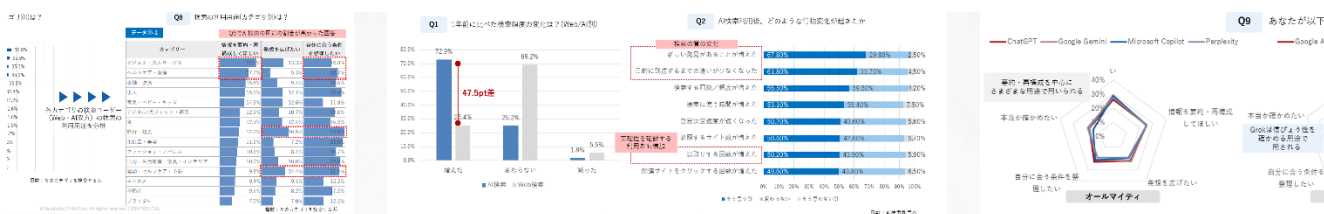


2026年6月10日
株式会社博報堂D Yホールディングス
株式会社 HakuHodo DY ONE

HakuHodo DY ONE の「ONE-AIO Lab」、 AI 検索による検索体験の変化や検索サービスの利用実態をまとめた 「ONE-AIO Lab AI 検索 生活者利用実態レポート 2026」を発表 —AI 検索利用者の約 7 割が Web 検索に移行、Web 検索と AI 検索の使い分けが進行

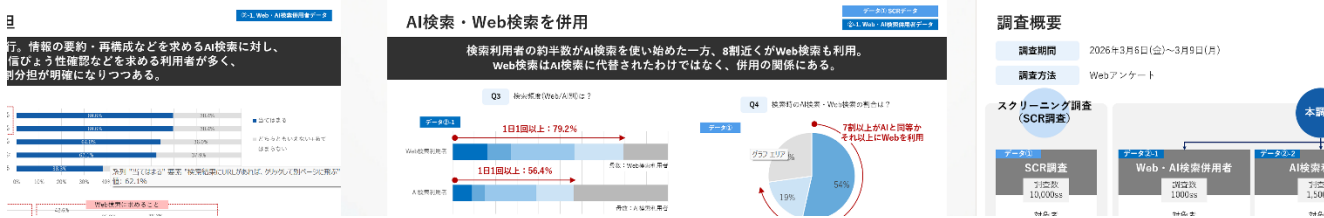
博報堂D Yグループの株式会社 HakuHodo DY ONE（本社：東京都港区、代表取締役社長：北爪宏彰、以下 HakuHodo DY ONE）の「ONE-AIO Lab」※は、このたび、生活者の AI 検索における具体的な検索フローと行動変容を詳細に分析した「ONE-AIO Lab AI 検索 生活者利用実態レポート 2026」を発表しました。本調査は、博報堂D Yグループの横断的な AI 専門家集団 HCAI Professionals の活動の一環として実施したもので、Web・AI 検索の併用実態や検索フローの具体的な行動変容、AI 検索の業界別親和性、各検索サービスの利用実態について調査・分析したものです。調査の結果、AI 検索利用者の約 7 割が利用の増加を実感していることに加え、従来の検索では得られなかった新たな発見や価値を感じていることがわかりました。一方で、約 8 割が現在も Web 検索を利用しており、生活者が Web 検索と AI 検索を用途に応じて使い分けしている実態も明らかになりました。また、カテゴリーによっては AIO との親和性が高い領域が存在することも確認されました。



ONE-AIO Lab

ONE-AIO Lab AI検索 生活者利用実態レポート 2026

AI検索による行動変容や利用実態を調査



■背景

生成AIの急速な普及に伴い、生活者の検索行動は、従来のテキストベースのWeb検索に加えて、対話を通じて情報を得る「AI検索」へと拡大しています。こうした変化を受け、企業において従来のSEO（検索エンジン最適化）に加え、AIに参照・推薦されやすい情報設計やコンテンツ整備をおこなう「AIO」への関心が高まっています。

こうした背景をふまえ、「ONE-AIO Lab」では、生活者のAI検索の利用実態と検索行動の変化を把握することを目的に調査を実施しました。主な分析結果は以下の通りです。

■「ONE-AIO Lab AI検索 生活者利用実態レポート 2026」の主なトピックス

1. AI検索利用者の7割超が「利用頻度の増加」を実感、検索体験の質が変化

AI検索利用者の72.9%が「1年前と比べてAI検索の利用頻度が増えた」と回答しました。さらに、AI検索の利用による変化として、「新しい発見があることが増えた（67.8%）」「目的に到達するまでの迷いが少なくなった（61.8%）」といった回答が多く見られました。この結果から、AI検索によって検索体験の質に変化が生まれていることがうかがえます。

2. Web検索とAI検索は用途に応じた使い分けが進む

検索利用者の約半数がAI検索を日常的に利用する一方、8割近くは現在もWeb検索を利用していることがわかりました。また、AI検索の後に約7割がWeb検索へ移行していることから、生活者はWeb検索とAI検索をシームレスに行き来しながら活用している実態がうかがえます。利用目的を見ると、AI検索は「情報を要約・再構成してほしい（35.1%）」「発想を広げたい（23.2%）」といったニーズに活用される傾向が見られました。一方、Web検索は「まずざっくり知りたい（42.6%）」「最近の情報を知りたい（36.3%）」といった目的で利用される傾向が見られ、情報収集の補完手段として機能しており、生活者が目的に応じて検索手段を使い分けていることが示されました。

3. AIOと親和性の高いカテゴリーが明らかに

カテゴリー別の分析では、「ビジネス・法人サービス」「ヘルスケア・医療」「運動・セルフケア・予防」において、AI検索の利用意向が相対的に高いことが確認されました。これらのカテゴリーでは、情報を要約・再構成してほしい、自分に合う条件を整理したい、といったニーズが強く、AI検索の得意領域との親和性が高い可能性が示唆されました。企業にとっては、こうした領域においてAIOを意識した情報発信の重要性が今後さらに高まると考えられます。

■「ONE-AIO Lab AI検索 生活者利用実態レポート 2026」概要

【調査実施概要】

調査名称：ONE-AIO Lab AI検索 生活者利用実態レポート 2026

調査目的：生活者のAI検索の利用実態、検索行動の変化、およびAIOとの関連性を把握するため

調査対象：全国の18歳～69歳の男女

本調査サンプル数：2,800名

調査方法：インターネット調査

調査期間：2026年3月6日～3月9日

調査エリア：全国

調査主体：株式会社Hakuhodo DY ONE「ONE-AIO Lab」

■レポートダウンロード情報

詳細はこちらをご覧ください。

<https://oneder.hakuhodody-one.co.jp/download/ai-search-consumer-survey-2026>

今後も「ONE-AIO Lab」は、AI検索の市場動向をいち早く捉え、企業のデジタルマーケティング活動を力強く支援する最先端のソリューションを提供し続けることで、AI時代のブランドコミュニケーションの未来を創造してまいります。

※ 「ONE-AIO Lab」：AI検索におけるブランド戦略の設計と、事業成長の支援を専門とするAIO（AI最適化）の研究開発組織。ブランド情報の可視化やAI回答の評価、情報発信戦略の策定・効果検証、検索アルゴリズムの研究を推進しています。企業が最適な情報発信戦略を策定するためのより高度なソリューションを開発・提供し、AI時代における企業のブランド価値向上と持続的な成長に貢献しています。

参照：当社リリース https://www.hakuhodody-one.co.jp/news/news-release_202510024343/

以上

<会社概要>

■株式会社Hakuhodo DY ONE <https://www.hakuhodody-one.co.jp>

Hakuhodo DY ONEは、インターネット広告黎明期より培ったデジタル広告の知見とノウハウを活かし、統合的なデジタルマーケティングサービスを提供しています。マーケティング戦略立案力、クリエイティビティ、高度な運用力と技術開発力、媒体社・プラットフォームとの強固な関係性を強みとし、国内外のクライアント企業に対して、デジタル起点でのマーケティング戦略やテクノロジー活用を包括的に支援します。

博報堂DYグループの「デジタルコア」として、グループ内のナレッジやリソースを集約し、高い専門性と提案力を併せ持つ企業として業界随一のデジタルマーケティング事業会社となることを目指します。

クライアント企業にとって唯一の「ONE」の存在となるため常に挑戦・前進し、事業成長を支援するビジネスパートナーとして伴走することで、クライアント企業の持続的な成長と、企業価値向上に貢献してまいります。

本社所在地：〒107-6316 東京都港区赤坂5丁目3-1 赤坂Bizタワー

代表者：代表取締役社長 北爪宏彰

株主：博報堂DYグループ100%

社員数：3,290名（2026年4月1日時点）

創立：2024年4月1日

事業内容：デジタルマーケティング全般にまつわる企画・コンサルティング・代行業業・投資事業

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社Hakuhodo DY ONE 広報担当 E-mail：info-pr@hakuhodody-one.co.jp

株式会社博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 白川・塚田 koho.mail@hakuhodo.co.jp