

# AI利用社員に義務化

## LINEヤフー普及へ情報蓄積

ソフトバンクグループ（SBG）傘下のLINEヤフーとソフトバンクは、社員の人工知能（AI）利用を義務化する。日本企業の義務化は珍しい。AIが自ら考えて人の代わりに業務をこなす「AIEージェント」の普及に備え、社内にAI活用モデルやノウハウを蓄積する。

LINEヤフーは全社員を対象に業務での利用を義務化する規定を近く設ける。まず調査・検索と資料作成、社内会議での利用を義務付ける。同社が2023年に行った業務を定量化する調査ではこれらが全体の3分の1を占めていた。

社内問い合わせや市場分析は原則として生成

AIに任せる。会議は過去の議事録を基にAIに議題を整理させてから臨むよう求める。AI議事録の作成も義務化する。

米オープンAIの対話型AI「Chat（チャット）GPT」の法人版など、主に3種類のAIを活用する。27年度には社内業務に関わる生産性を24年度比2倍に高める。

定型業務の時間を減らし、対面での営業やAIの開発など創造性を求められる仕事に専念する。

ソフトバンクは全社員にAI開発に参加するよう義務付けた。今夏までに1人あたり100個のAIAプリの開発を求め、オープンAIが提供するツールを使い、データ分析や書類のひな型作

成などを支援するAIアプリを作成する。有用なアプリは業務に本格的に導入する。

ソフトバンク子会社のPayPayも、AI利用を前提とした人事労務制度の検討に着手した。社内の一部作業をAIが代行するのに伴い今後2、3年をめどに人事評価や採用、人材配置の仕組みを段階的に改める。

ソフトバンクやLINEヤフーがAI活用を義務化する背景には、「AIを使いこなす社員がどれほどいるかが企業の競争力に直結する」（ソフトバンクの宮川潤一社長）との考えがある。

コンサルティング大手のPWCによると、金融などAIの恩恵を強く受けた業界の生産性の伸びはAI普及前（18～22年）から24年時点で約4倍になった。ドイツの調査会社スタティスタは日本の生成AI市場が30年に130億ドル（約1.9兆円）と23年の17倍に膨らむと推計している。

生成AIは普及段階に入り、より実用的なサービスの需要が高まる。ソフトバンクでは主要子会社を含めると10億個のAI活用を見込む。グループ内でAI活用のノウハウを蓄積して競争に先手を打つ。

2025年7月13日 2:00 日本経済新聞 朝刊

本サービスに掲載の記事・写真等の無断複製・転載を禁じます