

特集

企業は生成AIを どう活かす？

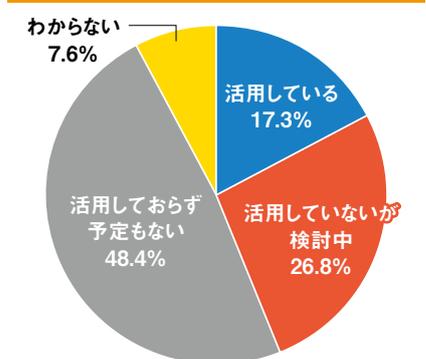
AIの研究開発や利用は世界的に大きな関心を集め、その市場規模は今後も右肩上がりです。特に文章や画像、動画、音楽などをAIが生成する「生成AI」が特に注目を浴びている。

AIが私たちの日常生活にも浸透していく中で、それを企業でも活用しようという流れも当然に活発化している。人手不足や高齢化などの課題を抱える中で、AIの活用が日本経済の未来を左右すると言っても過言ではない。そこで今回の特集では、企業における生成AI活用の現状について探る。

帝国データバンクが2024年に行った調査によると、日本国内の企業における生成AIの活用状況については、「活用している」は17.3%に留まった。「活用しているが検討中」26.8%、「活用しておらず予定もない」48.4%となり、企業における活用はまだ途上にあることが分かる(グラフ1)。

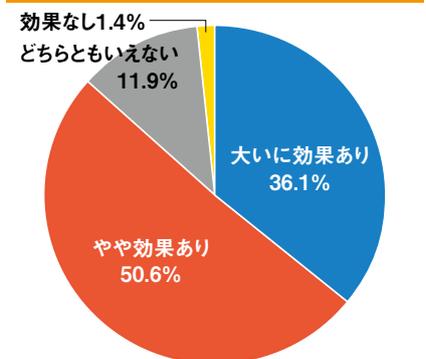
一方で、活用している企業に効果の有無を問うと、「大いに効果あり」36.1%、「やや効果あり」50.6%となり、9割近い企業が効果を実感している(グラフ2)。

グラフ1 生成AIの活用状況



(出典) 株式会社帝国データバンク「生成AIの活用状況調査(2024年)」

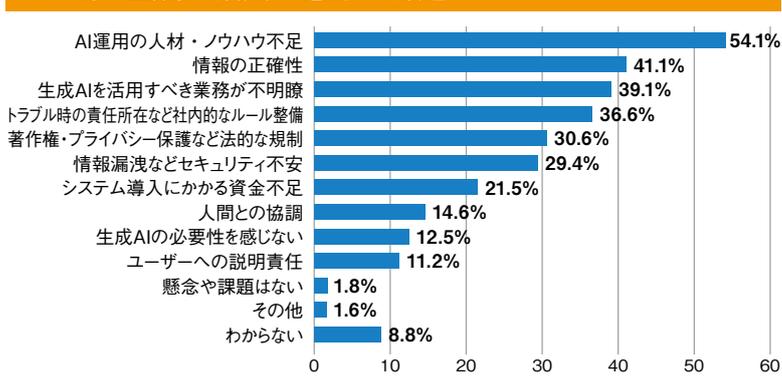
グラフ2 生成AIの活用効果



(出典) 株式会社帝国データバンク「生成AIの活用状況調査(2024年)」

生成AIが広く話題になる中で、その効果を把握はしつつも、企業での導入を見送る背景には企業が抱える懸念要素がある。企業での活用における懸念や課題としては、「AI運用の人材・ノウハウ不足」54.1%、「情報の正確性」41.1%、「生成AIを活用すべき業務が不明瞭」39.1%と続く(グラフ3)。

グラフ3 生成AI活用の懸念や課題



(出典) 株式会社帝国データバンク「生成AIの活用状況調査(2024年)」

運用するための人材不足が課題となる中で、福井商工会議所では企業におけるAI活用の入り口としてのセミナーやワークショップを複数回にわたり開催している。昨年の11月から5回のカリキュラムで開催した「生成AIとAPI連携で創る業務効率化ワークショップ」の参加企業に、活用に向けた取り組み状況を伺い、次ページ以降で紹介する。

ChatGPTを活用して 業務効率化を 加速させる

井上金庫販売(株)
総務部 人事・総務課 主任
角谷 昂大氏



福井市に本社を構える井上金庫販売(株)は、オフィス家具を販売する110年以上の歴史を持つ企業である。担当の角谷氏に話を伺った。

同社において生成AI活用を検討し始めたのは、福井商工会議所のワークショップへの参加がきっかけであった。システム担当の角谷氏は、AIがどのようなものを把握できなかったという思いで参加。受講を通じてAIが予想以上に簡単な作業で業務の効率化・自動化に活用できることを知り、社内での導入を検討することになった。そこで着手したのが、生成AIを活用した「展示会参加申込フォーム」と「名刺管理システム」の開発だった。

展示会申込管理の効率化

これまで、同社が主催する展示会への申込は営業担当者が個別に受付し、それをExcelに手入力で行きまとめるという手間のかかる作業だった。これを、Googleフォームを活用して申込データをスプレッドシートに自動集約し、さらにAIが確認メールを自動送信する仕組みに変更。ChatGPTにコンピュータが処理を実行するための

命令書であるスク립トを作成してもらい、作業の負担を大幅に削減することができる。



ChatGPTとのやりとりで、システムの概要把握から必要なコードの作成まで完結できる

AIを活用した名刺管理

一方、同社では従来から名刺管理アプリを導入しているが、ランニングコストがかかる上、社員全員が積極的に活用できていないという課題があった。そこで、ChatGPTの機能である用途に合わせたカスタマイズが可能な「GPTs」を利用し、スマホで撮影した名刺のデータを送ることで、自動で読み取り、スプレッドシートに取りまとめる名刺管理システムの開発を進めた。必要

なコストはChatGPTの有料版月額費用のみであり、大幅なコストカットが期待できる。

実運用に向けての今後の展開

現在、これらのシステムは、実務での本格的な運用には至っていない。しかし、「その活用による業務効率化への効果は十分期待できると考えており、実運用に向けて取り組んでいきたい」と角谷氏は語る。そのためにも社内での理解や普及活動を進めていく方針だ。

一方で、生成AI活用には課題もある。例えば、ChatGPTに個人情報を送ることがセキュリティ上問題ないのかなど不明確な要素もある。そのため生成AIを過信しないなどの適切な向き合い方が求められ、会社としての利用ルールの策定など運用体制の整備も同時並行で進めていきたいと語る。

角谷氏は「ワークショップへの参加を通して生成AIに触れてみると、活用のハードルは思いのほか低いことが分かった。今後は顧客向けの問い合わせ対応ボットの開発などにも挑戦したい」と語り、積極的な活用に意欲を見せる。

まずは リテラシー向上と ノウハウ習得から



富士フィルムB1福井株
経営推進部長 山本 淳史氏

富士フィルムB1福井株は主に富士フィルム製の複合機の販売などを手掛ける。創業以来、複合機の役割は大きく様変わりし、スキャナー機能を利用した紙文書の電子化を担う端末として活用されるようになっていく。同社ではこの電子化ソリューションを通じてペーパーレス環境構築や、顧客ニーズに応えたソフトウェアやITツール・サービスの提案販売なども行い、顧客の課題解決支援に力を入れている。

同社での生成AIへの対応について、経営推進部長の山本氏に話を伺った。

生成AIに触れて リテラシーを身に付けてもらう

同社では、生成AIをはじめデジタル技術への関心は高く、DX推進の準備が整っている事業所だと国が認定する制度である「DX認定」を取得している。その中で社内における活用を模索する山本氏は「社内でのリテラシー向上が課題だ」と語る。そこで昨年8月には社員を対象とした生成AIのハンズオン研修を実施。研修前には「生成AIをほとんど使ったことが無い」と回答した社

員が約6割であったが、受講後には、約9割がその有効性を認識。営業やメンテナンスなど立場に応じた活用方法を検討しつつ、まずは生成AIを使ってみるのがリテラシー向上の第一歩になったと振り返る。



社員向けに行った研修資料の一部。
作成に生成AIを活用した

課題も一つのノウハウに

同社では、AIAシスタント機能であるMicrosoft365のコピーロートなどを活用しながら、生成AIで業務効率化を目指している。業務の自動化を行うRPAの運用にあたり、生成AIを利用しながらシナリオ作成する社員も出てきている。

山本氏自身も福井商工会議所の生成AIワークショップに参加する中で、社内向けに、会社規則などの社内ルールに定めるチャットボットを作成した。その後、社内で公開して

みると、想定以上に多様な質問が寄せられ、同じ意味でも言い回しの違いに対応しきれないなど課題が露見し、うまく稼働させることが出来なかった。しかし、山本氏はこれも一つのノウハウの蓄積になったと述べ、実用的な活用方法を模索している。

今後の活用に向けて

今後の展望として、社内データの分析や活用にも生成AIを取り入れたいと考えている。また、多くの中小企業が抱える人手不足という課題への対応にも生成AIの活用が鍵になると考えており、将来的には利点や課題を含めたノウハウを顧客に共有していきたいという。そして社内のみならず顧客の業務効率化を図り、会社としての付加価値向上を目指す。

また、山本氏は「生成AIは魔法の道具ではなく、目的意識を持ち、適切に活用することが重要」と語る。生成AIが益々ビジネスに浸透していく中で、単なる流行ではなく、業務改善の手段として活かすかが問われている。同社では、試行錯誤を重ねながらも、自社のノウハウを高め、成長を目指す。

プロトタイプینگスクールを運営しながら、企業のDX人材育成や生成AIに関する相談・指導などを行っている菅原のびすけ氏に企業の生成AI活用動向について話を伺った。



dotstudio(株)代表取締役社長
菅原のびすけ氏

企業の生成AI活用状況

2024年頃から生成AIに関する相談が増えている。その多くは「生成AIをどう活用すべきか」という問いに集約されるが、単に技術として理解するのではなく、自社の課題解決にどう結びつけるかを考えることが重要だ。

実用事例としては、MicrosoftのOffice製品を活用した業務効率化や自動化が挙げられる。これらのツールは、すでに多くの企業で使用されており、そこに生成AIを組み込むことで、

業務の負担を大幅に削減できる。

市場動向と企業の課題

生成AIの技術は、単なる補助ツールから自律的に業務を遂行するAIエージェントへと進化しつつある。例えば、発注作業や事務処理をAIに指示するだけで完結できる段階にきている。しかし、企業によっては、この技術進化についていけない現状がある。

大企業では情報を得る機会は多いものの、社内の承認フローやルールが障壁となり、導入が進まないケースが多い。一方、中小企業では、情報や経営層の理解が不足しているために活用が遅れるという課題がある。企業が生成AIを効果的に活用するには、経営者が情報を積極的にキャッチアップすることが重要だ。

生成AI導入のポイントと注意点

生成AIを導入する際、まずは身近な業務の効率化から始めるのが肝要だが、生成AIに関する正しい情報を得ることも重要だ。昨今、SNSなどでは誇張された情報や、実態と異なる知見が広まることもあり、情報の精査が求められる。

れる。信頼できる専門家の意見を取り入れ、実際に触れてみることで、適切な活用への第一歩となる。

生成AIを企業内で普及させるには、トップダウンとボトムアップの両面からのアプローチが必要となる。現場の社員が業務の中で活用し、成功事例を共有することで社内の理解を深める一方、経営層も率先して生成AIの可能性を学び、組織全体として活用の道を開く必要がある。

また、情報を得るために利用者の同士のコミュニティを持つことも有効である。

今後の展望

今後を見据えると、生成AIの進化により、パソコンを必要とせず、AIに指示を出すだけで業務を遂行する時代が訪れるかもしれない。その結果、働き手の役割が変化し、農業などの一次産業への労働力の移行が起こる可能性もある。

変化のスピードが速い生成AIの分野では、企業が先手を打って対応することが生き残りのカギとなる。まずは実際に生成AIに触れ、その可能性を理解することが、未来への第一歩となる。

私達の社会に浸透しつつある生成AIだが、現状では、活用の効果を理解し期待をかける一方で、本格的に実務で運用できている中小企業は多くはないと見込まれる。しかし言い換えれば、いち早く導入し活用できれば、他社に先駆けた競争力を獲得できるチャンスでもある。

生成AIの活用に向けては、ノウハウや人材の不足という課題が挙げられるが、記事にもあるようにまずは触れてみるのが重要であり、知見を高めどのような場面で活用できるかを考えることが重要だ。また、経営者が活用の方向性を示すことも欠かせない。

活用方法の把握や情報の精査にあたっては外部の専門家や各支援機関に相談することも効果的である。福井商工会議所でもセミナー・ワークショップなどを開催しているのは是非積極的に活用いただきたい。

生成AIの進化は著しく、数年先には企業の在り方そのものを変える可能性もある。流れを傍観するのではなく、積極的に学び、実践しながら自社に合った活用法を見出すことが、企業の付加価値を高める鍵となるだろう。