

2026年3月31日

マーケティング部

中小企業の生成AIの利用にかかる調査 (2026年1月調査)



商工中金

1. 経営課題の取組優先度
2. 生成AIの導入状況
3. 生成AI活用の総合的な評価
4. 生成AIの活用事例
5. 生成AI導入・推進における課題／
生成AIを導入しない理由
6. 所属業界の5年後のAIをとりまく環境
7. 自由記載

調査概要

- 中小企業設備投資動向調査(2026年1月)の付帯調査。
- 経営課題の取組優先度/生成AIの導入状況/生成AI活用の評価/
生成AIの活用事例/生成AI導入における課題/所属業界の将来予想

生成AIの導入状況

- 「会社導入なし、使用も個人の判断に任せる」が最も多く、6割超。
- 一方、「会社主導で導入」「会社導入はないが個人の利用を推奨」の合計（生成AI積極活用層と定義）は約3割にのぼった。

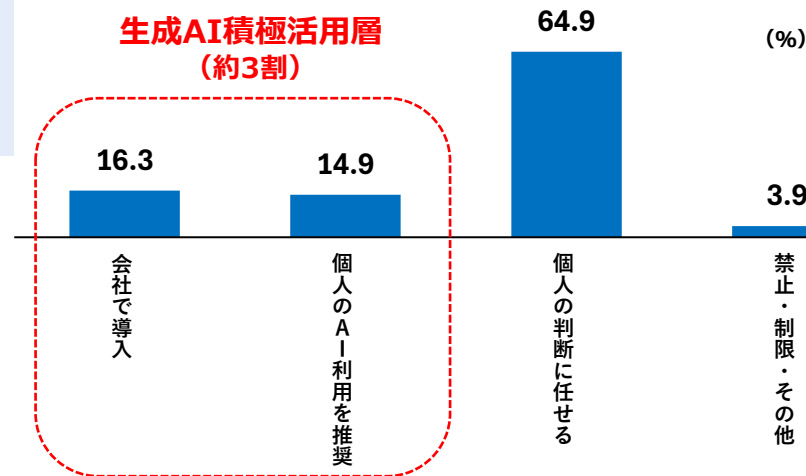
生成AIの活用事例

- 「メール/報告書/議事録の作成・要約」（74.0%）、「デスクワーク作業支援・自動化」（48.7%）など、事務系・定型業務への活用が上位。
- 「会社導入」「個人利用の推奨」別に比率の差をみると、業務効率化に関連するユースケースが上位となっており、生成AIを業務効率化に活用するには会社主導によるアプローチが必要である可能性を示唆。

自由記載

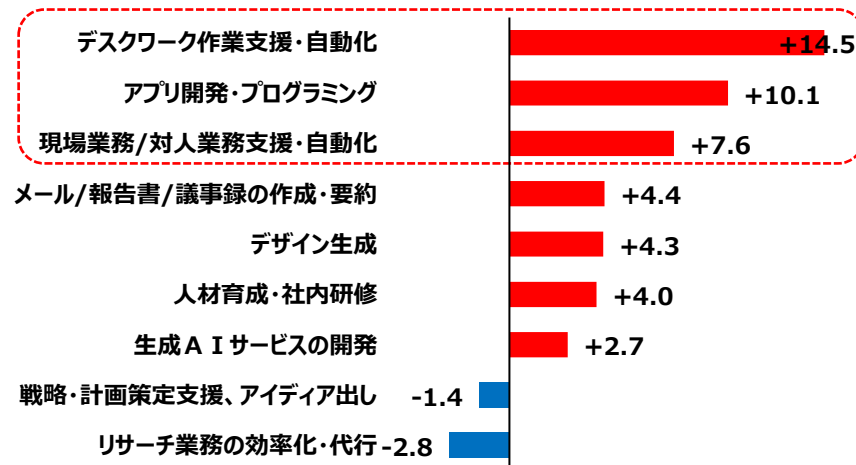
- 「AIのユースケース」に関する話題が最も多く、「生成AI活用における課題」の話題が続いた。
- 「AIのユースケース」では文書生成などデスクワーク作業支援が中心も、「取引先との交渉シミュレーション」などユニークな事例もみられた。
- 「生成AI活用課題」では活用・推進できる人材の不足や、情報漏洩・セキュリティへの懸念の声などが目立った

生成AIの導入状況 (P4)



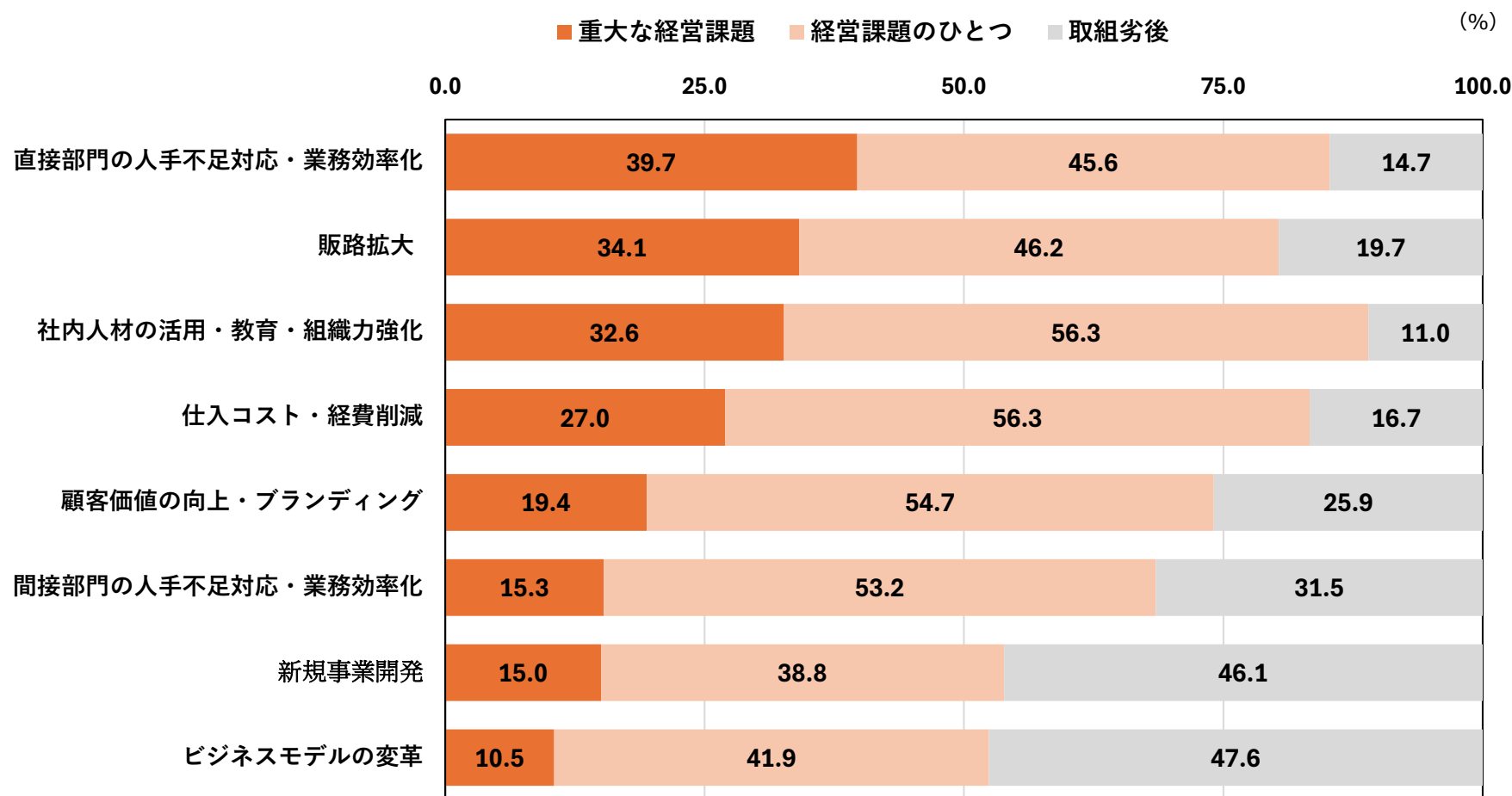
生成AIの活用事例 (P7)

(積極活用層のみ「会社導入」-「個人利用を推奨」) (pt差)



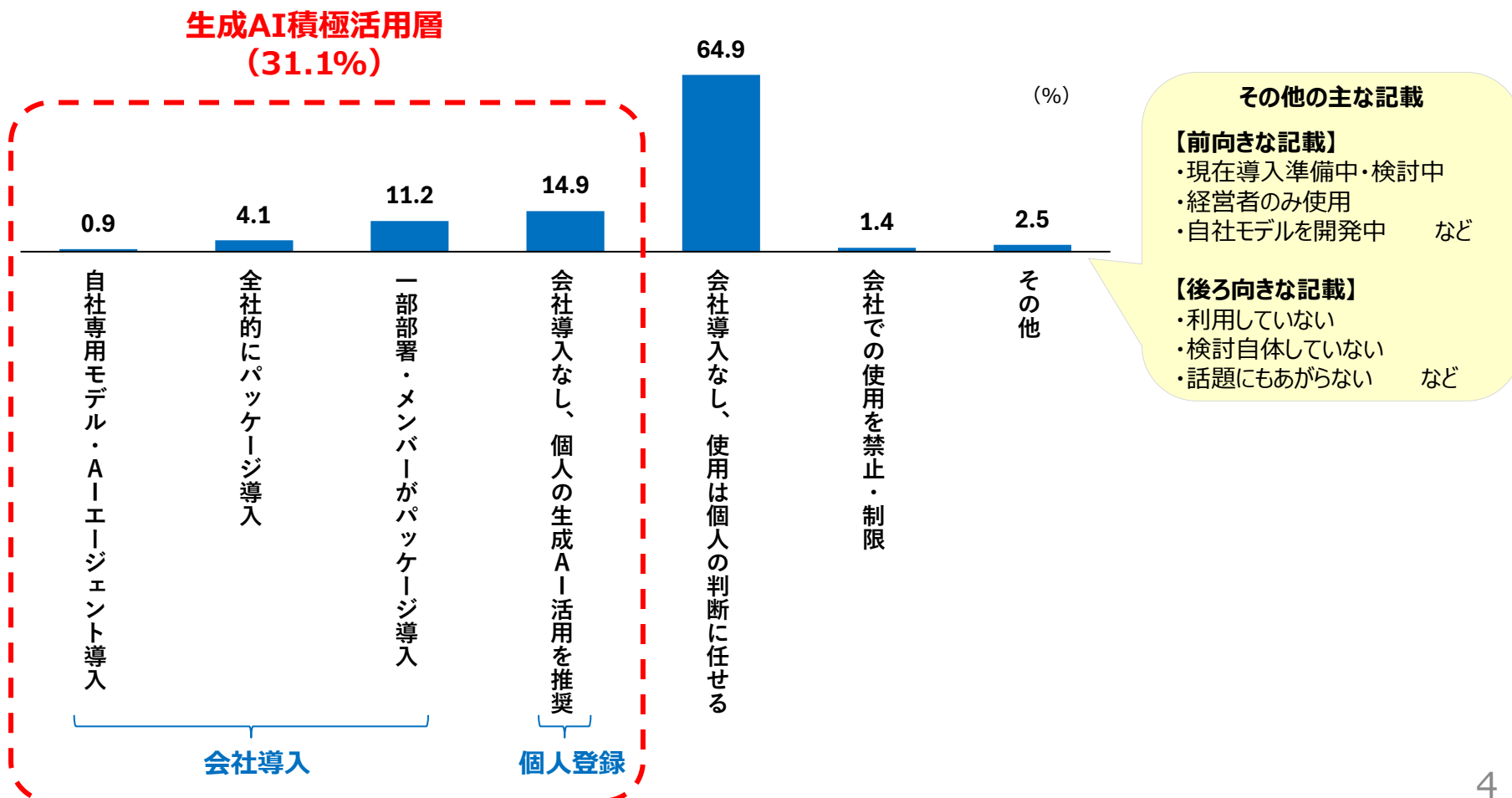
1. 経営課題の取組優先度

- 生成AIの利用状況を何う前段階として、各経営課題の取組優先度について質問。回答企業全体では「直接部門の人手不足対応・業務効率化」「販路拡大」といった現場・営業系の課題の優先度が高く、「新規事業開発」「ビジネスモデルの変革」といった、経営レベルの課題の取組優先度は劣後という傾向となった。



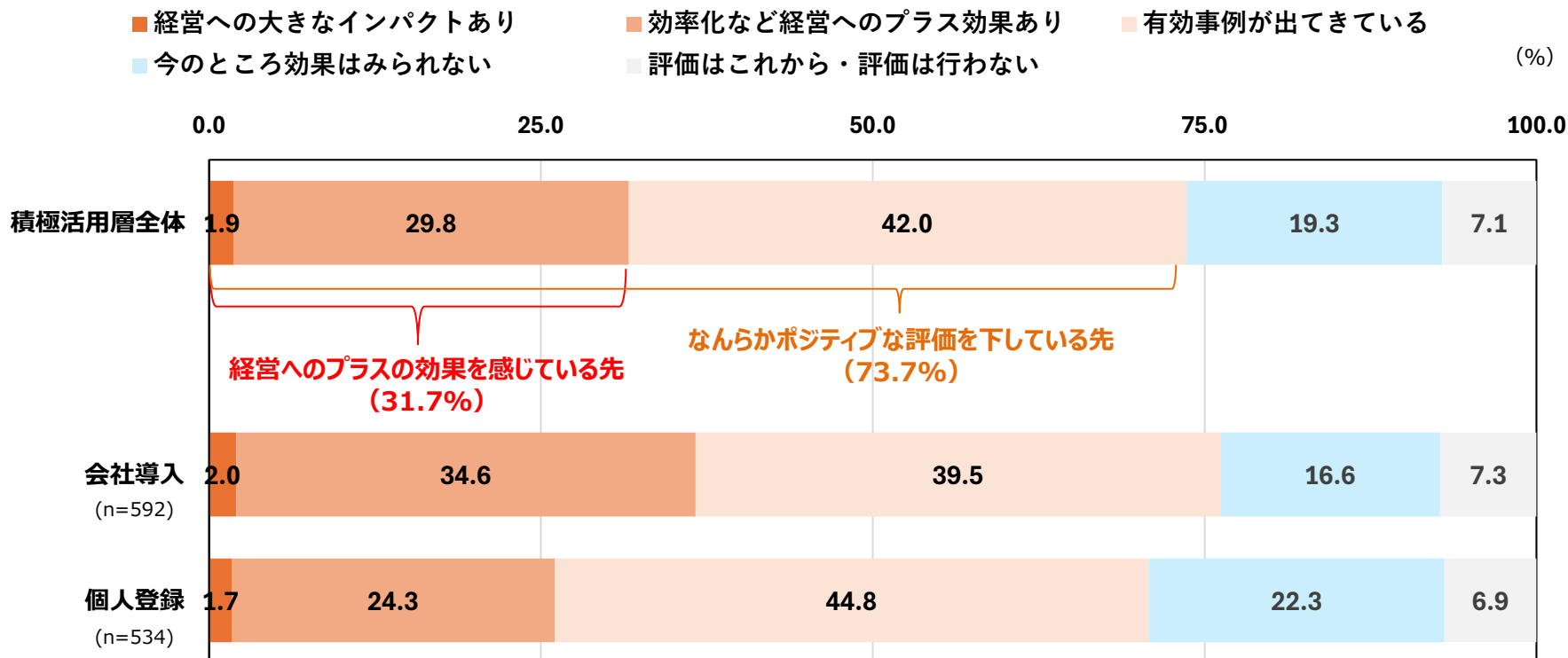
2. 生成AIの導入状況

- 生成AIの導入状況について質問。「会社での導入はなく、使用は個人の判断に任せている」という回答が最も多く、全体の6割超に及んだ。
- 一方、会社主導で生成AIを導入している企業、会社での導入はおこなっていないが個人登録の生成AIの社内業務への活用を推奨している企業の合計（「生成AI積極活用層」と定義）は約3割にのぼった。



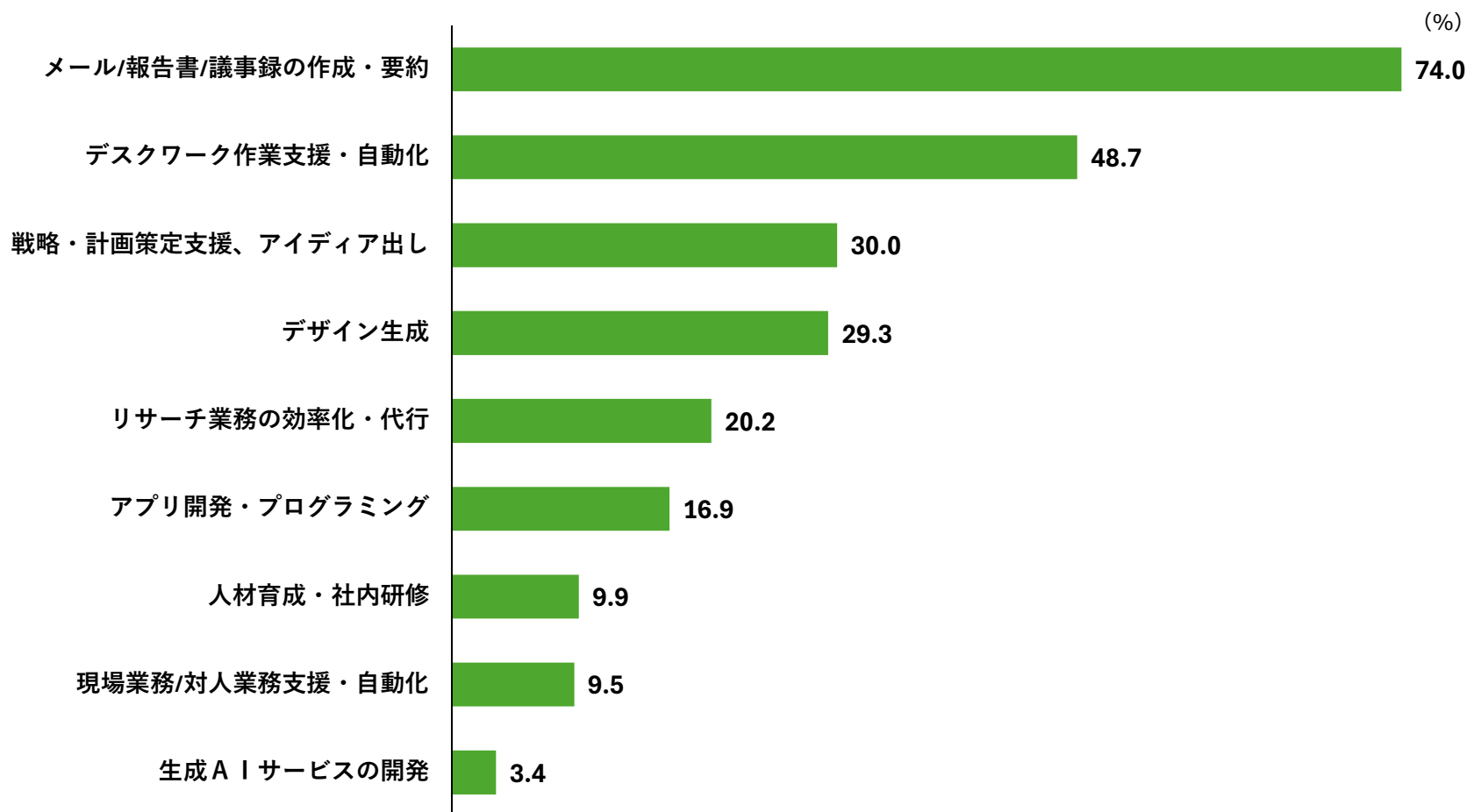
3. 生成AI活用の総合的な評価

- 「生成AI積極活用層」を対象に、現時点での生成AI活用の総合的な評価を質問。**経営へのプラスの効果を感じている先は全体の約3割**、「経営への好影響とまではいかないが、活用にかかる有効事例が出てきている」まで含んだ、**なんらかポジティブな評価を下している企業は7割超**に達した。
- 「会社による導入」と「個人登録AIの利用推奨」を分けて集計したところ、**「会社による導入」のほうが経営へのプラス効果を感じている割合が10%pt以上高く**、生成AIの活用を経営へのプラス効果につなげるには、**会社主導によるトップダウン的なアプローチが必要である可能性**が示唆される。



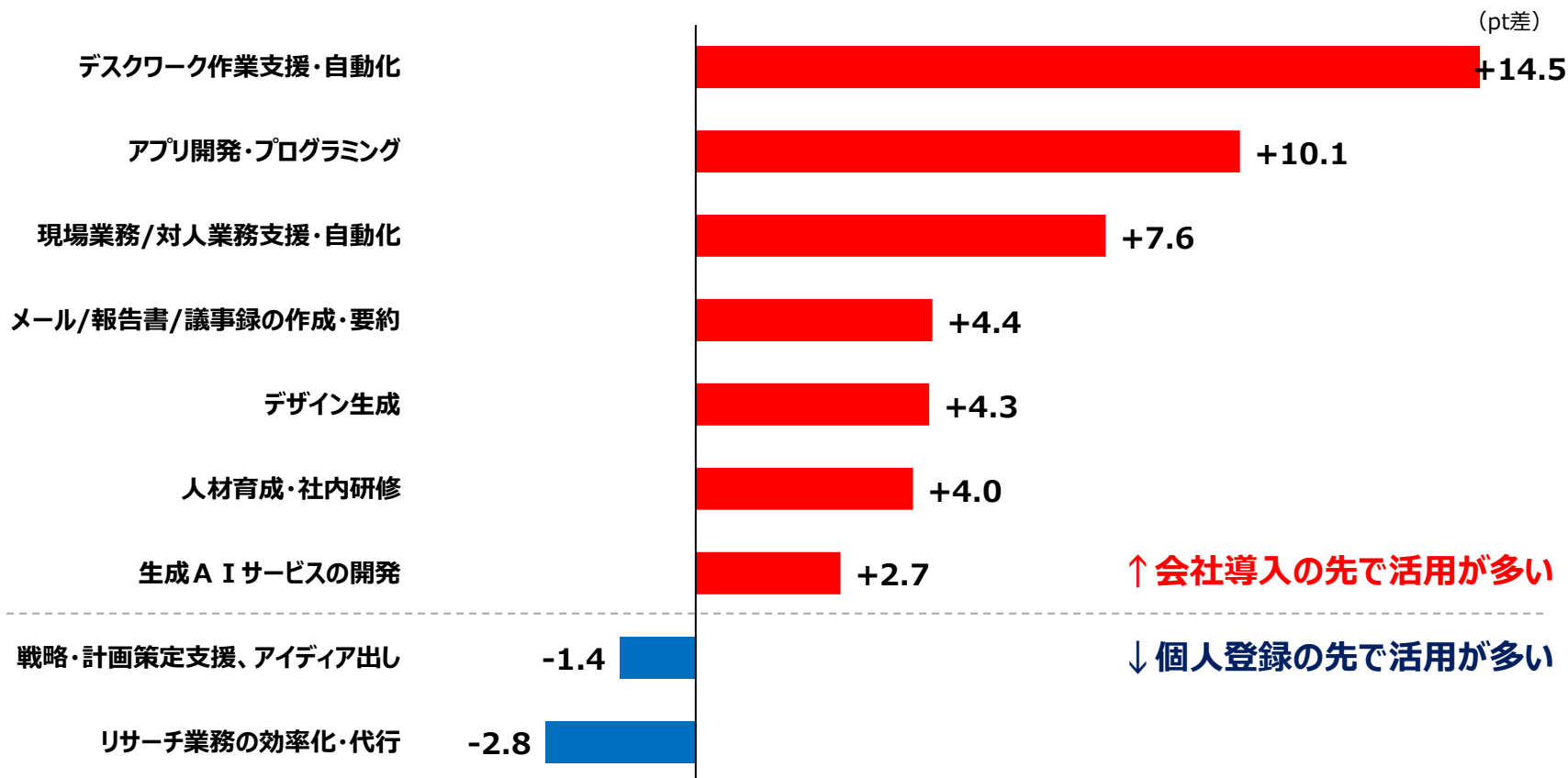
4. 生成AIの活用事例

- 「生成AI積極活用層」を対象に、社内での生成AIの活用事例について質問。「メール/報告書/議事録の作成・要約」「デスクワーク作業支援・自動化」といった、**事務系かつ比較的定型な業務に生成AIを活用**している割合が高い。



4. 生成AIの活用事例（導入状況別）

- 社内での生成AIの活用事例について、「会社による導入」と「個人登録AIの利用推奨」で分けて集計し、比率差を集計（「会社による導入」-「個人登録AIの利用推奨」で計算）。
- 「会社による導入」で特に比率が高かった項目は「**デスクワーク作業支援・自動化**」「**アプリ開発・プログラミング**」「**現場作業/対人業務支援・自動化**」と、**業務効率化に関連するユースケースが上位**となっており、**生成AIを業務効率化に活用するには会社主導によるアプローチが必要である可能性**を示唆。



4. 生成AIの活用事例（重要な経営課題との関係）

- 経営課題と生成AIの活用事例の関係を調べるため、「**重大な経営課題**」と「**生成AIの活用事例**」の組み合わせとしてよく出現したパターンについて、**リフト値（平均と比べてどの程度多くみられるか）**を算出してランキング化。
- 共起数20以上の組み合わせの中では「**顧客価値の向上・ブランディング**」と「**生成AIサービスの開発**」の組み合わせが最もリフト値が高く、「生成AIサービスの開発」を実施している企業は全体としては少数派ではあるものの、取組企業は顧客価値向上・差別化を目的としていることが示唆される。

重大な経営課題	生成AIの活用事例	共起数（※）	リフト値（※）
顧客価値の向上・ブランディング	生成AIサービスの開発	24	2.22
間接部門の人手不足対応・業務効率化	現場業務/対人業務支援・自動化	30	1.56
ビジネスモデルの変革	リサーチ業務の効率化・代行	54	1.42
販路拡大	生成AIサービスの開発	22	1.41
ビジネスモデルの変革	戦略・計画策定支援、アイデア出し	77	1.40
社内人材の活用・教育・組織力強化	人材育成・社内研修	60	1.39
顧客価値の向上・ブランディング	デザイン生成	126	1.38
ビジネスモデルの変革	アプリ開発・プログラミング	43	1.38
間接部門の人手不足対応・業務効率化	人材育成・社内研修	27	1.38
社内人材の活用・教育・組織力強化	生成AIサービスの開発	21	1.36
顧客価値の向上・ブランディング	戦略・計画策定支援、アイデア出し	120	1.33
ビジネスモデルの変革	デザイン生成	73	1.32

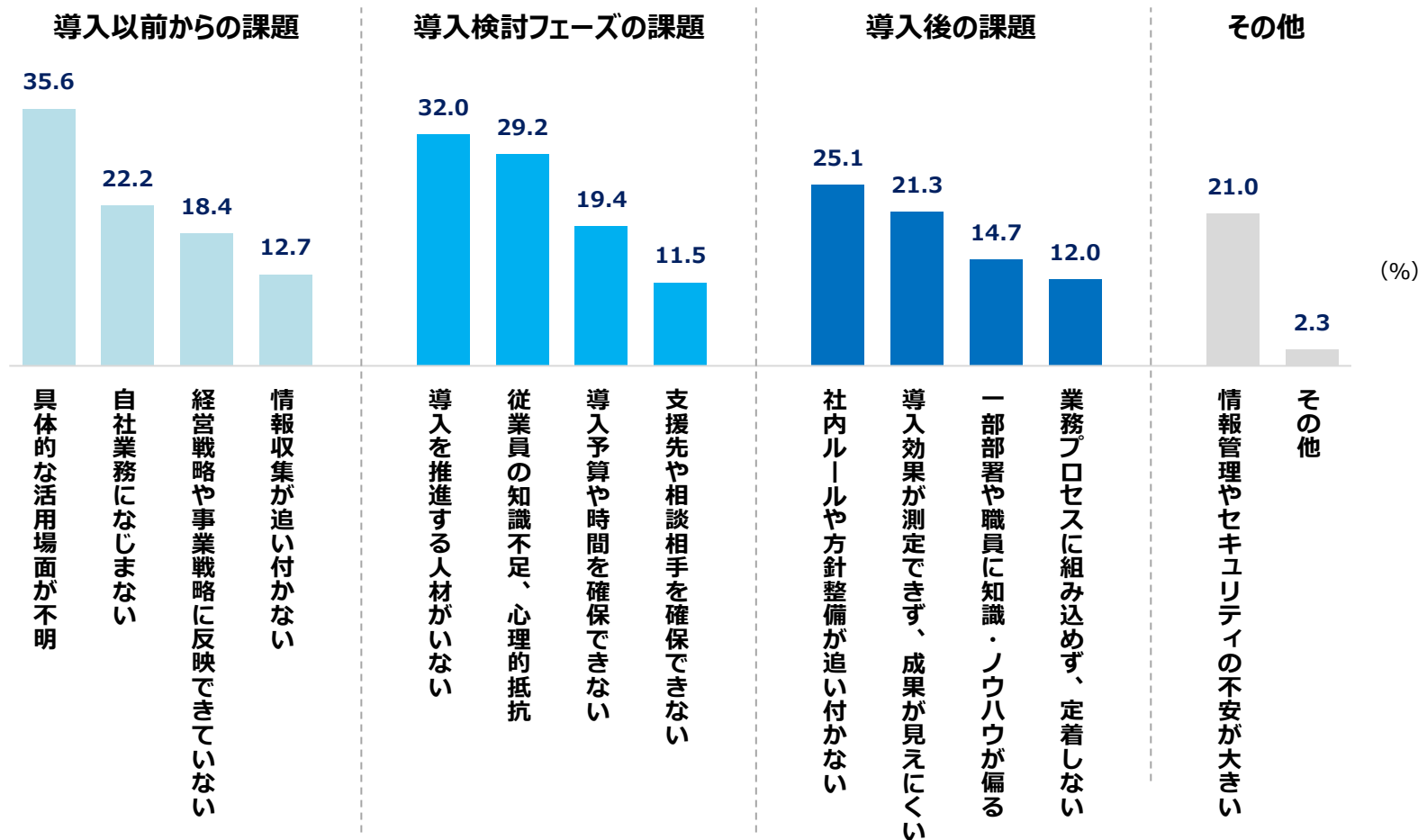
（※）共起数20以上の組み合わせを対象として集計。上位12パターンを掲載。

共起数：「重大な経営課題」と「生成AIの活用事例」の2つの項目が同時に出現した回数

リフト値：2つの項目の同時出現のしやすさを、独立と仮定した場合と比較した指標（1より大きいほど、偶然以上に同時に出現する可能性が高い）

5. 生成AI導入・推進における課題／生成AIを導入しない理由

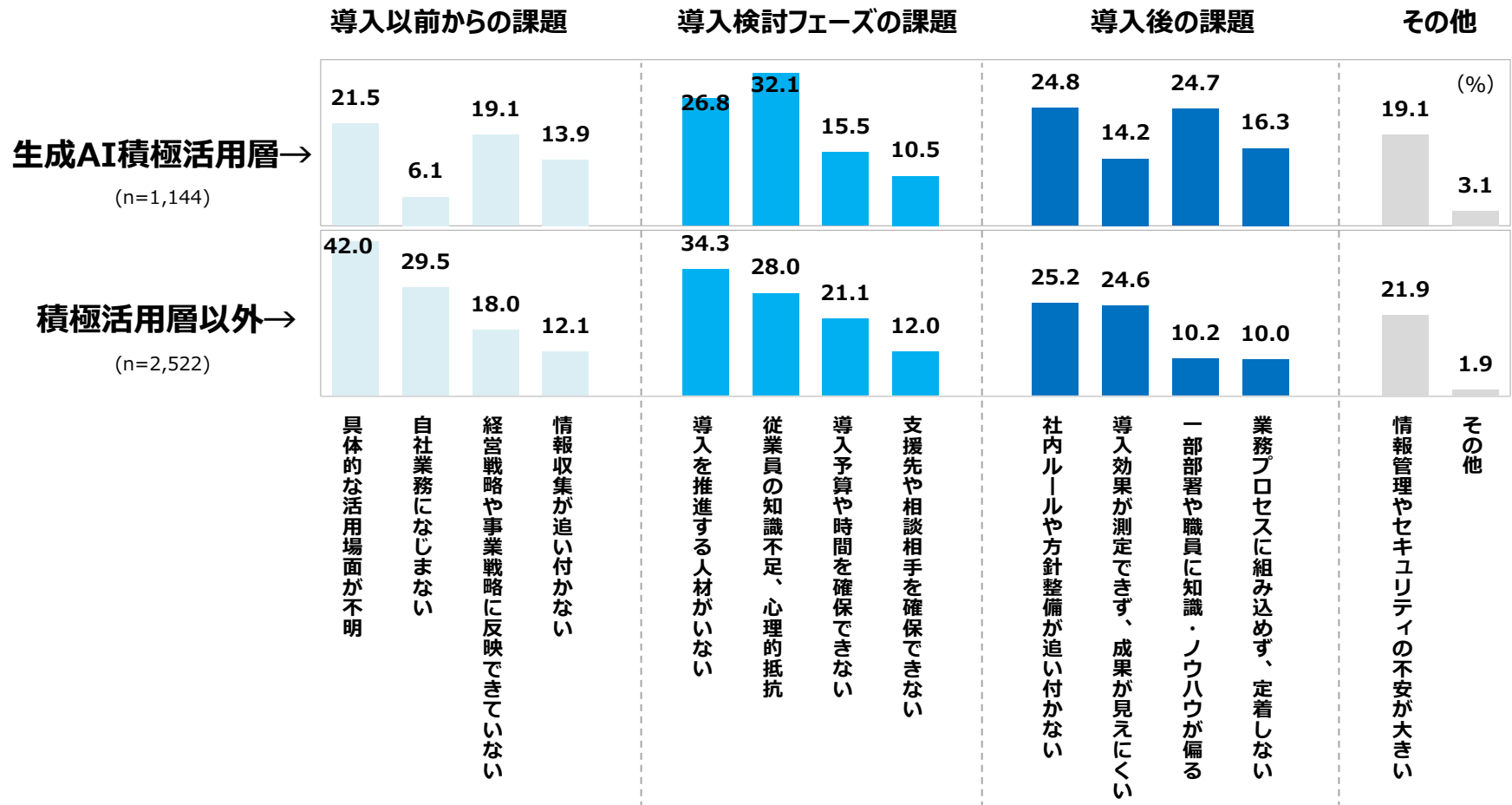
- 生成AIの導入・推進における課題／生成AIを導入しない理由について質問。生成AI導入フェーズごとに項目を分類。**導入以前**からの課題としては「**具体的な活用場面が不明**」、**導入検討フェーズ**では「**導入を推進する人材がない**」、**導入後は**「**社内ルール・方針整備が追い付かない**」がそれぞれ最も比率が高かった。



(※) 項目の内容ごとに最も近いと思われるフェーズごとに分類しているため、必ずしも実際の企業の生成AI導入フェーズとは一致しない。
たとえば生成AI導入済の企業が「具体的な活用場面が不明」と回答している場合もある。

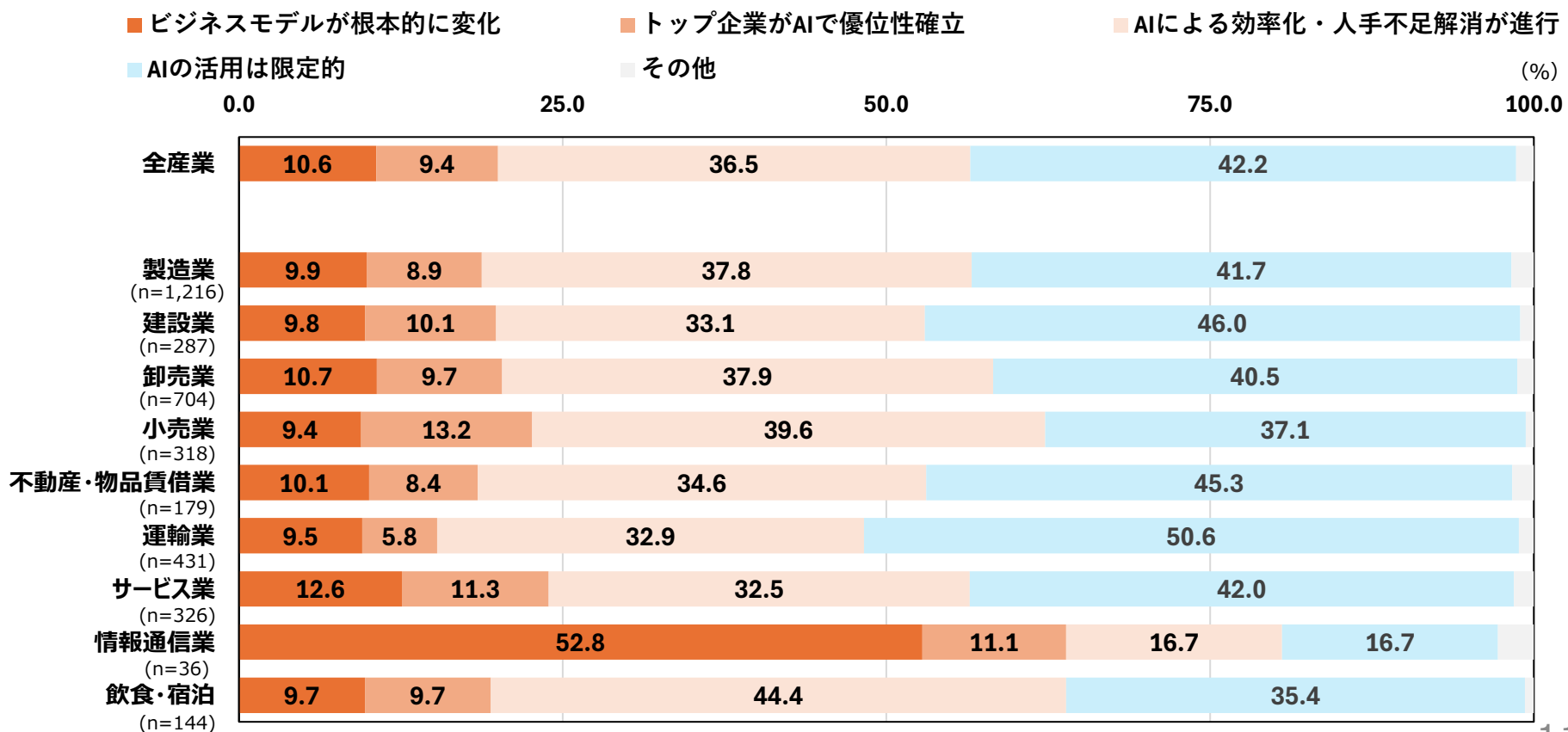
5. 生成AI導入・推進における課題／生成AIを導入しない理由 (生成AI活用状況別)

- 生成AIの導入・推進における課題／生成AIを導入しない理由を「生成AI積極活用層」と「積極活用層以外」に分けて集計。導入以前フェーズでは「具体的な活用場面が不明」「自社業務になじまない」の差が大きく、**ユースケースを十分に知ることができていないことが生成AIの導入を妨げている可能性**がある。
- 導入後フェーズでは「導入効果が測定できず、成果が見えにくい」の差が大きく、**導入効果の可視化が進むことで生成AIの積極活用が進む可能性を示唆**している。



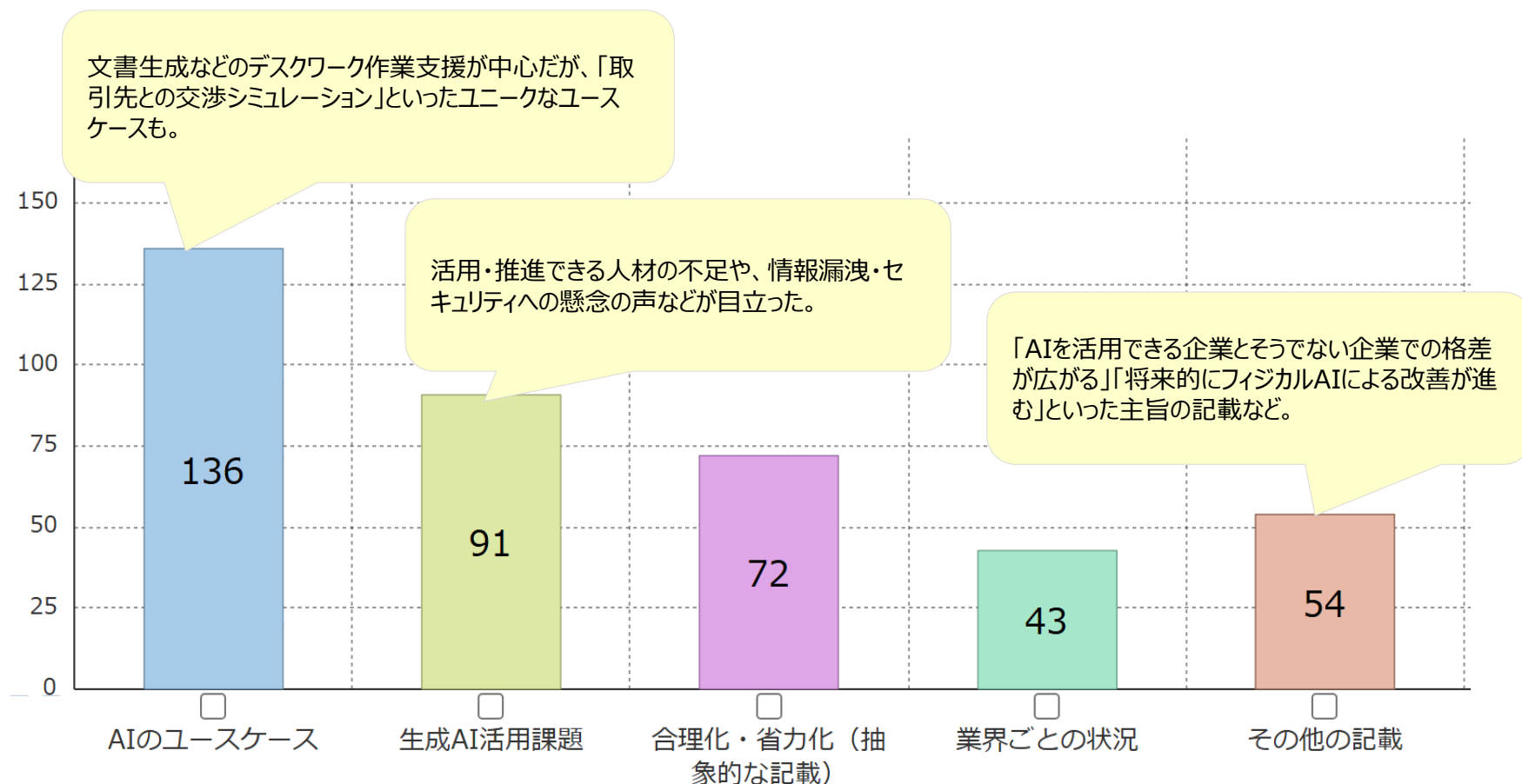
6. 所属業界の5年後のAIをとりまく環境

- 所属業界のおよそ5年後のAI（生成AI以外を含む）をとりまく状況の予測について質問。**全産業では「業界全体としてのAIの活用は限定的であり、大きな変化は起きていない」の比率が最も高く、全体の約4割。**
- 業種別にみると、AIと非常に親和性の高い業界である**情報通信業で「AIの普及によって業界のビジネスモデルや構造が根本的に変化している」の回答が5割超**となった一方、業界構造的にAI化が難しいとされている**運輸業では「AI活用は限定的」の回答が5割超**となった。



7. 自由記載（全体的な傾向）

- 自由記載の内容をグループ化して集計を行った。**「AIのユースケース」に関する話題が最も多く、「生成AI活用における課題」の話題が続いた**（次頁以降に具体的なコメント内容を掲載）。



(※) テキストマイニングソフト「VextCloud」を使用し集計。ソフトによって似た話題同士をグループ化したうえ、各カテゴリのタイトルについて記載内容から作成者が命名。

グラフの数値はその話題の数を示す。ひとつの話題で複数のカテゴリに該当する場合は重複してカウントしている。

「なし/必要なし/利用なし/特になし」などの記載は除いて集計。「合理化・省力化（抽象的な記載）」は、合理化・省力化に関する話題のうち、具体的な使用方法・ケースの記載はなかったものを集計。

7. 自由記載（具体的な記載内容）

AIのユースケース



資料作成、報告書作成、文書校正などに利用している。



契約書の内容分析に活用中。相手先との交渉に役立っている。



新商品の使用イメージ画像をAIで作成した。



助成金・補助金、市場調査、貿易実務などを調べる時に使っている。ネット検索より非常にスピードが速い。



取引先との交渉シミュレーションに使用。

生成AI活用課題



活用することで業務効率化や顧客との接点のレベルアップに寄与できると思うが、現状、推進できる人材がないのが課題。



セキュリティリスクの社内認知にばらつきがあり、情報漏洩や著作権の侵害が心配。



運送事業においては配車業務最適化など活用が期待できると思うが、費用対効果を考えた時に本当に必要なのか懸念される。



各自に任せた運用にしたところ、活用をしているのはほんの一部。多くのメンバーが「何に使えるのか」のイメージがつかない状況。



専門分野でもある程度の回答はしてくれるので知識習得はできるが、この先生成AIを頼る経験値のない技術者が増えていく事が怖い。

7. 自由記載（具体的な記載内容）

業界ごとの状況



製品外観検査の不良判別、書類の作成補助に現在使用中。人手不足のため、**フィジカルAI**を将来導入する必要がある（輸送用機器）



今までのプログラムでの製造から**AIによる製造**に切り替わることにより、**新製品の開発**や**人の配置・働き方が変化**してくると思う。（はん用、生産用、業務用機械）



直接生成AIが影響するのは限定的と思うが、**配車や定型事務が生成AIで自動化・効率化**できれば**省人化**できると思う（運輸業）



ドライバーではなく、自動運転となった時が業界の大変革となると思われる（運輸業）



ロボティクス技術も発展するだろうが、**小ロット多種製造では手加工のほうが当面効率が良い**と予想。向こう2~30年の**中小企業の生きる道はそこにある**と思う（金属製品）

その他の記載



生成AIを活用できる企業の**効率化が加速**し、**AIを活用できない企業との格差が広が**っていくと思う。



将来的には**フィジカルAI等により現場業務やバックオフィスの属人性の解消**が進むと予想。



生成AIを導入すれば成功する訳ではなく、**使いこなせる環境や教育に時間と資金を投資**できる**会社が大きくなっていく流れ**だと考える。



現在、**コンサルタントと相談しながら、勉強会及び導入によって効果が表れそうな工程の洗い出し**を行っている。



業界内で運用しているところがなく、**フロントアスピリットで導入するにはリスクが大きすぎる**。導入企業の**成功事例を見てからしか動くことができない**。

1 調査時点	2026年1月1日現在（調査期間：2025年12月19日～2026年1月16日）
2 対象企業	当金庫取引先中小企業（注） （注）いわゆる「中小会社」（会社法第2条6号に規定する「大会社」以外の会社）または法定中小企業（中小企業基本法第2条に規定する中小企業者）のいずれかに該当する非上場企業を中心に選定
3 企業数	アンケートの郵送送付先数 10,772社（回収率36.1%） 有効回答数 3,892社
4 調査方法	WEB画面での回答によるアンケート調査 （注）2025年1月調査までは、調査票（郵便で返送）による回答方式、WEB画面での回答方式を併用
照会先	商工中金 マーケティング部 柘木（直通 080-7005-3531） Email chosa■gm.shokochukin.co.jp（■を@に変換）

1) 従業員規模別

	回答企業数	構成比 (%)
① 10人以下	601	15.4
② 10人超～30人以下	1,115	28.6
③ 30人超～50人以下	686	17.6
④ 50人超～100人以下	724	18.6
⑤ 100人超	766	19.7
合計	3,892	100.0

(注1) 各項目の構成比は、四捨五入の関係で100%とならない場合がある。以下同様。

2) 地域別 (本社所在地)

	回答企業数	構成比 (%)		回答企業数	構成比 (%)
1 北海道	132	3.4	6 北陸	169	4.3
2 東北	295	7.6	7 近畿	701	18.0
3 関東	1,188	30.5	8 中国	276	7.1
4 甲信越	225	5.8	9 四国	103	2.6
5 東海	441	11.3	10 九州・沖縄	362	9.3
合計				3,892	100.0

(注1) 地域区分…東北 (青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)、関東 (茨城、栃木、群馬、東京、埼玉、千葉、神奈川)、甲信越 (山梨、長野、新潟)、東海 (静岡、愛知、三重、岐阜)、北陸 (富山、石川、福井)、近畿 (大阪、滋賀、京都、兵庫、奈良、和歌山)、中国 (鳥取、島根、岡山、広島、山口)、四国 (香川、徳島、愛媛、高知)、九州・沖縄 (福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄)

3) 業種別

	回答企業数	構成比 (%)		回答企業数	構成比 (%)		回答企業数	構成比 (%)
製造業	1,288	33.1				非製造業	2,604	66.9
食料品	171	4.4	金属製品	221	5.7	建設	306	7.9
繊維	59	1.5	はん用、生産用、業務用機械	161	4.1	卸売	746	19.2
木材・木製品	50	1.3	電気機器	71	1.8	小売	340	8.7
紙・パルプ	25	0.6	輸送用機器	80	2.1	不動産・物品賃貸	193	5.0
化学	109	2.8	その他製造	163	4.2	運輸	463	11.9
窯業・土石	35	0.9				サービス	354	9.1
鉄・非鉄	74	1.9				情報通信	41	1.1
印刷	69	1.8				飲食店・宿泊業	161	4.1
全業種							3,892	100.0

○以下では、貴社の経営課題および生成AIの導入・活用状況についてお伺いします。

(1) 下記記載のそれぞれの経営課題について、貴社における取組優先度を1つ選択してください。

取組優先度をお答えください (それぞれの経営課題について、A～Cどれか1つに○)	A 重大な経営課題として優先的に取り組む必要がある	B 経営課題のひとつとして継続的に取り組む必要がある	C 経営課題としての優先度は劣後
1 社内人材の活用・教育・組織力強化			
2 間接部門の人手不足対応・業務効率化(総務・経理・管理など)			
3 直接部門の人手不足対応・業務効率化(製造・販売・営業・輸送など)			
4 仕入コスト・経費削減			
5 販路拡大			
6 顧客価値の向上・ブランディング			
7 新規事業開発			
8 ビジネスモデルの変革			

(2) 貴社における生成AIの導入状況について、最も近いものを1つ選択してください。

1. 自社専用のモデルやAIエージェントを開発し、導入している
2. 全社的にパッケージを導入している(例:企業向けCopilotを全社導入)
3. 一部の部署・一部メンバーでパッケージを導入している(例:企業向けCopilotを一部に付与)
4. 会社での導入は行っていないが、個人契約・個人登録の生成AIの活用を推奨している(例:個人で登録したchatGPTを社内業務に活用)
5. 会社での導入は行っておらず、使用も個人の判断に任せている
6. 会社での使用を禁止・制限している
7. その他()

(3) (2)で生成AIの導入状況について「1～4」を選択した方におたずねします。

貴社の生成AIの活用にかかる現時点での総合的な評価について、最も近いものを1つ選択してください。

1. 経営への大きなインパクトが表れている
2. 業務の効率化など、経営へのプラスの効果が表れている
3. 経営への好影響とまではいかないが、活用にかかる有効事例が出てきている
4. 今のところ目立った効果はみられない
5. 導入・活用に対する評価はこれから行う/評価を行う予定はない

(4) (2)で生成AIの導入状況について「1～4」を選択した方におたずねします。

貴社における生成AIの活用事例(取り組んだことのある事例)について、あてはまるものをすべて選択してください。

1. メールなどの文書生成、報告書や議事録の作成・要約
2. 各種デスクワーク作業の支援・自動化(例:データ分析・経理処理)
3. コード生成・アプリ開発支援・プログラム作成
4. 動画・画像などのデザイン生成
5. 市場調査などリサーチ業務の効率化・代行
6. 経営戦略・事業計画・新規事業開発などの策定支援、アイデア出し
7. 生成AIを組み込んだ新サービスの開発
8. 現場業務・対人業務の支援・自動化(例:設計開発・品質管理・営業、接客支援・コールセンター)
9. 人材育成・社内研修(例:AIチャットボット・営業ロープレ)
10. その他()
11. 特になし

(5) 貴社の生成AIの導入・推進における課題や活用が進まない/導入しない理由について、あてはまるものをすべて選択してください。

1. 生成AI分野の変化が速く、経営判断のための情報収集が追い付かない
2. 生成AIの活用方針について、経営戦略や事業戦略に反映できていない
3. 自社の業務に生成AIは馴染まない
4. 自社業務における生成AIの具体的な活用場面が明らかでない
5. 業務プロセスに生成AIをうまく組み込めず、利用が定着しない
6. 従業員の生成AIに関する知識が不足している、心理的な抵抗感がある
7. 生成AIの導入プロジェクトを推進する人材が社内にはいない
8. 生成AIの導入に必要な予算や時間を確保できない
9. 生成AIの導入にかかる支援先や相談相手を確保できていない
10. 生成AIの導入効果が測定できず、成果が見えにくい
11. 一部の部署や職員に知識やノウハウが偏り、社内全体に広がらない
12. 生成AI利活用に関する社内ルールや方針の整備が追いついていない
13. 生成AI利用にかかる情報管理やセキュリティに関する不安が大きい
14. その他()

(6) 貴社の属する業界のおよそ5年後の生成AIをとりまく状況について、最も可能性が高いと思うものを1つ選択してください。
(ご回答者自身のお考えや直観で差し支えございません)

1. AIの普及によって業界のビジネスモデルや構造が根本的に変化している
2. 業界構造は維持されつつ、AIの活用度が競争力の決定要因となり、トップ企業がAIで優位性を確立している
3. 業界全体として、AIによる間接業務の効率化や人手不足解消などの一定の効果が表れている
4. 業界全体としてAIの活用は限定的であり、大きな変化は起きていない
5. その他()

(7) 自由記載

生成AIの貴社における活用事例や課題、現在および将来のビジネスへの影響などについてご記載をお願いいたします。

ご協力頂き、ありがとうございました。