

## 生成 AI の活用状況調査

# 生成 AI 活用は 17.3%にとどまる、 半数以上が人材・ノウハウ不足に懸念

## ～ ガイドライン策定状況、5 割以上の企業で「策定に前向き」～

近年、ニュースやメディアで生成 AI が取り上げられる機会が増えている。指示を与える構文「プロンプト」のテンプレート展開、動画投稿サイトでの活用方法紹介、イベントでの企業の取り組み事例紹介など情報は溢れている。活用用途は広がりを見せ、企業の間でも生成 AI を取り入れようとする動きが盛んになっている。人手不足が慢性化するなか、生産性向上への活用やビジネスチャンスの創出への期待が非常に高まっている。

そこで、帝国データバンクは現在の生成 AI の活用状況について調査を実施した。

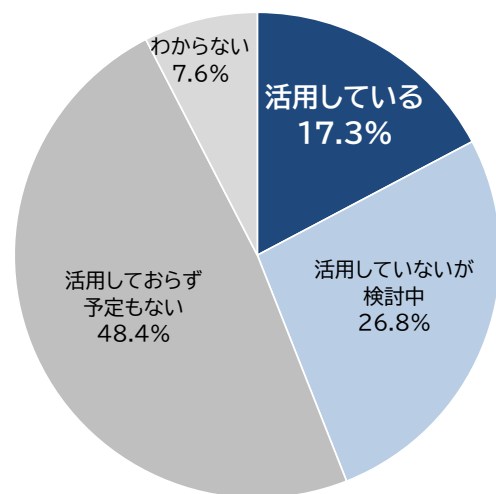
※ 調査期間は 2024 年 6 月 14 日～7 月 5 日、有効回答企業数は 4,705 社（インターネット調査）

※ 属性の分析には、企業概要ファイル COSMOS2（147 万社収録）を使用

### 調査結果（要旨）

- 『生成 AI 活用』企業は 17.3%、うち 9 割近くの企業が一定の効果を実感
- 活用用途は「情報収集」が 59.9%でトップ
- 生成 AI の推進体制、企業の半数超で内製化、ただし、従業員数が多いほどその割合は低下
- 生成 AI 活用に対する理解、『経営者』と『一般社員』に大きなギャップあり
- 指針やガイドライン策定状況、5 割以上の企業で「策定に前向き」
- 懸念や課題は「AI 運用の人材・ノウハウ不足」が 54.1%でトップ

### 生成 AI の活用状況



### 1. 生成 AI を活用している企業 17.3%にとどまる

所属企業において業務で生成 AI を活用しているか尋ねたところ、「活用している」は 17.3%、「活用していないが検討中」は 26.8% となった。生成 AI の活用に世間で注目が集まっているものの、「活用しておらず予定もない」企業は 48.4%と半数近くにとどまった。

「活用している」割合を従業員数別にみると、『1000人以上』（36.9%）で3割を超えた一方で、『100人以上1000人未満』（18.2%）、『50人以上100人未満』（13.9%）、『10人以上50人未満』（14.3%）、『10人未満』（17.8%）はそれぞれ1割台だった。

業種別では、『サービス・その他』（28.0%）がトップとなり、『小売』（20.4%）が続いた。『運輸・通信』（10.4%）や『建設・不動産』（9.4%）では活用が進んでいない実態が明らかになった。

とりわけ、IT企業などを含む『サービス・その他』は、最新テクノロジーやツールに対してのイノベーターやアーリーアダプターが多く存在することが、活用割合が高い要因のひとつと考えられる。他方、建設や運輸業界においては、規模が小さくなるほどバックオフィスの割合が低くなり、AIを活用して効果を得るほどの作業量がないため、活用が進んでいない可能性がうかがえた。

また、業歴が浅い企業や代表者年齢が低い企業で活用している傾向が表れ、新興企業・スタートアップ、若い経営者は新しいものを積極的に取り入れていく意向が高いことがいえる。

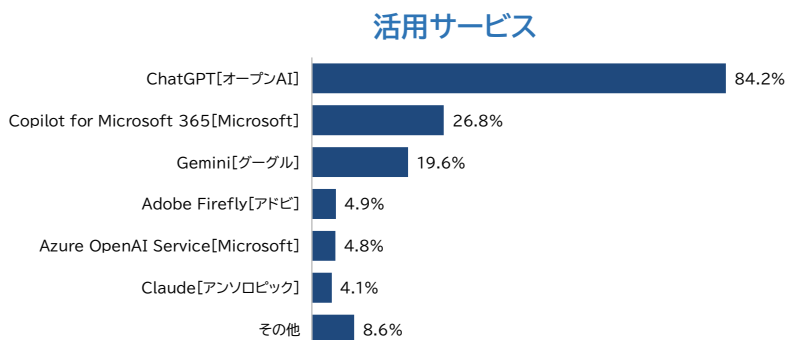
### 生成 AI の活用割合～属性別～

		（%）		
		活用	検討中	予定なし
全体		17.3	26.8	48.4
業種	建設・不動産	9.4	23.4	58.4
	製造	14.4	25.9	50.9
	卸売	14.4	25.7	51.6
	小売	20.4	24.6	46.1
	運輸・通信	10.4	24.3	59.0
	サービス・その他	28.0	32.4	35.2
	従業員数	10人未満	17.8	21.5
	10人以上50人未満	14.3	26.7	52.1
	50人以上100人未満	13.9	26.1	54.0
	100人以上1000人未満	18.2	33.9	38.8
	1000人以上	36.9	29.2	16.7
売上高	1億円未満	25.1	24.6	44.7
	1億円以上10億円未満	15.9	24.4	52.9
	10億円以上100億円未満	12.4	29.3	51.6
	100億円以上1000億円未満	21.0	28.7	38.2
	1000億円以上	36.9	31.9	14.2
	業歴	10年未満	28.7	30.7
	10年以上30年未満	21.5	27.9	43.3
	30年以上50年未満	15.7	26.1	51.2
	50年以上	13.8	26.2	51.5
代表者年齢	50代未満	22.5	29.0	43.1
	50代	17.0	26.2	49.1
	60代	14.6	26.7	51.5
	70代以上	11.8	25.8	54.0

注1：網掛けは全体と比べて5ポイント以上の差があることを示す  
注2：母数は「活用している」と回答した812社

### 2. 主に活用しているサービス「ChatGPT」が 84.2%と突出して高い

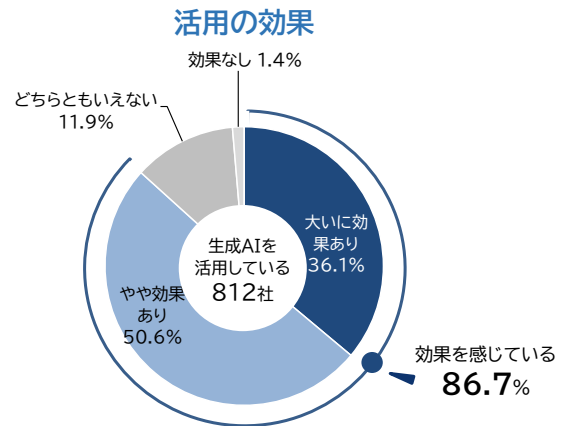
生成 AI を活用している企業に対して、活用しているサービスについて尋ねたところ、「ChatGPT」が 84.2%と突出して高く、以下、「Copilot for Microsoft 365」（26.8%）、「Gemini」（19.6%）と続いた。



### 3. 9割近くの企業が一定の活用効果を実感

生成 AI を活用している企業に対して、活用の効果について尋ねたところ、「大いに効果あり」が 36.1%、「やや効果あり」が 50.6%と合わせて 9割近くの企業が一定の効果を感じている。特に、規模が小さい企業の方が、効果を感じている傾向が表れた。

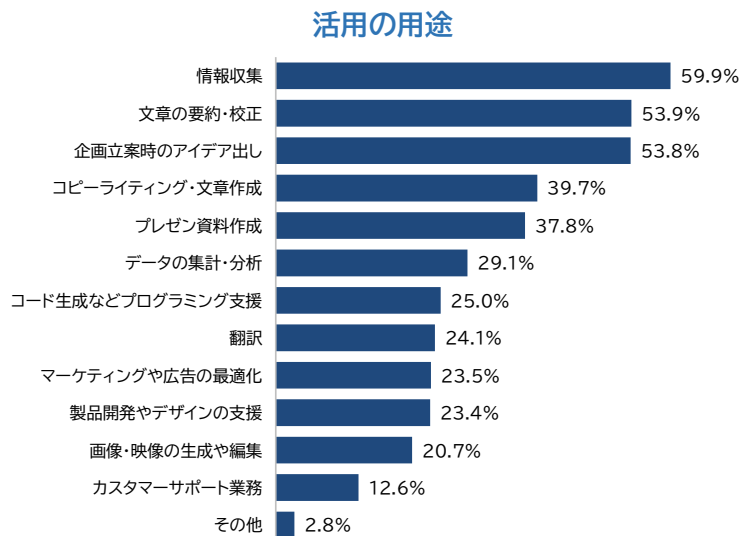
他方、『効果なし』（「あまり効果なし」「まったく効果なし」の合計）と捉える企業は 1%程度と極小となった。



### 4. 「情報収集」に活用している企業が 59.9%

生成 AI を活用している企業に対して、活用の用途について尋ねたところ、「情報収集」（59.9%）が約 6割で最も高く、以下、「文章の要約・校正」（53.9%）、「企画立案時のアイデア出し」（53.8%）が上位に並んだ。

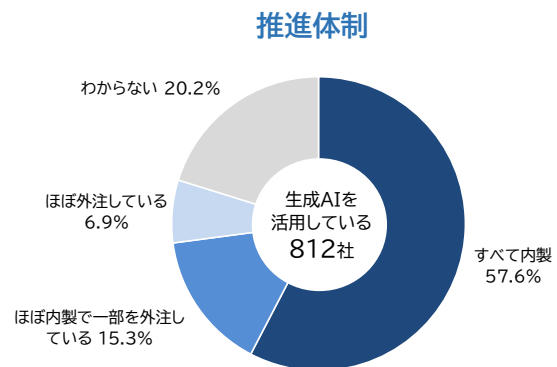
ビジネスパーソンが日常的に行う業務であり、プロンプトが比較的容易なため、取り組みやすいことが要因であると考えられる。



### 5. 生成 AI の推進体制、企業の半数超で内製化。ただし、従業員数が多いほどその割合は低下

生成 AI を活用している企業に対して、活用するうえでの推進体制について尋ねたところ、「すべて内製」が 57.6%と半数以上となった。「ほぼ内製で一部を外注している」（15.3%）、「ほぼ外注している」（6.9%）を合わせると外注の割合は約 2割であった。

従業員数別にみると、従業員数が増加するにつれて内製の割合は低下する傾向が表れた。



## 6. 生成 AI 活用に対する理解、『経営者』と『一般社員』に大きなギャップあり

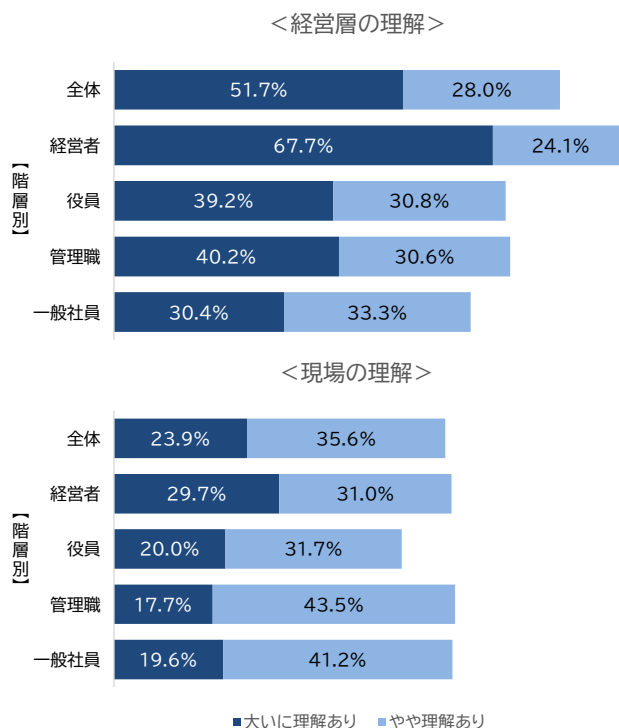
生成 AI を活用している企業に対して、生成 AI を活用することへの『経営層の理解』について尋ねたところ、「大いに理解あり」が 51.7%、「やや理解あり」が 28.0%となった。

とりわけ回答者の階層別に「大いに理解あり」の傾向をみると、『経営者』は 67.7%と 6 割を超える一方で、現場を支える『一般社員』からみると 30.4%と、『経営者の理解』について 30 ポイント以上のギャップが生じていた。

他方、同様に『現場の理解』について尋ねたところ、「大いに理解あり」が 23.9%、「やや理解あり」が 35.6%となった。

同じく回答者の階層別に「大いに理解あり」の傾向をみると、『経営者』は 29.7%、『一般社員』は 19.6%にとどまり、一般社員による現場評価が低かった。

### AI 活用に対する経営層と現場の理解



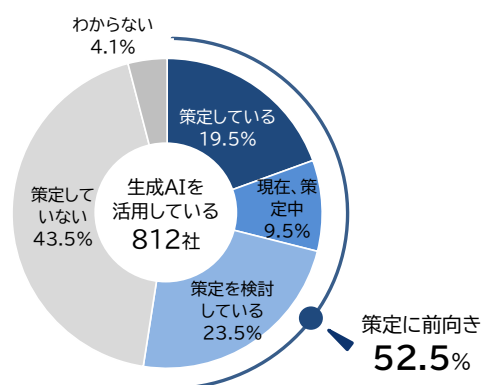
## 7. 指針やガイドライン策定状況、5 割以上の企業で「策定に前向き」

生成 AI を活用している企業に対して、指針やガイドラインの策定状況について尋ねたところ、「策定している」企業は 19.5%となった。また「現在、策定中」(9.5%)、「策定を検討している」(23.5%)を合わせた『策定に前向き』な企業は 52.5%と 5 割を超えた。他方、「策定していない」企業は 43.5%だった。

「策定している」割合を従業員数別にみると、「1000人以上」(61.3%)で 6 割を超え、「100人以上1000人未満」(37.0%)で 3 割以上となり、従業員数が多いほど指針やガイドラインなどを策定していた。

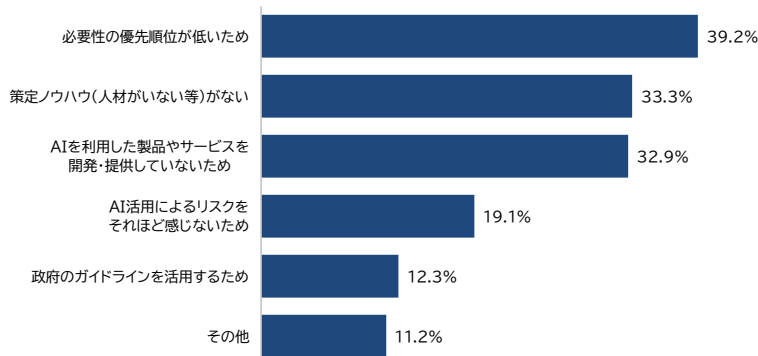
また、「策定している」企業は従業員一人当たりの売上高が高い傾向にあり、AI 活用に限らずルールが整備されていることが生産性向上に寄与することを示唆している。

### 指針・ガイドライン策定状況



他方、策定していない理由について尋ねたところ、「必要性の優先順位が低いため」(39.2%)がトップとなり、「策定ノウハウ(人材がない等)がない」(33.3%)、「AIを利用した製品やサービスを開発・提供していないため」(32.9%)が3割台で続いた。

### 指針・ガイドラインを策定していない理由



注:母数は指針・ガイドラインを「策定を検討している」「策定していない」と回答した 544 社

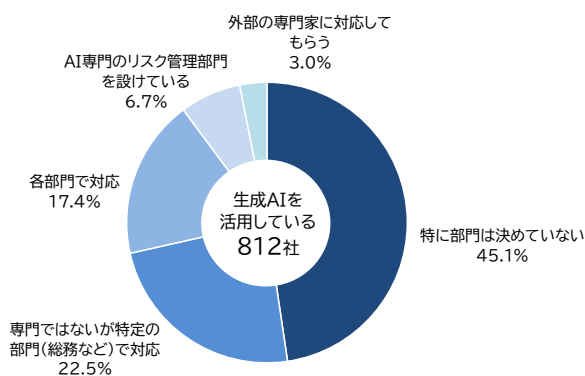
## 8. リスク対応について、45.1%が部門は決まっていない

生成 AI を活用している企業に対して、リスク・トラブルの対応方法について尋ねたところ、「特に部門は決めていない」(45.1%)がトップとなり、「専門ではないが特定の部門(総務など)で対応」(22.5%)、「各部門で対応」(17.4%)と続いた。

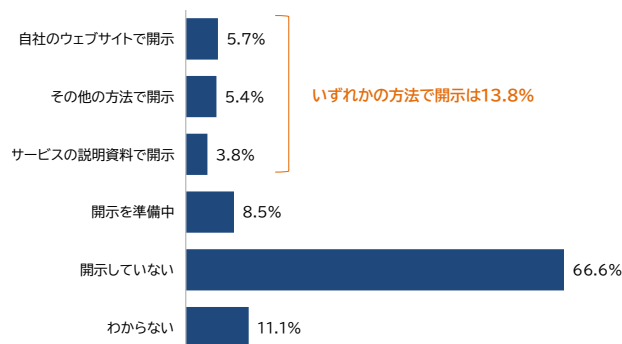
また、活用指針やリスク対策の情報開示状況は、「自社のウェブサイトで開示」(5.7%)や「サービスの説明資料で開示」(3.8%)など、『いずれかの方法で開示』している企業は13.8%であった。また、「開示を準備中」が8.5%となったが、「開示していない」が66.6%と開示に対する意識は低い状況である。

企業規模が大きいほど、運用体制が充実している傾向にあったが、急速にAIの利用が広がるなか、ガバナンス整備が追いついていないことがうかがえる。

### リスク対応部門



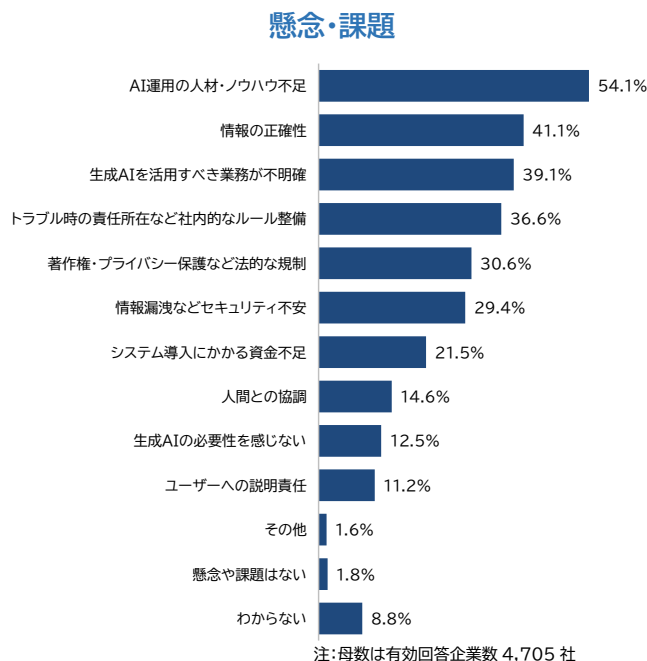
### 指針の開示



### 9. 生成 AI 活用の懸念や課題は「AI 運用の人材・ノウハウ不足」が 54.1%でトップ

活用するうえでの懸念や課題について尋ねたところ、「AI 運用の人材・ノウハウ不足」(54.1%) がトップとなった。以下、「情報の正確性」(41.1%)、「生成 AI を活用すべき業務が不明確」(39.1%) と続いた。

企業からは、「会社でどのように活用できるか分からない」「まだまだ AI は嘘をつくので、真偽を確かめる必要がある」「一般論ではなく具体的な回答が得られない」「世論誘導される危険性」などの声が聞かれた。



#### まとめ

本調査の結果、生成 AI を活用している企業は 17.3%にとどまった。生成 AI の登場により、ホワイトカラーの仕事は大きく変化している。人がやらなくてもよい作業を生成 AI が行うことで、従業員は従来の業務から解放され、より創造的な仕事に集中することが可能になる。こうしたメリットの理解について経営者と一般社員の間にはギャップが見られた。このギャップを解消するためには、経営者がビジョンを描き、その目的を達成するために生成 AI の活用が有効であることを組織内で共通認識として広める仕掛けも必要となろう。

生成 AI の技術は目覚ましいスピードで進化しており、活用の研修やツールとの API 連携も増えており、今後益々、活用範囲は広がっていくと考えられる。

一方、3 割程度の企業が「著作権・プライバシー保護など法規制」「情報漏洩などセキュリティ不安」といったリスクに懸念を抱いている。活用を進めていくためには、生成 AI がもたらすリスクを理解し、社内利用のガイドライン整備なども各企業が取り組んでいく必要があるだろう。

株式会社帝国データバンク 営業企画部長 かみにし 上西 ともひろ 伴浩

【問い合わせ先】 さだか マーケティング課 貞閑 ようへい 洋平、てづか 手塚 たいき 大貴

03-5775-3210 (直通)

tdb\_marketing@mail.tdb.co.jp

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。