

週刊WEB

企業経営

MAGA
ZINE

Vol.942 2025.10.21

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター

2025年10月10日号

中期経済見通し
(2025~2035年度)

経済・金融フラッシュ

2025年10月15日号

IMF世界経済見通し
~世界成長率見通しは
3.2%まで上方修正

経営TOPICS

統計調査資料

景気ウォッチャー調査
(令和7年9月調査)

経営情報レポート

**社員が安心して挑戦できる組織をつくる
心理的安全性の実践ポイント**

経営データベース

ジャンル: IT・情報技術 > サブジャンル: AI(人工知能)

**AIを活用した営業活動の強化
AIの課題と将来展望**

発行: 税理士法人 森田会計事務所

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

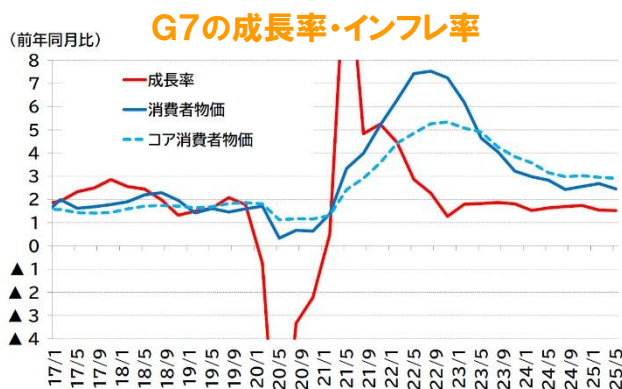
ネット
ジャーナル

中期経済見通し (2025~2035年度)

ニッセイ基礎研究所

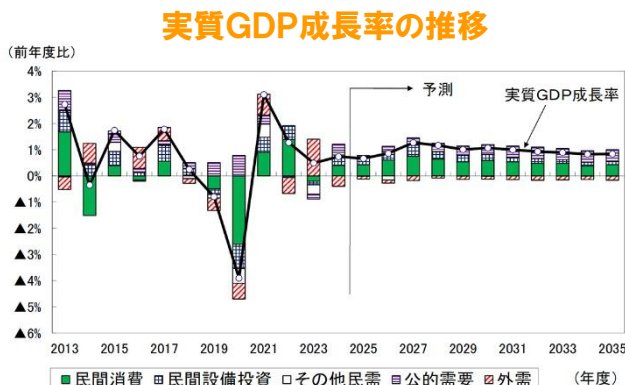
本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

- 1** 世界の実質GDP成長率は、2022年以降3%台半ばで推移しているが、少子高齢化を背景とした新興国の成長鈍化により、予測期間末の2035年には2%台後半まで低下することが予想される。



(注) EUを除く、コアはエネルギーと食料品を除く指数 (月次)
(資料) Datastream

- 2** 日本の2035年度までの10年間の実質GDP成長率は平均1.0%と予想する。
潜在成長率は足もとのゼロ%台後半から2020年代後半に1%程度まで高まった後、少子高齢化の更なる進展に伴い2030年代前半にゼロ%台後半まで鈍化することが見込まれる。



(資料) 内閣府経済社会総合研究所「国民経済計算年報」

- 3** 消費者物価上昇率（除く生鮮食品）は、今後10年間の平均で2.0%と予想する。

財価格は為替レートや国際商品市場の動向によって上下に振れるものの、人件費の増加を価格転嫁する動きが広がることにより、賃金との連動性が高いサービス価格は安定的に推移するだろう。

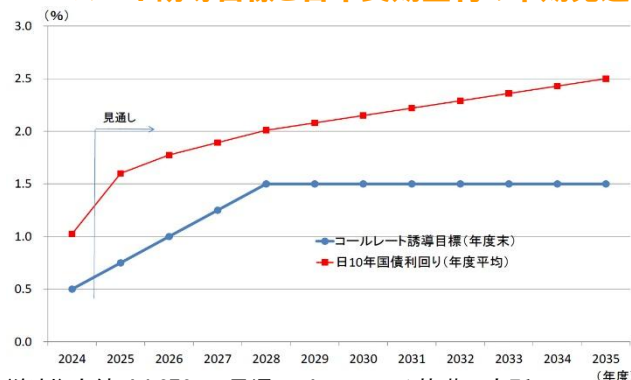
消費者物価(生鮮食品を除く総合)の予測



(資料) 総務省統計局「消費者物価指数」

- 4** 日本銀行は、消費者物価が「物価安定の目標」の2%の伸びを続けるもとで段階的に利上げを実施し、政策金利は2028年度に1.50%まで引き上げられるだろう。
長期金利は、政策金利の引き上げに加え、長期国債の買い入れ減額の継続が上昇圧力になることから、2035年度には2%台半ばまで上昇すると予想する。

コールレート誘導目標と日本長期金利の中期見通し



(資料) 実績はLSEG、見通しはニッセイ基礎研究所

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

ネット
ジャーナル

IMF世界経済見通し ～世界成長率見通しは3.2%まで上方修正

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 内容の概要：見通しは3.2%まで改善

10月14日、国際通貨基金（IMF）は世界経済見通し（WEO：World Economic Outlook）を公表し、内容は以下の通りとなった。

【世界の実質GDP伸び率】

- 2025 年は前年比 3.2%となる見通しで、25 年 7 月時点の見通し（同 3.0%）から上方修正
- 2026 年は前年比 3.1%となる見通しで、25 年 7 月時点の見通し（同 3.1%）から変化なし

世界の実質GDP伸び率



2 内容の詳細：リスクは引き続き下振れ

IMFは、今回の見通しを「変動期の世界経済、見通し依然暗く（Global Economy in Flux, Prospects Remain Dim）」と題して作成した（注）。

（注）同日に「政策が変わり複雑な要因が働く中、世界経済見通しにわずかな変化（Global Economic Outlook Shows Modest Change Amid Policy Shifts and Complex Forces）」との題名のブログも公表された。

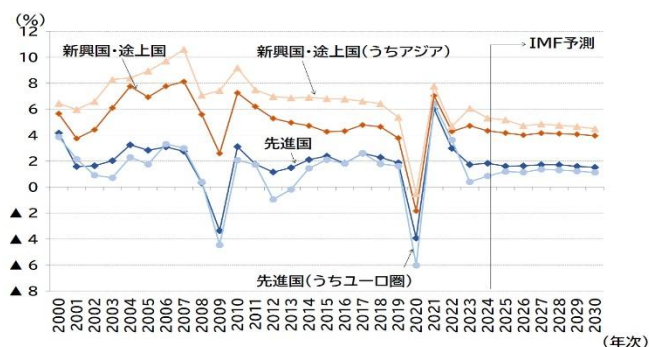
IMFは今回公表された成長率見通しで25年を上方修正した（25年3.0%→3.2%、26年3.1%→3.1%）。

IMFは上方修正の要因として、関税の影響が当初発表されていたより小さいことを挙げている。

また、今年上半期は輸入の前倒しや貿易フローの経路変更といった供給網の迅速な再編成が見られたとする。また、米国における関税コストの消費者物価への転嫁も限定的にとどまっているとする。

一方、見通しは昨年（24年10月）時点よりは下振れており、不確実性と保護主義の逆風が景気減速に反映されているとした。なお、米国の実効関税率の想定は18.8%（4月見通し24.4%、7月見通し17.3%）となっている。

先進国と新興国・途上国の実質GDP伸び率



成長率見通しを地域別に見ると、先進国と新興国・途上国の双方で25年が上方修正された（先進国：25年1.5%→1.6%、26年1.6%→1.6%、新興国・途上国：25年4.1%→4.2%、26年4.0%→4.0%）。先進国のうち、米国の見通しは7月時点と概ね変わらない（25年1.9→2.0%、26年2.0→2.1%）。

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

景気ウォッチャー調査 (令和7年9月調査)

内閣府 2025年10月8日公表

今月の動き(2025年9月)

9月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差0.4ポイント上昇の47.1となった。
家計動向関連DIは、飲食関連が低下したものの、住宅関連等が上昇したことから上昇した。
企業動向関連DIは、製造業が低下したことから低下した。雇用関連DIについては、上昇した。

9月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差1.0ポイント上昇の48.5となった。
雇用関連DIが低下したものの、家計動向関連DI及び企業動向関連DIが上昇した。
なお、原数値でみると、現状判断DIは前月差0.3ポイント上昇の46.6となり、先行き判断DIは前月差1.5ポイント上昇の48.2となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、価格上昇や米国の通商政策の影響を懸念しつつも、持ち直しの動きが続くとみられる。」とまとめられる。

I. 全国の動向

1 景気の実況判断DI(季節調整値)

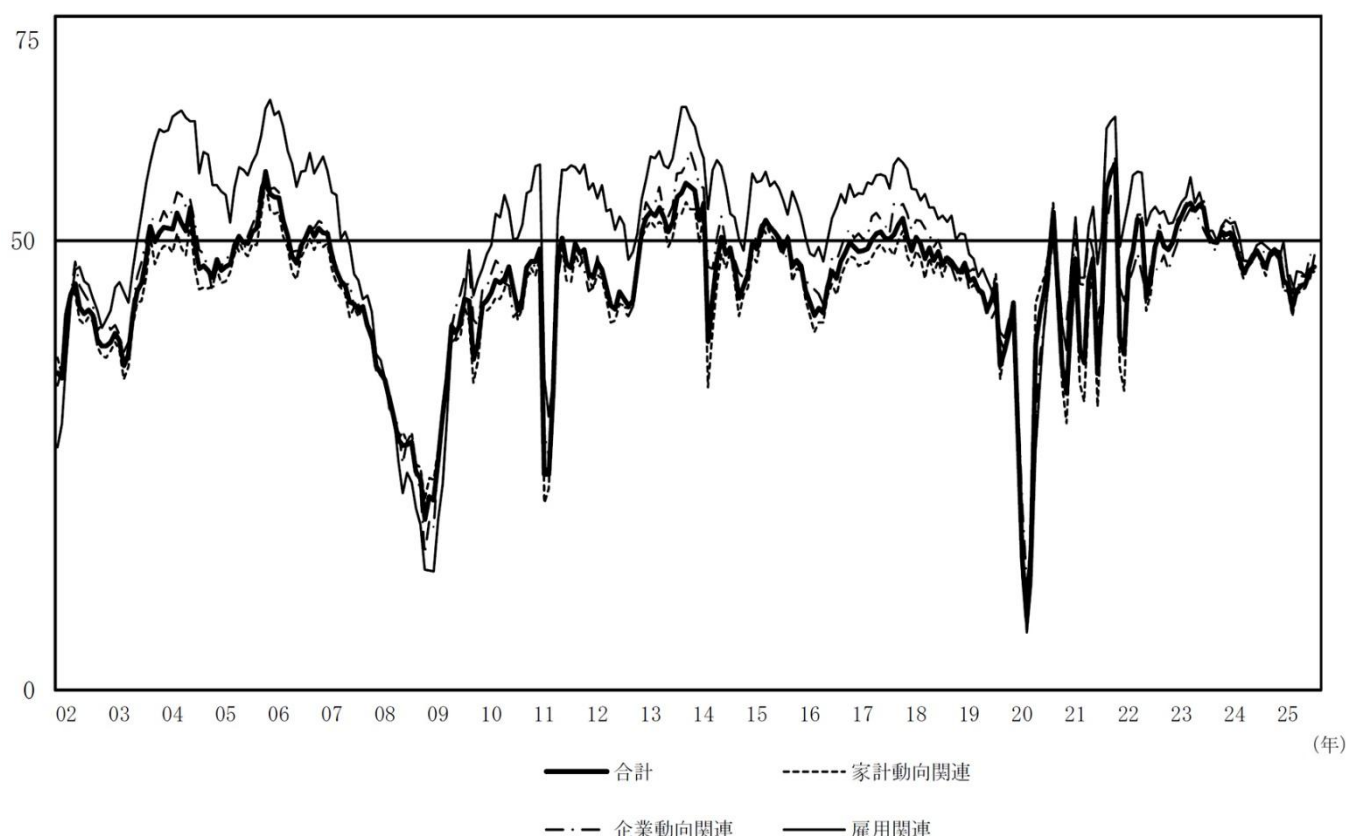
3か月前と比較しての景気の実況に対する判断DIは、47.1となった。
企業動向関連のDIは低下したものの、家計動向関連、雇用関連のDIが上昇したことから、前月を0.4ポイント上回り、5か月連続の上昇となった。

景気の実況判断DI(季節調整値)

(DI)	年 月	2025 4	5	6	7	8	9	(前月差)
合計		42.6	44.4	45.0	45.2	46.7	47.1	(0.4)
家計動向関連		41.6	44.1	44.4	44.8	46.3	46.6	(0.3)
小売関連		39.9	42.8	44.3	43.9	45.4	45.7	(0.3)
飲食関連		42.1	39.8	42.5	42.8	45.6	44.6	(-1.0)
サービス関連		45.3	47.6	45.6	46.9	48.6	48.7	(0.1)
住宅関連		39.7	46.0	42.0	44.9	43.7	49.0	(5.3)
企業動向関連		45.2	44.2	46.1	46.0	48.5	48.0	(-0.5)
製造業		46.2	43.2	44.3	46.2	48.2	46.8	(-1.4)
非製造業		43.9	44.8	47.2	45.7	48.4	48.8	(0.4)
雇用関連		44.1	46.6	46.5	46.1	45.8	48.4	(2.6)

(D I)

景気の現状判断DI(季節調整値)



2 景気の先行き判断DI (季節調整値)

2～3か月先の景気の先行きに対する判断DIは、48.5となった。

雇用関連のDIは低下したものの、家計動向関連、企業動向関連のDIが上昇したことから、前月を1.0ポイント上回った。

景気の先行き判断DI(季節調整値)

(D I)	年 月	2025 4	5	6	7	8	9	(前月差)
合計		42.7	44.8	45.9	47.3	47.5	48.5	(1.0)
家計動向関連		42.5	44.4	45.8	47.3	47.6	48.5	(0.9)
小売関連		42.6	44.1	45.4	45.5	46.4	47.4	(1.0)
飲食関連		42.5	44.3	47.3	50.0	49.2	52.4	(3.2)
サービス関連		42.6	45.4	46.9	50.3	50.0	49.9	(-0.1)
住宅関連		40.4	42.0	42.7	47.0	45.5	48.2	(2.7)
企業動向関連		42.2	45.6	45.5	46.0	47.2	49.7	(2.5)
製造業		40.3	44.9	45.2	45.4	46.8	48.2	(1.4)
非製造業		43.2	45.9	45.7	46.1	47.3	50.5	(3.2)
雇用関連		44.8	45.7	47.0	50.2	47.8	46.1	(-1.7)

II. 各地域の動向

1 景気の現状判断DI（季節調整値）

前月と比較しての現状判断DI（各分野計）は、全国12地域中、7地域で上昇、5地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは近畿（4.7ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは東北（3.1ポイント低下）であった。

景気の現状判断DI（各分野計）（季節調整値）

(DI)	年 月	2025 4	5	6	7	8	9	(前月差)
全国		42.6	44.4	45.0	45.2	46.7	47.1	(0.4)
北海道		39.0	41.5	42.6	43.7	43.9	44.2	(0.3)
東北		41.4	43.3	43.7	48.0	47.6	44.5	(-3.1)
関東		42.1	44.7	44.5	45.9	47.7	46.5	(-1.2)
北関東		37.4	41.6	43.3	45.5	45.2	43.3	(-1.9)
南関東		43.8	45.8	44.9	46.0	48.5	47.7	(-0.8)
東京都		45.5	47.7	48.5	48.1	51.3	51.9	(0.6)
甲信越		43.0	40.7	41.4	45.0	44.6	46.1	(1.5)
東海		42.6	44.4	43.8	44.8	48.3	45.7	(-2.6)
北陸		39.8	45.5	46.8	46.8	46.4	48.4	(2.0)
近畿		44.3	45.1	45.6	42.9	44.9	49.6	(4.7)
中国		43.4	44.4	46.2	45.5	45.8	47.6	(1.8)
四国		42.3	43.4	42.3	45.6	48.5	48.0	(-0.5)
九州		43.5	45.4	46.9	44.6	47.2	47.7	(0.5)
沖縄		51.5	58.3	56.3	56.1	54.5	55.5	(1.0)

2 景気の先行き判断DI（季節調整値）

前月と比較しての先行き判断DI（各分野計）は、全国12地域中、7地域で上昇、5地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは北関東（3.2ポイント上昇）で、最も低下幅が大きかったのは東北（1.1ポイント低下）であった。

景気の先行き判断DI（各分野計）（季節調整値）

(DI)	年 月	2025 4	5	6	7	8	9	(前月差)
全国		42.7	44.8	45.9	47.3	47.5	48.5	(1.0)
北海道		40.5	45.8	42.3	46.3	44.3	46.9	(2.6)
東北		41.3	44.2	43.8	50.2	47.7	46.6	(-1.1)
関東		42.3	45.1	45.6	47.1	46.3	49.4	(3.1)
北関東		38.3	43.3	42.4	46.3	43.1	46.3	(3.2)
南関東		43.7	45.8	46.8	47.4	47.4	50.4	(3.0)
東京都		48.0	46.9	49.4	50.2	50.5	53.5	(3.0)
甲信越		43.8	43.8	47.8	46.3	44.9	45.9	(1.0)
東海		39.4	41.3	43.8	46.0	48.6	48.1	(-0.5)
北陸		43.0	45.4	46.9	47.7	48.1	47.9	(-0.2)
近畿		44.1	44.8	44.7	44.9	46.8	46.5	(-0.3)
中国		40.0	43.9	46.4	47.9	46.2	48.4	(2.2)
四国		43.5	47.9	47.3	49.1	49.5	48.6	(-0.9)
九州		43.6	46.2	48.9	49.1	48.7	50.8	(2.1)
沖縄		57.6	55.8	61.6	62.7	59.4	59.9	(0.5)

景気ウォッチャー調査（令和7年9月調査）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報
レポート
要約版



労 務

社員が安心して挑戦できる組織をつくる 心理的安全性の 実践ポイント

1. 心理的安全性とは
2. 心理的安全性が組織にもたらす4つのメリット
3. 心理的安全性を高めるための人事アプローチ
4. 国内企業における心理的安全性向上の実践例



参考資料

「心理的安全性のつくり方」(石井 遼介 著 日本能率協会マネジメントセンター) 「傾聴の基本」(古宮 昇 著 総合法令出版) 厚生労働省：職場における心の健康づくり

1

企業経営情報レポート

心理的安全性とは

少子高齢化による人手不足など、中小企業を取り巻く経営環境は厳しさを増しています。

この状況を乗り越え、持続的に成長するための鍵となるのは、従業員の能力を最大限に引き出す「人的資本経営」の強化に他なりません。

その成功の土台となるのが、本レポートのテーマである「心理的安全性」です。これは、従業員が失敗を恐れず挑戦し、自由に発言できる組織文化を指します。

本レポートでは、心理的安全性の重要性から具体的な育み方までを、成功企業の事例を交えて分かりやすく解説します。皆様の経営力強化の一助となれば幸いです。

■ 心理的安全性の定義

「心理的安全性」とは、ハーバード大学のエイミー・エドモンドソン教授によって提唱された概念で、「チームのメンバーが、自分の発言や行動によって恥をかいたり、拒絶されたり、罰せられたりしないと信じられる状態」と定義されています。

簡単に言えば、「こんな初歩的な質問をしたら、無知だと思われるかもしれない」「反対意見を述べたら、和を乱すやつだと思われるかもしれない」といった、対人関係における不安を感じることなく、誰もが安心して発言・行動できる環境のことです。

重要なのは、これが単なる「仲の良さ」や「居心地の良さ」だけを指すのではないという点です。むしろ、チームの目標達成のために率直な意見交換や、時には建設的な意見の対立でさえ気兼ねなく行える状態こそが、真の心理的安全性が保たれた職場と言えます。そのような職場では、従業員一人ひとりが本来の自分をさらけ出し、持てる能力を最大限に発揮することができます。

【心理的安全性の要素】

話しやすさ	リスクなく率直な意見が言える
助け合い	困ったときはお互い様
挑戦	チャレンジを歓迎する
新奇歓迎	個性を発揮して活躍できる

■ 「ぬるま湯」との違い:成長を促す「健全な危機感」との両立

心理的安全性が高いということ、最も多く誤解されるのが「ぬるま湯のような職場」と捉えられることです。心理的安全性の高さを評価する際は、仕事のレベル(責任度)も併せてみることで、ぬるま湯の職場ではなく、発言できる環境下で学習し、成長できる組織となっているかを確認することができます。

2

企業経営情報レポート

心理的安全性が組織にもたらす4つのメリット

「心理的安全性」という言葉は、単に「仲が良く、居心地の良い職場」を意味するものではありません。それは、従業員一人ひとりが組織の成功を信じ、自らの意見やアイデア、さらには懸念点や失敗さえも気兼ねなく発信できる文化そのものを指します。

本章では、心理的安全性が具体的にどのような形で企業の力となるのか、代表的な4つのメリットについて、解説していきます。

■ 生産性の向上:個の力がチームの力へ

心理的安全性の最も直接的なメリットは、組織全体の生産性向上です。これは主に2つの側面から実現されます。

①情報共有の圧倒的な活性化

心理的安全性が低い職場では、従業員は「こんなことを言ったら否定されるかもしれない」と発言をためらいがちです。その結果、業務上の重要な懸念点や有益な情報が共有されず、チーム全体が非効率な動きをしてしまうことが少なくありません。

一方、心理的安全性が高い職場では、従業員は自分の考えや気づきを率直に共有します。

これにより、チームは常に最新かつ正確な情報に基づいて意思決定ができ、無駄な手戻りやミスコミュニケーションが劇的に減少します。

②従業員エンゲージメントの向上

従業員は、自分の意見が尊重され、貢献が認められる環境で働くことで、「この組織のために頑張りたい」という自律的な意欲、すなわちエンゲージメントが高まります。エンゲージメントが高い従業員は、指示された業務をこなすだけでなく、自ら課題を発見してより良い方法を模索しようとするため、チーム全体のパフォーマンスは飛躍的に向上していきます。

【生産性向上による効果】

- 無駄な手戻りやミスコミュニケーションが減り、チーム全体の連携が効率化される。
- 組織への貢献意欲が高まり、自律的な行動意欲が高まる。
- 指示待ちではなく、自ら課題を発見し、改善に取り組みだす。

■ イノベーションの創出:挑戦する文化が未来を創る

現代の不確実な市場環境において、イノベーションは企業存続のための生命線です。そのような中で心理的安全性は、新しいアイデアや挑戦が生まれるために不可欠な土壌となります。心理的安全性が確保されたチームでは、失敗を恐れない挑戦が推奨されます。通常、新しい試みには失敗のリスクが伴いますが、失敗が非難される環境では誰もリスクを取ろうとはしません。

3

企業経営情報レポート

心理的安全性を高めるための人事アプローチ

心理的安全性が組織にもたらすメリットを理解した上で、次に重要となるのは「具体的にどうすれば自社の心理的安全性を高めることができるのか」という問いです。

本章では、組織の心理的安全性を高めるために、人事部門が主体となって推進できる施策を「経営層」「管理職」「従業員・チーム」という3つのアプローチから具体的に解説します。

■ 経営層のコミットメントと発信：変革はトップから始まる

組織文化の変革において、経営トップの姿勢は何よりも重要です。従業員は、経営陣が何を重視し、どのような行動を求めているかを敏感に感じ取ります。

したがって、心理的安全性の向上を目指す第一歩は、経営層がその重要性を深く理解し、全社に向けて明確なメッセージを発信することです。

● トップメッセージの具体化

社長や役員が、朝礼や社内報、全社ミーティングなどのあらゆる機会を通じて、「心理的安全性の確保は、我が社の成長に不可欠な経営戦略である」と繰り返し発信します。その際、「失敗を恐れず挑戦してほしい」「異なる意見を歓迎する」といった具体的な言葉で、従業員の行動を後押しすることが重要です。

● 経営陣自らの実践

メッセージに説得力を持たせるためには、経営陣自らが心理的安全性を体現する行動を示す必要があります。例えば、会議の場で率先して若手の意見に耳を傾けたり、自らの失敗談をオープンに語ったりする姿は、「この会社では、安心して発言して良いのだ」という強力なメッセージとなります。

● 評価制度との連動

管理職の評価項目に「部下の心理的安全性を高めるための取り組み」を加えるなど、経営の本気度を制度として示す支援を行います。

評価にいれることで、心理的安全性に対する行動のフィードバックが行われます。

■ 管理職の意識・行動変革：チームの空気を作るキーパーソン

従業員にとって、最も身近な組織は自らが所属するチームであり、その心理的安全性を左右する最大の要因は、直属の上司である管理職の存在です。

人事部門は、管理職が心理的安全性を高めるためのスキルとマインドセットを身につけられるよう、支援する必要があります。

4

企業経営情報レポート

国内企業における心理的安全性向上の実践例

■【事例1】「昔からのやり方」が通用しない時代の壁を解消したA社

■創業：1990年 ■事業内容：建設資材を扱う専門商社 ■従業員数：70名

(1) 企業概要と経営課題

A社は、創業社長とベテラン社員たちの努力により、地域の建設業界で確固たる地位を築いてきました。しかし、その成功体験が、新しい変化を受け入れる上での障壁となりつつありました。

【A社の課題】

1. 「社長・ベテランの意見が絶対」の風土

会議の場では、社長や役員の鶴の一声で方針が決定。若手社員が新しいデジタルツールの導入や営業手法を提案しても、「うちは昔からこのやり方で成功してきたんだ」と一蹴されることが多かった。

2. 世代間のコミュニケーション不全

飲み会などの場以外で、ベテラン社員と若手社員が業務について深く話す機会がほとんどない。若手は「ベテランは怖い、話しかけにくい」、ベテランは「最近の若者は何をを考えているか分からない」と互いに距離を感じていた。

3. 若手の指示待ちと諦め

新しい提案が受け入れられない経験が重なり、若手社員は次第に「言われたことだけやればいい」という指示待ち姿勢に。成長実感を得られず、入社3年以内の離職率の高さが経営課題となっていた。

経営陣も、このままでは会社の未来はないと危機感を抱きつつも、何から手をつければ良いか分からずにいました。

(2) 「対話」と「小さな成功体験」で組織を動かす

A社の人事担当者は、トップダウンで変革を指示するのではなく、対話の場を作り、小さな成功体験を積み重ねるアプローチを選択しました。

① 経営陣・管理職向け「対話型リーダーシップ・ワークショップ」

A社の変革は、まず経営陣と管理職自身の意識を変えることから始まりました。人事担当者の主導で、社長を含む全管理職を対象とした「対話型リーダーシップ・ワークショップ」が開催されました。外部からプロのファシリテーターを招いたこのワークショップの目的はただ一つ、部下の意見を真摯に引き出す「聞く姿勢」を、理屈ではなく体感として学ぶことでした。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

Q
uestionA
nswer

AIを活用した営業活動の強化

AIを活用した営業活動の強化とはどのようなものですか。

AIは営業活動の様々な場面で活用が可能です。

しかし、AIには限界もあり、人間の判断や創造性が必要不可欠です。AIと人間の長所を活かした上手な活用が重要となります。

■AIを活用した営業活動の強化

営業活動においてAI技術を活用することで、様々な業務を効率化し、より高い生産性を実現することができます。

例えば、AIを用いた予測モデリングにより、潜在的な顧客や商談の見込み客を特定し、営業活動を最適化できます。

また、AIがビッグデータを解析することで、顧客の嗜好や行動パターンを把握し、きめ細かい提案やアプローチが可能になります。

さらに、AIを搭載したチャットボットやバーチャルエージェントなどを活用すれば、顧客対応の自動化や24時間対応が実現できます。

一方で、AIの営業活動への導入には、データの確保や精度の課題、人権やプライバシーへの配慮、人的対応の必要性など、検討すべき点も多くあります。

AIによる営業支援は強力なツールとなり得ますが、適切な運用体制を整備し、人間による総合的な判断を組み合わせることが重要です。人とAIの役割分担を明確にしつつ、AIを最大限に活用することで、より質の高い営業活動を実現できるでしょう。

①AIによる顧客分析と見込み客の特定	AIを活用して、顧客の行動データや購買履歴などを分析することで、潜在的な顧客ニーズを把握し、優良な見込み客を特定することができます。これにより、的確な営業アプローチが可能となり、成約率の向上が期待できます。
②AIチャットボットによる顧客対応の効率化	AIチャットボットを導入することで、24時間365日の顧客対応が可能になります。FAQ対応などの基本的な問い合わせを効率的に処理でき、営業担当者は本来の営業活動に専念できるようになります。
③AI予測モデルを利用した需要予測	過去の販売データや市場動向などからAIが需要を予測します。 これにより、在庫調整や生産計画の最適化が図れ、営業活動の質を大幅に向上させることができます。
④AIによる商品レコメンデーション	顧客の嗜好や行動履歴をAIが分析し、最適な商品をレコメンデーションすることで、クロスセルやアップセルの機会を増やすことができます。
⑤AI会話システムによる営業支援	AIが顧客との会話内容を分析し、適切な対応方法を提案します。 また、営業スキルの向上にも役立つため、営業担当者の生産性を大きく高めることができます。

Q
uestionA
nswer

AIの課題と将来展望

AIの課題と将来展望について教えてください。

AIの発展に伴い、その課題と将来展望について様々な議論が交わされています。倫理的な側面では、AIの誤作動や個人情報の取り扱いなどが懸念されています。

医療やケアの現場においては、AIの判断の公平性や信頼性の確保、利用者のプライバシー保護が重要な課題となっています。

また、AIに人間性や人権を尊重する配慮が求められ、最終的には人的な対応が不可欠であると指摘されています。一方で、AIの技術革新は目覚ましく、今後ますます高度化が見込まれています。

AI活用によって、医療の質向上や効率化、きめ細かい教育支援、営業活動の最適化など、様々な分野で大きな可能性が期待されています。

課題への適切な対応と、人とAIの適切な役割分担を図りながら、AIを最大限活用することで、私たちの生活はさらに豊かで便利なものになると考えられています。

①AIの可能性 と信頼性の確保	AIシステムの判断根拠を人間が理解できることが重要です。ブラックボックス化したAIでは、その判断プロセスが不透明となり、信頼性に欠けます。 AIの説明可能性を高めることで、人間はAIの出力結果を検証でき、安心して活用できるようになります。説明責任を果たすためにも、AIの内部メカニズムを可視化する技術の開発が求められています。
②倫理的課題 とAIガバナンス	AIには公平性やプライバシー、セキュリティなど、倫理的な課題が存在します。AIがバイアスを内包したり、悪用されたりするリスクがあるためです。 このため、AIの開発と利用に対して、法制度の整備や倫理規範の確立など、適切なガバナンスが必要不可欠です。企業や研究機関、政府が連携して、AIの倫理原則を定め、遵守していくことが求められています。
③AIの汎用性 と人間の役割	現状のAIは特定の領域に特化した「狭いAI」が主流です。しかし将来的には、あらゆる分野で活用できる「汎用AI」の実現が期待されています。 汎用AIが実現すれば、人間の能力を上回る可能性があります。しかし、AIが人間の知性を完全に置き換えることはできません。AIは人間の補助的な役割に徹し、人間が主体的に活用していく必要があります。
④AIの計算リソース と環境問題	大規模なディープラーニングモデルを開発・運用するには、莫大な計算リソースと電力消費が必要となります。そのため、AIの発展には深刻な環境問題が伴う可能性があります。AIの性能向上とグリーン化の両立が重要課題となっています。より省電力で高性能なハードウェアや、効率的なアルゴリズムの開発などが求められており、技術革新が期待されています。

週刊 WEB 企業経営マガジン No. 942

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複写することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。