜県・愛知県等の企業250社の新入社員
- (2) 調査時期：2025年3月28日～4月7日
- (3) 調査方法：OKB総研主催の新入社員研修会受講者(755名)に無記名方式で実施
- (4) 有効回答者数：463名(有効回答率61.3%)
- (5) 回答者属性(下表のとおり)

	全体	男性	女性	回答しない	
有効回答者数	463名	267名	190名	6名	
平均年齢	21.1歳	21.0歳	21.3歳	23.2歳	
最終学歴	高校卒業	35.4%	36.7%	33.7%	33.3%
	専門学校卒業	10.2%	9.0%	12.1%	0.0%
	短期大学卒業	5.2%	2.6%	8.4%	16.7%
	4年制大学卒業	44.5%	45.3%	43.7%	33.3%
	その他	4.8%	6.4%	2.1%	16.7%
居住地	岐阜県	57.7%	56.6%	60.0%	33.3%
	愛知県	31.1%	32.2%	28.9%	50.0%
	三重県	1.3%	1.1%	1.6%	0.0%
	滋賀県	2.4%	3.0%	1.6%	0.0%
	その他	7.6%	7.1%	7.9%	16.7%
業種	製造業	42.5%	44.9%	39.5%	33.3%
	建設業	14.9%	18.4%	10.0%	16.7%
	卸売・小売業	7.8%	7.1%	7.9%	33.4%
	サービス業	7.1%	4.5%	11.1%	0.0%
	医療・福祉	6.9%	2.6%	13.2%	0.0%
	その他	20.8%	22.5%	18.3%	16.6%

(\*) 端数を四捨五入しているため、合計は100%にならない場合がある(以下同じ)。

### 3 今年の新入社員像

#### (1) 地元就職とUターン就職

「地元就職」が68.9%

「あなたは地元就職・Uターン就職・その他のうち、どれにあてはまりますか」と尋ねたところ、「地元就職」が68.9%で最も高くなった。「Uターン就職」は14.7%だった(図表1)。

ここ4年間で「地元就職」は6割前後、「Uターン就職」は1割前後で推移している。

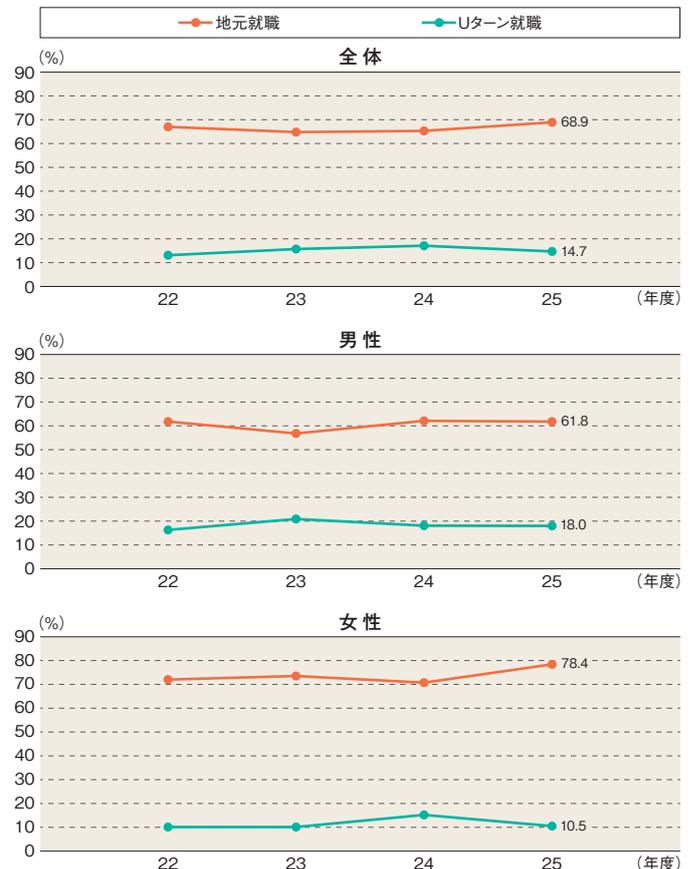
男女別に見ると、「地元就職」は男性が61.8%、女性が78.4%と、女性が男性に比べ16.6ポイント高くなっている。「Uターン就職」は男性が18.0%、女性が10.5%と、男性が女性に比べ7.5ポイント高くなっている。

#### (2) 就職先の選択基準

「休日・勤務時間」「給与・ボーナス」が上昇傾向

「入社を決めるにあたって何を重視しましたか(3つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「業種・事業内容」

図表1 地元就職とUターン就職



(53.1%)、2位は「雰囲気・イメージ」(42.5%)、3位は「休日・勤務時間」(39.7%)となった(図表2)。

「休日・勤務時間」と「給与・ボーナス」は、ここ10年間で振れを伴いながらも緩やかな上昇傾向となっている。

男女別に見ると、男性は「業種・事業内容」(57.3%)、女性は「雰囲気・イメージ」(51.1%)がそれぞれ最も高くなった。「雰囲気・イメージ」については女性が男性に比べて14.4ポイント高くなっている。

### (3) 将来就きたい地位

#### 「スペシャリスト志向」が再び首位に

「あなたは将来どんな地位に就きたいですか(1つだけ選択)」と尋ねたところ、「特殊能力・技能のあるス

ペシャリスト社員(以下、スペシャリスト志向)」が36.9%で最も高く、次いで「部長・課長・主任などの肩書のある管理職(以下、管理職志向)」が20.5%、「一般社員のままだがよい(以下、一般社員志向)」が19.0%となった(図表3)。

「スペシャリスト志向」が前回から12.0ポイント上昇して2年ぶりにトップとなった。「スペシャリスト志向」を選択した理由(自由記述)としては、前回に比べて「貢献」という単語が目立った。専門的な技能を身につけ、企業に貢献できる存在になりたいという思いがあるようだ。

もう1つ特徴的なワードが「給料」で、「給料が上がるから」「できるだけ高い給料が欲しいから」といったコメントがあった。昨今の物価高や企業

の賃上げ気運の高まりなどが背景にあるかもしれない。

一方、前回1位だった「一般社員志向」は9.1ポイント低下して3位となった。

男女別に見ると、男性は「スペシャリスト志向」が40.4%で前回から+17.4ポイントと大きく上昇し1位となった。2位は「管理職志向」で26.2%だった。

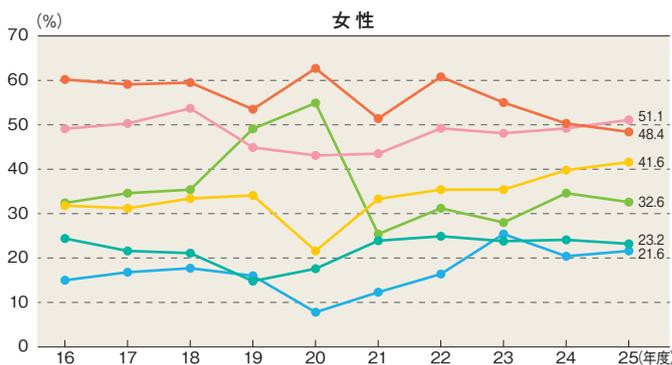
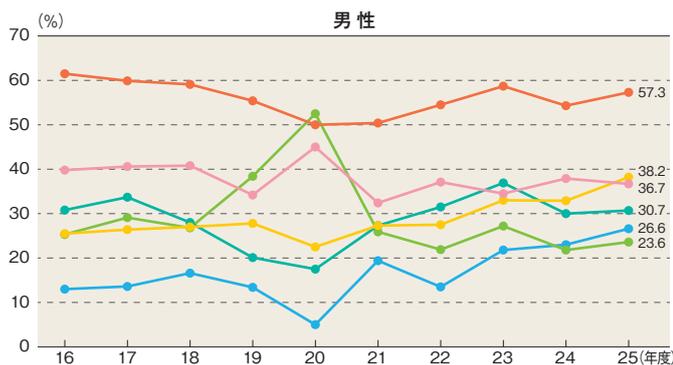
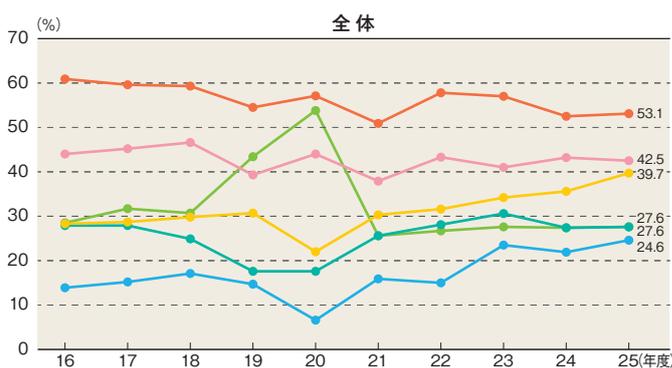
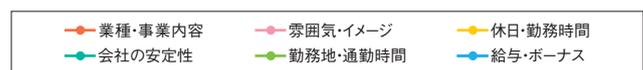
女性は「スペシャリスト志向」が33.2%で最も高くなった。「一般社員志向」は28.9%で前回から▲15.1ポイントと大きく低下した。「スペシャリスト志向」は前回から6.5ポイント上昇しており、上記の貢献意識や給料などの理由により、一定割合がスペシャリスト志向にシフトしたと考えられる。また、グラフ上では省略したが、

図表2 就職先の選択基準 ※複数回答

就職先の選択基準(全体、16項目)

順位	項目	回答割合	前回差
1	業種・事業内容	53.1%	+0.6
2	雰囲気・イメージ	42.5%	▲0.7
3	休日・勤務時間	39.7%	+4.1
4	会社の安定性	27.6%	+0.2
5	勤務地・通勤時間	27.6%	+0.2
6	給与・ボーナス	24.6%	+2.7
7	社員・人事担当者の対応	13.8%	▲1.0
8	福利厚生	13.6%	▲1.2
9	会社の将来性	12.3%	+0.7
10	自分自身の成長	11.7%	▲3.8
11	会社の規模	9.1%	+2.3
12	親または学校の推薦	6.0%	+0.1
13	会社の知名度	3.0%	+1.4
14	SDGsなど社会貢献意識の強さ	2.6%	+0.3
15	柔軟な働き方(テレワークなど)への対応	2.2%	+0.8
16	その他	0.6%	▲1.0

就職先の選択基準(上位6項目の推移)



(※)2020年度は新型コロナウイルスの影響で例年に比し回答数が少ない。

「わからない」は21.1%で前回から4.9ポイント上昇している。昨今の不安定な社会情勢や将来のキャリアの描きづらさなどが影響している可能性がある。

#### (4) 上司・先輩との人間関係

##### 「ほどほど派」が65%

「上司・先輩との人間関係はどのように考えていますか(1つだけ選

択)」と尋ねたところ、「義理を欠かない程度(以下、ほどほど派)」が65.0%で最も高く、次いで「プライベートも含め積極的に(以下、積極派)」は24.4%となった(図表4)。

男女別に見ると、男性は「ほどほど派」が61.0%で前回から7.1ポイント上昇した一方、「積極派」は30.3%で前回から7.1ポイント低下し、両者の差は再び開いた。

女性は「ほどほど派」が71.1%で

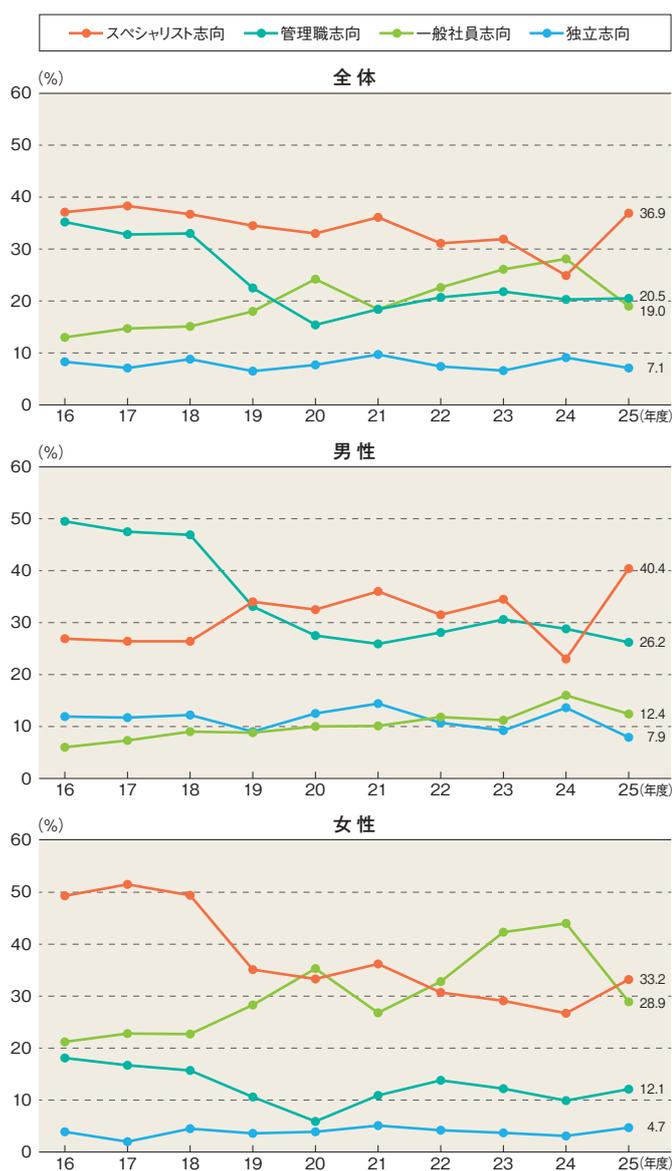
前回から4.1ポイント上昇した一方、「積極派」は16.8%で前回から3.1ポイント低下し、両者の差はやや拡大した。

#### (5) 入社の際の不安

##### 「上司・先輩との人間関係」が4年連続でトップ

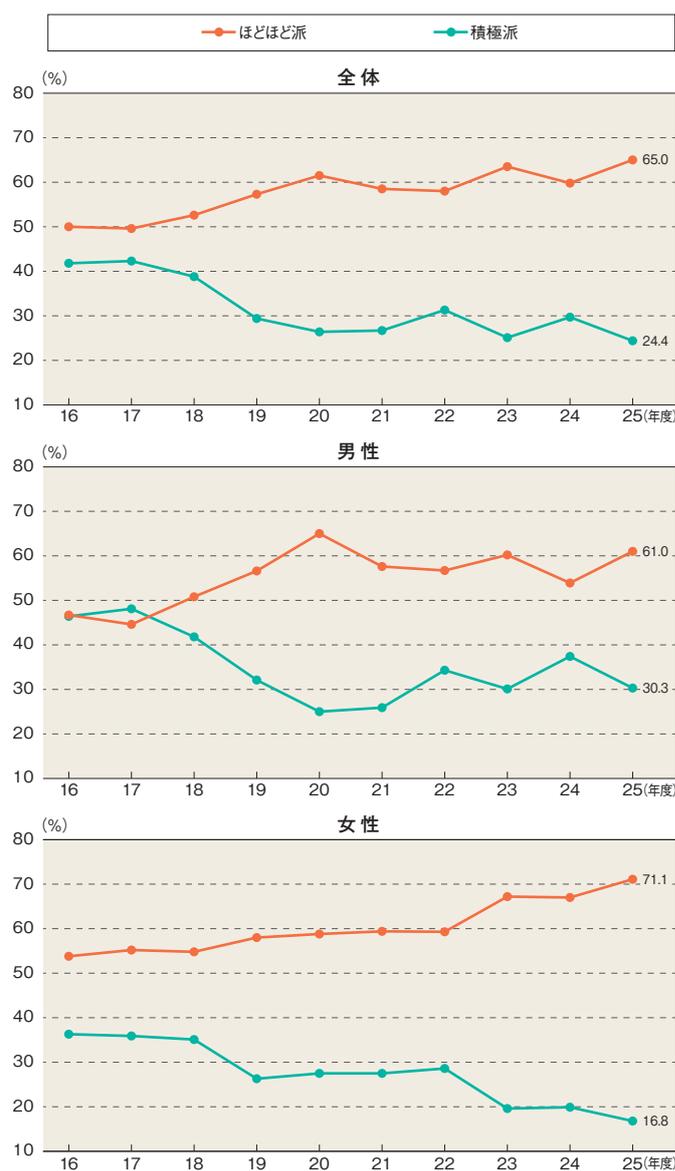
「入社にあたって不安に思うことは何ですか(3つまで選択)」と尋ねたと

図表3 将来就きたい地位(わからないを除いた項目の推移)



(\*) 2020年度は新型コロナウイルスの影響で例年に比し回答数が少ない。

図表4 上司・先輩との人間関係(上位2項目の推移)



(\*) 2020年度は新型コロナウイルスの影響で例年に比し回答数が少ない。

ころ、「上司・先輩との人間関係」が60.9%と、4年連続でトップとなった。2位は「社会常識・マナー」(50.3%)、3位は「業界知識・業務内容」(49.7%)

だった(図表5)。男女ともに「上司・先輩との人間関係」(それぞれ60.3%、62.1%)が最も高くなった。女性では「電話の応対」

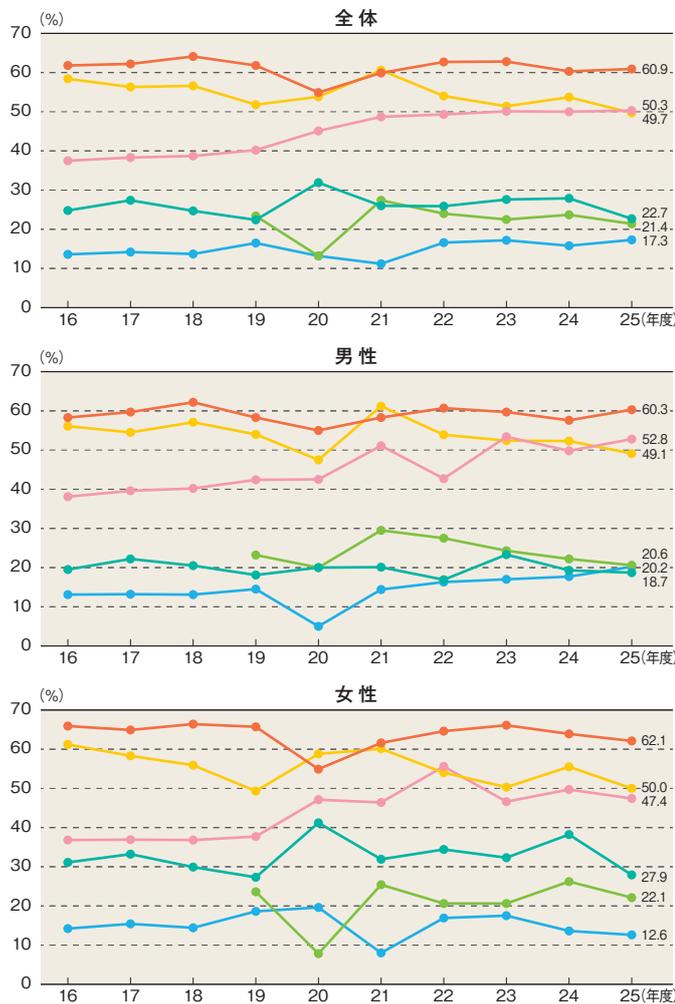
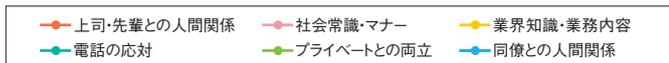
(27.9%)が前回から10.3ポイント低下した。

図表5 入社の際の不安 ※複数回答

入社の際の不安(全体、11項目)

順位	項目	回答割合	前回差
1	上司・先輩との人間関係	60.9%	+0.6
2	社会常識・マナー	50.3%	+0.3
3	業界知識・業務内容	49.7%	▲4.0
4	電話の応対	22.7%	▲5.2
5	プライベートとの両立	21.4%	▲2.3
6	同僚との人間関係	17.3%	+1.5
7	規則的な生活	14.9%	▲0.6
8	パソコン・オフィス機器の使い方	13.0%	+0.4
9	機械の使い方	13.0%	+0.9
10	健康	9.3%	▲1.9
11	その他	1.1%	+0.9

入社の際の不安(上位6項目の推移)



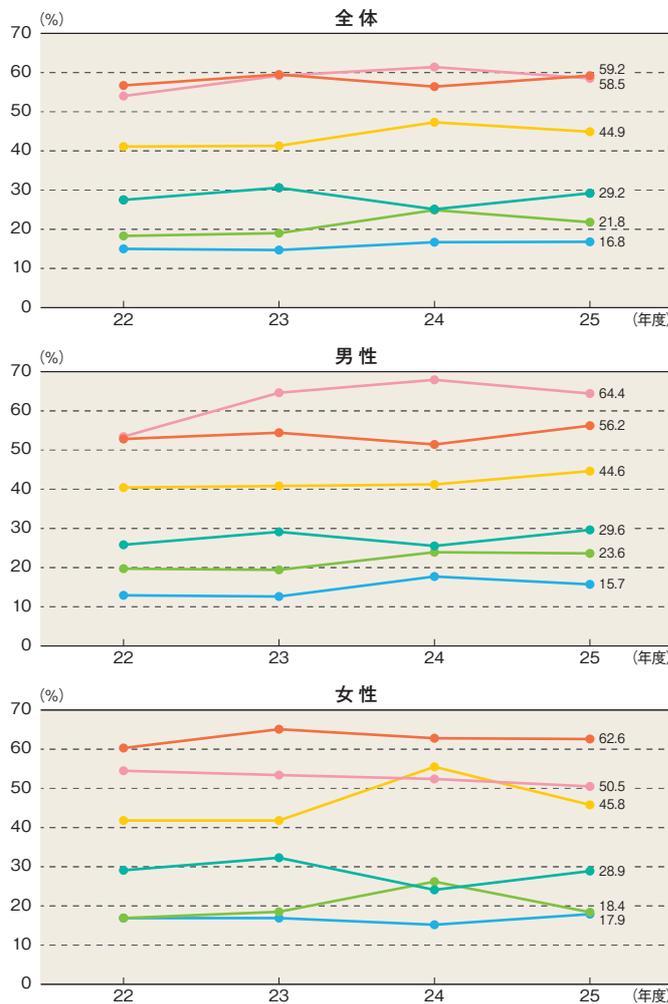
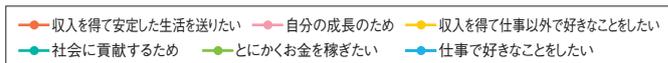
(※)2020年度は新型コロナウイルスの影響で例年に比し回答数が少ない。

図表6 働く目的 ※複数回答

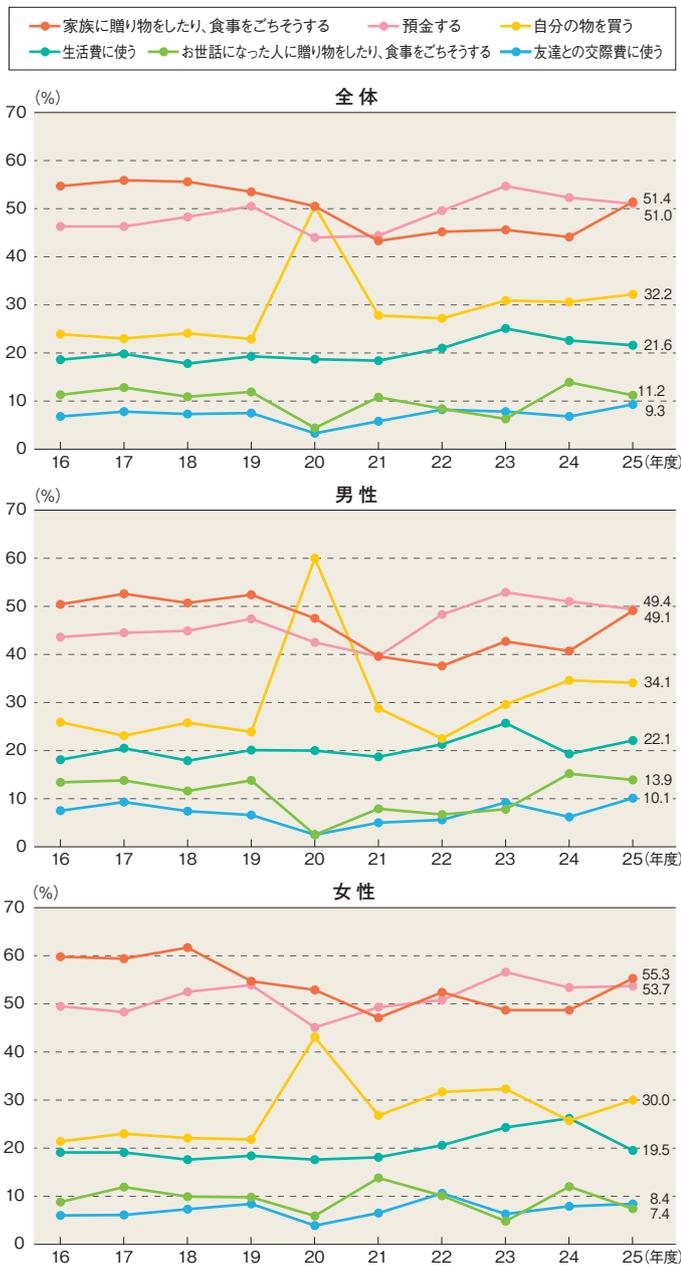
働く目的(全体、10項目)

順位	項目	回答割合	前回差
1	収入を得て安定した生活を送りたい	59.2%	+2.8
2	自分の成長のため	58.5%	▲2.9
3	収入を得て仕事以外で好きなことをしたい	44.9%	▲2.4
4	社会に貢献するため	29.2%	+4.1
5	とにかくお金を稼ぎたい	21.8%	▲3.1
6	仕事で好きなことをしたい	16.8%	+0.1
7	キャリアアップのため	14.9%	▲0.4
8	社会で活躍するため	13.2%	+1.3
9	高い地位を得るため	4.5%	+1.3
10	その他	1.7%	+0.8

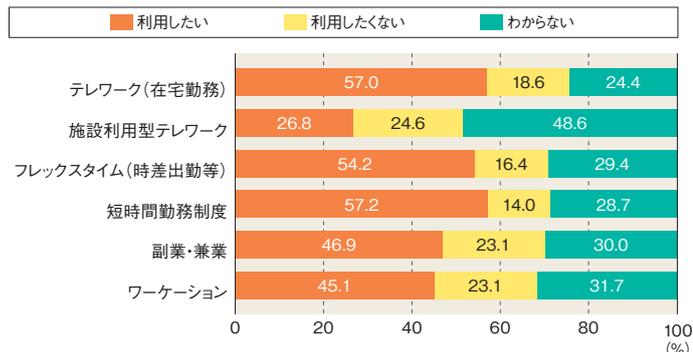
働く目的(上位6項目の推移)



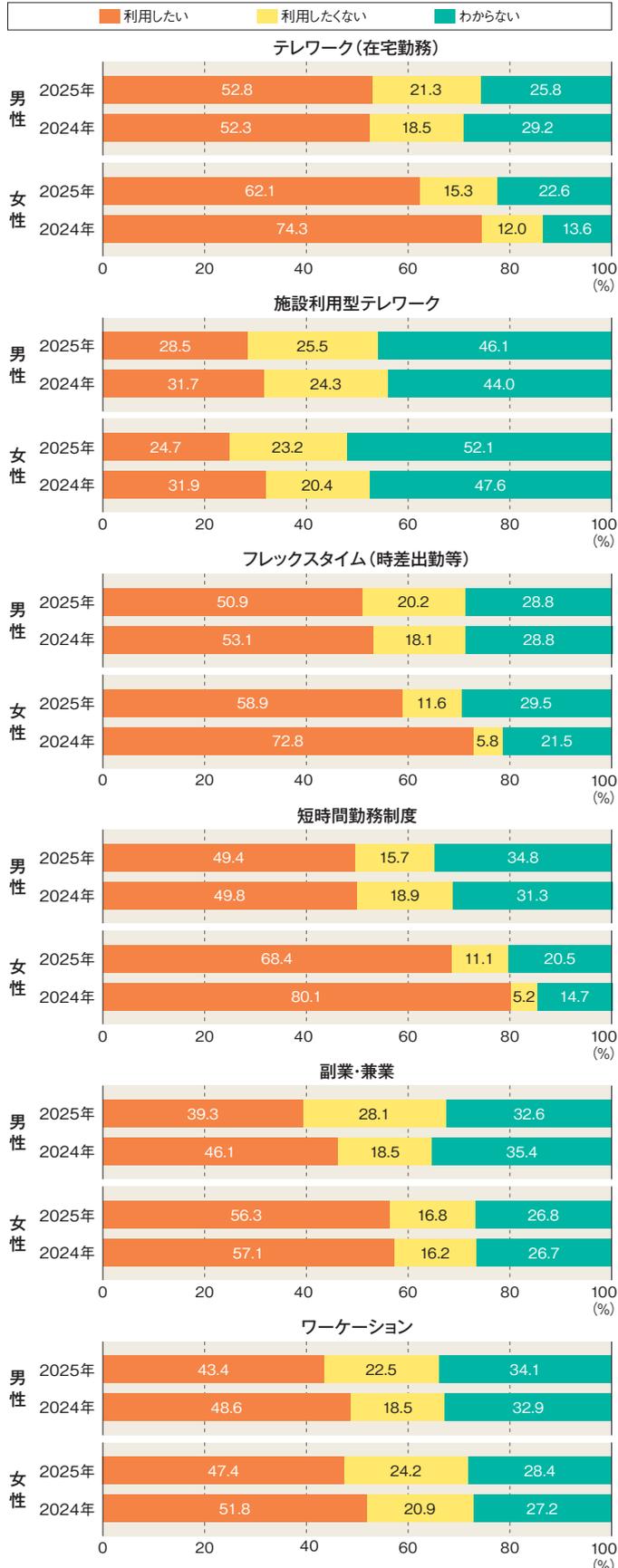
図表7 初給与の使い道(上位6項目の推移) ※複数回答



図表8 利用したい働き方



図表9 「利用したい」の割合(男女別)



## (6) 働く目的

「収入を得て安定した生活を送りたい」  
「自分の成長のため」が上位

「あなたが働く目的は何ですか(3つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「収入を得て安定した生活を送りたい」(59.2%)、2位は「自分の成長のため」(58.5%)、3位は「収入を得て仕事以外で好きなことをしたい」(44.9%)となった(図表6)。

男女別に見ると、男性は「自分の成長のため」(64.4%)が最も高く、次いで「収入を得て安定した生活を送りたい」(56.2%)、「収入を得て仕事以外で好きなことをしたい」(44.6%)となった。また、「自分の成長のため」は女性と比べて13.9ポイント高くなっている。

女性は「収入を得て安定した生活を送りたい」(62.6%)が最も高く、次

いで「自分の成長のため」(50.5%)、「収入を得て仕事以外で好きなことをしたい」(45.8%)となった。「収入を得て仕事以外で好きなことをしたい」は前回から9.7ポイント低下し、「自分の成長のため」と順位が入れ替わった。

## (7) 初給与の使い道

「家族に贈り物をしたり、食事をごちそうする」「預金する」が上位

「初給与はどのように使いますか(2つまで選択)」と尋ねたところ、1位は「家族に贈り物をしたり、食事をごちそうする」(51.4%)、2位は「預金する」(51.0%)となった(図表7)。

男女別に見ると、男女ともに「家族に贈り物をしたり、食事をごちそうする」「預金する」が上位を占めた。

## (8) 利用したい働き方

女性の「フレックスタイム」・  
「在宅勤務」・「短時間勤務制度」の  
利用意向が低下

利用したい働き方について尋ねたところ、「利用したい」の回答率が最も高いのは「短時間勤務制度」(57.2%)、次いで「テレワーク(在宅勤務)」(57.0%)、「フレックスタイム(時差出勤等)」(54.2%)だった(図表8)。

男女別に見ると、「短時間勤務制度」「副業・兼業」の「利用したい」は、女性が男性を15ポイント以上上回っている。

前回と比較すると、女性において「利用したい」の割合が高い上位3項目は、「短時間勤務制度」が68.4%、「テレワーク(在宅勤務)」が62.1%、「フレックスタイム(時差出勤

図表10 理想の上司 (敬称略)

	順位	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	全体	1	明石家さんま	明石家さんま	水ト麻美	内村光良
2		水ト麻美	天海祐希	大谷翔平	大谷翔平	大谷翔平
3		天海祐希	内村光良	明石家さんま	水ト麻美	明石家さんま
4		内村光良	櫻井翔	内村光良	明石家さんま	水ト麻美
5		イチロー	水ト麻美	天海祐希 志村けん	櫻井翔、志村けん、 フリーザ、ムロツヨシ	アンミカ
男性 新入社員	順位	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	1	明石家さんま	松本人志	志村けん	大谷翔平	内村光良
	2	イチロー	明石家さんま	明石家さんま	内村光良	大谷翔平
	3	阿部寛	イチロー	大谷翔平	フリーザ	明石家さんま
	4	松岡修造	内村光良	内村光良	明石家さんま、 志村けん、ムロツヨシ	フリーザ
5	松本人志	志村けん	栗山英樹	志村けん、ムロツヨシ	松岡修造	
女性 新入社員	順位	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	1	水ト麻美	天海祐希	水ト麻美	水ト麻美	内村光良
	2	天海祐希	水ト麻美	天海祐希	内村光良	アンミカ
	3	内村光良	明石家さんま	櫻井翔	アンミカ 櫻井翔	天海祐希 水ト麻美
	4	明石家さんま	内村光良	大谷翔平	天海祐希 渡辺直美	櫻井翔
5	櫻井翔	櫻井翔	明石家さんま			

(\*) 網掛けは2025年度全体で回答率が高かった上位3位までの人。

等)」が58.9%であったが、いずれも前回より10ポイント以上低下しており、それぞれ▲11.7ポイント、▲12.2ポイント、▲13.9ポイントとなった(図表9)。

## (9)理想の上司

### 「内村光良」が2年連続で1位

今年度の新入社員に、「あなたの理想の上司とはどんなタイプですか。著名人・有名人に例えて1人だけお答え下さい(自由回答)」と尋ねたところ、全体ランキングではタレントの「内村光良」が前回に続き1位に輝いた。選んだ理由については、「親しみやすく優しそう」、「ダメだと思うこと

もはっきりと言って、正しい道に進めるようにしてくれそう」などの意見が寄せられ、男女別ランキングでも1位となった。

2位も前回と同じくメジャーリーガーの「大谷翔平」で、特に男性からの支持が多く、「目標を持って努力しているから」、「スティックだけど優しそうだから」などの意見が寄せられた。

男女別ランキングでは、男性が選んだトップ3は1位が「内村光良」、2位が同率で「大谷翔平」と「明石家さんま」となった。女性が選んだトップ3は1位が「内村光良」、2位が「アンミカ」、3位が同率で「天海祐希」と「水ト麻美」となった(図表10)。(敬称略)

## 4 新入社員の生成AIに対する意識

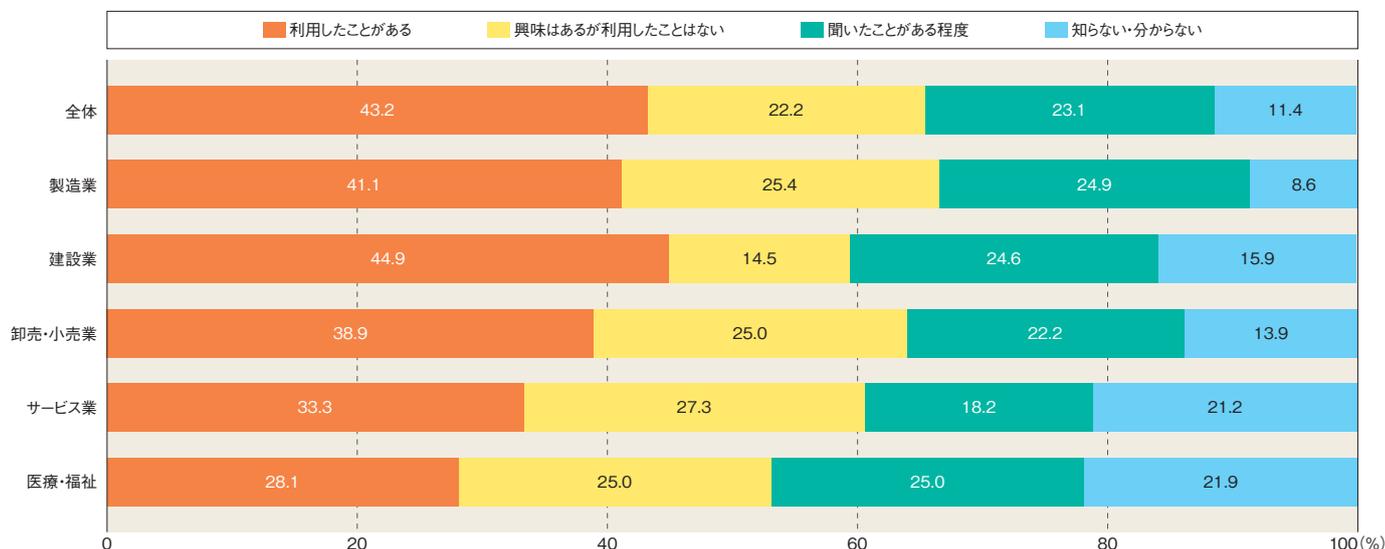
### (1)生成AIの利用経験

「利用したことがある」が43.2%

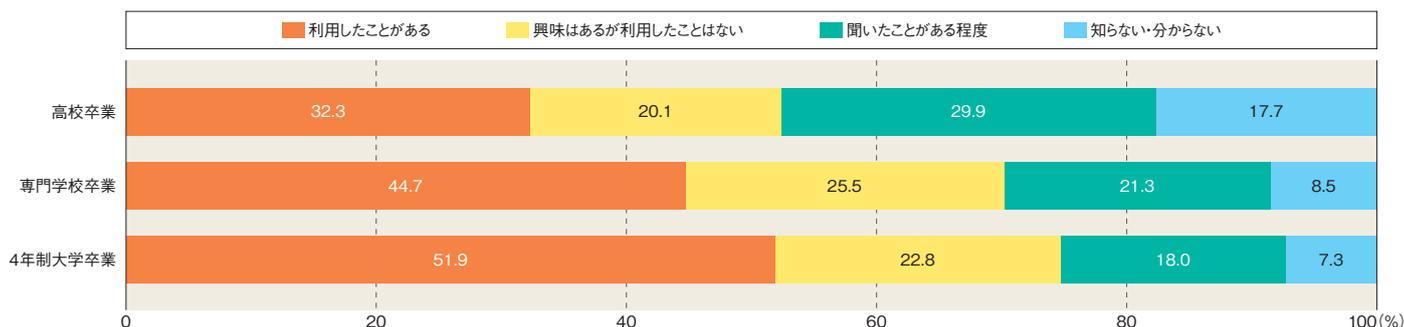
「あなたは、生成AIを利用したことがありますか」と尋ねたところ、「利用したことがある」が43.2%、「興味はあるが利用したことはない」が22.2%、「聞いたことがある程度」が23.1%、「知らない・分からない」が11.4%となった(図表11)。

業種別に見ると、「建設業」および「製造業」は4割が「利用したことがある」と回答した。「利用したことがあ

図表11 生成AIの利用経験(業種別)



図表12 生成AIの利用経験(最終学歴別)



る」が最も低いのは「医療・福祉」で28.1%だった。

最終学歴別に見ると、「利用したことがある」は「4年制大学卒業」が51.9%と比較的高くなっている(図表12)。

## (2)生成AIの利用目的

### 「文章の作成」がトップ 次いで「アイデア出し」

生成AIを「利用したことがある」と回答した人に、「あなたは生成AIを

どのようなことに利用しましたか」と複数回答で尋ねたところ、「文章の作成」が64.0%で最も高く、次いで「アイデア出し」が44.5%、「文章の要約」と「検索・情報収集」が同率で42.0%となった(図表13)。

業種別に見ると、「文章の作成」では「建設業」が全体を16.6ポイント上回っている。

最終学歴別に見ると、「文章の要約」では「4年制大学卒業」が全体を11.3ポイント上回っている(図表14)。

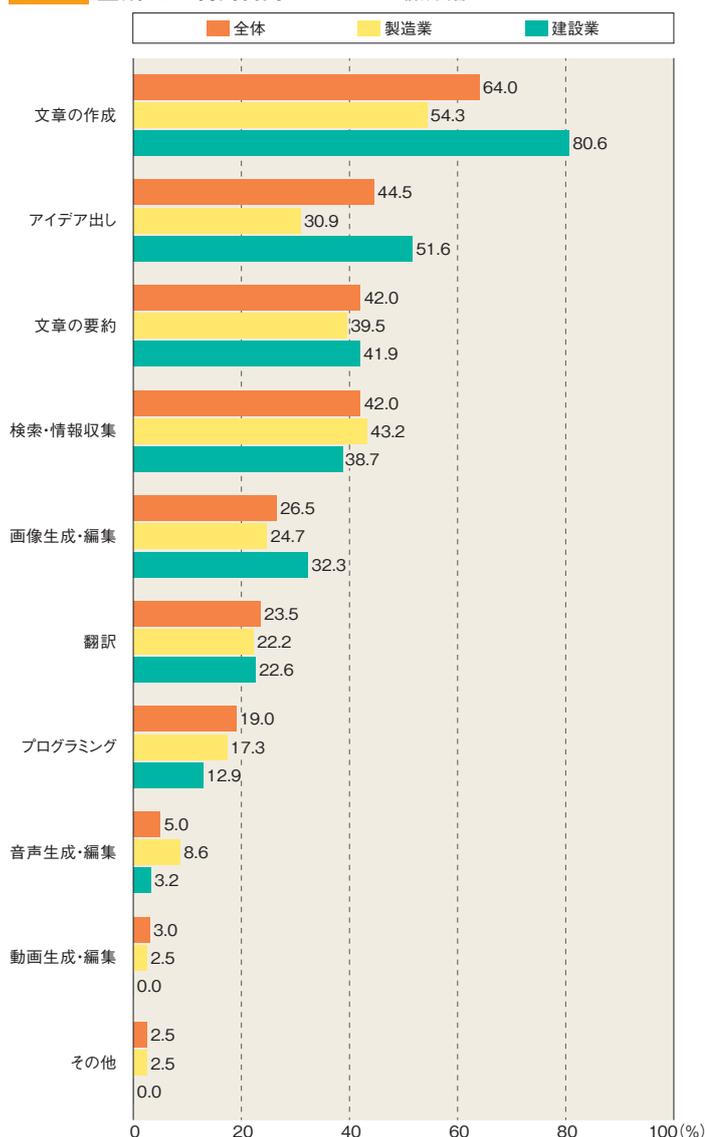
## (3)生成AIに対する印象

### “好意的”が8割

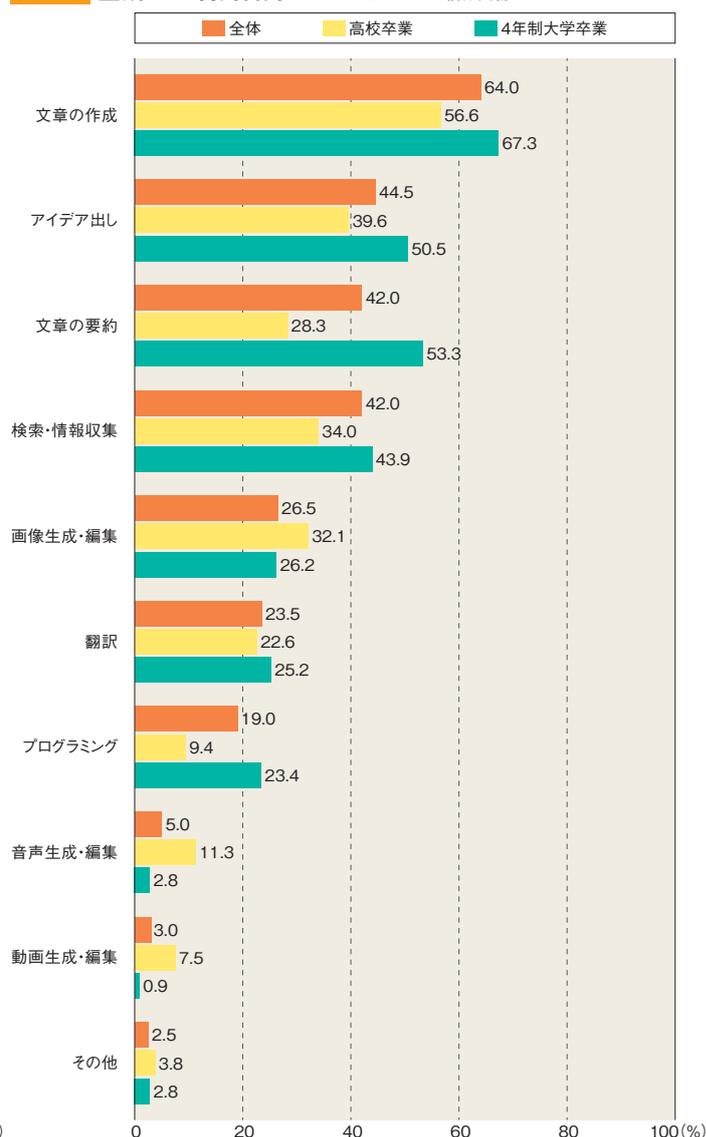
「あなたは、生成AIにどのような印象を持っていますか」と尋ねたところ、「好意的」は24.8%、「どちらかといえば好意的」は57.2%と、合わせて82.0%が“好意的”と回答した。「どちらかといえば否定的」と「否定的」を合わせた割合(以下、“否定的”)は17.9%だった(図表15)。

業種別に見ると、いずれも7割以

図表13 生成AIの利用目的(業種別) ※複数回答



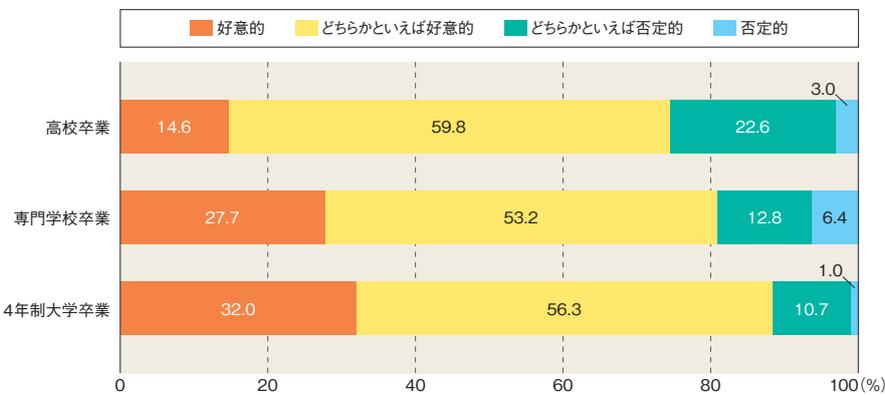
図表14 生成AIの利用目的(最終学歴別) ※複数回答



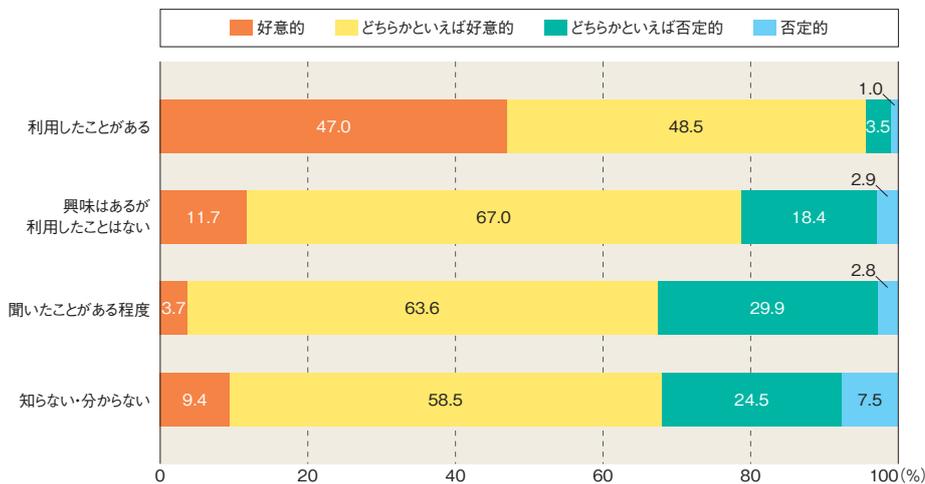
図表15 生成AIに対する印象(業種別)



図表16 生成AIに対する印象(最終学歴別)



図表17 生成AIに対する印象(利用経験別)



上が「好意的」と回答している。

最終学歴別に見ると、「4年制大学卒業」では「好意的」の割合が比較的高くなっている(図表16)。

生成AIの利用経験別に見ると、「利用したことがある」人は47.0%が「好意的」と回答しており、それ以外の人に比べて大きな開きがある。また、「否定的」と答えた人は4.5%にとどまっている(図表17)。

#### (4) 生成AIの会社の業務への影響

##### 6割が「影響がある」と回答

「生成AIはあなたの会社の業務に影響を及ぼすと思いますか」と尋ねたところ、「影響があると思う」は29.8%、「やや影響があると思う」は32.4%と、合わせて62.2%が「影響がある」と回答した。「あまり影響はないと思う」と「影響はないと思う」を合わせた割合は13.6%だった(図表18)。

業種別に見ると、「影響がある」の割合はいずれも5割以上となっている。特に「サービス業」は69.7%、「建設業」は69.6%と、7割弱が「影響がある」と回答している。

#### (5) 生成AIの業務への利用意向

##### 「建設業」は6割が「利用したい」と回答

「あなたは、自分の業務で生成AIを利用したいですか」と尋ねたところ、「利用したい」と「できれば利用したい」を合わせた割合(以下、「利用したい」)は39.5%となった。「あまり利用

したくない」と「利用したくない」を合わせた割合（以下、「利用したくない」）は16.6%となった（図表19）。

業種別に見ると、「建設業」では「利用したい」が60.9%と、他の業種に比べて高くなった。「利用したい」の割合が最も低いのは「医療・福祉」で12.5%となった。一方、「利用したくない」の割合は「卸売・小売業」が27.8%で最も高く、次いで「サービス業」が27.3%となった。

利用経験別に見ると、「利用したことがある」人は61.0%が「利用したい」と回答しており、それ以外の人に比べて大きな開きがある（図表20）。

## (6)生成AIの学習意向

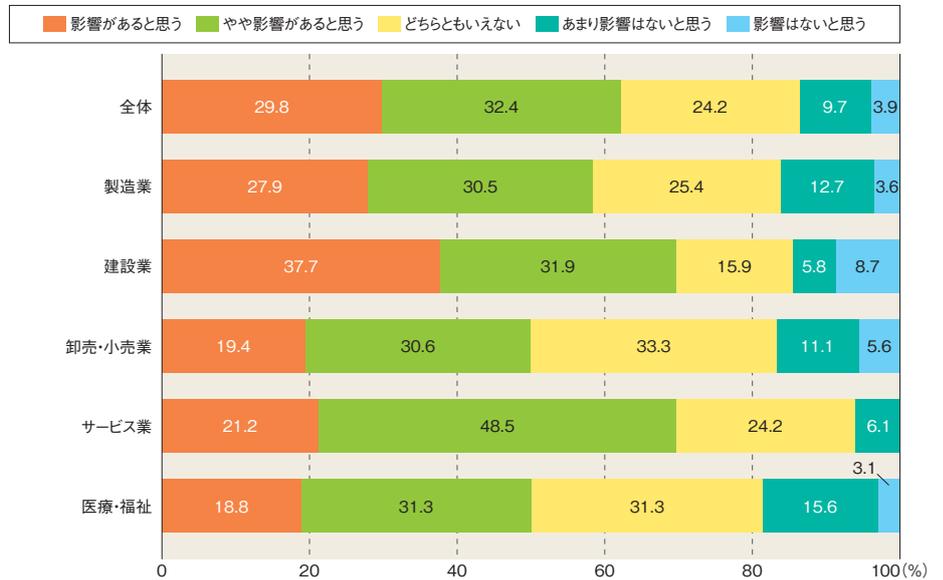
### 6割が“学びたい”と回答

「あなたは、生成AI(使い方など)について学んでみたいですか」と尋ねたところ、「学んでみたい」と「できれば学んでみたい」を合わせた割合（以下、「学びたい」）は61.3%となった。「あまり学びたくない」と「学びたくない」を合わせた割合は10.1%となった（図表21）。

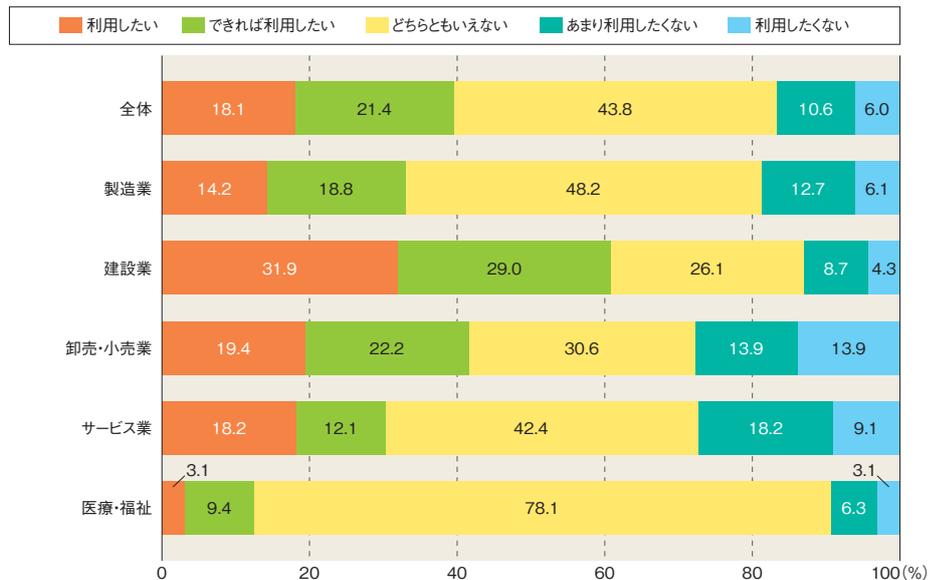
業種別に見ると、「建設業」は69.5%、「製造業」は64.5%が「学びたい」と回答した。「学びたい」の割合が最も低いのは「医療・福祉」で34.4%となった。

利用経験別に見ると、「利用したことがある」人は78.5%が「学びたい」と回答した。また、「興味はあるが利用したことはない」人についても71.9%が「学びたい」と回答している（図表22）。

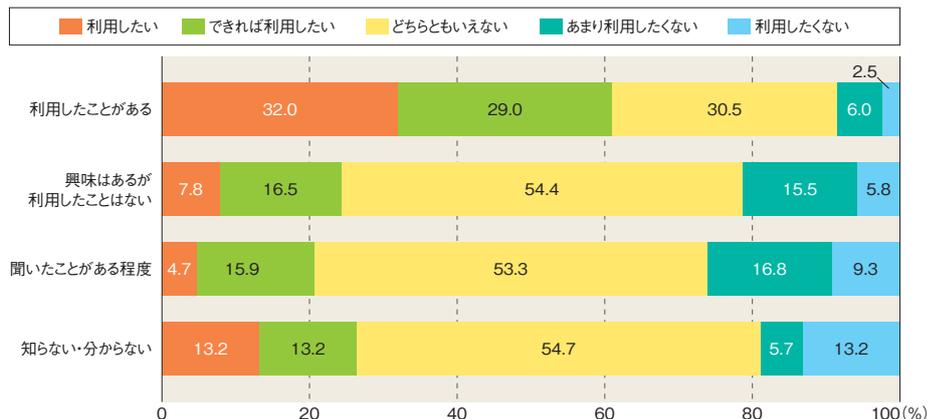
図表18 生成AIの会社の業務への影響(業種別)



図表19 生成AIの業務への利用意向(業種別)



図表20 生成AIの業務への利用意向(利用経験別)



## (7) AIに対するイメージ

### AIへの期待が生成AIへの好意的印象や生成AIの学習意向にプラスの影響を及ぼす

AIそのものに対するイメージについて20の設問(①～⑳)は調査票における設問の順番を指す)で尋ねたところ、「①AIは私たちの生活を便利にする」、「⑨AIは技術に大きな進歩をもたらす」、「⑧AIはすでに多くの分野で実用化されている」、「⑤AIは生活の一部になっていく」といったポジティブな項目において、「あてはま

る」と「ややあてはまる」を合わせた割合(以下、「あてはまる」)が8割を超えている。また、「⑬AIはミスを起こす可能性がある」、「⑰AIを使いこなすのは難しい」、「⑭AIは人間の能力を低下させる」などのネガティブな項目についても、7割超が「あてはまる」と回答している。「あてはまる」の割合が最も高いのは「①AIは私たちの生活を便利にする」で87.7%となっている(図表23)。

また、生成AIに対する印象と属性・考え方との関係性を探るため、生成AIに対する印象を目的変数として

順序ロジスティック回帰分析(注1)を行った。

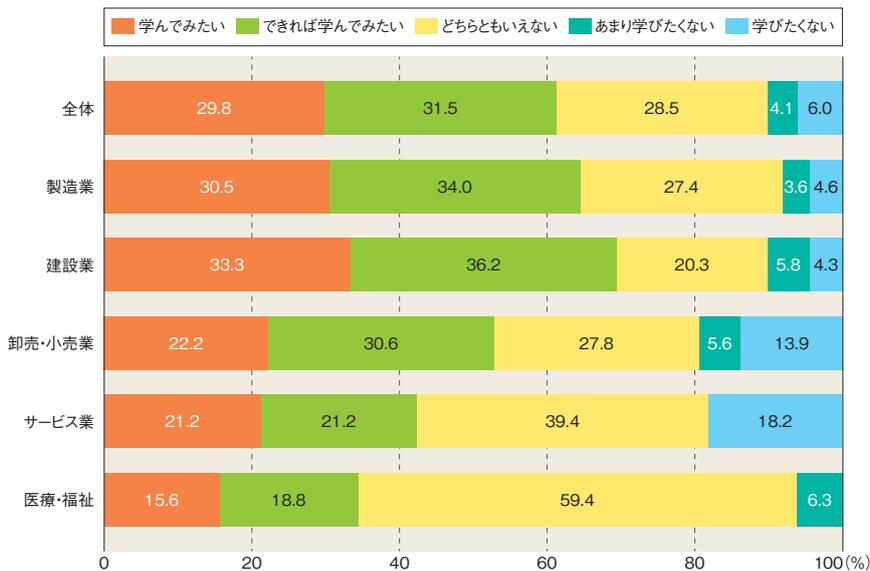
結果、生成AIに対する印象にプラスに影響する要素として「4年制大学卒業」、「生成AIを利用したことがある」、「①AIは私たちの生活を便利にする」、「②AIは私たちの生活を楽しくする」、「⑦AIは個人情報を守ることができる」、「⑩AIは人間の感情や意図を理解できる」、「⑯AIが意識を持つことはない」が統計的に有意であった。一方、生成AIに対する印象にマイナスに影響する要素として「⑱AIはなんとなくこわい」が統計的に有意であった。

続いてオッズ比(注2)を見ると、生成AIを利用したことがある人は、そうでない人に比べて生成AIに好意的な評価をするオッズが約8倍高く、利用経験が好意的な評価に強く関係していることがうかがえる(ただし信頼区間(注3)の幅が広く、一定の不確実性があることを考慮する必要がある)。また、4年制大学卒業であることや、「②AIは私たちの生活を楽しくする」と考えていることのオッズ比も2倍を超えており、生成AIに対する好意を比較的大きく左右すると解釈できる。また、「⑱AIはなんとなくこわい」と考えていることのオッズ比は1倍を下回っており、生成AIに対し好意的になる可能性を下げることを示唆された(図表24)。

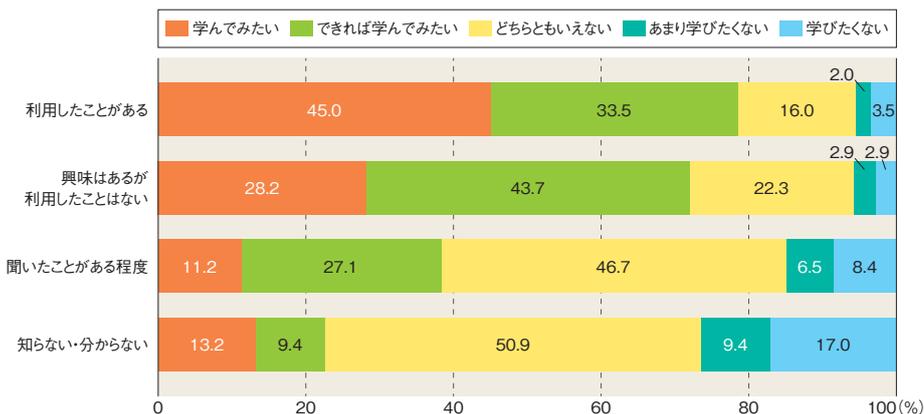
さらに、AIに対するイメージと生成AIの利用意向などの因果関係を探るため、共分散構造分析(注4)を行った。

まず、AIに対するイメージ20問について確認的因子分析(注5)を行い、抽出した3つの因子を「AIへの期

図表21 生成AIの学習意向(業種別)



図表22 生成AIの学習意向(利用経験別)



待」、「AIへの信頼」、「AIへの不安」と名付け、潜在変数とした。次に、これら3つの因子と、生成AIの業務への利用意向や学習意向など5つの観測変数から想定したモデルのパス図を作成し、共分散構造分析を行った(図表25)。GFIやAGFIといった、モデルの妥当性や当てはまり具合を示す適合度指標は許容範囲であると判断した。

結果を解釈すると、「①AIは私たちの生活を便利にする」「⑨AIは技術に大きな進歩をもたらす」といった「AIへの期待」が、生成AIへの好意的印象や生成AIの学習意向にプラスの影響を与えていることが見てとれた。一方、「⑫AIは人間の代わりに判断を下すことができる」といった「AIへの信頼」は生成AIへの好意的印象を介さず、利用意向に影響していた。

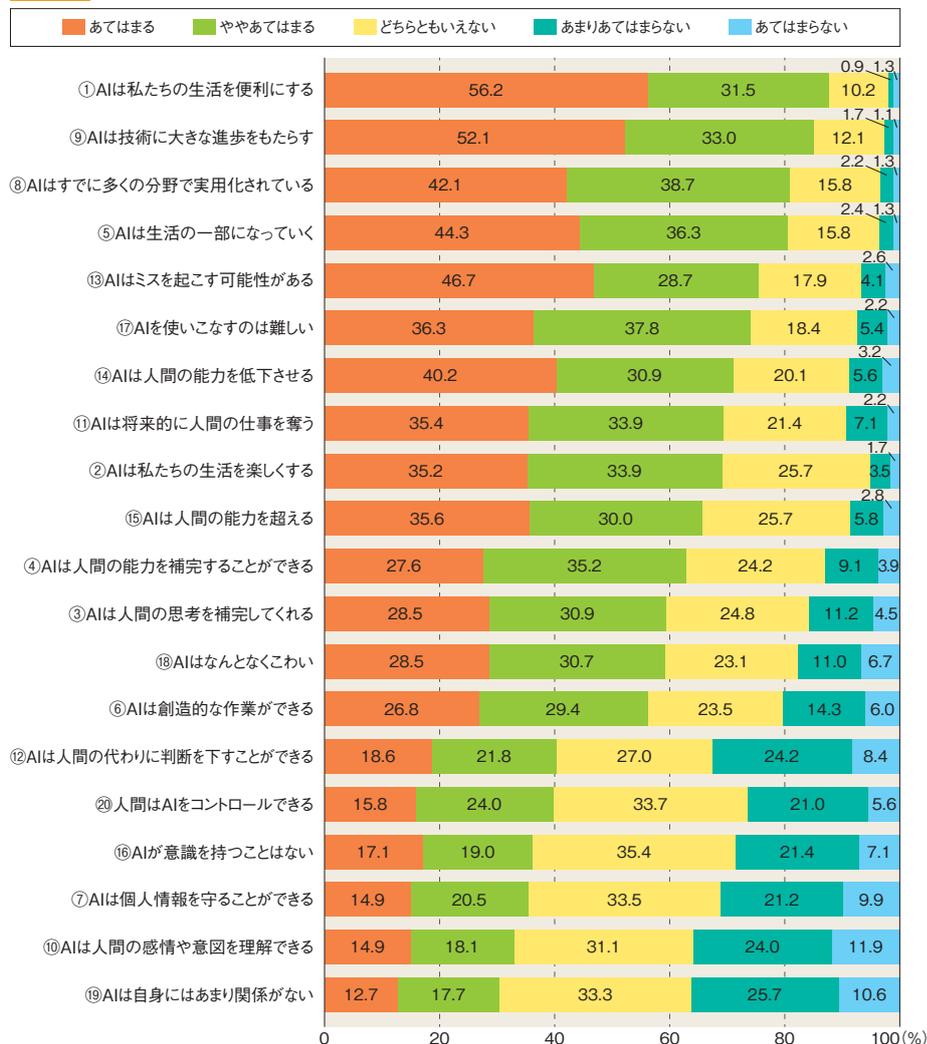
生成AIの利用経験は、生成AIへの好意的印象や学習意向、利用意向にプラスの影響を与えていた。また、生成AIの会社の業務への影響も、学習意向や利用意向の形成に関与していた。

生成AIの学習意向→生成AIの業務への利用意向は、因果関係の強さを示すパス係数が0.32で最も高く、生成AIについて学びたい気持ちを高めることが、生成AIを業務で利用したい気持ちを向上させることが示唆された。

## (8)生成AIに関する意見

「生成AIについて、あなたの思いや意見があればご記入ください(自由記述)」と尋ねたところ、図表26のような回答が寄せられた。

図表23 AIに対するイメージ(“あてはまる”が高かった設問順)



図表24 生成AIに対する印象についての順序ロジスティック回帰分析の結果

説明変数	偏回帰係数(b)			オッズ比(OR)		
	b	標準誤差	有意確率(p値)	OR	95%信頼区間 下限	上限
4年制大学卒業	0.70	0.21	0.00**	2.02	1.34	3.06
生成AIを利用したことがある	2.06	0.25	0.00**	7.87	4.78	12.96
①AIは私たちの生活を便利にする	0.42	0.17	0.01*	1.53	1.10	2.12
②AIは私たちの生活を楽しくする	0.77	0.14	0.00**	2.17	1.64	2.87
⑦AIは個人情報を守ることができる	0.28	0.11	0.01*	1.32	1.07	1.63
⑩AIは人間の感情や意図を理解できる	0.21	0.11	0.04*	1.24	1.01	1.53
⑪AIは将来的に人間の仕事を奪う	-0.19	0.12	0.10	0.82	0.65	1.04
⑫AIは人間の代わりに判断を下すことができる	0.21	0.11	0.05	1.24	1.00	1.54
⑯AIが意識を持つことはない	0.19	0.10	0.04*	1.21	1.00	1.46
⑱AIはなんとなくこわい	-0.34	0.09	0.00**	0.71	0.59	0.85

尤度比検定 (Model vs. Null):  $p < 0.01$  McFaddenの擬似R<sup>2</sup>: 0.283

(\*1) 生成AIに対する印象(「好意的」~「否定的」, 4段階)を目的変数、最終学歴(「4年制大学卒業」ダミー)、生成AIの利用経験(「利用したことがある」ダミー)、AIに対するイメージ(「あてはまる」~「あてはまらない」, 5段階)を説明変数とし、ステップワイズ法にて実施。

(\*2) 有意確率(p値)は、偏回帰係数の統計的有意性を確認するための検定であるWald検定の結果。\*は1%水準、\*\*は5%水準で有意であることを示す。

## 5 総括

2025年度調査結果の大きな特徴としては、将来就きたい地位においてスペシャリスト志向が前回から大きく上昇し、男女ともに首位となったことが挙げられる。

スペシャリスト志向を選択した理由としては、「会社に貢献できる人になりたい」「給料が上がるから」などのコメントが目立った。企業としては、こうした新入社員の高い成長意欲を後押しし、個々人のスキルを伸ばしな

がら、成果や努力を正當に評価し給与へ結び付けていくことが重要だ。

また、女性では一般社員志向が前回から大幅に低下した一方、スペシャリスト志向やわからないの割合が上昇した。昨今の不安定な社会情勢のなか、「一般社員=安定」という意識が揺らぎつつあるのかもしれない。新入社員がキャリアビジョンを描きやすくするための支援も、企業側にはいっそう求められる。

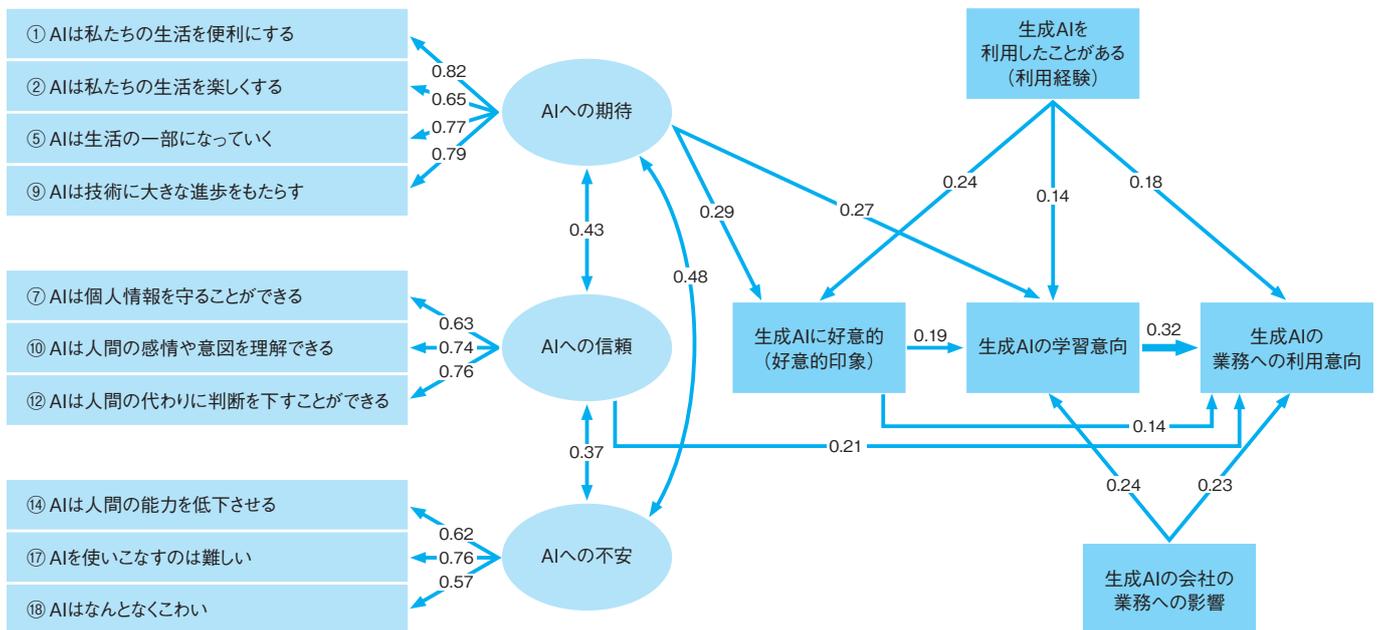
トピックスでは新入社員の生成AIに対する意識について調査した。その結果、新入社員の4割が生成AI

の利用経験があることが分かった。

業務と生成AIに関する設問では、業種ごとに違いが見られた。すなわち、いわゆる「ものづくり」にかかわる建設業や製造業で生成AIの利用・学習意向が高かった一方、業務で対人コミュニケーションを要する場面が多いとされる卸売・小売業、医療・福祉、サービス業でやや消極的な傾向が見られた。なお、建設業に関しては業務への影響や利用・学習意向がいずれも高い。

AIに対するイメージと生成AIの利用意向などの因果関係を探ると、

図表25 生成AIに関する共分散構造分析の結果(パス図)



GFI=0.91,AGFI=0.87,CFI=0.91,RMSEA=0.07

(※1)パス図は変数間の因果関係や相関関係を視覚的に表現するための図。四角で囲まれた変数はデータから実際に測定された「観測変数」、楕円でかこまれている変数はデータからは直接観測されていない「潜在変数」を示す。片方向矢印は原因と結果の関係「因果関係」を表し、双方向矢印は「関連」を示す。矢印の上の数字はパス係数と呼び、因果関係の強さを表す。なお、図表のパス係数は分散を1に標準化した標準化係数。すべてのパス係数が5%水準で統計的に有意となった。図表では誤差変数は省略した。

(※2)使用した変数は、生成AIに対する印象(「好意的」ダミー)、生成AIの利用経験(「利用したことがある」ダミー)、生成AIの会社の業務への影響(「影響があると思う」～「影響はないと思う」、5段階)、生成AIの業務への利用意向(「利用したい」～「利用したくない」、5段階)、生成AIの学習意向(「学んでみたい」～「学びたくない」、5段階)、AIに対するイメージ(「あてはまる」～「あてはまらない」、5段階)

(※3)適合度指標の目安は以下の通り。

指標	とらえる値	「非常に良好」の範囲	「悪い」の範囲
GFI	GFI ≥ 1	0.95以上	0.9未満
AGFI	AGFI ≥ GFI	0.95以上	0.9未満
CFI	0 ≤ CFI ≤ 1	0.95以上	0.9未満
RMSEA	RMSEA ≥ 0	0.05未満	0.1以上

生成AIの利用経験やAIに期待感を持つ新入社員は生成AIに好印象を感じやすく、生成AIの学習意欲や利用意向が高いことが見てとれた。また、生成AIの学習意向を高めることが、業務への利用意向の向上につながることを示唆された。

新入社員の生成AIの利用経験や生成AIへの好印象は、企業が生成AIの導入や利用を進めるうえで大きな力となるだろう。特に建設業は積極的な活用を検討できそうだ。生成AIの利用意向を高めたい場合は、例えば実際に利用させてみる、生成

AIの学習機会を設ける、精度が高くセキュリティのしっかりしたAIを導入する、生成AIが会社の業務に与える影響やAIの有用性を周知する、などの多角的なアプローチが有効かもしれない。

(注1) 目的変数が3つ以上で、かつ順序性を持つカテゴリデータの場合に、説明変数と目的変数の関係を分析する方法。

(注2) オッズ比は、ある事象が発生する確率をその事象が発生しない確率で割った比率。オッズ比が1より大きければ高いカテゴリに入る可能性が高まる(正の影響がある)と解釈され、1より小さければ高い

カテゴリに入る可能性が低くなる(負の影響がある)と解釈される。

(注3) オッズ比の95%信頼区間は、オッズ比の推定値が95%の確率で含まれる範囲を指す。また、95%信頼区間が1をまたぐ場合、そのオッズ比が統計的に有意ではないことを意味する。

(注4) 項目間(変数間)の因果関係について仮説を立て、正しいかどうかを検証する解析手法。

(注5) 先行研究での知見やデータの特徴などをもとに因子数や因子の構造を仮定し、妥当であるかどうかを検証する方法。

(2025.5.26)

OKB総研 調査部 梅木 風香

図表26 生成AIに関する意見(一部抜粋)

- 正しく使えば便利なツールなので活用していきたい。
- 生成AIは使い方を誤らなければ生活を豊かにし、必要とされる存在になる。
- プログラミングや論文の理解などでとても助かっている。
- 便利なので業務で使えたと嬉しい。
- 業種によっては人間しか出来ない事もあるが、AIを使用して効率的な業務改善はするべきだと考えます。
- 社会に大きな変革をもたらすことを確信しており、人々の生活をより便利で豊かなものにしていくと思うが、そのことが人間の幸福に繋がるとはあまり思わない。
- ものすごい早さでAIの技術が発達していて、ついて行くのが大変。
- AIを使ってこなせるような仕事はAIに任せてしまい、人間には人間しか出来ない豊かな発想力を活かせるような仕事に集中する方が良いと思う。
- 頼りすぎると自分で考え判断する力が無くなってしまいうのであまり使わないようにしている。
- 新しい情報を発信するのはいいことだと思うけど、誤った情報とかもあると思うからあまり信用できません。
- AIを用いたフェイク動画や画像などが流行している。これを止めないと本当の情報が分からなくなる。
- 今後生成AIによって人が考える範囲の外から新しいアイデアをもたらす可能性は大いにあると考えます。しかしある程度の制限をかけなければ差別や誹謗中傷の手段として悪用されかねない懸念もあります。そういった事にならない為に生成AIの便利さと危うさを理解していかなければならないと思います。
- 一刻も早く法整備を進め、権利の侵害についての問題を解決するべき。
- 生成AIなどを使用すること自体は否定しないが、悪用する人間が既に多く出没し、多くのクリエイターが被害を被っている事が許せない。AI自体が悪いと言うよりも、利用する一部の人間のモラルの欠如が問題に思える。
- AIでも絵を描いてくれるものがあるけれど、イラストレーターさんなど頑張って描いたものなのにAIの絵だ!!と言われるのがとても嫌です。
- AIは生活する上でとても便利だが、人の仕事を奪うなど、失業者が増える可能性があるのでは吟味する必要があると思う。
- 今後人間が想像する範囲を超えて進化していくと思う。
- このままでは世の中をAIに支配されるのではないかと不安である。
- AIは優秀だけれども人間を超えることはできない。