



世界を自動化して人生に楽しさと自由を

# 自己紹介:小島舞子

株式会社クラフター(旧:チャットブック)代表取締役

iU情報経営イノベーション専門職大学 客員教授

一般社団法人生成AI活用普及協会(GUGA)協議員

一般社団法人Women AI Initiative Japan理事

NPO法人Waffle ビジネス開発講座 指南役

Newspicks 法人向けAIのプロピッカー

Forbes Japan Women in Tech 30選出



早稲田大学在学中の2010年にスタートアップを共同創業し、副代表兼 CTOとして30本以上のiOS /Androidアプリを開発。累計500万人超のユーザーに利用される。2016年に株式会社クラフターを設立。マーケティング特化型チャットボット「CraftChat」を開発し、300社以上の法人に導入。2022年7月、同社をマネックスグループへ売却。2023年6月には、社内資料を安全に参照できる企業向け生成AIプラットフォーム「Crew(クルー)」をリリース。

『企業競争力を高めるための生成AIの教科書』出版(Gakken)

趣味:読書(図書館)、海外旅行、オーケストラ鑑賞



# 会社概要



会社名	株式会社クラフター(旧:チャットブック)
住所	東京都港区赤坂一丁目 12番32号
代表取締役	小島 舞子
グループ会社	マネックスグループ株式会社
事業内容	新規顧客獲得を促し、企業の DX支援をするマーケティングオートメーションツール「CraftChat」の企画運営。ChatGPTを企業・自治体が安全に使える「Crew」の企画運営。

## マネックスグループ(TYO: 8698)のグループ会社



## メディア掲載実績

日本経済新聞

朝日新聞  
DIGITAL



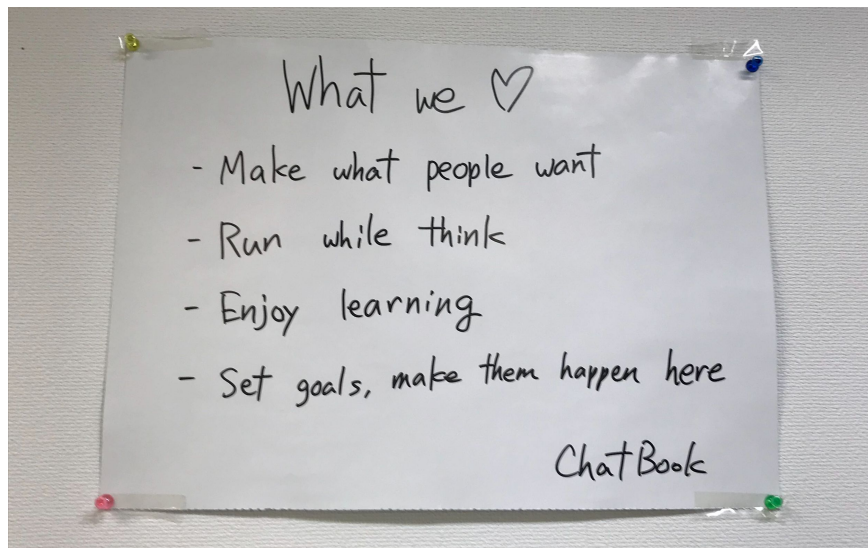
FbStart  
from facebook

TC TechCrunch

日刊工業新聞社

# ビジョン

## 世界を自動化して人生に楽しさと自由を



CraftChat/バリュー

### *Make What People Want*

顧客を常に考えて行動せよ

### *Run While Think*

考えながら走る

### *Enjoy Learning*

学ぶことを楽しむ

### *Set Goals, Make them Happen Here*

人生の目標を決めここで叶える

# 事業概要

企業の顧客獲得・DXを支援するサービス「CraftChat」を提供。  
2023年7月ChatGPTをビジネスが安全に使えるサービス「Crew」をリリース

## CraftChat for SNS・Web接客



- CraftChatは、**企業のSNSでの販促活動・企業のWebサイトにおける顧客体験の改善やDXの推進**を支援
- 2018年から300社以上に導入

## Crew



- Crewは、**法人・自治体が安全にChatGPTの利用**を支援
- 群馬県、長野県他複数の自治体に導入

# GUGA協議員



一般社団法人  
Women AI Initiative Japan





## 理事メンバー紹介

---



**代表理事**

Cynthialy株式会社  
代表取締役

**國本知里**



**理事**

株式会社クラフター  
代表取締役

**小島舞子**



**理事**

クオンタムリープ  
ベンチャーズ株式会社  
アソシエイト

**高井志保**



## 団体としての歩み

2023.11

コミュニティ設立・本郷でキックオフイベント開催  
国内最大級の女性AIリーダーコミュニティへ

毎月オフライン・オンライン等でイベント開催  
共催企業：SONY・CyberAgent・SAP・Mercari等



2024.10

東京都多様な主体によるスタートアップ支援展開事業・協定事業開始  
女性AI起業家育成アクセラプログラム「RAISE HER」開始

半年間でAIをフル活用し、事業・MVP開発までを行う起業したい女性のためのプログラム  
1年半で、50名以上の女性起業・育成を支援

※運営事務局・運営業務はCynthialy株式会社が担当しています

TOKYO  
**SU**TEAM

2025.3

女性のためのAIカンファレンス「Women's AI Day」TIBで開催  
AI領域の女性リーダーが集結し、エンパワーメント

Microsoft・OpenAI・LinkedIn等、AI領域の女性リーダーが登壇  
女性AI起業家ピッチコンテストの他、起業・活用・キャリア等をテーマにセッション



2025.5

任意の女性AIリーダーコミュニティから、一般社団法人化

女性AIリーダー輩出だけでなく、日本のすべての女性がAIを学び、活用できるように活動を展開

粟生 万琴 氏

株式会社LEO  
代表取締役CEO



朝比奈 ゆり子 氏

パーソルテンプスタッフ株式会社  
執行役員CIO



石原 直子 氏

株式会社エクサウィザーズ  
はたらくAI&DX研究所 所長



川嶋 治子 氏

ウーマンズリーダーシップ  
インスティテュート株式会社  
代表取締役



木寄 綾奈 氏

NewsPicks Studios  
取締役 Executive Producer



後藤 宗明 氏

一般社団法人ジャパン・  
リスクリング・イニシアチブ  
代表理事



崔 真淑氏

株式会社グッド・  
ニュースアンドカンパニーズ  
代表取締役



## 各分野の第一線で活躍する有識者がアドバイザーに就任

白河 桃子 氏

昭和女子大学  
客員教授



杉之原 明子 氏

特定非営利活動法人  
みんなのコード 代表理事CEO



スプツニ子! 氏

アーティスト/株式会社Cradle  
代表取締役社長



原田 典子 氏

AI CROSS株式会社  
代表取締役CEO



藤本 あゆみ 氏

一般社団法人  
スタートアップエコシステム協会  
代表理事



堀田 創 氏

シナモンAI  
共同創業者



馬淵 邦美 氏

XinobiAI 株式会社  
共同CEO



山口 有希子 氏

パナソニック・コネクツ  
取締役 チーフ・マーケティング・  
オフィサー (CMO) 兼 DEI推進担当



# WAIJ戦略の全体像

## 1. リスキリング&キャリア支援

- AIレベルや悩み別の育成プログラムの提供
- 履歴書ブラッシュアップ、面接対策や企業のご紹介など、キャリアアップのご支援

女性AI人材リスキリングプラットフォーム

## 2. コミュニティ運営

- 女性AI人材のキャリアコミュニティイベントやカンファレンスの開催

女性AIリーダーカンファレンス「Women AI's Day」

## 3. 創業支援

- 女性AI起業家アクセラレーションプログラムの運営
- AIを活用したプロダクト開発のご支援

起業家育成プログラム「RAISE HER」

## 4. 啓発活動

- 取組に賛同する企業/団体への啓発
- 女性AI人材シンクタンク
- AIの社会実装やリスキリングに貢献した女性をロールモデルとして表彰

MIRAIα

女性AI人材白書

Women's AI Award

# 『企業競争力を高めるための 生成AIの教科書』

---

# 8月7日書籍出版

書名: 企業競争力を高めるための生成AIの教科書: Generative AI × INNOVATION

著者: 小島 舞子

定価: 2,200円(税込)

発売日: 2025年8月7日(木)

出版社: Gakken

Amazon: <https://amzn.asia/d/9mZuJzo>

楽天ブックス: <https://books.rakuten.co.jp/rb/18261145/>

全国書店およびネット書店にてお買い求めいただけます。





## 生成AIが与える仕事への影響

THEME

1

## 法人向けの生成AI市場の実態

1 大企業の3割が既に生成AIを導入し活用

2 50%が検討をしていない中小企業

3 情報・通信業や金融機関が活発に活用

4 フォーチュン500企業は92%が積極活用

5 イノベーター理論上は、これから生成AIの普及度合いが加速

THEME

2

## 法人向け生成AIのビジネスインパクト

1 経営層の67%「競争に勝つために生成AIが必要」

2 米国企業の3割が業界構造を根本から変えるチャンスと捉えている

3 日米における生産性への意識の違い

4 生成AIによって生まれる業務変化と余剰資産

5 組織で求められる人材の変化

THEME

3

## 生成AIの活用用途

1 国内でも既に法人での活用事例は十二分にある

2 汎用的な利用 文章作成、調査、アイデア出し、他

3 職種特化の利用 経営向け、マーケティング&amp;営業向け、総務や人事など

4 業種特化の利用 小売、金融、製造、建築、など

5 社内利用 社内FAQのお問い合わせ工数を劇的削減

6 社外向けの利用 カスタマーサポートによる負荷を大幅に軽減

## 生成AIとは

THEME

1

## 生成AIの概要

1 2ヶ月で1億人が利用したChatGPT

2 国内のChatGPT認知率は65%、利用率20.4%

3 「人工知能」は1950年代からブームと冬の時代が交互に訪れた

4 生成AIと従来のAIの違いは、大量のデータと汎用的な創造性

THEME

2

## 生成AIで覚えておきたい基礎と単語

1 生成AIのエコシステムと各種プレイヤー

2 主要な大規模言語モデル(LLM)の比較

3 プロンプトはAIへの指示書

4 「検索拡張生成(RAG)」で自社専用のAIを実装できる

## 生成AIの自社導入時に押さえるポイント

## THEME 3 仕事で使える人気の生成AIアプリ 100

- 1 Microsoft 365と連携する万能ツール「Microsoft 365 Copilot」 100
- 2 画像生成はChatGPTと「Midjourney」「Stable Diffusion」 103
- 3 実写と間違えるほど高品質な動画生成サービス「Runway」「Sora」 105
- 4 議事録作成をお任せできる「tidy」「Circleback」 107
- 5 高度な知性を持ったAI検索エンジン「Perplexity」「Genspark」 109
- 6 エンジニアいらずでウェブサイトを作れる「10Web」「Create.xyz」 111

## THEME 4 生成AIで大幅にアップデートした仕事ツール 114

- 1 非デザイナーでも使える「Adobe Sensei GenAI」「Canva」 114
- 2 営業チームが売上を上げるための「Salesforce Einstein」 116
- 3 「Teams」で実現するほんやく「リンニャク」 118

## THEME 1 生成AIを社内で導入するまでの道のり 124

- 1 国内ではまだまだ本格導入手前の層が多い 124
- 2 第一ステップは自社に向き合うこと 126
- 3 自社がかけられるリソースを把握する①予算 129
- 4 自社がかけられるリソースを把握する②組織体制 132
- 5 自社がかけられるリソースを把握する③大規模言語モデルの開発 135
- 6 自社がかけられるリソースを把握する④AIアプリの利用 139
- 7 認知、実証実験、本格導入のステップで社内導入を実行する 142

## THEME 2 導入を決めたあとのステップ 146

- 1 認知 ユースケースを明確にする 146
- 2 実証実験 現場、技術担当、経営層との関係を大切に 148
- 3 本格導入 生成AI初心者も簡単に使えるように環境を整える 151
- 4 イノベーション 事業変革に向けた種まき 154

## THEME 3 AIを法人で使う時のリスクと対処 158

- 1 導入時の生成AIリスクの実態 158
- 2 国内はセキュリティ対策を人依存に、海外はシステムで管理 160
- 3 ガバナンス対策が自社の生成AI戦略とロードマップを形作る 163
- 4 法人利用ではアウトアウト設定は必須 166
- 5 著作権と商用利用はLLMによって異なることに注意 169
- 6 ハルシネーションへの注意と対策 173



## 生成AI導入が上手くないか時の虎の巻

## THEME

## 1

従業員がなかなか生成AIを使ってくれない

180

## 1

社員の生成AI平均利用率は2・3割ほど

180

## 2

勉強会や研修で生成AIをとにかく使ってもらう

182

## 3

部署間を超えて具体的な使い方や事例を共有する

185

## 4

各部署での生成AIアンバサダーを任命する

187

## 5

人事評価にAI活用の実績を加える

189

## THEME

## 2

社内のリソースが不足し満足に導入できない

192

## 1

AI人材は自社で育てる心意気を

192

## 2

予算がない場合は無料ツールで工夫

194

## 3

経営陣自らがAIに対しての解像度を上げビジョンを持つ

196

## THEME

## 3

効果測定の仕方がわからない

198

## 1

従業員の利用率をチャックして現状を把握する

198

## 2

利用者にインタビューして社内での生成AI使い方事例集を作ろう

201

## 3

生成AI導入前後の業務状況と効果測定を行う

202

## 4

KPIを設定して共通のゴールを定めよう

205

## 5

小さい結果でもいいからROIを出して経営陣に共有する

207

## THEME

## 4

目的を定めずに導入してしまった

212

## 1

経営陣と生成AIの対象範囲を設定する

212

## 2

体制を仕切り直して役割を明確にする

214

## 3

解決手法は生成AIではなくても良いことを念頭に入れる

216

## THEME

## 5

もっと事業に革新をもたらすAI活用をしたい

218

## 1

AI化ができていないのは社内のDX化が不十分な可能性大

218

## 2

事業部門へのヒアリングをし自社商品のAI適性を探る

220

## 3

生成AIコンテストの企画は工数は高いが収穫も大きい

223

## 4

SLMで企業専用のLLMを手軽に実装する

225

## 5

データの品質向上と民主化を図る

227

## 6

挑戦しにくい土壌は減点方式な評価制度が要因の可能性も

229

## THEME

## 6

生成AIを導入した先行企業例

232

## 1

メルカリ 勉強会と事例共有でモメンタムの形成

232

## 2

ファミリーマート 月間アクティブユーザー85%人事評価制度への組み込みも

234

234

## これからの生成AI

## THEME 1 法人向け生成AI市場の今後

1 人口減少が目に見える国内では、技術活用は避けられない

2 AIエージェントで労働力が置き換わる

3 一部企業で見られるAI落胆フェーズ

4 解決されていないAIへの懸念と対処

5 担い手を多様化しイノベーションに挑戦せよ

## THEME 2 AI時代に求められる能力とは

1 世界で最も仕事における生成AI利用率が低い日本

2 AIで変わる仕事の未来

3 AIは平均的な人間よりも高い成果を出せる

4 AIに置き換えられるタスクと置き換えられないマネジメント

5 フェイクを見破るスキルと教育

## THEME 3 AIで実現できる未来

1 AGIからASIへ。スーパーAIの実現

2 洗いや洗濯物をAIにさせて自分が漫画を描く人生を送れるのか

3 ソフトウェアの世界から物理世界へAIが侵入していく

4 生成AIがどのように動くのかはまだ誰にも分からない

5 あなたの態度が、未来のAIを作る

## CASE STUDY INTERVIEW 事例インタビュー

CASE 1 パーソルグループ

CASE 2 株式会社サイバーエージェント

CASE 3 トヨタコネクティッド株式会社

付録 生成AI社内導入1000リスト

あとがき



しゃべるAIアバターが  
ガイドする特設サイトはこちら

# 付録: 生成AI導入TODOリスト

305

306

307

308

309

310

311

312

313

314

315

316

317

318

319

320

321

322

323

324

325

326

327

328

329

330

331

332

333

334

335

336

337

338

339

340

341

342

343

344

345

346

347

348

349

350

351

352

353

354

355

356

357

358

359

360

361

362

363

364

365

366

367

368

369

370

371

372

373

374

375

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

401

402

403

404

405

406

407

408

409

410

411

412

413

414

415

416

417

418

419

420

421

422

423

424

425

426

427

428

429

430

431

432

433

434

435

436

437

438

439

440

441

442

443

444

445

446

447

448

449

450

451

452

453

454

455

456

457

458

459

460

461

462

463

464

465

466

467

468

469

470

471

472

473

474

475

476

477

478

479

480

481

482

483

484

485

486

487

488

489

490

491

492

493

494

495

496

497

498

499

500

501

502

503

504

505

506

507

508

509

510

511

512

513

514

515

516

517

518

519

520

521

522

523

524

525

526

527

528

529

530

531

532

533

534

535

536

537

538

539

540

541

542

543

544

545

546

547

548

549

550

551

552

553

554

555

556

557

558

559

560

561

562

563

564

565

566

567

568

569

570

571

572

573

574

575

576

577

578

579

580

581

582

583

584

585

586

587

588

589

590

591

592

593

594

595

596

597

598

599

600

601

602

603

604

605

606

607

608

609

610

611

612

613

614

615

616

617

618

619

620

621

622

623

624

625

626

627

628

629

630

631

632

633

634

635

636

637

638

639

640

641

642

643

644

645

646

647

648

649

650

651

652

653

654

655

656

657

658

659

660

661

662

663

664

665

666

667

668

669

670

671

672

673

674

675

676

677

678

679

680

681

682

683

684

685

686

687

688

689

690

691

692

693

694

695

696

697

698

699

700

701

702

703

704

705

706

707

708

709

710

711

712

713

714

715

716

717

718

719

720

721

722

723

724

725

726

727

728

729

730

731

732

733

734

735

736

737

738

739

740

741

742

743

744

745

746

747

748

749

750

751

752

753

754

755

756

757

758

759

760

761

762

763

764

765

766

767

768

769

770

771

772

773

774

775

776

777

778

779

780

781

782

783

784

785

786

787

788

789

790

791

792

793

794

795

796

797

798

799

800

801

802

803

804

805

806

807

808

809

810

811

812

813

814

815

816

817

818

819

820

821

822

823

824

825

826

827

828

829

830

831

832

833

834

835

836

837

838

839

840

841

842

843

844

845

846

847

848

849

850

851

852

853

854

855

856

857

858

859

860

861

862

863

864

865

866

867

868

869

870

871

872

873

874

875

876

877

878

879

880

881

882

883

884

885

886

887

888

889

890

891

892

893

894

895

896

897

898

899

900

901

902

903

904

905

906

907

908

909

910

911

912

913

914

915

916

917

918

919

920

921

922

923

924

925

926

927

928

929

930

931

932

933

934

935

936

937

938

939

940

941

942

943

944

945

946

947

948

949

950

951

952

953

954

955

956

957

958

959

960

961

962

963

964

965

966

967

968

969

970

971

972

973

974

975

976

977

978

979

980

981

982

983

984

985

986

987

988

989

990

991

992

993

994

995

996

997

998

999

1000



# 先行企業へのインタビュー

## CASE STUDY INTERVIEW

CASE  
1

堅実なガバナンスのもと、  
2万4,000人規模の利用促進を実施！  
次はAIエージェントを活用し、  
事業変革へ



パーソルグループについて

パーソルグループは、「はたらくて、笑おう。」をグループビジョンに掲げる総合人材サービス企業です。人材派遣サービス「テンプスタッフ」や転職サービス「doda」をはじめ、ITアウトソーシング、設計開発など、多岐にわたるサービスを展開しています。

パーソルでは2023年の早い段階で、生成AIを社内の共通業務や事業で活用することを長期的な経営テーマとして決定し、グループ全体で体制を整えながら推進してきました。今回は、パーソルテンプスタッフ株式会社 執行役員 CIOの朝比奈ゆり子様に、パーソルグループ社内における生成AIを含むAI活用の背景や今後の展開についてお話を伺いました。

282

## CASE STUDY INTERVIEW

CASE  
2

目標はオペレーション6割削減！  
草の根活動で広める社内AI活用



サイバーエージェントについて

株主会社

サイバーエージェントはインターネット広告事業、メディア&IP事業、ゲーム事業を中心に展開しているIT企業です。

同社は技術革新にも積極的に取り組んでおり、独自開発の日本語の大規模言語モデル（LLM）を公開するほか、2023年10月には、社内での生成AI活用促進組織「AIオペレーション室」を設立。「賞金総額1,000万円！生成AI徹底活用コンテスト」を開催し、2,200件を超える応募があるなど、大きな成果を上げました。

今回は、当社執行役員でAIオペレーション室長を務める上野様に、社内における生成AI活用の推進策やその過程での工夫など、お話を伺いました。

288

## CASE STUDY INTERVIEW

CASE  
3

AIはツールでなく戦略的パートナー。  
AIネイティブな  
環境づくりへの挑戦。



トヨタコネクティッドについて

トヨタコネクティッド株式会社は、顧客接点の拡大を目指し、MaaS事業、コネクティッド事業、ディーラーインテグレーション事業、デジタルマーケティング事業を軸に、顧客の安心・安全で快適なドライブ体験をサポートするコネクティッドサービスや、ビッグデータを活用した新たなモビリティサービスの構築を行っています。

同社は従業員の自己実現を支援する戦略的パートナーとしてAIを位置づけ、研修やアンバサダー制度を活用した生成AIの社内展開を推進しています。今回は、AI統括部戦略室Executive AI Directorの川村将太様に、社内における生成AI活用の背景や今後の展開についてお話を伺いました。

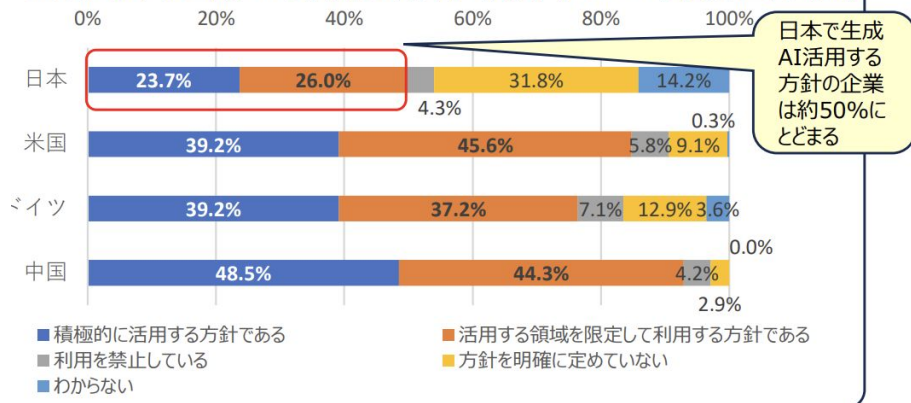
294

# 法人向け 生成AI動向

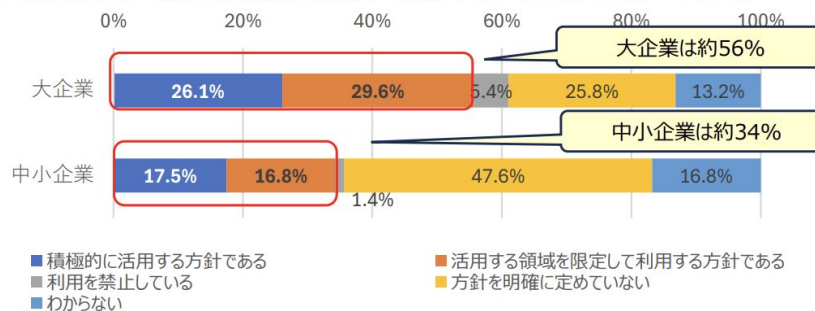
---

# 全体で「活用する」は約50% 大企業56%、中小企業34%

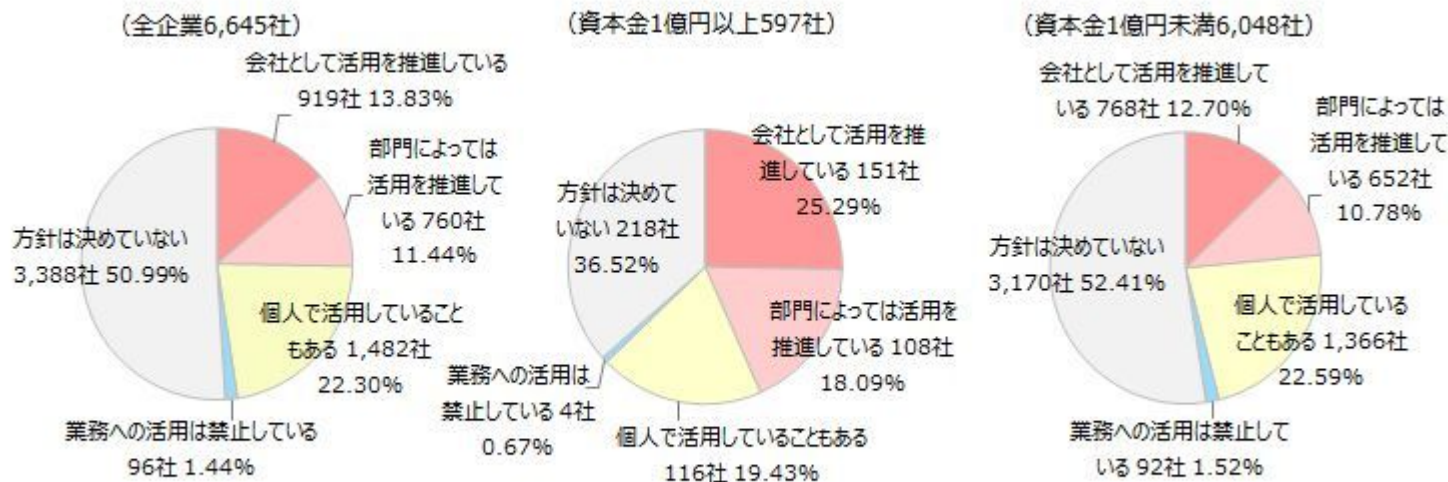
企業における生成AIの活用方針策定状況（2024年度調査、国別）



企業における生成AIの活用方針策定状況（2024年度調査、日本、企業規模別）



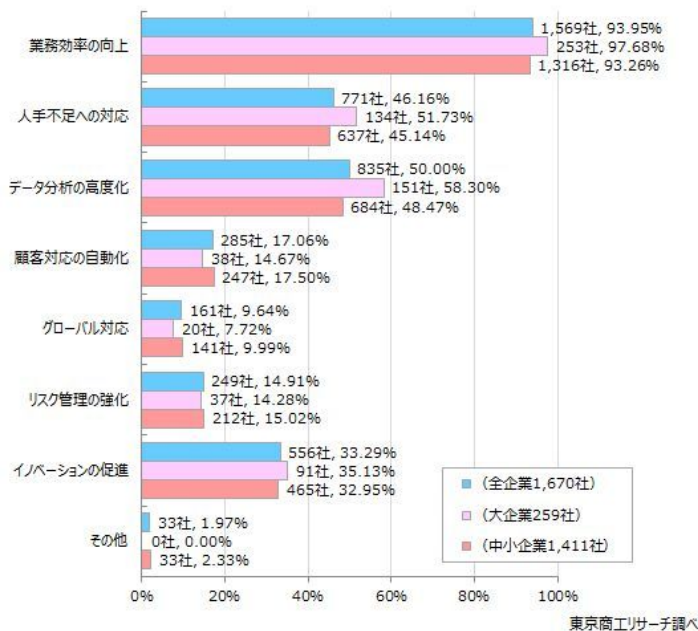
# 推進中企業は25.2% 50.9%は方針なし



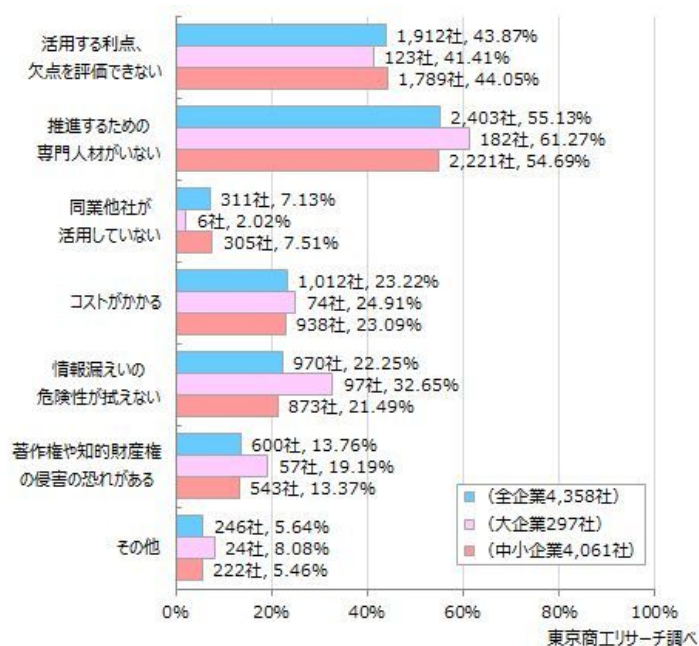
東京商工リサーチ調べ



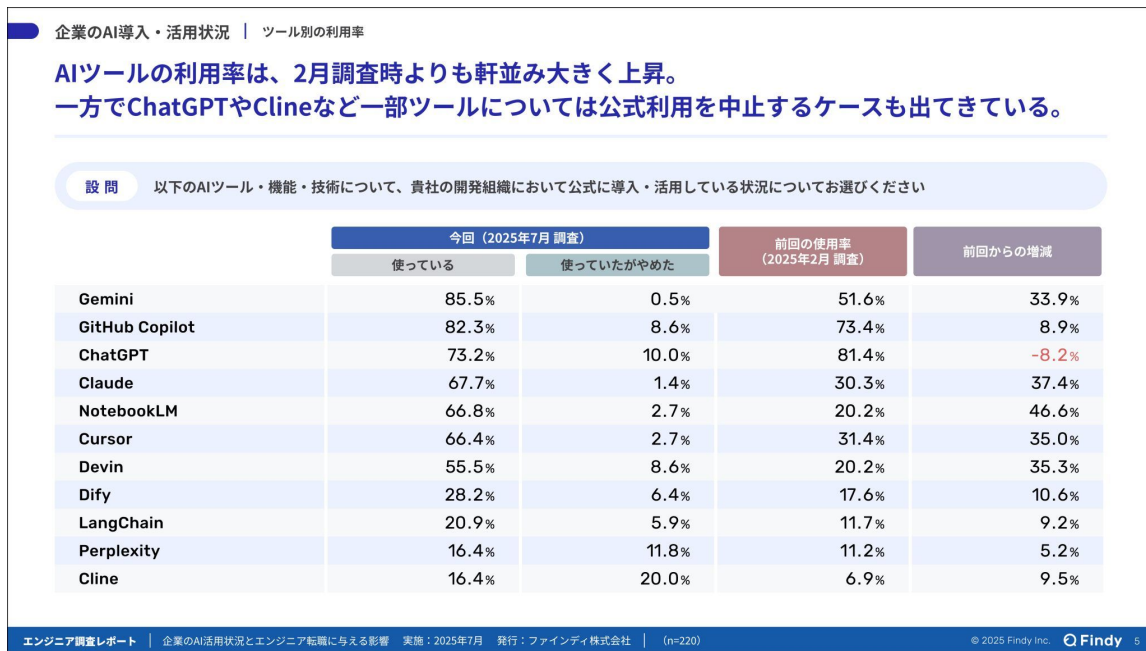
# 業務効率の向上、データ分析の高度化、 人で不足の対応が推進理由



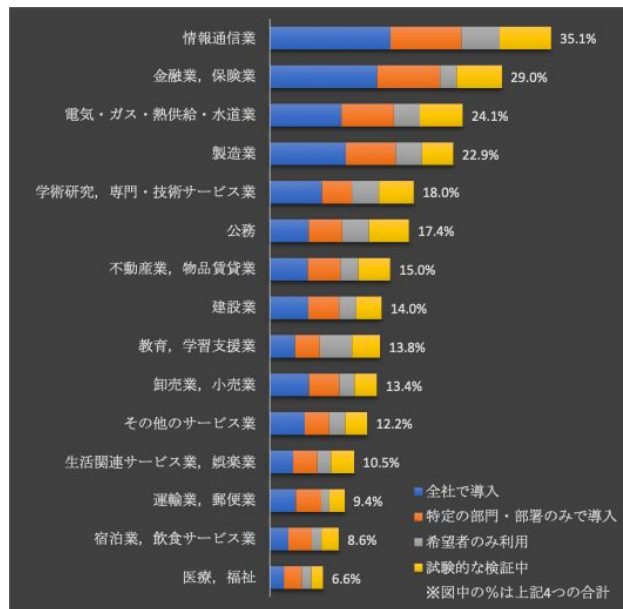
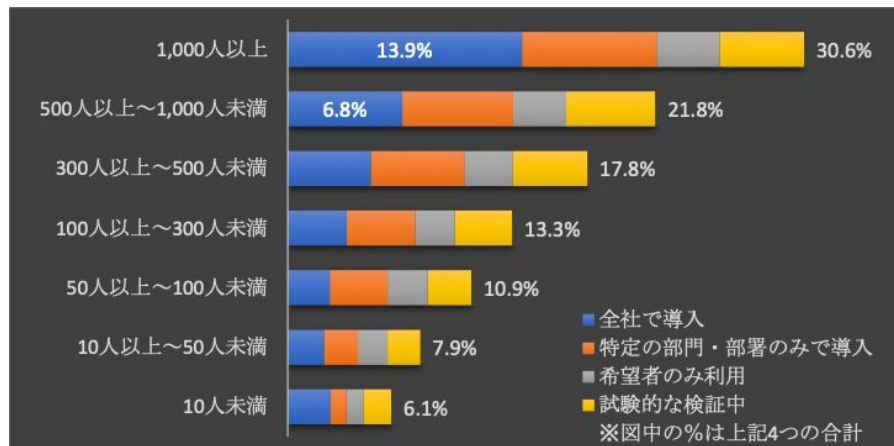
# 推進しない理由は、専門人材と評価面 社内体制に課題あり



# 300名以下のベンチャー企業における ツール別利用割合



# 規模・業種別で生成AI利用の差があり

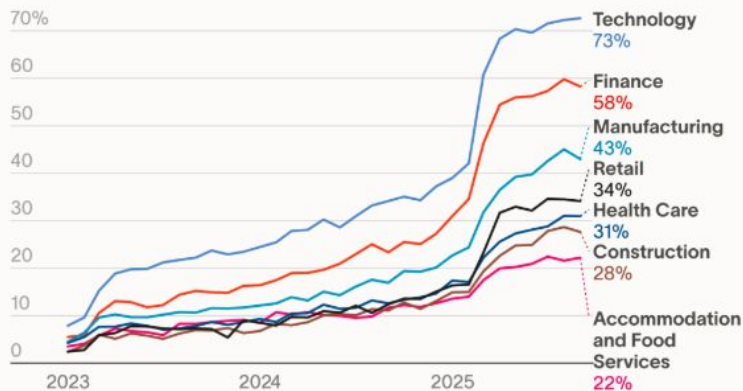


# 米国企業の73%がAIを導入、実用段階へ

## Ramp AI Index: Sector Adoption Rate

Share of U.S. businesses with paid subscriptions to AI models, platforms, and tools

View by Overall Sector Size Model



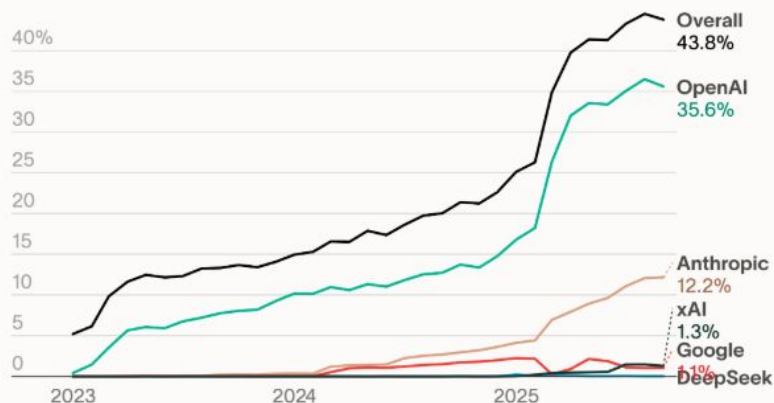
Source: Card spend data from Ramp; U.S. Census Business Trends and Outlook Survey

ramp

## Ramp AI Index: Model Adoption Rate

Share of U.S. businesses with paid subscriptions to AI models, platforms, and tools

View by Overall Sector Size Model



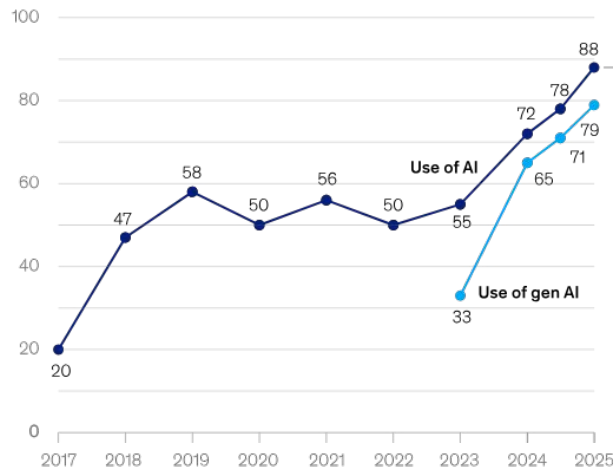
Source: Card spend data from Ramp. Overall includes businesses subscribed to any AI product or service based on Ramp spend data.

ramp

# 米国大企業は79%が利用 半数がパイロットフェーズ

Use of AI by respondents' organizations, % of respondents

Organizations that use AI in at least 1 business function<sup>1</sup>



Phase of AI use among organizations using AI in 2025



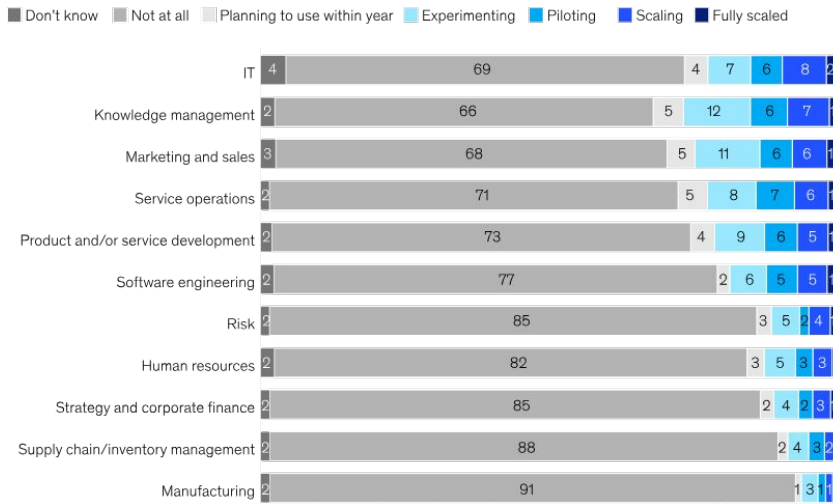
<sup>1</sup>In 2017, the definition for AI use was using AI in a core part of the organization's business or at scale. In 2018–19, the definition was embedding at least 1 AI capability in business processes or products. From 2020, the definition was that the organization has adopted AI in at least 1 function, and in 2025, the definition was regular use of AI in at least 1 function.

Source: McKinsey Global Surveys on the state of AI, 2017–25

McKinsey & Company

# AIエージェントをフル実装しているのは 1割に満たない

Phase of AI agent use at respondents' organizations, by business function,<sup>1</sup> % of respondents (n = 1,933)



Note: Figures may not sum to 100%, because of rounding.

<sup>1</sup>Question was asked only of respondents who reported regular use of AI in the respective functions and was rebased to reflect the total sample.

Source: McKinsey Global Survey on the state of AI, 1,993 participants at all levels of the organization, June 25–July 29, 2025

McKinsey & Company

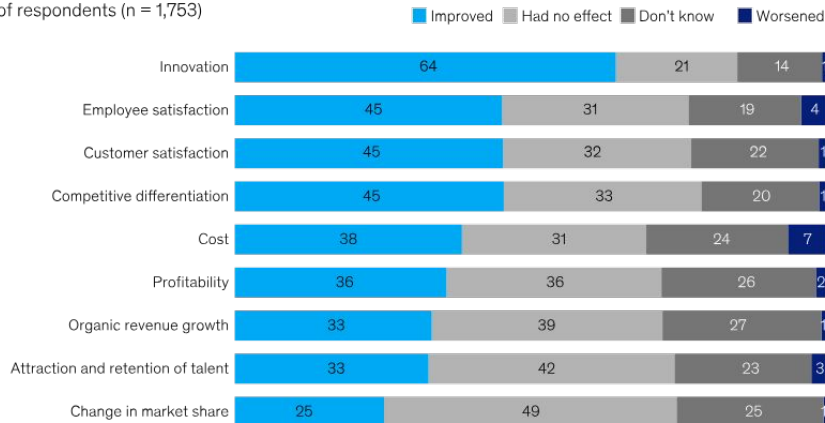


# AI導入のメリットはイノベーションが1位 次に従業員 & 顧客満足 & 競合差別化

**Respondents most often cite benefits from AI in innovation, employee and customer satisfaction, and competitive differentiation.**

**Extent to which AI use has affected organizational measures over the past year,<sup>1</sup>**

% of respondents (n = 1,753)



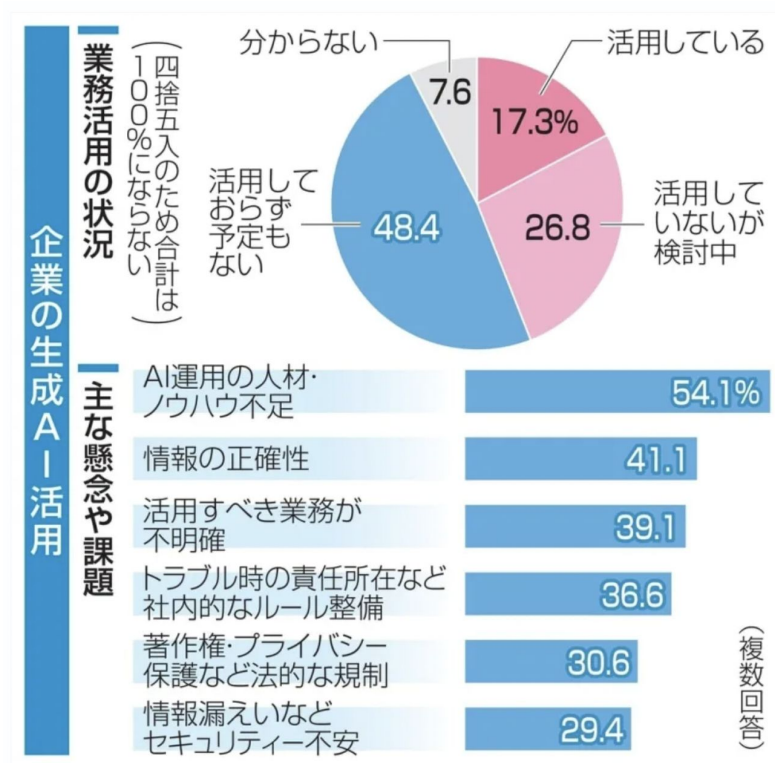
Note: Figures may not sum to 100%, because of rounding.

<sup>1</sup>Asked only of respondents who said their organizations regularly use AI in at least 1 business function.

Source: McKinsey Global Survey on the state of AI, 1,993 participants at all levels of the organization, June 25–July 29, 2025

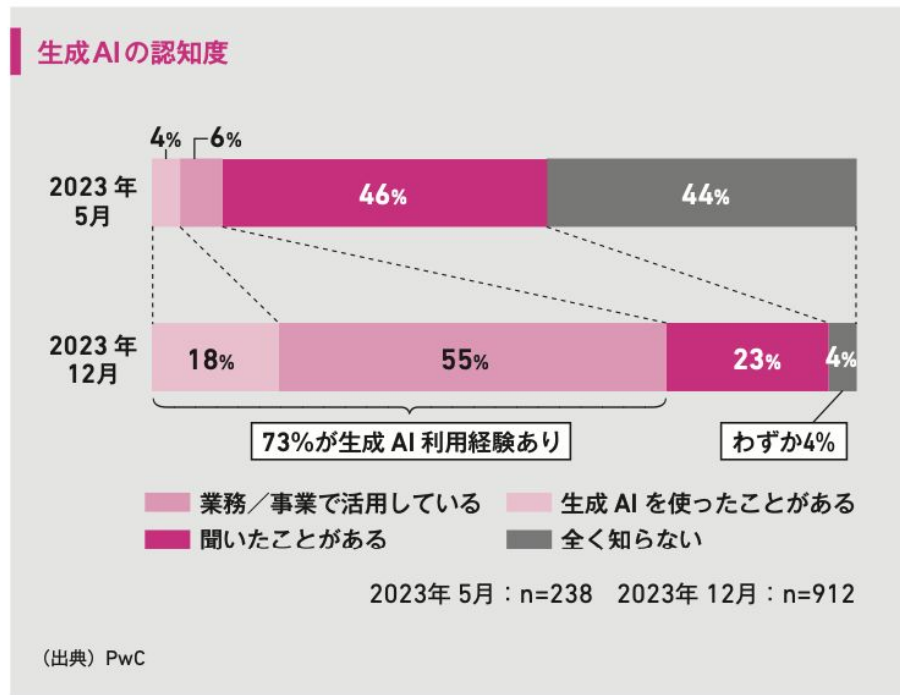
McKinsey & Company

# 中小企業は半数が生成AIの導入予定なし

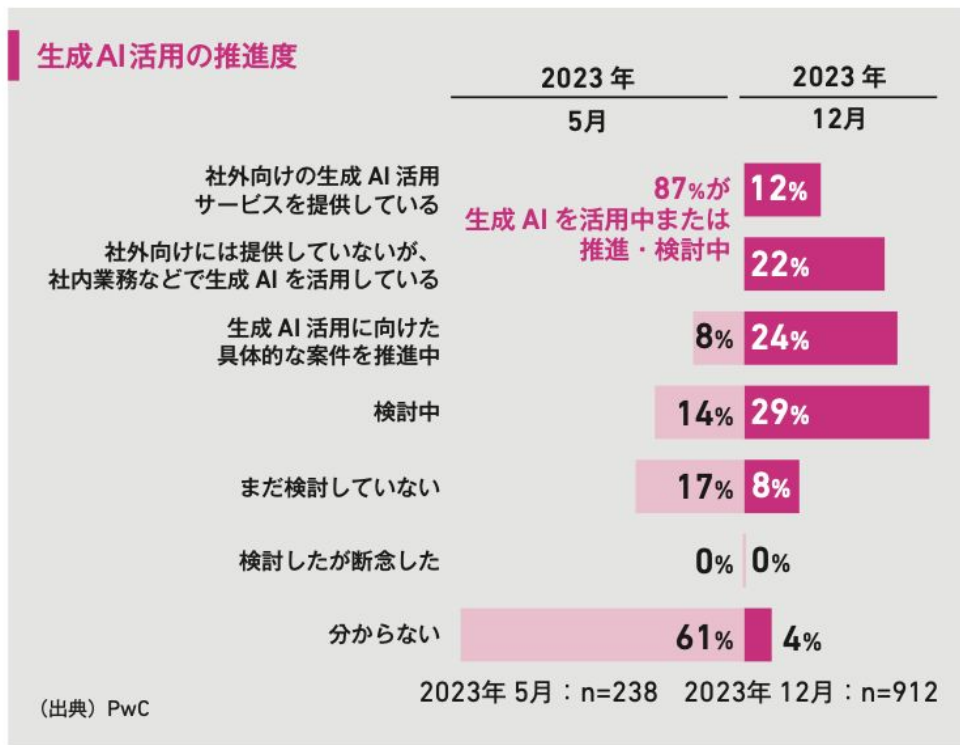


企業の生成AI活用

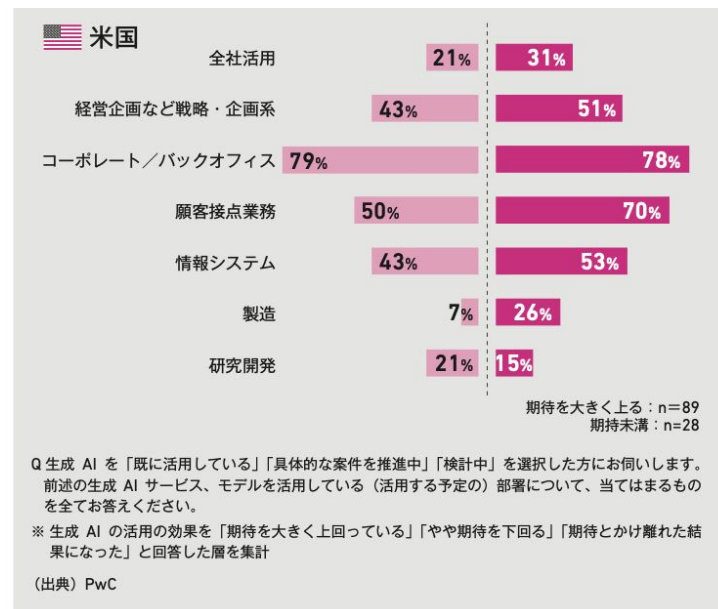
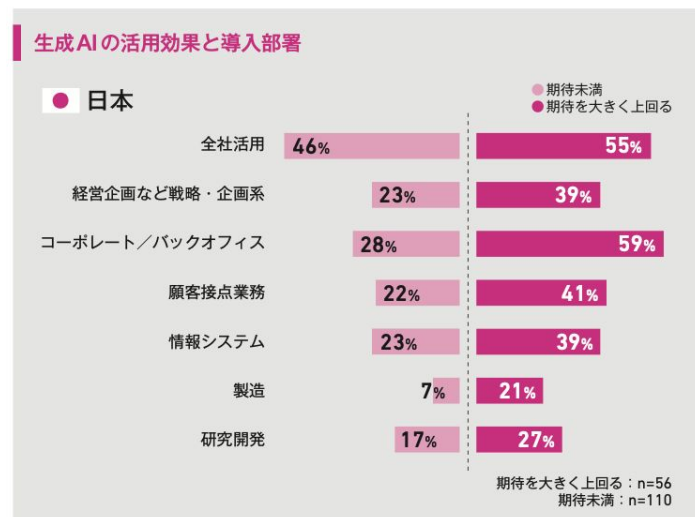
# 生成AIの認知度と利用経験（大企業）



# 大企業では87%が生成AIを推進・検討以上

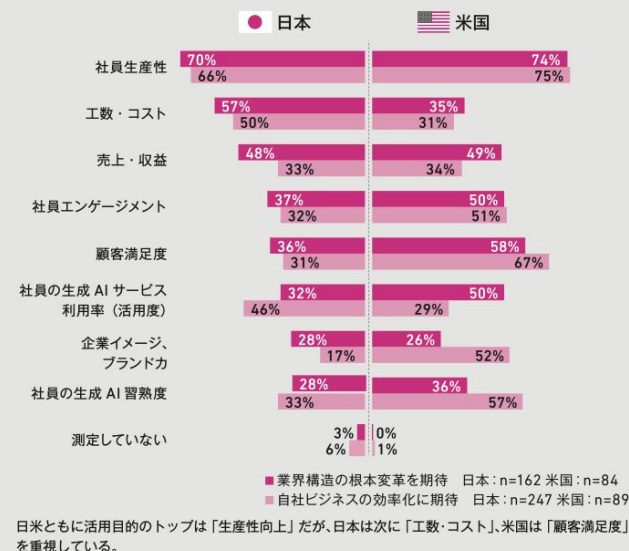


# 日本は全社的な導入から着手 米国では事業部ごとの導入

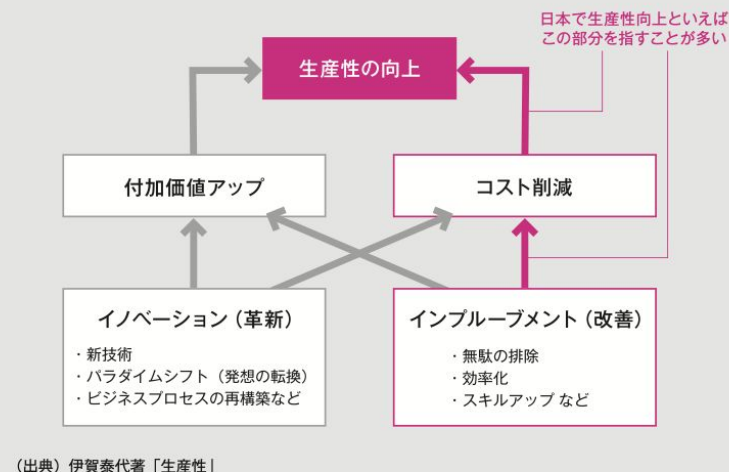


# 日本は生成AIを業務効率化ツール 米国は業界構造の変革を期待

生成AI活用の指標、生成AIへの期待度合い（チャンス）、脅威認識



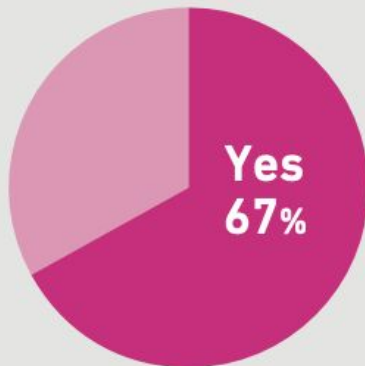
生産性向上のための4つのアプローチ



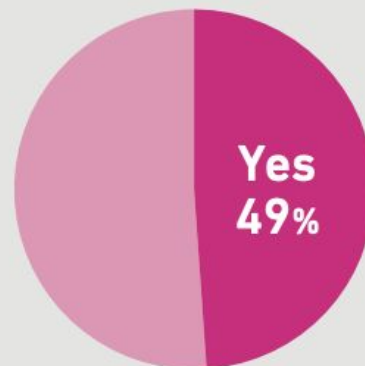
# 国内リーダー層はAI導入を不可欠だと回答

## 生成AI導入に対する国内リーダー層の意識

自社へのAI導入が不可欠であると考えますか？



組織の経営層にAI導入のためのビジョン・計画が無いことに懸念をもっていますか？



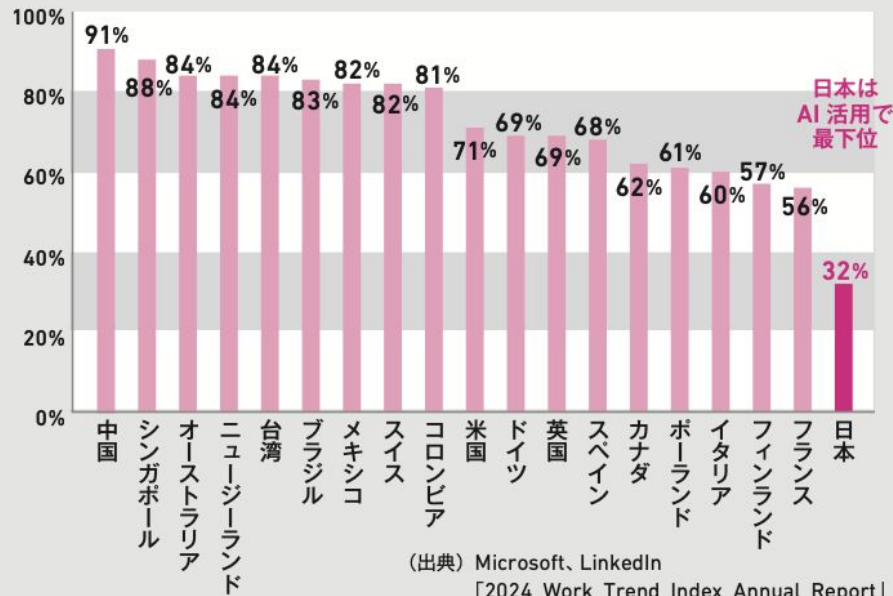
※日本国内リーダー層の回答結果

(出典) Microsoft、LinkedIn 「2024\_Work\_Trend\_Index\_Annual\_Report」`



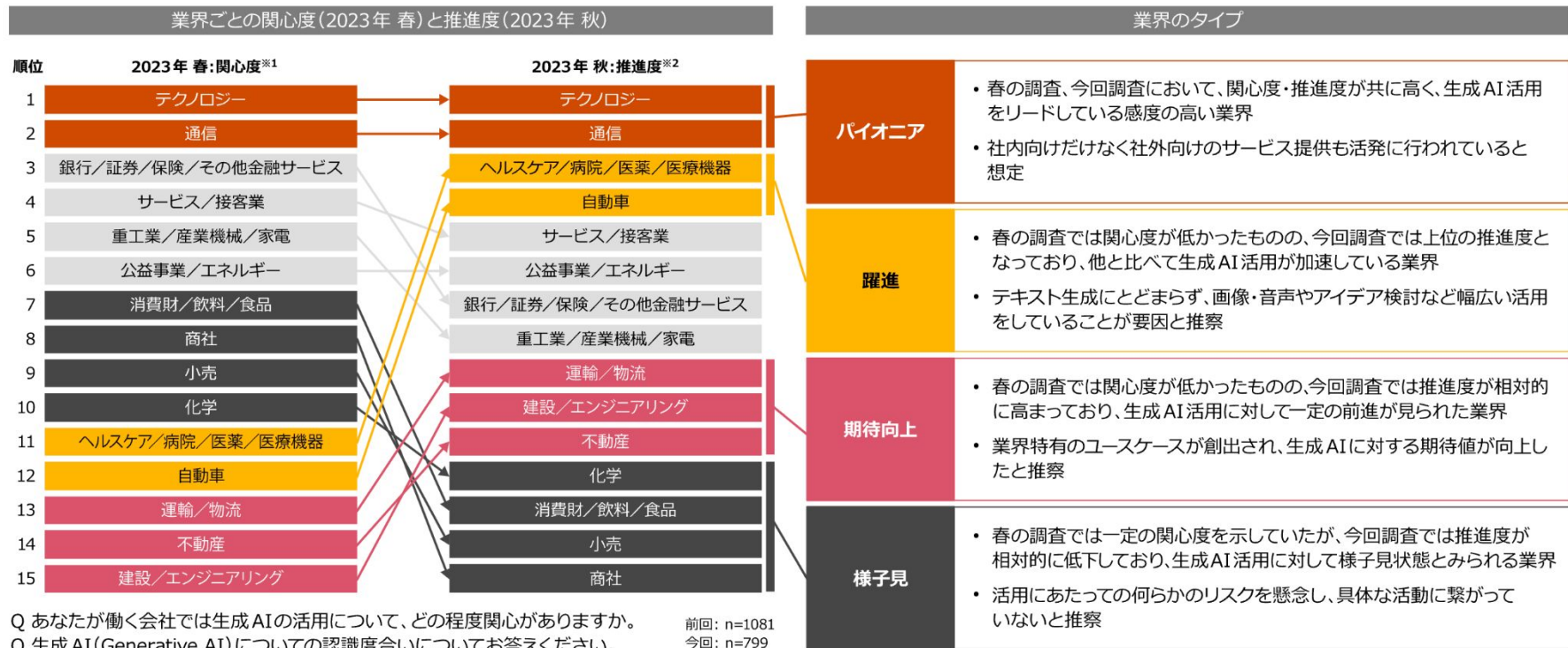
# 生成AIの業務活用率は日本は最下位

生成AIを仕事で活用しているナレッジワーカーの割合



日本は  
AI活用で  
最下位

# 経年変化と業種別利用



※1 選択肢の「自社での活用にとっても関心がある」、「自社での活用にし関心がある」、自社での活用はあまり関心がないが、他社事例には関心がある」を合算した集計結果を元に順位付け

※2 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、社内業務などで生成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

# デジタルへの推進準備が国内の課題

図4

デジタルに対するビジネスリーダーの考え方

マッキンゼーが約300名の経営幹部に実施したインダストリー4.0に関する調査  
%

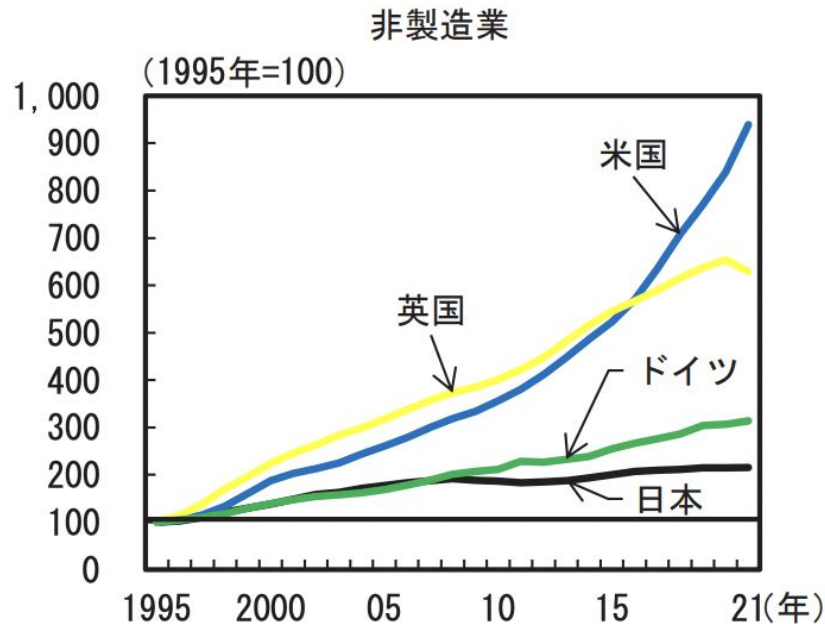


日本のビジネスリーダー達には、デジタルは「有望な次なる一手」になるという共通認識がある

一方で、十分な準備ができていないとは感じておらず、思い切った変革が進んでいない

# デジタルへの投資は1995年から横ばい

図7 非製造業のソフトウェア投資の伸びが低迷



# 導入の ステップ

---

## 生成AIの自社導入時に押さえるポイント

## THERE

## 1

生成AIを社内でするまでの道のり

## 1

国内ではまだまだ本格導入手前の層が多い

## 2

第一ステップは自社に向き合うこと

## 3

自社がかけられるリソースを把握する①予算

## 4

自社がかけられるリソースを把握する②組織体制

## 5

自社がかけられるリソースを把握する③大規模言語モデルの開発

## 6

自社がかけられるリソースを把握する④AIアプリの利用

## 7

認知、実証実験、本格導入のステップで社内導入を実行する

## THERE

## 2

導入を決めたあとのステップ

## 1

認知 ユースケースを明確にする

## 2

実証実験 現場、技術担当、経営層との関係を大切に

## 3

本格導入 生成AI初心者も簡単に使えるように環境を整える

## 4

インベーション 事業変革に向けた種まき

## THERE

## 3

AIを法人で使う時のリスクと対処

## 1

導入時の生成AIリスクの実態

## 2

国内はセキュリティ対策を人依存に、海外はシステムで管理

## 3

ガバナンス対策が自社の生成AI戦略とロードマップを形作る

## 4

法人利用ではオプトアウト設定は必須

## 5

著作権と商用利用はLLMによって異なることに注意

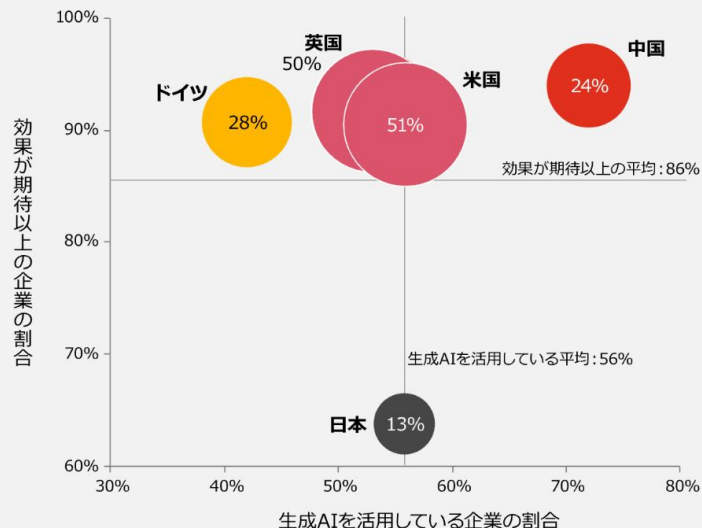
## 6

ハルシネーションへの注意と対策



# スピードは中国、米英は高い効果、課題ありの日本

図表15：各国の位置づけ



- 米国**
    - 中国よりも生成AIを活用している企業の割合が低いものの、生成AIの効果が期待以上の割合が同程度に高い
  - 英国**
    - 「期待を上回る」割合は中国の2倍以上
  - 中国**
    - 効果が期待以上の企業の割合、生成AIを活用している企業の割合が最も高く、生成AI導入を積極的に推進
    - 「期待を上回る」割合は米・英・独に見劣り
  - ドイツ**
    - 他国と比べて生成AIを活用している企業の割合は低いものの、生成AIの効果が期待以上の企業の割合が日米・英・中に見劣りしない水準
    - 「期待を上回る」割合は中国より高く、米・英に次ぐ水準
  - 日本**
    - 生成AIを活用している企業の割合は平均的な水準にあるものの、生成AIの効果が期待以上の企業の割合は、他国と比べて低い
    - 「期待を上回る」割合は、米・英の1/4、独・中の半分程度
- ・効果が期待以上の企業の割合:  
生成AIを「既に活用している」を選択した企業の内、生成AIの効果が「期待を大きく上回っている」「期待通りの効果があった」と回答した割合
- ・生成AIを活用している企業の割合:  
生成AIの推進度合いとして「社外向けの生成AI活用サービスを提供している」「社内業務等で生成AIを活用している」と回答した割合
- ・円の大きさ:  
生成AIを「既に活用している」を選択した企業の内、生成AIの効果が「期待を大きく上回っている」と回答した割合

# 第1ステップ: 自社と向き合う



導入の可能性を評価する。



デジタル化の準備を評価する。



関係者からフィードバックを収集する。



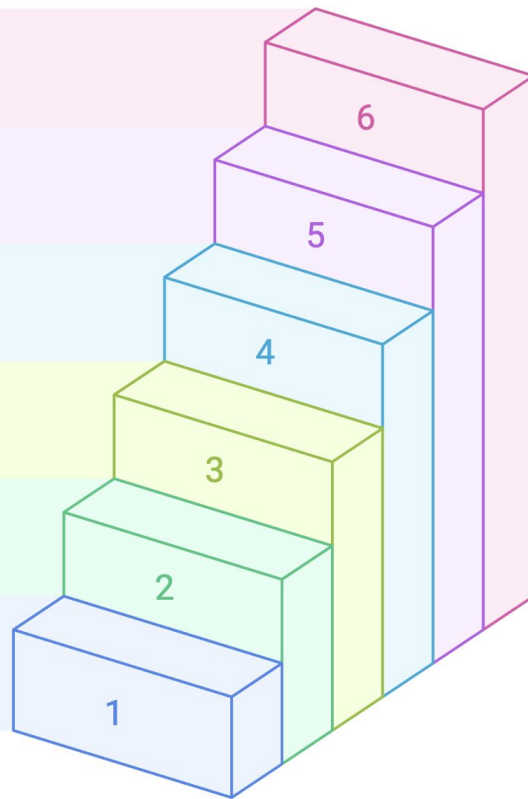
ウェビナーに参加して情報を収集する。



業界の事例を調査して洞察を得る。



組織のニーズと生成AIとの相性を評価する。



## 第2ステップ: 生成AIの導入予算

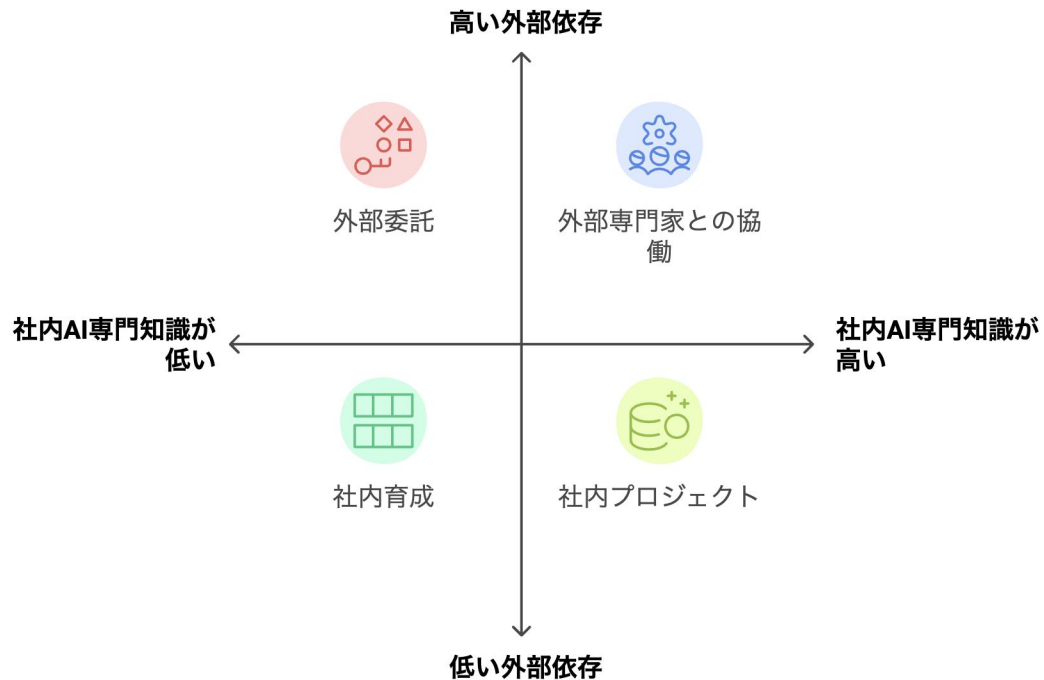
### 生成AIの導入予算（一人あたり月額）

	2,000～3,000円	3,000～4,000円
実際の導入予算	18.5%	20.5%
導入検討時の予算	14.8%	21.0%

（出典）Box Japan、「企業における生成AIの活用に関する意識調査」を実施  
今後の生成AI導入の鍵は「セキュリティの担保」

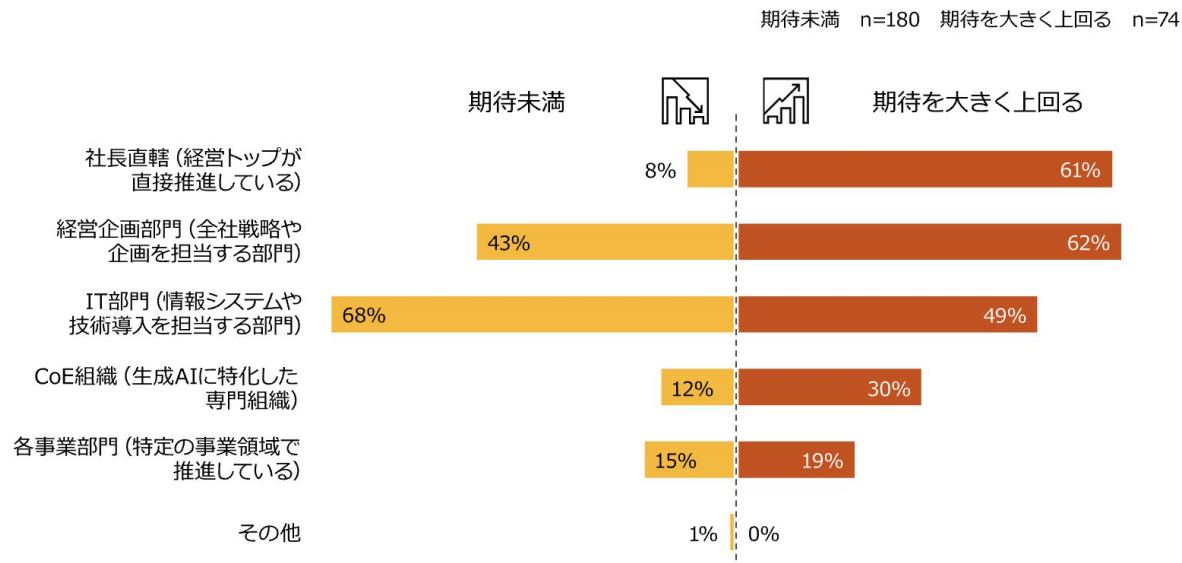
# 第3ステップ: 組織体制

## AIプロジェクトにおけるリソース戦略



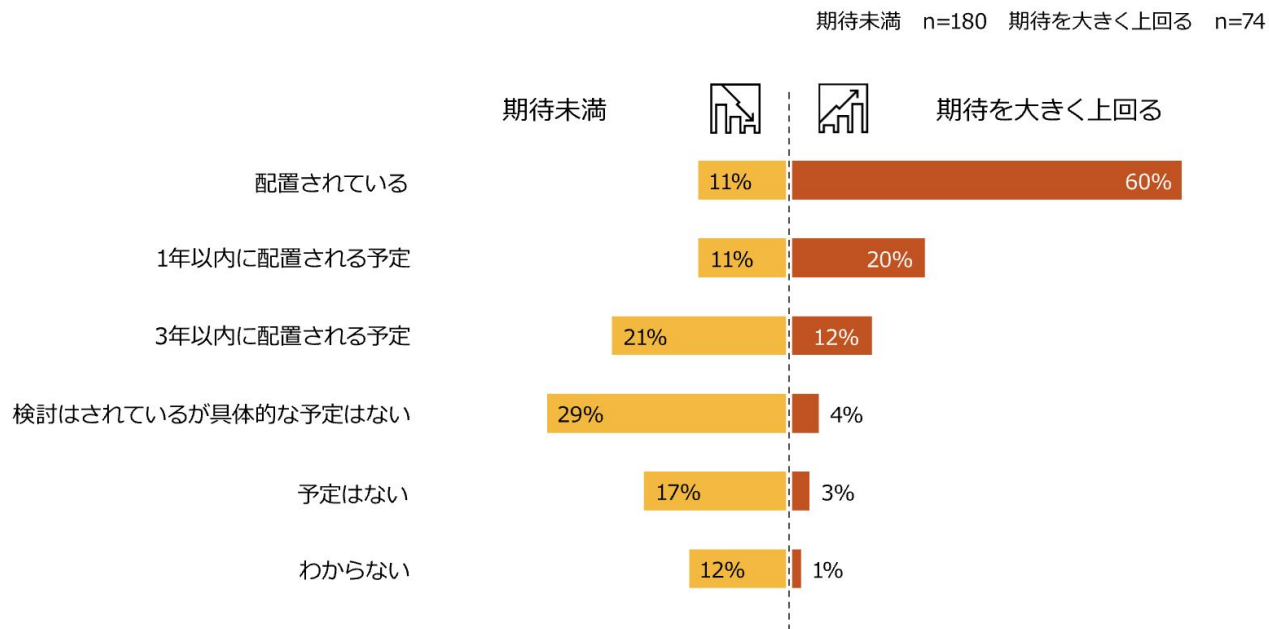
# 社長直轄が最も期待を上回る効果に

図表8：生成AIの導入を推進する部門



# CAIOの配置すると期待を上回る効果に

図表9：CAIOの配置状況

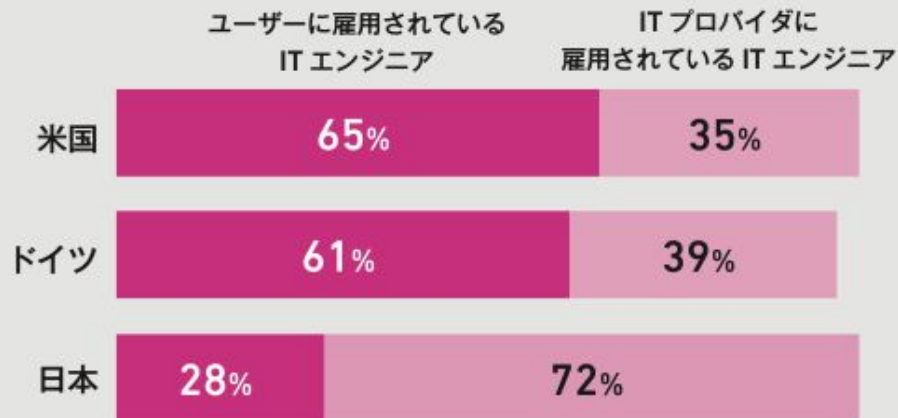




# 開発リソースが少ない国内事業会社

## 各国のITエンジニア雇用状況

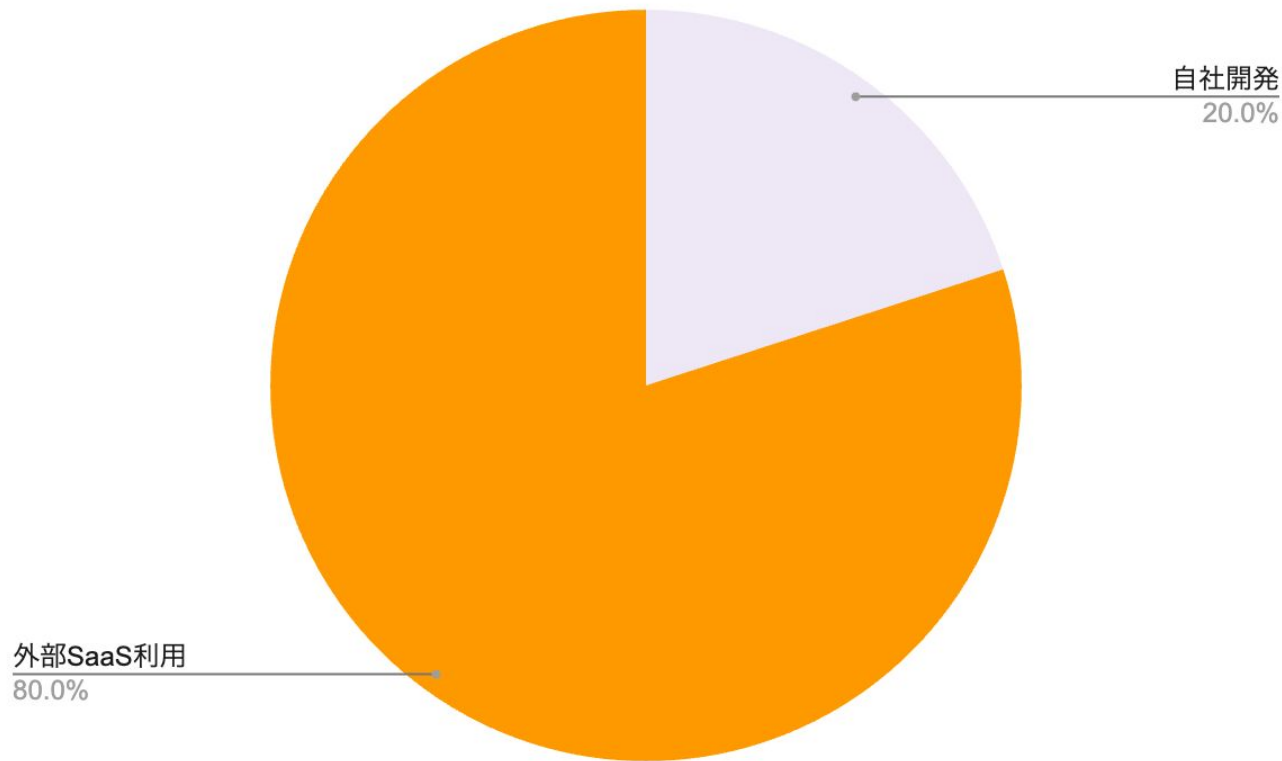
IPA調査（2015）



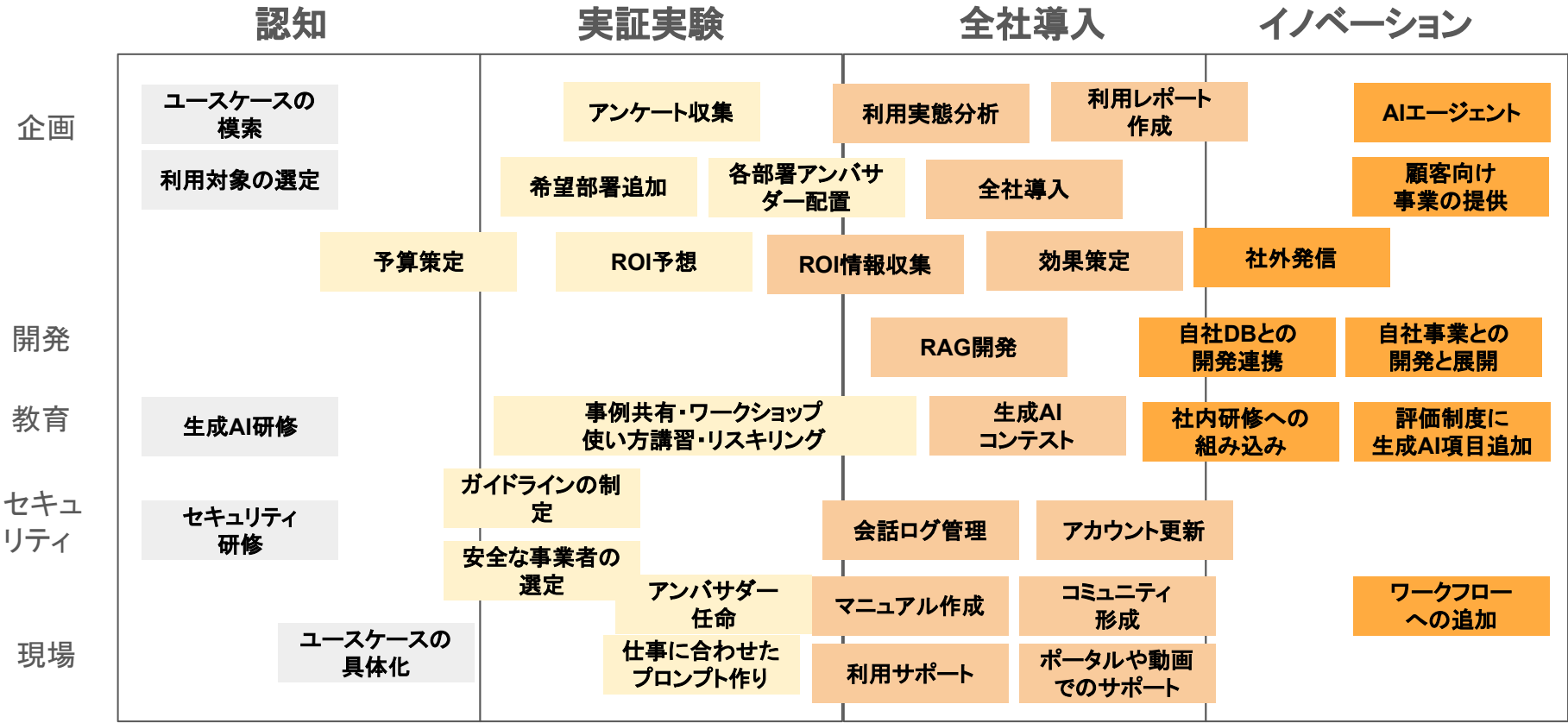
日本では、ほとんどの IT エンジニアが IT プロバイダに雇用されている。  
このことが、日本で DX を成功させる上で重大な障壁となっている。

（出典）マッキンゼー・デジタル・日本  
「デジタル革命の本質：日本のリーダーへのメッセージ」

## 第4ステップ: 開発体制



# 生成AI活用までの道のり



# 効果が期待を上回る本質的な要素

図表6：生成AIへの期待値

		効果が期待未満	効果が期待を大きく上回る	
	目的意識	チャンスの捉え方	既存業務を前提として、自社ビジネスの効率化・高度化	事業モデルから見直す姿勢で、業界構造の根本から変革
	推進体制	導入推進部門	通常の業務改善と捉えてIT部門／経営企画中心	経営課題と捉えて経営トップ自らが推進体制に参画
	CAIO配置	配置しておらず、情報収集や方針策定の責任があいまい	明確な責任者を配置してAI活用を推進	
	業務プロセス	ユースケース	要約や資料検索といった基本的な利用にとどまる	音声・画像生成、新規ビジネス企画に踏み込む
	導入対象部門	全社一律の活用が主体で業務特化への取り組みが弱い	業務に特化した活用を積極的に推進	
	業務置き換え	AIによる業務の置き換えは部分的にとどまる	AIによる完全な業務置き換えを志向	
	業務の組み込み	AI利用の判断がユーザーに委ねられている	AIが正式な業務として組み込まれている	
	AIエージェント	限定的なAI活用にとどまり、消極的	業務のAI化の徹底のために積極的に導入	
		活用の土台	インテリジェンス	ある程度は情報を収集しているが、様子見
ガバナンス		AIを既存業務の延長で捉え、最低限の整備にとどまる	AI活用を推進・定着させるためにガバナンスを重視	
従業員との共生		特に従業員への利益還元は消極的	従業員への還元を積極的に推進	

# 目的意識、推進体制、業務プロセス、 活用の土台で推進の成功要因あり

図表16：各国共通の成功要因

		🇯🇵 日本		🇺🇸 米国		🇨🇳 中国		🇬🇧 英国		🇩🇪 ドイツ	
		期待未滿	期待を上回る	期待未滿	期待を上回る	期待未滿	期待を上回る	期待未滿	期待を上回る	期待未滿	期待を上回る
🎯 目的意識	業界構造改革としての チャンスの捉え方	15%	55%	5%	48%	12%	29%	14%	58%	18%	40%
🏢 推進体制	社長直轄	8%	61%	28%	49%	13%	47%	17%	51%	27%	65%
	CAIO配置	11%	59%	19%	53%	12%	64%	14%	67%	9%	55%
🔄 業務 プロセス	業務を完全に置き換え	1%	39%	10%	16%	5%	13%	3%	9%	0%	10%
	業務組み込み	14%	72%	33%	79%	28%	81%	19%	82%	36%	45%
	AIエージェント導入	26%	77%	38%	80%	28%	78%	47%	85%	45%	75%
🏠 活用の 土台	十分な情報 キャッチアップ	11%	80%	53%	85%	38%	77%	42%	85%	36%	85%
	十分なガバナンス	6%	77%	19%	75%	22%	86%	6%	85%	27%	90%
	従業員への利益還元	28%	69%	55%	65%	38%	45%	33%	72%	55%	65%

- ・「期待を大きく上回る」 日本: n=74、米国: n=252、中国: n=101、英国: n=137、ドイツ: n=20
- ・「やや期待を下回る」「期待とはかけ離れた結果となった」 日本: n=180、米国: n=58、中国: n=40、英国: n=36、ドイツ: n=11

# お問い合わせ

ご不明な点などございましたら、  
お気軽にお問い合わせください。

[business@crafter.co.jp](mailto:business@crafter.co.jp)

05031641621



株式会社クラフター

<https://www.crafter.co.jp/jp>