

AI at Work 2026: ツール導入の先にある「戦略的再構築」の衝撃

AI普及の現状: グローバルと日本の動向



世界の一般従業員の74%が日常的にAIを利用
2025年の51%から23ポイント急増、経営層と一般層の利用格差縮小。

日本: 66%

米国: 62%

日本は米国を上回るペースで普及
グローバルサウス牽引、世界平均(74%)未達も裏面に普及。



先行:
IT (88%)、
マーケティング



(85%)



相対的遅れ:
製造 (61%)

変容するスキルと「ジョイ・パラドックス」



役割は「AIへの指示・管理」へとシフト
47%の従業員が、役割の変化を実感。

満足度向上: 67%
喜びと疲労が共存する



「十分な水準」のハードル上昇: 60%
求められる品質基準(Good Enough)が上がった。

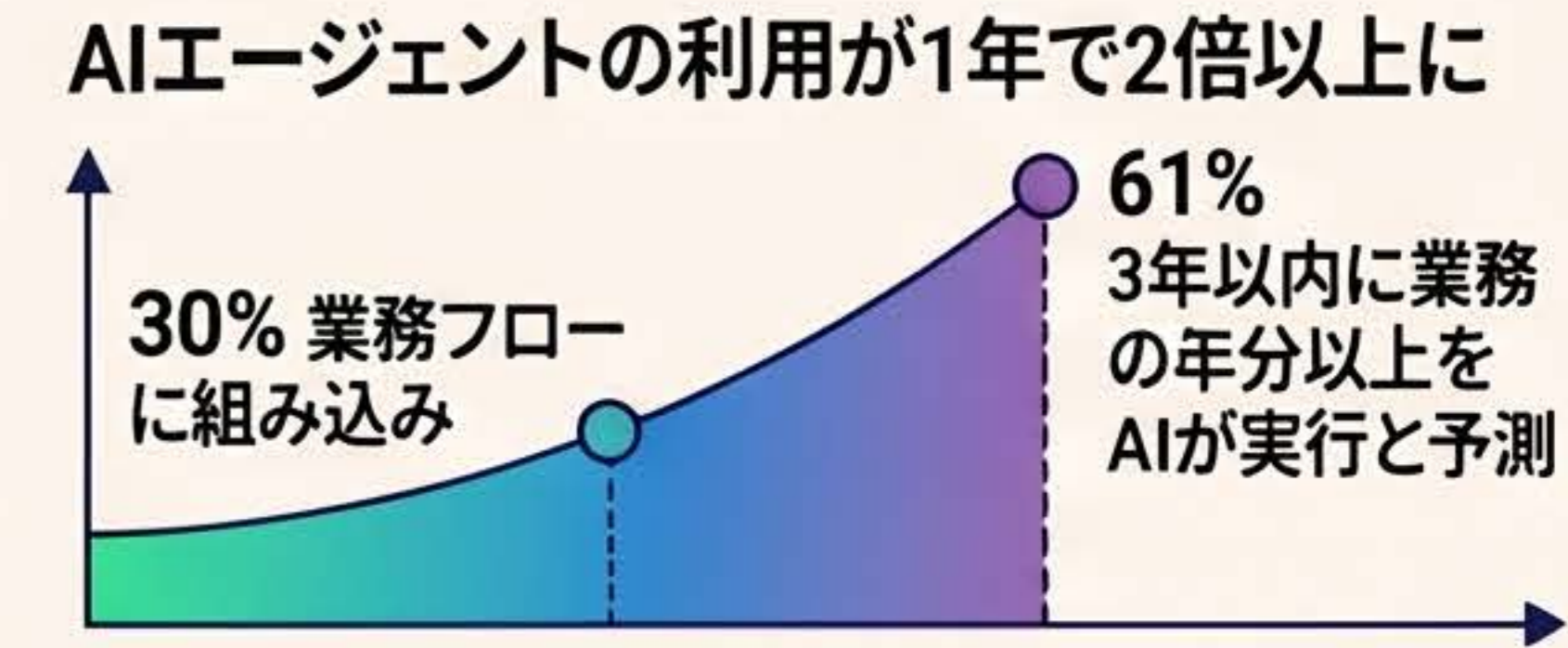
「価値の漏出」とAIエージェントの台頭



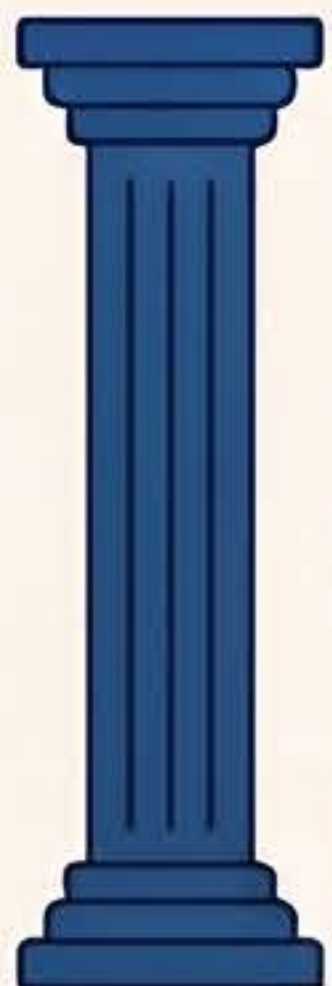
週に1日分(約8時間)の時間を創出
マーケティング部門では60%に達する。



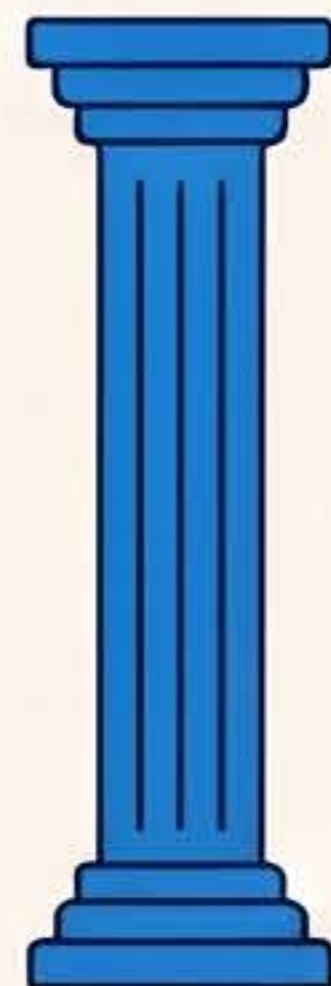
週に1日分(約8時間)の時間を創出
日常的な利用者の42%がこれだけの時間を生み出している



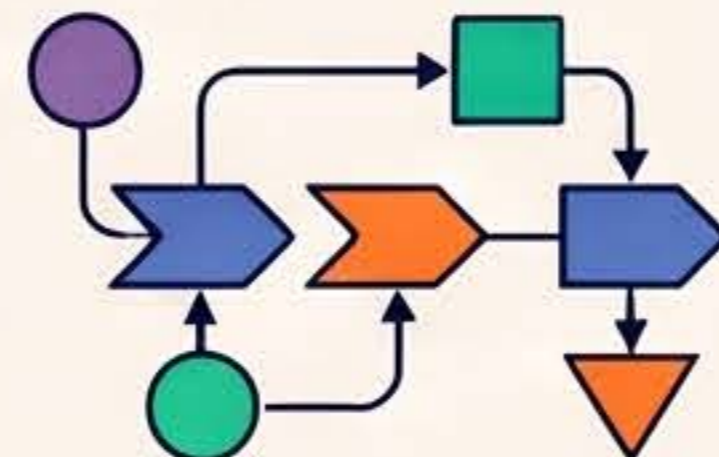
成功への道: CEOが取り組むべき5つの要件



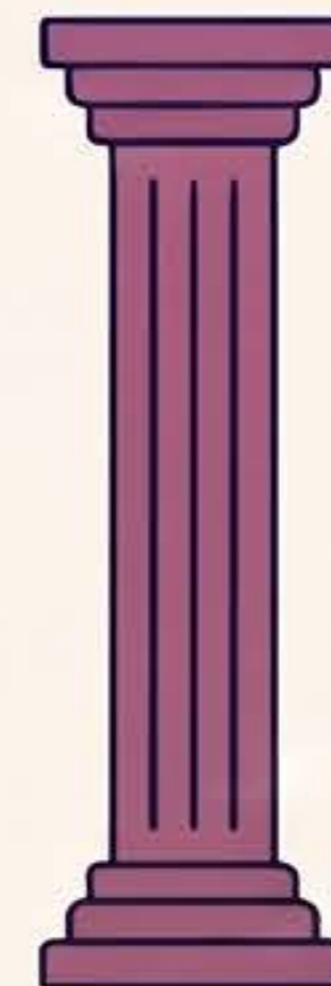
1. 戦略的明確性を最優先し、自ら主導する
AIを最優先事項として明確に掲げ、方向性を徹底。



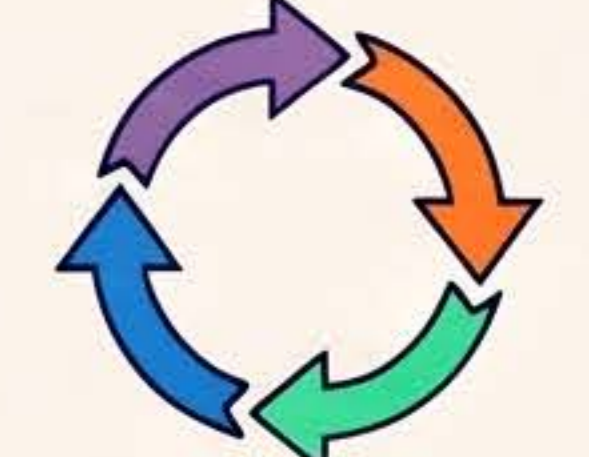
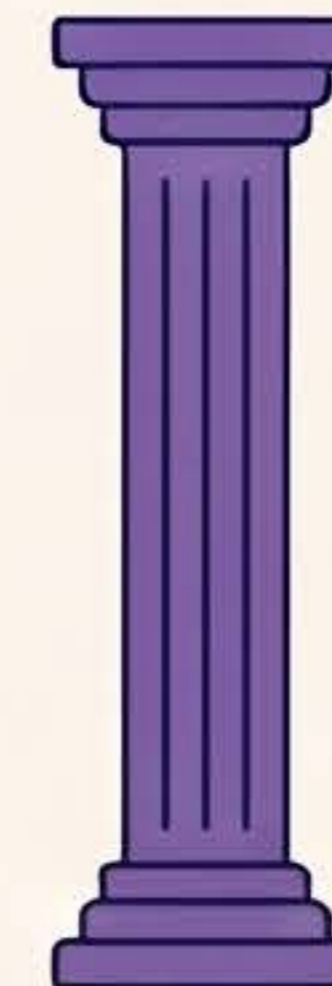
2. 評価指標を「導入率」から「価値」に変える
ビジネス成果を測定し、浮いた時間の再投資を指示。



3. 業務全体の「再設計」に投資する
組織横断的なタスクの流れや働き方をAI前提で作り直す。



4. 再設計の中心に「人」を据える
役割の変化を見据えたりスキリングを提供(現在36%のみが十分と実感)。



5. 動的なガバナンス体制を構築する
技術、モデル、エージェントの進化に応じ、価値を再測定し調整し続ける。