

Market Flash

進化するAIの世界 No4
～AIエージェントの急進～

2026.6



日本アルプス電子株式会社
NIHON ALPS ELECTRONICS CO.,LTD.



～AIエージェント 業種別活用例～

1. 活用状況の全体概観

AIエージェントはもはや「一部先進企業の実験」ではなく、製造・医療・金融・小売・物流・エネルギー・通信・公共など幅広い業界で具体的な成果を生み出す「**実用段階**」に到達している。PwCハンドブックが「**重要な問題はこのテクノロジーを採用するかどうかではなく、いかに迅速に統合して競合他社に先んじることができるかだ**」と断言するように、活用の前提は「**するか否か**」から「**いかに速く・深く**」へとシフトしている。

「2028年までに日本企業の60%でエージェント型AIとともにビジネスを行うことが当たり前となる」と予測されており、2030年時点の日本企業・団体における法人向けAIエージェント総数は約200万～900万體、浸透率は52%と推計されている。

今月レポートでは、業界別の代表事例を網羅的に整理した上で、職種別（営業・マーケティング・カスタマーサービス・人事・経理・法務・IT・R&D・経営・コンサルタント・クリエイティブ・物流）のBefore-After比較と代表事例を調べてみた。

2. 業界横断の事例

業界	企業・事例	AIエージェントの活用内容	主な成果
製造業	Siemens (独)	振動・温度・音響センサーを横断した予知保全AI	メンテコスト20%削減 稼働時間15%向上
医療	Mayo Clinic (米)	放射線科向けマルチモーダル診断支援AI (画像+病歴+検査結果)	診断時間30%短縮 不要手続き15%削減
金融	JPMorgan Chase (米)	法的文書の自動解析・重要データポイント抽出 (COiN)	手動レビュー年36万時間削減 コンプライアンスリスク低減
小売・EC	Amazon (米)	閲覧・購買・視覚的嗜好を統合したパーソナライズ推薦+物流連携	売上35%増加 顧客ロイヤルティ率20%向上
物流	DHL (独)	交通・気象・注文量を統合したルート最適化と倉庫管理	運用コスト15%削減 納期20%短縮
エネルギー	BP (英)	地震データ×地質×掘削履歴の3次元解析による探査AI	探査コスト20%削減 掘削成功率15%向上
通信	AT&T (米)	ネットワーク障害予知と顧客サービスのパーソナライズ	運用コスト15%削減 アップセル改善
公共・政府	シンガポール政府	IoTセンサー×市民FB統合による都市全体の交通・エネルギー管理	管理コスト25%削減 海外投資120億USD誘致
人事・採用	Unilever (英)	ビデオ面接のNLP・顔認識分析による候補者自動スクリーニング	採用コスト年100万USD超削減 採用時間75%短縮
カスタマー サービス	Bank of America (米)	仮想エージェント「Erica」による1日100万件超の問い合わせ対応	サービスコスト10%削減 クロスセル5%増加
マーケティング	Coca-Cola (米)	消費者動向分析・コンテンツ生成・広告パーソナライズの統合	コンテンツ作成時間50%短縮 キャンペーンROI20%向上
調達・支出	Coupa (米)	サプライヤー選択・契約管理・支出分析の一体最適化	ROI 276%達成 調達サイクル大幅短縮



～AIエージェント 業種別活用例・日本～

3. 日本企業の先行事例

日本企業においても大手企業を中心にAIエージェントの実用化が急速に進んでいる。特に金融・通信・交通インフラ・広告・ITサービスといった分野で先進的な活用事例が生まれており、「AIを使うか否か」の議論を終えた企業が「どう深化させるか」の競争へと移行している。

企業	業種	活用内容	成果・特徴
SMBC	金融	AI-CEO「中島AIさん」：CEOの知識・判断を学習し、行員の業務から悩み相談まで対応	週数千回利用 CEOの知識を組織に実装
キリンHD	食品・飲料	AI役員12名が経営会議に常駐し議論をリアルタイム分析、30秒ごとに視点を提示	社外取締役の常駐制約を補完 多角的な経営支援
MUFG	金融	融資・デリバティブ・情報セキュリティ等数十分野のAI活用、AI人材を600→1000人超へ拡大	3メガ合計 1600億円のAI投資 全社的なAI基盤構築
みずほFG	金融	頭取自らAIエージェントを作成。自律型エージェント2種+ワークフロー型3種を開発	経営トップ自身がAI実装 面談記録・営業支援に活用
KDDI	通信	AI営業本部長「A-BOSS」：200種以上のソリューションから最適商材を選定し提案資料を自動生成	作業時間30分→1～2分 週150人が利用、外販も開始
NTTデータ	IT	黒帯・グリーンベルト・イエローベルト体系でAI実践人材を段階的に育成・認定	2024年度末1.5万人育成 2026年度末3万人目標
JR東日本	交通インフラ	ATOS（首都圏運行管理システム）にAIを導入。無線通話を自動要約し障害復旧方法を自律提案	復旧時間最大50%削減目標 2025年度内に全在来線展開
電通	広告	「AI ART DIRECTOR」：トップクリエイターの発想プロセスをAIが学習し独創的なビジュアルを生成	インパクト125% クオリティ67%向上
キンドリル	ITインフラ	ラップアラウンド方式でレガシーシステムをAIが解析・包括。月1億件超の自動化処理を実現	KYC審査：数日→数時間 行政手続：2日→2分
デロイト トーマツ	コンサル	5種のAIエージェントを1.1万人が活用。課題解決・計画立案・翻訳・PPT作成等を自動化	月8万時間の稼働削減 プロジェクト時間最大57%削減



～AIエージェント 業種別活用例・日本～

■ KDDI「A-BOSS」——ベテラン営業本部長の知識をAIに実装

KDDIのA-BOSSは、ベテラン営業本部長の人格・思想・業務ノウハウをAIにコピーし、部下の指導を代行するというAIエージェントの先進的活用事例である。企業名を入力するだけで競合情報・業界動向・過去の取引情報を自動収集し、200種類以上のソリューションから最適商材を選定してパワーポイントのスライドを自動生成する。さらに生成されたスライドをアップロードすると複数の営業本部長AIキャラクターがレビューして改善案を出力するという多段階のAIエージェント連携で、これまで30分～1時間かかっていた作業が1～2分に短縮された。社内600人の営業担当者中、週に150人が利用する人気サービスに成長しており、外販も開始されている。

■ 電通「AI ART DIRECTOR」——創造性の増幅

電通が東京大学と共同開発した「AI ART DIRECTOR」は、電通のトップクリエイターの発想プロセスをAIに学習させた独自の画像生成AIである。「お題→理由→拡張されたテキスト」という3点セットを大量に学習させることで、新たなお題に対してそのクリエイターの論理に沿った独自の発想を生成する。一般的な画像生成AIが「エコボトルは環境に優しく何度でも使える」というお題に対して通り一遍の画像を生成するのに対し、AI ART DIRECTORは「ボトルの中に生態系が生まれている」という独創的な表現を生成した。1000人の生活者による評価でインパクト125%・クオリティ67%・総合評価97%の向上という圧倒的な差異は、単純な自動化を超えた「創造性の増幅」というAIエージェントの新たな可能性を示している。

■ JR東日本——鉄道運行管理システムへのAI導入

JR東日本が首都圏の鉄道運行管理システム「ATOS」にAIエージェントを導入する取り組みは、「人命に直結する止められないシステム」へのAI活用という観点で業界から注目を集めている。信号設備に障害が発生した際、現地社員と指令員の無線通話の音声データを生成AIが自動的に要約・記録し、過去の障害事例・技術ドキュメント・マニュアルと照合しながら推定原因・対応方針・復旧見込み時刻を自律的に提案する。指令員は情報収集とATOS専門家への問い合わせという負担から解放され、AIが提示した情報を確認・判断するという役割に集中できる。復旧時間の最大50%削減を目指し、2025年度内に首都圏在来線全体への適用が計画されている。

■ キンドリル——ラップアラウンド方式によるレガシーシステム刷新

日本IBMのITインフラサービス部門から分割設立されたキンドリルが展開する「エージェント・ビルダー」ツールと「ラップアラウンド方式」は、日本企業が広く抱えるレガシーシステム問題に対する革新的ソリューションである。ブラックボックス化した既存システムのソースコードをAIが読み込んで構造を解析し、他システムとの接続や潜在的なリスクを事前に発見した上で、既存システムそのものには手を加えず外部に複数のAIエージェントが「包む（ラップアラウンド）」ことで新機能を使えるようにするアプローチである。全システムの70～80%で適用可能と推定されている。月1億件以上の自動化処理と月1600万件以上のAIインサイト提供、金融機関のKYC審査（本人確認手続き）では数日かかった処理を数時間に短縮、政府機関では2日かかった行政手続きを2分で完了するシステムを実現した。



～AIエージェント 業種別活用例～

4. 活用状況のまとめと示唆

業界横断で活用事例を俯瞰すると、AIエージェントの活用には3つの共通するパターンが浮かび上がる。

■ パターン1：単発生成から「業務フロー全体の実行」へ

DHL・Amazon・Siemensなどの先進事例に共通しているのは、AIが「情報を生成する」だけでなく「複数の工程にわたって業務を遂行する実行主体」として機能している点である。配送ルートを計算するだけでなく実際に変更を実行する、推薦を表示するだけでなく物流手配まで連動する、という「生成から実行へ」の転換がAIエージェントの本質的な価値である。

■ パターン2：人間の暗黙知・ノウハウの組織的実装

SMBC・KDDI・キリンHDの日本企業事例に共通しているのは「属人化していた知識や判断をAIに学習させ、組織全体で活用する」というアプローチである。ベテラン社員の退職とともに失われてきた「暗黙知」をAIエージェントが保存・再現・展開する仕組みは、日本企業特有の課題（少子高齢化・熟練技術者の減少）への有力な解答の一つと言えます。

■ パターン3：「補助」ではなく「経営の意思決定プロセスへの統合」

キリンHDのAI役員・SMBCのAI-CEO・MUFGの「AIインテリジェンス」活動が示すように、最先端の日本企業ではAIエージェントを「業務効率化ツール」として使うのではなく、「経営会議に参加させる」「経営判断に反映する」という次元で活用している。これはAIエージェントが単なる業務ツールから「経営インフラ」へと昇格しつつあることを示している。

PwCが「生成AIの次なるフロンティア」と位置づけたAIエージェントは、今や「フロンティア（最前線）」から「メインストリーム（主流）」への移行段階に入っている。日本企業にとっての最大の問いは「導入するか否か」ではなく、「先行する企業が形成しつつある知識の堀に追いつき、自社固有の活用モデルをいかに早く確立できるか」である。





～AIエージェント 職種別活用例～

5. 職種別活用状況の全体概観

AIエージェントの活用は特定の職種・部門に限られるものではなく、営業・マーケティング・カスタマーサービス・人事・経理・法務・IT・研究開発・経営・コンサルタント・クリエイティブ・物流オペレーションと、企業活動のほぼすべての機能領域に及んでいる。野村総合研究所の調査によると、「AIエージェントの活用意識が高い部門」として営業・販売、マーケティング、総務、情報システム、研究開発、経理・財務、人事、法務・監査、カスタマーサポートが列挙されており、その浸透の広さを示している。

重要なのは、各職種においてAIエージェントが「単発の知的作業を支援する」フェーズを超え、「複数工程にわたる業務フローを自律的に遂行する実行主体」として機能し始めている点である。

下表は12の職種・部門にわたる活用内容と代表事例の全体一覧である。

職種・部門	AIエージェントの主な活用内容	代表的な事例・ツール	主な効果
営業・セールス	見込み客の抽出・優先順位付け、提案資料の自動生成、顧客接触文面の作成・送信、CRM記録の自動更新	KDDI「A-BOSS」 Salesforce AI KDDI A-BOSS	販売サイクル25%短縮 提案時間30分→2分
マーケティング	消費者動向の自律分析、広告コンテンツの生成、キャンペーン効果測定、A/Bテストの自動実行	Coca-Cola AI 電通「AI ART DIRECTOR」 Amazon推薦AI	コンテンツ時間50%短縮 キャンペーンROI20%向上
カスタマーサービス	問い合わせの自動分類・回答、24時間365日対応、感情分析によるエスカレーション判断、履歴参照での個別対応	Bank of America「Erica」 Sierra AI	1日100万件対応 サービスコスト10%削減
人事・採用	応募者書類の自動スクリーニング、面接日程の調整・候補者連絡、ビデオ面接の内容分析、採用評価の整理	Unilever採用AI HireVue SMBC AI-CEO	採用時間75%短縮 採用コスト年100万USD超削減
経理・財務	経費申請の自動処理・承認ルーティング、請求書照合、財務レポートの自動生成、不正検知	Coupa支出管理AI JPMorgan COiN 各社ERPへの組み込み	ROI 276% 調達サイクル大幅短縮
法務・コンプライアンス	契約書の重要条項抽出・リスクフラグ設定、法的文書の比較レビュー、コンプライアンスチェックの自動化	JPMorgan COiN Hogan Lovells「Kira AI」	年間36万時間の手動レビュー削減
IT・情報システム	システム障害の予知・自動対処、コードレビュー・デバッグの補助、セキュリティ監視、インフラの自動最適化	Kindryl Bridge Microsoft IT AI AT&T ネットワークAI	月1億件超の自動化処理 ITサポートコスト20%削減
研究開発(R&D)	文献調査・特許検索の自動化、仮説生成と実験計画の支援、分子設計・化合物スクリーニング	Insilico Medicine「inClinico」 Mayo Clinic 診断AI	臨床試験予測精度79% 薬剤開発期間短縮
経営・意思決定	経営会議でのリアルタイム分析・視点提示、経営判断の補助情報収集・整理、AIロールプレイによる戦略検討	キリンHD「CoreMate」 SMBC「AI-CEO」	AI役員12名が経営会議に常駐 CEO知識を組織に実装
コンサルタント	初期調査・ベンチマーク分析の自動化、社内ナレッジの横断検索・要点要約、議事録・報告書の自動生成	デロイト社内AI McKinsey「Lilli」 PwC「ナレッジFP」	月8万時間の稼働削減 作業時間最大57%短縮
クリエイティブ	ブランドコンセプトに基づく広告ビジュアルの自動生成、クリエイティブの発想支援・拡張、コンテンツのバリエーション展開	電通「AI ART DIRECTOR」 Coca-Cola AI	インパクト125%向上 コンテンツ作成時間50%短縮
物流・オペレーション	需要予測に基づく在庫補充の自動発注、配送ルートの実タイム最適化、倉庫作業の優先順位付け	DHL Resilient Walmart SCM AI Siemens 予知保全	運用コスト15%削減 在庫コスト15%削減



～AIエージェント 業種別・職種別活用例～

① 営業・セールス

営業部門は、AIエージェントによる業務変革の恩恵を最も受けやすい職種の一つ。データ収集・優先順位付け・提案資料作成・顧客連絡・記録更新という一連の業務フローが、AIエージェントによって大幅に自動化できるためである。従来「情報処理係」として多くの時間を費やしていた営業担当者が、AIエージェントの導入により「**戦略的な対人関係のプロ**」へとシフトできる。

AI導入前（人間が担っていた作業）	AI導入後（AIが自律的に処理）
CRMから手動でデータを抽出し、見込み客を人力でリスト化（1～2時間）	公開情報・社内データ・競合情報を自動収集し、AIが優先度付きリストを即時生成
過去の取引情報や顧客特性を確認しながら提案書を1～2時間かけて作成	企業名入力だけで200種以上のソリューションから最適商材を選定し提案スライドを自動生成（2分）
送付後の反応確認・フォローアップのタイミングを担当者が個別管理	顧客の反応データに基づきAIが最適なフォローアップタイミングを判断し自動実行
商談後の議事録作成・CRM更新を担当者が手動で実施	音声データからAIが議事録を自動生成し、CRMへの記録更新まで自律的に完了

★ Salesforce AI：顧客とのやり取りや市場動向を分析しながら営業チームへの実用的な分析結果を提供し、販売サイクル時間を25%短縮。見込み客の購入意向スコアのリアルタイム更新、過去の類似案件から最適な商談戦略の提案、失注リスクの早期警告など、営業担当者の判断を継続的に支援する。

② マーケティング

マーケティング部門は、データ量が多く反復的な調整業務が多いため、AIエージェントとの相性が非常に良い職種です。**市場調査から広告制作・配信・効果測定まで、マーケティングの全プロセスにAIエージェントが浸透している。**

AI導入前	AI導入後
アンケート・インタビュー・競合調査を人力で実施し数週間かけてレポート作成	SNS投稿・購買データ・競合情報を自律的に収集・統合し、リアルタイムで消費者インサイトを抽出
コピーライター・デザイナーが個別にコンテンツを制作し複数稿の作成に時間が必要	ブランドガイドラインと消費者インサイトを組み合わせ複数クリエイティブ案をAIが自律生成
広告配信のターゲティング・予算配分を担当者が手動で設定・調整	AIが広告反応データをリアルタイム分析し、ターゲティングとバジェット配分を自律的に最適化
キャンペーン終了後に効果を集計・分析し次回への示唆をまとめる	AIが継続的に効果測定を行い、低パフォーマンスのコンテンツを自動で改善・差し替え

★ Coca-Cola：SNSの投稿・購買データ・市場調査・競合情報を統合して消費者インサイトをリアルタイムで抽出し、ブランドガイドラインと組み合わせ複数クリエイティブ案を自律的に生成。コンテンツ作成時間を50%短縮しキャンペーンROIが20%向上した。



～AIエージェント 職種別活用例～

③ カスタマーサービス

カスタマーサービス部門は、AIエージェント活用が最も早期に実用化された職種の一つ。問い合わせ件数が多く、定型的な応答パターンが多いため、AIエージェントの強みが直接的な成果につながりやすい特性がある。

AI導入前	AI導入後
問い合わせをオペレーターが受け取り、内容を確認して担当部署に振り分ける	AIエージェントが問い合わせを自動分類し、定型案件は自動応答、複雑案件は適切な担当者にルーティング
顧客情報・購入履歴・過去の問い合わせ記録を担当者が個別システムで確認	AIエージェントが複数システムを横断して顧客の全履歴を即座に統合・提示
夜間・週末の問い合わせは翌営業日まで対応できない	24時間365日、AIエージェントが即時に一次対応し、緊急度に応じてエスカレーション
対応記録を担当者が手動で入力し、ナレッジベースを更新	対応内容をAIが自動記録し、蓄積データを基にFAQを継続的に改善・更新

★ Bank of America「Erica」：毎日100万件を超える顧客問い合わせを処理する世界的ベンチマーク事例。単なる質問応答を超えた能動的な財務管理支援を実現しており、月初からの支出明細の自動生成、定期的な料金のフラグ設定、残高低下の事前通知、不審な取引の自動検出と顧客への確認など、「考えて動く」エージェント型AIを体現している。カスタマーサービスコストを10%削減し、製品のクロスセルが5%増加した。

④ 人事・採用

人事・採用部門は、データ処理の量が多く、かつ人間の評価・判断が最終的に必要とされるという特性から、AIエージェントとの協働が特に有効な職種である。AIエージェントが「処理の大量化と標準化」を担い、人間が「本質的な人物評価と組織適合性の判断」に集中できる分業が実現しつつある。

AI導入前	AI導入後
応募書類をすべて採用担当者が手動でスクリーニングし基準に合う候補者を選別	AIエージェントが履歴書・職務経歴書を自動解析し、評価観点ごとのスコアリングで候補者を絞り込む
面接日程の候補出し・調整・連絡メールのやり取りを採用担当者が手動で対応	AIエージェントが候補者・面接官双方のスケジュールを照合し、日程調整から案内メール送付まで自律実行
ビデオ面接や録画面接の内容を担当者が視聴して評価する	自然言語処理と顔認識アルゴリズムで言語内容・表情・声のトーン・一貫性を多面的に自動評価
採用フロー全体の進捗を担当者が個別にトラッキングし遅延を手動でフォロー	AIエージェントが採用フロー全体の進捗を自動モニタリングし、遅延リスクを事前に通知

★ Unilever採用AI：HireVue AIプラットフォームを活用し、言語内容・表情・声のトーン・応答の一貫性という複数の次元で自動評価を行っている。採用コストを年間100万米ドル超削減し採用時間を75%短縮、さらに人間の採用担当者が持ちがちな無意識のバイアスを排除することで採用における多様性の強化も実現した。



～AIエージェント 職種別活用例～

⑤ 経理・財務

経理・財務部門は、ルールが明確で繰り返し性が高く、大量のデータを正確に処理する必要があるという特性から、AIエージェントの活用効果が特に高い職種です。請求書照合・経費精算・財務レポート作成といった定型業務の自動化から、不正検知・財務分析まで活用範囲は広がっている。

AI導入前	AI導入後
従業員が経費申請を手動で入力し、上長が内容を確認して承認/差し戻しを判断	AIエージェントが規程との照合・異常値検知を自動実施。問題なければ自動承認、要確認案件のみ人間にルーティング
請求書を受け取り、発注情報・納品確認・金額を担当者が手動で照合	AIエージェントが複数システムから情報を統合し、3方向照合（発注・納品・請求書）を自動完了
月次決算レポートのデータ収集・集計・フォーマット入力に多大な時間がかかる	AIエージェントが各システムからデータを自動収集・集計し、定型レポートのドラフトを自律生成
支出データの分析・ベンチマーク比較を財務担当者が手動で実施	AIエージェントが支出パターンの異常を継続検知し、コスト削減機会を自動で特定・提案

★ JPMorgan COiN：商業ローン契約書などの法的文書から重要な財務条件（金利・返済スケジュール・違約条項）を自動抽出する。年間36万時間の手動レビューを大幅削減しただけでなく、コンプライアンスリスクの低減と文書解析精度の向上を同時に実現した。

⑥ 法務・コンプライアンス

法務・コンプライアンス部門は、高度な専門知識を要しながらも文書量が膨大で反復的なレビュー業務が多いという特性から、AIエージェントの効果が大きい職種です。「専門知識の民主化」と「大量処理の効率化」を同時に実現できる可能性がある。

AI導入前	AI導入後
弁護士・法務担当者が契約書を全文通読し、リスク条項を手動でマーキング	AIエージェントが全文を解析し、リスク条項・重要データポイントを自動抽出・フラグ設定。人間は重要箇所の最終判断に集中
複数契約書の条件比較（契約期間・違約金・準拠法等）を担当者が手動で行う	AIエージェントが複数文書を横断的に比較し、条件の差異と標準的な範囲からの逸脱を自動整理
規制変更のモニタリングを担当者が定期的に行い、社内への影響分析をレポート化	AIエージェントが法令・規制の更新を継続モニタリングし、自社業務への影響を自動分析・通知



～AIエージェント 職種別活用例～

⑦ IT・情報システム

IT・情報システム部門は、AIエージェントが最も深く浸透しつつある職種の一つ。システム監視・障害対応・コード開発・セキュリティ管理といった業務が、AIエージェントによって根本的に変革されている。

AI導入前	AI導入後
監視ツールのアラートを担当者が確認し、障害の原因調査と復旧対応を手動で実施	AIエージェントが障害の予兆を事前検知し、影響範囲の特定・復旧方法の提案・関係者通知を自律実行
ソースコードのレビュー・バグ検出・修正案の提案を開発者が個別に実施	AIエージェントがコードを自動解析し、バグ・セキュリティ脆弱性・品質問題を検出。修正案も自動提示
古いシステムの構造理解に多大な時間がかかり、近代化の計画立案が困難	AIエージェントがレガシーコードを解析・構造可視化し、依存関係とリスクを自動把握。刷新計画を支援

★ Kindryl Bridge：機械学習・生成AI・エージェント型AIという3種のAIを組み合わせた複合的なシステム。月1億件以上の自動化処理と月1,600万件以上のAIによるインサイト提供（データ分析結果・閲覧状況）を実現しており、システム障害の予兆を検知して自動的に対処策を実行する完全なクローズドループを実現している。

⑧ 経営・意思決定層

経営層へのAIエージェント活用は、日本企業が世界をリードする領域の一つです。AIエージェントが「役員」として経営会議に参加し、「CEOの分身」として社員の相談に応じるという現実が、すでに大企業で実装されている。

企業	AIの役割	成果・特徴
キリンHD 「CoreMate」	AI役員12名が毎週の経営戦略会議に常駐。10年分の議事録等から生成した仮想人格が議論内容をリアルタイム分析し30秒ごとに見落とされがちな視点・リスクを提示	社外取締役が全会議に参加できない構造的制約を補完。多角的経営支援を実現
SMBC「AI-CEO」	中島達・SMFGグループCEOの分身AI。行員の業務知識から悩み相談まで「CEO本人らしく」応答。RAGに過去の発言・背景・周囲からの印象を投入	週に数千回利用されるほど定着。経営者の知識・判断基準を組織全体に実装する新しい経営の在り方を体現
みずほFG	加藤勝彦頭取自らがAIエージェントを作成。自律型2種・ワークフロー型3種のエージェントを自ら開発	トップ自身がAI経営を体現する姿勢。AIを道具として使いながら仕事をするスタンスへの変革を先導
MUFG	CEOと頭取が最新AI情報を定期的に学ぶ体制を構築。NDA締結の上、米AIテック企業CTOから非公開の最新AI情報を直接入手して経営判断に反映	AI人材を2024年時点の600人から1,000人超に拡大する計画。四半期に1度、最新情報をレポート



～AIエージェント 職種別活用例～

6. 全職種に共通する変化のパターン

12の職種にわたる活用事例を俯瞰すると、AIエージェントが職種を横断して「代替する業務」と「人間が注力すべき業務」に明確なパターンが見えてくる。

AIエージェントが担うようになる業務（共通パターン）	人間がより集中すべき業務（共通パターン）
定型的なデータ収集・整理・転記	曖昧な状況での判断・倫理的・価値観的な最終決定
ルールに基づく判断・分類・ルーティング	高感情・高信頼が必要な対人関係の構築・維持
大量の文書・データの処理・要約	前例のない創造的問題解決・イノベーション
複数システムをまたいだ情報統合	複雑なステークホルダー調整・意思決定の責任
繰り返し性の高い確認・通知・フォローアップ	AIの出力を評価し監督する「設計・監督者」の役割

どの職種においても、AIエージェントの普及は「ルールどおりに処理する仕事」の比重を減らし「曖昧な状況を解く仕事」の比重を増やす方向に作用する。この変化は特定の職種だけの問題ではなく、すべての職種に共通して起きる根本的な役割の変化である。

▶ 全職種に共通する新しいスキル要件：「AIとの協働設計能力」

すべての職種に共通して新たに求められるのは「AIとの協働設計能力」である。「AIに何をどこまで任せるか」「AIの出力をどう評価するか」「AIが失敗した際にどう対処するか」を設計・判断できる能力は、営業・マーケティング・経理・法務・IT・研究開発といった職種の垣根を超えた普遍的スキルとなっている。

AIエージェントを「使う人」ではなく「設計し監督する人」こそが、次の競争優位の担い手となる。この認識のもと、企業は全社員への基礎的AIリテラシー教育と、専門人材の育成・採用を並行して進める必要がある。



～AIエージェント 企業経営・雇用に与える影響～

7. AIエージェントが企業経営に及ぼす10の影響

AIエージェントの普及は企業経営の全次元を同時に変えます。技術的な影響だけでなく、ビジネスモデル・組織・人材・ガバナンスに至るまで、経営の根幹に関わる変化が起きている。以下の10の影響は相互に連動しており、一つだけを見ても全体像は把握できない。

No.	影響領域	変化の方向性	重要度
①	ビジネスモデル	SaaSから「成果報酬型Service-as-a-Software」へ	★★★
②	組織構造	ピラミッド型からホラクラシー型へ（AI組織の並存）	★★★
③	意思決定プロセス	AIが経営会議・役員会に参加する時代へ	★★★
④	競争優位性	先行者が「知識の堀」を形成し後発者が追いつけない構造へ	★★★
⑤	コスト構造	固定費から変動費・成果報酬へ。ROI数百%の事例も	★★★
⑥	リスク・ガバナンス	AIの行動が法的リスク・責任問題に直結する新課題	★★★
⑦	職種・業務内容	定型業務はAIへ。人間は創造・判断・倫理へ	★★★
⑧	人材要件・スキル	全社員へのAIリテラシー要求と専門人材の希少化	★★★
⑨	採用・育成モデル	ジュニア人材・中間管理職の役割が根本変化	★★
⑩	報酬・評価制度	稼働時間から成果・知識・AI活用能力へのシフト	★★

① ビジネスモデルの根本変革：SaaSから「Service-as-a-Software」へ

AIエージェントの普及が企業経営にもたらす最も根本的な変化の一つが、ビジネスモデルそのものの再定義である。従来のSaaSモデルでは、企業はクラウドベースのソフトウェアを月額・年額ライセンスで購入し、人間の従業員がそのソフトウェアを使って業務を遂行していました。コストはあくまで「ソフトウェアを使う権利」に対して発生し、業務の成否にかかわらず固定的に支払いが続く。

AIエージェントの登場はこの構造を根底から覆す。PwCの説明を借りれば「**手作業は自動化されたAI主導のサービスに変換され、企業はAIエージェントがもたらす特定の成果に対して料金を支払うことができるようになった**」のである。SierraのようなAIカスタマーサポートでは「解決ごとに料金を支払う」成果報酬型を実現しており、解決できなかった案件に対してはコストが発生しない。同様に、AI弁護士による法的サポートは「相談件数×成功率」で、AIサイバーセキュリティテストは「検出した脆弱性の数」で課金されるモデルが現実のものとなりつつある。

この転換はサービスを提供する側のビジネスモデルも同時に変革する。**コンサルティング業界では従来の「人月単価×投入人数」という時間軸の課金から「達成した経営改善の成果」に対する成果報酬型への移行が不可避となっている**。デロイト トーマツでは月8万時間の稼働時間削減を実現したが、これは同時に「人月単価で稼いでいたビジネスが成立しにくくなる」ことも意味する。**2030年までに生成AIが世界のGDPに年間2兆6,000億～4兆4,000億米ドル相当の貢献をするという予測の背景には、このビジネスモデル変革による経済活動の再定義がある**。



～AIエージェント 企業経営・雇用に与える影響～

② 組織構造の再設計：ピラミッドからホラクラシーへ：権限を各チームや個人に分散させる組織運営

AIエージェントの普及は、企業の組織形態そのものを再設計するほどの影響力を持ちます。現在（～2025年）の企業組織は、社長を頂点とし、経営層・中間管理職・一般従業員というピラミッド型構造が主流である。この構造は安定的で説明責任が明確な反面、意思決定が遅く、変化への適応に時間がかかるという欠点がある。

2025～30年の「シンビオティックエンタープライズ」段階では、AIと人間が協働しながら従来の業務フローを実行する形態が一般化する。AIが情報処理・定型業務・データ分析を担う一方、人間が判断・創造・対人関係を担うという分業が進み、中間管理職の一部はAIエージェントへの指示・監督という役割へシフトする。

2035年以降では、AIエージェントが指揮者として機能し、状況に応じて適切な専門AIを呼び出しながら業務フローをリアルタイムで再編する。ホラクラシー型の組織では職位や階層の概念が希薄化し、人間の役割は「機械的な業務の執行」から「AIが苦手とする本質的な判断・倫理的意思決定・創造的革新」へと絞り込まれる。

③ 意思決定プロセスの変容：AIが経営に参加する時代

AIエージェントは単に業務を効率化するだけでなく、経営の意思決定プロセスそのものに参与するという、これまでとは次元の異なるインパクトをもたらしている。

企業	AIの役割	特徴・成果
麒麟HD 「CoreMate」	AI役員12名が毎週の経営戦略会議に常駐。議論内容をリアルタイム分析し30秒ごとに見落とされがちな視点・リスクを提示	実在する社外取締役・社内取締役のデータ（10年分の議事録・経営会議記録等）から生成された仮想人格。社外取締役が全会議に参加できない構造的制約を補完
SMBC「AI-CEO」	中島達・SMFGグループCEOの分身AI。行員が業務判断から悩み相談まで「CEOに直接聞く」ように利用	週に数千回利用されるほど定着。「経営者の知識・判断を組織全体に実装する」という新しい経営の在り方を体現
みずほFG	加藤勝彦頭取自らがAIエージェントを作成・活用。自律型2種・ワークフロー型3種のエージェントを開発	トップ自身がAI経営を体現する姿勢。AIを道具として使いながら仕事をするスタンスへの変革を先導
MUFG	CEOと頭取が最新AI情報を定期的に学ぶ体制を構築。米AIテック企業CTOから非公開の最新AI情報を直接入手して経営判断に反映	AI人材を2024年の600人から1,000人超に拡大する計画。四半期ごとに最新情報を経営幹部に直接レポート



～AIエージェント 企業経営・雇用に与える影響～

④ 競争優位性の再定義：先行者利益と参入障壁の形成

AIエージェントの普及は、業界の競争構造を根本的に塗り替え、先行者と後発者の間に大きな格差を生み出す。AIエージェントは使い続けるほど精度が上がる学習能力を持つため、早期に導入した企業は自社固有のデータ・業務ノウハウ・顧客情報をAIに蓄積させることで、後から参入した競合が容易には追いつけない「知識の堀」を形成する。

マッキンゼーの「Lilli」やPwCの「ナレッジ・フュージョン・プラットフォーム」は、各社が蓄積してきた膨大なコンサルティングノウハウをAIに学習させたものであり、これを外販も検討しているとされている。このノウハウはある日突然蓄積できるものではなく、長年の実績から生まれた参入障壁そのものである。

比較項目	アーリーアダプター（早期導入企業）	レイトムーバー（後発企業）
市場での地位	先行者優位を確立・業界標準を形成	既存競合を要因とする参入障壁に直面
学習曲線	自社データ蓄積でAI精度が継続向上	蓄積なし・後追いが極めて困難
参入障壁	AIに蓄積したノウハウが競合の参入を阻止	参入や採用の遅れにより機会損失コストが増加
イノベーション速度	AI活用で実験サイクルが加速し改善が連続	手作業ベースの遅いサイクルが継続
顧客との関係	AIによる深い顧客理解でロイヤルティ向上	表面的なサービスにとどまり差別化が困難

⑤ コスト構造の抜本的变化

各業界の具体的な数字が示すインパクトは顕著である。Siemensはメンテナンスコストを20%削減し本番稼働時間を15%向上、Mayo Clinicは診断時間を30%短縮し不要な手続きを15%削減、JPMorganは手動レビューを年間36万時間削減、Amazonは売上35%増加と顧客維持率20%向上、DHLは運用コスト15%削減と納期20%短縮、Unileverは採用コストを年間100万米ドル超削減し採用時間75%短縮、Coca-Colaはコンテンツ作成時間50%短縮でキャンペーンROI20%向上、CoupaはROI 276%を達成している。

特に注目すべきは、AIエージェントによるコスト削減が「人員削減」だけでなく「業務の質・スピードの向上を伴うコスト適正化」という形で現れている点である。MicrosoftのAIはITサポートコストを20%削減しながら同時にシステム稼働時間を15%向上させており、コスト削減と品質向上が同時に実現している。3メガバンクが合計1,600億円のAI投資を決断した背景には、この「投資が将来のコスト構造を抜本的に改善する」という確信がある。

⑥ リスクとガバナンスの課題

AIエージェントの普及は経営上の機会をもたらす一方で、従来の企業経営では想定していなかった新たなリスクとガバナンス課題を生み出す。「AIがどれほど高度化しても、法的責任の主体は最終的に人間であり、AIは人格を持たず責任能力もない」という基本原則は変わらない。



～AIエージェント 企業経営・雇用に与える影響～

リスクの種類	具体的内容	対処の方向性
情報漏えい	AIへの秘密情報入力による漏えい・機密データの外部サービス送信	社内AIポリシーの策定・入力ルール・承認フローの整備
著作権・商標侵害	AIが生成したコンテンツに第三者の権利が含まれるケース	生成物のレビュープロセスの整備・法務チェックの組み込み
誤行動・権限逸脱	誤登録・誤送信・権限超過・想定外の更新処理	最小権限原則・承認フロー・停止機構の設計
ハルシネーション	AIが事実と異なる情報を生成し対外発信するリスク	Human-in-the-loopの設計・最終確認フロー・出力検証
法的責任の曖昧化	AIの行動に起因するトラブルの責任主体が不明確	AI専用IDの付与・操作ログの整備・責任分界の定義
AI新法（2025年9月施行）	人工知能関連技術の研究開発及び活用推進に関する法律	ガイドライン・公的認証制度（体制認証型）への対応

⑦～⑩ 雇用・働き方への4つの影響

影響領域	変化の具体的内容と示唆
⑦ 職種・業務内容の変容	定型的データ処理・文書作成・情報検索・基本問い合わせ対応はAIへ移行。一方「AIアートディレクター」「フォワードエンジニアリング」など新職種が誕生。ILO調査では高度デジタル専門職（コンサルティング等）も影響を受けており、どの職種も業務内容の再設計が必要
⑧ 人材要件・スキルの転換	日本の72%の企業がデジタル人材不足に対処できていない（Kindryllレディネスレポート）。第一層：全社員へのAIリテラシー、第二層：AI活用スキル（NTTデータは2026年度末に3万人育成計画）、第三層：AI設計・監督スキル（最も希少価値が高まる層）の3層育成が必要
⑨ 採用・育成モデルの転換	「大量のジュニア人材を採用して育てる」モデルが崩壊しつつある。大手コンサルでは本社サイドでジュニアコンサルの受け入れを絞り始めている。育成は「大量採用」から「高スキル少数精鋭をAIで能力増幅する」方向へシフト。中間管理職もAIで定型管理業務が代替されるため役割の再定義が必要
⑩ 報酬・評価制度の変革	「何時間働いたか」から「どれだけのビジネス成果を生み出したか」「どれだけ希少なノウハウ・判断力・創造性を発揮できるか」へシフト。コンサルティング業界では「人月単価×人数」課金が崩壊し成果報酬型へ移行中。AI活用能力自体が報酬・評価の主要指標になる時代が到来