

金融機関における生成 AI 定着の課題と解決策

金融コンサルティング部 シニアコンサルタント 天野 恵太

近年、金融機関における生成 AI の導入が進展し、活用率を積極的に公表する動きが広がっている。しかし、表面的な活用率の高さとは裏腹に、生成 AI 特有の課題や金融機関特有の障壁により、現場での定着に課題を抱えるケースも見られる。たとえば、月間アクティブユーザー率 (MAU) は、実際の利用件数や利用頻度を反映しないため、活用の実態が把握しにくい。そこで NRI の支援プロジェクトでは、活用率と活用度合いの 2 軸で各部署の状況を可視化した上で、ヒアリングを通じて定着プロセスを分析した。本稿では、現場定着を阻む障壁を「認知の壁」と「行動の壁」に整理して紹介する。

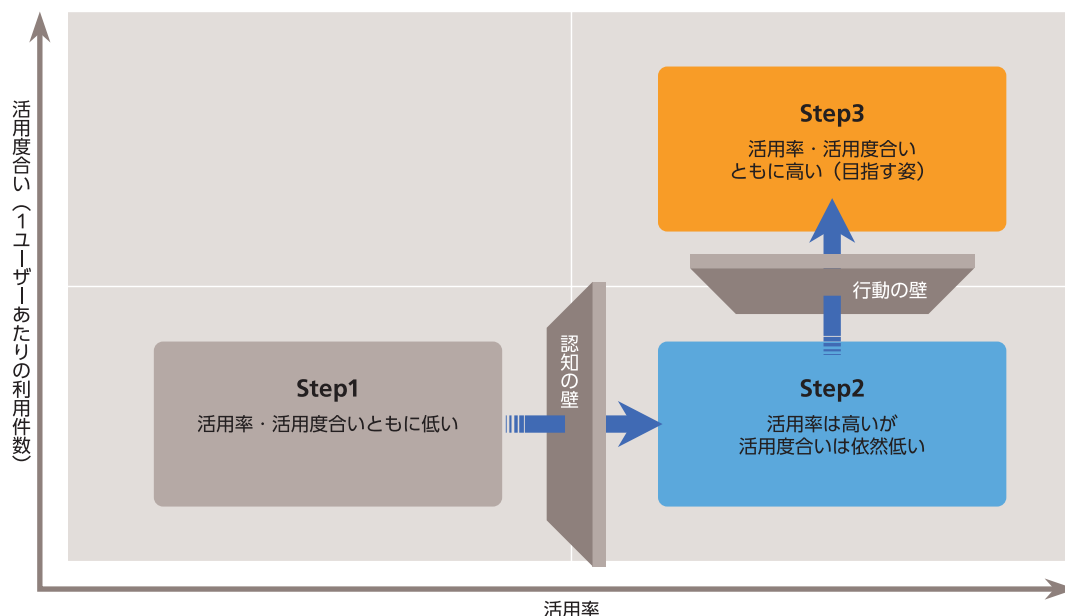
まず、活用率・活用度合いがともに低い水準の部署では「認知の壁」に直面している。これらの部署では、生成 AI の導入意図やメリットを十分に認知できていないことから、ハルシネーションリスクやブラックボックス性などの懸念を大きくとらえる傾向がある。特に金融機関では、従業員の年齢や IT リテラシーにばらつきが見られること、厳格なルールの順守や情報管理が求められ、生成 AI の活用がかえって業務負担を増大させる感覚が強いことなどが要因として考えられる。この場合、本社からの情報発信時に AI の仕組みやモニタリング内容をかみ砕いて説明してユーザーの不安を拭い去ること、実践的な研修を通じて半ば強制的に「まずは触ってみる」機会を提供することが有効である。

次に、活用率が高いものの活用度合いが依然低い部署では「行動の壁」が立ち上がる。具体的な活用シーンや適切なプロンプトのイメージが乏しく、使用シーンが限定的な状態にある。定型業務に慣れた金融機関のユーザーにとって生成 AI は自由度が高く、使い方を考えるのが不慣れなことや、部署ごとの専門性の違いから本社発信の好事例が必ずしも自部署に適合しないことなどが要因として考えられる。この場合、各部署でヘビーユーザーを特定し、どの業務においてどのようなプロンプトを使用しているのか、そのユースケースを抽出・共有する取り組みが有効である。こうした活動に協力するヘビーユーザーへのインセンティブ設計も有効といえる。

全社的な生成 AI の本格活用には、経営や情報システムの AI-Ready 化が重要といわれるが、現場における「認知の壁」と「行動の壁」を乗り越えることも同様に重要であると考えられる。それぞれの壁に対応する施策を講じることが、現場定着を促す鍵となる。

(監修: 伊部 和晃)

図表 活用率と活用度合いに基づくステップ分類マトリクス



出所) NRI 作成