

信用金庫取引先の約3社に1社が生成A I を利活用

— 第205回全国中小企業景気動向調査より —

ポイント

- 信金中金総研「第205回全国中小企業景気動向調査」（2026年7～9月期調査）では、信用金庫取引先の中小企業における生成A I の利活用状況を調査した。
- 調査の結果、「利活用している」との回答が36.1%と、およそ3社に1社が生成A I を利活用しているとの結果となった。一方で未活用との回答は半数以上にのぼった。
- 利活用している企業の用途としては、文章・資料作成に係るものが多く挙げられた。利活用していない企業の過半数がそもそも生成A I の利活用に関心がないと回答した。
- 利活用している企業はセキュリティ面を特に懸念していることがうかがえた。一方、利活用していない企業は、利活用方法の具体像がイメージできていないことが、導入に向けたボトルネックとなっている可能性がある。

1. 約3社に1社が生成A I を利活用と回答

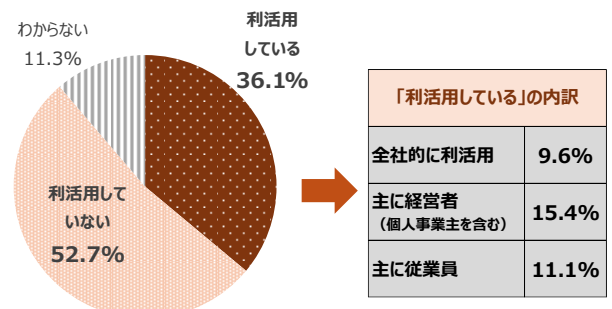
信金中金総研が全国の信用金庫の協力のもと取りまとめている「第205回全国中小企業景気動向調査（2026年7～9月期）」¹（以下「本調査」という。）では、中小企業における生成A I 利活用の状況を探っている。

業務上での生成A I の利活用有無については、「利活用している」との回答が36.1%となり、約3社に1社が生成A I を利活用している結果となった（図表1）。

「利活用している」の回答内訳をみると、

「主に経営者（個人事業主を含む）（15.4%）」、「主に従業員（11.1%）」、「全社的に利活用（9.6%）」の順に多くなった。一方、「利活用していない」は52.7%にのぼり、従業員規模が小さいほど、回答割合が高まる傾向がみられた。

（図表1）生成A I 利活用の有無および利活用者（n=12,766）



（備考）1. 当設問に無回答であったサンプル分は除いている。
2. 信金中金総研「第205回全国中小企業景気動向調査」をもとに作成

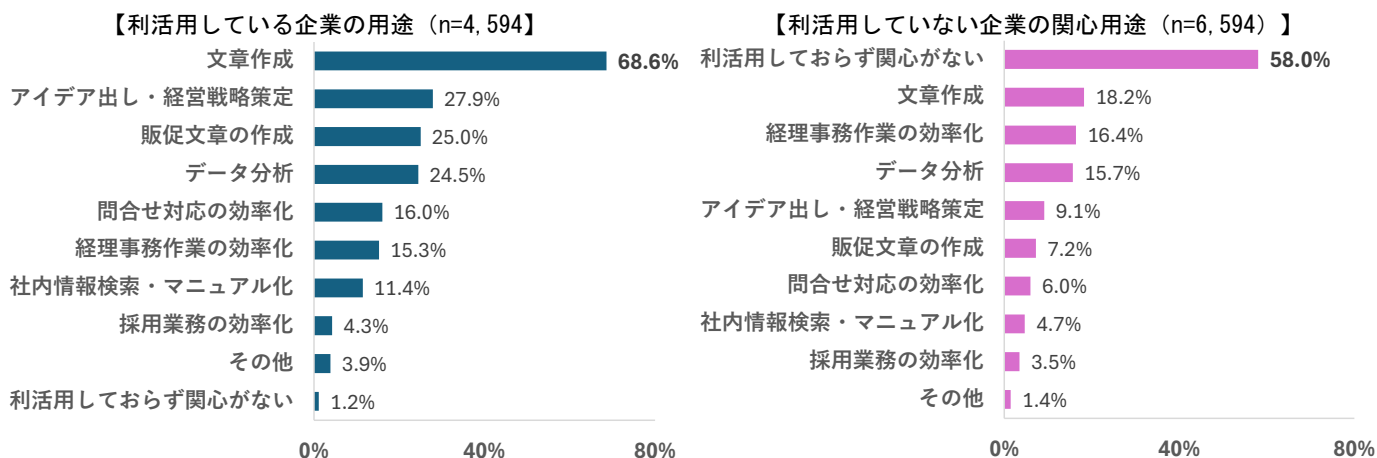
2. 利活用している企業の用途は文章作成が過半数

生成A I を「利活用している」と回答した企業における具体的な用途を尋ねたところ、「文章作成（メール・案内文・議事録）」が68.6%と最も多くの回答を集めた（図表2）。以下、「アイデア出し・経営戦略策定（27.9%）」、「販促文章の作成（SNS投稿・チラシ文面等）（25.0%）」、「データ分析（売上・顧客動向等）（24.5%）」が続いた。

¹ 結果詳細は「<https://www.scbri.jp/reports/businesscycle/20260930-793ai.html>」を参照のこと。

一方で、生成A Iを「利活用していない」と回答した企業においては、「利活用しておらず関心がない」が58.0%にのぼり、利活用していない企業の過半数は、そもそも関心を持っていないとの結果となった。なお、関心のある用途については一定程度分散した。

（図表2）生成A I利活用有無別の用途ないしは関心用途

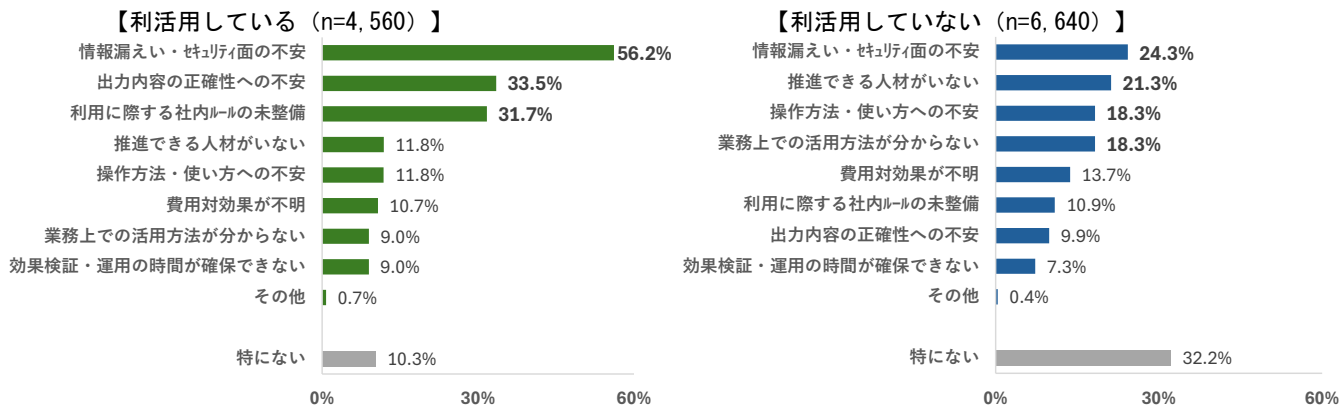


（備考）1. 当設問は最大3択としているため、項目ごとにサンプルの重複あり
 2. 同じ設問に対する回答割合を利活用有無別に整理したもの
 3. 当設問に無回答であったサンプル分は除いている。
 4. 信金中金総研「第205回全国中小企業景気動向調査」をもとに作成

3. 利活用している企業はセキュリティ面、利活用していない企業は活用方法が課題か

生成A Iの利活用における業務上の課題を利活用有無別にみると、利活用している企業としていない企業で懸念の内容が異なる結果となった（図表3）。

（図表3）生成A Iの利活用有無別にみた、生成A I利活用における業務上の課題



（備考）1. 当設問は最大3択としているため、項目ごとにサンプルの重複あり
 2. 同じ設問に対する回答割合を利活用有無別に整理したもの
 3. 当設問に無回答であったサンプル分は除いている。
 4. 信金中金総研「第205回全国中小企業景気動向調査」をもとに作成

利活用している企業では、「情報漏えい・セキュリティ面の不安」が56.2%と最も多く、次いで「出力内容の正確性への不安（33.5%）」、「利用に際する社内ルールの未整備（31.7%）」の順となった。実際に利用する中で、情報管理や出力内容の確認、社内ルール整備といった運用面が比較的強く意識されていることがうかがえる。

一方、利活用していない企業では、「推進できる人材がいない（21.3%）」、「操作方法・使い方への不安（18.3%）」、「業務上での活用方法が分からない（18.3%）」が相対的に高くなった。業務への当てはめ方や利用方法の具体像がイメージできていないことが、導入に向けたボトルネックとなっている可能性がある。

4. 生成A Iに対する中小企業のコメント

生成A Iの利活用について、利活用有無別にコメントを紹介する。利活用している中小企業からは、文章作成を中心に利活用しているとの声が聞かれた（図表4）。一方で利活用していない中小企業からは、活用方法への知見不足や、人繰りの難しさ等によって進まないとの声が聞かれた（図表5）。

（図表4）生成A Iを利活用している中小企業のコメント

コメント	業種	都道府県
情報整理やSNS等の文章作成、顧客対応等で活用している。今後は専門的かつ複雑な業務でも活用していきたい。	不動産売買・賃貸	群馬県
生成A Iについては情報漏洩等のセキュリティ面に不安があり、文章作成補助程度の利用にとどまっている。	航空部品製造	山梨県
社内議事録などの作成にA Iを活用している。今後も可能な範囲でA Iを活用したい。	総合工事	三重県

（図表5）生成A Iを利活用していない中小企業のコメント

コメント	業種	都道府県
生成A Iについては活用方法がよくわからないため、利活用に踏み出せていない。	産業機械製造	埼玉県
ぎりぎりの人員体制で事業を回しているため、A I利活用に関する検討はどうしても後回しになってしまう。	人形卸売	静岡県
従業員の高齢化が進んでおり、A Iを利用できる人材がいらない。	水道用バルブ製造	滋賀県

（備考）信金中金総研「第205回全国中小企業景気動向調査」をもとに作成

5. 利活用度合いや範囲の広がりが今後注目されよう

信用金庫取引先の中小企業においては、生成A Iを業務で活用している層が一定数みられる一方で、未活用の層も多く、企業間で利活用の進み方にばらつきがある状況が確認された。また、利活用の有無によって、用途の傾向や懸念事項の現れ方にも違いがみられた。今後、未活用企業の関心がどのように変化するか、また活用企業における利用範囲がどこまで広がるかなど、動向が注目されよう。

<参考文献>

- ・信金中金総研「第205回全国中小企業景気動向調査」

本レポートは発表時点における情報提供を目的としており、文章中の意見に関する部分は執筆者個人の見解となります。したがって、投資・施策実施等についてはご自身の判断をお願いします。また、レポート掲載資料は信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は予告なしに変更することがありますのでご注意ください。