

中堅・中小企業を応援！
経営の最新トレンドと実務ノウハウをお届けする
ビジネス情報誌

MJS Monthly Report

マンスリーレポート

特別版

特集

I AIで時間を創出する

「評価される経理」になる。
日常業務を効率化するための生成AI活用力

II AIで価値ある情報をつくる

「価値を創造する経理」になる。
意思決定を高度化する生成AI活用力

III AIにはない力を伸ばす

「人と仕事を動かす経理」になる。
現実を前に進める人間力

No.212 (SEP.2026) 掲載

AI時代の経理のスキル
「生成AI活用力」と
「人間力」の磨き方

※本冊子に掲載されている情報は、執筆時点のものです。



『Monthly Report』は、MJS 税経システム研究所が制作するユーザー向け月刊誌です。
毎号、税務・商事法・会計・経営などの最新トレンドと実務ノウハウをタイムリーにお届けしています。
この冊子は、本誌の記事を抜粋し、1テーマをコンパクトにまとめた特別版です。ぜひお役立てください。



編集制作

株式会社ミロク情報サービス
税経システム研究所

特集

2

AI時代の経理のスキル

「生成AI活用力」と「人間力」の磨き方

3

I AIで時間を創出する

「評価される経理」になる。

日常業務を効率化するための生成AI活用力

税経システム研究所 客員講師

公認会計士 福原俊

10

II AIで価値ある情報をつくる

「価値を創造する経理」になる。

意思決定を高度化する生成AI活用力

会計システム研究会 客員研究員

早稲田大学商学大学院 教授 目時壮浩

16

III AIにはない力を伸ばす

「人と仕事を動かす経理」になる。

現実を前に進める人間力

税経システム研究所 客員講師

株式会社トラフィックエイジア 代表取締役 外波達也



AI時代の経理パーソンは ここで差がつく！

「生成AI活用力」と 「人間力」の磨き方

生成AIへの期待が高まる一方で、中小企業の経理部門では、予算や人材の制約から導入・活用が十分に進んでいないケースも少なくありません。本特集では、AI時代の経理パーソンに求められる役割をあらためて見つめ直し、生成AIを冷静かつ主体的に活用しながら、人間ならではの強みをどう高めていくべきかを考察します。日常業務の効率化を実現する生成AI活用力、経営判断に役立つ分析・提案を行う生成AI活用力、人や組織を動かす人間力の3つの視点から、これからの時代に評価される経理担当者のあり方やスキルを探ります。

特集目次

- P3** **I AIで時間を創出する**
「評価される経理」になる。日常業務を効率化するための生成AI活用力
.....公認会計士 福原 俊
- P10** **II AIで価値ある情報をつくる**
「価値を創造する経理」になる。意思決定を高度化する生成AI活用力
.....早稲田大学商学学術院 教授 目時 壮浩
- P16** **III AIにはない力を伸ばす**
「人と仕事を動かす経理」になる。現実を前に進める人間力
.....株式会社トラフィックエイジア 代表取締役 外波 達也

I

AIで時間を創出する

「評価される経理」になる。 日常業務を効率化するための生成AI活用力



MJS税経システム研究所
客員講師
公認会計士

福原 俊

監査法人と上場会社に勤務し、監査業務・経理業務・経理部長・経営管理室長を経験。現在、管理会計ラボ株式会社にて経理の業務改善支援を行う。

I

AIで時間を創出する



- ・資料や文書のたたき台の作成を生成AIに任せることで、仕事の「最初の一步」を速められる。任せられる範囲とコツをつかみ、個人の作業時間を減らすことに努めよう。
- ・生成AIのセキュリティ設定を「入力したデータをAIの学習やサービス改善に利用しない」(オプトアウト)に設定するなどの工夫をする。
- ・経理業務のさまざまなシーンで生成AIを活用し、日常業務の時間を短縮することで、新たなことに挑戦し、付加価値を生み出すための時間を創出できる。

1 はじめに

生成AIの普及により、定型業務は今後ますます自動化が進んでいくと考えられます。そんな時代に経理担当者に求められるのは、人間ならではの付加価値を生み出すことです。AI時代において経理部門が存在価値を高めるためには、処理業務から脱却し、経営に資する分析や提案などといった付加価値の創出へ転換していく必要があります。

付加価値を生み出すには、まず時間を確保しなければなりません。その第一歩となるのが、生成AIを活用した業務効率化です。定型業務にかかる時間を圧縮し、思考・創造・コミュニケーションに充てる時間を増やすことが重要です。本稿では、日常の経理業務を効率化して新たな時間を生み出すための「生成AI活用力」をお伝えします。

生成AI活用といっても、個人の作業支援、業務プロセスの改善、経営の意思決定支援など、切り口や規模・専門性などのレベル感はさまざまです。本稿ではその中でも、まず取り組みやすい〈個人の作業支援のための生成AI活用〉に焦点を当て、すぐに取り組める使い方をお伝えします。

AIに作業を指示する文章(プロンプト)も、最初は箇条書きや走り書きで十分です。「生成AIって、難しそう……」。そう感じている方も、本稿を読み

終えた頃には、「これなら自分でもできそう」と思っただけのことを目指しています。コピーしてそのまま使えるプロンプト例と、「うまく伝わらなかったときの一言」も用意しました。まずは一つからでも、ぜひ試してみてください。

2 経理実務のサポートメンバーとして生成AIを使う

生成AIを業務で使う際に不安を感じる理由の一つは、「生成AIは何をどこまで任せることができるのかわからないため、向き合い方がよくわからない」という点ではないでしょうか。

実際に生成AIを自身の業務で使いながら感覚をつかむことが重要ですが、あえて人にたとえるなら、生成AIは、優秀だけれど少しおっちょこちょいな「新人サポートメンバー」です。完璧な答えを返してくれるとは限りませんが、たたき台を作るスピードは圧倒的で、うまく使えばあなたの仕事の「最初の一步」を大幅に速めてくれます。

このように、生成AIは万能ではないので現時点では業務を丸ごと任せることはできませんし、指示がなければ自発的に適切に業務を進めてくれるわけでもありません。しかし、やりたいことを簡単な指示文にして入力するだけでも、格段に業務が前に進みます。たとえば、次のようなことを意

識して、生成AIと付き合ってみるとよいでしょう。

(1)「最初の6～7割」をAIに作ってもらう

メールの文章や会議資料をゼロから考えて作るのは、思っているより時間がかかることがあります。生成AIに下書きを作ってもらい、そこから自分で仕上げるようにしてみましょう。投げかけるプロンプトによっては、筆者の感覚では6～7割の完成度まで一気に作成できることもあります。この流れを一度体験すると、「あ、こういう使い方でいいんだ」と気が楽になります。

(2)何度でも修正に付き合ってくれる

生成AIを用いて作成した下書きを自身でチェックし、意図と異なる箇所や、内容が不十分な点など、修正の指示を出します。「もっと簡潔に」「もっと丁寧に」——人には何度も頼みにくい修正も、生成AIは嫌な顔ひとつせず実行します。完成度が自分の思う100%に近づくまで、何度か修正指示を出して改善していきましょう。

(3)指示は長すぎず、一つずつ出してみる

生成AIに一度に複数のことを頼むと、回答の精度が落ちる傾向があります。最初から抜け漏れのない完璧な指示を入力しようとせず、一つ頼んで、確認して、また一つ。この繰り返しで徐々に生成物の完成度を上げていくことが、結果的に早道になります。最初のプロンプトが雑でも大丈夫です。思ったような回答ではなかったら、別の角度から指示を出し直すことができます。

(4)文章を打つのが面倒なら、画面の写真でもOK

たとえば、よくあるシーンとして、Excelのエラーの原因を生成AIに尋ねることがあると思います。エラーの状況や表示内容を文字で入力するのは手間がかかりますし、正確に伝えるのは至難の業です。こういうとき、Excelのエラー画面のスクリーンショットを入力欄に貼り付けて、「このエラーの原因を教えてください」と一言添えるという方法もあります。スクリーンショットは、ショートカットキー「Windows + Shift + S」で効率的にできます。機密情報が写り込まないように注意しましょう。

3 今さら聞けない、生成AIの利用開始の流れ

すでに生成AIを一度は使ったことがある読者の方も多くいると思いますが、今一度、生成AIの利用開始の流れをご紹介します。使ったことがある方も、あらためてセキュリティ設定やリスクなどについて確認し、生成AIを使う上での不安を軽減していきましょう。

(1)初回アクセス・利用登録の仕方

代表的な生成AIは、公式サイトでアカウント登録をすると使い始められます（所要時間は数分）。

基本的な使い方はシンプルです。画面の入力欄に質問や依頼を打ち込んで送信すると、AIが文章で回答します。続けて追加の質問をすれば、会話のようにやり取りを重ねられます。

会社で契約している、また利用を推奨している生成AIがあるかを、情報システム担当者に確認してから使うとよいでしょう。会社として契約している生成AIはセキュリティ設定が整えられていることが多いです。

(2)無料版と有料版、どちらを使えばいい？

代表的な生成AI（ChatGPT・Gemini・Copilot・Claudeなど）は無料版があるので、まずは無料版を使ってみましょう。本稿でご紹介するプロンプト例はすべて無料版で試せます。一つの目安として、毎日10回以上使うようになったら、有料版への移行を検討してもよいでしょう。無料版は利用回数の上限がある場合があり、上限に達すると高性能モデルからそれ以外のモデルに切り替わって処理能力や精度が落ちることがあります。

(3)セキュリティ設定は「データを学習させない」に

経理業務で使う際、特に注意したいのがセキュリティです。多くのサービスには、入力内容をAIの学習に使うかどうかを選べる設定があります。経理部や会計事務所では機密情報を扱う以上、「学習に利用しない」設定にしておきましょう。入力したデータをAIの学習やサービス改善等に利用しないように設定することを、一般的に「オプトア

ウト」といいます。

設定は、アカウント設定内の「データコントロール」「プライバシー」といった項目から変更できます。あわせて、プロンプトを入力する際に、会社名や取引先名を「A社」「当社」のように抽象化して入力する習慣をつけると、より安心です。

(4)生成AIの限界とリスクを知っておく

生成AIは万能ではありません。法令や制度の細かい数値を、誤った内容のまま自信満々に答えてしまうことがあります（いわゆる「ハルシネーション」）。回答は下書きとして捉え、重要な判断の前には公式資料や専門家に確認しましょう。

また、複雑な計算や大量データの集計を必ずしも生成AI単体で正確に行えるとは限りません。数式の組み立てや考え方の整理を手伝ってもらい、計算自体はExcelの機能や自分の目で確認する、という分担を意識することをおすすめします。

(5)プロンプトの基本の要素

ここまで、生成AIとの向き合い方と、利用開始の流れ、セキュリティのリスクについてお伝えしてきました。次項以降で、実際の経理業務のシーンでの使用例を見ていきますが、その前に、プロンプトの基本の要素をご紹介します。すべての要素を最初から完璧に書く必要はありません。追加で指示を出す際に、以下の要素を意識して修正していくことで、より精度の高い回答を得られます。多くのシーンで共通するポイントとして押さえておきましょう。

- ①命令（Instruction）：AIに何を行ってほしいかの指示を示す
（例：文章を要約して）
- ②文脈（Context）：プロンプトの背景情報を示す
（例：あなたはプロのマーケターです）
- ③入力データ（Input Data）：AIが処理すべき具体的なデータや情報を示す
（例：要約を求める場合の元になる長い文章など）
- ④出力指示（Output Indicator）：AIの出力がどのような形式であるべきか示す

（例：「要約：」のように出力を指示するための項目）

『生成AIパスポート 公式テキスト』（2026年4月23日、一般社団法人生成AI活用普及協会）183ページより作成

もし自分のプロンプトに自信がない場合は、まずAIにプロンプトそのものを作ってもらう方法を試してみてください。

例）「私のプロンプトが60点だとしたら、あなたが考える100点のプロンプトを作成してください。その上で回答してください。」

生成された内容をさらに調整したい場合は、AIが作成したプロンプトをベースに、自分の意図に合わせて修正していくことでも十分に効果があります。

4 シーン別：Excel × 生成AI活用例

それではここから、実際の経理業務のシーン別に生成AIの活用例を見ていきましょう。まずは、経理業務でよく使うツールであり、つまりくことも多いExcelに関するシーンごとに見ていきます。

プロンプトはすごく整った文章でなくても伝わる場合があります。以下の例をそのまま真似して使って、Excelの業務を効率化してみましょう。

①集計表を効率化したい：難しい関数の数式を生成AIで作る

条件に応じて合計を出す関数（SUMIFSなど）の組み方がわからず、毎回調べているが、自分のデータに当てはめる段階でつまづく——というシーンでの活用法です。

▼具体的な状況

手元のExcelシートのイメージ（「経費明細」シート）

	A	B	C	D
1	部門名	費用区分	金額（円）	
2	営業部	旅費交通費	12,500	
3	総務部	消耗品費	3,200	
4	営業部	旅費交通費	8,400	
5			(2行目～500行続く)	

→「営業部」かつ「旅費交通費」の合計を別セルに出したい

【プロンプト例】

Excelで、A列に部門名、B列に費用区分、C列に金額が入力されています。部門が「営業部」、かつ費用区分が「旅費交通費」である行のC列の合計を出す数式を教えてください。データは2行目から500行目まであります。

＊説明が手間であれば、スクリーンショットをコピーして貼り付ける方法もあります。機密情報が写り込んでいないことを確認してから行いましょう。

★プロンプトのもうひとつ工夫

「セルに直接コピーして使いたい」と一言添えると、説明文を省いた数式だけの回答に絞ってもらえます。

別セルに次の式を入れれば、「営業部」かつ「旅費交通費」だけの合計が出ます。

コード  コピー

```
=SUMIFS(
  C:C,
  A:A, "営業部",
  B:B, "旅費交通費"
)
```

■生成AIの回答の確認ポイント

SUMIFS関数の数式と、引数の意味が返ってきます。列・行番号をご自身のデータに合わせて調整することで活用できます。

数式を貼り付けたら、対象データの一部を電卓や目視で手計算し、AIの算出結果と一致するか確認してから全行に適用しましょう。

〇うまく伝わらなかったときの一言

E2					

「この数式を自分のシートに合わせるにはどこを変えればいいですか？」

→このように質問すると、AIは「あなたの式は「部門名も費用区分も B列」と指定していたため、同じ列に「営業部」と「旅費交通費」が同時に入っている行が存在しない → 合計が 0 と

いう状態になっていた。」と指摘し、表を示しながら、どこが誤っていたのかをわかりやすく説明してくれました。

役割	正しい列	あなたの式	修正後
合計する列	C列（金額）	C:C	C:C（そのまま）
部門名の列	A列	B:B（誤り）	A:A（正）
費用区分の列	B列	B:B	B:B（そのまま）

②思ったように数式が動かない:生成AIにレビューさせ原因を特定する

自分で組んだ数式がエラーになる、期待と違う結果になる、原因がわからないまま時間だけ過ぎていく——というシーンでの活用法です。

▼具体的な状況

手元のExcelシートのイメージ（「請求管理」シート）

C6					

→#N/A エラーが表示されている

【プロンプト例】

次のExcel数式がエラーになります。原因を考えられる可能性をすべて教えてください。

数式：=VLOOKUP(A2,Sheet2_取引先マスタ!A:C,3,false)

エラー内容：#N/A

補足：Sheet2_取引先マスタ

	A	B	C
1	取引先コード	会社名	担当者名
2	T001	株式会社アカツキ商事	鈴木一郎
3	T002	株式会社ブルー産業	田中花子
4	T003	合同会社グリーン物流	佐藤次郎
5	T004	株式会社ホワイトサービス	山田三郎
6			
7			

★プロンプトのもうひとつ工夫

原因の候補が複数返ってきたら、「それぞれの確認方法も教えてください」と続けて聞くと、調査の手順まで案内してもらえます。

■生成AIの回答の確認ポイント

型の不一致、検索範囲の誤り、余分な空白など、原因の候補が複数列挙されます。一つずつ確認すれば、当てずっぽうで調べるより早く解決できます。

修正後は数件のデータで手動照合を行いましょう。エラーが消えても、返っている値が正しいかどうかは別問題です。元データと目視で突き合わせてから全行に適用しましょう。

○うまく伝わらなかったときの一言

「もっと簡単に説明してもらえますか？ Excel初心者です。」

→このように伝えと、「Excel初心者でもすぐ理解できるように、画像の内容をもとにVLOOKUPがなぜ#N/Aになるのか、そしてどう直せばいいのかをやさしく説明するね。」と返してくれ、続けて「Excel初心者向け：VLOOKUPのしくみを超やさしく説明」という章から丁寧に解説を始めてくれました。

③経理処理に迷う取引がある：他社のやり方を生成AIに尋ねる

前例のないイレギュラーな取引に遭遇し、「どうすればいいかわからないけど、誰にも聞けない……」というシーンでの活用法です。

▼具体的な状況

- ・外注先から過去の請求の誤りを指摘され、差額が返金された
- ・どの勘定科目で処理すればよいか、前例がなくわからない

【プロンプト例】

中小企業の経理担当者です。取引先からの返金（過去に支払った外注費の一部返金）を受け取りました。一般的な会計処理の考え方と、よくある仕訳例を教えてください。なお、最終的な判断は自社の状況や税理士の確認を踏まえて行うことを前提とします。

★プロンプトのもうひとつ工夫

「税理士に相談する前提で、確認すべき論点を整理してください」と付け加えると、相談時に使える質問リストが得られます。

■生成AIの回答の確認ポイント

一般的な考え方と仕訳例のパターンが提示されます。これを土台にしておけば、税理士への相談

もスムーズになります。

ただし、AIの仕訳例はあくまで一般論です。自社の会計ソフトの勘定科目と照合し、顧問税理士に最終確認をしてから入力しましょう。

○うまく伝わらなかったときの一言

「もう少し具体的に教えてもらえますか？どんな仕訳を会計ソフトに入力すればいいか知りたいです。」

→このように伝えと、「では、もっと具体的に『会計ソフトにどんな仕訳を入力すればいいか』をケース別に整理してお伝えします。中小企業の経理実務でよく使われる仕訳を、金額例つきで示します。」といった形で、より踏み込んだ解説を引き出すことができました。

5 シーン別：経理の周辺業務 × 生成AI活用例

次に、経理の周辺業務における生成AIの活用例を見ていきましょう。経理の仕事は計算だけではなく、文章を書く、整理する、伝えるという周辺業務が無数にあります。このような周辺業務こそ、生成AIが特に力を発揮できる領域です。下の例をそのまま真似して使って、周辺業務を効率化してみましょう。

①制度改正の要約・部内共有：公式資料を読み込ませて要約を作る

制度改正の公式資料は読むだけでも時間がかかります。生成AIに渡して要約を作ってもらえば、その時間を大幅に短縮できます。

▼やり方のポイント

資料の渡し方（2つの方法）

- ①PDFの本文をコピーして、入力欄に貼り付ける
- ②PDFファイルをそのまま画面にドラッグ&ドロップで添付する

【プロンプト例】

以下は国税庁が公開した制度改正に関する資料の本文です。経理担当者ではない社内のメンバーにも伝わるよう、専門用語をできるだけ避けて、変更点を3つのポイントに絞って要約してください。

★プロンプトのもうひと工夫

「新卒1年目の営業担当者にもわかるように」のような一言を加えると、専門用語の言い換えがより徹底されます。

■生成AIの回答の確認ポイント

ポイントごとに整理された平易な要約が返ってきます。要約は「おおまかな理解を得るため」のもので、社内共有のベースとして使えますが、社内発信前に元の公式資料や税理士の見解と照らし合わせ、数値や期日などは特に入念に確認しましょう。

○うまく伝わらなかったときの一言

「もう少しかみ砕いて、経理を知らない人でもわかるように書き直してもらえますか？」

→このように伝えと、「経理を知らない新卒1年目の営業担当者でも理解できるように、ポイントを“営業の仕事に関係するところだけ”に絞って、やさしくかみ砕いてまとめるね。」とよりポイントを絞って説明をしてくれました。

②報告時の観点の洗い出し：報告相手に応じた観点の整理

「数字は揃っているのに、何をどう伝えればいいかわからない」——そんなとき、会社の実数値を使わずに壁打ち相手として活用するのが便利です。

▼やり方のポイント

- ・数字を入れずに「状況」を伝える
- ・実際の予算や実績の数字は入力せず、「収益性が悪化傾向」「ある部門の支出が増加傾向」といった抽象的な表現に置き換えて伝える

【プロンプト例】

中小企業の経理担当者です。来月の経営会議で、社長と部門長に月次の業績を報告します。今期は収益性がやや悪化しており、ある部門で経費が増加傾向にあります。具体的な金額は伏せた上で、社長と部門長、それぞれの立場で報告時に触れるべき観点を一般的な整理として教えてください。

★プロンプトのもうひと工夫

「自社の数字は入力していません」と明記しておくと、生成AIも一般論として回答しやすくなります。具体的な数値はご自身の頭の中で当てはめて、報告資料に反映させましょう。

■生成AIの回答の確認ポイント

社長向け・部門長向けに分けて、それぞれの関心事や報告の組み立て方が整理されます。実数値を入れなくても、観点を洗い出すことには十分に役立ちます。

AIが提示した観点はあくまで「一般的な論点」です。自社の実情と照らし合わせ、実際の数字をご自身で当てはめてから報告資料に落とし込みましょう。

○うまく伝わらなかったときの一言

「社長が特に関心を持ちそうな点を、もう少し具体的に教えてもらえますか？」

→このように質問すると、「社長が月次の業績報告で『特に気にするポイント』は、部門長とはまったく違う視点になるんだよね。社長は“現場の数字”よりも 会社全体の方向性・リスク・意思決定に関わる材料を求めている。だから、経理としては『社長が判断しやすくなる情報』を整理して伝えることが大事。ここでは 一般論として、社長が関心を持ちやすい観点を具体的にまとめるね。」といった形で、よりの絞った説明を返してくれました。

③他部署への依頼メールの作成・添削：丁寧に、漏れなく伝える

コミュニケーションは大事ですが、「どう書けば角が立たないか」と必要以上に悩んでしまい時間がかかるのはもったいないことです。生成AIで下書きを作成し、仕上げていきましょう。

▼具体的な状況

- ・営業部のメンバーの経費精算書に領収書の添付漏れがある
- ・再提出期限を今週金曜日に設定したい

【プロンプト例】

営業部のメンバーに対して、先月の経費精算書に領収書の添付漏れがあるため、再提出をお願いするメールを作成してください。相手の業務の都合も考慮し、丁寧で協力的な印象になるようにしてください。再提出の期限は今週金曜日とします。

★プロンプトのもうひと工夫

「もう少しカジュアルに」「もっと簡潔に」など、トーンの調整も追加で気軽に依頼できます。

■生成AIの回答の確認ポイント

件名から本文まで、すぐ送れる形のメール文面が返ってきます。相手の名前や不足書類の件数など、具体的な情報を加えれば完成です。

送信前に、固有名詞（氏名・部署名）と期日が正しく入っているかを特によく確認しましょう。AIが生成した文面をそのまま送ると、情報が抜けたまま送信してしまうことがあります。

○うまく伝わらなかったときの一言

「もう少し親しみやすい雰囲気にしてもらえますか？ 少しカジュアルなトーンで。」

→このように伝えと、「了解です。では、少しカジュアルで親しみやすいトーンに寄せたメールを3パターン作りました。ビジネスとしての丁寧さは保ちつつ、やわらかい雰囲気になっています」と返答し、依頼に合わせてトーンを調整した上で、複数のメール案を提示してくれました。

6 経理業務で生成AIを継続的に使うコツ

生成AIを使った経験が蓄積されていくと、自分なりの活用のコツが見えてきます。自分自身やチームでどんどん効率的に継続して生成AIを使っていくために、次のような5つのポイントを意識していきましょう。

(1)効果的だったプロンプトは保存しておく

うまくいったプロンプトはメモに残しておきま

しょう。今回は必要な箇所だけ書き換えればよくなるので、より業務時間を削減することができます。プロンプトのメモがたまっていくと、自分専用のテンプレート集として育っていきます。

(2)部内で月に一度、活用事例を共有する

月1回程度の共有の場を設けて、試したプロンプトやその結果を部内やチーム内で共有しましょう。さまざまな視点での活用法がお互いの学びになり、またノウハウが部署全体に広がります。「こんな使い方をしたら便利だった」という発見を出しあってみるとよいでしょう。

(3)プロンプトに自信がなければAI自身に磨いてもらう

「次のプロンプトをより伝わりやすく改善してください」と頼むと、より精度の高い指示文や、必要な情報の要素を提案してもらえます。生成AIとの対話の中で、不足している情報を補いながら、回答を改善させていくことができます。

7 おわりに

生成AIは、経理担当者の日常業務を効率化し、本来注力すべき仕事へ向かわせてくれる頼もしい“相棒”のような存在です。業務効率化で創出された時間を、分析や提案、関係者との対話といった付加価値の高い業務に充てることで、経理部門の存在価値はさらに高まっていくでしょう。

とはいえ、最初から大きく構える必要はありません。まずは身近な業務の一つから試してみることが大切です。小さな一歩でも、生成AIの活用を積み重ねていくことで、生産性向上だけでなく、自身の成長や組織への貢献にも変化が生まれます。生成AIは、特別な準備がなくても、あなたのすぐ隣で力になってくれる存在です。本稿が、その第一歩を踏み出すきっかけになれば幸いです。



会計システム研究会
客員研究員
早稲田大学商学学術院教授

目時 壮浩

管理会計・原価計算を専門とし、企業との共同研究等を通じて先端的な実務にも精通。近年は会計分野でのAI活用をテーマに研究を進めている。

「価値を創造する経理」になる。 意思決定を高度化する生成AI活用力



- ・AIの進化により、会計処理や分析レポートの作成を短時間で自動的に行えるようになり、意思決定の高度化を支援することが可能になった。
- ・経理・財務担当者といった会計人材には、数値を経営の言葉へ翻訳し、次の打ち手を考える「ビジネスパートナー」への進化が求められる。
- ・AI活用にはガバナンスや人材育成が不可欠で、人間が最終判断を担う体制づくりが重要となる。

本稿では、経理・財務の分析などにおける生成AI活用の実際を見ていきましょう。生成AIの進化によって、会計処理や数値計算、レポート作成といった定型業務は、人間が介在することなく完了する時代が近づいています。しかし、AIがつくり出した情報を読み解き、経営者や現場に伝わる言葉へと翻訳して意思決定に結び付ける役割は、依然として人間にしか担えないものです。ここでは、管理会計研究の知見と具体的な分析例をもとに、AIと人間の役割分担のあり方と、意思決定を高度化する生成AI活用の実践を解説します。

囲も広がっています。

これまで、会計人材の主要な役割は、取引の記録や決算などの会計処理、原価計算や予算編成といった数値計算、そして財務数値の分析・報告にあると考えられてきました。これらのタスクの多くは、会計基準や社内ルールなど、明確なルールと手順に基づいて遂行されるものです。この点、エージェント型AIやマルチエージェント型AIは、まさにこうしたルールに基づくタスクを正確かつ効率的に実行することを得意としています。すなわち、AIの進化によって、データの整理から集計・分析、レポートの作成に至るまで、人間が介在することなく一連の業務が完了してしまう時代が、すぐそこまで来ているのです。

1 AIの進化と会計人材の役割の変化

(1) AIの急速な進化

生成AIをめぐる技術は、いまま目まぐるしい速さで進化を続けています。現在主流の、人間の質問に答える「対話型AI」に加えて、目標を与えると自ら計画を立てて作業を完了させる「エージェント型AI」、さらには複数の専門AIが役割を分担して協働する「マルチエージェント型AI」の実用化が進んでいます。生成AI技術の向上によって、ハルシネーション（もっともらしい誤り）は減少傾向にあり、テキストだけでなく、表計算ファイルや画像・音声ファイルなど、扱えるデータの範

(2) AIの進化と会計人材の役割再考

こうしたなかで、「経理の仕事はAIに奪われてしまうのではないか」という不安の声を耳にすることも多くなってきました。管理会計とAIに関するこれまでの研究成果を幅広く整理したAbbas (2026) も、AIが単純・反復的で標準化可能な会計タスクを自動化し、会計担当者の定型業務のかなりの部分を代替すると予想しています。すなわち、会計処理や数値計算といった定型業務が、会計人材の手を離れていくことは避けられない流れとなっています。

しかし、これは会計人材が不要になるということの意味しません。そもそも、会計処理や数値計算、分析・報告といった業務は、それ自体が目的ではなく、経営者や現場が適切な意思決定を行うための情報を提供するための手段であったはずです。AIの進化によって自動化されるのは、このうち情報を「つくる」部分にすぎません。つくられた情報が自社の経営にとって何を意味するのかを読み解き、意思決定へと結び付ける部分は、依然として人間の手に残されています。実際、管理会計領域の主要な国際論文誌に掲載されたBoerner et al. (2025) も、データやAIといった技術を導入するだけでは意思決定は高度化せず、会計人材がデータやAIから得られた示唆を適切に経営判断に結び付けることができはじめて効果が現れることを示しています。AI時代において、データやAIを有効に活用するための鍵は、ほかならぬ会計人材が握っているのです。

(3) データ活用の鍵を握る会計人材

それでは、なぜ会計人材が鍵を握るといえるのでしょうか。会計は「ビジネスの共通言語」であるといわれます。この言葉が示すとおり、企業で行われるあらゆる活動は、最終的に売上や費用、利益といった会計数値に集約されていくことになります。それゆえに、会計人材は、社内のさまざまな活動から生まれるデータを会計数値に結び付け、経営層へ橋渡しする役割を担っています。データ活用というと、データサイエンティストのような専門人材に注目が集まりがちですが、どれほど高度な分析が行われたとしても、その結果が会計数値と結び付けられ、経営の言葉に置き換えられなければ、意思決定に活かすことはできません。これを成しうるのは、会計数値と現場の活動とのつながりを理解している会計人材にほかなりません。

従来、会計人材の役割は、取引を正確に記録し、決算書やレポートを作成する「スコアキーパー（記録係）」として理解されてきました。しかし、近年の管理会計研究では、経理・財務部門の担当者が、経営者や事業部門のパートナーとして意思決定を支援する「ビジネスパートナー」へと役割を広げていくことの重要性が繰り返し指摘されています。

ビジネスパートナーとは、単に数値を集計・報告するのではなく、その数値が何を意味するのかを読み解き、経営者や事業部門とともに次の打ち手を考える存在です。では、会計人材はどのようにしてこの役割へと踏み出せばよいのでしょうか。

(4) AIと人間の新たな協働の形

その第一歩となるのが、AIと人間の役割分担を明確にすることです。基本となるのは、「分析の実行はAIへ、問いの設定と翻訳は人間へ」という分担です。データの集計や分析といった作業はAIに任せ、人間は、何を分析すべきかという問いを立て、AIの出力した結果を吟味し、それを経営者や現場に伝わる言葉へと翻訳することに力を注ぎます。

会計に不案内な現場担当者や経営者に対して、数値の意味を相手が理解可能な言葉で説明し、行動を変容させる「翻訳」は、相手の理解や組織のコンテキスト（文脈）を踏まえる必要があるため、AIには容易に代替することのできない会計人材に固有の役割です。AIによって定型業務から解放されて生み出された時間を、こうした対話と提言に振り向けること。これが、AIと人間の新たな協働の形であり、「価値を創造する会計人材」の姿なのです。

2

生成AIで実行可能な分析とレポーティング

(1) 生成AIでどのような分析が可能なのか

ここまで、AI時代の会計人材には、AIがつくり出した情報を意思決定へと結び付ける役割が期待されることを確認してきました。本節では、これまで会計人材の主要なタスクとされてきた分析とレポーティングにおいて、生成AIでどのようなことができるのかを、具体例とともに見ていきます。

例として使用するのは、架空の空調機器メーカー（上場企業）の2020年度から2025年度までの財務・非財務情報、および同社の経営環境に関する情報です。具体的には、製品別・地域別・四半期別の予算実績データ（販売数量、単価、変動費、固定製造費、販管費）、納期遵守率や顧客満足度などの非財務KPI、ROIC（投下資本利益率）やPBR（株価純資産倍率）などの財務指標を1つのExcel ファ

イルにまとめ、生成AIに渡しています。なお、分析に先立って、この企業の価値観や経営判断において重視される事項などのコンテキスト情報をAIに伝えるため、Markdown形式のファイルもあわせて提供しています。このように企業固有の価値観や判断基準をあらかじめ与えることでAIが一般的な前提に依存する度合いを抑え、企業の実情に即した出力を得やすくなるとされています^(注1)。

※本稿で使用している分析用データは、次のリンクからダウンロードできます。このなかには、架空企業の財務・非財務データと、この架空企業の価値観をAIに教えるためのMarkdown形式のファイルが格納されています。

<https://www.dropbox.com/scl/fo/5vhzqqe5wv1iz69f2wm7j/AOrk80WW8juPL-FQm6i2Mk?rlkey=ia7bbogug4z0e5nl7twmy27az&dl=0>



(2) プロンプトと出力の具体例

最初の例は、経営会議の定番資料である予実分析レポートの作成です。筆者が入力したプロンプ

ト（AIへの指示文）は、次のとおりです。「次年度の計画に活かせるように」という目的と、「今後の予測もあわせて行う」という要望を伝えただけの、ごく短い指示です。

次年度の計画に活かせるように、2025年の予実分析レポートを作成してください。今後の予測もあわせて行い、レポートに組み込んでください

+ Opus 4.8 高

このわずか2文の指示から、生成AIは、**図表1**のような本格的なレポートを短時間で出力しました。レポートは、エグゼクティブサマリーに始まり、全社の予実サマリー、予算から実績への営業利益の変動要因を数量・単価・変動費などに分解する営業利益ブリッジ、製品別・地域別の予実分析、前提条件を変えた3つのシナリオによる次年度の業績予測、そして次年度計画への提言までを含む、一気通貫の構成となっています。プロンプトがこ

図表1 生成AIが出力した予実分析レポート（一部）^(注2)

クレッセント・アプライアンス株式会社

FY2025 予実分析 & FY2026 業績予測レポート

管理会計レポート（次年度計画立案用）

作成日: 2025年7月 / 対象期間: FY2025 (2025年4月～2026年3月) 実績 / 予測対象: FY2026
金額単位: 百万円（千円データを百万円に換算・四捨五入）。差異は「実績-予算」、プラスが有利。

1. エグゼクティブサマリー

FY2025は営業利益が予算454百万円に対し実績670百万円（達成率147%、差異+216百万円）と、大幅な予算超過となった。売上高は予算比+7.2%（+332百万円）、営業利益率は計画9.8%に対し実績13.5%へ改善した。要因は、①販売数量の上振れ、②値上げによる単価上昇、③変動費の想定内抑制、④販管費の未消化（省人化効果）——の4点がいずれも有利方向に働いたことにある。

ただし内容を精査すると、四半期を通じて売上107%・限界利益112%とほぼ一定の超過であり、予算そのものが保守的に設定されていた可能性が高い。加えて、財務が好調な一方で、納期遵守率・顧客解約率・平均在庫日数といった非財務KPIは目標未達であった。次年度計画では「保守的な予算前提の見直し」と「非財務KPIの計画への盛り込み」が論点となる。

FY2025 ハイライト

- 売上高4,959百万円（予算比+7.2%）、6期連続増収。
- 営業利益670百万円（予算比+47.4%）、営業利益率13.5%（+3.7pt）。
- ROIC 18.0%がWACC 6.3%を大きく上回り、PBRは1.16倍と1倍を回復。
- 一方、納期遵守率91.7%（目標97.0%）、平均在庫日数43.7日（目標40.0日）は未達。

2. FY2025 全社予実サマリー

項目	予算	実績	差異	達成率
売上高	4,627	4,959	+332	107.2%
変動費	3,173	3,334	+161	105.1%
限界利益	1,454	1,625	+171	111.7%
固定製造費	550	550	-0	100.0%
販管費	450	405	-45	90.0%
営業利益	454	670	+216	147.4%
営業利益率	9.8%	13.5%	+3.7pt	—

売上・限界利益は計画を上回り、販管費は計画を10%下回った（省人化・AI活用による効率化）。固定製造費は計画どおり。これらが重なり、営業利益は計画の約1.5倍となった。

3. 営業利益ブリッジ（予算→実績の要因分解）

予算営業利益454百万円から実績670百万円への差異+216百万円を、要因別に分解した。

9. FY2026 業績予測（3シナリオ）

FY2025実績を起点に、販売数量・単価・変動費・固定費の前提を変えた3シナリオで予測した。計画のレンジ設定に活用されたい。基準（Base）シナリオを推奨のベースケースとする。

項目	保守	基準（推奨）	強気
売上高（百万円）	5,134	5,312	5,465
（FY2025比）	+3.5%	+7.1%	+10.2%
限界利益（百万円）	1,648	1,775	1,862
限界利益率	32.1%	33.4%	34.1%
固定製造費	567	567	561
販管費	440	417	410
営業利益（百万円）	642	792	891
営業利益率	12.5%	14.9%	16.3%
ROIC（参考）	16.3%	20.9%	24.0%

いずれのシナリオでもROICは想定WACC（6.3%）を大きく上回り、価値創造は継続する見込み。基準ケースでは営業利益792百万円（+18%）、営業利益率14.9%を予測する。

予測の前提

前提（対FY2025）	保守	基準	強気
販売数量 成長率	+2.0%	+4.5%	+7.0%
平均単価 上昇率	+1.5%	+2.5%	+3.0%
変動費 単価 上昇率	+2.5%	+1.5%	+1.0%
販管費（百万円）	440	417	410

- 数量: FY2025はFY2024の谷からの反動で+9～13%と高めたため、FY2026は正常化を想定し基準+4.5%。
- 単価: FY2025の単価上昇は+2.3～2.6%とインフレ期（+6～8%）から鈍化。想定為替150円・材料指数127の落ち着きを前提に基準+2.5%。
- 変動費: 円安一服・材料緩和でFY2025は微減。基準では緩やかな上昇（+1.5%）を想定し保守的に見る。
- 販管費: FY2025の効率化（405百万円）を一部維持しつつ、投資の反動増を繰り込み基準417百万円。
- 投下資本: 在庫日数の改善継続を前提に基準2,650百万円（保守は在庫増で2,750、強気は2,600）。

10. 次年度計画への提言

(1) 予算前提の見直し

全四半期一律107%の超過は、予算が保守的だったことを示す。FY2026は数量・単価前提を実力に近い、達成率100%前後を目標に精度を高める。過度に低い予算は現場の目標設定を歪め、資源配分を誤らせる。

（注1）生成AIに対する質問では、ユーザーの属性、意図、回答が有用となるための基準などが明示されていないことがあります。Malaviya et al. (2025)は、このような質問への回答を評価する際にコンテキストを加えると、評価者間の一致度が高まり、モデル間の評価順位が逆転する場合もあることを示しています。この結果は、生成AIの回答の有用性や適切性が、質問とともに与えられるコンテキストに大きく依存することを示唆しています。

（注2）本稿に掲載した生成AIの出力例は、2026年7月時点の環境で、ExcelデータとMarkdown形式の基本方針ファイルを入力し、生成AIに根拠・前提・不確実性を明示して意思決定を支援する経営コンサルタントの役割を与えて作成しました。モデルの更新、設定、対話履歴等によって出力は変わり、同じ条件でも同じ結果が出力されるとは限らない点に注意が必要です。

それほど短くても十分な出力が得られるのは、データとともに、企業のコンテキスト情報をあらかじめ与えているからです。適切なアウトプットを得るためには、プロンプトの書き方を工夫する以上に、コンテキストを明確にしておくことが重要です。

このように、ルールに基づいた数値計算やレポートの作成は、生成AIを用いることで、極めて短時間で正確に行えるようになっていきます。出力のなかには、予算の設定水準に対する指摘や、非財務指標の目標未達への言及など、次年度計画の検討につながる論点も含まれていますが、それらをどのように解釈し、意思決定に活かすのかは、人間の仕事として残されています。実際、ある企業では、これまで毎月数十ページに及ぶ予実分析レポートを担当者が手作業で作成していましたが、現在で

はAIが数時間でレポートを作成し、担当者はその結果を携えて事業部門との対話に時間を使うようになっています。AIと人間の新たな協働は、すでに現実のものとなりつつあるのです。

2つ目の例は、経営ダッシュボードの作成です。次のプロンプトのように、「この企業のデータをもとに、経営ダッシュボードを作成してください」と指示するだけで、生成AIは、**図表2**のような対話型のダッシュボードを構築してくれます。



図表2 生成AIが作成した経営ダッシュボード



※**図表2**は架空企業を上場会社として設定したためROIC、WACC（加重平均資本コスト）、PBRなどを表示しています。PBRは市場株価を前提とするため非上場会社や中小企業などでは通常用いられません。その場合は、生成AIに修正依頼をすることでダッシュボードに表示される指標を容易に変更することができます。

ここでも、入力したプロンプトはわずか1文ですが、実務で十分に活用できる水準のダッシュボードが出力されています。文脈を適切に伝えておくことで、短いプロンプトでも高品質な出力が可能になることが、この例からもわかります。

さらに、財務数値と非財務データを組み合わせた分析も可能です。売上高や利益といった財務数値は、それ自体を直接コントロールすることができません。財務数値を動かしたいのであれば、その先行指標となる非財務要因に働きかける必要があります。従来、こうした財務と非財務の関連分析には、高度な統計知識が必要とされてきました。しかし、生成AIを用いれば、予算上の販売数量の達成率と顧客満足度や納期遵守率との関連分析なども、ごく簡単に実行することができてしまいます（**図表3**）。

生成AIの高度化によって、会計人材が扱うデータの範囲は広がり、分析・提案すべき内容も高度なものになっています。生成AIを効果的に活用することができれば、意思決定はデータドリブンなものとなり、経営者や現場との対話の質も大きく向上することでしょう。生成AIの出力をそのまま結論とするのではなく、会計人材がその意味や前提を吟味し、経営者や現場との対話に活用できる形へと翻訳することこそが、意思決定を高度化する

鍵となるのです。

3 生成AI活用の影とその備え

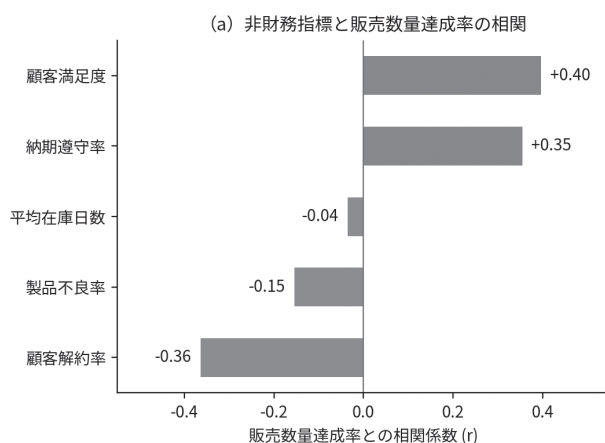
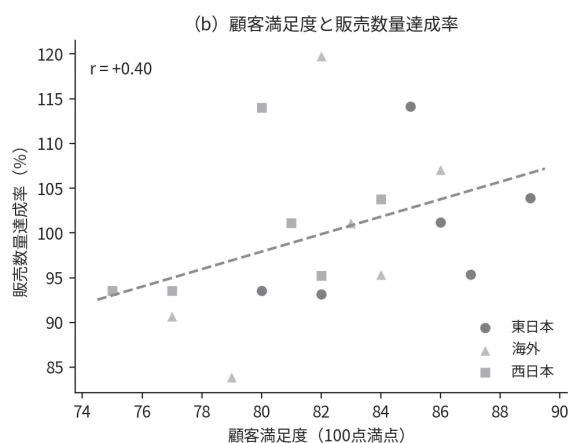
ここまで、生成AIがもたらす可能性という「光」の側面を見てきました。しかし、生成AIには注意すべき「影」の側面も存在します。影を正しく理解してこそ、生成AIを安心して使いこなすことができます。以下では、3つの論点に整理して解説します。

(1) AI活用のガバナンス

まず取り組むべきは、生成AIの出力を鵜呑みにしない仕組みづくりです。生成AIは、確率的な仕組みに基づいて文章を生成しているため、同じ質問を入力しても、毎回同じ回答が返ってくるとは限りません。また、AIが進化したとはいえ、ハルシネーションも皆無ではありません。厄介なことに、人間には、AIが示した答えを十分に確かめないまま受け入れてしまう傾向（自動化バイアス）があることも知られています（Bahner et al., 2008）。流暢な説明を読むと、実際には理解していないのに「わかったつもり」になってしまうのです。したがって、回答が生成されるプロセスや根拠となったデータをあわせて示すよう生成AIに求め、重要な数値は必ず元データと突き合わせるという、アウトプットの正しさをチェックする姿勢が欠かせません。

セキュリティへの対応も重要です。入力したデータをAIの学習に利用させない設定（オプトア

図表3 販売数量達成率と非財務指標の関係



II

AIで価値ある情報をつくる

ウト)を行うこと、社名や個人名などを記号に置き換える匿名化を徹底すること、未公表の決算数値や秘密保持契約の対象データはそもそも入力しないこと、機密性の高いデータを扱う場合はセキュリティが強化された法人向けプランを利用することが基本となります。そのうえで、AIとのやり取りの記録(チャットログ)を保存し、どのようなデータと指示から結果が導かれたのかを後から説明できるようにしておくことも必要です。AIの出力を意思決定に用いた結果に対する説明責任(アカウントビリティ)は、AIではなく人間の側にあるからです。こうしたルールを組織として整備することが、AI活用ガバナンスの出発点となります。

(2) 会計人材の役割変化への戦略的対応

AIの進化は、会計人材の役割を、情報を「つくる」仕事から「つかう」仕事へとシフトさせていきます。それに伴って、求められるスキルも、正確な処理能力から、ビジネスへの理解、データを読み解く力、そして経営者や現場との対話力へと広がっていくことになります。注意すべきは、こうした役割の変化が一朝一夕には実現しないという点です。組織のなかでの会計人材の役割の変革や、そのための教育を含めた戦略的な取り組みが必要となります。

AIによる効率性の向上は、ともすると人材削減の議論に向かいがちです。しかし、本稿で述べてきたとおり、AIの出力を意思決定の高度化へつなげるためには、会計人材による「翻訳」が鍵を握ります。会計人材を削減してしまえば、AIによって生み出された情報を経営判断に活かすことはできません。AIを効果的に活用するためにも、「翻訳」を担うことのできる会計人材の育成が重要となるのです。

(3) ヒューマン・イン・ザ・ループのデザイン

最後に、AI活用の仕組みづくりについてです。AIの活用にあたっては、人間が判断の輪のなかに入り続ける「ヒューマン・イン・ザ・ループ」という考え方が重要とされています。もちろん、すべての業務に人間が介在する必要はありません。意思決定に重大な影響を与えるプロセスをあらかじめ明確にし、そこには必ず人間が介在するよう

に設計しておくことが重要なのです。そして、その介在を意味あるものにするのは、人材の育成にほかなりません。AIの能力の高さゆえに、目先の作業の効率化ばかりに目が向きがちですが、AIの出力を吟味できる人材を育てておかなければ、足をすくわれかねません。AIを、人間の置き換え(オートメーション)ではなく、人間の能力を高めるもの(オーグメンテーション)として使いこなせるよう、会計人材の役割、スキルセット、そして教育を、いまからデザインしていく必要があります。

生成AIは、経理の仕事を奪う脅威ではなく、定型業務を圧縮し、意思決定を支える時間を生み出してくれる強力なパートナーです。その光と影を冷静に理解し、主体的に使いこなすことができたとき、会計人材は「記録係」であるスコアキーパーから「価値を創造する会計人材」であるビジネスパートナーへと進化を遂げることになります。本稿が、その一歩を踏み出すきっかけとなれば幸いです。

参考文献

- Abbas, K. (2026). Management accounting and artificial intelligence: A comprehensive literature review and recommendations for future research. *The British Accounting Review*, 58 (2), 101551. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2025.101551>
- Bahner, J. E., Huper, A. D., & Manzey, D. (2008). Misuse of automated decision aids: Complacency, automation bias and the impact of training experience. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66 (9), 688-699. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2008.06.001>
- Boerner, X., Wiener, M., & Guenther, T. W. (2025). Controllershship effectiveness and digitalization: Shedding light on the importance of business analytics capabilities and the business partner role. *Management Accounting Research*, 66, 100904. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2024.100904>
- Malaviya, C., Chang, J. C., Roth, D., Ilyer, M., Yatskar, M., and K. Lo. 2025. "Contextualized Evaluations: Judging Language Model Responses to Underspecified Queries." *Transactions of the Association for Computational Linguistics* 13: 878-900. <https://doi.org/10.1162/tacl.a.24>



MJS税経システム研究所
客員講師
株式会社トラフィックエイジア代表取締役

外波 達也

公認会計士・税理士事務所勤務後、商社、コンサルティング会社に勤務、独立。現場経験を生かし、経理財務等、管理業務代行や業務改善支援を行う。

「人と仕事を動かす経理」になる。 現実を前に進める人間力

POINT

- ・経営や事業の目的の共有、納得感を得られる指示命令など、AIでは代替しにくい力を磨いていくことが、これからの経理パーソンにとって重要である。
- ・AIになくて人間にあるものは、欲・主体性・臨機応変さ・いい塩梅・信頼関係。これらを必要とする仕事はAIに代替されにくく、人間が引き続き担っていくものである。
- ・人の経験や知見、判断力が高まるほど、AIをより有効に活用できるようになる。AI時代だからこそ、人間力の重要性は高まると言える。

生成AIの急速な普及をきっかけに、さまざまな仕事がAIや生成AIで代替できるようになってきました。人とAIが協同してビジネスの付加価値を生み出していく時代に、人が注力すべきことは何なのでしょう。速さ・質・量ともにAIが人間よりも高い水準で行える業務が出てきた中で、“本来人がやるべきこと”が浮かび上がってきたような気がします。本来人がやるべきこと、人でないとできないことを今一度考え、そのスキルを磨いていくことが、AIを活用した業務効率化とセットで重要だと考えられます。

本稿では、今だからこそ求められる「人間力」を考えていきます。ここでいう「人間力」とは、今現在はAIでは代替しにくい、人同士のつながりや変化しやすいビジネス環境の中で物事を前に進める力です。経理パーソンにとっては、経営者や社内外の人との信頼関係構築や合意形成、複雑な状況の優先順位づけ・選択と集中を要するマネジメント、繊細な判断を要する交渉などのシチュエーションで発揮する力がこれに当たります。

また、本稿では、2026年の今現在、中小企業の経理部門や会計事務所において考えられる課題やシチュエーションについて、筆者が見聞したり、考えていることをお伝えします。AIや生成AIの普及度合いには、企業規模や資金力などによって差があると考えられます。そのため、本稿で取り上

げる課題やシチュエーションは、国内外の大企業では、すでにAIや生成AIで解決されていることもあるかもしれません。あるいは、変化の速い技術革新により、数年後には企業規模などを問わず、AIや生成AIで簡単にできるようになっているものもあるかもしれません。この点を前提として、お読みいただければ幸いです。

AIや生成AIと経理の仕事の位置づけを、皆さんと一緒に考えていけたらと思います。

1

AIと人間の違いから 人のやるべきことが見えてくる

AI時代に人が注力すべきことを考える上で、政府資料やいくつかの観点を見ていきましょう。

(1) 政府が打ち出す「生成AI時代のDX推進に必要な人材・スキル」

まず、大枠をつかむために、経済産業省の「デジタル時代の人材政策に関する検討会」で取りまとめられた『生成AI時代のDX推進に必要な人材・スキルの考え方2024 ～変革のための生成AIへの向き合い方～』を参考にしてみましょう。

この資料の中では、「生成AI時代のDX推進に必要な人材・スキル」の考え方として次のようなものが重要であるとされています。

- ①マインド・スタンス（変化をいとわず学び続ける）やデジタルリテラシー（倫理、知識の体系的理解等）
- ②言語を使って対話するために必要となる指示（プロンプト）の習熟、言語化の能力、対話力（日本語力含む）
- ③経験を通じて培われる、「問いを立てる力」・「仮説を立てる力・検証する力」

『生成AI時代のDX推進に必要な人材・スキルの考え方2024～変革のための生成AIへの向き合い方～』デジタル時代の人材政策に関する検討会、令和6年6月 27ページより作成

特に注目したいのは③の部分です。DXを推進する専門人材は、「より創造性の高い役割が求められ、リーダーシップや批判的思考などのパーソナルスキルやビジネス・デザインスキルが重要となる」とされています（同資料の28ページ）。中でも、生成AIに指示を行う上では「問いを立てる力」や「仮説を立てる力・検証する力」が必要で、加えて生成AIから出力された成果物を「評価する・選択する力」が求められることが示されています。

これらのことから、生成AI時代には、今までよりも一段高い視座から自身の仕事に向き合うことの必要性が示唆されます。

経理パーソンにとって、上記の生成AI時代に必要な力は、従来の経理業務を“定型作業”としてとらえているとなじまないですが、“価値創造”としてとらえると違和感のないものではないでしょうか。AIや生成AIにより定型作業（仕訳入力や集計業務、監査手続の一部など）を自動化していくと、人間の作業量・作業時間は減ると考えられます。その減った分のリソースを、価値創造に向けた経理業務の変革に振り向けていくことが望ましいでしょう。

(2)生成AIの仕組みと弱点

次に、近年急速に進化・普及している生成AIの仕組みから、生成AIの不得意なことと人が得意なことという観点で考えてみましょう。AI（Artificial Intelligence）は、人間の知的な活動をコンピュータで実現する技術の総称です。そのうち生成AI（Generative AI）は、文章・画像・音声・動画などの新しいコンテンツを作り出すAIです。では、文章を作り出し、人間のように対話ができるように見える生成AIは、どのような仕組みで実現されて

いるのでしょうか。

ChatGPTやGemini、Copilot、Claudeなどの生成AIには、大規模言語モデル（LLM：Large Language Model）という技術が使われています。これは、大量のテキストデータから単語の出現パターンを学習し、生成AIの利用者が入力した指示の文脈に合わせて、あとに続く言葉として統計的に出現確率が高いものなどから選択して出力する仕組みです。近年では精度が上がり、生成AIの出力を人が見ると、生成AIがこちらの意図や感情などを理解して論理的に対話をしているように見えます。しかし、あくまでも単語の出現確率などをもとに予測して回答を生成しているものであり、人間のように言葉の意味を理解しているわけではなく、論理的な正しさが保証されているとも言いきれないとされています。このような仕組みに着目すると、生成AIには次のような弱点が見えてきます。

①算数や論理的思考が苦手？

たとえば、生成AIは計算ミスを起こすことがあると指摘されてきました。これは、生成AIが実際に計算をしているわけではなく、過去の学習データをもとに、文脈に応じて次に続く語句を予測しながら回答を生成するからだと考えられます。近年は性能が向上しているものの、複雑な計算や論理展開では誤りが生じる可能性があります。「理解して計算している」のではなく、「理解して計算しているかのように単語や数値を返すことができる」ものだとして認識しておく、生成AIへ問う内容や回答の受け止め方・評価が変わってくるでしょう。

生成AIの出力結果が文字面だけでなく論理が通っているかどうかを、人が見極める必要があるでしょう。

②学習したデータにない情報は回答しにくい

生成AIは学習済みのデータや、検索機能が利用できる環境ではインターネット上の情報などを参照して回答を生成・出力します。そのため、一般的な模範解答として確率的にもっともありえそうに見える回答を生成することが可能です。一方で、自社の制約条件や、今回限りの特殊な事情など、個別具体的・突発的・流動的な状況に対応するの

は難しいと考えられています。RAG（検索拡張生成）という仕組みで自社内の情報を参照させて自社に合った回答を生成させるなどの改善は可能ですが、あらかじめ参照させる情報の整備や更新を行う必要があります。

ビジネスでは日々新たな課題が生まれ、状況変化や相手によって最適解が変わります。正解が常に同じではない中で、個別具体的・突発的・流動的な状況に応じたりリアルタイムの対応や、今と未来に向けた新たな発見や創造は、まだまだ人が担っていくと考えられます。

③多様な情報を一度に扱うのが難しい

現在の生成AIの多くは、文書・画像・音声・動画など複数の種類のデータを扱える「マルチモーダルAI」となっています。複数の種類の情報を扱うようになってきていますが、扱う情報の種類や精度が、手放しで信頼できるほど進化していないのが現状ではないでしょうか。

一方で人は、全身を使って多様な情報を一度に感じ取り、瞬時に処理しています。視覚で文字や画像や相手の表情を読み取り、聴覚で声色や物音を聞き分け、嗅覚でにおいを感じ取り、触覚や皮膚で温度や湿度を感じ、その結果、全体として雰囲気や“場の空気”なども感じ取ります。相手の気持ちや意図・背景事情、いつもと違うちょっとした違和感なども敏感にくみ取ります。

人を相手にする仕事や、機微をとらえながら進める交渉ごとなどは、引き続き人間が前面に出て対応することになるでしょう。

(3)AIになくて人間にあるもの

さらに、筆者が考えるAIと人間の本質的な違いについて考察してみたいと思います。

すでに「自律型AI」（目標を与えるとその達成に必要な作業を自分で考えて実行し、結果を見て修正しながら進めるAI）や、AI同士でチームを組んで一連の作業を行わせるなど、より人間に近いことができるようになってつつあります。よって「人間にしかできないこと」を定義するのは難しいものです。ただ、「AIになくて人間にあるもの」という観点で考えてみると、AIと人間のすみ分けや、

人間が注力すべきことが徐々に浮かび上がってくると思うのです。

「AIになくて人間にあるもの」を、筆者なりに次のように整理してみます。

①欲＝やりたいこと：動機づけや目標設定のもとになるもの

言うまでもありませんが、今のところソフトウェアシステムであるAIには、人間が持つような「欲」がありません。欲は言い換えれば、望みや目指す目標、自身が取り組みたい課題です。仕事の文脈で言うと、日々の業務や新たな施策に取り組む動機づけや、目標設定のもとになります。

AIは人が指示を与えないと基本的には動きません。AIを活用して業務を効率化したり新たなアイデアのヒントを得ようとしたりするときには、それを使う人がやりたいこと（望み）があり、的確に指示（何をどこまでやるかといった目指す目標を示したプロンプト）を与える必要があります。「これを実現したい」という欲をもって、チームメンバーや上司に働きかけ、ときにはAIに指示を出して、周囲を巻き込んで業務を推進していくことが、人だからこそのできることと言えるでしょう。

②主体性＝“やる”と決めること：選択や意思決定の基準になるもの

AIは確率的にありうる仮説をたくさん列挙することができますが、その中から選択して経営上の意思決定をすることはしません。しかし、ビジネスでもそれ以外でも、現実の世界で物事を前に進めるために、人は「主体性」をもって多くの選択肢の中から選択・意思決定します。具体的な行動に移すには、どれか一つを選ぶ必要があります。

選択の基準や条件を生成AIに指定すれば、列挙された案の中から最適解らしいものを勧めてくる可能性があります。実際に行動するのは人です。また、その選択の結果に責任を負うのも人です。たとえば、新規事業への投資を行うのか、どの顧客を優先するのか、どの業務から改善に着手するのかといった判断には、数値だけでは測れない価値観が関わってきたり、状況により優先順位が変わったりします。「わからないけれどやってみる」

という不確実な挑戦に対する判断も同様でしょう。AIは意思決定を支援することはできますが、最終的に何を選び、どの方向へ進むのかを決めることはできません。主体性をもって判断し、責任を引き受けながら物事を前に進めることが、現状では人にしかできないことだと考えます。

③臨機応変さ＝やり方を変えること：状況変化に応じた対応のもとになるもの

状況の変化や相手の意図を能動的かつ正確にリアルタイムに認識することが、AIはあまり得意ではありません。画像や音声などの情報から状況进行分析することはできますが、その場の空気感や人間関係、相手の感情の変化まで十分に把握することには限界があります。しかし現実には、ビジネスでもそれ以外でも、リアルな場の状況を察して動く必要があるシーンはたくさんあります。

一方、人は相手の表情や声のトーン、周囲の反応などから状況を総合的に判断し、その場で対応を変えることができます。会議で説明の順番を変えたり、交渉であえて結論を急がなかったりといった対応はその典型です。さらに、突発的な問い合わせに対応する、災害などの緊急事態で予期せぬ対応が必要になる、というシチュエーションもあるでしょう。ビジネスでは、想定外の出来事に対して最適な行動を選択し続けることが求められます。長期にわたるプロジェクトや継続的な企業経営においてはなおさらです。そのため、状況に応じて判断や行動を柔軟に変える臨機応変さは、人に求められる重要な役割・スキルと言えるでしょう。

④いい塩梅＝力の入れどころや入れ具合を調整する：リソース配分のもとになるもの

AIは与えられた条件の中で最適化を行うことは得意ですが、「どこまでやるべきか」「何にどれだけの力をかけるべきか」といった、いわゆる「いい塩梅」を見極めることは苦手です。

しかし、現実の仕事では、すべてを完璧に行うだけの時間や人員、予算があるとは限りません。人は経験や価値観、組織の状況を踏まえながら、限られたリソースをどこに重点配分するかを判断します。ある案件は7割の完成度で早く進め、別

の案件には時間をかけるといった優先順位づけもその一つです。効率性だけでは測れないバランス感覚をもって、限られた経営資源を活用していくことが、人が自然と行っていることでもあり、今後AIでできることが増えたとき、よりいっそう重要になってきます。

⑤信頼関係＝誰と実現するか：人を動かすもとになるもの

生成AIはアイデアを生み出すことはできても、そのアイデアを現実のものにすることはできません。実際に行動し、周囲を巻き込み、成果へと結びつけるのは人間です。人は一人では大きなことを成し遂げられず、多くの場合、他者との協力によって大きな成果を生み出します。その協力の土台となるのが信頼関係です。相互の信頼関係を築く力は、AIには代替しえない人間ならではの強みと言えるでしょう。相互の信頼関係は当事者意識を生み、「自分ごと」として行動する原動力となります。そうした主体的な行動の積み重ねが、仕事の成果につながっていきます。

(4)これらができないとできない経理の仕事は？

“AIになくて人間にあるもの”を考えてみましたが、ではこれらができないとできない経理の仕事はどんなものがあるのでしょうか。筆者は次のような仕事があると考えています。

- ①欲＝やりたいこと：動機づけや目標設定のもとになるもの
 - (1) 管理会計等で経営課題を可視化して施策を打つ
- ②主体性＝“やる”と決めること：選択や意思決定の基準になるもの
 - (2) 投資の可否判断
 - (3) 経理処理方針の見直し
- ③臨機応変さ＝やり方を変えること：状況変化に応じた対応のもとになるもの
 - (4) 対社内：売価決定・価格改定の交渉
 - (5) 対社外：支払サイト・請求条件の交渉
- ④いい塩梅＝力の入れどころと入れ具合を調整する：リソース配分のもとになるもの
 - (6) 月次決算の早期化

- (7) 資金繰り・キャッシュフロー管理
- ⑤信頼関係＝誰と実現するか：人を動かすものになるもの
- (8) 経営者への業務報告
- (9) 金融機関で融資を受ける際の業績報告

上記に挙げた業務を、次項で一つずつ詳しく見ていきましょう。

2 AI時代の経理パーソンが注力すべき仕事

では、経理業務のシチュエーションに当てはめて、AI時代の経理パーソンが注力すべき仕事のポイントを見ていきます。

①欲＝やりたいこと：動機づけや目標設定のもとになるもの

(1)管理会計等で経営課題を可視化して施策を打つ

●人が注力すべき理由・背景

管理会計の数値から課題を見つけるだけなら、AIも一定程度は支援できます。しかし、自社が何を目指すのか、どの課題を優先するのかを決めるのは人です。数字の意味を経営の文脈でとらえ、次の一手につなげる力が求められます。

●仕事を前に進めるためのポイント

現場では、売上、利益、原価、資金残高などの数値を単独で見るのではなく、「なぜそうなったのか」「このまま進むとどうなるのか」を考えることが大切です。たとえば、利益率が下がっている場合でも、値引き、原価上昇、販売構成の変化など、原因は一つとは限りません。重要なのは、AIが示した異常値や傾向を起点に、自社の方針や現場感覚と照らし合わせて本当の原因を突き止め、その原因を解決するための実行可能な施策に落とし込むことです。

②主体性＝“やる”と決めること：選択や意思決定の基準になるもの

(2)投資の可否判断

●人が注力すべき理由・背景

投資判断では、採算性や回収期間などの試算は

AIでも行えます。しかし、最終的にリスクを受け、実行すると決めるのは人です。合理性だけでなく、自社の将来像や経営者の覚悟を踏まえた判断が必要です。

●仕事を前に進めるためのポイント

投資判断の場面では、投資によって何を得たいのかを明確にすることが出発点になります。設備投資であれば、生産性向上、人手不足への対応、品質改善など、目的によって見るべき指標は変わります。また、金利上昇局面では借入負担も考慮する必要があります。一見すると短期的な利益にはつながりにくい投資でも、将来の競争力を高める可能性があります。数字で説明できる部分と、経営判断として踏み込む部分を分けて整理することが重要です。

(3)経理処理方針の見直し

●人が注力すべき理由・背景

経理処理方針は、会社の実態をどのように表すかに関わる重要な判断です。事業内容や取引形態が変われば、従来の処理が最適とは限りません。法令や会計基準を守りながら、自社の経営改善に最適な方法を選ぶ必要があります。

●仕事を前に進めるためのポイント

処理方針を見直す際は、まず現在のルールが事業の実態に合っているかを確認します。たとえば、受注生産中心だった会社が量産品の販売へ移行した場合、売上計上のタイミングも再検討の余地があります。処理方針を変更する場合は、変更の理由、対象となる取引、影響額、社内外への説明方法を整理し、経済合理性と遵法性を担保することが必要です。経理担当者には、処理の根拠を自分の言葉で説明できる力が求められます。

③臨機応変さ＝やり方を変えること：状況変化に 応じた対応のもとになるもの

(4)対社内：売価決定・価格改定の交渉

●人が注力すべき理由・背景

価格改定は、原価や利益率だけで決められるものではありません。営業、製造、開発など関係部門の事情や目標が絡みます。相手の立場を理解し、共通の着地点を探る調整力は、人が担うべき重要

な役割です。

●仕事を前に進めるためのポイント

価格の見直しの際は、まず価格改定の必要性を数値で示し、関係部門が同じ前提に立てるようにします。その上で、営業部門には販売可能な価格帯や数量の見込みを確認し、製造部門には原材料費、労務費、製造間接費の制約を聞き取ります。単に「原価を下げてほしい」「高く売ってほしい」と依頼するのではなく、どの機能を残すのか、どのコストを見直すのか、どこまでなら現場が対応できるのかをすり合わせる事が大切です。経理は、部門間の利害を整理し、判断材料を整え、意思決定を支援する役割を果たします。

(5)対社外：支払サイト・請求条件の交渉

●人が注力すべき理由・背景

支払サイトや請求条件の交渉では、自社の資金繰りだけでなく、取引先との関係性にも配慮が必要です。経理担当者が直接交渉しない場合も多く、現場担当者を通じて意図を正確に伝える力が求められます。

●仕事を前に進めるためのポイント

交渉を進める前に、まず自社として何をどこまで変えたいのかを明確にします。支払期限を延ばしたいのか、請求締日を変えたいのか、一部取引だけを対象にするのかによって、説明の仕方は変わります。次に、相手が受け入れやすい理由を用意します。単に自社の都合を押しつけるのではなく、取引継続、発注量の安定、事務負担の軽減など、相手にとっての利点も示すことが重要です。現場担当者を介する場合は、交渉の目的、譲れる条件、譲れない条件を事前に共有しておく、交渉の場で判断がぶれにくくなります。

④いい塩梅＝力の入れどころと入れ具合を調整する：リソース配分のもとになるもの

(6)月次決算の早期化

●人が注力すべき理由・背景

月次決算では、正確性とスピードのバランスを取ることが重要です。すべてを完璧に確認してから締めるのか、経営判断に必要な情報を早く出すのかの判断が必要です。どこに力を入れるかを決

めるのは人です。

●仕事を前に進めるためのポイント

月次決算の早期化を進めるには、すべての作業を同じ精度で行おうとしないことが大切です。金額が大きい科目、経営判断に影響する科目、毎月変動が大きい科目を重点的に確認し、軽微な差異は翌月調整とするなど、確認の濃淡をつけます。また、締日前にできる処理は前倒しし、部門からの資料提出期限も明確にしておきます。AIやシステムで自動化できる照合や集計は任せつつ、異常値の判断や経営者への説明に人の時間を振り向けることが、月次決算の質を高めるポイントです。

(7)資金繰り・キャッシュフロー管理

●人が注力すべき理由・背景

資金繰りは、会社の安全性と成長性の両方を見ながら調整する仕事です。手元資金には限りがあるため、設備投資、採用、借入返済、運転資金のどこに配分するかを判断しなければなりません。

●仕事を前に進めるためのポイント

資金繰りでは、入金予定と出金予定を把握するだけでなく、予定がずれた場合の影響まで見ておくことが重要です。売掛金の回収遅れ、仕入代金の支払い、賞与や納税、借入返済など、資金が大きく動く時期を早めに確認します。その上で、余剰資金をどこまで投資に回せるのか、どの程度を手元に残すべきかを判断します。資金不足を避ける守りの視点と、成長機会を逃さない攻めの視点の両方が必要です。経理担当者は、複数の選択肢を比較し、経営者が判断しやすい形で示すことが求められます。

⑤信頼関係＝誰と実現するか：人を動かすものになるもの

(8)経営者への業績報告

●人が注力すべき理由・背景

経営者は大きな責任を背負って意思決定をしています。だからこそ、単なる数値や一般論ではなく、自社を理解した信頼できる相手からの報告を重視します。必要なときに率直に意見を言える関係性が重要です。

●仕事を前に進めるためのポイント

経営者への報告では、数字を並べるだけでなく、その数字が何を意味するのかを誤解なく伝えることが大切です。目標に届いていない場合も、単に悪い結果として示すのではなく、原因、今後の見通し、取り得る対応策を整理して伝えます。また、経営者が重視している価値観や判断軸を理解した上で、報告の順番や表現を工夫します。ときには、経営者の考えに対して「その判断にはリスクがあります」と伝える場面もあります。信頼関係があるからこそ、耳の痛い情報も受け止めてもらいやすくなります。

(9)金融機関で融資を受ける際の業績報告

●人が注力すべき理由・背景

融資を受ける際には、決算書の数値だけでなく、その背景をどう説明するかが重要です。金融機関との信頼関係は、継続的な情報提供や誠実な説明によって築かれます。人が言葉を尽くして伝える意味があります。

●仕事を前に進めるためのポイント

業績報告では、同じ数値でも、どの背景に焦点を当てるかで伝わり方が変わります。たとえば人件費が減少している場合、それが効率化によるものなのか、退職者が出たためなのかでは、金融機関の受け止め方は異なります。売上減少についても、一時的な要因なのか、構造的な課題なのかを説明する必要があります。大切なのは、都合のよい面だけを強調するのではなく、課題も含めて整理し、今後の対応策とともに伝えることです。経理担当者は、会社の状況を金融機関が理解しやすいストーリーに組み立てる橋渡し役になります。

具体的な経理業務のシチュエーションに沿って、人間がやるべき仕事を見てきました。今後は、定型業務では生成AIをうまく使いながら、人にしかできないことを見極めてスキルを極めていくことが、経営者やCFO・経理部長、そしてすべての経理パーソンが意識すべきことだと筆者は考えます。

3 AI時代に求められる ヒューマンスキル

では最後に、少し範囲を広げて、仕事全般においてAI時代に意識したいヒューマンスキル（他者と協働し、信頼関係を築き、組織の中で成果を出す能力）を考えてみましょう。きっと今後、AIや生成AIが進化しても、人の労働がなくなるという限りはずっと意識しておきたいものです。

①生成AIと人間の協力のためのスキル

■問いを立てるスキル

生成AIに適切な指示を出し、情報を引き出せる

生成AIの性能を引き出せるかどうかは、どのような問いを投げるかに大きく左右されます。目的や前提条件を整理し、本質的な課題を【**読み取る力**】【**言語化する力**】があれば、生成AIを単なる検索ツールではなく、思考を深めるパートナーとして活用できます。

■文脈を読み情報を統合するスキル

生成AIの情報を鵜呑みにせず適切に使える

生成AIは便利ですが、誤りや見当違いの回答を返すこともあります。重要なのは、回答をそのまま採用するのではなく、自社の状況や業界の慣習、取引先との関係などの文脈を踏まえて解釈し、複数の情報を統合して判断することです。【**疑う目**】をもって主体的に情報を使いましょう。

■体感としての経験値

生成AIの成果物を検証する、判断する力になる

生成AIが作成した資料や分析結果の良し悪しを最終的に判断するのは人間です。顧客対応や現場経験、失敗から学んだ知見は、AIには持てない判断材料となります。【**経験値**】があるからこそ、「本当に現実的か」を見極められるのです。

②人間同士の協力のためのスキル

■リーダーシップ

方向性を示し、各々が力を発揮できる環境をつくる

AIが分析や資料作成を支援できても、組織の目指す方向を決めることはできません。リーダーの

役割には、目標を示し、チーム内外で人間関係を構築し、メンバーの強みを生かしながら周囲を巻き込む使命があります。AI時代だからこそ、【**協調性**】や【**リーダーシップ**】をもって現実の世界における人を動かす力は、その価値を高めます。

■思いやり

相手の状況に配慮し、言い方や言うタイミングを考えて気持ち良く働く

同じ内容でも、伝え方やタイミングによって相手の受け取り方は変わります。忙しい時期や立場の違いに配慮し、相手が動きやすい形で伝える姿勢は、円滑な協力関係を生み出します。【**理解力**】や【**気遣い**】によって信頼関係を築くことは、人間同士だからこそ発揮できる力です。

■リスクをとる勇気

短期的には非効率・非合理的でも、長期的なメリットを見る

新しい取り組みは、当初は成果が見えにくく、遠回りに感じる場合があります。しかし、変化の激しい時代には、短期的な効率だけで判断せず、将来の可能性に投資する姿勢も重要です。【**挑戦する勇気**】が組織の成長につながります。

③人の力を最大限に発揮するチームプレー

■ベテランの経験値×若手のAI活用力

経験に裏付けされた判断力と効率性向上

ベテランは豊富な経験から適切な判断ができ、若手は生成AIを使って情報収集や資料作成を効率化できます。両者の強みが組み合わせられれば、スピードと質を両立した意思決定が可能になり、組織全体の生産性向上につながります。

■ベテランの業務知識×若手のAI活用力

長年の暗黙知がナレッジ化できる

長年の経験で培われたノウハウは、言葉にならないまま個人に蓄積されがちです。若手メンバーを中心に生成AIを活用してヒアリング内容を整理・文書化することで、暗黙知を共有資産として残し、組織全体で活用できるようになります。

■生え抜き社員の社内知識×中途入社社員の外部視点×AI

広い発想から納得解を選び、新しい打ち手を生み出す

生え抜き社員は社内事情に詳しく、中途入社社員は他社での経験や新しい発想を持っています。そこに生成AIの情報整理力や発想支援を組み合わせることで、従来の延長線上にはない新たな施策や改善策を生み出しやすくなります。

4 おわりに

経理・財務部門はこれまで、経営に資する情報を提供し、経営者の意思決定を支えてきました。AIは分析や業務効率化を担えますが、自社の目指す姿を描き、状況に応じて判断し、人を巻き込みながら実行する役割を完全に代替することは容易にはできません。したがって、生成AI時代になっても、経理・財務部門の価値は失われないでしょう。そして、その中核となるのは経理担当者です。AIに仕事を奪われるのではなく、AIをパートナーとしてさらに成果を生み出せるよう、人間とAIの役割の違いを意識していただけたら幸いです。

そして、少し視点を変えれば、AI時代だからこそ、人間力の重要性は高まるとも言えます。AIに何を任せ、どのように判断させるかを決めるのは人だからです。経験や知見、判断力が高まるほど、AIもより有効に活用できるようになります。AI活用の競争力は、突き詰めれば人材のスキル向上によって決まると言えるでしょう。

これからのAI時代、経理・会計・税務に携わる読者の皆様がどのように自身のスキルを磨いていくかを考えるきっかけとして、本稿が少しでも参考になれば幸いです。

● MEMO ●

[執筆者一覧]

福 原 俊
(ふくはら しゅん)

MJS 税経システム研究所 客員講師
公認会計士。監査法人と上場会社に勤務し、監査業務・経理業務・経理部長・経営管理室長を経験。現在、管理会計ラボ株式会社に経理の業務改善支援を行う。

目 時 壮 浩
(めとき たけひろ)

MJS 税経システム研究所 会計システム研究会 客員研究員
早稲田大学商学大学院教授。管理会計・原価計算を専門とし、企業との共同研究等を通じて先端的な実務にも精通。近年は会計分野での AI 活用をテーマに研究を進めている。

外 波 達 也
(となみ たつや)

MJS 税経システム研究所 客員講師
株式会社トラフィックエイジア 代表取締役。公認会計士・税理士事務所に勤務後、商社、コンサルティング会社に勤務、独立。現場経験を生かし、経理財務等、管理業務代行や業務改善支援を行う。

※執筆者について詳しく知りたい方は MJS 税経システム研究所のページをご覧ください。
<https://www.mjs.co.jp/outline/zeikei/concept/>

[初出]

特集 AI 時代の経理のスキル 「生成 AI 活用力」と「人間力」の磨き方 …… 2026 年 9 月 (No.212)

Monthly Report 特別版

特集 AI 時代の経理のスキル 「生成 AI 活用力」と「人間力」の磨き方 | 全 3 本
(No.212 より抜粋)

2026 年 10 月 30 日発行

編 集：MJS税経システム研究所

〒160-0004 東京都新宿区四谷 4-30-13 クロスシー新宿御苑前ビル 6 階

TEL：03(6626)9060

本誌の内容に関するお問い合わせは、お問い合わせフォームまでお願いいたします。
https://www.mjs.co.jp/form/zeikei_info

本誌掲載記事の無断転載・複写を禁じます。



発行：株式会社ミロク情報サービス