

2025年4月16日 5:00

AIエージェント、ビールのレシピ開発も NECや富士通が注力

企業・業績 投資テーマ解剖 ポートフォリオ 株式



商品開発や営業、経理などの専門的な業務を、指示がなくても自ら判断して行う「人工知能（AI）エージェント」の活用が広がってきた。[NEC](#)（6701）や[富士通](#)（6702）は企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）支援にAIエージェントを相次ぎ投入。人手不足対策や生産性向上の切り札として力を入れている。

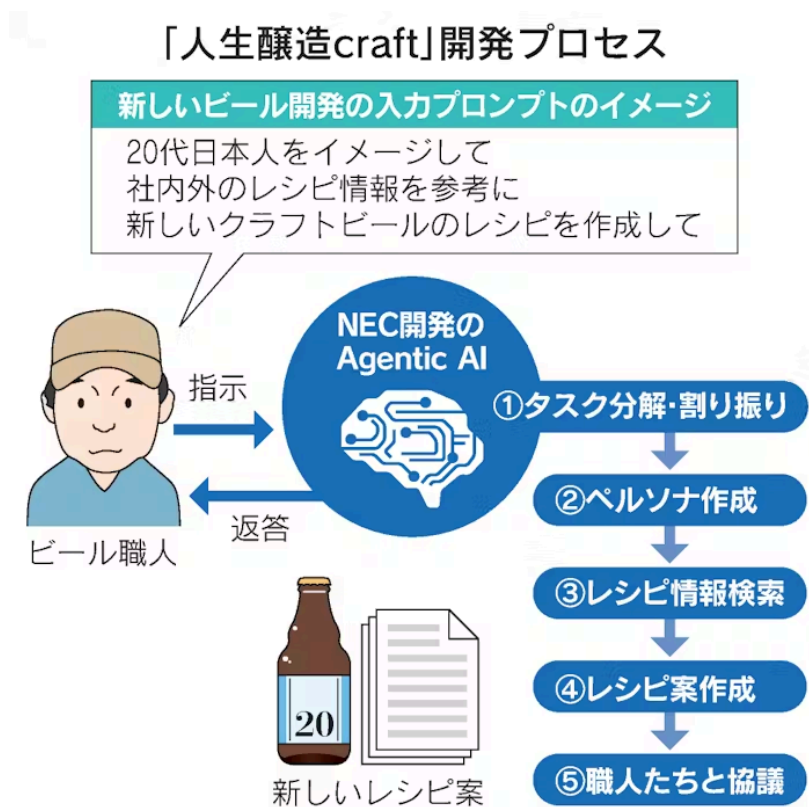
「20代の日本人をイメージして新しいクラフトビールのレシピを作成して」――。出来上がったビールはピンク色で桃の甘酸っぱさが特徴。口当たりはクリーミーで、ほんのり甘い。このビールのレシピはNECが「コエドビール」を製造・販売する協同商事（埼玉県川越市）と組み、AIエージェントを活用して開発したものだ。



[NECはAIエージェントを活用してクラフトビールのレシピを開発した](#)

20～50代の各世代の特徴や価値観を分析し、味や香りで表現した。NECによると国産のAIエージェントを活用した商品開発事例は初めて。従来と比べてレシピの作成時間を40%削減できたという。

今回活用したのはNECの生成AI「cotomi（コトミ）」をベースにしたAIエージェント。1月から提供しており、今後は他業種での商品開発でも展開する予定だ。千葉雄樹生成AI事業開発統括部長は「クリエイティブを発揮する仕事で広く使ってもらいたい」と話す。



AIエージェントは「自律型AI」とも呼ばれる。人間のおおまかな依頼内容から必要な作業を考えて実行する点が特徴で、チャットボットなどの「対話型AI」の発展形だ。

富士通は国内IT（情報技術）企業でいち早くAIエージェントを投入した。24年10月、ビデオ会議の会話から必要な業務データを推測し、ほかのAIに指示して議論に役立ちそうな資料などを自動作成するサービスを始めた。

さまざまな業務向けにAIエージェントのサービス拡充を進めている。開発中のソフトウェアが法律に違反していないかをチェックするサービスは2月に試験販売を始めた。今後、サプライヤーを評価して改善要望書を自動で作成する用途などでも提供を検討している。

AIエージェントは業務を自動化する	
分野	自動化する業務内容
営業	・見込み顧客リストの作成 ・トークスクリプト（台本）の提案
経理	・経費レポートの作成 ・財務分析
調達	・サプライヤーの選定 ・需要予測
マーケティング	・ペルソナ（典型的なユーザー像）の設定 ・広告の最適化

[NTTデータグループ](#)（9613）は営業や経理など部門別にAIを開発して業務の効率化や自動化を支援する。国内外でAIエージェントを展開しており、海外では2027年度に年間3000億円の売り上げを目指す。

[マネーフォワード](#)（3994）は2日、経費精算や人事労務といったバックオフィス向けにAIエージェントを開発し、2025年中に投入すると発表した。例えば経費精算向けでは、従業員がクレジットカードで支払いを行うと、AIが利用履歴をもとに経費科目や支払先を類推し自動でレポートを作る。人事労務向けでは人的資本開示に向けて、育児休暇取得率などのデータ収集や分析を自動で担う。

クラウド経由で提供するSaaS（ソフトウェア・アズ・ア・サービス）型の会計ソフトや給与計算ソフトとAIエージェントを組み合わせ、中小企業の業務効率化を後押しする。辻庸介社長は「バックオフィスの専門家として高い専門性をもつAIエージェントを作る」と意気込む。

市場規模は急拡大へ、日本企業は慎重姿勢

AIエージェント市場は今後数年で爆発的に拡大する見通しだ。米ボストン・コンサルティング・グループ（BCG）は2030年の市場規模を24年比9倍の521億ドル（約7兆4000億円）とはじく。米国勢ではセールスフォースや[マイクロソフト](#)などがサービスを展開するほか、[ソフトバンクグループ](#)（9984）は出資先の米オープンAIと組んで各企業に合った専用のAIエージェントを提供する構想を掲げる。

日本企業では業務をAIに置き換えることに慎重な考えが根強い。BCGが2024年9月～12月に世界19カ国の経営層1803人を対象に実施した調査によ

ると、AIエージェントの活用に積極的な姿勢を示した割合は日本が26%で、世界平均の32%を下回った。

普及を進めるにはAIが事実と異なる回答をするハルシネーション（幻覚）を防ぐことや、著作権や肖像権を侵害するリスクを排除することが欠かせない。NECの山田昭雄AIテクノロジーサービス事業部門長は「（業務）プロセスをまるごと自動化しつつ、安全安心を担保してサービスを提供する」と話す。日本企業のニーズを満たす業務のきめ細かさやリスクの低さなどをアピールし、導入を促していく考えだ。

（張谷京子）

記事・写真等を許可なく複製・転載することはできません。

記事の閲覧には日経ヴェリタスの会員登録が必要です。

Nikkei Inc. No reproduction without permission.

本サービスに関する知的財産権その他一切の権利は、日本経済新聞社またはその情報提供者に帰属します。