

McKinsey Explainers

# AIエージェントとは？

AIエージェントは、人間がAIと対話するためのツールである。自然言語処理などを活用して、これまで人間が行う必要があった複雑な作業を自動化し、実行することができる。



共著・監修: 工藤 卓哉、監訳: 川村 俊輔

# 日本語版掲載によせて

AIエージェントという概念は、単にAI技術の延長線上にあるものではなく、企業が抱える現実的な課題に対して自律的かつ戦略的に対応し得る新たなパートナーとして位置づけられるものです。本稿は、まさにその本質と可能性を的確に、そして深く掘り下げた文献と言えます。

本稿にあるとおり、AIエージェントはもはや単なるチャットボットやデジタルアシスタントの域を超え、人間の意思決定を補完し、自律的にタスクの実行が可能な「行動するAI」へと進化しています。その中心にあるのが、大規模言語モデル（LLM）をベースとしたフルスタック構成です。例えば、ユーザーインターフェースから自己改善ループ、さらには外部ツールとの統合に至るまでを一貫して担うことで、企業内でのAI活用の次元を飛躍的に高めることができます。

一方で、AIを活用する際には、特に機密情報や個人情報の扱いが大きな課題となります。そこで鍵となるのが「AIラッパー」と呼ばれる中間層アーキテクチャです。これは、企業が社内データを外部のAIモデルに直接送信することなく、社内の検索エンジンや推論エンジンを経由して得られた必要最小限の情報のみをLLMに提供することで、情報漏洩のリスクを劇的に低減させる仕組みです。モルガン・スタンレーが導入したAIベースの社内ナレッジ検索システムや、[MetaがオープンソースモデルLLaMAを、米国政府向けにFedRAMP HighおよびDoD IL4/5認証を受けたGovCloud環境で運用している事例](#)は、このアプローチが実際に機能し得ることを示しています。

私は長年、半導体や人工知能の分野に携わってきましたが、特に2023年以降のAI技術進化のスピードには目を見張るものがあります。AIエージェントの実用化が進むにつれて、半導体性能の飛躍的な向上やGPU資源の戦略的な活用、地方分散型のインフラ設計といったテーマも現実味を帯びてきました。あるプロジェクトでは、北海道に配置された日本国内の地方分散型データセンターの半導体を活用し、主権国家AI（Sovereign AI）として学習および推論を行った事例があります。主権国家AIとは、米半導体大手NVIDIAのCEOであるJensen Huang氏が2023年に提唱した概念であり、日本では戦略的イノベーション創造プログラム（SIP第3期）や経済産業省のGENIACプロジェクトなどで推進されています。このような取り組みは、AIエージェントが地域経済や産業構造そのものを変革する可能性を示唆しています。

また、AI活用における安全性とコンプライアンスの視点では、最近設立された[一般社団法人AIガバナンス協会（AIGA）](#)が重要な役割を果たしています。AIGAは2023年に発足し、2024年に社団法人化されました。Google JapanやMicrosoft Japan、AWS Japanなどのグローバルテック企業に加え、金融・インフラ企業も参画し、産業横断的なAIガバナンスの推進に取り組んでいます。こうした動きは、企業経営者がAIの導入を判断する際に「セキュリティ、透明性、説明責任」というガバナンス体制をいかに整備するかが、今までに経営の重要課題となっていることを示しています。

日本企業がグローバル市場で競争優位性を維持するためには、AIエージェントを単なる技術的な興味の対象としてではなく、企業戦略として取り入れることが不可欠です。同時に、「AIガバナンス」「主権国家AI」「地理的分散型インフラ」といった最新の潮流を理解し、対応していくことが、今後の経営判断を支える基盤となるでしょう。

「What is an AI Agent?」日本語版が、日本企業の皆様にとって、AIエージェントという新たなフレンティアへの入り口となり、自社のデジタル戦略を再定義する契機となることを心より願っています。

マッキンゼー・デジタル日本統括責任者

工藤 卓哉

2025年7月

AIエージェントは、ユーザーやシステムに代わって自律的にタスクを実行するソフトウェアコンポーネントである。ユーザーは、複数のエージェントをシステムとして構成し、複雑なワークフローの編成、エージェント間の活動の調整、複雑で困難な課題へのロジックの適用、ユーザーからのクエリに対する回答の評価などを行うことができる。

もし、カスタマーサービス用のチャットボットとやり取りしたり、生成AIに文章の作成を依頼したりした経験がある場合、すでにAIエージェントの基本的な機能を体験しているといえる。また、ChatGPTの登場で広く一般に普及して以来、生成AIのパフォーマンスが向上していると感じているなら、それは決して間違いではない。様々なバージョンのAIエージェントは何年も前から存在していたが、現在の生成AIモデルに備わる自然言語処理能力によって数多くの新しい可能性が一気に広がっている。エージェントのシステムが計画を立て、連携し、タスクを遂行し、さらには自ら学習してパフォーマンスを向上させることさえ可能になっている。エージェントの精度が向上することで、企業はプロセスの自動化や従業員の業務効率化にエージェントを活用できる場面が増えている。

マッキンゼーのシニアパートナーであるラリ・ハマライネンは、「生成AIの開発は驚異的なスピードで進んでいる。現在、人間と機械の共同作業によって、優れた品質と高い生産性を実現することが可能となっている。また最近、短期記憶と長期記憶の構造が進歩したことにより、AIエージェントは外部および内部のユーザーとの対話をよりパーソナライズできるようになり、与えられたあらゆるタスクに対して急速に対応力を高めている」と語っている。

今後、AIエージェントはさらに進化を遂げる。簡単に言えば、AIエージェントは思考から行動へと移行しつつある。過去1年半の間に、Google、Microsoft、OpenAIなどが、エージェント機能をサポートするソフトウェアライブラリやフレームワークへの投資を進めてきた。Microsoft Copilot、Amazon Q、GoogleのプロジェクトAstraなど、大規模言語モデル(LLM)を搭載したアプリケーションによって、AIエージェントは知識ベースのツールから、より行動ベースのものへとシフトしつつある。近い将来、現在のモバイルアプリと同様に、一般的なものとなる可能性がある。

*QuantumBlack, AI by McKinsey* の詳細は[こちら](#) (英語のみ)

## AIエージェントの種類

AIエージェントは、その能力、役割、スキル、生成可能な成果物によって分類できる。以下に、現在開発されているAIエージェントの一部を紹介する:

- 個人の能力強化（「コパイロット」エージェント）: これらのエージェントは、個々のユーザーのコパイロット（副操縦士）のような役割を果たし、そのユーザーの生産性と能力を拡張することを目的としている。Microsoft 365 Copilot や OpenAI の ChatGPT のようなコパイロットエージェントは、コンテンツの下書き、コードの記述、必要な情報の検索を支援することができる。場合によっては、ユーザーの特定のワークフローに合わせた「スマート（高機能）な」アシスタントとして機能する。このようなエージェントの成果は、各ユーザーのモチベーションや費やす労力に左右される。

- 業務フロー自動化プラットフォーム: このタイプのエージェントは、单一または複数ステップのタスクや小規模な業務フローの自動化に重点を置き、AIを活用したプロセスオーケストレーター(調整役)や既存の業務フローの実行者として機能する。代表的な例としては、Microsoft Copilot Studioや、SalesforceのAgentforceなどがある。これらのエージェントは、主に既存の業務プロセスに適用されるため、その成功の鍵を握るのは、導入の徹底、変更管理、エージェントの適切な管理である。
- 特定ドメイン向けの生成AIネイティブエージェント: このエージェントは、特定の事業ドメインや機能に特化したソリューションである。例えば、AI主導の顧客サービスシステムや、AIを活用したソフトウェア開発パイプラインなどである。生成AIネイティブエージェントは、既存の役割やワークフローにAIを重ねる従来のAIエージェントではなく、ソリューションの中核にAIを据えて特定の領域を再構築することを目的としている。
- AIネイティブのオペレーティングモデル: このモデルでは、エージェントは個別のワークフローや特定の機能にとどまらず、企業全体のオペレーティングモデルに組み込まれている。このような場合、企業はAIファーストの方針に基づいて、インテラクション層、業務プロセス、組織構造、さらにはビジネスモデルに至るまで、一貫して再設計・再構築を行う必要がある。かつてデジタル変革の初期段階で組織が大規模な変革を経験したように、AIの導入によって同様の変化が起こる可能性が高い。
- AIバーチャルワーカー: AIバーチャルワーカーは、従業員やチームメンバーとして機能するエージェントであり、最も大きな変革をもたらす可能性が高い種類のエージェントである。このようなバーチャルワーカーによって、企業は大規模な組織改革を行わずとも、既存の業務モデルのままAIを導入・運用することができるため、より迅速に価値を創出できる可能性がある。

これらのAIエージェントは、相互に排他的なものではない。多くの組織は、例えば、一部の業務フローを自動化し、少數のバーチャルワーカーを試験的に導入する一方で、個人用AIコパイロットを展開するなど、複数のエージェントを組み合わせて導入することになると考えられる。

## AIエージェントの仕組み

AIエージェントは、様々な業界やビジネス機能全体にわたって、極めて複雑かつ曖昧なユースケースを支援することができる。ウェブブラウザのような人間用に設計されたツールのみならず、APIのようなコンピュータ用に設計されたツールも利用可能である。この両方を扱う能力があることで、組織の内外を問わず、また既存のテクノロジーアーキテクチャを大幅に変更することなく、AIエージェントを柔軟に運用することができる。

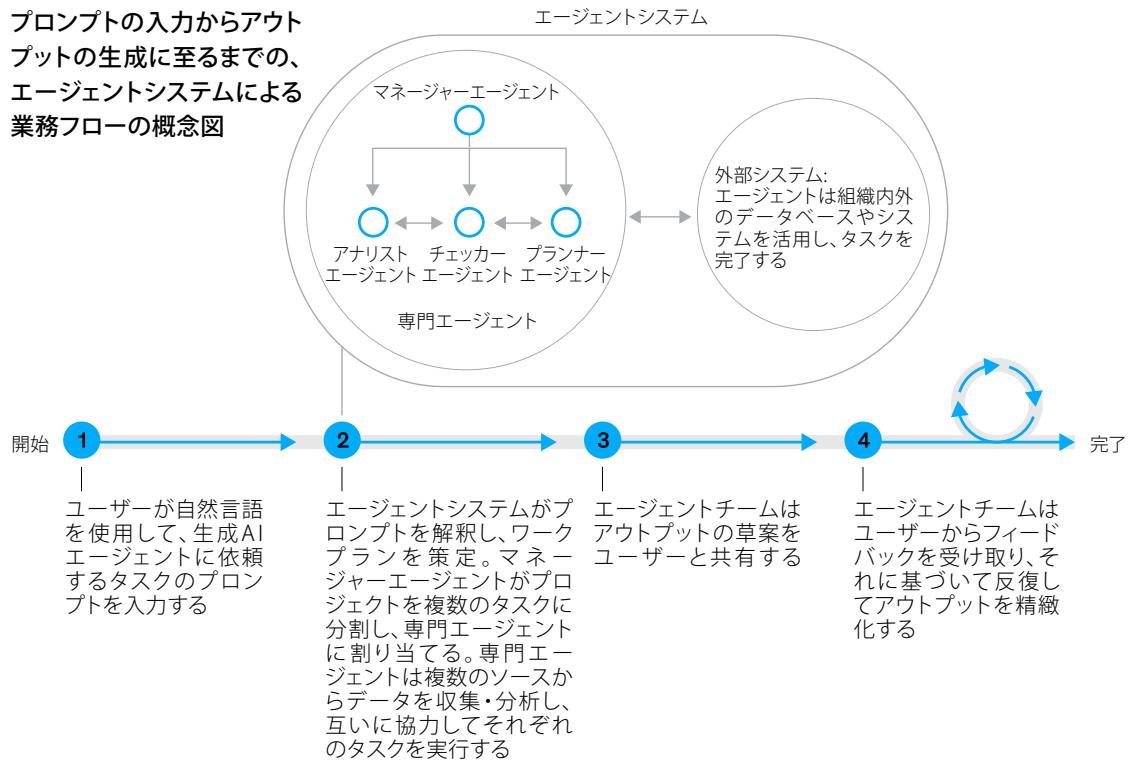
AIエージェントは、一般的に4つのステップでタスクを遂行する（図表1）：

- ユーザーがエージェントシステムにタスクを与える: AIエージェントは、タスクを達成する方法を自律的に計画し、導き出す。

- エージェントシステムが作業を計画し、割り当て、実行する: AIエージェントシステムがプロジェクトをタスクとサブタスクに分解し、それらをマネージャーエージェントが他の専門のサブエージェントに割り当てる。専門エージェントは、過去の経験や学習したドメインの専門知識を活用し、互いに連携しながら、組織内外のデータを利用して割り当てられたタスクを遂行する。
- エージェントシステムが必要に応じてアウトプット（成果物）を反復的に改善する: エージェントシステムは、正確性と関連性を確保するために、ユーザーに追加情報の入力を要求する場合がある。最終のアウトプットを提示する際、ユーザーにフィードバックを求めることがある。
- エージェントがアクションを実行する: タスクの完了に必要なすべてのアクションをエージェントが実行する。

図表1

近い将来、生成AIが支えるエージェントは極めて効率性の高いバーチャルワーカーになる可能性が高い



AIエージェントを導入する際には、[様々なコントロール手法](#)を取り入れるべきである。例えば、建設的なフィードバックループにより、エージェントは自らの作業を見直し、改良することが可能となる。また、自己学習によって問題を解決したり、人間の管理者に問題をエスカレーションしたりするようにAIエージェントをプログラムすることもできる。エージェント同士の連携で機能を高めることも可能で、例えば、クリエイターエージェントが作成した計画を批評専門エージェントが評価し、繰り返し改善を求めてアウトプットの精緻化につながる。さらに、AIエージェントの中にはマネージャーに直接質問できるものもある。組織は、各エージェントのアウトプットを、倫理やバイアスの懸念に基づいて自動的に検証・修正する専門エージェントを開発することもできる。

## AIエージェントとLLMの関係

AIエージェントは、様々なAIモデルを使ってタスクを遂行する。人間とのコミュニケーションに使用される場合、AIエージェントは自然言語処理能力を備えたLLMと連携する。一方で自動運転車の場合は、多様なAIモデルと連携している一連のエージェントによって制御されている。ドライバーの目的地を理解する役割を担うAIエージェントであればLLMを活用するであろう。他方、車が左折しても安全かどうかを判断するエージェントは、LLMではなく、その特定の判断に求められる高度に専門化された設計モデルを活用すると考えられる。

## AIエージェントがビジネスの成長に与える影響

マッキンゼーの試算によると、生成AIを活用した企業のユースケースは、長期的には年間[最大4.4兆ドル](#)の価値を生み出す可能性を秘めている。しかし、AIを迅速に導入して仕事の進め方を再構築・変革しない限り、組織はこの可能性をビジネスの成長や生産性の向上につなげることはできない。AIエージェントであれば、他の従来の技術よりも速く、より効果的かつ低コストで、莫大な価値を掘り起せる可能性がある。

生成AIの価値は、一般的なタスクの自動化にとどまらない。マッキンゼーは、企業がAIエージェントを導入することで、プロセスを再構築し、[ITインフラ](#)を近代化できると予測している。これには、より扱いやすいプログラミング言語への切り替えや、より多機能な最新のフレームワークへの移行、さらにはシステムをよりモジュール化して再構築したり、アプリケーションをより安価な[クラウドコンピューティング](#)環境に移行したりすることなどが含まれる。テクノロジー部門のリーダーは、それぞれが明確な役割と専門知識を持つ複数の専門AIエージェントを活用して、複雑なタスクでは互いに連携させ、フィードバックを与えながらリアルタイムで課題解決に向けた検討アプローチを継続的に改善させることができる。しかし、真の価値は、個別のタスクだけではなく、ソフトウェア開発のプロセス全体にわたってエージェントを統合的に連携させることから生まれるのである。

一部の業界では、すでにAIエージェントの活用が定着している。例えば、カスタマーサービスボットは、多くの顧客向けウェブサイトでは今や当たり前の存在となっている。[マッキンゼーによる生成AIの経済効果に関する調査](#)によると、カスタマーサービスに生成AIを活用した企業は、1時間当たりの問題解決率を14%向上させ、問題処理に費やす時間も9%短縮できたとのことである。マッキンゼーのシニアパートナーである[ホルヘ・アマー](#)は次のように語っている。「今後、AIエージェントは顧客満足度の向上や、収益の創出に寄与するようになるだろう。新たなサービスを販売したり、より広範なニーズに対応したりする上でも欠かせない存在となる。その結果、企業が提供できる

顧客体験の選択肢が広がり、例えば、人間のエージェントによるきめ細やかな対応をプレミアムサービスとして展開するなどが挙げられる」

一般的に、生成AIを活用したエージェントが複雑なユースケースを自動化する際には、以下の3つの重要な機能を駆使して効率化を図っている：

- エージェントは、予測困難な状況にも柔軟に対応できる：ルールベースのシステムの場合、設計者が想定していなかった状況に直面すると機能不全に陥る傾向がある。対照的に、AIエージェントシステムは、与えられたユースケースに対して多様なシナリオを処理できる。大規模な非構造化データで訓練された基盤モデルをベースとしているため、様々なシナリオにリアルタイムで適応し、特殊なタスクを実行できる。
- エージェントシステムには自然言語で指示できる：自然言語処理により、ユーザーはこれまで以上に迅速かつ容易に複雑なワークフローを構築できる。自然言語処理能力を備えたAIエージェントは、特定のプログラミングや大規模なITプロジェクトの調整を必要としないことから、より多くの従業員がAIツールを導入・活用して成果を達成できるようになる。
- エージェントは、既存のソフトウェアツールやプラットフォームとも連携できる：生成AIエージェントは基盤モデル上に構築されていることから、様々なツールを活用したり、広範なデジタルエコシステム内で他のツールなどと通信したりすることができる。基盤モデルがなければ、これらの機能を実現するにはシステムを統合したり、各システムからの出力を照合したりするために、膨大な手作業が必要となる。エージェントであれば、このようなシステム統合に伴う作業や手戻りを大幅に削減することができる。

さらに、マッキンゼーのパートナーであるアーロン・バウコンは次のように語っている。「エージェント同士が連携して環境に適応することで相乗効果が生まれる。明示的にプログラムされていない想定外の動作やスキルを発揮することがあり、全体としての価値が、個々の価値の総和を超えることがある。これはAIの創発的能力と呼ばれている」

### AIエージェントを活用している企業例

中国のテクノロジー企業であるLenovoは、[ソフトウェアエンジニアリングおよびカスタマーサポートという2つの主要な事業分野](#)にAIエージェントを導入している。ソリューションズ＆サービスグループの最高技術責任者（CTO）であるアーサー・フーは、同社のソフトウェアエンジニアの業務効率がすでに最大15%向上していると述べている。また、COO兼戦略責任者であるリンダ・ヤオは、カスタマーサービス部門で電話対応時間が2桁の生産性向上を達成したと付け加えた。

現在までに、LenovoはAIエージェントをバーチャルアシスタントとして機能するように改良してきた。ヤオは、将来的にAIエージェントが自律的にタスクを遂行し、人間の代理として配置されるようになると想定している。

## 他企業におけるAIエージェントのユースケース

ここでは、今後、AIエージェントで実現できる可能性がある[3つの仮説的なユースケース](#)を紹介する：

- ローン審査: AIエージェントシステムを複数の専門エージェントで構成することで、幅広い信用リスクシナリオに対応できる可能性がある。これまででは、借り手、ローンの種類、その他の変数に関連する様々な情報を収集、分析、精査する必要があることから非常に時間がかかり、多くの関係者による共同作業が求められることが一般的であった。
- コードの文書化とモダナイゼーション: 大企業のレガシーソフトウェア、アプリケーション、システムは、往々にしてセキュリティリスクを招き、ビジネスイノベーションのペースを鈍化させる要因となっている。AIエージェントは、こうしたシステムのモダナイゼーションプロセスを合理化する際に役立つと考えられる。例えば、一つのエージェントを旧型コードの分析を担うレガシーソフトウェアの専門エージェントとして、もう一つをドキュメントの評価・検証を担当する品質保証の専門エージェントとして配備することで、反復的な改善を通じてAIのアウトプットの正確性を確保し、組織の標準を満たせるようにすることなどが挙げられる。
- オンラインのマーケティングキャンペーン: オンラインでのマーケティングキャンペーンの設計、立ち上げ、運営は、様々な担当者が関わる複雑で重層的なプロセスである。それを単一のAIエージェントシステムが、企業のマーケティング担当者からの情報に基づいて、キャンペーンのアイデアを提案・テストし、繰り返し改善を行うことも期待できる。さらに、デジタル・マーケティング・エージェントが洞察を収集して戦略やキャッチコピーを作成し、デザインエージェントがオーダーメイドのコンテンツを構築することなどが考えられる。

## AIエージェントの導入にあたって組織が直面するハードル

マッキンゼーのパートナーであるニコライ・フォン・ビスマルクは、AIエージェント技術を導入する上での[大きなハードル](#)は、信頼関係を構築することだと言う。「[Z世代](#)も含めて、あらゆる年齢層の顧客が、電話での顧客サポートを好むことが分かった。ある銀行では、AIエージェントが顧客に回答を提示する前に、エラーや「ハルシネーション（もっともらしい誤情報）」が含まれていないかを検証するアーキテクチャを構築し、誤回答を減らすことで顧客との信頼関係の構築に努めている」

マッキンゼーのパートナーである[ロジャー・ロバーツ](#)は、「AIから最大の価値を引き出せる企業は、顧客、従業員、利害関係者との間に[信頼関係を築ける](#)企業だろう」と述べている。「AIにタスクを任せると、AIを十分に信頼する必要がある。また、企業が下す倫理的判断は、各組織に固有の価値観、そして人間をAIエコシステムの中心に据えるという社会の価値観に根ざしたものでなければならない」

組織がAIエージェントの規模を拡大する際に、変更管理がもう一つの課題になる、とマッキンゼーのシニアパートナーであるアマ一は指摘する。「それは、単に新しいツール群を展開するよりもずっと幅広いものだ。企業がAIエージェントの価値を最大限に引き出すには、[ビジネスモデルを抜本的に再設計](#)する必要がある」

この再設計には、新テクノロジーの導入に加え、既存のテクノロジーを最適化して[機械学習](#)や生成AIを活用したツールと効果的に連携できるようにすることなども含まれる。また、組織は運営モデルを調整して、試行錯誤を重ねながらAIエージェントを活用した新たなサービスの構築に取り組む小規模チームをサポートすべきである。さらに、リーダーは、従業員が新しいツールの使い方を学び、それらを信頼して活用することを促すためにインセンティブを設定すべきである。

マッキンゼーのパートナーであるバウコムは、「AIエージェントの導入に際して、データ保護はリーダーにとって大きな懸念事項だ」と述べている。AIエージェントプログラムの導入を進める企業は、セキュリティ、運用、データの適切な管理を慎重に実施すべきである。このような課題に対応するためのアプローチやソリューションは、既製品からオーダーメイド品まで数多く存在し、進化を続けている。

### AIエージェントが組織の技術アーキテクチャを変革し得る

AIエージェントが普及することにより、組織のテクノロジープログラムの運用方法を変えるとみられている。マッキンゼーは、ITアーキテクチャが従来のアプリケーション中心のパターンから、[新たなマルチエージェントモデル](#)へと移行すると予測している。この新しいアーキテクチャでは、テクノロジー部門のリーダーは、最大数千のエージェントを管理し、エージェント同士、さらには人間や外部プログラムと連携させながら、共通の目的を達成できるように調整していくことが求められる。

以下に、テクノロジー部門のリーダーが現在の環境にエージェントを導入する際に考えられる3つの方法を紹介する（図表2）：

- スーパープラットフォーム: これは、コラボレーションツールや顧客関係管理（CRM）プログラムなど、次世代のサードパーティ製ビジネスアプリケーションに、AIエージェントが内蔵されているものを指す。ユーザーは、例えばCRMスーパー プラットフォームを導入すれば、会社の分析ツールと自動的に通信しながら販売レポートを作成することができる。以前は、このような処理にはユースケースに特化したプログラミングが必要であった。
- AIラッパー（wrapper）: このツールにより、企業の機密データを公開することなく、企業のサービスがAPIを介してサードパーティのサービスと通信・連携できるようになる。例えば、ある銀行が社内で開発したAI主導の信用リスクモデルに、生成AI対応のラッパーを構築することができる。AIラッパーは、ベンダーやLLMにさえデータを開示することなく、ベンダーのLLMに対して顧客データやクレジットスコアに基づいたリスク要因の生成を指示することが可能である。
- カスタムAIエージェント: 事前学習済みのLLMをファインチューニングしたり、[検索拡張生成（RAG）](#)を使用して企業の独自データにアクセスさせたりすることで、自社専用のAIエージェントを開発することができる。例えば、カスタマーサービスの分野では、既存のモデルに顧客データ、コールセンターの通話記録、会社のポリシーを入力し、顧客の質問に対応するコールセン

タースタッフを支援するAIエージェントを構築することができる。

これらの新しいエージェントを中心としたワークフローへの対応を強化し、[継続的な反復と改善](#)を可能にするには、組織はITアーキテクチャを最適化することが求められる。

図表2

### アーキテクチャは、3つのAI実装パターンに沿って進化していくと考えられる



<sup>1</sup> Software as a Service (サービスとしてのソフトウェア)

<sup>2</sup> 戦略的な生成AIの考慮事項については、「Technology's generational moment with generative AI: A CIO and CTO (日本語版:「生成AI時代のテクノロジー: CIOとCTOへの指南書」)」マッキンゼー (2023年7月11日) を参照

<sup>3</sup> Customer Relationship Management (顧客関係管理)

<sup>4</sup> Enterprise Resource Planning (企業資源計画)

McKinsey & Company

### AIエージェントの導入に際して組織が留意すべきこと

リーダーが優先的に検討することが望ましい3つの項目:

- 長期にわたり、多くの人員を必要とする技術提案については、慎重に精査する: これは、生成AIを活用することで、どの程度コストを削減でき、スケジュールを短縮できるのかを判断するために、大規模な提案をすべて見直すことを意味する。特に、生成AI機能の導入をうたう提案に対しては、リーダーは特に懐疑的な姿勢をとるべきである。なぜなら、その機能の価値が、実際には限定的または付随的なものにとどまる可能性があるからである。
- 最も重要な問題に集中する: 小規模な取り組みは、概して小規模な成果にしかつながらない。そのため、企業は最大かつ最も複雑な技術的問題、つまり、コストが高く、解決までに複数年を

要し、深刻な技術的負債の原因となっているような問題を特定し、生成AIをその解決に集中して活用することが望ましい。

- 人材、テクノロジー、オペレーティングモデルへの影響を先取りして対応する: マルチエージェント型のアプローチが拡大するにつれて、リーダーはそのビジネスへの影響を理解し、対策を講じる必要がある。これには、人材戦略やリスクリングプログラムの見直し、それに伴うオペレーティングモデルの適応、さらには運営費や設備投資の再評価などが含まれる。

AIエージェントの進化はまだ始まったばかりであり、今後多くの学びや発見があることは間違いない。この分野に関する取り組みの多くは、研究段階から本格的な実用フェーズへと移行しつつある。あらゆる業種や規模の組織において、AIエージェントは人々の働き方を変革する新たな手段となるであろう。

マッキンゼーでのキャリアにご興味をお持ちの方は、[AIエージェント関連の求人情報をご覧ください。](#)

## 参考文献

- “[Why investing in AI trust pays off](#),” 2024年12月18日 [Roger Roberts](#)
- “[Extracting value from AI in banking:Rewiring the enterprise](#),” 2024年12月9日 [Carlo Giovine](#), [Larry Lerner](#), [Renny Thomas](#), Shwaitang Singh, Sudhakar Kakulavarapu, and [Violet Chung](#), with Yuvika Motwani
- “[AI for IT modernization: Faster, cheaper, better](#),” 2024年12月2日 Aaron Bawcom and Matt Fitzpatrick, with Chi Wai Cheung, Dan Collins, and Dante Gabrielli
- “[Enterprise technology's next chapter:Four gen AI shifts that will reshape business technology](#),” 2024年12月2日 [James Kaplan](#), Mark Gu, and Megha Sinha
- “[Charting a path to the data- and AI-driven enterprise of 2030](#),” 2024年9月5日 [Asin Tavakoli](#), [Holger Harreis](#), [Kayvaun Rowshankish](#), and Michael Bogobowicz
- “[Why agents are the next frontier of generative AI](#),” 2024年7月24日 [Lareina Yee](#), Michael Chui, and [Roger Roberts](#), with Stephen Xu
- “[The promise and the reality of gen AI agents in the enterprise](#),” 2024年5月17日 [Jorge Amar](#), [Lari Hämäläinen](#), and Nicolai von Bismarck
- “[The economic potential of generative AI:The next productivity frontier](#),” 2023年6月14日 [Alex Singla](#), [Alex Sukharevsky](#), Eric Hazan, [Kate Smaje](#), [Lareina Yee](#), [Michael Chui](#), Rodney Zemmel, and [Roger Roberts](#)

Find more content like this on the  
McKinsey Insights App



Scan • Download • Personalize



## AIエージェント分野におけるマッキンゼーのシニアエキスパート

アーロン・バウコムとニコライ・フォン・ビスマルクはマッキンゼーのボストンオフィスのパートナー、アシン・タバコリはデュッセルドルフオフィスのパートナー、ホルガー・ハーレイスは同オフィスのシニアパートナー、カルロ・ジョヴィーネはロンドンオフィスのパートナー、ジェームズ・カプランはニューヨークオフィスのパートナー、ケイヴァーン・ローシャンキッシュは同オフィスのシニアパートナー、ホルヘ・アマーはマイアミオフィスのシニアパートナー、ラレーナ・イーはベイエリアオフィスのシニアパートナー、マイケル・チュイは同オフィスのシニアフェロー、ロジャー・ロバーツは同オフィスのパートナー、ラリ・ヘマライネンはシアトルオフィスのシニアパートナー、ラリー・ラナーはワシントンDCオフィスのパートナー、レニー・トーマスはムンバイオフィスのシニアパートナー、バイオレット・チョンは香港オフィスのシニアパートナー。

### 日本語版

共著者、監修者

**工藤 卓哉** (パートナー、マッキンゼー・デジタル日本統括責任者)

マッキンゼー 関西オフィス

監訳者

**川村 俊輔** (プロダクト担当ディレクター)

マッキンゼー 東京オフィス

Copyright © 2025 McKinsey & Company. All rights reserved.