

報道関係者各位

(本資料は、2026年6月3日に米国で発表されたプレスリリースの抄訳です)

2026年6月10日

ボストン コンサルティング グループ

【参考資料】

72%が AI によって仕事に求められるスキルが変わったと回答～BCG 調査

日本の従業員のうち日常的に AI を利用している割合は 66%、
世界平均を下回る

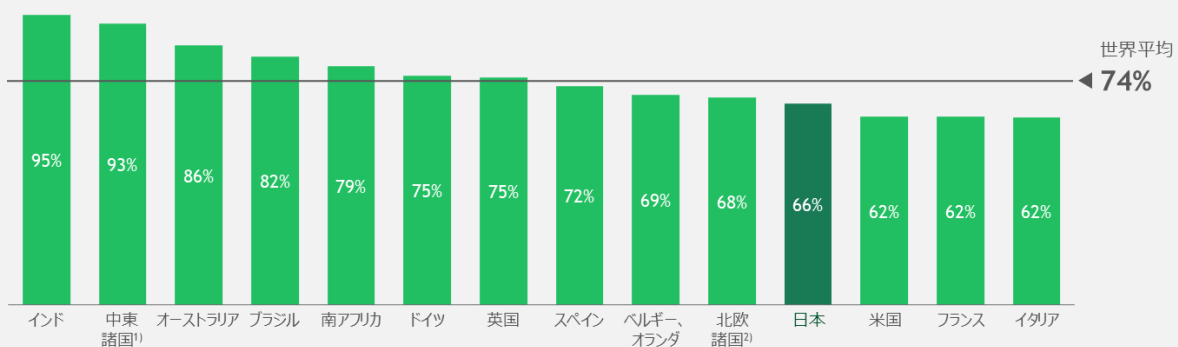
ボストン発、2026年6月3日 — 経営コンサルティングファームのボストン コンサルティング グループ(以下、BCG)は、職場における AI 活用に関する意識調査に基づくレポート「[AI at Work: Strategy Matters More Than Tools](#)」(以下、レポート)を発表しました。調査は日本を含む世界 14 の国・地域において、経営幹部から従業員までを含む 1 万 1,749 人を対象に行われました。デジタル領域の専門家集団 BCG X が実施し、今年で 4 回目となります。

一般従業員による AI の日常的な利用率は世界平均 74%と大きく伸長

一般従業員における AI 活用は大きく進展しました。日常的な利用率(週に数回以上)は 74%に達し、これは昨年の 51%から 20 ポイント以上の上昇です。地域別ではインド(95%)、中東諸国(93%)が世界平均を大きく上回り、グローバルサウス諸国が引き続き AI 活用を牽引しています。一方で日本は 66%となり、米国(62%)などを上回るものの、世界平均には届きませんでした(図表 1)。

図表1 一般従業員の日常的なAI利用率は世界平均で74%
インド・中東諸国が90%超で上位、日本は66%と平均を下回る

一般従業員の中でAIを日常的に利用している割合(週に数回以上利用)



1. 中東諸国は、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、クウェート、カタールを指す。2. 北欧諸国は、スウェーデン、デンマーク、ノルウェー、フィンランドを指す

注: 一般従業員とは、管理職ではないホワイトカラー職のこと

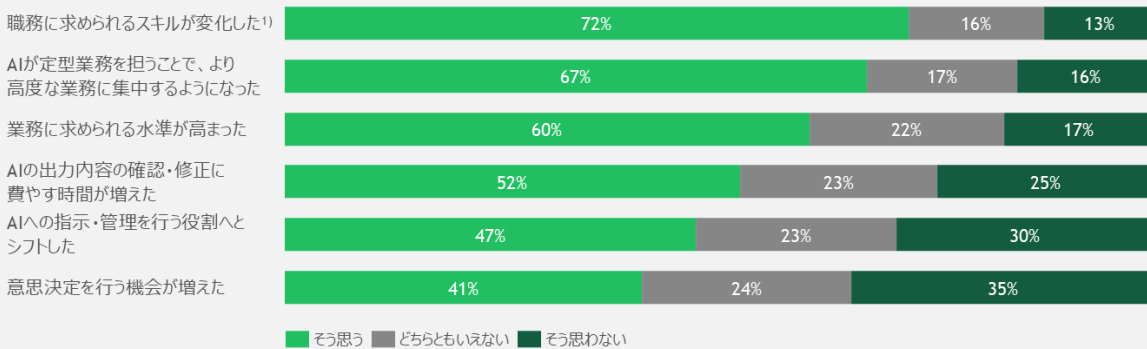
出所: ボストン コンサルティンググループ「AI at Work」調査 (2026)、n=4,040 (一般従業員)

© Boston Consulting Group 2026 - All Rights Reserved.

AIの普及に伴い仕事のあり方も変容、47%が「AIへの指示や管理を担う役割へシフトした」と回答
 調査では、回答者の72%がAIによって自身の職務に求められるスキルが変わったと回答しました。
 47%がAIへの指示や管理を担う役割へと業務の重心が移ったと回答しています(図表2)。

図表2 AI活用により、72%が「現在の職務に求められるスキルが変化した」、
 47%が「AIへの指示・管理を行う役割にシフトした」と回答

AIによって仕事の内容や役割はどう変化したか

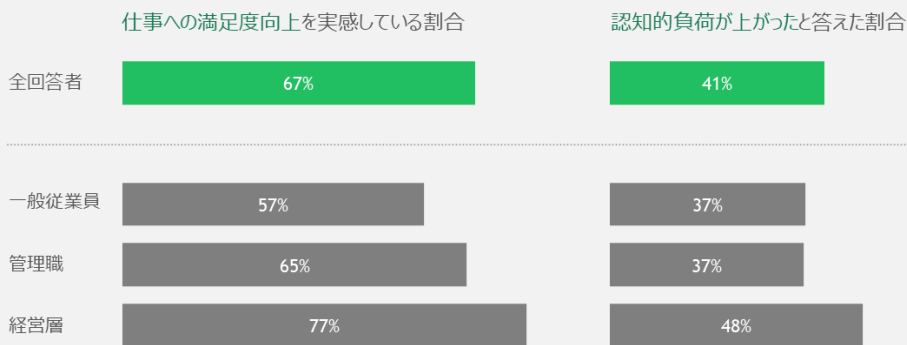


1. 現在の職務において求められるスキルに対する期待が、AIによって大きく、またはある程度変化すると思われる人の割合
 出所: ポストンコンサルティンググループ「AI at Work」調査 (2026)、n=11,749
 © Boston Consulting Group 2026 - All Rights Reserved.

また、AIを日常的に利用している人のうち、67%が仕事への満足度向上を実感している一方で、思考や判断による疲労感、いわゆる「認知的負荷」が増大したと回答した人も41%にのぼりました(図表3)。AIによって働きやすさが向上する一方で、業務の難易度も上がるというパラドックスが明らかになっています。

図表3 AI活用により、3分の2以上が仕事の満足度が上がったと答えた一方で、
 41%が認知的負荷の増加を実感

AIを日常的に(週に複数回以上)使う人のうち、



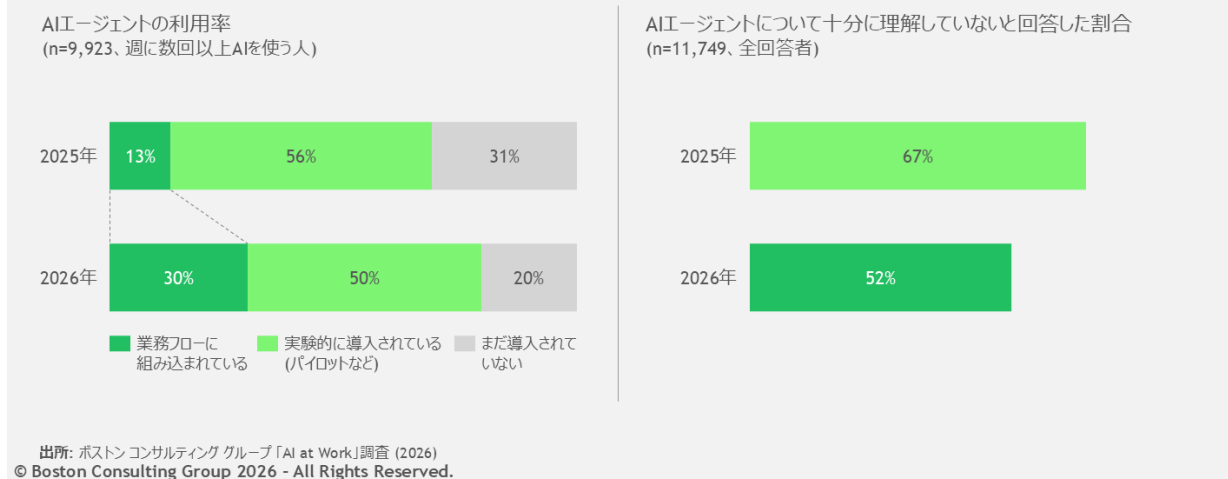
出所: ポストンコンサルティンググループ「AI at Work」調査 (2026)、n=9,923 (週に数回以上AIを使う人)
 © Boston Consulting Group 2026 - All Rights Reserved.

42%の一般従業員がAIで1営業日以上時間を捻出できている一方、価値の創出には至らず
 AIの利用が広がる一方、多くの企業が新たな価値の創出には結びつけられていません。AIを日常的に利用する一般従業員の42%が、AIによって週に少なくとも1営業日分の時間を創出していると

回答したものの、66%はその時間をどのように活用すべきかについて十分な指針を示されていない、あるいは全く示されていないと回答しました。また、半数以上が創出した時間で戦略的な業務を行っていません。

AI エージェント活用についても調査を行い、AI を日常的に使う人のうち 30%はすでに AI エージェントが業務フローに組み込まれていると回答しました。昨年調査の 13%から 2 倍以上の増加です。さらに 61%は、今後 3 年以内に AI エージェントが自身の業務の半分以上を実行できるようになると考えています。しかし全回答者の 52%が AI エージェントについて十分に理解していないと答えており、ガバナンス(監督体制や責任の所在の明確化)は技術の進化に追いついていません(図表 4)。

図表4 AIエージェントが業務フローに組み込まれていると答えた割合は昨年から倍増した一方、依然として全回答者の半数以上がAIエージェントに対して理解不足



企業の AI 活用は、AI ツール導入を通じた個別業務の効率化から、業務フローやプロセス全体の再設計、さらには新たなビジネスモデルや製品の創出へと広がりつつあります。実際に業務プロセスの再設計やビジネスモデルの創出を進めている企業の従業員は、そうでない企業の従業員と比べて、以下のような特徴がありました。

- AI による事業成果の向上を実感している割合が 24 ポイント高い
- 週に 1 営業日以上時間を創出できている割合が 22 ポイント高い
- 仕事への満足度向上を実感している割合が 20 ポイント高い

BCG X で日本における生成 AI トピックのリーダーを務めるマネージング・ディレクター&パートナーの中川 正洋は「今回の調査結果からは、AI 活用が企業活動全体に広がりつつあり、人に求められる能力や人が担うべき責任の変化が着実に進んでいることがうかがえました。一方で、効率化によって生まれた余力をどの領域、業務に振り向けるべきかについてはまだ明確になっておらず、従業員の役割の在り方・業務のプロセスを再設計することが求められています。また、AI エージェントの実装が加速するなか、統制や責任の枠組みづくりは依然として発展途上です。AI の価値を持続的な競争力へと結びつけるためには、経営層が主体となって組織変革とガバナンス強化の両面を推進していくことが重要です」と述べています。

■ 調査レポート

[「AI at Work: Strategy Matters More Than Tools」](#)

■ 日本における担当者

中川 正洋 マネージング・ディレクター & パートナー



日本における生成 AI トピックのリーダー。BCG X、BCG パブリックセクターグループ、およびテクノロジー&デジタルアドバンテッジグループのコアメンバー。早稲田大学工学部卒業。同大学大学院理工学研究科修了。グローバルコンサルティングファームなどを経て現在に至る。

■ ボストン コンサルティング グループ (BCG) について

BCG は、ビジネスや社会のリーダーとともに戦略課題の解決や成長機会の実現に取り組んでいます。BCG は 1963 年に戦略コンサルティングのパイオニアとして創設されました。今日私たちは、クライアントとの緊密な協働を通じてすべてのステークホルダーに利益をもたらすことをめざす変革アプローチにより、組織力の向上、持続的な競争優位性構築、社会への貢献を後押ししています。

BCG のグローバルで多様性に富むチームは、産業や経営トピックに関する深い専門知識と、現状を問い直し企業変革を促進するためのさまざまな洞察を基にクライアントを支援しています。最先端のマネジメントコンサルティング、テクノロジーとデザイン、デジタルベンチャーなどの機能によりソリューションを提供します。経営トップから現場に至るまで、BCG ならではの協働を通じ、組織に大きなインパクトを生み出すとともにより良き社会をつくるお手伝いをしています。

日本では、1966 年に世界第 2 の拠点として東京に、2003 年に名古屋、2020 年に大阪、京都、2022 年には福岡にオフィスを設立しました。

<https://www.bcg.com/ja-jp/>

■ BCG X (エックス) について

BCG X は、テクノロジーやデジタルを駆使したビジネス、およびプロダクトビルディングを担う、BCG の専門家集団です。

BCG X は、BCG の産業や経営機能に対する深い専門知識を活用しつつ、高度な技術的知識と意欲的な起業家精神を結集して、企業の大規模なイノベーションの実現を支援します。80 を超える都市に約 3,000 人のテクノロジスト、データサイエンティスト、エンジニア、デザイナー、プロダクトマネージャー、アントレプレナーを擁し、世界で最も重要な課題と機会に対応するプラットフォームとソフトウェアを構築・設計しています。

私たちのエンドツーエンドのグローバルチームは、既存の産業・機能別プラクティスの枠を超え、クライアントと密接に連携しながら、新しい可能性を切り拓いていきます。私たちは、大胆でディスラプティブ (破壊的) な未来の製品、サービス、ビジネスをともに創り上げていきます。

■ 本件に関するお問い合わせ

ボストン コンサルティング グループ マーケティング 中崎・福井・河西
Tel: 03-6387-7000 / Fax: 03-6387-0333 / Mail: press.relations@bcg.com