

特集 2023年を振り返る

## 第1章

# 2023年の出来事



「2023年を振り返る」執筆チーム

長引くコロナ禍の収束を願いながら幕開けした2023年。街は多くの人でにぎわうようになり、以前の活気を取り戻したような1年であった。ガソリンなどの価格高騰が依然として続いた一方、新しいAI技術の登場も見られた。

本章では、2023年に起きた出来事を振り返るとともに、本年話題となった「価格高騰」、「生成AI」について論じていく。

## 1. 「変化」の年・2023年

### (1) 2023年の動向

2023年は政治、経済、社会、技術などあらゆる面で変化があった（図表1）。

まず思いつく変化は新型コロナウイルス感染症の5類移行だろう。5月8日、新型コロナウイルス感染症の位置づけが、これまでの「新型インフルエンザ等感染症（いわゆる2類相当）」から「5類感染症」に移行。これにより、法律に基づく外出自粛などの要請はなくなり、マスク着用などの感染対策は個人や事業者の判断が基本となった。これまで自粛要請をされていたイベントの復活や国内外への旅行客の増加といった動きも見受けられた。

経済面では、4月に植田和男氏が日本銀行総裁に就任。6月には日経平均株価が約33年ぶりに3万3,000円台に回復。9月には東証株価指数（TOPIX）も約33年ぶりの高値を

付けた。コロナ5類移行後の本格的な景気回復に向け、今後の日本株の動きに注目が集まる。

図表1 2023年を振り返る

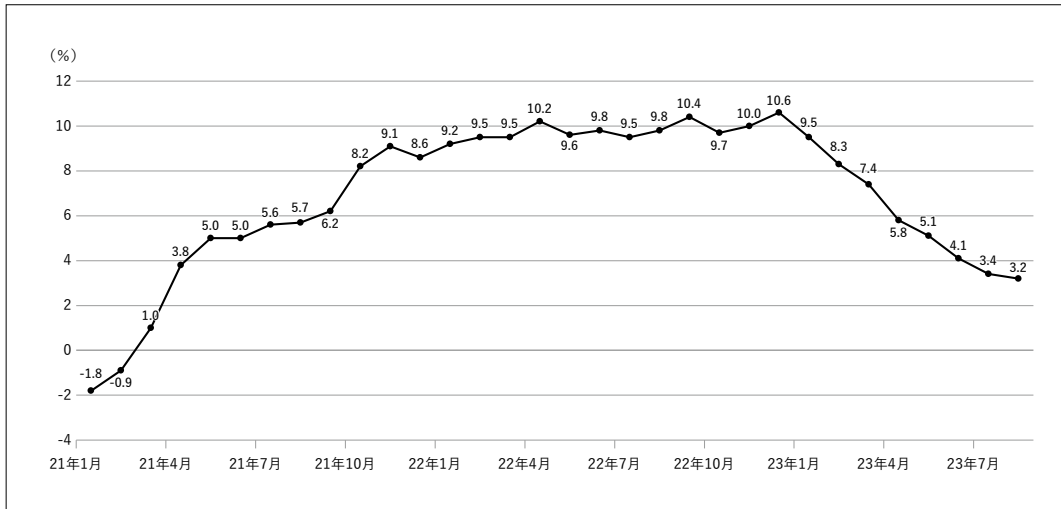
(2023年10月20日現在)

時期	出来事
1月	新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類を5月8日から5類感染症に引き下げることと決定 実質無利子・無担保融資（ゼロゼロ融資）の借換保証制度開始
2月	政府が日本銀行新総裁に植田和男氏を起用する人事を固める
3月	米シリコンバレー銀行が経営破綻 スイス金融大手のクレディ・スイス・グループがスイス国立銀行からの資金調達を発表 侍ジャパンがWBC優勝
4月	中小企業で月60時間を超える時間外労働の割増賃金率が25%→50%に引き上げ 賃金のデジタル払い解禁 植田和男氏が日本銀行総裁に就任
5月	新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行 G7広島サミット開催
6月	日経平均株価が約33年ぶりに3万3,000円台に回復 政府が「こども未来戦略方針」を公表
7月	文部科学省が「初等中等教育段階における生成AIの利用に関する暫定的なガイドライン」を策定
8月	レギュラーガソリンの全国平均店頭価格が1リットル185.6円となり15年ぶりに最高値更新
9月	関東大震災から100年 第2次岸田第2次改造内閣発足 バスケットボール男子日本代表がパリ五輪に出場決定
10月	インボイス制度の開始 対ドルの円相場が1ドル＝150円台に下落

執筆チーム作成

図表2 国内企業物価指数の伸び率

(前年同月比)



出所：日本銀行「企業物価指数」(2023年)を基に執筆チーム作成

## (2) 2023年の主な法制度改正

こうした中、2023年は中小企業の経営にかかわる法律や制度が複数施行された。

1月には、実質無利子・無担保融資（ゼロゼロ融資）の返済負担軽減などを目的に、コロナ借換保証の取り扱いが始まった。今後も中小企業への伴走支援が重要となってくる。

4月1日からは労働基準法が改正され、月60時間を超える時間外労働の割増賃金率が、企業規模を問わず一律50%以上となった。これにより、中小企業の割増賃金率も25%以上から50%以上に引き上げられた。さらに同日、賃金のデジタル払いも解禁。昨今のキャッシュレス決済の普及などを背景に、賃金をスマートフォンの決済アプリなどに支払うことが可能となった（ただし、厚生労働大臣が指定する資金移動業者の口座に限る）。今後の労働環境の改善や生産性向上に期待が高まる。

育児休業に関する法改正も忘れてはならない。2021年に改正された育児・介護休業法により、2023年4月1日から、常時雇用する労働者が1,000人を超える事業主において、育児休業等の取得状況を年1回公表することが義務づけられた。少子化は年々深刻さを増している。こうした状況を打開すべく、政府は6

月に「こども未来戦略方針」を公表している。今後は、企業や社会が一体となって子育て支援をしていく体制がより必要とされるのだ。

そして、10月からはインボイス制度が開始された。制度が本格化するのは2024年に入ってからと思われるが、中小企業の経営に与える影響など、動向を注視する必要がある。

## 2. 2023年の物価動向

2023年は特に価格高騰を身近に感じた1年だったのではないだろうか。ここでは、2023年9月末現在で公開されている主要指標を基に、価格高騰について見ていく。

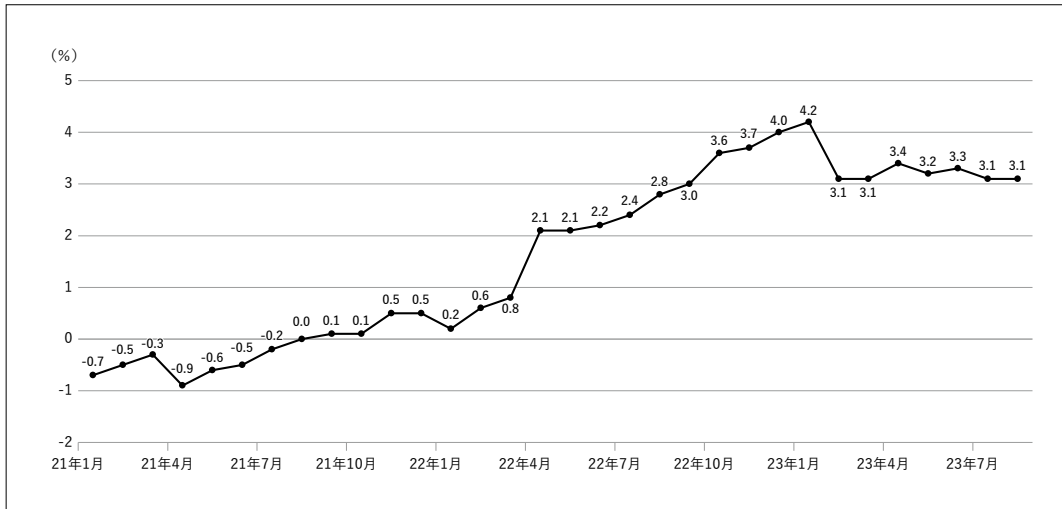
### (1) 国内企業物価指数

図表2は、国内企業物価指数の前年同月比伸び率の推移である。企業間で取引される財の価格変動を表す国内企業物価指数は、2021年3月以降、2023年8月時点まで前年同月比プラスが継続している。

これは、長引く世界情勢の緊迫を背景に、輸入を主とする原材料や原油価格の高騰が続いているためだと考えられる。加えて、円安の影響も大きい。

図表3 消費者物価指数(生鮮食品を除く総合指数)の伸び率

(前年同月比)



出所:総務省「消費者物価指数」(2023年)を基に執筆チーム作成

2022年10月、日米金利差の拡大を受け、対米ドル円相場は一時1ドル=150円台を付けた。その後、政府・日本銀行による円買い介入などで相場は円高に進んだが、再び2023年10月に1ドル=150円台を付けるなど、依然として円安傾向が続いている。

国内企業物価指数の伸び率は2023年4月以降、鈍化傾向にあるが、原材料などの高騰に伴う価格転嫁はいまだ継続中である。

## (2) 消費者物価指数

一方で、消費者物価指数(生鮮食品を除く総合指数。以下、コアCPI)の動きも見てみる(図表3)。

コアCPIは2022年9月以降、2023年8月時点まで前年同月比3%以上のプラスで推移している。小売段階の財・サービスの物価においても価格高騰が続いている。

特に2023年は、ガソリンの店頭表示価格が高騰した。8月には全国平均1リットル当たり185.6円と、15年ぶりに高値を更新。9月はさらに186.5円を記録した。

このため政府は、2023年6月以降、段階的に縮減してきた燃料油元売り業者への補助率を9月から10月にかけて引き上げる措置を実

施。今後、配送費などの物流コストにも影響が及ぶと思われる。

宿泊料も増加基調にある。コアCPIの宿泊料は2023年4月から8月時点まで前年同月比プラスが続いている(図表4)。

図表4 2023年の宿泊料の伸び率(前年同月比)

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
伸び率 (%)	-3.0	-6.1	-0.6	8.1	9.2	5.5	15.1	18.1

出所:総務省「消費者物価指数」(2023年)を基に執筆チーム作成

この要因の1つとして、円安に伴う訪日客の増加が考えられる。

日本政府観光局(JNTO)の「訪日外客統計」によると、2023年1~8月までの訪日外客数は1,518万人(推計値)。新型コロナウイルス感染拡大前である2019年1~8月の2,214万人に比べると約7割ではあるが、徐々に外国人観光客が戻りつつあるように感じられる。

中小企業を取り巻く環境は依然として厳しい状況にある。改善のためには、価格転嫁の実施やインバウンド需要の取り込みなど、中小企業診断士による助言がますます必要とされることだろう。

### 3. 生成AIの普及

2023年にテレビやインターネットをにぎわせた話題として欠かせないものの1つに、生成AI (Generative AI) が挙げられるだろう。

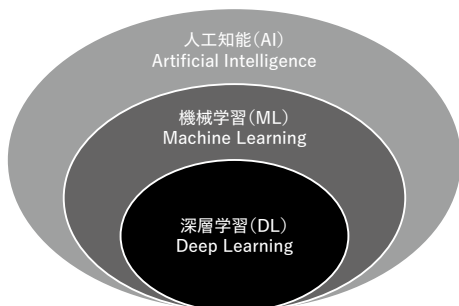
本節では、生成AIの概要や活用状況について論じていく。

#### (1) 生成AIとは

まずAI (Artificial Intelligence) について、総務省「令和元年版 情報通信白書」(以下、白書)では、現状は「AIに関する確立した定義はない」としつつ、「人間の思考プロセスと同じような形で動作するプログラム、あるいは人間が知的と感じる情報処理・技術といった広い概念で理解されている」としている。

また、当該白書内では、「AI」、「機械学習」、「深層学習」(ディープラーニング)との関連性を図表5のように示している。

図表5 AI・機械学習・深層学習の関係



出所:総務省「令和元年版 情報通信白書」(2019年)図表1-3-2-1を基に執筆チーム作成

このうち生成AIとは、学習したデータを基にして新たなコンテンツを生成できるものを指す。生成AIには、今年話題となった対話型のほか、画像が生成できるもの、音声が生産できるものなどの種類がある。

#### (2) 生成AIを活用するには

大規模言語モデル(LLM: Large Language

Models) を基にした生成AIを利用する際には、指示や質問の入力が必要である。このときに入力した指示や質問は、「プロンプト」と呼ばれる。現在の生成AIは、プロンプトにより出力内容が異なってくる。そのため、より良いプロンプトを考えることが重要になる。

利用者が増加してきた現在、ChatGPTの開発元であるOpenAIが発表した「GPT best practices」など、プロンプトを考える際に活用できる情報は多く存在する。自力での試行錯誤だけでなく、これらのノウハウをうまく利用することが大切だ。

#### (3) 企業における活用状況

では、生成AIは企業においてどれくらい活用されているのか。

株式会社帝国データバンクが2023年6月に行った「生成AIの活用に関する企業アンケート」によると、「業務で活用している」と回答した企業は9.1%、「業務での活用を検討している」と回答した企業は52.0%だったという。しかし、回答した企業全体のうち、現時点では活用イメージがわからない企業の割合が4割弱と最も高かったようだ。

この調査結果から、業務に使えるという感覚はあっても、具体的な使い方がわからないという企業側の状況が読み取れる。

#### (4) 利用事例と課題

では、利用したい企業はどのような業務から取り入れるとよいのか。企業で利用するにあたっての課題とともに考えていく。

##### ①生成AIを利用しやすい業務

まず思いつくのは、メールや資料に記載する文章の素案づくりである。たとえば、定型文がないメールを作成する際、生成AIを活用すれば文例を探す手間を省くことができるだろう。また、自身のアイデアを誰かに聞いてもらって考えを整理する「壁打ち」や、文章の修正などに利用すれば、今まで誰かに依頼していた業務の負担を軽減できる。

図表6 企業での生成AI活用事例

業務効率化
コンテンツ作成・修正(メール文面の作成, 社外文書の作成, タスクの洗い出し, 文章の校正・要約・文体変更), 言語翻訳, PC操作の確認, プログラミング・コーディング, 情報収集・リサーチ
売上向上
営業コンテンツの作成(メールマガジン文面作成, 営業電話スクリプトの作成, SNS投稿文の作成, 商品・サービスのキャッチコピー作成, ウェブサイトのSEO対策最適化), アイデア出し(経営戦略・経営課題解決のアドバイス, SWOT分析, マーケティング戦略の策定, 店名の考案), ロゴ画像の作成
人手不足(採用・育成)
募集要項の校正, SNSでのPR文作成, 採用面接質問の作成, 研修内容企画書の作成

出所:東京商工会議所「中小企業のための『生成AI』活用入門ガイド」(2023年)p.8を基に執筆チーム作成

活用事例については、生成AIに関するサービスを提供する企業以外にも紹介されている(図表6)。

東京商工会議所が発行している「中小企業のための『生成AI』活用入門ガイド」には、生成AIの概要だけでなく、多様な場面で利用できるプロンプトの入力内容例も掲載されている。このような情報を活用すれば、自身でプロンプトを考える負担も最小限にできる。

## ②利用にあたっての課題

使いこなせば、仕事の相棒として機能してくれる生成AI。しかし、企業での活用にあたっては課題もある。ここでは主だったものを取り上げる。

まずは、出力された情報が正確でなかった場合の対応である。これには、利用者の日頃の意識づけが大切だと考えられる。利用者は出力された情報を過信することなく、自身でも内容を確認したうえで利活用する意識を持つことが大切だろう。

ほかにも、機密情報の漏洩を防ぐため、チャット履歴が学習されないような設定を行うことや、ガイドラインを作成し、周知することも重要である。ガイドラインの作成にあたっては、一般社団法人日本ディープラーニング協会(JDLA)が公開しているひな形や、兵庫県神戸市などの自治体で公開している利

用ガイドラインなどを参考にするとよいだろう。

また、利用するサービスに機能が追加された際には、新たなメリットや課題も発生する。運用責任者をはじめ、自身が保有する生成AIにまつわる情報を常にアップデートし、より良い企業活動につなげるにはどうすべきかを検討することが大切だ。

## (5) 私たちはAI技術とどう向き合うべきか

これまで気象予測や自動運転システム、将棋や囲碁など、特定の領域で注目を集めてきたAI技術。今日では、日常生活や企業活動など、幅広い場面で利用できる技術が確立されてきた。

生成AIが普及したことは、AI技術が我々の身近なものになったことを表す出来事だったといえるだろう。ただ企業においては、実際の活用に至っていないのが現状である。

今後のAI技術の活用方針については、政府の「AI戦略会議」などでの指針も影響してくるはずだ。各国では利活用だけでなく規制にまつわる検討も進む中、日本政府はどう舵を切っていくのか。

我々中小企業診断士は、自身の業務に技術を生かす立場として、そして技術を用いて企業を支援する立場として、今後の動向を注視すべきだろう。