

最新

Fintech⁺

(31)

finoject代表取締役CEO 三根 公博

「ブルーカラービリオネア」の意味を問い直す 創造力の階層が価値の本質

「マリオがボルシェでやって来た」——。米国では今、スーパーマリオブラザーズのマリオの職業である配管工や、空調整備士といった技能職の高収入化が話題だ。都市部では年収1,500万円を超える熟練技能職も珍しくない一方、大学卒の事務職は700万円台に留まる。メディアはこぞとばかり「大学教育は不要」と煽り、職業訓練校への入学者は急増している。

しかし、この現象を「ホワイトカラーの凋落、ブルーカラーの勝利」とのみ捉えるのは、表層的に過ぎるだろう。

ブルーカラー技能職の高収入化は、「AIにできない」からだけではない。長年の訓練とライセンスが必要で、体力的適性も求められる参入障壁の高さと、技能職の高齢化による需給ギャップが原因だ。それらの仕事は地域密着型で外注化もできない。希少性のある労働力が適正に評価され始めただけである。

日本市場においては、米国ほど急激ではないが、AIによる知的労働の代替という地殻変動は、静かに、しかし確実に進行している。ホワイトカラーの凋落もAIだけが原因ではない。定型化された知的労働は、様々なSaaSやアウトソーシングで既に価値を失いつつあった。AIはその流れを加速させたに過ぎない。

もはや、ブルーカラー／ホワイトカラーという区分自体が、AI時代には意味を失いつつある。対立しているのは「職種の色」ではなく、「AIを使う人」と「AIに使われる人」である。

では、何が人間の価値を決めるのか。私は「創造の濃度」だ

と考える。これは次の4つのレベルで説明できる。

レベル1【マニュアル実行】
手順通りの作業（AI代替可能）

↓
レベル2【状況判断】 複数の選択肢から最適解を選ぶ（AI支援＋人間判断）

↓
レベル3【新規設計】 前例のない課題（How）に対し、独自の解決策を創出する

↓
レベル4【意味の再定義】
問題設定（What／Why）そのものを変え、新しい価値を創造する



AI時代は「創造の濃度」での勝負となる（画像は筆者が生成AIで制作しました）

たとえば「そもそもこのサービスは必要か」という問い直しから始めるのがレベル4である。現場で手を動かす職人でも、技術を体系化してブランド化すればレベル3？4に達する。逆に、ホワイトカラーでもAI

に丸投げしてレベル1に留まれば、報酬は下落する。

これは伝統的な金融業界も例外ではない。AIによる市場分析や定型審査はレベル1～2に過ぎない。規制の「抜け穴」を探すのではなく「あるべき姿」を当局と議論する、あるいは顧客自身も気づいていない課題を発見し、新たな金融商品を「創造」する——。そうしたレベル3～4の能力こそが、人間のバンカーやアナリストに求められる。

そして、大学教育が批判されるのは「AI時代には大学が不要だから」ではない。今の大学教育が知識の暗記に偏り、それをどう使って新しい価値を生むかを教えていないからだ。職業訓練校も同じリスクを抱える。マニュアル通りの技能だけを教えれば、結局はコモディティ化する。

日本には元来、職人を尊重する文化があった。寿司職人、大工、庭師——彼らは単なる技能労働者ではなく、「創造者」として社会的地位を得てきた。今こそ、どの職業においても「創造の濃度」を高める教育にシフトすべきだ。

AI時代を生き抜く鍵は、「何色か」ではなく、「どのレベルか」にある。

自分の業務のうち、何%がレベル1？2で、何%がレベル3？4か。まだ誰も解いていない問題を、自分は専門領域としようとしているのか。

人間の存在価値、そしてそこから得られる報酬を決めるのは労働の形態（色）ではなく、創造の濃度であり、思考の深さだ。それこそが、AI時代における本質である。