

Market Flash

進化するAIの世界 No2 ～日本の活用実態～

2026.3



日本アルプス電子株式会社
NIHON ALPS ELECTRONICS CO.,LTD.



～AIの浸透度合い国際比較～

今月は世界各国のAI利用状況と日本の比較、日本でのAI利用状況を業態別、職種別で見たトクトク長についてまとめてみました

まず、PWCのレポートなどに基づいて、米国、中国、英国、ドイツなどの利用状況と日本との比較をしていきます

1. 世界の利用状況



US 米国 / GB 英国 — 「総合力型」先行グループ米英は推進度・効果創出率ともに高く、最もバランスの取れた先進グループ。

共通点は、生成AIを「業界構造を根本から変革するチャンス」と位置づけている割合が他国より高いこと (英36%・米32%)。

ユースケースの種類・業務組み込み・AIエージェント・ガバナンス整備のすべてで上位を占め、総合的な仕組みが整っている。規制が比較的緩く、政府は指針を示しつつ民間が自律的に実装するモデルである。英国は特に「顧客サービスの品質向上」を最重視し、カスタマーサービス自動化での活用が突出している。



～AIの浸透度合い国際比較～

CN 中国 — 「スピード導入型」

推進度71%は5カ国で断トツの最高値。

国家ガイドラインのもと政府主導で積極かつ迅速に導入を進め、「期待通り以上」を含めると94%と最高の効果創出率を誇る。

米国の技術制裁がDeepSeekなど国産LLMの自主技術革新を促進し、AIエコシステムが急速に拡張。ガバナンス態勢の評価も5カ国最高水準（58%）で、中央政府による包括管理が機能している。ただし「期待を大きく上回る」が24%と米英（50～51%）より低く、量的普及から質的な効果創出への転換が次の課題です。

CN 中国

スピード導入 — 推進度5カ国最高

24%
期待を大きく上回る

71%
社外・社内活用率 (1位)

58%
ガバナンス機能率 (1位)

推進度 71% (1位)

業務組み込み 60% (2位)

大幅期待超えは米英より低め

- ・ 推進度が5カ国で最高。国家主導で積極かつ迅速に導入を推進
- ・ 「期待通り含む」では94%と最高、ただし「大きく上回る」は米英に劣る
- ・ 米国の技術制裁が自主的AI技術革新（DeepSeek等）を後押し
- ・ 音声・動画・画像生成など非テキスト系ユースケースの活用が最多水準
- ・ ガバナンスも5カ国中最高評価、中央政府ガイドラインに基づく管理

規制スタンス
労使協議

厳格な国家管理・中央政府主導・拘束力強
業務変化時に国ガイドラインで情報開示義務

DE ドイツ — 「慎重・高効率型」

推進度は5カ国最低（41%）でありながら、効果創出率は米英と同水準（91%）という特異な位置づけ。

EU AI ActやGDPR、Works Constitution Actによる事前労使協議を経て、効果が見込めるユースケースを厳選して導入する文化が根付いている。

目標として「生産性」より「売上・収益増加」を最重視（63%・1位）しており、ビジネス成果に直結する活用に集中している。

社長直轄推進率が43%（1位タイ）と経営のコミットが強く、少数精鋭で高い成果を出す戦略。

DE ドイツ

慎重×高効率 — 少数精鋭型

28%
期待を大きく上回る

41%
社外・社内活用率 (最低)

43%
社長直轄推進率 (1位)

売上増加重視 63% (1位)

社長直轄 43% (1位)

推進度は最低水準

- ・ 推進度は5カ国最低（41%）ながら、効果創出率は米英と同水準（91%）
- ・ 労使協議（Works Constitution Act）を経て効果の高いユースケースを厳選
- ・ 売上・収益増加を最重視（63%・1位）、生産性よりビジネス成果にフォーカス
- ・ EU AI ActやGDPRの厳格な規制環境のもと、慎重で事前評価型の導入文化
- ・ 社外向けサービスへの活用割合が低いが、営業・マーケへの応用は最高水準

規制スタンス

EU AI Act + GDPR・分権合議型・拘束力中～強

労使協議

Works Constitution Act §87で技術導入の協議義務

JP 日本 — 「平均推進・最低効果」のジレンマ

推進度55%は5カ国平均とほぼ同水準であるが、「期待を大きく上回る」は13%と米英の4分の1にとどまり、調査対象6指標（社長直轄・CAIO・業務組み込み・情報キャッチアップ・ガバナンス・効果還元）のすべてで最下位という結果。

生成AIを「自社ビジネスの効率化ツール」と捉える傾向が48%と最高で、変革への視座が低い。個人・部署任せの散発的利用が中心で、業務への正式組み込みが進まない状態。ただし、期待を大きく上回っている層に絞ると、日本企業も米国と類似した目的意識・推進体制を持つことが示されており、問題は「日本企業の能力の限界」ではなく「変革を起こすための経営コミットと全社的仕組みの欠如」にある。



～AIの浸透度合い国際比較～



2. 国際比較

(1) サマリー

日本企業の生成AI導入度は5カ国 (日・米・英・独・中) の中で平均的な水準 (55%) にあるものの、**その効果実感は著しく低く、「期待を大きく上回っている」と回答した企業の割合はわずか13%にとどまっている**。これは米国 (51%) や英国 (50%) の約4分の1、ドイツ (28%) や中国 (24%) の半分程度。

- 日本は生成AIを「**効率化ツール**」として内向きに捉える傾向が強く、**ビジネス変革のエンジンとして活用できていない**。
- 経営層の関与、専門組織の設置、業務プロセスへの統合といった**構造的な取り組みが他国に比べ大きく遅れている**。
- 国内でも「成功している層 (トップダウン型) 」と「期待未満の層 (ボトムアップ型) 」の二極化が進行している。

* 「期待を大きく上回っている」割合の比較

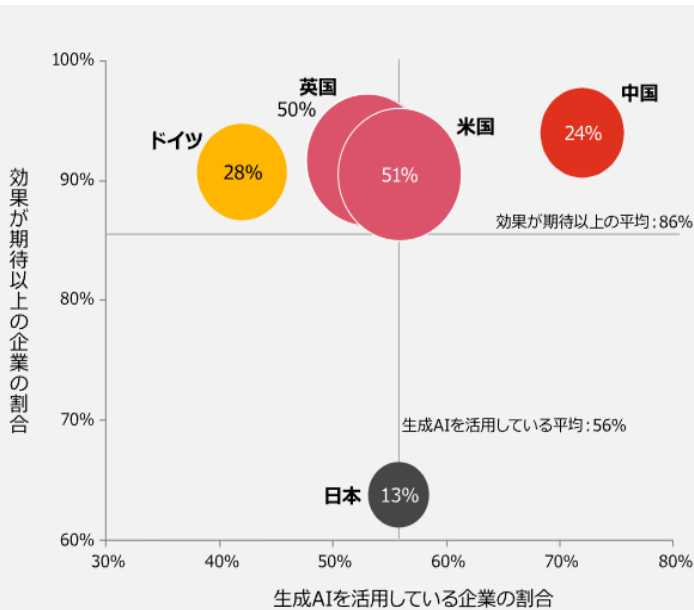




～AIの浸透度合い国際比較～

生成AIの効果を楽しんでいる国では、構造的な変革のチャンスと捉えて情報にキャッチアップし、生成AIを中核とする組織・業務・ガバナンスの整備が進んでいる傾向がみられる。

		● 日本		ドイツ		中国		英国		米国	
効果	期待を上回る・期待通り	5位	64%	3位	91%	1位	94%	2位	92%	4位	90%
	内 期待を上回る	5位	13%	3位	28%	4位	24%	2位	50%	1位	51%
推進度	社外・社内サービスで活用	3位	55%	5位	41%	1位	71%	4位	53%	2位	56%
	内 社外サービスで活用	4位	22%	4位	22%	2位	38%	3位	35%	1位	39%
目的意識	業界構造改革としての チャンスの捉え方	3位	21%	4位	17%	4位	17%	1位	36%	2位	32%
推進体制	社長直轄	5位	17%	1位	43%	1位	43%	4位	34%	3位	39%
	CAIO配置	5位	14%	4位	21%	3位	37%	1位	38%	1位	38%
業務プロセス	業務組み込み	5位	24%	4位	33%	2位	60%	3位	53%	1位	61%
活用の土台	十分な情報キャッチアップ	5位	20%	4位	55%	3位	60%	2位	66%	1位	71%
	十分なガバナンス	5位	14%	3位	52%	1位	58%	4位	50%	2位	53%



- 米国**
 - 中国よりも生成AIを活用している企業の割合が低いものの、生成AIの効果が期待以上の割合が同程度に高い
 - 英国**
 - 「期待を上回る」割合は中国の2倍以上
 - 中国**
 - 効果が期待以上の企業の割合、生成AIを活用している企業の割合が最も高く、生成AI導入を積極的に推進
 - 「期待を上回る」割合は米・英・独に見劣り
 - ドイツ**
 - 他国と比べて生成AIを活用している企業の割合は低いものの、生成AIの効果が期待以上の企業の割合が米・英・中に見劣りしない水準
 - 「期待を上回る」割合は中国より高く、米・英に次ぐ水準
 - 日本**
 - 生成AIを活用している企業の割合は平均的な水準にあるものの、生成AIの効果が期待以上の企業の割合は、他国と比べて低い
 - 「期待を上回る」割合は、米・英の1/4、独・中の半分程度
- 効果が期待以上の企業の割合：
生成AIを「既に活用している」を選択した企業の内、生成AIの効果が「期待を大きく上回っている」「期待通りの効果があった」と回答した割合
- 生成AIを活用している企業の割合：
生成AIの推進度合いとして「社外向けの生成AI活用サービスを提供している」「社内業務等で生成AIを活用している」と回答した割合
- 円の大きさ：
生成AIを「既に活用している」を選択した企業の内、生成AIの効果が「期待を大きく上回っている」と回答した割合

- ◆ 米・英は中国ほどの導入スピードはないものの、社外向けサービス活用で先行しており、ユースケース展開や業務統合、ガバナンス体制の整備においても他国をリードして高い効果を上げている。これらは比較的緩やかな規制環境と政府・産業界の支援に支えられている。
- ◆ 中国は政府ガイドラインのもと積極的かつ迅速に導入を進め、効果を上げつつ、多様なユースケースによるさらなる拡張を図っている。
- ◆ ドイツは慎重な導入姿勢ながら、効果的なユースケースを選定し、特に社外向けサービスに注力することで、米・英と同水準の効果を実現している。
- ◆ 一方、日本の導入度は平均的ながら、**効果実感は低く、「期待を上回る」企業の割合は米・英の1/4、独・中の半分にとどまる。**



～日本の問題点～

3. 国際比較から見た日本の問題点

① 導入は進んでも、全社・全業務に広がりにくい

日本では、**大企業の一部部門やホワイトカラー業務ではAI導入が進んでいるが、企業全体の業務プロセスに組み込む段階が弱い**。日本は「個人や部署で試験利用している」割合は高い一方で、「部署の業務プロセスに組み込まれている」割合は米独より低い。つまり、実験はしているが、仕組み化・制度化が遅いのが問題。

② 中小企業格差が大きい

日本は**大企業の導入率は高い一方、従業員規模が小さくなるほど導入率が大きく下がる**。100人以下企業では、「関心はあるが予定なし」「今後も予定なし」が米独よりかなり多い。AIの恩恵が日本経済全体に波及しにくい最大の理由の一つは、この中小企業ギャップである。

③ AI人材不足が深刻

日本では**AI関連人材が、研究者・開発者・実装人材・業務適用人材のいずれも不足している**。日本はDX推進人材が不足している企業が8割超で、米独より著しく高いとされる。また、AI研究者やAI開発者について「自社には必要ない」とする割合も米独よりかなり高く、AIを戦略能力ではなく“便利な外部ツール”として捉えやすい傾向が読み取れる。

④ 現場型産業への実装が弱い

日本は**製造、建設、物流、宿泊、介護など、人手不足が深刻な現場型産業ほどAI利用が遅れやすい構造がある**。宿泊・飲食のAI利用は日本で最下位水準、物流や生産工程でも低い。本来、少子高齢化の下ではこうした分野こそAI活用が必要が、現場データの未整備、既存業務の標準化不足、導入を担う人材不足が足かせになっている。

⑤ リテラシー・信頼・ガバナンスの不安が強い

日本では**「誤った回答を信じて業務利用してしまう」といったリテラシー面の懸念が米独より突出している**。さらにOECDは、日本の非利用者は他国よりも、勤務先が安全で信頼できるAIを使うと信じる傾向が弱いと示している。つまり、日本では技術そのものより、“安全に使う仕組み”への不信が利用拡大の障害になっている。

⑥ 目的が「効率化」に偏り、変革に結び付きにくい

日本企業の効果が低い理由として、生成AIを単なるツールとして断片的に導入している点である。海外で効果を出している企業は、経営陣主導で中核業務へ統合し、強固なガバナンスと全社変革を進めている。日本はPoCや補助業務には使うが、業務フロー・権限・評価制度まで変えるところに踏み込みにくい。この差が、国際的な成果差につながっている。

4. まとめ

国際比較では、日本の問題点は次の6点に集約できる。

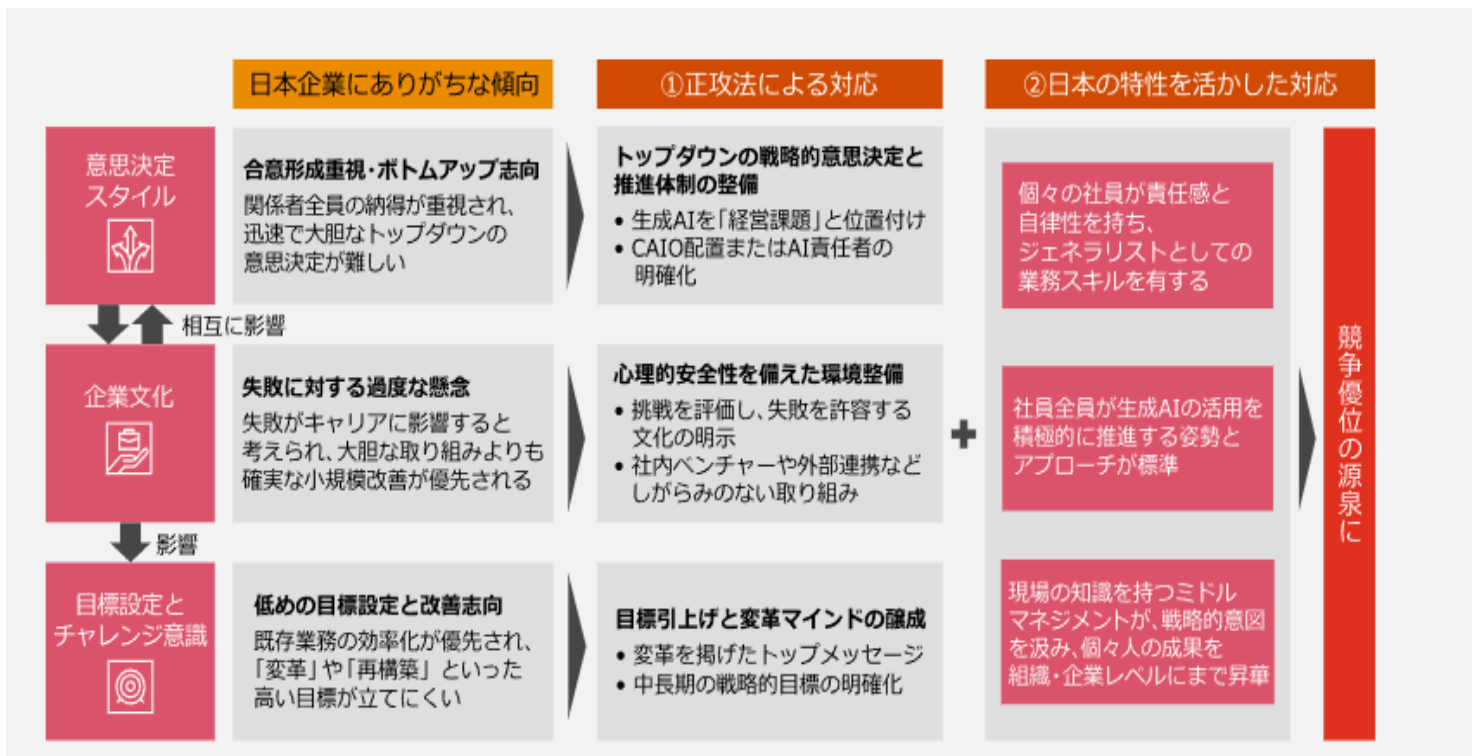
①実験止まりで全社展開が弱い、②中小企業の遅れ、③AI人材不足、④現場産業への実装不足、⑤リテラシーと信頼の不足、⑥効率化偏重で経営変革に結びつきにくい——という点。

これらを放置すると、日本ではAIが「一部の企業ホワイトカラーの便利ツール」で終わり、人口減少下で本当に必要な生産性革命につながりにくい。



～日本の問題点～

PWCは効果を上げるために日本企業がとりうる対応として以下のようにまとめている。



期待を上回る効果を創出する企業が日本に少ない背景として、合意形成重視・ボトムアップ志向の意思決定スタイル、失敗に過度な懸念をもつ企業文化、低い目標設定とチャレンジ意識の欠如が考えられる。

こうした日本企業にありがちな傾向に対して、今回調査で見えてきた成功企業のような構造改革を実現するためには、トップダウンの意思決定、リスク回避文化の緩和、高い目標設定と変革マインドの醸成が正攻法での対応となる。

一方、日本企業の特徴として、社員一人ひとりが強い責任感と高い自律性を持ち、幅広い業務に対応できるジェネラリストとしてのスキルを備えている点が挙げられる。さらに、生成AIの活用においては、特定の部門に限らず、社員全体が積極的に取り組む姿勢とアプローチが標準化しつつある。

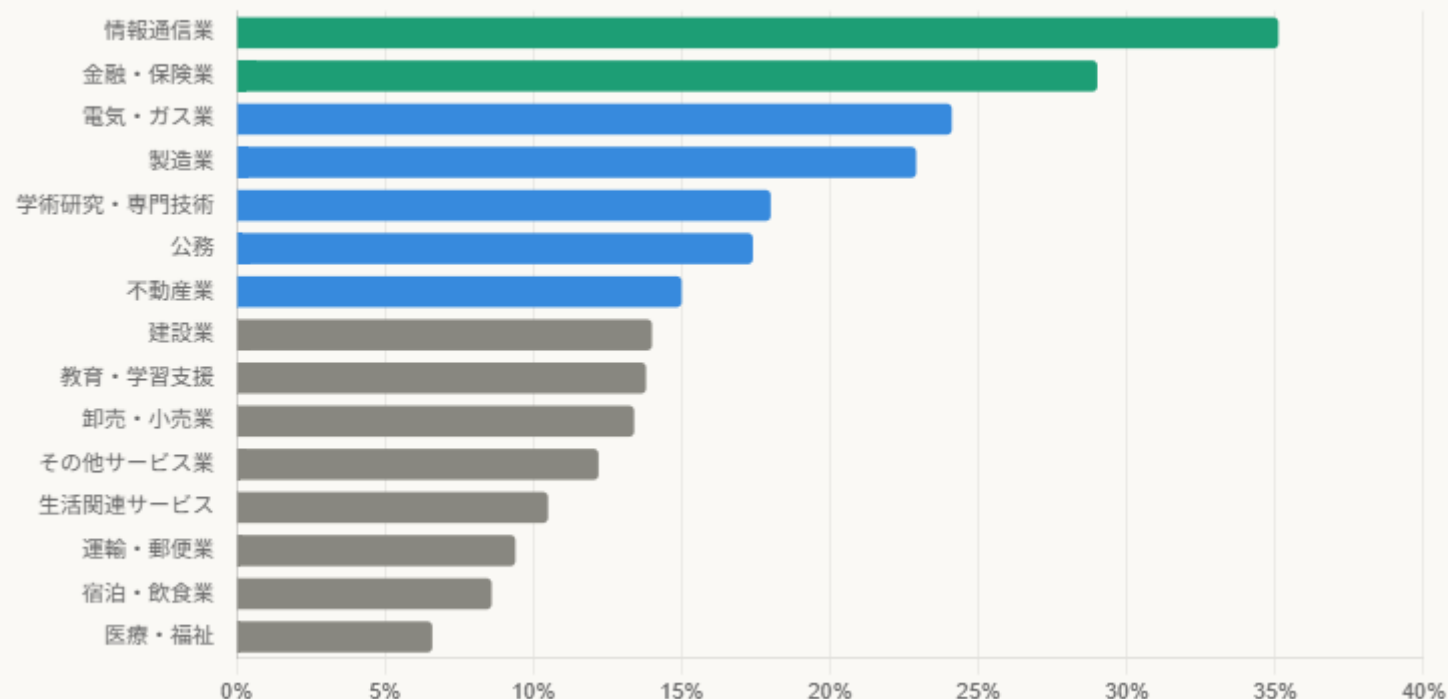
こうした土台の上に立ち、現場の知識と業務感覚を持つミドルマネジメントが、経営の戦略的意図を的確に汲み取りながら、個々人の生成AI活用による成果を組織全体の価値創出へと昇華させることができれば、日本企業ならではの競争優位の源泉を築くことができるのではないのでしょうか。



～日本におけるAI利用・業種別～

1. 業種別のAI利用状況（ICR—情報通信総合研究所、パーソナル総合研究所、東京商工リサーチなどの情報に基づく）

企業の生成AI導入・利用率（情報通信総合研究所）



（1）情報通信業・IT開発職

利用率：61～65%（最高水準）

情報通信業は日本全業種の中で圧倒的に生成AI活用が進んでいる。パーソナル調査でIT・開発職の就業者利用率は64.5%、ICR調査での企業導入率も35.1%と他業種に大差をつける。

主な活用領域はコード生成・補完、ドキュメント自動作成、テスト自動化、要件定義支援など、ソフトウェア開発の全工程に及ぶ。富士通はGitHub Copilotを4,000名以上に展開し、2025年度末までに累計37万5,000時間の削減を見込む。パナソニック コネクトは社内AI「ConnectAI」の導入2年目で削減時間を前年比2.4倍（年間44.8万時間）に伸ばし、活用の質が「聞く」から「頼む・任せる」段階へ進化している事例として注目される。

この業種がリードする構造的な理由は明確だ。第一に、職種そのものがAIとの親和性が高く、アウトプットの品質を自ら評価・修正できるリテラシーが備わっている。第二に、DX推進部門やエンジニア組織が社内存在し、試行・標準化・横展開のサイクルを回しやすい。第三に、英語の技術情報へのアクセス習慣があり、最新ツールの採用が早い。

INTAGEの調査（2025年10月）では、ソフトウェア・情報サービス業の生成AI業務利用経験率は54.6%に達しており、電気通信業は前回比+25.2ポイントという最大の伸びを記録した。これはMicrosoft Copilotなど既存ツールへのAI機能組み込みが同業種で急速に普及した影響が大きい。

課題としては、AIを活用する上位層と非利用層の二極化が進行中であることと、コード生成による著作権・ライセンス問題への対応が業界横断の検討事項となっていることが挙げられる。



～日本におけるAI利用・業種別～

(2) 金融・保険業

利用率：29～45%（高水準、規制業種として独自の展開）

日本銀行が2025年度に153先の金融機関を対象に実施した調査では、約5割の機関が生成AIを既に利用しており、試行中を含めると7割強、将来的な試行・利用を検討する先を含めると9割強に達する。活用領域は「業務効率化・コスト削減」「情報収集・分析高度化」が多く、「顧客サービス向上」「リスク管理」「収益増加」への活用も増加傾向にある。

具体的な導入事例は大手行を中心に急速に増えた。三菱UFJフィナンシャル・グループは2024年11月に行員4万人を対象にChatGPTの利用を開始し、月22万時間以上の労働削減効果を試算。2027年3月期までの3年間で約500億円の投資を見込んでいる。みずほは「Wiz Chat」、SMBCグループは「SMBC-GPT」など、大手行はいずれも独自の安全環境下での全行展開を果たしており、稟議書・契約書の作成支援、コールセンター業務効率化、マーケティング支援、融資稟議書作成などで利用評価は相応にポジティブだ。

この業種を特徴づけるのは、高い導入意欲と慎重なガバナンスの両立という構造的な緊張関係である。金融庁は「チャレンジしないリスク」を明示的に警戒し、技術革新に取り残されて中長期的に良質な金融サービスの提供が困難になる可能性を踏まえ、健全なAI活用を後押しする方針を示している。

一方で、ハルシネーション（AIが事実に基づかないもっともらしい嘘をつくこと）への対応、顧客サービスへの適用時の説明責任、AIエージェントの想定外の動作リスクなどへの対処は依然として課題だ。

業種内での格差も目立つ。大手メガバンクや大手生命保険会社は全社展開が進む一方、地方銀行や信用組合は導入初期段階にとどまるケースが多く、規模の経済が働きやすい大企業有利の構図が如実に表れている。国内金融機関の生成AI関連投資額は2023年の114億円から2028年には1,041億円まで拡大する見通し。

(3) 製造業

利用率：22～35%（中堅、安定成長）

製造業はパーソル調査で就業者個人の利用率35.3%、ICR調査での企業導入率22.9%と、中位に位置する。PwC Japanの2025年調査ではこの業種を「安定成長層」と位置づけており、業務の標準化が進んでいる特性もあり着実に推進度が増加している。

活用の方向性は二つに大きく分かれる。一方は知識継承・熟練技術のデジタル化という課題対応型の活用だ。

「2025年の崖」として知られる熟練技術者の大量退職問題が製造業では深刻で、暗黙知をテキスト化し、AIが問い合わせに答える社内ナレッジシステムとしての活用が広がっている。パナソニック コネクトは品質管理など自社固有のデータで学習させた「特化AI」の実用化を開始し、2025年度からは経理や法務などの領域で「業務AI（エージェント）」の活用にも注力している。

もう一方はホワイトカラー業務の効率化で、設計・調達・生産管理の書類作成、翻訳、データ分析などに生成AIを活用する動きが広がっている。INDUSTRIAL-Xの2025年調査によると、製造業の全社的な生成AI取り組みは2024年上半期から4.9ポイント増加し20.1%に達したが、取り組んでいない企業は依然として50%を超えており、企業間格差が顕著だ。

製造業特有の課題として、現場のIoTデータや製造ノウハウを生成AIにどう連携させるかという「データ統合」の問題がある。トヨタはNTTと共同で「モビリティAI基盤」を開発し2030年までに5,000億円の投資を計画するなど大企業の投資は拡大しているが、中小製造業ではコストと人材の両面で壁が高い。



～日本におけるAI利用・業種別～

(4) 医療・福祉・介護

利用率：6～22%（最低水準、潜在需要は大）

医療・福祉業は就業者利用率22.1%（パーソル調査）、企業導入率6.6%（ICR調査）と、業種横断で最も低い水準にある。しかしこの数値の低さは、活用ニーズの欠如ではなく、業種固有の多重バリアによるものである。

厚生労働省の委託研究として949施設に実施したアンケートでは、医療AI機器を導入しない最大の理由として「現状で運用できている」という認識が最も多く、逆説的には将来の労働力不足への考慮がされていない可能性が示唆された。NIH日経リサーチの2025年5月調査では、AI医療機器を導入しない理由の51%が「費用対効果がわからない」であり、経済的・認知的な障壁が二重に存在している。

実際の活用は、大病院・製薬企業を中心に前進している。病院では電子カルテ入力に生成AIを活用し、医師の事務作業時間を1日2時間以上削減した事例が出始めている。2025年下半年には創薬からサプライチェーン、服薬指導までAI活用が医療のバリューチェーン全体へ広がっており、国立がん研究センターが生成AIで治験報告書の下書きを作成し、119件中8割は人が少し修正するだけで完成版になったという研究結果を2025年3月に発表した。

この業種の抜本的課題は、患者情報という最高レベルの個人情報扱うことで生まれる情報セキュリティ要件と、誤情報が命に直結するリスクへの対処だ。地方においてはAI活用に必要な計算資源やネットワーク環境、人的リソースが十分でなく、少子高齢化に伴う人口減少・過疎化の中では複数地域でリソースを共有せざるを得ない状況にある。デジタル庁が病院情報システムの刷新プロジェクトを進めていることで、インフラ面での環境整備は加速しつつあるが、現場普及には時間がかかると見られる。

(5) 情報・サービス・間接部門系職種（横断的に高い利用層）

パーソル調査で間接部門（経営企画・人事・広報・マーケティング等）の就業者利用率は54.0%と、業種よりも職種として見た場合に突出して高い。これは業種の壁を越えて、テキスト生成・要約・データ整理という生成AIの得意領域が間接業務と高い親和性を持つためだ。

具体的には、議事録・報告書・提案書の作成、社内FAQ整備、採用広報、プレスリリース作成、翻訳などで積極的に活用されている。INTAGEの調査ではミドルオフィス（経営企画・商品企画・マーケティング等）での利用が21.7%と職種別で最も高く、生成AIの恩恵が最も直接的に及ぶ層であることが確認されている。

逆に、「サービス職」（調理・接客・介護など）や「配送・物流」職は就業者利用率が11～20%と低く、身体的・対人的な現場業務が中心で生成AIの活用機会が構造的に少ない。これらの職種はAIによる業務代替よりも、補助ツールとしての周辺活用（シフト作成、マニュアル生成など）が現実的な方向性となっている。PwC Japanの5カ国比較調査（2025年春）では、日本は生成AIの活用推進度こそ平均的だが、他国に比べて効果創出の水準が低くとどまっており、生成AIを単なる効率化ツールではなく業務や事業構造の抜本的改革の手段と捉え、業務プロセスへの本格的な組み込み、ガバナンス体制の整備、従業員への価値還元に取り組む企業の割合が少ないことが、全体としての成果の差となって表れている。業種横断で共通する今後の課題は、個人の活用から組織としての仕組み化への転換であるといえる。



～日本におけるAI利用・業種別～

(6) 学術研究・専門・技術サービス業

利用率：18～48.8%（中～高、内部格差が大きい）

パーソル調査で就業者の業務利用率は48.8%、ICR調査での企業導入率は18.0%と、就業者個人レベルと企業組織レベルで大きなギャップがあるのがこの業種の特徴だ。コンサルティング・法律・会計・広告・研究機関・設計事務所などを包含する複合的な業種であるため、業態によって活用の深度と方向性が大きく異なる。日鉄ソリューションズの2025年9月調査によれば、大企業では「法務・知財・コンプライアンス」「研究開発（R&D）」「商品企画・サービス企画」といった専門職・企画職で高い活用率を示している。コンサルティングファームでは、PwCやアクセンチュアが生成AIを「コンサルタントのコパイロット」として積極的に活用しており、提案書作成・業界調査・議事録の高速化などで先行している。

法律分野では、契約書レビューの自動化ツール（LegalOn Technologies等）が日本でも急速に普及しており、契約審査にかかる時間を数時間から数十分に短縮する事例が増加中だ。2025年5月には「AI新法（人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律）」が成立・施行され、日本が「世界で最もAIを開発・活用しやすい国」になることを基本構想とする人工知能戦略本部が設置された。これにより、法律事務所や会計事務所でのAI活用をめぐる規制と推進の両面での議論が加速している。

研究・学術分野では、論文の要約・翻訳・引用先調査への活用が研究者個人レベルで広がる一方、特許・先行文献調査の自動化や研究報告書のドラフト作成へと利用が進んでいる。一方でハルシネーションが実験結果の誤記に直結するリスクや、論文の著作権問題への懸念が根強く、大学・研究機関では学内ガイドラインの整備が急務となっている。

2026年に向けては、汎用型モデルから専門領域に特化したモデルへの移行が加速すると予測されており、法律文書の微妙なニュアンスや業界固有の専門用語に対応した特化型モデルの需要が高まる見通しだ。

(7) 建設・不動産・インフラ業

利用率：14～15%（中低水準、現場とオフィスで大きな乖離）

ICR調査での企業導入率は建設業14.0%、不動産業15.0%と中低水準にとどまるが、業態の内部は「大手ゼネコンの急進展」と「中小建設業の停滞」という二極構造になっている。

建設業では、ドライバーの残業規制に加え、国土交通省が主導する「i-Construction」が調査・設計・施工・維持管理の全工程でICT・AI活用を進めており、2016年開始のこの取り組みは建設業界全体のDX・AI導入を加速させる国家的な後押しとなっている。

大手ゼネコンでは具体的な活用事例が蓄積されつつある。鹿島建設は従業員約2万人を対象に自社専用の対話型AIの運用を開始し、情報収集・分析から企画書・議事録・メール文の作成、翻訳、プログラミングまで多岐にわたる活用がなされており、「1日かかりのコーディングが数十秒で完了した」という声も出ている。

竹中工務店は生成AIを活用した社内文書検索システム「デジタル棟梁」を導入し、建設業の専門知識に基づくナレッジベースを構築している。西松建設は建設業に特化した「AKARI Construction LLM」を導入し、業務効率化と文書の品質向上を実現、社内文書を参照した上での文章生成が可能になった。

不動産業では、物件査定・物件説明資料の自動生成、チャットボットによる顧客問い合わせ対応などの活用が広がっている。不動産会社は生成AIを活用してアセットマネジメント、財務・会計、リーシング・マーケティングなど広範な業務領域の効率化に取り組んでおり、入居テナント向けのチャットボットが普及し、メンテナンス要請・賃料集金などのプロセスが効率化されつつある。

共通する課題は2点ある。第一に、現場作業員は依然としてデジタルツールへのアクセスが限られており、生成AIの恩恵がホワイトカラー層に偏在しやすい構造的問題がある。第二に、建設図面・BIMデータ・施工記録といった非テキスト形式の業務データをどう生成AIと接続するかというデータ統合の問題が残っており、テキスト生成型の汎用AIだけでは対応しきれない業務が多い。



～日本におけるAI利用・業種別～

(8) 卸売・小売業

利用率：13～14%（低水準、ただし大手EC・コンビニ主導で変革が加速中）

ICRの調査で「卸売業・小売業」の企業導入率は13.4%にとどまり、他業種と比較して低い水準にある。その主な障壁として、初期・維持コストの捻出、顧客データのセキュリティ対策、専門人材の登用・育成が指摘されている。日鉄ソリューションズの調査でも「流通・小売業」は3割を下回る活用率と示されており、**属人性が高い業務が多く存在することが普及を遅らせる要因となっている**。

しかし、大手チェーンと中小小売業の格差は日本で最も顕著な業種の一つでもある。コンビニ大手では生成AI・AIが実店舗運営に深く組み込まれつつある。**セブン-イレブン**はAIを活用した**商品発注数自動算出システム**を導入し、**1日当たり35分の発注時間短縮を実現**するとともに、欠品・廃棄ロスの削減にも貢献している。**ローソン**はKDDI・三菱商事と共同で2025年6月に「Real×Tech LAWSON」1号店を開設し、2030年までに店舗業務30%削減を目標に、ロボット・AI・IoTを組み合わせた次世代型コンビニ運営を実証している。ECでは生成AIの親和性がより高く、2025年に特に注目されているのはマルチモーダルAIの活用で、**顧客が撮影した写真から類似商品を提案したり、生成AIを活用したコンテンツマーケティングの効率化**（商品説明文・SNS投稿・広告クリエイティブの自動生成）などが進んでいる。**楽天グループ**は2025年にAI活用による利益・流通総額の創出効果255億円を発表し、三木谷社長は2030年の流通総額10兆円達成に向けた「AI×モバイル」成長戦略を明示している。

卸売業においては、在庫最適化・需要予測・サプライチェーン管理などへのAI活用が最大の価値を持つ。**三井物産**は数日かかっていた配送計画作成をAIにより1時間に短縮した事例を持ち、原材料の需要予測精度の向上による過剰在庫削減も進んでいる。中小小売業の普及加速には、クラウド型の低コストSaaSソリューションと業界共通のユースケース整備が鍵となる。

(9) 運輸・物流業

利用率：9～11%（最低水準グループ、ただし需要予測・配送最適化では先進事例多数）

ICR調査での企業導入率9.4%と就業者業務利用率11.2%（パーソル調査）はいずれも業種別最低水準に近く、情報通信業との差は4倍以上にのぼる。この低さは活用意欲の欠如ではなく、業種特有の構造的制約によるものだ。**ドライバーや倉庫作業員など非デスクワーク従事者が多く、テキスト生成型の生成AIの直接利用機会が構造的に少ない**。

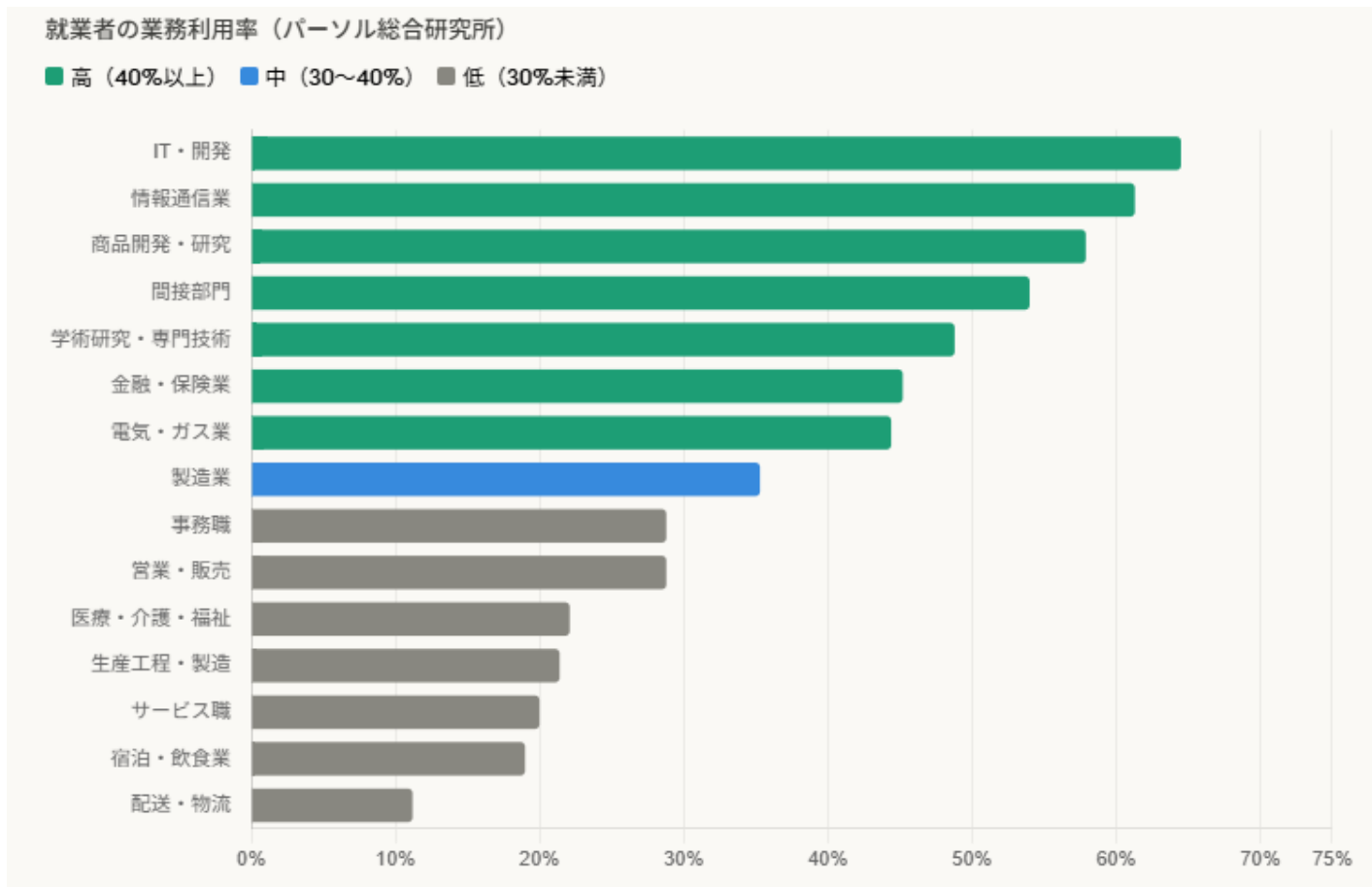
しかし、生成AIよりも広義のAI（需要予測・ルート最適化・画像認識）の活用では、他業種を大きくリードしている事例が並ぶ。**ヤマト運輸**はビッグデータとAIを活用した配送業務量予測・適正配車システムにより、**配送生産性の最大20%向上とCO2排出量の最大25%削減を実現**している。**佐川急便**はAIによる集配順序の自動決定と配送伝票入力の自動化で**月8,400時間の作業工数を削減**した。**日本郵船**は生成AIを活用した配乗計画作成により作業工数を約7割削減する見込みとし、**商船三井**は待機時間を原資とした14%の工数削減余地を確認し400人規模での運用を開始している。

2024年問題（トラックドライバーの残業規制）への対応として、AI活用による省人化・効率化の圧力は他業種より強い。**JAL**は生成AIを活用した社内ナレッジ検索・議事録作成・空港グランドスタッフ向け支援システムを展開し、報告書等作成時間を約75%削減、情報検索時間を最大90%削減するという成果を上げている。この業種で生成AIの直接活用が最も効果的に機能するのは、**バックオフィス業務（配送計画立案・物流センターの管理文書作成・多言語対応）**と、**コールセンター（問い合わせ自動応答・配送状況説明）**の2領域だ。今後はAIエージェントによる自律的な配車計画作成・異常検知・顧客通知の自動化が、2026年以降の焦点となると見られており、マルチモーダルAIと組み合わせた倉庫内の視覚的な異常検知も本格実用化に向かっている。



～日本におけるAI利用・職種別～

1. 職種別のAI利用状況（ICR—情報通信総合研究所、パーソナル総合研究所、東京商工リサーチなどの情報に基づく）



（1）IT・開発職

業務利用率：64.5%（全職種中最高） | 週の削減時間：44.5分

全職種中で圧倒的に利用が進んでいる。活用の中心はコード生成・補完、テスト自動化、技術ドキュメントの作成・要約の3領域で、GitHub CopilotやCursorといった開発特化型ツールが急速に普及している。富士通はGitHub Copilotを2025年3月末に4,000アクティブユーザーへ展開し、2025年度末までに累計37万5,000時間の削減効果を見込んでおり、AIスキルをエンジニアの「キャリアの分かれ道」と位置づけている。Bank of Japan

この職種が突出する理由は、アウトプットの品質を自分で検証できるという自己完結性にある。コードは実行すれば正誤が明確になるため、ハルシネーションのリスクを自力で管理できる。これが他職種と決定的に異なる強みだ。用途も「文書作成の代替」にとどまらず、要件定義の壁打ち、リファクタリング案の生成、セキュリティ脆弱性の検出など全工程に広がっており、活用の成熟度が他職種を2～3年先行している。

2025年以降は「AIネイティブ開発」への転換が加速しており、コードを一から書く比率が下がり、AIが生成したコードを読んで修正・統合する「レビュアー型エンジニア」の需要が高まっている。課題としては、AIが生成したコードの著作権・ライセンス問題と、過度な依存による基礎スキルの劣化リスクが指摘されている。



～日本におけるAI利用・職種別～

(2) 商品開発・研究職

業務利用率：57.9% | 週の削減時間：34.3分

研究開発職では、文献調査・先行研究の要約、実験レポートのドラフト作成、特許文書の作成支援、アイデアのブレインストーミング相手としての活用が中心だ。パーソル調査でも「企画・相談・思考整理系」用途での削減時間は週36.9分と全用途中最大で、この職種の利用実態と合致する。

国立がん研究センターが生成AIで治験報告書の下書きを作成し、119件中8割は少し修正するだけで完成版になったという2025年の研究報告に象徴されるように、高度に専門化された文書作成での効果大きい。製薬・素材・電機メーカーの研究部門では、英語論文の高速読解と日本語サマリー生成が日常化しつつあり、研究者一人あたりの文献処理能力が数倍に高まっている。

課題は、ハルシネーションが研究上の事実誤認に直結するリスクだ。AIが「もっともらしい嘘」をつく性質は、研究の正確性が命の場面では致命的になりうる。出力の根拠確認を徹底する「批判的活用」の習慣が、この職種では特に重要とされる。

(3) 間接部門（経営企画・人事・総務・経理・法務・広報・マーケティング）

業務利用率：54.0%（職種別で3位） | 週の削減時間：33.2分

業種の壁を越えて高い利用率を示す職種群で、生成AIの得意領域であるテキスト生成・要約・分析との親和性が極めて高い。「日本の人事部」の人事白書2025では、人事部門の約7割が何らかの業務で生成AIを活用しており、最多用途は「議事録・会議内容の要約」（43.1%）、次いで「チャットボットでの質問対応」（26%）だった。

LINEヤフーは2026年春までに人事総務領域で新たに10件のAI活用ツールの運用を開始し、人事総務全体で月間1,600時間以上の工数削減を見込んでいる。採用戦略検討のためのデータ整理支援、AI自律型面接官トレーニング、労務管理の自動化など人事業務を横断する形での展開が特徴だ。

ソフトバンクは生成AIを人事部門の中核に据え、全社員を対象とした生成AIコンテストを11回実施して累計26万件超の提案を収集。2025年7月時点でAI関連資格保有者が全社員の約13%に達している。

マーケティング部門ではSNS投稿文・広告コピー・プレスリリースの下書き生成が定番化し、サイバーエージェントは生成AIを活用した広告クリエイティブの大量自動生成により制作効率を飛躍的に向上させた。

経理部門では請求書処理・仕訳チェック・レポート作成、法務部門では契約書レビュー支援での活用が広がる。

。



～日本におけるAI利用・職種別～

（４）営業・販売職

業務利用率：28.8% | 週の削減時間：40.7分（用途別で最大水準）

利用率は低から中程度にとどまるが、利用している人の削減時間は週40.7分とIT・開発職に次ぐ高水準だ。この落差が示すのは、使い始めれば効果が大きい一方で、まだ活用の入り口に立っていない人が多いという構造だ。

Salesforceの調査では、営業担当者は勤務時間の72%を営業以外のタスクに費やしており、AIはこれらの業務を担うことで、顧客との対話や戦略立案といった高付加価値業務に集中できる時間を生み出す。

具体的な活用は、提案書・見積書・営業メールの下書き作成、商談後の議事録生成、顧客企業の事前調査レポート作成などが中心だ。

みずほ銀行では営業担当者が顧客との面談記録や財務諸表を入力すると生成AIが稟議資料のドラフトを自動作成するシステムを開発中で、1件あたり1～2時間かかっていた資料作成時間を約10分に短縮できる見込みだ。

今後は、AIが商談データを自律的に分析して次のアクションを提案する「AIセールスエージェント」への進化が焦点となっている。ただし、顧客との関係構築や複雑な交渉における人間的な信頼形成はAIに代替されない領域であり、AIが「非コア業務を担う」ことで営業担当者が顧客本位の時間を増やすという方向性が現実的とされる。

（５）事務職

業務利用率：28.8% | 週の削減時間：14.5分（相対的に小さい）

利用率は営業と同水準だが、削減時間が14.5分と全職種中最低水準にある。これは定型業務が多く生成AIの導入余地は大きい一方で、現状の活用が「検索や簡易な文書作成」ととどまっており、AIの能力を十分に引き出せていない状態を示す。

主な活用は、メール文の下書き、Word・Excelの操作補助、社内向け案内文の作成などだ。一方、AIエージェントと業務システムを連携させた「RPA+AI」構成によって請求書処理や経費精算の自動化が大手企業を中心に進んでおり、これが本格普及すると削減効果は大幅に拡大する可能性がある。

パーソルグループでは社内AIアシスタント「CHASSU」に加え、ノーコードでAIエージェントを開発できる新機能を展開し、実装から約半年で100件近くのAIエージェントが開発された。その開発者の99%が非エンジニア社員であり、事務職がAI活用の主役になりうることを示している。

今後の課題は、「ツールを使う」段階から「業務プロセスを再設計する」段階への移行だ。AIが得意なことに合わせて仕事の流れ自体を変えなければ、表面的な時短にとどまる。



～日本におけるAI利用・職種別～

(6) 専門・技術職（医師・看護師・教員・建築士・会計士など）

業務利用率：28.3% | 週の削減時間：17.0分

この職種分類は多様な専門家を束ねており、利用の深度や課題は細かく異なる。共通点は、**専門知識の品質保証責任が個人にあるため、生成AIの出力をそのまま使えず必ず確認・修正が必要**という点だ。これが活用の摩擦コストとなり、全体の削減効果を抑制している。

教育分野では、**授業計画の立案補助、教材の個別最適化、採点支援での利用**が広がっているが、文部科学省が2023年7月に示したガイドラインをベースに各校の対応は分かれている。

建築・設計分野では、**図面説明文や仕様書の起草、法令適合チェックの補助**などでの活用が始まっている。

会計士・税理士では、**申告書類のドラフト作成や税法の文書検索での利用**が広がりつつある一方、誤情報による申告ミスリスクへの対処が最大の課題だ。

いずれの専門職も、生成AIは「助手」として使うことで本来業務の質向上に寄与するが、**最終判断の責任はあくまで専門家本人にある**。この「**人間が最後の砦**」という構造が変わることは当面なく、**専門職における生成AI活用は「人間の専門判断を支援・加速する」**方向に留まる見通しだ。

(7) サービス職・生産工程・配送物流職

業務利用率：11～21%（最低水準グループ） | 週の削減時間：12～25分

接客・調理・介護・清掃・製造ラインの作業員・ドライバーなど身体的・対人的な現場業務が中心の職種群は、利用率・削減効果ともに全職種中最低水準にある。これは活用意欲の問題ではなく、**テキスト生成型の生成AIが直接的な業務インターフェースと乖離している**構造的問題だ。

現実的な活用領域は二つに絞られる。

一つは、上位職との連絡ツールとしての活用で、**業務報告書・引き継ぎ書・クレーム対応メールの下書き**など、間接的にテキストを扱う場面での使用だ。

もう一つは、**マニュアル・研修資料・シフト作成**などの管理業務への活用で、これは現場を監督するリーダー職が担うことが多い。

今後の変化の鍵は、マルチモーダルAIと現場IoTの統合だ。**工場の設備異常を画像AIが検知し自然言語で報告する仕組み、配送現場で音声入力した作業記録を自動でシステムに転記する仕組み**など、テキスト入力を前提としない接点が整備されることで、この職種群の活用は2026年以降に質的变化を迎えると見られる。現時点では、他職種との格差が最も広がりやすいグループであり、**リスキリング支援の優先対象**として政策的な後押しが求められている。