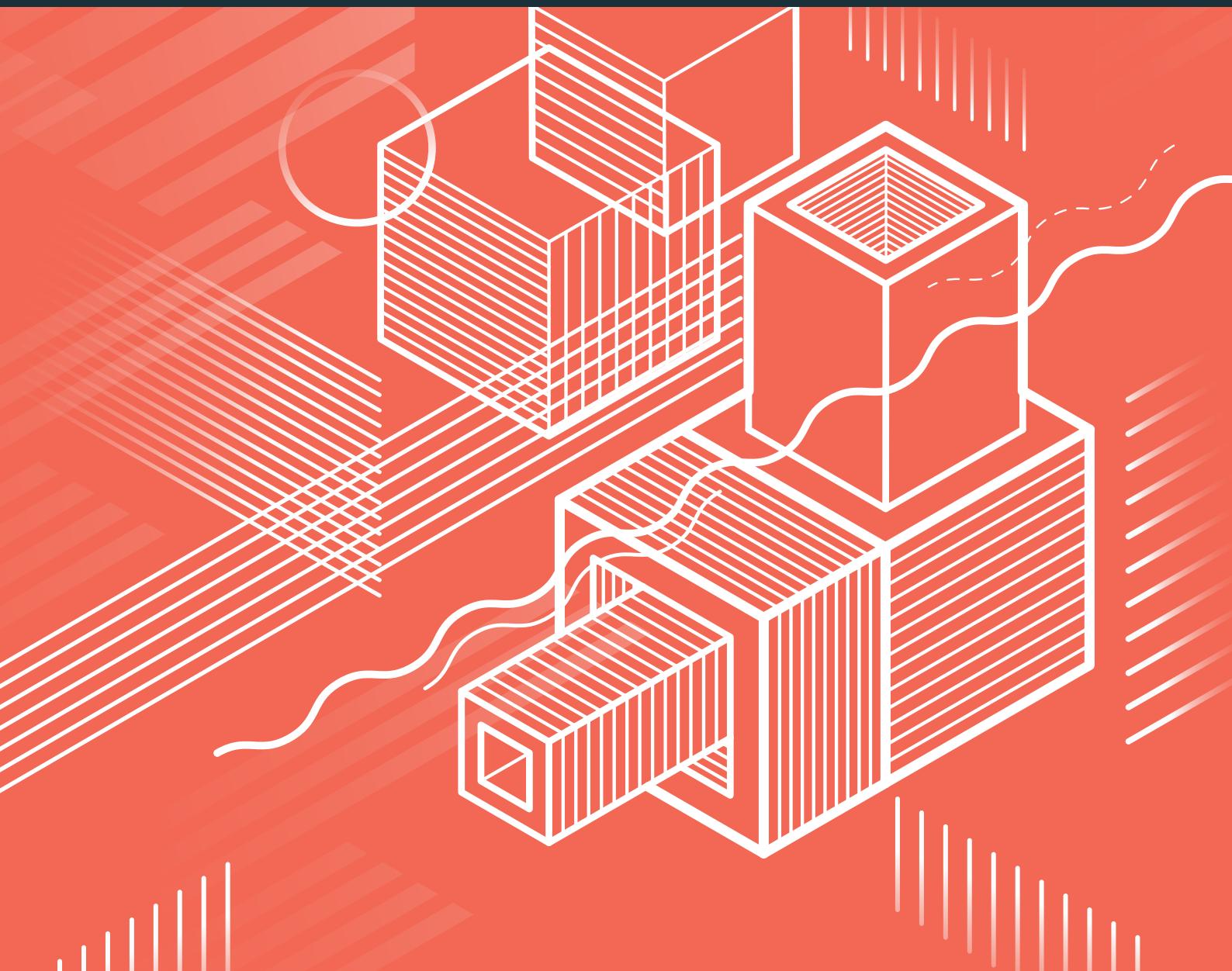


データと AI の取り組みで 高いパフォーマンスを発揮する 組織の構築

第2版



はじめに

「データと AI の取り組みで高いパフォーマンスを発揮する組織の構築 第 2 版」は、Databricks の協力のもと、MIT テクノロジーレビュー・インサイトが制作したものです。本レポートは、調査研究と経営層へのインタビューを通じて、2021 年の初版発行以降、組織内で AI 関連のデータ管理技術とその運用方法がどのように進化してきたかを明らかにすることを目的としています。

本レポートの制作責任者は次のとおりです。

執筆：デニス・マコーリー (Denis McCauley)

編集：バージニア・ wilson (Virginia Wilson)

発行：ニコラ・クレパルディ (Nicola Crepaldi)

本レポートは、スポンサー企業からの影響を受けることなく、MIT テクノロジーレビュー・インサイトが独自の視点で執筆したものです。

次の方々を筆頭に、ご協力いただいた皆さんに感謝の意を表します。

E.ON デジタルテクノロジー 最高データ & AI 責任者兼マネージングディレクター

クリストファー・ダーシー (Christopher d'Arcy) 氏

ブラデスコ銀行 最高データ & AI 責任者 ラファエル・カヴァルカンティ (Rafael Cavalcanti) 氏

米国海軍信用組合 基盤技術・プラットフォーム部門最高技術責任者

ダン・チャドック (Dan Chaddock) 氏

フォンテラ協同組合 最高データ & AI 責任者 ヘリウス・ギマラエス (Helius Guimaraes) 氏

フォックスコーコレーション 最高技術責任者 メロディ・ヒルデブランド (Melody Hildebrandt) 氏

Workday 最高情報責任者 ラニ・ジョンソン (Rani Johnson) 氏

SAP データアナリティクスプレジデント兼最高製品責任者 イルファン・カーン (Irfan Khan) 氏

KT (Korea Telecom) 最高データ責任者 セジョン・リー (Sejung Lee) 氏

WW グレインジャー シニア VP 兼 最高技術責任者 ジョニー・ルロイ (Jonny LeRoy) 氏

レキット テクノロジー&デジタル部門シニア VP バスティアン・パリゾ (Bastien Parizot) 氏

エクスペディア・グループ データ & AI 部門シニア VP シイ・ピクレル (Shiyi Pickrell) 氏

3M データ & AI 部門グローバル VP ニシン・ラマチャンドラン (Nithin Ramachandran) 氏

サントリー食品インターナショナル 最高デジタル情報責任者

バラティ・ヴィスワナサン (Bharathi Viswanathan) 氏

ギリアド・サイエンシズ クラウド・データ・AI 部門 VP 兼 IT 責任者

ムラリ・ヴリダチャラム (Murali Vridhachalam) 氏

本調査について

本レポートは、MIT テクノロジーレビュー・インサイトと Databricks が共同で 2025 年 6 月に実施した調査をもとに執筆したものです。調査は、世界 12 か国のいずれかに本社を置く企業に所属する、最高情報責任者 (CIO)、最高技術責任者 (CTO)、最高データ・分析責任者 (CDAO) など、データ・技術部門のシニアエグゼクティブ計 800 名を対象に実施しました。サンプルには 8 つのセクターが含まれており、全回答者が年間売上 5 億ドルを超える企業に所属しています。

また、アンケートによる定量調査に加えて、大手民間企業および公共機関の CIO、CTO、最高データ責任者 (CDO)、最高 AI 責任者 (CAIO) への詳細なインタビューも実施し、AI のためのデータ管理技術と運用に関する、現場の第一線からのインサイトを掲載しています。

目次

01 エグゼクティブサマリー	3
02 AI の進化に後れをとらないための競争	5
AI の進化への適応が課題	5
Databricks の視点：データ、分析、AI を統合し成果を最大化	7
今後の優先課題	10
フォックスのスポーツ AI チャットボット	11
03 AI エージェントの台頭	12
生成 AI 導入の拡大における課題	13
エージェンティック AI の登場	15
エージェンティック AI の課題	16
エージェンティック AI の試験運用	17
04 AI を活用するデータ管理	18
データインテリジェンス	19
エージェントの乱立を避ける	20
05 選択の自由	21
クラウドの柔軟性	21
06 結論	23

01

エグゼクティブ サマリー



AIの世界において、4年という年月は極めて長い。2021年に本調査の初版が発行されて以来、AIの進化はめざましく、生成AIの登場以降も進化のスピードはますます速まっている。例えば、テキストだけでなく、音声・動画・その他の非構造化データなど、複数の情報形式を処理できる「マルチモダリティ」は、AIモデルの一般的な機能になりつつある。さらに、AIが自律的に推論し行動する能力も向上しており、現在では、そのような機能を備えたAIエージェントを導入する組織も増えている。

急速な変化のなかでも変わらないのは、AIモデルの出力品質は、データの品質に大きく左右されるという点である。データ管理の技術や運用もそれなりに進化している。しかし、第2版の調査では、多くの組織が、AIの急速な進化に対応するデータ管理技術を整備できていないことが明らかになった。このような状況に他の要因が重なり、AI戦略により成果を創出している企業は比較的少なく、自身の組織が「AIの活用により十分な成果を上げている」と回答した経営幹部は2%にとどまった。

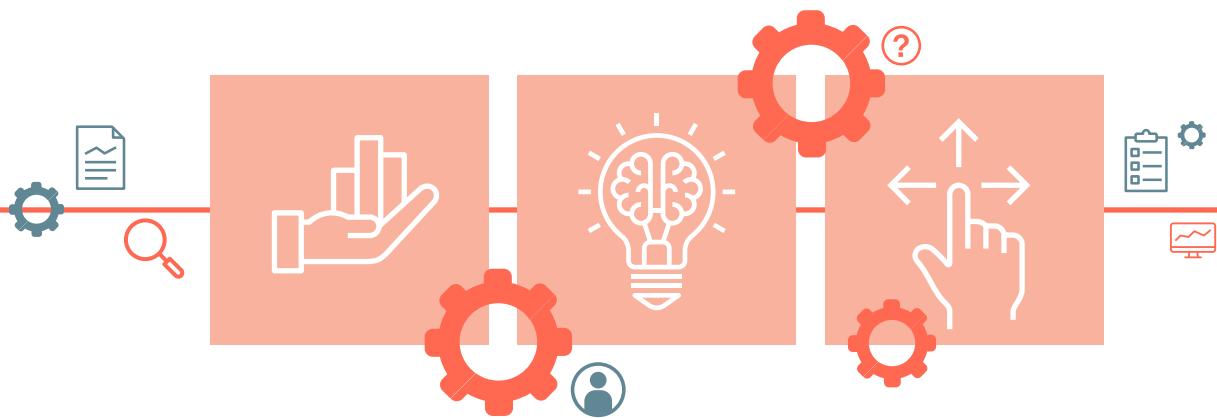
生成AIをはじめとするAI技術の進化を踏まえ、MITテクノロジーレビュー・インサイトは、組織におけるデータのパフォーマンスがどの程度向上しているかを明らかにするため、データ・技術部門のシニアエグゼクティブ計800

名を対象に調査を実施した。さらに、技術・ビジネスリーダー15名への詳細なインタビューを実施し、インサイトを収集した。

今回の調査で明らかになった主要な事柄は次のとおりである。

- ・**データチームの多くが、AIの進化に追いついていない。**組織のデータ戦略における目標の達成状況は、生成AI登場以前と比べても大きく改善されていない。2025年の調査では、自社を「データ戦略の達成度の高い企業」と評価した組織は12%にとどまり、2021年の13%とほぼ同水準であった。高度なスキルを持つ人材の不足が依然として課題であり、多くの組織は、AIを成功させるために必要な最新データへのアクセス、データリネージの追跡、セキュリティ対策などの諸課題に十分取り組めていないのが実情である。

- ・**AIの活用は、まだ限定的である。**AIに関して自社を「達成度の高い企業」と評価する組織の割合はさらに低い。調査対象者のうち自社のAIパフォーマンスを「高い」と評価したのは、わずか2%に過ぎなかった。多くの組織はいまだに生成AIの活用を拡大できておらず、全体の3分の2が生成AIをデプロイ済みである一方で、大規模に活用できている組織はわずか7%にとどまっている。



エンタープライズ企業の多くが既に AI ツールやデータインテリジェンスを活用している。しかし、エージェンティック AI の登場により新たな課題が生じている。多くの組織が、エージェンティック AI の高度な機能を最大限に活用すべく、堅牢なガバナンスおよび、高品質で説明可能な高品質データの確保を重視し、慎重に準備を進めている。

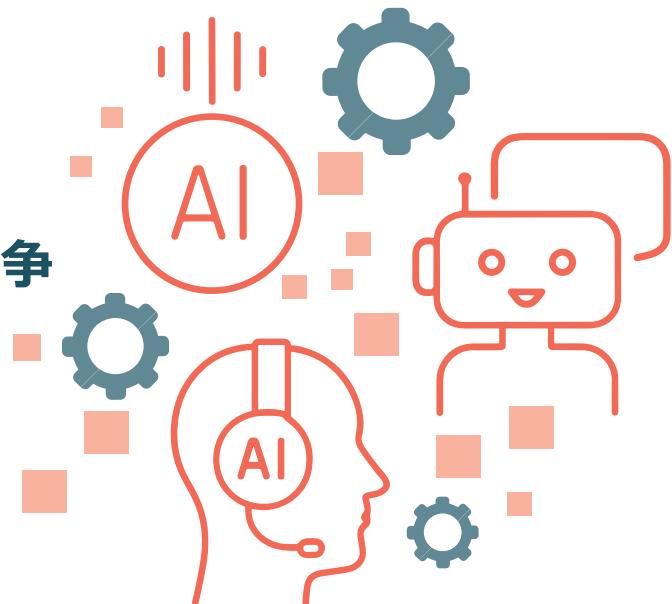
- ・データ戦略の適応力が十分ではない。調査対象の経営幹部の多くは、自社のデータ戦略が将来の AI の進化に対応できるか確信がない。自社のデータ戦略が「概ね」または「高度に」適応可能であると回答した組織の割合は 46% にとどまり、全体の半数を下回った。データ戦略と AI 戦略の整合性の欠如が、この結果の一因となっていると考えられる。具体的には、データと AI のガバナンスモデルが分断していること、統合的なテクノロジープラットフォームが不在であることなどの問題が挙げられる。
- ・エージェンティック AI の台頭でデータチームの負荷が増大している。機械が自律的に動作するようになることで、データや AI のリーダーには、これまで以上に明確で堅牢なデータガバナンスとセキュリティの確保が求められている。現時点では、多くの組織がエージェンティック AI の導入を慎重に進めており、その高度な能力を支える高品質で説明可能なデータの十分な確保に取り組んでいる。
- ・AI ツールの普及は、データ管理の変革を示唆している。AI を活用するツールの導入が拡大しており、調査対象の 67% の組織が既に何らかのツールを利用中であり、残りも今後 1~2 年以内の導入を予定している。タスクの自動化によりデータチームの効率向上が期待される一方で、

ツールの複雑化を防ぐには、導入する AI ツールの選定を慎重に行う必要がある。

- ・データインテリジェンスは、データチームが自社のデータ資産をより深く理解するのに役立つ。回答者の大多数 (69%) が既にデータインテリジェンスを活用しており、そうでない組織も、近い将来活用を開始する方針を示している。データインテリジェンスは、データガバナンスの強化、データサイロの統合、データ整理の改善、より多くのデータ分析への活用に役立つと考えられている。



AI の進化に
後れをとらないための競争



AI の急速な進化は、データチームに大きなプレッシャーを与える。昨今の AI モデルに不可欠な、高度にキュレートされた信頼性の高いデータをリアルタイムで提供することが求められており、そのニーズは高まる一方である。

しかし、今回の調査結果から、多くの組織においてデータのパフォーマンスには依然として大きな改善の余地があることが明らかになった。本調査では、回答者に「データ戦略の目標に対する測定可能な成果を達成し、自社を成功に導いているか」という観点で自社のデータのパフォーマンスを評価するよう求めた。これに対して、自社を高評価(10点満点中 9~10点)した回答者の割合はわずか 12% であった。本レポートでは、このような組織をデータ戦略実行の「達成度の高い企業」と定義する。

自社を「達成度の高い企業」と評価した組織の割合は、生成 AI 登場以前の 2021 年の調査時の 13% とほぼ変わっていない。一方で、自社のパフォーマンスを 6 点以下と評価した「達成度の低い企業」の割合は 18% と、生成 AI 登場前の 12% に比べて増加している。この結果は、多くの組織のデータチームが、AI モデルやユースケースに必要なデータ戦略の実行に苦戦している現状を示している。

このことは、AI 戦略の実行に関する同様の調査質問への回答によって裏付けられている。AI 戦略の実行において自社を「達成度の高い企業」と評価する組織はわずか 2% にすぎないのに対し、「達成度の低い企業」と自己評価する組織は

AI の急速な進化は、データチームに大きなプレッシャーを与える。昨今の AI モデルに不可欠な、高度にキュレートされた信頼性の高いデータをリアルタイムで提供することが求められており、そのニーズは高まる一方である。

71% に達した(図 2 参照)。これらの結果から、データの品質や管理など、データ関連の課題が、AI ユースケースにおける価値創出の大きな障壁となっているといつても決して過言ではない。

AI の進化への適応が課題

多くの組織にとって、データや AI の活用が容易でないのはなぜだろうか。主な理由の一つとして、AI の急速な進化に対応できるデータ戦略やインフラの準備が十分に整っていないことが挙げられる。韓国の大手通信業者 KT (Korea Telecom) で CDO を務めるセジョン・リー (Sejung Lee) 氏は次のように述べている。「AI、特に生成 AI は極めて急速に進化しています。しかし、データ戦略はそのスピードに追いついていません。例えば、KT はいまだに 1,800 台以上のレガシーシステムを運用しており、その多くは AI の活用を想定して設計されたものではありません。」

図 1a: エンタープライズデータ戦略の目標達成度は、生成 AI 登場以前と現在とで大きな変化はない
(データ戦略の実行に対する 10 段階の自己評価、10 = 十分に成功している)

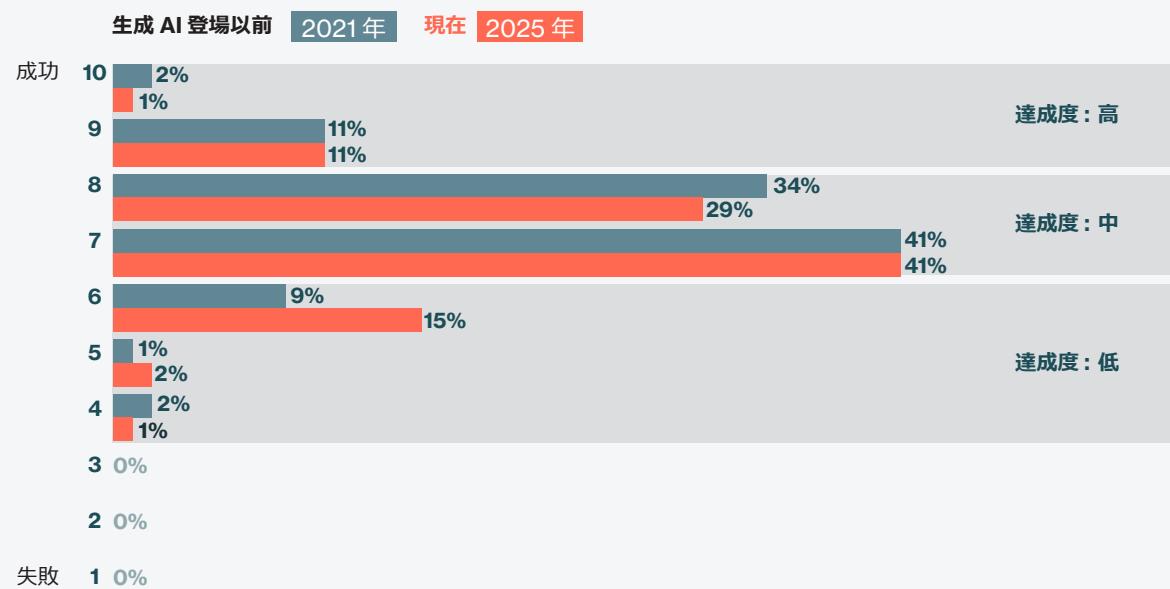
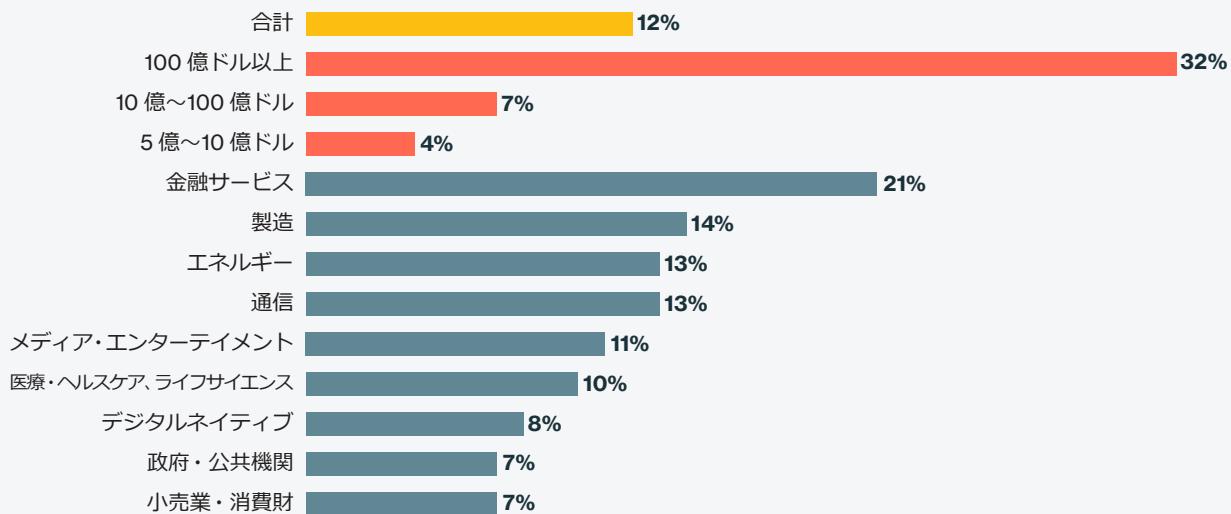


図 1b: データ戦略の目標達成度の高い企業 (2025 年度、年間売上高と業界別の統計)

(回答者の割合 %)



出典: MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年

全体の 65% の組織が生成 AI を導入している。
大企業のほうがデータのパフォーマンスが高い傾向にあり
売上高 100 億ドル以上の企業の 32% が
自社をデータ戦略の達成度の高い企業として評価している。

Databricks の視点

データ、分析、AI を統合し成果を最大化

本

調査結果は、AI 主導である現在の経済における重要な事実を裏付けている。すなわち、AI を活用してビジネス成果を最大化している組織は、データ、分析、AI を単一でオープン、コラボレーションが可能なプラットフォーム上に統合しているという点である。このような統合プラットフォームは、データ品質の向上、ガバナンスの効率化、AI モデルの迅速なデプロイメントを可能にし、生成 AI やエージェンティック AI の進化に伴い、ますます重要性が高まっている。データブリックスにおける AI 戦略は、Agent Bricks を中心として次の 3 つのニーズへの対応に重点を置いている。

- ・高精度：**正確さはコンテキストに依存する。顧客は、独自のエンタープライズデータを使用して、企業特有のビジネスや要件を深く理解するエージェントを構築したいと考えている。また、この AI ソリューションには、データを理解するだけでなく、データから得られた AI の結果の精度を測定し、継続的に品質を向上させることが求められている。
- ・柔軟性：**AI の急速な進化に対応するために、プロバイダを問わずあらゆるモデルを活用し、必要に応じ

て改良を行い、可能な限り低コストでサービスを提供し、幅広いユースケースに対応できる柔軟性が必要とされている。

・ガバナンスとセキュリティの維持：ガバナンスとセキュリティを確保するためには、データを移動させのではなく、AI モデルをデータのある場所で実行することが重要である。組織は、社外へのデータの持ち出しや、クローズド技術への依存など、AI に関する新たなリスクを回避したいと考えている。

高品質とオープン性を重視し、堅牢なガバナンスを組み合わせることで、AI の実験段階から大規模な運用への移行を加速できる。AI 技術が進化を続けるなか、単に技術を導入するだけでなく、データと AI 戦略を測定可能な成果につなげることができる組織が優位性を確保できる。チーム間の連携を強化し、分断を軽減し、高い信頼性と説明可能性を備えた AI を大規模に提供できるプラットフォームこそが、持続的なビジネス価値創出の基盤となる。データブリックスは、独自のポジションで、オープンで統合されたデータ・インテリジェンス・プラットフォームを提供し、エンタープライズがこのバランスを実現し、データと AI への投資を測定可能な成果へつなげられるよう支援している。

実際、調査回答者は、自社のデータ戦略の適応性について消極的な評価をしている。自社のデータ戦略が将来の AI の進化に「概ね」または「十分に」適応できると回答した割合は 46% であった。一方で、過半数 (42%) は、「ある程度」適応可能と回答している(図 3 参照)。当然ながら、データ戦略実行の達成度の高い企業は、この点でより高い自信を持っており、80% が自社のデータ戦略を「概ね」あるいは「十分に」適応可能と評価している。

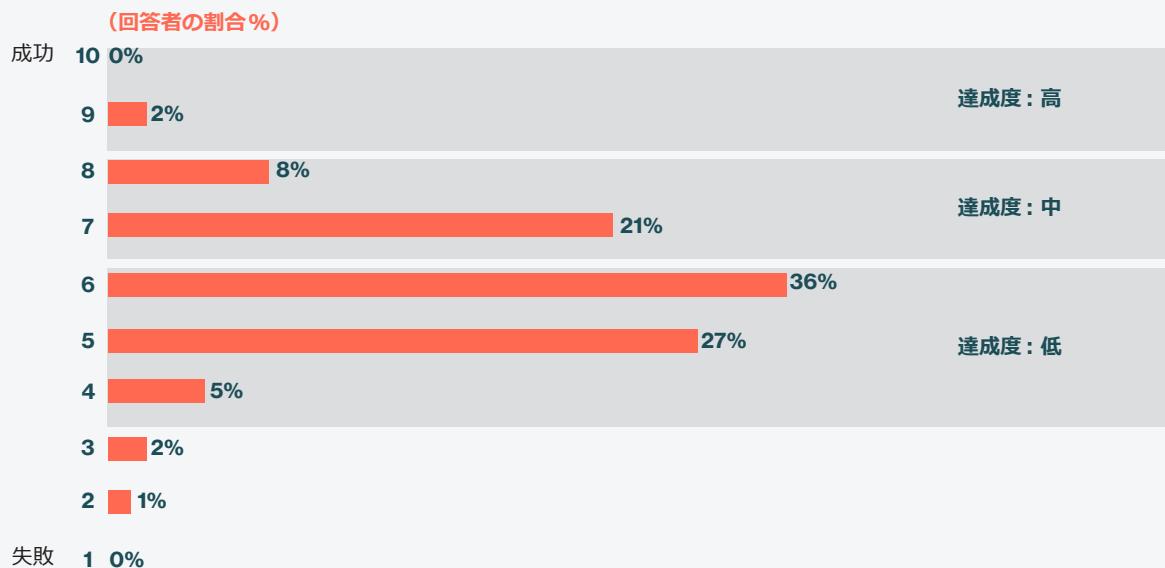
組織がデータと AI の活用に苦戦している理由には、データ戦略と AI 戦略の整合性の欠如も挙げられる。大手エンタープライズ向けソフトウェアプロバイダの Workday で CIO を務めるラニ・ジョンソン (Rani Johnson) 氏は、次のように述べている。「データ戦略と AI 戦略を密接に連携させる必要があることに、早い段階で気づきました。生成 AI の導入初期に期待どおりの結果が得られなかつたのは、低品質

「データ戦略と AI 戦略を密接に連携させる必要があることに早い段階で気づきました。」

Workday 最高情報責任者
ラニ・ジョンソン (Rani Johnson) 氏

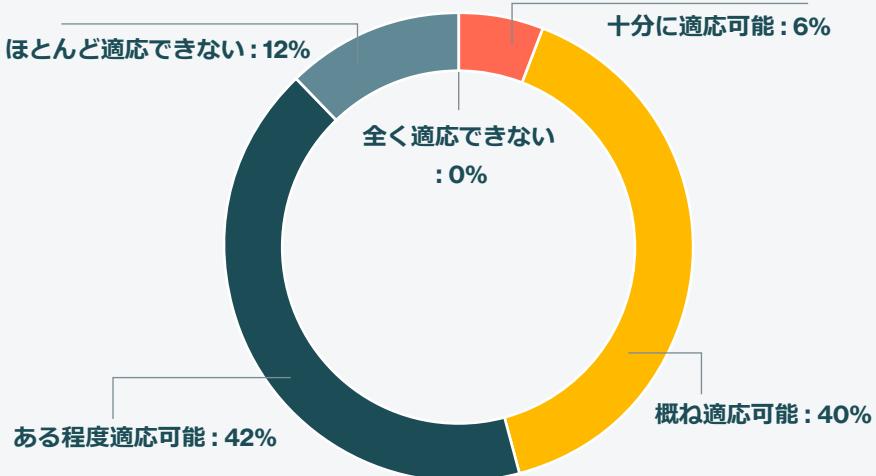
なデータが主な原因でした。」また、大手設備メーカー WW グレインジャーで CIO を務めるジョニー・ルロイ (Jonny LeRoy) 氏は、データ戦略と AI 戦略は WW グレインジャーでも密接に連携していると述べている。「機械学習、エンジニアリング、アーキテクチャ、プロダクト、デザインの部門が同じ方向性で動けるように、チームレベルで多くの取り組みを進めています。」

図 2: AI 戦略の目標は徐々に達成されつつあるが、十分な成果を上げている組織は少ない
(AI 戦略の実行に対する 10 段階の自己評価、10 = 十分に成功している)



出典: MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年

図 3: 46% が
自社のデータ戦略は
今後の AI の進化に
「十分に」または「概ね」
適応できると回答
(回答者の割合 %)

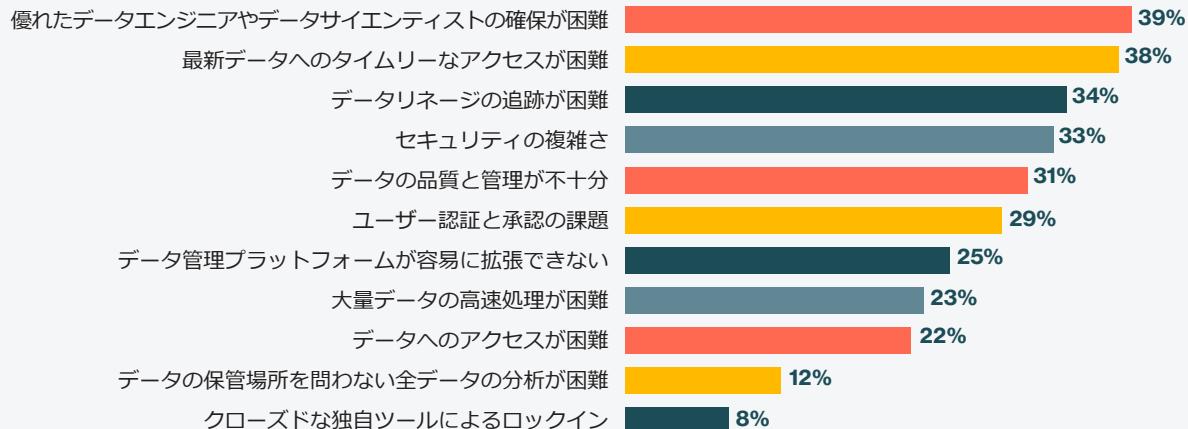


出典: MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年

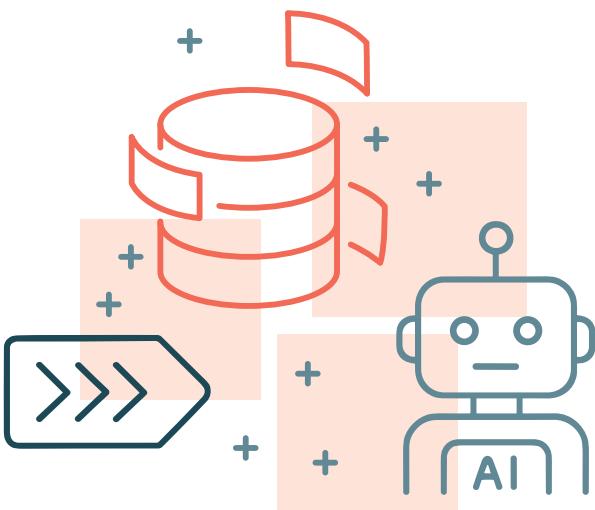
「生成 AI の登場により、データと AI を別々に管理する組織と比較して
データ戦略と AI 戦略を統合している組織のほうが
高度な AI をより容易に展開できることが明らかになりました。」

ブラデスコ銀行 最高データ & AI 責任者
ラファエル・カヴァルカンティ (Rafael Cavalcanti) 氏

図 4: 人材の不足、追跡可能な最新データへのアクセス、セキュリティの複雑さが、データ戦略の目標達成を妨げる主な要因となっている
(回答者の割合 %)



出典: MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年



「インフラ層に十分に投資し
ガバナンスを徹底することで
生成 AI のような新しい技術への
対応が容易になります。」

エクスペディア・グループ
データ & AI 部門 シニア VP
シイ・ピクレル (Shiyi Pickrell) 氏

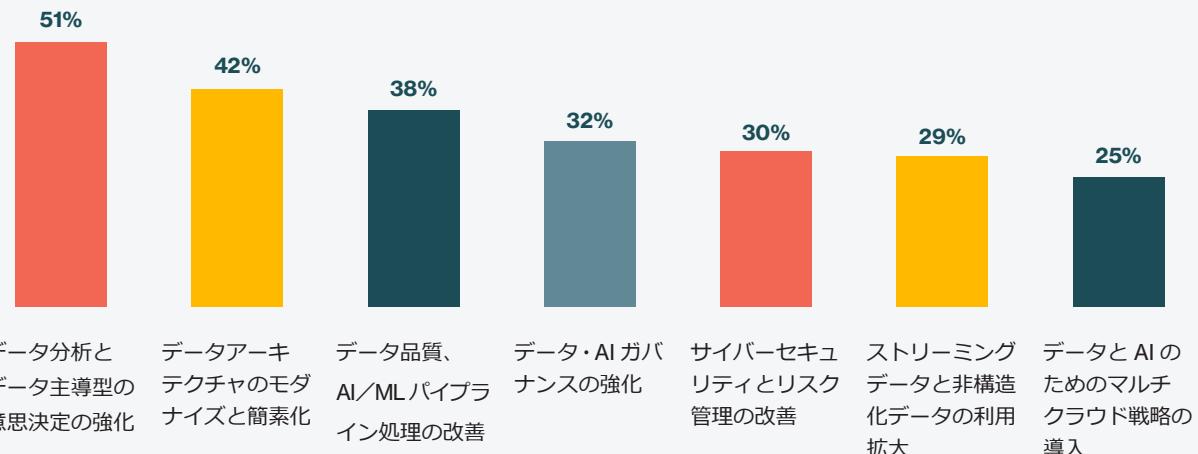
ブラジルに本社を置くプラデスコ銀行で CDAIO を務めるラファエル・カヴァルカンティ (Rafael Cavalcanti) 氏によると、同社は生成 AI が注目を集め始めた 2022 年後半にデータ戦略を刷新した。戦略の一環として、プラデスコ銀行はデータ資産と AI イニシアチブの統合を決定し、それ以来、同社のデータ戦略と AI 戦略は密接に結びついている。「生成 AI の登場により、データと AI を別々に管理する組織と比較して、データ戦略と AI 戦略を統合している組織のほうが、高度な AI をより容易に展開できることが明らかになりました。」(カヴァルカンティ氏)

本調査で AI 戦略で達成度を高いと自己評価した企業は、「AI 戦略とデータ戦略をビジネスを密接に連携させ、測定可能なビジネス成果に結びつけている」ことを最も重要な成功要因として挙げている。また、データ戦略で達成度の高い企業においても、この取り組みは「データ品質の向上」に次いで重要な要素に位置付けられている。

一方、データ戦略と AI 戦略の連携を阻害する要因として、特に回答者の多くが挙げたのは、「データと AI で別々のガバナンスモデルを使用している (41%)」、「統合された技術プラットフォームの欠如 (37%)」、「データチームと AI チームで ROI の測定手法が異なる (32%)」の 3 つであった。

さらに、データ戦略の実行においては、「熟練したデータサイエンティストやエンジニアの確保が困難」であることが依然として阻害要因となっており、調査全体では、データ

図 5：今後 2 年間で重点的に取り組むべき全社的なデータ・AI 戦略
(上位回答、回答者の割合%)



出典：MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年

戦略の実行における課題として最も多く挙げられている（39%）。その他、「最新データへのタイムリーなアクセスが困難」（38%）、「データリネージの追跡が困難」（34%）、「セキュリティの複雑さ」（33%）も課題として挙げられている（図 4 参照）。

ギリアド・サイエンシズ クラウド・データで AI 部門 VP 兼 IT 責任者を務めるムラリ・ヴリダチャラム (Murali Vridhachalam) 氏によると、最新データへのアクセスは以前、時間のかかるプロセスだったという。「以前は、100 社以上のベンダーから 250 セット以上の大規模な製薬データを購入し、さらに手作業でマルウェアスキャンを数日かけて実施していました。しかし、クラウド自動化技術への投資により、最大規模のデータセットの 40 テラバイトのファイルでも、わずか 2～3 時間でスキャンとデータの読み込みが完了し、すぐに利用可能になりました。」さらに、ヴリダチャラム氏は、自動化はリネージの追跡の効率化にも貢献していると述べている。

今後の優先課題

人材不足はさておき、組織が今後 2 年間で重視する全社的なデータ・AI 戦略の優先課題から、両分野の戦略の方向性を読み取ることができる。最優先課題として最も多く挙げられているのは、「分析力とデータ主導の意思決定の強化」（51%）である。次いで、「データアーキテクチャのモダナイゼーションと簡素化」（42%）、「データ品質および AI/ML パイプライン処理の改善」（38%）が続く。その他「データと AI のガバナンス強化」、「サイバーセキュリティとリスク管

「クラウド自動化技術への投資により 40 テラバイトの医薬品データをスキャンして使用可能な状態にするプロセスが、わずか 2～3 時間で完了するようになりました。」

ギリアド・サイエンシズ
クラウド・データ・AI 部門 VP 兼 IT 責任者
ムラリ・ヴリダチャラム (Murali Vridhachalam) 氏

理の改善」、「ストリーミングデータと非構造化データの利用拡大」などが優先課題として挙げられている（図 5 参照）。

企業におけるデータ分析の活用は、比較的長い歴史があるものの、多くの組織は分析ツールがもたらすインサイトの可能性を表面的にしか活用できていない。サントリー食品インターナショナルで最高デジタル情報責任者を務めるバラティ・ヴィスワナサン (Bharathi Viswanathan) 氏によると、同社のような企業では、分析を主に顧客対応や売上に直結する部分（フロントエンド）に重点を置いて活用する傾向があるという。「分析は、商業分析や売上高に焦点を当てた分野では大きな進歩を遂げました。しかし、サプライチェーン、調達、人事、その他多くのオペレーション分野では、ほとんど活用が進んでいません。分析で可能になることはまだ多くあります。」

フォックスのスポーツ AI チャットボット



オックススポーツは、長年にわたりスポーツ中継の分野を牽引している。試合の内容だけでなく、舞台裏まで深く掘り下げた報道を行い、統計データ、ハイライト映像、解説、選手の視点などをファンに提供している。フォックススポーツは最近、AI 活用の一環として AI チャットボットの提供を開始した。このチャットボットは、同社が扱うあらゆるスポーツに関するユーザーの質問に回答する。

フォックスコーポレーションで CTO を務めるメロディ・ヒルデブランド (Melody Hildebrandt) 氏によると、AI チャットボットの開発は、フォックスのジャーナリストや他の専門家が提供する幅広いスポーツの多様な報道やその他のコンテンツを活用することを念頭に進められた。ヒルデブランド氏は次のように述べている。「例えば、ユーザーはチャットボットに、今年の NFL チャンピオンはどのチームか、と質問できます。アプリケーションはフォックスのジャーナリストによる記事、専門家によるオンエア解説、その他スポーツ関連の報道に基づいて予測と解説の要約を返します。このようなやり取りは、マルチモーダル AI を通じて行われます。」

AI を意図したとおりに機能させるうえで最大の課題の一つは、アプリケーションのコンテンツ検索の仕組みを変えることだったと、ヒルデブランド氏は述べている。コンテンツを本質的にベクトル化できるデータ基盤の構築が必要であり、基本的なキーワード検索を

一方、オンライン旅行代理店のエクスペディア・グループでデータ & AI 部門シニア VP を務めるシイ・ピクレル (Shiyi Pickrell) 氏は、同社にとってデータアーキテクチャの簡素化とガバナンスモデルの一元化が重要な優先課題だと述べている。「インフラ層に十分に投資し、ガバナンスを徹底することで、生成 AI のような新しい技術への対応が容易になります。」(ピクレル氏)

また、米国海軍信用組合の基盤技術・プラットフォーム部門で CTO を務めるダン・チャドック (Dan Chaddock) 氏は、意思決定と透明性がデータ品質に直接結びついていると述べている。「データの品質は最優先事項です。意思決定のプロセスを明確にし、透明性を維持するには、高品質なデータが不可欠です。」(チャドック氏)

セマンティック検索に置き換える必要があった。この課題に対応するため、ヒルデブランド氏のチームは、アプリケーションのバックエンド全体を刷新した。

「現在、フォックススポーツはアプリケーションが全てのコンテンツを理解するのに必要なデータ基盤を備えています。データパイプラインが全て集約され、各ユースケースに応じたモデルを容易に呼び出せるようになりました。その都度最初からやり直す必要はありません。この基盤により、データ供給の速度も大幅に向上しました。」(ヒルデブランド氏)

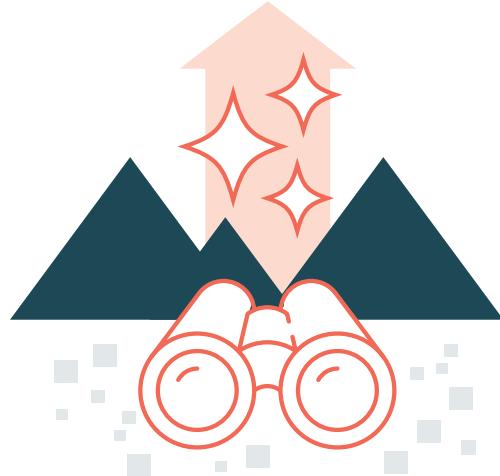
「データパイプラインが全て集約され、各ユースケースに応じたモデルを容易に呼び出せるようになりました。その都度最初からやり直す必要はありません。この基盤により、データ供給の速度も大幅に向上しました。」

フォックスコーポレーション
最高技術責任者
メロディ・ヒルデブランド (Melody Hildebrandt) 氏

「データの品質は最優先事項です。意思決定のプロセスを明確にし、透明性を維持するには、高品質なデータが不可欠です。」

米国海軍信用組合
基盤技術・プラットフォーム部門
最高技術責任者
ダン・チャドック (Dan Chaddock) 氏

03 AIエージェントの台頭

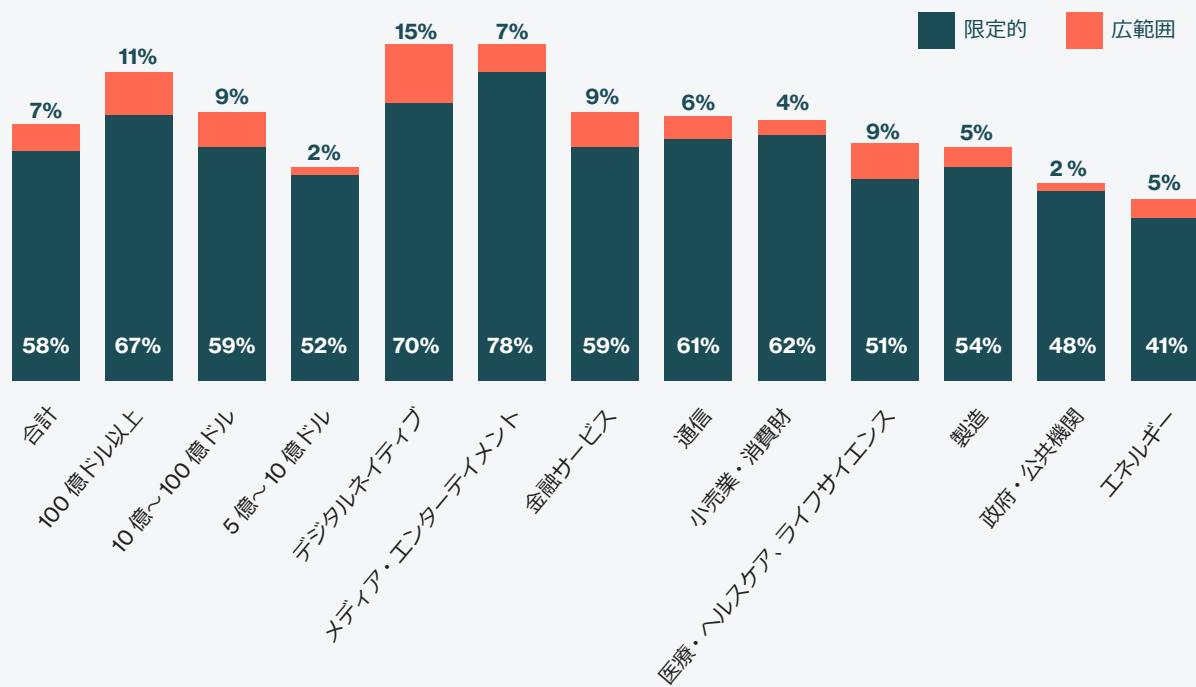


成 AI は、近年の報道で大きく取り上げられていることから、既にほぼ全ての企業に普及しているかのような印象を受ける。しかし、本調査ではそのような普及の裏付けは得られていない。依然として広く利用されているのは従来型 AI である。従来型 AI は、特定のタスクを実行するために事前にプログラムされたルールやアルゴリズムに基づいて動作するため、状況の変化への適応や新たなアイデアの創出はできない。調査対象企業の 97% が自社で従来型 AI を利用しており、そのうち 71% では既に大規模なデプロイメントが行われている。

一方、生成 AI をデプロイした企業は 65% と少数であり、その大半（全体の 58%）は限定的なデプロイメントにとどまっている。大規模にデプロイしている企業はわずか 7% に過ぎない（図 6 参照）。生成 AI のデプロイメントが限定的であることも、AI 戦略がまだ大多数の組織で定量的な成果を生み出せていない理由の一つである。

調査対象の組織はこれまで、主に社内業務への生成 AI の組み込みに重点を置いてきた。回答者が挙げた主なユースケースは、「社内の生産性向上（文書要約など）」が 52%、「データ分析・意思決定の支援」が 47%、「コンプライアン

図 6：生成 AI を導入した 65% の組織のうち、大多数は限定的な範囲での運用にとどまっている
(生成 AI を限定的または広範囲にデプロイしている組織の割合 %、組織規模・業界別)



ス対応」が 41% であった。顧客サービスなど社外向けの業務に生成 AI を利用している組織は少なく、38% にとどまった。(図 7 参照)。

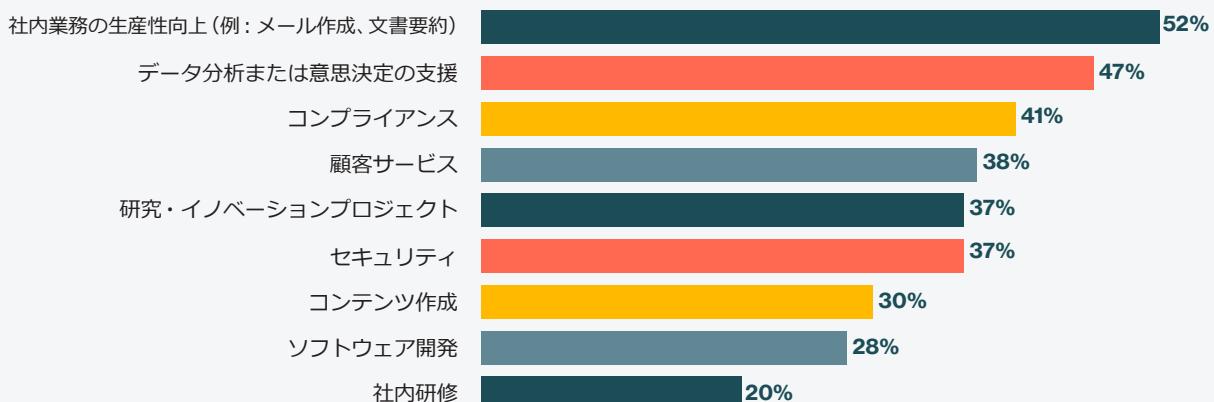
生成 AI 導入の拡大における課題

生成 AI 導入の拡張における主な障壁として、「スキル不足」が挙げられ、その割合は 45% であった。これは、データ戦略の実施における傾向と同様である(図 8 参照)。しかし、達成度の高い企業では、この課題に直面している割合は 31% と低い。技術リーダーへのインタビューからも、人材

確保の難しさについては認めているものの、既に対応策を講じていることが明らかになった。大手消費財メーカー レキットでテクノロジー & デジタル部門シニア VP を務めるバストイアン・パリゾ(Bastien Parizot)氏はその難しさを認める一方で、次のように述べている。「データサイエンティストやエンジニアなどの人材の確保は大きな課題です。しかし、外部のパートナーと緊密な協力関係を築いたことで、社内のリソースを他の重要な業務に集中投入できるようになりました。」

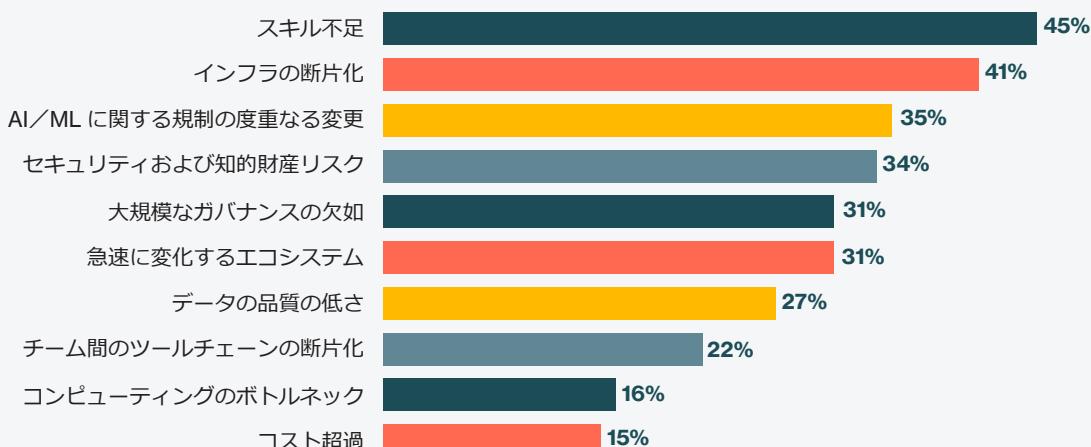
図 7: 生成 AI は現在、社内の業務・ワークフローでより広く活用されている

(生成 AI の主なユースケースに関する回答者の割合 %)



出典: MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年

図 8: スキル不足、インフラの断片化、規制の不確実性が、生成 AI のユースケース拡大における主な課題となっている
(回答者の割合 %)

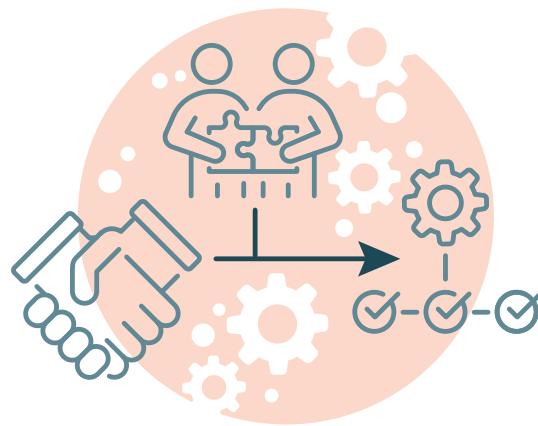


出典: MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年

エネルギー大手 E.ON も、厳しい人材市場にうまく対処していると、同社で最高データ責任者兼マネージングディレクターを務めるクリストファー・ダーシー (Christopher d'Arcy) 氏は述べている。「生成 AI ブームが始まるかなり前から、AI スキルの育成を始めていました。そのため現在では、全社的な AI プロジェクトの中核を担う優秀な研究者やエンジニアが揃っています。」

サントリー食品インターナショナルで最高デジタル情報責任者を務めるバラティ・ヴィスワナサン (Bharathi Viswanathan) 氏も同様の状況を語る。「優れたデータチームを擁し、高価値な AI 技術を取り入れて効果的に活用しています。ただし、そのためには、適切な人材の確保と自社ビジネスに関するトレーニングに多大な時間を投資し、従業員の想像力を刺激し、仕事への愛着を醸成する必要があります。従業員が仕事にやりがいを感じることが、卓越した成果につながります。」

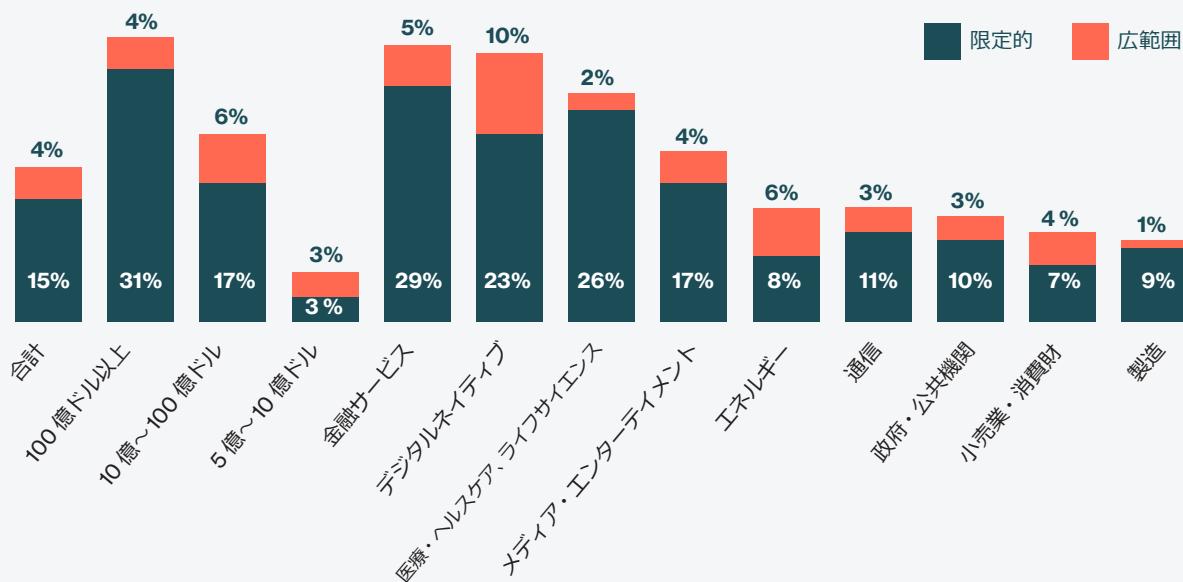
一方、インフラの断片化も生成 AI の拡張における共通の課題であり、回答者の 41% が指摘している（図 8 参照）。フォックスコープレーションで最高技術責任者を務めるメロディ・ヒルデブランド (Melody Hildebrandt) 氏は次のように述べている。「アーキテクチャの課題は解決が困難です。急速に変化するエコシステムに対応するために常にインフラを再構築するわけにはいきません。そのため、絶対に必要なものと、一定期間は我慢できるものを見極めることが重要です。」



「データサイエンティストやエンジニアなどの人材の確保は大きな課題です。しかし、外部のパートナーと緊密な協力関係を築いたことで、社内のリソースを他の重要な業務に集中投入できるようになりました。」

レキット
テクノロジー & デジタル部門 シニア VP
バスティアン・パリゾ (Bastien Parizot) 氏

図 9：19% の組織がエージェンティック AI を導入しているが、大半は限定的な運用にとどまっている
(エージェンティック AI を限定的または広範囲にデプロイしている組織の割合 %、組織規模・業界別)



ヴィスワナサン氏にとって、自社の基幹プラットフォームをAI対応に整備することは、自らが率いるインフラチームの優先課題である。「AIは基幹プラットフォームの最大のユーザーであると同時に、それを支える基幹プラットフォーム自体も整備する必要があります。」(ヴィスワナサン氏)

エージェンティック AI の登場

エージェンティック AI とは、自律的な意思決定と行動が可能なシステムであり、データおよび AI チームに新たな課題をもたらしている。調査では、回答者の 19% が自社でエージェンティック AI モデルの利用を開始しており(図 9 を参照)、68% は今後 1~2 年以内に自組織での開発に投資する予定である。データ活用の達成度の高い企業は、エージェンティック AI の導入において他社を大きくリードしており、46% が既にデプロイメントを開始している。

生成 AI と同様に、調査対象の組織は主に社内業務でエージェンティック AI を活用し、効率性能向上や利益拡大をめ

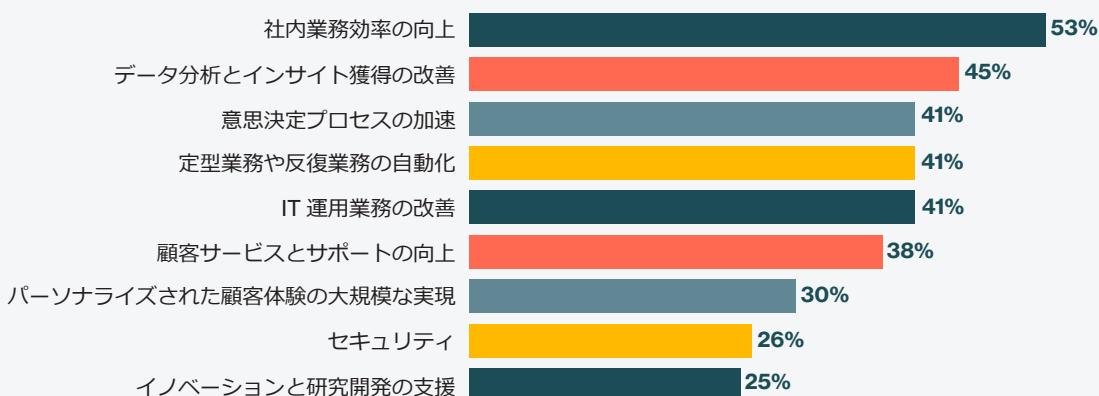
ざしている。対象組織の過半数(53%)がエージェンティック AI の活用による業務効率の向上を目的としており、45% がデータ分析やインサイト獲得の改善を期待している。また、意思決定プロセスの加速、定型・反復業務の自動化、IT 運用の改善(いずれも 41%)も、エージェンティック AI に期待する効果として挙げられている(図 10 参照)。

工業用および消費者製品メーカー大手の 3M でデータ & AI 部門グローバル VP を務めるニシン・ラマチャンドラン(Nithin Ramachandran)氏は次のように述べている。「エージェンティック AI の活用により、研究開発プロセスの改善をはじめ、組織全体の効率化を推進し、優位性の確保をめざしています。」米国海軍信用組合では約 1 年前にエージェンティック AI の導入を開始しており、既存の約 200 のユースケースを段階的に絞り込む予定である。同組合で基盤技術・プラットフォーム部門最高技術責任者を務めるダン・チャドック(Dan Chaddock)氏は次のように述べている。「現時点では業務効率化のユースケースにエージェンティック AI を活用し、社内業務の負担軽減を図って

「優れたデータチームを擁し、高価値な AI 技術を取り入れて効果的に活用しています。ただし、そのためには、適切な人材の確保と自社ビジネスに関するトレーニングに多大な時間を投資し従業員の想像力を刺激し、仕事への愛着を醸成する必要がありました。従業員が仕事にやりがいを感じることが、卓越した成果につながります。」

サントリー食品インターナショナル
最高デジタル情報責任者
バラティ・ヴィスワナサン(Bharathi Viswanathan)氏

図 10: エージェンティック AI では、さらに多くの組織が社内業務への適用機会を見出している
(エージェンティック AI の主なユースケースに関する回答者の割合%)



います。ハリシネーションによる誤判断が信用組合員に悪影響を及ぼす恐れがあるため、外部向け業務には一切使用していません。」

エージェンティック AI の課題

専門家へのインタビューによると、エージェンティック AI の導入における主な課題は、従来型の AI 導入で直面したものと大きな差はないという。調査回答者も同様の見解で、特に「既存のワークフローやシステムへの統合」が課題として挙げられており(47%)、多くの回答者(38%)が、「ガバナンスとセキュリティの確立」、約 3 分の 1(34%) が「規制・コンプライアンスに関するリスク」を懸念している(図 11 参照)。KT (Korea Telecom) で最高データ責任者を務めるセジュン・リー (Sejung Lee) 氏は次のように述べている。「エージェンティック AI には、構造化された、ハイコンテキストで説明可能なデータが欠かせません。そのため、データリネージ、ガバナンス、セマンティックの明確性がこれまで以上に重要になります。」

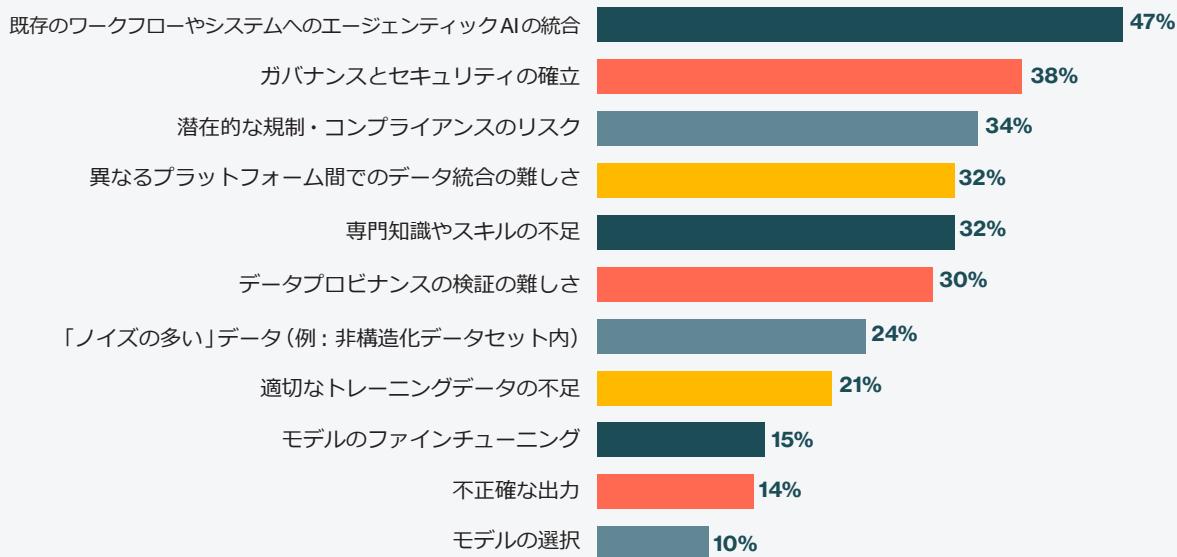
Workday のラニ・ジョンソン (Rani Johnson) 氏によれば、Workday におけるエージェンティック AI 導入の大きな課題は 2 つあるという。「ひとつは認証で、エージェントが依頼に基づいてアクションを実行する権限を有しているかを確認することです。もうひとつの重要な課題は、エージェントが取るべきアクションを理解できるよう、十分なデータを提供することです。」

さらに、常に変わらない課題として「データ品質の向上」が挙げられる。と米国海軍信用組合のチャドック氏は次のように述べている。「AI 全般にあてはまるのですが、Garbage in, garbage out (入力の質が出力の質を決める) の言葉どおり、低品質の入力から高品質の出力は生まれません。全てはデータ品質の確保から始まります。」

「エージェンティック AI には構造化された、ハイコンテキストで説明可能なデータが欠かせません。そのため、データリネージ、ガバナンス、セマンティックの明確性がこれまで以上に重要になります。」

KT (Korea Telecom)
最高データ責任者
セジュン・リー (Sejung Lee) 氏

図 11: 既存ワークフローへの統合、ガバナンスとセキュリティに関する課題が、エージェンティック AI 導入の主な障壁となっている
(回答者の割合 %)



エージェンティック AI の試験運用

本

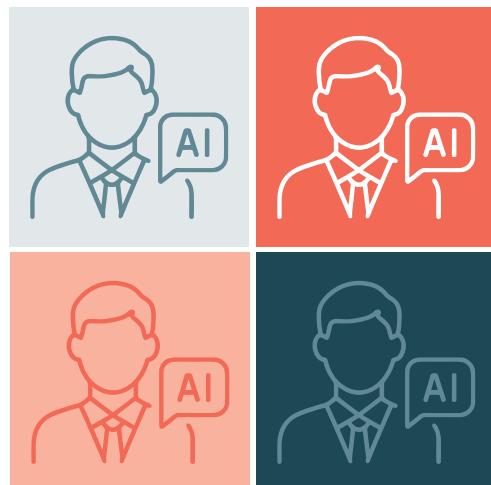
調査で取り上げた組織の多くは、エージェンティック AI に関して試行段階にある。調査が示すとおり、統合やガバナンスに関する課題もあり、慎重に進めていることには十分な理由がある。(図 11 参照)。一方で、積極的に試験運用を進めている企業も存在する。

Workday のラニ・ジョンソン氏は次のように述べている。「現在は、実現可能性が高く、データ量が少なく、リスクの低いユースケースを優先しています。例えば、ユーザーのデバイスが正常に動作していない場合に通知し、原因の究明と対策を提案するエージェントなどです。」同時に、Workday には、ジョンソン氏のチームがより慎重に検討すべきユースケースもあると指摘する。「例えば、産休取得時に福利厚生の詳細を把握する必要があるケースです。プライバシー性が極めて高いデータを扱うため、他のケースと比べてはるかに高いハードルが存在します。」

ニュージーランドを本拠に乳製品事業を展開するフォンテラ協同組合では、3,000 人以上のユーザーが利用可能なマルチエージェントソリューションを構築している。同組合の最高データ & AI 責任者 (CDAIO) のヘリウス・ギマラエス (Helius Guimaraes) 氏は次のように説明する。「例えば、エージェントは、休暇制度に関する従業員からの問い合わせに回答できます。また、北米へのフォンテラ製品の配送が遅延している場合には、原因を究明することも可能です。エージェントはデータベースにアクセスし、情報を見つけて回答します。このような簡素化は、私たちにとって大き

な意味のある変化です。」ただし、ギマラエス氏によれば、現時点ではこれらのエージェントをタスクの実行には使用しておらず、現在はテスト段階にあり、実稼働は次のステップだという。

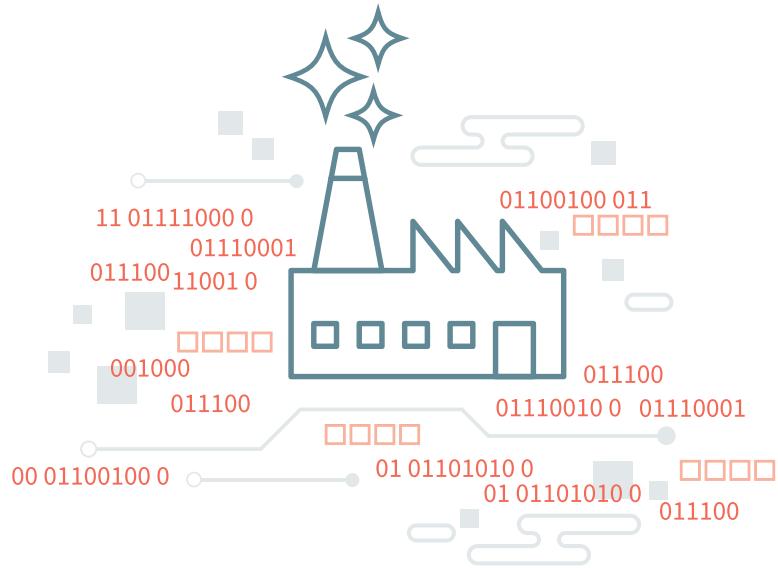
上記の事例が示すように、エージェントにアクションを実行させる際にはリスクの算定が必要である。SAP でデータアナリティクス プレジデント兼最高製品責任者を務めるイルファン・カーン (Irfan Khan) 氏は、リスクの程度はユースケースによって当然異なると指摘する。「例えば、売上高や利益に直接影響する経営判断の支援をエージェントに委ねることは高リスクです。エージェントの不正確な回答によって経営判断を誤り、その結果が損益に影響を及ぼすような事態は回避しなければなりません。エージェンティック AI 戦略を成功させる第一歩には、ハーモナイズされたデータ層が必要です。」



「売上高や利益に直接影響する経営判断の支援をエージェントに委ねることは高リスクです。エージェントの不正確な回答によって経営判断を誤り、その結果が損益に影響を及ぼすような事態は回避しなければなりません。」

SAP データアナリティクス
プレジデント兼最高製品責任者
イルファン・カーン (Irfan Khan) 氏

AIを活用するデータ管理



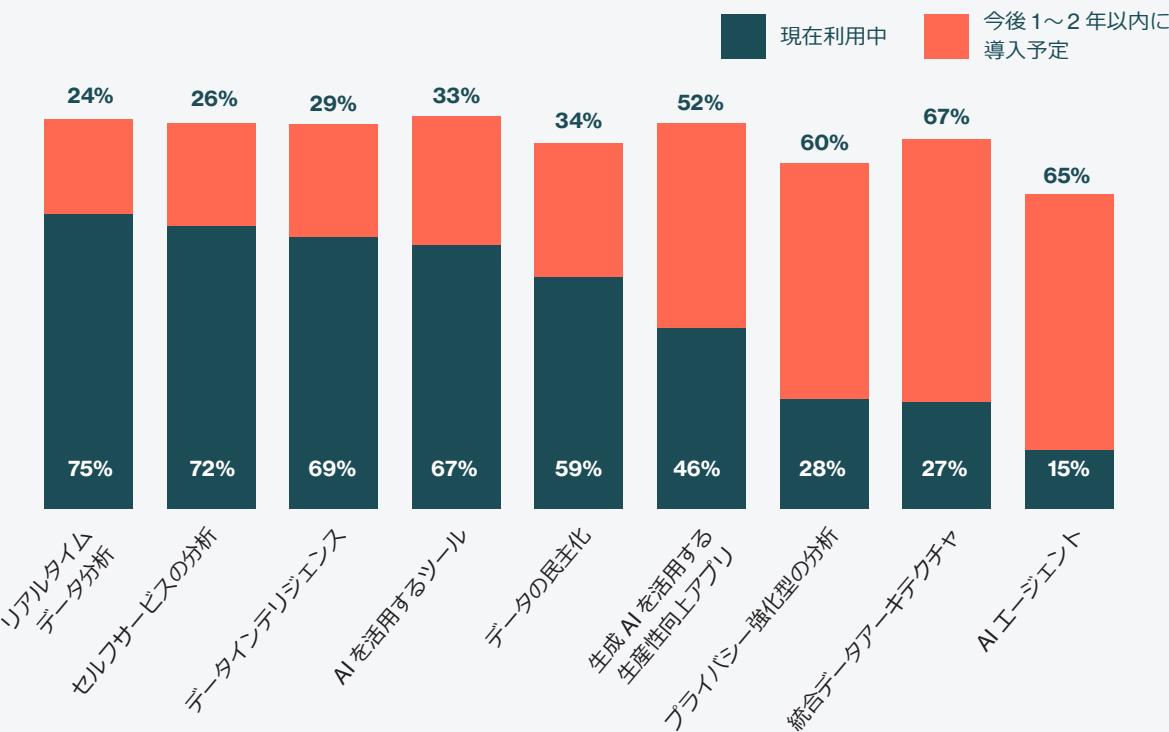
データチームは、特に生成 AI の登場以降、AI モデルの開発やユースケース拡大のサポートに注力してきた。しかし現在では、AI がデータチームを支援する側に回っている。AI を活用する新たなエンジニアやツールの登場により、インテリジェントな自動化を通じて、エンジニア、サイエンティスト、アーキテクトの生産性向上が期待されている。AI によるコード生成ツールは、アプリケーション開発者やエンジニアの間で広く利用されるようになった。さらにエージェンティック AI モデ

ルを活用するツールも含め、データクレンジング、統合、カタログ化、オーケストレーション、パイプライン監視など、さまざまな作業を自動化するツールが登場している。

調査回答者の 3 分の 2 以上 (67%) が、既に自社で AI を活用するデータ管理ツールを利用していると回答している。残りの回答者は、今後 1~2 年以内の導入を予定している (図 12 参照)。さらに、回答者の半数以上 (54%) が、このようなツールの登場をきっかけにデータ戦略を見直したと答えている。

図 12: 回答者の所属組織におけるデータ技術と実践の現状

(回答者の割合 %)



出典: MIT テクノロジーレビュー・インサイトの調査、2025 年

本調査で取り上げた組織では、AI ツールをさまざまな目的で活用している。米国海軍信用組合 (Navy Federal Credit Union) における主なユースケースは、データクレンジングである。同組合のチャドック氏は次のように述べている。「AI により、クリーニングが必要なデータに集中できるようになりました。以前は、全てのデータをクリーニング対象として、スプレッドシートの長いリストを一つずつ確認していました。今ではモデルが指摘した箇所だけに絞り込めていました。」3M のラマチャンドラン氏によれば、同社では機械学習を利用したデータ管理を推進しており、データ品質の管理やデータの可観測性を高めるための AI ツールの導入を検討しているという。

また、レキット (Reckitt) のパリゾ氏によれば、同社では既にデータ変換などの分野で AI ツールの活用を始めているものの、規模はまだ限定的である。しかし、今後数年で状況は大きく変わると予測している。「2、3 年後に実現するであろう能力に比べれば、現在のツールはまだ初歩的な段階にあります。」(パリゾ氏)

データインテリジェンス

データチームは、AI を活用して自社のデータ資産をより深く理解し、明確に把握する取り組みを進めている。調査回答者の約 7 割 (69%) が、既に自社でデータインテリジェンスを利用していると回答しており、残りの多くは今後 1~2 年以内の導入を予定している(図 12 参照)。

データインテリジェンスとは、メタデータの分析を通じて組織のデータを最大限可視化し、データの品質や利用状況、

ビジネスへの影響を深く理解するための一連のプロセスである。エクスペディア・グループのピクレル氏は次のように述べている。「今後はメタデータの分析にさらに重点を置く予定です。物理的なデータテーブルやデータレイクのメタデータ、データ構造など、どのようなデータであっても極めて重要だからです。」

データインテリジェンスの活用目的として最も多く挙げられたのは、自社のデータガバナンスの強化 (51%) であった。また、多くの回答者は、データインテリジェンスがデータサイロの解消、データ整理の改善、データの分析量の拡大(いずれも 40%) にも役立つと考えている。

3M のラマチャンドラン氏は次のように述べている。「データのインテリジェンスを高めるには、コンテキストが欠かせません。データにコンテキストを持たせるには、メタデータの分析が必要です。私たちは、データ自体の意味だけでなく、データが関わる業務プロセスと、そのプロセス内での意思決定の価値も重視しています。」

また、SAP データアナリティクスのカーン氏は次のように述べています。「AI モデルをトレーニングするには、ビジネス上のコンテキストを持つデータが必要です。データインテリジェンスは、そのコンテキストを提供します。ここでいうコンテキストとは、データの出所や価値のことであり、価値には単体としてだけでなく、さまざまなステークホルダーから見た価値も含まれます。このようなコンテキストがなければ、データから得られるメリットは限られてしまいます。」



「データのインテリジェンスを高めるには、コンテキストが欠かせません。データにコンテキストを持たせるには、メタデータの分析が必要です。私たちは、データ自体の意味だけでなく、データが関わる業務プロセスと、そのプロセス内での意思決定の価値も重視しています。」

3M データ & AI 部門グローバル VP
ニシン・ラマチャンドラン (Nithin Ramachandran) 氏

エージェントの乱立を避ける



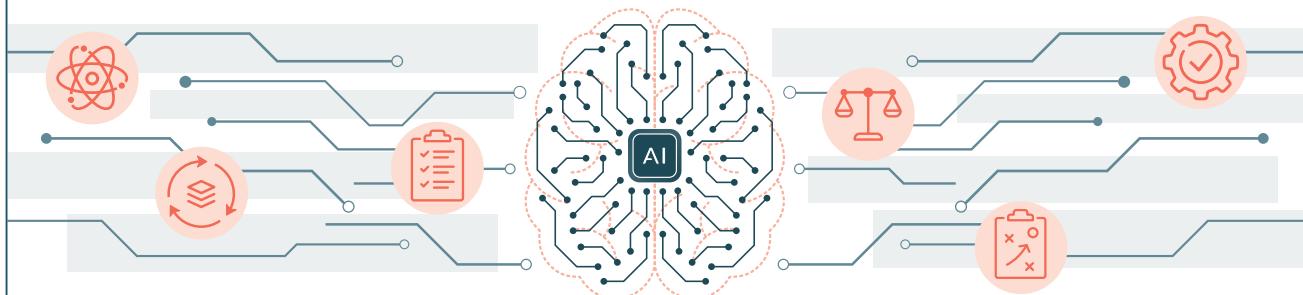
答者全体の約 5 分の 1(22%) (図 8 参照)が「ツールチェーンの断片化」を自社の問題点として挙げており、大規模な組織ではその割合がさらに高く、4 分の 1 以上(27%) に上る。

ベンダーが新たな AI エージェントやツールを次々と市場に投入する状況において、データチームと AI チームは支出の規律を維持し、エージェントや AI ツールのむやみな拡大や断片化を回避する必要がある。E.ON デジタルテクノロジーで最高データ & AI 責任者兼マネージングディレクターを務めるクリストファー・ダーシー氏は次のように述べている。「サードパーティ市場では、ますます多くのネイティブエージェントが提供されています。ありとあらゆる種類の AI エージェントが無秩序に発表され、似たようなエージェントで市場が溢れかえることを心配しています。」

ギリアド・サイエンシズでクラウド・データ・AI 部門 VP 兼 IT 責任者を務めるムラリ・ヴリダチャラム氏も同様の懸念を抱いており、エージェントが乱立している状況は望ましくないと考えている。ギリアド・サイ

エンシズでは、AI ツールをセキュアかつ効率的に導入するため、AI エージェントマーケットプレイスを利用している。マーケットプレイスでは通常、あらかじめエージェントのセキュリティや性能が精査されているからだ。ヴリダチャラム氏は次のように述べている。「AI エージェントの検索、再利用、共有は、独自に行うよりもマーケットプレイスを利用したほうが確実です。従業員によるエージェントの無秩序な導入を防ぐ効果もあります。」

E.ON デジタルテクノロジーのダーシー氏は、AI エージェント間の相互運用性をセキュアに確保できる環境の構築を重視しており、将来の自律型 AI エージェントにとって特に重要であると考えている。「タスクの実行において、どのエージェントをどの目的で使用するかは、推論層が判断します。このオーケストレーションが失敗することはリスクとなります。私たちは、このことを早い段階で理解し、考慮する必要があります。」(ダーシー氏)



「タスクの実行において、どのエージェントをどの目的で使用するかは推論層が判断します。このオーケストレーションが失敗することはリスクとなります。私たちは、このことを早い段階で理解し考慮する必要があります。」

E.ON デジタルテクノロジー 最高データ & AI 責任者兼マネージングディレクター
クリストファー・ダーシー (Christopher d'Arcy) 氏

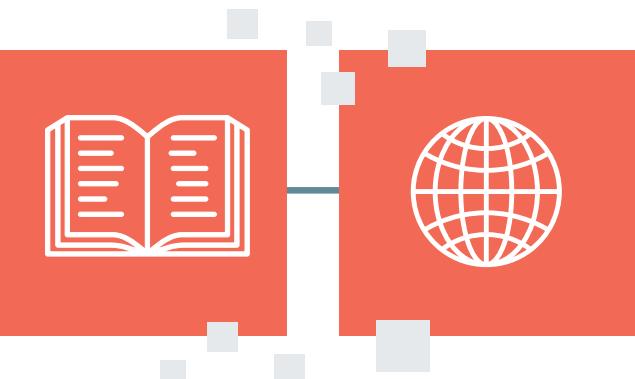
選択の自由

2022年から2023年にかけての生成AIの急成長は、多くの企業にとって予想外の出来事となつた。かつてない技術革新に乗り遅れまいと、多くの企業が大手テクノロジーベンダーが開発したプロプライエタリな生成AIのモデルの導入を早期に決断した。このようなモデルの導入は、処理能力や性能面での優位性をもたらす一方で、企業による実験やカスタマイズの能力向上は制限することになった。

AIが進化し、新たな機能が登場する状況にあって、インタビューに応じたテクノロジーリーダーたちは、モデルの選択肢を柔軟かつ幅広く確保しておくことの重要性を強調している。産業用品販売大手WWグレインジャーでは、単一のプロバイダにロックインされないよう、プラットフォームの選択肢を確保することを最優先事項の一つにしていると、同社のシニアVP兼最高技術責任者であるルロイ氏は述べている。同社では多くの場合に、ユースケース開発の初期段階では比較的小規模で低コストなモデルを特定の用途に使用し、後期段階ではより高性能な(より高価な)モデルを採用する。さらに、本番環境に近い段階では別のモデルを使用することもあるという。「複数の異なるモデルを同時に活用する能力が必要です。市場が成熟し

「単一のプロバイダにロックインされないよう、プラットフォームの選択肢を確保することを優先事項にしています。複数の異なるモデルを同時に活用する能力が必要です。」

WWグレインジャーシニアVP兼最高技術責任者ジョニー・ルロイ(Jonny LeRoy)氏



てパートナーの選択肢が増えるのを待つつもりはありません。モデルの能力を今すぐ利用したいからです。」(ルロイ氏)

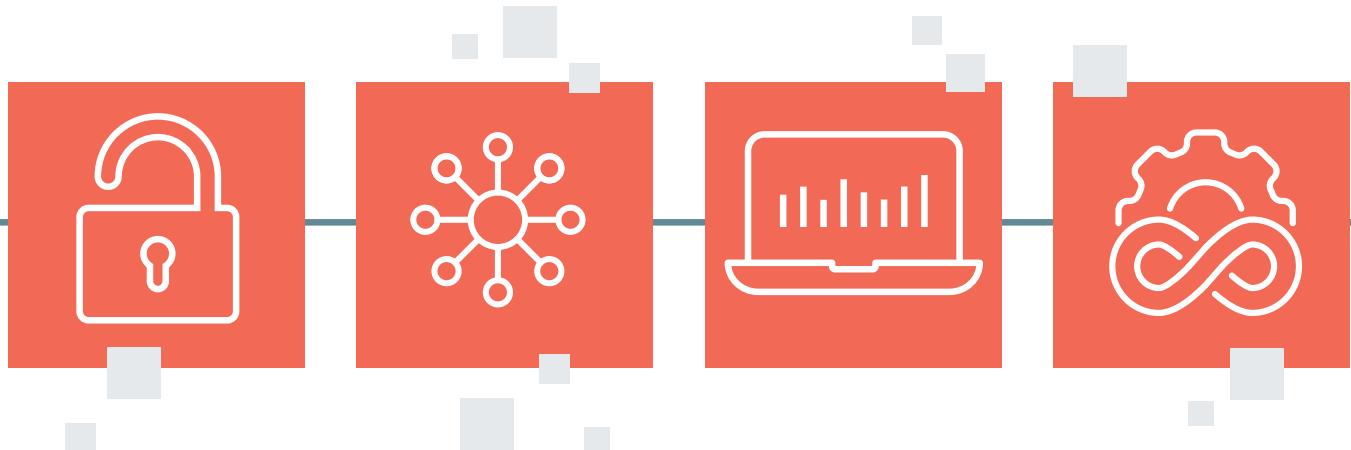
フォックスのように大量の独自コンテンツを制作する企業には、独自のAIモデルの構築も選択肢に含まれる。同社のヒルデブラント氏は次のように述べている。「選択可能なAIモデルは1,000種類以上存在します。私たちの意思決定の基準は、差別化のチャンスがあるかどうかです。私たちは差別化を意思決定の基準にしており、差別化の機会が得られると判断した場合には、AI人材を投入して私たち独自のコンテンツを最大限に活用するモデルを構築したいと考えています。既製のモデルでは困難な領域です。」

一方で、多くの組織にとって、特定のユースケースに最適化されたベンダーの独自モデルの活用も選択肢となっている。ヒルデブラント氏は次のように述べている。「私たちとオーケストレーションが可能なAIモデルは数多くあります。その中から最適なモデルを選択します。」

また、調査対象の多くの組織は、可能な限りオープンソースのモデルやプラットフォームを活用する傾向にある。フォックスコーポレーションもその例外ではないとヒルデブラント氏は述べている。「フォックスは必ずしもオープンソースモデルにこだわっているわけではありません。しかし、オープンソースがプロプライエタリなエコシステムにもたらす前向きな影響は、あらゆる組織にとって有益だと思います。」

クラウドの柔軟性

クラウドインフラの利用においても、組織の選択肢はますます広がっている。「データとAIにおけるマルチクラウド戦略の実行」を最優先事項として挙げた組織は全体の4分



の1であった(図5参照)。ただし、この割合が比較的低いのは、大規模な組織は既にこのようなアプローチに着手しているからとも考えられる。

フォンテラ協同組合のヘリウス・ギマラエス氏によると、同社ではクラウドに移行するデータとAIのワークフローの数を増やしているという。「データとAIワークフローをクラウドに移行することで、バックアップやアップグレードのための負荷が軽減し、ベンダーが提供する新機能の積極的な活用に注力できるようになりました。また、異なる複数のプラットフォームからデータを取り込むことで、バリューチェーンの最適化と業務の効率化を図っています。さらに、利用中の全てのクラウドプラットフォームのデータとAIの一元管理が可能になりました。」(ギマラエス氏)

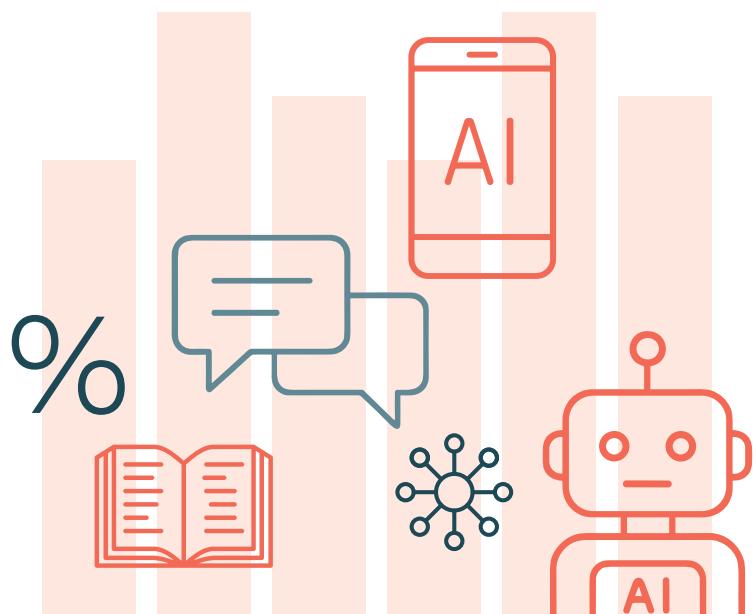
テレコム事業者の41%が「マルチクラウド戦略の遂行」を最優先事項に挙げている。この割合は、調査対象の業界のなかで最も高い。また、ワークフローのクラウドへの移行に伴い、多くの企業は、オンプレミスで管理することで得られるセキュリティ上の利点も重視している。

KTのセジュン・リー氏は、次のように述べている。「KTはクラウドファーストを方針に掲げています。しかし、いかなる代償を払ってもクラウド化しようというわけではありません。KTは、データとAIのインフラをセキュアなパブリッククラウドに構築しています。同時に、アーキテクチャ上にセーフガードを設け、完全に管理されたクラウド環境においてもデータ主権と組織としての管理権限を維持できるようにしています。このように責任あるAI施策で強化された基盤によって、AIをより迅速、スマート、セキュアにし、確信を持って拡張することが可能になりました。」

「データとAIワークフローをクラウドに移行することで、バックアップやアップグレードのための負荷が軽減し、ベンダーが提供する新機能の積極的な活用に注力できるようになりました。また、異なる複数のプラットフォームからデータを取り込むことで、バリューチェーンの最適化と業務の効率化を図っています。さらに、利用中の全てのクラウドプラットフォームのデータとAIの一元管理が可能になりました。」

フォンテラ協同組合 最高データ&AI責任者
ヘリウス・ギマラエス(Helius Guimaraes)氏

06 結論



今

回インタビューを実施した経営幹部の誰もが、AIの進化が近い将来減速することは考えていない。データ・AIのチームがエージェンティックAIやマルチモーダルAIの仕組みに慣れ始めると、そのときには既に次の革新が目前に迫り、新たな機会と課題をもたらす。例えば、幅広いデータ形式を統合的に解析・推論できるマルチモーダルAIモデル2.0、複雑な物理環境とAIの相互作用を可能にする大規模世界モデル(LWM)、モデルやその判断を透明化する一連の手法やテクニックである説明可能なAI(XAI)、さらに将来的には、モデルのコンピュート能力を飛躍的に高める量子AIなどが挙げられる。

これらの、あるいは他のAI技術がどのような課題をもたらすかを現時点で正確に予測することは難しい。しかし、データ・AIのリーダーとチームは、生成AIが登場したときの経験を活かし、想定される課題に備えることができる。今回の調査では、データとAIの取り組みに成功しているリーダー組織から得られた4つの重要な教訓を明らかにしている。

データ・AIのチームがエージェンティックAIやマルチモーダルAIの仕組みに慣れ始めると、そのときには既に次の革新が目前に迫り新たな機会と課題をもたらす。

開発を制御する。生成AI導入の初期段階では、多くの組織が厳密な監視体制を設けず、ユースケースの探索を自由に拡大していた。しかし、今回の調査に協力したリーダーたちは、エージェンティックAIの開発において、より厳格で体系的なアプローチを取っており、初期段階から次の段階へ進む前に、モデルのインプットとアウトプットを明確化することを主張している。

選択肢を狭めず柔軟に。AIはモデル、プロバイダ、製品のいずれの領域においても急速に進化している。しかし、その全てが長期にわたって残るわけではない。初期の生成AIモデルとは異なり、昨今では、オープンソースモデルを含め、多数の選択肢が存在しており、最大限の柔軟性の維持と、ロックインの回避を可能にしている。

不要な断片化を避ける。データ管理を自動化するAIベースの機能を備えたエージェントが、世界中に溢れているように見える。これらのエージェントは業務効率化の大きな可能性を秘めている。しかし一方で、重複や乱立、複雑化などのリスクも存在する。データチームが新たなツールを選択する際には、体系的な視点から賢明に判断する必要がある。

技術そのものよりも成果を重視。生成AIの登場により、経営幹部から最前線の従業員まで、組織全体がAIの飛躍的な能力向上に関心を寄せるようになった。しかし、生成AIから価値ある成果を上げている組織は少数にとどまっているのが実情である。調査では、自社のAIパフォーマンスを「高い」と評価した組織はわずか2%に過ぎない。AIの導入を目的とするのではなく、AIの活用による価値創出を目的とすべきである。

MIT テクノロジーレビュー・インサイトについて

MIT テクノロジーレビュー・インサイトは、世界で最も長い歴史のあるテクノロジー誌「MIT テクノロジーレビュー」のカスタム出版部門です。世界中の一流のテクノロジー機関による支援を受け、現代の主要なテクノロジーおよび、ビジネスにおける課題に関するライブイベントのプロデュースや調査を実施しています。インサイトでは、米国内外で定性的かつ定量的な調査・分析を実施し、論文、レポート、インフォグラフィック、動画、ポッドキャストなど、多岐にわたるコンテンツを発行しています。これらのコンテンツは、アンケートの作成やデータの収集の段階を含め、人間のライター、編集者、アナリスト、イラストレータによって調査、設計、執筆されています。AI ツールを使用する場合は補助的な範囲に限定し、人間による厳密なレビューを徹底しています。

スポンサーより

Databricks は、データと AI の企業です。ブロック、コムキャスト、コンデナスト、リヴィアン、シェルをはじめ、フォーチュン 500 企業の 60% 以上を含む世界中の 20,000 を超える企業が、Databricks のデータ・インテリジェンス・プラットフォームを利用して、データの管理と AI の活用を実現しています。Databricks は、Apache Spark™、Delta Lake、MLflow、Unity Catalog の開発者グループによって創立され、米国カリフォルニア州サンフランシスコに本社を置き、世界中に事業所を配しています。X(旧 Twitter)、LinkedIn、Facebook でも情報を発信しています。ぜひご覧ください。

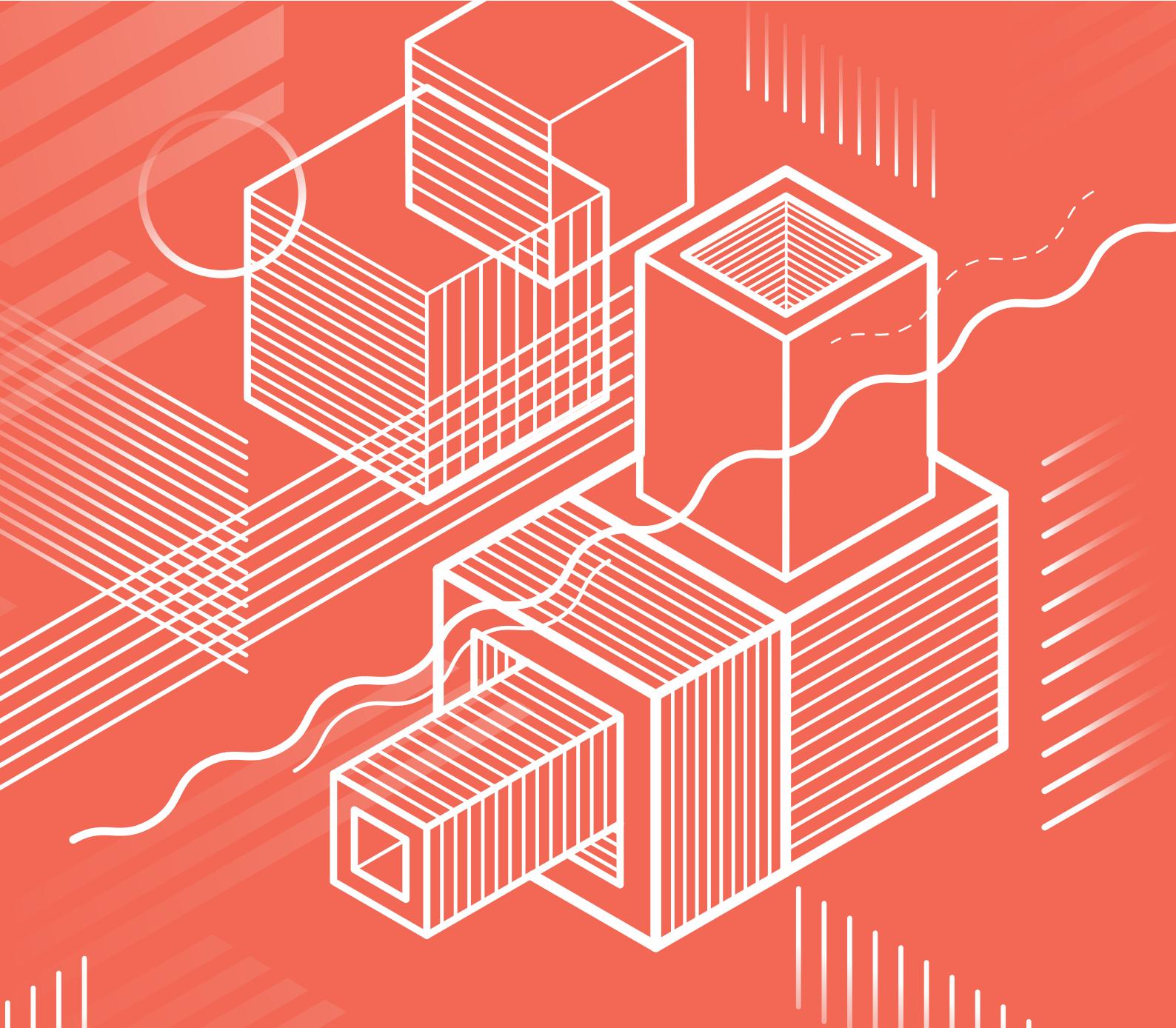


イラスト

本レポート内の画像は全て、Adobe Stock を利用して Scott Shultz Design が構成しました。

本レポートに記載されている情報の検証にあたってはあらゆる手段を講じていますが、レポート内で言及されている人物、情報、見解、結論の信憑性について、MIT テクノロジーレビュー・インサイトは一切の責任または義務を負いません。

© Copyright MIT Technology Review Insights, 2025. 無断複写・転載は禁止されています。



MIT テクノロジーレビュー・インサイト

www.technologyreview.com

insights@technologyreview.com