

生成AIに関する 実態調査2023 秋

—生成AIは次のフェーズへ：勝つための人材育成／確保と
導入効果の追求が最重要課題—



はじめに

PwCコンサルティング合同会社のデータアナリティクスチームは各社の生成AIに対する認知度、ポジティブ・ネガティブのイメージ、検討状況ならびに現状の課題を明らかにすることを目的に、「生成AIに関する実態調査2023」を実施し、2023年5月に発表しました。

2023年5月に前回の実態調査を公表して以降、さらにさまざまな生成AIのツールやアプリの登場、G7広島サミットでの広島AIプロセスの立ち上げ、戦争や政治に関連したフェイクニュースの拡散など、わずか半年の間にも生成AIに関する話題は絶えることなく、急速な普及とともに生成AIを取り巻く実態は大きく変化しています。

今回、このような背景から今一度、各社の生成AIに対する認知度、ポジティブ・ネガティブのイメージ、検討状況ならびに現状の課題を明らかにすることを目的に、売上高500億円以上の日本国内の企業・組織の課長以上の方々を対象に、「生成AIに関する実態調査2023 秋」を実施しました。

本調査結果が、今後生成AIの活用を検討している企業・組織団体にとっての一助となれば幸いです。

目次

1.	エグゼクティブサマリー	p.4
2.	回答者プロフィールと全体傾向	p.20
3.	回答者の特徴	p.66
4.	生成AIに対するスタンス別プロファイル	p.75

1

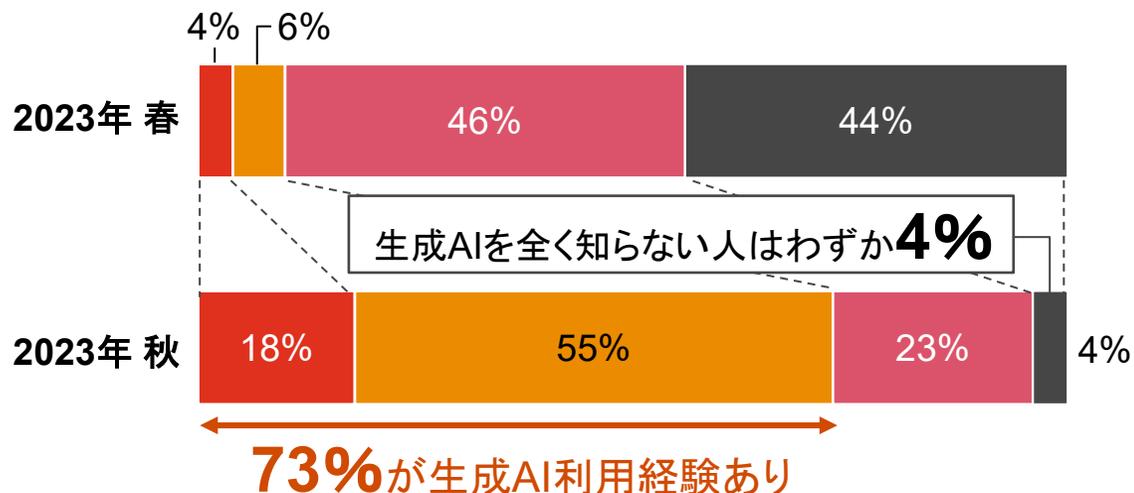
エグゼクティブサマリー



1. エグゼクティブサマリー

前回から生成AIの認知度は大幅に高まり、73%は既に何らかの形での利用経験あり。また、87%は既に生成AIの社内・社外活用を実施／検討を進めているなど、春の調査から大幅に普及が進んでいる。

生成AIの認知度

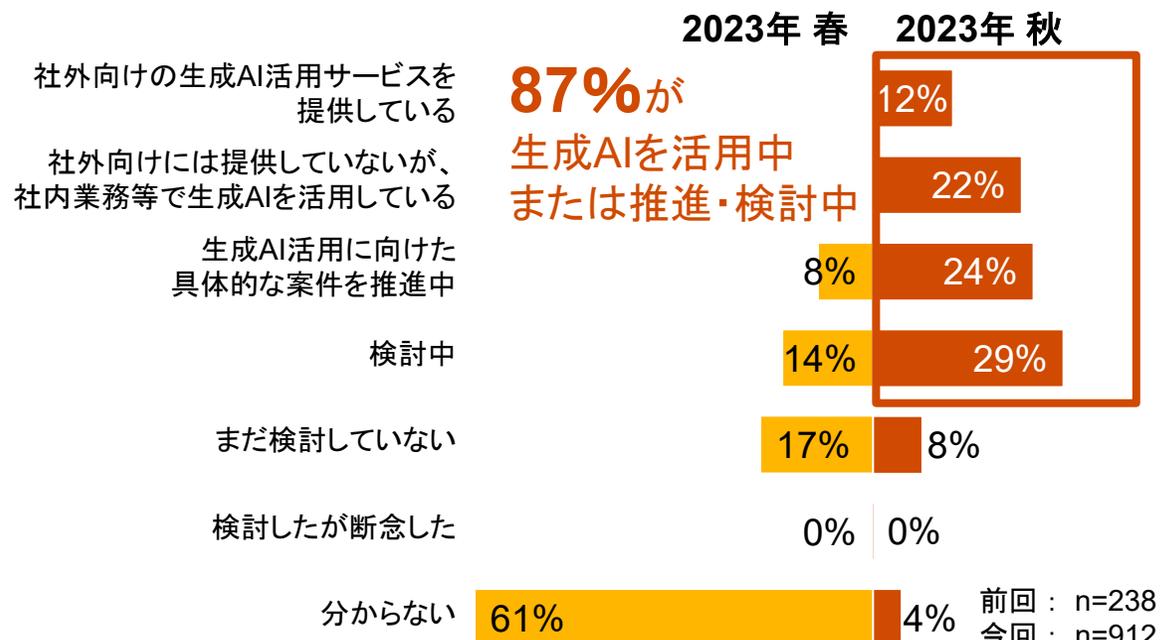


- 業務／事業で活用している
 - 生成AIを使ったことがある
 - 聞いたことがある
 - 全く知らない
- 前回 : n=238
今回 : n=912

Q 生成AI (Generative AI) の認知度合いについてお答えください。

※ 2023年 春の選択肢の「社内業務や事業等での活用を検討している」と聞いたことがある「特定のサービスを使ったことがある」を「生成AIを使ったことがある」として再集計
※ 2023年 春の調査結果から今回調査対象と同様の属性に絞って再集計

生成AI活用の推進度合い



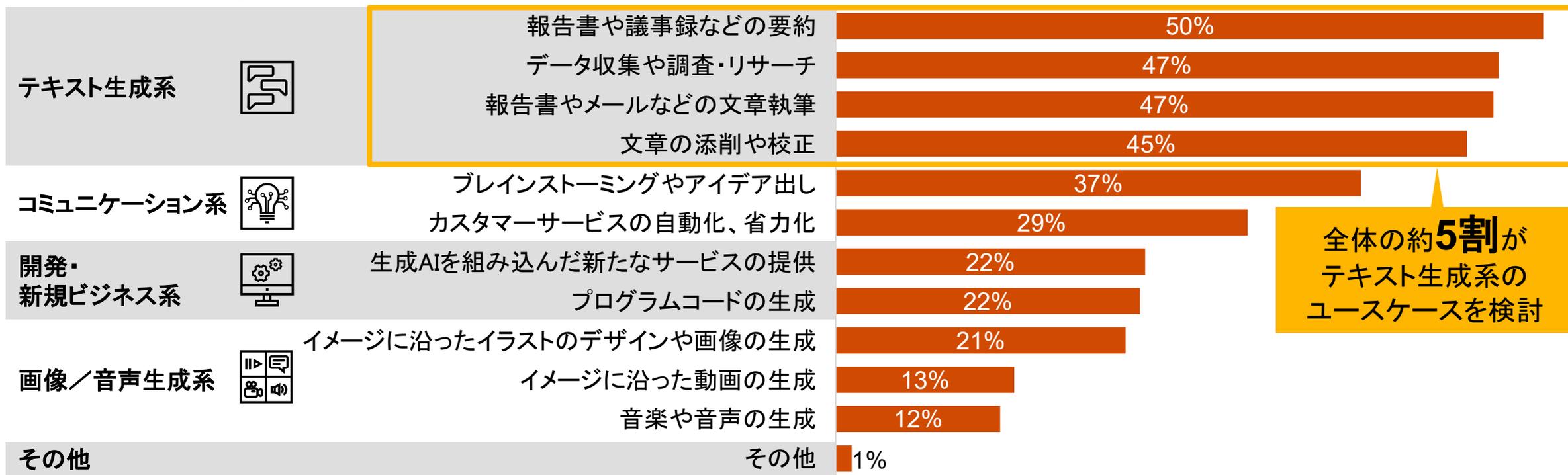
Q あなたが働く会社における、社内向けまたは社外向けの生成AI活用検討の推進度合いとして、最も当てはまるものをお答えください。

※ 2023年 春の選択肢の「予算化済み」を「生成AI活用に向けた具体的な案件を推進中」に統合し再集計、「社外向けの生成AI活用サービスを提供している」と「社外向けには提供していないが、社内業務等で生成AIを活用している」の選択肢がなかったため、無表記
※ 2023年 春の調査結果から今回調査対象と同様の属性に絞って再集計

検討・推進中のユースケースとしては、要約や文章執筆等のテキスト生成系が半数近くを占めているが、画像や動画、音声、プログラムコード生成等の回答も存在しており、業務領域を問わず幅広い活用が期待されている。

生成AIのユースケース(複数選択可)

ユースケースのタイプ



全体の約**5割**が
テキスト生成系の
ユースケースを検討

n=799 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方がのみが複数回答

Q 現在検討されている(あるいは既に実現できている)生成AIのユースケースとして、当てはまるものをお答えください。

1. エグゼクティブサマリー

生成AIを「自社ビジネス効率化」のチャンスと捉える回答が最多数。
生成AIについての解像度が高まり、他社での生成AI活用事例を参考にしながら
これまで以上に自社での活用を前向きに検討する企業が増えたと考えられる。

生成AI活用のチャンス

2023年春 2023年秋

業界構造を根本から
変革するチャンス

26% 23%

他社(者)より相対的に
優位に立つチャンス

33% 24%

自社ビジネスの効率化・高度化に
資するチャンス

35% 51%

自身や周囲の困りごとを
解決するチャンス

5% 2%

その他／分からない

2% 0%

前回：n= 98
今回：n=761

Q 生成AIを具体的にどのようなチャンスだと思いますか。

※ 2023年春の調査では、上位から順に3つを回答であるため、比較のため1位回答のみを抽出して再集計
※ 2023年春の調査結果から今回調査対象と同様の属性に絞って再集計
※ 生成AIの活用を「とてもチャンスだと思う」「チャンスだと思う」と回答した層を集計

他社の生成AI活用(他社事例)への関心度

2023年春 2023年秋

とても関心がある

28%

関心がある

53% 63%

あまり関心がない

29% 8%

全く関心がない

18% 1%

91%が他社
事例に関心

「分からない」と回答した層を除いて集計
前回：n= 34
今回：n=912

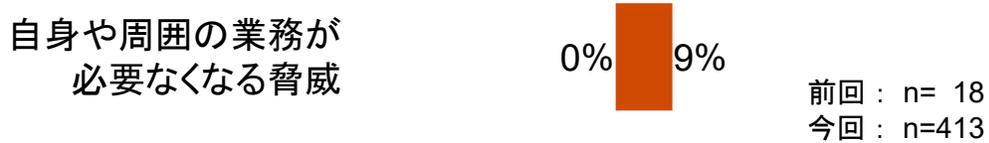
Q 他社での生成AI活用(他社事例)にどの程度興味がありますか。

※ 2023年春の調査結果から今回調査対象と同様の属性に絞って再集計

1. エグゼクティブサマリー

ビジネスの存在意義が失われるという漠然とした脅威から、生成AI活用による競合他社からの脅威をより強く意識。競合に出遅れるリスクや新規競合の参入リスクが生成AI活用検討のモチベーションにつながっていると考えられる。

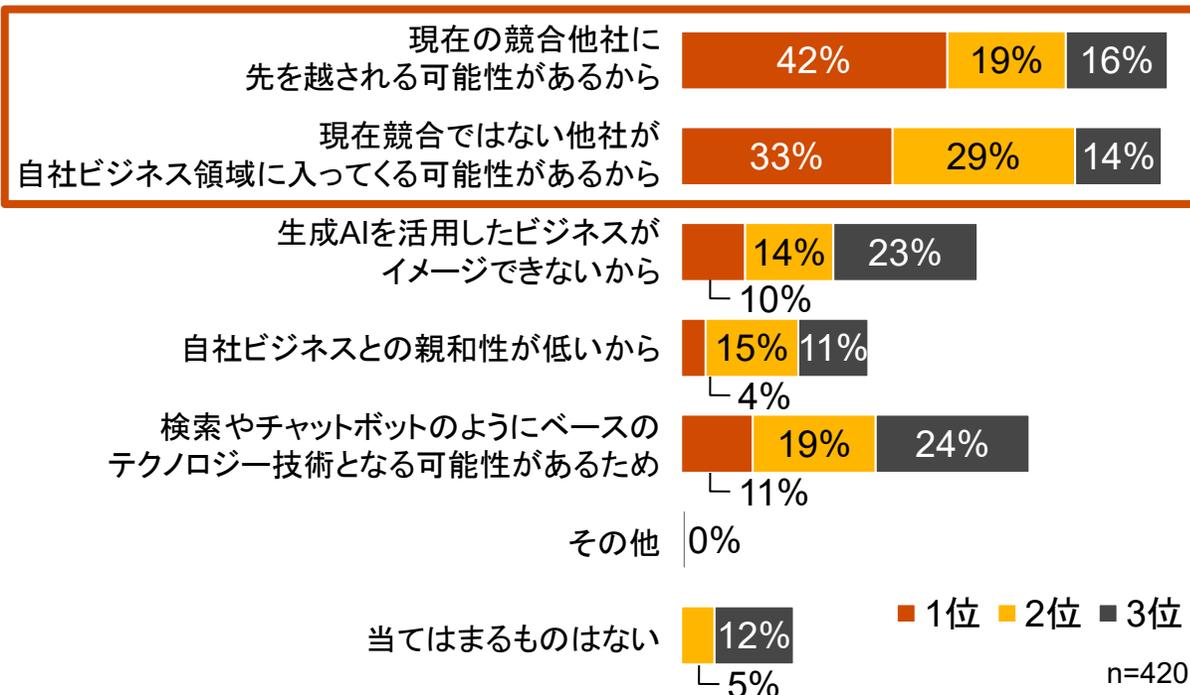
生成AI活用の脅威



Q 生成AIを具体的にどのような脅威だと思いますか。

※ 2023年 春の調査結果から今回調査対象と同様の属性に絞って再集計
 ※ 生成AIの活用を「とても脅威だと思う」「脅威だと思う」と回答した層の中で、当質問に対して「分からない」と回答した人を除いて集計

生成AI活用の脅威の理由



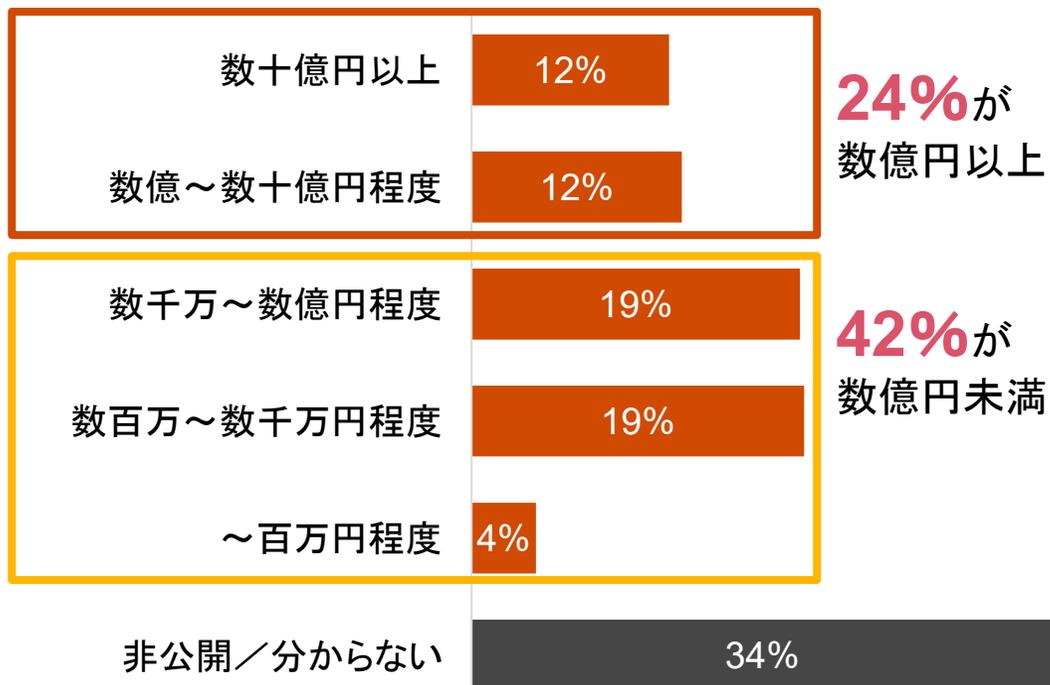
Q 生成AIを脅威と感じている理由のうち、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。

※ 生成AIの活用を「とても脅威だと思う」「脅威だと思う」と回答した層を集計

1. エグゼクティブサマリー

百万円規模から数十億円規模まで、予算規模にはばらつきがあり、初期投資に差が出ていると考えられる。
回答者の58%は今後1年以内の生成AI本格導入を予定している。

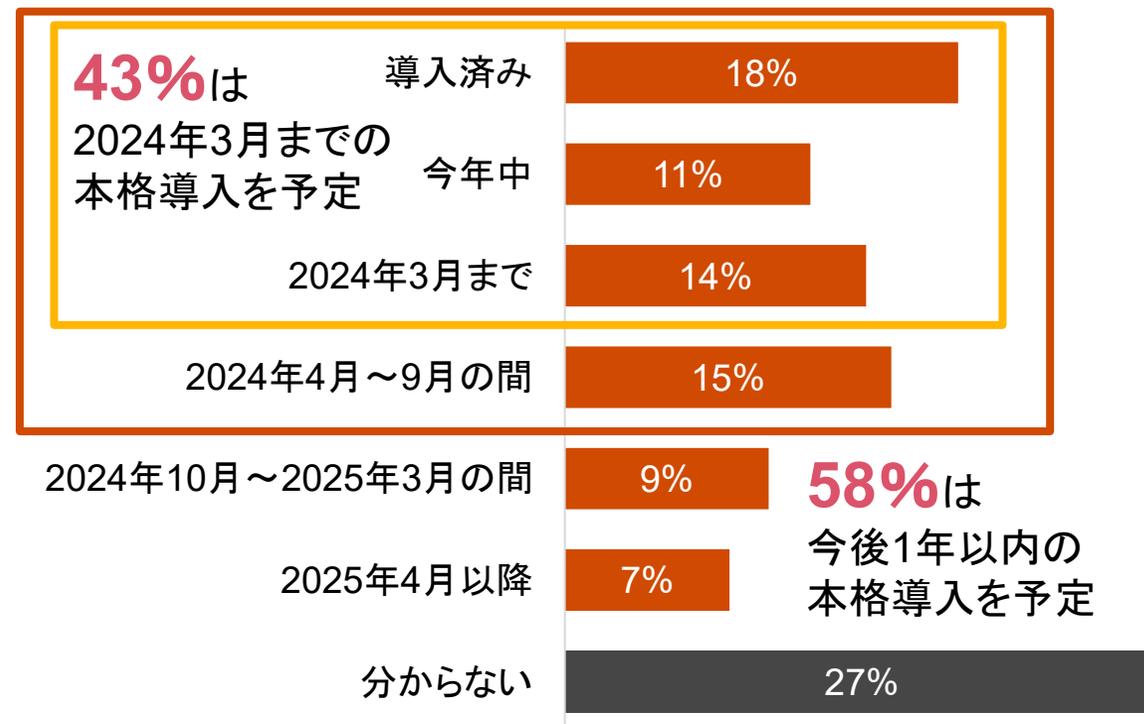
生成AI活用に対する予算規模



n=799 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した層を集計

Q 本検討に関する予算規模について、最も当てはまるものをお答えください。

生成AIの本格導入時期



n=799 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した層を集計

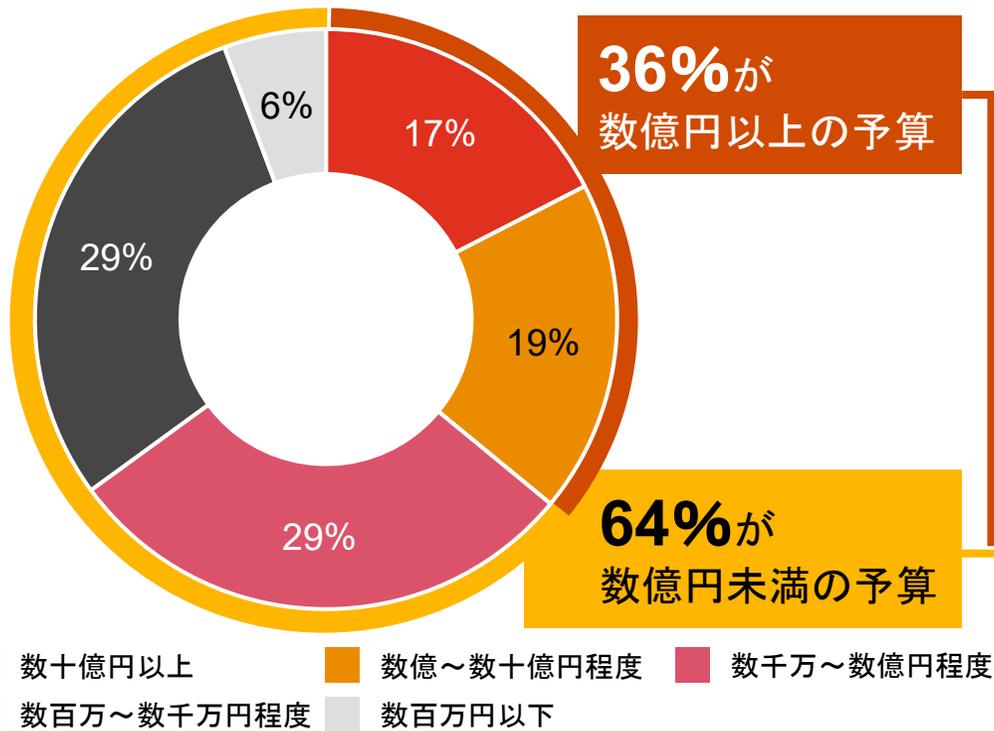
Q あなたが働く会社において、生成AIの本格導入はいつごろを想定していますか。最も当てはまるものをお答えください。

1. エグゼクティブサマリー

予算規模の小さい企業は、テキスト生成等による業務効率化を主眼に置いている一方、大規模予算を確保する企業ではテキストだけでなく「生成」全般に着目した業務改革をより強く意識していると考えられる。

生成AI活用に対する予算規模

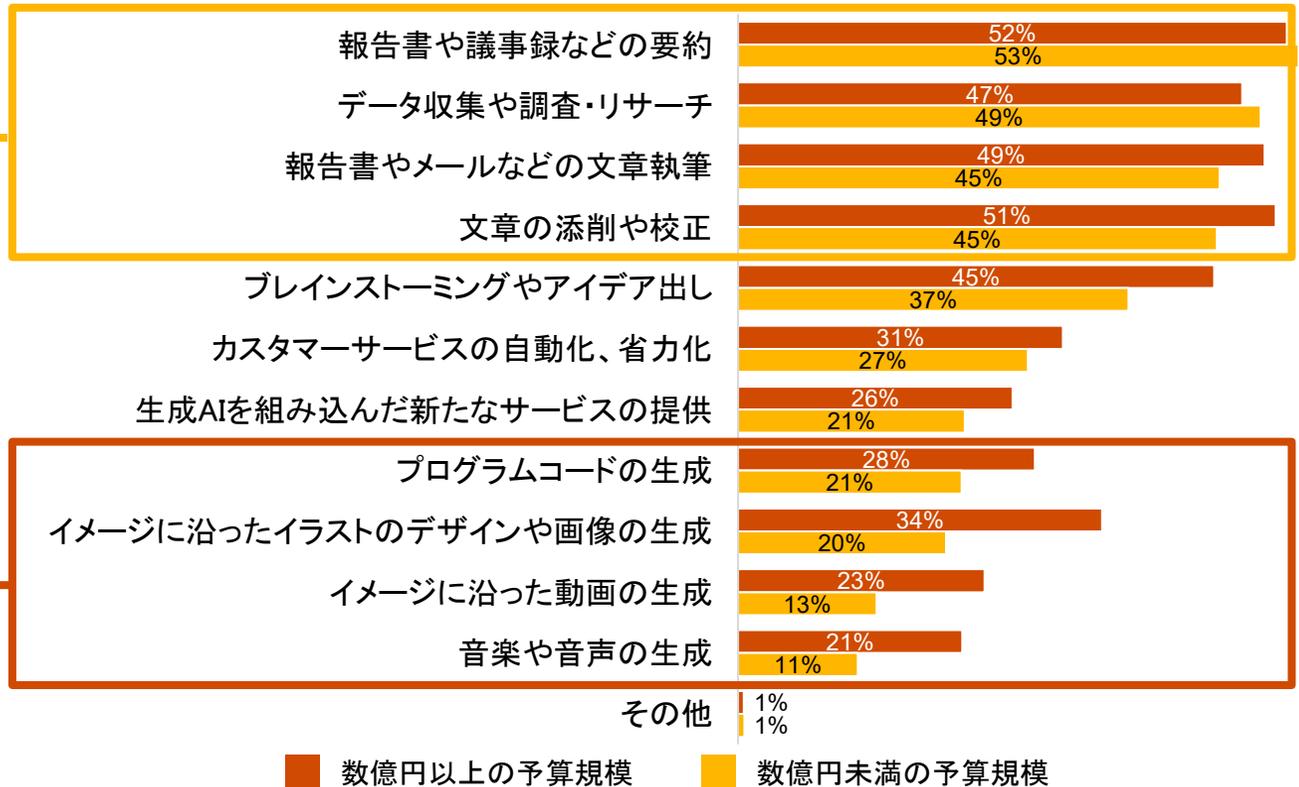
※「非公開／分からない」を除く



n=528 予算規模が「非公開／分からない」と回答した層を除いて集計

PwC Q あなたが働く会社における生成AI活用／検討に関する予算規模をお答えください。

検討／実現している生成AIのユースケース(複数選択可)

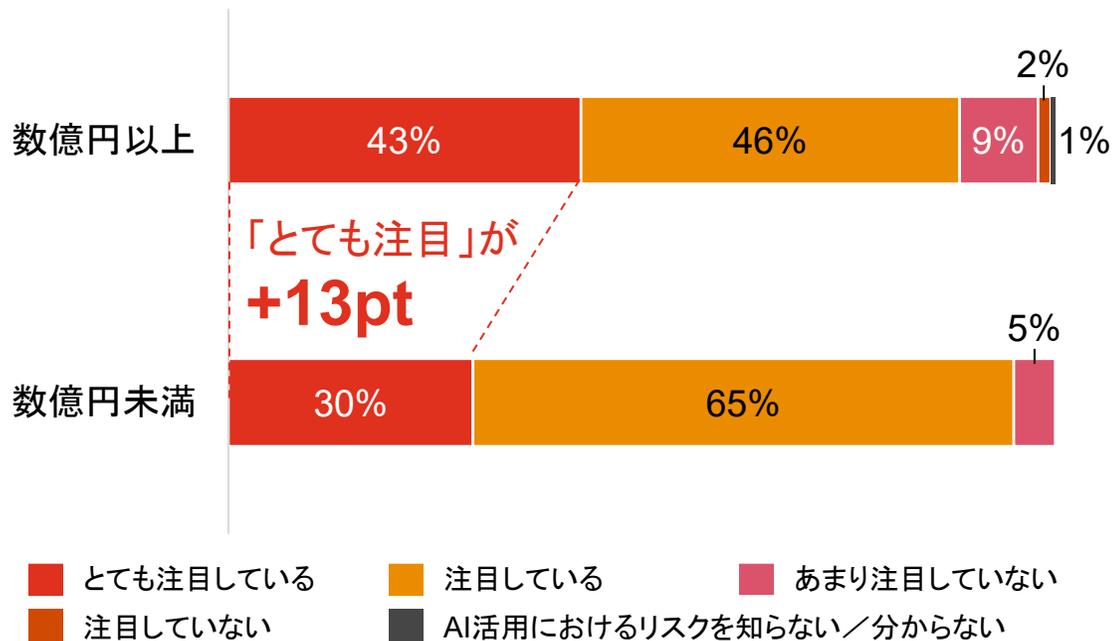


n=528

Q 検討／実現している生成AIのユースケースとして当てはまるものをお答えください。

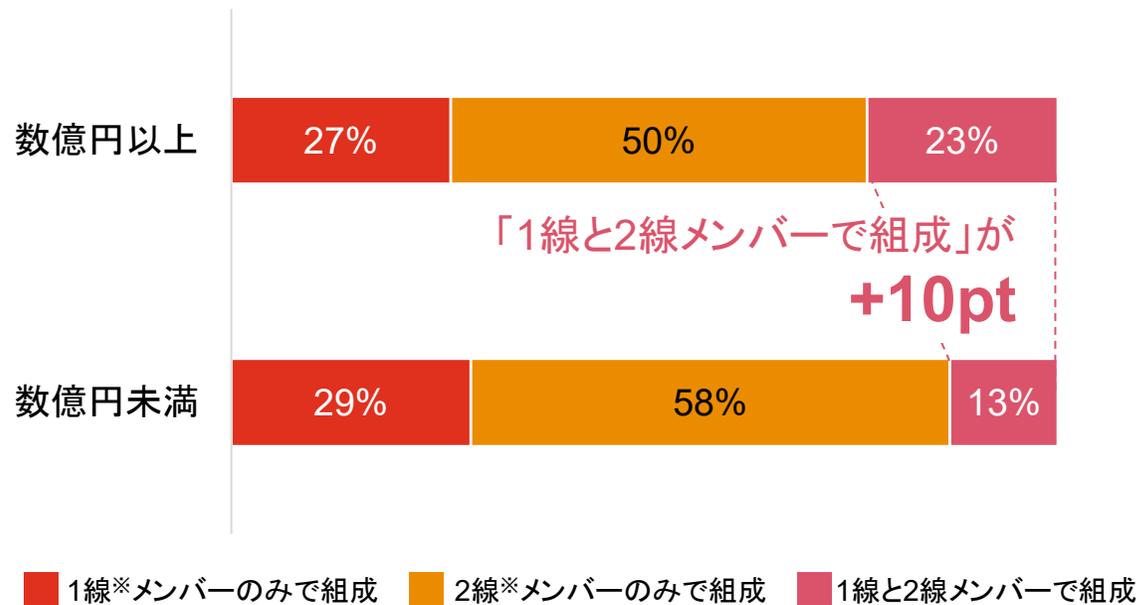
大規模予算を確保する企業では、生成AIを企業全体で活用することを意識し、「攻め」の生成AI活用に加えて「守り」としてのAIガバナンスにもより力を入れていると考えられる。

生成AI予算規模別のリスクへの注目度



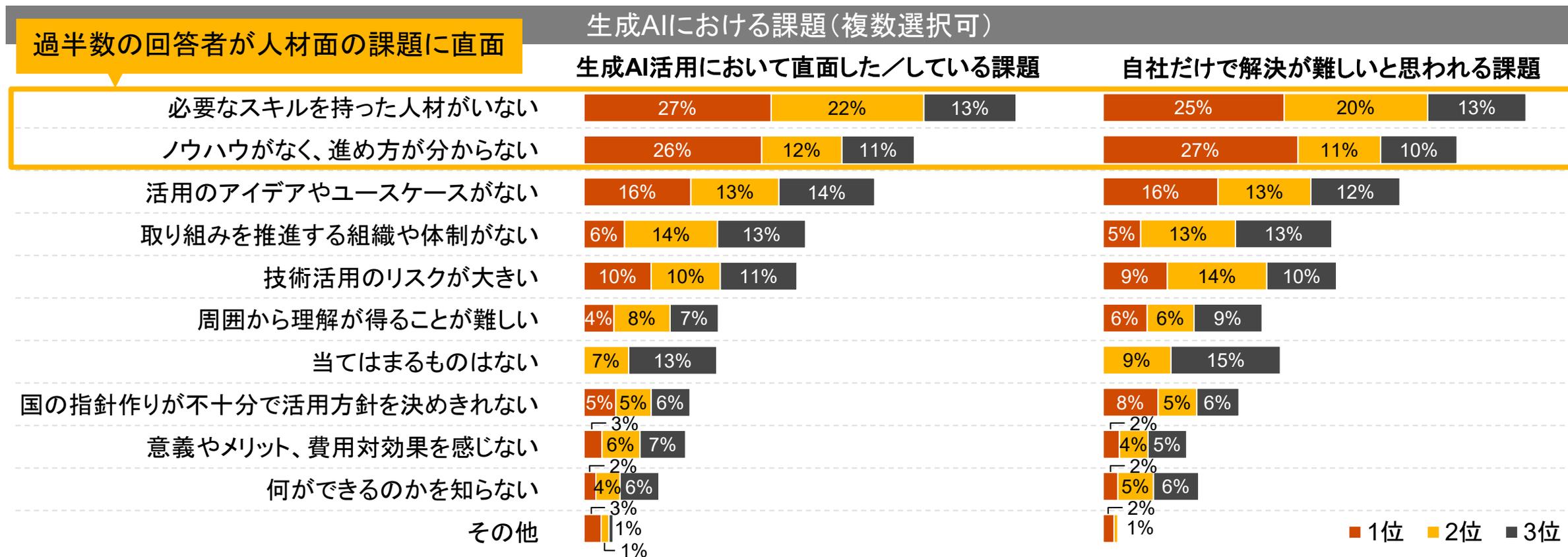
n=528 予算規模を「非公開／分からない」「未検討」と回答した層を除いて集計
 Q 生成AIを含むAI活用におけるリスクに対して、日本を含め諸外国が政策や法規制等に対応しようとしており、この動向についてどの程度注目していますか。

生成AI予算規模別のガバナンス組織組成メンバー



※ 1線: 事業部門 (事業部門個別、DX横断、その他)
 2線: 管理部門 (IT、セキュリティ、リーガル、既存AIガバナンス、その他間接部門)
 n=388 予算規模を「非公開／分からない」「未検討」と回答した層と、AIガバナンス組織に1線または2線メンバーがいないと回答した層を除いて集計
 Q AIガバナンス組織をどのようなメンバーが推進されていますか。

生成AI活用を考える回答者の過半数が人材面の課題に直面しており、同時に自社だけで解決することが最も難しい課題としても認識。これまで以上に社内人材のリスキングや外部人材活用の重要性が高まっていると考えられる。



n=799 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した層を集計

Q 「生成AI活用において直面した/している課題」と「自社だけで解決が難しいと思われる課題」として、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。

1. エグゼクティブサマリー

これまで重視されていたコミュニケーションスキルなどに比べてAI技術全般や技術動向への理解の必要性が非常に高く、AI民主化やハルシネーション*リスクなどを背景に、ユーザー側に高いAIリテラシーが求められていると推察。

生成AIに最も必要となるスキル

AI技術全般に関する理解 47%

業務課題や顧客ニーズを分析・把握するためのスキル
(リサーチスキル、ビジネスアナリティクススキル) 19%

AIを構築するためのスキル
(プログラミングスキル、エンジニアリングスキル) 16%

ユースケースを実現するために必要な
AI活用を具体化するスキル(ビジネストラנסレーション) 8%

他社事例や技術特性等から、
自社ユースケースを企画するスキル(クリエイティブスキル) 6%

社内外のステークホルダーとの調整、
交渉のためのコミュニケーションスキル 3%

当てはまるものはない

その他 1%

n=912 1位回答のみを対象に集計

Q 生成AIの活用が進む中、それを取り扱う個人にはどのようなスキルが必要になると思いますか。

国や政府への期待

生成AIの技術動向についての情報を
収集・公開してほしい 47%

生成AIを活用する際に企業が遵守すべき
ルールやガイドラインを策定してほしい 43%

業界ごとの活用情報を
収集・公開してほしい 36%

技術やニーズを持つ
企業同士のマッチングを促してほしい 34%

生成AIの技術的な標準仕様を定めてほしい 32%

生成AIの活用が促されるよう、
規制の撤廃や軽減(技術特区等)を図ってほしい 25%

日本のAI技術力の拡大・発展に向けた
諸外国への情報発信等を行ってほしい 20%

その他 7%

n=912

Q 生成AIに関して、国・政府に期待することはありますか。
当てはまるものを全てお答えください。

生成AIの活用・AIガバナンスへの関心度合いと生成AIの活用範囲(社内／社外)によって、日本企業の生成AI活用の状況は5つのグループに分類できる。



n=912

1. エグゼクティブサマリー

5つのグループは、業界・業務内容に影響を受けていると想定。また同一業界であっても積極推進グループと無関心グループに二極化している様子も見られる。

	12% (n=113) 生成AI活用に無関心	34% (n=308) 関心はあるが 具体的な行動には至っていない	22% (n=200) 具体案件を推進中、 ガバナンスは既存の延長で対応	18% (n=167) 社内業務に生成AIを活用中、 ガバナンスにも力を入れ始めた	14% (n=124) 生成AI活用・ガバナンスの 両側面で全社対応
質問回答傾向	生成AI活用をチャンスだ と思っておらず、生成AI 活用に関心がない	生成AI活用をチャンスだ と思っているが、検討段 階で止まっている	具体的な案件を進めてい るが、AIガバナンスへの 対策は後回し	競合他社との差別化、自 社ビジネスの効率化・高 度化のチャンスと捉え、 生成AI活用に積極的	業界構造を根本から変 革するチャンスだと感じ、 生成AI活用・AIガバナン スともに積極的に推進
予算規模	無回答	非公開／分からない	数千万～数億円程度	数千万～数億円程度	数十億円以上
本格導入時期	無回答	分からない	2024年4月～9月の間	導入済み	導入済み 今年中
特徴的な 業界※	サービス／接客業*、 自動車*、小売、商社など	小売、商社、消費財／ 飲料／食品、不動産など	通信、運輸／物流、 公益事業／エネルギー	テクノロジー、 自動車*	テクノロジー、通信、 サービス／接客業*
代表的な職種	製造／生産／品質管理、 配送／倉庫管理／物流など	顧客サービス／サポート、 製造／生産／品質管理	販売／サービス職、弁護士／ 会計士／税理士／専門職など	弁護士／会計士／税理士／ 専門職、営業職	販売／サービス職、 コンサルタントなど

業界ごとに違いが生じる

*同業界であっても二極化が見られる

職種ごとでも推進度合いは大きく異なる

※ 5つのグループと全体傾向を比較し、あるグループのみで特徴的に多い属性を中心にピックアップ

1. エグゼクティブサマリー

前回から今回にかけての生成AIに対する関心度・推進度を比較し、4つの特徴的な業界層を抽出。前回から大きく順位を上げる業界がいる一方で、未だ様子見の業界も存在するなど、業界ごとの向き合い方の差異がうかがえる。



「パイオニア」「躍進」「期待向上」「様子見」のそれぞれの業界においては、単純なテキスト生成系だけでなく、アイデア検討への活用やプログラム生成など幅広いユースケースが検討されている。

業界タイプ	代表的な業界	回答割合が高いユースケース種類	ユースケースの具体例
パイオニア	<ul style="list-style-type: none"> テクノロジー 通信 	<ul style="list-style-type: none"> 生成AIサービスを社外提供(テクノロジー、通信) プログラム生成(テクノロジー) カスタマーサービスの自動化/省力化(通信) 	<ul style="list-style-type: none"> 生成AIモデル開発(テクノロジー、通信) プログラム生成AIサービス導入(テクノロジー) コールセンター向け生成AIサービス開発(通信)
躍進	<ul style="list-style-type: none"> ヘルスケアなど 自動車 	<ul style="list-style-type: none"> ブレインストーミングやアイデア出し(ヘルスケア) デザインや画像生成(自動車) 	<ul style="list-style-type: none"> 医師の事務作業を生成AIで削減(ヘルスケア) 車両設計を生成AIでサポート(自動車)
期待向上	<ul style="list-style-type: none"> 運輸/物流 建設など 不動産 	<ul style="list-style-type: none"> 文章執筆(運輸・物流) 報告書などの要約や調査・リサーチ(建設など) 動画生成(不動産) 	<ul style="list-style-type: none"> CAD図の設計欠陥チェック・レポート生成(建設など) 景観・装飾デザイン生成(不動産)
様子見	<ul style="list-style-type: none"> 化学 消費財など 小売 商社 	<ul style="list-style-type: none"> 文章執筆(化学) 動画生成(消費財など、小売) デザインや画像生成(小売) 文章の添削/校正や報告書などの要約(商社) 	<ul style="list-style-type: none"> 商品パッケージ生成(消費財など) 広告制作に生成AIを活用(消費財など、小売)

コミュニケーションや専門知見を必要とする職種が生成AI活用との相性が良く、フィジカルが求められる職種やリスク影響が大きい職種では活用が進んでいないと考えられる。

生成AI活用が進んでいる職種

生成AI活用が進んでいない職種

活用を進めるためのアイデア(例)

主な職種

【生成AIの社外提供が進んでいる職種】
コンサルタント、営業職、事務／アシスタント／受付／秘書、販売／サービス職

【生成AIの社内利用が進んでいる職種】
コンサルタント、営業職、弁護士／会計士／税理士／専門職(金融／人事／不動産等)

製造／生産管理／品質管理
配送／倉庫管理／物流
計理／財務・会計／経理
建築／土木系(技術職種)

活用が進んでいる／進んでいない理由(考察)

- ① 社外向けのコミュニケーションが発生する職種で社外提供が進んでおり、コミュニケーション補助ツールとして生成AIを利用／提供していると考えられる。
- ② 専門知識を必要とする職種で社内利用が進んでおり、ブレインストーミングなどの思考補助ツールとして利用されていると考えられる。

- ① フィジカルを利用する職種においては、生成AI活用用途が見いだせていないと考えられる。
- ② 生成物の不確実性が事故などの事象を引き起こす可能性がある職種では、活用が進んでいないと考えられる。
- ③ 企業独自の慣習・ルールに従った業務では、生成AI以前に適用箇所が不透明であり、活用が進んでいないと考えられる。

ロボティクス×生成AI

- ロボットと人間の仲立ち
- フィジカルと生成AIの融合

生成AIガバナンス体制構築

- 生成AI活用リスクの軽減
- リスクモニタリングの実施

ビジネスプロセス可視化

- 業務理解による効果的な生成AI活用

まとめ:生成AI活用推進に向けたPwCの4つの提言

	Facts	Opinions	Recommendations
1	4分の3の回答者は 競争に出遅れるリスク 、 新規競争の参入リスク を感じている。	「業界内で競争に後れを取らないため」「他社より劣勢にさらされないため」など、既存ビジネスの範囲で 「他社に負けない」 ことが 生成AI活用のモチベーション になっていると推察。	日本企業が生成AIを活用して世界で勝つためには、既存業務効率化だけでは不十分であり、 生成AI特有の価値創造を実現することが重要 である。
2	62%が、生成AI活用の課題として「必要なスキルを有する人材不足」と回答。 求められるスキル・情報は 「AI技術全般の理解」「生成AIの技術動向」 がそれぞれ最多。	生成AIの民主化によって専門家以外にも活用の門戸が広がったと推察。また、ハルシネーションリスクなどを背景として、効果的な活用のためには、技術的な理解などのAIリテラシーの重要性もより高まったと考えられる。	生成AIのユースケース検討と並行して、社内人材のリスキングや外部人材活用が急務。 職階や役割を問わず、全従業員が基礎的な技術とビジネスを理解したビジネストランスレーターを目指すことが重要 となる。
3	生成AI活用が進む業界では、 画像・音声やアイデア検討 など幅広い活用が検討されている。 一方で、配送や物流などの フィジカル領域 、品質管理や財務経理などの リスク管理の意識が強い職種 では、相対的に活用が遅い。	多くのユースケース創出やAIのマルチモーダル化が進み、もはや 生成AI活用と無関係な業界は存在しない 。ただし、職種によってはサイバーとフィジカルの融合や導入リスクの解消などの固有のハードルが存在。	生成AIにおいては 「適用できるのか」 ではなく 「どう適用するか」 の問いが重要。 また、生成AIの技術単体ではなく、 他技術との組み合わせやガバナンス体制の組成、業務プロセス整理なども併せて議論すべき 。
4	既に導入済みの回答者を含め、58%が 今後1年以内の生成AI導入 を予定していると回答。	現在の「実現性検証」の段階と比べ、今後は 「生成AI活用による成果創出」 がこれまで以上に重視されるようになると想定。	今後半年～1年に向けては、人材の育成・ベストプラクティスを共有するコミュニティ組成などに取り組み、業務プロセス全体を考慮した活用など、 効果の最大化にも力を入れていくことが重要 。

* 複数の種類の情報(テキスト、画像、音声、プログラム等)を統合して処理すること

2-1

回答者プロフィール



調査概要

調査実施時期: 2023年10月13日～10月16日

回答者数: 912名

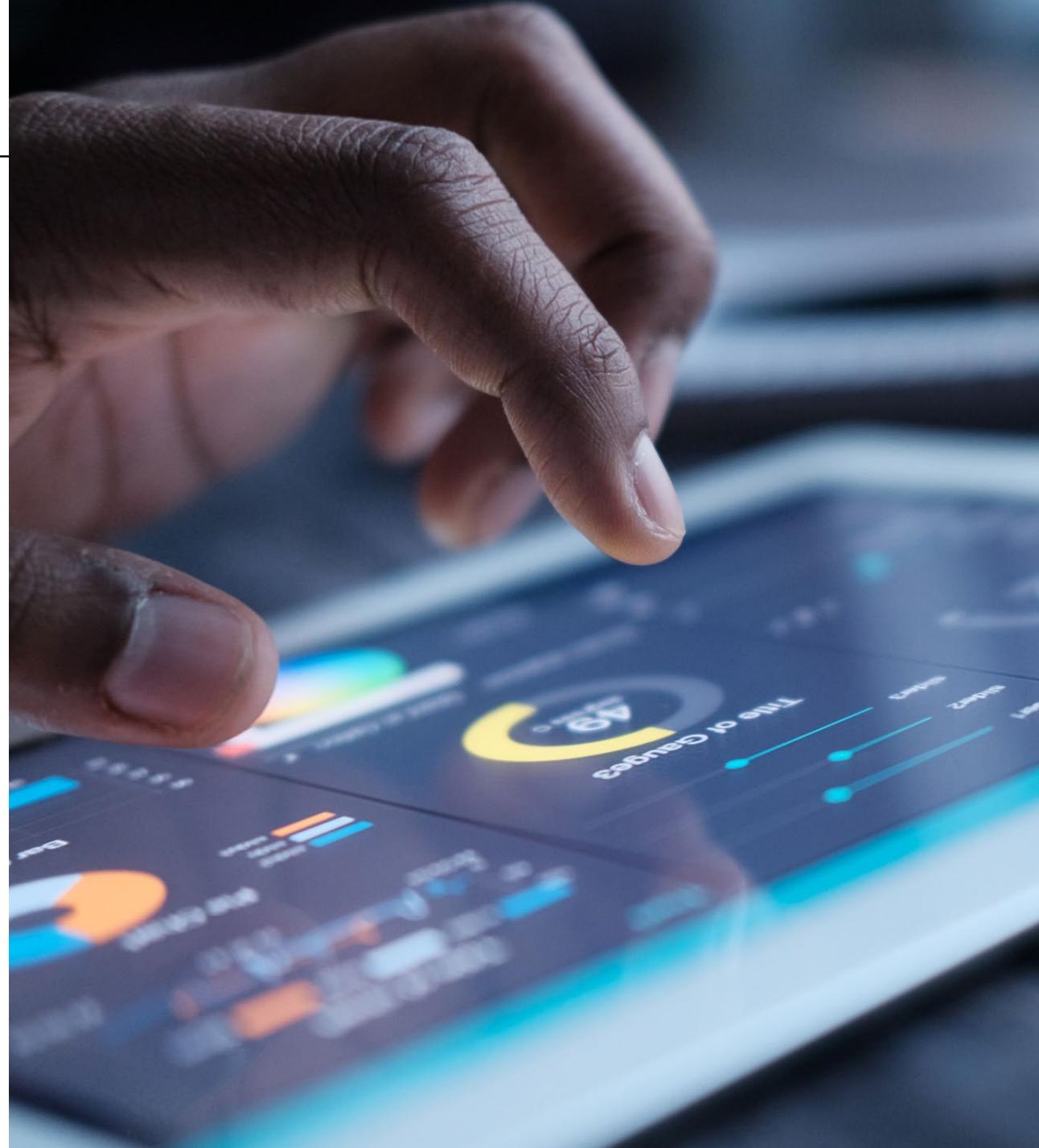
調査方法: Web調査

調査対象の条件:

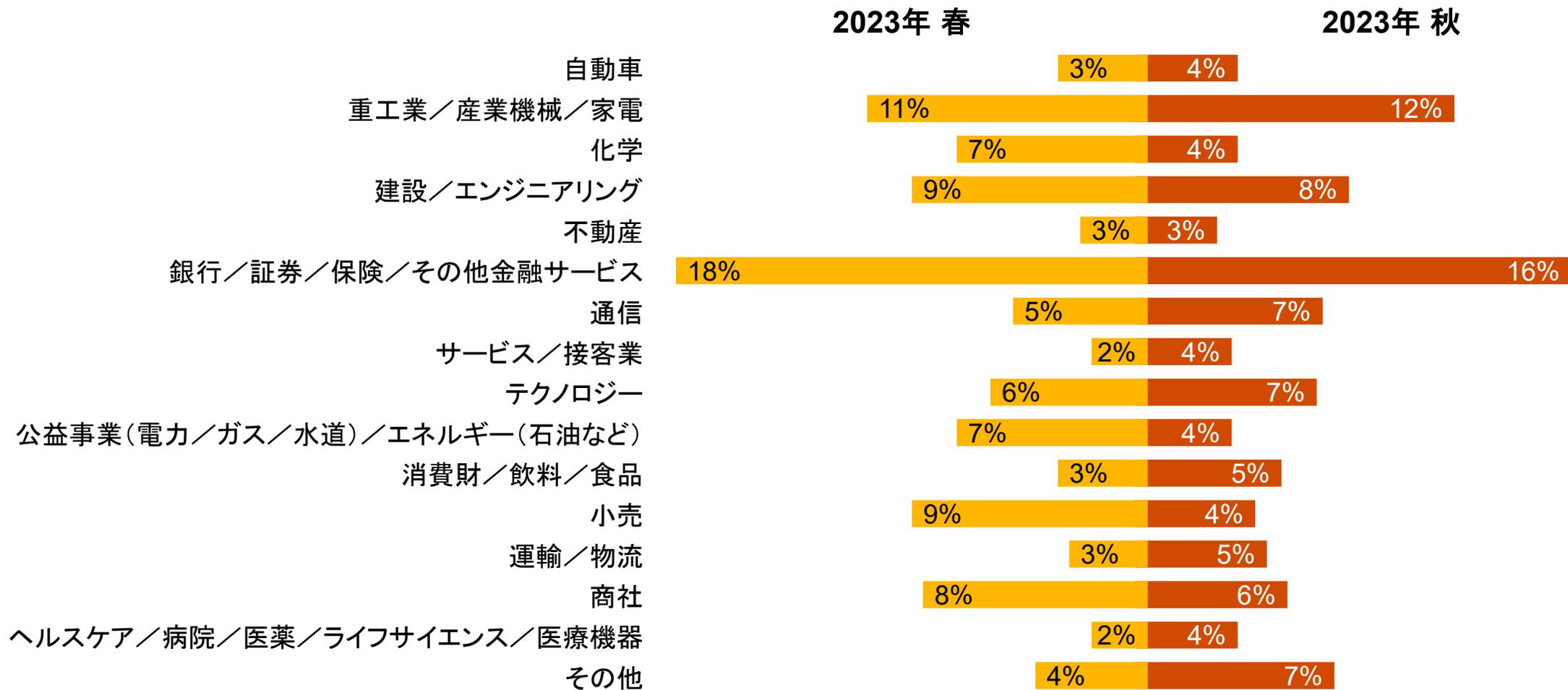
- 日本国内の企業・組織に所属する従業員
- 売上高500億円以上
- 課長職以上
- AI導入に対して何らかの関与がある人物
(意思決定、企画検討など)

質問内容:

生成AIに関する認知、興味・関心、活用状況、ガバナンス、今後の見込み、周囲への期待について

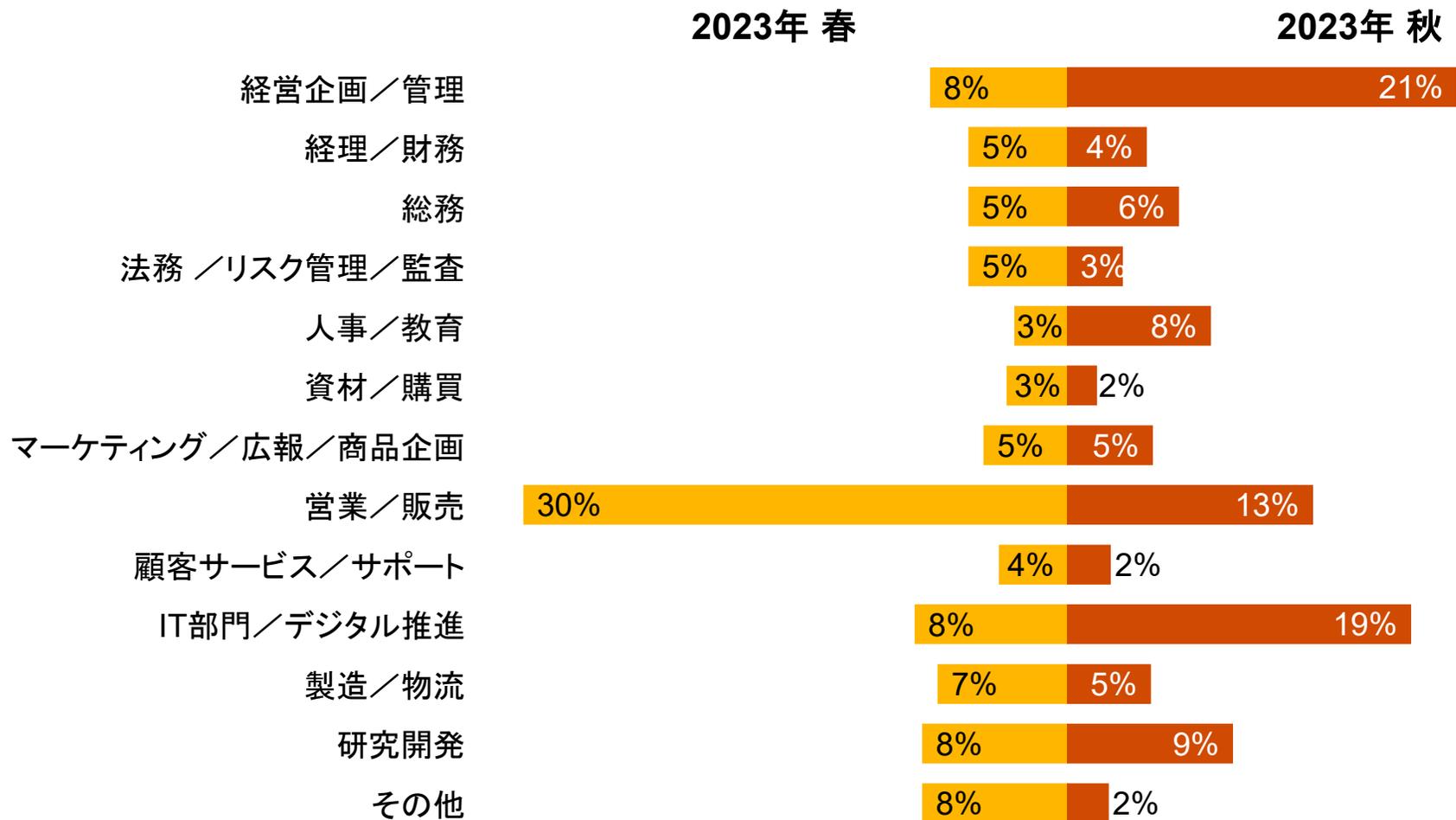


回答者属性 | 業界



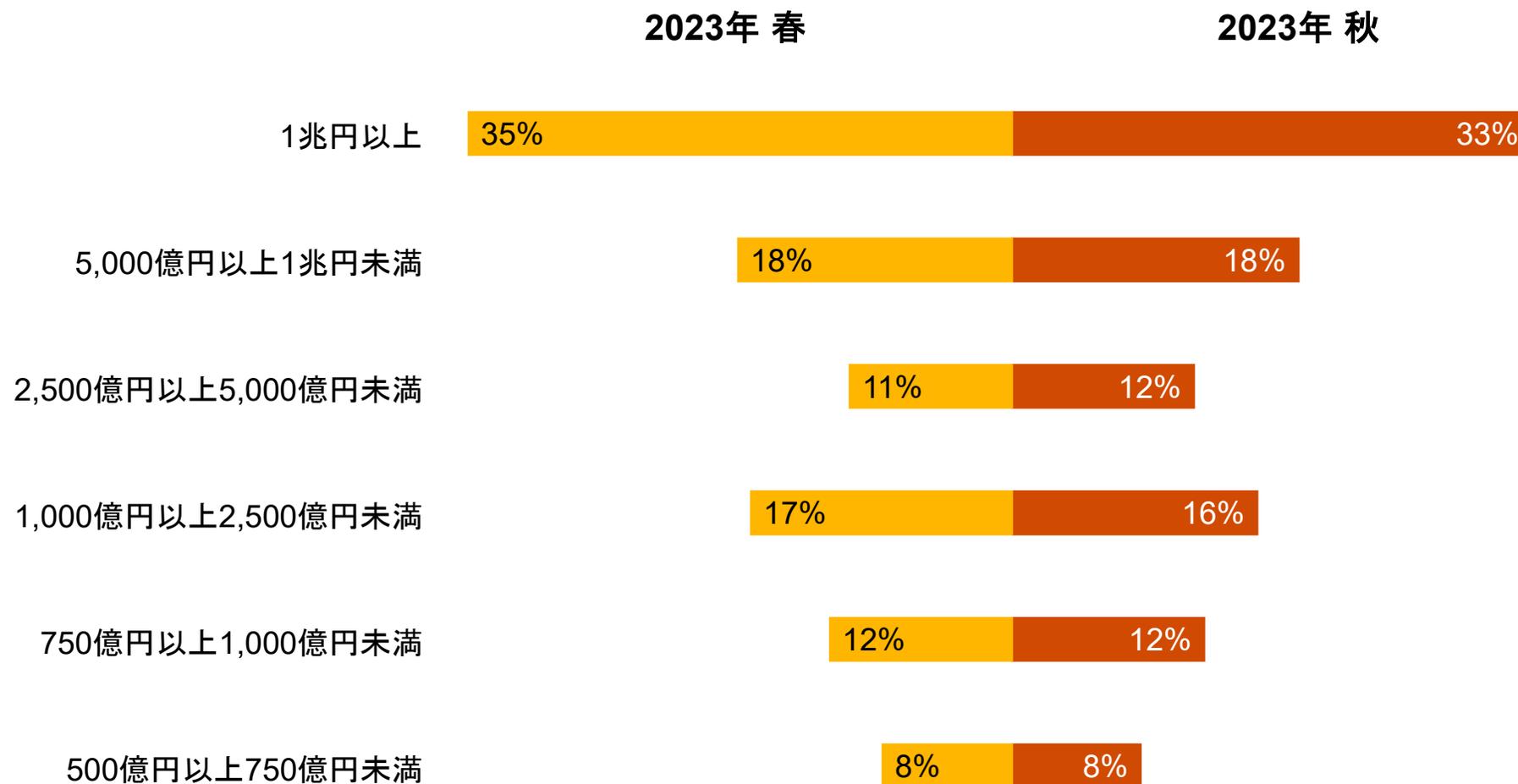
前回 : n=238
今回 : n=912

回答者属性 | 部門



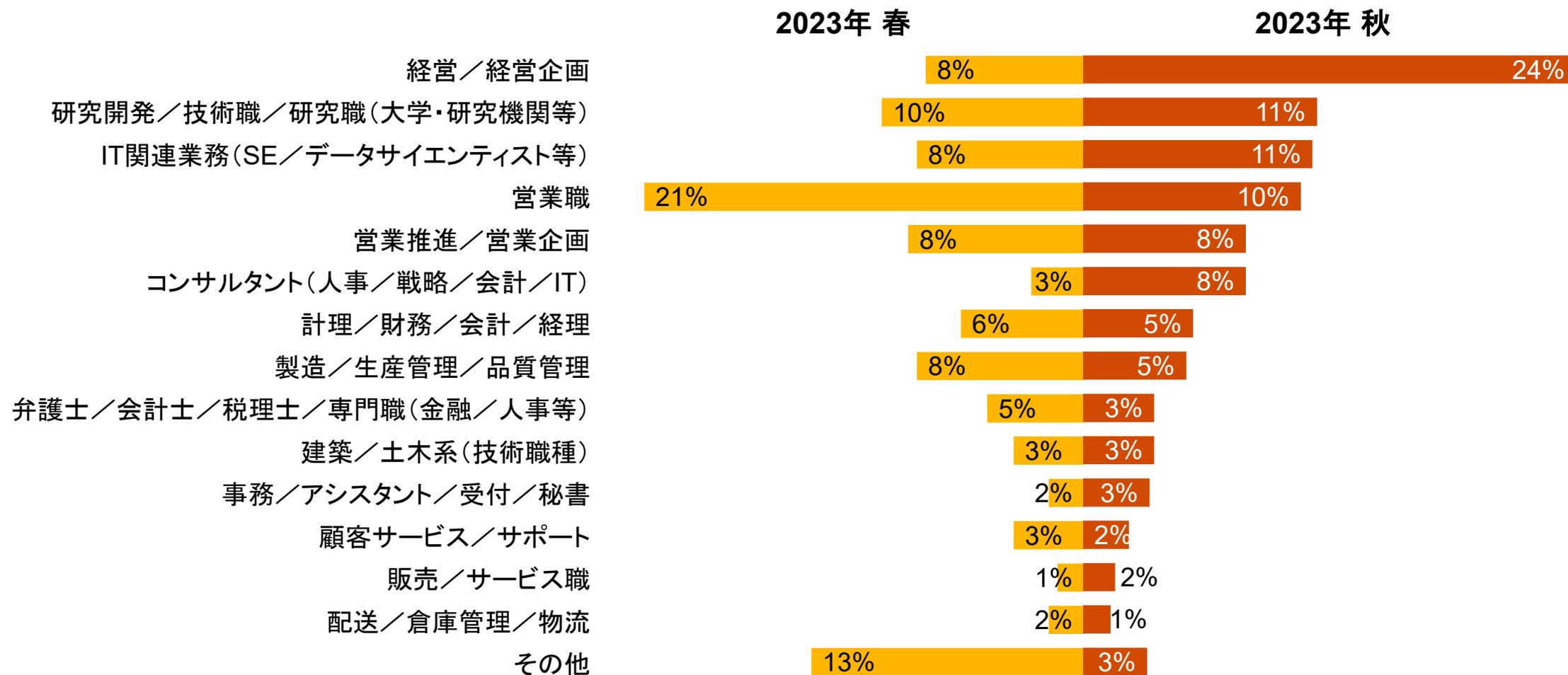
前回 : n=238
今回 : n=912

回答者属性 | 売上高



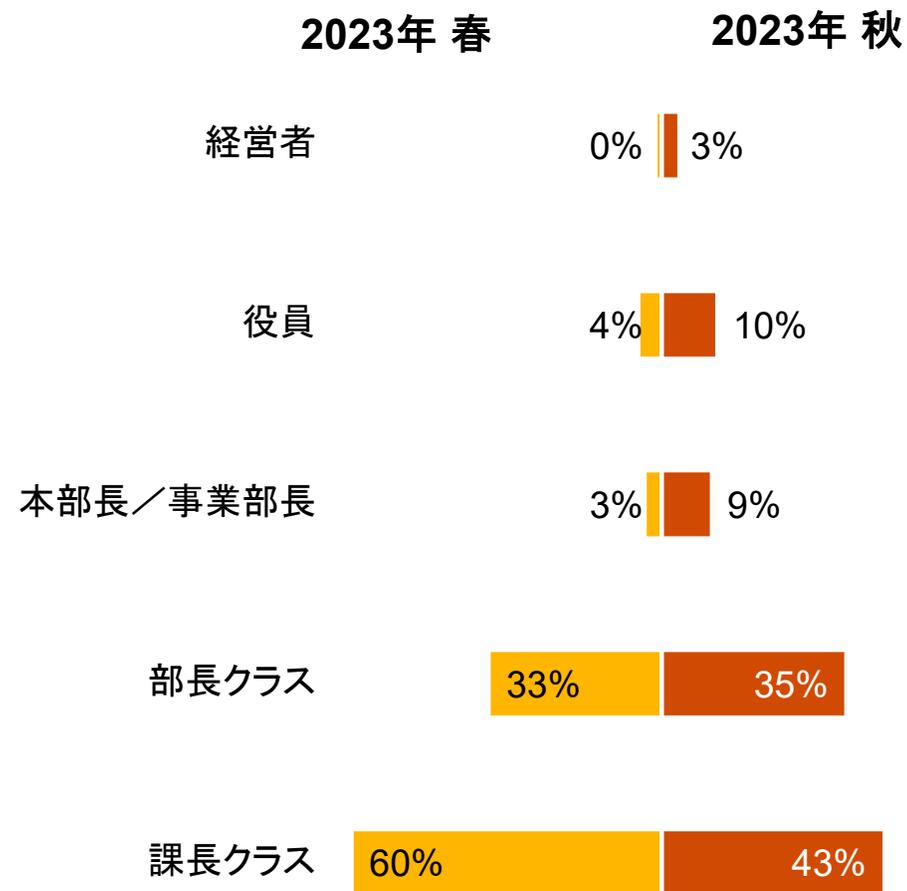
前回 : n=238
今回 : n=912

回答者属性 | 職種



前回 : n=238
今回 : n=912

回答者属性 | 役職

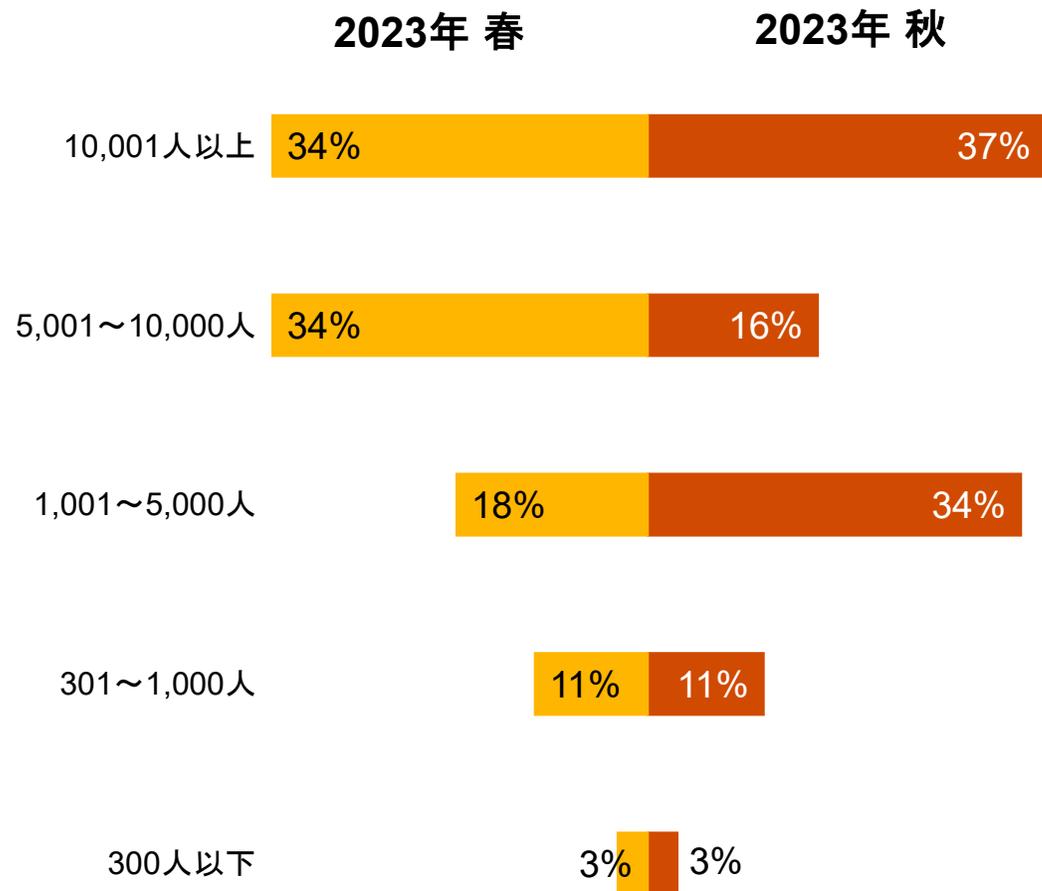


前回 : n=238
今回 : n=912

回答者の役職(列)と所属企業の売上規模(行)内訳

	経営者	役員	本部長／ 事業部長	部長 クラス	課長 クラス	合計
1兆円以上	11	17	23	101	152	304
5,000億円以上1兆円未満	2	16	10	45	71	144
2,500億円以上5,000億円未満	1	16	12	41	43	113
1,000億円以上2,500億円未満	3	24	21	66	54	168
750億円以上1,000億円未満	2	6	9	31	28	76
500億円以上750億円未満	5	13	7	39	43	107
合計	24	92	82	323	391	912

回答者属性 | 従業員数



前回 : n=238
今回 : n=912

所属企業の従業員数(列)と売上規模(行)内訳

	300人 以下	301~ 1,000人	1,001~ 5,000人	5,001~ 10,000人	10,001人 以上	合計
1兆円以上	2	3	28	40	231	304
5,000億円以上1兆円未満	2	7	25	44	66	144
2,500億円以上5,000億円未満	3	6	60	28	16	113
1,000億円以上2,500億円未満	9	25	101	22	11	168
750億円以上1,000億円未満	2	27	38	5	4	76
500億円以上750億円未満	8	30	60	4	5	107
合計	26	98	312	143	333	912

2-2

全体傾向

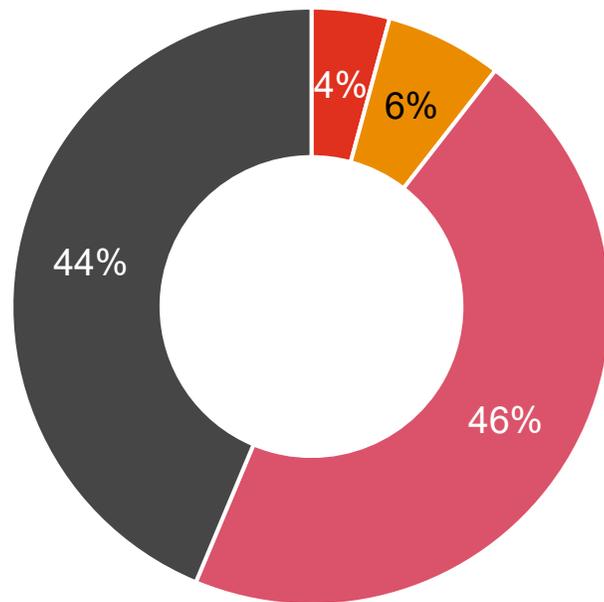


認知

生成AIの認知度が96%（春の調査から+40pt）に到達。また73%は生成AIを利用した経験があり、18%は業務／事業で活用している。

Q 生成AI(Generative AI)の認知度合いについて、最も当てはまるものをお答えください。

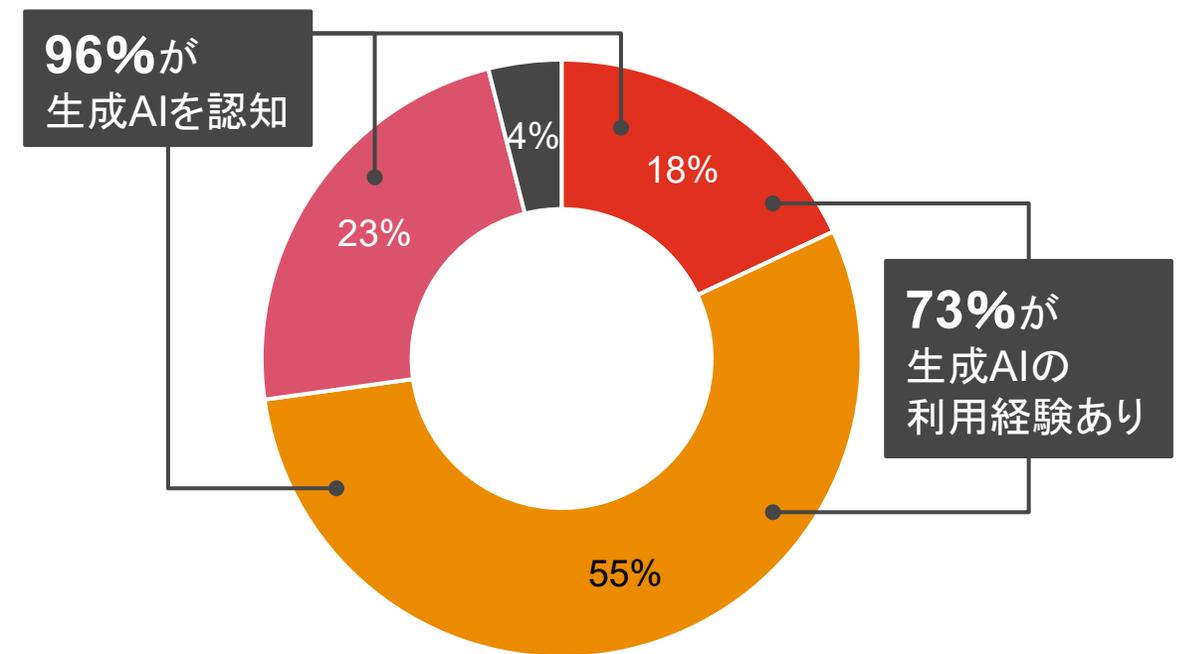
2023 春



■ 業務／事業で活用している

■ 生成AIを使ったことがある

2023 秋



■ 聞いたことがある

■ 全く知らない

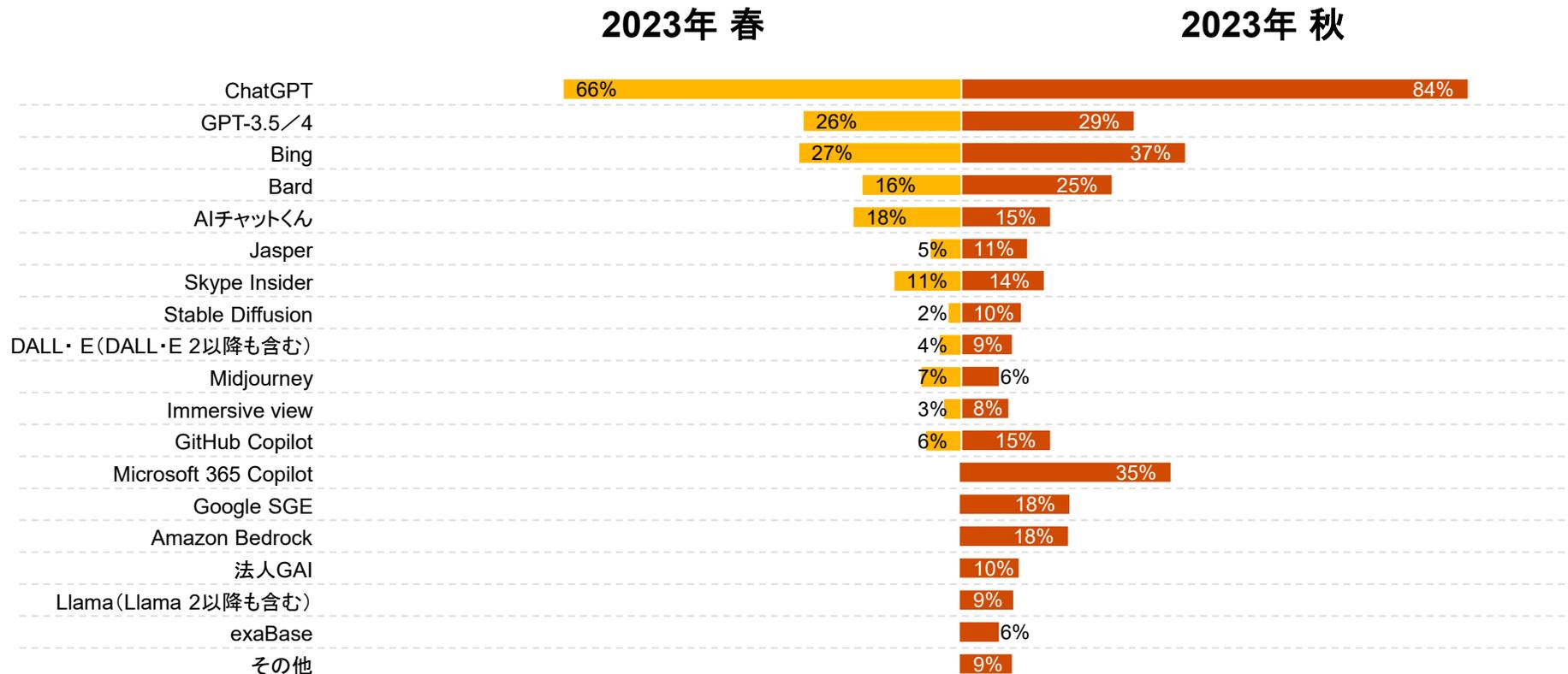
前回：n=238

今回：n=912

※ 2023 春の選択肢の「社内業務や事業等での活用を検討していると聞いたことがある」、「特定のサービスを使ったことがある」を「生成AIを使ったことがある」として再集計

ChatGPTの認知度は84%（春の調査から+18pt）で他のサービスと比較して突出。一方で画像生成のサービス（DALL・E、Stable Diffusion、Midjourney等）は10%以下の認知度と、差が大きい。

Q 生成AIに関するサービス・キーワードについて、ご存じのものをお答えください。



前回：n=134

今回：n=876

※2023年春の調査では、「Microsoft 365 Copilot」以下の選択肢がなかったため、無表記

「これから活用が広がる技術」との回答が60%（春の調査から-11pt）となり、依然として回答数としては最も多く、注目を集めている。

Q 前問で「生成AIを活用している」「使ったことがある」「聞いたことがある」と答えた方にお伺いします。世の中における生成AIの現状について、どのように理解していますか。最も当てはまるものをお答えください。

2023年 春

2023年 秋

まだ研究段階であり、活用の目途がついていない

7% 4%

これから活用が広がってくる注目すべき技術

71% 60%

落ち着いてきている兆候はあるものの、本質的には活用が拡大していく

9% 15%

少し盛り上がりは見せたものの、これから徐々に衰退していく

1% 4%

社会を変革する可能性を秘めている

12% 17%

前回：n=129

今回：n=874

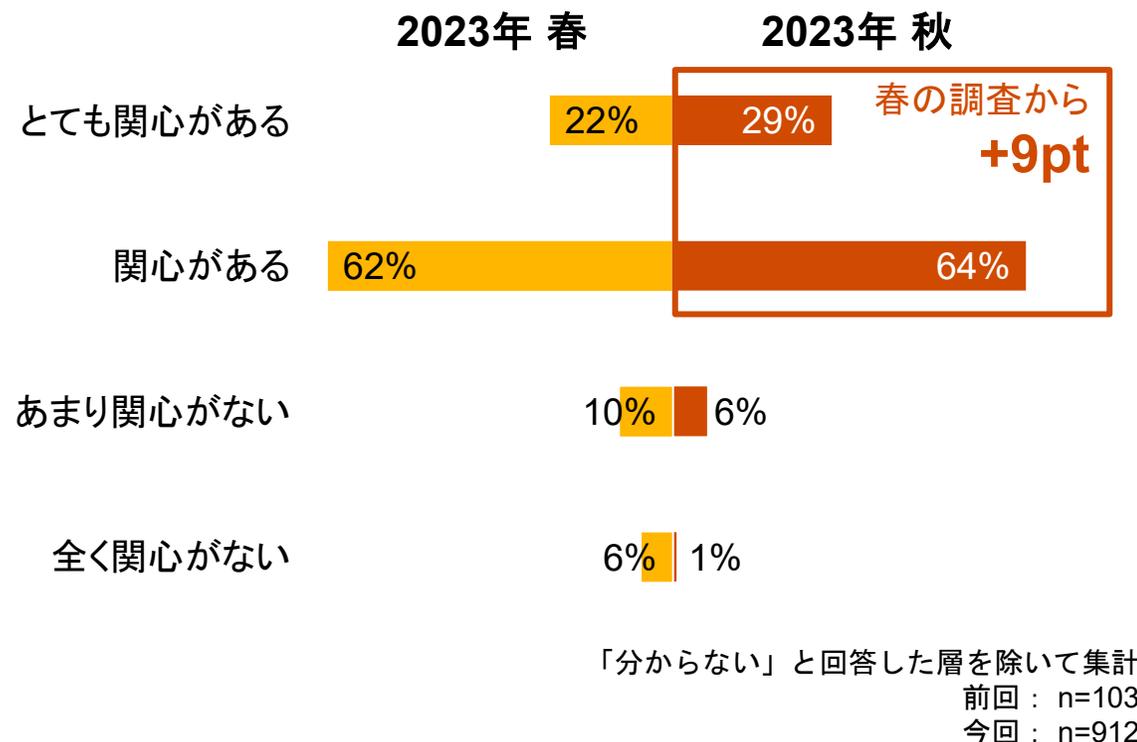
興味・関心

自社活用に関心がある層は合計で93%(春の調査から+9pt)、他社での活用(他社事例)に関心がある層は合計で91%(同、+38pt)となった。自社・他社問わず多くの回答者が生成AI活用に関心を持っている。

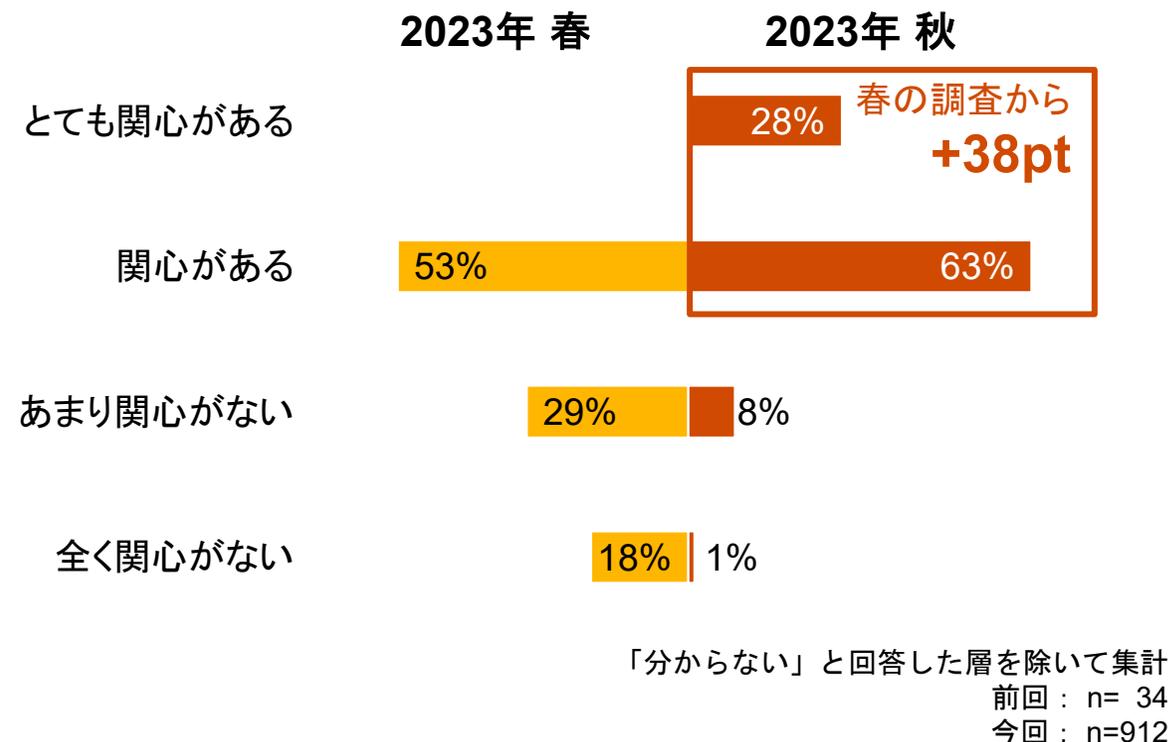
Q あなたは、生成AIの活用についてどの程度関心がありますか。

自社での活用、他社での活用(他社事例)のそれぞれについて、最も当てはまるものをお答えください。

自社での活用への関心度



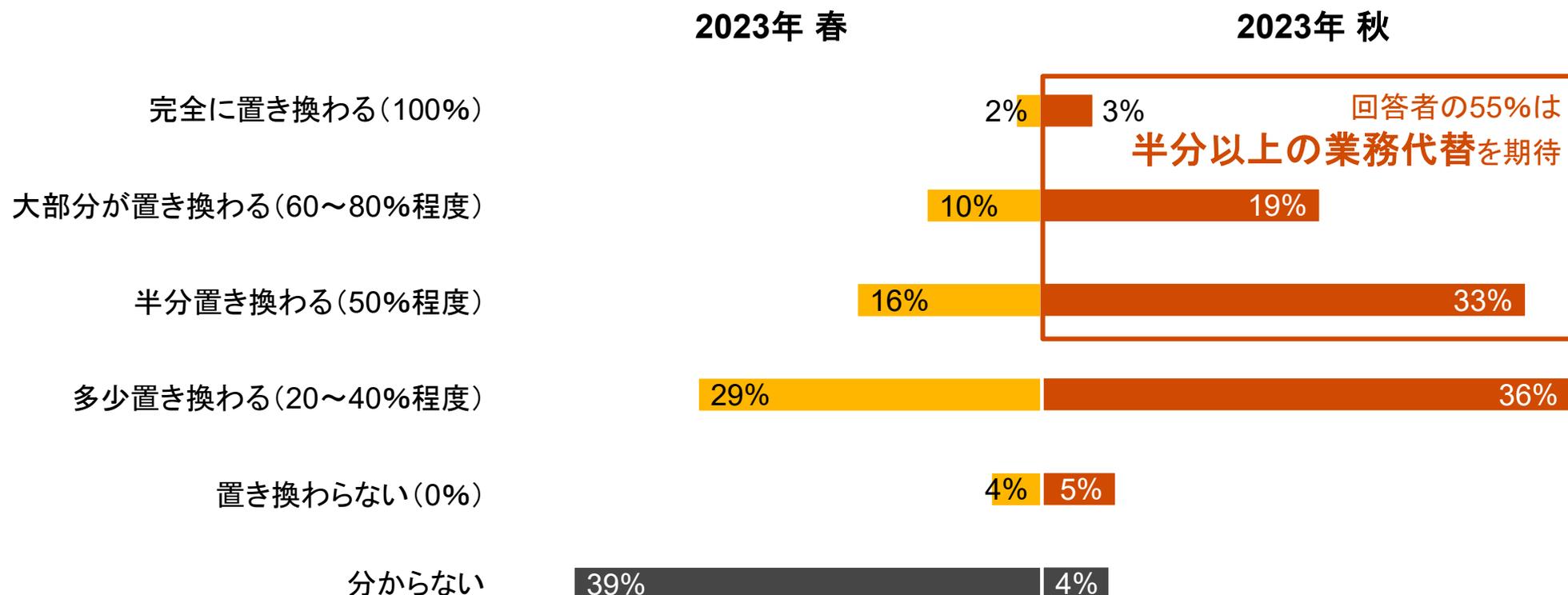
他社での活用(他社事例)への関心度



※2023年春の調査では、他社事例への「とても関心がある」の選択肢がなかったため、無表記

生成AIによって「自身の業務が50%以上置き換わる」と回答した層が合計で55%（春の調査から+27pt）となった一方で、「分からない」との回答は4%（同、-35pt）となり、業務代替に対する期待が高まっている。

Q 生成AIによって、あなたの業務はどの程度AIに置き換わるとお考えですか。最も当てはまるものをお答えください。

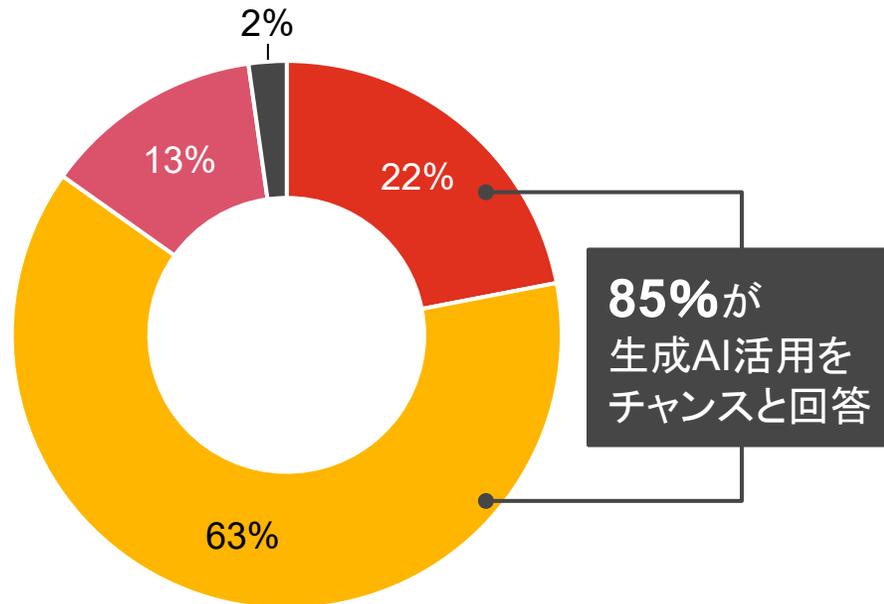


前回：n=238

今回：n=912

「生成AIの活用は自社のチャンス」だと捉える層が合計で85%となる一方、「脅威」だと捉える層は合計で47%となった。

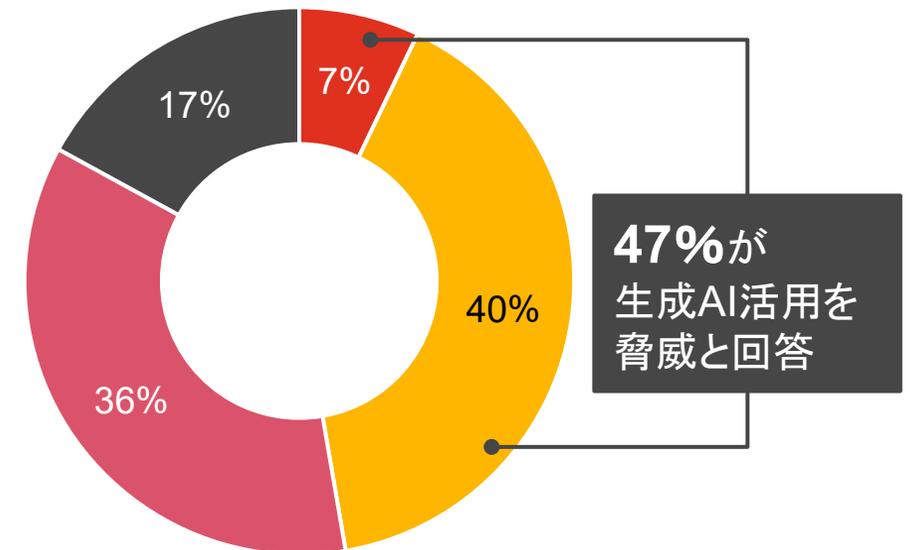
Q あなたは、あなたが働く会社において、生成AIの活用はチャンスになり得ると思いますか。



■ とてもチャンスだと思う ■ チャンスだと思う
■ あまりチャンスとは思わない ■ チャンスとは思わない

「分からない」と回答した層を除いて集計
n=897

Q あなたは、あなたが働く会社において、生成AIの活用は脅威になり得ると思いますか。

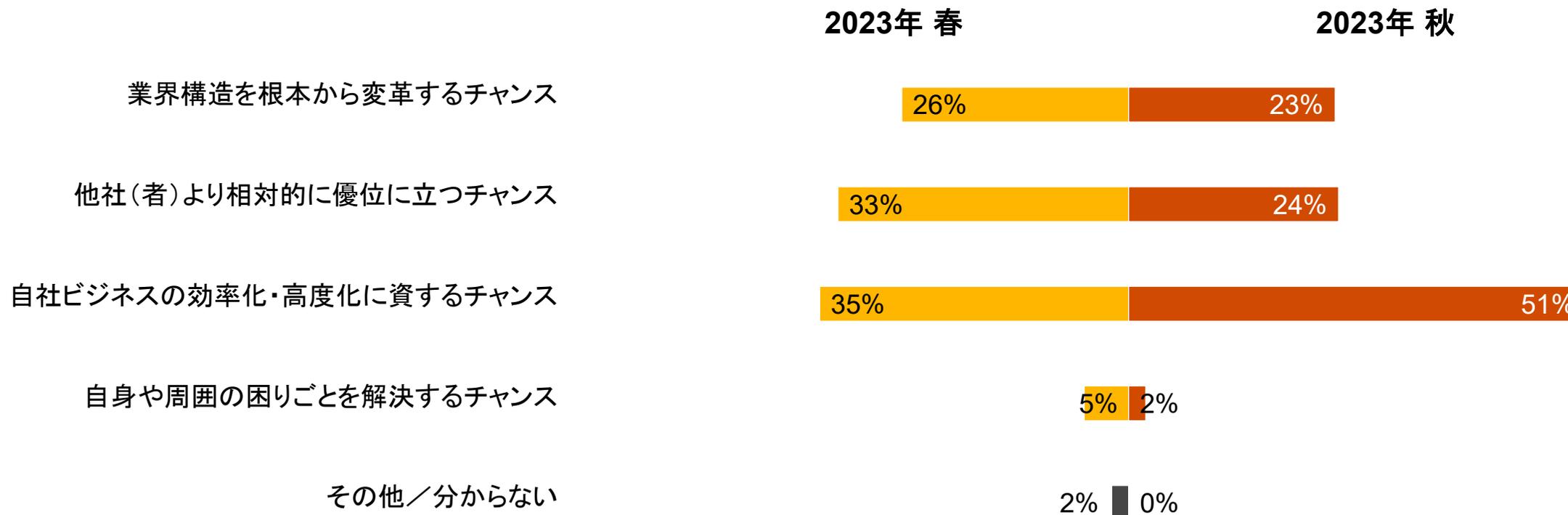


■ とても脅威だと思う ■ 脅威だと思う
■ あまり脅威とは思わない ■ 脅威とは思わない

「分からない」と回答した層を除いて集計
n=888

「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」との回答が51%（春の調査から+16pt）となった一方で、「他社（者）より相対的に優位に立つチャンス」との回答は24%（同、-9pt）となった。

Q 前問で「とてもチャンスだと思う」「チャンスだと思う」を選択した方にお伺いします。
生成AIを具体的にどのようなチャンスだと思うか、最も当てはまるものをお答えください。

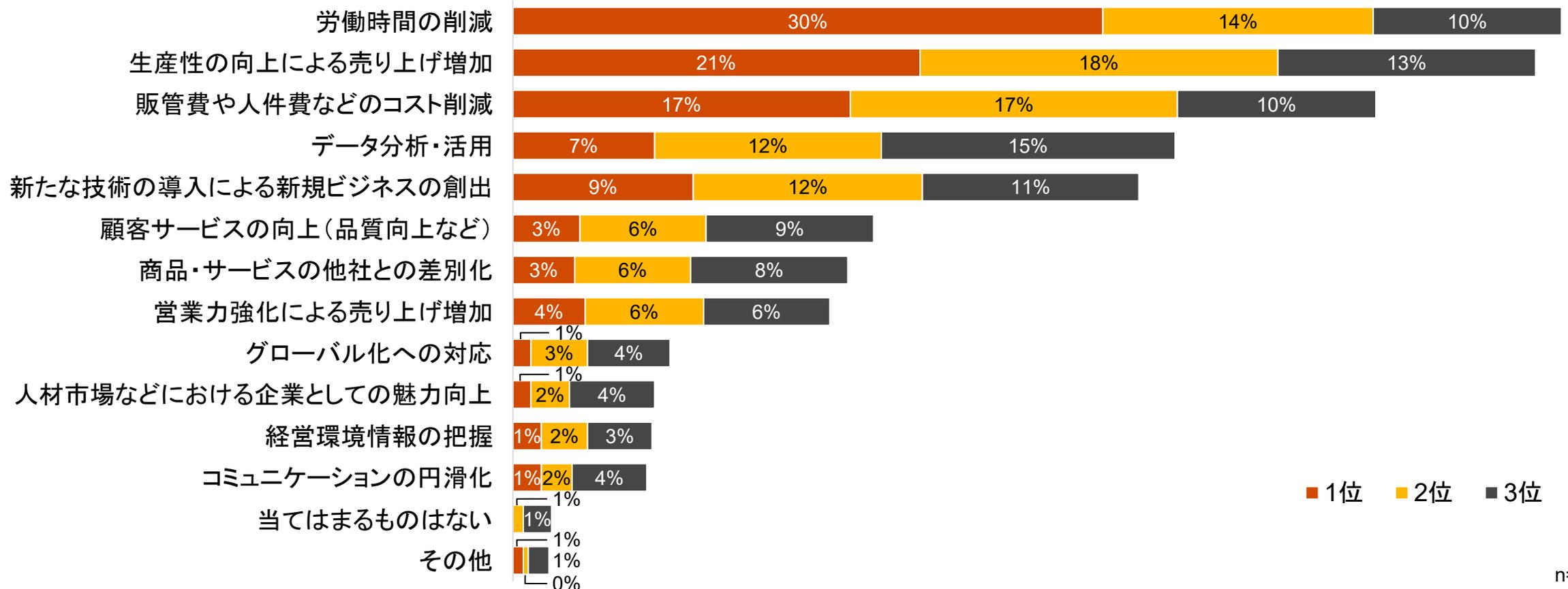


前回：n= 98
今回：n=761

※ 2023 春の調査では、上位から順に3つを回答であるため、比較のため1位回答のみを抽出して再集計

生成AIが自社にとって「チャンス」と答えた理由は、「労働時間やコスト(人件費等)の削減」と「生産性向上による売り上げ増加」が上位。

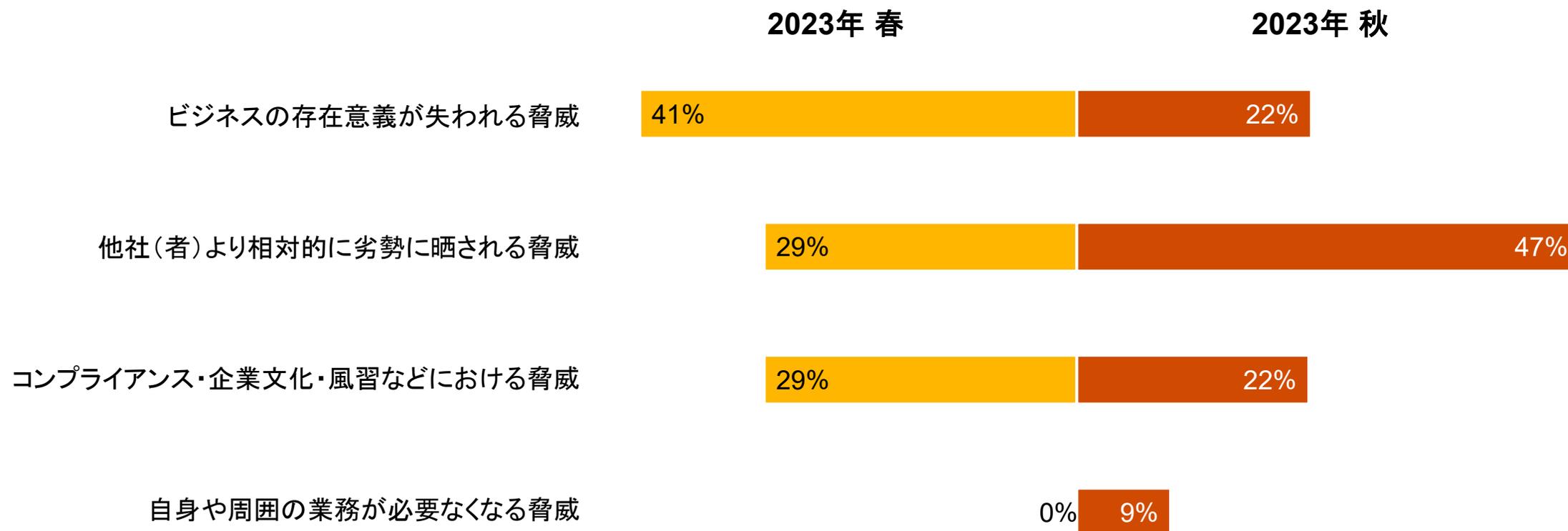
Q 前問で「とてもチャンスだと思う」「チャンスだと思う」を選択した方にお伺いします。
生成AIに期待することについて、当てはまるものの上位3つをお答えください。



n=761

「ビジネスの存在意義が失われる脅威」との回答が22%（春の調査から-19pt）に。「他社（者）より相対的に劣勢に晒される脅威」の回答は47%（同、+18pt）となった。

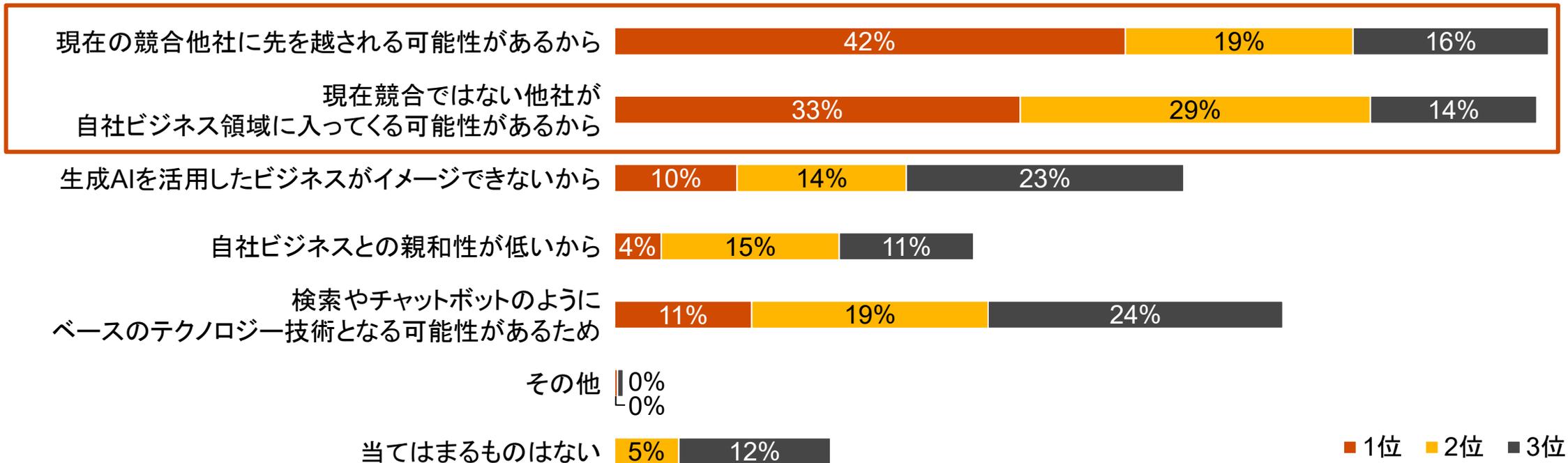
- Q 前問で「とても脅威だと思う」「脅威だと思う」を選択した方にお伺いします。
生成AIを具体的にどのような脅威だと思うか、最も当てはまるものをお答えください。



「分からない」と回答した層を除いて集計
前回：n=18
今回：n=413

生成AIが自社にとって「脅威」と答えた理由は、「競合に出遅れる可能性」と「新規競合の参入可能性」が上位。

Q 前問で「とても脅威だと思う」「脅威だと思う」を選択した方にお伺いします。
生成AIを脅威と感じている理由のうち、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。



n=420

参考情報)

Q 前問で「とても脅威だと思う」「脅威だと思う」を選択した方にお伺いします。
生成AIを脅威と感じている理由のうち、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。

2023年 春

2023年 秋

現在の競合他社に先を越される可能性があるから



現在競合ではない他社が
自社ビジネス領域に入ってくる可能性があるから



生成AIを活用したビジネスがイメージできないから



自社ビジネスとの親和性が低いから



検索やチャットボットのように
ベースのテクノロジー技術となる可能性があるため



その他



当てはまるものはない



■ 1位 ■ 2位 ■ 3位

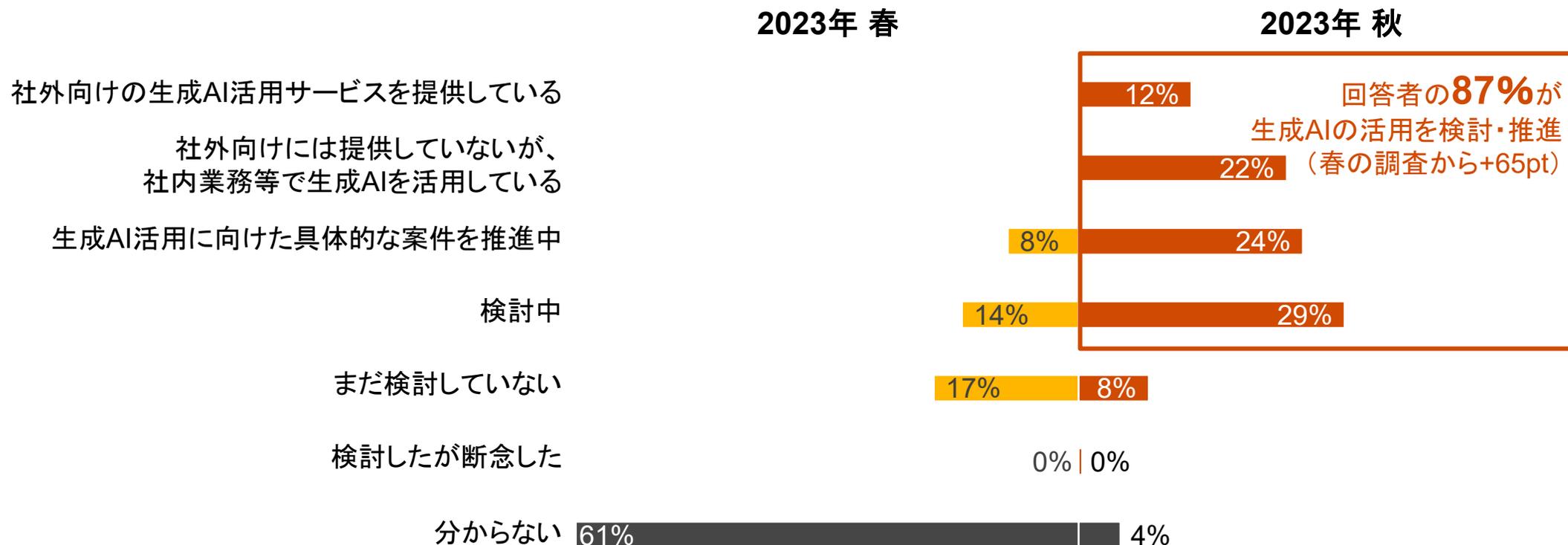
前回 : n=418

今回 : n=420

活用状況

生成AI活用が具体的に進んでいるのは全体の87%（春の調査から+65pt）となり、また34%は既に社内業務利用や社外提供等を始めている。

Q あなたが働く会社における、生成AI活用の推進度合いについてお伺いします。
社内向けまたは社外向けの生成AI活用の検討の度合いとして、最も当てはまるものをお答えください。



※2023 春の選択肢の「予算化済み」を「生成AI活用に向けた具体的な案件を推進中」に統合

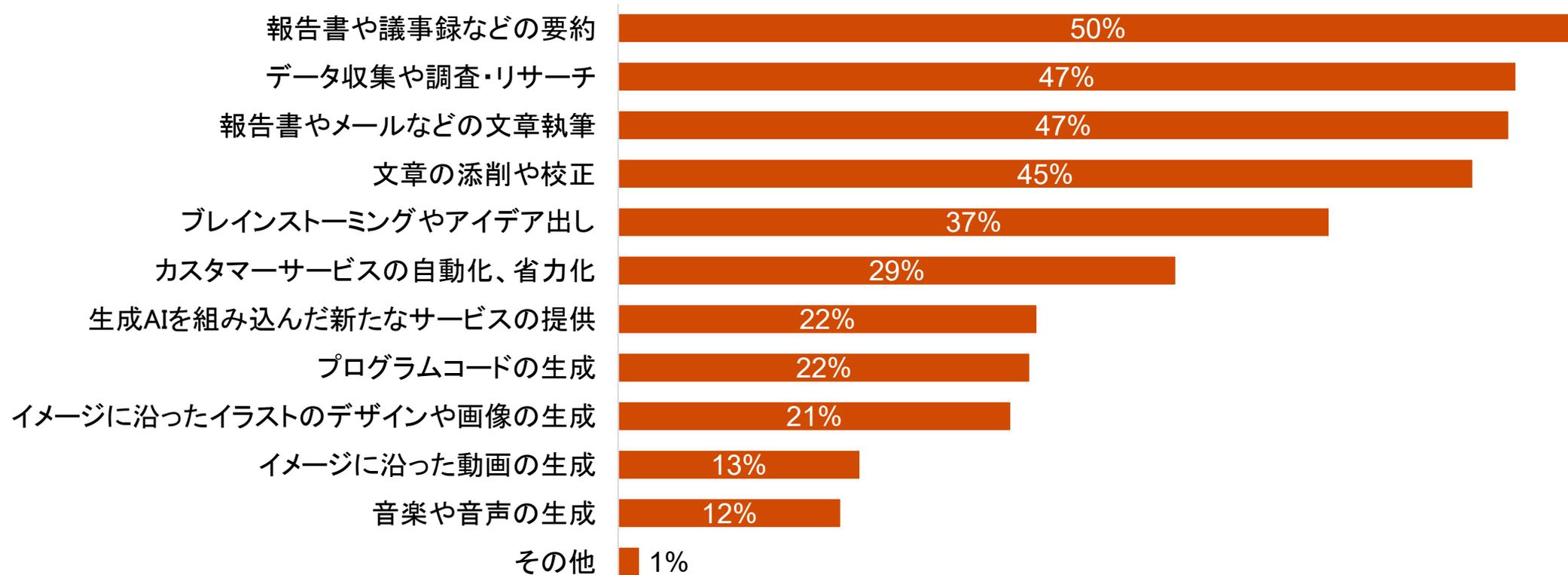
2023 春の調査では、「社外向けの生成AI活用サービスを提供している」と「社外向けには提供していないが、社内業務等で生成AIを活用している」の選択肢がなかったため、無表記

前回： n=238

今回： n=912

実現済み／検討中のユースケースとして、要約や文章執筆といったテキスト生成のユースケースが上位を占め、画像／音声／プログラミング生成のユースケースは劣後している。

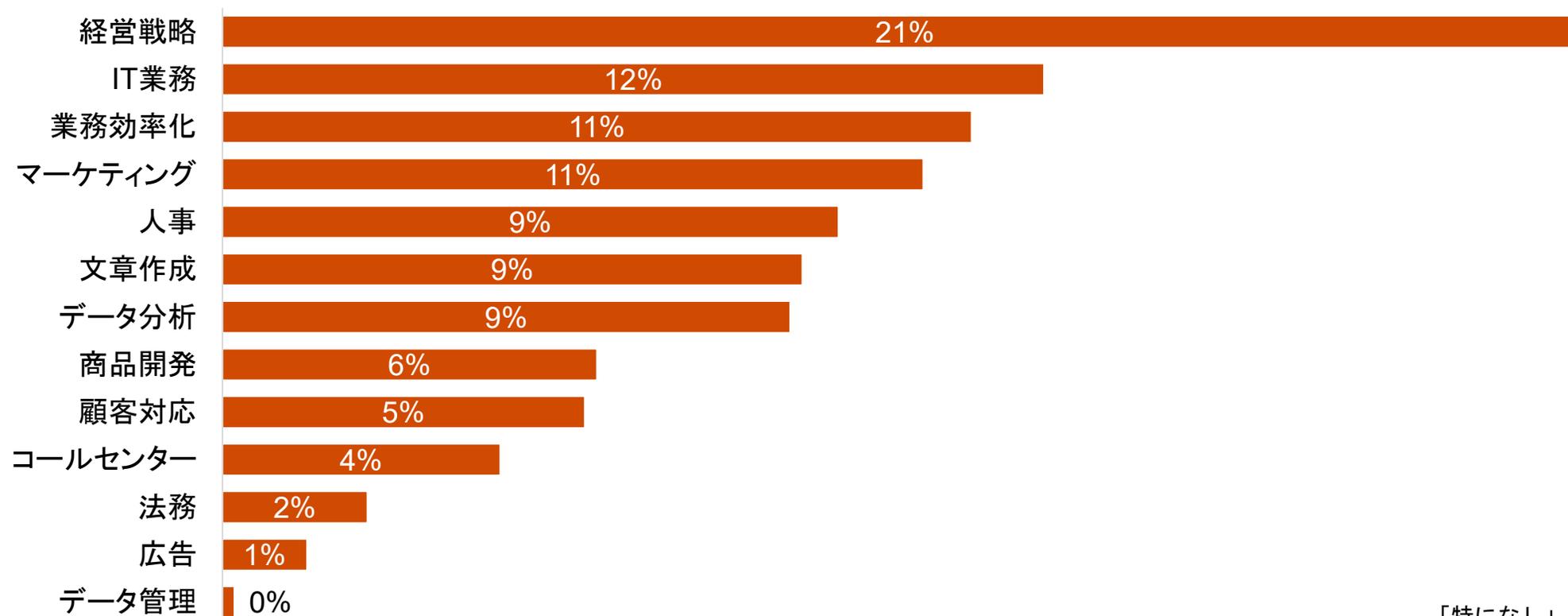
Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。
現在検討されている(あるいは既に実現できている)生成AIのユースケースとして、当てはまるものをお答えください。



n=799

生成AI適用先として、経営戦略に関連する業務との回答が約20%と、突出して多い。

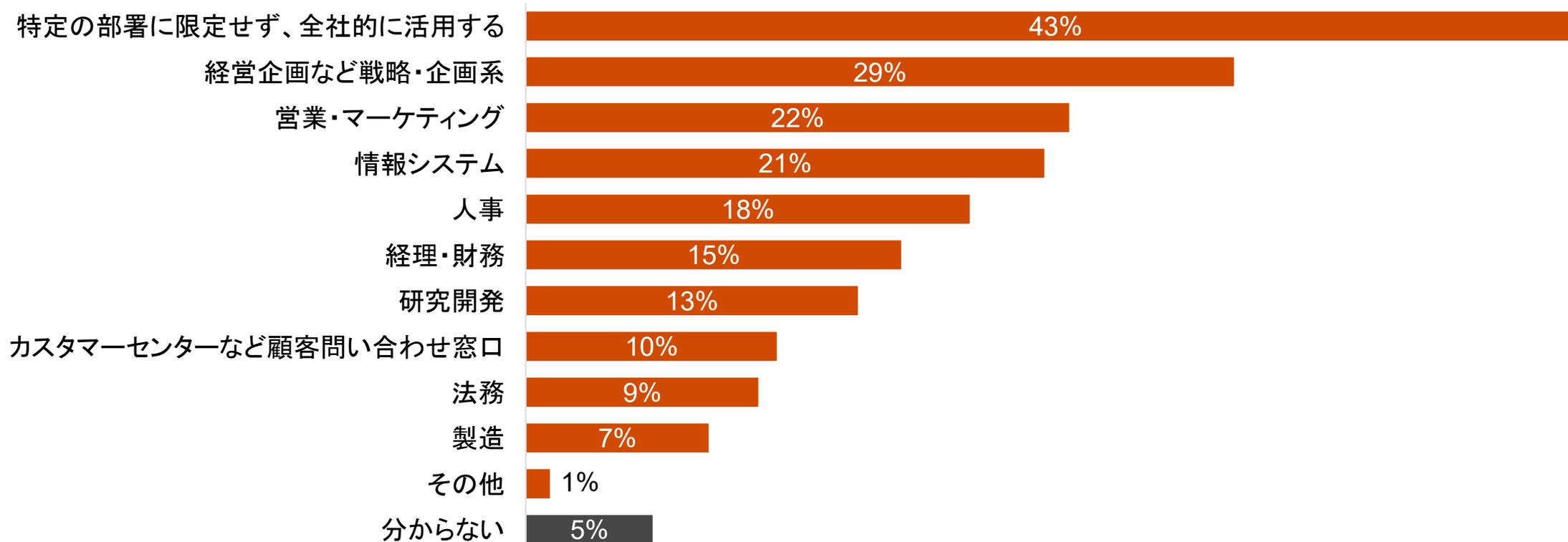
Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。
具体的にどのような業務に対して適用を考えているか、詳細を教えてください。



「特になし」と回答した層を除いて集計
n=547

特定の部署に限定せず、全社的に生成AIを活用するとの回答が43%となる一方、特定の部署での活用は経営企画など戦略・企画系の部署が29%程度で上位となる。

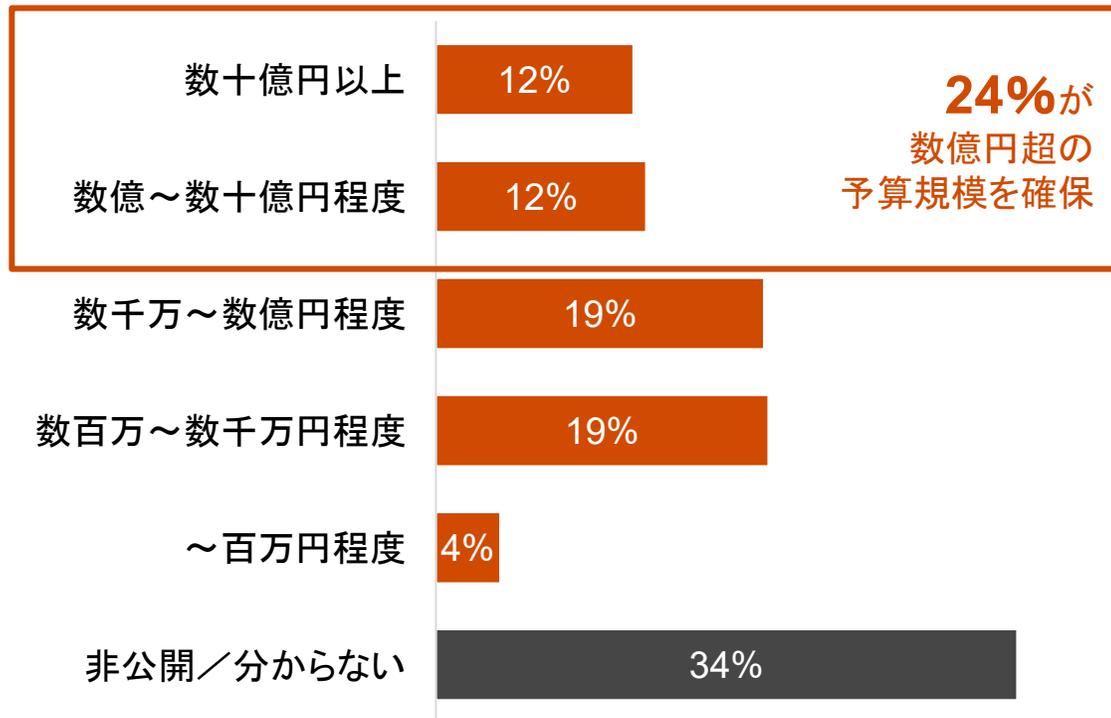
Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。
利用・導入する(検討されている)生成AIについて、どのような部署の社員が活用する予定ですか。当てはまるものをお答えください。



n=799

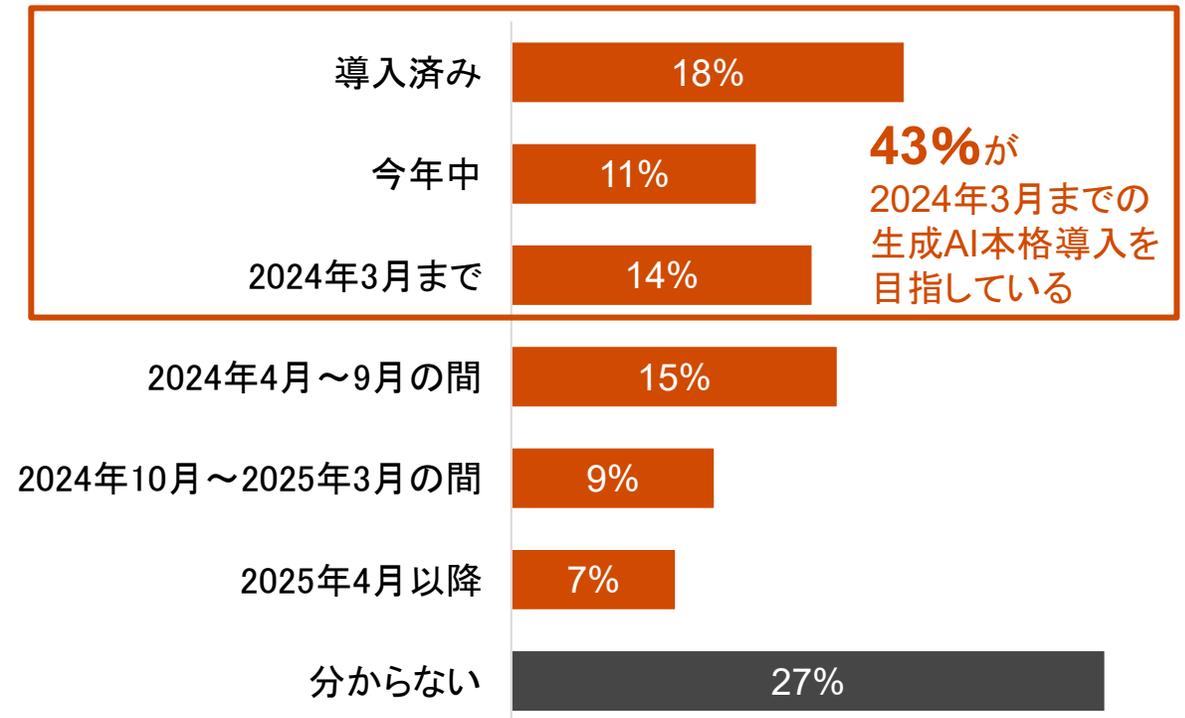
回答者の24%は生成AI活用に数億円超の予算規模を確保。 また、43%は2024年3月末までの生成AI本格導入を目指している。

Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。本検討に関する予算規模について、最も当てはまるものをお答えください。



n=799

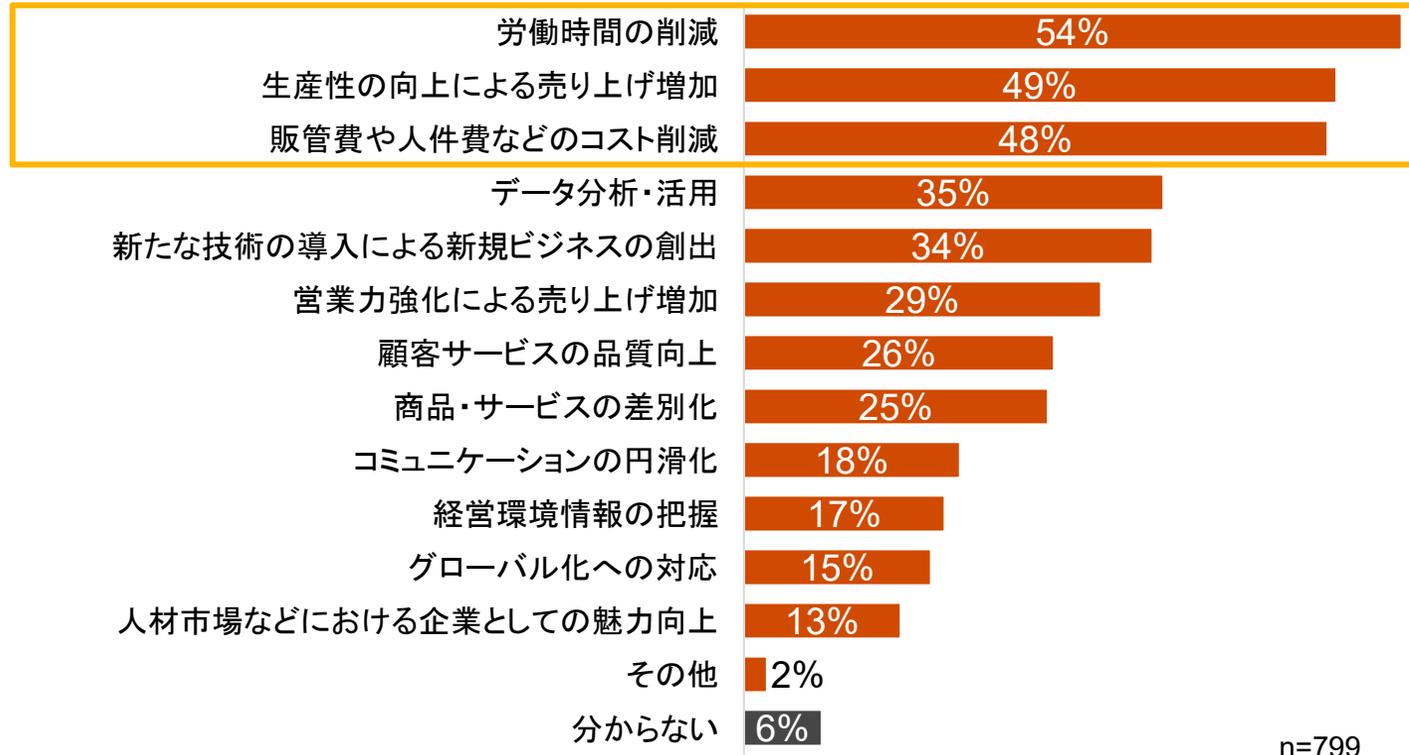
Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。あなたが働く会社において、生成AIの本格導入はいつごろを想定していますか。最も当てはまるものをお答えください。



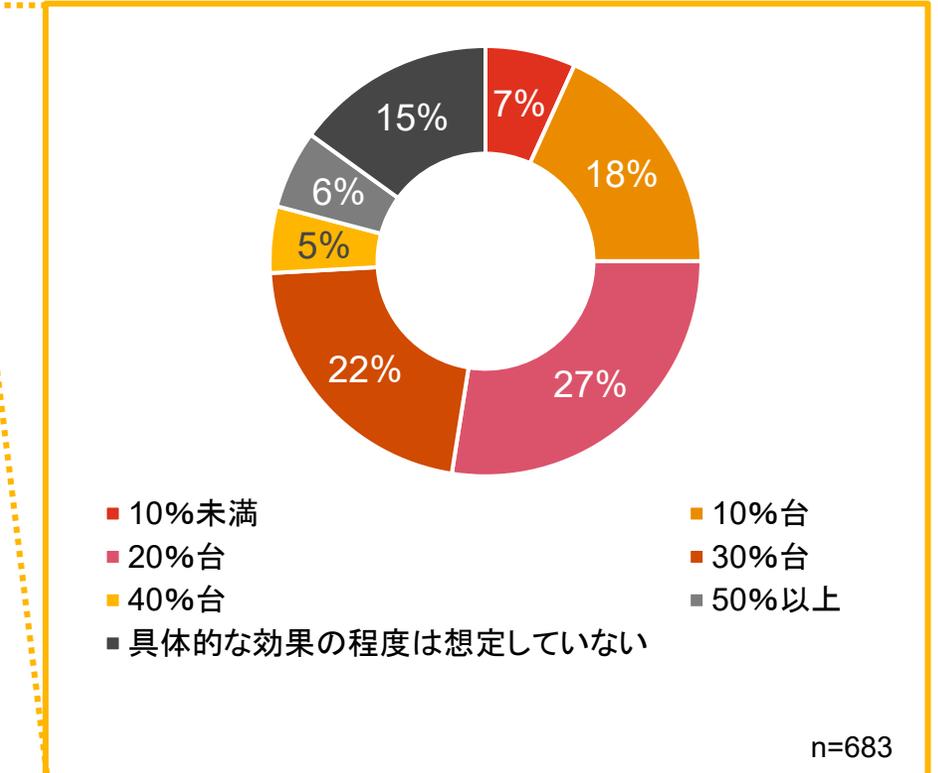
n=799

導入済み／検討中の生成AI活用の期待効果として「労働時間やコスト(人件費等)の削減」と「生産性向上による売り上げ増加」が上位であり、これらの活用効果の程度として20%～30%台との回答が49%となった。

Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。現在検討されている(あるいは既に導入されている)生成AI活用の取り組みの期待効果として、最も当てはまるものをお答えください。

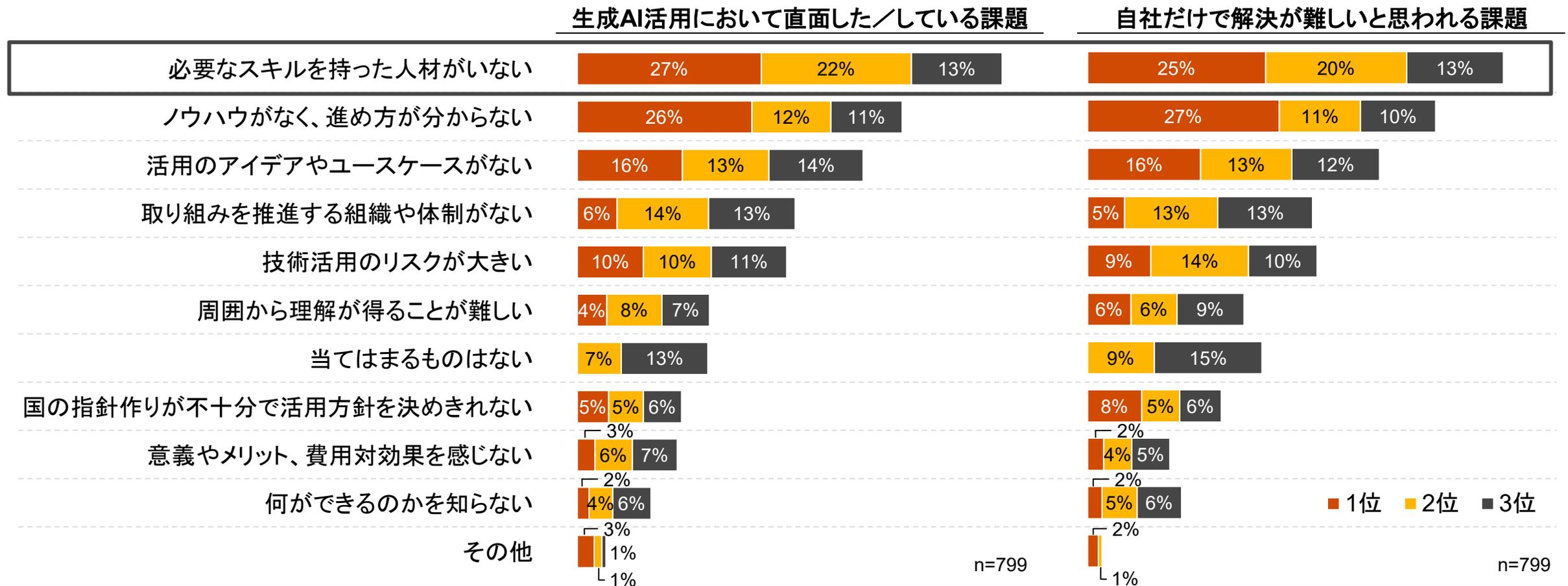


Q 「労働時間の削減」「コスト削減」「売上増加」と回答された方にお伺いします。生成AI活用の効果として、期待されている程度をお答えください。



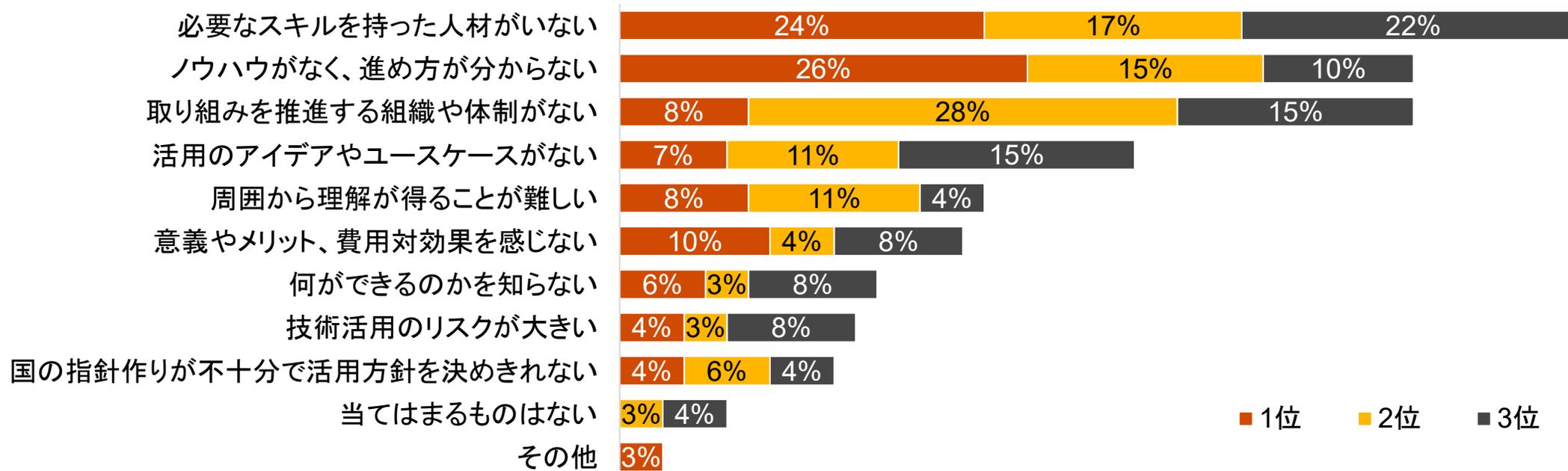
62%が生成AI活用に必要なスキルを有する人材がいないと回答。また同選択肢は、自社だけで解決が難しいと思われる課題としても最上位に上がっている(58%が回答)。

Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。最も当てはまるものの上位3つをお答えください。



参考資料)

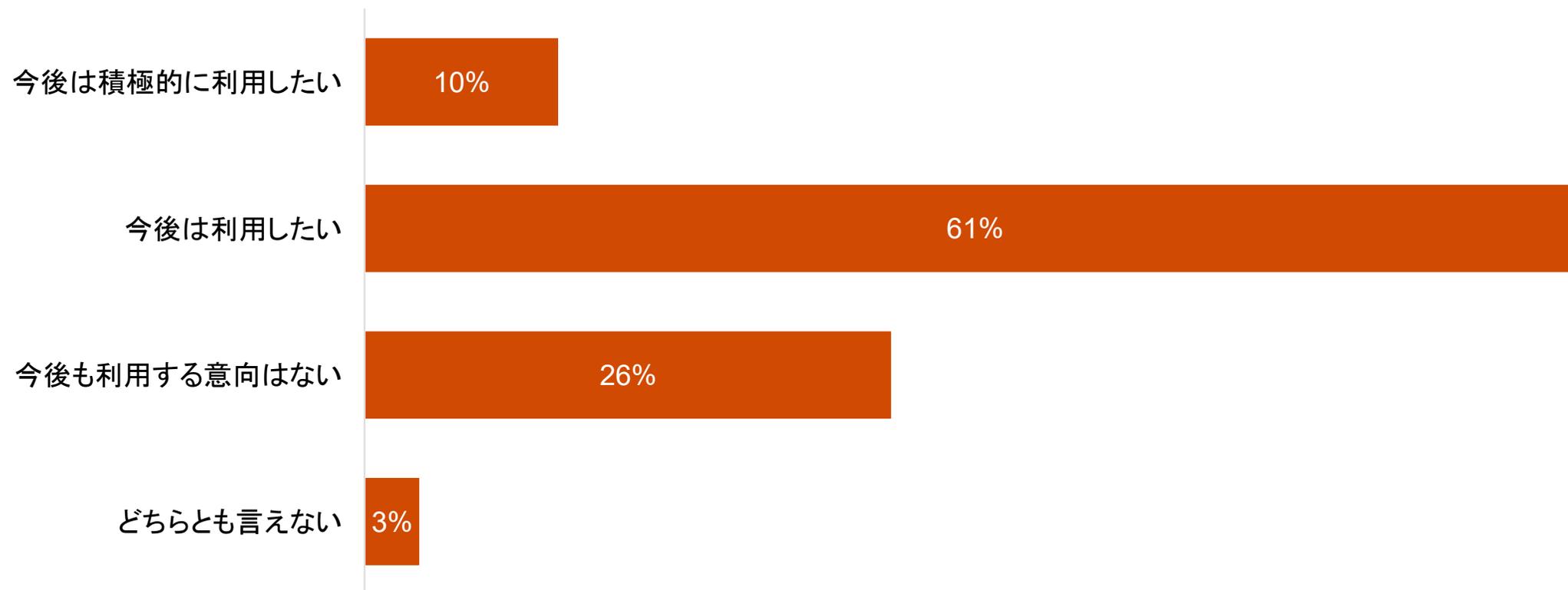
- Q 生成AIの活用を「まだ検討していない」「検討したが断念した」を選択した方にお伺いします。
生成AI活用を検討していない(あるいは検討したが断念した)理由として、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。



n=72

参考資料)

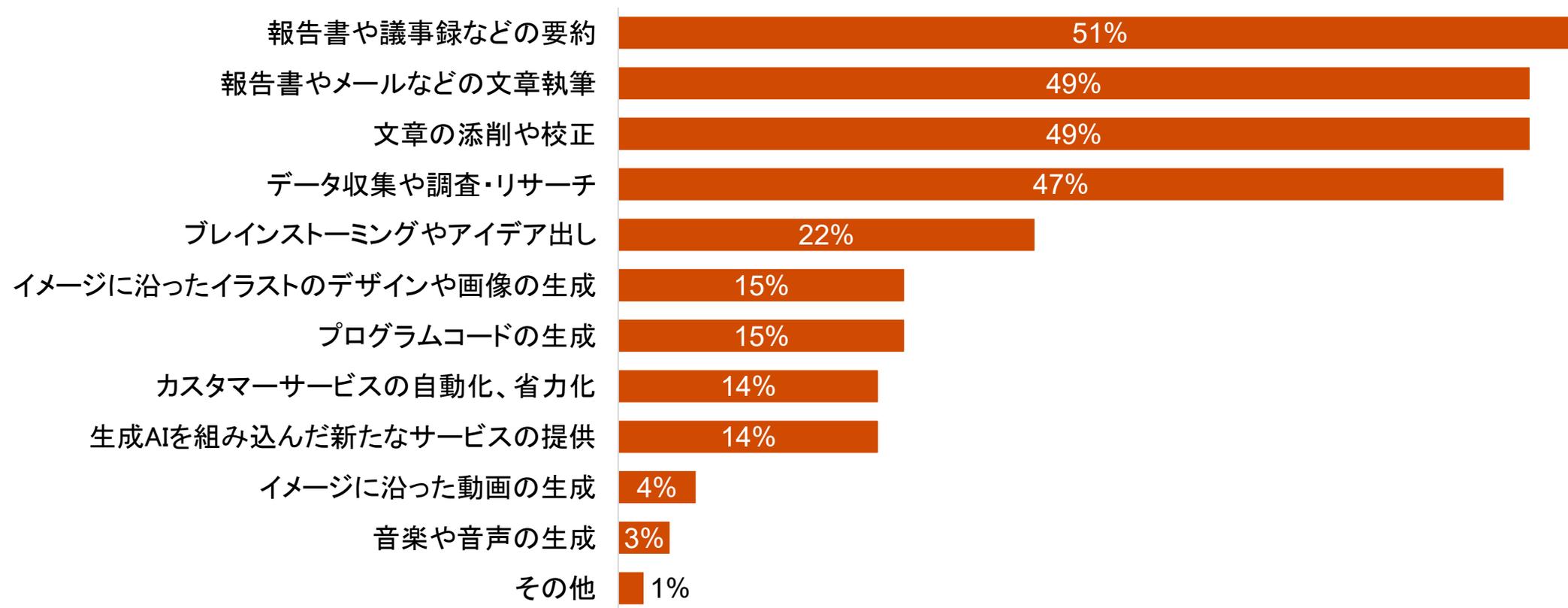
Q 生成AIの活用を「まだ検討していない」「検討したが断念した」を選択した方にお伺いします。
今後の生成AI活用の意向として、最も当てはまるものをお答えください。



n=72

参考資料)

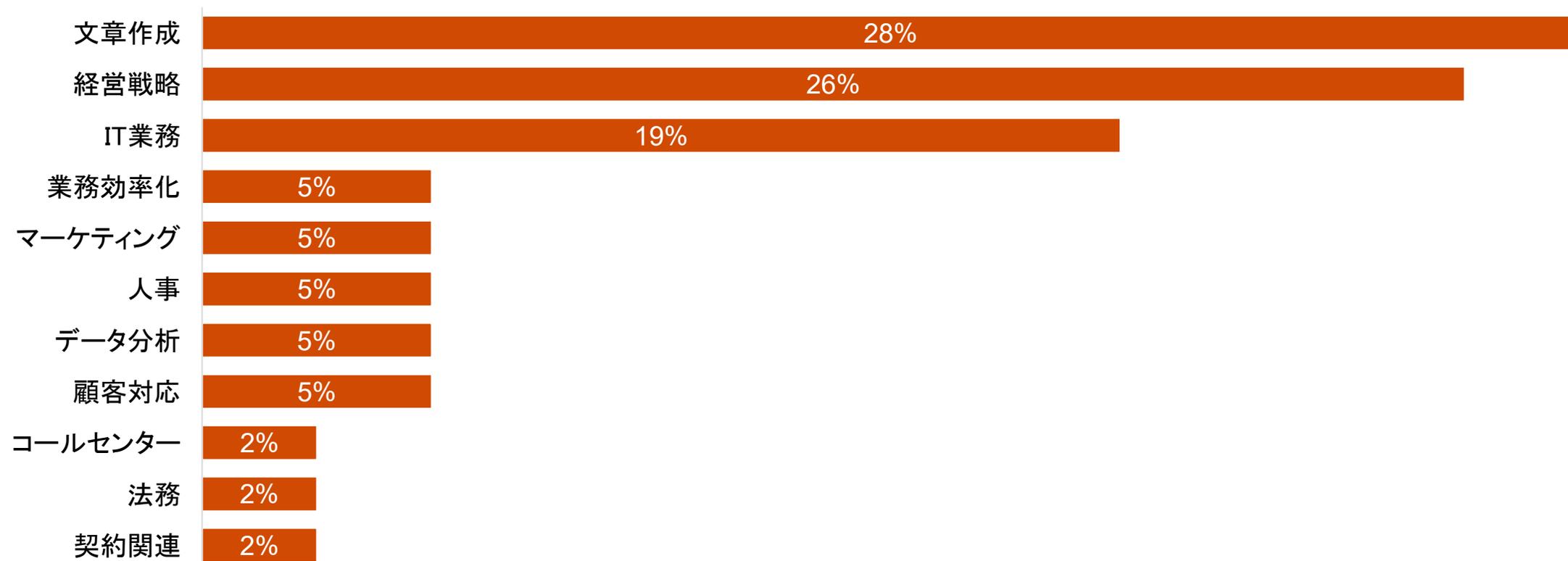
Q 生成AIの活用を「まだ検討していない」「検討したが断念した」を選択した方にお伺いします。
今後検討したい生成AIのユースケースとして、当てはまるものをお答えください。



n=72

参考資料)

Q 生成AIの活用を「まだ検討していない」「検討したが断念した」を選択した方にお伺いします。
具体的にどのような業務に対して適用したいと思うか、詳細を教えてください。

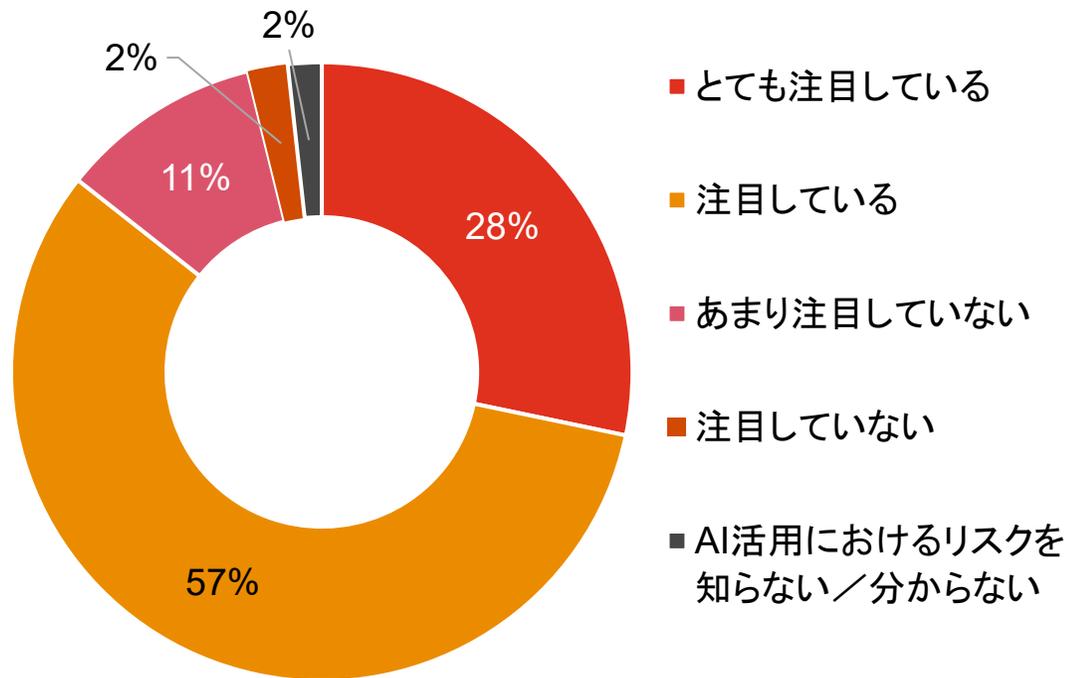


「特になし」と回答した層を除いて集計
n=43

ガバナンス

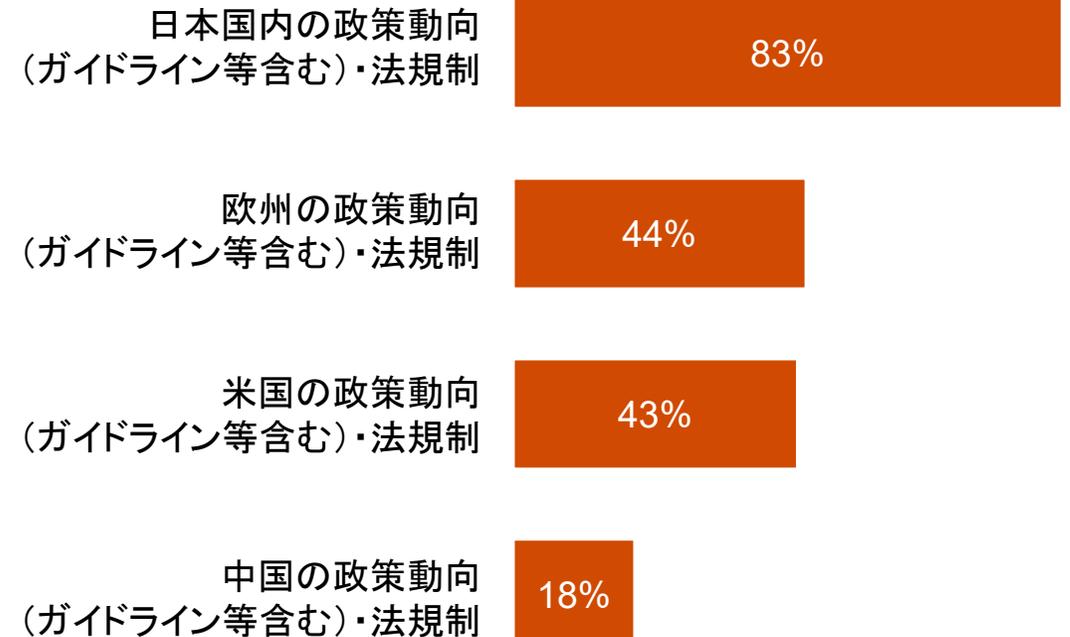
日本を含む諸外国の政策・法規制の動向について注目しているのは全体の80%程度と、政策・法規制の動向についての高い関心がうかがえるものの、欧州・米国への注目はそれぞれ40%強にとどまった。

Q 生成AIを含むAI活用におけるリスクに対して、日本を含め諸外国が政策や法規制等で対応しようとしています。日本を含むこれらの諸外国の政策・法規制の動向についてどの程度注目しているか、最も当てはまるものをお答えください。



n=912

Q 「とても注目している」「注目している」を選択した方にお伺いします。具体的に注目している内容について、詳しく教えてください。

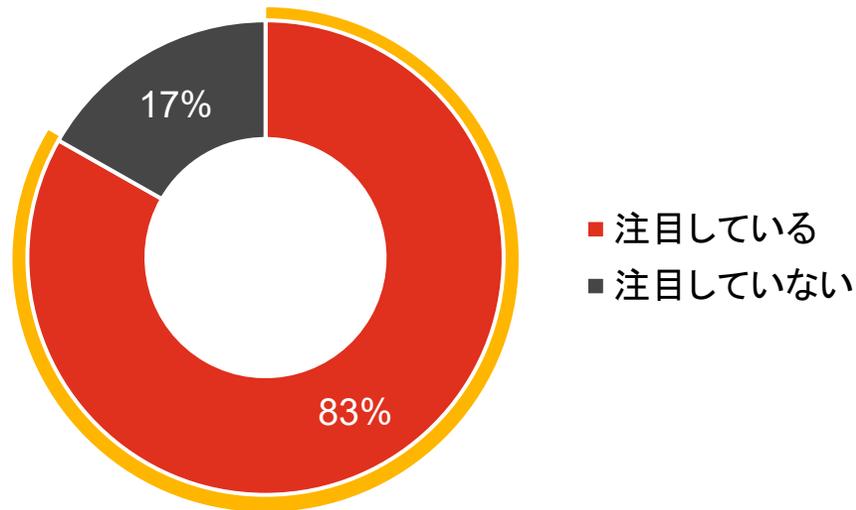


「その他」と回答した層を除いて集計
n=779

日本国内の政策動向・法規制に注目している回答者の40%程度が欧米の政策動向・法規制も注目している。一方、日本国内を注目していない層の方が、欧米への注目度が高い。

Q 前問で「とても注目している」「注目している」を選択した方にお伺いします。
具体的に注目している内容について、詳しく教えてください。

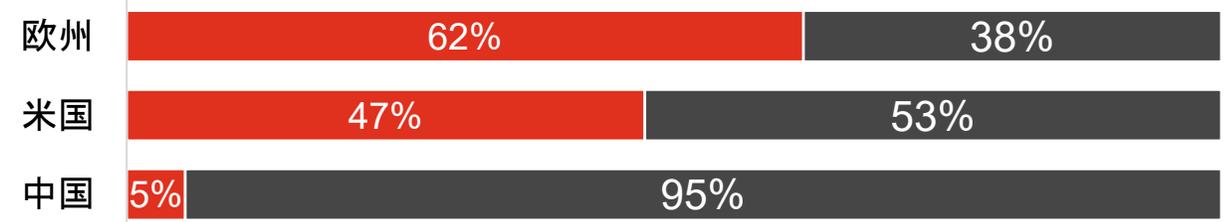
日本国内の政策動向(ガイドライン等含む)・ 法規制への注目度



日本国内に注目している回答者の諸外国への注目度



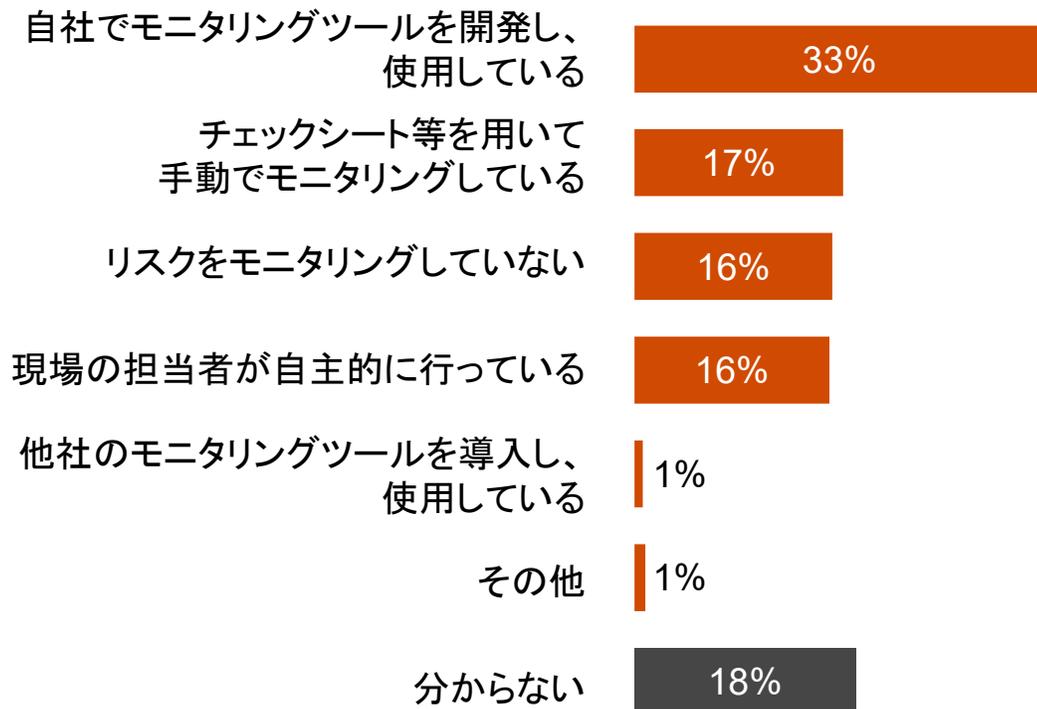
日本国内に注目していない回答者の諸外国への注目度



n=781

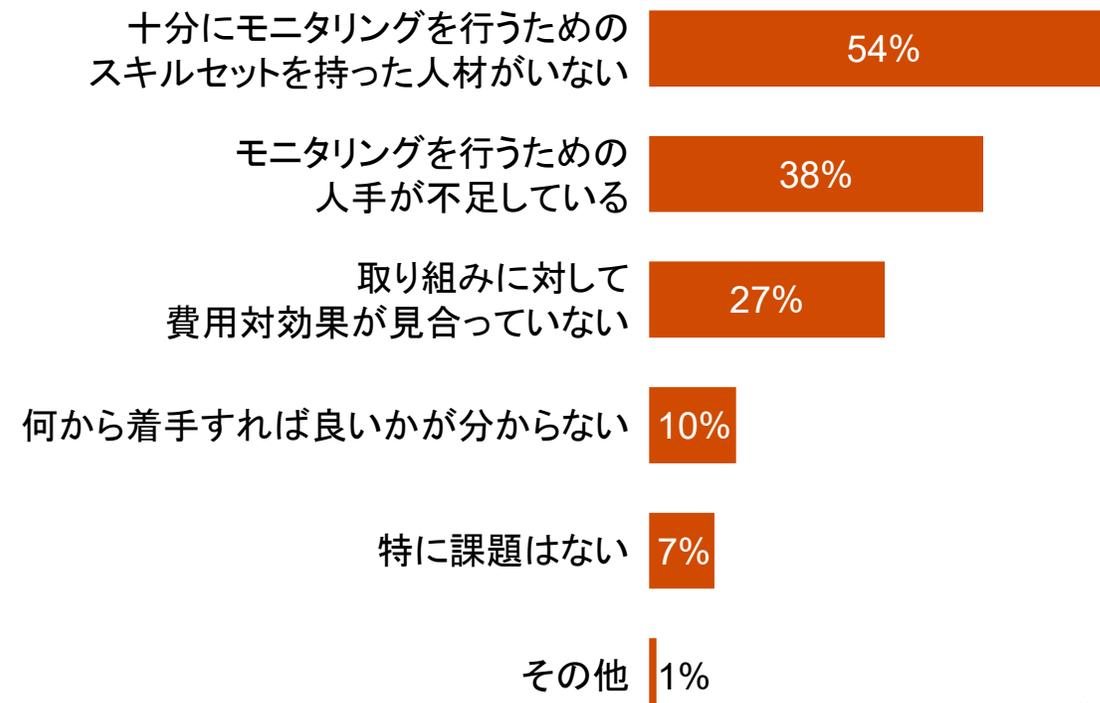
33%が自社開発したツールでモニタリングをしているものの、16%は「モニタリングしていない」と回答。モニタリングの課題として、スキルセットを持った人材の不足が54%と過半数であった。

Q あなたが働く会社において、生成AIを含むAI活用におけるリスクに対して、どのようにモニタリングしていますか。最も当てはまるものをお答えください。



n=912

Q 左記質問にて、何らかのリスクモニタリングを行っているとお答えした方にお伺いします。リスクモニタリングを行ううえで直面した(あるいは直面している)課題について、当てはまるものをお答えください。

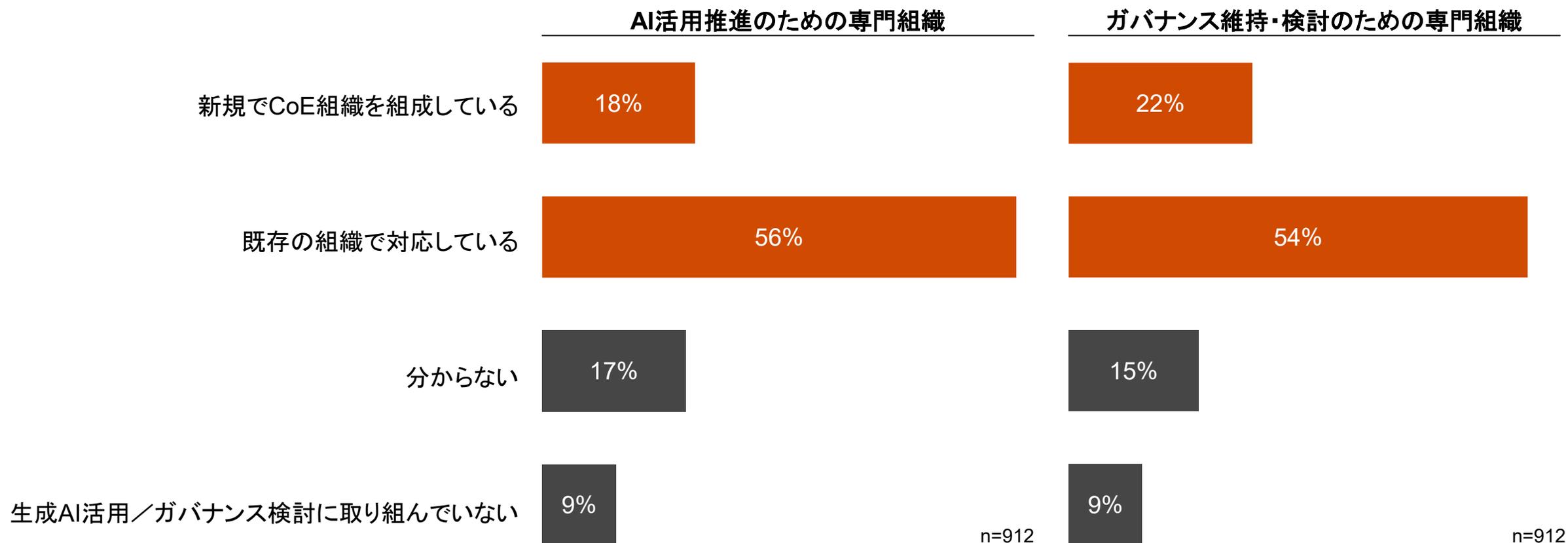


n=607

左記質問で「自社・他社のモニタリングツールを使用している」「手動でモニタリングしている」「担当者が自主的に行っている」を選択した方を対象に質問

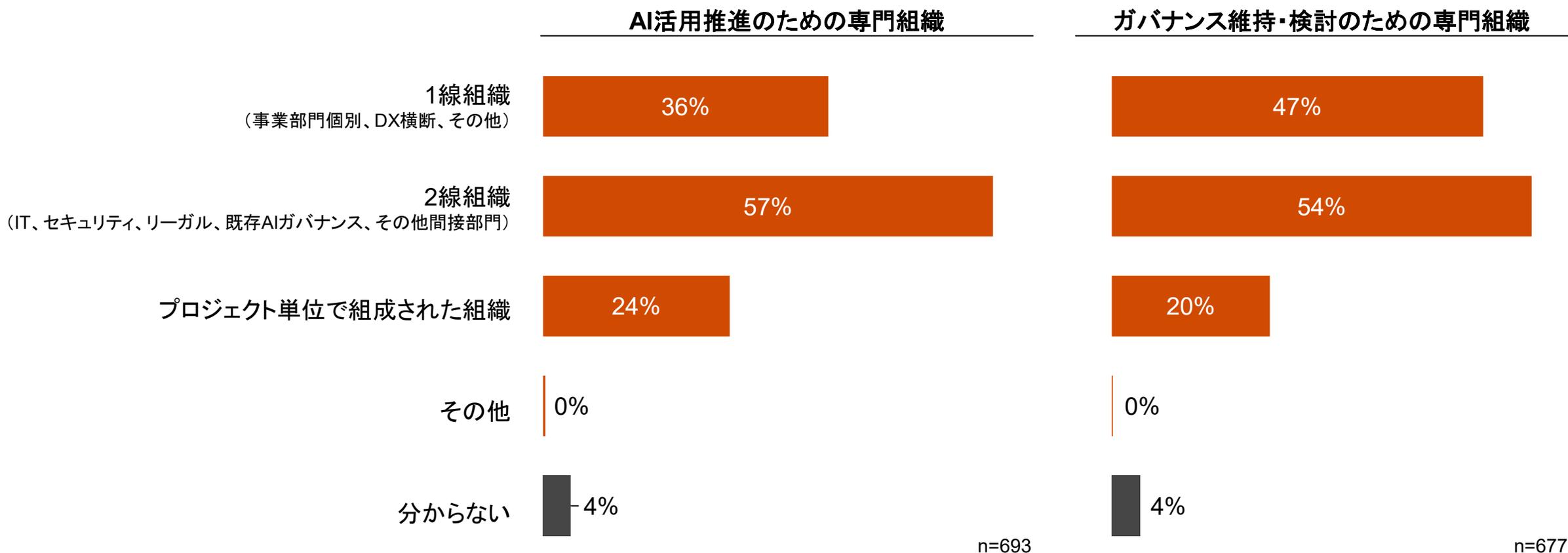
過半数が、生成AIを含むAI活用推進およびガバナンス維持・検討について、既存組織で対応している。

Q あなたが働く会社において、生成AIを含むAI活用推進およびガバナンス維持・検討のための専門組織は存在していますか。



過半数の組織に2線メンバーが含まれている。1線メンバーの参加率はAI活用推進組織に比べ、ガバナンス組織では10pt程度低い回答となった。

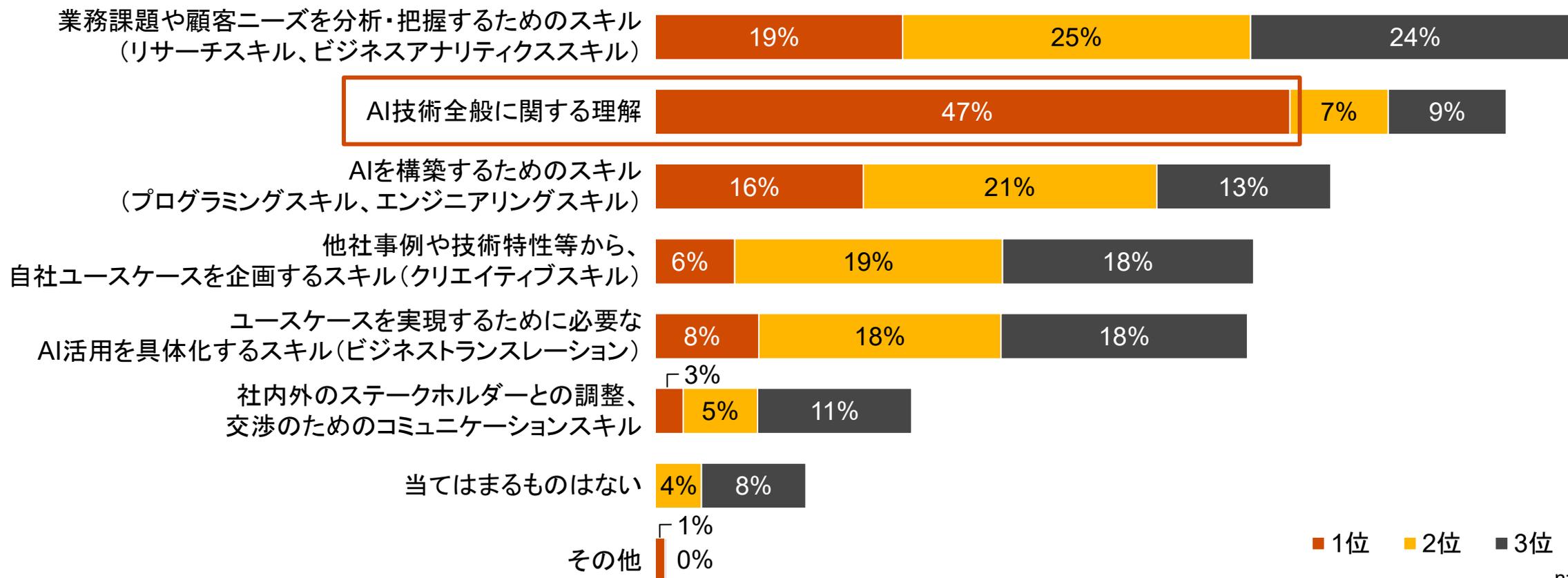
Q あなたが働く会社において、生成AIを含むAI活用推進およびガバナンス維持・検討について「新規でCoE組織を組成している」「既存の組織で対応している」を選択された方にお伺いします。どのようなメンバーが推進されていますか。



今後の見込み

回答の1～3位を合算するとリサーチスキルやビジネスアナリティクススキルが最も多いが、1位回答に絞ったときには「AI技術全般に関する理解」が47%と最も多く回答を得ている。

Q 生成AIの活用が進む中、それを取り扱う個人にはどのようなスキルが必要になると思いますか。
当てはまるものを全てお答えください。

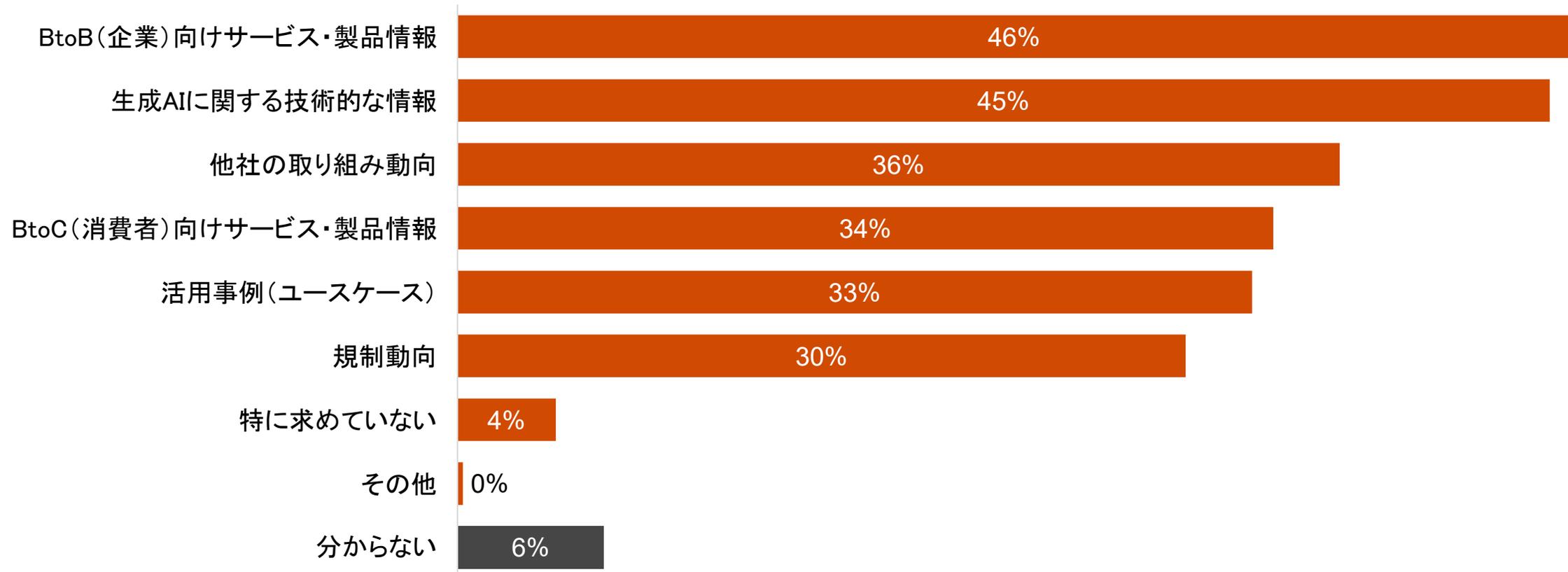


n=912

周囲への期待

46%が企業向けサービス・製品情報を求めており、45%は生成AIに関する技術的情報を求めている。

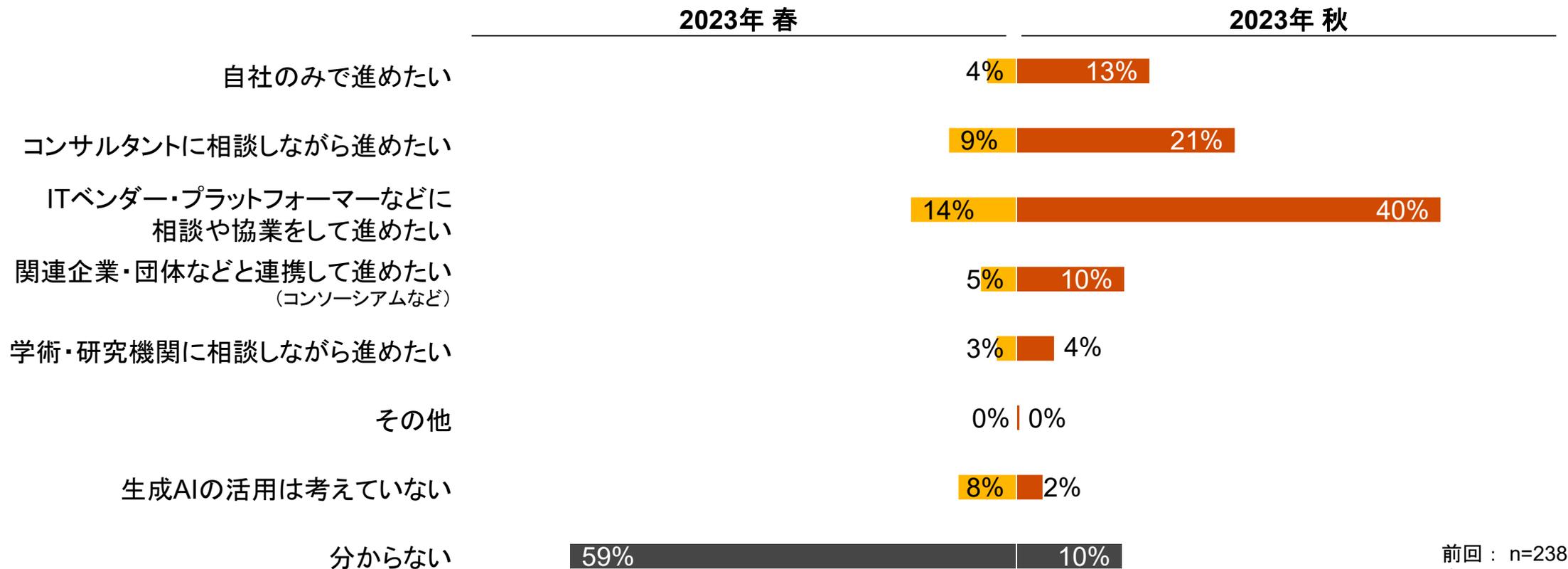
Q あなたが働く会社では生成AIについてどのような情報を求めていますか。当てはまるものを全てお答えください。



n=912

他社(コンサルタント、ITベンダー・プラットフォーマー等)と生成AI活用を進めたいという意向が合計で61%(春の調査から+38pt)となった一方で、「分からない」との回答は10%(同、-49pt)となった。

Q あなたが働く会社における生成AIの活用について、進め方の意向として最も当てはまるものをお答えください。

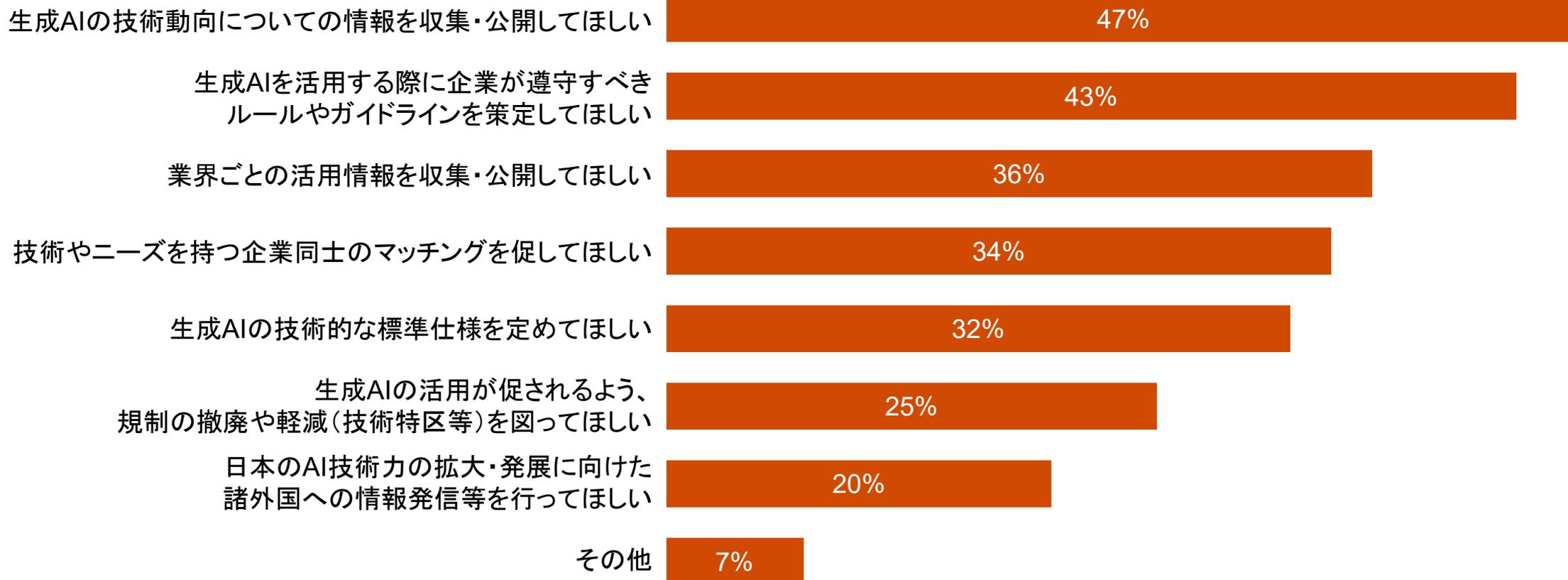


前回 : n=238

今回 : n=912

国・政府に対する期待は、「技術動向について情報の収集・公開」が47%、「ルールやガイドライン策定」が43%となった。

Q.生成AIに関して、国・政府に期待することはありますか。当てはまるものを全てお答えください。



n=912

3

回答者の特徴

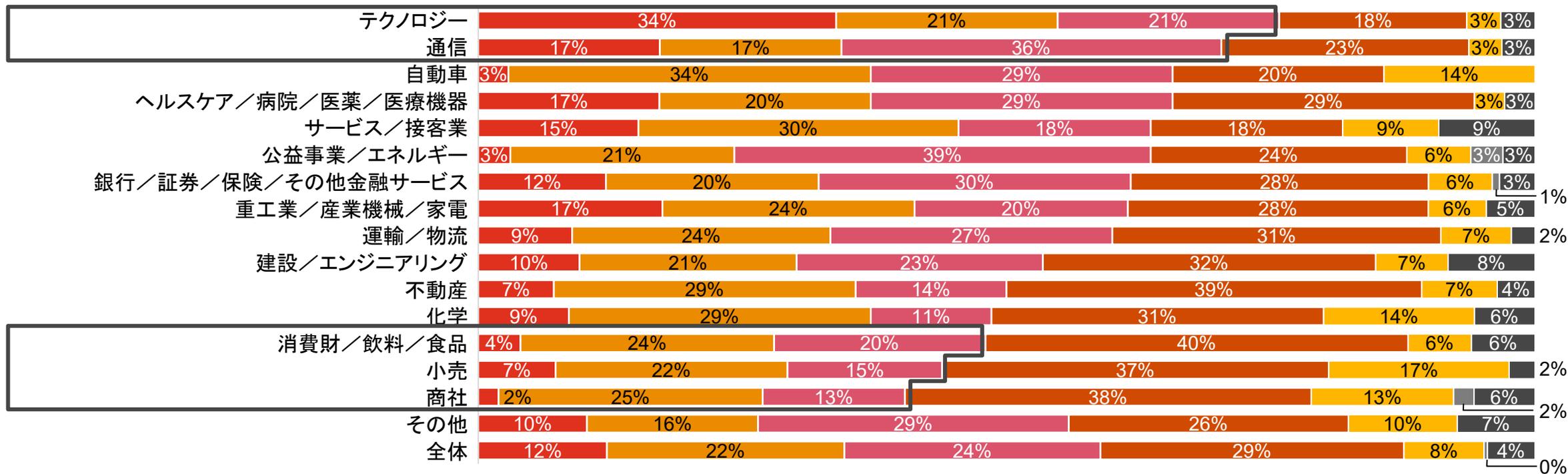
- 業界
- 職種
- ガバナンス



業界

テクノロジー、通信業界では生成AI活用に向けた具体的な案件推進が進んでいるが、消費財・飲料・食品、小売、商社では検討中の割合が高く、具体的な案件に進んでいないと考えられる。

業界別、生成AI推進度合いの違い



- 社外向けの生成AI活用サービスを提供している
- 生成AI活用に向けた具体的な案件を推進中
- まだ検討していない
- 分からない

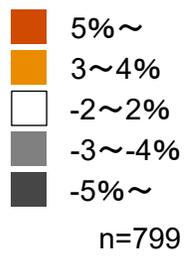
- 社外向けには提供していないが、社内業務等で生成AIを活用している
- 検討中
- 検討したが断念した

n=912

特にテクノロジー業界では、テキスト生成などの特定領域に特化せず、さまざまなユースケースを実現済みないし実現に向けて検討している。

「合計」行のパーセンテージ(n=799に対する割合)との乖離分を表示
業界別、実現済み／検討中ユースケースの違い

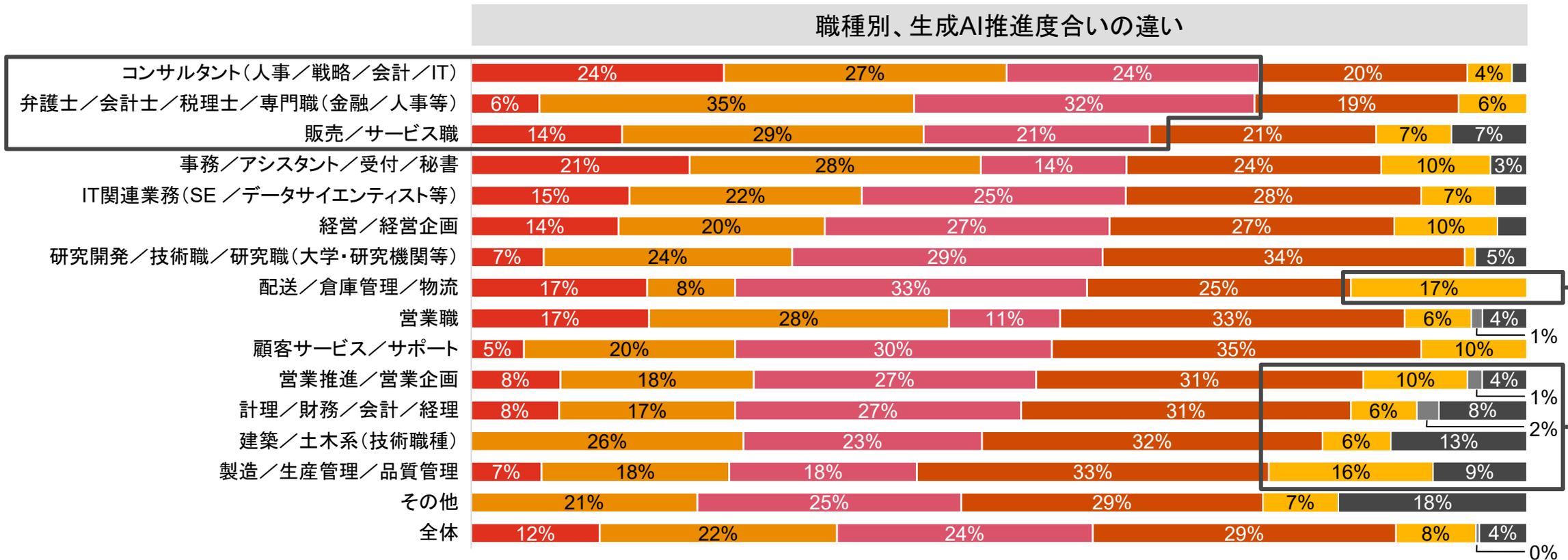
	報告書やメール などの文章執筆	文章の添削や校正	報告書や議事録 などの要約	ブレインストーミング やアイデア出し	データ収集や調査・ リサーチ	イメージに沿った イラストのデザイン や画像の生成	音楽や音声の生成	イメージに沿った 動画の生成	プログラムコードの 生成	カスタマーサービス の自動化、省力化	生成とを組み込んだ 新たなサービスの 提供	その他	合計
自動車	-7%	-1%	3%	3%	6%	13%	5%	1%	12%	-2%	-2%	-1%	30
重工業／産業機械／家電	-5%	-3%	-6%	0%	-4%	0%	-4%	-1%	5%	-5%	-5%	0%	98
化学	3%	-16%	0%	2%	-1%	-10%	-8%	-5%	-4%	-8%	-4%	-1%	28
建設／エンジニアリング	0%	5%	6%	-8%	11%	-3%	0%	-1%	-7%	-5%	-6%	-1%	62
不動産	-7%	-17%	-2%	-9%	-15%	-1%	0%	3%	-10%	-21%	-10%	-1%	25
銀行／証券／保険／その他金融サービス	-2%	-2%	-2%	2%	-7%	-2%	-3%	-3%	-3%	7%	2%	0%	134
通信	7%	7%	0%	-16%	0%	-1%	-5%	1%	0%	14%	0%	2%	60
サービス／接客業	2%	0%	-9%	11%	12%	2%	7%	6%	12%	-3%	8%	3%	27
テクノロジー	0%	2%	5%	6%	5%	7%	16%	5%	22%	0%	13%	-1%	58
公益事業／エネルギー	-2%	-3%	-9%	-3%	-9%	-3%	-8%	-6%	-1%	2%	2%	6%	29
消費財／飲料／食品	8%	3%	-2%	4%	8%	2%	4%	8%	-3%	0%	3%	1%	44
小売	-7%	-8%	-2%	2%	-5%	7%	4%	6%	-18%	-5%	2%	2%	33
運輸／物流	7%	2%	1%	-3%	2%	-3%	3%	2%	-2%	-7%	-12%	-1%	41
商社	5%	11%	13%	-8%	7%	1%	-4%	2%	-4%	-2%	5%	-1%	41
ヘルスケア／病院／医薬／医療機器	2%	1%	-5%	23%	-1%	1%	4%	-7%	-9%	10%	-1%	-1%	33
その他	-2%	5%	9%	4%	1%	-4%	-1%	-2%	2%	1%	1%	-1%	56
合計	47%	45%	50%	37%	47%	21%	12%	13%	22%	29%	22%	1%	799



職種

コミュニケーションや専門知見を必要とする職種が生成AI活用との相性が良く、フィジカルが求められる職種やリスク影響が大きい職種では活用が進んでいないと考えられる。

職種別、生成AI推進度合いの違い



- 社外向けの生成AI活用サービスを提供している
- 生成AI活用に向けた具体的な案件を推進中
- まだ検討していない
- 分からない

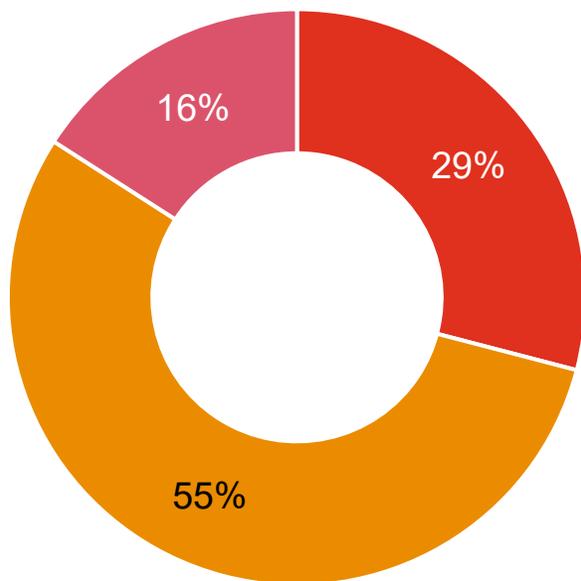
- 社外向けには提供していないが、社内業務等で生成AIを活用している
- 検討中
- 検討したが断念した

n=912

ガバナンス

生成AI活用の推進度合いに応じて、ガバナンス組織も1線・2線合同で組成される比率が高まっており、案件の具体性が高まるほど1線・2線のメンバー間の密なコミュニケーションが取れる組織作りが重要であると考えられる。

ガバナンス組織の組成メンバー



■ 1線※メンバーのみで組成

■ 2線※メンバーのみで組成

■ 1線と2線メンバーで組成

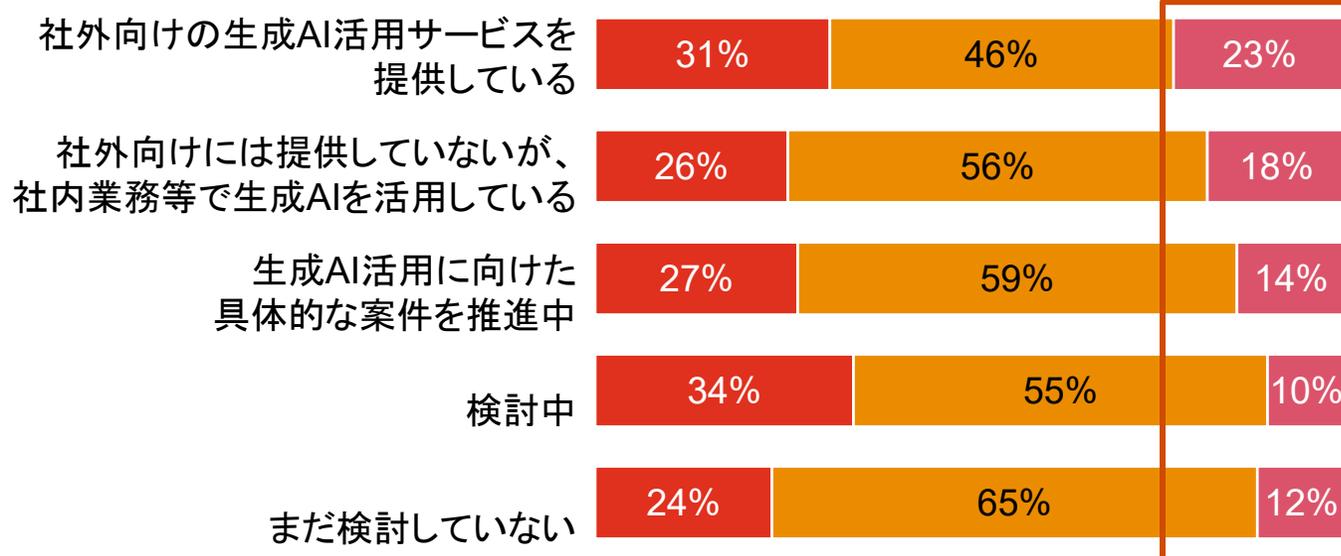
※ 1線: 事業部門 (事業部門個別、DX横断、その他)

2線: 管理部門 (IT、セキュリティ、リーガル、既存AIガバナンス、その他間接部門)

n=547 AIガバナンス組織に1線または2線メンバーがいないと回答した層を除いて集計

Q AIガバナンス組織をどのようなメンバーが推進されていますか。

推進度別、ガバナンス組織組成メンバーの違い

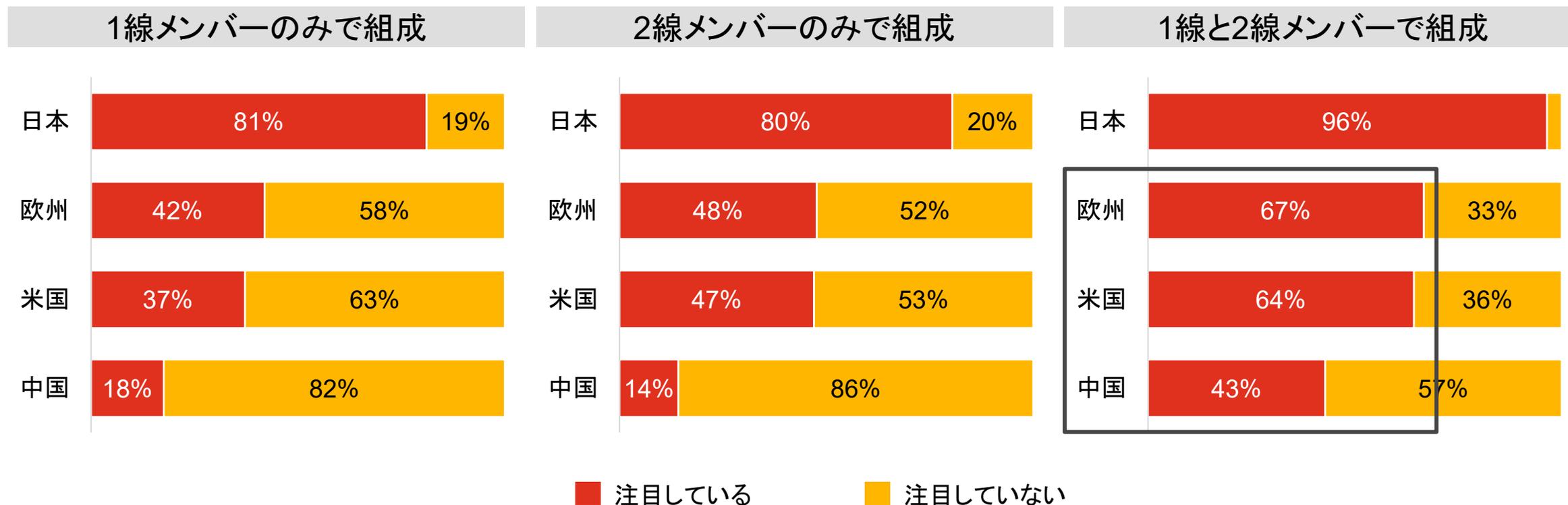


n=542 左図から推進度合いを「検討したが断念した」「分からない」と回答した層を除いて集計

Q AIガバナンス組織をどのようなメンバーが推進されていますか。

3. 属性別傾向 | ガバナンス

1線・2線の合同ガバナンス組織であるほど日本国外の動向への注目度が高いことから、グローバル展開している企業ほど2線組織によるコーポレートガバナンスの実現と、1線組織による活用推進の両立が重要と考えられる。



n=547 AIガバナンス組織に1線または2線メンバーがいないと回答した層を除いて集計

Q AIガバナンス組織をどのようなメンバーが推進されていますか。

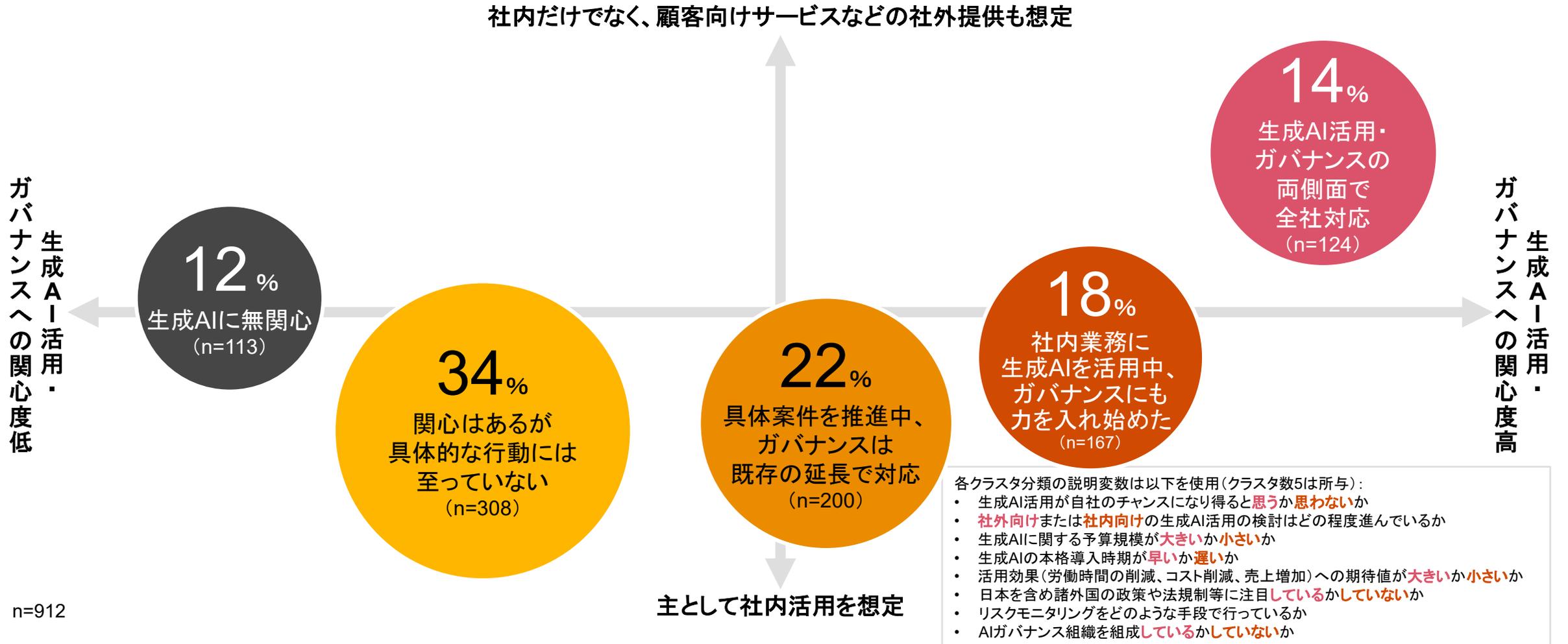
Q 日本を含むこれらの諸外国の政策・法規制の動向について、具体的に注目している国について、詳しく教えてください。

4

生成AIに対するスタンス別 プロフィール



生成AIの活用・AIガバナンスへの関心度合いと、生成AIの活用範囲(社内/社外)によって、日本企業の生成AI活用状況は下記5つのグループに分類できる。



n=912

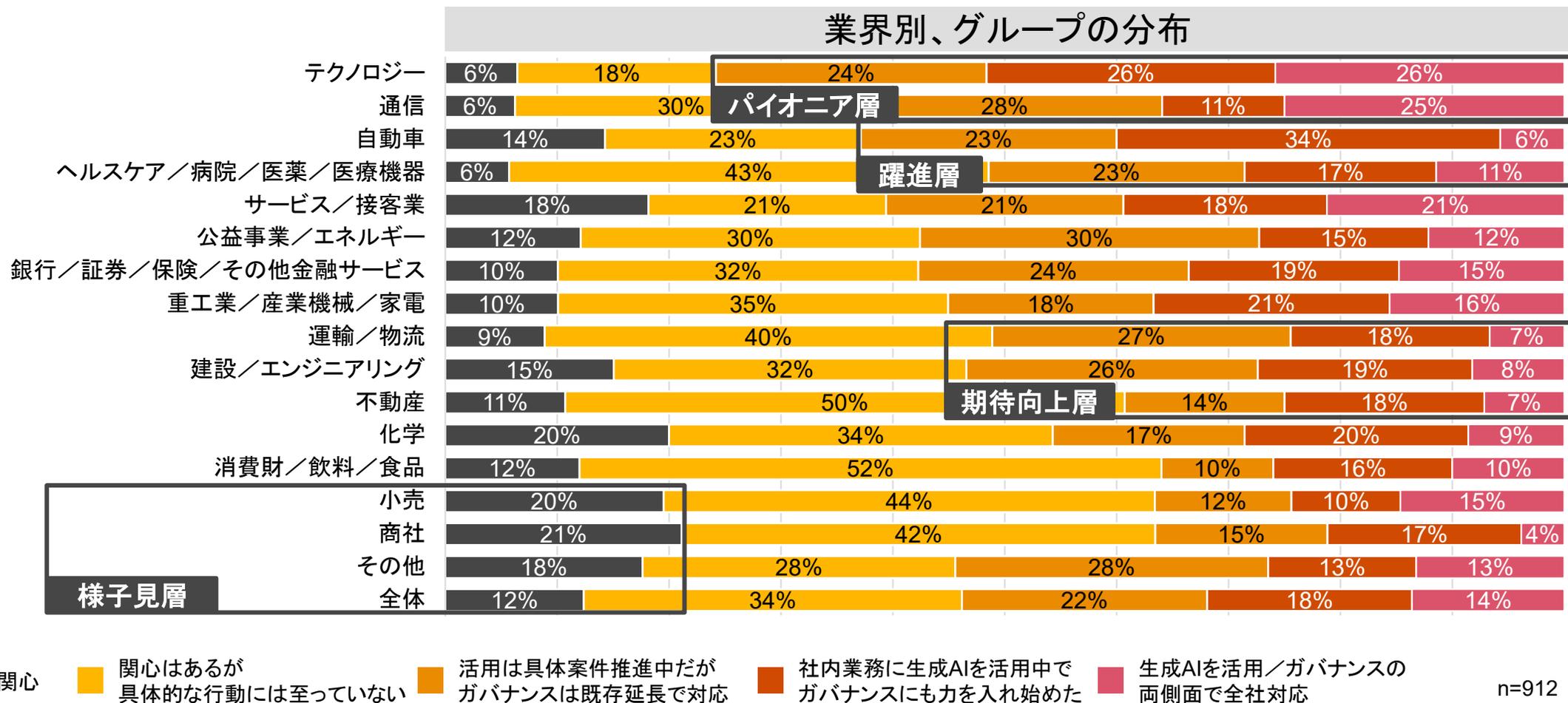
5つのグループは、業界・業務内容に影響を受けていると想定。また同一業界であっても積極推進グループと無関心グループに二極化している様子も見られるなど、企業の戦略・文化にも関連すると考えられる。

質問回答	12% (n=113) 生成AIに無関心	34% (n=308) 関心はあるが 具体的な行動には至っていない	22% (n=200) 具体案件を推進中、 ガバナンスは既存の延長で対応	18% (n=167) 社内業務に生成AIを活用中で ガバナンスにも力を入れ始めた	14% (n=124) 生成AI活用・ガバナンスの 両側面ですべて対応
生成AI活用は進んでいるか	まだ検討していない 分からない	検討中	具体的な案件を推進中	社内業務向けに生成AI活用	社外向けの生成AI活用サービスを提供
どのようなチャンスか	チャンスとは思わない	自社ビジネス効率化・高度化	自社ビジネス効率化・高度化	自社ビジネス効率化・高度化 他社(者)より相対的に優位に立つ	業界構造を根本から変革
どれくらいの予算規模か	無回答	非公開／分からない	数千万～数億円程度	数千万～数億円程度	数十億円以上
いつごろ本格導入か	無回答	分からない	2024年4月～9月の間	導入済み	導入済み 今年中
期待効果はどのくらいか※1	無回答	想定していない 10～20%台	10～30%台	20%台	30%台
法規制等を注目しているか	あまり注目していない 注目している	注目している	注目している	とても注目している	とても注目している
リスクモニタリングしているか	していない	していない 担当者が自主的に実施	チェックシート等で手動実施	自社開発ツールを利用	自社開発ツールを利用
ガバナンス組織を組成しているか	組成検討していない 分からない	既存組織で対応 分からない	既存組織で対応	既存組織で対応	新規でCoE組織を組成 既存組織で対応
特徴的な属性※2					
業界	サービス／接客業、自動車、小売、 商社、化学、建設／エンジニアリング	小売、商社、不動産、消費財／飲料／ 食品、ヘルスケア／病院系	通信、運輸／物流、 公益事業／エネルギー	テクノロジー、 自動車	テクノロジー、通信、 サービス／接客業
職種	製造／生産管理／品質管理、配送／ 倉庫管理／物流、計理／財務／ 会計／経理、建築／土木系	顧客サービス／サポート、 製造／生産管理・品質管理	販売／サービス職、配送／ 倉庫管理／物流、弁護士／ 会計士／税理士／専門職	弁護士／会計士／税理士／ 専門職、営業職	販売／サービス職、コンサルタント、 事務／アシスタント／受付／秘書

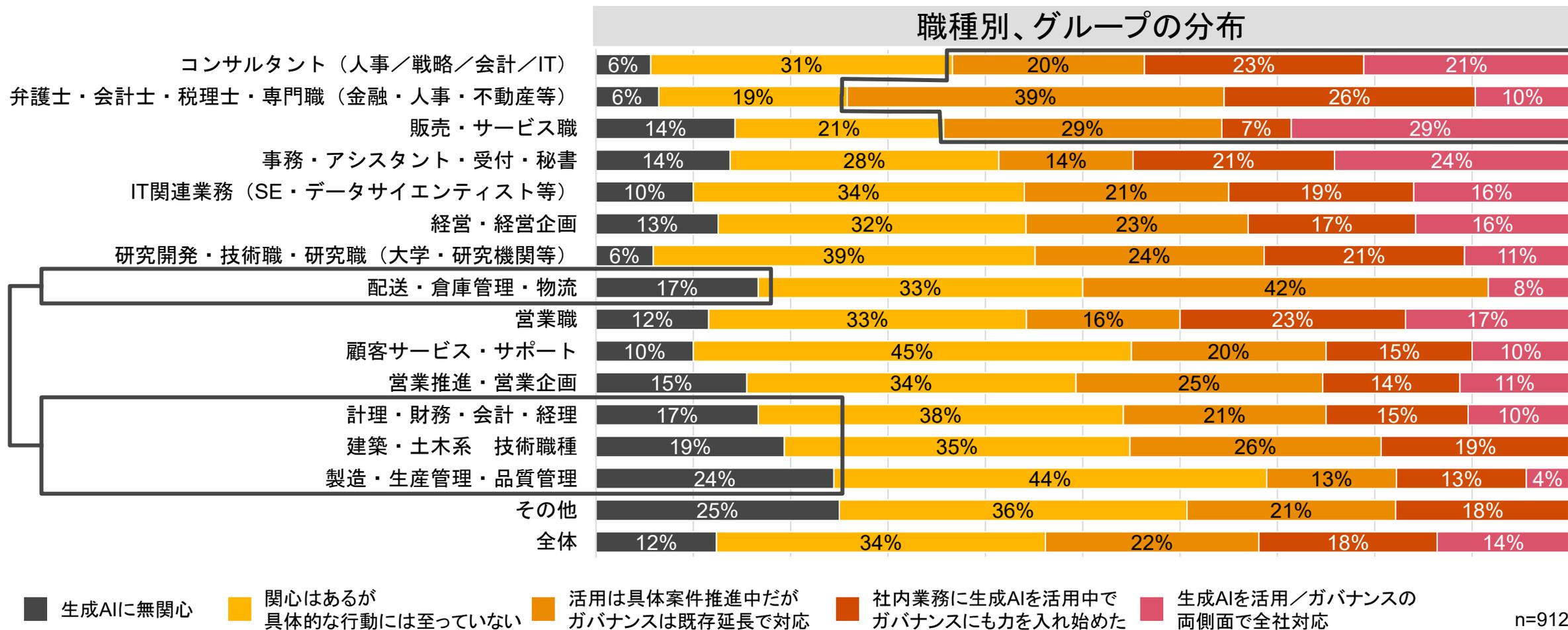
※1「労働時間の削減」「コスト削減」「売上増加」が対象

PwC ※2 5つのグループと全体傾向を比較し、あるグループのみで特徴的に多い属性を中心にピックアップ

前回から今回にかけての生成AIに対する関心度・推進度を比較し、4つの特徴的な業界層を抽出。前回から大きく順位を上げる業界がいる一方で、未だ様子見の業界も存在するなど、業界ごとの向き合い方の差異がうかがえる。



コミュニケーションや専門知見を必要とする職種が生成AI活用との相性が良く、フィジカルが求められる職種やリスク影響が大きい職種では活用が進んでいないと考えられる。



お問い合わせ先

PwC Japanグループ

<https://www.pwc.com/jp/ja/contact.html>

藤川 琢哉

PwCコンサルティング合同会社
データアナリティクスチーム パートナー

三善 心平

PwCコンサルティング合同会社
データアナリティクスチーム パートナー

宿院 享

PwCコンサルティング合同会社
データアナリティクスチーム シニアマネージャー

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社（PwC Japan有限責任監査法人、PwCコンサルティング合同会社、PwCアドバイザリー合同会社、PwC税理士法人、PwC弁護士法人を含む）の総称です。各法人は独立した別法人として事業を行っています。複雑化・多様化する企業の経営課題に対し、PwC Japanグループでは、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、そして法務における卓越した専門性を結集し、それらを有機的に協働させる体制を整えています。また、公認会計士、税理士、弁護士、その他専門スタッフ約11,500人を擁するプロフェッショナル・サービス・ネットワークとして、クライアントニーズにより的確に対応したサービスの提供に努めています。PwCは、社会における信頼を構築し、重要な課題を解決することをPurpose（存在意義）としています。私たちは、世界151カ国に及ぶグローバルネットワークに約364,000人のスタッフを擁し、高品質な監査、税務、アドバイザリーサービスを提供しています。詳細はwww.pwc.comをご覧ください。

発行年月：2023年12月 管理番号：I202309-09

©2023 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.