

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.664 2020.3.3

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2020年2月21日

21年度予算教書

～財政赤字・債務削減見込みの実効性に疑問符

経済・金融フラッシュ 2020年2月21日

消費者物価（全国20年1月）

～コアCPI上昇率は低水準で安定的に推移も、
先行きは下押し圧力が高まる

経営TOPICS

統計調査資料

全国小企業月次動向調査

（2020年1月実績、2月見通し）

経営情報レポート

働きやすい職場づくりで人材確保・定着につなげる 健康経営の実践ポイント

経営データベース

ジャンル：IT・情報技術 > サブジャンル：AI（人工知能）

AI進化のカギ ビジネス分野でのAI活用

京都税理士法人
THE INSTITUTE OF CERTIFIED TAX ACCOUNTANTS

京都本社 075-222-8223 京都支店 山科区山科10-20-101 075-851-2126

TEL: 075-851-2126 FAX: 075-851-2199

福岡本社

〒825-0000 福岡県糟屋郡志摩町1丁目4番15号 サンシティHOLDING ZEN 6階

TEL: 077-269-6633 FAX: 077-664-5590

大阪支社

〒530-0001 大阪府大阪市東淀川区1-1-2 大塚駅前ビル202号F

21年度予算教書 ～財政赤字・債務削減見込みの実効性に疑問符

ニッセイ基礎研究所

1 19年9月末に終了した19年度の財政赤字は▲9,842億ドル（名目GDP比▲4.6%）となり、15年度から財政赤字の拡大基調が持続している。さらに、20年度の財政赤字見込みも▲1兆834億ドル（同▲4.9%）と更なる拡大が見込まれている。

歳出入、財政収支見通し（GDP比）



（注）行政予算管理局（OMB）による試算、ベースラインは現行法を前提にした見通し。19年度は実績、20年度は実績見込み
（資料）OMBよりニッセイ基礎研究所作成

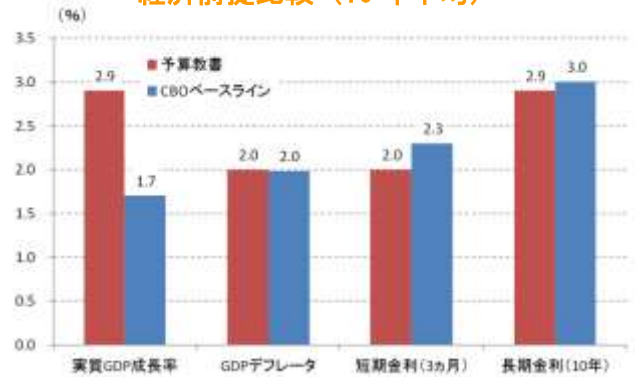
2 2月10日に発表された21年度の予算教書では、非国防関連の裁量的経費や、社会保障関連支出の削減などにより、21年度の財政赤字を▲9,661億ドル（同4.1%）に抑制する方針が示された。

また、10年後（30年度）の財政赤字も▲2,610億ドル（同▲0.7%）へ削減することを見込んでいる。

3 この結果、債務残高（名目GDP比）は19年度実績の79.2%から30年度は現行の予算関連法を前提にした議会予算局（CBO）の予想（98.3%）や、行政予算管理局（OMB）の予想（78.9%）

を大幅に下回る66.1%への低下が見込まれている。

経済前提比較（10年平均）



（注）10年平均（21年～30年度）。GDP成長率およびGDPデフレーターは前年比。
（資料）OMB、CBOよりニッセイ基礎研究所作成

4 もっとも、予算教書やOMBは、非現実的な高い成長率を前提として試算しており、財政赤字や債務残高を過少評価している可能性が高い。

当研究所は現実的な成長率に変更した場合に30年度の債務残高は86%程度に悪化すると試算している。

5 今後、議会で21年度予算審議が本格化するものの、非国防関連の裁量的経費について超党派で議会が合意した金額から大幅な削減が要求されていることや11月に選挙を控え審議時間が限られていることから、予算教書からの大幅な見直しは避けられないだろう。

ネット
ジャーナル

消費者物価（全国20年1月） ～コアCPI上昇率は低水準で安定的に 推移も、先行きは下押し圧力が高まる

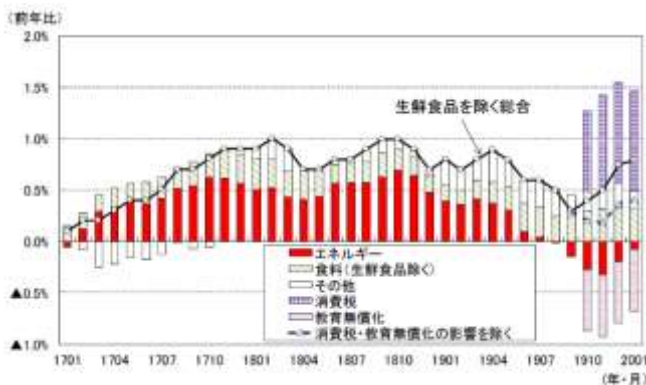
ニッセイ基礎研究所

1 コアCPI上昇率は前月から

0.1ポイント拡大

総務省が2月21日に公表した消費者物価指数によると、20年1月の消費者物価（全国、生鮮食品を除く総合、以下コアCPI）は前年比0.8%（12月：同0.7%）となり、上昇率は前月から0.1ポイント拡大した。事前の市場予想（QUICK集計：0.8%、当社予想も0.8%）通りの結果であった。生鮮食品及びエネルギーを除く総合（コアコアCPI）は前年比0.8%（12月：同0.9%）、総合は前年比0.7%（12月：同0.8%）であった。

消費者物価指数（生鮮食品除く、全国）の要因分解



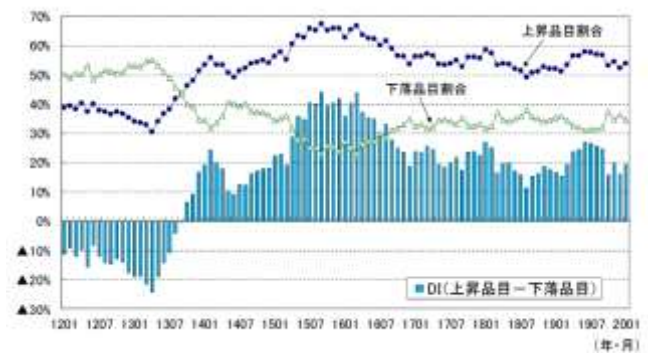
（資料）ともに総務省統計局「消費者物価指数」

2 上昇品目数の割合は 消費増税前に比べて低下

消費者物価指数の調査対象523品目（生鮮食品を除く）を、前年に比べて上昇している品目と下落している品目に分けると（消費税率引き上げの影響を除いている）、1月の上昇品目数は282品目（12月は274品目）、下落品目数は181

品目（12月は190品目）となり、上昇品目数が前月から増加した。上昇品目数の割合は53.9%（12月は52.4%）、下落品目数の割合は34.6%（12月は36.3%）。「上昇品目割合」－「下落品目割合」は19.3%（12月は16.1%）であった。

消費者物価（除く生鮮食品）の 「上昇品目数（割合）－下落品目数（割合）」



（注）消費税率引き上げの影響を除いている。

3 先行きは新型肺炎の感染拡大による 消費低迷が物価の下押し圧力に

20年1月のコアCPIは上昇率が前月から0.1ポイント拡大したが、その主因は下落が続いていたエネルギー価格が上昇に転じたことで、制度要因（消費税率引き上げ＋幼児教育無償化）を除いた上昇率は引き続きゼロ%台前半である。

基調的な物価上昇率は高まっていないが、その一方で消費税率引き上げ後に消費が大きく落ち込む中でも安定的に推移しているとの見方もできる。

全国小企業月次動向調査 2020年1月実績 2月見通し

日本政策金融公庫 2020年2月20日公表

結果の概況

[概況]小企業の売上DIは、マイナス幅が縮小～2月はマイナス幅が拡大する見通し

1 売上

2020年1月の売上DIは、2019年12月(▲14.9)からマイナス幅が5.0ポイント縮小し、▲9.9となった。2月は、▲11.8とマイナス幅が拡大する見通しとなっている。

業種別にみると、製造業(▲20.3→▲19.0)、非製造業(▲14.5→▲8.8)ともにマイナス幅が縮小した。2月は、製造業で▲24.5、非製造業で▲9.8と、ともにマイナス幅が拡大する見通しとなっている。

2 採算

2020年1月の採算DIは、2019年12月(0.3)から6.2ポイント上昇し、6.5となった。2月は、3.6と低下する見通しとなっている。

3 価格

2020年1月の販売価格DIは、2019年12月(4.8)から4.4ポイント低下し、0.4となった。2020年1月の仕入価格DIは、2019年12月(19.4)から3.8ポイント低下し、15.6となった。

1 売上

- 1月の売上DIは、12月からマイナス幅が5.0ポイント縮小し、▲9.9となった。2月は、▲11.8とマイナス幅が拡大する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲20.3→▲19.0)、非製造業(▲14.5→▲8.8)ともにマイナス幅が縮小した。2月は、製造業で▲24.5、非製造業で▲9.8と、ともにマイナス幅が拡大する見通しとなっている。
- 非製造業では、小売業と運輸業を除く全ての業種で上昇している。2月は、小売業と建設業を除く全ての業種で低下する見通しとなっている。

売上DIの推移 (全業種計、季節調整値)

	2019 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2020 1月	2月
実績	▲5.6	▲3.2	▲13.3	▲3.2	▲7.4	▲14.2	▲7.5	▲7.0	2.4	▲22.8	▲16.4	▲14.9	▲9.9	-
見通し	▲4.1	▲3.0	▲2.8	▲7.9	▲8.8	▲5.9	▲1.6	▲0.8	▲0.5	▲20.5	▲11.1	▲14.0	▲12.5	▲11.8



(注) 1 DIは前年同月比で「増加」企業割合-「減少」企業割合。
 2 -は実績、--は見通し。斜体は見通しの値を示す。△は景気の山、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す(以下同じ)。

業種別売上DIの推移 (季節調整値)

	2018年												2019年		2020年				
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
製造業	▲10.0	▲12.8	▲10.1	▲3.1	▲9.2	▲15.2	▲12.0	▲13.9	▲2.2	▲14.1	▲16.3	▲4.1	▲17.1	▲6.2	▲25.0	▲25.0	▲20.3	▲10.0	▲24.5
金融・機械	▲14.5	▲10.1	▲4.9	11.3	▲7.1	▲17.2	▲5.7	▲2.6	▲9.0	▲11.9	▲13.7	▲1.0	▲10.9	▲14.6	▲30.1	▲28.1	▲31.7	▲12.6	▲22.3
その他製造	▲11.3	▲14.9	▲14.2	▲6.0	▲9.6	▲15.4	▲14.4	▲20.9	▲1.8	▲15.1	▲15.9	▲9.4	▲22.8	▲1.4	▲20.4	▲25.2	▲8.8	▲26.8	▲19.9
非製造業	▲10.3	▲10.1	▲5.7	▲6.4	▲7.8	▲4.5	▲2.5	▲13.2	▲3.3	▲6.6	▲13.8	▲8.0	▲5.7	▲3.4	▲22.0	▲14.7	▲14.5	▲8.8	▲9.9
印刷・衣業	▲4.0	▲6.2	▲2.7	▲0.7	▲5.7	▲0.1	▲0.8	▲5.6	▲0.3	▲26.2	▲14.5	▲10.5	▲10.8	▲7.5	▲22.0	▲17.0	▲19.3	▲10.4	▲16.5
織・衣・食	▲18.1	▲18.1	▲11.4	▲14.3	▲18.0	▲17.5	▲17.3	▲20.2	▲10.1	▲18.8	▲17.6	▲20.9	▲25.0	▲4.4	▲34.2	▲26.8	▲28.8	▲17.9	▲20.7
機械・建材	4.7	4.6	14.7	8.4	1.2	11.3	10.1	22.9	2.0	10.8	▲13.8	▲14.3	▲1.6	17.6	▲12.7	▲9.3	▲14.5	▲6.0	▲20.9
中小企業	▲12.0	▲15.9	▲8.5	▲13.2	▲13.1	▲14.7	▲9.0	▲15.6	▲1.4	▲10.8	▲14.7	▲13.6	▲18.1	7.8	▲26.0	▲20.7	▲18.0	▲18.8	▲22.7
耐久消費財	▲2.3	▲3.3	0.3	0.5	3.9	▲17.7	3.7	▲6.8	7.0	▲14.9	▲3.3	▲31.1	▲10.3	35.9	▲9.7	▲13.6	▲21.1	▲17.6	▲10.1
非耐久消費財	▲13.0	▲19.4	▲10.3	▲14.7	▲16.1	▲12.7	▲11.2	▲10.0	▲2.6	▲9.8	▲17.0	▲10.3	▲19.7	0.8	▲41.4	▲21.0	▲18.8	▲17.7	▲12.2
百貨・食・店	▲14.9	▲18.6	▲13.5	▲9.6	▲12.2	▲4.2	▲1.6	▲12.8	0.2	▲11.2	▲1.6	5.2	8.0	▲1.0	▲22.2	▲0.2	▲8.7	6.7	▲5.9
ITサービス業	▲11.1	▲5.1	1.7	0.6	▲2.2	1.5	▲2.0	▲14.8	▲11.5	▲2.2	▲25.3	▲18.2	▲4.2	2.9	▲21.5	▲16.2	▲12.4	▲3.3	▲10.9
事業所向け	▲5.9	4.6	8.0	7.2	3.2	3.6	8.8	▲2.3	▲0.2	4.6	▲12.7	▲13.3	▲3.9	6.6	▲13.6	▲10.2	▲12.5	▲10.8	▲22.9
個人向け	▲13.3	▲8.7	▲1.3	▲0.2	▲4.9	0.4	▲5.1	▲16.1	▲18.1	▲4.6	▲25.0	▲20.3	▲4.9	1.5	▲35.0	▲16.5	▲12.5	▲1.3	▲7.5
金融・証券	▲6.9	3.2	▲9.8	6.2	0.4	▲0.1	6.3	3.3	▲5.0	2.5	▲10.4	3.8	▲2.0	2.0	0.4	▲8.2	▲19.3	▲13.6	0.5
河運・輸送	▲2.9	▲2.8	▲6.3	▲10.9	▲22.1	▲6.6	3.9	▲20.2	3.3	▲10.6	3.8	21.5	0.2	▲8.2	▲12.2	1.4	3.9	▲11.0	▲15.1
道路貨物	▲5.7	▲4.0	▲4.4	▲7.7	▲11.9	▲1.3	11.7	▲14.8	9.5	▲16.5	12.3	26.9	3.3	▲7.4	▲12.0	4.7	5.8	▲13.0	▲10.1
個人タクシー	0.8	8.9	▲20.3	▲22.9	▲31.0	▲32.9	▲11.5	▲20.7	▲18.6	▲42.0	▲34.0	▲3.9	▲21.1	▲8.1	▲21.1	▲10.8	▲20.1	▲5.6	▲28.6
全業種計	▲10.4	▲10.4	▲6.2	▲6.0	▲7.8	▲6.8	▲3.2	▲13.3	▲3.2	▲7.4	▲14.2	▲7.5	▲7.0	2.4	▲22.8	▲16.4	▲14.9	▲9.9	▲11.8

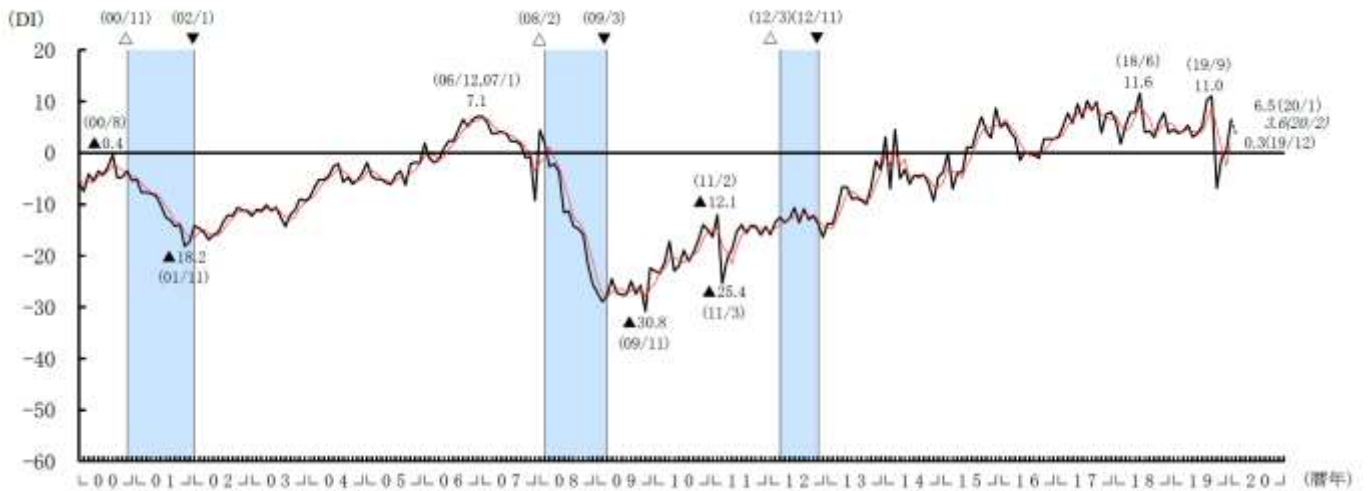
(注) 1 網掛けは、前月から低下した数値。
 2 季節調整は業種ごとに行っている。

2 採算

- 1月の採算DIは、12月から6.2ポイント上昇し、6.5となった。
- 2月の採算DIは、3.6と低下する見通しとなっている。

採算DIの推移 (全業種計、季節調整値)

	2019 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2020 1月	2月
実績	4.5	3.8	4.2	5.3	3.1	3.8	5.1	10.3	11.0	▲6.9	▲1.0	0.3	6.5	-
見通し	9.9	9.3	9.8	7.1	▲0.5	6.5	7.6	12.5	12.6	▲3.2	2.8	3.1	▲3.0	3.6

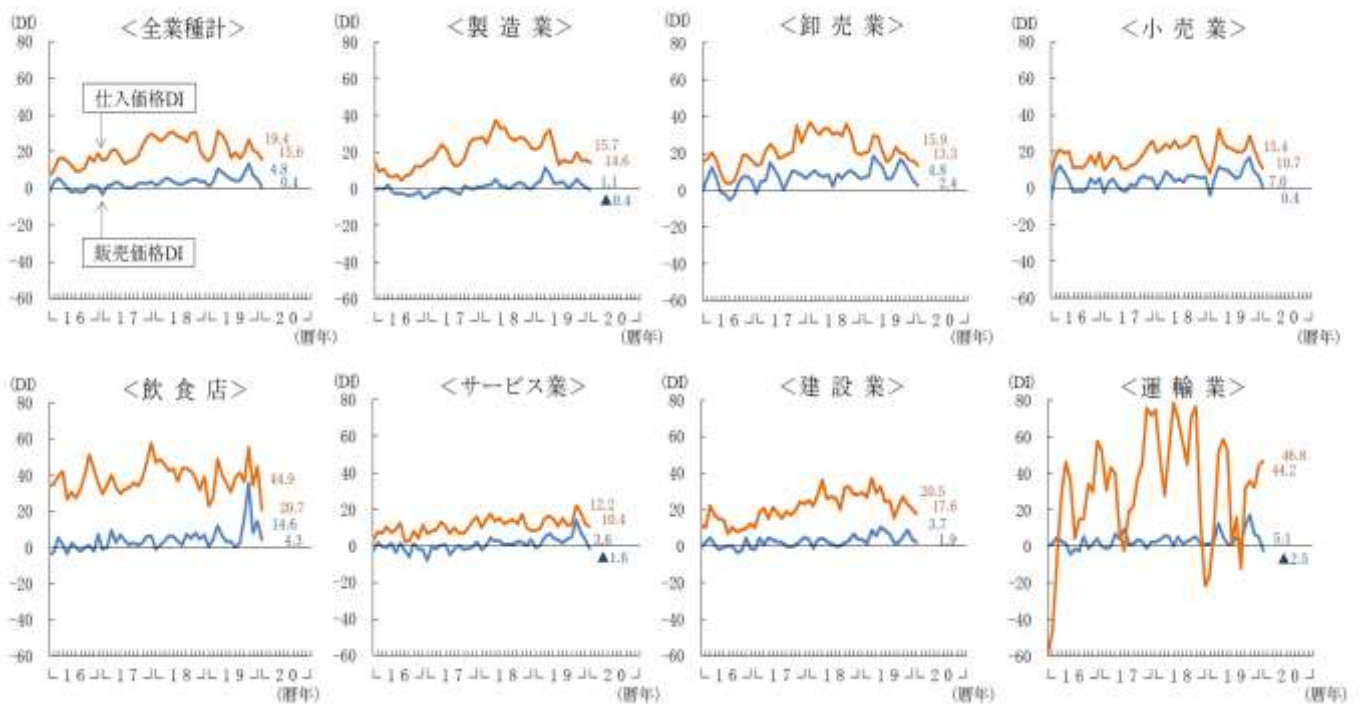


(注) DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 価格

- 1月の販売価格DIは、12月から4.4ポイント低下し、0.4となった。業種別にみると、全ての業種で低下している。
- 1月の仕入価格DIは、12月から3.8ポイント低下し、15.6となった。業種別にみると、運輸業を除く全ての業種で低下している。

価格 DI の推移



(注) DIは前月比で「上昇」企業割合－「低下」企業割合。



経営

働き方改革が求められる中、健康経営の重要性が注目されている

健康経営の 実践ポイント

1. 採用活動の強化が急務となっている中小企業
2. 経済産業省が推奨している「健康経営」
3. 健康経営優良法人認定取得のポイント
4. 健康経営を実践している企業の事例



参考文献

「健康経営実務必携」(稲田耕平、阿藤通明、坂野祐輔著 日本法令) 「人材戦略がすべてを解決する」(小山昇著 株式会社 KADOKAWA) 「健康経営優良法人取り組み事例集」(経済産業省 商務・サービスグループ ヘルスケア産業課) 「企業の「健康経営」ガイドブック～連携・協働による健康づくりのススメ」(経済産業省 商務情報政策局 ヘルスケア産業課)

1

企業経営情報レポート

採用競争が激化している中小企業

人材確保が困難になっている昨今、中小企業の人材確保、定着に向けた取り組みが急務となっています。

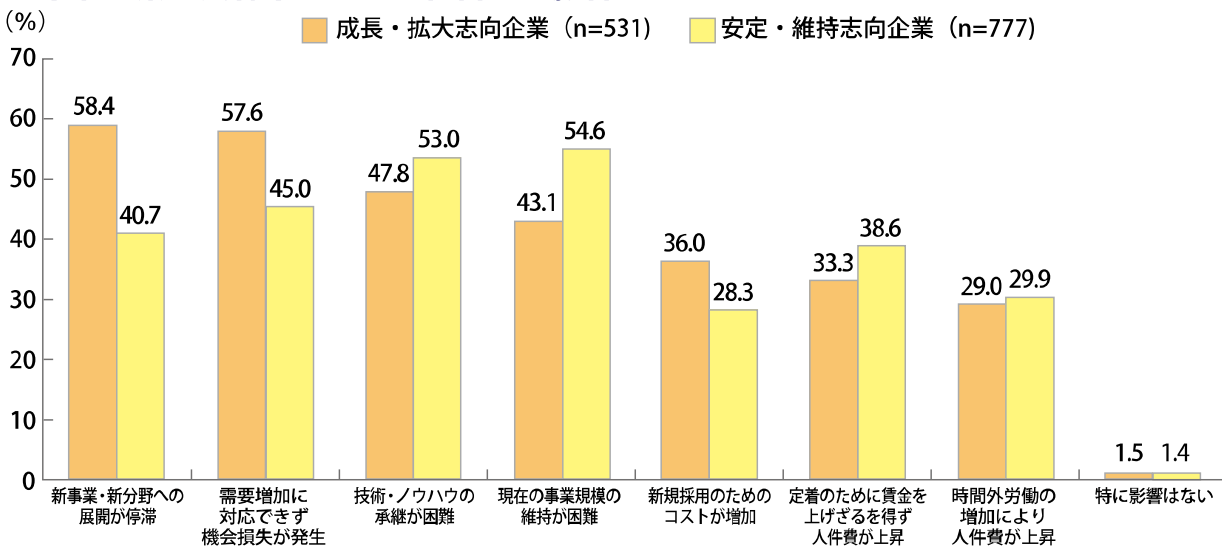
自社の成長は、人材採用の成否に左右されるといっても過言ではありません。

本レポートでは、職場環境の整備等により企業価値を高めることのできる健康経営に着目し、人材確保・定着につながるポイントを解説します。

■ 人材確保のために、中小企業が目指すべき「ホワイト企業」化

人材不足によって、中小企業の経営や職場環境に与える影響を示したものが下記のグラフです。人材不足がもたらす経営への影響として「特に影響はない」と回答した企業はごくわずかであり、ほぼ全ての中小企業が人材不足によって経営へ大きな影響を及ぼすと回答しています。

■ 中小企業の人材不足による経営への影響



資料) 中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保・定着等に関する調査」(2016年11月、みずほ情報総研(株))

人材確保、定着への取り組みを強化し、待遇や福利厚生を充実させ、離職率が低いことなどが評価されている企業を「ホワイト企業」と呼ばれることがあります。中小企業は、このような「ホワイト企業」を目指すことが望まれます。

■ ホワイト企業の5つの特徴

- ① 離職率が低い
- ② 職場環境が整備され福利厚生が充実
- ③ 時間外労働が少ない
- ④ 社員の年齢層に偏りが無い
- ⑤ 社員の健康づくりを支援している

2

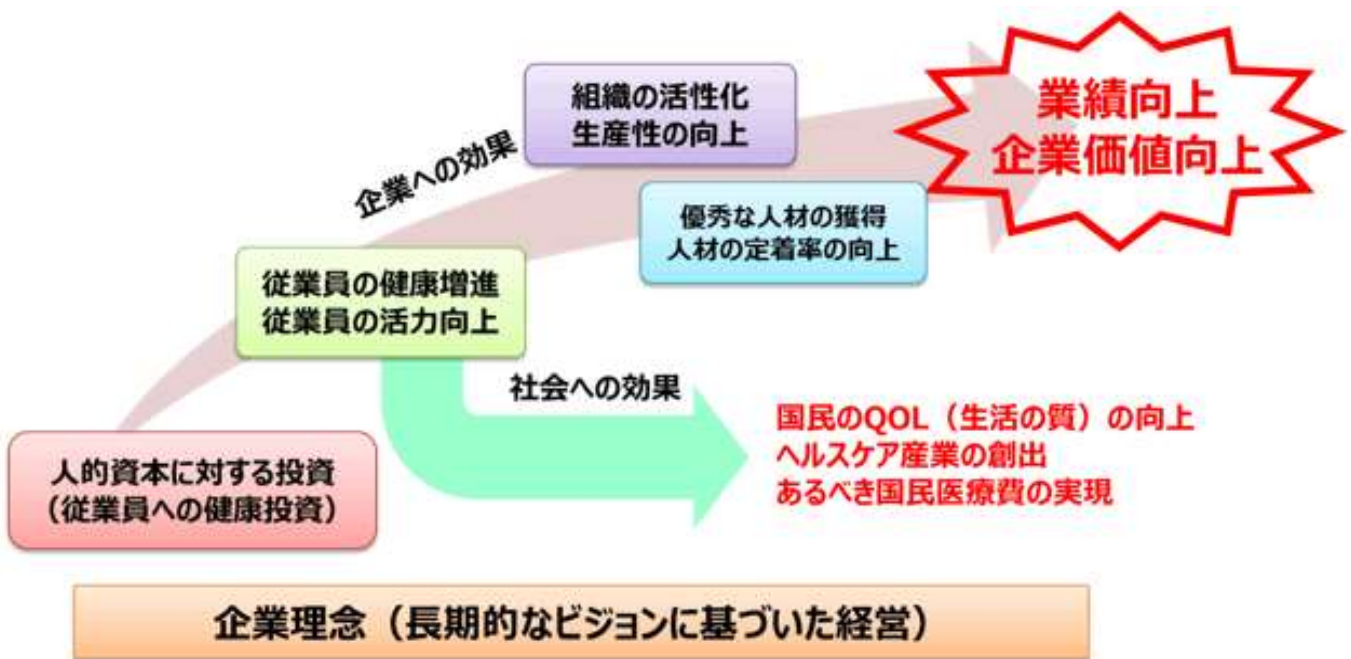
経営者が推している健康経営

健康経営の推奨効果

(1) 健康管理を戦略的に実績する「健康経営」

健康経営とは、「社員の健康保持・増進の取り組みが、将来的に収益性等を高める投資であるとの考えの下、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践すること」と定義づけられています。企業が社員の健康保持・増進に取り組むことは、社員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらすとともに、その取り組みが評価されると、人材確保にも良い影響をもたらします。

健康経営の推進による効果



（出所：健康経営の推進について 経済産業省ヘルスケア産業課データを一部引用）

(2) 健康経営の実践に向けた体系

健康経営を経営課題として戦略的に実践するためには、組織マネジメントの一環として、健康経営を体系的に理解し、その実践手法を検討する必要があります。

健康経営の実践には、健康経営の取り組みが経営基盤から現場の施策までの様々なレベルで連動・連携していることが重要であり、これは「①経営理念・方針」、「②組織体制」、「③制度・施策実行」、「④評価改善」の取り組みに大別されます。

これらの4つの取り組みの基礎として「⑤法令遵守・リスクマネジメント」が実践されます。

3

企業経営情報レポート

健康経営優良法人認定取得のポイント

健康経営優良法人（中小規模法人部門）の認定基準

【認証デザイン】

経済産業省は、従業員の健康管理を戦略的に取り組んでいる法人が社会的に評価される環境を整備することを目的として、平成 28 年度に「健康経営優良法人認定制度」を創設しています。

本制度を運営する日本健康会議では、2019 年 2 月に「健康経営優良法人 2019」として、大規模法人部門 821 法人、中小規模法人部門 2,503 法人を認定しています。その認定を受けるための中小規模法人部門の 2020 年基準は下記の通りです。



健康経営優良法人2020(中小規模法人部門)の認定基準

大項目	中項目	小項目	評価項目	認定要件		
1. 経営理念(経営者の自覚)			健康宣言の社内外への発信及び経営者自身の健診受診	必須		
2. 組織体制			健康づくり担当者の設置	必須		
3. 制度・施策実行	従業員の健康課題の把握と必要な対策の検討	健康課題の把握	①定期健診受診率(実質100%) ②受診勧奨の取り組み ③50人未満の事業場におけるストレスチェックの実施	左記①～④のうち2項目以上	左記①～⑤のうち7項目以上	
		対策の検討	④健康増進・過重労働防止に向けた具体的目標(計画)の設定(※「健康経営優良法人2021」の認定基準では必須項目とする)			
	健康経営の実践に向けた基礎的な土台づくりとワークエンゲイジメント	ヘルスリテラシーの向上	⑤管理職又は従業員に対する教育機会の設定	左記⑤～⑧のうち少なくとも1項目		
		ワークライフバランスの推進	⑥適切な働き方実現に向けた取り組み			
		職場の活性化	⑦コミュニケーションの促進に向けた取り組み			
	従業員の心と身体の健康づくりに向けた具体的対策	病気の治療と仕事の両立支援	⑧病気の治療と仕事の両立の促進に向けた取り組み(⑩以外)	左記⑨～⑱のうち3項目以上		
		保健指導	⑨保健指導の実施又は特定保健指導実施機会の提供に関する取り組み			
		健康増進・生活習慣病予防対策	⑩食生活の改善に向けた取り組み			⑪運動機会の増進に向けた取り組み
			⑫女性の健康保持・増進に向けた取り組み			
		感染症予防対策	⑬従業員の感染症予防に向けた取り組み			
過重労働対策		⑭長時間労働者への対応に関する取り組み				
メンタルヘルス対策	⑮メンタルヘルス不調者への対応に関する取り組み					
4. 評価・改善			受動喫煙対策に関する取り組み	必須		
5. 法令遵守・リスクマネジメント(自主申告) ※誓約書参照			保険者へのデータ提供(保険者との連携) (求めに応じて)40歳以上の従業員の健診データの提供	必須		
			定期健診の実施、健保等保険者による特定健康診査・特定保健指導の実施、50人以上の事業場におけるストレスチェックの実施、従業員の健康管理に関連する法令について重大な違反をしていないこと、など	必須		

中小規模法人部門の要件

業種	従業員数	資本金の額又は出資の総額
卸売業	1人以上 100人以下	1億円以下
小売業	1人以上 50人以下	5,000万円以下
サービス業	1人以上 100人以下	5,000万円以下
製造業その他	1人以上 300人以下	3億円以下

または

4

健康経営を実践している企業の事例

■ 社員全員で楽しみながら続けられる健康経営を推進

事例企業名 : 株式会社 東京堂

所在地 : 青森県むつ市

事業内容 : オフィス環境トータルプランニング事業、音楽・英語教室運営事業
 ティッシュナリー・ライフスタイル雑貨専門小売事業 等

(1) 健康経営に取り組むきっかけ

2015 年から従業員の健康管理に取り組んでいますが、その3年ほど前に、女性従業員ががんを患ったことをきっかけに、従業員の予防検診等に積極的に取り組み、健康管理を強化。

社員が健康でいきいきと働く職場環境を整えることが、急病者の抑制や人材定着、企業業績につながると考えたことが健康経営に取り組んだきっかけとなっています。

(2) 健康経営の推進体制

- ① 全ての事業場に健康経営の管理統括者を 1 人ずつ設置し、本社と一体となって健康経営を推進。
- ② 社内グループウェアを活用し、全従業員に情報共有しながら全社一体で健康経営を進めており、管理統括部では、毎月テレビ会議も用いて情報共有を図っている。

(3) 取り組みのポイント

① 地域の理解を得ながら適切な働き方を実現

- 2017 年 4 月には、従業員のより働きやすい職場環境を整えるため、各事業所の事業内容に合わせて 100 通り以上のシフトを制定。
- 2018 年 4 月からは、1 時間単位で有給休暇を取得することを可能としました。これにより有給休暇の取得推進にもつながり、自身の通院や趣味・習い事などの自由な時間を充てることで私生活を充実する事が出来ています。
- 男性従業員が育児・介護に積極的に参加出来るように、育児・介護休暇取得にも取り組んでいます。子や孫のための休暇を制定し、保育園や学校行事にも参加しやすくなりました。



ジャンル：IT・情報技術 > サブジャンル：AI(人工知能)

AI 進化のカギ

AI 進化のカギとなる「ディープラーニング」と「シンギュラリティ」とは、どのようなものですか。

AI とともにディープラーニングという言葉を目にすることも多くなってきました。これは、人間の脳をモデルとした情報処理システムの事を意味しており、大量のデータをこのシステムに与えると、人間の脳が行うように、自らデータを選び、判断を下すことができるような過程を意味しています。

一方で、昨今、人工知能の進化と共に注目されているシンギュラリティとは、前述のとおり技術的特異点を意味します。

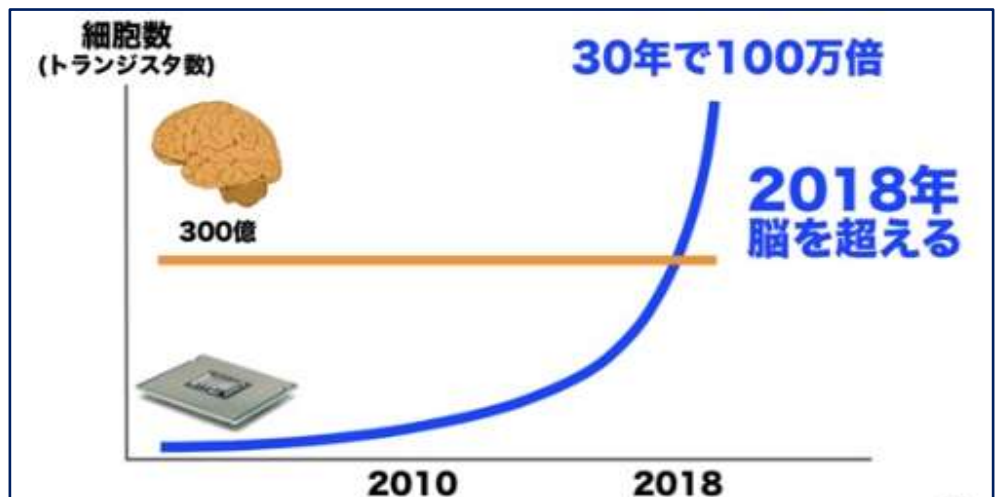
コンピュータ技術や生命科学などの進歩、発展によって 2045 年ごろに技術的な特異点が生じ、これまでの世界とはまったく異なる、不連続な世界がやってくるといわれているのです。この世界の到来は、ソフトバンクの孫正義氏が兼ねてから提唱してきたこともあり、現在、特に注目を集めています。

■シンギュラリティの概念

また、2016 年 11 月 4 日の日本経済新聞では、一面トップで「未知との遭遇 人類の飛躍か 試練か」と題された記事が掲載され、

「2045 年、人工知能(AI)が人知を超える『シンギュラリティ(技術的特異点)』を迎える。荒唐無

稽な話ではない。人の心までに入り込み始めた AI が社会や国家、経済を揺さぶり、歴史を変える。人類に飛躍か試練か。世界はその日に向けて走り出した。」というテーマのもと、発明家で米グーグル在籍のレイ・カーツワイル氏が、人間の知能を超えるシンギュラリティが 2045 年に到来すると予言しています。AI が自ら AI を作り始めたり、人の脳をコンピュータに再現したりすることが考えられる」と紹介しています。30 年も先のことなど分からないと思うかもしれませんが、シンギュラリティの前に、大きな社会変動が起こることが予測されています。



ジャンル：IT・情報技術 > サブジャンル：AI(人工知能)

ビジネス分野でのAI活用

ビジネス分野におけるAIの活用はどのようなものがありますか。

人工知能技術は、Web、SNS等の情報を活用したマーケティングのみならず、科学技術文献等も用いたイノベーション支援等をも可能としています。

さらには脳活動情報や表情等から人の感情を把握し、商品の改良や消費者へのレコメンドに役立て、快適な消費活動を促進していきます。

■ビジネス分野における人工知能活用イメージ



出典：総務省「次世代人工知能推進戦略」報告書

■AIを活用したバックオフィス業務の軽減

有名なAIツールのひとつにクラウド会計ソフトがあります。クラウド会計ソフトは、中小企業のバックオフィス業務の負担を軽減することを目的に作られており、AI技術を活用した自動仕分け機能による勘定科目の自動提案や、自動消し込み機能、不良債権の探知検知機能や不正データの検知機能などが搭載されています。

また、経営分析ソフトのSHARESは、自社の会計データをアップロードすることにより、同業種の企業と比較し、助成金の申請や融資に関する提案などのサービスも行われています。