

第78回 「人間」の付加価値はどうなる？

万博の調査に行ってきました。大阪万博(1970)、つくば科学万博(1985)、愛知万博(2005)ではその時代の最新鋭の「ロボット」が披露され人々に未来への希望を与えたそうですが、今次の万博では、それほど話題性のある「ロボット」の展示は目立たなかったように思えます。その替わり、このイベント全体が、A I も使った壮大な管理システム、いわば「見えないうロボット」を使って運営されているようにも思えました(・_・;)。

社会一般でも、特に昨年暮れからの「A I エージェント」や、物理的なロボット技術の進歩が話題になっています。経営者たちは「これで人手をどれだけ削減できるのか？」と脳の中で考え始めているでしょう。

そうして、人間は(経済的な意味での)付加価値を失い、いずれ存在自体が危ぶまれるという意見もあります。

では、当面A I やロボットに代替されにくい、人間の経済的価値として残りそうなものはなんでしょうか？

まずは、A I を使いこなしつつ、最終的に人間のセンスや責任で判断することです。たとえばパンの製造を行っている事業所で、工賃向上のために新製品を作るとした場合、このメルマガで繰り返し述べてきたように、インターネット接続できる環境さえあれば、いつでも、誰でも、タダで、製品企画・ネーミング・パッケージ・販促手法などの案をいくらかでもA I に作らせることができます。しかし、利用者・職員で試食し、顧客の声を聴き、議論し、最終的な結論を導き、流通業者を説得する・・・という作業の多くが人間に残ります。そのために人間は、センスとコミュニケーション能力をフル活用する必要があります。

一般化して言いますと、人間は、もっとコミュニケーション能力を磨かなければならないのです。A I も音声入力、音声出力、回答案やスピーチ案の生成は普通にできます。しかし本当に人の話を「傾聴」し、必要なら「説得する」といったことは、現状ではA I に代替させるのは難しいと考えられます。

また、特に顧客対応をA I にやらせる場合、「ハルシネーション」(幻覚のような誤った答えを出してしまうこと)のリスクは避けられません。そのため大企業といえどコールセンター等をA I に完全に代替させる目途は立っていません。

こうしたことから、人間は、コミュニケーション能力を徹底的に活用することにより、当面、経済的な意味でも「付加価値」を保てる可能性があります♪。

(この原稿は100%人間が書いています。)