

経営の新視点 (6)

今後の経営刷新は、人工知能(AI)の理解がカギを握る。

英オックスフォード大学のオズボーン准教授らは2013年、「将来、米国の労働人口の約半分が人工知能(AI)やロボットに置き換わる」と指摘。代替可能性が高い職種としてデータ入力などを挙げ、繰り返しや正確性が求められる作業ほど可能性が高いとした。

それから約10年、「ChatGPT(チャットGPT)」など生成AIが勃興、ビジネスでのAI活用が活気づいてきたが、予想とは少し違う方向に進みつつある。

AIは正確性が売りと思われていたところ、「チャットGPTは嘘をつく」との報告が相次ぐ。開発元の米オープンAIもチャットGPTが正しくない情報(彼らは「幻覚」と呼んでいる)を答えることを認めており、最新のものでも正答率70%程度とする。

一方、AIには代替されないとされてきたクリエイティブな領域で、AIは飛躍的な進化を遂げている。実際、キャッチコピーの生成をチャットGPTに指示すると、ものの数秒でキャッチコピーをいくつも生み出してくれる。

AIの進化に伴い、置き換わる職種にも変化が表れてきている。米プリンストン大学のフェルテン教授の最新の研究によると、AIに取って代わられる職種として教員やライター、デザイナーなどが上位に入っている。以前は置き換

ChatGPTが生成したコラムタイトル例

(ChatGPTに「経営とAIに関するコラムのタイトルを考えて」と指示するだけで次々とタイトルを生成する)

AIビジネス戦略	成功するための鍵
AI時代のリーダーシップ	経営者の役割と責任
AIとデータプライバシー	ビジネス成功のための課題
AIによる企業文化の変革	成功するための鍵
AIと人間の共存	成功するための戦略
AIと人材	成功するための戦略
AIと社会的責任	ビジネスが考えるべきこと

(注)三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

えが起こらないと思われていたクリエイティブな領域でAIの活用が本格化しつつあるようだ。

ところが、生成AIの特徴や応用について、国内では十分理解が進んでいるとは言えそうにない。メディアの報道ではチャットGPTをネガティブに捉えた記事が目立つ。また、経営者のAIに対する理解も道半ばのようで、AI開発を手掛けるレトリバ(東京・新宿)のアンケートによると、日本の経営者の約70%がチャットGPTを「知らない」と答えている。

AIによる人の代替が現実味を帯びるなか、いま一度、人からAIへの置き換えを経営の視点で考えてみると、それは業務の再構築に他ならず、AIの活用に向けて経営全体をどのように刷新していくかを検討しなければならない。

例えばクリエイティブな領域での生成AIでは、キャッチコピーやイラストはAIが無尽蔵に生み出してくれるのだからその仕事はAIに任せて、人はAIに指示する仕事と生み出されたクリエイティブ性の評価に集中する、といった形でプロセスを再構築しなければAIの活用は進まない。

AIサービス情報サイト「The re's An AI For That」によると、23年1月以降、800を超える数のAIの新サービスが公開されている。つまりチャットGPTはAIサービスの一部に過ぎず、想像もつかないサービスが産まれていることを意味する。

AIを積極的に学ぶことで自社に最適なAIを見つけ出し、AIの能力を最大化するよう業務の再構築を達成した企業こそが次の時代の担い手となるだろう。

経営刷新、AIの理解カギ



はにゅう・なおと 千葉大学
自然科学研究科
物質高次化学修了。
ドイツ系化学メーカーや大手消費財メーカーを経て現職。化学、再生可能エネルギー、デジタル領域における技術分析、事業開発を専門とする。