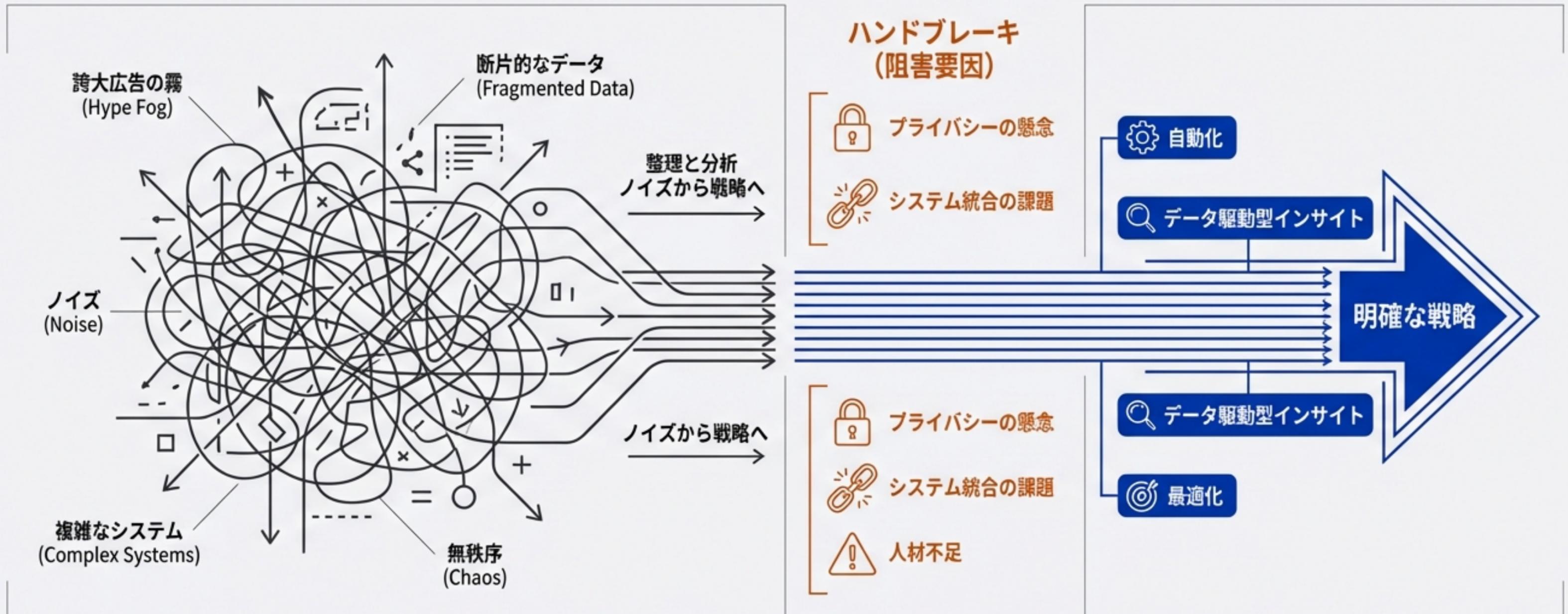


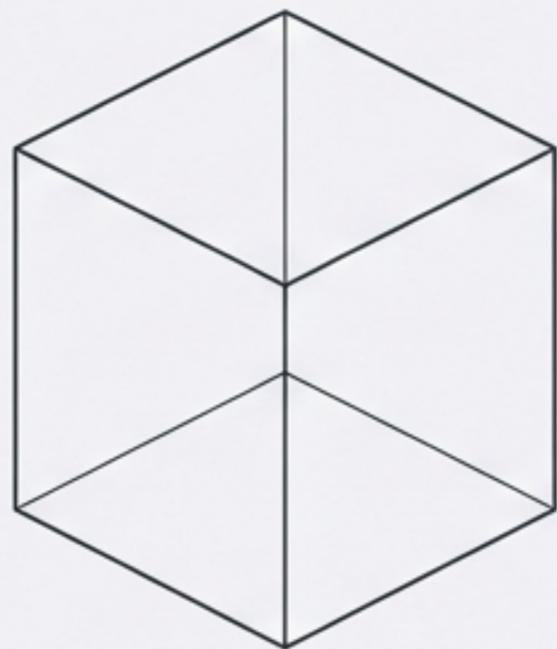
AIと自動化：誇大広告の霧を晴らす

オンラインマーケティングにおける「レバー（推進力）」と「ハンドブレーキ（阻害要因）」の見極め方



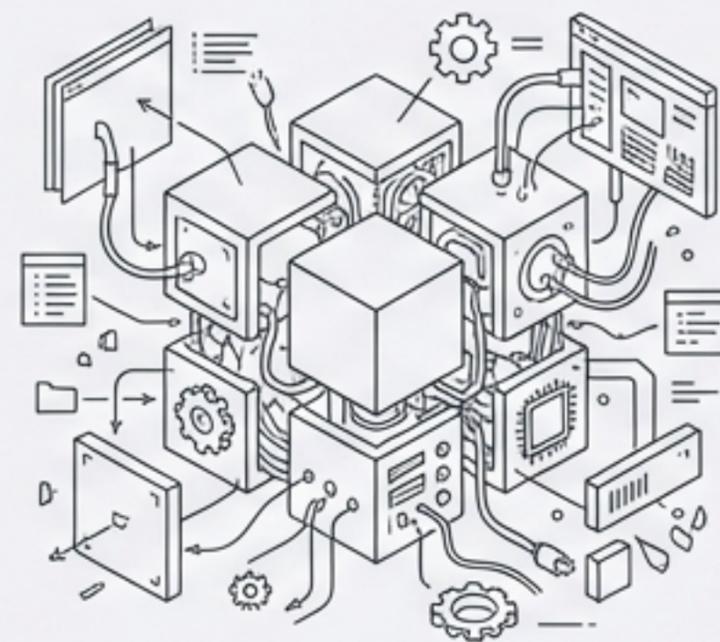
約束された「魔法」と、現場の「現実」

メディアの誇大宣伝



誇大広告：AIがすべてを即座に解決し、完全自律型のマーケティングを実現するという幻想。

現場の現実



現実：不完全なデータ入力、一貫性のない出力、そして常時監視の必要性。

私たちは「約束」を批判的に評価し、実務的なプロセスと切り分ける必要があります。

3つの評価基準：あなたのAIプロジェクトはどれですか？



誇大広告

革新的だが、実質的な価値を生み出さない。



レバー

人間の労力を増幅させ、成果を加速させる（成功事例）。



ハンドブレーキ

複雑さを増し、ワークフローを遅らせ、技術的負債を生む。

「ハンドブレーキ」の正体：自動化がプロセスを遅らせる時

データバンクの過負荷

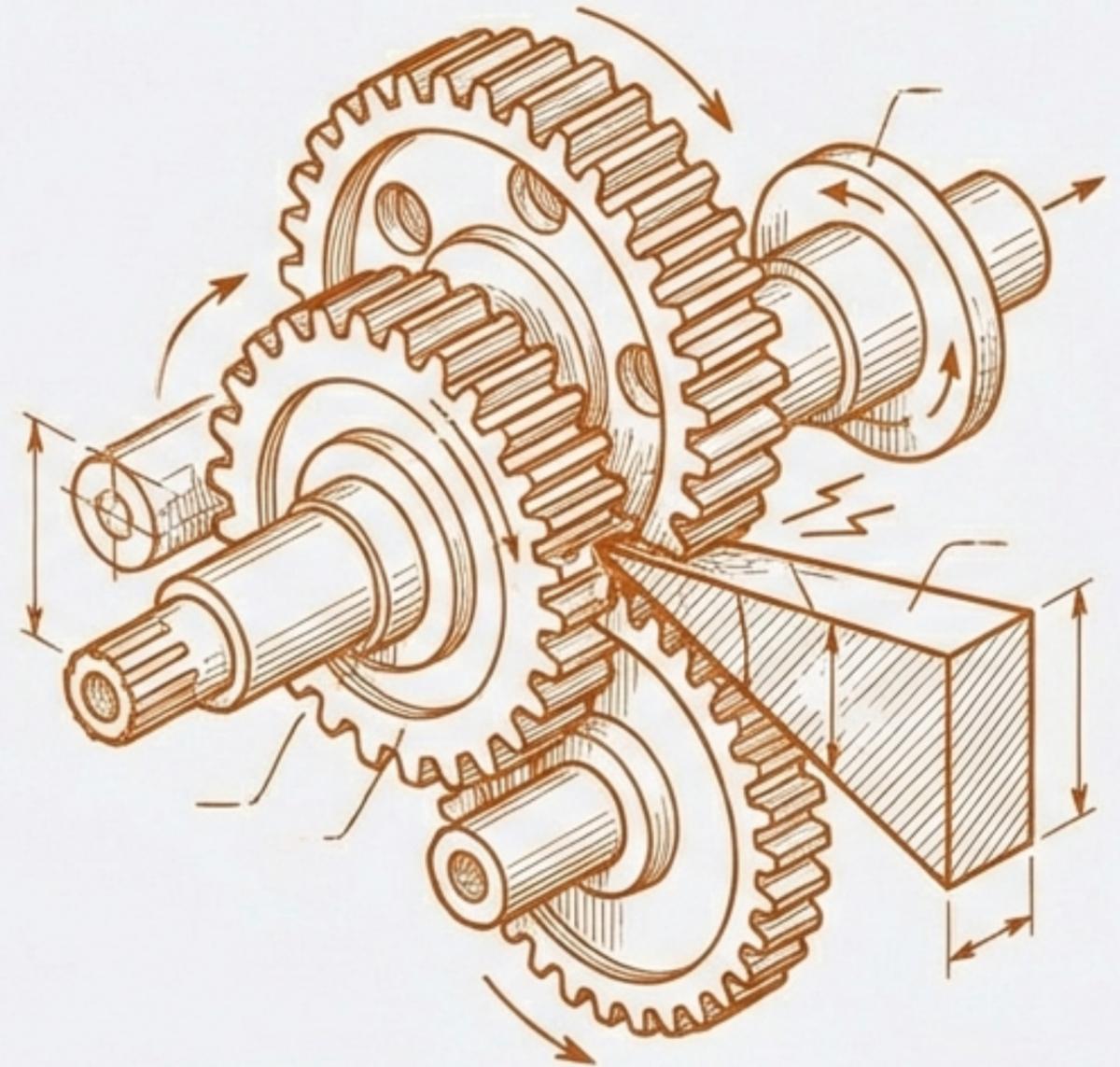
モデルに過剰な情報を詰め込むとクラッシュの原因となる。

トークンの制限

入出力の制限により、複雑な推論が寸断される。

カオスなフロー

明確な「説明書」がない場合、ワークフローは単なるテキストの混乱となる。



技術的な制限（トークン、DBサイズ）を無視した自動化は、手動作業よりコストがかかる。

「レバー」としてのAI：加速のポイント

- **タイミングとスケーリング**

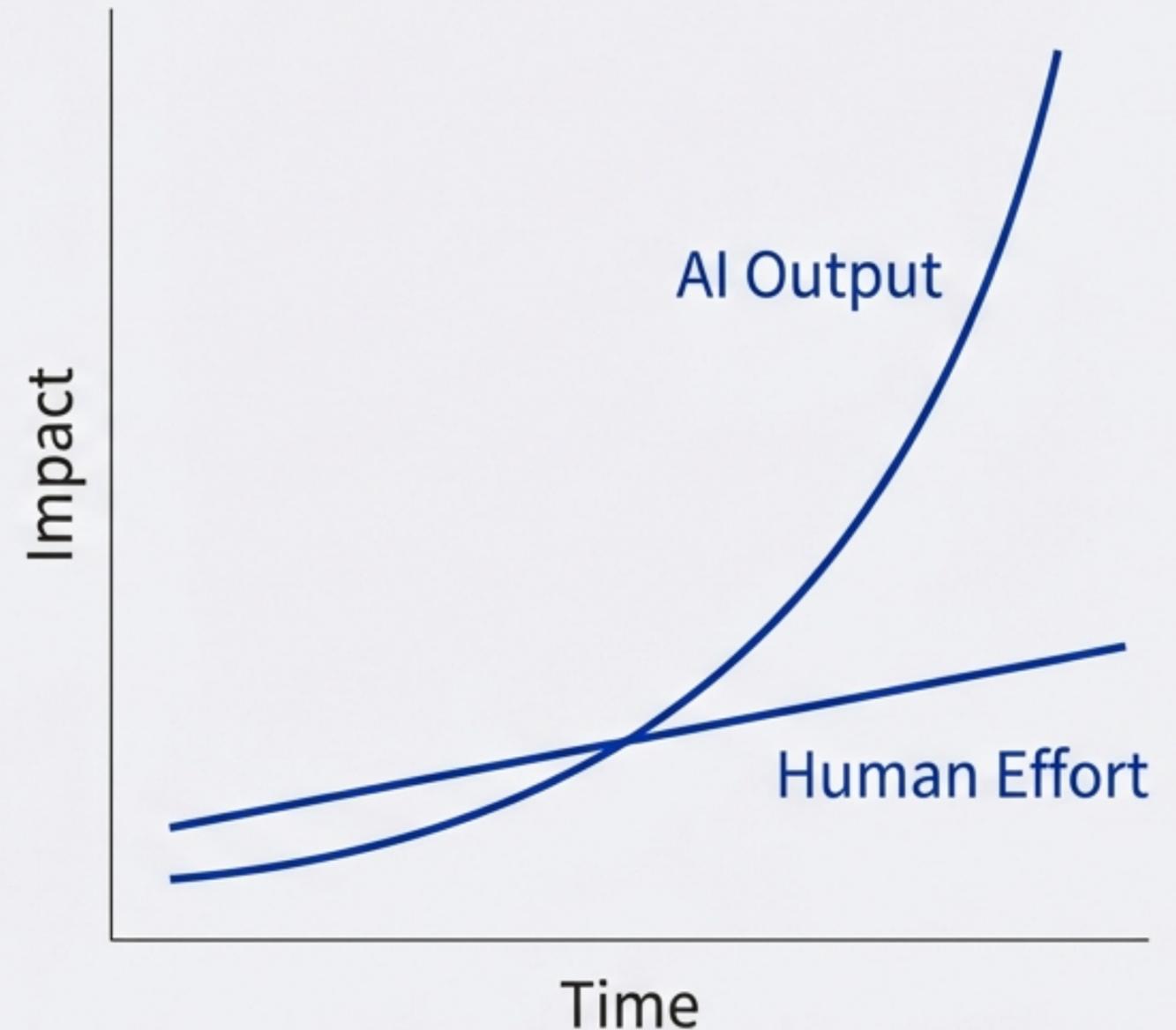
戦略は人間が、量と配信タイミングはAIが担当する。

- **明確な「説明書」**

プロンプトエンジニアリングを、AIへの正確な業務指示書として扱う。

- **データ分析**

膨大なデータバンクからのインサイト抽出。



成功するワークフローの構築



重要な教訓：情報の検証（Check Information）

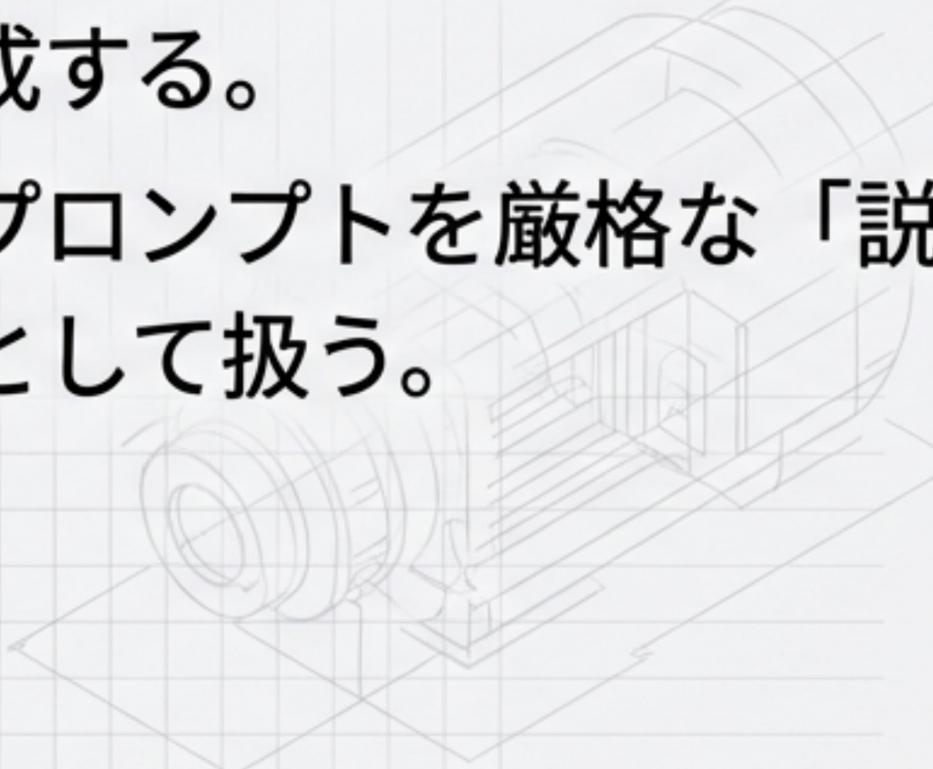


「信頼せよ、しかし検証せよ」。AIは自信満々に嘘をつく（ハルシネーション）可能性がある。

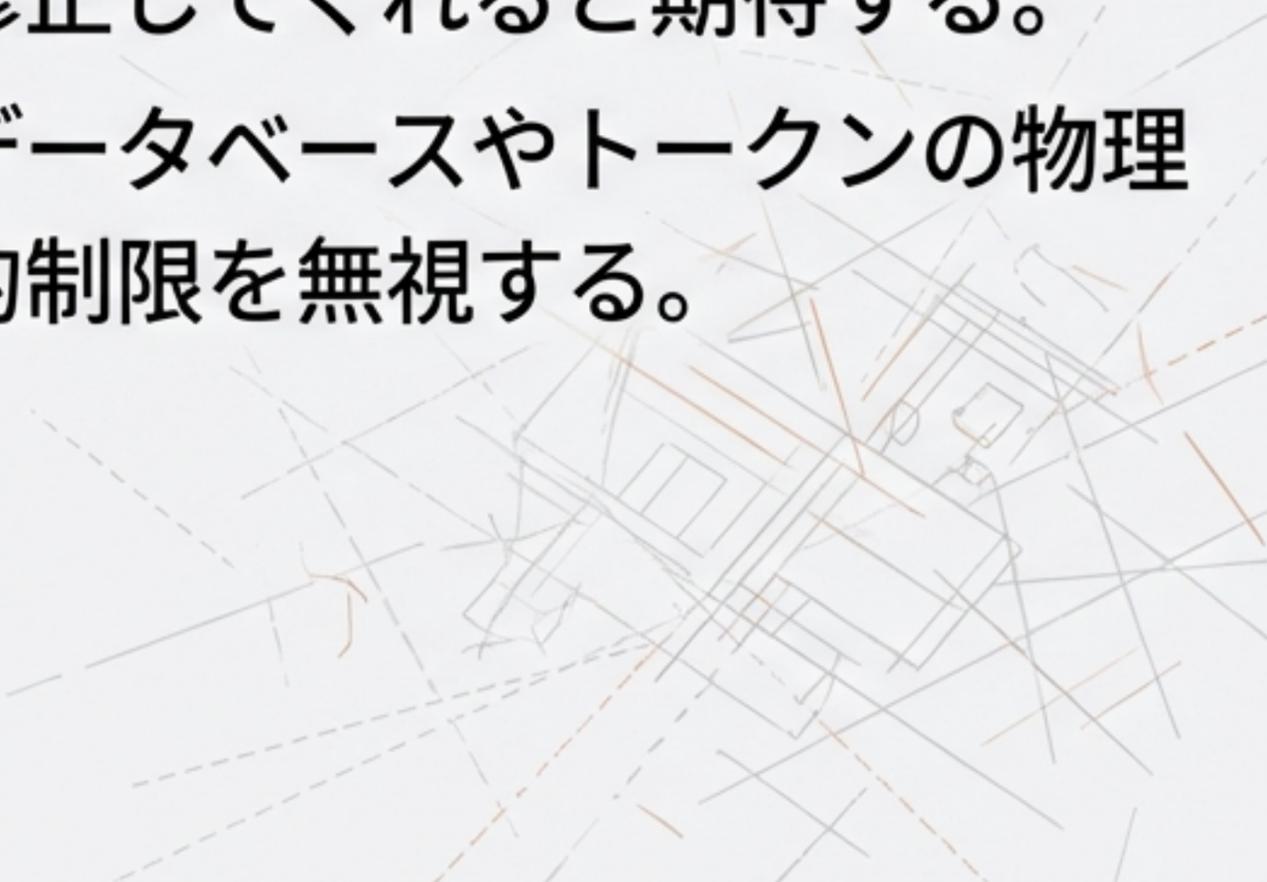
- フローの中に、必ず「人間による検証ステップ」を組み込むこと。
- 監視なしに、新しいモデルが既存のテキストを上書きしないように制御する。

実践からの学び：成功と失敗の分かれ道

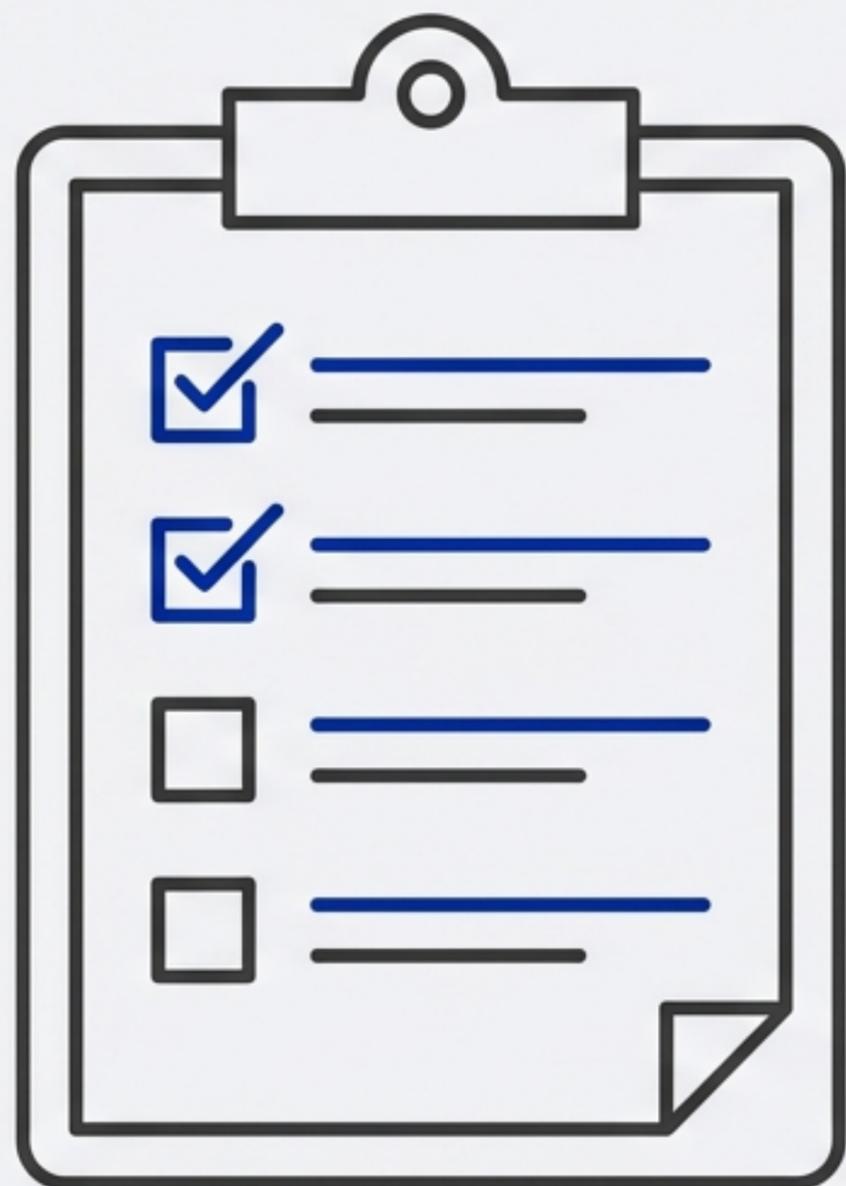
成功要因 (Success)

- 特定のタスク専用のモデルを作成する。
 - プロンプトを厳格な「説明書」として扱う。
- 

失敗要因 (Failure)

- カオスなデータをAIが自動的に修正してくれると期待する。
 - データベースやトークンの物理的制限を無視する。
- 

上司を説得するためのチェックリスト



タスクの「説明書」は明確か？
(プロセスを言語化できているか？)

データはクリーンか？
(モデルをクラッシュさせないか？)

検証プロトコルはあるか？
(品質を担保する人間がいるか？)

スピーカーについて



Andreas Engelhardt (アンドレアス・エンゲルハルト)

Head of Digital Analytics & CRO
at Bloofusion

- Web Analytics & Website Optimization
- Helping clients increase sales and leads through data
- Regular contributor to the Bloofusion Blog

結論：ツールは変わる、思考は残る

AIは、あなたのビジネスモデルに適合した時に初めて「レバー」となる。

BLOO:CON 2026で、さらなる議論に参加しましょう。

Date: January 29, 2026