

フォーバル GDXリサーチ研究所

RESEARCH REPORT

研究レポート

学生から見るDX、AI活用



サマリー・レポート概要

日本の企業にDXが必要 だと思う学生は **67.1%**

DXを推進していない企業に対しては 半数以上 の学生が
就職意欲が低下する と回答

8割以上 の学生が日常的に AIを活用している

※ChatGPT (OpenAI)、Bing AI (Microsoft)、Gemini (Google) などの生成AI

本レポートの調査結果をご利用いただく際は、
必ず【フォーバル GDXリサーチ研究所調べ】とご明記ください。

■ レポート概要

- ・ 調査主体：フォーバル GDXリサーチ研究所
- ・ 調査協力：國學院大學、皇學館大学、中京大学
- ・ 調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日
- ・ 調査対象者：國學院大學、皇學館大学、中京大学の学生
- ・ 調査方法：ウェブでのアンケートを実施し、回答を分析
- ・ 有効回答数：161人

学生から見るDX、AI活用

近年、中小企業経営におけるDX（デジタルトランスフォーメーション）やAI（人工知能）の重要性が増しています。その背景には、デジタル技術の進化とビジネス領域における活用の広がりがあります。

DXという言葉が私たちに届き始めたのは、経済産業省が2018年に公表した「DXレポート ～ITシステム『2025年の崖』克服とDXの本格的な展開～」※ がきっかけといわれています。それから約7年、DXは大企業のみならず中小企業でも取り組みが広がっています。AIについては、特にここ数年は生成AI（ジェネレーティブAI）と呼ばれる、様々なコンテンツを自動生成する技術が急速な進化を遂げ、企業や私たちの生活でも活用する機会が増えました。

当研究所では、中小企業経営者向けにこれらの取り組みに関する調査を行ってきました。その中では、経営資源の限られる中小企業にとって、DXやAIに対応する人材の確保や育成が大きな課題であることを明らかにしました。では、中小企業が今後の採用活動でターゲットとする学生世代は、DXやAIについてどの程度認知し、また活用しているのでしょうか。

この度、國學院大學、皇學館大学、中京大学の3大学の協力の下、各大学に所属する学生に対し、学生から見るDX、AI活用の実態を把握する目的で調査を行いました。

※「DXレポート2（中間とりまとめ）」経済産業省デジタルトランスフォーメーションの加速に向けた研究会
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_transformation_kasoku/pdf/20201228_3.pdf

■ 目次

1. 学生から見るDX	4
1-1. DXの認知度	4
1-2. DXの重要性	5
1-3. 就職活動における企業のDX推進状況の影響	6
1-4. 企業からの情報発信について	7
1-5. 学生がイメージするDXの取り組みレベル	8
2. 学生から見るAI活用	9
2-1. AIの活用度、活用場面	9
2-2. AIを活用することに対して学生が抱く不安や懸念	10
2-3. AIの活用は日本の企業に必要なか	11
4. まとめ・あとがき	12

1. 学生から見るDX

近年、多くの中小企業がDX（デジタルトランスフォーメーション）への取り組みを進めている。一方、今後就職を控える学生は、企業におけるDXへの取り組みについてどのような意識を抱

いているのだろうか。

第1章では、学生から見たDXについて、認知状況や重要性に関する意識、就職活動における判断軸などの面から検証を行った。

1-1. DXの認知度

はじめに、学生のDXの認知度を問う調査の結果を報告する。

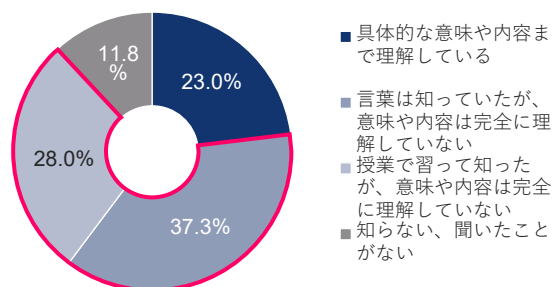
DXについて「具体的な意味や内容まで理解している」を選択した学生は23.0%にとどまった。最も多かったのは「言葉は知っていたが、意味や内容は完全に理解していない」の37.3%、次いで「授業で習って知ったが、意味や内容は完全に理解していない」の28.0%であった。何らかのルートを通してDXという言葉は知っているものの、理解にまでは至っていない学生が65.3%に及んでいることがわかった。

ここで、中小企業向けに行った同様の調査の結果と比較してみたい。DXについて「知っており、

他の人に説明できる」と回答した企業は19.3%であり、今回の学生に向けた調査と比較すると、中小企業の認知度の方が低かった。また、「知っているが、説明できるほどではない」は44.0%と、同じく学生向けの調査で65.3%であることと比較すると、中小企業の認知が遅れている状況が際立つ結果となった。

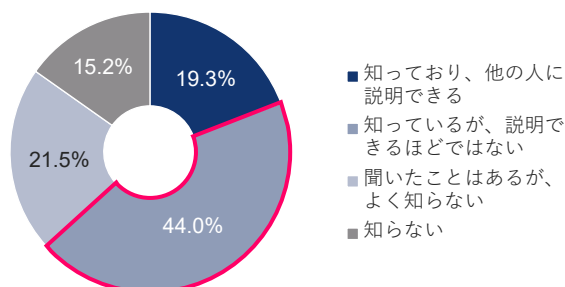
近年、大学を始めとして多くの教育機関でDXに関する授業が行われており、学生側もその言葉に触れる機会が多数あると推察される。企業におけるDXの取り組みを学生が実体験することは難しいため、完全な理解にまで至らなくても、学生の認知自体は進んできているといえよう。

■ DXの認知度 [学生] (n=161)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

再掲 ■ DXの認知度 [経営者] (n=828)



調査期間：2025年1月14日～2025年2月14日

1. 学生から見るDX

1-2. DXの重要性

次に、DXを認知していると回答した学生に対し、DXの重要性についての意識、そして日本の企業にとってDXが必要かを問う質問の結果を報告する。

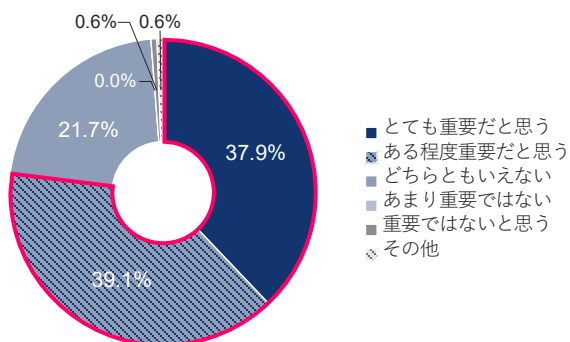
まずDXの重要性については、「とても重要だと思う」(37.9%)と「ある程度重要だと思う」(39.1%)を合わせ、8割を超える学生が重要だと思うと回答した。また、「あまり重要ではない」「重要ではないと思う」を選択した人はゼロであった。

次に、DXが日本の企業に必要なと思うかについては、「必要だと思う」と回答した学生が67.1%となった。重要だと思うと回答した結果より低くなったものの、依然として高い結果であったといえる。

本調査結果からは、企業活動におけるDXについて、重要であり、必要だと考える学生が多いことがわかった。学生は教育現場や日々の生活などにおいて、日常的にデジタルツールを活用している。そうした情報環境に置かれている学生は、デジタルツールの有用性や便利さの自覚から、将来の仕事の場においてそれらを活用することに違和感を持たず、むしろ積極的に活用すべきであると考えていることが推察される。

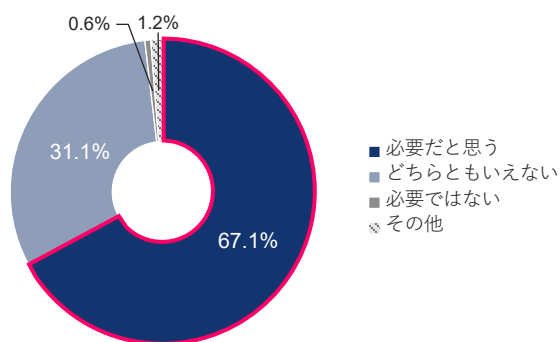
企業側がDX推進に前向きでない場合には、それを期待する学生との間でのミスマッチが発生することも懸念される。それは次ページにて、詳細をご紹介したい。

■ 「DX」の重要性についてどう思うか (n=142)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

■ 「DX」は日本の企業に必要なと思うか (n=142)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

1. 学生から見るDX

1-3. 就職活動における企業のDX推進状況の影響

ここでは、DXを認知する学生に対し、企業のDX推進状況が就職活動時の判断に影響をすることがどうかを聞いた、その調査結果を報告する。

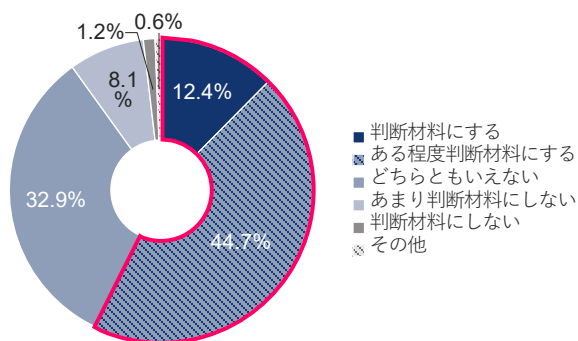
「就職活動の際に企業のDXの推進状況を判断材料にするか」については、「判断材料にする」(12.4%)と「ある程度判断材料にする」(44.7%)を合わせた62.7%の学生が判断材料にするとの結果が得られた。学生側からの視点として、DXを推進しているかどうか企業が選ぶ際の重要な視点のひとつとなっていることがわかる。

さらに、興味を持っている企業が「DXには全く力を入れていない」と分かった場合、その企業への就職意欲はどのように変化するかを問う

設問では、最も多かった結果は「就職意欲がやや低下するが、他の要素で検討する」が43.5%、次いで「特に変化はない」の45.3%となった。それに対して「就職意欲が大きく低下し、応募をためらう」を選択した学生は9.9%であった。

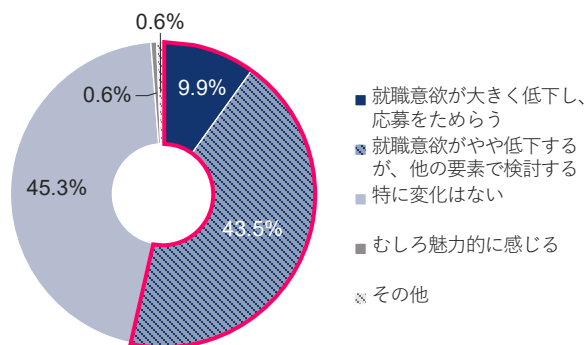
DXへの取り組みに力を入れていない企業に対しては、半数以上が就職意欲が低下する、との結果となった。DXへの取り組みがないからといって、極端に就職意欲を無くすとまではいえない。しかしながら、DXに関する学生の認知率の高さや就職活動時に参考とする割合の大きさから、DXを推進することは採用活動において有利に働くと言えるだろう。

■ 就職活動の際に企業のDXの推進状況を判断材料にするか (n=142)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

■ 興味を持っている企業が「DXには全く力を入れていない」と分かった場合、その企業への就職意欲はどうなるか (n=142)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

1. 学生から見るDX

1-4. 企業からの情報発信について

では、学生の立場から企業を見たとき、企業からの情報発信はどのように捉えられているのだろうか。

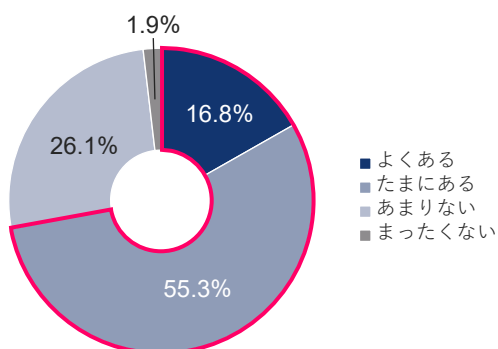
まず、学生が企業について調べたとき、企業からの情報発信が少ないと感じたことがあるかを問う設問では、「よくある」(16.8%)と「たまにある」(55.3%)を合わせた72.1%が、少ないと感じた経験があることがわかった。

また、今回の調査では、「企業について調べるとき、どの情報源を最も信頼していますか?」という質問も行っている。調査グラフは掲載していないが、その結果は、「公式Webサイト」が70.2%と最多で、次は「口コミサイトや比較サイト」(13.0%)、「SNS (Instagram、Xなど)」(7.5%)と続いた。学生が企業の情報を求め

る際には、公式Webサイトを最も重視しており、それは他の媒体と比べて大きな差をつけていることもわかった。

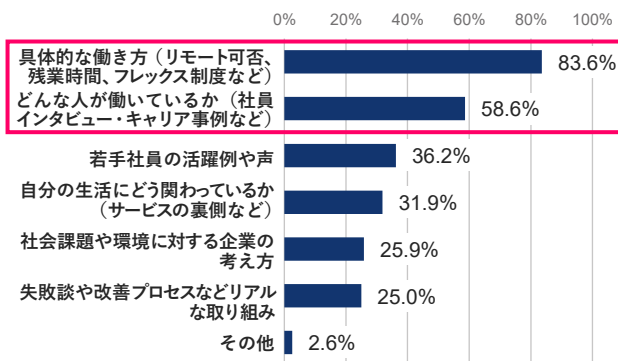
さらに、企業からの情報発信が少ないと感じる学生に対して、企業にもっと発信してほしいと思う内容を複数回答で問う設問では、「具体的な働き方(リモート可否、残業時間、フレックス制度など)」(83.6%)と「どんな人が働いているか(社員インタビュー・キャリア事例など)」(58.6%)が多い結果となった。これらの結果からは、学生が企業で働くことをイメージしやすい内容が期待されていることがわかる。この結果を参考に、ぜひ自社のWebサイトを見直してみてはいかがだろうか。

■ 企業について調べたとき、企業からの情報発信が少ないと感じることはあるか (n=161)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

■ 企業がもっと発信してほしいと思う情報はなにか (n=116) ※複数選択可



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

1. 学生から見るDX

1-5. 学生がイメージするDXの取り組みレベル

第1章の最後は、学生がイメージする企業のDXへの取り組みレベルについてである。経済産業省は企業がDXの戦略や具体的なアクションを設計しやすいように、DXのプロセスとしてデジタルイゼーション（単純なデジタル化）、デジタルイゼーション（個別業務やプロセスのデジタル化）、デジタルトランスフォーメーション（全社的な業務・プロセスのデジタル化や事業・ビジネスモデルの変革）の3段階を設定している※。DXについて認知する学生に対し、「この会社はDXが進んでいる」と聞いたとき、どのレベルの取り組みを想像するかを聞いた。

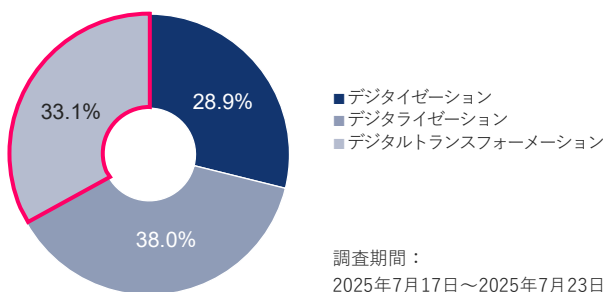
結果は「デジタルイゼーション」が38.0%で最多となった。デジタルイゼーションが進む職場、例えば部署ごとのシステムが連携し業務全体が

効率化され、またクラウドサービスやオンラインツールによるデータ利活用や多様な働き方などが定着している、そうした職場をイメージする学生が多いことが示された。

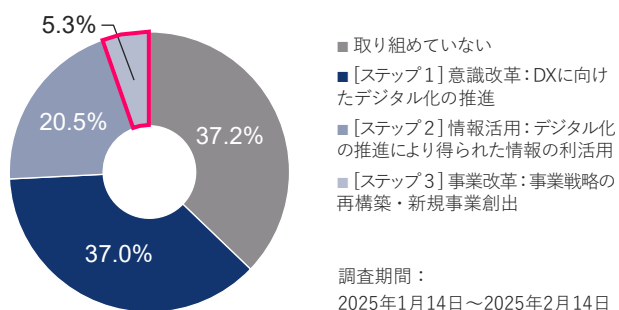
次いで多かったのは「デジタルトランスフォーメーション」（33.1%）である。これは言わばDXの最終段階であり、3割を超える結果となった。一方、中小企業に対してDXの取り組み度合いを聞いた別調査では、事業改革を選択した企業は5.3%にとどまっている。中小企業のDXへの取り組みは、学生のイメージする「DXが進んでいる」状態と比べると、進捗が遅れているといえるだろう。

※「DXレポート2（中間とりまとめ）」経済産業省デジタルトランスフォーメーションの加速に向けた研究会
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_transformation_kasoku/pdf/20201228_3.pdf

■ 「この会社はDXが進んでいる」と聞いたとき、どのレベルの取り組みを想像するか？（n=161）



再掲 ■ DXの取り組み度合い（n=702）



※【デジタルイゼーション】社内の書類や紙媒体の記録がほとんどなく、データはデジタルで管理・保存されている。手作業で行っていたデータ入力や定型な業務が、システムによって自動処理されている等

【デジタルイゼーション】部署ごとのシステムが連携し、顧客対応や業務フロー全体がデジタルで効率化されている。クラウドサービスやオンラインツールを最大限活用し、多様な働き方（リモートワークなど）が定着している等

【デジタルトランスフォーメーション】AIやビッグデータ分析を活用し、顧客のニーズを先読みした新しいサービスやビジネスモデルを次々と生み出している。メタバースやChatGPTなど最新デジタル技術の活用を通じて、業界の常識を変えるような革新的な企業文化や事業戦略を築いている

2. 学生から見るAI活用

現代社会において、AI（人工知能）、特に ChatGPT（OpenAI）に代表される生成AIの活用は急速に進展している。学習効率の向上や情報収集の新しい手法やツールとして期待される一方、情報漏洩リスク、情報の正確性といったデメリットも同時に指摘されている。

こうした背景を踏まえたとき、学生のAI活用は、現在の学習環境においてどの程度進められているのだろうか。第2章では、学生のAI活用に関する実態やその意識について報告する。

※ 本レポートにおけるAIとは ChatGPT（OpenAI）、Bing AI（Microsoft）、Gemini（Google）などの生成AIを指す。

2-1. AIの活用度、活用場面

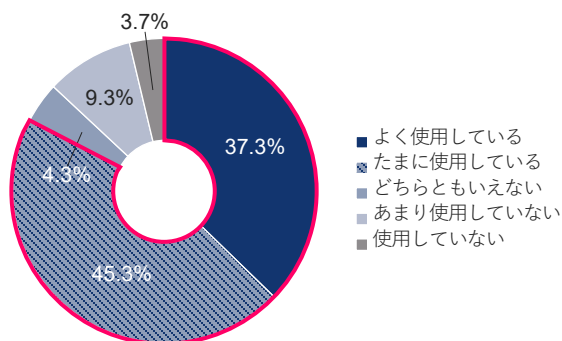
はじめに、学生のAI活用度と活用場面に関する調査結果を報告する。

AIを「よく使用している」と回答した学生が37.3%、「たまに使用している」は45.3%で、8割を超える学生がAIを日常的に利用していることがわかった。

「ChatGPT」が公開された2022年後半以降、わずか数年の間にAI技術は飛躍的な進化を遂げ、その活用は学習や情報収集のあり方を大きく変えた。その影響はビジネスシーンだけでなく、学生の間にも大きく広がっていることが示された。

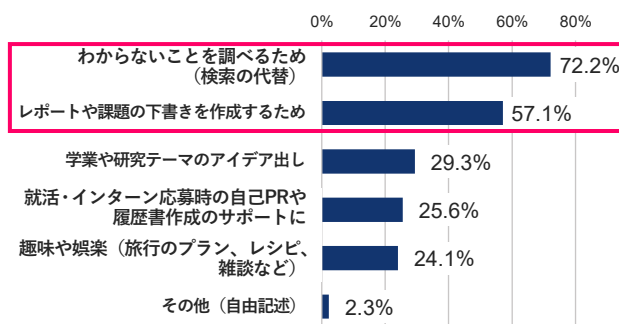
AIの活用場面では、「わからないことを調べるため（検索の代替）」が72.2%と最も多く、AIが従来の検索エンジンに代わる効率的な情報収集ツールとして活用されていることが明らかになった。次に、「レポートや課題の下書きを作成するため」が57.1%と、AIが文章作成の支援ツールとして活用されていることがわかる。他には、アイデア出しや、趣味、娯楽についてなど、学生はAIを単なる情報検索ツールにとどまらず、学業、キャリア準備、個人的な趣味など幅広い目的で活用していることがわかった。

■ AIの活用度 (n=161)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

■ AIの活用場面 (n=133)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

2. 学生から見るAI活用

2-2. AIを活用することに対して学生が抱く不安や懸念

続いて、AIを活用することに対して学生が抱く不安や懸念に関する調査結果を報告する。

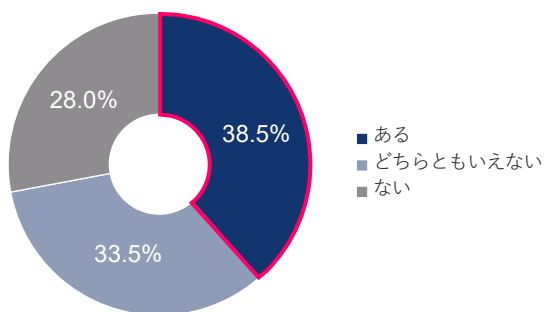
AIを活用することによって不安を感じるものが「ある」と回答した学生が38.5%で最も多く、「どちらともいえない」が33.5%、不安を感じることは「ない」が28.0%であった。

不安を感じるものが「ある」と回答した学生の具体的な不安や懸念については、「生成された情報の正確性が不安」が71.0%と最も高く、次いで「自分の考える力が落ちてしまうのではないか」が67.7%であった。その他、「AIに頼ることに倫理的な問題を感じる」(22.6%)、「使いこ

なせない、質問の仕方が難しい」(6.5%)といった意見が挙がった。学生がAIの利便性を享受する一方で、その情報源としての信頼性や、自己の思考力への影響に対して、不安や懸念を抱いていることを示しているといえるだろう。

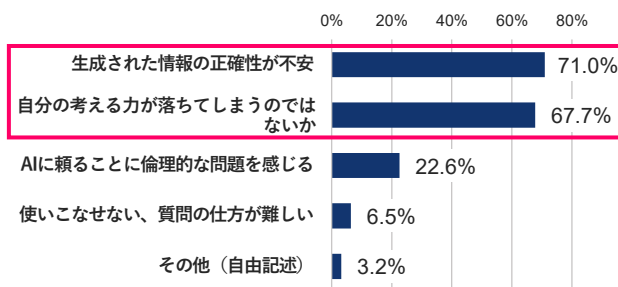
AIが生成する情報の全てを鵜呑みにせず、その正確さに対して不安を抱き、疑うことは、むしろ健全な利用姿勢である。AIを利用する学生は、AIを使うことを目的にするのではなく、あくまで自身の思考や知識を強化する「手段」と捉え、目的に沿った利用を心掛けていただきたい。

■ AIを活用することに対して、不安や懸念を感じることはあるか (n=161)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

■ どのような不安や懸念を感じるか (n=62) ※複数選択可



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

2. 学生から見るAI活用

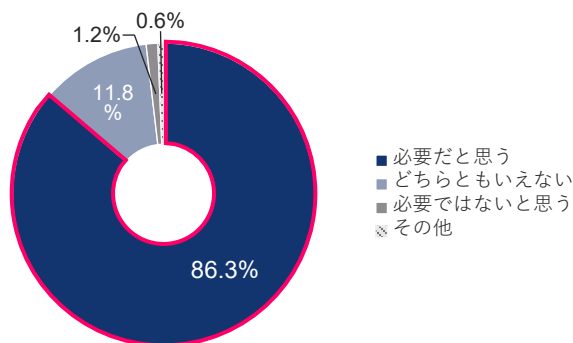
2-3. AIの活用は日本の企業に必要なか

最後に、日本の企業におけるAI活用の必要性について、学生の見解を報告する。

「AIの活用は日本の企業に必要なか」という問いに対し、学生の86.3%が「必要だと思う」と回答しており、多くの学生がAIをビジネスにおいて重要な要素と捉えていることを示している。P9で報告したとおり、すでに学生の8割以上がAIを日常的に活用していることもあり、学生の企業に対するAI活用の期待は極めて高い。まだAIを導入していない企業は、自社の状況

や必要性を検討したうえで導入や活用を進める必要があるだろう。しかし、企業がAIを活用する際にも、生成される情報の正確性や情報漏洩リスクなどには留意すべきである。そして、AIリテラシーの高い学生の採用や、AIを使いこなせる人材の育成を通じて、これらの懸念に適切に対処しつつ、自社の経営にAIを効果的に活用していくことが求められる。この動きは今後も加速していくだろう。

■ AIの活用は日本の企業に必要なか (n=161)



調査期間：2025年7月17日～2025年7月23日

3. まとめ・あとがき

○ 学生の期待と中小企業の実態、その間に存在するギャップ

本レポートでは、今後社会に出る学生に対し、DXへの意識やAI活用の実態に関する調査結果を報告した。

まずDXの認知度については、具体的な内容まで理解していると回答した学生は23.0%と少なかったものの、言葉を認知する層を含めれば9割に迫る状況であった。DXは学生にとっても身近な言葉であることがわかった。その認知層に限定すれば、DXを重要だと認識する割合は高く、就職活動でDXを判断材料にすると回答した学生も、認知層のうち6割を超えた。今やDXは、学生の間で就職活動の際に重視する取り組みになっているといえよう。

しかしながら、本レポートで紹介したとおり、DXの認知度については中小企業の方が学生に後れを取り（P3参照）、取り組みについても学生の期待に反し、中小企業の取り組みが進んでいないことが明らかになった（P8参照）。

一方のAI活用の実態については、「よく使用している」と「たまに使用している」を合わせると8割を超え、検索エンジンの代用として、また制作物の支援ツールとして活用している学生が多いことがわかった。また学生に対して日本企業にAIが必要かを問うと、実に86.3%が「必要だと思う」と回答したことからも、学生世代はAIの有用性を実感し、学業のみならず将来の仕事でも活用できると考えていることがうかがえる。

では、AI活用に関する企業側の姿勢はどのようなものなのか。総務省が2024年～2025年に行ったデジタル活用の動向に関する調査研究※によると、生成AIを「積極的に活用する方針である」と回答した企業は23.7%、「活用する領域を限定して利用する方針である」の26.0%を合わせても5割程度にとどまっている。それを中小企業に限定すると、前者は17.5%、後者は16.8%で、合計34.3%とかなり少なくなる。現状では、AIを積極的に活用する中小企業は少数派であることがわかる。

このように、本調査を通し、学生の企業に対するDXへの取り組みやAI活用に関する期待感は大いことが示されたが、一方の企業側、特に中小企業においては、学生の意識と比較するとDX・AI活用それぞれにおいて、取り組みが遅れているのが実態だと考えられる。企業におけるデジタル技術の積極的な活用は、学生視点からは企業の将来性や働きやすい職場環境であるかどうかを測る指標ともなり得る。今後さらに深刻化すると予想されるデジタル人材の確保・育成を進めるうえでも、企業側のDXやAI活用に向け、さらに踏み込んで検討をしてみてはいかがだろうか。

※ 総務省「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の請負成果報告書」
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/linkdata/r07_02_houkoku.pdf

フォーバルGDXリサーチ研究所 所長 平良 学

1992年、株式会社フォーバルに入社。九州支店での赤字経営の立て直し、コンサルティング事業の新規立ち上げを経て、2022年に新たに発足した中立の独立機関「フォーバル GDXリサーチ研究所」の初代所長に就任。中小企業経営の実態をまとめた白書「ブルーレポート」の発刊、独自・共同研究の実施、全国の中小企業経営者に向けたGDXやESGの講演、毎回数百人を超える中小企業経営者向けのイベントなどを通じて、中小企業のGDXを世に発信。「中小企業の持続可能な発展を支える研究機関としてなくてはならない存在」を目指し活動している。

