

RIETI公開BBL

クラウド会計×5万人調査でみる生成AI活用の実態

2026年3月26日

小西葉子

(RIETI, 筑波大学, マネーフォワード総合研究所)

自己紹介

筑波大学システム情報系教授
独立行政法人経済産業研究所 上席研究員（特任）
マネーフォワード総合研究所 シニアフェロー

<公的委員・審議会等>
総務省 統計委員会 臨時委員
内閣府経済・財政一体改革推進委員会 委員
経済産業省資源エネルギー庁総合資源エネルギー調査会 臨時委員
中小企業基盤整備機構 中小企業応援士
名古屋大学教育学部附属中・高等学校 運営指導委員
統計質保証推進協会調査・研究委員会 委員長



『答えはデータの中にある：
リサーチャーが永く使えるビジュアル分析手法』
KADOKAWA, 2025年2月

- 1 はじめに
- 2 クラウド会計データ(※)による分析
- 3 5万人アンケート調査データによる分析
- 4 まとめと政策インプリケーション



本日の報告は小西葉子・久保隆史氏（マネーフォワード総合研究所）「生成AI導入初期における中小企業の利用行動：クラウド会計データに基づく業種別分析」、RIETI-DP 26-J-018, <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/summary/26030016.html>, 2026年及び、インテージリサーチ社の伊藝直哉氏・伊藤千恵美氏との調査研究に基づくものである。

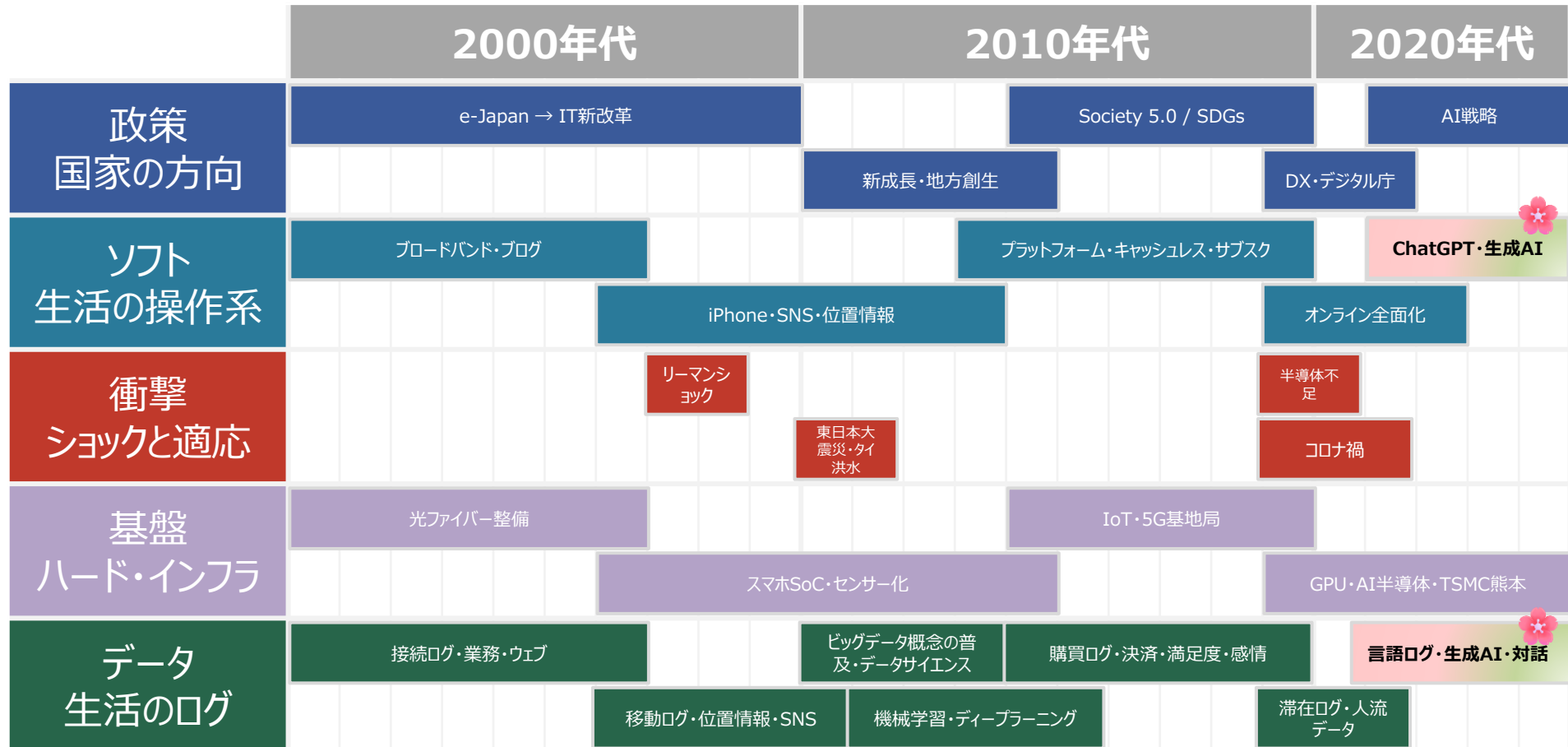
※データは、関係法令や株式会社マネーフォワード（以降、マネーフォワード社）の利用規約に即して厳正に取り扱い、個人情報を含まない統計データに加工している。「情報セキュリティ・個人情報保護に関する考え方」については下記を参照。

同社「情報セキュリティ・個人情報保護に関する考え方」

https://corp.moneyforward.com/aboutus/governance/information_security/

1 はじめに | 背景と研究の目的

1 研究の背景 | いま、私たちは複数の変化の交点に立っている



1 研究の背景

■ 生成AIは、2022年後半以降急速に浸透

- 🔍 既存研究は「導入後」に焦点 ▶ 初期の行動は未解明
- 🔍 中小企業の導入行動を捉えた研究は限られる
- 🔍 組み込みが進むと、「導入」自体が見えなくなる

今記録しなければ、導入初期の実態は観測できなくなる

1 研究目的

DATA 1 企業ログ (N ≈ 87,000社)

中小企業クラウド会計データ

- いつ導入したか
- 業種で差はあるか
- タスク構造で説明できるか
- **支払いログから (間接)**

DATA 2 個人調査 (N ≈ 51,000人)

個人全国アンケート

- どれくらい使っているか
- どこで使っているか
- どこまで任せているか
- **主観データ (直接)**



企業と個人の両面から、生成AIの利用を捉えることを目的とする。

2 クラウド会計データによる分析

2 データ | クラウド会計ソフトの利用ログ

- マナーフォワード社のクラウド会計サービスの利用ログを使用
 - ✓ 生成AI利用について**支払い行動に基づく客観的な利用観測**（自己申告ではない）
- 対象企業数 ▶ **約87,000社**
 - ✓ 同サービスを有償契約しており、かつ2022年以降に銀行口座、クレジットカード、または電子マネーのいずれか1つ以上を連携した法人ユーザー
- 対象期間：2022年1月～2025年6月
- 業種数：12業種（自己申告で複数業種選択）
- 対象：独立型生成AI（ChatGPT、Claude等）を含むデジタル技術サービスへの課金を観測

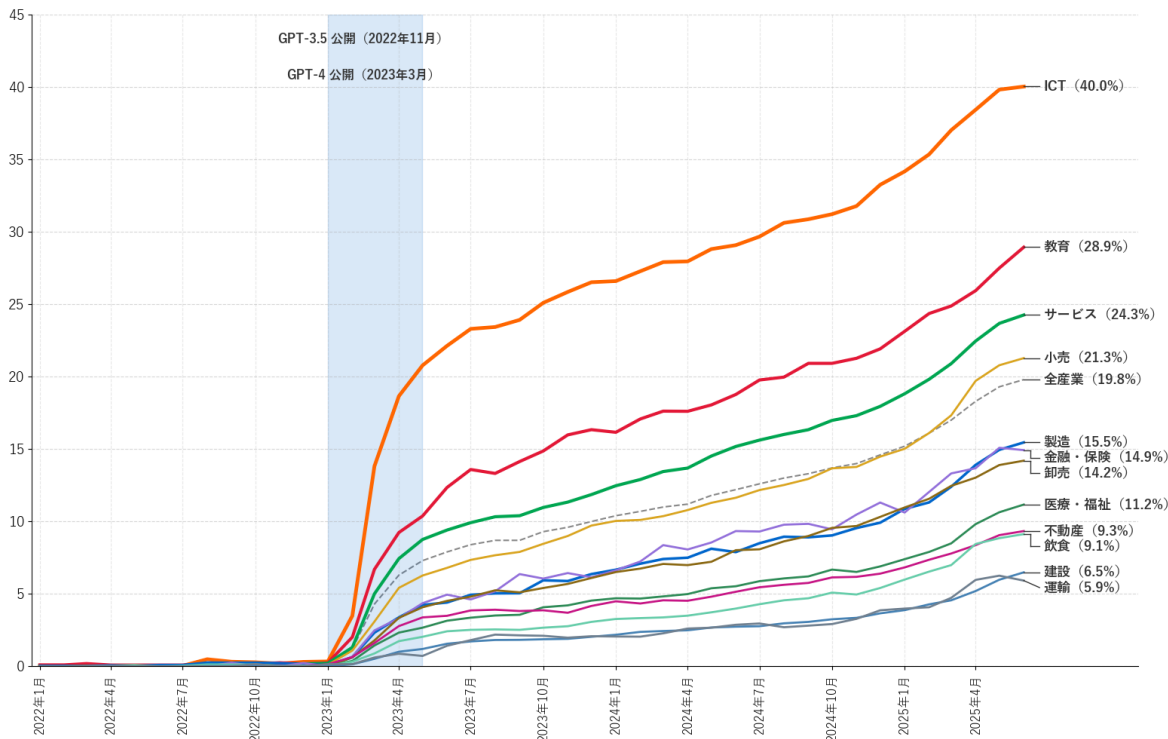
※野口 美香・酒巻 哲朗・岩上 順子中道 紘一郎・酒井 遼（2025）「クラウド会計データを活用した経済動向分析の手法」、経済財政分析ディスカッション・ペーパー、DP/25-2.にデータについての詳細あり。
<https://www5.cao.go.jp/keizai3/discussion-paper/dp252.pdf>

2 観察可能なデジタルサービス（支払い行動に基づく）

カテゴリ	代表的なサービス (上位約30に含まれるもの)	機能的役割
基幹業務プラットフォーム	Google Workspace, Microsoft 365, Adobe Creative Cloud	業務のバックボーン（グループウェア）
コミュニケーション	Notion, Cybozu, Asana, Dropbox, Slack, ChatWork, LINE WORKS, Twilio, Zoom, Skype, DeepL	調整・協働・ワークフローの共有・統合、翻訳、オンラインミーティング
データ基盤	AWS, Google Cloud Platform (GCP), Microsoft Azure	計算資源、データ保存、実行環境の提供など、開発・分析を支える基盤
開発	GitHub, Jira, Cursor, Zapier, Vercel	コード作成・管理、統計処理や分析ロジックの実装など、開発・試行錯誤を伴う業務タスク
デザイン	Midjourney, Canva, Figma, Wix, Studio, Shutterstock, iStock	視覚表現やコンテンツ制作を通じたデザイン・マーケティング関連タスク
独立型AI	ChatGPT, Claude, Perplexity AI	文章生成、要約、アイデア創出など、認知・創造的業務の支援・補完

2 発見①利用水準には顕著な業種間差（図1）

業種別独立型生成AI利用率の推移, % (N=約76,000社)



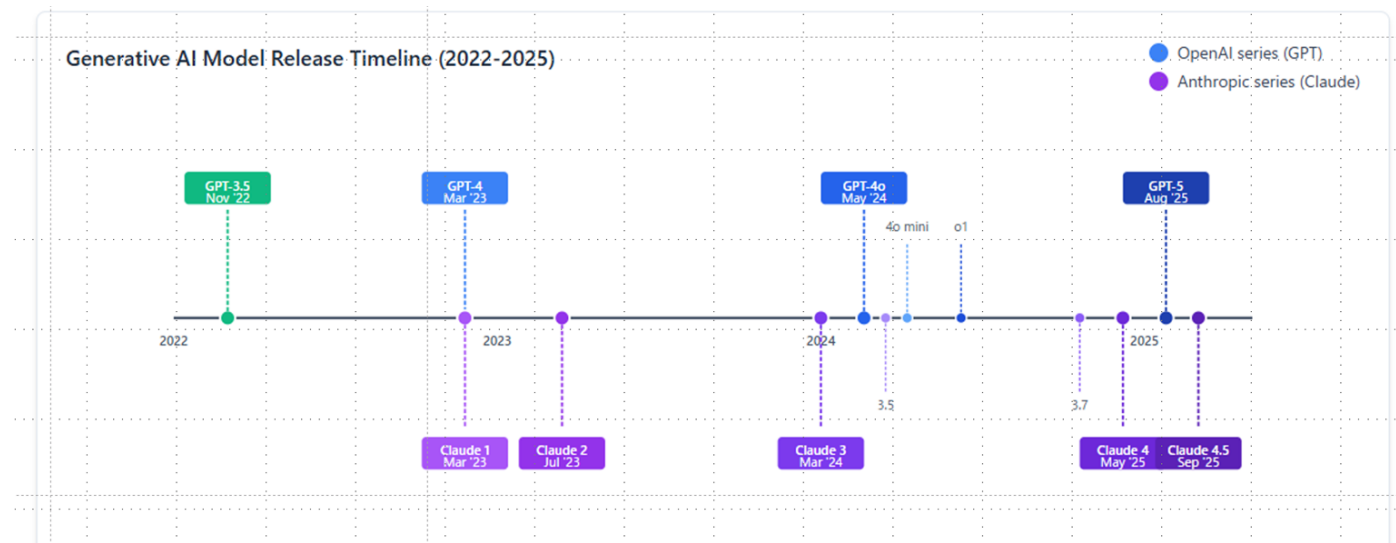
2025年6月時点利用率

- 1位: ICT **40.0%**
- 2位: 教育 **28.9%**
- 3位: サービス **24.3%**
- 4位: 小売 **21.3%**
- 5位: 製造 **15.5%**
- 6位: 金融・保険 **14.9%**
- 7位: 卸売 **14.2%**
- 8位: 医療・福祉 **11.2%**
- 9位: 不動産 **9.3%**
- 10位: 飲食 **9.1%**
- 11位: 建設 **6.5%**
- 12位: 運輸 **5.9%**

階層構造が形成され、期間を通じて順位の入替わりはほぼなし

2 発見②導入開始は業種を超えて同期

外生的技術ショック（生成AIのリリースのタイミング、2022-2025年）

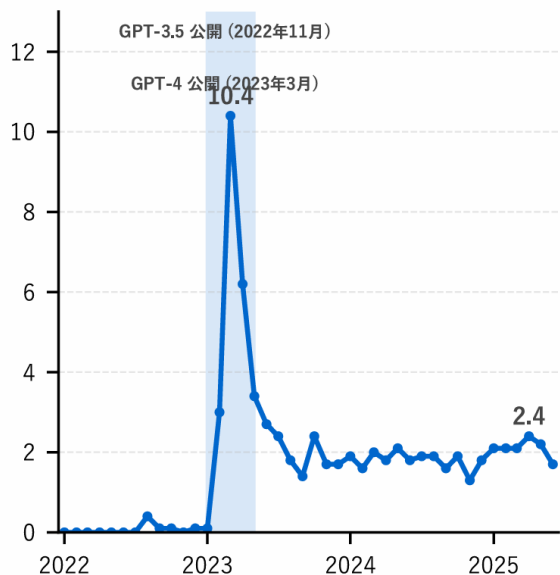


各業種における初回利用時点の分布を可視化する。分析対象は、観測期間中（2022年1月～2025年6月）に、ChatGPT や Claude 等の独立型生成AIサービスへの支出が少なくとも1回確認された企業に限定し、初回支出が発生した月を導入時点として定義する（約22,000社）。

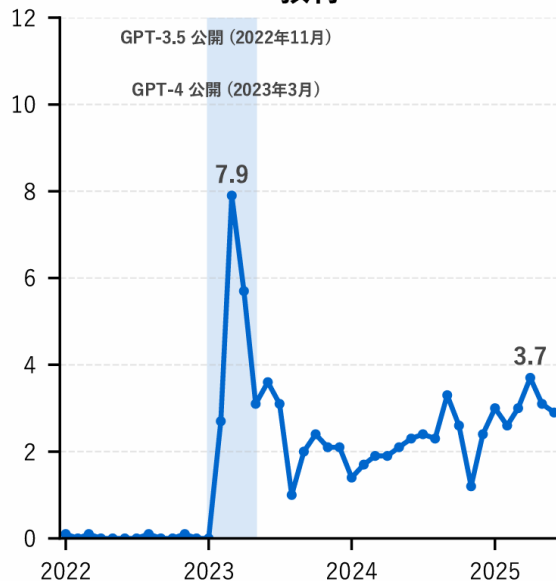
2 発見②受入れ方は様々、でも！導入開始は業種を超えて同期（図2）

パターン1：第1波（2023年）集中型 ▶ ICT、教育、サービス
早期に大量導入、その後はじわじわと増える。

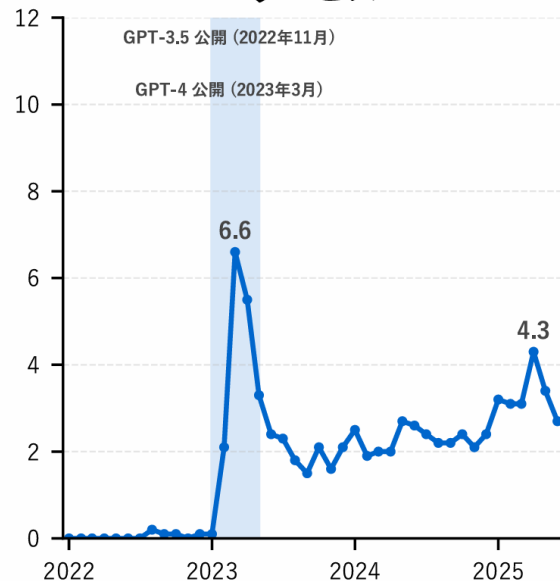
ICT



教育



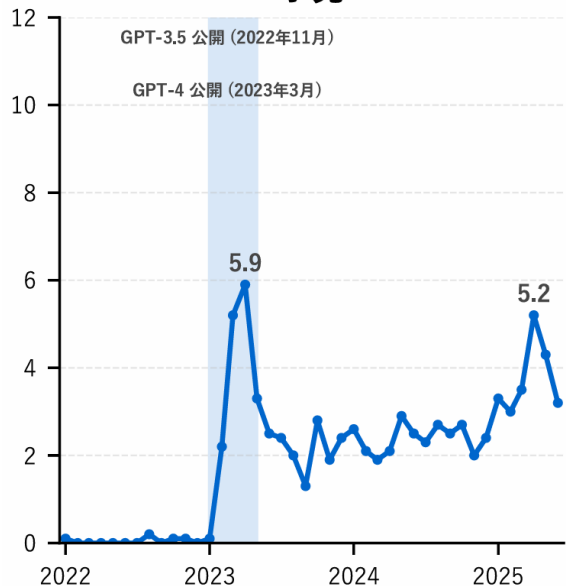
サービス



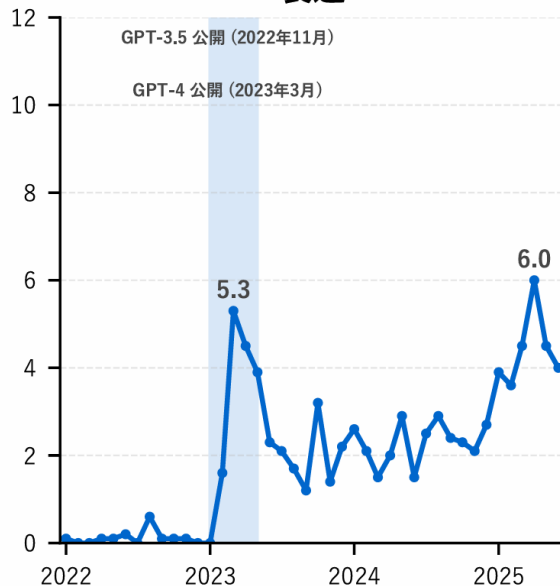
2 発見②受入れ方は様々、でも！導入開始は業種を超えて同期（図2）

パターン2：二峰型（2023年+2025年）▶ 小売、製造、金融
2つのピークが同程度

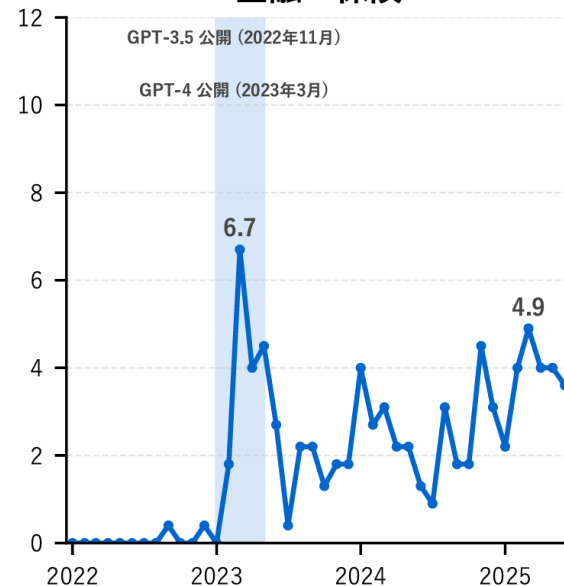
小売



製造



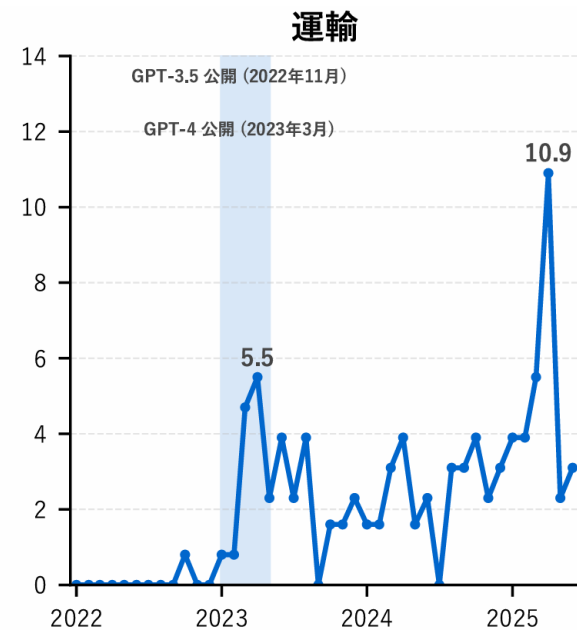
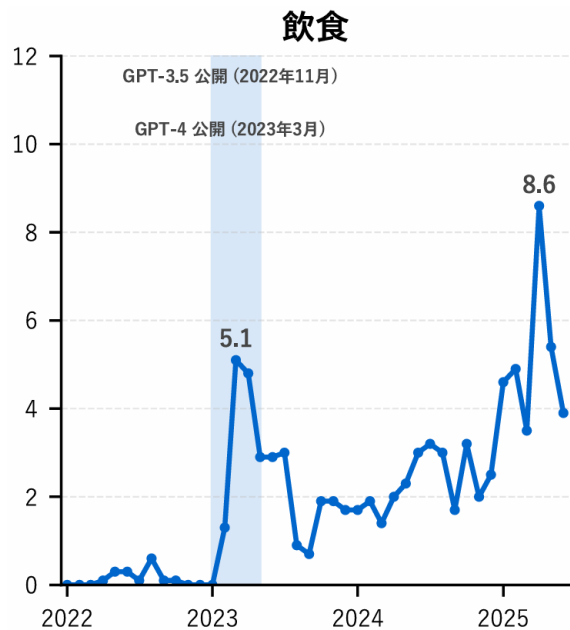
金融・保険



2 発見②受入れ方は様々、でも！導入開始は業種を超えて同期（図2）

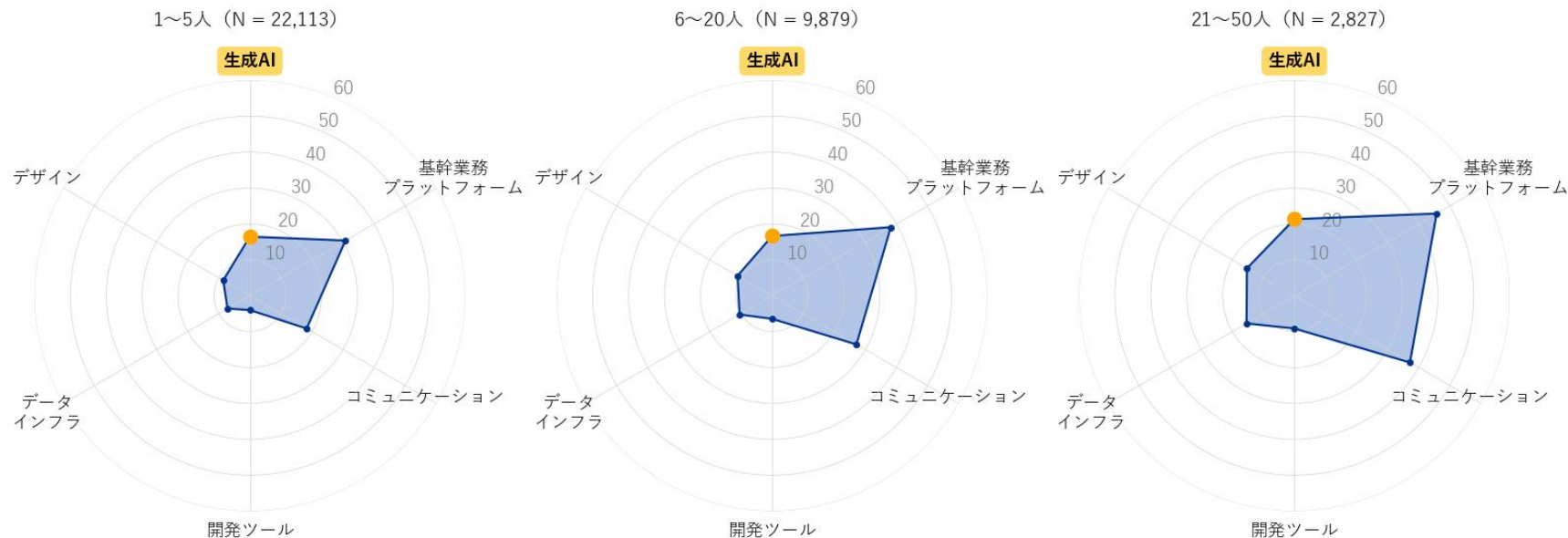
パターン3：第2波（2025年）優位型 ▶ 建設、運輸、医療

後発だが直近で急増



発見③独立型生成AIと他のデジタル技術の利用水準の関係（図3）

- 従業員規模が把握でき、2024年12月に少なくとも1つのデジタルサービスを利用している企業を対象とした。

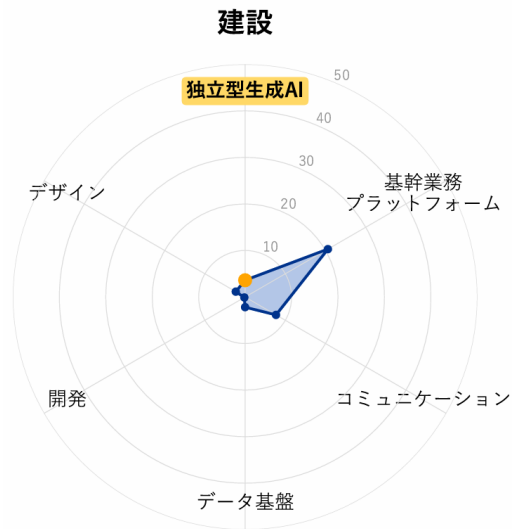


生成AIの導入は、企業規模による差があまり見られない。

発見③独立型生成AIと他のデジタル技術の利用水準の関係（図3）

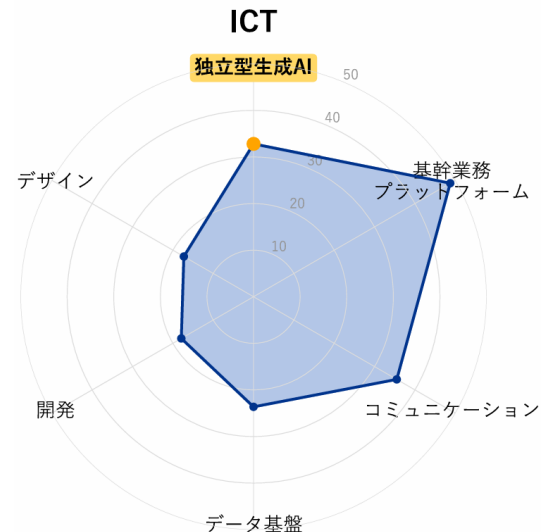
低利用業種（建設等）

- ✓ 基幹業務PFへの依存が高い
- ✓ 他カテゴリの利用は限定的
- ✓ 生成AIは特定タスク補助として選択的導入



高利用業種（ICT等）

- ✓ 複数のデジタル基盤が高水準
- ✓ 生成AIは既存環境を補完
- ✓ 開発・デザインタスクと親和的



生成AIは一律に業務全体へ浸透するのではなく、タスク環境に応じて選択的に利用

2 3つの主要な発見

- 1 **利用水準は業種で異なる（図1）**
- 2 **導入開始は同期的（図2）**
→2023年初頭に集中（外生ショックへの同時反応）
- 3 **差異は、業務タスクを反映するデジタル技術利用と関連（図3）**
 - ▶ 創造・試行錯誤的タスクでは高く、運用中心タスクでは低い

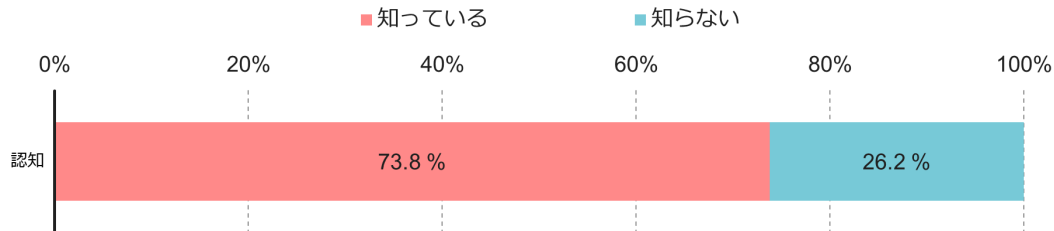
3 5万人アンケート調査データによる分析

3 データ | 5万人アンケート調査データによる分析

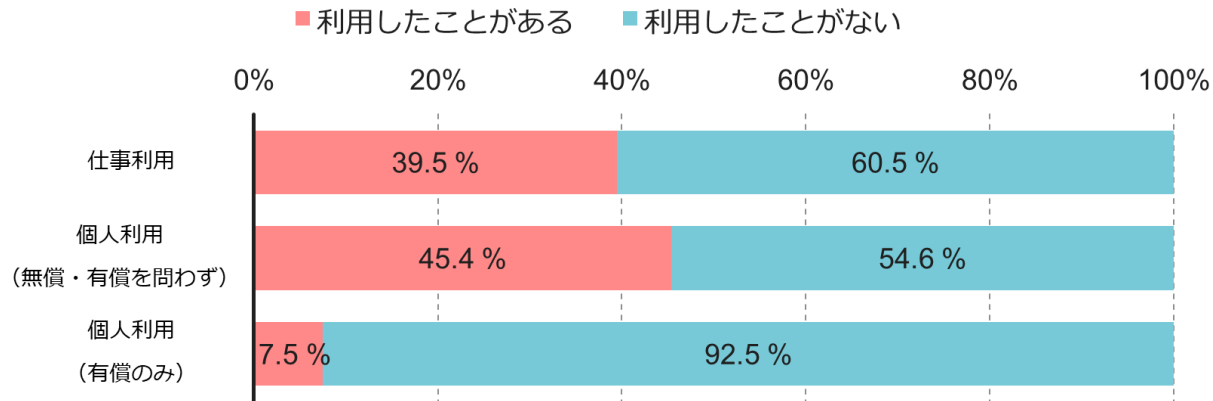
- ◆ インテージリサーチ社とともに（2026年1月）に「制度の利用に関するアンケート」を実施。本年で4回目の調査。
 - ✓ **生成AI利用について、直接的に質問する主観調査。**
- ◆ 対象者数 ▶ **約51,000人**
 - ✓ 令和5年「国勢調査」と令和元年「賃金構造基本統計調査」から算出した人口構成比（性年代×エリア×有職者×個人年収300万円以上）に準拠して回収
- ◆ 対象：いつから（年月）、どこで（仕事、家）、何を（生成AIの種類）、どんな場面でどのように（参照、協働、お任せ）利用しているか
- ◆ その他：性別、年齢、居住地、年収、業種、職種、婚姻、子供の数、生活の満足度など。

生成AIの認知は広がっているが、利用はまだ過渡期

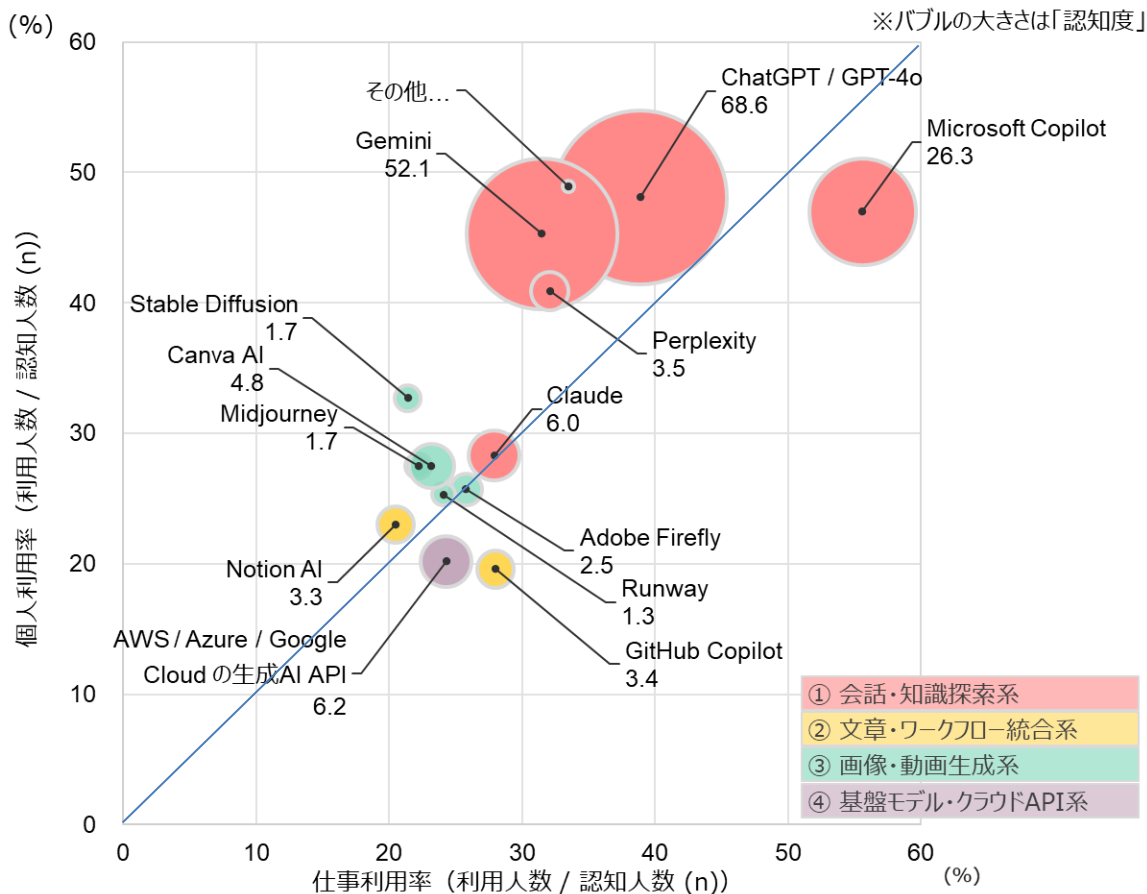
🔍 生成AIを知っていますか？, % (N = 51,824人)



🔍 生成AIを利用していますか？, % (N = 51,824人)

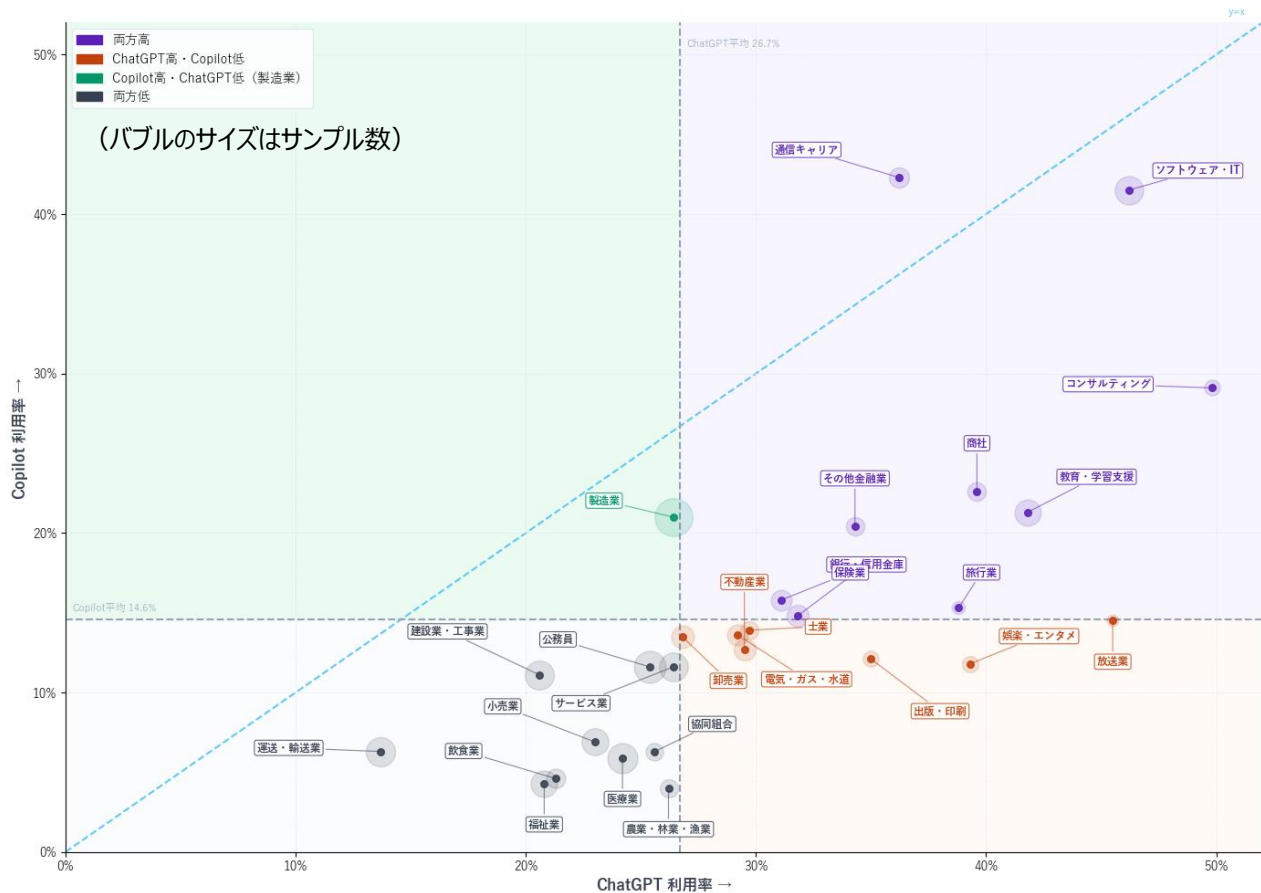


個人での利用が先行している：サービス間で利用の広がりには差がある

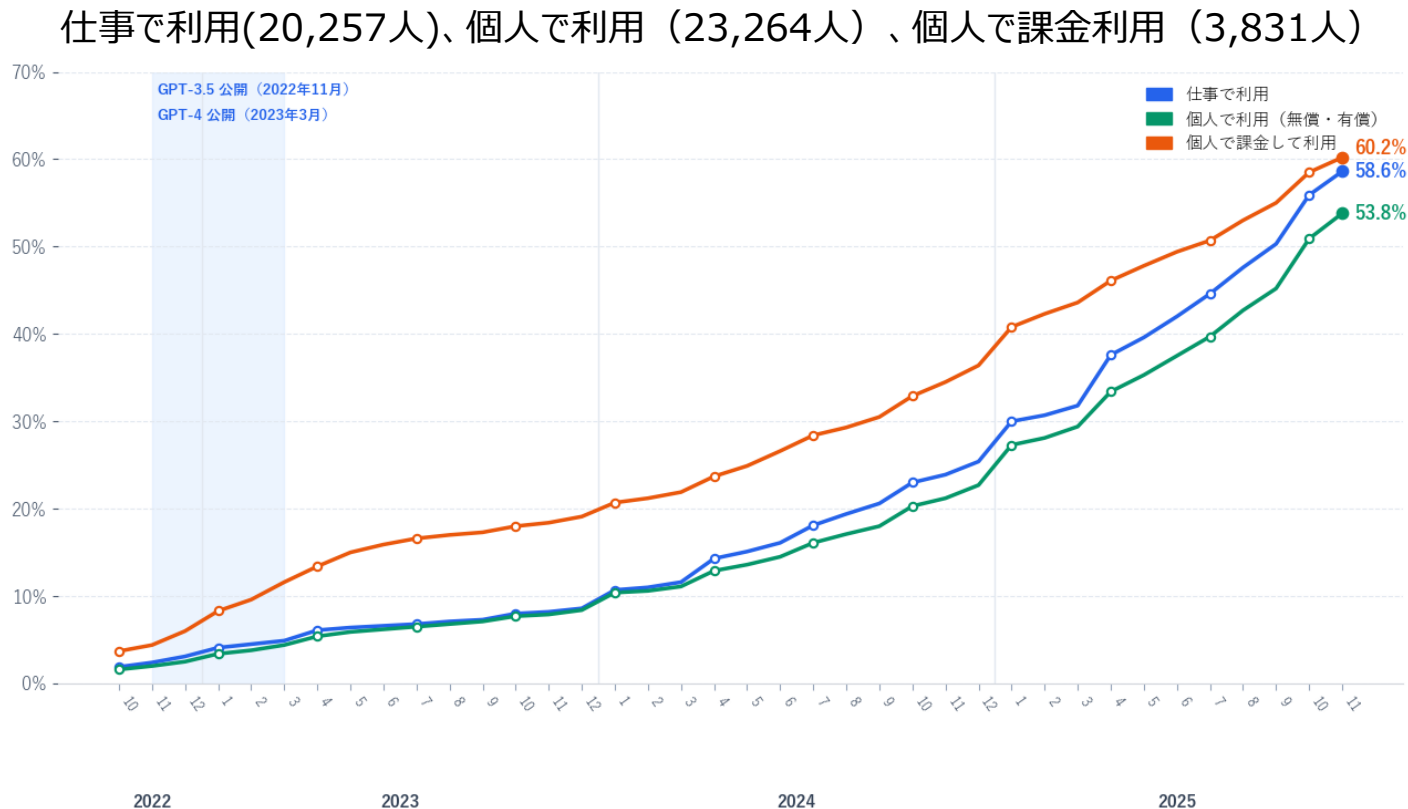


3 業種別の仕事での利用状況

🔍 業種ごとに利用パターンは異なるが、ほとんどの業種でChatGPTの利用率が上回る



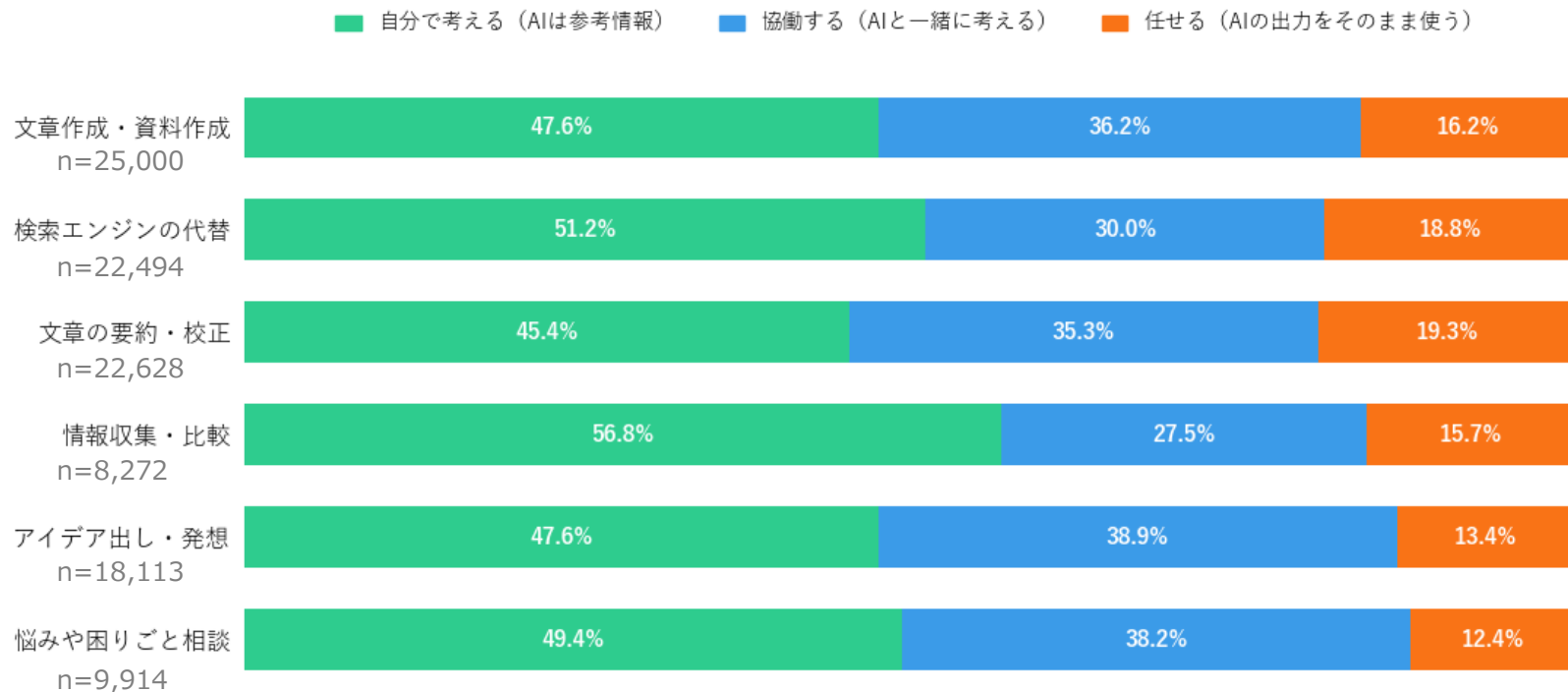
各時点までに初めて使い始めた人の割合（累積導入率％）



課金層は他より早く立ち上がり、導入初期から利用が進んでいる

3 生成AIの使い方 | 参照・協働・任せる

🔍 誰が使っているかではなくて、どの場面でどんな風に使っているかを調べる。



■ 「任せる」利用はすでに日常的に観察される

利用モード別に見た生成AIの使われ方と調査の限界 (n=25,082人)

参照

自分で考え、AIは参考情報

利用率トップ3

- 文章作成 : 47.4%
- 検索代替 : 45.9%
- 要約・校正 : 40.9%

☑ その他 自由記述 (209件)

プログラミング・コード	約40件
お試し・興味本位	約15件
投資・資産運用	約10件
暇つぶし・雑談	約8件
画像生成・加工	約7件

言語化できない利用
7.7%

協働

AIと相談しながら一緒に考える

利用率トップ3

- 文章作成 : 36.1%
- 要約・校正 : 31.8%
- アイデア : 28.1%

☑ その他 自由記述 (98件)

プログラミング・コード	約25件
壁打ち・思考整理	約5件
投資・資産運用	約5件
法律・医療相談	約4件
議事録・文字起こし	約3件

言語化できない利用
22.0%

任せる

AIに任せてそのまま使う

利用率トップ3

- 要約・校正 : 17.4%
- 検索代替 : 16.9%
- 文章作成 : 16.1%

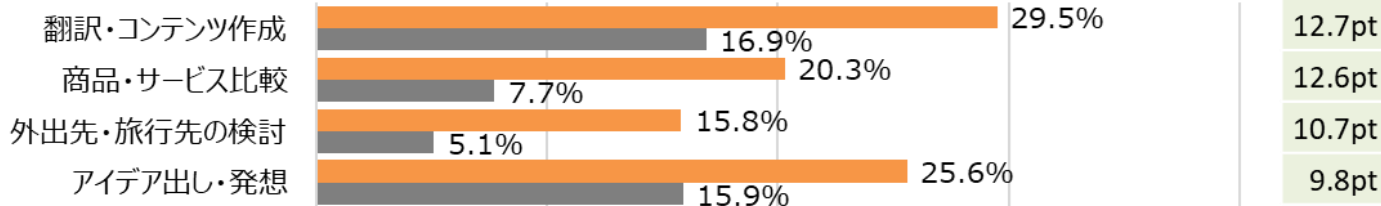
☑ その他 自由記述 (67件)

プログラミング・コード	約20件
画像生成・加工	約5件
議事録・文字起こし	約5件
翻訳	約4件
占い・予想	約3件

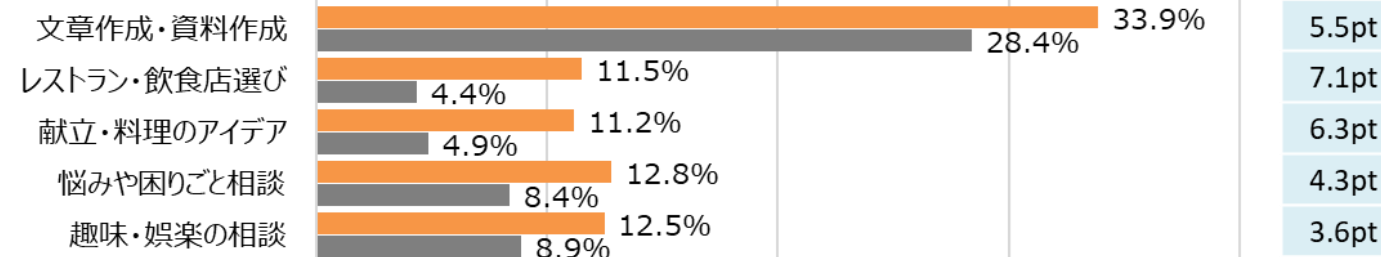
言語化できない利用
46.4%

課金で広がる「任せられる領域」—差は「作業」ではなく「思考・判断」で生まれる

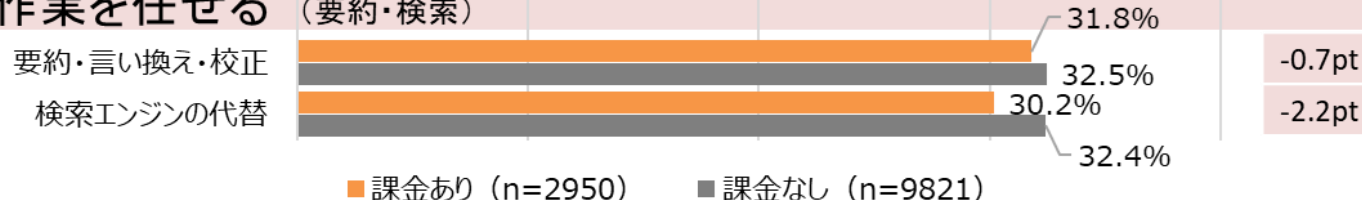
思考を任せる (アイデア・比較・翻訳)



判断を任せる (文書作成・相談・生活)



作業を任せる (要約・検索)



3 3つの主要な発見

1 利用は「個人」から先に広がる

→個人利用が仕事利用を上回っている

2 利用は「タスク」だけでは捉えきれない

→明確タスクだけでなく、曖昧・複合領域に広がっている

3 利用は「均等」ではなく「偏っている」

→多くは未利用または試行段階

4 まとめと政策インプリケーション

- 生成AIの普及は「導入」と「浸透」の二層で進んでいる
 - クラウド会計データで導入を、アンケートデータで生活圏への浸透を確認
 - 業種・環境・タスクにより、利用のあり方は大きく異なる
- ✓ 生成AIは、浸透するほどデータで捉えにくくなる

政策インプリケーション

📍 導入支援の次へ

- ・ 「使えるようにする」段階は終わりつつある
→ 「何を任せるか」を設計する支援へ

📍 教育・リスキリング

- ・ 今後は「使わない自由」がなくなっていく
→ 使い方の差が、そのまま能力の差につながる

📍 委任格差への対応

- ・ 課金できる／できない、任せ方を知っている／知らない
→ 新しいタイプの格差が生まれる