

特別調査

生成AIの利用に関する調査

— 生成AIを「すでに利用している」企業は14.6% —

はじめに

生成AI^{*}は2022年に「ChatGPT」が登場して以降、多くの企業が開発を競うとともに、世界的なユーザーの急拡大が続いている。

こうしたなか、生成AIの利用状況などを把握するため、県内企業1,000社（有効回答540社）を対象にアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

※生成AIとは

総務省「情報通信白書令和6年度版」によると、「テキスト、画像、音声などを自律的に生成できるAI技術の総称」で、「ユーザー側の調整やスキルなしに自然な言語で指示を出すだけで容易に活用できるものであり、テキスト、画像、映像等の多様な形式（マルチモーダル）のアウトプットが取得できるもの」とされている。

アンケート調査の結果

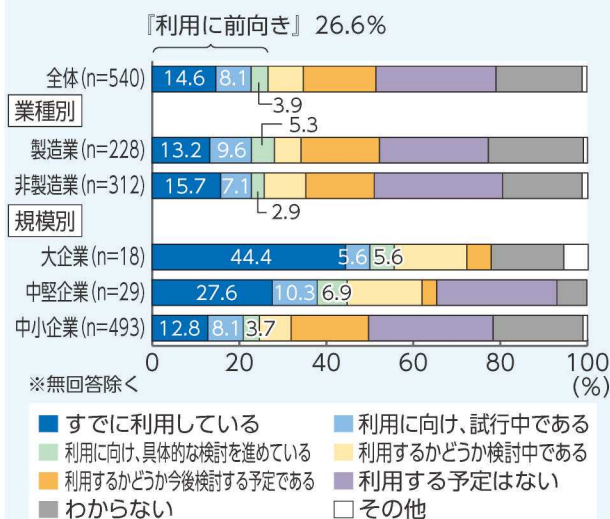
（1）生成AIの利用状況

— 「すでに利用している」企業は14.6% —

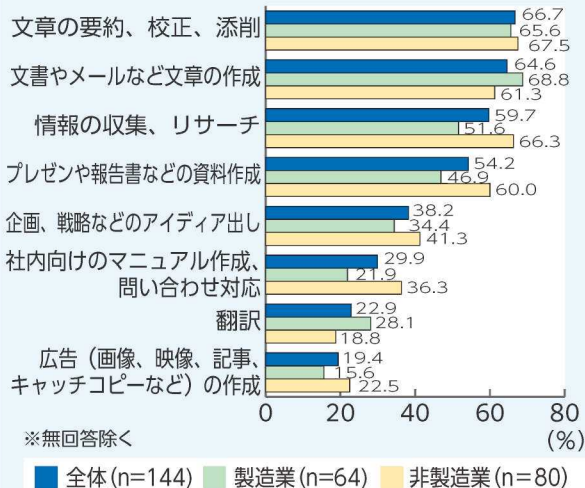
すべての企業に、生成AIの利用状況を尋ねたところ、「すでに利用している」と回答した割合は14.6%となった（図表1）。「すでに利用している」に「利用に向け、試行中である」（8.1%）、「利用に向け、具体的な検討を進めている」（3.9%）を合わせた『利用に前向き』な企業は26.6%となった。一方、「利用する予定はない」は27.6%となった。

「すでに利用している」企業を業種別にみると、非製造業（15.7%）が製造業（13.2%）をやや上回った。なかでも、化学（50.0%）、精密機械（36.4%）、サービス（26.8%）で高くなっている。

■ 図表1 生成AIの利用状況（業種別、規模別）



■ 図表2 生成AIの利用用途（複数回答、業種別、上位項目のみ）



（2）生成AIの利用用途

— 「文章の要約、校正、添削」「文書やメールなど文章の作成」が6割台半ばで高い —

生成AIの『利用に前向き』な企業（144社）に、

生成AIの利用に関する調査

利用用途について尋ねたところ（複数回答）、「文章の要約、校正、添削」（66.7%）と「文書やメールなど文章の作成」（64.6%）の割合が6割台半ばと高くなった（図表2）。以下「情報の収集、リサーチ」（59.7%）、「プレゼンや報告書などの資料作成」（54.2%）などの順となった。

業種別にみると、製造業は非製造業に比べ「翻訳」「文書やメールなど文章の作成」が高くなった。非製造業は製造業に比べ「情報の収集、リサーチ」「社内向けのマニュアル作成、問い合わせ対応」などが高くなった。

（3）生成AIの利用目的、期待する効果

－「業務の効率化、生産性の向上」が約9割－

生成AIの『利用に前向き』な企業に、利用目的及び期待する効果を尋ねたところ（複数回答）、「業務の効率化、生産性の向上」（90.9%）の割合が9割を超え、最も高くなった（図表3）。以下「従業員の負担の軽減」（56.6%）、「コストの削減」（44.1%）などの順となった。

（4）課題、取り組まない理由

－「取り組むための知識やノウハウが不足している」がトップ－

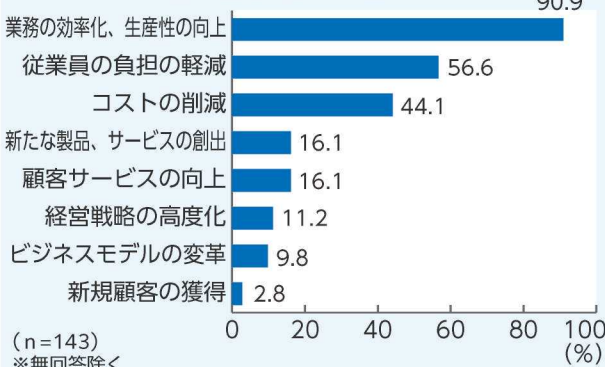
すべての企業に、生成AIを利用するうえでの課題または取り組まない理由を尋ねたところ（複数回答）、「取り組むための知識やノウハウが不足している」の割合が46.7%と最も高くなった（図表4）。以下「スキルを持っている人材が不足している」（37.5%）、「何から始めていいかわからない」（18.2%）などの順となった。

まとめ

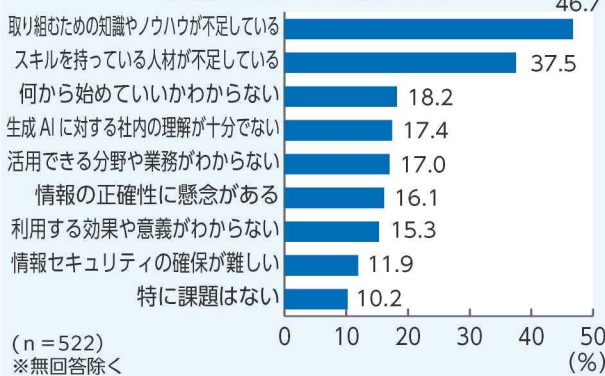
今回の調査結果では、生成AIを「すでに利用している」企業は14.6%となり、その利用目的としては、「業務の効率化、生産性の向上」が約9割となった。

生成AIの活用によって業務の効率化が進めば、従業員が「顧客・取引先に向き合う」「本業に注力する」といった時間に充てることができるため、自

■ 図表3 生成AIの利用目的、期待する効果
（複数回答、上位項目のみ）



■ 図表4 課題、取り組まない理由
（複数回答、上位項目のみ）



【調査の要領】

1. 調査対象 … 県内事業所 1,000社
※事業所を含むが社と表記
2. 調査方法 … 郵送による記名アンケート方式
(回答は郵送・Web併用)
2025年上期新潟県企業動向調査に付帯
3. 調査時期 … 2025年5月12日～5月30日
4. 回答状況 … 回答事業所数 540社
有効回答率 54.0%

〈内訳〉

- ・業種別
 - 製造業 228社
 - 非製造業 312社
- ・企業規模別
 - 大企業 18社
 - 中堅企業 29社
 - 中小企業 493社

社の競争力を高めることに繋がると思われる。生成AI市場は今後も拡大が続き、企業や生活に与える影響はさらに大きくなることが予想される。人手不足が県内企業の深刻な問題となるなか、生成AIの自社に適した活用方法をいち早く検討し、導入することで、課題の解決や成長が図られることを期待したい。
(2025年8月 近)

特別調査

カーボンニュートラルに関する調査

— 「すでに取り組んでいる」企業は31.8%。2年間で8.8ポイント上昇 —

はじめに

県内企業のカーボンニュートラルに向けた取組状況や取組内容について把握するため、当社では定期的に調査を実施している（2023年上期、24年上期に実施）。こうしたなか、県内企業1,000社（有効回答539社）を対象にアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

アンケート調査の結果

（1）カーボンニュートラルの取組状況

— 「すでに取り組んでいる」企業は31.8% —

すべての企業に、カーボンニュートラルの取組状況について尋ねたところ、「すでに取り組んでいる」と回答した企業の割合は31.8%となった（図表1）。

「すでに取り組んでいる」企業を業種別にみると、製造業（36.3%）が非製造業（28.5%）を7.8ポイント上回った。特に、輸送機械、その他製造（ともに58.3%）や化学、電気機械（ともに50.5%）で高く、半数を超えている。

過去の調査と比べると、「すでに取り組んでいる」企業は23年上期の23.0%、24年上期の26.2%、今回調査の31.8%と上昇しており、県内企業でカーボンニュートラルの取組みが広がっていることがうかがえる。

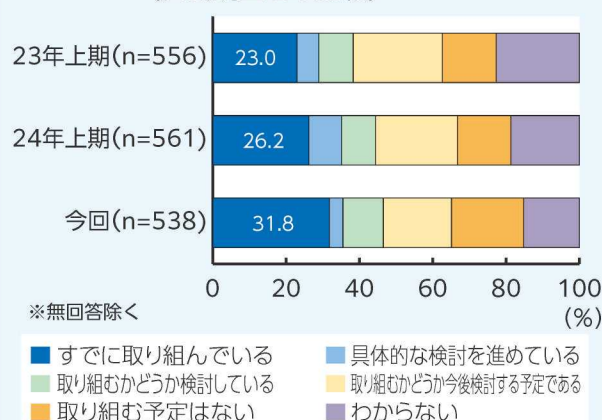
（2）温室効果ガス（GHG）、二酸化炭素（CO₂）

排出量の算定、削減計画策定等の進捗状況

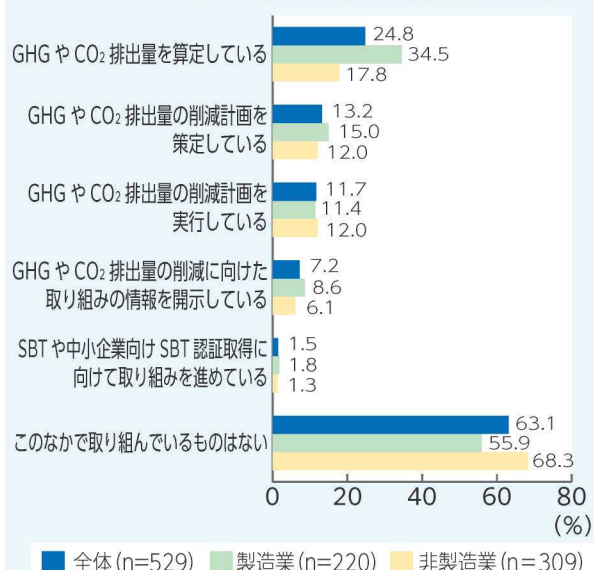
— 「GHGやCO₂排出量を算定している」企業は24.8% —

すべての企業に、温室効果ガス（以下、GHG）や

■ 図表1 カーボンニュートラルの取組状況（過去調査との比較）



■ 図表2 GHG、CO₂排出量の算定、削減計画策定等の進捗状況（業種別、複数回答）



二酸化炭素（以下、CO₂）排出量の算定、削減計画策定等の進捗状況について尋ねたところ（複数回答）、「GHGやCO₂排出量を算定している」と回答した企業の割合は24.8%となった（図表2）。排出量算定の

次のステップである「GHGやCO₂排出量の削減計画を策定している」(13.2%)や「GHGやCO₂排出量の削減計画を実行している」(11.7%)は1割台となった。なお、「GHGやCO₂排出量の削減に向けた取り組みの情報を開示している」は7.2%と、取り組みを対外的にPRしている企業は少数にとどまっている。

「GHGやCO₂排出量を算定している」企業を業種別にみると、製造業(34.5%)が非製造業(17.8%)を16.7ポイント上回った。特に、精密機械(54.5%)、化学(50.0%)で高くなった。

(3) カーボンニュートラルの取組内容、効果等

カーボンニュートラルに向けた具体的な取組内容やその効果等を尋ねたところ、以下のような声があげられた。

【認証取得】

- ・エコアクション21認証を取得し、取り組みを進めている。認証の取得は従業員のSDGs意識の醸成を図ることも目的の一つである(サービス)
- ・中小企業向けSBT認証取得に向け取り組みを進めている。「脱炭素化に積極的な企業」として取引先にアピールしていく予定である(電気機械)

【外部機関・ツールの活用】

- ・省エネ診断を依頼した。自社の実態把握とともに省エネ対策を実施したほか、エネルギー転換や達成に向けた管理方法なども検討中である。さらに、委員会を立ち上げ、活動内容をビジネスに繋げる方法を模索している(その他製造)
- ・GHG排出量の算定ツールを導入し、削減計画を立てた。その一環として太陽光発電システムを設置した(卸売)

【カーボン・オフセット】^(注)

- ・売り上げの一部を「新潟県カーボン・オフセット制度」の登録事業に寄付する商品を販売している(サービス)
- ・削減目標に向けた施策を進めている。ただし、削減施策だけでは達成が難しいことが判明してお

り、J-クレジット購入などもあわせて検討する必要があると考えている(化学)

【課題】

- ・取引先は上場企業が多い。取引条件として、今後カーボンニュートラルの取り組みが必要となることは認識しているものの、社内に知識やノウハウがないため、実施できていないことが課題である(その他製造)
- ・社会的な意義は理解しているものの、取り組むための資金、人員、ノウハウが不足している(精密機械)

まとめ

カーボンニュートラルの取り組みを「すでに取り組んでいる」企業の割合は2年間で8.8ポイント上昇した。

「すでに取り組んでいる」企業からは、GHG排出量の削減に向けた活動のみならず、『脱炭素化に積極的な企業』として取引先にアピールしていく予定である」「活動内容をビジネスに繋げる方法を模索している」など、カーボンニュートラルの取り組みを新たな顧客の開拓やビジネスチャンスととらえる動きも出てきている。

一方で、「今後カーボンニュートラルの取り組みが必要となることは認識しているものの、社内に知識やノウハウがないため、実施できていない」といった課題をあげる声も複数寄せられた。自社に不足しているノウハウや知識を有した人員については、知見を持つ外部の専門機関等も活用しながら、取り組みを進めていくことが必要と思われる。(2025年8月 近)

【調査の要領】

1. 調査対象	…	県内事業所 1,000社 ※事業所を含むが社と表記
2. 調査方法	…	郵送による記名アンケート方式 (回答は郵送・Web併用) 2025年上期新潟県企業動向調査に付帯
3. 調査時期	…	2025年5月12日～5月30日
4. 回答状況	…	回答事業所数 539社 有効回答率 53.9%
〈内訳〉		
・業種別		
製造業		227社
非製造業		312社
・企業規模別		
大企業		17社
中堅企業		29社
中小企業		493社

(注) カーボン・オフセット：排出量の削減努力をしたうえで、どうしても排出されるGHGについて、排出量に見合ったGHG削減活動に投資すること等により、埋め合わせするという考え方