

2026年6月

停滞する自動化：

なぜエージェント型AIは
エンタープライズレベルで失速するのか

目次

- 3. エグゼクティブサマリー
- 4. 主な調査結果
- 5. エージェント型AI成熟度インデックス
- 6. 投資の急増 vs. ROIの不足
- 9. コンテキストの断片化
- 11. スポットライト：
業界別に見るAIレディネス格差
- 17. スポットライト：地域別の現状
- 20. 実行の架け橋を渡る
- 22. オートノマス・ナレッジと、
パーソナルAIから組織的AIへの移行
- 24. 結論
- 25. 調査方法に関する注記

エグゼクティブ サマリー

エンタープライズAIの第1波は、個人の生産性を高める驚異的なツールをもたらし、ビジネス界全体に熱狂と革新の波を巻き起こしました。

現在、市場は次の大きな進化を始めています。それは、個人のアシスタントから、業務上の意思決定を安全に管理できる複雑な組織的AI（organizational AI）への移行です。

6つの主要市場におけるシニアテクノロジーおよびデータリーダー1,000人を対象としたグローバル調査により、AIを導入したいという熱意は世界共通であるものの、この飛躍を完全に支えるためには基盤となるデータシステムを再考する必要があることが明らかになりました。

最大の好機は、「パーソナルAI（personal AI）」と「組織的AI（organizational AI）」という2つの概念の違いを理解することにあります。パーソナルAIには、個人がより迅速に作業できるよう支援するチャットボットなどのツールが含まれます。一方、組織的AIは、共有された知識、適切なアクセス権限レベル、適切に設計されたガバナンスを活用し、会社全体を代表して機能します。

企業が達成したいと望むROIは、AIが組織レベルで機能するまで実現しませんが、そこには大きなハードルが存在します：



ROIのギャップ

多額の初期投資を測定可能な業務成果へ変換するには、AIを基幹業務システムに直接接続する必要があります。



コンテキストの断片化

AIツールが大規模に全体像を理解できるように、エンタープライズデータにビジネス上の意味、データ系統（リネージ）、ガバナンスを付与（エンリッチ化）する必要があります。



アクションブリッジ

AIに自律的なアクションを実行させるには、アウトプットの配置場所、意思決定の追跡可能性、基盤データの信頼性という課題を解決しなければなりません。

今後の道筋は明るく達成可能ですが、そのためには「オートノマス・ナレッジ（自律型知識基盤）」へのシフトが必要です。これは、エージェントが反復的かつ確実にアクションを実行し、時間の経過とともに学習および改善できるだけの十分なコンテキスト、ガバナンス、ビジネス上の意味を備えたエンタープライズデータのことです。これにより、AIは単に有益な提案をする段階を卒業し、ビジネスを前進させるインテリジェントなアクションを実行できるようになります。

主な調査結果



90%

リーダーの90%が、今後1年間で**エージェント型AIへの投資を増やす**と見込んでいます。

80%

リーダーの80%が、**エージェント型AIの台頭を脅威（20%）**ではなく、自社のポジションを強化する主に「**競争上の好機**」と捉えています。

93%

リーダーの93%が、**AIが最終的にコア機能を運用するようになる**と信じており、3分の1近く（32%）がこの移行が今後2年以内に起こると予想しています。

77%

経営幹部の77%が、**自社データの20%以下しか十分に記述およびコンテキスト化されていない**と報告しています。

62%

AI投資を評価する際、リーダーの62%が、**全社的なROIとビジネス変革を優先**していますが、成功指標として「**利益率の改善**」を用いているのはわずか30%にとどまります。

69%

Cレベルの経営幹部の69%が、**自社組織はすでにエージェント型AIを稼働させている**と考えていますが、同様に考えているVP（副社長・事業部長クラス）は57%にとどまっています。

60%

長期的な柔軟性を確保したいという意図から、テクノロジーの意思決定において何らかの**意思決定麻痺**を経験しているリーダーが60%に達します。

40%

インフラが自律性の要件を満たしていないため、AIパイロットプロジェクトが**本番運用前に中断**していると回答した割合が40%にのぼります。

45%

組織の45%が、個々の**AIユースケースごとに固有のリスク評価を適用**しており、高度なAIガバナンス理解を示しています。

エージェント型AI 成熟度インデックス

エージェント型AI成熟度インデックスは、組織がどのようにAI機能を成功裏に成長させているかを追跡するものです。

69%

C-suite（経営層）幹部の69%が「自社はすでにエージェント型AIで運用している」と回答しているのに対し、VP層で同様に回答したのはわずか57%でした。

1

実験

この段階にある組織は、局所的なパイロットプロジェクトを模索しています。

AIが個人の業務をより効率化するのにどう役立つかを学び、より広範なデータ戦略の策定に着手しています。

2

開発

これらの企業には成功したモデルが存在しますが、適切なプロセスのために適切なエージェントへ適切なコンテキストを組み立てる共有メカニズムがありません。

各チームが独自の定義、独自のデータ、独自のルールを持っています。この「個人から組織へ」の移行を乗り切ることが、この段階における決定的な課題です。

3

構築

これらの企業は局所的なガバナンスを構造化し、基本的なワークフローを自動化していますが、その下にあるデータ基盤は組織規模のスケールを前提に構築されていません。

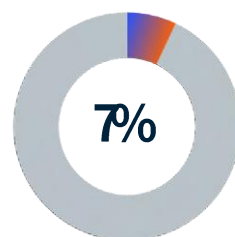
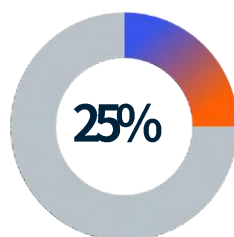
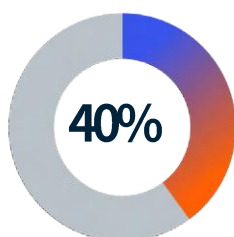
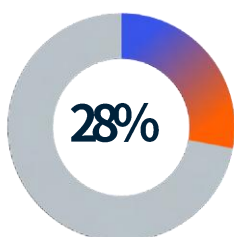
ここでの障壁はフレームワークではなく、基盤データが特定の機能内だけでなく機能横断で稼働するエージェントをサポートできるかどうかにあります。

4

運用

これらの組織は、データの大部分を調和させるための計画的なアーキテクチャ投資を行い、動的なセーフティルールを確立し、AIが複数ステップのワークフローを自信を持って実行する姿を目にし始めています。

エージェントが確実にアクションを起こせるよう、十分なコンテキスト、データシステム（リネージ）、ガバナンスを備えた「オートノマス・ナレッジ」を積極的に開発しています。初期の成果として測定可能なインパクトが示されていますが、その基盤を企業全体に拡張する取り組みが現在も進行中です。



市場シェア

投資の急増 vs. ROIの不足

90%

シニアテクノロジーリーダーの90%が、今後12ヶ月間でエージェント型AIへの投資を増やす見込みであると報告しています。

エージェント型AIへの企業投資は堅調かつ楽観的であり、シニアリーダーの80%がエージェント型AIを市場における自社のポジションを高める競争上の好機と捉えています。

しかし、エージェント型AIに対する熱狂と支出は、ポジティブなビジネス成果へと簡単かつ迅速には変換されていません。積極的な投資を行っているにもかかわらず、テクノロジーリーダーの3分の2近く（63%）が、現在までのAI投資から「初期段階の最小限のプラスのリターン」しか得られていないと認めています。

この「AIのROIギャップ」は、個人の成果と組織の成果を切り離して考えることで理解しやすくなります。従業員のコーディングを高速化したりメールの下書きを支援したりすることは有益ですが、個人の生産性向

“

コード生成の高速化、下書きの改善、リサーチの迅速化といった個人の生産性向上は本物ですが、巨額のインフラ投資を正当化できる形で損益計算書（P&L）に現れることはありません。

経営幹部が期待するROIを実現するには、エージェントが組織レベルで稼働し、意思決定を自動化し、ワークフローを実行し、測定可能なビジネス成果をもたらす必要があります。そうしたリターンを得るには、まったく異なる基盤が必要です。

大半の組織は、エンタープライズAIのROIをパーソナルAI向けのインフラで測定し、なぜ数字が合わないのかと頭を抱えているのです。

ルイス・ランドリー
Teradata 最高技術責任者

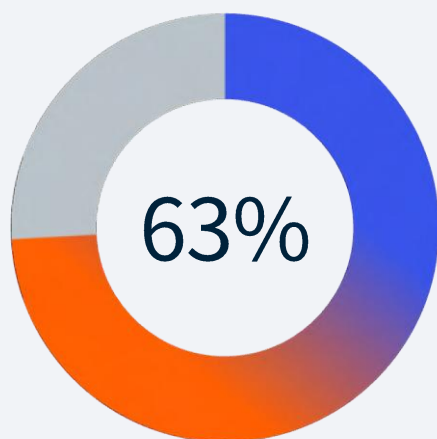
上だけでは、巨額のインフラ投資を正当化することはできません。

エンタープライズROIを実現するには、リーダーがAIにワークフローの自動化、業務上の意思決定の実施、測定可能なビジネス成果の推進を委ねる必要があります。パーソナルAIのためだけに構築された基盤を使って組織的な目標を達成しようとするときに、この乖離が発生します。

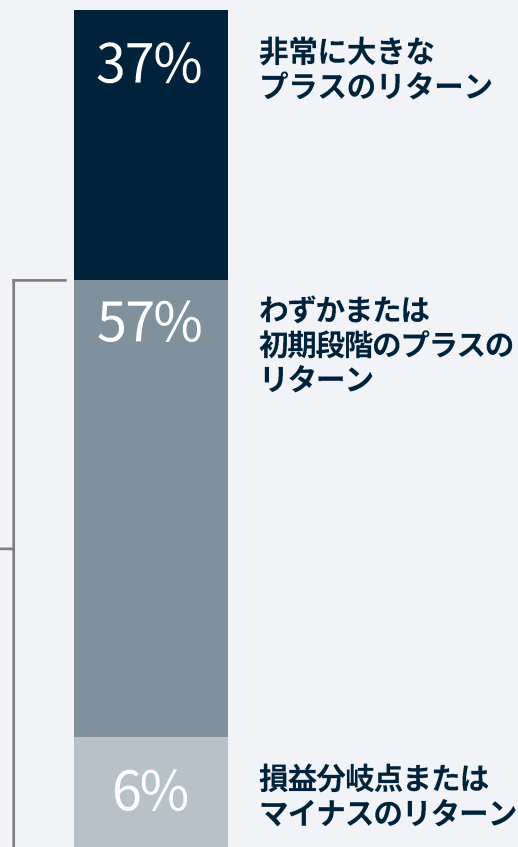
質問：

これまでにエージェント型AI投資から実現したリターンをどのように評価しますか？

回答：



63%が、これまでのAI投資から有意義なリターンをまだ実感できていません。



このギャップは「吸収力の問題」でもあります。AIによって個人の作業が高速化されたとしても、その解放された余力は自動的に組織の最終損益（ボトムライン）を押し上げるわけではありません。

経営陣の誰かが、その余力を収益向上に向けるのか、スキルの高い人員の増強に充てるのか、あるいは他の測定可能な要素に向けるのかを決定しなければなりません。組織レベルでそうした再配分が意図的に行われない限り、生産性の向上は単に活動量を増やすだけで、企業の取締役会が注視している数値を動かすことはありません。

データにもこれが反映されています。AI投資を評価する際、個人の生産性向上よりも全社的なROIを優先するリーダーが62%に達する一方で、成功指標として「利益率の改善」を測定しているのはわずか30%にすぎません。

なぜこのようなことが起こるのでしょうか？成熟度インデックスの「実験」および「開発」の段階で行き詰まっている組織は、相互に接続されていないパイロットプログラムにIT予算を浪費しています。高額なソフトウェアライセンスを購入し、大規模言語モデル（LLM）のライセンス取得や高度なユーザーインターフェースの構築など、テクノロジースタックの最上層ばかりに多額の投資を行っているのです。

この支出の熱狂は、部分的には取り残されることへの恐怖によって引き起こされており、最近の市場の変動性もまた、取締役会におけるAI投資をめぐるシビアな議論を激化させています。

基盤モデルがますます強力になるにつれ、自社のコアソフトウェアサービスや組織の知識が、単純なAIラッパーによって急速に複製され、コモディティ化されるのではないかと依然として恐れている企業もあります。生き残り、自社を不可欠な存在にするために、企業は基盤モデル企業が保有していない、自社が持つ唯一の独自かつ防御可能な資産、すなわち「独自の歴史的エンタープライズデータ」を活用しなければなりません。残念ながら、そのデータはAIの取り込みに対応できるように準備されておらず、ソフトウェア層に投じられている数百万ドルが価値を生まない結果に終わることがしばしばあります。

オートノマス・ナレッジ (Autonomous Knowledge) とは、AIエージェントが単にアクセスするだけでなく、確実にアクションを実行できるだけの十分なコンテキスト、データ系統 (リネージ)、ビジネス上の意味をエンタープライズデータが備えている状態のことです。

支出の急増とリターンのギャップは、2つの独立した問題ではありません。異なる角度から見ている同一の問題です。企業はモデル層やソフトウェア層に多額の投資を行っていますが、その下にある基盤は、求められている処理を支えられるようには構築されていませんでした。その基盤が修復されるまで、ROIギャップは広がる一方です。

“

企業内には単一の真実など存在しません。

営業、財務、請求の各部門はそれぞれ異なる方法で収益を計算しており、そのすべてが正しいのです。

最初の問題は、エージェントがどの定義を使用すべきかを選択することです。より困難な問題は、意思決定に必要な残りの要素を組み立て、何を除外すべきかを知ることです。

ルイス・ランドリー
Teradata 最高技術責任者

77%

リーダーの77%が、自社のエンタープライズデータおよびナレッジのうち、AIエージェントが確実にアクションを起こせる状態になっているのは「20%以下」とであると報告しており、ROIギャップはさらに広がる恐れがあります。

コンテキストの断片化

ROIギャップの根本原因はデータ基盤にあります。より具体的には「コンテキストの断片化」です。

組織にはデータが不足しているわけではなく、多くの場合、AIはデータにアクセスすることすら可能です。しかし、エージェントが確実にアクションを起こすためには、自身が見ているものを理解できるように、十分な意味とガバナンスを備えた適切なデータが組み立てられていなければなりません。

従来のエンタープライズデータ基盤は、人間にはそこまでの整備が必要なかったため、そのように構築されていませんでした。コンテキストの断片化こそが、パーソナルAIから組織的AIへの飛躍を非常に困難にしている要因です。1人の人間のために機能するエージェントを構築することは比較的シンプルです。組織全体で機能するエージェントを構築するには、はるかに多くの労力が必要となります。コンテキストを正しく整えるということは、どのプロセスを代表して、どのデータを、どのような順序で組み立て、意思決定の瞬間にエージェントへ届けるべきかを把握することを意味するからです。

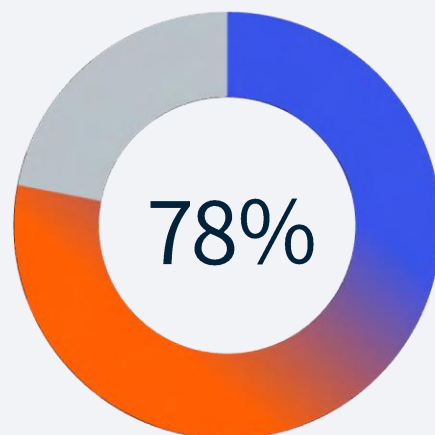
経営幹部の77%が、十分に記述およびコンテキスト化されている社内データは20%以下であると報告しており、78%がエージェントが企業全体で推論できるように部門間でデータとナレッジを統合することに困難を感じています。

リーダーがエージェント展開の障壁を順位付けした際、「必要なメタデータ、コンテキスト、関連性が欠落しているデータ（43%）」は、「単にシステム間で断片化しているデータ（42%）」とほぼ同等にランク付けされました。問題はデータがどこに存在するかだけでなく、有用かつ指示となる十分な「意味」をデータが持っているかどうかにもあります。

質問：

エージェント型AIエージェントが企業全体のコンテキストを考慮して推論できるように、業務部門横断でデータと知識を統合することは困難ですか？

回答：



78%が、エージェント型AIのための接続されたデータ基盤の構築に難しさを感じています。



AIの失敗によるコストは甚大であり、期待された業務成果を得られないまま、数百万ドルと専門人材の労働時間が消失することになりかねません。AI成熟度インデックスの「実験」または「開発」フェーズに残されている68%の企業にとって、コンテキストの断片化がその最大の原因となっています。これらの組織は、クリーンにサンプリングされたデータセットを用いて非常に優れた局所的な概念実証（PoC）を構築します。しかし、エンジニアリングチームがそのモデルを実際のエンタープライズ本番環境へ移行させようとした瞬間、AIはうまく機能しなくなります。

現在、テクノロジーリーダーの40%が、既存のインフラシステムがそもそもこのパラダイム向けに構築されていなかったという理由だけで、自社のAIパイロットプロジェクトの40%以上が本番運用前に失敗（中断）していると実感しています。従来のインフラはレポート作成や分析のために設計されたものであり、企業全体にわたってリアルタイムに照会・推論し、アクションを起こすエージェントのために作られたものではありません。エージェント型システムが生み出すワークロード、ガバナンス要件、利用パターンに対応できるようデータ基盤を適応させることが、いま新たに求められています。その基盤が整って初めて、組織は「AIが知っていること」と「AIが実際に実行できること」の間のギャップを埋め始めることができるのです。

これこそが、具体的に表現した「オートノマス・ナレッジ」の課題です。一貫した定義、追跡可能なデータ系統（リネージ）、そして組み込みのガバナンスを持たないデータは、どれほど大量に存在し、どれほ

“

データ資産全体をコンテキスト化しようとすることは、おそらく間違ったゴール設定であり、それを追い求めること自体が組織を停滞させる一因となっています。

データ資産は常に変化し続けています。新しいデータ型、新しいデータソース、マルチモーダル入力など、決して終わりはありません。そうではなく、構造化データであれ非構造化データであれ、自社の中で最も価値の高いデータ領域を特定し、その部分を完全に記述・統制し、エージェント対応にすることに集中してください。大半のデータが使えない状態だからといって、そのすべてを一度に修正しようとするのが正解ではありません。最初に着手する20～50%を極めて厳格に選定することです。

ジョシュ・フェクトー

Teradata

最高データ・AI責任者兼最高情報責任者

ど容易にアクセスできたとしても、エージェントが扱える状態ではありません。

40%

テクノロジーリーダーの40%が、既存のインフラシステムがこのパラダイム向けに構築されていなかったという理由だけで、自社のAIパイロットプロジェクトが失敗していると回答しています。



スポットライト： 業界別に見る AIレディネス格差

このデータの断片化という課題は世界共通ですが、個々の業界における規制、アーキテクチャ、業務上の固有のハードルによって、その現れ方は異なります。

エージェント型AI成熟度インデックスの分析により、自律化への移行において各業界間で顕著な格差が存在することが明らかになりました。

ヘルスケア分野*は、深く定着した、そして往々にして意図的なデータの断片化に直面しています。

極めて機密性が高く法的に管理された患者記録、画像データ、運用指標は、互換性のない電子カルテシステム、サイロ化された病院ネットワーク、データの移動自体を法的に禁じる主権の境界線に分散しています。

ヘルスケアリーダーの実に90%が、エージェントが確実にアクションを起こせる状態になっているデータは20%以下であると回答しています。その結果、ヘルスケア組織は市場全体と比較してエージェント型AIの成熟度で大幅に遅れており、成熟度インデックスの「実験（40%）」ステージに最も多く留まっています。

断片化したデータを安全にコンテキスト化できないため、請求処理や予約スケジューリングといった、低リスクの基本的な管理業務ユースケースを超えて前進することが困難になっています。不完全または断片的な病歴に基づいてAIエージェントが自律的にアクションを起こすことの倫理的・法的リスクは、あまりにも高すぎます。

薬局の記録と患者カルテが別々の互換性のないシステムにある場合、薬の相互作用リスクを警告するエージェントはその役割を果たすことができません。

この慎重さを反映して、ヘルスケア組織の43%がガバナンス、セキュリティ、またはアクセス制限を、エージェントのデータアクセスを制限する主要な障壁として挙げており、42%がAIエージェントを人間が最終アクションを実行する「分析と推奨」のみに意図的に制限しています。


42%

最終的なアクションを人間が実行する「分析と推奨」のみにAIエージェントを意図的に制限しています。


90%

エージェントが確実にアクションを起こせる状態になっているデータは、20%以下であると回答しています。

*サンプルサイズが小さいため、結果は方向性を示す参考値です。

フィジカルとデジタルの分断

製造業組織は規模の拡大を強力に推進しています。

現在は40%が「開発」ステージ、24%が「構築」ステージに位置しています。ユースケースはすでに明確に定義されており、グローバルサプライチェーンの最適化、IoTセンサーによる機器の予知保全、品質管理の自動化などが挙げられます。現在、製造業リーダーの37%がサプライチェーン、物流、調達を自律型AI導入の最優先事項に挙げていますが、断片化の課題はまだ解決されていません。

データは最新のクラウドシステムと、工場の現場にまで及ぶ数十年前の運用テクノロジー（OT）の間で分断されています。生産ラインでの設備故障を予測するセンサーがあっても、それらのシステムが接続されていなければ、調達発注を自動でトリガーすることはできません。

物理からデジタルへのデータパイプラインが切断されたままであるため、製造業リーダーの54%が「AIモデルの性能精度と信頼性」を展開の最大障壁として挙げており、同様に深刻なAIおよびデータ専門人材の不足も障壁となっています。



37%

サプライチェーン、物流、調達を自律型AI導入の優先領域に設定しています。



54%

AIモデルの性能精度と信頼性を展開の最大の障壁として挙げています。



87%

製造業のリーダーはエージェント型AIを競争上の好機と捉える割合が87%と最も高くなっています。

パーソナライゼーションのボトルネック

小売業者*は中間層に位置しており、36%が「開発」ステージ、32%が「構築」ステージにあります。

膨大な消費者情報を保有していますが、それらはEコマース基盤、実店舗のPOS（販売時点情報管理）システム、サードパーティ物流（3PL）プロバイダーの間でサイロ化されていることが多々あります。

小売リーダーの46%が顧客エンゲージメントやカスタマーサービスを自律導入の優先領域に挙げていますが、断片化がその実現を困難にしています。

在庫の自動発注を試みるエージェントは、需要データがEコマース基盤だけで止まり、

店舗での売上が含まれていなければ信頼性の高い判断を下せません。

同様の断片化はパーソナライゼーションをも損ないます。ターゲティングキャンペーンを展開するエージェントが、対象となる顧客が直近3回の注文をすべて返品しているという事実を知らない可能性があるからです。

48%

エージェント型AIのROIを測定する主要な方法として「顧客満足度および顧客体験（CX）指標」に依存しています。これは、極めて重大な脆弱性です。

業界別エージェント型AI成熟度インデックス

	実験	開発	構築	運用化
合計	28%	40%	25%	7%
金融サービス	32%	33%	28%	7%
製造業	28%	40%	24%	8%
医療	40%	43%	15%	2%
情報技術	23%	37%	27%	12%
小売	28%	36%	32%	5%

*サンプルサイズが小さいため、結果は方向性を示す参考値です。

Report prepared for Teradata

コンプライアンスの重石

銀行や資産管理会社は、AIによるリターンを迅速に生み出すプレッシャーにさらされています。

65%が個人の生産性向上よりも測定可能な全社的ROIを優先しており、44%がエージェントの適用範囲を拡大するかどうかを評価する主要因として「潜在的ROI」を挙げています。

しかし、金融機関はコンテキスト断片化において特有の課題に直面しています。厳格な国際コンプライアンス要件、徹底した監査証跡、膨大な日次データ量により、判断を誤った際のリスクが極めて高くなっています。断片化したデータ基盤は、規制監査の不合格、不良債権の発生、あるいはリアルタイムで数百万ドル相当の不正シグナルを見落とすことに直結しかねません。

何千もの取引を同時に監視する不正検知エージェントは、口座、地域、取引タイプをまたいで行動パターンを接続できる能力があって初めて機能します。そのデータが相互に通信できない別々のシステムに存在する場合、そのシグナルは消失してしまいます。



65%

個人の生産性向上よりも、測定可能な全社的ROIを優先しています。



44%

エージェントの適用範囲を拡大するかどうかを評価する際、潜在的ROIを主要因として挙げています。



50%

ガバナンス、セキュリティ、またはアクセス制限がエージェントのエンタープライズデータアクセスを根本的に制限していると報告しています。

業界の先駆者

当然のことながら、この業種*がトップを走っており、運用段階にある組織の割合が最も高く、構築段階でも着実に地歩を固めています。

IT企業は最新のデータアーキテクチャの要件を理解しており、基盤の修復がAI展開の前提条件であることを早い段階で認識していました。

バックエンドの安定性に強く注力しており、54%が自律展開の対象としてIT、セキュリティ、インフラ管理を優先しています。



54%

自律展開の対象としてIT、セキュリティ、インフラ管理を優先しています。



20%

このセクターにおいてさえ、ITリーダーの20%が「大規模に稼働するエージェントに対してデータの処理速度が追いつかないインフラ」を、データを利用可能にする上での最大の障壁として挙げています。

*サンプルサイズが小さいため、結果は方向性を示す参考値です。

Report prepared for Teradata

スポットライト： 地域別の現状

本調査では、米国、英国、フランス、ドイツ、日本、サウジアラビアの6つの異なるグローバル市場におけるリーダーを評価しました。

この地理的な多様性は、エージェント型AI導入の課題がシリコンバレーに特有のものではなく、真にグローバルな現象であることを示しています。



フランスおよびドイツ

フランスやドイツなどの欧州市場では、GDPRやEU AI法によって、企業は法的な義務としてデータを慎重に管理および文書化することを求められてきました。これにより、他市場がまだ目指している途上にあるデータ主権のベースラインが事実上義務付けられ、この要件が好影響をもたらしています。

意思決定麻痺を報告した割合はフランスのリーダーで50%、ドイツで54%と、調査対象となった市場の中で最も低い水準にあります。また、フランスのリーダーは自社においてデータの統合が困難であると報告する割合が低く、米国の84%に対してわずか52%でした。

コンプライアンスの圧力が、意図せずして多くの欧州企業を、エージェント型AIが必要とするクリーンでコンテキスト化されたデータ基盤へと後押ししたのです。この慎重なアプローチは、北米の競合他社と比較して初期のパイロット速度を遅らせる可能性があります。成果を得るための有利なポジションを築いています。



イギリス

しかし、英国は欧州の他の国々とは異なる立場にあります。英国のリーダーの87%が「業務部門をまたいだデータ統合が困難である」と回答しており、これは全調査市場で最高値であり、フランスを35ポイント上回っています。

推進の意向はあるものの、データの断片化とインフラの課題が展開を遅らせています。ブレグジット後、英国がEUの構造的枠組みの全面的な支援なしにデータガバナンスを進めていることも、これに影響している可能性があります。





66%

米国のリーダーの66%が、耐久性の高いインフラの意思決定において「意思決定の麻痺」を報告しています。

米国

米国は投資と野心の面で市場をリードしていますが、同時に意思決定麻痺でもリードしています。米国リーダーの66%が持続可能なインフラ決定における意思決定麻痺を報告しており、これは調査市場の中で最高値です。

このパターンは、データ基盤が未解決のまま積極的に支出を行っている市場の姿と一致しています。また、パイロットプロジェクトの失敗を報告したリーダーの割合も45%と最も高くなっています。

日本とサウジアラビア

日本とサウジアラビアでは、AIの自律化への推進が国家的な経済変革イニシアチブと結びついています。両市場ともデジタルインフラをゼロから構築することに多額の投資を行っており、これが技術的負債を回避する好機を生み出しています。

これらの国のリーダーにおける意思決定麻痺は、日本で52%、サウジアラビアで51%と、米国よりも低くなっていますが、「主権 (Sovereignty)」が両市場における実質的な制約となっています。AI主権、データ主権、コンピュータ主権が、どのデータを移動でき、どこに保存でき、どのインフラを信頼できるかを規定しています。現在基盤を構築している組織は、これらの統制を考慮しなければなりません。

実行の架け橋を渡る

組織がコンテキストの断片化という課題の解決に向けて進展を遂げたとしても、その知見を自律的な行動に結びつけるという課題に直面しています。

今日、AIは100ページの法的文書の要約、四半期の売上トレンドの予測、社内コミュニケーションの下書きなど、インサイトを生成しています。しかし、それらに基づいてアクションを起こしてはならず、インサイトと実行の間のギャップの中で、現実世界の価値の多くが消失しています。

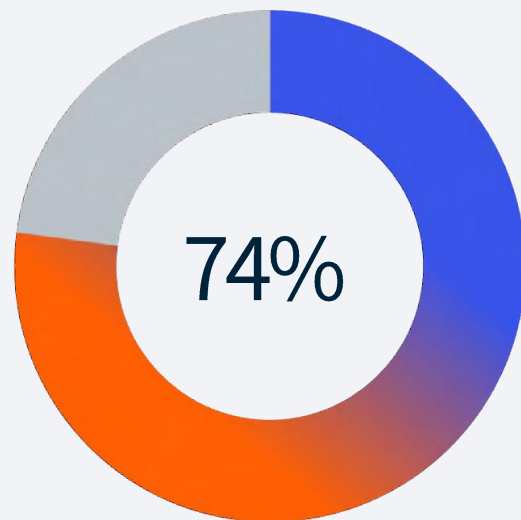
これはガバナンスの問題ではありません。組織の半数近く（45%）が、個々のAIユースケースごとに固有のリスク評価をすでに適用しています。彼らはリスクの大きさを理解しており、フレームワークを整え、どのような場合に人間が関与し続けるべきかを把握しています。リーダーの74%が、AIは4年以内に最小限の人間の監視でコアビジネス機能を運用できるようになると信じています。しかし、今日それを実際に実行させている企業はほぼ皆無です。

それはおそらく、リーダーの60%が持続可能なインフラ決定における意思決定麻痺を報告しているためです。この躊躇は、テクノロジーの選択そのものに関するものではありません。導入されようとしているものに対する「信頼性」に関する問題なのです。

質問：

AIツールが最小限の人間の監視でコアビジネス機能を運用できるようになるのは、どれくらい先のことだと思いますか？

回答：



74%が、AIは4年以内にコアビジネス機能を運用できるようになると予想しています。

エージェントが操作しているデータを組織が信頼できるようになるまで、それらのエージェントに自律的なアクションを実行させることはありません。

このようにして、問題はコンテキストの断片化へと完全に一周して戻ってきます。コンテキストの断片化が自動化への躊躇を引き起こし、投資とROIのミスマッチを生み出しているのです。

また、「配置場所の問題」も存在します。現在、AIのアウトプットのほとんどは、ERP、CRM、サービス管理プラットフォームなど、実際に重要な業務が行われているシステムの「外側」に存在しています。インサイトがどれほど優れていても、人間が手作業でそれをワークフローに持ち込まなければなりません。

ユーザーがすでに作業を行っているツール内部でインテリジェンスが提示されれば、アクションは自然に続きます。しかし、独立した別のダッシュボードに存在する場合、注意を引く競争に晒され、大抵は敗れてしまいます。さらに2つの懸念が、組織が実行の架け橋を渡ることを阻んでいます。

第1の懸念は 「トレーサビリティ」です。

エージェントが推奨事項の生成から意思決定の実行へと移行するにつれて、説明責任の基準は跳ね上がります。ベンダーへの支払いを承認したり、サプライチェーンを迂回させたり、顧客の保険金請求を否決したりするエージェントは、規制当局、取締役会、または監査に耐えうる証跡を残さなければなりません。そのためには、事後的に付け足すのではなく、データ系統（リネージ）が組み込まれたデータが必要です。リーダーの51%が「アウトプットの正確性と信頼性」を重大な展開障壁として挙げていますが、その懸念は、基盤となるデータがソースまで遡って追跡できるかどうかと直接結びついています。

“

AIのアウトプットがコアシステムの外に存在している限り、たとえ優れたインサイトであっても、人間が手作業でプロセスに橋渡ししなければならず、その架け橋は脆弱で不安定なものになります。

ジョシュ・フェクトー
Teradata
最高データ・AI責任者兼最高情報責任者

第2の懸念は 「柔軟性」です。

リーダーの30%が「ベンダーロックイン」を現在進行形の懸念事項として挙げています。今日のトップモデルが半年後には陳腐化する可能性がある市場において、これは極めて合理的な反応です。これに最も上手く対処している組織は、適切なベンダーを選ぼうとしているではありません。どのモデルでも推論できる、再利用可能で統制された資産へと自社データを構築しているのです。エンタープライズデータが独自のコンテキスト、リネージ、ビジネス上の意味を備えている場合、それを消費するツールに依存することはありません。基盤はポータブル（可搬性がある状態）になり、オートノマス・ナレッジとなることで、柔軟性の問題は自ずと解決されます。



オートノマス・ナレッジと、 パーソナルAIから 組織的AIへの移行

ROIギャップ、コンテキストの断片化、そしてアクションブリッジを貫く核心的な問題は共通しています。すなわち、「大半のエンタープライズAIは現在、個人向けに構築されており、組織向けに再構築される必要がある」ということです。

それを実現するための有意義なターゲットが「オートノマス・ナレッジ（自律型知識基盤）」です。これは、継続的な手動介入なしに、長期にわたって最新で、コンテキストが豊富で、統制された状態を維持する基盤です。どこから始めるべきかは、自社がどこに位置しているかによって決まります。

「実験」および「開発」ステージにある組織は、基盤が何よりも優先されなければならないため、ほぼ全面的に次ページで解説する「フェーズ1」に注力すべきです。「開発」ステージにある組織は、構築したものを接続し始めている段階であり、フェーズ1の未完了のタスクと、フェーズ2の重要性を実感し始めるでしょう。「構築」ステージの組織は、すでにある程度のコンテキストが整っており、ガバナンスに本格的に取り組む準備ができています。

“

エージェント型AIから定量的で真の価値を引き出している組織には、いくつかの共通点があります。

価値が高く再利用可能なコンテキストを特定していること、システムが時間の経過とともに改善される自律学習を組み込んでいること、そして単一のユースケースにとどまらず複数の領域にわたって大規模に展開していることです。

それらのパターンは、個人の生産性ツールでは得られない形で相乗効果（複利効果）を生み出します。

ジョシュ・フェクトー

Teradata

最高データ・AI責任者兼最高情報責任者

「運用」に近づいている組織は、フェーズ3を開始し、今から2〜3年後の柔軟性を決定づけるアーキテクチャ上の賭けに出ることができる組織です。

フェーズ1



データ資産の監査と コンテキスト化

自社のデータ資産の中で最も価値の高い部分を特定することから始め、その部分を記述され、統制され、接続され、真にエージェントが扱える状態（Agent-ready）にします。目標は、人々とプロセスの間に共有されるコンテキストを構築することです。データは単一のチームや機能内だけでなく、組織全体で一貫した定義、データシステム（リネージ）、ビジネス上の意味を持たなければなりません。これがコンテキストの断片化の解決に役立ちます。

フェーズ2



発生源（ソース）へ の動的ガバナンス 組み込み

その基盤が可視化されたら、アプリケーション層ではなく、データ自体にガバナンスを直接埋め込みます。ソフトウェアレベルで適用されるポリシーの強制は脆弱です。スケールするガバナンスは基盤に組み込まなければならず、そうすることで、どのようなモデルやエージェントがシステムに照会を行ってもガードレールが機能し、意思決定が追跡可能になります。これがエージェントの意思決定を説明可能にし、実行の架け橋を渡ることを可能にします。

フェーズ3



ポータビリティ （可搬性）を 考慮した構築

今日下されたアーキテクチャ上の意思決定が、市場が変化したり組織が成長したりした際に負債になってはなりません。再構築を必要としない基盤こそが、経営幹部が基盤となるデータガバナンスやエンタープライズコンテキストを損なうことなく、自信を持って長期的な投資判断を下すことを可能にします。これが、リーダーの30%が報告している柔軟性に関する懸念を解決します。

結論

問題自体は複雑ですが、本レポートが提示する主張は極めてシンプルです。

エンタープライズAIが失速しているのは、その下にある基盤が、大規模に運用される自律型システムを根底から支えるためではなく、「人間に情報を提供するため」に構築されたものだからです。

リターンを得ている組織を差別化しているのは、予算というよりも「実行手順の順序」です。ソフトウェア層よりも先に、データ基盤が整っていなければなりません。大半の企業はその順序が逆になっており、その結果としてROIギャップが生じています。パーソナルAIから組織的AIへの移行は、今後数年間における決定的な挑戦課題です。パーソナルAIは個人の作業を高速化しますが、組織的AIはビジネスが実行できる可能性そのものを変革します。

これら2つの間にあるギャップを埋めるのが、エージェントが企業全体を代表して部門横断で確実にアクションを起こせるだけの十分なコンテキスト、データ系統（リネージ）、ガバナンスを備えた「オートノマス・ナレッジ」なのです。

データ基盤はソフトウェア層よりも先に来なければなりません。多くの企業はこの順序が逆になっており、その結果としてROIギャップが生じています。



調査方法に関する注記

本調査は、最低役職基準をバイスプレジデント（VP）とするテクノロジーおよびデータ部門のシニアリーダー1,000人を対象に、Wakefield Researchによって実施されました。回答者は、主要な6つのグローバル市場において従業員数500人以上の企業から抽出されました：米国（500名）、英国（100名）、フランス（100名）、ドイツ（100名）、日本（100名）、サウジアラビア（100名）。本調査は、メールによる招待状とオンライン調査票を用いて、2026年3月23日から4月5日の間に実施されました。いかなるサンプルの結果も標本誤差の影響を受けます。変動の大きさは測定可能であり、インタビューの件数および結果を表す比率のレベルによって左右されます。この特定の研究で実施されたインタビューにおいて、全体のサンプルにおける調査結果が、対象母集団の全員にインタビューを実施した場合に得られる結果とプラスマイナス3.1パーセントポイント以上異ならない確率は、100回中95回（信頼水準95%）です。

WAKEFIELDRESEARCH.COM

市場調査 | PR世論調査 | 市場情報 | 調査支援サービス