

東大発AIベンチャーの経営者
兼トップエンジニアが語る

園田亜斗夢

ATOM SONODA

株式会社Lightblue代表取締役／工学博士

AI
エージェント
組織実装の最適解

川俣彰広

AKIHIRO KAWAHATA

株式会社Lightblue執行役員営業部長

AI Architect
Mindset

CROSSMEDIA PUBLISHING

はじめに

**AIが空気のような存在になったとき
組織が生み出す成果は最大化する**

ChatGPTの登場により、生成AIが世の中に普及してから3年あまりが経ちました。

この間、生成AIの技術は日進月歩どころではない「秒進分歩」のスピードで進化し、多くの企業が生成AIの導入に踏み切っています。

しかし、「生成AIで働き方が変わった」「生成AIで売り上げが大きく上がった」と胸を張って言える企業は、どれくらいあるでしょうか。おそらく、多くの人は次のように感じているはずです。

「使ってはいる。確かにAIはすごい。でも、変わった実感はない……」

その感覚は、決して間違いではありません。

全米経済研究所（NBER：National Bureau of Economic Research）が2025年11月から2026年1月にかけて行った調査「Firm Data on AI」によれば、約9割の経営者が「AIで生産性は変わっていない」と回答しています。

2025年6月にPwC Japanグループが発表した「生成AIに関する実態調査2025春5カ国比較」においても、生成AIの活用効果が「期待を大きく上回る」と回答した日本企業はわずか10%です。

なぜ、このような結果になっているのでしょうか。

先に結論をお伝えすると、その原因はAIの性能でも、社員のリテラシーでもありません。**AIの届け方、つまり、「設計思想」**にあります。

私たちは、AI導入によってビジネスと働き方が変革するプロセスを次の6段階のモデ

ルで整理しています。

レベル①..ツールを導入する

レベル②..個人の生産性が上がる

レベル③..チームの生産性が上がる

レベル④..他部門を巻き込んで業務プロセスが変わる

レベル⑤..組織全体が動く

レベル⑥..ビジネスそのものが変わる

いま、日本の多くの企業または個人は、レベル②の段階に到達しつつあります。

そして、**この本が目指す最終目標は、レベル⑥「ビジネスそのものが変わる」**です。

私たちはこれまで、業種も規模も異なる100社あまりの企業に、自社開発の法人向けAIアシスタントサービス「Lightblue（ライトブルー）」の導入を支援してきました。

そこでわかったのは、AIエージェントの組織実装に成功し、高い成果を上げている企

業に共通する、次のようなまったく新しい取り組みです。

「AIを活用してエース社員の暗黙知を形式知に変える」

「IT・DX部門ではなく、業務部門主導でAIを導入する」

「業務に活用できるAIアシスタントを社員一人ひとりが市民開発で作る」

「AIエージェントに自社らしさを学ばせ、その性能を飛躍的に高める」

本書では、これらが何を意味するのかを一つひとつ丁寧に紐解いていきます。

振り返れば、パソコンの普及、インターネットの登場、スマートフォンの浸透と、情報は幾度となく社会を変えてきました。

しかし、それらが本当に社会を変えたのは、技術そのものが優れていたからだけではありません。誰もが特別な訓練なしに使えるようになったとき、つまり、技術が空気のように当たり前の存在になったとき、はじめて社会全体が変わったのです。

たとえば、神プロンプトが書けなくても、誰もがAIの恩恵を享受できる世界を実現する。そして、AI時代の働き方を再定義する。

この2つが本書で実現したい最大のミッションです。

さあ、皆さんのビジネスと働き方を変える第一歩を踏み出しましょう。

2026年9月

園田亜斗夢

川俣 彰広

はじめに

003

A-が空気のような存在になったとき
組織が生み出す成果は最大化する

第1章

生成A-で働き方は変わったか
情報革命が終わらない理由

企業の生成A-導入に対する期待と現実のギャップ
A-で生み出された時間は溶けている？

021 016

第2章

エース社員の暗黙知を形式知に変える 日本企業の本質的な強みとA-I活用

A-Iをチームの生産性向上につなげるための設計思想……………024

「神プロンプト」を追い求めることの限界……………028

問題は社員の能力ではなく、「1割しか使えない仕組み」……………034

5か国比較データが示す日本のA-I活用の真実……………038

情報革命を終わらせるための2つの条件……………044

「属人化は悪」という思い込み……………052

外資系企業のやり方をインストールした弊害……………056

A-Iに知識を与えなければアウトプットに差は出ない……………063

「暗黙知→形式知化」の壁を突破する……………067

第3章

誰がAEEエージェントを作るべきか IT・DX部門主導から業務部門主導へ

AEEは暗黙知を形式知化する変換装置になる……………072

プロンプトエンジニアリングから……………

コンテキストエンジニアリングへ……………078

全社員がAEEの恩恵を享受できる組織……………084

AEE活用を前提とした新しい働き方を定義する……………090

AEE全社展開が失敗する3つのパターン……………093

AEEエージェントは要件定義では設計できない……………100

プロンプトが書けないならAEEに書かせればいい……………106

業務部門が自ら作る「市民開発」という考え方……………112

作る人と使う人——A—アーキテクトモデル	117
I・T・D・X部門は「作る人」から「支える人」へ	123

第4章

A—エージェント設計の実践メソッド 未経験の新人が高速で戦力に変わる

未経験でも結果を出す営業組織に変える	128
「400回の壁打ち」でA—アシスタントを鍛え上げる	133
A—には「想い」と「思考の型」が欠かせない	138
デジタルメンターが社員の成長を加速させる	143
A—エージェントは業務プロセスに一気通貫で組み込む	146
A—エージェント組織実装の4ステップ	150
営業部門以外でのA—エージェント活用法	153

Aーエージェント組織実装の最適解 100社の導入支援からわかったこと

Aー活用はあくまで手段にすぎない	158
I・T・D・X部門を支援者に再定義する	162
初回接触の感動体験が定着の分水嶺になる	166
組織実装に成功している企業は何をしているのか	169
経営層・管理職に「使う」「作る」側に回ってもらう	173
「業務」「I・T・D・X」「人事」3部門の連携がカギ	176
組織実装のロードマップは4つのフェーズをたどる	180

第
6
章

Aー活用のベストプラクティス

清水建設・日立建機の成功事例に学ぶ

国内トップ企業はAーをどう活用しているのか……………184

CASE 1 清水建設——社員8900人にAーが浸透した理由……………185

CASE 2 日立建機——ベテランの知見を組織の力に変える……………204

第
7
章

Aー時代の働き方を再定義する

超高性能Aーで伸びる企業は何が違うのか

超高性能Aーが起こした新たな地殻変動……………222

予算の天井が読めないなら、上限を設ければいい	227
アウトプットの成否を分けるのは意図と判断基準	232
「型」を持つ企業だけがAI進化の波に乗れる	238
エース社員にしかできない仕事を誰もができるように	241

おわりに	244
------	-----

知恵の集合体を資産に変え、 AI時代を勝ち抜ける企業へ

ブックデザイン 金澤浩二
編集協力 堀尾大悟