






AIの可能性を最大限に引き出す ためにCEOがなすべきこと

人工知能などのスマートテクノロジーを活用して人間の専門能力を強化する秘訣は、まず経営トップから始めること

目次

はじめに		3
	1	
適用可能な分野の全体像を把握する		4
	2	
AIが可能にする自社の未来についてビジョンを明確にする		6
	3	
AI導入のプロセスを構築する		8
	4	
社員に新しい働き方を準備させる		10
	5	
自動化とAIの倫理基準を決定する		12
まとめ		14
お問い合わせ		15

日本企業への示唆

デジタル技術の浸透による多種多様なデータ、情報通信インフラの発展が可能にした大量データ流通を背景に、社会環境の非連続的とも言えるような急激な変化に促されることで、AIはますますその活躍の場を拡大していくと想定されます。一方で、PwCの「第22回世界CEO意識調査」の結果からは、多くの日本企業のCEOがAIに期待を寄せているにもかかわらず、その活用は非常に限定的であることが明らかになっています。データエコノミーが進展していく中、AI活用は企業の競争力を高めるために必要不可欠です。特に人口減少が進む日本においては、より少ない労働力で経済活動を維持していくためにも、AI活用に対する期待が高いと言えるでしょう。

このような中、CEOは人間とテクノロジーのそれぞれの特性を理解し、適切に組み合わせるための戦略を構築していく必要があります。またその戦略の実現のためには、社員に働き方を変える必要性を理解してもらわなければなりません。

本レポートでは、AIを企業活動に最大限に活用するために、CEOが抑えるべき5つのポイントについて、具体的な事例を交え、解説しています。

はじめに

2019年4月、Stanley Black & Decker社のJames Loree CEOは、コネチカット州ハートフォードにある23,000平方フィートの先進的製造拠点でイノベーションインキュベーターの「**Manufactory 4.0**」をオープンさせました。この施設には、同社の全ての工場の製造装置に搭載されたセンサーからデータが送り込まれ、業務管理者は効率性改善に向けた方法を特定することができます¹。

Manufactoryの活動は未来に向けた重要な一歩です。その未来では全てがデジタルでつながり、人間は、人工知能 (AI) システムの洞察力に基づいてよりスマートな意思決定を行うことができます。人間とロボットが協働し、新しい製造方法が驚異的なスピードで試され、改良され、実施される未来です。Loree CEOは2016年の就任時、会社の業務全体にテクノロジーとイノベーションを統合し、この設立200年の企業を同氏が言うところの「世界の偉大なイノベーション企業の1つ」に変えるという目標を掲げており、Manufactoryはこの目標を実現するための施設ともなっています²。

AI、自動化およびその相補技術は、すでに企業の機能全体に重要な役割を果たしています。CEOの54%は、AIソリューションが自社の生産性を向上させていると回答しており、この数字は今後数年で確実に伸びるでしょう³。しかし、多くのメディア報道とは異なり、生産性の向上は必ずしも雇用の喪失につながっていません。業務に組み込まれるAIが増え、事業経営がよりスマートになると、これらのツールは人材の代替としてではなく人材を強化する方向に使われます。テクノロジーは、さまざまな役職や機能、事業分野の人間の能力構築に有効です。例えば、チャットボットはカスタマーサービスのリクエストを担当者に連携し、顧客サービスを改善できます。AIシステムは特定の設定値に基づいて使用する材料を提示するため、製品デザイナーはクリエイティブなプロセスに集中できます。また、組立ラインの作業者はロボットアームを使い、人力では持ち上げられない重い材料を扱っています。

人間と機械の力の融合は、CEOの仕事の重要性を増加させます。CEOは人とテクノロジーの相互作用を理解し、適切な組み合わせによって業務手法を変えるための戦略を構築しなければなりません。多くの場合、それには社員にツールを提供し、働き方を変えるために必要な研修を施し、さらには新しい働き方の必要性を理解してもらわなければなりません。

変化は人材とテクノロジーの点で極めて広範囲に及びます。しかし、CEOは5つの要諦を押さえることで方向性を明確化できます。それは、「適用可能な分野の全体像を把握する」「AIが可能にする自社の未来についてビジョンを明確にする」「AI導入のプロセスを構築する」「社員に新しい働き方を準備させる」「自動化とAIの倫理基準を決定する」、です。

1 Dan Haar, “[Pioneering Revolution No. 4, Stanley Connects Its Universe](#),” CT Post誌、2019年4月4日。

2 “[How Stanley Black & Decker’s CEO turned the toolmaker into a total powerhouse](#),” CNBC、2017年10月25日。

3 [PwC Consumer Intelligence Series: Bot.me](#)、2017年。

1

適用可能な分野の全体像を把握する

AIはもはや新興技術ではありません。必要不可欠な資産です。そのため、CEOとしての仕事はまず、これらのテクノロジーが自社のビジネスの根幹をどのように破壊し、また改善するのかを理解することで、この可能性に満ちたテクノロジーを自ら学ぶことが必要です。CEOのAIに対する成熟度には差があります。まだ初期の実験段階の場合もあれば、すでにパイロット試験を成功させ、さらなるスケールアップを狙っている場合もあります。さらにはAIとともに成長し、イノベーションの次のフロンティアに目を向けている場合もあります。出発点はどうあれ、この領域の博士号は必要ありません。むしろ必要となるのは、潜在的な応用分野の全体像とさまざまな発展の道筋（社内構築の能力やパートナーシップ、買収やライセンスなど）についての実践的な知識です。また、生涯にわたる学びと知的な順応性につながる成長型思考を育成することもできます⁴。

経営陣と取締役会は、AIと関連テクノロジーによって何ができるのか、それらをどのようにビジネスに統合できるのかについて基本レベルの理解を共有すべきです。そこでは多様な視点を持ち、AIの応用分野やその理由についてさまざまな疑問を指摘し、場合によっては欠点を探し回するような人材を集めることが重要です。

PwCのDigital IQ調査によると、CEOのデジタルの精通度はその企業の財務実績と相関性があります。財務実績ランキング上位企業の約54%は、経営者がデジタルに精通しているため、社員が斬新な発想をするのに役立っていると回答しており、それ以外の企業では41%に留まっています⁵。最新版の調査では、回答者をその回答結果から4つのグループに区分しており、最もデジタルに精通しているのは「再定義者（redefiners）」と呼ばれるグループです。ここに含まれる経営メンバーは、会社のデジタル戦略が会社のビジネス手法を抜本的に変革すると予想しており、その3分の2近くがデジタルについて最も包括的で先進的な捉え方をしています⁶。

4 Stuart R. Levine, “[Outperform with a Growth Mindset Culture](#),” Forbes誌、2019年2月26日。

5 [PwC Digital IQ 2018](#).

6 [PwC Digital IQ 2018](#).

Stanley Black & Decker社のLoree氏は、AIやロボティクス、IIoT（産業用モノのインターネット）などのテクノロジーがいかに生産性を改善し、イノベーションを喚起するかを明確に理解しています。Manufactureの開設前から同社では、AI、拡張・仮想現実、IIoTの事業部門への統合を重点的に扱う「デジタルアクセラレーター」をアトランタに設立していました。これは、200年の歴史をもつ年間売上高140億米ドルの製造企業にとっては小さな仕事ではありませんでしたが、Loree氏は、幅広い問題にテクノロジーに基づくソリューションを適用するため、ジョージア州のデジタルアクセラレーターとコネチカット州のManufactureの運営陣に事業部門と直接協力できるよう権限を与え、トップダウンでデジタル化を推進しています⁷。

同じように、Royal Dutch Shell社は、移行期のエネルギー市場の需要の高まりに対応するため、さまざまな方法でAIを活用しています。その一例として、精度を高めつつ損耗を減らせるよう掘削装置の制御を人間が部分的に監督するマシンラーニング形態を活用しています。同社のデータサイエンティストは強化学習（reinforcement learning）、すなわちAIシステムが自分で考え、決断するよう訓練された種類のマシンラーニングを導入しています。ドリルビットのセンサーからのリアルタイムデータと過去の掘削記録のデータを統合し、これを用いて学習させたアルゴリズムによってAIシステムが自動的に地質データを解釈するため、熟練の地質学者である人間のオペレータは必要に応じて調整を加え、より迅速かつ効果的に掘削を行うことができます。その結果、地質学者はより多くの油井を監督できるようになり、他の問題に取り組む時間も増えました⁸。



もっと読む

[**The Essential Eight: Your guide to the emerging technologies revolutionizing business now**](#)（「エマージングテクノロジー：破壊的技術を核にビジネスのゲームチェンジを実現するサービス」）

[**2019 AI Predictions: Six AI priorities you can't afford to ignore**](#)（「2019年AI予測：AIを活用するための6つの優先課題」）

深く知る

自分のAIへの姿勢を世界中のCEOと比べてみたくなりますか？ [ここを見る](#)

7 “Robert Coop, Stanley Black & Decker — Optimizing Manufacturing with Driverless AI,” 2019年2月6日、H2O World San Franciscoで録画された映像。

8 “Shell Announces Plans to Deploy AI Applications at Scale,” Wall Street Journal紙、2018年9月20日

2

AIが可能にする自社の 未来についてビジョンを明確にする

次に、CEOは、自動化とAIを活用して会社の事業戦略を進める方法についてのビジョンを明確にする必要があります。ここでカギとなる課題は、そのビジョンの範囲と目標、すなわち会社はこれらのテクノロジーをどれほどの規模で、どれほどの速さで導入すべきか、という点です。業界でAIのパイオニアになるのか、それとも「ファーストフォロワー（fast follower）」にとどまるのか？ 同様に重要なのは、事業上の具体的な問題や課題を特定し、AIを活用できる分野を決めることです。新しいAI用途にはブームが過熱化しているものがあるため、企業は成功に向けた明確なアプローチなしにパイロット試験を重ねたり、複数の取り組みを結び付けて戦略目標を広げたりして流行に追随しがちです。

ビジョンには、効率性の改善、プロセスの自動化、新製品・サービスの創出や顧客体験の改善のためにAIを活用することが含まれます。例えば、最近個人保険市場に参入したSnapshot社とLemonade社は、マシンラーニングアルゴリズムを使ったアプリにより保険金請求処理のプロセスをスピードアップさせています。賃貸借人向け保険を販売するスタートアップ企業のLemonade社は、顧客がモバイルアプリ経由で提出する物件損害の写真をスキャンすることにより、アルゴリズムを使って不正の兆候を迅速に検出しています。このステップは保険契約者の保険金請求プロセスを速めるうえ、同社のリスクエクスポージャーを軽減しています。一方、自動車保険会社にアプリのライセンスを供与しているSnapshot社は、顧客がアプリ経由で保険金請求書に添付している写真を使い、3時間以内に自動車の損害保険金請求を評価することができます。その結果、保険会社は、通常のアナログの請求処理では30日かかる請求処理をおおむね3日以内に終わらせています⁹。

他のケースでは、AIは今後、主に専門家の認識を増強するために用いられるでしょう。ボストンのダナ・ファーマーがん研究所では、全ての患者にDNAシーケンスを受けるかどうかの選択肢が与えられており、医師はその情報を活用して治療計画を改善できます。また、CEOのLaurie Glimcher氏は、ダナ・ファーマーの研究者は生検による腫瘍サンプルの分析精度を高めるため、マシンラーニングの使用を模索していると述べています¹⁰。

9 “Startups Show Car and Home Insurers They Need to Get Smarter,” Wall Street Journal紙、2019年5月6日

10 “CEOs in Health Care Discuss Challenges of Working with Artificial Intelligence,” Wall Street Journal紙、2019年5月1日



もっと読む

[Understanding the potential of artificial intelligence](#)

[Sizing the prize: PwC's global artificial intelligence study](#)

深く知る

他の経営者が[今、未来の労働力をどのように整備しようとしているか](#)を見極めます。



3

AI導入のプロセスを構築する

CEOは通常、AIなどの先進技術の導入に直接かかわることはありません。しかし、導入のプロセスを整えるのは明らかにCEOの仕事です。それには一般に、CIO（最高情報責任者）またはCTO（最高技術責任者）をリーダーとし、データサイエンティストや専門技術者、業務の管理職や営業部門のトップなど、幅広い専門性と視点をもつ人材から成るチームを作ることが含まれます。場合によっては、学術機関やAI関連のスタートアップ企業などの第三者からの登用も行われます。CEOは技術責任者と協力し、ソリューションの社内開発、AI企業の買収、AIソリューションのライセンス取得、パートナーシップの締結など、さまざまなAI導入の道筋を明確に描く必要があります。

次に、CEOはテクノロジーを事業の分野や機能を超えて組み込むことができるよう、適切な意思決定の権限やガバナンスなどの基準を決める必要があります。その目的は、自社にとって適切である限り広範囲にAIを配備することであり、たんに特定の技術問題を解決するという話ではありません。

社員5万人、年間売上高230億米ドルのSiemens USAでは、Barbara Humpton CEOが会社のAI構想の全てに関与しています。直接監督してはいませんが、AI関連の議題を決定し、メディア取材や業界パネルディスカッションに多くの時間を割いて、ドイツの親会社と連動したSiemens USAのアプローチを発信しています。Siemens USAは、カリフォルニア州パロアルトを拠点とするベンチャーキャピタルを保有しており、このベンチャーキャピタルはテクノロジー企業への投資に際し、投資先企業が潤沢な資金を活用して成長し、成功の確率を高められるよう十分な額の持分を購入しています。また、Siemens USAの年間研究開発予算は13億米ドルにのぼり、運営手法を階層型ではなく協働型とすることで、研究開発部門に機動性を持たせています¹¹。

11 Michael Krigsman, “[CEO view: Digital transformation at Siemens USA](#),” ZDNet, 2019年3月18日

適切なプロセスを整備し、チームを作るには、適切な方法でデータを考えることが極めて重要です。まず、どこで価値を生み出したいかを明確にし、そのうえでどんなデータ資産が手元にあり、どのデータをこれから取得しなければならないかを見極めます。さまざまなシステムからデータを抽出する能力がなければ、あるいは、適切な人材が必要な際に適切なデータを確実に得られなければ、AI活用による目標の効果を生み出すことはできません。CEOの58%が、2019年のAI関連データの最優先事項として、事業上の洞察を得るためにAIとアナリティクスシステムを統合することを挙げています¹²。販売やマーケティング、財務、調達、研究開発など、全ての主要事業分野のデータを得ることが不可欠です。同様に、CEOが、データドリブン型の意思決定がニューノーマル（新常態）である（またはすぐにそうなる）というメッセージを強く打ち出すことができれば、機能部門の責任者もその姿勢を支持するでしょう。



もっと読む

[A strategist's guide to artificial intelligence](#)

[Winning with a data-driven strategy](#)

深く知る

[AIを通じた国内での競合優位性を得るためには](#)

¹² [2019 AI Predictions](#), PwC, 2018年

4

社員に新しい働き方を準備させる

テクノロジーの中でも、特にAIは社員の働き方を変化させます。一般にはデータ入力や報告書作成などの日常的な反復作業が自動化されるため、そうした仕事に就いていた従業員はその仕事から離れ、新しい場所で価値を創出することになります。米国のAT&Tでは、カスタマーサービスや財務分野などの機械的作業を処理するため1,000基のソフトウェアロボットを配備しており、一部の従業員はより知識が必要な業務や高度な分析業務にシフトすることができました。AT&Tの最高データ責任者、Steve Stine氏は、ソフトウェアロボットなどのデータ最適化の取り組みや先進的アナリティクス、人工知能はここ数年で、数百万ドル相当の事業価値を創出するのに貢献したと指摘しています¹³。

しかし、AIドリブンの成果を出すうえでの制約は、多くの企業で適切なスキルをもつ人材が不足していることです。PwCの最新のCEO調査では、55%が、重要スキルの欠如がイノベーションの力を妨げていると回答しています¹⁴。CEOには、人材教育とスキル開発が何より重要になっていることを、中間管理職を通じて広く伝える使命があります。AI活用により仕事が劇的に変わると考える社員もいます。しかし、それは多くの社員にとって重要かつ新しいスキルを学ぶチャンスでもあります。CEOは、AIおよび関連テクノロジーの利益を享受するのに欠かせない、適応力と生涯学習の文化を育成することができます。

Siemens USAのHumpton氏は、企業は社員にスキルアップと再教育を施す責任があると強く感じています。Siemens USAは、社員5万人のスキル開発と再教育に毎年5,000万米ドルを投じており、世界全体では教育に毎年6億米ドルを計上しています¹⁵。一方、メディア総合大手のBertelsmann社は最近、社員のテクノロジースキルの強化に向けたグローバルな教育プログラムを始めました。数百万ユーロの予算枠を設定し、オンライン学習プラットフォームのUdacityでクラウドアプリケーションやデータアナリティクス、AIなどを学ぶための5万人分の奨学金に資金を拠出しています¹⁶。

13 “AT&T’s 1,000 Software Robots Are Doing Boring, Repetitive Work for Humans,” Wall Street Journal紙、2018年2月5日

14 PwC’s 22nd Annual Global CEO Survey, 2019年

15 “The head of Siemens USA explains why it’s making open-source training programs available across industries, as it looks to benefit from a new age of automation,” Business Insider誌、2019年3月20日

16 “Bertelsmann Announces 50,000 New Udacity Scholarships in Areas of Cloud, Data, and AI,” Udacity、2019年4月26日

人材のスキルアップやスキル再教育の取り組みはどのようなものであれ、適切な分野に絞り込む必要があります。PwCのDigital IQ調査では、「再定義派（回答者の中で最もデジタルに精通しているグループ）」の62%は、よりデジタルに詳しい人材の育成を念頭に採用と研修の方法を変えたと回答しましたが¹⁷、投資が回収できていると答えたのはわずか28%でした。これらの企業が見落としているのは、おそらく「AIデモクラシー」の目標です。つまり、どこを自動化できるか、どこでAIを活用できるかについての対話に社員が積極的に参加できるよう、彼らにAIの知識を十分にもたせるということです。

CEOはまた、社員の学びたいという本能的な意欲を活用する必要があります。CEO自身が自身の成長意欲を高めるように、あらゆるレベルの社員に対し、成長意欲を高めるよう喚起する一方、特定のテクノロジーの統合が社員の仕事にどのように影響を与えるのかを会社全体に明確に伝え、社員が会社（と自分の）成功にどのように貢献できるのかを理解してもらいます。

もちろん、AIや他のテクノロジーはそれ自体を、新しい働き方における効果的な社員研修のツールとして使うことができます。例えば、スイスの工業用電力会社ABBの最高デジタル責任者、Guido Jouret氏によると、同社は、新入社員や現役社員の研修のために仮想・拡張現実を含むさまざまな手法を用いています¹⁸。



もっと読む

[Workforce of the Future: The competing forces shaping 2030](#)

深く知る

テクノロジー投資の費用対効果を改善しませんか？ [従業員体験について考える。](#)

¹⁷ PwC Digital IQ 2018.

¹⁸ “Digital transformation and the industrial internet of things at energy giant ABB,” ZDNet, 2019年2月25日

5

自動化とAIの 倫理基準を決定する

人間と機械の知性が混ざり合う時代において、企業経営をより複雑にしているのが「責任あるAI」の問題です。アルゴリズムは過去のデータから「学ぶ」ため、一部の企業が導入したボットは、人間が過去に行ったステレオタイプな倫理観や先入観に偏った意思決定をただ繰り返すだけのものとなっています。企業がこれらの問題を解決せず、放置していたためです。また、社会全体で自動化とAIが商業利用されることの潜在的影響についても、より広く検討する必要があります。

これらの課題に対応するため、企業は、データとマシンラーニングモデルの偏りを検出するためのプロセスを構築し、チームを教育すべきです。また、他の労務上の課題と社会全体の利益を考慮するとともに、初めからリスク緩和と倫理上の懸念事項をAIアルゴリズムとデータセットに統合しなければなりません。Siemens AGのCEO、Joe Kaeser氏は先ごろ、6億米ドルの従業員研修予算を問題視した投資家に対し、承認しないのであれば他のどこにでも投資すればよい、とやり返しました¹⁹。

ここでは取締役会の関与も重要です。AIによる意図せざる結果はコンプライアンスリスクにつながり、ブランドの名声に傷をつける恐れがあるからです。取締役会は、経営陣がこれらのリスクにどのように対応し、偏見がAIの決定に影響しないよう会社がどのような対策をとっているかについて見極めようとするはずで、また、会社がレピュテーションリスクなどのリスクを最小限に抑えるための実践方法を定め、統制を実施しているかどうかも確認するでしょう。

責任あるAIは、公正さと偏見にかかわる倫理上の懸念を是正するのに加え、それが説明可能であるがゆえに信頼感を生み出します。AIシステムを使う人もそのシステムの影響を受ける人も、AIがその決定や行動に至った経緯を理解でき、AIを導入している企業はシステムがどのように動いているかを伝え、その伝え方が効果的かどうかについてフィードバックを求めるよう意識的な努力を行うようになります。AIシステムのデータ保護、決定権、透明性について明確な方針を定めることがカギとなります。

¹⁹ “[The head of Siemens USA explains why it’s making open-source training programs available across industries, as it looks to benefit from a new age of automation.](#)” Business Insider誌、2019年3月20日



もっと読む

[What it means to open AI's black box](#)

[What is fair when it comes to AI bias?](#)

深く知る


責任あるAIに関して自社の状況を知りたいですか？こちらをご覧ください。[diagnostic](#).



まとめ

CEOの仕事は決して容易なものではありませんが、人的資本とテクノロジーの変化が重なると格段に難しくなります。リーダーシップとは特定のパラドックスを受け入れることでもあります。AIの可能性を開拓する際には大胆さが求められ、情報が揃っていないときには十分に知るための謙虚さが必要です。事業戦略のどこにAIを活用するかについては決断力が必要ですが、取り組みの先行きに関する不確実性にも対応できなければなりません。パートナーシップを受け入れつつも、必要に応じて自社の知的財産を守ることも必要です。

中でも最大のパラドックスは、CEOが会社の最も貴重な資源である社員に重点を置きながら、同時にAIなどのテクノロジーを導入し、しかも両者間のインターフェースを理解しなければならないという点です。これは難しい課題ですが、それに立ち向かうことができるCEOはこれまで以上に会社を強くすることができます。



PwCのデータ、アナリティクス、自動化、AI部門は、データを中核としアナリティクスやAIを事業や産業の機能の流れに持ち込むことで、企業のトランスフォーメーションを支援するための、幅広いデータアナリティクスと人工知能 (AI) 活用サービスを提供しています。当社のAIとアナリティクスのトランスフォーメーションフレームワークは、「文化と人材」「組織とガバナンス」「ビジネス意思決定とアナリティクス」「データと情報」「技術とインフラ」「プロセスと統合」の6つの能力領域をカバーし、テクノロジートランスフォーメーションと人間の関与を調和させます。当社では、AIとデータの責任ある運用のための5つの側面である「バイアスと公正性」「解釈性と説明可能性」「堅牢性と安全性」「ガバナンス」「倫理と規制」に基づき、PwCの「責任あるAI」のフレームワークとツールキットが、確実に当社のポートフォリオ、戦略、資産に適用されるようにしています。

詳しくはこちら：www.pwc.com/ai

PwCの戦略コンサルティングチーム、Strategy&は、世界の大手企業や公的機関と協働し、事業の厳しい局面において能力を構築し、成功裏に乗り切るために必要不可欠な競争優位性を獲得できるよう支援しています。

当社は、クライアント企業がトランスフォーメーションを主導し、新たな組織モデルを構築し、顧客・チャネル戦略から価値を引き出し、サプライチェーンと資産の有効性を高め、戦略に安全性を組み込むことにより事業のレジリエンスを担保できるようお手伝いしています。

お問い合わせ



Wilson Chow

Partner, PwC China

+86 755 8261 8886 wilson.wy.chow@cn.pwc.com

PwCのテクノロジー、メディア、通信サービスのグローバルおよび中国・香港責任者。エマージングテクノロジーの導入により新しい機会を開拓できるようクライアントのデジタルトランスフォーメーションを支援している。



Deniz Caglar

Principal, PwC US

+1 312 420 8569 deniz.caglar@pwc.com

PwCの「Fit for Growth and Workforce of the Future」プラットフォームの実務責任者。大規模な組織や文化のトランスフォーメーションに関してクライアントを支援している。PwCのStrategy&での組織戦略実務の米国責任者。金融サービス、消費財、小売業を中心に各種産業にクライアントをもつ。



David Lancefield

Partner, PwC UK

+44 7712 140450 david.lancefield@pwc.com

PwC英国のシニアパートナーで、革新的変革についてメディア、エンタテインメント、テクノロジー企業の経営者に助言している。戦略やイノベーション、リーダーシップ、企業文化などについての著作や講演、コーチングも多い。AI関連では戦略開発と組織変革への示唆に注力している。



Anand Rao

Principal, PwC US

+1 617 530 4691 anand.s.rao@pwc.com

PwCの人工知能分野のグローバルおよび米国の責任者。実務的なクライアントの問題に対してマシンラーニングやディープラーニング、自然言語処理、シミュレーションおよび強化学習に革新的AI手法を持ち込み、人間の意思決定を強化するための取り組みを主導している。主に金融サービス、保険、ヘルスケア、自動車、テクノロジー企業のクライアントに助言している。

日本のお問い合わせ

PwC Japanグループ

<https://www.pwc.com/jp/ja/contact.html>



担当者

谷口 大輔

PwCコンサルティング合同会社

テクノロジー・メディア・テレコムインダストリー

マネージャー

執筆協力

福永 新一

PwCコンサルティング合同会社

テクノロジー・メディア・テレコムインダストリー

アソシエイト

www.pwc.com/jp

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社（PwCあらた有限責任監査法人、PwC京都監査法人、PwCコンサルティング合同会社、PwCアドバイザリー合同会社、PwC税理士法人、PwC弁護士法人を含む）の総称です。各法人は独立した別法人として事業を行っています。
複雑化・多様化する企業の経営課題に対し、PwC Japanグループでは、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、そして法務における卓越した専門性を結集し、それらを有機的に協働させる体制を整えています。また、公認会計士、税理士、弁護士、その他専門スタッフ約8,100人を擁するプロフェッショナル・サービス・ネットワークとして、クライアントニーズにより的確に対応したサービスの提供に努めています。
PwCは、社会における信頼を築き、重要な課題を解決することをPurpose（存在意義）としています。私たちは、世界157カ国に及ぶグローバルネットワークに276,000人以上のスタッフを有し、高品質な監査、税務、アドバイザリーサービスを提供しています。詳細は www.pwc.com をご覧ください。

本報告書は、PwCメンバーファームが2019年12月に発行した『How CEOs Can Tap AI's Full Potential』を翻訳したものです。翻訳には正確を期しておりますが、英語版と解釈の相違がある場合は、英語版に依拠してください。

電子版はこちらからダウンロードできます。 www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership.html

オリジナル（英語版）はこちらからダウンロードできます。 www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/artificial-intelligence/how-ceos-can-tap-ai-full-potential.html

日本語版発刊年月：2020年6月

管理番号：I202005-04

©2019 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.
This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.