



AIファースト企業を 目指して

企業全体でAIを活用するための
実践的なステップ



目次

概要	3
1. はじめに：今なぜAIファーストなのか	4
2. AIファースト企業の原則	5
3. よくある落とし穴	9
4. AIファーストになるための推奨事項	11
5. 大きな価値をもたらす 高機能AIの見極め	13
6. AIファースト企業への道のり	18
7. 結論	20

概要

AIファースト企業になることは、ワークフローの自動化の段階からはるか先に進むことを意味します。

AIファースト企業を目指すためには、業務の構造化、意思決定の方法、価値創出の方法について、改めて検討する必要があります。AIは単なる効率化のためのツールではなく、新しい能力を引き出す触媒なのです。適切に導入されたAIは、人間の判断力を（置き換えるのではなく）強化してくれます。また、パートナーとして、まったく新しい働き方やコラボレーションの実現を後押ししてくれます。

このビジョンを実現するためには、AIネイティブのロジックでシステムを再設計し、従来型の権限付与、インターフェース、プロセスを進化させて、インテリジェントエージェントをサポートする必要があります。いずれにしても、この新たなパラダイムでは、信頼性、ガバナンス、セキュリティが非常に重要です。機密データや非構造化データを扱う企業にとっては、特にそうです。

成功は、リーダー間の調整、実験の文化、改善サイクルの高速化を進める能力にかかりています。再設計することなく自動化を進めたり、統一戦略の確立に失敗したり、構築したデータインフラストラクチャが不適切だったりという、よくある落とし穴は回避しなければなりません。バリューチェーン全体にAIを埋め込み、専任のAIリーダーを任命し、倫理的フレームワークを白紙の状態から整備する必要があります。

結局、AIファースト企業になるとは、AI対応の機能を導入することではなく、何ができるのかを社内全体で改めて考え直すことなのです。



Aaron Levie
CEO兼共同創設者
Box



Olivia Nottebohm
最高執行責任者
Box

1. はじめに: 今なぜAIファーストなのか

ビジネスの変革が避けられなくなった現在、AIはもはや些末な用途のために試験的に導入される技術ではなくなり、企業が事業を運営して価値を提供するために欠かせない基盤になっています。

大規模言語モデルの普及、複雑なワークフローを実行できるAIエージェントの登場、さらに顧客と従業員の間でインテリジェントかつレスポンシブなシステムに対する期待が大きく高まっていることなど、さまざまなトレンドが収束して、このような変化をもたらしています。この環境で成功を収めている企業は、単純にAIを導入するだけでなく、AIを中心に据えて、自社の戦略、業務、文化を刷新しています。

AIの活用が競争優位性を得るための主な差別化要因になったことで、AIで後れを取ることのリスクは、かつてないほど大きくなっています。どの業界でも、AIを導入した企業は、生産性、スピード、カスタマーエクスペリエンスが大幅に改善されます。

つまり、AIファーストの戦略を採用した企業は、より大きな価値を、より早く、より少ないリソースで実現することができます。Boxが最近発表したレポート [「企業におけるAI利用の現状」](#) では、AI導入で最先端を走る企業は生産性が平均37%高く、同業他社に対する競争優位性を得ているという結果が示されています。

この調査では、60%の企業が2年以内のAI変革を目指していることも明らかになっています。もはや、AIがビジネスに影響を及ぼすかどうかを議論する段階ではありません。どうやってAIを迅速に活用し、競合他社に差を付けるのかが、今の企業の課題となっています。これから企業に就職するAIネイティブ世代の従業員は、AIイノベーションを取り入れている雇用主を選ぶでしょう。

生成AIの機能とエージェント型ツールの急速な進化が引き金となって、企業における事業運営、競争、価値提供の手法が大きく変わりつつあります。大量の非構造化コンテンツを扱う企業にとって、AIファーストへの移行は単に戦略的に不可欠なだけでなく、生き残りをかけた挑戦なのです。単なるワーカロードの削減が目的ではありません。ビジネスそのものを刷新することが求められているのです。

2. AIファースト企業の原則

AIの導入に大きく成功している企業が、いくつかの重要な原則に従っていることがわかつてきました。この原則では、AIを単なる自動化にとどまらない、変革をもたらす力として捉えています。以下のガイドラインに従うことで、AIの秘めたパワーを引き出し、これまで想像もしていなかったようなことを実現できます。

能力増幅器としてのAI

AIは、従来型のワークフローを自動化するだけのツールではありません。端的に言えば、AIの可能性は、従来は不可能だったやり方で業務を効率化する能力にあります。

プロンプト1つでソフトウェアアプリケーションをまるごと生成したり、新入社員のオンボーディングと戦力化に要する期間を数か月から数時間に短縮したり、人間では想像もつかない画期的な製品を生み出したりできます。AIを巧みに利用する企業は、製品エクスペリエンス、チームのワークフロー、社内の業務を、AIエージェントを軸にして再構築することになるでしょう。基本業務の自動化にとどまらず、クリエイティブな問題解決、プロアクティブな意思決定、部門間のインテリジェントなコラボレーションを、AIによって推進するという構想を描くことができます。

マーケティングキャンペーンを25の言語にローカライズしたり、優先度が低く常に後回しになっていた雑多なバグに対処したり、構造化されていない顧客データを抽出してインサイトを得たりといったタスクが、急に実行可能な選択肢として浮上するのです。少ない時間と労力で大きな成果を上げる、それだけがAIのメリットではありません。今まで想像すらしていなかったことが、実現するのです。

たとえば、マネージャーが従業員にこう問いかけるとします。「これまでの100分の1の費用で、もっと充実したスキルが得られるしたらどうでしょうか。従来は不可能だった、どのようなことが可能になるのか、提案してください」このようにして、企業はまったく新しいワークフローや取り組みに関するクリエイティブな発想を引き出すことができます。

少ない時間と労力で大きな成果を上げる、それだけがAIのメリットではありません。今まで想像すらしていなかったことが、実現するのです。

人間とAIのパートナーシップ

AIは、人間の可能性を広げるツールであり、人間の仕事を奪うものであってはなりません。AIを利用する目的は、意思決定を迅速化したり、関連するコンテンツを抽出したり、従業員の生産性を高めたりすることにあります。AIとのパートナーシップにより、人間は高次元の思考、関係構築、イノベーションに専念でき、データ中心の定型的な作業や複雑な作業をAIに任せることができます。持続的な価値を得るためにには、この相乗効果をもたらす仕組みを意図的に設計することが重要です。

AIの進化に合わせて、雇用戦略も進化させる必要があります。AIネイティブのツールとワークフローに馴染んでいる人物、つまり意識せずとも自然な発想の中でAIを使って業務をスピードアップできるような人材を探しましょう。AIを恐れず、むしろ手足のように活用できる人物が、次世代の新規採用者となります。そういう人材の声に耳を傾け、そこから学ぶことで、AIファーストの環境で役割を再編したり、プロセスを再検討したり、業績を再評価したりする方法について、斬新なアイデアを得ることができます。

同じくらい重要なのは、既存の従業員のAIスキル強化です。Boxのレポート「[企業におけるAI利用の現状](#)」では、多くの企業が社内のAIスキル不足を補うために、既存の従業員のスキルアップを実施していることが明らかになりました。社内のAIスキルを高めるには、プロンプトライブラリ、ワークショップ、ニュースレター、トレーニングセッションといったリソースを利用した試行錯誤を奨励し、ベストプラクティスの共有を求めるのが効果的です。

気軽に試行錯誤できる雰囲気があれば、技術職だけでなく、すべての部門の職場でワークフローのプロトタイプを作成し、新しい成果を得ることができます。大きな変化をもたらすアイデアの中には、思いがけないところから生まれるものもあります。好奇心と自発性が高く評価される文化を醸成することで、そういうアイデアが育まれる場所ができます。

経営上の意思決定においてAIが果たす役割を評価することも重要になります。AIファーストの世界で、従来と同じ階層型の業務構造は果たして必要なのでしょうか。はっきり言えば、一部の管理業務（品質チェック、会社のルールや過去の決定に基づく意思決定など）は時代遅れになる可能性があります。

気軽に試行錯誤できる雰囲気があれば、技術職だけでなく、すべての部門の職場でワークフローのプロトタイプを作成し、新しい成果を得ることができます。

AIネイティブ設計

AIネイティブ設計に欠かすことのできない適応性、継続的学習、直感的操作性は、ユーザー エクスペリエンスとビジネスシステムに対しても非常に重要です。エージェントベースの運用をサポートするには、従来型のインターフェースと権限モデルの刷新が必要になります。

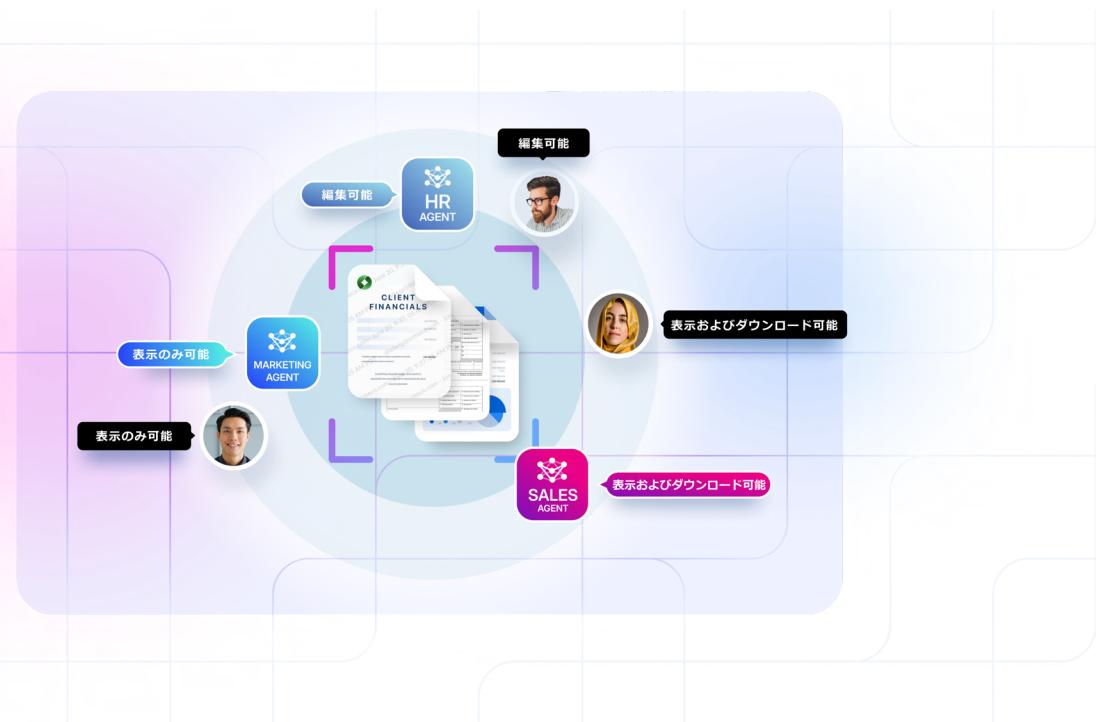
たとえば、AIエージェントをバックグラウンドで長期間稼動させたり、1件のタスクに数千のエージェントを投入したりできるのであれば、ソフトウェアの操作方法も根本的に変わることになるでしょう。さらに、AIソフトウェアスタックの変化に合わせて、コンテキストに応じてリアルタイムに意思決定できるようワークフローを再設計し、AIエージェントと動的に対話するためのインターフェースを開発する必要があります。

AIアンカー：データのプライバシー、セキュリティ、信頼性、ガバナンス

AIの導入にあたり、最大の懸念となるのがデータの保護です。Boxのレポート [「企業におけるAI利用の現状」](#) では、回答者の74%がデータのプライバシーとセキュリティを最大の懸念事項にあげています。

エンタープライズグレードのコンプライアンス、監査可能性、権限モデルを備えたAIツールでなければ、安全に導入することはできません。絶対的な指針となる原則は、「AIエージェントは秘密を守れない」です。簡単に言えば、中核となるデータセキュリティモデルを維持するために、AIは決して頼りにならないということです。ユーザーの質問に対する回答を、そのユーザーがアクセスできるデータから得られるものに限定するためには、データ権限とAIエージェントのワークフローを明確に分離することが重要です。

AIの導入を拡大するにあたり、信頼性は必須条件です。これには、AIの意思決定プロセスの透明性、バイアスの管理、ユーザーの代理権限とプライバシーの保護が含まれます。初期の段階からガバナンス構造を整備して、企業の価値や規制要件に沿った技術が導入されるようにする必要があります。



すべてのAI利用が把握され、高い透明度で統制されなければなりません。AIガバナンスは、第三者によるAIの活用方法から、自社製品へのAIエージェントの搭載方法に至るまで、さまざまな範囲に及びます。

戦略的資産としてのデータ

AIファースト企業はデータを事業の副産物と考えず、戦略の中核をなす資産として捉えています。

特に非構造化データ（調査資料、契約書、マーケティング資料、請求書、損傷車体写真、製品仕様書、製造ライン撮像ビデオなどの企業コンテンツ）は、AIの登場によって大きく価値が高まっています。もはや、非構造化データは保存されて共有された後で忘れ去られてしまう存在ではなくなりました。膨大な量のデータをAIエージェントによって活用し、まったく新しい方法で価値を引き出せるようになったからです。

AIエージェントを利用すれば、以下のようなプロセスを効率化できます。

- **デューディリジェンスの実施:** 数千件におよぶM&A取引ドキュメントを分析
- **トレンドの特定:** お客様アンケートと製品開発研究データを集計
- **従業員のオンボーディング:** これまで数か月かかっていた新人教育が数時間で完了
- **調査結果の分析:** ライフサイエンス分野で創薬に要する期間を短縮
- **メタデータの抽出:** 契約書、請求書、写真、その他のドキュメントから簡単にインサイトを取得

リアルタイムでデータを取得して構造化し、権限を付与し、利用できるようにする効果的な戦略があればこそ、AIでデータを活用することができます。適切に管理された高品質のデータがなければ、高性能のモデルもパフォーマンスを発揮できず、データの漏えいや誤った応答につながります。

企業は統合されたデータ分類とガバナンス標準の確立だけでなく、コンテンツとコミュニケーション全体の鮮度、系統性、コンテキストを維持するためのシステムにも投資する必要があります。このような基盤を整備することで、AIがもたらす情報の質を高め、パフォーマンスを損なう断片化を防止できます。

非構造化データ（調査資料、契約書、マーケティング資料、請求書、製品仕様書などの企業コンテンツ）は、AIの登場によって大きく価値が高まっています。

3. よくある落とし穴

強力なリーダーシップ、よく練られた戦略、インフラへの十分な投資があつたとしても、多くの企業がAIファースト体制に移行できずに課題に直面しています。

よくある落とし穴は、時代遅れの発想、不完全な導入、企業に求められる変化の過小評価などが原因で生じます。このような躊躇を早い段階で特定し解決しておくことで、AI戦略が成功し持続する可能性が大幅に高まります。

再検討なき自動化

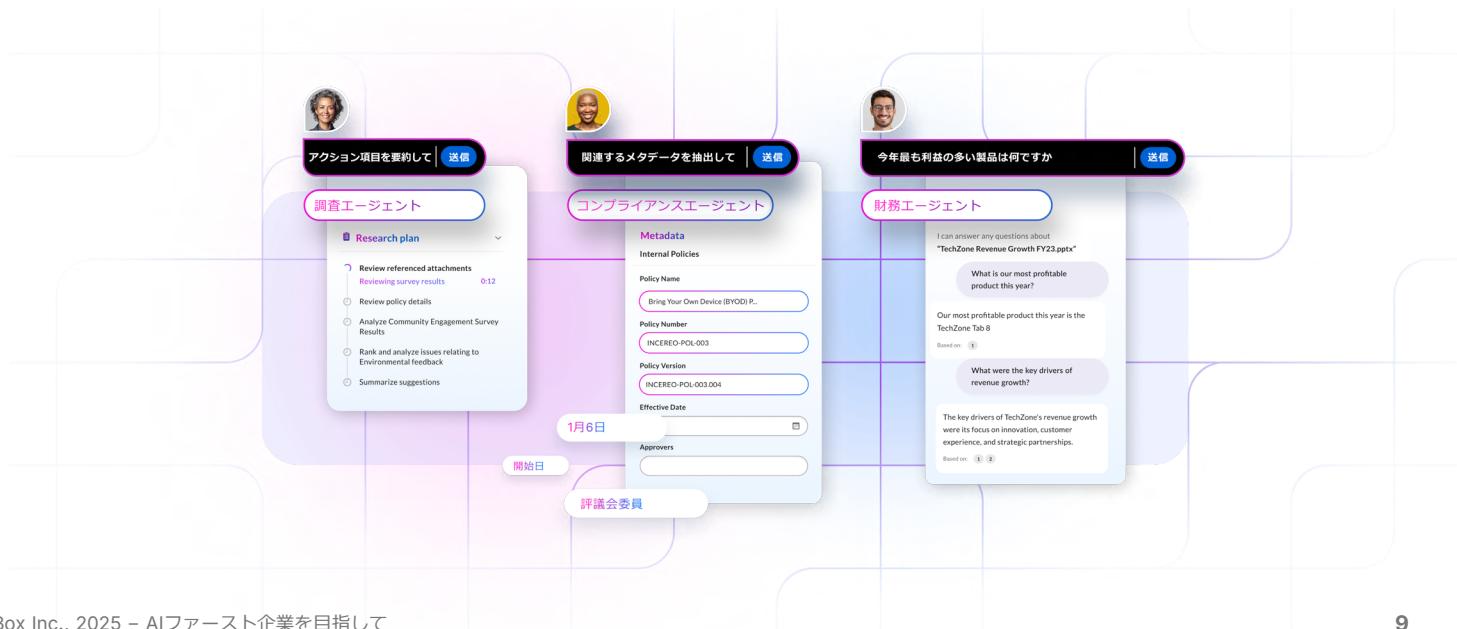
よくある間違いの1つが、既存のタスクを単純に自動化してしまうことです。真のブレイクスルーを実現するには、まず目的と構造を根本的に再検討することから始めなければなりません。そうしなければ、自動化でかえって効率が落ちたり制限が増えたりする可能性もあります。漠然と自動化するのではなく、AIの導入を機に、「AIを利用できる今、この業務はどうあるべきか」考えてみましょう。

コスト削減に対する過剰な期待による迅速化/拡張の機会喪失

AI導入の効果を見積もる際には、できる限り慎重を期してください。

AIでタスクの部門あたりコストを削減することで、どれほどの費用が浮くのか考えるのは魅力的ですが、早い段階からコスト削減に注力するのは禁物です。生産性に関する指標の測定には意味がありますが、最初から節約を優先するとゼロサム思考に陥ってしまう可能性があります。

代わりに、イノベーションの創出、カスタマーエンゲージメントモデルの改善、画期的なインサイトの発見、働き方の改善に注目してみましょう。それがプラスサム思考、導入の推進、AIを活用するユースケースの増加につながります。



データの準備不足

AIを最大限に活用するには、非構造化データの構造化が必要です。

早い段階からメタデータ、権限、バージョン管理、アクセス制御に投資しておくと、AI対応のインフラを整備するために役立ちます。質の低いデータ、コンテンツリポジトリのサイロ化、一貫性のないタグ付けなどの問題があると、AIのパフォーマンスが著しく損なわれる可能性があります。データの成熟度を高めておくことはAI機能開発の前提であり、後からどうにかなる問題ではありません。

戦略的調整とガバナンスの欠如

多くの企業が、個別のプロジェクトごとにAIを導入しています。一方でAIファースト企業は、製品、市場開拓、カスタマーサクセスの各部門を横断してAIを導入しています。

個別的なアプローチは、無駄な投資、一貫性のないカスタマーエクスペリエンス、断片化したデータフローにつながる可能性があります。戦略的な調整を行うことで、AIに関するすべての取り組みが、シナジーを生み出す首尾一貫したビジョンの実現につながることになります。

また、少なからぬ企業がガバナンスと倫理を戦略的な基本方針とせず、コンプライアンスの1項目として扱っています。AIガバナンスのフレームワークの整備が遅れると、プライバシー侵害、意図しないバイアス、企業イメージ失墜のリスクが高まります。ガバナンスは最初期の段階で策定しておき、モデルの選択から人間参加型のワークフローまで、さまざまな行動の指針として利用する必要があります。

AIガバナンスは、従来のガバナンスと同じではありません。単なるコンプライアンス規則ではなく、会社の倫理観と価値観を宣言するものです。単なる保護とリスク管理を目的とした規則ではなく、会社として事業活動を行うための基盤となるものです。後から取り組むのではなく、最初から未来を見据えて取り組みましょう。

チェンジマネジメントの過小評価と 「ビッグバン」の過大評価

見過ごされがちなリスクの1つが、変化に対する社内からの抵抗です。どんなに洗練されたAIツールも、ユーザー側がそれを受け入れる方法を理解していないければ役に立ちません。最悪の場合、ユーザーがAIを脅威とみなすケースも考えられます。

信頼を構築し、持続的利用を促すためには、明確なコミュニケーション、狙いを絞ったトレーニング、リーダーによる目に見えるサポートが不可欠です。優れたAI戦略は、1つの取り組みではなく、自然発生的な要素によって成長するものです。

反復的な導入、早い段階での明確な成果、草の根的なイノベーションによって生まれる熱意が、持続的な変革には必要です。AIの基本原則と利用ガイドラインに準拠しながら、個別のAIプロジェクトを連ねるのではなく、企業全体にイノベーションをもたらす存在としてAIを導入したときに、AIの真価を引き出すことができるのです。

4. AIファーストになるための推奨事項

AIファースト企業になるためには、リーダーシップ、業務、カルチャーの各分野で計画的かつ戦略的な行動が求められます。ここでは、この変革を主導するための実践的な考え方となる推奨事項をいくつかご紹介します。

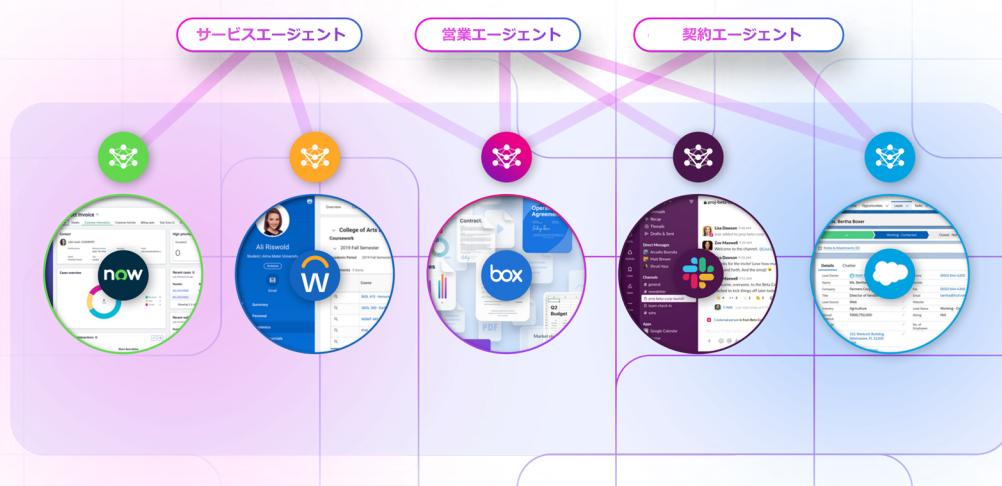
1. 変革リーダーの任命とイノベーション貢献者の称賛

AIファーストへの移行は全社員の義務ですが、戦略、導入、部門間調整を主導する経営幹部レベルのAI変革リーダーがいると有益です。AIの高度に技術的な性質を考慮すると、人事部門や中核事業部門のリーダーだけでなく、IT部門、デジタル部門、エンジニアリング部門のリーダーを加えるのが賢明です。同時に、すべての経営幹部がAIに関する知識を身につけ、AIの基本原則に従って問題を解決できる能力を備えるべきです。部門を問わず、AIを使った新しい作業方法を考案する従業員が出てきたら、AIファーストに貢献する従業員にスポットライトを当て、称賛するようにしましょう。

2. 安全で拡張性の高いAIインフラストラクチャへの投資

これはつまり、チームが適切なAIツールとAIシステムにアクセスできること、そしてそのツールが既存のテクノロジスタック全体で安全に動作することを意味します。AIシステムは、幅広いAIモデル（OpenAI、Google、Anthropic、Meta、xAIなど）とAIプラットフォーム（Box AI、Salesforce Agentforce、Google Agentspace、ChatGPT、ServiceNow Agent Fabric、IBM Watsonx Orchestrateなど）をサポートするものになります。

急速なペースでイノベーションと破壊的創造が進む今日の状況を考えると、将来の選択肢を増やす相互運用性が重要になります。



3. 明確なAI倫理ポリシーとガバナンスポリシーの早期確立

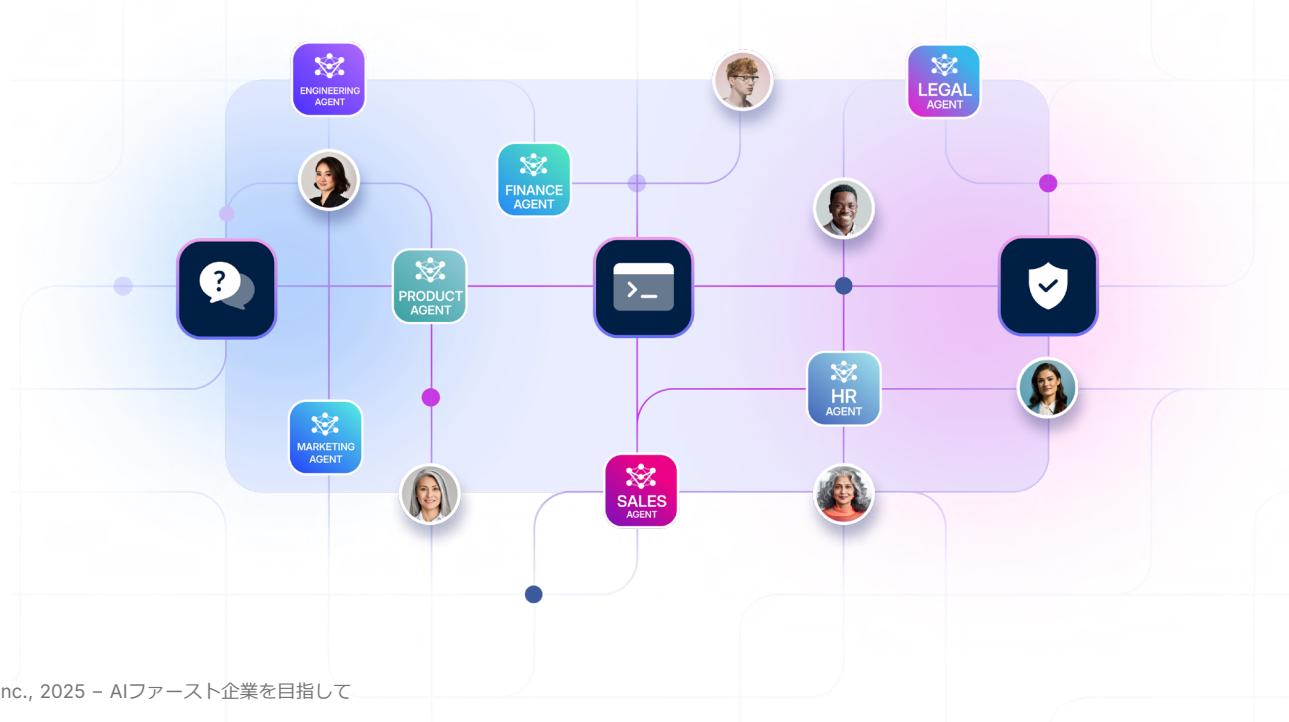
データプライバシー、モデルの説明可能性、責任ある導入、公平性といった倫理的検討事項は、最初から戦略に組み込んでおく必要があります。決定事項の多くは、静的なものではありません。たとえば、AIエージェントが実行するタスクシーケンスが長くなっていることから、AIエージェントが並列展開されたりするようになると、AIによる意思決定のすべてに人間による介入を求めるることはますます現実的でなくなっています。つまりAIの倫理ポリシー、ガバナンスポリシー、導入ポリシーは、最新のAIテクノロジに合わせて、定期的に見直す必要があります。

4. 従業員のスキルアップ計画と全員を対象とするAIトレーニング

AIが最大限に導入、利用されるようにするには、すべての従業員を巻き込むことが重要です。まずは、ツールの使用、プロンプトの作成、ワークフローに合ったAIエージェントの選択などに関するベストプラクティスを学ぶAIトレーニングを従業員に提供しましょう。適切なガバナンスとガイドラインが整備できたら、社内各所でAIの分散導入を促すとよいでしょう。自動化のアイデアや自動化可能なワークフローは、会社側が予想していたよりもはるかに多いことがあるからです。このようなベストプラクティスを広めるための「AIデー」を開催して、成功を収めている企業もあります。この日、従業員は自分のワークフローでAIを試し、チーム内や会社内のユースケースを検討できます。AI変革チームが、チームや部門で使われている良質なプロンプトを集めたプロンプトライブラリを公開するのもよいでしょう。

5. 高インパクトのワークフローの開発

企業は生成AIという新しいパラダイムへの移行に伴い、AIネイティブのワークフローを、従来のシステムに追加するのではなく、まったく新規に設計する必要があります。多くの場合、インテリジェントなエージェントとのリアルタイムコラボレーションを可能にするために、手法全体を新しく再椑討することになります。迅速にユースケースの試験運用を行い、反復を通じて学ぶことが重要になります。早い段階での成功によって、社内の気運が高まり、統合に関連する課題が明らかになり、さらに広範なローラウトのための情報が得られます。



5. 大きな価値をもたらす高機能AIの見極め

戦略的にどの分野のAIユースケースを優先するのかを決定することは、AIファースト企業を目指すうえで最も重要なことの一つです。AIを利用する新しいITシステムを導入し、社内のチェンジマネジメントを推進するには、少なくない時間とリソースが必要となります。そのため、AIを導入する際にはシステム変更の優先順位を効果の高い順に決定しておくことが重要です。

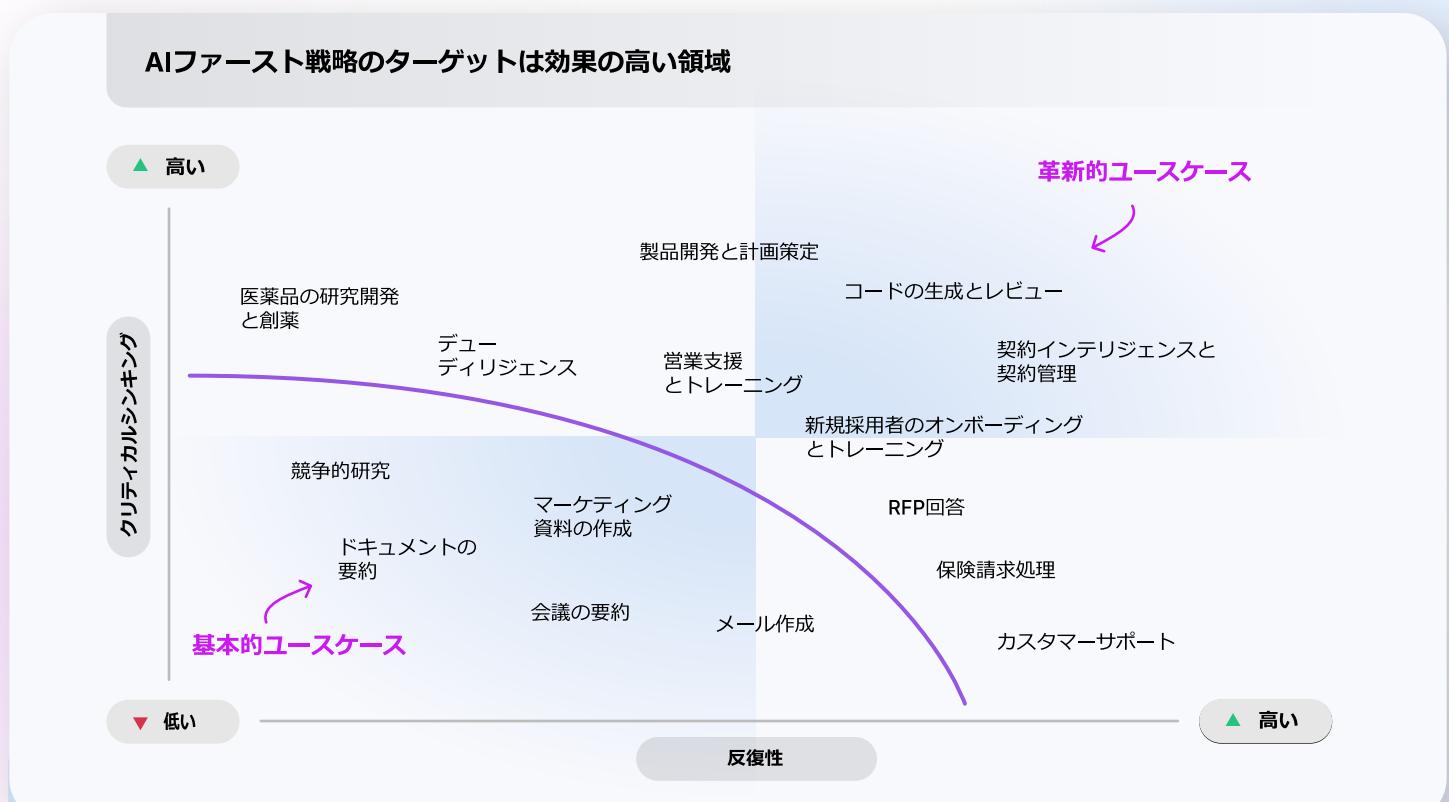
AIを導入するあたり、即効性のあるユースケースとして思い浮かぶのは、メールの作成支援、ドキュメントの要約、ビデオ会議の文字起こしなど、従業員なら誰でも心当たりのある日常的なタスクの生産性をAIによって高めるユースケースです。このような基本的な機能の導入を進めることは重要です。また、適切なツールとトレーニングによる従業員支援は、AIで早期に成果を上げるために欠かせません。従業員がAIによる時間節約のメリットをすぐに実感することで、もっと戦略性の高い業務へのAI導入が容易になります。

基本的な導入とトレーニングが完了したら、AI導入に向けたリソースの大部分を、ビジネスに変革をもたらす可能性が高いAIエージェントのユースケースに振分けましょう。多くの場合それに該当するのは、比較的頻度が高く反復的で、自動化により（お客様、パートナー、従業員）エクスペリエンスを改善できる作業に関連する分野と、クリティカルシンキングが占める割合が多く、AIによってイノベーションを強力に推進できる作業に関連する分野です。前者の分野では、カスタマーサポートや販売についての問い合わせへの回答、保険金請求の処理、RFPへの回答を担うAIエージェントを導入することで、短期間でROIやカスタマーディライトを改善できます。後者の分野では、創薬、調査、製品開発、戦略的計画策定における高度なイノベーションを支援するAIエージェントを導入することで、大きな成果を得られます。

適切なツールとトレーニングによる従業員支援は、AIで早期に成果を上げるために欠かせません。

言うまでもなく最も価値の高いユースケースは、最近開発されたAIでなければ手に負えない、比較的頻度が高く一定レベルのクリティカルシンキングが求められるタイプの作業です。この分野では、コード記述やレビューの補強から契約インテリジェンスや契約管理の自動化に至るまで、さまざまな作業をAIエージェントが支援できます。どの業界でも、さまざまな分野で革新的なAIユースケースが現れるようになるでしょう。そこで重要になってくるのが、どこにAIを適用すれば作業を補助したり、お客様に提供するサービスを改善したり、新しい収益源を開拓したりするのに役立つかを見極めることです。

図表1：効果の高いAI支援型業務を特定するための枠組み

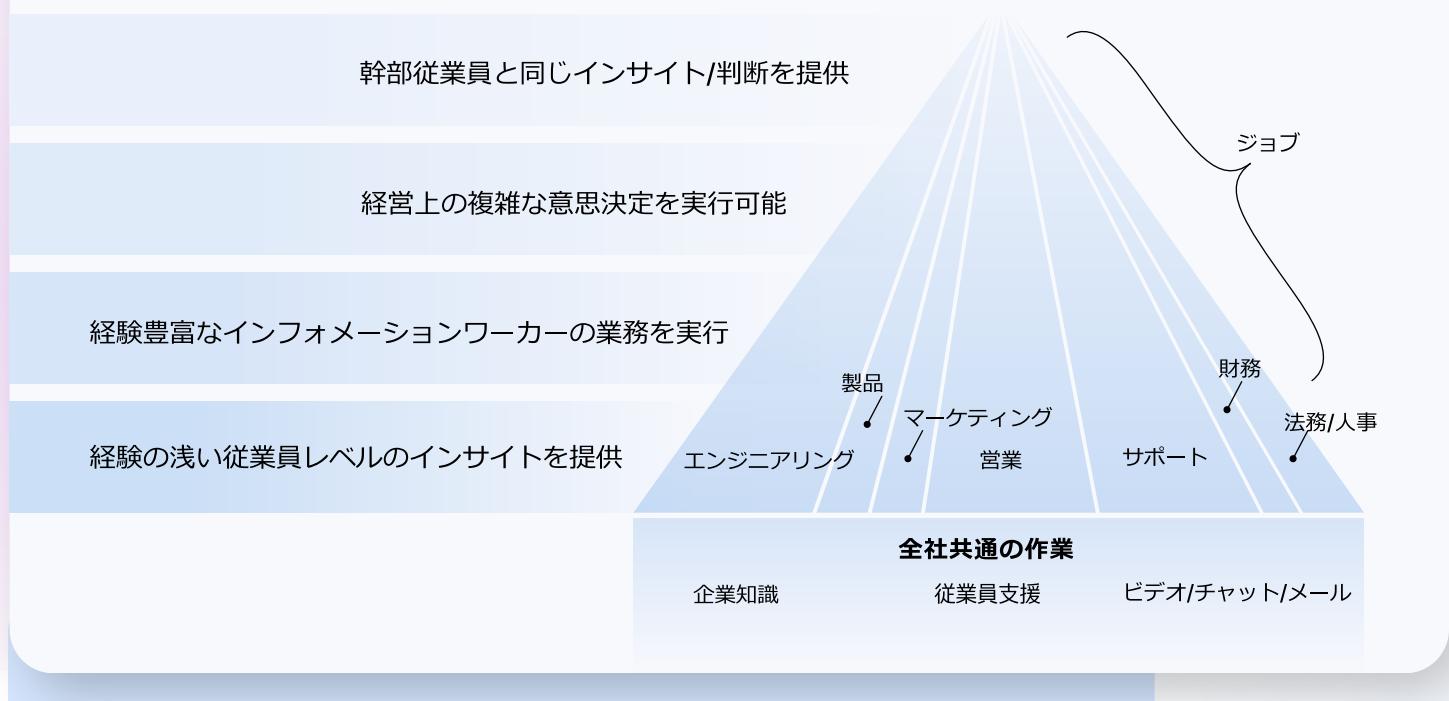


この2x2のマトリクスでは、縦軸がクリティカルシンキングが求められる度合いを表します。横軸はタスクが繰り返される頻度を表します。AIファーストの戦略は多くの場合、初期段階で普及への勢いを付けるために基本的なユースケースから始めますが、最終的には変革に直結するユースケースの優先度が高くなります。

どの分野から着手するべきか判断するには、社内でAIを利用する可能性がある従業員が多い分野を検討するという方法もあります。現在の従業員の構成や、AIを利用してすることで恩恵を得られる分野を考えてみましょう。反復性が高く、かかる従業員の数が多いタスクが最も有望です。

図表2: AIエージェントと従来の組織における責任の所在

AIエージェントの能力と組織構造の対応図



この図表は、入門レベルのインサイトの提供から経営上の複雑な意思決定に至るまで、AIエージェントの役割を組織の各階層にマッピングしたものです。

AIエージェント利用の推進

効率的なワークフローを問題なく実現するためには、IT部門がこれまで以上に近い距離感で社員の業務と向かい合う必要があります。IT部門は人事などの他部門にも協力を仰ぎつつ、従業員に継続的なトレーニングを行い、AIエージェントができることとできないことを教えなければなりません。各部門のリーダーが必要なビジネス上の成果を決定し、その成果を分割して、必要な個々の業務として割り当てます。各部門のリーダーはIT部門と協力して試験運用を実施し、正当な根拠に基づいて、成果につながるアプローチを作成する必要があります（多くの場合、複数のエージェントを使用することになります）。従来は、

チームリーダーが人事部門に対して適切なスキルを備えた人物を採用するよう依頼していましたが、今後はチームリーダーが市場で事前構築済みエージェントを探す（または特定のタスク用にエージェントをカスタマイズするようIT部門に依頼する）ことが多くなるでしょう。

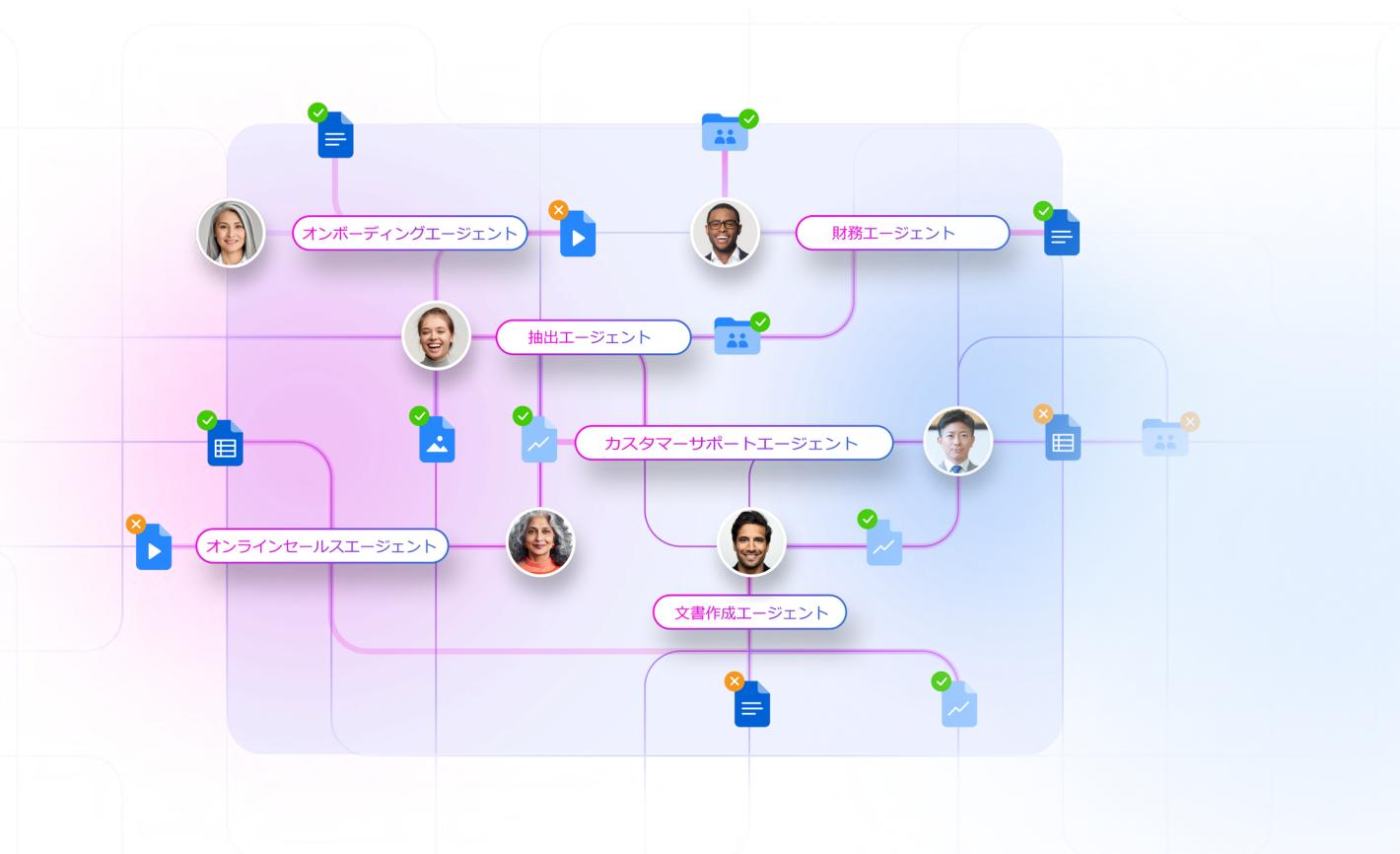
AI以前の時代、各事業部門が運用予算を持ち、それで人材を登用してビジネス上の問題を解決していたように、近い将来、運用予算にAI予算が含まれるようになるかもしれません。こうした「AI予算」は、多くの場合、AIシステムに対するコンピューティングクレジット（トークン）という形式を取りますが、これが従来「人件費」として括られていた予算と同一化されることになるでしょう。

今後は、個人も、チームも、企業全体も、デジタル人件費とそれ以外の支出のどちらを優先するかという、トレードオフの意思決定を行うようになる可能性があります。言うまでもなく、これにより財務会計、財務計画、予算編成のダイナミクスに新時代が到来することになります。

ナレッジワーカー全体のシフト

AIエージェントが企業の生産性向上に寄与する割合が高くなると、人間の貢献者であるナレッジワーカーの日常業務も変化することが予想されます。その兆候はすでに現れています。ソフトウェアエンジニアは、かつてマネージャーがそうしたように、タスクを一度に多数のエージェントに任せ始めています。

ナレッジワーカーが実質的にAIエージェントのマネージャーを務める状況が予測できるということは、ナレッジワーカーの日常業務や中間管理職の業務も変化するということです。一般的に、マネージャーが扱う業務にはナレッジワーカーと無関係なものもありますが（人員の割り振り、昇進人事、人間関係の調整など）、エージェントの作業内容の品質チェックに加え、タスクと望まれる成果の明確化という役割をナレッジワーカーが担うようになるでしょう。



組織内のどこで何ができるのかを検討

企業がAIのパワーを活用し始めた中で、従業員は今この段階で何ができるのかを模索しています。ここまで述べてきた推奨事項を実践するとどうなるのか、Boxが自社内でBox AIを展開したときに各部門にどのような目に見える影響があったのかを例として紹介します。

製品&エンジニアリング

製品仕様書の作成、コードの分析、トレンドと新たなイノベーション領域を探るための顧客データ研究

営業

AIを活用したメタデータ抽出とドラフト生成によりRFPとRFIの回答を自動化することで、1ドキュメントあたりの所要時間を2時間短縮し、契約獲得を迅速化

サポート

チケット解決のための提案をリアルタイムで提供することで解決に要する時間を短縮、さらに新人エージェントのオンボーディング期間を30%短縮

マーケティング

Boxブランドコンテンツのドラフト作成、編集、公開の業務を効率化することでコンテンツの出力量が倍増

カスタマーサクセス

Box AIを搭載した社内向け製品知識ハブの導入により、お客様への回答とベストプラクティスの提供に要する時間を半分に短縮

財務

AI生成のレポートと分析によりインサイトの品質を改善し、対応時間を短縮

人事

オープン登録と候補者オンボーディングのワークフローを効率化することで対応が迅速化し、社内サービスの提供を大幅に効率化

法務

契約分析と電子証拠開示を自動化して法務部の応答時間を短縮し、訴訟費用を削減

セキュリティ

AIによって生成されるインシデントレポートと統合型アラートシステムにより、検出に要する時間を短縮、脅威への対応を強化

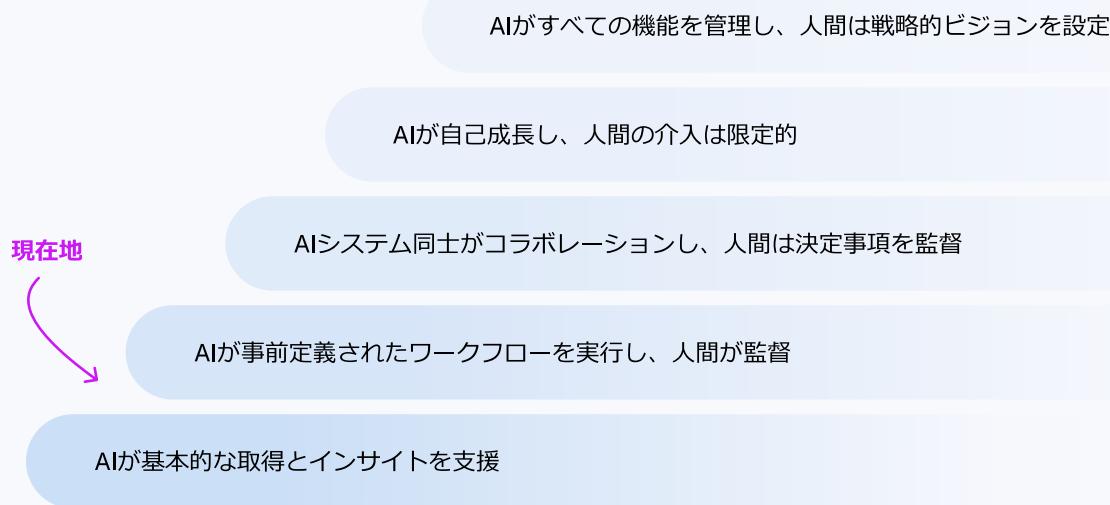
6. AIファースト企業 への道のり

企業におけるAI導入は、成熟曲線に従って進行します。
通常、以下の5つの段階を経ることになります。

- AIはもっぱら基本的な情報の取得とインサイトのために使用される、人間がすべての意思決定を行い、すべてのワークフローを実行
- AIは事前に決定されたワークフローを部門横断的に実行する、人間がプロセスを定義し、結果を監視
- 複数のAIシステムが相互にやり取りして複雑な問題を解決する、人間は戦略的監督役に回るが、関与は継続する
- AIが自身のパフォーマンスの改善を始める（戦略的変更については人間が承認）、人間は複数のAIエージェントの管理を開始
- AIが単独でニーズを特定、ビジネス機能全体を管理する、人間はビジョンを設定

図表3: AIファースト企業の成熟曲線

AIファースト企業の成熟モデル



現実には、まだ成熟曲線の第1段階にいる企業が大半です。

成熟曲線のどこに自社が位置しているのかを把握することで、期待と投資を現実的な範囲に収められます。

自社のAI準備状況を評価する際には、以下の点を確認する必要があります。

- AIエージェントをサポートするための適切なポリシー、アーキテクチャ、ガバナンス、インフラストラクチャが社内に存在するか
- データシステムはインテリジェントな意思決定に対応できるか
- AIスタック内での相互運用性と選択肢は確保されているか
- チェンジマネジメントのアプローチは実践されているか
- どのような基準でAI導入の効果と影響を測定するか（イノベーションの増加、まったく新しい効果的なプロセス、節約された時間、提供された作業単位）

以上の問いかけは、AIを実装できる領域だけでなく、AIをどうやって育てていくのかを見極めるために欠かせません。最初からこのような基準に従って計画を立てる企業が、新時代のインテリジェントビジネスをリードする存在になるでしょう。

企業が自社にAIを導入できるかどうか評価する際には、AIエージェントをサポートするための適切なポリシー、アーキテクチャ、ガバナンス、インフラストラクチャが社内に存在するのか、確認する必要があります。

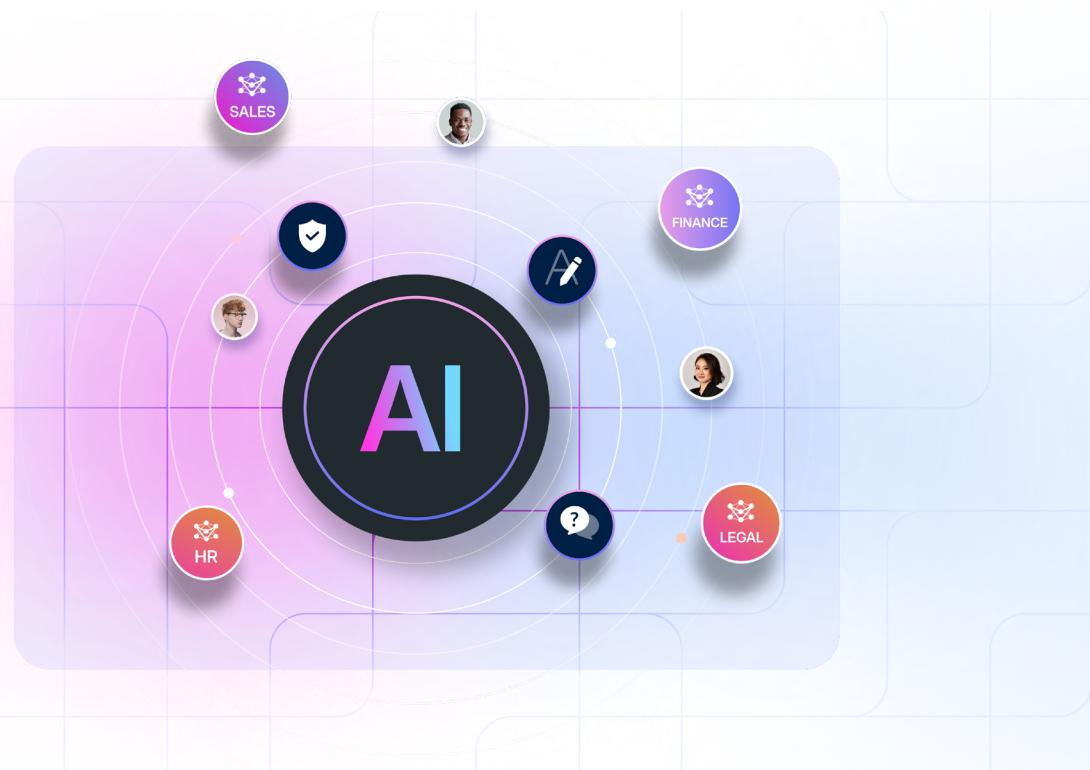
7. 結論

AIファースト企業になるための道のりには理想的なルートがあります。基本的な自動化の先を見据え、ワークフローを改めて考え直し、信頼性を優先しましょう。AIをツールではなく変換をもたらす媒介として受け入れることで、指數関数的なインパクトを引き出せます。AIファーストになるとは、1つの機能にかかわることではなく、会社全体について改めて考え直すことなのです。

この変革には、チームのオンボーディングとコラボレーションのやり方から、データの流れ、意思決定の方法、能力の強化に至るまで、企業のさまざまな側面を意図的に変化させる必要があります。企業は以下の変化を経験することになります。

- ゆるやかに進化する固定的な社内プロセスから、継続的に自己成長するシステムへ
- 雇用し育成した人材の専門性への依存から、労働力としてのエージェントの動的展開とAIを活用した専門化へ
- 長いオンボーディング期間が必要な従業員から、AIを使いこなし、AIの支援を受けてすぐに生産性を発揮する従業員へ
- イノベーションの足かせとなるスキル不足の従業員から、オンデマンドで希少な能力を提供してくれるAIエージェントへ

このような変化を早い段階で受け入れた企業は、競争上有利になるだけでなく、業界における創造性、生産性、拡張性の基準を刷新することになります。





Boxについて

AIの最先端に立つBoxは、企業がAIファースト時代のビジネスで成長できるよう支援しています。Boxの安全なインテリジェントコンテンツ管理プラットフォームなら、AIエージェントによるワークフローの自動化から、非構造化データからのインサイトの抽出に至るまで、企業コンテンツでAIのパワーを最大限に活かせます。詳細についてはbox.com/aiをご覧いただきか、[こちらをクリック](#)してBoxのAI担当チームにお問い合わせください。