

日本の企業における生成 AI の利用率がどの程度なのか、最新の調査結果

Felo AI Deep Research

1. はじめに

1.1 背景

1.1.1 生成 AI の重要性

生成 AI (Generative AI) は、近年の AI 技術の進化の中で特に注目を集めている分野であり、文章、画像、音声、動画などのデジタルコンテンツを生成する能力を持つ技術です。この技術は、従来の AI が持つ「分析」や「予測」といった機能を超え、創造的なアウトプットを可能にする点で画期的です。生成 AI は、業務効率化や生産性向上、新規事業の創出、顧客体験の向上など、さまざまな分野での活用が期待されています。

特に、生成 AI は企業活動において大きな影響を与えています。例えば、マーケティングや広告分野では、ターゲットに合わせたパーソナライズされたコンテンツの生成が可能となり、顧客とのエンゲージメントを高めることができます。また、製造業やサービス業では、業務プロセスの自動化や効率化を実現し、コスト削減や品質向上に寄与しています。さらに、生成 AI は教育や医療分野でも応用が進んでおり、個別化された学習プランの作成や診断支援など、多岐にわたる可能性を秘めています[1][3][5]。

生成 AI の重要性は、単なる技術的な進歩にとどまらず、社会全体の構造や働き方を変革する可能性を持つ点にあります。特に、生成 AI は人手不足や高齢化といった社会課題の解決にも寄与することが期待されています。例えば、日本のように労働力人口が減少している国では、生成 AI を活用することで、業務の効率化や自動化を進め、労働力不足を補うことが可能です[7][9]。

1.1.2 日本企業における生成 AI の現状

日本企業における生成 AI の導入状況は、近年急速に進展しているものの、国際的な視点から見ると依然として課題が多

い状況です。最新の調査によると、日本企業の生成 AI 導入率は約 17.3%と報告されており、特に大企業を中心に導入が進んでいます[8]。一方で、中小企業では導入率が低く、全社的に活用している企業はわずか 1.3%にとどまっています[5]。

業種別に見ると、情報通信業や金融業、保険業などで生成 AI の導入が進んでいる一方で、卸売業、小売業、運輸業、郵便業などでは導入率が低い傾向があります[9]。また、生成 AI の活用度においても、専門サービス業や医療・製薬業、IT/Web サービス業が高い一方で、建設業やサービス業では活用が進んでいない状況が見られます[3][9]。

さらに、役職別の利用状況を見ると、日本企業では経営層の生成 AI 活用率が 36%、管理職が 19%、現場従業員が 13%と、役職が上がるほど活用率が高い傾向があります[3]。しかし、これらの数値は国際的な水準と比較すると低く、特に経営層の活用率が世界平均の 80%に対して大きく遅れをとっています[3]。

このように、日本企業における生成 AI の導入・活用状況は、企業規模や業種、役職によって大きな格差があることが明らかになっています。また、生成 AI の活用における課題として、ノウハウや知識の不足、正確性の確認の難しさ、著作権侵害のリスクなどが挙げられており、これらの課題を克服することが今後の重要な課題となっています[1][9]。

1.2 調査の目的

1.2.1 日本企業の生成 AI 利用率の把握

本調査の第一の目的は、日本企業における生成 AI の利用率を正確に把握することです。生成 AI は、企業の業務効率化や生産性向上に寄与する可能性が高い一方で、その導入状況や活用度合いについては、企業規模や業種によって大きな差があることが指摘されています[8][9]。例えば、大企業では生成 AI の導入が進んでいる一方で、中小企業では導入が遅れている現状があります[5]。また、業種別に見ると、情報通信業や金融業では導入率が高い一方で、卸売業や小売業では低い傾向があります[9]。

これらの現状を踏まえ、本調査では、生成 AI の利用率を企業規模や業種別に詳細に分析し、日本企業全体の生成 AI 活用の実態を明らかにすることを目指します。

1.2.2 業種・企業規模別の利用状況の分析

生成 AI の導入状況や活用度合いは、企業規模や業種によって大きく異なることがこれまでの調査で明らかになっています[3][9]。例えば、従業員数が 300 人未満の中小企業では、生成 AI の全社的な活用率が 1.3%にとどまる一方で、従業員数が 5000 人以上の大企業では 19.0%と約 15 倍の差があります[5]。また、業種別では、情報通信業や金融業、保険業での導入率が高い一方で、卸売業、小売業、運輸業、郵便業などでは導入率が低い傾向があります[9]。

本調査では、これらの企業規模や業種別の利用状況を詳細に分析し、生成 AI の導入・活用における課題や成功要因を明らかにすることを目的としています。

1.2.3 国際比較を通じた課題の特定

日本企業の生成 AI 導入率は、国際的に見ると依然として低い水準にあります。例えば、日本企業の生成 AI 導入率は 18% であるのに対し、豪州企業は 66.2%、米国企業は 73.5% と大きな差があります[3]。また、日本企業は生成 AI を既存業務の効率化に重点的に活用する傾向が強い一方で、米国企業は新規事業の創出や顧客体験の向上といった目的で活用していることが明らかになっています[7]。

本調査では、日本企業と他国企業の生成 AI 活用状況を比較し、日本企業が直面している課題や改善の方向性を明らかにすることを目的としています。特に、生成 AI の活用における国際的な成功事例やベストプラクティスを参考にしながら、日本企業がどのようにして生成 AI の導入・活用を進めるべきかを検討します。

2. 日本企業における生成 AI の利用率

2.1 全体的な利用率

2.1.1 帝国データバンクの調査結果

帝国データバンクが 2024 年 6 月から 7 月にかけて実施した調査によると、日本企業の約 17.3% が生成 AI を活用していることが明らかになった。この調査では、生成 AI の活用が進む中で、企業の 9 割近くが一定の効果を実感していると回答している[8]。特に、生成 AI の活用用途としては「情報収集」が最も多く、全体の 59.9% を占めている[8]。また、生成 AI の推進体制については、企業の半数以上が内製化を進めているが、従業員数が多い企業ほど外注比率が高い傾向が見られる[8]。

一方で、生成 AI の活用における課題として、「AI 運用の人材・ノウハウ不足」が 54.1% で最も多く挙げられており、次いで「情報の正確性の確認が難しい」や「活用すべき業務が不明確」といった点が指摘されている[8]。これらの課題は、特に中小企業において顕著であり、生成 AI の導入・活用を進める上での大きな障壁となっている。

2.1.2 情報通信総合研究所の調査結果

情報通信総合研究所が実施した調査では、日本企業全体の生成 AI 導入率は 10% から 35% 程度と報告されている[1]。この調査では、業種や企業規模によって導入率に大きな差があることが明らかになっている。特に、情報通信業や金融業・保険業では導入率が高い一方で、卸売業・小売業やサービス業では 10% 前後と低い傾向が見られる[1][9]。

また、生成 AI の利用における課題として、「活用ノウハウや知識不足」が 54.0%、「正確性の確認に時間がかかる」が 50.1%、「著作権侵害などのリスク」が 35.5% といった点が挙げられている[1][9]。これらの課題を克服するためには、

社内事例やユースケースの共有、プロンプトやテンプレートの共有、社内教育や研修の実施が重要であるとされている[1][9]。

2.1.3 日本情報システム・ユーザー協会（JUAS）の調査結果

日本情報システム・ユーザー協会（JUAS）が2024年度に実施した「企業IT動向調査2025」によると、言語系生成AIは41.2%の企業で導入済みであることが報告されている[10]。特に、売上高1兆円以上の大企業では92.1%が導入済みまたは導入準備中であり、ほとんどの企業で生成AIの活用が進んでいる[10]。

この調査では、生成AIの導入効果についても分析されており、約7割の企業が「期待を大きく超える効果までは至らないものの、何らかの効果を感じている」と回答している[10]。具体的には、業務効率化や生産性向上が主な効果として挙げられており、生成AIの導入が企業の競争力向上に寄与していることが示されている。

2.1.4 ビジネスリーダーを対象とした調査結果

ビジネスリーダーを対象とした調査では、約6割の企業が生成AIを業務で利用していると回答している[6][11]。特に、システム開発やITサポート、マーケティング・広報、営業といった部署での利用が多いことが明らかになっている[6][11]。また、利用されている生成AIサービスとしては、ChatGPTが最も多く、次いでMicrosoft CopilotやGeminiが挙げられている[6][11]。

この調査では、生成AIの導入によるメリットとして、業務効率化や品質向上、コスト削減が挙げられており、多くの企業が生成AIの活用により業務プロセスの改善を実感している[6][11]。

2.2 企業規模による格差

2.2.1 中小企業（従業員数300人未満）の利用状況

中小企業における生成AIの利用状況は、大企業と比較して大きく遅れている。従業員数300人未満の企業では、「全社的に活用している」と回答した割合はわずか1.3%にとどまり、「一部の組織で活用している」も18.4%と低い水準である[5]。このような低い導入率の背景には、生成AIの活用に必要な人材やノウハウの不足、導入コストの高さ、活用事例の不足といった課題が挙げられる[5]。

また、中小企業では生成AIの導入効果を十分に実感できていないケースが多く、特に業務効率化や生産性向上といった効果が限定的であることが指摘されている[5]。

2.2.2 大企業（従業員数5000人以上）の利用状況

一方で、大企業における生成 AI の利用状況は非常に進んでいる。従業員数 5000 人以上の企業では、「全社的に活用している」の割合が 19.0%に達し、中小企業の約 15 倍の水準となっている[5]。また、「一部の組織で活用している」の割合も 36.5%と高く、大企業では生成 AI の活用が広範囲にわたって進んでいることが分かる[5]。

大企業では、生成 AI の導入により業務効率化や生産性向上、新規事業の創出といった効果が期待されており、特に競争力の向上に寄与している[5]。

2.2.3 売上高別の導入率

売上高別に見ると、1 兆円以上の企業では 92.1%が生成 AI を導入済みまたは導入準備中であり、ほとんどの企業で生成 AI の活用が進んでいる[10]。一方で、売上高が低い企業では導入率が低く、特に中小企業では生成 AI の導入が遅れていることが明らかになっている[10]。

このような格差は、企業規模や売上高に応じたリソースの違いに起因しており、特に中小企業では生成 AI の導入に必要な資金や人材が不足していることが課題となっている[10]。

2.3 業種別の利用状況

2.3.1 導入率が高い業種

2.3.1.1 情報通信業

情報通信業は、生成 AI の導入率が最も高い業種であり、35.1%の企業が生成 AI を活用している[9]。この業種では、生成 AI を活用した業務効率化や新規事業の創出が進んでおり、特にデジタルコンテンツの生成やデータ分析といった分野での活用が顕著である[9]。

2.3.1.2 金融業・保険業

金融業・保険業も生成 AI の導入率が高い業種であり、29.0%の企業が生成 AI を活用している[9]。この業種では、生成 AI を活用したリスク分析や顧客対応の効率化が進んでおり、特にチャットボットや自動化ツールの導入が進んでいる[9]。

2.3.2 導入率が低い業種

2.3.2.1 卸売業・小売業

卸売業・小売業では、生成 AI の導入率が 13.4%と低い水準にとどまっている[9]。この業種では、生成 AI の活用が進んで

いない背景として、導入コストの高さや活用事例の不足が挙げられる[9]。

2.3.2.2 運輸業・郵便業

運輸業・郵便業も生成 AI の導入率が低く、9.4%にとどまっている[9]。この業種では、生成 AI の活用が進んでいない理由として、業務プロセスの複雑さや導入に必要なリソースの不足が挙げられる[9]。

2.3.3 活用度が高い業種

2.3.3.1 専門サービス

専門サービス業では、生成 AI の活用度が最も高く、80%の企業が生成 AI を活用している[3]。この業種では、生成 AI を活用したデータ分析やレポート作成が進んでおり、特にコンサルティングやリサーチ業務での活用が顕著である[3]。

2.3.3.2 医療・製薬

医療・製薬業も生成 AI の活用度が高く、76.9%の企業が生成 AI を活用している[3]。この業種では、生成 AI を活用した診断支援や新薬開発が進んでおり、特に医療データの解析やシミュレーションでの活用が進んでいる[3]。

2.3.3.3 IT/Web サービス

IT/Web サービス業も生成 AI の活用度が高く、76.8%の企業が生成 AI を活用している[3]。この業種では、生成 AI を活用したアプリケーション開発やデジタルマーケティングが進んでおり、特に顧客体験の向上に寄与している[3]。

2.3.4 活用度が低い業種

2.3.4.1 建設業

建設業では、生成 AI の活用度が47.1%と低い水準にとどまっている[3]。この業種では、生成 AI の活用が進んでいない背景として、業務プロセスの複雑さや導入に必要なリソースの不足が挙げられる[3]。

2.3.4.2 卸売業・小売業

卸売業・小売業も生成 AI の活用度が低く、63.0%にとどまっている[3]。この業種では、生成 AI の活用が進んでいない理由として、導入コストの高さや活用事例の不足が挙げられる[3]。

2.3.4.3 サービス業

サービス業も生成 AI の活用度が低く、**63.0%**にとどまっている[3]。この業種では、生成 AI の活用が進んでいない背景として、業務プロセスの複雑さや導入に必要なリソースの不足が挙げられる[3]。

2.4 役職別の利用状況

2.4.1 経営層の利用状況

世界的には経営層の**80%**が生成 AI を活用しているのに対し、日本企業では**36%**と低い水準にとどまっている[3]。経営層の活用が進んでいない背景には、生成 AI の導入に対する理解不足やリスクへの懸念が挙げられる[3]。

2.4.2 管理職の利用状況

管理職の生成 AI 活用率は**19%**と、経営層よりもさらに低い水準にとどまっている[3]。管理職の活用が進んでいない理由として、生成 AI の活用に必要なスキルや知識の不足が挙げられる[3]。

2.4.3 現場従業員の利用状況

現場従業員の生成 AI 活用率は**13%**と、役職別で最も低い水準にとどまっている[3]。現場従業員の活用が進んでいない背景には、生成 AI の導入に対する教育や研修の不足が挙げられる[3]。

2.4.4 個人利用の割合

個人として業務の中で生成 AI を利用している割合は全体で**8.4%**にとどまっている[9]。このような低い利用率の背景には、生成 AI の活用に対する理解不足や導入コストの高さが挙げられる[9]。

2.5 利用されている生成 AI サービス

2.5.1 ChatGPT (OpenAI)

ChatGPT は、最も利用されている生成 AI サービスであり、全体の**18.3%**を占めている[4]。特に、男性 20 代から 40 代、女性 20 代での利用率が高いことが報告されている[2]。

2.5.2 Microsoft Copilot

Microsoft Copilot は、次いで利用率が高く、全体の**8.9%**を占めている[4]。特に、男性 20 代と 40 代での利用率が高いこ

とが明らかになっている[2]。

2.5.3 Gemini (Google Bard)

Gemini (Google Bard) は、全体の 5.4%を占めており、特に男性 40 代での利用率が高いことが報告されている[4]。

2.5.4 年齢・性別別の利用傾向

生成 AI の利用傾向を年齢・性別別に見ると、男性 20 代と 40 代での利用率が高く、特に ChatGPT の利用が顕著である[2]。また、女性では 20 代での利用率が高いことが明らかになっている[2]。

3. 導入効果と課題

3.1 導入効果

3.1.1 効果を実感している企業の割合

生成 AI を導入した企業の多くが、何らかの効果を実感していることが調査結果から明らかになっています。例えば、帝国データバンクの調査によると、生成 AI を活用している企業の約 9 割が一定の効果を実感していると回答しています[8]。また、日本情報システム・ユーザー協会 (JUAS) の調査では、生成 AI を導入した企業の 73.2%が「期待を大きく超える効果までは至らないものの、何らかの効果を感じている」と回答しています[10]。

さらに、生成 AI の導入が進む大企業では、効果を実感している割合が特に高い傾向があります。売上高 1 兆円以上の企業では、導入済み企業の 92.1%が生成 AI の効果を認識しており、特に業務効率化や生産性向上に寄与しているとされています[10]。一方で、中小企業では効果を実感している割合が相対的に低いことが指摘されており、企業規模による格差が見られます[5][8]。

3.1.2 業務効率化と生産性向上

生成 AI の導入による最も顕著な効果として挙げられるのが、業務効率化と生産性向上です。生成 AI を活用する企業の 88.0%が「業務を効率化し、従業員の生産性を高めるため」に導入していると回答しており[5]、これは生成 AI の主要な活用目的であることが分かります。

具体的な事例として、システム開発や IT サポート部門では、コード生成やバグ修正の自動化により作業時間が大幅に短縮されていることが報告されています[11]。また、マーケティングや広報部門では、生成 AI を活用したコンテンツ作成や

データ分析が進み、従来よりも迅速かつ正確な意思決定が可能になっています[11]。

さらに、生成 AI は単なる業務効率化にとどまらず、従業員の負担軽減や新たな価値創出にも寄与しています。例えば、ChatGPT や Microsoft Copilot などのツールを活用することで、従業員がルーチン業務から解放され、より創造的な業務に集中できる環境が整備されています[4][6]。

3.1.3 期待を超える効果の有無

生成 AI の導入効果については、期待を超える成果を上げている企業も存在します。JUAS の調査によると、生成 AI を導入した企業の 4.0% が「期待を大きく超える効果があった」と回答しており、特に新規事業の創出や顧客体験の向上といった分野で顕著な成果が見られます[10]。

一方で、生成 AI の効果が期待を下回ると感じている企業も一定数存在します。PwC の調査では、日本企業の多くが生成 AI を既存業務の効率化に限定して活用しており、新たなビジネスモデルの構築やイノベーションの創出には至っていないケースが多いと指摘されています[7]。このような状況は、生成 AI の活用が企業の競争力向上にどの程度寄与するかを再評価する必要性を示唆しています。

3.2 課題

3.2.1 活用ノウハウや知識不足

生成 AI の導入における最大の課題として挙げられるのが、活用ノウハウや知識の不足です。情報通信総合研究所の調査では、生成 AI を利用する中で「活用ノウハウや知識不足」を課題として挙げた企業が 54.0% に上り、最も多い回答となっています[1][9]。

特に中小企業では、生成 AI の導入に必要な専門知識やスキルを持つ人材が不足していることが顕著です[5]。また、生成 AI の活用に関する社内教育や研修が十分に行われていない企業も多く、これが導入効果を最大化する上での障壁となっています[1][9]。

さらに、生成 AI の活用においては、プロンプト設計やテンプレートの共有といった具体的なノウハウが重要とされていますが、これらの知識が社内で十分に共有されていないケースが多いことが指摘されています[9]。

3.2.2 正確性の確認に関する課題

生成 AI の活用においては、生成される情報の正確性を確認することが大きな課題となっています。情報通信総合研究所の調査では、「正確性が確認できない、または確認に時間を要する」と回答した企業が 50.1% に上り、生成 AI の信頼性に対する懸念が広がっていることが分かります[1][9]。

特に、生成 AI が生成する文章やデータが誤情報を含む場合、それが業務に与える影響は甚大です。例えば、法務や知財部門では、生成 AI が生成した情報の正確性を確認するために多大な時間と労力を要しており、これが業務効率化の妨げとなっています[9]。

また、生成 AI の正確性を向上させるためには、適切なデータセットの選定やモデルのチューニングが必要ですが、これらの作業には高度な専門知識が求められるため、多くの企業が対応に苦慮しています[1][9]。

3.2.3 著作権侵害などのリスク

生成 AI の活用に伴う法的リスクも重要な課題の一つです。特に、生成 AI が生成するコンテンツに関する著作権侵害のリスクが指摘されています。情報通信総合研究所の調査では、「著作権侵害などのリスク」を課題として挙げた企業が 35.5%に上っています[1][9]。

例えば、生成 AI が既存の著作物を基に新たなコンテンツを生成する場合、そのコンテンツが著作権法に抵触する可能性があります。このようなリスクを回避するためには、生成 AI の利用に関する明確なガイドラインやポリシーの策定が必要ですが、多くの企業ではこれが十分に整備されていない状況です[8][9]。

さらに、生成 AI の活用が進む中で、データプライバシーやセキュリティに関する懸念も高まっています。特に、個人情報を含むデータを生成 AI に入力する際のリスク管理が不十分な企業が多く、これが法的トラブルの原因となる可能性があります[1][9]。

4. 国際比較

4.1 日本企業の導入率

4.1.1 導入済み企業の割合

日本企業における生成 AI の導入率は、調査によって異なるものの、全体的に低い水準にとどまっています。帝国データバンクの調査によると、2024 年時点で日本企業の約 17.3%が生成 AI を導入済みであると報告されています[8]。また、日本情報システム・ユーザー協会（JUAS）の「企業 IT 動向調査 2025」では、言語系生成 AI の導入率が 41.2%に達しているとされています[10]。一方、ビジネスリーダーを対象とした調査では、約 6 割の企業が生成 AI を業務で利用していると回答しており[6][11]、調査対象や定義の違いによって数値にばらつきが見られます。

企業規模別に見ると、大企業ほど導入率が高い傾向が顕著です。例えば、従業員数 5000 人以上の企業では 19.0%が全社的に生成 AI を活用しているのに対し、従業員数 300 人未満の企業ではわずか 1.3%にとどまっています[5]。また、売上高 1 兆円以上の企業では、導入済みの割合が 73.7%に達しており、ほとんどの企業が生成 AI を活用している状況です

[10]。

4.1.2 導入予定企業の割合

生成 AI の導入を予定している日本企業の割合は、調査によって異なるものの、全体的に 30%前後とされています。例えば、情報通信総合研究所の調査では、導入予定の企業が 30.6%に達していると報告されています[3]。また、JUAS の調査では、試験導入中または導入準備中の企業が 18.4%に上るとされています[10]。

このように、導入予定の企業は一定数存在するものの、特に中小企業では導入に向けた準備が進んでいないケースが多いとされています。中小企業では、リソースやノウハウの不足が導入の障壁となっており、これが導入予定企業の割合を抑える要因となっています[1][8]。

4.1.3 未導入企業の割合

日本企業の中で生成 AI を未導入の企業の割合は、全体の約半数に上るとされています。情報通信総合研究所の調査では、未導入企業の割合が 51.4%と報告されています[3]。特に中小企業では、未導入の割合が高く、従業員数 300 人未満の企業では 57.4%が生成 AI を導入していない状況です[3][8]。

未導入の理由としては、「活用ノウハウや知識不足」(54.0%)、「正確性が確認できない、または確認に時間を要する」(50.1%)、「著作権侵害などのリスク」(35.5%)が挙げられています[9]。また、生成 AI の導入に対する理解不足や、具体的なユースケースの欠如も未導入の要因として指摘されています[1][8]。

4.2 他国との比較

4.2.1 豪州企業の導入率

豪州企業における生成 AI の導入率は、日本企業と比較して非常に高い水準にあります。情報通信総合研究所の調査によると、豪州企業の 66.2%が生成 AI を導入済みであり、さらに 30.3%が導入を予定しているとされています[3]。未導入の企業はわずか 3.4%にとどまっており、生成 AI の普及が進んでいることが分かります。

豪州企業では、生成 AI の導入が業務効率化だけでなく、新規事業の創出や顧客体験の向上といった多岐にわたる目的で活用されており、これが高い導入率の背景にあると考えられます[3][7]。

4.2.2 米国企業の導入率

米国企業における生成 AI の導入率も非常に高く、情報通信総合研究所の調査では、73.5%が導入済みであると報告されています[3]。さらに、24.3%が導入を予定しており、未導入の企業はわずか 2.2%に過ぎません[3]。

米国企業では、生成 AI を活用した新規事業の創出や、顧客体験の向上に重点を置いており、これが高い導入率の要因となっています。また、生成 AI の活用においては、ガバナンスやリスク管理にも重きを置いており、これが導入の加速を支える要因となっています[7]。

4.2.3 日本企業と他国企業の活用目的の違い

4.2.3.1 業務効率化への適用

日本企業では、生成 AI の活用目的として「業務効率化」が最も多く挙げられています。例えば、生成 AI を活用している企業の 88.0%が「業務を効率化し、従業員の生産性を高めるため」と回答しており[5]、既存業務の効率化に重点を置いていることが分かります。

一方、豪州や米国企業でも業務効率化は重要な目的の一つですが、これに加えて新たな価値創出や顧客体験の向上といった目的が重視されています[3][7]。特に米国企業では、生成 AI を活用して得られた効果を新規事業に投資し、イノベーションを促進する取り組みが進んでいます[7]。

4.2.3.2 新規事業や顧客体験創出への適用

日本企業では、生成 AI を新規事業や顧客体験の創出に活用するケースが少なく、既存業務の効率化にとどまる傾向があります[7]。一方、米国企業では、生成 AI を活用して新しい顧客体験を創出し、得られた効果を新規事業に還元する取り組みが進んでいます[7]。

豪州企業でも、生成 AI を活用した新規事業の創出が進んでおり、特に情報通信業や金融業での活用が顕著です[3]。これに対し、日本企業では、生成 AI の活用が試行錯誤の段階にあり、効果が期待を下回ると感じている企業も多い状況です[7]。

このように、日本企業と他国企業では、生成 AI の活用目的や重点分野に大きな違いが見られます。日本企業が国際競争力を高めるためには、生成 AI を活用した新規事業の創出や顧客体験の向上に取り組む必要があると考えられます[7][3]。

5. 結論

5.1 日本企業における生成 AI 利用の現状

5.1.1 利用率の増加傾向

日本企業における生成 AI の利用率は、近年着実に増加していることが複数の調査から明らかになっています。例えば、

帝国データバンクの調査によると、2024年時点で日本企業の約17.3%が生成AIを活用しており、その多くが一定の効果を実感していると報告されています[8]。また、日本情報システム・ユーザー協会（JUAS）の「企業IT動向調査2025」では、言語系生成AIの導入率が41.2%に達しており、前年の26.9%から大幅に増加していることが示されています[10]。

さらに、情報通信総合研究所の調査では、業種や企業規模によって差はあるものの、生成AIの導入率は10%から35%程度に達しているとされ、特に大企業での導入が進んでいることが確認されています[1][3]。一方で、ビジネスリーダーを対象とした調査では、約6割の企業が生成AIを業務で利用していると回答しており、生成AIの普及が急速に進んでいることが伺えます[6]。

このような利用率の増加は、生成AI技術の進化とその利便性が広く認知されるようになったことが背景にあります。特に、業務効率化や生産性向上といった具体的な効果が期待されており、多くの企業が生成AIの導入を積極的に進めています[4][5]。

5.1.2 企業規模・業種による格差

生成AIの利用状況には、企業規模や業種による顕著な格差が存在しています。従業員数300人未満の中小企業では、全社的に生成AIを活用している割合がわずか1.3%にとどまる一方、従業員数5000人以上の大企業では19.0%と約15倍の差があることが報告されています[5]。また、売上高1兆円以上の企業では、92.1%が生成AIを導入済みまたは導入準備中であるのに対し、中小企業では導入率が大幅に低い状況が続いています[10]。

業種別では、情報通信業（35.1%）や金融業・保険業（29.0%）が高い導入率を示している一方で、卸売業・小売業（13.4%）や運輸業・郵便業（9.4%）では導入が遅れていることが明らかになっています[9]。さらに、活用度の観点から見ると、専門サービス（80%）、医療・製薬（76.9%）、IT/Webサービス（76.8%）といった業種で生成AIの活用が進んでいる一方、建設業（47.1%）やサービス業（63.0%）では活用が限定的であることが確認されています[3]。

このような格差の要因としては、生成AIの導入に必要なリソースやノウハウの不足、業務プロセスの複雑性、そして生成AIの効果を最大限に引き出すための組織的な準備不足が挙げられます[1][3][8]。

5.2 今後の課題

5.2.1 中小企業での導入促進

中小企業における生成AIの導入率が低い現状は、日本全体の生成AI活用を阻む大きな課題となっています。従業員数300人未満の企業では、生成AIを全社的に活用している割合がわずか1.3%にとどまっており、これを改善するためには、政府や業界団体による支援が不可欠です[5]。

具体的には、中小企業向けの補助金や助成金の提供、生成AI導入に関するコンサルティングサービスの拡充、そして中

小企業が生成 AI を活用するためのユースケースの共有が求められます[1][9]。また、生成 AI の導入に伴う初期コストや運用コストを軽減するためのクラウドベースのサービス提供や、低コストで利用可能な生成 AI ツールの開発も重要です[3][8]。

5.2.2 活用ノウハウの共有

生成 AI の効果的な活用には、適切なノウハウや知識が必要ですが、多くの企業がこれを十分に持ち合わせていないことが課題となっています。情報通信総合研究所の調査では、生成 AI の活用における最大の課題として「活用ノウハウや知識不足」が挙げられており、全体の 54.0%がこれを指摘しています[1][9]。

この課題を解決するためには、企業間での成功事例や失敗事例の共有が重要です。例えば、生成 AI を活用した業務効率化や新規事業創出の具体的な事例を公開し、他の企業がそれを参考にできるような仕組みを構築することが求められます[3][7]。また、業界ごとに特化した生成 AI の活用ガイドラインやテンプレートの提供も効果的です[9]。

さらに、生成 AI の活用に関する専門的なトレーニングプログラムやワークショップの開催、オンライン学習プラットフォームの活用などを通じて、企業内外での知識共有を促進することが必要です[1][4]。

5.2.3 社内教育の充実

生成 AI を効果的に活用するためには、従業員全体のスキル向上が不可欠です。しかし、現状では多くの企業が社内教育や研修の不足を課題として挙げています。情報通信総合研究所の調査では、生成 AI の利用をさらに進める上での改善点として「社内教育/研修の実施」が 41.6%の企業で挙げられており、これが重要な課題であることが示されています[9]。

社内教育の充実には、生成 AI の基本的な仕組みや活用方法を学ぶための研修プログラムの導入が必要です。また、生成 AI を活用した業務改善の具体的な方法や、生成 AI のリスク管理に関する教育も重要です[1][3]。さらに、従業員が生成 AI を日常業務で活用できるようにするための実践的なトレーニングや、生成 AI ツールの操作方法に関するマニュアルの提供も効果的です[4][9]。

5.3 日本企業の生成 AI 活用の未来

5.3.1 国際競争力の向上

生成 AI の活用は、日本企業の国際競争力を向上させる大きな可能性を秘めています。しかし、現状では日本企業の生成 AI 導入率は他国に比べて遅れており、例えば米国企業の導入率が 73.5%、豪州企業が 66.2%であるのに対し、日本企業は 18%にとどまっています[3][7]。

この差を埋めるためには、生成 AI を活用した新しいビジネスモデルの構築や、既存業務の効率化を進めることが必要で

す。特に、生成 AI を活用して新しい顧客体験を創出し、競争優位性を確立することが求められます[7]。また、生成 AI を活用したイノベーションを促進するために、研究開発への投資を増やし、生成 AI 技術の進化をリードすることも重要です[3][8]。

さらに、生成 AI の活用を通じて得られたデータや知見を国際市場で活用し、日本企業のプレゼンスを高めることが期待されます[7]。

5.3.2 新たなビジネスチャンスの創出

生成 AI は、新たなビジネスチャンスを創出するための強力なツールとなり得ます。例えば、生成 AI を活用した新製品や新サービスの開発、既存製品の付加価値向上、そして新しい市場の開拓が可能です[5][7]。

また、生成 AI を活用して顧客のニーズをより深く理解し、それに基づいたパーソナライズされたサービスを提供することで、顧客満足度を向上させることができます[3][7]。さらに、生成 AI を活用したデータ分析や予測モデルの構築により、より正確な意思決定が可能となり、ビジネスの成功確率を高めることが期待されます[1][4]。

このように、生成 AI の活用は日本企業にとって大きな可能性を秘めており、今後の成長と発展に向けた重要な鍵となるでしょう。

1. [【報道発表】 企業における生成 AI 活用の格差浮き彫りに](#)
2. [【NRC デイリートラッキング】 生成 AI の利用経験 2024 年 12 月 ...](#)
3. [【データから読み解く】 日本企業の生成 AI 活用状況](#)
4. [2024 年度 生成 AI サービス利用動向に関する調査 - ICT 総研](#)
5. [生成 AI 活用の「格差」深刻に、大企業と中小企業で 15 倍の違い](#)
6. [“AI でいいや”が 8 割超！『2025 年最新・企業の生成 AI 利用実態 ...](#)
7. [生成 AI に関する実態調査 2024 春 米国との比較 - PwC](#)
8. [生成 AI の活用状況調査—日本企業の生成 AI 活用率は 17.3%](#)
9. [企業の生成 AI 活用、「卸売業、小売業」は 13.4%、「情報通信 ...](#)
10. [言語系生成 AI は 41.2%の企業で導入済み、売上高 1 兆円以上の ...](#)
11. [“AI でいいや”が 8 割超！『2025 年最新・企業の生成 AI 利用実態 ...](#)