

生成 AI が仕事の パートナーになったとき、 人間は何をするのか。

目的を見つけ、事実を確かめ、
相手の役に立つ仕事へつなぐ。

「何をしたいか」が、まだ曖昧でも。
次の一件を、本人と職場で進めるために。

担当者・上司・人材育成担当者へ



AI と試作する

目的は、仮でもいい



現実に戻る

相手・現場・元資料を確かめる



使った結果へ

何がよくなったかを見直す

次の一件の仕事で、使ってください。

目的を完成させてからではなく、「次に何を確かめるか」を決めるところから。

この資料の提案

**目的を仮に置く。事実を確かめる。
AI と形にし、採用した結果から見直す。**

担当者

依頼を受けてから、
使う前・使った後まで。

読むページ 03-11、14-16

上司・育成担当者

確認できる条件と、
判断を試す機会を整える。

読むページ 09-13、16

研究根拠を確かめる方

対象・方法・結果・限界を
セットで読む。

読むページ 17-21

対象は、企画・提案・資料作成などの知識業務です。職務上の権限・社内ルール・専門的な確認を置き換えません。

読み分け：研究の要約＝17-20p ／ 当社の実践提案＝03-16p ／ 架空事例＝05・08・10・12・15p

「したい」「つくる」「何のため」は違う。

本人の関心と、仕事として果たすことを結びつけます。

何がしたいか

本人の関心・意思

新しい提案を
してみたい。

出発点になる思い

何をつくるか

成果物・方法

比較表を
つくる。

目的に応じて変える手段

何のためか

実現・維持したい状態

顧客の関係部署が、
運用の変更を検討できる。

仕事として確かめる到達点

誰の、何をよくする。あるいは、何を守る仕事なのか。

本人の思いに、職責・顧客との約束・事業上の必要性・関係者への影響を照らし合わせます。

「できた」と「役立った」を分ける。

成果物の完成・仕事への効果・本人の学習は、別々に確かめます。

成果物

資料が完成した

内容は正確か。
今回の目的と合っているか。

作成・確認の段階

仕事への効果

相手が検討を進めた

必要な情報は足りたか。
新しい負担は生じていないか。

使われた後の段階

本人の学習

次の仕事で判断できた

条件が変わっても、
前提と確認先を
見つけられるか。

次の仕事の段階

資料がよくできたことだけでは、仕事の効果も学習も分かりません。

「その面談で、何を決めるのか？」

依頼：来週の顧客面談に向けて、提案資料をつくってほしい。

目的を推測したまま

「導入を決めてもらおうのだろう」

本人の推測



AI で、導入の利点を
強調する資料を作成。

整った資料でも、必要な検討材料に
なっているかは、まだ未確認。

目的を確かめ直す

「今回は、何を判断する面談ですか？」

上司・顧客に確認する



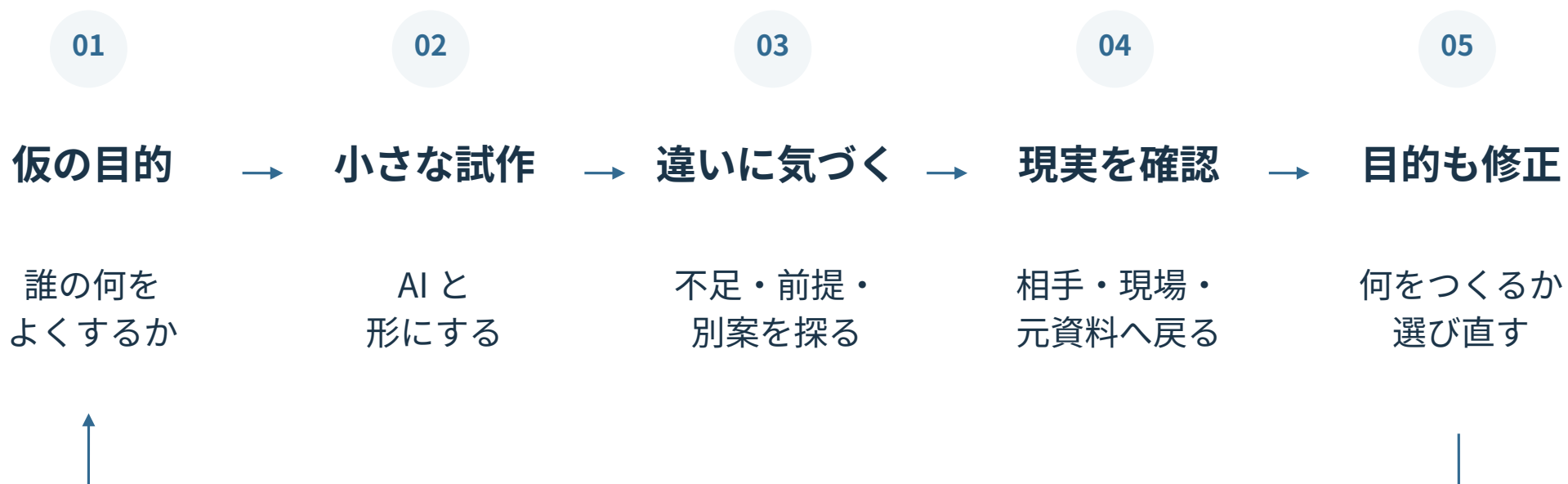
関係部署が、運用変更を
検討するための材料だと分かる。

AI で比較表を試作し、担当範囲・
変更条件・未確認事項を照合する。

進め方の違いを示す架空の例です。確認すれば必ず成果が上がることを示すものではありません。

仮に置く。試す。現実へ戻る。

最初から目的を言い切れなくても、小さな探索・試作は始められます。



試作を見て変わったのは「好み」か。それとも、目的や条件の理解か。

探索を始めることと、重要な約束・実行へ進めることは別です。

[4][5] は創作領域での利用・調整過程の研究。本図の手順の効果を検証した研究ではありません。

AI の案を見る前と後で、基準を比べる。

「目的が明確になった」のか、「案に目的を合わせた」のかを点検します。

案を見る前に、短く置く

誰の何をよくするか。
守る条件は何か。
どうなれば、役に立ったと言えるか。

案を見た後に、比べる

変えた基準は、何か。
変えた根拠は、何か。
別の方法や「つくらない案」はどうか。

AI の提案は、検討材料。採用する理由は、別に確かめる。

研究の範囲 [6]：短編作成の実験で、AI のアイデア利用により作品評価と作品間の類似性がともに上昇。
仕事の目的が必ず画一化することや、本ページの点検法の効果までは示していません。

AI が「事実」と書いても、確認は別です。

「何が書かれたか」だけでなく、出所・確認時点・確認した範囲を残します。

確認した内容

依頼メールに「来週の面談」とある。

出所：依頼メール
確認した日・該当箇所も残す

本人の推測

今回は、導入を決定する面談だろう。

もっともらしくても、
相手に確認した内容とは別

まだ分からない

顧客の関係部署が、何を判断したいか。

確認先：上司・顧客担当者
次に尋ねる問いを決める

「別の AI も同じことを言った」だけでは、
元資料や実際の状況と一致しているかは分かりません。

五つの確認を、一枚で共有する。

採点表ではありません。仕事の条件と、次に確かめることを話すために使います。

確認すること	本人が考える問い	職場で整える条件
01 目的	誰の、何をよくする・守る仕事か。	背景と期待する状態を共有する。
02 事実	何を確認済みで、何を推測しているか。	元資料・現場・関係者に戻れる。
03 選択肢と基準	何を基準に、どの方法を選ぶか。	品質・期限・負担・守る条件を示す。
04 採用の条件	何が確認できれば、誰が使うと決めるか。	確認者・採用を決める人・相談先を決める。
05 使用後の結果	何がよくなり、何が未解決で残ったか。	結果を知る機会と修正の担当を設ける。

本人の注意力に任せず、確かめられる情報・相手・時間・権限も整えます。

「人が確認する」を、具体化する。

専門知識が足りない場合は、確認できる人や検査方法を組み込みます。

- | | | |
|---|-----------|--------------------|
| 1 | 何を確かめるか | 提案資料に載せる効果数値。 |
| 2 | 何と照合するか | 元の測定資料・対象条件・計算式。 |
| 3 | 誰が確かめるか | その領域を確認できる担当者。 |
| 4 | どうなれば使えるか | 根拠と条件が合い、必要な承認が済む。 |

確認先や根拠が見つからないときは、採用を保留して相談します。

確認の厚さは、影響と戻しやすさで変える。

全件を同じ重さで確認せず、誤った場合の影響に応じて方法を選びます。

探索・内部の試作

修正しやすい、小さな試作

仮であることを示して比較する。

関係者が使う資料

相手の仕事に影響する共有

事実・担当範囲・実際の使い方を照合する。

対外的な約束・公開

誤りの影響が大きい実行

根拠・必要な専門確認・承認を、使う前にそろえる。

保留する条件も、あらかじめ決める。

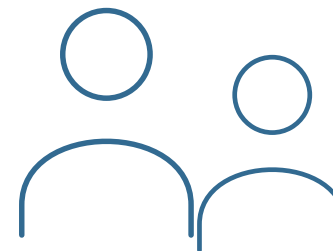
重要な前提が未確認／根拠が食い違う／
守る条件や判断権限が不明

答えを求める前に、判断の条件を渡す。

目的・裁量・確認先・相談の時点を、具体的な仕事に沿って共有します。

上司から共有する

「今回は、導入を決めるのではなく、
関係部署で運用変更を検討する面談です。
比較表の構成は任せます。
運用条件は担当部署に確認し、
外部へ出す前に一度、一緒に見ましょう。」



本人が確かめ、
選べるように支える。

できた資料とともに、判断の根拠を短く共有する。

「何を確かめましたか」「どの条件が変われば、この案を変えますか」
確認する時間・情報へのアクセス・相談先も、仕事の一部として確保します。

よい成果物と、本人の学習を分けて見る。

AI を使ったことだけで、学んだとも、学んでいないとも決めません。

A 今回の成果物を確かめる

目的に合っているか。
根拠や計算は正しいか。
相手が検討に使えたか。

B 次の仕事で確かめる

条件が変わっても、
未確認事項を見つけられるか。
確認先や相談先を選ぶか。

**理由を流暢に説明するだけでなく、
根拠との一致と、条件に応じた見直しを確かめます。**

[7] では、AI 停止時の分析などから学習を示唆する結果も報告。ただし、特定企業の顧客対応の研究です。
本ページの評価方法や、あらゆる仕事での判断力向上を検証したものではありません。

次の仕事で使う、五行メモ。

空欄があっても構いません。分からないことを、次の確認に変えます。

対象の仕事：

記入日：

依頼されたこと	
実現したい・守りたい状態	
確認した内容と、その出所	
まだ分からないこと	
次に一つ確かめること	

AI に頼めること：目的の候補、確認する質問、比較案のたたき台。
候補が出たことを、相手や元資料への確認が済んだことに置き換えないようにします。
実行・公開前には 09-11p の確認も。入力する情報は、社内の AI 利用ルールと情報管理の範囲で扱います。

書けないところが、次の確認になる。

05p の提案場面を、短いメモにした例です。

依頼されたこと	来週の顧客面談で使う提案資料をつくる。
実現したい・守りたい状態	顧客の関係部署が、運用変更を検討できる。 未確認の条件を、確定事項として伝えない。
確認した内容と、その出所	目的：導入決定ではなく、検討材料をそろえる。 出所：上司・顧客への確認メモ（架空の設定）。
まだ分からないこと	導入後の担当範囲と、変更が必要な運用条件。
次に一つ確かめること	担当部署に、現状と導入後の作業・役割を確認する。

実際には、出所と確認日、誰に何を確かめたかが追えるように記入します。

作成時間だけで、改善を判断しない。

まず一件で試し、似た仕事と条件が違う仕事で、使い方を見直します。

仕事全体の負担

作成・確認・修正を含む時間。
手戻りや、周囲への追加負担。

相手に生じた変化

必要な検討・判断が進んだか。
未解決や想定外の影響は何か。

本人が次にできたこと

前提を確かめ直せたか。
適切な相手に相談できたか。

記録する単位

一件の仕事について、実施条件・確認内容・
使われた結果・次に変えることを残します。

一度の成功や単純な導入前後の比較だけで、手順の効果を断定しません。
案件の難しさ、仕事量、担当者、AI や利用条件の違いも確かめます。

速さ・品質が上がる課題も、誤りが増える課題も。

数字は、それぞれの対象・AI・課題・指標に限った結果です。

研究の要約 [1]

Noy・Zhang（2023）

453 人の大卒の専門職等。
指定された文章作成課題の無作為割付実験。

確認されたこと

平均所要時間が 40 % 減少。
成果物の品質評価が 18 % 向上。

一般化できないこと

職場の仕事全体の改善率や、
本人の能力の向上率ではありません。

研究の要約 [2]

Dell'Acqua ら（2026）

コンサルタント 758 人。GPT-4 を用いた実験。
課題群によって異なる成績指標を評価。

確認されたこと

能力範囲内の課題群で成績が改善。
範囲外に設定した 1 課題では、
AI 利用群の正答率が約 19 ポイント低下。

一般化できないこと

現在の AI の性能や、「複雑な判断では
常に不利」という一般則ではありません。

自己申告の思考と、作品の多様性を区別する。

どの研究が、何を測ったのかを確認します。

研究の要約 [3]

Lee ら（2025）

知識労働者 319 人、936 件の AI 利用例。
批判的検討や負担についての自己申告調査。

確認されたこと

AI への信頼が高いほど、
批判的に検討したという自己申告が
少ない関連が報告された。

一般化できないこと

AI が思考能力を低下させたという
因果関係を示した研究ではありません。

研究の要約 [6]

Doshi ・ Hauser （2024）

293 人が 8 文の短編を書く実験。
AI のアイデアを使える条件などを比較。

確認されたこと

AI のアイデアを利用できる条件で
作品評価が高まり、
作品同士の類似性も高まった。

一般化できないこと

自由な反復対話や、あらゆる仕事の
目的の画一化を調べた研究ではありません。

AI は、目的や制作過程を考える段階にも関わる。

小規模な創作領域の研究を、職場全体の効果に置き換えないようにします。

研究の要約 [4]

Tang ら（2025）

脚本家 23 人への半構造化インタビュー。
AI を取り入れる制作段階などを調査。

確認されたこと

**目標・アイデアを生み出す段階でも、
AI を利用する実践が報告された。**

一般化できないこと

全員に有効な目的形成法や、
業務上の効果を実証したものではありません。

研究の要約 [5]

Tang ら（2026）

プロの脚本家 19 人、2 週間。
5 分程度の短編脚本を制作する過程を調査。

確認されたこと

**制作を振り返りながら、
認知・戦略・仕事の進め方を
調整する過程が報告された。**

一般化できないこと

実際の上演・製作は対象外。
長期の能力向上を立証したものではありません。

経験の浅い人にも、支援の効果はあり得る。

「熟練者でなければ使えない」とも、「知識は不要」とも決めつけません。

研究の要約 [7]

Brynjolfsson ら（2025）

1社の顧客対応担当者 5,172 人。
AI 支援の段階的導入を分析したフィールド研究。

確認されたこと

1 時間当たりの解決件数が平均 15 % 増。
経験の浅い人などで効果が大きく、
学習を示唆する結果も報告された。

一般化できないこと

一般の AI 利用の効果や、すべての仕事で
専門知識が不要になることは示していません。

本資料の根拠の扱い

探索的な文献確認

本テーマに関わる 7 論文を確認。
網羅的レビュー・メタ分析ではありません。

研究と提案を分ける

五つの確認・五行メモの効果は未検証。
研究結果そのものとして扱いません。

現在の性能を断定しない

研究時の AI・対象・課題に限った結果。
AI や利用条件が変われば再確認が必要です。

一次資料へ戻って、対象と限界を確かめる。

本文中の番号は、以下の参考文献に対応します。DOI から原典へ移動できます。

- [1] Noy, S., & Zhang, W. (2023).
Experimental evidence on the productivity effects of generative artificial intelligence.
Science, 381(6654), 187–192.
[DOI: 10.1126/science.adh2586](https://doi.org/10.1126/science.adh2586)
 - [2] Dell’Acqua, F., et al. (2026).
Navigating the Jagged Technological Frontier: Field Experimental Evidence of the Effects of Artificial Intelligence on Knowledge Worker Productivity and Quality.
Organization Science, 37(2), 403–423.
[DOI: 10.1287/orsc.2025.21838](https://doi.org/10.1287/orsc.2025.21838)
 - [3] Lee, H.-P., et al. (2025).
The Impact of Generative AI on Critical Thinking: Self-Reported Reductions in Cognitive Effort and Confidence Effects From a Survey of Knowledge Workers.
CHI 2025.
[DOI: 10.1145/3706598.3713778](https://doi.org/10.1145/3706598.3713778)
 - [4] Tang, Y., Li, H., Lan, M., Ma, X., & Qu, H. (2025).
Understanding Screenwriters’ Practices, Attitudes, and Future Expectations in Human-AI Co-Creation.
CHI 2025. 参照本文：著者公開版 arXiv:2502.16153v1.
[DOI: 10.48550/arXiv.2502.16153](https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.16153)
 - [5] Tang, Y., Zhou, J., Li, H., Xie, X., Ma, X., & Qu, H. (2026).
How Do Human Creators Embrace Human-AI Co-Creation? A Perspective on Human Agency of Screenwriters.
CHI 2026. 参照本文：著者公開版 arXiv:2602.06327v1.
[DOI: 10.1145/3772318.3790300](https://doi.org/10.1145/3772318.3790300)
 - [6] Doshi, A. R., & Hauser, O. P. (2024).
Generative AI enhances individual creativity but reduces the collective diversity of novel content.
Science Advances, 10(28), eadn5290.
[DOI: 10.1126/sciadv.adn5290](https://doi.org/10.1126/sciadv.adn5290)
 - [7] Brynjolfsson, E., Li, D., & Raymond, L. R. (2025).
Generative AI at Work.
The Quarterly Journal of Economics, 140(2), 889–942.
[DOI: 10.1093/qje/qjae044](https://doi.org/10.1093/qje/qjae044)
- [2] は 2026 年公刊版を参照。
[4][5] は著者公開版の本文と、研究機関の公刊情報を照合。

成果につながる方法を、本人が使える仕事へ。

リクエスト株式会社 | 組織行動科学®

組織行動科学®を基に、企業研修・若手やリーダーの育成・職場での実践を支援します。具体的な仕事の事実を確かめ、本人が方法を使えるように、仕事の条件と周囲の支援を一緒に整えます。

公開資料を探す

知と実践

<https://chi-to-jissen.requestgroup.jp/>

一件の仕事から相談する

育成・AIを使った仕事・職場での実践

<https://requestgroup.jp/request>

代表取締役：甲畑 智康 | 東京都新宿区新宿3丁目4番8号 京王フレンテ新宿3丁目4F
お問い合わせ：request@requestgroup.jp | <https://requestgroup.jp/>

980社・33.8万人は当社の研究基盤を示す規模です。本資料の手順の効果を検証した対象数ではありません。
本資料の事例は架空です。研究の著者・所属機関による、当社の手順への推奨・認証を意味しません。