
AI知ったか親父のかわし方

「それAIでできますよ」に振り回されない、
目的から逆算する仕事術

安田 大介

本書に登場する人物・組織・出来事は、複数の事例を組み合わせて架空化したものです。特定の個人・企業・団体を示すものではありません。

Copyright © 2026 安田 大介
All rights reserved.

目次

はじめに あなたの会社にも、もういる	6
第1章 AI知ったか親父は、こうして生まれた	11
第2章 「それAIでできますよ」の後に誰が残業するのか	25
第3章 プロンプト一本槍おじさん	33
第4章 特定AI信奉者の宗派争い	41
第5章 Google親父、検索結果を経験談として語る	48
第6章 試作品は拍手され、量産品は返品される	56
第7章 技術的には可能です、予算は知りません	64
第8章 AIの正解率より、修正費を数えなさい	72
第9章 一回の奇跡より百回の地味	80
第10章 AIの分析結果は答えではない	87
第11章 論破した瞬間、仕事は止まる	95

第12章 「できます」を担当・期限・成果物に翻訳する	102
第13章 では、まず十件お願いできますか	110
第14章 「普通はこうです」に条件を返す	118
第15章 すごい業者を連れてくる人	126
第16章 現場の「無理です」はサボリではない	133
第17章 後工程はお客様	141
第18章 改善は現場へのギブから始める	148
第19章 AIを入れる前に渋滞を探せ	155
第20章 人をAIに置き換えるな、工程を描き直せ	162
第21章 孫子なら、AI会議で勝とうとしない	170
第22章 ランチェスターで小さく勝つ	178
第23章 分からないと言える人が、最後に残る	185
第24章 結果に語らせる仕事術	193
付録1 AI知ったかに振り回されない返答集	201

はじめに あなたの会社にも、もう いる

あなたの会社や取引先に、こんな人はいないだろうか。



図1 言葉は軽くても、仕事は現場へ流れる

誰かが仕事の難しさを説明している途中で、「それ、AIでできますよ」と言う。どのデータを使うか、誰が確認するか、間違えたとき誰が直すかは聞かない。だが結論だけは早い。



図2 問題は人ではなく、責任を伴わない行動にある

その人が男性なら、本書では「AI知ったか親父」と呼ぶことがある。女性版の「AI知ったかババア」もある。検索結果を経験談として語る「Google親父」もある。

ただし、これは年齢や性別の話ではない。

二十代のAI知ったか親父もいる。七十代で新しい道具を丁寧に試し、「分からない」と言える人もいる。ここで笑いの対象にするのは、属性ではなく行動だ。

検証しない。条件を聞かない。断定する。軽口を言う。実行責任は持たない。

この類型は、AIが登場する前から職場にいた。「ホームページを作れば売れる」「クラウドにすれば安くなる」「SNSをやれば若者が来る」。新しい道具が現れるたび、服だけ着替えて戻ってくる。

今はAIという服が、たいへんよく似合っている。



図3 質問を置くと、仕事の大きさが見える

本書の目的は、彼らを言い負かすことではない。知ったかに勝っても、納期は縮まらない。会議で恥をかかせれば、別の会議で反撃されるだけだ。

私たちが身につけたいのは、軽い発言を仕事の言葉へ翻訳する技術である。

何のために使うのか。対象はどこまでか。合格とは何か。誰が担当するのか。いつまでか。確認と修正を含めていくらかかるのか。

この質問を置くと、AIの魔法は仕事の大きさになる。

本当にできる提案は前へ進む。無責任な軽口は自然に小さくなる。相手を攻撃する必要はない。



図4 自信ある軽口から必要条件が消え、実行責任が現場へ落ちる

あなたの会社、取引先、あるいは周りに、こんな人はいませんか？

現場の説明を最後まで聞かずに、こう言う人です。

「それ、AIでできますよ」

「このAIが一番いいですよ」

「プロンプトさえちゃんと書けば、一発ですよ」

しかも、できると言った後の担当者は、なぜか自分ではありません。

検証するのも現場。失敗の理由を説明するのも現場。増えた修正作業を引き受けるのも現場です。本人は軽口を一つ置いて、次の会議へ向かいます。

「いるいる。うちにもいる」



図5 一回できたことと、いつでも使えることは違う

一ページ目は、たしかによかった

私たちは、その場で否定しなかった。

大森さんが持ってきた方法を、実際の一ページで試した。結果は悪くない。むしろ、かなり自然だった。

短い会話。登場人物は二人。前後の事情を知らなくても、意味は取れる場面だった。

「ほらね」

大森さんの顔に、すでに全巻制覇の光が差した。

会議室にも、小さなどよめき起きた。「これなら早いかも」「翻訳費、下がるんじゃない？」という声まで出た。

部渡せばよいと言われても、どこまでを、どの形式で、誰が整えるのかという仕事生まれる。

プロンプトは大切だ。

しかし、プロンプトは工程ではない。

包丁の研ぎ方が大切だからといって、厨房の仕入れ、衛生、盛り付け、配膳まで包丁一本ではできない。それと同じである。



図6 AIで短くなった作業だけでなく、増えた確認・修正・責任まで見る

AIが仕事を減らし、人間の仕事が増える怪談

五十ページのテストで、本当に問題になったのは誤訳の数だけではなかった。

無責任な提案を見分けるために、相手を問い詰める必要はない。「では、誰がいつまでに、何を出しますか」と仕事の形にすればよい。責任を持てる提案なら前へ進む。持てない提案なら、その場で自然に小さくなる。



図7 AIを限定された作業へ置き、目的と最終判断を人間が持つ

AIを主役から部品に戻す

テストの結果、AIを全ページの全自動翻訳機として使う案は見送った。

ただし、AIそのものを捨てたわけではない。

短い定型文の候補を出す。訳語表との不一致を探す。口調が大きく外れた箇所を一次抽出する。人間が作った訳の別案を出す。

仕事を分けると、AIが得意な場所が見えた。

未来予測ではなく、小さな結果を。

章末の教訓

AI知ったか親父は、“一回できた”を“いつでもできる”に脳内変換する。

第2章 「それAIでできますよ」の後に誰が残業するのか

会議で3秒、現場で3日



図8 会議の短い軽口が、現場の条件整理・確認・修正・説明へ変わる



図9 負担は消えず、調査・入力整理・修正・確認・説明・保守へ移動する

コストの行き先を書き出す

有効なのは、賛成か反対かを決める前に、追加される作業を並べることだ。

この自動返信なら、最低でも次を確認する。

- 学習・参照させる資料を誰が整えるか
- 送信前に誰が確認するか
- 誤回答の責任者は誰か
- 例外顧客をどう分けるか
- 月何時間の確認作業になるか
- 問題時に元の運用へ戻せるか

長谷川さんを責める必要はない。

「提案ありがとうございます。実施に必要な作業と担当を十五分で置きましょう」と言えばよい。

すると、AI導入という大きな言葉が、具体的な作業へ変わる。



図10 未確認・途中成果物・例外・担当未定・完了条件なしの仕事が積み上がる

見えない在庫を持たない

製造現場では、工程の途中で物が積み上がれば異常に気づきやすい。事務仕事では、確認待ち、差し戻し、未整理データが人の受信箱に積まれる。見えないから、在庫と呼ばれないだけだ。

AIで処理速度を上げても、確認工程が同じなら、確認待ちが山になる。

図11 AI知ったか親父のかわし方



図11 現場へ流す前に、誰に何が増え、誰が確認し、どこで止めるかを書く

章末実践シート 増える仕事の行き先を見つける

最近「簡単になる」と言われた仕事を一つ書く。導入前と導入後について、準備、実行、確認、修正、問い合わせの担当者と時間を並べる。空欄はゼロではなく未確認である。

悪い返答は、「また現場に丸投げですか」。気持ちは正しいが対立で終わる。仕事を進める返答は、「減る作業と増える作業を部署別に出し、全体時間で判断しましょう」。

会議後には、追加作業の担当、最初の一週間で測る時間、見直し日を残す。優秀な人が黙って穴を埋めた時間も記録する。成果発表では、削減時間だけでなく移動した時間を対にする。

自分が提案者なら、「私の想定ではこの確認作業が増えます。試験では私も担当します」と一言添える。軽口と提案の違いは、未来の負担を見ようとしたかに表れる。

会議で軽くなった仕事は、たいてい誰かの残業として重くなる。

第3章 プロンプト一本槍おじさん

図12 プロンプト一本槍

入口だけを磨く

呪文だけでは仕事は終わらない



図12 入口だけを磨いても、入力・検証・運用が空白なら仕事は終わらない

包丁一本で店を開く人

「結局、プロンプトなんですよ」

図13 プロンプトの外側を書く



図13 材料・前処理・指示・出力・確認・保存・後工程を一続きで設計する

箱ではなく流れを書く

宮本さんには、プロンプトの改善を止めてもらわなかった。

代わりに、ホワイトボードへ仕事の流れを書いてもらった。

左に「商品情報」。右に「公開済み説明文」。その間へ、必要な工程を一つずつ置く。

すると、最大の問題は文章生成ではなく、商品情報の更新日が分からないことだと判明した。

そこで先に、正しい仕様を一か所に集め、更新責任者を決めた。AIには、その確認済み情報から初稿を作らせた。人間はブランド表現と法的表現だけを重点確認した。

プロンプトは短くなった。品質は上がった。

AIが賢くなったのではない。工程が賢くなったのだ。



図14 人・AI・ルール・既存ツール・確認を組み合わせ、一つの箱へ全部を任せない

AIはモジュールである

AIを大きな黒い箱として置くと、「全部やってくれる」か「全然使えない」かの二択になる。

工程を分ければ、候補生成、分類、要約、表記チェックなど、得意な部品として置ける。

部品なら、入口と出口を決められる。故障したとき外せる。別のAIや人間へ交換できる。

管理部門ならどう置き換えるか

社内規程の回答では、答えの文章より、どの規程の何条を参照したかが重要になる。AIへ「正確に」と言うだけでなく、有効な文書だけを参照させ、根拠を表示し、分からない場合は担当窓口へ戻す。

工程を描くと、AIが答える部分より、正しい資料を保つ責任のほう重要だと分かる。



図15 対象・版・入力見本・成果物・成功条件・失敗時対応を再現できる形で残す

プロンプト共有の最低条件

- 何の仕事用か
- 使ってよい入力
- 合格例と不合格例

最後に問う。「AIを外しても、この工程図は説明できるか」。説明できれば、AIは交換可能なモジュールになっている。説明できなければ、黒い箱へ仕事を丸投げしている。

プロンプトは魔法の呪文ではない。工程の中にある、一枚の作業指示書である。

第4章 特定AI信奉者の宗派争い

AI時代の仕事の本質

道具の宗教化

便利な道具が、いつしか信仰や対立の対象に。
本当に集中すべきは、目の前の仕事そのもの。



図16 どのAIが最強かを争ううちに、仕事の目的が消えていく

会議室に突然できた教会

「そのAI、もう古いですよ」

議事録作成ツールの比較会で、飯田さんは開始一分で他社製品を切った。

理由を聞くと、「界限では常識」だという。

別の参加者が別製品を勧めると、会議は機能比較ではなく宗派争いになった。こちらは文章が自然。あちらは推論が強い。こっちは有名な経営者が使っている。

肝心の会議は、専門用語が多い。日本語と英語が混じる。顧客名を外部へ送れない。必要なのは要約の美しさより、決定事項と担当期限の抽出だった。

だが信者たちは、仕事よりAIを比較していた。



図17 最強かではなく、入力・成果物・制約・運用に合うかを見る

- 一時間当たりの総費用
- 誤りを人が直しやすいこと

同じ録音を使い、同じ人が確認し、修正時間まで測った。

飯田さんの推しは、文章の読みやすさでは一位だった。だが専門用語の修正に時間がかかり、今回の仕事では二位になった。

飯田さんは少し黙り、「用途によりますね」と言った。

それでいい。



図18 同じ小さな実務課題を同じ条件で試し、人が結果を確認して仕事で選ぶ

比較ではなく選定をする

比較は面白い。点数を付け、勝者を決められる。

乗り換えコストの本質

乗り換えコストは、月額以上。

本当の負担は、仕組みの外側にある。

新しいシステムに切り替えるとき、見落とされがちなのが「乗り換えコスト」。それは、時間・手間・混乱の総体であり、事業の前進を止める見えないコストです。



図19 価格だけでなく、教育・データ移行・再検証・契約・運用変更・戻す準備を見る

乗り換え費用も比較する

高性能なAIへ変えるたび、手順、教育、接続、テンプレート、権限設定を直す必要がある。月額料金だけでなく、乗り換えに使う時間と、現場が再び覚える負担を数える。

逆に、現在のAIへ無理にこだわる費用もある。比較は「新しいほうが賢いか」ではなく、「変更を含めて仕事の結果が良くなるか」で行う。

複数AIを使うときの注意

仕事ごとに道具を分けるのは合理的だが、種類を増やしすぎると、データの置き場所、契約、教育、責任が複雑になる。選定カードに「標準」「例外」「試験中」の区分を付ける。

試験結果には、一位だけでなく用途別の差を書く。文章品質はA、速度はB、情報管理はCという結果なら、一社ですべてを解こうとしない。ただし道具を増やす管理費も数える。

推しを持つ人には、強みの試験と同時に「使わない条件」を作ってもらおう。弱点を説明できる人は、信者ではなく選定者へ近づいている。

最強のAIを探す人は迷う。仕事に合うAIを探す人は試す。

第5章 Google親父、検索結果を経験談として語る





図21 公式情報・第三者記事・伝聞・実体験・仮説を分けてから判断する

情報には名札がいる

会議で「聞いた話」が強くなるのは、出どころが消えるからだ。

「ある会社が成功したらしい」は、どこかの会社の、何かの成功である。規模も条件も期間も分からない。

それが口から出ると、「他社は成功している。わが社も急ぐべきだ」に成長する。

そこで情報に名札を付ける。

- 公式発表
- 第三者の調査



図22 検索で分かる全体像と、現場へ行って初めて分かる障害を分ける

検索は地図で、現場は道路

検索結果は、知らない選択肢を見つけるのに強い。だが、わが社の承認の遅さ、顧客との約束、古いシステム、担当者の技能までは知らない。

地図に道があっても、工事中かもしれない。大型車が通れないかもしれない。

現場の反論は、検索結果を邪魔する古い意見ではない。地図に載っていない道路状況である。

人事担当は黒田さんの記事を捨てず、小さな採用枠で試す材料にした。応募数だけでなく、面接到達率、担当者の対応時間、採用後の定着まで見た。



図23 公開日・確認日・対象条件・出典・更新要否を、使う前に確認する

情報の賞味期限

AIの機能、価格、利用規約は変わる。半年前の記事が、考え方としては参考になっても、現在の仕様説明としては使えないことがある。

会議資料には、URLだけでなく確認日を付ける。公式情報なのか、第三者の検証なのかを残す。後で条件が変わったとき、判断を更新しやすくなる。

「聞いた話」の安全な使い方

顧客から聞いた、知人の会社で成功した、専門家が言っていた。こうした情報は捨てなくてよい。仮説の入口として価値がある。



図24 華やかなデモの裏で、日常運用には例外・権限・保守が積み上がる

デモ会の王様

新しい見積書作成AIのデモで、会議室は沸いた。

営業担当が顧客名と商品を入れる。十秒後、整った見積文が出る。

「すごい」「これで事務が半分になる」

拍手の中で、開発を持ち込んだ平井さんは胸を張った。

翌月、百人の営業が使い始めた。

初日に商品コードの入力揺れで止まった。二日目に古い価格表を参照した。三日目には特殊値引きの承認が抜けた。月末、経理には形式の違う見積書が大量に届いた。

デモ会で拍手された試作品は、量産現場で返品された。



図25 試作品は可能性を確認する仕事であり、量産は別の判断で決める

試作品の仕事は「可能性を見せる」

試作品は悪くない。早く作り、触り、可能性と問題を見つけるためにある。

ただし、試作品に求めるものと量産品に求めるものは違う。

試作品は、一人が、きれいなデータで、説明を受けながら動かせばよい。失敗しても作った人が隣で直せる。

量産品は、忙しい百人が、表記の揺れたデータを使う。説明を読まない人もいる。担当者が休む日もある。月末に処理が集中する。失敗しても顧客は待ってくれない。



図26 欠損・形式違い・混雑・担当不在を意図的に起こし、安全に止まれるかを確認める

失敗を隠さない試験

平井さんのチームは、導入をいったん二十人へ戻した。

わざと汚れた商品名、旧価格、特殊値引き、欠損項目を混ぜた。担当者がいない日も試した。月末相当の件数をまとめて流した。

これは製品を落とす試験ではない。

失敗の場所を、顧客より先に見つける試験だ。

AIが判断できない案件は無理に完成させず、人間へ戻すようにした。価格表には有効日を付けた。見積形式を一つに固定した。

処理できる範囲は当初の宣伝より狭くなった。だが、その範囲では安心して使えるようになった。