調査レポート｜全業種向け

法人AI活用 商談白書

直販商談に見る、企業がいま相談していること TOP10

2026年11月版



株式会社AIworker
https://ai-worker.net/

調査概要

項目	内容
種類	調査レポート（当社の商談記録の集計と、公的統計をもとに整理）
対象	当社がお客様と直接行った商談のうち、2026年4月1日から10月31日までの60社の記録
外した記録	社内の打ち合わせ、協業先や紹介者との打ち合わせ、協業先を通じた案件、秘密保持の取り決めがある会社、研修の実施回、既存のお客様の定例、話し手を区別できない記録。迷う記録も外しています
数え方	同じ会社は1社と数えています。文字起こしからお客様の発言だけを切り出し、当社の担当者の発言は数えていません
分類	当社が決めた10項目に、1社につき複数の項目を認めて分類しました。AIが一次分類を行い、別のAIが根拠の発言を前後の文脈で検査し、人が標本を読み返しました。本文で引用した発言は原文と照合しています
使った公的統計	総務省「令和8年版 情報通信白書」
当社の検証	架空の会社の相談メモ40件をAIツールで分類した結果（2026年11月に当社で実行）。調査の集計には含めていません
発行	株式会社AIworker（2026年11月）

本レポートでは、社名をすべて伏せています。発言を引用するときは短く切って大まかな業種だけを書き、話し言葉の言いよどみ（「えっと」など）は削っています。

調査の数字
当社の商談記録を集計した60社の結果です。割合には必ず母数を添えています

公的統計
総務省の情報通信白書の数字です。図表の番号を本文に書いています

架空の例と検証
破線の枠がある章の人物、部署、数字は架空です。調査の数字とは関係がありません

前半で調査の結果をお伝えし、後半で、自社の相談ごとを整理して社内で動き始めるための材料をご用意しました。

01 はじめに：企業はいま、AIについて何を相談しているのか

生成AIを業務で使う会社は、この1年で大きく増えました。総務省の企業向け調査では、何らかの業務で生成AIを使っている日本企業は86.4%で、前年の調査の55.2%から増えています（令和8年版 情報通信白書 24ページ 図表 I -2-1-6）。また、会社として生成AIを「積極的に活用する」「領域を限定して利用する」と決めた会社も、49.7%から68.9%に増えています（同 21ページ 図表 I -2-1-1）。

86.4%
何らかの業務で生成AIを使っている日本企業

68.9%
生成AIを活用する方針を決めた日本企業

60社
本調査で数えた、当社との直接の商談の会社

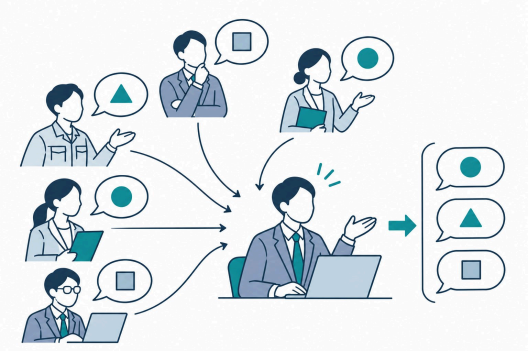
4.1項目
1社あたりの相談の項目数

左の2つは総務省「令和8年版 情報通信白書」、右の2つは当社の商談記録の集計です。

こうした統計からは、会社が生成AIを入れたかどうかが分かります。一方で、入れる前後の会社が実際に何に困り、外部の支援会社に何を尋ねているのかは、なかなか見えてきません。

そこで当社は、2026年4月から10月までの直接の商談の記録を読み直し、お客様ご自身の発言だけを10の項目で数えました。担当者の方が他社の相談の中身を知ることで、自社の検討の抜けを見つけたり、上の方に説明するときの材料にしたりしていただくことが目的です。

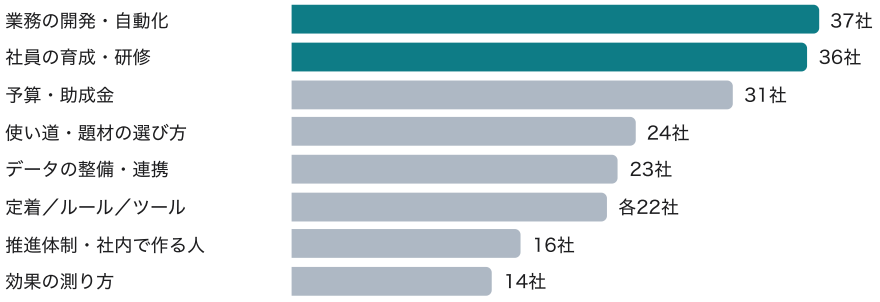
使われない理由については、同じ商談記録をもとに、別のレポート「AIが社内で使われない会社の共通点」でまとめています。本レポートは相談の中身の全体を扱います。



02 結果1：相談テーマの順位

60社の相談を10項目に分けると、次の順になりました。1社が複数の項目を話しているため、合計は60社を超えます。割合はいずれも60社に対するものです。

順位	相談テーマ	社数	割合
1	特定の業務の開発・自動化	37社	62%
2	社員の育成・研修	36社	60%
3	予算・助成金	31社	52%
4	使い道・題材の選び方	24社	40%
5	データの整備・システムとの連携	23社	38%
6	導入後の定着	22社	37%
6	セキュリティ・利用ルール	22社	37%
6	ツールの選び方	22社	37%
9	推進体制・社内で作る人	16社	27%
10	効果の測り方・投資対効果	14社	23%



当社の商談記録の集計（60社）。1社が複数の項目を話しています。

順位は目安としてご覧ください。母数が60社なので、1位と2位の1社の差や、4位から8位の数社の差には大きな意味がありません。読み取っていただきたいのは、大きな3つのまとまりです。

1つ目のまとまりは、開発と育成です。この2つはどちらも6割前後の会社から出ていて、ほかの項目より多く話されています。2つ目のまとまりは、使い道、データ、定着、ルール、ツールで、4割前後の会社から出ています。これらは開発や研修を具体的に考え始めたときに、一緒に出てくる話です。3つ目は推進体制と効果の測り方で、それぞれ2割台でした。

予算と助成金は3位に入っていますが、商談という場の性質も考えて読む必要があります。費用の話が出やすい場であるためです。そこで、当社の価格を聞いただけの発言は数えずに、自社の予算の確保や費用の負担に悩む発言と、助成金や補助金を使いたいという発言に絞りました。

1社あたり4.1項目を話している

1社が話した項目の数は、平均で4.1項目でした。つまり、1つの悩みだけを持って相談に来る会社は少なく、いくつかの悩みが重なった状態で来られています。項目の数が1つだけだった会社は、60社のうち2社でした。

組み合わせでは、開発を相談した37社のうち、17社はデータの整備や連携も話しています。また、20社は予算や助成金の話もしていました。定着を話した22社のうち18社は、育成や研修の話もしています。定着の悩みを研修で解決できないかと考える会社があることがうかがえます。

開発か育成か、それとも両方か

上位2つの項目で60社を分けた結果は、次の表のとおりです。

相談の軸	社数	割合
開発・自動化だけを話した	22社	37%
育成・研修だけを話した	21社	35%
両方を話した	15社	25%
どちらも話していない	2社	3%

業務を変える入口
特定の業務を自動化するAIを作りたい（開発のみ22社）

＋

人を変える入口
社員が使えるようにしたい（育成のみ21社）

開発から入る会社と、育成から入る会社が、ほぼ同じ数でした。両方を話した会社は15社です。社内でも、情報システム部門は開発の話から入り、人事部門は研修の話から入ることがあると思います。同じ会社の中で別々の相談が進むと、予算や題材が重なってしまうことがあります。そのため、窓口が分かれている会社では、早い段階で2つの話をつないでおくとよいでしょう。

03 相談テーマごとの中身

ここからは、それぞれの項目で実際にどのような話が出ているのかを、お客様の言葉とともに見ていきます。

特定の業務の開発・自動化（37社）

一番多かったのは、特定の業務を自動化するAIやシステムを作りたいという相談です。37社が話した業務を分けると、次のようになりました。1社が複数の業務を話しているため、合計は37社を超えます。

自動化したい業務	社数（母数37社）
経理・請求・事務処理	13社
社内の資料や過去事例の検索	10社
問い合わせ対応	10社
見積・提案書	9社
営業・マーケティング	9社
図面・設計・技術の継承	5社
報告書・議事録・社内文書の作成	5社
そのほかの業務	18社

事務処理のように手順が決まっている業務に加えて、過去の資料を探す、問い合わせに答えるといった、社内の知識を使う業務も多く挙がりました。そのほかの業務が18社あるのは、業界ごとの固有の業務が多いためです。つまり、どの会社にも当てはまる定番の題材があるというよりも、自社の業務の中から選ぶ会社が多いと言えます。

> 「ベテラン社員の頭の中で判断しているものを」（建設・不動産）
>
> 「見積もり、仕入れ先に対する見積もり依頼の効率化とか」（製造業）

全社で使えるAIを配るだけでは業務が変わりにくいと感じ、自社の特定の業務に手を入れたいと考える会社が多いことが分かります。ただし、作りたいものがはっきりしている会社ばかりとは限りません。業務の困りごとは見えているものの、何を作ればよいかはこれから考えるという相談も含まれています。

社員の育成・研修（36社）

2番目は、社員に教えたいという相談です。基礎から学びたいという話だけでなく、すでに使っている人と使っていない人の差を埋めたいという話が目立ちました。

> 「習熟度も差が激しいので、そこを底上げできるような」（製造業）
>
> 「既存社員のテクノロジースキルの底上げを図りたい」（そのほかの業種）

36社のうち28社は、教えたい相手についても話していました。その内訳は次の表のとおりです。

教えたい相手	社数（母数36社）
特定の部署	13社
推進担当・選抜メンバー	12社
全社員	10社
管理職・経営層	5社
新入社員・若手	1社

全社員に広く教えるという話よりも、特定の部署や選抜の人から始めるという話のほうが多く出ていました。残りの8社は、相手まで話が進んでいない段階です。そのため、誰に何を身につけてもらうのかを先に決めておくと、研修会社との話が具体的になります。

予算・助成金（31社）

3番目は、お金に関わる相談です。31社のうち28社について中身を分けると、費用の負担が気になるという話が18社、助成金や補助金を使いたいという話が12社、予算がまだ取れていないという話が7社でした。

> 「予算を取れてない」（製造業）

費用の負担の話には、研修の金額が負担だという声があります。予算がまだ取れていない会社では、担当者が上の方に説明する材料を探している様子もうかがえます。助成金については、制度の改正もあるため、最新の要件は厚生労働省の資料や社会保険労務士にご確認ください。

使い道・題材の選び方（24社）

4番目は、どの業務から手を付ければよいかという相談です。AIで何ができるのかを調べている段階の会社に多く見られました。

> 「試行錯誤というか、調べている段階で」（サービス業）

この項目は、開発や研修を相談している会社と重なることも多くあります。題材が決まらないまま研修や開発を進めると、後から手戻りになりやすいので、早い段階で候補を2〜3個に絞っておくと進めやすくなります。

データの整備・システムとの連携（23社）

5番目は、社内のデータに関する相談です。資料が散らばっている、古いものと新しいものが混ざっている、既存のシステムとつなげられるのかといった話が出ています。

> 「ナレッジがどこにあるかがわからない」（製造業）

開発を相談した37社のうち17社がこの話もしていました。これは、業務を自動化しようとして初めてデータの状態に気づく会社があるためだと考えられます。すべてのデータを整えてから始めようとすると、多くの時間がかかります。そのため、題材に必要なデータに範囲を絞って確かめる方法が現実的です。

導入後の定着（22社）

6番目の1つは、入れたものが使われないという相談です。詳しい理由は別のレポートでまとめていますが、本調査でも、年齢層や役職による差の話が出ました。

> 「管理職の方が AI活用できてない」（製造業）

セキュリティ・利用ルール（22社）

同じく6番目は、何を入れてよいのかという相談です。中身を確かめられた12社では、入れてよい情報が分からないという話が7社、ガイドラインがない、または作りたいという話が5社、個人のアカウントや無料版の扱いが5社、社内の承認や情報システム部門の壁が2社でした。

> 「社内情報をどこまで AIに読み取らせていいのか」（製造業）

ツールの選び方（22社）

同じく6番目は、どのAIを選ぶかという相談です。製品の比較に加えて、無料版と有料版の違いや、契約プランの選び方も話に出ています。

> 「何のツールを使えばいいんですか」（建設・不動産）

推進体制・社内で作る人（16社）

9番目は、誰が進めるのかという相談です。推進の組織をどう作るか、社内でAIを作れる人をどう育てるかという話が出ました。

社数は少なめですが、体制の話が重要でないとは言い切れません。多くの商談では、最初の相談の段階では開発や研修の話が中心で、体制の話まで進まないことが考えられます。

効果の測り方・投資対効果（14社）

10番目は、効果をどう説明するかという相談です。

> 「稟議上げる際にはすごく大事なポイントになる」（製造業）

14社という数は多くありません。ただ、社内の決裁を通すときに聞かれることなので、話題に出ていない会社でも、いずれ必要になる材料だと考えておくと安心です。

04 結果2：Copilot・Gemini・ChatGPT・Claudeごとの悩みの違い

次に、ツールごとの違いを見ます。60社のうち、4つのツールのいずれも話に出なかった会社は15社で、2つ以上を導入、検討、または個人で利用している会社は22社でした。1つの会社が複数のツールを使っていることは、すでに珍しくありません。

ツール	話に出た会社	導入済み	検討中	個人の利用	話に出ただけ
Copilot	20社	14社	3社	1社	2社
Gemini	24社	8社	2社	6社	8社
ChatGPT	25社	6社	6社	7社	6社
Claude	23社	8社	6社	4社	5社

話に出ただけの会社を除くと、母数はCopilotが18社、Geminiが16社、ChatGPTが19社、Claudeが18社です。いずれも20社未満なので、順位は断定せずに、そのツールを使っているか検討している会社が話した悩みの傾向として読んでください。

ツール（母数）	話に出た悩み（社数）	悩みの例
Copilot（18社）	定着6社、ルール5社、育成4社	資料作成やメール整理の範囲にとどまる、管理職が使っていない、機密情報を入れにくい
Gemini（16社）	ツールの選び方6社、定着4社、ルール3社	複数のツールの使い分け、個人のアカウントが増える、使う人と使わない人の差
ChatGPT（19社）	ツールの選び方8社、ルール4社、予算3社	無料版の制限、有料版の費用、個人の契約をどう整理するか
Claude（18社）	ツールの選び方6社、育成3社、ルール3社	開発の道具という印象から抜けられない、どのプランにするか、部署が先に始めている

Copilotでは、定着の悩みが目立ちました。Copilotを導入済みと話した会社は14社で、4つのツールの中で一番多くなっています。すでに配っている会社が多いので、配った後の悩みが出やすいと考えられます。

> 「使いこなせるかっていうところを、ちょっと不安視しておりまして」（製造業）

Geminiでは、ほかのツールとの関係を話す会社が見られました。業務ソフトの一部として使える状態にはなっているものの、ほかのツールとどう使い分けるか、という悩みです。

> 「使いこなせてる感はないかな」（そのほかの業種）

ChatGPTでは、無料版と有料版の話が多くなっています。個人で使い始めた人が社内にいて、それを会社の契約としてどう整理するかという段階の会社があります。

> 「有料だと高いんでしょ？」（そのほかの業種）

Claudeでは、開発の道具という印象を持つ会社がある一方で、部署が先に使い始めていて管理が追いつかないという話も出ました。

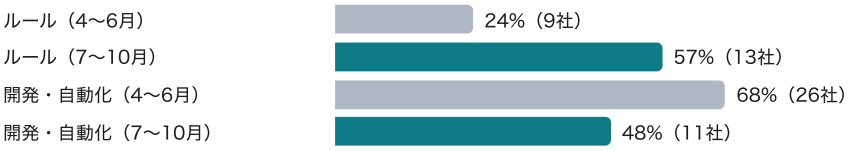
> 「勝手に自分たちの部署で始めちゃってる」（サービス業）

ただし、この表はツールの良し悪しを示すものではありません。導入の段階が違えば、出てくる悩みも変わります。また、1つの会社が複数のツールについて話しているため、同じ会社が複数の行に入っています。

05 結果3：4〜6月と7〜10月の変化

次は、期間を2つに分けた比較です。4〜6月の商談があった会社は38社、7〜10月の商談があった会社は23社で、両方の期間に商談があった会社は1社です。7〜10月は母数が少ないので、大きな傾向として読んでください。

相談テーマ	4〜6月（38社）	7〜10月（23社）
特定の業務の開発・自動化	26社（68%）	11社（48%）
社員の育成・研修	20社（53%）	16社（70%）
予算・助成金	16社（42%）	15社（65%）
使い道・題材の選び方	13社（34%）	11社（48%）
データの整備・システムとの連携	12社（32%）	12社（52%）
導入後の定着	12社（32%）	10社（43%）
セキュリティ・利用ルール	9社（24%）	13社（57%）
ツールの選び方	12社（32%）	10社（43%）
推進体制・社内で作る人	8社（21%）	8社（35%）
効果の測り方・投資対効果	9社（24%）	5社（22%）



当社の商談記録の集計。母数は4〜6月が38社、7〜10月が23社です。

一番大きく変わったのは、セキュリティや利用ルールの相談です。4〜6月の24%から、7〜10月は57%に増えました。データの整備や連携、予算や助成金、育成や研修も増えています。その一方で、特定の業務の開発や自動化は68%から48%に下がりました。効果の測り方には、ほとんど変化がありません。

ただし、この結果を読むときに気をつけていただきたい点が2つあります。1つ目は、7〜10月のほうが1社あたりの項目数が多いことです。4〜6月は平均3.6項目、7〜10月は平均4.8項目でした。そのため、多くの項目で割合が上がって見えています。2つ目は、会社の顔ぶれの違いです。従業員1,000名以上の会社は、4〜6月は38社のうち10社、7〜10月は23社のうち9社でした。7〜10月のほうが大きな会社の割合が高いことも、ルールの話の増加に影響している可能性があります。

そのうえで言えるのは、相談の中心が「何か作りたい」という話から、会社全体で進めるための条件の話へ広がっているように見えることです。ツールの動きとも重なっています。使っているか検討している会社は、Copilotが4〜6月の7社から7〜10月の11社に、Geminiが6社から10社に増えました。母数が減っているなかでの増加なので、会社として配るツールの話が増えていることがうかがえます。

06 結果4：業種ごとの違い

業種ごとの社数は多くありません。また、少数の業種を細かく出すと会社が特定されるおそれがあるので、6つの区分にまとめました。どの区分も20社未満なので、順位は出さずに、社数をそのままお示しします。

相談テーマ	製造業（13社）	サービス業（11社）	建設・不動産（7社）	IT・通信（7社）	商社・卸売・小売（8社）	そのほか（14社）
開発・自動化	7	8	4	4	8	6
育成・研修	6	8	5	5	2	10
予算・助成金	7	8	2	3	4	7
使い道・題材	4	6	2	5	2	5
データ・連携	8	3	2	3	2	5
定着	5	6	3	4	0	4
ルール	3	6	1	4	3	5
ツール	1	5	3	4	4	5
推進体制	5	4	2	2	0	3
効果の測り方	8	3	0	0	0	3

そのほかは、人材・教育、物流・運輸、医療・介護、金融・保険、公共・団体をまとめています。

製造業：データと効果の測り方

製造業の13社では、データの整備や連携と、効果の測り方を、それぞれ8社が話していました。報告書などの社内の資料が多く、現場の時間をどれだけ減らせるのかを数字で示すことが社内で求められている様子がうかがえます。

サービス業：開発、育成、予算が同じくらい

サービス業の11社では、開発、育成、予算をそれぞれ8社が話していました。業務の自動化と社員の底上げを、限られた予算の中で同時に考えている会社がある様子です。

建設・不動産：育成が中心

建設・不動産の7社では、育成を5社が話していました。社数が少ないので断定はできませんが、社員の使い方の差をどう埋めるかという話が目立っています。

IT・通信：使い道と育成

IT・通信の7社では、使い道と育成をそれぞれ5社が話していました。技術に詳しい社員がいる会社でも、業務のどこで使うかは別の課題として話されています。

商社・卸売・小売：特定の業務の開発

商社・卸売・小売の8社では、8社すべてが開発や自動化を話していました。見積や受発注など、件数の多い定型の業務があることが背景にあると考えられます。

会社の規模で見ると

会社の規模については、発言や一般に知られた情報をもとにAIが推定した区分で、当社が個別に確かめたものではありません。規模が分からない会社も14社あります。

相談テーマ	1,000名以上（19社）	100〜999名（11社）	100名未満（16社）
開発・自動化	9	5	11
育成・研修	9	8	11
データ・連携	10	5	6
ルール	8	6	5
効果の測り方	6	2	0
推進体制	7	1	5

1,000名以上の19社では、データや連携、ルール、推進体制、効果の測り方の話が多く見られました。一方で、100名未満の16社で効果の測り方を話した会社はありませんでした。会社が大きいほど、社内で説明し、仕組みとして広げるための話が増えるようです。

07 調査の結果から言えること

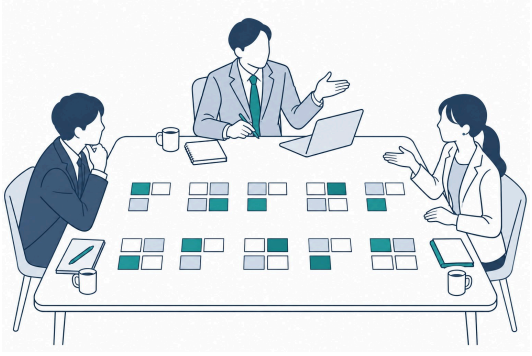
ここまでの結果を、社内で検討を進めるための判断の材料として4つにまとめます。

1つ目は、開発と育成を別々に考えないことです。60社のうち開発だけを話した会社と、育成だけを話した会社が、ほぼ同じ数でした。別々に進めると、作ったものを使う人が育たなかったり、研修で学んだことを使う業務がなかったりします。題材を1つ決めて、開発と育成の両方をそこに合わせると、予算の説明もしやすくなります。

2つ目は、ルールの話を早めに始めることです。7〜10月の相談では、23社のうち13社がルールの話をしていました。ルールの話は、開発や研修の検討が進んだ後に出てくると、そこで止まってしまうことがあります。題材を決める時点で、情報システム部門や法務の方に入っていただくことをおすすめします。

3つ目は、効果の測り方を先に決めることです。60社のうち効果の測り方を話した会社は14社でした。100名未満の16社では、効果の測り方の話は出ていません。話題に上がりにくい項目ですが、社内の決裁では聞かれることなので、題材を決めた時点で今の時間を測っておくと、後から説明しやすくなります。

4つ目は、ツールの選定に時間をかけすぎないことです。22社が2つ以上のツールを導入、検討、または個人で利用していました。ツールは今後も変わっていくものなので、1つを選ぶことよりも、業務に合わせて使い分ける考え方と、会社として認める範囲を決めるほうが、長く役に立ちます。



08 相談の前に決めておくと進めやすいこと

調査の結果を踏まえて、当社への相談に限らず、社外に相談する前に社内で決めておくと話が早く進むことをまとめました。

相談テーマ	先に決めておくこと	決まっていないときの最初の一歩
開発・自動化	対象の業務と、1回の時間、年間の回数	毎週くり返す業務を3つ書き出します
育成・研修	誰に何ができるようになってほしいか	対象の部署を1つ決めます
予算・助成金	今年度か来年度か、誰が決裁するか	前年の稟議の時期を確かめます
使い道・題材	候補の業務を2〜3個	部署の責任者に面倒な業務を聞きます
データ・連携	題材に必要なデータと置き場所	実物を1件見せてもらいます
定着	誰がどの業務で使っているか	部署別の利用状況を出してもらいます
ルール	入れてよい情報と確認が必要な情報	今のルールを担当者と読み直します
ツール	今の契約と、社内の業務ソフト	今の契約の一覧を作ります
推進体制	部署ごとの推進役の候補	周りから相談されている人を挙げます
効果の測り方	使う前の時間を測ること	題材の業務の時間を1回測ります

09 自社の論点を点数で確かめる

他社の相談と自社の状況を比べるために、次の項目を自己採点してみてください。点の分け方は当社が決めた目安であり、統計から導いたものではありません。

見る点	3点	2点	1点
題材	2〜3個に絞った	候補はある	決まっていない
育成	対象と到達点が決まった	対象だけ決まった	決まっていない
予算	確保した	申請の時期が決まった	決まっていない
データ	題材に必要な分を確かめた	置き場所は分かる	分からない
ルール	使える範囲が表で分かる	禁止事項の一覧がある	分からない
体制	部署ごとに推進役がいる	全社の担当がいる	いない
効果	使う前の時間を測った	測り方を決めた	決めていない

部署	題材	育成	予算	データ	ルール	体制	効果	合計
記入例：営業（架空）	2	1	1	1	2	2	1	10

合計点で部署を比べるよりも、1点の項目を見ていただくと、次に決めることが分かります。1点の項目が3つ以上あるときは、開発や研修の話を始める前に、題材と体制から決めることをおすすめします。

10 入口ごとに、次に確かめること

結果1で見たとおり、開発から入る会社と育成から入る会社は同じくらいの数でした。ここでは、入口ごとに次に確かめておくとよいことを整理します。なお、ここからの内容は、調査の数字をもとに当社が支援の現場で考えていることです。

開発から入る会社

作りたいものが見えている会社は、話が早く進むように思えます。しかし、開発を相談した37社のうち17社がデータの話もしていることを考えると、まず確かめたいのは、題材の業務に必要なデータがどこにあり、どの形で残っているのかということです。実物を数件見るだけでも、作れるものの見通しは大きく変わります。

また、作った後に誰が直すのかも決めておきたい点です。業務の手順は変わっていくので、外部の会社に任せたままにすると、小さな変更のたびに時間と費用がかかってしまいます。そのため、開発の話と一緒に、社内で誰が見守るのかを考えておくと安心です。

育成から入る会社

研修から入る会社は、全社員に広く学んでもらうことを目標にしがちです。ただし、定着を話した22社のうち18社が育成の話もしていることから分かるように、研修だけで定着の悩みが解決するとは限りません。

そのため、研修の前に、受講者が研修の後でどの業務に使うのかを決めておくことをおすすめします。自分の業務を題材にすることで、職場に戻ってからも使いやすくなるためです。対象を一度に広げずに、題材を決められる部署から始めるほうが、次の部署に広げる材料も残ります。

両方を話した会社

開発と育成の両方を話した15社は、社内で作る人を育てるという話に近づいていきます。この場合に大切なのは、開発と研修の題材をそろえることです。研修で学んだことを使って、自分の業務の小さな仕組みを作ると、学ぶことと業務を変えることが1つにつながります。

題材
業務を1つ決めます

データ
実物を確かめます

育成
同じ題材で学びます

測定
前後の時間を比べます

11 社外に相談するときに用意するもの

相談を受ける側から見て、次のものがあると最初の打ち合わせから具体的な話ができます。すべてそろっていなくても構いません。あるものから順にご用意いただくことで、限られた時間を有効に使えるはずです。

用意するもの	分かること	なくても話せるか
題材の候補の業務と、1回の時間	効果の大きさの見当	話せますが、費用の話は大まかになります
実際の資料やデータの見本（社内のルールの範囲で）	作れるものの見通し	形式の説明だけでも話せます
今のAIツールの契約と利用状況	今の環境で足りるかどうか	情報システム部門に聞けば分かります
社内のルールやガイドライン	使える範囲	ない場合は一緒に考えます
決裁の流れと時期	進め方の順番	分かる範囲で構いません

12 よくある質問

開発と研修は、どちらから始めるのがよいですか。

本調査では、どちらから入る会社も同じくらいの数でした。どちらが正しいということはなく、題材が決まっているかどうかで考えるのがよいと思います。題材が決まっていれば開発の検討から、決まっていなければ、部署の責任者と題材を選ぶところから始めると進めやすくなります。

ルールが決まるまで待つべきですか。

7〜10月の相談では、23社のうち13社がルールの話をしていました。全社のルールが完成するまで待つと時間がかかるので、まずは題材の業務で入れてよい情報を決めて始める方法があります。判断は情報システム部門や法務の方と一緒に行ってください。

ツールは1つに絞るべきですか。

本調査では、22社が2つ以上のツールを導入、検討、または個人で利用していました。無理に1つに絞るよりも、会社として認めるものと、その使い分けをはっきりさせることが先だと考えています。

13 実際に動かすと、こうなります（架空の会社での検証）

架空の検証：この章の会社、部署、相談の中身はすべて架空です。調査の60社の集計とは関係がありません。お客様の発言は使っていません。

本調査で商談の記録に行った分類は、社内の相談にも使えるはずです。そこで、当社で架空の会社の「社内AI相談窓口の受付メモ」を40件作り、AIツール（Claude Code）に分類を頼みました。頼んだ内容は次のとおりです。

> 「社内AI相談窓口_受付メモ.xlsx」の40件を、次の10項目に分類してください（1件に複数可）。（10項目の名前）。どれにも当たらないものは「対象外」にしてください。元のシートは変えずに、「分類」のシート（受付日、部署、相談の内容、項目番号、そう判断した理由、担当者確認の空欄）と、「集計」のシート（項目ごとの件数と相談してきた部署数、部署ごとに多い項目）を足して「相談の分類.xlsx」に保存してください。判断に迷った件と、確かめてほしい点を最後に書いてください。

60秒で、次の集計ができました。当社で分類のシートから数え直したところ、件数と部署数は集計のシートと一致しました。

項目番号	項目	件数	相談してきた部署数
1	使い道・題材の選び方	6	4
2	社員の育成・研修	3	3
3	導入後の定着	6	3
4	セキュリティ・利用ルール	8	7
5	効果の測り方・投資対効果	3	2
6	ツールの選び方	2	2
7	特定の業務の開発・自動化	6	5
8	推進体制・社内で作る人	5	4
9	データの整備・システムとの連携	4	4
10	予算・助成金	2	2
対象外	対象外	1	1

AIが実際に作ったExcelの集計のシートを画像にしたものです（データは架空）。

この結果で見ていただきたいのは、件数だけでなく部署数も並べている点です。ルールの相談は8件が7部署から出ているので、全社で決める話だと分かります。一方で、定着の相談は6件が3部署に寄っていて、AIは「営業二課に偏っています」と指摘しました。

AIは、確かめてほしい点も挙げてきました。主なものは次の表のとおりです。

AIが挙げた点	AIの説明
分類が割れる件	助成金と研修の両方に関わる相談は「予算・助成金」のみにしたが、「育成・研修」を足すかは判断が分かれる
相談の意図	「誰に頼めばいいか」という相談は、社内で作る人を探しているのか、外部に頼みたいのかが読み取れない
項目のまとめ方	推進役の選び方と、開発できる人の育成を同じ項目に入れたが、それでよいか
理由の性質	理由の欄は推測であり、相談者に意図を確認したものではない

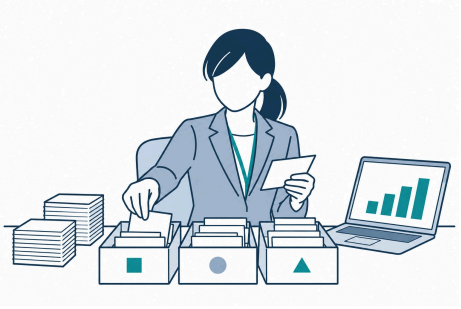
さらに、当社で分類のシートを読み返すと、AIが気づいていない間違いが1つ見つかりました。最初の2件で、項目番号と理由が入れ替わっていたのです。AIの説明では、2件目のCopilotの相談を使い道と定着に分けたと書かれていますが、シートでは1件目にその分類が入っていました。同じ部署の中での入れ替わりなので集計の数字は変わりませんが、一覧を読む人は判断を誤るおそれがあります。

つまり、AIに任せると分類と集計は短い時間で終わりますが、一覧を人が読み返す作業は欠かせません。「担当者確認」の列を先に作っておくのは、そのためです。なお、これは架空のデータを使った1回の結果です。実際の相談メモで試すときは、社内ルールで認められた環境で、入れてよい情報を確かめてから進めてください。

14 3か月後、担当者の仕事はこう変わります（架空の例）

架空の例：この章の人物と数字は説明のためのものであり、成果を約束するものではありません。調査の60社の集計とも関係がありません。

全社のAI活用を担当する森さんの例で考えてみましょう。森さんのもとには、部署から個別に相談が届きます。研修はいつあるのか、これを入れてよいのか、見積を自動にできないのかといった内容です。月に10時間ほどを個別の回答に使っていて、全体として何が起きているのかは見えていません。



時期	森さんがしていること	周りで起きていること
1か月目	相談メモをためて10項目で分類し、件数と部署数を出します。よくある質問への回答を1枚にまとめます	同じ質問が減り始めます
2か月目	多かった項目から、部署の責任者と題材を2つ決めます。情報システム部門と、入れてよい情報の表を作ります	開発の相談と研修の相談が、同じ題材の話としてつながります
3か月目	題材の業務の時間を使う前と使った後で比べ、役員に報告します。個別の回答は月4時間まで減ります	部署の責任者が、次の題材を自分で挙げるようになります
4〜6か月目	分類を毎月続け、変化を見ます	相談の中身が、使い方の質問から業務の話に移ります



個別の相談への回答にかかる時間の例です。

空いた時間で、森さんは部署の責任者と題材の話ができるようになります。実際の効果は、題材の作業時間を測って確かめます。

15 自社の効果を1分で試算する

記入例：この章の数字は計算の仕方を示す例です。調査の集計とは関係がありません。

本調査で一番多かった開発の相談では、対象の業務の大きさを早めに数字にしておくことが大切です。候補の業務について試算してみてください。

項目	記入例	御社の数字
①1回の作業時間	2時間	
②年間の回数	60回	
③同じ作業をしている人数	5名	
④減らせる割合（まずは控えめに）	5割	
⑤時給	3,000円	
減らせる時間（①×②×③×④）	年300時間	
金額に直すと（上の時間×⑤）	年90万円	

2時間 × 60回 × 5名 × 5割 = 年300時間 × 3,000円 = 年90万円

上の表の記入例を計算したものです。

④の割合は最初は仮の数字になるので、実際に試しながら前後の時間を測り、実際の数字に置き換えていきます。

16 上の方に話すための材料

社内で話を進めるときには、次のような質問を受けることが多いはずです。答え方の例にある社数は、本調査の集計です。



相手	聞かれそうなこと	答え方の例
役員	他社は何をしているのか	ある支援会社の調査では、60社のうち37社が特定の業務の開発を、36社が社員の育成を相談しています。当社はどちらから入るかを決めたいと考えています
役員	効果はどう説明するのか	同じ調査で効果の測り方を話した会社は60社のうち14社でした。当社は先に使う前の時間を測り、差を報告します
部署の責任者	現場の時間を取られないか	題材を1つに絞り、時間を測る手間だけをいただきます
情報システム部門・法務	データは安全か	同じ調査の7〜10月では、23社のうち13社がルールの話をしています。入れてよい情報の表を最初に一緒に作ります
経理・経営企画	予算はどうするのか	試算の結果と、小さく試す範囲をお持ちします

話を切り出すときには、説明を1枚にまとめると進めやすくなります。目的、今の状況、相談の分類の結果、試したいこと、いただきたいもの、3か月後の報告を書く形で、Wordの雛形を用意しました（https://ai-worker.net/wp-content/uploads/2026/11/aiworker-all-shodan-hakusho-setsumei.docx）。

17 今週やること3つ

大きな計画を立てる前に、まず次の3つを試してみてください。どれも半日もかかりません。

順	やること	分かること
1	この1か月に受けたAIの相談を、10項目に分けてみます	自社の相談の偏り
2	部署の責任者と、自己採点の表を一緒に埋めます	1点の項目と、次に決めること
3	候補の業務の時間を1回測り、試算の表に入れます	上の方に話すときの数字

18 この調査の読み方と限界

本調査は、当社に相談に来られた会社の商談の記録を集計したものです。当社は業務に合わせた開発と研修を行っているので、開発や育成の相談が多くなりやすい面があります。そのため、数字は日本企業全体の割合を表すものではありません。

また、数えたのはお客様が商談の中で自ら話したことであり、話題に出なかったことは数えていません。ある項目の割合が低いことが、その問題が少ないことを意味するとは限りません。商談の場なので、予算の話も出やすくなります。

話し手を区別できない記録を外しているため、対面の商談は少なめです。また、協業先を通じた案件や秘密保持の取り決めがある会社を外しているので、大きな会社の案件は実際より少なく出ている可能性があります。

分類の精度についても書いておきます。AIが一次分類をした後で、別のAIが根拠の発言を前後の文脈で検査し、弱い根拠を落としました。その後で標本を2つの方法で確かめています。人が40件の判定を前後の発言とともに読み返したところ、36件は妥当で、4件は根拠が弱いと判断しました。また、16件の記録を別のAIモデルで白紙から判定し直すと、160の判定のうち90.6%が一致しました。一致しなかった15の判定のうち12は、本番の集計で数えていないものでした。そのため、社数は少なめに出ている可能性があります。

会社の業種と規模は、AIの判定を当社が見直したものです。規模は推定を含むので、大まかな区分としてご覧ください。ツールの状況は、お客様の発言から読み取ったものです。契約の内容を確かめたものではありません。

また、破線の枠がある章の例と架空データの検証は、説明のために当社が用意したものです。調査の集計には含めていません。

出典

- 総務省「令和8年版 情報通信白書」（2026年）第Ⅰ部第2章第1節
- 21ページ 図表Ⅰ-2-1-1 生成AI活用方針の策定状況（国別）
- 24ページ 図表Ⅰ-2-1-6 生成AIを一つ以上の業務で利用している割合（国別）
- 株式会社AIworker 商談記録の集計（2026年4月1日〜10月31日、本レポートのための集計）

架空の会社のデータの検証は、当社が2026年11月に実行した結果です。担当者の例と試算の記入例は説明のためのものであり、統計ではありません。Copilot、Gemini、ChatGPT、Claudeは各社の製品です。当社とツール会社の関係を示すものではありません。

当社について

AIworker

株式会社AIworkerは、経営課題の整理からAIエージェントの開発、現場に入り込む伴走、社内AI人材の育成までを一社で担う法人向けAIパートナーです。製造・商社・IT・人材・食品など100社以上の業務にAIを組み込んできました。開発と育成を別々の話にせずに、題材を決め、使い方を一緒に作り、効果を数字で確かめるところまで支援します。

相談の分類や自己採点を試してみたものの次の一歩に迷う場合は、御社の状況と説明資料を30分で一緒に整理することも可能です。

ご相談: https://ai-worker.net/contact/