

AI検索の普及が、 教育・受験の情報収集に与える影響

公開データと独自調査に基づく現状分析と、今後の見通し

対象	塾・学校・教育関係者の皆さま
発行日	2026年10月21日
発行	ジュークタン編集部
運営	株式会社カフブランディング

要旨

1 検索は減っていないが、サイトが開かれにくくなっている。

米国ではGoogle検索の68%がクリックなしで終了している。Ahrefsの推計では、AIによる概要が表示されるキーワードで、検索1位のクリック率が58%低い。**クリック数やサイト訪問数だけでは、成果を測れない時代に入った。**

2 日本でも、生成AIを使う人が1年で過半数に達した。

利用率は2025年の27~38%から、2026年には51~60%へ。主な用途は「調べもの・情報収集」。小5~高3の子をもつ保護者の約半数が、子どもが勉強・宿題に生成AIを使っていると回答している。ジュークタンの独自調査（n=32）では、高校生のAI利用は勉強が中心で、進路相談は2割にとどまる。

3 2027~28年に、AIが情報収集の主な入口になる可能性がある。

編集部の試算では、利用率は2027年に約7割、2028年に8割前後に達する。いまの小中学生とその保護者は、AIで調べることが一般的な環境で受験を迎える可能性が高い。評価の物差しを「クリック」から「AIに選ばれること」へ広げる必要がある。

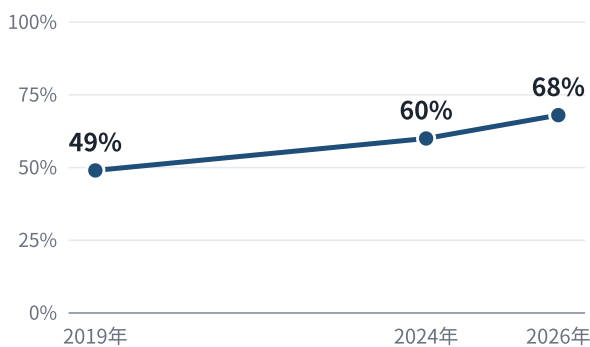
課題 1 検索行動の変化

検索は減っていない。 減っているのは、サイトへのクリック。

米国では、検索してもどのサイトも開かずに終わる割合が上昇を続けている。SparkToroは、その主な要因を、検索結果の上部にAIが答えをまとめて表示する「AI による概要 (AI Overviews)」とみている。

図1 クリックされずに終わるGoogle検索の割合

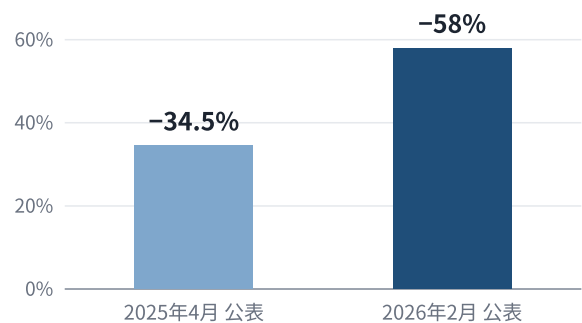
米国／2026年は1～4月、Googleアプリ内の検索は含まない



出典：SparkToro^[1]。年ごとに調査パネルが異なるため参考比較

図2 AI による概要が表示されるキーワードの、検索1位のクリック率

表示されない場合の推計値との差



出典：Ahrefs^[2]。2回の分析は期間・手法が異なり、単純比較はできない

クリック率の差は、34.5%から58%へ広がった

Ahrefsの分析では、AI による概要が表示されるキーワードの検索1位のクリック率は、表示されない場合の推計値と比べて、2025年4月公表時は34.5%、2026年2月公表時は58%低かった^[2]。SparkToroの集計では、クリックなしで終わる検索は2019年の49%から2026年1～4月の68%に増えた。SparkToroは、直近2年の上昇を過去10年で最も速いとしている^[1]。

「検索量が減る」という予測は、現時点では当たっていない

2024年2月、Gartnerは「2026年までに従来型の検索エンジンの検索量が25%減る」と予測した^[3]。しかしGoogleは、2025年10～12月期の検索の利用が「これまでで最も多かった」と説明している^[4]。検索の総量は減っていない。変わりつつあるのは、答えをAIの画面の中で読み、サイトを開かずに済ませる行動である。

KEY POINT

クリック数やサイト訪問数だけでは、 成果を測れない時代に入った。

情報がAIの回答の中で読まれる場合、利用者に届いていても、クリックや訪問としては記録されない。これまでの指標だけで評価すると、届いている情報を「効果がない」と誤って判断するおそれがある。

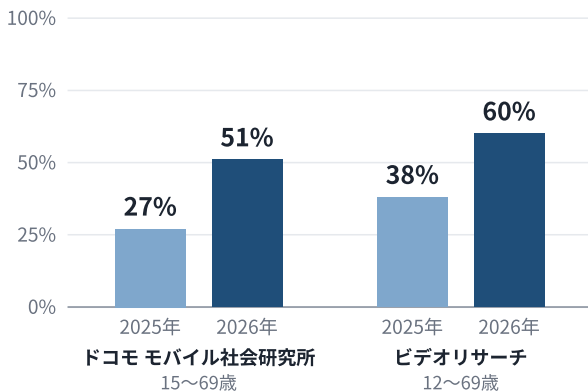
課題 2 日本の利用者の変化

日本でも、生成AIを使う人が 1年で過半数になった。

異なる2つの全国調査が、いずれも1年で20ポイント超の上昇を示している。教育の場面でも利用は広がっており、小5～高3の子をもつ保護者の約半数が、子どもが勉強・宿題に生成AIを使っていると回答している。

図3 生成AIの利用率

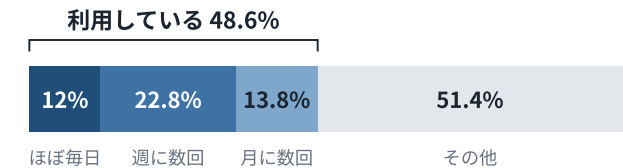
2つの全国調査。利用の定義は調査ごとに異なる



出典：モバイル社会研究所^[6]（各年2月）／ビデオリサーチ^[7]（各年4～6月、直近1か月の利用。2026年は速報値）

図4 子どもの勉強・宿題での生成AI利用頻度（保護者回答）

小5～高3の子をもつ全国の保護者 n=1,000（2026年6月）



出典：明光ネットワークジャパン（明光義塾）^[11]。「その他」は差し引きによる

高校生では、すでに日常の道具

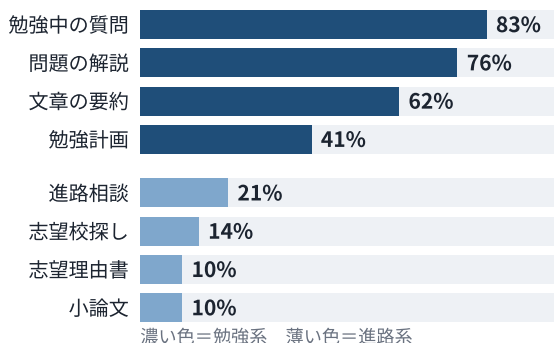
高校生を対象とした調査（2026年3月、n=104）では、96.2%が生成AIの利用経験を持ち、41.0%が勉強で「検索ツールの代わり」に使うと回答した^[10]。回答者が少ないため、参考値である。

Googleの検索そのものに、AIとの対話機能が組み込まれた

- 2025年9月、Google検索の「AI モード」（対話型のAI検索）の日本語での提供が始まった^[8]。
- 2026年5月、Googleは検索窓をAIで作り直し、AI モードが使えるすべての国・言語（日本語を含む）で順次提供を始めた。AI による概要から、そのままAI モードで質問を続けられるようになった。AI モードの月間利用者は、全世界で10億人を超えている^[9]。
- ビデオリサーチの調査では、生成AIの主な用途は「調べもの・情報収集」である^[7]。

図7 高校生のAIの使い道（ジユクタン独自調査）

AIに相談したことがある高校生 n=29、複数回答



出典：JYUKUTAN YOUTH RESEARCH 01^[13]。主に沖縄県内の高校生、Web匿名調査（速報）

勉強の道具としては定着、進路はこれから

ジユクタンが高校生に行った調査（2026年9月、n=32）では、91%（32人中29人）が受験・勉強・進路についてAIに相談したことがあると答えた。使い道は「勉強中の質問」83%、「問題の解説」76%が上位で、「進路相談」は21%、「志望校探し」は14%にとどまる。一方、AIに相談したことがある29人のうち21%（6人）は、AIから大学や学校を提案された経験があった^[13]。回答者が少なく無作為抽出でもないため、参考値である。

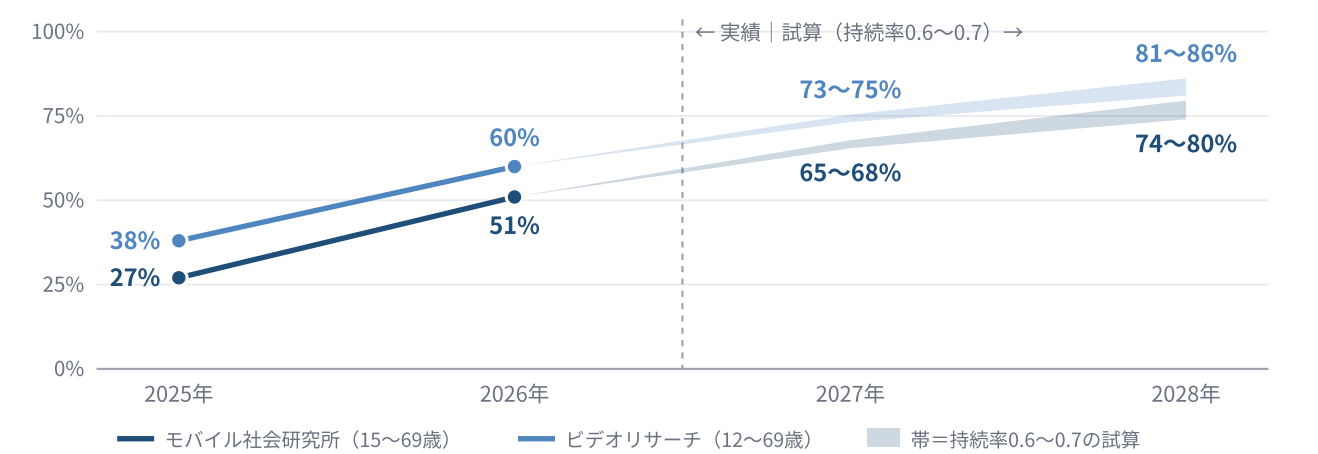
見通し 2027年以降

2027～28年に、AIが情報収集の 主な入口になる可能性がある。

利用率の伸びが鈍化しながら続くと仮定すると、2027年に約7割、2028年に8割前後に達する（編集部試算）。編集部は、米国で先行しているクリック減少が、日本では1～2年遅れて表れるとみている。

図5 生成AI利用率の実績と試算

2027年以降は調査ごとのシナリオ試算（統計的な予測区間ではない）

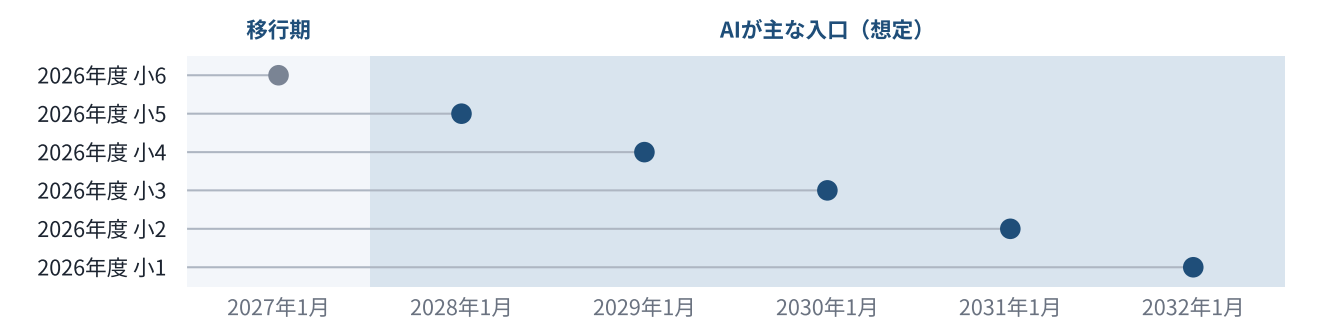


出典：実績はモバイル社会研究所^[6]、ビデオリサーチ^[7]。試算は編集部による。各調査の増加幅が毎年、前年の6～7割に縮む（持続率0.6～0.7）と仮定して延長した。2つの調査は対象・時期・定義が異なり、帯の高さの違いは主に調査の違いによる

時期	想定シナリオ（編集部の見立て）	受験・学校選びの情報収集への影響（想定）
2026年	検索結果の上部に、AI による概要が定着する	日程・制度などの調べものから、クリックが減りはじめる
2027年	利用率が約7割に（試算）。AI モードが日常の入口になりはじめる	保護者や受験生が、学校・塾の候補をAIとの対話で絞りはじめる
2028年	利用率が8割前後（試算）。「まずAIに聞く」が定着する	AIの回答に挙がらない情報源は、比較の候補に入りにくくなる
2029年～	AIが情報の監視や比較を手伝う機能が広がる	比較検討の作業の一部を、AIが担うようになる

図6 例：2026年度の学年別に見た、中学入試を迎える時期

中学入試は主に小学6年生の1～2月（九州・沖縄は1月が中心）



出典：編集部による整理。区分は図5の試算と上表の想定にもとづく

結論 塾・学校の情報発信への示唆

評価の物差しを、「クリック」から「AIに選ばれること」へ広げる。

保護者や受験生は今後も調べ続けるが、その答えはAIが選んだ情報源を通じて届く場面が増える。塾・学校の情報発信は、AIに一次情報として選ばれるかどうかで、届き方が変わる可能性が高い。

1 保護者・受験生の問いに、一次情報で答える

Googleは今後のウェブ戦略の基本として、ユニークな価値のある内容を最優先すること、クロールやインデックス登録がしやすいページ設計を挙げている^[5]。模試データや教育の現場から得た知見など、その塾・学校にしかない情報を、保護者や受験生の問いに答える形で公開しておくことが基本となる。

2 早めに、情報の蓄積をはじめる

AIは、ネット上に公開された情報から答えを探す。図6の中学入試の例のとおり、いまの小学生とその保護者の多くは、AIが主な入口になると想定される時期に受験を迎える。早めに公開をはじめておくことが、その時期に備える現実的な手段となる。

3 成果の測り方を、あわせて見直す

AIの画面の中で読まれた情報は、クリックとして記録されない。サイト訪問数に加えて、AIの回答に名前が挙がる頻度、塾名・学校名での検索数、入塾・出願時の「何で知ったか」の回答などを継続して追う必要がある。なお、Googleも、クリック数そのものより、利用者が目的を達成できたかを評価するよう提唱している^[5]。

留意点

- 試算は、各調査の2026年の増加幅（+24・+22ポイント）が毎年、前年の6～7割に縮むと仮定した、2年先までの目安である。上限を置かない仮定のため、2028年より先には延ばせない。参考として、スマートフォンの世帯保有率は約5割に達した翌年に増加幅が約0.65倍に縮み、9割に達したのは2022年だった^[12]。ただし、その後の伸びは不規則で（2014年は+1.6ポイント）、一つの目安として示した。統計的な予測区間ではなく、2027年の実測値が範囲外となることもありうる。実測値と照合できるよう、前提と計算方法を公開している。
- ここでの利用率は、調べものに占めるAIの割合そのものではない。「主な入口になる」は、利用率の伸びと、主な用途が「調べもの・情報収集」であること^[7]からの編集部解釈である。日本の「クリックなしの検索」の割合は公開データがなく、時期の見立ては米国からの類推である。
- 米国でも、2026年1～4月にAIモードまで進んだ検索は全体の0.34%にとどまる^[1]。移行の速度は、Googleの方針や広告事業の判断によって変わりうる。

参考資料

- [1] SparkToro 「In 2026, Less than One Third of Google Searches Still Send a Click」 2026年6月8日（Similarweb、米国、2026年1～4月）【業界企業の分析】
- [2] Ahrefs 「AI Overviews Reduce Clicks」 2026年2月4日公開（30万キーワード）、前回分析は2025年4月17日公開【業界企業の分析】
- [3] Gartner、プレスリリース、2024年2月19日【調査会社の予測】
- [4] Alphabet 2025年第4四半期 決算説明会、2026年2月4日【企業の公式発表】
- [5] Google 日本向け説明会、2026年2月10日（Web担当者Forum、2026年2月17日）【専門メディアの取材記事】
- [6] NTTドコモ モバイル社会研究所、2026年4月6日発表（2026年2月調査、15～69歳、n=7,223）【企業研究所の調査】
- [7] ビデオリサーチ ヒト研究所「ACR/ex」、2026年9月10日発表（12～69歳、2026年は速報値）【調査会社の調査】
- [8] Google Japan Blog 「Google 検索における『AI モード』を日本語で提供開始」 2025年9月9日【企業の公式発表】
- [9] Google Blog 「A new era for AI Search」 2026年5月19日【企業の公式発表】
- [10] 塾選（DeltaX）「高校生の生成AI活用に関する意識調査」 2026年6月17日発表（2026年3月30～31日、n=104）【企業のPR調査】
- [11] 明光ネットワークジャパン 「子どもの学びの変化に関する実態調査」 2026年7月6日発表（2026年6月19～23日、n=1,000）【企業のPR調査】
- [12] 総務省 「通信利用動向調査」（令和元年版 情報通信白書 図表3-2-1-1／令和4年調査の結果、2023年5月29日発表）【国の統計】
- [13] ジュクタン編集部 「JYUKUTAN YOUTH RESEARCH 01 受験、もうAIに相談してる？」 2026年9月11～30日（Webアンケート・匿名、高校生 n=32、2026年10月21日時点の速報）【ジュクタンの独自調査】