



AIファーストマネジメント実践ガイド - AI前提の 組織設計と経営変革 | Leadsia Inc.

2026-02-14

Leadsia Inc.

カテゴリー：運用・活用ノウハウ

スウェーデンの決済大手Klarnaは、AIエージェントの導入によりカスタマーサポート担当700名分の業務を代替しました。問い合わせ解決時間は11分から2分未満に短縮。従業員の90%が日常的にAIツールを使用し、マーケティング部門で88%、法務部門で86%の導入率を達成しています。

これは「AIを使って業務を効率化した」という話ではありません。AIを前提に組織そのものを再設計したという話です。

この違いは決定的です。多くの日本企業がAI導入で止まっている「効率化」のフェーズから、一歩先へ進むための考え方 - それが「AIファーストマネジメント」です。

「AI活用」と「AIファースト」の違い

まず、よくある誤解を解きます。

「AI活用」は、既存の業務プロセスの中にAIツールを追加することです。人間が主体で、AIは補助。営業マンがChatGPTで文章を下書きする。経理がAIで請求書を読み取る。いわば「人間+AI」の足し算です。

「AIファーストマネジメント」は、まったく逆の発想です。最初にAIが担当する業務を設計し、その上で「人間がやるべきこと」を定義する。AIが主体で、人間は例外処理と戦略判断に集中する。「AI → 人間」の引き算です。

Klarnaが700名分の業務をAIに移行できたのは、「既存のオペレーターの仕事にAIを足した」のではなく、「AIがやる前提で業務フロー全体を再設計した」からです。

日本企業の現在地 - 導入は進んでいる。が、使いこなせていない

日本企業のAI導入は確実に進んでいます。

2026年2月の調査では、7割以上の企業が1年以内に生成AIを導入済み。導入経緯の最多（44.6%）は「経営・会社方針」によるトップダウン型でした。日本企業の約半数が2025年以降のAI投資として2,500万ドル（約38億

円) 超を予定しており、投資意欲は諸外国と比較しても高い水準です。

しかし、日常的なAI活用率は51%にとどまり、米国や中国の90%超と大きな差があります。AIエージェントの導入率に至ってはわずか7%。

つまり、「導入した」けれど「使いこなせていない」。

その原因の多くは、AIを「既存業務の上に載せた」だけで、業務プロセス自体を変えていないことにあります。これが「AI活用」と「AIファースト」の分水嶺です。

AIファーストマネジメントの3 原則

では、AIファーストマネジメントを実践するには何を変えるべきか。3つの原則を提案します。

原則①：「人間がやるべきこと」を再定義する

従来の組織設計では、すべての業務を人間が担当し、一部をアウトソーシングやITで補助する構造でした。AIファーストでは、まずAIが処理できる業務をすべてAIに割り当て、残りを人間の仕事として定義します。

営業部門を例にとりましょう。

従来の営業チーム5名体制：全員が「リスト作成→架電→商談→提案→クロージング→フォロー」の全工程を担当。

AIファースト設計：リスト作成はAIが自動生成。架電はAIエージェントが実行。商談設定もAIが自動アポイント。人間の営業マンは「商談」と「クロージング」 - つまり人間にしかできない信頼構築と意思決定の場面に集中。

LeadsiaのAI営業インテリジェンス「ALICE」は、まさにこの設計思想を体現しています。HPを読み込んでトークスクリプトを自動生成し、AIが架電してアポイントを獲得する。営業マンは「AIが設定した商談」に集中できる。「ゼロタッチ運用」の実践です。

原則②：「データで判断する文化」を根づかせる

AIファーストマネジメントでは、意思決定の根拠が「経験と勘」から「データとAI分析」に移行します。

ただし、これは「人間の判断を排除する」ことではありません。AIがデータに基づく選択肢を提示し、人間が最終判断を下す - この協業モデルが、2026年から2033年にかけてのAI意思決定市場の成長を牽引すると予測されています。

製造業ではすでに、生成AIが過去のデータを学習して新製品の図面や3Dモデルを自動提案する「設計・開発の効率化」が実用化フェーズに入っています。

営業の領域でも、ALICEのABテスト自動最適化はこの思想の具体例です。どのトークスクリプトが効果的か、どの時間帯にアポイント獲得率が高いか - これをデータで判断し、AIが自動で改善します。

原則③：「組織構造」をAI前提で設計する

最も根本的な変化は、組織構造そのものの再設計です。

従来型の組織は、人間の管理スパン（1人の管理者が管理できる部下の数）を前提に設計されています。課長1名に部下5～10名。部長の下に課長3～5名。この階層構造は、情報伝達と品質管理のために必要でした。

AIファーストでは、AIが定型業務を処理し、品質管理も自動で行うため、中間管理層の役割が根本的に変わります。管理者は「部下の作業を監督する」のではなく、「AIの成果を戦略に活かす」役割にシフトします。

Klarnaの事例が示すように、AIの導入は単なるコスト削減ではなく、700名分の人間の仕事が消え、代わりに「AIでは対応できない複雑なタスク」に人間が再配置されたのです。

中小企業こそ「AIファースト」が効く理由

「Klarnaのような大企業の話でしょ？ うちには関係ない」

そう思った方もいるかもしれませんが。しかし、実はAIファーストマネジメントは中小企業にこそ大きなインパクトをもたらします。

理由は単純です。大企業には元々多くの人員がいるため、AI導入の効果は「効率化」ととどまりがちです。しかし中小企業は、そもそも人員が限られている。営業マンが3名しかいない会社で、架電・アポ獲得・フォローをAIが担当すれば、3名全員が商談とクロージングに集中できる。

少ない人員で大企業並みの営業活動量を実現する - これが、中小企業におけるAIファーストの本質的な価値です。

ALICEの月額29,800円~という価格設定は、中小企業がAIファースト経営に移行するための入口として設計されています。大企業のように数千万円のカスタム開発をしなくても、セールステックSaaSとして即座に導入できる。「ゼロタッチ運用」により、ITリテラシーが高くなくても使いこなせる。

よくある懸念と、その回答

「社員が不安がるのでは？」

最も多い懸念です。AIに仕事を奪われるという恐れは自然な反応です。

BCGの調査によると、日本企業の17%がAI導入に伴い役割の見直しを実施しています。重要なのは、導入前に「AIが何をやり、人間が何をやるか」を明確にし、社員と共有することです。

「電話はAIが。商談はあなたが。」 - この一言で、多くの営業マンの不安は解消されます。なぜなら、ほとんどの営業マンは「架電」より「商談」のほうが好きだからです。

「うちの業務は特殊だから」

特殊な業務ほど、AIファーストの恩恵は大きいとも言えます。

特殊なのは「判断」の部分であって、「電話をかける」「アポイントを設定する」「フォローアップする」といった定型プロセスは、どの業界でも共通です。特殊な判断は人間が担い、共通の定型業務はAIが担う。この分業こそがAIファーストです。

まとめ：「AIを使う組織」から「AIで動く組織」へ

AIファーストマネジメントは、AIツールの導入とは根本的に異なる概念です。

「AIを使う組織」は、人間の業務にAIを追加する。効果は限定的で、人間の介在コストが残る。

「AIで動く組織」は、AIを前提に業務と組織を再設計する。人間は「人間にしかできないこと」に集中し、全体の生産性が飛躍的に向上する。

日本企業のAI投資意欲は高く、7割以上が導入済み。しかし、日常活用率は51%。この差を埋めるのは、ツ-

ルの追加ではなく、経営の発想転換です。

まずは一つの部門、一つの業務から。営業の架電をAIに任せ、営業マンを商談に集中させる。その成功体験が、全社的なAIファーストへの移行を加速させます。

関連記事

- ゼロタッチ運用とは？人間の作業時間を限りなくゼロにする設計思想
- セールステックSaaSの選び方 | 失敗しない5つのポイント
- BPO vs AI自動化 | コスト・品質・効率性を徹底比較検証

Leadsiaは、AI営業インテリジェンス「ALICE」、AI音声インテリジェンス「SOPHIA」、AI業務インテリジェンス「LYDIA」を通じて、日本のB2B企業の営業DXを支援するセールステックSaaS企業です。各AIエージェントの頭脳にはAnthropicのClaudeを採用し、Constitutional AI（憲法AI）に裏打ちされた安全性と会話品質を両立した営業自動化を実現しています。

詳しくは[Leadsia公式サイト]をご覧ください。