

# 活用企業は 34.9%、 生成 AI 活用企業の 97.3%が効果を実感

活用は文章作成支援を中心に拡大、  
今後は運営ルール整備や人材育成が課題に

## 山梨県・生成 AI に関する企業の動向調査(2026 年 3 月)



本件照会先

岡田 哲也(支店長)  
帝国データバンク  
甲府支店  
問合せ先:055-233-0241(直通)  
e-mail:info.koufu@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/08/18

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。

## SUMMARY

生成 AI を業務で『活用している』山梨県内企業は 34.9%だった。活用企業では「業務への効果が出ている」が 97.3%。主な活用業務は「文章の作成・要約・校正」が最も多く、「企画立案時のアイデア出し」「情報収集」が続く。悪影響・トラブルでは「ない」が 67.6%で最多であった一方で、「使いこなし格差の拡大」が 21.6%にのぼった。懸念・課題では「情報の正確性」が 49.1%で最も高く、「専門人材・ノウハウ不足」「生成 AI を活用すべき業務の範囲」「情報漏洩のリスク」などが続いた。今後は運用ルールの整備や人材育成を通じて、いかに業務へ定着させるかが重要となりそうだ。

※ 調査期間は 2026 年 3 月 17 日～3 月 31 日。調査対象は山梨県内企業 200 社で、有効回答企業数は 106 社(回答率 53.0%)

※ 本調査における詳細データは、帝国データバンクホームページ(<https://www.tdb.co.jp>)のレポートカテゴリにある協力先専用コンテンツに掲載している

## はじめに

生成 AI をめぐっては、業務効率化や人手不足対応への期待が高まる一方、情報の正確性や情報管理、運用ルールの整備など、多面的な論点が指摘されている。

近年、生成 AI は一部の専門人材や大企業だけが利用する技術ではなく、限られた人員で生産性を高める手段の一つとして、人手不足や賃上げ対応、業務量の増加に直面する企業を中心に、関心が一段と高まっている。

一方で、生成 AI の活用が広がるにつれて、単に「導入しているかどうか」だけでは企業の実態を十分に捉えにくくなっている。実際の業務でどのように使われているのか、どの程度の効果が実感されているのか、また、誤情報、情報漏洩、著作権・プライバシー、社員間の使いこなし格差といった課題がどのように表れているのかを把握することが重要になっている。

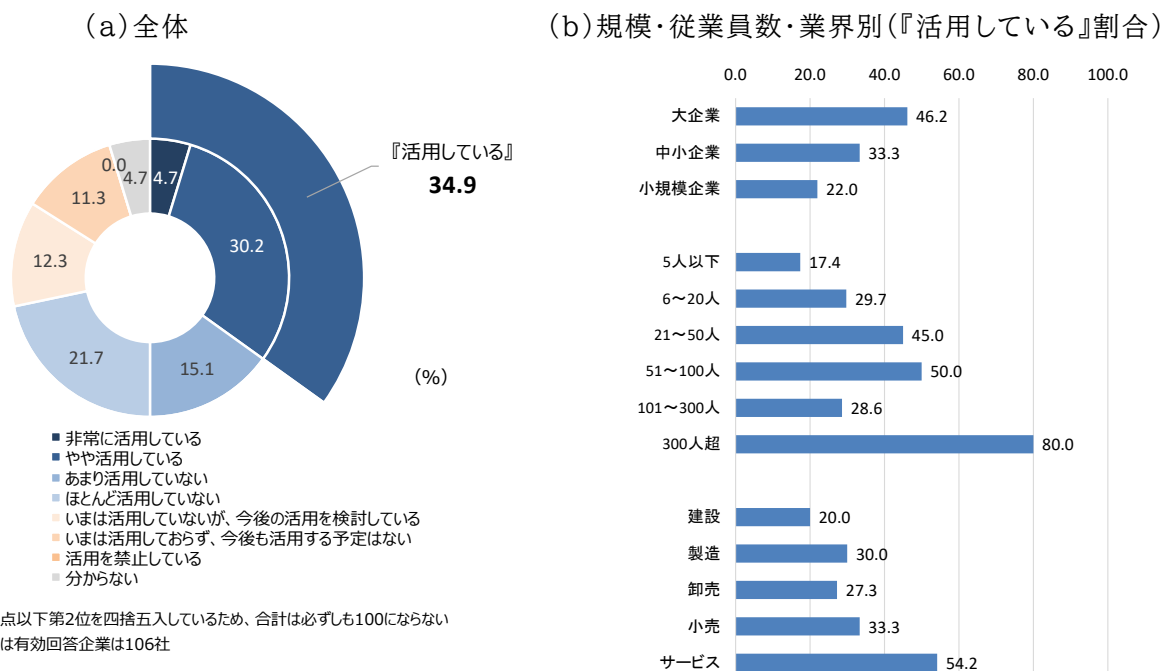
そこで、帝国データバンクは、生成 AI の活用状況などについて調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査 2026 年 3 月調査とともにを行った。

## 生成 AI を企業の 34.9%が活用、大企業ほど高く

生成 AI を業務で『活用している』（「非常に活用している」+「やや活用している」）山梨県内企業は、全体の 34.9%だった（図表 1-a）。内訳は、「非常に活用している」が 4.7%、「やや活用している」が 30.2%。一方、「あまり活用していない」は 15.1%、「ほとんど活用していない」は 21.7%を合わせた低活用層は 36.8%と、活用企業の割合を上回った。また、「いまは活用していないが、今後の活用を検討している」企業も 12.3%と導入に前向きな企業も一定数みられた。

なお、「活用を禁止している」企業は 0%だった。生成 AI の活用は県内企業にも着実に広がりつつある一方で、企業間で活用状況に差がみられ、企業全体としてはなお普及・定着の途上にあることがうかがえる。

図表1 生成 AI の活用状況～全体、規模・従業員数・業界別～



規模別にみると、企業規模が大きいほど活用率が高い傾向がみられた。大企業では『活用している』が46.2%であるのに対し、中小企業は33.3%、小規模企業は22.0%であった(図表1-b)。従業員数別では、「300人超」では80.0%で最も高かった一方、「5人以下」は17.4%にとどまった。従業員規模によって活用率に開きがみられた。

業界別では『サービス』が54.2%で最も高く、『小売』(33.3%)、『製造』(30.0%)が続いた。一方で、『建設』は20.0%にとどまり、相対的に低い水準となった。業務の特性や社内体制の違いが、活用の進み方に影響しているとみられる。

企業からは、活用を前向きに捉えた「とても便利なもの」(紙類・文具・書籍卸売業、小規模企業)という声がある一方で、「参考程度には使えるが、信じることができない」(建設、小規模企業)といった慎重な意見も聞かれた。活用の是非というよりも、活用方法や生成内容の信頼性に対する関心が高いことがうかがえる。

## 主な活用業務、「文章の作成・要約・校正」が32.4%でトップ

生成AIを業務で活用している山梨県内の企業37社に、主にどのような業務で活用しているか尋ねたところ、最も多かったのは「文章の作成・要約・校正」(32.4%)であった。次いで、「企画立案時のアイデア出し」(24.3%)、「情報収集」(13.5%)が続き、「データの集計・分析」と「コード生成などのプログラミング支援」はともに10.8%であった。生成AIは文章作成やアイデア出しを中心に活用されており、現時点では業務の補助や効率化を目的とした利用が進んでいる様子がうかがえる(図表2)。

図表2 主な活用業務～全体・規模・業界別～

|                       | 全体   | 規模別  |      |       | 業界別  |      |      |      |      |
|-----------------------|------|------|------|-------|------|------|------|------|------|
|                       |      | 大企業  | 中小企業 | 小規模企業 | 建設   | 製造   | 卸売   | 小売   | サービス |
|                       |      |      |      |       |      |      |      |      |      |
| 文章の作成・要約・校正           | 32.4 | 33.3 | 32.3 | 44.4  | 33.3 | 66.7 | 16.7 | 33.3 | 15.4 |
| 企画立案時のアイデア出し          | 24.3 | 33.3 | 22.6 | 33.3  | 66.7 | 0.0  | 33.3 | 66.7 | 15.4 |
| 情報収集                  | 13.5 | 16.7 | 12.9 | 0.0   | 0.0  | 11.1 | 0.0  | 0.0  | 23.1 |
| データの集計・分析             | 10.8 | 0.0  | 12.9 | 0.0   | 0.0  | 11.1 | 33.3 | 0.0  | 7.7  |
| コード生成などのプログラミング支援     | 10.8 | 0.0  | 12.9 | 11.1  | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 30.8 |
| 社内向けヘルプデスク            | 2.7  | 16.7 | 0.0  | 0.0   | 0.0  | 0.0  | 16.7 | 0.0  | 0.0  |
| 新たな作業の手順確認            | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0   | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  |
| 経理・経費計算などの事務の代行       | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0   | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  |
| 翻訳・外国語の文章の作成          | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0   | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  |
| 顧客対応の自動化(カスタマーサポートなど) | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0   | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  | 0.0  |
| その他                   | 1.7  | 0.0  | 6.5  | 11.1  | 0.0  | 11.1 | 0.0  | 0.0  | 7.7  |

注：母数は、生成AIを『活用している』企業37社

規模別にみると、大企業では「文章の作成・要約・校正」と「企画立案時のアイデア出し」がともに 33.3% で最も多かった。一方、小規模企業でも「文章の作成・要約・校正」が 44.4% と全体(32.4%)、「企画立案時のアイデア出し」が 33.3% と全体(24.3%)となり、いずれも全体を上回った。

また、業界別では、『製造』で「文章の作成・要約・校正」が 66.7%(全体 32.4%)、『建設』で「企画立案時のアイデア出し」が 66.7%(全体 24.3%)と高かった。さらに、『サービス』では「コード生成などのプログラミング支援」が 30.8%(全体 10.8%)と、全体を大きく上回った。業種によって活用内容に違いがみられ、生成 AI の活用領域は文章作成支援に加え、専門的な業務へも広がりつつあることがうかがえる。

## 業務への効果は 97.3%が「ある」と実感

活用企業に対して、生成 AI の業務への効果を尋ねたところ、「大いに効果が出ている」(32.4%)と「やや効果が出ている」(64.9%)を合わせた『効果あり』は 97.3%に達した。「どちらともいえない」は 2.7%であり、「あまり効果が出ていない」「ほとんど効果が出ていない」と回答した企業はなかった。生成 AI を実際に活用している企業の多くが、何らかの効果を実感しているといえる(図表 3)。

図表 3 業務への効果

(構成比%、カッコ内社数)

|       | 効果あり  | 大いに効果が出ている | やや効果が出ている | どちらともいえない | 効果なし | あまり効果が出ていない | ほとんど効果が出ていない | 分からない／不回答 | (N)  |
|-------|-------|------------|-----------|-----------|------|-------------|--------------|-----------|------|
| 全体    | 97.3  | 32.4       | 64.9      | 2.7       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (37) |
| 大企業   | 100.0 | 50.0       | 50.0      | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (6)  |
| 中小企業  | 96.8  | 29.0       | 67.7      | 3.2       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (31) |
| 小規模企業 | 100.0 | 44.4       | 55.6      | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (9)  |
| 金融    | 100.0 | 0.0        | 100.0     | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (2)  |
| 建設    | 100.0 | 33.3       | 66.7      | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (3)  |
| 不動産   | 100.0 | 100.0      | 0.0       | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (1)  |
| 製造    | 100.0 | 33.3       | 66.7      | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (9)  |
| 卸売    | 83.3  | 50.0       | 33.3      | 16.7      | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (6)  |
| 小売    | 100.0 | 33.3       | 66.7      | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (3)  |
| サービス  | 100.0 | 23.1       | 76.9      | 0.0       | 0.0  | 0.0         | 0.0          | 0.0       | (13) |

注：母数は、生成AIを『活用している』企業37社

注：小数点以下2位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100にならない

規模別にみると、大企業と小規模企業ではいずれも『効果あり』が 100%となった。このうち、「大いに効果が出ている」は大企業が 50.0%、小規模企業が 44.4%だった。一方、中小企業では『効果あり』が 96.8%で、「どちらともいえない」が 3.2%だった。

業界別では、卸売を除く『金融』『建設』『不動産』『製造』『小売』『サービス』すべての業種で『効果あり』が 100%となった。『卸売』でも 83.3%が『効果あり』となり、生成 AI の活用効果に対する評価は総じて高い結果となった。導入企業の多くが効果を実感していることから、県内企業においても生成 AI は業務効率化や生産性向上を支える技術として定着しつつあることがうかがえる。

## 企業の 3 社に 2 社が悪影響やトラブルを「ない」とする一方、能力や成果の格差拡大を約 21.6%が認識

活用企業に対して、生成 AI 活用による悪影響やトラブルを尋ねたところ、「悪影響やトラブルはない」が 67.6%で最も多かった（複数回答、以下同）。直接的なトラブルとしては、「会社の機密や保有する個人情報などが流出した」「自社のデータが勝手に外部の AI の学習に使われた」がともに 2.7%と相対的に低い水準であった。現時点では、情報漏えいやデータ利用に関するトラブルは限定的であることがうかがえる（図表 4）。

図表 4 悪影響・トラブル（複数回答）～全体・規模別～

|                                        | 全体   | 大企業  | 中小企業  |      |
|----------------------------------------|------|------|-------|------|
|                                        |      |      | 小規模企業 |      |
| 悪影響やトラブルはない                            | 67.6 | 50.0 | 71.0  | 77.8 |
| AIを使いこなせる社員と使いこなせない社員の間で、能力や成果の格差が拡大した | 21.6 | 16.7 | 22.6  | 22.2 |
| 企画やデザインなど創造的な業務を担う専門職の士気が低下した          | 8.1  | 16.7 | 6.5   | 11.1 |
| 社員が業務をAI任せにして、仕事への意欲やスキルが低下した          | 8.1  | 0.0  | 9.7   | 11.1 |
| 社員から類似した意見や報告が出るようになり多様性が低下した          | 5.4  | 0.0  | 6.5   | 0.0  |
| 会社の機密や保有する個人情報などが流出した                  | 2.7  | 0.0  | 3.2   | 11.1 |
| 自社のデータが勝手に外部のAIの学習に使われた                | 2.7  | 0.0  | 3.2   | 0.0  |
| 基礎的な業務をAIが担うようになり、若手が育たなくなった           | 2.7  | 0.0  | 3.2   | 0.0  |

注：母数は、生成AIを『活用している』企業37社

一方で、相対的に高かったのは、「AI を使いこなせる社員と使いこなせない社員の間で、能力や成果の格差が拡大した」の 21.6%であった。中小企業では 22.6%と、全体を上回った。生成 AI の活用に伴い、社員間の活用スキルや成果の差を課題として捉える企業もうかがえた。また、「企画やデザインなど創造的な業務を担う専門職の士気が低下した」「社員が業務を AI 任せにして、仕事への意欲やスキルが低下した」がともに 8.1%、「社員から類似した意見や報告が出るようになり多様性が低下した」が 5.4%、「基礎的な業務を AI が担うようになり、若手が育たなくなった」が 2.7%といった、人材育成に関する懸念も一定数みられた。生成 AI の活用拡大に伴い、人材育成や組織運営に関する課題を認識する企業もみられた。

## 生成 AI 活用に関する懸念・課題

生成 AI 活用に関する懸念・課題として最も多かったのは、「情報の正確性」(49.1%)であった(3 つまでの複数回答、以下同)。次いで、「専門人材・ノウハウ不足」(39.6%)、「生成 AI を活用すべき業務の範囲」(36.8%)、「情報漏洩のリスク」(32.1%)、「トラブル時の責任所在などのルール整備」(21.7%)が続いた。これらの結果から、企業にとっての主要な論点は、導入可否よりも、運用の仕組みや管理体制、人材面にあることがうかがえる(図表 5)。

規模別にみると、大企業では「専門人材・ノウハウ不足」(69.2%)や「情報の正確性」(61.5%)が特に高く、生成 AI を活用するための体制整備や出力内容の信頼性に対する関心の高さがうかがえる。一方、小規模企業では「生成 AI を活用すべき業務の範囲」(41.5%)が最も高く、「著作権・プライバシー保護など法的規制」(19.5%)や「システム導入への資金不足」(17.1%)を課題としている企業もみられた。企業規模によって課題認識には違いがみられるものの、今後は運用ルールの整備や人材育成を通じて、生成 AI をいかに業務へ定着させるかが重要となりそうだ。

図表 5 懸念・課題(3 つまでの複数回答)

|                    | 全体   | 大企業  | 中小企業 |       |
|--------------------|------|------|------|-------|
|                    |      |      |      | 小規模企業 |
| 情報の正確性             | 49.1 | 61.5 | 47.3 | 36.6  |
| 専門人材・ノウハウ不足        | 39.6 | 69.2 | 35.5 | 26.8  |
| 生成AIを活用すべき業務の範囲    | 36.8 | 38.5 | 36.6 | 41.5  |
| 情報漏洩のリスク           | 32.1 | 30.8 | 32.3 | 26.8  |
| トラブル時の責任所在などのルール整備 | 21.7 | 23.1 | 21.5 | 14.6  |
| システム導入への資金不足       | 14.2 | 7.7  | 15.1 | 17.1  |
| 著作権・プライバシー保護など法的規制 | 14.2 | 15.4 | 14.0 | 19.5  |
| 懸念や課題はない           | 3.8  | 0.0  | 4.3  | 4.9   |
| その他                | 3.8  | 7.7  | 3.2  | 4.9   |

注：母数は、有効回答企業106社

## おわりに

本調査では、生成 AI を業務で活用している企業が全体の 3 割台に達し、活用企業の多くが効果を実感している一方で、情報の正確性、専門人材・ノウハウ不足、活用範囲、情報漏洩、ルール整備といった課題が上位にあがった。悪影響・トラブルそのものは限定的であったものの、社員間の活用スキルや成果の差、人材育成に関する懸念もみられ、生成 AI の活用が進むなかで、企業には運用体制や教育体制の整備が求められていることがうかがえる。

今後の企業の取り組みとしては、まず、生成 AI を活用する業務範囲を明確にし、最終判断や確認の責任を人が担うことを前提とした運用ルールを整備することが重要となろう。また、情報管理のルールづくりや、出力内容を検証・編集するための社内教育も欠かせない。生成 AI の活用が進むほど、ツール選定以上に、社内の標準的な使い方をどう整えるかが問われることになる。

このため、政策面では、とりわけ中小企業が活用を進めるうえで、情報管理や検証手順、ルール整備に関する実務的な支援が求められる。単純な導入促進だけでなく、運用をサポートするガイドラインや教育機会、ノウハウ共有の枠組みを充実させることが、今後の普及と定着につながるとみられる。生成 AI は、導入そのものの有効性を問う段階から、いかに業務へ定着させ、自社に適した活用を継続していくかが問われる段階に入っていると言えよう。

### 調査先企業の属性

#### 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

| 業界        | 大企業                                  | 中小企業(小規模企業含む)                     | 小規模企業        |
|-----------|--------------------------------------|-----------------------------------|--------------|
| 製造業その他の業界 | 「資本金 3 億円を超える」かつ<br>「従業員数 300 人を超える」 | 「資本金 3 億円以下」または<br>「従業員 300 人以下」  | 「従業員 20 人以下」 |
| 卸売業       | 「資本金 1 億円を超える」かつ<br>「従業員数 100 人を超える」 | 「資本金 1 億円以下」または<br>「従業員数 100 人以下」 | 「従業員 5 人以下」  |
| 小売業       | 「資本金 5 千万円を超える」かつ<br>「従業員 50 人を超える」  | 「資本金 5 千万円以下」または<br>「従業員 50 人以下」  | 「従業員 5 人以下」  |
| サービス業     | 「資本金 5 千万円を超える」かつ<br>「従業員 100 人を超える」 | 「資本金 5 千万円以下」または<br>「従業員 100 人以下」 | 「従業員 5 人以下」  |

注 1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位 3% の企業を大企業として区分

注 2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位 50% の企業を中小企業として区分

注 3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB 産業分類(1,359 業種)によるランキング