

経済産業省

第 24 回 デジタル時代の人材政策に関する検討会

議事要旨

<日 時> 令和 6 年 6 月 24 日(月)13:00～15:00

<場 所> オンライン開催 (Teams)

<出席者> 三谷座長、有馬委員、石川委員、石原委員、島田委員、高橋委員

<ゲスト> リンクトイン・ジャパン株式会社 エンタープライズ営業シニアマネージャー デミーザ美香

リンクトイン・ジャパン株式会社 シニアインサイトアナリスト

有井 勝之

日本マイクロソフト株式会社 AI グローバルブラックベルト AI シニアテクノロジー スペシャリスト 棚橋 信勝

<オブザーバー> 関係省庁

1) 論点 4 (生成 AI がビジネスモデルに与える影響と DX の加速) に関する外部有識者プレゼンテーション①

はじめに、リンクトイン・ジャパン株式会社 エンタープライズ営業シニアマネージャー デミーザ美香、同社 シニアインサイトアナリスト 有井 勝之よりプレゼンテーションが行われ、その後、以下のような討議が行われた。

- LinkedIn を利用しているユーザーに対してアンケートを取った結果、日本の生成 AI 利用率は 3 割。日本は海外より AI の定義を厳密に捉える傾向にあるから、低い数値になっていると捉えることもできる。海外だと自動化を AI と等しく捉えているなど、解釈の差が数字に表れている可能性がある。いずれも日本がビハインドしている事実には変わらない。
- 生成 AI の影響を受ける職業・スキルを特定する為のデータソースは、各職業で求められているスキルと、生成 AI の影響を受けるスキルリストの 2 つでいずれも足元の数字。プロセスで言うと、データアナリストたちが保有するスキルのうち頻出のものをリストアップし、それらに生成 AI の影響度合いをマッピングして独自に集計している。
- 学習時間に占める生成 AI 学習時間割合のトレンドについて、2023 年後半以降の直近では日本は 4-5%で飽和している状況で、一通り生成 AI について学んだからといって数字が落ちてはならず、維持したまま推移。LinkedIn が学習コースを提供した際の学習者数などの数字をみても維持されている傾向。

- LinkedIn では自社としても AI を活用している。例として採用ソリューションについては、求人票の AI 自動作成機能や、応募者のプロフィールを作る際の AI アシスト機能を実装している。ラーニングにおいても、AI コーチという形でどういうキャリアを目指すか、どんなスキルを身に着けるべきかについて会話型のコーチ機能を実装。他には、キャリアデベロップメントのプラットフォームにて、この先、目指すべきキャリアについて、グローバルのデータから見た傾向として目指すべきキャリアを示す機能や、コードチャレンジというプログラミングコーチをする機能も実装している。
- 生成 AI の学習時間のグローバル・日本の差について、学習時間はあまり変わらず、グローバルも日本も含めて共通して重要なのは、目標を設定した上で学ぶこと。目標を設定していない人はグローバルでも日本でも学習時間は少ない。
- 生成 AI について個人単位だと学習するが、会社の実務では使いこなせていない事象が起きていることは認識している。ChatGPT があったとしても、どのデータを入力して良いかわからない、ルール整備されていないから利用できないというコメントをよく聞く。現場へのオペレーションへ落とすとなると、パイプライン・ツールという様な仕組みも必要だが、日本ではそれらの整備が遅れている状況。

2) 全体討議

続いて、これまでの検討会を総括して、事務局より報告書案の概要説明が行われ、その後、全体討議が行われた。

- 今回の取り組みで ID を取得しようとしている動きは良いと思う。学ぶ前、後でのレビューが必要でどのコンテンツが優れているのかを評価できると良い。
- 過去のクラウドが登場した時を振り返った際に、トップダウンではなく、CCOE（クラウド・センター・オブ・エクセレンス）のようにやる気がある人が集まった集団がポジティブなサイクルを回したのが効果的であった。CCOE のような形で社内で生成 AI に取り組めば、活用のメリットが分かりやすい生成 AI の特徴も相まって導入が進むと思う。
- 企業の人材開発の全体を考えるにあたり、経営に必要な人材の役割定義・スキル定義、スキルを付与する手段を考える必要がある。生成 AI は役割・スキル定義及びスキルを付与する手段に甚大な影響を与えるから、企業の中で必要な人材の役割定義及び育成を見直す必要があるタイミングであることは報告書に書くべきポイント。
- 人材育成には 10 年かかるから今から先読みをしてやっていかなくてはならない。日本にありがちな二番手戦略では後れを取ってしまう可能性がある。
- 日本全体の効率化から考えると、学校教育で探究学習をしっかりとやり、企業の中では実力を発揮する場を提供するような、関係性になればよいと思う。
- 技術も理解していて高い目線を持っている経営人材が、先陣を切って実行していく必要がある。後追いしようとする、追いつけないくらい差がついてから始めなくてはいけ

なくなる。判断できる高い視座と技術の両面を持っている人を集約することの必要性を打ち出すべき。

- データマネジメント、ビジネスアナリストは、そもそも DX の健全な推進のために必要な人材だから、更に生成 AI を活用する為にもこのような人材は必要だというメッセージを前に出しても良いと思う。
- 次に盛り上がるようなスキルを予測し、それを前提に研修のコンテンツを作ることをやらないと、スキルが必要とされたタイミングで学ぶべき手段が手近にない状況が起こるのがまずいと思う。
- HRM(Human Resource Management)の領域のプロが育っていない理由もあるように思う。LinkedIn のデータで生成 AI によって影響を受けるという話にもあるように、人をどう AI で育てるかより、育てる側を AI でどうするかを検討すべきという考え方もある。

3) 論点 4 (生成 AI がビジネスモデルに与える影響と DX の加速) に関する外部有識者 プレゼンテーション②

続いて、日本マイクロソフト株式会社 AI グローバルブラックベルト AI シニアテクノロジー スペシャリスト 棚橋 信勝よりプレゼンテーションが行われ、その後、以下のような討議が行われた。

- フェーズ 1 (生成 AI を壁打ち相手として活用) からフェーズ 2 (生成 AI を社内 DX や工程改善に活用) に移行する際のハードルについて、それぞれのフェーズに留まっている各企業において各々の理由があると思うが、それぞれのフェーズで共通しているのは、旗を振る人が明確に存在する企業はうまく進んでいるということ。
- 生成 AI を導入する為に現場に求められる知識・姿勢に関して、現場の話を聞いていると AI に対する姿勢は二通りあり、AI だと全部できるという高望みをするタイプと、AI で代替可能な業務を現実的に見ているタイプ。高望みをするタイプは幻滅してしまい話が進まない。これだけでもやってくれると助かるという後者のタイプだと、支援に繋がるケースが多い。スモールスタートとは我々もよく口にする言葉で、柔軟に考えて頂くと応用は早い。フェーズ 1 に早く到達したが、フェーズ 2 にはなかなか移行できない企業もいる。もっと生成 AI が優秀にならないと社内に公開できないという企業も存在。80 点くらいで公開している企業もあり、そういう企業ではフェーズ 1 における社内ユーザーの利用率も高い
- 生成 AI を導入したことによる効果の評価方法について生成 AI が正しいという評価、ビジネス的な評価の話の 2 点あるが、狭い意味での評価だと自動化、中間の評価ではともかく使い始めようという評価もある。どれだけ積極的に使っていくかということも評価になる。
- フェーズ 3 (生成 AI を顧客体験の改革に向けて活用) の事例について、BtoC で斬新な使い方をして注目を集めようという企業努力もあり、BtoC は進んでいる状況。BtoB

では、BtoC と比較するとあまり進んでいない状況だが、E コマースに出店している中小企業が出品する際の商品への検索用タグ付けに使われているケースがある。

以上

<お問い合わせ先>

商務情報政策局 情報技術利用促進課

電話：03-3501-1511（内線：3971）