

生成AIに関する 実態調査2024 春

—試行錯誤の中で見え始める二極化の兆し：
生成AIを経営資源の1つとする変革の始まり—



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、企業における生成AIの認知度、活用状況、および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2024 春」を実施しました。2023年10月に発表した前回の実態調査以降、生成AIを取り巻く環境は著しく変化しています。

まず、生成AI技術の急速な進化により、多くの新しいツールやアプリケーションが市場に登場しました。これにより、生成AIの活用範囲が広がり、企業がその潜在能力を最大限に引き出す機会が増えています。同時に、生成AIを取り巻く規制も強化されており、企業はコンプライアンスの観点からも注意を払う必要があります。

さらに、生成AIに関連する社会的な議論も活発化しています。フェイクニュースの拡散やプライバシー問題に対する懸念が高まり、生成AIの倫理的な利用に対する関心が増しています。これらの要因が相まって、生成AIを上手く活用できている企業とそうでない企業の間で成果の二極化が進行しつつあります。

本調査は、これらの背景を踏まえ、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実施されました。本調査結果が、生成AIの活用を進める上での貴重な指針となり、企業がこの先進技術を効果的に取り入れ、競争力を高めるための一助となることを期待しています。

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	p.26
3.	全体傾向	p.34
4.	属性別傾向	p.89

1

エグゼクティブサマリー



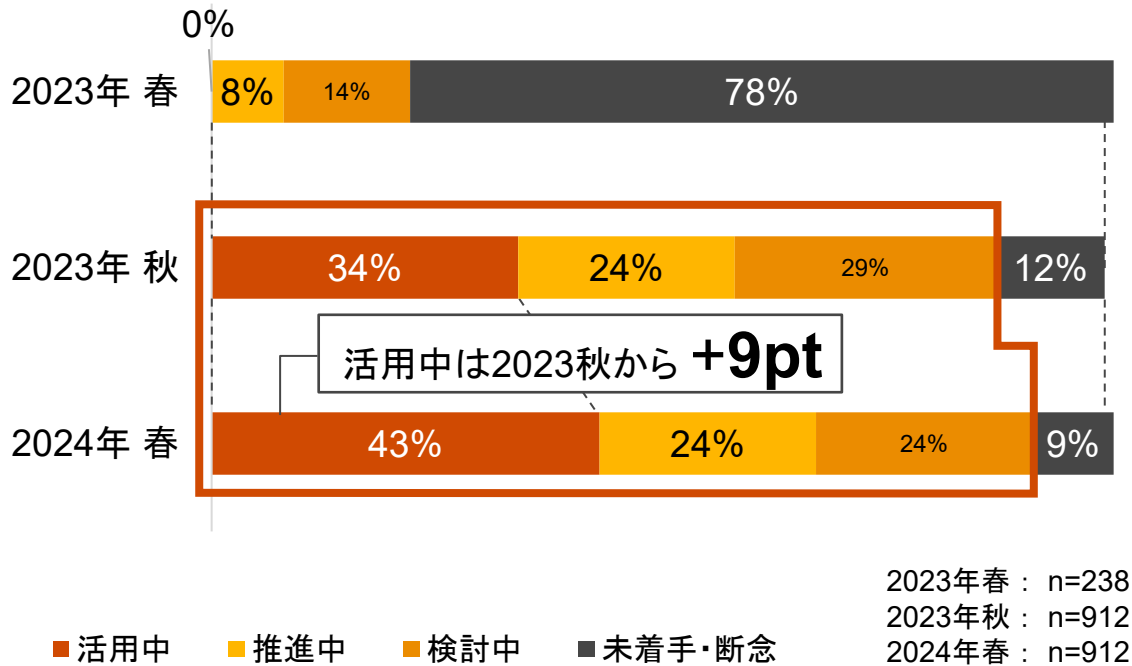
Topic.1

高い関心を維持しながら
試行錯誤期へ

1. エグゼクティブサマリー

「社内で生成AIを活用中」または「社外に生成AIサービスを提供中」と回答した層は前回調査から+9pt、また、他社事例に「とても関心がある」層は前回調査から+4ptで、着実に普及／関心度合いは上昇しているが、2023年春から秋に大幅に変化して以来、高止まり。

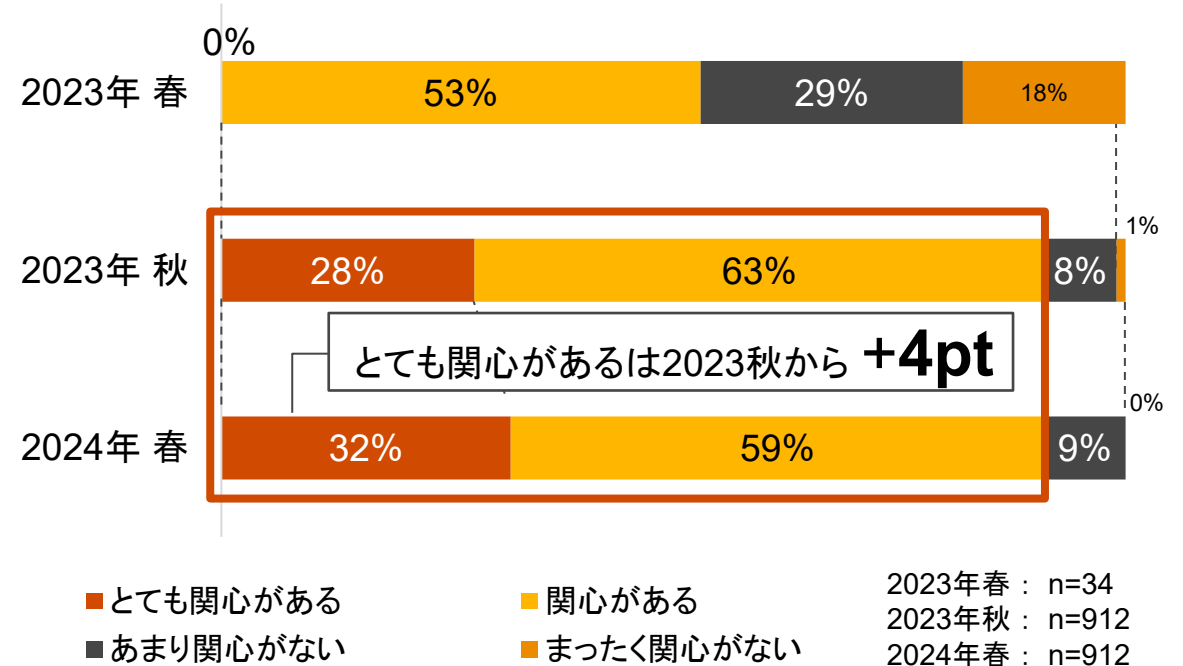
自社の生成AI活用の推進度合い



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
※ 整数となるように小数点以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります(以下のグラフ全て同様)

他社での活用(他社事例)への関心度



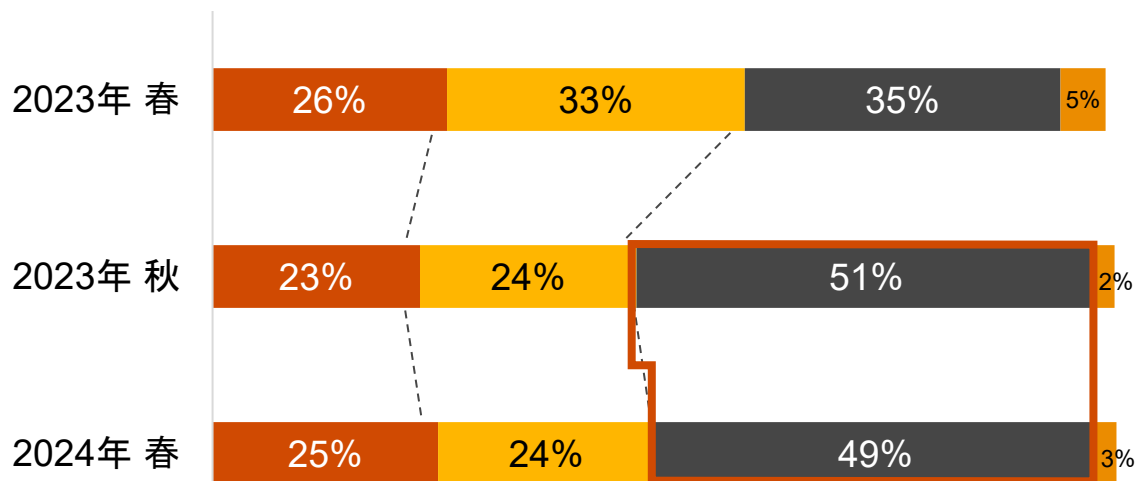
Q 他社での生成AI活用(他社事例)にどの程度興味がありますか。

※ 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

生成AIを「自社ビジネス効率化のチャンス」と捉える層が49%（秋の調査から+2pt）、「競合他社からの脅威」と捉える層が43%（秋の調査から-4pt）となり、生成AIに対するモチベーションには大きな変化は見られず、既存ビジネスの中での競争優位性確保を求めている。

生成AIへの期待度合い（チャンス）



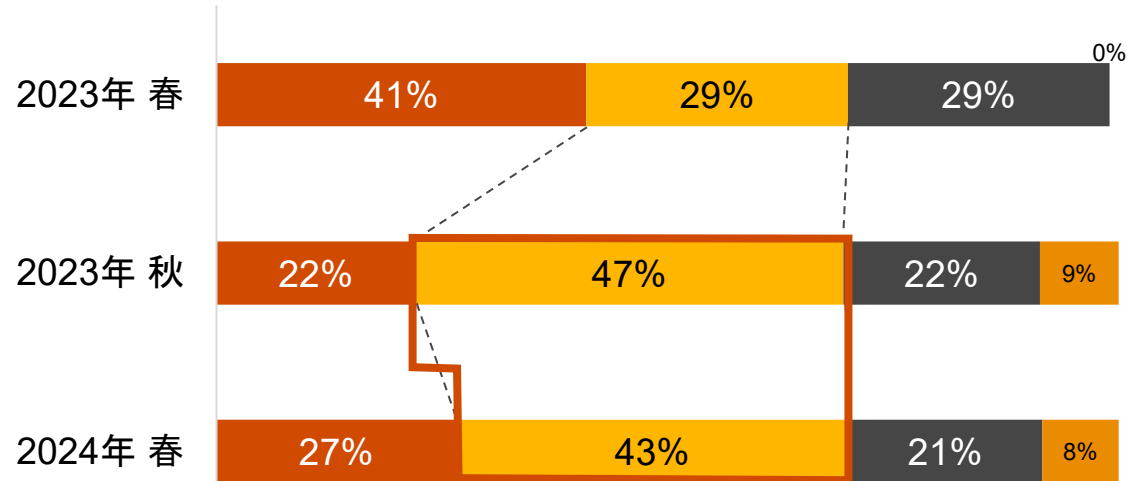
既存ビジネスの効率化や競合への対応等の足元の効果創出が生成AIへの期待のボリュームゾーン

- 業界構造を根本から変革するチャンス
 - 他社(者)より相対的に優位に立つチャンス
 - 自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス
- 2023年春： n=98
2023年秋： n=761
2024年春： n=787

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

生成AIへの脅威認識



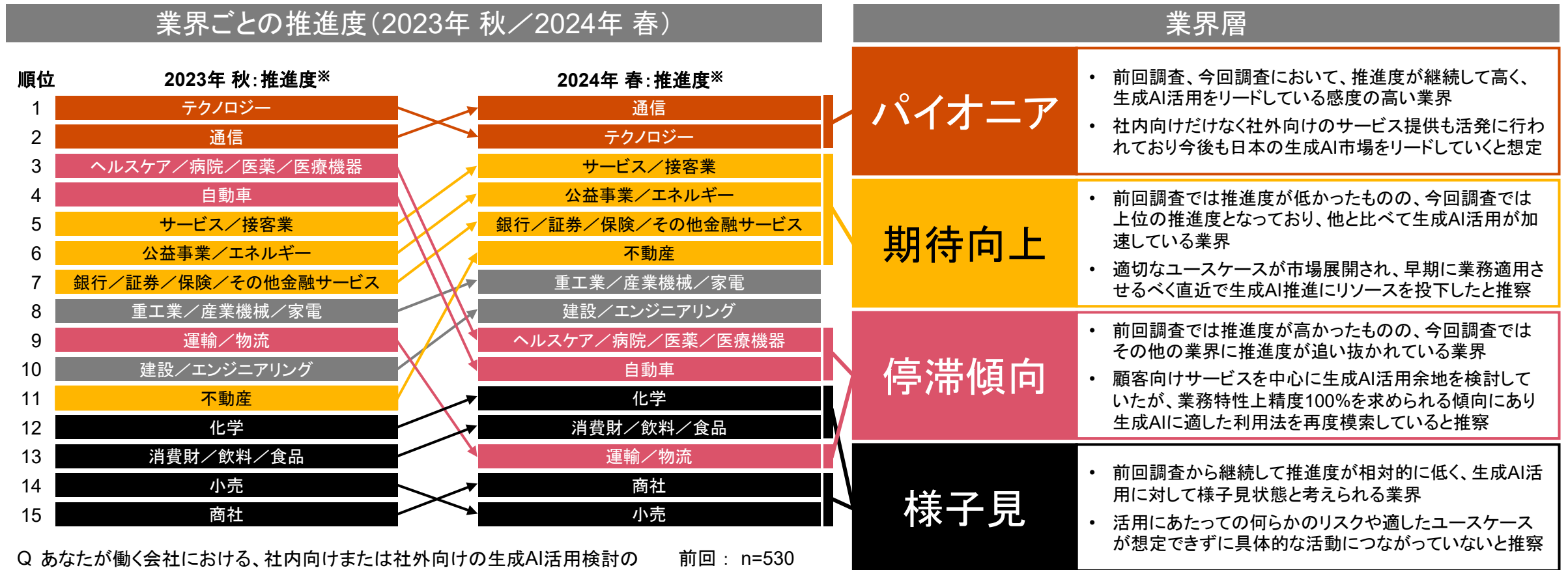
- ビジネスの存在意義が失われる脅威
 - 他社(者)より相対的に劣勢に晒される脅威
 - コンプライアンス・企業文化・風習などにおける脅威
 - 自身や周囲の業務が必要なくなる脅威
- 2023年春： n=18
2023年秋： n=413
2024年春： n=420

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

1. エグゼクティブサマリー

前回から今回にかけて生成AIに対する推進度を比較し、4つの特徴的な業界層を抽出。パイオニア層に変化は見られないが推進度を大きく向上させた業界と停滞傾向な業界が見られる。



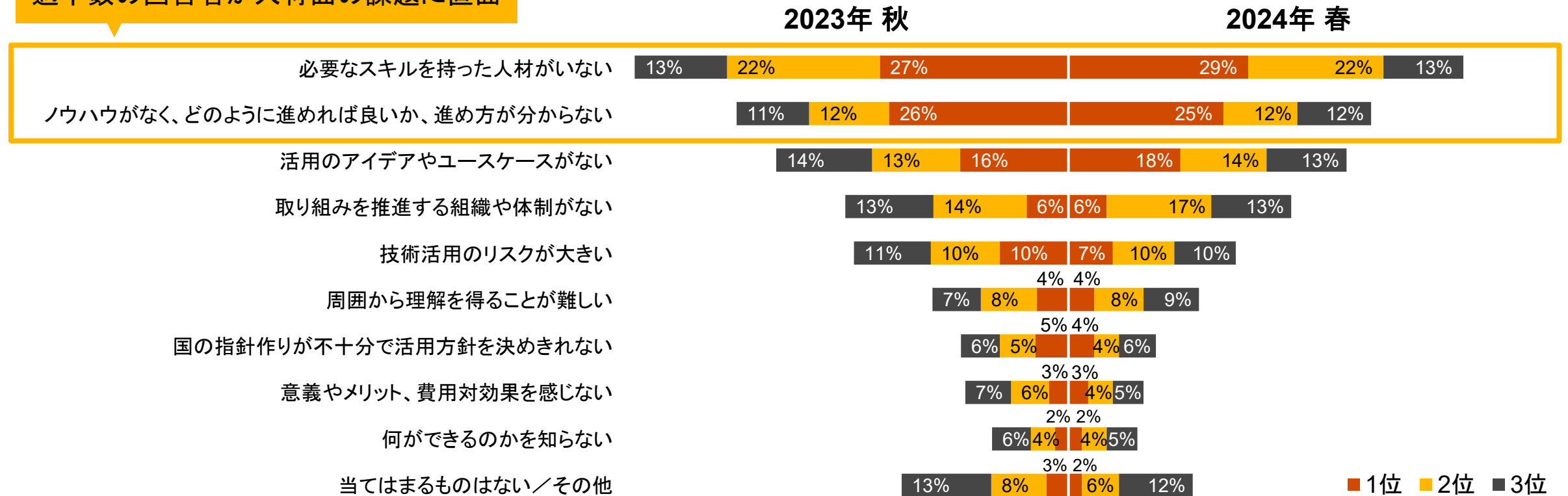
Q あなたが働く会社における、社内向けまたは社外向けの生成AI活用検討の推進度合いとして、最も当てはまるものをお答えください。 前回： n=530 今回： n=614

※ 選択肢の「社外向けの生成AI活用サービスを提供している」「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」「生成AI活用に向けた具体的な案件を推進中」を合算した集計結果を元に順位付け

1. エグゼクティブサマリー

推進において直面している課題も昨年の秋の調査と同様の傾向となっており、半年の期間を経ても変わらず、回答者の過半数が人材面の課題に直面しており、自社リソースだけで推進することへの困難さがあると考えられる。

過半数の回答者が人材面の課題に直面



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。
生成AI活用において直面した(あるいは現在している)課題について、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。

前回 : n=799
今回 : n=832

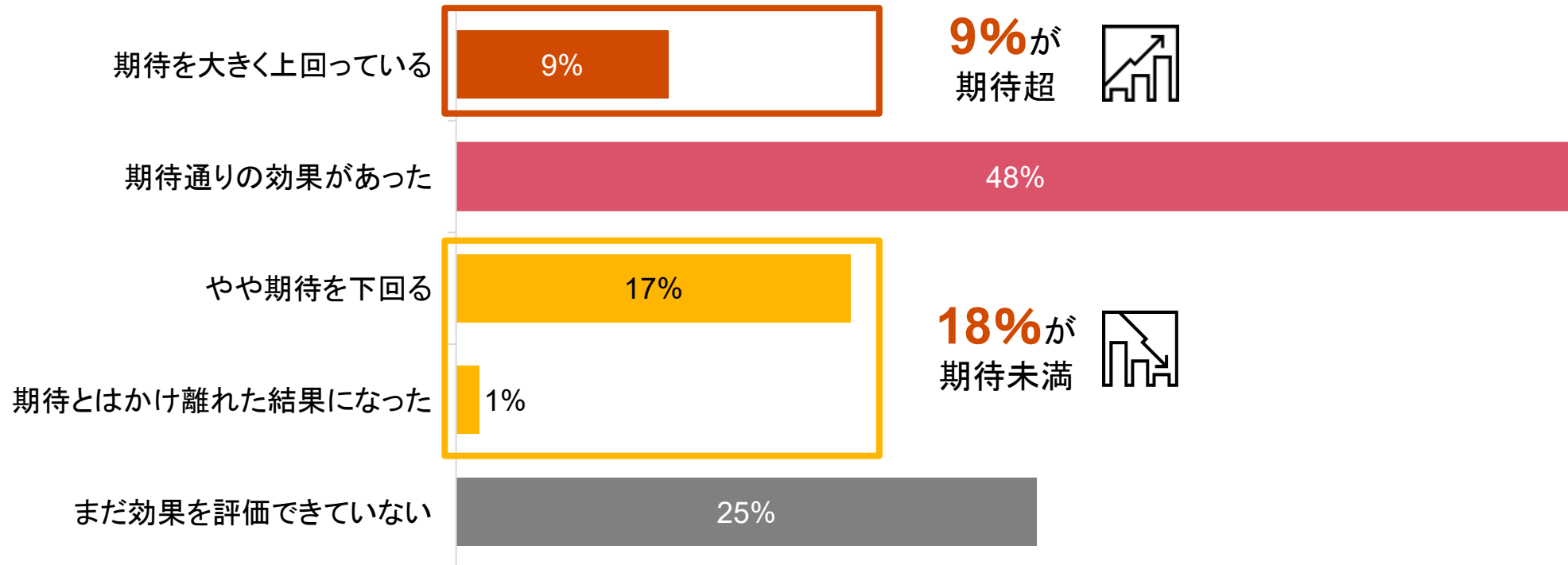
Topic.2

成果二極化の兆し

1. エグゼクティブサマリー

既に活用中／具体的な案件を推進中の層では、「期待通りの効果があった」との回答が48%で最も多く、9%が期待を大きく上回る成果を上げ、18%が「やや期待を下回る」「期待とはかけ離れた結果になった」と回答しており、生成AI活用における二極化がうかがえる。


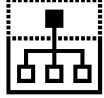
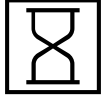





生成AIの活用効果に対する期待との差分



Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」を選択した方にお伺いします。
生成AI活用の効果は現時点で当初の期待に対していかがでしょうか。

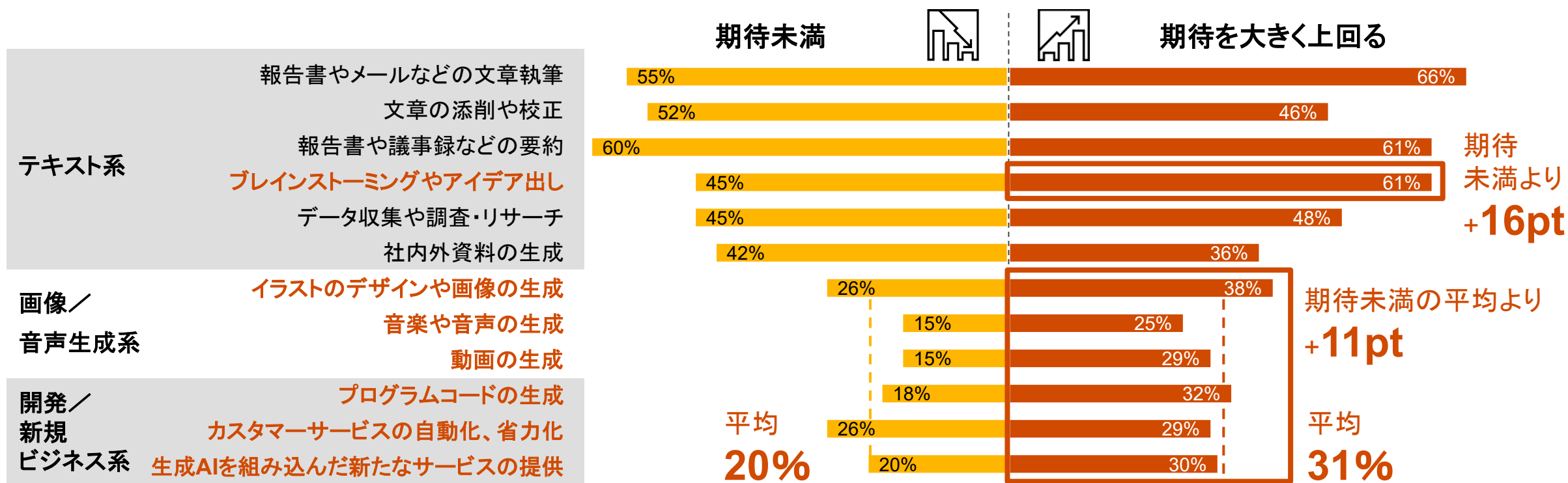
n=614

期待を大きく超える生成AI活用効果を出している企業は視座を高く持ち、取り組みを早期に開始し、多くの予算を掛け、適切なユースケースを設定しており、生成AI活用を企業活動の重点項目としていることが想定できる。

	What ユースケース 	Where 導入対象部署 	When 導入時期 	Why 生成AIの捉え方 	How much 予算 	How ガバナンス 
 活用効果が期待を大きく超える	情報検索のみならず施策検討や意思決定まで踏み込んだ利用を検討しており、テキスト以外のデータも活用	全社基盤を導入した上で、業務特化の利用を推進している	導入時期が早い企業割合が多く、黎明期から試行錯誤し、生成AI利用のベストプラクティスを見定めている	業界構造を根本から変える可能性のある技術だと認識し、経営アジェンダとして取り組んでいる	注力アジェンダとして 予算や経営リソースを多く投じて取り組みを推進している	大規模に推進するだけでなく企業横断の体制を整備し、活用と両輪で重要視している
 活用効果が期待未滿	利用がテキスト系のみであり、要約や資料検索といった基本的な利用にとどまっている	全社基盤を導入したが個別業務最適なユースケースを推進できていない	導入時期が遅い企業の割合が多く、生成AIの利用に適した業務を模索している	足元の業務効率化を実現する技術に過ぎないと認識している	既存業務効率化のための技術と認識し、予算や経営リソースは多く投じていない	部署内での業務効率化にとどまっているので、重要性や必要性を感じていない

期待を大きく上回ると回答した層は、情報検索や文章執筆にとどまらず、ブレストやアイデア出しといった施策検討にまで生成AIを活用している割合が高く、テキスト系のみではなく画像や音声データを活用したユースケースを幅広く検討している。

生成AIの活用効果とユースケース

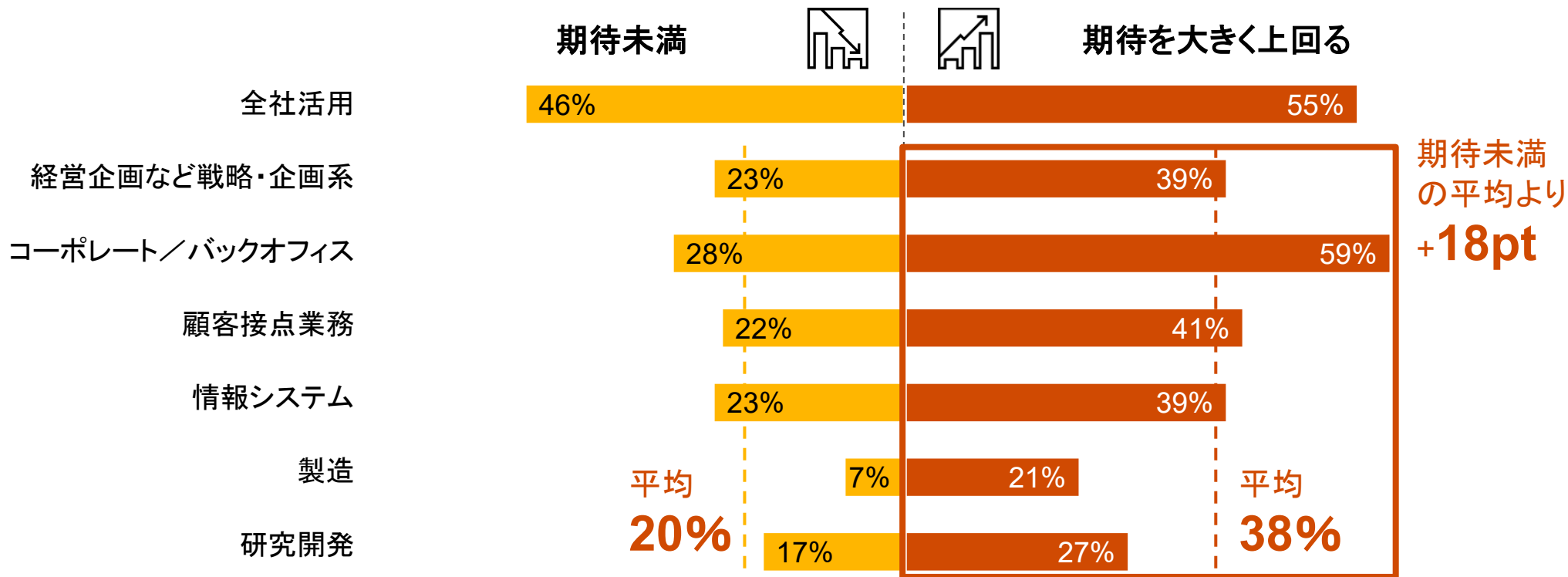


Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。
 現在検討されている(あるいは既に実現できている)生成AIのユースケースとして、当てはまるものをお答えください。
 ※ 生成AIの活用の効果を「期待を大きく上回っている」「やや期待を下回る」「期待とかけ離れた結果になった」と回答した層を集計

期待を大きく上回る n=56
 期待未滿 n=110

期待を大きく上回ると回答した層は全社基盤の導入を前提としつつ、個別部署への導入の平均割合が、期待未満と回答した層より+18ptとなっており、各業務に特化したユースケースにまで活用を進めていると考えられる。

生成AIの活用効果と導入部署



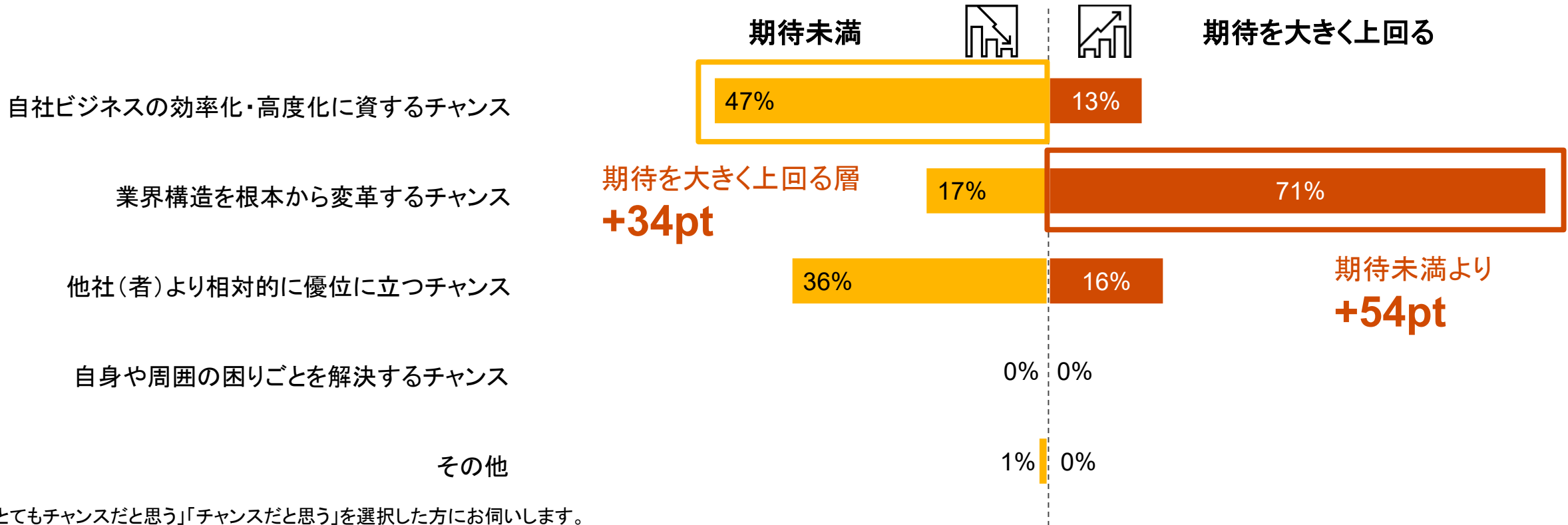
Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。
 前述の生成AIサービス、モデルを活用している(活用する予定の)部署について、当てはまるものを全てお答えください。

※ 生成AIの活用の効果を「期待を大きく上回っている」「やや期待を下回る」「期待とかけ離れた結果になった」と回答した層を集計

期待を大きく上回る n=56
 期待未満 n=110

生成AI活用効果が期待を大きく上回ると回答した層の71%が、生成AI活用を「業界構造を根本から変革する」チャンスと捉えており、高い視座を持って生成AI活用を推進することで、期待を大きく上回った成果が出たと考えられる。

生成AIの活用効果と生成AIへの期待度合い(チャンス)

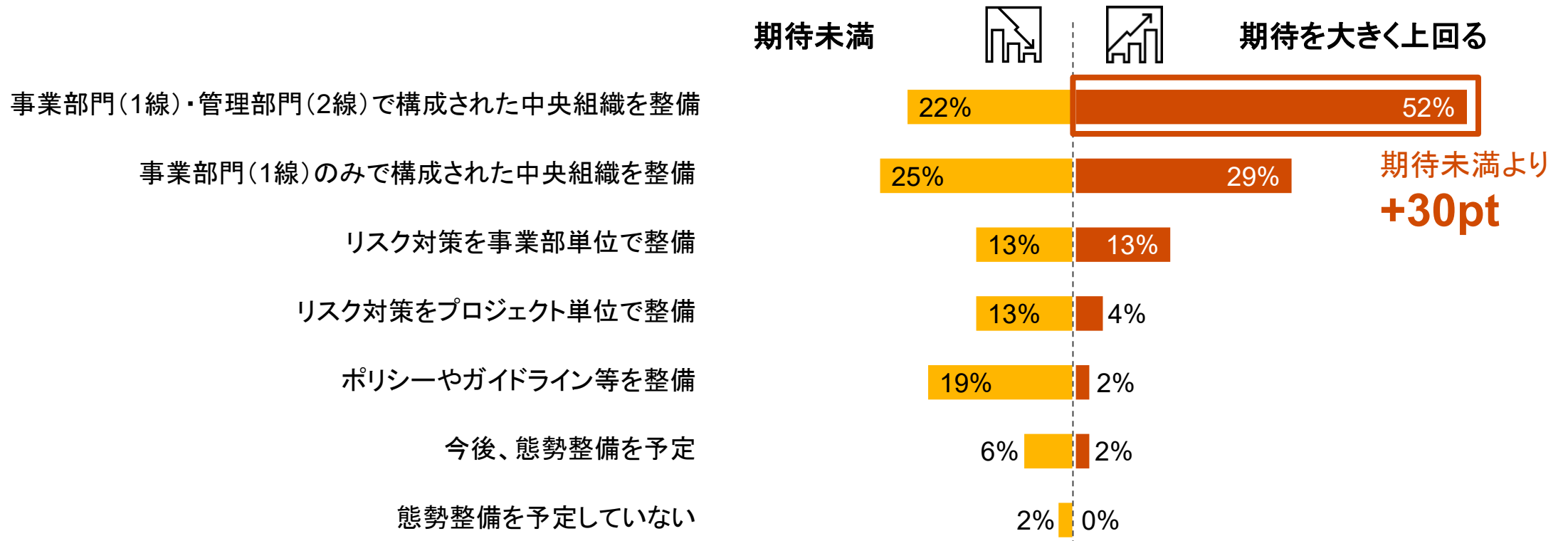


Q 「とてもチャンスだと思う」「チャンスだと思う」を選択した方にお伺いします。
 生成AIを具体的にどのようなチャンスだと思うか、最も当てはまるものをお答えください。
 ※ 生成AIの活用の効果を「期待を大きく上回っている」「やや期待を下回る」「期待とかけ離れた結果になった」と回答した層を集計

期待を大きく上回る n=56
 期待未滿 n=110

期待を大きく上回ると回答した層の52%が、事業部門・管理部門合同で体制を整備している。期待の高さやユースケースの幅広さに比例してガバナンス整備が必須となるため、生成AI活用と両輪で推進していると考えられる。

生成AIの活用効果とガバナンス整備状況

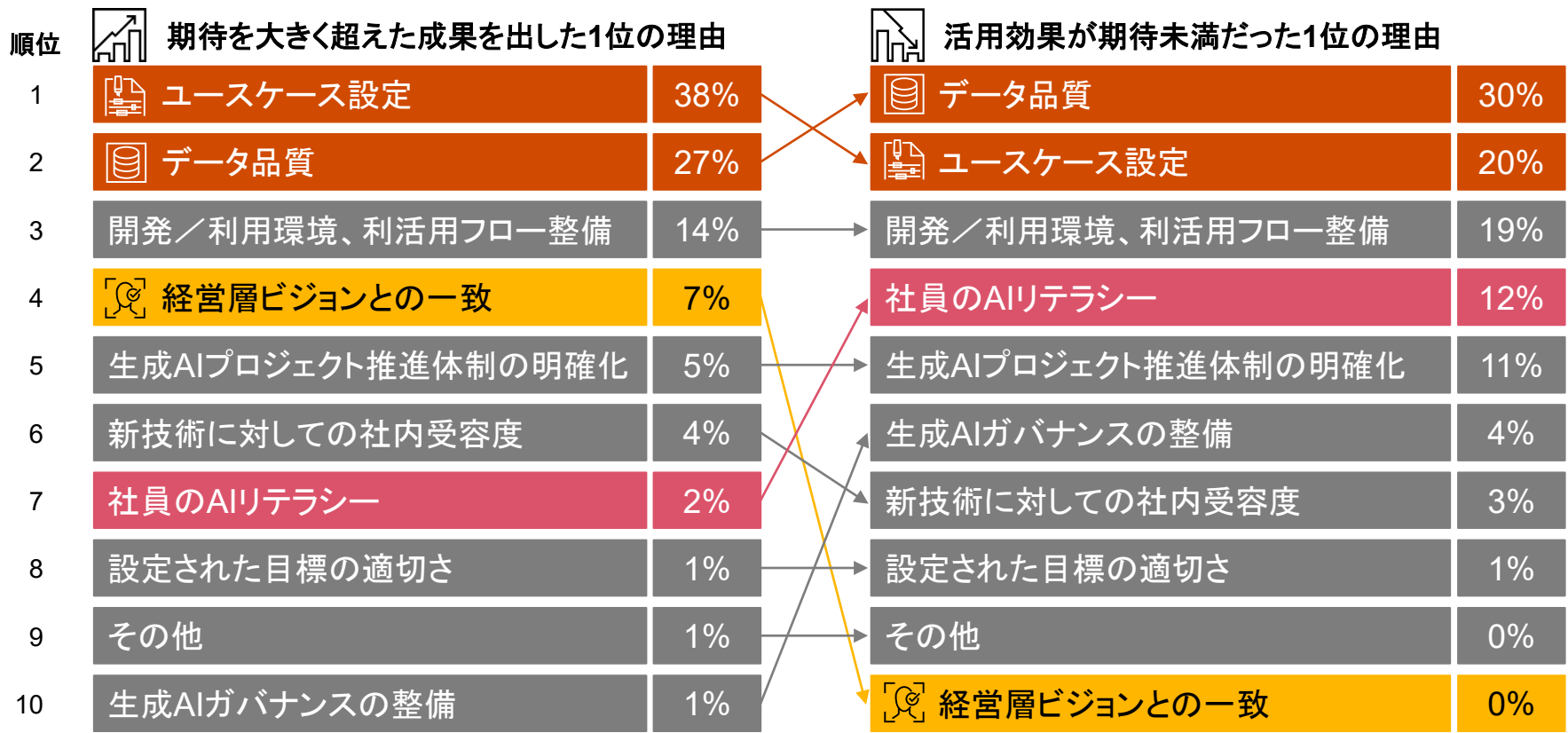


Q 現状の生成AIを含むAIガバナンス態勢の整備状況についてお聞かせください。
 ※ 生成AIの活用効果を「期待を大きく上回っている」「やや期待を下回る」「期待とかけ離れた結果になった」と回答した層を集計

期待を大きく上回る n=56
 期待未満 n=110

1. エグゼクティブサマリー

期待を大きく上回ると回答した層の38%が「ユースケース設定」を最も重要な成功要因と認識している一方で、活用効果が期待未満と回答した層の30%が「データの品質」を最も影響がある要因だと認識している。



期待を大きく超えた層は「ユースケース設定」が一番の成功要因と考えており、期待未満だった層は「データの品質」が一番の失敗要因と考えている

期待未満だった層は「社員のAIリテラシー」を失敗要因と考えている

期待を大きく超えた層は「経営層の理解」が重要な要素と考えている

Q 「期待を大きく上回っている」、「期待通りの効果があった」を選択した方にお伺いします。生成AI活用効果が期待以上の成果を出した理由として、当てはまるものの上位3つをお答えください。

※ 上記の設問を「期待を大きく上回っている」に絞って再集計し1位のみを抽出

Q 「やや期待を下回る」、「期待とはかけ離れた結果になった」を選択した方にお伺いします。生成AI活用効果が当初の期待に至らなかった原因として、当てはまるものの上位3つをお答えください。

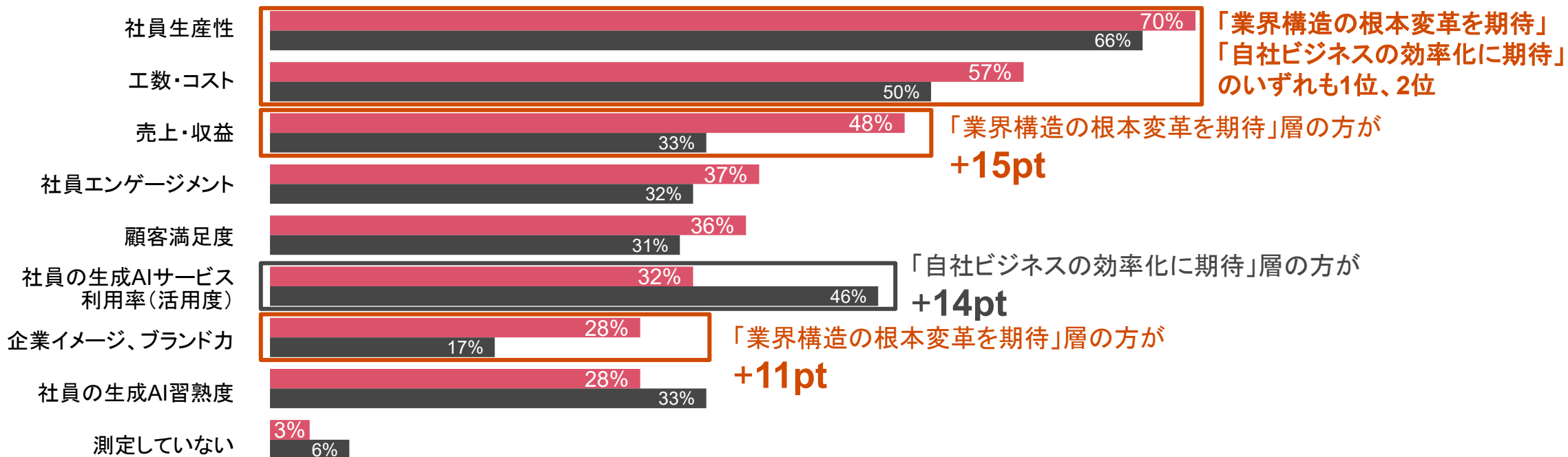
※ 上記の設問から1位のみを抽出

Topic.3

狙っている効果と還元先

業界構造の根本からの変革を期待する層は生産性向上を前提として、売上・収益や企業ブランド力を効果指標として意識している。一方で社員の利用率については、自社ビジネスの効率化に期待する層と比較して重視していない。

生成AI活用の指標（複数選択可）



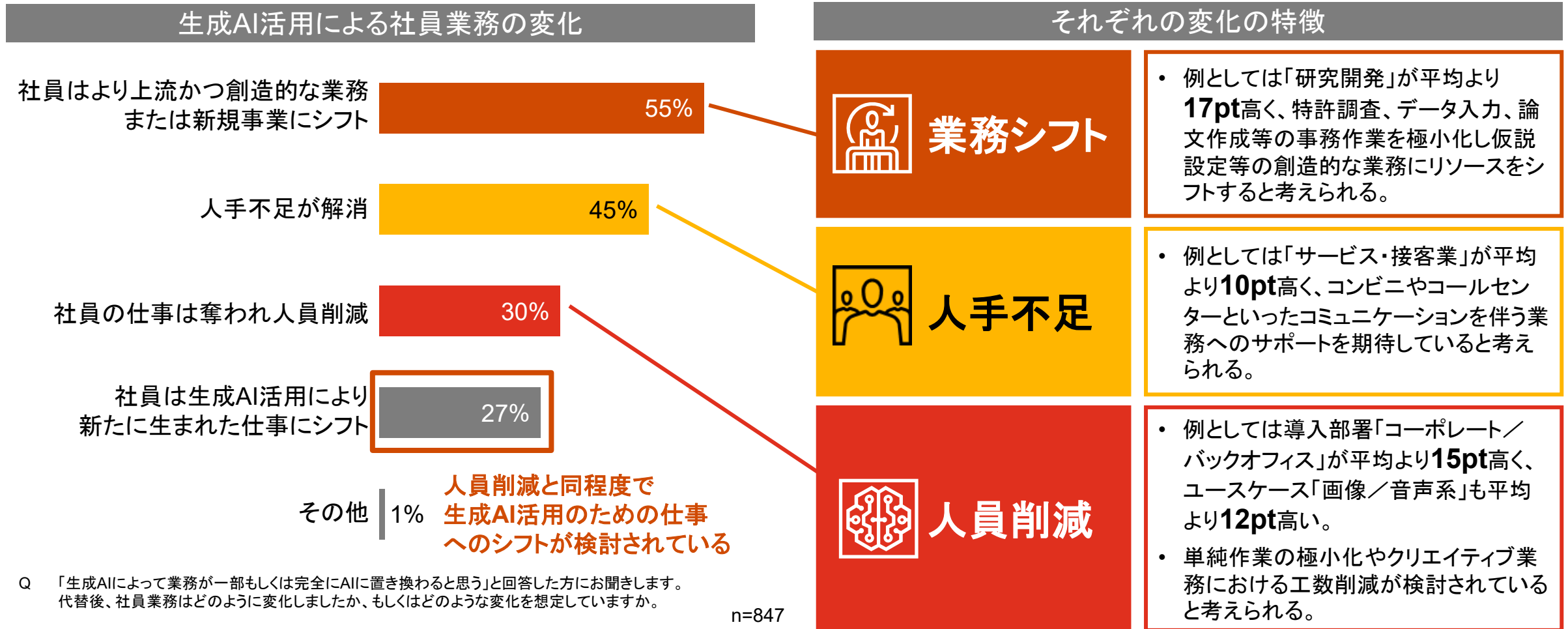
■ 業界構造の根本変革を期待 : n=162
■ 自社ビジネスの効率化に期待 : n=247

Q 社内における生成AIの活用指標として測定している、もしくはこれから測定しようとしているものを以下の選択肢からお答えください。

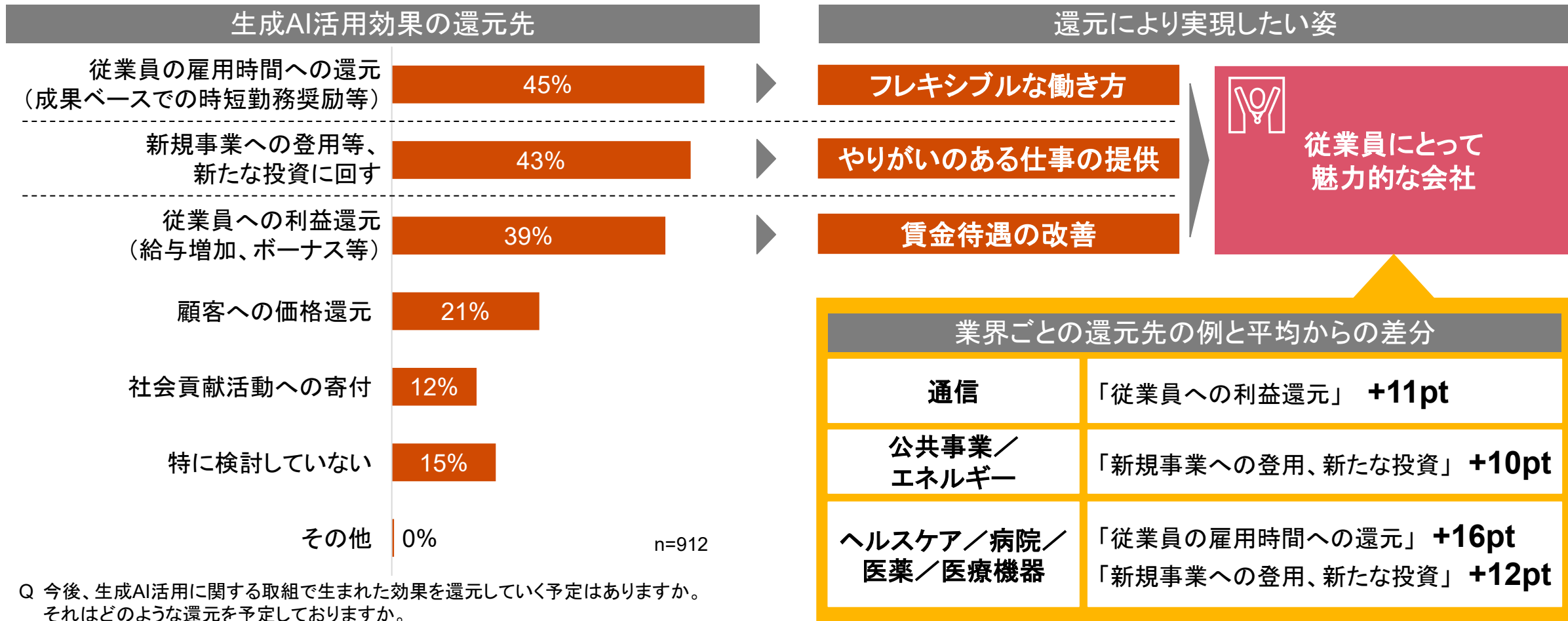
※ 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」と回答し、生成AIの活用を「とてもチャンスだと思う」「チャンスだと思う」と回答した層を集計

※ 「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した層を「業界構造の根本変革を期待」とし、「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答した層を「自社ビジネスの効率化に期待」として集計

55%が「創造的な業務または新規事業にシフト」と回答。
 一方で「人手不足解消」の回答が45%、「人員削減」の回答も30%あり、創造性や新規性の少ない定型業務における人からの代替や削減を狙っていると考えられる。



生成AI活用の取り組みで生まれた効果の還元先として、従業員への還元(フレキシブルな働き方、やりがいのある仕事の提供、賃金待遇の改善)が上位を占めており、生成AI効果をより魅力的な会社になるための投資として活用することを見込んでいる。



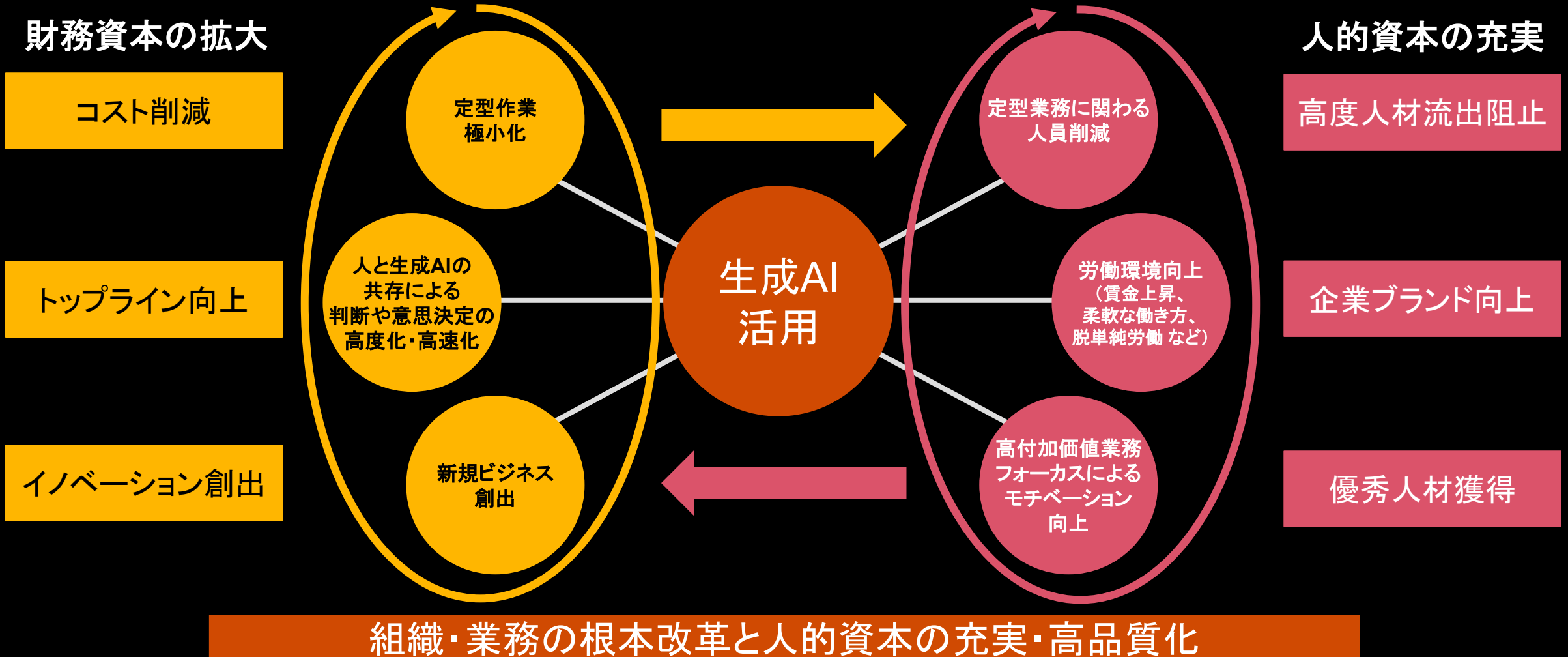
生成AI活用の効果と 将来起こり得る変革

生成AI活用の実態から見たファクトとその解釈

Topics		Facts	Interpretations
1	高い関心を維持しながら 試行錯誤期へ	<ul style="list-style-type: none"> 生成AIの普及と関心は着実に上昇しているが、2023年春から秋に見られた大幅な変化は無い。 活用の動機や推進課題も前回調査から変化は無い。 生成AIをリードする業界は変わらないが、進展が顕著な業界と鈍化した業界が存在する 	<ul style="list-style-type: none"> 黎明期の技術であることも相まって「どの程度の経営資源を投下し推進すべきか」や「どういったユースケースでインパクトが出せるか」を各社試行錯誤しており、いったん、推進を緩める業界や尚、積極的にTry & Errorを進める業界が見え始めた。
2	成果二極化の兆し	<ul style="list-style-type: none"> 生成AI活用において期待を大きく超える成果を実感している企業と成果が期待値未満と感じている企業の二極化が始まっている。 期待を大きく超える企業は視座を高く持ち、取り組みを早期に開始し、多くの予算を掛け、適切なユースケースを設定している 期待を大きく超えた企業が感じる成功の要素は「ユースケース設定」と「経営の理解」 	<ul style="list-style-type: none"> 生成AIにより起きうる変革を経営層が深く理解している企業は、プロジェクトに適切な規模の経営資源が割り当てられており、事業インパクトがあるユースケースを見定めている。それゆえに規模とスピード感をもって取り組みを推進し、期待を超える成果を出している。
3	狙っている効果と還元先	<ul style="list-style-type: none"> よりドラスチックな変革を狙う企業はコスト削減だけでなく新規ビジネス創出や収益拡大を目指し、ブランディングも重視する一方で、社員の利用率については「自社ビジネスの効率化に期待」する層と比較して重視していない。 バックオフィスやクリエイティブ業務の人手不足解消や人員削減を進めつつ、優秀な人材を創造的な業務へシフトさせる。 生まれた効果は従業員にとってより魅力的な会社になるために還元される。 	<ul style="list-style-type: none"> よりドラスチックな変革を狙う企業は、生成AIを、人が使う便利ツールを超えて、事業運営の中核を担う経営資源として捉えているのではないか。 よりドラスチックな変革を狙う企業は定型作業極小化により人員を削減し、生み出した余力を労働環境向上や賃金増加、社外ブランディングに投下し優秀人材の確保と流出防止に乗り出していくのではないか。

「AIを経営資源に据えたドラスチックな組織・業務変革を行う企業」が生まれ始めている

生成AIを経営資源に据えたドラスティックな経営・業務変革によって実現したい姿(イメージ):財務・人的資本の好循環による企業価値の向上



生成AIを経営資源に据えた変革のために

Forecast

企業価値再考・再認識

- 企業は変革と同時に「コアコンピタンスが何か」について、再考・再認識を求められるのではないかと

ドラスティブな変革を持続させるために必要なトランスフォーメーション

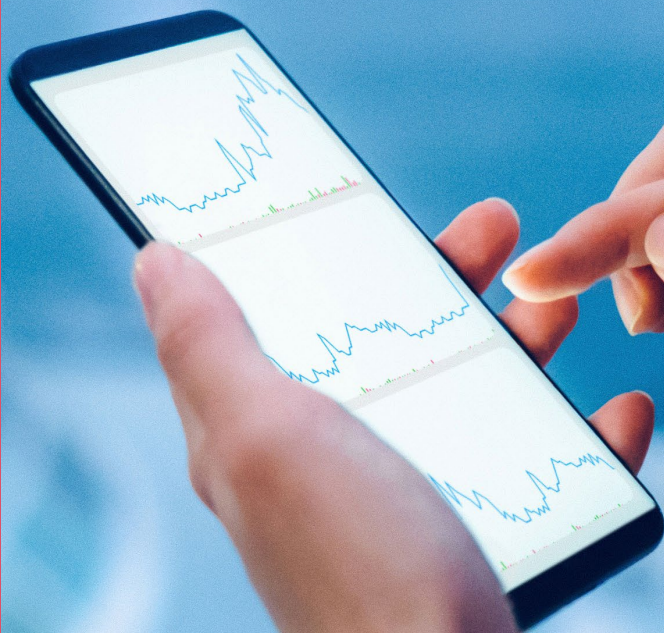
- ドラスティブな経営変革に最も必要な要素は「生成AIを組み込んだ経営ビジョン」および「ドラスティブな変化に挑戦するカルチャー変革」ではないかと
- 生成AIの持続的な活用と業務変革を実現するためには、新たな基盤（組織、人、カネ、インフラ、リスク管理等）の整備が急務であるが、その実現は大きなチャレンジになるのでは

経営の人事戦略／従業員のキャリア改革

- 人と生成AIの関係性構築に伴う、人事戦略やキャリア形成への影響があるのではないかと
 - 経営層は生成AIを経営リソースと捉え、人と生成AIの配置検討といった新たな人事制度改革の推進を迫られるのではないかと
 - 従業員も、生成AI時代に求められる新たなキャリア形成を模索する必要があるのではないかと

2

回答者プロフィール



調査概要

調査実施時期: 2024年4月3日～4月8日

回答者数: 912名

調査方法: Web調査

調査対象の条件:

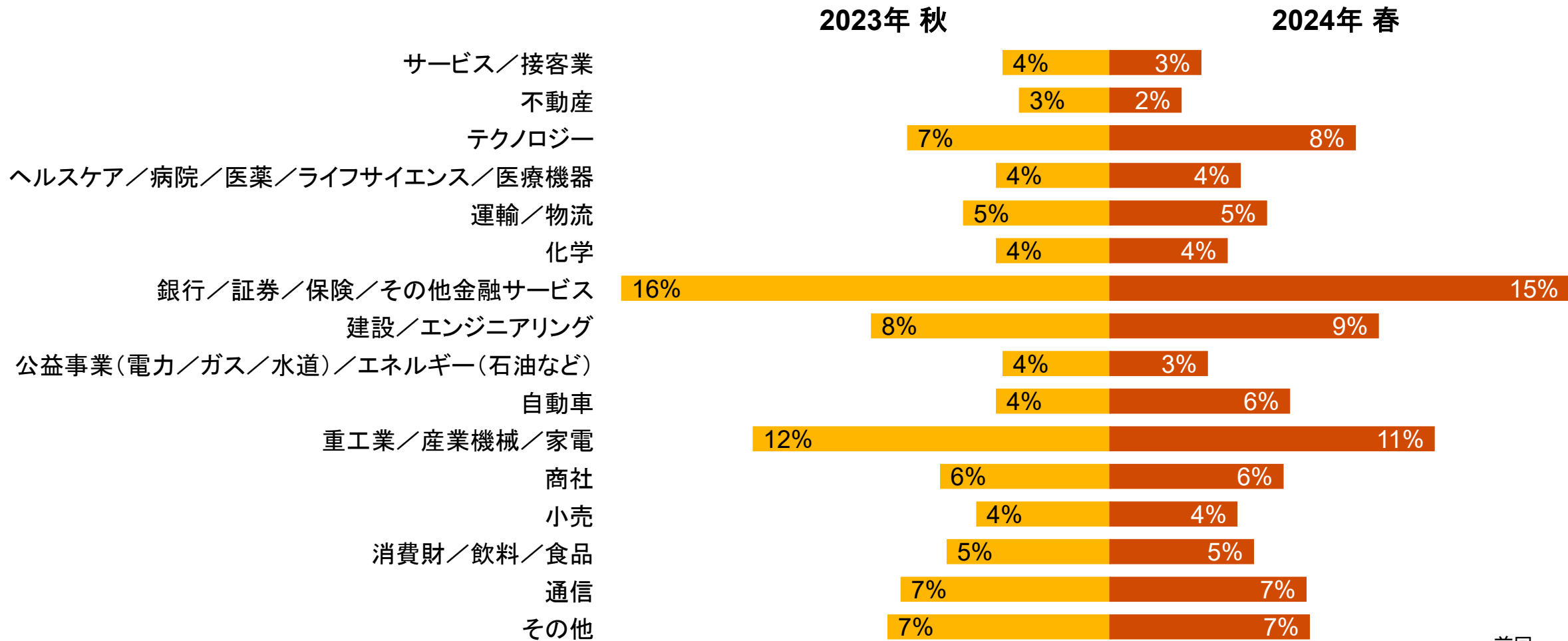
- 日本国内の企業・組織に所属する従業員
- 売上高500億円以上
- 課長職以上
- 生成AI導入に対して何らかの関与がある人物
(意思決定、企画検討など)

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

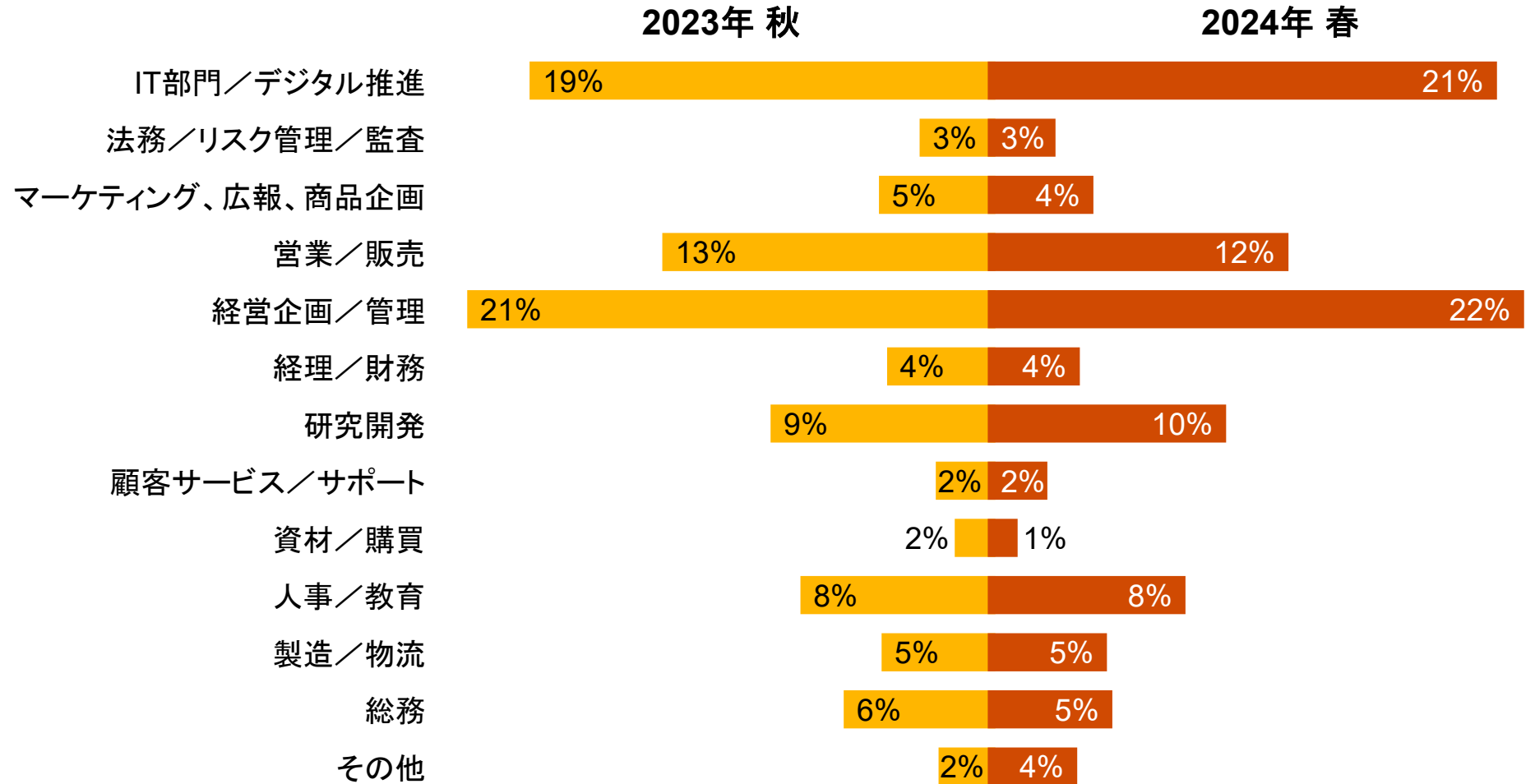


回答者属性 | 業界



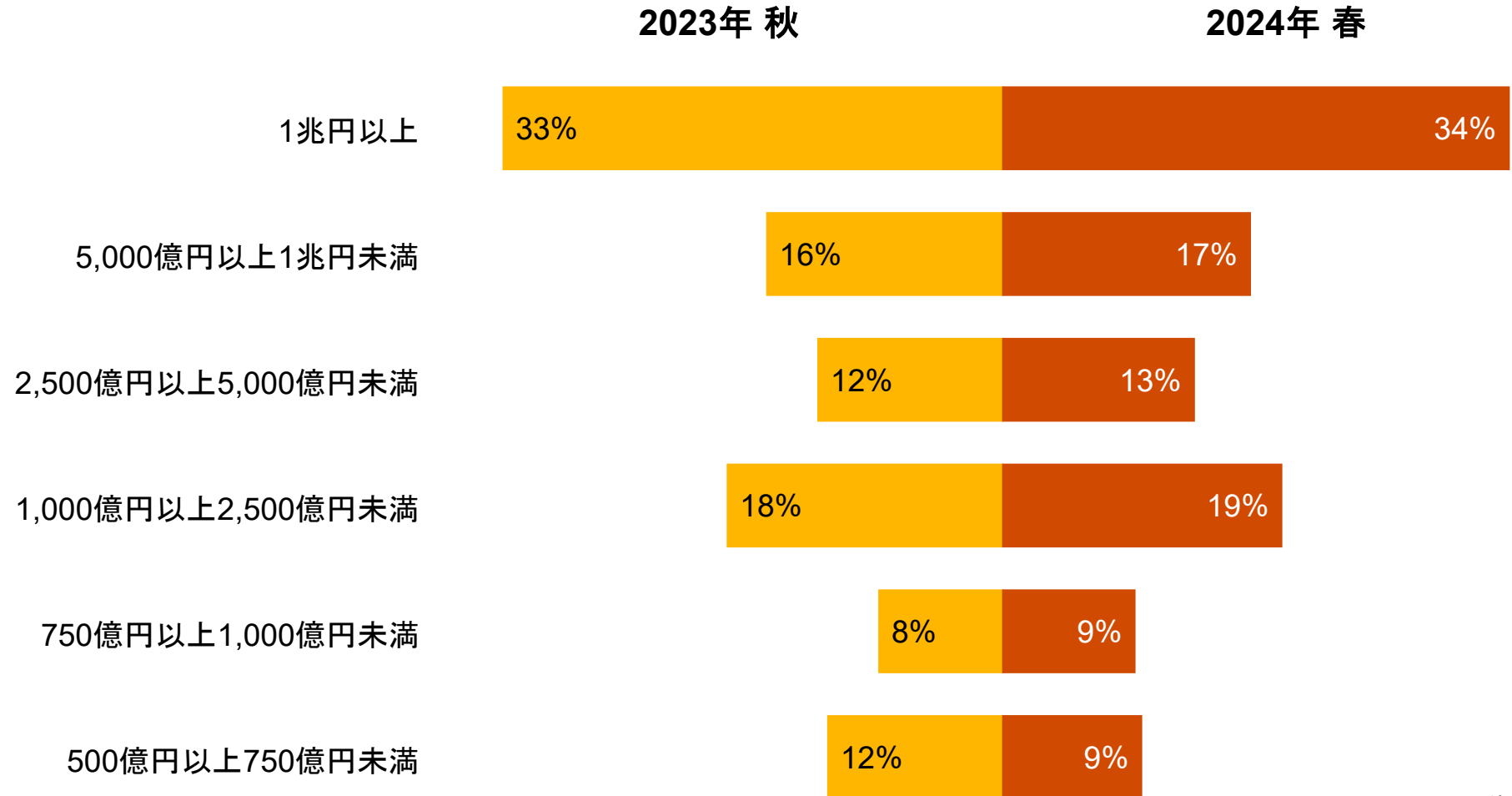
前回 : n=912
今回 : n=912

回答者属性 | 部門



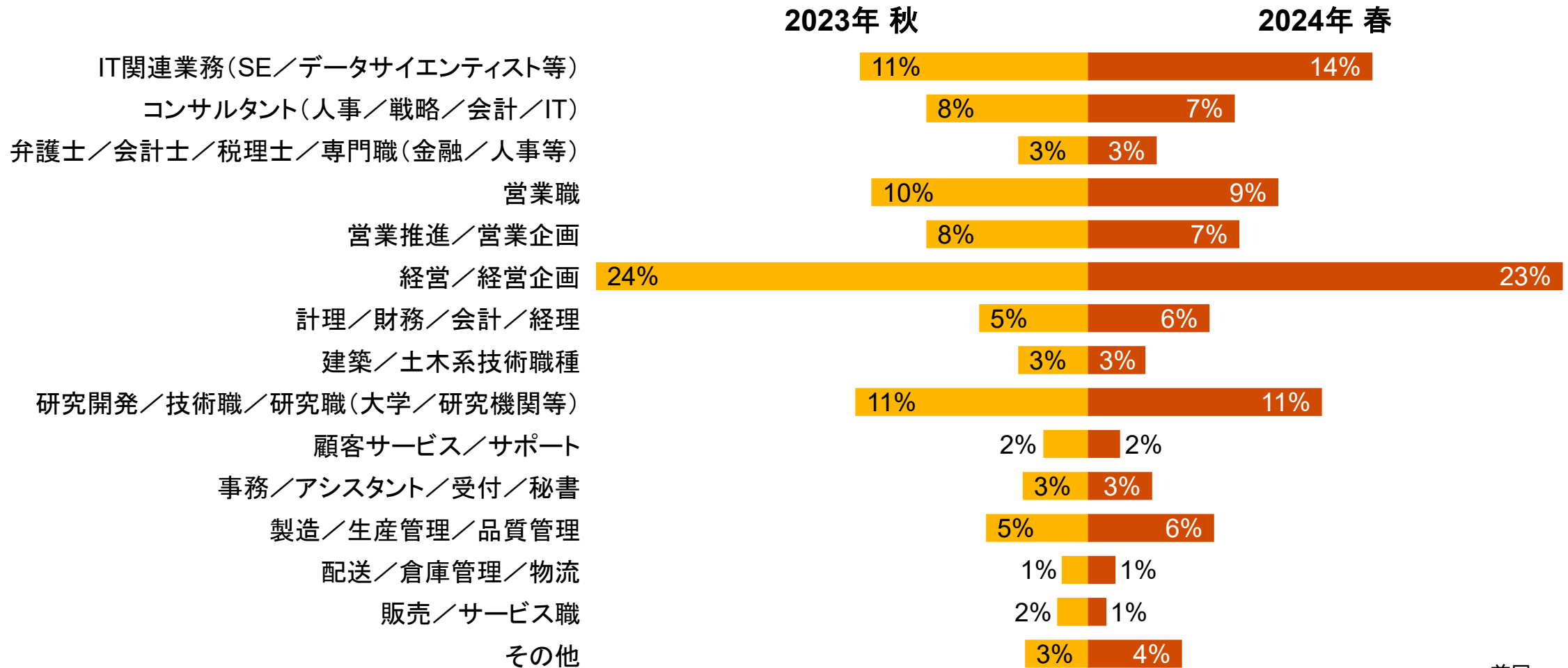
前回 : n=912
今回 : n=912

回答者属性 | 売上高



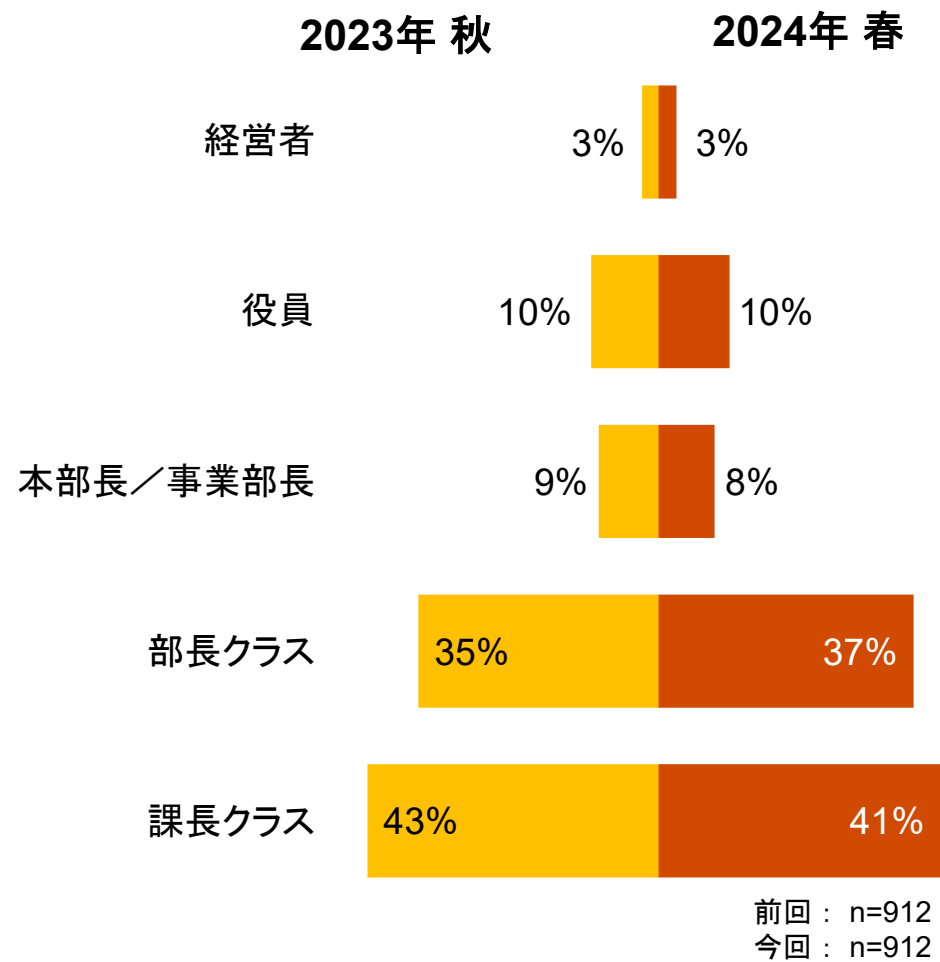
前回 : n=912
今回 : n=912

回答者属性 | 職種



前回 : n=912
今回 : n=912

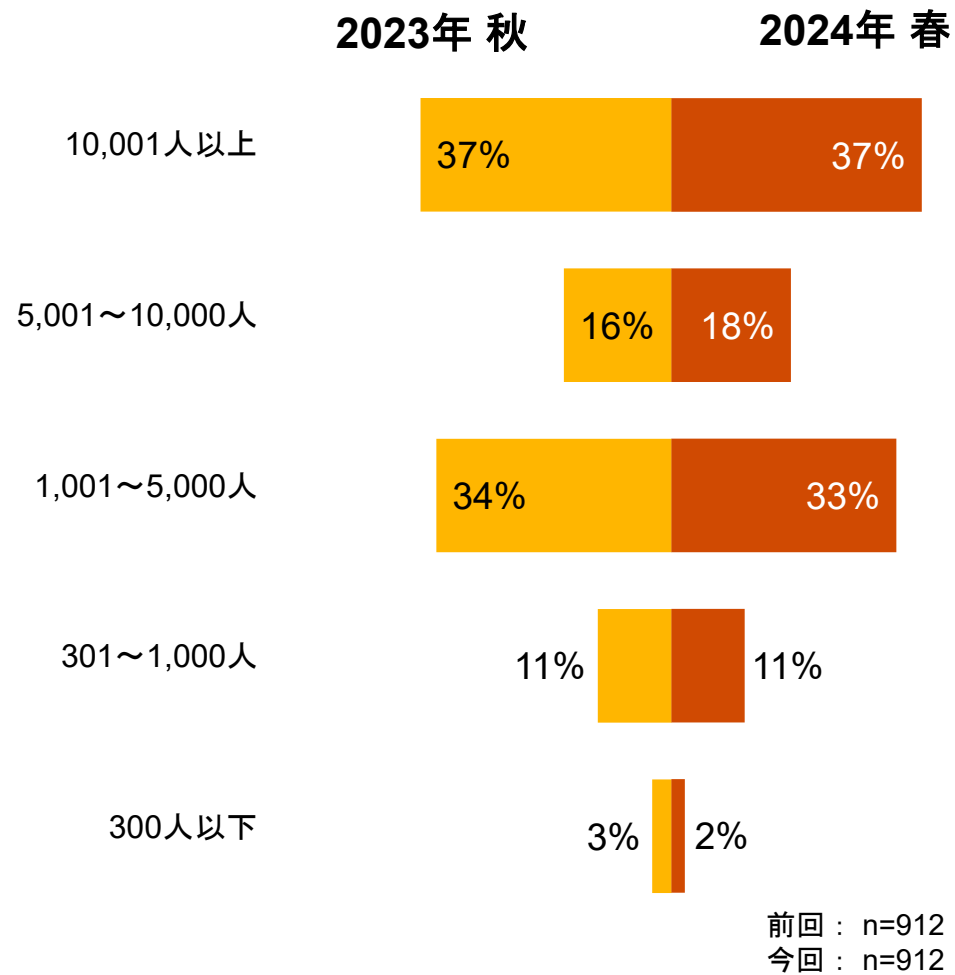
回答者属性 | 役職



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	8	19	24	114	143	308
5,000億円以上1兆円未満	4	16	12	56	63	151
2,500億円以上5,000億円未満	1	16	12	40	48	117
1,000億円以上2,500億円未満	3	19	17	59	72	170
750億円以上1,000億円未満	5	10	5	36	25	81
500億円以上750億円未満	3	15	5	36	26	85
合計	24	95	75	341	377	912

回答者属性 | 従業員数



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	1	5	24	39	239	308
5,000億円以上1兆円未満	2	3	32	53	61	151
2,500億円以上5,000億円未満	4	10	54	26	23	117
1,000億円以上2,500億円未満	5	23	101	33	8	170
750億円以上1,000億円未満	4	29	41	4	3	81
500億円以上750億円未満	2	28	49	5	1	85
合計	18	98	301	160	335	912

3

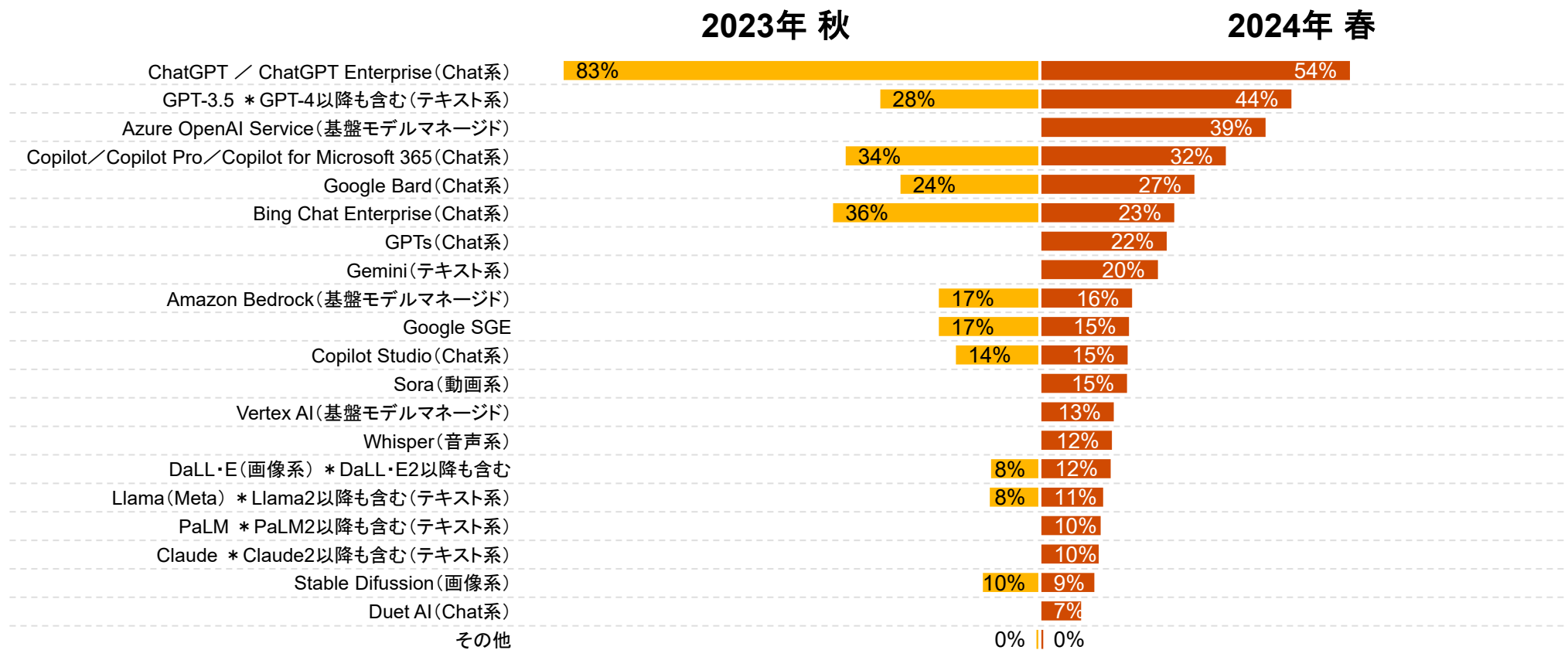
全体傾向



認知

GPT-3.5 / GPT-4の認知度が秋の調査から16pt増加。22個中19個のサービス・キーワードの認知度が10%以上であり、生成AIに対する高い関心がうかがえる。

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。



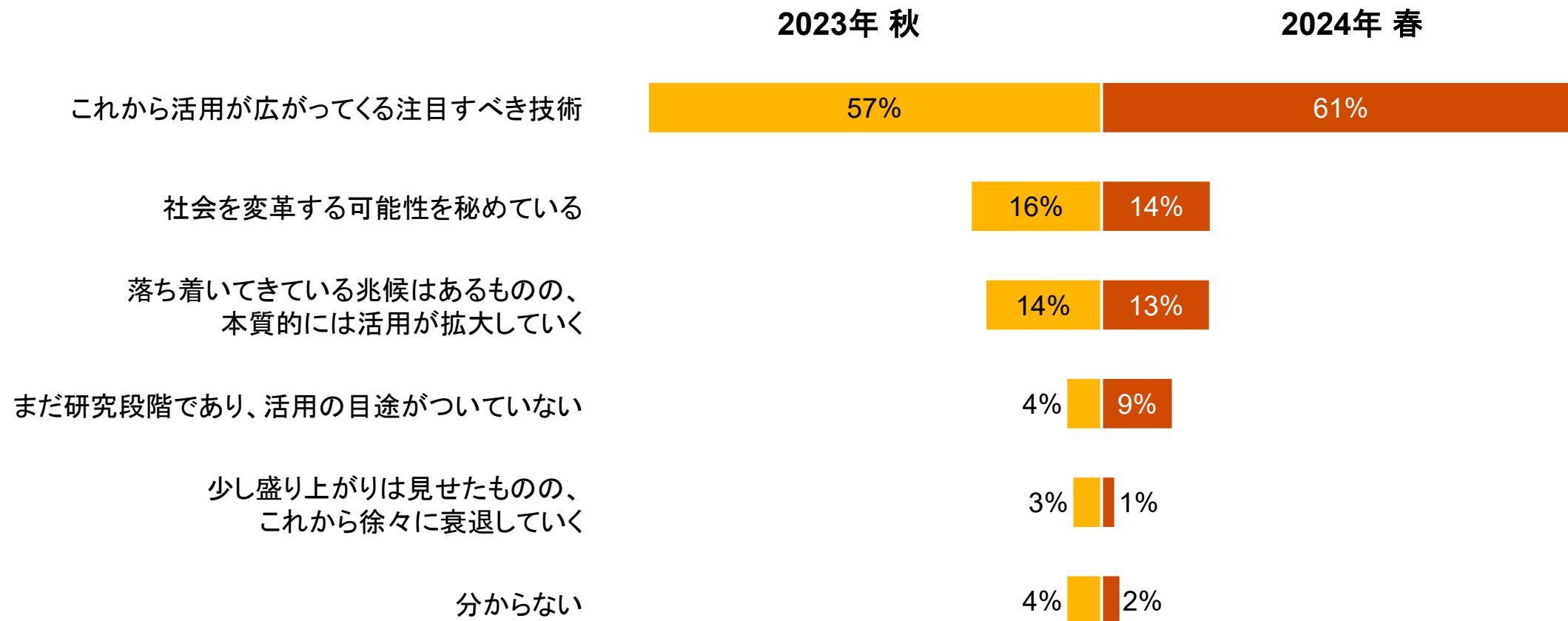
前回 : n=912

今回 : n=912

※2023年秋の調査で、設問項目としていなかったサービス・キーワードについては、無表記

秋から回答傾向に差異はなく、「これから活用が広がる技術」との回答が61%と、依然として最も多く、注目を集めていることがうかがえる。

Q 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。



前回：n=912

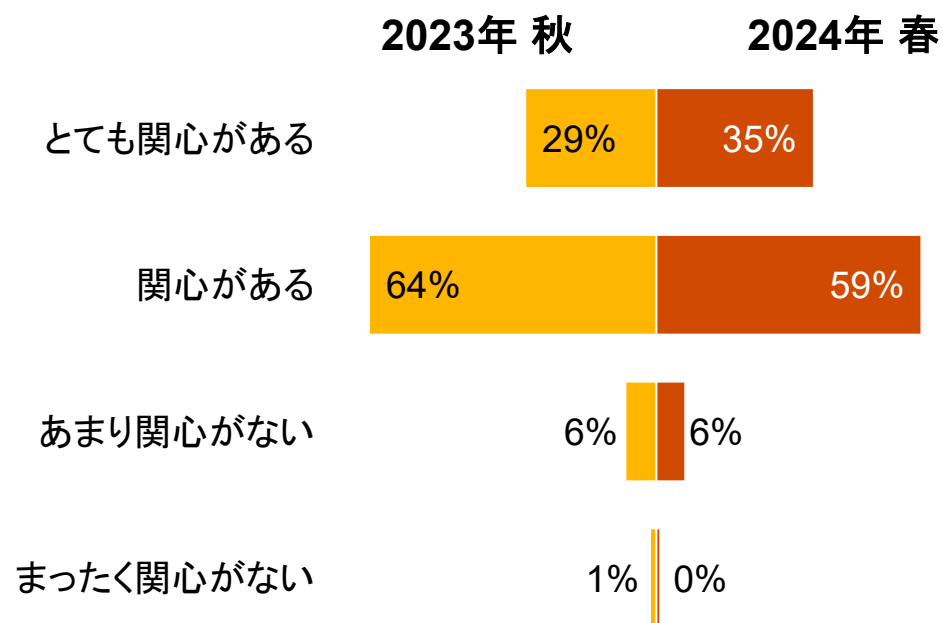
今回：n=912

興味・関心

秋から回答傾向に差異はなく、自社活用に関心がある層は合計で94%(秋の調査から+1pt)、他社での活用(他社事例)に関心がある層は合計で91%(同、+0pt)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。

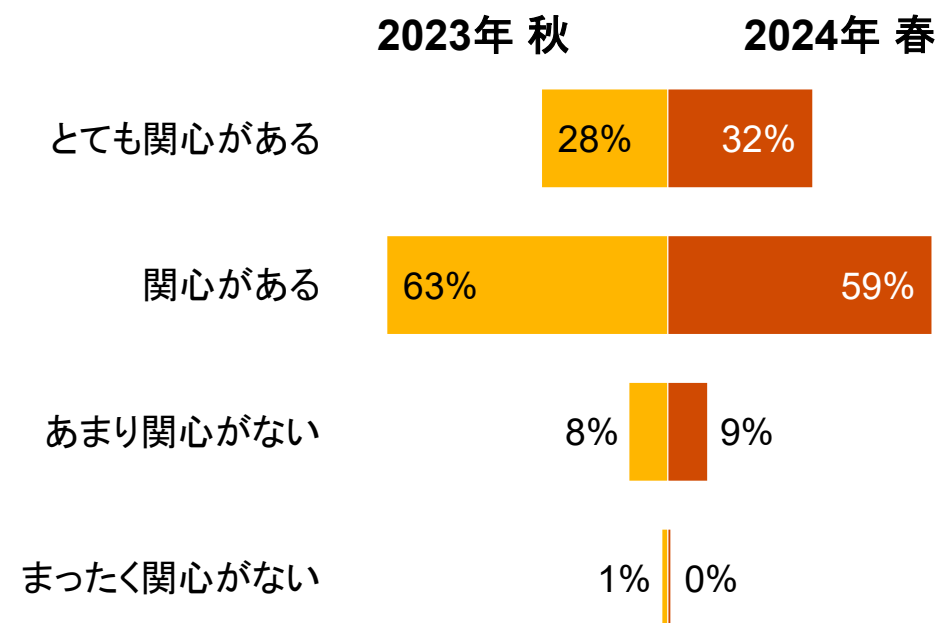
Q あなたは、生成AIの活用についてどの程度関心がありますか。
自社での活用、他社での活用(他社事例)のそれぞれについて、最も当てはまるものをお答えください。

自社での活用への関心度



前回 : n=912
今回 : n=912

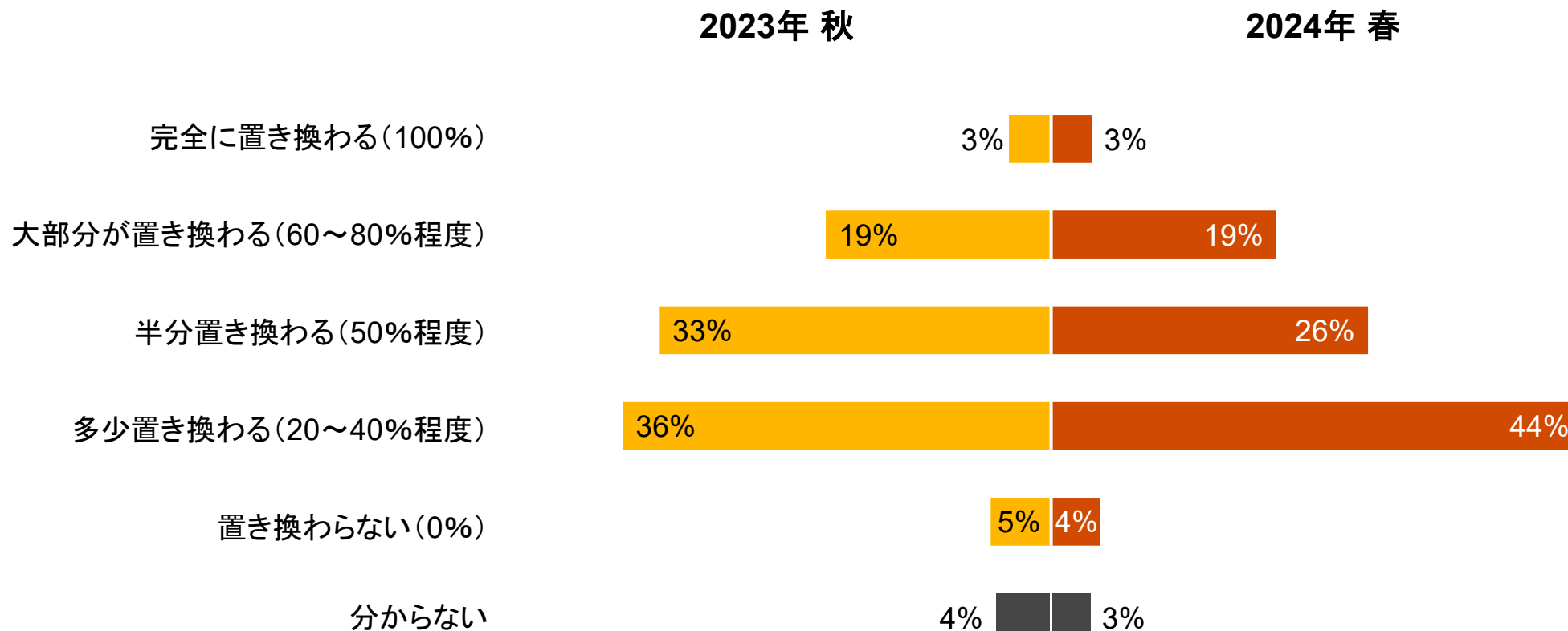
他社での活用(他社事例)への関心度



前回 : n=912
今回 : n=912

「半分置き換わる(50%程度)」と回答した層が秋から減少(秋の調査から-7pt)し、「多少置き換わる(20~40%程度)」と回答した層が増加(同、+8pt)した。

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



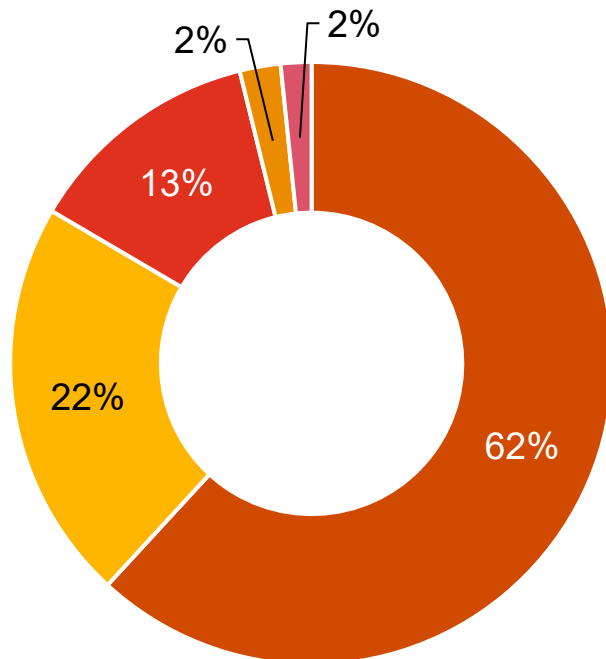
前回：n=912

今回：n=912

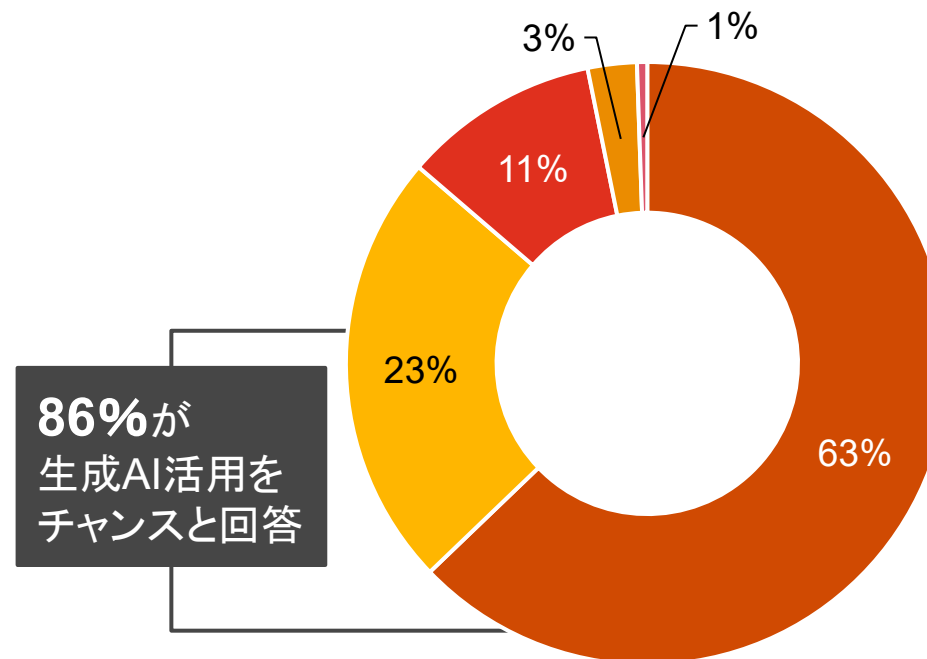
秋から回答傾向に差異はなく、「生成AIの活用は自社のチャンス」と捉える層が合計で86%（秋の調査から+2pt）となった。

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。

2023年 秋



2024年 春



■ チャンスだと思う
■ チャンスとは思わない

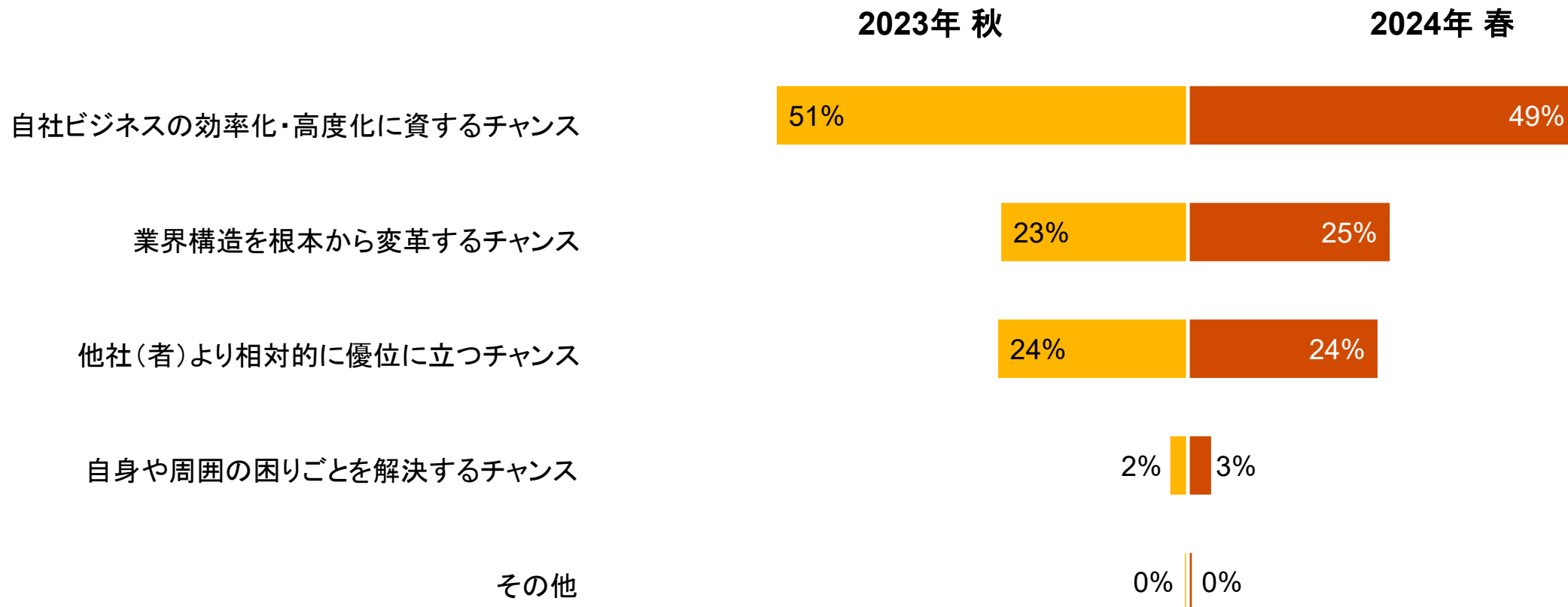
■ とてもチャンスだと思う
■ 分からない

■ あまりチャンスとは思わない

前回：n=912
今回：n=912

秋から回答傾向に差異はなく、「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49%（秋の調査から-2pt）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、+0pt）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。

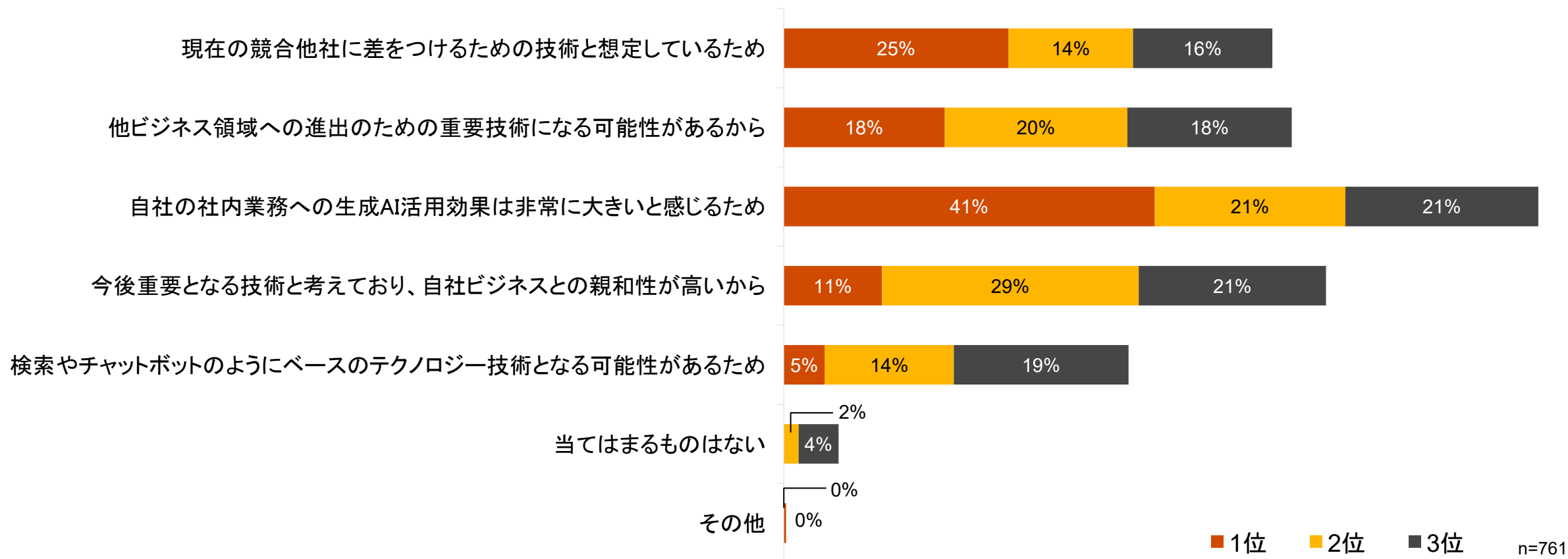


前回：n=761

今回：n=787

生成AIが自社にとって「チャンス」と答えた理由は、「自社の社内業務への生成AI活用効果は非常に大きいと感じるため」が上位。

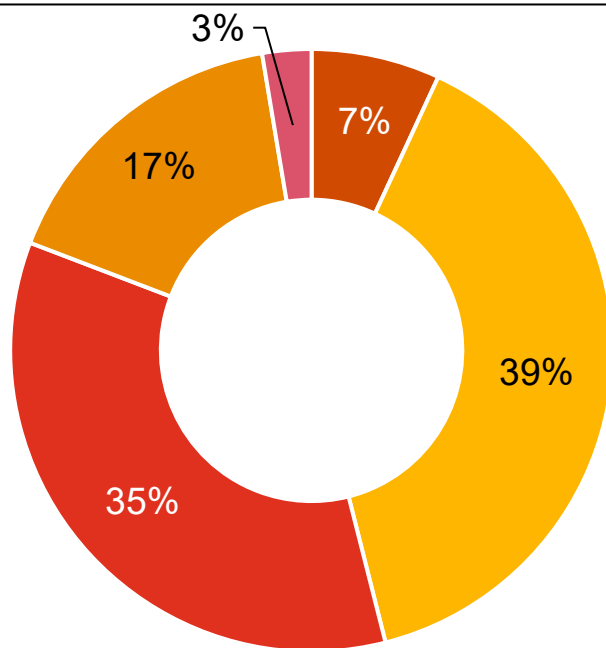
Q 前問で「とてもチャンスだと思う」「チャンスだと思う」を選択した方にお伺いします。
生成AIをチャンスと感じている理由のうち、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。



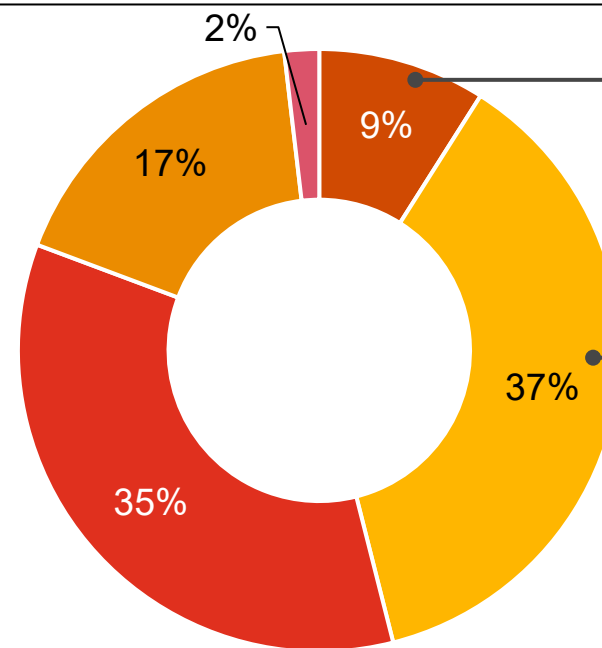
秋から回答傾向に差異はなく、「生成AIの活用は自社の脅威」と捉える層が合計で46%（秋の調査から+opt）となった。

Q あなたは、あなたが働く会社において、生成AIの活用は脅威になり得ると思いますか。最も当てはまるものをお答えください。

2023年 秋



2024年 春



46%が
生成AI活用を
脅威と回答

とても脅威だと思う
脅威とは思わない

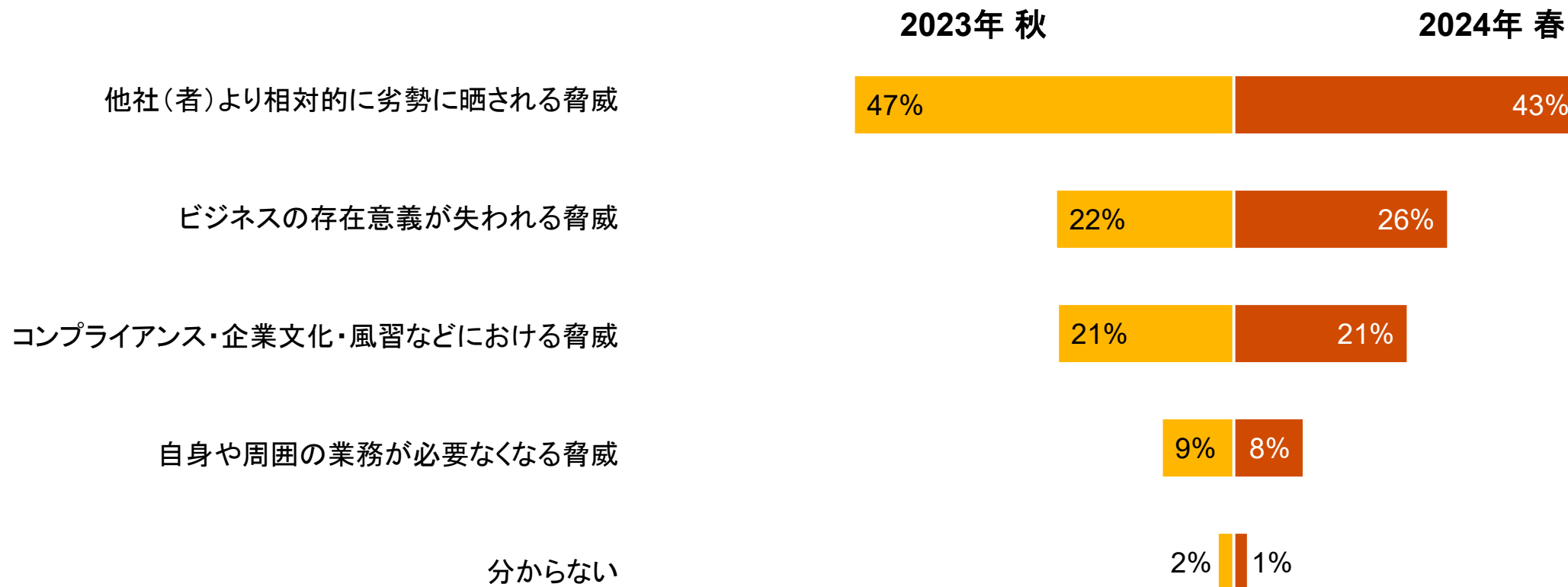
脅威だと思う
分からない

あまり脅威とは思わない

前回：n=912
今回：n=912

秋から回答傾向に差異はなく、「他社(者)より相対的に劣勢に晒される脅威」との回答が43%(秋の調査から-4pt)で上位。

- 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。

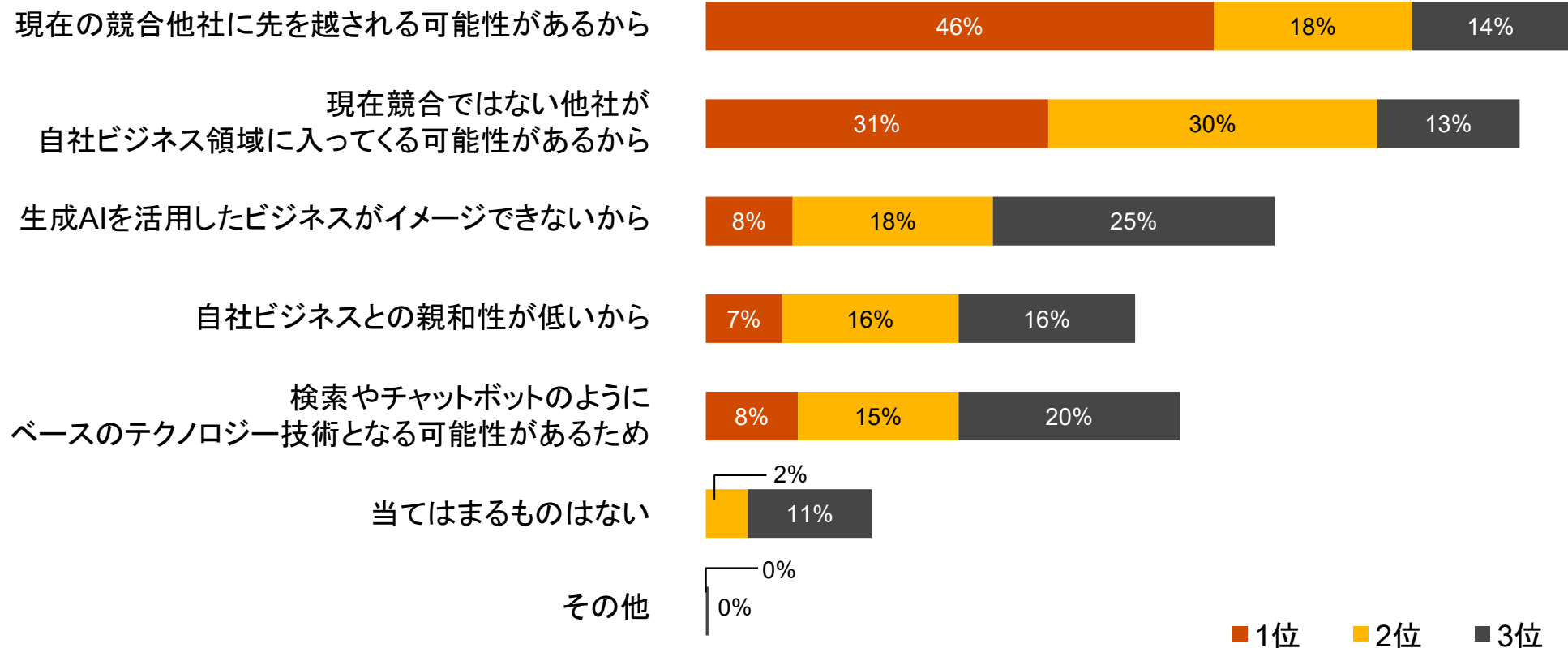


前回：n=420

今回：n=420

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。

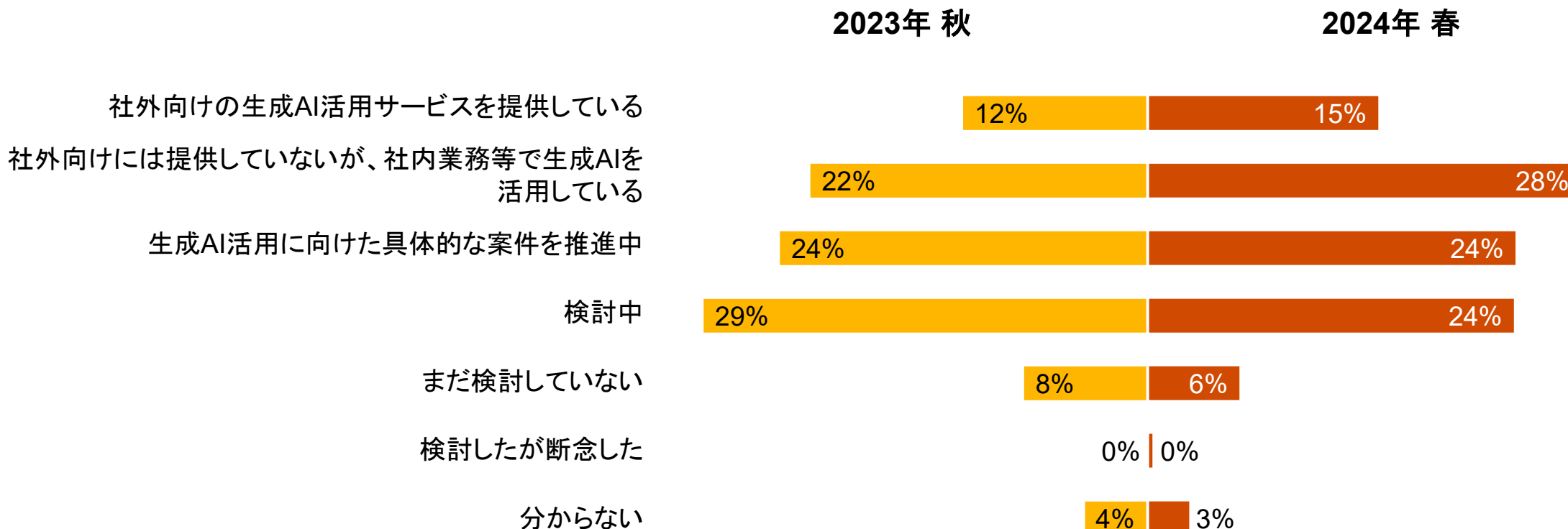


n=420

活用状況

28%（秋の調査から+6pt）が「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」と回答し、秋から「検討中」が減少（同、-5pt）した。

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。

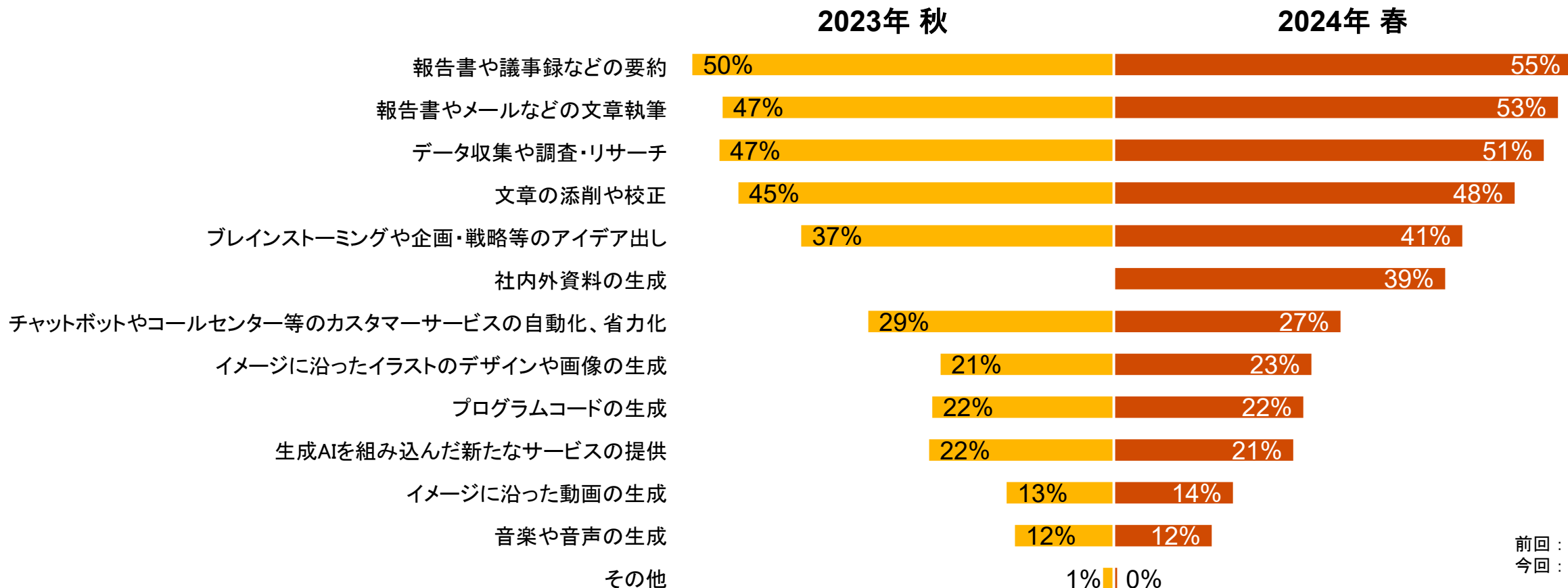


前回：n=912

今回：n=912

秋から回答傾向に差異はなく、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。



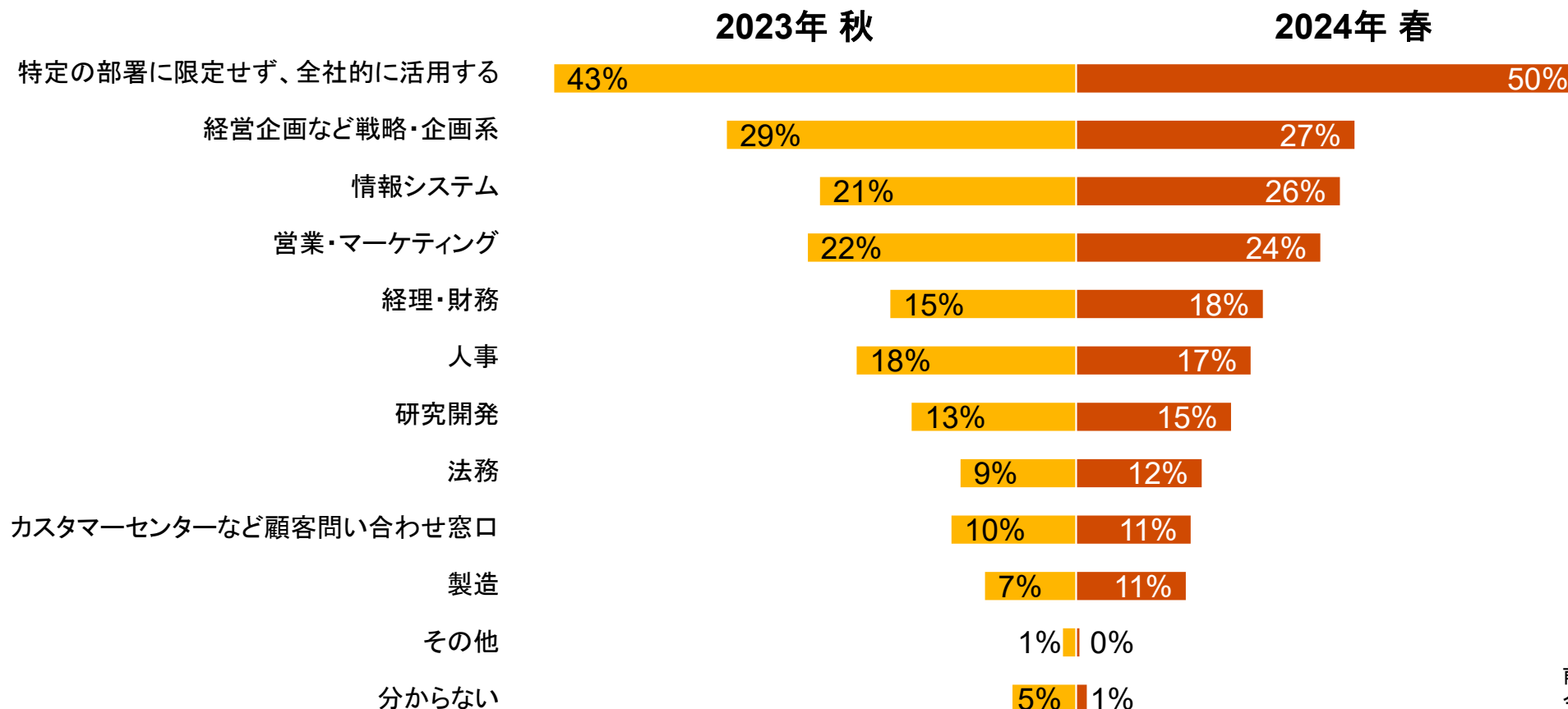
前回：n=799

今回：n=832

※「社内外資料の生成」は2023年秋の調査で、設問項目としていなかった

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50%（秋の調査から+7pt）となる一方、特定の部署での活用は情報システムの部署が26%（同、+5pt）で秋から増えた。

- 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。
生成AIサービス、モデルを活用している（活用する予定の）部署について、当てはまるものを全てお答えください。

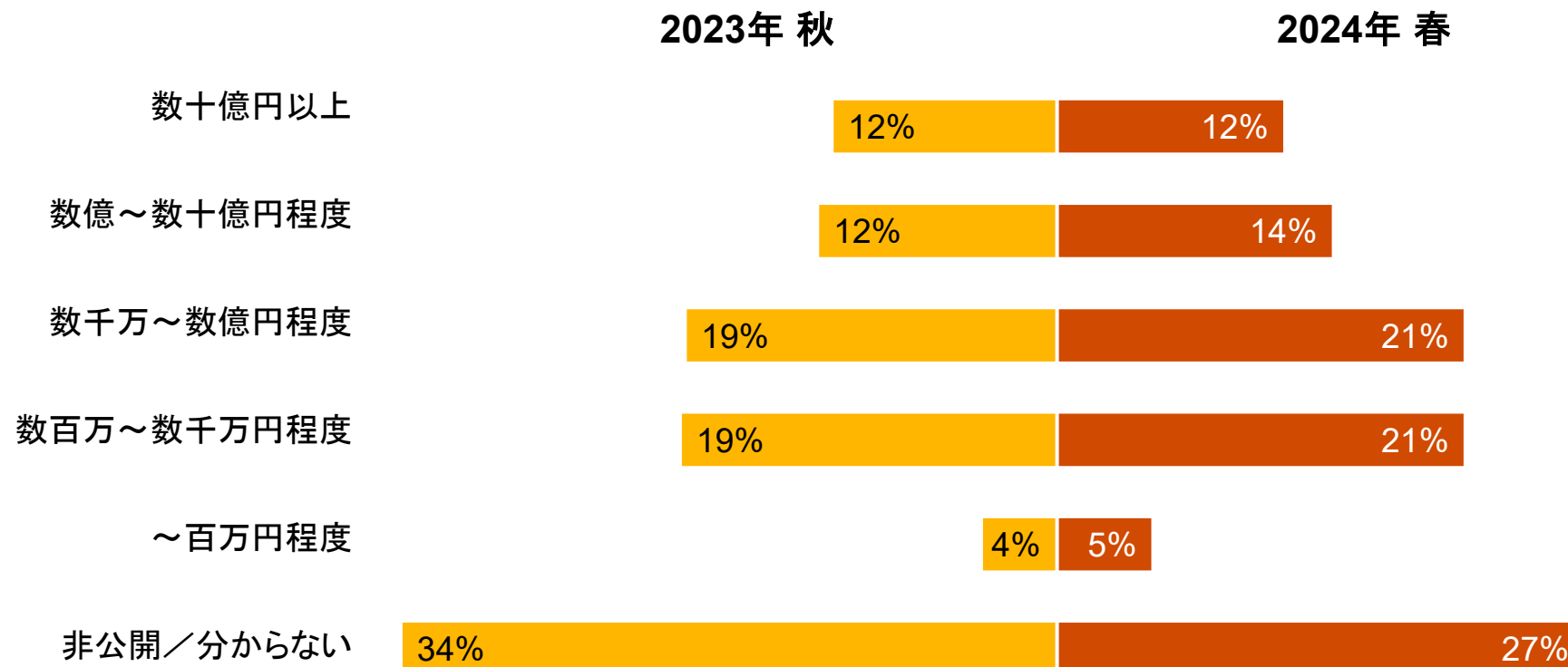


前回：n=799

今回：n=832

約40%が「数百万程度～数億円程度」の予算規模を確保。また、「非公開／分からない」と回答した層が秋から減少(秋の調査から-7pt)した。

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。
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。

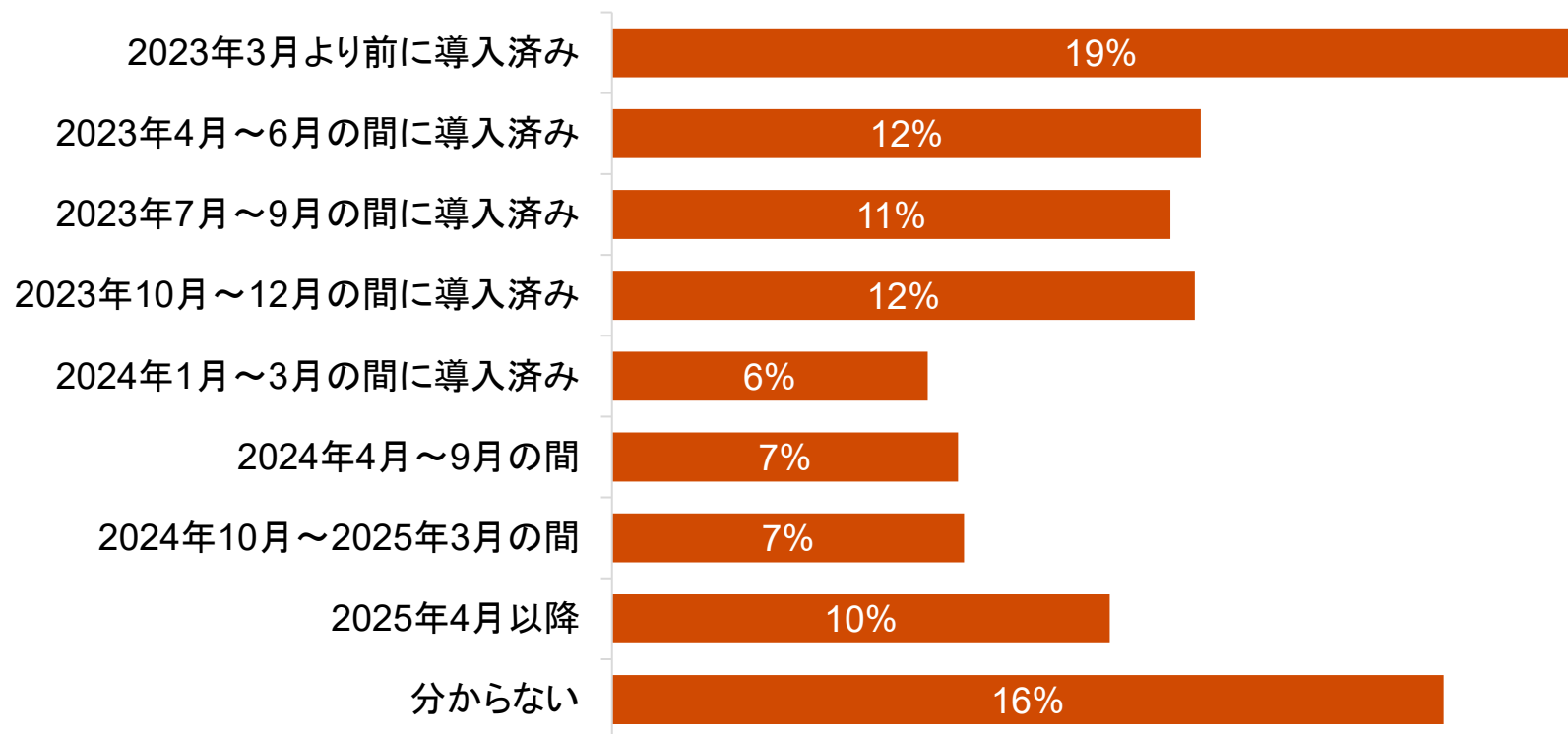


前回：n=799

今回：n=832

60%が2024年3月末までに生成AIを本格導入している。

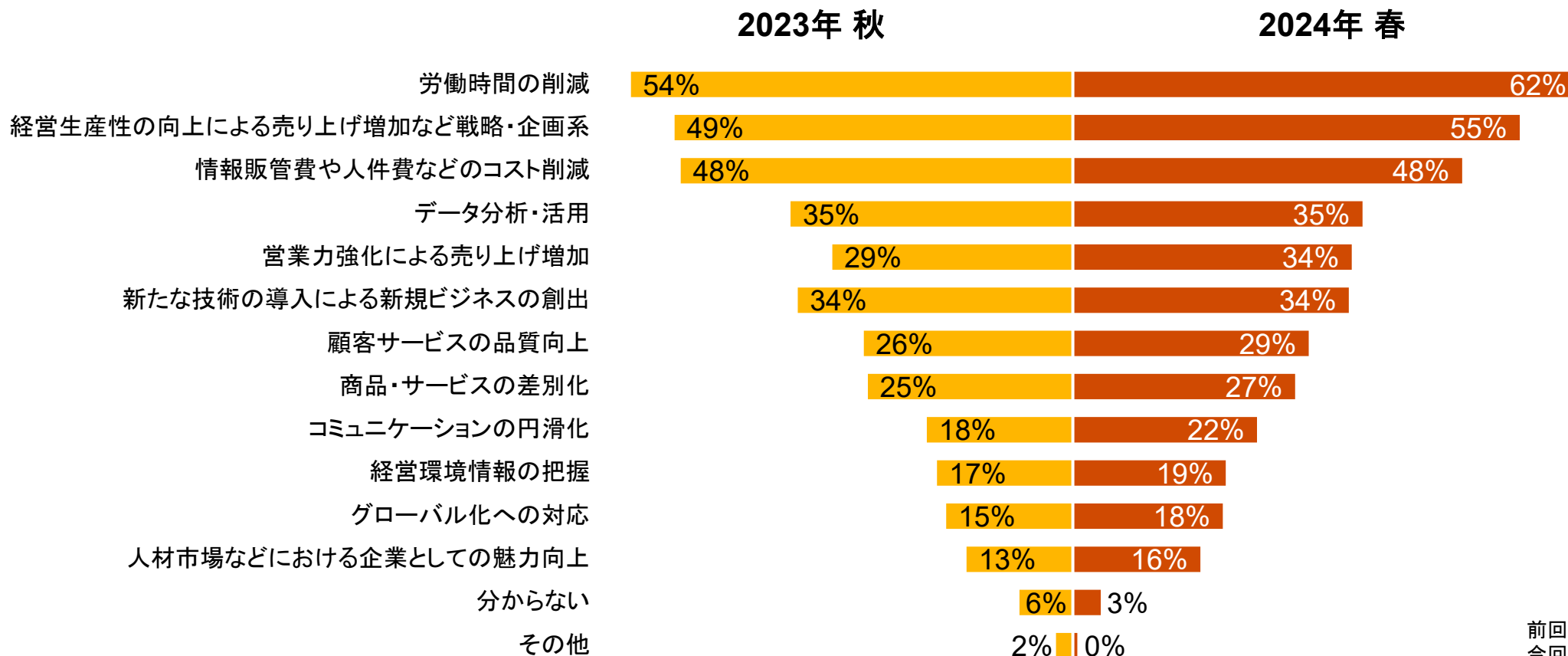
Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方にお伺いします。
あなたが働く会社において、生成AIをいつ頃導入されましたか。または本格導入をいつ頃と想定していますか。



n=832

秋から回答傾向に差異はなく、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。

- 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、当てはまるものをお答えください。



前回：n=799
今回：n=832

秋の調査では生成AI活用に期待効果する効果の割合は20%台が最も高く、30%台が次点であった。春の調査では労働時間、コスト削減は20%台が最も高いのは共通で10%台が次点となっており、売上増加に関しては10%台が最も高い割合となっている。

Q 前問で「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。

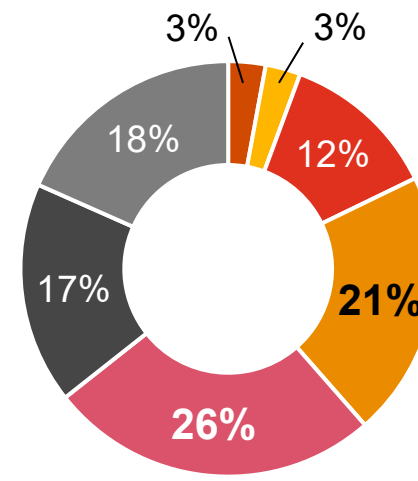
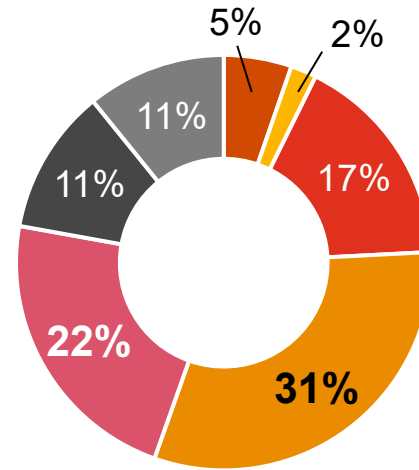
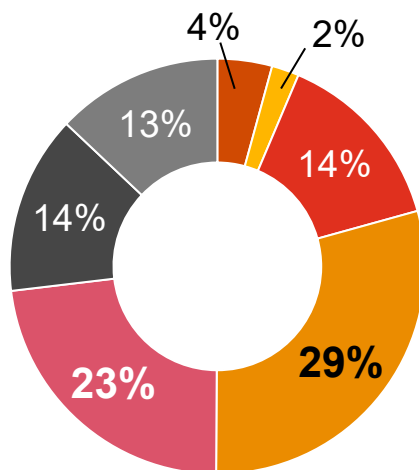
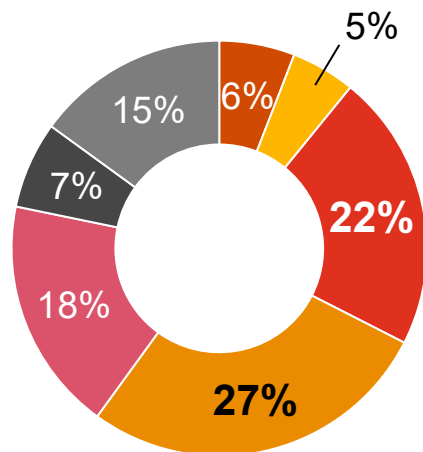
2024年 春

2023年 秋

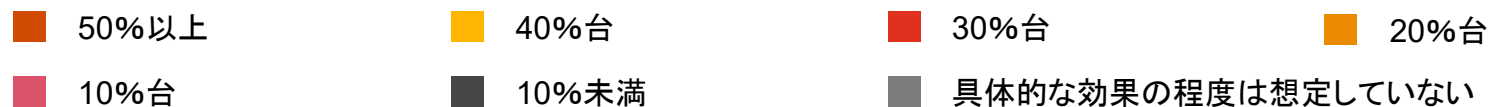
労働時間の削減

コスト削減

売上増加



n=550



※2023年秋の調査では、「労働時間の削減」「コスト削減」「売上増加」を分けずに調査

秋から回答傾向に差異はなく、64%（秋の調査から+2pt）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。

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。
生成AI活用において直面した（あるいは現在している）課題について、最も当てはまるものの上位3つをお答えください。

2023年 秋

2024年 春

ノウハウがなく、どのように進めれば良いか、進め方が分からない



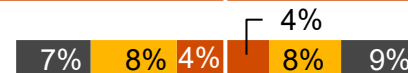
活用のアイデアやユースケースがない



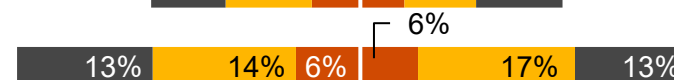
必要なスキルを持った人材がいなし



周囲から理解が得ることが難しい



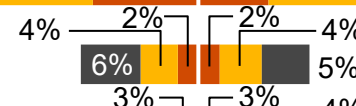
取り組みを推進する組織や体制がない



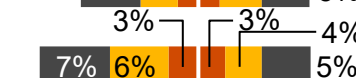
技術活用のリスクが大きい



何ができるのかわからない



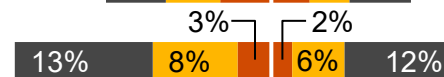
意義やメリット、費用対効果を感じない



国の指針作りが不十分で活用方針を決めきれない



当てはまるものはない

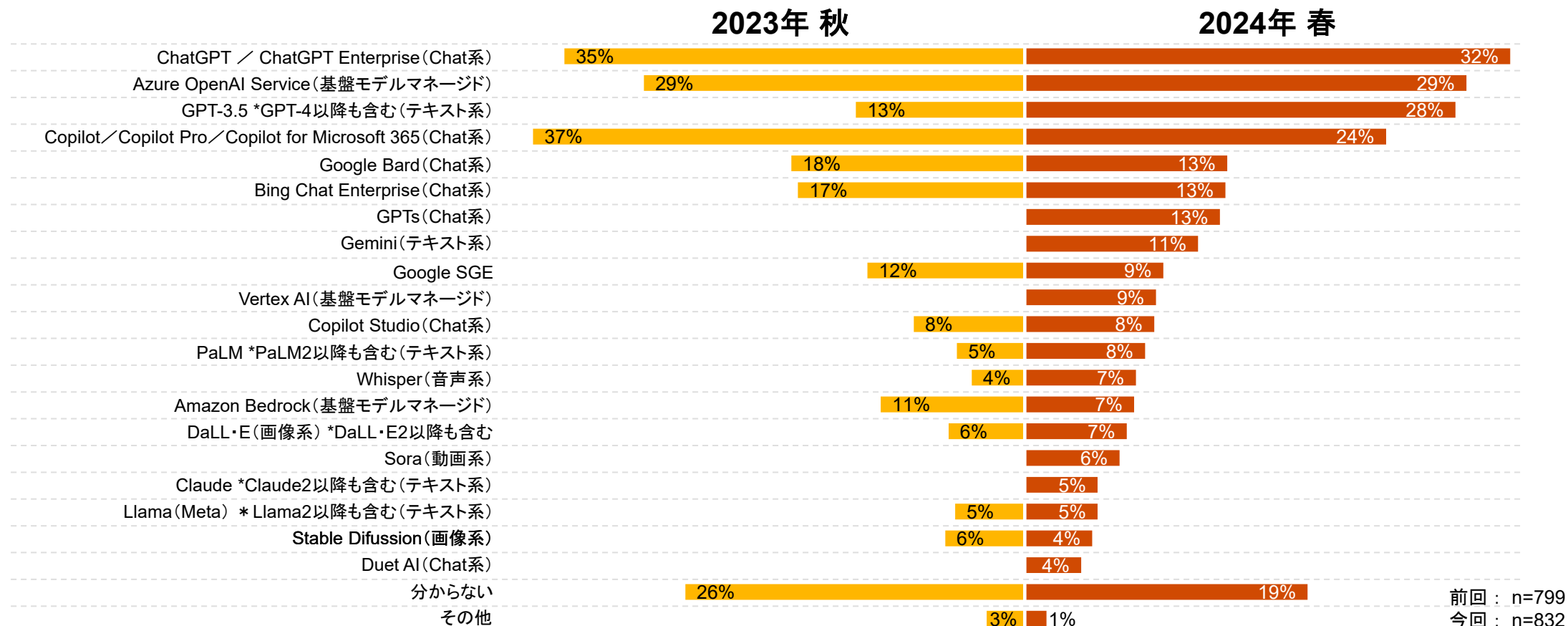


■ 1位 ■ 2位 ■ 3位

前回：n=799
今回：n=832

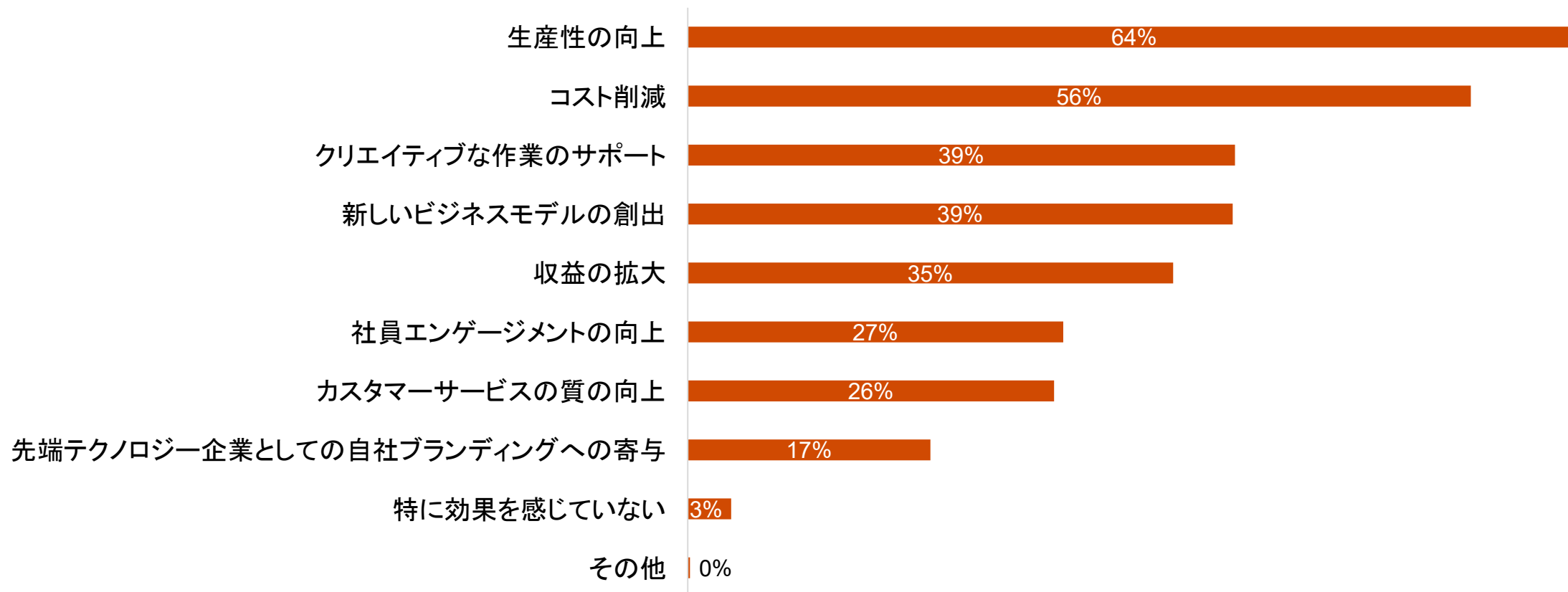
「Copilot／Copilot Pro／Copilot for Microsoft 365 (Chat系)」の導入が減少(秋の調査から-13pt)し、導入製品の分散が進んでいる。

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。
あなたが働く会社において、導入が検討されている(あるいは既に導入されている)生成AIサービス、モデルをお答えください。



既に活用中／具体的な案件を推進中の生成AIによる効果としては、「生産性の向上」が64%、「コスト削減」が56%で上位に上がっている。

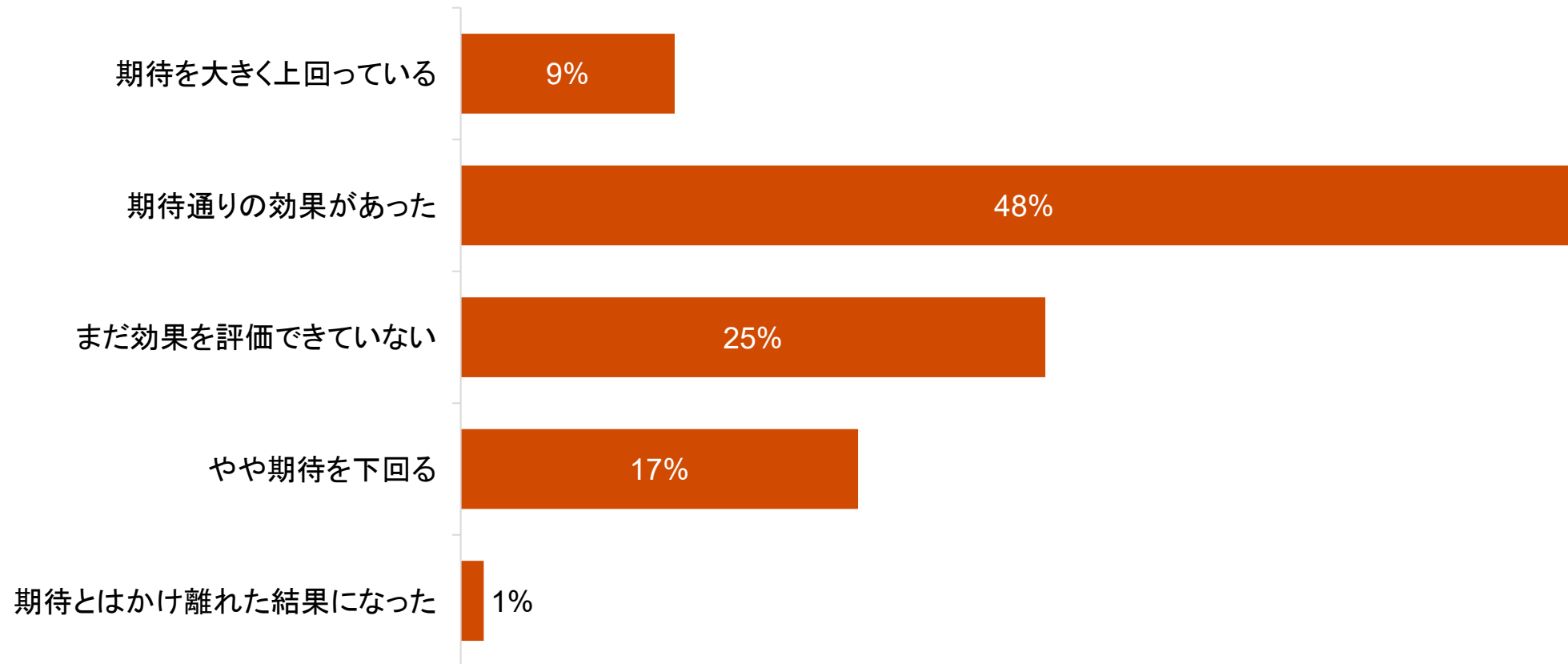
- Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」を選択した方にお伺いします。
生成AIの活用で現時点でどういった効果が出ているか、もしくはどういった効果が見込まれるか以下の選択肢からお答えください。



n=614

既に活用中／具体的な案件を推進中の生成AIにおいて、57%が「期待以上」の成果を上げること成功している。

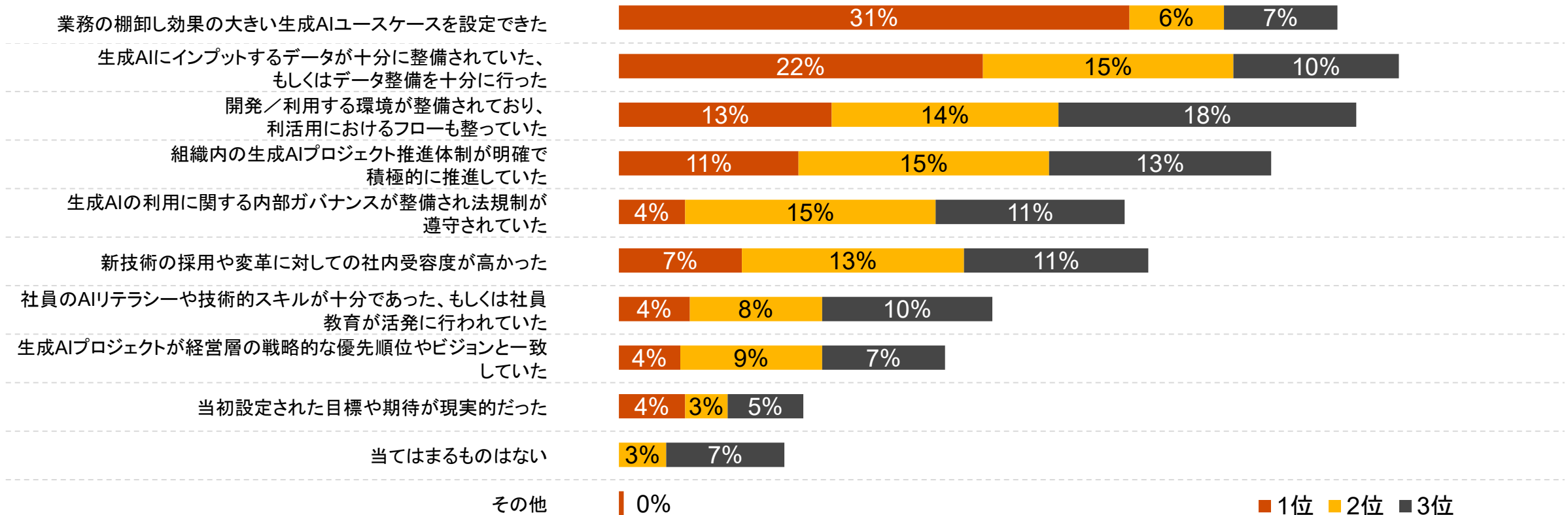
Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」を選択した方にお伺いします。
生成AI活用の効果は現時点で当初の期待に対していかがでしょうか。以下の選択肢からお答えください。



n=614

期待以上の成果を上げられた主な要因として、「業務の棚卸し効果の大きい生成AIユースケースを設定できた」が31%、「生成AIにインプットするデータが十分に整備されていた、もしくはデータ整備を十分に行った」が22%で上位に上がっている。

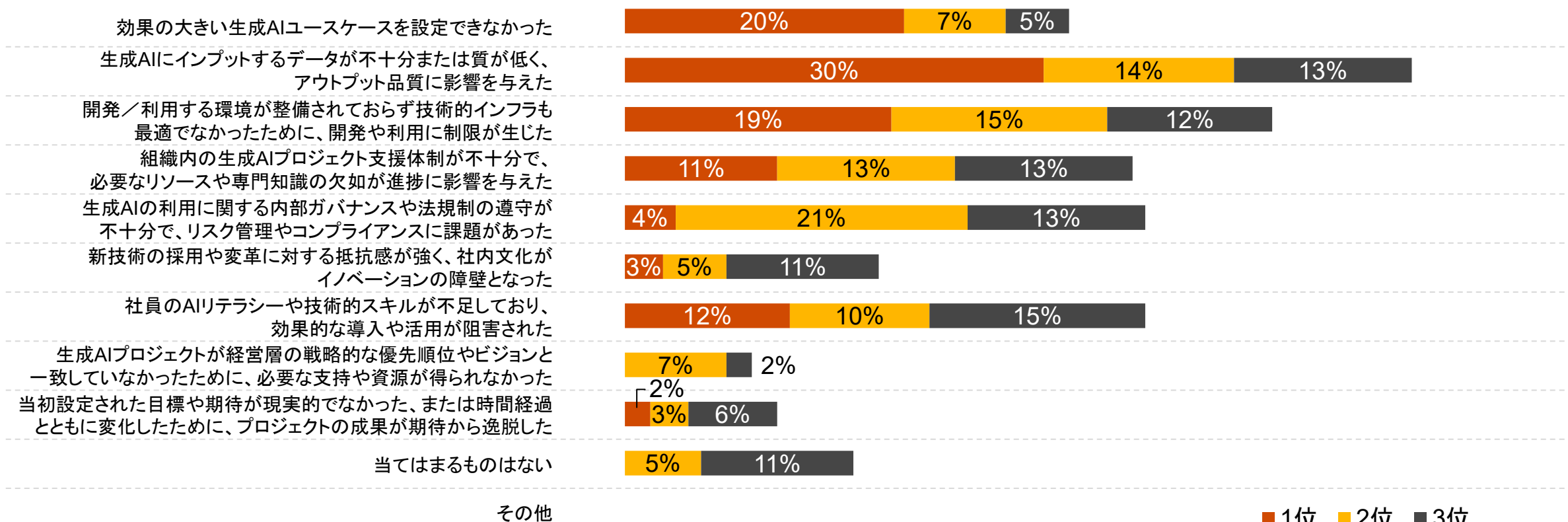
Q 「期待を大きく上回っている」「期待通りの効果があった」を選択した方にお伺いします。
生成AI活用効果が期待以上の成果を出した理由として、当てはまるものの上位3つをお答えください。



n=351

期待以上の成果を上げられなかった主な原因として、「効果の大きい生成AIユースケースを設定できなかった」が20%、「生成AIにインプットするデータが不十分または質が低く、アウトプット品質に影響を与えた」が30%で上位に上がっている。

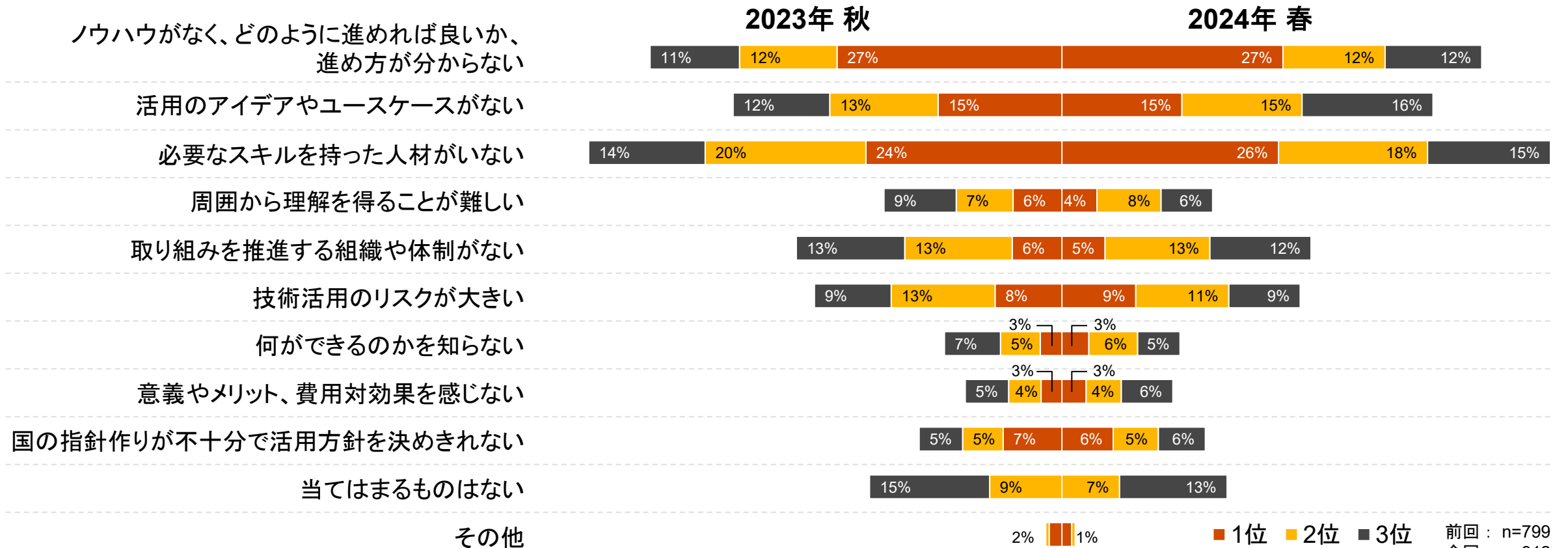
Q 「やや期待を下回る」「期待とはかけ離れた結果になった」を選択した方にお伺いします。
生成AI活用効果が当初の期待に至らなかった原因として、当てはまるものの上位3つをお答えください。



n=110

秋から回答傾向に差異はなく、課題の主な要因として「ノウハウがなく、どのように進めれば良いか、進め方が分からない」が27%（秋の調査と同様）、「必要なスキルを持った人材がない」が26%（同、+2pt）で上位に上がっている。

Q 生成AIの活用における想定課題のうち、自社だけでは解決することが難しい(外部の知見が必要)と思われる上位3つをお答えください。



前回：n=799
今回：n=912

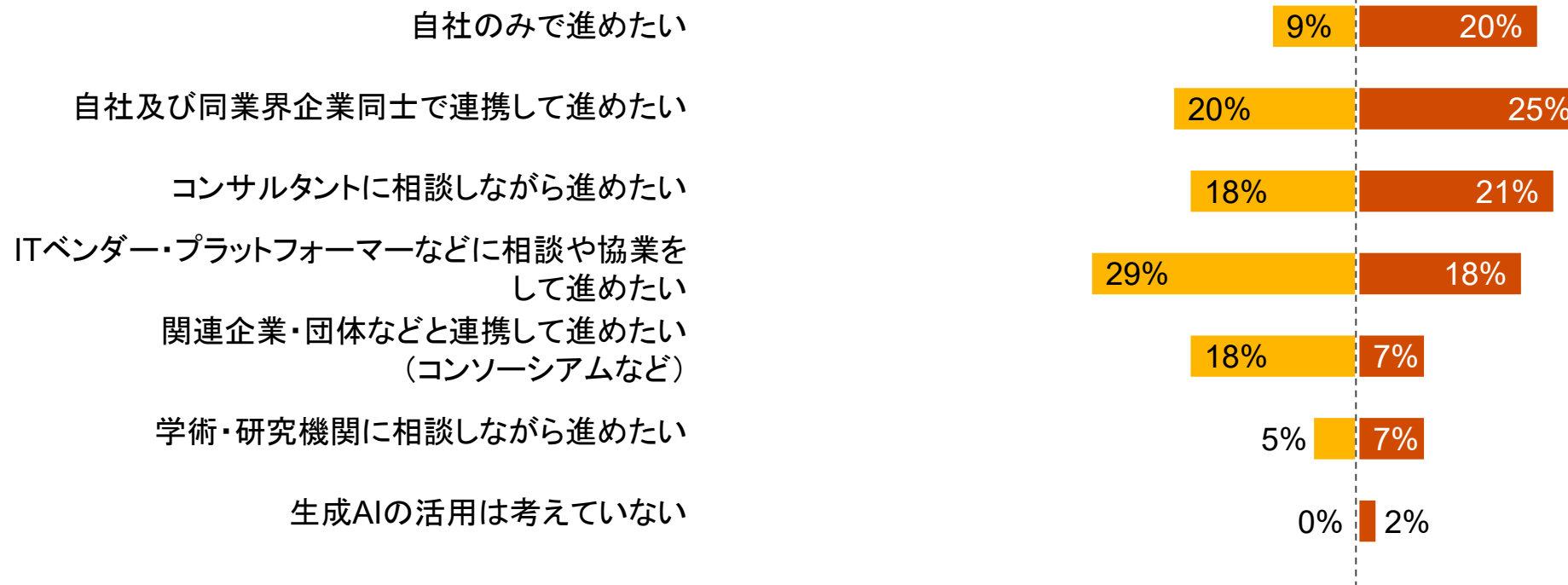
※2023年秋の調査では生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」「検討中」を選択した方に絞って集計

期待を大きく上回ると回答した層では、自社と業界同士の連携を要望が最も多く、期待未満と回答した層では外部ベンダーに相談したいという要望が最も多い。

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。

期待未満

期待を大きく上回る

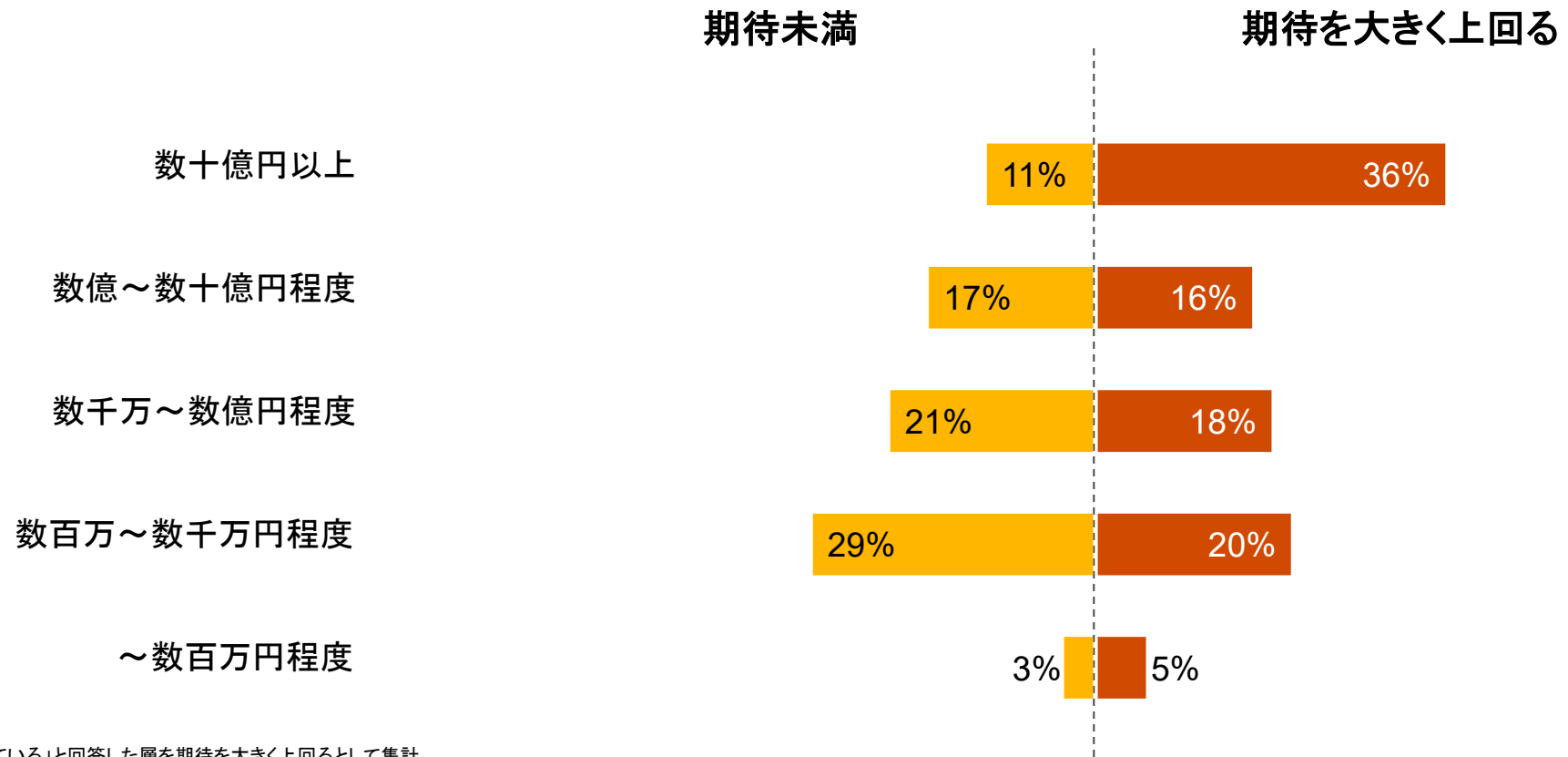


※ 生成AIの活用を「期待を大きく上回っている」と回答した層を期待を大きく上回るとして集計
 ※ 生成AIの活用を「やや期待を下回る」「期待とかけ離れた結果になった」と回答した層を期待未満として集計

期待未満 n=110
 期待を大きく上回る n=56

期待を大きく上回ると回答した層の52%が数億円以上の予算規模である一方、活用効果が期待未満と回答した層は28%に留まっている。

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。

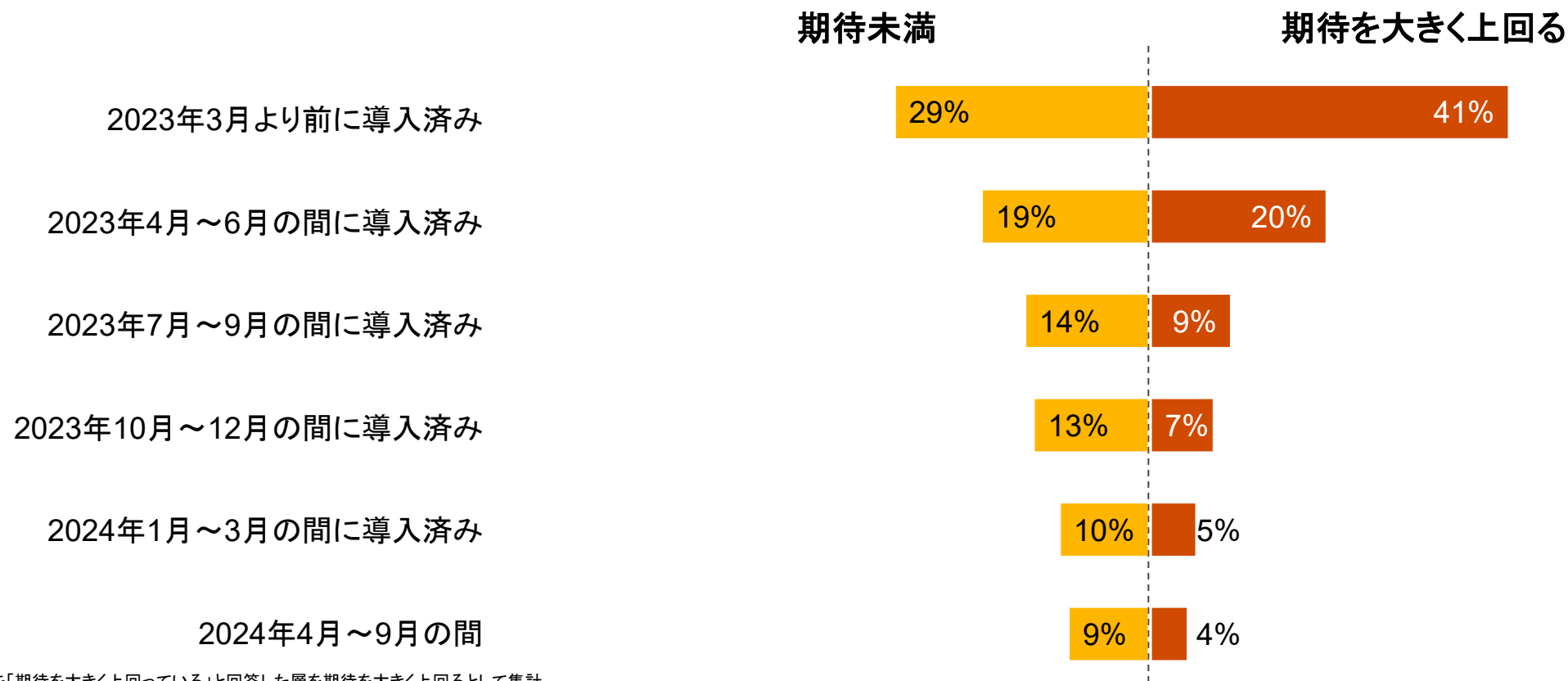


※ 生成AIの活用の効果を「期待を大きく上回っている」と回答した層を期待を大きく上回るとして集計
※ 生成AIの活用の効果を「やや期待を下回る」「期待とかけ離れた結果になった」と回答した層を期待未満として集計

期待未満 n=110
期待を大きく上回る n=56

期待を大きく上回ると回答した層の61%が、2023年6月までに生成AIを導入している一方、活用効果が期待未満と考える回答者は48%である。

- 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。
あなたが働く会社において、生成AIの本格導入はいつ頃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。

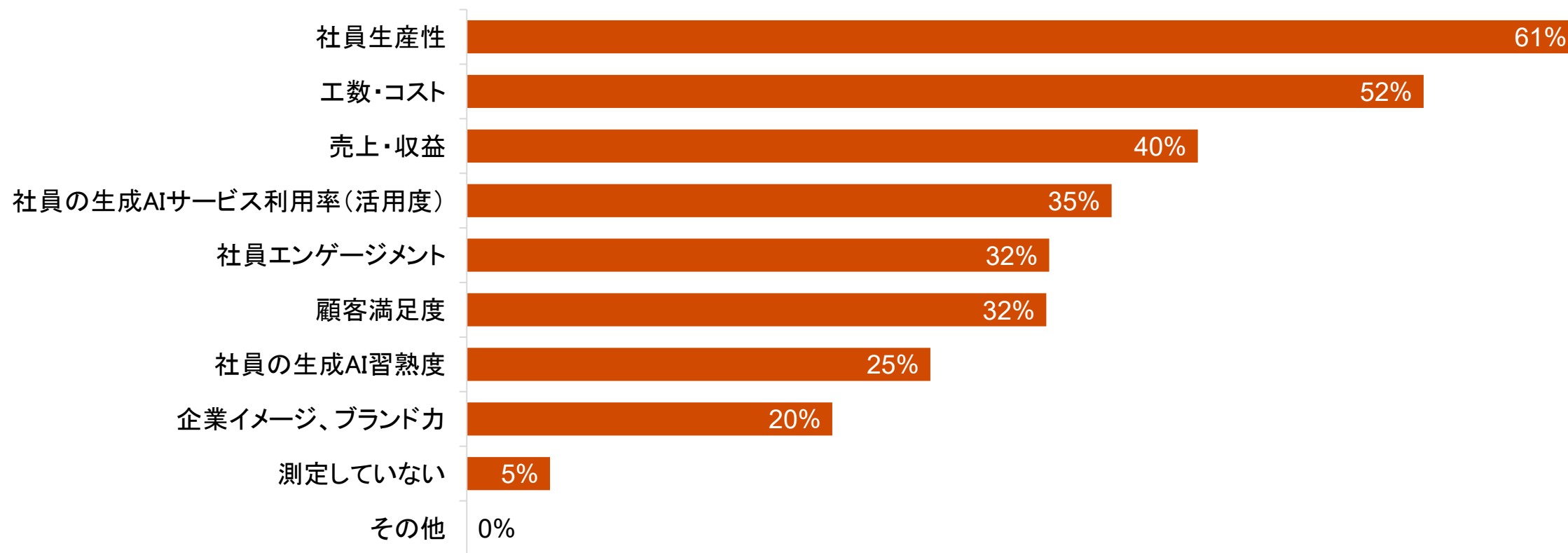


※ 生成AIの活用効果を「期待を大きく上回っている」と回答した層を期待を大きく上回るとして集計
 ※ 生成AIの活用効果を「やや期待を下回る」「期待とかけ離れた結果になった」と回答した層を期待未満として集計

期待未満 n=110
 期待を大きく上回る n=56

過半数が「社員生産性」または「工数・コスト」を生成AIの活用指標としている。

Q 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」を選択した方にお伺いします。
社内における生成AIの活用指標として測定している、もしくはこれから測定しようとしているものを以下の選択肢からお答えください。

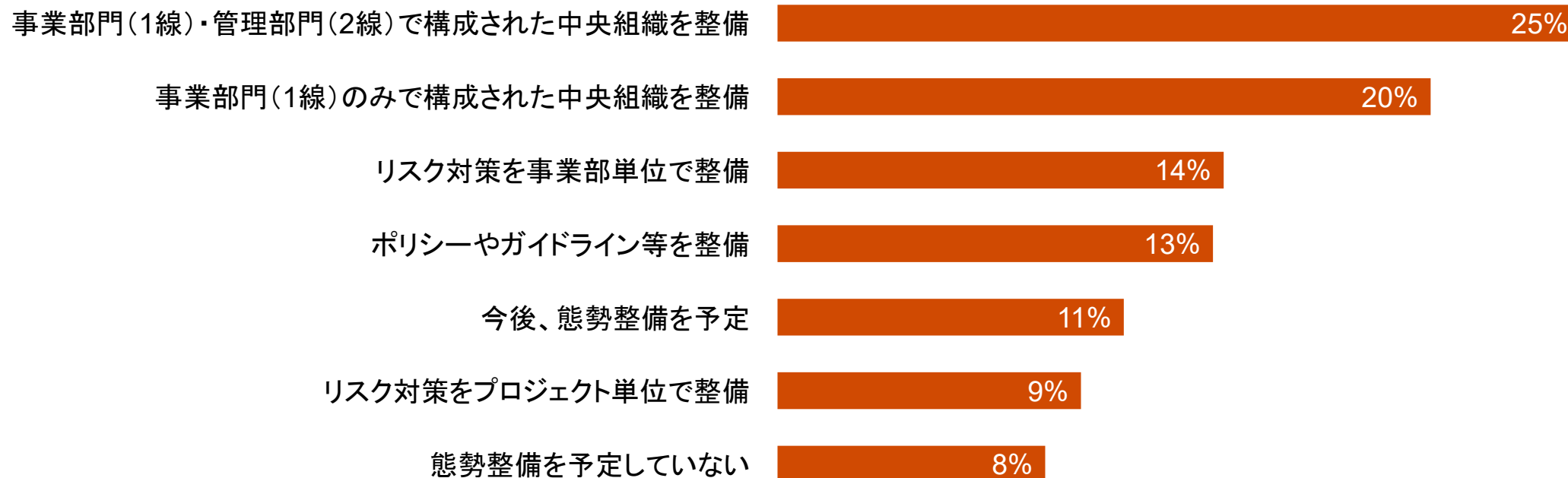


n=614

ガバナンス

AIガバナンス態勢の整備状況について、25%が事業部門と管理部門で構成された中央組織を整備している。

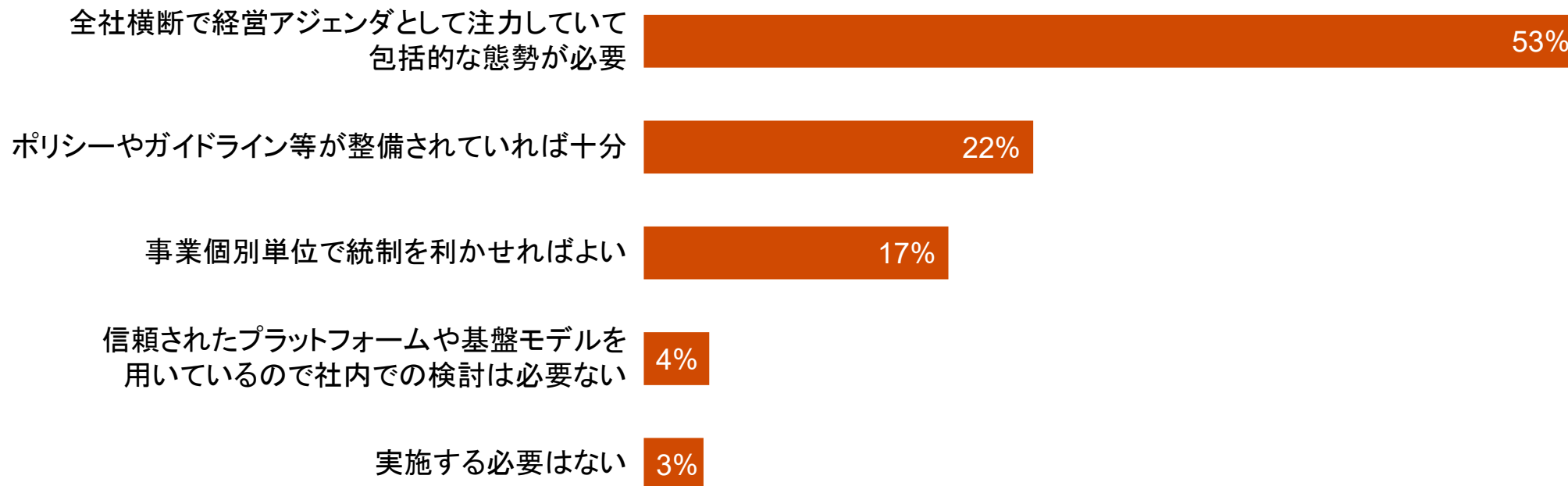
Q 現状の生成AIを含むAIガバナンス態勢の整備状況についてお聞かせください。



n=912

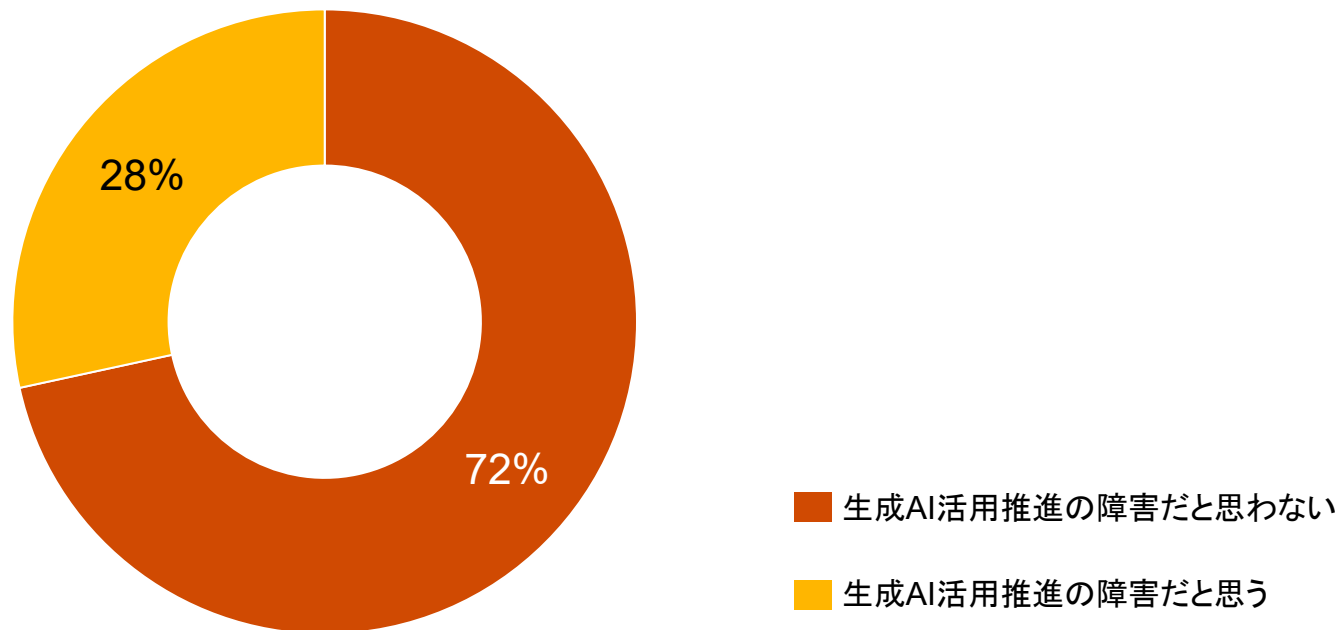
「**全社横断で経営アジェンダとして注力していて包括的な態勢が必要**」と回答した層が53%である一方で、「**ポリシーやガイドライン等が整備されていれば十分**」と回答した層が22%存在し、**ガバナンスの取り組み状況に差が生じている。**

Q 将来的に必要と思われる生成AIを含むAIガバナンス態勢に関してお聞かせください。



AIガバナンスを「生成AI活用推進の障害だと思う」と回答した層が28%に上る。

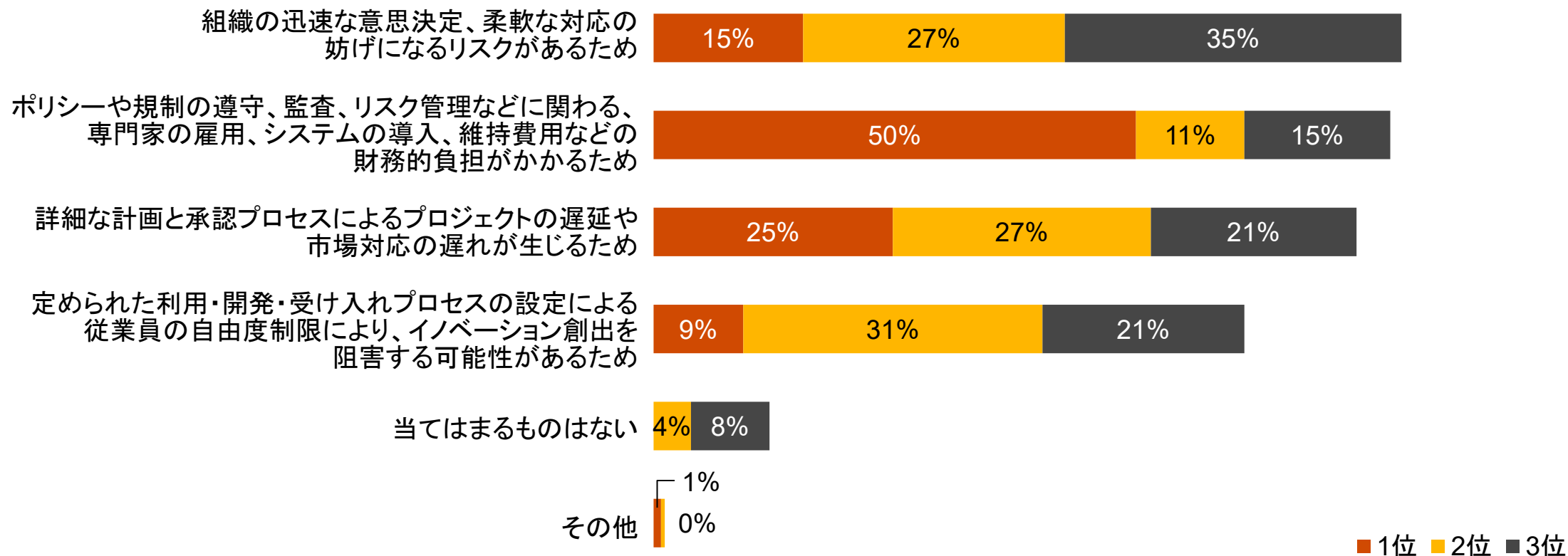
Q AIガバナンスは生成AI活用推進の障害だと思いますか。



n=912

AIガバナンスを障害だと思う層は、専門家の雇用やシステム導入などの短期的な財務負担を最も懸念していることが分かる。

Q AIガバナンスを障害と思う理由として、当てはまるものの上位3つをお答えください。



n=259

※「生成AI活用推進の障害だと思う」と回答した層を集計

AIガバナンスを障害だと思わない層は、AIガバナンスによる長期的な財務リターンを最も期待していることが分かる。

Q AIガバナンスを障害と思わない理由として、当てはまるものの上位3つをお答えください。

意思決定の質と効率の向上、組織の透明性と経営説明力の強化を促す枠組みとしてのガバナンスと認識しているため

22%

28%

28%

詳細な計画と承認プロセスを通じた、プロジェクトの質と成功率の向上、市場での持続可能な競争力構築のため

23%

28%

20%

企業リスクの軽減や市場信頼確保に寄与し、長期的な財務リターンを促進するための投資として位置づけているため

40%

11%

19%

従業員の創造性とイノベーションを責任ある方法で促進する枠組みとしての利用・開発・受け入れプロセスを定めているため

16%

25%

17%

当てはまるものはない

9%

15%

その他 0%

■ 1位 ■ 2位 ■ 3位

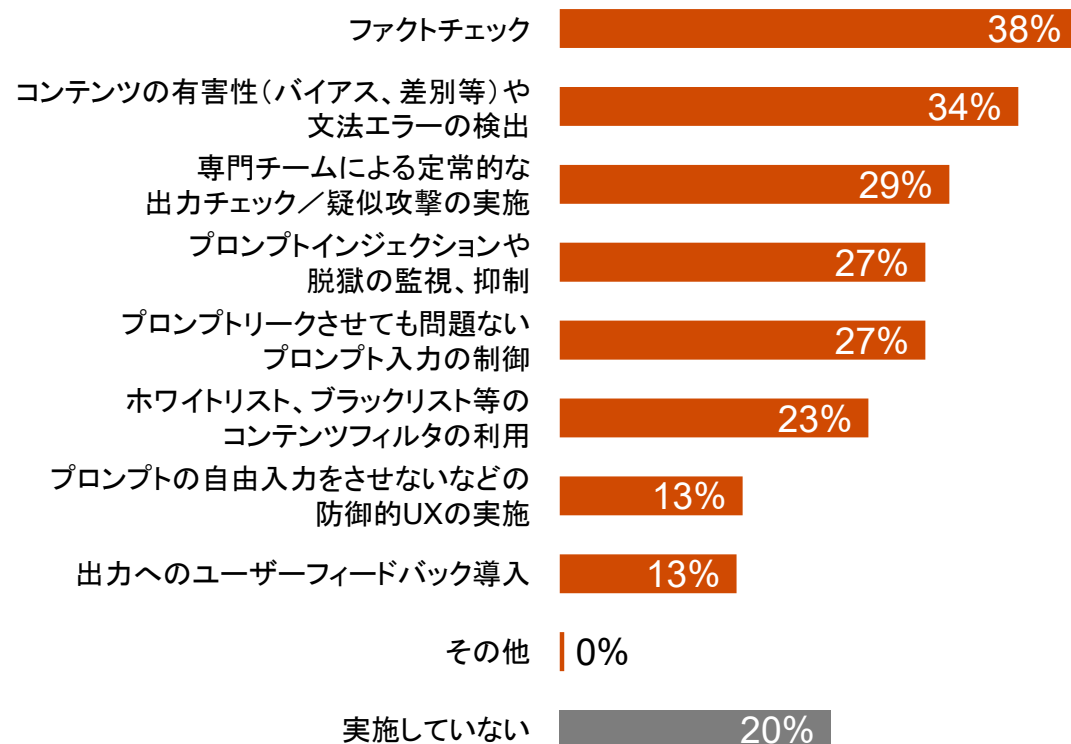
n=653

※「生成AI活用推進の障害だと思わない」と回答した層を集計

生成AIからの出力正常化／安定化のために何らかの対策をしている回答者が80%いるものの、生成AIにおける一般的な対策を5個以上実施しているとの回答は13%にとどまる。

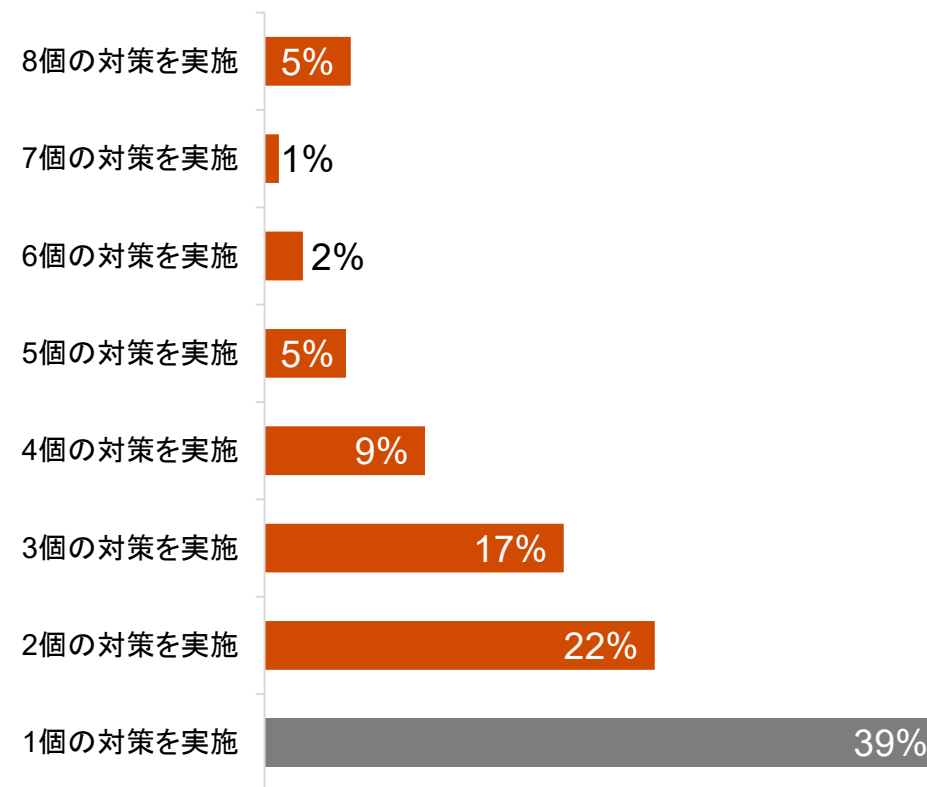
Q 生成AIからの出力正常化／安定化のためにどのような対策を講じていますか。

対策の実施状況



n=912

実施している対策の種数

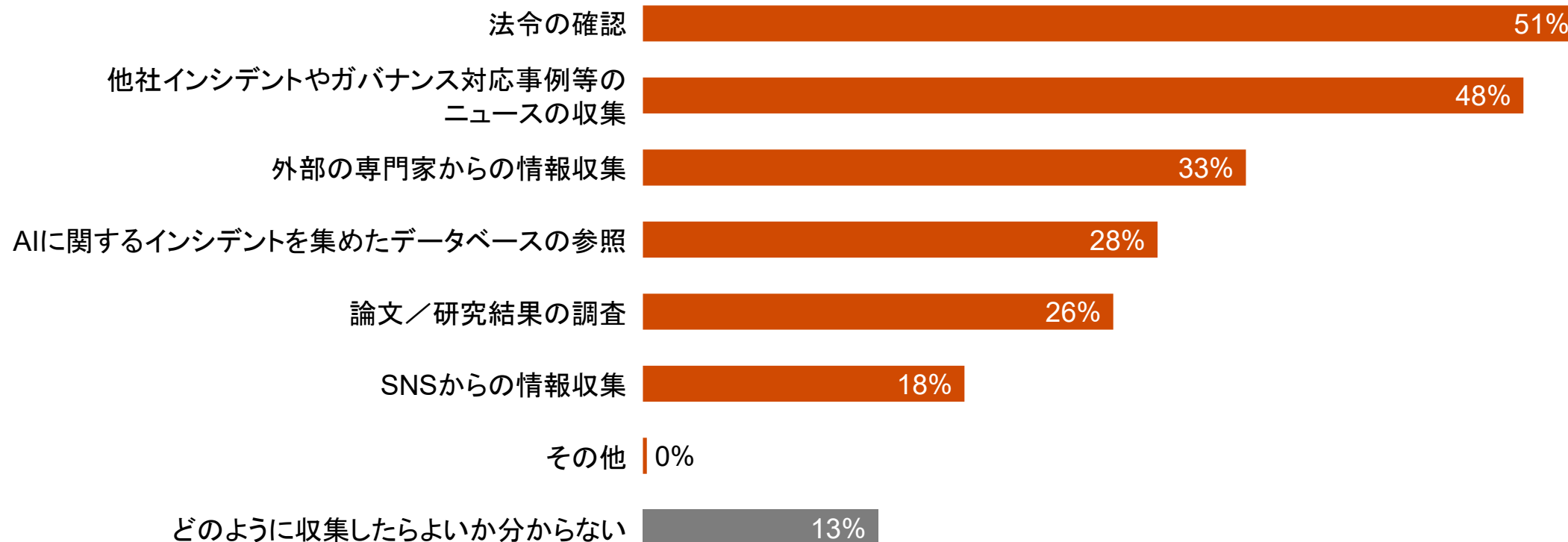


n=731

※生成AIからの出力正常化／安定化を「実施していない」と回答していない層を集計

過半数は法令の確認をしている一方で、13%はどのように情報を収集したらよいか分からないと回答しており、情報の格差が生まれている。

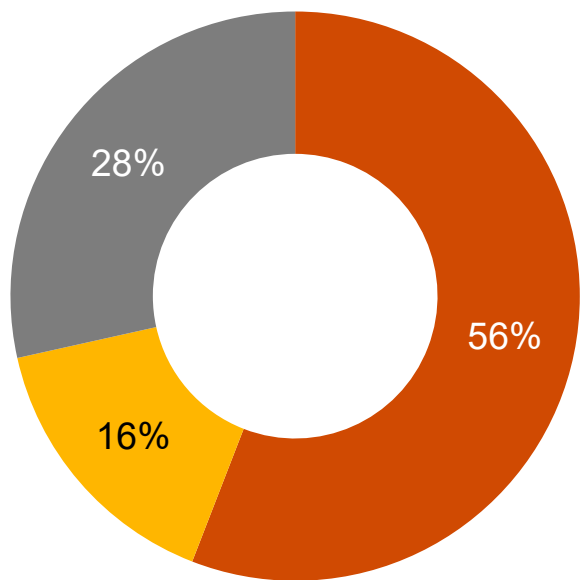
Q 生成AIを含むAIガバナンス推進に必要な情報をどのように収集していますか。



n=912

AI事業者ガイドライン(案)を確認している層が72%いるものの、その半数が内容が不明瞭または解釈が難しいと回答しており、普及に向けて対策を打つ必要があると考えられる。

Q 日本政府よりリリースされたAI事業者ガイドライン(案)は確認しましたか。

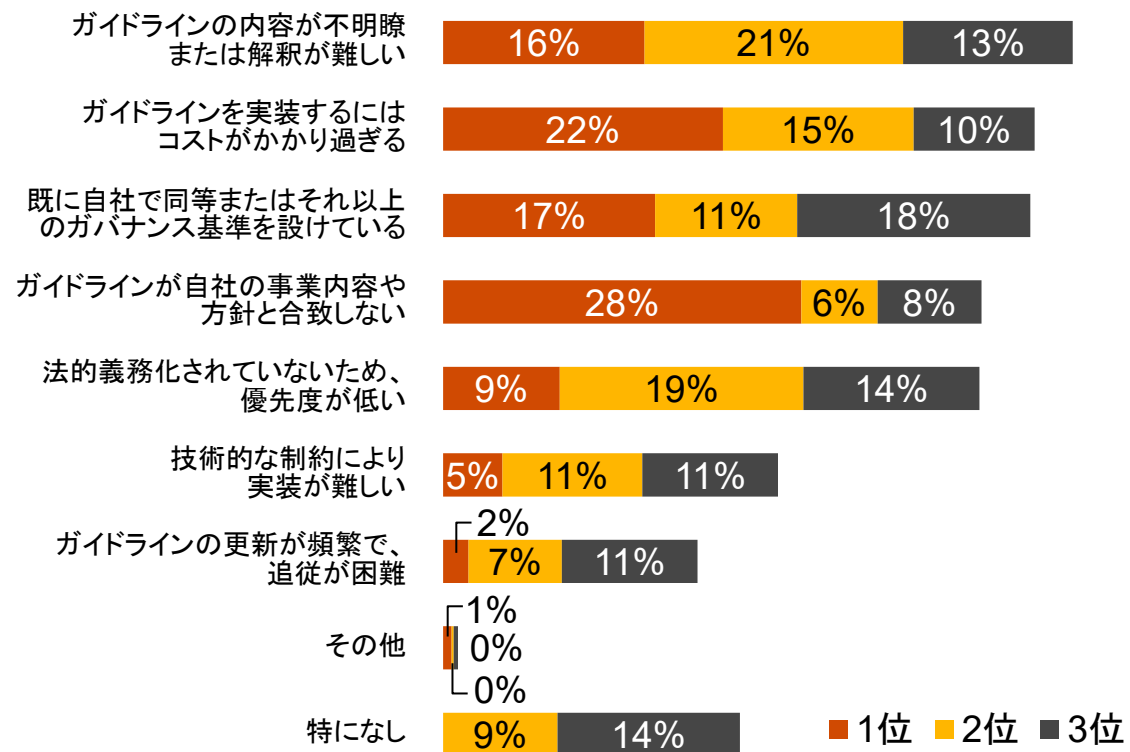


- 確認し、自社のAIガバナンス活動に反映させている、もしくは、反映させる予定である
- 確認したが、自社のAIガバナンス活動に反映させる予定はない
- 確認していない

n=832

※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」と回答した層を集計

Q AI事業者ガイドライン(案)を反映させるにあたっての課題と考えている点として、当てはまるものの上位3つをお答えください。

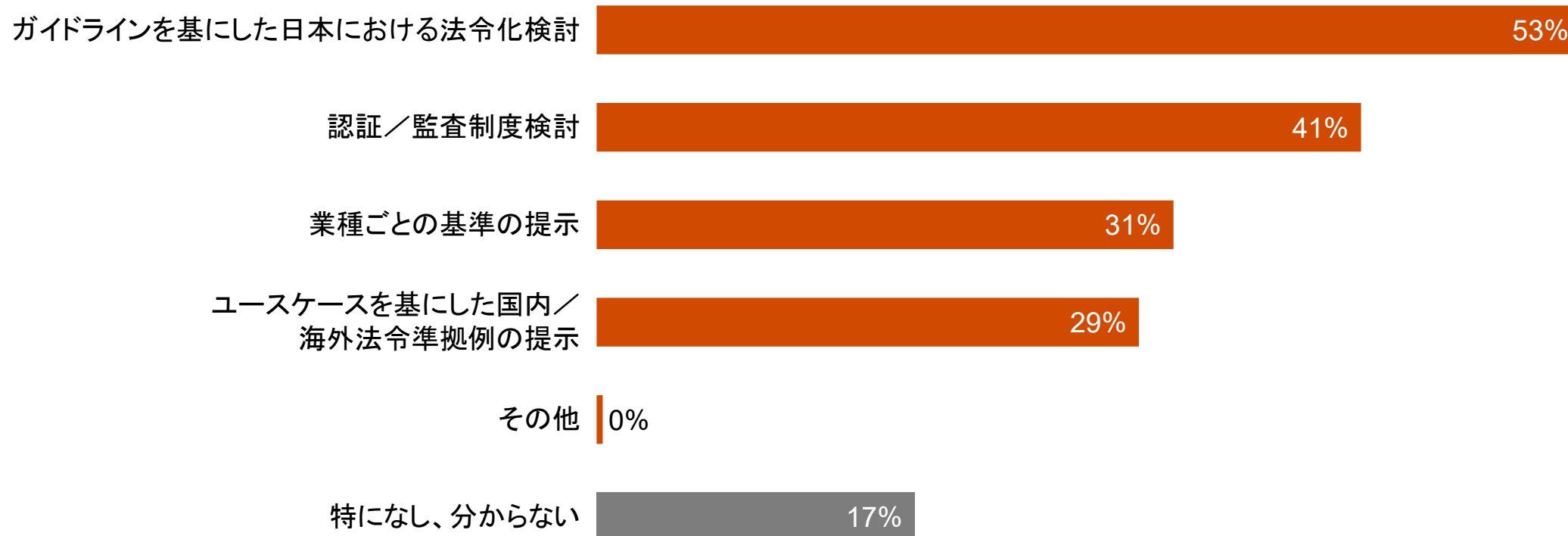


n=595

※ AI事業者ガイドライン(案)を「確認していない」と回答していない層を集計

過半数が「ガイドラインを基にした日本における法令化検討」を期待しており、より厳格なAIガバナンスの枠組みの提供が求められていると考えられる。

Q AI事業者ガイドラインリリースの次に日本政府に期待する今後の取り組みをお聞かせください。

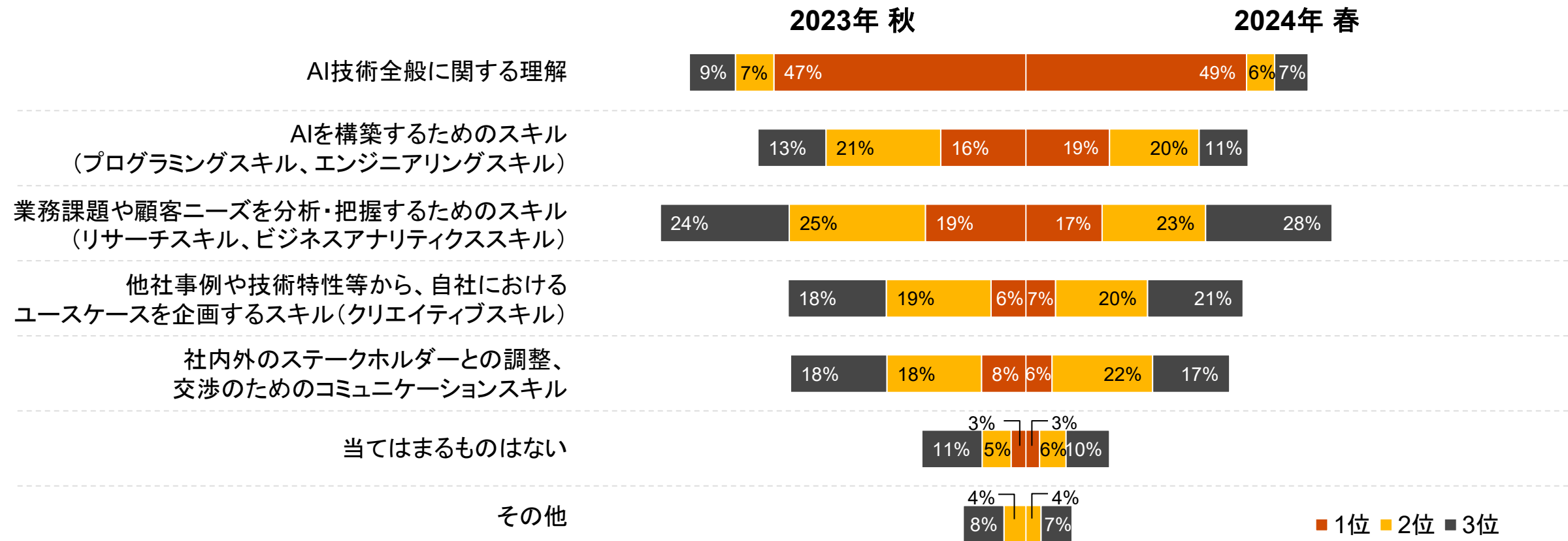


n=912

今後の見込み

秋から回答傾向に差異はなく、変わらず「AI技術全般に関する理解」が49%と、1位回答に絞ると、他のスキルと比較して突出して望まれている。

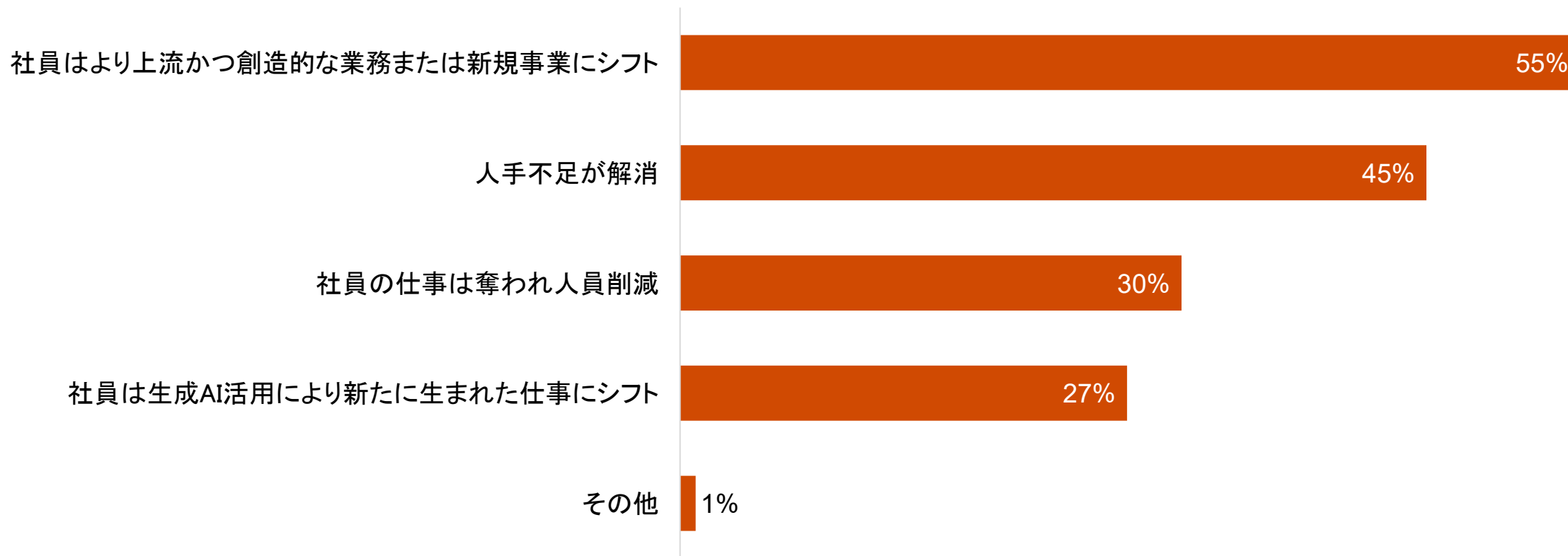
Q 生成AIの活用が進む中、それを取り扱う個人にはどのようなスキルが必要になるとお考えですか。当てはまるものを全てお答えください。



n=912

55%が「創造的な業務または新規事業にシフト」と回答した一方で、「人手不足解消」の回答が45%、「人員削減」の回答も30%となった。

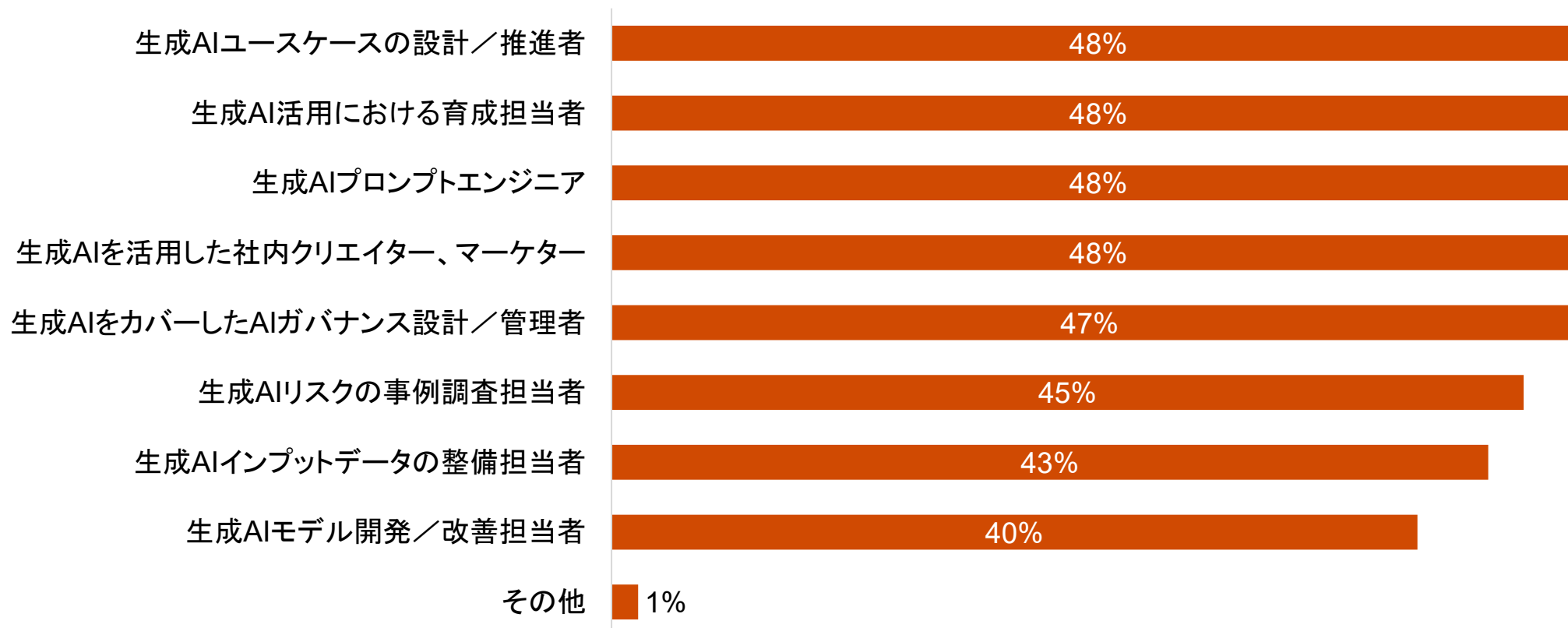
Q 「生成AIによって業務が一部もしくは完全にAIに置き換わると思う」と回答した方にお聞きします。
代替後、社員業務はどのように変化しましたか、もしくはどのような変化を想定していますか。以下の選択肢からお答えください。



n=847

生成AI活用により生まれた新たな仕事へのシフトに関しては回答に差がなく、今後さまざまな業務が生まれ、網羅的に人を配置させていくことが予想される。

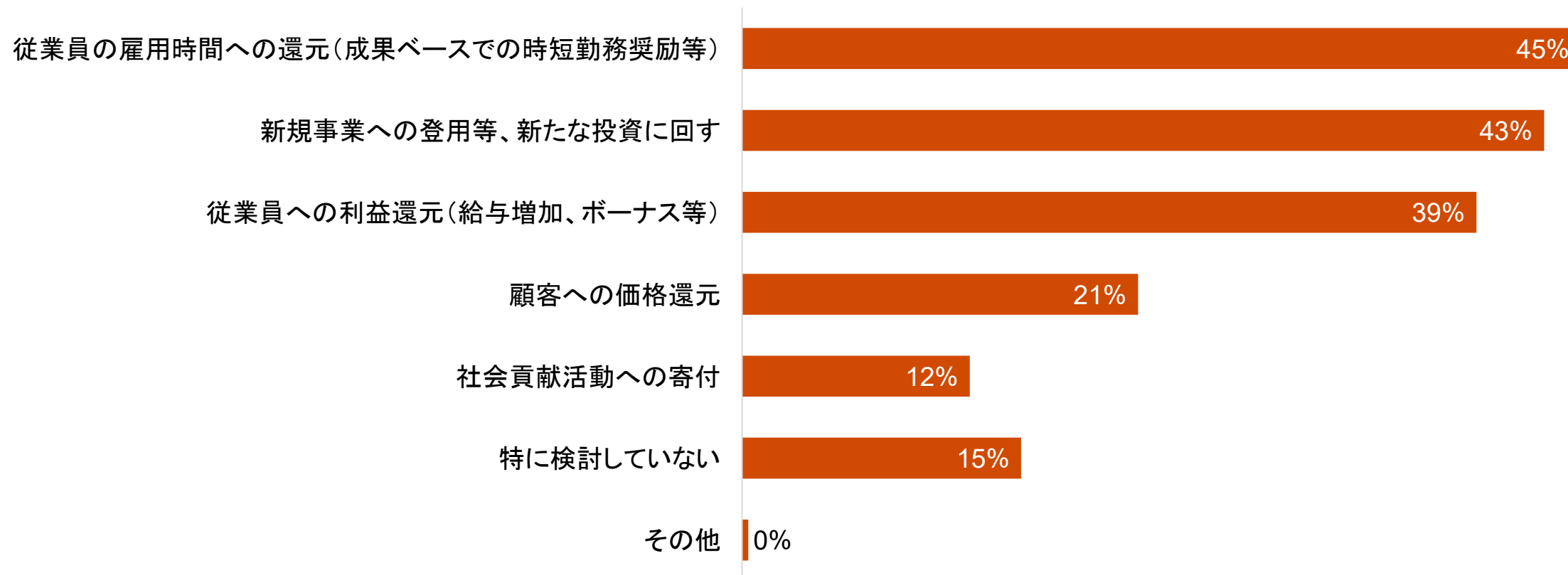
Q 「生成AI活用により生まれた新たな仕事にシフト」と回答した方にお聞きします。
それはどのような仕事でしょうか、もしくはどのような仕事とお考えでしょうか。以下の選択肢から回答ください。



n=230

従業員の雇用時間への還元や新規事業への登用のように、生成AI活用の取り組みで生まれた効果は主に従業員へ還元される予定である。

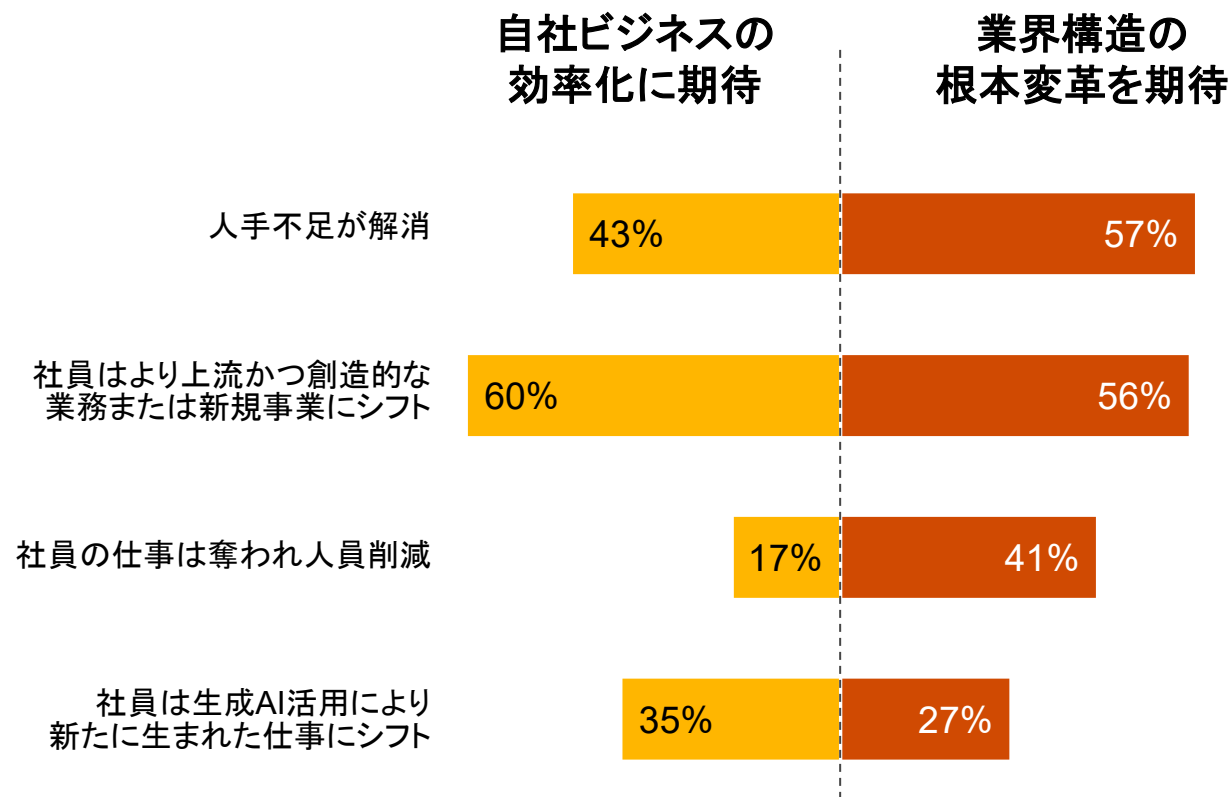
Q 今後、生成AI活用に関する取り組みで生まれた効果を還元していく予定はありますか。それはどのような還元を予定していますか。



n=912

業界構造の根本変革を期待する層では41%が「人員削減」と回答している一方で、自社ビジネスの効率化を期待する層では17%にとどまっている。

Q 代替後、社員業務はどのように変化しましたか。もしくはどのような変化を想定していますか。



※ 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、「生成AIによって業務が一部もしくは完全にAIに置き換わると思う」と回答した層を集計

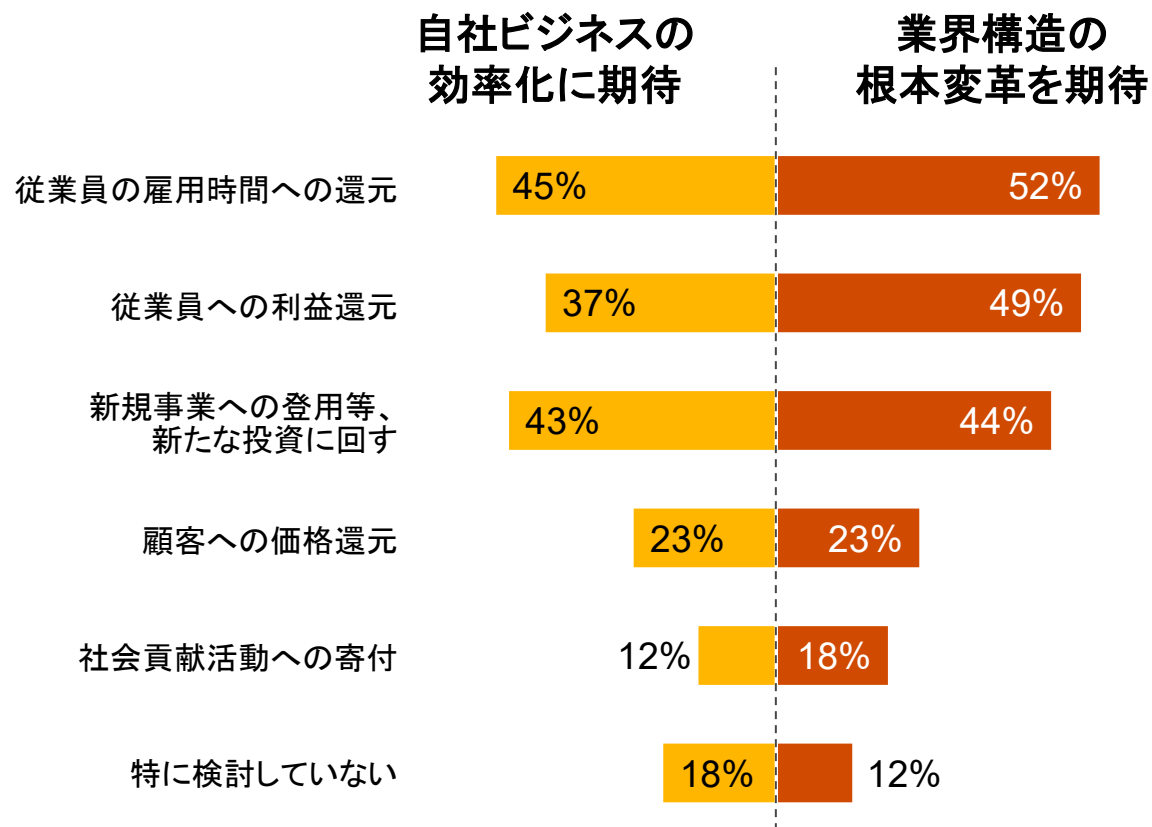
※ 「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した層を「業界構造の根本変革を期待」とし、「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答した層を「自社ビジネスの効率化に期待」として集計

業界構造の根本変革を期待 : n=192

自社ビジネスの効率化に期待 : n=359

生成AI活用の取り組みで生まれた効果の還元先については、期待によって回答に差がなく、従業員への還元が主になっている。

Q 今後、生成AI活用に関する取り組みで生まれた効果を還元していく予定はありますか。それはどのような還元を予定していますか。



※ 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

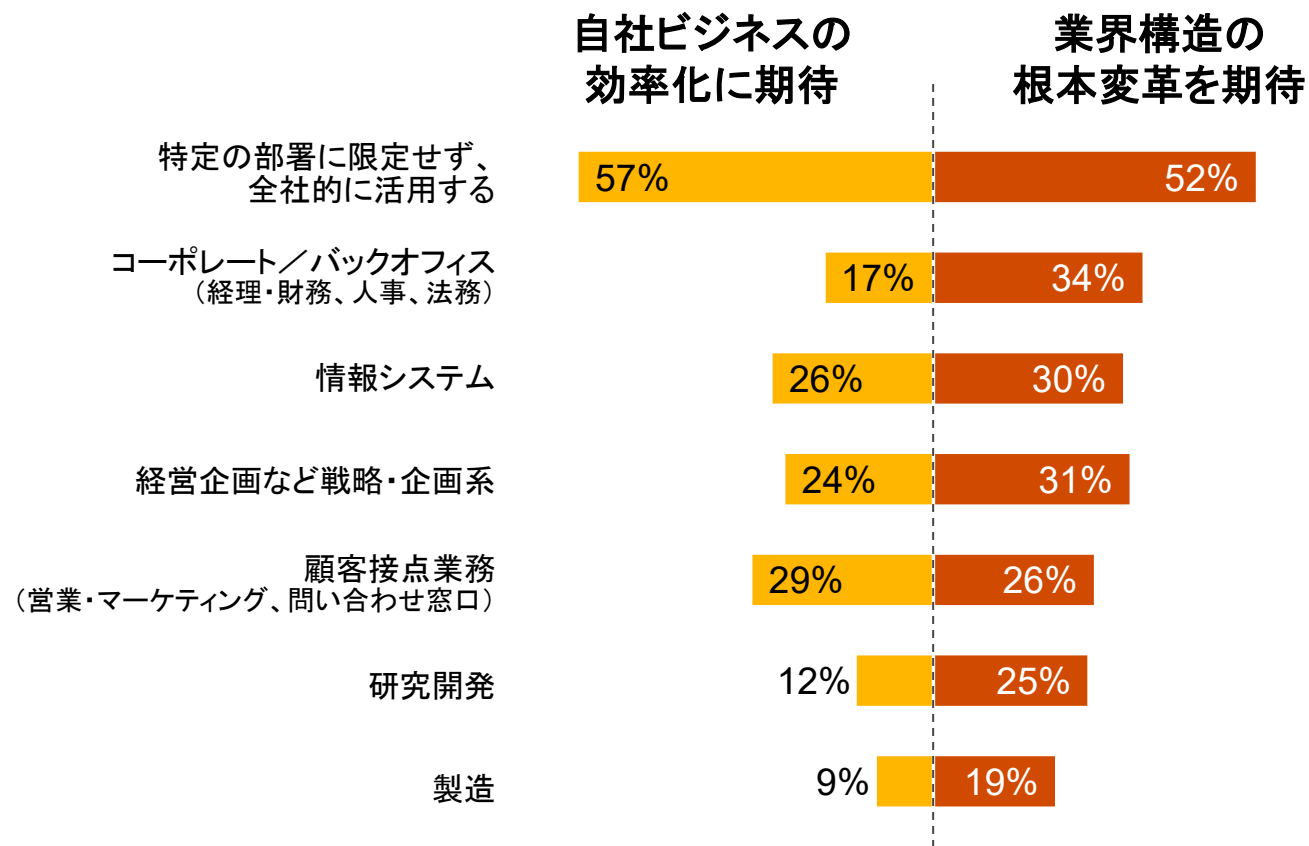
※ 「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した層を「業界構造の根本変革を期待」とし、「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答した層を「自社ビジネスの効率化に期待」として集計

業界構造の根本変革を期待 : n=197

自社ビジネスの効率化に期待 : n=382

業界構造の根本変革を期待する層では34%がコーポレート／バックオフィスでの活用を行っている一方で、自社ビジネスの効率化を期待する層では17%にとどまっている。

Q 生成AIサービス、モデルを活用している(活用する予定の)部署について、当てはまるものを全てお答えください。



※ 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

※ 「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した層を「業界構造の根本変革を期待」とし、「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答した層を「自社ビジネスの効率化に期待」として集計

業界構造の根本変革を期待 : n=197

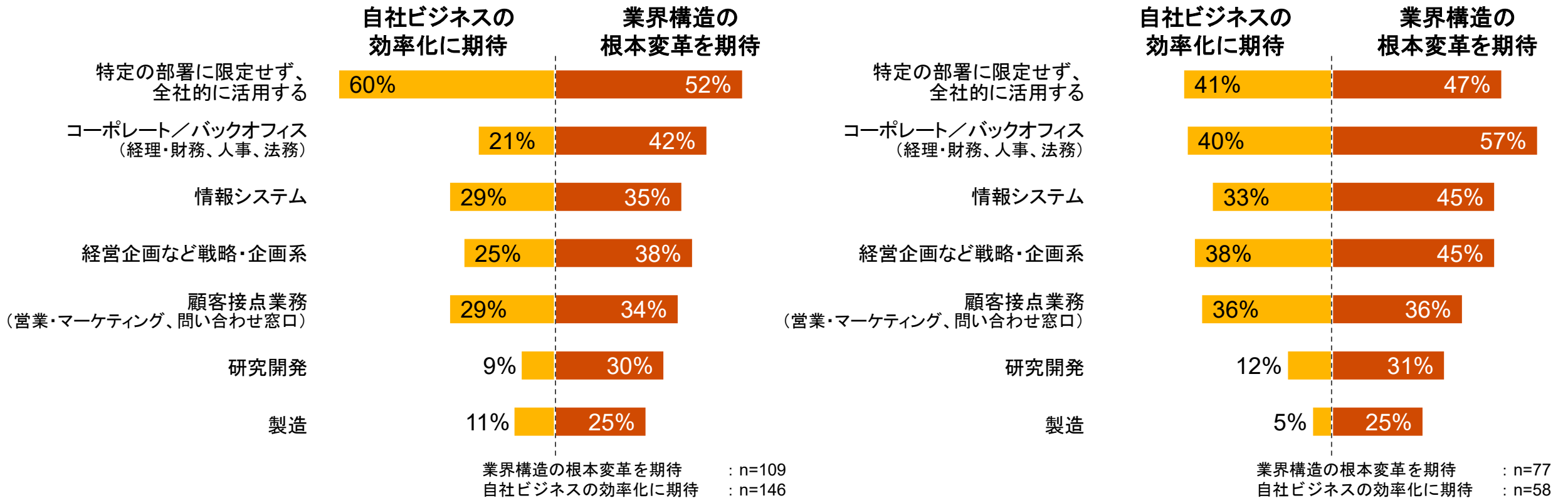
自社ビジネスの効率化に期待 : n=382

自社ビジネスの効率化を期待し「人手不足解消」と回答している層では60%が特定部署に限定せず活用を行っており、業界構造の根本改革を期待し「人員削減」と回答している層では57%がコーポレート/バックオフィスでの活用を行っている。

Q 生成AIサービス、モデルを活用している(活用する予定の)部署について、当てはまるものを全てお答えください。

「人手不足が解消」と回答した層

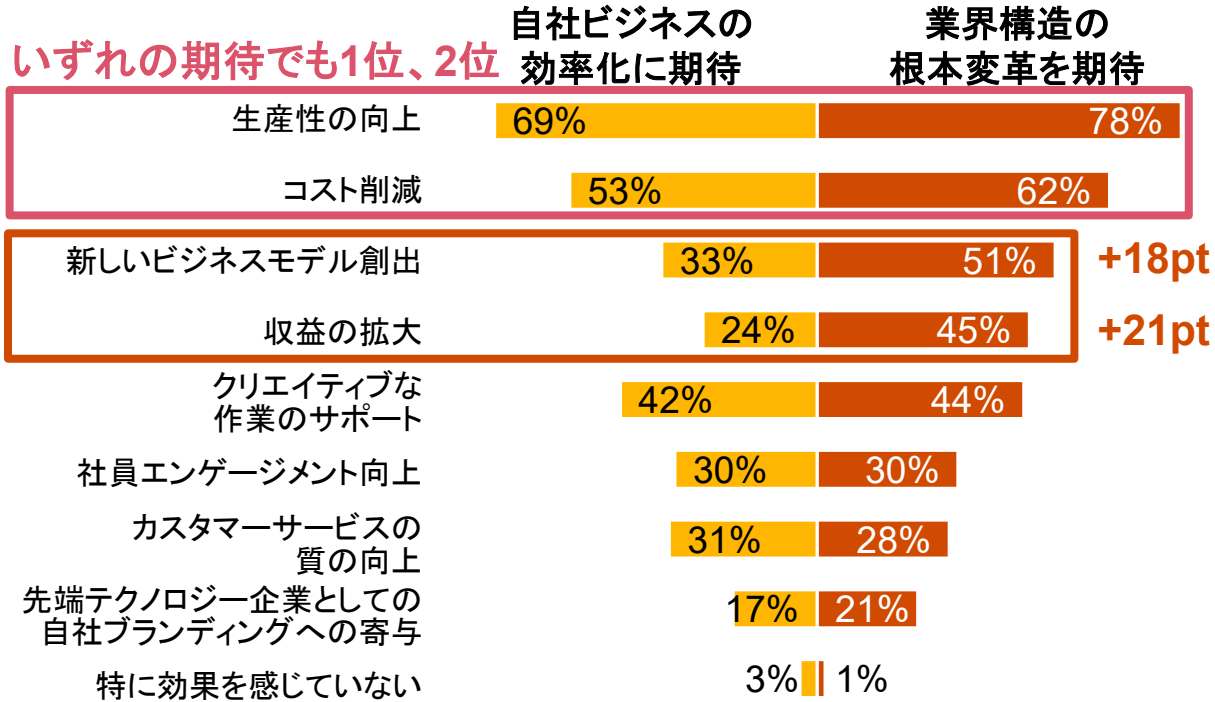
「社員の仕事は奪われ人員削減」と回答した層



※ 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、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」と回答し、「生成AIによって業務が一部もしくは完全にAIに置き換わると思う」および「人手不足が解消」と回答した層を集計
 ※ 「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した層を「業界構造の根本変革を期待」とし、「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答した層を「自社ビジネスの効率化に期待」として集計

生成AIには業界構造を変革するポテンシャルがあると期待する層は、生産性向上やコスト削減に加えて新しいビジネス創出や収益拡大といった効果を見込んでおり、活用を図る指標として企業ブランド力も重要視している。

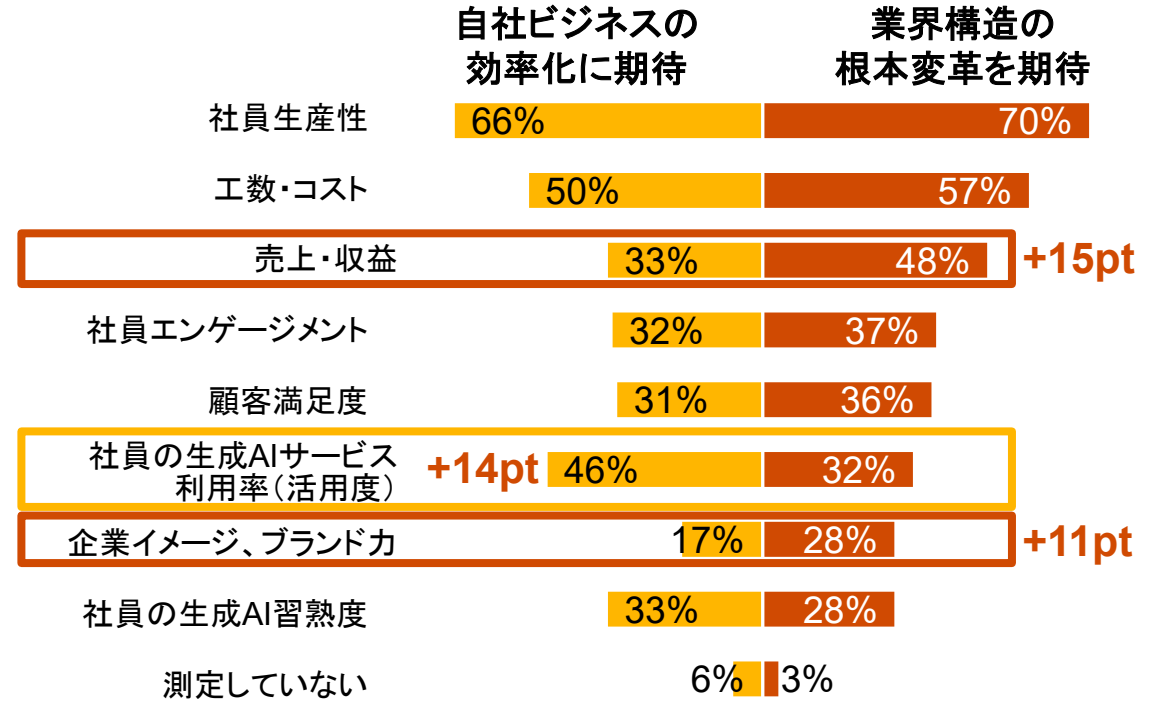
生成AI活用の効果(複数選択可)



Q 生成AIの活用で現時点でどういった効果が出ているか、もしくはどういった効果が見込まれるか以下の選択肢からお答えください。

- ※ 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」と回答し、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
- ※ 「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した層を「業界構造の根本変革を期待」とし、「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答した層を「自社ビジネスの効率化に期待」として集計

生成AI活用の指標(複数選択可)



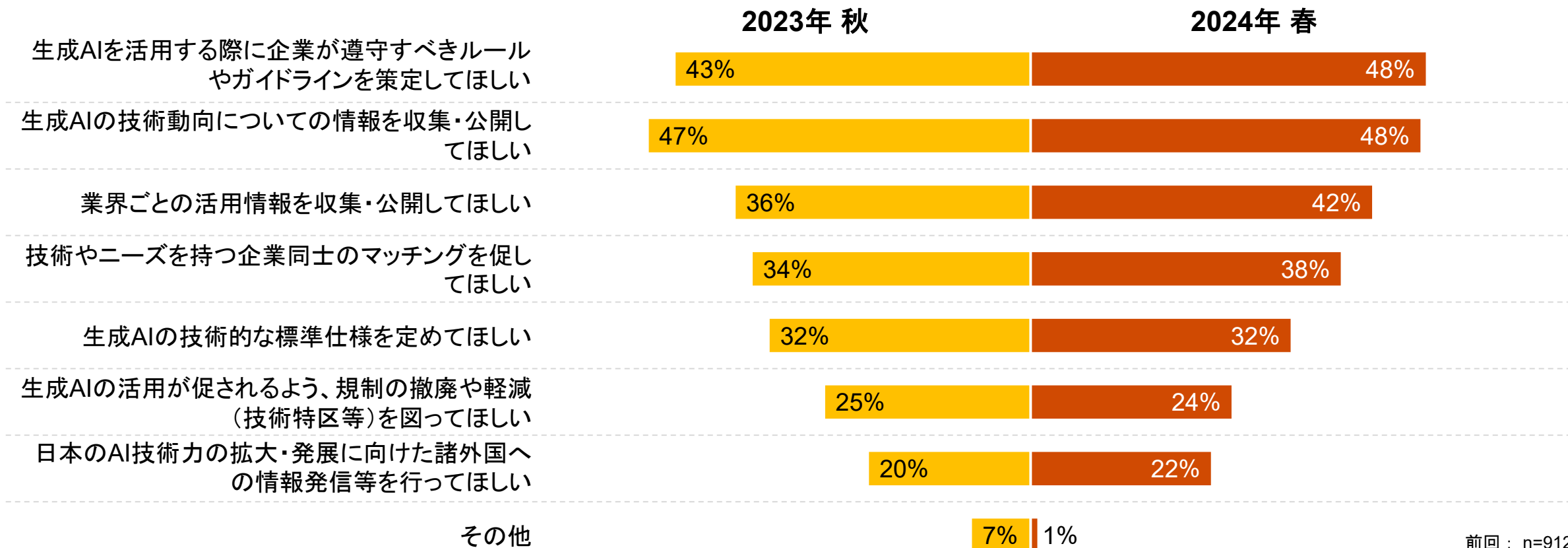
Q 社内における生成AIの活用指標として測定している、もしくはこれから測定しようとしているものを以下の選択肢からお答えください。

- ※ 生成AIを「既に活用している」「具体的な案件を推進中」と回答し、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
- ※ 「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した層を「業界構造の根本変革を期待」とし、「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答した層を「自社ビジネスの効率化に期待」として集計

周囲への期待

秋から回答傾向に差異はなく、国・政府に対する期待は、「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」が48%（秋の調査から+5pt）、「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」が48%（同、+1pt）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。

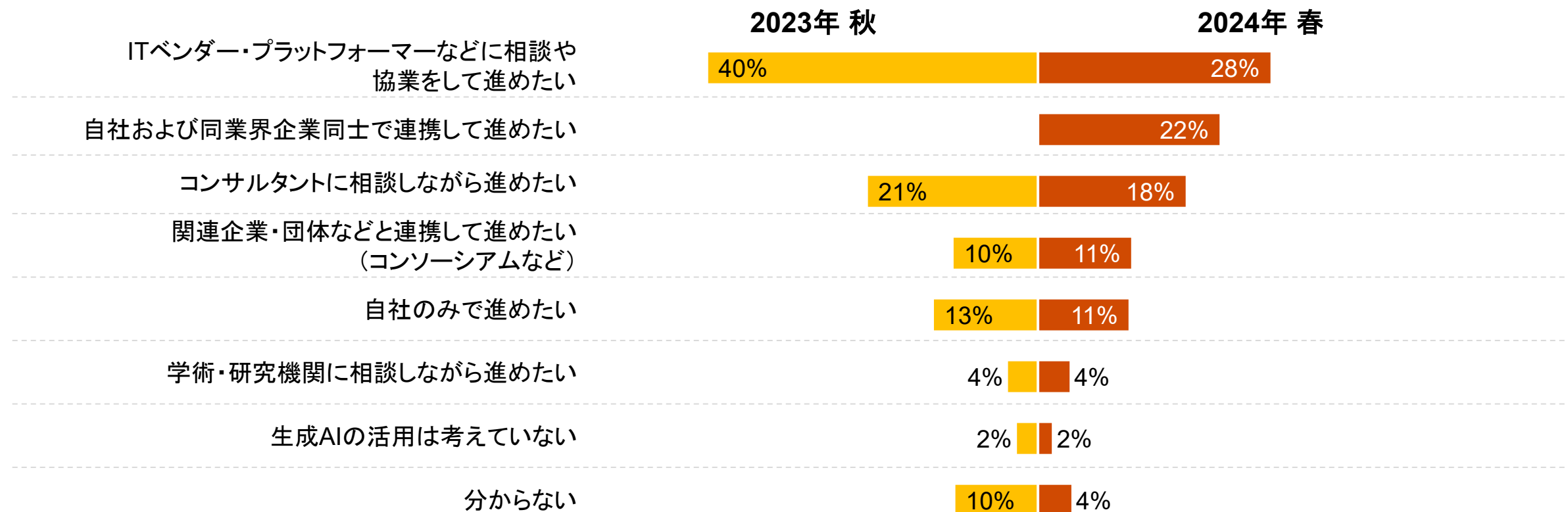


前回：n=912

今回：n=912

ITベンダー・プラットフォーマーと生成AI活用を進めたいという意向が28%（秋の調査から-12pt）に下がり、「自社および同業界企業同士で連携して進めたい」との回答が22%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=912

今回：n=912

※2023年秋の調査で、設問項目としてなかった選択肢については、無表記

4

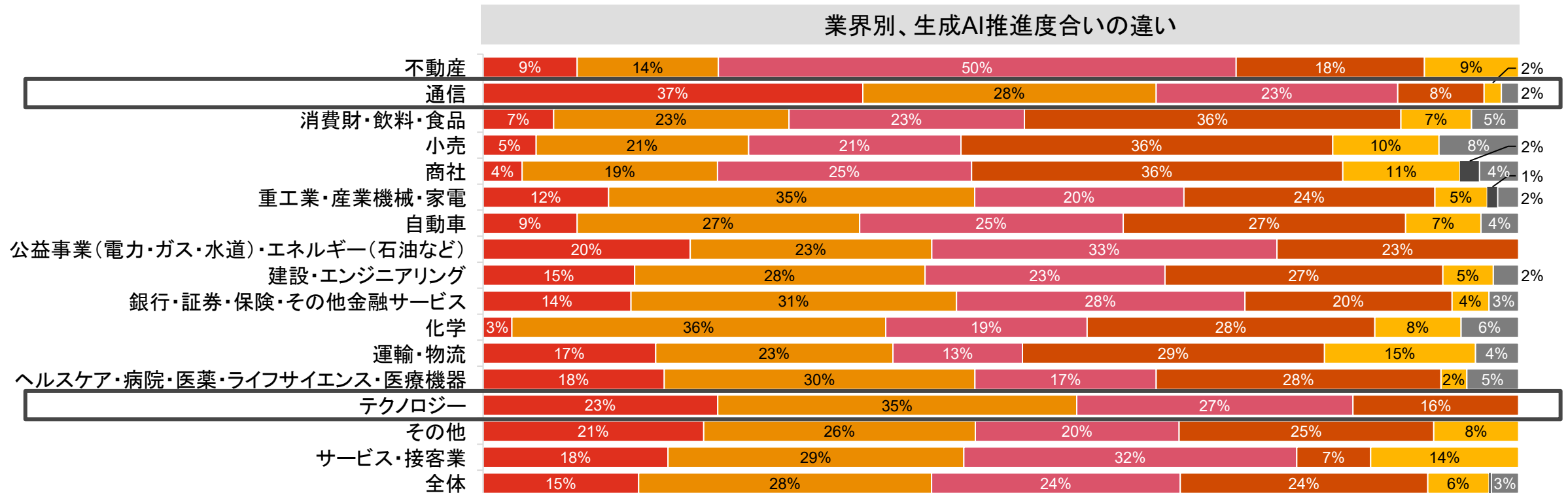
属性別傾向

- 業界
- 職種



業界

通信業界およびテクノロジー業界では、既に過半数が社内外において生成AIの活用を行っている。



- 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

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。

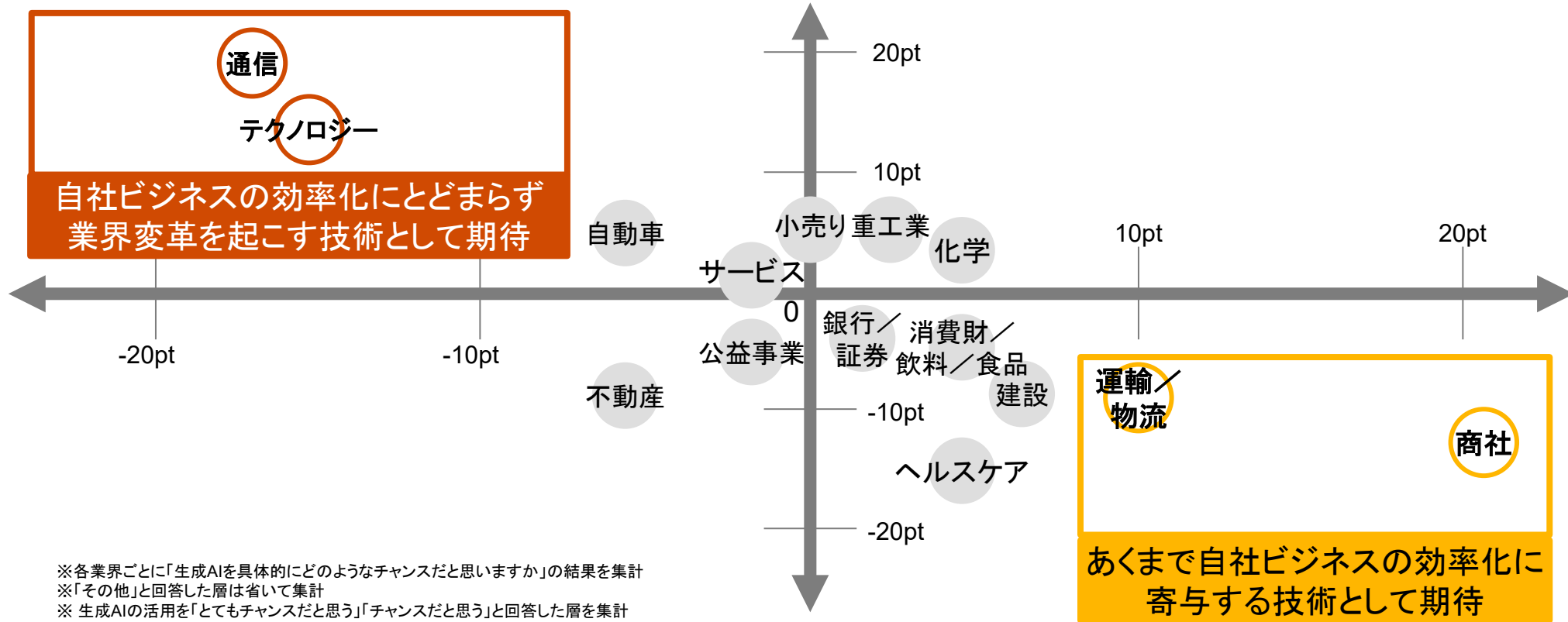
業界別、実現済み／検討中ユースケースの違い

	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	社内外資料の生成	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AIを組み込んだ 新たなサービスの 提供	その他	合計
自動車	-10%	-5%	1%	1%	-3%	4%	1%	1%	2%	4%	-13%	-9%	0%	49
重工業／産業機械／家電	1%	-9%	6%	0%	-5%	7%	-4%	-3%	0%	0%	-4%	6%	0%	91
化学	-14%	-22%	0%	-17%	7%	-9%	-4%	1%	-8%	-3%	-11%	-15%	3%	31
建設／エンジニアリング	1%	-2%	-2%	7%	-9%	-3%	-12%	-5%	-4%	-12%	-9%	-12%	0%	76
不動産	-13%	-13%	-5%	-9%	-1%	-1%	2%	-12%	-9%	-7%	-12%	-6%	0%	20
銀行／証券／保険／その他金融サービス	-1%	0%	-4%	0%	-2%	-8%	-7%	-5%	-3%	-5%	-2%	-3%	0%	131
通信	13%	7%	2%	2%	7%	-1%	11%	13%	10%	10%	21%	24%	0%	58
サービス／接客業	-7%	-14%	-25%	-2%	-4%	-10%	-7%	1%	-6%	7%	-6%	8%	0%	24
テクノロジー	4%	12%	3%	5%	-3%	3%	14%	6%	-1%	26%	6%	11%	1%	75
公益事業／エネルギー	0%	-4%	5%	-9%	5%	-15%	13%	8%	3%	14%	3%	-5%	0%	30
消費財／飲料／食品	11%	16%	17%	-1%	7%	-8%	7%	4%	6%	-2%	6%	-1%	0%	39
小売	-6%	-1%	2%	-11%	-4%	5%	2%	-2%	2%	-7%	4%	-3%	0%	32
運輸／物流	9%	1%	-8%	-1%	0%	10%	-8%	-12%	-1%	-5%	-1%	-6%	0%	39
商社	2%	9%	2%	1%	6%	12%	6%	-7%	-5%	-7%	-4%	-5%	0%	44
ヘルスケア／病院／医薬／医療機器	-4%	4%	5%	12%	4%	8%	-7%	5%	-3%	-17%	3%	0%	0%	37
その他	-5%	2%	-6%	0%	9%	1%	3%	8%	11%	-1%	11%	2%	0%	56
合計	53%	48%	55%	39%	41%	51%	23%	12%	14%	22%	27%	21%	0%	832

「合計」行のパーセンテージ(n=832に対する割合)との乖離分を表示

業界別では、通信とテクノロジーが「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答する割合が高く、運輸／物流と商社が「自社ビジネスの効率化・高度化に資するチャンス」と回答する割合が高くなるなど、業界によって捉え方が異なる。

「業界構造を根本から変革するチャンス」と回答した業界別割合と全体平均(25%)の差

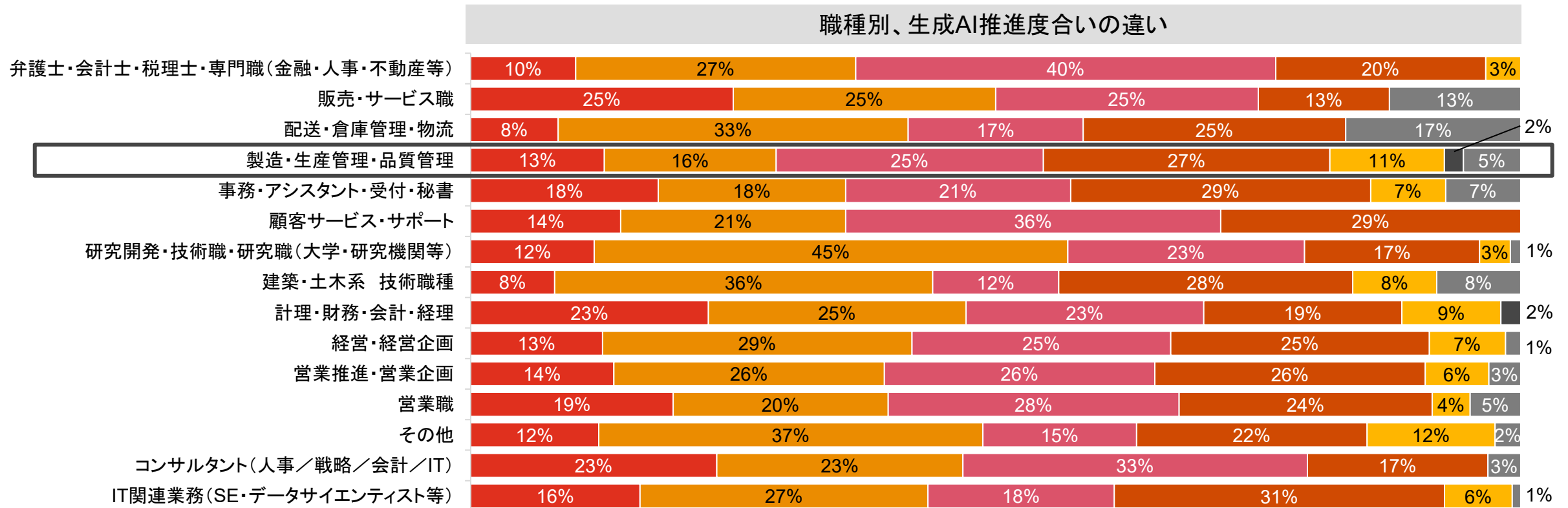


「自社の効率化・高度化に資するチャンス」と回答した業界別割合と全体平均(49%)の差

n=785

職種

製造・生産管理・品質管理では、社内外で生成AIを活用している割合が最も低く、29%にとどまっている。



- 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

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
アナリティクスインサイツチーム パートナー

三善 心平

PwCコンサルティング合同会社
アナリティクスインサイツチーム パートナー

上野 大地

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 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、監査およびブローダーアシュアランスサービス、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。

発刊年月：2024年6月 管理番号：I202405-10

©2024 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.